

dyaco

岱宇國際

1598 TT

Dyaco International Inc.

投資人簡報

2026/3



免責聲明

本簡報資料所提供之資訊，包含所有前瞻性的看法，將不會因任何新的資訊、未來事件、或任何狀況的產生而更新相關資訊。

岱宇國際股份有限公司（本公司）並不負有更新或修正本簡報資料內容之責任。本簡報資料中所提供之資訊並未明示或暗示的表達或保證其具有正確性、完整性、或可靠性，亦不代表本公司、產業狀況或後續重大發展的完整論述。

岱宇國際投資亮點

□ 岱宇國際為全球健身器材的領導者，轉型聚焦商用市場成長動能

- ✓ 商用市場競爭格局改變：客戶為分散風險正積極尋求多元供應商。
- ✓ 補足商用重訓產品：岱宇把握轉型契機，補足過往較缺乏的商用重訓產品線。
- ✓ 核心優勢：全球少數同時擁「製造、品牌、通路與售後服務」一站式實力，與高性價比優勢。

□ 未來五年目標商用營收倍數成長，市佔率達1%以上

- ✓ 龐大擴張空間：岱宇2025年全球商用市佔率僅約0.3%，成長潛力巨大。
- ✓ 指標業者認可：已為多家商用客戶洽談首選，包含北美大型連鎖健身房業者。

□ 推動「ReFit」營運優化計畫，強化費用控管與資本運用效率

- ✓ 提升行銷ROI：改善疫情後行銷費用倍增現狀，去年開始將部分行銷業務移回總部統籌進行。
- ✓ 極大化資本運用效率：聚焦高附加價值產品，積極活化閒置產能與資產。

□ 目標股東權益報酬率(ROE)往15%邁進

- ✓ 全力衝刺商用版圖並培育復健醫療與電輔車等新興業務，家用則施行獲利優先策略，同時透過資源聚焦與營運效率升級，以推升整體獲利表現。

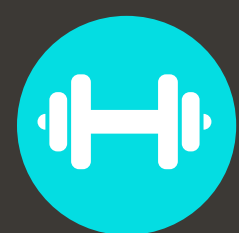
簡報大綱

- 01** 轉型策略與目標
- 02** 2025營運成果與展望
- 03** 公司簡介
- 04** ESG永續發展
- 05** 歷史財務數據

01

轉型策略與目標

轉型策略：驅動多元成長與極大化營運效率



1. 擴大商用市場版圖

打造高毛利的倍數成長引擎

加速
成長



2. 家用業務目標獲利！ 獲利！再獲利！

獲利優先策略，提升行銷效率

提升
效率



4. 穩步拓展復健醫療與 E-Bike 佈局

建構多元成長來源



3. 推行「ReFit」營運 優化計畫

強化費用控管，極大化資本運用效率

龐大的市場規模與成長性：商用市佔率僅約0.3%

岱宇瞄準超過美金1,200億美元的目標市場

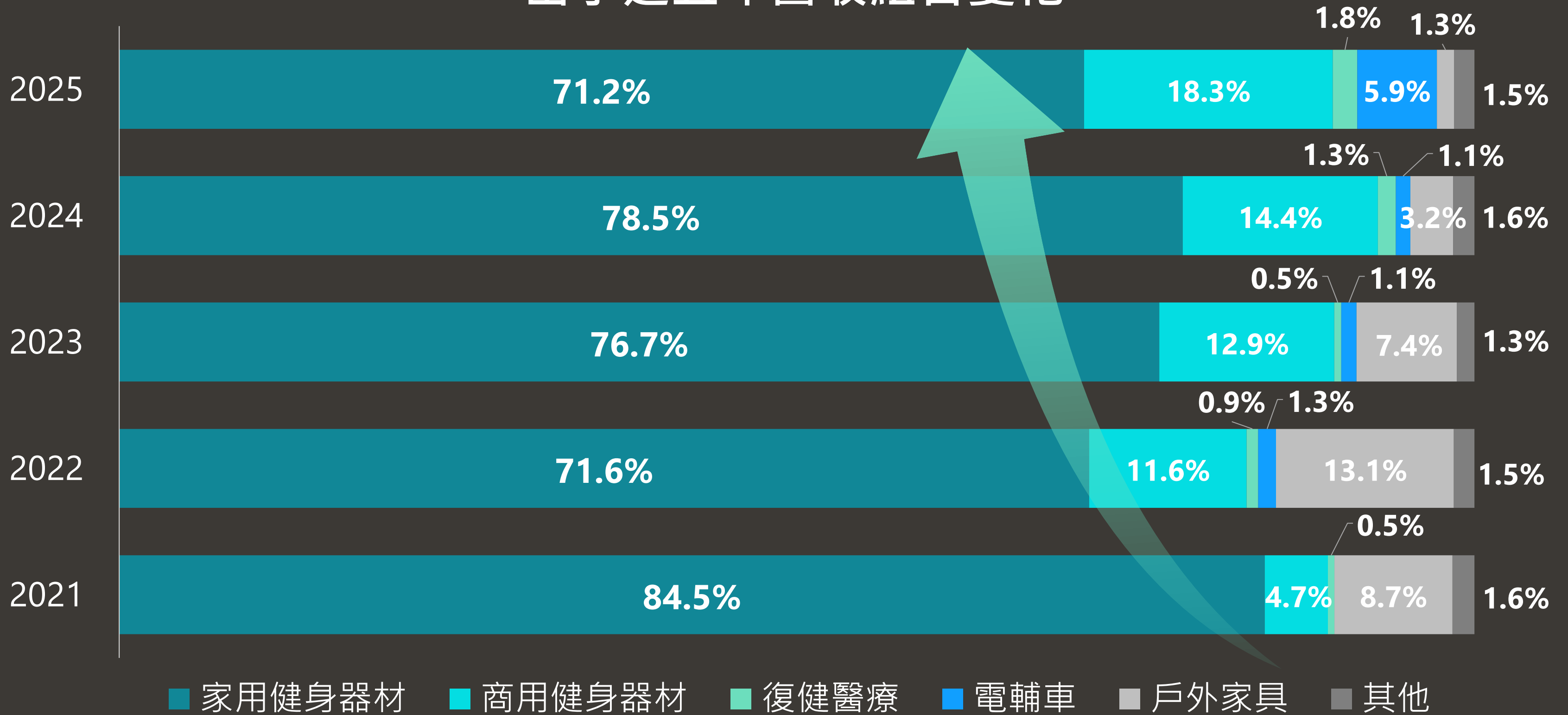


單位: 美金 億元

資料來源：[SkyQuest](#), [Future Market Report](#), [MarketsandMarkets](#)

營收多元成長

岱宇近五年營收組合變化



策略1：擴大商用市場版圖

搶攻市場逢絕佳時機：近年競爭格局出現顯著變化，客戶為分散風險正**積極尋求多元供應商**

具高度成長潛力：目前岱宇於商用市場市佔率僅約**0.3%**

首先鎖定**北美大型與高成長新興市場當地的大型連鎖健身房業者**

美國大型連鎖健身房排名

	品牌	據點	
		美國	全球
#1	Anytime Fitness	-	5,500+
#2	Planet Fitness	2,700+	2,800+
#3	Orangetheory Fitness	1,300+	1,400+
#4	F45 Training	600+	2,000+
#5	LA Fitness	600+	-
#6	Snap Fitness	460+	1,000+
#7	Crunch Fitness	-	400+
#8	24 Hour Fitness	270+	-
#9	Retro Fitness	200+	-
#10	Gold's Gym	~200	500+

資料來源：各公司官網

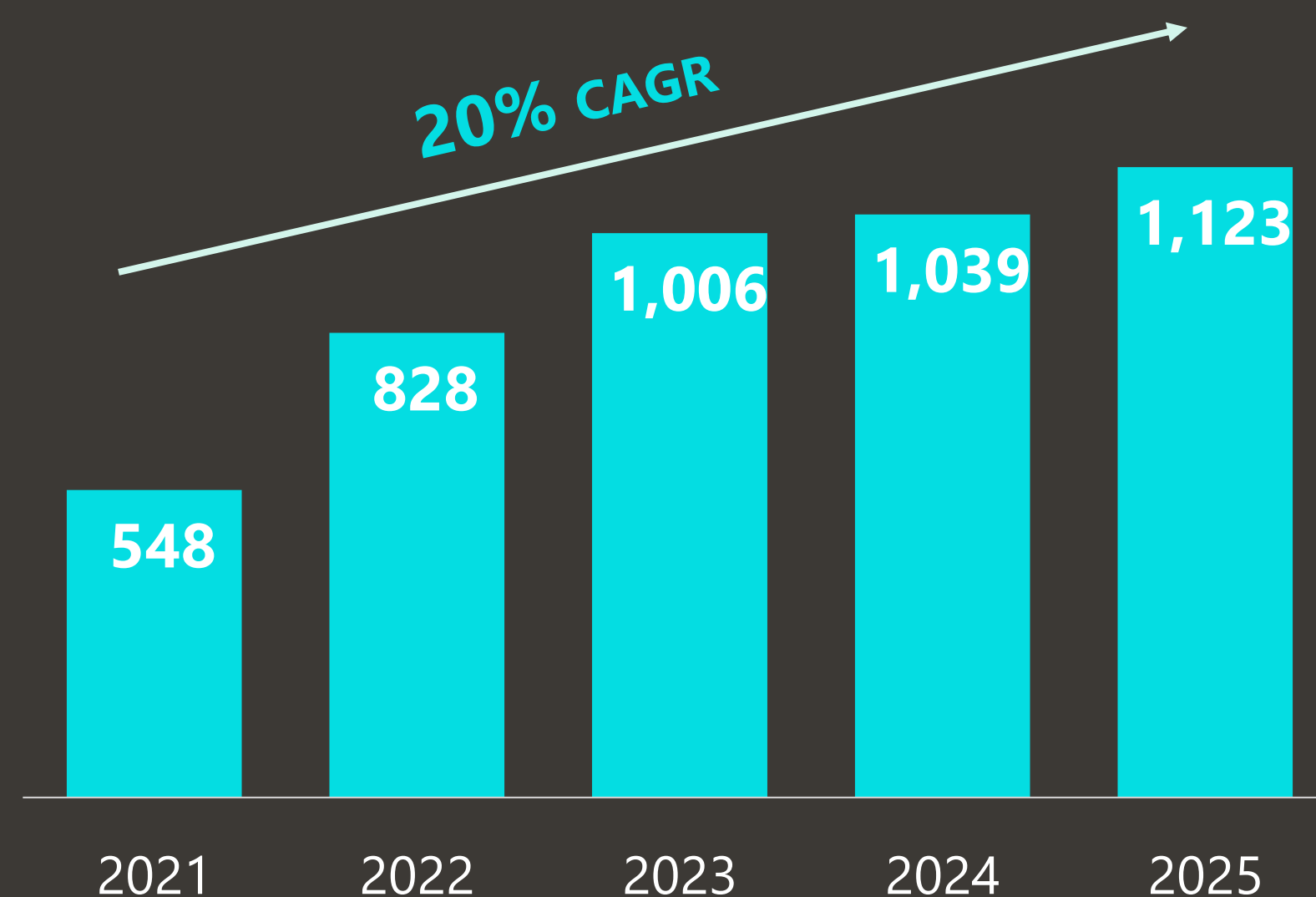
商用市場：打造高毛利的倍數成長引擎

為什麼商用客戶選擇岱宇？

- 1 全球少數具備「製造、品牌、通路與售後服務」一站式實力
- 2 產品具備高性價比優勢
- 3 加大投入研發，補足過往較缺乏的商用重訓產品線
- 4 高齡化趨勢下，越來越多健身房設置復健區，以深耕多年的醫療復健器材切入，帶動一般商用器材銷售

岱宇商用健身器材營收

單位: 新台幣 百萬



策略2：家用業務目標獲利！獲利！再獲利！



內部管理與KPI設定更獲利導向

- ✓ 重視獲利大於營收，設定團隊KPI更顧及獲利



提升行銷與獲客效率

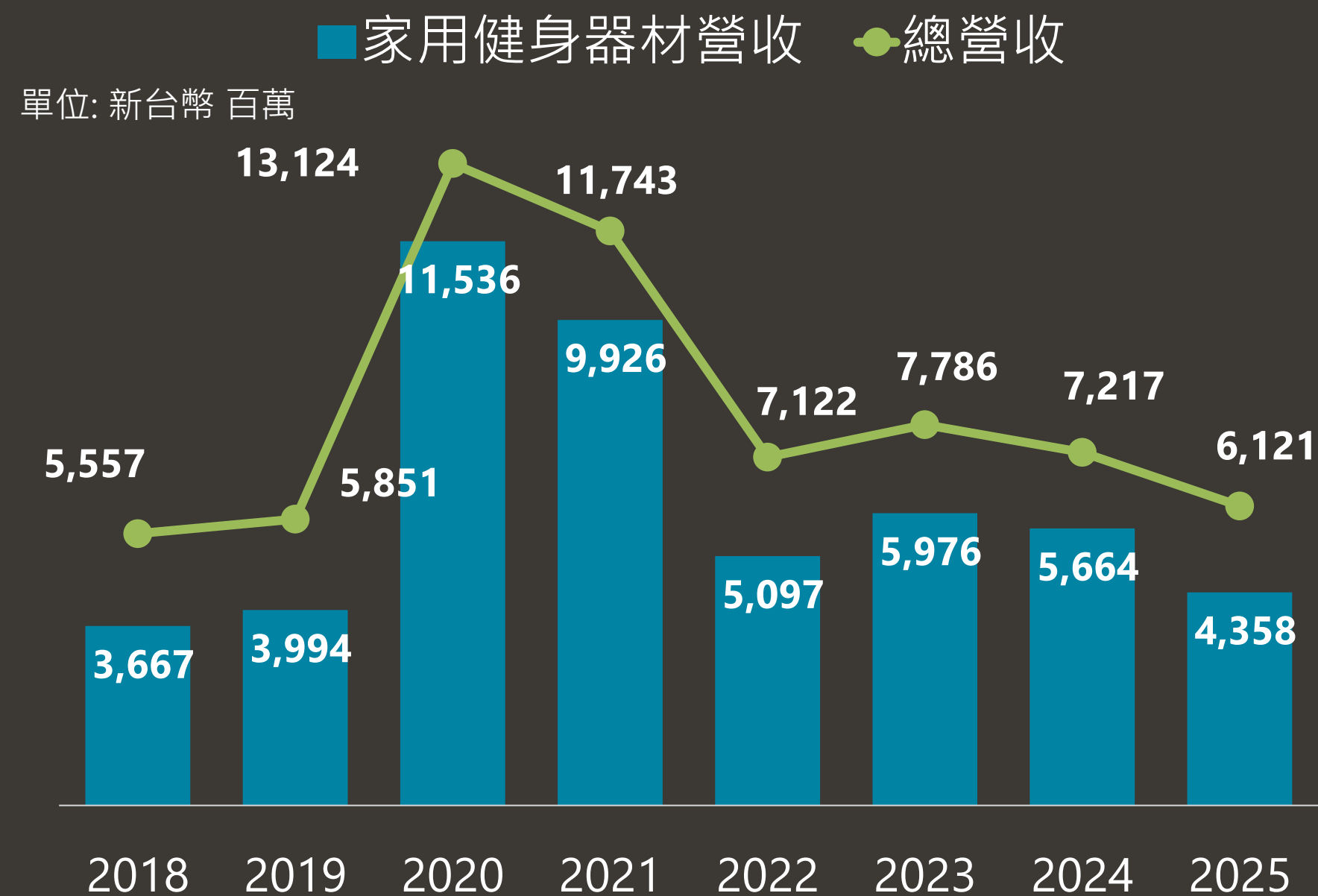
- ✓ 部分行銷費用移回總部統籌進行



優化產品結構

- ✓ 提升高毛利產品比重
- ✓ 提供創新產品與優化服務，如強化軟體系統以提升用戶黏著度，優化售後服務與物流效率等

家用健身器材營收與總營收



策略3：推行「ReFit」營運優化計畫

營業費用率長期目標降至30%



強化費用控管

- ✓ 提升行銷預算的投資回報率 (ROI)
- ✓ 拓展新興領域遵守財務紀律
- ✓ 優化人力資源配置



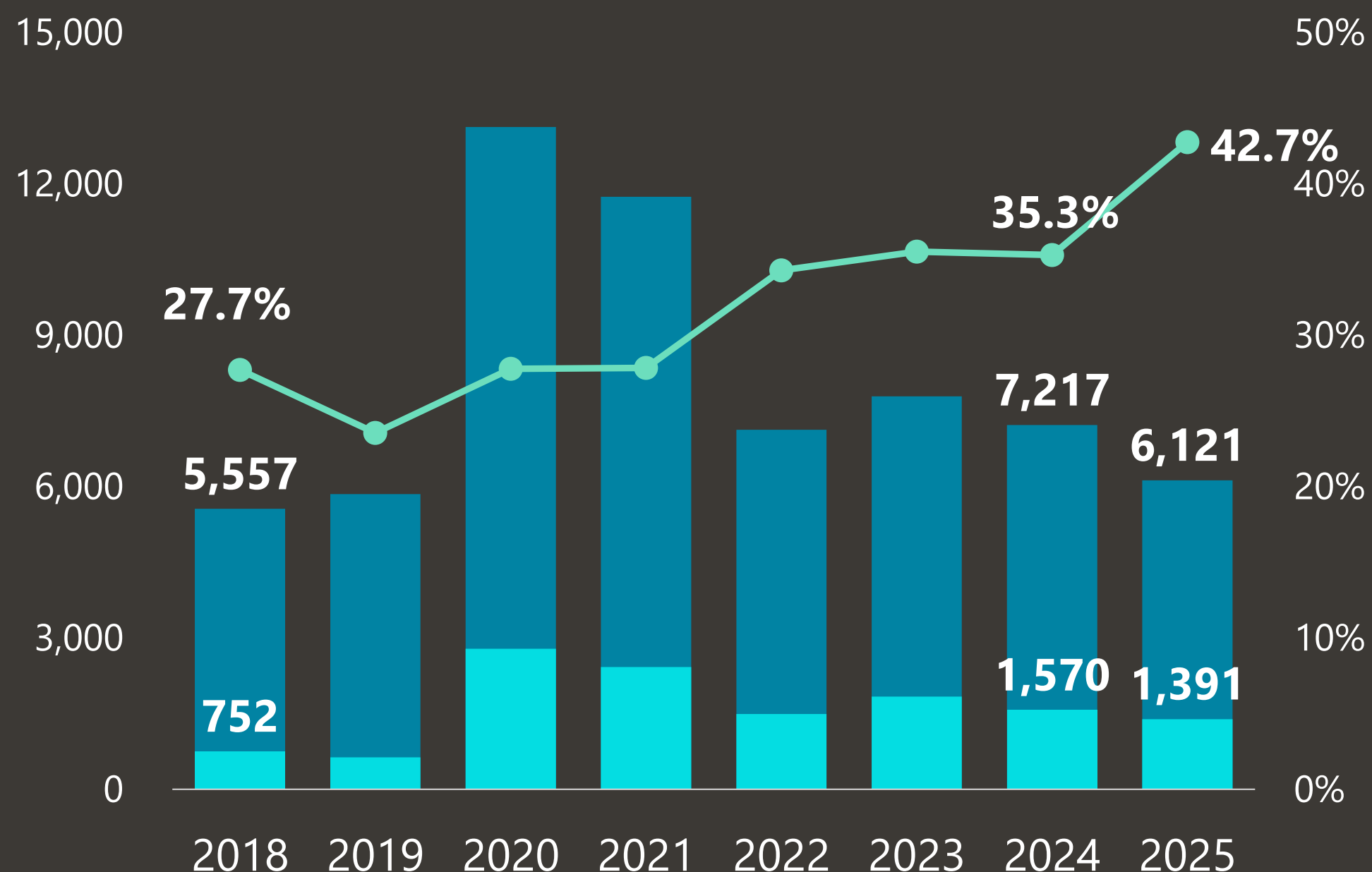
極大化資本運用效率

- ✓ 聚焦高附加價值產品與服務：現已結束戶外家具業務
- ✓ 活化閒置產能與資產

扭轉疫後費用率攀升趨勢

單位: 新台幣 百萬

■ 營收 ■ 行銷費用 ● 營業費用率



策略4：穩步拓展復健醫療與E-Bike 佈局



拓展復健醫療利基市場

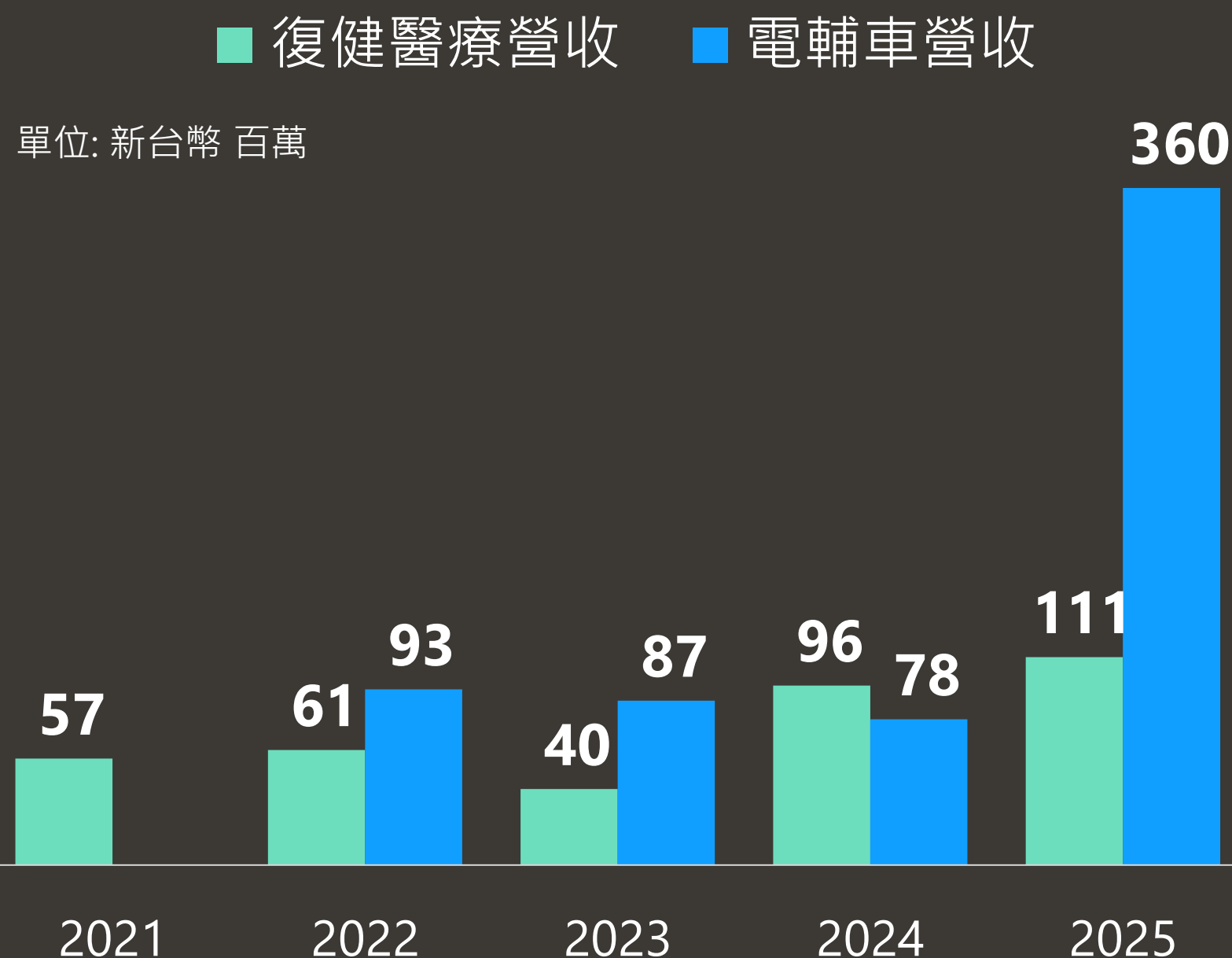
- ✓ 復健醫療運動器材門檻高，市場參與者較少，屬於利基市場
- ✓ 2026年初全新8.0系列醫療產品線產品取得歐盟MDR認證，今年起將可擴大拓展市場



切入電輔車領域

- ✓ 擴大代工業務，並在注重財務紀律下，穩健發展自有品牌
- ✓ 利用在健身器材的品牌行銷經驗與售後服務

復健醫療與電輔車營收



五年營運目標

目標商用健身器材市佔率達**1%**以上

大幅提升家用健身器材的**獲利表現**與**營運效率**

拓展復健醫療、電輔車等**新興業務**

股東權益報酬率(ROE)目標往**15%**邁進

打造為**世界級**的健身器材品牌企業





02

2025營運成果與展望

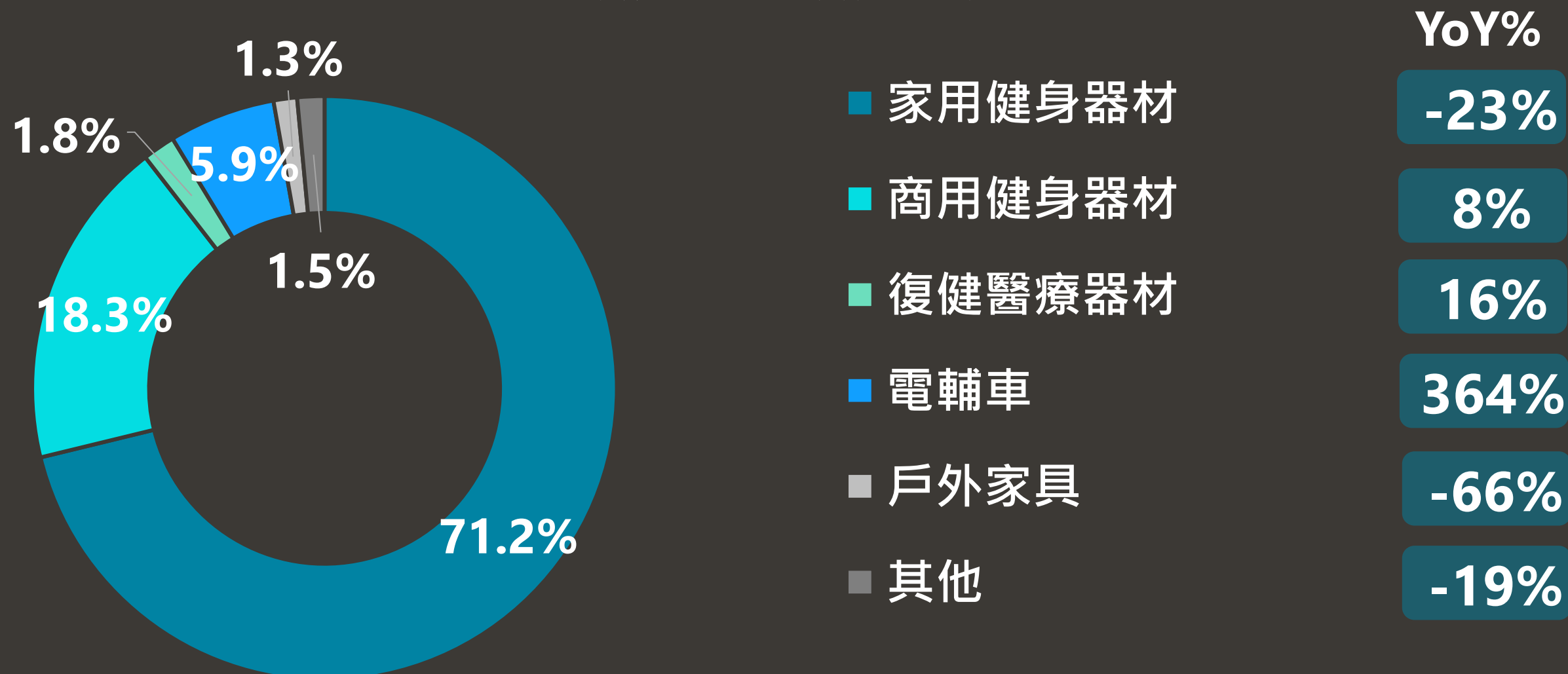
損益表 – 2025

新台幣 百萬	2025	2024	YoY
營業收入	6,121	7,217	-15%
營業毛利	2,203	2,577	-15%
毛利率	36.0%	35.7%	
營業費用	2,616	2,547	3%
營業費用占營收比重	42.7%	35.3%	
營業損益	-414	30	-
營業利益率	-6.8%	0.4%	
淨非營業損益	-365	49	
稅前損益	-779	79	-
所得稅費用	-149	9	
非控制權益	-68	-2	
淨利歸屬於母公司業主	-561	72	-
淨利率	-9.2%	1.0%	
每股盈餘 (新台幣元)	-3.35	0.45	-
股東權益報酬率	-12.9%	1.6%	
折舊與攤銷費用	267	275	
資本支出	296	289	

2025 營收結構

- 去年營收主要受到美國對等關稅政策、消費景氣波動，以及疫情後家用健身器材產業調整期影響。
- 商用健身器材營收在策略轉型積極耕耘下，持續增長，復健醫療亦持續成長。電輔車營收大增，主要受惠於歐美 ODM 客戶訂單的強勁挹注。
- 由於策略轉型聚焦核心業務而結束戶外家具業務，營收大幅減少。

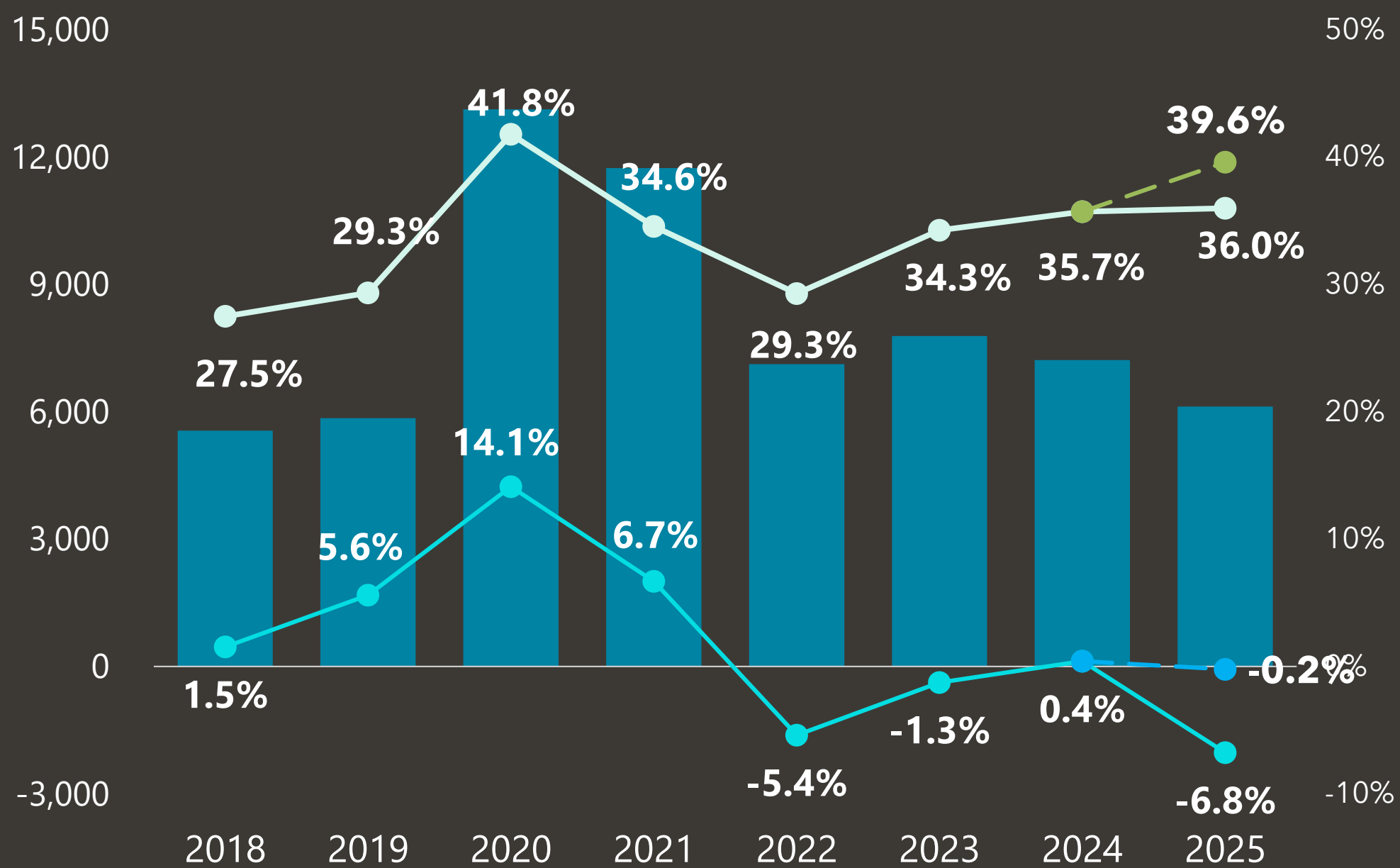
2025 營收結構 - 依產品別



長期財務表現

新台幣 百萬元

■ 營收 (左軸)
● 營業利益率 (右軸)
● 營業利益率 (調整後, 右軸)
● 毛利率 (右軸)
● 毛利率 (調整後, 右軸)



- 疫情使家用健身器材需求暴增，2020年呈倍數成長。疫情後家用健身器材面臨產業調整期。
- 在持續調整產品組合下，毛利率近年已逐漸改善。
- 2025年營業利益率大幅減少，主要由於結束戶外家具業務，認列較高的預期信用減損損失，以及人力精簡成本。

註：調整後毛利率：加回2025年額外一次性認列的存貨跌價損失。調整後營業利益率：加回人力精簡成本與信用減損損失。

2025年關鍵佈局



全新的商用重訓產品線 i-Strength

智慧型力量訓練系統

採用高精度伺服馬達電子阻力技術，全面取代傳統笨重的重量堆疊設備。結合簡單且高效的訓練程式設計，提供流暢、安全的訓練體驗。



2025年關鍵佈局



電輔車品牌 CIKADA

Cikada Urban Cruise 榮獲 2026 德國 iF 設計大獎

Urban 是 Cikada 專為都會通勤與日常移動打造的電輔車款。Cikada Urban e-bike 憑藉創新且出色的設計表現，在面對來自 68 個國家與地區、近一萬件參賽作品的激烈競爭，成功突圍並榮獲殊榮。

2025年關鍵佈局



全新的醫療復健產品線 Dyaco Medical 8.0

取得歐盟 MDR 認證

全新 Dyaco Medical 8.0 系列於今年初獲得歐盟 MDR 認證。此系列復健設備大幅提升安全性與操作便利性。系統全面整合內建平板電腦，能協助醫護人員以更智慧化的方式掌握患者復健進度。



2026年營運展望

□ 著重提升營運效率，今年目標轉虧為盈，並為連續獲利的開始

- ✓ 家用健身器材方面，今年著重獲利表現，提升行銷獲客效率。
- ✓ 去年進行營運體質調整與產品線整頓，迎接2026年重返成長元年。

□ 佈局商用商機，轉型效益逐步顯現，今年整體營收可望重返成長軌道

- ✓ 商用健身器材業務今年可望達成高成長。已為多家商用客戶洽談首選，今年目標打入北美指標大型連鎖健身房業者。
- ✓ 積極補強過去較弱的商用重訓產品線，並持續深化研發與產品布局。
- ✓ 目前岱宇在全球商用市占率僅約0.3%，基期極低，預期未來 3-5 年具倍數成長空間。

□ 建構多元成長來源

- ✓ 在新興業務方面，今年初全新8.0系列醫療產品線產品取得歐盟MDR認證，預計第二季開始貢獻營收，今年起將可擴大拓展市場。電輔車則持續在品牌與代工雙軌進行。

損益表 – 4Q25

新台幣 百萬	4Q25	3Q25	4Q24	QoQ	YoY
營業收入	1,673	1,281	2,367	31%	-29%
營業毛利	465	560	938	-17%	-50%
毛利率	27.8%	43.7%	39.6%		
營業費用	699	547	707	28%	-1%
營業費用占營收比重	41.8%	42.7%	29.9%		
營業損益	-234	14	231	-	-
營業利益率	-14.0%	1.1%	9.7%		
淨非營業損益	-222	62	95		
稅前損益	-456	76	326	-	-
所得稅費用	-71	21	31		
非控制權益	-30	-7	18		
淨利歸屬於母公司業主	-355	61	277	-	-
淨利率	-21.2%	4.8%	11.7%		
每股盈餘 (新台幣元)	-2.12	0.36	1.75	-	-
股東權益報酬率 – 非年化	-8.2%	1.4%	6.3%		
折舊與攤銷費用	74	62	72		
資本支出	35	93	36		

資產負債表 – 4Q25

新台幣 百萬	2025/12/31		2025/9/30		2024/12/31	
	\$	%	\$	%	\$	%
現金	610	6%	510	5%	1,159	10%
應收帳款 & 應收票據	1,109	11%	897	9%	1,211	11%
存貨	2,091	20%	2,358	23%	2,251	20%
其他流動資產	333	3%	425	4%	395	4%
長期投資	177	2%	160	2%	97	1%
固定資產	4,065	40%	4,024	39%	3,934	35%
其他非流動資產	1,841	18%	2,009	19%	2,076	19%
資產總額	10,227	100%	10,383	100%	11,124	100%
流動負債	3,663	36%	3,373	32%	3,933	35%
長期借款	1,578	15%	1,799	17%	1,831	16%
其他非流動負債	518	5%	359	3%	409	4%
負債總額	5,759	56%	5,532	53%	6,172	55%
普通股股本	1,791		1,791		1,671	
權益總額	4,468	44%	4,851	47%	4,952	45%
每股帳面價值 (新台幣元)	23.1		25.1		27.2	
流動比率 (流動資產/流動負債)	113%		124%		128%	
淨負債權益比率	78%		70%		59%	



Q&A



03

公司簡介

岱宇關鍵數字

1990年
成立

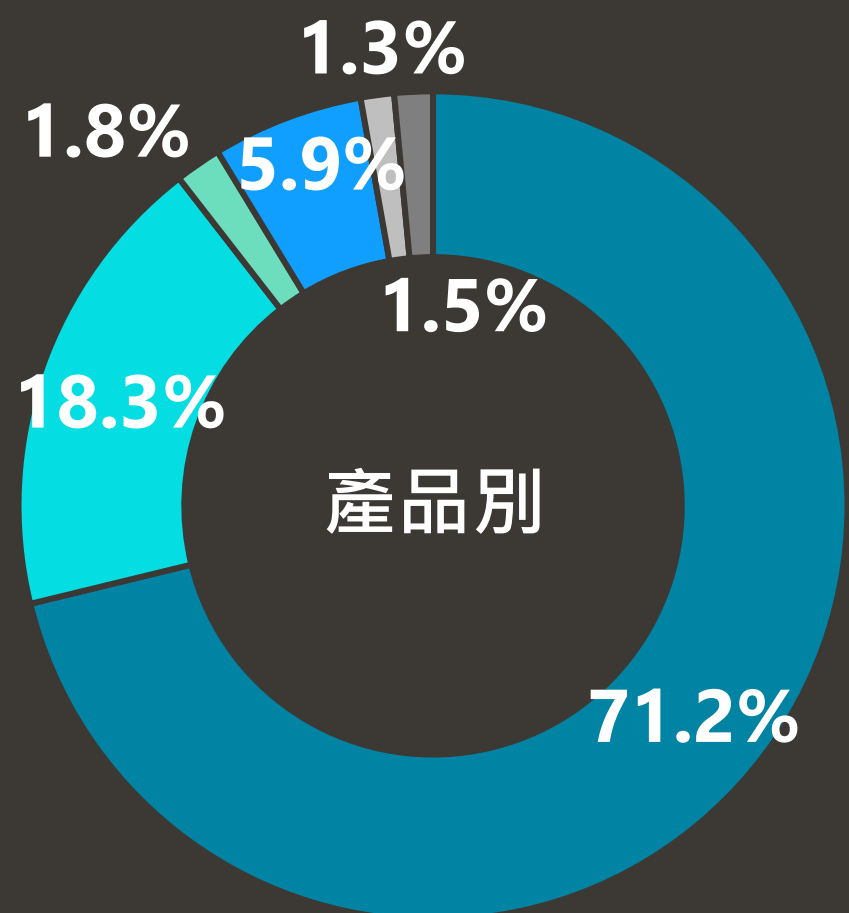
NT\$61億
2025年營收

NT\$17.91億
實收資本額

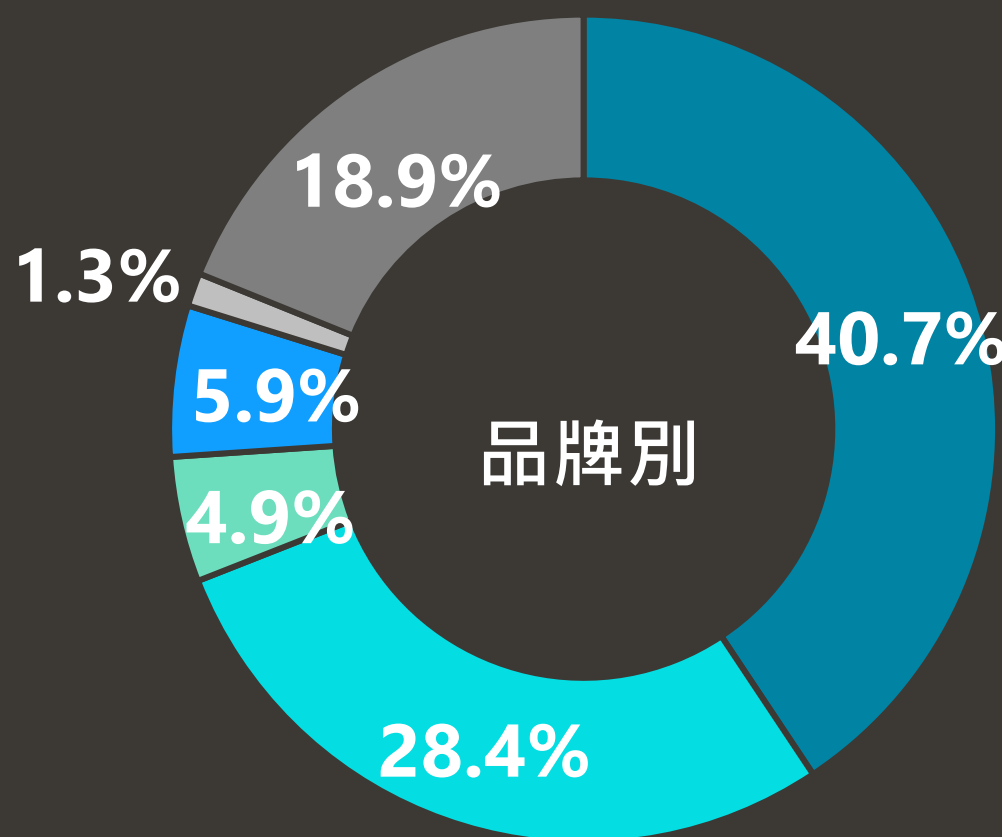
900+
員工數

6座
工廠

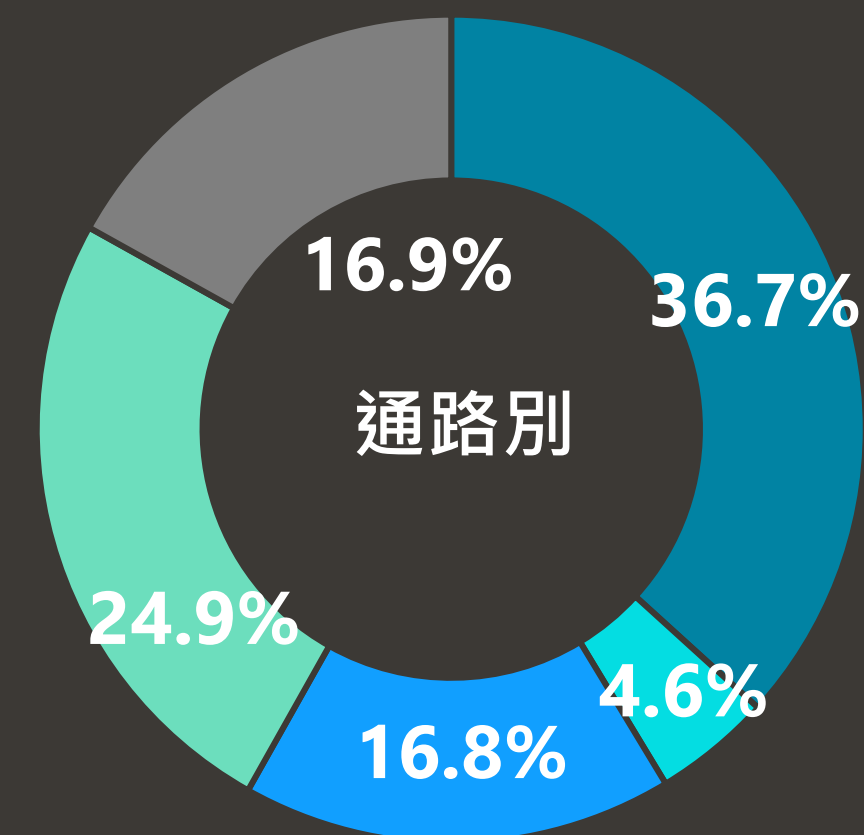
7間
直營辦事處



- 家用健身器材
- 商用健身器材
- 復健醫療
- 電輔車
- 戶外家具
- 其他



- SOLE
- SPIRIT
- XTERRA
- 電輔車
- 戶外家具
- 其他



- 實體經銷通路商
- 線上經銷通路商
- 百貨實體店面
- 自有電商購物平台
- 其他

* 根據2025營收計算

公司里程碑

- 岱宇國際正式成立
- 以貿易起家

- 取得SOLE的國際總代理權
- 登錄興櫃

- 進軍**商用健身器材**市場
- 證交所掛牌上市

- 併購SOLE，朝**自有品牌業務**轉型

- 併購電輔車代工廠，正式切入**E-Bike產業**

1990

2008

2011

2013

2016

2017

2020

2021

2022

2023

- 開始生產**家用健身器材**
- 併購SPIRIT 開始經營品牌

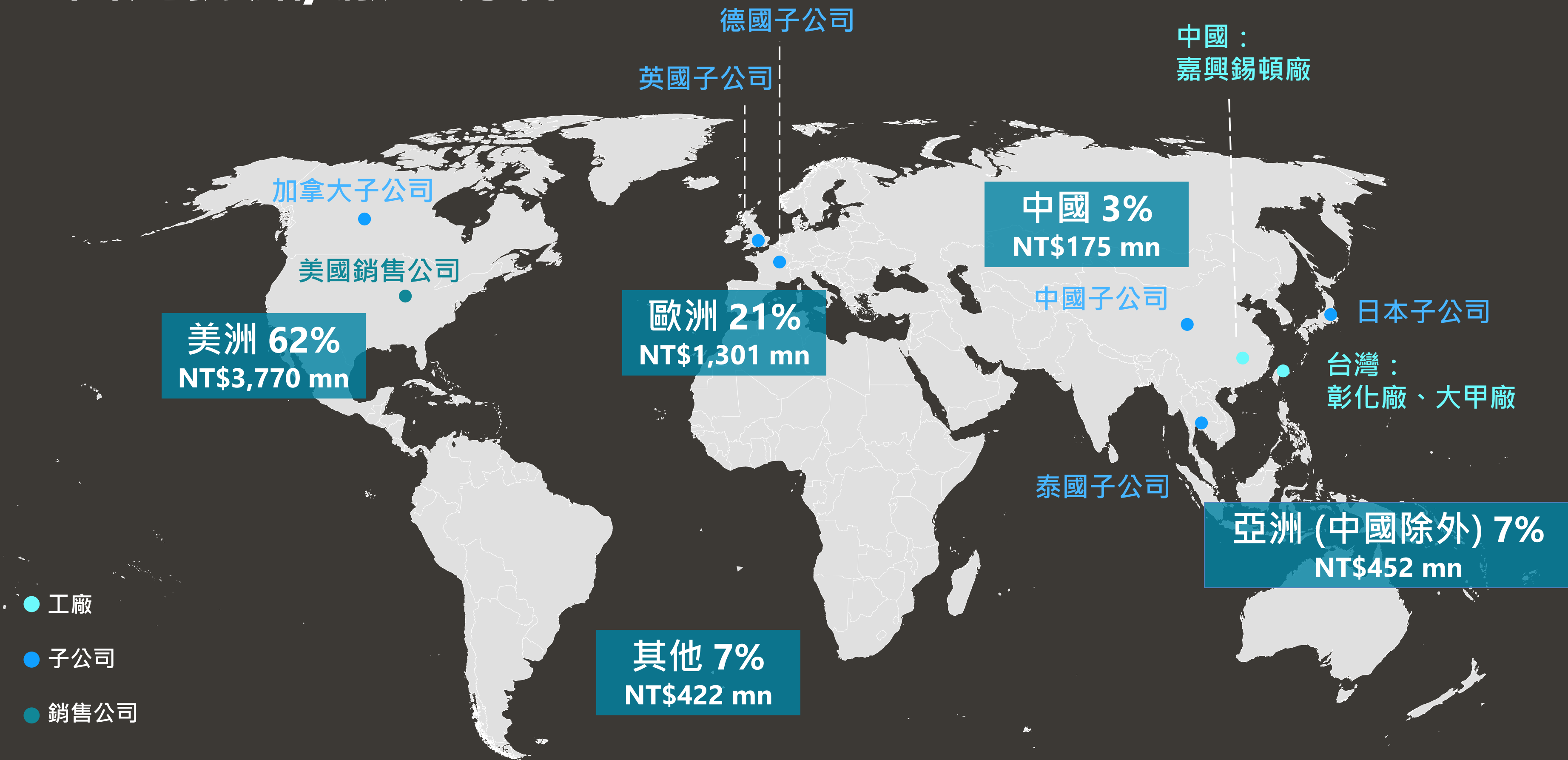
- 跨入**醫療復健器材**市場

- 併購德國通路商**CARDIO Fitness**

- 併購英國健身器材電商平台**Sweatband**

- **二代接班**
- 推出電輔車自有品牌**Cikada**

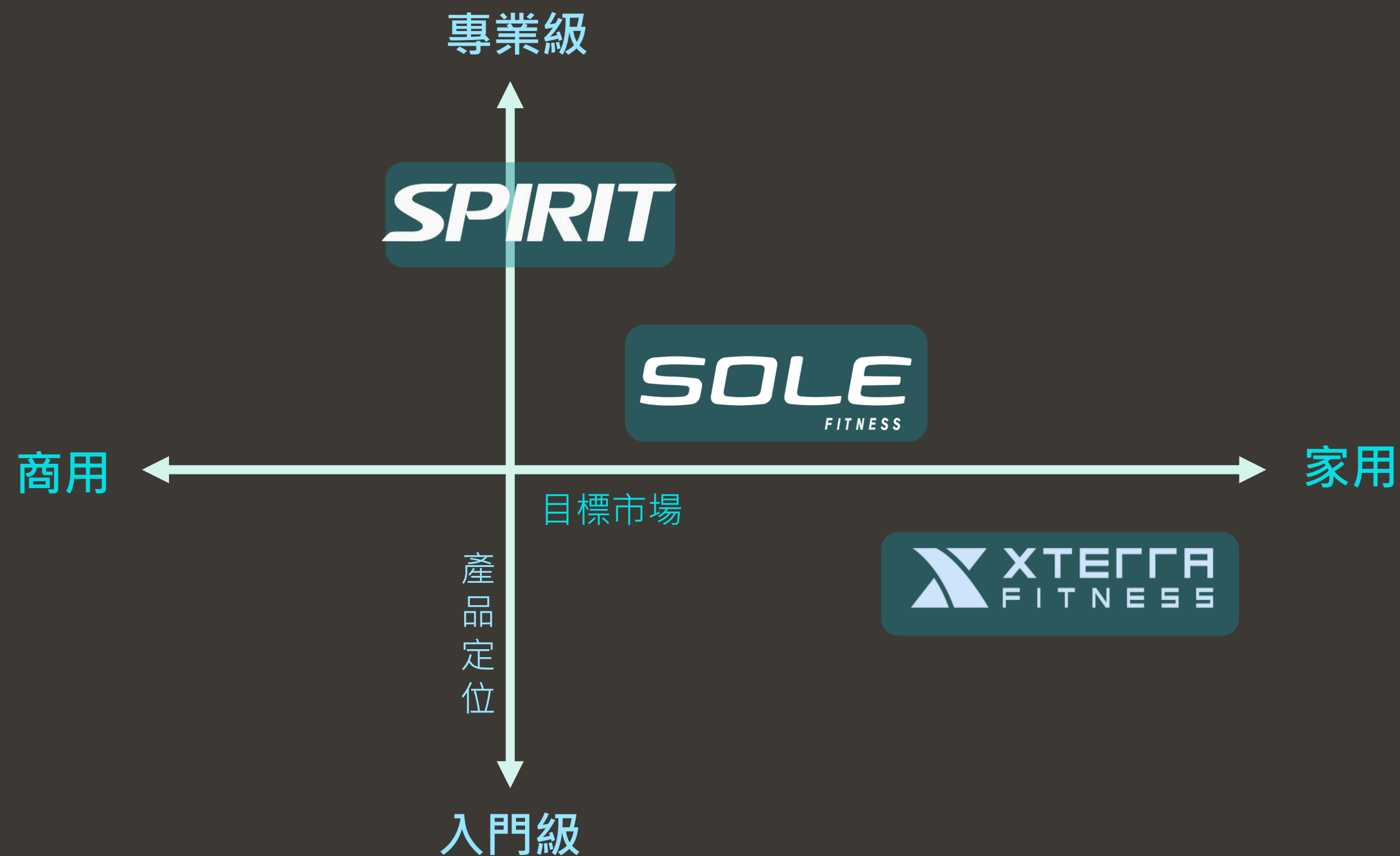
營運據點/廠區分佈



註: 營收為2025年數據

品牌定位

運動器材品牌



拓展中品牌

復健醫療



提供醫療復健設備解決方案



電輔車



高品質、高質感的電輔車



營運模式和銷售通路



*實體經銷通路商為有實體銷售的經銷商，其中部分也有兼線上銷售；百貨實體店面如大型連鎖零售商、百貨業者等；線上經銷通路商為單一在線上銷售的通路，如AMAZON、Costco Online；自有電商購物平台為岱宇自有線上銷售如SOLE fitness、Sweatband.com、Cardio Fitness

岱宇的競爭優勢



產業領導地位

擁有超過30年的產業經驗，在家用健身器材具備領導地位。



垂直整合一站式服務

全球少數具備「製造、品牌、通路與售後服務」一站式實力。



高性價比優勢

控管成本，同時維持產品品質，以及提供優質服務，具備高性價比的優勢。



04

ESG永續發展

ESG永續發展



環境保護

- 設有**企業永續發展委員會**，負責檢視氣候變遷議題之策略擬定、目標設定與成效檢討。
- 2024年台灣地區溫室氣體排放強度為**0.2661** 噸CO₂e/ 營業額（新台幣百萬元），較前一年度減少0.0112。
- 岱宇目前設有**4** 套太陽能發電系統。此外，於2024年在彰化本廠安裝**智慧電表**系統，以進行能源監控。



社會責任

- 2024年教育訓練總投入達**7,977** 小時，涵蓋主管領導管理能力培訓、軟實力培訓等。
- 2024年台灣地區**未發生職業災害事件**，並設有職業安全衛生委員會，定期檢討與追蹤成效。
- 致力於**社會公益**，2024年度公益捐款總金額達**138萬元**，包括協助推動體育相關宣導、陪伴偏鄉孩童課後伴讀等。



公司治理

- 董事會獨立性與性別多元化 – **57%** 為獨立董事
董事會已加入一席女性董事
- 2024年公司治理評鑑排名為全體上市公司**6-20%**，並於市值未達50億元公司中排名**前1%**。
- 2024年台灣在地採購比例達**96%**，並對**265** 家供應商進行環境、職業安全及社會責任管理調查。

05

歷史財務數據

年度損益表

新台幣 百萬						YoY (%)				
	2021	2022	2023	2024	2025	2021	2022	2023	2024	2025
營業收入	11,742	7,122	7,786	7,217	6,121	-11%	-39%	9%	-7%	-15%
銷貨成本	7,685	5,037	5,119	4,640	3,918	1%	-34%	2%	-9%	-16%
營業毛利	4,057	2,085	2,667	2,577	2,203	-26%	-49%	28%	-3%	-15%
營業費用	3,269	2,442	2,766	2,547	2,616	-10%	-25%	13%	-8%	3%
營業損益	785	-384	-98	30	-414	-58%	-	-	-	-
稅前損益	548	-81	-169	79	-779	-67%	-	-	-	-
歸屬母公司淨利	440	-76	-123	72	-561	-67%	-	-	-	-
每股盈餘 (新台幣元)	\$3.47	-\$0.61	-\$0.88	\$0.45	-\$3.35	-70%	-	-	-	-
毛利率	34.6%	29.3%	34.3%	35.7%	36.0%					
營業費用率	27.8%	34.3%	35.5%	35.3%	42.7%					
營業利益率	6.7%	-5.4%	-1.3%	0.4%	-6.8%					
淨利率	3.8%	-1.1%	-1.6%	1.0%	-9.2%					
股東權益報酬率	10.4%	-2.0%	-3.1%	1.6%	-12.9%					

年度資產負債表

新台幣 百萬						佔總資產比重				
	2021	2022	2023	2024	2025	2021	2022	2023	2024	2025
資產總額	12,201	11,965	11,289	11,124	10,227	100%	100%	100%	100%	100%
現金	1,213	1,121	1,159	1,159	610	10%	9%	10%	10%	6%
應收帳款&應收票據	1,649	1,096	1,072	1,211	1,109	14%	9%	9%	11%	11%
存貨	3,531	2,989	2,474	2,251	2,091	29%	25%	22%	20%	20%
固定資產	2,924	3,692	3,756	3,934	4,065	24%	31%	33%	35%	40%
負債總額	7,820	7,901	6,517	6,172	5,759	64%	66%	58%	55%	56%
長期借款	558	1,484	1,919	1,831	1,578	5%	12%	17%	16%	15%
應付帳款&應付票據	1,371	1,062	985	1,128	738	11%	9%	9%	10%	7%
權益總額	4,381	4,064	4,772	4,952	4,468	36%	34%	42%	45%	44%
應收帳款週轉天數	73	70	51	58	69					
存貨週轉天數	158	236	195	186	202					
應付帳款周轉天數	109	88	73	83	87					
現金循環週期	122	218	173	160	185					

現金股利

新台幣 百萬	2021	2022	2023	2024	2025
歸屬母公司淨利	440	-76	-123	72	-561
股利發放	318	63	0	87	-
每股股利 (新台幣元)	2.51	0.50	0.00	0.50	-
發放率	72%	-	-	121%	-
現金股利殖利率 ¹	6.6%	1.2%	-	2.3%	-

附註：

1. 2021-2024年現金股利殖利率使用除息日前一日之市值計算。



謝謝指教



investor@dyaco.com

<https://dyaco.com/zh-hant/investors>

