

9934

114年第三季 法人說明會

歐陽玄 董事長

2025.12.18

免責聲明

- 本簡報及同時發佈之相關訊息所提及之預測性資訊，包含公司營運概況及績效、營運策略及展望等內容，係本公司基於內部資料及外部整體經濟發展現況所得之資訊。
- 本公司未來實際營運產生之營運結果、財務狀況與業務可能與預測性資訊有所差異，其原因可能來自各種因素，包含但不限於市場變動、法令政策及整體經濟環境之改變，以及其他本公司無法掌控之風險等因素。
- 本簡報中所提供之資訊，係反應本公司截至目前為止對於未來的看法，並未明示或暗示地表達或保證其具有正確性、完整性或可靠性。對於簡報內容及未來看法，未來若有任何變更或調整，本公司不負責更新或修正。

目錄

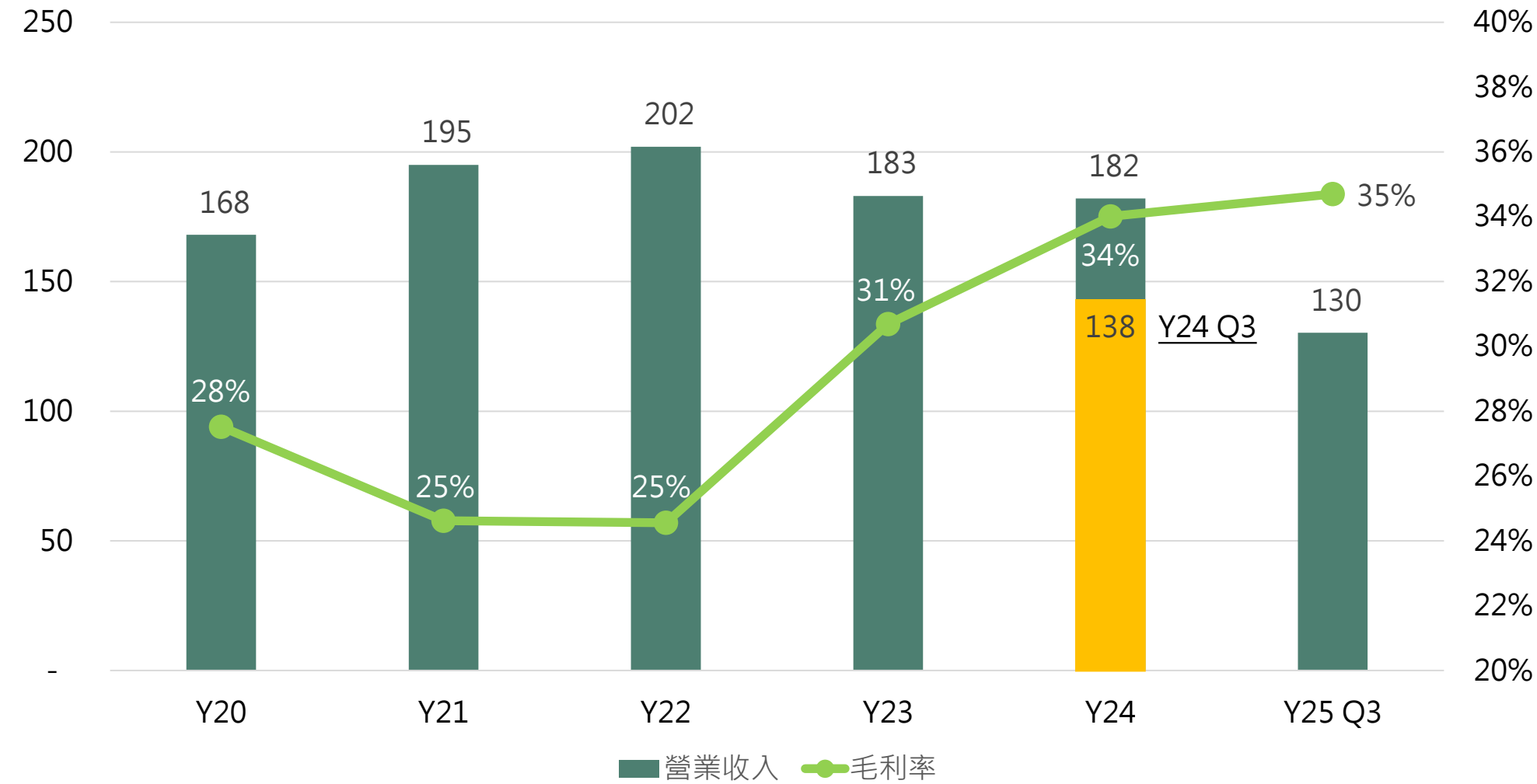
- 一. 營運績效
- 二. 2025年重要事業進展
- 三. 產業展望
- 四. ESG

一．
營運績效

合併經營績效

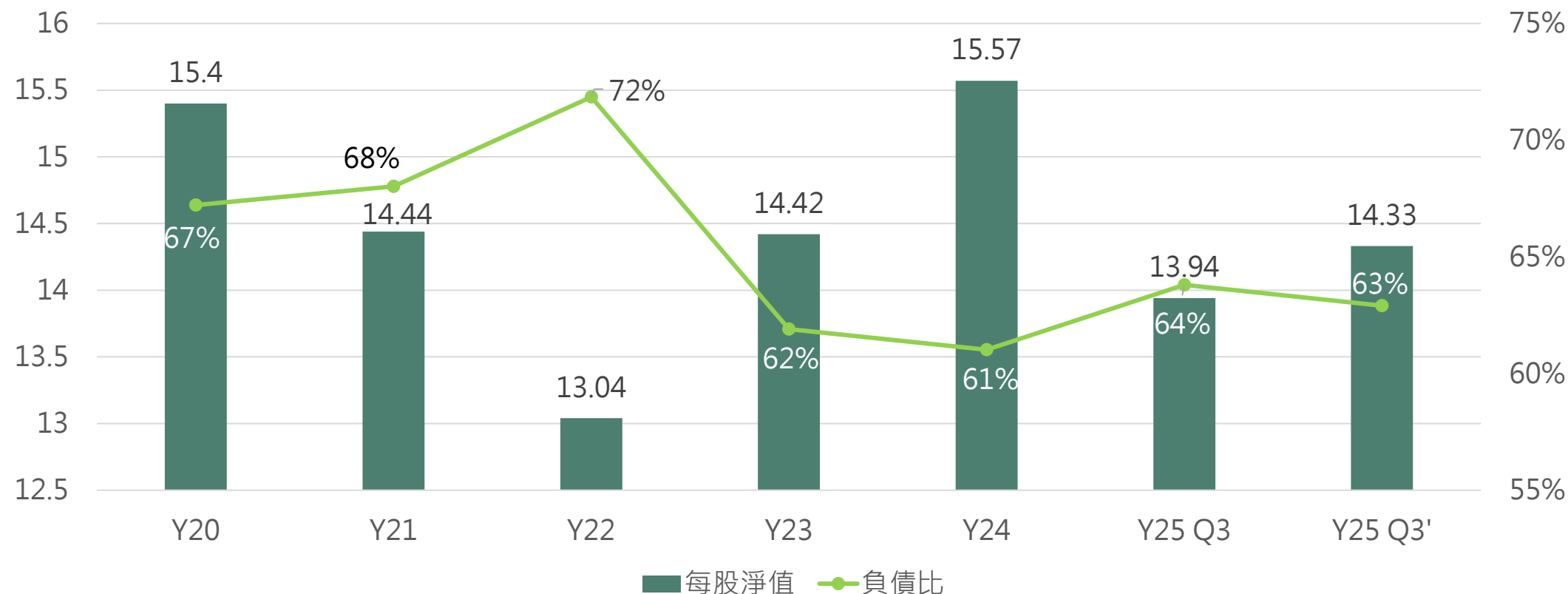


(單位: 新台幣億元)



2025年第三季合併財務結構

(單位: 新台幣元)



(%)	Y20	Y21	Y22	Y23	Y24	Y25 Q3	Y25 Q3'
ROE	5%	0%	-18%	11%	8%	-0.8%	1.8%

註1: Y25Q3認列中國子公司盈餘匯回所得稅及未分配盈餘所得稅，合計約1.6億。

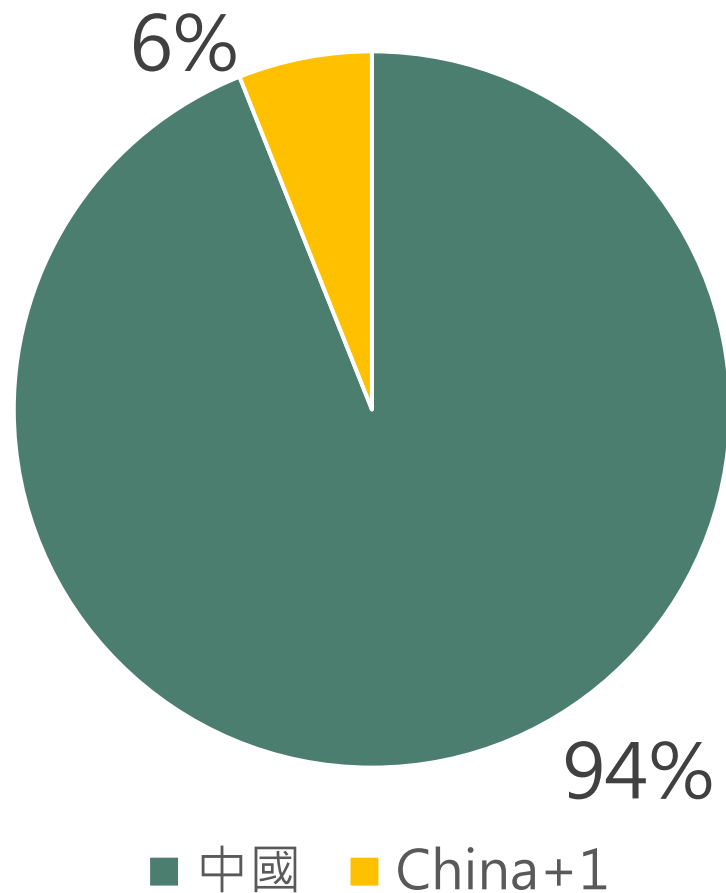
註2: Y25Q3' 係排除盈餘匯回所得稅及未分配盈餘所得稅影響後之結果。

—
—.

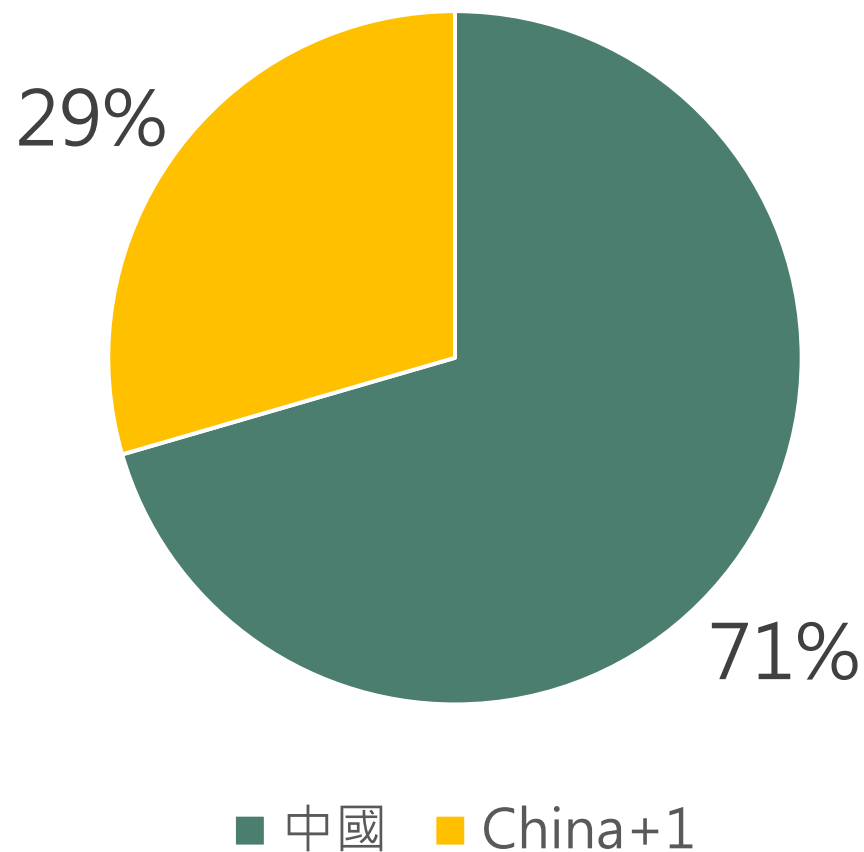
2025年重要事業進展

因應關稅衝擊，成霖加速實現水五金「China+1」策略

2025年初

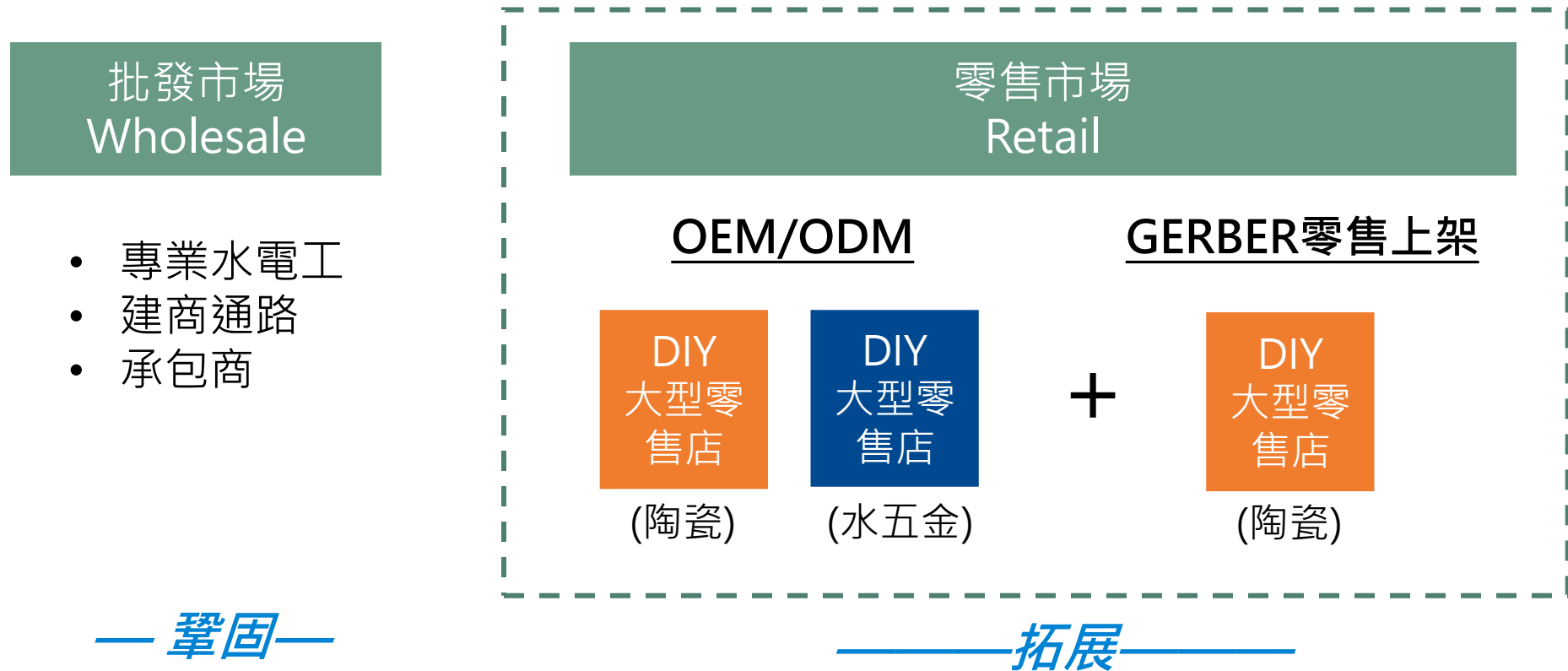


2025年底



GERBER站穩批發通路，並實現零售通路佈局

- A.衛浴批發市場(Wholesale): GERBER為美國近百年品牌，深耕美國衛浴批發市場，提供高品質衛浴產品，擁有良好聲譽，市佔12%。
- B.衛浴零售市場(Retail): 長期替美國知名居家零售通路提供代工服務，2025Q2正式將GERBER品牌帶入零售通路。

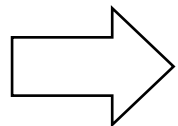


GERBER®

GERBER零售通路未來規劃

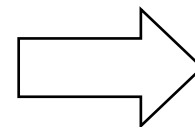
美國環境

- 面臨通膨壓力
- 裝修DIY文化



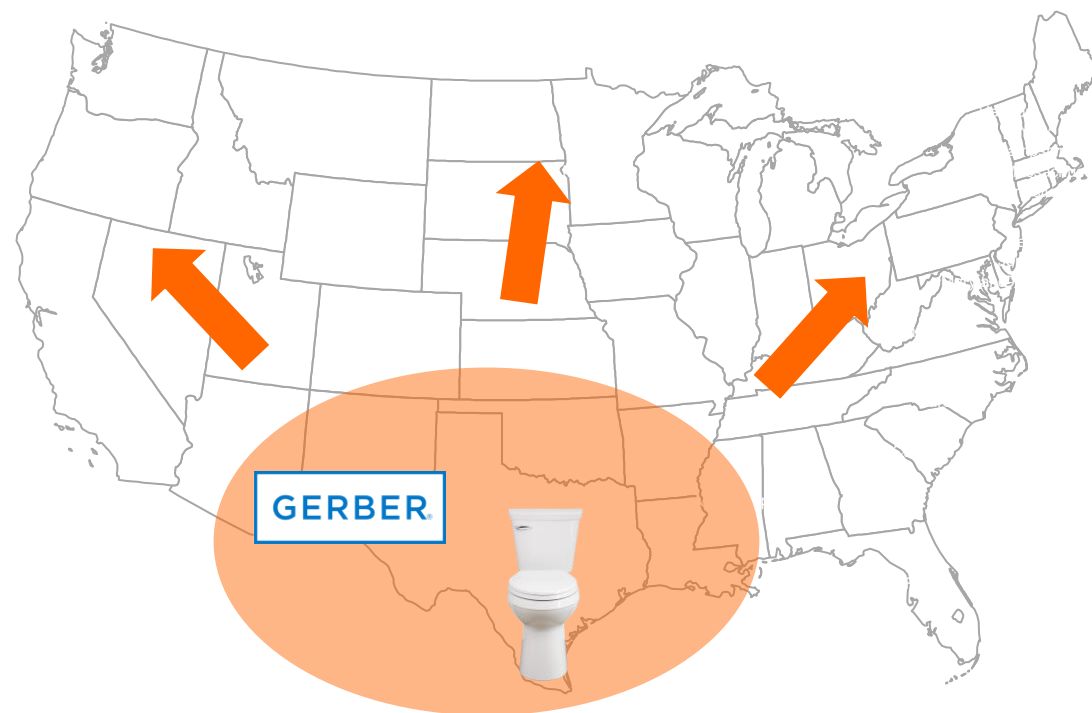
GERBER產品特色

- 中價位/高品質
- 簡易安裝設計



成長動能

- 拓展全國鋪貨店數



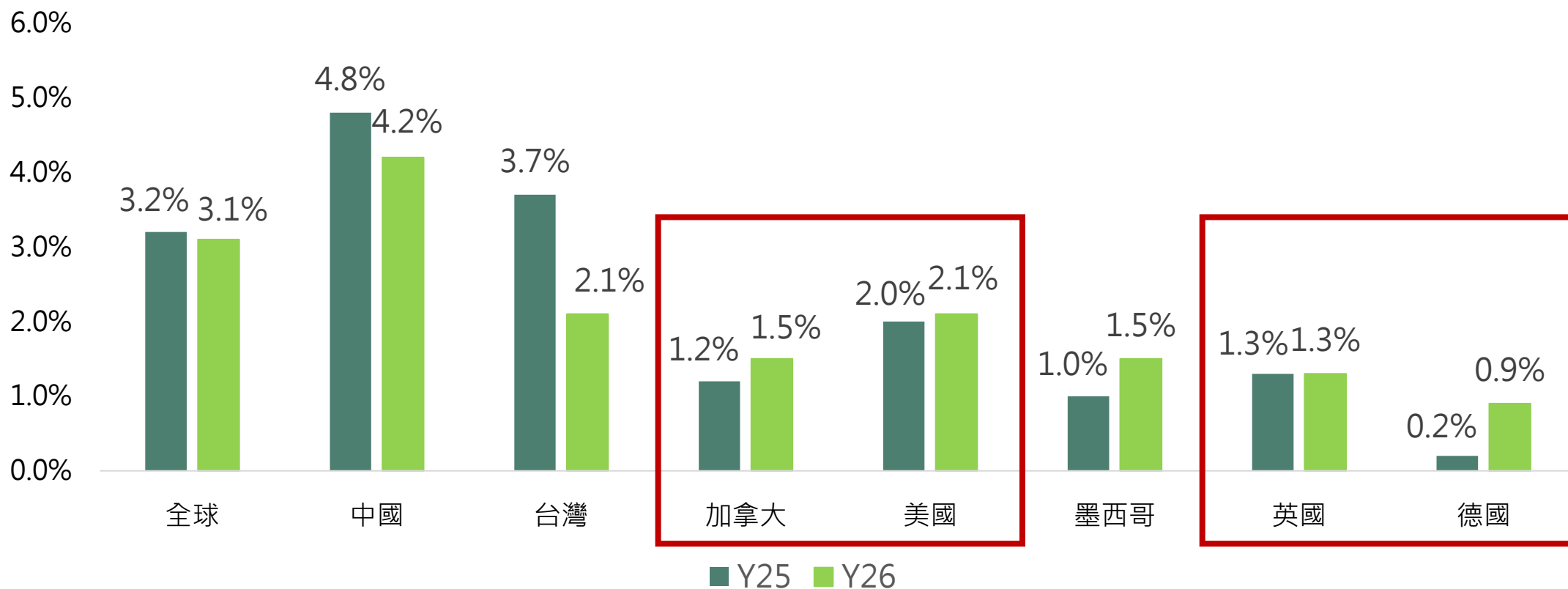
—百年品牌值得信賴—

三. 產業展望

2026年全球經濟展望

成霖主要銷售國家:美國、加國、德國及英國明年仍維持經濟成長動能

IMF 經濟成長預估

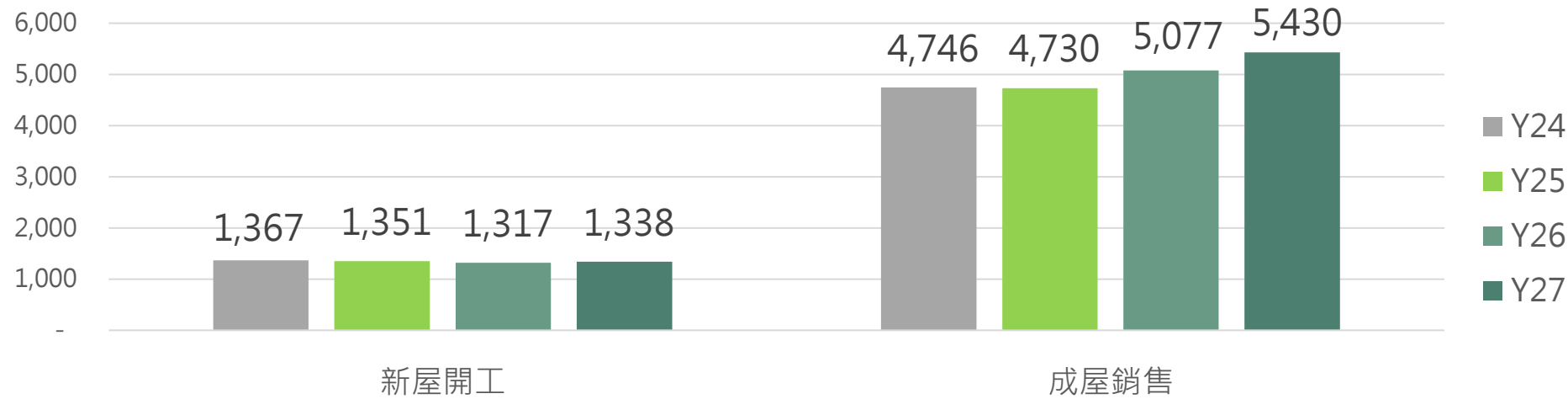


美國房市預期復甦

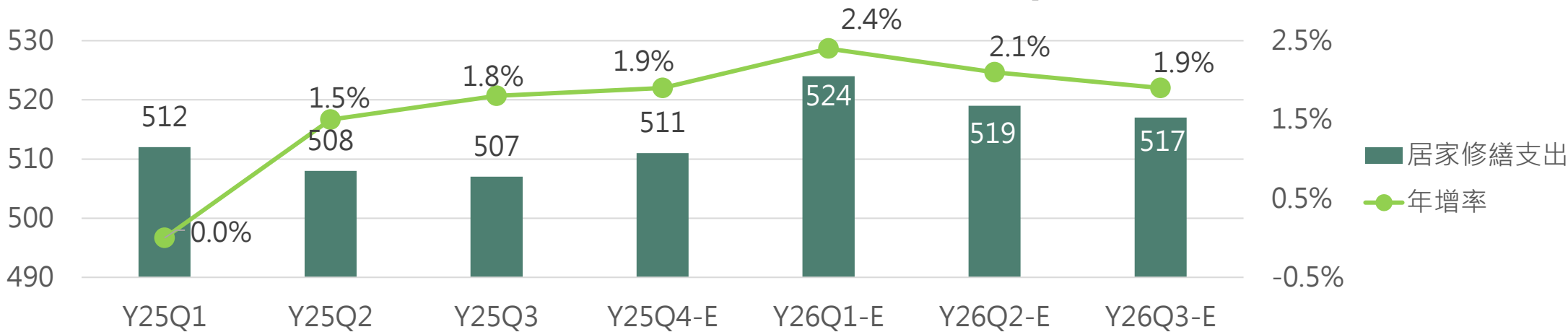
潛在有利因素: 美國降息、房市政策鬆綁等



美國房市預估



美國房屋改建領先指標-2025Q3



資料來源:
Fannie Mae Nov.Forecast
Harvard Joint Center for Housing Studies公佈之LIRA指標(Leading Indicator of Remodeling Activity)

四. ESG

永續亮點

Environmental

餘熱回收

11萬2,348GJ

太陽能發電

12萬4,649度

球磨機節電器改造

8萬1,000度

Social

簽署永續發展倡議



辦理員工家庭日



投入社會公益活動



Governance

ISO 27001資安管理系統認證





誠信作為 **ACT WITH INTEGRITY**

勇於嘗試 **DARE TO TRY**

持續改善 **KEEP IMPROVING**

贏於協作 **WORK TOGETHER**

Q & A

謝謝

