

廣隆光電 經營實績與未來展望





股票代碼：1537





KUNG LONG

www.klb.com.tw

- 一、公司簡介
- 二、產業概況
- 三、產品銷售
- 四、經營實績
- 五、越南廠營運狀況
- 六、競爭優勢及展望



廣隆光電

公司簡介

[產業概況](#)

[產品銷售](#)

[經營實績](#)

[越廠介紹](#)

[競爭優勢](#)

[未來展望](#)

設立日期：	1990年1月25日
上市日期：	2002年1月22日(股票代號： 1537)
總公司地址：	南投市南崗工業區自立三路6號
工廠：	臺灣-廣隆廠(1990年)、利隆廠(1995年) 越南-濱瀝廠(1996年)、德和廠(2007年)
實收資本額：	新台幣:8.17億元
主要營業項目：	再生能源儲能系統用電池、通信交換機及電信機 房用電池、UPS 電源用電池、電動車用電池、啟 動用電池
員工人數：	約3,824人

資料來源：本報告資料整理(2016年)



主要產品

公司簡介

產業概況

產品銷售

經營實績

越廠介紹

競爭優勢

未來展望



UPS
不斷電系統電池



Electric Tools
電動工具用電池



Electric Vehicle
電動代步車用電池



Motorcycle
機車啟動用電池



Automotive
汽車啟動用電池



Telecom
通信用電池



市場展望

[公司簡介](#)

[產業概況](#)

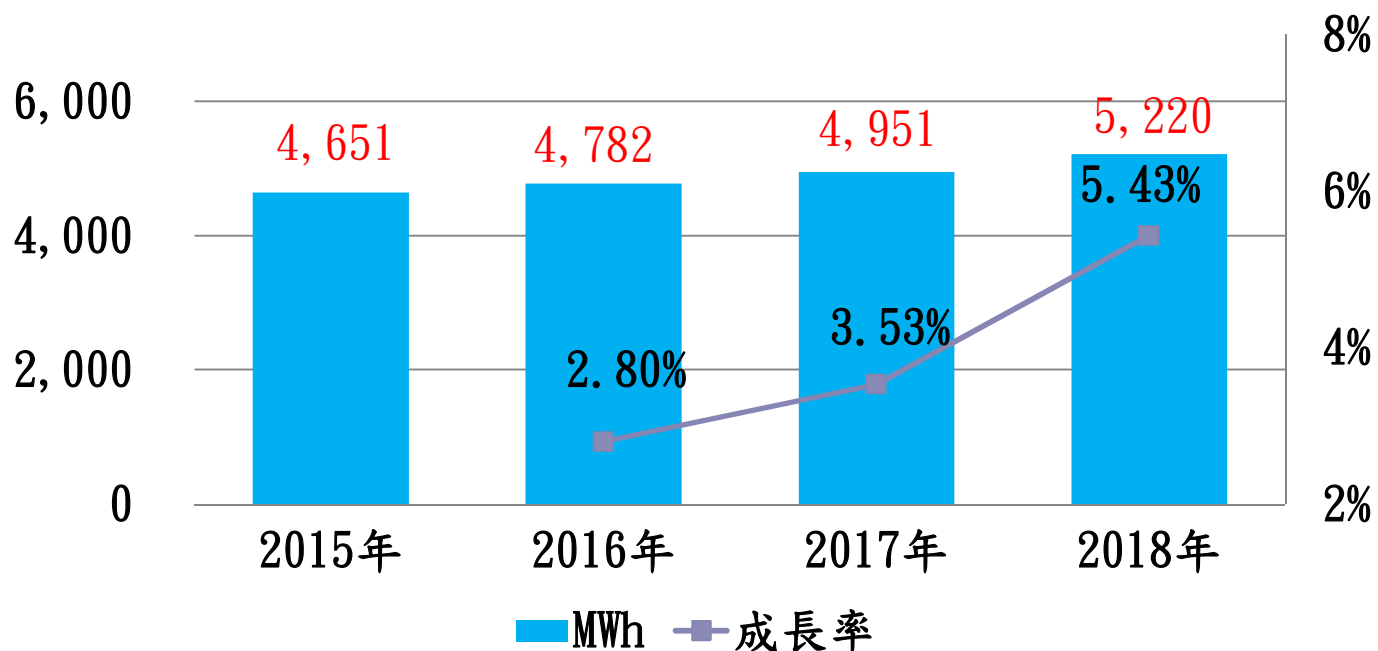
[產品銷售](#)

[經營實績](#)

[越廠介紹](#)

[競爭優勢](#)

[未來展望](#)



全球儲能裝置用電池市場規模數量預估(單位MWh/年)
資料來源：工研院IEK(2015/06)

以現有的鉛酸電池市場規模而言，2014年全球鉛酸電池歸市場規模為425億美元，未來伴隨汽車、機車、儲能應用的市場成長，預計市場未來年均成長率約2~3%左右。相較於鎳系二次電池約在33億美元、鋰電池近160億元的市場規模來比較觀察，鉛酸電池現今仍為佔有率最高的儲電裝置產品。



鉛酸蓄電池優勢

[公司簡介](#)

[產業概況](#)

[產品銷售](#)

[經營實績](#)

[越廠介紹](#)

[競爭優勢](#)

[未來展望](#)

一、高性價比：

鉛酸蓄電池高性價比的競爭優勢長期存在

二、應用廣泛：

鉛酸蓄電池可用於起動、工業儲能、通信、交通運輸等多個領域

優勢

三、安全性好：

鉛酸蓄電池與其他電池相比安全穩定性能高

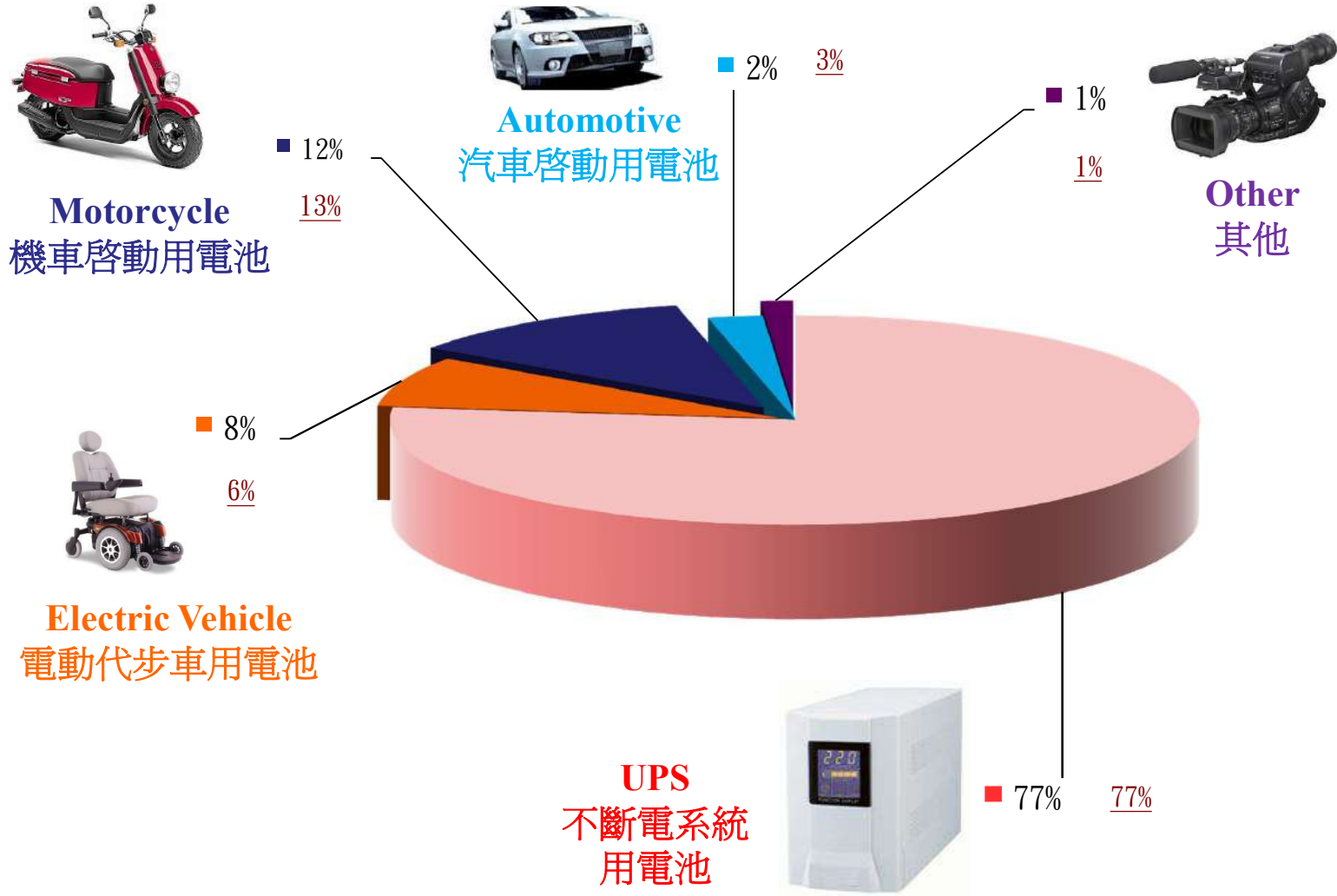
四、可回收利用：

廢舊鉛酸蓄電池可以回收利用，是唯一原材料可回收利用的電池產品



2015年產品銷售別

- 公司簡介
- 產業概況
- 產品銷售**
- 經營實績
- 越廠介紹
- 競爭優勢
- 未來展望

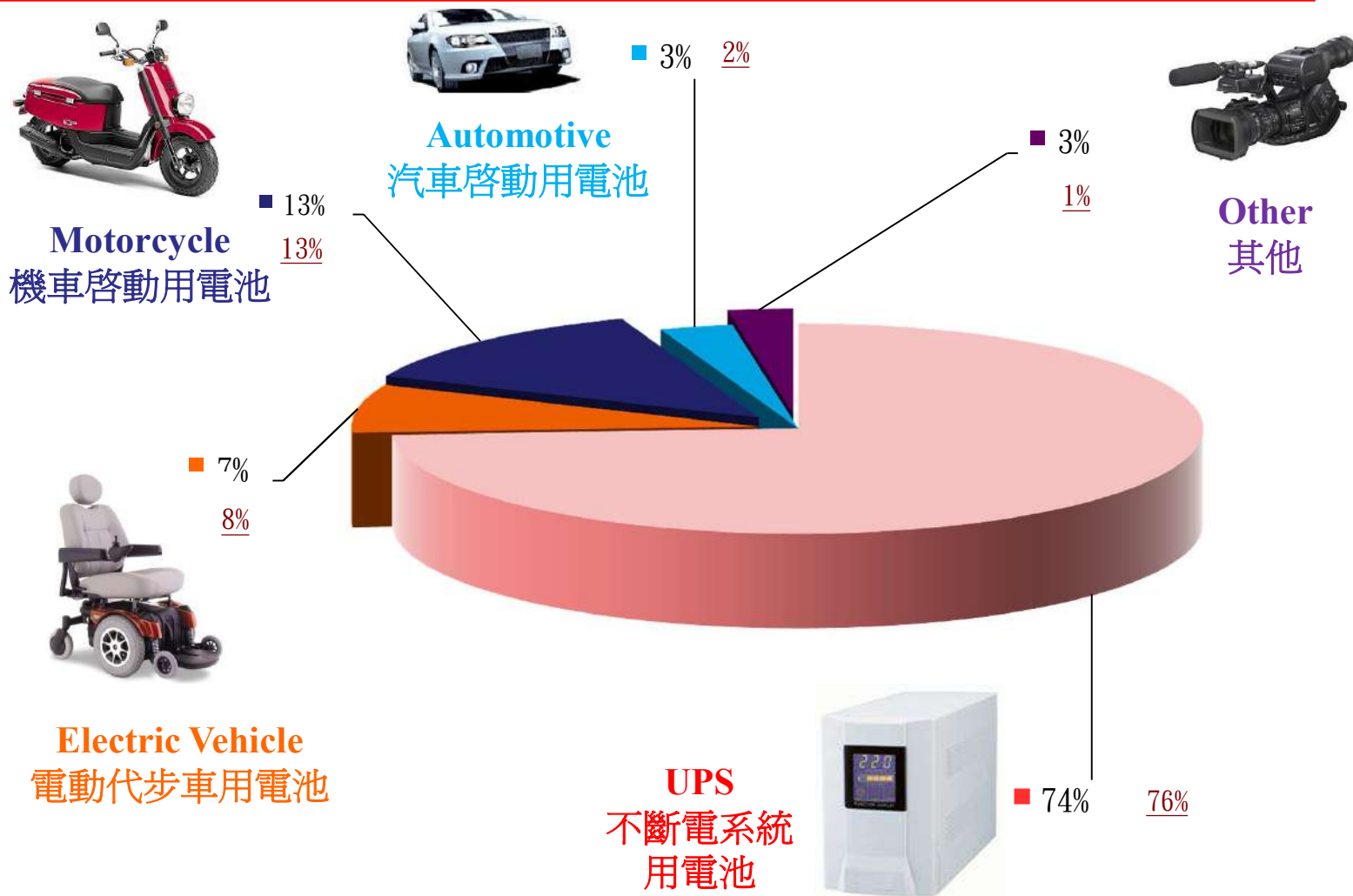


Ps. 紅字為2015
同期比例



2016年第一季產品銷售別

- [公司簡介](#)
- [產業概況](#)
- [產品銷售](#)
- [經營實績](#)
- [越廠介紹](#)
- [競爭優勢](#)
- [未來展望](#)

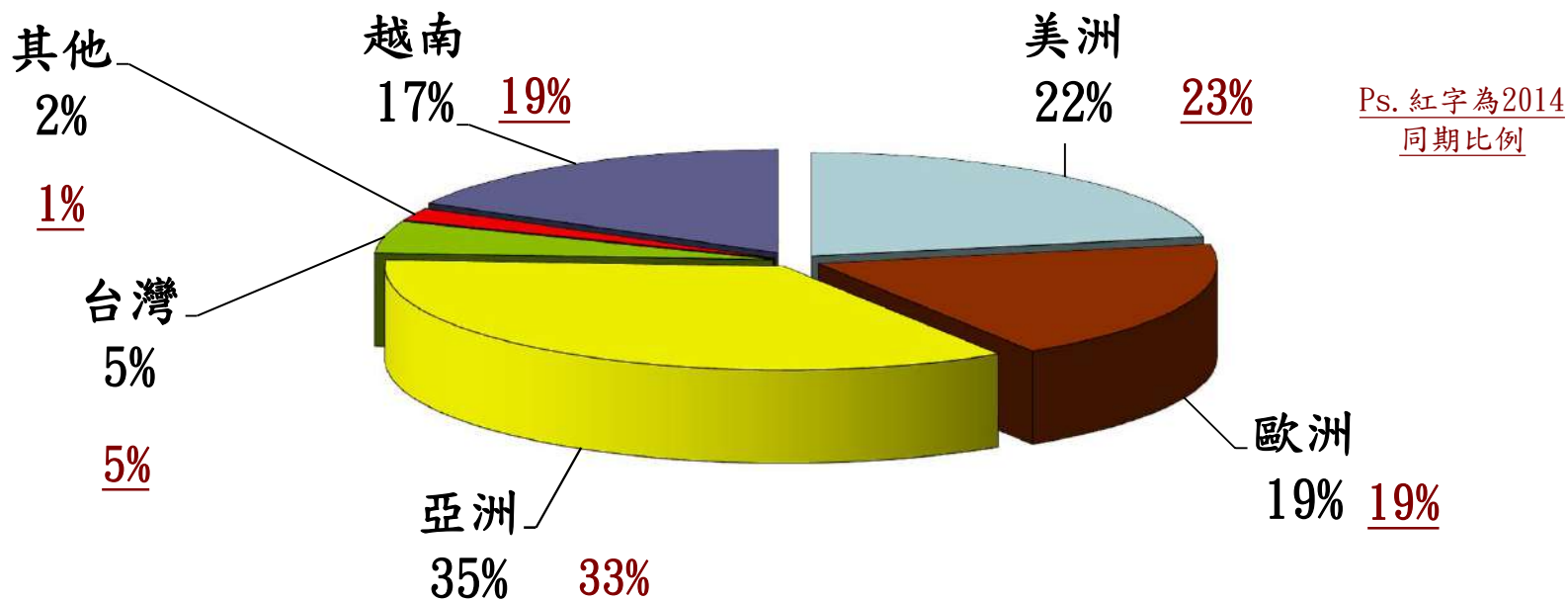


Ps. 紅字為2015
同期比例



2015年地區別銷售分析

- [公司簡介](#)
- [產業概況](#)
- [產品銷售](#)
- [經營實績](#)
- [越廠介紹](#)
- [競爭優勢](#)
- [未來展望](#)



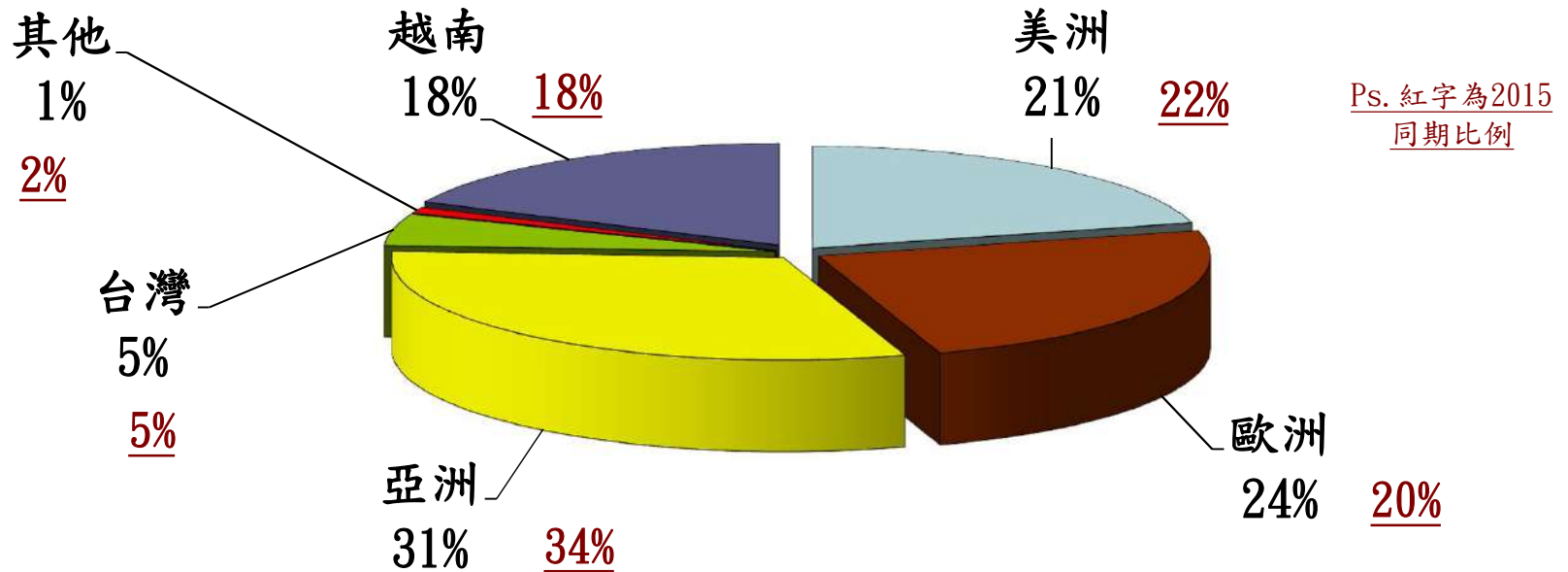
單位：新台幣仟元

地區	美洲	歐洲	亞洲	台灣	其他	越南
2015年	1,544,195	1,323,103	2,463,894	319,382	120,630	1,172,667
%	22%	19%	35%	5%	2%	17%
2014年	1,548,595	1,298,673	2,234,484	325,453	97,541	1,261,087
%	23%	19%	33%	5%	1%	19%



2016年第一季地區別銷售分析

- [公司簡介](#)
- [產業概況](#)
- [產品銷售](#)
- [經營實績](#)
- [越廠介紹](#)
- [競爭優勢](#)
- [未來展望](#)



單位：新台幣仟元

地區	美洲	歐洲	亞洲	台灣	其他	越南
2016年Q1	329,610	381,617	498,682	78,128	18,426	295,251
%	21%	24%	31%	5%	1%	18%
2015年Q1	383,825	343,952	584,313	87,963	25,602	292,301
%	22%	20%	34%	5%	2%	17%



銷貨品牌別-合併

[公司簡介](#)

[產業概況](#)

[產品銷售](#)

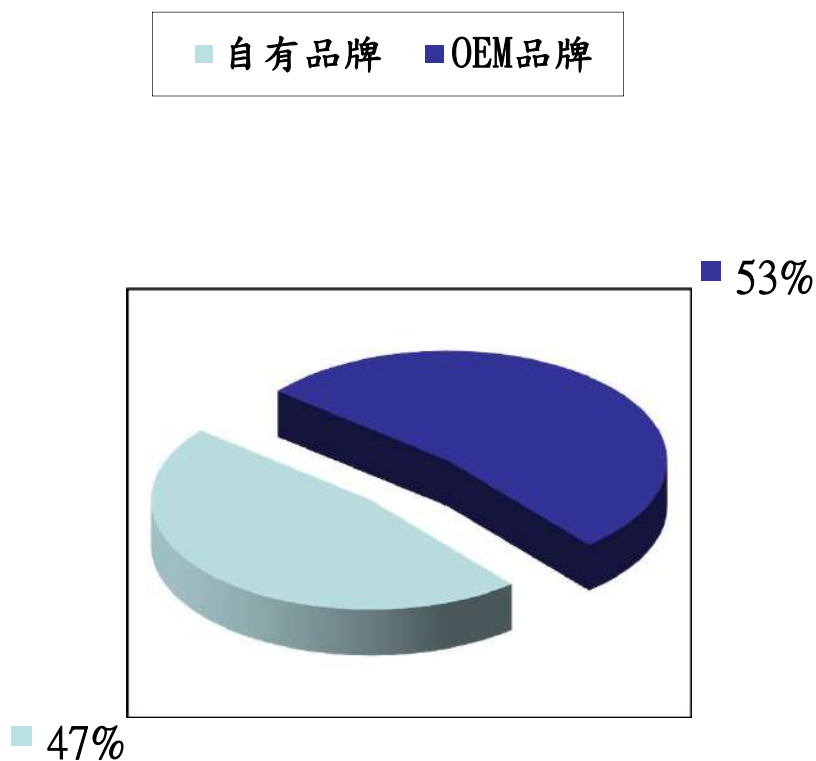
[經營實績](#)

[越廠介紹](#)

[競爭優勢](#)

[未來展望](#)

- 2016年第一季 自有品牌與代工OEM品牌比率



自有品牌包含二品牌：
LONG(全球)、
GLOBE(越南)





[公司簡介](#)

[產業概況](#)

[產品銷售](#)

[經營實績](#)

[越廠介紹](#)

[競爭優勢](#)

[未來展望](#)

獲利能力

歷年合併損益

單位：新台幣百萬元

項目	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016Q1
營業收入	4,397	4,830	5,901	5,695	6,766	6,944	1,602
營業毛利	1,0267	726	1,271	1,109	1,299	1,430	380
毛利率	23%	15%	22%	19%	19%	21%	24%
營業利益	6598	361	837	710	841	968	269
稅前損益	661	405	847	753	898	1,052	257
稅後損益	517	324	629	579	676	802	192
淨利歸屬母 公司	513	315	616	573	660	769	143
每股盈餘 (元)	6.82	3.90	7.55	7.02	8.09	9.42	2.29
平均鉛價 (USD)	2,148	2,402	2,062	2,142	2,096	1,786	1,808

平均
6.83



經營實績

單位：新台幣百萬元

[公司簡介](#)

[產業概況](#)

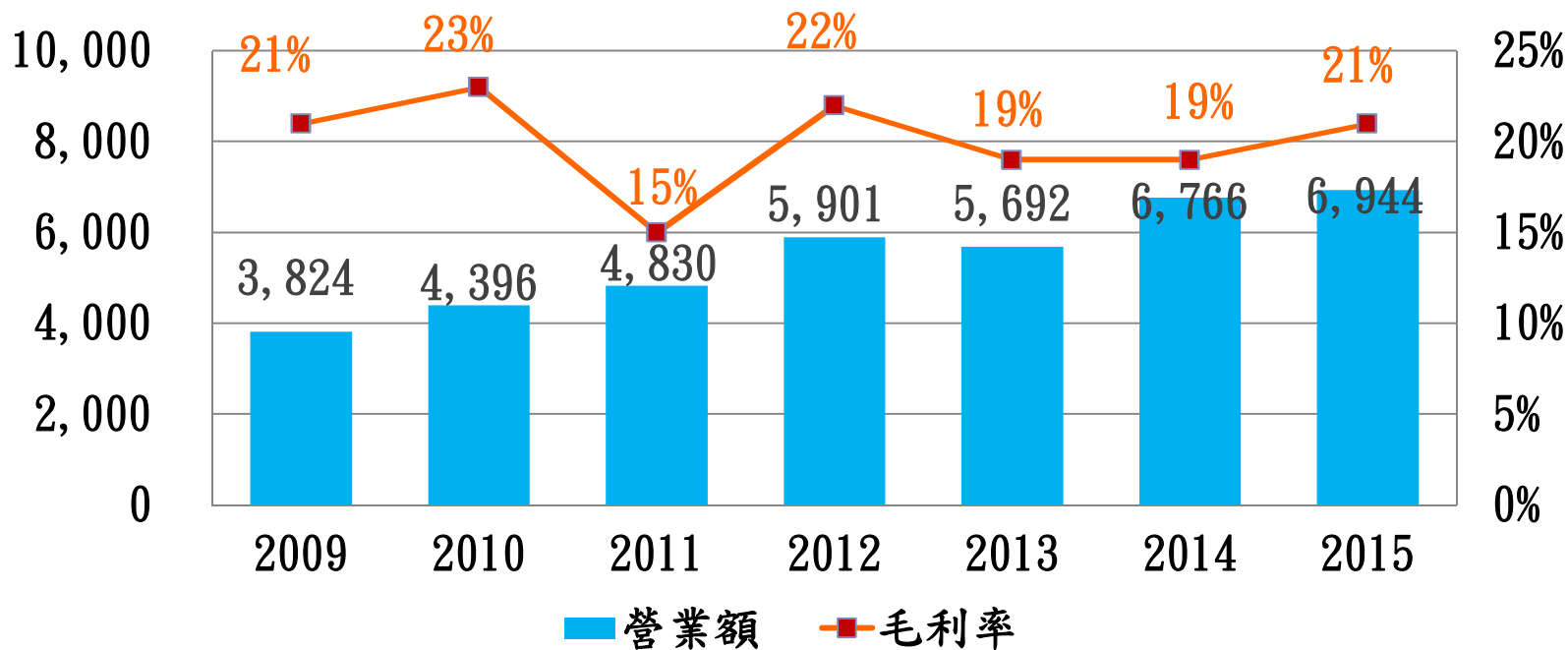
[產品銷售](#)

[經營實績](#)

[越廠介紹](#)

[競爭優勢](#)

[未來展望](#)

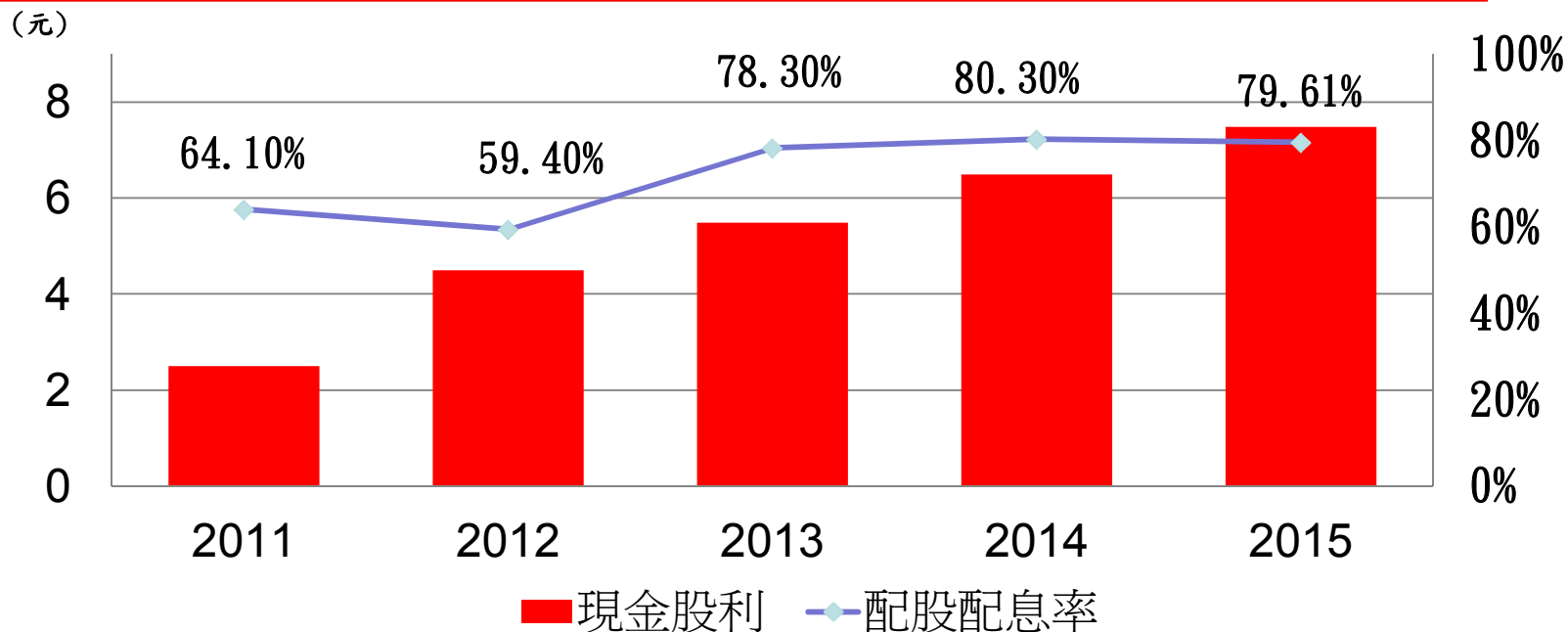


合併營業額	3,824	4,396	4,830	5,901	5,694	6,766	6,944
LME均價 (USD/MT)	1,719	2,146	2,401	2,062	2,142	1,999	1,786
毛利率	21%	23%	15%	22%	19%	19%	21%
稅後EPS	5.07	6.82	3.90	7.55	7.02	8.09	9.42



股利政策

- [公司簡介](#)
- [產業概況](#)
- [產品銷售](#)
- [經營實績](#)
- [越廠介紹](#)
- [競爭優勢](#)
- [未來展望](#)



		2011	2012	2013	2014	2015
追溯前EPS		3.9	7.58	7.02	8.09	9.42
股利分配	現金股利	2.50	4.50	5.50	6.50	7.50
	股票股利	-	-	-	-	-
配股配息率		64.1%	59.4%	78.3%	80.3%	79.61%



LME 及中國大陸 鉛價 & EPS 比較圖

[公司簡介](#)

[產業概況](#)

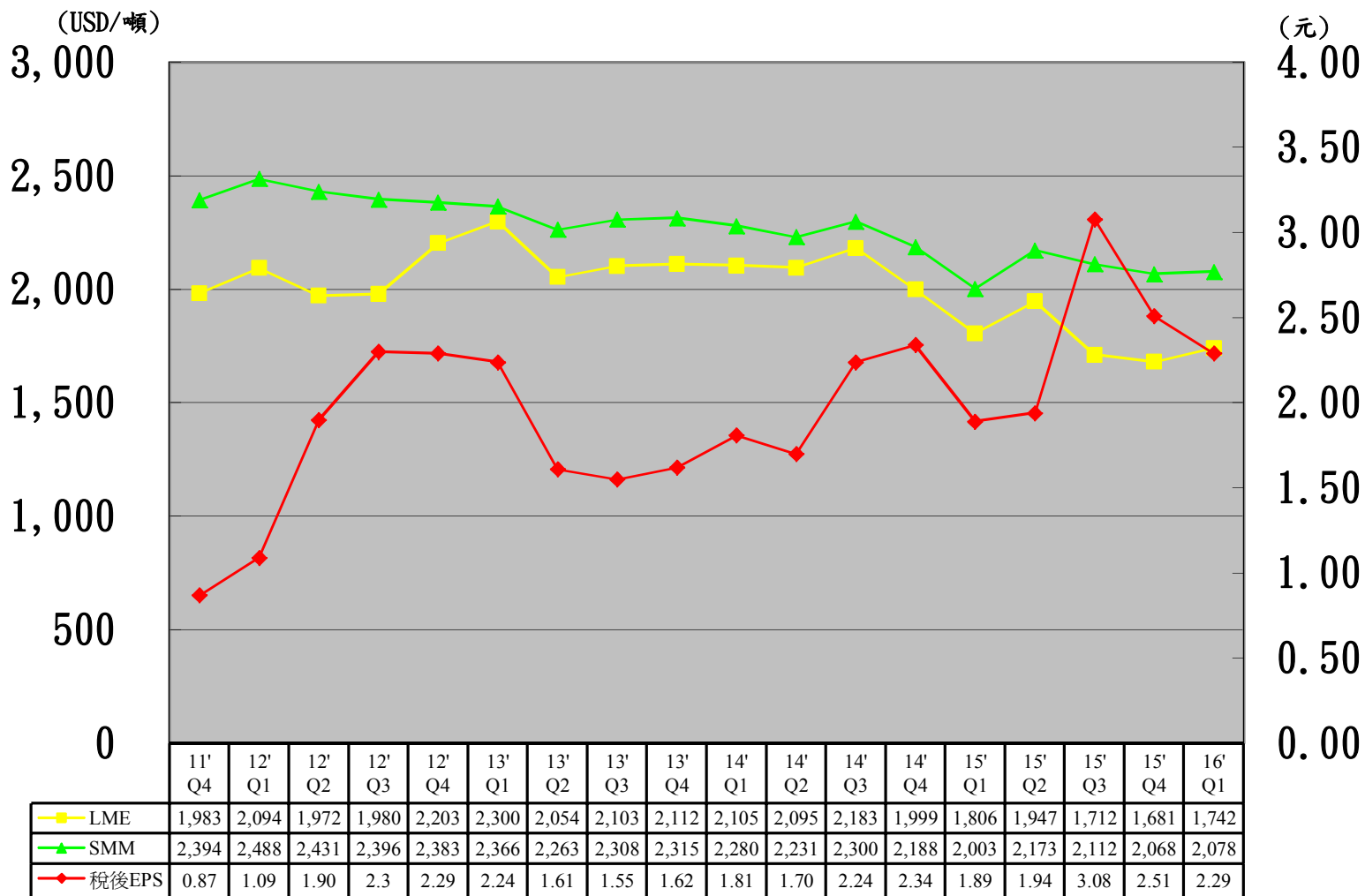
[產品銷售](#)

[經營實績](#)

[越廠介紹](#)

[競爭優勢](#)

[未來展望](#)



參考資料：LME-倫敦金屬交易所、SMM-上海金屬交易中心



廣隆集團出貨數量

[公司簡介](#)

[產業概況](#)

[產品銷售](#)

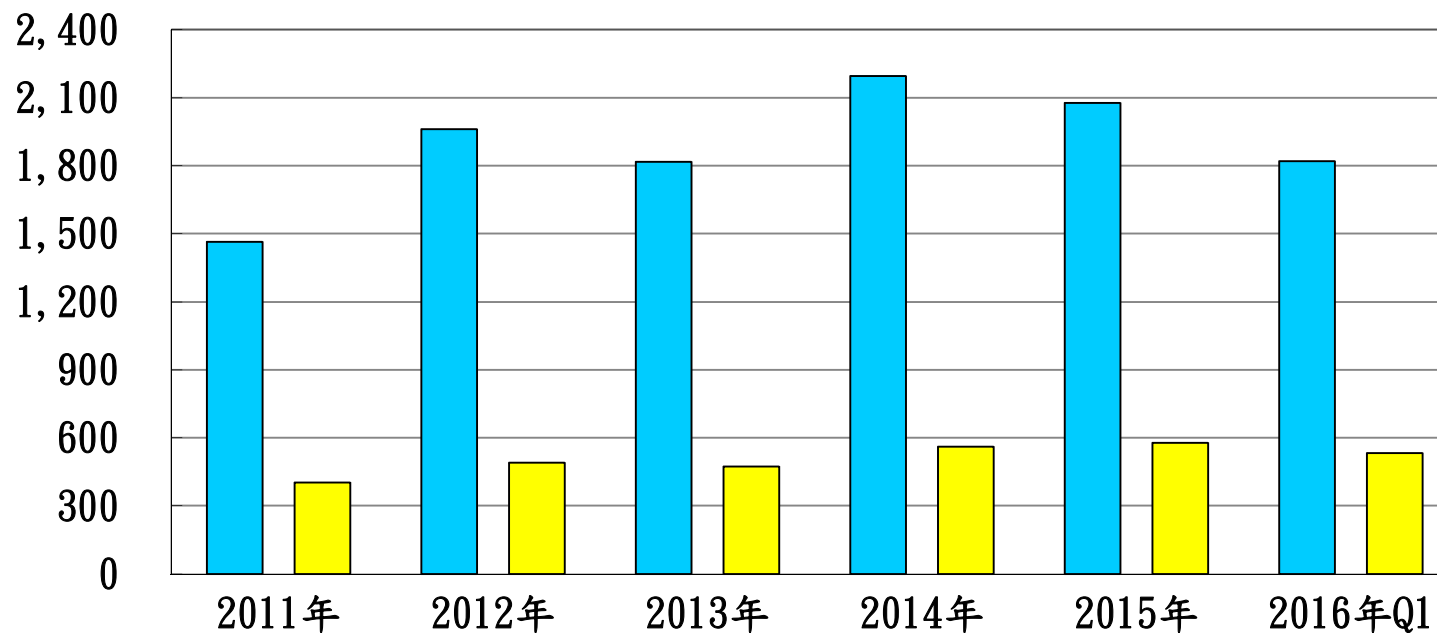
[經營實績](#)

[越廠介紹](#)

[競爭優勢](#)

[未來展望](#)

(出貨數/營業額) ■ 月平均出貨數(仟個) ■ 月平均營業額(百萬)



平均月出貨數	1,466	1,962	1,818	2,195	2,079	1,822
出貨數成長率	13%	34%	-7%	21%	-5%	-12%
月平均營業額	403	492	474	564	579	534
營收成長率	10%	22%	-4%	19%	3%	-8%



地理位置

[公司簡介](#)

[產業概況](#)

[產品銷售](#)

[經營實績](#)

[越廠介紹](#)

[競爭優勢](#)

[未來展望](#)



Duc Hoa 德和 Factory(2007)

Ben Luc 濱瀝 Factory(1996)





地理位置

[公司簡介](#)

[產業概況](#)

[產品銷售](#)

[經營實績](#)

[越廠介紹](#)

[競爭優勢](#)

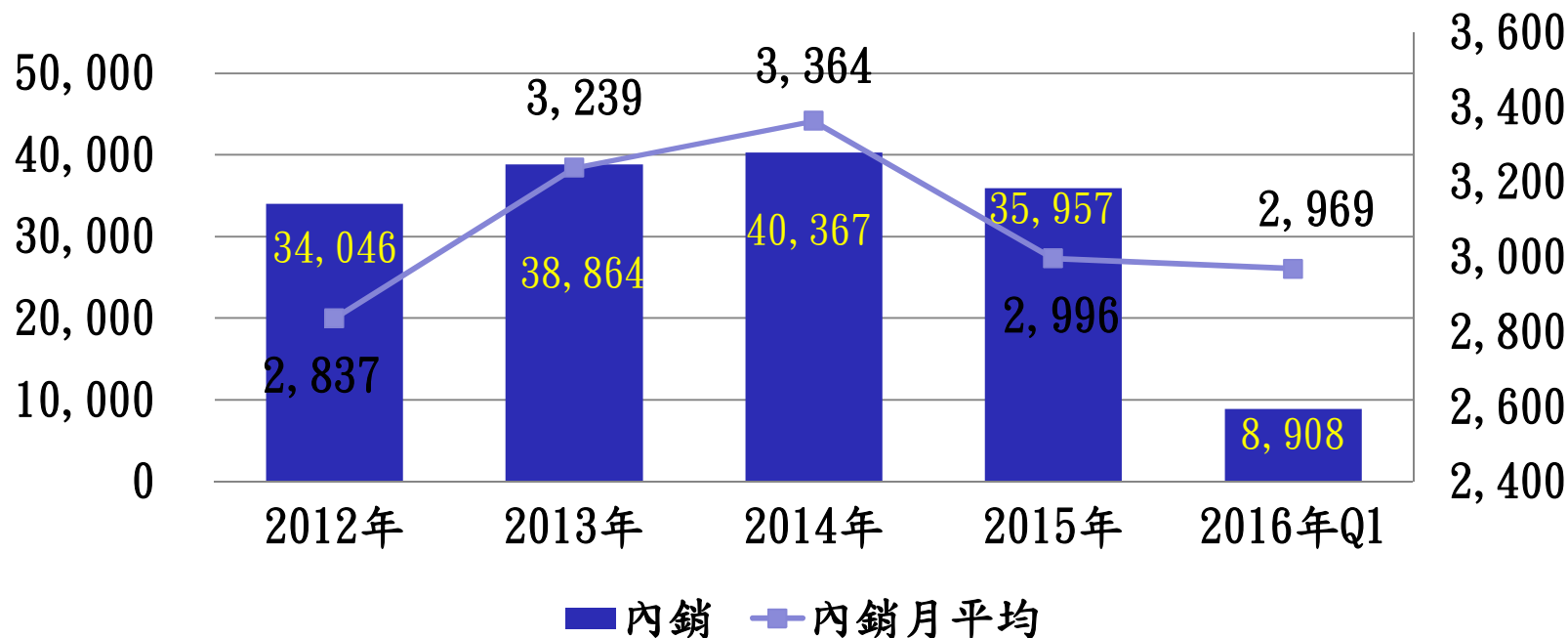
[未來展望](#)





越南利隆營業額

- [公司簡介](#)
- [產業概況](#)
- [產品銷售](#)
- [經營實績](#)
- [越廠介紹](#)
- [競爭優勢](#)
- [未來展望](#)



單位：USD仟元

項目	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年Q1
內銷	34,046	38,864	40,367	35,957	8,908
內銷月平均	2,837	3,239	3,364	2,996	2,969



越南廠概況

[公司簡介](#)

[產業概況](#)

[產品銷售](#)

[經營實績](#)

[越廠介紹](#)

[競爭優勢](#)

[未來展望](#)

濱瀝廠



36,500 平方公尺 *square meters*



越南廠概況

[公司簡介](#)

[產業概況](#)

[產品銷售](#)

[經營實績](#)

[越廠介紹](#)

[競爭優勢](#)

[未來展望](#)

濱瀝廠



36,500 平方公尺 *square meters*



越南廠概況

[公司簡介](#)

[產業概況](#)

[產品銷售](#)

[經營實績](#)

[越廠介紹](#)

[競爭優勢](#)

[未來展望](#)

德和廠



350,000 平方公尺 square meters (200,000 平方公尺已開發)



越南廠概況

德和廠

[公司簡介](#)

[產業概況](#)

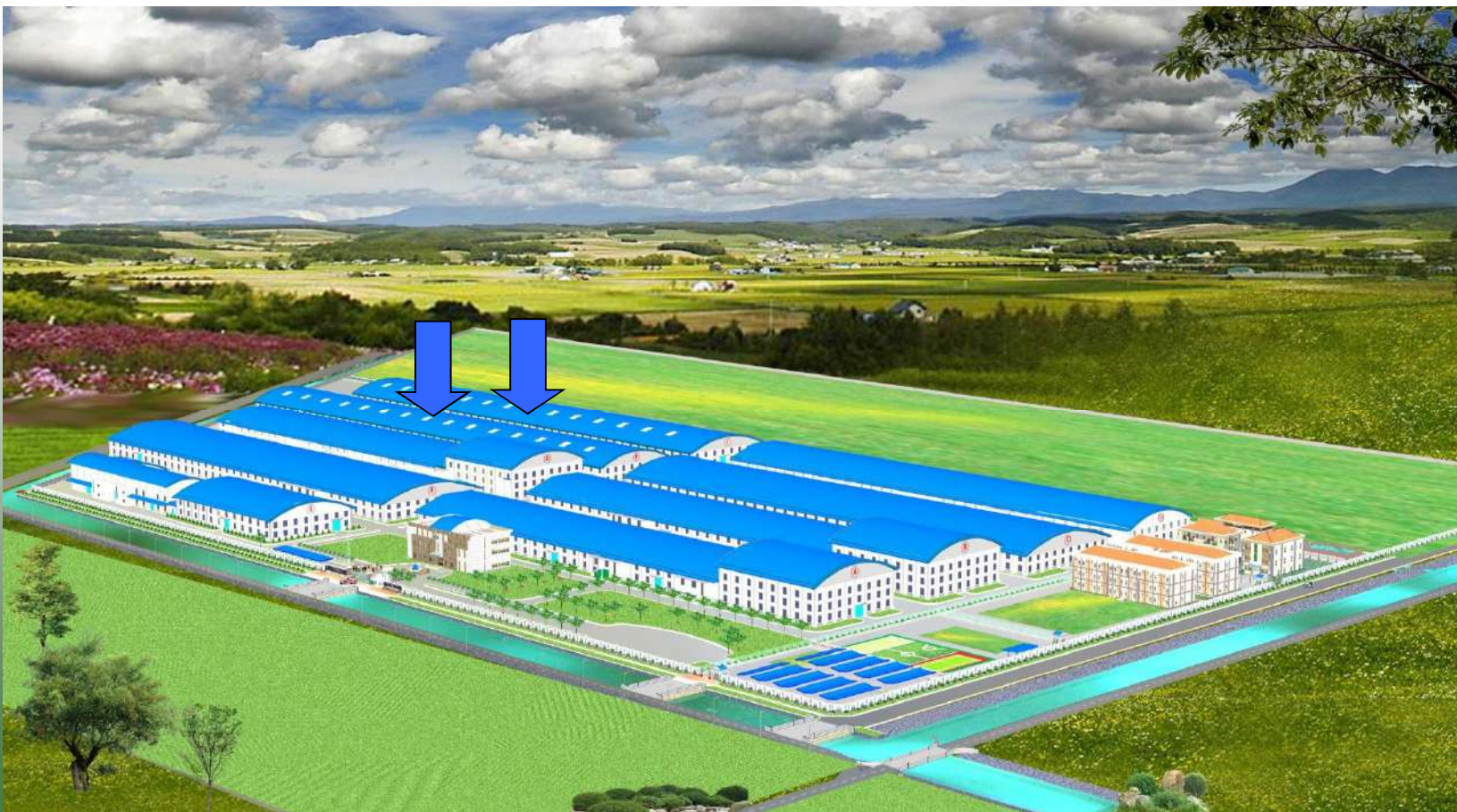
[產品銷售](#)

[經營實績](#)

[越廠介紹](#)

[競爭優勢](#)

[未來展望](#)



2010-2014年: 增建廠房, 導入自動化生產模式



核心價值

[公司簡介](#)

[產業概況](#)

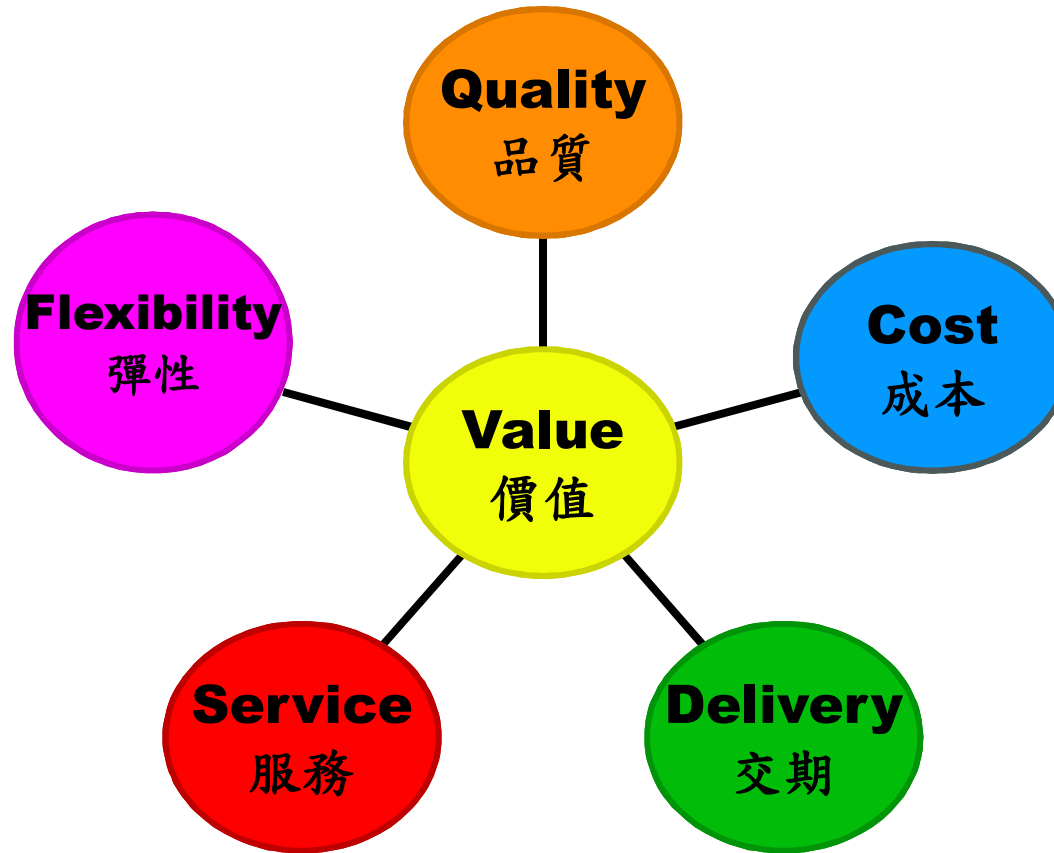
[產品銷售](#)

[經營實績](#)

[越廠介紹](#)

[競爭優勢](#)

[未來展望](#)





競爭優勢

[公司簡介](#)

[產業概況](#)

[產品銷售](#)

[經營實績](#)

[越廠介紹](#)

[競爭優勢](#)

[未來展望](#)

KLB競爭優勢

1. 品質優且穩定

鉛酸蓄電池生產涵蓋電化學的轉換並涉及各種製造與管理，長期穩定生產品質優良的電池不容易

2. 生產者進入障礙提高

環保意識抬頭，中國對鉛酸蓄電池生產從規模、設備、到環境保護有諸多限制，這規範也被各國列入參考，因此已多年未見新的進入者，且除中國外的亞洲國家生產者少

3. 產品競爭門檻較高

產品認證較長，客戶不易換供應商，且KLB有能力開發符合客戶需求產品

競爭優勢

KLB競爭優勢

4. 越南在地化成功

現場幹部皆越南籍，主要台籍管理人員亦能以越語開會，無溝通及文化障礙，且進入越南市場早，機車電池AM市場市佔率高，為市場認同的高品質電池，品牌已建立，對獲利有極大貢獻；且越南投資環境佳，政府干擾少

5. 研發能力卓越

致力於鉛酸蓄電池產品的升級與多元化，透過電池效能的提升不但可以加強獲利亦可開發新的低階產品幫客戶搶占市場；現以小密電池為主，擴大到中、大密電池的生產，積極的發展起停電池，擴充我們的客戶群

6. 優質的客戶群

客戶含括各市場龍頭，故各地進口商願意經銷KLB產品，且銷售地區及客戶適當分散，較不易因單一產業或經濟因素受到劇烈影響

競爭優勢

外部環境對KLB有利

[公司簡介](#)

[產業概況](#)

[產品銷售](#)

[經營實績](#)

[越廠介紹](#)

[競爭優勢](#)

[未來展望](#)



主要競爭對手設廠中國，但2011年發布《鉛酸蓄電池准入條款》限縮鉛酸蓄電池產業發展，淘汰落後產能，KLB是東南亞產能最大的專業生產UPS電池第一大廠，有利於從競爭對手獲取更多訂單

中小型電子密閉式電池主要外銷生產基地集中於中國及越南，在中國人工薪資節節高漲，人民幣面臨升值壓力，及限縮鉛酸蓄電池產業發展下，中國鉛酸蓄電池業面臨出走，但地點選擇不易，KLB在越南生產，產能可以再擴大，優勢可維持

中國近期又發布『對電池、塗料徵收消費稅的通知』，自2016年1月1日起在生產、委託加工和進口環節，對鉛酸蓄電池按4%稅率徵收消費稅。屆時可預期將會對中國鉛酸蓄電池廠造成不小的成本負擔。



未來展望

研究發展專案

[公司簡介](#)

[產業概況](#)

[產品銷售](#)

[經營實績](#)

[越廠介紹](#)

[競爭優勢](#)

[未來展望](#)

進行長壽命大型通訊用電池之槽內化成製程開發以提升浮充壽命

因應自動化鑄焊等製程的規格設計變更

起停與電動車用電池之最佳化配方研究

適用太陽能與再生能源深循環使用電池

現有規格性能提升與成本合理化設計開發

密閉式高功率UPS電池之提升充電接收性

[公司簡介](#)

[產業概況](#)

[產品銷售](#)

[經營實績](#)

[越廠介紹](#)

[競爭優勢](#)

[未來展望](#)

1. 自動化設備持續導入：

導入自動化設備提升生產效率、減少耗料及維修費用，降低對人工的依賴

2. 輕量化規格持續開發：

持續開發符合市場需求的輕量化規格，提升產品毛利

3. 新產品市場推展：

開發產業用及通訊用大型密閉式電池，區隔現有量產規格，推升營收利基

營銷布局

[公司簡介](#)

[產業概況](#)

[產品銷售](#)

[經營實績](#)

[越廠介紹](#)

[競爭優勢](#)

[未來展望](#)



感謝聆聽 敬請指教



劉晃璋 協理

Email: vincent@mail.klb.com.tw

TEL: +886-49-2254777#171



Advance future

Motion / Storage / Security

