

## 致股東報告書

各位股東女士、先生，大家好：

感謝各位蒞臨參加本公司股東常會，謹代表凱撒衛浴股份有限公司表示誠摯的歡迎。  
以下報告本公司一一二年度營業結果及一一三年度營業計畫。

### 一、一一二年度營業結果

#### (一)營業計畫實施成果

本公司一一二年度合併營業收入為新臺幣 2,500,832 千元，較一一一年度新臺幣 2,669,606 千元衰退 6.32%；合併本期淨利為新臺幣 237,458 千元，較一一一年度新臺幣 295,291 千元，衰退 19.59%；合併每股盈餘為 3.27 元。越南地區受整體大環境以及地緣政治風險加劇等因素影響下，企業經營影響較大。台灣地區持續深耕修繕市場，布局新建工程、公共工程市場之營運持續成長。合併營業收入較去年衰退。

#### (二)預算執行情形

本公司一一二年度並未對外公開財務預測。

#### (三)財務收支及獲利能力分析

單位：新臺幣千元

| 項目       |                | 年度   | 一一一年度     | 一一二年度     | 增(減)比例 |        |
|----------|----------------|------|-----------|-----------|--------|--------|
|          |                |      |           |           |        |        |
| 財務<br>收支 | 營業收入           |      | 2,669,606 | 2,500,832 | -6.32  |        |
|          | 營業毛利           |      | 919,344   | 857,622   | -6.71  |        |
|          | 營業淨利           |      | 372,625   | 288,612   | -22.55 |        |
|          | 稅前淨利           |      | 383,431   | 308,255   | -19.61 |        |
| 獲利<br>能力 | 資產報酬率(%)       |      | 11.05     | 8.91      | -19.37 |        |
|          | 股東權益報酬率(%)     |      | 15.43     | 11.66     | -24.43 |        |
|          | 占實收資本<br>比率(%) | 營業利益 |           | 51.37     | 39.75  | -22.62 |
|          |                | 稅前純益 |           | 52.81     | 42.45  | -19.62 |
|          | 純益率(%)         |      | 11.06     | 9.49      | -14.20 |        |
| 每股盈餘(元)  |                | 4.04 | 3.27      | -19.06    |        |        |

#### (四)研究發展狀況

本公司研究發展主要可分為兩個面向，一是生產製程改良，二是新型產品開發：

##### 1. 生產製程改良

- (1) 單體馬桶以及中大型馬桶導入管內施釉，讓管路內部較不卡髒，提升沖水之效能。
- (2) 瓷器釉面優化，提升表面抗汙效能及瓷器釉面亮度。
- (3) 完成高壓生產至檢油段製程自動送胚系統。

## 2. 新型產品開發

- (1) 以科技衛浴為開發主軸，融合多項技術作產品差異化，致力提供消費者更佳的產品使用體驗，例如：便斗結合新一代智慧離子感應技術、臭氧殺菌-除臭技術運用、Microbubble微氣泡花灑，達到深層清潔肌膚與保濕功效，以及高階功能之電腦馬桶與電腦馬桶蓋之開發。後續將與拜普生醫攜手，共同研究開發一系列的長效殺菌清潔等相關衛浴產品，朝科技衛浴發展。
- (2) 電漿抑菌廚房龍頭產品，已進入量產階段，朝科技衛浴發展，為大眾生活帶來便利與改善。
- (3) 因應疫情的發展，以及國人生活品質之提升，研發公共空間臭氧殺菌系列產品(便斗沖水器、感應龍頭)，提升公共衛生品質。
- (4) 瓷器類:「燒入式」親水膜持續推廣運用於中高階之單體馬桶及面盆、接管馬桶之優化升級、小便斗修飾蓋防腐優化研發中。
- (5) 出水類產品，因應環保趨勢，增加「無鉛」品項開發。因應疫情發展，著手研究接觸面「抗菌」處理開發。新增色彩計畫的運用(如:紅/金色烤漆)，以及中高階品項之電鍍品質持續升級。
- (6) 產品設計朝系列化、整體衛浴空間配套之概念發展，產品品項精簡，汰除老舊款式，朝時尚簡約風格邁進。因應未來衛浴收納、面盆浴櫃組之市場主流趨勢，本公司已於一〇七年運用FFC技術研發完成多樣FFC櫃盆新品。浴櫃廠投產後，透過模組化的設計，具有成本降低、加快開發式樣與速度等生產優勢，新品開發朝花色多樣化、組合搭配，空間擴充性等概念，持續開發新迎合市場大眾需求的產品，並藉由價格優勢，提供消費者最經濟實惠的選擇。

## 二、一一三年度營業計畫概要

### (一)經營方針

1. 持續精進生產技術，積極開發新型產品及創新設計，提升產品品質與價值。
2. 增進顧客滿意度，結合產品優勢、靈活的組合方案及迅速的服務，成為消費者的最佳選擇。
3. 重視人才培訓，營造良好的工作環境及發展體系，培育人才作為企業永續經營之基石。
4. 關懷環境保護，運用綠色科技減少電能及水資源消耗，改善產品製程降低對環境的衝擊，保障消費者的健康，為地球盡一份心力。
5. 企業誠信經營及務實本業，秉持「品質至上、客戶滿意」的經營理念，不斷投入產品研發創新，帶給消費者平價奢華的衛浴感受，經營成果與股東、員工及社會大眾共享，逐步提升企業價值。

### (二)預期銷售數量及其依據

本公司一一三年度並未對外公開財務預測。

### (三)重要之產銷政策

1. 持續運用製程改良的優勢能力降低成本，擴增位於越南工廠的產能，浴櫃廠與龍頭二廠已落成啟用，待產能逐步到位，效益可望發酵，進一步提昇瓷器類及出水類營業收入。
2. 運用FFC技術上的優勢，製造高端技術的產品，提高產品之價格帶，佈局高價位市場。
3. 妥善運用資金，降低原物料採購成本，同時訂定生產計劃，配合銷售政策及銷售預測，有效地管控庫存數量及金額，提供充足的安全庫存量，並且適時地去化無效及呆滯庫存。
4. 加強行銷力道，以提昇消費者對凱撒衛浴產品的購買力，透過媒體廣告及設立實體展示間等行銷手段，展示本公司近年來製造技術上努力有成，開發出多樣高品質櫃盆、訂製浴櫃及科技化衛浴等產品，帶動消費者對凱撒衛浴產品的購買欲望，刺激營業收入成長。

5. 因應後疫情時代，將創新技術運用於生活領域，開發一系列抗疫新產品。同時為凸顯產品差異化價值，整合線上線下通路，成立電商平台「凱撒廚衛生活館」，搶攻網購衛浴市場商機。創新研發「電漿抑菌廚房龍頭」產品，為消費者生活帶來便利與改善。

### 三、未來公司發展策略

本公司以控制風險的重要前提下，穩定及健全向上發展生產、銷售及研究發展能力。越南為東南亞國協無關稅組織成員之一，積極地與世界各國簽訂經濟合作協定，東協自由貿易區自一〇三年起逐漸進入零關稅，本公司發展策略為佈署東南亞國協成員國市場，利用越南現有的國際合作優勢，以利帶動本公司未來的營收成長。

繼續拓展東南亞市場，目前柬埔寨、菲律賓及馬來西亞市場已經有當地代理商經營品牌業務，新加坡、印尼及緬甸持續開發代理商，另規劃拓展歐美代工業務，品牌與代工雙軌發展，取得更大的市占率。

### 四、受到外部競爭環境、法規環境及總體經營環境之影響

在全球消費緊縮的情況下，做為世界工廠的越南經濟景氣遭到拖累。隨著越南政壇反腐運動加劇，使得公共投資停滯，為越南的經濟帶來負面影響。越南官方發布數據顯示，越南一二年GDP成長5.05%，失守原訂6.5%成長率目標。越南官方展望一三年，設定6%至6.5%的高經濟成長目標，不過民眾觀望氣氛濃，認為經濟雖然轉好，仍有很多不確定性，尤其是物價不斷上漲。

觀察臺灣總體環境，本公司布局新建案、公共工程市場，市場效益逐漸發酵。一二年完成第一本永續報告書，同時也完成一一年台灣及越南子公司的碳盤查，以此做為基礎，持續落實在環境保護（E，Environmental）、社會責任（S，Social）以及公司治理（G，Governance）的各項工作。

產業競爭日益激烈，若無法跟上時代變化之企業必將面臨淘汰，故公司將隨時因應環境、法規及整體經濟上之變化，追求更迅捷之應變能力，加強高價值產品之開發，並提高產品之品質，減少劣品之削價競爭，並加深客戶對品牌形象之信賴，使凱撒衛浴成為永續經營的企業，致力於一三年的業績與獲利成長。

最後，再次感謝各位股東對凱撒衛浴的支持與鼓勵，並致上最大的祝福。

謹祝

身體健康，萬事如意

董事長 蕭俊祥

