

2020 年全年營收公告新聞稿

Brinno 自有品牌連 6 個月成長 累計全年營收占比達 49%

【2021 年 1 月 5 日 · 台北】

縮時相機大廠邑錡股份有限公司〈以下簡稱“邑錡”，股票代碼：7402〉於今日公布 2020 年 12 月合併營收為 3,865 萬元，累計 2020 年全年合併營收為 4.11 億元。回顧全球經濟遭逢巨變的疫情年度，Brinno 全年合併營收雖較去年衰退 29.2%，但在 Brinno 自有品牌靈活調度下，自有品牌部分全年營收與去年相當，引領全年自有品牌營收佔比達 49%，在疫情嚴重影響下依然帶動整體營收毛利成長。

Brinno 自有品牌在疫情期間展現銷售靈活性，歷經 4 月北美疫情嚴重影響下，緊接著全球各國陸續封城經濟停擺，隨即加速原廠與經銷商轉型線上銷售布局，於 6 月開始包含原廠官方 Amazon 旗艦店以及各國線上銷售渠道陸續開通，保持銷貨管道通暢，締造自有品牌由 7 月開始至年末對比去年皆為成長表現。自有品牌部分全年營收與去年相當，引領全年自有品牌營收佔比達 49%，有望帶動全年整體毛利成長。

創新 ODM 部分，Vernier 新一代教學研究智慧裝置，已進入量產階段，但受北美疫情短暫影響將於教育體系回穩後恢復正常水準；此外，美國軍工客戶微光影像裝置專案，與全球作業系統龍頭廠商合作研發，產品已完成研發階段，開始進行少量樣品驗證測試，預計今年第四季量產出貨；但同時接獲另一微光應用裝置產品的開發與量產專案，預計於今年第三季進入量產交貨，可望帶動全年 ODM 營收表現，將有大幅度營收成長。

展望未來，面對無法預測的新冠疫情，整體經濟雖將持續受到衝擊，在不易供電鋪設網路的環境，長效電力 DIY 即可長期記錄建築施工、學術觀察過程的 Brinno 縮時相機，可協助用戶避免過於頻繁的外出降低接觸風險，Brinno 看好未來幾年市場需求成長。同時，Brinno 自有 IC 跨世代新品已進入設計整合階段，有望於今年第一季量產上市，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，創新 ODM 專案因團隊具備韌體開發能力，可協助客戶由韌體設計到量產交貨，大幅提升 ODM 客戶的依賴性，有望提供未來 3~5 年的穩定收益。

2020 年全年營收公告新聞稿

邑錡2020年12月合併營收簡表：

單位：新台幣仟元；%

年度 期間	2020	2019	YoY
12月	38,651	36,402	6.2%
1-12月	411,300	581,269	-29.2%

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。

主力品牌產品包括建築工程縮時相機 (BCC 系列)、泛用型縮時相機 (TLC 系列)、智慧家居貓眼攝影機 (SHC 系列)，以及戶外縮時感應相機 (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。