

2020 年全年營運摘要暨股利政策新聞稿

邑錡 2020 年 EPS 1.05 元 超額配發 1.2 元股利 配發率達 114%

【2021 年 3 月 22 日 · 台北】

縮時攝影機大廠邑錡股份有限公司〈以下簡稱“邑錡”，股票代碼：7402〉於今日公佈 2020 年全年營運成果暨股利政策。

重點摘要

- 邑錡 2020 年合併營收達新台幣 4.11 億元、稅後淨利 2,437 萬元、整體毛利率、營業利益率分別為 34%、7%、每股稅後盈餘(EPS) 1.05 元，2020 全年雖受新冠疫情劇烈影響雙業務營運表現，但在優化 OBM 自有品牌銷售策略奏效下，加上嚴格控制營業費用及提升毛利率，保有較 2019 年更佳的獲利盈餘。
- 董事會決議通過 2020 年股利政策，考量公司營運資金充沛與財務體質健全，擬配發 2020 年每股現金股利 0.7 元及每股股票股利 0.5 元，股利配發率達 114%，以期將公司營運回饋給全體股東共享。
- 展望 2021 年，邑錡將加速自有晶片的量產整合，除了可提升 Brinno 自有品牌 OBM 縮時相機的效能優化，並能同時降低產品開發成本；同時，亦能導入創新 ODM 新產品開發，創造更高毛利與提升客戶關係黏著度。

2020 年全年營運回顧：

邑錡 2020 年合併營收達新台幣 4.11 億元、稅後淨利 2,437 萬元、每股稅後盈餘(EPS) 1.05 元，歷經 2020 年有史以來影響全球經濟最劇烈的疫情衝擊，Brinno 遭遇了近年來最嚴峻的營運挑戰，創新 ODM 主要客戶因教育機構關閉導致無法出貨，加上其他專案供應鏈緊縮原物料短缺，影響合併營收衰退近三成。所幸 Brinno 自有品牌 OBM 具備靈活調整銷售策略優勢，積極轉往線上電商並投入資源加強行銷推廣，使自有品牌 OBM 去年營收與前一年度相當，在疫情嚴重影響下依然帶動整體營收毛利成長，保有較 2019 年更佳的獲利表現。

邑錡指出，2020 年整體毛利率、營業利益率分別為 34%、7%；旗下自有品牌 OBM 及創新 ODM 雙業務營收比重分別為 49%、51%。高毛利的自有品牌業務，在全球經銷商積極配合原廠銷售策略調整下，帶領整體毛利率達四年來新高表現。加上經營團隊嚴格控制營業

2020 年全年營運摘要暨股利政策新聞稿

費用，在營收相對減少下依然保有較佳的盈餘獲利。

邑錡經董事會決議通過 2020 年股利政策，考量公司營運資金充沛與財務體質健全，擬配發 2020 年每股現金股利 0.7 元及每股股票股利 0.5 元，股利配發率達 114%，以期將公司營運回饋給全體股東共享。

2021 年營運展望：

展望 2021 年，自有品牌 OBM 部分，搭載 Brinno 自有晶片新一代機種已進入開發完成階段，將於第二季進入量產及產品上市，配合已布建完善的全球電商銷售管道，並加強有系統性的數位行銷推廣策略，可加速 Brinno 品牌的營收循環，並提高公司整體獲利表現。另一方面，為了拓展既有業務範圍，公司也積極由硬體銷售轉型為雲端軟體服務，並已補強雲端平台團隊，將加速雲端平台的布建，透過自有晶片、終端產品與雲端平台整合式的產品與服務開發，提供消費者與客戶更完善的解決方案與用戶體驗，實現公司價值最大化的理念，有助於進一步提升經濟規模效益並增進產能稼動率。

創新 ODM 團隊已有能力提供由前端的韌體開發至量產交貨，並持續耕耘開發億元級客戶。美國軍工客戶微光影像裝置專案，已敲定生產排程，因需求提升原定第四季出貨將提前至第二季末生產交貨；另團隊已完成布局具備導入 Brinno 自有晶片與客製韌體開發能力，首款導入 Brinno 晶片為開發核心的微光影像裝置新專案，已進入機構設計階段，因應銷售旺季來臨客戶希望能於第二季交貨，礙於研發至量產有一定時程，Brinno 團隊將全力加速推動期望能於今年第三季量產交貨；加上 Vernier 教學研究智慧裝置將隨著開學重啟銷售，可望帶動全年創新 ODM 營收表現。

(附表一) 邑錡 2020 年財報簡表：

單位：新台幣仟元；%

期間 \ 年度	2020	2019	YoY (%)
合併營收	411,300	581,270	-29.2%
稅後淨利	24,364	23,693	2.8%
稅後 EPS (元)	1.05	1.00	5%

2020 年全年營運摘要暨股利政策新聞稿

(附表二) 邑錡近年股利政策：

單位：新台幣元

期間 \ 年度	2020	2019
現金股利	0.7	0.56
股票股利	0.5	0.67

關於邑錡

邑錡股份有限公司 (Brinno) 在 2003 年成立，初期專注於工業設計，經歷多年積累，在電子行業裏躋身於“頂級專業設計企業”的行列，贏得世界一流高科技公司的認可與信任，成為其長期、穩定的互利合作夥伴。2009 年，公司預見影像市場的高增長前景，特別是“縮時攝影”將受益於行動網路寬頻提升與雲端儲存普及，即時分享影像短片將蘊藏巨大潛在商機，遂結合設計經驗、電池續航力和影像處理技術的核心競爭力，自行研發在商業、個人休閒生活都能廣泛應用的“縮時攝影”攜帶式單體機，以 Brinno 自有品牌推向全球市場。公司是簡化“縮時攝影”技術的“先行者”，潛心鑽研技術的改進與優化。我們結合相關軟、硬體功能，整合成為單體機，突破傳統“縮時攝影”費時、費力、費錢的瓶頸，成就了即拍、即縮、即看的全新用戶體驗。公司的系列品牌產品破除拍攝“縮時”必須具備專業知識的門檻，讓大眾消費者能夠在拍攝“縮時”時，輕鬆享受優質與專業感的無窮樂趣。

主力品牌產品包括多用途“縮時攝影”相機 (BCC & TLC 系列)、智慧家居貓眼攝影機 (SHC 系列)，以及攜帶式監控攝影機 (MAC 系列)，銷售通路遍佈全球 60 多國。

新聞聯繫

公司發言人：行銷經理 周裕欽 02-8751-0306 #317 gary@brinno.com

中文網站：www.brinno.com/tw

全球網站：www.brinno.com

聲明

本文件及同時發佈之相關資訊內含有預測性敘述。除針對已發生事實，所有對邑錡(以下簡稱本公司)未來經營業務、可能發生之事件及展望(包括但不限於預測、目標、估算和營運計畫)之敘述皆屬預測性敘述。預測性敘述會受不同因素及不確定性的影響，造成與實際情況有相當差異，這些因素包括但不限於價格波動、實際需求、匯率變動、市占率、市場競爭情況，法

2020 年全年營運摘要暨股利政策新聞稿

律、金融及法規架構的改變、國際經濟暨金融市場情勢、政治風險、成本估計等，及其他本公司控制範圍以外的風險與變數。這些預測性敘述是基於現況的預測和評估，本公司不負日後更新之責。