

宏達國際電子股份有限公司

第四季營運業績說明會

鄭慧明 財務長暨發言人
鄭昭義 投資人關係處長

2010年 1月26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年第四季營運業績
- 2010年目標：HTC品牌年
- 經營概況
- 董事會重要決議
- 2010年第一季營運展望
- 2009年第四季損益狀況 (非合併)
- 2009年第四季損益狀況 (合併)
- 2009年第四季主要會計科目 (非合併)
- 2009年第四季主要會計科目 (合併)
- 營收及獲利趨勢
- 銷售量與平均單價
- 其他議題

2009年第四季營運業績

- 第四季營業收入為新台幣410億元。
- 第四季營業毛利率為32.0%。
- 第四季營業費用率為17.2%；因此，第四季營業淨利率為14.9%，符合原預估值。

*上述財務數字均來自於非合併財務報告。

2010年目標：HTC品牌年

- 品牌智慧型手機的首選。
- HTC品牌以銷售量成長與擴大產品組合深入大眾消費市場。
- 持續地推動行銷活動以增進品牌知名度。

經營概況

- HD2成功地引領創新並帶動消費者對HTC微軟(WM)平台手機廣泛的關注與喜愛，助使HTC在WM平台過渡期間持續WM產品的動能並維持我們在WM平台的領導地位。
- Nexus One的推出展現了HTC在Android平台的領先地位以及我們與Google在行動通訊市場的策略夥伴關係；此外，發表此款Google手機亦同時顯著地提升HTC品牌與Android平台的知名度。
- 確實執行第二階段品牌發展獲得全球電信業者認可採用HTC品牌產品，此成果達到經營團隊之期望。
- HTC Smart為擴大HTC品牌市場觸角的起步，將可助使本公司有效益地增長營運規模以拓展市場範疇。

董事會重要決議

- 董事會決議民國99年股東常會召開日期為 99年6月18日，99年屆期改選獨立董事選任設置名額為2名。
- 董事會決議99年度員工分紅之盈餘提撥率為員工分紅前稅後淨利之18%。
- 董事會通過晉升劉慶東營運長為公司資深執行副總經理暨研發與營運總經理。

2010年第一季營運展望

- 第一季品牌產品銷售量預估將比去年同期成長超過30%。
- 第一季營業收入預估為新台幣320億元至340億元之間。
- 營業毛利率預估約為30.0% ± 0.5%。
- 營業費用率預估約為17.0% ± 0.5%。

*上述財務數字均以非合併財務數字表示。

2009年第四季損益狀況（非合併）

<u>(NT\$ Billion)</u>	<u>4Q 08</u>	<u>3Q 09</u>	<u>4Q 09</u>	<u>QOQ</u>	<u>YOY</u>	<u>2009</u>	<u>YOY</u>
營業收入	47.38	34.01	41.08	20.8%	-13.3%	144.88	-5.0%
營業毛利	<u>14.10</u>	<u>10.99</u>	<u>13.14</u>	<u>19.5%</u>	<u>-6.8%</u>	<u>45.86</u>	<u>-9.4%</u>
營業費用	<u>5.46</u>	<u>4.74</u>	<u>7.05</u>	<u>48.8%</u>	<u>29.2%</u>	<u>21.71</u>	<u>6.3%</u>
營業淨利	8.66	6.32	6.12	-3.2%	-29.3%	24.17	-20.1%
稅前淨利	8.94	6.45	6.26	-2.9%	-30.0%	25.21	-20.2%
稅後淨利	8.09	5.70	5.53	-2.8%	-31.6%	22.61	-21.0%
營業毛利率	29.8%	32.3%	32.0%			31.7%	
營業費用率	11.5%	13.9%	17.2%			15.0%	
每股盈餘*(元)	10.77	7.18	7.01			28.71	

*EPS估算係以當時流通在外之股數計算。

2009年第四季損益狀況（合併）

(NT\$ Billion)	<u>4Q 08</u>	<u>3Q 09</u>	<u>4Q 09</u>	<u>QOQ</u>	<u>YOY</u>	<u>2009</u>	<u>YOY</u>
營業收入	47.07	33.88	41.07	21.2%	-12.8%	144.49	-5.2%
營業毛利	<u>14.18</u>	<u>11.17</u>	<u>13.34</u>	<u>19.4%</u>	<u>-6.0%</u>	<u>46.16</u>	<u>-9.5%</u>
營業費用	<u>5.31</u>	<u>4.74</u>	<u>7.05</u>	<u>48.8%</u>	<u>32.8%</u>	<u>21.54</u>	<u>4.3%</u>
營業淨利	8.88	6.43	6.29	-2.2%	-29.1%	24.62	-18.9%
稅前淨利	8.97	6.53	6.29	-3.7%	-29.9%	25.40	-20.0%
稅後淨利*1	8.09	5.70	5.53	-2.8%	-31.6%	22.61	-21.0%
營業毛利率	30.1%	33.0%	32.5%			31.9%	
營業費用率	11.3%	14.0%	17.2%			14.9%	
每股盈餘*2(元)	10.77	7.18	7.01			28.71	

*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第四季主要會計科目（非合併）

<u>(NT\$ Billion)</u>	<u>Dec 31, 08</u>	<u>Sept 30, 09</u>	<u>Dec 31, 09</u>	<u>QOQ</u>	<u>YOY</u>
現金*	61.83	55.14	64.17	16.4%	3.8%
應收帳款	29.80	24.30	27.57	13.5%	-7.5%
存貨	7.42	4.29	4.74	10.4%	-36.1%
股東權益	60.66	60.31	65.64	8.8%	8.2%
備抵存貨準備	1.62	3.23	3.13	-3.2%	92.5%
備抵呆帳準備	0.55	0.75	1.01	35.0%	83.2%
產品售後服務準備	5.23	5.46	5.29	-3.1%	1.2%

*包含約當現金。

2009第四季主要會計科目（合併）

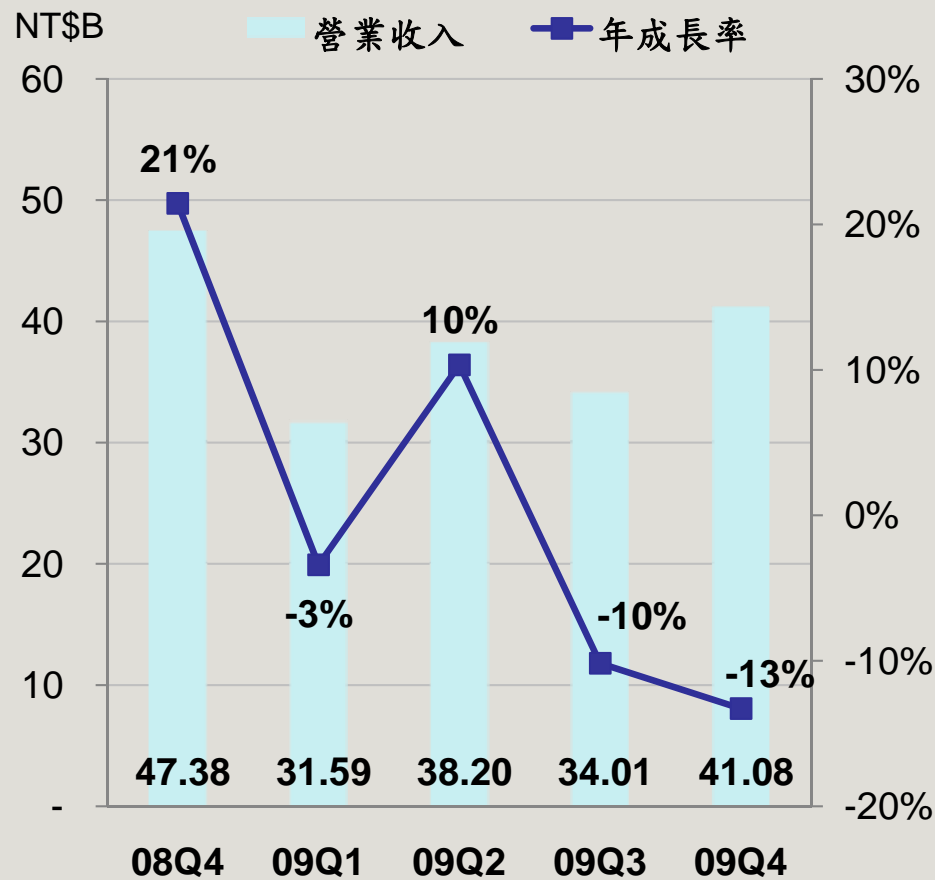
<u>(NT\$ Billion)</u>	<u>Dec 31, 08</u>	<u>Sept 30, 09</u>	<u>Dec 31, 09</u>	<u>QOQ</u>	<u>YOY</u>
現金*1	64.24	57.98	67.14	15.8%	4.5%
應收帳款	29.45	23.99	27.13	13.1%	-7.9%
存貨	8.25	5.18	5.56	7.3%	-32.6%
股東權益*2	60.66	60.31	65.64	8.8%	8.2%
備抵存貨準備	1.91	3.40	3.25	-4.4%	70.2%
備抵呆帳準備	0.58	0.79	1.02	28.9%	77.0%
產品售後服務準備	5.23	5.46	5.27	-3.6%	0.7%

*1包含約當現金。

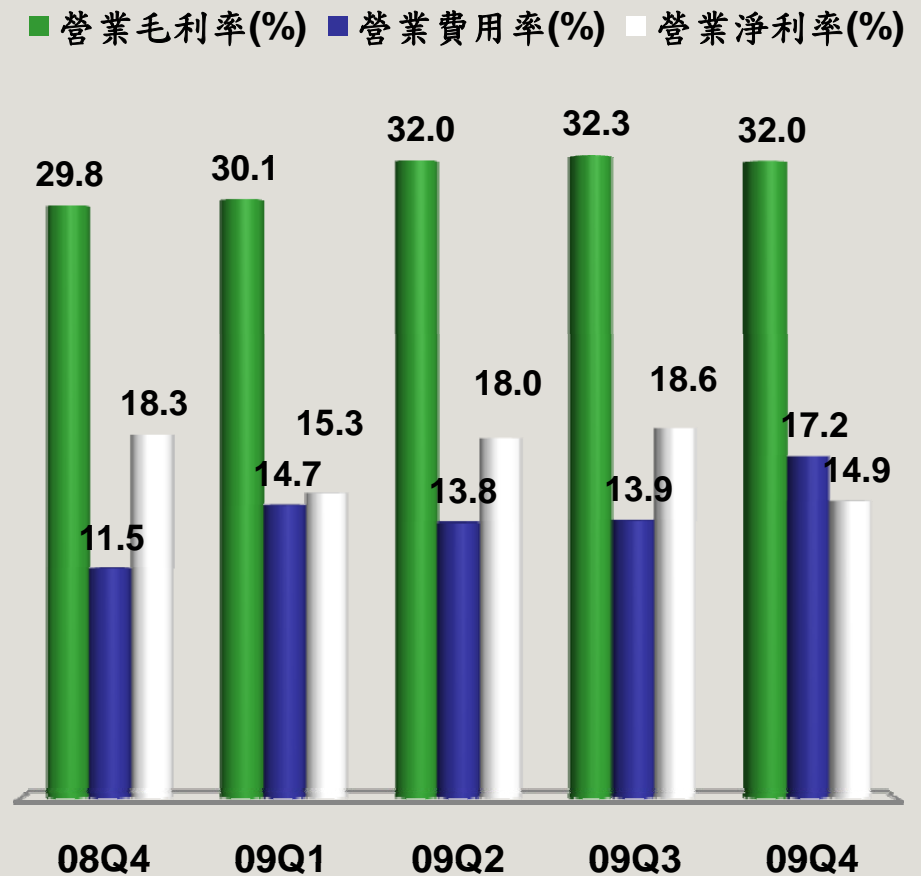
*2歸屬予母公司股東之股東權益，不包含少數股權。

營收及獲利趨勢

• 營業收入



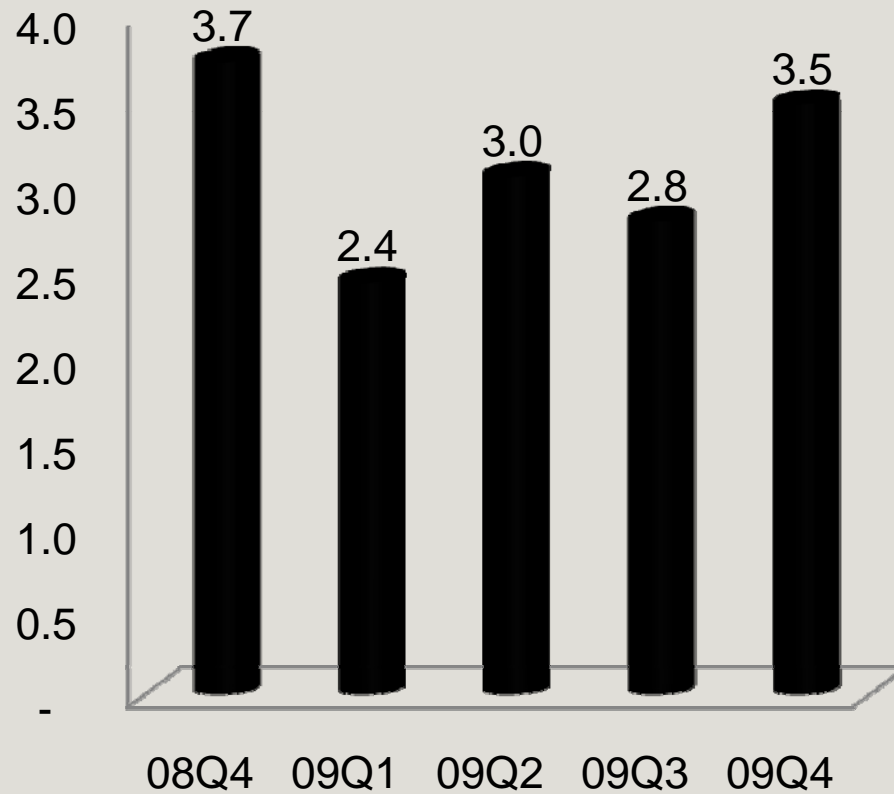
• 獲利狀況



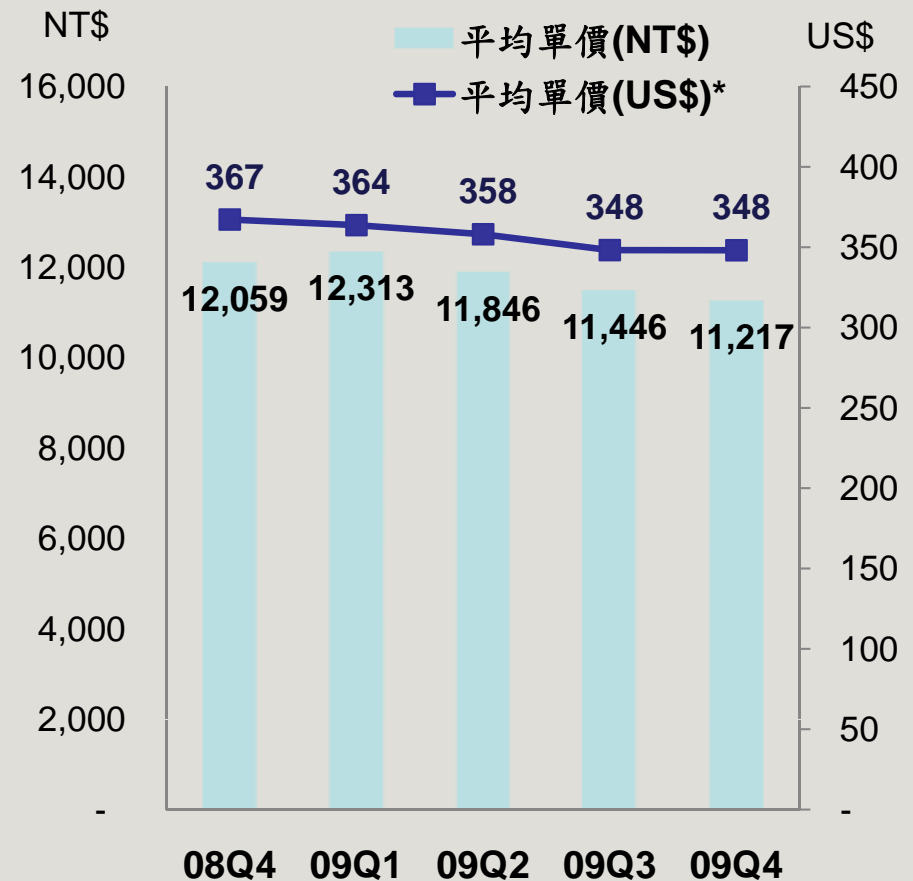
銷售量與平均單價

• 銷售量

Unit: Million



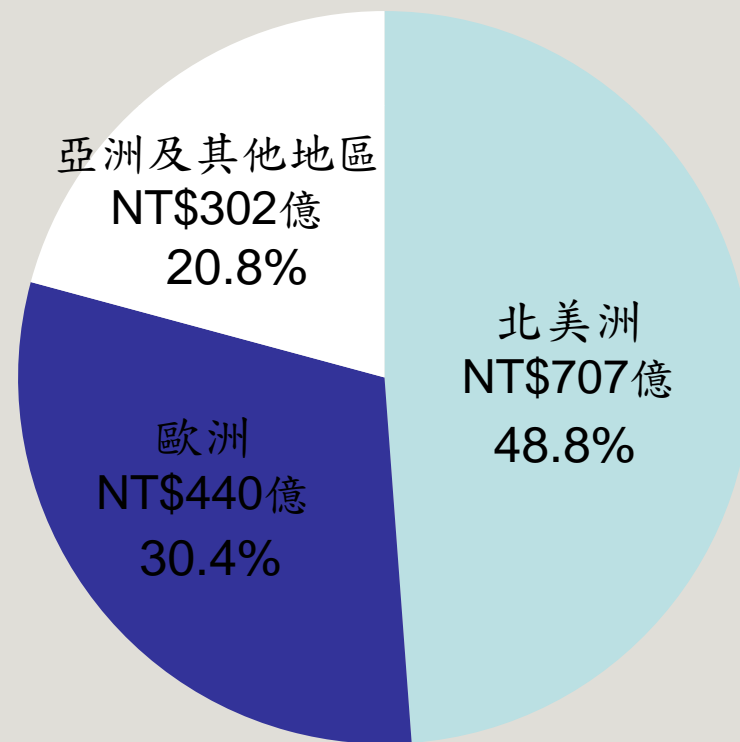
• 平均單價



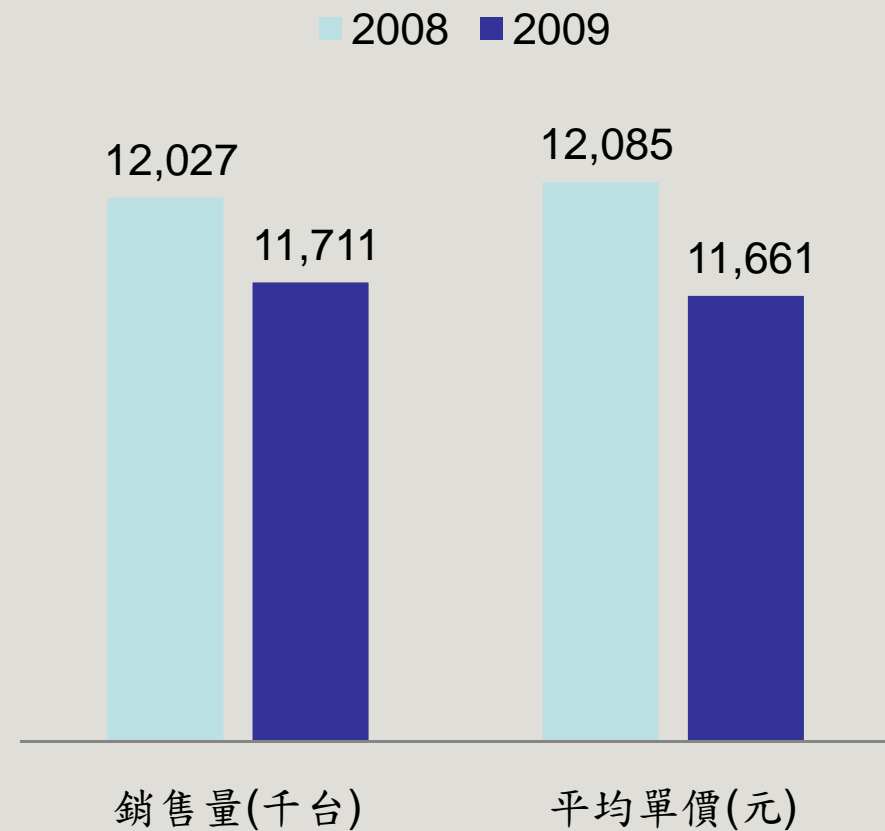
*平均售價(US\$)係以各季平均匯率換算之，08Q4到09Q4各季平均匯率依序為 32.84, 33.85, 33.08, 32.87 和 32.22。

2009 銷售統計

• 營業收入地區別



• 銷售量與平均單價



其他議題

- 問：請說明貴公司在規模經濟聚焦的策略下與推出Brew行動平台後的ASP變化。
 - 答：本公司未來ASP變化將與產業平均值變化相當，或因產品組合與價格優勢策略而加速其變化。
- 問：請說明貴公司自去年第四季推動第二階段品牌行銷活動後的營業費用變化。
 - 答：營業費用率將會因建立品牌知名度而呈現增加的趨勢，但非行銷相關的營業費用將會受惠於銷售量增加而降低單位成本。
- 問：請說明貴公司在規模經濟聚焦的策略下與推出Brew行動平台後的margin變化。
 - 答：由於產品組合及價格優勢策略，今年度本公司margin將會比2009年度為低。
- 問：請說明主要的美國電信客戶於假期旺季的銷售狀況。
 - 答：美國地區持續為本公司銷售最旺盛的區域，尤其在Verizon的Eris及Sprint的Hero推出假期促銷專案後，整體假期旺季的銷售狀況符合本公司的預期；我們有信心在2010年以各款展新產品持續我們在美國市場的銷售強度。

其他議題

- 問：請說明歐洲市場動能是否已經復甦，特別是Android平台的成長狀況？
 - 答：歐洲市場已呈現穩定且存貨狀況也有改善。本公司近期創新的HD2微軟手機在歐洲引起廣泛的銷售熱潮，我們目標自2010年起本公司新Android產品再度帶動歐洲市場的銷售動能。
- 問：請說明在第一季新舊產品交替期間每月營收變化。
 - 答：由於第一季季節性淡季與新舊產品交替影響，我們認為本季每月營收將呈現波動變化，2月份(中國農曆新年)時達到底部，而3月份營收狀況將依新產品量產速度而定。
- 問：請說明貴公司客戶對於HTC上半年度新產品發展規劃的回應。
 - 答：我們對於上半年度提供給全球客戶的各款新產品深具信心；經營團隊致力於更拓展我們在美國市場佔有率並激發我們在歐洲的成長動能。
- 問：Google手機雖非為代工產品，但是否仍然會對HTC自有品牌事業產生影響？
 - 答：HTC與Google共同合作發展最先進的Android手機-Nexus One-我們認為有以下三項正面的影響：(1)Google的網路商店將是增補(而非取代)傳統零售與電信業者銷售的新通路，並從Google首先合作的電信業者(T-Mobile, Verizon, Vodafone)可確立這個新營運方式有強大的成長潛力。(2)我們的目標是同時以Nexus One和創新的HTC Sense產品來提高我們在主要電信業者的整體Android市佔率。(3)可憑藉此高話題性產品更增強HTC品牌知名度。

其他議題

- 問：請說明當其他業者陸續推出Android手機後對Android競爭環境的影響。
 - 答：自HTC陸續推出優異品質的Android產品、獨特的HTC Sense使用者經驗與電信業者導向的客製化服務後，我們將Android的創新領域提升到更高階段的標準，也因此提高了其他競爭者的進入門檻。我們有信心能持續創造價值及維持我們在Android平台的領先地位。
- 問：請從行動通訊應用軟體平台的角度，說明現今的競爭環境。
 - 答：我們持續相信微軟系統與Android系統可以其自有的行動通訊應用軟體平台帶給不同需求的消費者族群其獨特的使用者經驗。儘管Android系統才剛起步且目前使用者人口相對較少，但現已成為第二大應用軟體程式商店，我們相信接下來的WM7.0亦將展現優異的行動通訊應用軟體平台系統。
- 問：請說明貴公司推出HTC Smart的願景，是否會在Brew系統上搭載HTC Sense?
 - 答：本公司期望HTC Smart可助使智慧型手機市場擴展至更廣泛的消費者市場，此新產品展現出我們的創新－以實惠的價格及簡易的操作吸引更普及的消費者市場。我們認為僅僅加上觸控功能並不能稱之為智慧型手機，此產品結合Brew平台與HTC Sense不僅使Brew手機擁有相當於智慧型手機的使用者經驗，並使HTC Sense產品能有更實惠的價格。

其他議題

- 問：請說明Brew行動平台是否會侵蝕Android與WM平台的市場。
 - 答：Brew行動平台係針對初級智慧型手機之客群－滿足於基本的智慧型手機功能但對價格較為敏感，因此我們認為Brew行動平台可創造新的市場需求而非取代我們既有購買多功能性與高品質的高階微軟平台與Android平台的客群。
- 問：請說明貴公司2010年以後的股利政策。
 - 答：本公司2009年度之股利配發政策已經由董事會承諾將發放不低於新台幣200億元股息。2010年以後之股利政策將視未來營運與獲利狀況而定。
- 問：請說明中國智慧型手機市場概況與2010年對HTC的營業貢獻度為何？
 - 答：中國於2009年開通3G通訊服務，我們針對所有主要電信業者的技術標準，持續發展高品質、最佳使用者經驗與優異產品設計的各款手機，尤其針對中國獨有的TD-SCDMA系統。經營團隊仍視2010年為中國智慧型手機市場的投資年度，因此今年中國地區的營收比重仍將較歐美地區為低。我們樂觀地期待中國智慧型手機市場成長潛力並相信未來將會是公司的主要成長動能。

htc
quietly brilliant