



**鈺齊國際股份有限公司 (9802)**

**Fulgent Sun International (Holding) Co., Ltd.**

# 免責聲明

本資料由鈺齊國際股份有限公司（以下稱「本公司」）製作，且未經獨立查證。本公司並未做任何明示或暗示聲明或保證，請勿仰賴本資料中所呈現或所包含之資訊之正確性、公正性或完整性。本公司及其任何關係企業、顧問或代表人對於本資料中所呈現或包含之任何資訊造成的任何損失概不負責。本資料中呈現或包含之資訊可不經通知加以變更，且不保證其正確性。本資料不構成證券發行邀約。

公司簡介

主要產品

營運概況

未來展望



## 主要營運據點

### ● 襄誠鞋業

- 創立於2009
- 地點：湖北省襄陽市
- 產品別：戶外鞋，運動鞋
- 經過GORE-TEX認證

### ● 越南鈺齊鞋業

- 創立於2003
- 地點：越南河內
- 產品別：戶外鞋
- 經過GORE-TEX認證

### ● 長誠鞋業

- 創立於2005
- 地點：福建省長汀縣
- 產品別：戶外鞋，運動鞋

### ● 拉雅北京辦公室

- 創立於2011
- 地點：中國北京
- 主要功能：  
鞋材買賣及經銷代理

### ● 和誠鞋業

- 創立於1995
- 地點：福建省泉州市
- 產品別：戶外鞋，運動鞋
- 經過GORE-TEX認證

### ● 台灣營運總部

- 創立於2011
- 地點：雲林斗六
- 主要功能：  
發言人及財務長長期在台灣便於服務投資人以及處理集團接單及採購等事宜



# 主要產品

## 戶外功能鞋

## 運動鞋



## 多數生產工廠通過GORE-TEX認證

GORE-TEX鞋履設計通過  
Gore設備的嚴格測試確保最佳效能



- **離心機**

通過高速轉動產生之巨大離心力及水壓作全方位測試，以確保鞋履毫無滲漏

- **實地測試**

保證身處不同環境下進行不同的戶外活動時，足部亦能保持乾爽

- **虹吸量測試**

確保所使用的物料屬低虹吸量，水份不會沿鞋面往上吸至鞋領而沾濕襪子，保證GORE-TEX®鞋履防水耐用

- **屈折機**

模擬在水中步行數十萬次，確保鞋履防水耐用

- **舒適感測試**

鞋履所使用的物料（例如皮革、橡膠）都需要通過透氣測試，確保使用者舒適

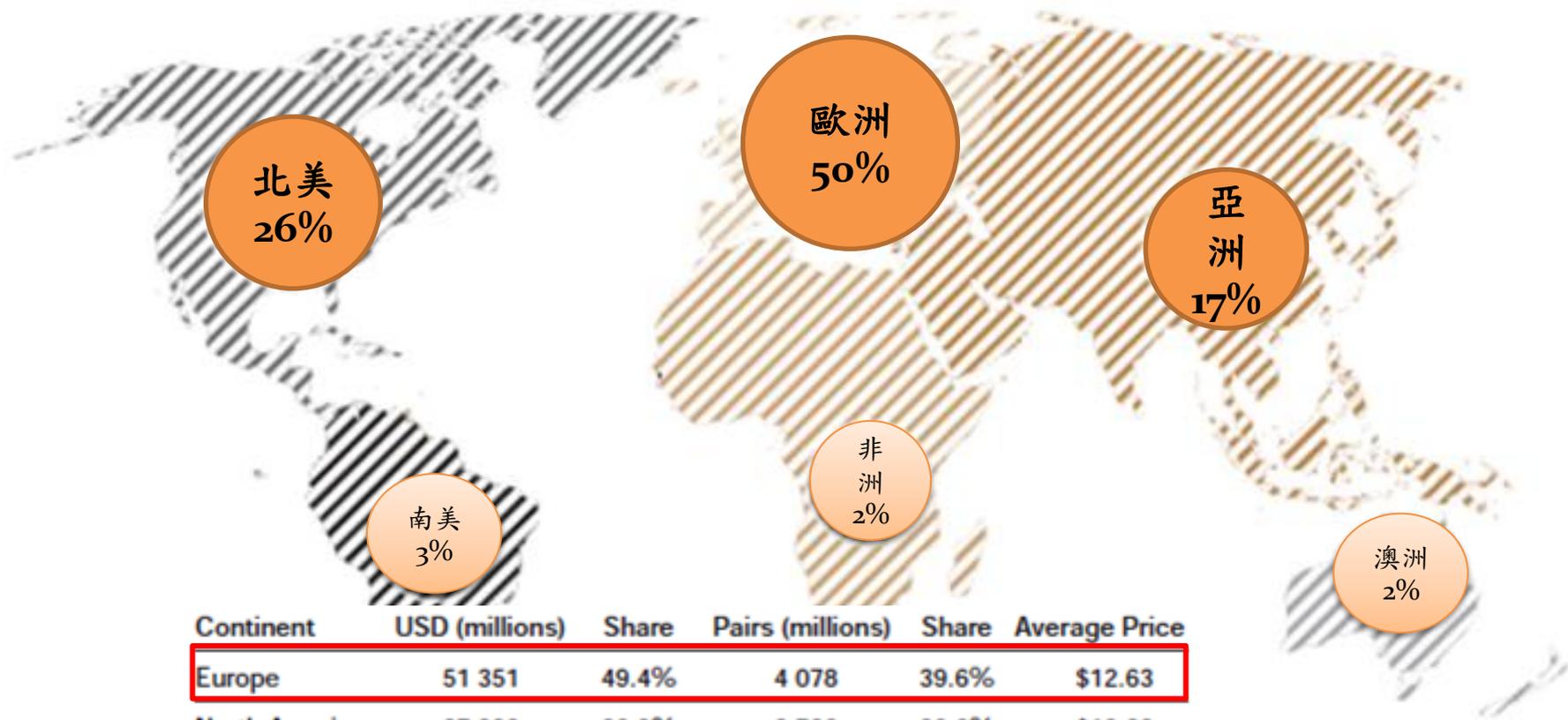
# 營運概況

單位:新台幣千元/%

排名	2011年度			2012年度			2013年第一季		
	客戶	營收	比率	客戶	營收	比率	客戶	營收	比率
1	NIKE	1,791,120	24.7	NIKE	1,360,476	23.1	DKL	326,990	19.2
2	DKL	1,288,489	17.8	DKL	1,056,549	18.0	NIKE	182,851	10.7
3	LI-NING	835,973	11.5	Columbia	717,672	12.2	Meindl	152,617	8.9
4	Meindl	697,902	9.6	Meindl	388,405	6.6	Columbia	128,230	7.5
5	Columbia	555,625	7.7	Salewa	312,922	5.3	Brown Shoe	97,689	5.7
6	Mammut	359,269	5.0	Mammut	290,049	4.9	LA SPORTIVA	93,088	5.5
7	Salewa	280,186	3.9	K2	230,298	3.9	Salewa	87,470	5.1
8	Inoveight	279,158	3.8	Inoveight	227,463	3.9	Inoveight	85,546	5.0
9	LA SPOTIVA	270,150	3.7	LI-NING	222,162	3.8	K2	63,704	3.7
10	ASG	107,476	1.5	LA SPOTIVA	200,883	3.4	Mammut	49,295	2.9
合計	合計	6,465,348	89.2	合計	5,006,879	85.1	合計	1,267,480	74.2

## 歐洲是全球鞋業最大消費市場

全球鞋業40%銷往歐洲 進口平均單價最高



Continent	USD (millions)	Share	Pairs (millions)	Share	Average Price
Europe	51 351	49.4%	4 078	39.6%	\$12.63
North America	27 990	26.9%	2 736	26.6%	\$10.23
Asia	17 899	17.2%	2 205	21.4%	\$8.12
South America	3 053	2.9%	382	3.7%	\$7.99
Africa	2 108	2.0%	724	7.0%	\$2.91
Oceania	1 629	1.6%	167	1.6%	\$9.75

Imports by Continent 2011

## 歐洲主要戶外功能鞋品牌皆為鈺齊客戶

年度	2011年度		2012年度		2013年第一季	
歐洲	3,565,680	49.18%	2,499,890	42.49%	767,628	44.96%

**INOV**



國家: 英國  
零售價: USD 90~220 \*

**DECATHLON**



國家: 法國  
零售價: USD 40~150 \*



國家: 瑞士  
零售價: USD 146~383 \*

**lafuma group**



國家: 法國  
零售價: USD 115~186 \*

**MEINDL**  
Shoes for Actives



國家: 德國  
零售價: USD 165~330 \*



國家: 義大利  
零售價: USD 120~330 \*

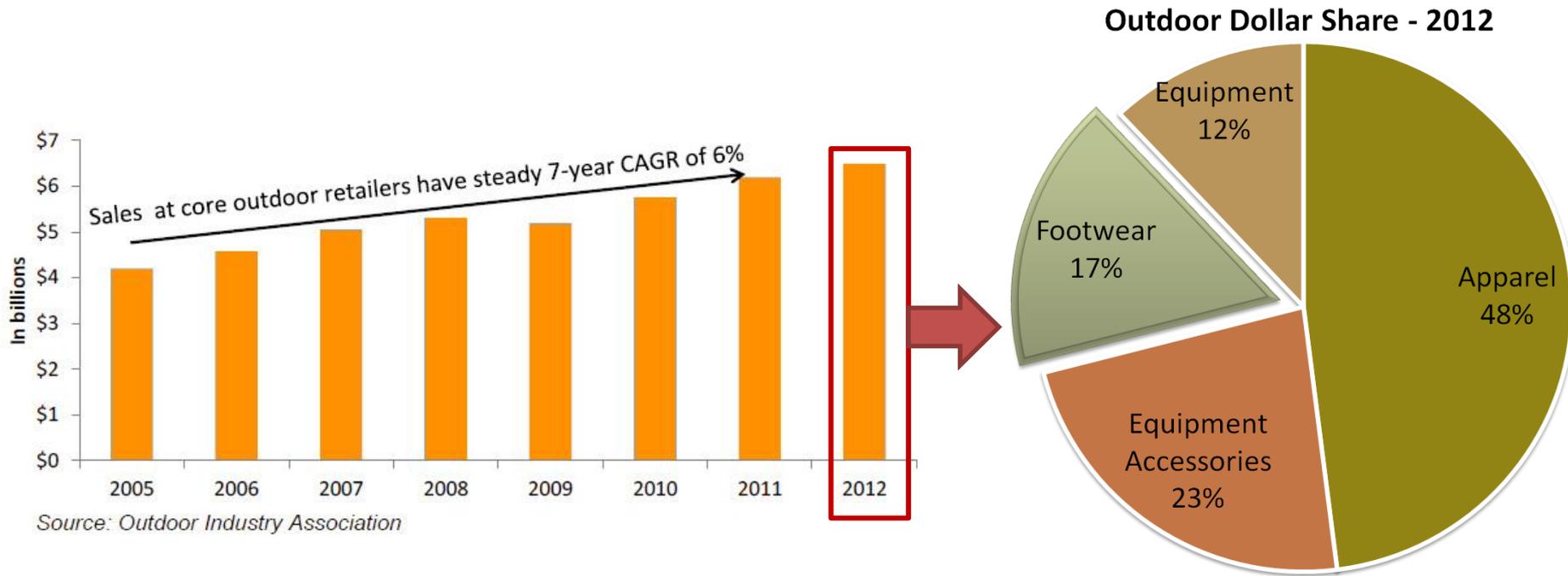
**LA SPORTIVA**



國家: 義大利  
零售價: USD 120~200 \*



## 美國戶外功能鞋市場成長穩定，年複合成長率達6%



## 鈺齊擁有美國運動鞋與戶外鞋最大品牌客戶利基

年度	2011年度		2012年度		2013年第一季	
美洲	1,268,407	17.49%	1,420,409	24.14%	323,888	18.97%



國家: 美國  
零售價: USD 20~400 \*



國家: 加拿大  
零售價: USD 38~800 \*



國家: 美國  
零售價: USD 25~170 \*



國家: 美國  
零售價: USD 15~125 \*



國家: 美國  
零售價: USD 50~130 \*

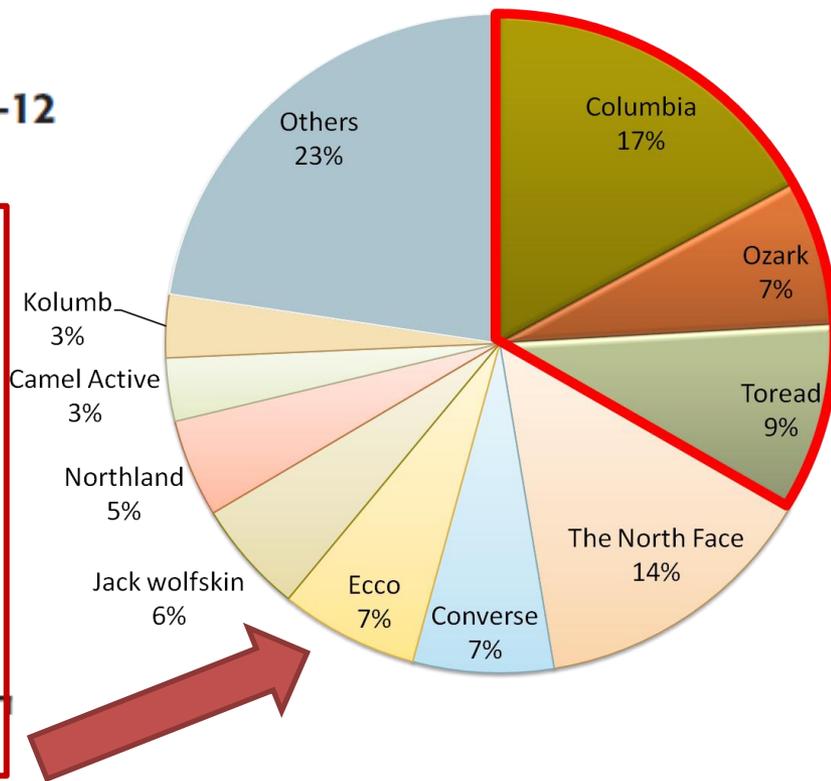
## 中國市場成長性最強 年增率超過10%

### Outdoor wear sales to see CAGR of 30% during 2009-12



Source: Hyundai Securities

### Outdoorwear market shares in China



## 鈺齊是國際品牌搶攻亞洲市場最重要的合作夥伴

年度	2011年度		2012年度		2013年第一季	
亞洲	2,387,404	32.92%	1,910,687	32.47%	601,366	35.22%



國家: 中國  
零售價: USD 45~315 \*



國家: 中國  
零售價: USD 23~156 \*



國家: 日本  
零售價: USD 210~580 \*



國家: 韓國  
零售價: USD 50~120 \*



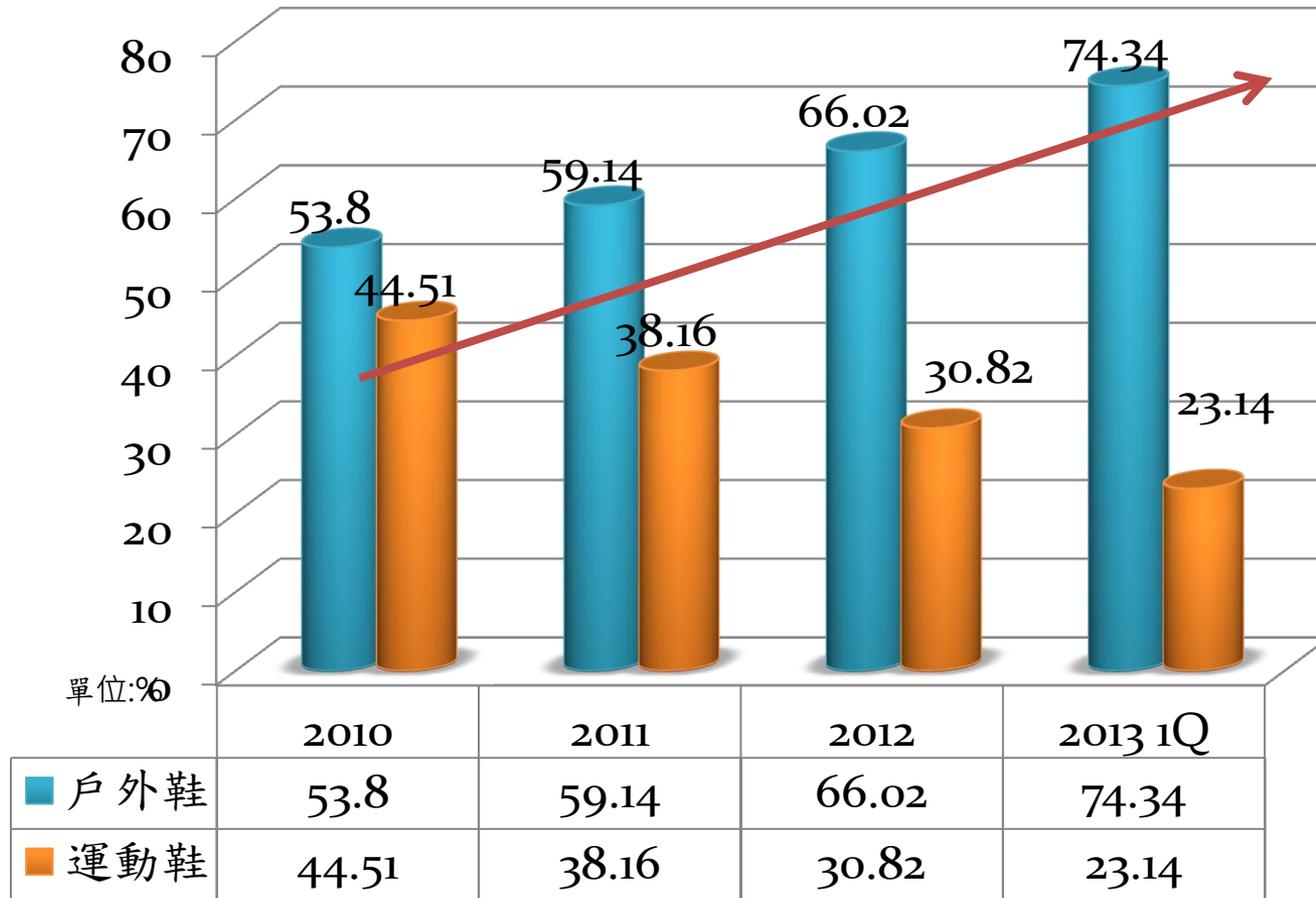
國家: 韓國  
零售價: USD 50~130 \*

## 鈺齊最近三年簡明損益表

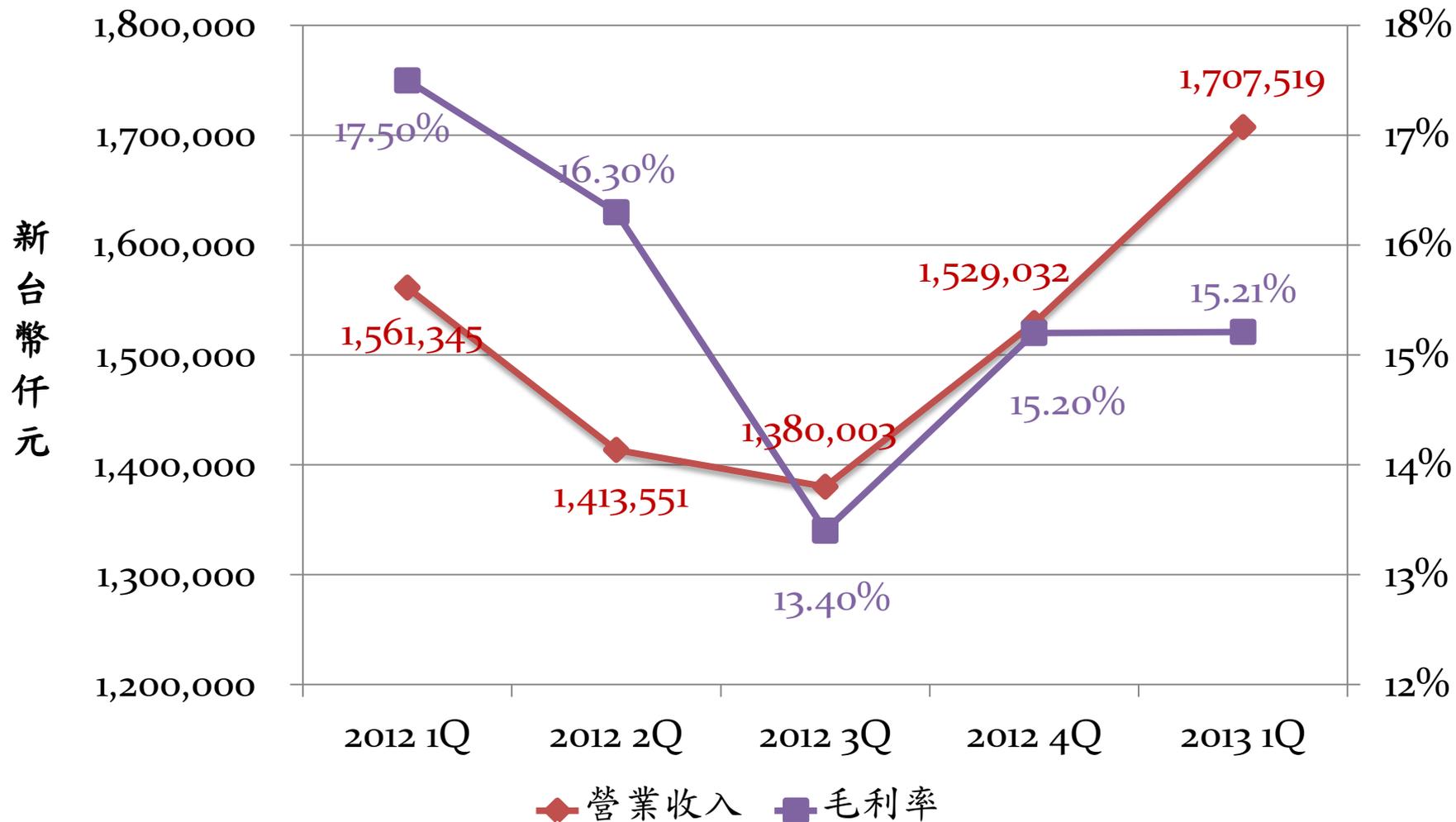
單位:新台幣百萬元

年度	2010	2011	2012	2013 Q1
營業收入	5,928	7,251	5,884	1,708
營業成本	4,725	5,971	4,965	1,448
營業毛利	1,203	1,280	919	260
營業毛利率	20.3%	17.7%	15.6%	15.2%
營業費用	467	678	698	192
營業利益	736	602	221	68
營業外收支	32	72	28	15
稅前純益	768	674	249	83
所得稅(費用)利益	(136)	(203)	37	(14)
稅後純益	632	471	286	69

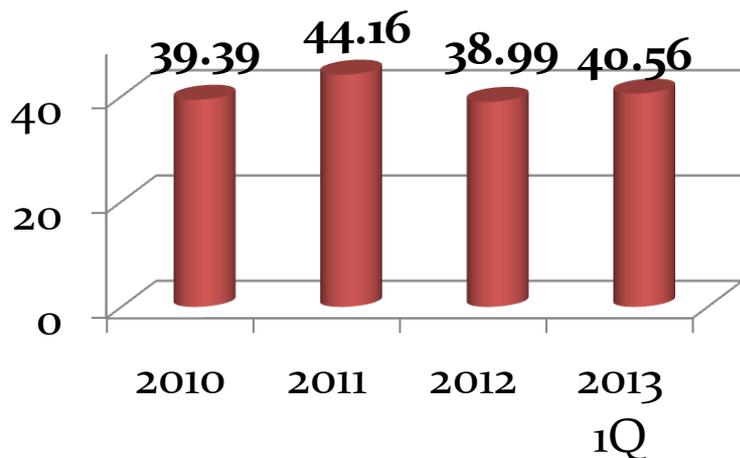
## 戶外功能鞋比重穩定上升



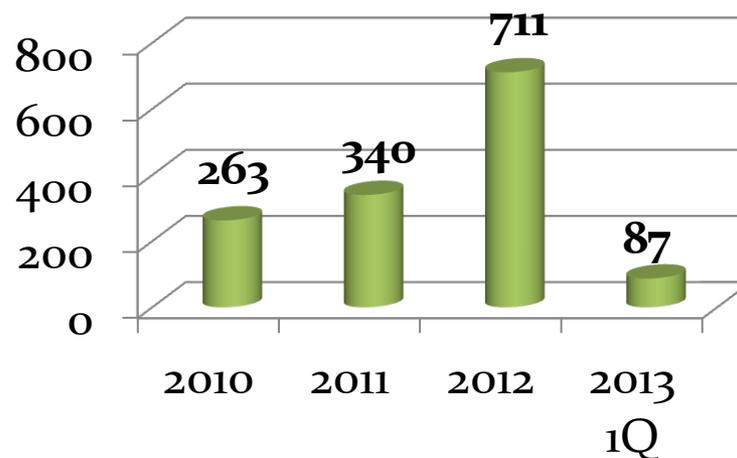
## 歐債事件影響已過 營運回歸正常趨勢



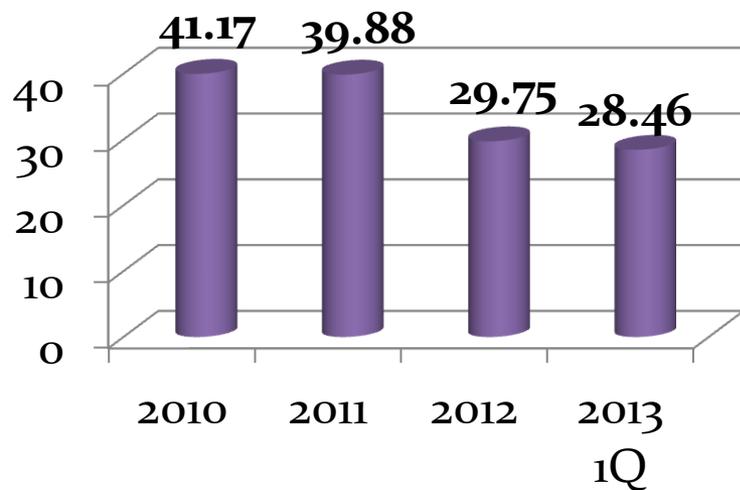
## 每股淨值(新台幣元)



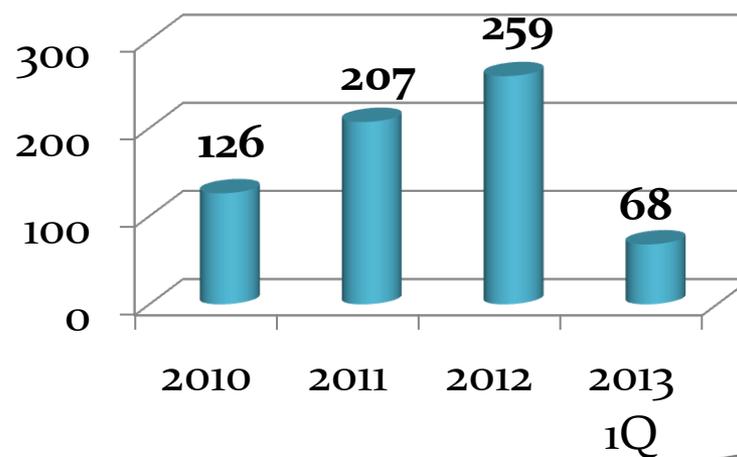
## 營業活動淨現金流入



## 負債比率



## 折舊費用



## 鈺齊主要競爭優勢

專注戶外功能鞋市場，品牌客戶分散且客製化程度高

擁有全球知名品牌之客戶群

多數工廠通過Gore-Tex認證，產品擁有更佳毛利率水準

中國為主要生產基地，可降低客戶擴張中國市場之成本

工廠產能可機動調整，以因應客戶訂單需求

## 製造代工

- 持續強化核心功能鞋之生產技術
- 致力獲得國際知名品牌客戶百分之百之信任，  
進而與其建立互惠依存之合作夥伴關係

## 拉雅通路

- 持續拓展代理銷售業務、深耕大中華區市場

# 拉雅通路 大中華區獨家代理歐洲戶外品牌

La Sportiva 品牌專區  
- 產品銷售定位登山、越野自行車  
與多功能鞋款



Inoveight 品牌專區  
- 產品銷售定位越野  
慢跑鞋等多功能鞋款

GORE-TEX® 技術品牌形象  
- 詮釋產品功能設計與技術創  
造消費者的舒適與實用性

Q&A

敬請指教