



金可國際
GINKO INTERNATIONAL CO., LTD.



海昌
HORIENT
海爾森

Ginko International Co., Ltd.

股票代號：8406 F-金可

IR link: http://www.ginkointernational.com/cn/invest_1.html

公司簡介



目 錄

- 一、 公司概况
- 二、 主要法人股東簡介
- 三、 技術、產品與製程介紹
- 四、 行業概況
- 五、 經營績效
- 六、 競爭優勢
- 七、 未來發展方向



金可國際
GINKO INTERNATIONAL CO., LTD.

一、公司概況





公司簡介

金可國際控股成立時間：西元2007年

董事長：蔡國洲先生

總經理：蔡國源先生

市值：8.45 億美元 (2017, 03, 31)

公司概況
主要法人股東簡介
技術、產品與製程介紹
行業概況
經營理念與經營績效
競爭優勢
未來發展方向



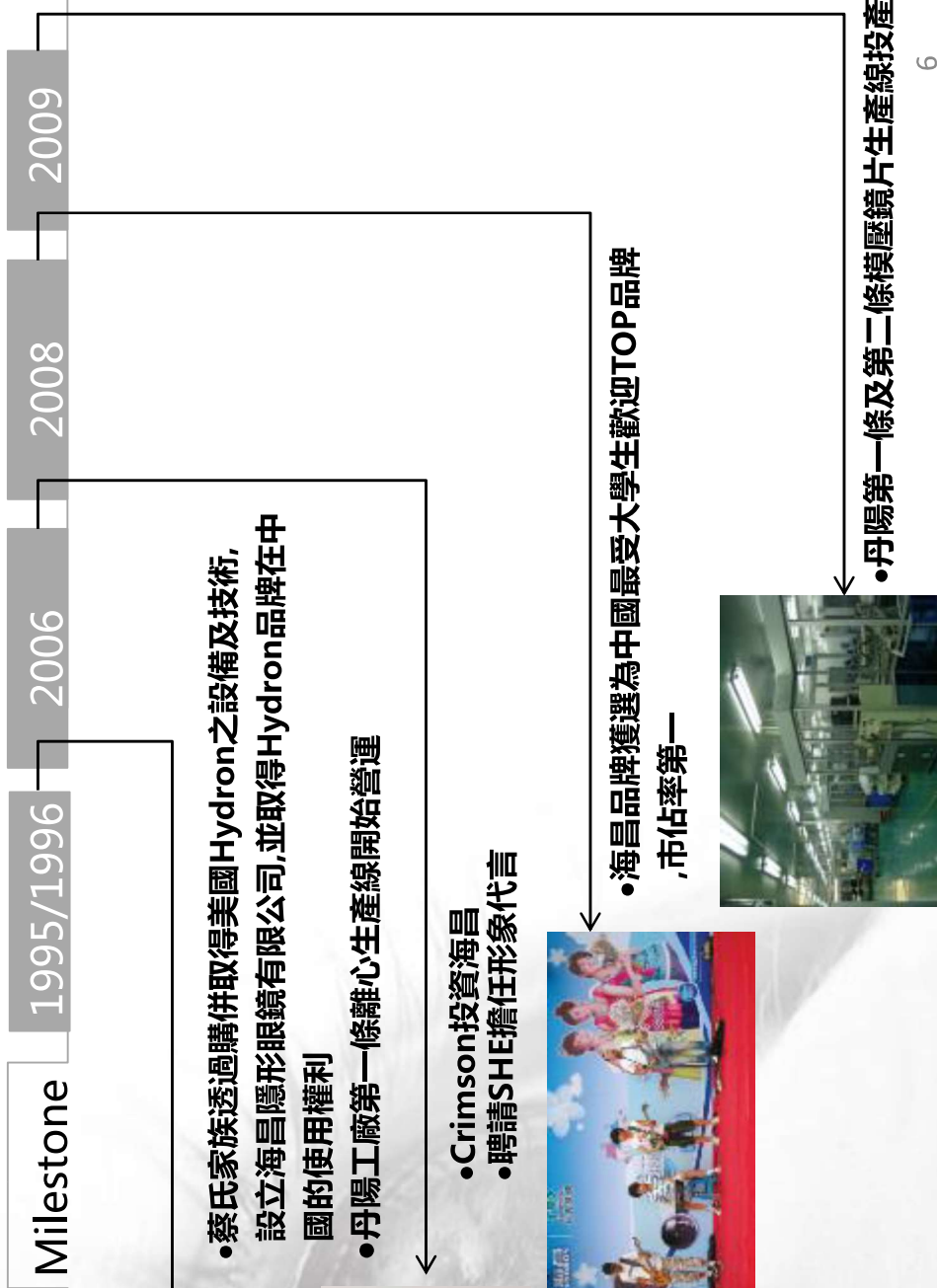
公司簡介

- **主要子公司:**
海昌隱形眼鏡有限公司(中國江蘇丹陽)
江蘇海倫隱形眼鏡有限公司(中國江蘇丹陽)
永勝光學股份有限公司 (台灣中科)
- **主要產品:**隱形眼鏡及護理液生產及銷售
- **所屬品牌:**海昌、海麗恩



公司概况
主要法人股東簡介
技術、產品與製程介紹
行業概況
經營理念與經營績效
競爭優勢
未來發展方向





公司概况
主要法人股東簡介
技術、產品與製程介紹
行業概況
營運概況與經營績效
競爭優勢
未來發展方向

Milestone

2010

2011

2012

2013



- 聘請蔡依林擔任形象代言
- 丹陽第三條模壓鏡片生產線投產
- 收購永勝光學股份有限公司, 籌建中科廠
設置二條模壓鏡片生產線



- 成為英商Sauflon中國代理商
- 聘請羅志祥擔任形象代言
- 丹陽第四條模壓鏡片生產線投產
- 於臺灣櫃檯買賣中心掛牌
- 海昌產品於台灣上市
- 在中國成為眼力健的獨家代理

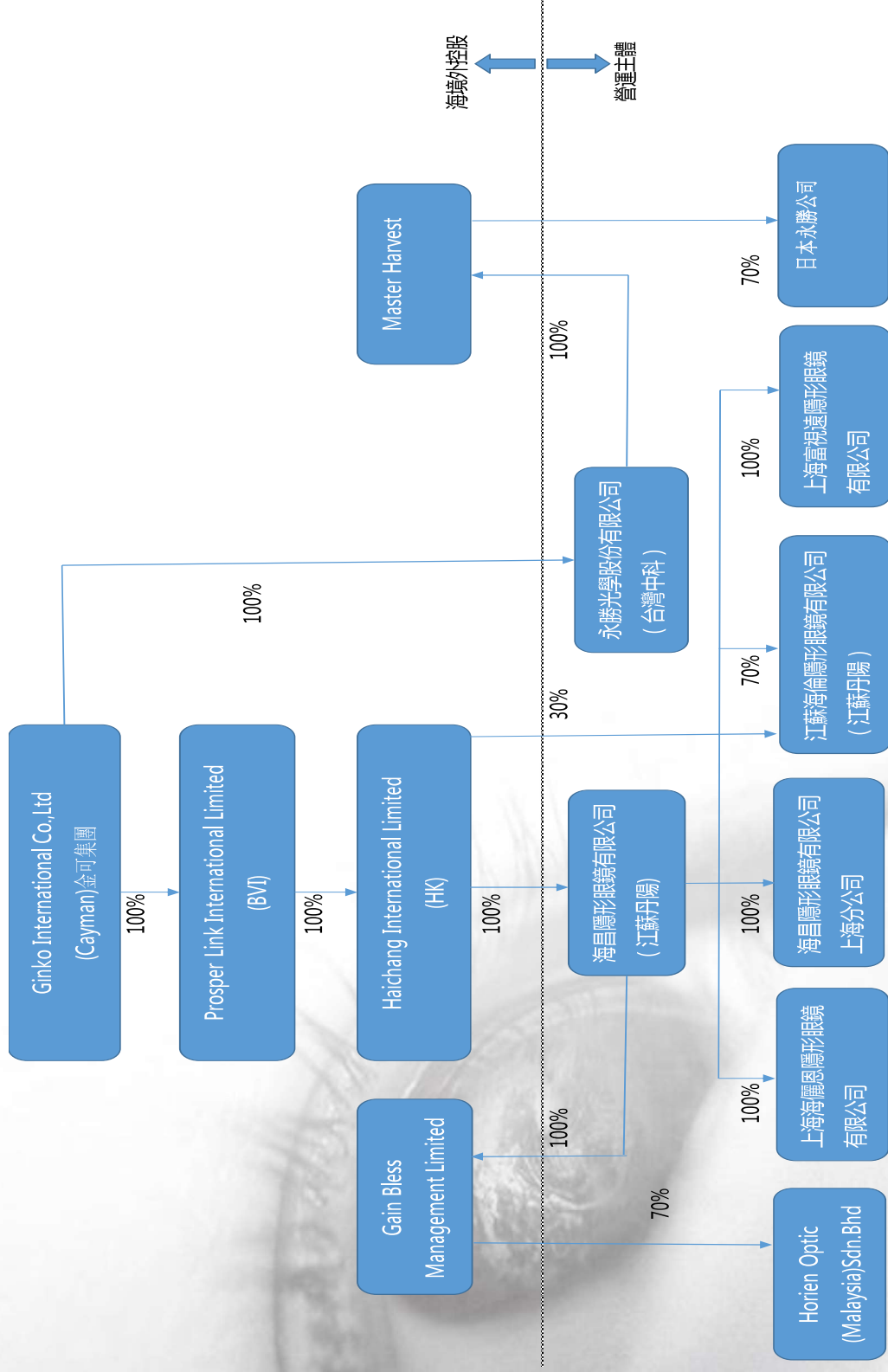
- 併購上海海爾恩隱形眼鏡光學有限公司
- 發行可轉換公司債, 募集資金20億

公司概況
主要法人股東
技術、產品與製程介紹
行業概況
營運概況與經營績效
競爭優勢
未來發展方向





金可國際投資架構



公司概况
主要法人股東簡介
技術、產品與製程介紹
行業概況
經營理念與經營績效
競爭優勢
未來發展方向

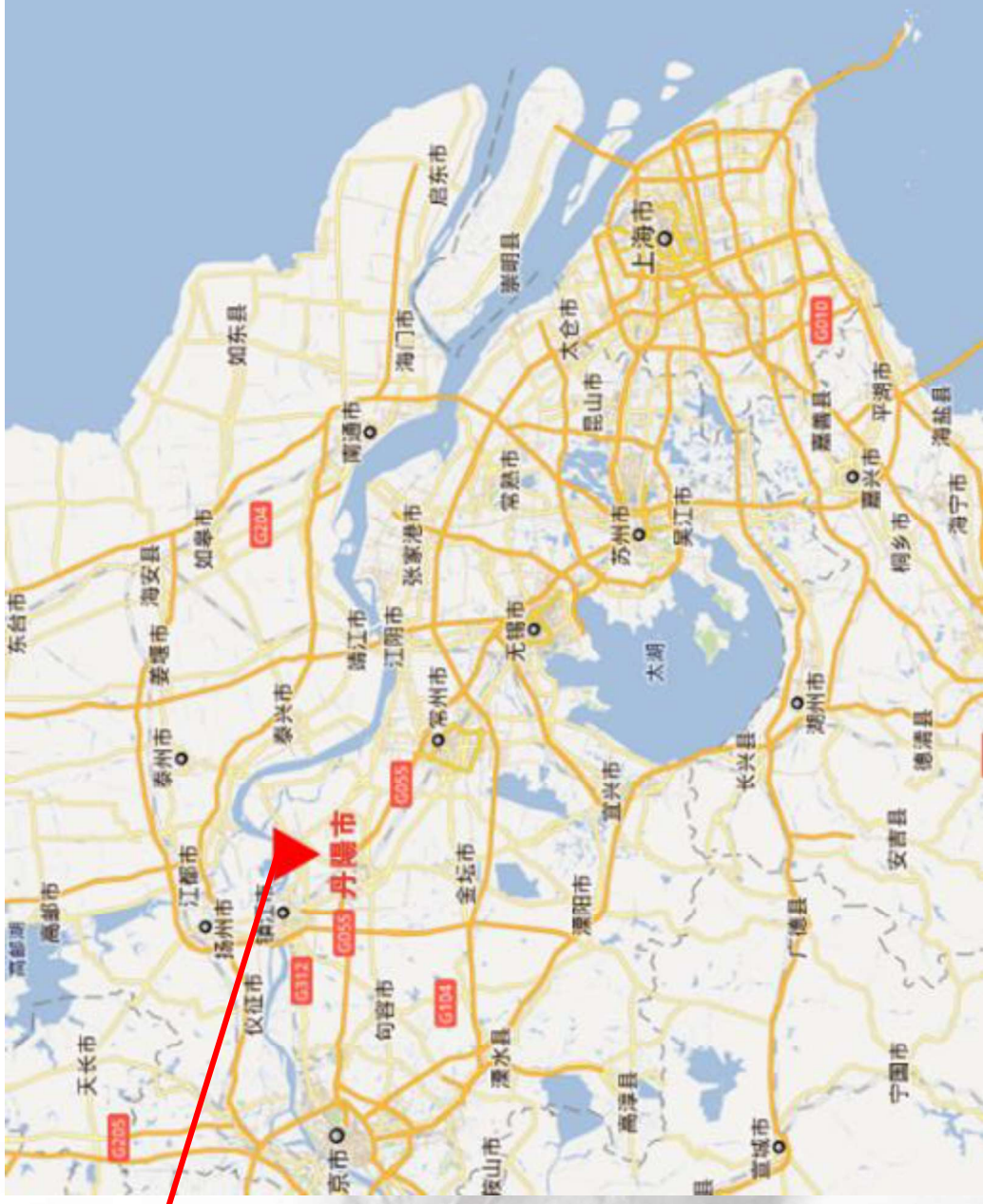


金可國際
GINKO INTERNATIONAL CO., LTD.

生產基地位置 - 江蘇丹陽 中國眼鏡之鄉



海昌隱形眼鏡有限公司



公司概况
主要法人股東簡介
技術、產品與製程介紹
行業概況
經營理念與經營績效
競爭優勢
未來發展方向



金可國際
GINKO INTERNATIONAL CO., LTD.

二、主要法人股東簡介

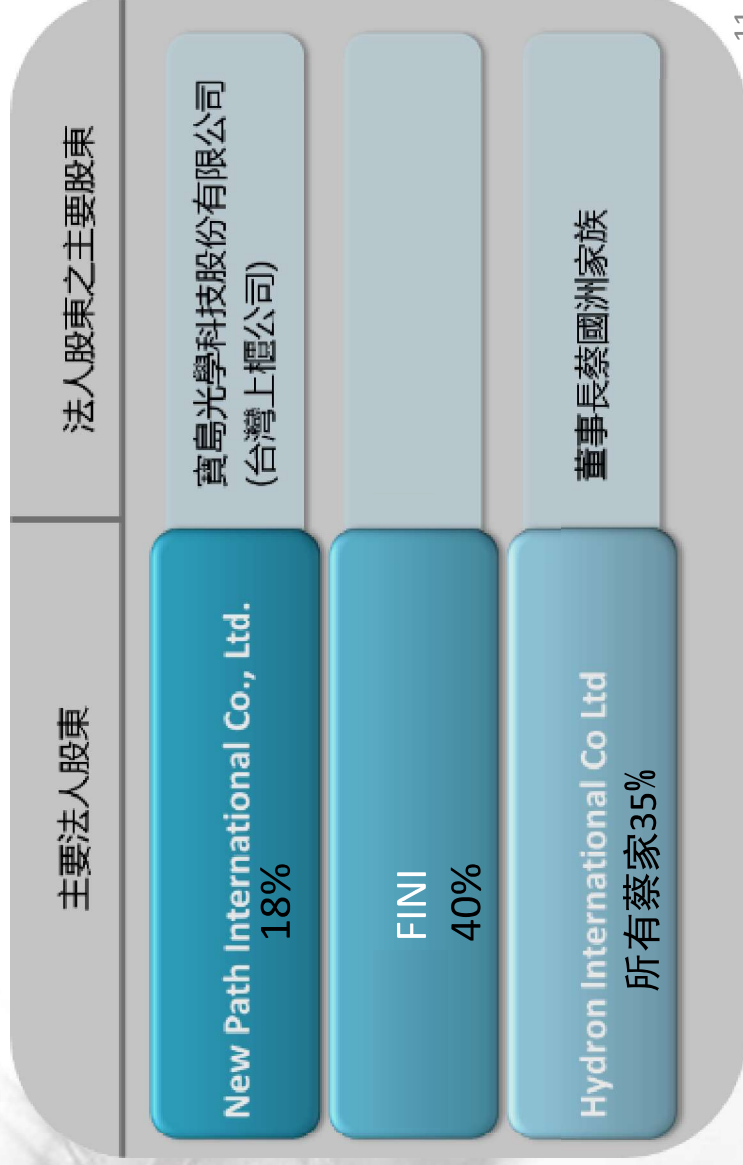




到2016.8.13止



主要法人股東



公司概况
主要法人股東簡介
技術、產品與製程介紹
行業概況
經營理念與經營績效
競爭優勢
未來發展方向



金可國際
GINKO INTERNATIONAL CO., LTD.

三、技術、產品與製程介紹





主要產品-鏡片



公司概况

主要法人股東簡介

技術、產品與製程介紹

行業概況

營運概況與經營績效

競爭優勢

未來發展方向



主要產品-鏡片



公司概况

主要法人股東簡介

技術、產品與製程介紹

行業概況

營運概況與經營績效

競爭優勢

未來發展方向



主要產品-鏡片

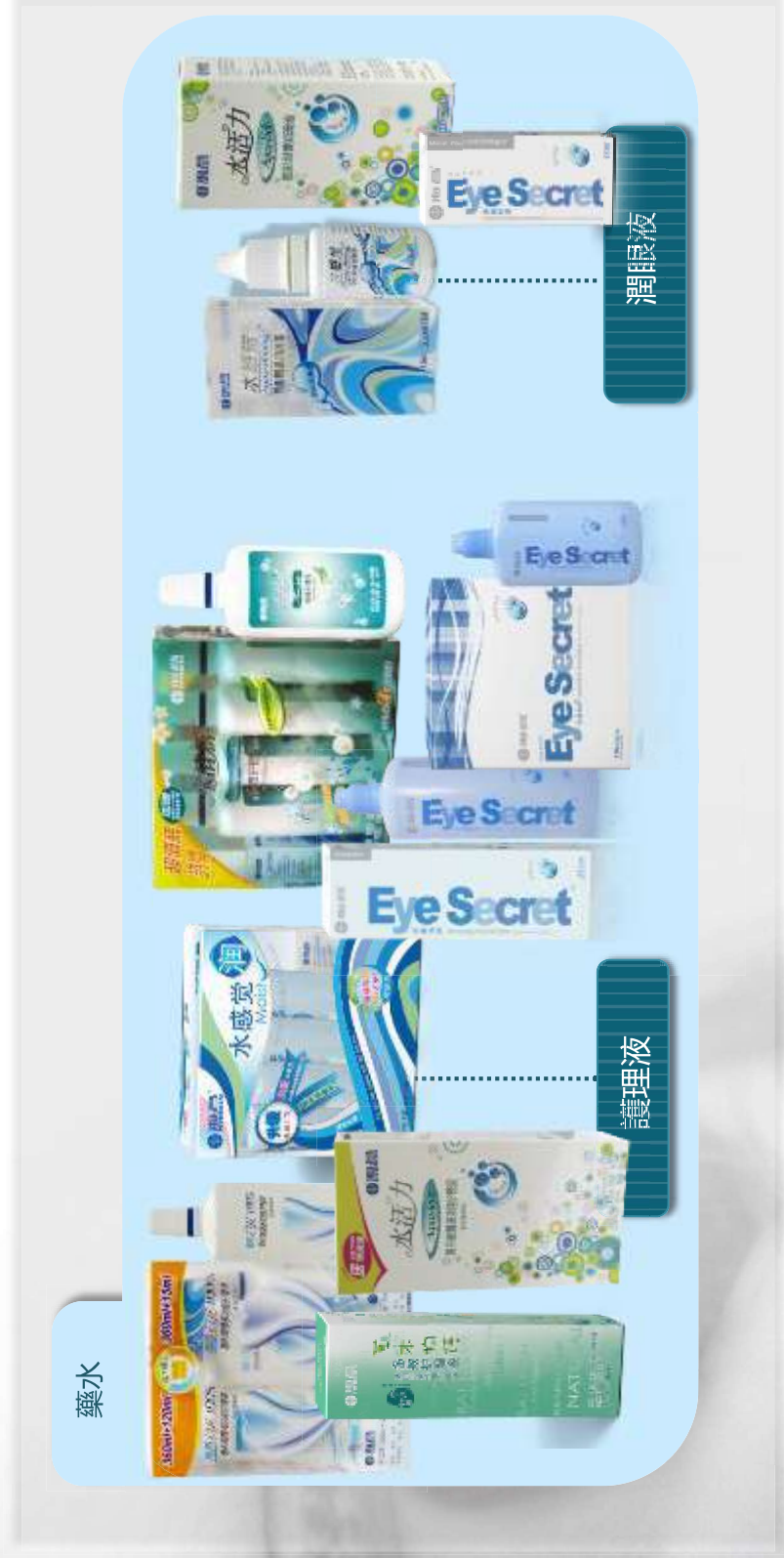


公司概况
主要法人股東簡介
技術、產品與製程介紹
行業概況
營運概況與經營績效
競爭優勢
未來發展方向



金可國際
GINKO INTERNATIONAL CO., LTD.

Main Products-LCP

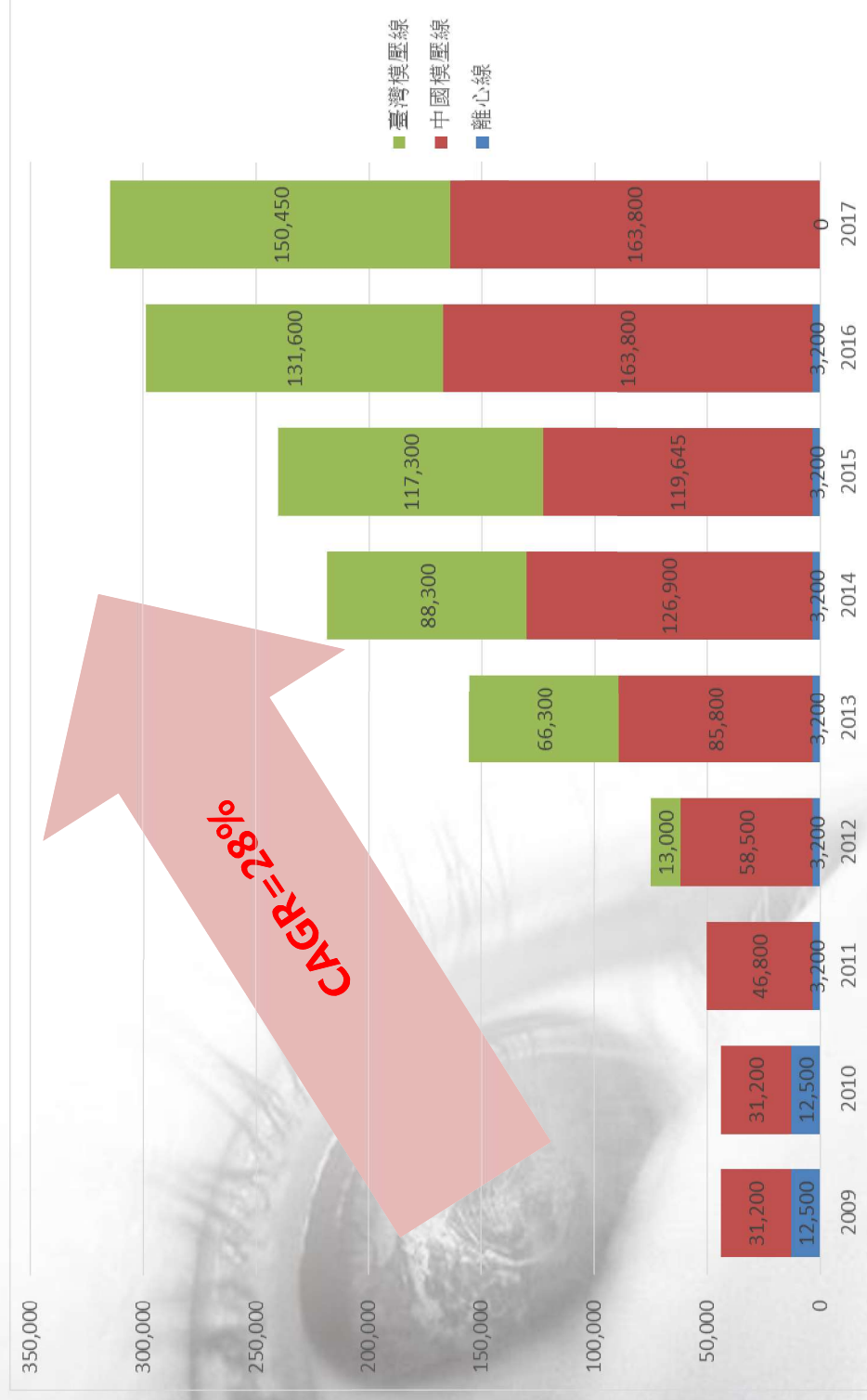


公司概况
主要法人股東簡介
技術、產品與製程介紹
行業概況
營運概況與經營績效
競爭優勢
未來發展方向



金可國際-兩岸隱形眼鏡片實際投資產能概況

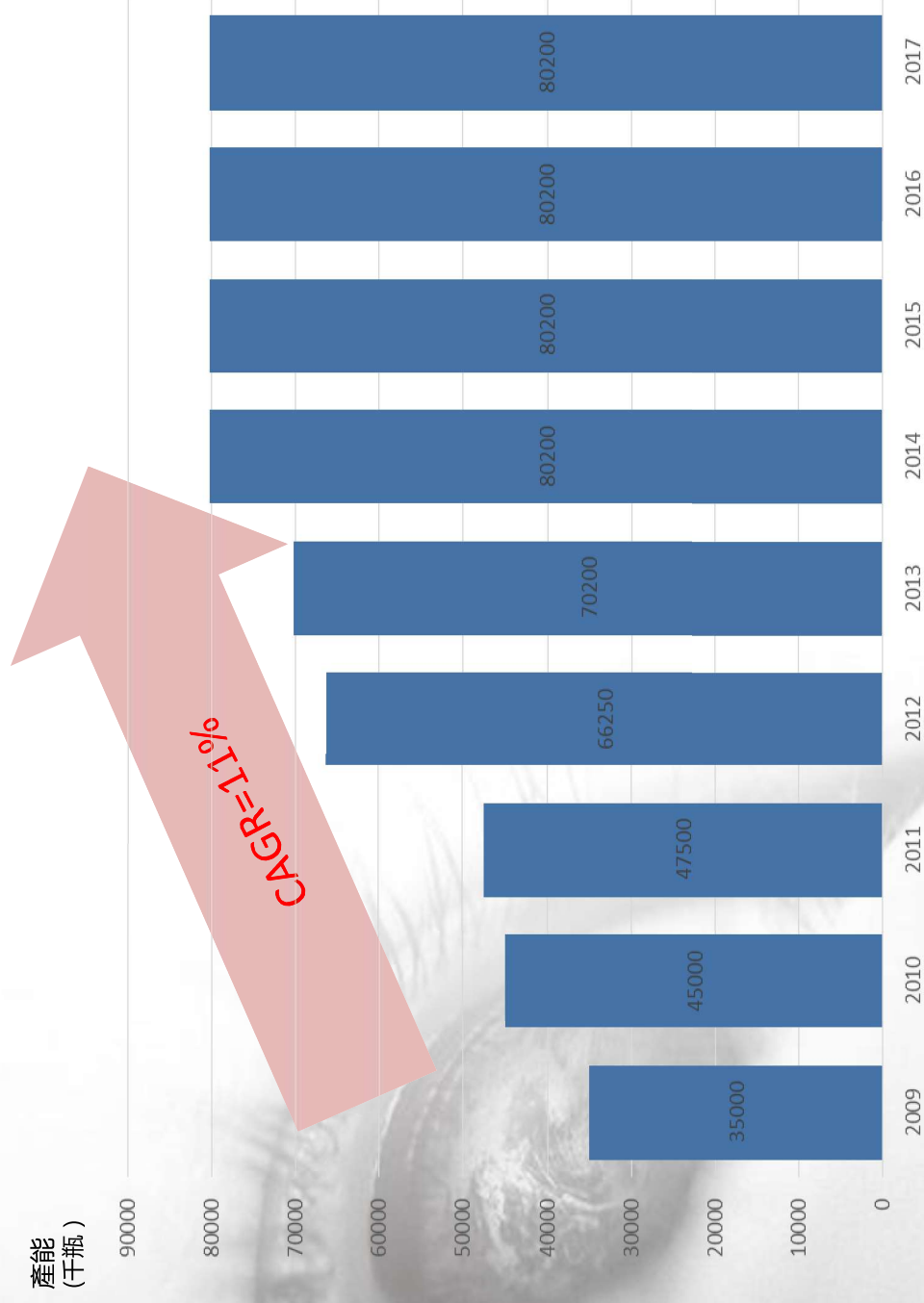
產能
(千片)



公司概况
主要法人股東簡介
技術、產品與製程介紹
行業概況
營運概況與經營績效
競爭優勢
未來發展方向



金可國際-中國隱形護理液實際投資產能概況



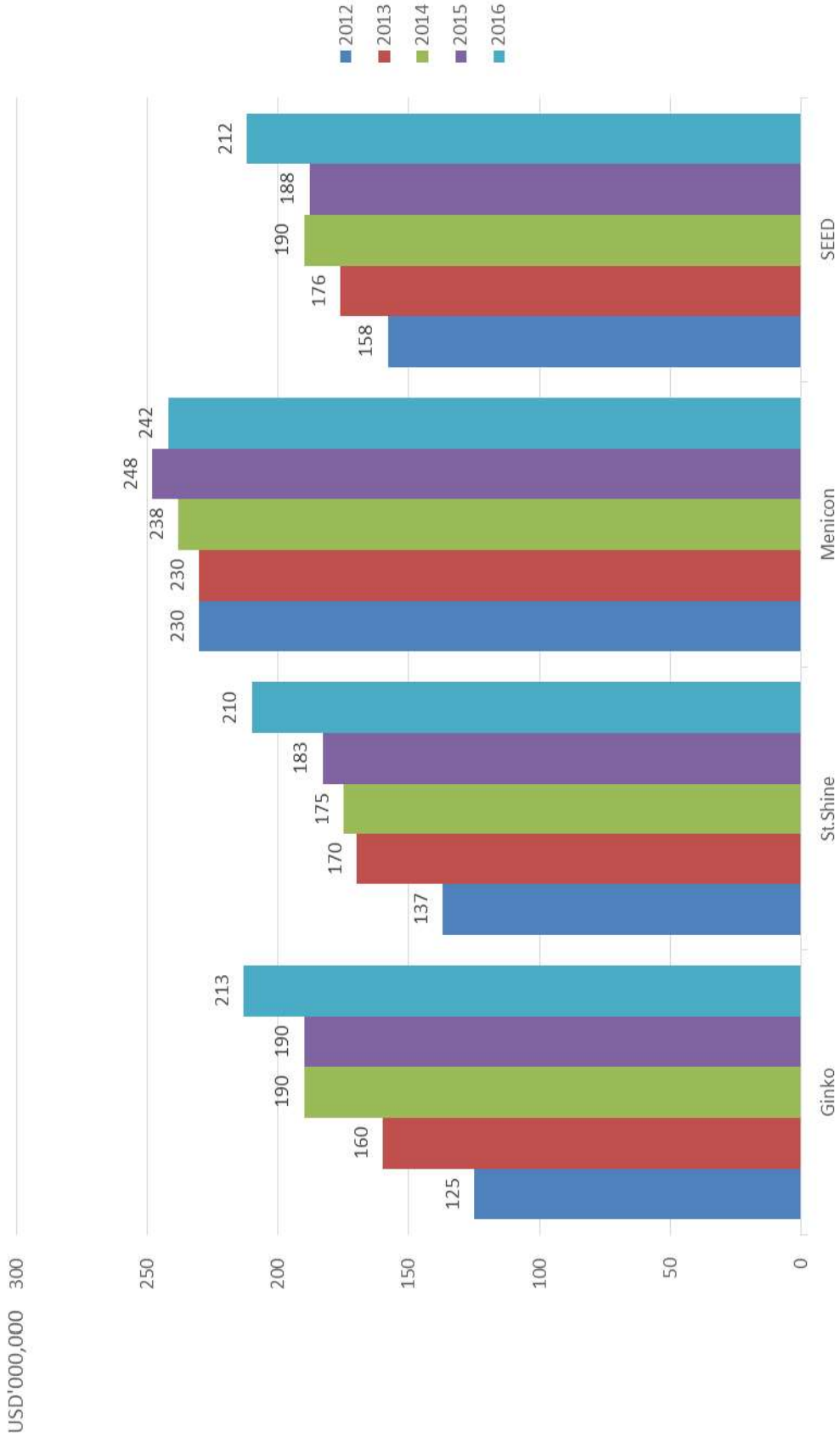
公司概況
主要法人股東簡介
技術、產品與製程介紹
行業概況
營運概況與經營績效
競爭優勢
未來發展方向



四、行業概況



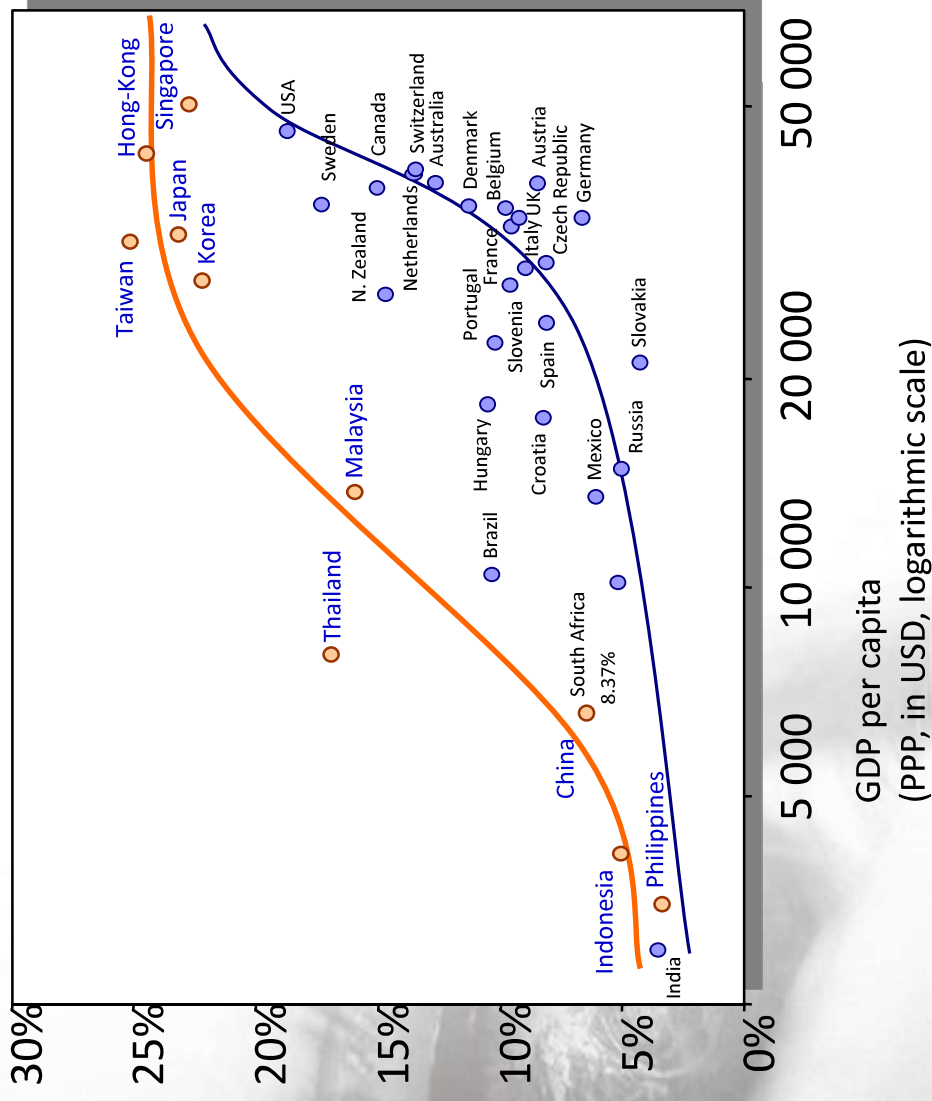
Leading SCL Players in Asia





中國滲透率將隨人均GDP提高循亞洲成熟國家的軌道成長

Population using contact lenses over population in need for a correction (in %)



● ASEAN and China
● Other countries



市場環境分析

中國隱形眼鏡市場潛力驚人

基本市場 成長

中國全國範圍強制性教育的推廣，以及電視、電腦、網路的日漸普及，造成有視力問題的人口持續上升，推動了矯正視力之需求。

廣大消費群

中國是目前最大的眼鏡生產基地，亦是最大消費國，近視人口約佔總人口數的33%~35%，粗略估計需視力矯正的人口超過3億人。

生活水平 提升需求

中國的消費能力不斷提高，對外觀的時尚感訴求提高，越來越多人選擇配戴隱形眼鏡。

潛在市場 滲透率

香港、日本及臺灣之隱形眼鏡滲透率分別為20-25%；中國隱形眼鏡滲透率的8%。

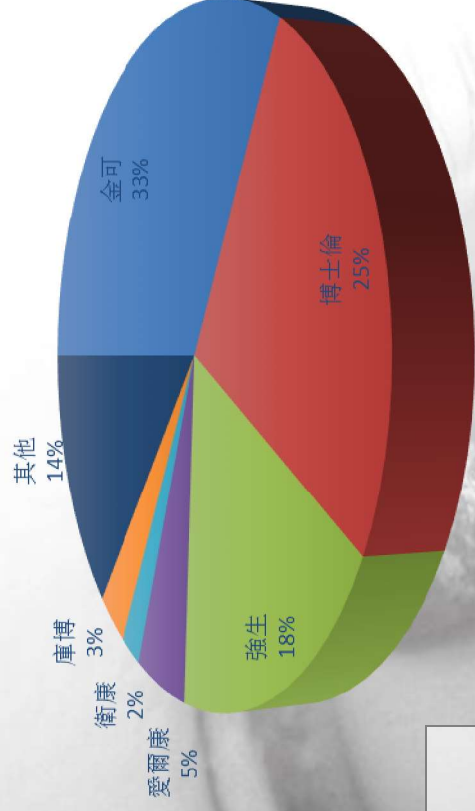
市場規模 持續成長

中國隱形眼鏡及護理產品市場快速成長，2008年~2016年的年複合成長率13%，2015年中國的市場規模達50億RMB，且仍持續成長中

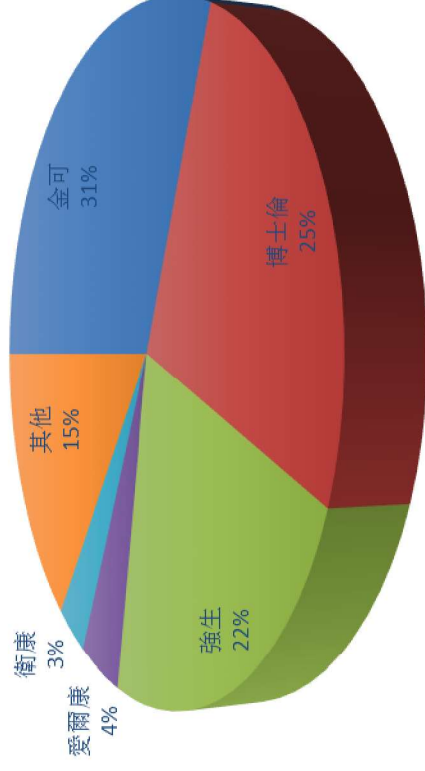
公司概況
主要法人股東簡介
技術、產品與製程介紹
行業概況
經營理念與經營績效
競爭優勢
未來發展方向



中國隱形眼鏡整體市佔率



隱形眼鏡-2016



隱形眼鏡-2015

公司概況

主要法人股東簡介

技術、產品與製程介紹

行業概況

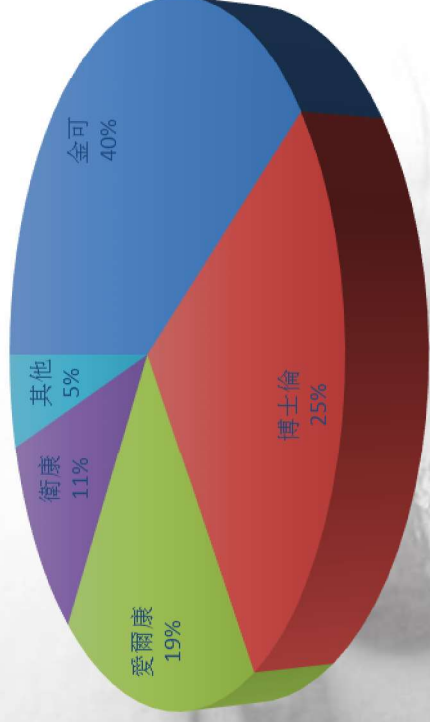
經營理念與經營績效

競爭優勢

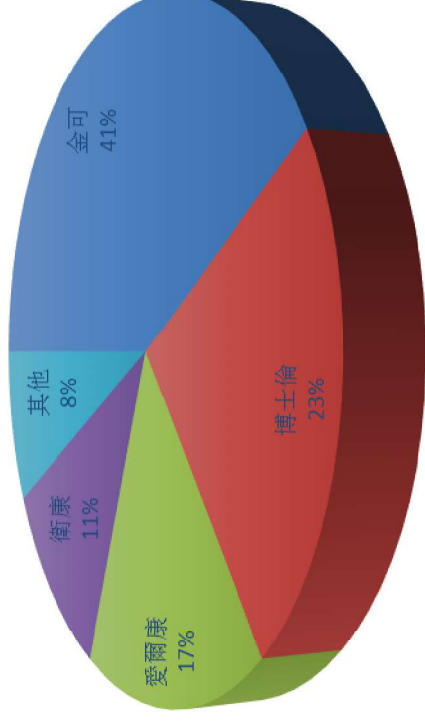
未來發展方向



中國護理液整體市佔率



護理液-2016



護理液-2015

公司概況
主要法人股東簡介
技術、產品與製程介紹
行業概況
經營理念與經營績效
競爭優勢
未來發展方向

行業主要品牌概況

主要品牌	產品市場定位	產品涵蓋範圍	銷售區域
海昌 (Hydron) 海儷恩 (Horien)	中高端 到中低端	-產品線齊全，在傳統型、半年拋型 有強力優勢 -雙品牌夾擠市場	全中國 批發55% 零售30% 62,000POS 電商占22%
博士倫 (B&L)	高端	-產品線較其他外商齊全， -較專注於拋棄型領域	全中國 批發31% 零售47% 35,000POS 電商占40%
衛康 (Weicon)	中端 到中低端	-在傳統型、季拋型產品有優勢	全中國 批發70% 零售18% 35,000POS 電商占17%
強生 (J&J)	高端	-只生產拋棄型產品，專注於日拋領域	一、二級城市 批發7% 零售68% 6,000POS 電商占35%

公司概況
主要法人股東簡介
技術、產品與製程介紹
行業概況
經營理念與經營績效
競爭優勢
未來發展方向

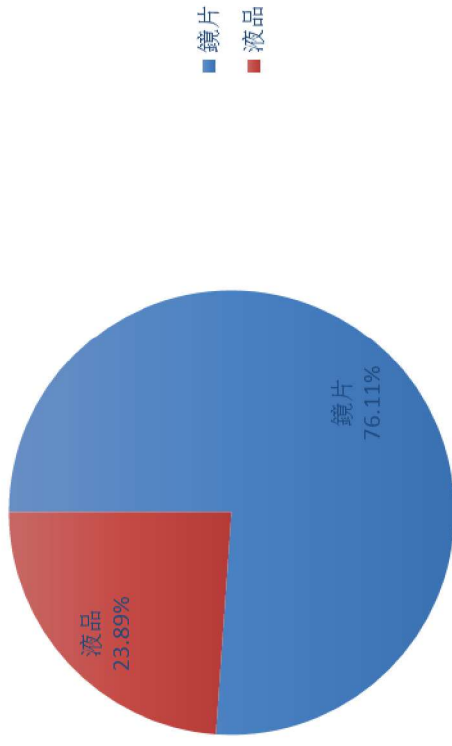


五、經營績效

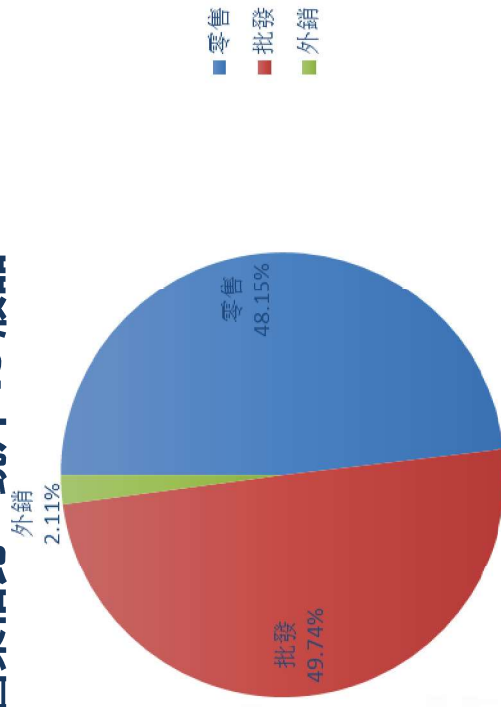




金可國際-營業收入來源分析-2016



營業佔比 - 鏡片 vs 液品

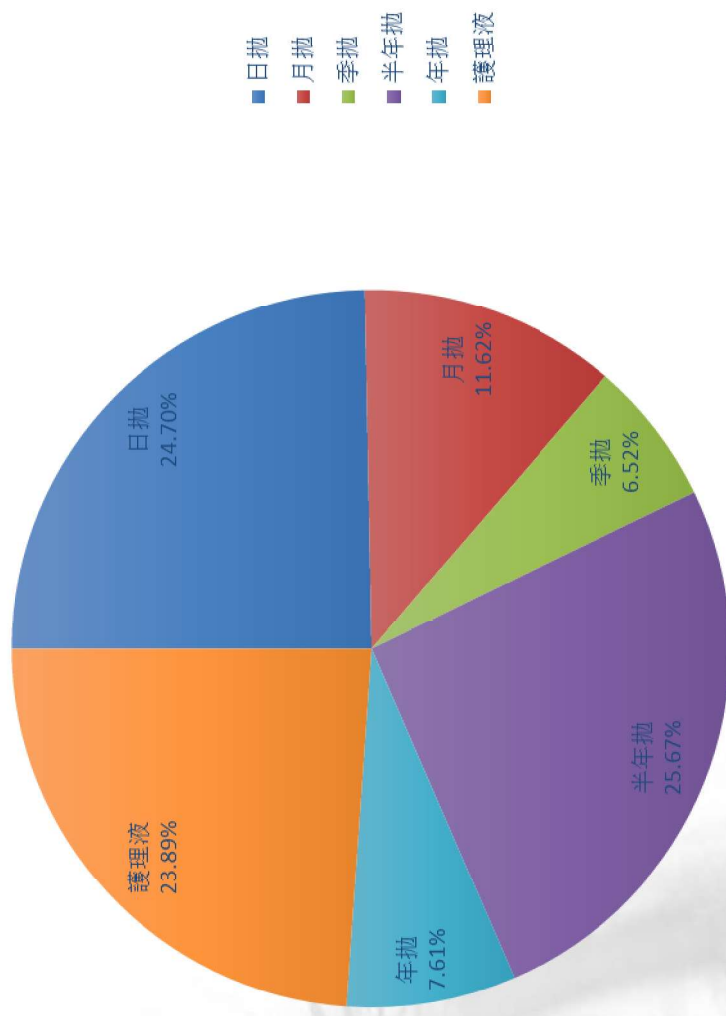


營業佔比 - 通路別

公司概況
主要法人股東簡介
技術、產品與製程介紹
行業概況
經營理念與經營績效
競爭優勢
未來發展方向



Ginko International 銷貨收入分析-2016

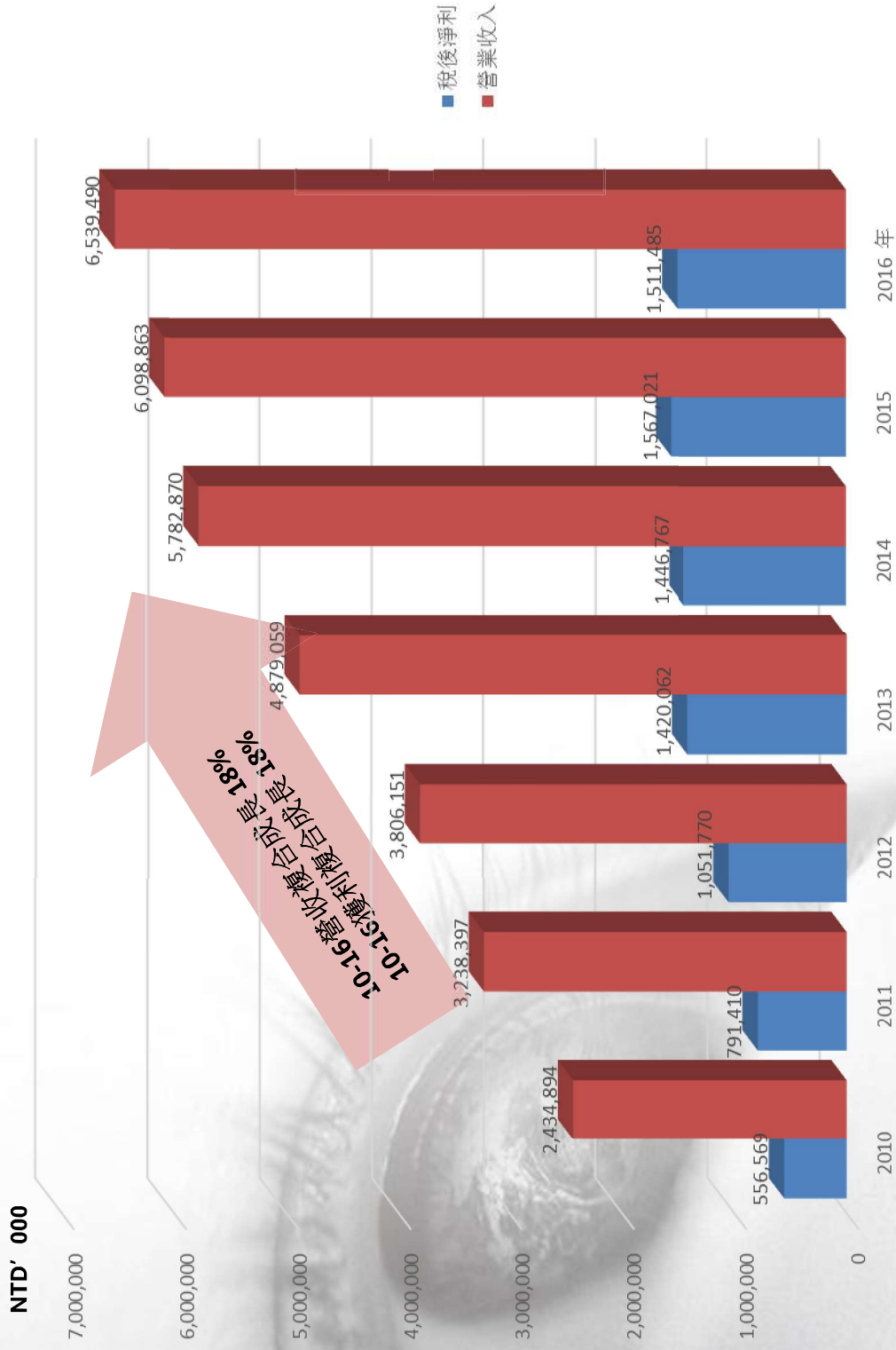


■ 日拋
■ 月拋
■ 季拋
■ 半年拋
■ 年拋
■ 護理液

公司概况
主要法人股東簡介
技術、產品與製程介紹
行業概況
經營理念與經營績效
競爭優勢
未來發展方向



Ginko International- 2010-2016 營業實績



公司概況
主要法人股東簡介
技術、產品與製程介紹
行業概況
經營理念與經營績效
競爭優勢
未來發展方向

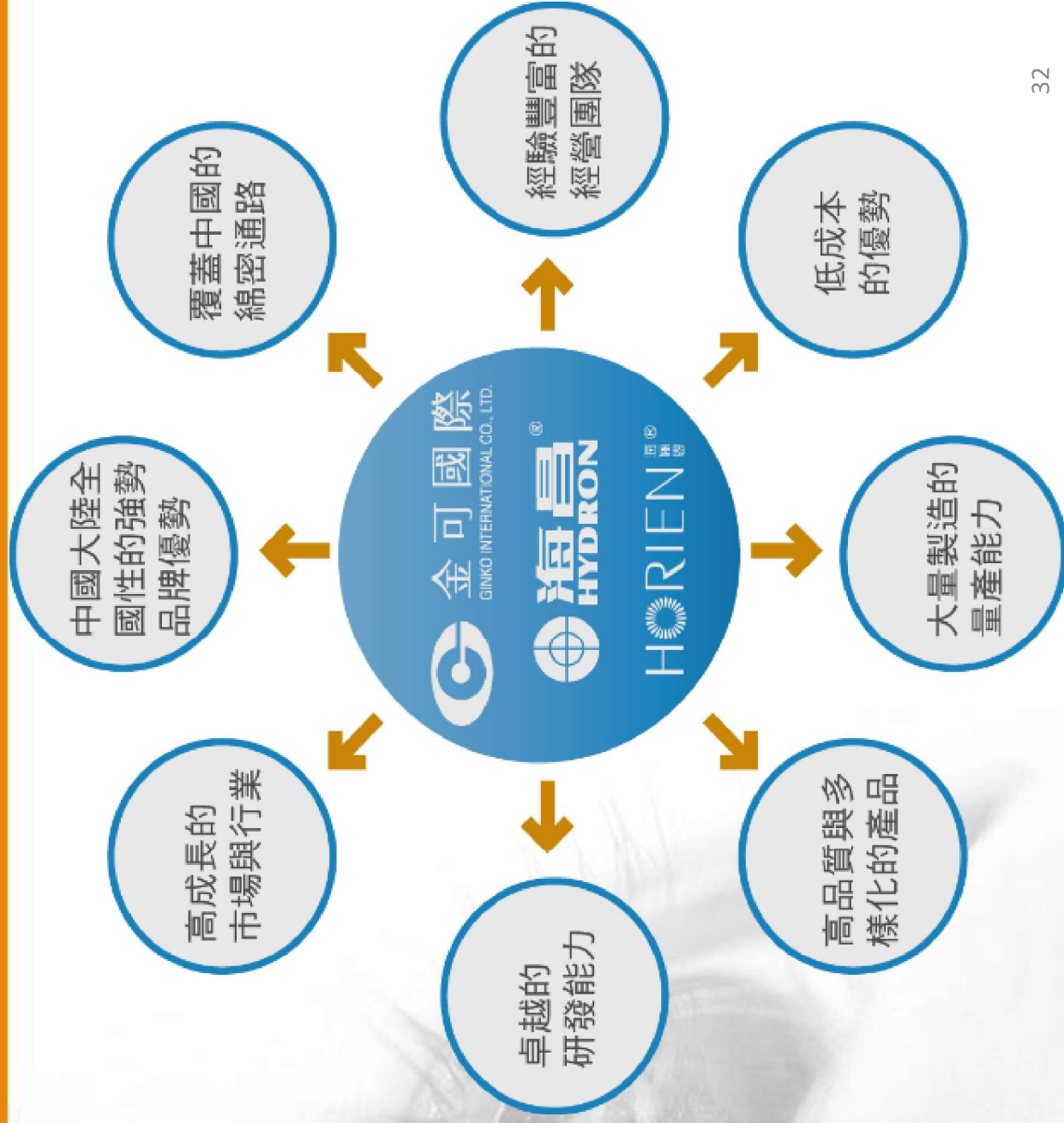


六、競爭優勢





金可國際的優勢



公司概況
主要法人股東簡介
技術、產品與製程介紹
行業概況
經營理念與經營績效
競爭優勢
未來發展方向



海昌之競爭利基

- ◆ 主要國際品牌競爭對手在品牌知名度及產品品質上佔有優勢,但...
 - 絕大部份為進口,當地化生產產能不足
 - 成本與國內競爭對手差距頗大
 - 對市場之彈性不足,無法及時反應市場之需求
 - 經營團隊異動頻繁,市場熟悉度不足,客戶關係維護不易
- ◆ 當地本土品牌競爭對手在生產成本上佔有優勢,但...
 - 生產品質不穩定
 - 品牌之知名度及認同度不高
 - 全國性之通路鋪貨有其難度,能見度僅達區域性市場
 - 缺乏營運管理專才



海昌相較於國際及內地之競爭對手擁有絕對之競爭優勢

公司概况
主要法人股東簡介
技術、產品與製程介紹
行業概況
營運概況與經營績效
競爭優勢
未來發展方向



產品優勢

廠商	海昌	博士倫	強生	衛康	視康/愛爾康
至今有效註冊證數	81	20	12	34	19

中國的註冊申請困難度提高,且審查期間越來越長,對產業新進者障礙越來越高。海昌與同業產品優劣勢越拉越大。

行銷優勢

從2005年到2011年,廠商建立品牌的廣告成本大幅墊高,新品牌的進入障礙越來越高,產業先進者的品牌優勢越來越明顯,尤其領導品牌。



七、未來發展方向





長期目標

三年內：
亞洲第一大

六年內：
全球前四大

短期目標

業績成長

- 中國市場：除市場自然成長外，將持續導入新產品，並以多品牌策略夾擠市場
- 國際市場：除了在中國市場的持續成長外，國外市場將是未來五年的主要成長空間，主要在日本、亞洲及歐洲地區市場
- 代工市場：將替國外客戶代工護理液及隱形眼鏡及提供中國客戶包銷訂牌產品

技術成長

- 國外技術引進：國際廠商策略合作進行技術移轉；國外顧問公司技術購買
- 與兩岸大學合作：與中國及台灣各大學設立合作研發中心
- 自行研發技術：海昌研發中心先導實驗室

品牌及 品類發展

- 多品牌發展策略：從上到下分別以代理進口品牌、自有中高品牌、自有中階品牌及自有中低階品牌分佔市場
- 擴大生產品類：由隱形眼鏡相關產品發展到眼晴用藥產品（處方及非處方藥品）
- 擴大銷售通路：由眼鏡行相關通路發展到醫院及藥房相關通路

生產基地發展

- 丹陽工廠：將涵蓋生產線擴充及配套生產包材廠自產自用
- 台灣工廠：台灣將建立模壓生產線廠房，生產高端矽水凝膠及其他產品，以MIT行銷全世界。

公司概况
主要法人股東簡介
技術、產品與製程介紹
行業概況
營運概況與經營績效
競爭優勢
未來發展方向