



冠軍建材股份有限公司

股票代號：1806

2022年法人說明會

2022年11月23日



免責聲明

本簡報與同時發布之相關訊息，反映本公司迄今對未來的看法。對於這些看法，未來若有任何改變或調整時，本公司不負調整或更新之責任。

本公司並未發布財務預測，簡報中有關公司業務面、財務面及Q&A之說明，可能與未來實際結果有所不同。此差異原因可能包括市場需求變化、競爭行為、國際政經狀況、匯率波動、上下游供應鏈...等其他各種本公司所不能掌握之風險因素。



公司概況

成立時間：1972年

股票上市：1992年

董事長：林榮德

實收資本：新台幣39.04億元(減資基準日：111年9月29日)

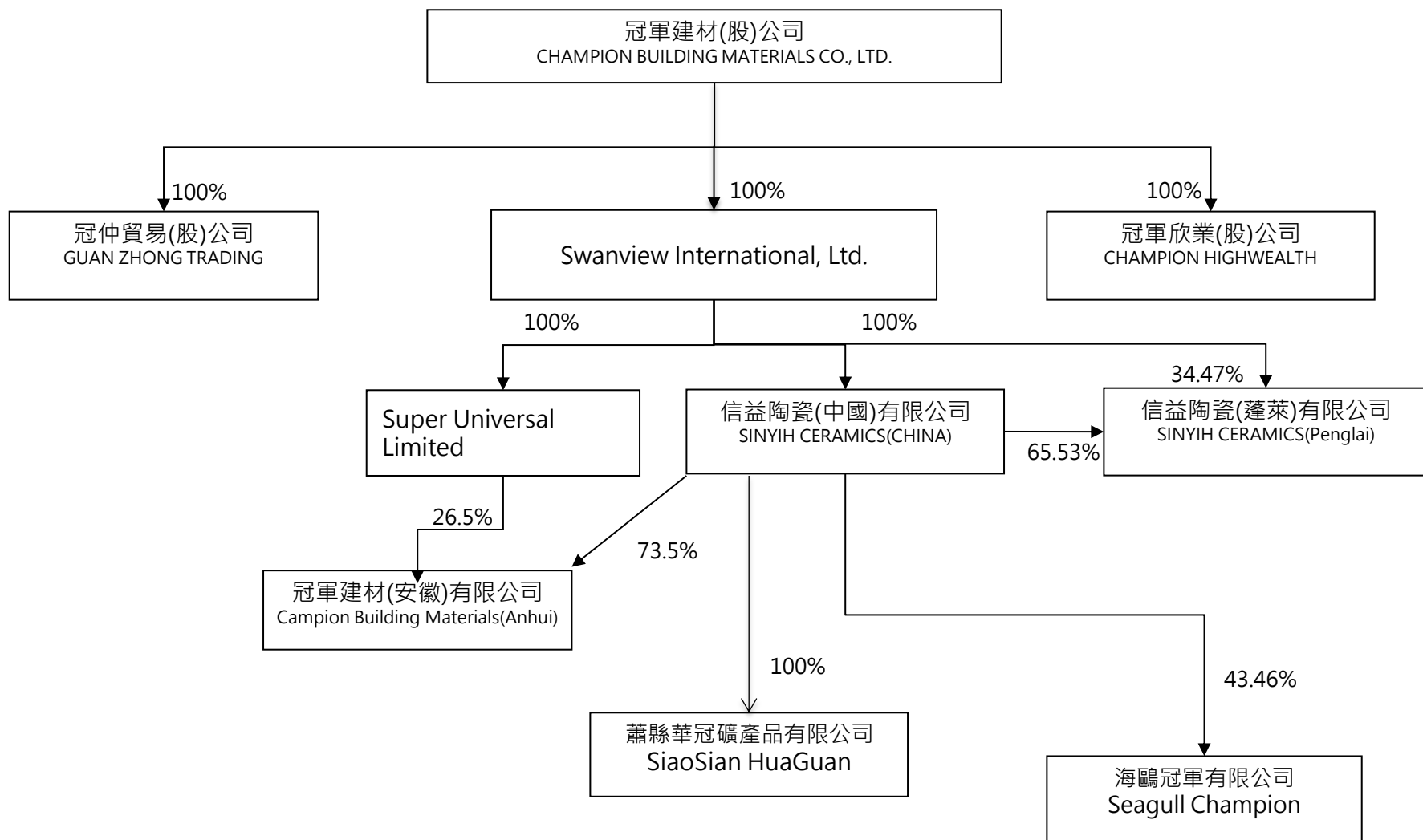
集團員工：約719人 (不含海鷗冠軍員工413人)

主要產品-3Q22比重(台灣區)：磁磚21.96億(96.15%) - 外牆磚18%、壁磚3%、地磚1%、石板磚43%、拋光磚35%；木地板0.28億(1.23%)



廠區	台灣	中國	
	造橋廠	山東廠	安徽廠
產能	8條線，年產能10,377,000平方米	6條線，年產能8,450,000平方米	3條線，年產能6,590,000平方米
生產定位	內銷台灣市場(銷售品牌-冠軍及馬可貝里)	2工廠出租予海鷗冠軍公司(大陸合資經營公司)，以作為大陸市場之生產、銷售高檔衛生瓷、新型建築陶為主	

• 關係企業組織圖



• 四大品牌 滿足需求

品牌形象	品牌理念
	領先、科技、品質的冠軍磁磚， 帶領台灣磁磚界進入更美好的磁磚領域， 成為消費者「一輩子的選擇」。
	承襲義大利名師設計理念， 擁有純粹義大利美學風格， 創造精品化消費， 打造居家精緻極品美學。
	引領歐洲時尚美學，提供安心優質的環境， 【設計、繪圖、施工】全方位服務。
	品味自然的簡單生活

• 競爭優勢(1-3)

精品磁磚代名詞「冠軍」，台灣百大品牌之一：

冠軍建材在台連續超過26年雄踞業界第一品牌，於台灣磁磚市場占有率達30%。集團於產品研發、綠色環保、先進生產製程、售後服務等各面向皆為業界先行者。



- ✓ 市佔第一：全國第一大品牌，市佔率第一 32%
- ✓ 產品第一：生產120x120cm拋光石英磚全國最大尺寸磚王，大理石磁磚、2公分厚磚技術領先
- ✓ 品質第一：第一家榮獲商檢局ISO-9001、ISO-14001品質與環保雙認證
- ✓ 綠色第一：環保投入業界第一
- ✓ 全國第一家榮獲資源回收環保標章與奈米標章認證
- ✓ 全國第一家榮獲綠建材標章磁磚廠
- ✓ 全國連續多年榮獲台灣精品標誌磁磚廠
- ✓ 全國第一家榮獲綠色工廠標章磁磚廠

• 競爭優勢(2-3)

多品牌策略，居家裝修風格引領者：

集團擁有磁磚界MIT「冠軍磁磚」、自然歐式風格「馬可貝里磁磚」、以及精品歐洲時尚美學「安心居」等品牌，各品牌磁磚產品風格、市場定位，迎合建商、設計師設計風格，且冠軍常期與設計師、泥作師傅經營，透過座談會分享新材料、新工法，打造優質居家環境。

生產設備、新設製程升級，目標打造磁磚界技術先行者：

針對生產基地，持續提升自動化生產比例及設備升級引進義大利數位噴墨等多項設備，豐富磁磚紋路擬真度並提升產品價值及競爭力。



•磁磚產品創新

◎磁磚數位噴墨印刷技術

第一家引進歐洲最新高科技噴墨印刷技術，
引領磁磚裝飾技法新革命
充份展現大理石紋理與石頭紋理。

◎潔優磚

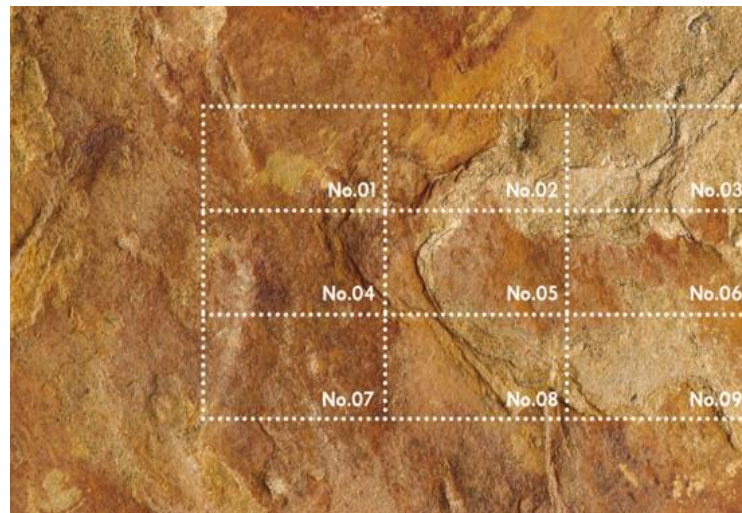
無畏戶外長期的煙塵及酸雨的侵蝕和污漬，
長時間也能歷久彌新，替建築物增加價！

◎奈米防滑科技磚

奈米防滑科技磚 榮獲2020 MIT金選獎，
防滑 及好清潔保養2大特色，降低長輩、孩童
及毛孩滑跌受傷風險。

◎獨家開發2cm超厚磚磁磚

創新工藝製程將磁磚厚度增厚至2cm。
擁有天然岩石紋理及肌理結構、低吸水率、
防滑、耐磨、防污、易清潔且易施作安裝等
特性，更勝天然石材。



• 競爭優勢(3-3)

全方位服務核心，打造消費者全通路體驗：

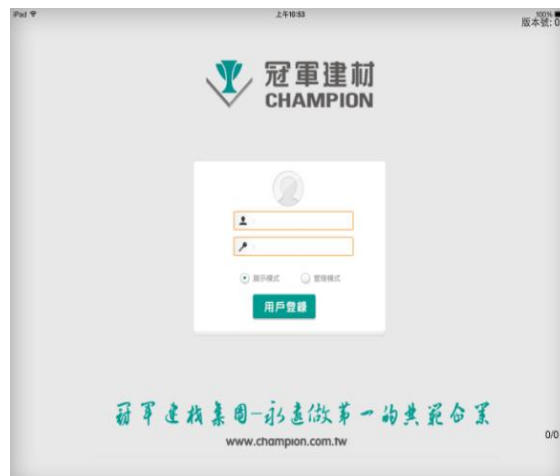
集團於台灣市場擁有206家建材行，更是首創國內15年保固服務、五星級門市服務模式，整合銷售輔助APP，提供全省經銷點雲端服務，雲端型錄與實景，供全省經銷點使用。

節能減碳、環保愛地球：

廠內擁有窯爐熱風回收、水資源回收再利用、電力系統改善、磚料回收等，冠軍建材一年為地球種植18,600棵樹，相當於3座大安森林公園；一年度節省自來水用量，約1,500個標準游泳池的水量。



冠軍磁磚15年保固



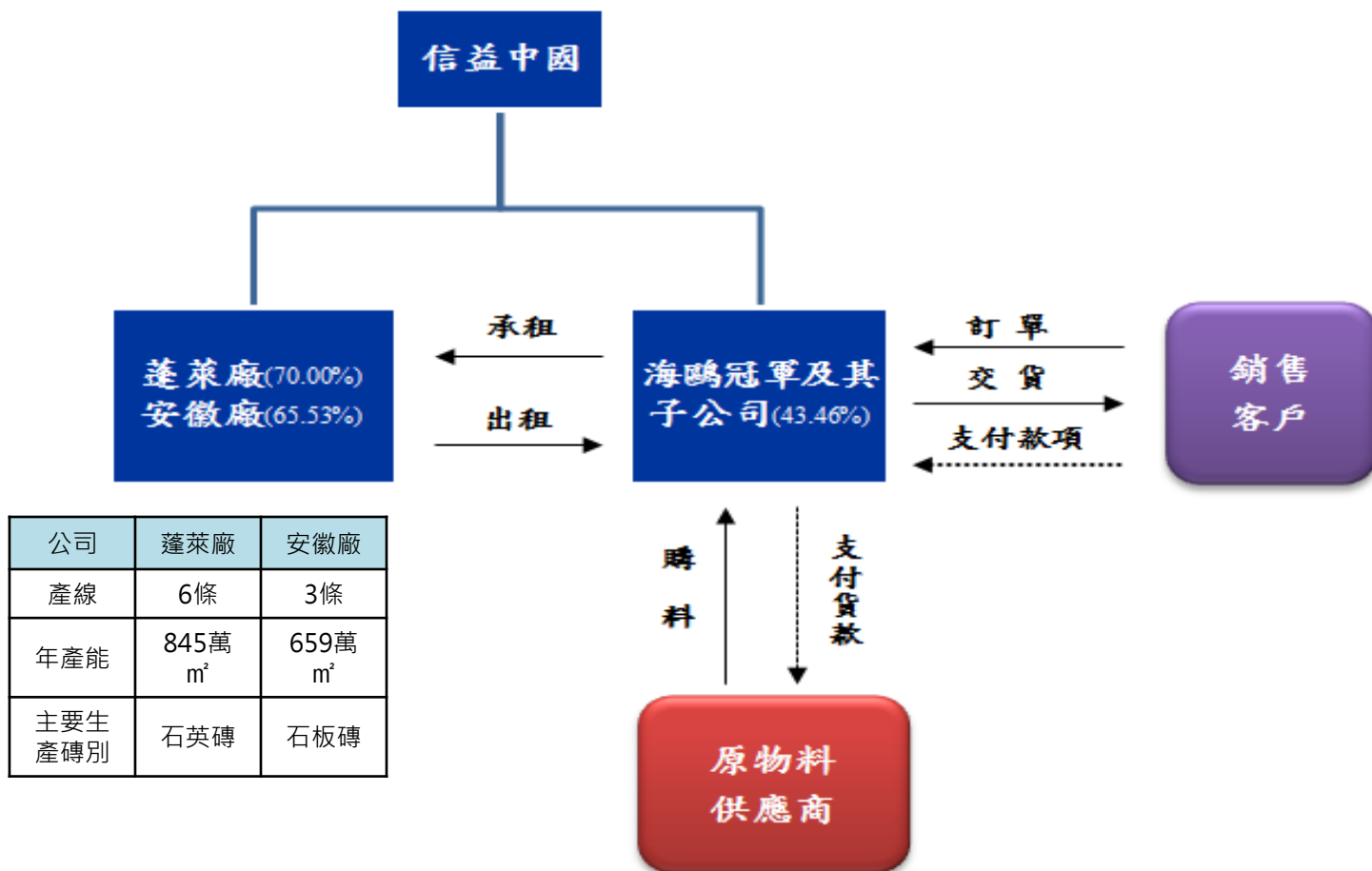
冠軍建材銷售輔助APP

台灣地區營運模式

冠軍建材於台灣市場擁有206家建材行全台最大行銷網路，透過品牌經銷商業務拓展台灣磁磚市場，以分區經銷、經銷不同品牌，包括北、中、南、東部地區經銷商共12家為消費者服務。



• 中國地區營運模式



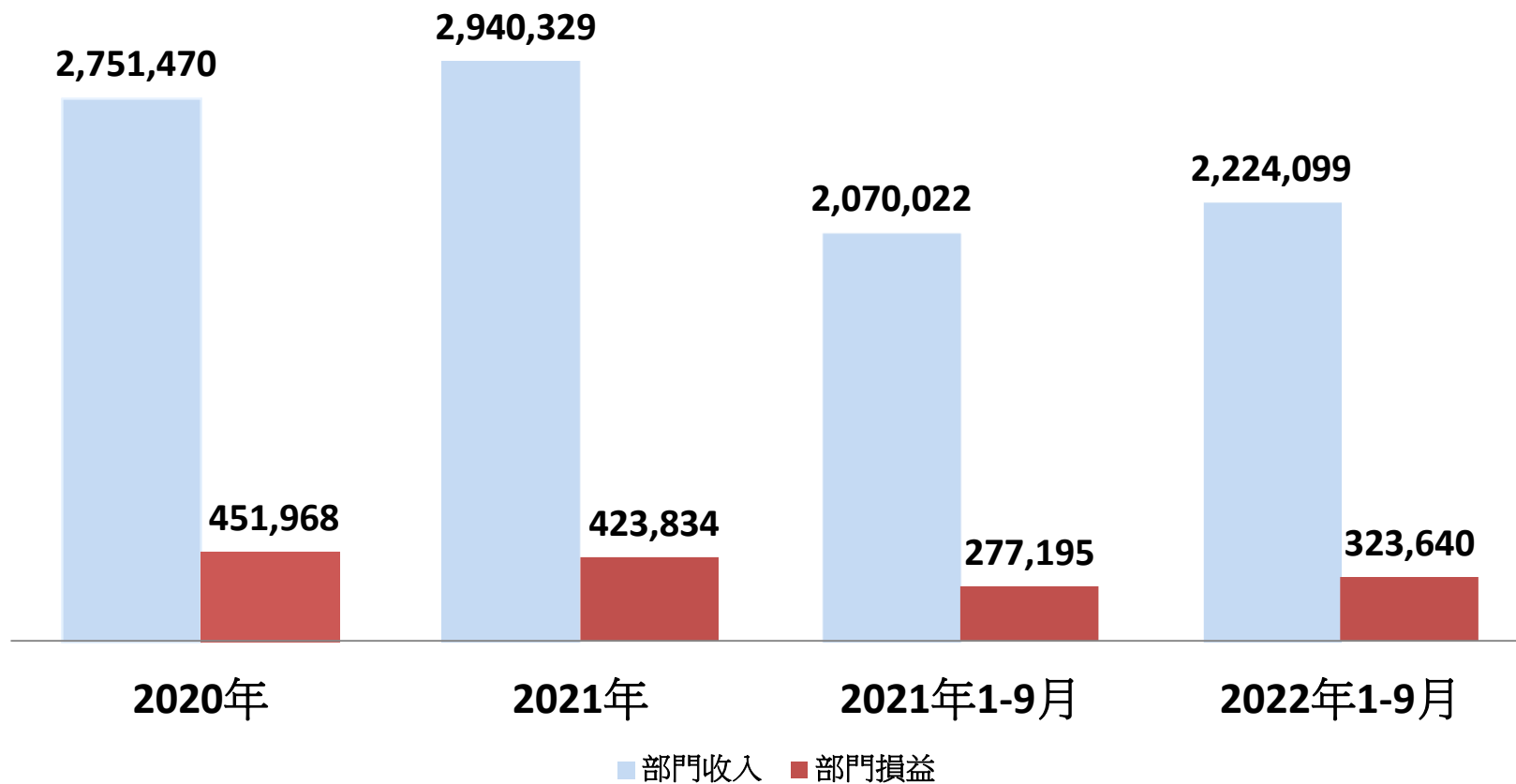
自2020年4月13日起與廣州海鷗住宅工業(股)公司合作投資，以「海鷗冠軍公司」合資經營以「冠軍」品牌於中國磁磚市場持續銷售，行銷體系搭配廣州海鷗住工之行銷通路以及朝向中國整體裝修(整裝)市場作拓展。

●經營實績

單位：新台幣仟元・%

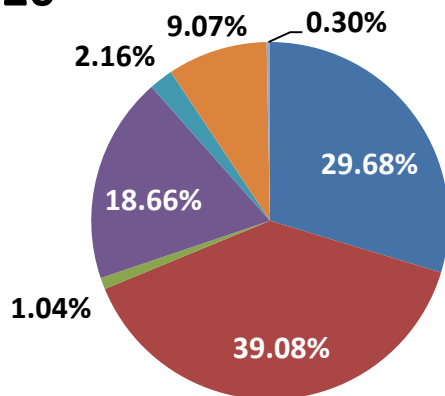
年度	3Q22	3Q21	YoY	2021	2020
營業收入	2,283,983	2,317,741	(1.46%)	3,205,927	3,609,001
營業成本	1,642,791	1,758,441	(6.58%)	2,452,058	2,918,008
營業毛利	641,192	559,300	14.64%	753,869	690,993
毛利率	28.07%	24.13%	16.33%	23.51%	19.15%
營業費用	458,130	539,637	(15.10%)	732,324	1,041,440
營業淨利	183,062	19,663	831.00%	21,545	(350,447)
營益率	8.02%	0.85%	843.53%	0.67%	(9.71%)
營業外收入及支出	(81,776)	1,177,186	(106.95%)	1,254,273	37,305
所得稅	122,534	248,179	(50.63%)	284,322	89,725
稅後淨利(損)	(21,248)	948,670	(102.24%)	991,496	(402,867)
EPS	(0.05)	2.19	(102.88%)	2.29	(0.93)

•台灣地區營運概況

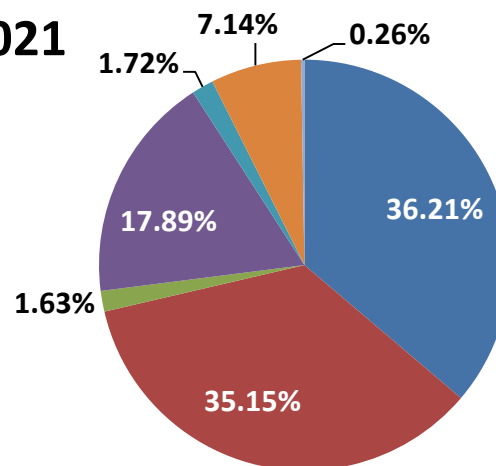


•台灣地區的營運概況

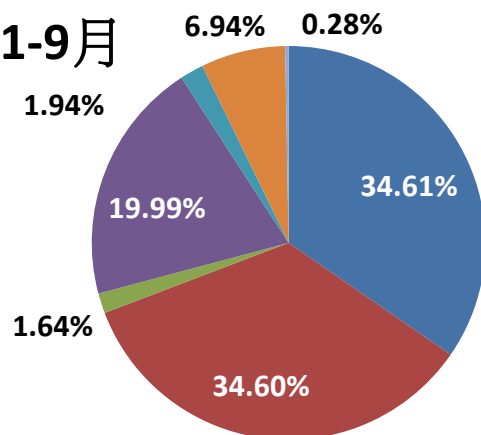
2020



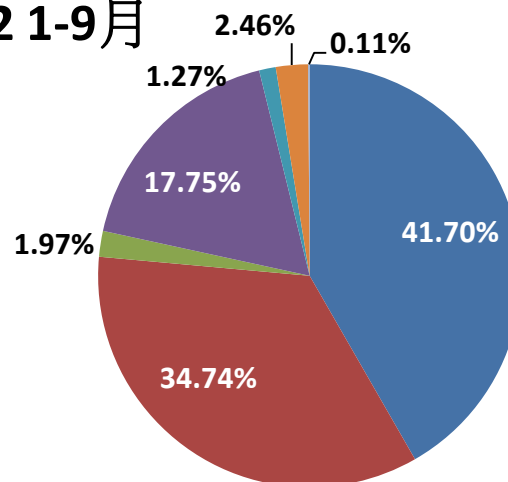
2021



2021 1-9月

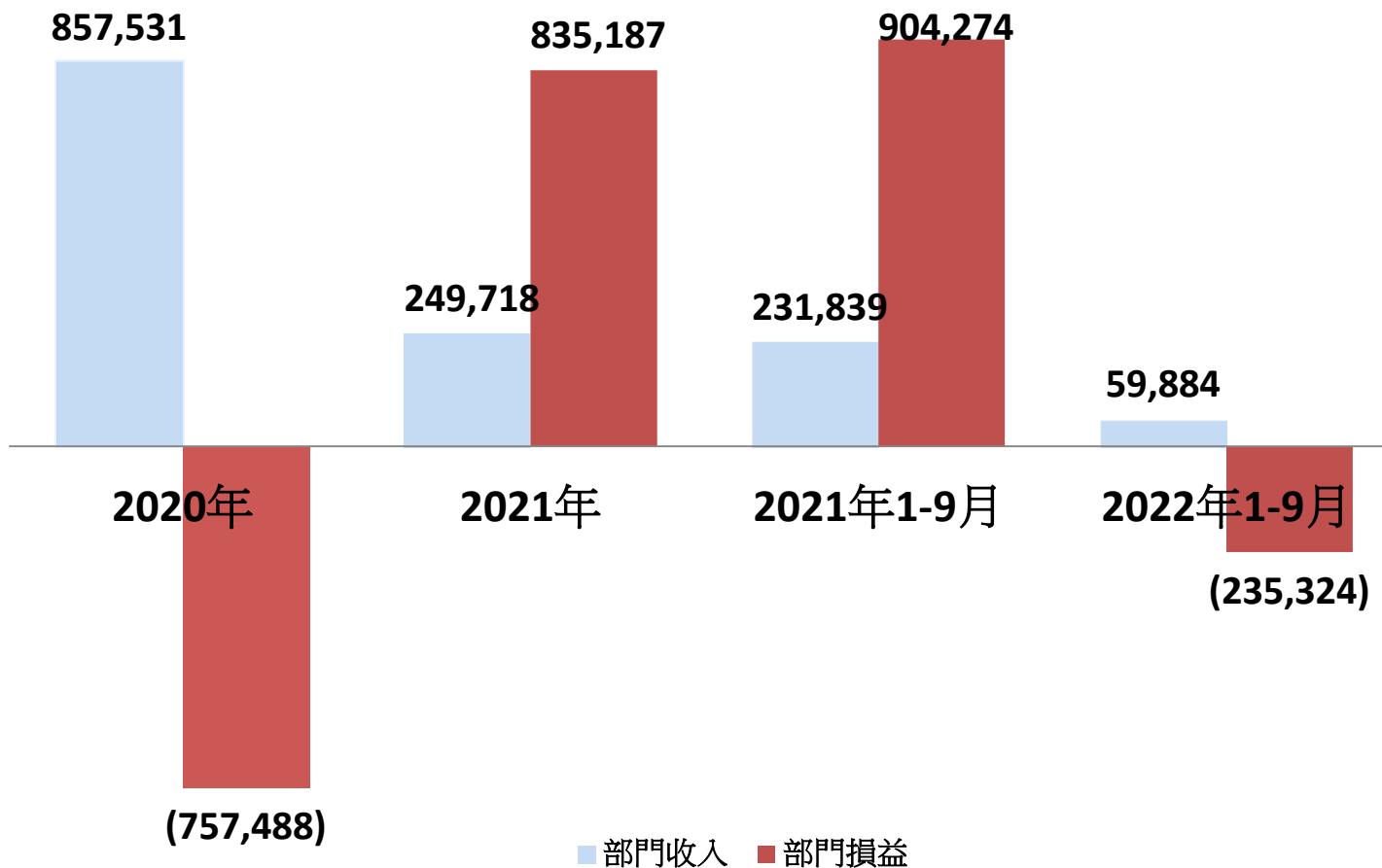


2022 1-9月



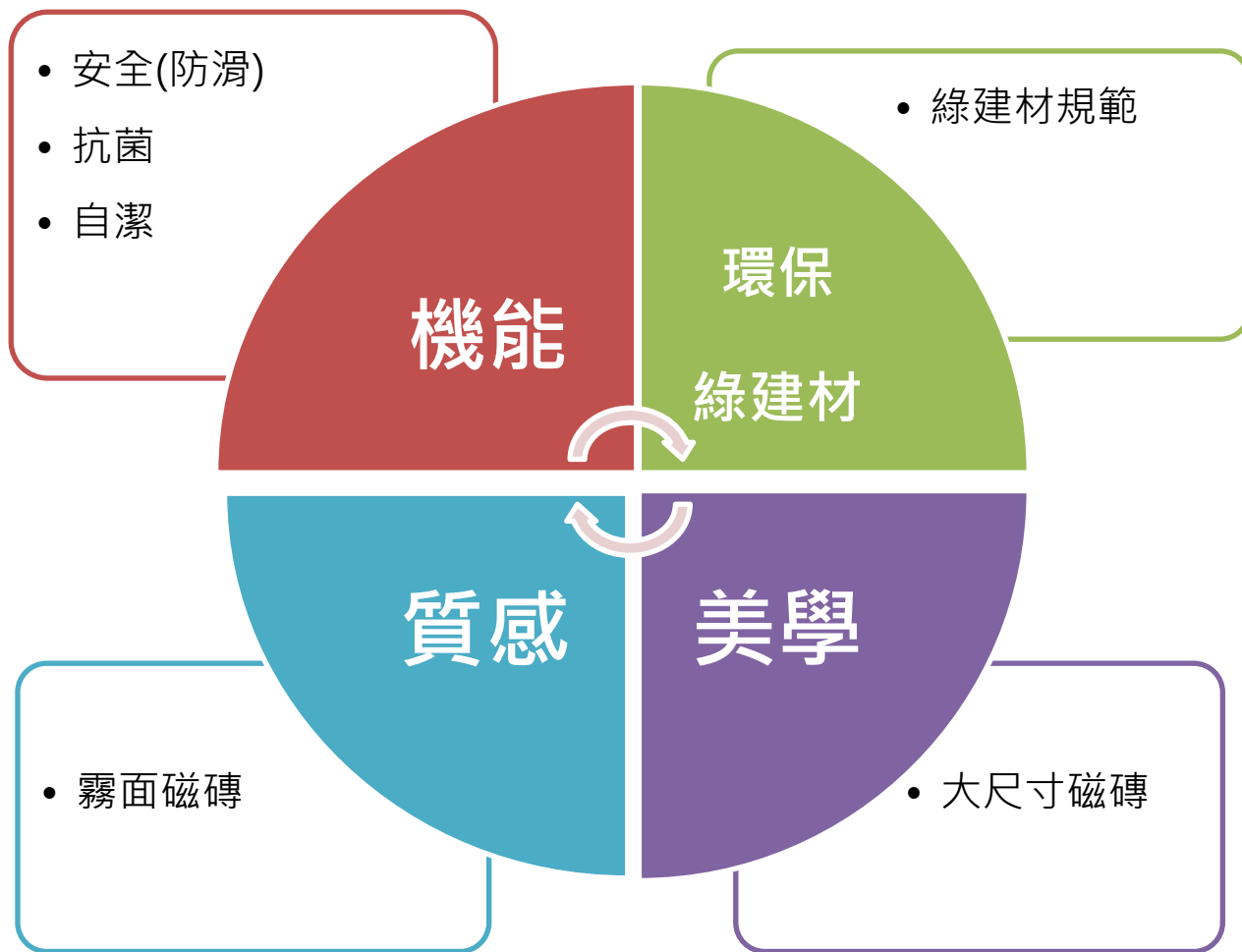
■ 石板磚 ■ 拋光磚 ■ 石英磚 ■ 外牆磚 ■ 地磚 ■ 壁磚 ■ 三次燒及配件

•大陸地區的營運概況

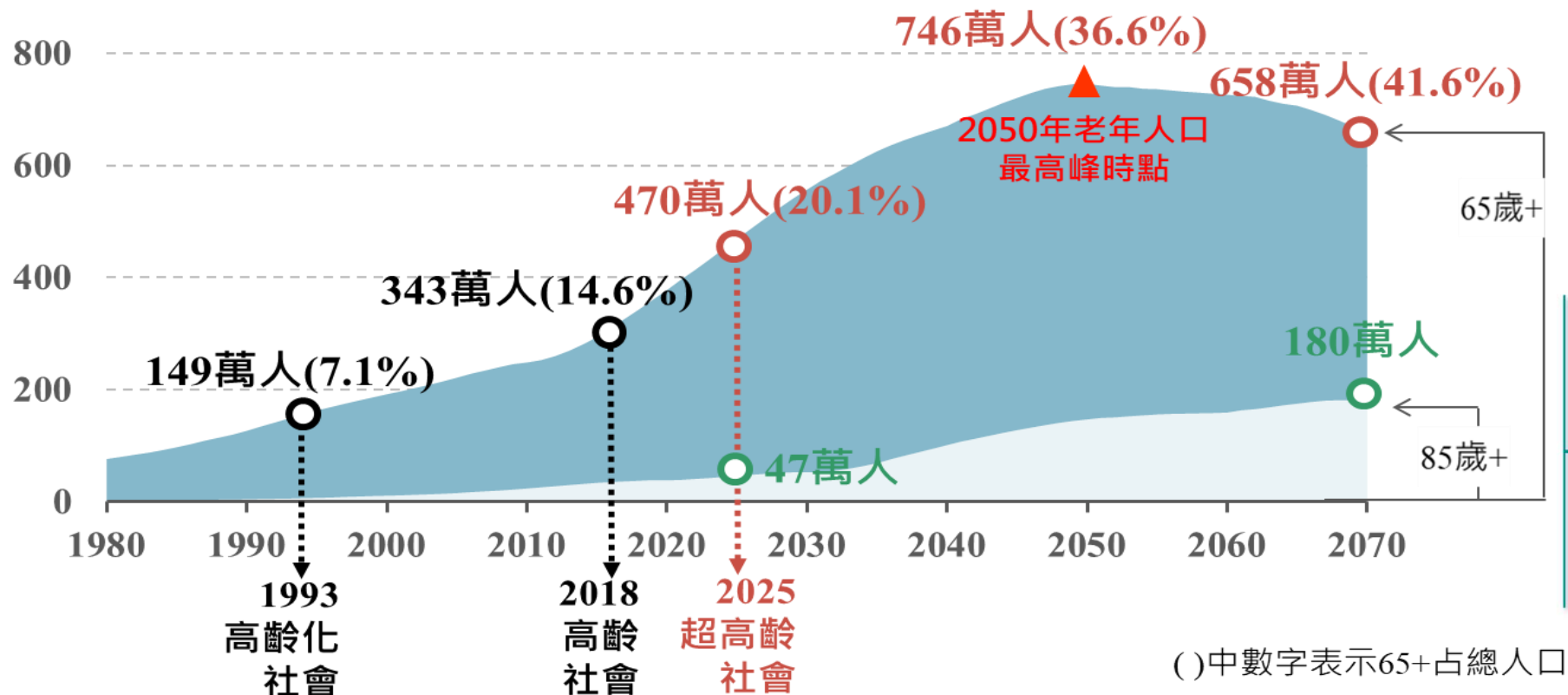


•市場概況

消費者採購建材需求趨勢



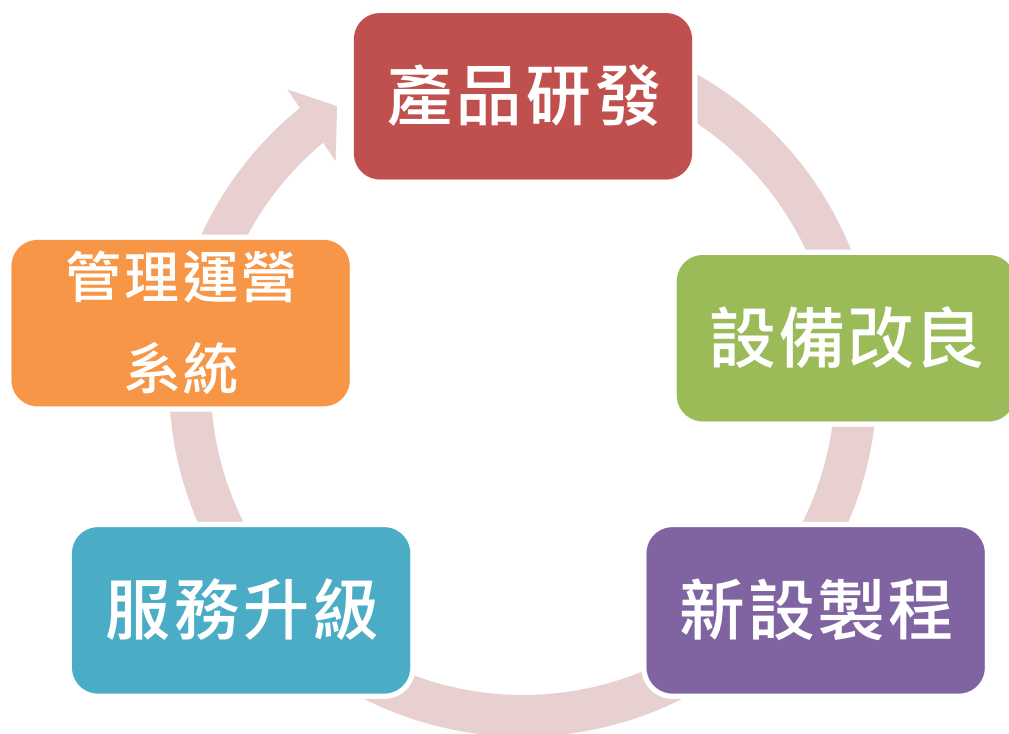
• 在宅老化商機



- 台灣已於1993年成為高齡化社會、2018年轉為高齡社會(65歲以上佔14%)，4年後2025年邁入超高齡社會(65歲以上佔20%)後持續還有25年致高峰。-- 老年化市場仍有29年的增長期
- 台灣目前有過半 (410萬戶) 的房子屋齡超過30年，多為舊式無電梯公寓或透天住宅，在宅老化(如都更)急待解決。

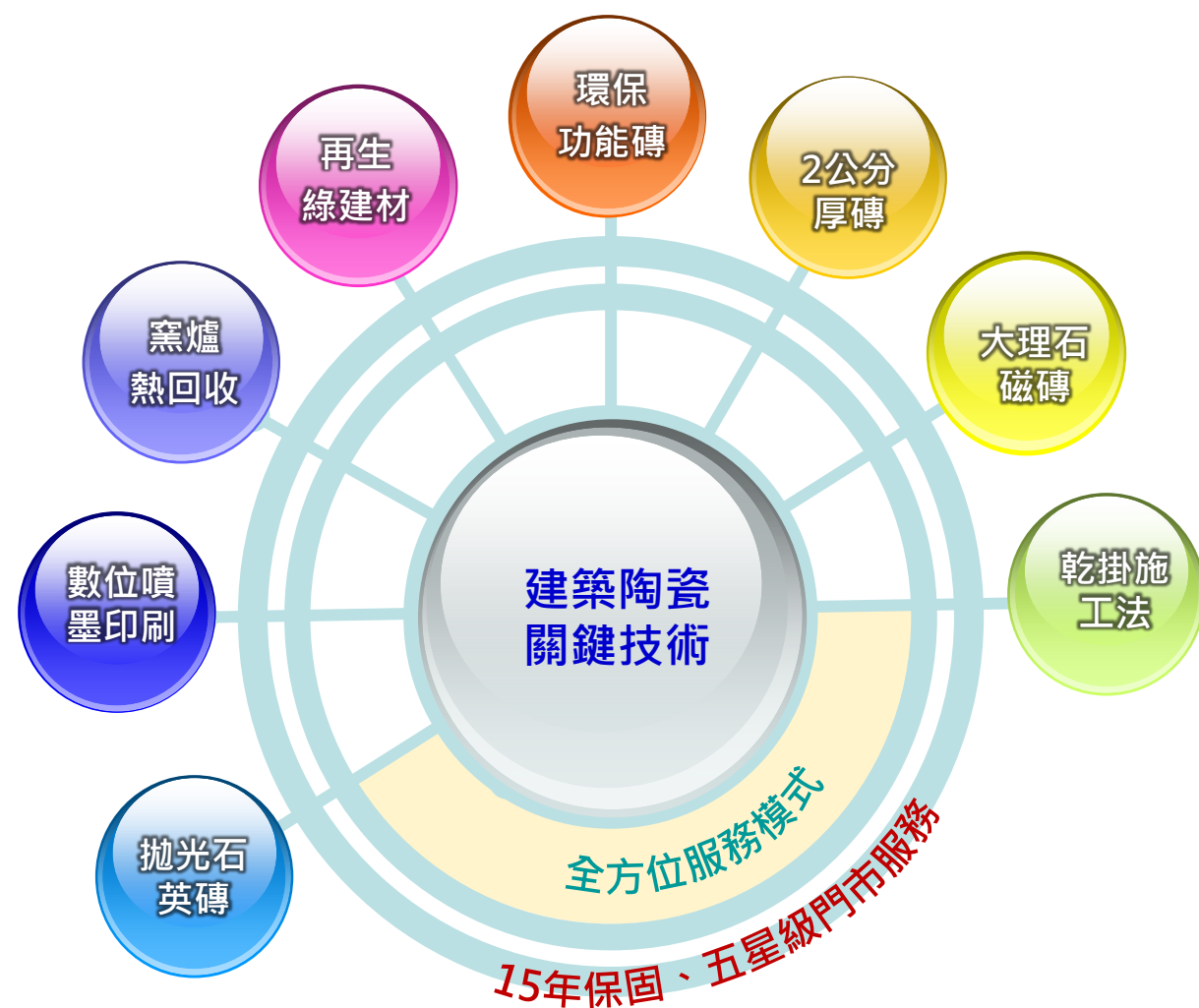
•未來業務佈局

冠軍針對產品研發、設備改良、新設製程、銷售產品服務、管理運營系統等五大面向全面升級，打造集團營運體質精進。冠軍建材已邁入50年經營，為企業永續發展矢志秉持以「表面建材系統的解決者」來為廣大消費者提供更多元性建材外，使用設計及施工的整合性服務。



• 多元化產品研發升級

以建築陶瓷成型、窯燒等關鍵核心技術為基礎，結合服務模式，積極推動多元化產品
計畫新廠以工業5.0的標準來投資生產大板及岩板等新產品以拓展多元高級磁磚



大尺寸拋光石英磚
(120cm×120cm)

大理石磁磚
(30X60、90X90、60X120)

2公分厚磚
(60X60、60X120)

奈米防滑磚

綠能環保功能磚
(健康有氧磚、潔優磚、奈米抗菌磚)

冠軍乾掛施工法

• 擴大行銷、全裝修門市升級

為壯大集團市占率表現，致力打造消費者全通路體驗強化，挹注集團各品牌縱向及橫向發展利基，台北、台中、高雄、屏東等區域10大展示中心來表現出產品價值力。透過全裝修店推廣及輔導、門店展示升級、資訊App提升效率，同步結合泥作師傅、設計師良好經營互動、搭配門市多元行銷活動、不定期舉辦建材行成功銷售經驗分享等。



• 深化中國地區營運轉型

深化結盟效益放大、及雙方產業鏈資源整合：

助力冠軍品牌擴充中國銷售業務打入整體裝修市場，其次增加通路與來客數，提高客戶成交率，並同步規劃增加岩板磁磚、大板磁磚、以及薄板磁磚等產品線銷售，有助於拉升冠軍磁磚品牌知名度、豐富銷售產品線、通路業務擴展等多項效益。



冠軍建材

穩健 · 超越 · 精緻 · 共享