

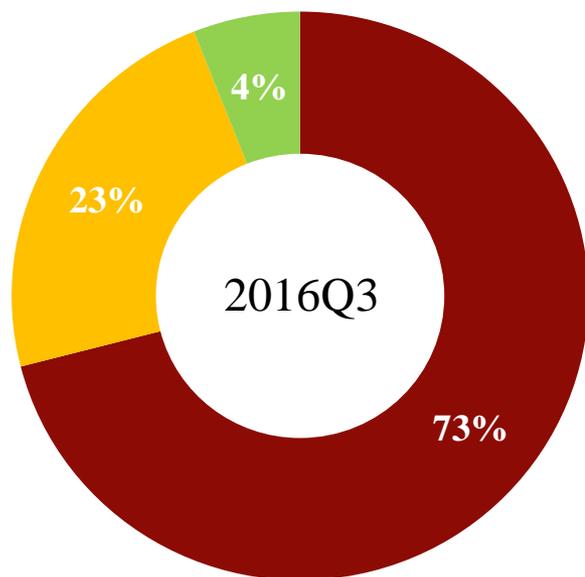


REDWOOD GROUP LTD

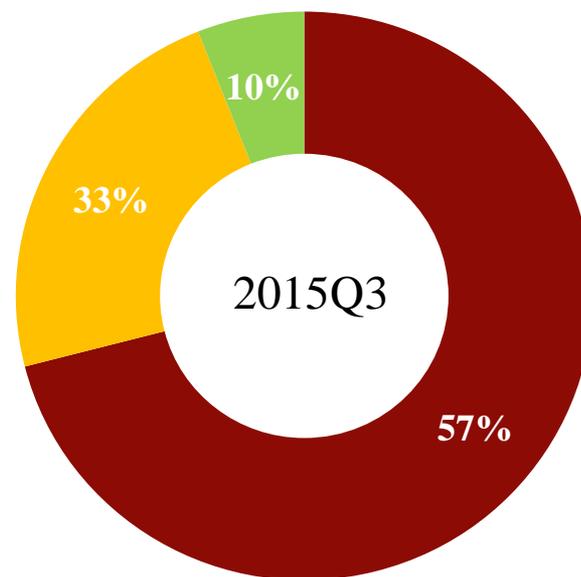
2016年11月

2016年前三季 營收地區別

新台幣1,580,216仟元



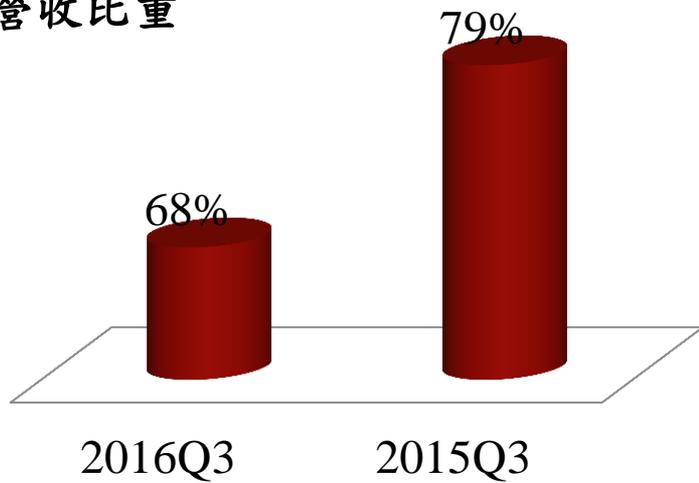
新台幣1,279,058仟元



■ 亞洲 ■ 美洲 ■ 歐洲

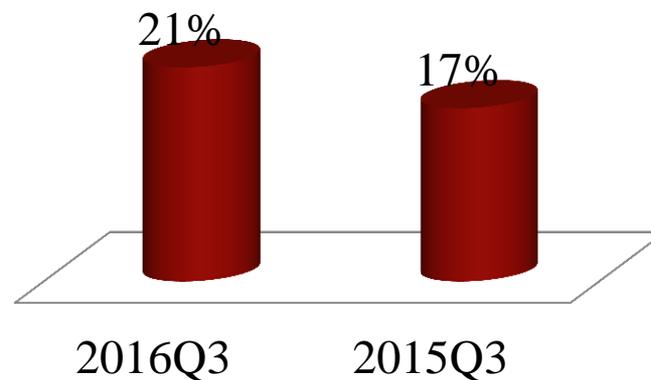
室內裝修-高級精品店的空間美學

營收比重



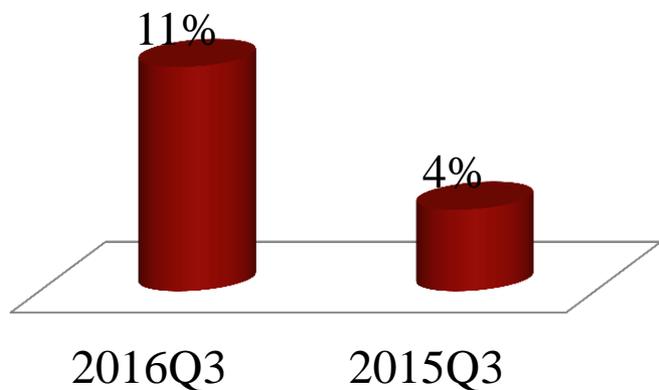
一般工程-商業空間的結構創意

營收比重



門面裝修-室外幕牆的藝術工程

營收比重



2016年前三季主要客戶

Source : Millward Brown 2016 BrandZ Top 100 Global Brands (2016 Jun P17)

紅木客戶

- 1.Coach
2. Hermes
- 3.Michael Kors
- 4.Louis Vuitton
- 5.Tiffany&Co.
- 6.Bvlgari
- 7.Cartier
- 8.Victoria's Secret
- 9.Kate spade
- 10.Loewe

全球十大

1. Louis Vuitton
2. Hermes
- 3.Gucci
- 4.Chanel
- 5.Rollex
- 6.Cartier
- 7.Burberry
- 8.Prada
9. Tiffany&Co.
- 10.Dior



2015年中國奢侈品市場研究

Bain & Company (2016.01.20)

- “我們放慢了新店擴張速度，因為我們是高端品牌。為了保持高端定位，必須放棄到處開店的戰略，並將重心從三線城市轉到一二線市場”
- “品牌更關注核心門店，同時整合較小的門店以提高坪效”
- “品牌重新定位&門店數量削減”
- “我更喜歡在國外購買或請人代購，因為選擇更多，價格更低，服務也更好”

中國奢侈品市場

(各媒體新聞標題)

BBC 中文網

“中國市場變化快 奢侈品牌陷困境”

日經中文網

“中國奢侈品市場大幅縮水”

YAHOO

財經香港

“中國奢侈品胃口減弱”

台灣大紀元

“中國市場衰竭 奢侈品轉戰美國”

奇摩理財

“景氣冷颼颼 中國奢侈品市場快速萎縮”

2016前三季營運績效

		2016	2015
獲利能力	毛利率(%)	36.64	29.20
	營業利益率(%)	17.45	7.39
	淨利率(%)	13.53	6.39
	股東權益報酬率(%)	28.78	11.17
	資產報酬率(%)	17.51	7.36
償債能力	流動比(%)	193.25	170.13
	速動比(%)	166.53	142.32
	負債比(%)	40.97	38.05
經營績效	應收款項週轉率(次)	5.17	3.79
	應付款項週轉率(次)	10.13	11.34
	存貨週轉率(次)	7.33	7.73
	每股盈餘(元)	4.47	1.71

資料來源：紅木2016年前三季經會計師核閱簽證之合併財務報告。

近三年度股利分配情形

	2015年	2014年	2013年
每股盈餘 (元)	3.26	4.05	5.48
現金股利 (元/股)	2.5	3	3.5
股票股利 (元/股)	-	-	0.5
股利配發率	77%	74%	73%
*現金殖利率	5.24%	5.36%	4.73%
股本 (NT仟元)	483,000	483,000	420,000

*以董事會當日之收盤價計算。

全球奢侈品產業成長因素

(勤業眾信2016全球奢侈品力量調查報告)

富裕消費族群

- 經濟展望↑： 美國、拉丁美洲、亞洲(尤其日、韓、印度、東協)、歐洲(歐元區)
- 經濟展望↓： 俄羅斯、中國、香港
- ……全球奢侈品產業在2016年的成長力道將不如預期的強勁。

旅遊商機

- 預期在未來15年全球飛航所創造的旅客人數將達到現今的二倍，...，旅遊商機更是奢侈品業績成長的關鍵因素之一
- “...40%的奢侈品銷售額產生於旅行途中，....，還持續以每年8%的幅度成長。

全球奢侈品產業成長因素

(勤業眾信2016全球奢侈品力量調查報告)

數位化的影響

- “...，奢侈品如何透過數位化展現品牌價值，如何透過電子商務接觸消費者，...”
- “當零售走入全通路(電子商務)時，實體通路的主要價值才更加備受重視。結合各種聯網裝置讓消費者於店中獲得更豐富的消費體驗，...”

千禧世代

- “...，對於這一群更注重社群網路與電子商務的千禧世代來說，他們更熱衷穿戴奢侈品所帶來的個性化享受，...”
- “若要有效吸引千禧世代的目光，奢侈品業需要投入更多資源提升其品牌價值，並將體驗式的元素融入，...”
- Hermes+Apple→Apple watch 相關配件
- Tory Burch+Fitbit→時尚的體適能產品
- Swarovski+Misfit Wearable→珠寶配件

2017年上半年營運展望

➤ 主要銷售地區：



營收

預估審慎樂觀

毛利率

預估保持以往年度的水準

營業費用

費用控管擷節支出

謝謝，敬請指教

