

## 一〇九年度營業報告書

各位股東女士、先生：

2020 年的新冠疫情打亂了全世界各個層面原有的步驟及運行，似乎一瞬間所有過去所奉行的各種常態性的經濟活動也都瞬間改變原有的遊戲規則，全球各地在一波波的確診案例不斷地傳出之下，全球各地相繼傳出停工、封城的訊息，這也直接衝擊了各種經濟活動，各種需求急速下降，除了服務業首當其衝外，再來就是非必要的消費型的電子產品了。因新台幣的升值力道驚人，全年升值近 5.61%，創下近三年來最大升幅。而上海展華廠的搬遷也在 2020 年 7 月份正式搬遷完畢，然值疫情急期間搬遷，加劇了產能上的減損，上述三點的衝擊導致營收的下滑，計整體營收衰退了 36%，此為耀華自建廠以來最嚴重的衰退。

2020 年全年在軟硬結合板上營收衰退了約莫 50%，主要原因有二，一是軟硬結合板產品主要是應用在消費性的穿戴產品上，疫情期間，非民生及防疫物資屬非必要性的支出，因此出現明顯衰退。其二是軟硬結合板價跌，由於疫情影響需求，客戶端在供應商端強勢取得議價優勢，造成去年平均售價大幅滑落。

另外汽車銷量也延續前一年的頹勢，由於中美貿易戰的延續，加上大部分國家因疫情採封城或鎖國措施，使得汽車銷量已連續兩年下滑，相較於 2019 年、2020 年的車市銷量整體衰退了 17%，雖然本公司在先進駕駛輔助系統深耕已久，也有所相應的抗跌能力，然仍不敵整體銷量衰退的趨勢，營收跟著下滑。

展望 2021 年，隨著疫苗接種使得疫情趨緩，預期各種經濟活動將逐漸恢復，預期各國經濟將逐漸回復成長動能，預期 5G 世代的基礎設施、產品應用端方面的手機、穿戴裝置(AR/VR)、車聯網、因疫情推升

的宅經濟(NB)，皆將逐步回到正軌，不過變種病毒、疫情期間各國過渡的貨幣寬鬆政策等將會是另一個影響成長動能的隱憂，由於 2020 年整體經濟基期低，預計 2021 年將會有不錯的增長幅度，但若要回復到過往的增長水準則需要一段時間。耀華在上述各層面的高階產品應用端皆有所耕耘，一旦經濟上恢復動能，我們將可如預期恢復到正常的成長水準，2021 年，我們將一如以往，與我們的客戶站在一起，共同開發市場、解決問題，提供客戶最佳解決方案，從而達到環境照顧、永續經營、創造共贏的生態圈。經營團隊已經為 2021 年及往後數年發展作長遠的規劃及佈局，可望在未來的 5G、車載等各種高端先進領域裡成為主要參與者，以達到穩健成長的經營目標。

### 109 年度財務及營運成果

本公司 109 年合併營業收入為新台幣 144 億元較 108 年衰退了 36%，合併稅後淨損為新台幣 14.35 億元；合併稅後淨損歸屬於母公司業主為新台幣 14.36 億元。

個體營業收入為新台幣 131 億元較 108 年衰退了 35%。

### 110 年度營業計劃

1. 持續擴大利基型產品佔比，增加新客源，營收及獲利同時成長

(1). 因應主力客戶對軟硬結合板設計的需求變更，將調整原有產線產能配比，以補軟硬結合板短期的真空，減少因設計變更所帶來的衝擊。

(2). 積極開發新客源，鎖定高階產品線客戶，增加車載板客戶、高端 NB、擴大高頻、高速 PCB 產品線。

(3). 因應 5G 行動通訊的來臨，增加不同領域產品應用類型的比重，力求分散風險，以期達到穩健增長目標。

2. 產品技術研發：持續針對新產品應用的材料開發，針對 5G 要求的高頻、高速材料、特殊銅箔、製程藥水的開發及導入量產，除滿足客戶產品特性需求外，也務求最佳成本組合。
3. 產能擴充：110 年因應新材料以及新產品組合的導入，將適度擴充瓶頸站，以確保維持最大產出。
4. 持續導入自動化生產製造與導入製程精實計畫。
5. 持續推動智能生產製造，以提升生產效率。
6. 南通廠導入新 ERP 系統 SAP，除可與主要客戶在電子交易下無縫接軌，亦同時可整合南通與台北間的 ERP 系統。
7. 針對全球資金氾濫引發的弱勢美元做適切的財務規劃，降低匯率變動的風險。

## 未來發展策略

### 總體經濟因素：

各國在疫情期間皆不斷地推出各種經濟刺激方案及貨幣寬鬆政策，加上 2021 年各國開始陸續施打疫苗，疫情出現轉折機會大增，全球總體經濟預估將有明顯的復甦。依據 OECD 近期最新預測 2021 年全球經濟將達 5.6% 增長。其中美國將有 6.5% 成長、G20 將有 6.2% 成長（法國 5.9%、英國 5.1%、德國 3%），而中國大陸預期將有 7.8%、日本則為 2.7%、南韓為 3.3% 成長幅度，台灣依照主計總處 2 月份公布的資料顯示，台灣經濟成長率來到 4.64%。

### 外部競爭環境：

#### 需求部份：

在電動車及自動駕駛汽車電子發展的帶動下，車用 PCB 產值持續向上攀升，然近年汽車市況因中美貿易以及疫情問題，使得車市萎縮，

延緩了這方面的成長，但由於汽車電子應用發展方向明確，且燿華耕耘多年，而其高階板設計方向與本公司未來發展方向一致，本公司將持續耕耘高階汽車板領域，成為未來這方面的主要供應商，未來成長性可期。

5G mmWave(毫米波)行動通訊是另一塊具有極高潛力的領域，然因毫米波傳輸所面臨的問題是一路從材料、PCB 技術等皆為高階新領域，加上毫米波先天上高衰退、低穿透率的物理特性，使得原先看好NR(New Radio) 裡的小型基站、寬頻光模塊市場目前尚未到爆發期。燿華認為 5G 商轉將會是帶動相關 PCB 成長的另一波契機，仍將持續經營相關領域，等待 5G mmWave 商轉時機的成熟，毫米波開發方向確立不變。

供應部份：

近年紅色供應鏈崛起，部份客戶有意培植更多的競爭對手以取得較佳的議價空間，故目前大陸地區的板廠挾帶著充沛的資金以及政策優惠補助的優勢情況下，不管是在產能擴充、先進製程設備的投資規模等皆遠遠超出現有台系板廠，以削價搶下訂單為主要競爭手段，對台商無疑是一大隱憂，不利長期發展；惟其在先進技術層面上如載板類的ABF，以及高階HDI等5G市場所需產品產線尚屬萌芽期，台商尚有一席之地可與之競爭。

另受到AI、高速電腦、5G、車用電子、電動車等產業急速發展，高速及高頻板以及電動車電池需求激增影響，PCB 上游原物料供需狀況持續受到矚目，包括了玻纖布、銅箔及銅箔基板，各家基板廠商莫不積極開發相應的材料，尤其是銅箔在電動車市場需求高速成長的排擠效應與弱勢美元環境等因素，推高了銅價漲勢，並連帶著基板價格推升。除實質漲價外，在各種恐短缺心理因素的推波助瀾下，原物料供貨時間拉長，提高了應變風險。燿華一向與客戶保持密切的聯繫，

取得最即時正確的備料資訊，穩定備貨機制，提供客戶安全可靠的交期。耀華從客戶開案初期，即導入前期設計與製造一體化，在設計前端及時提供客戶最佳解決方案，耀華不單單提供PCB製造上專業的建議，也提供最適切的成本組合建議，以達到從開案到成品全方位的提供服務，一起與客人創造共榮、雙贏的長期合作關係。

## 公司發展策略：

### 1. 專注獲利結構，擴大利基型產品營收比。

#### (1) 車載電子板：

隨著自動駕駛實際應用來到了 LEVEL 3，各種先進輔助的感測元件需求增加，加上 5G 環境車聯網的需求，使得汽車裡的各種電控系統也跟著調整為運算功能更為強大的晶片，車載板設計也陸續提升到高階 HDI 板，尤其是車聯網用的無線通訊模組、更快反應各種車況的高速運算電腦等也都逐一的進階到較為高階的技術領域。由於車載電子開發時程長，需要一段時間的發酵，耀華預期未來這方面的營收占比將逐年增加，對於提昇車載產品的平均單價將有所助益。

#### (2) 高階 HDI 板：

除原有智慧型手機的高階 HDI 需求外，5G 行動通訊商轉相關的基站、手機、汽車、車聯網、VR、AIP、5G NB 等領域亦不約而同的轉向高階 HDI 設計，去年受制於疫情關係延宕了原先該有的發展進程，預期在疫情後將逐漸的看到具體成果。

#### (3) 軟硬結合板：

攜帶型消費性產品，著重於輕、薄、短、小、電池續航力等面，而軟硬結合板在先天上具有輕、薄、傳輸速度快、訊號傳輸低耗損的特性，而且因為少了連接器，使得 SMT 以及組裝配上有著一定程度的優勢，然而軟硬結合板的生產製造極為複雜且很難有單一性，需要大量

的人力配置以因應各種生產流程上的變更，且其良率不易於短時間內提升的特性，為進入門檻相對較高的產品線。耀華將在既有的技術基礎上持續針對軟硬結合板在不同領域的產品應用做推廣，以擴大產品線。尤其是智慧穿戴裝置，預計在 5G 商轉後，將會有更多的產品應用需要高階的軟硬結合板，這也符合本公司的未來發展方向。

## **2. 審慎評估市場趨勢，積極擴充利基型產品產能，考量投資成本與經濟效益導入自動化與智能化生產。**

隨著人工智能及深度學習的發展漸趨明朗，智慧製造將是未來製造業發展的終極目標，未來的生產勢必朝自動化及人工智能化方向發展，以期達到最佳生產效能、提升生產力以及品質的穩定性，但基於整個智能製造尚處於智能輔助生產製造，設備、軟體等急需高度客製化，因此建置成本高，又智能製造尚處於探索學習階段，因此耀華將繼續強化並觀察市場上各種智能製造的發展進程。目前耀華已針對自動化檢測設備，從大數據收集到進階的智能學習積累經驗，相信未來一旦更先進的生產製造系統成熟，耀華將有能力調整生產模式配合潮流，提供客戶最佳的品質及解決方案。

## **3. 持續推動 CSR 與綠色耀華的發展**

耀華電子的 CSR 是以「綠色、友善、創新」為三大主軸，配合管理機制、誠信態度及專案行動的付諸實行，讓企業的經營績效、環境永續及社會共融得以平衡發展。展望未來，耀華亦將透過研發與創新，持續提升我們的綠色及價值鏈管理能力，從自己做起，對員工、社區及社會發揮正向影響力，並持續照顧員工、保護環境，善盡社會公民責任。

展望 2021 年，我們適切地規劃未來的發展計畫，在履行社會責任的基礎上，更積極運用企業資源，透過創新綠色思維，發展高階與利

基產品，分散客源降低季節性起伏風險，發展具遠瞻性產品調整產品線配比，以期望能具體掌握市場的發展機會，達成公司的長期穩健發展的願景及使命。

希望各位股東能秉持以往對耀華的愛護和支持，持續給予經營團隊鼓勵與指教。