



明安國際企業(股)公司



股票代號：8938

特色產業業績發表會

2010.4.21

誠意、創意、滿意



成立時間

民國76年10月

資本額

約NT\$13.1億元(2010/3/31)

主要業務

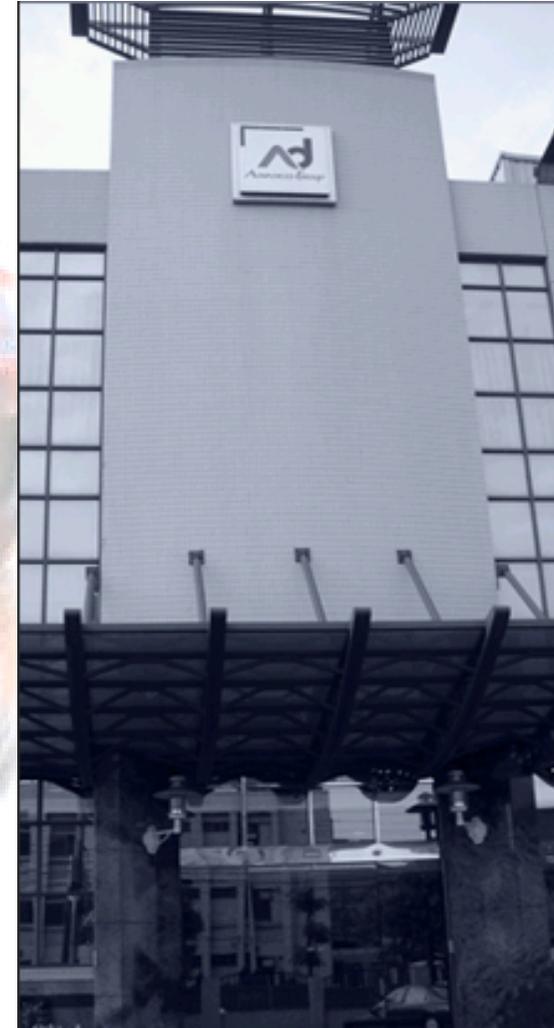
GOLF：球頭、球桿、組桿、球
BIKE：碳纖維自行車車架、前
叉、零配件
複材：碳纖維布、平板、牙叉
等複合材料產品

生產地點

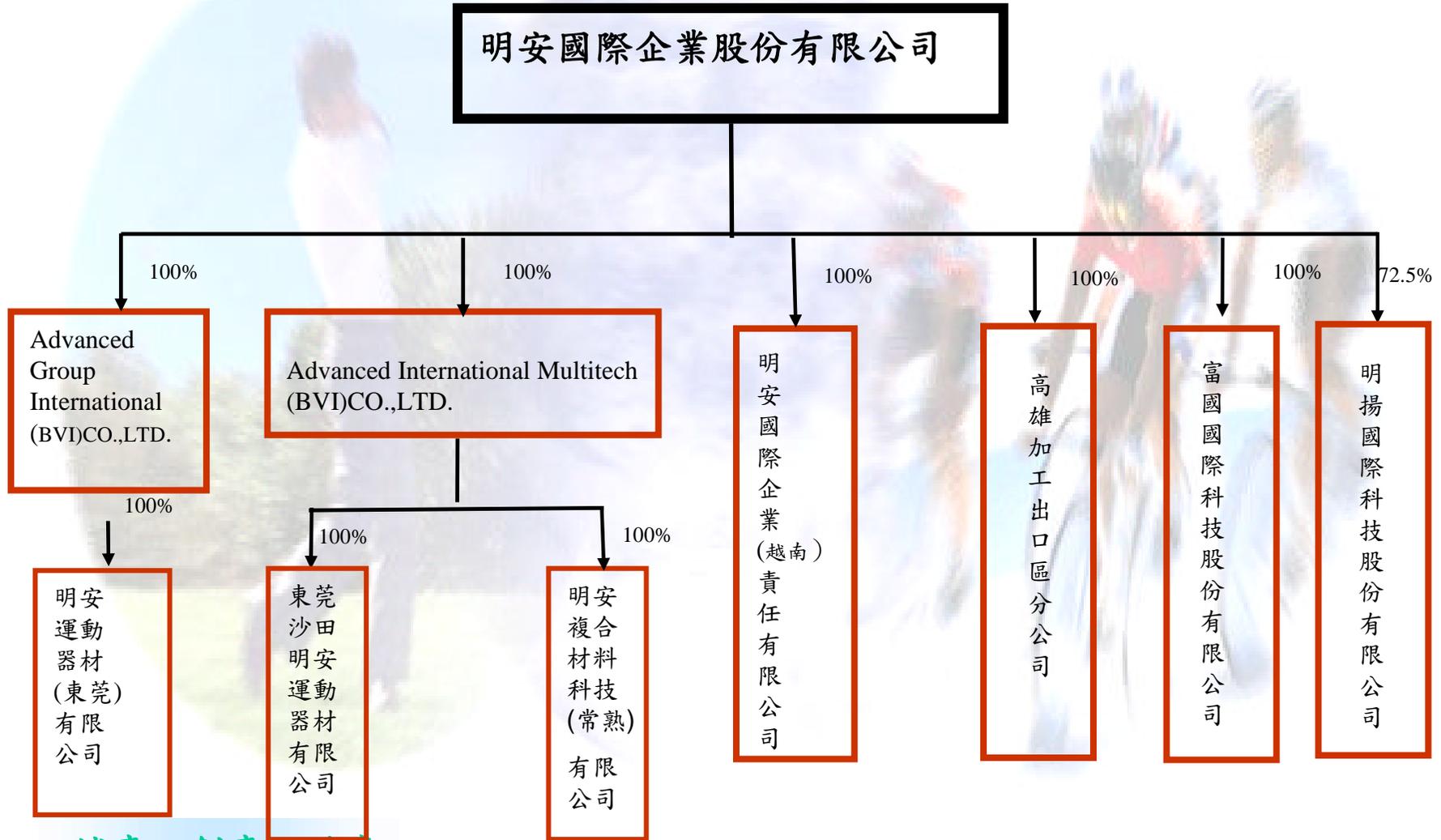
球具：高雄小港、廣東東莞、越
南同奈
球：高雄大樹、屏東（新）
自行車：高雄小港、江蘇常熟
複材：高雄小港、前鎮加工出口
區

員工人數

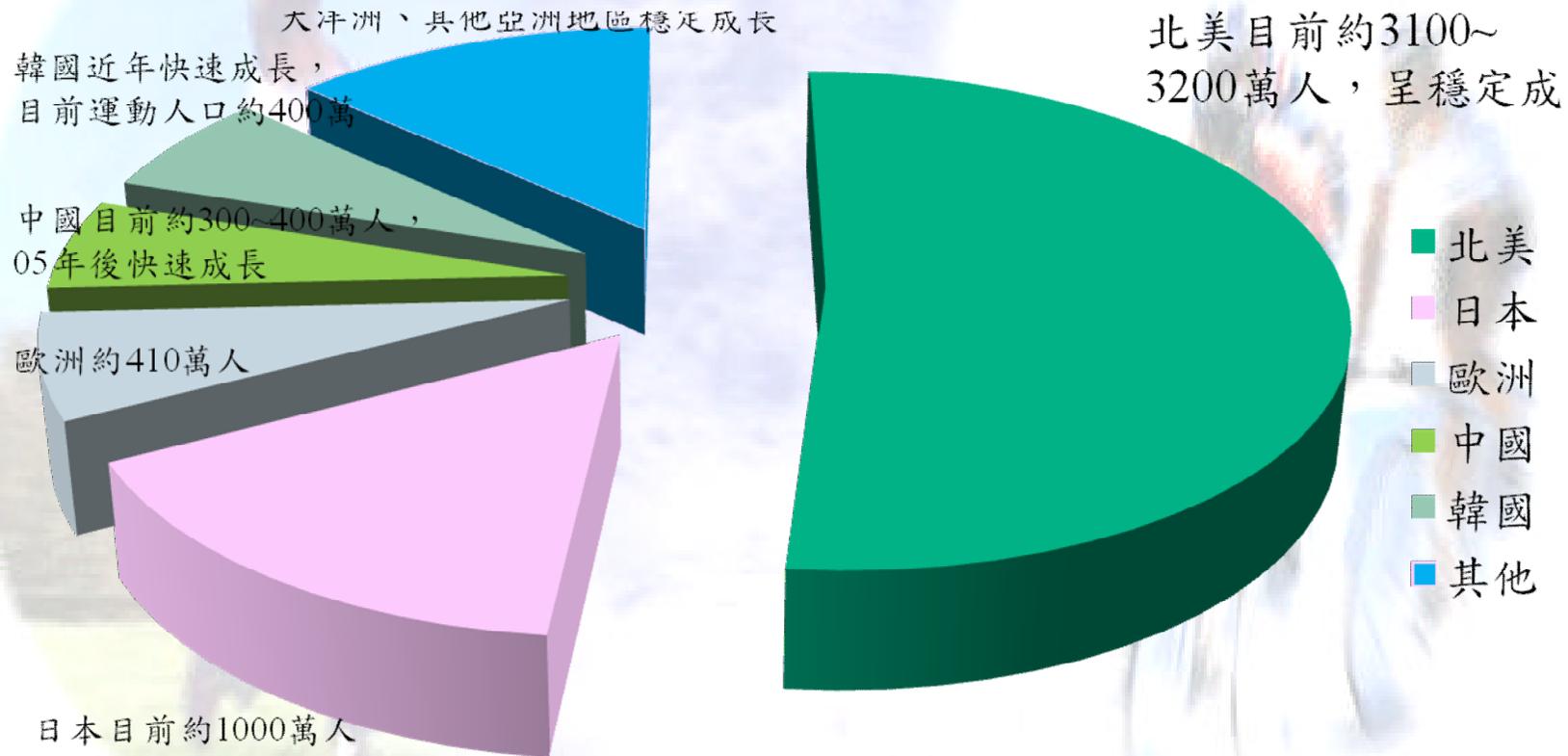
約11,000人(全球)



誠意、創意、滿意

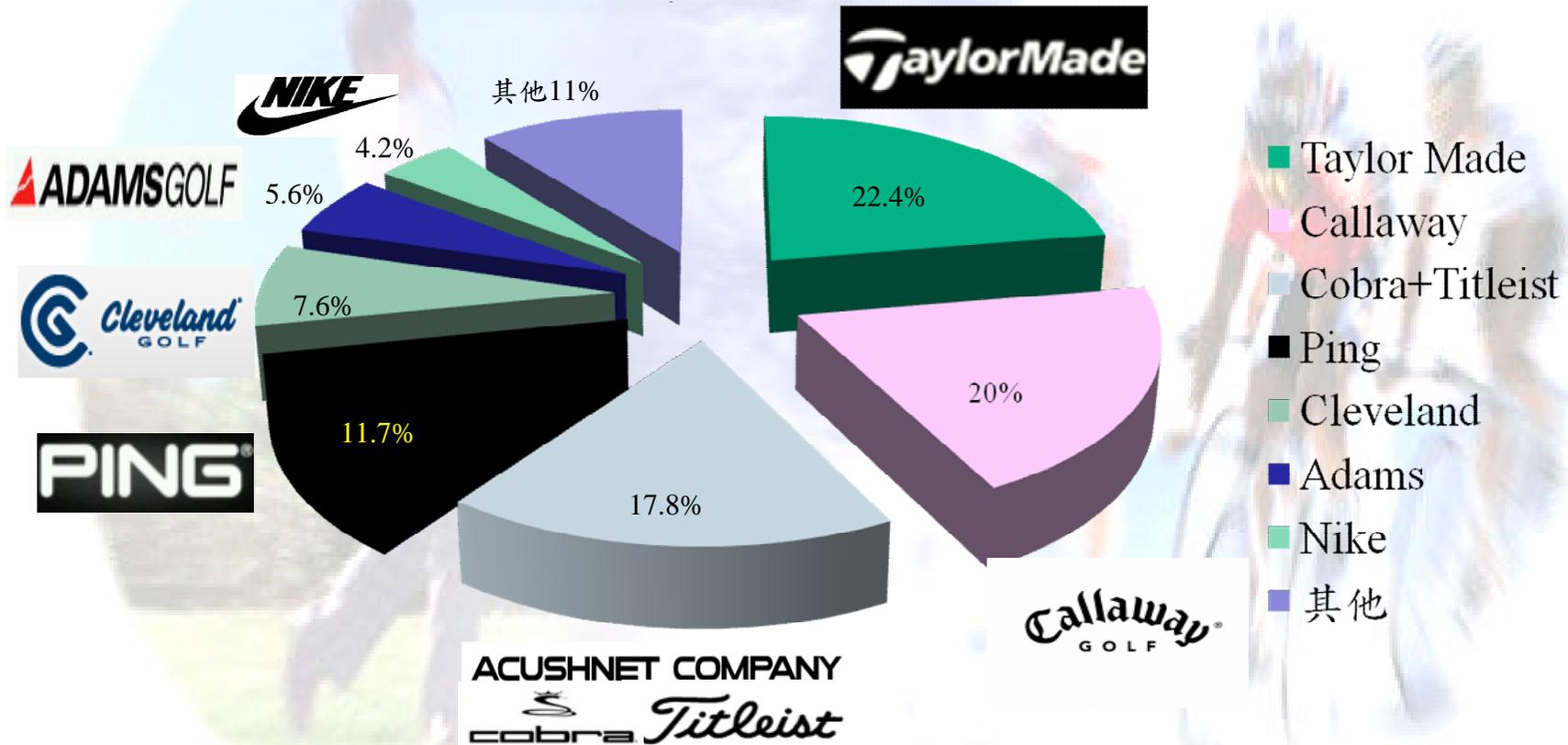


誠意、創意、滿意



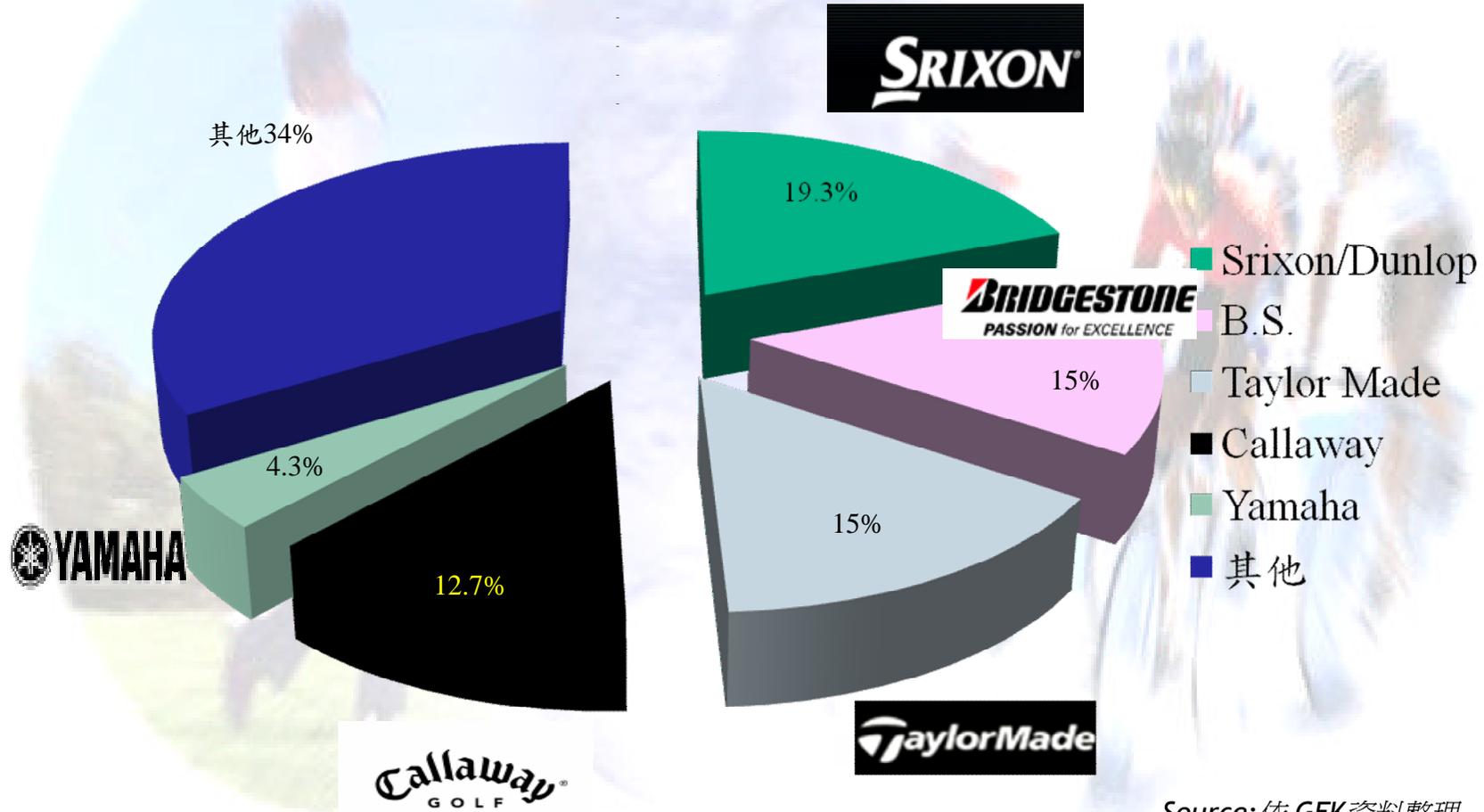
2016高球入奧，預期將帶動中國等主要新興國家的積極投入

誠意、創意、滿意



備註：PUMA於2010年3月宣布收購Cobra golf

Source: 依Golf Data Tech資料整理



Source: 依 GFK 資料整理



- 全球高階自行車（ASP USD200以上）年需求約500萬輛，市場以歐、美等高所得國家為主，亞洲深具開發潛力
- Carbon frame全球年需求量預估約60~70萬輛
- 產品平均單價USD 280~400, 終端市場平均單價從USD 1000~1500+/frame 都有
- 因應市場需求，開發較低單價之carbon frame機種(USD 200)，預計將搶佔Alum frame之市佔。

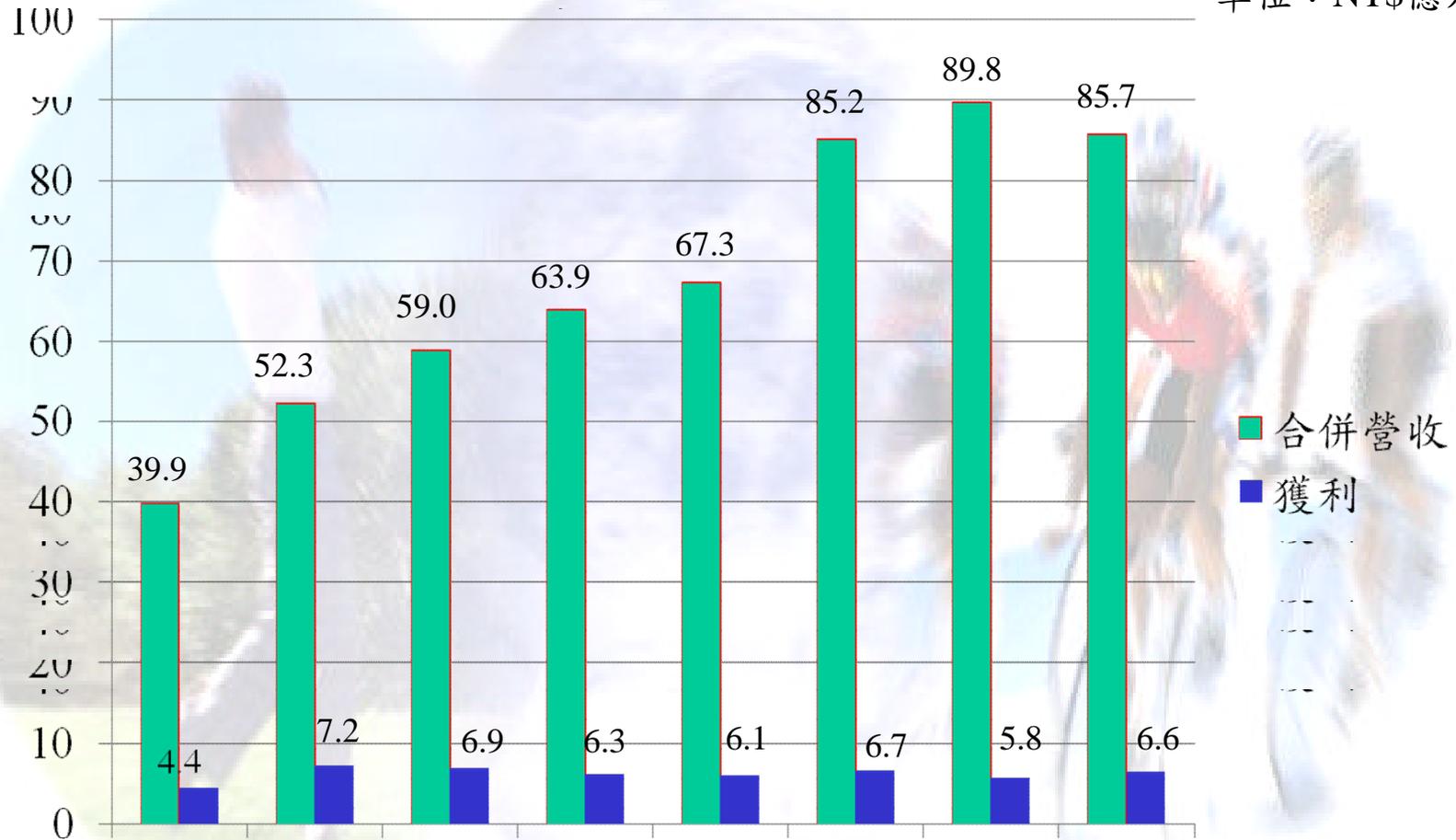


- 2009 整體全球需求約 86,000,000 打 (YoY -12~15%), 產值約 US\$ 1.9 billions
- 主要品牌為 Titleist, Callaway, BridgeStone, Srixon, TaylorMade, Nike, Wilson 等. Titleist 為領導品牌, 全世界市場銷售量佔有率接近 50%, 其高級球 ProV1/ProV1x 更主宰高級球市場, 佔有率約 60%.
- Callaway 在將生產重心移至亞洲後, 成本降低及推出新中高階產品下, 看好將提高市場佔有率, TaylorMade 推出新 5 層球, BridgeStone, Srixon, 相繼於美國市場展開強力行銷活動, 皆將對 Titleist 產生威脅.

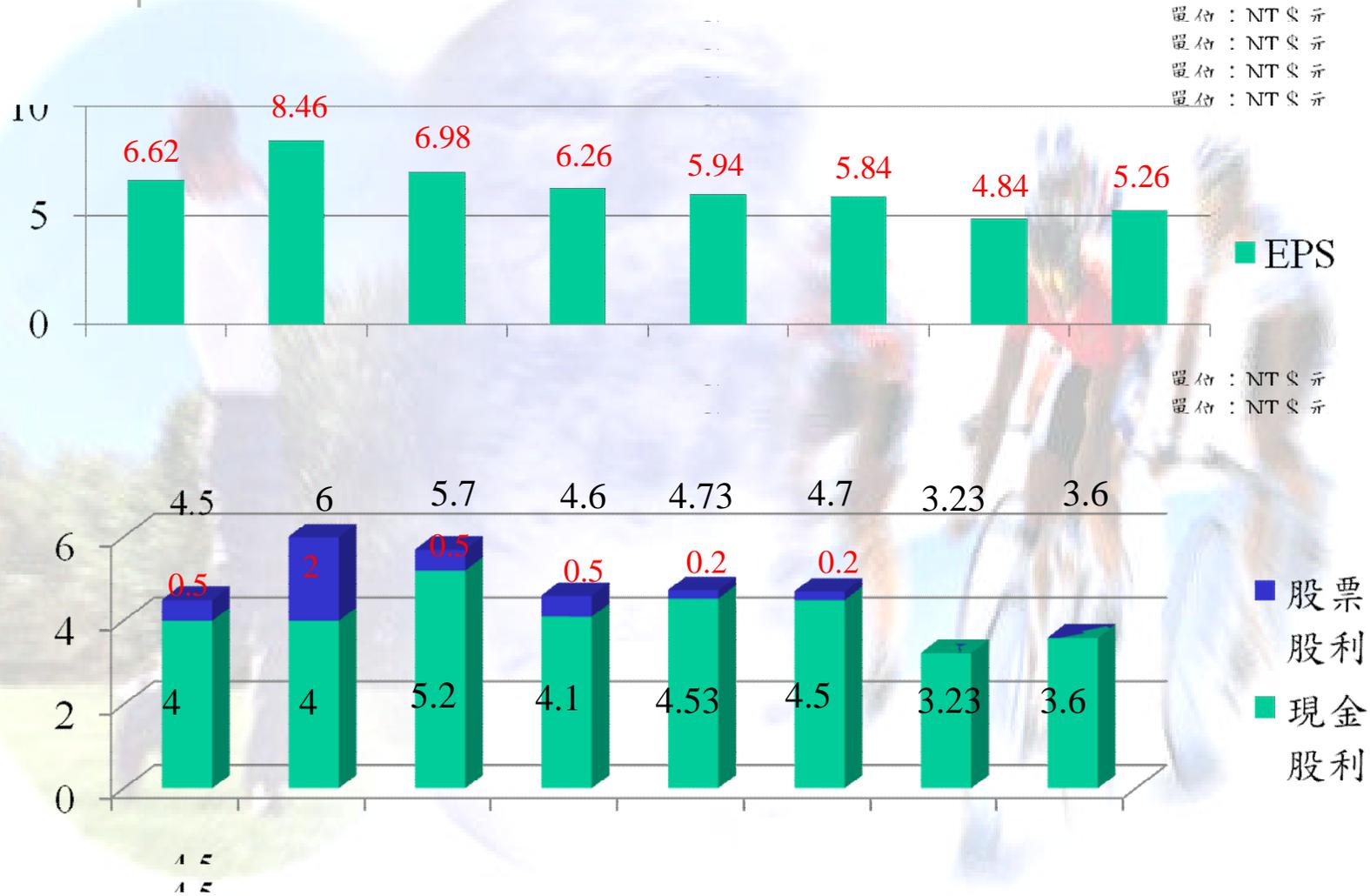
2002~2009 合併營收及獲利表現



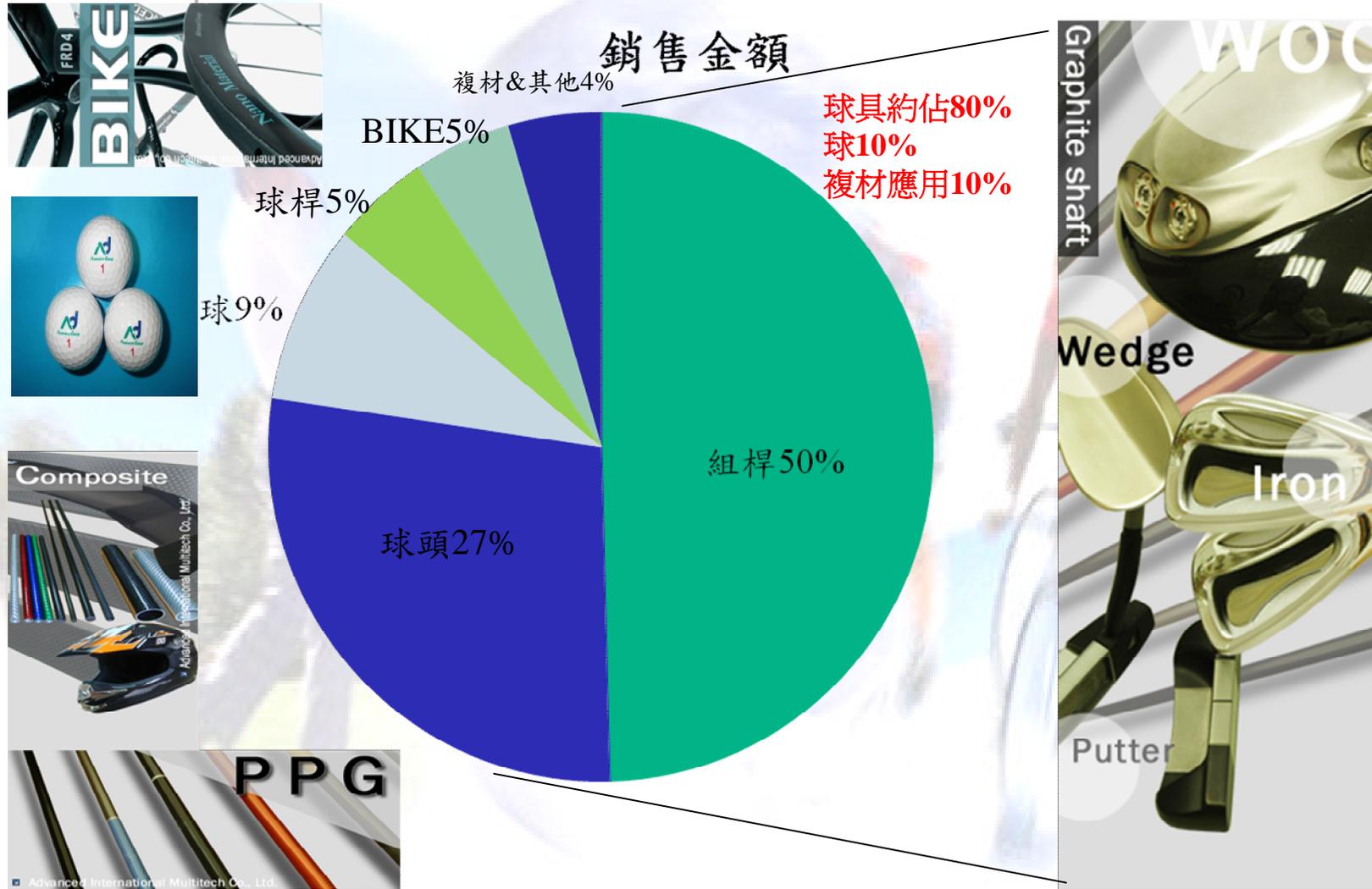
單位：NT\$億元



2002~2009年EPS趨勢圖與股利分配圖



2009年銷售組合



誠意、創意、滿意



單位：NT\$千元

| | 2009 | | 2008 | |
|-------------|-----------|------|-----------|------|
| | 總額 | % | 總額 | % |
| 現金&約當現金 | 1,536,488 | 24% | 1,060,524 | 19% |
| 應收帳款 | 1,545,526 | 22% | 964,624 | 17% |
| 存貨 | 1,116,395 | 16% | 1,017,883 | 18% |
| 流動資產 | 4,638,846 | 67% | 3,217,836 | 57% |
| 流動負債 | 2,892,094 | 41% | 2,104,653 | 37% |
| 長期付息負債 | 323,639 | 5% | 260,477 | 5% |
| 股東權益 | 3,696,269 | 53% | 3,107,809 | 55% |
| 總資產 | 6,990,075 | 100% | 5,644,183 | 100% |
| 重要比率 | | | | |
| 現金轉換天數 | -25 | | -38 | |
| 負債比 | | 47% | | 45% |
| 流動比率 | | 160% | | 153% |
| 誠意 股東權益報酬率 | | 20% | | 19% |



| 項目 | 2010Q1(自結) | | 2009Q1 | | 差異 |
|---------------|------------|-----|-----------|-----|-------|
| | 金額 | % | 金額 | % | |
| KNTD | | | | | |
| 營業收入 | 3,737,157 | 100 | 2,044,025 | 100 | 83 |
| 營業毛利 | 510,126 | 14 | 332,224 | 16 | 54 |
| 營業費用 | 231,010 | 6 | 193,543 | 9 | 19 |
| 營業淨利 | 279,116 | 7 | 138,681 | 7 | 101 |
| 營業外收支 | 3,237 | 0 | 86,401 | 4 | (96) |
| 稅前淨利 | 282,353 | 8 | 225,082 | 11 | 25 |
| 所得稅費用 (利益) | 77,551 | 2 | (68,300) | -3 | (214) |
| 稅後淨利 | 204,802 | 5 | 293,382 | 14 | (30) |
| EPS | 1.57 | | 2.42 | 0 | (35) |



單位:NT\$千元

| 年度 | 研發費用 | 研發費用佔 營業收入比例 |
|------|---------|-----------------|
| 2005 | 238,000 | 3.77% |
| 2006 | 256,000 | 3.82% |
| 2007 | 238,720 | 2.94% |
| 2008 | 251,347 | 3.02% |
| 2009 | 212,382 | 3.00% |

| 年份 | 申請件數 | 通過件數 | 發明件數 | 新型件數 | 新式樣件數 |
|------|------|------|------|------|-------|
| 2005 | 26 | 7 | 17 | 9 | 0 |
| 2006 | 91 | 24 | 61 | 26 | 4 |
| 2007 | 47 | 9 | 31 | 16 | 0 |
| 2008 | 51 | 26 | 33 | 18 | 0 |
| 2009 | 16 | 24 | 13 | 3 | 0 |
| 專利合計 | 231 | 90 | 155 | 72 | 4 |



1. 永續發展之策略佈局領先同業

產品：

- ≡ 一站購足 (One Stop Shopping)
球頭、球桿、組桿、球
- ≡ 複材應用多元而廣泛
BIKE 零配件、平板、牙叉
- ≡ 碳纖維布 (PPG) 之優勢 → Nano、High Tg、CNT

營運模式：生根台灣、放眼大陸、佈局全球

- ≡ 生產地點合理配置，運用當地之優勢，建構最佳的製造模式，有效降低生產成本，創造成本競爭優

誠意、^執創意、滿意



客戶：

- ※ 明安以客為尊，為客戶“量身訂做”，提供客戶所需產品與服務
- ※ 與關鍵或策略客戶緊密結合，建立和諧穩固的“夥伴關係”(Partnership)

2. 全球高爾夫品牌大廠之主要供應商，實力經驗雄厚、資源整合佳，具備大者恆大之競爭優勢。

3. 產品組合多元化，有效降低外在環境變化之影響，**誠意經營**，營運表現優於同業。



4. 率先導入NPS製造流程，速度、彈性領先同業

- ≡ 產能彈性化，快速複製生產經驗，即時滿足客戶所需
- ≡ 成本及庫存管控良好

5. e化管理效能優：提升營運靈活度，增加管理效能，迅速提供客戶及時而有用的資訊



1. 開發綠色材質、友善生態的產品：創新設計、流程優化、祛除浪費，提升企業綠色競爭力與良好形象，掌握永續發展的商機。
2. 整合Golf產業供應鏈，積極輔導供應商，與供應商共存共榮，共創雙贏。
3. 建構在複材多年來奠定的穩固基礎上，開發產品創新的運用與開拓新市場需求，如3C產品之運用。



4. 複製高爾夫成功經驗，整合Bike供應體系，提供客戶One Stop Shopping的服務。

5. 利用高爾夫球具之客戶關係及既有通路，掌握高爾夫球委外代工之趨勢，擴大高爾夫球市佔。



感謝您的參與