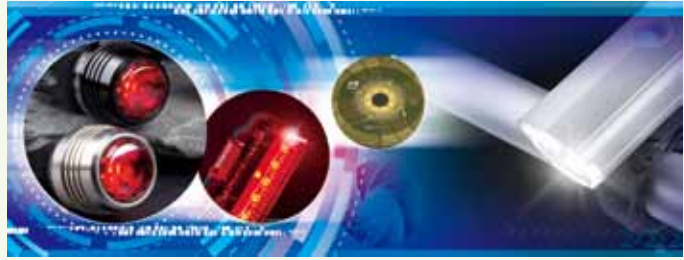


邑昇實業股份有限公司



股票代號：5291
網址：<http://www.eiso.com.tw>



公司簡介

邑昇實業股份有限公司設立於民國 83 年 3 月，主要經營項目為印刷電路板（PCB）製造與銷售及 LED 照明製造與銷售。邑昇公司自設立以來即以印刷電路板（PCB）專業製造為企業經營主軸，專注於本業上的經營，少量多樣化的接單模式為邑昇公司銷售的策略，研發創新，全方位解決客戶在產品技術上的問題。

產業現況與發展

1.PCB 產業

印刷電路板是組裝電子零組件所需的基板，功能在於電子連接及承載元件，是提供電子零組件安裝與互連時的主要支撐體，為所有電子產品不可或缺的基礎零件，被廣泛的應用在資訊、通訊、消費、國防及工業等各項電子產品中，具有承載電子零件，傳遞電源及訊號之功能，其需求則隨著電子技術之日益精進而穩定成長。由於其品質優劣直接影響電子產品之可靠度與產品競爭力，因此其重要性極高，並被稱為「電子系統產品之母」。

2.LED 照明產業

LED 照明燈具產品主要由 LED 光源、基板、光

學透鏡、電路控制、燈罩、散熱結構、金屬本體結構以及轉向調整機構所構成，運用二次光學技術來呈現所要求的精準燈光效果，並在產品開發時進行光型、照射角度、截光角等參數的設定。LED 燈因具有體積小、重量輕、低耗電等優點，因此邑昇公司將朝向少量多樣、高亮度具光學截止線 LED 自行車燈及固定式照明等產品為主。

競爭優勢

1.PCB 產業

邑昇公司 101 年度前主要生產少量多樣工業用板、網通類及消費性電子等 4-16 層 PCB 產品，自 101 年度起邑昇公司看到未來 LED TV 大量生產的遠景，並開始配合東貝光電大量製作 LED 背光模組基板，故改以生產較低階之 LED Light Bar 產品，有關邑昇公司 PCB 競爭利基為：

- ◆協助客戶技術與材料諮詢
- ◆提供更具性價比之原物料，為客戶提供更高產品競爭力
- ◆持續開發新產品
- ◆針對未來高階應用持續研發
- ◆持續針對自身製程改善

2.LED 照明產業

邑昇公司目前主要營收比重係來自於印刷電路板之銷售收入，惟預估未來 LED 將為照明主流，遂運用自身在 PCB 累積多年之製造經驗，切入固定式照明燈具如 LED 輕鋼架燈，同時也研發 LED 燈管及 LED 燈泡等產品，惟此塊國內市場競爭者眾已為紅海市場，故於 101 年度邑昇公司光電事業處重新定位自身產品定位並轉而切入移動式照明燈具（如腳踏車燈）之研發及銷售業務，邑昇公司未來 LED 事業發展之優勢策略如下：

- ◆ 關鍵原料成本較低
- ◆ 具光學電子機構熱流整合產品設計能力
- ◆ 多元化行銷策略：(1) 自有品牌行銷 (2) 打入國內產業龍頭腳踏車大廠 OEM / ODM 行銷 (3) 結合國外腳踏車通路商行銷

未來展望

1.PCB 產業

多樣且創新之電子應用產品將持續推升 PCB 產業之需求受平板電腦、智慧手機與遊戲機等多樣化創新消費性電子產品持續推出下，預期未來將有更多具創意的電子產品，如微型投影機等不斷推陳出新，將引領 PCB 產品與技術持續演進，亦將推升 PCB 產業之需求。整體就 PCB 終端產品應用別而言，以汽車、通訊、工業、醫療與物聯網之未來展望性最佳，台灣廠商在面臨中國大陸競爭追趕上，將加快轉型結構之調整，未來如汽車板、半導體高階載板將是台灣廠商持續耕耘並著重之應用類別。

2.LED 照明產業

◆ LED 照明將成為未來照明產業主流趨勢

全球溫度升高及氣候異常等一連串溫室效應現象，除能源消耗之外，衍生出全球環境保護與節能議



本中心吳壽山董事長（右）致贈紀念品予邑昇公司簡榮坤董事長（左），恭賀上櫃掛牌成功（103.12.23）。

題，有鑑於能源的過度使用，各國政府積極推展使用再生能源與節能省電政策，如禁用白熾燈泡等政策，並積極尋求其他光源替代傳統光源，在全球節能環保訴求持續提升之際，一般民眾及商業活動的照明使用習慣將重新調整，進而牽動照明產業未來發展趨勢。

◆ 移動式 LED 照明應用將逐漸普及

近年來全球自行車活動風潮逐漸受消費者歡迎，除了可以節能減碳，減少能量的消耗與浪費之外，亦可以以運動促進身體健康，故對於相關的自行車配件需求也大幅增加。戶外活動首重安全，安裝自行車前燈與後燈，除了有照明與警示等效果，也保障自行車騎士人身安全。當從事其他戶外活動時，自行車前燈與後燈可拆卸下來提供消費者他項用途使用。各國政府積極推展自行車行車安全，一般民眾照明使用習慣將重新調整，進而增加移動式 LED 照明普及率。

邑昇公司在自行車燈的營運策略採取國外大廠 ODM / OEM，與自有品牌「DOSUN」行銷雙軌並行。憑藉台灣腳踏車工業王國的聲譽與通路，ODM / OEM 業務已打入國內自行車及英國國際大廠供應鏈並深獲客戶好評，自有品牌發展則持續向歐洲市場進行認證，兩項業務分別以產品外觀、價格等市場定位做出區隔。