

dyaco

岱宇國際

1598 TT

Dyaco International Inc.

投資人簡報

2026/9



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** 2Q26營運成果與展望
- 02** 轉型策略與目標
- 03** 公司簡介
- 04** ESG永續發展
- 05** 歷史財務數據

A woman with blonde hair in a ponytail, wearing a white sports bra and light blue leggings, is rowing on a black and silver Sole SR550 rowing machine. The machine is positioned in a living room with a red brick wall in the background. To the left, there is a black leather tufted chair with a red blanket draped over it, a lamp with a beige shade, and a red and gold patterned vase. A green plant is visible in the bottom left corner. The machine has 'SOLE' and 'SR550' printed on it. A large blue diagonal overlay covers the bottom half of the image, containing the text '01' and '2Q26營運成果與展望' in white.

01

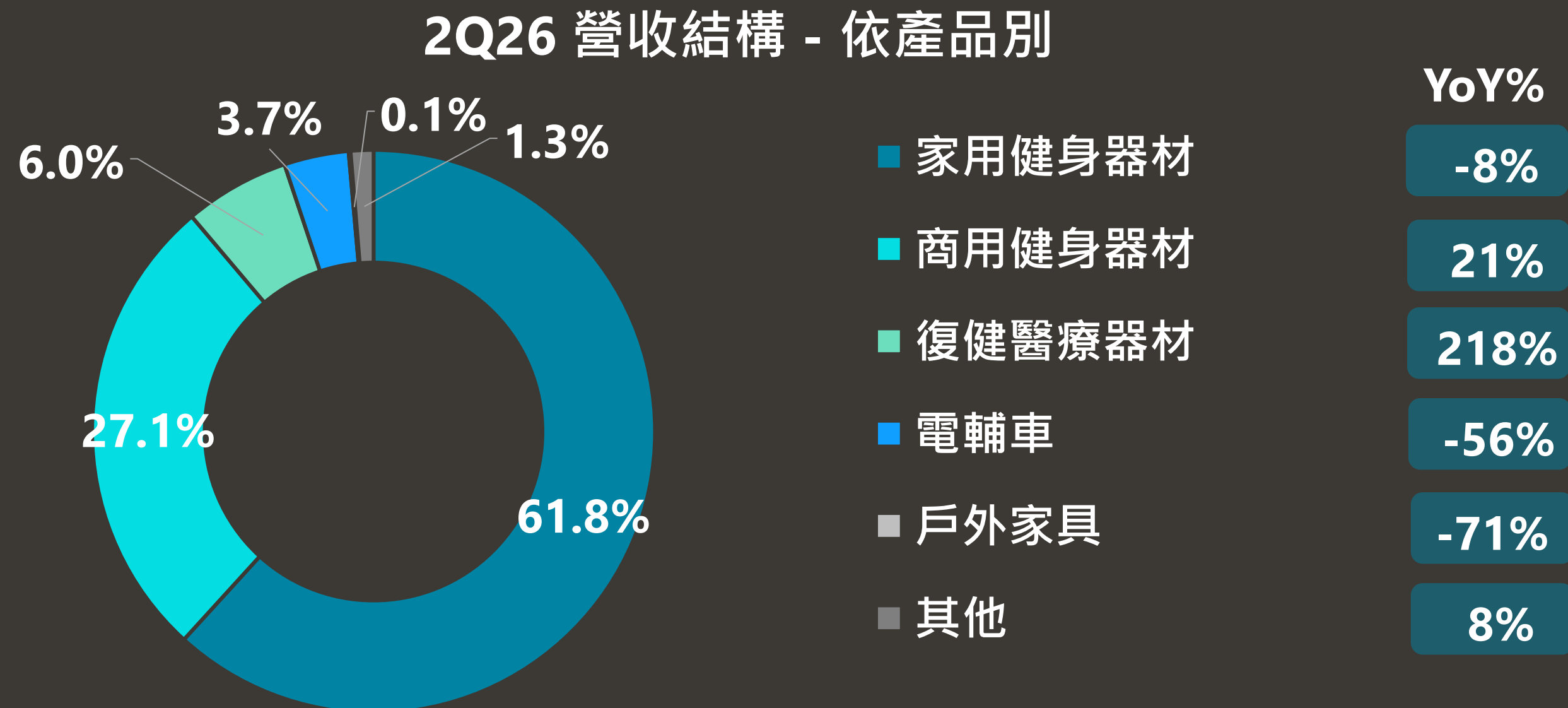
2Q26營運成果與展望

損益表 – 2Q26

新台幣 百萬	2Q26	1Q26	2Q25	QoQ	YoY
營業收入	1,281	1,638	1,302	-22%	-2%
營業毛利	494	690	511	-28%	-3%
毛利率	38.6%	42.1%	39.2%		
營業費用	621	633	591	-2%	5%
營業費用占營收比重	48.5%	38.6%	45.4%		
營業損益	-127	57	-80	-	-
營業利益率	-10.0%	3.5%	-6.2%		
淨非營業損益	151	7	-215		
稅前損益	24	64	-296	-63%	-
所得稅費用	-30	29	-77		
非控制權益	-11	-7	-29		
淨利歸屬於母公司業主	65	42	-190	56%	-
淨利率	5.1%	2.5%	-14.6%		
每股盈餘 (新台幣元)	0.40	0.25	-1.10	60%	-
股東權益報酬率 – 非年化	1.6%	1.0%	-4.1%		
折舊與攤銷費用	59	60	66		
資本支出	49	15	73		

2Q26 營收結構

- 2Q26家用健身器材營收減少主要受新舊產品轉換期影響。隨新品陸續上市，下半年將逐步回升至正常水準。商用健身器材營收在策略轉型積極耕耘下，持續增長。復健醫療業務因全新8.0系列醫療產品於第二季開始出貨貢獻營收，營收大幅增加。電輔車營收減少，主要受去年ODM 客戶大單挹注導致基期較高。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。



損益表 – 1H26

新台幣 百萬	1H26	1H25	YoY
營業收入	2,919	3,166	-8%
營業毛利	1,184	1,178	1%
毛利率	40.6%	37.2%	
營業費用	1,254	1,371	-9%
營業費用占營收比重	43.0%	43.3%	
營業損益	-70	-193	-
營業利益率	-2.4%	-6.1%	
淨非營業損益	158	-205	
稅前損益	88	-398	-
所得稅費用	0	-99	
非控制權益	-18	-31	
淨利歸屬於母公司業主	107	-268	-
淨利率	3.6%	-8.5%	
每股盈餘 (新台幣元)	0.64	-1.61	-
股東權益報酬率 – 非年化	2.6%	-6.1%	
折舊與攤銷費用	119	131	
資本支出	65	168	

資產負債表 – 1H26

新台幣 百萬	2026/6/30		2026/3/31		2025/6/30	
	\$	%	\$	%	\$	%
現金	835	9%	829	8%	556	6%
應收帳款 & 應收票據	771	8%	904	9%	809	8%
存貨	1,887	20%	2,005	20%	2,039	21%
其他流動資產	813	8%	375	4%	423	4%
長期投資	241	2%	210	2%	169	2%
固定資產	3,310	34%	4,061	40%	3,933	40%
其他非流動資產	1,804	19%	1,794	18%	1,970	20%
資產總額	9,660	100%	10,177	100%	9,898	100%
流動負債	3,832	40%	3,729	37%	3,000	30%
長期借款	1,040	11%	1,565	15%	1,662	17%
其他非流動負債	330	3%	339	3%	534	5%
負債總額	5,202	54%	5,633	55%	5,195	52%
普通股股本	1,791		1,791		1,791	
權益總額	4,459	46%	4,544	45%	4,703	48%
每股帳面價值 (新台幣元)	25.2		25.3		25.6	
流動比率 (流動資產/流動負債)	112%		110%		128%	
淨負債權益比率	65%		76%		65%	

策略佈局更新：無人載具

岱宇進軍無人載具市場

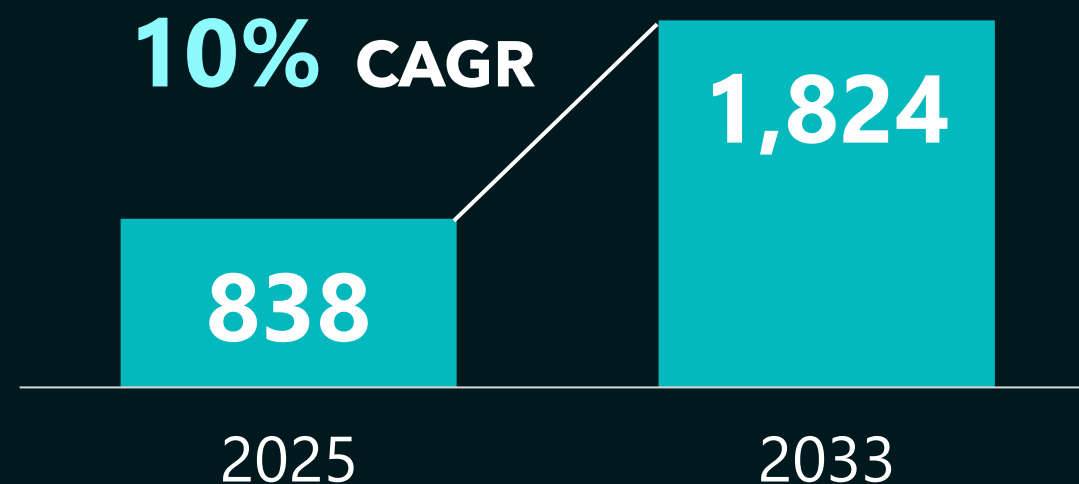
成立美國子公司「Santi Innovation」與台灣子公司
「三體創新」並建置台美雙邊產能

無人載具商機與策略布局

無人載具商機

 AI與自動化需求攀升，使無人載具成為全球重點發展產業。

無人機市場規模 (億 美元)



 涵蓋教育、國防安全、物流運輸、智慧農業、基礎設施巡檢、災害救援、公共安全等多元應用。

三大核心優勢：

- ① 已建立具無人載具產業經驗的專業團隊。
- ② 公司擁有數十年自主研發設計、精密加工與製造經驗，與既有供應鏈資源。具備全面導入台灣零組件的能力。
- ③ 擁有全球外銷管道，具備面對終端客戶銷售經驗，並透過台美雙生產據點，提供充足產能與服務。

策略布局：

- 提供關鍵零組件採購、設計服務與生產製造、組裝服務。
- 長期致力於AI智慧化與自主軟硬體系統整合發展，目標建構全方位之無人載具平台，提供一站式解決方案。

無人載具產品

提供多種無人載具的組裝服務



巡航機

用於空中監控、搜救行動或火災評估等



農噴機

用於農藥噴灑、肥料施用與作物健康監測等

攜手 UVAI 布局美國示範場域 拓展北美市場

- ✓ 台灣無人載具聯盟（UVAI）與岱宇於九月初宣布，共同布局美國示範場域，讓台灣企業不必各自投入鉅資建立海外生產基地，而能共享既有製造與供應鏈資源，降低進入北美市場的門檻。
- ✓ UVAI與岱宇此次合作的關鍵，在於銜接「技術」與「製造」。透過岱宇位於美國阿肯色州的生產基地，未來可支援無人載具的組裝、測試與量產，並提供策略夥伴 ODM / OEM代工、關鍵零組件整合及最終組裝等服務，協助台灣無人載具業者進入北美市場。



策略佈局更新：商用健身器材

全新的商用重訓產品線 i-Strength



智慧型力量訓練系統

2025年推出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。



全新的商用重訓產品線 i-Strength



智慧型力量訓練系統

2026年初推出四款智慧訓練機型，涵蓋上下肢與核心訓練，結合智慧軟體、四種動態訓練模式、寬廣的阻力範圍與商用級耐用設計，兼顧流暢操作、商用耐用性與多元訓練需求。



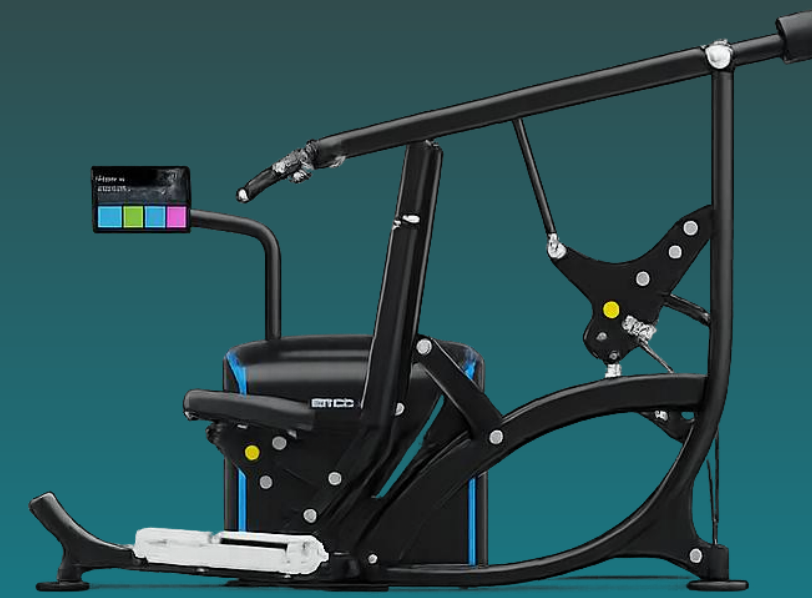
Biceps Curl / Triceps Extension



Leg Extension / Leg Curl



Low Row



Chest Press / Shoulder Press

全新的商用重訓產品線 i-Strength



智慧型力量訓練系統

2026年底將推出五款智慧訓練機型，涵蓋上下肢、核心與全身功能性訓練，可依需求調整阻力與四種動態訓練模式，兼顧輕量訓練與高強度重訓；並透過精簡機身設計，節省空間與硬體成本。



Leg Press



Abdominal / Back Extension



Inner Thigh / Outer Thigh



Pec Fly / Rear Delt



Functional Trainer

商用市場版圖進展

美國大型連鎖健身房排名

- ✓ 近期已打入多家北美指標大型連鎖健身房業者，包含連鎖與地區性
- ✓ 亦陸續切入歐洲與亞洲健身房客戶
- ✓ 開始接觸飯店通路，已取得IHG等幾家連鎖飯店的合格供應商名單資格，將開始小量出貨

已打入	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

營運展望

2026年營運展望

□ 商用新客戶推進順利，家用新品接受度高，全年整體營收可望重返成長

- ✓ 商用健身器材業務今年可望達成高成長。近期已打入多家北美指標大型連鎖健身房業者，並開始接觸飯店通路。全新的商用重訓產品線i-Strength逐步轉化為實質訂單。持續積極補強過去較弱的商用重訓產品線，深化研發與產品布局。
- ✓ 家用新品訂單狀況良好，家用下半年將重返成長，全年家用營收可望持平或小幅成長。

□ 持續提升營運效率，今年目標轉虧為盈，並為連續獲利的開始

- ✓ 預期下半年營收穩步回升，與費用持續控管下，目標在年底前達成36%以下的費用率。
- ✓ 家用健身器材方面，著重獲利表現，提升行銷獲客效率。

□ 建構多元新興成長來源

- ✓ 今年初全新8.0系列醫療產品線產品取得歐盟MDR認證，第二季已開始貢獻營收，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。
- ✓ 無人載具新業務具備全面導入台灣零組件的能力。目前進行廠區認證中，目標今年底至明年初進入樣品單出貨階段。

02

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



4. 穩步拓展復健醫療與 E-Bike 佈局

建構多元成長來源



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



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%

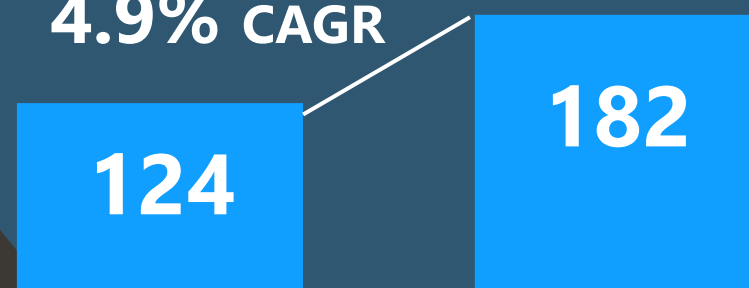
岱宇瞄準超過美金1,200億美元的目標市場

家用健身器材

182億美元
2032年市場規模

1.39億美元
2025年岱宇家用營收

4.9% CAGR



2024

2032

商用健身器材

208億美元
2032年市場規模

0.36億美元
2025年岱宇商用營收

7.5% CAGR



2024

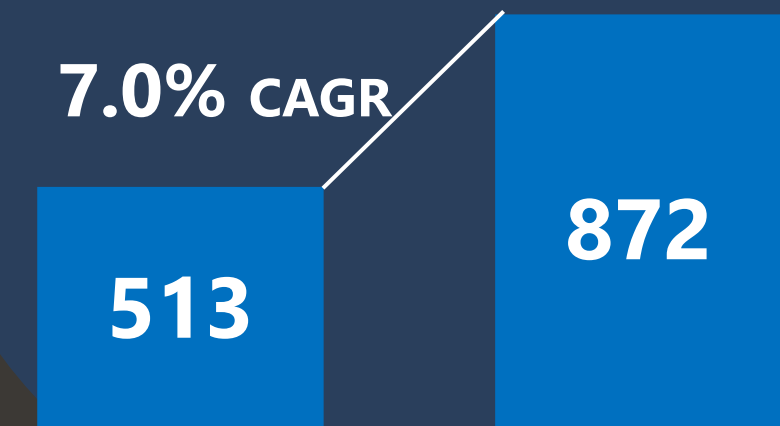
2032

電輔車

872億美元
2032年市場規模

0.11億美元
2025年岱宇電輔車營收

7.0% CAGR



2024

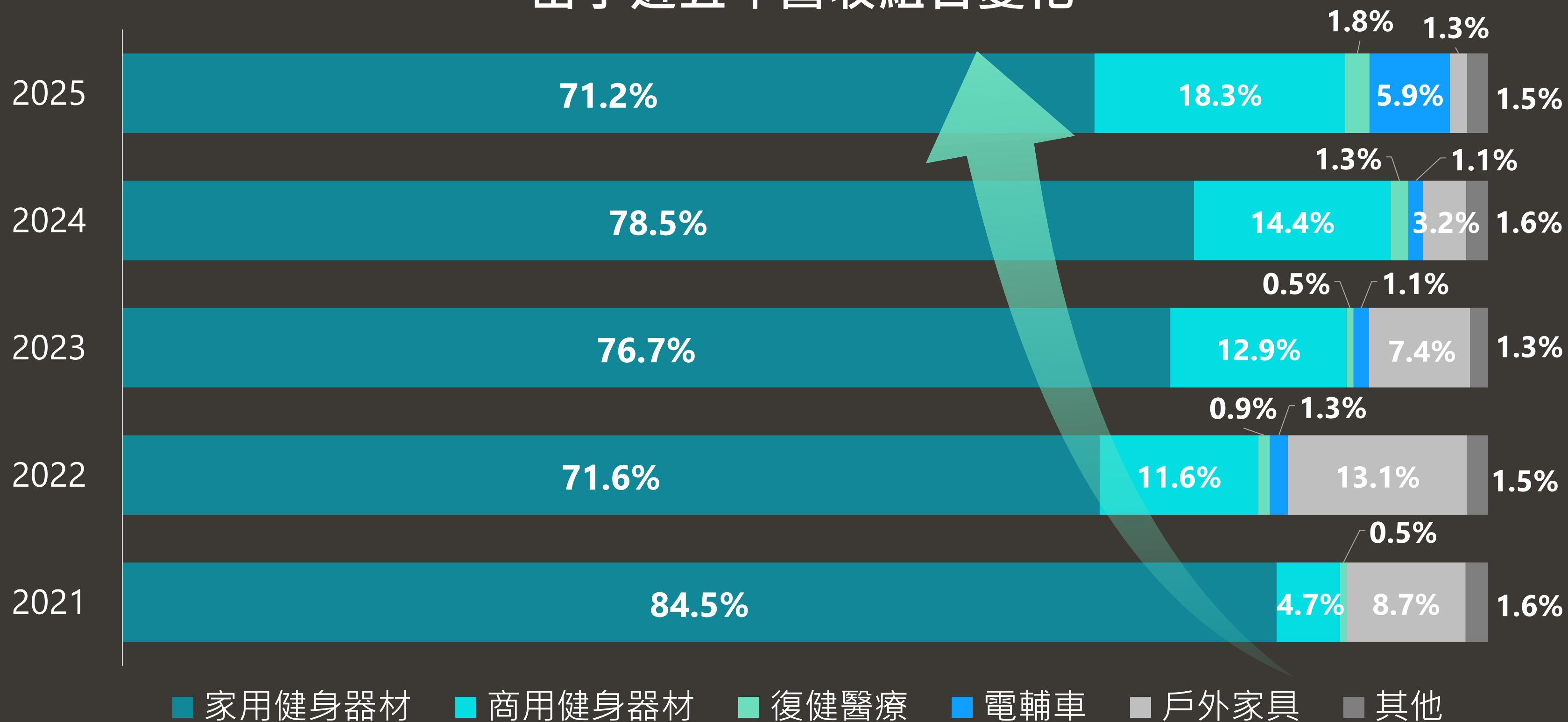
2032

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

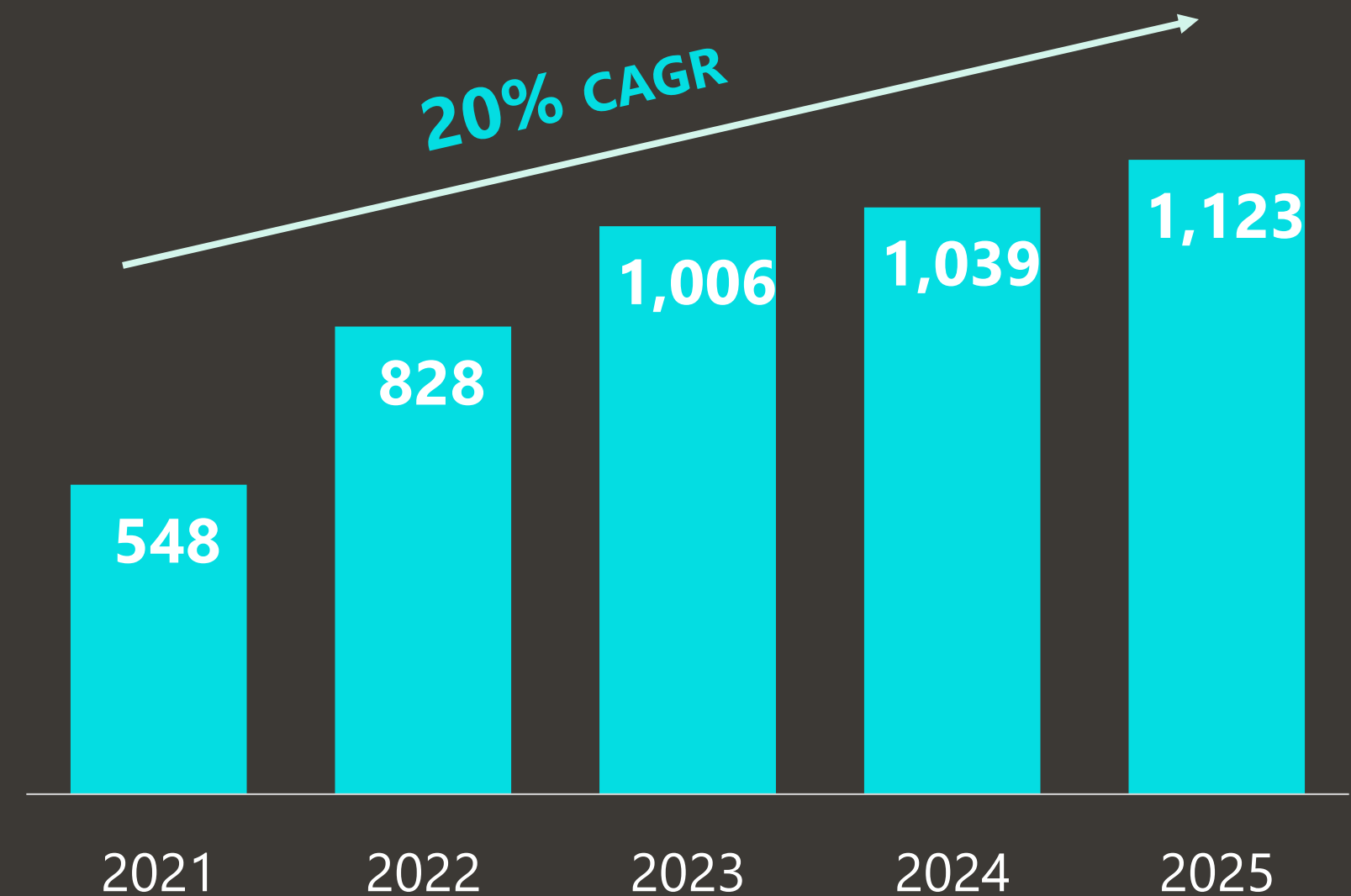
商用市場：打造高毛利的倍數成長引擎

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

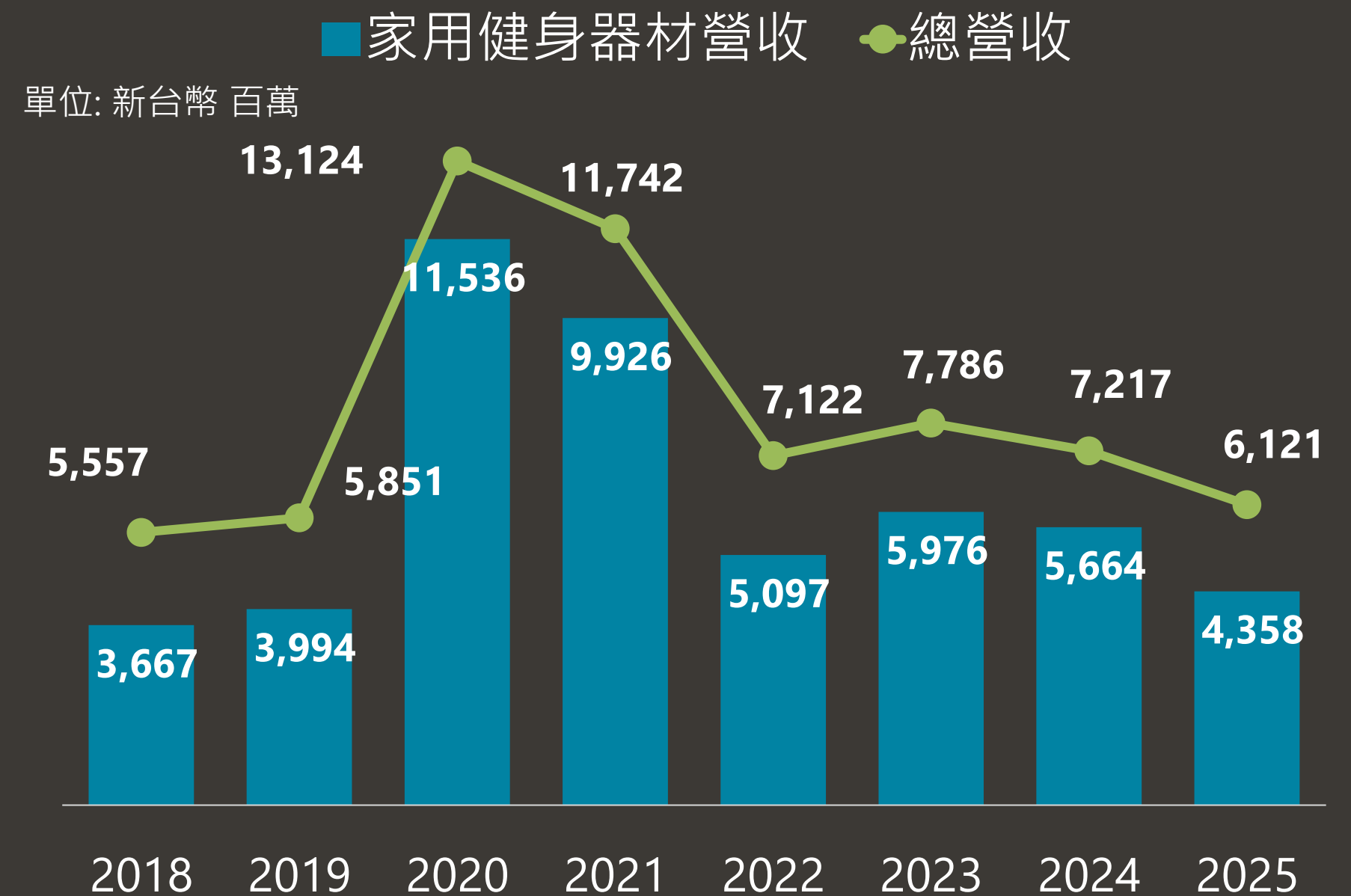
- ✓ 部分行銷費用移回總部統籌進行



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



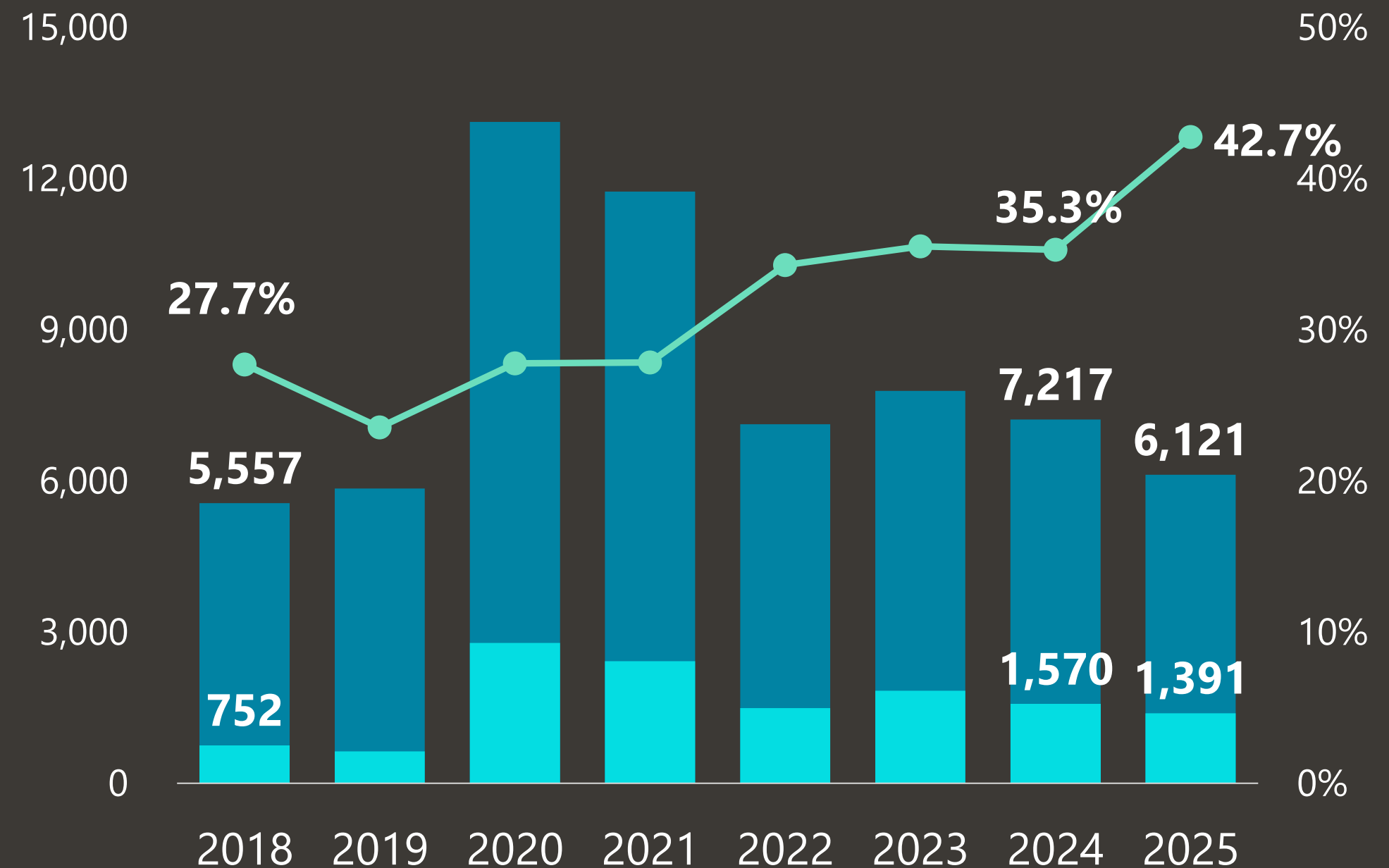
極大化資本運用效率

- ✓ 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



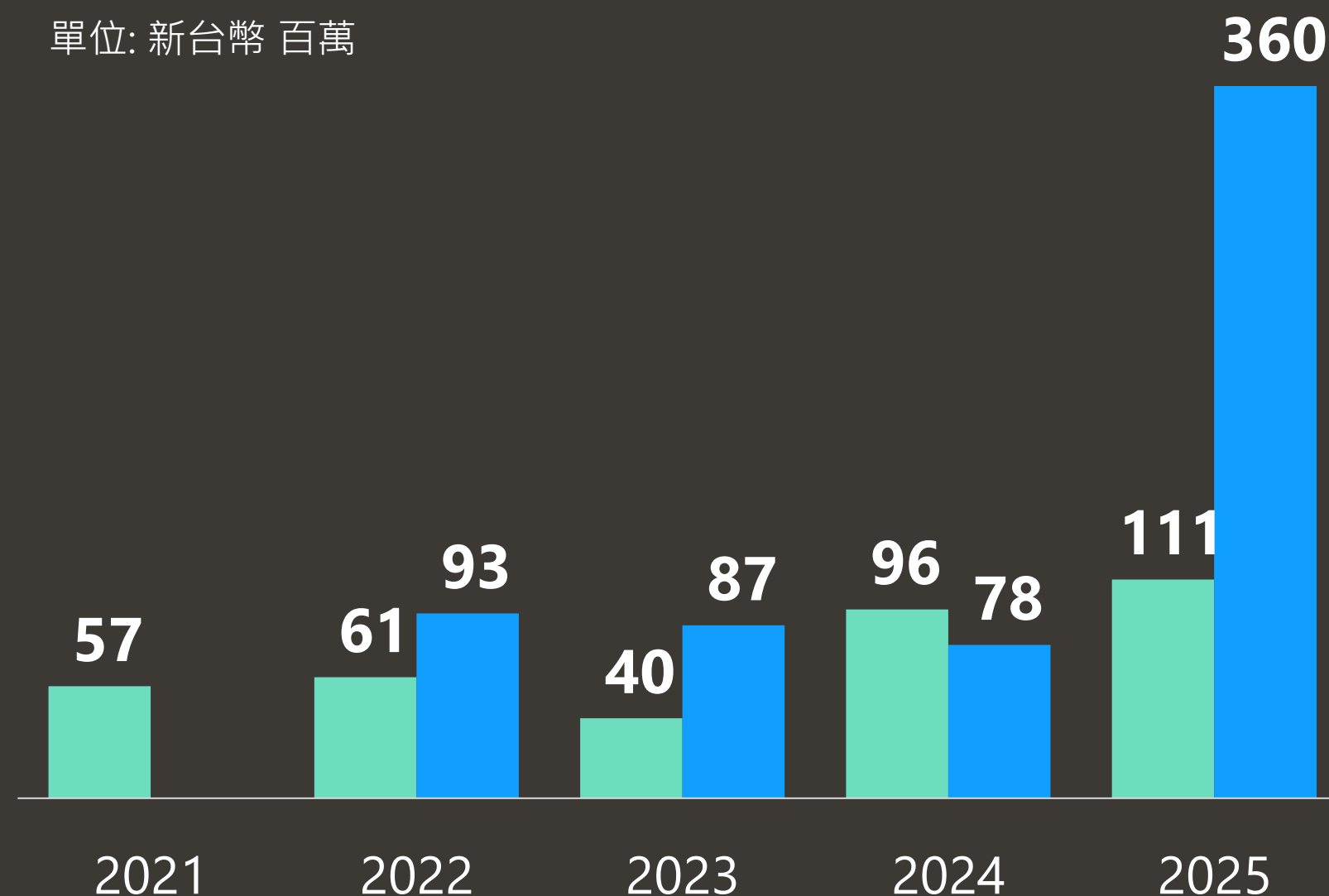
切入電輔車領域

- ✓ 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

■ 復健醫療營收 ■ 電輔車營收

單位: 新台幣 百萬



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



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+

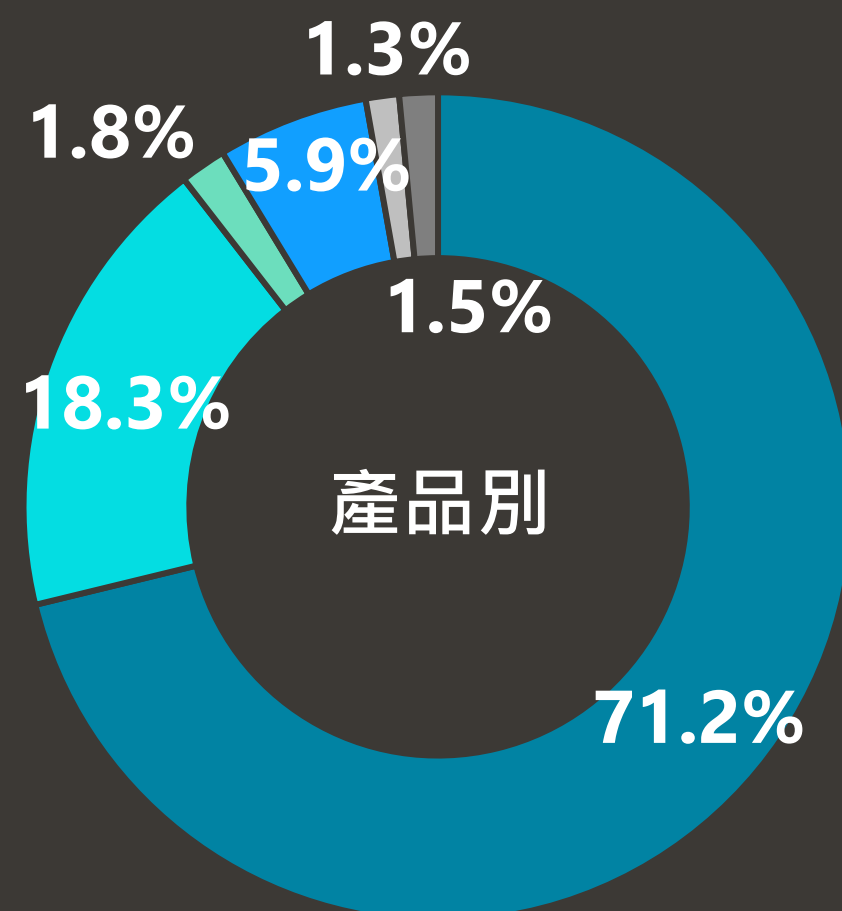
員工數

6座

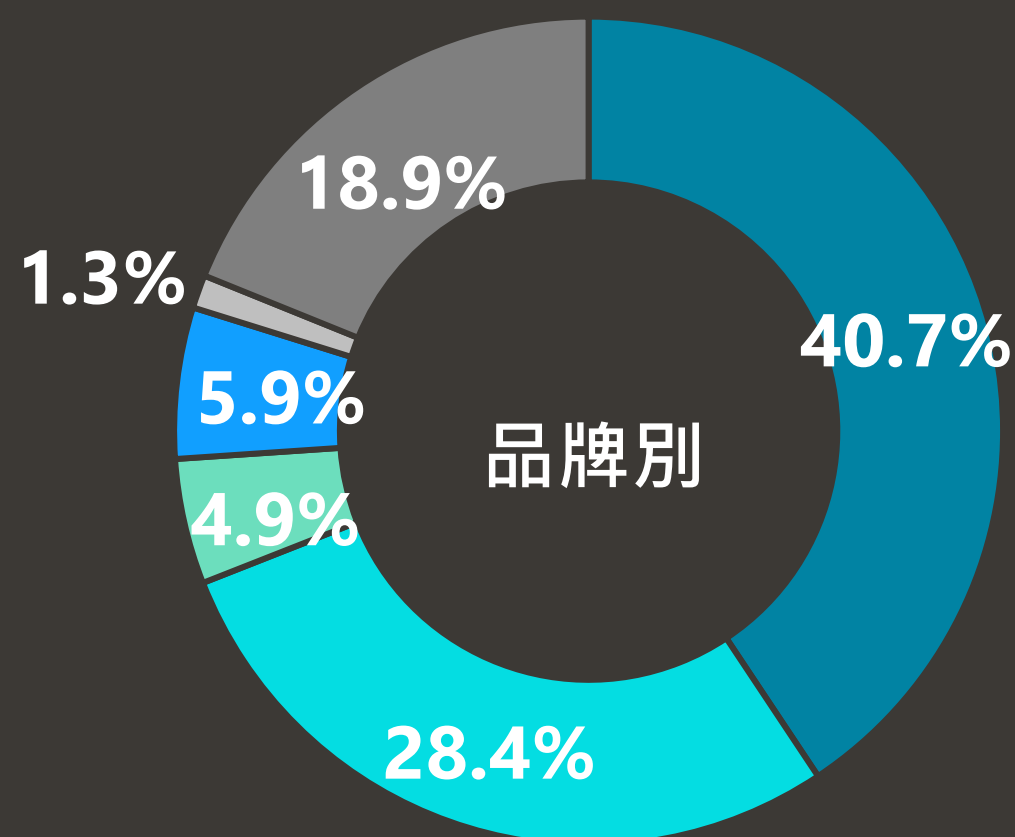
工廠

7間

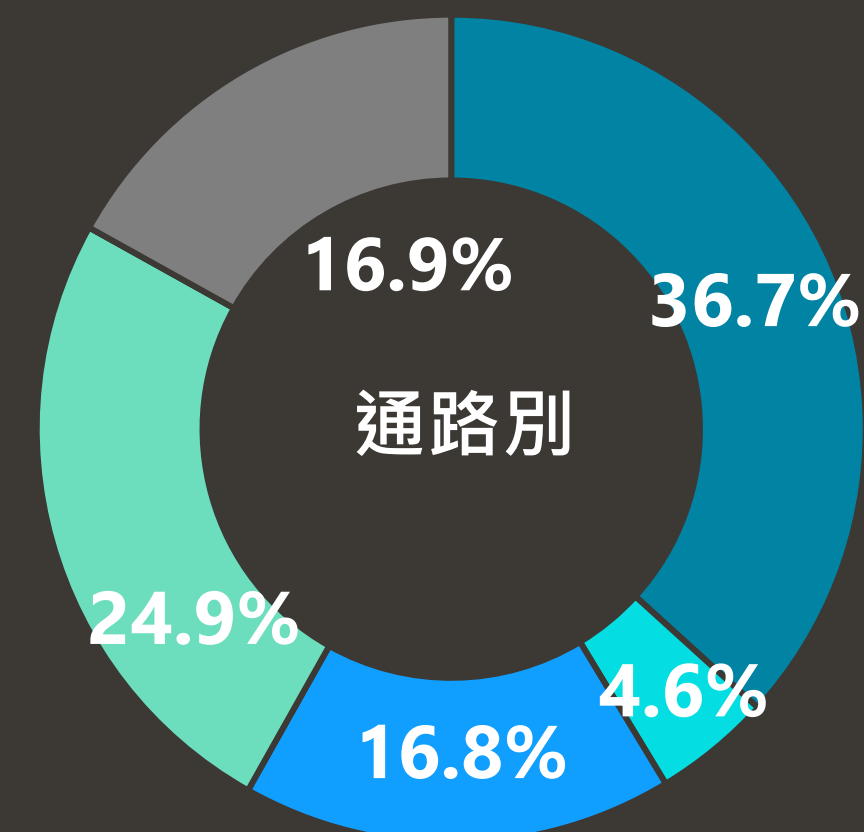
直營辦事處



■ 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

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

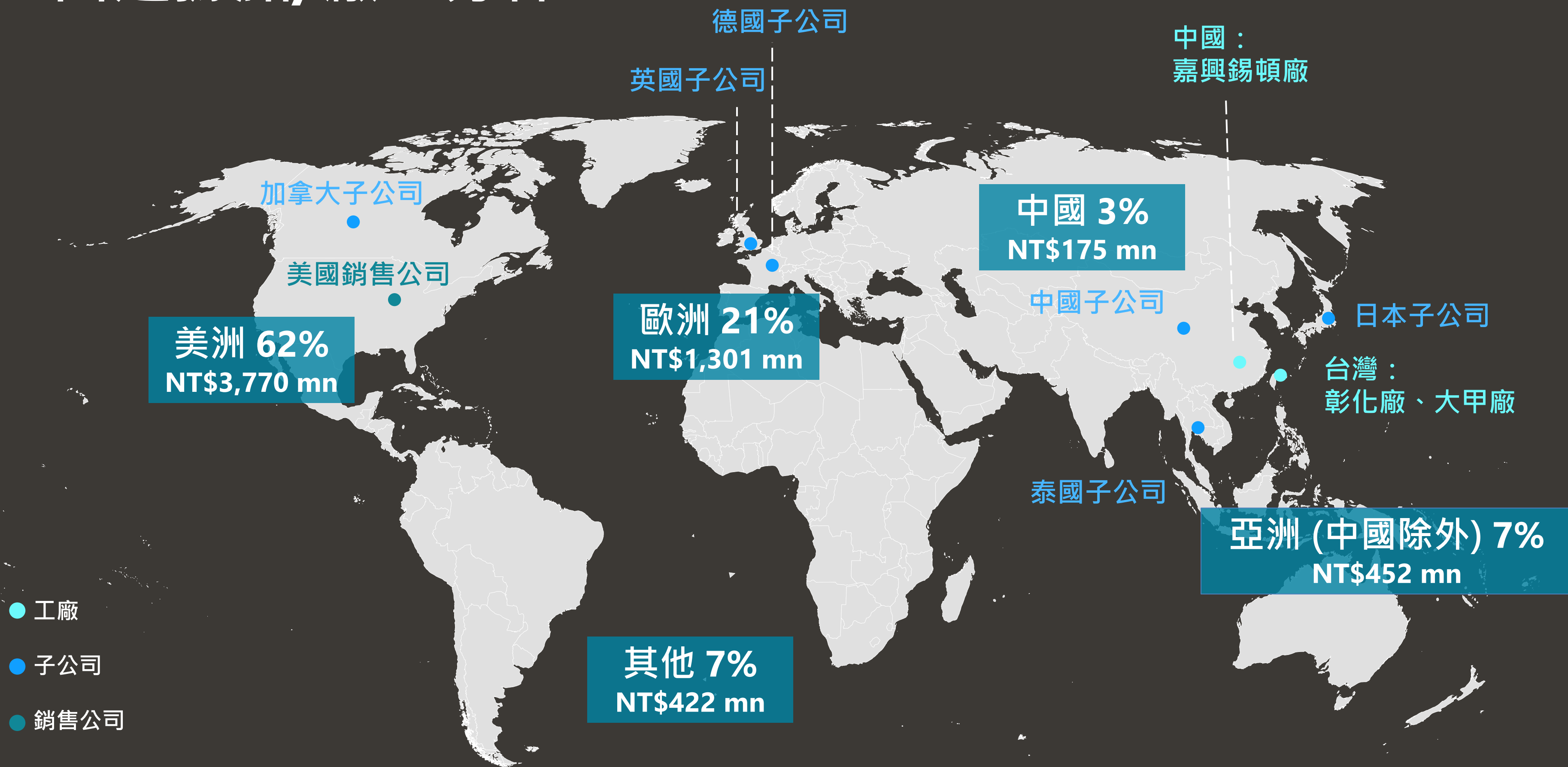
- 跨入**醫療復健器材**市場

- 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

dyaco
medical

提供醫療復健
設備解決方案



電輔車

Cikada

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。
- 以2024年為基準年，設定2030年範疇一、二溫室氣體減量目標，分別減量**3%**及**8%**。此外，岱宇目前設有**6**套太陽能發電系統。
- 積極研發綠色產品、推動循環經濟，目標2040年營收占比達**25%**。



社會責任

- 2025年教育訓練總投入達**5,645**小時，涵蓋主管領導管理能力培訓、軟實力培訓等。
- 員工是岱宇最重要的基礎，2025年投入**308萬元**推動員工福利，打造健康安全的幸福職場。
- 致力於**社會公益**，2025年度公益捐款總金額達**96萬元**，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
董事會有一席女性董事
- 2025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**2-10%**。
- 2025年台灣在地採購比例達**81%**，並對**258**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

長期財務表現

新台幣 百萬元

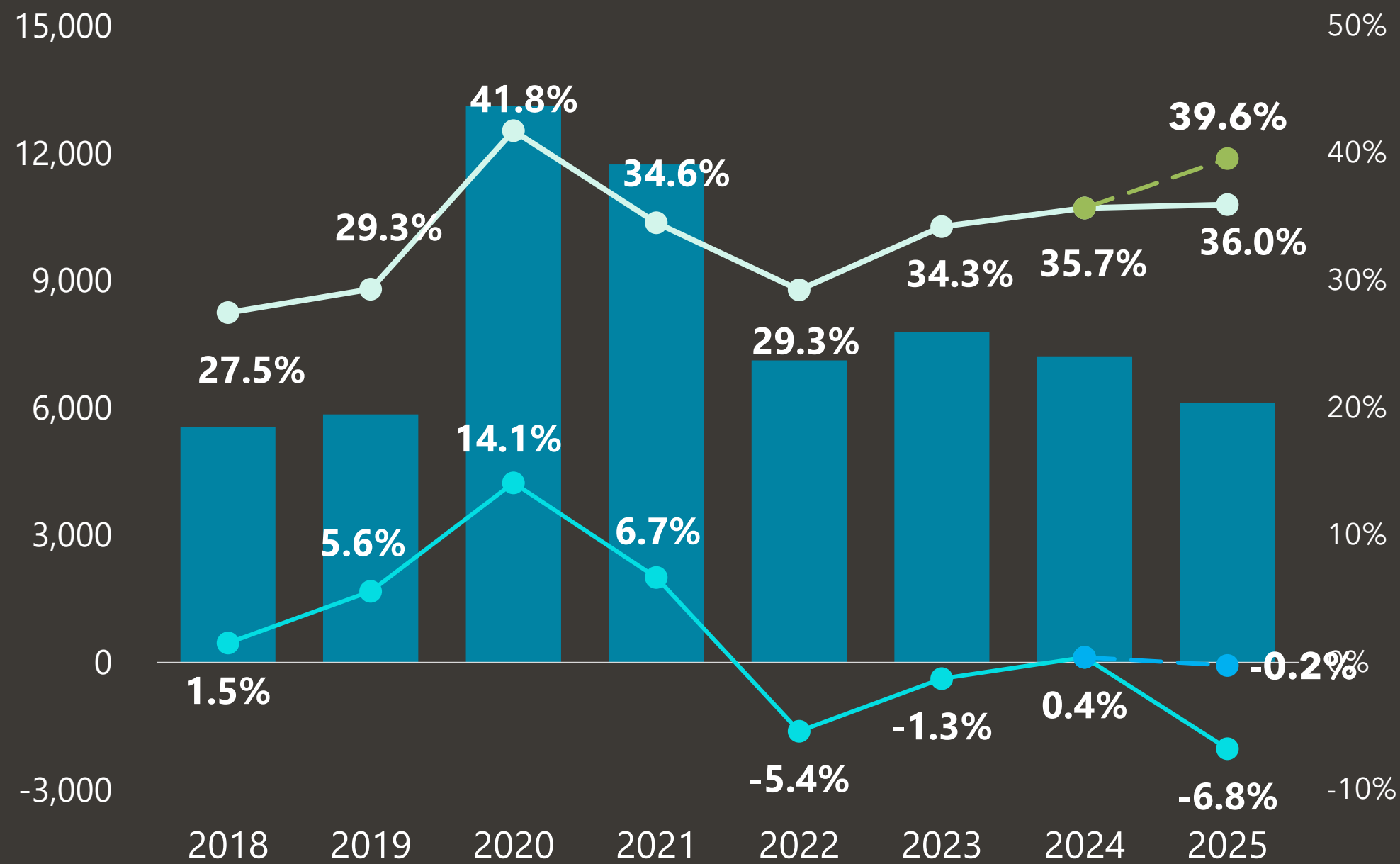
■ 營收 (左軸)

● 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。

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	2021	2022	2023	2024	2025
資產總額	12,201	11,965	11,289	11,124	10,227
現金	1,213	1,121	1,159	1,159	610
應收帳款&應收票據	1,649	1,096	1,072	1,211	1,109
存貨	3,531	2,989	2,474	2,251	2,091
固定資產	2,924	3,692	3,756	3,934	4,065
負債總額	7,820	7,901	6,517	6,172	5,759
長期借款	558	1,484	1,919	1,831	1,578
應付帳款&應付票據	1,371	1,062	985	1,128	738
權益總額	4,381	4,064	4,772	4,952	4,468

佔總資產比重				
2021	2022	2023	2024	2025
100%	100%	100%	100%	100%
10%	9%	10%	10%	6%
14%	9%	9%	11%	11%
29%	25%	22%	20%	20%
24%	31%	33%	35%	40%
64%	66%	58%	55%	56%
5%	12%	17%	16%	15%
11%	9%	9%	10%	7%
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	82
每股股利 (新台幣元)	2.51	0.50	0.00	0.50	0.50
發放率	72%	-	-	121%	-
現金股利殖利率 ¹	6.6%	1.2%	-	2.3%	2.6%

附註：

1. 2021-2025年現金股利殖利率使用除息日前一日之股價計算。

謝謝指教



investor@dyaco.com

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

