



股票代號 4442

英屬開曼群島商竣邦國際股份有限公司

# 法人說明會

---

主講人：執行長 蕭志偉 20260325

## 免責聲明

本公司簡報及同時發布之相關訊息，含有歷史資訊及管理階層對於未來的業務展望等預測性資訊。

本簡報中之未來展望，為本公司截至目前為止對於未來的看法。未來實際所發生的營運結果，可能與這些預測性資訊有所差異，其原因可能來自於各種本公司所不能掌控的風險及不確定因素。

本簡報之合併財務數字業經由會計師查核或核閱，所有資訊僅供參考，詳細內容請參閱相關查核(核閱)報告。

有關本簡報內容非經本公司書面許可，任何第三者不得任意取用或複製。

# 簡報大綱 CONTENTS

01

## 關於竣邦

公司基本資料、經營理念與集團布局概覽

02

## 產品介紹及應用

主要產品類別、應用領域與品牌客戶資源

03

## 核心競爭力

產業定位、商業模式與數位化產品優勢

04

## 經營績效

近三年損益表、資產負債表與股利政策

05

## 市場概況與未來展望

全球市場趨勢、2026展望與越南建廠計畫

01

---

# 關於竣邦

## 公司基本資料

J&B 成立日期

2021年7月27日

實際營運主體於 1999年 開始營運，深耕機能性  
紡織領域。

實收資本額

新台幣 317,147 仟元

(截至2026年2月28日)

## 經營理念

持續創新與追求卓越，創造無限可能；堅持永續經營與環境社會  
共榮發展。

## 願景

成為全球最有影響力的紡織企業

## 核心價值觀

自省 | 創新 | 團隊至上 | 當責 | 追求卓越 | 誠信

## 集團布局

竣邦集團以台灣為總部，整合兩岸與越南三大區域的核心功能，構建完整的全球供應鏈體系。

### TW 台灣總部

- 全球品牌接單中心
- 研發設計中心

### CN 大陸據點

- 供應鏈生產管理中心
- 產品開發中心

### VN 越南竣邦

- 供應鏈生產管理中心
- 自有生產基地
- 越南本地銷售中心

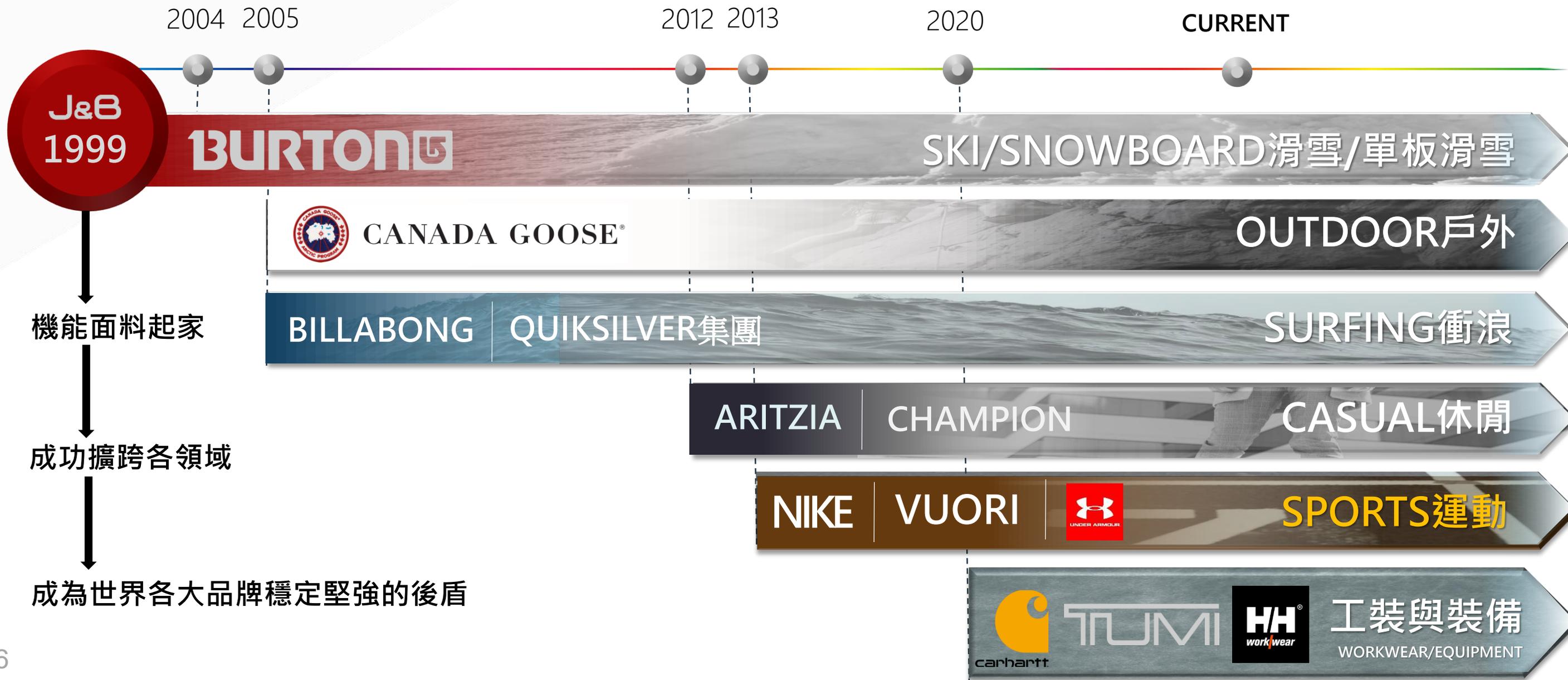
### 越南織染廠

織布、染整、後加工(印花、貼膜、打孔)一貫廠，預計於2027上半年建置完成。



產品領域發展歷程

自1999年以機能面料起家，竣邦歷經逾25年的深耕，成功跨越多元應用領域，成為世界各大品牌穩定堅強的後盾。



## 客戶資源

全球品牌客戶涵蓋運動、戶外、滑雪、衝浪、瑜伽、城市、休閒、醫療和工業服裝與布料市場



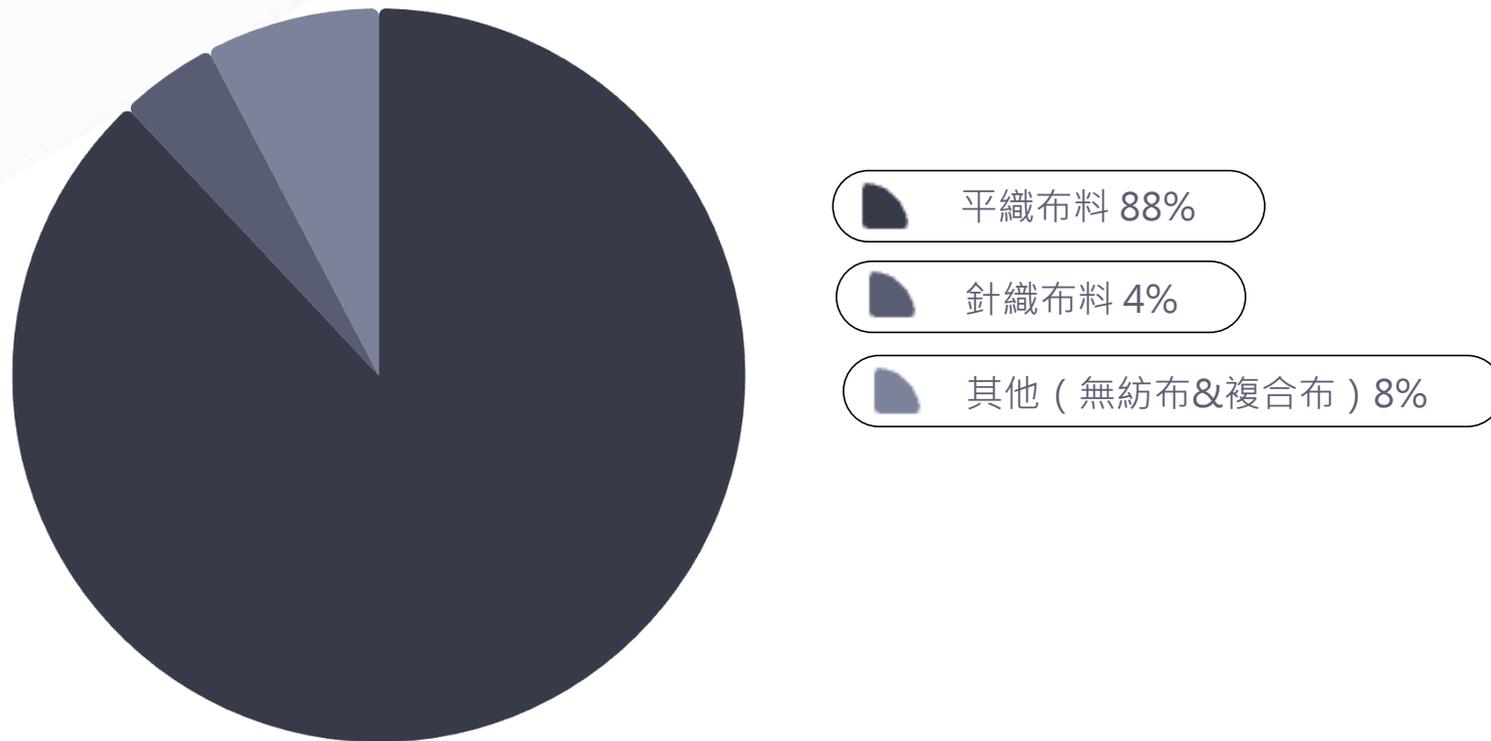
02

---

# 產品介紹及應用

## 2025年度產品結構

平織布料持續擴大占比，2025年達88%，充分展現竣邦在高附加值機能面料領域的深厚技術積累與市場競爭力。



88%  
平織布料占比  
2025年度核心產品

4%  
針織布料占比  
彈性優異，廣泛應用於運動與瑜伽領域

8%  
其他材料占比  
無紡布、複合布等機能材料

## 產品應用領域



### **OUTDOOR** 戶外

高機能防水透濕面料，適應極端戶外環境，廣泛應用於登山、健行等活動。



### **YOGA** 瑜伽

四面彈性、觸感柔順，完美配合瑜伽各類動作的伸展需求。



### **SURFING** 衝浪

抗氯耐鹽、快乾彈性設計，滿足水上極限運動的嚴苛需求。



### **ATHLEISURE** 運動休閒

兼具時尚與機能的運動休閒面料，適應日常穿著與輕度運動需求，廣受國際快時尚與運動品牌採用。



### **SPORTS** 運動

輕量彈性、排汗速乾設計，為競技與訓練提供最佳性能支持。



### **SNOWBOARD** 滑雪

優異的防寒保暖與防水性能，守護極限運動愛好者的安全與舒適。



### **WORKWEAR** 工裝

融合街頭潮流與實用機能，耐磨防汗面料廣受工裝潮牌與都市戶外品牌青睞，兼具型格與耐用性。



### **EQUIPMENT** 裝備

高強度、耐磨損的機能材料，廣泛應用於背包、登山裝備等戶外器材，提供卓越的耐用性與防護性能。

03

---

# 核心競爭力

## 產業地位

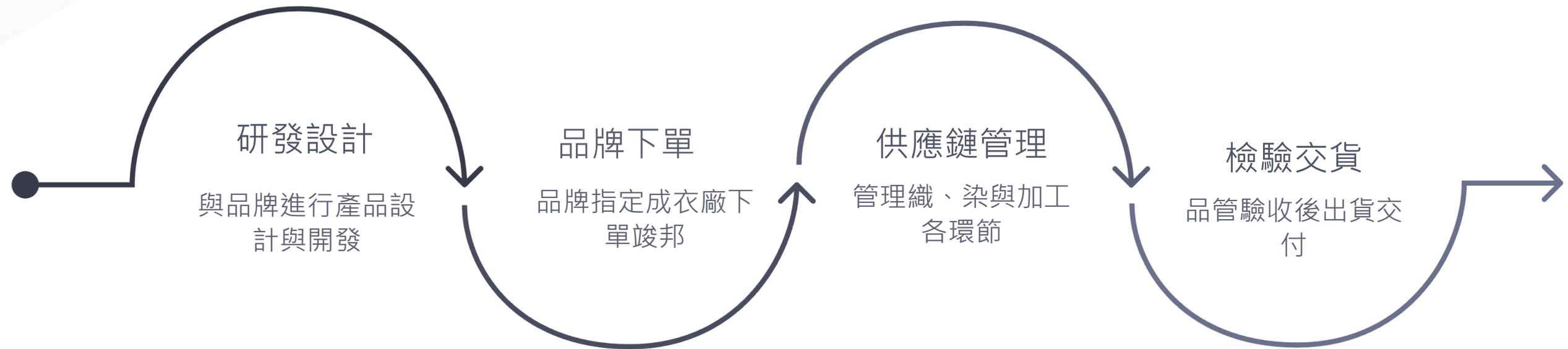
# 機能性紡織業

大廠與代工廠的專業分工



## 商業模式

竣邦直接與國際品牌進行產品開發，並依品牌規格管理織、染、加工等供應鏈環節，確保最終成品符合品高標準後交貨。



此商業模式的核心優勢在於竣邦直接與國際品牌建立深度合作關係，藉由產品開發、品管驗收及供應鏈管理，有效提升客戶黏著度，形成難以被替代的核心地位。

## 竣邦-KY 競爭優勢

在這個快速變化、極致個人風格崛起的時代，竣邦能持續引領市場與穩健成長，關鍵在於以下三大核心競爭優勢的深度整合：

### 掌握趨勢 / 客戶需求

深度洞察市場趨勢與品牌需求，確保產品研發方向與市場高度契合。

### 研發設計

持續投入高功能面料研發，以技術創新與設計差異化強化產品競爭力。

### 供應鏈管理

靈活整合兩岸及越南供應鏈資源，迅速反應市場需求，提供最佳解決方案。

**優異的服務能力** — 迅速反應市場，提供最佳解決方案，是竣邦與客戶長期深度合作的核心價值主張。

## 數位化產品解決方案

- 即時布料資料庫與樣品比對
  - 3D 模擬服裝設計，加速產品提案
  - 減少樣布物流時間，提升開發效率
  - 雲端選布平台，優化客戶決策流程
- 提升產品開發效率並強化客戶服務競爭力



04

---

# 經營績效

營運回顧

運動、戶外領域  
銷售佳績

- 運動領域銷售持續創新高
- 戶外領域客戶重回常軌

2025年營收、獲利齊  
創歷年新高

- 營收16.71億，年增29.61%
- EPS 5.23元，大幅年增63.95%

股利政策

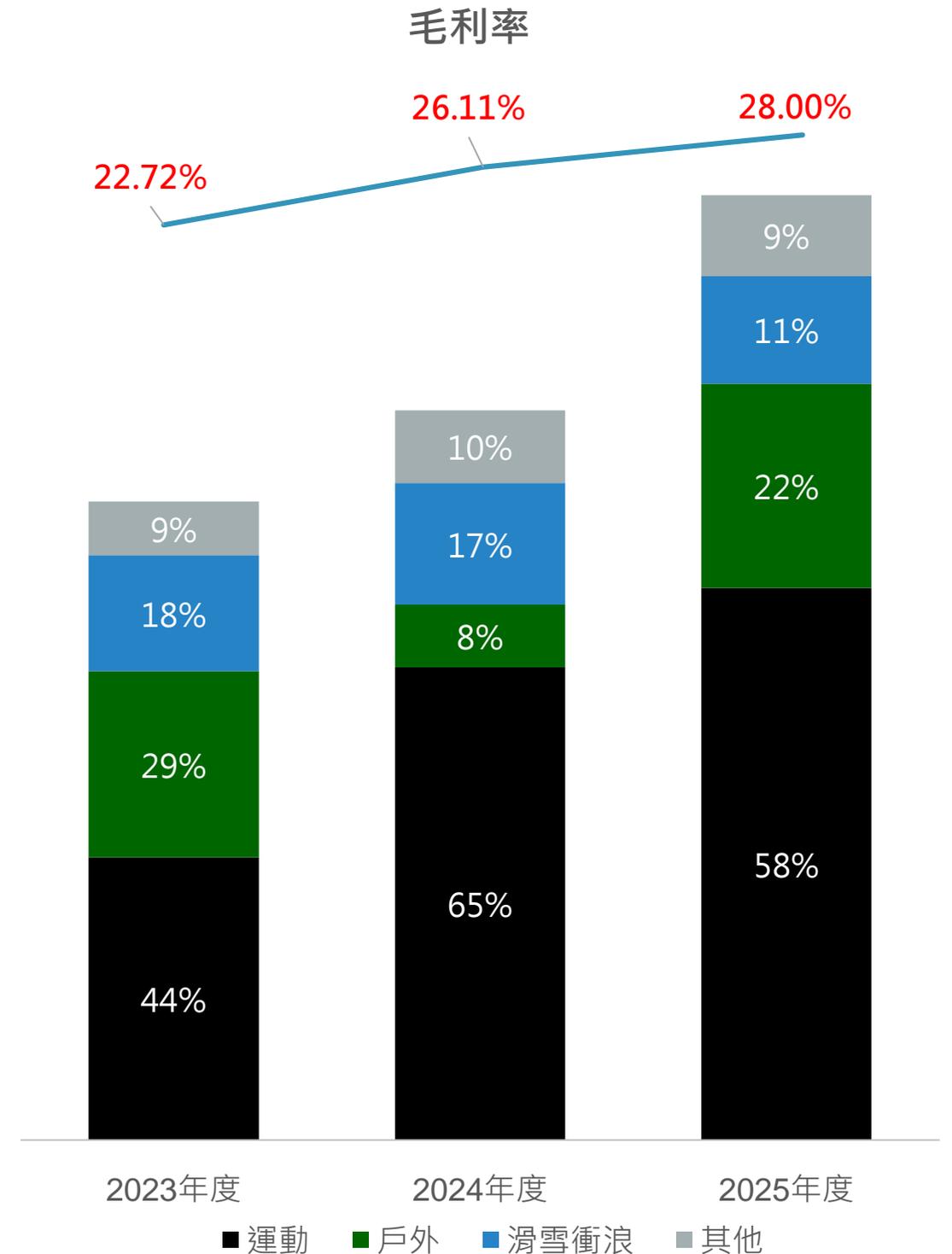
- 2025年擬配息3.5元創新高
- 連續三年配息率逾六成

應用領域

客戶資源

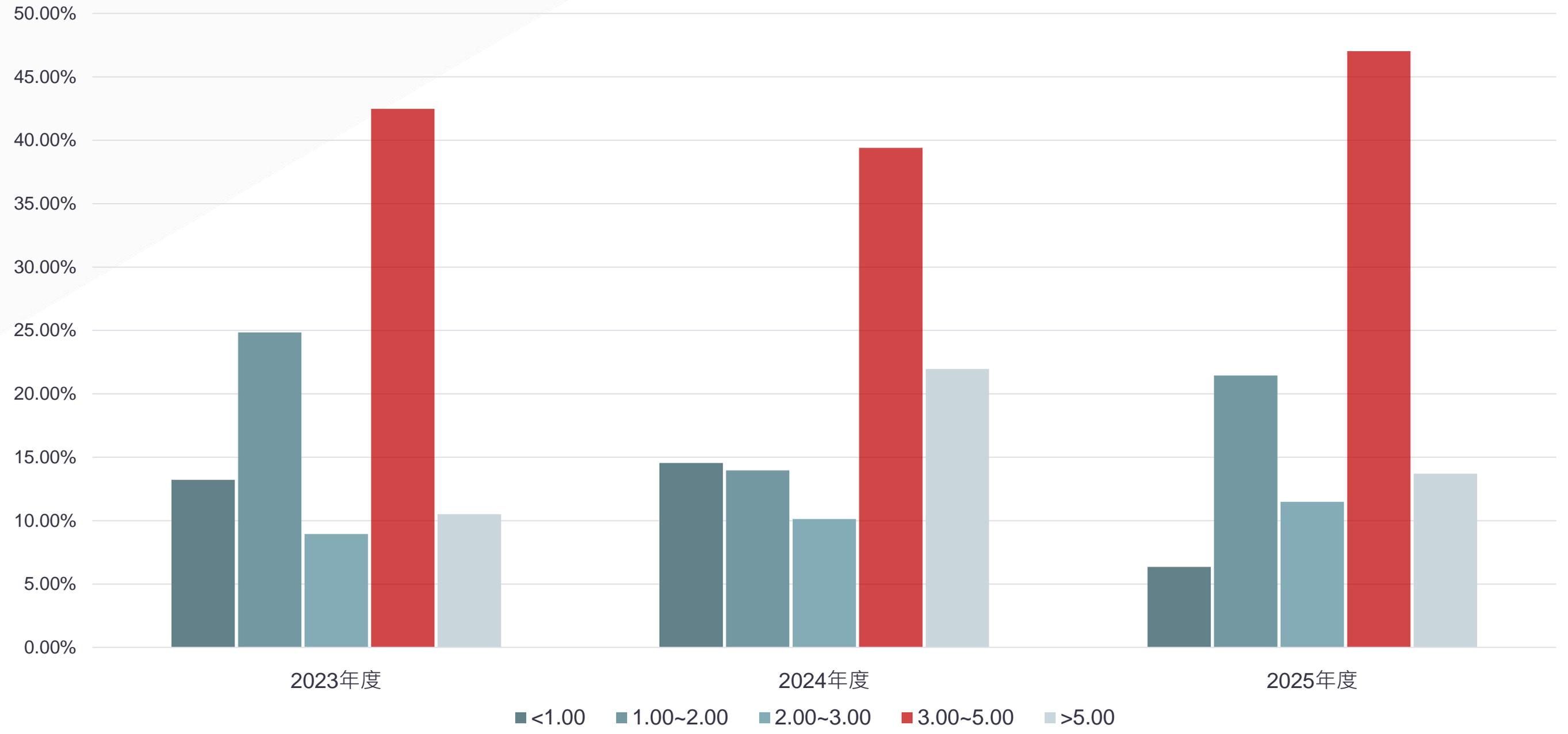
單位：新台幣/千元

	2023年	2024年	2025年
運動	499,711	835,667	976,216
戶外	329,184	110,846	361,001
滑雪衝浪	204,954	214,765	189,772
其他	94,918	127,585	143,542
<b>合計</b>	<b>1,128,767</b>	<b>1,288,863</b>	<b>1,670,531</b>



產品單價分布

單位：USD



## 2025年度損益表

(新台幣仟元)	2025		2024		2023	
營業收入	1,670,531	100%	1,288,863	100%	1,128,770	100%
銷貨成本	1,202,815	72%	952,380	74%	872,296	77%
營業毛利	467,716	28% ↑	336,483	26%	256,474	23%
營業費用	282,604	17%	244,248	19%	213,931	19%
營業淨利	185,112	11% ↑	92,235	7%	42,543	4%
業外收支	4,003	0%	21,593	2%	4,715	0%
稅前淨利	189,115	11%	113,828	9%	47,258	4%
所得稅費	37,463	2%	26,035	2%	15,167	1%
稅後淨利	151,652	9% ↑	87,793	7%	32,091	3%
EPS(新台幣元)	5.23		3.19		1.30	
實收資本額	314,142		276,568		275,289	

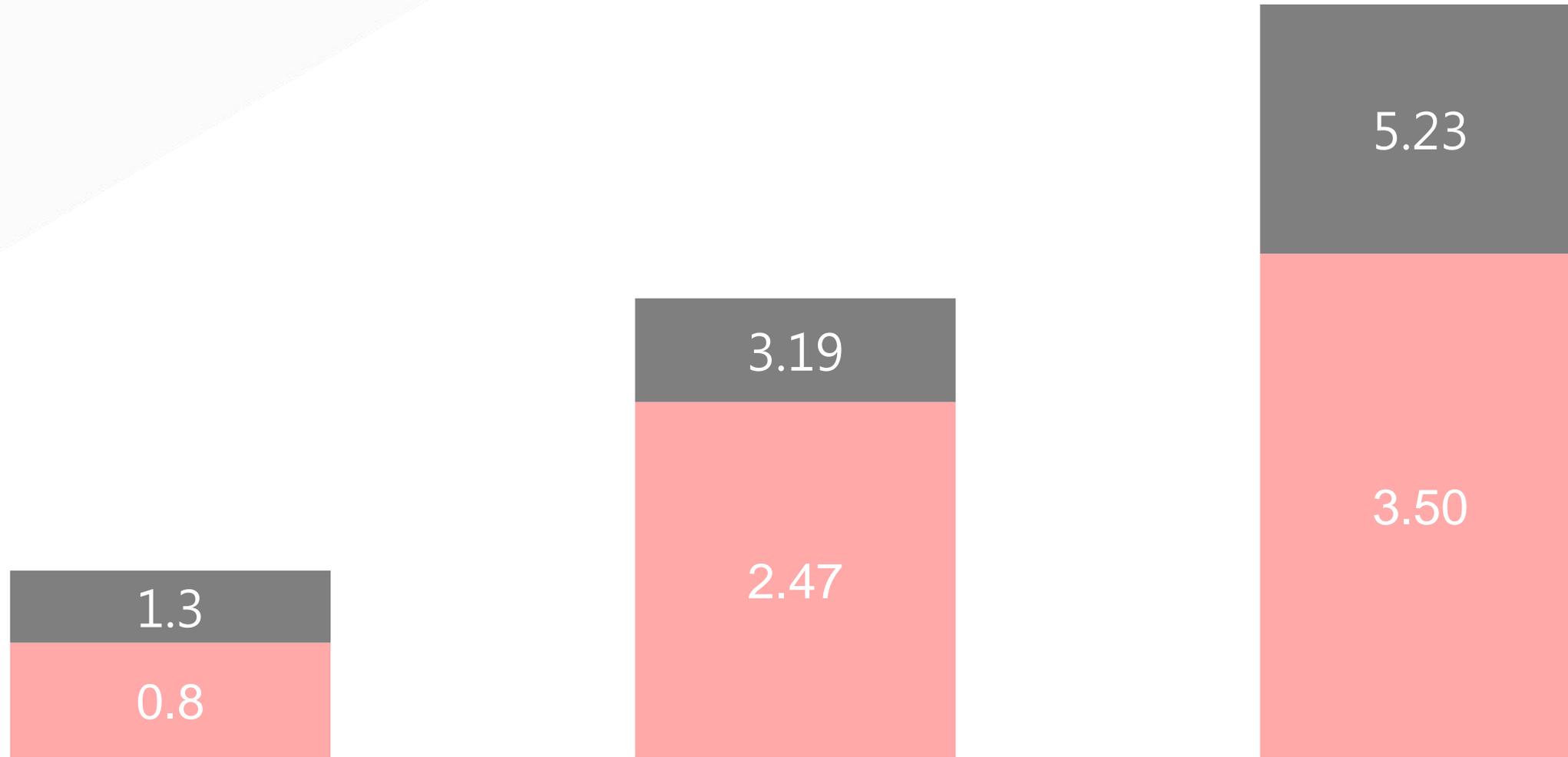
## 資產負債與關鍵財務指標

資產負債表			
新台幣百萬元	2023	2024	2025
流動資產	645	756	1,032
總資產	810	919	1,313
現金	330	472	671
應收票據及應收帳款	151	142	207
存貨	114	65	93
固定資產	122	121	116
總負債	294	321	474
貸款	39	3	0
應付票據和應付帳款	163	208	217
股東權益總額	516	599	839
普通股股本	275	277	314

關鍵財務指標			
負債佔資產比例	36.27%	34.88%	36.13%
每股淨值	18.75	21.65	26.69
應收帳款週轉天數	64.22	42.43	38.95
存貨週轉天數	52.11	34.28	23.96
應付帳款週轉天數	78.57	70.99	64.44
股東權益報酬率(%)*	6.67	15.75	21.10

### 近三年股利政策

■ 現金股利 ■ EPS



年度配發率：

2023年  
62%

2024年  
77%

2025年  
67%

05

---

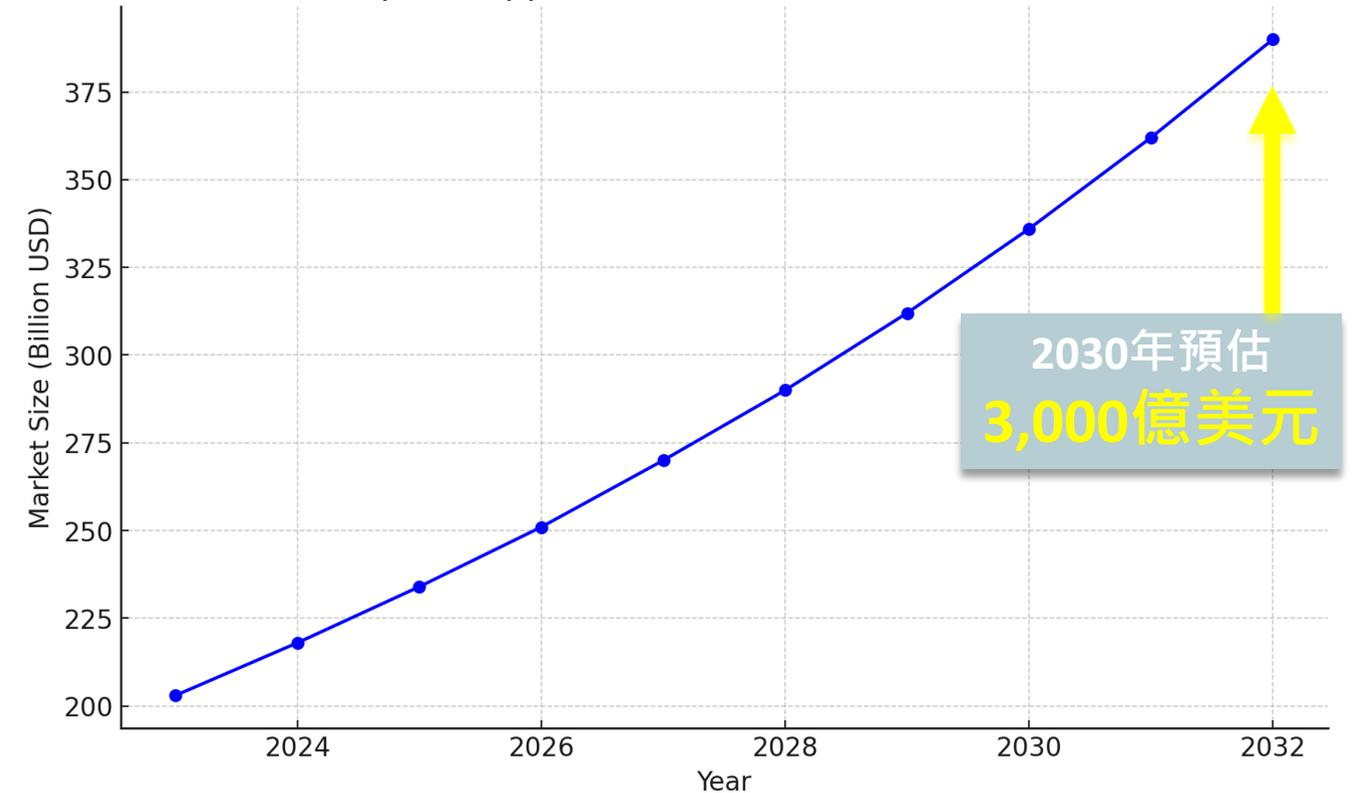
# 市場概況與未來展望

## 市場概況

全球運動服飾市場需求穩定擴張，產業成長動能強勁。

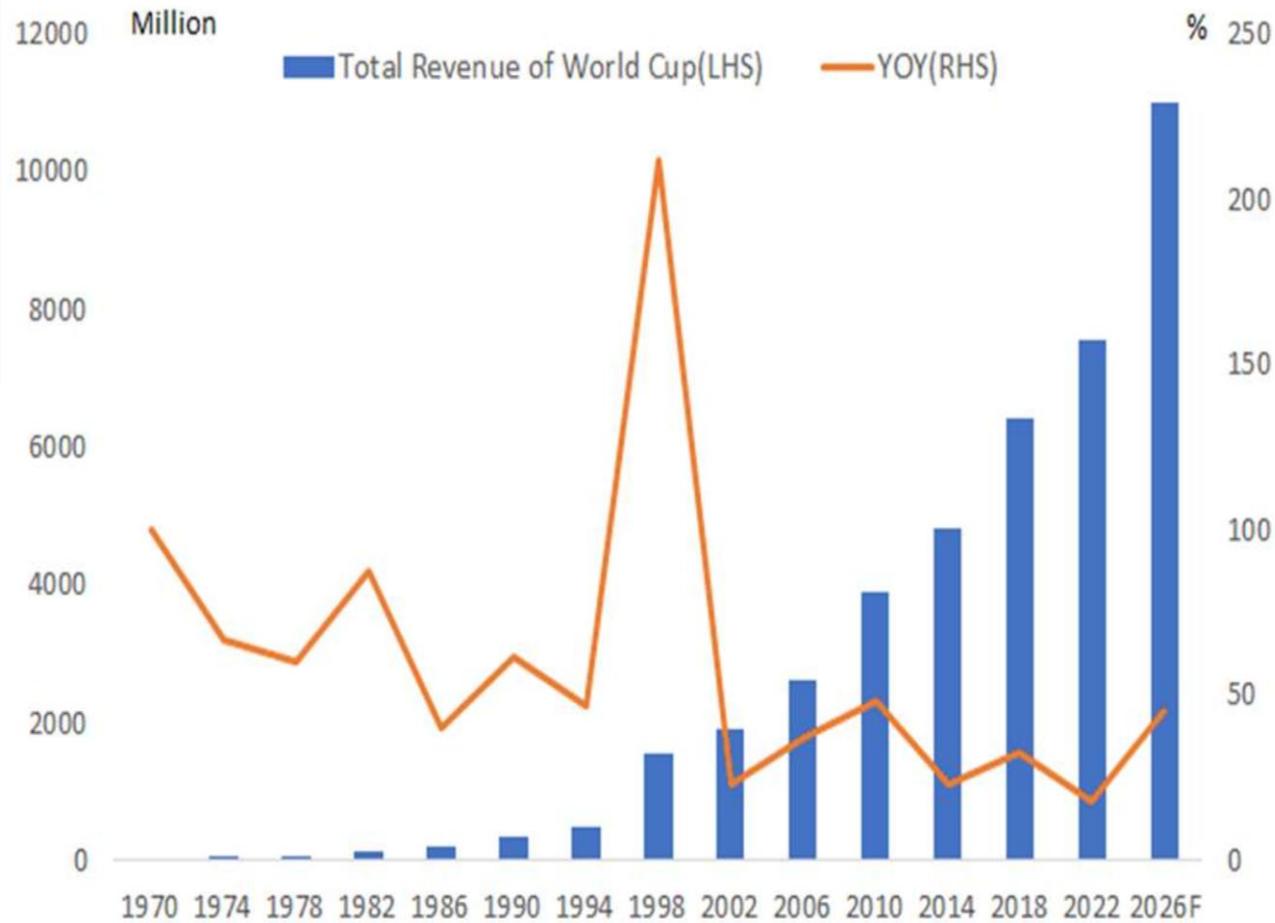
- 全球運動服飾市場 2024–2030 CAGR 約 6%–8%
- 運動休閒(Athleisure)趨勢持續擴大，機能性服飾滲透日常生活場景
- 大型國際賽事帶動運動服飾需求

Global Sports Apparel Market Size Forecast (2023-2032)



市場概況 - 運動賽事商機

世足賽商機規模逐年成長



Source: FIFA

Year	Host Country	Total Teams	Total Matches	Spectators (Thousand)	Audience Size (Million)	Total Revenue of World Cup (Million USD)
1978	Argentina	16	38	1545	600	80
1982	Spain	24	52	2110	750	150
1990	Italy	24	52	2516	1030	340
1994	USA	24	52	3588	2100	500
1998	France	32	64	2785	2700	1560
2022	Qatar	32	64	3404	5000	7568
2026F	USA, Canada and Mexico	48	104	5500	8000	11000

- 1994年美國第一次舉辦世足賽，現場觀賽人數增加42.6%至358.8萬人，創歷史新高，後來各屆賽事都沒有突破這數字。電視人口倍增至21億人，增加103.9%
- 過去兩次擴大參賽隊伍，1982年現場觀賽人口增加36.6%，電視人口增加25%。
- 1998年現場觀賽人口總數減少22.4%，電視人口則增加37.1%
- **2026年美加墨世足賽，參賽隊伍擴大至48支，比賽總場次增至104場，商機顯著擴大**

## 全球供應鏈趨勢

### 品牌供應商集中化

- 品牌縮減供應商數量
- 訂單將集中於具規模與研發能力的核心供應商

### 供應商生產基地多元化

產能由中國轉移至東南亞，分散地緣政治與關稅風險。

Nike 供應鏈案例：主要供應商占比2014年 34% → 2025年 54%  
→ 核心供應商大者恆大 參考來源：元大投顧

**竣邦具備「核心供應商 + 多元區域供貨」雙重優勢為供應鏈重組主要受惠者，轉單效益加乘。**

竣邦產品組合升級與品牌合作深化，驅動成長動能

## 產品策略

### 市場滲透率擴大

由既有高端機能面料市場，延伸至中端與中高端量產產品線，全面擴大客群與市場份額，帶動竣邦整體布料出貨量增加。

### 全球運動賽事添接單動能

2026 世界盃足球賽與2028 洛杉磯奧運將顯著帶動運動服飾採購需求，為公司提供明確的中期訂單成長動能。

## 品牌合作

### 新客戶訂單放量，推升營運向上

與 Nike SKIMS、ITOCHU 等品牌夥伴合作穩固，今年起客戶下單持續提升，第一季起將貢獻營運，並有機會逐步放量，凸顯長期供應鏈合作關係，業務基盤扎實。

### 多元化接單策略，擴大營收來源

在袋材與運動領域積極開發，新增 Tumi、NO BULL 品牌合作，開拓多元業務來源。

技術升級 × 產能布局，提升接單能力與附加價值

## 品牌客戶永續規劃

 **Textile-to-Textile ( T2T )** 回收技術發展廢舊織物再生應用，強化循環經濟產品競爭力及產品差異化。

 **永續高機能面料**  
全產品線無氟防水，符合 ESG 趨勢並提升產品價值。

 **機能產品應用擴大**  
防水透濕產品導入更多品牌與品項，提升單一客戶採購滲透率與訂單規模。

## 越南二廠(織染廠)建置

### ◆ 戰略布局強化

因應全球關稅政策與地緣政治風險，強化越南於全球紡織供應鏈中的戰略布局。

### ◆ 區域產能完善，提升接單能力

建置織染產能，完善越南紡織產業鏈，提升整體供應鏈彈性與接單能力。

# 謝謝指教

聯絡窗口

張兆民財務長/發言人

電話:(02)8227-2008Ext.209

IR@Jb-group.com.tw