



金可國際
GINKO INTERNATIONAL CO., LTD.



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、公司概況
- 二、行業概況
- 三、營運概況
- 四、財務狀況
- 五、競爭優勢
- 六、未來發展方向
- 七、其他



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

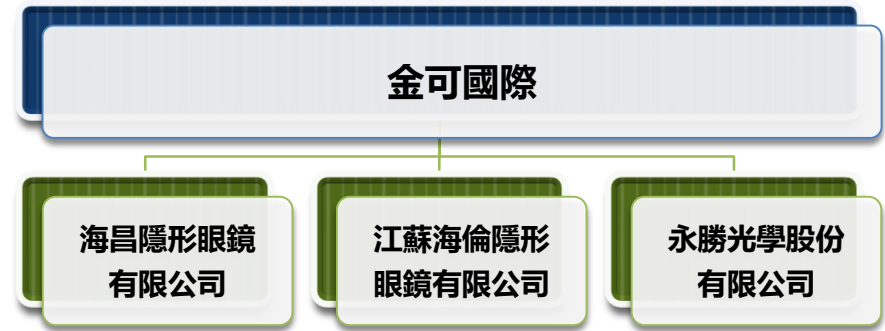
總經理：蔡國源先生

市值：5.99億美元（2019.11.14）

公司概況
行業概況
營業概況
財務概況
競爭優勢
未來發展方向
其他

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，預計2019年再推出5個新品牌



公司概況

行業概況

營業概況

財務概況

競爭優勢

未來發展方向

其他



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

公司概況
行業概況
營業概況
財務概況
競爭優勢
未來發展方向
其他



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
行業概況
營業概況
財務概況
競爭優勢
未來發展方向
其他





GIVRE
[TOKYO]
綺芙莉隱形眼鏡

妃蜜莉
Femii
彩色隱形眼鏡

Milestone

2017

2018

2019

←
•成為日系品牌大陸的代理商

←
•臺灣中科新廠落成開始使用

←
•新增至少五個系列：Deesse, Timido, Kukka, Eyesecret, Syreni

公司概況

行業概況

營業概況

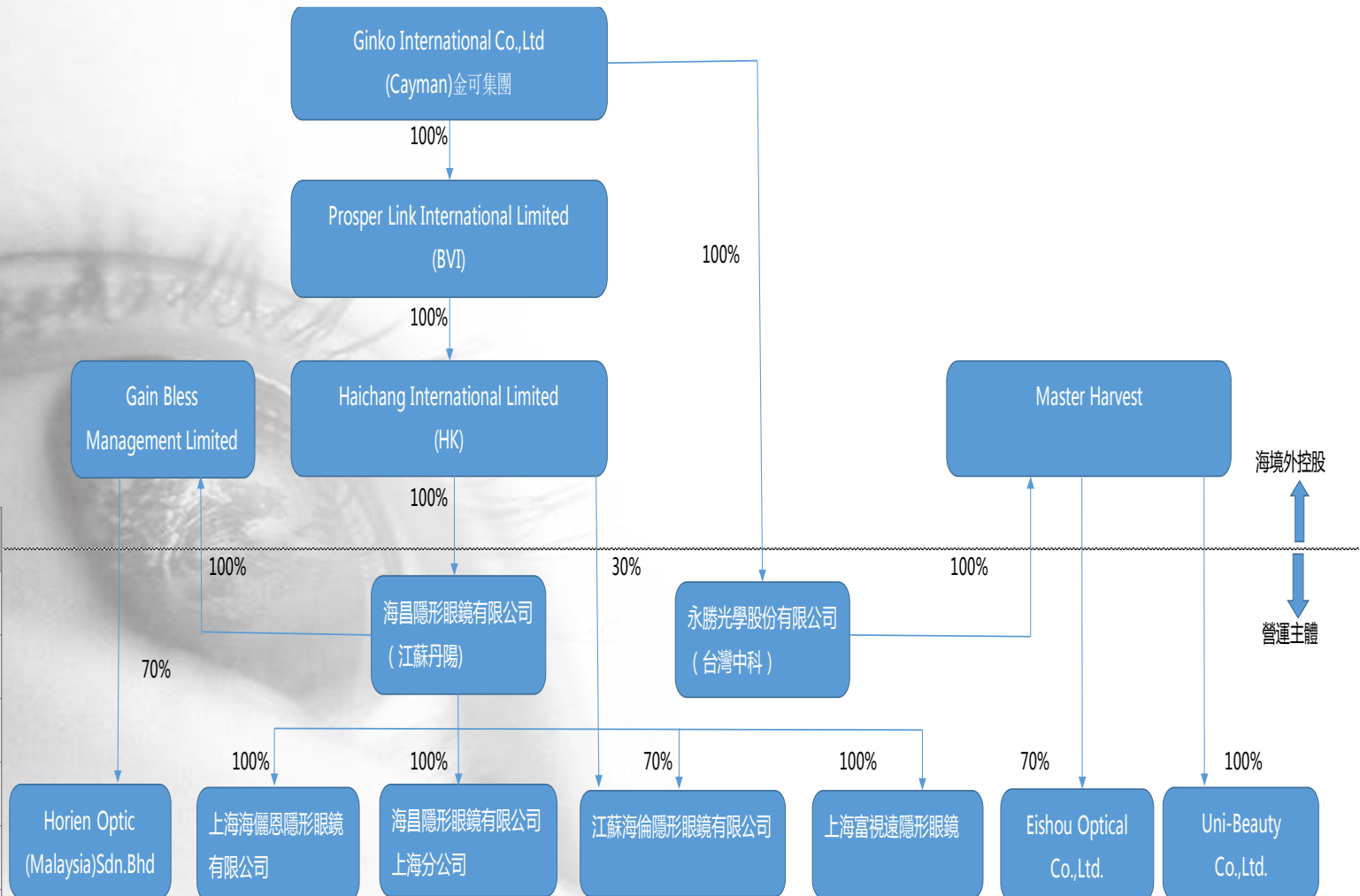
財務概況

競爭優勢

未來發展方向

其他

金可國際投資架構



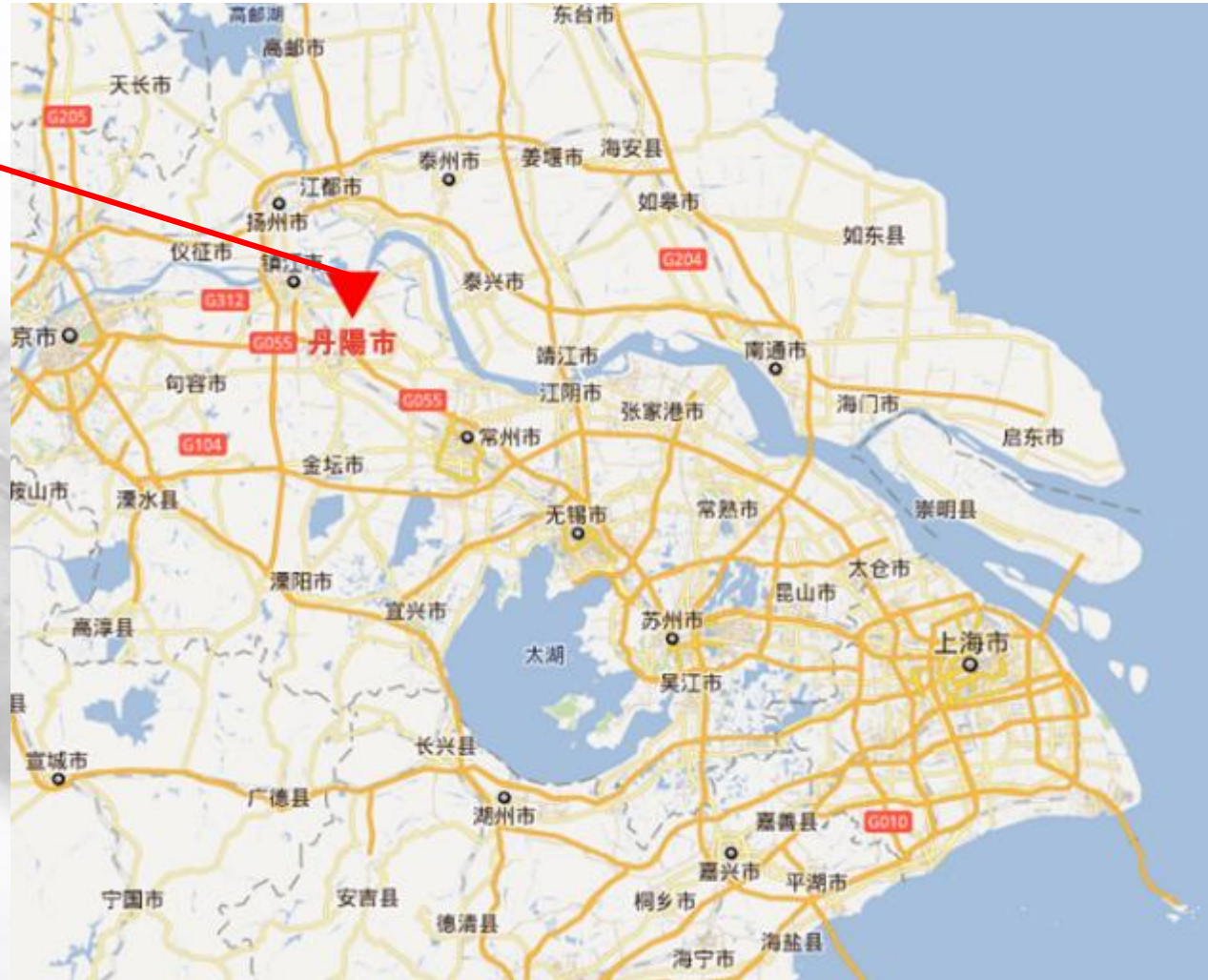
公司概況
行業概況
營業概況
財務概況
競爭優勢
未來發展方向
其他



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

行業概況

營業概況

財務概況

競爭優勢

未來發展方向

其他



到2019.11.14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 22%	
Hydron International Co Ltd 所有蔡家35%	董事長蔡國洲家族

公司概況
行業概況
營業概況
財務概況
競爭優勢
未來發展方向
其他

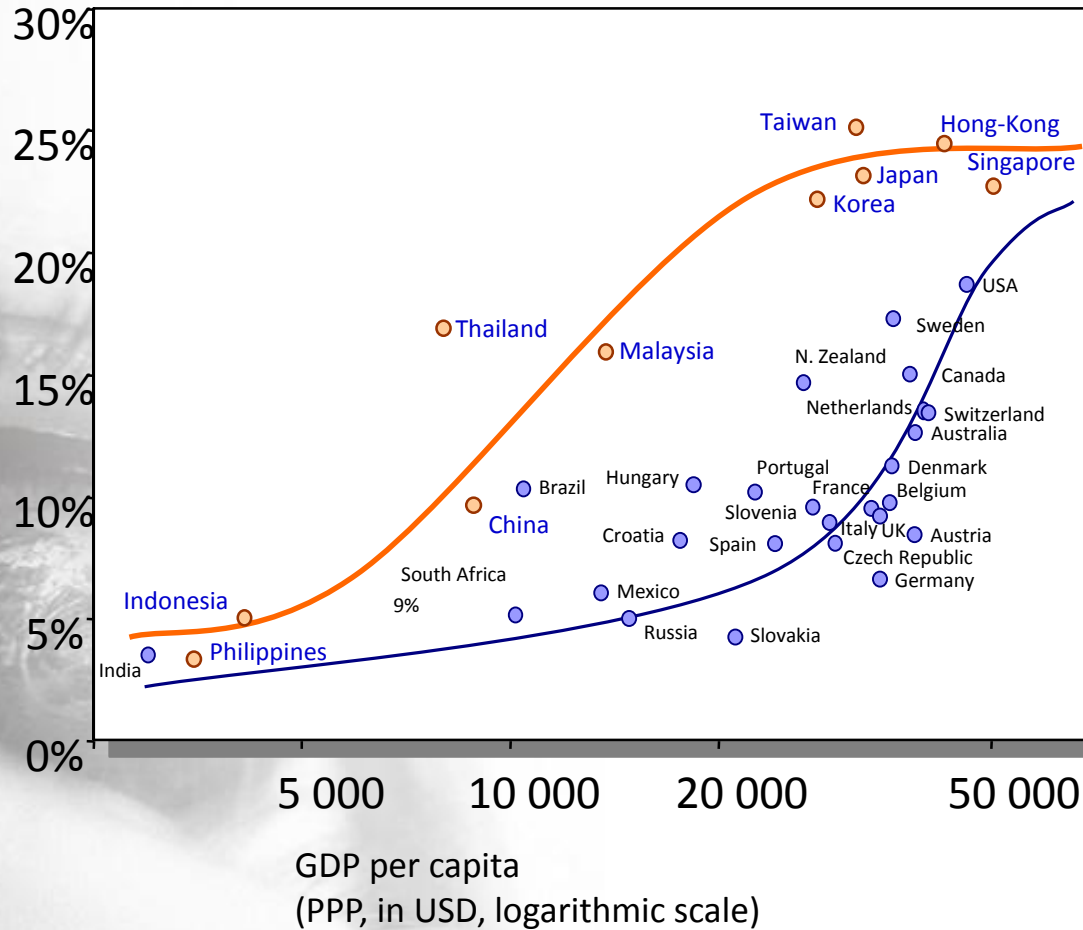


二、行業概況



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

公司概況
行業概況
營業概況
財務概況
競爭優勢
未來發展方向
其他

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約45%，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約10%。

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~2018年的年複合成長率15-17%，2018年中國的市場規模達70億RMB，且仍持續成長中

公司概況

行業概況

營業概況

財務概況

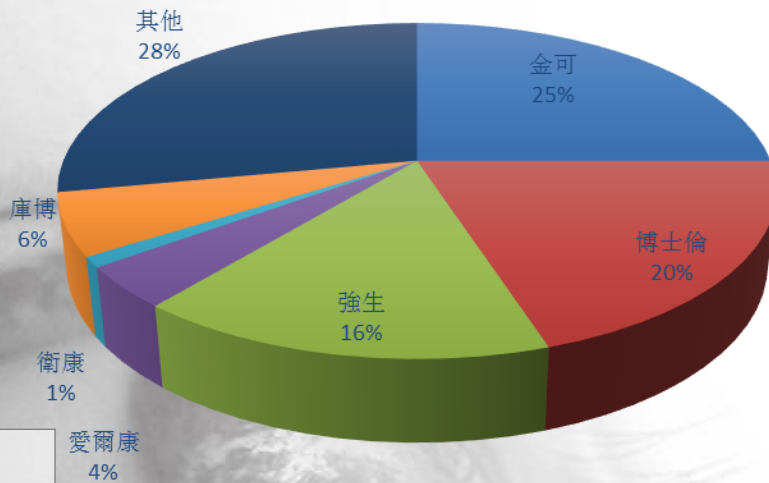
競爭優勢

未來發展方向

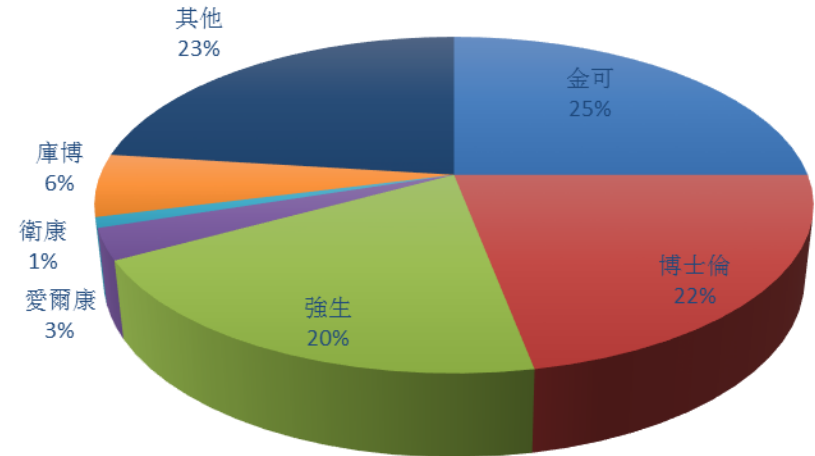
其他



中國隱形眼鏡整體市佔率



隱形眼鏡-2018



隱形眼鏡-2017

公司概況

行業概況

營業概況

財務概況

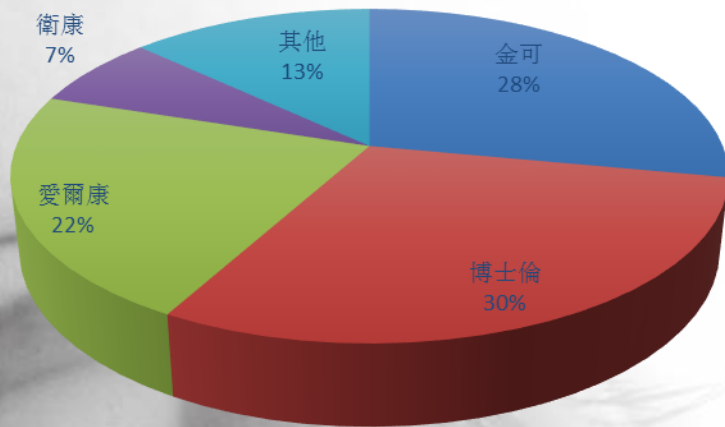
競爭優勢

未來發展方向

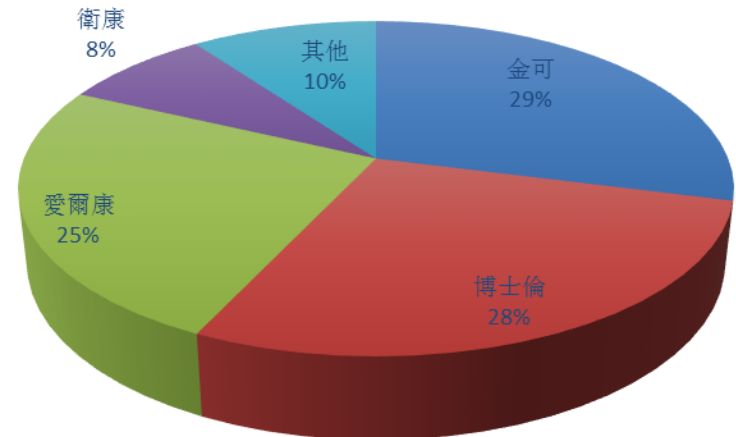
其他



中國護理液整體市佔率



護理液-2018



護理液-2017

公司概況

行業概況

營業概況

財務概況

競爭優勢

未來發展方向

其他



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 -多品牌夾擠市場	全中國 批發38% 零售24% 62,000POS 電商占38%
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28% 零售22% 40,000POS 電商占50%
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55% 零售10% 35,000POS 電商占35%
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11% 零售41% 7,500POS 電商占48%

海昌擁有高品質的產品加上合理的價格，以及覆蓋全國的銷售網絡，具有絕對優勢使市佔率持續提高

公司概況

行業概況

營業概況

財務概況

競爭優勢

未來發展方向

其他



三、營運概況



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

行業概況

營業概況

財務概況

競爭優勢

未來發展方向

其他



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

行業概況

營業概況

財務概況

競爭優勢

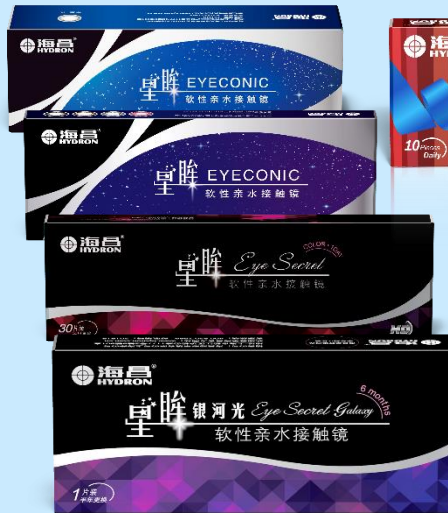
未來發展方向

其他



主要產品-鏡片

彩片



傳統鏡片



拋棄鏡片



特殊鏡片



公司概況

行業概況

營業概況

財務概況

競爭優勢

未來發展方向

其他



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

行業概況

營業概況

財務概況

競爭優勢

未來發展方向

其他



Main Products-LCP

藥水



護理液

潤眼液

公司概況

行業概況

營業概況

財務概況

競爭優勢

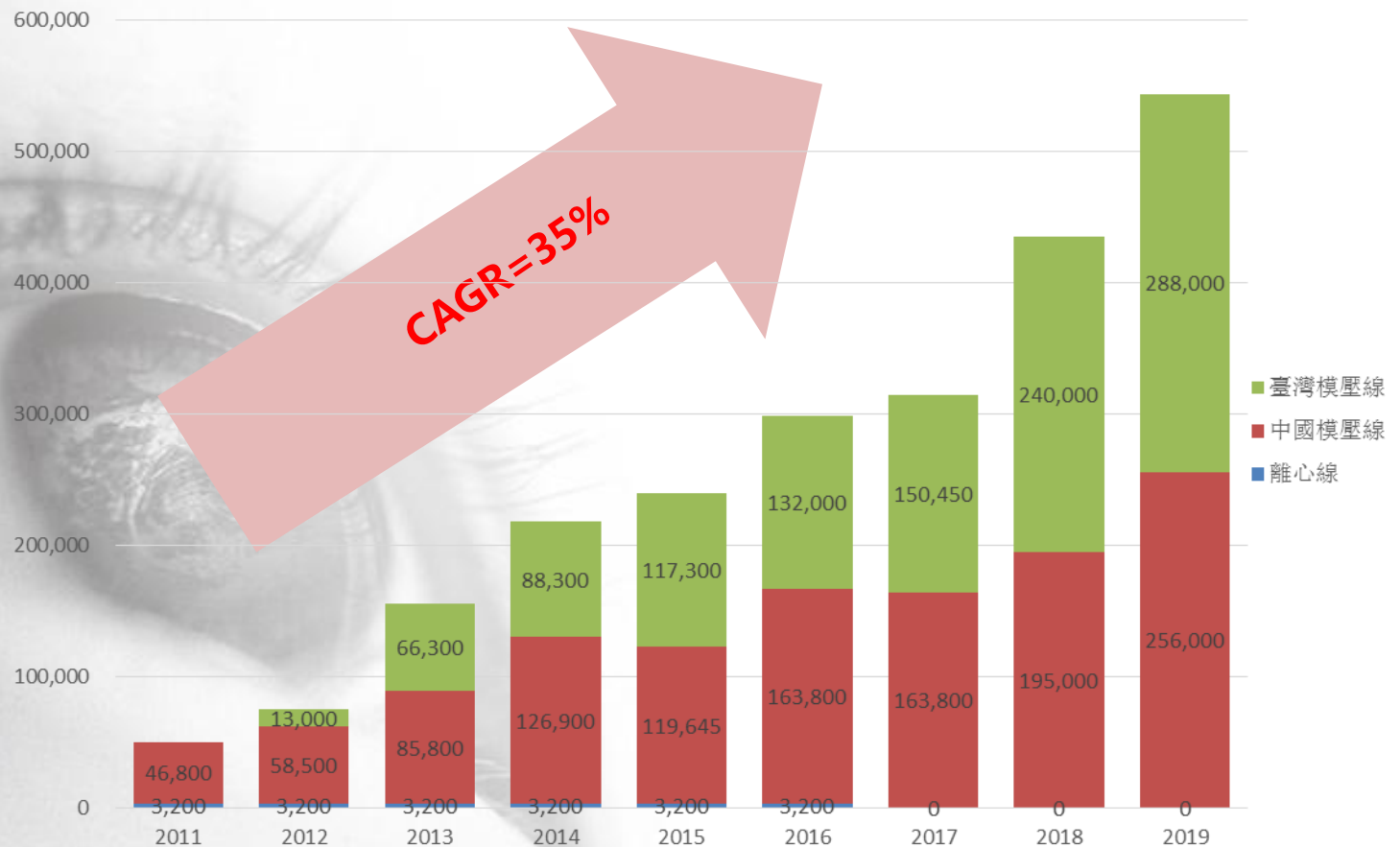
未來發展方向

其他



金可國際-兩岸隱形眼鏡鏡片實際投產產能概況

產能
(千片)



公司概況

行業概況

營業概況

財務概況

競爭優勢

未來發展方向

其他



金可國際-中國隱形護理液實際投產產能概況



公司概況

行業概況

營業概況

財務概況

競爭優勢

未來發展方向

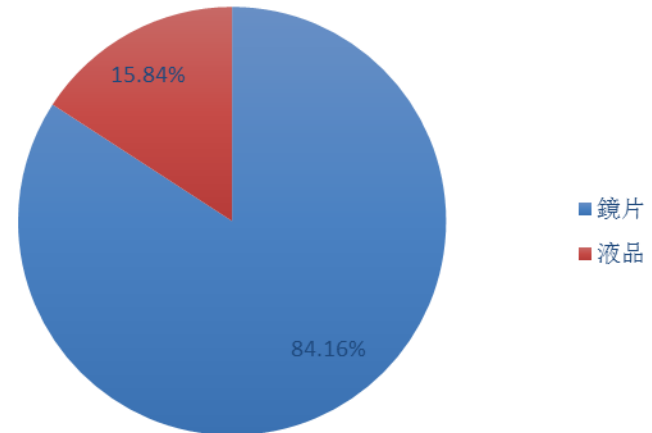
其他



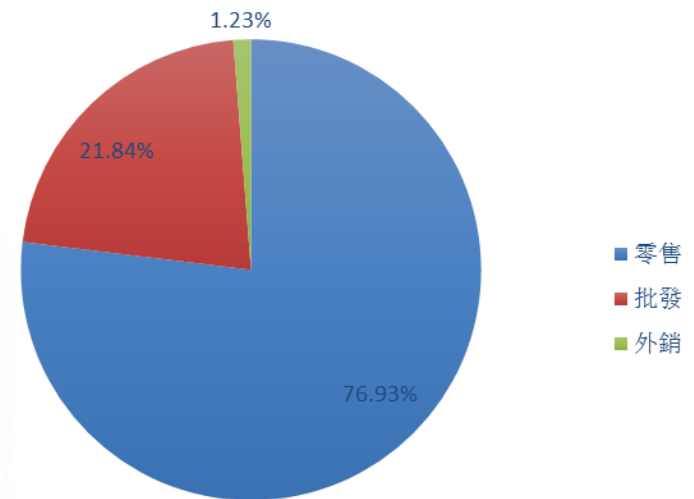
四、財務狀況



金可國際-營業收入來源分析-2019Q3



營業佔比 – 鏡片 vs 液品



營業佔比 – 通路別

公司概況

行業概況

營業概況

財務概況

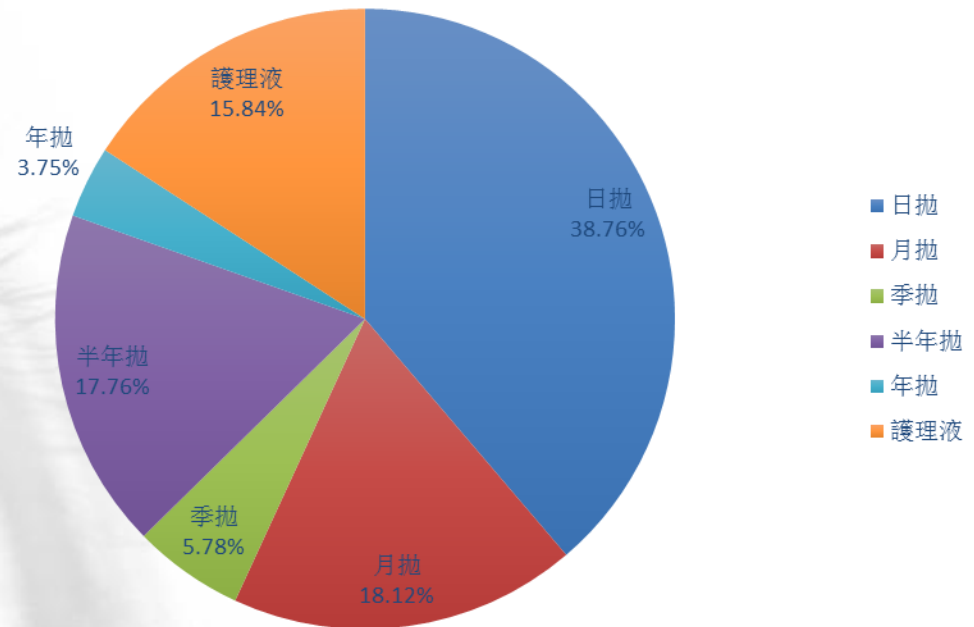
競爭優勢

未來發展方向

其他



Ginko International 銷貨收入分析-2019Q3



公司概況

行業概況

營業概況

財務概況

競爭優勢

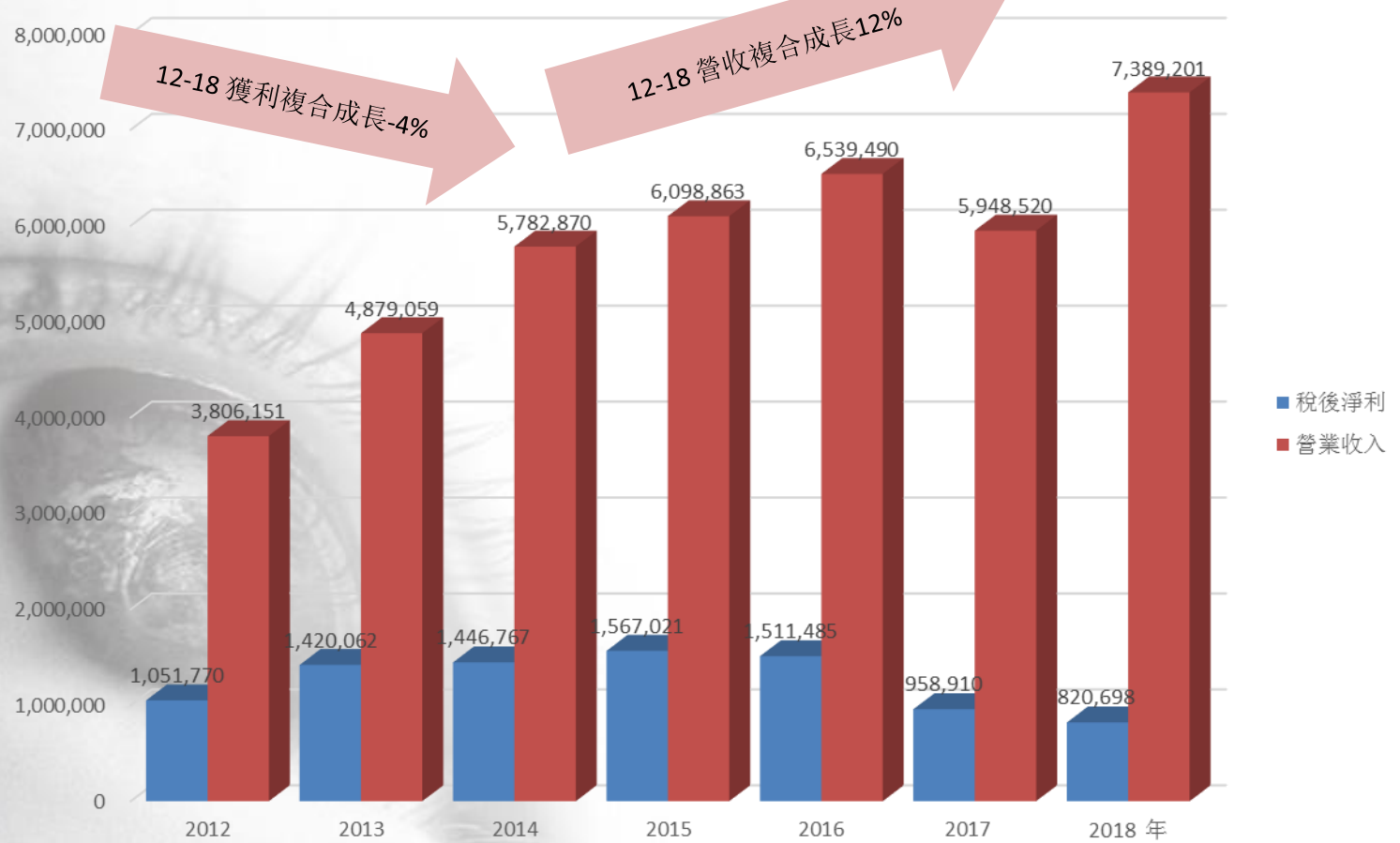
未來發展方向

其他



Ginko International- 2012-2018營業實績

NTD' 000



公司概況

行業概況

營業概況

財務概況

競爭優勢

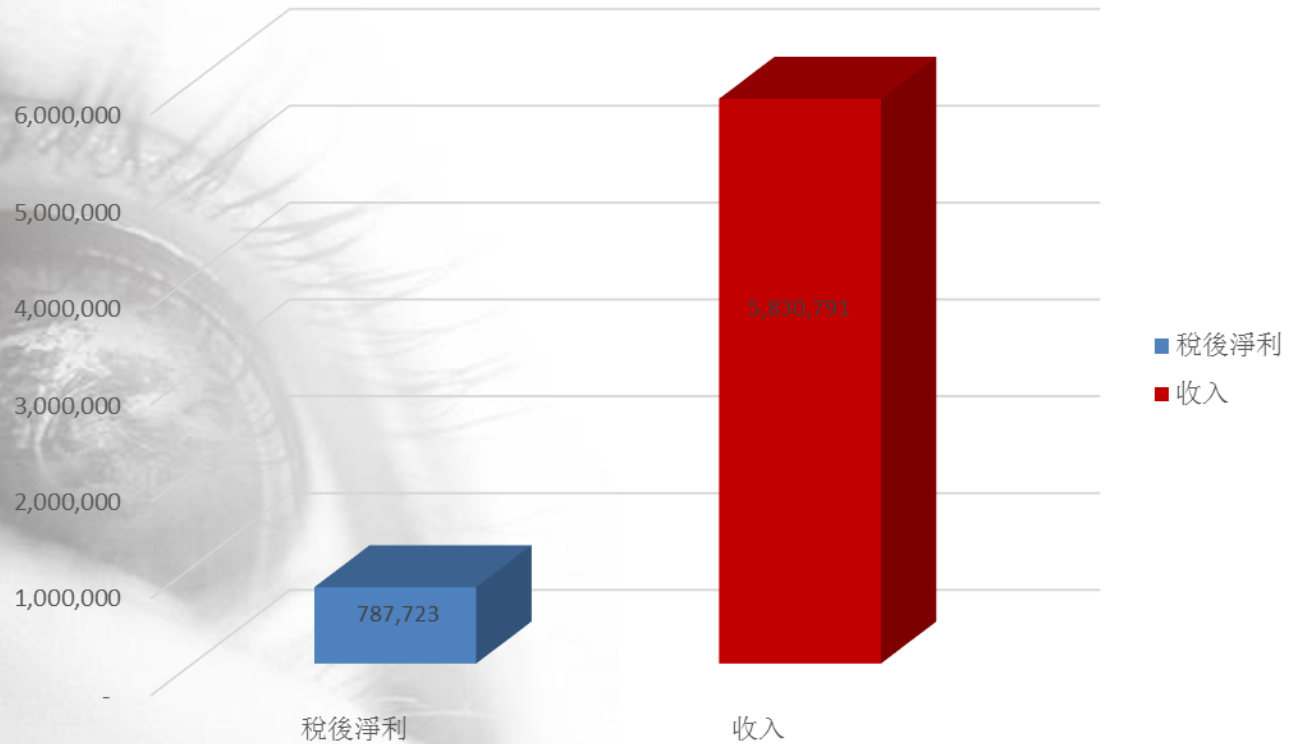
未來發展方向

其他



Ginko International- 2019Q3營業實績

NTD '000



公司概況

行業概況

營業概況

財務概況

競爭優勢

未來發展方向

其他



五、競爭優勢



金可國際的優勢



公司概況

行業概況

營業概況

財務概況

競爭優勢

未來發展方向

其他



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



公司概況
行業概況
營業概況
財務概況
競爭優勢
未來發展方向
其他

海昌相較於國際及內地之競爭對手擁有絕對之競爭優勢

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	113	21	10	29	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。

從2005年迄今,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。

公司概況

行業概況

營業概況

財務概況

競爭優勢

未來發展方向

其他

行銷優勢



六、未來發展方向

長期目標

三年內：
亞洲第一

六年內：
全球彩片第一

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

行業概況

營業概況

財務概況

競爭優勢

未來發展方向

其他



七、其他

雙11店鋪排名

廠商	海昌	海儷恩	博士倫	強生	晶碩
2018年	6	16	2	3	11
2019年	4	12	2	3	10

公司概況

行業概況

營業概況

財務概況

競爭優勢

未來發展方向

其他