



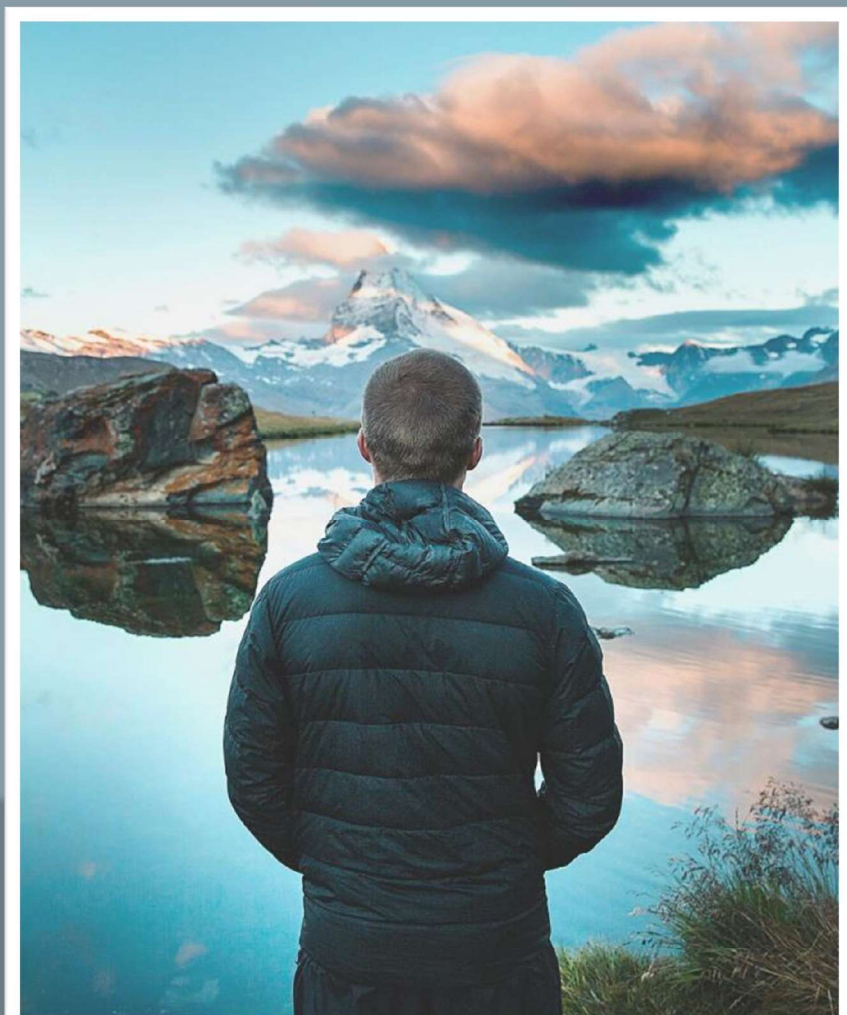
光隆實業股份有限公司
(8916 TT/TW)

公司簡報

2023 八月

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

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%

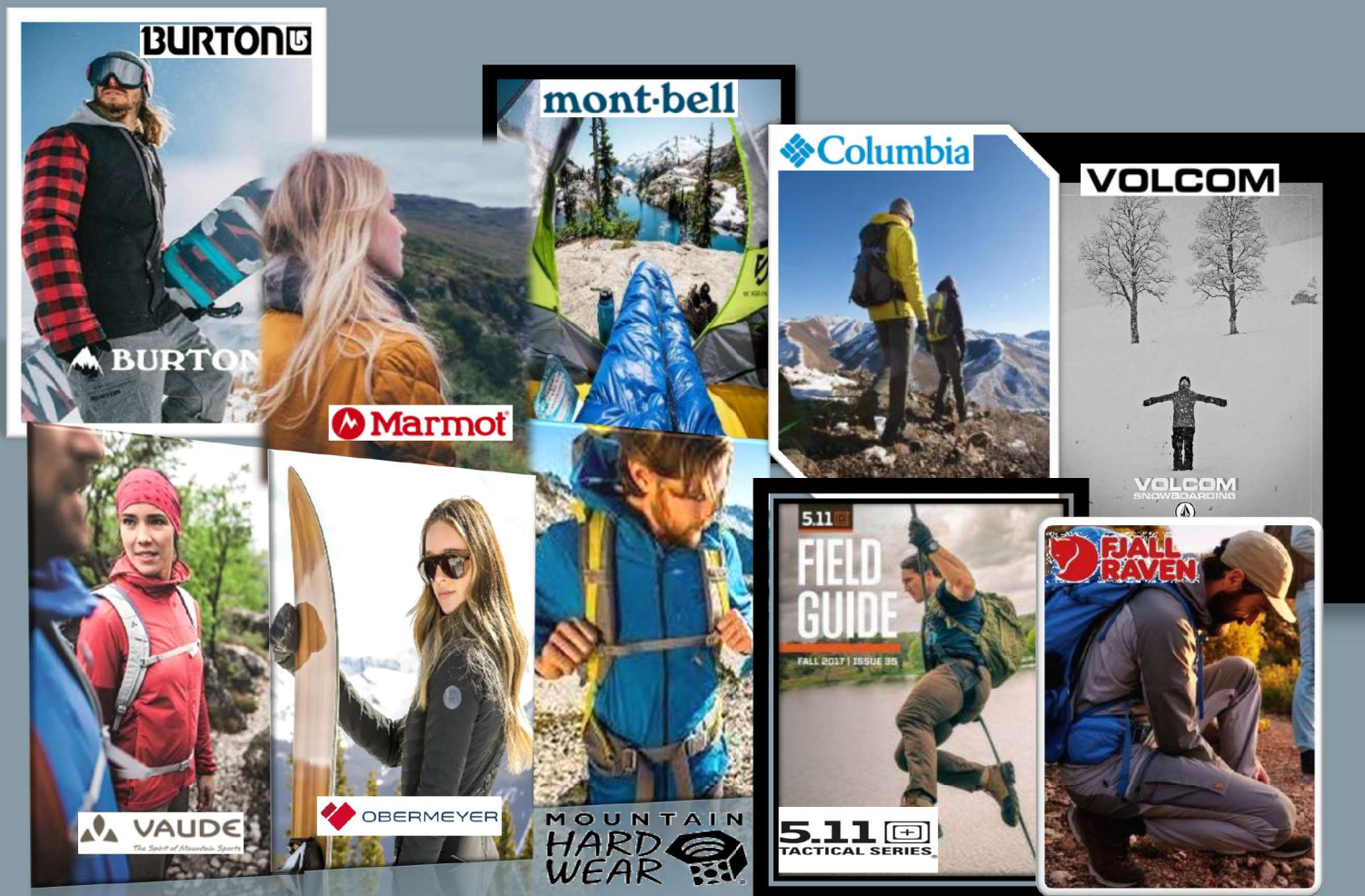
2022 - 未來

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

光隆的客戶

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



開發中新產品

極地

-30°C 以下
-25°F 以下

保暖

-15°C / -25°C
5°F / -15°F

基本款

-10°C / -20°C
15°F / -5°F

機能

0°C / -15°C
30°F / 5°F

輕薄

5°C / -5°C
40°F / 25°F

成衣佔1H23 — 合併營收：65%；營業利益：83%

成衣毛利率：17% ~ 21%

其他類別

羽絨原料

家居紡織品



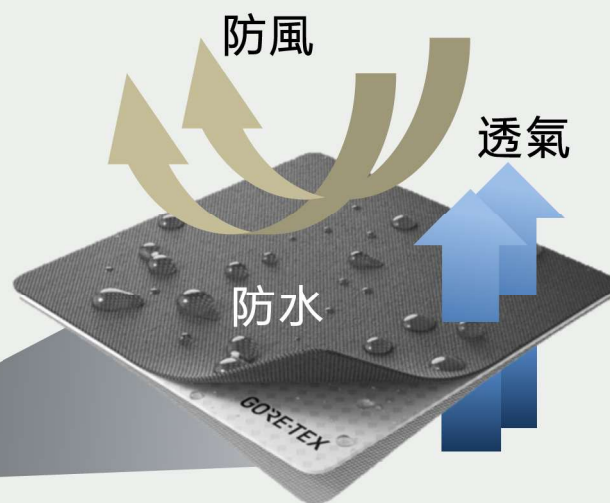
其它業務

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

羽絨及家居毛利率：
10% ~ 15%

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。

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

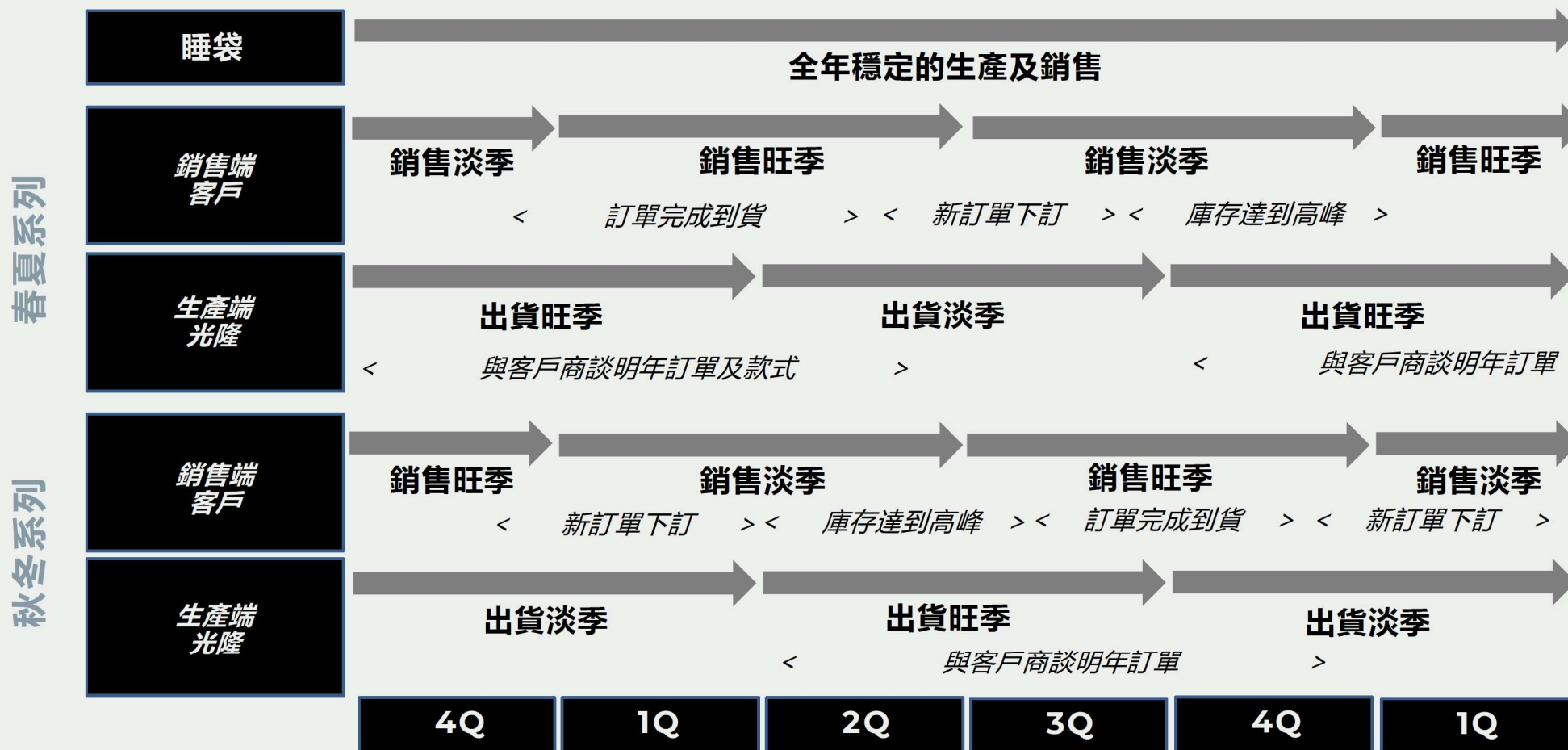
- Waterproof/Breathability Rating: GORE-TEX Guaranteed to Keep You Dry™
- GORE-TEX 3-Layer C-KNIT™
- V-Science TDS® INFRARED 3-Layer Lining System
- 80/20 RDS Duck Down
- 600+ Fill Power
- Fully Taped Seams
- Drop Tail Fit
- Zip Tech® Jacket to Pant Interface
- Face Tech™
- Recco® Advanced Rescue Technology
- 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

各產品的季節性相輔相成

光隆持續發展春夏系列產品以及來自南半球的新客戶減輕了過去受到季節性影響的因素



光隆在成衣事業上擁有利基市場地位

潮流/時尚

戶外機能

高價

Kwong Lung

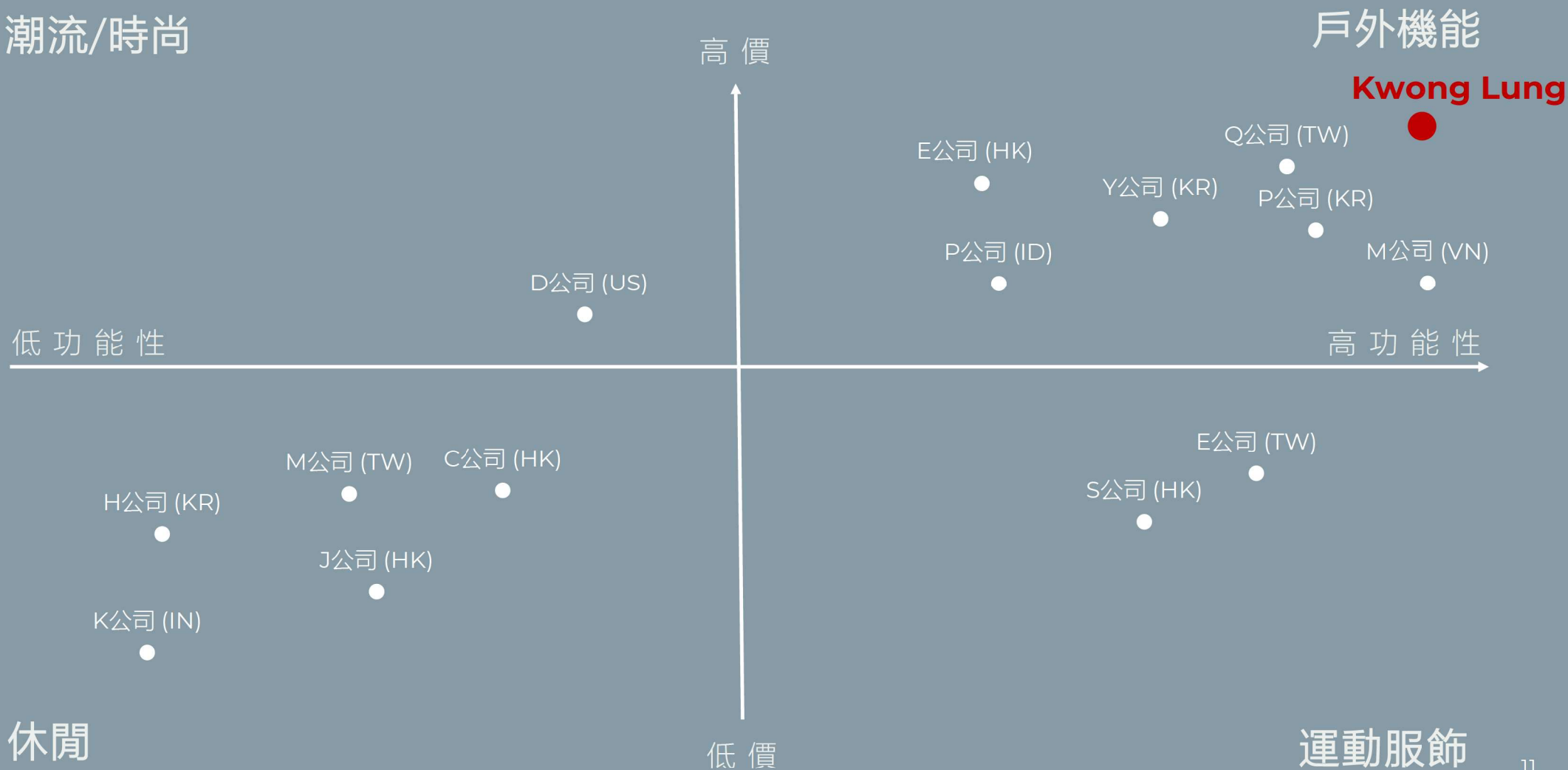
低功能性

高功能性

休閒

低價

運動服飾



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



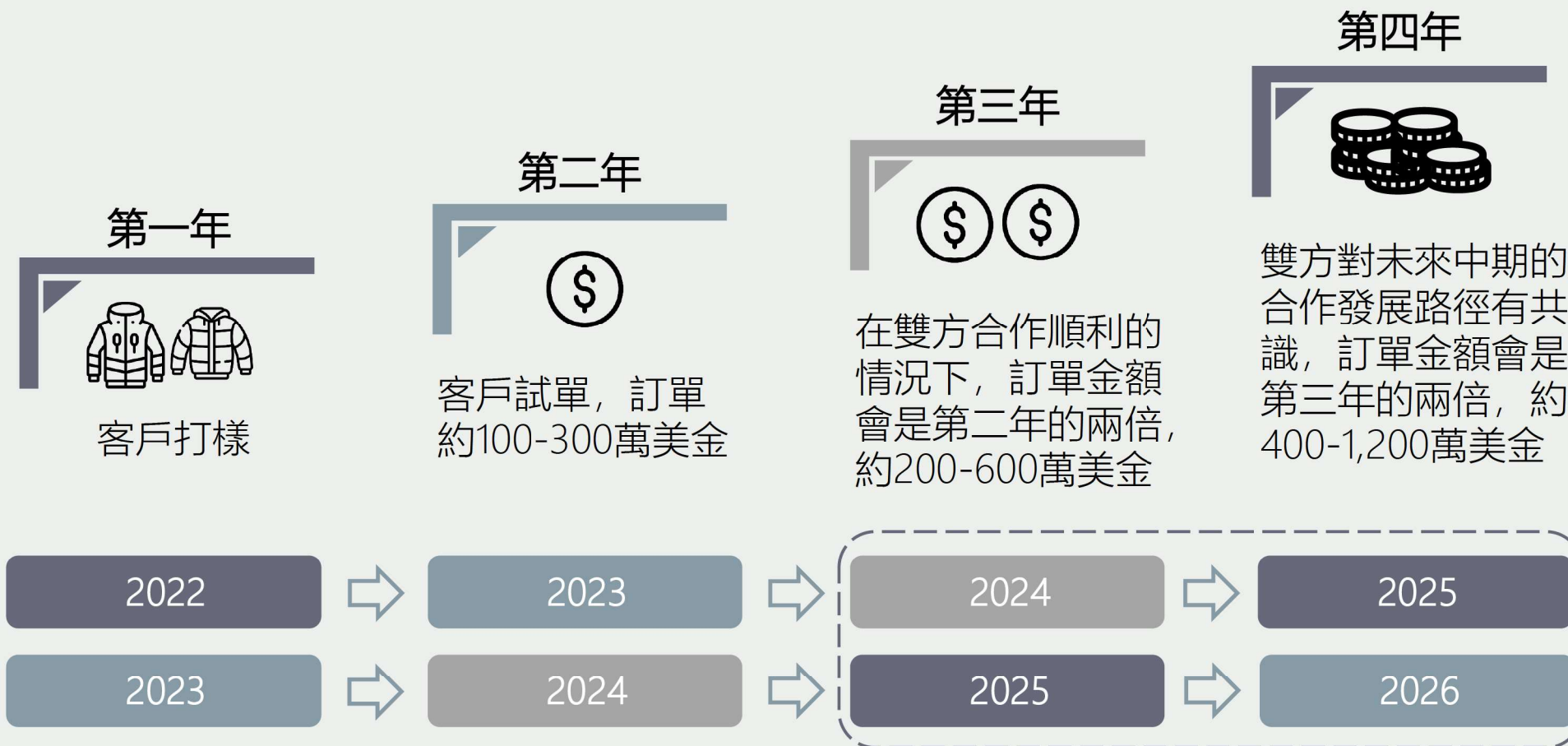
| | 光隆 | 其他大型戶外機能服飾製造商 |
|-------------|-----------------------------------------|----------------------|
| 生產模式 | 豐田式 U型產線 | 吊掛式 |
| 優勢 | 產線彈性大 小批量 (1,600-1,800 件) 即可有生產效益 | 產線彈性小 需大批量才可有生產效益 |
| 產品 | 多品項 羽絨衣、滑雪服、睡袋、 貼條外套 (主要用於戶外) | 以單一品項為主 |
| 目標客戶 | 專注高端、高性能的戶外品牌 | 專注於最大的品牌客戶 |
| 商業模式 | 少量多樣，一站購足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

光隆是歐美當地知名戶外品牌最佳選擇



中小型戶外高端品牌規劃下單模式

持續依循進度規劃開發新的中小型戶外高端品牌客戶



*新客戶貢獻在2024年後會更加顯著

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

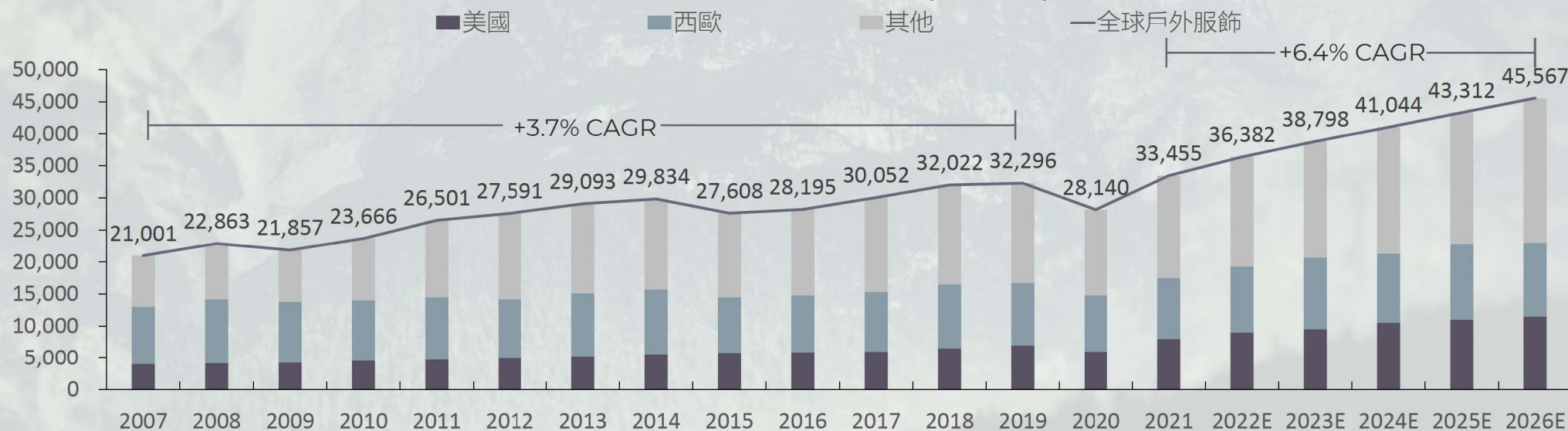
客戶類型

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 5 年年複合成長率 (2021-26 年) 為 6.4%，將超過 Covid 發生前全球戶外服飾市場過去 12 年的年複合成長率 3.7% (2007-19年)。



全球戶外服飾市場規模 (US\$ mn)



資料來源：Euromonitor

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

2021年市占率 (%)



2022年最佳戶外服裝品牌

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

註: *光隆的客戶

光隆的潛在市場

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

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近5成

光隆在戶外成衣製造的全球市佔率(2022)

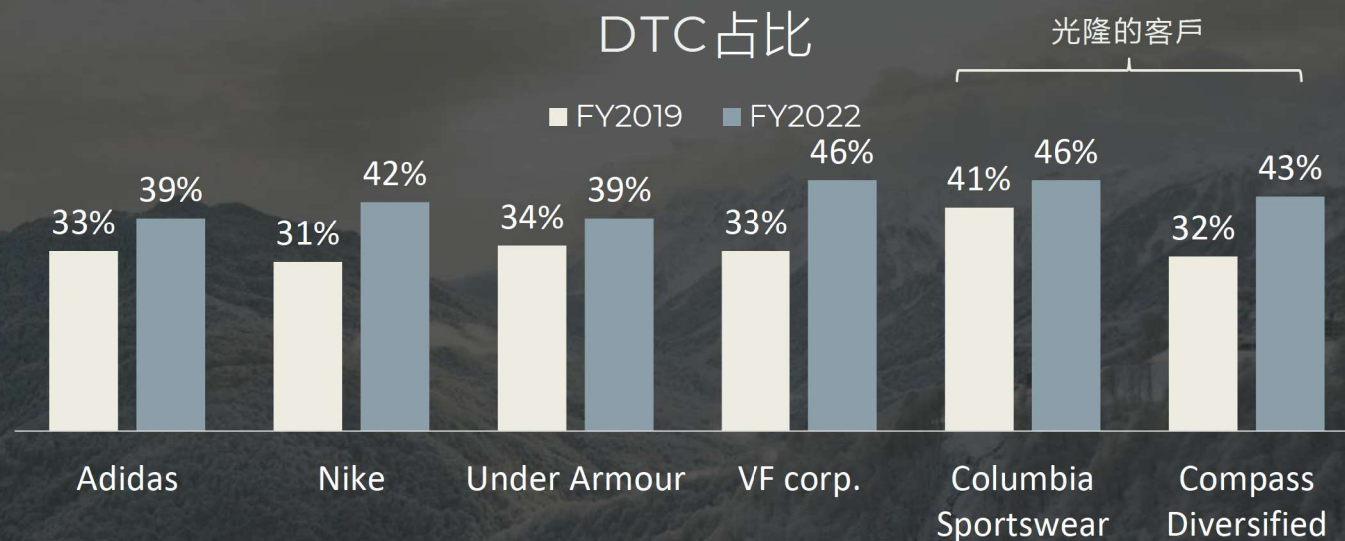
| | |
|----------------------------------------------|--------|
| 2022E全球戶外成衣市場 (US\$MN) | 36,382 |
| 2022E全球戶外成衣製造市場 (US\$MN) | 8,085 |
| 2022光隆成衣事業營收 (US\$MN) (US\$1 : NT\$30) | 193 |
| 光隆2022年全球市佔率 (光隆2021年全球市佔率:1.7%) | 2.4% |

光隆全球市佔率敏感度分析

| | | | | | | | |
|-------------------------------|-----|------|-----|------|------|------|------|
| 市佔率 (%) | 3% | 3.5% | 4% | 4.5% | 5% | 5.5% | 6% |
| 預期的成衣 事業 營收 (US\$MN) | 243 | 283 | 323 | 364 | 404 | 445 | 485 |
| 光隆的成衣 事業營收成 長率 | 25% | 46% | 67% | 88% | 109% | 130% | 151% |

DTC 為品牌商發展趨勢，光隆的生產技術將受惠

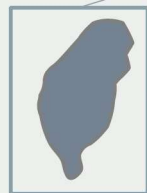
隨著品牌繼續提供差異化產品，DTC 在過去幾年中，已成為服裝品牌的主要成長動能



DTC 趨勢對光隆的影響



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)

年產能: ~600萬件



博興廠
(GORETEX, 貼條外套)



泰德廠
(休閒服飾)

下一站:

印尼

啟動越南及印尼擴產計畫

印尼中爪哇省合資擴建新廠

- 合資方為印尼當地成衣同業，他們過去產能主要被一家Tier 1客戶包廠，這次將與光隆一起興建一家新廠。
- 新廠將主要服務Tier 1客戶，結合光隆的高階技術及他們的生產效率。
- 分為四期程開發
- 總產線規模可達38條
- 第一期新建6-10條產線，年產值約600-1,200萬美金，最快2023年第四季投產

越南永隆省擴建新廠

- 擴增10條成衣產線
- 預計2023年第四季投產



東南亞生產基地具備業務擴張的絕佳機會

品牌商持續外移中國 東南亞受惠

- 為避免地緣政治帶來的風險，越來越多的品牌商傾向選擇中國以外的代工生產基地
- 光隆在印尼及越南的佈局可滿足品牌商將大量產能移轉到東南亞的需求

光隆持續向南半球拓展業務

- 透過向南半球擴張緩解季節性影響，東南亞的地理位置具備優勢，使南半球品牌及通路商的需求有就近的生產基地/產能可以供應

以科技思維持續帶動營業利益率成長

研發端



全球馬克中心

- 為光隆特有的打樣雲端資料庫，透過將有數十年經驗師傅之打版工藝數位化，即使是較未具經驗的打版師也能夠快速進行打樣及再造。



生產端

全面生產革新(TPI)

- 拆分工作流程並進行簡化，並透過即時監控提升生產效率。

智慧生產計畫

- 導入製造執行系統，達到生產自動化、產品追溯、訂單預測及精準排程，最終實現人工智能生產。

接單採購端



機器人流程自動化(RPA)

- 協助業務及採購人員能夠快速處理大量訂單資料，降低營運成本並提升工作效率。

電子資料交換(EDI)

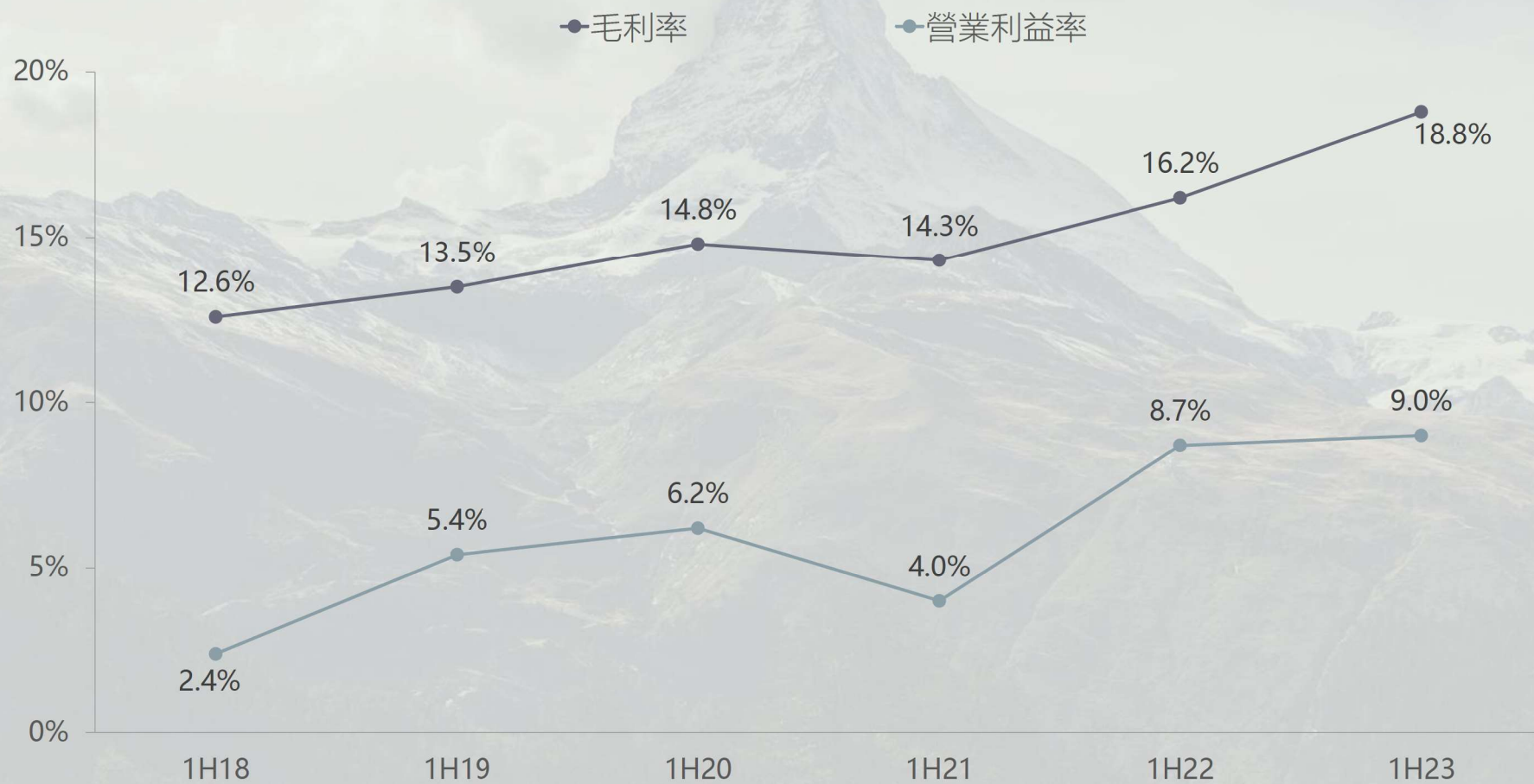
- 透過與客戶資訊串流，能縮短接單時間，並即刻因應客戶的需求。



Our Clients

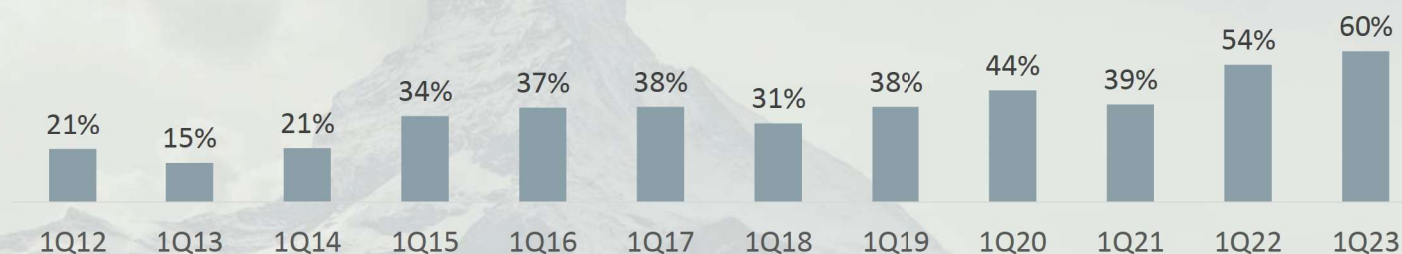


營運效率提高不斷推升集團獲利能力

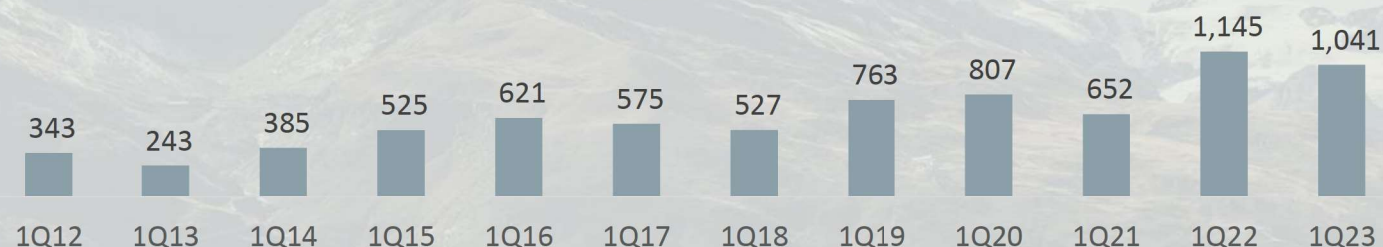


隨著戶外機能產品占比提升，過去受到產品季節性影響已大幅改善

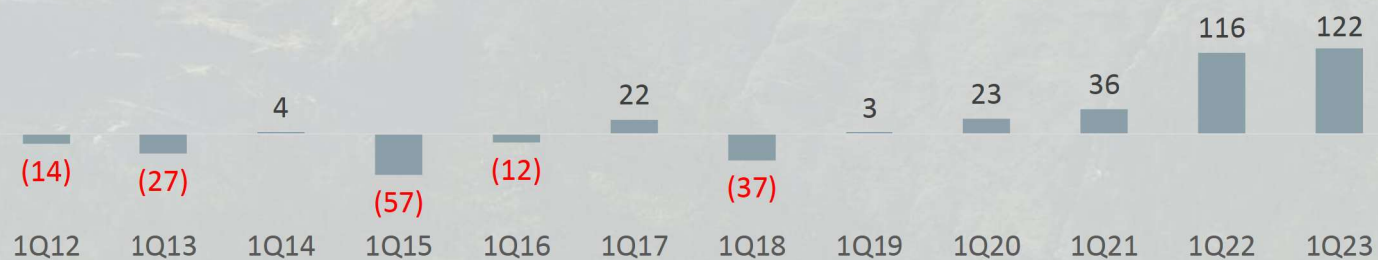
成衣占比
(%)



成衣營收
(NT\$MN)



營業淨利
(NT\$MN)



成衣占比的提升推動集團獲利成長



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%

股利發放及資本支出



股利發放率 (%)

43 52 62 58 63 74 73 85 N/A 59 73 132 83 58

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

資本支出 (NT\$ MN)

236 206 138 81 103 110 312 143 626 265 140 495 305 276

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

*現金股利殖利率均使用除息日前一日之市值計算。

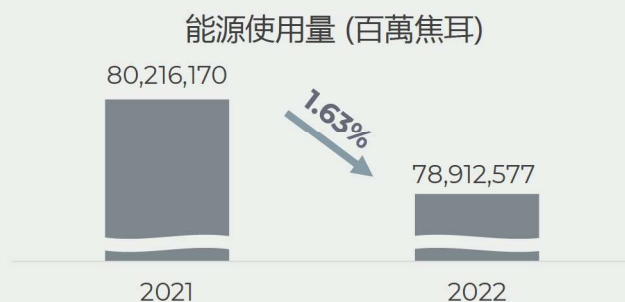
ESG為營運中不可或缺的部分

循環經濟&永續時尚

成衣、家紡、羽絨原料事業部全面取得全球回收標準認證(GRS)。



能源及溫室氣體管理



水資源管理

2022年中國據點的製程耗水量降低至0。

目標廢水回收使用比率每年達**50%**以上。

綠色產品

積極開發具備資源使用效率的綠色產品：

無氟撥水羽絨的烘乾速度為一般羽絨之兩倍，**減少能源消耗**。

抗菌羽絨能夠防止羽絨變質，降低汰換率，**減少紡織廢棄物的產生**。

公司治理

2023年證交所公司治理評鑑**前5%**

獨立董事佔比：**50%**

女性董事佔比：**25%**

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)

2023年第二季損益表

| | 2Q23 | 2Q22 | 年變化 (%) |
|------------------|-------------|-------------|-----------------|
| 營業收入 | 2,468 | 2,832 | (12.9) |
| 營業毛利 | 496 | 519 | (4.3) |
| 營業毛利率 (%) | 20.1 | 18.3 | +1.8 pts |
| 營業費用 | (238) | (205) | 16.2 |
| 營業利益 | 259 | 314 | (17.7) |
| 營業淨利率 (%) | 10.5 | 11.1 | -0.6 pts |
| 營業外收入及支出 | 84 | 52 | 61.5 |
| 本期淨利 | 254 | 294 | (13.5) |
| 歸屬於母公司之淨利 | 254 | 294 | (13.6) |
| 純益率 (%) | 10.3 | 10.4 | -0.1 pts |
| 每股盈餘 (新台幣元) | 1.9 | 1.9 | (1.1) |

2023年上半年損益表

| | 1H23 | 1H22 | 年變化 (%) |
|------------------|-------------|-------------|-----------------|
| 營業收入 | 4,214 | 4,942 | (14.7) |
| 營業毛利 | 792 | 799 | (0.8) |
| 營業毛利率 (%) | 18.8 | 16.2 | +2.6 pts |
| 營業費用 | (411) | (369) | 11.6 |
| 營業利益 | 381 | 430 | (11.4) |
| 營業淨利率 (%) | 9.0 | 8.7 | +0.3 pts |
| 營業外收入及支出 | 84 | 109 | (22.9) |
| 本期淨利 | 349 | 440 | (20.5) |
| 歸屬於母公司之淨利 | 350 | 440 | (20.5) |
| 純益率 (%) | 8.3 | 8.9 | -0.6 pts |
| 每股盈餘 (新台幣元) | 2.4 | 3.0 | (19.7) |

2023年第二季資產負債表

| | 2023-6-30 | | 2022-6-30 | |
|---------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | 金額 | % | 金額 | % |
| 現金及約當現金 | 880 | 9.7 | 1,296 | 14.6 |
| 應收帳款 & 應收票據 | 1,359 | 15.0 | 1,390 | 15.7 |
| 存貨 | 2,019 | 22.2 | 2,494 | 28.1 |
| 不動產、廠房及設備 | 1,699 | 18.7 | 1,586 | 17.9 |
| 資產總額 | 9,079 | 100.0 | 8,875 | 100.0 |
| 流動負債 | 3,012 | 33.2 | 3,569 | 40.2 |
| 長短期計息負債 | 1,759 | 19.4 | 1,637 | 18.4 |
| 負債總額 | 3,633 | 40.0 | 3,872 | 43.6 |
| 股東權益總額 | 5,446 | 60.0 | 5,002 | 56.4 |
| 重要財務比率 | | | | |
| 應收帳款收現天數(天) | 50 | | 43 | |
| 存貨周轉天數(天) | 109 | | 106 | |
| 應付帳款付款天數(天) | 38 | | 40 | |
| 淨營業週期(天) | 120 | | 109 | |
| 淨負債/股東權益(%) | 16.1 | | 6.8 | |
| 負債比(%) | 40.0 | | 43.6 | |

2023年上半年現金流量表

| | 1H23 | 1H22 |
|-----------------|-------|-------|
| 期初現金 | 1,530 | 1,311 |
| 營運活動之現金流量 | (437) | (73) |
| 資本支出 | (102) | (75) |
| 投資與其他 | (711) | 159 |
| 籌資活動現金流量 | 568 | (134) |
| 匯率變動對現金及約當現金之影響 | 32 | 107 |
| 期末現金 | 880 | 1,296 |

損益表

| NT\$mn | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 |
|---------------|-------|-------|---------|--------|-------|-------|--------|
| 營業收入 | 8,599 | 8,513 | 10,154 | 10,224 | 8,499 | 8,061 | 10,304 |
| 營業毛利 | 1,385 | 1,237 | 1,352 | 1,427 | 1,172 | 989 | 1,763 |
| 營業費用 | (886) | (879) | (1,003) | (843) | (791) | (801) | (809) |
| 營業利益 | 499 | 357 | 349 | 585 | 380 | 188 | 954 |
| 營業外收入及支出 | 12 | (408) | 379 | 26 | 37 | 423 | 177 |
| 稅前淨利 | 512 | (51) | 728 | 611 | 417 | 611 | 1,131 |
| 所得稅費用 | (66) | (59) | (96) | (112) | (103) | (121) | (214) |
| 淨利歸屬於母公司業主 | 447 | (118) | 618 | 488 | 344 | 515 | 919 |
| 基本每股盈餘 (NT\$) | 4.2 | (1.1) | 5.7 | 4.1 | 2.3 | 3.6 | 6.5 |

主要財務比率(%)

| | | | | | | | |
|-------|------|-------|------|------|------|------|------|
| 毛利率 | 16.1 | 14.5 | 13.3 | 14.0 | 13.8 | 12.3 | 17.1 |
| 營業費用率 | 10.3 | 10.3 | 9.9 | 8.2 | 9.3 | 9.9 | 7.9 |
| 營業利益率 | 5.8 | 4.2 | 3.4 | 5.7 | 4.5 | 2.3 | 9.3 |
| 稅率 | 12.9 | - | 13.2 | 18.4 | 24.7 | 19.9 | 18.9 |
| 淨利率 | 5.2 | (1.4) | 6.1 | 4.8 | 4.1 | 6.4 | 8.9 |

YoY 成長 (%)

| | | | | | | | |
|------------|-------|---------|-------|--------|--------|--------|-------|
| 營業收入 | (3.6) | (1.0) | 19.3 | 0.7 | (16.9) | (5.2) | 27.8 |
| 營業毛利 | (1.4) | (10.7) | 9.3 | 5.6 | (17.9) | (15.6) | 78.3 |
| 營業利益 | 3.4 | (28.4) | (2.2) | 67.3 | (34.9) | (50.6) | 407.7 |
| 淨利歸屬於母公司業主 | 3.7 | (126.5) | - | (21.1) | (29.4) | 49.6 | 78.4 |
| 基本每股盈餘 | 2.4 | (126.3) | - | (28.6) | (44.4) | 57.0 | 82.7 |

- 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%
- 2020-2021年，受到 COVID-19 的影響。
- 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

| NT\$m | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 |
|-------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 資產總額 | 6,212 | 6,615 | 7,031 | 7,571 | 7,512 | 8,294 | 8,567 |
| 現金及約當現金 | 797 | 510 | 794 | 881 | 1,070 | 1,311 | 1,530 |
| 應收帳款 & 應收票據 | 952 | 1,033 | 1,048 | 858 | 924 | 957 | 978 |
| 存貨 | 2,249 | 2,251 | 2,619 | 2,373 | 1,725 | 2,396 | 2,118 |
| 不動產、廠房及設備 | 1,254 | 1,589 | 1,574 | 1,505 | 1,877 | 1,557 | 1,632 |
| 負債總額 | 2,705 | 3,758 | 2,931 | 2,479 | 2,575 | 3,312 | 2,995 |
| 應付帳款 & 應付票據 | 583 | 798 | 788 | 548 | 693 | 847 | 850 |
| 權益總計 | 3,507 | 2,857 | 4,100 | 5,092 | 4,938 | 4,982 | 5,572 |
| YoY 成長 (%) | | | | | | | |
| 資產總額 | 2.7 | 6.5 | 6.3 | 7.7 | (0.8) | 10.4 | 3.3 |
| 現金及約當現金 | 62.9 | (36.1) | 55.8 | 11.0 | 21.4 | 22.5 | 16.7 |
| 應收帳款 & 應收票據 | (0.3) | 8.6 | 1.4 | (18.2) | 7.8 | 3.5 | 2.2 |
| 存貨 | (10.4) | 0.1 | 16.3 | (9.4) | (27.3) | 38.9 | (11.6) |
| 不動產、廠房及設備 | (3.2) | 26.7 | (1.0) | (4.3) | 24.7 | (17.0) | 4.8 |
| 負債總額 | (1.5) | 38.9 | (22.0) | (15.4) | 3.9 | 28.6 | (9.6) |
| 應付帳款 & 應付票據 | (17.8) | 37.0 | (1.3) | (30.5) | 26.6 | 22.2 | 0.3 |
| 權益總計 | 6.2 | (18.5) | 43.5 | 24.2 | (3.0) | 0.9 | 11.8 |
| 主要財務比率 (%) | | | | | | | |
| 應收帳款天數 | 40 | 42 | 37 | 34 | 38 | 42 | 34 |
| 存貨週轉天數 | 119 | 111 | 100 | 102 | 101 | 105 | 95 |
| 應付帳款週轉天數 | 32 | 34 | 32 | 27 | 30 | 39 | 36 |
| 現金循環週期 | 126 | 119 | 104 | 108 | 108 | 108 | 93 |
| 權益報酬率 (%) | 13.1 | (3.7) | 18.0 | 10.7 | 6.9 | 10.4 | 17.5 |
| 資產報酬率 (%) | 7.3 | (1.8) | 9.1 | 6.7 | 4.6 | 6.5 | 10.9 |
| 淨負債(現金)/股東權益(%) | 20.3 | 64.3 | 14.4 | 6.7 | 1.9 | 8.2 | (4.9) |
| 負債比(%) | 43.6 | 56.8 | 41.7 | 32.7 | 34.3 | 39.9 | 35.0 |

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