



創新科技 X 智慧生活 倚天酷暑

113年第2季第一上市公司及創新板公司法人說明會 | 股票代號 2432

鍾逸鈞 總經理

Acer Gadget 倚天酷暑

2024.05.15 (三)

Acer Gadget 倚天酷碁2432 以科技推動智慧生活

倚天酷碁公司是宏碁集團的子公司，品牌使命是以科技與創意開發的產品實現智慧生活風格，擅長跨界整合並提供產品、服務和解決方案；業務覆蓋硬體、軟體、物聯網和雲端解決方案等領域，結合過去累積的經驗與專業，持續為實現未來的各種可能性努力。



智慧移動



電腦周邊



衣著包袋

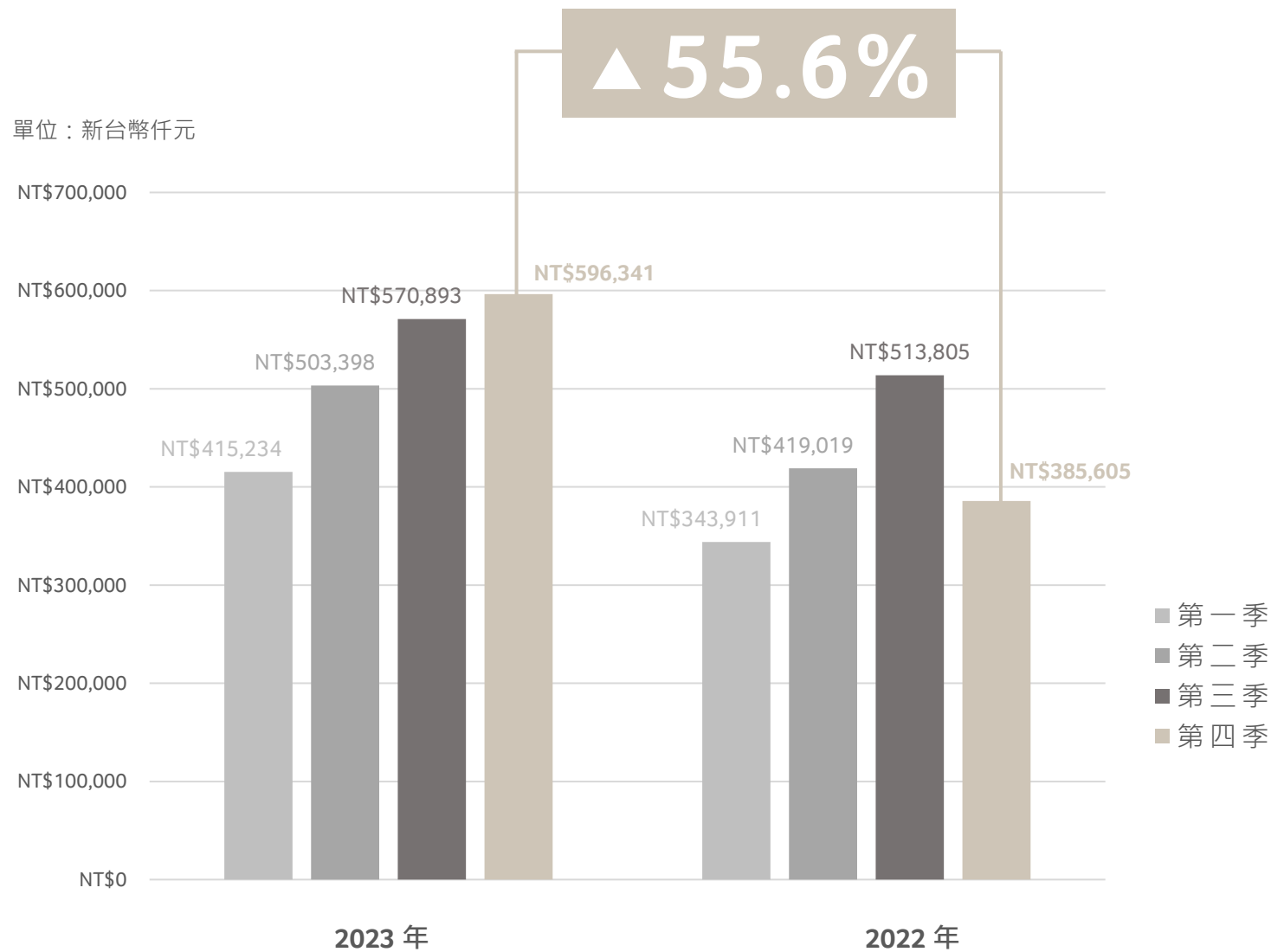


2023 年總營業收入

NT\$ 20.8 億

v.s. 2022 年 ▲ 25.5%

單季度成長創新高
2023 年第四季 v.s. 2022 年第四季

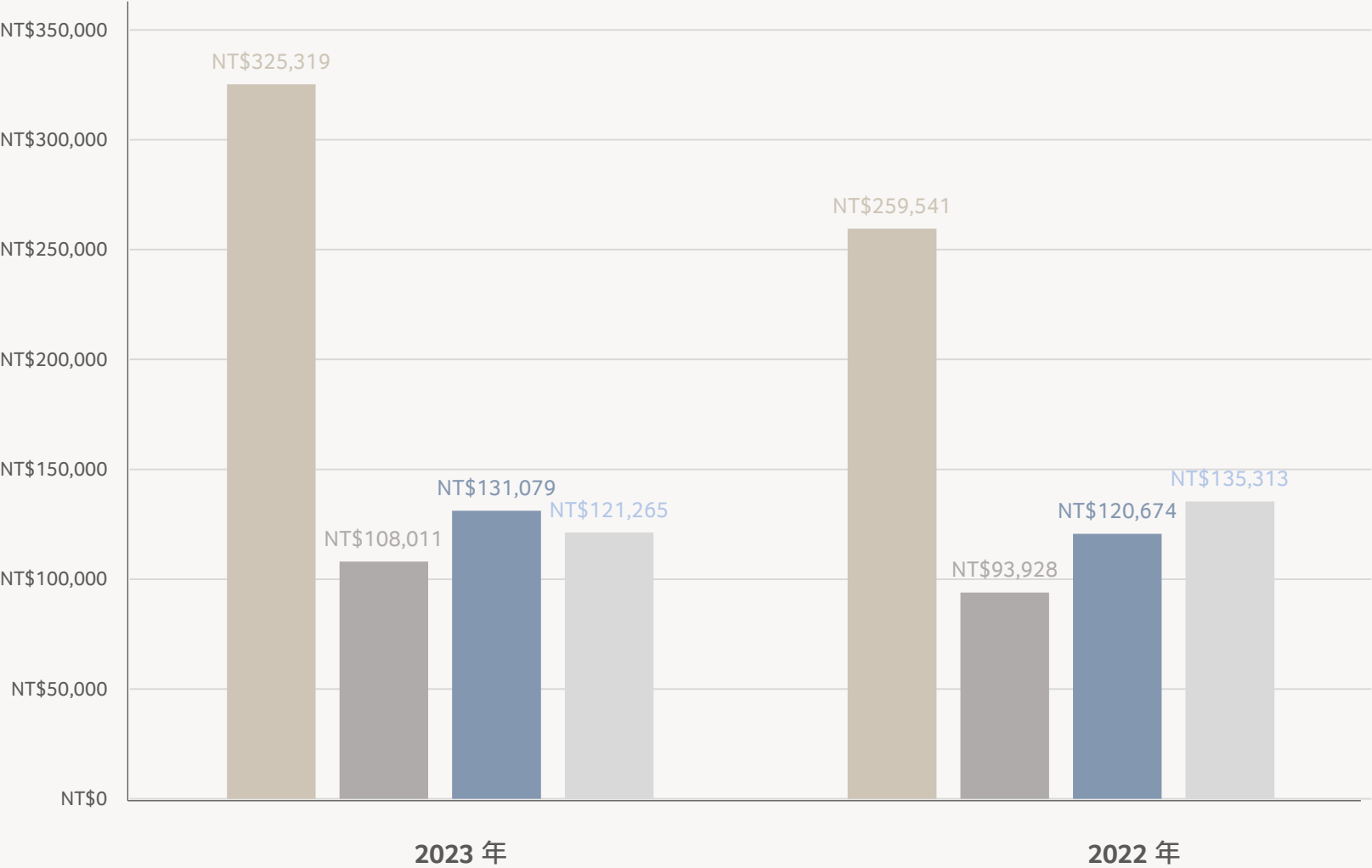


合併簡明損益

單位：新台幣仟元

每股盈餘: 1.98

每股盈餘: 3.04



YoY

營業毛利	▲ 25%
營業利益	▲ 15%
稅前淨利	▲ 9%
本期淨利	▼ -10%

係因倚天資訊早期累積虧損可扣抵額於2022年認列所得稅利益，使得當年度稅後淨利較稅前淨利增長，而2023年無此情形。

倚天酷暑的全球足跡

美國分公司



德國

2024 歐洲自行車展 (EUROBIKE)



中國分公司



立足台灣



AI PC 周邊設備



智慧型揚聲器
連接Google助理



AI 筆電支架
智慧化適應性
冷卻控制技術



HID 設備
喚醒智慧操作輔助



會議環境感知
視訊會議輔助



AI 擴充基座
支援圖形處理或外接 NPU 以便 AI 使用



衣著包袋：科技x生活 時尚隨身帶著走



智慧移動

Acer eKinekt 酷騎桌 BD 3

健身車 + 辦公桌，自己的電自己發



TIME BEST INNOVATION 2023
TAIWAN EXCELLENCE 2024
GOOD DESIGN AWARD 2023
DIELINE AWARDS 2024 LUXEPACK

A blue and black smart eBike with a digital display on the handlebars. The display shows various metrics like speed, distance, and battery level. The bike is labeled "AI" and "ebii".

ebii Smart eBike
Transform the Way You Move

ebiiGO
ebii
TAMPER CYCLE 4th March 2024
red dot Winner 2023
Interface Design

PREDATOR



Predator eNomad-R
Thrills Await Here

Xplova 智慧車錶



Xplova NOZA P1 功率踏板



PREDATOR
EXTREME



Predator ES 7



Acer ES 7



2024 台北國際自行車展 智慧移動產品線的亮眼表現

DIGITIMES

倚天酷碁總經理鍾逸鈞指出，eMobility (智慧移動)業務，在台灣、歐美市場均有斬獲。

eMobility產品線主要市場在歐洲，隨著自行車新品於第2季開始出貨，滑板車也持續擴大歐洲市場滲透率，並潮美國等市場邁進。



CISION | Cision PR Newswire
PR Newswire



PRESSBEE برس بي
Trusted Sources مصادر موثوقة

Taipei Cycle 2024: Acer Gadget Expands E-bike Portfolio, Emphasizing E-mobility for Smart and Sustainable Lifestyles



雙向趨勢， 擴大企業範疇



環境社會
永續發展

人工智慧
大數據

ESG 社會責任



努力面相

獲利導向、帶動企業轉型、創造創新服務



核心信念

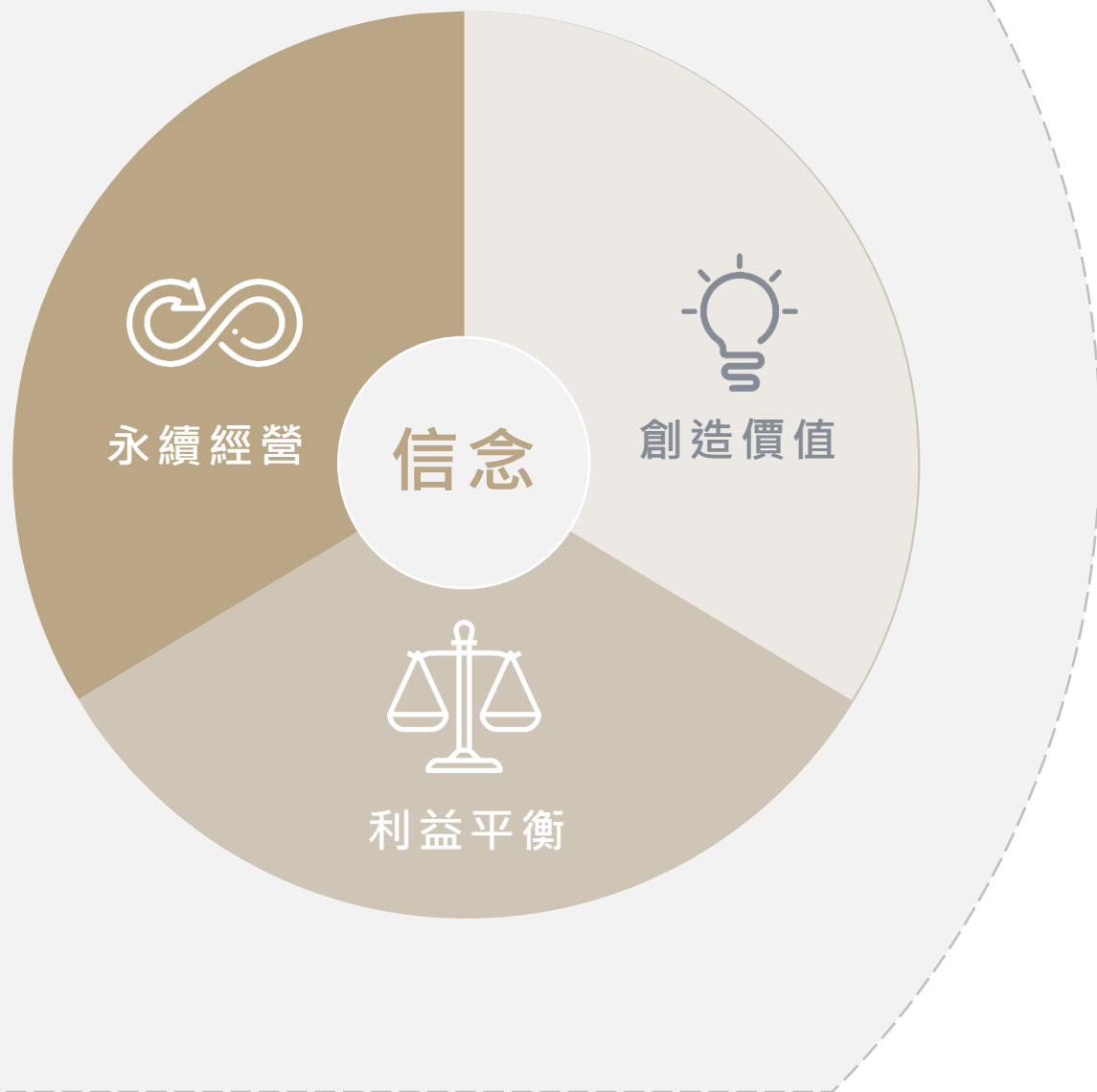
價值再造、利益平衡、永續經營



目標

發揮社會影響力，朝未來型企業邁進

公司治理



目標原則

保障股東權益

強化董事會職能

資訊透明 & 隱私保護

發揮審計委員會功能

尊重利害關係人權益

未來風險 - 產業風險

1. 自行車消費市場趨緩，市場庫存壓力可能影響未來營收與獲利表現

在疫情影響之下，單車變成許多人的戶外運動首選，先前業者因新冠疫情、美中貿易戰、俄烏戰爭等因素，展開「備貨競爭」，出貨量已超過實際需求，如今又遇上通膨，需求更加衰弱。許多業者在前一段時間積極備貨、搶貨，供應端大幅增加產能，但實際上需求無法立即跟上，後疫情時代開始訂單下修，電動輔助自行車亦不例外。

[因應措施] 先前因缺料風險導致長短料情況形成資金壓力，且生產時間拉長影響正常鋪貨流程，本公司已積極檢視產品設計並避免推出無替代料機制之產品，如觸控筆推出支援相同通訊協議之品項，建立完善替代料機制。此外，運費上漲或運輸時間拉長，本公司除建立適度庫存機制，也嘗試陸運方式爭取時間，因應空海運無法執行的調配，以在庫存壓力商業需求上保持彈性。

2. 電動輔助自行車領域同業品牌知名度高，市場競爭激烈

台灣身為自行車王國，傳統自行車廠跨足電動輔助自行車領域有一定優勢。此外，台灣電子廠商如達方、邑昇等也推出自家E-Bike品牌。國際品牌亦有眾多同類型產品上市多年，本公司如何在競爭藍海中脫穎而出，是未來發展關鍵。

[因應措施] 本公司為具有創新研發能力之生活風格產品供應商，在疫情期間經營Xplova及NOZA品牌有成，累積眾多自行車愛好者評價，與國內外知名經銷商如崇越單車等建立合作模式，陸續又推出電動滑板車，在歐洲市場銷售佳績下，更加深本公司對E-Mobility產業投資之信心。源於本公司對E-Mobility產業投資有相當經驗值基礎下，善用自身創新核心能力於產品成形前投入設計與研發能力，並挾有集團多元化夥伴的競爭優勢，從電池核心技術到後勤維修能力不等，拉開與競爭同業的差異。

未來風險 - 營運風險 I

1. 最終產品集中於電腦周邊產業，且為acer品牌產品，面臨最終消費者需求變化風險

最近三年度銷售產品仍以電腦周邊商品如鍵盤、滑鼠、觸控筆、耳機、多工延伸基座、電腦包袋、電競座艙為主，目前已切入acer品牌供應鏈，未來將持續擴張多品牌通路。過去2年疫情引發的遠距需求帶動強勁的電腦及筆電需求，本公司營收隨之大幅成長，然隨著疫情趨緩，此需求有趨緩現象。

[因應措施]

1. 在現有產品上提升技術層次，促進終端消費者認同

鍵盤、滑鼠、電腦包袋等產品已進入成熟產業多年，消費者除對主品牌acer之認知外，亦追求更好效能或具備環保永續概念之產品。本公司持續在成熟產品上進行技術開發外，更進一步導入各式綠色永續材質，目前在鍵盤、滑鼠、電腦包袋、旅行包袋上已推出消費後再生塑膠(PCR)或海洋回收塑料(OBP)所製成之產品。未來可能陸續導入應用回收車輪內胎、鳳梨纖維、回收漁網(尼龍)、環保再生不織布等。在stand alone交易模式上，本公司發表新產品後，各海外銷售據點下單依據仍是基於對產品優勢之認同，且因本公司在技術提升上之努力，獲得最終消費者之肯定，加以隨著對非關係人客戶之開發，整體對關係人之交易金額及占比，於111年亦有所改善。

2. 積極開發跨界整合商品，並持續尋找可獲得高毛利之新產品

近年來本公司所開發眾多產品亦協助宏碁在acer品牌上轉型，從傳統低毛利、創新空間小的電腦產業，導入ESG概念、軟硬結合、智慧生活等附加價值高的應用領域。例如107年推出智慧佛珠，109年與隸屬於梵蒂岡之教宗全球祈禱網絡(Pope's Worldwide Prayer Network)合作開發智慧玫瑰念珠；107年推出Predator Thronos 電競座艙，後續帶動Predator系列展品如筆電、鍵盤滑鼠、電競椅、電競桌的銷售成長。近期在ESG的經營上，新開發出產品ebii電動輔助自行車及eKinket酷騎桌，更展現了本公司在ESG領域的投入，成為宏碁品牌拓展新事業規畫之最佳助手。

3. 重點式開發銷售渠道，並依此打入新市場拓展商機

本公司在自行車訓練台及車表產品已打入國內外眾多運動用品代理商或經銷商，並透過贊助或聯名自行車比賽、三鐵比賽、或與外貿協會共同參展等方式拓展知名度，創新性產品-電動滑板車、電動輔助自行車及酷騎桌，由於產品與電腦周邊有所差異，以此新產品開拓自有銷售渠道機會較高，目前本公司計畫透過1PC打入美國市場、與外貿協會共同於國外參展已取得墨西哥廠商訂單，並仍有歐美訂單洽談中，以及在CES發表酷騎桌後，陸續接獲台灣公司洽談商業訂單，在選取重點區域拓展自有銷售渠道上已開始收穫成效。

未來風險 - 營運風險 II

2. 人才招募不易，跨領域的研發能量不足

本公司尚在營運拓展初期，雖有資訊軟體業的營運歷史，目前公司組織仍較為簡化，研發能量受限於公司規模，尚未設置大型研發團隊。未來發展之重要關鍵因素在於專業人才及團隊，技術團隊需同時具備深度且廣泛之專業知識，且因應整合性產品開發之特殊核心技術及規劃實力需有較長期之涉略及實務經驗來累積人才養成及傳承，以致相關專業人才養成不易。此外由於創新性產品非傳統電子產品，產品開發應更具備敏捷體質，以靈活、快速的因應變化。

[因應措施] 本公司除建立人員的評估與輪調制度，以創造員工學習不同知識及技能的壓力及動力，培養出兼具多重能力之領域專家，並輔以完善的員工學習成長，結合輔助合理、具競爭力的薪酬獎金制度。此外，本公司並透過公司申請股票上市，提升公司於產業間之知名度與專業評價，以吸引優秀人才，擴充本公司研發能量。

2024 任務



增加營業收入和淨利潤



降低關係人交易比例

Q&A

Q1. 今年第一季度的毛利率和營利出現下滑，請問原因是什麼？另外，這兩個部分接下來的趨勢或變化可以分析一下嗎？

[A1] 第一季度是全年業務銷售的重要時期，特別是針對滑板車產品。我們的出貨集中在第一季度和第二季度。因此，我們在第一季度進行了較多的應計項目，並預留了更多的庫存，以便通路商能夠及早下單。我們也為出貨做好準備，這是毛利率在第一季度較低的主要原因。值得注意的是，這些資金並非實際支出，而是為了接下來的促銷和銷售支持做準備。

Q2.今年第一季度三個主要業務的營收比重大概是多少？

[A2]就比重而言，我們三個主要事業體的比例一直非常穩定。周邊配件的營收佔比超過六成。目前，另外兩個業務的比重都還在四成以內。所以，無論是去年全年還是今年第一季度，我們的營收比例基本保持不變。我希望未來三個事業體的營收能更加均衡，各佔三分之一的比重。通過推出一些新品，包括今年的六款滑板車以及包袋類增加的行李箱業務，我們希望能夠提升其他兩個事業體的比重，不是減少周邊配件的營收，而是希望其他兩個事業體的營收能有所增加。

Q3.剛才提到您今年的一大任務是要降低關係人交易比例，我可以視為這是你們規劃轉上市的一個前提條件嗎？目前在轉上市方面有什麼規劃嗎？

[A3]關於降低關係人交易比例，這確實是一個必要條件。我們希望從提升公司業務體質的健康度和穩定性著手。至於轉上市的規劃，這需要進一步研究和討論，包括與主管機關的溝通、會計師的意見以及董事會的指導。目前我們確實有在規劃，但尚未有具體的時程表。



The Best is Yet to Come