

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：林福勤 董事長

2017. 11. 14



簡報大綱

1

集團&品牌簡介

2

營運概況

3

產業分析

4

未來展望



SCANTEAK™

feel at home.

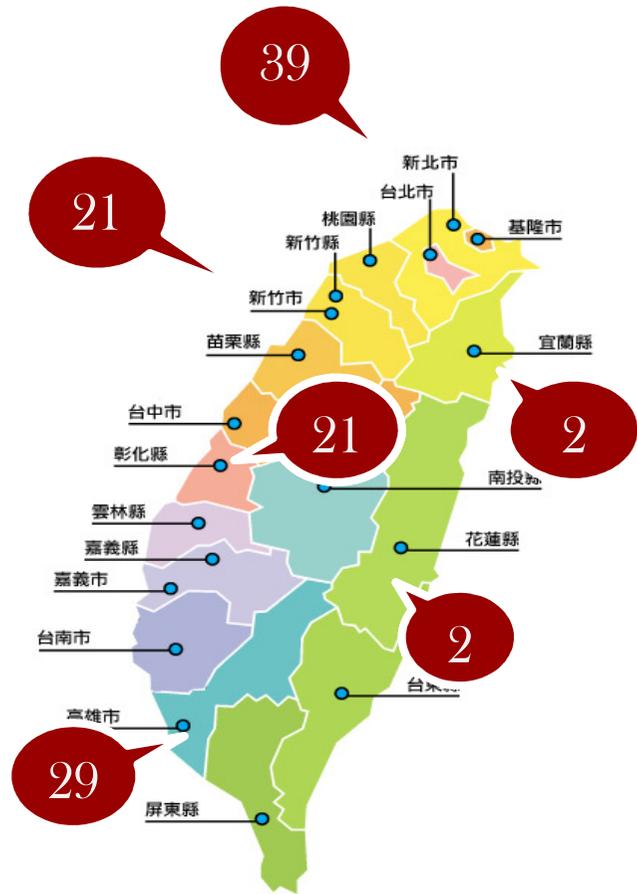
詩肯集團簡介

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	393人		
實收資本額	新台幣4.34億元		
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



feel at home.

詩肯集團 - 全台最大連鎖家具品牌



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



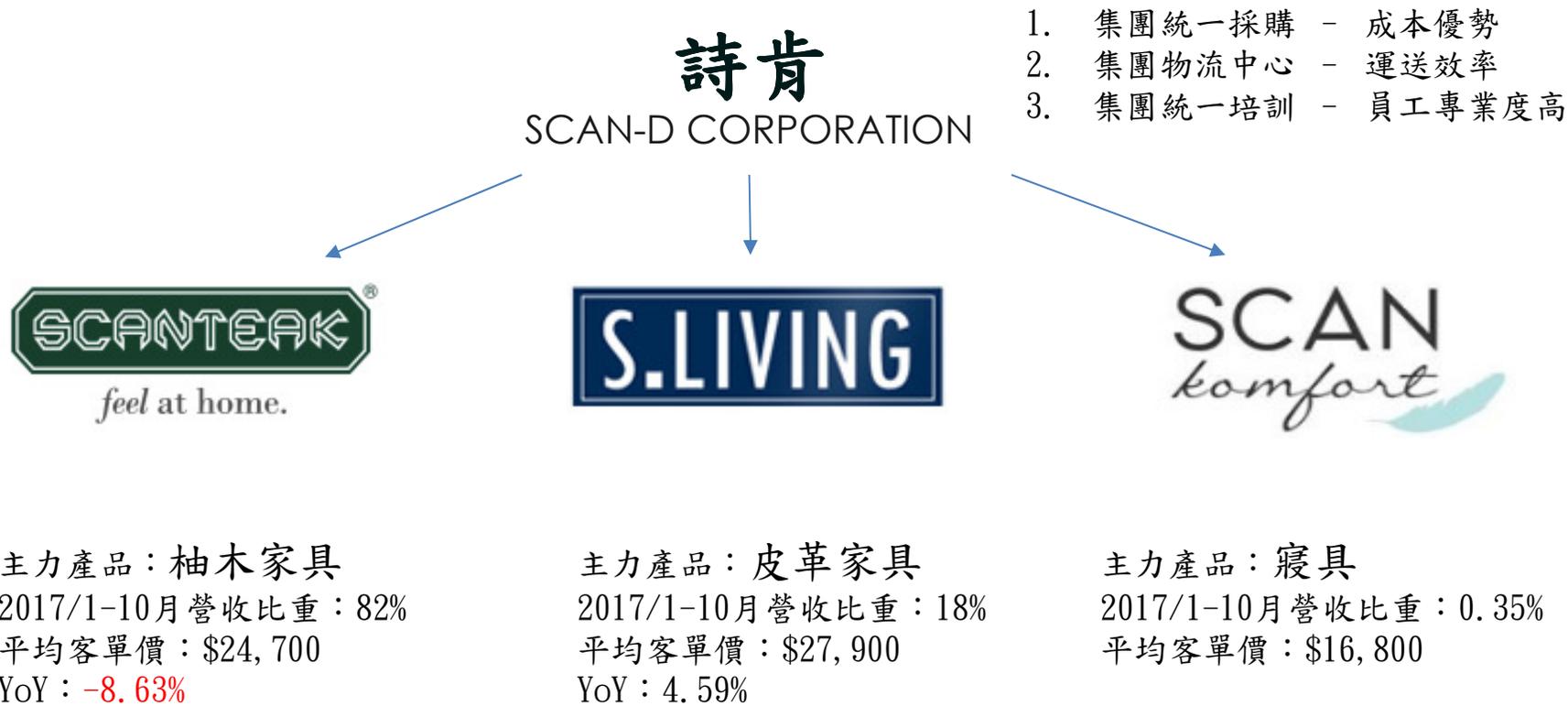
全台店數	82+3	全台店數	29
主力產品	柚木家具	主力產品	皮沙發、床墊、系統櫃
平均單店營收	145萬/月	平均單店營收	100萬/月

平均單店營收統計至2017/10



feel at home.

品牌概況 - 詩肯持續提升台灣家具市占率



差異化家具產品品牌，滿足不同消費族群的風格需求



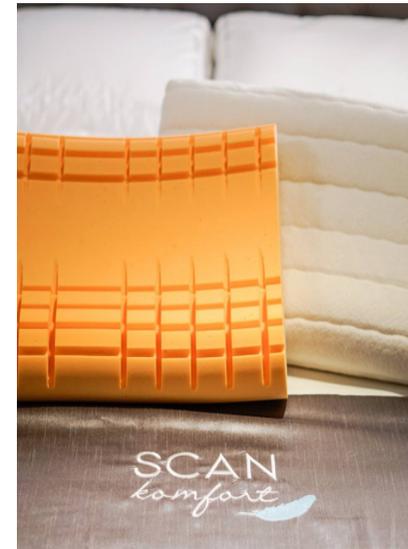
品牌訴求 - 從家出發 Feel at home



實用與質感同型的精品
品味與典雅的柚木生活



簡單溫暖的內斂美學
賦予家中多變的生活風格



細細珍藏睡眠時刻
享受整晚的舒適睡眠



擴張策略 – 細胞分裂展店策略加速通路擴張

細胞分裂展店策略



主要效益及經營優勢：

1. 低成本快速擴張門市據點
2. 平均每店月來客數成長
3. 平均消費者參觀門市時間增加
4. 每店坪效(營收/坪數)增加
5. 品牌間聯合行銷活動增加
6. 物流成本及售後服務效益增加

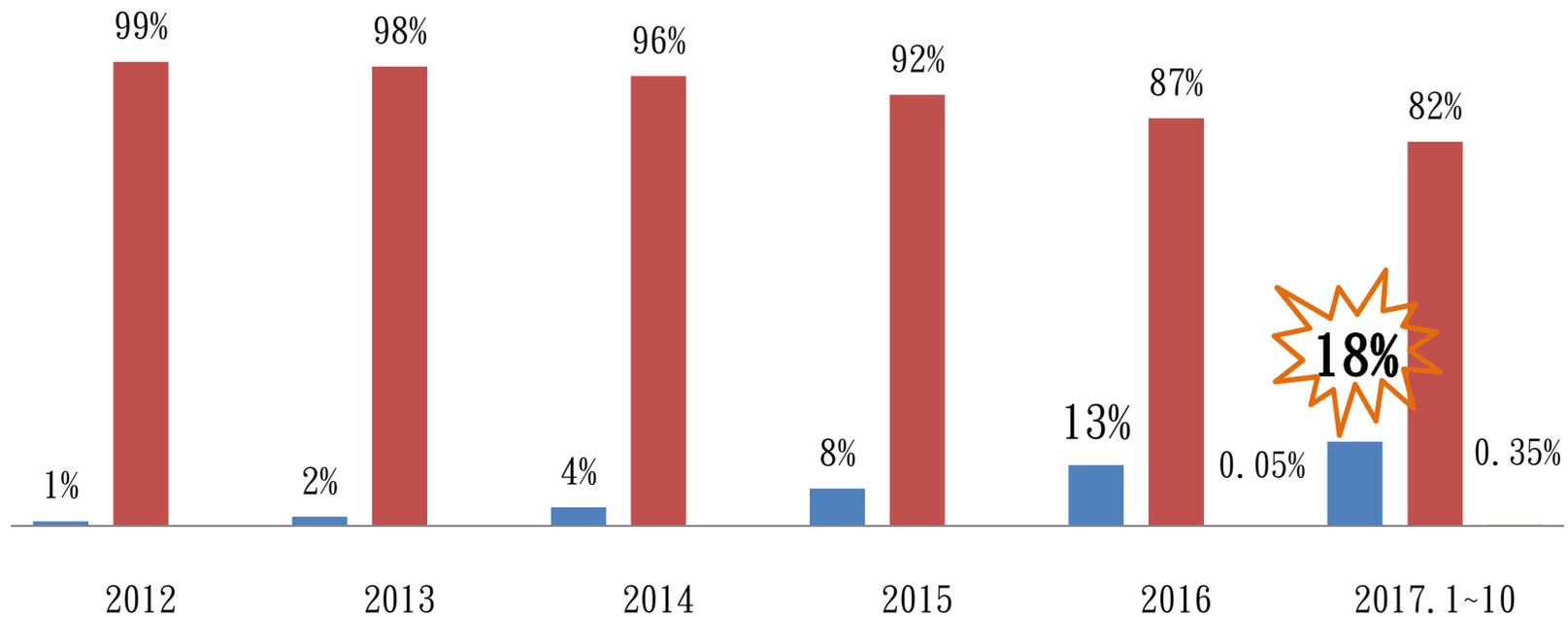


feel at home.

品牌營運現況

詩肯品牌營收比重

■ Scanliving ■ Scanteak ■ Scankomfort 單位：%



feel at home.

近三年營運現況

單位：新台幣仟元，%

年度	2015	2016	2017/1-3Q	YoY	2017/3Q	2016/3Q	YoY
營業收入	1,586,690	1,637,952	1,323,827	13.26%	472,164	387,993	21.69%
營業成本	664,383	751,376	592,408	9.65%	209,096	179,191	16.69%
營業毛利	922,307	886,576	731,419	16.37%	263,068	208,802	25.99%
毛利率	58.13%	54.13%	55.25%	2.73%	55.72%	53.82%	3.53%
營業費用	691,567	693,130	551,322	9.49%	190,036	167,691	13.33%
營業淨利	230,740	193,446	180,097	44.07%	73,032	41,111	77.65%
營益率	14.54%	11.8%	13.6%	27.1%	15.47%	10.6%	45.94%
所得稅	41,989	34,978	33,172	43.6%	12,397	7,272	70.48%
稅後淨利	190,878	164,020	151,120	42.1%	60,501	35,112	72.31%
EPS	4.40	3.82	3.49	-	1.39	0.82	-

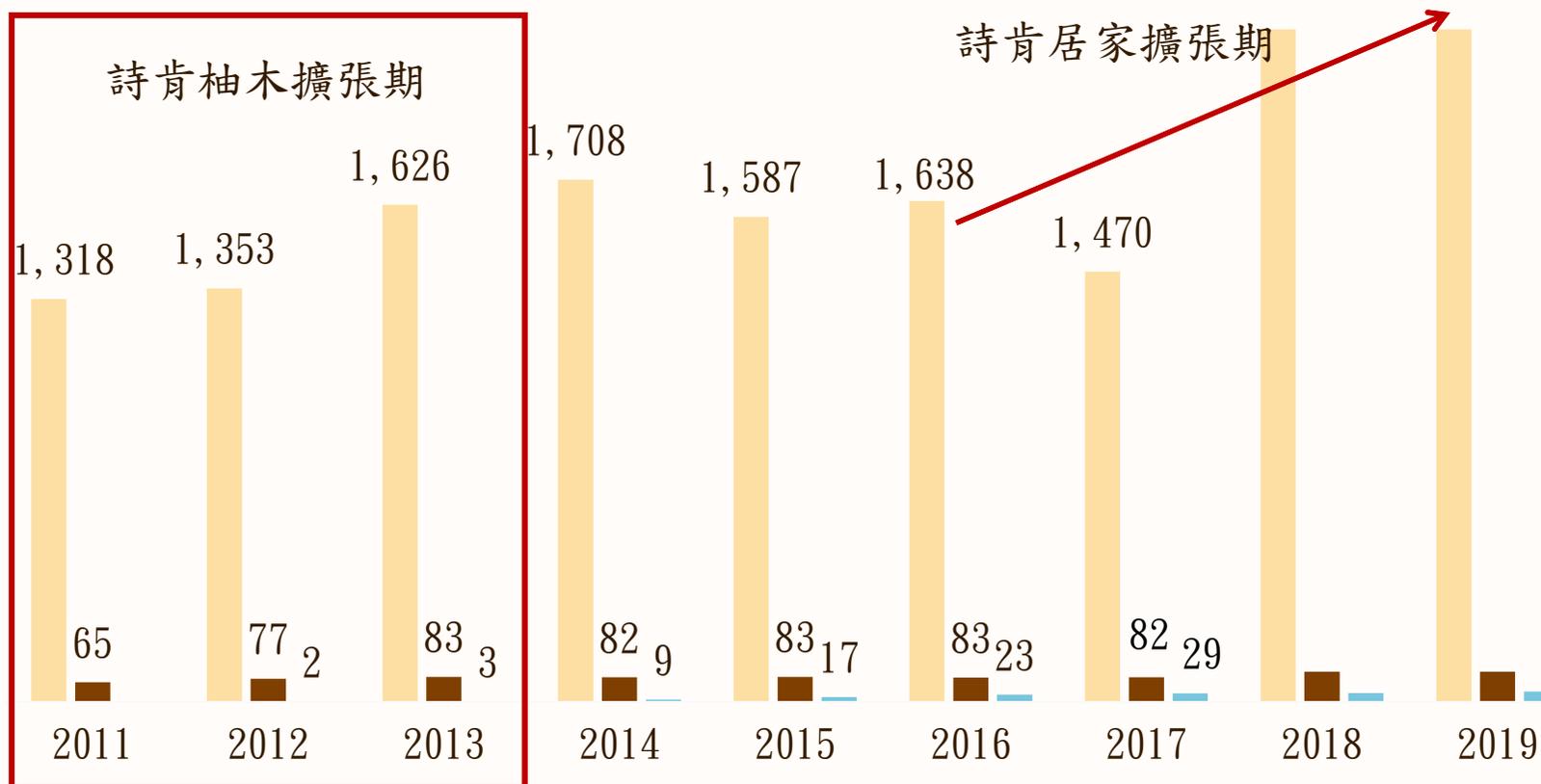


feel at home.

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，%



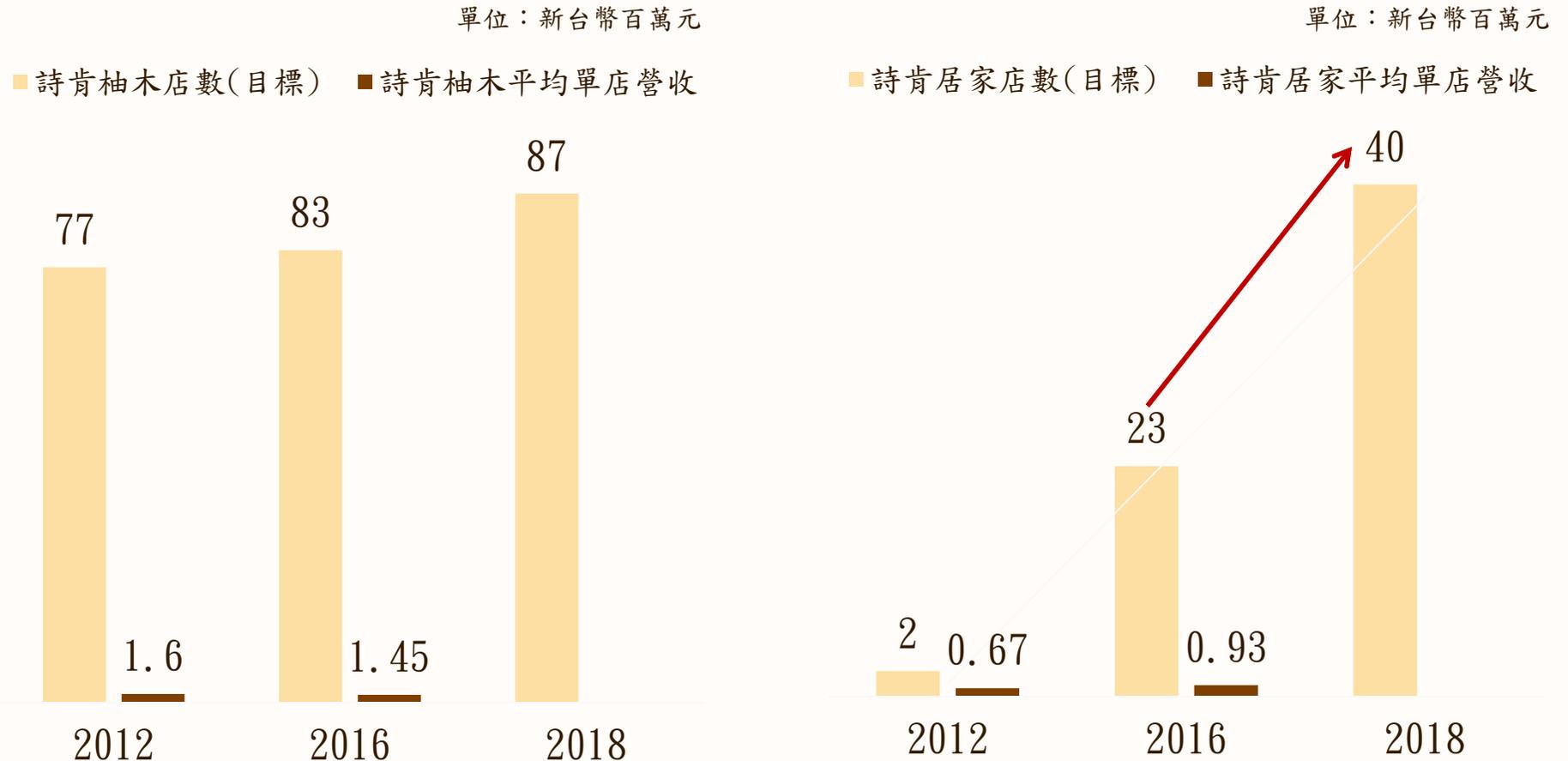
門市擴張使得品牌市占率提升，將進入營收快速成長擴張期



feel at home.

關鍵財務數據(2) - 營收成長分析

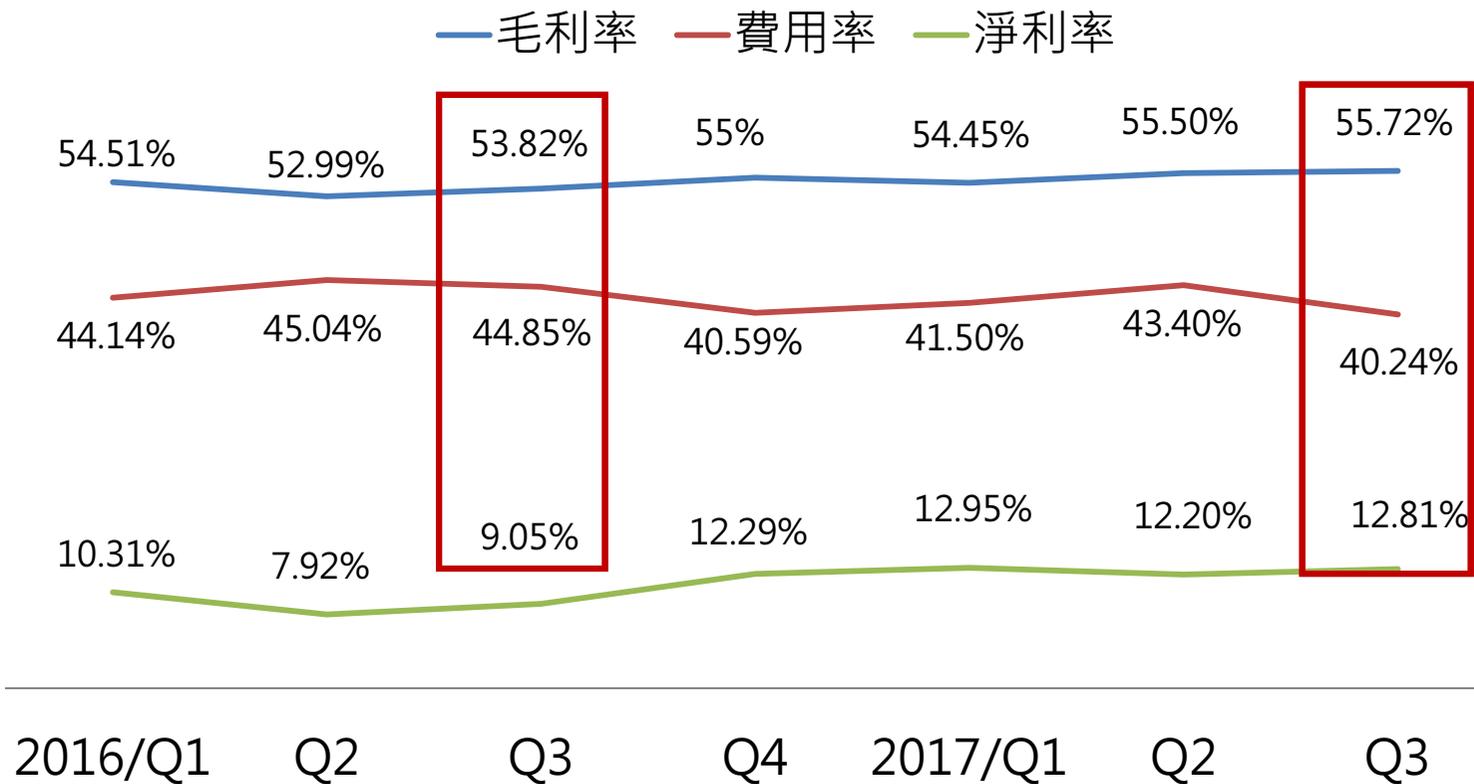
詩肯居家將複製詩肯柚木的歷史經驗，隨著品牌知名度快速成長



feel at home.

關鍵財務數據(3) - 獲利分析

近7季獲利相關比率



feel at home.

關鍵財務數據(4) – 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%	5.36%

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2017/6/21收盤價計算得出。



feel at home.

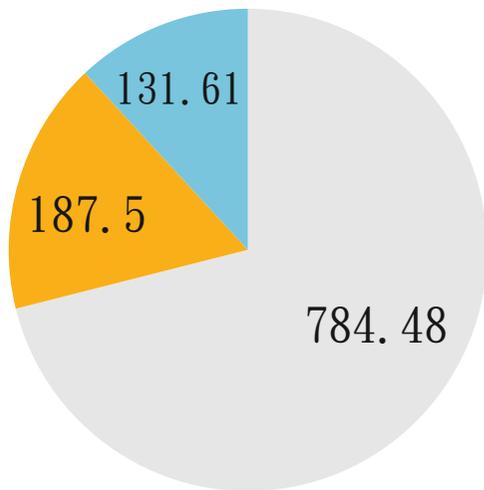
家具市場分析(1)

詩肯2017年1-10月營收14.7億，年增率12.24%
2016年營收16.38億，約家具市占率2.13%
2015年營收15.87億，約家具市占率2.02%

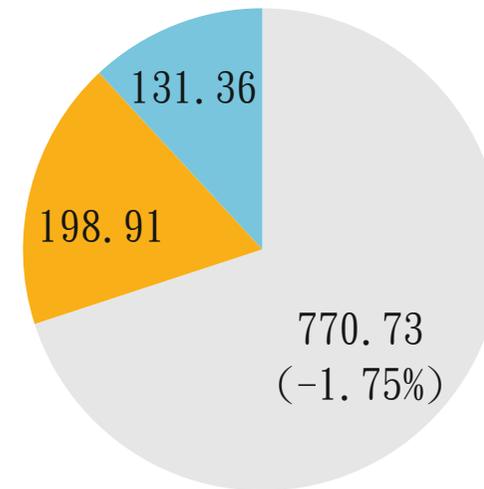


2015年整體家具市場1103.6億

2016年整體家具市場1101億



單位：新台幣億元



■ 家具 ■ 廚具 ■ 寢具

■ 家具 ■ 廚具 ■ 寢具

資料來源：財政部統計資料庫



feel at home.

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	5.83
年成長率	16.12%	1.81%	3.75%	10.86%	1.72%	-1.52%
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：2018 87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：2018 40家(+11)

- 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。

SCANTEAK™

feel at home.

未來展望



詩肯睡眠

目標店數：2018 6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。



feel at home.

未來展望

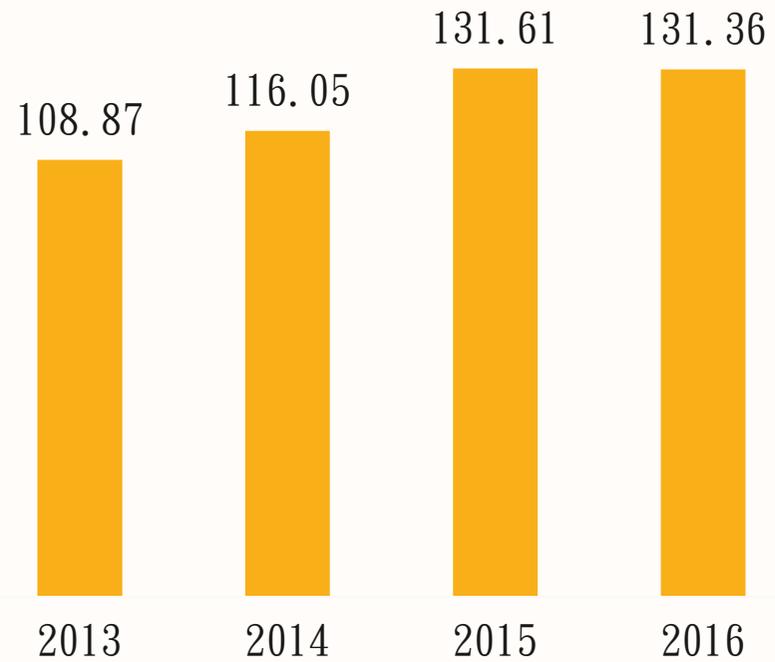
詩肯睡眠



2018年店數：6家

V.S

台灣寢具市場規模



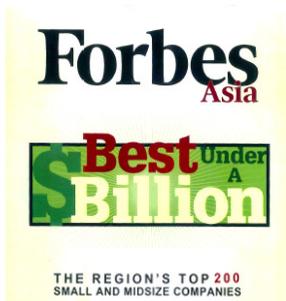
資料來源：財政部統計資料庫

單位：新台幣億元



feel at home.

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.