

2021 年前三季營運摘要新聞稿

邑錡 2021 第三季 EPS 0.5 元 累計前三季 EPS 1.16 元 超越 2020 全年表現 年增 61%

【2021 年 11 月 8 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 2021 年前三季營運績效。

重點摘要

- 邑錡 2021 年累計前三季營收達新台幣 3.83 億元，年增 26.7%。稅後淨利為 2,814 萬元、每股稅後盈餘(EPS) 1.16 元，分別較去年同期成長 67.2%、61.1%。受惠雙業務動能齊步升溫，帶動前三季獲利已超越 2020 全年表現。
- Brinno 自有品牌銷售策略優化奏效，且近期全球基礎建設需求增，2021 年前三季自有品牌營收較去年同期成長 44.9%，前三季自有品牌營收占比達 52.5%，有望刺激整體毛利成長。
- 創新 ODM 訂單穩定，Vernier 智慧教學研究裝置今年下半年學校已恢復實體上課帶動需求增加；美國軍工微光影像裝置經過兩年多來的研發努力已完成驗證，並於最近少量生產交貨並將於明年大量生產；前三季創新 ODM 營收較去年同期成長 11.3%，生產訂單已排至 2022 年底，可持續穩定挹注營收。
- 展望 2021 年第四季與 2022，邑錡仍持續加速自有品牌 OBM 新品上市計畫，並優化全球銷售布局，深耕商用縮時攝影領域。創新 ODM，雖短期仍受料況與中國限電等因素影響，但已有計畫因應備料與穩定產能，來滿足 2022 年的大幅成長，且持續開發新客戶以求更穩定的營收布局。

2021 年前三季營運回顧：

邑錡 2021 年前三季度營運隨著全球疫情趨緩已漸露曙光，Brinno 自有品牌 OBM、創新 ODM 兩業務區塊，整體營收為新台幣 3.83 億元，稅後淨利為 2,814 萬元、每股稅後盈餘 (EPS) 1.16 元，分別較去年同期成長 26.7%、67.2%、61.1%。除受惠 Brinno 自有品牌縮時相機隨著全球基礎建設需求增，且積極提升品牌能見度、優化全球銷售策略奏效；另創新

2021 年前三季營運摘要新聞稿

ODM 亦迎來美國軍工專案穩定訂單，在雙業務動能齊步升溫下，帶動邑錡 2021 年前三季獲利已超越 2020 全年表現。

Brinno 自有品牌縮時相機，隨著全球基礎建設需求增，且加強行銷資源提升品牌能見度、優化全球銷售策略奏效，並積極開拓更多元之商用縮時攝影組合，成功引領市場需求並帶動舊機型進行升級汰換，1080P 和 HDR 高階縮時相機出貨比例已達整體近五成，有助於提高攝影成像品質，滿足高階商用縮時攝影客戶需求，更帶動自有品牌前三季營收較去年同期成長 44.9%，且自有品牌前三季營收占比達 52.5%，有望刺激整體毛利成長。

創新 ODM 部分，持續深化「設計+製造量產」重複性營收模式。Brinno 團隊整合美台兩地研發資源，經過兩年多來的努力已成功打入由全球軟體巨擘主導的美國軍工微光影像裝置專案，成為專案核心影像模組主要供應商；另款航海用微光影像裝置，更將採用 Brinno 自有晶片(ASIC)為核心元件，將營運模式升級為「核心晶片+設計+製造量產」，凸顯 Brinno 在專業電子產品的設計研發實力與高度競爭力；目前新舊主要客戶訂單穩定，惟市場料況與產能難以掌握，Brinno 將緊盯供應鏈確保產能穩定無虞，來滿足已排至 2022 年底的訂單。

2021 年第四季及未來營運展望：

展望 2021 年第四季，自有品牌 Brinno 縮時攝影相機部分，持續加速新一代搭載 Brinno 自有晶片系列機種之開發計畫，有機會於明年第一季全面上架銷售，預期將帶動另一波換機潮貢獻營收；並對美國 1 兆美金的基礎建設計畫保持樂觀，將加強行銷推廣期能順勢創造建築縮時相機之新一波長期銷售高峰。同時，持續投入行銷資源優化銷售模式，因應需求推出更多元化商用縮時攝影組合，帶領全球經銷商進行更高轉換率的行銷布局，創造更強勁地成長動能。

創新 ODM 的目標將積極開發以 Brinno 自有晶片為核心的量產專案，透過 Brinno 晶片、韌體開發與成品量產成為閉鎖型可重複營收經濟，提升 Brinno 成為 ODM 專案的核心關鍵，無法被輕易取代，有助於優化創新 ODM 業務營運模式，並同步提升創新 ODM 業務營收毛利，可望於未來替公司營運創造更高效益。與此同時，邑錡亦在近期發行可轉換公司債充實營運資金，來因應在手訂單並提早備料與整合相機模組開發，並緊盯供應鏈確保產能穩定無虞，來滿足 2022 與未來 2-3 年的大幅成長。

2021 年前三季營運摘要新聞稿

(附表) 邑錡 2021 年前三季財報簡表：

單位：新台幣仟元；%

年度 期間	2021/1-3Q	2020/1-3Q	YoY (%)
合併營收	382,510	301,866	26.7%
稅後淨利	28,137	16,824	67.2%
稅後 EPS (元)	1.16	0.72	61.1%

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

2021 年前三季營運摘要新聞稿

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。