

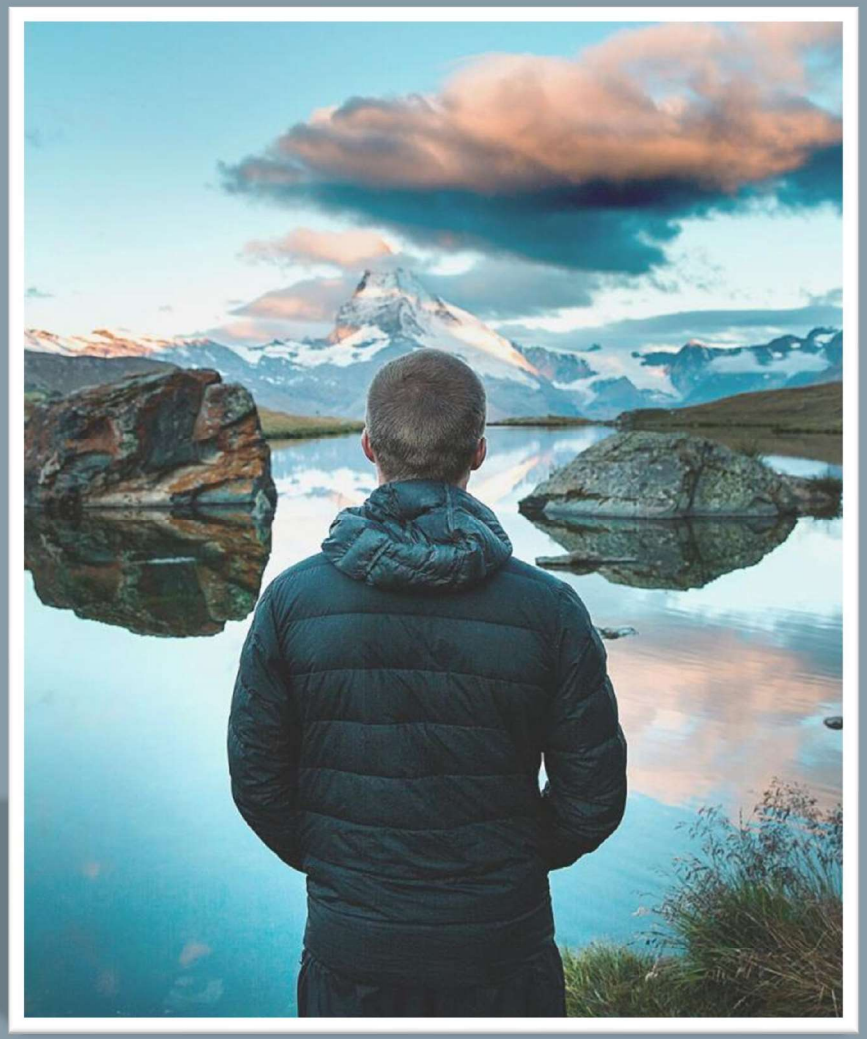
光隆實業股份有限公司
(8916 TT/TW)

公司簡報

2025 三月

免責聲明

- 本文件由光隆實業股份有限公司(簡稱「本公司」)所提供。 除本公司財務報表中揭露的數字和資訊外，本文件所含資料並未經會計師或外部獨立專家查核或審閱，本公司對該等資料或意見之允當性、準確性、完整性及正確性，不作任何聲明與保證。本文件所含資料僅以提供當時之情況為準，本公司不會就本文件提供後所發生之任何變動做更新。本公司、本公司之關係企業、本公司及本公司關係企業之負責人，無論係因何過失或其他原因，均不對因使用本文件或其內容所致之任何損害負任何責任。
- 本文件可能包含「前瞻性陳述」，包括但不限於所有本公司對未來可能發生的業務活動、事件或發展的陳述。該等陳述係基於本公司對未來營運之假設，及其他本公司無法控制之政治、經濟、市場等因素所做成，故實際經營結果可能與該等陳述有重大差異。
- 本文件不得視為買賣有價證券或其他金融商品的要約或要約之誘引。
- 本文件之任何部分不得以任何形式直接或間接複製、再流通或傳送給任何第三人，且不得為任何出版目的而刊印本文件之全部或部分內容。



「我一直希望光隆成為一家世界級的戶外機能服飾公司，為世界帶來溫暖。」

詹賀博，董事長兼執行長

為什麼要投資光隆?

1. 光隆是全球領導戶外成衣代工廠。我們專注生產複雜且高門檻之戶外機能服飾，並與世界上最有前景的戶外服裝品牌建立合作夥伴關係，專注於為他們製造符合嚴格ESG和品質標準的高階戶外/運動服飾。

2. 隨著戶外活動日益流行以及消費者要求更高功能/性能的產品，戶外服飾成為運動服裝的下一個焦點。光隆多元化的產品使我們成為世界各地新興戶外品牌的最佳選擇，為我們帶來更高的市佔率和營收動能。

3. 光隆致力於在未來五年內將我們的成衣事業營收占比從目前的 50% 增加到 70%，這將為我們帶來更佳的利潤率及收益，作為持續穩定發放現金股利的來源。

公司歷史沿革

KWONG LUNG

1966 - 1993
建立區域基地

1966 光隆實業股份有限公司成立
1980 首創將精洗羽絨品質規格化
1984 在台灣建立首座生產基地
1988 在越南成立海外首座生產基地
1993 昆山廠成立

1994 - 2012
擴大和加速業務增長

1994 成立香港光隆實業有限公司
1996 成立越南第二工廠
1999 上櫃掛牌買賣
2000 業務多元化並設立成衣事業部門
2005 成立光隆日本子公司
2009 成立羽絨原料事業研發部
2011 成立越南第三工廠

2013 - 2021
轉型發展成衣事業並積極強化公司治理

2013 詹賀博先生接任董事長
2014 首次發行CSR報告書
2015 成衣事業營收超越羽絨事業
2016 公司治理評價排名前20%
2018 年度營收突破新台幣100億元
2019 公司治理評鑑排名前5%

2022 – 未來
加速成為全球頂尖戶外機能服飾代工大廠

2022 持續提升既有生產力來滿足客戶訂單需求
2023 加速拓展戶外機能服飾代工機會並提高市佔率
2024 獲得B型企業認證

光隆的客戶

KWONG LUNG

光隆與世界領導戶外服飾品牌合作，滿足他們最高標準的功能性及永續性需求。



光隆的產品

為戶外機能服飾提供一站式服務

成衣

GORETEX 外套 | 貼條外套 | 羽絨外套 | 合成纖維外套 | 休閒服飾 | 睡袋 | 帳篷



極地	保暖	基本款	機能	輕薄
-30°C 以下 -25°F 以下	-15°C / -25°C 5°F / -15°F	-10°C / -20°C 15°F / -5°F	0°C / -15°C 30°F / 5°F	5°C / -5°C 40°F / 25°F

成衣佔 2024 全年 — 合併營收：61%；營業利益：72%

成衣毛利率：18% ~ 20%

其他類別

羽絨原料 | 家居紡織品



其它業務

羽絨原料是我們的傳統業務，而家居紡織補足了淡季的空閒產能

羽絨毛利率： 12% ~ 14%

家紡毛利率： 14% ~ 19%

*毛利率區間係以近三年（2022-2024）計算

光隆持續拓展產品組合，強化一站式服務競爭力

KWONG LUNG

機能性成衣



- GORETEX 外套
- 貼條外套
- 羽絨外套
- 合成纖維外套

戶外裝備與配件



- 睡袋
- 多功能毯（3 合 1）
- 保溫與防紫外線帽
- 透氣式頭套與面罩

訓練與康復裝備



- 負重型壓縮背心
- 治療型負重連帽衫
- 登山嚮導衣服裝備

寵物穿戴用品



- 保溫型狗狗外套
- 透氣防水狗狗雨衣

光隆三大事業部的綜效發揮

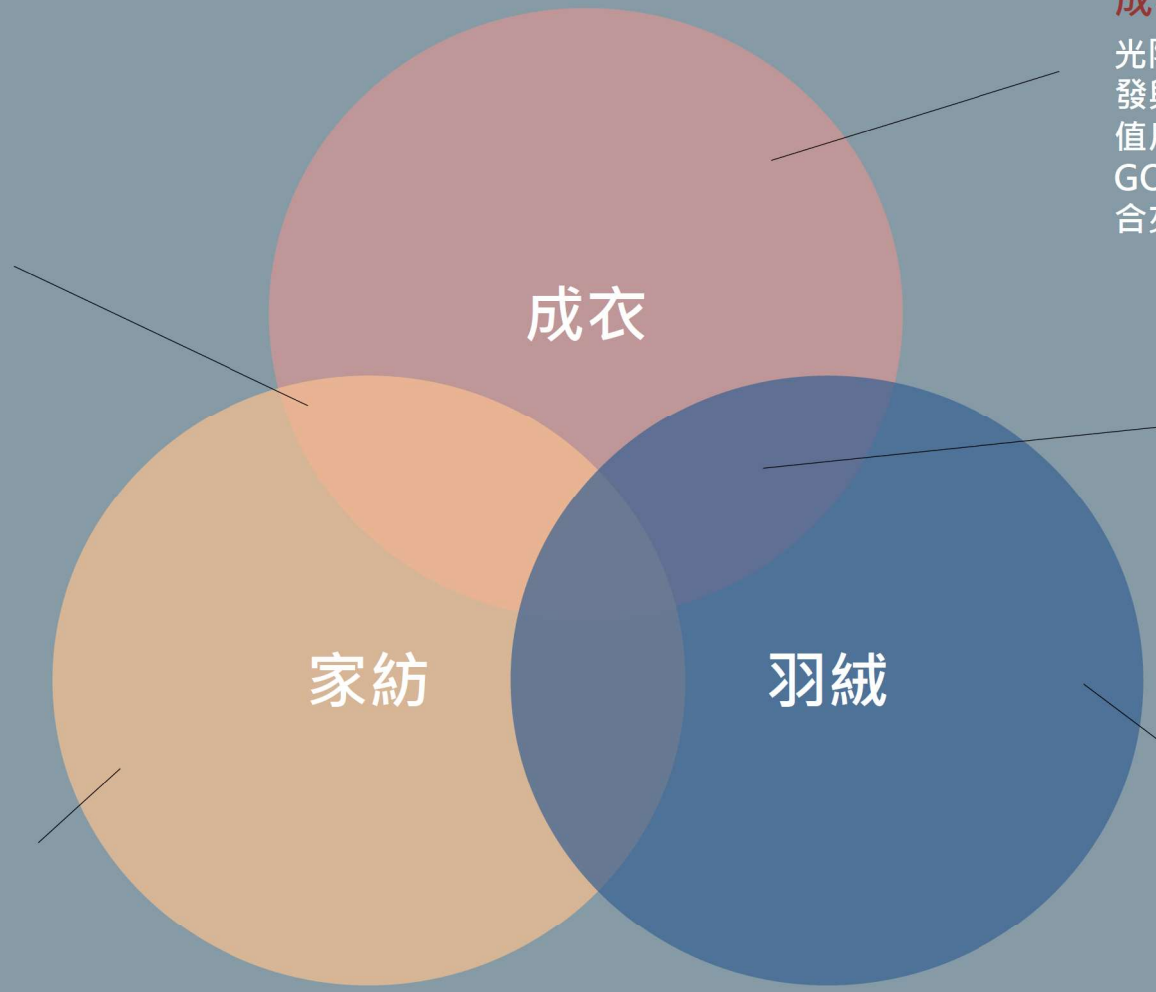
KWONG LUNG

成衣部門

光隆具備一站式設計、開發與製造能力，生產高價值戶外機能產品，包括GORE-TEX 夾克、防水貼合夾克及羽絨外套。

成衣 x 家紡

憑藉成衣業的版型設計專長，結合羽絨材料技術支援與家紡業的大尺寸裁剪與生產能力，光隆打造高規格的露營毯與睡袋。



成衣 x 羽絨

融合機能服飾設計與先進的保溫與填充技術，光隆提供從原料到成品生產的一條龍服務

家紡部門

光隆專注提供完整的寢具解決方案，滿足全球領先家居品牌與零售商的需求。

羽絨部門

光隆專注於研發與供應高品質羽絨及高附加價值的保溫材料。

資料來源: 公司資料

GORETEX 外套特性介紹

光隆生產工廠通過GORE認證，為高端戶外機能服飾品牌生產GORETEX服飾



防水

GORETEX膜層每平方英吋有超過90億個微細孔，這些微細孔細小，水滴無法通過，因此可以達到防水效果。

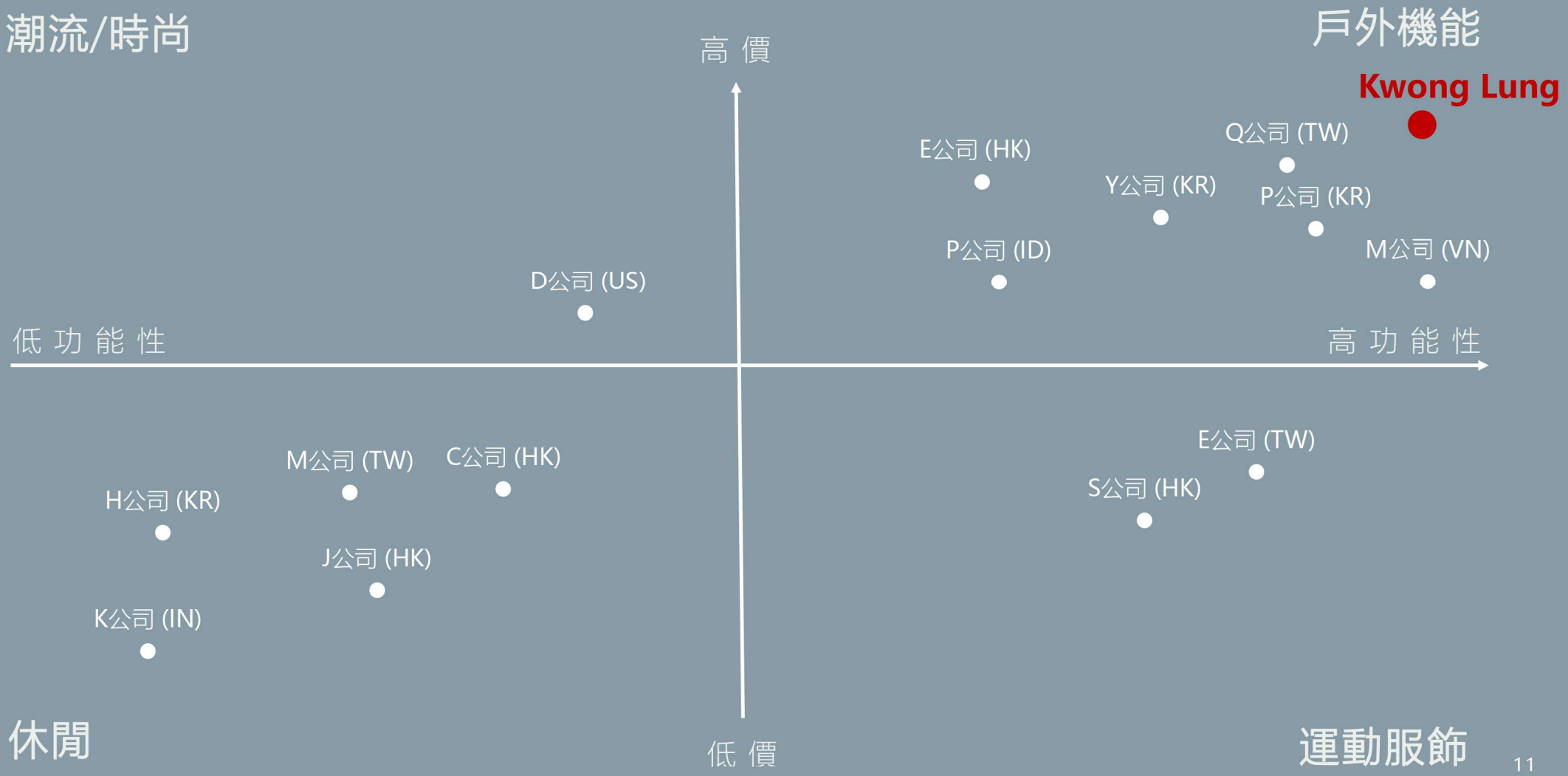
防風

GORETEX薄膜的小孔因極度細小和不規則排列，使冷風不能進入身體，GORETEX外套的保暖程度比一般外套多百分之四十。

透氣

薄膜的小孔比水蒸氣分子大七百倍，使人體汗氣可輕易通過薄膜蒸發，令身體保持乾爽舒適。

光隆在成衣事業上擁有利基市場地位



2022 年冬奧美國單板滑雪隊官方隊服

BY VOLCOM

以頂尖的專利技術和永續性生質材料製造，旨在發揮最佳性能

- Waterproof/Breathability Rating: GORE-TEX Guaranteed to Keep You Dry™
- GORE-TEX 3-Layer C-KNIT™
- V-Science TDS® INFRARED 3-Layer Lining System
- 80/20 RDS Duck Down
- 600+ Fill Power
- Fully Taped Seams
- Drop Tail Fit
- Zip Tech® Jacket to Pant Interface
- Face Tech™
- Recco® Advanced Rescue Technology
- YKK® AquaGuard® Water Repellent Zipper
- Hidden Toggle Cinch Hood
- Peripheral Hood Adjustment
- Goggle Clips
- Super Suede Chin Guard
- Mesh Lined Zippered Vents
- Stretch Adjustable Powder Skirt
- V-Science 2 Way Cuff System
- Insulated Lycra Hand Gaiters
- Tricot Lined Hand Pockets
- Pocket Access Hem Cinch
- Goggle Pocket
- Noise Pocket
- Specialty Ticket Ring
- Whistle Zipper Pull



資料來源: VOLCOM 官網

光隆優異開發能力，支持客戶獲國際大獎肯定

KWONG LUNG

ISPO Award

光隆與品牌客戶合作,協助開發新產品，並支持客戶於ISPO全球設計大獎中屢創佳績



Marmot

派克大衣

MOUNTAIN HARDWEAR

羽絨睡袋

卓越的保暖/重量比，可壓縮、易於攜帶又不影響保暖性及耐用性，是高山活動的可靠裝備





FJÄLL RÄVEN

登山褲



長褲搭配背心，以拉鍊相連，將可保持乾燥、保暖，同時保留自由穿搭的彈性

SPYDER

三合一滑雪褲

資料來源: ISPO

光隆的競爭優勢

相較於其他大型戶外機能服飾製造商，光隆的生產模式可以靈活地接受較小的訂單，同時保持獲利能力不變



	光隆	其他大型戶外機能服飾製造商
生產模式	豐田式 *U型產線*	吊掛式
優勢	產線彈性大 *小批量（1,600-1,800 件）即可有生產效益*	產線彈性小 *需大批量才可有生產效益*
產品	多品項 *羽絨衣、滑雪服、睡袋、貼條外套（主要用於戶外）*	以單一品項為主
目標客戶	專注高端、高性能的戶外品牌	專注於最大的品牌客戶
商業模式	少量多樣，一站購足	單一品項，規模生產

豐田式與吊掛式生產模式差異

KWONG LUNG

豐田式



吊掛式



資料來源: 公司資料、Eton

光隆是歐美當地知名戶外品牌最佳選擇

KWONG LUNG

當地知名品牌下單模式

量多但簡單的款式　量少但複雜的款式

大部分成衣廠





光隆

光隆願意接量少且複雜的訂單，
因此歐美當地品牌商更願意將所
有款式訂單都交由光隆生產

光隆成長策略三部曲

過去



提供一站式服務，擴大產品種類

- 透過專業技術，成為現有歐美滑雪與戶外品牌的核心成衣廠

現在



專精於少量多樣的高階服飾，並建立生產規模

- 吸引快速成長的中小型品牌以及想要發展複雜戶外機能服飾的中大型品牌

未來



透過數位轉型，提升生產效率，實現營收及獲利成長

- 以具規模的生產實力，與對於複雜戶外機能服飾的多年經驗，吸引大型品牌客戶

大型品牌客戶

快速成長的中小型品牌
想發展複雜戶外機能服飾的中大型品牌

現有歐美滑雪與戶外品牌

客戶類型

光隆在智慧工廠中的 AI 應用

價值創造

第一階段:
可視性

- ✓ 即時生產資訊 & 生產報告系統
- ✓ 產品智能運輸，例如：最適包裝、安全運輸、時程掌控…

發生什麼事?

第二階段:
透明性

- ✓ 局部工段自動化
- ✓ 產品生產追蹤系統
- ✓ 產品生產履歷
- ✓ 生產設備異常預警系統
- ✓ 生產大數據分析

為什麼會發生?

第三階段:
預測性

- ✓ 戰情中心
- ✓ 生產設備預知保養
- ✓ 設備耗材壽命預知 & 警示
- ✓ 工廠能源即時監控系統
- ✓ 智慧排程 – AI 學習 & 最適生產

什麼時候會發生?

第四階段:
適應性

- ✓ 智慧工廠
- ✓ 業務接單、訂單生產進度、品質預測系統
- ✓ 工廠生產 & 銷售系統整合
- ✓ 大數據分析 & 生產樣本學習、生產銷售優化
- ✓ 綠能工廠
- ✓ 世界級成衣生產工廠

如何實現自動化回應?

光隆智慧排程生產

Lead in

訂單條件輸入 (Start)

- 產品總類
- 訂單數量
- 交期

邏輯比對

列出該訂單最適生產之生產線

線上排程

邏輯運算 & Auto Tuning

1. 主 / 副料到料時間 / 即時物料庫存
2. 客戶交期
3. 最適生產判斷
4. 各訂單產品種類最適生產線體
5. 各產線線體最適生產產品
6. 產品最佳毛利率

Auto Tuning

模擬 & 預覽

排程最後確認

排程完成 (Save & Upload)

Lead Out

毛利地圖

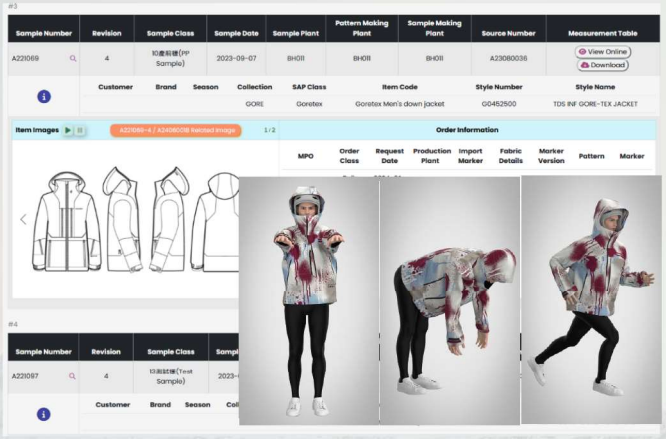
生產力、產品生命週期分析

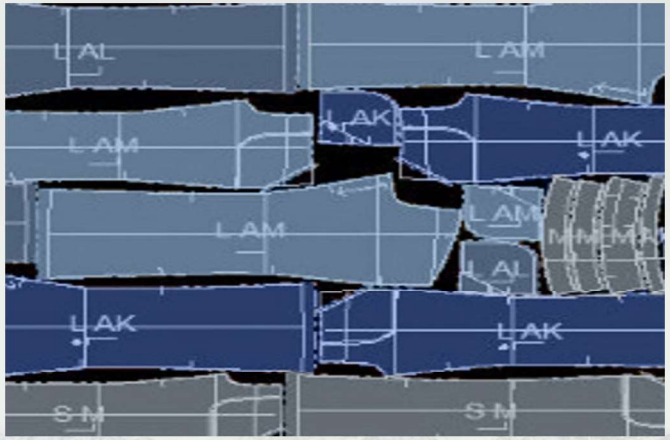
瞭解目前毛利計算方式 → 資料整合、比對 → 關聯性分析 (求得毛利率關鍵影響因子) → 提出改善、優化對策 (針對毛利率關鍵影響因子)

軟體程式開發　信號因子、控制因子、干擾因子　成衣生產力改善計畫

光隆全球馬克中心 (Since 2020 ~)

- 光隆的精神：永無止境的創新







Stage 1：版型資料庫 (2020~)

- 款式開發資料以數位化方式，安全儲存於資料庫
- 快速參考索引，提高打版效率
- 資深版師經驗傳承 & 新人快速學習
- 款式 & 版型幾何特徵研究

Stage 2：排版 (2021~)

- 減少材料損耗、提升排版效率
- 精準採買 & 減少材料庫存
- 改善長久以來，布廠入料幅寬不一，導致頻繁二次排版問題 (藉由雲端平行運算，快速求解)

Stage 3：打版 (2022/Q3 ~)

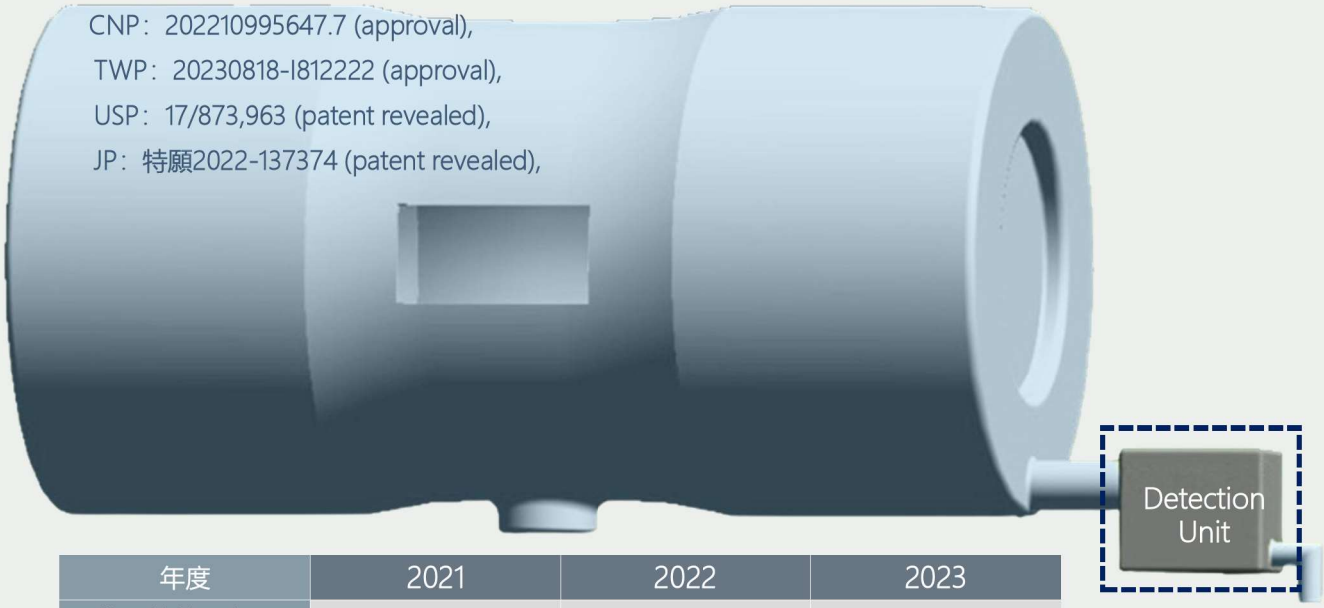
- 導入 3D 打版技術
- 改善反覆修版 & 樣衣製作等無效工時浪費
- 縮短款式開發時間
- 版房開發能量最大化

光隆智慧羽絨洗滌解決方案

- **羽絨損耗改善**：在羽絨清洗過程中量測水質汙濁度，並決定最適水洗次數
- **羽絨水洗品質的均一性**：藉由濁度計智能判斷，達到羽絨品質均一性，減少重工與客訴
- **節能**：藉由水洗排水的水質監控、量測與判斷達到節水、節電之目的，減少能源損耗符合永續經營策略，並減少相關能源費用支出
- **設備磨耗**：藉由水質的監控、透視度量測達到智能判斷效果，藉此判斷結果作為製程結束之依據，避免設備過度磨耗

羽絨水洗監控系統 Patented

CNP：202210995647.7 (approval),
TWP：20230818-I812222 (approval),
USP：17/873,963 (patent revealed),
JP：特願2022-137374 (patent revealed),

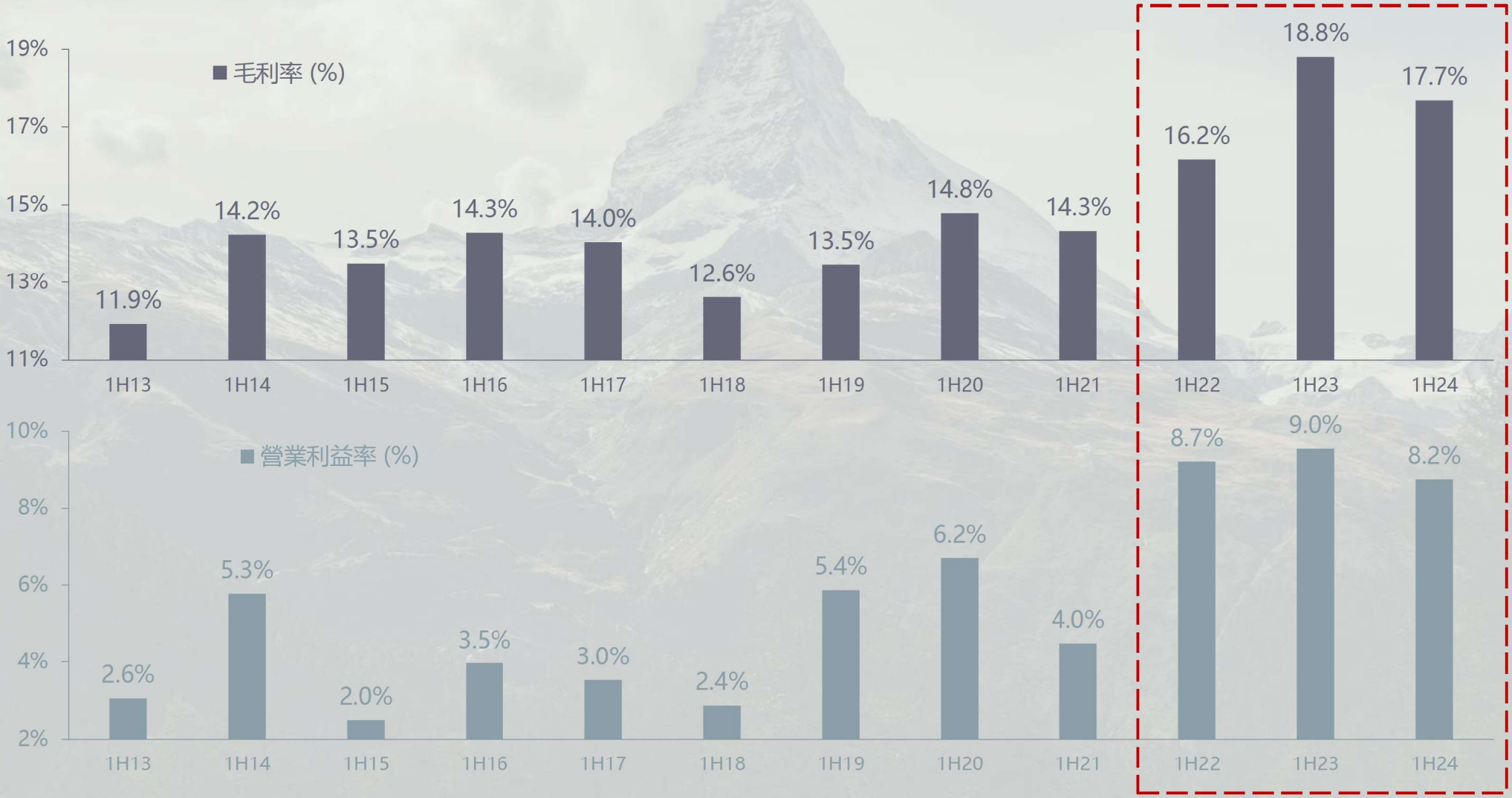


年度	2021	2022	2023
集團總使用水量 單位: 百萬公升 (mL)	1,283.90 mL	1,161.46 mL	683.69 ML

47%

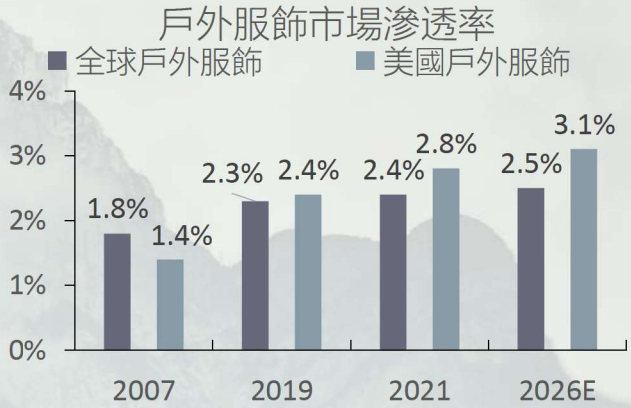


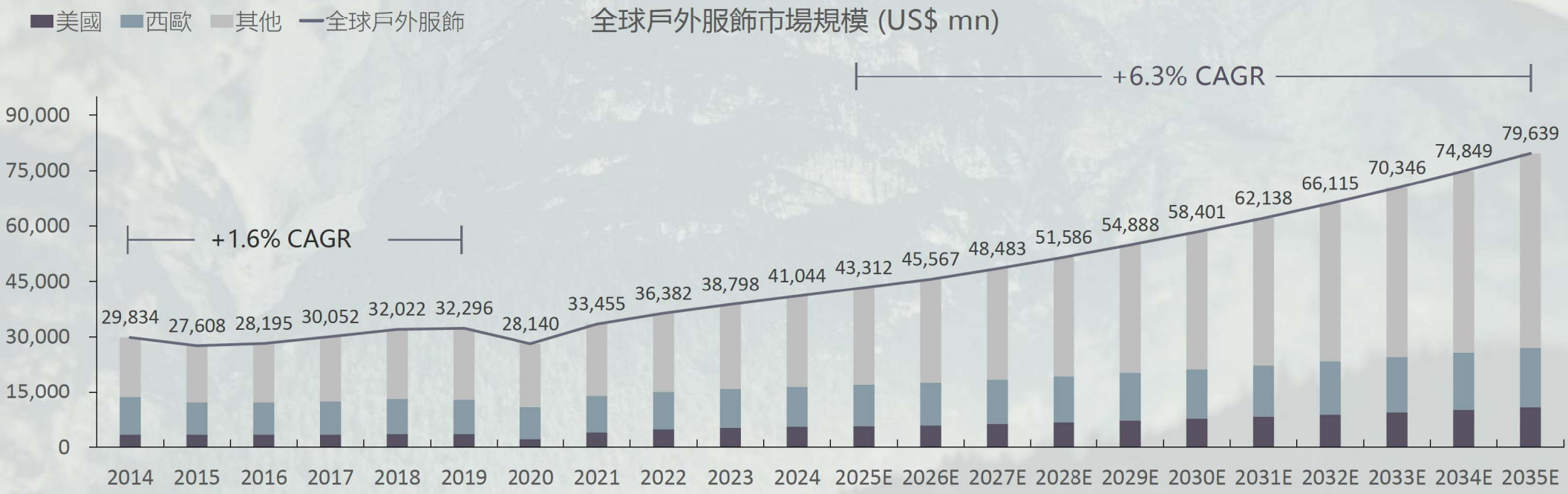
近三年獲利能力漸趨穩定 / 季節性波動降低



戶外服飾是服裝領域的下一個焦點

預測全球戶外服飾市場的 10 年年複合成長率（2025-35 年）為 6.3%，將超過Covid 發生前全球戶外服飾市場過去5年的年複合成長率 1.6%（2014-19年）。





資料來源：Euromonitor, Statista, OIA, 公司資料

光隆是小品牌的最佳選擇

長尾理論適用於戶外機能產業，新進的品牌或是潮牌/精品品牌往往有更高的成長性

全球戶外服飾品牌

2023年市占率 (%)



2024年最佳戶外服裝品牌

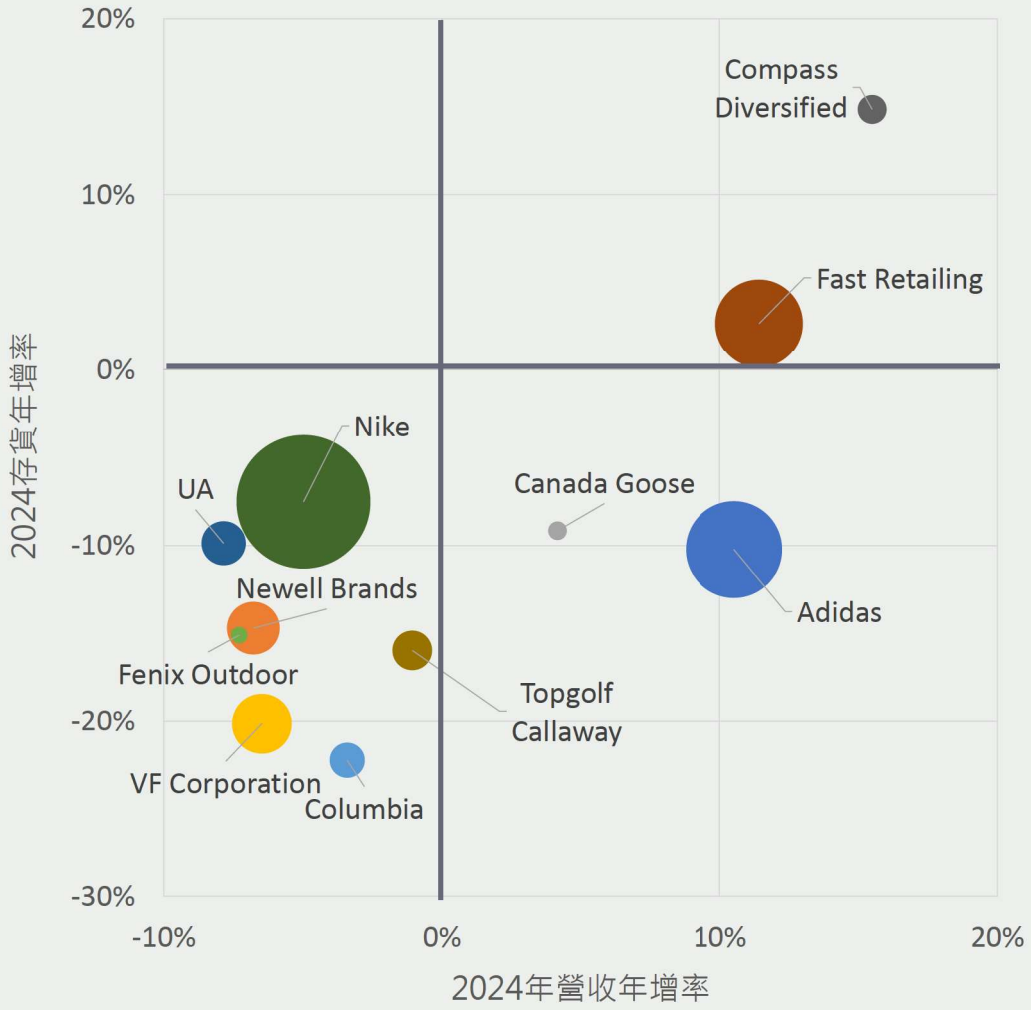
1. Patagonia
2. Arc'teryx
3. **Marmot***
4. **Columbia Sportswear***
5. The North Face
6. REI Co-op
7. Outdoor Research
8. Kuhl
9. Rab
10. prAna
11. **Fjallraven***
12. L.L. Bean
13. Black Diamond Equipment
14. Norrona
15. Cotopaxi
16. Smartwool
17. Helly Hansen
18. **Mountain Hardwear***

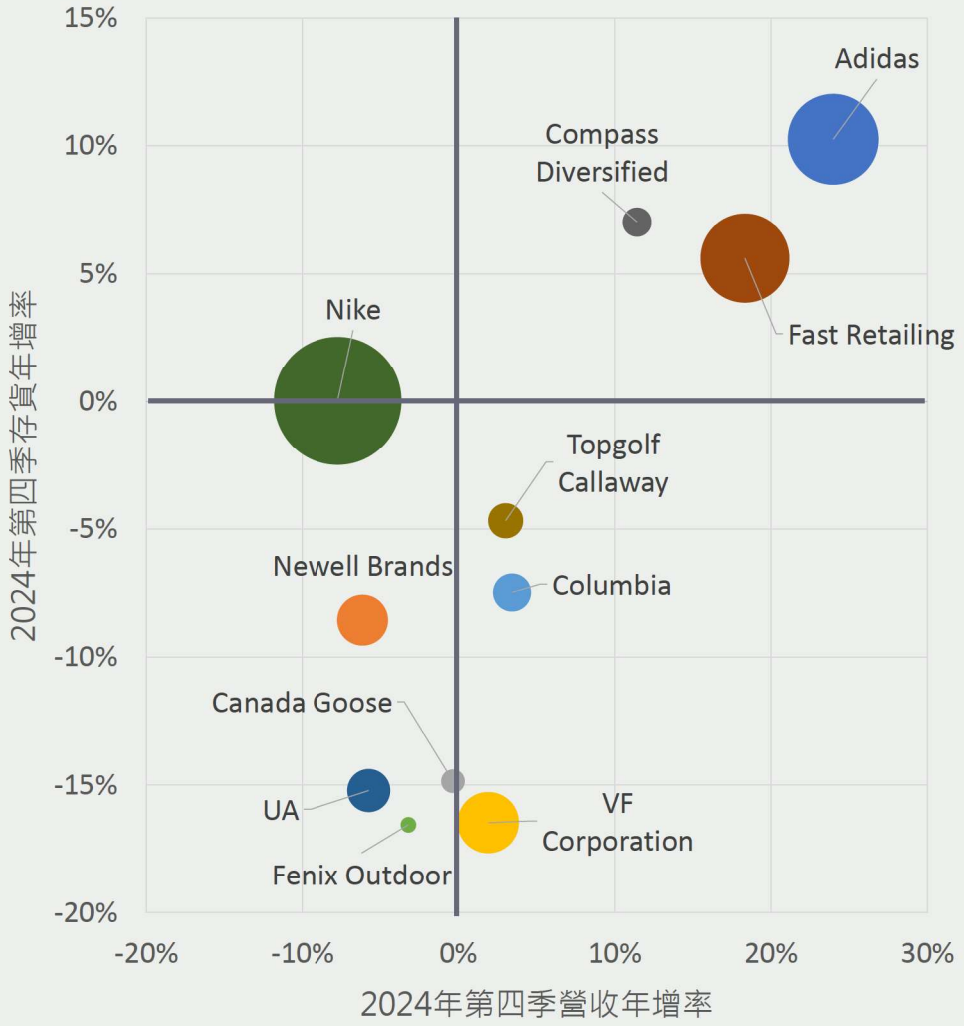
註: *光隆的客戶

資料來源：Euromonitor, Switch Back Travel, 公司資料
註: 深灰代表光隆的客戶

終端品牌庫存去化已告一段落，惟營運復甦程度不一

KWONG LUNG





*圓點大小表示2024年第四季及2024年營收規模

光隆的潛在成長空間巨大

戶外成衣製造市場仍然分散，因此即使光隆的市佔率僅成長 1% ， 也代表光隆現有的成衣營收規模將成長6成以上

光隆在戶外成衣製造的全球市佔率(2024)

2024年全球戶外成衣市場 (US$MN)	41,044
2024年全球戶外成衣製造市場 (US$MN)	9,121
2024年光隆成衣事業營收 (US$MN) (US$1 : NT$32.8)	147.8
光隆2024年全球市佔率 (光隆2023年全球市佔率:1.60%)	1.62%

資料來源：Euromonitor, Statista, OIA, 公司資料

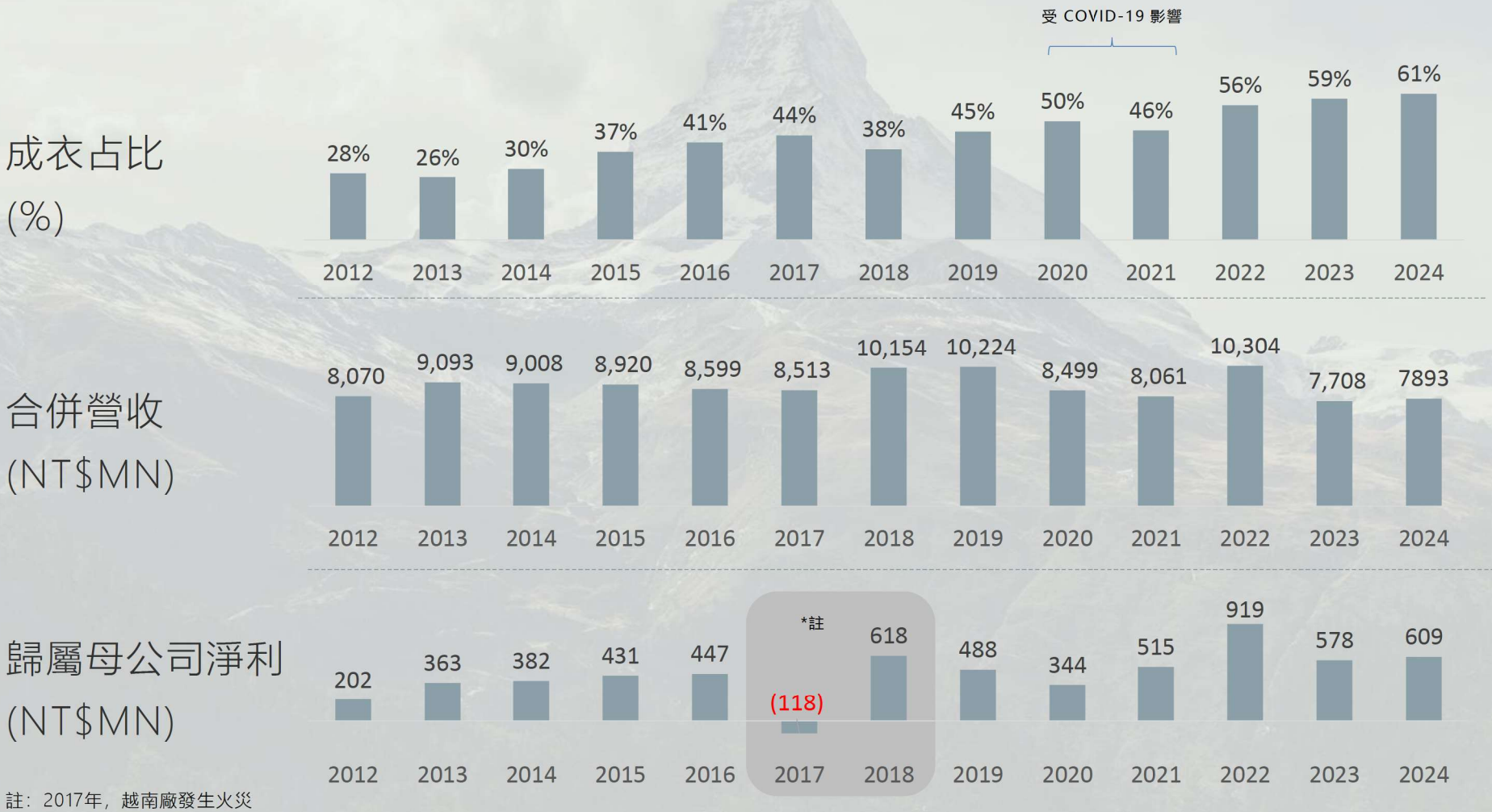
光隆全球市佔率敏感度分析

市佔率 (%)	2.0%	2.5%	3.0%	3.5%	4.0%	4.5%	5.0%
預期的成衣事業營收 (US$MN)	182	228	274	316	365	410	456
光隆的成衣事業營收成長率	23%	54%	85%	116%	147%	178%	208%

註：由2024年市場規模計算

調整營利結構，兼具成長與穩健發展

KWONG LUNG



註：2017年，越南廠發生火災
2018年記有業外一次性保險理賠收入及資產拋售利得，若排除一次性收入，則2019年獲利成長超過50%

持續擴張我們的生產基地來滿足客戶需求





台北總部



中壢研發與物流中心
(研發及零件倉儲)



宜蘭開發中心
(設計中心)



烏蒙廠
(羽絨衣、睡袋)



湄公廠
(羽絨原料及家居紡織)



湄公二廠
(羽絨衣、睡袋)



TGG廠
(大眾運動服, 工作服)



博興廠
(GORETEX, 貼條外套)



泰德廠
(休閒服飾)

越南家紡事業擴產計畫

KWONG LUNG



越南永隆省擴建新廠 — 富華

- 擴增14條家紡產線
- 新增產能：年產能 70,200pcs/條
- 新增產值：
  年產值 194萬美元/條
  全年總產值 2,715萬美元
- 進程 : 2024/6 – 2025/6, 每月新增1-2條



家紡迎來兩大關鍵客戶

KWONG LUNG

歐系家居品牌

- 全球 400+店
- 年營收250+億歐元
- 該客戶在數十年間由一家在地的小型公司，發展為全球知名家居品牌，為各地顧客提供設計精美實用、耐用、可負擔得起的又環保的家具。

客戶開發進度

- ✓ 已完成驗廠以及新供應商登錄。
- ✓ 評估2025年春夏商品專案
- ✓ 已下第一批訂單，並已陸續出貨
- ✓ 持續商談後續商品提案

日系日用品品牌

- 全球 1,000+店
- 年營收5,000+億日圓
- 該客戶為日本知名品牌，亦積極拓展至全球，為顧客提供所有日常生活相關用品，稟持著嚴選素材、捨棄不必要的流程、簡單化包裝的三項堅持。

客戶開發進度

- ✓ 已至工廠進行評估
- ✓ 樣品已被客戶核可
- ✓ 已下第一批訂單，並已陸續出貨
- ☐ 持續商談後續商品提案

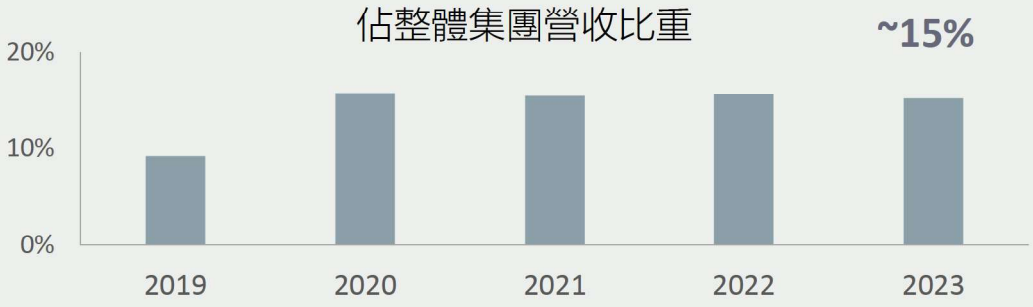
宜得利是光隆在家紡事業的重要客戶

KWONG LUNG

NITORI 宜得利家居

2008-2023年，宜得利貢獻光隆的

銷售額年複合成長率達 **7.4%**











圖片來源：宜得利官網

宜得利的擴張將為光隆挹注成長動能

KWONG LUNG

1973-2002

第1期30年目標

全球100間門市

銷售額1,000億日圓

2003-2032

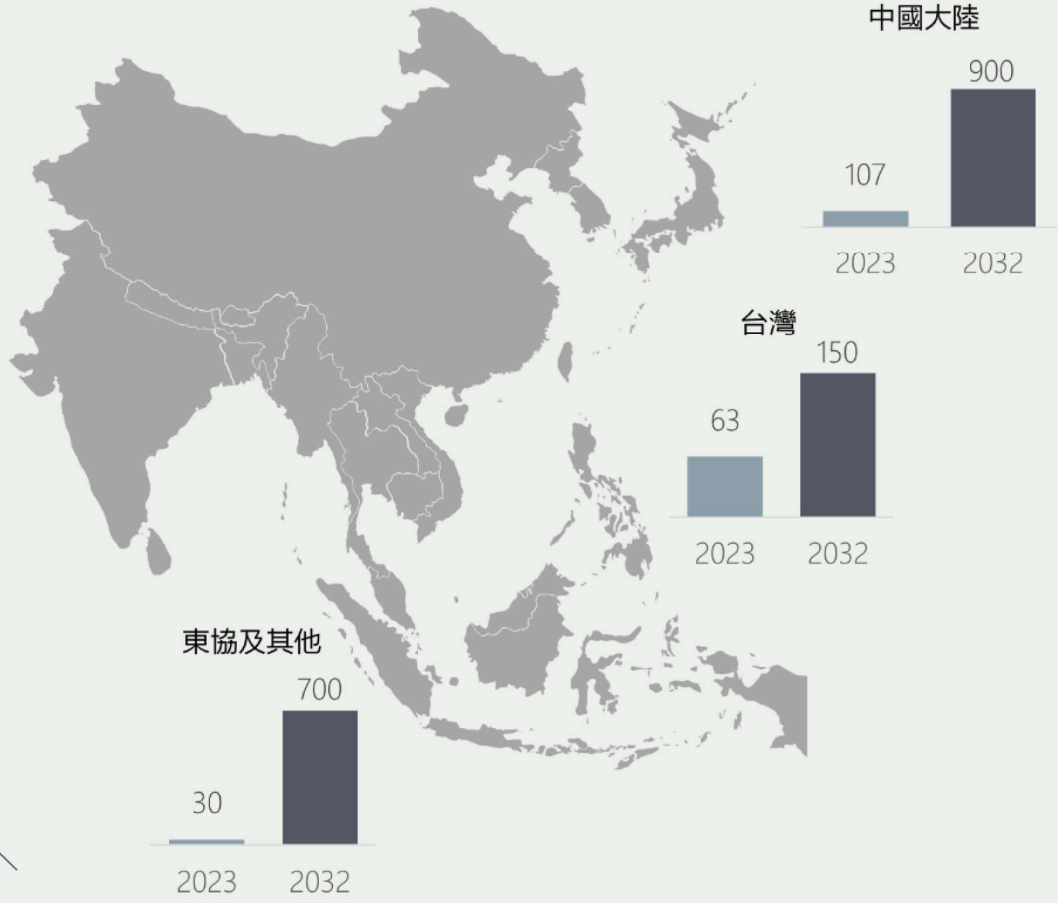
第2期30年目標

全球3,000間門市

銷售額3兆日圓

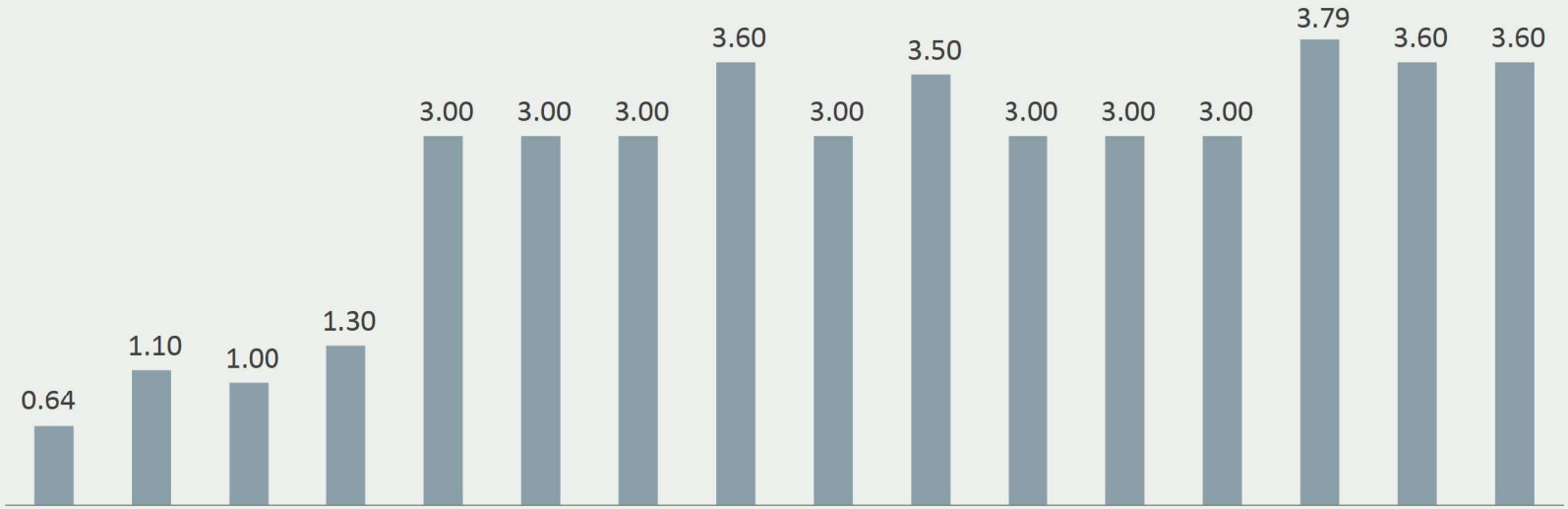
	目標	成果
2012	門市數 300家 銷售額 3,000億	門市數 300家 銷售額 3,487億
2022	門市數 1,000家 銷售額 1兆	門市數 902家 銷售額 9,480億
2032	門市數 3,000家 銷售額 3兆	

宜得利將加速在亞洲地區的門市拓展



資料來源：宜得利

股利發放及資本支出



	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
股利發放率 (%)	43	52	62	58	63	74	73	85	N/A	59	73	132	83	58	92	89
股利殖利率 (%)	4.0	4.7	5.2	3.7	5.5	8.4	6.0	7.8	5.7	7.1	6.8	7.0	6.6	6.9	5.8	6.1
資本支出 (NT$ MN)	236	206	138	81	103	110	312	143	626	265	140	495	305	276	270	357
資本支出占營收比例 (%)	5.3	3.6	1.8	1.0	1.1	1.2	3.5	1.7	7.4	2.6	1.4	5.8	3.8	2.7	3.5	4.5

1. 2009-2023 年現金股利殖利率均使用除息日前一日之市值計算。
2. 2025 年使用光隆 2025 年 3 月 13 日收盤之市值計算。

ESG為營運中不可或缺的部分

集團總碳排放量

總碳排放量（ton CO2e/年）



廢棄物資源再利用

(噸)	廢棄物資源
2019	202.45
2020	136.03
2021註1	597.5
2022註1	480.7
2023註1	401.8

社會參與

- **寒冬送暖，衣起送愛心：**

關懷弱勢族群，幫助長者及弱勢兒少

- **越南區幼兒照護計畫：**

提供越南幼兒中心營養午餐及用品

- **產學合作：**

深耕實習計畫，培養實習生

公司治理

- 2023年公司治理評鑑 TOP 5%
- 2020/3設置公司治理主管
- 2014年起自主發布企業社會責任報告書



員工關懷

- **員工健康關懷：** 2021年辦理年度勞工健康教育與健康服務活動, 台灣區 1梯次, 越南區 2梯次。

集團總用電量

總用電量(百萬焦耳/年)



水資源再利用

集團總廠區用水



綠色生產

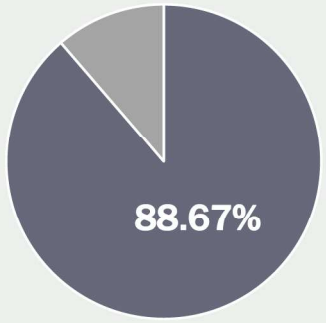
瑞士藍色標章認證 (Bluesign® Standard)
羽絨責任標準認證 (RDS)
能源管理驗證 ISO50001
環保紡織驗證 OEKO-TEX® Standard 100
工廠永續性測量模組 (Higg Index)
全球回收標準驗證 (GRS)

註: 1.涵蓋光隆全集團

碳盤查進度及未來規劃

2022年

範疇一及範疇二碳盤查範圍已覆蓋88.67% 合併營收



台灣據點（總公司、中壢羽絨原料廠以及宜蘭成衣打樣中心）已取得ISO 14064-1第三方認證



2023年

已完成海外各個據點（越南、中國、日本、韓國）的範疇一及範疇二碳盤查。此外，也已啟動**範疇三**溫室氣體盤查。

2024年

光隆全球據點取得ISO 14064-1第三方認證，範圍覆蓋100%合併營收。

光隆取得B型企業認證

KWONG LUNG

什麼是B型企業?

推動認證B型企業（B Corporations®, B Corps™）的是2006年設立於美國賓夕法尼亞州的非營利組織 - B型實驗室(B Lab®)，致力使「人們的商業活動發揮對社會及環境的正面影響力」(people using business as a force for good ™)。

B型企業衡量工具 — 商業影響力評估 (B Impact Assessment, BIA)

環境友善	客戶關係	員工照顧	社區扶植	公司治理
• 能源管理 • 溫室氣體管理 • 水資源管理 • 廢棄物管理	• 產品品質與安全 • 客戶滿意度 • 資安管理	• 薪資與福利 • 職場安全與健康 • 職涯發展 • 參與和滿意度	• 多元、包容與平等 • 在地採購與聘僱 • 社會公益與倡議 • 供應鏈管理	• 企業使命 • 重大議題管理 • 企業倫理 • 資訊揭露
環境 (E)	**社會 (S)**			**治理 (G)**

資料來源: B Lab®

光隆為成衣代工產業的B型企業先驅

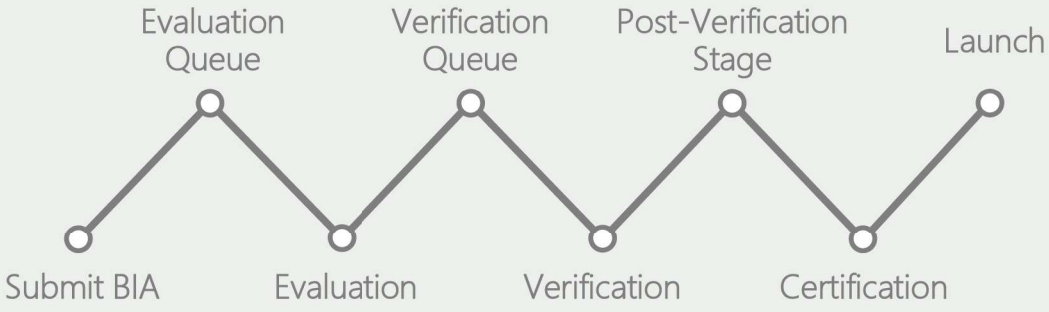
B型企業認證標準嚴格且需經過複雜的申請流程，僅有少數企業通過其認證。

認證難度高

- 目前全球成衣代工產業獲得認證的公司稀少，光隆為同業中少數取得此認證的公司。
- 企業在商業影響力評估(BIA)的中位數約為 50 分，而B型企業認證則要求 80 分。
- 全台灣目前僅有約 50 家 B 型企業。

認證時間長

- 獲得B型企業認證一般需要耗時數月甚至到數年的時間。
- 認證流程複雜



資料來源: B Lab®

成為B型企業使光隆拉近與國際服飾品牌的距離

KWONG LUNG

國際服飾品牌重視永續發展，相繼成為B型企業，擁有相同理念且同樣獲得認證的成衣代工廠，將更有機會打入供應鏈拓展業務機會。

獲得B型企業認證的國際服飾品牌

Kathmandu, patagonia, Obōz FOOTWEAR, BURTON, RIPCU, LE, alpkit, cotopaxi, SAVE THE DUCK, 66° NORTH, JoJo Maman Bébé, Rumpl, Buff, ATHLETA, PAKA, CAMPER, finisterre, berghaus, PICTURE, allbirds, EILEEN FISHER, tentree, GANNI

Patagonia:

*"在我們所做的一切中，打造最好的產品並造成最少的傷害是最終的商業核心……**我們將盡力，並說服其他企業和供應商使用更清潔的能源和更負責任的材料**，這是永無止境的目標，工作永遠沒有完成的時候。"*

Burton:

*"Burton一直代表的不僅是單板滑雪，我們圍繞社區、永續發展和女性平權的價值觀與開拓這項運動一樣是我們的理念……透過**在整個供應鏈中致力於保障勞工權益和安全的工作環境**，我們的目標是確保公開透明、安全和造福所有人。"*

資料來源: B Lab®, Patagonia, Burton

2024年第四季損益表

	4Q24	4Q23	年變化 (%)
營業收入	1,646	1,309	25.7
營業毛利	256	192	33.2
營業毛利率 (%)	**15.5**	**14.7**	**0.9 ppts**
營業費用	(205)	(160)	28.2
營業利益	51	32	58.2
營業淨利率 (%)	**3.1**	**2.5**	**0.6 ppts**
營業外收入及支出	26	(16)	-
本期淨利	74	14	409.3
歸屬於母公司之淨利	75	15	414.2
純益率 (%)	**4.6**	**1.1**	**3.4 ppts**
每股盈餘 (新台幣元)	0.51	0.1	410.0

2024年損益表

	2024	2023	年變化 (%)
營業收入	7,893	7,708	2.4
營業毛利	1,365	1,382	(1.2)
營業毛利率 (%)	**17.3**	**17.9**	**-0.6 ppts**
營業費用	(789)	(785)	0.5
營業利益	577	597	(3.4)
營業淨利率 (%)	**7.3**	**7.7**	**-0.4 ppts**
營業外收入及支出	165	149	10.7
本期淨利	606	577	5.1
歸屬於母公司之淨利	609	578	5.5
純益率 (%)	**7.7**	**7.5**	**+0.2 ppts**
每股盈餘 (新台幣元)	4.04	3.93	2.8

2024年資產負債表

	2024-12-31		2023-12-31	
	金額	%	金額	%
現金及約當現金	629	6.1	923	11.6
應收帳款＆應收票據	803	7.8	566	7.1
存貨	2,449	23.8	1,579	19.8
不動產、廠房及設備	2,307	22.5	1,831	23.0
資產總額	**10,276**	**100.0**	**7,978**	**100.0**
流動負債	3,348	32.6	1,723	21.6
長短期計息負債	2,319	22.6	1,034	13.0
負債總額	**4,304**	**41.9**	**2,378**	**29.8**
股東權益總額	**5,972**	**58.1**	**5,601**	**70.2**
重要財務比率				
應收帳款收現天數(天)	32		36	
存貨周轉天數(天)	113		105	
應付帳款付款天數(天)	47		43	
淨營業週期(天)	97		99	
淨負債/股東權益(%)	28.3		2.0	
負債比(%)	41.9		29.8	

2024年現金流量表

	2024	2023
期初現金	**923**	**1,530**
營運活動之現金流量	106	1,258
資本支出	(357)	(270)
投資與其他	(542)	(817)
籌資活動現金流量	388	(746)
匯率變動對現金及約當現金之影響	111	(32)
期末現金	**629**	**923**

損益表

NT$mn	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
營業收入	8,513	10,154	10,224	8,499	8,061	10,304	7,708	7,893
營業毛利	1,237	1,352	1,427	1,172	989	1,763	1,382	1,365
營業費用	(879)	(1,003)	(843)	(791)	(801)	(809)	(785)	-789
營業利益	357	349	585	380	188	954	597	577
營業外收入及支出	(408)	379	26	37	423	177	149	165
稅前淨利	(51)	728	611	417	611	1,131	746	742
所得稅費用	(59)	(96)	(112)	(103)	(121)	(214)	(169)	-135
淨利歸屬於母公司業主	(118)	618	488	344	515	919	578	609
基本每股盈餘 (NT$)	(1.1)	5.7	4.1	2.3	3.6	6.5	3.9	4.0
主要財務比率(%)								
毛利率	14.5	13.3	14.0	13.8	12.3	17.1	17.9	17.3
營業費用率	10.3	9.9	8.2	9.3	9.9	7.9	10.2	10.0
營業利益率	4.2	3.4	5.7	4.5	2.3	9.3	7.7	7.3
稅率	-	13.2	18.4	24.7	19.9	18.9	22.7	18.3
淨利率	(1.4)	6.1	4.8	4.1	6.4	8.9	7.5	7.7
YoY 成長 (%)								
營業收入	(1.0)	19.3	0.7	(16.9)	(5.2)	27.8	(25.2)	2.4
營業毛利	(10.7)	9.3	5.6	(17.9)	(15.6)	78.3	(21.6)	-1.2
營業利益	(28.4)	(2.2)	67.3	(34.9)	(50.6)	407.7	(37.4)	-3.4
淨利歸屬於母公司業主	(126.5)	-	(21.1)	(29.4)	49.6	78.4	(37.1)	5.5
基本每股盈餘	(126.3)	-	(28.6)	(44.4)	57.0	82.7	(39.9)	2.8

1. 2017 年，越南廠發生火災事故。 2019年淨利下降主要係因2018年有一次性火災賠償款及資產拋售利得等一次性業外收入挹注共NT$3.1億元所致，若排除一次性收入則2019年淨利增長超過50%
2. 2020-2021 年，受到 COVID-19 的影響。
3. 2022年, 成衣部門營收成長57.3%, 占比過半；羽絨部門毛利率由5%上揚至13%, 營益額由虧轉盈；業外有匯兌利益1.3億,(2021 年則有處分股權與不動產入帳, 計有5億元)

資產負債表

KWONG LUNG

NT$mn	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
資產總額	6,615	7,031	7,571	7,512	8,294	8,567	7,978	10,276
現金及約當現金	510	794	881	1,070	1,311	1,530	923	629
應收帳款＆應收票據	1,033	1,048	858	924	957	978	566	803
存貨	2,251	2,619	2,373	1,725	2,396	2,118	1,579	2,449
不動產、廠房及設備	1,589	1,574	1,505	1,877	1,557	1,632	1,831	2,307
負債總額	3,758	2,931	2,479	2,575	3,312	2,995	2,378	4,304
應付帳款＆應付票據	798	788	548	693	847	850	644	1,050
權益總計	2,857	4,100	5,092	4,938	4,982	5,572	5,601	5,972
YoY 成長 (%)								
資產總額	6.5	6.3	7.7	(0.8)	10.4	3.3	(6.9)	28.8
現金及約當現金	(36.1)	55.8	11.0	21.4	22.5	16.7	(39.7)	(31.8)
應收帳款＆應收票據	8.6	1.4	(18.2)	7.8	3.5	2.2	(42.2)	42.0
存貨	0.1	16.3	(9.4)	(27.3)	38.9	(11.6)	(25.4)	55.0
不動產、廠房及設備	26.7	(1.0)	(4.3)	24.7	(17.0)	4.8	12.2	26.0
負債總額	38.9	(22.0)	(15.4)	3.9	28.6	(9.6)	(20.6)	81.0
應付帳款＆應付票據	37.0	(1.3)	(30.5)	26.6	22.2	0.3	(24.2)	63.0
權益總計	(18.5)	43.5	24.2	(3.0)	0.9	11.8	0.5	6.6
主要財務比率 (%)								
應收帳款天數	42	37	34	38	42	34	36	32
存貨週轉天數	111	100	102	101	105	95	105	113
應付帳款週轉天數	34	32	27	30	39	36	43	47
現金循環週期	119	104	108	108	108	93	99	97
權益報酬率 (%)	(3.7)	18.0	10.7	6.9	10.4	17.5	10.3	10.2
資產報酬率 (%)	(1.8)	9.1	6.7	4.6	6.5	10.9	7.0	5.9
淨負債(現金)/股東權益(%)	64.3	14.4	6.7	1.9	8.2	(4.9)	2.0	28.3
負債比(%)	56.8	41.7	32.7	34.3	39.9	35.0	29.8	41.9



聯繫窗口

徐立亭女士，光隆策略長

李宗恆先生，光隆發言人

電子郵件

kl.888@klf-group.com

電話號碼

02-2709-2550 #10310

建案預計交屋進度

KWONG LUNG

建案	戶數	交屋	總銷金額	2025-Q2	2025-Q3	2025-Q4	2026-Q1	2026-Q2
華山	12	2025-7月	487,210,000	-	136,418,800	141,290,900	131,546,700	77,953,600
青喆	83	2025-06月	678,370,000	40,702,200	339,185,000	298,482,800	-	-
台中	20	2025-08月	767,520,000	-	99,777,600	314,683,200	214,905,600	138,153,600
合計			1,933,100,000	40,702,200	575,381,400	754,456,900	346,452,300	216,107,200