



南寶樹脂集團

4766 TT

投資人簡報



誠信 ✦ 團結 ✦ 創新 ✦ 效率

2020年12月

南寶重點數字



NT\$171億元
2019年全球銷售額



NT\$170億元
2020年10月底市值



15%
2015-2019 平均ROE



NT\$6.0/每股
2019年現金股利



22 - 7
工廠 - 國家



50
銷售 - 國家



3,000+
員工



900+
研發人員與行銷工程師



2020年前三季經營成果

- ❖ 2020年前三季營收為新台幣111億元，較去年同期減少12%。其中鞋材業務較去年同期衰退20%，特殊黏著劑減少7%，塗料衰退16%，建築與其他增加4%。
- ❖ 2020年前三季毛利率為27.9%，而去年前三季為27.6%。營業利益率為9.1%，而去年前三季為9.7%。
- ❖ 2020年前三季的每股盈餘為新台幣7.23元，較去年同期減少2%。
- ❖ 南寶2019年發放每股新台幣6元的現金股利。除息交易日為8月4日。
- ❖ 2020年前三季現金流強勁，淨現金權益比為13%，2019年同期則為9%。
- ❖ 現金股利發放目標，從每年每股新台幣5元提高至每股6元。



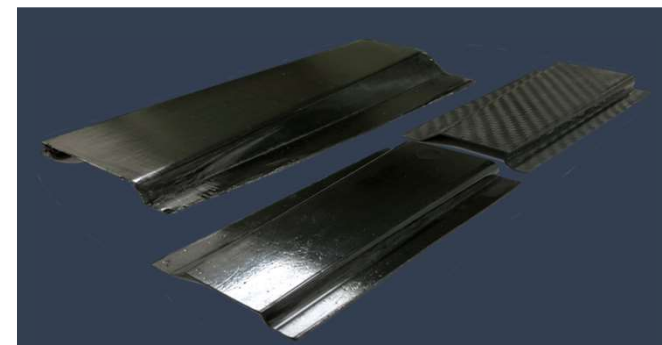
2020年因應新冠肺炎措施

- ❖ 於2020年第一季及第二季初根據每間工廠所在地區的疫情狀況分配訂單生產。
- ❖ 南寶未裁員，員工退休或離職的缺額不補，並暫時停止招聘新員工，使得公司在需求已開始恢復後，有能力迅速提高產量。2020年前三季的營業費用較去年同期減少新台幣1億6千5百萬元。另外，因南寶於疫情期間未實施裁員，獲得政府補助，共計新台幣4千2百萬元。
- ❖ 配合海外盈餘再投資的政府政策，2020年前三季共迴轉新台幣9千5百萬的所得稅費用，使今年前三季的有效稅率下降至18%，去年同期則為29%。
- ❖ 2019年度股利發放率較保守，為59%，目的為資產負債表保留彈性。
- ❖ 資本支出僅用於與核心策略相關之項目。2020年預計資本支出為新台幣10億元。



近況更新：碳纖維複合材料

- ❖ 南寶新材料（淮安）股份有限公司於2020年第一季成立，總部位於中國江蘇省淮安市。該公司為南寶與複合材料射出工程師團隊所組成的70-30合資企業。合作對象熟悉消費性電子與汽車產業相關客戶。
- ❖ 複合射出技術將用於結合塑膠部件與南寶的碳纖維複合材料。
- ❖ 為加快生產進度，我們於2020年投入美金1千萬元，而非原先計劃的2020年及2021年各投入美金5百萬元。
- ❖ 將於今年12月開始生產，因生產設備的運輸受到疫情影響而延遲，故較原計畫晚一個月開始生產。
- ❖ 已獲得筆記型電腦組件及汽車內部裝飾件的訂單，皆為中國內銷訂單。



為未來投資



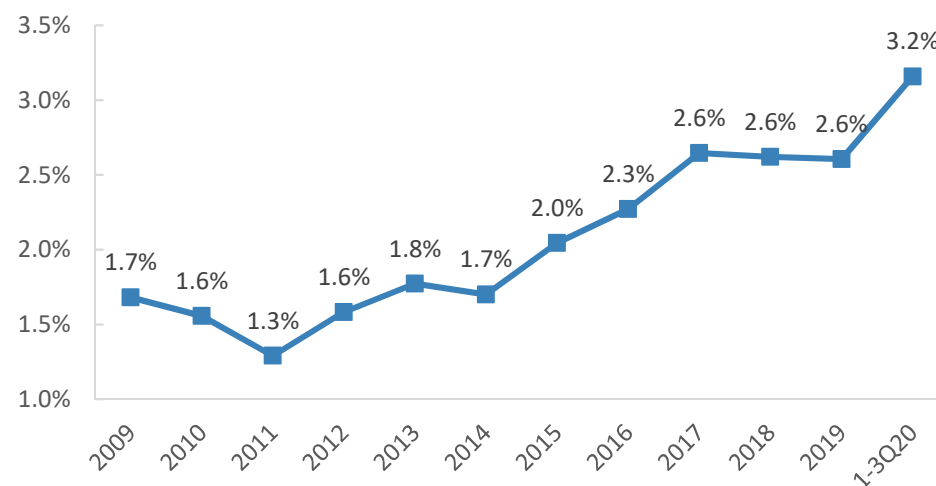
❖ 2020年前三季研發費用為新台幣3億5千萬元，較去年同期增加7%。即使今年大環境不佳，我們仍堅守持續投入創新。

❖ 研發費用主要投入領域有：

- ✓ 高性能鞋用膠
- ✓ 光學用感壓膠
- ✓ 機能性紡織膠
- ✓ 衛材產品用膠
- ✓ 防水熱融膠
- ✓ 軟性包裝材料用膠

為未來投資

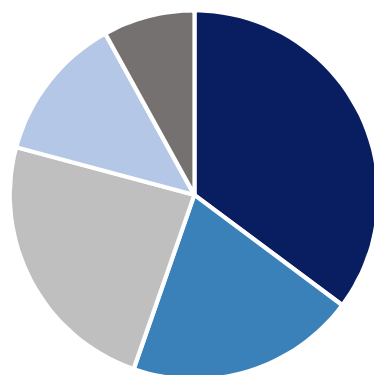
■ 研發費用占營收比重 (%)



銷售組成



1-3Q20 產區



35% 中國大陸

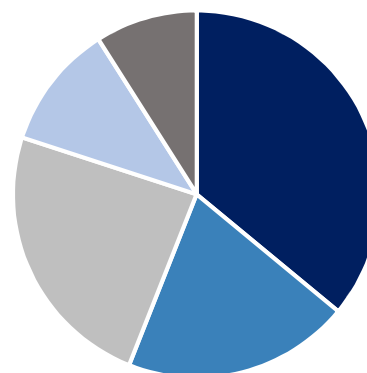
20% 台灣

24% 越南

13% 澳洲

8% 東南亞 (不含越南)

2019 產區



36% 中國大陸

20% 台灣

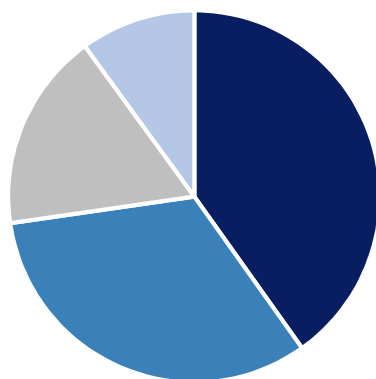
24% 越南

11% 澳洲

9% 東南亞 (不含越南)

銷售組成

1-3Q20 事業群



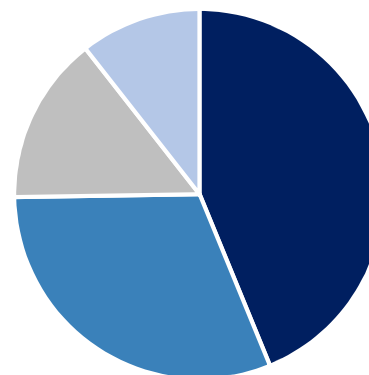
40% 鞋材

33% 特殊黏著劑

17% 建築與其他

10% 塗料

2019 事業群



44% 鞋材

31% 特殊黏著劑

15% 建築與其他

10% 塗料



2020年第三季成果 及第四季展望



2020年第三季經營成果

- ❖ 2020年第三季營收為新台幣40億1千萬元，較2020年第二季成長20%，較去年同期衰退11%。
- ❖ 5月營收新台幣10億1千萬元，為營收谷底，而9月營收成長至新台幣13億8千萬元。2020年第三季所有事業群的營收皆較上季顯著成長。
- ❖ 特殊黏著劑及建築與其他，這兩個事業群的營收較去年同期成長最多。其中在建築材料方面，透過新產品的開發，於澳洲市場增加市占率，並使得營收成長。
- ❖ 2020年第三季毛利率增至29.8%，2020年第二季為25.9%。
- ❖ 2020年第三季每股盈餘為新台幣3.34元，較2020年第二季成長71%，較去年同期成長16%。



影響2020年第三季獲利表現的主要因素

- ❖ 因為2020年第三季營收較第二季成長20%，產品價格穩定，原物料價格下跌，使得營業毛利金額增長分攤了營業費用。
- ❖ 由於嚴格的控制營業費用，2020年第三季營業費用較去年同期減少11%，與營收衰退幅度相同。
- ❖ 2020年第三季有效稅率為15.0%，去年同期為30.5%。





2020年第三季經營成果 – 鞋材業務

- ❖ 2020年第三季鞋材黏著劑營收較2020年第二季成長24%，較去年同期衰退22%，
- ❖ 全球前兩大運動鞋品牌，皆表示2020年第三季由於大部分的實體商店重啟營業，且電商銷售成長強勁，營收反彈，復甦力道強勁。
- ❖ 中國前兩大運動鞋品牌的市占率持續提升，因為二線品牌多尚未從疫情中恢復。2020年第三季中國前兩大運動品牌營收皆較去年同期成長。目前南寶鞋材業務營收中超過1/3來自中國國內品牌。
- ❖ 全球一線及中國一線品牌市占率提升之時，南寶是受益者。



2020年第三季經營成果 – 特殊黏著劑

- ❖ 2020年第三季特殊黏著劑營收持續成長，較第二季增加9%，但較去年同期減少5%。5月為營收谷底，後續逐漸呈現復甦。
- ❖ 2020年第三季特殊黏著劑中表現最強的產品為軟性包裝材料，較去年同期成長192%（因基期較低），衛材用膠成長32%，感壓膠成長4%。
- ❖ 熱熔膠產品應用廣泛，需求強勁。2020年第三季熱融膠產品營收較去年同期成長11%，大約佔特殊黏著劑營收39%。
- ❖ 來自中國木工出口廠商的木工黏著劑需求持平，然而在越南，木工用黏著劑營收較去年同期成長20%。

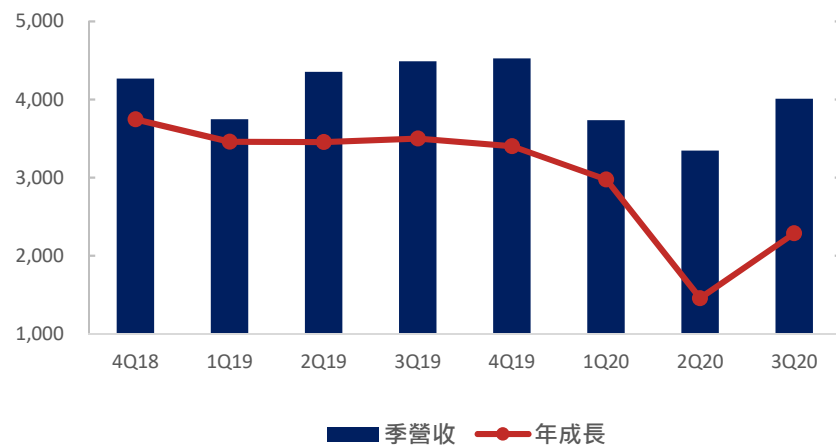
營收及毛利趨勢



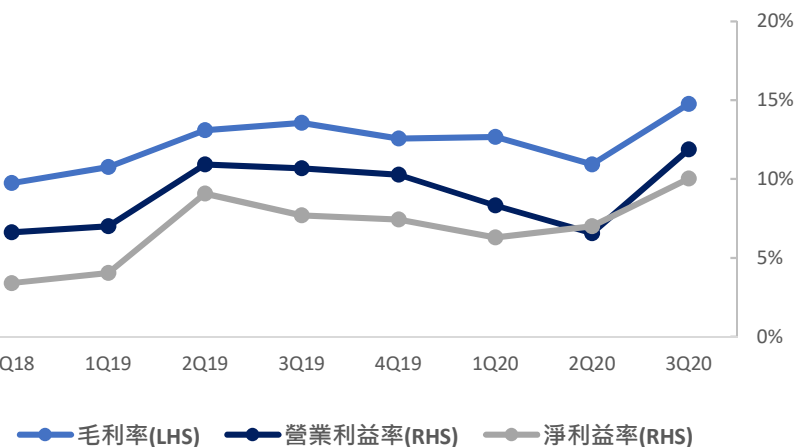
- 2020年第三季營收為新台幣40億元，較2020年第二季成長20%，較去年同期減少11%。
- 毛利率、營業利益率及淨利率皆創下2018第四季上市以來新高。
- 2020年第三季毛利率為29.8%，第二季為25.9%。2020年第三季營業利益率為11.9%，第二季為6.6%。2020年第三季淨利率為10.0%，第二季為7.0%。

新台幣/百萬元

季營收趨勢



季利潤趨勢

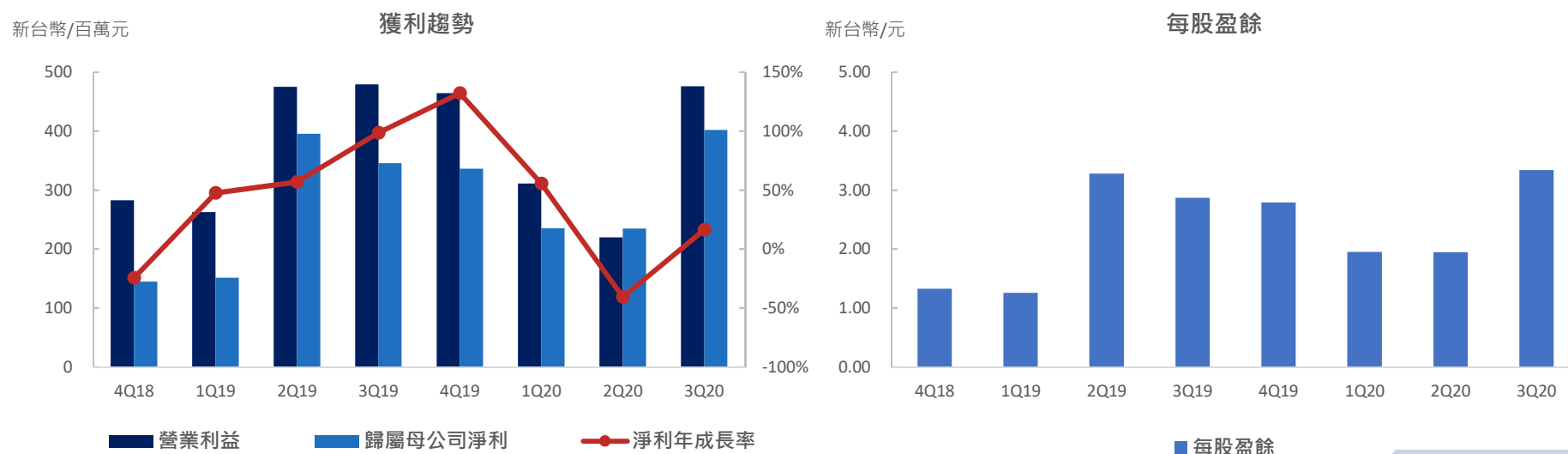


資料來源：TEJ and CIQ

獲利趨勢



- 2020年第三季營業淨利為新台幣4億7千6百萬元，較2020年第二季成長117%，較去年同期衰退1%。
- 2020年第三季稅後淨利為新台幣4億2百萬元，較2020年第二季成長71%，較去年同期成長16%。
- 2020年第三季每股盈餘為新台幣3.34元，較去年同期成長16%，為2018年第四季上市以來新高。



資料來源：TEJ and CIQ



2020年第四季展望

- ❖ 2020年10月營收為新台幣14億4千萬元，較9月成長4%，較去年同期僅減少9%。
- ❖ 預期2020年第四季產品價格及原物料採購成本將與2020年第三季相似。



2020年第四季展望 – 鞋材業務

- ❖ 鞋材業務的季節性趨勢恢復，但整體銷售仍未恢復至2019年水準。我們預計2020年第四季的鞋材黏著劑營收將恢復至2019年75%至85%的水準。
- ❖ 2020年第三季中國運動鞋品牌的訂單約為2019年同期訂單的90%，其中一線品牌恢復更為強勁。我們預計2020年第四季中國訂單將維持強勁，因供應商需為隔年中國新年的需求高峰做好準備。
- ❖ 2020年第三季全球一線運動鞋品牌的訂單約為2019年同期訂單的80%至85%。我們預計2020年第四季可能較第三季衰退，因隔年第一季為歐美市場淡季。
- ❖ 全球及中國二、三線品牌於疫情期間流失市占率，主要因為這些品牌的通路不如一線品牌穩健。



2020年第四季展望 – 特殊黏著劑

- ❖ 今年8月，南寶表示預期2020年下半年特殊黏著劑營收有機會較去年同期僅減少低個位數（即小於5%的營收降幅）。假設目前的經濟環境沒有重大的變化，我們有望實現這個目標。
- ❖ 在大中華與東南亞地區，我們專注於與國內需求相關的黏著劑產品。
- ❖ 2020年第四季成長動能將與2020年前三季相似：
 - 衛材及防水用熱融膠
 - 感壓膠
 - 軟性包裝材料用膠
 - 建築相關用膠

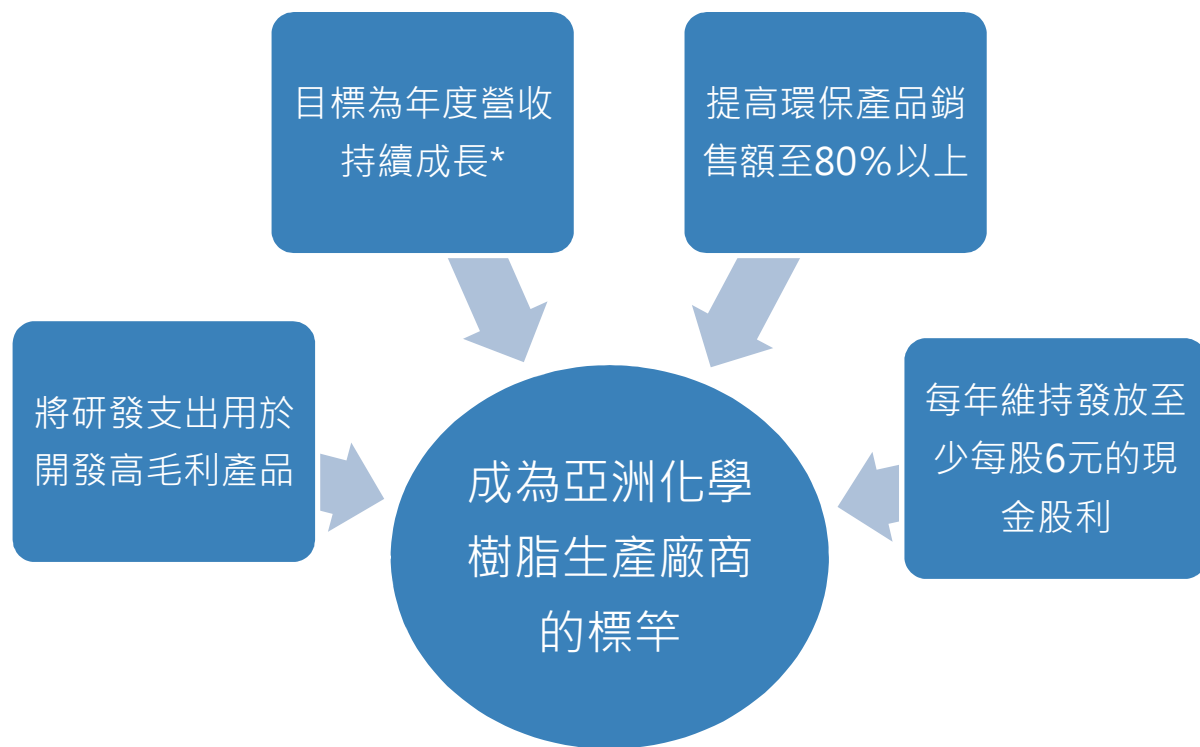


未來1-2年展望

- ❖ **鞋材**：歐美國家每人平均有6雙鞋，而亞洲國家每人平均僅有3雙鞋。因此全球一線品牌及中國一線品牌皆看好亞洲市場的成長機會，並且特別看好印度市場。疫情使得一線品牌的市占率增加，而南寶將受惠於此趨勢。
- ❖ **特殊黏著劑**：實施產品組合調整，減少產品種類，儘量少樣多量生產，以持續提升毛利率。以下為重點產品，約佔特殊黏著劑營收50%：
 - ✓ **衛材用膠**：中國內需市場持續成長，目標為全球一線廠商
 - ✓ **感壓膠**：將於越南開始生產，提供予東南亞國家的內需市場。而在台灣及中國市場，目標為光學用膠。
 - ✓ **軟性包裝材料用膠**：持續提升市占率，目標為東南亞市場
 - ✓ **紡織用黏著劑**：專注於服飾用黏著劑
 - ✓ **木工用黏著劑**：目標為東南亞國家的出口及內需市場
- ❖ **塗料**：台灣建築相關需求旺盛，帶動營收成長。
- ❖ **建築與其他**：於澳洲市場推出新產品，市占率提升。碳纖維產品營收可期，實際貢獻需視淮安合資企業2021年實際營收狀況。



南寶 2025 年願景



*新冠肺炎疫情帶來的不確定性，在短期至中期可能會影響公司的營收成長目標。

永續宣言



南寶72%的產量是綠色產品：無揮發性有機物、使用水性黏著劑及無溶劑。



2019年用於製造PU產品的溶劑有89%進行回收。2018年為76%。



2019年淨化及回收9,944噸廢水，較2018年增加86%。



將重油燃燒鍋爐換成天然氣鍋爐，每年減少470噸二氧化碳排放。



2020年6月開始為員工提供健康飲食和運動培訓



台灣廠房與辦公大樓都通過以下認證：
OHSAS 18001
ISO 50001
ISO 14001
ISO 90001



位於越南胡志明市的工廠得到工廠LEED金色認證



護士駐廠；公司免費提供員工健檢以及癌症篩檢。

2020年第三季損益表摘要



新台幣百萬	3Q20	2Q20	3Q19	QoQ	YoY
營業收入	4,010	3,346	4,489	20%	-11%
營業毛利	1,194	868	1,282	38%	-7%
毛利率	29.8%	25.9%	28.6%		
營業費用	718	648	803	11%	-11%
營業費用占營收比重	17.9%	19.4%	17.9%		
營業損益	476	220	480	117%	-1%
營業利益率	11.9%	6.6%	10.7%		
淨非營業損益	19	60	48		
稅前損益	495	280	528	77%	-6%
所得稅費用	75	43	161		
非控制權益	19	2	21		
淨利歸屬於母公司業主	402	235	346	71%	16%
淨利率	10.0%	7.0%	7.7%		
每股盈餘 (新台幣元)	3.34	1.95	2.87	71%	16%
股東權益報酬率 - 非年化	4.3%	2.5%	3.6%		
折舊與攤銷費用	110	100	99		
資本支出	328	204	199		

2020年前三季損益表摘要



新台幣百萬	1-3Q20	1-3Q19	YoY
營業收入	11,091	12,589	-12%
營業毛利	3,095	3,471	-11%
毛利率	27.9%	27.6%	
營業費用	2,088	2,253	-7%
營業費用占營收比重	18.8%	17.9%	
營業損益	1,007	1,218	-17%
營業利益率	9.1%	9.7%	
淨非營業損益	98	129	
稅前損益	1,104	1,346	-18%
所得稅費用	200	393	
非控制權益	33	61	
淨利歸屬於母公司業主	872	892	-2%
淨利率	7.9%	7.1%	
每股盈餘 (新台幣元)	7.23	7.40	-2%
股東權益報酬率 - 非年化	9.0%	9.2%	
折舊與攤銷費用	311	285	
資本支出	702	463	

資產負債表摘要



新台幣百萬	2020/9/30		2020/6/30		2020/9/30	
	\$	%	\$	%	\$	%
現金	4,489	25%	5,137	29%	4,022	22%
應收帳款 & 應收票據	3,494	19%	3,151	17%	3,904	22%
存貨	1,886	10%	1,812	10%	2,390	13%
其他流動資產	546	3%	501	3%	591	3%
長期投資	1,252	7%	1,294	7%	1,513	8%
固定資產	4,230	24%	3,977	22%	4,083	22%
其他非流動資產	2,106	12%	2,105	12%	1,772	10%
資產總額	18,003	100%	17,978	100%	18,274	100%
流動負債	4,667	26%	4,635	26%	4,828	26%
長期借款	1,606	9%	1,901	10%	1,466	8%
其他非流動負債	1,354	7%	1,414	8%	1,447	8%
負債總額	7,627	42%	7,951	44%	7,742	42%
普通股	1,206		1,206		1,206	
權益總額	10,377	58%	10,027	56%	10,532	58%
每股帳面價值 (新台幣元)	79.0		76.3		80.9	

流動比率 (流動資產/流動負債)	223%		229%		226%
淨現金權益比率	13%		18%		9%

世界級化學材料供應商

重點摘要



- ❖ 我們是世界第一的運動鞋用黏著劑生產商，且為亞洲特用黏著劑、塗料與建築材料的領導廠商。
- ❖ 我們擅於提供客戶全方位的產品解決方案，包括材料、加工及應用服務之整合技術、自動化加工製程與相關支援應用技術。
- ❖ 在過去的十年裡，南寶不斷開拓創新研發的技術。不侷限於OEM客戶的要求，我們利用材料科學的知識以滿足消費者未來的需求。
- ❖ 由於我們不斷投入研發，豐富的新產品持續湧現，我們預期其將替南寶在營收規模和獲利能力帶來持續強勁的成長動能。



南寶的競爭優勢



- ❖ **一流的專業知識技能：**集團參與全球一線運動鞋製造商的研發設計過程，生產特殊鞋用黏著劑，並在應用加工及自動化噴膠技術上提供全方位解決方案。在黏著劑市場中，這些技能使我們比其他規模較小、注重成本的競爭對手更具優勢。
- ❖ **客製化和在地化全方位解決方案：**在地化的高性能黏著劑與應用技術能力，結合銷售人員熟稔客戶需求，讓南寶在其競爭的所有地區都能提供整合和專業的全方位解決方案。
- ❖ **競爭成本及門檻高：**我們的產品經過長期可靠性及耐久性認證，競爭者之成本及門檻高。
- ❖ **營運效率：**南寶每一間工廠均可獨立獲利能力。
- ❖ **強勁的現金流和健康的毛利：**支持企業的再投資能力。
- ❖ **積極招募優秀人才：**隨著擴展到新地區及新產品類別，我們加入了許多在競爭廠商中兼具專業知識及經驗之優秀人才。

樹脂和特用黏著劑



塗料



建材



公司里程碑

開拓國際市場

新產品開發



南寶營運範圍





經營策略-本業成長

鞋材業務

- 持續擴大對全球一線運動鞋品牌的市佔率
- 重點提升中國一線品牌與全球第二、三線品牌的市佔率
- 著重於印度與南亞本土品牌
- 長期目標 – 提升公司產品在整體製鞋物料的佔比

其他業務

- 在南亞地區設置生黏著劑工廠
- 增加熱熔膠在不織布產品、白色家電或其他應用上的銷售
- 打入大型消費產品市場中一線品牌的供應鏈
- 為本公司研發的碳纖維複合材料、奈米樹脂塗料及感壓黏著劑等創新產品建立銷售通路



經營策略

創新

- 研發營收比維持在2-3%
- 有系統地尋求將現有的核心技術應用於新產品的機會
- 南寶的研發團隊由高分子及材料科學專家組成 – 不侷限於樹脂材料

併購

- 瞄準位於美國、EMEA和印度的通路或製造商，以進行不同區域市場擴張
- 著重於具創新及環保技術的公司
- 對現有業務進行水平和垂直擴張

高附加價值的黏著劑是一個具吸引力的市場

- ❖ 產業週期不顯著 – 黏著劑和塗料是直接或間接應用在消費者民生必需品和非必需品，相比中上游的大宗化學品製造商更具有提供差異化和高附加價值的機會。
- ❖ 低資本密集 – 全球主要廠商的資本支出佔營收比介於2-6%間。
- ❖ 長期都市化趨勢 – 新興市場中產階級增加且持續移動到城市，並增加購買高價值產品意願。
- ❖ 亞太地區是全球黏著劑成長最快的市場。
- ❖ 併購：大型廠商利用併購補足產業線及地區佔有率不足，以快速進入新的產品領域和地區。
- ❖ 成長機會 – 2019全球黏著劑市場大約為500億美金，新冠肺炎疫情發生之前研究單位普遍估計黏著劑市場每年可維持5%的成長。

南寶核心價值



- ❖ 南寶從台南起家，作為一個家庭友善企業，並建立優良的職業道德與嚴格的成本控管。
- ❖ 除了上述的重點，南寶的管理方式更加入了創新、熱忱、負責與充分授權等核心價值。
- ❖ 管理階層重視董事會、高階主管和員工的行為準則，激勵其遵守合法、安全與公正的行為，並避免利益衝突。準則中聲明「道德行為是營運成長的關鍵營養素」。
- ❖ 黃家的第二代成員建立了清晰的股權結構。經營團隊也早已建立專業經營人的接班計畫與制度。



創新帶動成長

新產品線



為了驅動南寶未來5年的成長，許多新產品正從我們的研發部門誕生。



碳纖維複合材料



重點

- 近期最為看好的應用為汽車加強柱和內飾板、筆電上機與鍵盤框架殼和摩托車安全帽
- 我們提供客戶全方位解決方案，客製化產品設計，並協助設計製造及改良客戶現有設備

產品特性

- 具有專利的可成型熱固性碳纖維複合材料
- 高強度，自固化，輕質量，阻燃，無鹵素和無溶劑
- 並未使用大量勞力進行拋磨、修補及平滑，成品表面即具有光澤且十分平滑





現況

- 2019 年中國拋棄式衛材市場為550億人民幣，年成長率為10%以上；尿布用膠的使用量為190,000 噸至200,000噸，其中85%為內需
- 南寶在Tier 2&3 品牌的市占率為 20-25%，並專注提升於Tier 1 品牌的市場份額



產品創新

- 將透過產品創新進入Tier 1市場
- 南寶研發了優異的濕強結構膠，能在尿液浸濕尿布後，延長尿布的耐用性
- 南寶應用在橡筋和尿布表面的超柔膠能提供優異的產品舒適度，不論天氣冷或熱均能保持柔軟的觸感

高規格PSA



重點

- 全新的特製高規格PSA工廠
- 液晶螢幕偏光板是前景最光明的應用，毛利率表現亦相當具吸引力
- 南寶光學膠膜黏著劑的營收成長十分快速

現況

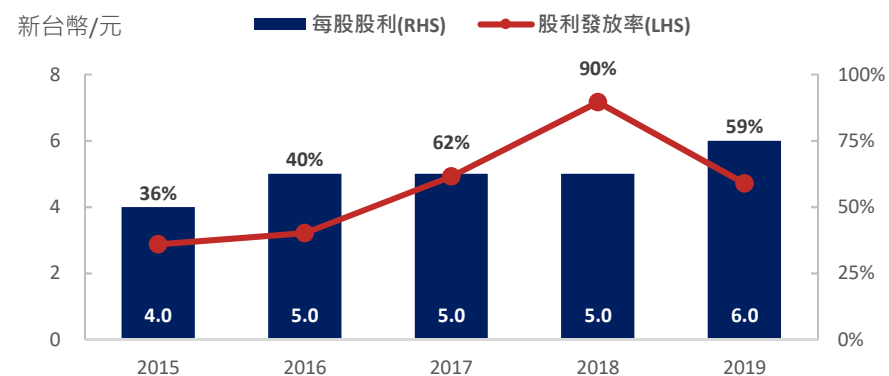
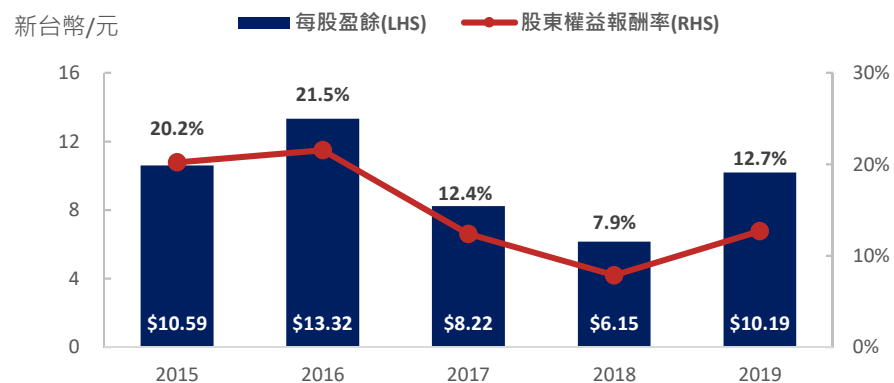
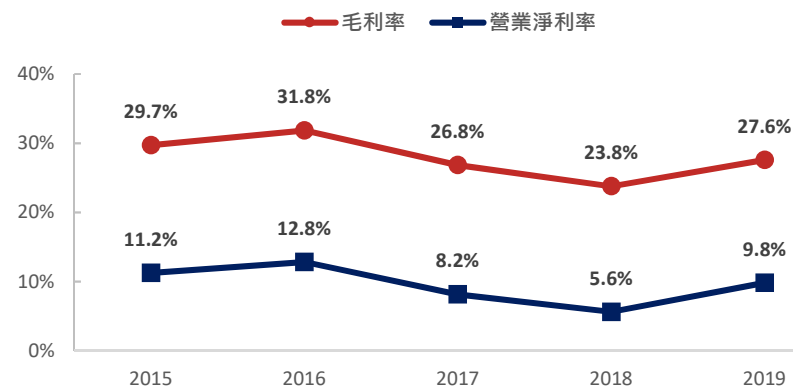
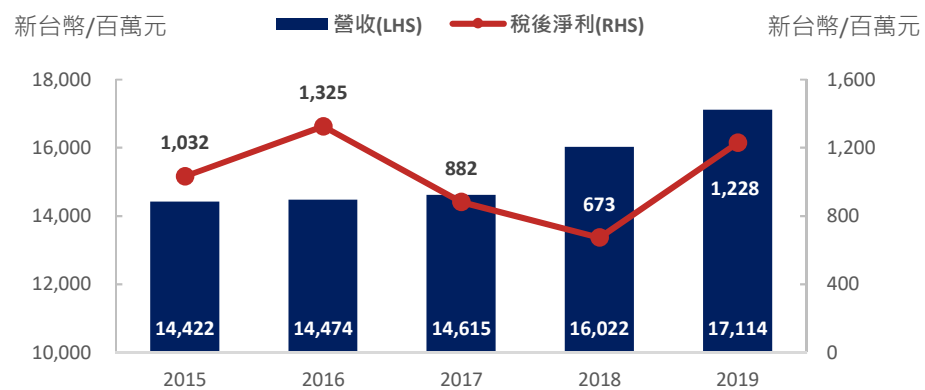
- 日韓廠掌控全球偏光板市場，多用本國製造黏著劑
- 中國液晶及觸控面板廠優先使用國產偏光板
- 全球液晶螢幕偏光板黏著劑市場約2.8億美金

前景

- 目標在五年內取得偏光板用PSA的5%市占率
- 最近獲二家中國偏光板廠認證
- 台灣最大偏光板長廠商中國廠認證進行中

歷史財務數據 2015 - 2019

主要財務表現



損益表摘要



新台幣/百萬	2015	2016	2017	2018	2019
營業收入	14,422	14,474	14,615	16,022	17,114
銷貨成本	10,141	9,865	10,692	12,215	12,396
營業毛利	4,281	4,609	3,923	3,807	4,718
營業費用	2,660	2,753	2,730	2,906	3,036
營業損益	1,620	1,856	1,193	901	1,682
稅前損益	1,547	1,882	1,161	1,036	1,793
淨利	1,032	1,325	882	673	1,228
每股盈餘 (新台幣元)	\$10.59	\$13.32	\$8.22	\$6.15	\$10.19

毛利率	29.7%	31.8%	26.8%	23.8%	27.6%
營業費用率	18.4%	19.0%	18.7%	18.1%	17.7%
營業利益率	11.2%	12.8%	8.2%	5.6%	9.8%
淨利率	7.2%	9.2%	6.0%	4.2%	7.2%
股東權益報酬率	20.2%	21.5%	12.4%	7.9%	12.7%

YoY (%)				
2015	2016	2017	2018	2019
-1%	0%	1%	10%	7%
-8%	-3%	8%	14%	1%
22%	8%	-15%	-3%	24%
0%	3%	-1%	6%	4%
91%	15%	-36%	-24%	87%
67%	22%	-38%	-11%	73%
56%	28%	-33%	-24%	83%
56%	26%	-38%	-25%	66%

資產負債表摘要



NANPAO

新台幣/百萬	2015	2016	2017	2018	2019
資產總額	11,820	13,876	15,199	17,363	18,398
現金	2,855	4,277	3,867	3,679	3,743
應收帳款&應收票據	3,251	3,150	3,284	3,764	3,810
存貨	1,646	1,709	2,252	2,347	2,241
固定資產	2,449	2,662	3,347	3,960	4,097
負債總額	6,041	6,746	7,083	7,008	7,842
長期借款	963	1,153	1,604	1,392	1,524
應付帳款	1,586	1,728	2,001	1,959	1,949
權益總額	5,779	7,130	8,116	10,355	10,557

應收帳款週轉天數	88	81	80	80	81
存貨週轉天數	61	62	68	69	68
應付帳款週轉天數	60	61	64	59	58
現金循環週期	89	82	84	90	91

佔總資產比重 (%)				
2015	2016	2017	2018	2019
100%	100%	100%	100%	100%
24%	31%	25%	21%	20%
28%	23%	22%	22%	21%
14%	12%	15%	14%	12%
21%	19%	22%	23%	22%
51%	49%	47%	40%	43%
8%	8%	11%	8%	8%
13%	12%	13%	11%	11%
49%	51%	53%	60%	57%

股利發放和資本支出



(新台幣/百萬)	2015	2016	2017	2018	2019
淨利	1,032	1,325	882	673	1,228
股利發放	371	532	543	603	723
每股股利 (新台幣元)	4.0	5.0	5.0	5.0	6.0
發放率	36%	40%	62%	90%	59%
現金股利殖利率 ¹	2.2%	3.1%	3.2%	3.5%	4.3%
資本支出	383	546	912	813	610
資本支出/銷售額	2.7%	3.8%	6.2%	5.1%	3.6%

附註：

1. 根據南寶2020年10月30日收盤之市值計算現金股利殖利率

附錄

關鍵術語詞彙表



- **HMA** – 熱熔膠：熱熔膠在工業用途中比溶劑型黏著劑有更多優點。包含揮發性有機物減少甚至為零，另外乾燥與固化的步驟也可以省略。
- **PSA** – 感壓膠黏劑：感壓膠黏劑(PSA, 自黏膠黏劑) 為一種受壓後可以在接著物與黏著劑間產生連結的黏著劑。其不須溶劑、水或加熱就可以使用。此種黏著劑在室溫下也可長久維持黏性。
- **PUD** – 聚氨酯分散液：此黏著劑已充分反應，為線性聚合物乳化並分散於水中。由於不須溶劑固化，且揮發性有機物很低甚至為零，故為一種環保的化合物。
- **PUR** – 反應型聚氨酯熱熔膠：這種黏著劑可透過吸收空氣中的水分固化。由於其揮發性有機物很低甚至為零，所以被視為一種環保的化合物。熱熔膠即為一種反應型聚氨酯熱熔膠。
- **Tm** – 熔點
- **VOC** – 揮發性有機物：其沸點約在攝氏50至250度。揮發性有機物受法律管制，特別是在濃度最高的室內。通常有害的揮發性有機物不具有急性毒性，但長期接觸有害身體健康。
- **TPU** – 熱塑性聚氨酯：熱塑性聚氨酯是種聚氨酯塑膠，其擁有多種特性包括具彈性、透明、耐油與耐磨。技術上而言，此為由柔性軟段與剛性硬段組成的熱塑性彈性體。
- **ZDHC** – 有害化學品零排放計畫以全方面的方法處理全球紡織、皮革與鞋類價值鏈中有害化學物的問題。若要了解更多，請參考 roadmaptozero.com。

建材產品和應用



防水產品

- 水塔
- 地下室
- 屋頂
- 花園
- 游泳池
- 外牆
- 內牆
- 橋面板
- 行人步道
- 戶外露臺
- 平台
- 陽台



填縫產品

- 窗框
- 工業區域
- 冷凍倉儲
- 機場跑道
- 輕隔間
- 砌磚
- 空調管線
- 面板組裝
- 運輸空間
- 五金



地坪產品

- 工業地坪
- 食物工廠
- 綠化景觀
- 停車空間
- 游泳池
- 運動場
- 遊樂區
- 醫院地坪
- 倉庫



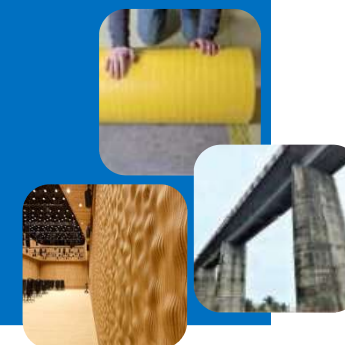
砂漿產品

- 磁磚填縫
- 牆面整平
- 預備混凝土
- 磁磚接著
- 結構鋼筋
- 隧道
- 船舶碼頭
- 自流平砂漿
- 倒吊面整平
- 水庫



其他產品

- 保護塗料
- 隔熱材料
- 減振材料
- 防水材料
- 施工膠帶
- 防水添加劑
- 地毯膠帶
- 吸音產品



免責聲明



•The information contained in this confidential document ("Presentation") has been prepared by Nanpao Resins Chemical Group (the "Company"). It has not been fully verified and is subject to material updating, revision and further amendment. While the information contained herein has been prepared in good faith, neither the Company nor any of its shareholders, directors, officers, agents, employees or advisers gives, has given or has authority to give, any representations or warranties (express or implied) as to, or in relation to, the accuracy, reliability or completeness of the information in this Presentation, or any revision or supplement thereof, or of any other written or oral information made or to be made available to any interested party or its advisers (all such information being referred to as "Information") and liability therefore is expressly disclaimed. Accordingly, neither the Company nor any of its shareholders, directors, officers, agents, employees or advisers takes any responsibility for, or will accept any liability whether direct or indirect, express or implied, contractual, tortious, statutory or otherwise, in respect of, the accuracy or completeness or injury of the Information or for any of the opinions contained herein or for any errors, omissions or misstatements or for any loss, howsoever arising, from the use of this Presentation or the information.

•Neither the issue of this Presentation nor any part of its contents is to be taken as any form of commitment on the part of the Company to proceed with any transaction and the right is reserved by the Company to terminate any discussions or negotiations with any prospective investors. In no circumstances will the Company be responsible for any costs, losses or expenses incurred in connection with any appraisal or investigation of the Company. In furnishing this Presentation, the Company does not undertake or agree to any obligation to provide the recipient with access to any additional information or to update this Presentation or to correct any inaccuracies in, or omissions from, this Presentation which may become apparent.

•This Presentation should not be considered as the giving of investment advice by the Company or any of its shareholders, directors, officers, agents, employees or advisers. Each party to whom this Presentation is made available must make its own independent assessment of the Company after making such investigations and taking such advice as may be deemed necessary. In particular, any estimates or projections or opinions contained herein necessarily involve significant elements of subjective judgment, analysis and assumptions and each recipient should satisfy itself in relation to such matters.

•This Presentation includes certain statements that may be deemed "forward-looking statements". All statements in this discussion, other than statements of historical facts, that address future activities and events or developments that the Company expects, are forward-looking statements. Although the Company believes the expectations expressed in such forward-looking statements are based on reasonable assumptions, such statements are not guarantees of future performance and actual results or developments may differ materially from those in the forward-looking statements. Factors that could cause actual results to differ materially from those in forward-looking statements include market prices, continued availability of capital and financing, general economic, market or business conditions and other unforeseen events. Prospective Investors are cautioned that any such statements are not guarantees of future performance and that actual results or developments may differ materially from those projected in forward-looking statements.



感謝蒞臨！

網站：www.nanpao.com