

2022 年 1 月營收公告新聞稿

邑錡 1 月營收 4,561 萬 年增 31.3% 創同期次高表現

【2022 年 2 月 9 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 2022 年 1 月營收為 4,561 萬元，年增 31.3%。Brinno 自有品牌 OBM 部分，在新推出的旗艦產品 BCC2000 Plus 帶領下，締造自有品牌銷售同期新高表現；創新 ODM 新一代教學研究智慧裝置持續穩定增加出貨量拉抬營收，雙業務穩定成長在傳統出貨淡季創下單月營收同期次高表現。

Brinno 自有品牌 OBM 部分，受惠全球基礎建設市場需求增，並於年初推出專為攝影工作者開發的新一代旗艦機種 BCC2000 Plus，在市場需求與新產品雙重刺激下連帶拉抬 1080P 高階產品線銷售，總銷售占自有品牌營收達近 7 成之佳績；銷售通路布局，除了已完成 Amazon 北美站的旗艦店規劃，亦同步完成 Amazon 英國與歐洲站的旗艦店布局，並積極開發各國具影響力之意見領袖，透過社群網路擴大品牌影響力，協助自有品牌 OBM 銷售於本月創下同期新高表現。

創新 ODM 部分，Vernier 新一代教學研究智慧裝置，因美國教育市場恢復實體上課而持續增加出貨量，創下近 24 個月來次高表現。美國軍工微光 AR 智能眼鏡影像模組，因軍規產品生產強度要求高持續試產驗證中，另首款採用 Brinno 自有影像晶片模組的航海微光影像裝置，因市場需求進行設計微調，此兩款微光影像裝置將配合客戶時程可望於本季末正式出貨。創新 ODM 與自有品牌 OBM 皆穩定成長，在傳統出貨淡季創下整體單月營收同期次高表現。

展望 2022 年第一季，全新世代 Brinno 自有晶片縮時相機之量產計畫順利進行已進入驗證階段，有望於本季末量產並挹注 OBM 品牌營收，且未來新機種可縮短研發時程並降低開發成本提升毛利；創新 ODM 除了現有軍工微光 AR 智能眼鏡影像模組與航海微光相機，將來可透過自有晶片影像模組成為光學影像產品之核心，開拓更多應用市場並提升創新 ODM 業務營收毛利。隨著視覺影像經濟成為主流以及自有晶片影像模組完成開發，自有品牌 Brinno 縮時攝影相機與創新 ODM 光學影像專案皆將受惠，有助於未來替公司營運創造更高效益。

2022 年 1 月營收公告新聞稿

邑錡 2022 年 1 月營收簡表：

單位：新台幣仟元；%

年度 期間	2022	2021	YoY
1 月	45,609	34,743	31.3%

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。