A female athlete with blonde hair in a ponytail is in a starting crouch on a blue track. She is wearing a grey and white striped sports bra and grey shorts. The background shows a stadium with a bright sun setting, creating a lens flare effect.

股票代號：1598

dyaco 岱宇國際

主講人：鍾沛宏 經理

簡報大綱

- 公司簡介
- 競爭優勢
- 企業營運概況
- 未來展望



公司基本資料及概況






- 創立時間: 民國79年06月02日
- 總公司: 臺北市中山區松江路111號12樓
- 生產工廠: 彰化縣全興工業區(共四廠)、中國嘉興廠
- 總資本額: 新台幣12.10億元
- 主要產品: 心肺復甦、輕量型及醫療復健輔助健身器材

- 董事長: 林英俊
- 總經理: 陳明男
- 員工人數: 1,500 人

- 主要品牌:



公司基本資料及概況

主打市場	家用市場	大眾市場			商用市場
主要品牌					
營收占比 (%)	1H20 : 54% 2019年 : 40% 2018年 : 39% 2017年 : 41%	1H20 : 12% 2019年 : 14% 2018年 : 11% 2017年 : 4%	1H20 : 1% 2019年 : 1% 2018年 : 2% 2017年 : 3%	1H20 : 18% 2019年 : 25% 2018年 : 25% 2017年 : 29%	已陸續出貨貢獻
主力產品	電動跑步機、橢圓機及健身車				搏擊格鬥、重量訓練、配件等
產品價位 (平均單價 /USD)	電動跑步機 : 1,449 橢圓機 : 1,374 健身車 : 899	電動跑步機 : 899 橢圓機 : 999 健身車 : 599	電動跑步機 : 699 橢圓機 : 499 健身車 : 399	電動跑步機 : 1,959 橢圓機 : 2,032 健身車 : 1,399	-
主要銷售通路	專賣店、百貨公司、連鎖零售店、網路銷售				

註：以上各品牌營收比重以不含戶外家具收入計算。

品牌價值: 市場定位



• 全方位的品牌布局

- ◆ 專業使用者/運動狂熱者
- ◆ 關注使用產品品質及體驗者經驗
- ◆ 商用市場/專業零售市場

- ◆ 運動愛好者
- ◆ 對於產品外觀的喜好度高於性能
- ◆ 運動用品市場

- ◆ 一般使用者/入門者
- ◆ 對於功能面喜歡簡易操作者
- ◆ 大眾市場



高

低

價格

競爭優勢

全球經銷通路



岱宇旗下品牌合作銷售通路，涵蓋北美、歐洲、中國等最大健身器材通路，除美國主要合作夥伴旗下銷售據點站穩7成市佔率，岱宇亦積極開拓電商平台銷售之布局。

天貓 Tmall.com

INTERSPORT

amazon.com

Academy SPORTS+OUTDOORS

Argos

Fahrrad XXL

ebay.in

DICK'S SPORTING GOODS

Sears

JD.COM 京東

Garrefour

John Lewis

Walmart Save money. Live better.

CARDIOfitness Wir liefern Fitness

HAMMER HEALTH & FITNESS EQUIPMENT CENTERS

Dunham's SPORTS

FITNESS STATION

尚體

THE FITNESSOUTLET SINCE 1993

SPORT CHALET THE EXPERTS

Garlando SPORT AND LEISURE

FITNESSFACTORY.COM

FLAMAN Fitness

game

Hilton

PLAY IT AGAIN SPORTS

AMART ALL SPORTS

AFTON makro HEALTH AND FITNESS EQUIPMENT makro.co.za

BIG on life

Holiday Inn

BIG5 SPORTING GOODS

CANADIAN TIRE

FITNESS HQ

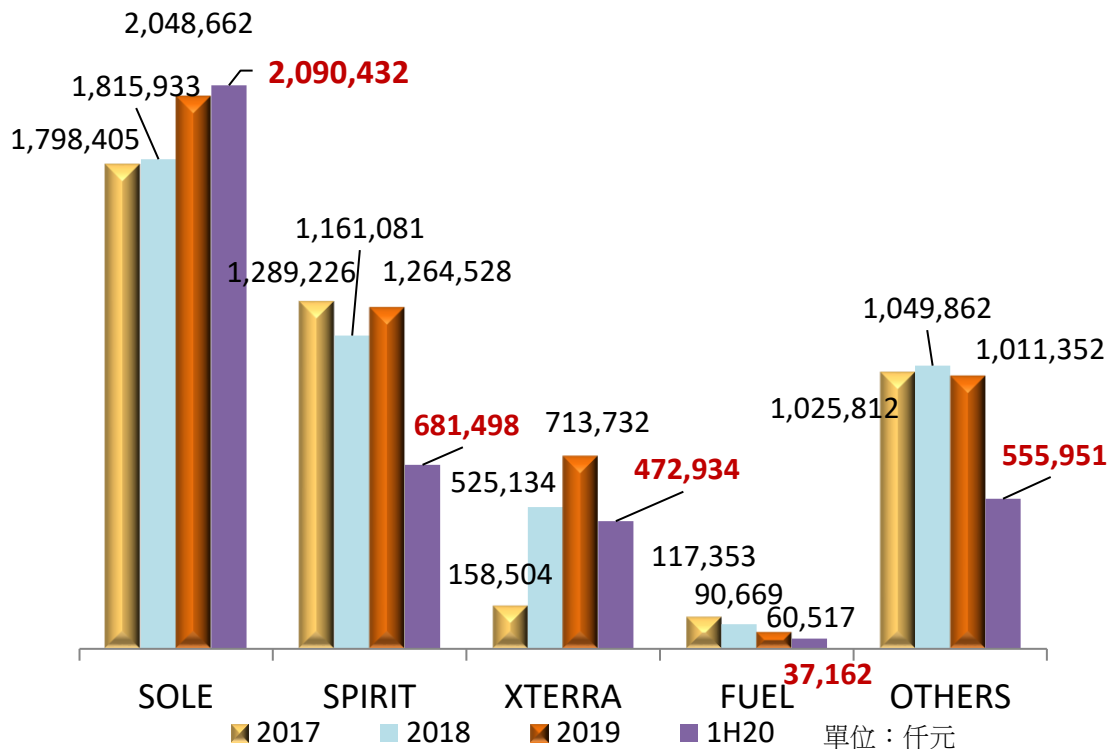
OLMO

MC SPORTS

2020第二季暨近三年簡明損益表

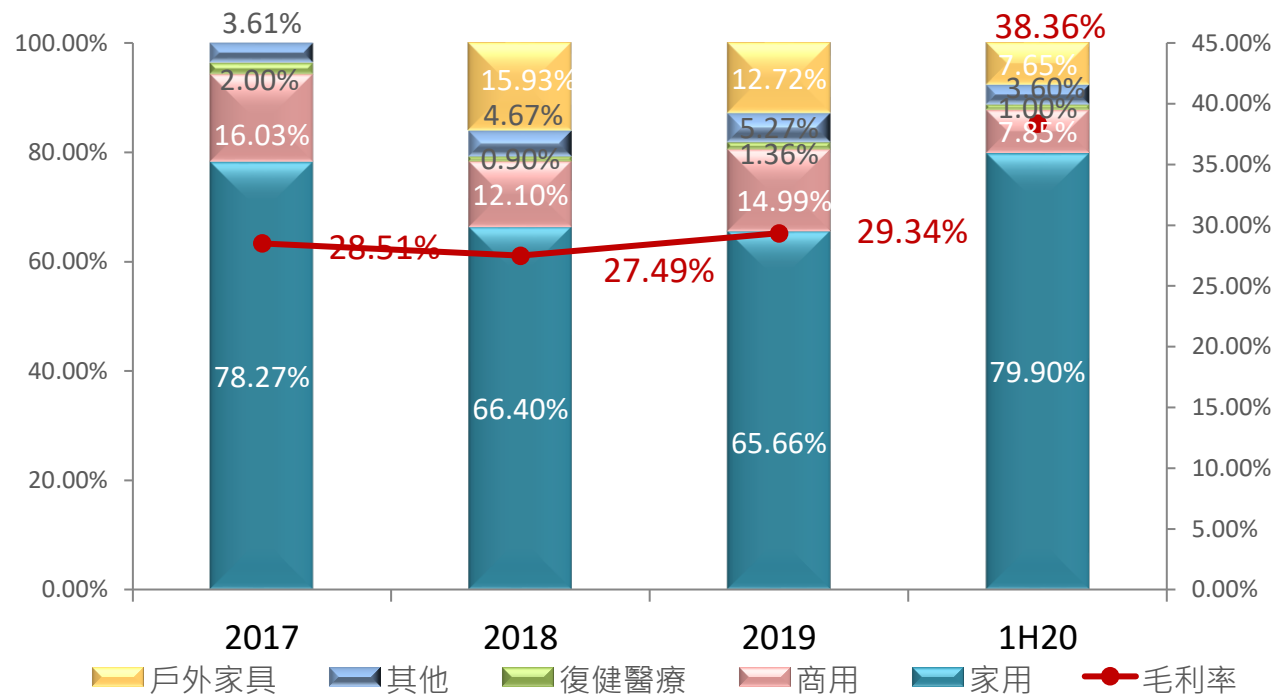
單位：仟元	2020/2Q	2019/2Q	YoY	2019年	2018年	2017年
營業收入	2,508,224	1,104,227	127.15%	5,850,528	5,557,150	4,457,716
營業成本	1,376,202	833,650	65.08%	4,134,129	4,029,751	3,187,027
營業毛利	1,132,022	270,577	318.37%	1,716,399	1,527,399	1,270,689
毛利率	45.13%	24.50%	-	29.34%	27.49%	28.51%
營業費用	837,110	316,114	164.81%	1,377,363	1,539,755	1,294,916
營業利益	294,947	-45,751	-	327,705	85,090	-23,914
營業利益率	11.76%	-4.14%	-	5.60%	1.53%	-0.54%
業外收(支) 淨額	-29,060	16,447	-	-49,061	61,571	-177,197
所得稅(費用)	79,429	-14,449	-	58,549	19,205	-35,208
稅後淨利	186,458	-14,855	-	220,095	127,456	-165,903
EPS(元)	1.65	-0.13	-	2.05	1.16	-1.62

品牌銷售組合



- SOLE品牌擁有北美第一大電商健身器材品牌之地位，今年完成整併充分展現集團資源整合力度，挹注SOLE品牌於美國自有官網、DICK'S線上商城等線上表現持續熱銷，帶動上半年營收超越去年全年。
- XTERRA品牌隨著Amazon電商客戶持續追加訂單，以及新款健步車產品亦同步順利打進數家線上通路客戶，有機會展現更為強勁出貨表現。

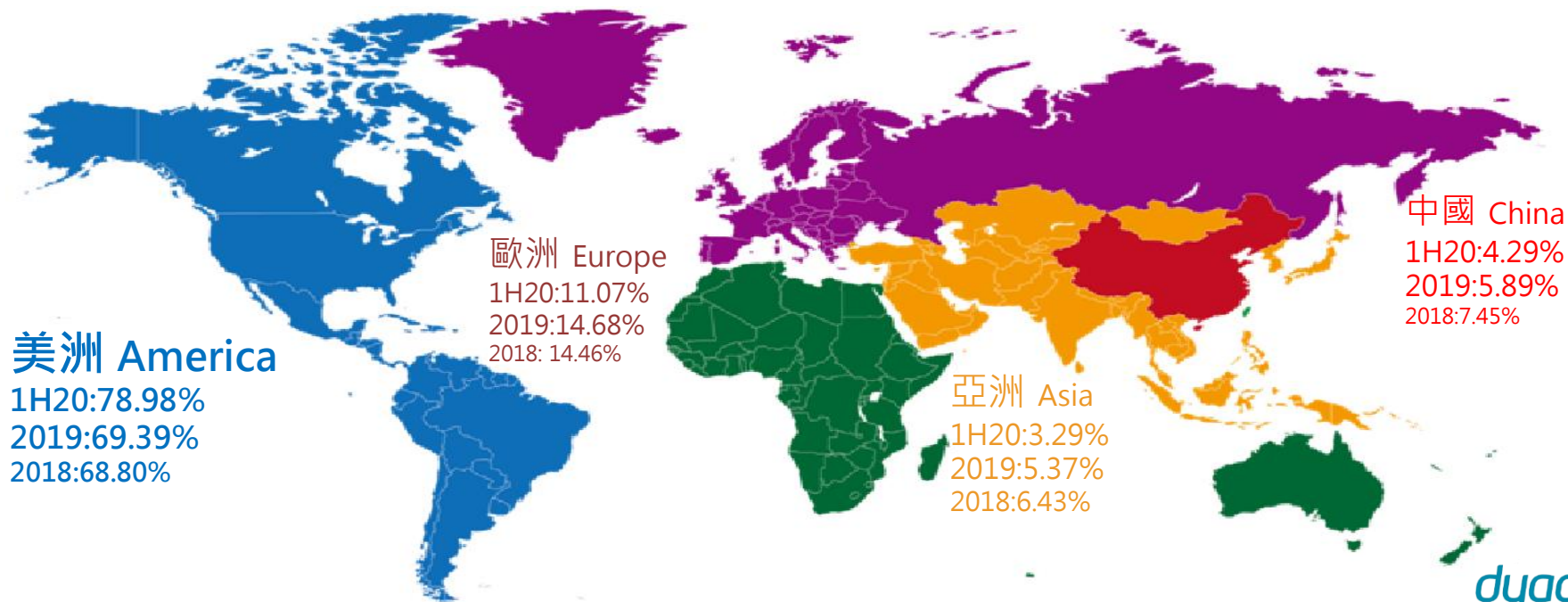
銷售結構與毛利率比較



- 2018年雖受中國錫頓併入後，新增戶外家具收入貢獻，使得整體毛利率下降至27.49%。
- 2020年上半年毛利率達38.36%，創歷年同期新高，主要受惠併入SOLE Fitness公司完整保留終端產品毛利率挹注，以及整體產能稼動率放大等效益，帶動集團整體營運獲利能力大幅精進。

各地區銷售比重

岱宇仍持續拓展新市場，2018年於英國、西雅圖等地區成立子公司，以深化當地市場銷售表現，並就近服務開拓商用健身器材市場契機，壯大集團旗下SPIRIT、UFC等品牌市占。



2020-2021年全球健身產業趨勢

11 LATEST FITNESS TRENDS: 2020/2021 DATA

1. Wearable Technology
2. Wellness Programs In and Out of the Gym
3. Catering to Generational Needs
4. Accessibility and Inclusivity
5. Fitness Clusters in Malls
6. Increased Focus on High-Intensity Interval Training
7. Group Training
8. Free Weight Training
9. Exercise Is Medicine Movement
10. Health and Wellness Coaching
11. Employment During and After COVID-19

- ✓ 穿戴式裝置、AI健身提供民眾更為優質健身體驗
- ✓ 健身房不僅提供設備及教練指導，更進一步找尋提供其他與健身相關的服務，創造差異化
- ✓ 每個年齡段的健身需求逐步受重視
- ✓ 高強度間歇訓練及重量訓練需求提高

2020-2021年全球健身產業趨勢

11 LATEST FITNESS TRENDS: 2020/2021 DATA

1. Wearable Technology
2. Wellness Programs In and Out of the Gym
3. Catering to Generational Needs
4. Accessibility and Inclusivity
5. Fitness Clusters in Malls
6. Increased Focus on High-Intensity Interval Training
7. Group Training
8. Free Weight Training
9. Exercise Is Medicine Movement
10. Health and Wellness Coaching
11. Employment During and After COVID-19

- ✓ 穿戴式裝置、AI健身提供民眾更為優質健身體驗
- ✓ 健身房不僅提供設備及教練指導，更進一步找尋提供其他與健身相關的服務，創造差異化
- ✓ 每個年齡段的健身需求逐步受重視
- ✓ 高強度間歇訓練及重量訓練需求提高

未來展望

SOLE併購效益



SOLE
FITNESS

2020年2月已正式取得北美第一大電商健身器材品牌**SOLE**，正式朝自有品牌OBM業務轉型，此次併購除財務上對於集團的正面挹注效果，更重要的是期許雙方資源整合綜效，有助於下降原與SOLE品牌中間運營成本與品牌授權金等費用，並拓展旗下各品牌於北美家用健身器材市場線上與線下新零售通路布局，提升集團於全球健身器材產業整體競爭力。

隨著SOLE品牌在北美主要通路客戶保持良好備貨需求，以及線上電商銷售動能強勁，目前亦規劃擴增SOLE品牌於家用健身器材、輕商用產品線，預計於今年第三季新產品陸續上市展開新一波銷售，可望增添未來整體營運良好成長動能。

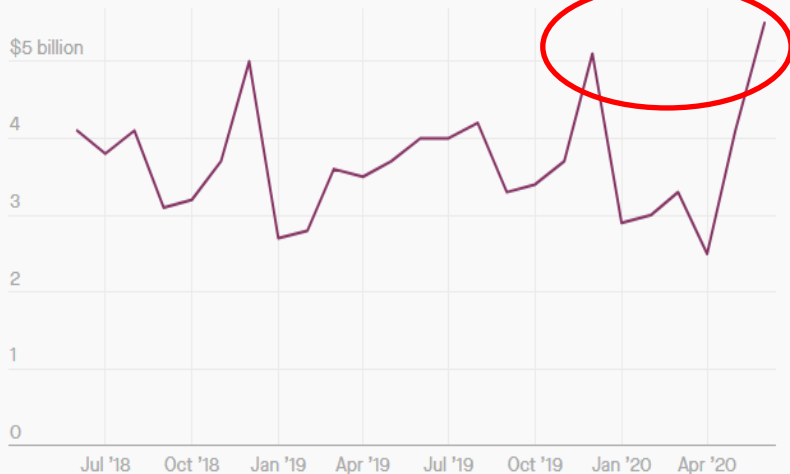
未來展望

SOLE品牌市占擴大

根據美國人口普查局數據統計，6月美國體育用品商店的零售總額達到55億美元，高於去年同期的40億美元，更超越疫情前健身產業旺季表現。

看好美國居家健身風潮狂熱，線上健身器材銷售暢旺，憑藉SOLE品牌擁有北美第一大電商健身器材品牌之地位，除自有官網線上銷售、北美DICK'S主要通路客戶接單皆較去年同期呈現倍增水準，今年更完善SOLE品牌重量訓練產品擴充、以及新款產品於下半年上市計畫，有助於擴大SOLE品牌市占率。

Retail sales at US sporting goods stores rose above pre-pandemic levels



Quartz | qz.com | Data: US Census Bureau



Integrated Tablet Holder



Bluetooth
Bluetooth Audio
Speakers



USB Port For
Charging Devices



3.5 HP - High
Powered Motor That
Can Do It All



Best Rated Treadmill In Its Class

Sole F80 Treadmill

Due to high demand, est. arrival after purchase is 30 days

MSRP

\$2,799.99

Today's Sale Price

\$1,599.99

★★★★ 4.5/5

Read all 11 reviews

Free Shipping

30 Day Money Back

ADD TO CART

Awards



Best in
Class 2020



Best Buy
2020

線上家用健身器材需求強勁

岱宇目標持續鎖定在高性價比、銷售量更大的大眾化需求家用健身器材市場，加上岱宇旗下品牌在國際上取得的良好品牌口碑與滿意度基礎，隨著線上家用健身器材需求火熱，2020年前8月XTERRA品牌出貨台數已超過去年全年，隨著Amazon電商客戶持續追加訂單，以及新款健步車產品亦同步順利打進數家線上通路客戶，有機會展現更為強勁出貨表現。

Amazon 出貨台數

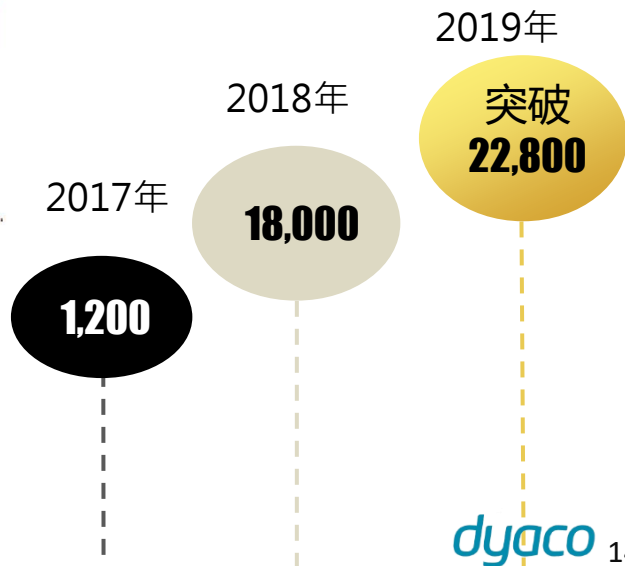


XTERRA Fitness TR150 Folding Treadmill Black
by XTERRA Fitness
★★★★☆ 210 customer reviews | 135 answered questions

Available from these sellers.

- Large 16" x 50" walking/running surface
- Large 5 inch LCD display is easy to read and keeps you updated on speed, incline, time, distance, calories, and Pulse
- Speed range 0.5 - 10 MPH allows for users of all fitness levels
- 12 preset programs offer unmatched variety for your workouts
- 3 manual incline settings allow for maximum variety

New (4) from \$749.99



智能健身商機起飛

根據Grand View Research的最新報告，全球互聯健身器材市場預計在2025年達到**59.6億美元**規模，複合年增長率達**31.2%**；家用健身器材市場增長速度最快，預期2019到2025年間的複合年增長率達32.0%，主要受惠健身房會員資格的成本高，加上住家裝設擁有更大便利性，使消費者購買智能家用健身器材產品，以地區別來看，則以亞太地區複合年增長率達33.0%增長最快。

智能運動生態場景

dyaco

X

GOMORE



● 通過岱宇藍芽協定
溝通電跑與橢圓機



● 訂製手環
● 開放藍芽

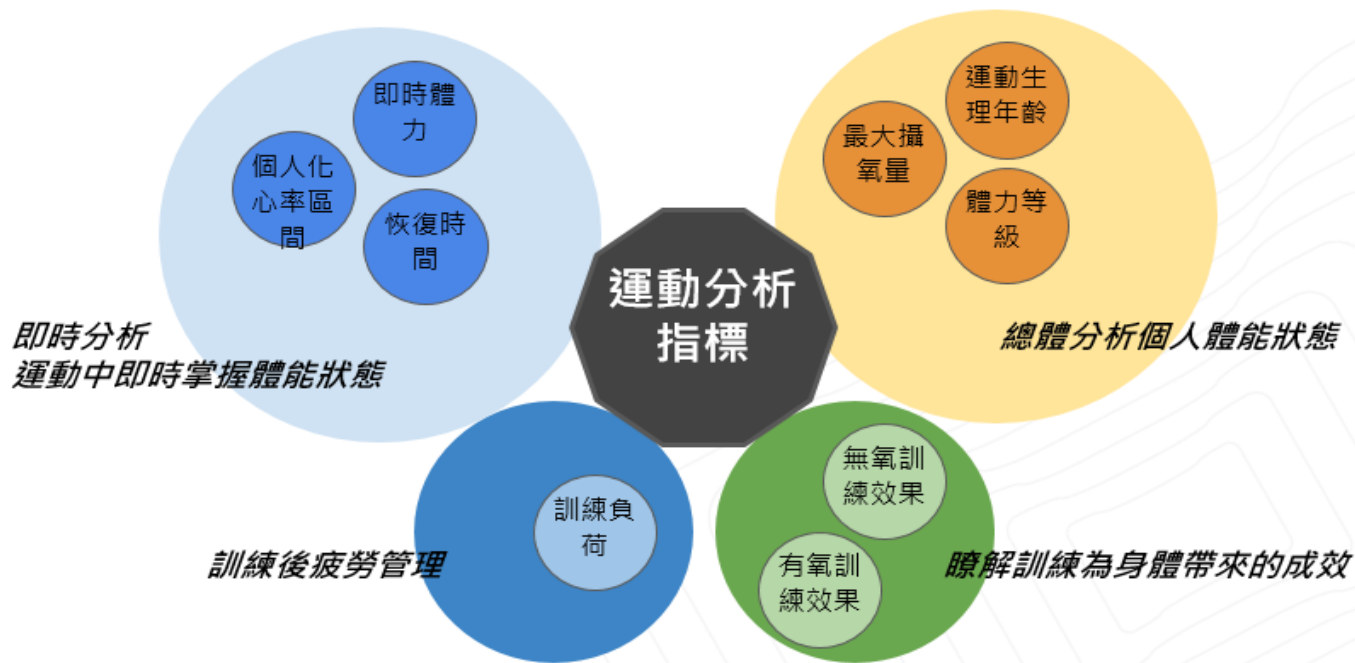


● iOS手機版
● Android手機版



GOMORE合作目標

為布建室內智慧運動場景，通過GoMore個人化運動分析與AI教練，以App做為平臺串連多裝置，進行訊號採集、資料串聯、運動分析，並實現真AI運動體驗。



特色：

- ✓ 市場領先的真AI服務
- ✓ 專業等級運動分析
- ✓ 唯一室內戶外皆能實現「真實」分析功能

完善商用健身器材產品線布局



UFC品牌為全球最大綜合格鬥品牌，每年舉辦超過30場綜合格鬥比賽於全球145個國家實況轉播，19種語言出現在UFC的轉播中。擁有全世界最龐大的按次收費電視客群，累積全球3億粉絲基礎。

岱宇已完成研發推出家用與商用健身領域的重量訓練、綜合格鬥、家用板凳、相關配件等系列，總計超過200款品項健身器材產品，採取整合Gym 80、SPIRIT等品牌旗下商用健身器材，提供商用健身房客戶整套完善商用健身房器材規劃，提升岱宇於商用健身器材市場競爭條件。

UFC品牌已於2018年順利展開北美亞馬遜電商平台、Dicks線上商城等銷售布局並創造營收貢獻，隨著完善UFC品牌齊全產品線布局，於2019年重要展會推廣並成功吸引諸多廠商洽談代理，目前UFC品牌全球代理商、以及子公司已進一步躍升至目前的36家，並朝突破40家目標邁進，以期創造UFC品牌更為強勁的銷售動能。

多角化產品應用-醫療復健健身器材市場深化(1-1)

岱宇進一步攜手百年品牌歷史的健康科技生活大廠飛利浦(Philips)共同合作，由岱宇取得飛利浦品牌授權，針對其在醫療科技領域所需的物理治療、老人復健等器材，提供從家用到商用完整的醫療復健用心肺運動器材產品解決方案。根據聯合國的預估，全球60歲以上的銀髮族將會於2050年達到約21億人，且銀髮族將更注重增強體能、預防疾病以促進老年生活品質，岱宇與飛利浦皆看好未來的「活躍老化」商機，已於2019年第一季正式於北美地區銷售，將規劃逐步拓展至其他市場，憑藉飛利浦的高品牌知名度與領先市占率，將能有效帶動岱宇的醫療復健器材銷售成長動能。



Cardiovascular care



Monitoring



Imaging



Healthcare
informatics



Clinical
applications



Consulting &
services



Diagnostic
technologies



Population health

*飛利浦2017年年報指出，其醫療相關產品及服務截至目前已改善了13億人的生活。

多角化產品應用-醫療復健健身器材市場深化(1-2)

Consumer (Home) 家用器材



Recumbent



Upright



Recumbent Total Body Stepper



Treadmill

Commercial Medical 商用(醫療)器材



Recumbent



Upright



Recumbent Total Body Stepper



Recumbent Total Body Stepper



Treadmill

擴大全球市占，啟動擴廠計畫

岱宇經8月董事會決議通過，投資2.6億元取得統一塑膠公司100%股權，間接取得於台中大甲地區約2,400坪土地，主要考量全球健身運動趨勢越發盛行，且今年因疫情創造宅經濟居家健身的龐大商機，啟動擴建新廠計畫以搶攻更高健身器材市場占有率表現，規劃取得土地後將進行營造廠招標，並依照GMP廠規格標準興建擴廠，以建置健身器材、醫療復健等產線，對整體營運帶來正面的挹注。



dyaco 岱宇國際

Thank You!