

股票代號：8426



REDWOOD GROUP LTD

紅木集團有限公司

西元 2012 年 8 月 7 日

www.redwoodgroup.co

REDWOOD
bringing your design alive

簡報大綱

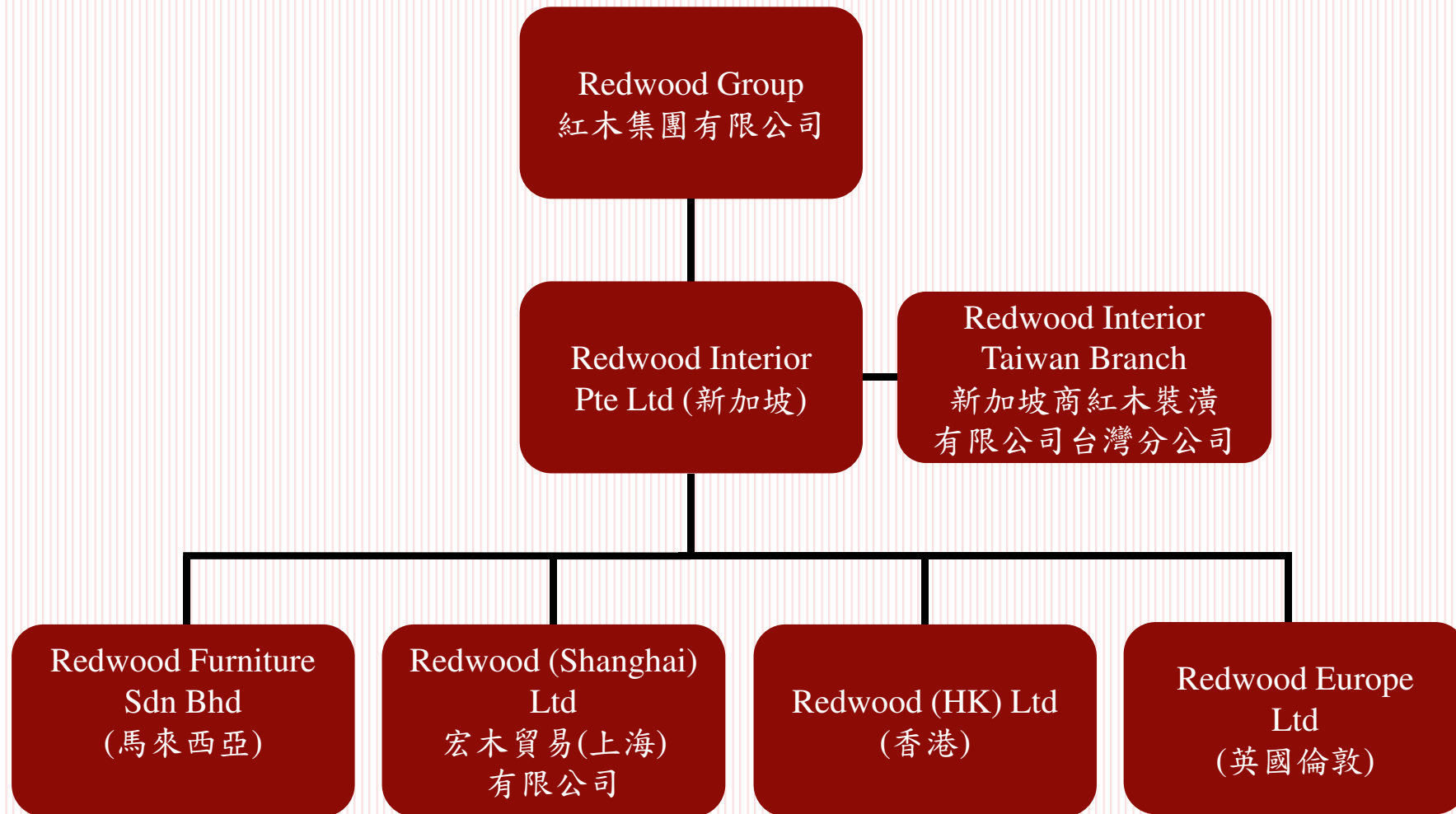
壹、公司概況

貳、精品產業概況

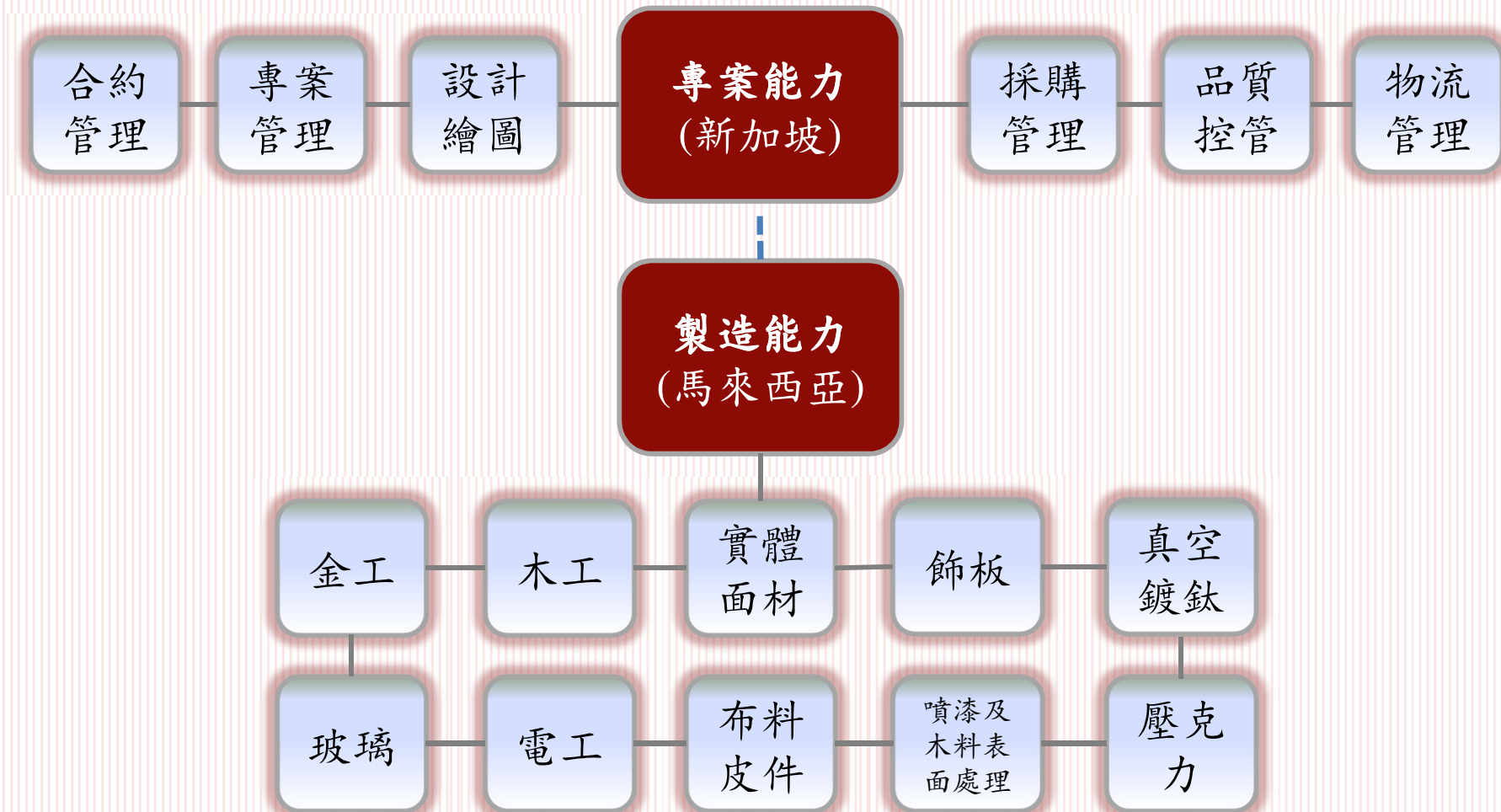
參、未來展望&策略

壹、公司概況

一、集團架構



營運主體在東協



新加坡和馬來西亞兩大營運據點



壹、公司概況

二、主要業務

高級精品店的空間美學

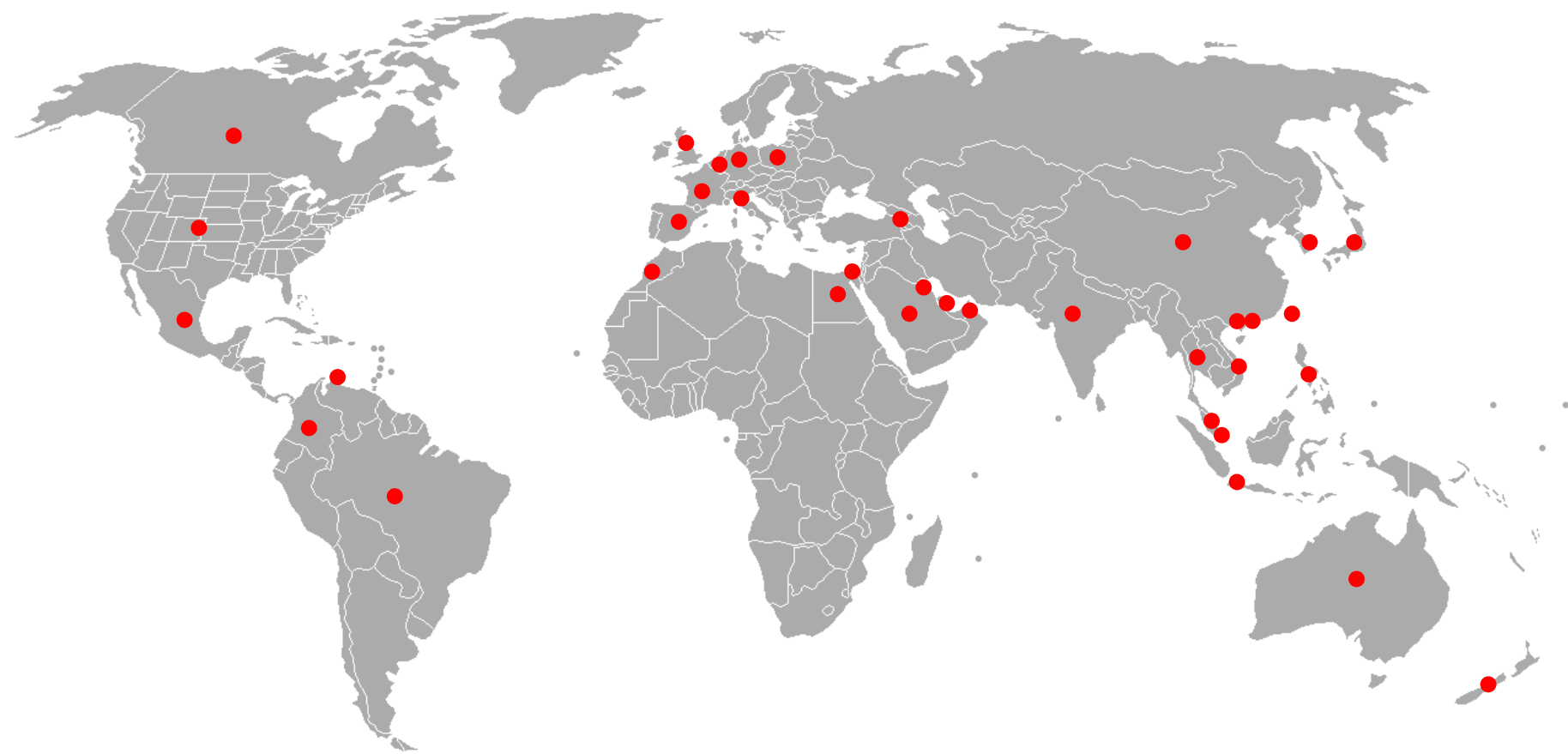
商業空間的結構創意

室外幕牆的藝術工程

壹、公司概況

三、銷售地區

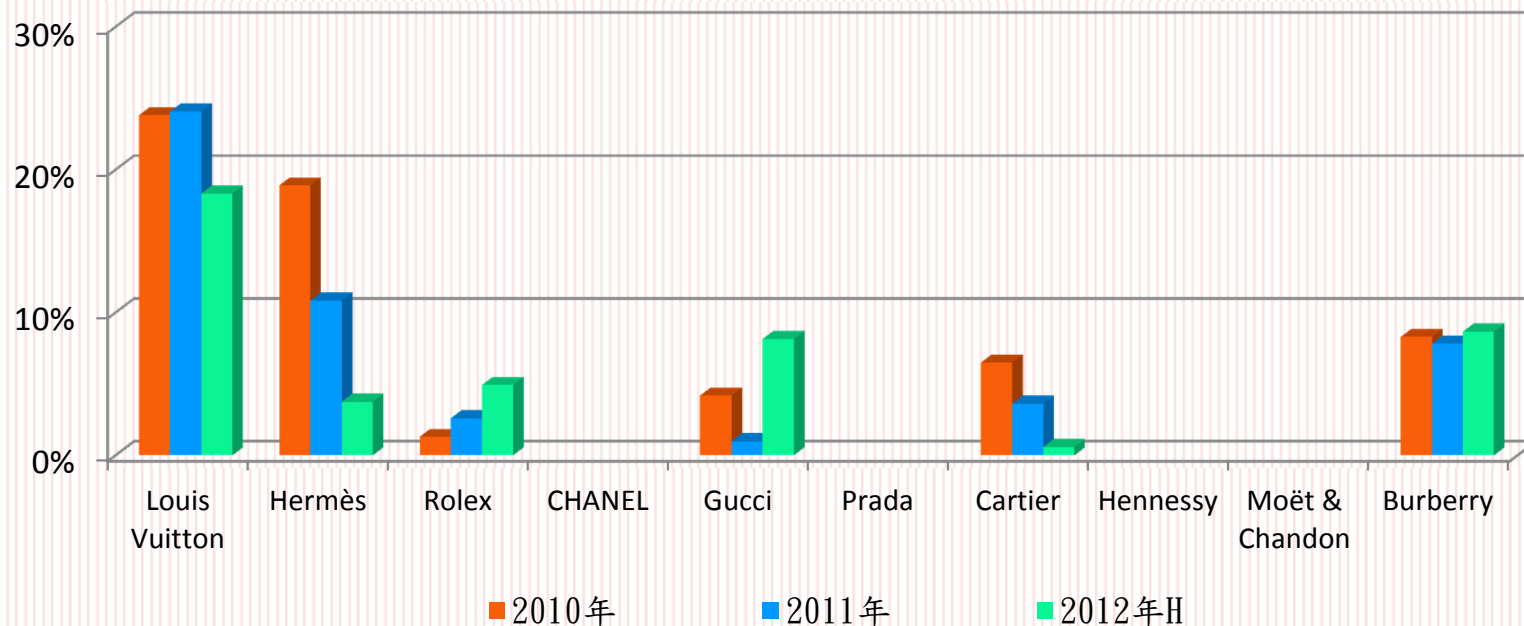
紅木所服務的客戶遍及全球三十多個國家和地區。



壹、公司概況

四、2012年品牌價值前十大精品，6家是紅木的客戶

2012年十大品牌價值精品占紅木營收比重



Source:



(Including data from BrandZ™, Kantar Worldpanel, and Bloomberg)
Brand Contribution measures the role brand plays in driving earnings on a scale 1 to 5(highest).
Brand Momentum measures the prospects for future earnings on a scale of 1 to 10(highest).

2012/5/21 Millward Brown Optimor's 2012 BrandZ study

壹、公司概況

五、營運摘要

(單位:新台幣仟元;每股盈餘為新台幣元)

| | 2010年 | 2011年 | 年成長(%) | 2011年1H | 2012年1H | H成長(%) |
|--------|-----------|-----------|--------|---------|---------|--------|
| 營業收入淨額 | 1,153,822 | 1,412,021 | 22.38 | 465,266 | 641,187 | 37.81% |
| 營業毛利 | 350,830 | 445,114 | 26.87 | 161,539 | N.A. | - |
| 毛利率 | 30.41% | 31.52% | - | 34.72% | N.A. | - |
| 稅後淨利 | 126,419 | 153,009 | 21.03 | 23,562 | N.A. | - |
| 淨利率 | 10.96% | 10.84% | - | 5.06% | N.A. | - |
| 每股盈餘 | 4.28 | 4.38 | - | 0.7 | N.A. | - |
| 流動比(倍) | 1.23 | 1.93 | - | - | - | - |
| 速動比(倍) | 0.92 | 1.56 | - | - | - | - |
| 負債比(%) | 56% | 45% | - | - | - | - |

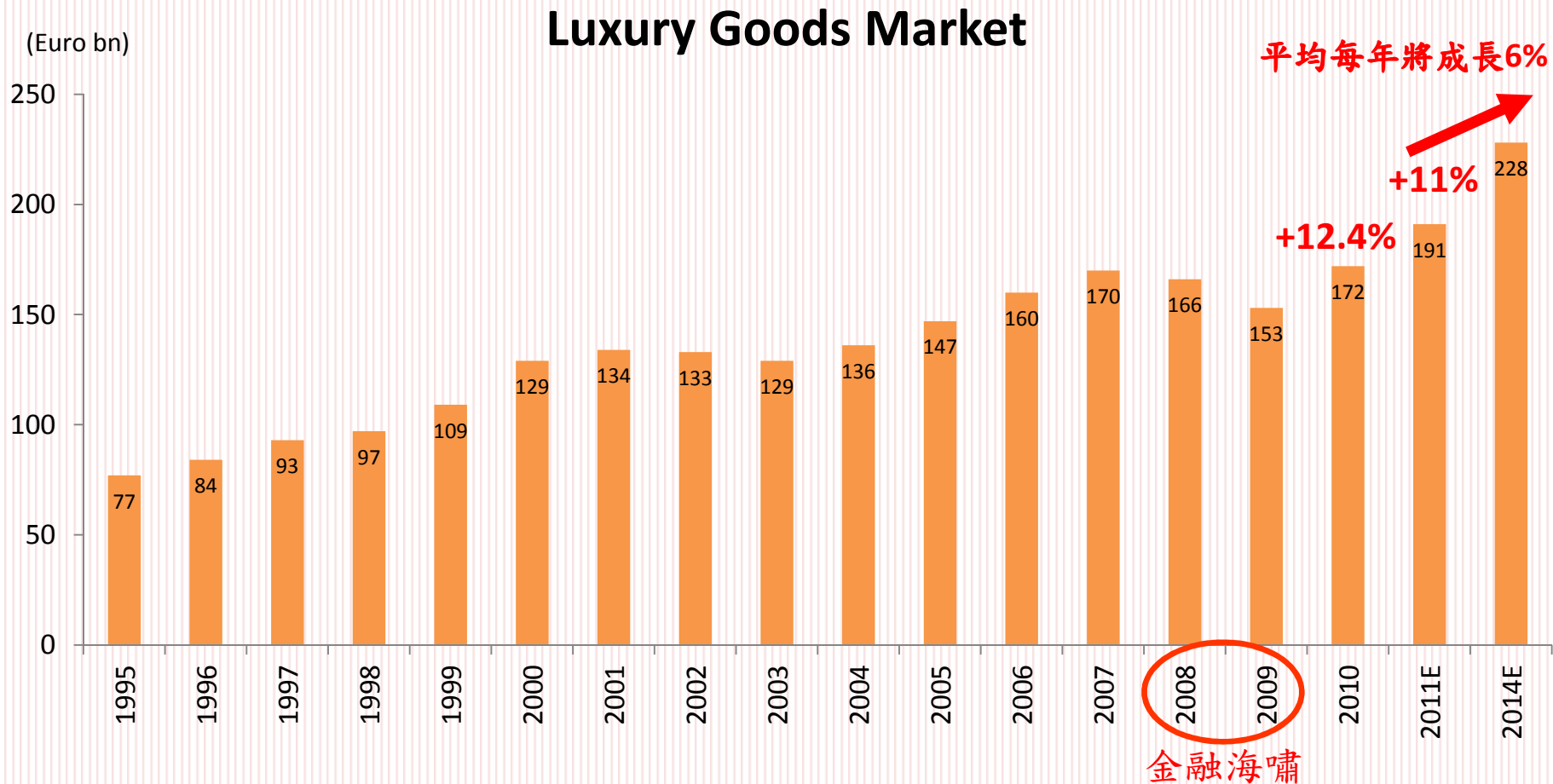
註1: 2012年H(上半年度)是自結數。

註2: 2012年H(上半年度)因尚未公告財報及財務預測，故相關數字未能揭露。

貳、精品產業概況

一、2014年全球精品市場規模將達2280億歐元

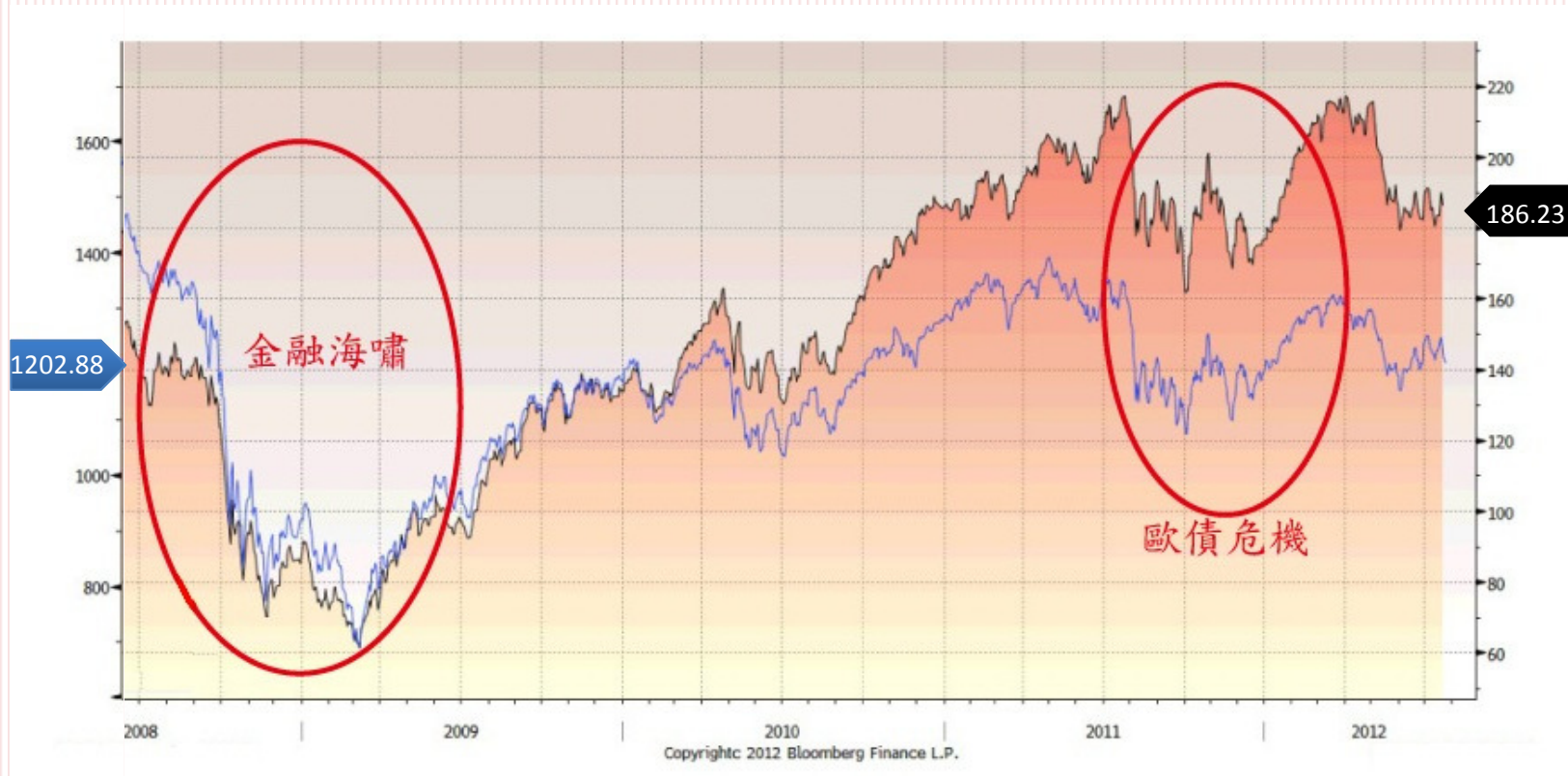
2011年至2014年，全球精品市場規模將呈現6%年複合成長率



Source: Altgamma, Bain & Company forecasts

貳、精品產業概況

二、精品產業在歐債危機中仍持續成長



- MSCI全球股票指數
- 美銀美林時尚生活指數

貳、精品產業概況

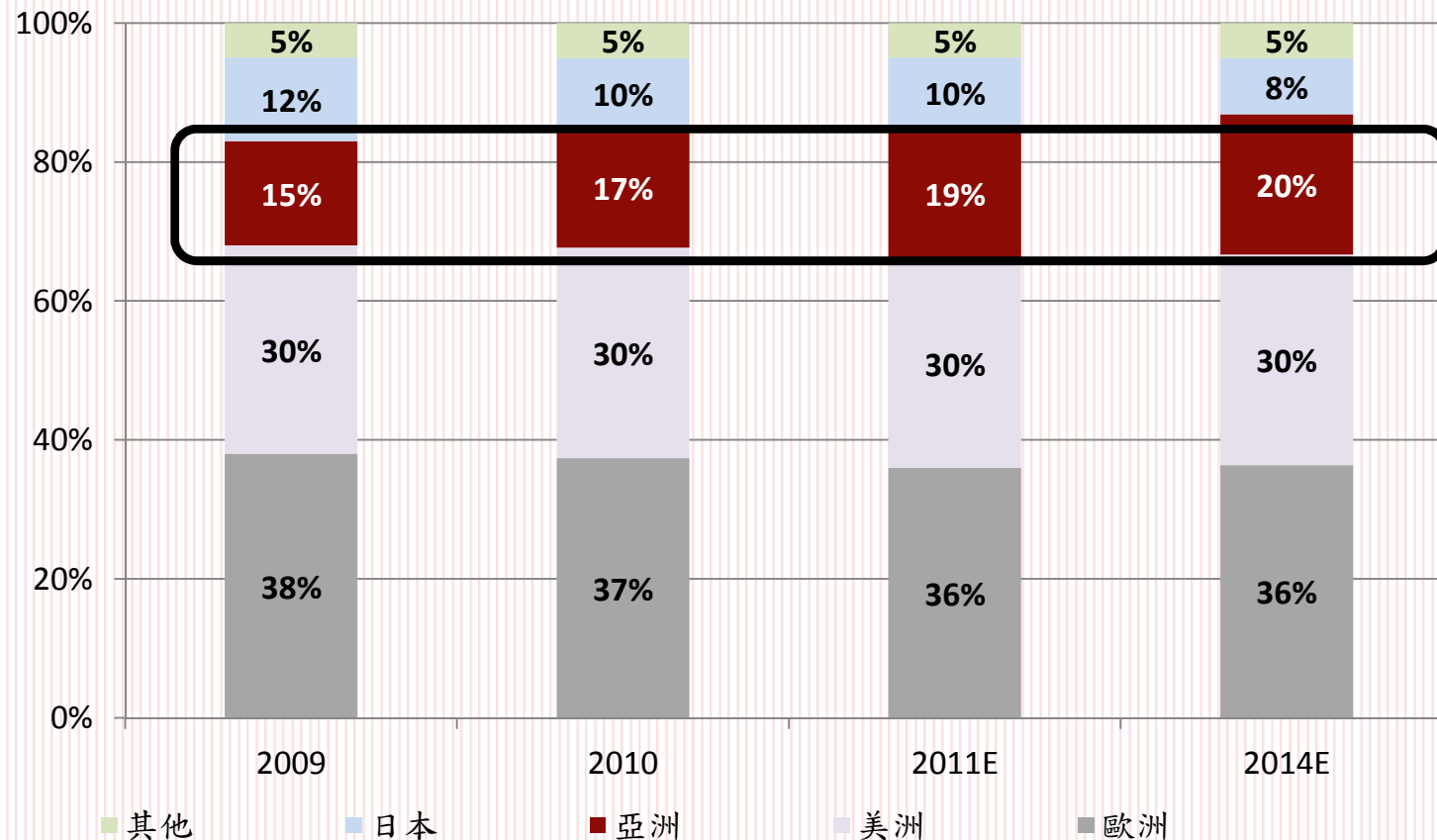
三、2012年精品產業仍持續豐收

| Luxury Brand | 財務數字：2012 1Q營收 | 較去年同期成長 |
|---|----------------|---------|
| LVMH | 65.8億歐元 | 25% |
| <p>LV集團在亞洲(不含日本)業績成長17%，歐洲成長12%。 歐洲成長一半以上來自中國農曆過年旅客的貢獻，顯示中國消費動能的龐大，因此未來仍將在中國積極展店布局。 (來源)華爾街日報 2012/04/19 http://online.wsj.com/article/SB10001424052702303513404577351331720729676.html</p> | | |
| Hermès | 7.77億歐元 | 22% |
| <p>Hermès在亞洲(不含日本)成長22%，歐洲成長14%。 Hermès在2011年於全球新開13家店面，2012年布局策略只在台灣、中國、阿布達比新開3家店面，但有12家店面將會重新翻修。 (來源)華爾街日報 2012/05/03 http://online.wsj.com/article/BT-CO-20120503-709272.html</p> | | |
| Burberry | 4.08億英鎊 | 11% |
| <p>Burberry在亞洲成長18%，歐洲也有成長16%。今年仍將在香港、上海等地持續展店布局。 (來源)華爾街日報 2012/07/11 http://online.wsj.com/article/SB10001424052702303919504577520041052466150.html</p> | | |

貳、精品產業概況

四、直到2014年，亞洲是精品產業成長主要關鍵

Worldwide luxury goods market by geography



貳、精品產業概況

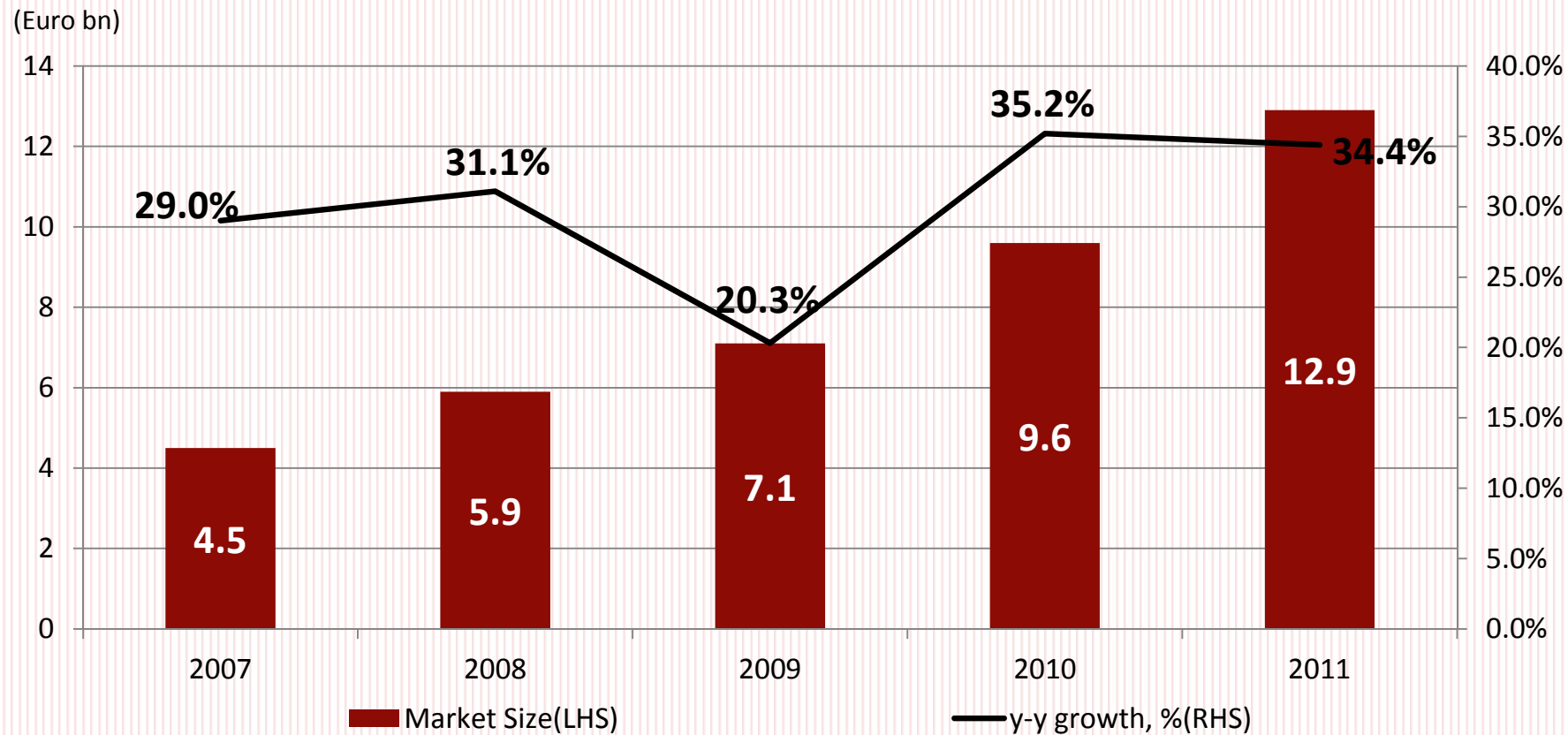
五、未來精品產業的主戰場-中國&亞州新興市場

- 麥肯錫(Mckinsey & Company)：2010~2015年中國的精品市場消費將有18%的年平均成長率,到2015年將佔有全球20%的精品市場。
- 經濟學人(The Economist)引述里昂證券(CSLA)：未來五年中國大陸整體消費每年平均成長11%,但對精品的消費能力則每年將達到25%的成長率。
- 全球新興市場將會佔全球精品市場達30%；亞洲市場(包含日本、韓國與東南亞)可望達50%以上。
- 「精品市場結構的快速轉變，引發整體市場高度成長。對精品業者而言，如何快速反應如中國等快速增長市場的消費者需求，將是一大考驗。」—Bain合夥人Claudia D'Arpizio

貳、精品產業概況

六、中國是亞洲精品市場的主要成長地區

Mainland China: Luxury goods market size and y-y growth



Source: Altagamma

貳、精品產業概況

七、東協10+1是全球經濟成長動能最強地區

Overview of the World Economic Outlook Projections^{1/}

(Percent change unless noted otherwise)^{2/}

| | Year over Year | | | | | | Q4 over Q4 | | |
|--------------------------------------|----------------|------|-------------|------|---|------|------------|-------------|------|
| | 2010 | 2011 | Projections | | Difference from April 2012 WEO Projections | | Estimates | Projections | |
| | | | 2012 | 2013 | 2012 | 2013 | 2011 | 2012 | 2013 |
| world output 1/ | 5.3 | 3.6 | 3.5 | 3.9 | -0.1 | -0.2 | 3.2 | 3.4 | 4.1 |
| Advanced Economies | 3.2 | 1.6 | 1.4 | 1.9 | 0.0 | -0.2 | 1.2 | 1.4 | 2.2 |
| United States | 3.0 | 1.7 | 2.0 | 2.3 | -0.1 | -0.1 | 1.6 | 1.9 | 2.5 |
| Euro Area | 1.9 | 1.5 | -0.3 | 0.7 | 0.0 | -0.2 | 0.7 | -0.2 | 1.2 |
| Japan | 4.4 | -0.7 | 2.4 | 1.5 | 0.4 | -0.2 | -0.5 | 1.9 | 2.2 |
| Newly Industrialized Asian Economies | 8.5 | 4.0 | 2.7 | 4.2 | -0.6 | 0.0 | 3.0 | 4.4 | 3.6 |
| Emerging and Developing Economies 3/ | 7.5 | 6.2 | 5.6 | 5.9 | -0.1 | -0.2 | 5.8 | 5.9 | 6.5 |
| Developing Asia | 9.7 | 7.8 | 7.1 | 7.5 | -0.3 | -0.4 | 7.2 | 7.7 | 7.6 |
| China | 10.4 | 9.2 | 8.0 | 8.5 | -0.2 | -0.3 | 8.9 | 8.4 | 8.4 |
| India | 10.8 | 7.1 | 6.1 | 6.5 | -0.7 | -0.7 | 6.2 | 6.4 | 6.4 |
| ASEAN-5 4/ | 7.0 | 4.5 | 5.4 | 6.1 | 0.0 | -0.1 | 2.6 | 7.5 | 6.4 |

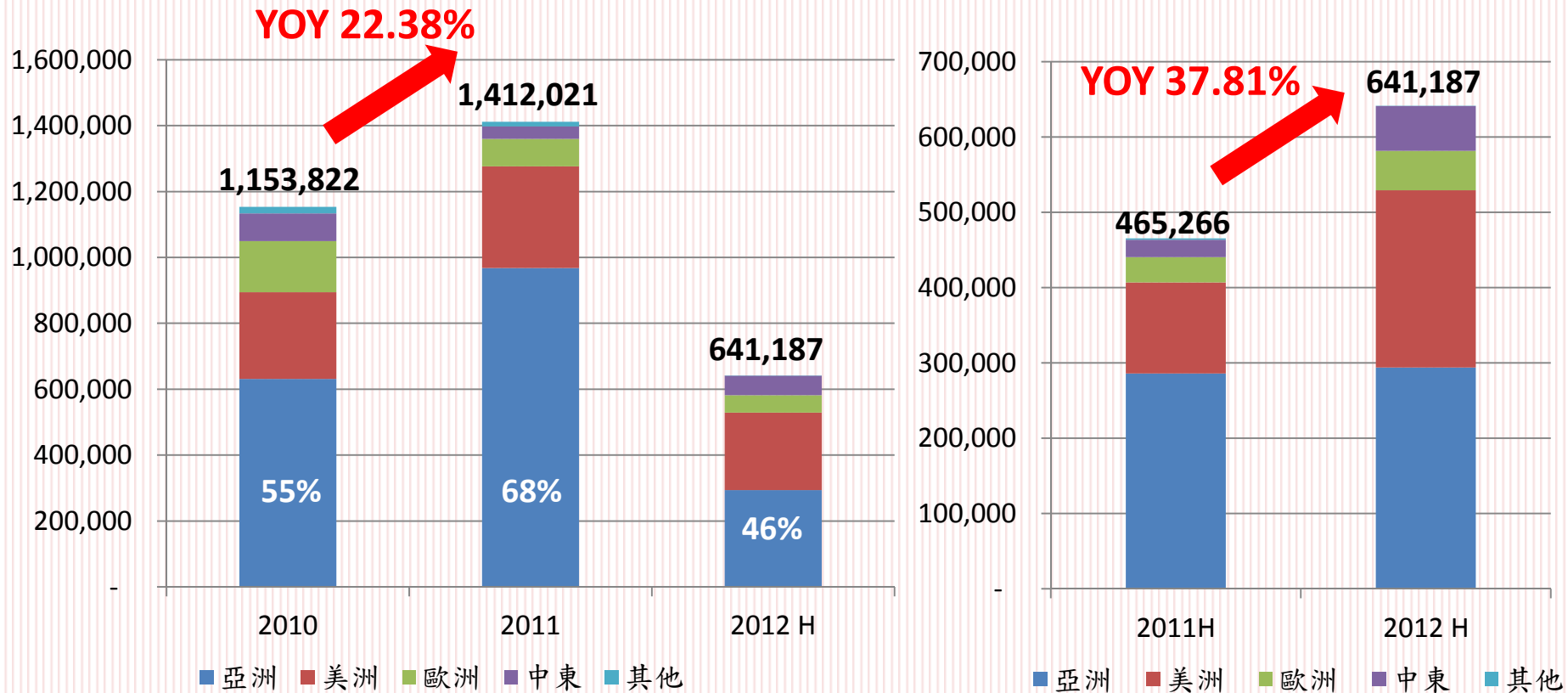
貳、精品產業概況

八、東協在未來三年本益比表現亮眼

| 2-Jul-12 | PE | | | | EPS Growth | | | |
|-------------------------------------|---------|-------|-------|-------|------------|-------|-------|------------|
| Regional/Country/Industry Group | 12M Fwd | 2012E | 2013E | 2014E | 2012E | 2013E | 2014E | 12-14 CAGR |
| MSCI AC Asia ex JP | 10.3 | 11.0 | 9.7 | 8.6 | 12.0% | 14.3% | 12.8% | 13.0% |
| MSCI South East Asia | 12.6 | 13.3 | 11.9 | 10.7 | 9.9% | 11.7% | 11.1% | 10.9% |
| MSCI Indonesia | 12.4 | 13.2 | 11.6 | 10.2 | 11.9% | 13.6% | 14.1% | 13.2% |
| MSCI Malaysia -EM | 14.0 | 14.7 | 13.3 | 12.4 | 14.4% | 10.4% | 7.5% | 10.7% |
| MSCI Philippines | 16.3 | 17.5 | 15.2 | 14.0 | 8.0% | 15.1% | 8.4% | 10.5% |
| MSCI Singapore | 12.5 | 13.1 | 11.9 | 10.7 | 3.1% | 9.7% | 11.3% | 8.0% |
| MSCI Thailand | 10.6 | 11.3 | 9.9 | 9.1 | 19.3% | 14.7% | 8.7% | 14.2% |
| MSCI India | 13.0 | 13.9 | 12.2 | 10.7 | 13.4% | 13.2% | 13.9% | 13.5% |
| MSCI China | 8.3 | 8.8 | 7.8 | 7.1 | 8.2% | 12.3% | 10.6% | 10.3% |
| MSCI South East Asia Industry Group | | | | | | | | |

參、未來展望&策略

一、營收來源地區別

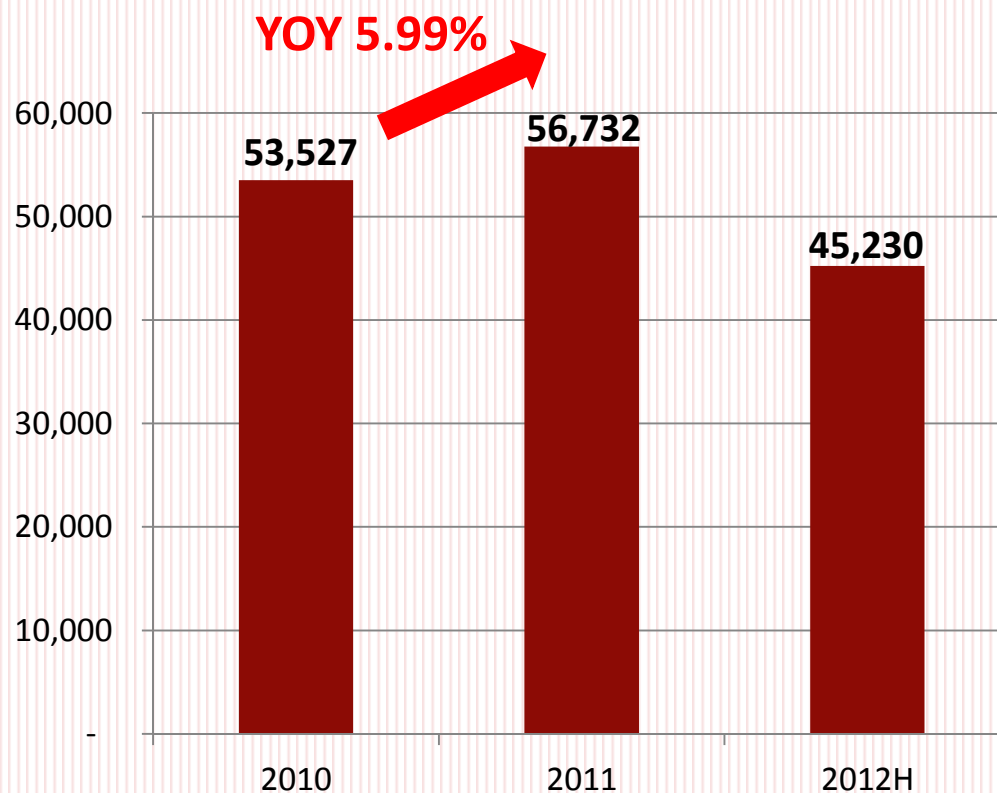


- 受益於亞洲消費力崛起，本集團2011年YoY達到22.38%，尤以亞洲地區佔營收比重從55%提高至2011年68%。
- 2012上半年受益於中東、美洲精品消費復甦及新客戶打入，YoY達到37.81%。

參、未來展望&策略

二、近二年度中國大陸營收比重

(單位：新台幣仟元)

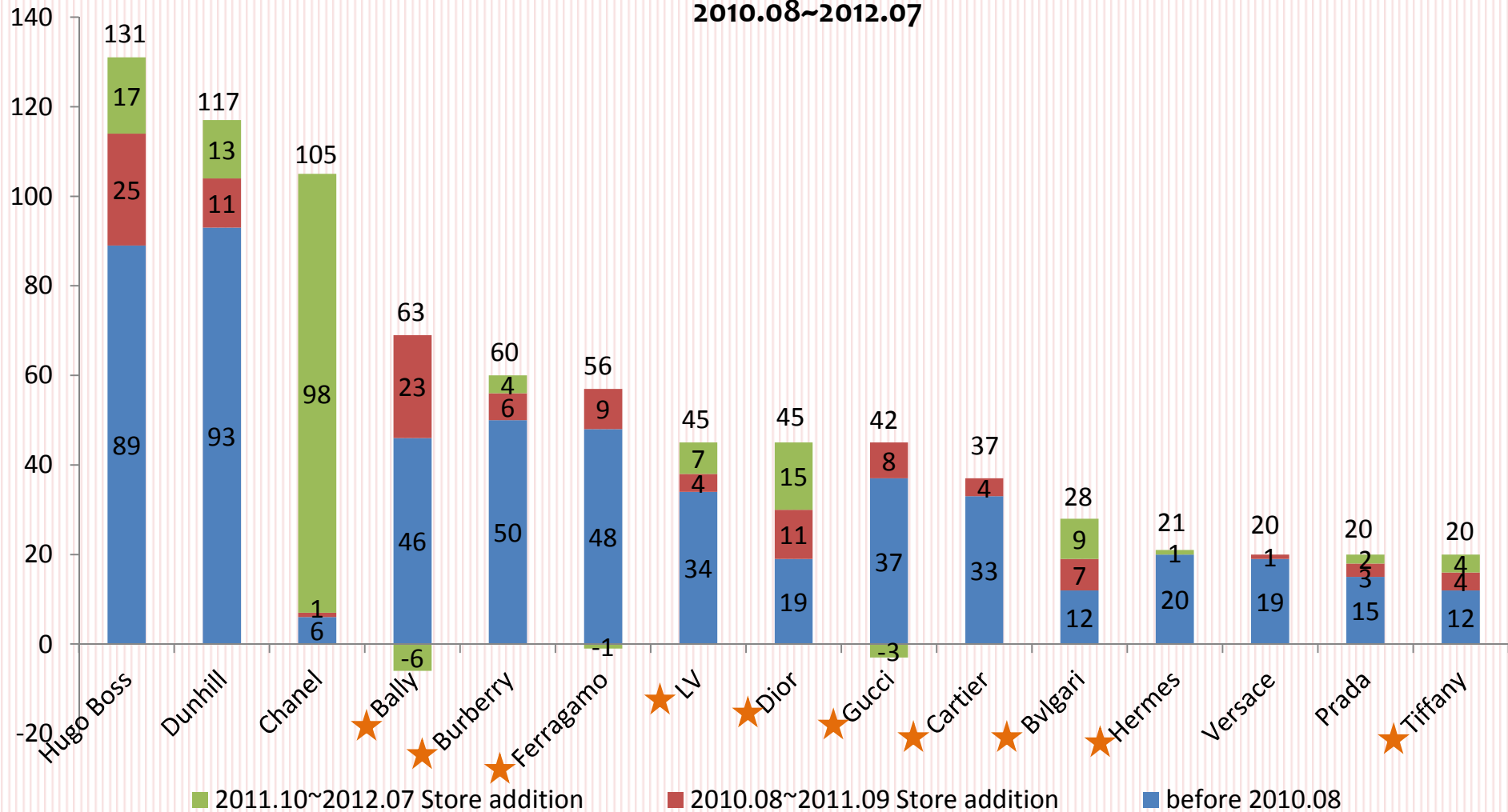


參、未來展望&策略

三、持續提升大中華市場精品業裝潢的市占率

Luxury Brand Store Addition in Mainland China

2010.08~2012.07



Note: ★ are Clients of Redwood

Source: Bain & Co, Companies Website

參、未來展望&策略

四、發展策略

立足東協市場

深耕中國大陸

發展全球精品業者合作首選

- **擴充海外營運據點** - 積極布局高成長或具發展潛力的區域，除能就近且更及時服務客戶外，也能開發新客戶，以因應未來精品市場的成長。(紅木-上海、香港、倫敦)
- **規劃實施二班制生產** - 根據業績的成長情況，目前的產能已達高峰。為了日益成長的訂單及因應精品市場成長的佈局，實施全天候的二班制生產，預計產能的增加和擴廠的效用相同。

謝謝,敬請指教

