

提升企業價值計畫

[現況分析]

一、成本分析

(一) 加權平均資金成本 (WACC) 計算：

1. 根據 113 年度財務報表與資本結構，本公司股東權益為 6,388,581 仟元，有息負債為 2,866,793 仟元，資本來源合計 9,255,374 仟元，股東權益約占 69.03%，負債約占 30.97%。近年來公司透過獲利提升與資本市場籌資改善財務結構，平衡借款與權益籌資比率，透過銀行聯貸支持下，有助於公司因應長期營運的穩定，確保財務韌性與流動性。
2. 總體經濟影響分析：因利率、通膨率和匯率的波動變化對於本公司相對可控，且本公司已制定有效的風險管理策略，透過遠匯避險，與專案政策融資利率降低成本波動的潛在風險。此外，本公司將定期進行總體經濟分析，以期在風險可控範圍，有助於提高本公司對市場動態環境變化的應變能力，確保資金成本的合理性，進而維護企業的財務穩定。

二、獲利能力評估

(一) ROIC 和 ROE 評估：根據 113 年度公告數據，本公司營業利益為 -581,408 仟元，稅後淨(損)利為 -600,271 仟元。在稅率 20% 的情況下，NOPAT(稅後營業淨利)約為 -465,126 仟元，依投入資本 9,255,374 仟元計算資本報酬率 (ROIC) 為 -5.03%。平均股東權益報酬率 (ROE) 為 -8.29%。此虧損主要受到政府光電蕭條與能源政策不明，光電案廠建置延宕導致終端需求大幅減少，加上低價海外模組大量進口分食市場，以致 113 年度銷售不如預期。本公司已進行產能精簡與拓展海外銷售策略，並朝向多元綠能發展以期由虧轉盈，提高股東報酬率。

(二) 業務分析：依據『氣候變遷因應法』，已納入 2050 年淨零排放之目標。而「12 項關鍵戰略行動計畫」，更是以風電與光電為再生能源發展主力。短期內國內因發展政策與弊案影響，致光電案場發展略為遲緩下來。惟，在 2050 年淨零排放目標前提下，國內光電業務仍有一定之發展空間。我司在目前除調整模組、電池銷售業務與光電案場(包含 EPC 工程之承攬)之比重外，更積極擴展海外市場，以彌補國內營收之降低。另，亦積極提升生產技術水準及落實成本與庫存之管控，以期盼在國內市場在短暫修整復甦後，能更進一步擴展市佔率。

三、市場評價分析

(一) 評價水準分析：

本公司股價與同業水準相同，主要係因各家終端市場需求皆以台灣市場為主，政府的綠能政策不確定以及海外進口產品的傾銷競爭導致本公司雖有較優秀的技術及效能但卻無法施展拳腳，所以先進的製程在股價的反應上較無明顯差異。本公司將持續推出具有競爭力的產品以及開拓海外銷售，期望於終端市場開創出自己的道路。

(二) 潛在成長評估：

公司審慎樂觀看待政府 2026 年準備重啟太陽光電的本土市場，解決用電大戶對綠色能源所需，為公司提供本土正向的市場機會。目前股價表現震盪幅度較大，公司會隨著市場進行人力以及市場銷售的調配。

四、公司治理分析：

(一) 董事會結構及獨立性：

本公司董事會由 8 名董事組成，其中有 3 名獨立董事，占董事會的八分之三。本公司獨立董事皆具有豐富的產業實務經驗和專業知識，獨立董事鄭憲誌先生為東聯化學股份有限公司之獨立董事，具備超過 20 年的產業經驗；獨立董事沈倩如小姐曾於美商 Dupont 台灣杜邦(股)公司東南亞暨台灣區業務經理，目前為為美商 CHASM 高新材料有限公司亞太區負責人，具業務及營運管理相關產業經驗；獨立董事林谷同先生具備會計及財務專長，且本身曾於勤業眾信聯合會計師事務所董事長及執業會計師，業界經歷及財會經驗豐富。本公司透過董事會結構之多元化及獨立性，促使董事會決策過程充分考慮各種專業知識和觀點，並能獨立於公司管理階層，提供客觀的意見和建議。

(二) 董事會運作之有效性：

本公司每年對董事會和功能性委員會進行績效評估，以提升其運作之有效性，評估內容包括對公司營運之參與程度、決策品質、成員之結構與選任、持續進修、內部控制等，以健全公司治理結構。

(三) 資訊透明度：

本公司定期舉行董事會，並於每次會後即時公開揭露董事會重要決議事項。此外，資訊透明度政策包括對重大決議事項的揭露和說明，每年至少辦理一場法說會，另外，本公司亦定期於公司官網揭露各項資訊，以確保股東充分了解公司的產品服務、公司組織架構、財務資訊、股東資訊、營運及策略方向。

五、風險及競爭評估：

(一) 總體經濟分析：

本公司營運所在地主要為台灣，其次是美國及日本，其總體經濟、貨幣政策相對穩定健全，通膨率和利率也維持在合理範圍內有利於公司的整體發展。太陽光電被視為進 20 年重大減碳的解決方案，但光電產品的製造同時也被許多國家視為重點培養的方向，所以風險會在於地緣政治以及各個國家綠能政策的轉變，這些因素都將影響貿易與投資表現，本公司將持續研判並加以關注。

(二) 產業競爭分析：

本公司的強項在於生產的技術與產品效能，雖具備一定的產能及品質水準，但對於大國對於太陽光電製造上的補貼較無法於成本上取得同等競爭。本公司的策略將持續開拓本土及某幾個特定海外市場，以穩定上下游供應鏈，確保生產高品質、高效能的產出，有助於提高產品的競爭力和降低生產成本及提升本身之競爭優勢。

一、 短期強化計畫

短期而言，本公司將加強人員精簡、提升特定海外市場的市占率。本公司將加強與各特定市場的客群互動，將企業產品技術及效能作為核心價值，將可提高客戶滿意度，進一步深化與現有客戶的夥伴合作關係，以期實現短期內的業務發展目標。同時，本公司將持續進行產品銷售的多元性，透過與業外學術合作，以增加公司對其他綠能以及多角化經營的可能性。

二、 中長期強化計畫

展望未來，本公司將持續關注市場政策的波動，除了加快舊有事業的損益平衡與獲利，並加速與學術業外的新事業投資合作。其策略規劃如下：(1) 產線及人員精兵制，持續強化電池及模組TOPCon 製程上的良率、效率以及降低成本，爭取較多訂單。(2) 持續降低模組庫存，因每塊光電模組約當是 72 吋電視大小時，當產出過剩跑出庫存，將會是資源浪費的根源所在。(3) 落實採購詢比議，工廠以及採購單位主管於每季末進行下一季採購物料成本及良率檢視，比對各季重要物料的單位價格以及供應品質狀況，除了有效降本之外，給予優良供應商良性的議價壓力。本公司將積極善盡企業責任，強化公司治理，提升各項產品核心技術競爭力，打造永續供應鏈，深化客戶互信與夥伴關係，攜手成長，進而持續提升股東價值。