

首家創櫃板畢業公司 年底叩關興櫃

文／洪綾襄

邑錡嗆聲GoPro 「縮時攝影」讓蘋果心動

年初時，許多投資人還不看好創櫃板小微企業的投资價值與發展性，但首家從創櫃板畢業轉興櫃的邑錡，要用比GoPro應用更廣的縮時攝影「以慢制快」。

有別於GoPro在極限運動

上已經搶占市場，邑錡公

司以縮時攝影專用機，另闢一

片新天地，也成為台灣首家順

利從創櫃板「畢業」的公司。

邑錡目前雖僅五十名員工，但

櫃後，「二〇一五年前三季再增

資，第四季轉上櫃」。

邑錡總經理陳世哲笑說，〇七年創立時，因為社會大眾還不認識縮時攝影，孤獨了好一陣子，但登上創櫃板後，吸引國票金控等創投的青睞，

二度創業 翻轉商業模式

他曾在九〇年代創立「世訊科技」，向華碩、安碁等國內廠商爭取手機、筆電等消費性電子的工業設計訂單，年營收最高峰時達四億元，登上興櫃。但由於設計是一次性收入，台灣市場又小，純做接單設計難以為繼，最後不敵產業外移轉單，興櫃三年即黯然下市。

陳世哲 Profile

出生：1963年
現職：邑錡執行長
經歷：世訊科技董事長、美商參數科技軟體工程師
學歷：台北工專（現為台北科大）電機工程科

「那時連IPO（首次公



開募股)是什麼都不知道就

賺到三塊錢：一塊是單筆設計

求很高，還需要後製剪接才能

一四年開始，在群光理

PO了。陳世哲從慘痛的教訓中，看到兩個文創設計產業的瓶頸：一、只仰賴國內大廠一次性的訂單，絕對養不活文創設計產業；二、一定要做品牌，才能創造永續性的獲益。

費，一塊是單筆開模費，量產後每交一筆，還會有一塊錢的分潤。邑錡財務長李明達大方分享生財之道。

完成，因此僅限於專業玩家。而邑錡推出的縮時攝影專用機，能讓使用者能即拍即縮，立即分享精華影片，且搭配全球獨步的超長效電源管理系統，大幅降低縮時攝影使用門檻，如今已成為全球縮時攝影專用機領導品牌。

下，邑錡自有品牌營收已超越ODM業務，占總營業額六成。陳世哲分享，一四年一到十月營收一、七三億元，淨利一六五〇萬元，是一三年全年的二、七倍，毛利率在四〇%以上，獲利能力提升。

拿著處分上一家公司餘款，陳世哲於〇七年創立邑錡，主力產品是以Brinno為名的縮時攝影專用機品牌。但他深知打造品牌不可能一蹴可幾，因此一開始的營業收入還是以ODM為主。

以ODM站穩腳步，但真正讓創投看上邑錡的關鍵，卻是具有全球市場的自有品牌Brinno。

產品一紅就有仿冒，連FlyingV上都有群眾募資專家，但電源管理做不到邑錡的水準，使用鋰電池的GoPro也只能撐一個半小時，但Brinno用四顆A A乾電池，竟能連續錄影七十五小時，驚豔海內外使用者。

他回想，「三年前，我們去美國參加消費性電子展CES時，GoPro員工到攤位上來嗆聲：「什麼是縮時攝影？能做什么？」如今連蘋果也看到縮時攝影的潛力，在最新發布的iOS 8.0中也內建縮時攝影功能，GoPro也悄悄跟進，但電源管理效率仍落後邑錡。

累積了二十年的設計外包經驗，陳世哲對整個亞洲的產業鏈相當熟悉，因此不但能爭取到國外廠商的設計訂單，還能協助發包模具、後端生產管理、全球物流配送。我很

近來攝影風潮興起，前兩年最夯的是追求極快的高速攝影，以一秒鐘最多能拍攝三十張照片的運動攝影品牌GoPro引領風潮，儘管只是一台要價四百美元的小型傻瓜相機，仍備受極限運動、衝浪者推崇。

因此只要在Google搜入time-lapse photography搜尋，第一個跳出來的就是Brinno，主力產品縮時攝影專用機TLC200更長踞美國亞馬遜百大熱銷商品排行榜的前三十名。

的當下，櫃買中心再推創夢育成、創夢募資平台也即將上線，再添購買IPO生力軍，也展現出產官學共同扶植小微產業的決心。

以慢制快 連結雲端應用廣

了解客戶的技術，但絕對不仿冒，自有品牌也和客戶有明顯區隔。陳世哲說，設計是信心產業，他有所堅持，讓美國微軟、軍用影像品牌FLIR、日本SONY、PENTAX都放心向他下單。

但也有另一批攝影愛好者追求的是極慢的縮時攝影。攝影者只要在一段時間內以固定頻率拍下照片，例如半小時拍一張，當照片被連續播放時，觀眾就可以在短時間內看到完整的過程。

加上熱感應器和WiFi連結到雲端，縮時攝影還可應用到居家安全的貓眼數位顯示器與可攜式防水監控相機。

證券櫃檯買賣中心新創發展部經理林家生期許，未來邑錡能透過上市櫃加強曝光、行銷，讓台灣企業有機會再次引起全世界驚歎。