

BAUSEN

寶陞國際股份有限公司

上櫃前業績發表會

主辦承銷商



兆豐證券
Mega Securities

2948

免責聲明

- 本簡報係於當時公司資料及整體經濟發展現況所得之資訊，對過去、現在及未來營運彙總與評估；及同時發佈之相關訊息所提及之前瞻性資訊，受風險、不確定性與推論所影響，包括不限於成本增加、市場需求，各種政策法令與金融經濟現況之改變以及其他非本公司所能控制之風險等因素，實際結果可能與這些前瞻性資訊大不相同。
- 本簡報資料中所提供之資訊並未明示或暗示的表達或保證其具有正確性、完整性、或可靠性亦不代表本公司、產業狀況或後續重大發展的完整論述。
- 本簡報中對未來的展望，反應本公司截至目前為止的看法，對於這些看法，未來若有任何變更或調整時，本公司並不負有隨時更新或修正本簡報資料內容之責任。
- 本簡報內容未經本公司書面許可，任何第三者不得任意取用。

CONTENTS

01

公司概況

公司基本資料 | 集團組織架構
集團發展沿革 | 營運據點

02

營運策略

營運模式 | 美國客戶類型 | 核心競爭力分析

03

創新能力

近五年新開發產品統計 | 產品設計發想流程
產品開發實例 | 產品開發與多樣性

04

經營績效

財務表現 | 銷售產品占比
與同業公司財務比率之比較

05

市場發展概況

裝修及地板材市場規模 | 美國屋齡情形
裝修、消費市場相關統計數據

06

未來展望

01

公司概況

- 公司基本資料
- 集團組織架構
- 集團發展沿革
- 營運據點

01 >> 公司概况 - 公司基本資料

● 設立日期

2016年10月03日
(台灣寶陞設立時間)

● 2022年度營業額

NTD 2,271,837 仟元

● 主要商品

實木複合地板
塑料地板
超耐磨地板
櫥櫃
石英石檯面
其他室內裝修所需建材

● 主要市場

美國

● 集團員工人數

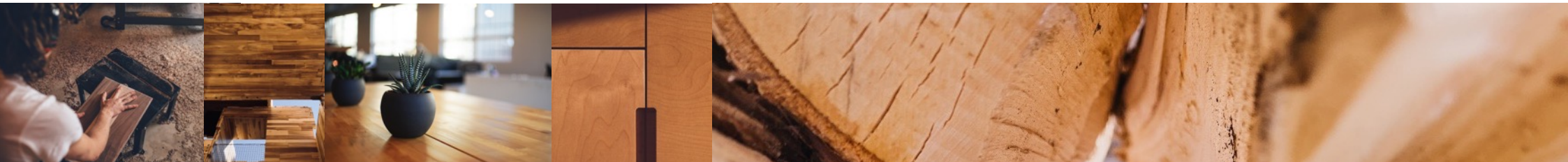
100 人
(截至2023年9月)

● 董事長兼總經理

黃楷倫

● 實收資本額

NTD 248,100仟元



01 >> 公司概况-集團發展沿革

成為全美最大的台灣自有品牌地板通路商

2011

創新奠基-

以最低成本、
最快速度進入市場

- 以美國加州為起點
- 突破傳統框架 創造營銷通路的捷徑
- 聘僱對當地環境熟稔業務代表

\$ 3M (USD)

美國加州-Bausen Hardwood

2016-2019

戰略調整-

組織重組 以綜合型建材為定位，
擴大在美經營布局

- 成立品牌擴大知名度
- 產品策略: 多樣性及因地制宜調整

\$ 20M-33M (USD)

台灣-寶陞 (集團營運中心)

美國加州-Artisan Hardwood (美國品牌商及進口物流中心)

美國加州、德州-MDHC (區域分銷商)

2020-2022

驅動未來-

進軍資本市場，全美擴
展提升滲透率

- 持續擴大美國六大區版圖
- 全美最大台灣自有品牌地板通路商

\$ 47M-76M (USD)

美國佛州-MDHC (區域分銷商)

01 >> 公司概況-集團組織架構



📍 美國	Artisan Hardwood	MDHC(CA)	MDHC(TX)	MDHC(FL)
所在地	加州	加州	德州	佛州
成立時間	2016 May	2017 Sep	2017 Aug	2021 Oct
美國市場定位	品牌商、進口及物流中心	區域分銷商	區域分銷商	區域分銷商
主要銷售產品	4mm實木複合地板、6mm實木複合地板	塑料地板、裝飾邊條、櫥櫃檯面等綜合性建材	塑料地板、2mm實木複合地板	塑料地板、2mm實木複合地板
銷售對象	分銷商、零售商	裝工、設計師	零售商、裝工、設計師	零售商、裝工、設計師
2022 營收 (TWD/仟元)	\$1,010,666	\$291,708	\$826,372	(註)

註: MDHC(FL)於2023.07開始營運

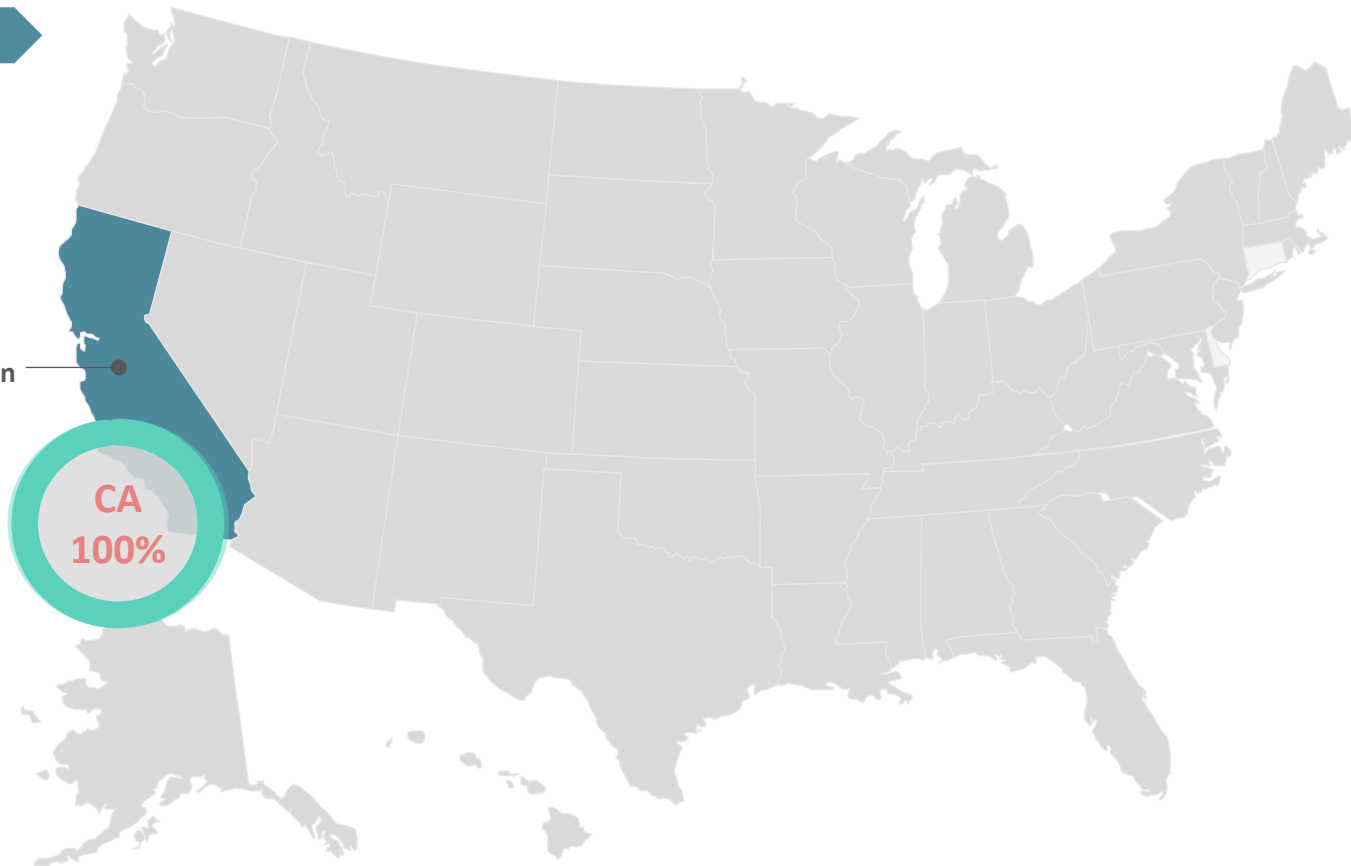
01 >> 公司概况 - 集團發展沿革

在地化經營融入美國市場，事業版圖快速擴張

2011



Artisan



攻佔州別數

20
11

1

以加州為起點

20
18

29

準備擴大在美經營

20
22

43

持續深耕擴大市占

建立在地深耕據點

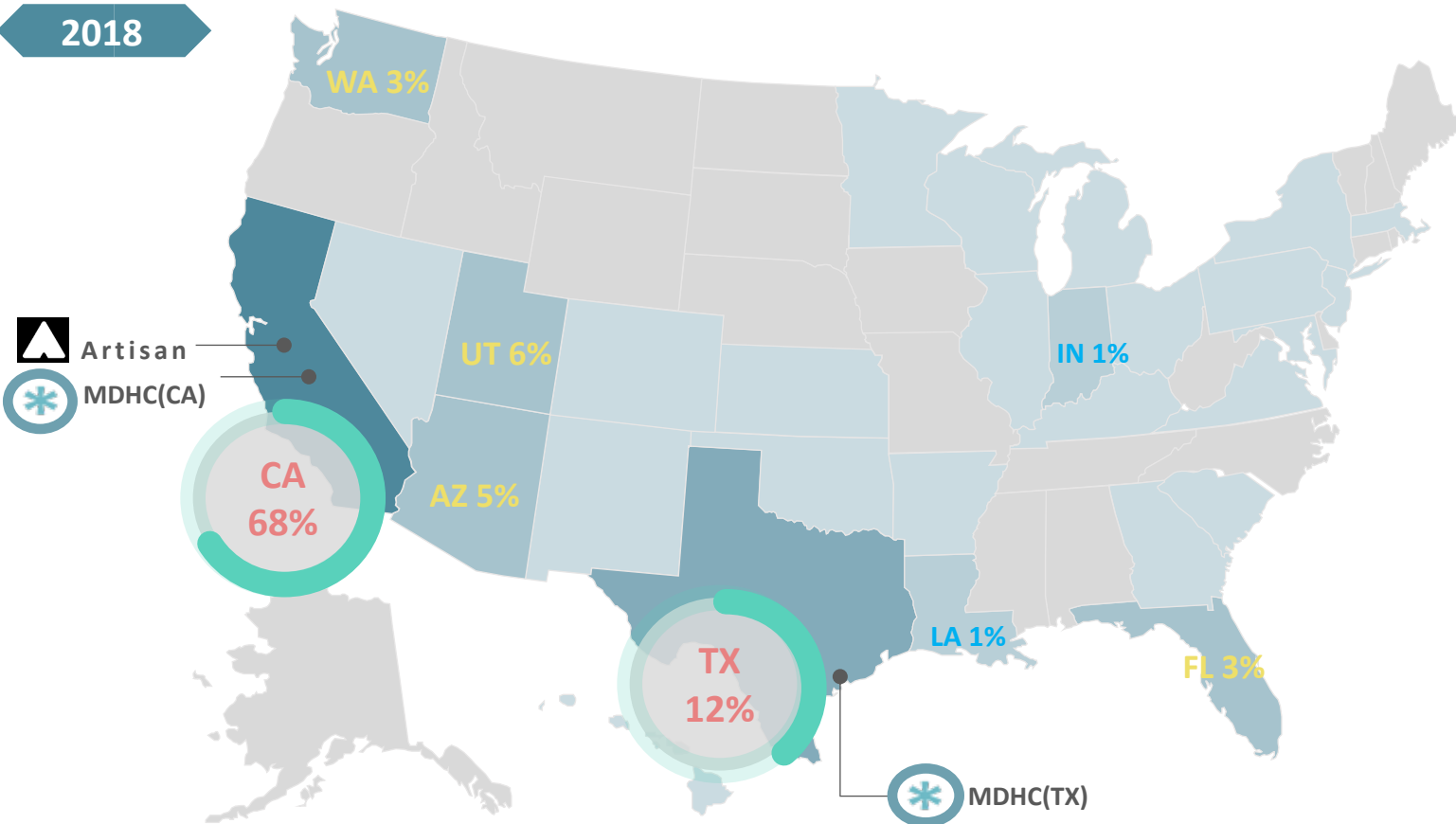
2017 TX

2021 FL

01 >> 公司概況 - 集團發展沿革

在地化經營融入美國市場，事業版圖快速擴張

2018



攻佔州別數

20
11

1

以加州為起點

20
18

29

準備擴大在美經營

20
22

43

持續深耕擴大市占

建立在地深耕據點

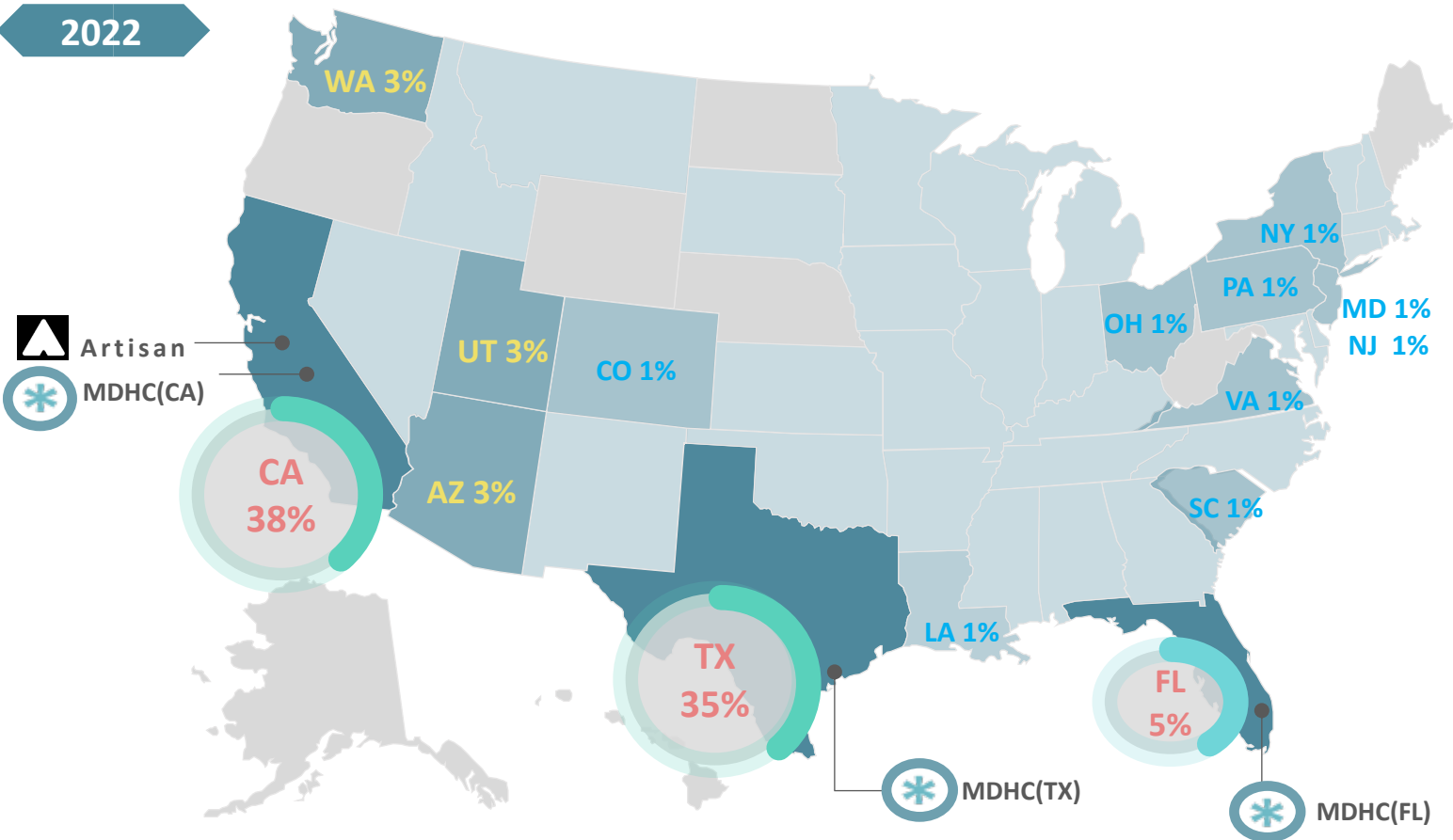
2017 TX

2021 FL

01 >> 公司概況 - 集團發展沿革

在地化經營融入美國市場，事業版圖快速擴張

2022



攻佔州別數

20
11

1

以加州為起點

20
18

29

準備擴大在美經營

20
22

43

持續深耕擴大市占

建立在地深耕據點

2017 TX

2021 FL

01 >> 公司概況 - 台灣營運據點

全台**45**間零售商 | 營收成長**25**倍

集團總部

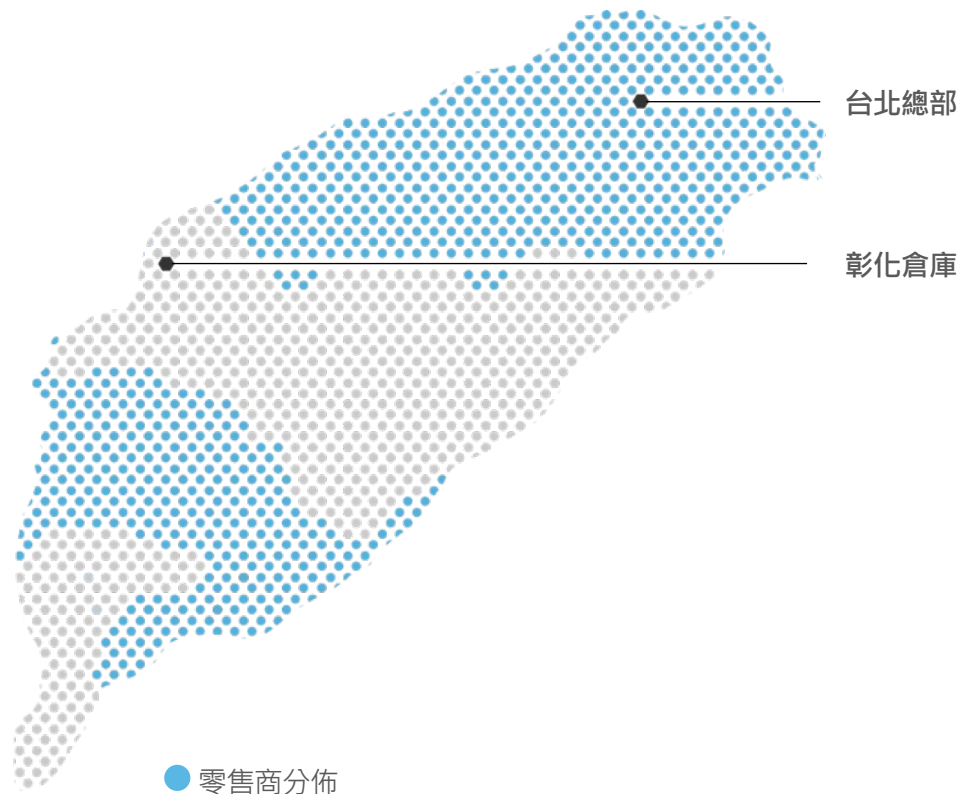
負責集團營運策略及財務規劃與控制。

集團採購中心

主要向大陸、越南、柬埔寨等地採購，為集團採購及供應商管理中心。

區域分銷商

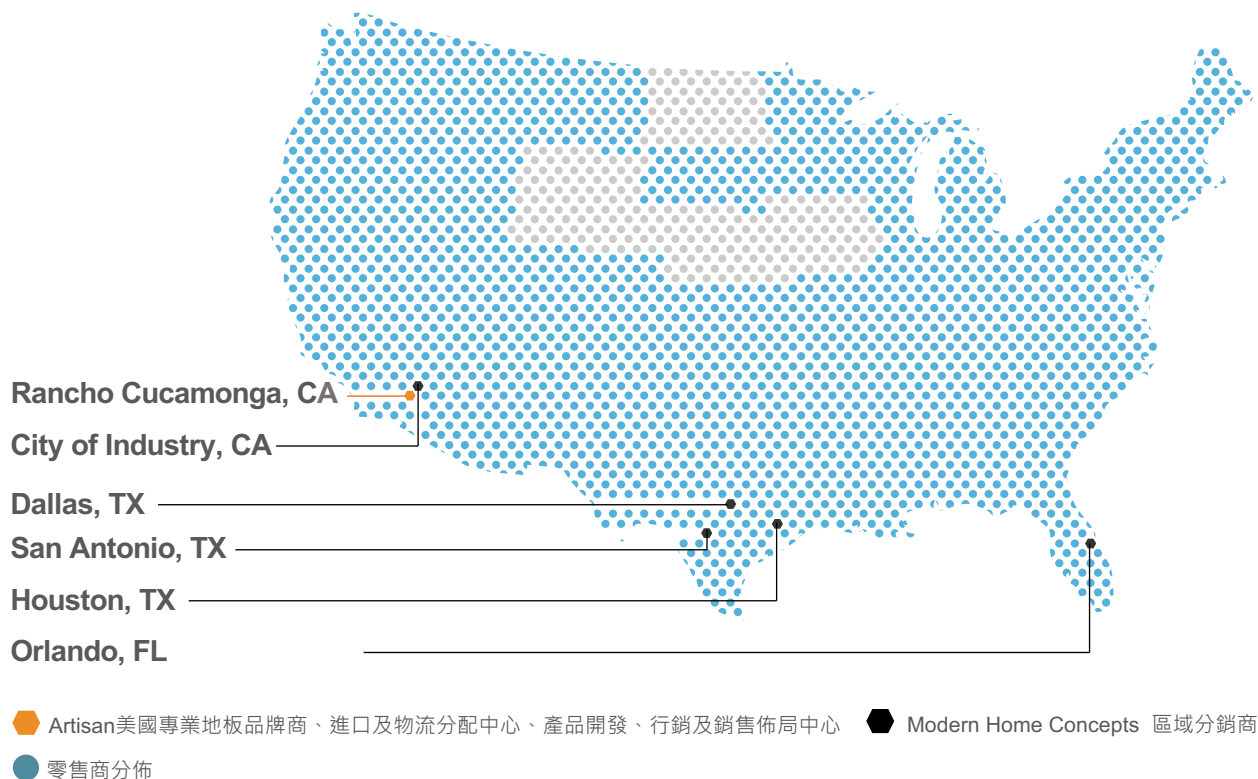
於全台佈有45間零售商，成立6年來營收已成長25倍，於2022年營收已達1.4億。



01 >> 公司概况 - 美國營運據點

集團目前已於美國加州德州、及佛州地區佈局銷售據點及物流中心，以自有品牌Artisan Hardwood 拓展市場知名度及當地銷售業務，同時透過集團自有區域分銷商Modern Home Concepts，深入各區在地模式經營，銷售予近1,800家零售商及約2,700位裝工、室內設計師等專業工作者。

全美**6**個營業據點 | 集團營收**94%**占比
1,800家零售商 | **2,700**位裝工及設計師





美國營運據點 - 具有展售及提供物流功能的區域分銷商



02

營運策略

- 營運模式
- 美國客戶類型
- 核心競爭力分析

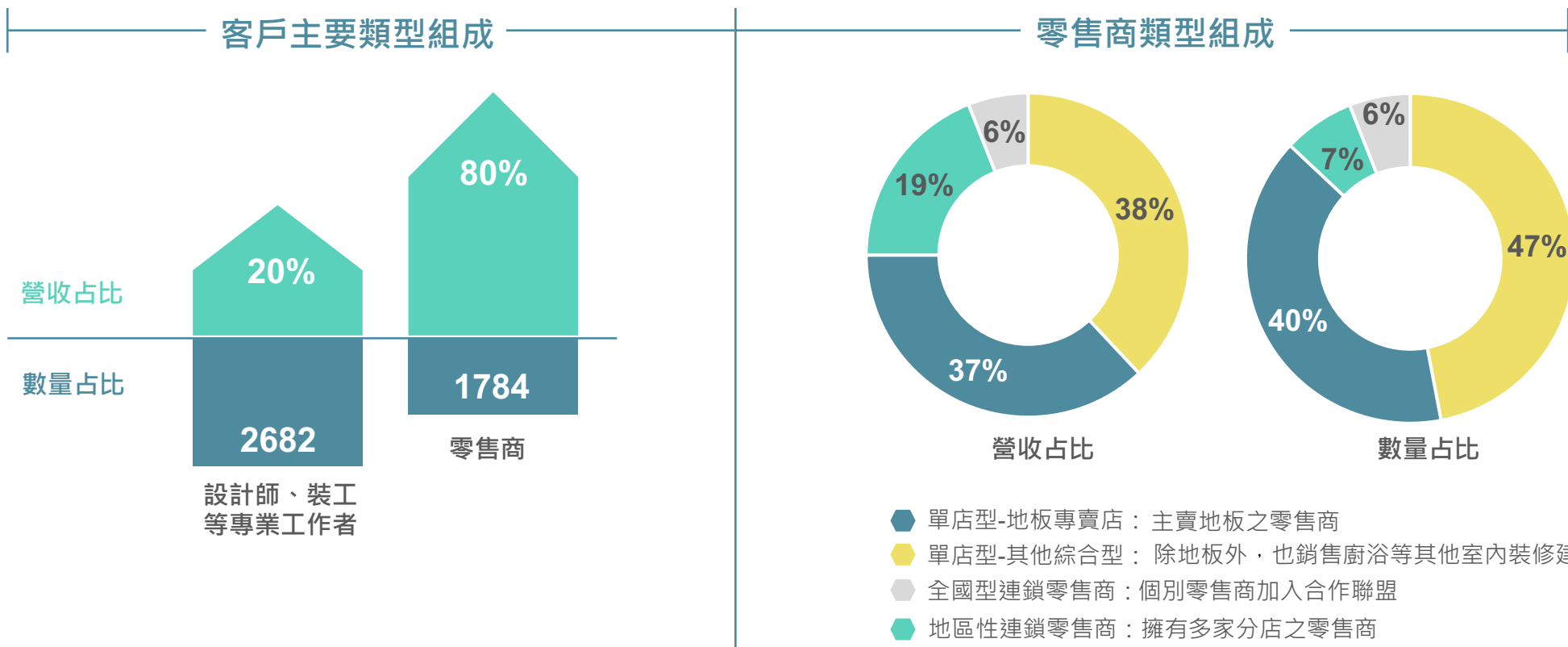
02 >> 營運策略 - 營運模式



縮短營銷通路：使定價更具有競爭力
 產品設計流程優化具備彈性，能迅速反應市場需求

03 >> 營運策略-美國客戶類型

美國客戶類型分布 (截至2022年12月公司自結統計數據)

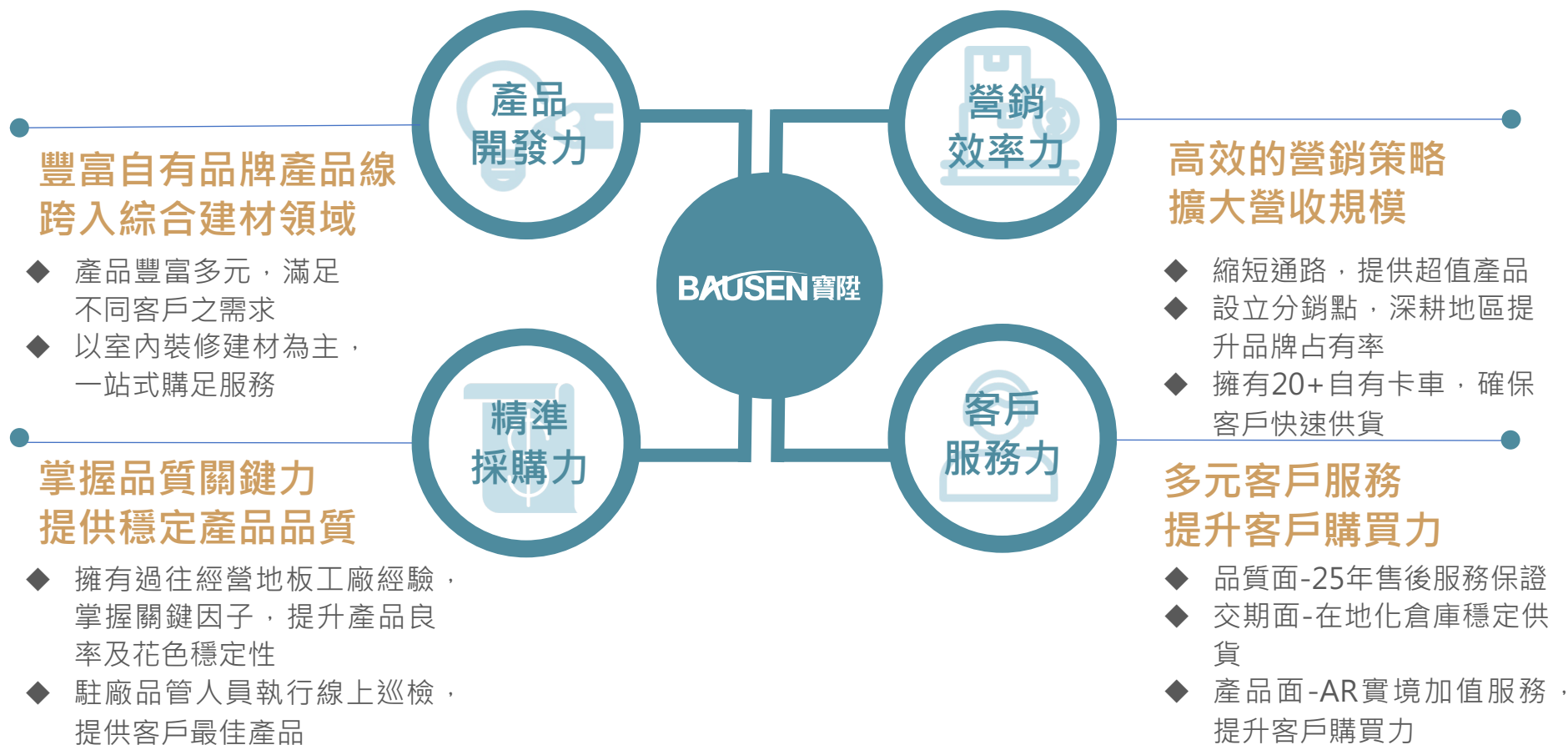


02 >> 營運策略 - 美國客戶類型

美國客戶群



02 >> 營運策略-核心競爭力分析



02 >> 營運策略 - 核心競爭力分析

豐富自有品牌產品線



實木複合地板

● 8個系列 ● 109種花色

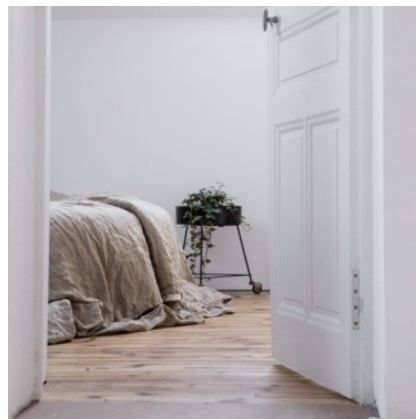
又稱海島型木地板，抗潮性與穩定度高；兼具實木質感且價格較實木地板低。



超耐磨地板

● 4個系列 ● 64種花色

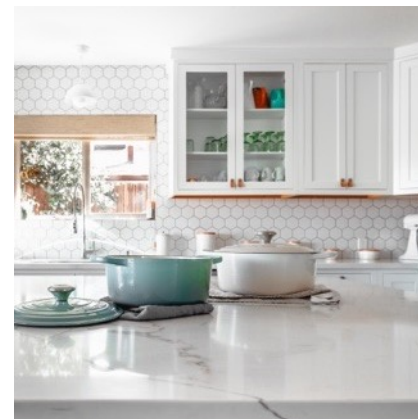
又可稱強化地板，使用高密度的纖維板表面貼合木紋紙後，再加上耐磨保護層，具有高耐磨性、防焰耐燃等特色。



塑料地板(SPC&WPC)

● 2個系列 ● 89種花色

為無機石灰礦物或木纖維與PVC複合材料結合利用的新型環保素材，兼具木質與塑料的優點，不只抗菌、防蟲蛀，也富有良好的防滑性及穩定性。

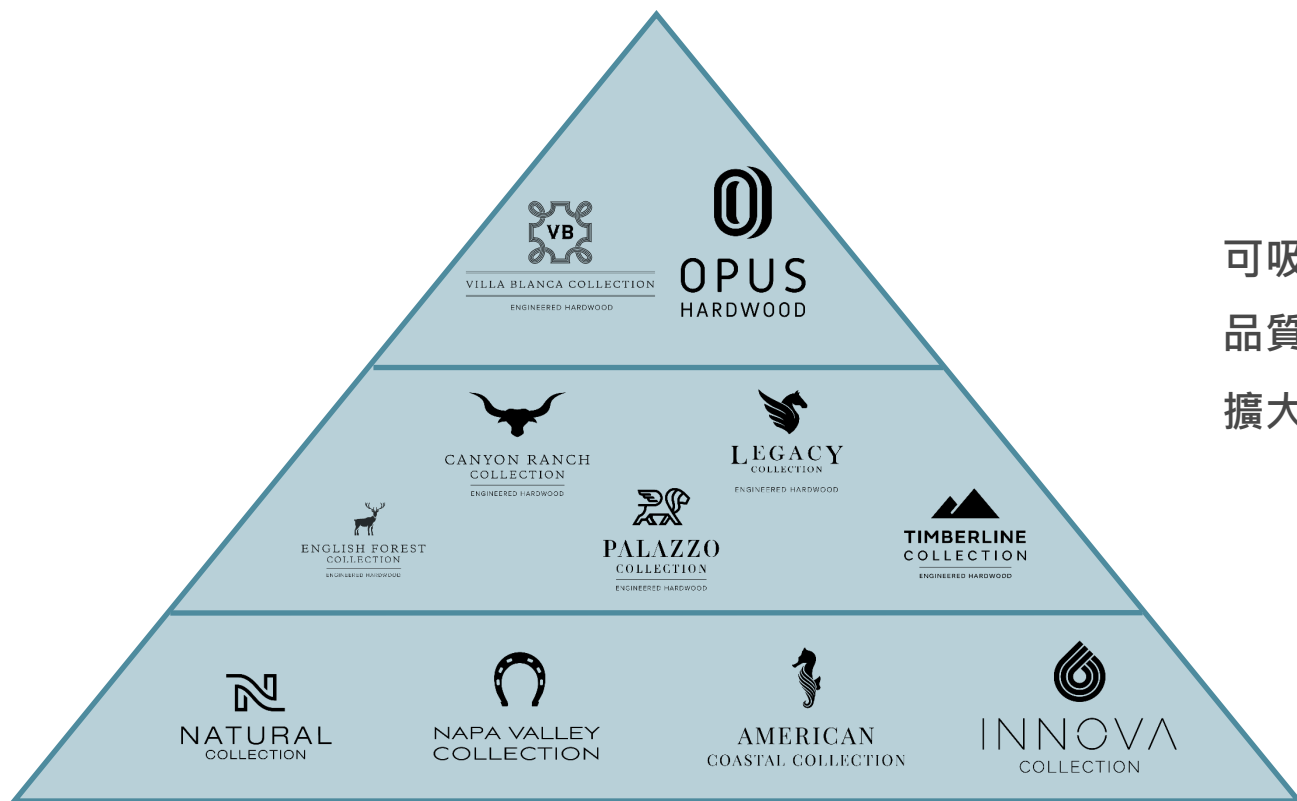


櫥櫃及檯面

主要提供石英石檯面及組合式櫥櫃，為廚房相關室內裝修所需之建材。

02 >> 營運策略-核心競爭力分析

運用「產品金字塔」型的商業模式，推出擁有不同價位、不同風格的多元樣貌自有品牌系列



可吸引不同目標客群，滿足對產品品質及價格各有不同導向的消費者擴大市占率。



Artisan自有品牌地板產品





公司主要產品除地板外，亦有櫥櫃、
檯面等多樣化之室內裝修建材產品。

02 >> 營運策略-核心競爭力分析

掌握產品製程之關鍵技術，確保產品競爭力



具有競爭力的
進貨成本

在擁有經營工廠的背景經驗及維持與供應商的良好關係下，掌握產品產製過程的關鍵技術及成本結構，以確保公司產品具有競爭力，同時亦可掌握公司取得具有競爭力之進貨成本。

02 >> 營運策略-核心競爭力分析

駐廠品管人員執行線上巡檢，提供客戶最佳產品

針對產品顏色進行對色溝通

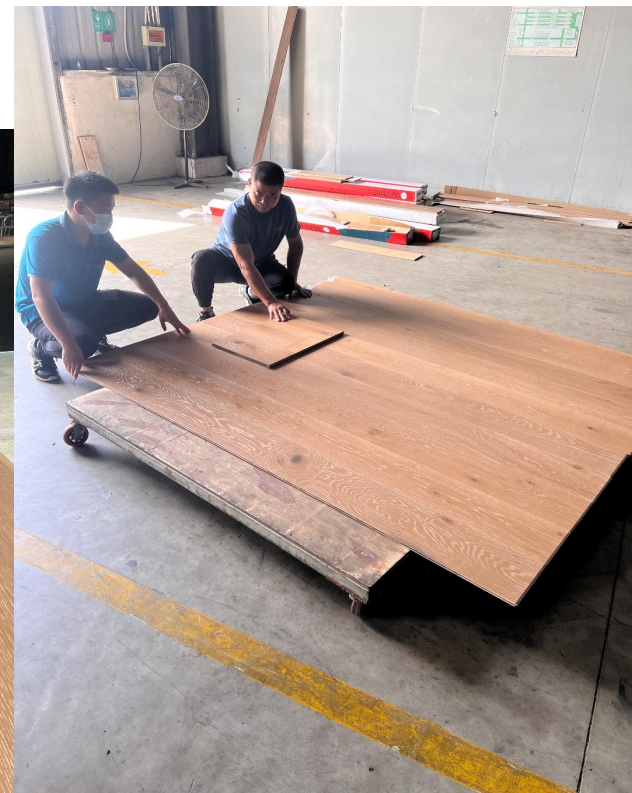
產品卡榫拼裝測試



針對產品工藝進行手刮確認



在生產時進行抽檢，確認尺寸是否符合規定



02 >> 營運策略-核心競爭力分析



擁有超過20台卡車的自建物流車隊，可在地快速且高效地為客人提供供貨服務

02 >> 營運策略-核心競爭力分析

在地擁有倉庫的分銷點，確保客人能夠獲得快速供貨。



02 >> 營運策略-核心競爭力分析

為滿足客戶需求，創造加值的服務內容進一步提升客戶滿意度



25年售後服務保證

- ◆ 以客戶利益為中心，建立值得信賴的企業形象
- ◆ 堅守消費者權益
- ◆ 業界領先，成為行業典範



與客戶做即時互動的 AR實境科技服務

推出雲端虛擬體驗，實境式選購提升品牌形象，並加速業務流程與顧客溝通。

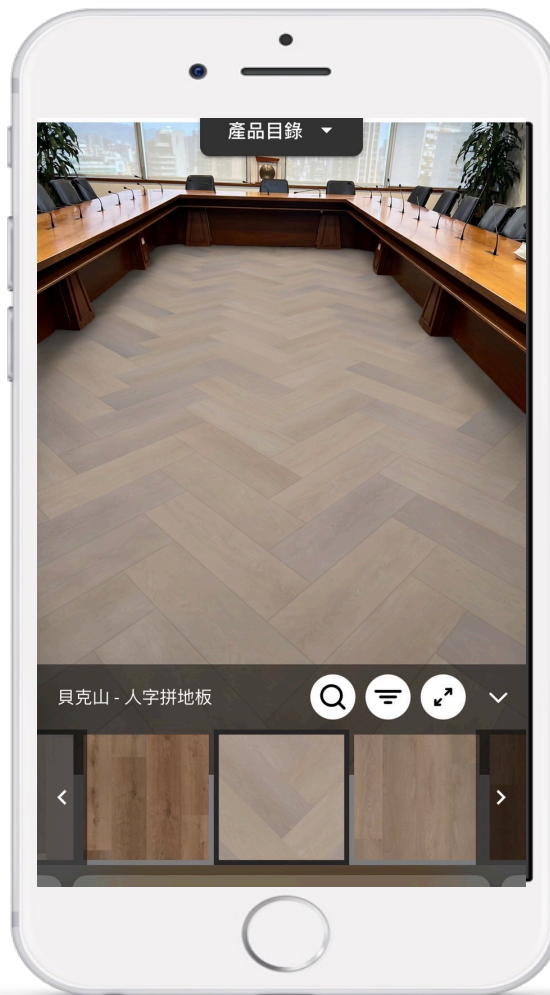


👉 Try it.

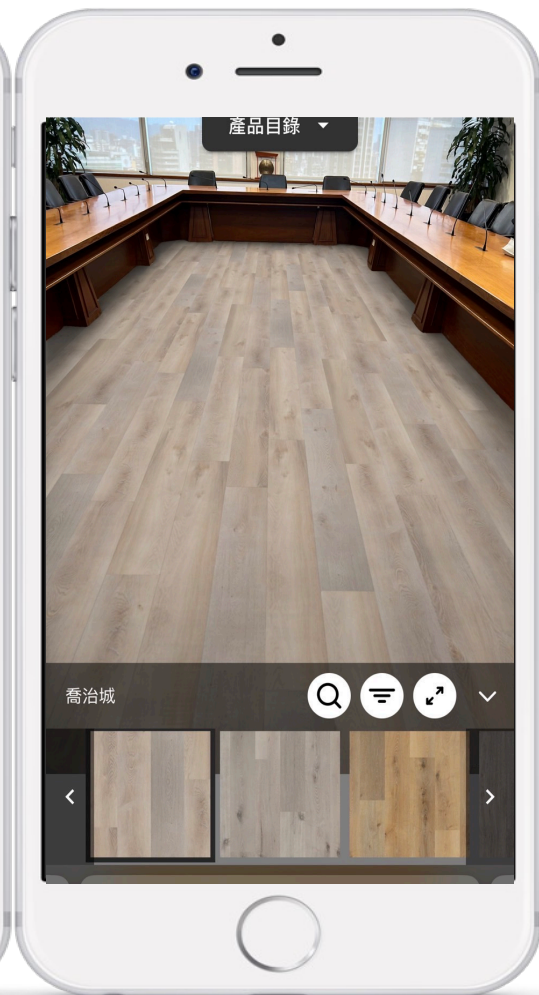
02 >> 營運策略-核心競爭力分析



原圖



使用“我的空間”實境模擬地板，體驗AR實境科技服務



03

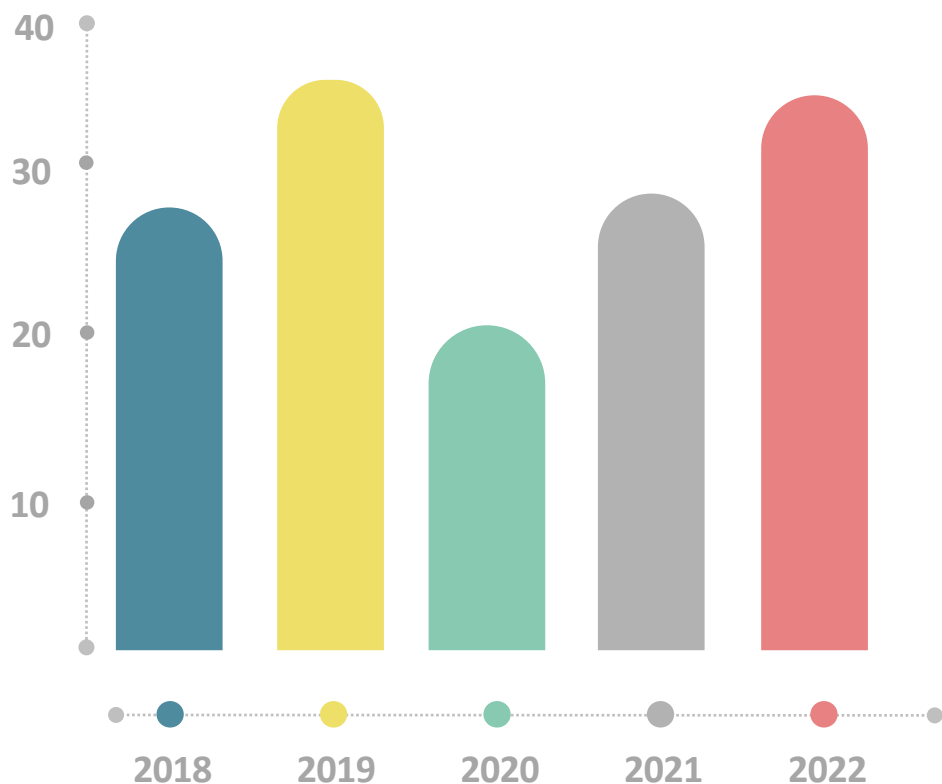
創新能力

- 近五年新開發產品統計
- 產品設計發想流程
- 產品開發實例



03 >> 創新能力-近五年新開發產品統計

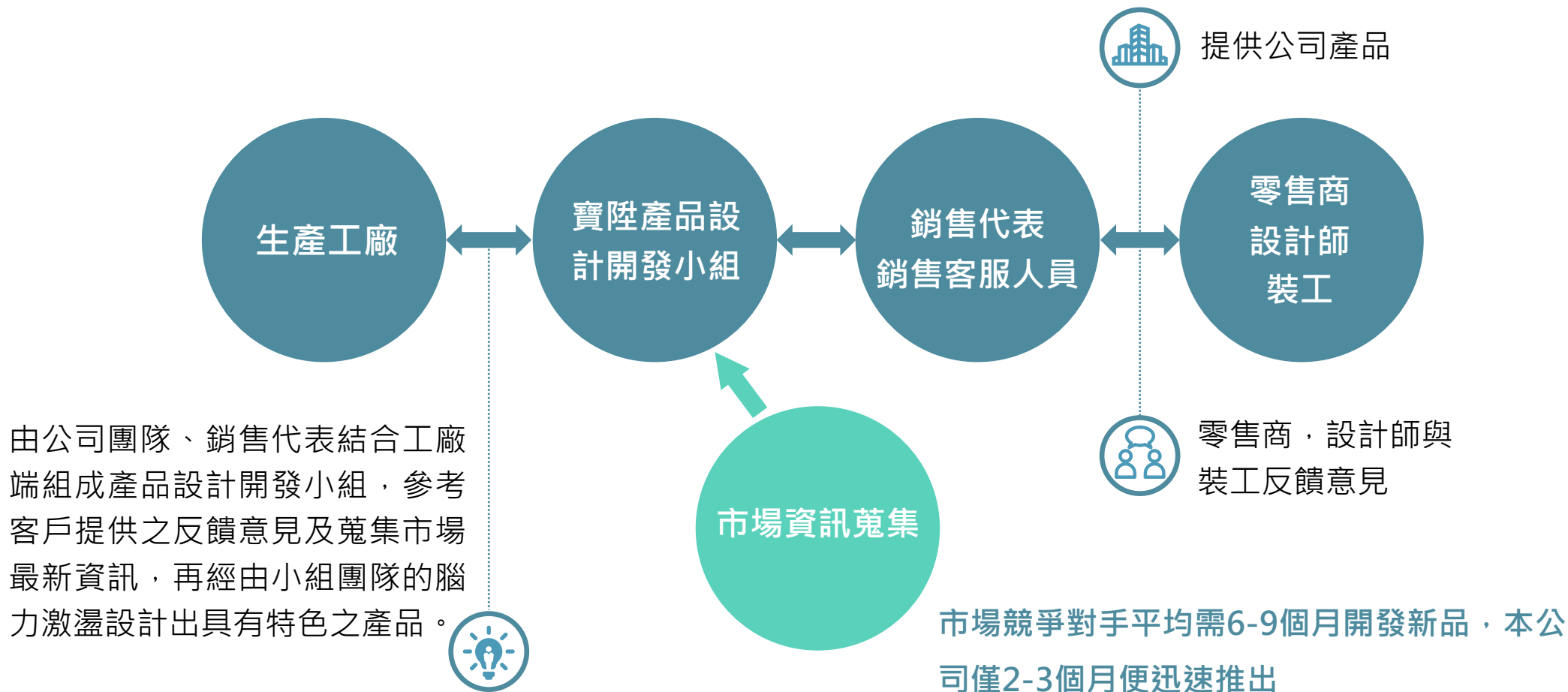
每年新開發品項統計



過去五年平均每年開發**30**個新品項

公司持續穩定開發新品，以
增強競爭力、滿足客戶需求，
並積極擴大營運規模。

03 >> 創新能力-產品設計發想流程



03 >> 創新能力-產品開發實例

快速因應客戶反饋意見，激發產品設計變革創造出新產品

調整前：樹結紋路多



調整後：樹結紋路減少

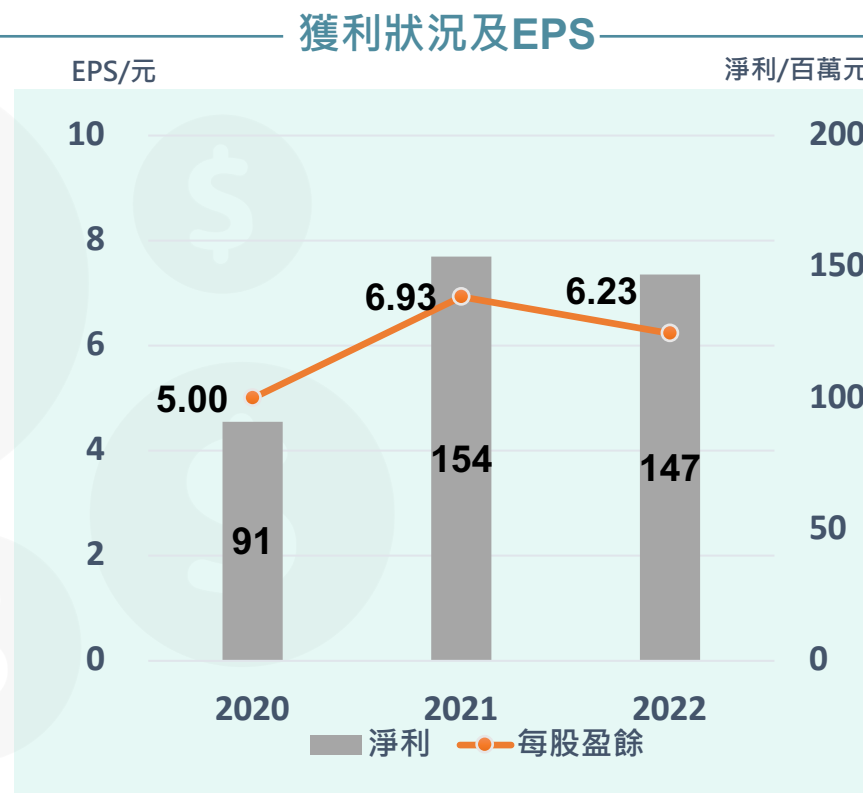
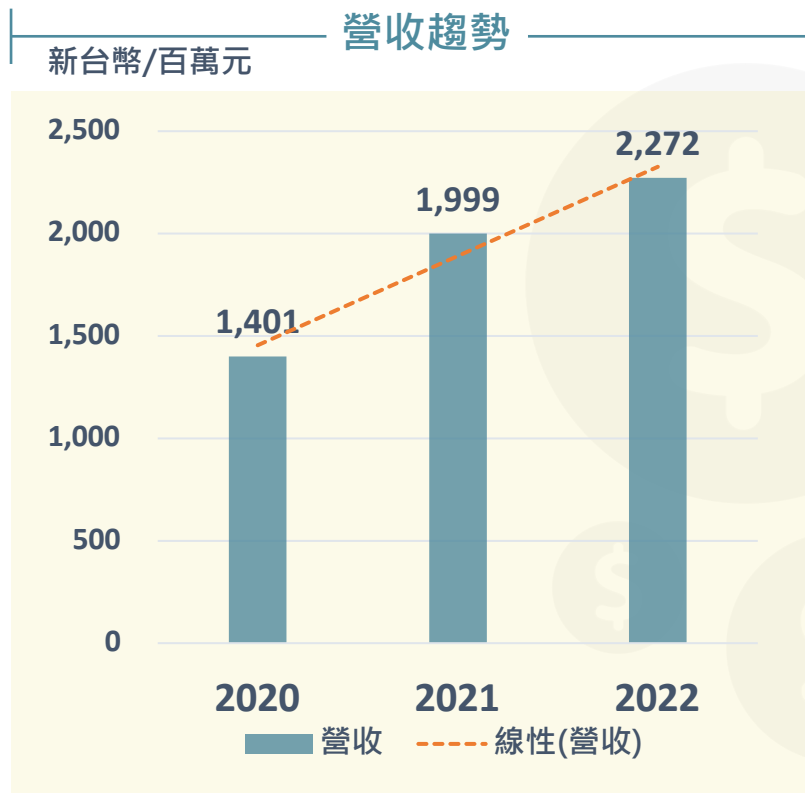


04

經營績效

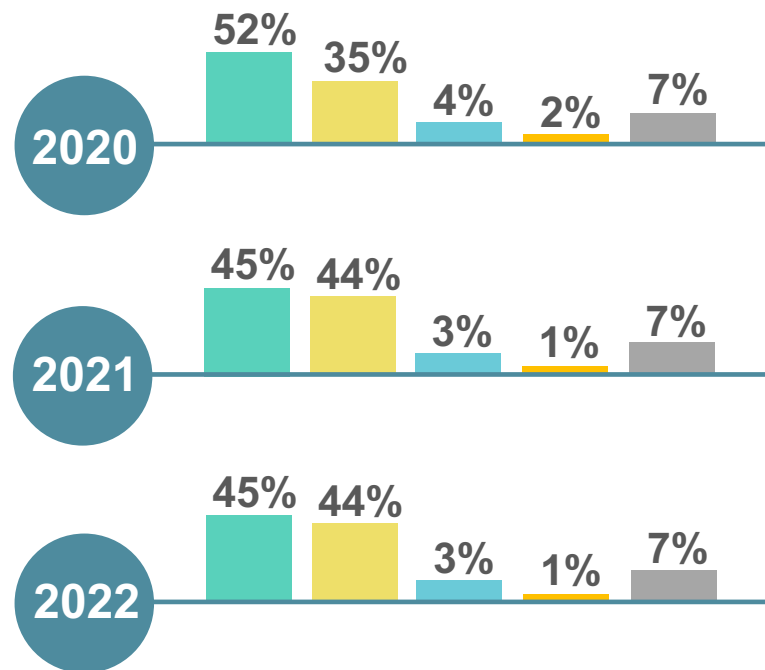
- 財務表現
- 銷售產品占比
- 與同業公司財務比率之比較

04 >> 經營績效-財務表現 (註: 係經會計師查核簽證財務報告數及公司預測數)



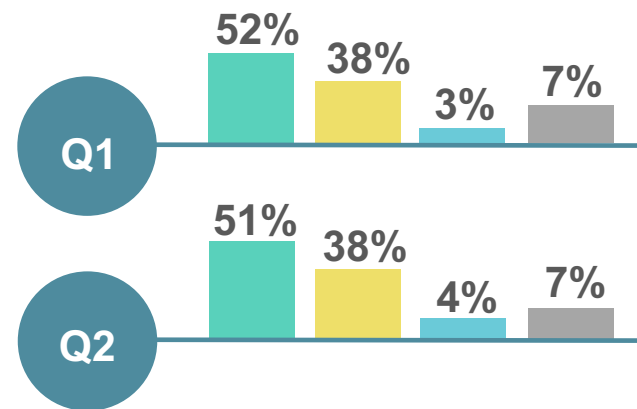
04 >> 經營績效-銷售產品占比 (註: 係經會計師查核簽證財務報告數)

新台幣/百萬元	2020	2021	2022
實木複合地板	728	900	1,029
塑料地板	495	871	998
強化超耐磨地板	63	67	60
櫥櫃及檯面	21	19	21
邊條及其他	94	142	164
合計	1,401	1,999	2,272
毛利率	34.33%	34.22%	33.21%



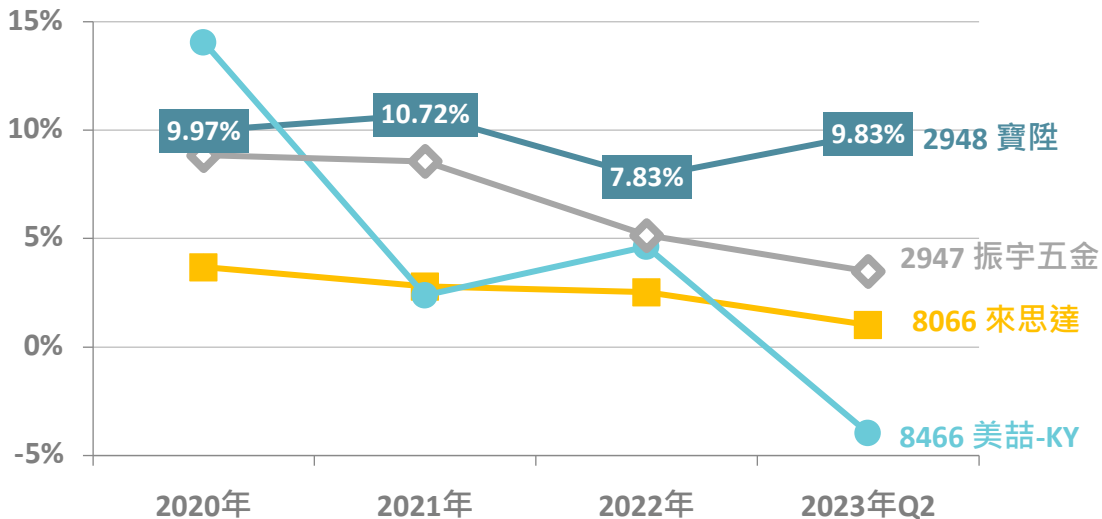
04 >> 經營績效-2023年度銷售產品占比 (註: 係經會計師查核簽證財務報告數)

新台幣/百萬元	Q1	Q2
實木複合地板	266	294
塑料地板	197	216
強化超耐磨地板	13	24
其他	39	41
合計	515	575
毛利率	35.85%	39.87%

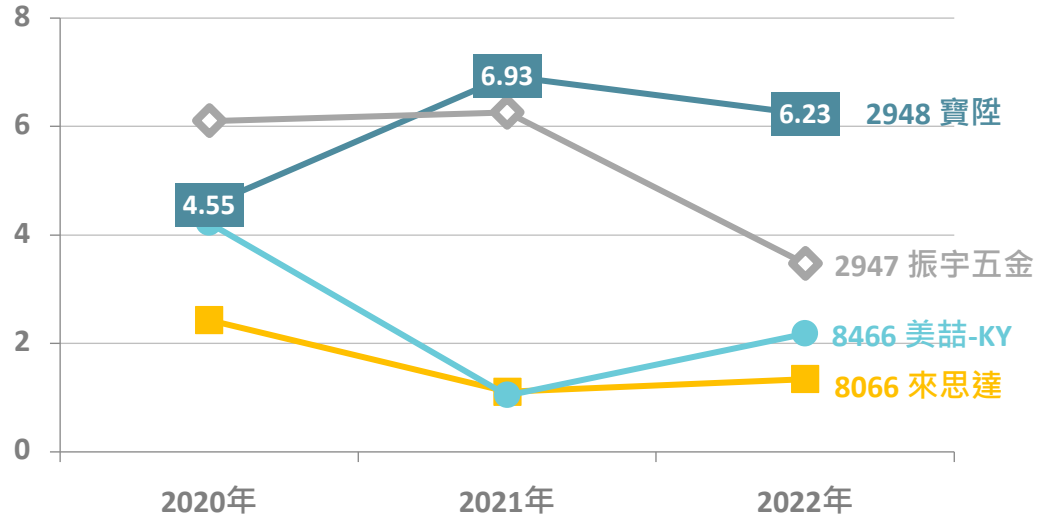


04 >> 經營績效 - 與同業公司財務比率之比較 (資料來源: 公開資訊觀測站)

營業利益率(%)

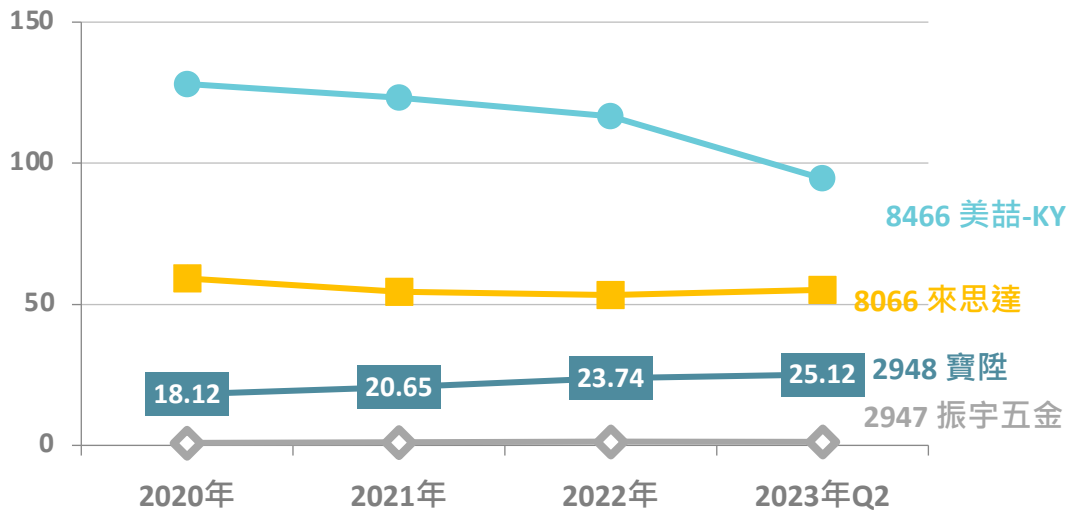


每股盈餘(元)

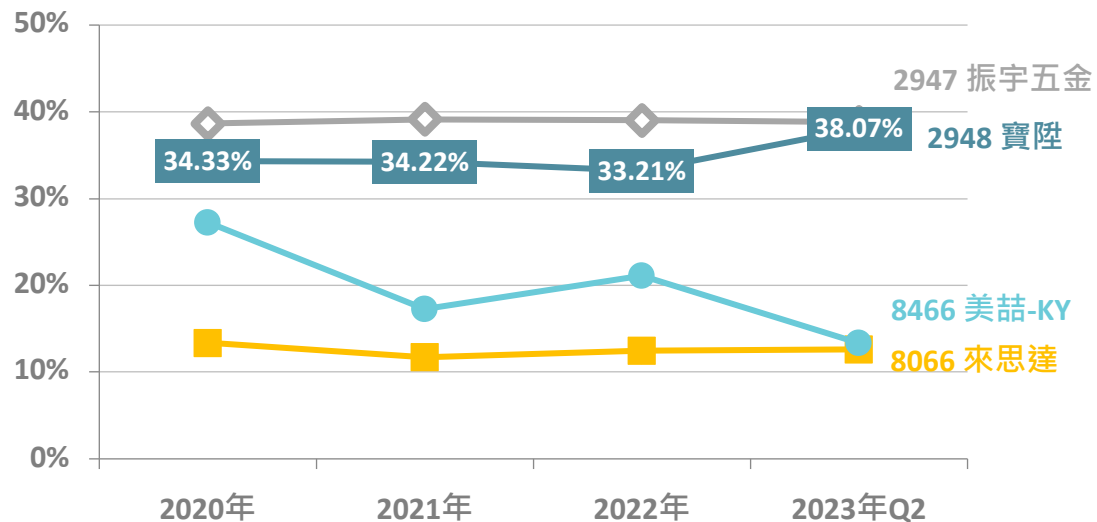


04 >> 經營績效 - 與同業公司財務比率之比較 (資料來源: 公開資訊觀測站)

應收帳款平均收現日數(天)



毛利率(%)



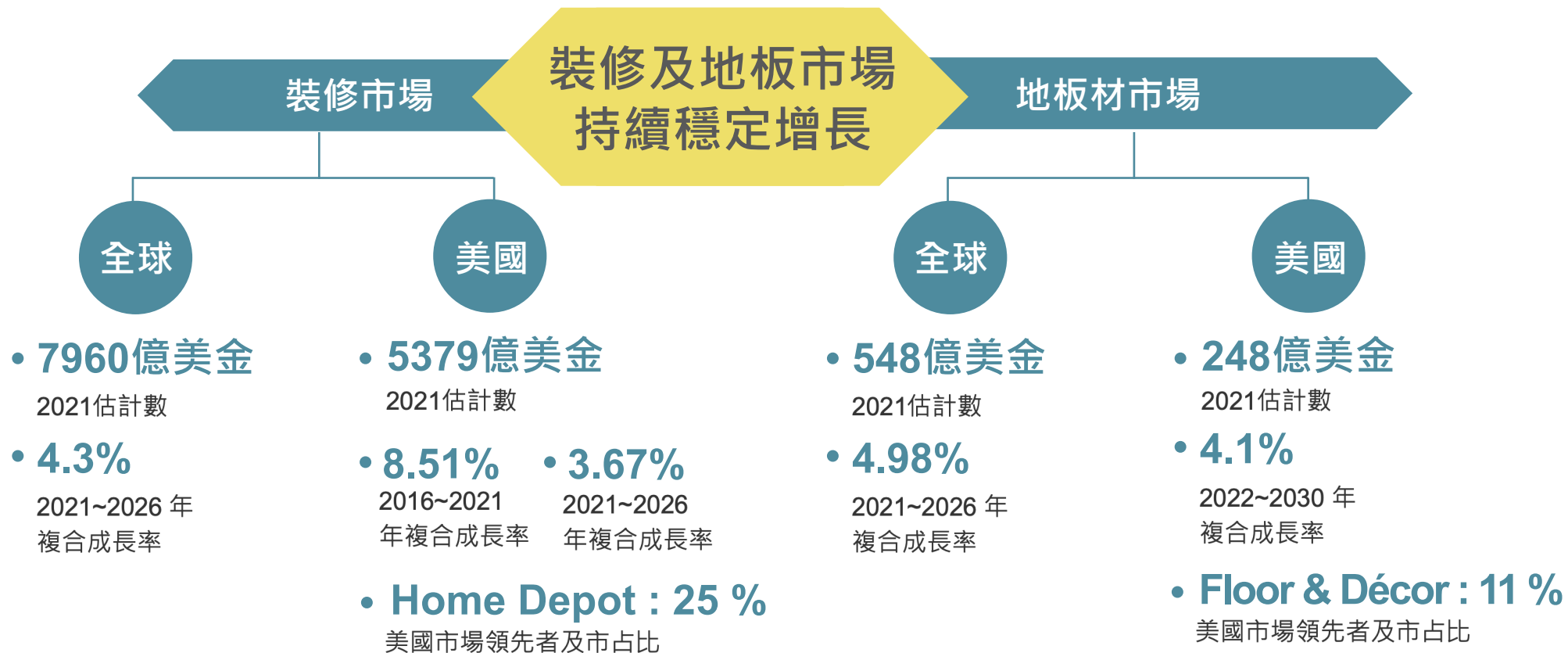
05

市場發展概況

- 裝修及地板材市場規模
- 美國屋齡情形
- 裝修、消費市場相關統計數據

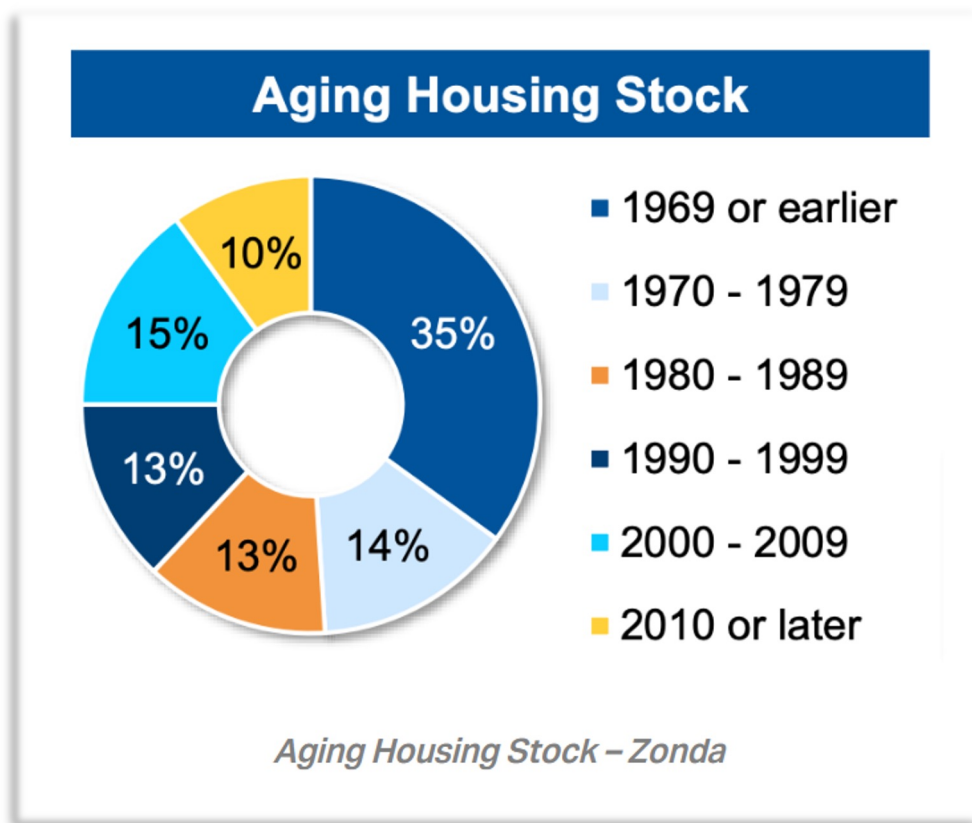


05 >> 市場發展概況 - 裝修及地板市場規模 (資料來源: Statista.com、IBISWorld.com)



05 >> 市場發展概況 - 美國房齡情形

美國房齡攀升，強力推動舊屋翻新需求



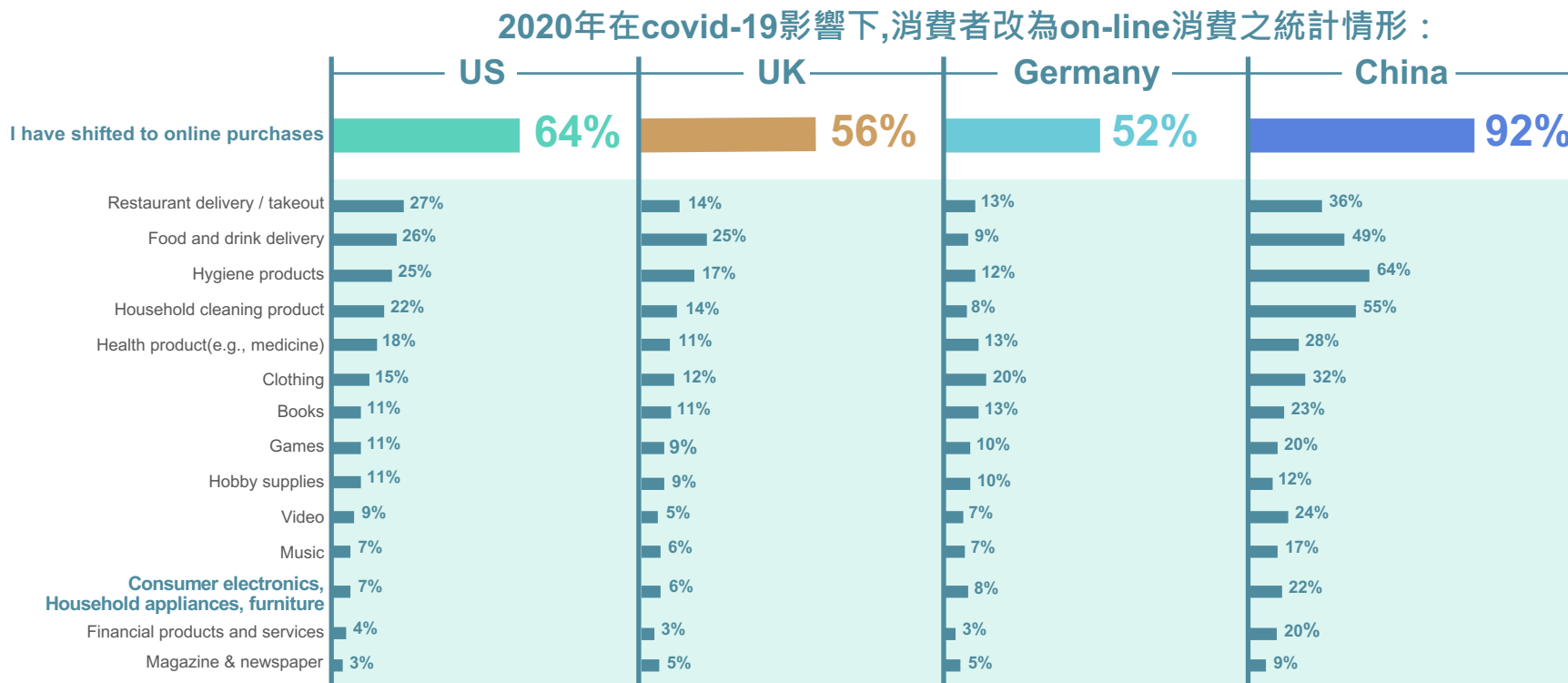
美國的房屋整體屋齡不斷攀升，大部分房屋為1980年之前建造。促使對舊屋進行翻新的需求持續增加，因此裝修市場前景看好

(資料來源: Anchor Peabody)

05 >> 市場發展概況 - 裝修、消費市場相關統計數據 (資料來源: Statista Survey "COVID-19 Barometer 2020")

選擇以室內裝修建材為主力之產品，不易受電子商務影響衝擊

近年各行業運用電子商務販售的商業模式迅速發展，尤其在covid-19疫情影響之下消費者改變消費樣貌，使電子商務受疫情推動而蓬勃發展，亦使得採傳統販售模式的行業備受衝擊；然因室內裝修建材仍有需靠專業裝工輔助安裝之特性，主要仍是採實體零售店的形式，因此較不受電子商務的影響衝擊。





06

未來展望

06 >> 未來展望 - 集團產品經營發展策略



短期

- 提升自有品牌能見度
- 持續開發新產品多樣化發展

中期

- 與上游面皮廠合作，提高成本效益

長期

- 爭取成為全美連鎖地板通路商的供應商

06 >> 未來展望-集團產品經營發展策略

以滿足當地市場需求為目標，在現有市場及新市場中持續開發新產品並多樣化發展



持續設計開發新產品

- 掌握貼近終端客戶之優勢，持續設計開發符合市場潮流之產品，擴增現有產品線以增加市場競爭力。
每年預計開發10~15品項，
→ Ex. 改良原超耐磨地板 American Coastal系列，並於2023年2月推出具有防水功能的超耐磨地板



產品策略多樣化發展

- 以室內裝修建材為主，擴大多樣化的產品線包括櫥櫃、檯面、室內裝飾邊條等，滿足客戶一站式購足的需求。
- 在滿足客戶需求與尋求最大效益前提下，代理其他品牌地材以增加集團銷售版圖與豐富集團產品線。
→ 未來2-3年擴大衛浴產品市場版圖，包括馬桶、水槽等產品

06 >> 未來展望-集團產品經營發展策略

擁有原料採購自主性，掌握微笑曲線兩端，
以極大化企業的附加價值，鞏固營運利基



未來加強原料採購掌握微笑曲線
兩端，以極大化企業的附加價值，
並可彈性因應法規環境、供應鏈
等變化。

06 >> 未來展望-集團市場開拓策略(美國六大區布局)

於新市場複製營運模式，在地化經營以持續開發深耕美國市場，
擴大集團營運規模

分銷營運新據點布局策略:

- 選定全美前30大都會區
- 倉庫面積5~7萬平方英尺
- 評估當地市場的潛力和增長前景，包括人口統計、消費者行為和趨勢等因素

佛州 Orlando
2023年7月開始營運

NE 區設立新分銷據點
預計3~5年該區業績成熟，設立
新分銷據點

六大區布完主要分銷據點
預計10年內於六大區布局完主要展
售及提供物流的區域分銷據點

06 >> 未來展望 - 集團市場開拓策略 (美國六大區布局)

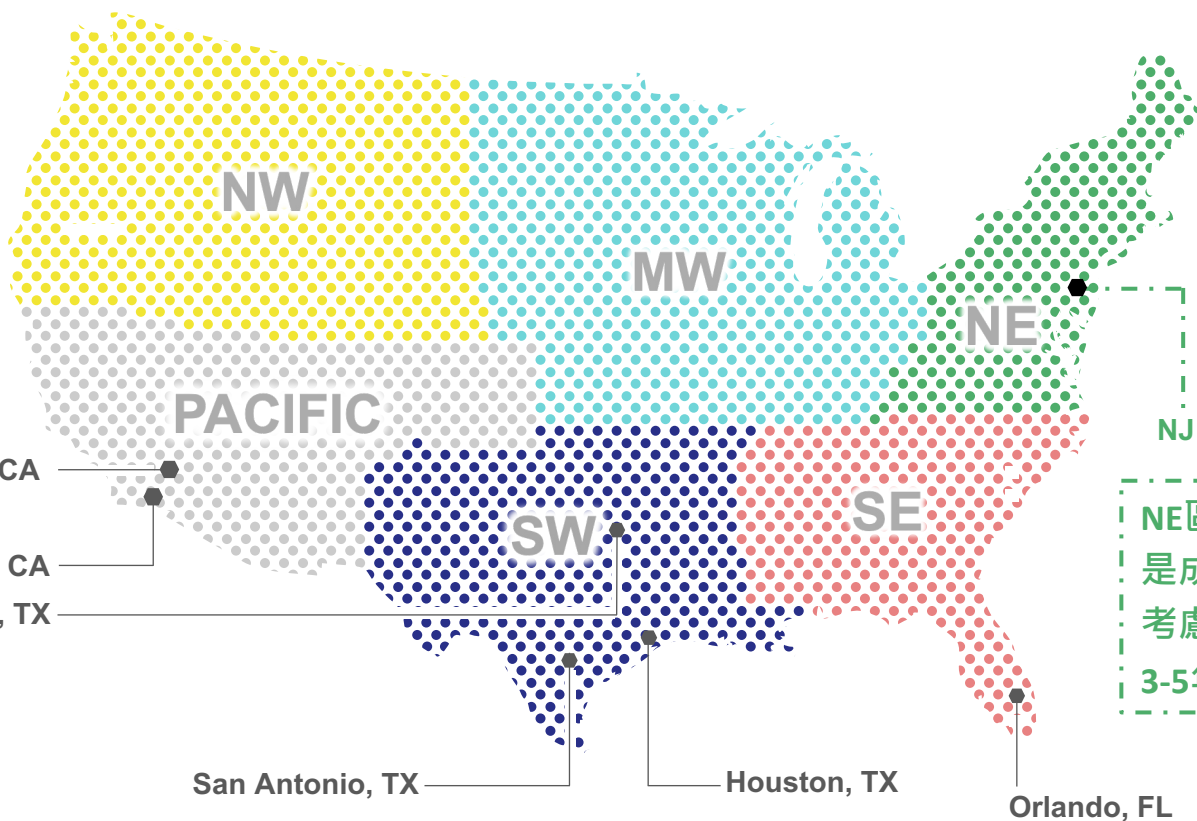
集團各事業體資訊

項目/公司	寶陞公司	Artisan Hardwood	MDHC(CA)	MDHC(TX)			MDHC(FL)
所在地	台灣	美國加州 Los Angeles	美國加州 Los Angeles	美國德州			美國佛州 Orlando
				Dallas	Houston	San Antonio	
倉庫大小	900坪	58,240 SF (1,600 坪)	77,703 SF (2,200 坪)	57,361 SF (約1,600坪)	81,534 SF (約2291坪)	53,550 SF (約1,500坪)	65,632 SF (2,000 坪)
都會區排名		全美No.2	全美No.2	全美No.5	全美No.4	全美No.21	全美No.28
面積 (km ²)	36,197	403,466	403,466	676,587			138,887
人口數	2326萬	1253萬	1253萬	657萬	670萬	245萬	207萬

06 >> 未來展望-集團市場開拓策略(美國六大區布局)

六大區擴點計畫:

客戶數量



- ◆ NW 區 5-10年內
- ◆ PACIFIC 區
- ◆ SW 區
- ◆ SE 區
- ◆ NE 區 3-5年內
- ◆ MW 區 5-10年內

6

3,028

967

168

181

106

NE區營收2年增長超過230%，
是成長最快的區域。
考慮成本和地理因素，計劃
3-5年內於 NJ 設新據點。

NJ

Rancho Cucamonga, CA

City of Industry, CA

Dallas, TX

San Antonio, TX

Houston, TX

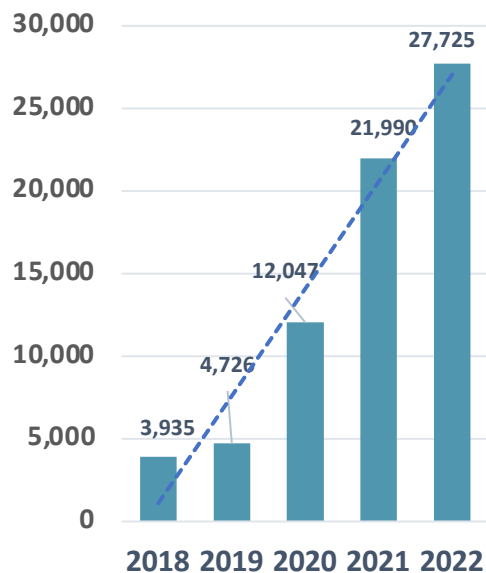
Orlando, FL

06 >> 未來展望-集團市場開拓策略(美國六大區布局)

複製過去MDCH(TX)成功模式

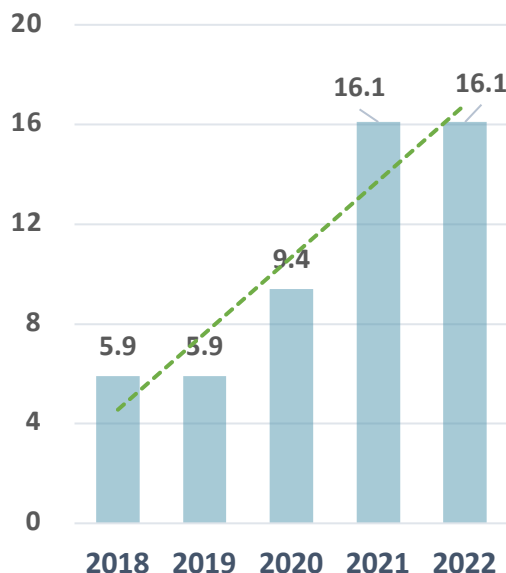
營收

單位: USD/仟元



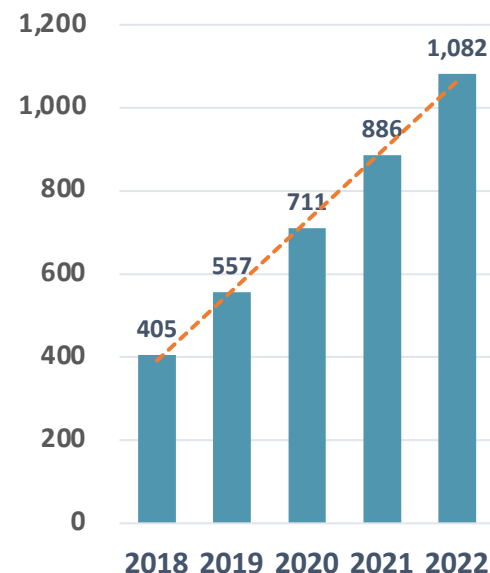
倉儲面積

單位: SF/萬



客戶

單位: 個



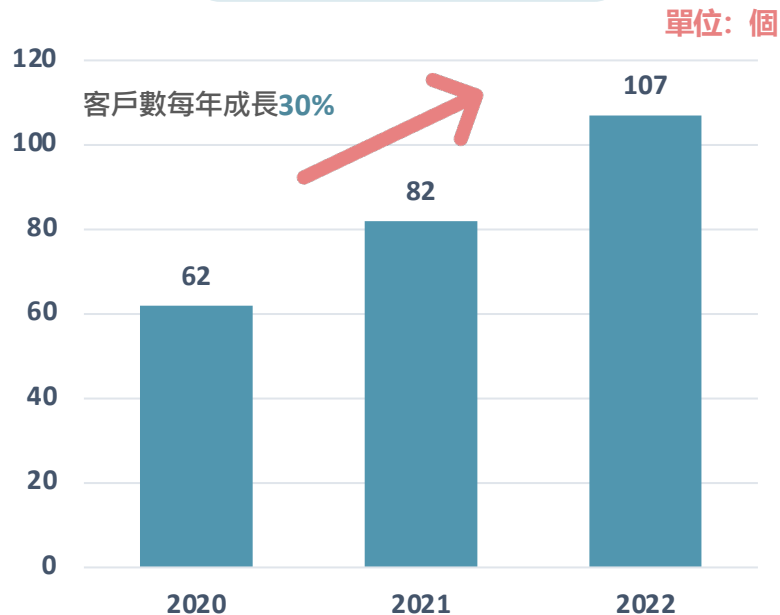
註: MDHC(TX) 2017.08成立

06 >> 未來展望 - 集團市場開拓策略 (美國六大區布局)

MDHC(FL) 新據點展望

MDHC(FL)已於2023年7月開始營運，在複製MDHC(TX)模式情況下，將持續擴增客戶及以現有產品滲透並深耕當地市場

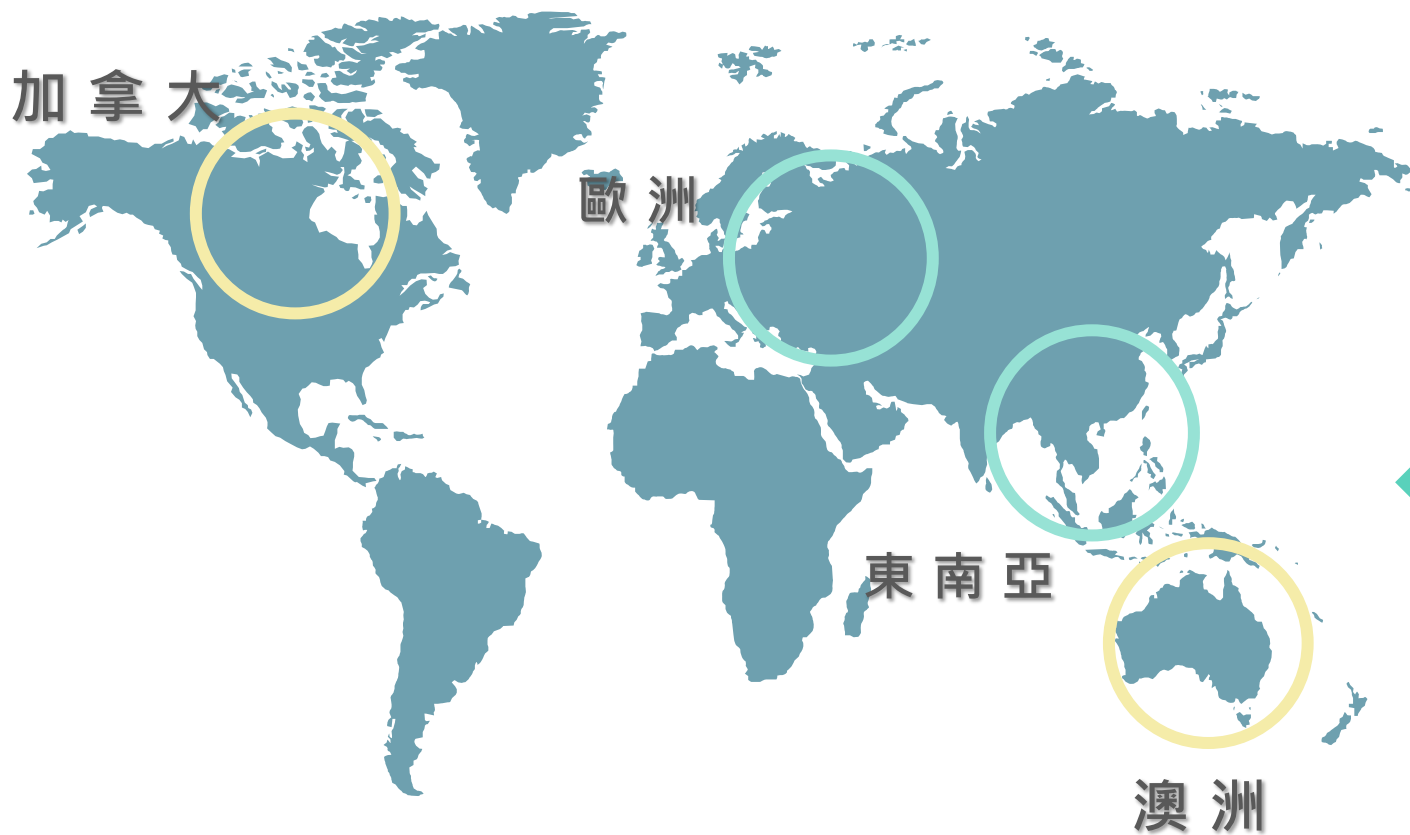
佛州近三年客戶變化



佛州地區近三年營收表現



06 >> 未來展望-集團市場開拓策略(全球布局)



中期展望

加拿大：

透過Christina產品已初步打入加拿大市場。待美國市場拓展達一定程度後，將陸續進入新市場深耕，擴增營運動能。

澳洲：

選定大型通路商進行合作

長期展望

東南亞：

選定泰國、馬來西亞、越南，在當地複製並展開台灣成功的銷售策略

歐洲：

進行深入的市場調查並與當地合作夥伴合作打入大型通路商

06 >> 未來展望 - 根留台灣持續發展

根在台灣， 品質出世界

選用台灣頂級木材走向全球市場
並與台灣供應商攜手共同研發地
板銷往世界。



美國在地化經營 雇用當地人才

擴大在美地板及室內裝修建材之
銷售版圖



全球市場的布局

除穩固既有市場外，
未來進一步拓展國際市場，
提升全球競爭力



以台灣作為基地， 提供優質後勤服務 及合適人才

台灣寶陞為集團總部
負責全球營運總部、集團採購中
心及台灣銷售中心





07

公司治理與
社會責任

- 公司治理與社會責任現況
- 未來規劃

07 >> 公司治理與社會責任-公司治理與社會責任現況



Environment

永續環境

- 生產工廠符合ISO9001(品質管理系統),ISO14001(環境管理系統)

產品通過以下認證

- CARB phase1 & phase 2 (控管甲醛釋放量)
- Floor score(控管甲醛釋放標準、揮發性有機化合物(VOC)、重金屬等其它有毒揮發物含量)
- 超耐磨地板取得台灣健康綠建材標章證書
- 塑料地板及超耐磨地板取得隔音建材性能評定



Social

員工關懷社會貢獻

友善職場

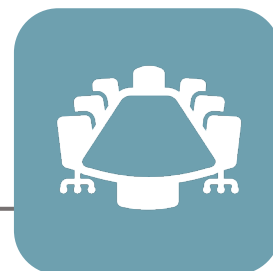
- 環境安全
- 員工福利
- 經營成果與員工共享
- 提撥不低於3%為員工酬勞
- 職場多元化及性別平等
- 女性主管占比為42%

捐贈地板

- 與客戶合作回饋社會,對需要幫助的團體或學校捐贈地板

人才培育

- 提供員工定期進修課程



Governance

公司治理

強化董事會職能

- 7位董事(含3位獨董)符合資格及選任方式,預計2024年新增1名獨董
- 持續投保董事責任保險
- 執行績效評估
- 按規定召開,實際出席率達98.41%

維護股東權益

- 提供投資者對外專屬網站
- 設置發言人及代理發言人

公司治理資訊揭露

- 公司治理資訊,包括董事會、功能委員會運作,以及相關重要規章,已揭露於公司網站。

07 >> 公司治理與社會責任-未來規劃

要求供應商取得FSC認證 以確保我們產品的環境友善性

森林管理委員會 (FSC) 是一非營利組織，確保林業環境負責且社會有益。取得FSC認證的產品代表「森林友善」，結合環境、社會和經濟考量。因此，公司計劃要求供應商取得FSC認證，強化產品的環境友善性。



認養國有林，種植未來 — 支持原生林地再生計劃

- 公司預計捐款贊助林業署國有林造林計畫，認養新北林地，栽種適合當地的原生種樹苗。

珍愛地球、深耕台灣： 攜手種植綠意。

- 秉持著「根留台灣」的理念，產品採用在地林材，為經濟和社區發展作出了實質貢獻
- 攜手供應商與客戶參與林業署企業造林專案，除公司投入人力造林植樹計畫外，亦規劃委託當地造林廠商或社區單位進行養護工作，進而提供當地居民工作機會且提升生活環境及品質，回饋社會。彰顯公司對企業永續經營的承諾。
- 認養值護樹，厚植森林資源維護生態環境

完成碳盤查確信

- 配合主管機關的永續發展路徑，預計於2026年和2027年完成個體及子公司的溫室氣體盤查。2028年和2029年完成溫室氣體確信。

BAUSEN 寶陞

THANK YOU

BAUSEN

寶陞國際股份有限公司

上櫃前業績發表會

主辦承銷商



兆豐證券
Mega Securities

2948