

弘帆 股份有限公司



公司簡介

弘帆股份有限公司成立於 1985 年 3 月，從事流行髮飾、珠寶、梳鏡、修容工具、包袋等產品之設計、生產及銷售，客戶遍及美洲、歐洲、亞洲及大洋洲，多屬全球知名品牌。

品牌通路

弘帆公司於女性飾品及用品行業擁有近 30 年的經驗。公司設於台北內湖，並在大陸廣東東莞興建 12 萬平方米的普世工業園區，整合重要供應商以外銷歐美為主。同時積極規劃開拓大陸內銷通路，自民國 100 年起，旗下品牌“KIREI 綺麗生活館”投入大陸零售市場，於天津、北京、南京、瀋陽、武漢、重慶等地開設連鎖專營店，以服務當地日益擴大的優質生活品需求。

產業現況與發展

弘帆公司所扮演的角色是將優質髮飾、梳鏡等產品提供給全球客戶的時尚引領者。據業界調查，全球女性飾品消費市場，年貿易總量超過一千億美元，美國與歐洲約占消費總量的 50%，

弘帆公司一方面與既有客戶保持密切合作關係，另一方面積極開發新客戶及非髮飾品項產品；此外，中國經濟急速發展，消費觀念和消費意識變化，女性消費族群開始注重生活品質，形成新興的女性飾品消費市場。

全球飾品消費需求龐大且日益發展，弘帆公司除擁有從設計到生產一整套的服務能力，同時佈局全球銷售網路，且具有數百人之業務行銷與技術支援團隊。弘帆公司的團隊秉承“對上以敬，對下以慈，對人以和，對事以真”的企業精神，追求客戶服務的深度與廣度，不斷投資於員工教育、設備及資訊系統、諮詢管理等，弘帆公司的產品與服務，每每深受全球知名客戶認同與肯定，Walmart、ZARA、H&M、Watsons、Goody 等均與弘帆公司保持多年良好的合作關係，顯示弘帆公司是最專業的女性飾品及用品的貿易商。對於產業脈動的掌握與未來產業的發展方向預測，經營管理的整合能力，均為業界翹楚及標杆，因此在弘帆公司的致力經營、合作夥伴與客戶的全力支援下，放眼臺灣、中國、亞洲乃至全球，弘帆公司有絕對的業務擴展實力，並能接受任何的經營挑戰。

競爭優勢

弘帆公司在女性飾品產業具有相當的市場佔有能力，全球每兩位女性之中就有一位正在佩戴“弘帆”生產的髮飾，美國 1/3 的髮梳由“弘帆”製造。弘帆公司近 70% 的營收來自美洲市場，22% 左右的營收來源於歐洲客戶，90% 以上的美國女性都使用過“弘帆”的產品。

對流行趨勢的預測能力是弘帆公司一大競爭優勢，弘帆公司極為重視技術人才儲備與培養。弘帆公司有 50 人以上編制的設計團隊，以市場為絕對導向，由經驗豐富的領導者帶領年輕的新血，對流行趨勢敏銳度與準確性高，以保證“弘帆”出品至少走在流行的前沿 2-3 年。

“弘帆”產品品項超過 1~2 萬種，除了引領流行趨勢部分以外，基本款、消耗品型的產品帶來穩固的績效，即使在全球不景氣的大環境下，弘帆公司仍然逆勢成長，年營收及營業毛利保持逐年穩定增長的勢態。

除此以外，還有與客戶間良好的互動和資訊交換，緊密連結供應鏈兩端關係，從樣式設計的創新，到樣品取材的勇於嘗試，再根據市場對產品的期許，改進功能性，實現供應鏈上下游垂直整合；在製造的前端，弘帆公司積極推展生產自動化，大幅降低成本，因此，“弘帆”研發出品不僅具備專利技術含量，價格上亦具備相當競爭力。

未來展望

弘帆公司對於 OEM/ODM 業務的運營已經非常純熟，將持續的、有計劃地推展新品項、開拓新客戶，並依目標計畫擴充成長。

早於 1995 年，弘帆公司已開始逐漸將事業方向轉向中國大陸。從所周知臺灣企業 90% 依靠外



銷，不穩定的國際經濟形式影響了往海外市場的發展，而中國大陸仍有廣大且相對穩定的內需市場。2011 年大陸消費品零售總額達 18.12 萬億元人民幣，比 2010 年同期增長 17.1%，隨著消費水準的提高，消費結構升級加快。近年來，跨兩岸的經貿往來不斷增加，貿易結構日益優化。由此契機，弘帆公司開始推動產業轉型，一是開拓內銷品牌及市場，一是製造業轉向連鎖零售業。

弘帆公司於 2012 年 12 月正式掛牌上櫃，對於未來長期業務發展，除在歐美市場保持絕對競爭優勢以外，將全力進軍中國普羅大眾基本髮飾、美妝用具市場，朝市占率第一的目標邁進；重點鎖定金字塔頂端消費群，引進國際知名品牌，藉由業務上的合作關係，共同開發大陸市場；進駐大陸中高檔百貨公司，開設具有獨特色彩的“KIREI 綺麗生活館”連鎖專營店，引進居家用品、創意商品、健康食品、護膚化妝保養品等八大商品專案，以日系產品為主軸，臺灣創意商品為亮點，以 15~35 歲之女性消費者為目標消費群，以保守穩健的經營態度著眼市場，逐步拓展弘帆公司事業觸角。