



紅木-KY 2020年前三季業績說明會

股票代碼：8426

免責聲明

- 本簡報及同時發佈之相關訊息所提及之預測性資訊，包括營運展望、財務狀況及業務預測等相關內容，係本公司基於內部資料及外部整體經濟發展現況所得之資訊。
- 本公司未來實際產生的營運結果、財務狀況與業務可能與預測性 資訊有所差異，其原因可能來自各種因素，包括但不限於市場需求、各種政策法令與經濟現況之改變，以及其他本公司無法長控之風險等因素。
- 本簡報中所提供之資訊，係反應本公司截至目前為止對於未來的看法，並未明示或暗示性地表達或保證其具有正確性、完整性或可靠性。對於簡報內容，未來若有任何變更或調整，本公司不負責更新或修正。

AGENDA

1. 公司概況
2. 產業概況
3. 營運概況
4. 財務概況
5. 未來展望

公司概況：服務據點

1

Asia Pacific

Singapore

Johor Bahru (Malaysia)

Shanghai (China)

Hongkong (China)

Seoul (Korea)

Tokyo (Japan)

Ho Chi Minh (Vietnam)

Bangkok (Thailand)

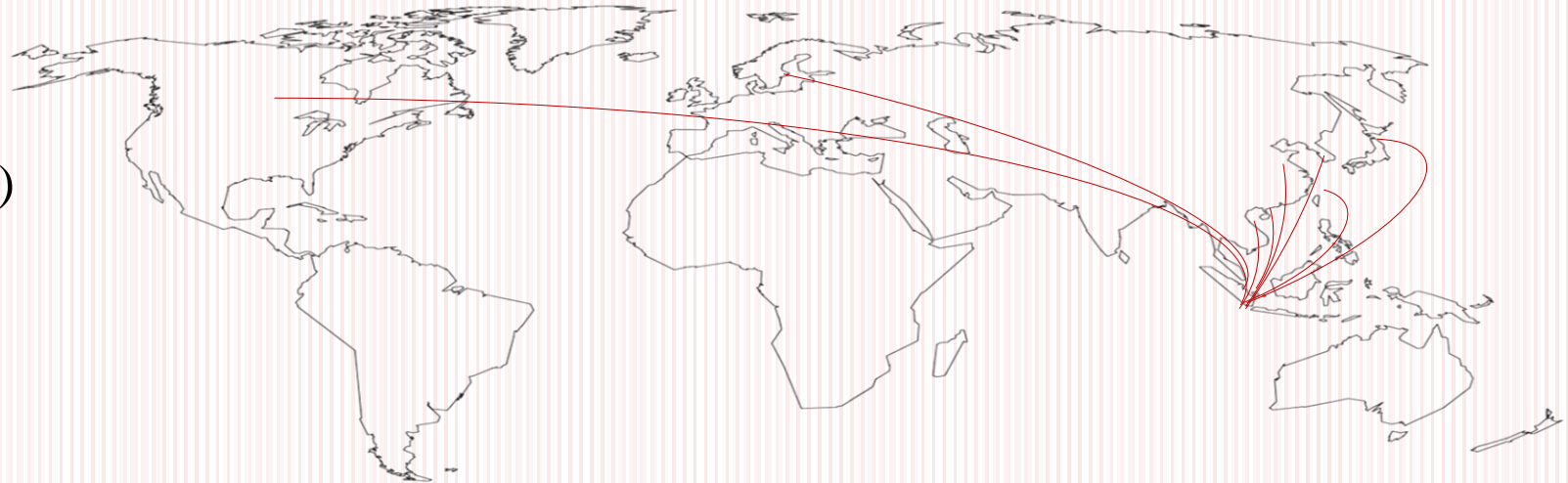
Manila (Philippines)

North America

New York (USA)

Europe

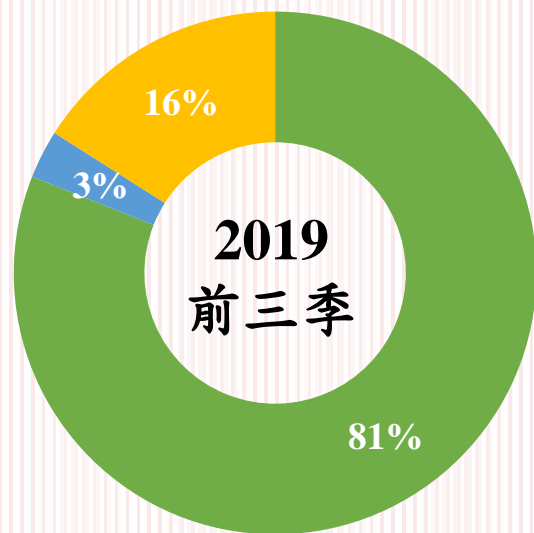
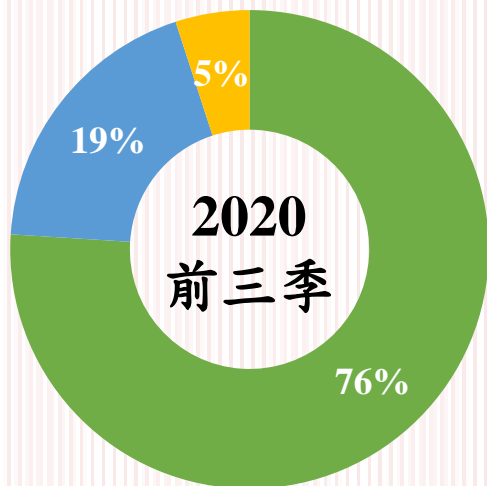
Paris (France)



公司概況：業務範圍&主要產品

2

■ 亞洲 ■ 美洲 ■ 歐洲



室內裝修



■ 2020 前三季



■ 2019 前三季



一般工程

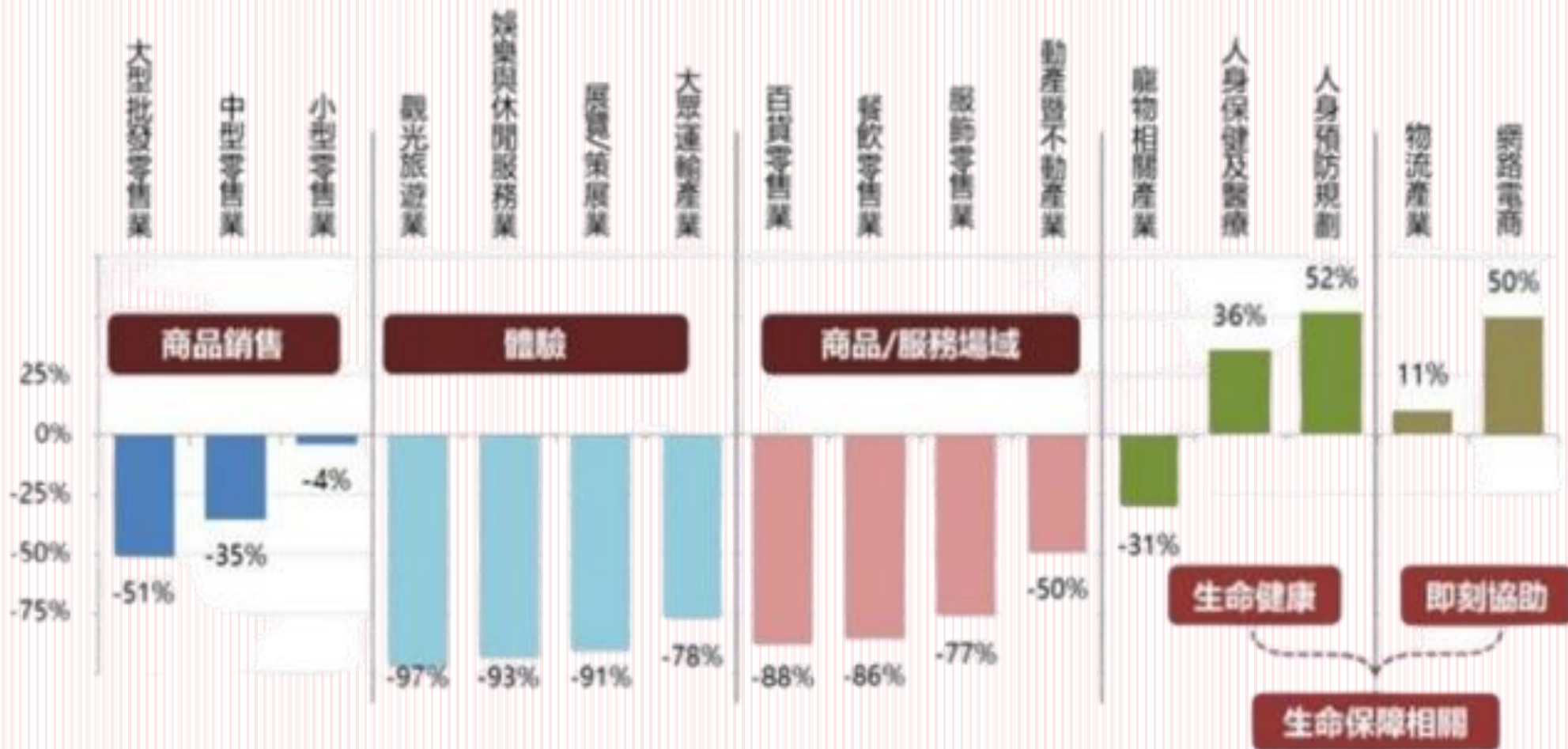


門面裝修



產業概況：新冠病毒(Covid-19)影響

3



Source：經理人月刊(引用麥肯錫報告)－2020.03.19

產業概況：2020年的奢侈品

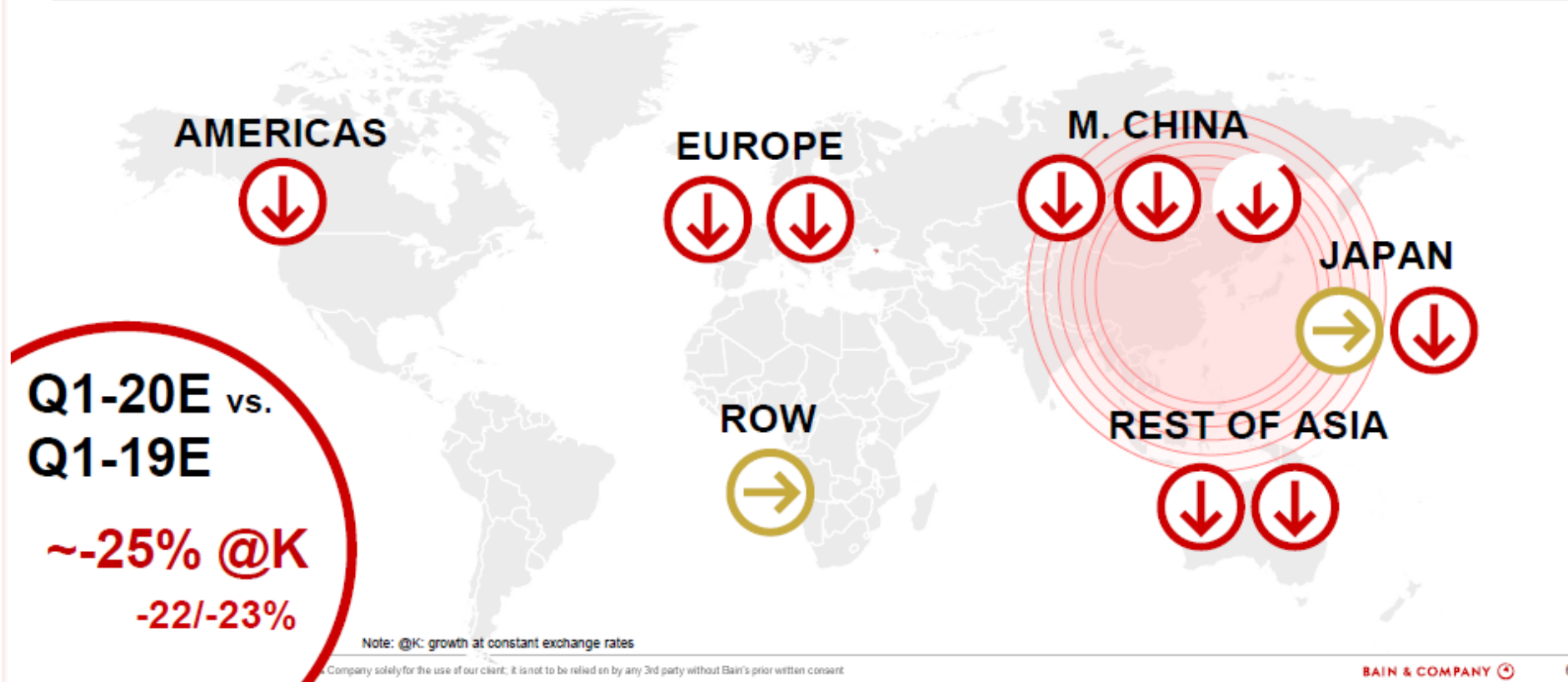
4

Luxury market to decline by ~25% in Q1 2020, driven by a severe slowdown in Asia followed by Europe and Americas

Q1 2020 PERFORMANCE

/ ESTIMATES

Personal luxury goods market – Quarter-on-quarter growth trend by region (Q1 2020E vs Q1 2019E)



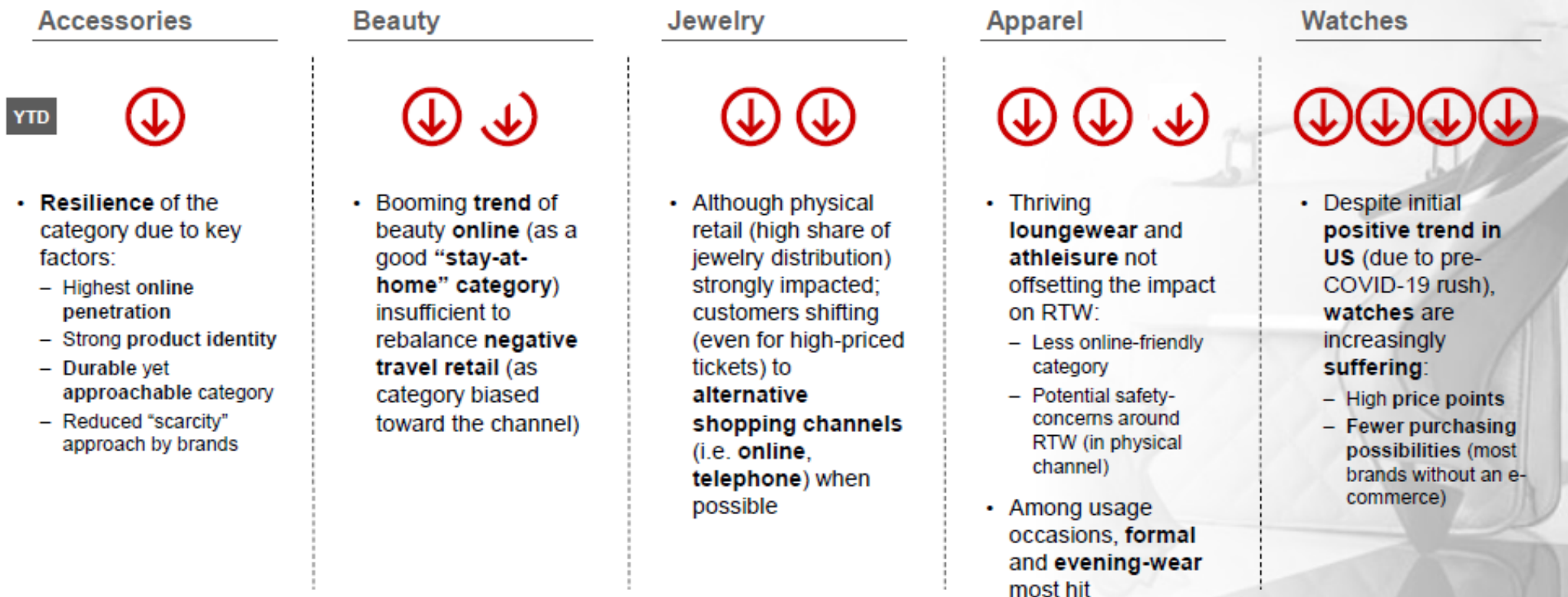
Source : Luxury Goods Worldwide Market Study, Spring 2020 (Bain & Company、Altagamma – 2020.05.07)

While all categories declined, accessories showed the highest resilience, followed by beauty and jewelry

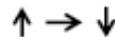
YTD APRIL 2020 PERFORMANCE

CATEGORIES

Personal luxury goods market – Year-to-date growth trend (YTD 2020E vs YTD 2019E)



Source: From Interviews with selected luxury brands panel



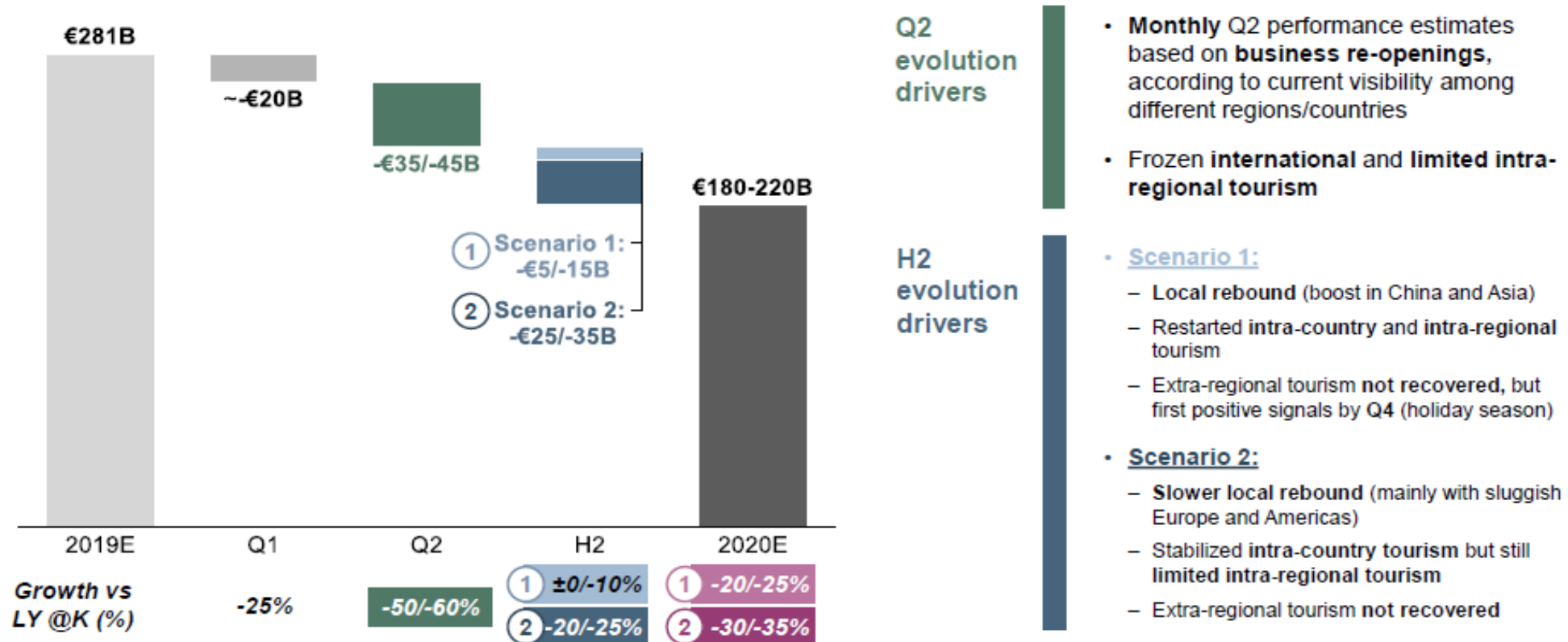
REAL TERM TREND YTD 19E-20E

Source: Luxury Goods Worldwide Market Study, Spring, 2020 (Bain & Company, Altgamma – 2020.05.07)

The personal luxury goods market could contract from -20% to -35% in 2020, with Q2 being the hardest-hit quarter in the year

2020 FY

Personal luxury goods market – Quarter-on-quarter evolution for 2020E (% | 2020E vs. 2019E)

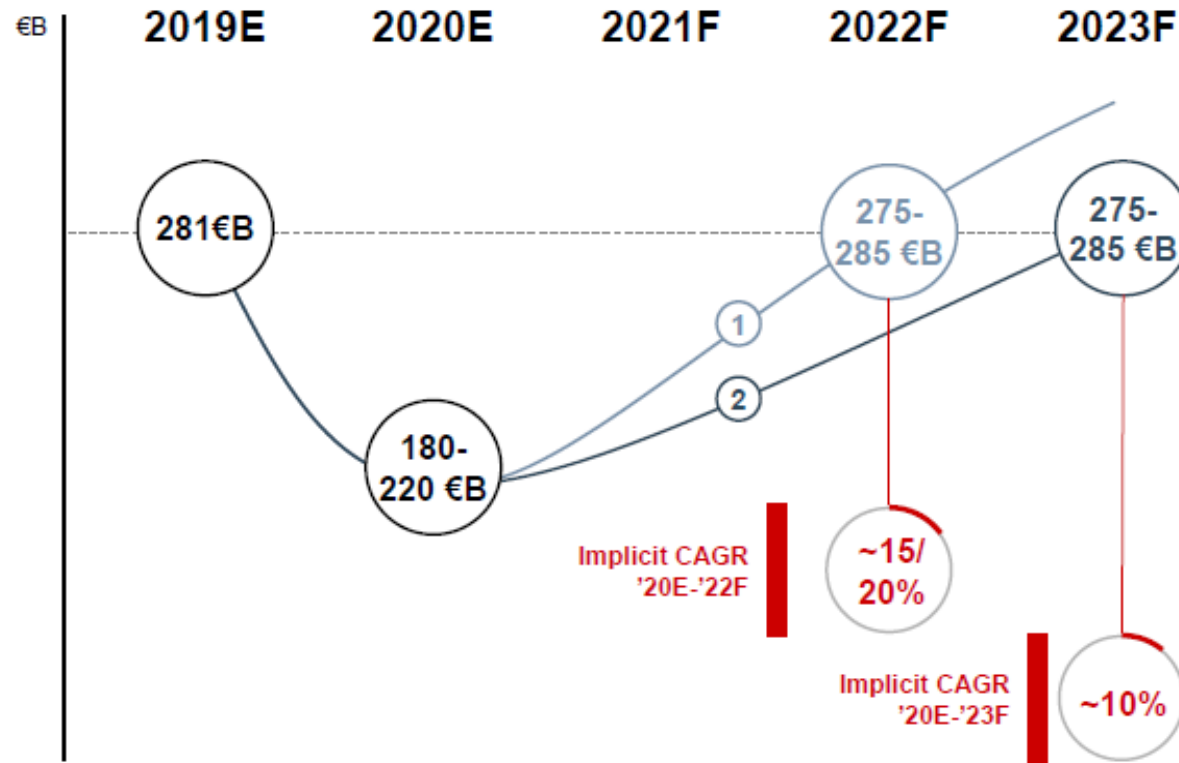


A recovery to 2019E levels will occur between 2022F and 2023F, and depends on a variety of market drivers

BEYOND 2020

/ ESTIMATES

Personal luxury goods market (€B | 2019E – 2023F)



- **Recovery** of the market to pre-COVID-19 levels will likely happen **between 2022** and **2023**, depending on:



Real economy trends



Consumer confidence
response to sanitary
crisis and recession



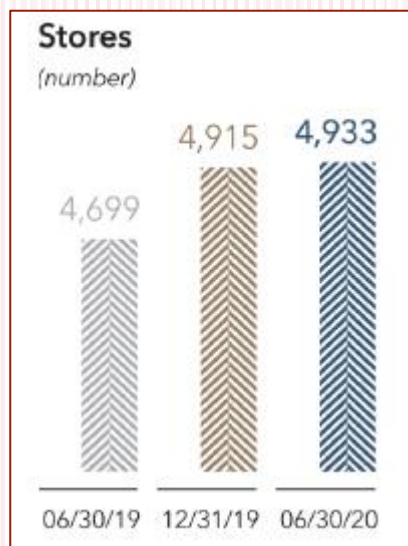
Tourism flows



Luxury brands' ability to
design and **implement**
actions to **anticipate** and
satisfy customer needs

全球奢侈品業龍頭

8



In millions of euros	H1 2020	H1 2019	Change as reported	Change at constant exchange rates
France	252.2	405.8	(37.8)%	(37.8)%
Europe (excl. France)	348.9	544.6	(35.9)%	(36.2)%
Total Europe	601.2	950.4	(36.7)%	(36.9)%
Japan	322.2	400.6	(19.6)%	(22.8)%
Asia-Pacific (excl. Japan)	1,183.7	1,299.3	(8.9)%	(9.1)%
Total Asia	1,505.9	1,700.0	(11.4)%	(12.3)%
Americas	336.8	569.2	(40.8)%	(41.7)%
Other	44.1	64.6	(31.7)%	(31.7)%
TOTAL	2,488.0	3,284.2	(24.2)%	(24.9)%

(EUR millions)	LVMH			Hermes		
	2020H1	2019H1	變動	2020H1	2019H1	變動
營收	18,393	25,082	(27%)	2,488	3,284	(24%)
營業利益	1,517	5,241	(71%)	535	1,144	(53%)
稅後淨利	522	3,268	(85%)	335	754	(56%)

資料來源：該公司網站的財報資料

營運概況：2020年前三季主要客戶

9

1 LOUIS VUITTON

2 Malabar Gold & Diamond

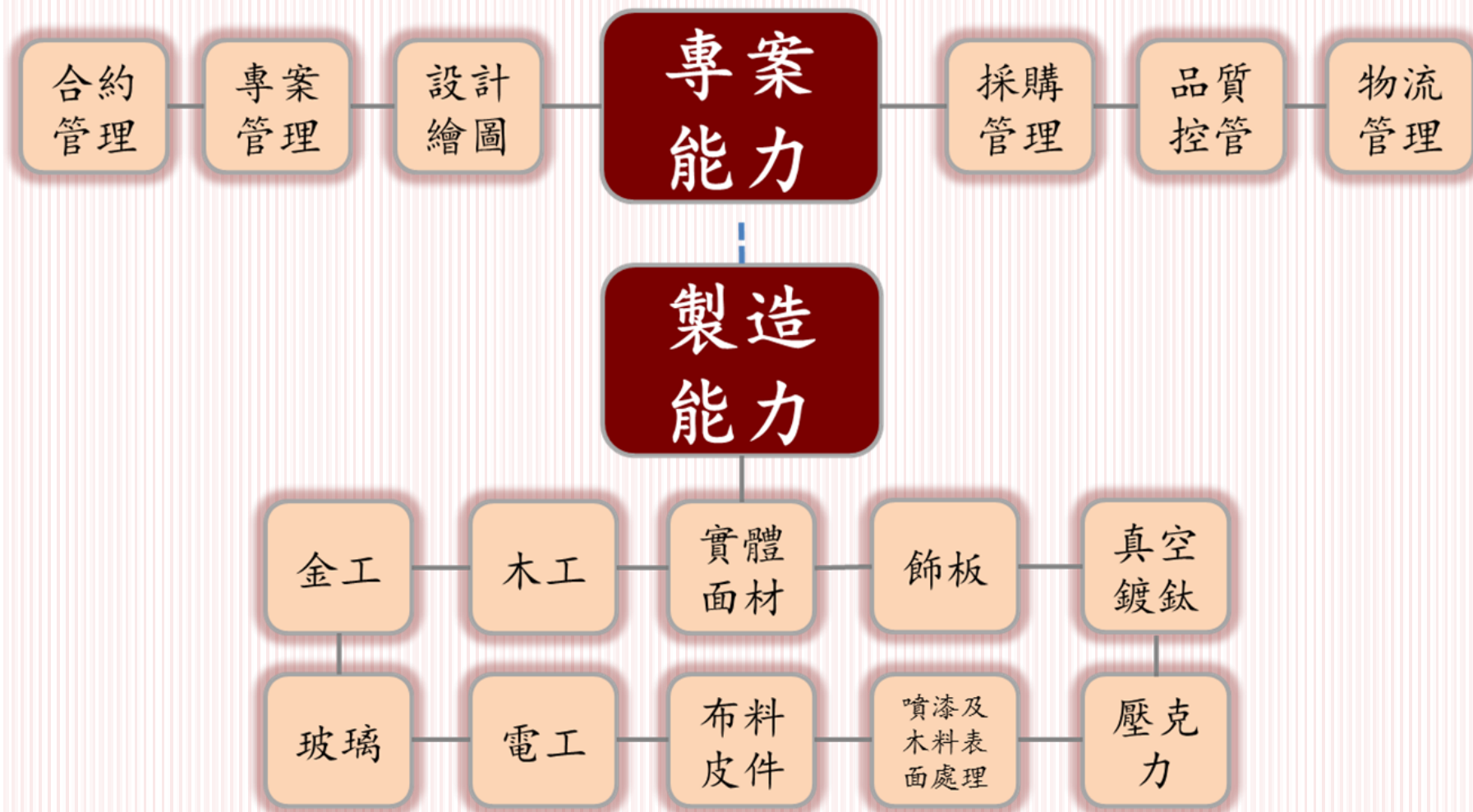
3 BVLGARI

4 COACH

5 HERMES

營運：一站式整體解決方案

10



營運：成長動能

11

新加坡興建廠辦

稅務優惠

出口FTA免稅

投資抵減

預計營所稅降低

研發

試驗新材料、新工法

特殊奢侈品裝潢工程

新增產能

承接高檔居家、
商業空間

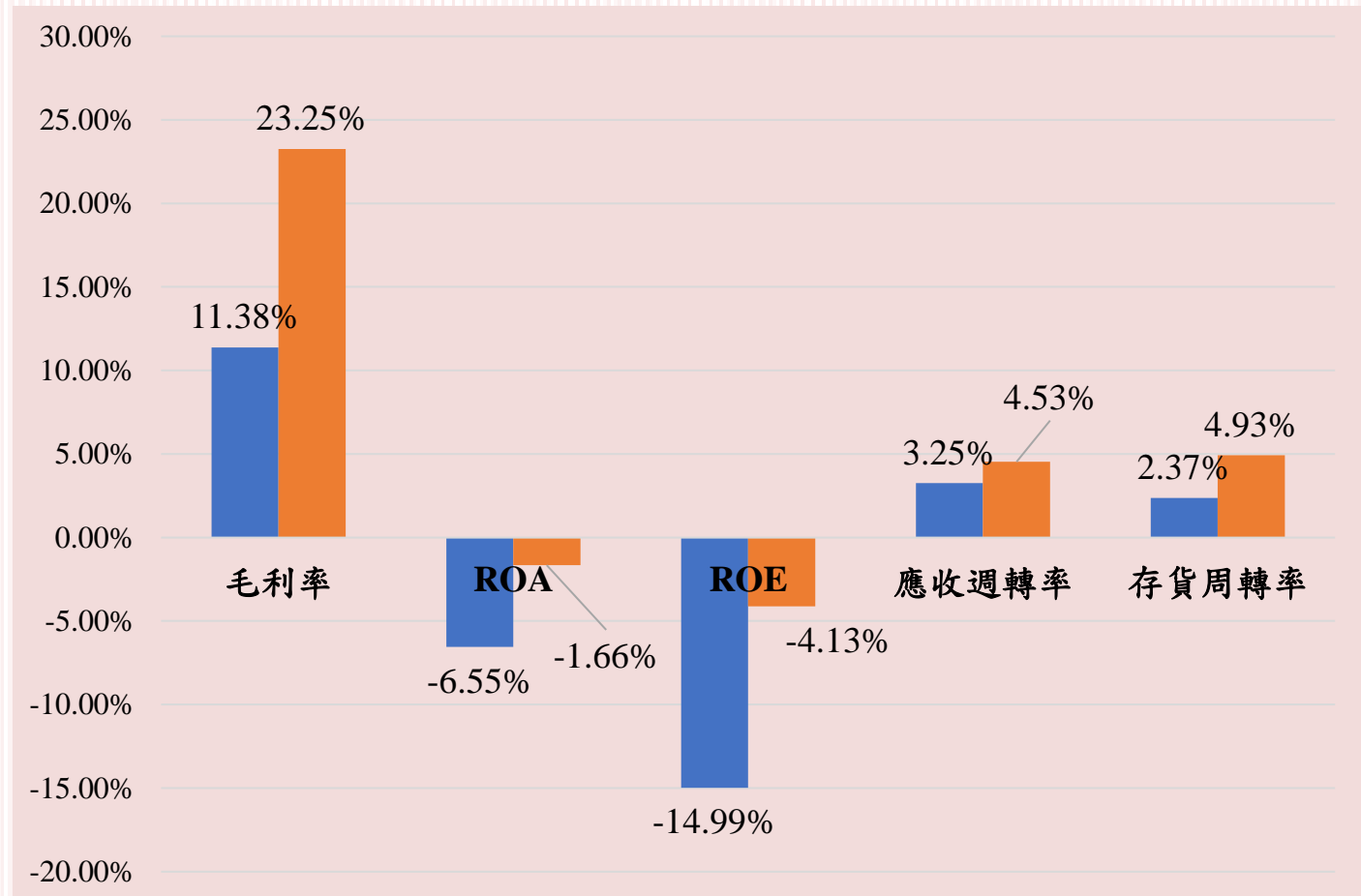
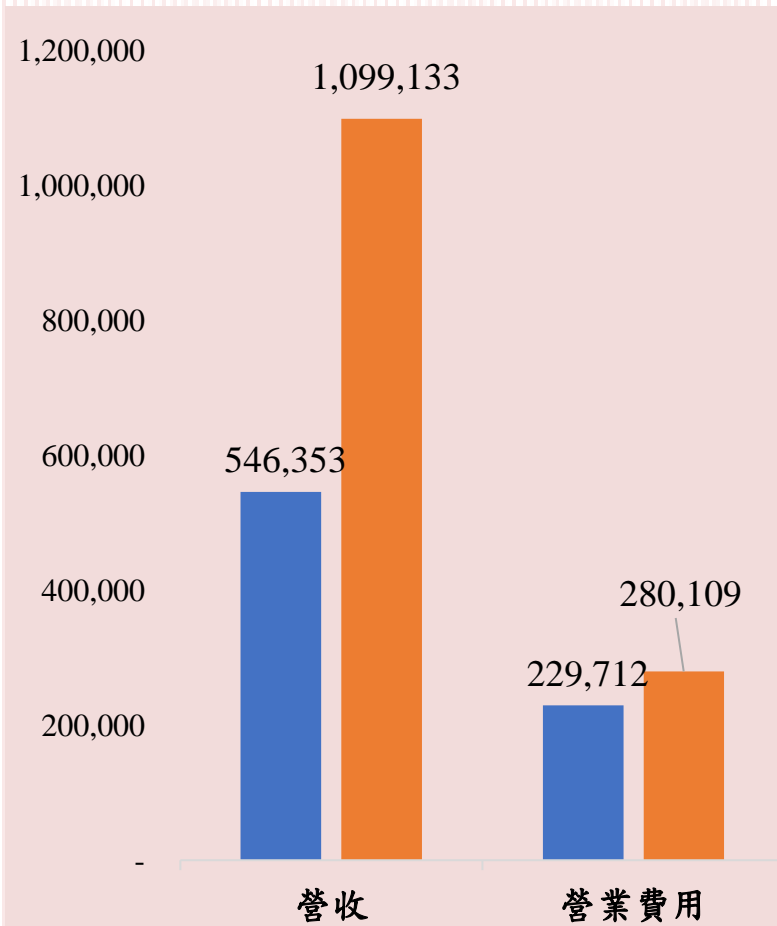
跨足業務領域

特殊奢侈品裝潢工程

財務概況：重要財務指標

12

■ 2020前三季 ■ 2019前三季



資料來源：本公司經會計師核閱簽證之合併財報

歷年股利分配情形

13

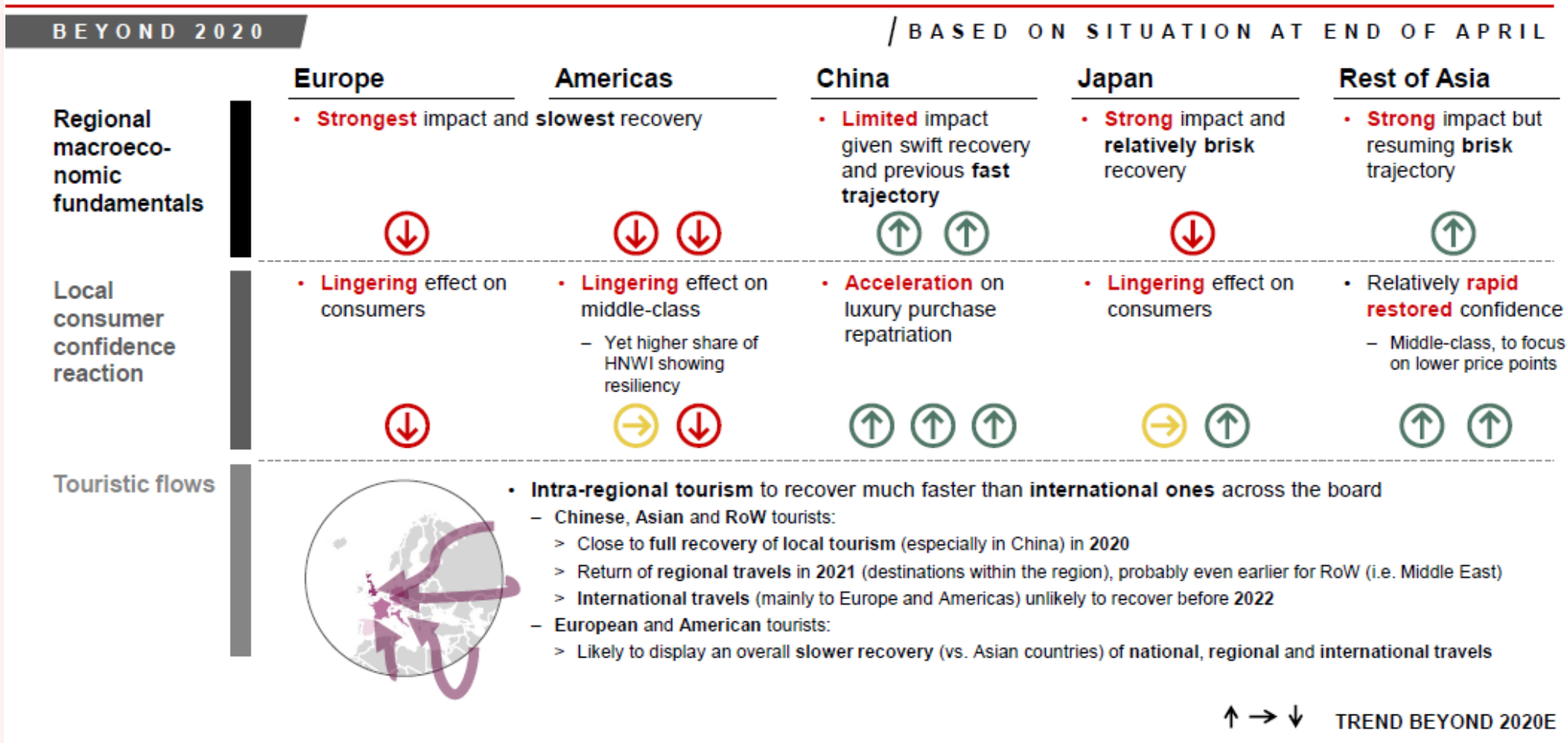
	2019年	2018年	2017年	2016年	2015年	2014年	2013年	2012年
每股盈餘(元)	0.59	(0.49)	3.39	6.08	3.26	4.05	5.22	3.97
股東會日期	2020/6/8	2019/6/10	2018/6/19	2017/6/7	2016/6/13	2015/6/16	2014/6/17	2013/6/14
現金股利 (元/股)	-	-	1.7	4	2.5	3	3.5	3
股票股利 (元/股)	-	-	-	0.5	-	-	0.5	-
股利配發率	-	-	50%	74%	77%	74%	77%	76%
現金殖利率*	-	-	5.94%	8.64%	5.46%	8.43%	4.59%	6.73%
股本 (NT仟元)	506,925			483,000			420,000	

*以股東會前一日之收盤價計

未來展望：全球主要奢侈品市場展望

14

The evolution of the market beyond 2020 will rely on regional macro trends, local consumer confidence and tourism flows



紅木布局 V.S. 奢侈品市場展望

15

日本



隨著2021東京奧運的臨近
預計有2~4%的成長

中國



境內奢侈品價格下調 &
本土消費增加

亞洲
其他



- ◆印度：民眾可支配所得增加&奢侈品業者戰略投資
- ◆新興市場成長，推動印尼、菲律賓、越南市場的奢侈品
- ◆奢侈品消費增長

美國



地緣政治及貿易因素對消費造成消
極影響



REDWOOD
bringing your design alive

Thank You!

Contact Information

Ben Su

TEL : +886-2-2778-9121

Mobile : +886-929-805-568

E-Mail : bensu@redwoodgroup.co