

宏達國際電子股份有限公司

第二季營運業績說明會

鄭慧明 財務長暨發言人

鄭昭義 投資人關係處長

2009年7月31日

htc

免責聲明

本簡報中所提及之預測性資訊包括營運展望、財務狀況以及業務預測等內容，乃是建立在本公司從內部與外部來源所取得的資訊基礎。

本公司未來實際所可能發生的營運結果、財務狀況以及業務成果，可能與這些明示或暗示的預測性資訊有所差異。其原因可能來自於各種因素，包括但不限於市場風險、供應鏈、市場需求、以及本公司持續推出高品質產品能力等因素。

本簡報中對未來的展望，反應本公司截至目前為止對於未來的看法。對於這些看法，未來若有任何變更或調整時，本公司並不負責隨時再度提醒或更新。

簡報大綱

- 2009年第二季營運業績
- 產業概況
- 經營概況
- 2009年第二季損益狀況 (非合併)
- 2009年第二季損益狀況 (合併)
- 2009年第二季主要會計科目 (非合併)
- 2009年第二季主要會計科目 (合併)
- 營收及獲利趨勢
- 銷售量與平均單價
- 2009年第三季營運展望
- 2009年全年營業展望
- 其他議題

2009年第二季營運業績

- 第二季營業收入為新台幣382億元。年成長率為10%，符合原預估值之中間值(新台幣375億元~385億元)。
- 第二季營業毛利率為32% (優於上次法說會所提之預估毛利率31%±0.2%)，毛利率提升主要來自於改善成本結構。
- 第二季營業費用率為13.8%亦優於原預估之(14.5%±0.2%)。因此，第二季營業淨利率為18.0%，亦較原預估值的中間值16.5%為佳。

*上述財務數字均來自於非合併財務報告。

產業概況

- 中價位的智慧型手機市場開始擴展，具吸引力的價格與功能對價將進一步提昇整體智慧型手機的市場普及率。
- 下一世代的行動寬頻使用者經驗將定位於操作便利的使用者介面、行動網路的社群互動、人性化的觸控式面板介面以及高效率的多工作業系統。
- 行動寬頻的發展持續地帶動與主導無線通訊產業的成長。整合性裝置的創新功能成為行動手機產業的發展與競爭關鍵，並引發產業鏈的重組。
- 目前美國市場動能相對較佳於歐洲市場。

經營概況

- 第一階段的品牌發展歷經學習與摸索階段成果超過原先期望。我們的品牌已被廣泛認同為智慧型手機的創新者，且我們的組織與專業人才亦已建立了專注品牌發展的共識。
- 從發表Hero及贊助環法自行車賽HTC隊伍起，本公司品牌經營已進入第二階段的主動宣傳期。經營階層在此階段將以最佳的使用者經驗進一步帶動成長。而全面性的產品銷售策略涵蓋品牌、通路及行銷等活動也將在此第二階段推動。
- HTC “Sense”的推出履行了HTC品牌承諾以使用者為中心的使用者經驗，並得到全球媒體報導其所要表達的三項主題 – Make it Mine, Stay Close, Discover the Unexpected。HTC “Sense”更進一步地提高競爭門檻，並展現我們在Android平台的領先地位。

經營概況

- 本公司經營階層計畫自下半年起調整產品組合，擴大中價位產品比重，中價位產品的營收貢獻度也會增加。
- 在中價位產品導入以提升銷售量成長及市場佔有率的同時，經營階層致力於取得獲利與銷售量之間的平衡。
- 本公司視中國市場將為HTC未來三年內的主要成長動能，但須取決於中國的3G基礎建設與經營環境成熟進展；我們針對中國所有的3G通訊標準與主要電信業者間的合作已經開始。
- 邀請中華電信前任董事長賀陳旦先生加入本公司董事會。

經營概況

- 邀請Orange前任行銷長Richard Brennan，擔任本公司執行長室Senior Executive，協助本公司發展HTC品牌與產品及客戶服務經驗。
- 員工股票分紅稀釋率為1.678%，其股數係以六月十九日股東常會前一日收盤價並考量除權除息之影響為計算基礎計算之。
- 除權息交易日為八月三日，現金股息分派日為九月二日。
- 董事會通過庫藏股買回計畫，買回股數上限為一千三百萬股，買回金額上限為65億元，買回期間至10月2日止。

2009年第二季損益狀況（非合併）

<u>(NT\$ Billion)</u>	<u>2Q 08</u>	<u>1Q 09</u>	<u>2Q 09</u>	<u>QOQ</u>	<u>YOY</u>
營業收入	34.62	31.59	38.20	20.9%	10.3%
營業毛利	11.96	9.50	12.24	28.8%	2.3%
營業費用	5.05	4.64	5.28	13.9%	4.6%
營業淨利	6.91	4.85	6.89	42.3%	-0.3%
稅前淨利	7.30	5.39	7.11	31.9%	-2.5%
稅後淨利	6.62	4.87	6.50	33.4%	-1.7%
營業毛利率	34.5%	30.1%	32.0%		
營業費用率	14.6%	14.7%	13.8%		
每股盈餘*(元)	11.54	6.54	8.73 (除權前)		

*EPS估算係以當時流通在外之股數計算。

2009年第二季損益狀況（合併）

<u>(NT\$ Billion)</u>	<u>2Q 08</u>	<u>1Q 09</u>	<u>2Q 09</u>	<u>QOQ</u>	<u>YOY</u>
營業收入	34.97	31.41	38.14	21.4%	9.1%
營業毛利	12.13	9.61	12.05	25.3%	-0.7%
營業費用	5.21	4.59	5.17	12.8%	-0.8%
營業淨利	6.92	5.03	6.88	36.8%	-0.6%
稅前淨利	7.39	5.44	7.13	31.2%	-3.4%
稅後淨利*1	6.62	4.87	6.50	33.4%	-1.7%
營業毛利率	34.7%	30.6%	31.6%		
營業費用率	14.9%	14.6%	13.6%		
每股盈餘*2(元)	11.54	6.54	8.73 (除權前)		

*1歸屬子母公司股東之稅後淨利，不包含少數股權淨利。

*2EPS估算係以當時流通在外之股數計算。

2009 第二季主要會計科目 (非合併)

<u>(NT\$ Billion)</u>	<u>June 30, 08</u>	<u>Mar 31, 09</u>	<u>June 30, 09</u>	<u>QOQ</u>	<u>YOY</u>
現金* ¹	73.24	71.72	68.50	-4.5%	-6.5%
應收帳款	19.28	17.56	29.83	69.9%	54.7%
存貨	5.53	4.64	4.46	-4.0%	-19.4%
股東權益	48.86	65.64	56.93* ²	-13.3%	16.5%
備抵存貨準備	1.18	2.35	2.79	19.0%	135.6%
備抵呆帳準備	0.32	0.75	0.75	0.0%	134.4%
產品售後服務準備	4.60	4.84	5.28	8.9%	14.7%

*1 包含約當現金。

*2 已扣除現金股利每股27元，共計NT\$201.25億元。

2009 第二季主要會計科目 (合併)

<u>(NT\$ Billion)</u>	<u>June 30, 08</u>	<u>Mar 31, 09</u>	<u>June 30, 09</u>	<u>QOQ</u>	<u>YOY</u>
現金*1	74.65	73.98	70.57	-4.6%	-5.5%
應收帳款	18.97	17.28	29.40	70.1%	55.0%
存貨	6.58	5.78	5.58	-3.5%	-15.1%
股東權益*2	48.86	65.64	56.93*3	-13.3%	16.5%
備抵存貨準備	1.65	2.57	2.98	16.2%	80.5%
備抵呆帳準備	0.50	0.78	0.79	1.8%	60.0%
產品售後服務準備	4.60	4.85	5.28	9.0%	14.9%

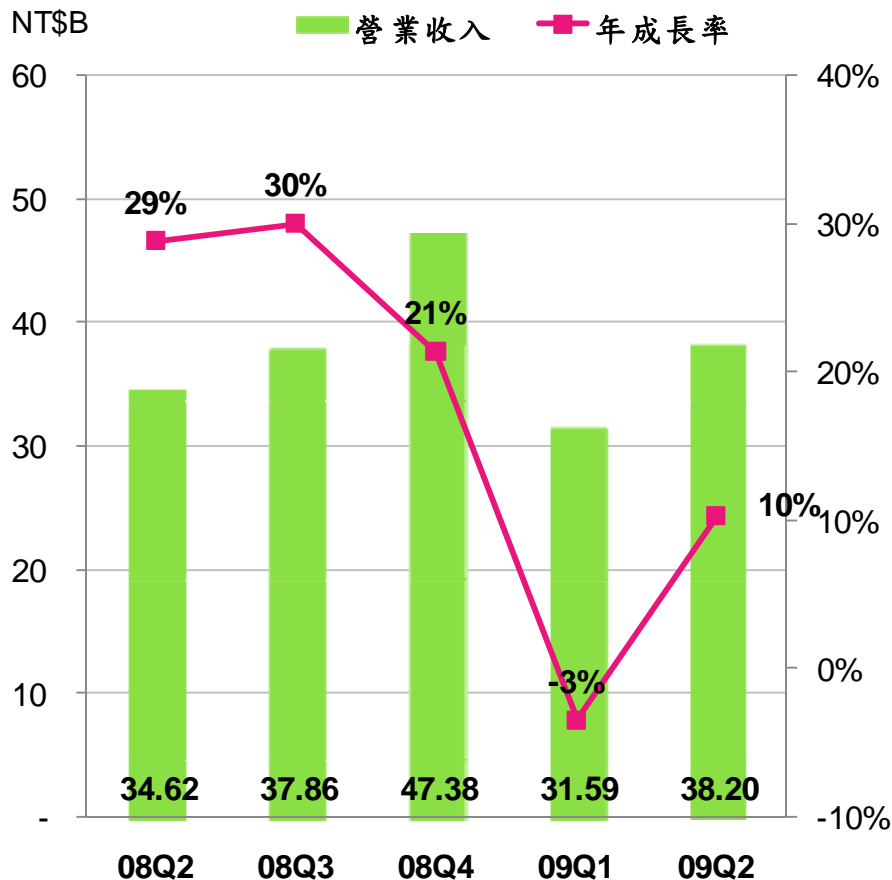
*1 包含約當現金。

*2 歸屬於母公司股東之股東權益，不包含少數股權。

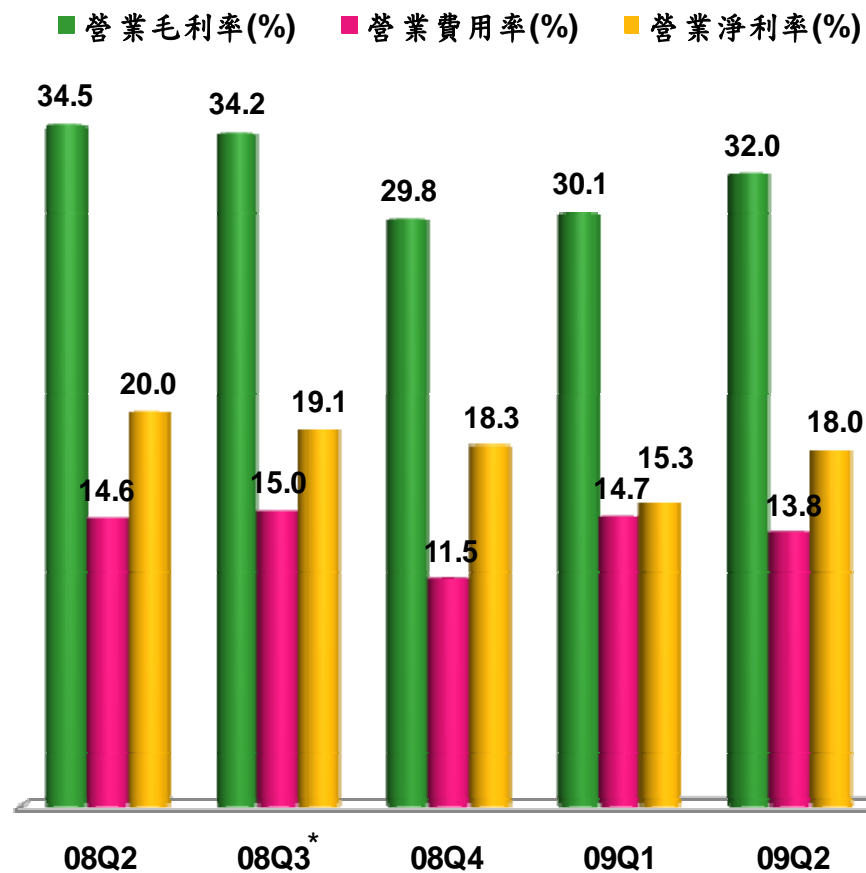
*3 已扣除現金股利每股27元，共計NT\$201.25億元。

營收及獲利趨勢

■ 營業收入



■ 獲利狀況

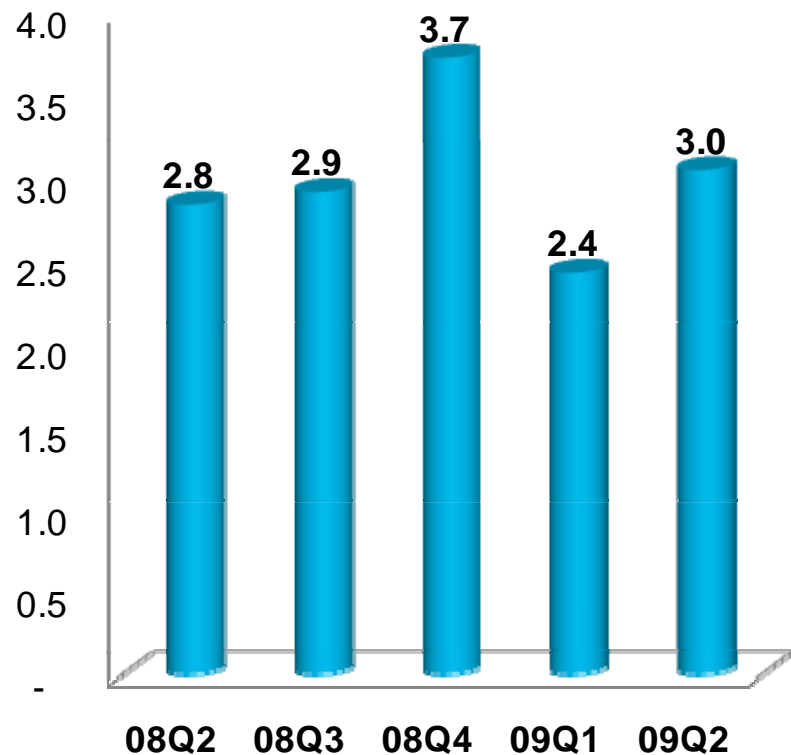


*不考慮重分類會計分錄調整與海外員工分紅調整共2.4億元，則08Q3營業淨利為74.7億元，營業淨利率為19.7%。

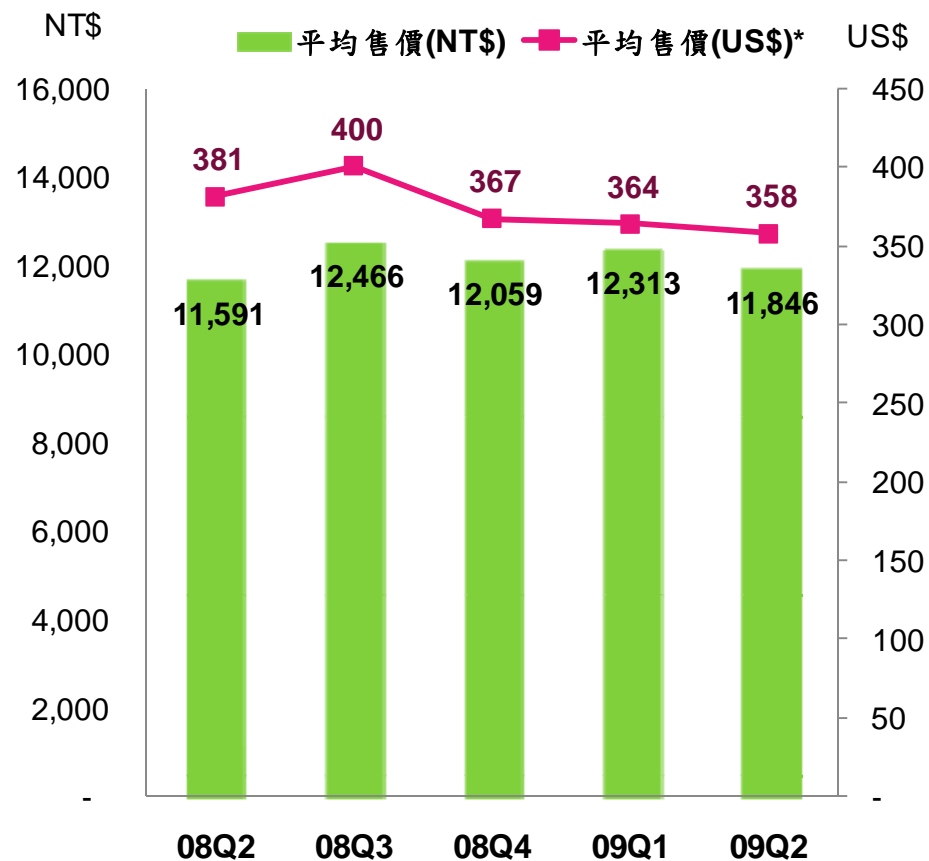
銷售量與平均單價

■ 銷售量

Unit: Million



■ 平均單價



*平均售價(US\$)係以各季平均匯率換算之，08Q2到09Q2各季平均匯率依序為 30.43, 31.16, 32.84, 33.85和33.08。

2009年第三季營運展望

- 第三季營業收入預估較去年同期減少中至高個位數之百分比，或為新台幣340億元至360億元。
- 非代工產品銷售量預估較去年同季成長中個位數之百分比，然而平均單位售價與去年同季相比下跌超過10%。代工產品營業收入與上季相比下跌。
- 營業毛利率預估約為 $32.5\% \pm 0.5\%$ 。
- 營業費用率預估約為 $15\% \pm 0.5\%$ 。

*上述財務數字均以非合併財務數字表示。

2009年全年營運展望

- 2009年營業收入與2008年相比預估減少低至中個位數百分比(原預估年成長率為10%)。
- 營業毛利率達到原預估值30%~32%之高標範圍。
- 為擴展行銷活動以增進品牌知名度，營業費用率由原預估的13.5%增至略高於15%。
- 經營階層正執行各項必要的行動以推動第四季的營業動能。

*上述財務數字均以非合併財務數字表示。

其他議題

- 問：請說明貴公司為什麼調降2009年全年營收預估值？
 - 答：我們調降今年下半年的營收預估之主要原因為作業系統平台的變化與新平台擴展的速度以及以下三點原因(1)有部份產品推出時間由下半年延後至明年；(2)代工產品出貨量下降超過原先預估；(3)由於3G基礎建設及市場經營環境尚未成熟，中國市場成長低於預期。
 - 經營階層規劃強化HTC品牌知名度並計畫於第四季增加行銷費用以推動第二階段品牌發展，著重於全面性的產品推銷策略涵蓋銷售、行銷、通路以及銷售店面據點。
- 問：貴公司第二季毛利率及第三季預估毛利率較預期為佳，請說明未來毛利率趨勢。
 - 答：優於預期的營業毛利率不只澄清了市場過份憂慮價格的壓力，也展現本公司在經營效率的競爭力。當我們推展中價位智慧型手機產品後，本公司將持續努力改善整體經營效率包括技術、製造、業務行銷以及策略性供應鍊管理。
- 問：請說明貴公司進入中價位智慧型手機市場的產品策略。
 - 答：本公司為智慧型手機產品的先驅者，亦會在此產業週期進入成長期時繼續領導產業趨勢推展至中價位市場。我們有信心可以降低現有的智慧型手機成本架構至中價位產品水平，並仍維持產品的功能與具吸引力的使用者經驗。

其他議題

- 問：請說明當其他競爭者陸續推出Android平台手機後對貴公司的影響。
 - 答：我們很高興有更多的同業採用Android平台，因為這並不只是確認我們的願景，亦可能將改變行動通訊系統平台的產業面貌而對本公司的定位更有助益。本公司致力於以提供最佳的系統表現、專有平順的HTC使用者經驗以及協助電信業者客製化服務等，維持在Android平台的領先地位。
- 問：請問貴公司對第三款Android手機Hero的出貨預估？
 - 答：Hero發表的主要目的為推出HTC使用者經驗“Sense”，我們期望現有的Android產品系列(Magic & Hero)能共同擴展市場而非只仰賴單一Hero產品。今後，我們致力於在Android產品系列導入HTC“Sense”並提供不同的產品外觀及價格定位。
- 問：請說明使用自行開發作業系統的優劣勢。
 - 答：自行開發作業系統在智慧型手機設計上有一定的優勢，如Apple的成功。但當自行開發的作業系統不若開放性作業系統具規模效益時，使用自行開發的系統在手機設計上相較不利。本公司相信WM與Android在智慧型手機作業系統上均有其獨特市場定位，透過深耕於此兩平台，將創造本公司最大利益。

其他議題

- 問：請說明貴公司因經營自有品牌對營業費用的影響。
 - 答：HTC Sense 的推出將HTC的使用者經驗帶向另一個階段，本公司將增加行銷廣告等活動以提升本公司品牌知名度，如通路促銷活動與大眾廣告宣傳等等，故2009年全年營業費用率由原先13.5%增至略高於15%，期提升本公司品牌強度以更具競爭力。
- 問：請說明第二季底應收帳款金額增加之原因
 - 答：主要原因係為付款天數較長之客戶所佔營收比例較高所致，本公司已採行嚴謹的信用風險管理政策以維持良好的應收帳款品質，如應收帳款信用保險等風險抵減工具。