

宏達國際電子股份有限公司

第三季營運業績說明會

鄭慧明 財務長暨發言人
鄭昭義 投資人關係處長

2009年11月9日

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年第三季營運業績
- 產業概況
- 經營概況
- 2009年第三季損益狀況 (非合併)
- 2009年第三季損益狀況 (合併)
- 2009年第三季主要會計科目 (非合併)
- 2009年第三季主要會計科目 (合併)
- 營收及獲利趨勢
- 銷售量與平均單價
- 2009年第四季營運展望
- 2009年全年營運展望
- 其他議題

2009年第三季營運業績

- 第三季營業收入為新台幣340億元。
- 第三季營業毛利率為32.3%。
- 第三季營業費用率為13.9%優於原預估之(15%±0.5%)。因此，第三季營業淨利率為18.6%，亦較原預估值的中間值17.5%為佳。

*上述財務數字均來自於非合併財務報告。

產業概況

- HTC在行動通訊作業系統上建構了優勢的競爭位置，我們在微軟(Windows Mobile)與Android平台上持續維持領導地位。
- 智慧型手機於一般消費者市場之普及率逐漸上升，HTC以其在智慧型手機產業之領導地位，獲得良好的品牌知名度。
- 美國市場持續展現強勁的成長動能，歐洲市場仍然相對較為疲弱。

經營概況

- HTC持續引領微軟(WM)與Android平台上的各項創新－如在HD2(WM)，Hero與Droid Eris(Android)上所展現優異的觸控性能，HTC Sense 使用者介面及效能，以及具吸引力的手機外型設計。
- HTC在快速成長的美國市場取得優勢的夥伴位置，美國主要電信業者在本年度聖誕節旺季將我們的產品視為本季銷售的主力產品。本公司於2010年起將更強化與美國電信業者之夥伴關係。
- 第二階段品牌推展活動已於十月中旬在全球各地全面展開，尤其著重在美國與歐洲地區。我們期望不僅在此階段可因品牌活動提高營運成長動能，經營團隊更致力於建立起長期的品牌知名度。
- 我們已開始規劃及執行通路管理，以推動產品銷售並進一步建立HTC品牌知名度。

2009年第三季損益狀況（非合併）

<u>(NT\$ Billion)</u>	<u>3Q 08</u>	<u>2Q 09</u>	<u>3Q 09</u>	<u>QOQ</u>	<u>YOY</u>
營業收入	37.86	38.20	34.01	-11.0%	-10.2%
<u>營業毛利</u>	<u>12.93</u>	<u>12.24</u>	<u>10.99</u>	<u>-10.2%</u>	<u>-15.0%</u>
<u>營業費用</u>	<u>5.67</u>	<u>5.28</u>	<u>4.74</u>	<u>-10.3%</u>	<u>-16.4%</u>
營業淨利	7.23	6.89	6.32	-8.4%	-12.6%
稅前淨利	7.70	7.11	6.45	-9.4%	-16.3%
稅後淨利	6.99	6.50	5.70* ²	-12.4%	-18.5%
營業毛利率	34.2%	32.0%	32.3%		
營業費用率	15.0%	13.8%	13.9%		
每股盈餘* ¹ (元)	9.25	8.73 (除權前)	7.18		

*¹EPS估算係以當時流通在外之股數計算。

*²依台財稅字第09800257300號稅法釋令關於促進產業升級條例投資抵減之相關規定，本公司查核之所得稅費用較自結數增加NT\$5,100萬元。

2009年第三季損益狀況（合併）

<u>(NT\$ Billion)</u>	<u>3Q 08</u>	<u>2Q 09</u>	<u>3Q 09</u>	<u>QOQ</u>	<u>YOY</u>
營業收入	37.63	38.14	33.88	-11.2%	-10.0%
營業毛利	13.04	12.05	11.17	-7.3%	-14.3%
營業費用	5.65	5.17	4.74	-8.4%	-16.2%
營業淨利	7.39	6.88	6.43	-6.5%	-13.0%
稅前淨利	7.73	7.13	6.53	-8.5%	-15.5%
稅後淨利*1	6.99	6.50	5.70	-12.4%	-18.5%
營業毛利率	34.6%	31.6%	33.0%		
營業費用率	15.0%	13.6%	14.0%		
每股盈餘*2(元)	9.25	8.73 (除權前)	7.18		

*1歸屬予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 第三季主要會計科目 (非合併)

<u>(NT\$ Billion)</u>	<u>Sept 30, 08</u>	<u>June 30, 09</u>	<u>Sept 30, 09</u>	<u>QOQ</u>	<u>YOY</u>
現金* ¹	63.94	68.50	55.14	-19.5%	-13.8%
應收帳款	21.55	29.83	24.30	-18.5%	12.7%
存貨	7.88	4.46	4.29	-3.7%	-45.5%
股東權益	56.00	56.93* ²	60.31	5.9%	7.7%
備抵存貨準備	1.48	2.79	3.23	15.6%	118.7%
備抵呆帳準備	0.54	0.75	0.75	0.0%	38.5%
產品售後服務準備	4.86	5.28	5.46	3.4%	12.4%

*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 第三季主要會計科目 (合併)

<u>(NT\$ Billion)</u>	<u>Sept 30, 08</u>	<u>June 30, 09</u>	<u>Sept 30, 09</u>	<u>QOQ</u>	<u>YOY</u>
現金*1	66.33	70.57	57.98	-17.8%	-12.6%
應收帳款	21.21	29.40	23.99	-18.4%	13.1%
存貨	8.47	5.58	5.18	-7.2%	-38.8%
股東權益*2	56.00	56.93*3	60.31	5.9%	7.7%
備抵存貨準備	2.07	2.98	3.40	14.0%	64.1%
備抵呆帳準備	0.61	0.79	0.79	0.1%	29.5%
產品售後服務準備	4.85	5.28	5.46	3.4%	12.6%

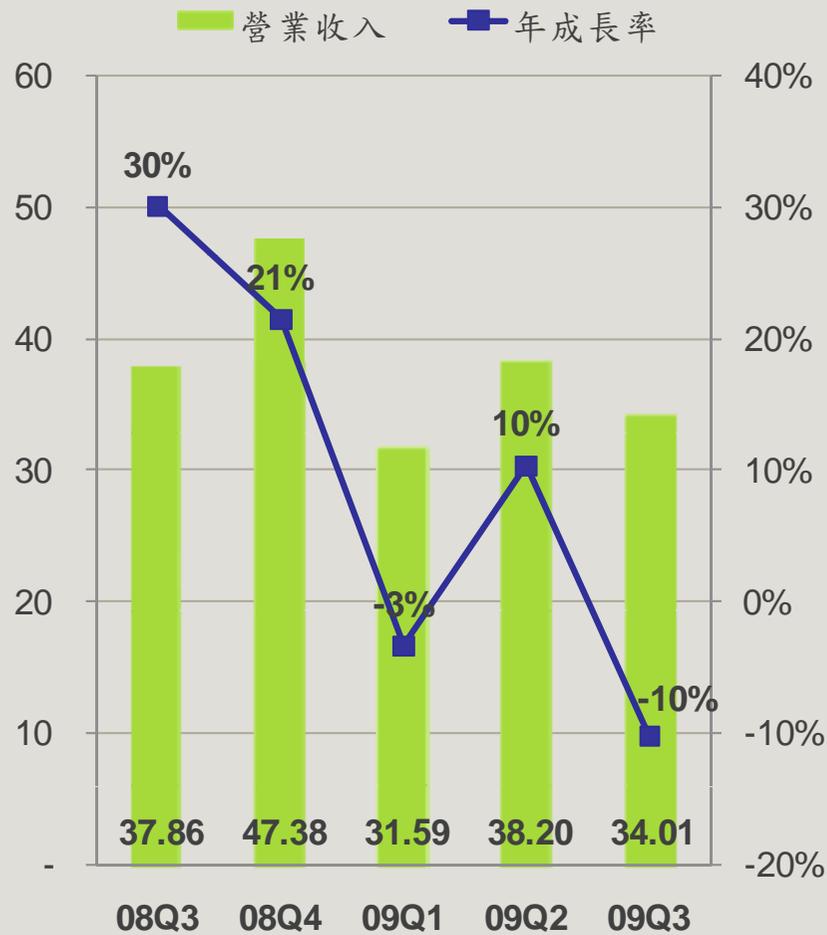
*1 包含約當現金。

*2 歸屬予母公司股東之股東權益，不包含少數股權。

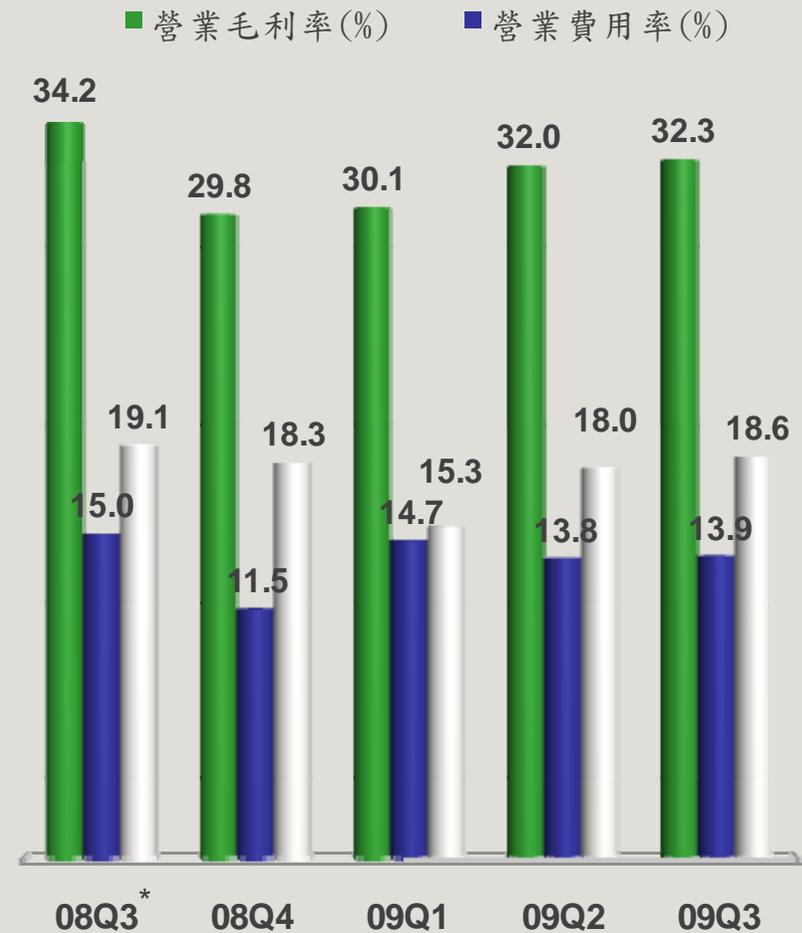
*3 已扣除現金股利每股27元，共計NT\$201.25億元。

營收及獲利趨勢

• 營業收入



• 獲利狀況

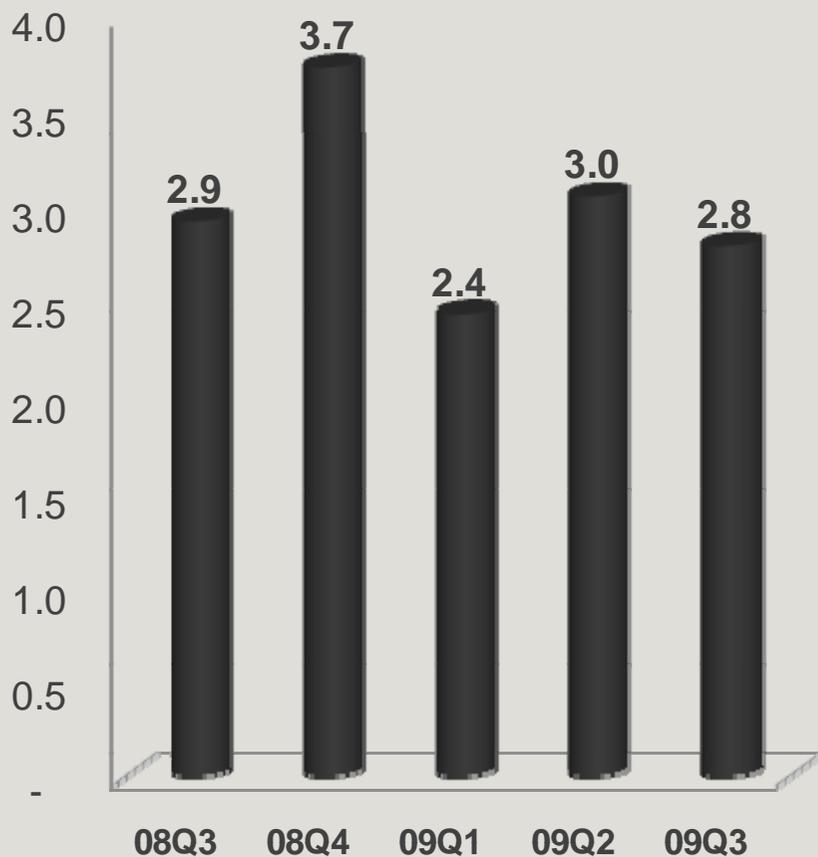


*不考慮重分類會計分錄調整與海外員工分紅調整共NT\$2.4億元，則08Q3營業淨利為NT\$74.7億元，營業淨利率為19.7%。

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，08Q3到09Q3各季平均匯率依序為 31.16, 32.84, 33.85, 33.08和32.87。

2009年第四季營運展望

- 第四季品牌產品銷售量預估將比去年同期成長5%至6%，而代工產品之產品週期將屆末期；第四季營業收入預估為新台幣400億元至420億元之間。
- 營業毛利率預估約為32.5% ± 0.5%。
- 本季預期將有較高的行銷費用預算，營業費用率預估約為17% ± 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

- 全年營業收入維持原預估值，與2008年相比預估減少中個位數百分比。
- 營業毛利率達到原預估值30%~32%之高標範圍。
- 營業費用率約15%，維持原預估值。

*上述財務數字均以非合併財務數字表示。

其他議題

問：請說明自上次法說會之後Android平台的發展狀況。

答：如所預期般，經由主要電信業者積極地推動Android系列產品，美國市場持續成長；但歐洲方面，儘管歐洲電信業者同樣對Android平台展現承諾，但由於消費者對Android平台較缺乏了解，因此歐洲市場相對於美國市場的成長較為緩慢。經營團隊藉由強化HTC品牌知名度提高Android平台的消費者認知，我們認為其他同業陸續推出Android新產品亦可增進Android的知名度。

問：請問在微軟推出WM 7.0 版本之前，貴公司在此過渡期間之微軟產品策略？

答：我們視微軟為長期策略夥伴並認為WM平台是一個有長期競爭力的行動通訊系統平台。HTC承諾持續對WM的創新投入研發資源，近期發表的HD 2所展現的優異觸控經驗與系統效能更奠定我們在WM系統上的新里程碑。我們致力於持續保持在微軟平台的領先地位。

問：請說明規劃第二階段HTC品牌活動的想法與成本。

答：自從我們推出HTC “Sense”後，HTC的使用者經驗已進入另一里程碑。我們相信對於HTC及電信業者客戶而言，建立一個強大的HTC品牌來傳達HTC經驗以拓展我們的市場佔有率是非常必要的。經營團隊決定增加第四季行銷預算(第四季營業費用率預估約為17%±0.5%)以推動我們的第二階段品牌活動，我們也會持續第二階段品牌活動至2010年以建立長期的品牌知名度。

其他議題

問：請說明貴公司在推出中價位智慧型手機後的產品策略。

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。此中價位產品佔營收比重自今年下半年起已逐漸增加，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。

問：請說明在增加行銷費用預算與推出中價位系列產品後，貴公司未來的毛利率趨勢。

答：從我們逐季提升的營業毛利率的事實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。當我們開始推出中價位智慧型手機產品及增加品牌活動的行銷預算後，我們將持續地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。此外，經營團隊仍會秉持嚴謹的財務紀律及管理制度來追蹤行銷費用與營運收益的綜效。

問：貴公司所處的產業現今不斷有新加入者與既有業者彼此競爭消長，貴公司有何長期策略可屹立在此產業中。

答：本公司將以提升品牌知名度及強化產品之差異化與創新，俾使達到長期市場佔有率成長，並且致力於在歷經產業競爭消長後成為強大的智慧型手機領導廠商。

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。越多的OEM採用Android平台將使此平台成為主流並邊際化其他競爭平台。本公司致力於提供領導且優異的差異化產品、擴大電信業者的行銷管道以及區隔化的品牌策略等，維持在Android平台的領先地位。

問：請說明貴公司與中國移動簽署合作備忘錄後，貴公司在中國的經營狀況。

答：本公司與中國移動簽署合作備忘錄更強化我們在中國市場發展的夥伴關係。我們持續對中國市場表示長期樂觀的看法，然而在中國3G網路系統基礎建設及經營環境尚未完全成熟下，短期間對我們營運貢獻度仍然有限。我們不僅專注於中國移動的TD系統，本公司業已針對中國所有的系統開始開發各項產品。

問：請問貴公司對第三款Android手機Hero的出貨預估？

答：Hero為本公司首款手機結合了HTC使用者經驗“Sense”，我們期望現有的Android產品系列(G1, Magic, Tattoo, Hero & Droid Eris)能共同擴展整體市場而非只仰賴單一Hero產品。今後，我們致力於將HTC“Sense”全面結合在Android產品系列，並提供不同的產品外觀及價格定位。

其他議題

問：請說明Moto在Verizon推出搭載Android 2.0的手機後，是否對貴公司在android的領先地位產生影響？

答：由以下三點可證明本公司在Android平台維持領先地位；(1)本公司目前在全球的Android市場佔有率領先；(2)我們擁有最完整的Android產品系列，涵蓋多種的平台架構、手機外形與價格區隔；(3)在Android平台上搭載最具附加價值與最佳效能的軟體介面(HTC Sense)彰顯出我們領先的技術。我們相信獨有的軟體介面可證明領先的技術能力，反之則顯示在Android平台較無可差異化的技術能力。

htc
quietly brilliant