



金可國際  
GINKO INTERNATIONAL CO., LTD.



HORIEN 海爾恩

Ginko International Co., Ltd.

股票代號：8406 F-金可

IR link: [http://www.ginkointernational.com/cn/invest\\_1.html](http://www.ginkointernational.com/cn/invest_1.html)

公司簡介



## 目 錄

- 一、公司概況
- 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



## 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： 7.418 億美元 (2018.04.02)

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

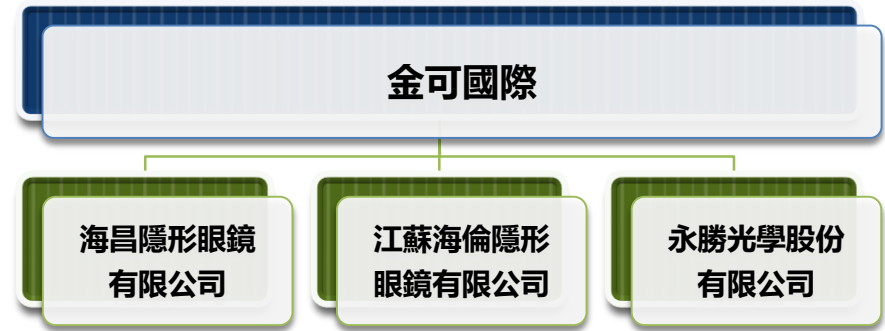
經營理念與經營績效

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、海儷恩**



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



Milestone

1995/1996

2006

2008

2009

- 蔡氏家族透過購併取得美國Hydron之設備及技術, 設立海昌隱形眼鏡有限公司, 並取得Hydron品牌在中國的使用權利
- 丹陽工廠第一條離心生產線開始營運

- **Crimson**投資海昌
- 聘請SHE擔任形象代言

- 海昌品牌獲選為中國最受大學生歡迎TOP品牌, 市佔率第一

- 丹陽第一條及第二條模壓鏡片生產線投產





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

- 併購上海海儷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

2017

2018

GIVRE  
TOKYO  
綺芙莉隱形眼鏡

妃蜜莉  
Femii  
彩色隱形眼鏡

←  
•成為日系品牌大陸的代理商

←  
•臺灣中科新廠落成開始使用

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

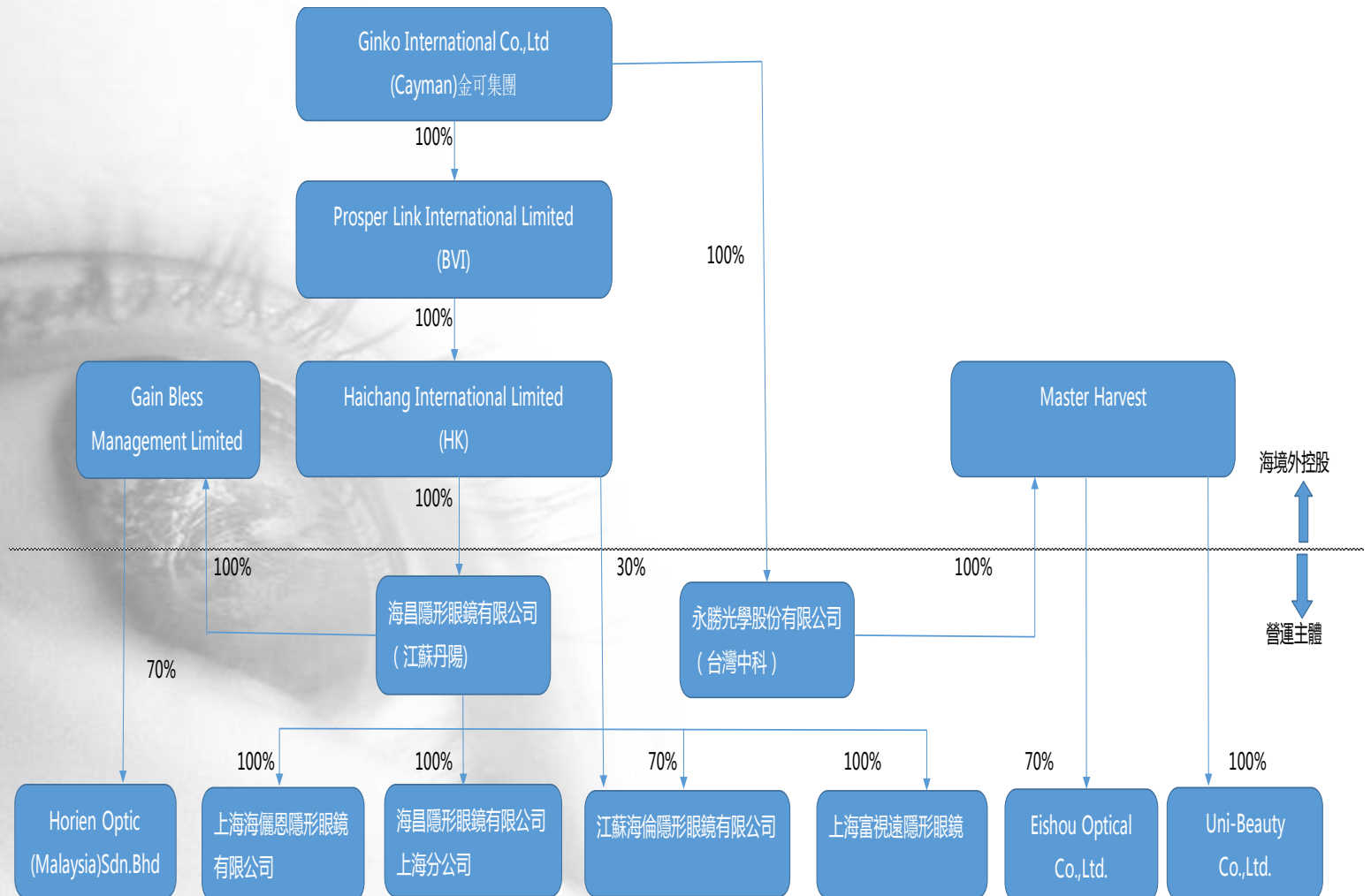
營運概況與經營績效

競爭優勢

未來發展方向



## 金可國際投資架構



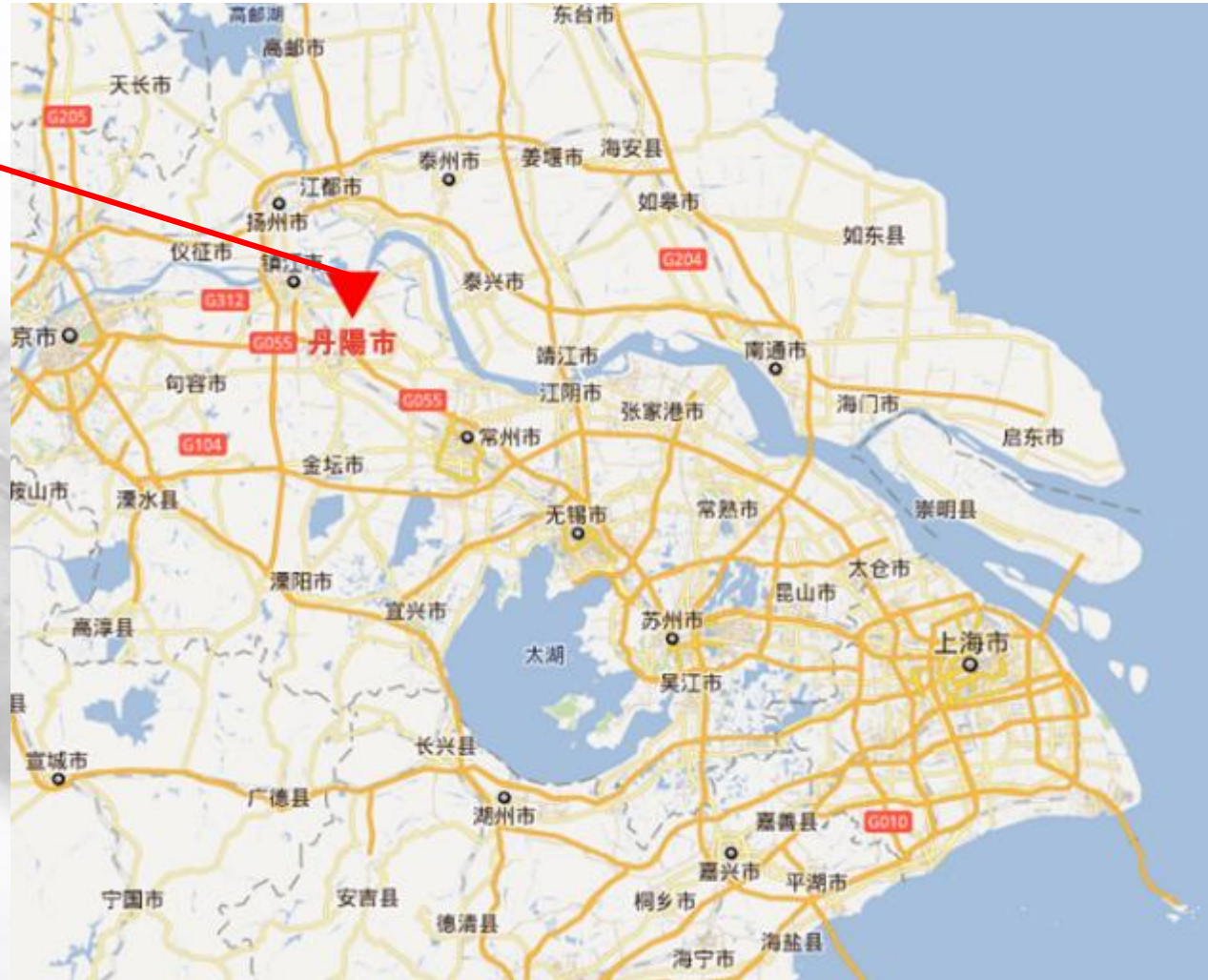
公司概況
主要法人股東簡介
技術、產品與製程介紹
行業概況
經營理念與經營績效
競爭優勢
未來發展方向



### 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



## 二、主要法人股東簡介



到2018.04.02止



### 主要法人股東

主要法人股東	法人股東之主要股東
New Path International Co., Ltd. 18%	寶島光學科技股份有限公司 (台灣上櫃公司)
FINI 20%	
Hydron International Co Ltd 所有蔡家35%	董事長蔡國洲家族

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



### 三、技術、產品與製程介紹





## 主要產品-鏡片

傳統鏡片

拋棄鏡片

彩片

特殊鏡片



常戴片

半年拋

季拋

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





## 主要產品-鏡片

拋棄鏡片

傳統鏡片

彩片

特殊鏡片



日拋



月拋

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

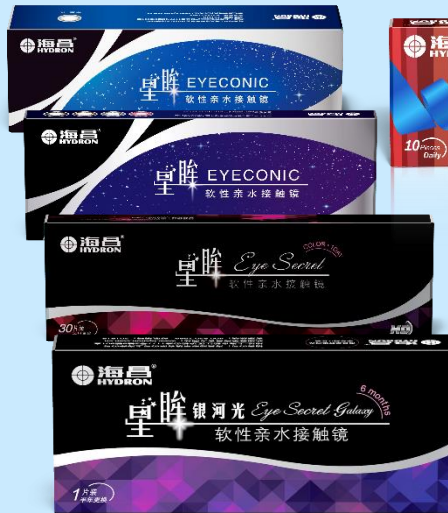
競爭優勢

未來發展方向



## 主要產品-鏡片

彩片



傳統鏡片



拋棄鏡片



特殊鏡片



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



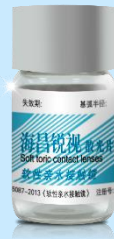
## 主要產品-鏡片

特殊鏡片

傳統鏡片

傳統鏡片

彩片



散光片



矽水凝膠



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





## Main Products-LCP

### 藥水



### 護理液

### 潤眼液

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

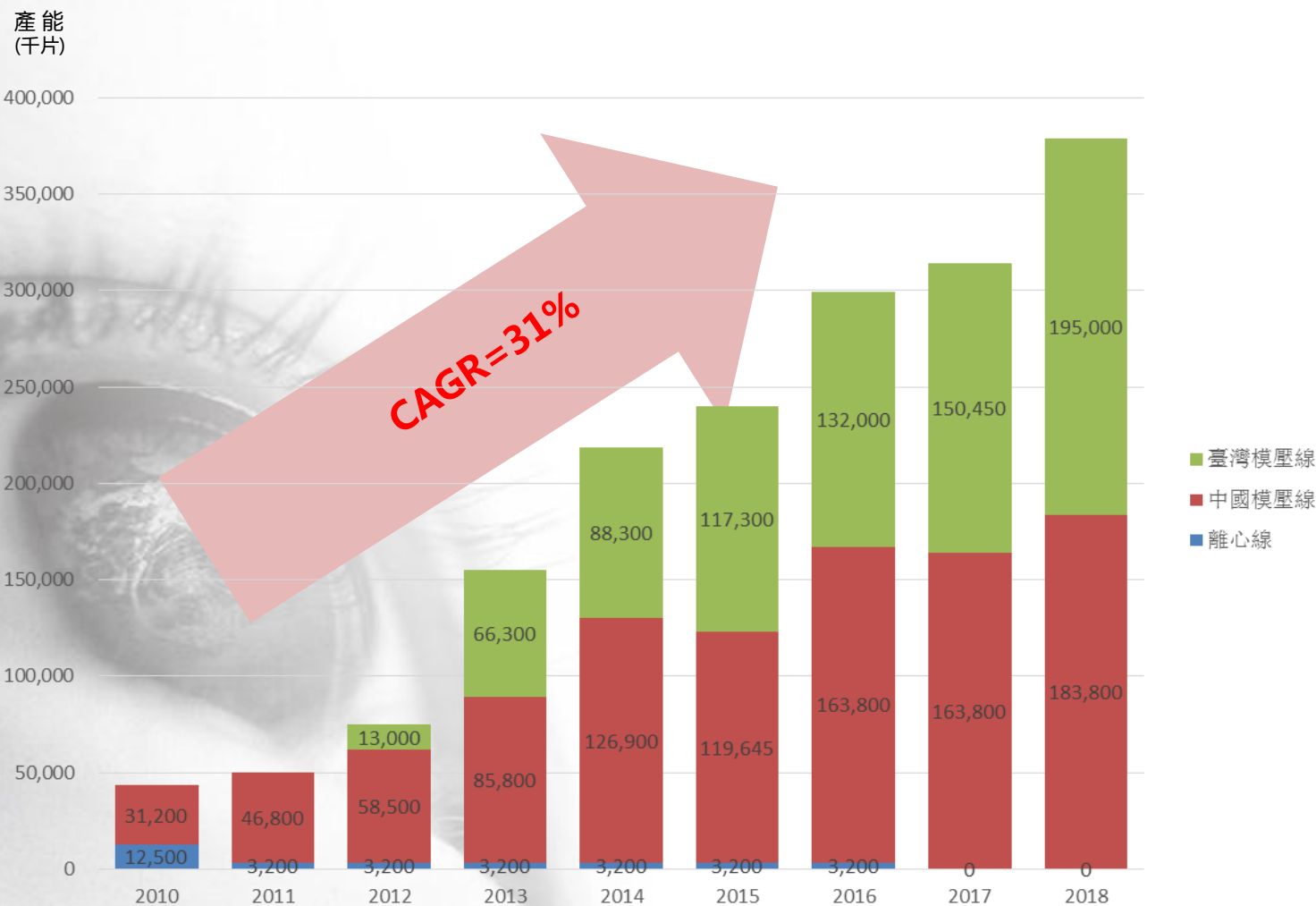
營運概況與經營績效

競爭優勢

未來發展方向



## 金可國際-兩岸隱形眼鏡鏡片實際投產產能概況



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

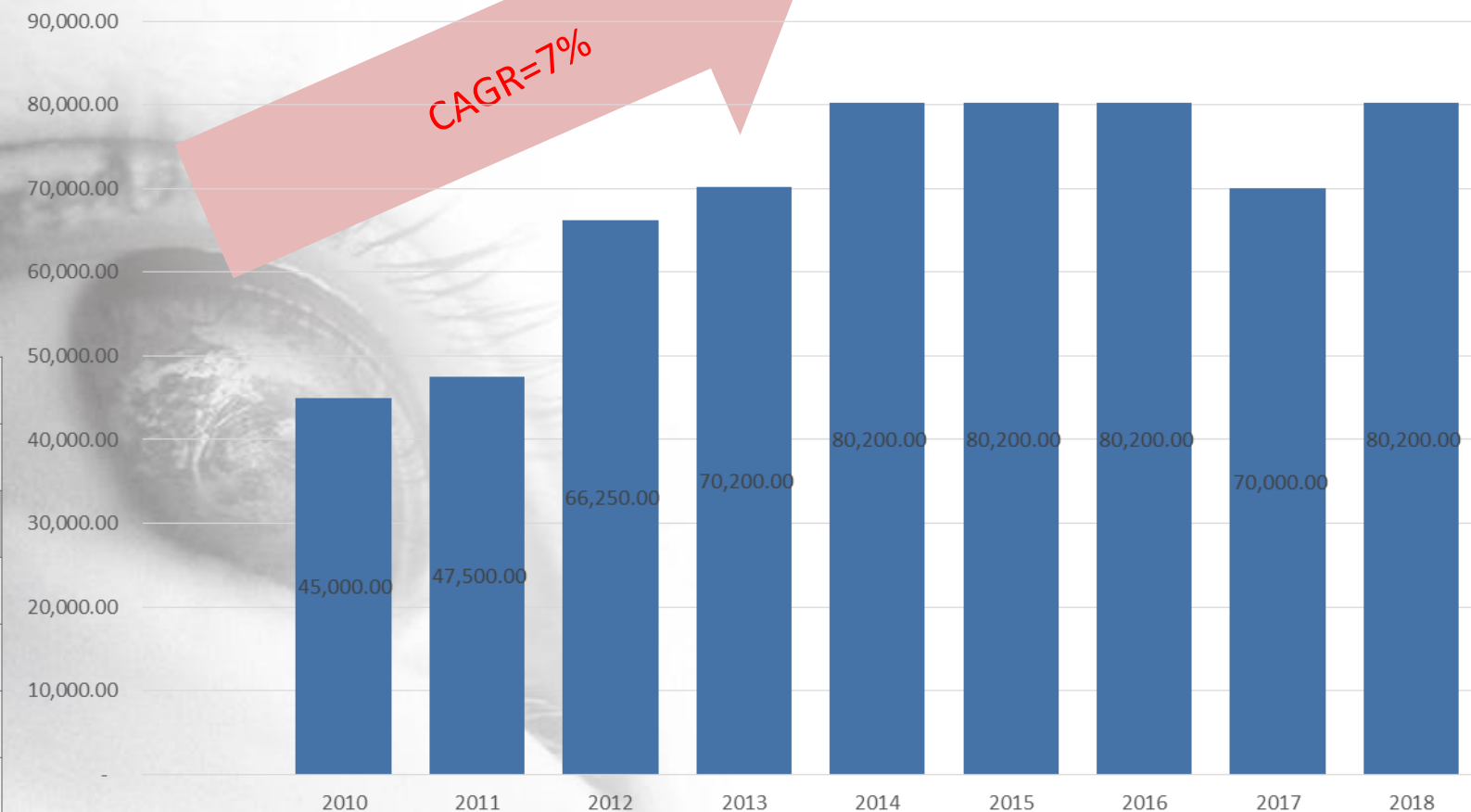
競爭優勢

未來發展方向



## 金可國際-中國隱形護理液實際投產產能概況

產能  
(千瓶)



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



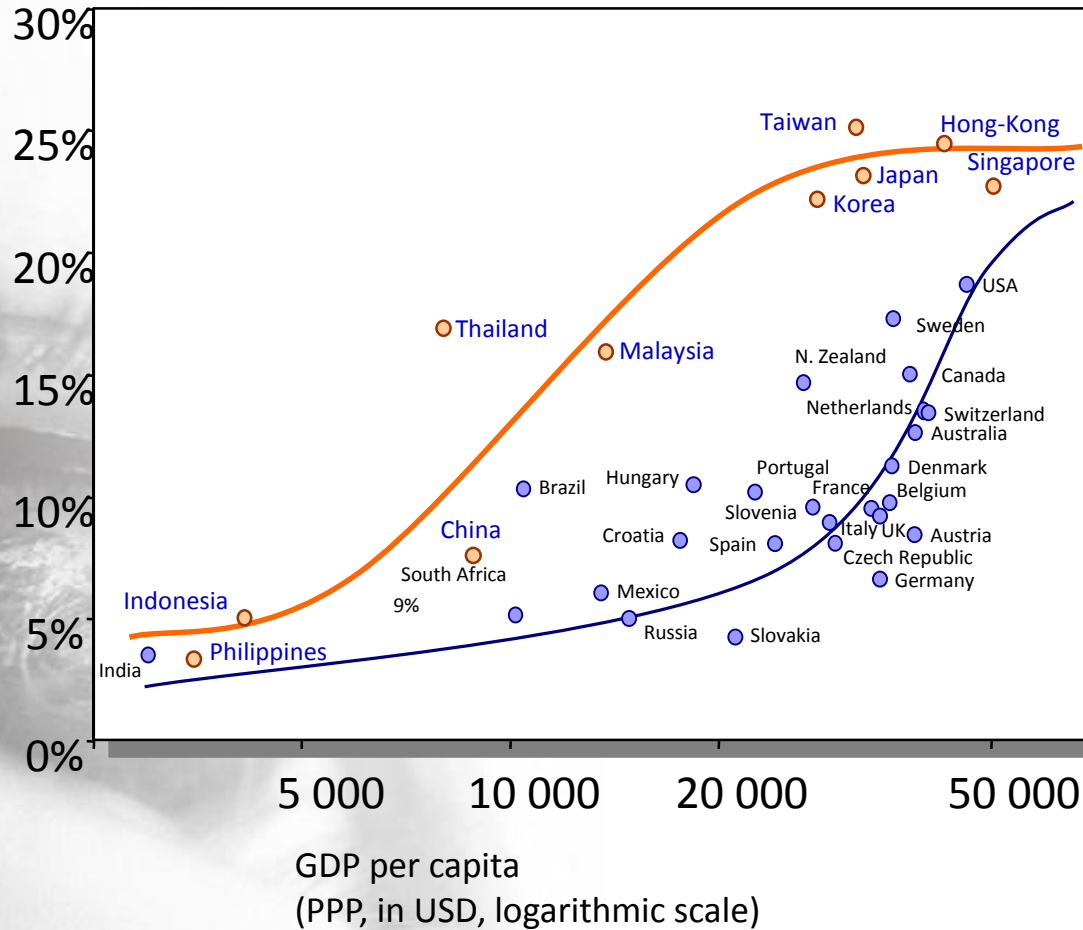


## 四、行業概況



# 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43%~46%，粗估需視力矯正的人口超過6億人。

### 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9%。

### 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~2017年的年複合成長率15-17%，2017年中國的市場規模達65億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

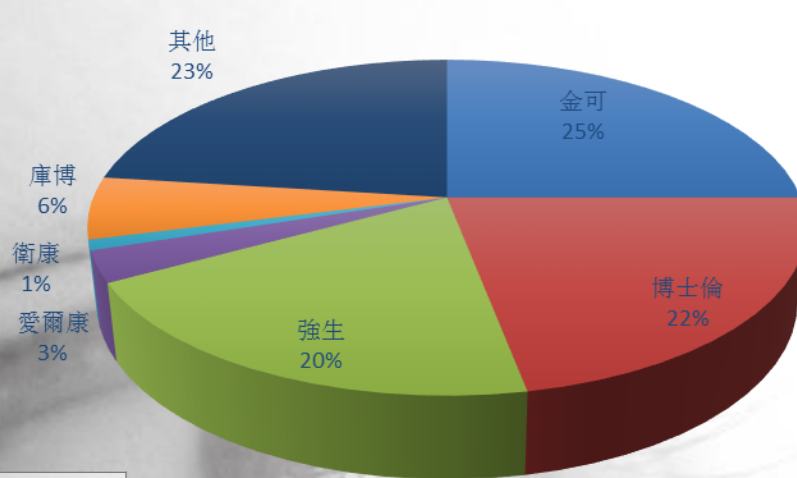
行業概況

經營理念與經營績效

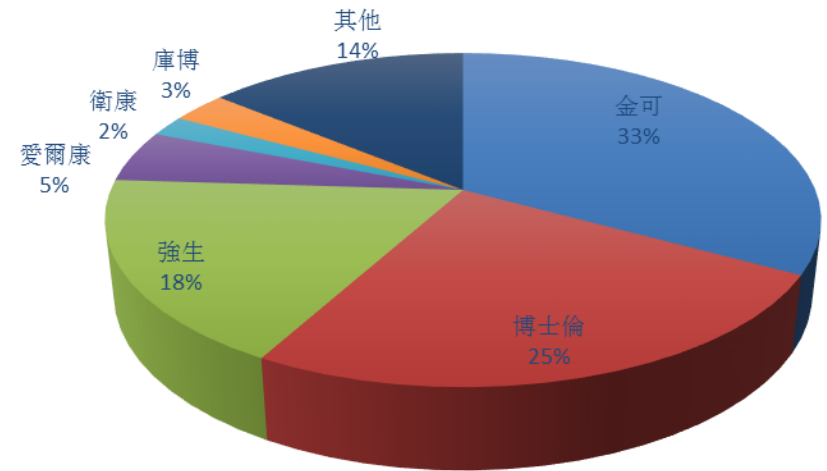
競爭優勢

未來發展方向

## 中國隱形眼鏡整體市佔率



隱形眼鏡-2017



隱形眼鏡-2016

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

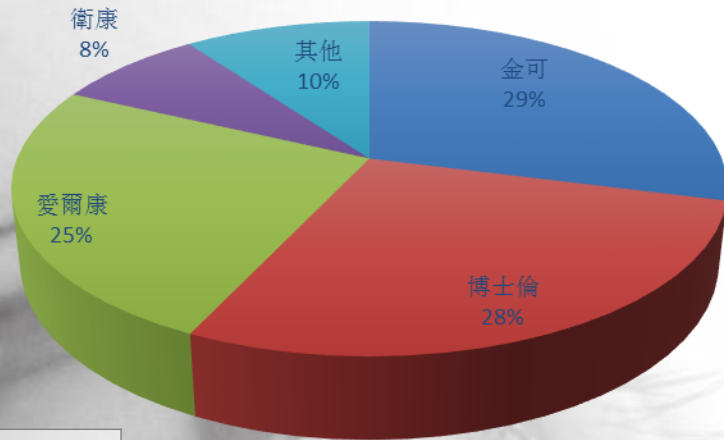
經營理念與經營績效

競爭優勢

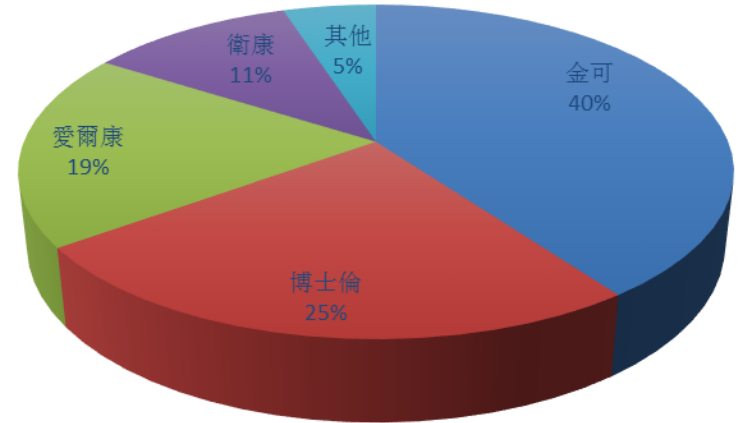
未來發展方向



## 中國護理液整體市佔率



護理液-2017



護理液-2016

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) 綺芙莉 (Givre) 妃蜜莉 (Femii)	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38% 零售24% 62,000POS 電商占34%
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35% 零售45% 40,000POS 電商占55%
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% 7,500POS 電商占60%

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

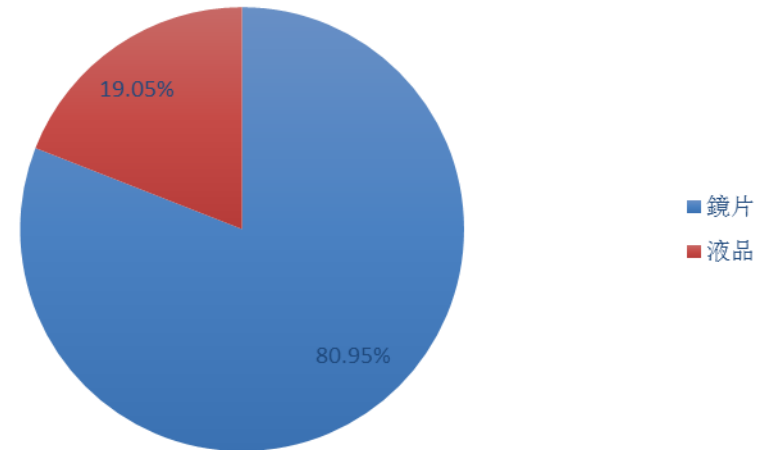




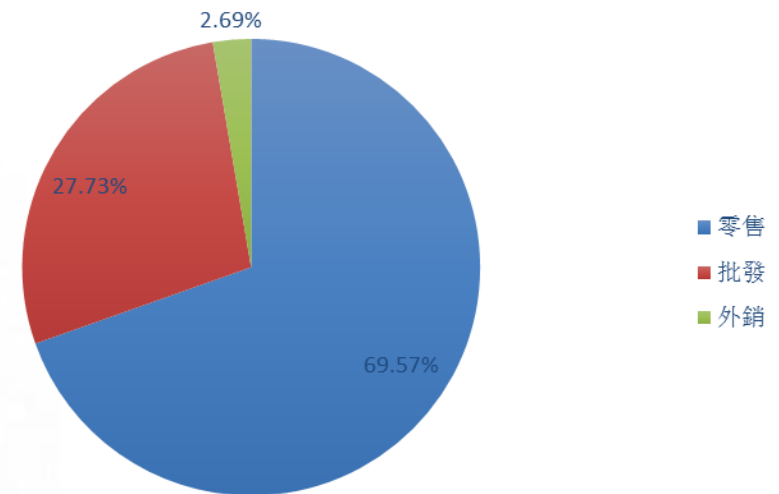
## 五、經營績效



## 金可國際-營業收入來源分析-2018Q1



營業佔比 – 鏡片 vs 液晶

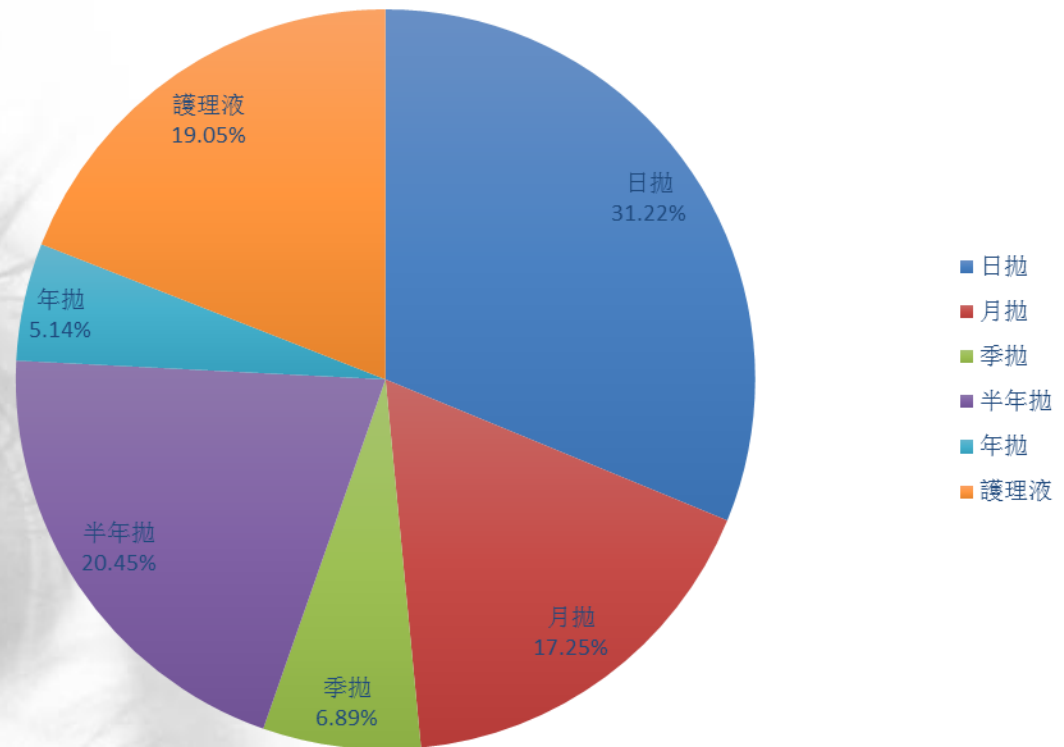


營業佔比 – 通路別

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-2018Q1



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

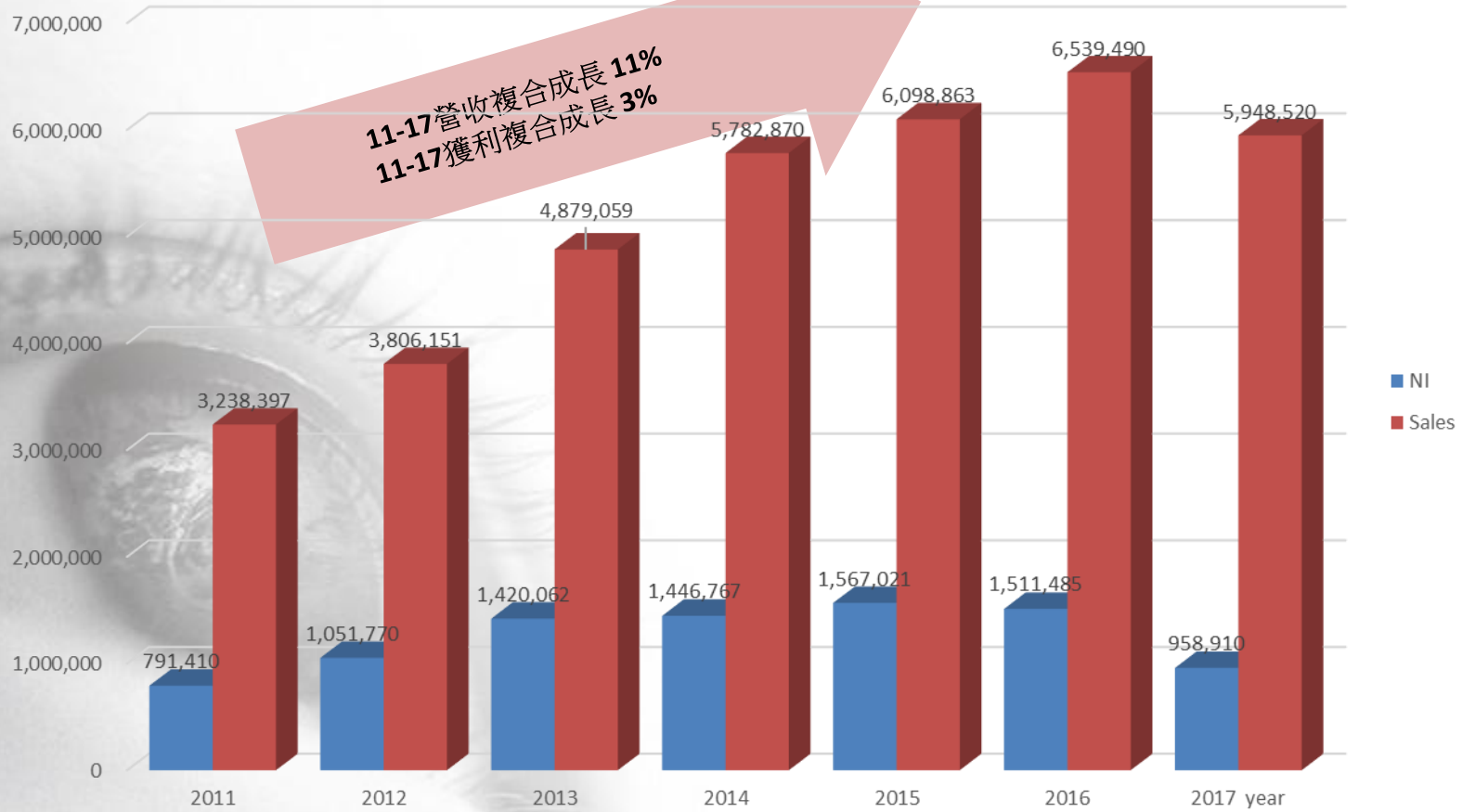
競爭優勢

未來發展方向



# Ginko International- 2011-2017營業實績

NTD' 000



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

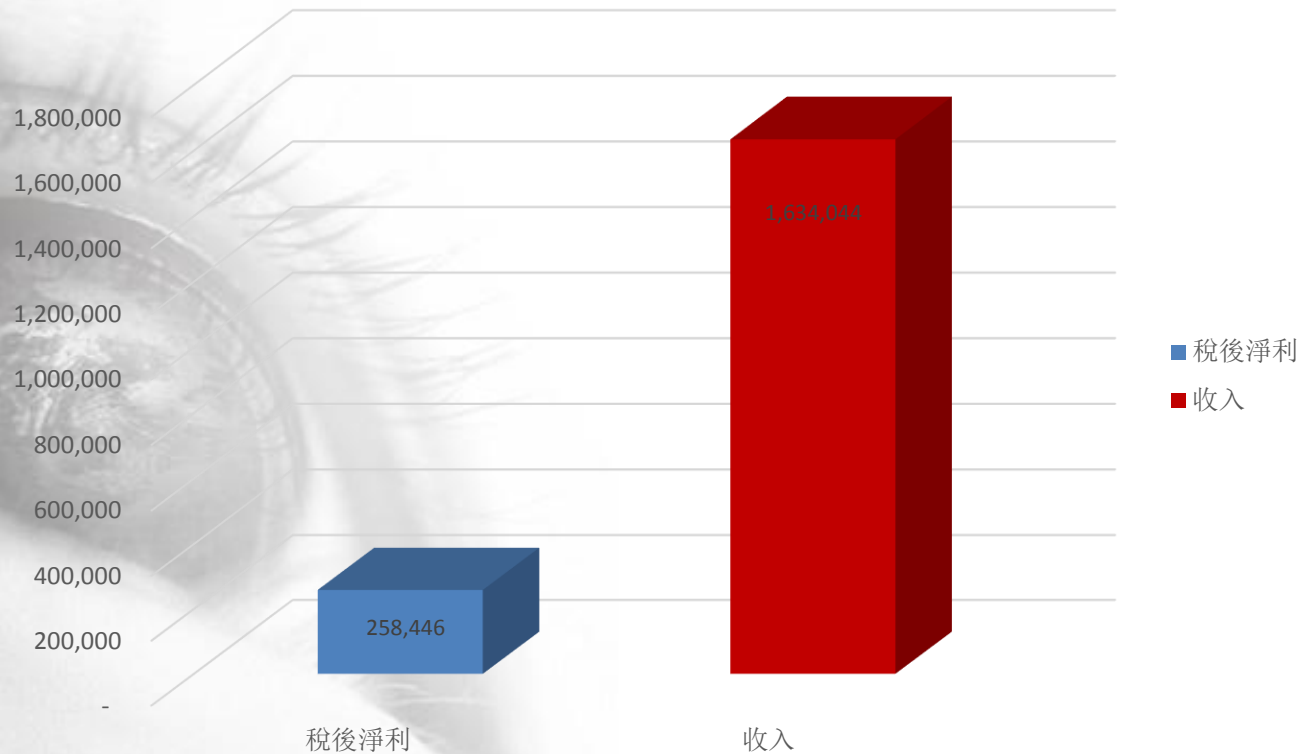
競爭優勢

未來發展方向



## Ginko International- 2018Q1營業實績

NTD '000







## 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

## 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	101	18	7	34	16

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睛用藥產品 (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