



光隆實業股份有限公司
(8916 TT/TW)

公司簡報

2026 5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。

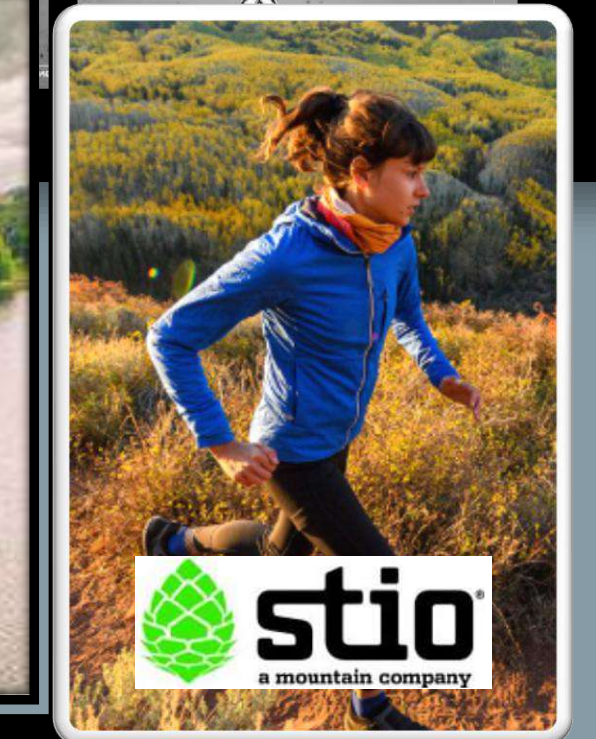
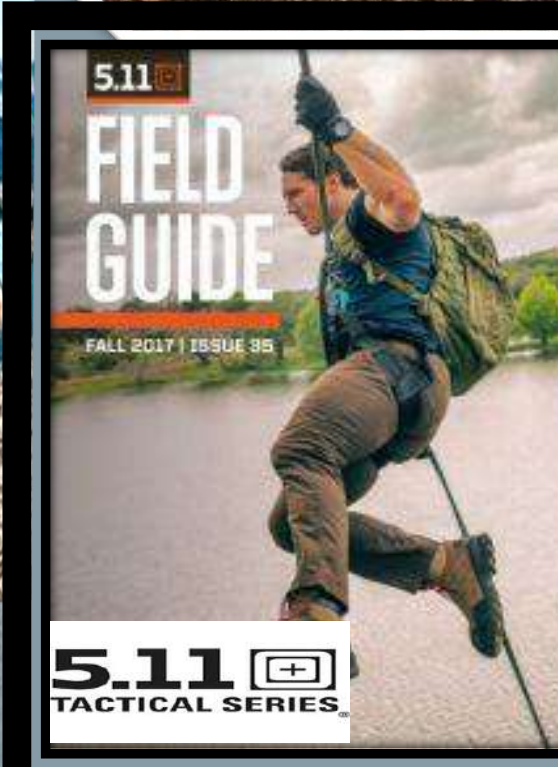


「我一直希望光隆成為一家
世界級的戶外機能服飾公司，
為世界帶來溫暖。」

詹賀博, 董事長兼執行長

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

為成衣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

睡袋

帳篷

針織服飾



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

2025年成衣佔三大核心事業 — 合併營收：60%；營業利益：70%

成衣毛利率：18% ~ 20%

其他類別

羽絨原料

家居紡織品



其他業務

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

羽絨毛利率：10% ~ 15% 家紡毛利率：14% ~ 20%

*毛利率區間係以近四年 (2022-2025) 計算

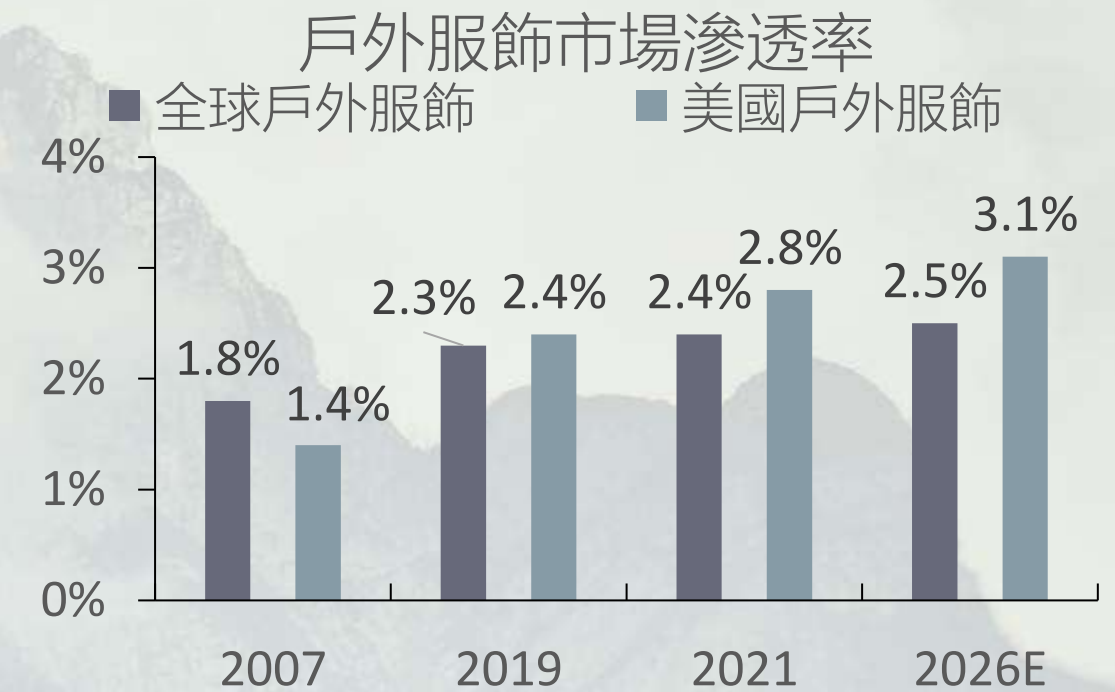
為什麼要投資光隆？

1. 戶外服飾正進入全球成長黃金期

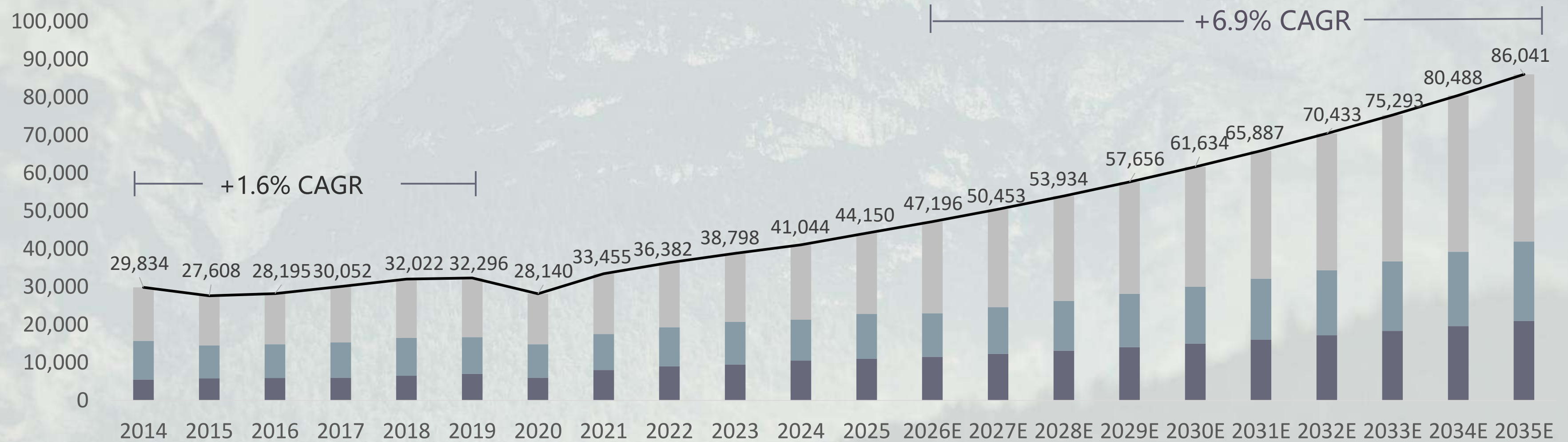
健康生活、機能穿搭與永續消費興起，推動戶外服飾從運動場景擴展至日常生活，成為運動休閒市場中成長最快的品類之一。光隆深耕該領域，正站在這波結構性趨勢的中心。

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 10 年年複合成長率 (2026-35 年) 為 6.9%，
將超過Covid 以前全球戶外服飾市場過去5年的年複合成長率 1.6%
(2014-19年)。



■美國 ■西歐 ■其他 —全球戶外服飾 全球戶外服飾市場規模 (US\$ mn)



資料來源：Euromonitor, Statista, OIA, 公司資料

光隆的潛在成長空間巨大

戶外成衣製造市場仍然分散，因此即使光隆的市占率僅成長至 2.5%，也代表光隆現有的成衣營收規模將成長6成以上

光隆在戶外成衣製造的全球市占率(2025)

2025年全球戶外成衣市場 (US\$MN)	44,150
2025年全球戶外成衣製造市場 (US\$MN)	9,801
2025年光隆成衣事業營收 (US\$MN) (US\$1 : NT\$31.5)	148.8
光隆2025年全球市占率 (光隆2024年全球市占率:1.62%)	1.52%

光隆全球市占率敏感度分析

市占率 (%)	2.0%	2.5%	3.0%	3.5%	4.0%	4.5%	5.0%
預期的成衣事業營收 (US\$MN)	196	245	294	343	392	441	490
光隆的成衣事業營收成長率	32%	65%	98%	131%	163%	196%	229%

為什麼要投資光隆？

2. 高信任門檻與交付能力，鞏固全球品牌合作

光隆專注於少量多樣、高技術門檻的戶外與機能服飾，長年與國際品牌合作，具備供應鏈信任門檻與交付能力，為客戶不可替代的戰略夥伴，營運韌性強、訂單穩定度高。

光隆在成衣領域擁有利基地位

潮流/時尚

戶外機能

高價

Kwong Lung

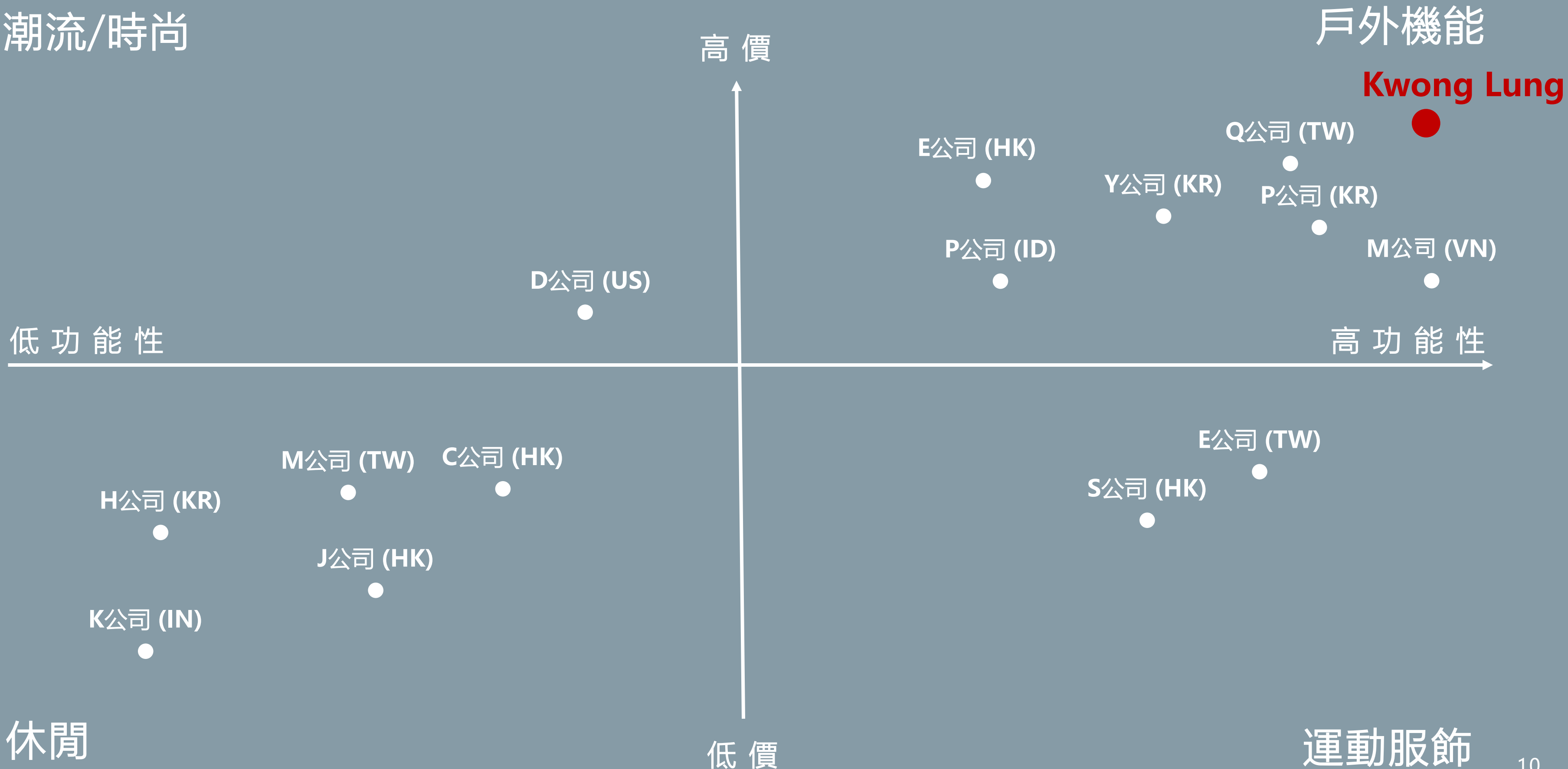
低功能性

高功能性

休閒

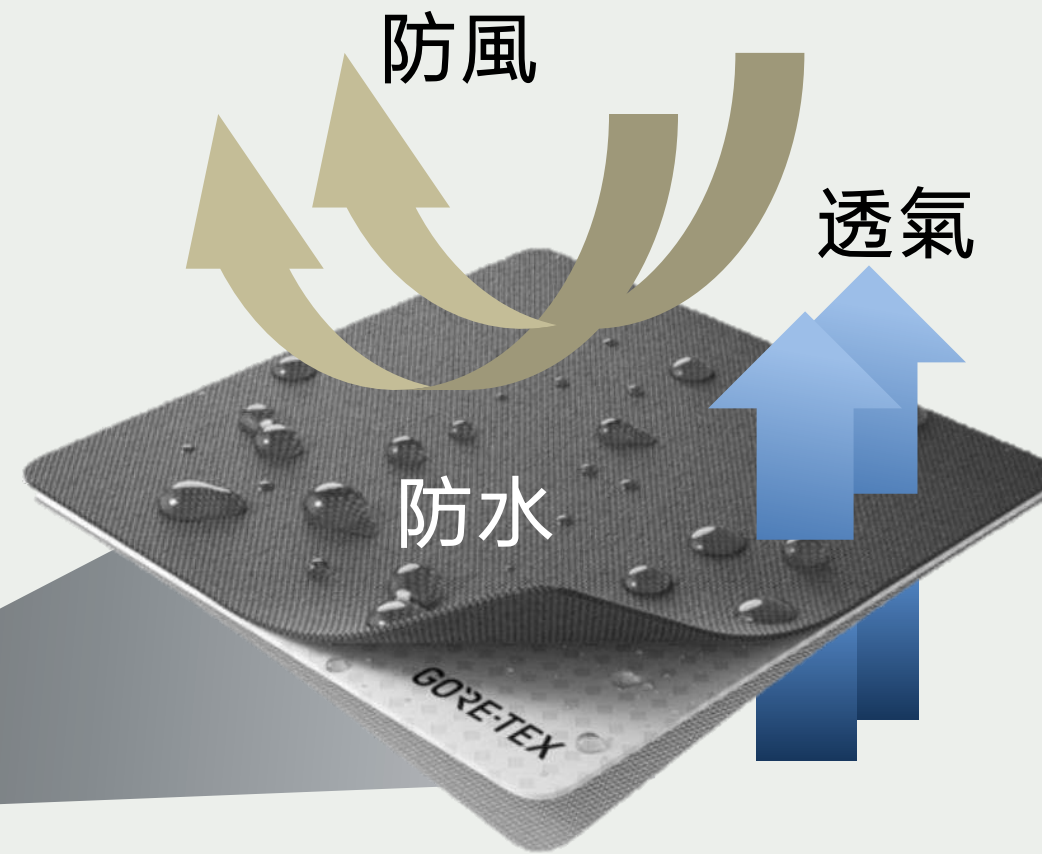
低價

運動服飾



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40%。

透氣

薄膜的小孔比水蒸氣分子大700倍，使人體汗氣可輕易通過薄膜蒸發，令身體保持乾爽舒適。

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

2024年市占率 (%)



2024年最佳戶外服裝品牌

- | | | | |
|--------------------------------|---------------------|-------------------------------|----------------------|
| 1. Patagonia | 7. Outdoor Research | 13. Black Diamond Equipment | 19. Eddie Bauer |
| 2. Arc'teryx | 8. Kuhl | 14. Norrona | 20. Montbell* |
| 3. Marmot* | 9. Rab | 15. Cotopaxi | |
| 4. Columbia Sportswear* | 10. prAna | 16. Smartwool | |
| 5. The North Face | 11. Fjallraven | 17. Helly Hansen | |
| 6. REI Co-op | 12. L.L. Bean | 18. Mountain Hardwear* | |

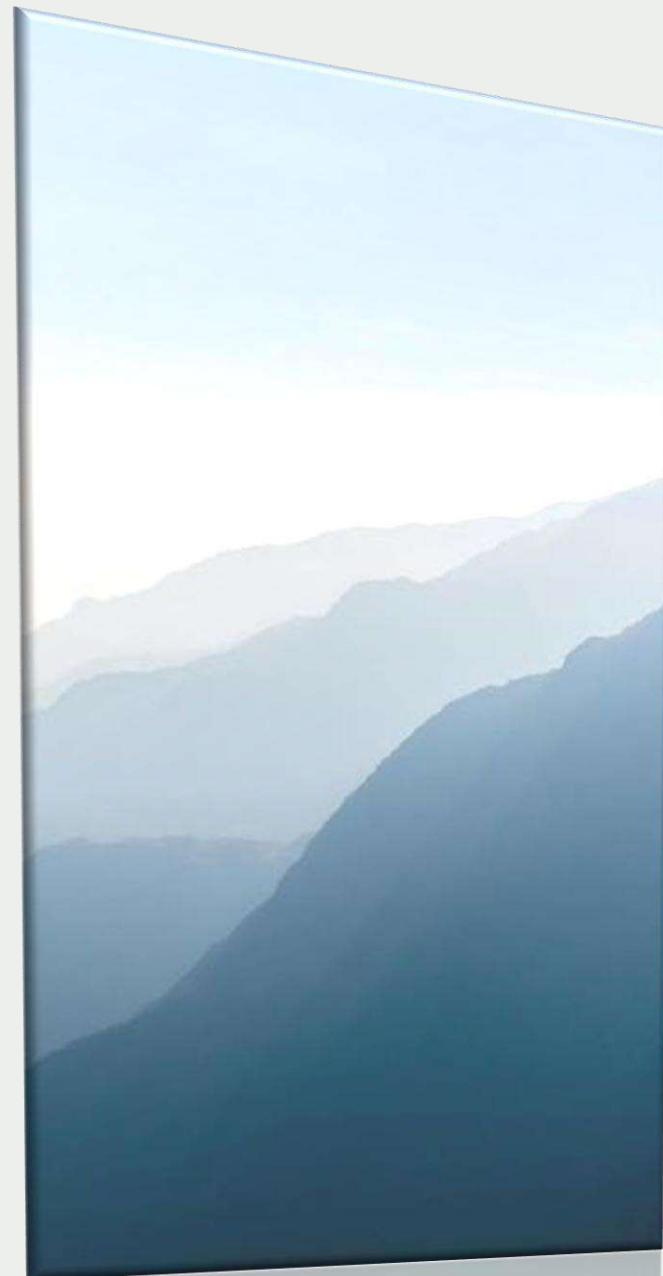
資料來源：Euromonitor, Switch Back Travel, 公司資料
 註：深灰代表光隆的客戶

光隆是歐美當地知名戶外品牌最佳選擇



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 <i>U型產線</i>	吊掛式
優勢	產線彈性大 <i>小批量 (1,600-1,800 件) 即可有生產效益</i>	產線彈性小 <i>需大批量才有生產效益</i>
產品	多品項 <i>羽絨衣、滑雪服、睡袋、 貼條外套 (主要用於戶外)</i>	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

豐田式與吊掛式生產模式差異

豐田式



吊掛式



從代工夥伴蛻變為全方位ODM解決方案供應商

我們開始透過早期設計參與、內部研發打樣能力，以及亞洲供應鏈情報支援，為品牌提供從設計到量產的一站式ODM解決方案



光隆優異開發能力，支持客戶獲國際大獎肯定



羽絨睡袋

卓越的保暖/重量比，可壓縮、易於攜帶又不影響保暖性及耐用性，是高山活動的可靠裝備



光隆與品牌客戶合作，協助開發新產品，並支持客戶於ISPO全球設計大獎中屢創佳績



派克大衣



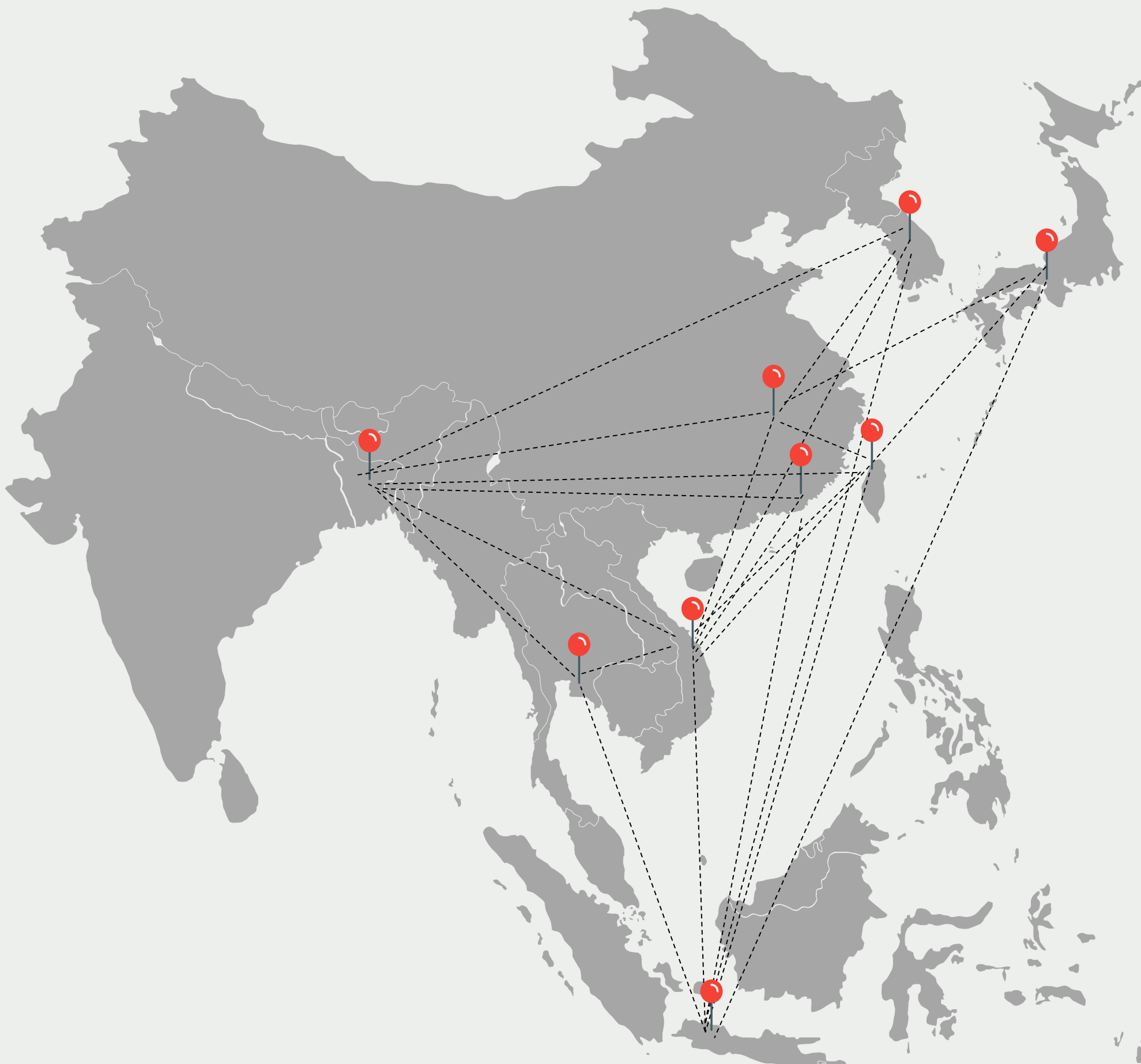
登山褲



長褲搭配背心，以拉鍊相連，將可保持乾燥、保暖，同時保留自由穿搭的彈性



深度供應鏈連結， 賦能垂直整合服務



1. 全球服裝出口的主導地位 (2024)



- 中國: 成衣與服飾配件出口額1,591億美元, 佔全球市場30%。
- 越南: 440億美元, 佔全球市場8%。
- 孟加拉: 408億美元, 佔全球市場7.7%。
- 光隆深耕這些核心市場, 建立穩健且多元的全球採購網絡。

2. 原材料供應鏈的高度集中



- 布料與機能性面料: 中國、韓國、台灣為主要供應商, 提供高品質的機能性布料。台灣約占全球功能性布料市場70%。
- 拉鍊與副料: YKK(日本)是全球最大拉鍊製造商, 市占率達40%。中國、香港、台灣亦是其他配件(如抽繩、反光帶)的主要供應商。
- 紗線與染整: 中國、韓國、泰國擁有完整的紗線生產與染整能力。
- 光隆與台灣、韓國、中國等原料大廠建立長期合作關係, 確保穩定、高品質的原料供應。

3. 成本與效率的絕對優勢



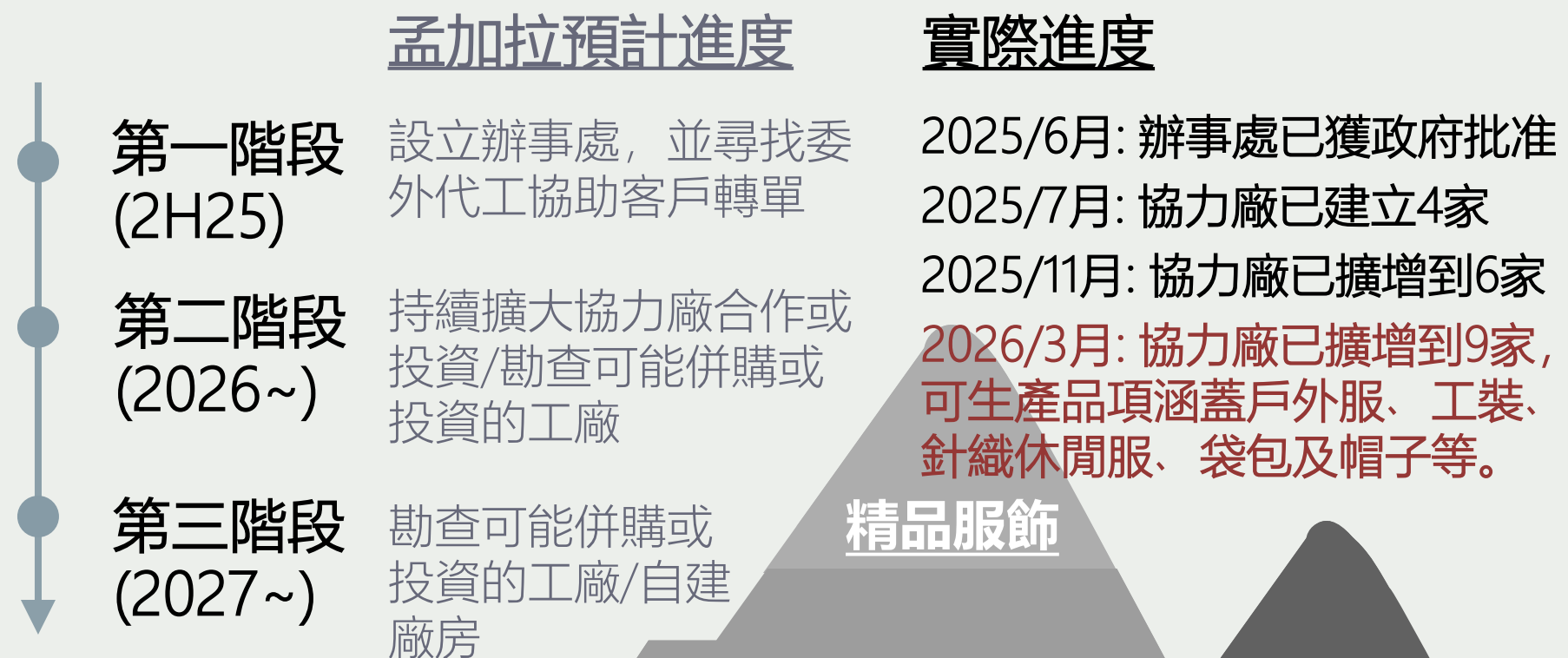
- 勞動成本: 亞洲國家的勞動力成本相對較低, 例如孟加拉的平均月薪約為140美元, 遠低於其他地區。
- 基礎設施與技術能力: 亞洲地區擁有成熟的生產設施和技術工人, 能夠快速響應市場需求, 特別在快時尚或工序複雜度高的服裝。
- 貿易協定與關稅優惠: 東南亞多國與歐盟、加拿大、日本等地簽訂自由貿易協定, 享有關稅減免, 增加出口競爭力。
- 光隆擅長與多國工廠協同運作, 讓品牌客戶享有穩定、一致的多據點生產與交貨服務。

持續擴張生產基地以滿足客戶需求



佈局孟加拉：以多產地架構，強化成本優勢與滲透新客群

國家	對等關稅	人口 (mn)	平均月薪 USD	產品強項
中國	34%	1,400	~450	高技術含量機能服飾
越南	20%	100	~350	中高階機能服飾
印尼	19%	280	~188	中低階機能與休閒服飾
孟加拉	20%	170	~140	針織基本款、T恤與帽 T等大宗休閒服飾



一、擴大產品與價格帶

- 從高階機能服擴展至 T-shirt、Hoodie、襯衫等大宗品項
- 建立完整的一站式接單服務，涵蓋高、中、低價產品線

二、聚焦孟加拉，建立新量產基地

- 勞動力充沛、製造成本具優勢，特別針對歐洲市場
- 初期委外合作、未來視需求設廠或併購
- 鎖定中國轉單與通路型新客戶雙重需求線

三、多產地優勢佈局

- 越南維持中高階產品主力產區
- 印尼投入襯衫生產，結合技術合作
- 孟加拉支撐基本款大宗接單成長

精品服飾

機能服飾

> FOB US\$50

運動休閒服飾

FOB US\$15 ~ 30

快時尚、大眾服飾

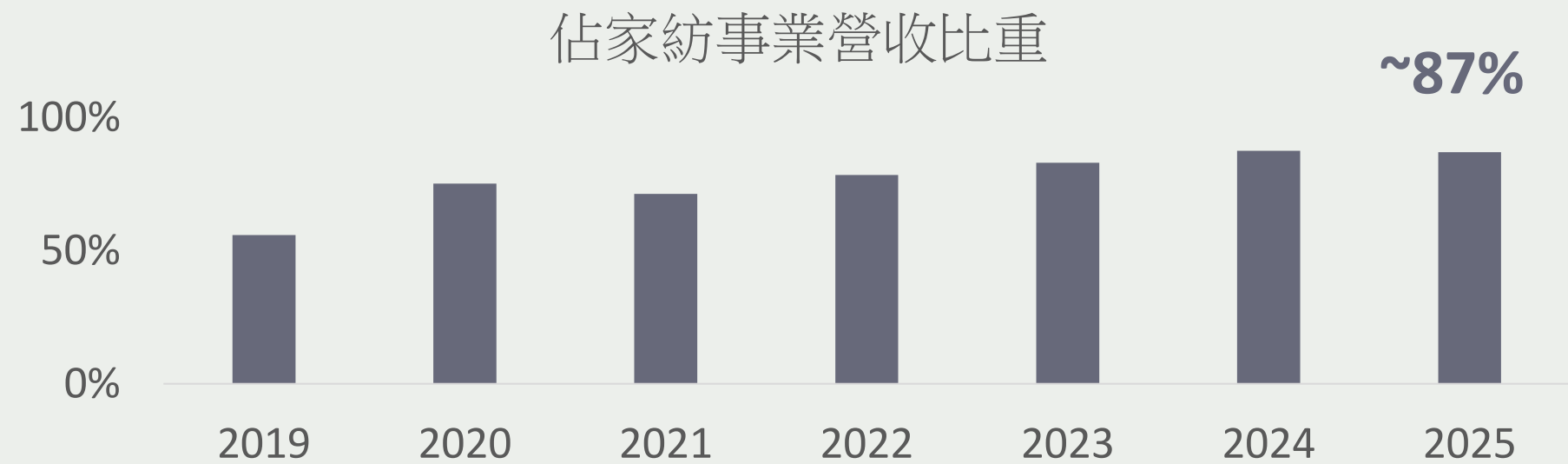
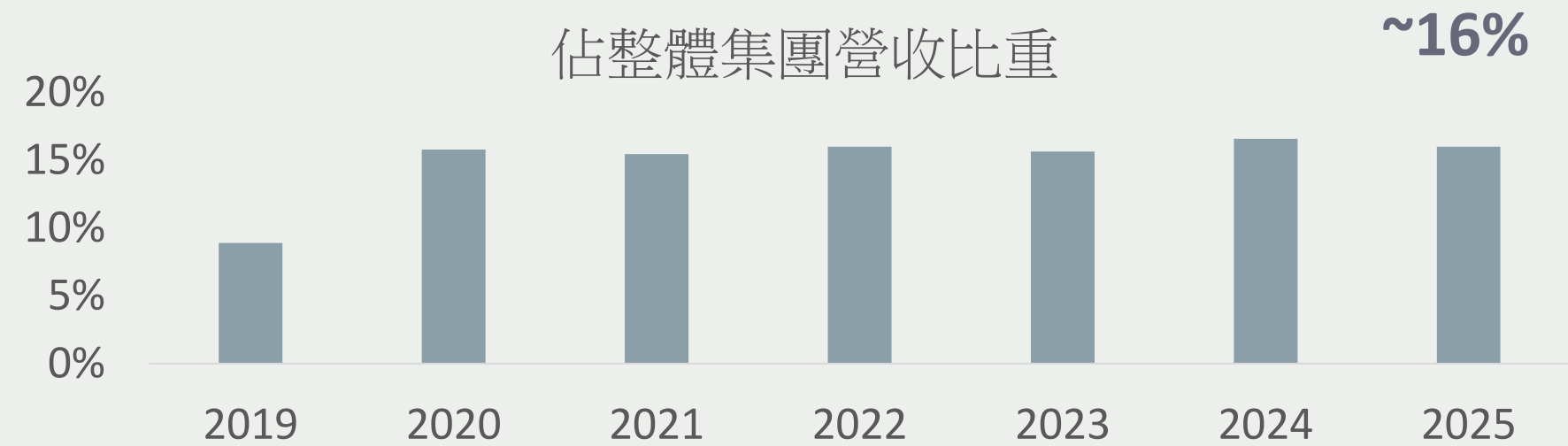
< FOB US\$15



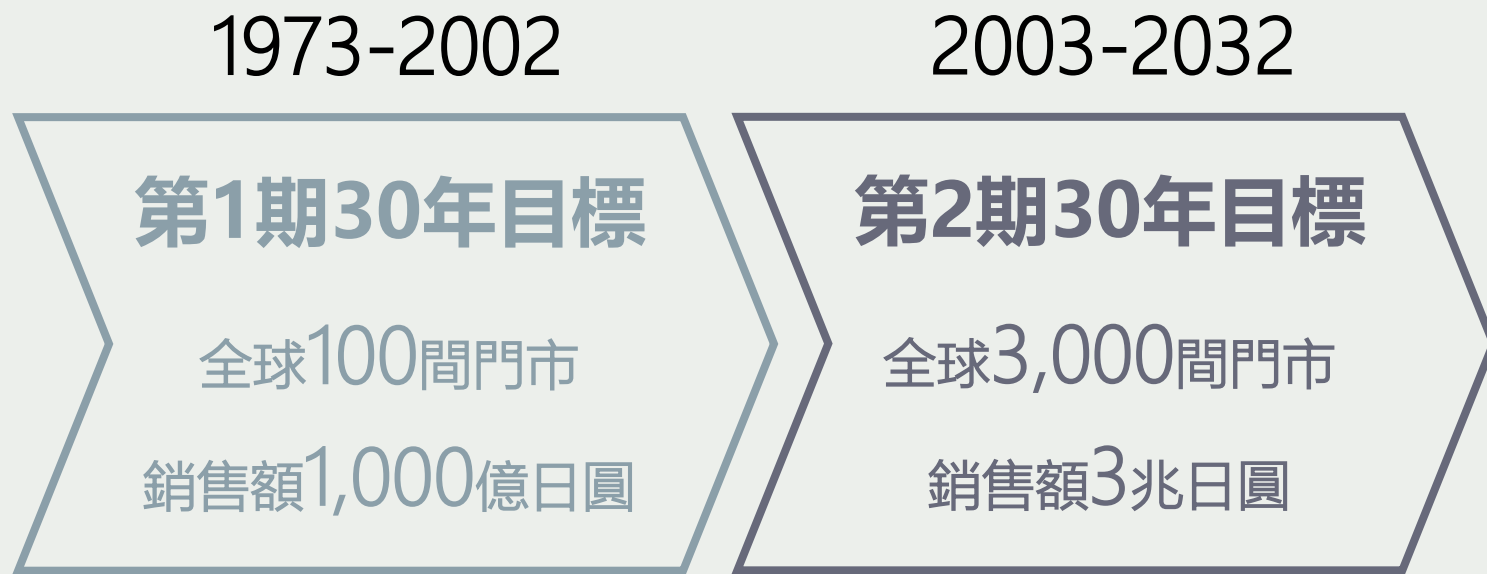
宜得利是光隆在家紡事業的重要客戶

NITORI
宜得利家居

2019-2025年，宜得利貢獻光隆的
銷售額年複合成長率達 **6.2%**

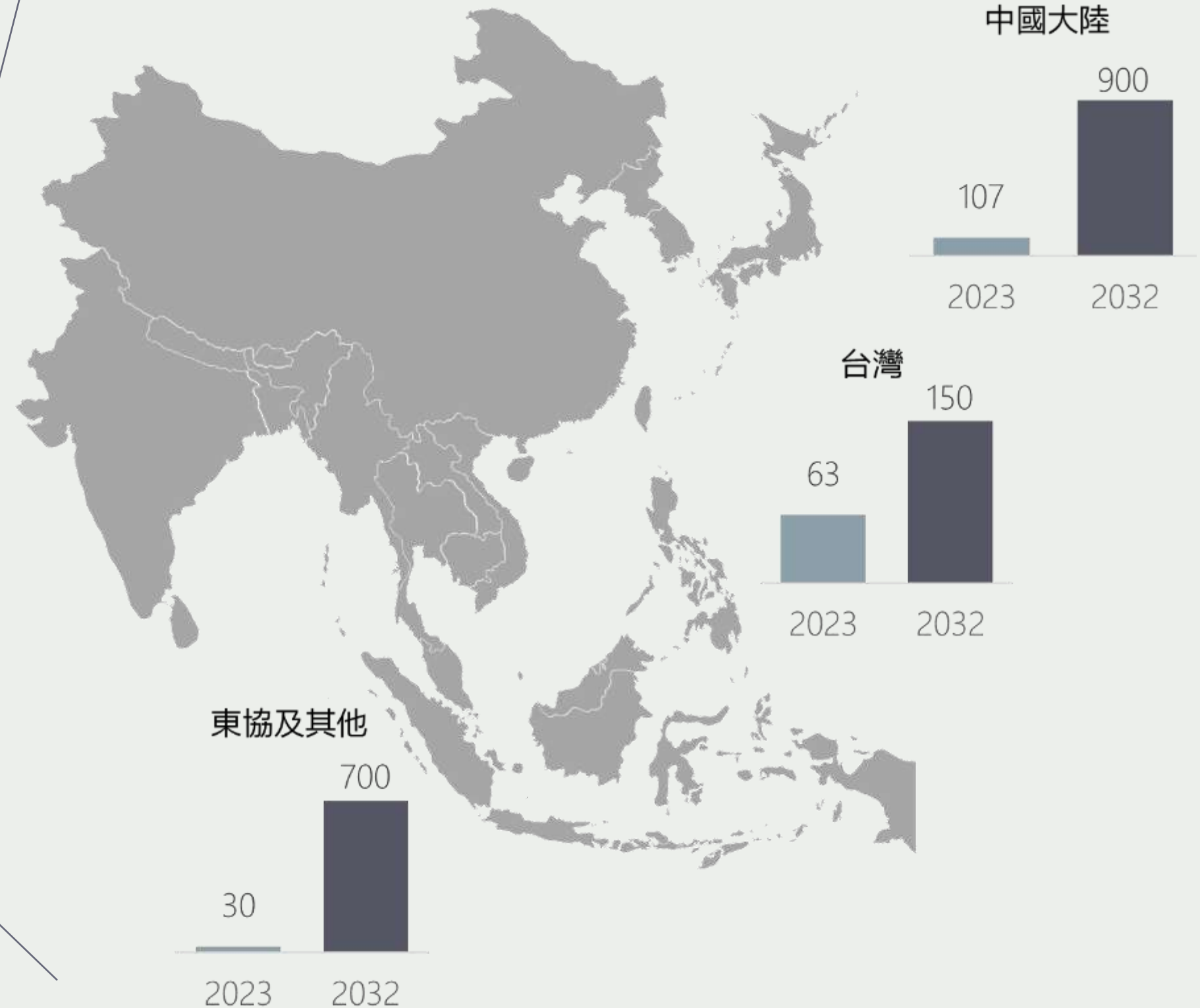


宜得利的擴張將為光隆挹注成長動能



	目標	成果
2012	門市數 300家 銷售額 3,000億	門市數 300家 銷售額 3,487億
2022	門市數 1,000家 銷售額 1兆	門市數 902家 銷售額 9,480億
2032	門市數 3,000家 銷售額 3兆	

宜得利將加速在亞洲地區的門市拓展



家紡迎來兩大關鍵客戶

歐系家居品牌

- 全球 400+店
- 年營收250+億歐元
- 該客戶在數十年間由一家在地的小型公司，發展為全球知名家居品牌，為各地顧客提供設計精美實用、耐用、可負擔得起的又環保的家具。

客戶開發進度

- ✓ 已完成驗廠以及新供應商登錄。
- ✓ 評估2025年春夏商品專案
- ✓ 已下第一批訂單，正在陸續出貨
- ✓ 持續商談後續商品提案，2026營收放大

日系日用品品牌

- 全球 1,000+店
- 年營收5,000+億日圓
- 該客戶為日本知名品牌，亦積極拓展至全球，為顧客提供所有日常生活相關用品，稟持著嚴選素材、捨棄不必要的流程、簡單化包裝的三項堅持。

客戶開發進度

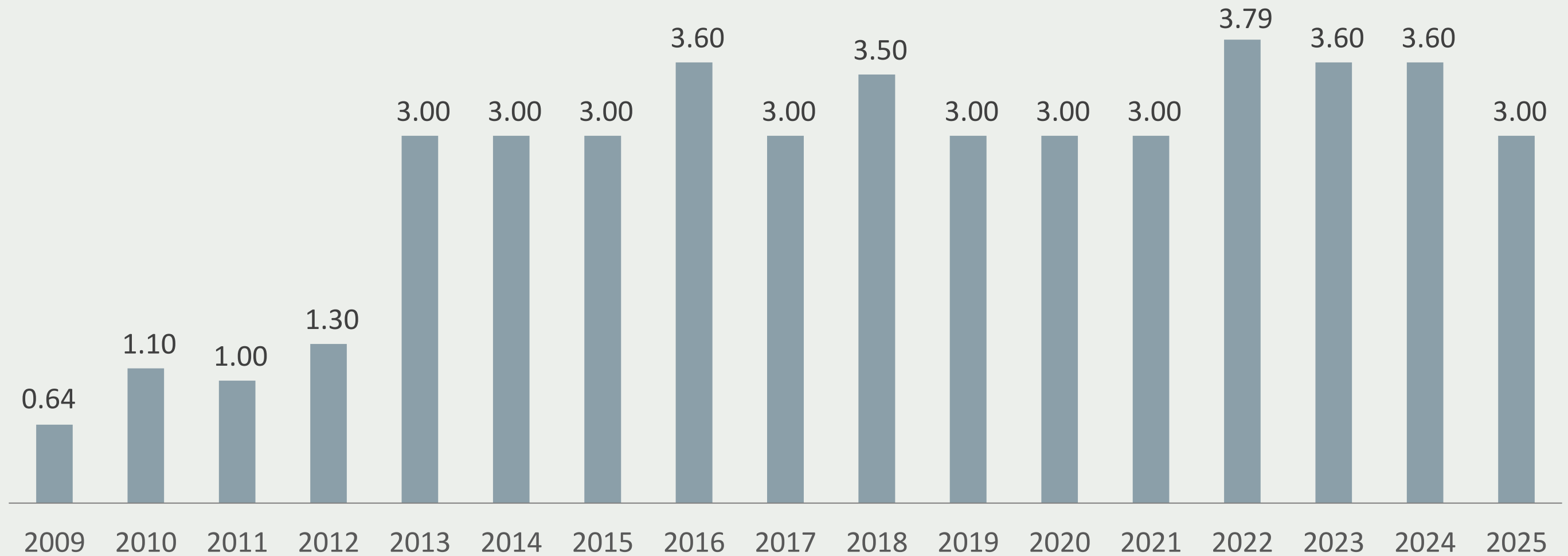
- ✓ 已至工廠進行評估
- ✓ 樣品已被客戶核可
- ✓ 已下第一批訂單，並已出貨完成
- ✓ 持續商談後續商品提案，2026營收放大

為什麼要投資光隆？

3. 聚焦成衣主業、提升獲利與配息能力

光隆致力於未來三年內，將成衣事業營收占比從 60% 提升至 70%，藉此優化產品組合與資源配置，提升整體獲利能力與自由現金流，成為穩定發放現金股利的核心支撐。

現金股利發放及資本支出



現金股利發放率 (%)	43	52	62	58	63	74	73	85	N/A	59	73	132	83	58	92	89	120
現金股利殖利率 (%)	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	5.8	6.9	6.3
資本支出 (NT\$ MN)	236	206	138	81	103	110	312	143	626	265	140	495	305	276	270	357	205
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	3.5	4.5	2.4

2009-2024 年現金股利殖利率均使用除息日前一日之股價計算，2025年現金股利殖利率以3/10之股價計算。

重新定義成長：以穩定的階梯式股利帶動20%年化報酬

- Core Philosophy

光隆的策略核心是將公司的成功，直接轉化為股東可預期的**現金回報**。我們追求的是**質的成長**，而非量的堆積。

- The Goal

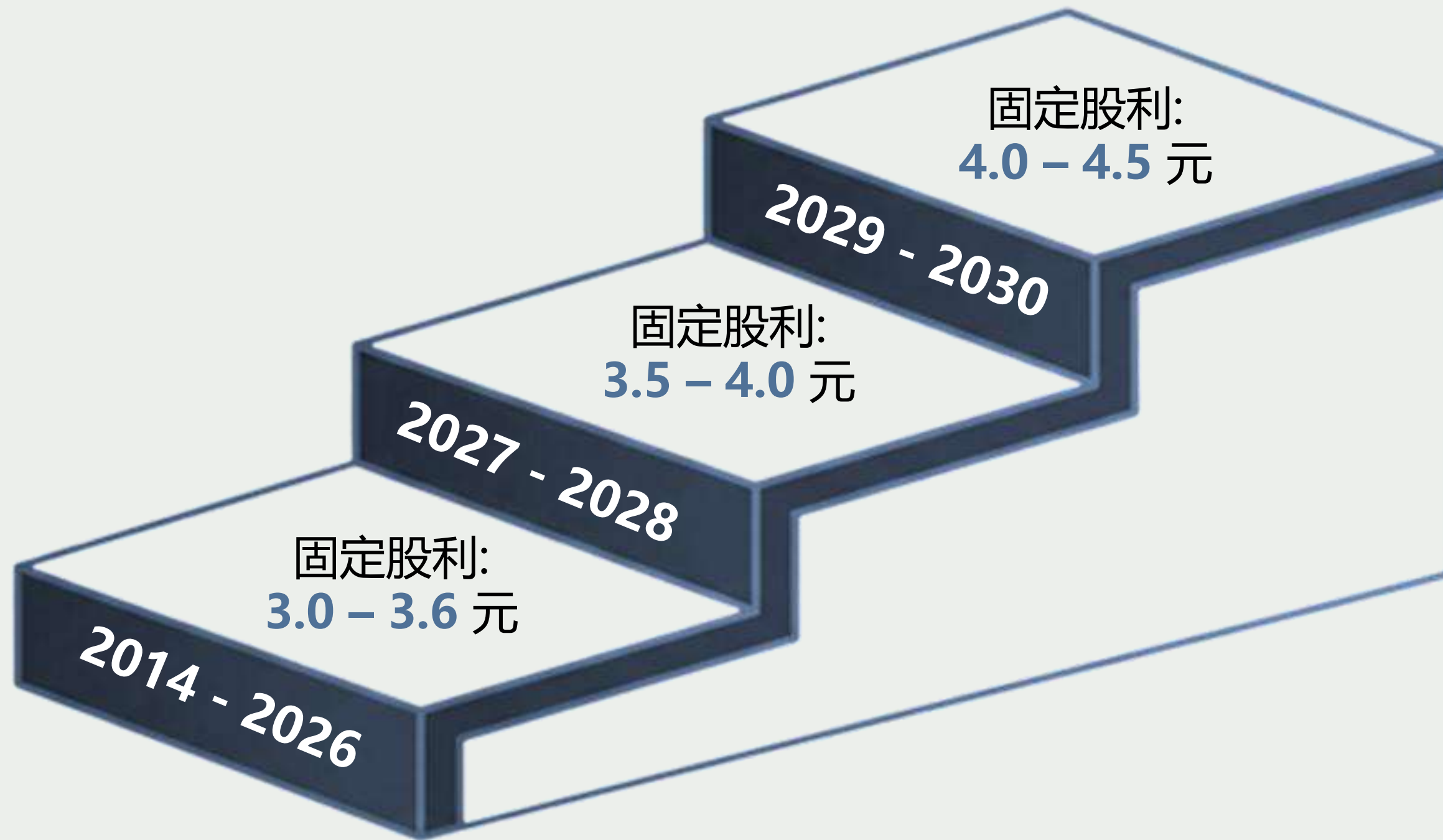
目標：創造 20% 的年化報酬率

- The Mechanism

方法：透過「階梯式固定股利成長化」，提供清晰，可預測的股東價值成長路徑。



第一個四年計畫：清晰可見的股東回報藍圖



The Growth Engine Rule

每2年成長一階，每階提高 **0.5元** 現金股利。

(相當於每2年增加 7,000-8,000萬台幣的現金配發)

股利成長的基石 (1) : 高效益的核心事業群



成衣事業

目標：每年**雙位數**營收成長

毛利率：**18-20%**

營業利益率：**9-10%**



家居/寢具事業

目標：每年**5-10%**營收成長

主要客戶：NITORI

(宜得利、歐洲第一大家居用品客戶、日本優良商品客戶)

掌握 K 型消費：全方位覆蓋高端與規模化市場

高端專業機能 (High-End Professional)

- 抗通膨特性 (Inflation Resistant)
- 策略：深耕技術領先與高毛利
- 目標客戶：頂級戶外品牌

📍 研發/生產中心：台灣 / 越南

規模化市場 (Mass Market Scale)

- 追求高性價比 (High Price Performance Value)
- 策略：產能規模化與成本效率
- 目標客戶：大型連鎖通路

📍 新產線：印尼 / 孟加拉

進一步擴大成衣整體可服務市場 (Maximizing TAM)

全球國防支出攀升：戰略裝備迎來長波成長周期



剛性需求爆發：
美、歐、日及台灣國防預算顯著增長



裝備現代化：
輕量化、機能化、防護性(與戶外技術高度重疊)



供應鏈重組：
國產化，強化供應鏈韌性，符合西方安全與多元化要求



國防支出不受經濟衰退影響，具備高度預算確定性

技術實力驗證：從「戶外技術」跨足「軍規標準」



指標客戶：與全球領導戰術品牌 (如 5.11) 長期策略合作

核心概念：利用既有技術創造差異化優勢

品質保證：嚴苛品質控管體系確保長期穩定性

國防採購市場的策略目標



NT\$ 15-20 億 / 年

國防部服裝與戰鬥個裝採購
TAM / 剛性需求



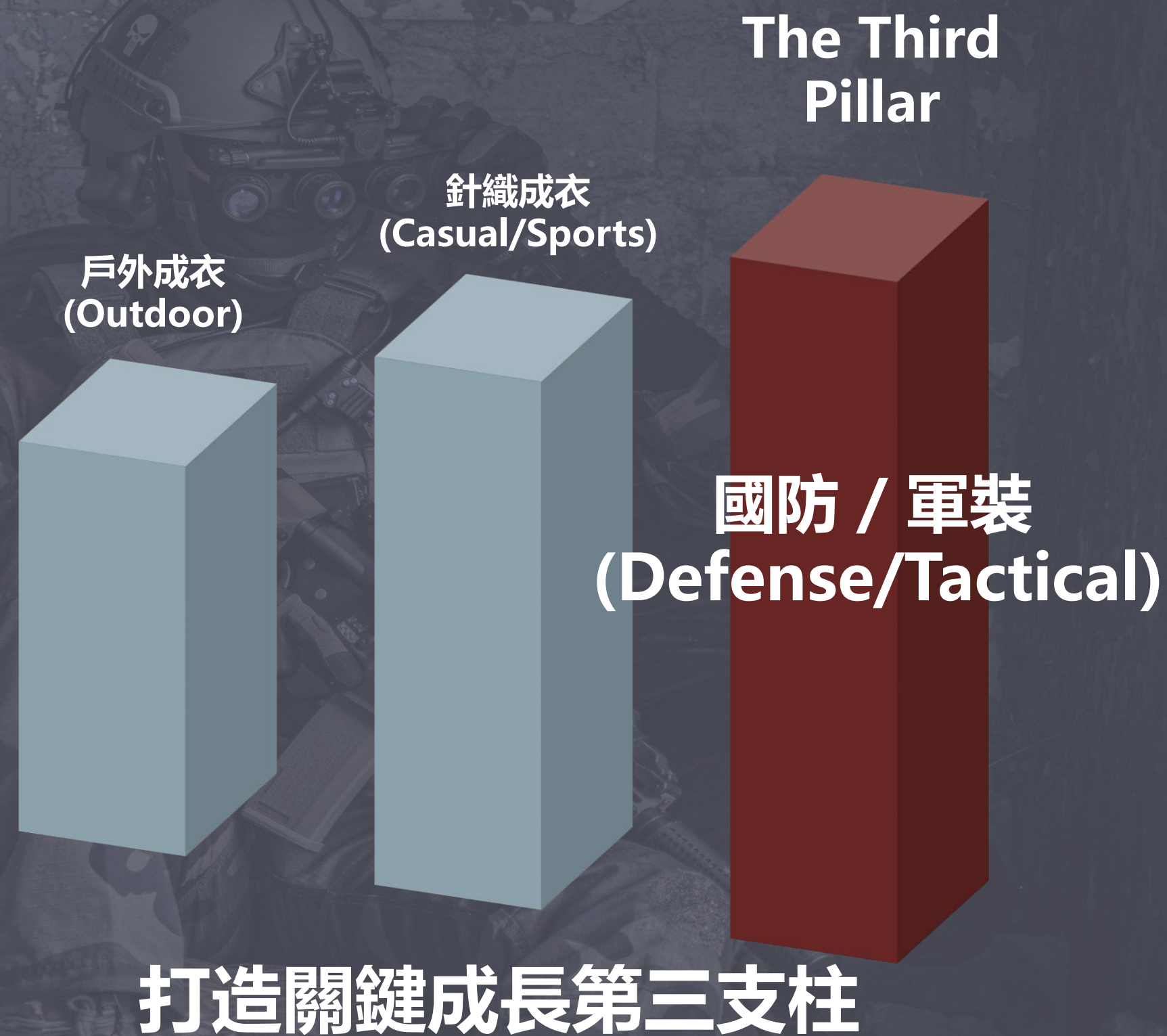
**2026 取得參與國防
供應鏈「入場券」**

成功取得服裝與戰鬥個裝類
標案，進入生產驗證階段



目標鎖定：逾 NT\$ 5 億

本年度後續採購案件

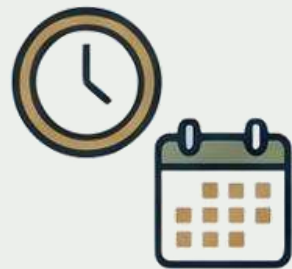


營運規模與時程



9 公頃大型營運場地

提供廠房、生產車間及部分既有設備供廠商經營。



4 至 6 年委託經營期

廠商需承接原廠人員並負責產製管理。



預計今年下半年正式招標

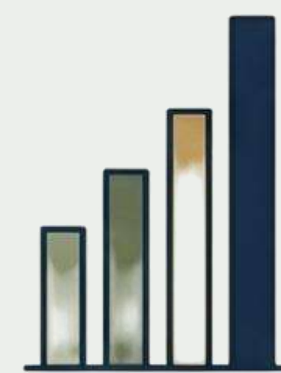
依據公開徵求時程推估，招標作業即將啟動。



預估總價值
36.1
億元

五年內委託產製軍品之
預估總金額。

財務指標與門檻



訂約權利金

1.26 億元

獲標廠商須於簽約後
三年內分期繳付。



履約保證金

5,000 萬元

作為本案合約履行的
財務擔保。

股利成長的基石 (2) : 商業不動產創造穩定現金流

將土地開發資產轉化成長期收益來源，為股利成長提供堅實的第二支柱

目標：
商業資產年收益每年
增加**1,000萬台幣**。

2027年里程碑：
年商業收益達到
7,000萬台幣。



獨特的開發模式：資產活化與資金回收的雙贏策略



- **保留低樓層：**作為店面與辦公室，創造持續性資金收益。
- **出售高樓層：**作為住宅，一次性回收開發資金，投入下一個項目。

關鍵：住宅資產的一次性回收，不列入長期收益來源計算，確保收益預測的穩定性。

2026年第一季損益表

NT\$m	1Q26	1Q25	年變化 (%)
營業收入	1,446	1,668	(13.3)
營業毛利	170	231	(26.2)
營業毛利率 (%)	11.8	13.8	-2.0 pts
營業費用	(169)	(197)	(-14.0)
營業利益	1	34	(-97.0)
營業淨利率 (%)	0.1	2.0	-1.9 pts
營業外收入及支出	33	37	(-10.6)
本期淨利	26	51	(-48.9)
歸屬於母公司之淨利	26	51	(-48.9)
純益率 (%)	1.8	3.1	-1.3 pts
每股盈餘 (新台幣元)	0.17	0.33	(-48.5)

2026年第一季資產負債表

NT\$m	2026-3-31		2025-3-31	
	金額	%	金額	%
現金及約當現金	749	7.5	714	6.5
應收帳款 & 應收票據	636	6.4	773	7.0
存貨	2,046	20.6	3,105	28.0
不動產、廠房及設備	1,386	14.0	2,323	21.0
資產總額	9,936	100	11,075	100
流動負債	4,035	40.6	4,740	42.8
長短期計息負債	2,940	29.6	2,957	26.7
負債總額	4,959	49.9	5,699	51.5
股東權益總額	4,977	50.1	5,376	48.5
重要財務比率				
應收帳款收現天數(天)	42		43	
存貨周轉天數(天)	130		174	
應付帳款付款天數(天)	52		69	
淨營業週期(天)	120		147	
淨負債/股東權益(%)	44.0		41.7	
負債比(%)	49.9		51.5	

2026年第一季現金流量表

NT\$mn	1Q26	1Q25
期初現金	851	629
營運活動之現金流量	(278)	(529)
投資活動之現金流量	159	(28)
籌資活動現金流量	(32)	617
匯率變動對現金及約當現金之影響	48	26
期末現金	749	714

損益表

NT\$MM	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
營業收入	10,154	10,224	8,499	8,061	10,304	7,708	7,893	8,538
營業毛利	1,352	1,427	1,172	989	1,763	1,382	1,365	1,310
營業費用	(1,003)	(843)	(791)	(801)	(809)	(785)	(789)	(835)
營業利益	349	585	380	188	954	597	577	475
營業外收入及支出	379	26	37	423	177	149	165	33
稅前淨利	728	611	417	611	1,131	746	742	507
所得稅費用	(96)	(112)	(103)	(121)	(214)	(169)	(135)	(130)
淨利歸屬於母公司業主	618	488	344	515	919	578	609	377
基本每股盈餘 (NT\$)	5.7	4.1	2.3	3.6	6.5	3.9	4.0	2.5
主要財務比率(%)								
毛利率	13.3	14.0	13.8	12.3	17.1	17.9	17.3	15.3
營業費用率	9.9	8.2	9.3	9.9	7.9	10.2	10.0	9.8
營業利益率	3.4	5.7	4.5	2.3	9.3	7.7	7.3	5.6
稅率	13.2	18.4	24.7	19.9	18.9	22.7	18.3	25.7
淨利率	6.1	4.8	4.1	6.4	8.9	7.5	7.7	4.4
YoY 成長 (%)								
營業收入	19.3	0.7	(16.9)	(5.2)	27.8	(25.2)	2.4	8.2
營業毛利	9.3	5.6	(17.9)	(15.6)	78.3	(21.6)	(1.2)	(4.1)
營業利益	(2.2)	67.3	(34.9)	(50.6)	407.7	(37.4)	(3.4)	(17.7)
淨利歸屬於母公司業主	-	(21.1)	(29.4)	49.6	78.4	(37.1)	5.5	(38.1)
基本每股盈餘	-	(28.6)	(44.4)	57.0	82.7	(39.9)	2.8	(38.1)

1. 2020-2021年，受到 COVID-19 的影響。

2. 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)

3. 2025年，公司提列兩項一次性損失，包括貿易事業部客戶造成的應收帳款減損；以及公司轉投資共建股權，建案已預售完銷，預期利潤流失，因此提列全部股權投資損失

資產負債表

NT\$MM	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
資產總額	7,031	7,571	7,512	8,294	8,567	7,978	10,276	9,795
現金及約當現金	794	881	1,070	1,311	1,530	923	629	851
應收帳款及票據	1,048	858	924	957	978	566	803	715
存貨	2,619	2,373	1,725	2,396	2,118	1,579	2,449	1,638
不動產、廠房及設備	1,574	1,505	1,877	1,557	1,632	1,831	2,307	1,381
負債總額	2,931	2,479	2,575	3,312	2,995	2,378	4,304	4,398
應付帳款及票據	788	548	693	847	850	644	1,050	639
權益總計	4,100	5,092	4,938	4,982	5,572	5,601	5,972	5,397

YoY 成長 (%)

資產總額	6.3	7.7	(0.8)	10.4	3.3	(6.9)	28.8	(4.7)
現金及約當現金	55.8	11.0	21.4	22.5	16.7	(39.7)	(31.8)	35.2
應收帳款&應收票據	1.4	(18.2)	7.8	3.5	2.2	(42.2)	42.0	(11.0)
存貨	16.3	(9.4)	(27.3)	38.9	(11.6)	(25.4)	55.0	(33.1)
不動產、廠房及設備	(1.0)	(4.3)	24.7	(17.0)	4.8	12.2	26.0	(40.1)
負債總額	(22.0)	(15.4)	3.9	28.6	(9.6)	(20.6)	81.0	2.2
應付帳款&應付票據	(1.3)	(30.5)	26.6	22.2	0.3	(24.2)	63.0	(39.1)
權益總計	43.5	24.2	(3.0)	0.9	11.8	0.5	6.6	(9.6)

主要財務比率 (%)

應收帳款天數	37	34	38	42	34	36	31	32
存貨週轉天數	100	102	101	105	95	105	111	102
應付帳款週轉天數	32	27	30	39	36	43	47	42
現金循環週期	104	108	108	108	93	99	97	92
權益報酬率 (%)	17.8	10.6	6.9	10.4	17.5	10.3	10.2	6.6
資產報酬率 (%)	9.1	6.7	4.6	6.5	10.9	7.2	5.9	3.8
淨負債(現金)/股東權益(%)	14.4	6.7	1.9	8.2	(4.9)	2.0	28.3	38.3
負債比(%)	41.7	32.7	34.3	39.9	35.0	29.8	41.9	44.9

聯繫窗口

徐立亭女士, 光隆策略長
李柏彥先生, 光隆發言人

電子郵件

kl.888@klf-group.com

電話號碼

02-2709-2550 #10312

建案交屋進度

單位: 新台幣(含稅)

建案	戶數	總銷	2026-Q1	2026-Q2	2026-Q3	2026-Q4	銷售金額合計
華山	12	514,580,000	175,390,000	216,160,000	51,960,000	71,070,000	514,580,000
台中	16	557,820,000	-	33,150,000	66,300,000	99,450,000	198,900,000
合計			175,390,000	249,310,000	118,260,000	170,520,000	713,480,000

華山案

- 已售戶數: 9 戶
- 總銷金額: 約 5.14 億
- 銷售金額: 約 3.57 億
- 銷售達成率: 約 70%
- 交屋戶數: 三月交屋 5 戶
四月交屋 3 戶
五月交屋 1 戶

台中案

- 3月29日公開銷售
- 預估9戶: Q2-1戶 / Q3-2戶 / Q4-3戶

中壢太陽能發電進度與收益時程

單位: 新台幣

廠區	2026-Q1	2026-Q2	2026-Q3	2026-Q4	合計(含稅)
二廠	-	789,005	283,335	283,335	1,355,675
北廠	-	1,723,095	1,033,857	1,033,857	3,790,809
合計	-	2,512,100	1,317,192	1,317,192	5,146,484

- 二廠：台電開躉函申請已獲核准，售電收入預計自5月起依結算進度陸續認列並入帳，第二季起開始貢獻營收。
- 北廠：目前已進入報竣程序，後續將依序辦理設備登記及售電申請作業，整體進度持續依計畫推進。

台灣不動產出租及待租概況

單位: 新台幣

公司	區位	樓層	坪數、個	已出租坪數	現況	租金/坪(未稅)	租金/月(未稅)	出租率	2026-Q1	2026-Q2	2026-Q3	2026-Q4	合計
光隆	南京東路	1F	41.5	41.5	已出租	4,218	166,667	100%	500,000	500,000	500,000	500,000	2,000,000
光隆	南京東路	2F	41.5	41.5	已出租	1,157	45,714	100%	137,143	137,143	137,143	137,143	548,571
光隆	南京東路	3F	41.5	41.5	已出租	1,012	40,000	100%	120,000	120,000	120,000	120,000	480,000
光隆	南京東路	4F	41.5	41.5	已出租	795	31,429	100%	94,286	94,286	94,286	94,286	377,143
光隆	南京東路	5F	41.5	41.5	已出租	603	23,810	100%	71,429	71,429	71,429	71,429	285,714
光隆	敦南SOHO	A~2C	64.8	64.8	已出租	1,323	85,714	100%	257,143	257,143	257,143	257,143	1,028,571
光隆	敦南SOHO	6A	23.8	23.8	已出租	2,183	49,398	100%	49,398	148,195	148,195	148,195	493,982
光隆	宜蘭開發中心	23-16號	147.7	-	招租中	900	126,566	0%	-	-	379,697	379,697	759,394
光隆	宜蘭開發中心	23-15號	94.1	-	招租中	900	80,649	0%	-	-	241,946	241,946	483,891
合計			537.7	296.0			649,946	55%	1,229,398	1,328,195	1,949,837	1,949,837	6,457,267

公司	區位	樓層	坪數	已出租坪數	現況	租金/坪(未稅)	租金/月(未稅)	出租率	2026-Q1	2026-Q2	2026-Q3	2026-Q4	合計
光隆	北廠	A棟RC區	1,615.9	-	招租中	450	692,529	0%	-	-	-	-	-
光隆	北廠	A棟挑高區(前) + A棟RC一樓連接區域	186.0	-	招租中	450	79,714	0%	-	-	-	-	-
光隆	北廠	A棟挑高區	322.4	322.4	已出租	496	160,000	100%	480,000	480,000	480,000	480,000	1,920,000
光隆	北廠	B棟	2,350.0	2,350.0	已出租	450	1,007,134	100%	3,021,403	3,021,403	3,021,403	3,021,403	12,085,611
光隆	研發中心	1F	510.0	510.0	已出租	784	400,000	100%	1,200,000	1,200,000	1,236,000	1,236,000	4,872,000
光隆	研發中心	2F(辦公區)	123.4	123.4	已出租	694	85,714	100%	257,143	257,143	257,143	257,143	1,028,571
光隆	研發中心	3F(辦公區)	102.0	-	招租中	729	70,817	0%	-	-	-	-	-
光隆	研發中心	2F(倉庫區)	315.0	-	洽談中 預計七月	1,111	349,905	0%	-	-	787,305	656,100	1,443,405
光隆	研發中心	3F(倉庫區)	325.0	-	招租中	729	225,643	0%	-	-	-	-	-
合計			5,849.7	3,305.8			3,071,456	57%	4,958,546	4,958,546	5,781,850	5,650,646	21,349,588

公司	區位	樓層	坪數	已出租坪數	現況	租金/坪(未稅)	租金/月(未稅)	出租率	2026-Q1	2026-Q2	2026-Q3	2026-Q4	合計
光隆	台中ONE PARK	1F	104.3	-	招租中	1,500	156,390	0%	-	-	469,170	469,170	938,340
光隆	台中ONE PARK	2F	96.2	-	招租中	1,000	96,230	0%	-	-	288,690	288,690	577,380
合計			200.5	-			252,620	0%	-	-	757,860	757,860	1,515,720

公司	區位	樓層	坪數、個	已出租坪數、個	現況	租金/坪(未稅)	租金/月(未稅)	出租率	2026-Q1	2026-Q2	2026-Q3	2026-Q4	合計
共建	信義路	透天	62.4	62.38	已出租	1,221	76,190	100%	228,571	228,571	228,571	228,571	914,286
共建	敦南SOHO	B1+1F	72.7	72.74	已出租	1,702	123,810	100%	371,429	371,429	371,429	371,429	1,485,714
共建	敦南SOHO	5F-A	23.7	23.65	已出租	2,171	51,338	100%	154,014	154,014	154,014	154,014	616,057
共建	敦南SOHO	6F-B	18.1	18.07	已出租	1,981	35,790	100%	107,369	107,369	107,369	107,369	429,474
共建	敦南SOHO	6C	23.8	-	招租中	2,311	54,875	0%	164,625	-	-	-	164,625
共建	敦南SOHO	7A+7B	53.3	53.25	已出租	1,592	84,786	100%	254,357	254,357	254,357	254,357	1,017,429
合計			253.8	230.1			426,788	91%	1,280,365	1,115,740	1,115,740	1,115,740	4,627,585
共建	敦南SOHO	車位	13.0	6.0			49,524	46%	68,571	68,571	68,571	68,571	274,286
合計			13.0	6.0			49,524	46%	68,571	68,571	68,571	68,571	274,286

合計							4,450,334		7,536,880	7,471,052	9,673,859	9,542,655	34,224,446
----	--	--	--	--	--	--	-----------	--	-----------	-----------	-----------	-----------	------------

KJ不動產活化收益

單位: 日元

辦公樓租金收入	2026-Q1	2026-Q2	2026-Q3	2026-Q4	合計(含稅)
近藤	5,920,275	6,514,335	6,564,365	6,554,365	25,553,340
EKS	3,159,855	3,774,407	4,128,683	4,124,683	15,187,628
合計	9,080,130	10,288,742	10,693,048	10,679,048	40,740,968

旅館營收	2026-Q1	2026-Q2	2026-Q3	2026-Q4	合計(含稅)
黑門	13,533,594	15,440,850	16,453,125	14,825,565	60,253,134
朱雀	11,335,720	25,465,164	13,963,800	22,756,080	73,520,764
五條	11,521,894	19,000,500	9,916,584	13,943,580	54,382,558
合計	36,391,208	59,906,514	40,333,509	51,525,225	188,156,456

旅館營收受日本旅遊旺季影響

淡季 (1-3月)

- 農曆年後旅遊需求下降

旺季 (4-6月)

- 櫻花季與黃金週帶動，營收顯著成長

夏秋期間 (7-10月)

- 營收穩定，主要受暑期旅遊需求

年底 (11-12月)

- 楓葉季、聖誕及跨年帶動需求回升

- 朱雀 年營收占比約39%，旺季貢獻度較高
 - 黑門 年營收占比32%，整體營收表現穩定
 - 五條 年營收占比29%，受季節影響較為明顯
- 各據點營收占比差異不大，未形成單一依賴來源，
營收結構具分散性

近藤大樓出售案

- 交易出售金額：JPY 761.8M (含稅)
- 屋齡：38年/商業區/滿租中
- 營運現況月租金：約 JPY 2.25M
- 年租金：約 JPY 27M(7家企業穩定承租)
- 稅前處分利益：JPY 404M
- 稅後淨利：JPY 251.8M
- 淨利率：33.4%
- 本次交易出售價格約為帳面價值2.3倍，有助於提升資產效率並強化公司資金運用彈性。

交易時程

- 簽約：已完成
- 簽約款10%訂金：2026年3月已收取 JPY 76.18M
- 尾款90%：2026年6月19日收取 JPY 685.6M

固定收益挹注，穩健推動成長 (日本)

地點	間數	外觀	區位
大阪黑門 - 本館	13		地點: 位於大阪黑門市場旁, 難波車站步行8 min 建物: 樓高4層 開業營運: 2023.08
大阪黑門 - 分館	2		地點: 位於大阪黑門市場旁, 難波車站徒步5 min 建物: 樓高3層 開業營運: 2023.08
京都朱雀	21		地點: JR, 地鐵西線二條站, 徒步6 min 建物: 樓高3層 開業營運: 2024.10
清水五條	17		地點: 京阪電車清水五條站, 徒步2 min 建物: 樓高4層 開業營運: 2024.12
合計	53		

地點	外觀	區位	總招租坪數	間數
東京EKS		地點: 東京都中央区新川 地鐵東西線茅場町 徒步4 min 建物: 8層 取得日: 2021.01 (7F: KL-JAPAN 東京事務所)	102.89	7
東京近藤		地點: 東京都渋谷区円山町 京王井の頭線・神泉駅 徒步1 min 建物: 6層 取得日: 2015.05	144.11	7
合計			247	14

光隆日本MAKOTO旅館項目：固定收益挹注

該項目結合極佳的交通連通性與周邊觀光熱點，目前已進入實體施工階段，旨在透過旅館經營為公司挹注長期且穩定的固定收益。

項目開發實境與願景



地理位置優勢

- **三鐵交會，步行3分鐘即達新今宮站**

鄰近南海本線與JR大阪環狀線，提供旅客極便利的交通樞紐連接



南海本線



JR 大阪環狀線



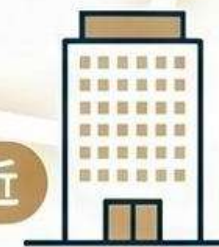
MAKOTO
旅館項目



通天閣

步行 11 分鐘

鄰近



星野 OMO7
大阪 HOTEL

- **三觀光熱區心臟地帶，鄰近星野 OMO7**

步行11分鐘可達大阪地標通天閣，且為處高端連鎖飯店星野 OMO7附近。