

壹、致股東報告書

一、112 年度營業報告

依據內政部統計通報，全國各縣市於民國 112 年整年度之建物買賣登記棟數為 30 萬 6,971 棟，較 111 年減少 1 萬 1,130 棟 (-3.5%)，已連 5 年全年買賣棟數超過 30 萬棟，較去年減少 1 萬餘棟，表示國內房地產買賣市場由剛性需求支撐，總體需求量呈現縮減。

再觀察逐月表現，可以發現在 112 年下半年開始買賣棟數即較上半年緩慢回升，可以推測這波買賣棟數略為回溫現象，是受到全球通膨趨緩、央行未再升息、8 月「新青安房貸」政策上路，帶動剛性需求族群進場，另市場也預期總統大選後，整體市場面將回歸供需基本盤等因素影響

近年政府為健全房市，陸續祭出不動產選擇性信用管制、平均地權條例、房地合一稅 2.0 等調控房市政策已發揮成效，推測政策面的衝擊將放緩。惟地緣政治風險、戰爭等不確定因素、開徵碳費綠色通膨預期心理，將使得房地產仍具有抗通膨的優勢亦為資產配置的首選。

但於成交價格上，112 年國內整體房地產市場發展趨勢，從上半年的「量縮價盤整」將逐漸轉為「量縮價穩」的態勢，雖然土地成交價格依然屢創新高，致使開發商成本節節高漲並反映於售價上，但因房地產具有保值抗通膨的特性，仍為消費者資產配置的選擇標的。

全國各縣市於民國 112 年整年度之建物所有權第一次登記棟數為 14 萬 9253 棟，較 111 年增加 14%，且一樣集中在六都，其中以台中市 2 萬 4,246 棟占全國 16.2% 最多，新北市 2 萬 2,293 棟占全國 14.9% 次之，桃園市 2 萬 963 棟占全國 14.0% 居第三。台中市、新北市、桃園市在民國 112 年整年度之建物所有權第一次登記棟數，也是六都中超過 2 萬棟的縣市，其中台中市較 111 年略減 -0.59%，表示台中市預售屋市場仍持續呈現盤整修正狀態，推測受到政府房市政策持續發酵所致，未來富華創新將朝向以營建為本，發展多角化經營，創造多元獲利來源，以利企業永續穩健發展。

本公司 112 年度完工交屋個案有子公司總太營造合建案「女王萬歲」，預計今年度完工交屋的建案則有「總太心之所向」住家及店面皆已 100% 完銷。預計未來國內房地產業因土地及營造成本造價上揚連帶導致必然之高單價產品，且受限於主管機關尚未放寬中部市場總價達 4,000 萬以上之房屋僅能貸款 4 成管制、加上平均地權條例新法規定，限制法人購買住宅須經內政部許可，導致高價豪宅市場交易緊縮，而高單低總建案產品大量釋出，恐將影響住宅社區實質居住品質與高端置產族群承購意願。為此，公司將審慎評估市場產品需求動態，期望為公司及全體股東創造最大之利益，並延續品牌理念以深化差異價值。

(一) 營業計劃實施成果

民國 112 年度營收淨額為 1,522,239 仟元，較去年營收淨額 8,697,505 仟元減少 82.50%，營業費用較去年減少 6.66%，營業外淨收支較去年增加 173.33%，稅前淨利 412,497 仟元，較去年 2,710,712 仟元減少 84.78%，本年度淨利 306,874 仟元，較去年 2,208,900 仟元減少 86.11%。

(二) 預算執行情形：不適用

(三) 財務收支及獲利能力分析

1. 財務收支

單位：新台幣仟元

項 目	112 年度	111 年度	增減比率
營業收入淨額	1,522,239	8,697,505	-82.50
營業毛利	641,277	2,999,631	-78.62
營業利益	350,377	2,687,985	-86.97
利息收入	34,709	9,490	265.74
利息支出	19,766	18,176	8.75
稅前淨利	412,497	2,710,712	-84.78

2. 獲利分析

年度分析項目		112 年度	111 年度
資產報酬率(%)		1.49	10.82
權益報酬率(%)		4.23	35.28
占實收資本(%)	營業利益	10.23	110.73
	稅前純益	12.05	111.66
純益率(%)		20.15	25.39
每股盈餘(元)		0.90	6.96

註：資產報酬率(%) = {稅後損益 + 利息費用 × (1 - 稅率)} / 平均資產總額。

權益報酬率(%) = 稅後損益 / 平均權益淨額。

(四) 研究發展狀況

1. 生產政策：

(1) 積極開發，審慎投資

深化建設專業，分析市場脈絡。

拓展開發管道，加強多元發展。

(2) 因地制宜，落實理念

秉持初衷，實踐理想；回歸人本，踏實建築。

建築研究，深入精進，社區營造，分享幸福。

- (3) 專案管理，個案分工
權責明確，確保財、法、內務穩健，避免規章僵化。
- (4) 品牌宣言，把關落實
以消費者角度確立品牌宣言，查核督導，積極落實。

2. 銷售策略：

- (1) 建築人文，品牌哲學
以人為本的建築哲學，同理心出發的品牌理念。
- (2) 上市平台，誠信公開
上市經營公開透明，誠信企業公信力認可。
- (3) 反映政策，健全房市
掌握政策即時因應縮短波動，穩健踏實經營。
- (4) 感動行銷，異業結盟
創造認同感動行銷，探詢異業結盟機會。
- (5) 定義台中，接軌國際
宏觀建築思想，建立永續共好文化。

二、113 年度營業計畫概要

(一) 經營方針

營建事業發展目標分短、中、長期發展：

- 1. 短期目標：個案銷售順暢
- 2. 中期目標：
 - (1) 加深公司品牌價值。
 - (2) 拓展商用投資領域。
 - (3) 布局開發效益土地。
 - (4) 增強住戶品牌認同。
- 3. 長期目標：
 - (1) 穩健經營，公開透明
穩健財務，以公開透明之上市平台，永續發展。
 - (2) 固本跨界，異業結盟
以本業為基礎，積極涉略其他產業，除加寬公司營收渠道，更能增長品牌價值。
 - (3) 企業文化，品牌資產
將創業精神融入企業文化，以人為本思考，納入 ESG 永續精神，加深品牌資產，形塑獨一無二之品牌價值。

(二) 預期銷售數量及其依據

已推案銷售之個案：

1. 「心之所向」基地位於台中市北屯區環太東路新桃花源橋旁，市區少見大基地開發建案，完整聚落生活型態，規劃 1856 戶/1940 車位，總銷約 159 億，預計 113 年完工交屋。
2. 「之序」基地位於台中市敦化路二段、經貿東路路口，為市心精華地帶難得一見四面臨路、完整街廓，大基地開發建案。鄰近水湳國際智慧園區中央公園綠帶，國際菁英匯聚的高端生活圈，規劃 190 戶(含店 4 戶)/466 車位，總銷約 85.9 億，預計 116 年完工交屋。

(三) 產銷政策

1. 建立土地數位資料庫，委各專案評估提升開發效益。
2. 個案採獨立利潤中心制度，橫向擴展績效訴求。
3. 專案資料夾數位平台，累積個案軌跡並作教育傳承。
4. 參與建材、家具展、特色建築實績參訪，累積新知強化產品規劃。
5. 建置數位建築 3D 繪圖部門，強化工程管理之掌控。
6. 首創委託第三方公證單位驗屋，深化品牌被信任度。
7. 友善工地膳食休息區域，敦親睦鄰，改善工程文化。
8. 持續參與具公信力之建築類競賽，分享榮耀自勉精進。
9. 堅持合法施工，採用合法建材，於交屋階段完成公設。
10. 品牌納入 ESG 永續精神，深化品牌宣言，從內部員工延伸至外部消費者，創造品牌價值。

三、未來公司發展策略

(一) 數位化

1. 行銷數位化

數位化以擴大資訊傳遞範圍及效率，並以環保訴求為數位化之驅動力，將品牌目標落實於友善環境之具體作為，持續培養數位行銷工具之新知與技能。

2. 資料數位化

因應各開發案地點與人員工作之需求，資訊與資料全面數位化，優化 EIP 系統並建置數位資料庫，持續累積本業相關之土地與市場資訊，並導入雲端資料庫，建置公司自有市場資料庫，結合智慧行動裝置，加速作業效率。

3. 資訊數位化

運用數位技術結合官網與 APP 系統開發，將交屋資料改置於雲端平台，供客戶以帳號密碼進入下載，節省非環保耗材之使用，擴大至客戶繳款通知單等紙本作業，更能加強資訊傳遞的時效性及保存性。

(二) 多元化

1. 營造開發

持續深耕，彈性經營，時時因應市場脈動，永續發展。

2. 商業經營

延伸多觸角異業合作之開發計畫。

四、外部競爭環境、法規環境及總體經營環境之影響

(一) 外部競爭：

土地開發能力將直接影響開發效益，也是在資訊越發公開透明的現在，建商須更加強事前評估作業精準度及速度之所在。以上市企業平台展現經營強度，維持土地開發之資訊優勢，輔以市場調查資訊及敏銳度，以審慎態度決定購地策略達永續經營之目標。

另外現今消費者十分重視建商品牌價值，對建商而言即體現在售後服務能力的展現上，除產品規劃細緻度與差異化外，公司亦不斷深入售後服務領域，加強與住戶、社區間的連結，透過具體作為展現與消費者互動，以在競爭激烈的市場環境中勝出。

(二) 法規環境：

國內房地產法規政策於 110 年實行預售屋實價登錄及房地合一稅趨嚴、112 年平均地權條例正式上路、不動產選擇性信用管制等，對消費者購屋意願皆有不小的影響，公司將持續深入法規研究以確保穩定經營及股東之權益。

(三) 總體經營環境：

有鑑於國內外通膨情勢逐漸穩定，全球貿易逐步回溫，國內房市政策逐漸明朗，市場在歷經連串調控後逐漸回到基本盤，另在新青安房貸政策加持下，增強剛性需求族群的購屋信心的力道，國內房地產於 112 年下半年成交量略為回升，市場呈現「量縮價穩」趨勢。

五、 年度展望：

民國 112 年度國內房地產成交量略為回溫，因國際及國內通膨趨緩，各國央行不再升息，政府抑制炒房政策逐漸明朗，「新青安房貸」上路，增加消費者信心，帶動成交量略為回升。

然台中市在建物所有權第一次登記棟數上為全國最高，較 111 年略減 0.59%，在市場剛性需求及「新青安房貸」政策加持下，預料市場將逐步回溫。台中市近幾年在各開發項目持續積極發展已看見成效，成為消費者關注的區域，在產官界多重努力下，台中市正快速蛻變中。

水滄經貿園區建設已逐漸到位，其中的中央公園是台中市民休憩熱門景點；水滄經貿園區也匯集了全球各大建築師建築作品，妹島和世設計的綠美園、隈研吾設計的共善樓等；另外中台灣電影中心、國際會展中心、水滄轉運中心的興建，都能更加強區域機能，水滄經貿園區將是台中市未來發展的耀眼區域。

富華創新秉持永續企業經營理念，思考國際 2050 淨零碳排趨勢，將 ESG 永續精神納入品牌發展內涵，以人文精神與生活美學，打造創新智慧、現代優雅且更有質地溫暖的企業品牌形象，期盼透過長期耕耘，塑造產品差異化特色。

有鑑於近年房市政策牽動市場瞬息變化，富華創新自 112 年 6 月轉型朝多角化經營，建設本業重心移轉至水滄經貿園區一帶，為宣示企業長遠發展決心，企業總部也將進駐水滄、推出「富華創新-之序」新案，占地 2,775 坪，規劃宜居建築，另有文商 15 地號、文商 53 地號規劃中。富華創新旗下 100% 持股的關係企業-總太營造，除了承接公司建案，也開始對外開發業務，涉及建築與廠辦等相關工程，已取得國家住都中心位於台中市北屯區「東光好室」、「松竹好室」社宅工程、另有興建「廊子國中」工程進行中。

富華創新也將 ESG 永續精神延伸至產官學界等多方合作，希望能讓建築產生更多火花，並深化至社區營造，持續與社區、住戶營造良善的互動及溝通管道，將台灣早期社會的人情味重新帶回社區，形成里仁為美的互助網絡，達到永續共好的社區目標。更加重視逐綠而生的基地開發，提供住戶融合綠意環境與自然達成平衡和諧的現代化適居建築。

持續推動產品差異化及全面提升服務質感，除了納入 ESG 永續精神，增加品牌內涵特色、客戶信任度外，更能轉化成實質績效。公司全體員工將積極實踐永續理念，務求穩健踏實經營，以富華創新誠信品牌打造優質建築與生活，創造經營績效。

最後，敬祝各位股東女士、先生們

萬事如意、健康平安！

董事長 劉偉如

