

英屬開曼群島商竣邦國際股份有限公司

提升企業價值計畫

2025/12/19 董事會討論案通過

現況分析

一、成本分析

● 根據本公司 2025 年第三季財務報告數據，本公司負債比率、流動比率、速動比率及利息保障倍數等財務指標，皆優於紡織同業，顯示本公司財務結構與償債能力穩健。

指標	負債比率(%)	流動比率(%)	速動比率(%)	利息保障倍數
竣邦-KY	37.53	301.49	258.75	83.88
紡織同業 ^註	53.08	127.4	84.33	5.93

註：統計自 2025 年 9 月底公開資訊觀測站－財務比較 e 點通之數據

● 本公司資本結構係由 62.47%權益和 37.53%債務組成，影響債務、權益融資成本的因素包括企業信用、經營風險等，本公司將近一步分析這些因素，以確保我們的資金成本是在合理的範圍內。

● 利率、通膨率和匯率波動對於本公司所產生的影響相對可控，本公司已制定有效的風險管理策略，透過考量匯率變動影響的較穩健客戶報價基礎及外幣現貨交易、遠期外匯等工具進行避險，以降低這些因素的潛在風險。此外，本公司亦會充分掌握國際間匯率走勢及變化資訊，以期在風險可控範圍內，提高本公司對市場動態環境變化的應變能力，確保資金成本的合理性，進而維護企業的財務穩定。

二、獲利能力評估

● 根據本公司 2025 年第三季財務報告數據，本公司毛利率、純益率、資產報酬率(ROA)及權益報酬率(ROE)等財務指標，皆優於紡織同業，顯示本公司獲利能力良好，並在同業市場上具備競爭優勢。

指標	毛利率(%)	純益率(%)	資產報酬率(%)	權益報酬率(%)
竣邦-KY	28.1	9.24	10.77	16.93
紡織同業 ^註	14.22	-51.4	1.78	3.84

註：統計自 2025 年 9 月底公開資訊觀測站－財務比較 e 點通之數據

● 本公司截至 2025 年前三季合併營業收入為 1,221,231 仟元，毛利率為 28.1%，每股盈餘為 3.98 元，皆創下歷年最佳成績。本公司透過與全球品牌合作開發新品、擴大自主布料開發項目，使每年被品牌採用的布料專案數量

穩步攀升，推升營運及毛利率成長，並憑藉多年對綠色紡織的投入，與國際認證體系深度接軌，擁有全球回收標準(GRS)、全球有機紡織品標準(GOTS)、藍色標誌(Bluesign)等多項國際環保紡織認證，展現綠色製造實力，進一步提升產品附加價值及品牌客戶合作深度。

三、市場評價分析

(一) 評價水準分析：根據 2025 年 6 月 30 日櫃買中心於公告之個股盤後資訊本公司本益比(PER)為 11.62、殖利率 4.67%、本淨比(PBR)為 2.58，表現與本公司潛在成長動能相符。其中，本淨比(PBR)高於上櫃紡織同業平均之 1.28 倍，凸顯本公司在技術創新方面具有競爭優勢，本公司對於紡織同業市場之發展抱持審慎評估的態度，並將持續採行高配息股利政策，保障長期投資股東權益。

(二) 潛在成長評估：

- 有利因素：(1)市場層面：運動與戶外服飾市場的增長

- (2)技術層面：相較同業更高的研發彈性

- (3)營運層面：堅實的供應鏈管理能力

- 不利因素：(1)全球經濟趨緩，消費動能下降

- (2)環保法規趨嚴與永續要求提升

- (3)通貨膨脹及政治風險導致原物料成本上升

- 公司審慎看待未來發展遠景之有利及不利因素，隨著不斷推出創新設計、功能性產品以及進一步開拓多元化銷售渠道的情況下，市場將持續擴大。以高端機能性與時尚相結合的服裝逐漸成為市場的潮流，這對設計開發能力強、能夠提供差異化解決方案的公司而言，是巨大的機遇，整體營運具備成長潛力。

四、公司治理分析：

(一) 董事會結構及獨立性：本公司董事會由八席董事組成，其中有四席獨立董事，佔董事會的二分之一。獨立董事由不同背景之專業人員組成，皆具備五年以上風險管理、財務會計及法律領域等豐富的產業實務經驗和專業知識，均符合「公開發行公司獨立董事設置及應遵循事項辦法」第 3 條有關獨立性及第 4 條有關兼任限制之規定，本公司董事會亦定期審查獨立董事之資格與獨立性，獨立董事間或獨立董事與董事間，皆不具有配偶及二親等以內親屬關係，符合證券交易法第 26 條之 3 第三項及第四項規定之情事。本公司透過董事會結構之多元化及獨立性，促使董事會決策過程充分考慮各種專業知識和觀點，並能獨立於公司管理階層，提供客觀的意見和建議，有效提升董事會識別與因應經營風險及法規變動等組織衝擊之能力。

(二) **董事會運作之有效性**：本公司每年對董事會及各功能性委員會進行績效評估，以提升其運作之有效性，評估內容包括對公司營運之參與程度、決策品質、成員之結構與選任、持續進修、內部控制等，以健全公司治理結構。2024 年整體評估結果為優等，並呈送 2025 年 3 月 13 日董事會報告。預計未來將進一步納入環境及人群相關衝擊之績效評估指標，並委託外部專業獨立機構或外部專家學者團隊執行之評估機制，強化評估專業性與客觀性。

(三) **資訊透明度**：本公司定期舉行董事會，並於每次會後即時公開揭露董事會重要決議事項。資訊透明度政策包括對重大決議事項的揭露和說明，以確保股東充分了解公司的營運和策略方向，為保障股東的合法權益，本公司遵循公司法、證券交易法及其他相關法令規定，平等對待所有股東，提供流暢溝通管道，並藉由召開多次法人說明會，並揭露會議影音連結資訊等方式提升資訊透明度，使股東及時知悉公司重要訊息，降低內外部資訊不對稱情形，維護股東知情權。

五、風險及競爭評估：

(一) 總體經濟分析：

(1) 全球經濟趨緩，消費動能下降

本公司係註冊在開曼群島，實際營運地為臺灣、中國大陸及越南，主要銷售歐美、中國大陸、臺灣及東南亞市場。國際間政經情勢瞬息萬變，關稅措施干擾製造業進貨與生產排程，相關原物料市場與終端消費市場皆受到因通貨膨脹所帶來的壓力，導致全球經濟成長放緩。

面對全球原物料價格波動及供應鏈挑戰，本公司藉由與供應商保持密切且良好的互動關係，鎖定關鍵材料價格與供貨量，觀察市場價格趨勢，提前調整採購策略。

(2) 環保法規趨嚴予永續要求提升

全球 ESG 法規持續趨嚴，要求紡織業者降低碳排放、使用環保材質並優化生產流程，品牌客戶亦對可持續性要求提高，需求可回收、低碳排、高效能布料，環保材質研發與認證費用高昂，皆導致生產成本上升。

全球環保法規日趨嚴格，對紡織產業影響甚鉅，公司進一步深化綠色供應鏈策略，提升品牌價值及市場競爭力。

(二) **產業競爭分析**：公司主要業務為機能布之開發、設計、生產及銷售，以「掌握趨勢/客戶需求」、「設計研發」、「整合式服務」三大核心競爭力

作為主要營運方針，透過物料選擇與紡織品設計，結合多樣化的產品組合與應變協作，提供創新打樣、製程優化與差異化解決方案。隨著產品品質的提升及市場需求的擴大，為滿足國際品牌商一站式採購需求，本公司藉由穩定而高效的供應鏈，確保生產和物流交付的順暢運作，提升產品附加價值與客戶市場競爭力，深化雙方穩定合作關係。

政策與計畫

一、短期強化計畫

短期而言，(1)產品面：優化生產流程，提升產能並精確對接市場需求，強化市場推廣策略，爭取更多來自各領域客戶的需求。(2)新市場及新品牌：為了應對市場變化及分散風險，將拓展客戶合作範圍，從唯一的品牌商合作擴展至通路商、折扣店及成衣廠等領域，開拓更多銷售渠道，增強公司穩定性，並提高市場占有率。(3)提升顧客滿意度：從產品質量、客戶服務、創新研發三個方面入手，制定綜合策略以強化品牌形象並滿足市場需求。

二、中長期強化計畫

展望未來，為了滿足市場日益增長的需求，本公司致力於成為數位化紡織行業的領導者，計劃通過數位化來提升工作及生產效率、智能化管理系統優化資源配置。身為國際品牌信賴的關鍵供應者，將持續深度參與開發初期流程、打樣測試及品質控管，特別是對環保產品的關注，通過專業的技術團隊與學術機構的合作，持續深入研究包括防水、防風、透氣、抗菌等關鍵技術，同時重視材料的選擇，降低產品碳足跡，推動綠色產品規劃，力求從源頭減少對環境的影響，確保每一批次產品都符合品牌的量產需求、消費者對品質的期望和國際對環保標準的要求，攜手供應商推進低碳轉型，協助品牌實現碳管理與環境承諾，不僅提升產品的市場競爭力、有效應對氣候變遷挑戰，進一步強化在永續環保方面的企業形象，贏得消費者青睞，推動品牌在競爭激烈的市場中取得更高知名度和占有率，穩固全球市場競爭優勢，建立具有競爭力的永續國際品牌供應商實力，進而持續提升股東價值。