

證券代號：4441



振大環球股份有限公司

Great Giant Fibre Garment Co., Ltd.

- Innovate -

111年上半年度法人說明會

CHANGE
G

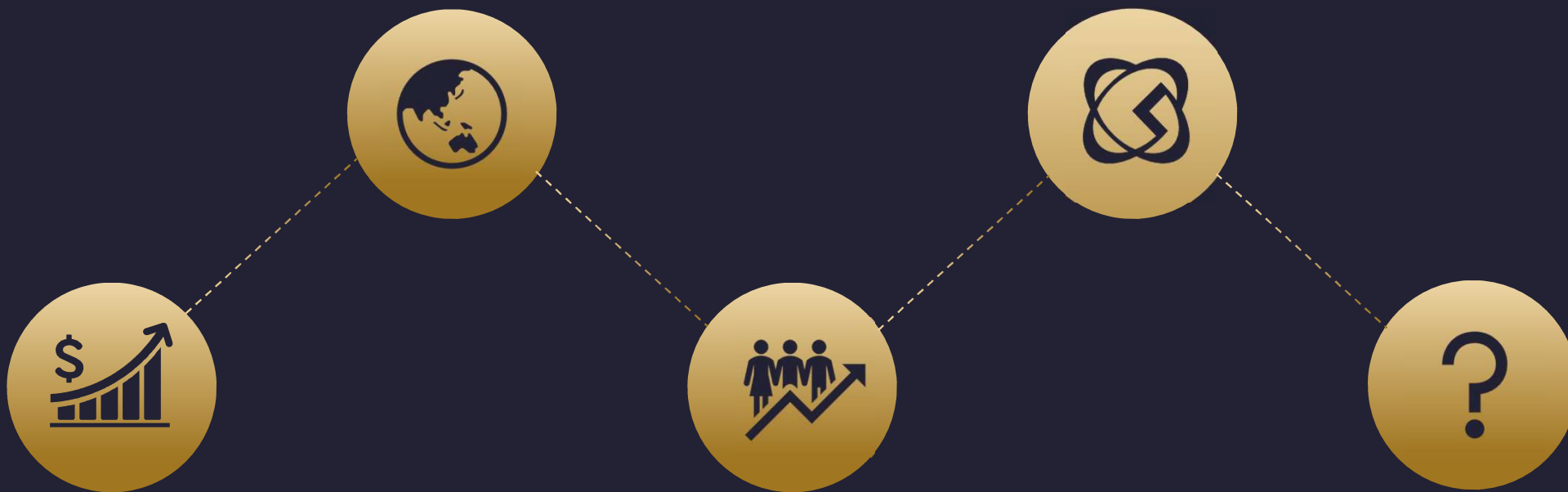
免責聲明

- 本簡報及同時發佈之相關訊息內容，取自於公司內部與外部資料，其中包含營運成果、財務狀況與業務發展等內容。
- 本公司並未發佈財務預測，但本簡報所作有關本公司財務上、業務上、Q&A之說明，若涉及本公司對未來公司經營與產業發展上之見解，可能與未來實際結果存有差異。此差異其造成之原因可能包括市場需求變化、價格波動、競爭行為、國際經濟狀況、匯率波動、上下游供應鏈等其他各種本公司所不能掌握之風險因素。
- 本簡報中對未來的展望，反映本公司迄今對未來的看法。對於這些看法未來若有任何改變或調整時，本公司並不負責隨時提醒或更新。

目錄 / CONTENTS

大環境局勢分享

振大優勢



營運成果簡介

未來發展目標

Q&A

振大環球簡介

Company Profile

More Changes, More Chances

CHANGE
G



基本資料

主要經營項目：專精於提供休閒、流行、運動機能、居家及無縫等針織成衣設計及代工製造之服務公司

資本額：新台幣 599,870,860元

全球員工總數：約5,500人

經營哲學

**MORE CHANGE
MORE CHANCES**

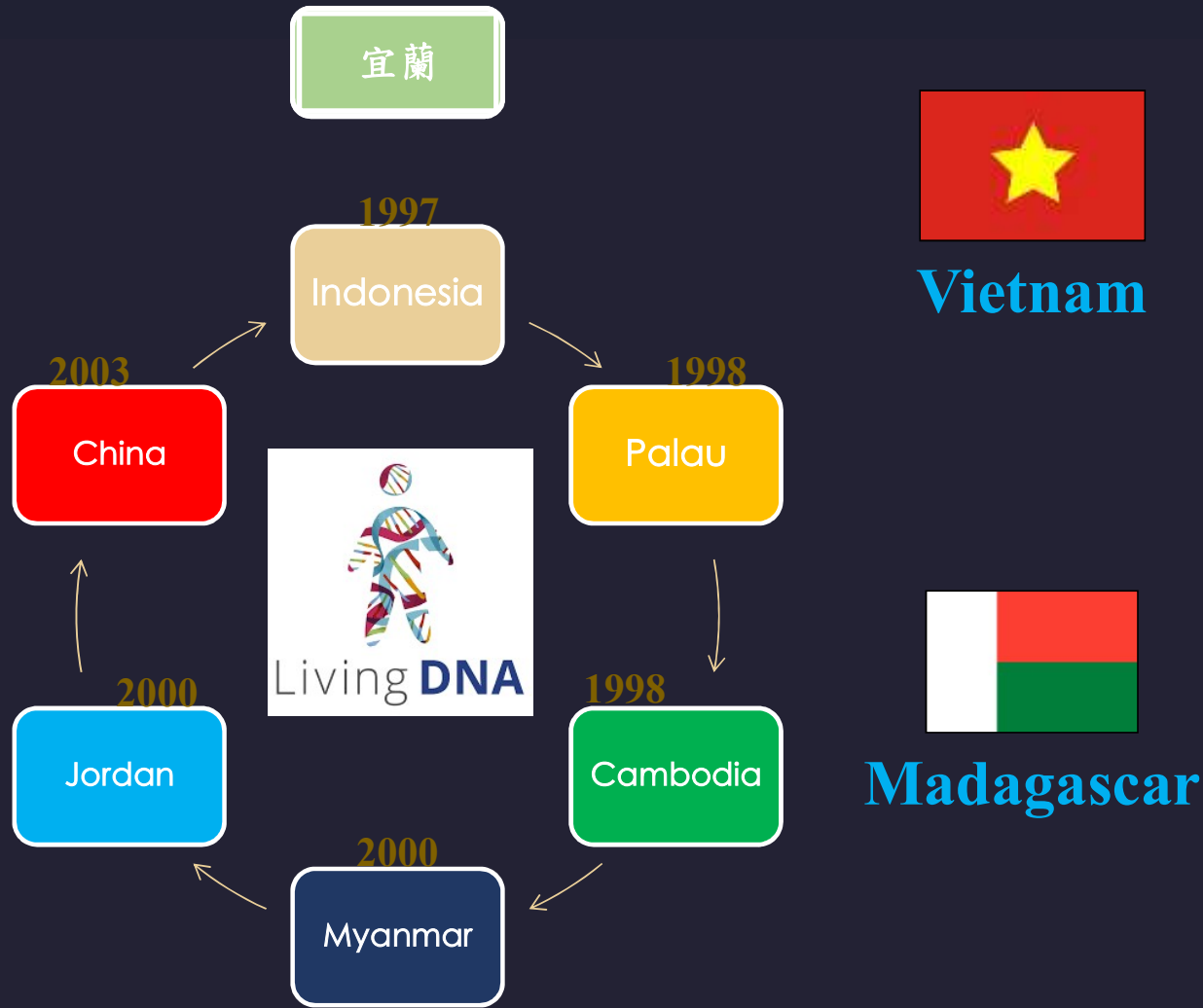
主要營運據點

- 台北集團業務採購後勤管理中心
- 台北集團成衣設計研發中心
- 台灣宜蘭打樣中心

- 北越河內集團生產管理及打樣中心
- 北越寧平廠自有製造基地
- 北越富壽廠自有製造基地
- 北越策略聯盟代工廠
- 中越策略聯盟代工廠
- 南越策略聯盟代工廠

- 非洲馬達加斯加廠自有製造基地

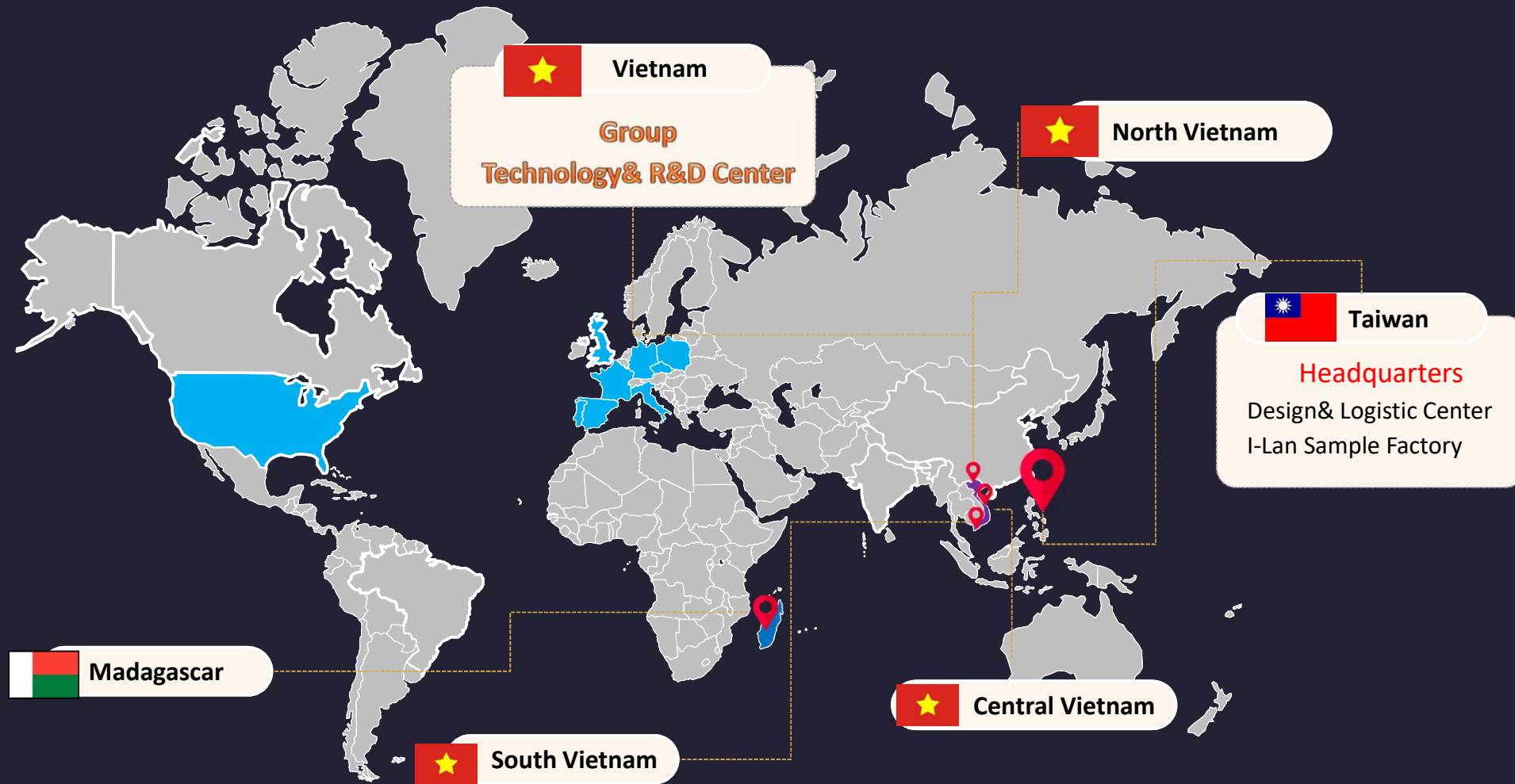
產業先行者：過去30年的設廠足跡



- ◆ 嗅覺美國將解除對越南經濟制裁，2002年開始在南越生產
- ◆ 2007年開始在北越寧平省建立自有的生產製造基地
- ◆ 2021年收購北越富壽省越資廠，納入集團自有製造基地

- ◆ 2015年美國給予馬島AGOA 貿易協定
- ◆ 2016年委託代工製造
- ◆ 2021年併入集團自有製造基地

全球生產佈局



主要產品

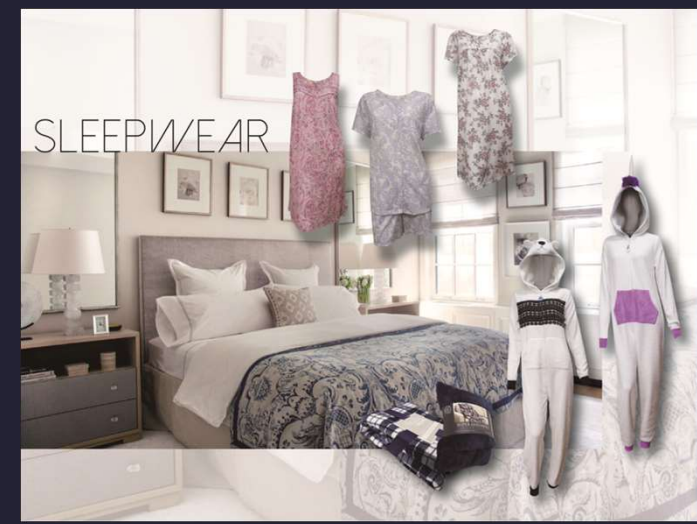
CASUAL



FASHION



SLEEPWEAR



ACTIVE



OUTDOOR



SEAMLESS



從選料、設計到委託製造：一條龍式的客戶服務

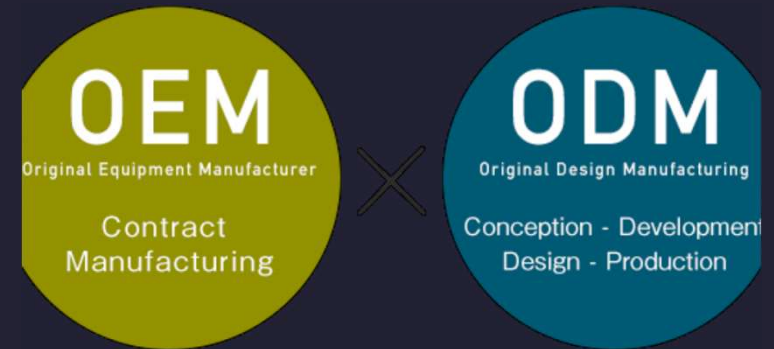


Inside Design Team

Fabric Sourcing

Market Trend Analysis

3D Design and Sampling



International Active



營運成果簡介

111年H1營運成果

半年度營收比較分析

營收產品別分析

營收產區別分析

111年7月份分享



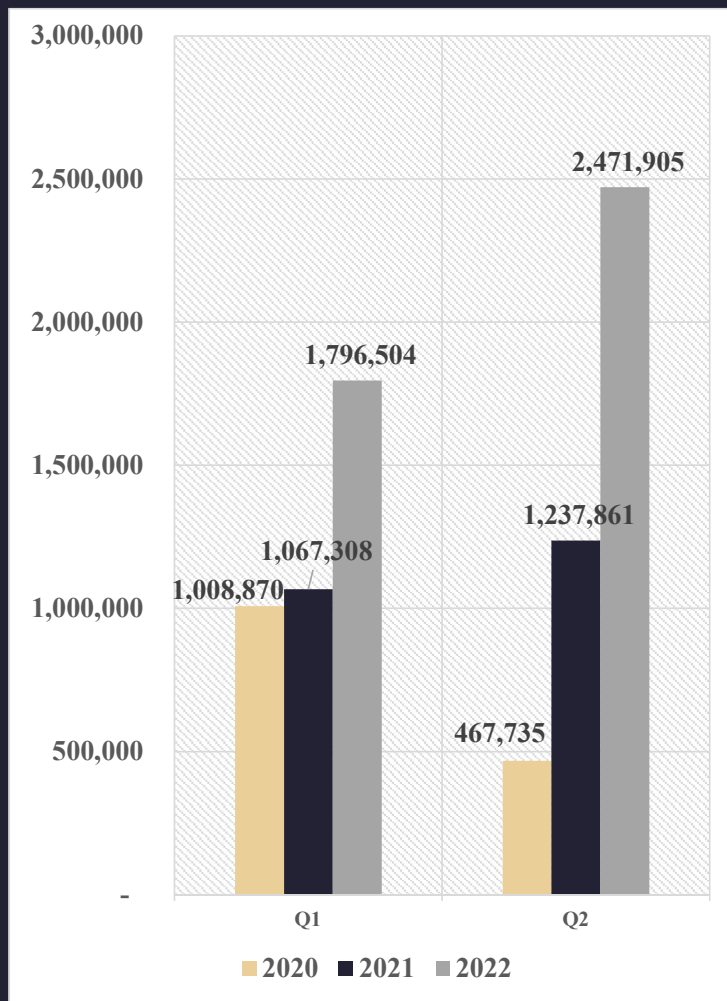
營運成果：111H1財報

單位：新台幣千元

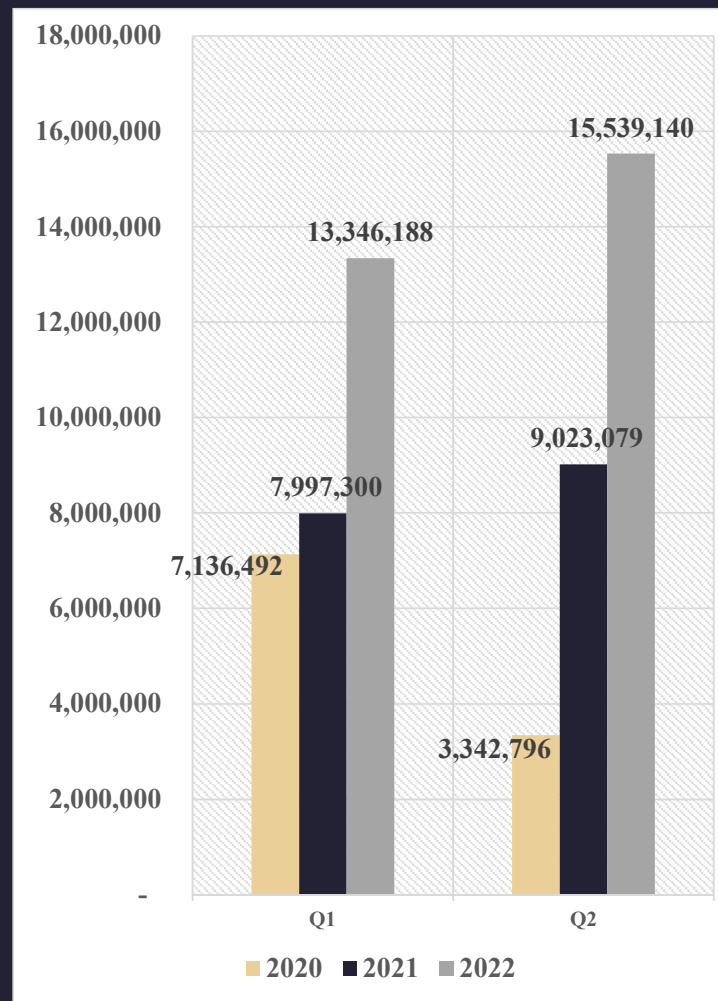
	111年H1	%	110年H1	%	變化比例
營業收入	4,268,409	100	2,305,169	100	85.17%
營業成本	(3,234,700)	(76)	(1,884,358)	(82)	71.66%
營業毛利	1,033,709	24	420,811	18	145.65%
營業費用	(305,376)	(6)	(221,019)	(10)	38.17%
營業淨利	728,333	18	199,792	8	264.55%
營業外收支	100,234	2	33,778	1	196.74%
稅前淨利	828,567	20	233,570	9	254.74%
所得稅費用	(177,204)	(4)	(58,829)	(3)	201.22%
稅後淨利	652,855	16	172,320	6	272.76%
EPS	10.88		3.31		

營運成果：半年度營收比較分析

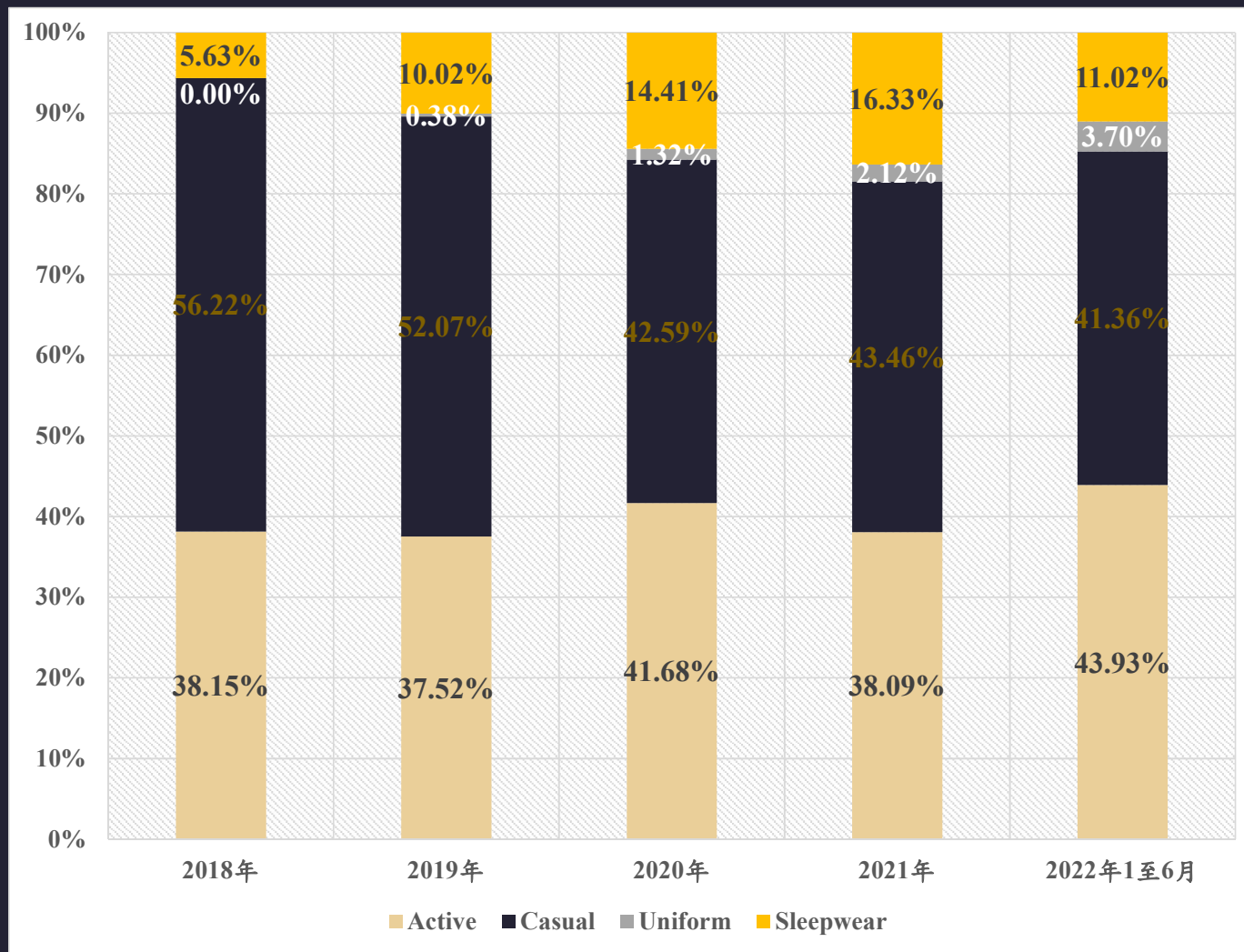
單位：新台幣千元



單位：PCS數

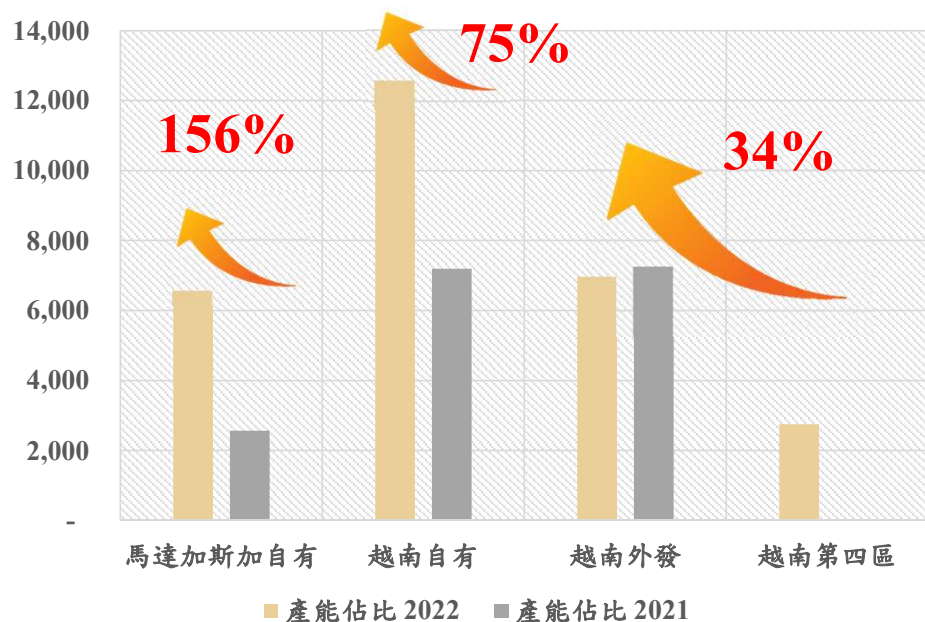


營運成果：產品別分析

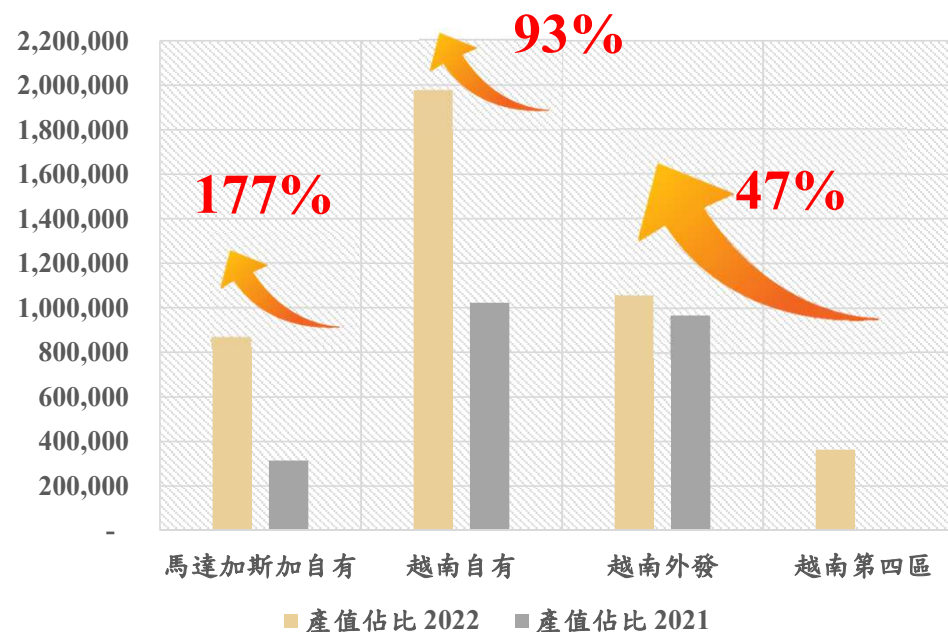


營運成果：產區別分析

產區產能佔比



產區產值佔比



廠區	產能佔比(千PCS)			
	2022年1至6月	%	2021年1至6月	%
馬達加斯加自有	6,575	22.76%	2,570	15.10%
越南自有	12,585	43.57%	7,199	42.30%
越南外發	6,972	24.14%	7,251	42.60%
越南第四區	2,753	9.53%	-	0.00%
合計	28,885	100.00%	17,020	100.00%

廠區	產值佔比(新台幣千元)			
	2022年1至6月	%	2021年1至6月	%
馬達加斯加自有	869,100	20.36%	314,086	13.63%
越南自有	1,977,762	46.33%	1,024,073	44.43%
越南外發	1,058,099	24.79%	967,010	41.95%
越南第四區	363,448	8.51%	-	0.00%
合計	4,268,409	100.00%	2,305,169	100.00%

營運成果：7月份分享

單位：新台幣千元

	111年7月	110年7月	成長率
單月營收	931,642	583,439	60%
累計至7月份	5,200,051	2,888,566	80%



未來發展目標



未來規劃：尊重團隊的雙地生產規模目標



馬達加斯加島產區：

- 穩健的擴廠；
- 效率的提升；
- ESG的落實；



越南產區：

- 穩定的生產；
- 成本的節省；
- 節能的推廣；



未來規劃：團隊前行的目標



團隊溝通

在集團發展大方向有明確的願景下，加強團隊溝通凝聚共同的目標及努力的方向

開發新客戶

在雙A計畫的大戰略下，致力開發更有知名度、發展前景的好客戶



開發新產品

在環境友善、永續的前提下，在布種、技術方面提供給客戶新的選擇

成本控管

在經營效率及品質不降低的基礎下，落實控管主/副料成本及相關費用的發生



振大創造優勢的基因

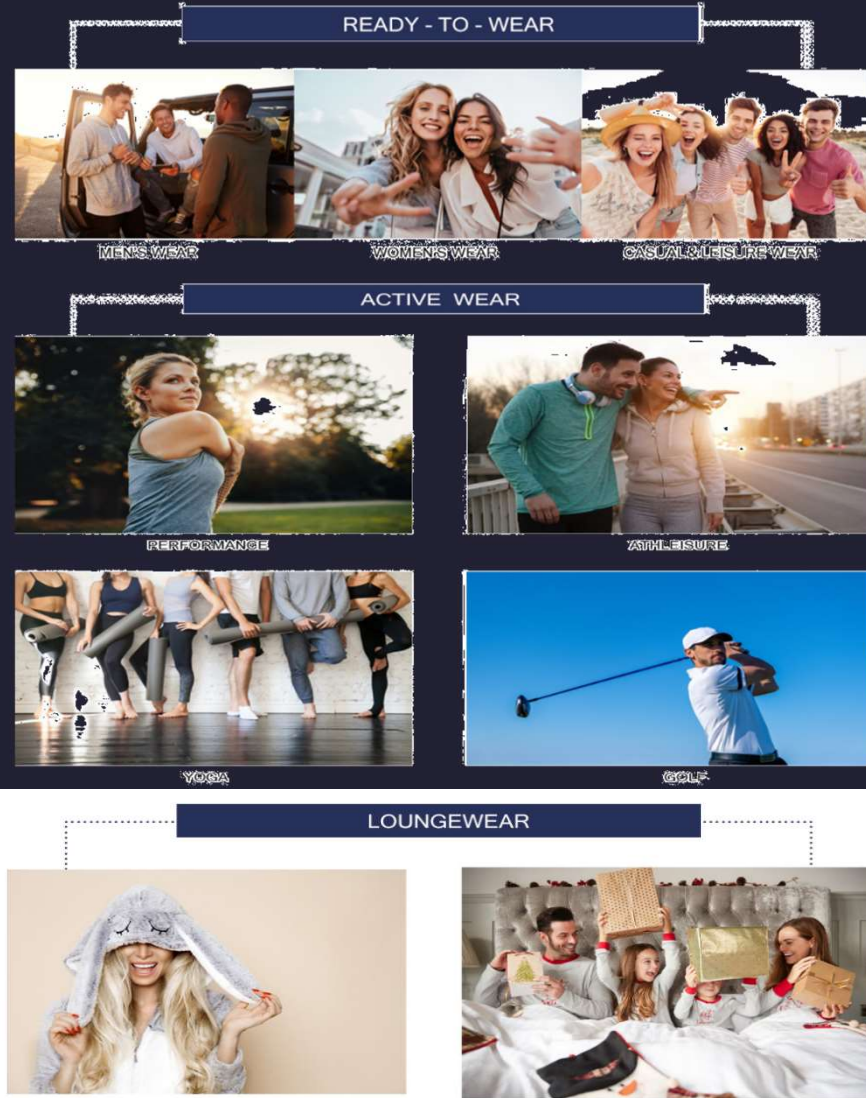
極具競爭力的產區組合及產品

優質且具有發展潛力的客戶群



振大優勢：產品

多樣化的產品內建振大分散風險的體質



振大優勢：客戶

持續分散風險

時刻創新開發

優化客戶服務

多樣客戶組合

關注客戶發展

積極導入新客戶

Physical
Channel

Department
Store

Specialty Store

Membership
Store

Online
Channel

Online/TV

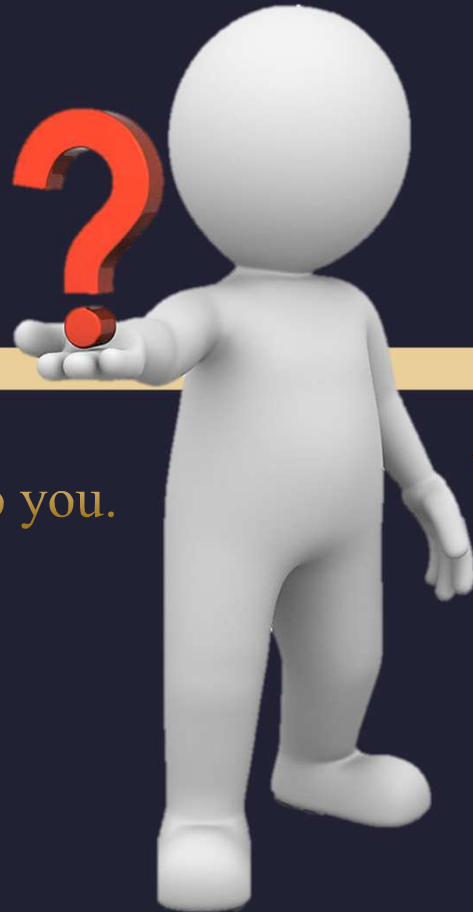
Brands

International
Brands

Niche

Uniform

Q & A



GGF brings more QAs to you.

Question & Answer

Quality & Accuracy

Qualify & Assurance

