

艾美特(開曼)國際有限公司 2022年12月法人座談會

艾美特-KY(股票代號：1626)

簡 報 大 綱

- 一、公司簡介
- 二、2022年前三季度經營成果
- 三、研發規劃
- 四、未來展望

一、公司簡介

公司簡介



成立時間：**1991**年艾美特電器(深圳)有限公司成立

2014年艾美特電器(九江)有限公司成立

股票簡稱：艾美特-KY

股票代號：**1626**

實收資本：新台幣**1,455,445**仟元整(2022.9.30)

董 事 長：史瑞斌

執 行 長：史瑞斌

公司人數：約 **6,000** 人

廠房面積：**13.4**萬平方米(深圳廠)／**40**萬平方米(九江廠)，合計**53.4**萬平方米

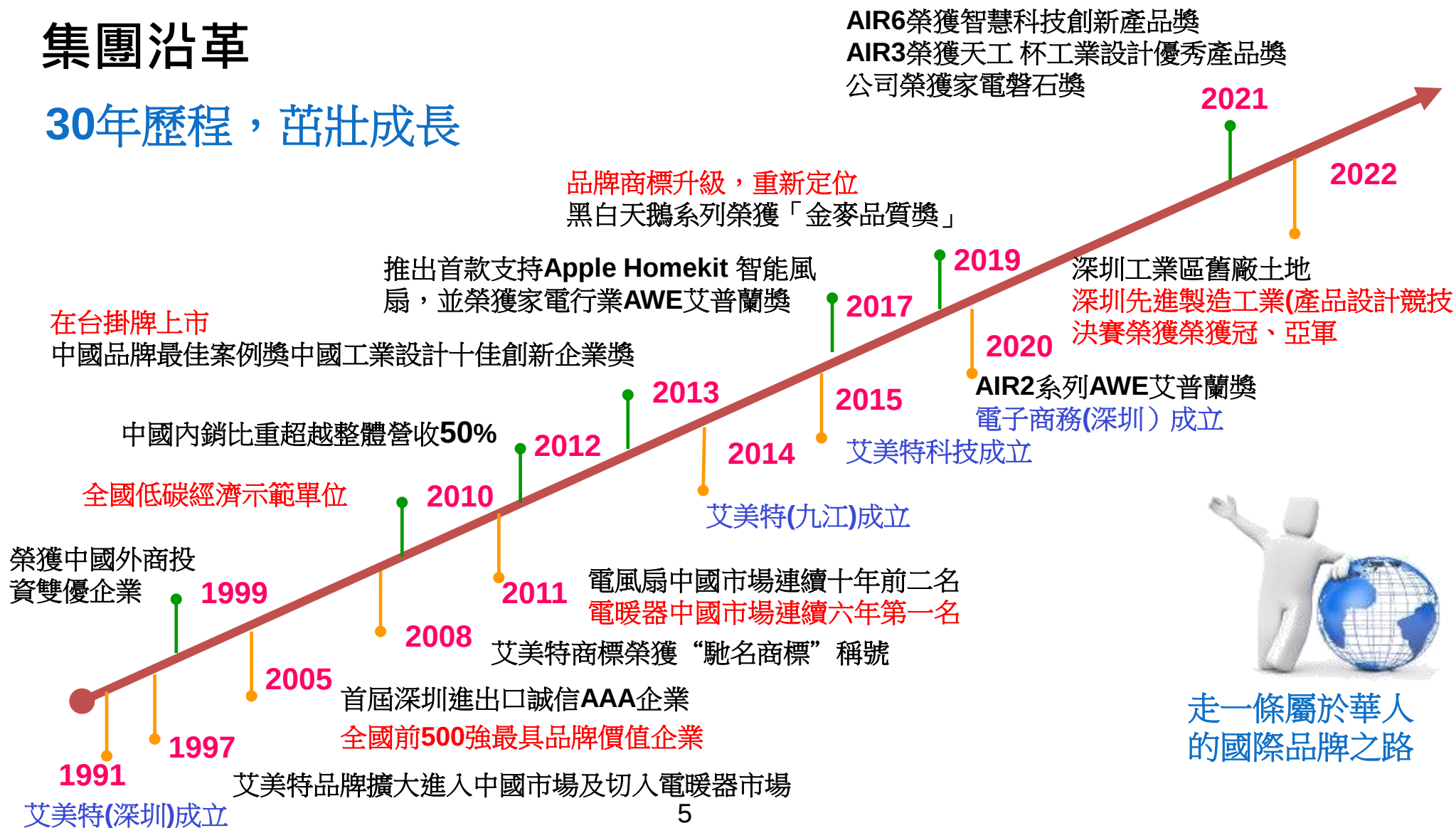
銷售模式：自有品牌(內銷)與OEM/ODM(外銷)



公司簡介-1

集團沿革

30年歷程，茁壯成長



走一條屬於華人的
國際品牌之路

(1) 業務範圍：
國際小家電品牌大廠代工出口、自有品牌銷售遍佈中國各、及自有品牌亞馬遜北美站、墨西哥站

(2) 主要產品：



电风扇



电暖器



新风系统



空气净化器



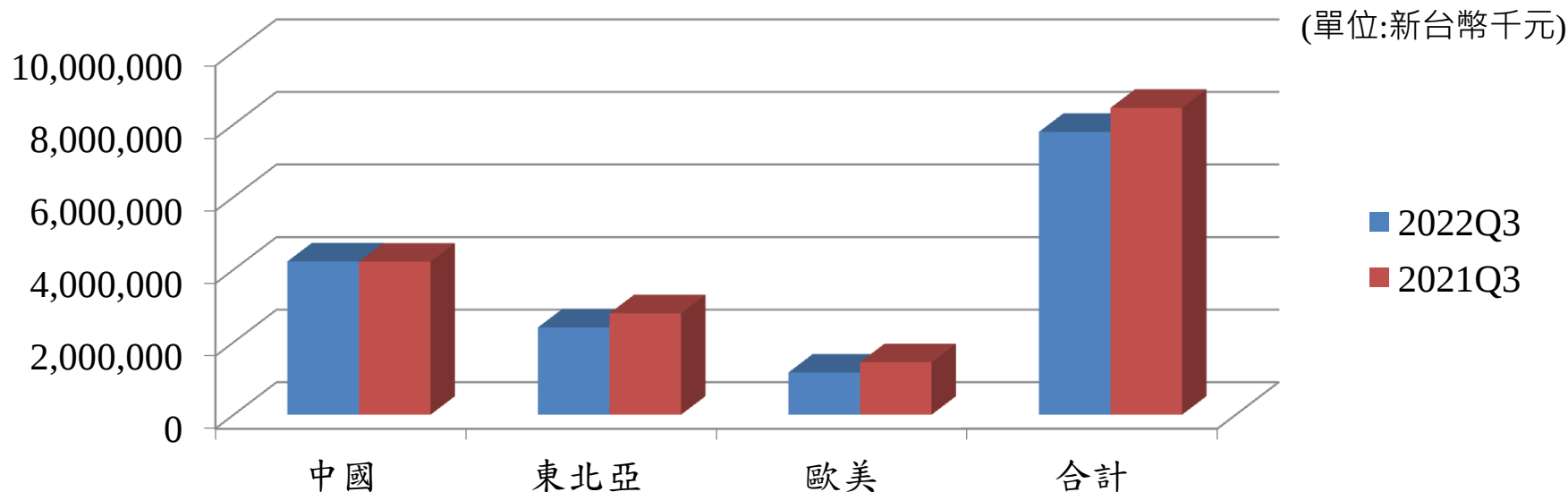
除湿机器



加湿机

二、2022年前三季度經營成果

2022前三季度各區域銷售金額統計



	2022Q3	銷售比	2021Q3	銷售比	YoY
中國	4,224,051	54%	4,216,969	50%	0%
東北亞	2,405,448	31%	2,793,795	33%	-14%
歐美	1,162,981	15%	1,444,967	17%	-20%
合計	7,792,480	100%	8,455,731	100%	-8%

差異分析：

1. 整體市場營收較去年同期皆呈現下滑趨勢，主要受中國疫情反覆，各地封控政策未盡相同，多方影響生產、出口、出貨、物流及運輸方面，其次因客戶端自身庫存充足，進而影響下訂單數量及金額所致。
2. 受匯率波動影響。

2022年前三季度整體產品銷售金額統計



(單位:新台幣千元)

產品	2022Q3	銷售比	2021Q3	銷售比	YoY
電風扇	5,801,550	74%	6,502,680	77%	-11%
電暖器	926,990	12%	824,914	10%	12%
小家電	500,566	6%	543,770	6%	-8%
換氣扇	401,982	5%	335,773	4%	20%
其他	161,392	3%	248,594	3%	-35%
合計	7,792,480	100%	8,455,731	100%	-8%

差異分析：

- 電風扇主要因受到上半年受中國疫情反覆且客戶自身存貨尚未去化影響，影響出貨及訂單，加上故營收減少。
- 電暖器去年同期大幅增加，主係2021年第一季度受氣候暖冬影響，出貨大幅減少，2022年第一季度大致回復至2020年同期的出貨節奏，故此變動屬正常。
- 後疫情時代，雖然消費者的健康理念更為提昇，對於健康家居電器類購買需求增加，其中也包含換氣扇（新風產品）等促進控氣循環產品需求也逐漸增加，故營收增加。

2022前三季度合併綜合損益表



(單位:新台幣千元)

項目	2022Q3	2021Q3	YOY
營業收入	7,792,480	8,455,731	-7.84%
銷貨毛利	1,206,227	1,037,154	16.30%
銷貨毛利率(%)	15.48%	12.27%	26.20%
營業費用	1,293,682	1,247,611	3.69%
營業損失	-87,455	-210,457	58.45%
營業外收支	826,762	-1,899	43636.70%
本期淨利(淨損)	621,333	-221,245	380.83%

三、研發計畫

全球能源價格上漲的時代，歐盟於2023年有更嚴苛的能效標準，因而今年在IFA柏林國際電子消費品展覽中可窺見，以提昇能源效率及永續發展為主題的創新產品，儼然成為全球熱門關注話題。

艾美特在目前及未來產品發展中，有效降低碳足跡，採用可再生循環素材和優化使用能源效率皆是研發中的重要考慮因素。

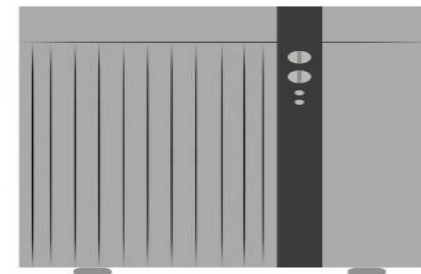
盡可能使用可循環再生素材方面:

艾美特產品AC71採用ABS環保外殼用料，包含至少 36%的回收成分，其中9%為ITE衍生消費後物質回收成分和27%為消費後可回收成分，達到可以回收永續環保，並且有效減少碳排放量。



技術及製程上優化使用能源效率方面:

艾美特製作馬達、扇葉和整個製程中提升效率，從而降低炭排放。汽化加濕技術是通過加速水的蒸發從而起到加濕功能，艾美特將汽化加濕與對流式電暖器結合，高溫汽化對水進行殺菌消毒達到環保健康且提昇加濕效率，降低碳排放。



新產品開發方向

製冷項目系列 (壓縮機應用)

小冰箱、啤酒機
、移動空調、除
濕機



新產品開發方向



個護、浴室用品

直發梳、染髮梳、吹風機、控糖杯、毛巾架、壁掛暖器



健康和個人用品是我們未來一個重要的發展方向，要加大開發力度。同時結合浴室用品進行；

寵物呵護用品

乾果機、烘乾機



寵物方向：寵物烘乾器（外置烘乾機）利用公司現有烘被機進行產品整合，優化；

製冷專案系列

小冰箱、啤酒機、個人移動冷風扇、大加濕器

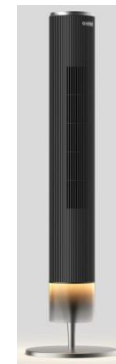
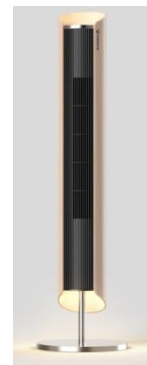
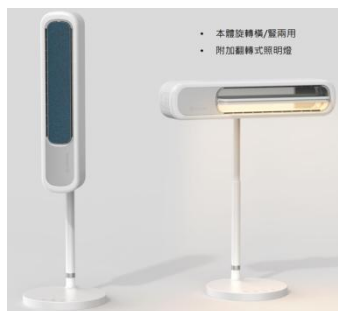


同現有的客戶繼續開發新專案，對於特殊消費和特殊人群我們單獨開發相關產品來滿足消費者；

新產品開發方向

複合式傢俱系列1

塔扇照明氛圍燈



複合式傢俱系列2

淨化壁掛牆，淨化復古燈



複合式傢俱系列3

加濕、淨化照明氛圍燈



落地燈淨化器
-PLAN C





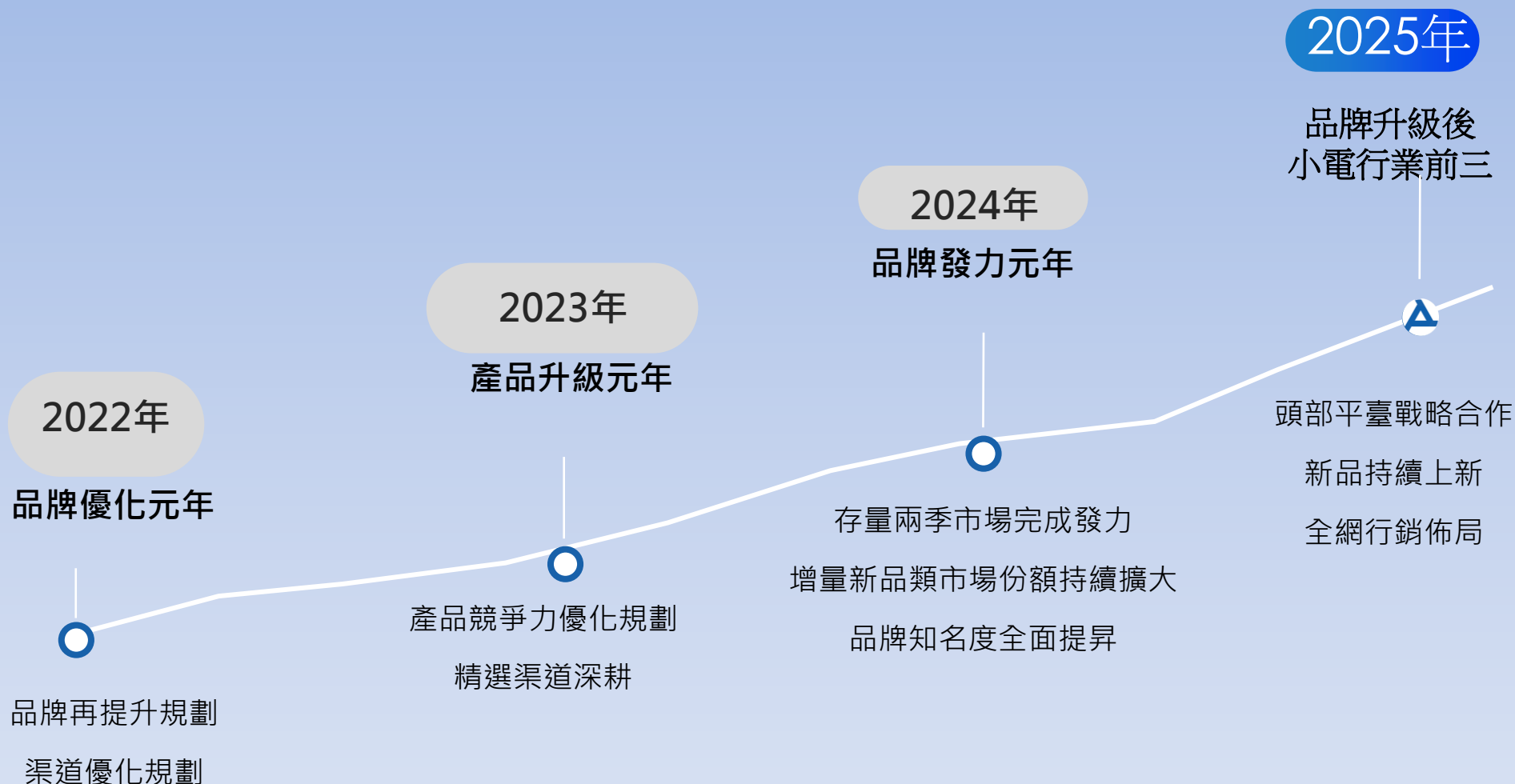
積極參與國內外工業設計獎項及專利申請

2022年申請專利**110項**

2022年獲專利證書共**94項**

四、未來展望

艾美特品牌未來三年的規劃總覽



未來銷售規劃

1. 艾美特全面品牌提升
2. 艾美特渠道優化
3. 增量個護及生活類家電市場及全渠道合作佈局

展望

根據艾美特品牌基礎，結合全球市場發展趨勢，個護+生活小家電市場就中國市場目前有2000億+的市場份額，每年的增長率達30%以上，屬於全球經濟氛圍下的驅動市場範圍。發展空間巨大，未來可期！！

未來銷售規劃

1. 重點銷售以高單價產品為主的DC扇,高級循環扇等
2. 拓展製冷系列產品(窗用空調,移動空調,小型戶外空調,小冰箱)
3. 2023年開始日韓市場均採用美金交易
4. 跨境電商平台上線
5. 跨界產業別客戶開發

展望

鞏固固有外銷客戶銷售渠道基礎，因近年疫情推動，加速跨境電商的國際市場，目前艾美特產品已在全球最大的跨境電商平臺亞馬遜北美站店鋪銷售並新增了墨西哥站店鋪，未來將再繼續與其他更多的跨境電商平臺合作，持續推廣自有品牌產品站上國際舞台！！

深圳、九江工廠整併計畫

經評估深圳廠因地鐵開通、人工減少、生產成本提高，不再適合做為生產基地，2021年下半年啟動產能移轉計畫，目前2022年深圳廠與九江廠產能比重已由70：30轉為40：60；預計明年比重為20：80，提升九江廠產能利用率，以及削減管理成本，深圳總部將保留管理總部、業務及研發等部門。

深圳廠定位-營運總部、研發技術中心

九江廠定位-生產製造主要基地

Q&A