

名稱：宏達電 2013 年第 3 季度盈利電話會議

日期： 2013 年 11 月 5 日；時間：07:00:00（世界標準時間）

C：張嘉臨；宏達國際電子股份有限公司；財務長

C：紀為先；宏達國際電子股份有限公司；投資人關係經理

P：主持人；

P：謝宗文；瑞銀證券；分析師

P： Brad Erickson；Pacific Crest；分析師

P： Alban Cousin；Arete Research；分析師

P： Abul Chen；Infinity Capital；分析師

P： Julie Chi；瑞銀證券；分析師

P： Laura Chen；法國巴黎銀行；分析師

P： Wanli Wang；CIMB；分析師

P： Kylie Huang；Daiwa-Cathay；分析師

+++ 簡報會

主持人^歡迎各位參加以英文進行的 HTC 2013 年第 3 季度會議--業績電話會議和網絡直播。今天到場的有財務長張嘉臨先生及投資人關係經理紀為先女士。（主持人介紹）在簡報會之後，將為投資者及分析師進行問答環節。

（主持人介紹）請各位留意，本次電話會議現正進行網絡直播。網絡重播及英文逐字稿將在會議結束後一個小時內提供。中譯本逐字稿將在會議結束後一星期內提供。請訪問 www.htc.com 內的投資者板塊。

現在，先請投資人關係經理紀為先女士發言。紀女士，你可以開始了。

紀為先^好的。大家好。女士們先生們，大家早上好、下午好、晚上好。歡迎參加 HTC 2013 年第 3 季度的分析師電話會議。我是 HTC 的投資人關係經理紀為先。

本次會議現正透過 HTC 的網站 www.htc.com 進行直播。如果你透過撥號電話線加入本次會議，你的線路現在被設置為靜音。由於本次電話會議是面向全世界的投資者直播，我們僅將以英文進行。

今天電話會議的流程如下。首先，我將概述我們在 2013 年第 3 季度的營運狀況，然後介紹 2013 年第 4 季度的業績指引。之後，我們的財務長張嘉臨先生將進行問答環節。

我們開始之前，我希望大家先細閱簡報第 2 頁的免責聲明。我剛在三分鐘前發出簡報。請查看你們的電子郵箱。

請注意本簡報包括前瞻性陳述。這些陳述乃基於我們的當前預期。實際結果可能與我們的預期出現重大差異，而本公司並無義務在未來更新這些前瞻性陳述。

如果你們沒有任何疑問，我將開始介紹 2013 年第 3 季度的營運概況。

請翻到第 3 頁。第 3 頁，第 3 季度財務摘要。本公司第 3 季度的營業收入為新台幣 470 億元，毛利率及營業利益率分別為 20.4% 及 -7.4%。淨虧損及每股盈餘分別為新台幣 30 億元及新台幣 -3.58 元。

本季度的產品創新 藉助屢獲殊榮的 HTC One 的成功，本公司在第 3 季度趁勢推出 HTC One mini 和 HTC One max，形成一個能夠滿足不同消費者需求的系列。

全新的中端機 Desire 601 及入門機 Desire300 進一步擴展了 HTC 的產品組合，讓消費者在任何價位上均能夠享受超值體驗。

最後，HTC 發佈了藍色款的 HTC One 以及限量版的 HTC Butterfly s Hello Kitty 手機，帶來全新、獨特的產品設計創新思路。

第 4 頁；我們新實施的「Here's To Change」品牌活動鞏固了 HTC 自手機行業之初以來作為挑戰現狀的改變製造者的地位，並傳播了我們不斷為全球各地的人們帶來改變的使命。

獎項及榮譽；第 3 季度，HTC One 繼續榮獲一些最具影響力的消費科技獎項，包括 T3 評出的 2013 年年度手機以及歐洲影音協會(European Imaging and Sound Association)評出的 2013 至 2014 年度歐洲最佳先進智能手機。

此外，聘請小羅伯特·唐尼代言的 HTC Change 廣告亦引起消費者的極大反響，令廣告所覆蓋市場的廣告知名度增加 12%，品牌影響力增加 15%。

第 5 頁，投資概述；經歷 2 年的合作之後，HTC 將其持有的其餘 24.85% 的 Beats Audio 股權以 4.15 億美元的價格出售，轉而專注於開發自身專有的音頻技術 HTC BoomSound，HTC BoomSound 實現了硬件與軟件算法之間天衣無縫的融合，為消費者帶來至尊的聽覺體驗，並贏得業界的好評。

另外，HTC 以 4,700 萬美元的價格將數字內容提供商 Saffron Digital 的 100% 股權出售，同時保留了永久免費使用 Saffron Digital 的全球媒體服務的權利。

第 6 頁，地區報告；第 3 季度，HTC 在歐洲、中東及非洲地區保持了良好的發展勢頭，同時於台灣繼續佔據最大市場份額。透過 Verizon 推出全新的 HTC One 之後，HTC 的產品實現首次覆蓋美國四大營運商，而在中國，HTC One max 預期將成為該市場首批 TD-LTE 產品，在全球 4G 技術創新的領導地位上又樹立了一座里程碑。

第 7 頁，第 7 頁概述了營業收入與營業淨利。第 3 季度的營業收入為新台幣 470 億元。營業淨利錄得新台幣 35 億元虧損。

第 8 頁。第 8 頁概述了毛利率及營業利益率。第 3 季度毛利率為 20.4%，營業利益率為 -7.4%。

第 9 頁及第 10 頁是對損益表及資產負債表的財務概覽。第 11 頁是 2013 年第 4 季度的業績指引。營業收入預計將介乎新台幣 400 億元至新台幣 450 億元之間。毛利率預計為 19% 至 21%。每股盈餘預計介乎新台幣 0.1 元至新台幣 1.7 元。

以上這些就是我們的全部簡報內容。現在，我把時間交給 HTC 的財務長張嘉臨。主持人，請開始問答環節。

+++問答環節

主持人^謝謝。我們現在開始為投資者及分析師進行問答環節（聽不見）。媒體如有任何問題，請在電話會議結束後聯繫 HTC 公關團隊。（主持人介紹）瑞銀證券謝宗文。

謝宗文^對於下一季度的營業開支目標，我有一個問題，也是與非營業方面有關，除了出售 Beats 之外還有其他項目嗎？還有你所預見的正常化營業開支是怎樣的？

張嘉臨^謝謝你的提問，謝生。我會分兩部分解答，首先是營業開支問題，如果要給出一個具體數目的話，我們正在努力將第 4 季度營業開支目標定在新台幣 100 億元以下。我們不希望超出新台幣 100 億元。當然屆時須視具體情況而定。這就是我們的營業開支的目標。未來一季的營業開支取決於銷售額，以及一些可變開支部分。我們在此前幾個季度已經談過，會視乎具體情況而定。

營業開支取決於銷售額。這是基於目前銷售額的指導原則。我們當然希望在未來數季獲得更高的銷售額。這就是我們對第 4 季度的目標。

你的第二個問題是關於營業利益率，我們對未來數季營業利益率的展望如何。如果你想問的是這個，那麼我已經回答了，如果不是——你還有其他問題嗎？

謝宗文^有的。我的問題是除了出售 Beats 所得收入之外，第 4 季度還可能出現其他非經常性項目嗎？

張嘉臨^就我所知，非營業收入主要來自出售 Beats。即使還有其他項目，也只是小項目。

謝宗文^好的。那麼關於稅務問題呢？

張嘉臨^關於什麼？

謝宗文^稅務問題。有沒有稅收抵免或者更低的實際稅率？

張嘉臨^沒有，沒有任何稅收利益。

謝宗文^談一個不相關的話題，最近市場上有傳聞指可能有電訊營運商會投資 HTC，你能稍微評論一下嗎？管理層對接納電訊營運商的投資是什麼態度？

張嘉臨^所謂可能有電訊營運商會投資 HTC，你是指戰略投資？

謝宗文^沒錯，其中廣為流傳的是一篇關於中國移動將入股 HTC 的新聞報導。

張嘉臨^我希望聲明兩點，首先，我們的政策是不評論任何市場揣測或傳言，因為這只會煽風點火；第二，據我們所知，並未有任何類似事件發生。

主持人^（主持人指示）Pacific Crest 的 Brad Erickson。

Brad Erickson^首先，鑑於我們今年第 4 季度的業績有所下滑，展望明年第 1 季度，其季節性業績是否會出現正常化或略為正常化？

張嘉臨^顯然，按照監管規定和我們過去的做法，現在並不適合評論第 4 季度之後的業績。但是我要說的是，在第 4 季度之後的每一季度，甚至是第 4 季度，我們在定價、渠道和推廣等所有方面都可以制定許多戰略性措施。

正如我們開始時說的，我們的目標是保持長遠的增長勢頭，這才是我們的目標。除此之外，我不能再具體評論。

Brad Erickson^明白，沒關係。這很有幫助。你能否介紹一下美國銷售價格的趨勢，還有第 4 季度美國銷售價格背後的動態以及未來的展望？

張嘉臨^老實說，我個人不是特別關注美國銷售價格——只能這樣說吧，我個人比較關注的是，我們在每個不同的價格區間內的市場份額及銷量如何，我們在這個價格區間又應該取得怎樣的市場份額或銷量。美國銷售價格是產品組合的結果。

對於每一種特定產品而言，最終價格都顯然是由市場決定，其中會出現討價還價以及波動情況。大體從平均數來看，我認為本公司的美國銷售價格主要來自產品組合而非定價。每一個價格區間都有不同程度的定價壓力。低端產品定價壓力較高，高端產品定價壓力較低。

所以有產品自身因素，但整體而言，本公司的美國銷售價格主要來自於產品組合。這就是我要說的。我之所以這樣說，是因為正如我們上一季度所講，我們需要奪回在中低端市場應得的市場份額。

如果我們因產品組合而獲得更多的市場份額，你所說的美國銷售價格可能會較高端產品的美國銷售價格略低，但這不見得是一件壞事。這就是我做此番長篇大論的原因。

Brad Erickson^明白了。這很有幫助。在這個問題上，聽起來 HTC 在第 4 季度會在低端產品方面採取更積極的措施。這是以後的大趨勢嗎？抑或只是第 4 季度的現象？

張嘉臨^對於你的問題，我需要澄清一下。我們不會把注意力轉向低端產品部門。如我所言，如果我們預測正確，到第 4 季度末，我們的 Hero 產品銷量將高於 2012 年 Hero 的同類產品。這是我們對 2013 全年的預期，我們上個季度是這麼說的，現在也是這麼認為的。

展望未來，我們不能作出具體評論，但我們內部的目標是保持良好的增長勢頭，並訂立更高的目標。此外，還要填補因各種原因而出現的一些漏洞。

所以我們希望奪回市場份額，可以這麼說，去年同一季度甚至去年全年，我們的中端市場份額相當不錯，這才是我們需要做的。我們也要佔領低端市場份額。因此我們希望，未來數季我們的產品平台將更爲寬闊，但不意味著這一季度或者下一季度我們會偏重低端市場。顯然在談到中低端市場時，我們需要明確界定不同價格區間的範圍。

Brad Erickson^我再提一個問題。你會提到這一季度的營業開支水平。似乎你很有信心。未來會產生新的銷售額增長點嗎？還是說未來會進一步提高效能？應該怎樣去看待這個問題呢？

張嘉臨^是的，我會對這一問題稍作解釋，這個問題需要結合多方面回答。有些人問了類似的問題，按收入的一定比例計算的稅款仍是我們密切留意的指標之一嗎？是的，我們確實會密切留意稅款。我們也會密切留意實際營業開支水平，只是因爲營業開支由可變開支及固定開支兩部分組成。

基於目前的銷售額，我們在編制第 4 季度的指引時，認爲目標定在新台幣 100 億元或以下比較合適。我們相信有足夠的資源可以維持目前的銷售額。如我們所言，在未來數季，我們以更高的營業收入爲目標，保持良好的增長勢頭，並會相應調整營業開支。

Brad Erickson^明白了。最後一個問題。剛剛提過，出售 Beats 所得收入顯然爲整體盈利能力做出了貢獻，我們應當怎樣看待 HTC 在 2014 年的盈利能力呢？這是我最後一個問題。

張嘉臨^好的，謝謝你。Beats 的情況就正如你所講，所以我不會進一步置評了。我們要講的是，很多人在問，我們的目標是取得更高的市場份額、賣出更多產品，還是更強的盈利能力。我的回答是，我們的目標是兩者兼得。我個人認爲，倘若取得更高的市場份額，通常收益率會優化，我並不是說收益率一定會最大化，但通常會優化。

收益率不時會發生變化，這取決於不同價格區間內每個產品的收益率。我們的目標只是出售產品，而不是清空壽命到期產品的庫存。我們只是在正常的營業過程中出售產品，希望獲得更高的銷量，透過提升銷量來優化產品的收益率，這離產品收益率最優化也就不遠了。以上是我的個人觀點。

主持人^（主持人介紹）Arete Research 的 Alban Cousin。

Alban Cousin^你能談談我們應該如何看到毛利率的問題以及在接下來幾個季度估計會有哪一些積極和消極的變化，我們是真的依靠銷量來突破 19.5% 或 20% 的範疇嗎？還是你們會採取什麼措施？

張嘉臨^在我剛才所說的基礎上，還有我在前幾個季度評論的基礎上，我想進一步說明一下，公司的整體平均毛利率是產品組合的結果，而且高端產品通常會產生較高的毛利率，我要強調一下，這並非必然的情況，但通常如此。

所以當你計算一家公司的總體毛利率時，那是產品組合、不同價格區間的各種產品毛利率、由此而來的產品組合以及平均毛利率的共同結果。

展望未來，即我們推出產品後即將到來的那個季度，我們的最終毛利率將會受到價格侵蝕以及降低成本能力的綜合影響。

正如我們之前所說的，我們正在致力實現更高的銷量，而且我們相信較高的銷量有助於我們取得更好的利益率。我傾向於用利益率優化來表達，不一定總是最大化，但離最大化也相距不遠了。

在利益率最大化或優化時，你的毛利率可能會與你的目標有異，但我個人認為不會嚴重偏離我們現在的發展趨勢。

所以這就是我們於 2014 年的目標。我們並非以巨大銷量為目標，而且我個人也不相信我們能實現巨大的銷量，屆時產品的毛利率可能會遠低於我們現在的水平。但在我看來，毛利率不應該和現在相差太遠，而這也是我們自我監控的一項標準。

Alban Cousin^我想就這個問題再談談，我們應如何看待那些我們目前尚未涉足的市場，正如聯想、英特爾的歐洲、中東和非洲市場、甚至美國市場。他們產品的毛利率更低而且產品設計一流。我們該如何看待這個問題，即使是高端產品，你們將如何舒緩定價的壓力？

張嘉臨^ 是的，我不能對特定的競爭品牌作任何評論。而顯然我們會關注每一個競爭對手，譬如他們的發展、優勢領域、產品分部優勢等等，還有他們是如何設定價格移轉的。

所以這就是我們的監控，而且我們實際上也十分重視這方面的工作。在不對特定品牌作任何評論的前提下，這是第一點。

第二點，定價壓力一直都存在。這也不是什麼新鮮的話題了。當特定價位的產品愈發成熟，或如某些人所說的逐漸變得商品化，你可能會面臨更嚴峻的定價壓力。

對我們來說，品牌很重要，性價比很重要，產品的上市時間亦十分重要。而定價只是其中的一個因素。能夠快速在市場推出產品是 HTC 的優勢之一，而且我們都具備上述所說的所有優勢。

在我們有把握的市場上，渠道策略也是一個因素。我們能否具備上述一切優勢，決定了我們的定價，銷售目標的制定，以及盈利能力的實現。

不同的市場的競爭性質也不盡相同。我無法一概而論，而你所說的是指有的賣家會制定較低的價格以進入某一價格區間的市場，沒錯，這種情況屢見不鮮，而且會導致市場的競爭加劇，尤其是在較低端的市場分部，但這是我們每天所面對的問題。

Alban Cousin^ 我想問的是，如果你回顧過去兩年的情況以及毛利率的發展趨勢，市場的競爭只有在不斷加劇。因此我想知道，我們該如何避免毛利率進一步走低。

張嘉臨^簡而言之，毛利率基本上是你的成本結構與定價能力平衡的結果。根據你所在的不同價格區間，你可以有不同的定價能力。至於產品的上市時間也是不容忽視的。對此我要向你舉一個具體的例子。

舉一個具體的例子，對於一款零售價介乎人民幣 1,000 元至人民幣 1,500 元的產品，如果你錯過三個月的上市黃金時機，那麼你的定價、利率等都已變得不再重要了。

這是由於產品較短的生命週期所致。因此儘早進入市場，於適當的時機、以適當的價格滿足消費者的需求就顯得尤其重要了。

但沒必要說，競爭對手的定價越來越低，因此我們沒有一 匹配的價格。如果一切都進展順利，產品上市時引起良好的反響，備受市場關注，那麼產品的生命週期會得以延長，以及會有更好的發展勢頭。

當然還有其他的影響因素。這並不是一個簡單的例子，如果競爭對手要壓低定價，接受 5% 至 10% 的利潤，那你能怎麼辦呢？我覺得應該綜合多方面的因素來考慮。

正如我之前所說的，回到我想說的要點，未來我們計劃透過提高銷量，從而在接下來的季度中實現高收入，以及優化或如你們所說的最大化總利率，但是——我們希望毛利率能夠維持與過去以及目前相若的水平。

主持人^（主持人介紹）瑞銀證券謝宗文。

謝宗文^再問一個問題；受聖誕節購物等因素影響，通常第 4 季度是銷售旺季。因此我了解管理層是如何看待今年第 4 季度銷售連續下降的問題？

張嘉臨^ 這受到產品上市的時間以及運貨等因素的影響。這裡的收入中的貨運、收入確認的貨運與所謂的節假日、終端售出有所不同。

我們引導著市場，雖然第 4 季度較第 3 季度稍微有所下跌。我們也認識到這一點。而且我無法就各個產品線提供具體的數據，但如我們所說的，我們正在透過實施一系列的策略性措施，在第 4 季度之後維持良好的發展勢頭。

而且你也提到了具體的購物旺季，在眾多因素中，我們比較重視終端售出。因此你可能有更多的終端售出，同時你也會有更多的渠道購入以及渠道售出，這不僅僅是為了聖誕節，我們也是為了春節進行籌備。

謝宗文^ 所以如果與第 3 季度相比，銷售下降主要是由於開通渠道還是無線運營商等其他因素？

張嘉臨^我認為並非是由開通渠道或運營商或兩者造成的。而且——我無法——總有一些市場的表現會比另外一些市場更好。出於競爭理由，在此我不會對具體的市場作任何評論，但我覺得這與運營商或開通渠道無關。我不會歸咎於此。

謝宗文^好的，就存貨而言，我認為之前存在過量存貨的問題需要貴公司解決。顯然那不是貴公司的存貨，而是你們合作夥伴的存貨。你能談談最新的市場存貨情況嗎？

張嘉臨^ 好的，那我們談談存貨的問題。我們一直——我們談論公司物料庫存，目前我們的一個渠道確實存在庫存，我想你指的應該是這個庫存，我們是透過倉庫渠道或零售店外銷裝置。

至於渠道庫存，我想說的是，自上個季度以來，也就是我們公佈數據以及作出評論時，我們的渠道庫存已得到大幅改善。我們會不斷關注庫存情況，而且不局限於每週一次，有時我們會一週幾次跟蹤多個地區、國家及賬戶的庫存情況。

謝宗文^好的。最後一個問題，利潤方面，儘管貴公司的總體銷售可能下跌，但貴公司仍能夠維持相對穩定的毛利率，貴公司是預計透過新產品來提高總體利潤，還是透過嘗試降低成本結構或採取一些措施來提高毛利率？

張嘉臨^謝生，你指的是毛利率還是營業利益率？

謝宗文^我指的是毛利率；我們之前有討論過營業利益率，所以可否再透露一些毛利率的情況？

張嘉臨^好的，正如我之前所說的，對我而言，毛利率其實更取決於產品組合。對單個產品來說，很明顯，其毛利率取決於某一特定時間的產品價格及縮減成本的能力。

今年第 3 季度，我們的毛利率與 2000 年的相似，我並不覺得這是因為我們開發的新產品貢獻了較高的毛利率，彌補了現有處於產品生命週期的手機產品造成的差額。

情況並不是這樣。我認為各種產品所產生的毛利率相當均衡。處於生命週期最後階段的產品也有產生毛利，而我們同時正在清理該等產品的庫存。不拿特定產品舉例，單從毛利來講，那些處於成長階段的產品也並無出現嚴重衰退的情況。

主持人^（主持人介紹）。[Infinity Capital]的[Abul Chen]。

Abul Chen^我的第一個問題是，即將到來的 4G 時代，會為智能手機市場帶來怎樣的影響呢？它是會像 2G 和 3G 那樣帶來重大變革，或者僅僅是網絡速度的提升呢？

張嘉臨^好的，謝謝你的提問，我來回答這個問題。你問的顯然是個很大的問題。要回答這個問題，首先，我要試著複述一下我們董事長所說的話。

她相信、我們都衷心相信我們仍處於手機變革的起步階段，而 4G 的問世則會帶來巨大轉變。事實上，在 11 月份還是 10 月份的時候，HTC 組織召開了中國 4G LTE 論壇，宣傳 4G 技術的重要性及其將帶來的變革。

HTC 一直引領著行業的技術變革，致力於將更好的互聯網體驗帶給消費者。從率先推出 3G 智能手機到現在全球首款 4G 智能手機，我們讓全球眾多電訊運營商在 4G 技術的新興階段便吸引到眾多消費者。

我們亦計劃為中國以及世界其他地區的消費者帶來 4G 產品。我們在發送的幻燈片中已經提到，我們不久前也在中國推出了首款 HTC 4G TD-LTE 手機。所以，我們致力於走在行業發展的前沿，相信我們的產品會繼續受到消費者的青睞，HTC 必定會在 4G 市場佔據一席之地。

Abul Chen^好的。我的下一個問題是關於 HTC 的中端產品策略。我認為 HTC 採用的策略是發佈一件旗艦產品來佔領市場，然後將這一成功經驗用到中端產品身上。但結果似乎不甚理想，因為在智能手機行業，iPhone 5c 的銷量平平，並且 HTC 今年新推出的中端產品銷量也在下滑。那現在你是如何看待這一策略的呢？中端產品日後又會採用怎樣的發展策略呢？

張嘉臨^首先，對於你剛才所說的，我想澄清一點，HTC 的策略並不僅僅將重點放在高端產品上。HTC Hero 的運營商及渠道合作夥伴遍佈全球，我們認為只有為數不多的智能手機公司能夠真正與我們相匹敵。

憑藉着這點優勢、我們構築的合作關係以及我們多年來致力於發展 HTC 品牌的努力，我們得以推出多個不同價格區間的產品。所以，我們準備積極開發中端產品，亦會在低端產品市場有效競爭。我們不會進軍超低端產品市場。許多人都說我們對價格區間的界定比較寬鬆，我不準備詳細談論，但我們確實對各個價格區間有明確界定。對我而言，價格區間十分重要。

所以，我們會在市場上進行競爭。以中端產品為例，價位介乎 150 美元到 250 美元之間或稍高一點，我們積極搶佔這個市場。我們的目標是在超高端、中高端、高端、中端及低端市場均取得應有的市場份額。

而我們佔領市場份額的策略相當直接。鑑於我們已經在高端產品方面建立卓越的品牌，接下來我們需要從三個方面著手：產品上市時間；品牌塑造；產品的設計及創新。

我認為，即使對那些購買中端產品的消費者來說，產品設計及創新也是相當重要的，另外當然還有品牌以及高性價比。只有綜合這幾點因素，產品才能取得最終的成功。

主持人^（主持人介紹）瑞銀證券的[Julie Tsai]。

Julie Tsai^我有四個問題。首先是關於第 4 季度盈利指引，這個指引的範圍有點大。非營業方面是否存在不明朗因素，導致盈利指引的範圍變大？這是第一個問題。

張嘉臨^我記得謝生已經問過這個問題了。我認為在營業方面，除了 Beats 帶來的貢獻之外並無多少變化。如果你從收入那一行往下看，收入有一個範圍，這裡的毛利率有一個範圍。

營業開支也有一個小範圍，不是大範圍，這也視乎你如何界定何謂大何謂小而定。由於（聽不清）每股盈利的範圍。由於監管規定的緣故，我們發佈並分發了一系列的文件，包括 10 月份銷售數字及更詳細的指引。你可以看一下這些文件，希望會對你有幫助。

Julie Tsai^我想澄清一下，毛利率的指引是 19%至 21%，你先前也表示想將營業開支控制在新台幣 100 億元以下。轉化為營業開支大約是在新台幣 220 億元至新台幣 250 億元之間。我想你說的是那方面的變化，我認為這是非核心方面。

張嘉臨^你說營業開支新台幣 100 億元轉化為營業開支新台幣 240 億元、新台幣 250 億元，我不明白這是什麼意思。但我可以直接回答你的問題。毛利率有一個指引範圍，收入有一個指引範圍。所以毛利就會有一個指引範圍。

我說營業開支的目標是控制在新台幣 100 億元或以下時，我們估計會有一個範圍在那裡，因為其中有變量和固定成本的部分。所以你會看到營業方面會有一個範圍。

我可以說，最大的不明朗因素可能是——其實營業方面沒有多少不明朗因素可以深究的。那不是我們的指引講到的不明朗因素。

Julie Tsai^我想問的第二個問題是，你剛才講到 2014 年的指引，你希望 HTC 能佔據更大的市場份額並優化盈利能力。就這兩方面來講，你能否給出一點量化指引？

張嘉臨^首先，我剛才說過，我要澄清一下我說的內容。我並沒有提供第 4 季度之後的指引，我也不會提供第 4 季度之後的指引。

我們想要做的是，在 2014 年提高銷量，這是我們的目標，也希望透過提高銷量，來提升盈利能力。除此之外，我不能作更具體的評論。

Julie Tsai^明白。第三個問題是，你能否評論一下傳媒業巨頭李先生提供的投資？這是一項被動型投資，抑或他可能更積極地參與 HTC 的事務？

張嘉臨^我不便作出評論，但當我說——我不想引起更多揣測，所以我在這裡說兩句，希望大家不要再作揣測。

首先在台灣，由於交易系統的緣故，坦白說，我們不會明確知道誰投資了 HTC。第二，我不會作出具體評論，在新聞報導出來之前，我們不知道他們作了投資。我們不知道這件事。

我就在這裡說兩句。就 HTC 而言，我們顯然是希望努力為 HTC 投資者創造更大的股東價值，無論投資者是誰。希望我這三點說得夠清楚了。

Julie Tsai^我最後一個問題是，你能否跟我們介紹一下你們在未來一兩個季度即將推出的產品？

張嘉臨^你大概都知道，我們不能在這裡談論這件事。

Julie Tsai^好的，非常感謝。

張嘉臨^我只能告訴你，請密切留意未來幾個季度我們新產品的發佈，值得關注。

Julie Tsai^好的。我會留意。謝謝。

主持人^（主持人介紹）Daiwa-Cathay 的 Kylie Huang。

Kylie Huang^我有兩個問題。首先，你提到產品上市的時機十分重要，尤其是在中端產品方面。我在想，HTC 會不會考慮外包某些中端或低端市場的項目給 ODM 供應商，以加快設計及生產時間？

張嘉臨^我要說的是，這個行業的發展一日千里，甚至每個月、每個季度情況都會發生變化，變化很快。所以我們需要改變。我們開展了營銷活動「Here's To Change」。我們內部也在改變我們的思維方式。

我們抱著開放性的思維，接納各種各樣的可能性，目的是幾個方面；首先，推出 HTC 品牌下最佳的產品，令客戶感到滿意，這是最終的原則。

從成本的角度，從資源的角度，從縮短上市時間的角度，從確保我們提供優質產品的角度，我們會抱著開放性的思維，考慮各種可能，以便在適當的時機向客戶提供最優質的產品。

Kylie Huang^好的。第二個問題是，關於你剛才所作的評論。談到生產的問題，由於市場（聽不清）向 EMS 合作夥伴外包，你會不會考慮這個可能性，如果是這件事落實了，這會對 HTC 的毛利率或整體供應鏈管理（聽不清）帶來什麼好處？

張嘉臨^我覺得你第二個問題似乎和第一個問題差不多。我們會抱著開放性的思維，考慮各種可能，以便在適當的時機向客戶提供最優質的產品，無論是從成本的角度，從上市時間的角度，從資源的角度，從提供優質產品的角度，我們都會考慮各種選擇。

你提到供應鏈及外包零部件的問題。我認為供應鏈本身會繼續優化，我們有一個實力雄厚的團隊在優化供應鏈。這可能與你所講的部分內容相關，但就其本身而言，無論有沒有那些，供應鏈都會繼續優化。

主持人^法國巴黎銀行的 Laura Chen。

Laura Chen^我有兩個問題。首先，你提到本季度營業開支將會在新台幣 100 億元以下。我認為這是歷史低位。你能否解釋一下是如何削減營業成本的？與此同時，你還能夠繼續擴大市場知名度及分銷渠道等方面。

張嘉臨^我提過，我們將營業開支的目標定在新台幣 100 億元以下，我不記得這是歷史低位。可能是最近幾個季度的低位。我不記得前幾年的情況。

對於我們而言，營業開支由固定成本及可變成本兩部分組成，部份是關係到效率問題。多個方面和多個部門都可以進行優化，部分是來自我們在銷售及營銷方面的資源。

對於我們而言，有效的營銷資源及融資是很重要的，但未必是 100% 相關。有效的營銷來自於做事的不同選擇，我認為我們的行銷長一定在這方面跟公眾做了很多溝通。這是我們很重視的一方面。希望我們能在未來數季看到成果。

我想做的是——我在這方面多說幾句，傳統的做事方式可能有效，但總是有不同的做事方式，

可以想出其他辦法。比起老一套的方式，新方法可能大大減少你所需的融資。

Laura Chen^好的。抱歉，更正一下，這是自 2010 年下半年以來的低位。根據你的毛利率和營業開支指引，你的營業利率可能維持在負數水平。你能否講一下如何能在不久的將來扭虧為盈？能否講一下你的策略和所有的活動？

張嘉臨^我知道大家顯然想知道未來的趨勢，對於我們而言，未來的趨勢很簡單。我們不能——我們並不是為削減成本而削減成本，我們在努力優化很多方面。

人們往往會問，你說的優化是什麼意思。組織方面，我們優化了很多方面，包括銷售、營銷、不同的部門等等。

但我們並不是光是透過提升效率來提升盈利能力。這是其中很重要的一方面。你還是需要提升收入，而很簡單，這就要透過一個很好的產品組合、很好的營銷策略、很好的渠道及運營商合作夥伴及策略來實現，透過我們重點關注的整體市場、地理市場等方面來實現。

這些都是我們在應對這個問題時需要認真考慮的方面。我們要在這裡再次強調，我們希望透過提升銷量來優化盈利能力，這對我們而言很重要。我們認為如果無利可圖，盲目地提升銷量是毫無意義的。但收入和盈利對我們而言是同樣重要。

主持人^ CIMB 的 Wanli Wang。

Wanli Wang^兩三年前，HTC 在桃園興建起一家工廠，目標是每年生產大約 5,000 萬部智能手機。但根據目前的出貨水平，可不可以說目前這家工廠的利用率相當低呢？這是我第一個問題。

張嘉臨^我沒聽清楚你第一個問題的開頭部分。你開頭是不是說我們兩三年前在桃園興建起一家工廠，目標是每年生產 5,000 萬部手機？

Wanli Wang^是的。但根據目前的出貨水平，可不可以說目前這家工廠的利用率相當低呢？

張嘉臨^我不會就一家工廠的利用率發表評論。我就這個問題說兩句吧。我不能說具體的數字，但大部分生產成本都是與人力相關。在這個行業，折舊並不是生產成本的重大方面。是其中一部分，但所佔比重並不大。我們並不是一個資本密集型的行業。

對於我們而言，這是一個短期的現象，我們會有中期和長遠的規劃。我們先前說過，我說過幾次了，我們的目標是在未來幾個季度取得更高的銷量。至於我們要如何優化多家工廠和交付產品的不同方式，這一直是我們認真考慮的問題。

所以我不能在這裡評論說，由於第 4 季度的情況是這樣，所以我們要這樣做；而第 1 季度的情況是這樣，所以我們要這樣做。這並不是我們要做的中長遠規劃。

Wanli Wang^明白。但如果我們看到 HTC 的季度出貨情況或年度出貨情況，我會猜想他們不大可能在短期內一下子提升到 5,000 萬部的水平。所以我接下來想問的是，你的優化計劃是

否包括出售部分工廠，出售這些產能，或者接受部分 ODM 訂單來改善利用率？

張嘉臨^你說 5,000 萬部，我們不會改變這個數字。我不明白你想問什麼。

Wanli Wang^我想說的是，你們的目標是 5,000 萬部，但目前 HTC 每年的出貨量大約是 1,500 萬部至 2,000 萬部，這是一個巨大的差距。

張嘉臨^你是說 5,000 萬部，不是 1,500 萬部？

Wanli Wang^是的，5,000 萬部。

張嘉臨^我不覺得——你說吧。

Wanli Wang^我是說，之前——

張嘉臨^我不覺得——首先，我先說一句。據我所知，我們桃園的工廠本身目前還沒有 5,000 萬部的年產能。或許我弄錯了也不一定。我不知道這個數字是從哪裡來的。

第二，同時也更重要的是，我們想的並不是建立這個產能，這是資本密集型的行業，所以我們要讓工廠滿負荷運作。我一開始就說過，我們的可變成本之中很大一部分是人力成本，這是生產成本的一大部分。

所以我們可以調整——我不敢說靈活調整，但至少比其他資本密集型行業調整起來容易得多。所以我們的目標不是建立工廠、然後讓工廠滿負荷運作。

我們的目標是在內部尋求不同的方式，為客戶提供最佳產品。

在這個前提下，生產是 HTC 的核心部分。這是重要的一部分，生產不是全部，生產是整個設計之中的一個環節，一個重要的環節。

主持人^現在，沒有人提出其他問題，我將把話筒交還給財務長張嘉臨，請他發表結束語。張生，請講。

張嘉臨^好的。感謝各位參與電話會議。非常感謝各位。我們向大家分發了幾張幻燈片，裡面包括指引和第 3 季度數據，我們也派發了 10 月份數據。你們可以在裡面看到 10 月份的銷售數字，還有由於監管規定的緣故，第 4 季度的詳細預測。

如果各位還有其他問題，請聯絡投資人關係團隊。我會將話筒交給紀女士。

紀為先^好的。謝謝。會議到此結束，謝謝。

主持人^謝謝。感謝各位參加 HTC 的電話會議。網絡重播將於一個小時內提供。請訪問 www.htc.com 內的投資者板塊。會議到此結束，再見。