

## 一〇九年度營業計畫概要

---

### 一、經營方針

- (一)、著重新產品開發、擴展新市場與自有品牌經營三個核心構面，以推升毛利率及自有品牌佔有率的成長。並持續積極導入自動化及連續性生產設備和優化 CAD/CAM 及防呆設計，以先進的品質管控系統與 ERP 系統，提高生產效率與品質管制及客戶滿意度。進行產線流程合理化之規劃，導入機器人、機器手臂和大型化電池自動生產線及連續性極板製程之導入，並減少搬運與節省人力，精進對製程高耗能設備及相關節能與循環再利用系統的檢討改善，持續保有產品高性價比之製造優勢，兼備優異品質與提升效率，擴增總體生產規模，挹注營收躍進成長的動能。
- (二)、積極投入產業用、電信通訊基地台及雲端平台、綠能儲能用電池(含耐高溫電池、膠體電池、鉛碳電池等)、長壽命電池、電動車電池(LEV、代步車、Golf Car、叉車、電動堆高機)、機車電池(含起停用電池)及汽車 MF 市場，並積極參與大型標案與新產品開發，以推升營收利基。
- (三)、強化品牌滲透度，並加重新興市場與新客戶之開發，厚植選優代理商；刷新自有品牌能見度，以擴展全球市場占有率。
- (四)、建立團隊學習模式，建立授權與當責機制，加速推動越南當地人才養成、儲備高學歷幹部、和深耕本土化，並以有效的跨單位溝通平台與完整的職涯規劃，為公司提供高效能與穩定的人才資源。
- (五)、因應客戶與業界需求，進行產品之改良與成本控制，持續進行供應鏈垂直整合，從產銷面配合以提升產品成本合理化，以主動積極的作為來降低直接原物料成本、直接人工成本和製造費用，持續推動與客戶端共榮之雙贏策略。
- (六)、落實推動環安衛系統，承諾符合及遵守國內外環安衛及相關法規，並維持良好的公司治理，嚴守商業道德規範。

### 二、預期銷售數量及其依據

越南經濟持續成長，汽、機車及電動車市場擴大，公司之鉛酸蓄電池在組車廠與修補市場通路上的需求依舊暢旺，因應日本機車大廠開發之機車起停電池，在品質穩定下持續增

加認可之規格且增大出貨量；另公司亦已進入越南當地通信基地台和逐漸攀升市占率的輕型電動車市場，預料子公司利隆越南在當地的銷售將持續穩定成長。新興市場之用電品質及其再生能源與綠能儲能需求持續提升，尤其以大型長壽命電池為多，再者，公司積極投入國內外大型標案市場，亦有助於加大公司產品之市場滲透度與占有率。其它市場與既有客戶仍保有厚實與緊密互信的銷售佳績，新市場與新客戶之開拓亦刻不容緩地積極布局與推展。

在強化成本合理以及相關費用控制得宜之下，公司在資源豐沛與產品和技術純熟下，市場資訊與科技運用兼顧；執行成功的品牌滲透，持續拓展市場占比，積極優化核心競爭能力，以穩健踏實的經營策略，持盈保泰；突圍創新，推升營運績效再攀高峰。

預計 109 年度銷售數量因大型化電池需求增多，預測銷售數量約為 25,535 仟個。

### 三、重要之產銷政策

#### (一)、生產政策

1. 越南德和廠持續進行製程改善及新穎自動化設備導入，加速擴大導入大型化電池製程設備、自動化極板製程、自動入槽、自動加酸線等製程及大密電池導入穿壁焊接和全膠體電池之規格及產量，並導入連續性極板生產設備，積極升級轉型。
2. 依客戶用途需求，致力研發大型密閉式電池及高性價比電池與綠色儲能用電池，以降低生產成本，提升產品毛利。
3. 持續進行節能措施與控管高耗能設備並檢討改善，對製造過程實施控制、監督和管理，進行有效的能源管理，以降低能源耗用率。
4. 持續進行製程專案改善與產線流程合理化之規劃，與機器人、機器手臂之導入，並減少搬運與節省人力。

#### (二)、銷售政策

1. 積極投入電信通訊基地台及雲端平台、綠能儲能等大型電池應用的標案市場，推廣及加強通訊用大型密閉式、長壽命電池和電動車電池(LEV、代步車、Golf Car、叉車、電動堆高機)與綠能儲能用電池的銷售。
2. 持續提高機車(含起停用電池)、汽車及電動車自有品牌的市占率，並積極開拓越南及東協市場。

3. 以成本合理化及高效能電池搶攻消防、緊急照明及不斷電系統等市場。
4. 持續進行分散區域及規格與客戶集中之風險考量，積極開拓新客戶與新市場，以擴展全球市場占有率，尤其著重中東、東歐及中南美洲、非洲以及亞洲東協市場的開發。
5. 依鉛價浮動來調整售價，並訂定公平交易方式，訂價策略亦應因市場不同而適度調整，以維持國際競爭力。
6. 持續推廣自有品牌，建立產品的市場區隔定位，成為優質產品及服務的提供者。

## 未來公司發展策略

本公司以精湛的製程技術和務實求真的經營管理，一再挑戰自我，持續投入研發讓鉛酸蓄電池在性能及壽命上發揮更極致表現的配方與耐高溫及鉛碳電池等高端新材料研究和極板連續性生產的製程新技術，配合國際分工，以越南廠為生產據點，擴大生產規模，降低製造成本，並結合熟稔的自動化生產及檢測機具及之技術革新與升級轉型，來提升生產效率、產品品質與附加價值。

因此公司仍將本著「品質第一、客戶至上」的政策，在全球化競爭的環境下，努力達成質與量俱進的目標，創造佳績並穩健成長。

## 受外部競爭環境、法規環境及總體經營環境之影響

中國大陸鉛酸蓄電池廠一向倚仗其低廉人工，大量出口電池削價競爭，在中國取消出口退稅後並強力整頓環保規範後，加重了出口廠商的成本負擔，且自 105 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，亦對中國鉛酸蓄電池廠造成不小的成本負擔，也減緩了鉛酸蓄電池產業削價競爭的惡性循環。

越南從 97 年越南政府發布新法令，明定組織及個人經法院宣判為違法罷工，而造成雇主傷害，要負相關的責任，讓越南的投資環境更趨穩定。越南雖有通膨壓力，但整體工資比起大陸工資仍較合理，相對競爭力也較高。

因應全球暖化與環保意識抬頭，且油價續漲，世界各國政府及企業紛紛尋找達到減碳節能的新替代能源，電池產業便成為全球各國政府力圖擺脫對石油能源依賴的一項重要策略。

展望 109 年度，中美貿易對立未見明顯緩和，且此波肺炎疫情仍晦暗，艱鉅且富挑戰，越南在經貿地位逐漸成為企業經營跨越美洲、亞洲、中國的重要生產基地。越南從在 CPTPP/CREP 的定位與經濟成長率優於東南亞產值前四大國等，在在顯示從今爾後越南都可能是中美貿易戰的贏家，且越南經濟成長力道強勁，汽、機車及電動車市場與通信市場持續利多擴大，廣隆將以國際分工及創新研發的策略，隨鉛價波動的彈性售價，並持續研發高性價比與新穎之電池產品，投入自動化生產設備，升級轉型；提升生產效率及品質，並利用優異的研發與製造能力，發展獨特性與差異性，投入研發與品牌的驅動力，以因應業績成長。讓每顆廣隆出廠的電池，都來自多一份的堅持，以優質服務連結全球，拉進與客戶間的距離。

深耕越南，照顧員工，培養在地人才。以高端及高效率，融洽和諧、互信賦權的團隊合作，將精湛的成果準時準確地呈現給客戶。

## 總 語

---

廣隆在擴建越南德和廠後，產能的效益已突飛猛進。且在越南當地汽、機車及電動車與通信市場市占率持續攀升，未來更將以全球布局的角度，運用越南原產地身分，進軍新興市場，並以東南亞國協及 CPTPP 優勢擴大該區域經濟共同體的經濟活動。

展望未來，廣隆將以優異的研發實力，及更有效率與高品質的自動化生產，不斷以新技術及新原料賦予鉛酸蓄電池新的生命，來強化電池的性能及品質和可靠度，對細節講究而不將就，創造高性價比的製造優勢。在董事會務實的治理，和全體同仁們的努力以及與客戶保有長期的合作和投資者的信賴基礎之下，我們更致力於創新和永續經營，以透明化和勇於自我檢視與提升的經營理念，帶動公司經營升級及優化，至臻至善，驅動廣隆與時俱進，持續增進與顧客及供應商之互動，為顧客、員工、社會與投資者等利害關係人創造價值和創新的產品與服務，勇往直前，一同成長，互利共榮。