

裕隆日產汽車股份有限公司

提升企業價值計畫

為提升企業價值，裕隆日產制定提升企業價值計畫，闡明包括成本分析、獲利分析、市場評價分析與公司治理推動等項目，藉此強化利害關係人溝通與公司治理品質，協助投資人充分瞭解公司現況與未來規劃說明。

[現況分析]

一、成本分析

(一)營業毛利變動分析：

單位：新台幣仟元

項 目	前 後 期 增 減 變 動 數	差 異 原 因			
		售 價 差 異	成 本 價 格 差 異	銷 售 組 合 差 異	數 量 差 異
營業毛利	(397,053)	229,618	70,808	38,654	(430,766)
說 明	1.售價有利，主因來自 113 年度高單價成車銷售比重增加。 2.成本價格有利，主因來自 113 年度成車進貨成本減少(匯率有利與成本低減)。 3.銷售組合有利，主因來自 113 年度高毛利之成車銷售比重增加。 4.數量不利，主因來自 113 年度成車銷售數量減少。 5.本公司接受 Nissan Motorsports & Customizing Co.,Ltd 及日產汽車之委託，從事研究及設計，勞務收入 113 年度較 112 年度減少 174,378 仟元，主因來自日產委外設計開發專案減少。 6.本公司其他營業收入 113 年度較 112 年度增加 10,627 仟元。				

## 二、獲利分析:

### (一)財務績效比較分析

單位：新台幣仟元

項 目	年 度		增 ( 減 ) 金 額	變 動 比 例 (%)
	112 年 度	113 年 度		
營 業 收 入 總 額	\$26,151,850	\$23,149,917	(3,001,933)	(11)
減：銷貨退回及折讓	15,653	17,901	2,248	14
營 業 收 入 淨 額	26,136,197	23,132,016	(3,004,181)	(11)
營 業 成 本	23,081,037	20,473,909	(2,607,128)	(11)
營 業 毛 利	3,055,160	2,658,107	(397,053)	(13)
營 業 費 用	2,934,035	2,596,568	(337,467)	(12)
營 業 利 益	118,413	61,271	(57,142)	(48)
營 業 外 收 入	1,368,355	2,003,160	634,805	46
減：營業外支出	15,601	14,500	(1,101)	(7)
稅 前 淨 利	1,471,167	2,049,931	578,764	39
所 得 稅 費 用	310,142	379,588	69,446	22
純 益	\$ 1,161,025	\$ 1,670,343	509,318	44

- 營業收入、毛利及營業利益減少，主因 113 年大陸汽車來台組裝搶占市場及進口車品牌擴大導入低價入門車款，侵蝕國產車市場價格帶，導致車輛銷售台數下降，營業收入、毛利及營業利益因而隨之減少；在成本低減與營業費用擷節的努力下，113 年營業毛利率維持與 112 年相當的水準、營業利益 0.61 億元。
- 營業外收入增加主因來自 113 年大陸轉投資公司認列收益較去年增加(大陸汽車市場成長)。

## 三、市場評價分析

本公司 2024 年股價淨值比(PBR)為 1.17 倍(2024 年 12 月 31 日股價 75.6 元 vs.公司淨值 64.2 元)，本公司秉持穩健原則，致力於提升經營績效，確保投資人對我們的評價能反映出公司真實的內涵價值。

## 四、公司治理分析

董事會結構及獨立性：本公司第九屆董事成員共 11 席，為確保董事會的客觀性與獨立性，其中 3 席為獨立董事，占董事會的 27%。本公司董事會成員來自不同產業領域，涵蓋汽車製造、財務金融、紡

織製造及法律專業，充分展示出跨領域的專業經驗與視野；所有董事亦具備多面向的專業能力，涉及經營管理、產業知識、財務會計及法律等領域。董事會主席同為公司治理最高領導人為女性；董事背景具兩種國籍以上，擁有國際市場的豐富視野及跨國經營經驗，能夠為公司在全球化發展與競爭中提供更為前瞻性和多元的建議，促進董事會在全球市場中的有效運作。為強化董事成員於執行職務時所需具備之各項能力，本公司定期安排董事參與專業進修課程，2024年共安排六堂進修課程，課程涵蓋永續發展、氣候變遷、數位轉型、合規風險管理等議題。

董事會運作之有效性：依據《董事會績效評估辦法》，本公司定期進行董事會、各功能性委員會以及個別董事的績效內部自評，衡量項目包含五大構面：對公司營運之參與程度、提升董事會決策品質、董事會組成與結構、董事的選任及持續進修、內部控制等構面，並在隔年三月董事會提報予全體董事，以強化董事會的職能並達成公司治理的理想目標。

資訊透明度：本公司秉持公平、公開及即時揭露之原則，致力於強化資訊透明度與揭露時效。除依主管機關相關規範揭露公司重大營運資訊及訊息外，並同步於本公司官方網站公告，以協助股東及利害關係人充分掌握公司營運狀況。藉由完善的資訊揭露制度，本公司持續維護良好的董事會治理架構，健全監督功能，並提升整體管理效能。

## **[政策與計畫]**

### 一、 短期計畫

#### (1) 產品策略

裕日借重國內供應商的力量，積極投入特仕車型與配件開發，強化產品競爭力，同時持續加速導入電驅車型，對應市場需求，並規劃最佳車型產品組合，透過國產車及進口車等車型互補策略衝刺市場佔有率。未來將持續貼近市場趨勢展開產品線規劃，發展高外顯性、高使用性、高科技性、以及高性價比的車型核心競爭力，創造最符合消費者需求的魅力產品。

#### (2) 行銷策略

##### 1. NISSAN：

- A. 以強化消費者信賴為核心、持續發展安心科技及電驅體驗做為品牌承諾。
- B. 透過交易條件透明化及提供專注細節的服務體驗，持續強化消費者對品牌的信賴。
- C. 提供更舒適、更安心、更安全的仕樣配備及售後服務，提升用車體驗。
- D. 持續導入符合趨勢及適合台灣市場的電驅產品，加速產品更迭。
- E. 透過各項數位工具進行全眾/分眾推播，藉由精準行銷鎖定目標客群以提升成交率。
- F. 因應數位行銷潮流與行動裝置普及趨勢，持續優化數位服務平台的功能，包含認證中古車交易以及 NISSAN GO 體驗平台，透過線上行銷線下體驗的模式，強化數位行銷能力。

##### 2. INFINITI：

- A. 持續導入新車型與升級仕樣配備，以創造市場話題並帶動品牌整體銷售。
- B. 落實尊榮服務品質，以改善銷售服務及售後服務，強化通路實力。

#### (3) 保有客經營深化策略

1. 透過持續優化每一個與接觸點流程以及舉辦車主活動，來深化客戶關係。
2. 建構 NISSAN 移動生活圈為顧客提供多元服務，以提昇顧客每個用車階段的價值，增加保有客黏著度。

#### (4) 獲利提升策略

透過強化車型銷售組合管理，並持續推動各項成本管理活動，以有效改善獲利。

## 二、中長期計畫

### (1) 產品開發策略

透過導入更多具競爭力的新能源車型，如純電以及 e-Power 車型，滿足消費者期待，並積極推動產品線企劃，確保車型市場競爭力。

### (2) 品牌提升策略

建立一致化的透明標準以強化顧客信賴、持續發展安心科技及電驅體驗做為品牌承諾。

### (3) 營收成長策略

配合商品面持續導入具競爭力的新能源車型，以及行銷面的精準行銷議題規劃、通路戰力持續強化、保有客經營深化等做法，同時將積極佈局零件外銷業務，以擴大公司營收成長基礎。

### (4) 成本合理化策略

檢視車輛生命週期的全價值鏈，針對總交貨成本進行管理，以持續精進成本競爭效率及效益。

### (5) 推動 ESG 永續活動，優化人力資源制度

1. 推動 ESG 永續活動：公司已將 ESG 納入中長期策略轉型專案，透過「裕隆日產永續發展委員會」確保公司永續發展願景、策略之落實，擬定公司於各領域之永續發展目標，讓公司邁向永續經營奠定更穩固的基礎。
2. 優化人力資源制度：努力開拓員工的潛力與價值，鼓勵員工不斷地發掘創新勇於接受挑戰，過程中以緊密溝通及良好互動來凝聚全員發展共識，並成為持續推動公司發展的動力，包含：
  - A. 卓越行銷團隊計劃：提升行銷團隊能力。
  - B. 優秀主管計劃：強化管理階層的管理能力。
  - C. 主管接班人計劃：事先儲備基層及中階主管的接班人。
  - D. 關鍵人才留任：透過合理化及透明化考核制度，有效留任公司核心人才。
  - E. 雙軌制：建構專業技術職及管理職的長期發展方向，使人才有明確的發展途程。

### (6) 持續淬鍊「創新」企業文化

未來的核心競爭優勢將持續以「創新」做為發展主軸，並以導入創新的產品及服務為方向，有效利用公司核心智慧資本全面建構顧客價值主張。

1. 在產品創新上，藉由顧客意見蒐集與管理、及車型導入流程管理，進而發掘消費者潛在需求，並開發及引進符合顧客期待的產品，以創造顧客及股東最高的價值。
2. 在服務創新上，繼續強化「快速到位服務」：藉由專業、信賴的售後服務及快速解決顧客問

題，有效提升顧客滿意度。

#### **[溝通與追蹤]**

(一) 與投資人積極溝通：

本公司官方網站「品牌最新消息 - 關於裕隆日產」項下，已揭露公司治理、誠信經營守則等重要規章，並不定期更新，投資人與各利害關係人得逕行隨時參閱。董事會決議之重大事項等則於逐次董事會議後，於公開資訊觀測站公告之。同時，裕日於每年召開一次股東會、每年召開兩次法說會等積極與投資人進行對話，包括說明公司之財務與公司治理分析結果及強化計畫之具體措施，以確保投資人對公司策略和計畫有全面的理解。

(二) 每年更新資訊：每年至少進行一次進度說明，並更新揭露之資訊。