



廣越企業 (4438 TT) 投資人簡報

重塑效率，重構價值

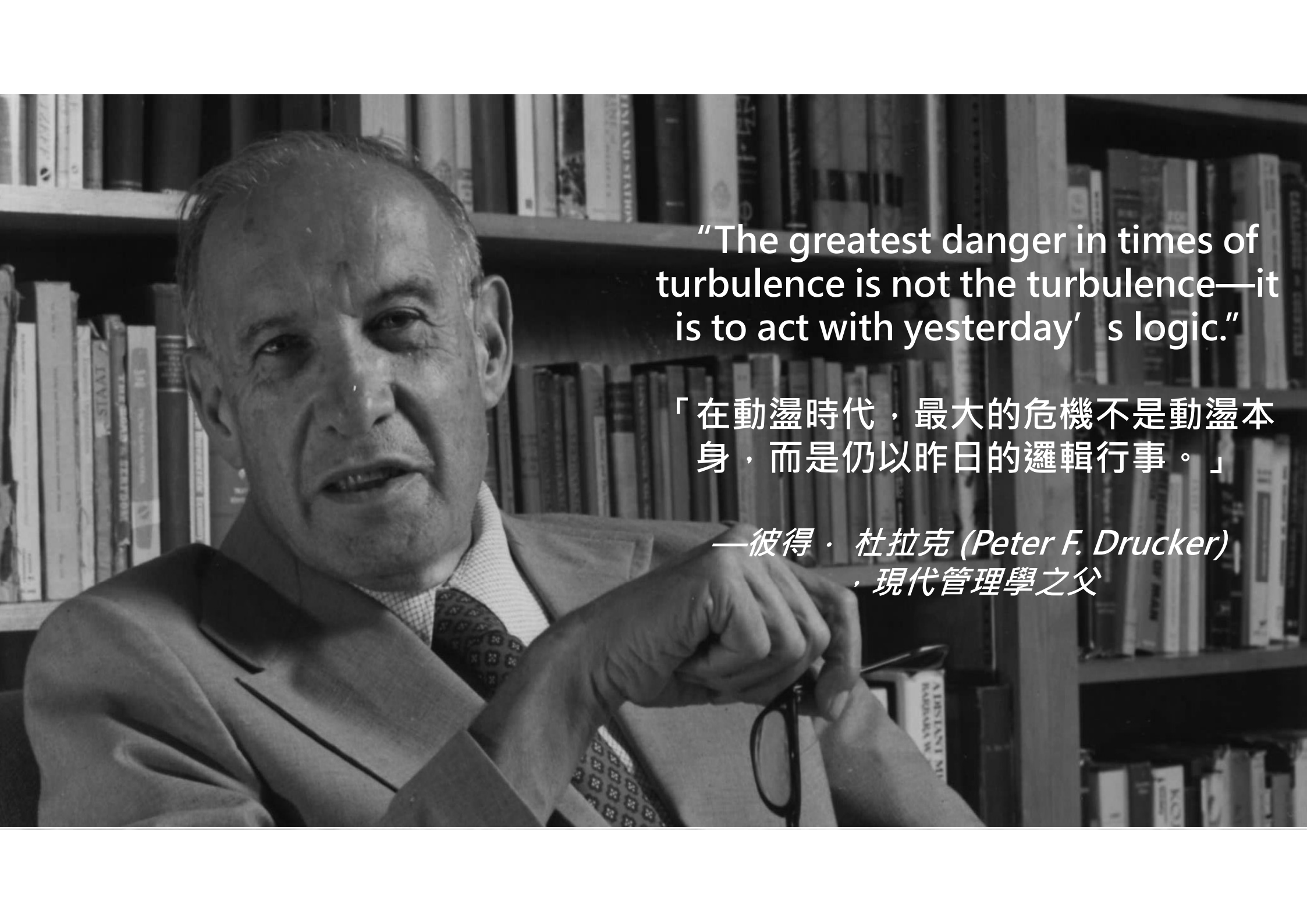
日期：2025/4

<https://www.qve.com.tw/>

免責聲明

- 本文件由廣越企業股份有限公司(簡稱「本公司」)所提供。除本公司財務報表中揭露的數字和資訊外，本文件所含資料並未經會計師或外部獨立專家查核或審閱，本公司對該等資料或意見之允當性、準確性、完整性及正確性，不作任何聲明與保證。本文件所含資料僅以提供當時之情況為準，本公司不會就本文件提供後所發生之任何變動做更新。本公司、本公司之關係企業、本公司及本公司關係企業之負責人，無論係因何過失或其他原因，均不對因使用本文件或其內容所致之任何損害負任何責任。
- 本文件可能包含「前瞻性陳述」，包括但不限於所有本公司對未來可能發生的業務活動、事件或發展的陳述。該等陳述係基於本公司對未來營運之假設，及其他本公司無法控制之政治、經濟、市場等因素所做成，故實際經營結果可能與該等陳述有重大差異。
- 本文件不得視為買賣有價證券或其他金融商品的要約或要約之誘引。
- 本文件之任何部分不得以任何形式直接或間接複製、再流通或傳送給任何第三人，且不得為任何出版目的而刊印本文件之全部或部分內容。





“The greatest danger in times of turbulence is not the turbulence—it is to act with yesterday’s logic.”

「在動盪時代，最大的危機不是動盪本身，而是仍以昨日的邏輯行事。」

—彼得·杜拉克 (Peter F. Drucker)
，現代管理學之父

WHY QVE?

廣越為全球前三大高端戶外機能服飾製造商之一

廣越專注於羽絨填充、防水貼合、無縫壓膠等高複雜度製程，具備穩定交付高品質產品的能力。累積服務超過 30 家全球頂尖品牌，包括 adidas、Patagonia、VF、Nike 與 Lululemon，廣越憑藉優異品質與交期表現，建立穩固信任與品牌黏著力，並持續拓展高端戶外與運動服飾市場。

多產地佈局 + 彈性調度能力， 應對地緣與關稅風險具備韌性

廣越於中國、越南、約旦、羅馬尼亞設有生產據點，具備快速反應與地理分散優勢。在美國針對主流製造國提高進口關稅的背景下，廣越約旦廠區僅擬課徵 20% 關稅，仍保有相對競爭力。品牌對亞洲供應鏈依賴高，廣越為能在不確定環境中穩定交付的優先選擇。

推動效率改革與資本優化， 邁向高 ROIC × 高 ROE × 高股東報酬

自 2023 年起啟動生產升級行動，中國廠已實現「人力僅增 3%、產值提升 38%」的顯著成果，後續將擴展至越南、約旦等地。公司正推動 QVE Icebreaking 計畫，全面聚焦生產、接單、投資效率整合，以 ROIC 為核心指標，目標 3~5 年內將 ROE 提升至 20%，並維持 70% 的穩定配息水準，展現長期股東價值承諾。



ABOUT QVE

成立於1997年，廣越為全球領先的高端機能服飾及羽絨衣製造商，專注於中高端戶外服飾、運動機能服製造，服務國際一線品牌，如Nike、adidas、VF、Patagonia、Lululemon等。

廣越擁有垂直整合的生產體系，從原料、布料到成衣製造，提供品牌一站式服務，並透過全球生產基地靈活應對市場需求。憑藉精準的產能布局與可擴展的生產管理體系，廣越提供高度靈活的製造解決方案，並成為全球頂尖品牌的長期合作夥伴。

廣越為全球中高端羽絨/戶外機能服飾的關鍵製造商

廣越的客戶基群

高端機能服飾



戶外機能性運動服飾



運動服飾



流行服飾

ARITZIA

前十大客戶營收/區域佔比 (2024)



以核心技術為基礎，延伸至不同的戶外機能/運動服飾種類



(NT\$ 十億元)

	2021		2022		2023		2024	
羽絨夾克	5.2	40.27%	6.9	34.45%	5.4	32.44%	5.7	34.53%
樹脂棉夾克	2.5	19.08%	4.7	23.60%	4.5	27.20%	3.8	23.26%
薄外套、大衣	1.6	12.22%	2.4	12.04%	2.2	13.01%	2.5	14.99%
針織品項	1.5	11.89%	2.4	11.84%	2.1	12.48%	1.9	11.24%
其他(長、短褲等)	2.2	16.53%	3.6	18.06%	2.5	14.87%	2.6	15.99%
合計	13.0	100.00%	20.1	100.00%	16.6	100.00%	16.5	100.00%

生產管理學是讓廣越能持續服務國際客戶核心競爭力

基本門檻

決勝關鍵

工藝技術

偕同研發

生產管理

持續通過供應鏈審核的核心要素：

- 規模夠大
- 快速反應
- 成本控管
- 品質穩定
- 交期準時

規模擴張

品牌信賴

需長時間、深厚的產業經驗、持續資本投入

廣越的生產管理學：人、地、料、產、流五大支柱

廣越的五大生產管理支柱



領導層貼近市場
打造快速反應文化



策略產能配置支
撐供應鏈穩定



一站式整合能力
與製造韌性



智能工廠驅動
效率提升



策略性的現金
流管理

準時交貨率 >97%、持續穩站國際品牌前三大的戶外機能服飾供應商

策略產能配置支撐供應鏈穩定

廣越布局產能的考量點：關稅優勢 (約旦、越南)、供應鏈成熟度 (越南、中國、印尼)、接近終端市場 (羅馬尼亞)



廠區多、選項彈，廣越供應優勢領先同業

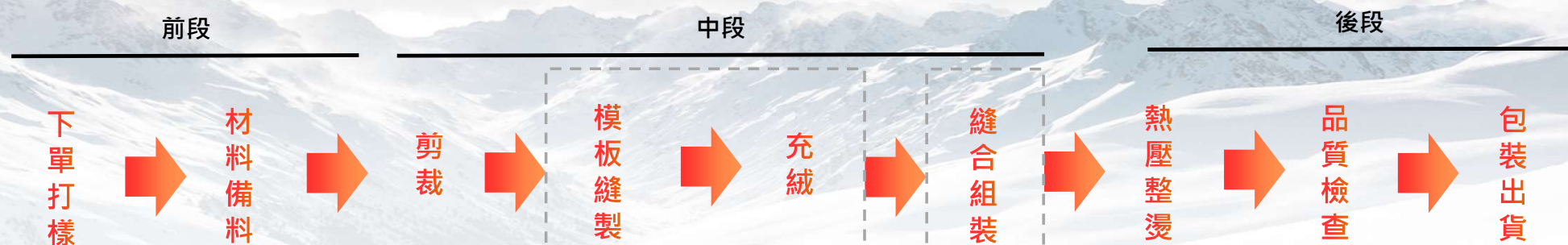
服飾種類	生產國家	美國擬課徵稅率	廠區分布					附註
			廣越	光隆	Youngone	聚陽	儒鴻	
高端 / 機能性服飾為主	越南	46%	✓	✓	✓	✓	✓	
	約旦	20%	✓					
	羅馬尼亞	25%	✓					*主要服務歐洲市場
	中國	34%	✓		✓	✓		*主要內銷中國市場
一般服飾為主	孟加拉	37%			✓	✓		
	柬埔寨	49%				✓	✓	
	印尼	32%				✓	✓	
	菲律賓	17%				✓		
	薩爾瓦多	10%			✓	✓		
	印度	26%			✓			

一站式整合能力與製造韌性



智能工廠驅動效率提升

- 與一般服飾不同，中高端機能服飾因為工藝複雜、部分原料(如羽絨)難以完全透過機器生產，僅能透過人機協作提升效率。
- 廣越為導入自動化設備程度最高的戶外機能服飾製造商，透過人機協作提升生產效率，讓新進工人實現“今日到職、明日上工”。



說明	客戶提供款式、布料、功能需求	依訂單需求採購原物料	將布料裁成布片，精度要求高	模板引導標準針線路徑縫製	羽絨填充需均勻精確	將各零件進行組裝	壓條、貼合、定型	檢查瑕疵、對位、漏絨	裝袋、標籤、入倉、出貨
引進自動化設備	-	-	V	△ (半自動化)	V	X (需人工組裝)	V	△ (半自動化)	V
自動化設備			自動裁剪機	自動模板車	自動充絨機		熱壓整燙機		

技術門檻最高，廣越利用自動模板技術與自動充絨，降低熟手依賴、提高穩定性與產能利用率

複雜縫合如接袖、裝袋、帽緣、立領等仍依賴人員操作，需經驗判斷與靈活處理

廣越自 2023 年啟動生產升級計畫，全面推動製造革新並已展現成效

- 公司自 2023 年啟動的全面升級計畫。首站於中國廠導入，已展現具體成效，成功驗證 Icebreaking 策略的落地效益。

中國生產升級案例策略

組織再造：

- 組織扁平化、年輕化：提拔新一代管理層，提升組織活力及溝通效率
- 國際化：引進跨國籍管理層，促進與客戶端溝通深度

精實成本：

- 逐項拆解工廠支出，優化資源配置，減少無效開銷。
- 建立成本控制機制，確保開支帶來具體效益。

提升生產效率：

- 進一步升級既有自動化設備，並於部分工段導入自動化(如穿繩)，進一步提升自動化比率。

轉型成效

38%
產值效率提升
(人力增長僅3%)

> 50%
客戶訂單增加

榮獲主要客戶評比供應商中
準時交貨率第一
(MDP, Management Delivery Performance)

進一步推動 QVE Icebreaking計畫，全面提升ROIC與ROE

$$\text{ROIC} = \text{NOPAT (稅後營運利潤)} \uparrow \div \text{Invested Capital (投資資本)} \downarrow$$

Project Ice Breaking (三年計畫)



工廠管理升級

- 進一步實行生產革新
- 生產資訊數位化
- 建立接班制度

接單管理升級

- 以工廠效率極大化與獲利為優先考量
- 以長期合作角度衡量接單效益

投資管理升級

- 審慎進行資本擴張，盡可能以輕資本方式滿足營運需求

- 以提升資源配置效率(ROIC)作為管理指標
- 預計3-5年內提升ROE至20%為目標。

A black and white close-up portrait of Peter F. Drucker. He is looking slightly to the right of the camera with a thoughtful expression. He is holding a pair of dark-rimmed glasses in his right hand, with the frames resting near his chin. The background is a plain, dark grey color.

"Change before you have to."
「在你被迫改變之前，主動改變。」

—彼得·杜拉克 (Peter F. Drucker)
· 現代管理學之父

財務數字

近五年損益表

NT\$百萬	2020	2021	2022	2023	2024	YoY				
						2020	2021	2022	2023	2024
營業收入	12,189	13,022	20,066	16,553	16,473	-25.0	6.8	54.1	-17.5	-0.5
營業毛利	1,286	1,872	3,266	2,486	2,095	-49.5	45.6	74.5	-23.9	-15.7
營業費用	-1,005	-1,187	-1,744	-1,565	-1,626	-13.6	18.1	47.0	-10.3	3.9
營業利益	280	685	1,522	921	469	-79.7	144.2	122.3	-39.4	-49.1
稅前淨利	686	974	1,957	1,191	682	-50.5	41.9	100.9	-39.2	-42.7
所得稅	-129	-248	-462	-286	-203	-55.3	92.8	86.5	-38.1	-29.1
非控制權益	-21	-96	-318	-170	-77	-77.6	366.3	232.4	-46.5	-54.6
稅後淨利	537	631	1,176	734	402	-46.6	17.3	86.5	-37.6	-45.2
每股盈餘 (NT\$)	5.20	6.10	11.38	7.10	3.89	-46.6	17.3	86.6	-37.6	-45.2
重要財務比率 (%)										
毛利率	10.5	14.4	16.3	15.0	12.7					
營業費用率	8.2	9.1	8.7	9.5	9.9					
營業利益率	2.3	5.3	7.6	5.6	2.8					
所得稅率	18.7	25.4	23.6	24.0	29.7					
淨利率	4.6	5.6	7.4	5.5	2.9					

近五年資產負債表

NT\$百萬	2020	2021	2022	2023	2024	YoY				
						2020	2021	2022	2023	2024
總資產	12,870	14,839	16,486	15,692	17,198	10.4	15.3	11.1	-4.8	9.6
現金及約當現金	2,346	1,819	3,765	3,227	2,337	5.1	-22.4	107.0	-14.3	-27.6
應收帳款與票據	973	2,035	1,816	1,320	1,570	-11.9	109.1	-10.8	-27.3	18.9
存貨	3,006	4,201	4,238	3,226	4,213	-12.1	39.8	0.9	-23.9	30.6
固定資產	2,765	2,938	3,098	3,387	3,534	19.1	6.3	5.5	9.3	4.4
總負債	4,717	6,448	6,718	5,750	7,043	22.2	36.7	4.2	-14.4	22.5
應付帳款與票據	710	852	984	703	1,154	21.1	20.0	15.5	-28.5	64.2
總借款	2,102	3,598	3,203	2,863	3,915	6.2	71.2	-11.0	-10.6	36.8
總股東權益	8,153	8,392	9,768	9,942	10,155	4.6	2.9	16.4	1.8	2.1
重要財務比率										
應收帳款週轉天數	30.7	41.6	34.5	34.1	31.6					
存貨週轉天數	106.1	116.3	90.4	95.5	93.1					
應付帳款週轉天數	21.4	25.2	19.7	21.6	23.3					
現金週轉天數	115.4	132.7	105.3	108.0	101.5					
股東權益報酬率 (%)	7.0	8.8	16.5	9.2	4.8					
資產報酬率 (%)	4.5	5.2	9.5	5.6	2.9					
淨負債/權益	(20.9)	21.2	(20.3)	(18.2)	15.5					

歷年現金股利發放情形

	2020	2021	2022	2023	2024
EPS(元)	9.73	5.20	6.10	11.38	7.10
每股現金股利(元)	7.5	3.2	4.2	6.8	5.2
股利殖利率	6.14%	2.64%	3.50%	5.79%	5.17%