



詩肯股份有限公司

SCAN-D CORPORATION

股票代號：6195

SCANDINAVIAN LIVING.
IT'S ALL ABOUT FEELING AT HOME.



主講人：董事長林福勤

2017. 04. 10



feel at home.

簡報大綱

✓ 1 公司&品牌簡介

✓ 2 營運概況

✓ 3 家具產業

✓ 4 未來展望



SCANTEAK™

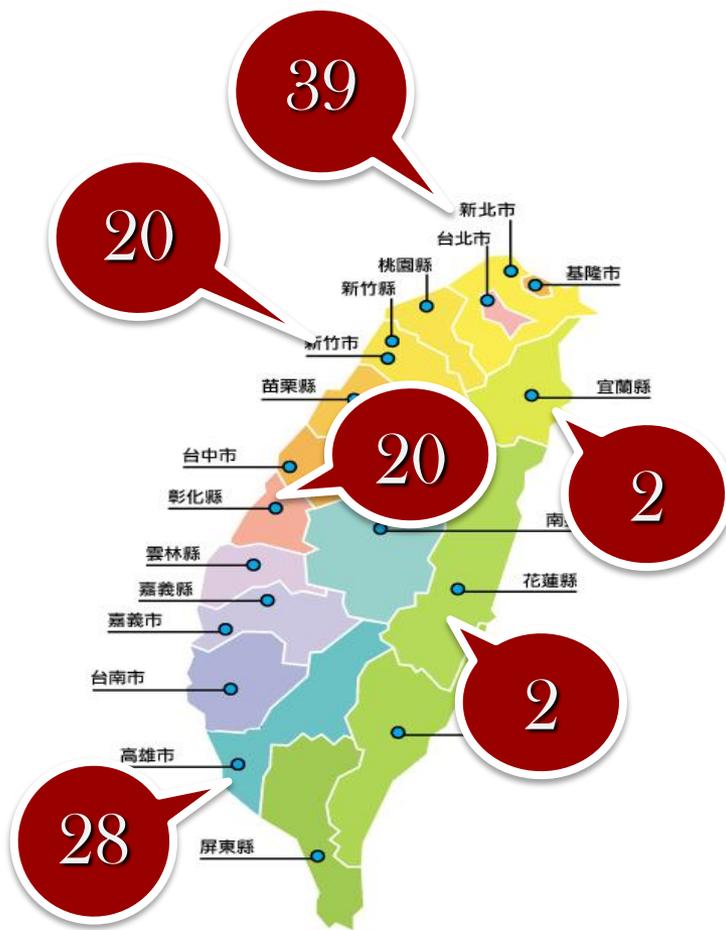
feel at home.

詩肯(6195)公司簡介

創立時間	84年10月09日		
董事長	林福勤		
總經理	林福勤		
員工人數	358人		
實收資本額	新台幣4.3億元		
主要品牌			
			
品牌精神	柚木精品家具，為家注入溫暖	家具，是生活品味與情感的延伸	讓睡眠由外而內延伸，達到真正身心靈的放鬆



詩肯(6195) - 全台最大連鎖家具業者



來自北歐工業設計之都丹麥

以人文本，注重簡約設計的實用家具

用心為現代都市人打造溫暖舒適的居住空間



全台店數	85	全台店數	26
主力產品	柚木家具	主力產品	皮沙發、床墊、系統櫃
平均單店營收	150萬/月	平均單店營收	100萬 /月

平均單店營收統計至2017/3



feel at home.

主要品牌(一) - 全台最大柚木家具品牌



詩肯柚木



- 詩肯柚木品牌於1984年成立於新加坡，1993正式進駐台灣，全國市占率第一的柚木精品家具
- 柚木材質經久耐用，以金黃色的優美色澤及天然紋理著稱
- 北歐風格，以人為本的簡約設計，不侷限於任何居家風格
- 亞洲極少數與專業設計團隊共同開發的原創設計
- 採用印尼再造林，根據印尼政府指示環保取材，確保柚木森林的永續性
- 2012年更榮獲富比世雜誌 (Forbes Asia) 評選為亞洲200家最佳中小企業，為台灣唯一家具上市櫃品牌
- 經營期間獲獎無數，包括家居雜誌票選家具最佳知名 / 理想品牌第一名、新加坡及日本優良設計獎、新加坡總統設計獎



feel at home.

主力產品



feel at home.

PROLOGUE新品

PROLOGUE
プロローグ

有關 OUT OF STOCK

設計團隊由2位來自新加坡、1位西班牙、1位阿根廷等，共4位優秀設計師所組成。4位設計師在因緣際會下，各自擁有獨特設計理念來互相交流下，而創造一個擁有家具、燈飾、室內設計、藝術指導的創新設計團隊Outofstock。

詩肯柚木將『家』的理念發揚光大，與世界知名設計師團隊共同開發原創設計

誰說設計品只能隔著玻璃觀賞，帶回家與心愛的家人一同體驗，分享感動由心出發

outofstock



設計團隊
靈感來源



SCANTEAK™

feel at home.

主要品牌(二) - 目標全台最大的皮革家具品牌

SCAN·LIVING

詩肯居家



- 最懂品味的詩肯團隊，引進最懂得生活的北歐風格，2012年隆重推出「SCAN·LIVING」嶄新品牌，為家具品牌重新注入年輕的設計新能量
- 打造精品連鎖家具品牌，每一項家具精品送交至消費者住家前，都經過細細驗收、層層把關
- 引進德國進口系統家具
- 採用致力於環保的綠建材符合安全、健康、無汙染
- 系統板材通過第三方多項認證：ISO-14001-2004、ISO-9001-2008、CARB、PEFC、FSC、綠建材認證標章
- 亞洲獨家代理多國品牌系列家具
- 以平價時尚切入市場打破家具高價格迷思
- 商品材質品項多元，包括全牛皮沙發、床墊、系統家具及其他軟件

SCANTEAK™

feel at home.

主力產品

嚴選頂級牛皮，精湛手工藝打造
家具，是生活品味與情感的延伸



SCAN LIVING 詩肯居家



feel at home.

市場定位

- 市面上皮沙發價格紊亂品質參差不一，往往陷入價格廝殺戰，而系統家具/品牌家具價格高不可攀，令人望之怯步。
- 詩肯秉持創立初衷，提供顧客精品家具的設計、服務和品質及每位消費者都「負擔得起」的定價策略，集中焦點創造差異化市場，以獨特藍海策略經營，再創服務業價值。
- 向知名品牌看齊，如 NATUZZI、Rolf Benz、Lazy Boy …，融合多元設計與在地文化，並加入詩肯獨有的低調簡雅人文精神，以穩定、高品質引領市場潮流，打造新品牌競爭力。



SCANTEAK™

feel at home.

近三年營運現況

單位：新台幣仟元，%

年度	2014	2015	2016	YoY	2016/2H	2015/2H	YoY
營業收入	1,707,833	1,586,690	1,637,952	3.23%	857,155	792,830	8.11%
營業成本	667,037	664,383	751,376	13.09%	390,300	348,392	12.03%
營業毛利	1,040,796	922,307	886,576	-3.87%	466,855	444,438	5.04%
毛利率	60.94%	58.13%	54.13%	-	54.47%	56.06%	-
營業費用	717,518	691,567	693,130	0.23%	357,304	337,651	5.82%
營業淨利	323,278	230,740	193,446	-16.16%	109,551	106,787	2.59%
營益率	18.93%	14.54%	11.8%	-	12.78%	13.47%	-
所得稅	57,529	41,989	34,978	-16.70%	19,150	17,947	6.7%
稅後淨利	268,678	190,878	164,020	-14.07%	92,780	86,984	6.66%
EPS	6.11	4.40	3.82	-	2.16	2.03	-



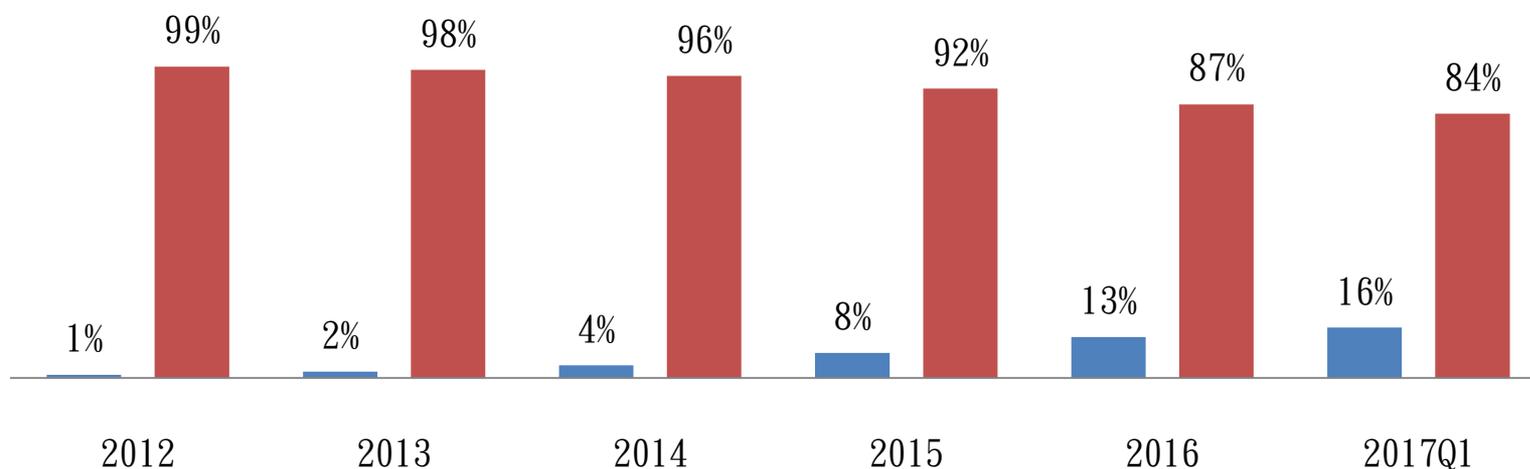
feel at home.

品牌營運現況

詩肯品牌營收比重

單位：%

■ Scanliving ■ Scanteak

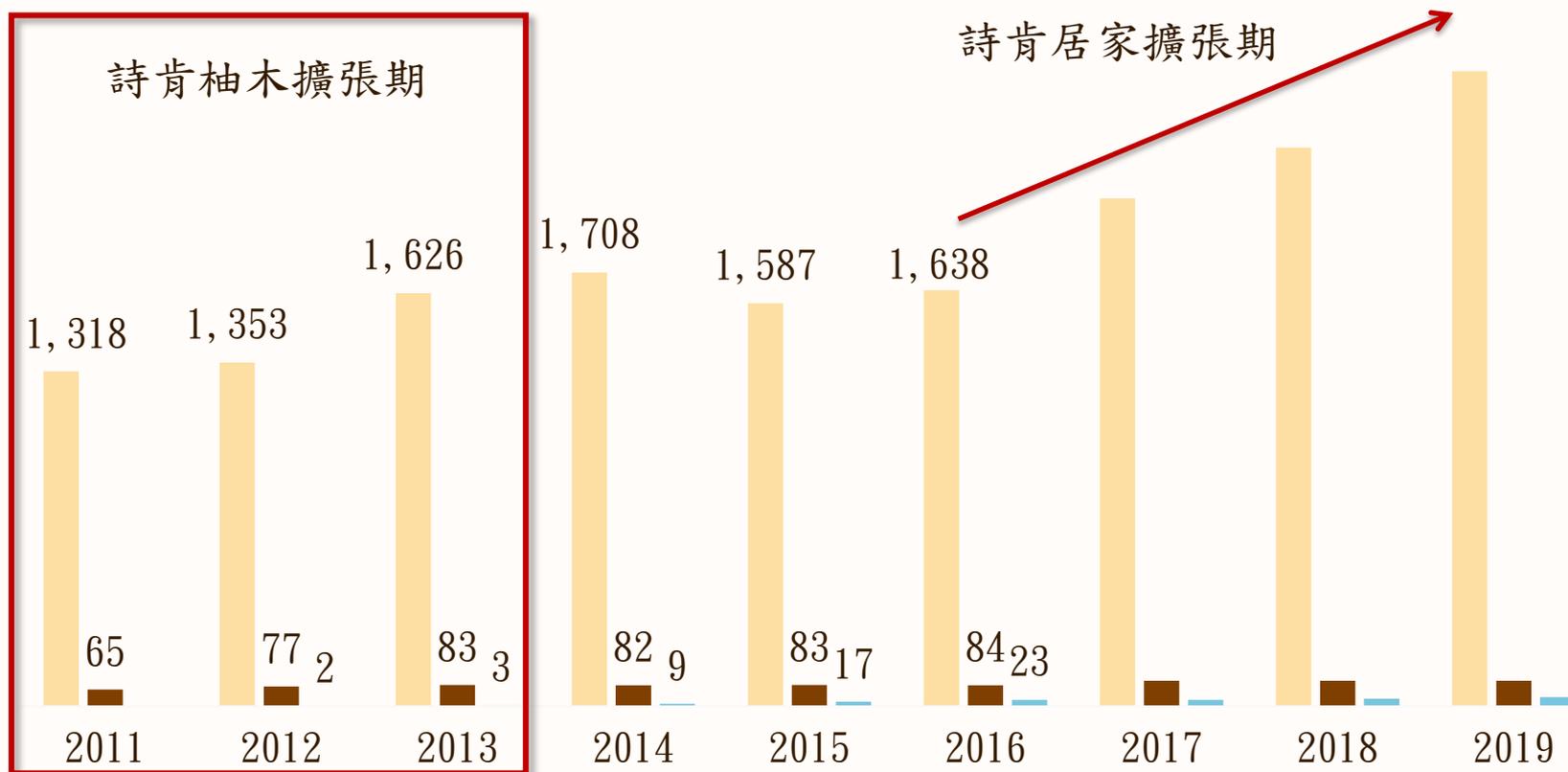


feel at home.

關鍵財務數據(1) - 營收成長分析

■ 營收 ■ 詩肯柚木(店數) ■ 詩肯居家(店數)

單位：新台幣百萬元，%



門市擴張使得品牌市占率提升，將進入營收快速成長擴張期



關鍵財務數據(2) - 營收成長分析

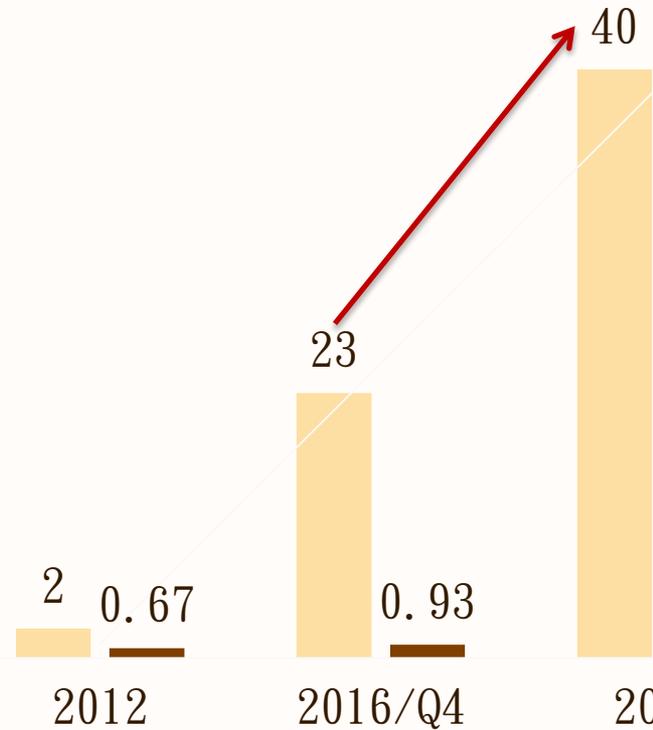
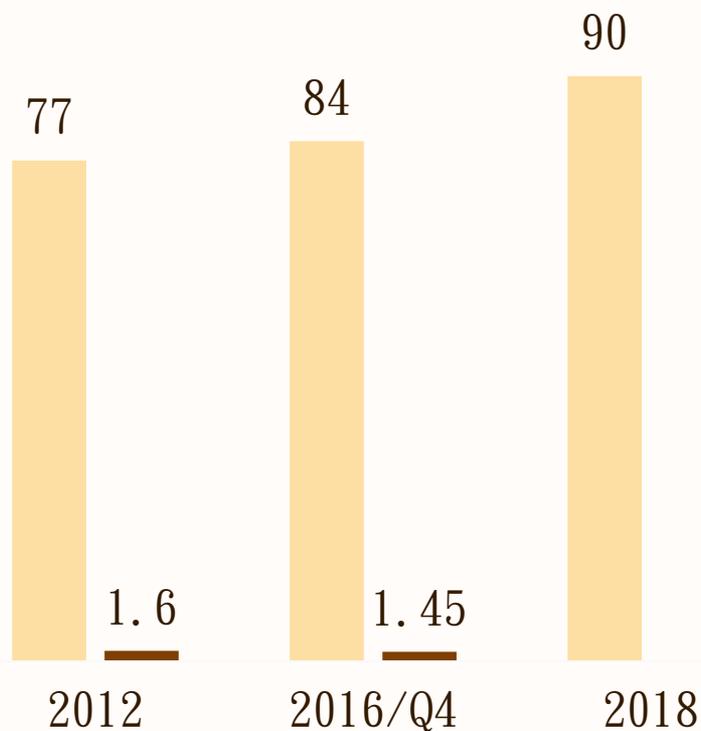
詩肯居家將複製詩肯柚木的歷史經驗，隨著品牌知名度快速成長

單位：新台幣百萬元

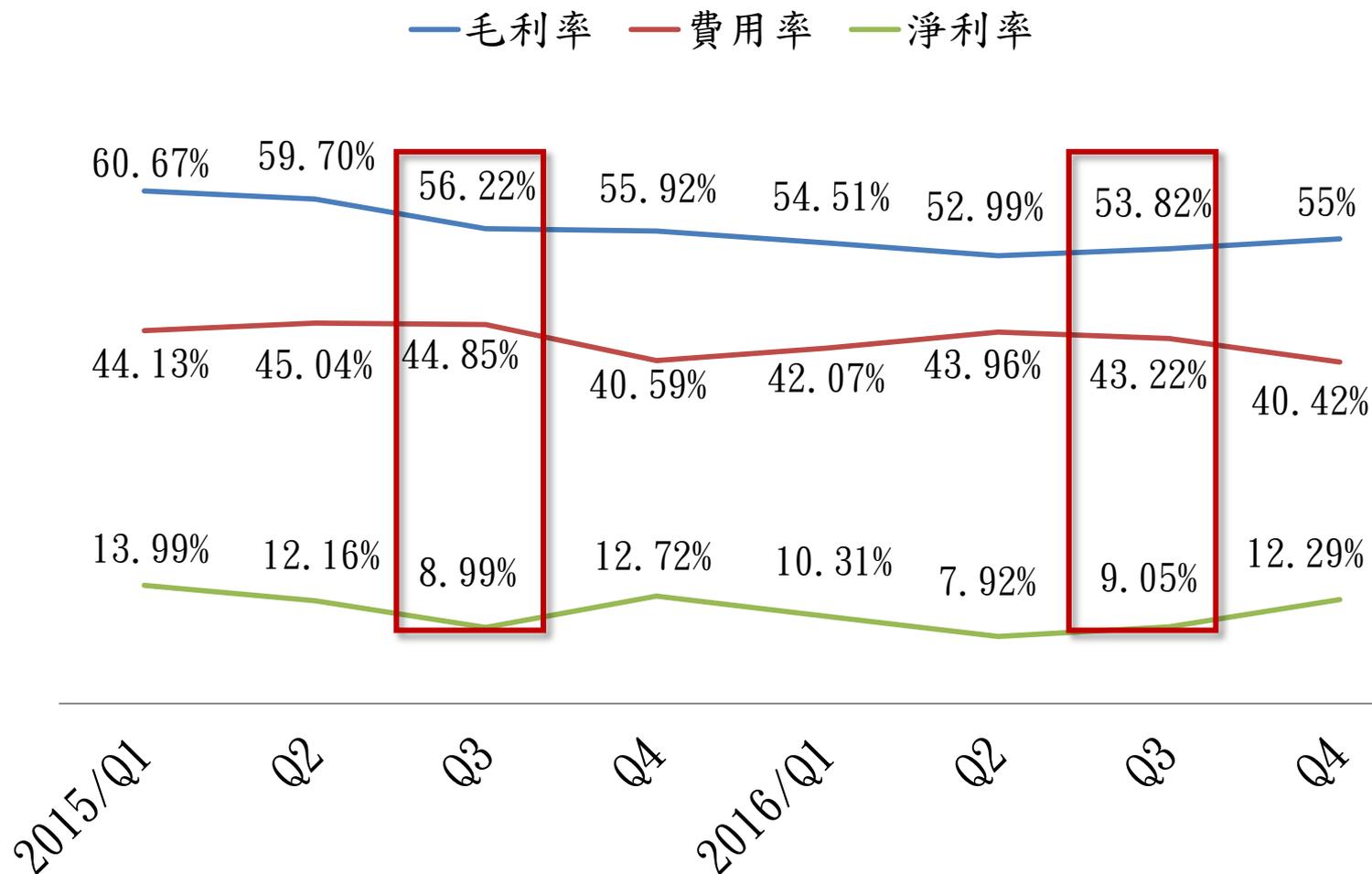
單位：新台幣百萬元

■ 詩肯柚木店數(目標) ■ 詩肯柚木平均單店營收

■ 詩肯居家店數(目標) ■ 詩肯居家平均單店營收



關鍵財務數據(3) - 近八季獲利分析



feel at home.

關鍵財務數據(5) – 股利政策

重視股東權益，採高現金股利政策，每年配發率保持80%水準

項目	2012	2013	2014	2015	2016
EPS (註1)	5.04	6.62	6.11	4.40	3.82
現金股利	4.00	5.00	5.11	3.50	3
股票股利	0.50	0.50	-	-	-
股利發放率	89.29%	83.08%	83.63%	79.55%	78.5%
現金殖利率(註2)	4.10%	5.15%	7.44%	7.21%	5.8%

註1：依當年度流通在外股數計算。

註2：現金殖利率是依據詩肯除息日前一日的收盤價計算得出。

註3：2016現金殖利率是依據2017/4/6收盤價計算得出。

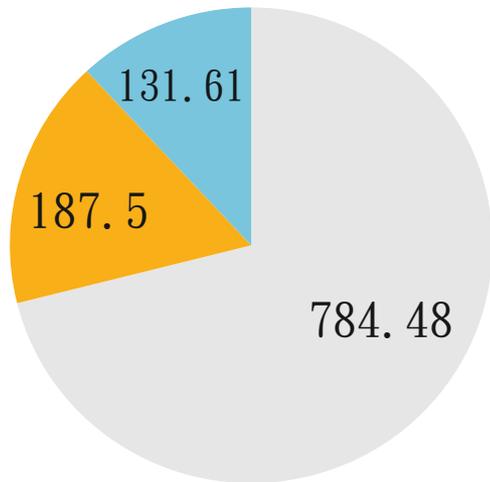


家具市場分析(1)

詩肯2016年營收16.38億，約家具市占率2.13%
詩肯2015年營收15.87億，約家具市占率2.02%

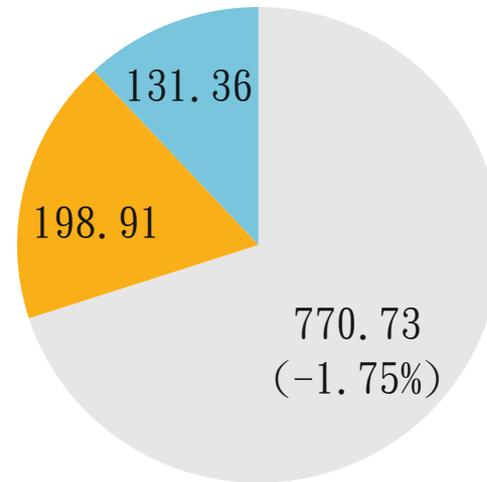


2015年整體家具市場1103.6億



■ 家具 ■ 廚具 ■ 寢具

2016年整體家具市場1101億



■ 家具 ■ 廚具 ■ 寢具

單位：新台幣億元

資料來源：財政部統計資料庫



家具市場分析(2)

詩肯品牌加速展店布局提升市占率，有效抵銷房市景氣下滑對營運的影響

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
買賣移轉數 (萬棟)	36.17	32.97	37.89	32.06	29.33	24.5
年成長率	-11.06%	-8.84%	14.91%	-15.39%	-8.53%	-16.1%
進口家具 (US\$ 億元)	4.97	5.06	5.25	5.82	5.92	
年成長率	16.12%	1.81%	3.75%	10.86%	1.72%	
詩肯營收 (NT \$億元)	13.18	13.53	16.26	17.08	15.87	16.36
詩肯總店數	65	79	86	91	100	107

資料來源：

進口家具資料--- 台灣家具同業公會統計

買賣移轉件數--內政部(住展房屋網整理)



feel at home.

未來展望



詩肯柚木

目標店數：2017 88家(+5)



持續研究。開發創新

詩肯柚木新加坡及新創設計師團隊，持續研究人們的生活方式，開發最符合現代人型態的北歐設計，也是亞洲極少數擁有R&D的家具企業。

行銷通路。多品牌策略

善用集團通路優勢代理國際家具精品，並開發結合自有品牌，多元經營策略滿足消費者多樣化需求。

家外有家。永續經營

家不僅只代表居所，更是泛指整個社會，一個有生命的事業，必須要做出品牌才能永續，企業經營不侷限在同一個舞台，放眼全世界，作為華人標竿。



feel at home.

未來展望

SCAN·LIVING

詩肯居家

目標店數：2017 35家(+12)



- 集團優勢：全球供應鏈、設計團隊、強勢採購。
- 品牌形象：以服務為導向，清新舒適的北歐時尚簡約風格
- 目標族群：主要TA為25-40歲，小資男女或新婚夫妻。
- 通路價值：詩肯雙品牌門市已達100間，明年度預計展店15-20間，皆採直營模式經營。
- 策略行銷：年度規劃七大主活動，結合相關節慶假日，配合活動宣傳，以達高行銷效益。

SCANTEAKTM
feel at home.

未來展望

SCAN
kamfort

詩肯睡眠

目標店數：2017 5家

人類從來沒有停止過追尋舒適，而詩肯睡眠一直以來專注品質、持續創新，以貼合市場的服務模式，嚴選環保健康的天然素材，提供給消費者最舒適的睡眠享受。詩肯睡眠獨家代理德國Frankenstolz，100%德國素材製造正統德式寢具品牌，以健康為主要訴求的高科技床墊不但材質均經過Öko-TEX Standard 100國際環保認證，所使用的彈簧為世界床墊彈簧領導品牌--ARGO彈簧，以七段式人體工學設計，均勻撐托躺臥者身體各處不同的壓力，讓人在睡眠時達到身心靈的極度放鬆。而Frankenstolz採全自動化及電腦化生產管理，除了可以精準掌握品質及生產效率外，也能降低生產成本，提供消費者可負擔的高CP值進口床墊。



SCANTEAK™

feel at home.

未來展望

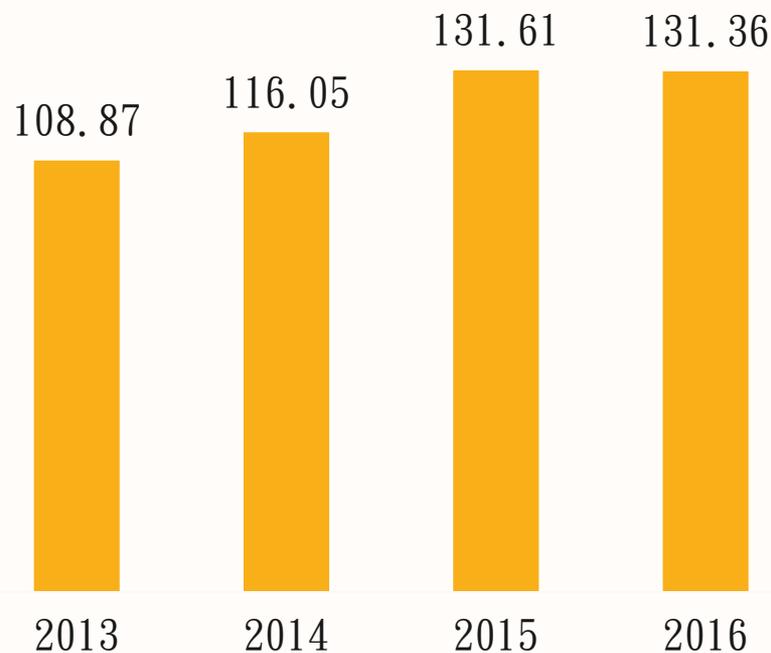
詩肯睡眠



2017年店數：5家

V.S

台灣寢具市場規模



資料來源：財政部統計資料庫

單位：新台幣億元



THANK YOU!



亞洲200家最佳中小企業



台灣大型企業TOP5000
企業經營績效224名



中華民國全國商業總會
金商獎



新加坡城市商業區域
品牌SPBA獎



新加坡中小型企業500
獎項



新加坡年度最佳企業家獎
項



feel at home.