

一、一一三年度營業計畫概要

(一)經營方針

- 1、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極板沖壓成型等連續性生產設備和優化CAD/CAM及防呆設計與現場提案改善活動，以先進的品質管控，提高生產效率和品質管制及客戶滿意度並進行產線流程及動線合理化之審視與改善，導入自動生產線，以節省人力，精進對製程高耗能設備及相關節能與循環再利用以及能源管理系統的改善，持續保有高性價比之製造優勢，兼備優異品質並提升生產效率與稼動率，擴增生產量能。
- 2、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)、汽車MF市場及遊艇電池和純鉛電池等，並積極參與國內外大型公共工程、政府採購、網通、電信及數據中心(Data Center)等標案。
- 3、涉入鋰電池產業及推出相關鋰電池應用產品進入市場並積極布局與業務開發。
- 4、擴展自有品牌能見度及全球市場占有率，並持續加重新興市場與新客戶之開發。
- 5、建立團隊學習模式，加速推動子公司利隆越南當地人才及高學歷幹部養成，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優質的人才資源。
- 6、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，提升產品成本合理化。
- 7、推動ESG永續經營及披露績效，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，促進股東權益，強化資訊透明，以企業核心價值拓展社會責任。
- 8、進行持續營運之風險評估和因應及強化供應鏈韌性與當地採購，俾利企業能持續業務及運作，將可能對企業營運造成的風險及衝擊儘量減至最低。
- 9、推動「淨零碳排」之減碳進程，提升再生能源使用量及更積極的節能減碳與減廢等作為，盤查組織據點及生產據點之直接排放和能源間接排放量，並達成排放低減之目標，共同面對氣候變遷問題。

(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電池，在品質穩定下持續增加認可之規格並進入其國際採購之供應鏈來增大出貨量；另公司亦已進入越南當地通信基地台及數據中心與公共工程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。再生能源與綠能儲能需求持續提升，尤以大型長壽命電池為多，再者，公司積極投入國內外及越南當地大型標案市場，亦有助於加大公司產品之市場滲透度與占有率。而在與既有客戶保有厚實與緊密互信的銷售合作之外，新市場與新客戶及鋰電池新事業之開拓及其新產品之推出亦將挹注更多績效。

預計 113 年度銷售數量因大型化電池需求增多，預測銷售數量約為 19,500 仟個。

(三)重要之產銷政策

1、生產政策

- (1)越南德和廠持續進行製程改善及極板沖壓成型等連續性生產設備與新穎自動化設備導入。
- (2)依客戶用途需求，致力研發遊艇、叉車、電動堆高機、大型密閉式電池及高性價比電池與綠能儲能用電池及純鉛電池等，及加大極板沖壓成型生產線之量能以降低生產成本，提升產品毛利。
- (3)持續進行節能措施、導入太陽能發電系統自發自用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)進行鋰電池產品組裝之產能規劃、產線佈置與加工及檢測設備和人員管理及製造組裝技術等資本性投資與運作。

2、銷售政策

- (1)積極投入電信通訊基地台及雲端平台、數據中心(Data Center)、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)、綠能儲能用電池與遊艇電池及純鉛電池的銷售。
- (2)推展鋰電池產品至應用市場及加大此類產品之客群與產品規格並持續提升相關自主技術及服務量能。
- (3)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。

- (4)以成本合理化及高效能電池搶攻安防監控及不斷電系統與汽車救援啟動用電池等市場。
- (5)分散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、澳洲以及亞洲東協等市場持續加深加廣開發。
- (6)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。
- (7)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。

二、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，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和純鉛電池等高端新材料研究，並導入極板沖壓成型等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，在已有豐富經驗的鉛酸蓄電池本業持續提升生產效率和產品品質外，並積極推展和擴增鋰電池產品及技術能力，以提升附加價值。

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。

三、受外部競爭環境、法規環境及總體經營環境之影響

展望 113 年，後疫情時代造成通膨加劇和經濟成長放緩的情況下，全球主要經濟研究機構預期未來一年總體經濟仍艱鉅且極富挑戰，身處於此一經濟環境中，廣隆將持續積極開發南亞、東南亞、非洲及中東等潛力市場，並布局電信通訊基地台及雲端平台、數據中心(Data Center)、遊艇電池與叉車和電動堆高機電池、純鉛電池及鋰電池等相關應用市場，且擴展已獲得客戶品質肯定的大密長壽命電池及高功率電池和高溫電池與機車起停電池等的銷售；越南經濟成長逐步復甦轉為強勁，預料當地的電池市場將可有較高的成長幅度。而隨著子公司利隆越南量能及客戶之需求提升，本公司將強化成本及費用控制，以國際分工、創新研發等核心競爭能力及穩健的經營策略，將精湛的成果準時準確地呈現給客戶，繼續創造成長的營運績效。