

超乎馭想 蛻變之作

—— 新世代跑旅 ——

三陽工業 2026

QIC CEO Week

四月 | 台北

MINISUN



免責聲明



- 本簡報及其中所提及之相關資訊，包括營運績效、財務表現及業務展望，係彙整自公司內部及外部資料來源。
- 本簡報中所載之前瞻性陳述涉及已知及未知之風險、不確定性及其他因素，包括價格波動、市場競爭、全球經濟情勢、匯率變動及市場需求等，均可能導致實際結果與該等前瞻性陳述所明示或暗示之內容產生重大差異。
- 本簡報不應被視為公司或其任何股東、董事、經理人、代理人、員工或顧問所提供之投資建議。凡取得本簡報之任何人士，均應自行就公司進行獨立評估，並視需要進行相關查證及諮詢專業意見。尤其，本簡報所載之任何估計、預測或意見，均涉及相當程度之主觀判斷、分析與假設，各收受人應自行就該等事項審慎評估並確認其合理性。
- 本簡報中之任何前瞻性陳述，係反映公司截至今日對未來之目前看法。對於未來如有任何變動，公司不負任何更新或修訂之責任。

台灣摩托車與汽車製造的領導者



公司成立: 1961

股票代碼: 2206 TT

全職員工: 2,300

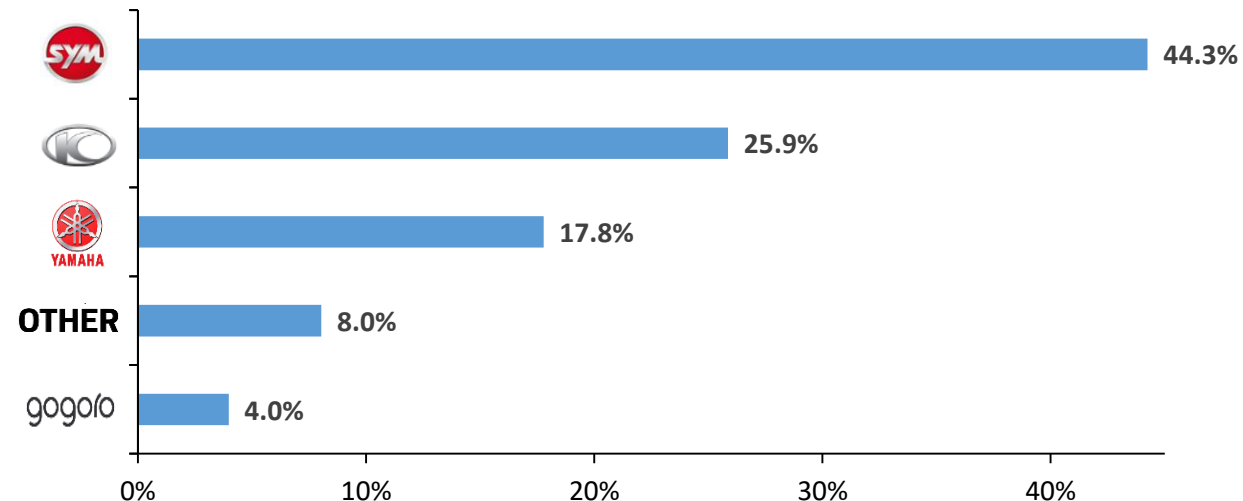
專注於研發、製造以及銷售各式摩托車、汽車以及全地形車

2025 年營收 626 億

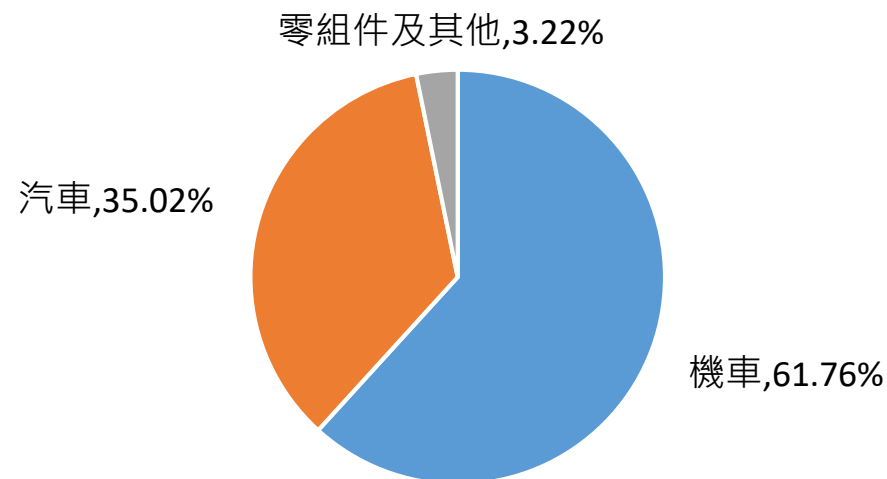
市值: 14.7 億美金 (2026/4/10)

- 營運總部: 新竹
- 新竹廠: 30 萬輛機車; 2 萬輛汽車
- 廈門廠: 30 萬輛機車
- 越南廠: 12 萬輛機車

台灣內銷機車 2025 年市占率



2025 年三陽集團產品組合



三陽如何為股東創造價值



- 三陽工業的業務橫跨摩托車與汽車。摩托車部門在台灣生產及銷售自有品牌 (SYM) 產品，在外銷方面則生產自有品牌以及代工產品。2025 年三陽自有品牌摩托車占台灣市場 44.3% 的份額。
- 汽車部門則生產以及引進韓國現代汽車的產品進入台灣市場。
- 在吳清源董事長 2014 年接任三陽工業副董事長後，啟動了一系列的改革措施，讓三陽擴大經濟規模並進行垂直整合，於 2022 年 5 月 SYM 重返台灣機車品牌第一名。
- 三陽的中期目標:
 - 1) 維持消費者心目中台灣機車品牌第一名；
 - 2) 全球摩托車年銷售突破 75 萬輛；
 - 3) 讓韓國現代汽車在台灣市佔率邁入前四名。

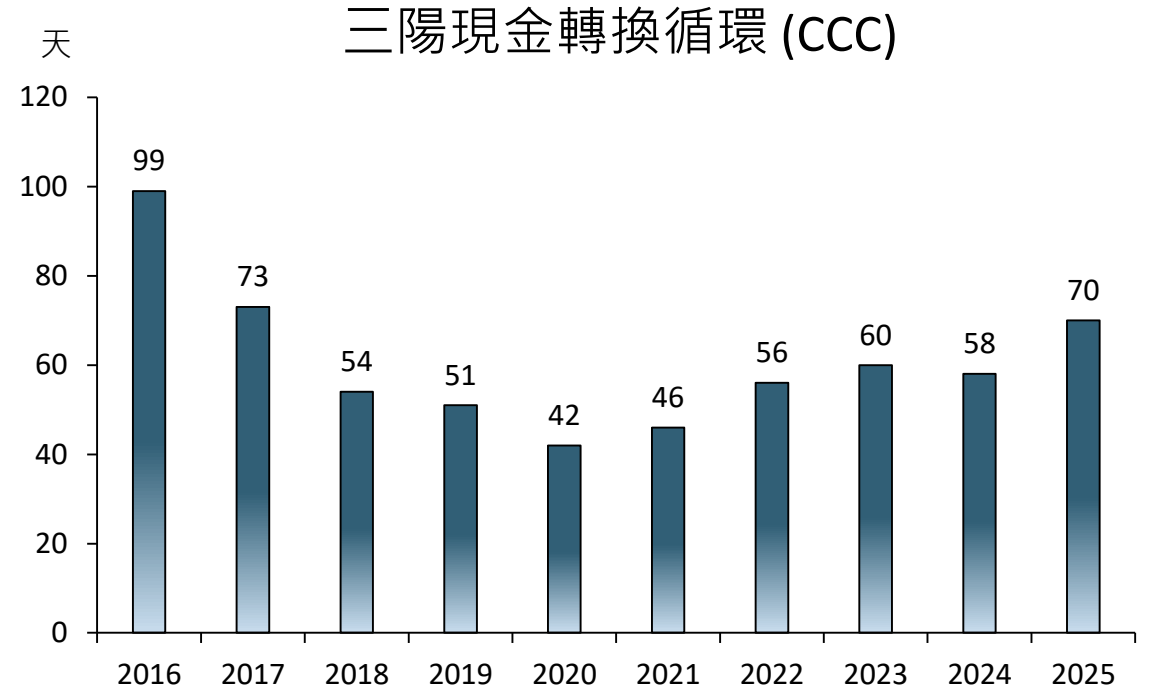
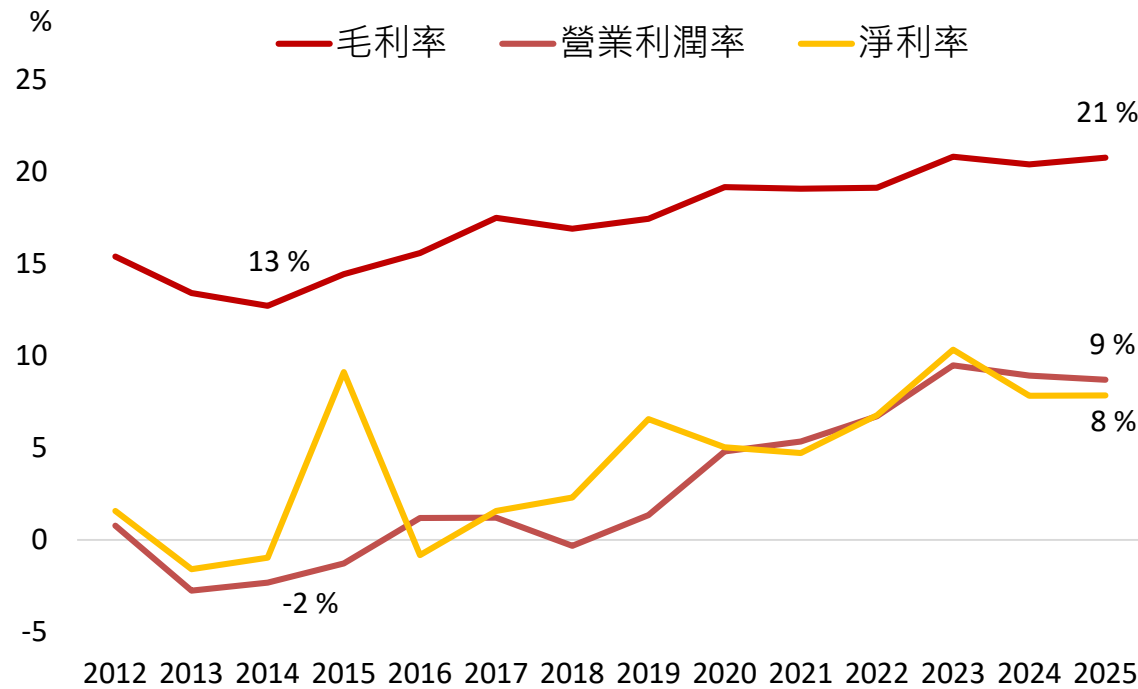
優秀的領導者-吳清源董事長

- 吳董事長畢業於台北科技大學 (原 台北工專) 機械工程系，同時擁有中華大學建築與都市計畫學系碩士學位。
- 2014 年時，吳清源先生被推選為三陽工業副董事長，2017 年始擔任董事長暨執行長。
- 吳董事長自 2014 年起啟動了三個三年計畫，加速三陽工業改革、提升產品品質以及競爭力。
- 在他的領導下，三陽機車在台灣的市场佔率從 2014 年單月最低 9% 提升到 2025 年單月最高 46.9%。



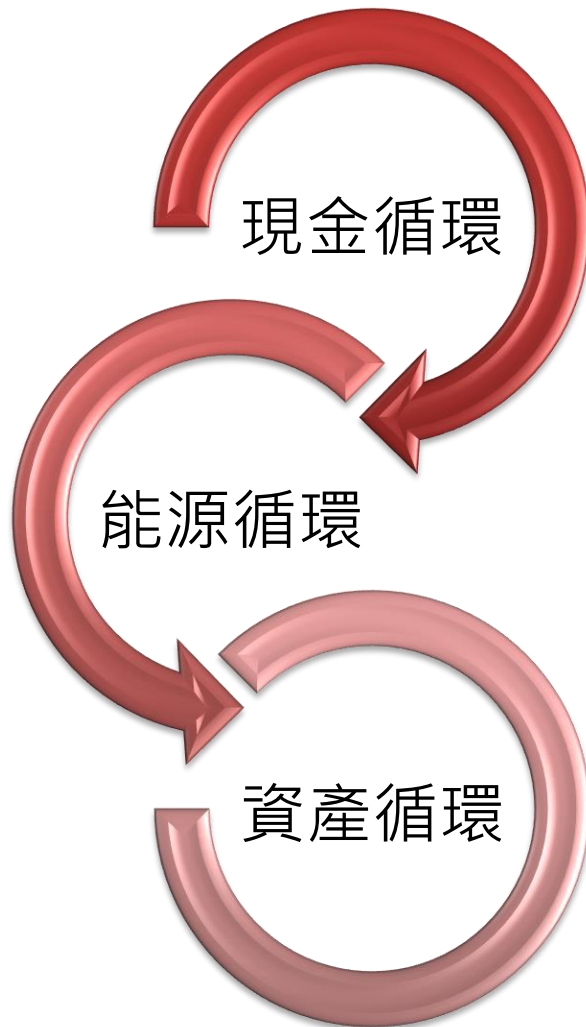


改革之後: 利潤率與營運效率大幅提升



- 在吳董的領導下，三陽重新聚焦於本業。我們開發了一系列的新型環保引擎，更省油、排放更少、馬力更強。全車系使用高品質的部件以及先進的電子控制系統。由於競爭者缺乏創新產品、無法快速應對市場，我們迅速搶占市場，並且在 2026 年 3 月以 16.4 個百分點的差距領先第二名的競爭者。
- 毛利率從 2014 年的 12.7% 大幅上升至 2025 年的 20.7%。
- 我們誓言要維持台灣騎士心目中摩托車理想品牌第一名。

三大循環打造全新三陽

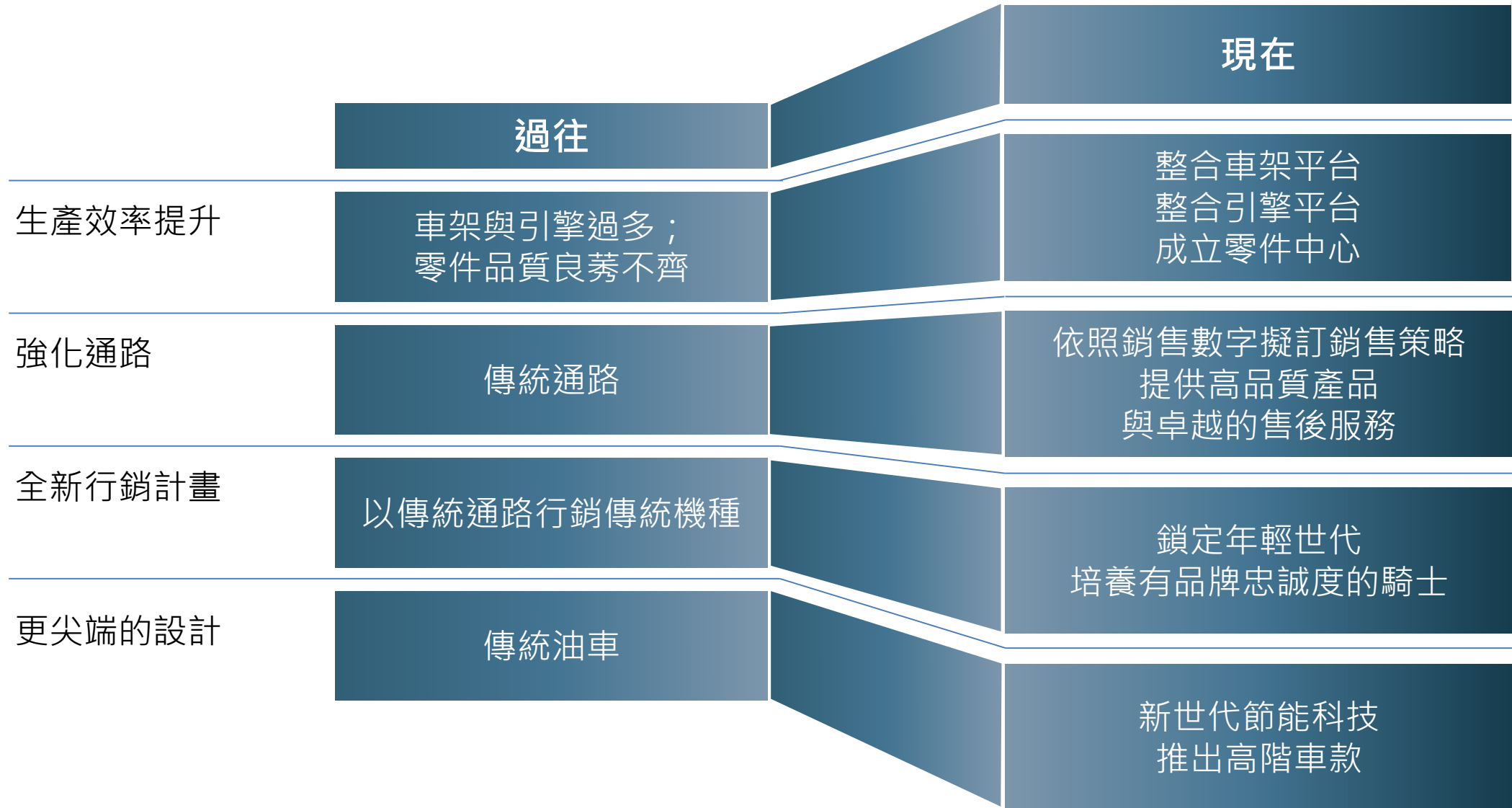


- 專注本業，提升本業營收以及利潤率，持續改善 ROE，打造長期 ROE > 15%
 - 提升三陽機車與韓國現代汽車市占率，強化品牌形象
-
- 發展多種電池技術，適應各種不同的應用場景
 - 以鋁電池為核心，打造下一代能源技術並開發相關應用項目，成為三陽的另一營收支柱
-
- 活化三陽資產進行開發利用，並將收益回歸本業，每一專案目標 ROI > 20%

摩托車



三陽的全面改造

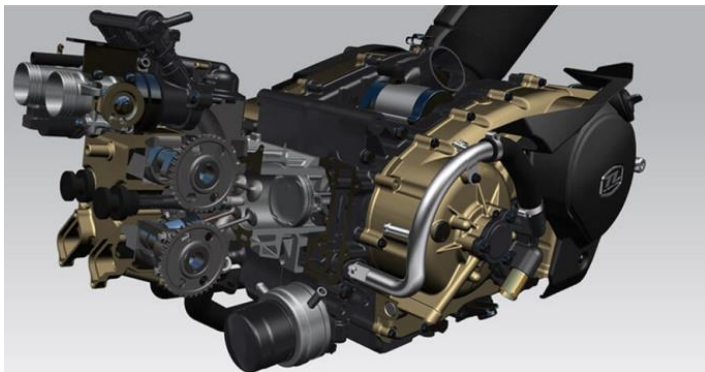


提升生產效率

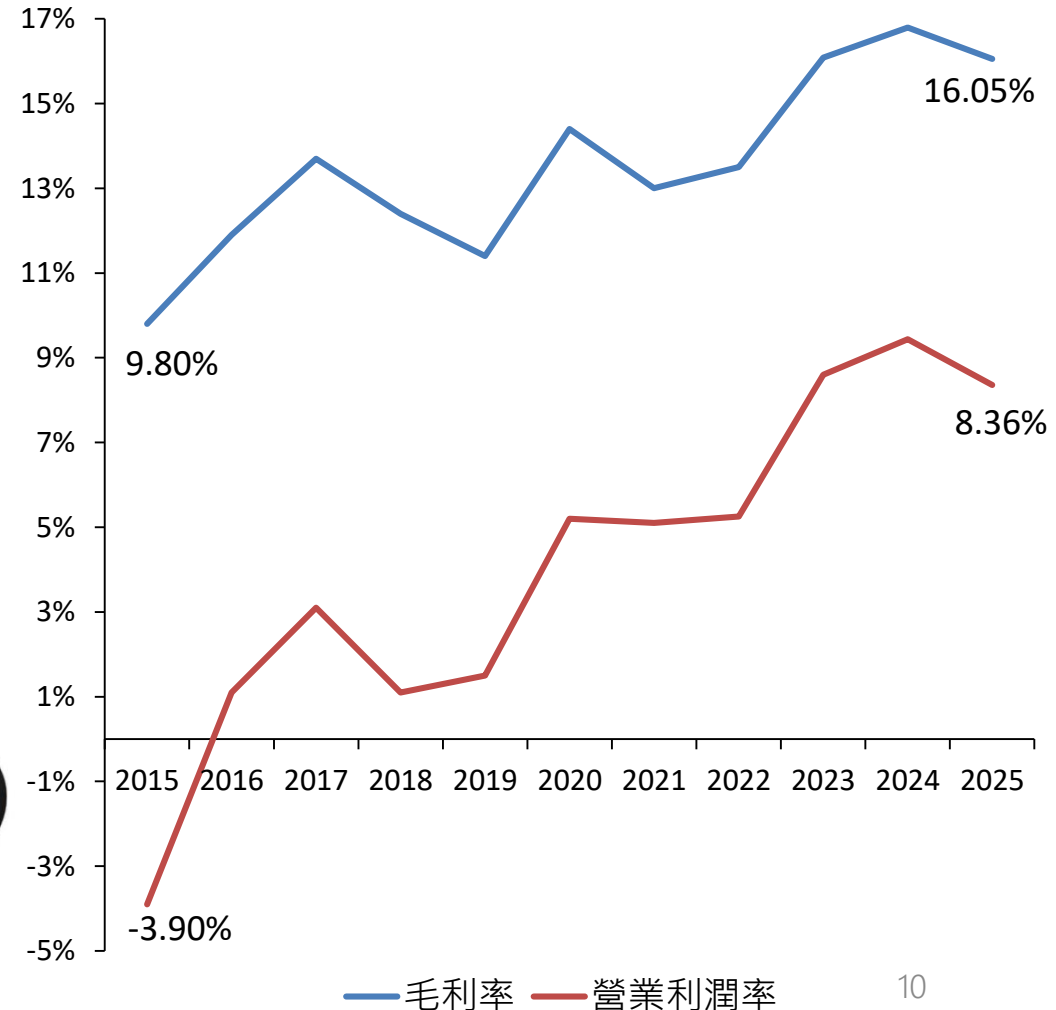
更精實, 更快速, 更高品質



- 整合車架平台與引擎平台: 利用共用車架與引擎打造新車款, 集中採購、提升生產效率, 並且快速回應市場需求。
- 成立直屬於三陽的零件中心, 提升並統一出廠零件與售後服務零件的品質。改善品質後, 消費者的滿意度大幅提升。零件事業也增加了三陽的營收與獲利。



摩托車事業 利潤率大幅提升



強化通路

更強的普及性, 更佳的滿意度



善用網路與社群媒體，快速應對市場需求

三陽不斷的蒐集騎士在網路與社群媒體上的評論，以及經銷通路、機車行對公司產品的訊息回饋，找到騎士對產品的意見，並且整合到新開發的車種上。



更多經銷商與三陽專賣店

重點規劃於三陽品牌覆蓋率較低的區域，增加經銷商與三陽專賣店，讓消費者能夠更容易接觸到三陽機車的產品，也能夠吸引更多的潛在消費者。

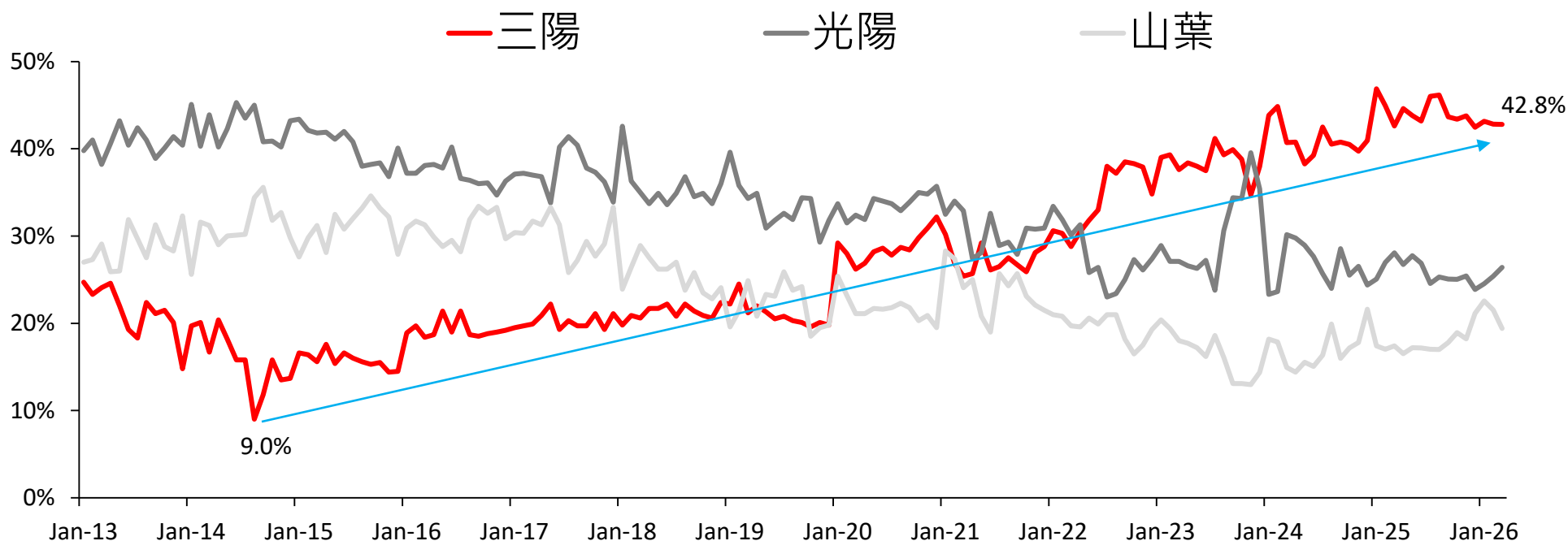


更好的技術訓練

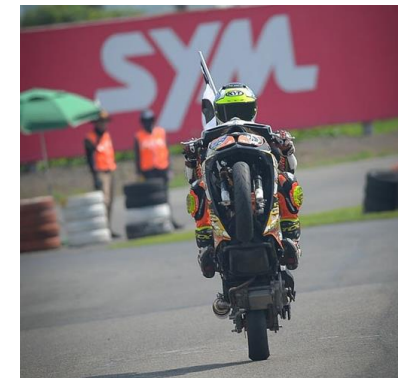
三陽機車的技術走在業界尖端，修車師傅的技術也要與時俱進。三陽為經銷商/專賣店/維修點，提供產品知識與維修技術的訓練課程。例如噴射引擎維修技術、電子系統維修技術、新型大排氣量引擎維修技術等。我們提供的技術訓練能強化通路對品牌的忠誠度、提升客戶對於售後服務的滿意度、增強騎士對三陽機車的黏著度。

創新的行銷策略

更年輕、更緊密、更多騎士換乘三陽



- 我們正打造一個更年輕的三陽品牌，瞄準 18-35 歲的騎士
- 三陽的行銷企劃非常多樣化。我們與電玩合作推出聯名車款、贊助並參加台灣騎士精神發展運動協會賽事來促進銷量；我們更花費許多心力建立並凝聚三陽騎士社群，服務在台灣超過 400 萬三陽騎士
- 我們創新的行銷策略增加試乘率、騎士品牌的轉換率，以及騎士對三陽品牌的忠誠度
- 2022 年 5 月，三陽在 16 年又 5 個月後，重回台灣機車市占率冠軍



更尖端的設計

更有力、速度更快、更霸氣

- **縮短新產品研發時間:** 利用共用車架與引擎平台進行開發設計，提升品質並大幅度縮短研發時間，過往平均 18 個月可以研製一個新機型，現在最短可以縮到8個月
- **高品質的設計推升產品平均售價:** 開發動力更充沛的節能引擎，以及高階車款，推升整體產品組合的平均售價
- **重塑三陽品牌形象:** 設計年輕化車款，包括 JET、四大神獸系列，重塑三陽品牌
- **快速應對競爭環境:** 三陽能快速應對不斷改變的消費者偏好與法規環境，也是國內第一家全車系對應七期環保的公司



三陽的能源策略

更環保、更潔淨、更永續



掌握核心電池技術

鋁電池技術
(亞福儲能)

鋁電池
先導工廠

研發參數精進
建立試量產技術

完善鋁電池
試量產線

小批量生產

鋁電池投產
正式銷售

二代廠(第一座量產廠房)建設

取得使
用執照

設備安裝試車
安規認證
商用驗證

1. 鋁電池獨特優勢：快速充放電、安全、材料可回收、汙染低。
2. 目標市場：電梯回生系統及儲能、BBU 電池備援模組、混合動力載具儲能等。
3. 持續對外募資為量產準備中。

鋰三元+ 電池
(台灣中油)

中油合作案
小批量生產

架構換電系統
陸續推出電動車型

高能量密度、電池生命週期長，具有快速充放電性能，能使用在高階車款。
目前和中油已在特定場域試運行，未來將視運行結果與中油政策，逐步擴展規模。

2022

2023

2024

2025

2026

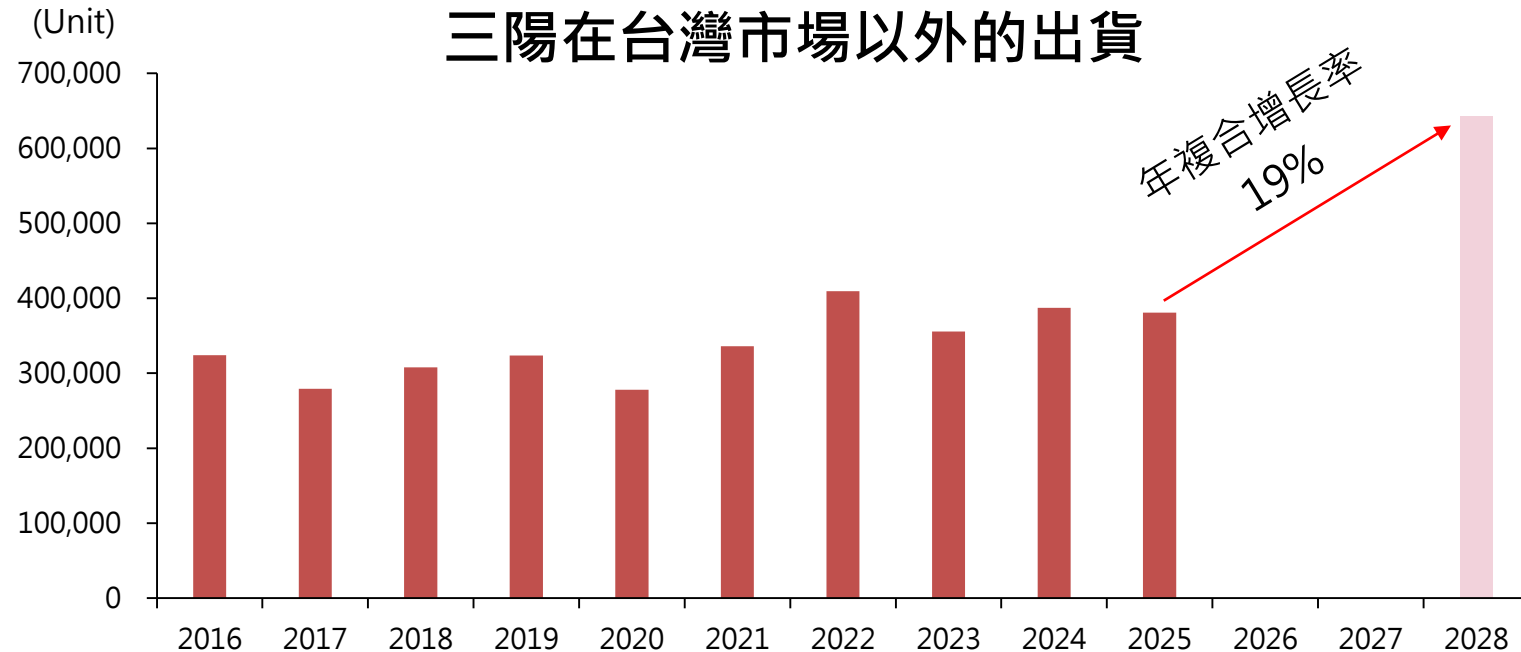
2027

2028

全球市場



- 三陽已經成立一個全新的全球行銷部門，負責集中統合新竹廠、廈門廠以及越南廠的產能並協調全球出貨
- 外銷版圖橫跨中國、東協國家、東北亞、歐洲以及美洲
- 在自有品牌之外，三陽也幫義大利品牌 Lambretta 以及法國品牌 Peugeot 等代工生產

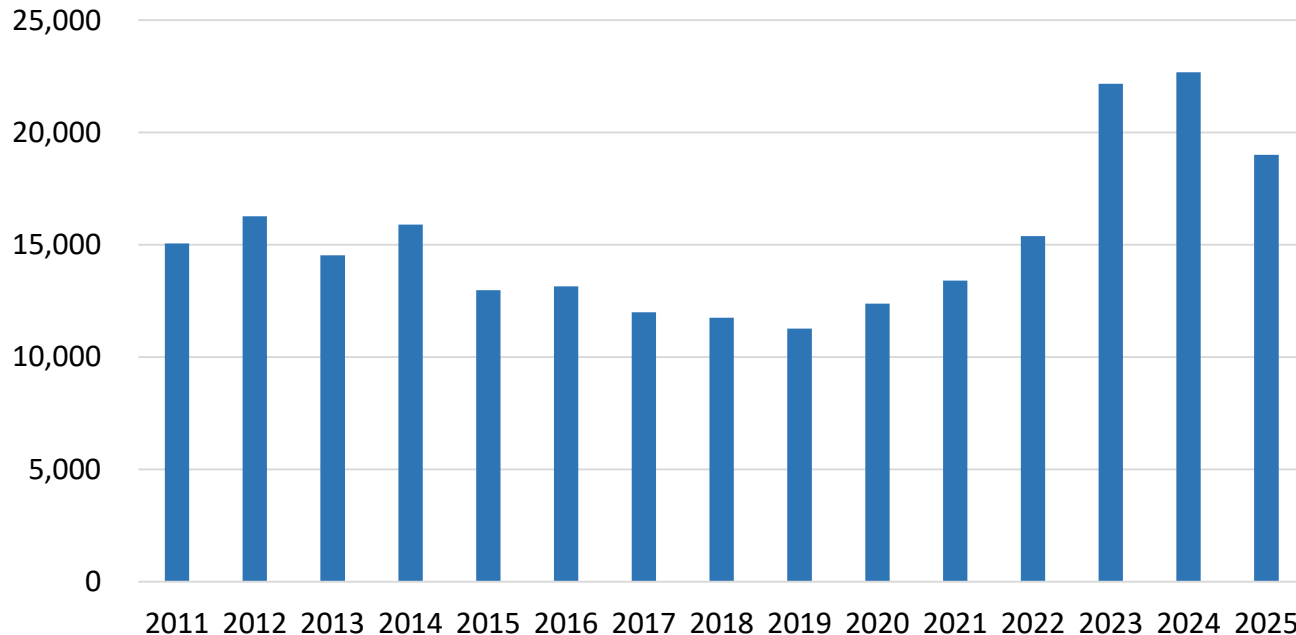


汽車



- 2025 年台灣汽車市場受美國關稅政策等外部因素影響，總市場規模修正至 41.4 萬台，年減 9.5%。
惟韓國現代汽車品牌持續穩居非豪華乘用品牌第三名。
- 展望 2026 年，隨外部不確定因素趨於鈍化，有望逐步帶動買氣；品牌將持續以創新設計、新能源、駕馭體驗為行銷主軸，在保持靈活應對市場同時，鞏固國內非豪華乘用車品牌 TOP 3 的領先地位。

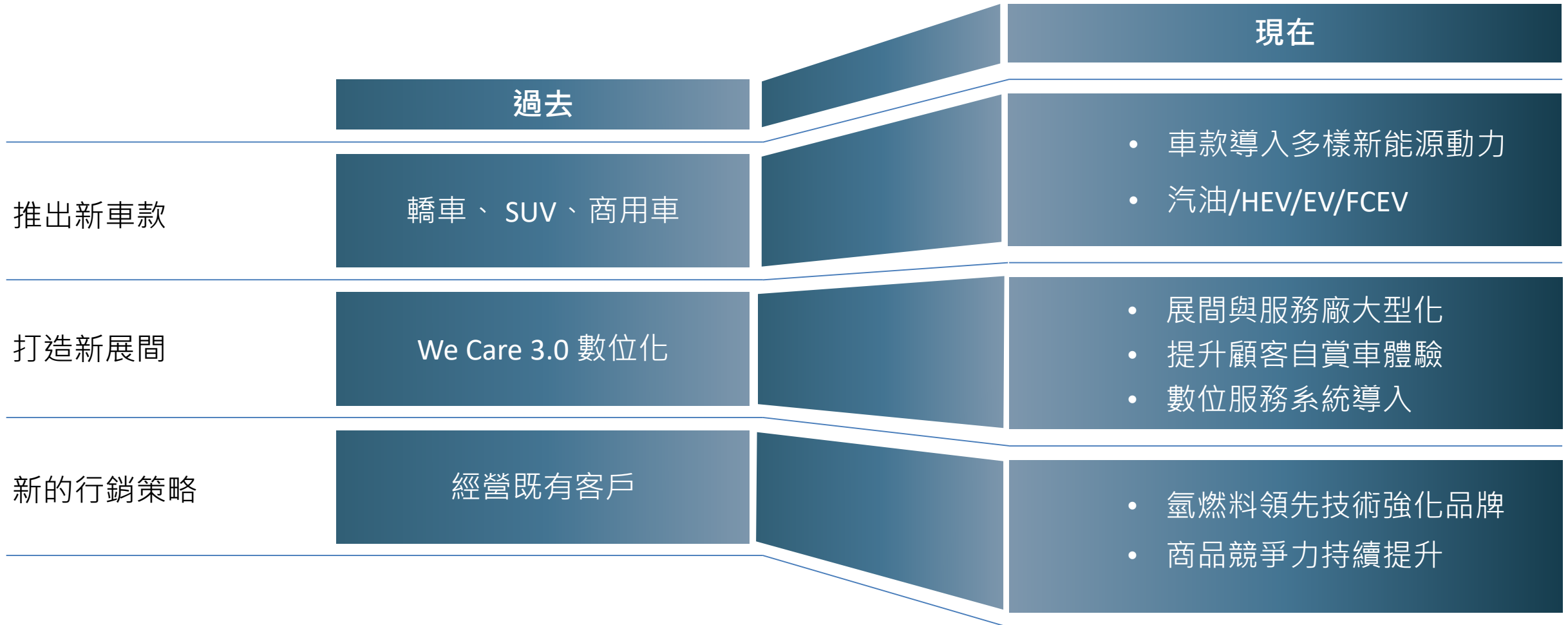
韓國現代汽車在台銷售數量



排名	品牌	2025	2026
		市占率	目標
1	Toyota	31.08%	①
2	Honda	6.95%	②
3	Lexus	6.91%	
4	M.Benz	5.52%	
5	Hyundai	4.55%	③
6	Mazda	4.33%	
7	BMW	4.17%	
8	Tesla	4.00%	
9	Nissan	3.11%	
10	Ford	3.00%	
11	Mitsubishi	2.62%	
12	KIA	2.47%	
13	VW	2.30%	
14	MG	1.45%	
15	Volvo	1.18%	

非豪華乘用車
品牌 TOP 3

註：不含重型商用車。



- 展望 2026 「創新設計、新能源、駕馭體驗」為年度行銷主軸，啟動「四季接力、一季一台新車」的產品計畫，確保每季推出一款新車，持續引領市場動能。
- 本公司 HYUNDAI ELEC CITY FCEV 低底盤氫燃料電池巴士，憑藉高安全性、先進科技與永續理念，展現韓國現代汽車在零碳公共運輸的領先實力。並且將結合韓國現代汽車全球氫能經驗，攜手政府與運輸業者，共同推動台灣公共運輸邁向 2050 淨零目標。



財務數字





2016-2025 股利分配

台幣\$ 百萬	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
稅後淨利	\$-322	\$509	\$1,038	\$2,226	\$1,938	\$1,830	\$3,116	\$6,298	\$4,770	\$4,533
現金股利	\$880	\$841	\$826	\$811	\$1,044	\$1,037	\$1,435	\$2,392	\$2,392	\$2,336
每股現金股利 (元)	\$1.03	\$1.02	\$1.00	\$1.01	\$1.31	\$1.30	\$1.80	\$3.00	\$3.03	\$3.00 ⁽²⁾
現金殖利率 (%) ⁽¹⁾	4.7%	4.7%	4.8%	4.8%	5.7%	4.5%	5.4%	4.6%	4.1%	4.6%
股利發放率(%)	-	171%	79%	37%	54%	57%	46%	38%	50%	52%
除息日	2017/7/18	2018/7/24	2019/7/19	2020/7/21	2021/8/10	2022/7/20	2023/7/31	2024/7/30	2025/7/28	-

資料來源:台灣經濟新報, Capital IQ

註 1 : 股價基於當年度每股平均收盤價。

註 2 : 2025年盈餘分派尚未經股東會決議。

5 年損益表



新台幣 \$ 百萬	2021	2022	2023	2024	2025	年成長 (%)				
						2021	2022	2023	2024	2025
營收	41,617	50,851	64,461	65,625	62,632	2.1	22.2	26.8	1.8	(4.6)
毛利	7,933	9,718	13,410	13,380	12,993	1.6	22.5	38.0	(0.2)	(2.9)
營業利益	2,223	3,417	6,111	5,856	5,447	13.5	53.7	78.8	(4.2)	(7.0)
稅前淨利	2,341	4,050	8,075	6,476	6,174	(6.1)	73.0	99.4	(19.8)	(4.7)
稅後淨利	1,965	3,440	6,663	5,132	4,916	(4.2)	75.1	93.7	(23.0)	(4.2)
每股盈餘 (NT\$)	2.30	3.93	7.95	6.02	5.78	(4.6)	70.9	102.3	(24.3)	(4.0)

重要財務比率(%)

毛利率	19.1	19.1	20.8	20.4	20.7
營業利益率	5.3	6.7	9.5	8.9	8.7
營業費用率	13.7	12.4	11.3	11.5	12.0
淨利率	4.7	6.8	10.3	7.8	7.8



5 年資產負債表

新台幣\$ 百萬	2021	2022	2023	2024	2025	年成長 (%)				
						2021	2022	2023	2024	2025
總資產	46,531	57,077	62,778	68,257	97,138	5.7	22.7	10.0	8.7	42.3
現金及約當現金	4,830	7,868	8,811	10,296	10,796	(0.6)	62.9	12.0	16.9	4.9
應收票據及帳款	2,463	2,737	2,676	3,288	3,292	15.4	11.1	(2.2)	22.9	0.1
存貨	6,875	9,864	10,750	9,679	12,788	21.5	43.5	9.0	(10.0)	32.1
固定資產	12,639	13,801	14,629	16,116	22,437	(0.6)	9.2	6.0	10.2	39.2
負債總額	29,712	36,835	37,384	39,672	54,836	6.3	24.0	1.5	6.1	38.2
銀行貸款	17,352	23,067	22,154	24,002	32,288	10.8	32.9	(4.0)	8.3	34.5
應付帳款	4,331	4,595	4,682	5,044	5,001	5.3	6.1	1.9	7.7	(0.9)
股東權益	16,820	20,242	25,394	28,585	42,302	4.7	20.3	25.5	12.6	48.0

應收帳款天期	24	22	19	21	24
存貨天期	68	74	74	71	83
應付帳款天期	46	40	33	34	37
權益報酬率 (%)	11.95	18.56	29.20	19.02	13.87
資產報酬率 (%)	4.69	7.07	11.70	8.36	6.5

Q&A





關於台灣農林 (2913 TT)

- 三陽於 2018 年透過子公司上揚資產管理取得台灣農林 8.01% 的股權，並成為第一大股東。目前三陽透過上揚持有台灣農林 28.31% (2026/3) 的股權。

策略意義:

- 複製三陽成功經驗，重新打造台灣農林
- 將公司與品牌重新注入活力，讓台灣農林能夠永續獲利
- 讓農林的土地資產能夠得到最佳的利用

