



詩肯股份有限公司



feel at home.

- 公司簡介 -

Agenda

- ✓ 1 詩肯在臺灣
- ✓ 2 市場分析
- ✓ 3 競爭優勢
- ✓ 4 經營策略
- ✓ 5 營運概況



feel at home.

詩肯在台灣

發展沿革



feel at home.

1993

「Scanteak 詩肯柚木」品牌進駐台灣

2006

榮獲第六十屆中華民國全國商業總會金商獎殊榮

2008

門市突破50間

2009

榮獲漂亮家居 - 休閒家具品牌「知名度」及「理想品牌」第一名

2010.6

榮獲漂亮家居 - 家具類「理想品牌」第二名

股東會更名為「詩肯股份有限公司」

2011

蟬聯漂亮家居 - 家具類「理想品牌」第二名及「專業評選大賞」

榮獲第六十五屆中華民國全國商業總會金商獎殊榮

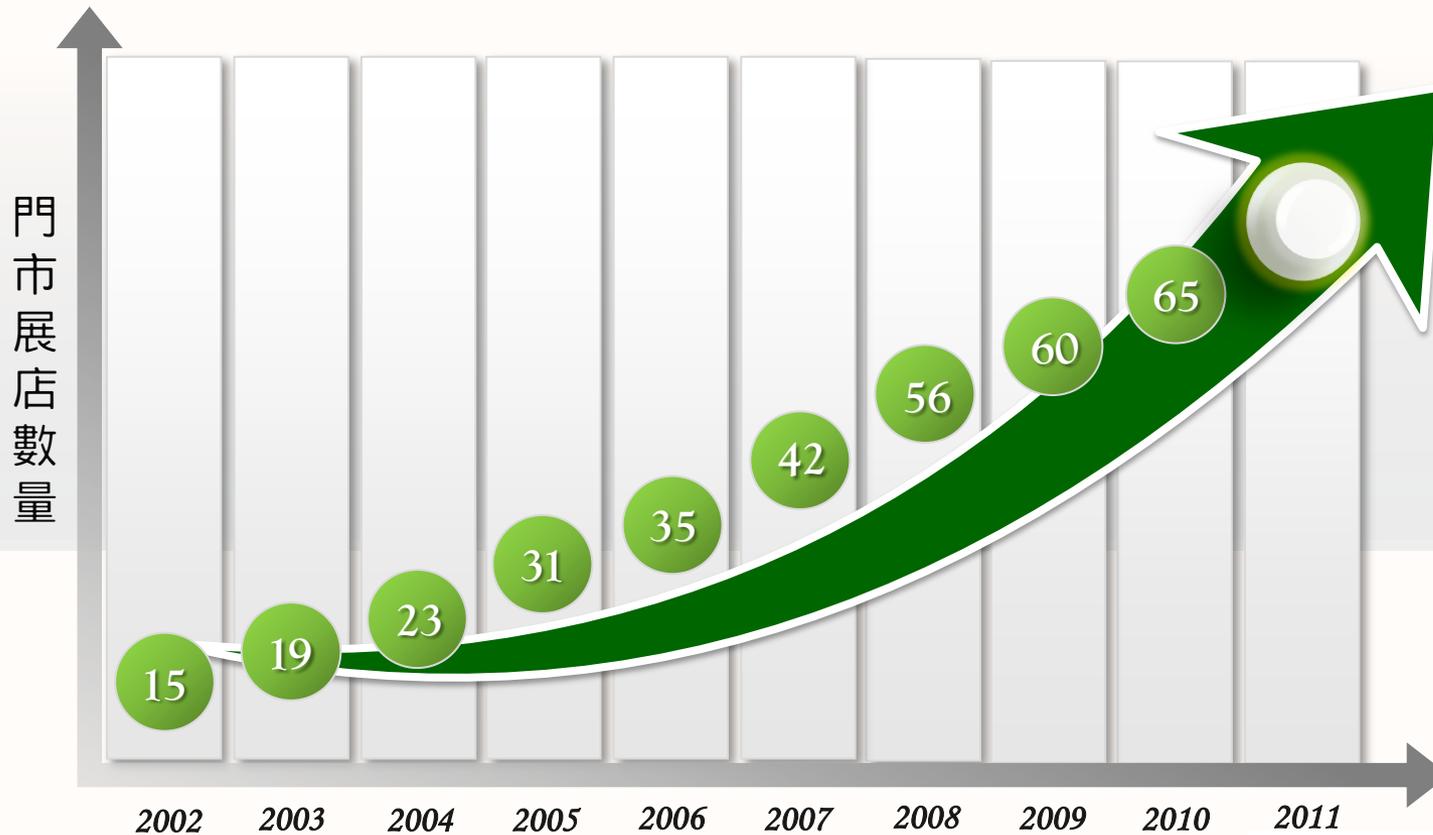


詩肯在台灣

發展沿革



feel at home.



- 2011
南崁、湖美、大明
陸續開幕。
- 2011.12
新竹自強店開幕
總門市達66間。



詩肯在台灣

公司簡介



feel at home.

•核心理念

√ 創始靈感

來自北歐工業設計之都「丹麥」，注重簡約設計的實用家具，用心為現代都市人打造出溫暖舒適的居住空間。

√ *feel at home*

詩肯以人為本，將供應商、員工及客戶視為企業資產，重視產品品質及顧客關係，營造自然親切之品牌企業文化。



詩肯在台灣

公司簡介



feel at home.

• 多品牌策略 - 店中店模式

✓ 品牌經營

獨家代理優質品牌 - *Restonic* 美國蕾絲進口床墊，透過詩肯通路優勢及行銷策略，成功提升經營綜效；另創設 *SCAN·LIVING* 家居品牌，引領趨勢開拓非實木家具市場。

restonic®



SCAN·LIVING



市場分析

家具產業



feel at home.

市場規模

1

▼ 以多年產業經驗估計，台灣家具市場規模約為800~1000億。

▼ 詩肯約佔台灣進口家具總額2%左右，仍具相當發展潛力。



台北國際家具展

2012 Taipei Int'l Furniture Show

台灣家具進出口概況 (Taiwan Furniture Industry Yearly Report)

2006-2008 | 2009

2009及2010年台灣家具十大進出口國

單位:仟美元

台灣家具主要進口國				
	2009		2010	
	國家	金額	國家	金額
1	中國	198,298.87	中國	201,017.66
2	印尼	33,520.57	日本	38,826.07
3	日本	29,908.36	德國	37,508.40
4	越南	22,976.13	印尼	29,721.29
5	義大利	22,064.92	義大利	27,877.12
6	德國	20,266.65	越南	21,820.56
7	美國	10,930.45	泰國	13,253.84
8	馬來西亞	10,098.07	馬來西亞	11,177.69
9	泰國	8,211.92	美國	10,316.24
10	韓國	3,241.54	俄羅斯	3,787.94
	其他	8,610.02	其他	32,637.19
	總計	368,127.50	總計	427,943.99

資料來源:財政部關稅總局 資料整理:台灣區家具工業同業公會

- 最新消息
News
- 公會簡介
About us
- 組織架構
Organization Chart
- 聯絡方式
Contact us
- 公會委員會組織架構
Structure of Committee
- 入會須知
How to Join Us
- 相關展覽介紹
Trade Fairs
- 出版品
Publication
- 台灣家具進出口概況
Taiwan Furniture Industry Yearly Report
- 活動照片集錦
Event photos

市場分析

家具產業



feel at home.

家具品牌分析

品牌	分店數量	企業商標
IKEA	4	
歐德	59	
綠的	28	
HOLA	20	
大都會	6	
日月光	1	

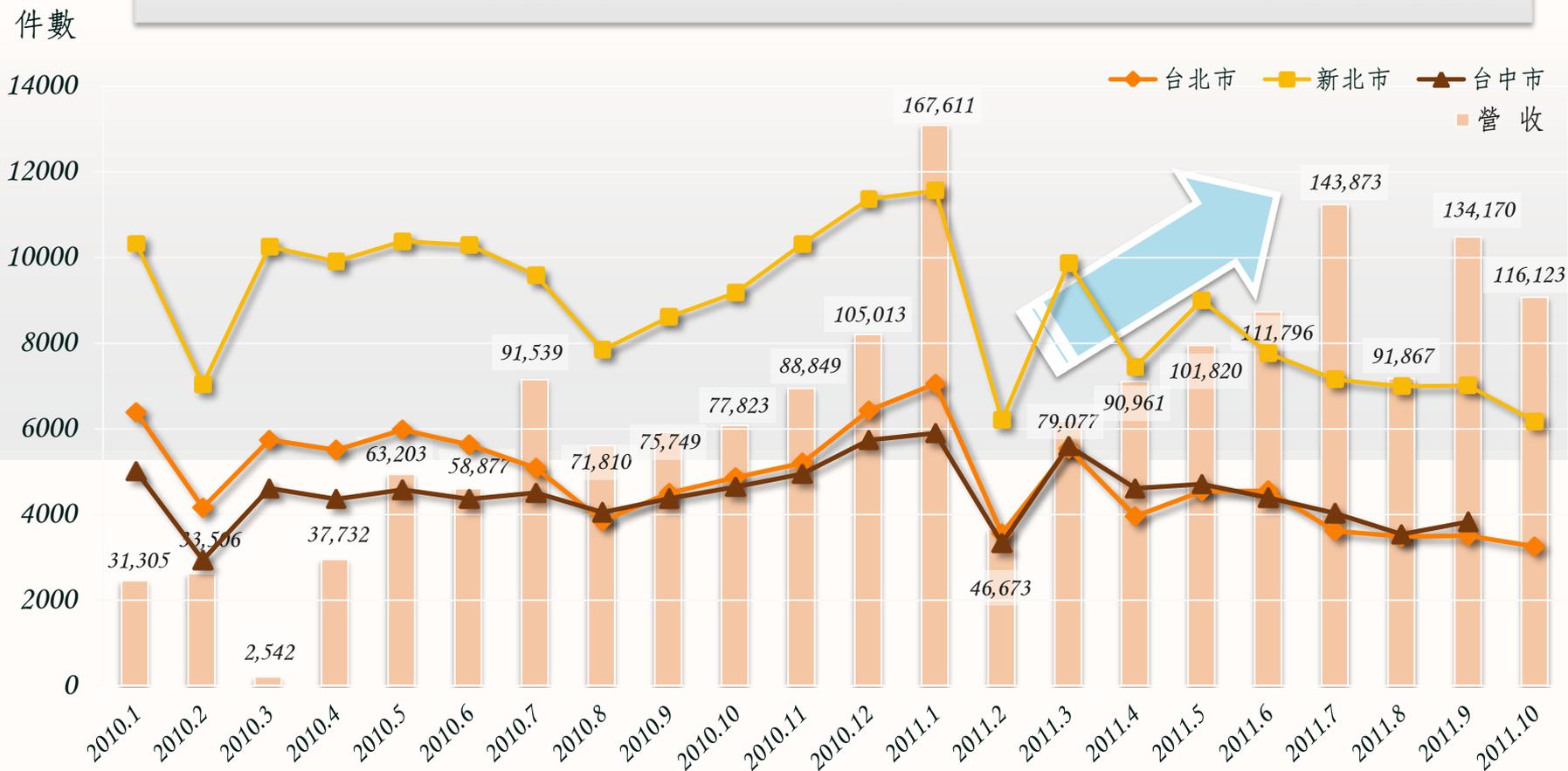
市場分析

景氣影響



feel at home.

2010.1 - 2011.10 詩肯營收 vs. 台北市、新北市、台中市建物買賣移轉棟數



資料來源：新北市地政處；永慶房仲集團研展室

競爭優勢

全球化集團資源



feel at home.



• 專業研發團隊

新加坡 *Singapore*



- ✓ 企業形象整合
- ✓ 室內空間配置
- ✓ 媒體廣告設計
- ✓ 產品設計規劃
- ✓ 趨勢流行掌握

競爭優勢

全球化集團資源



feel at home.



• 嚴謹品質管制機制

印尼 *Indonesia* 

原料來源：印尼、緬甸

製造基地：印尼

- ✓ 確實執行品質管制機制
- ✓ 研擬品質改良提升計畫

競爭優勢

全球化集團資源



feel at home.



• 完善售後服務系統

台灣 *Taiwan* 

- ✓ 0800客戶服務專線
- ✓ 訂單流程追蹤查詢
- ✓ 客訴案件流程標準化

經營策略



feel at home.



- 積極拓點計畫，2012年以5~10個營業據點成長為目標。
- 善用通路優勢代理國際家具精品，多品牌策略經營。
- 設立海外倉庫，提升物流效率並降低存貨積壓成本。
- 培育專業多元管理人才，累積邁向海外市場之競爭力。

營運概況

財務分析



feel at home.

1

簡明損益表

2

簡明資產負債表

3

營運狀況

4

成長力分析QOQ 及 ROE



feel at home.

營運概況

財務分析



feel at home.

100Q3及前四季簡明損益表

新台幣仟元

項目	99Q3	99Q4	100Q1	100Q2	100Q3
營業收入淨額	239,098	271,685	293,361	304,577	369,909
營業毛利	131,529	164,692	177,287	185,371	233,614
毛利率	55.01%	60.62%	60.43%	60.86%	63.15%
營業費用	115,451	114,242	122,243	129,082	140,894
費用率	48.29%	42.05%	41.67%	42.38%	38.09%
營業利益	16,078	50,450	55,044	56,289	92,720
營業外收入	893	2,699	5,185	2,560	4,920
營業外支出	1,134	962	598	1,383	2,192
稅後淨利	13,145	42,750	49,494	47,649	79,222
EPS	0.35	1.18	1.30	1.26	2.09

營運概況

財務分析



100年前三季簡明資產負債表

新台幣仟元

項目	100Q1	100Q2	100Q3
現金及約當現金	173,796	327,547	351,595
應收帳款及票據淨額	11,441	10,288	11,514
存貨	289,691	263,894	262,000
受限制資產—流動	72,039	52,252	52,255
其他流動資產	84,422	82,172	93,450
流動資產合計	631,389	736,153	770,814
固定資產合計	78,505	78,203	69,392
無形資產	386	284	393
其他資產合計	54,672	43,380	42,122
資產總計	<u>764,952</u>	<u>858,020</u>	<u>882,721</u>
短期借款	10	-	-
應付帳款及票據	87,018	91,545	106,756
應付費用	37,752	42,929	51,501
預收貨款	52,957	81,180	70,227
其他流動負債	6,908	90,346	22,995
負債合計	<u>184,645</u>	<u>306,000</u>	<u>251,479</u>
股本	379,682	379,682	379,682
資本公積—發行股票溢價	60,000	60,000	60,000
法定盈餘公積	2,692	10,262	10,261
未分配盈餘	137,933	102,076	181,299
股東權益合計	<u>580,307</u>	<u>552,020</u>	<u>631,242</u>
負債及股東權益合計	<u>764,952</u>	<u>858,020</u>	<u>882,721</u>

營運概況

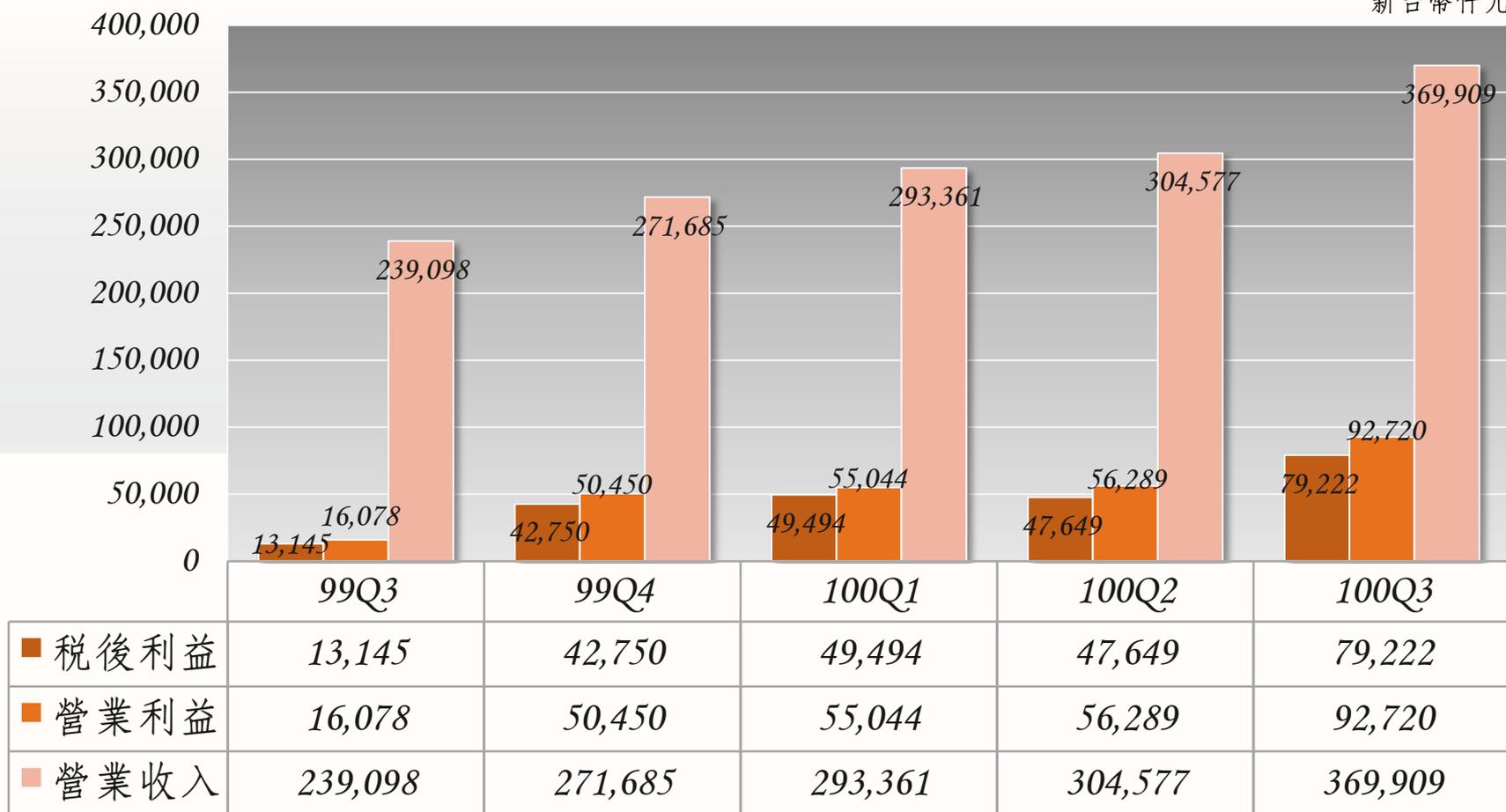
財務分析



feel at home.

100Q3及前四季營運狀況

新台幣仟元



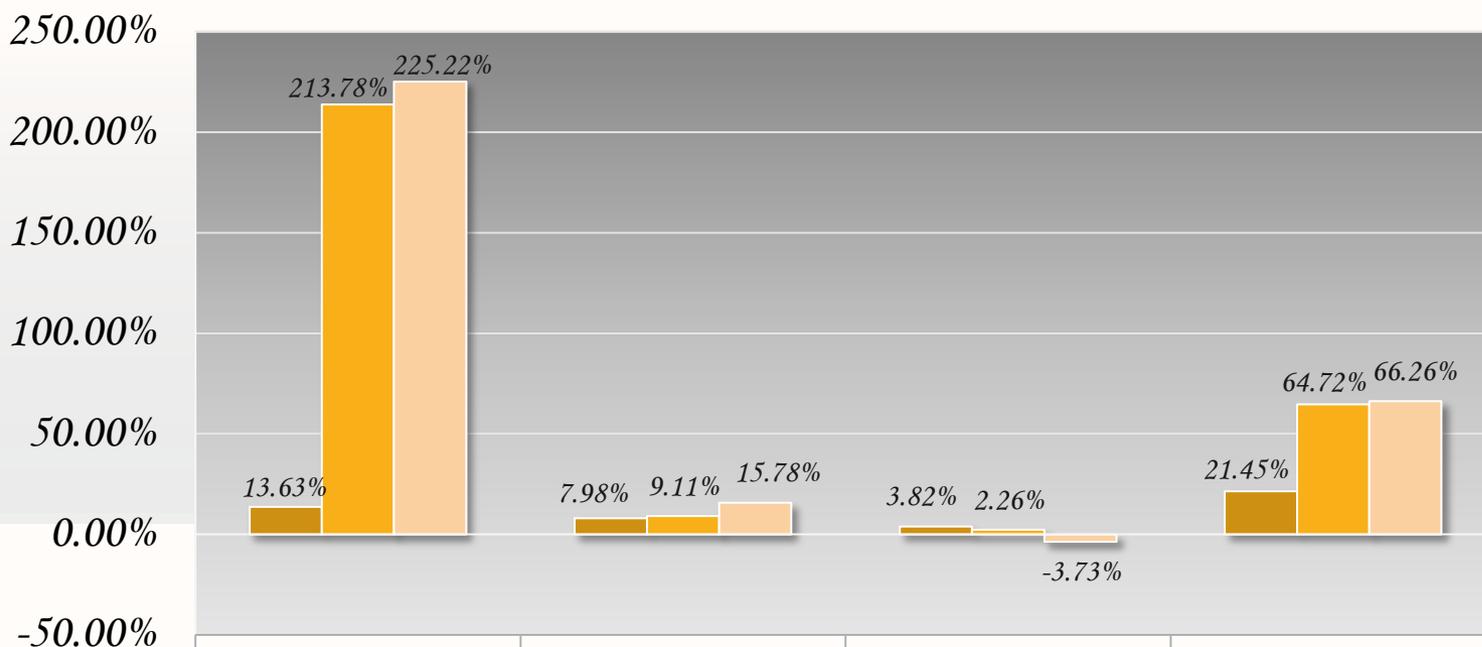
營運概況

財務分析



feel at home.

成長力分析QOQ



■ 營收成長率

13.63%

7.98%

3.82%

21.45%

■ 營業利率成長率

213.78%

9.11%

2.26%

64.72%

■ 稅後利益成長率

225.22%

15.78%

-3.73%

66.26%

營運概況

財務分析



feel at home.

ROE Analysis





THANK YOU!



feel at home.