

*acerpure*

7794

宏碁智新股份有限公司

上櫃前業績發表會

主辦承銷商

 台新證券

# 本公司之產業、營運及其他重要的風險



## 一、產業風險

### (一) 家電產業市場成熟且進入門檻低致競爭激烈

#### 因應對策

本公司自發展品牌家電市場，持續以產品設計與技術創新作為品牌之核心競爭力，藉由「美型時尚」之設計語彙及「智慧化及多工應用」提升產品價值，以降低產業同質化與價格競爭之影響；同時透過密切與經銷商或代理商配合以掌握消費需求趨勢與市場動態，加速新品規劃與上市節奏，以維持產品組合之競爭力。此外，本公司在台灣、印度及東南亞主要通路夥伴建立穩定且緊密之合作關係，透過通路布局與品牌推廣提升市場滲透率與品牌知名度。綜合上述，期望藉由持續強化品牌形象、擴大市場觸及及提升差異化能力，以有效因應家電產業競爭加劇之情勢，並穩固本公司於市場之地位。

# 本公司之產業、營運及其他重要的風險



## 一、產業風險

### (二) 品牌推廣成本高昂，獲利能力面臨挑戰

#### 因應對策

本公司自2020年發展自有品牌以來，持續透過產品設計、品牌形象與市場策略之整合，成功進入多個國家之家電市場，並屢獲國內外設計與產品評選如德國iF設計獎、台灣精品獎等肯定，更在家電大國日本獲得GOOD DESIGN設計大獎，以及在日本專業評測網站《mybest》的空氣清淨機評比獲得綜合評價第一名，品牌能見度與市場接受度逐年提升；伴隨銷售規模擴大，品牌事業之獲利亦已逐漸趨近損益平衡，顯示行銷投入已開始產生效益。未來將持續以精準行銷與區域策略合作取代大規模廣告支出，提升行銷資源之使用效率，並藉由既有通路基礎與品牌認同度之提升，降低初期推廣所需之高額行銷負擔，以維持成本結構之穩健並強化本公司品牌經營之長期競爭力。

# 本公司之產業、營運及其他重要的風險



## 一、產業風險

(三) 政府法規變動影響產品開發及認證週期，進而影響產品上市時程

### 因應對策

透過在當地市場建立團隊以及與第三方產品測試機構合作，經由在地團隊直接了解法規要求及變更，且大幅減少語言溝通障礙，可即時更新各國政府對於產品之法規及認證要求，減少因資訊落差導致的開發失誤，從而縮短最終的認證時程，避免因後期修改設計導致的開發迭代與重工，進而鞏固市場競爭力。

# 本公司之產業、營運及其他重要的風險



## 二、營運風險

### (一) 進貨集中於部分供應商，供應鏈管理影響產品成本及營運穩定性

#### 因應對策

本公司與供應商均維持良好且密切之合作夥伴關係，對於關鍵物料並與供應商上游零組件廠商保持密切合作，透過持續溝通產品規格、交期與品質需求，以確保供應來源之穩定性；隨品牌事業逐步成長，本公司已積極拓展多元產品線並同步開發符合品質標準之合格供應商，針對新一代產品亦持續導入第二供應商，以分散採購來源，降低單一供應商進貨比重偏高之情形。在規模較大之市場如印度，配合政府政策採取在地化採購策略，縮短運輸路徑，降低物流成本與地緣政治風險的衝擊。未來將持續依據市場需求與產品策略調整採購配置，強化供應鏈韌性，以減輕供應商集中可能對生產規劃及營運造成之影響。

# 本公司之產業、營運及其他重要的風險



## 二、營運風險

### (二) 家電品牌事業季節性受限較大、旅宿業務亦屬高度景氣敏感

#### 因應對策

本公司及子公司持續開發產品線，並依照各產品特性及區域消費者喜好，進行精準促銷與淡旺調配以降低單一產品銷售波動風險，例如空氣清淨機受季節性空污影響，年末配合重要節慶多有大型家電換機需求等，且再加上將AI導入產品功能進行智慧化升級，促使追求生活品質的消費者願意在景氣波動中選擇升級換代，並結合永續節能主題，提高市場意識及認知，需求正逐漸從「消費性選擇」轉變為「健康剛需」，以策略性的產品組合、技術創新與精準營運來強化面對景氣循環風險之因應能力。

# 本公司之產業、營運及其他重要的風險



## 二、營運風險

### (二) 家電品牌事業季節性受限較大、旅宿業務亦屬高度景氣敏感(續)

#### 因應對策

子公司渴望公司除散客住宿外，亦與旅行社、企業等團客性質有深入合作，提供會議室出租、配套之餐飲服務、園區空間租借亦為收入來源，並結合綠建築、環保教育及周邊旅遊景點形成特色導覽；而不動產租賃業務因屬長期合約，受景氣循環影響較小，週期較長且波動較緩。再加上本公司將品牌事業結合旗下旅宿飯店及租賃場域展示相關生活產品，自長期租戶中推廣辦公及家用大型家電，並開立自有品牌餐廳饗渴望及進行客房翻新計畫，多角化經營下致具有抗景氣循環風險之能力。

# 本公司之產業、營運及其他重要的風險



## 三、其他重要風險

請詳本公司公開說明書「壹、二、(一)風險因素」之說明。

# 本公司之產業、營運及其他重要的風險



## 四、補充揭露說明事項

依據財團法人證券櫃檯買賣中心115年1月27日證櫃審字1150100193號函暨上櫃審議委員會要求補充事項。

### 一、風險事項

(一)貴公司近年投入大量推銷費用經營自有品牌acerpure並銷售空氣清淨機及智慧電視等產品，然家電產品屬成熟產業，產品同質性高致進入門檻低且競爭激烈，有關貴公司面臨新品牌形成規模經濟前高額行銷支出侵蝕獲利、成熟產業市場成長性不高及同業採價格戰等競爭之風險、所採具體因應措施及相較同業競爭優勢之說明，暨推薦證券商之評估意見。

(二)貴公司家電產品主係委託海外廠商代工且集中少數廠商，有關貴公司面臨進貨集中、地緣政治及關鍵零組件缺料而影響交期或成本增加等風險及所採具體因應措施之說明，暨推薦證券商之評估意見。

# 本公司之產業、營運及其他重要的風險



## 四、補充揭露說明事項

依據財團法人證券櫃檯買賣中心115年1月27日證櫃審字1150100193號函暨上櫃審議委員會要求補充事項。(續)

### 二、特別記載事項

(一)貴公司自有品牌家電銷售業務於112、113年度及114年前三季之營業(損)益分別為(40,021)千元、(50,816)千元及2,852千元，目前主要獲利來源仍為旅宿及不動產租賃業務，有關貴公司業績變化合理性及未來發展性之說明，暨推薦證券商之評估意見。

(二)有關貴公司與母公司宏碁公司、集團企業間財務業務獨立性及關係人交易合理性之說明，暨推薦證券商之評估意見。

(三)貴公司定位為全球智慧家電品牌且產品線快速擴增並已拓展東南亞市場，有關貴公司面臨各國採取家電保護主義與法規變動致產品認證周期延長等所採之產品布局策略及開發進展之說明，暨推薦證券商之評估意見。

# 免責聲明



本簡報由宏碁智新股份有限公司(以下簡稱「本公司」)提供，內容可能包含前瞻性陳述，該等陳述涉及風險與不確定性，包括但不限於：市場需求、價格變動、經濟情勢、法規變化、技術發展及超出本公司控制之因素，上述因素可能導致實際營運結果與前瞻性陳述有重大差異。本公司不承擔因情勢變更而即時更新或修正內容之義務。

本簡報之內容、陳述或主張不構成任何有價證券或金融商品之買賣邀約、引誘或建議。本公司及其關係企業、代表人或董事，均不對因使用或引用本簡報資料所導致之任何損害負擔責任。請以公開資訊觀測站公告資料為主要依據。

*acerpure*

7794

宏碁智新股份有限公司

上櫃前業績發表會

主辦承銷商

 台新證券



# 來自台灣的國際家電品牌



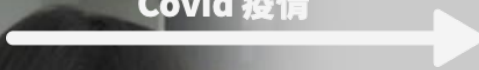
## 台灣空氣品質改善計劃

3500間教室

120所學校

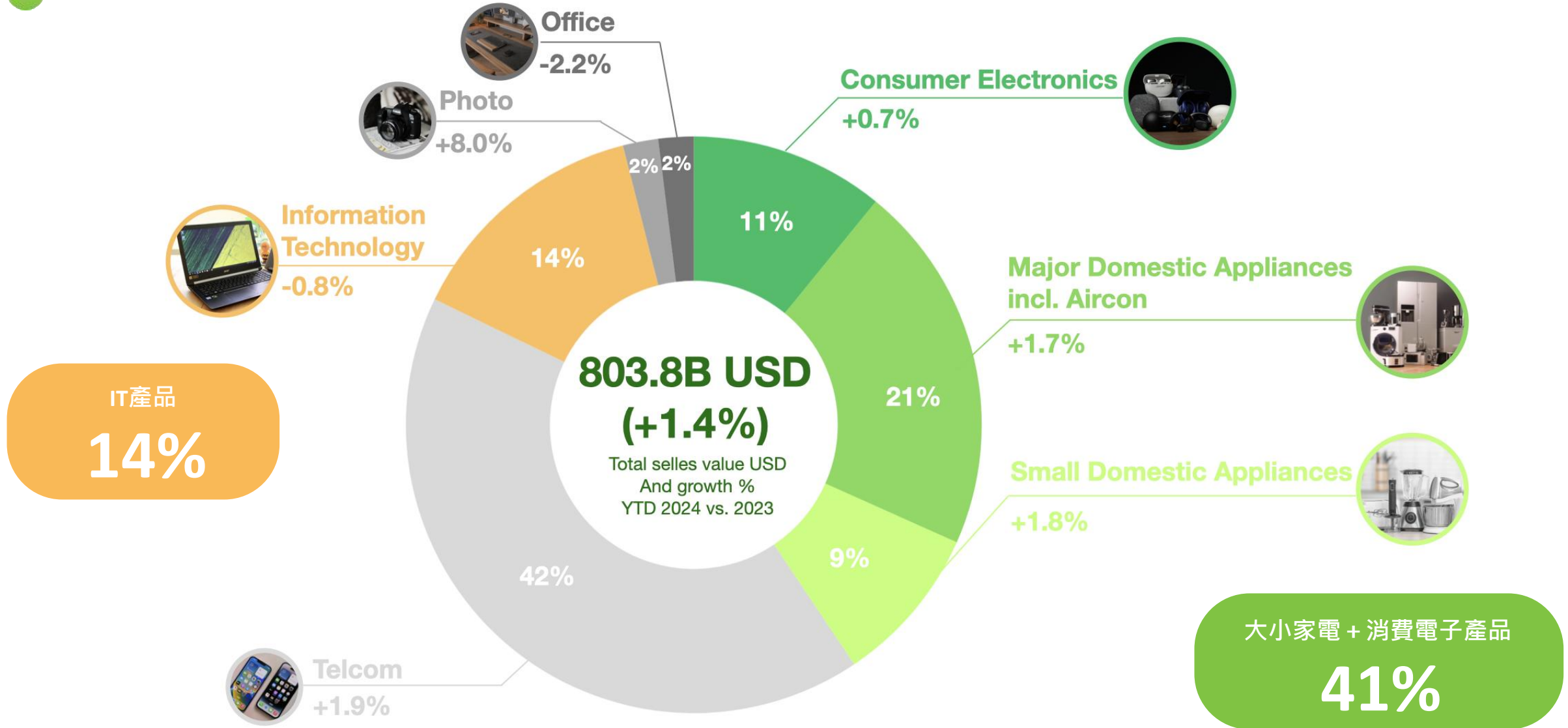
全台8個縣市

Covid 疫情



*acerpure*

# 全球消費性電子市場份額



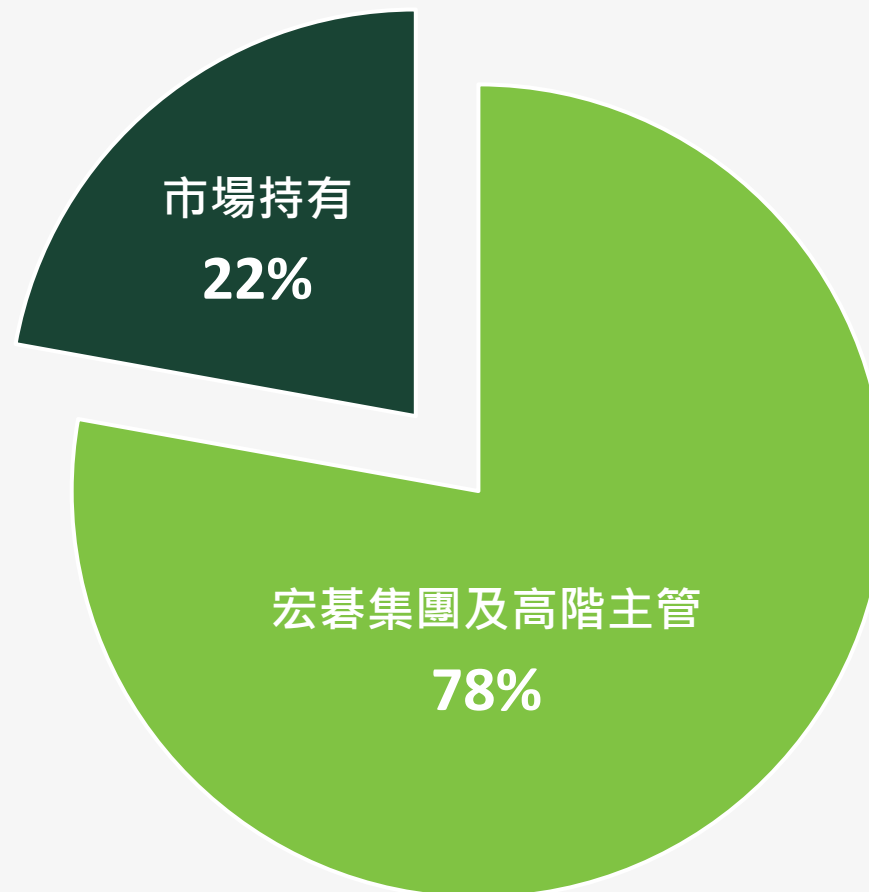
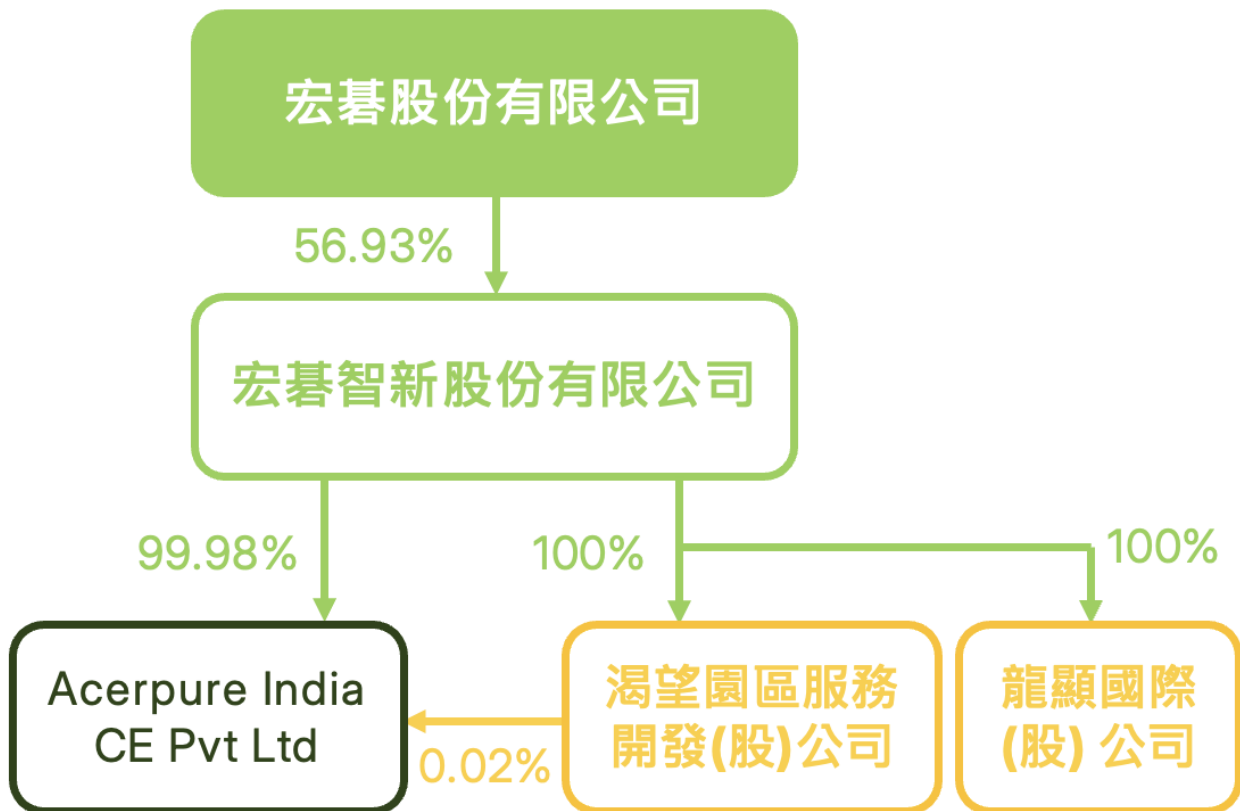
# 基本資料



公司名稱	宏碁智新股份有限公司 Acerpure Inc.
成立日期	2016年10月24日 (2020年5月更名為宏碁智新)
實收資本額	新台幣250,000,000元
營業額	2025年新台幣9.90億
員工人數	截至2025年12月31日 84人
營業項目	專注於智慧家電和節能產品的研發 以及符合環境永續的多元示範場域經營
會計師事務所	資誠聯合會計師事務所



# 投資及股權架構



2026.3.10

# 重要里程碑



- 推出第一台  
2合1空氣循環清淨機



- 取得渴望及龍顯子公司  
100%股權，使產品有多  
樣化之實驗及展示場域
- 清淨機日本銷售第一



- 成立印度子公司  
Acerpure India  
CE Private Limited
- 推出全新智慧電視  
系列產品線



- 推出全新個人護理  
及廚房家電之產品線

2020 May Oct. 2021 Nov. 2022 May Sep. 2024 Mar. Nov. 2025 2026 Apr.

- 命名為  
宏碁智新(股)公司



- 推出新一代  
2合1空氣循環清淨機
- 獲台灣精品獎及  
多項國際大獎



- 推出全新淨水器及  
無線吸塵器之產品線



- 取得股票代號7794
- 登錄興櫃



- 預計登錄上櫃



# 未來發展策略



軟需求 → 硬剛需



大型家電  
廚房家電

人口/經濟成長紅利



年輕人口高



經濟成長高

雙印-戰略目標



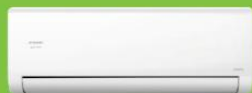
# Acerpure 產品系列與獲獎紀錄



# 八大產品線 (2026年)



Air Conditioner  
**CHILL**



Air Treatment  
**COOL PRO**



Fan/Heater  
**COZY**



Water Purifier  
**AQUA**



Kitchen Appliance  
**CHEF VORTEX**



Personal Care  
**BEAUTY**



Vacuum Cleaner  
**CLEAN**



TV  
**ASPIRE SWIFT ELEVATE NITRO NEO**



# Acerpure Roadmap

## Air Conditioner CHILL



## TV ASPIRE / SWIFT ELEVATE / NITRO / NEO



## Air Treatment COOL / PRO / DRY



## Fan / Heater COZY



## Vacuum Cleaner CLEAN



## Water Purifier AQUA

















































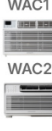



## Personal Care BEAUTY



## Kitchen CHEF / VORTEX



# Acerpure Roadmap

	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
<b>Air Treatment</b> <b>COOL / PRO / DRY</b>	C1 	C2  P2 	P3 	P2 Vero  P2 Classic  C3 	C2UV  HM1 	P5 Series  C3 PINOKI 	AD1  C2 PINOKI 
<b>Fan / Heater</b> <b>COZY</b>		F1 		F2  F3 	F4 	F5  HF1 	HF2  F6  F7 
<b>Water Purifier</b> <b>AQUA</b>			WP1  RP1 	WP2 	WP3  WP5 	WP5 White 	WP6 
<b>Vaccum Cleaner</b> <b>CLEAN</b>			V1  V1 Lite 		V2 		V3 
<b>Personal Care</b> <b>BEAUTY</b>					HD1  HD2 	HD3 	HD3 Aurora 
<b>Kitchen</b> <b>CHEF / VORTEX</b>					KF1  	KV1  KW1 	
<b>TV</b> <b>ASPIRE / SWIFT</b> <b>ELEVATE / NITRO / NEO</b>						TV    	
<b>Air Conditioner</b> <b>CHILL</b>							PAC1  WAC1  SAC1  WAC2  SAC2 

# Acerpure 研發投入



## 自行開發APP/雲端



- 台灣晶片/AWS 雲端
- 符合歐盟 GDPR 資料/隱私保護規範

## 專利正負離子清淨/水潤技術



# Acerpure 銷售區域



Region	Y2025	Y2026
Worldwide	3.2 (+0.2)	3.1 ( - )
USA	2.0 (+0.1)	2.1 (+0.1)
Euro Area	1.2 (+0.2)	1.1 (-0.1)
China	4.8 ( - )	4.2 ( - )
India	6.6 (+0.2)	6.2 (-0.2)
ASEAN*	4.2 (+0.1)	4.1 ( - )

Source: IMF

Acerpure商業版圖遍及台灣、日本、菲律賓、泰國、新加坡、英國等20個亞太及歐洲國家，在家電大國日本殺出一條血路，2024年更在印度成立第一家子公司“Acerpure India CE Private Limited”。



Taiwan



Australia



Hong Kong

EUROPE

3+



Indonesia



Japan



Malaysia



Singapore



Thailand



Vietnam



India



Philippines

# Acerpure 市場策略



Acerpure 以亞太區作為主要的目標市場, 各國佈局有明確的「分工型策略」  
概括為 母市場 / 品牌形象場 / 成長引擎 / 長期戰略市場 四種角色。

市場類型	代表國家	核心角色	策略重點
已開發國家	台灣, 日本, 新加坡	品牌與產品力中樞	品牌/行銷力, 產品力, 經營效率
開發中國家	菲律賓, 泰國, 馬來西亞, 越南	營收與規模成長引擎	通路覆蓋, 價格帶, 爆品策略
雙印市場	印度/印尼	長期結構型戰略市場	在地製造, 供應鏈整合, 政策紅利

# 通路夥伴



# 台灣通路拓展



100+



20+






20+

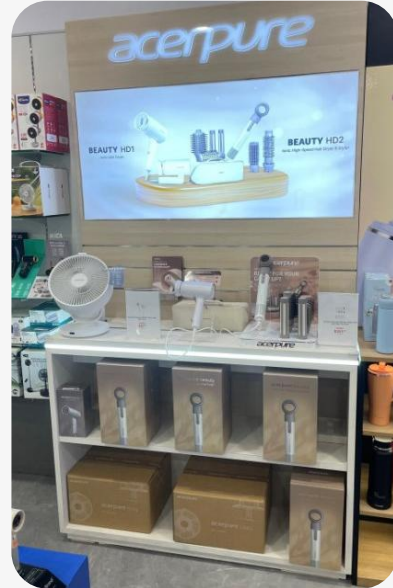


# 各國通路拓展 日本



# 各國通路拓展

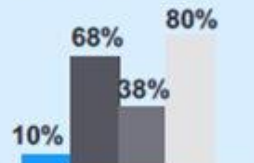
澳洲  新加坡  香港  馬來西亞   
 泰國  菲律賓  越南  印尼 



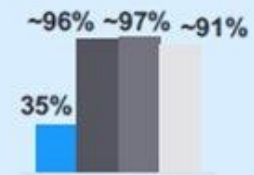
# 各國通路拓展 印度



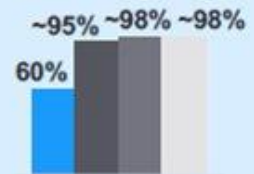
Under-indexed HH penetration



Air Conditioner



Refrigerator



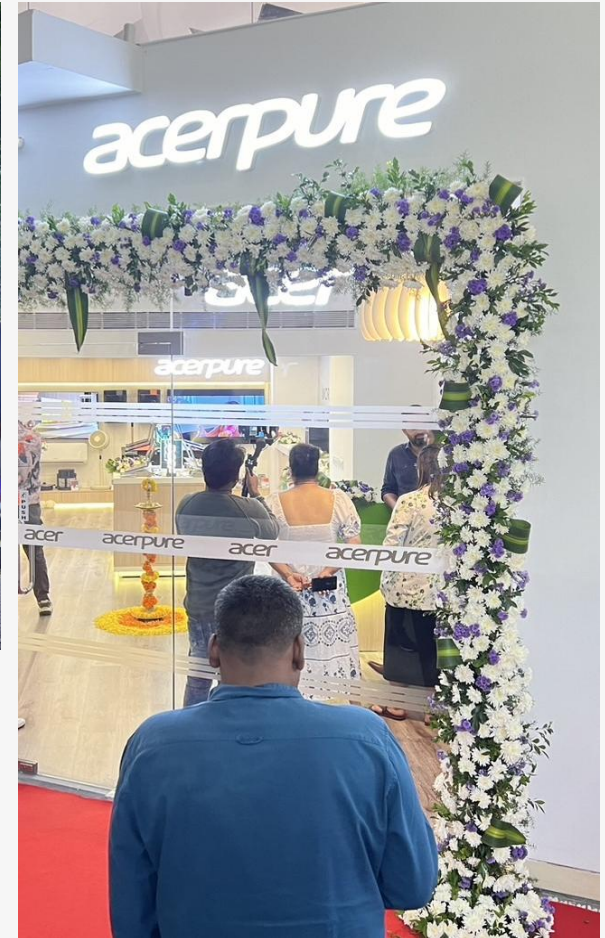
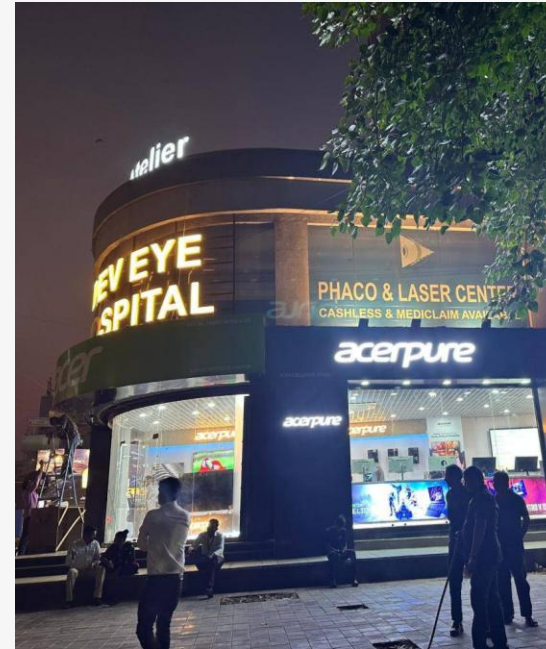
Television



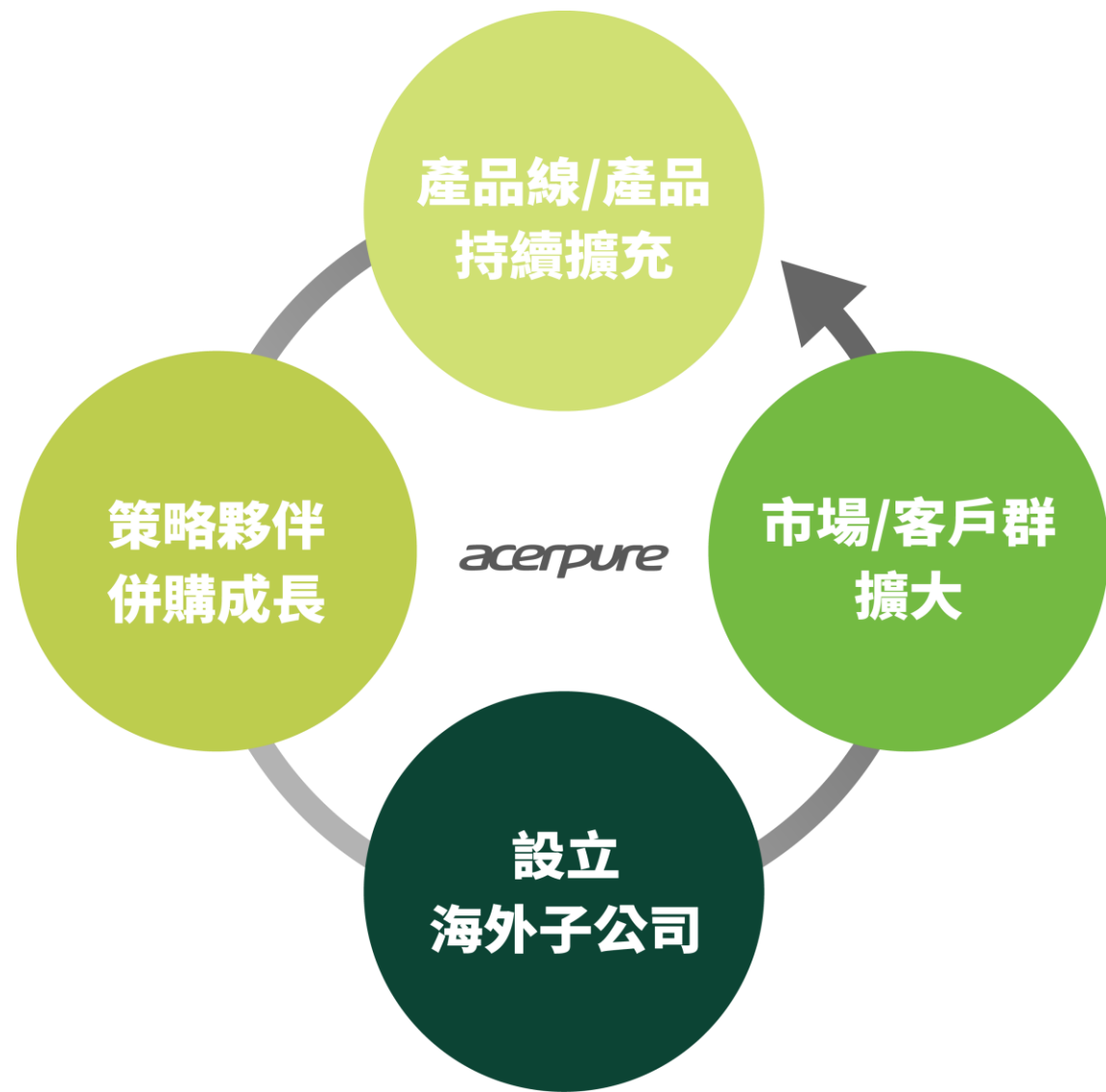
Flipkart



Min. 60% Off



# 多元化的成長動能



# 台灣區子公司介紹



## 渴望園區



智尊大樓  
多功能廠辦空間



渴望研究園  
多功能辦公空間



雅舍  
商務套房/專案



渴望會館



無國界料理餐廳

## 龍顯國際



太陽能光電事業



# 未來發展策略



軟需求 → 硬剛需



大型家電  
廚房家電

人口/經濟成長紅利



年輕人口高



經濟成長高

雙印-戰略目標





QA

*acerpure*

*acerpure* 來自台灣 走向世界