



宏旭控股簡報

領先的全車鈑金模具製造者

股票代號

2243



2018年法人說明會

目錄

01

公司概況

02

市場概況及產業地位

03

經營實績

04

汽車產業宏觀分析

05

市場預期

06

公司未來發展

公司概況--基本資料

- 公司名稱：宏旭控股股份有限公司
- 主要業務：汽車車身沖壓模具、檢具、胎膜及技術服務
- 董事長：林維源 先生

上海宏旭模具工業有限公司 (上海松江)

- 坐落於上海市松江區工業園區。工廠占地70畝
- 工廠面積23000平方米，辦公面積5000平方米
- 各類數控加工設備40台，調試設備17台
- 產能：
 - 機械加工：150K小時
 - 合模調試：60K小時
 - 作業人工：1200K小時

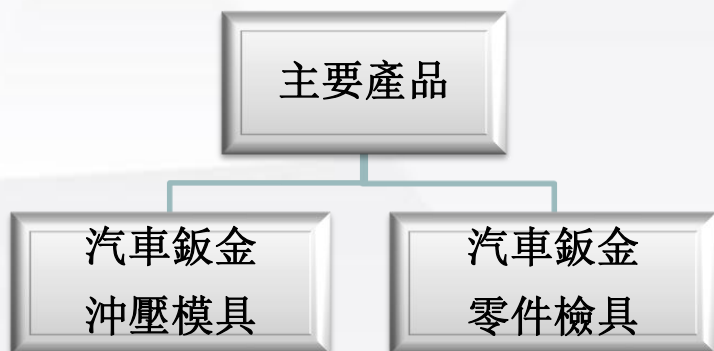


浙江宏旭智能製造有限公司 (浙江南潯，建設中)

- 坐落於浙江南潯工業區。工廠占地140畝，分兩期建設
- 一期工程工廠面積25000平方米，辦公面積13000平方米
- 大型數控加工設備14台，大型調試設備10台
- 一期工程規劃產能：
 - 機械加工：50K小時
 - 合模調試：36K小時
 - 作業人工：400K小時



公司概況--主要產品屬進入壁壘高之汽車模具



出口美國福特的F-150側圍模具(材質：鋁合金材質)



模具種類比率:

- 覆蓋件模具: 80%~90%
- 結構件模具: 10%~20%

汽車車身模具之進入障礙:

- **與車廠的黏著度**: 需與車廠間有穩定長期之合作關係, 參與整車項目之經驗
- **車身的關鍵工具**: 模具的開發時程直接影響新車型開發進度
- **技術更新換代快**: 需具備較高的技術研發實力, 不斷技術創新與升級
- **專業技術**: 客製化生產, 加工精度為0.02~0.05mm, 需要有高素質及豐富經驗之設計與調試人員

宏旭 HORNGSHIUE

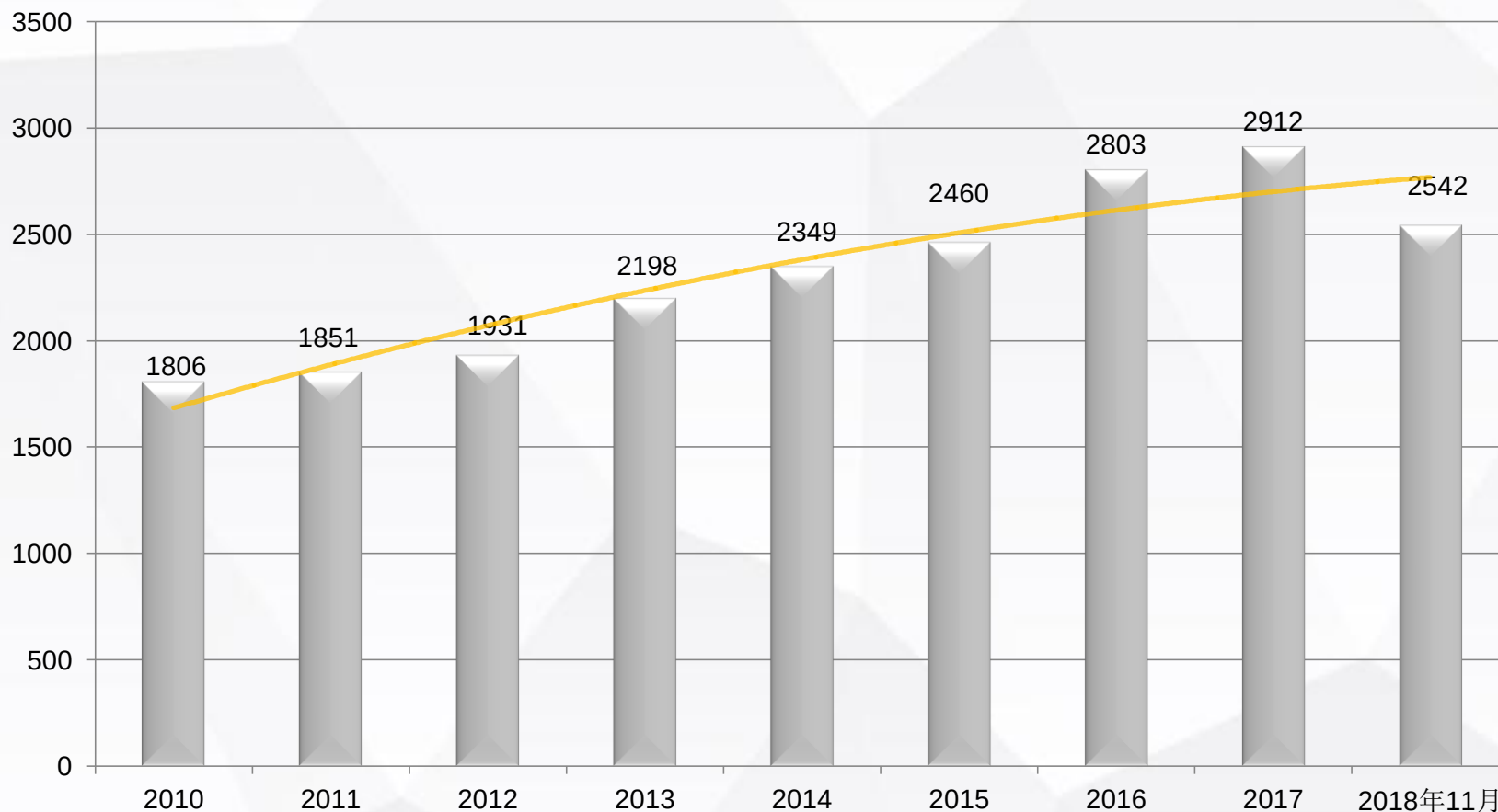


公司概况--公司沿革

- 2000年 上海宏旭模具工業有限公司成立
- 2002年 上海宏旭公司正式投產
- 2003年 上海宏旭通過了ISO9001品質體系認證；成為上海大眾、上海通用模具供應商
- 2004年 上海宏旭成為長安福特、廣汽本田、廣汽豐田、東風日產模具供應商
上海宏旭與日本內田公司開始高強度汽車零件模具技術合作
- 2005年 開始全面實施資訊化工程，先後導入ERP管理系統、PLM管理系統和生產管理系統
- 2006年 全面導入3D實體化設計技術和製造技術、全過程數位化測量技術、同步工程技術以及車身匹配技術；完成二期工廠建設，成為業內領先的高強度、自動化模具供應商
- 2007年 上海宏旭成為全球福特供應商
- 2008年 完成三期工程建設，全面進軍外覆蓋件模具市場
- 2009年 上海宏旭首獲上海市高新技術企業稱號(連續三次榮獲此稱號並延續至今)
- 2010年、2011年 上海宏旭榮獲上海通用汽車優秀供應商稱號
- 2013年 上海宏旭榮獲全球福特優秀供應商稱號
- 2014年 上海宏旭與長城汽車(股)公司簽訂長期戰略合作協定
- 2015年 啟動IPO計畫。設立宏旭控股股份有限公司，為回台上市主體並完成組織重組
- 2016年 宏旭控股完成現金增資6,977仟股
- 2017年 宏旭控股完成現金增資4,623仟股，實收資本額為新台幣416,000仟元整。
股票於臺灣證券交易所上市掛牌買賣
- 2018年 轉投資新設立浙江宏旭智能製造有限公司。辦理無擔保可轉換公司債4億

市場概況及產業地位--中國汽車銷量(2010年~2018年11月)

單位：萬輛



資料來源：中國汽車協會

2017年度中國市場一枝獨秀，汽車銷量遙遙領先第二名的美國市場1,758萬輛

宏旭 HORNGSHIUE

經營實績--客戶遍佈全球



2002年~2017年累計為客戶提供108,706噸模具，涵蓋所有主流的汽車品牌

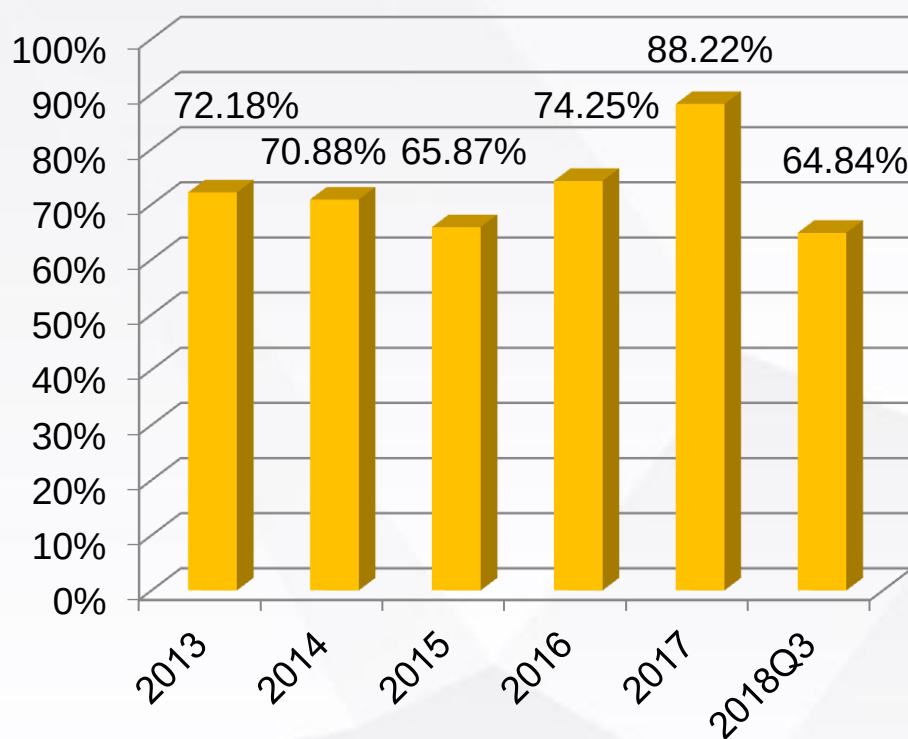
业务网络 business network



JSC 上海宏旭模具工业有限公司
SHANGHAI HORNG SHIUE INDUSTRIAL CO., LTD

宏旭 HORNGSHIUE

車廠營收佔總營收比重



經營策略：

- **車廠黏著度高：** 不易被取代
- **聚焦四門三蓋：** 技術門檻高，利潤好
- **客戶群分散：** 合作汽車品牌超過50家，不受單一客戶風險影響
- **車種廣泛：** 轎車、SUV、MPV、貨卡、箱型車、卡車、中型巴士、新能源車等均能接單，改款或車種越多市場越大，不受汽車銷售量影響

經營實績--最近期及最近三年度主要銷售對象

銷售客戶涵蓋中國海內外知名車廠, 產品含蓋所有量產車型, 不受客戶集中或單一風險所影響

排名	2015年度		2016年度		2017年度		2018年前三季	
	公司名稱 (運用品牌)	比例	公司名稱 (運用品牌)	比例	公司名稱 (運用品牌)	比例	公司名稱 (運用品牌)	比例
1	上海拖內 (通用)	15.57	長江汽車 (長江)	17.25	長城汽車	17.58	COSKUNOZ (賓士卡車)	26.30
2	北京汽車 (威旺)	9.79	長安福特	16.21	北汽福田山東	11.55	重慶長安汽車	15.29
3	長安標緻雪鐵龍 (雪鐵龍)	8.28	東風小康 (東風)	7.96	綿陽華瑞 (金杯)	8.36	東風小康 (東風)	15.11
4	印度福特	8.09	北京寶沃汽車 (寶沃)	4.84	長安福特	8.34	長城汽車	14.50
5	東風小康 (東風)	7.31	江鈴控股 (江鈴)	4.59	東風小康 (東風)	7.31	重慶金康新能源	5.98
6	AUTOALLIANCE (福特)	6.68	蒂森克虜伯汽車 (觀致)	3.50	北京寶沃汽車 (寶沃)	6.63	TAM IRAN KHODRO CO.(標致301)	5.81
7	長安福特	6.50	長城汽車	3.10	重慶長安汽車	4.34	長安福特	4.16
8	陝西重型汽車 (陝汽)	5.81	廣汽荻原 (廣汽傳祺)	3.08	SOKON GRP (HONG KONG)	4.12	北京汽車 (紳寶、昌河)	3.61
9	VOLVO PERSONVAGNAR AB	4.19	東風柳州 (東風)	2.98	浙江吉潤春曉 (吉利)	3.55	FORD MOTOR (林肯SUV)	3.25
10	巴茲汽車(路虎)	4.15	Thyssenkrupp (歐寶)	2.87	上海牧笛 (吉利)	3.48	海馬汽車	1.78
	其他	23.63	其他	33.62	其他	24.74	其他	4.21
	合計	100.00	合計	100.00	合計	100.00	合計	100.00



經營實績--財務資料



單位：新台幣仟元

項目 \ 年度	2015年度	2016年度	2017年度	2018年前三季
營業收入	1, 920, 638	2, 088, 502	2, 159, 565	1, 737, 640
營業毛利	356, 010	371, 021	290, 645	216, 160
本期淨利	109, 939	120, 639	43, 502	23, 193

2018年全球汽車市場波動，中國汽車市場增長放緩

1. 2017年中國汽車銷售量基數太高，2018年汽車市場呈現成長遲緩狀態
2. 歷經2016年及2017年購置稅減半政策，銷量提早透支中國汽車成長性
3. 中國房地產加速去庫存及金融去槓桿，對汽車市場消費產生排擠效應
4. 新能源車騙補事件，技術發展路線有待明確，車廠戰略布局放緩腳步
5. 大眾. BMW. 賓士車及日系車排放造假與安全氣囊缺陷，對車市產生衝擊
6. 汽車徵收高關稅影響國際車廠布局變動，全球汽車產業供應鏈受影響

展望未來汽車市場

1. 2018年汽車銷售總量下降，新車型上市減少，未來必然出現補貨效應
2. 前期汽車購置稅減半政策透支效應遞減，汽車產銷量將回歸合理發展
3. 房地產去庫存終告段落，個人所得稅與增值稅下降將刺激生產與消費
4. 新能源車補貼. 技術發展路線. 代工生產許可明確，生產環境逐步改善
5. 國際車廠重大不利事件落幕，消費者對汽車產業信任度終將逐步恢復
6. 同意將對美國汽車關稅從40%降至15%，有利雙方產業鏈趨於穩定成長

市場預期--傳統車廠重新佈局，加碼新能源市場

2018年為車市猶豫期,而國內外各大車廠對中國市場仍具信心,紛紛推出中長期規劃，將持續投放大量全新車型, 我們高度看好未來的市場前

核心客戶

車企名稱	規劃	內容
福特汽車	中國2025計劃	2025年底，在中國推出超過50款新車型，其中包括8款全新SUV車型，至少15款福特和林肯品牌電動車型
東風小康	智能戰略規劃	2018-2020年三大乘用車平臺整合同步發展，5款以上全新智能車型完成市場投放，2020年-2025年通過超級智聯系統、自動駕駛、智能網聯、AI人工智能等技術的綜合應用
金康新能源	新能源汽车戰略	採用了中美雙基地跨國造車模式，除了金康新能源，還在美國矽谷冊設立SF MOTORS公司，打造高端電動汽車，規劃年產新能源乘用車5萬輛
長城汽車	新能源戰略規劃	4大新能源平臺，其中包括大型車平臺、中大型車平臺、跨界車型平臺、緊湊型車平臺（BMW合作平臺）以及小型車平臺，共12個新車型。
光束汽車	聚焦新能源汽車	長城汽車與BMW集團各持股50%，年產能為16萬輛，除生產BMW MINI電動汽車外，第一款新車將是一台續航500公里以上的緊湊型SUV

核心客戶未來中長期計劃完整布局，明後年為全球福特新車型出貨高峰期
與傳統車廠(東風小康)之新能源車-金康新能源及光束汽車成為策略合作夥伴

宏旭 HORNGSHIUE

重點客戶

車企名稱	規劃	內容
長安汽車	香格里拉計劃	到2025年，共計推出全新純電動車產品 21 款；插電式混合動力產品 12 款
奇瑞汽車	2025 戰略	覆蓋各細分市場，包括 A級 到 C級 的轎車產品和 B級 到 D級 的SUV產品，技術涵蓋插電式混合動力、純電動、增程式電動車、電動四驅的新能源汽車。推出 奇瑞雄獅 CHERY LION 智能戰略品牌
吉利汽車	20200 戰略	通過推出 30 款全新產品，來完成 2020 年產銷 200 萬台的目標
北京汽車	高新特戰略	產業、產品、以及產業鏈全面升級。將發佈全新高端自主品牌，紳寶品牌製造基地由北京遷至廣州、株洲工廠。原北汽紳寶基地將投產奔馳電動車

重點客戶持續中長期發展計畫，明後年為北京汽車集團新車型出貨高峰期
與長安汽車、奇瑞汽車成為策略合作夥伴

強力開發客戶

車企名稱	規劃	內容
上海通用	“2020”戰略	每年推出10款全新或者改款車型
大眾汽車	新十年規劃	到2020年前，大眾將推出至少10款新能源車型和至少10款全新SUV車型 此外，在未來一段時間內，大眾也將加大在新能源汽車市場的投放力度 預計到2025年，將推出至少10款純電動車型。

強化與上海通用及大眾汽車的合作力度



市場預期--海外客戶



成功拓展海外客戶

客戶名稱	內容
戴姆勒賓士	透過近期與戴姆勒賓士卡車合作模式，積極參與C系列轎車全新平台開發
海斯坦普	海斯坦普在22個國家有100多家工廠，為世界前12大車廠提供服務之全球最大供應商，與其零部件及模具兩大銷售平台全面合作，進而擴展對全球汽車大廠銷售量

提高產品外銷比重

1. 技術強度方面

承接高強度結構件(長安馬自達)，該產品可降低車身成本，係以冷沖壓取代熱沖壓技術

2. 擴充產能方面

浙江南潯工廠投入使用，更大型、高端、高精度設備將投入運轉，產出高附加價值產品

3. 綜合人力方面

引進全球高尖端人才，與武漢交通職業學院系統化產學合作培養基礎人力





簡報完畢 敬請賜教

