



弘憶國際股份有限公司 2024年第四季營運成果法人說明會

GMI Technology Inc. (3312) 4Q24 Performance

主 講 人：余明哲業務資深協理 / 謝仲秋財務協理
簡報日期：2025/3/31

投資安全聲明



- 弘憶之前瞻性陳述，可能包括有關其營運成果、財務狀況或業務前景之聲明，須受重大風險及不明朗因素之限制，且該等聲明乃根據弘憶之現有預期而作出。
- 受諸多因素之影響，其中包括：本產業的週期性質、本公司對按時引進新產品的倚賴程度、本公司對產品需求增長的倚賴程度、本公司有效競爭的能力、本公司對核心人員的倚賴程度、整體經濟及政治狀況、因天然及人為災害導致商業活動之可能性的中斷，包括恐怖份子活動、武裝衝突及外匯匯率之波動，實際業績可能與該等前瞻性陳述所明示或暗示者相差甚遠。
- 此外，本報告所載的任何財務資料係遵照國際財務報導準則公報(IFRSs)編製。
- 除法律規定者外，本公司於任何特定時間所發佈之財務預測及前瞻性陳述均不產生任何披露責任，且本公司並不負責公開更新或修改任何預測或前瞻性陳述，不論因出現新資料、發生未來事件或其他理由亦然。

簡報大綱

1

公司介紹

2

財務資訊

3

營運展望

4

Q&A



1

公司介紹

公司介紹



1995年成立



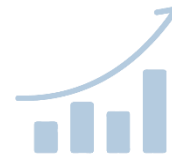
資本額16.26億



營運總部位於台北



12個服務據點位於
中國、香港、台灣



2010年台灣掛牌上
市#3312



整體超過
200位員工

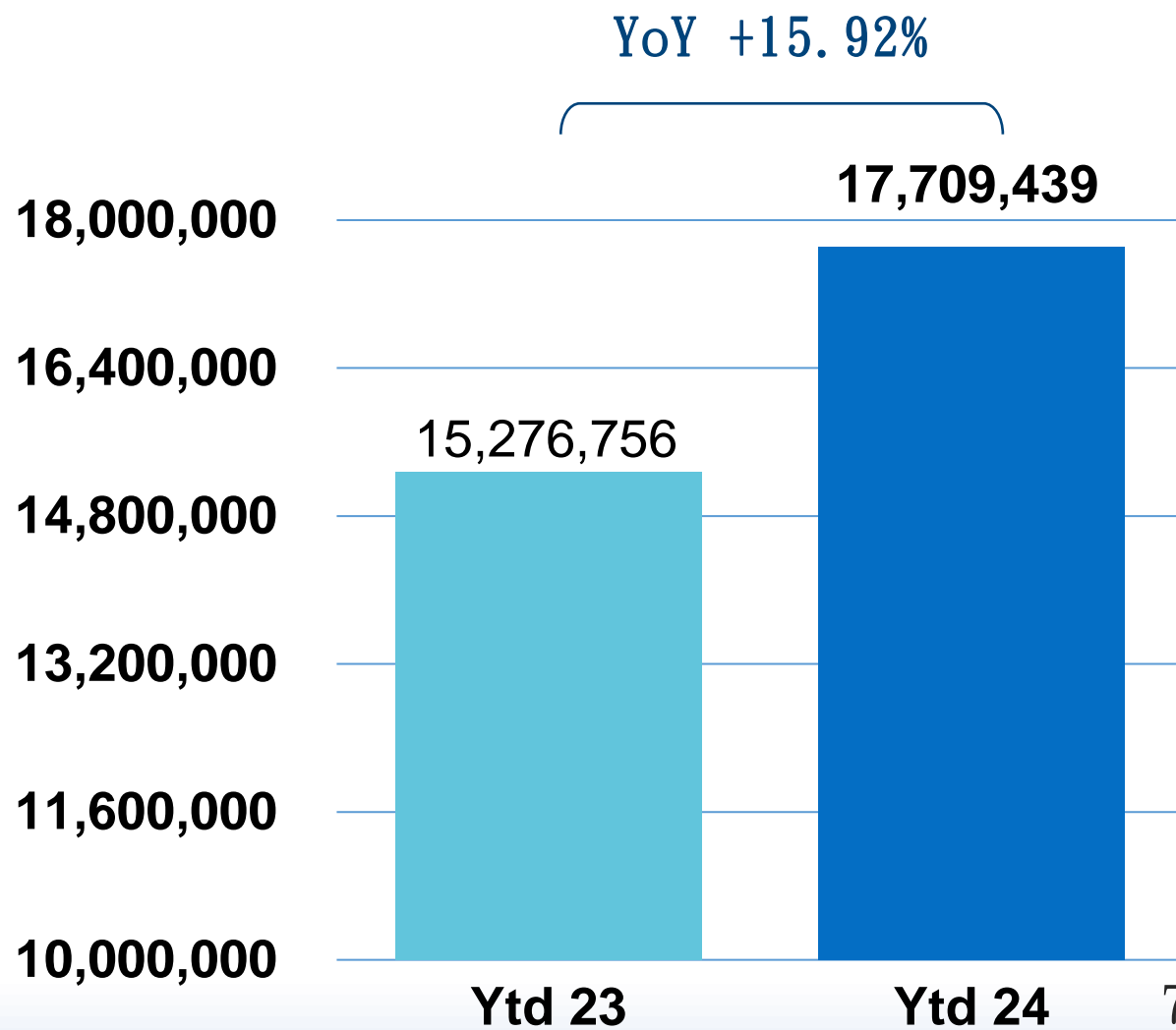
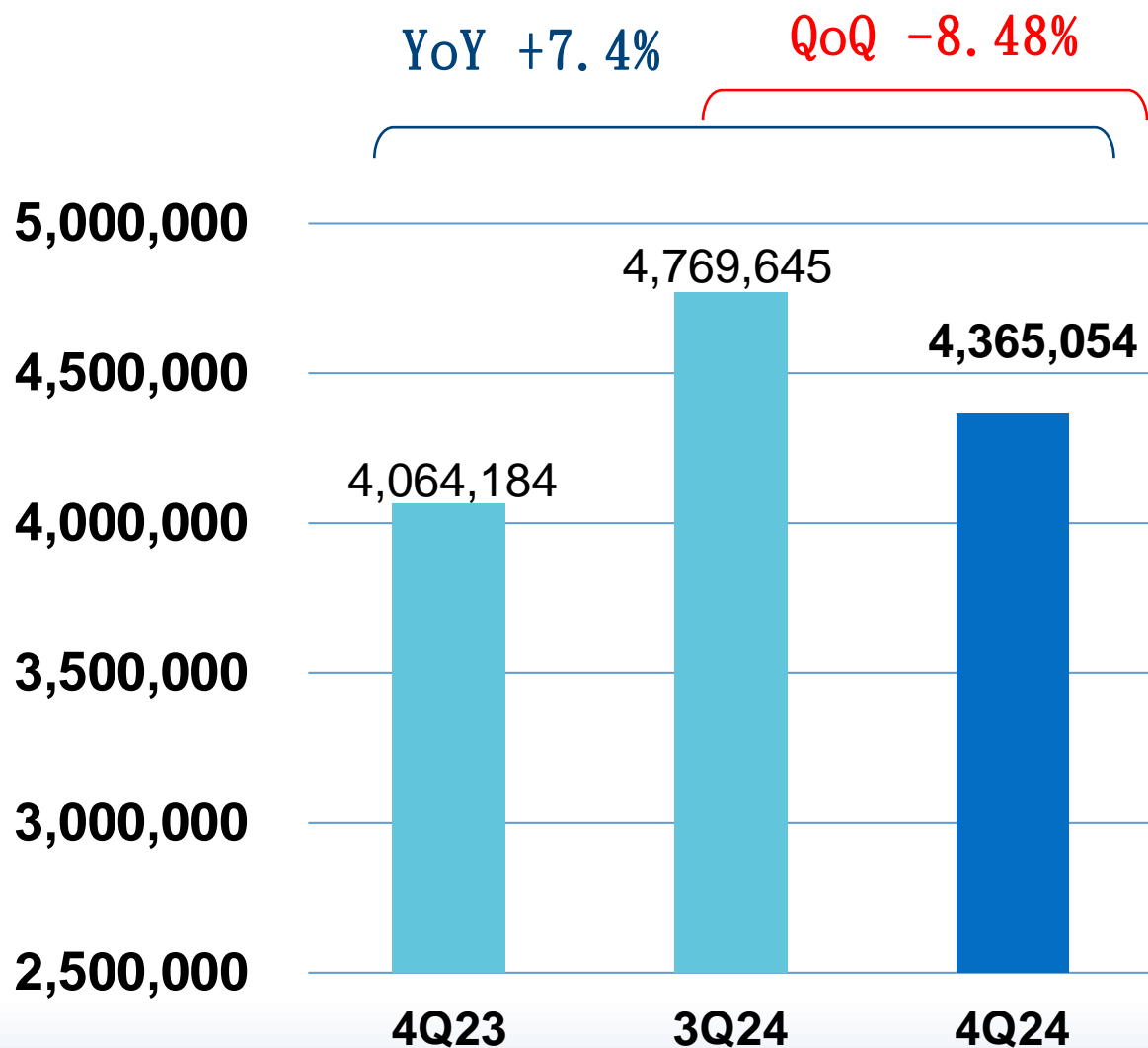
2

財務資訊

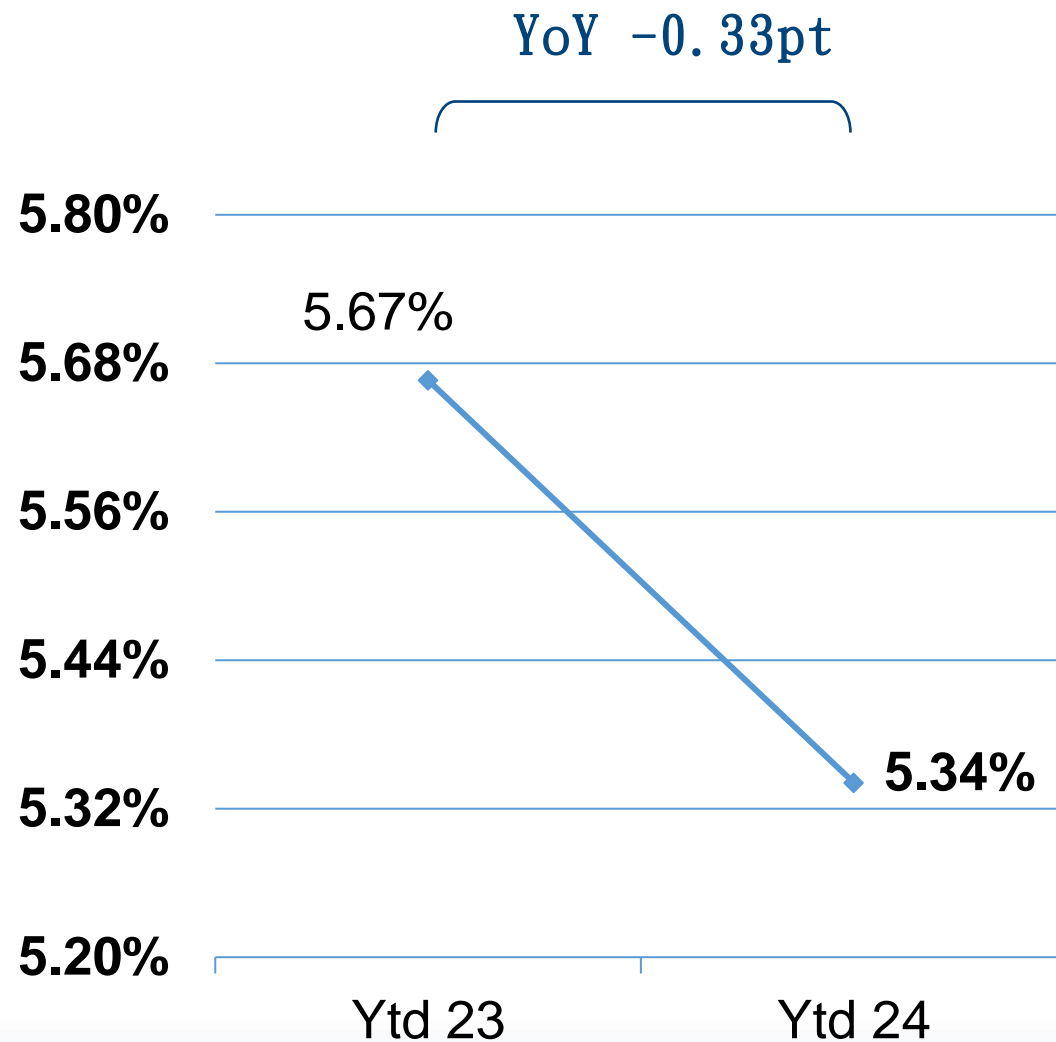
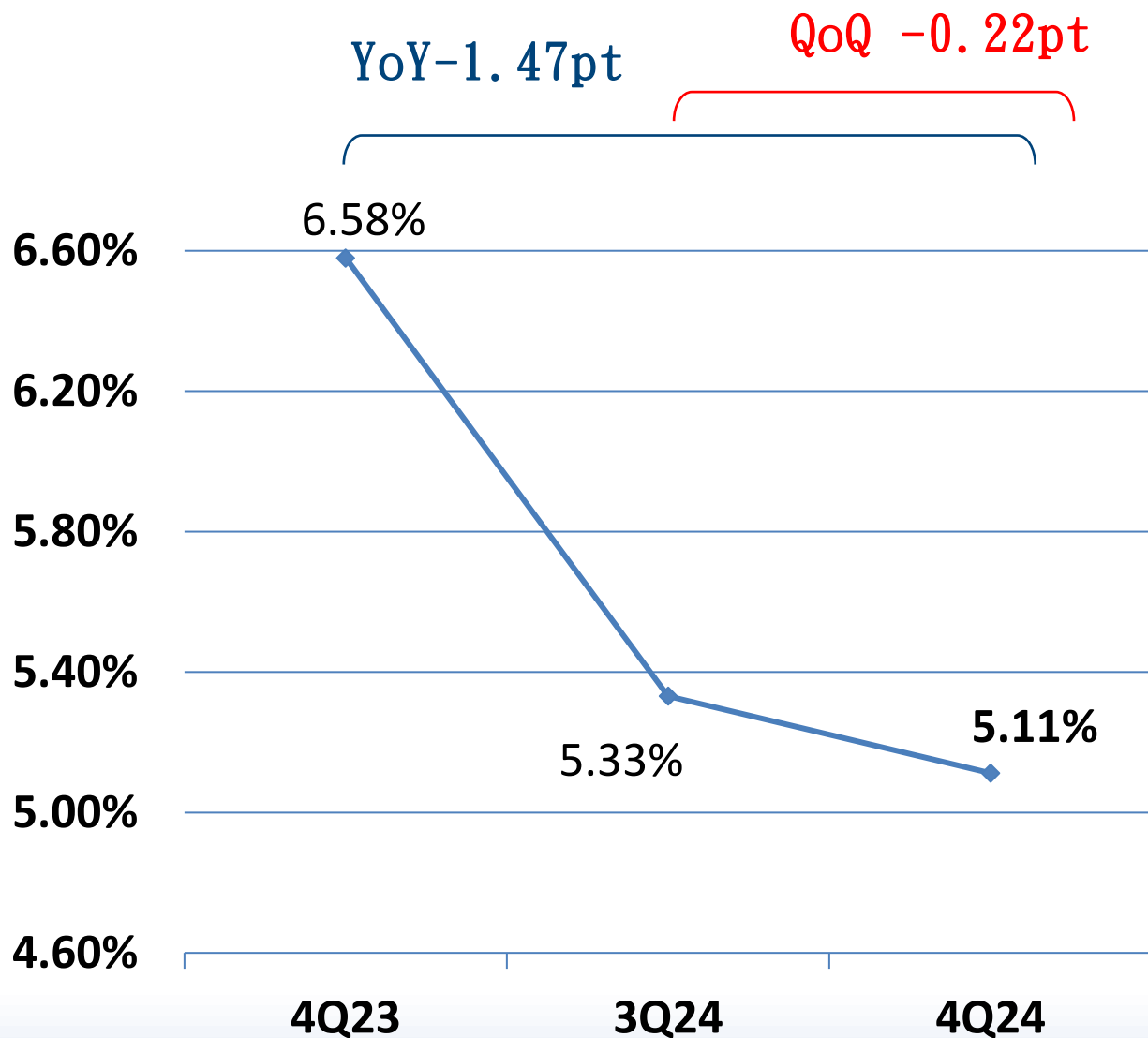
財務資訊-合併營業收入



(單位:新台幣千元)



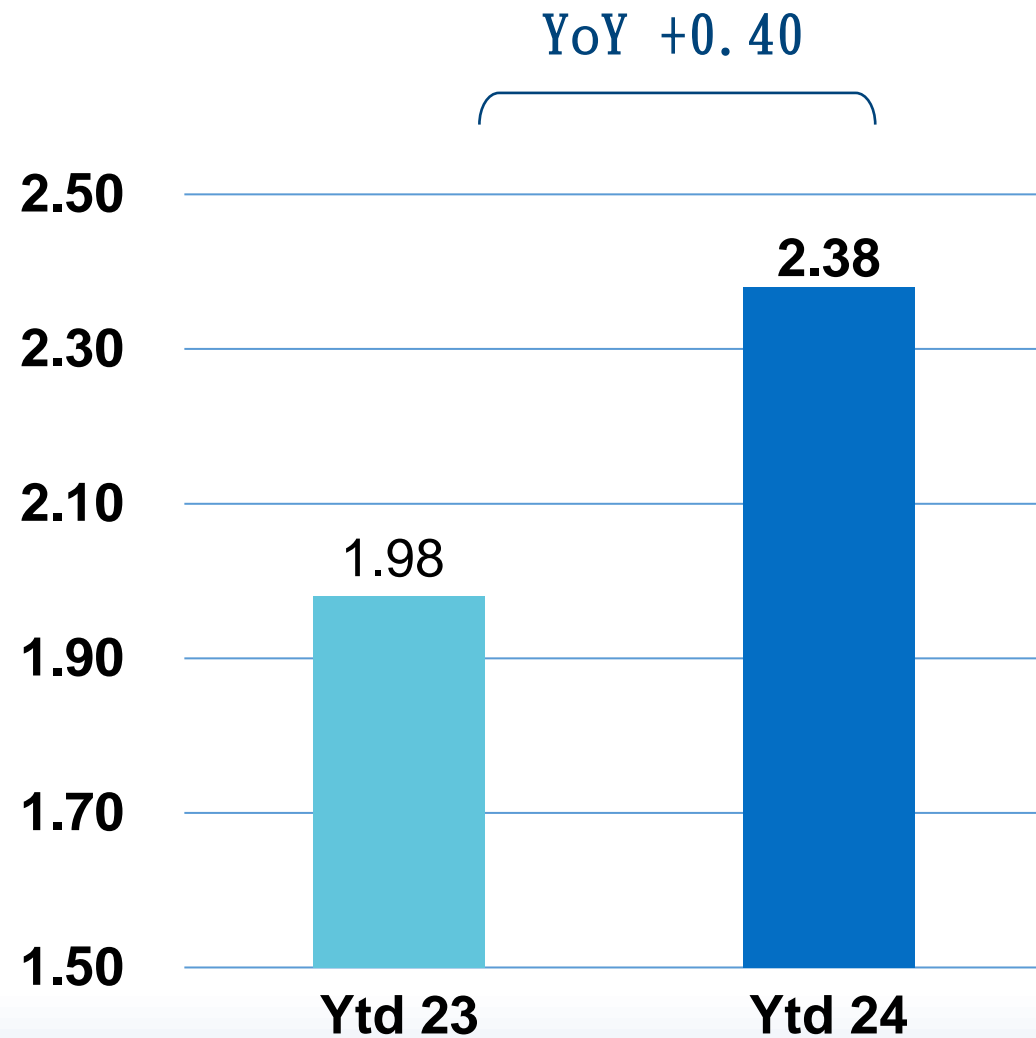
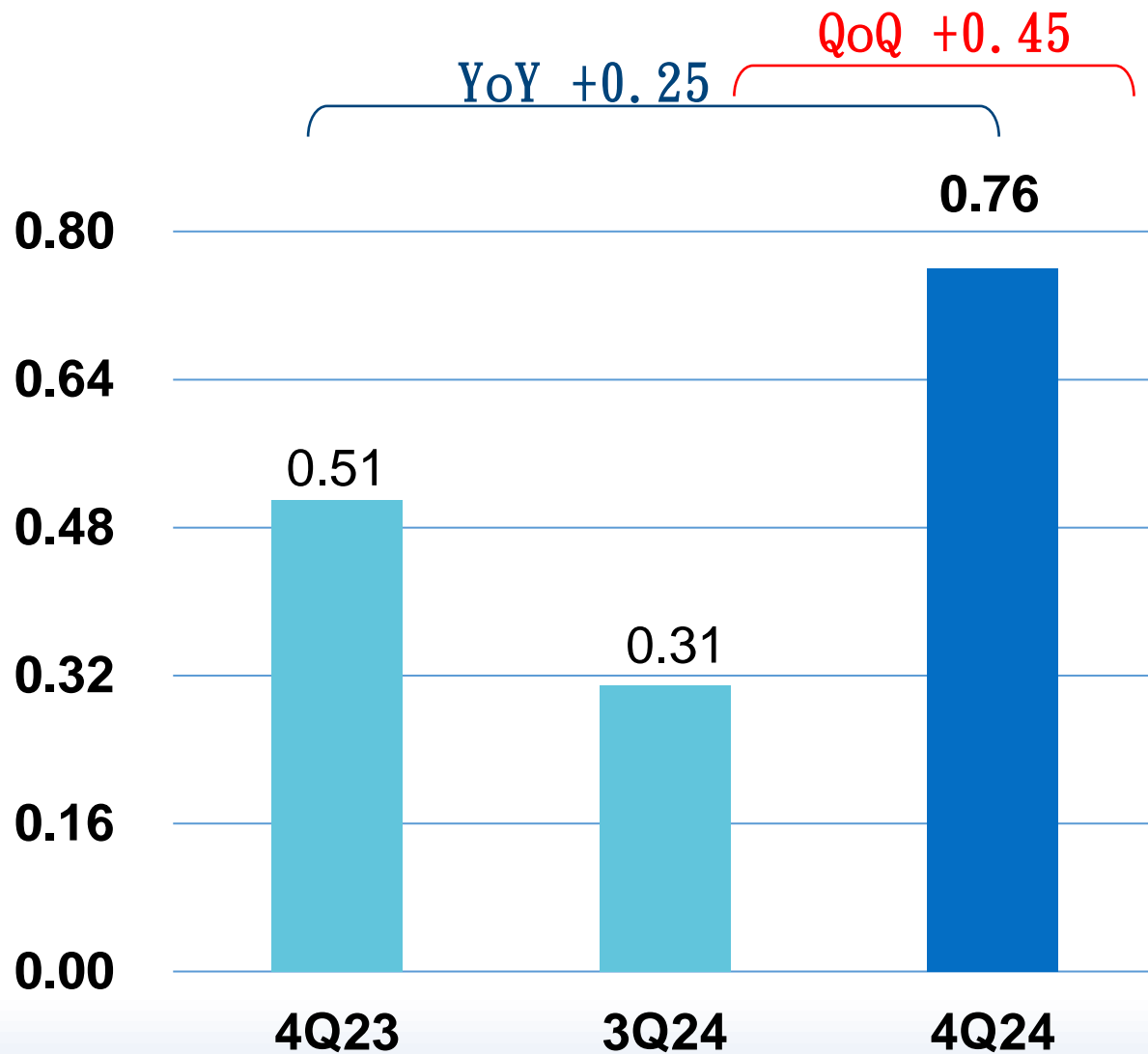
財務資訊-合併營業毛利率



財務資訊-合併每股盈餘



(單位:新台幣元)



財務資訊-合併綜合損益表-季度



(單位:新台幣仟元)

項目	4Q24	3Q24	4Q23	Q-Q	Y-Y
營業收入	4,365,054	4,769,645	4,064,184	(8.48%)	7.40%
營業成本	4,141,893	4,515,338	3,796,773		
營業毛利	223,161	254,307	267,411	(12.25%)	(16.55%)
推銷費用	109,697	92,959	72,309		
管理費用	51,053	34,879	23,927		
研究發展費用	17,288	11,575	10,113		
預期信用減損損失(利益)	1,747	51	(5,314)		
營業費用合計	179,785	139,464	101,035	28.91%	77.94%
營業淨利	43,376	114,843	166,376	(62.23%)	(73.93%)
營業外收入及支出	107,578	(58,107)	(61,788)	285.14%	274.11%
稅前淨利	150,954	56,736	104,588		
所得稅費用(利益)	37,697	15,704	25,612		
本期淨利	113,257	41,032	78,976	176.02%	43.41%
每股盈餘(元)	0.76	0.31	0.51		

財務資訊-合併綜合損益表-年度



(單位:新台幣仟元)

項目	Ytd 24	Ytd 23	Y-Y
營業收入	17,709,439	15,276,756	15.92%
營業成本	16,763,564	14,411,104	
營業毛利	945,875	865,652	9.27%
推銷費用	376,131	305,374	
管理費用	162,242	135,176	
研究發展費用	52,531	35,439	
預期信用減損損失(利益)	5,658	(19,182)	
營業費用合計	596,562	456,807	30.59%
營業淨利	349,313	408,845	(14.56%)
營業外收入及支出	118,294	(16,537)	815.33%
稅前淨利	467,607	392,308	
所得稅費用(利益)	109,472	79,501	
本期淨利	358,135	312,807	14.49%
每股盈餘(元)	2.38	1.98	

財務資訊-合併資產負債表



(單位:新台幣仟元)

項目	2024年第四季	2024年第三季	2023年第四季	Q-Q	Y-Y
現金及約當現金	2,098,460	2,174,893	1,497,908	(3.51%)	40.09%
應收帳款淨額	4,080,764	4,181,405	3,180,820	(2.41%)	28.29%
存貨淨額	1,218,109	1,310,372	1,030,721	(7.04%)	18.18%
其他流動資產	405,185	399,748	356,990	1.36%	13.50%
其他非流動資產	2,587,936	1,135,492	690,402	127.91%	274.84%
資產總計	10,390,454	9,201,910	6,756,841		
借款及公司債	3,491,546	3,085,748	1,752,851	13.15%	99.19%
應付帳款	2,630,490	2,967,795	2,122,678	(11.37%)	23.92%
其他流動負債	1,074,683	162,665	162,546	560.67%	561.16%
非流動負債合計	10,657	2,530	8,563		
負債總計	7,207,376	6,218,738	4,046,638		
權益總計	3,183,078	2,983,172	2,710,203		

3

營運展望

營運展望



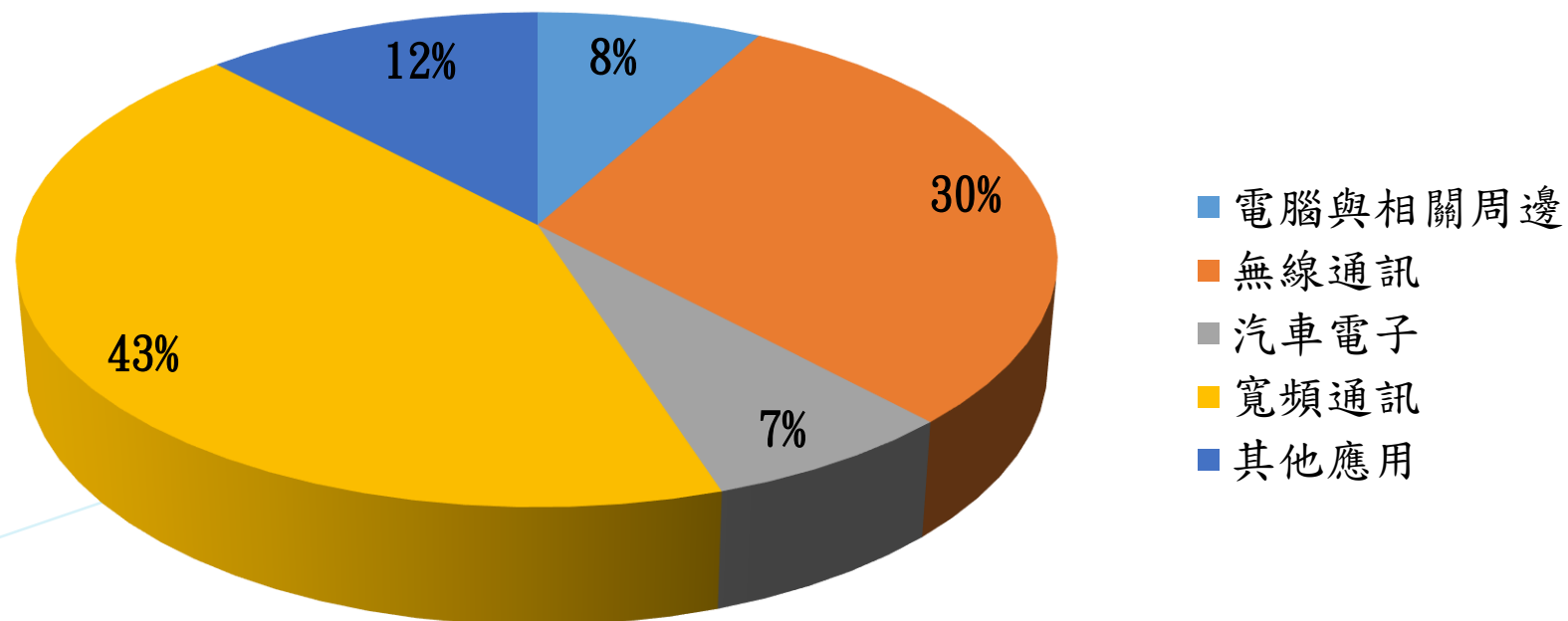
- 2024年銷售分析
- 市場狀況
- 成長動能
- 營運策略

2024年銷售分析

2024年銷售分析



2024年銷售佔比



市場狀況

市場狀況



半導體市場

- 世界政治經濟環境變數不斷，美中對抗持續、俄烏戰爭的不確定性、新一輪的關稅政策等因素，使得2025上半年更不可預測。
- 大陸房價和股市不穩定，大部份消費者都有消費趨於保守的心態。
- 大陸家電持續補貼以舊換新，由2024年8類增加至2025年12類與15%~20%補貼，以及手機與數位產品購新補貼。
- 人工智慧(PC、Server、消費性產品)領域及車載半導體等應用持續成長且樂觀期待。

市場狀況



電腦市場

- 全球PC市場表現增長，中國市場也有所成長，前兩名也首次為國產品牌。
- 需求與生產加速，除了品牌與終端市場年底市場需求訂製整機之外，還有一些增長是因擔憂關稅政策影響將需求提前。

市場狀況



通訊市場

- 大陸市場家用網絡設備板塊飄移，原本的家庭接入做出巨大改變，有線及無線產品升級，FTTR(Fiber to the Room)吞食原本家庭路由市場，需求下滑嚴重，產品價格競爭也很激烈，運營商相對強勢。
- 海外運營商寬頻通訊產品升級趨勢明顯，無線及有線網口作提升，在每個地區推廣開來。
- 海外還是存在地緣政治關係，部分還是台系供應鏈有相對優勢。

市場狀況



AI穿戴/玩具/機器人

- AI穿戴：目前整個市場方案以及產品形態比較混亂，但是隨著各個廠商入局推出產品，今年4月香港電子展會有眾多產品展覽，如果有爆款出現，產品形態分類也會清晰，短期內手機廠和品牌廠以及白牌都會有爆發。
- 玩具：音色、角色、性格、語音對話，從預設規則到自然個性的表達，作為真正朋友。
- 機器人：清潔、安全(報警、巡邏)、醫療機器人、AI數字人、語言機器人、人形機器人、陪伴機器人、工業機器人等。

市場狀況



車載市場

- 2024年大陸新能源車新車銷量達到整體新車總銷量的40.9%，較2023年的31.6%提高了9.3%。
- 2024年大陸新能源車與汽車產銷分別完成1,288.8萬輛和1,286.6萬輛，年增長都為30%以上。
- 車用晶片的需求將持續增長，也造成晶片有緊張的狀況。

成長動能

成長動能



電腦及周邊市場

- 隨著AI概念愈加熱烈，AI筆電客戶重點鋪墊AI PC，除推動AI筆電換機潮之外，AI PC市場占比也持續成長。
- 電競產業持續發展，帶動顯卡的升級需求，2025年預計也會有20%的持續成長。

成長動能

運營商市場



- 大陸內部競爭持續影響價格，但運營商將進一步佈局FTTR產品，至於美國及歐洲市場，預計2025年第一季的需求應該仍是平向往上發展。
- 相繼海外機頂盒市場，大陸IPTV機頂盒產品目前也進行無線通訊升級。

成長動能



寬頻通訊市場

- 2025年全球化的銅軸通訊轉光纖通訊，銅軸通訊幾乎已經淡出市場，後續需要關注每個區域的規格與變化。
- 2025年中國市場FTTR的生產與後續動能觀察，推廣海外的增長機會。
- 基於5G、Wi-Fi 6等技術發展以及視頻媒體服務的普及，推動寬頻市場的成長。
- 我們預計2025年第一季在光通訊的應用上及寬頻網路交換機的業務銷售仍會樂觀緩步成長。

成長動能



車載市場

- 中國國內市場隨著新能源車智能駕駛普及的風向指標，將更直接帶動汽車電子增長，2025第一季預計同比銷售增長15%。
- 2025年新購新能源車，對於油車及年限新能源車國補1.5萬~2萬人民幣，首次購車享8%~10%優惠。
- 汽車品牌和Tier1的雙向經營是我們重點方向，並且在多類汽車內部智能座艙相關電子產品的開發已有初步進展。

成長動能



新產品及應用開發

- 大陸國產化供應商的合作機會，針對應用及客戶群需求尋求新的業績成長。
- AI穿戴產品機會點，投入更多人力在推廣跟技術上，迎接新的世代到來。
- 助輔聽器及其他醫療輔具的相關銷售及代理。

營運策略

營運策略

市場擴展

- 積極增加能見度，業務開拓機會、市場，面向新的市場、原廠及客戶群。

數位管理

- 進行數位化轉型，強化營運管理系統的效率，降低營業費用率，進而提升營運效率和獲利能力。

永續發展

- 致力於推廣綠能、儲能和高效能等綠色科技產品，積極發展企業永續。



Q & A

弘憶國際股份有限公司(3312)

<http://www.gmitec.com>

THANK YOU!