

# 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

2019. 04. 25



# 簡報大綱

1

集團介紹

2

品牌理念

3

營運概況

4

市場分析

5

未來展望



**SCANTEAK**<sup>TM</sup>

*feel at home.*

# 詩肯集團簡介-上櫃公司

創立時間	84年10月09日	上櫃日期	91年10月21日
董事長	林福勤	總經理	林福勤
員工人數	440人		
實收資本額	新台幣4.6億元		
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



# 詩肯品牌-全亞洲門市分布



## 台灣地區-品牌門市數

詩肯柚木：84家

詩肯居家：34家

詩肯睡眠：3家

## 新加坡地區

詩肯柚木：14家

## 日本地區

詩肯柚木：13家



*feel at home.*

# 詩肯新事業版圖 - 亞洲布局大戰略計畫

詩肯已於4/19宣布將以新台幣2.28億元併購Nova控股公司100%老股，作為跨足東南亞及進軍台灣中低消費市場的第一步，致力於滿足不同顧客群之需求，以擴大集團在亞洲家具市場之佔有率。



Nova Furnishing Holding Pte Ltd (以下簡稱Nova或該公司) 成立於2003年，為新加坡第二大知名連鎖家具通路商，透過六種不同品牌通路共設立13家門市，該公司之目標市場主要鎖定中低價位之消費族群，品牌定位與詩肯集團之家具精品形象互補。



*feel at home.*

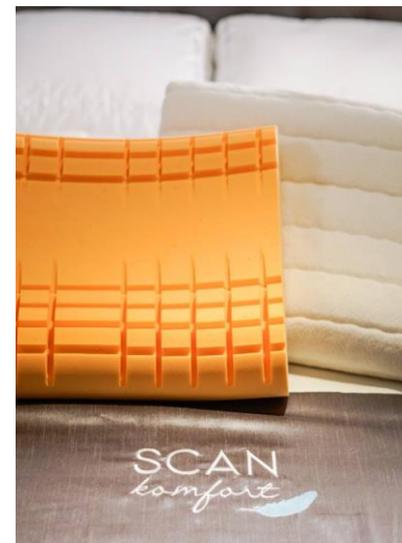
# 詩肯品牌訴求 – 從家出發 Feel at home



主力產品：柚木家具  
2019/1-3月營收比重：76.44%  
平均客單價：\$27,700



主力產品：皮革家具  
2019/1-3月營收比重：23.07%  
平均客單價：\$33,800



主力產品：寢具  
2019/1-3月營收比重：0.5%  
平均客單價：\$18,100



# NOVA品牌訴求 - 創造風格、舒適和價值的家園



設計風格：時尚多元  
主力產品：沙發及床墊  
平均客單價：新幣\$1,600

主打一站式家具商城，每個門市佔地10,000~20,000平方英尺，目標客群以新加坡當地華人、馬來人及印度人之中低消費市場為主。



*feel at home.*

# 競爭優勢 - 詩肯亞洲品牌管理總部

憑藉詩肯於台灣、日本、新加坡等地發展，發揮亞洲多國品牌營運管理經驗，有助於順利與併購團隊整合，將團隊的效率發揮一加一大於二的實際經營成果並擴大集團競爭優勢。



feel at home. 8

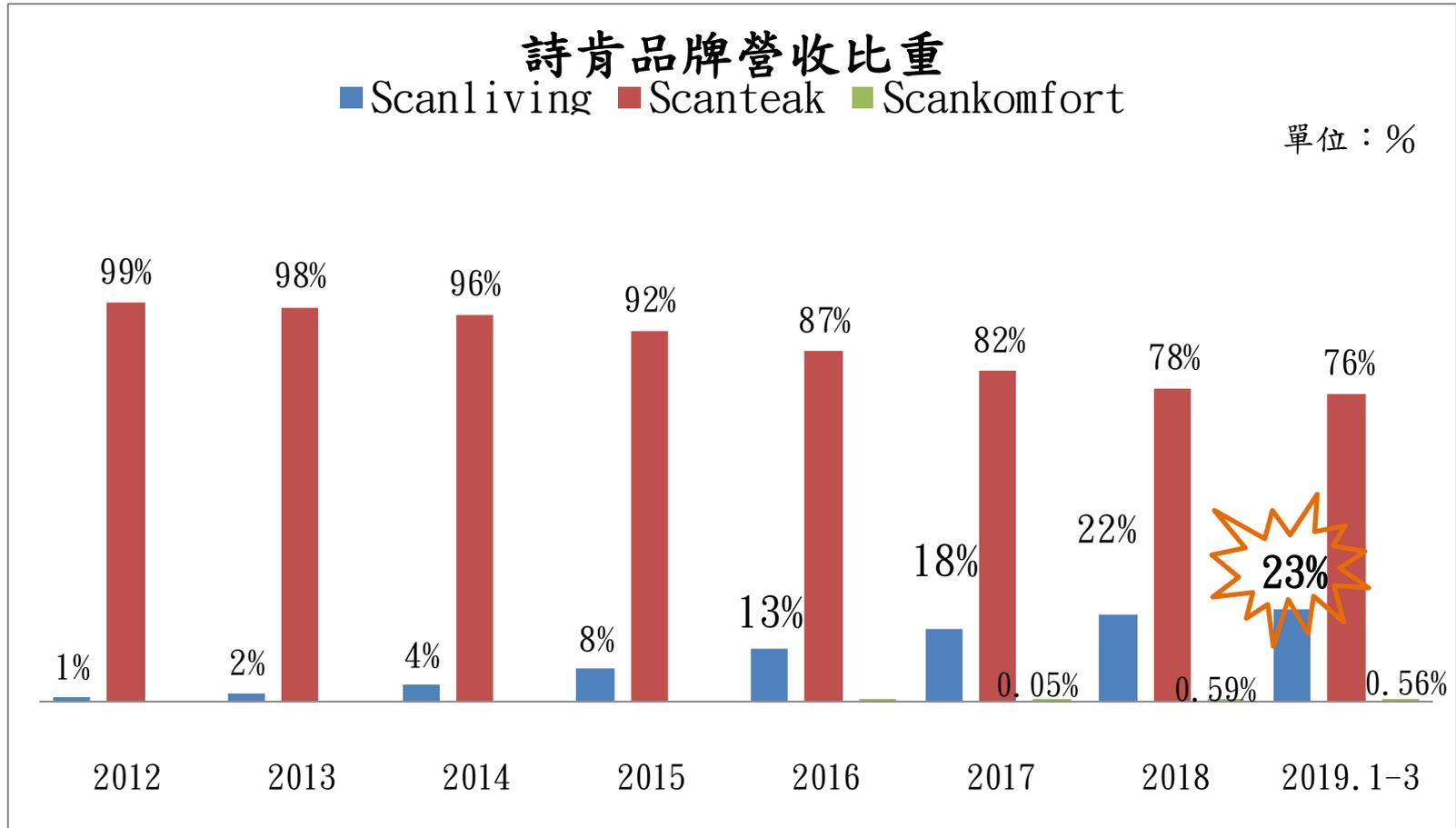
# 近三年營運現況

單位：新台幣仟元，%

年度	2016	2017	2018	YoY	2018/4Q	2018/3Q	QoQ
營業收入	1,637,952	1,805,336	1,703,688	-5.63%	430,376	414,487	3.83%
營業成本	751,376	800,982	759,436	-5.19%	198,487	183,326	8.27%
營業毛利	886,576	1,004,354	944,252	-5.98%	231,889	231,161	0.31%
毛利率	54.13%	55.63%	55.42%	-	53.88%	55.77%	-
營業費用	693,130	750,312	742,171	-1.09%	185,873	184,768	0.60%
營業淨利	193,446	254,042	202,081	-20.45%	46,016	46,393	-0.81%
營益率	11.8%	14.07%	11.86%	-	10.69%	11.19%	-
所得稅	34,978	46,739	44,273	-5.28%	10,741	9,514	12.90%
稅後淨利	164,020	218,776	167,570	-23.41%	40,994	37,376	9.68%
EPS	3.82	5.05	3.67	-27.33%	0.89	0.81	9.88%

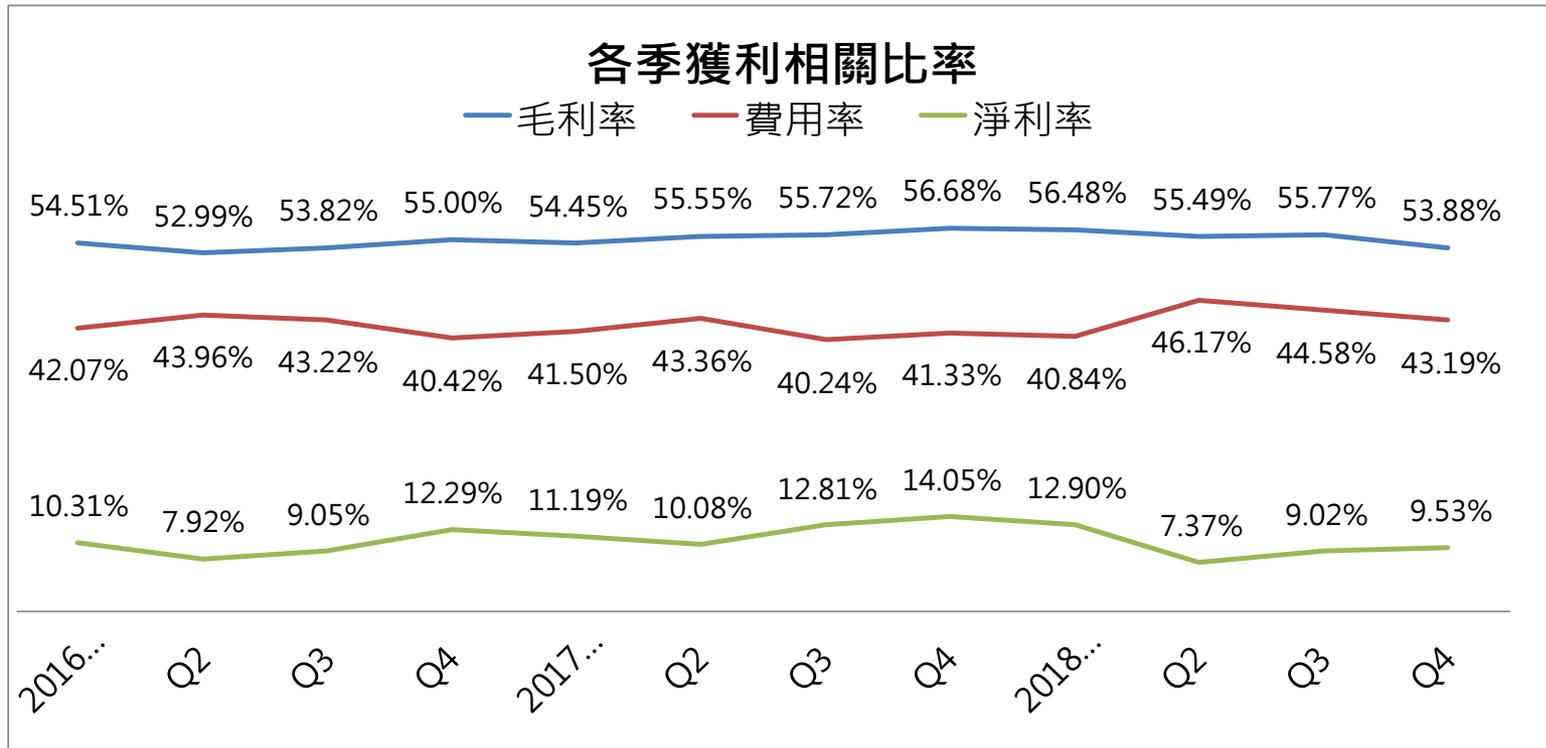


# 品牌營運現況



feel at home<sub>10</sub>

# 關鍵財務數據 - 獲利分析



# NOVA 近三年財務分析

NOVA FURNISHING HOLDINGS PTE LTD AND ITS SUBSIDIARIES				
STATEMENT OF COMPREHENSIVE INCOME				
	1/5/2018 to 31/10/2018	1/5/2017 to 30/4/2018	1/5/2016 to 30/4/2017	1/5/2015 to 30/4/2016
Revenue	16,211,566	30,754,800	29,377,815	29,529,011
Cost of sales	(6,991,670)	(13,861,601)	(13,888,743)	(14,035,175)
Gross profit	9,219,896	16,893,199	15,489,072	15,493,836
<u>Other items of income</u>				
Other income	683,528	2,139,852	1,713,888	1,838,696
Fair value loss on investment			(365,255)	(4,935,549)
Bargain purchase gain		-	831,151	-
<u>Other items of expense</u>	(8,161,925)	(14,365,577)	(14,554,142)	(16,264,055)
Profit / (loss) before tax	1,741,499	4,667,474	3,114,714	(3,867,072)
Income tax credit / (expense)	80,384	(802,303)	(431,945)	(559,960)
Profit / (loss) net of tax	1,821,883	3,865,171	2,682,769	(4,427,032)
Other comprehensive income	-	-	-	-
Total comprehensive income	1,821,883	3,865,171	2,682,769	(4,427,032)



# 近年股利政策

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	2013	2014	2015	2016	2017	2018
EPS (註1)	6.62	6.11	4.40	3.82	5.05	3.67
現金股利	5.00	5.11	3.50	3	4	3
股票股利	0.50	-	-	-	-	-
股利發放率	83.08%	83.63%	79.55%	78.5%	79.21%	79.21%
現金殖利率(註2、3)	5.15%	7.44%	7.21%	5.36%	7.22%	6.66%

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。

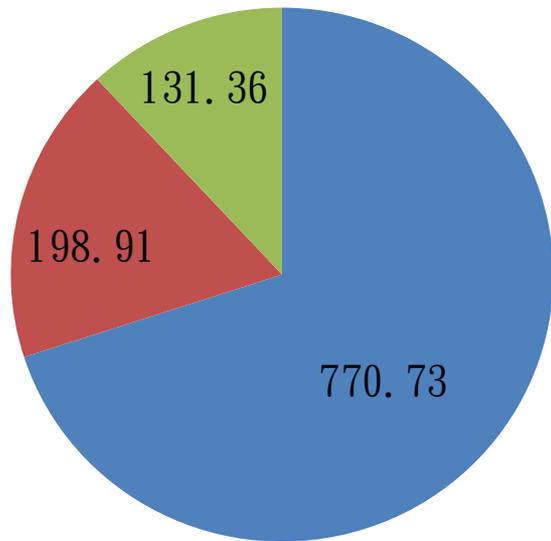
註3：2018現金殖利率是依據2019/3/21收盤價計算得出。



# 台灣家具市場分析(1)

詩肯2017年營收18.05億，約家具市占率2.27%  
2016年營收16.38億，約家具市占率2.13%

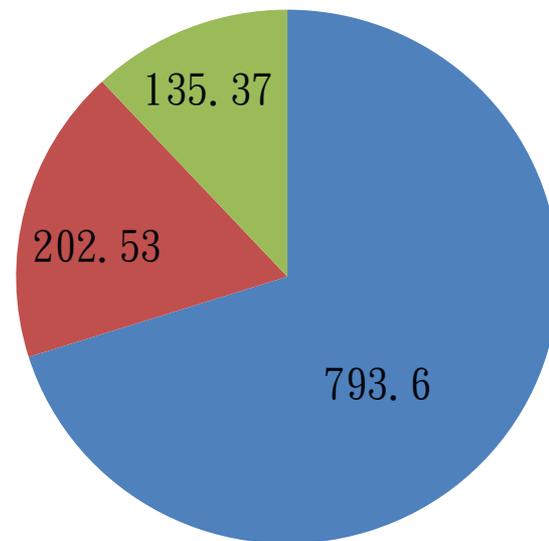
2016年整體家具市場1101億



■ 家具 ■ 廚具 ■ 寢具

2017年整體家具市場1131.5億

單位：新台幣億元



■ 家具 ■ 廚具 ■ 寢具

資料來源：財政部統計資料庫



# 台灣家具市場分析(2)

詩肯品牌持續採取雙位數展店布局提升市占率，以期抵銷整體景氣下滑對營運的影響

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
買賣移轉數 (萬棟)	32.97	37.89	32.06	29.33	24.5	26.61	27.80
年成長率	-8.84%	14.91%	-15.39%	-8.53%	-16.1%	8.61%	4.5%
進口家具 (US\$ 億元)	5.06	5.25	5.82	5.92	5.83	6.11	—(註)
年成長率	1.81%	3.75%	10.86%	1.72%	-1.52%	4.8%	—(註)
詩肯營收 (NT \$億元)	13.53	16.26	17.08	15.87	16.36	18.05	17.04
詩肯總店數	79	86	91	100	107	118	122

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)

註：尚未更新最新統計

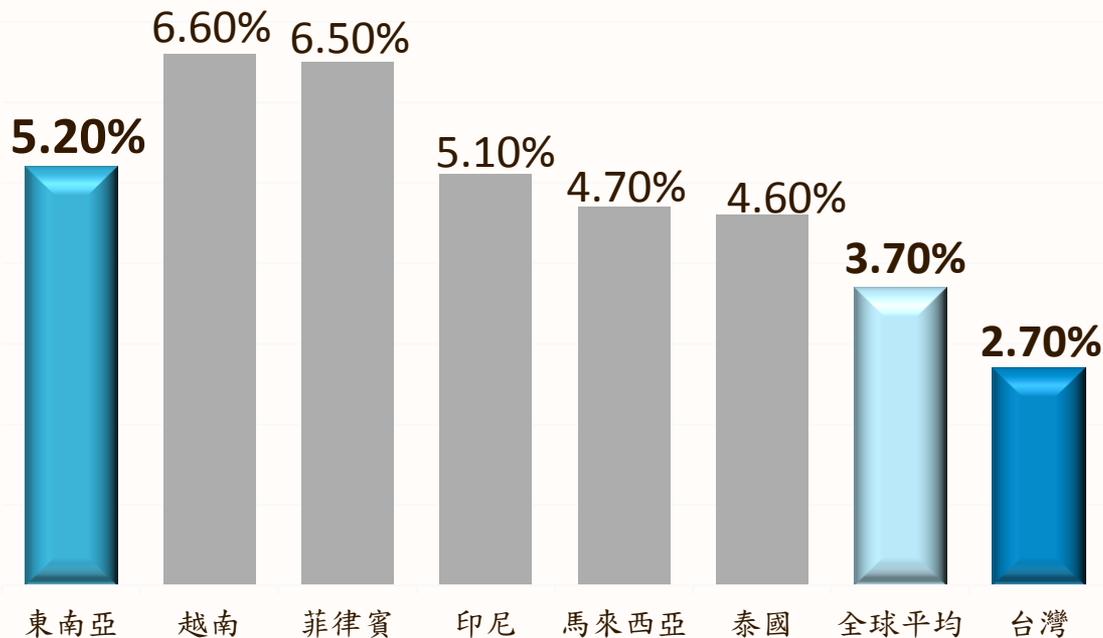


feel at home.

# 東南亞地區經濟分析

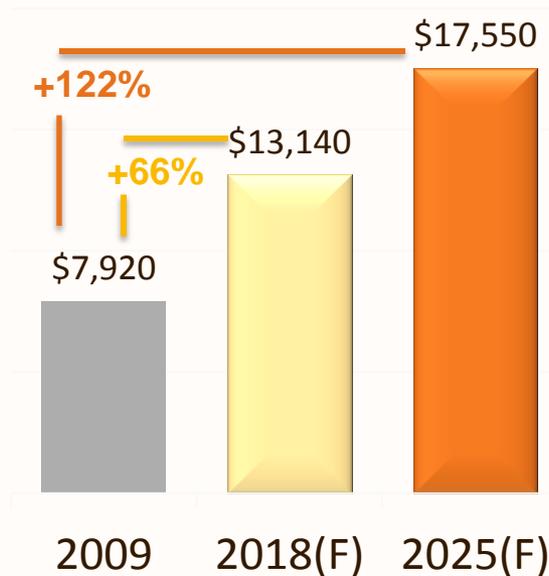
東南亞市場的經濟實力及未來整體發展具備良好潛力，在中美貿易戰變化下，吸引大量企業與製造業開始往東南亞投資，且東南亞人口結構年輕、中產階級崛起、以及消費購買能力提升，預估至2025年人均所得將達17,550美元。

### 東南亞經濟成長率



資料來源：IMF, IMF Data Mapper, 2018.

### 東南亞人均所得 與成長率



單位：美元



# 詩肯營運版圖擴大 - 台灣&東南亞市場

主打大眾消費市場NOVA品牌與既有詩肯品牌產品線不重複，且NOVA既有團隊熟悉東南亞家具市場的經營和運作，有助詩肯旗下品牌在東南亞市場的布局規模持續放大。

## 經營團隊

**Managing Director**

**Ivan Onn Kok Meng**

**Director - Purchase**

**(Malaysia & Singapore) & Sale**

**Ong Liang Hong**

**Director - Purchase (China) & Logistic**

**Tan Thiam Siew (Simon)**

## 品牌及門市家數

**Nova Furnishing : 4**

**X'Clusive : 3**

**Rozel : 3**

**Sofaland : 1**

**Kawah : 1**

**Mega Home : 1**

門市共計13家



*feel at home.*

# 未來展望 - 各品牌在台灣市場的未來布局



目標店數：2019 85家

目標店數：2019 40家

目標店數：2019 5家

目標店數：2019 13家

品牌形象&產品  
設計年輕化

齊全家具產品  
線布局

集團品牌雙位  
數展店

品牌多元行銷、強  
化社群媒體推廣



# 未來展望 - 各品牌在東南亞市場的未來布局



聚焦市場：賣場式之中低價位市場  
主打產品系列：沙發、床組、床墊、桌椅組  
目標客群及價位：25-50歲消費族群



聚焦市場：精品家具之中價位市場  
主打產品系列：皮沙發、皮革床、系統櫃  
目標客群及價位：25-40歲消費族群



*feel at home.*

# 詩肯集團的綜效

詩肯的連鎖家具事業體系未來將會更有效率的運用集團資源，在全亞洲市場上穩健擴張，採取併購與展店同步並進的做法，根據當地家具市場的發展現況做最適當的評估，以穩健的步伐慢慢在亞洲市場稱霸。



品牌管理



多樣化家具  
設計開發

東南亞行銷  
資源整合



國際集中採購  
與物流配送



feel at home<sub>20</sub>

# 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.*

Your Logo