商業類科學生技藝競賽【商業簡報】職種【術科】參考資料

(取材自華碩官方網站)

1. 公司基本資料

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 公司名稱 | 華碩電腦股份有限公司 | 公司簡稱 | 華碩 |
| 董事長 | 施崇棠 | 成立日期 | 1990-04-02 |
| 股票代號 | 2357 | 上市日期 | 1996-11-14 |
| 市場別 | 上市公司 | 實收資本額 | NT$7,527,602,800元 |
| 產業別 | 電腦及週邊設備業 | 公司總部 | 台北市北投區立德路15號 |
| 主要業務 | 電腦主機板、3D繪圖卡、網路卡SCSI、週邊卡、筆記型電腦、光碟機、伺服器等。產品之研究開發、製造及銷售等。 | | |

1. 董事長的話

華碩自1989年起，從一家小公司開始經營，逐漸成長至今，成為以創新與品質而聞名的全球性企業，營收超過80億美元，品牌價值高達13.24億美元。在這快速變動的產業中華碩能獲得重大的成長，歸因於以下兩項不變的因素：對於創造全新使用者體驗的熱切渴望，以及對於品質的堅定承諾。這些價值都包含在華碩「精采創新、完美品質」的品牌承諾之中。

創新是華碩的生命力。創新存在於我們企業營運之中，並深入至最細微的細節：從硬體及軟體的開發，到材質的選擇及製造程序。華碩深刻瞭解當今數位家庭、數位辦公室及數位個人的需求，並且持續地關注具有創意、可改變遊戲規則的解決方案，以滿足上述需求。因此，華碩的使命是提供真正創新的產品，激勵使用者在工作及娛樂達到更高的境界。

在華碩，一切努力均應達到絕對的完美。透過各個組織階層，以及公司內部的所有職能部門，有紀律地堅持「華碩全面品質管理體系」，確保以最具成本效益的方式服務客戶。我們的努力已獲得各種產業及媒體獎項的肯定。例如，華碩在「2009年華爾街日報亞洲企業200強」中榮獲在「產品與服務品質」及「創新」項目的第一名。華碩在可靠性的調查項目中同樣表現優異，Rescuecom和Square Trade均認為華碩筆記型電腦具有業界第一的可靠性。華碩的產品在工業設計方面也同樣非常成功，贏得多項享譽業界的獎項，例如日本的優秀設計獎和德國的iF設計獎及紅點設計獎。

「精采創新、完美品質」是我們的座右銘，使我們在做任何事情時，均能超越預期目標，並持續提供完全的客戶滿意度。在新的數位時代中，它將為我們描繪出未來的道路，實現我們成為世界上最受尊崇之領導企業的願景，並且將在未來的數十年為我們畫出藍圖，協助我們的客戶實現夢想。

1. 企業文化
2. ASUS DNA

為了成為真正世界一流的品牌公司，華碩人必須貫徹四個華碩DNA特質，即華碩五德、創新惟美、崇本務實、精實思維。使華碩的核心價值觀能自然地呈現在每一個產品和服務之中，贏得客戶的真心。

華碩五德ASUS FIVE VIRTUES

「人」是企業營運的基石，而華碩人所呈現的品格特質，正是華碩得以揚名全球的重要關鍵。「華碩五德」--謙、誠、勤、敏、勇，形塑了我們以道德為本的企業文化，不僅是我們擇人的條件，更是我們在評量員工表現時的重要指標。

**謙：**謙虛、謙讓、謙恭，以內省的思維來解決問題，以尊重的態度與團隊合作，且持續不斷地自我精進。

**誠：**誠實、誠懇、忠誠，到有情有義。以誠樹立企業的基礎，並且誠實面對自己，瞭解長處與短處；此外，與人交往要真誠、全心全意。

**勤：**勤勉、勤奮，願意負起責任、用更多時間與精力來達成任務；專注於降低成本、提升效率；主動凝聚團隊，締造創新、為客戶開創最大價值。

**敏：**迅速掌握關鍵本質，快速行動創造勝局，快人一步掌握機會、採取行動，並在市場中取得最佳位置。

**勇：**勇於接受挑戰、對抗難關；勇於說「不」，不懼有建設性的衝突，堅持做對的事；絕不做匆促決策、周延思考後就勇於執行。

崇本務實 FOCUS ON FUNDAMENTALS & RESULTS

為了要創造最好的結果，華碩員工在執行之前，都要先「思考透徹」(think through)，聚焦於事物的本質與預期創造的結果，並且追根究柢找出根本的目的與根本原因(root cause)。以終為始，並設身處地站在客戶的角度思考，考量成本效益，並開放心胸接納不同的做法，同時也隨時留心任何副作用的可能性。

創新惟美 INNOVATION & AESTHETICS

華碩以持續不斷的創新與精湛獨到的美學語彙，來創造獨一無二的數位生活體驗。

* 透過永不間斷的創新，追求科技與美學的完美
* 設身於客戶的立場，感其所感、求其所求，創造更多的價值與體驗
* 秉持紅/綠燈式互動思考，激發更多的創新、追求磐石般的品質

綠燈式的思考，是將所有的想法與創意匯聚、激盪以得到最佳的方案；紅燈式的思考，則是隨時質疑、挑戰以找出問題的根本原因，並且求得解答。透過創新的思考與實驗，並且視客戶需求為優先，華碩就能持續開發出具有創意、人性化與實用性的產品，提升客戶體驗。

精實思維 LEAN THINKING

華碩以精實思維來為客戶創造極大化的價值。結合企業文化中的「精實六個標準差」(Lean Six Sigma, LSS) 原則，將所有程序中的價值極大化，精簡成本與消耗，並且持續追求管理流程的精進。

1. ASUS 成功模式

身為全方位 3C 解決方案的領導者，華碩電腦擁有世界頂尖研發團隊，以創新科技為本，秉持一貫的高品質，志在滿足每一個使用者獨一無二的需求。

精研品質‧最高標準

紮實的研發，是華碩高品質的保證。華碩研發團隊多年來也持續超越極限、以高於業界的嚴苛標準自我要求。每一項華碩產品在面市前都經過多項品質測驗，例如電磁波干擾、散熱測試、噪音測試等，華碩都一一把關，因為細節就是完美的關鍵！紮實的研發與製造實力，使華碩成為全球第一家通過 TCO'99 國際防電磁波認證的筆記型電腦製造商，在輻射線控制、耗電量控制、生態學與人體工學等方面超越國際標準。

設計品質全球肯定

華碩於 2010 年得到全球專業媒體與評鑑機構共3398 個獎項的肯定，亞洲華爾街日報評選華碩為「服務與品質No. 1」。華碩的精湛設計功力與深厚美學底蘊，也屢獲全球權威設計獎項—德國iF工業設計大獎、Red Dot 設計獎、日本G-Mark 設計獎、美國IDEA 設計獎—的榮耀肯定。更值得注目的是華碩W1 筆記型電腦獲得「工業設計界的奧斯卡獎」的德國iF 設計金獎，讓華人設計在國際舞台發光發熱。2010 年更以符合人體工學的巧克力鍵盤設計再度獲得德國iF 設計金獎殊榮。在3C產品競爭白熱化的國內市場，華碩電腦更連續五年以最多產品獲選經濟部「國家精品獎」，傲視群倫。

整合方案持續追求

華碩電腦為提供完整3C（電腦、通訊、消費性電子產品）解決方案之供應商。以數位科技弭平了資訊的界線，讓生活更加便利，更讓顧客能將潛力發揮到極致。所以華碩永不間斷、持續追求世界第一，用創新科技打造優質產品，正是華碩對人類社會貢獻的具體實踐！

1. ASUS 的使命目標

對科技無限熱愛

技術是華碩的核心，因為我們持續不斷的投入心血於世界級的研究和發展，才能夠提供個人和企業領導趨勢的創新產品。

對高品質的堅持

高品質對於華碩來說是最重要的堅持，在每一個流程中時時檢討品質管理與細節，為了就是要讓華碩客戶們能享有符合經濟效益的高品質解決方案。

長期合作關係

不論是不是我們的客戶、媒體、股東或是一般消費者，我們深信合作夥伴在各個階段都是可以與華碩一起互相成長。和事業夥伴保持良好的關係，是我們能夠不斷在各方面持續成功最主要的關鍵。

堅毅不拔

所有華碩的員工都有著共同努力的目標，並在壓力之中學習成長，勇於接受挑戰。藉由全公司上下努力不懈完成使命，期望每一個人都可以享受到科技創新所帶來的便利。

1. 企業責任
2. GREEN ASUS

致力於永續的電腦運算

* 華碩全心致力企業永續發展。自2000 年啟動Green ASUS 理念，以「四支綠色安打」-綠色設計、綠色採購、綠色製造、綠色行銷和服務，全方面發展綠色環保高科技。
* 華碩在綠色議題上，一向引領整體供應鏈廠商走在世界潮流前端。2008 年更積極將四支綠色安打的精神融入我們的綠色尖端產品，華碩曾推出世界第一款無鉛及全無鹵的環保主機板，以及第一款全無鹵的 Full-HD 高畫質顯示器。更領先十大IT 企業取得歐盟環保標章 (EU Flower)、日本環保標章 (Japan Eco Mark) 以及北美環保標章 (EPEAT) 和台灣環保標章等認證，同時也是第一家「第三類環境宣告 (EPD)」及「PAS2050 / ISO14067 碳足跡認證」的筆記型電腦製造商，為綠色環保實質的貢獻。
* 憑藉多年以來的努力，華碩以 Super Hybrid Engine 節能技術，內部建立華碩生態化設計標準與能源管理平台，將生態化思維導入產品綠色設計之中，於2010 榮獲「2010 Greenpeace Electronics Survey」評選之最綠色產品 (The Greenest Products) 和「2011 ENERGY STAR Award Ceremony」獲得高能源效率產品設計 (Energy Efficient Product Design) 獎項。

涵蓋領域

* **綠色設計**  
  設計易於再利用、再循環及分解的產品，提高產品的能源效率，並確實遵守有害物質的指導方針。
* **綠色製造**  
  採用更加環保的製程，例如無鉛和無鹵素製造流程。
* **綠色採購**監督綠色供應鏈管理 (SRM) 系統，並維護線上綠色供應商資料庫。
* **綠色服務及行銷**鼓勵支持資源回收計畫，並確保慈善團體可透過這些活動而受益。

注目焦點

* **超越法令規範**RoHS 指導方針限制 6 種有害物質的使用。華碩自行決定進一步限制另外 31 種物質，以維護其全體客戶、員工及地球的安全。
* **總公司及生產基地獲得 IECQ HSPM 認證**華碩總公司及所有生產據點均已獲得 IECQ (IEC 電子元件品質評估系統) HSPM (有害物質程序管理) 認證。IECQ 提供可視性及獨立驗證，確認電子元件、相關材料及製程均符合相關的標準、規格或其他規範。
* **公認為高度環保企業**專門從事企業責任評估的獨立研究機構 Oekom research AG 認為華碩是電腦及周邊產業中的高度環保企業。

1. 回饋社會

本著取之於社會、用之於社會的精神，華碩的企業社會責任從生態環保、社會公益、教育文化著手，在世界各地都與在地社群結合，致力讓這個地球更美好。

一部回收的電腦，可能是一個孩子的學習機會。華碩與慈濟、燦坤等企業團體合作，全力回收不限品牌之3C 產品，將堪用品整理後，捐贈給弱勢團體與清寒學童使用，此舉不僅延長了舊電腦的生命週期、讓資源徹底發揮效用，更有助於弭平數位學習落差，開創更多學習機會！

鄉村鄰里的婦女較無機會接觸、學習使用電腦與網路，然而當她們學會如何使用時，展現出來的創意往往令人驚艷！為了縮短鄉村婦女的數位落差，華碩特地與微軟合作啟動「數位鳳凰計畫」，由華碩免費捐贈五百台輕巧便攜、方便易用的EeePC，微軟提供免費教材，雙方共同打造第三部行動授課專車，讓一百二十位種子志工與教學團隊前進全台灣大小鄉鎮，教導婦女使用電腦，享受數位生活的便利。這項計畫截至2008 年底將有近三萬名婦女受益！

1. 經營理念

華碩自 1990 年成立以來，就一直以人本、正道、品質、奉獻的經營理念不斷的傳承和追求卓越。正是這樣的執著，才能使華碩不斷地保持高度成長，為投資人及社會大眾真正做出貢獻。

華碩經營理念

**人本** - 培育、珍惜、關懷員工，讓華碩人盡情地發揮最高潛力

**正道** - 堅守誠信、勤儉、崇本、務實的正道

**品質** - 無止境地追求世界第一的品質、速度、服務、創新、成本

**奉獻** - 躋身世界級的綠色高科技領導群，對人類社會真正做出貢獻

使命與價值

華碩人以追求卓越（Big Q）為中心思想，結合最準穩精速的價值溪流(Lean)、給客戶剛好及時的產品與服務 (Service)、以極致科技的設計與工藝來展現磐石的品質 (Rock Solid - Quality) 與精湛的美學 (Heart Touching - Innovation)、配合靈活彈性的速度 (Speed) 和精實的成本 (Cost)，為客戶創造物超所值的價值 (values)，贏取消費大眾的真心。華碩行銷 (Marketing) 將以 [ 沉魚落雁之姿，出神入化之技，千錘百鍊之質，怦然心動之價 ] 來贏取客戶的真心。它正是華碩品牌最值得驕傲的特質，也是華碩上下全體員工戮力以赴成為 "數位新世代最受推崇的世界級領導企業" 的使命。

1. 品牌故事
2. D:\Company\歷屆試題\商業類科技藝競賽\100年\商業簡報\100商業簡報_正式試題\100商業簡報_術科(正式)試題\參考資料附檔\其他圖片\asus_logo.gifASUS的由來

從一個專業的自有品牌，到行銷全球的國際3C 品牌，華碩自始至終都堅持不可妥協的品質與創新。在中文命名以「華人之碩」為期許，而英文命名的靈感則來自希臘神話中的天馬「PEGASUS」，其象徵著聖潔、完美與純真的形象，代表著華碩永不懈怠、追求卓越的精神。

1. 榮耀里程碑

榮耀里程碑—華碩筆記型電腦

以磐石品質聞名於世的華碩筆記型電腦，不僅是娛樂、生活、商務的好幫手，更曾在各種極限狀態下順暢運作、締造多項筆電傳奇!

隨著俄國太空人登上俄羅斯和平號太空站，華碩筆電在極端惡劣的溫度、壓力等條件下，完美運作超過六百天，順利達成任務！

CareFlight 負責新南威爾斯省的緊急醫療與空中救難任務，每次出勤都是分秒必爭。因此，配置在直升機上負責蒐集資訊、研究分析的筆電就更顯重要。耐用、穩定、高效能的華碩筆電，是CareFlight上山下海執行任務的最佳夥伴。

2007年5月24日清晨七點，五款華碩筆電陪伴中國業餘登山隊成功登頂聖母峰，其中U5更成為全球第一部征服8848公尺高度的筆記型電腦！

榮耀里程碑—華碩主機板

華碩連續多年蟬聯全球最大主機板製造商，市佔率高達40%，以創新力與高品質獲得全球使用者一致好評。在2008 年，華碩銷售超過兩千四百萬片主機板，意即每三部電腦就有一部使用華碩主機板，若全部排列在一起，長度等同於一萬棟台北101大樓或六百座喜馬拉雅山的高度！

全球電腦評論權威網站Tom's Hardware Guide(THG)，連續六年票選華碩為「全球最佳主機板品牌」。THG「最佳主機板品牌」票選是科技產品的權威指標，代表華碩主機板的品質、創新、服務與品牌價值受到全球使用者的激賞！

華碩擁有全球頂尖研發團隊，累積的科技實力與創新功力，讓華碩主機板持續領先業界，持續推動革命性的創新。無論在品質、超頻能力、穩定性、電源效率各方面，華碩都擁有傲人的實績，創下無數里程碑：

* 16+2相電源：獨創的16 相電源模組能夠達到96%電源效率，使主機板更省電、運作溫度更低、系統更穩定。
* 智慧節能晶片EPU：獨創的智慧節能晶片(Energy Processing Unit, EPU)是將全自動節能功能設計在硬體晶片中，能控制六大元件：處理器、顯示卡、記憶體、晶片組、硬碟與冷卻風扇，並且內建Intel®處理器的組態資訊，因此能夠因應不同的使用狀況與硬體規格，即時調節最佳的電源管理模式。
* Express Gate任意門：獨家開發Express Gate「任意門」功能，從開機到上網只需要短短五秒鐘！
* Drive Xpert備份專家：提供操作簡單、人性化的磁碟陣列設定與備份功能，可定時進行自動備份。
* TweakIT超頻功能：在主機板上內建超頻控制按鈕，即使電腦正在運作中，也可以即時調節系統核心時脈、電壓與其他超頻選項。

華碩永遠站在科技的最前線，率先支援最新規格、推出創新技術。華碩是全球第一個支援Serial ATA、AGP8X、超越3.0 GHz 的Intel® P4處理器、Hyper-Threading Technology、Intel® Core™ 2處理器與Windows Vista™的主機板廠商。

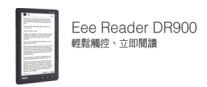
1. 營運概況
2. 業務內容

業務範圍

本公司主要產品範圍為3C 產品，在多項3C 整合產品上，以優異的品質及業界獨創的領先技術，得到國內外諸多榮銜肯定，並自1998 年開始連續被美國商業週刊 (Business Week) 列為全球前100大科技公司。2010 年華碩品牌營業額達3,213 億台幣，在產品銷售量，主機板達2,160 萬片，筆記型電腦約1,090 萬台，Eee PC 約600 萬台的優異表現。目前主機板及顯示卡出貨量均為世界第一，筆記型電腦出貨量為全球前六大。

公司目前主要產品項目

1. 桌上型電腦/伺服器電腦主機板
2. 3D高效能繪圖顯示卡
3. 高階音效卡
4. 筆記型電腦
5. Eee PC簡易型電腦、Eee系列產品
6. 智慧型導航手機
7. 液晶顯示器
8. 寬頻暨通訊產品
9. 高階伺服器







1. 產業概況

產業之現況與發展

未來輕薄筆記型電腦市場將日趨擴大，由於數位內容產業及多媒體娛樂的興起，加上遊戲玩家的需求所驅，將帶動3D 多媒體與高效能影音需求，可預見多媒體娛樂創造筆記型電腦對高級配備之需求增加。未來筆記型電腦產業的市場發展趨勢除了「輕、薄、小、美」訴求，也將融入「個人化、影音娛樂、無線通訊、綠色環保」等概念。

產品之發展趨勢

1. USB 3.0

華碩發展研發實力，領先全球推出首款支援USB 3.0 筆記型電腦及第一張榮獲USB-IF(USBImplementers Forum)官方認證的主機板。

1. 雲端運算

雲端運算(Cloud Computing)被視為繼Web 2.0/3.0之後，下一波科技產業的重要商機。華碩設計一系列創新雲端服務相關產品，強化其可攜性、易用性、連線能力與服務深度，以期提供最完整的產品解決方案：小筆電、輕省桌機、電子書、平板電腦、超級個人電腦、家用伺服器、儲存設備與網通產品，使用者隨時隨地可以享受雲端運算帶來的便利優勢，並在多元設備間自由流通資訊。

1. 長短期發展計劃

短期發展計劃

華碩秉持「精采創新、完美品質」的品牌精神，將持續開發符合綠能科技、多媒體影音娛樂、雲端運算等為主軸的產品，將融合先進數位科技與使用者生活體驗，產品研發分別涵蓋三大平台：開放式平台產品，包括主機板、繪圖卡、家用主機、液晶螢幕、網路伺服器等；系統產品，包括筆記型電腦、Eee PCTM、Eee 系列產品等；手持產品，包括智慧型導航手機，以提供消費者嶄新的創新設計。

長期發展計劃

自 2008 年起，華碩電已成為100%品牌公司。在朝向長期的規劃方向上，數位家庭Digital Home與娛樂媒體中心Media Center 這兩項主流發展，將會是華碩的另一個舞台，華碩已朝向4C 通訊、資訊、消費性電子及車用電子產品整合領域，在次世代資訊戰爭我們不會缺席，因為，未來是數位家庭(Digital Home)、數位辦公室 (Digital Office) 與數位個人 (Digital Person) 的時代。

1. 市場及產銷概況
2. 主要商品之銷售地區表 單位：新台幣仟元

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 年度  項目 | 九十八年 | | 九十九年 | |
| 小計 | 合計 | 小計 | 合計 |
| 內銷營業收入 |  | 16,244,005 |  | 16,561,586 |
|  |  |  |  |  |
| 外銷營業收入 |  | 216,332,899 |  | 279,862,716 |
| 美加 | 2,170,317 |  | 427,623 |  |
| 亞太 | 213,630,267 |  | 279,328,168 |  |
| 歐洲 | 244,216 |  | 42,203 |  |
| 非洲 | 288,099 |  | 64,722 |  |
| 營業收入淨額 |  | 232,576,904 |  | 296,424,302 |

1. 最近二年度銷售量值表 單位：片（台）、新台幣仟元

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 年度  主要商品 | 九十八年 | | | | 九十九年 | | | |
| 內銷 | | 外銷 | | 內銷 | | 外銷 | |
| 量 | 值 | 量 | 值 | 量 | 值 | 量 | 值 |
| 電腦系統產品 | 779,560 | 9,484,706 | 12,309,452 | 159,289,851 | 838,101 | 10,759,852 | 16,540,763 | 214,008,847 |
| 其他3C 產品 | 1,847,744 | 3,763,793 | 32,910,343 | 51,875,178 | 2,240,321 | 4,949,575 | 36,291,056 | 59,110,087 |
| 其他 |  | 2,995,506 |  | 5,167,870 |  | 851,886 |  | 6,743,783 |
| 合計 |  | 16,244,005 |  | 216,332,899 |  | 16,561,313 |  | 279,862,717 |

1. 市場佔有率

依據國際市場調查機構調查報告在2010年第四季統計資料顯示，華碩自有品牌筆記型電腦居於全球前6大，2010年筆記型電腦出貨量達1,090萬台，較前一年度成長60.29%，EeePC小筆電出貨量600萬台，較前一年度成長達11%。

2011年第三季筆記型電腦全球前6大品牌分別為第1名HP市佔率18.9%，第2名Lenovo市佔率14.7%，第3名Dell市佔率12.0%，第4名AcerGroup市佔率11.1%，第5名Toshiba市佔率9.2%，第6名ASUS市佔率8.5%，出貨量4088000台，其他品牌市佔率共25.6%。

2011年第三季筆記型電腦與EeePC全球前六大品牌分別為第1名HP市佔率17.8%，第2名Lenovo市佔率13.3%，第3名Acer Group市佔率12.5%，第4名Dell市佔率11.0%，第5名ASUS市佔率9.7%，出貨量5420000台，第6名Toshiba市佔率8.7%，其他品牌市佔率共27.0%。

1. 財務資訊
2. 營運業績與目標

主要產品歷史銷量與第四季目標表 單位：百萬台（片）

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 季  產品 | 1Q10 | 2Q10 | 3Q10 | 4Q10 | 1Q11 | 2Q11 | 3Q11 | 4Q11目標 |
| 主機板 | 5.8 | 4.5 | 5.7 | 5.6 | 5.7 | 5.7 | 6.3 | 6 |
| 筆記型電腦 | 2.5 | 2.4 | 2.9 | 3.1 | 2.8 | 3.1 | 4.3 | 4.1 |
| 易筆電 | 1.6 | 1.5 | 1.4 | 1.5 | 1.3 | 1.0 | 1.3 | 1.2 |
| 易平板 |  |  |  |  |  | 0.4 | 0.8 | 0.6 |

1. 每月營運報告

華碩個別公司營收表（未經會計師查核） 單位：新台幣百萬元

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 月份 | 2011 | 2010 | 月成長比率 | 年度成長比率 |
| 一月 | 19,858 | 22,693 | -10% | -12% |
| 二月 | 14,223 | 20,399 | -28% | -30% |
| 三月 | 24,249 | 31,715 | 70% | -24% |
| 四月 | 24,928 | 27,925 | 3% | -11% |
| 五月 | 24,075 | 21,837 | -3% | 10% |
| 六月 | 28,260 | 20,628 | 17% | 37% |
| 七月 | 31,856 | 23,067 | 13% | 38% |
| 八月 | 33,264 | 26,205 | 4% | 27% |
| 九月 | 31,227 | 27,772 | -6% | 13% |
| 十月 | 31,299 | 26,903 | 0% | 16% |

1. 經營結果比較分析
2. .經營結果比較分析表（一） （取材自公開資訊觀測站網站）

單位：新台幣仟元

95年度 96年度 97年度 98年度 99年度

華碩ASUS

營業收入 386,039,184 589,905,832 249,350,951 232,576,904 296,424,030

營業成本 358,576,759 548,696,610 222,995,567 220,611,112 278,932,170

營業毛利(毛損) 27,462,425 41,209,222 26,355,384 11,965,792 17,491,860

聯屬公司間未實現利益 890,117 1,308,371 298,337 906,321 89,344

聯屬公司間已實現利益 426,204 890,117 1,308,371 0 0

營業費用 17,621,824 24,758,011 22,299,855 7,513,776 8,066,169

營業淨利(淨損) 9,376,688 16,032,957 5,065,563 3,545,695 9,336,347

宏碁Acer

營業收入 238,198,647 319,170,192 418,939,015 485,922,979 521,545,234

營業成本 228,756,836 307,120,105 409,605,923 470,452,873 504,780,886

營業毛利(毛損) 9,441,811 12,050,087 9,333,092 15,470,106 16,764,348

聯屬公司間未實現利益 -25,437 -12,102 5,655 36,737 40,394

聯屬公司間已實現利益 0 0 0 0 0

營業費用 2,730,643 2,962,867 2,536,672 2,860,596 7,676,138

營業淨利(淨損) 6,736,605 9,099,322 6,790,765 12,572,773 9,047,816

技嘉Gigabyte

營業收入 43,151,699 26,046,898 45,797,010 43,913,872 49,250,250

營業成本 38,155,878 23,256,823 39,357,293 36,798,410 42,015,222

營業毛利(毛損) 4,995,821 2,790,075 6,439,717 7,115,462 7,235,028

聯屬公司間未實現利益 0 0 0 0 0

聯屬公司間已實現利益 0 0 0 0 0

營業費用 4,204,290 2,181,524 4,391,671 5,036,269 5,539,759

營業淨利(淨損) 791,531 608,551 2,048,046 2,079,193 1,695,269

1. .經營結果比較分析表（二） （取材自公開資訊觀測站網站）

95年度 96年度 97年度 98年度 99年度

華碩ASUS

本期合併淨利(淨損) 19,221,335 27,623,280 16,456,567 12,479,066 16,488,357

基本每股盈餘 5.65 7.52 3.88 2.94 7.72

宏碁Acer

本期合併淨利(淨損) 10,218,242 12,958,933 11,742,135 11,353,374 15,117,997

基本每股盈餘 4.45 5.48 4.72 4.31 5.71

技嘉Gigabyte

本期合併淨利(淨損) 195,225 1,325,403 1,140,231 2,038,960 2,103,564

基本每股盈餘 0.29 1.98 1.76 3.24 3.29