

「台灣陶瓷工業同業公會及冠軍建材股份有限公司等3家公司申請對自印度、越南、馬來西亞、印尼產製進口陶瓷面磚課徵反傾銷稅及臨時課徵反傾銷稅案」產業損害初步調查實地訪查紀錄

壹、訪查時間：109 年11 月24日（星期二）

貳、訪查對象：冠軍建材股份有限公司（苗栗縣造橋鄉豐湖村一鄰乳姑山2號）

參、訪查人員：臺北商業大學國際商務系所盧智強副教授、貿調會劉必成組長、邱光勛副組長、梁明珠科長、郭妙蓉視察、周明慧技士

肆、訪查情形：本次訪查目的係實地瞭解涉案產品之相關製程，亦由冠軍建材股份有限公司說明其生產銷售狀況、介紹產業及產品、供貨及通路狀況等，並就其所填覆調查問卷之有疑義處討論。由執行副總林祐宇率行銷處、生產處、研發部、財務長、生產部經理等同仁，與台灣陶瓷工業同業公會以及本案代理人理律法律事務所律師進行說明。首先由執行副總林祐宇闡明公司之概況，其次由生產部經理進行簡報，其後參觀該公司苗栗造橋廠之生產作業流程，最後進行座談。以下為訪談紀要。

一、公司沿革及營業項目

該公司原名信益陶瓷工業股份有限公司，92年6月經股東會決議變更公司名稱迄今。登記的營業項目主要從事陶瓷及陶瓷製品之製造，以及特定專業區、新市鎮及新社區之開發業等有關業務。雖有登記石材製品、耐火材料及其他化學製品等之製造業，但實際並無此營業。主要營業收入為陶瓷面磚***等。另對於該公司之對外投資（以中國大陸投資為主且經經濟部投審會核准），轉投資收益或損失均列於業外損益項下。總公司位於苗栗縣竹南鎮，陶瓷面磚工廠設於苗栗縣造橋鄉。

二、產能及產品

造橋廠之廠區總占地面積為***公頃，生產廠區（共***棟廠房）約占***公頃，有***條窯爐生產線，進行24小時連續生產。設計總產能為***平方公尺/日，即***平方公尺/月。

各條窯線有固定之主要產品，產品類別主要包括：大理石磚、外牆磚、石板磚、石英磚、地磚、拋光磚、壁磚，目前該公司生產陶瓷面磚的最大尺寸為120公分*120公分。生產線雖可以轉換，但需要停止生產線，進行前置作業的準備（包括更換模具、改變窯的溫度、投入原料變動）。

該公司亦具備連續型壓製工法（即運用壓製成型設備，按磁磚所需規格將粉料填充至模具中，再以適當壓力循環壓製成陶瓷面磚坯體之工法），且有能力生產75公分*150公分之陶瓷面磚，只是目前並無生產該規格之陶瓷面磚。又，就該公司所知，進口陶瓷面磚之規格若為120公分以上，多數係經切割後，再作為小尺寸陶瓷面磚使用（例如用作樓梯磚），少數情況下，才會直接作為裝修材料，鋪貼於廚房中島檯面或牆面等。

廠區總人力約***人，其中生產人力約***人，本國生產人力占***，主要為苗栗地區之居民，而外籍勞工占***，分3班人力配合。

正常情況該廠只有農曆年安排歲修停窯，因為停窯要再恢復生產需要10天至14天才能將窯爐溫度逐漸升高至1200餘度才可正常投產。

三、生產成本及投資

陶瓷面磚之成本中能源（天然氣及電力）成本占***成左右，天然氣約占***%。109年是罕見、特殊的年度，年初全球開始受到武漢肺炎（COVID-19）疫情影響，各國生產活動減少的結果，使生產陶瓷面磚所需之天然氣價格大跌。由108年平均價之***元/立方公尺，降至109年的***元/立方公尺，降幅約30%，使生產成本大幅減少（對產品成本減少約***元/平方公尺），毛利增加約***元。

107年至108年底為強化產品競爭力並持續對造橋廠內生產設備之流程整改及汰舊換新部分設備（列資本支出），以提升生產製程效率，進而減少109年設備修繕費用等（對產品成本減少約***元/平方公尺）毛利增加約***元。（冠軍公司近年投資設備費用為：105年***仟元、106年***仟元、107年***仟元、108年***仟元、109年前3季***仟元）。

此外，冠軍公司執行多項節流方案來降低109年管銷費用，較108年減少的原因，說明如下：

(一)內銷銷售費用減少***元，主要係部分中高階人員離職及資遣人員後，未增補人員、人事費用減少***元，建材行/區域業務員獎勵義大利旅遊減少***元。外銷相關銷售費用減少***元，係因受到 COVID-19 的影響無法出差國外使得國外出差費用減少***元及不參與 2020 年義大利參展進而廣告費用減少***元同時也終止聘請國外銷售顧問等。

(二)管理費用減少***元，主要係 108 年支付改善營運績效之勞務費***元，108 年經銷商重點廣告補助***元，109 年有高階主管退休及離職外且部分高階減薪等使得人事費用減少***元，及因 COVID-19 而減少國外差旅費用***元。

換言之，短期間陶瓷面磚之生產成本由108年之每平方公尺***元降為109年***元，獲利提升。惟俟疫情掌控，全球各地開始復工，能源價格勢將上漲恢復至疫情蔓延前，則該公司之獲利將消失。

四、銷售通路及價格

該公司產品之品牌包括冠軍磁磚及馬可貝里磁磚，提供消費者15年產品保固。主要是內銷占總銷售***%，外銷占***%。銷售通路主要為區域經銷商（占***%以上，除108年為***%外），其次為營造建設公司，其他通路（包括外銷、散客、員工購買）。此外，109年新增建材行。

價格方面，直接銷售給營造建設公司，則價格為[定價方式為機

密資訊，不公開]，毛利約***%，淨利約***%；銷至區域經銷商之門市銷售，則訂建議售價，利潤約***%；銷至建材行則依工程個案配合銷售供應為主。

五、市場需求

有關國內陶瓷面磚需求，依據台灣地區歷年核發建築物建照執照統計，總樓地板面積由105年為2,623萬平方公尺、106年2,988萬平方公尺、107年3,398萬平方公尺、108年3,692萬平方公尺，顯示國內陶瓷面磚之需求應逐漸增加；而再看使用執照核發件數為105年23,552件、106年22,506件、107年22,860件、108年22,026件，呈現減少趨勢，顯示真正進行開發之建案並未增加。兩者差異原因主要為，各地區的容積率及使用分區規劃造成土地可建坪數的降低，加上欠缺建築勞工及廢棄物清理成本高等因素，造成建築成本增加，此外，因土地成本昂貴，都市較多16層樓以上建案，而16層以上大樓興建工期較長，使建照取得後，建商展延開工或展延完工期限的情況普遍，導致實際使用到磁磚的期間延後（換言之，新建案通常不會在取得建照同一年即使用到磁磚）。

另，近年來國內建商推出較多首次購屋族之首購宅，屬較平易近人價位的建案，地點也多位於都市的蛋白區。因室內面積不大，使用的磁磚大小主要為60公分*60公分。故為控制建築成本，造成建商採購低價磁磚的意願較高。

至於商用之大樓、大賣場等商業空間，則多搭配其設定的風格與氣氛選用材料。例如，百貨公司，其設計風格多營造高級獨特空間，故貼面/地之建材不限於磁磚，而可能是石材、木地板、塑膠地磚等。又廣場、商用大樓一樓公共空間多有使用石材，但室內空間則選用磁磚之情況。

六、受傾銷影響之狀況

該公司表示由各類別陶瓷面磚銷售數量顯示，主力產品且單價較高之拋光磚逐漸被進口產品所取代而失去國內市場，其銷售量占

公司總銷售量之占比由105年之***%逐年遞減至108年之***%，再減至109年9月之***%。而該公司108年、109年只好被迫推出低價外牆磚因應，因拋光磚之毛利***%，外牆磚之毛利***%，使獲利降低。外牆磚的產量占比從105年的***%提高至109年前3季之***%（***平方公尺以上），因國內建案需求高，且少有進口，108年及109年多開1條外牆磚生產因應，但公司整體獲利降低。

全球磁磚產品升級，大理石磚、石板磚取代拋光產品，該公司所產製之大理石磚、石板磚亦受進口施釉磚的影響，銷售總量及產品於總銷量占比（分別為***%，***%）停滯不前。

因前述產品安全庫存一般維持2個月（約***平方公尺），而至當日該廠已有約4個月（***平方公尺）之庫存量，因倉庫已滿，只好打包堆放廠區路邊，且已自本（109）年10月起將第***號及第***號窯停生產，等待去化庫存。

廠區之生產線上人力因應減產，由原7天休1天調整為周休2日，雖尚未放無薪假，但對員工而言薪資收入減少。

七、回覆問卷之問題

請該公司進一步補充107年及108年綜合損益表與填復之產業損害調查問卷附表209及附表305之項目間之調整與勾稽，於本年11月26日前提供資料（該公司已於期限內函覆資料）。