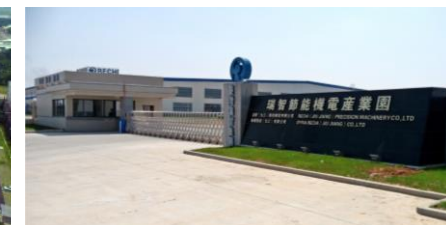


法人說明會





會議議程

- 致歡迎詞
- 2022年H1營運成果
- 2022年H1市場回顧
- 未來營運挑戰及機運
- 問題與討論

楊正民副董事長

柯志成副總經理

馮明法總經理

馮明法總經理



免責聲明

- 就本次說明會，本公司所提供之資訊及陳述(包含預測性、前瞻性)，將配合市場經濟、商業變化及綜合評估下進行調整，未來實際狀況可能與本次說明會資訊、陳述有所相異，對此本公司並不保證本說明會之資訊及陳述具永久正確、真實性，且本公司不因未來任何新事件、資訊之發生，而負有更新、修正之義務及責任。
- 除因相關法令規定要求公司之資訊外，投資人對於本公司現狀之期待及預測性、前瞻性陳述，實際執行本公司得視當下狀況及事實，進行更動、調整，並不因本說明會之資訊、陳述而負有履行義務或保證。



營運成果



▶ 2022營運重點摘要

- ✓ 銷售面---以往聚焦銷量拉動之經濟規模，調整後轉化為追求價量平衡及現金流。
 - 因應物料上漲，調整產品價格，以追求合理利潤。
 - 鋁線定頻壓縮機，大批量交付中國分體機應用市場，在合理利潤下，滿足特定客戶群低價訴求。
 - 小型化變頻壓縮機大批量交付中國市場，受成本上漲及同業低價競爭影響，利潤不如預期。
- ✓ 產品面---鋁線及銅鋁線壓縮機多應用開發完成
 - 中國市場小型化變頻壓縮機研發完成。
 - 中國市場駐車空調開發完成，小批量交付中。
 - 北美市場Unitary新產品研發完成及小批量交付。
 - 日本市場新冷年產品開發完成，預計Q4開始交付。
- ✓ 製造面---拓展供應鏈資源，有效降低物料採購成本。
 - 推動生產合理化及自動化，節約直接用工人數。
- ✓ 財務面---優化資金使用效率，財務成本顯著下降。



▶ H1綜合損益表

單位:NT仟元	2022年1-6月	%	2021年1-6月	同比差異	成長率%
壓縮機銷售量(台)	9,084,826		11,100,862	-2,016,036	-18.16
銷貨收入	11,054,141	100.00	12,112,043	-1,057,902	-8.73
銷貨成本	-9,758,391	-88.28	-10,743,410	985,019	9.17
銷貨毛利	1,295,750	11.72	1,368,633	-72,883	-5.33
營業費用	-894,738	-8.09	-943,711	48,973	5.19
營業淨利	401,012	3.63	424,922	-23,910	-5.63
營業外收支	173,987	1.57	41,939	132,048	314.86
稅前淨利	574,999	5.20	466,861	108,138	23.16
所得稅費用	-156,915	-1.42	-123,861	-33,054	-26.69
合併總純益	418,084	3.78	343,000	75,084	21.89
基本EPS	0.83		0.68		

*財報數字係經由會計師核閱簽證



▶ H1資產負債表

單位:NT 仟元	2022年1-6月	%	2021年1-6月	%	差異數	%
現金及約當現金	3,961,173	15	2,839,832	9	1,121,341	39
應收帳款淨額	7,485,005	28	9,634,758	32	-2,149,753	-22
存貨	2,342,865	9	2,930,671	10	-587,806	-20
固定資產淨額	6,748,635	25	7,135,551	24	-386,916	-5
其他資產	6,218,379	23	7,500,959	25	-1,282,580	-17
資產合計	26,756,057	100	30,041,771	100	-3,285,714	-11
流動負債合計	12,192,710	46	15,265,808	51	-3,073,098	-20
長期借款	3,025,503	11	3,298,063	11	-272,560	-8
其他負債	854,976	3	843,043	3	11,933	1
負債合計	16,073,189	60	19,406,914	65	-3,333,725	-17
股東權益合計	10,682,868	40	10,634,857	35	48,011	0

*財報數字係經由會計師核閱簽證



▶ H1現金流量表

單位:NT 仟元	2022年1-6月	2021年1-6月
期初現金	3,045,098	3,576,943
營運活動之淨現金流入	476,502	862,613
投資活動之淨現金流入	92,897	188,343
短期借款和應付短期票券	536,483	-991,236
長期借款	-283,425	-700,000
其他	93,618	-96,840
期末現金餘額	3,961,173	2,839,823

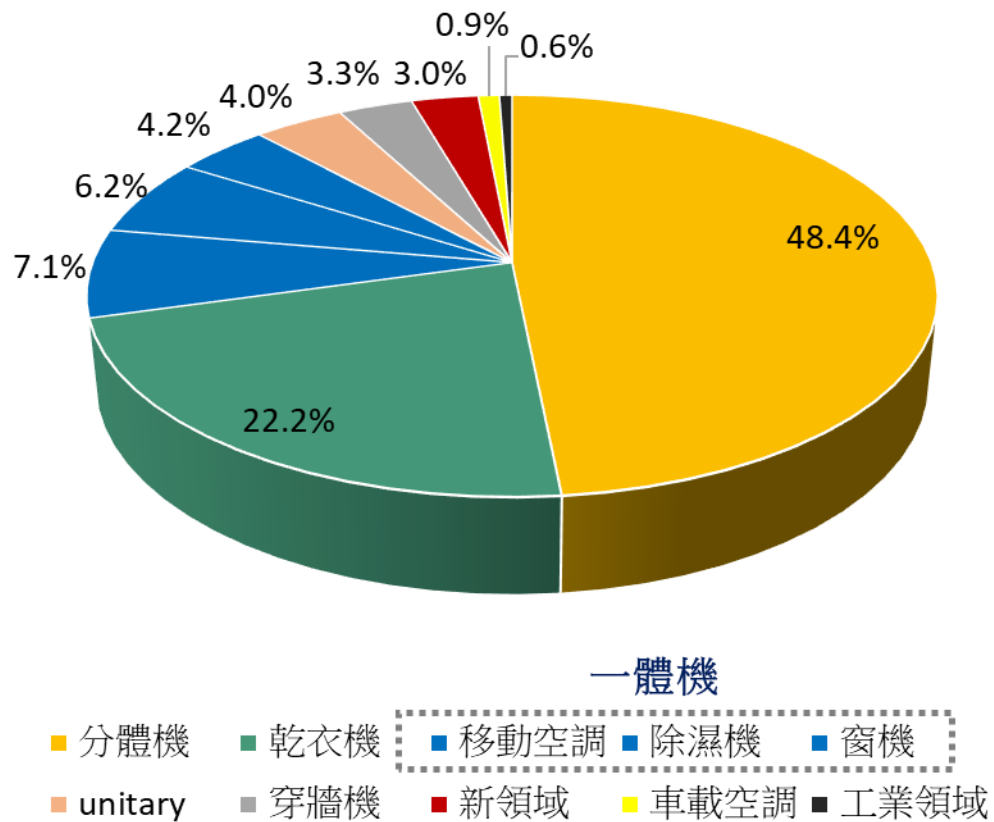
- 本公司2022年發放0.7元現金股利，迄今連續12年發放現金股利。
- 2001年上市以來，累計發放25.6元現金及股票股利。

*財報數字係經由會計師核閱簽證

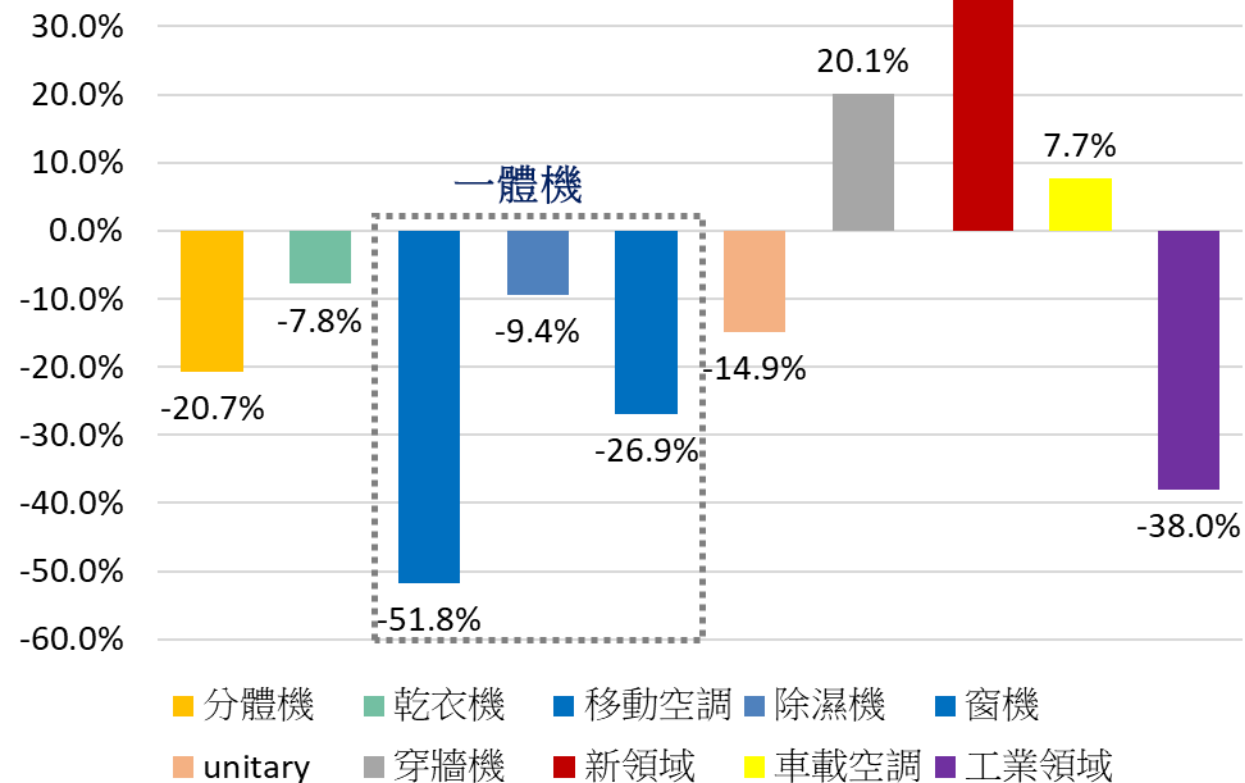


▶ 2022H1銷售實績-應用平台別

銷量佔比



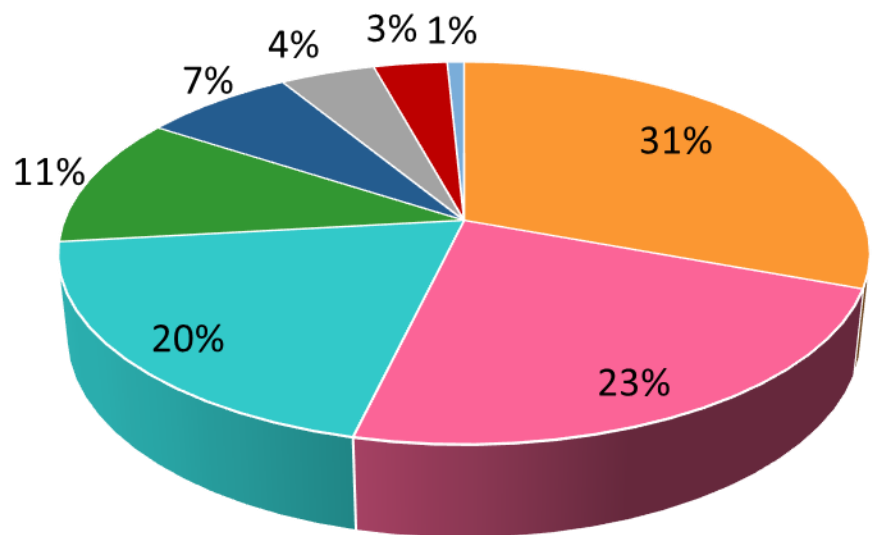
銷量同比





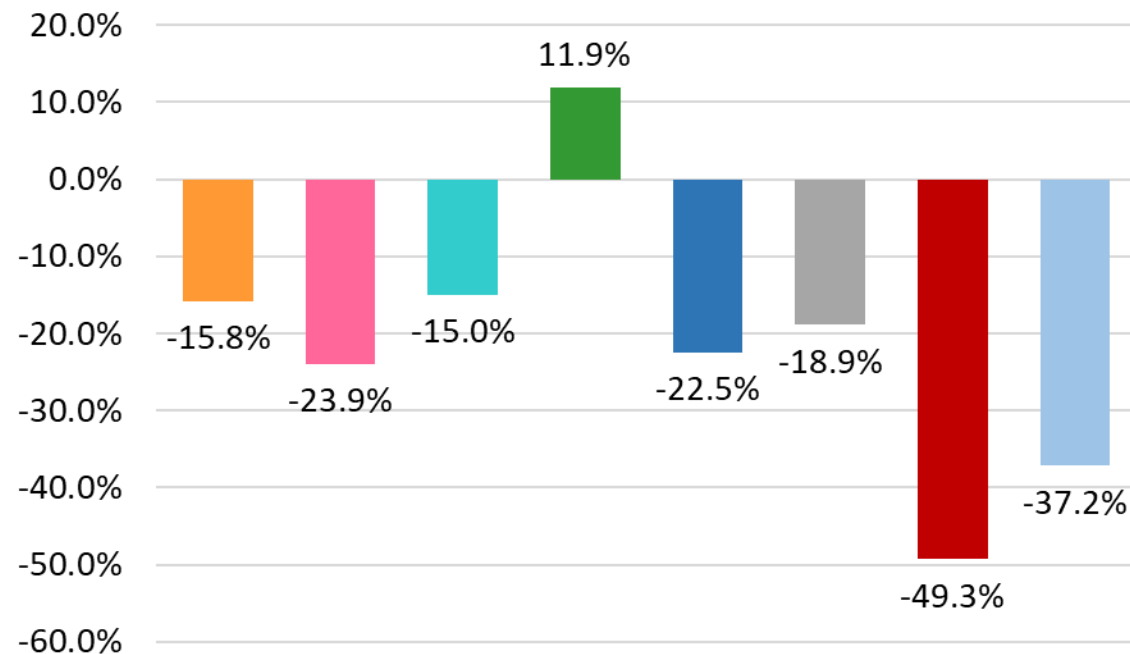
▶ 2022H1銷售實績-終端市場

銷量佔比



- 歐洲
- 北美
- 東亞
- 中南美
- 中國
- 東南亞
- 中東(含非洲/中亞/西亞)
- 南亞

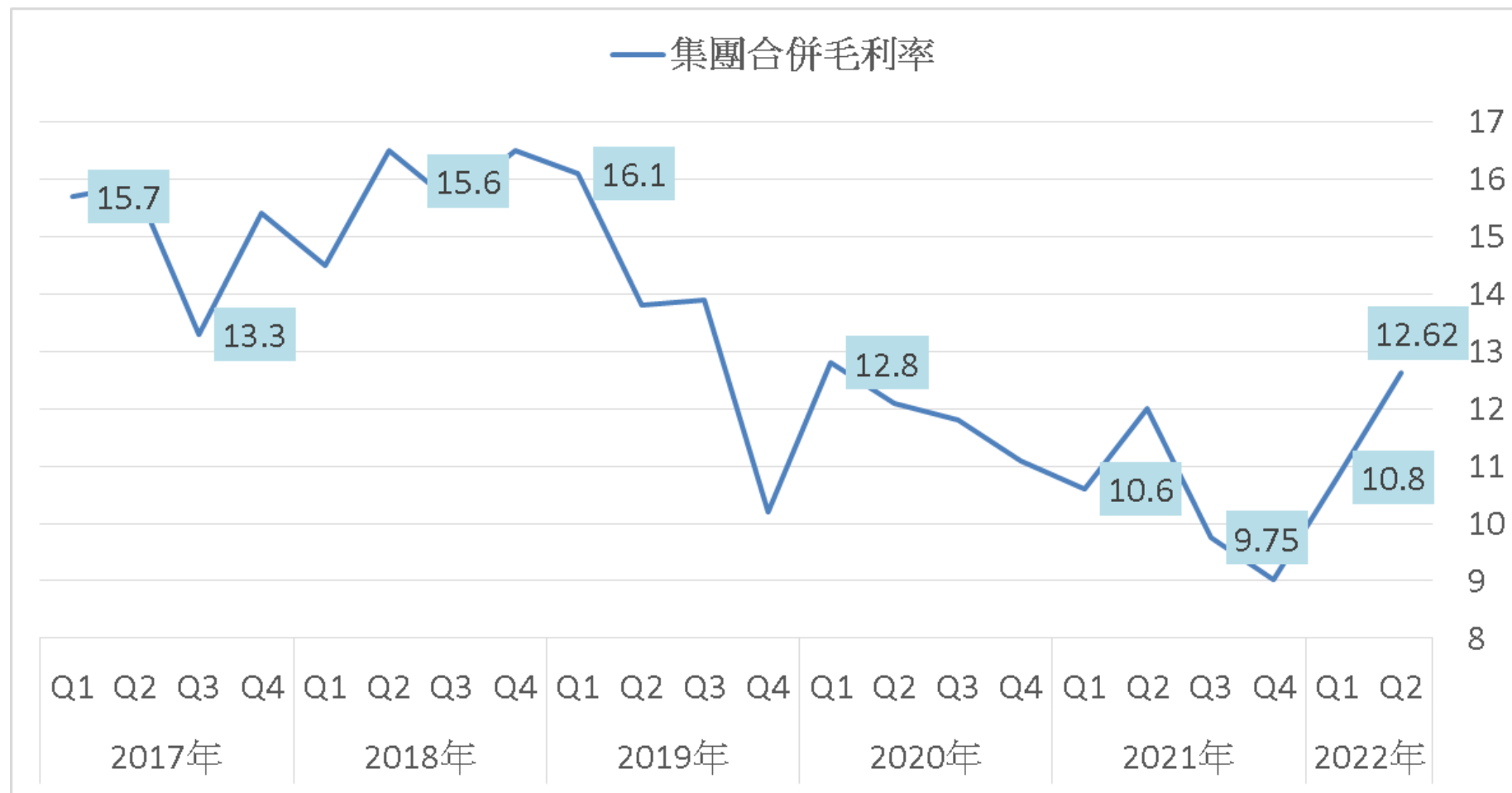
銷量同比



- 歐洲
- 北美
- 東亞
- 中南美
- 中國
- 東南亞
- 中東(含非洲/中亞/西亞)
- 南亞



▶ 近5年集團合併毛利率趨勢圖



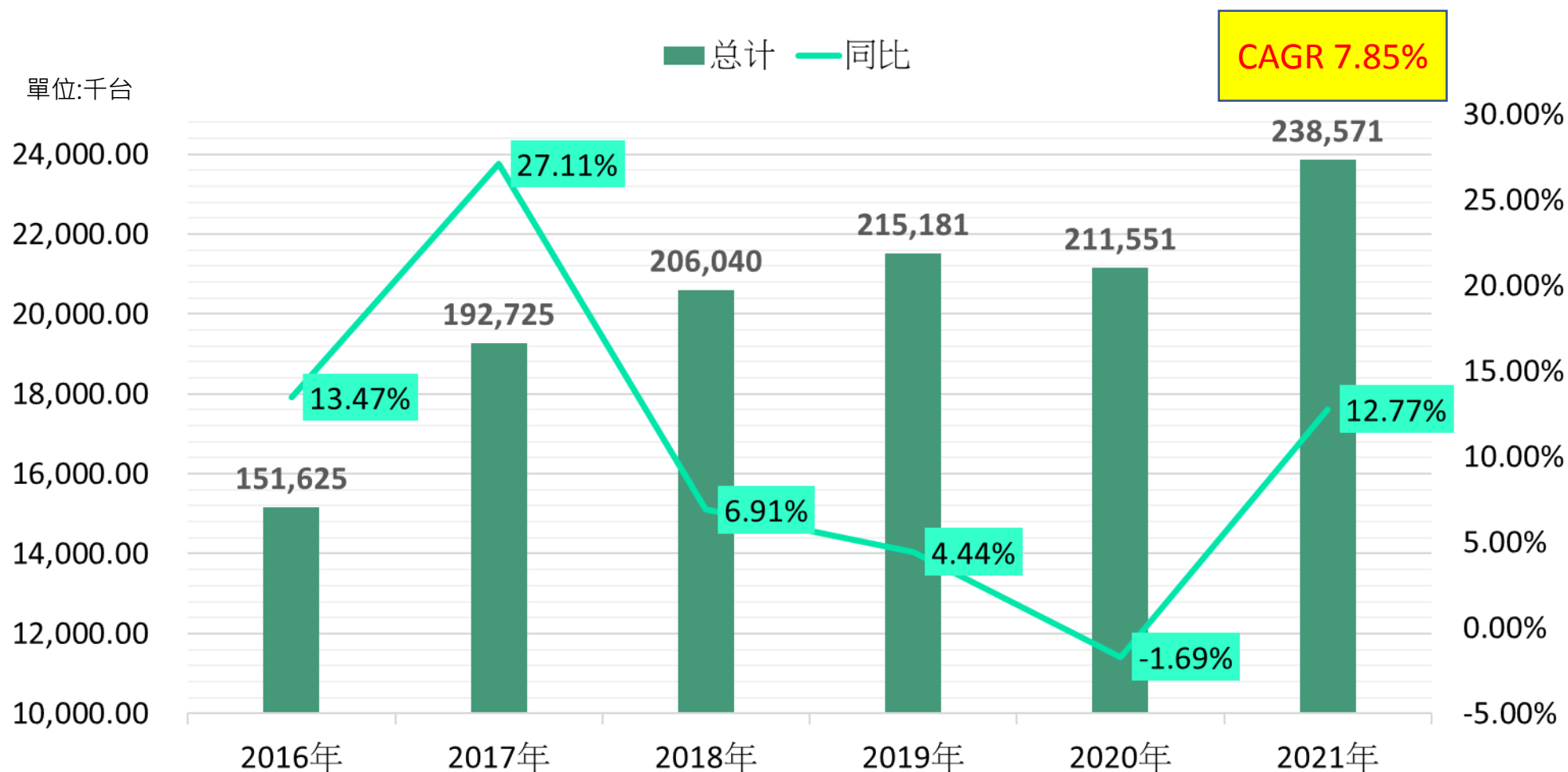
- 集團合併毛利率於2021Q4跌至歷史低點9.75%，2022年調整營運策略後，毛利率逐步回升。



市場回顧



▶ 中國迴轉式壓縮機銷量趨勢

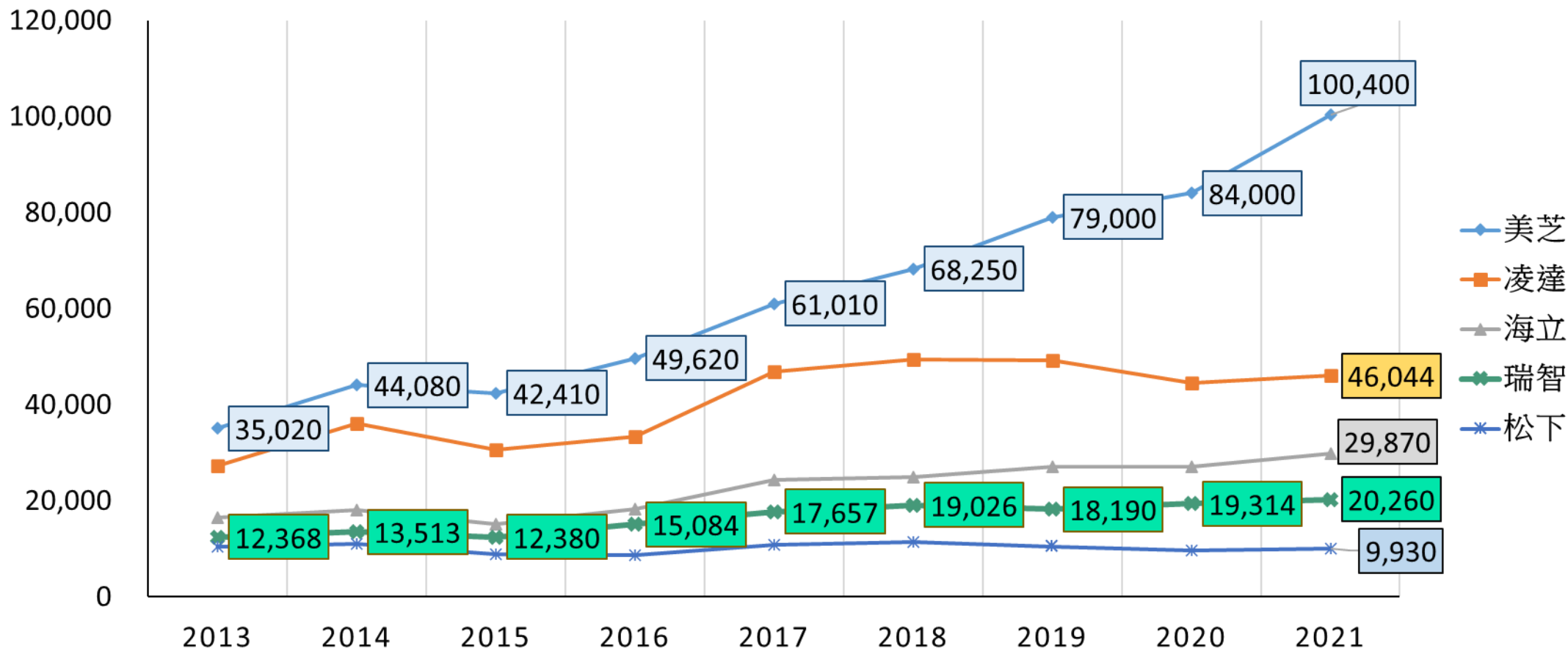


- 2021年銷量達2.38億台，同比增長12.8%，主因為後疫情時代的反彈復甦，居家辦公/視訊學習型態及紓困政策帶動家電購置及更換需求。



▶ 競爭品牌銷量趨勢

單位:千台



- 壓縮機供過於求，美芝獨大，年銷量超過1億台，同比成長19.5%高於平均值，低價競爭態勢持續。



▶ 2022年H1家用空調市場消長狀況



Note: Only mini-splits are shown in the U.S.

Source: JARN database

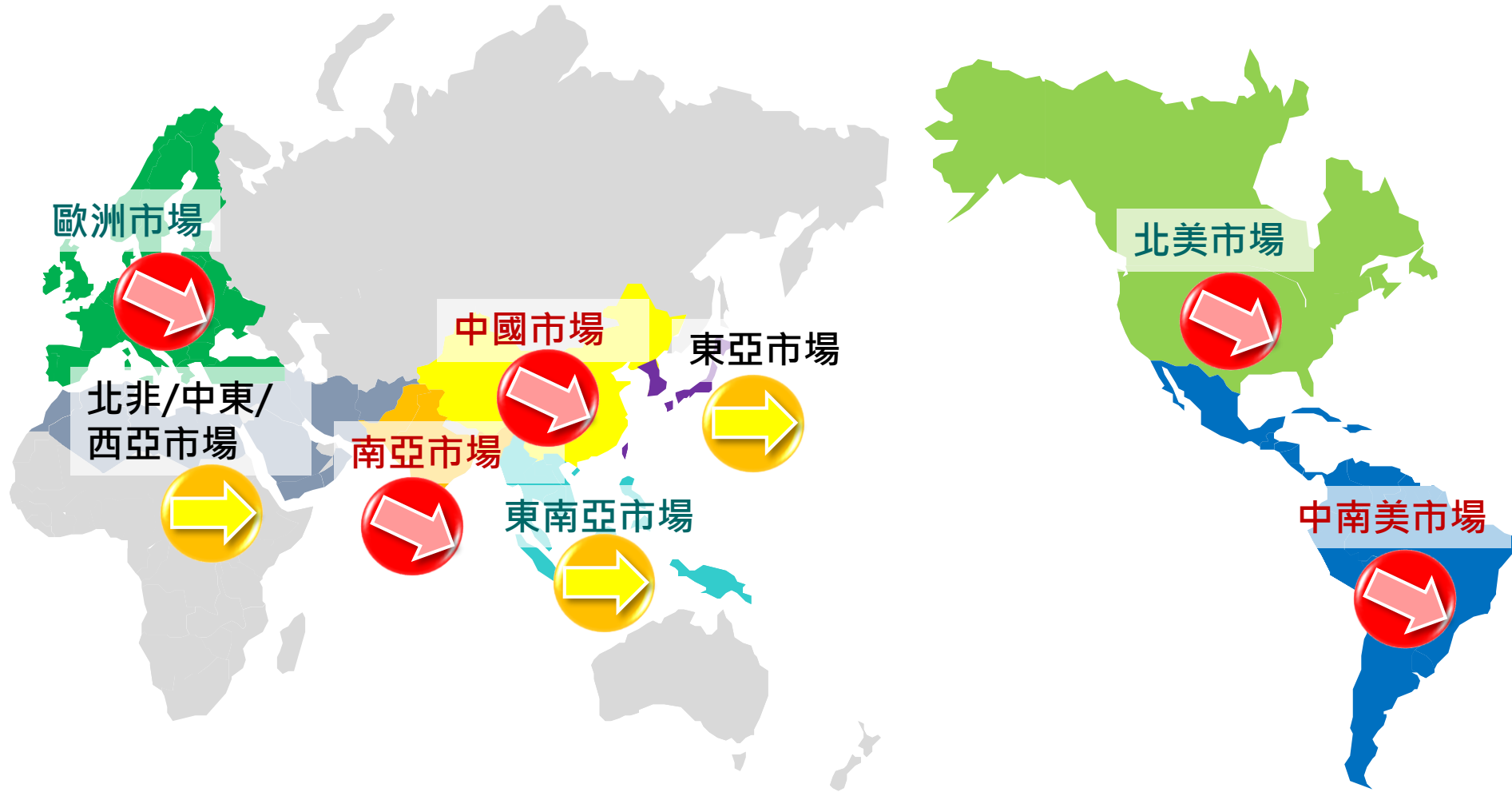
- 經JARN實際採訪及問券調查，預期2022上半年全球家用空調市場將衰退4.7%。
- 上半年因為中國封控及烏俄衝突等不利因素，造成原物料高漲、各國疫情反覆與管控鬆綁不一，衝擊終端消費市場信心
- 北半球炎熱天氣來的較晚，6月以來北美及歐洲受熱浪襲擊，有望加速空調庫存去化。



未來營運挑戰及機遇



▶ 2022年Q4壓縮機銷量展望(YoY)



- Q4開始進入壓縮機旺季，惟歐美市場消費不振及同期基數較高，預期同比下降。



▶ 未來營運之挑戰

- 美國及中國房地產景氣下滑，歐盟能源價格高漲，影響終端家電剛性需求。
- 美國聯準會持續升息，營運資金成本持續增加。
- 非美貨幣相繼貶值，新興經濟體貶幅更大，恐影響購買力。
- 壓縮機產業供過於求，中國市場低價競爭仍將持續。
- 地緣政治競爭激化，大型客戶對關鍵零件掌控度及供應鏈安全性之焦慮，氛圍逐漸濃厚。

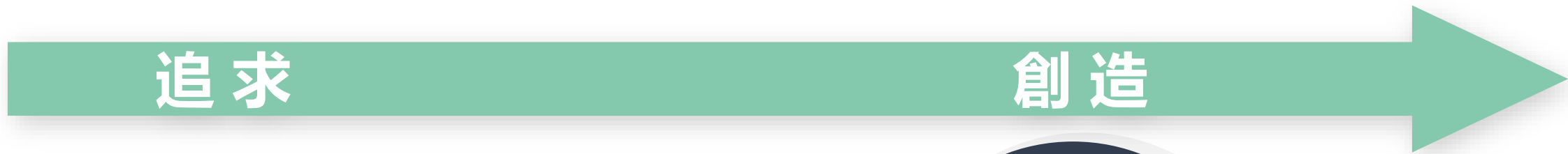


▶ 未來營運之機遇

- 中國空調工業庫存持續下降，自1月份2,006萬台下降至7月份1,735萬台。空調庫存下降，有助於空調業者將逐步提高生產量。
- 中國熱泵乾衣機發展迅速，瑞智已與中國數家知名家電品牌合作，共同拓展中國市場。
- 鋁線及銅鋁線壓縮機，逐步拓展至全球市場及分體機以外應用，有助於改善成本結構。
- 因應全球能源轉型及淨零排放之趨勢，熱泵(熱水/供暖)需求發展迅速，瑞智將於10月參加德國[紐倫堡冷凍空調暨熱泵節能展]，並規劃於2024年將推出熱泵專用產品。
- 因應AIOT及5G大數據時代來臨，瑞智已於中國市場成功開發機房及機櫃空調專用壓縮機，現已交付小量訂單，預期下半年逐漸增量，規劃短期將以拓展中國市場為基調，逐步拓展至全球客戶。



▶ 發展策略



 市場需求

 技術革新





問題與討論



蛻變·堅持 觸動未來



創造節能產業的無限可能
成為前瞻節能產品的頂尖提供者