

鈺寶科技股份有限公司
Syncomm Technology Corp.

**股票創新板上市前風險事項
及補充揭露事項說明書**

113/5/28 股票創新板上市前業績發表會

目錄

壹、發行人之產業、營運及其他重要風險.....	1
一、產業風險.....	1
二、營運風險.....	1
三、其他重要風險.....	2
貳、依臺灣證券交易所股份有限公司 113 年 3 月 7 日臺證上二字第 1131700840 號函，應於 公開說明書特別記載事項乙節中揭露下列事項.....	3
一、公司最近二年度及申請(2023)年前三季業績變化之合理性.....	3
二、引進安國國際科技(股)公司成為母公司，經多年業務轉型，安國國際已為主要供應 商，雙方並有多項關係人交易之必要性及合理性評估.....	19

壹、發行人之產業、營運及其他重要風險

一、產業風險

(一)消費性電子與數位家電產業易受景氣循環而影響終端需求，連帶影響本公司獲利表現

消費性電子與數位家庭產業屬於週期性消費品，此類消費品較易受景氣循環影響，故若不能即時推出符合消費者期待之產品且產品應用領域若過於集中，將影響本公司獲利表現及其穩定性。

因應措施

本公司除持續深耕無線音響領域，亦積極擴展多元化的產品應用，將本公司之 IC 推廣至各類應用市場，擴增產品線，以分散產業循環影響風險，本公司已積極佈局電動競技、無線樂器及藍牙應用等傳輸市場，並持續尋求穩健經營的夥伴與客戶，降低因景氣循環所帶來的衝擊。

(二)各類無線音訊傳輸及控制規格競爭日趨激烈

隨著無線音訊傳輸及控制應用市場需求愈來愈大，希望分食大餅的競爭規格與競爭者也愈來愈多，如藍牙 LE Audio 新規格增加新的功能與降低耗電外，採用 LC3 音訊壓縮技術，企圖解決標準藍牙延遲與 SBC 壓縮音質較差的缺點，且隨著支援 LE Audio 的手機越來越多，將會加速 LE Audio 快速成長，勢必會對於鈦寶原本專注領域有所威脅。

因應措施

本公司屬於早期進入無線音訊傳輸及控制應用市場，已在低延遲擁有關鍵技術並累積多年的銷售實績與優良品質紀錄，除將持續深耕低延遲與高音質的核心技術外，也持續投入更多的研發人才與彈性的商業模式，將本公司核心技術與藍牙規範結合，並朝附加應用的方向研發，與客戶共創市場，不斷創造價值，維持競爭優勢。本公司透過以下方式因應：

- 1.除了維持並提升原本核心技術的通訊品質，也支援標準模式，以同時滿足標準通訊規範的方便性，及本公司針對高品質音訊的規範，透過不同規範之技術結合以滿足不同使用情境的需求。
- 2.提早布局下一代無線通訊，藉由與品牌長期合作所掌握的趨勢。提早針對下一代無線產品應用研發新一代無線產品，不但能兼顧新的應用，亦能搶先佔據有利的市場位置。
- 3.持續投入演算法開發，因應未來 edge AIoT 需求應用之發展，掌握關鍵應用演算法將是一個重要關鍵點。透過自行研發的演算法，不但能夠提供客戶在應用上的加值服務之外，也將針對無線傳輸產品做出與競爭對手的產品差異化。

二、營運風險

(一)國內無線傳輸與 AI 演算法研發人員較為短缺

未來發展之重要關鍵因素在於專業人才及團隊，無線傳輸與 AI 演算法技術團隊需同時具備深度之專業知識及因應整合應用產品開發之核心技術實力，需有較長期對新技術應用之涉略及實務經驗來累積，人才養成不易，且國內外科技公司激烈競逐人

才，許多跨國企業也陸續在台設立據點，高薪招聘優秀人才。

因應措施

本公司憑藉多年累積自主開發的技術與持續累積的系統實力培養新人才，專注於關鍵核心技術，除營造良好的學習成長環境、規劃完整的專業訓練及持續加強獲取產業新知外，亦有完善的績效評估機制及員工獎酬制度，得以吸引優良人才加入，持續強化公司之研發競爭力及向心力，同時提升公司各項福利制度，以期能吸引並留住好的人才。未來亦將加強產學合作，以及透過聘請專家顧問培養專長人才，為了加快研發速度，會透過集團內與集團外的合作發揮綜效。

(二)匯率風險

本公司之銷售及原物料採購交易幣別主要以美元為主，外幣應收、應付帳款相互沖抵可產生避險效果，惟在轉換成新台幣時，仍會因持有外幣淨資產或淨負債部位而產生匯兌損益，故匯率波動對本公司獲利仍有一定程度之影響。

因應措施

本公司因應匯率變動之管理採取穩健策略，財務人員進行美元淨部位之管控，參酌匯率市場相關資訊及未來走勢，在適合的時機結售美元，有效控制美元部位因應營運所需，另與各銀行外匯部門保持密切聯繫，隨時注意外匯市場變化，以供相關主管人員對於匯兌波動進行適時調節，以降低匯率變動產生之風險。

三、其他重要風險

請詳本公司公開說明書「壹、二、風險事項」之說明、證券承銷商評估報告「壹、四、總結」及「貳、產業概況及營運風險」說明。

綜上所述，就產業、營運及其他風險三方面，分別予以評估其各項可能風險之因應措施，本公司已具備因應相關風險之能力，各項因應措施尚屬穩當，應可有效降低相關之風險。

貳、依臺灣證券交易所股份有限公司 113 年 3 月 7 日臺證上二字第 1131700840 號函，應於公開說明書特別記載事項乙節中揭露下列事項

一、公司最近二年度及申請(2023)年前三季業績變化之合理性

【公司說明】

本公司主要從事無線音訊控制晶片及模組之研發設計及銷售，產品終端應用於家庭影音娛樂(如：Soundbar 及 Surround speaker and subwoofer)、一對多樂器無線傳輸、無線音箱、無線耳機麥克風、無線麥克風、一對三電競級無線滑鼠、鍵盤、耳機等電子傳輸產品，茲將 2021~2022 年度及 2023 年前三季之業績變化之合理性說明如下：

單位：新台幣仟元；%

項目	2021 年度		2022 年度		2022 年前三季		2023 年前三季	
	金額	%	金額	%	金額	%	金額	%
營業收入	426,361	100.00	387,924	100.00	330,489	100.00	176,713	100.00
營業成本	235,078	55.14	198,707	51.22	168,900	51.11	91,848	51.98
營業毛利	191,283	44.86	189,217	48.78	161,589	48.89	84,865	48.02
營業費用	121,812	28.57	137,559	35.46	104,750	31.70	95,151	53.84
營業利益(損失)	69,471	16.29	51,658	13.32	56,839	17.20	(10,286)	(5.82)
營業外收入及支出	1,486	0.35	8,672	2.24	9,067	2.74	4,220	2.39
稅前淨利(損)	70,957	16.64	60,330	15.55	65,906	19.94	(6,066)	(3.43)
所得稅利益(費用)	—	—	6,032	1.55	(836)	(0.25)	(562)	(0.32)
本期淨利(損)	70,957	16.64	66,362	17.11	65,070	19.69	(6,628)	(3.75)
每股盈餘(元)	2.33		2.15		2.10		(0.21)	

資料來源：2021~2022 年度及 2023 年第三季經會計師查核簽證或核閱之財務報告

1. 營業收入

本公司 2021~2022 年度及 2023 年前三季之營業收入分別為 426,361 仟元、387,924 仟元及 176,713 仟元。2022 年度營業收入較 2021 年度減少 38,437 仟元，下降 9.02%，主係 2021 年度受惠疫情之後消費者生活模式改變，居家遠距辦公及家庭娛樂需求升高，帶動終端消費性電子產品，如筆電、視訊設備、電視、音響喇叭等出貨暢旺，營業收入大幅成長，然 2022 年下半年起，受全球總體經濟疲弱、通膨及升息影響，全球半導體終端應用市場銷售不如預期，終端品牌客戶紛紛進行庫存調節，進而影響代理商拉貨力道，致本公司 2022 年度接單及出貨表現較為衰退；2023 年前三季營業收入較 2022 年同期減少 153,776 仟元，減少幅度達 46.53%，主係因持續受到全球總體經濟疲弱、通膨及升息影響，使得整體消費力道疲軟，終端品牌客戶拉貨力道趨緩所致。

2. 營業成本及營業毛利

本公司 2021~2022 年度及 2023 年前三季之營業成本分別為 235,078 仟元、198,707 仟元及 91,848 仟元，營業毛利分別為 191,283 仟元、189,217 仟元及 84,865 仟元，營業毛利率分別為 44.86%、48.78%及 48.02%。2022 年度營業成本及營業毛利分別較 2021 年度減少 36,371 仟元及 2,066 仟元，主係 2022 年下半年受終端市場需求減少，品牌客戶調整庫存，導致出貨減少，營業收入減少，相關營業成本及營業毛利亦分別減少 15.47%及 1.08%，惟因本公司部分產品進行規格升級，獲得音響品牌客戶青睞而調漲售價，以轉嫁代工廠因產能吃緊所提高之代工成本，致毛利率上升至 48.78%；2023 年前三季營業成本及營業毛利分別較 2022 年同期減少 77,052 仟元及 76,724 仟元，主係 2023 年前三季持續受景氣影響，使消費力道疲軟，終端品牌客戶拉貨力道趨緩，致營業收入減少，故使營業成本及營業毛利同步減少 45.62%及 47.48%，毛利率則與 2022 年同期相當。

3.營業費用

本公司 2021~2022 年度及 2023 年前三季之營業費用分別為 121,812 仟元、137,559 仟元及 95,151 仟元。2022 年度營業費用較 2021 年度增加 15,747 仟元，主係因發行限制員工權利新股，薪資費用增加，及業務拓展合作之顧問費，與本公司 IC 設計後段的服務費用 APR (Automatic Placement & Routing) Service Fee、晶片試產和驗證等研究發展費用增加所致；2023 年前三季之營業費用較 2022 年同期減少 9,599 仟元，主係 2023 年前三季營運狀況較 2022 年同期衰退，提列之獎金減少所致。

4.營業外收入及支出

本公司 2021~2022 年度及 2023 年前三季之營業外收入及支出分別為 1,486 仟元、8,672 仟元及 4,220 仟元，2022 年度營業外收入及支出較 2021 年度增加 7,186 仟元，主因本公司應收帳款收款幣別為美金，受到全球通貨膨脹影響，美國聯準會多階段升息，美元回流導致美元大幅升值，產生兌換利益所致；2023 年前三季營業外收入及支出較 2022 年同期減少 4,847 仟元，主係通膨趨緩，美元匯率平穩，匯兌利益較 2022 年同期減少所致。

5.稅前淨利(損)及每股盈餘

本公司 2021~2022 年度及 2023 年前三季之稅前淨利(損)分別為 70,957 仟元、60,330 仟元及(6,066)仟元；每股盈餘則分別為 2.33 元、2.15 元及(0.21)元，本公司受終端消費市場疲弱，品牌客戶進行庫存調節影響，營業收入及營業毛利持續減少，影響獲利表現。

6.本公司未來發展

A.持續朝低延遲、高音質、多聲道、高效能及多模式產品發展

無線音訊產品在技術層面持續朝向低延遲、高音質、多聲道、高效能及多模式產品發展。本公司持續開發演算法及深化壓縮等核心技術，透過專有的演算、壓縮技術提高傳輸效率並維持高音質，深化產品競爭力以成為競爭者的高進入門檻，目標成為全方案解決供應商(total solution provider)，另透過與國際級品牌客戶合作開發，在模組與系統設計及量產測試，持續累積出豐厚的經驗，致力成為全球專用型無線音訊傳輸技術之領導者，並成為品牌客戶可靠的合作夥伴，共同創造影音市場的高附加價值。

B.傳輸方式持續演進並互相競合

目前無線音訊傳輸市面上主流技術為藍牙、Wi-Fi 等通用協定，以及特殊規格的私有協定，隨著終端消費者對於無線傳輸之需求擴大，本公司未來將朝向多模式發展，除了原本核心技術的通訊品質，也會支援標準模式，結合藍牙及 Wi-Fi 功能，提供消費者更完整解決方案，以同時滿足標準通訊規範所帶來之便利性與本公司規範之高品質，透過這些技術結合以滿足消費者不同使用情境的需求。另外，藉由與品牌長期合作所掌握的市場趨勢，提早布局下一代無線通訊，並研發下一代無線產品。

整體而言，本公司除了將持續深耕低延遲與高音質核心技術外，亦積極將關鍵技術與藍牙規範結合，銜接藍牙 BT6.0 規範並進一步發展低功耗資料傳輸、室內定位服務、智慧家電、會議室統等解決方案，驅動周邊智能裝置穩定成長，與客戶共創市場，不斷創造價值，維持競爭優勢。

【承銷商說明】

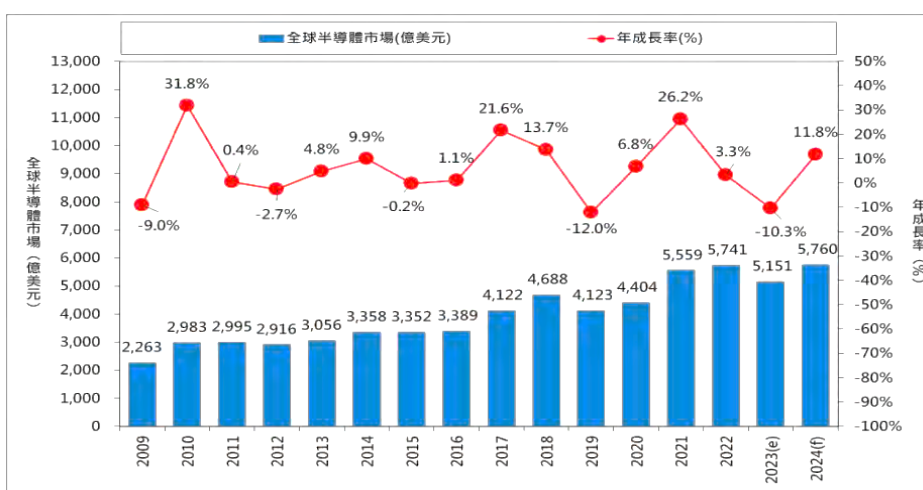
鈺寶科技股份有限公司(以下簡稱該公司)為無線音訊控制晶片及模組之 IC 設計公司，為高效能、低功耗、低延遲無線音訊傳輸技術之領導廠商，終端應用包含家庭影音娛樂(如：Soundbar 及 Surround speaker and subwoofer)、一對多樂器無線傳輸、無線音箱、無線耳機麥克風、無線麥克風、一對三電競級無線滑鼠、鍵盤、耳機等電子傳輸產品相關應用。

1. 產業概況

A. 全球半導體產業及 IC 設計產業概況

2019 年底以來新冠疫情肆虐，全球封城隔離等防疫政策重新形塑民眾生活，民眾長時間在家工作及休閒娛樂，加速了遠端工作的普及與宅經濟崛起，推升電腦、通訊、視訊及網路設備需求，亦同時帶動資料中心對伺服器需求成長；此外家庭娛樂時間比重拉高，促使民眾紛紛升級家庭影音娛樂設備、訂閱線上影片、遊戲及串流平台，為電視、音響喇叭及串流平台業者帶來一波強勁成長動能；而新冠疫情爆發所引發一連串需求效應，吸引消費性電子產業供應鏈大舉擴產追單，並在 2022 年創下全球半導體產值 5,740.84 億美元之榮景，惟自 2022 年下半年以來全球主要經濟體受到俄烏戰爭、通貨膨脹及持續升息等情勢影響，使得終端消費力道減弱，客戶訂單因而下修；此外受到新冠肺炎疫情期間長、短料因素，使得後疫情時代廠商間均有搶料備料的超額下單(OVERBOOKING)情形，故尚需靜待市場逐漸恢復供需平衡。根據世界半導體貿易統計組織(WSTS)預估 2023 年全球半導體市場仍會受制於市場供過於求和價格疲軟的問題，需靜待供應鏈庫存水位調節完畢，致 2023 年全球半導體銷售額將由 2022 年之 5,740.84 億美元下修至 5,150.95 億美元。展望 2024 年，預期全球在供需逐步平衡及消費市場復甦下，半導體市場將恢復成長態勢，達到 5,760 億美元高峰，年成長 11.8%，並將超越 2022 年之 5,740.84 億美元，創下歷史新高紀錄。

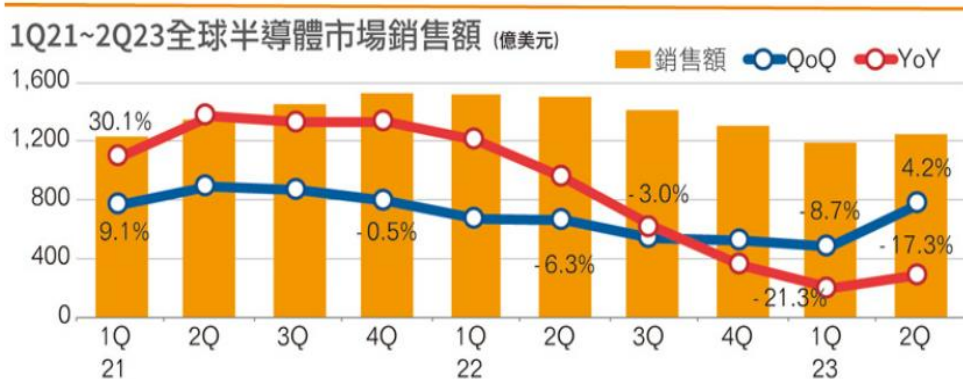
【全球半導體市場規模】



資料來源：世界半導體貿易統計組織(WSTS)預估；IEK 整理；2023/06

根據世界半導體貿易統計組織(WSTS)最新資料指出，2023 年第二季半導體市場銷售額雖持續年減 17.3%，但衰退幅度已較第一季收斂，一反先前下滑幅度持續擴大趨勢，此外當季銷售額亦由先前持續季減中反轉，呈現季增 4.2%，加上全球半導體業者第三季財測也趨於正向，預期半導體已出現好轉曙光。近期各研調機構針對 2023 年及 2024 年全球半導體廠規模年增率預估，整體市場銷售額年增幅度會落在 10~18.5% 間，顯示各大研調機構對 2024 年半導體市場規模成長保持正面看待。

【1Q21~2Q23 全球半導體市場銷售額】



資料來源：WSTS；DIGITIMES 整理，2023/09

【全球半導體市場規模年增率預估】

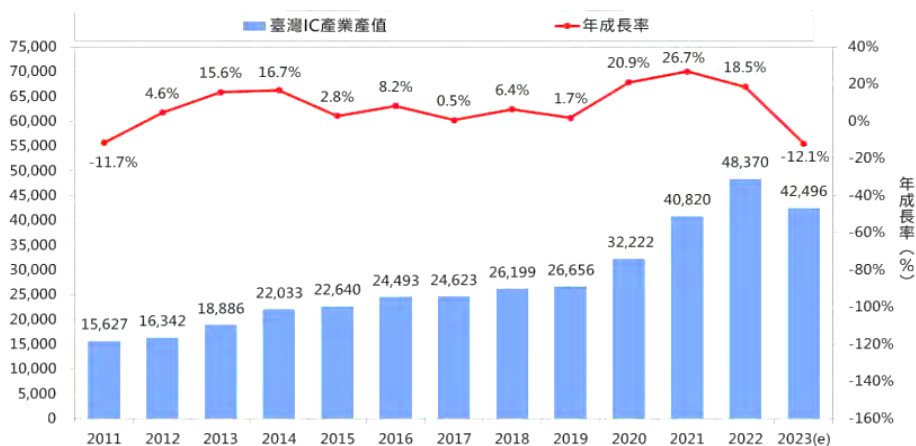
項目	SC_IQ	Tech Insights	WSTS	Gartner	Future Horizon	Cowan LRA
發布時間	2023/08	2023/07	2023/06	2023/04	2023/05	2023/08
2023 年年增率	-18%	-10%	-10.3%	-11.2%	-20%	-12%
2024 年年增率	11%	10%	11.8%	18.5%	NA	NA

資料來源：Semiconductor Intelligence、DIGITIMES 整理，2023/09

B. 臺灣半導體產業及 IC 設計產業概況

根據工研院 IEK 報告預估指出，2022 年台灣 IC 產業產值為 4.8 兆元，年成長幅度為 18.5%，創下歷史新高，惟自 2022 年下半年以來，受到國際動盪、經濟情勢影響，高通膨及升息循環大幅降低民眾消費意願，其中中國經濟在封控結束後未如預期般回溫，反而陸續浮現失業率升高、進出口衰退等問題，使得中國內需市場消費者購買力不足，加上美中貿易競爭持續，中國客戶受國際情勢影響，有傾向增加中國業者供應比重的趨勢，對台灣 IC 設計產值造成負面影響。另一方面，雖然台灣 IC 設計業者積極去化庫存，但多數廠商庫存依然尚未回歸正常水位，且受市場不確定因素影響，使得下游客戶拉貨動能不足，導致 IC 設計廠商訂單能見度模糊，而為了避免庫存水位再次攀升，在新品量產的投片意願上轉趨於保守，故 2023 年第四季庫存才可望回歸正常水位，估計 2023 年全年台灣 IC 產業產值約下降至 4.2 兆元，下降幅度約為 12.1%。展望未來，IEK 預估 2023 年下半年在庫存調整接近尾聲後，2024 年台灣 IC 產業有望逐步復甦並重回正成長軌道。

【台灣 IC 產業產值】



資料來源：工研院 IEK，2023/6

就台灣半導體之 IC 設計產業觀之，2021 年台灣 IC 設計業，受惠於新冠疫情帶動起宅經濟市場，加上美中科技戰的國際轉單助益，使得全球 IC 市場呈現供不應求，並在需求驅動價格調漲效應下，帶動臺灣 IC 設計業季度營收屢創新高，使得 2021 全年的臺灣 IC 設計業產值首度突破兆元，達新臺幣 12,320 億元，成長幅度創下 20 年來新高，年成長率為 42.4%。2022 年則延續前一年度拉貨熱潮，台灣 IC 設計業仍較 2021 年高基期表現仍持續成長 1.4%，IC 設計產值達到新臺幣 12,320 億元，然就季度別數據觀之，2022 年下半年 IC 設計業產值，受到高通膨衝擊影響，消費性市場買氣疲弱，電子產品需求下滑，年成長率已出現反轉，預期 2023 年在庫存調整去化接近尾聲後，2024 年景氣回升將迎來成長動能。

【2022 年台灣 IC 產業產值】

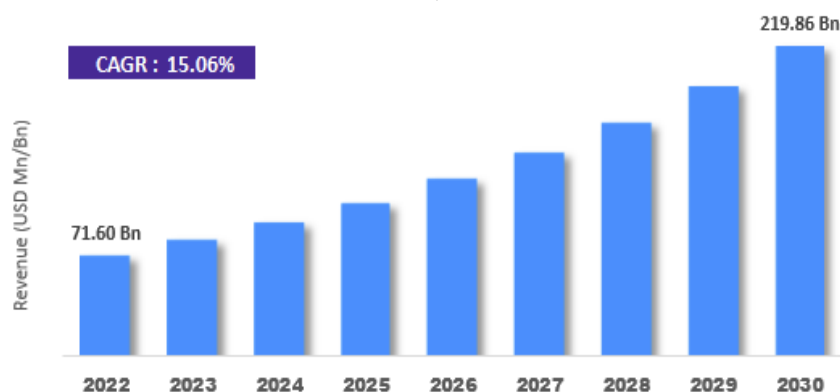
億新台幣	22Q1	季成長	年成長	22Q2	季成長	年成長	22Q3	季成長	年成長	22Q4	季成長	年成長	2022	年成長
IC 產業產值	11,592	4.8%	28.1%	12,372	6.7%	25.4%	12,435	0.5%	14.6%	11,971	-3.7%	8.2%	48,370	18.5%
IC 設計業	3,300	3.9%	26.8%	3,450	4.5%	12.4%	2,970	-13.9%	-10.0%	2,600	-12.5%	-18.1%	12,320	1.4%
IC 製造業	6,667	8.7%	33.3%	7,197	7.9%	36.2%	7,640	6.2%	30.2%	7,699	0.8%	25.5%	29,203	31.0%
晶圓代工	5,969	10.5%	36.5%	6,514	9.1%	43.0%	7,130	9.5%	40.3%	7,234	1.5%	33.9%	26,847	38.3%
記憶體與其他製造	698	-4.9%	11.3%	683	-2.1%	-6.4%	510	-25.3%	-35.3%	465	-8.8%	-36.6%	2,356	-18.2%
IC 封裝業	1,100	-8.3%	11.8%	1,150	4.5%	12.7%	1,270	10.4%	10.4%	1,140	-10.2%	-5.0%	4,660	7.0%
IC 測試業	525	-4.5%	14.1%	575	9.5%	17.3%	555	-3.5%	4.7%	532	-4.1%	-3.3%	2,187	7.7%
IC 產品產值	3,998	2.3%	23.8%	4,133	3.4%	8.8%	3,480	-15.8%	-14.9%	3,065	-11.9%	-21.6%	14,676	-2.3%
全球半導體市場(億美元)及成長率(%)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5,735	3.2%

資料來源：工研院 IEK，2023/03

C. 無線連接市場概況

根據研調機構 Zion Market Research 2023 年 9 月份報告指出，全球無線連接市場規模預計將從 2022 年之 716 億美元增加到 2030 年之 2,198.6 億美元，預測期間 CAGR 為 15.06%，成長動能主要來自電動車、智慧家庭、家庭娛樂、串流影音娛樂、穿戴式裝置以及各式各樣的新興 IoT 應用，其中物聯網應用被視為下一波潛力新星，根據通訊大廠 Ericsson 2023 年 6 月發布最新行動市場報告(Mobility Report) 中，估算 2022 年全球累積 IoT 連接數量已達到 132 億個，2028 年將成長至 347 億個，年複合成長率達到 18%。未來幾年，IoT 應用主要成長動能，將來自各類通訊服務商持續在家庭、城市、醫療、製造、能源等各個領域之物聯網導入數量持續增加，為產業帶來更多機會。

【無線連接市場規模預估】



資料來源：Zion Market Research，2023/09

就無線連接市場中之無線音訊晶片觀之，無線音訊晶片所涵蓋之產品線範圍廣泛，包括藍牙耳機、無線音箱、無線耳機等，根據研調機構 IDC 數據指出，2022 年全球無線音訊市場規模達到 610 億美元，2026 年將達到 830 億美元，年複合增長率為 7.8%，其主要成長動能來自消費者對便攜性及便利性需求日益增加，無線音訊產品可以讓用戶擺脫線材束縛，更加自由地享受音樂，而隨著演算法技術演進，無線音訊音質亦持續提升，空間音訊、頭部追蹤功能，帶給用戶提供更加出色的聽覺體驗。目前主流技術為藍牙、Wifi 等通用協定，以及特殊規格的私有協定三種。其中藍牙 2.4G 頻段採用裝置較多，相對容易受到干擾，同時因額定傳輸量較小，無法傳送高音質等訊號傳輸量較高的音訊格式，而且在觀看視訊、進行遊戲時，會出現影音不同步的延遲現象；而 Wifi 使用 5G 頻段，同樣因採通用協定而有訊號干擾問題，額定傳輸量雖然較藍牙高，可傳送 High-Res，但延遲的現象較藍牙更嚴重。該公司所採用之特殊規格私有協定，由於發送/接收端都掌握在自己手上，不用受通用協定規範限制，頻段上選擇較有彈性，可支援較大傳輸量、高音質，具有較低之延遲性，並可以做到星狀或網狀之一對多通訊網絡結構，而該公司亦朝向多模式發展，結合藍牙及 Wifi 功能，提供消費者更完整解決方案。

D. 產品應用領域之現況

該公司所設計之無線音訊控制晶片及模組廣泛應用於家庭劇院條型喇叭系統 (Soundbar) 及無線環繞與低音喇叭、電競週邊產品、AIoT 智能家電應用等產品，茲就各應用領域之發展狀況評估分析如下：

(A) 家庭劇院條型喇叭系統 (Soundbar)

根據《Globe Newswire》調查，全球家庭劇院市場 2020 年產值達 150 億美元，超過 40% 的美國家庭擁有家庭劇院系統，歐洲地區為全球第二大家庭劇院銷售市場，亞洲為成長動力最強的發展地區，預估到 2027 年，全球家庭劇院市場產值將達 481 億美元，年複合成長率達 18.1%。未來在「無線環繞家庭劇院」系統發展趨勢下，將有望進一步擴大市場規模。

根據《Mordor Intelligence》調查，Soundbar 市場規模預計將從 2023 年的 81.3 億美元成長到 2028 年的 121.1 億美元，預期複合成長率為 8.30%。近年來，對智慧消費產品的需求顯著增長，包括智慧電視和其他家用設備。科技的快速進步、網路普及率的不斷提高、廣播產業的數位轉型以及產品價格的下降是推動智慧家居設備產業成長的主要因素。Soundbar 與這些設備一起使用，以增強音訊體驗，從而增加了市場的需求。

Soundbar 越來越多被採用的主要原因是能夠無線傳輸音訊內容並增強整體聲音體驗。此外，谷歌和亞馬遜等語音助理的整合正在推動客戶體驗並促進市場成長。越來越多的智慧家庭配備了連網通訊設備，這增加了對家庭劇院系統等高品質音訊設備的需求，從而導致 Soundbar 市場的成長。

最近無線連接技術的技術創新和高速數據服務的可用性增加了對無線串流媒體設備的需求。例如，5G 的到來徹底改變了電信業，因為它可以提供比 4G LTE 網路更高的速度、更低的延遲和更大的容量。此外，最新版本的藍牙 (BT5.2) 主要著重於音訊設備的改進，是促進設備間更順暢互連的另一項重大技術創新。

市場上的供應商越來越注重整合各種功能，例如語音輔助、人工智慧等，以增強用戶體驗並使無線串流媒體設備更加人性化。例如，2022 年 8 月 SONY 推出了 HT-S400，這是一款帶有無線重低音的 2.1 聲道 Soundbar。這款 Soundbar

採用 S-Force PRO Front Surround 技術，提供強大的 330W 總功率輸出和良好的聲音清晰度。憑藉整合的使用者介面，HT-S400 可以與 SONY BRAVIA 電視無縫整合，可最大程度地減少電纜混亂並促進輕鬆的無線連接。

【全球 Soundbar 市場規模】



資料來源：Mordor Intelligence，2023/08

(B) 電競週邊產品

電子競技(Electronic Sports，簡稱電競 e-Sports)是指用電子遊戲來比賽的體育項目，隨著電玩遊戲需求的不斷增加，電子競技產業不斷擴大。從純粹的休閒活動到如今引起全世界關注的專業比賽，遊戲已經走過了漫長的道路。新技術的普及正在增強視訊產品、內容和虛擬實境的潛力，增強遊戲錦標賽的興奮度，並吸引穩定成長的粉絲追隨者。由於電玩遊戲在當代人的生活中根深蒂固，人們消費娛樂的方式已經改變了。

隨著對粉絲參與度的重視，預計對直播電競賽事的需求將會增加。此外，智慧型手機的使用預計將增加人們對現場電子競技比賽的興趣。電子競技的日益普及導致對現場活動的需求更大，越來越多的人願意參加現場活動來觀看自己喜歡的選手和團隊的比賽。此外，近年來投資的大幅增加，主要品牌和組織投資現場活動以吸引新觀眾並建立品牌知名度，也可能在預測期內促進電子競技市場的成長。根據 Precedence Research 研究調查指出，2022 年全球電競市場規模超過 44 億美元，預計到 2032 年將達到 333.8 億美元左右，2023 年至 2032 年的複合成長率為 22.47%。

【全球電競市場規模】



資料來源：Precedence Research，2023/05

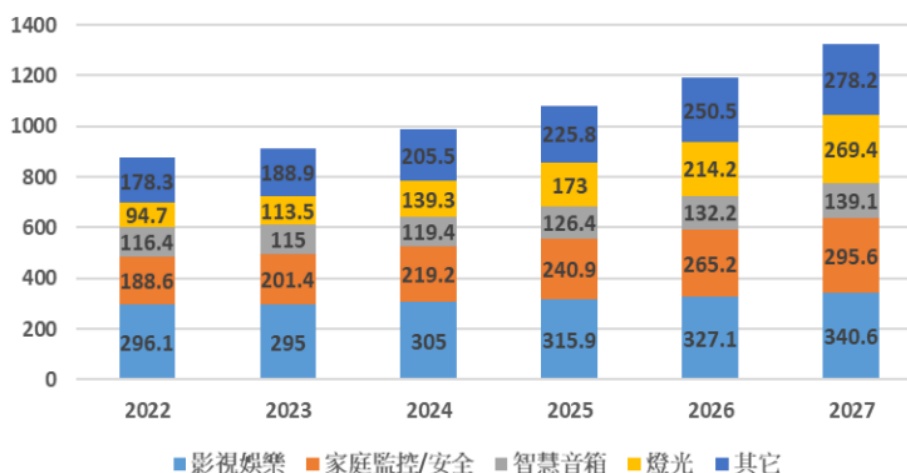
而就電競週邊產品—無線耳機發展觀之，由於玩家在遊戲中講求真實臨場感，對於音源訊號快速反應需求極高，不單僅依賴左右耳機發出聲音及音量不同而已，左右耳時間差控制之準確性也相當重要，而無線鍵盤、無線滑鼠除講求更多自定義模式、靈敏度控制、使用回饋感外，在基礎連線穩定度更是玩家比賽中不能忽視的關鍵。為同時滿足標準通訊規範所帶來之便利性與該公司規範之高品質，該公司亦朝向多模式發展，除了原本核心技術的通訊品質，也會支援標準模式，結合藍牙及 Wifi 功能，提供消費者更完整解決方案，不僅擁有低延遲高保真無線音頻傳輸，也能滿足電競玩家與各類消費者的使用情境需求，在此平台上實現音訊與非音訊同時傳輸的新應用，如開發三合一無線電競組(電競耳機+電競鍵盤+電競滑鼠)。整體而言，終端銷售市場持續朝藍牙、2.4GHz 及專用協定多模連接發展，提供用戶彈性切換之選擇。

(C) AIoT 智能家電應用

智慧家庭泛指一個藉由整合眾多感測器、資訊家電、及家庭網路提供服務，並透過多種介面與使用者互動的人性化居住空間。智慧家庭是一個高度分散的市場，具有不同用途的各種類型的產品，包含影視娛樂、家庭監控/安全、燈光、智慧音箱、溫控器等。根據 IDC 預測，全球智慧家庭產品出貨量 2022 年為 8.74 億台，至 2023 年將成長至 9.138 億台，成長約 4.6%，到 2027 年底，智慧家庭產品出貨量將到達約 13.2 億台，2022~2027 年複合成長率約 8.64%。雖然供應鏈中斷、物流不順、通貨膨脹等因素壓抑 2021~2023 年智慧家庭產品成長，但隨著智慧家庭 Matter 標準的推出，解決了不同品牌智慧家庭設備互操作性的問題，加上越來越多消費者意識到智慧家庭產品可以帶來便利、成本節省與能源節約，使得未來 5 年智慧家庭產品出貨量可以穩定成長。

在產值上，智慧家庭產品出貨總值在 2022 年為 2,824 億美元，至 2023 年為 2,994 億美元，成長 6%，到 2027 年則預估達到 3,662 億美元，2022~2027 年複合成長率約 5.3%。其中智慧電視和數位媒體轉接器等影視娛樂產品將在每年的出貨量與產值佔據最大比例，在地區上，北美地區是智慧家庭主要市場，其出貨量與產值上領先全球其他地區，不過至 2026 年亞太地區的智慧家庭產品出貨量有機會超越北美，因亞太地區寬頻普及率逐年上升，加上許多智慧家庭設備商湧入該地區，都促使該地區採用越來越多智慧家庭產品。

【2022~2027 年智慧家庭產品】



資料來源：IDC，2022/03

2.最近二年度及申請年度截至最近期業績變化原因及其合理性分析

A.主要產品別之營業收入、營業成本及營業毛利變化情形

(A)營業收入變動表

單位：新台幣仟元；%

產品名稱	2021 年度		2022 年度		2022 年前三季		2023 年前三季	
	金額	比例(%)	金額	比例(%)	金額	比例(%)	金額	比例(%)
無線音訊控制晶片	277,181	65.01	191,317	49.32	168,909	51.11	50,625	28.65
無線音訊控制模組	148,885	34.92	196,480	50.65	161,580	48.89	126,054	71.33
其他	295	0.07	127	0.03	-	-	34	0.02
合計	426,361	100.00	387,924	100.00	330,489	100.00	176,713	100.00

資料來源：該公司提供

註：其他為 power meter，因不屬該公司主要產品別，且營收占比甚微，故不予分析。

(B)營業成本變動表

單位：新台幣仟元；%

產品名稱	2021 年度		2022 年度		2022 年前三季		2023 年前三季	
	金額	比例(%)	金額	比例(%)	金額	比例(%)	金額	比例(%)
無線音訊控制晶片	144,830	61.61	82,101	41.32	72,547	42.95	22,910	24.94
無線音訊控制模組	90,626	38.55	113,188	56.96	93,861	55.57	67,873	73.90
其他	28	0.01	13	0.01	2	0.00	0	0.00
存貨回升(利益)及跌價損失	(406)	(0.17)	3,405	1.71	2,490	1.48	1,065	1.16
合計	235,078	100.00	198,707	100.00	168,900	100.00	91,848	100.00

資料來源：該公司提供

註：其他為 power meter，因不屬該公司主要產品別，且營收占比甚微，故不予分析。

(C)營業毛利變動表

單位：新台幣仟元；%

產品名稱	2021 年度		2022 年度		2022 年前三季		2023 年前三季	
	金額	比例(%)	金額	比例(%)	金額	比例(%)	金額	比例(%)
無線音訊控制晶片	132,351	69.19	109,216	57.72	96,362	59.63	27,715	32.66
無線音訊控制模組	58,259	30.46	83,292	44.02	67,719	41.91	58,181	68.55
其他	267	0.14	114	0.06	(2)	0.00	34	0.04
存貨回升利益及跌價(損失)	406	0.21	(3,405)	(1.80)	(2,490)	(1.54)	(1,065)	(1.25)
合計	191,283	100.00	189,217	100.00	161,589	100.00	84,865	100.00

資料來源：該公司提供

註：其他為 power meter，因不屬該公司主要產品別，且營收占比甚微，故不予分析。

(D)依產品別之營業收入、營業成本及營業毛利變化情形說明

a.營業收入

(a)無線音訊控制晶片

該公司 2021~2022 年度及 2023 年前三季無線音訊控制晶片之營業收入分別為 277,181 仟元、191,317 仟元及 50,625 仟元，占各年度營業收入淨額 3 之比重分別為 65.01%、49.32%及 28.65%。

該公司 2022 年度無線音訊控制晶片營業收入較 2021 年度減少 85,864 仟元，衰退幅度為 30.98%，主係 2022 年下半年開始受全球總體經濟疲弱、通膨及升息影響，全球半導體終端應用市場銷售表現不如預期，使終端品

牌客戶進行庫存調節，進而影響代理商向該公司拉貨力道，使該公司 2022 年度無線音訊控制晶片銷售金額明顯下滑，營收比重亦下降至 49.32%；2023 年前三季無線音訊控制晶片營業收入較 2022 年同期減少 118,284 仟元，衰退幅度為 70.03%，主係因持續受到全球總體經濟疲弱、通膨及升息影響，使得整體消費力道疲軟，致終端客戶拉貨力道較 2022 年同期趨緩。

(b)無線音訊控制模組

該公司 2021~2022 年度及 2023 年前三季無線音訊控制模組之營業收入分別為 148,885 仟元、196,480 仟元及 126,054 仟元，占各年度營業收入淨額之比重分別為 34.92%、50.65%及 71.33%。

該公司 2022 年度無線音訊控制模組營業收入較 2021 年度成長 47,595 仟元，成長幅度為 31.97%，主係該公司與品牌客戶 Sony 合作應用於 Soundbar 之無線音訊控制模組，新產品於市場上獲得消費者青睞，2022 年度放量銷售，帶動無線音訊控制模組之營收成長，營收比重亦同步上升至 50.65%；2023 年前三季無線音訊控制模組營業收入較 2022 年同期減少 35,526 仟元，減少幅度為 21.99%，主係因持續受到全球總體經濟疲弱、通膨及升息影響，使消費者對於消費性電子產品需求減少，致應用於 Soundbar 模組之終端客戶拉貨力道較 2022 年同期趨緩，另因該公司與美國音響品牌客戶合作新專案於 2023 年開始量產出貨，故整體無線音訊控制模組營業收入衰退幅度小於無線音訊控制晶片營業收入之減少幅度。

b.營業成本及營業毛利

(a)無線音訊控制晶片

該公司 2021~2022 年度及 2023 年前三季無線音訊控制晶片之營業成本分別為 144,830 仟元、82,101 仟元及 22,910 仟元，營業毛利分別為 132,351 仟元、109,216 仟元及 27,715 仟元，營業毛利率分別為 47.75%、57.09%及 54.75%。

該公司 2022 年度無線音訊控制晶片營業成本較 2021 年度減少 62,729 仟元，主係 2022 年下半年受終端市場需求減少，品牌客戶調整庫存影響，全年度營業收入較 2021 年度減少 30.98%，故使營業成本同步減少 43.31%，另 2022 年度無線音訊控制晶片產品營業毛利率上升至 57.09%，主係該公司部分產品進行規格升級，獲得音響品牌客戶青睞，故該公司調漲產品售價，轉嫁半導體專業代工廠產能吃緊所提高之代工成本所致；2023 年前三季無線音訊控制晶片營業成本較 2022 年同期減少 49,637 仟元，主係 2023 年前三季持續受景氣影響，使消費力道疲軟，終端品牌客戶拉貨力道較 2022 年同期趨緩，致 2023 年前三季營業收入較 2022 年同期減少 70.03%，故使營業成本同步減少 68.42%，營業毛利率下降至 54.75%，主係 2023 年前三季因較高毛利產品出貨量下降所致。

(b)無線音訊控制模組

該公司 2021~2022 年度及 2023 年前三季無線音訊控制模組之營業成本分別為 90,626 仟元、113,188 仟元及 67,873 仟元，營業毛利分別為 58,259 仟元、83,292 仟元、及 58,181 仟元，營業毛利率分別為 39.13%、42.39%及 46.16%。

該公司 2022 年度無線音訊控制模組營業成本較 2021 年度增加 22,562 仟元，主係 2022 年度該公司與 Sony 合作之新專案於 2022 年度放量銷售，使全年度營業收入較 2021 年度增加 31.97%，故使營業成本同步增加 24.90%，且因 2022 年度銷售新開發之無線音訊控制模組產品毛利率較高，使 2022 年度營業毛利率上升至 42.39%；2023 年前三季無線音訊控制模組營業成本較 2022 年同期減少 25,989 仟元，主係 2023 年前三季持續受終端品牌客戶拉貨力道趨緩影響，2023 年前三季營業收入較 2022 年同期減少 21.99%，故使營業成本同步減少 27.69%，然因該公司與美國音響品牌客戶合作新專案於 2023 年開始放量銷售，其無線音訊控制模組產品營業毛利率較高，故使 2023 年前三季營業毛利率成長至 46.16%。

綜合上述，該公司最近二個會計年度及最近期主要產品別之營業收入、營業成本及營業毛利之變動情形尚屬合理。

B.營業費用及營業利益(損失)

單位：新台幣仟元；%

項目	年度	2021 年度		2022 年度		2022 年前三季		2023 年前三季	
		金額	占營收比重	金額	占營收比重	金額	占營收比重	金額	占營收比重
推銷費用		18,669	4.38	22,902	5.90	16,661	5.04	17,516	9.91
管理費用		32,048	7.52	35,504	9.15	27,618	8.36	23,289	13.18
研究發展費用		71,095	16.67	79,147	20.40	59,809	18.10	54,349	30.76
預期信用減損(利益)損失		—	—	6	0.00	662	0.20	(3)	(0.00)
營業費用合計		121,812	28.57	137,559	35.46	104,750	31.70	95,151	53.84
營業利益(損失)		69,471	16.29	51,658	13.32	56,839	17.20	(10,286)	(5.82)

資料來源：經會計師查核簽證或核閱之財務報告

(A)營業費用

該公司 2021~2022 年度及 2023 年前三季之營業費用分別為 121,812 仟元、137,559 仟元及 95,151 仟元，占各期營業收入比重分別為 28.57%、35.46%及 53.84%，主要包括推銷費用、管理費用及研究發展費用。

a.推銷費用

該公司 2021~2022 年度及 2023 年前三季之推銷費用分別為 18,669 仟元、22,902 仟元及 17,516 仟元，占各期營業收入比重分別為 4.38%、5.90%及 9.91%，主要係業務人員之薪資支出、獎金、交際費、折舊費用及各項攤提等項目。

2022 年度之推銷費用較 2021 年度增加 4,233 仟元，主係因發行限制員工權利新股，使薪資費用提升，以及業務拓展合作之顧問費增加所致；2023 年前三季之推銷費用較 2022 年同期增加 855 仟元，主係業務單位於 2022 年 9 月新增一名員工所致。

b.管理費用

該公司 2021~2022 年度及 2023 年前三季之管理費用分別為 32,048 仟元、35,504 仟元及 23,289 仟元，占各期營業收入比重分別為 7.52%、9.15%及 13.18%，主要係管理單位人員之薪資支出、獎金、交際費、折舊費用及各項攤提等項目。

2022 年度之管理費用較 2021 年度增加 3,456 仟元，主係因發行限制員工權利新股，使薪資費用提升所致；2023 年前三季之管理費用較 2022 年同期減少 4,329 仟元，主係該公司 2023 年前三季營運狀況較 2022 年同期衰退，故獎金提列減少所致。

c. 研究發展費用

該公司 2021~2022 年度及 2023 年前三季之研究發展費用分別為 71,095 仟元、79,147 仟元及 54,349 仟元，占各期營業收入比重分別為 16.67%、20.40%及 30.76%，主要係研發人員之薪資支出、獎金、外部顧問之顧問費、折舊費用及各項攤提等項目。

2022 年度之研究發展費用較 2021 年度增加 8,052 仟元，主係因發行限制員工權利新股，使薪資費用提升，以及該公司 2022 年度持續投入研發資源，包含 IC 設計後段的服務費用 APR (Automatic Placement & Routing) Service Fee，及晶片試產和驗證的費用所致；2023 年前三季之研究發展費用較 2022 年同期減少 5,460 仟元，主係該公司 2023 年前三季營運狀況較 2022 年同期衰退，故獎金提列減少所致。

(B) 營業利益(損失)

該公司 2021~2022 年度及 2023 年前三季之營業利益(損失)分別為 69,471 仟元、51,658 仟元及(10,286)仟元，營業利益(損失)率分別為 16.29%、13.32%及(5.82)%。該公司 2022 年度營業利益較 2021 年度減少 17,813 仟元，減少幅度為 25.64%，主係 2022 年度營業收入及營業毛利受終端市場需求下滑而減少，且 2022 年度營業費用較 2021 年度增加 15,747 仟元，主係因發行限制員工權利新股，使薪資費用提升，以及業務拓展合作顧問費增加，且該公司 2022 年度持續投入研發資源，包含 IC 設計後段的服務費用 APR(Automatic Placement & Routing) Service Fee，及晶片試產和驗證的費用，使研發費用增加，故使整體營業費用較 2022 年度增加 12.93%，致營業利益率下降至 13.32%；2023 年前三季營業利益(損失)較 2022 年同期減少 67,125 仟元，衰退幅度達 118.10%，主係 2023 年前三季持續受到全球總體經濟疲弱、通膨及升息影響，終端市場需求持續疲軟，使終端品牌客戶拉貨動能降低，致 2023 年前三季營業收入較 2022 年同期減少，營業毛利連帶下滑，使營業利益由盈轉虧，營業損失率為 5.82%。

經評估，該公司 2021~2022 年度及 2023 年前三季營業費用及營業利益(損失)變化原因尚屬合理，應無重大異常情事。

(C) 營業外收入及支出

單位：新台幣仟元；%

項目		年度	2021 年度	2022 年度	2022 年 前三季	2023 年 前三季
利息收入			443	987	502	1,057
其他 收入	租金收入		1,281	850	716	309
	其他		391	1,435	1,137	37
	合計		1,672	2,285	1,853	346
其他利益 及(損失)	淨外幣兌換(損)益		(793)	4,660	6,335	1,503
	透過損益按公允價值衡量之 金融資產評價(損)益		309	797	431	1,524
	合計		(484)	5,457	6,766	3,027

項目		年度			
		2021 年度	2022 年度	2022 年 前三季	2023 年 前三季
財務 成本	租賃負債利息費用	(145)	(57)	(54)	(210)
營業外收支合計		1,486	8,672	9,067	4,220
營業收入淨額		426,361	387,924	330,489	176,713
營業外收支合計占營業收入淨額比率(%)		0.35	2.24	2.74	2.39

資料來源：經會計師查核簽證或核閱之財務報告

該公司 2021~2022 年度及 2023 年前三季之營業外收入及支出分別為 1,486 仟元、8,672 仟元及 4,220 仟元，占營業收入比重分別為 0.35%、2.24% 及 2.39%，營業外收支主要為租金收入、利息收入、淨外幣兌換(損)益、透過損益按公允價值衡量之金融資產評價(損)益及利息費用等。2022 年度營業外收入及支出較 2021 年同期增加 7,186 仟元，主要係因受美國 Fed 加速升息措施影響，美元走強，美元兌換台幣匯率由 2021 年底之 27.68 元升至 2022 年底之 30.71 元，使該年度產生兌換利益 4,660 仟元所致；2023 年前三季營業外收入及支出較 2022 年同期減少 4,847 仟元，主係 2021 年底美元兌換台幣匯率之 27.68 元升至 2022 年第三季底之 31.75 元，上升比率為 14.70%，2022 年底美元兌換台幣匯率之 30.71 元升至 2023 年第三季底之 32.27%，上升比率為 5.08%，使 2023 年前三季兌換利益較 2022 年同期減少 4,832 仟元所致。經評估，該公司 2021~2022 年度及 2023 年前三季營業外收入及支出變化原因，主係受美金兌台幣匯率波動影響，尚屬合理，應無重大異常情事。

(D) 稅前淨利(損)及本期淨利(損)

單位：新台幣仟元

項目	年度			
	2021 年度	2022 年度	2022 年 前三季	2023 年 前三季
稅前淨利(損)	70,957	60,330	65,906	(6,066)
稅後淨利(損)	70,957	66,362	65,070	(6,628)
每股盈餘(虧損)(元)	2.33	2.15	2.10	(0.21)

資料來源：經會計師查核簽證或核閱之財務報告

該公司 2021~2022 年度及 2023 年前三季之稅前淨利(損)及本期淨利(損)分別為 70,957 仟元、60,330 仟元、(6,066)仟元及 70,957 仟元、66,362 仟元及(6,628)仟元，該公司之稅前淨利(損)及本期淨利(損)逐期遞減，且 2023 年前三季由盈轉虧，主要係因 2022 年下半年開始受全球總體經濟疲弱、通膨及升息影響，全球半導體終端應用市場銷售表現不如預期，使終端品牌客戶進行庫存調節，進而影響代理商向該公司拉貨力道，故接單及出貨表現不如預期，營業收入及營業毛利減少所致。經評估，該公司 2021~2022 年度及 2023 年前三季稅前淨利(損)及本期淨利(損)率變化原因尚屬合理，應無重大異常情事。

C. 未來發展性之評估

該公司為一家專注於無線音訊控制晶片及模組研發之 IC 設計公司，專注耕耘專用型無線音訊各類應用市場，以從事無線音訊控制晶片及模組之研發設計及銷售等業務為主，茲就其未來發展性進行評估：

(A) 持續朝低延遲、高音質、多聲道、高效能及多模式產品發展

該公司主係專注於高效能、低功耗、低延遲無線音訊控制晶片設計技術之研發，擁有專業之自有技術及經驗豐富之研發團隊，透過經營團隊多年來在無線應用

技術研發之經驗，已擁有低延遲與極低延遲通訊技術(SYNIC LL and SYNIC ULL)、音訊壓縮技術(SHDC)、點對多無線傳輸平台 ezWa、射頻及天線設計能力及其他關鍵核心演算法等關鍵核心技術，並已取得相關專利，且該公司之 SHDC 技術更於 2023 年 6 月通過日本 JAS Hi-Res wireless CODEC 之認證，成為全球首家通過 Hi-Res 認證之低延遲音訊技術廠商。另無線傳輸產業之產品因整體驗證時間冗長，進入門檻相對較高，而該公司已於此產業深耕多年，並已累積大量國際一線品牌客戶的出貨實績。整體而言，該公司憑藉多年之技術實力，已獲得各個國際品牌大廠之肯定，未來該公司將持續朝低延遲、高音質、多聲道、高效能及多模式產品發展，與品牌客戶共同創造影音市場之高附加價值，應屬合理可期。

(B)傳輸方式持續演進並互相競合

目前無線音訊傳輸市面上主流技術為藍牙、Wi-Fi 等通用協定，以及特殊規格的私有協定，隨著終端消費者對於無線傳輸之需求擴大，該公司未來將朝向多模式發展，經檢視該公司新產品之研究開發計畫，該公司之 IA8161/IA2561 及 IA25 Series 根據不同產品應用及終端客戶需求將於 113 年陸續投入量產，IA8161/IA2561 主要為藍牙及私有協定雙模音訊收發器(transceiver)設計，應用於 Soundbar 產品，可讓消費者依照使用需求自由選擇傳輸方式；IA25 Series，除了包含 2.4GHz 射頻、該公司通訊協定與藍牙協定基頻以及低延遲、高音質與音訊等相關關鍵核心演算法外，還包含了 32bits 微控制器、數位訊號處理器、數位類比轉換器、多麥克風介面及電池充電功能等，是一顆高整合、低功耗無線 SOC 晶片，適合音訊傳輸與其他 AIoT 開發，目前主要應用於電競三合一方案以及樂器傳輸方案。該公司目前已成功開發單一傳送接收器(dongle)同時支援電競級耳機、電競級鍵盤、電競級滑鼠，同時支援藍牙、2.4GHz 與 USB 有線模式，率先參展 2023 台灣 Computex 和德國 IFA 展，顯示該公司已積極提早布局下一代無線通訊，並研發下一代無線產品，以期提高該公司於無線傳輸領域之市場占有率，擴大該公司營收規模應屬可期。

整體而言，該公司藉由豐富經驗及專業能力之經營團隊以及未來將持續培養及深厚研發人才，投入研發核心技術，累積進化演算法及精進壓縮技術，並持續深耕既有之無線傳輸及控制晶片設計技術，拓展更多元之產品應用領域，包含電競、無線電子樂器傳輸及 AIoT 智慧家電領域，帶動未來營收成長。

【會計師說明】

該公司最近二年度及 2023 年前三季營運結果及變動金額彙總如下表，並針對重大損益項目變化之合理性說明如下：

單位：新台幣仟元；%

項目	2021 年度		2022 年度		年度變動		2022 年前三季		2023 年前三季		季度變動	
	金額	%	金額	%	金額	%	金額	%	金額	%	金額	%
營業收入	426,361	100.00	387,924	100.00	(38,437)	(9)	330,489	100.00	176,713	100.00	(153,776)	(47)
營業成本	235,078	55.14	198,707	51.22	(36,371)	(15)	168,900	51.11	91,848	51.98	(77,052)	(46)
營業毛利	191,283	44.86	189,217	48.78	(2,066)	(1)	161,589	48.89	84,865	48.02	(76,724)	(47)
營業費用	121,812	28.57	137,559	35.46	15,747	13	104,750	31.70	95,151	53.84	(9,599)	(9)
營業利益(損失)	69,471	16.29	51,658	13.32	(17,813)	(26)	56,839	17.20	(10,286)	(5.82)	(67,125)	(118)
營業外收(支)	1,486	0.35	8,672	2.24	7,186	484	9,067	2.74	4,220	2.39	(4,847)	(53)
稅前淨利(損)	70,957	16.64	60,330	15.55	(10,627)	(15)	65,906	19.94	(6,066)	(3.43)	(71,972)	(109)
所得稅利益(費用)	—	—	6,032	1.55	6,032	—	(836)	(0.25)	(562)	(0.32)	274	(33)
本期淨利(損)	70,957	16.64	66,362	17.11	(4,595)	(6)	65,070	19.69	(6,628)	(3.75)	(71,698)	(110)

1. 營業收入

該公司主要營業項目為無線音訊控制晶片及模組之研發、設計及銷售，其產品主要應用於無線數位家庭劇院組、多聲道無線 Soundbar 系統、高音質無線耳機、無線音響、無線耳機及無線音訊傳輸系統等。2022 年度營業收入較 2021 年度減少 38,437 仟元，及 2023 年前三季之營業收入較 2022 年同期減少 153,776 仟元，下降幅度分別為 9% 及 47%，主係因 2022 年下半年起受全球經濟趨緩、通膨及升息之影響，全球消費性電子市場需求下滑，終端客戶進行庫存調節並減少拉貨，致該公司營業收入衰退。

2. 營業成本、營業毛利及毛利率

該公司 2022 年度營業成本及營業毛利分別較 2021 年度減少 36,371 仟元及 2,066 仟元，2023 年前三季之營業成本及營業毛利較 2022 年同期減少 77,052 仟元及 76,724 仟元，主係因營業收入衰退而減少。

該公司 2021 年度、2022 年度及 2023 年前三季之毛利率分別為 44.86%、48.78% 及 48.02%，2022 年度毛利率較 2021 年度上升主係因該公司產品獲終端品牌客戶青睞，故調漲產品售價，並同時轉嫁代工廠因產能吃緊提高代工成本的部分，故毛利率較 2021 年增加；2023 年前三季之毛利率則與 2022 年度相當，並無重大變動。

3. 營業費用

該公司營業費用主要為推銷費用、管理費用及研究發展費用，各期別營業費用之組成金額及變動情形彙總如下表，並將各類費用差異原因說明如下：

單位：新台幣仟元

項目	年度	2021 年度	2022 年度	年度變動	2022 年 前三季	2023 年 前三季	季度變動
推銷費用		18,669	22,902	4,233	16,661	17,516	855
管理費用		32,048	35,504	3,456	27,618	23,289	(4,329)
研究發展費用		71,095	79,147	8,052	59,809	54,349	(5,460)
預期信用減損(利益)損失		-	6	6	662	(3)	(665)
營業費用合計		121,812	137,559	15,747	104,750	95,151	(9,599)

A. 推銷費用

該公司 2022 年度推銷費用較 2021 年度增加 4,233 仟元，主係因發行限制員工權利新股致薪資費用增加，以及增聘顧問協助進行市場調查及業務拓展而使得勞務費增加。2023 年前三季之推銷費用與 2022 年同期相較差異不大。

B. 管理費用

該公司 2022 年度管理費用較 2021 年度增加 3,456 仟元，主係因發行限制員工權利新股致薪資費用增加；2023 年前三季之管理費用較 2022 年同期減少，主係因 2023 年前三季較 2022 年同期之營收、獲利衰退，故獎金及董事酬勞之提列減少所致。

C. 研究發展費用

該公司 2022 年度之研究發展費用較 2021 年度增加 8,052 仟元，主係因發行限制員工權利新股致薪資費用增加，以及因該公司持續投入研發活動，IC 設計後段之服務費用、晶片試產及驗證費用皆較 2021 年度成長。2023 年前三季研究發展費用較 2022 年同期減少 5,460 仟元，主係因 2023 年前三季較 2022 年同期之營收、獲利衰退，故獎金之提列減少所致。

4.營業外收入及支出

該公司營業外收入及支出之組成主係利息收入、其他收入其他利益及損失及財務成本，各期別營業外收入及支出之組成金額及變動情形彙總如下表，並將各組成差異原因說明如下：

單位：新台幣仟元

項目	年度	2021 年度	2022 年度	年度變動	2022 年 前三季	2023 年 前三季	季度變動
利息收入		443	987	544	502	1,057	555
其他收入		1,672	2,285	613	1,853	346	(1,507)
其他利益及(損失)		(484)	5,457	5,941	6,766	3,027	(3,739)
財務成本		(145)	(57)	88	(54)	(210)	(156)
營業外收入及支出合計		1,486	8,672	7,186	9,067	4,220	(4,847)

該公司 2022 年度之營業外收入及支出較 2021 年度增加 7,186 仟元，主係因 2022 年度美元兌台幣匯率整體高於 2021 年度，且該公司持有之美金資產大於美金負債，致淨外幣兌換利益大幅增加。2023 年前三季之營業外收入及支出較 2022 年同期減少 4,847 仟元，主係因 2023 年前三季美金升值幅度小於 2022 年同期，而使得 2023 年前三季之淨外幣兌換利益較 2022 年同期減少；此外，2022 年度前三季因協助客戶進行認證收取服務費而認列其他收入，2023 年前三季則無相關交易，故其他收入減少。

經執行上述分析，該公司最近二年度及 2023 年前三季之業績變化以及營運表現並無重大異常之情形。

二、引進安國國際科技(股)公司成為母公司，經多年業務轉型，安國國際已為主要供應商，雙方並有多項關係人交易之必要性及合理性評估

【公司說明】

1. 公司引進安國國際科技(股)公司(以下簡稱安國)之緣由

本公司深根於無線音訊控制晶片及模組產品，應用於無線數位家庭劇院組、無線電視音響、無線耳機及無線麥克風等領域，本公司產品擁有銷貨中國大陸知名電視廠客戶之實績，當時阿里巴巴、海爾電視以創新並基於電視操作體驗為訴求的人機交互介面，搭配簡單易用且性能卓越的語音識別後台，搭載本公司 SYNIC IA3 無線單晶片的智慧語音搖控器，故安國期能透過本公司過往在中國大陸的電視通路，協助安國產品切入中國大陸電視市場，並期合作開發可應用在行動支付的近場無線通訊(NFC)產品領域，故安國透過長期策略投資本公司，增加與本公司技術交流及合作之機會，以增加產品應用開發實力及擴展銷售通路之綜效，故於本公司 2013 年 12 月辦理現金增資時，安國以特定人認購 9,252,399 股，持股比例 25.49%，成為本公司第一大股東及策略夥伴。安國後續評估本公司得改善提升營運效能以為營業拓展之準備，於本公司 2014 年 5 月股東會全面董監改選時，取得三席董事及擔任董事長，因持有本公司股東會多數表決權，且對本公司財務、營運及人事等具有決策權，具有實質控制力，而成為本公司之母公司，帶領公司團隊經營管理本公司。

2. 加入安國集團對公司營運變化情形

(1) 產品開發及營業佈局效益

本公司於 2003 年轉型跨入無線音訊傳輸 IC 設計領域，提供終端品牌客戶相關的無線解決方案，產品相繼應用於音響、電腦、智慧電視、Soundbar(條型音箱)、無線環繞與低音喇叭(Surround speaker and subwoofer)及無線耳機等，自本公司於引進策略夥伴安國後一年，於 2015 年推出全新系列無線音訊控制晶片 IA9 及 IA3 系列產品，安國協助本公司梳理各項產品優弱勢後，將本公司產品聚焦用於發展無線耳機及 Soundbar 產品，並專注與音響品牌客戶共同開發無線 Soundbar 專案，使得本公司之無線音訊控制晶片陸續獲得歐、美、日、韓等國際品牌客戶之認證與選用，避免過於發散終端產品應用，用以降低存貨品項及呆滯情形，此營運方針的制訂及營業佈局，帶動後續本公司之營收成長，使本公司於 2018 年轉虧為盈。

單位：新台幣仟元；%

年度 項目	2011 年度	2012 年度	2013 年度	2014 年度	2015 年度	2016 年度	2017 年度	2018 年度	2019 年度	2020 年度	2021 年度
營業收入	182,954	212,771	359,070	321,924	230,813	184,704	260,357	313,630	258,659	317,396	426,361
營業毛利	59,227	67,274	122,994	75,478	90,856	62,790	84,492	124,920	114,518	134,851	191,823
本期淨利	(52,121)	(64,065)	8,716	(44,882)	(55,987)	(76,367)	(25,019)	20,553	14,212	40,220	70,957

(2) 生產營運效益

本公司相對於一線 IC 設計公司所採購之晶圓代工廠產能及封測量能有限，加上前期公司組織所配置之採購人員及測試工程師人數不足，在與供應商議價、測試端溝通或產能爭取上，常處於相對弱勢地位，安國協助本公司審視生產營運情形，經評估後透過安國引薦相關供應鏈資源，以確保本公司產能供應無虞。初期本公司在尚未取得合作信任度及客戶交易代碼情形下，本公司與母公司簽訂委託採購服務合約，透過安國向 2 間中系晶圓代工廠採購晶圓，及導入 6 間封測廠，在生產效能及成本控管上更具競爭能力。而自 2017 年下半年起，除其中一家晶圓廠受限於 2017 年度仍處於新產品試產起步階段，故仍依循安國協助代採晶圓代工廠產能模

式以觀察雙方配合度外，本公司經評估與 CSMC 及各封測供應商交易運作已步上軌道，進而與安國及擬長期配合之供應商協議，自 2017 年底至 2018 年上半年陸續轉由本公司直接與既有供應商進行交易。

另受新型冠狀病毒肺炎疫情影響，遠距辦公及上課所需之電子產品需求增加，又因環境議題潮流驅使下，電動車、電動巴士等產品熱銷，使晶圓供不應求。因本公司自身晶圓需求規模及下單量較少的情況下，無法順利取得晶圓產能，故協調母公司安國，由安國透過集團下單採購之方式取得晶圓產能，在全球半導體產業晶圓供不應求的情勢下，使本公司得以出貨，順利滿足客戶需求。

(3)經營管理效益

自本公司成為安國集團之一員後，安國即陸續提供本公司經營管理方面之協助及改善建議，以強化本公司之經營績效，相關建議列舉如下：

- A.協助公司建置或修訂相關管理辦法，如建置招募與任用作業辦法、薪資作業辦法、考勤管理辦法、人事異動辦法、員工獎懲辦法等相關人事管理辦法，及修訂績效考核辦法，以建立完善之管理辦法，提升人事管理之效率。
- B.協助本公司業務、採購、財務及生管部門每月定期召開產銷會議，及建議公司要求代理商每月提供銷售預測及存貨進銷存表予本公司，並就各代理商提供之未來 2~3 個月平均之月銷售預測以毛利率反推應採購金額，以 2 個月備貨基礎進行晶圓採購、封測及模組投產，並針對後續需求變動即時討論因應處理方式。
- C.協助本公司強化存貨控管，如從研發階段即要求研發及物控人員進行物料控管，以標準物料為優先考量，以降低呆滯料之情形，並要求物控人員依據業務提供之銷售預測進行物料需求計畫試算，採購人員依據物控人員提供之物料需求計畫缺料表進行採購計畫，有效減少物料缺料及呆滯問題。

3.2021~2022 年度及 2023 年前三季與安國關係人交易之必要性與合理性。

單位：新台幣仟元

項目	2021 年度		2022 年度		2023 年前三季	
	金額	%	金額	%	金額	%
進貨交易	27,336	10.22	62,601	30.75	23,525	29.25
使用權資產	—	—	367	100.00	—	—
無形資產	—	—	628	8.44	—	—
試驗設備及辦公設備	50	2.33	—	—	—	—
研發費用	—	—	1,543	1.95	—	—
勞務費	74	0.88	330	2.70	90	0.92
雜項購置	—	—	—	—	40	5.24
保險費	—	—	—	—	307	6.26
其他收入	1,036	61.96	586	25.65	126	36.42
存出保證金	美金 325 仟元	83.67	—	—	—	—

(1)進貨

本公司 2021~2022 年度及 2023 年前三季向安國採購音訊控制晶片之晶圓，其進貨金額分別為 27,336 仟元、62,601 仟元及 23,525 仟元。本公司委託安國採購晶圓主係 2020 年下半年全球工業、汽車、消費電子等需求開始復甦，同時多種嶄新晶片應用需求興起，特別是新興科技領域滲透率的提升，使得該市場對於半導體晶片的需求量大幅增加，而在供給遞增速度不及全球需求攀升的幅度下，2020 年第四季

全球半導體行業開始出現供不應求的局面，使本公司面對後疫情時代的晶圓供需失衡的狀況，因自身晶圓需求規模及下單量較少的情況下，無法順利取得晶圓產能，故協調母公司安國，由安國透過集團下單採購之方式取得晶圓產能，於 2021 年 6 月 1 日與安國簽訂委託採購服務合約，雙方約定本公司應支付產能保證金 325 仟美元予安國，由安國以集團採購方式向中系晶圓廠預訂 4,450 片之 8 吋晶圓片產能，採購晶圓價格訂定為 850 美元/片。因安國提供安排晶圓廠下單、生產排程溝通、交期跟催等服務，依前述報價收取 5%手續費。該合約已於 2023 年底採購完成，該合約採購量 4,450 片已全數採購完畢。

(2)使用權資產

本公司因增聘研發人員，使原本向安國承租之台北南港辦公室空間不敷使用，於 2022 年 2 月增加承租台北南港辦公室座位，依 2021 年 1 月所簽訂之合約定每月增加 29,820 元之租金，故於 2022 年度產生 367 仟元之使用權資產。

(3)無形資產

本公司考量獨立購買 EDA 軟體工具費用甚高，故於 2022 年 12 月與安國簽訂為期三年之 EDA Tool 費用分攤協議，向安國採購三年期之 EDA Tool 軟體使用權，與安國集團內部子公司按其使用比例共同分攤，2022 年度依合約約定支付第一年之使用費用 628 仟元。

(4)試驗設備及辦公設備

本公司於 2021 年度向安國採購其試驗設備及辦公設備，主係為示波器、信號產生器、向量分析儀、向量產生器等儀器及筆記型電腦，功能為訊號測試。

(5)研發費

本公司 2022 年度委由安國於台灣積體電路製造股份有限公司(以下簡稱台積電)進行新一代晶片試產，並依試產費用加計 5%代採購手續費支付予安國，故於 2022 年度產生 1,543 仟元之研發費用。

(6)勞務費

本公司 2021~2022 年度及 2023 年前三季對安國之勞務費分別為 74 仟元、330 仟元及 90 仟元，主係提供法律諮詢、資訊安全服務及市場調查等服務。法務諮詢之交易價格係依母公司法務人員平均一個月審閱合約份數、工時並參考市場律師費用計算而得；資訊安全服務則係估計安國每月提供服務之時數及外部資安顧問費用行情計算而得。市場調查主係委請安國查詢代理商客戶之鄧白氏報告，依據實際報告費用支付。

(7)雜項購置

本公司 2023 年前三季向安國採購其辦公設備，包含冰箱、櫃子及辦公椅等閒置辦公設備。

(8)保險費

本公司對安國之保險費，主係原由母公司安國共同投保董事責任險，委託安國共同投保已於 2023 年 11 月結束，後由本公司自行投保董事責任險。

(9)其他收入

本公司 2021~2022 年度及 2023 年前三季對安國之其他收入分別為 1,036 仟元、586 仟元及 126 仟元，主係安國因客戶聯繫與員工出勤便利性及人員招聘考量，於新

竹聘請 FAE 工程師，並向本公司租賃部分辦公區域提供安國公司員工使用，本公司依合約向安國收取租金，此租約已於 2023 年 8 月終止。

(10) 存出保證金

本公司 2021 年 6 月與安國簽訂固定採購量之長期供貨合約，欲透過安國向中系晶圓廠採購晶圓投片量，並依合約支付美金 325 仟元作為預留產能之保證金，此進貨交易之保證採購量已於 2023 年 12 月採購完畢，目前已向安國及中系晶圓廠申請收回存出保證金，預計待對方完成內部作業程序後收回存出保證金。

【承銷商說明】

安國因看中該公司具中國大陸電視品牌大廠出貨實績，期能透過投資該公司切入中國大陸電視市場，故於 2014 年度以現金增資取得該公司股份 9,252,399 股，持股比例 25.49%，成為該公司第一大股東，並於該公司 2014 年 5 月 30 日股東會全面改選董事，取得三席董事，因持有股東會多數表決權，及具有實質控制力，成為該公司之母公司。

經詢問該公司管理階層，安國入主後，在採購方面透過安國引薦相關供應鏈資源，確保該公司產能供應無虞，在 2021 年度晶圓供應短缺時期，更是由安國透過集團下單採購之方式取得晶圓產能，使該公司順利出貨；在產品開發及銷售上，該公司產品之終端應用聚焦於 Soundbar 及無線耳機產品，並積極耕耘終端品牌客戶及推廣產品亦持續投入產品應用及軟體、演算法之研發，不僅拉長了該公司產品生命週期，更提升終端品牌客戶之黏著度，在營收逐年成長且營業費用管控得宜下，該公司營運狀況逐漸好轉，並於 2018 年度轉虧為盈。

另外，經詢問該公司管理階層，自該公司加入安國集團後，安國陸續提供該公司經營管理方面之協助及改善建議，包含建制人事相關內控制度及相關管理辦法、協助該公司建立召開產銷會議之制度，以及協助該公司強化存貨管理。

整體而言，在安國入主後，該公司整體營運發展、經營管理方面均有正面助益，並透過安國引薦相關供應鏈資源，強化該公司的採購能力，該公司引進策略性投資人之效益應屬顯現。

在營運成本及集團綜效之考量下，該公司與安國具有多項關係人交易，經檢視該公司 2021~2022 年度及 2023 年第三季經會計師查核簽證或核閱之財務報告、該公司提供之 2021~2022 年度及 2023 年前三季關係人交易明細，該公司 2021~2022 年度及 2023 年前三季關係人交易主要包括進貨交易、勞務費、辦公室出租、停車位租借等交易，及因上述行為產生相關之應付款項、其他收入、使用權資產、租賃負債及利息費用等會計科目，相關說明如下：

1. 進貨及應付帳款

該公司 2021~2022 年度及 2023 年前三季向安國採購音訊控制 IC 之晶圓之金額分別為 27,336 仟元、62,601 仟元及 23,525 仟元，應付帳款-安國分別為 5,559 仟元、10,963 仟元及 5,760 仟元。2021 年度因新冠肺炎疫情影響民眾生活模式，遠距教學與居家辦公需求的大幅成長，帶動智慧型手機、電腦、電視、汽車與其他終端產品需求成長，使得全球晶片處於供不應求的情況，造成全球市場晶片荒，該公司為確保晶圓供貨及品質穩定性，故由母公司安國以集團採購量之方式與晶圓代工廠商協商投片量與價格，該公司遂於 2021 年 6 月與安國簽訂供貨合約，透過安國向中系晶圓代工廠採購晶圓，合約已於 2023 年 5 月到期，惟因受到全球景氣影響，使該公司晶圓需求趨緩，故該公司與安國協議將合約所要求之晶圓採購量延至 2023 年底採購完成。經檢視相

關帳冊及交易憑證，對其付款條件為月結 45 天，與主要供應商之交易條件月結 30 天~次月結 60 天相較，尚無顯著不相當，其採購價格方面係依安國採購成本加價 5% 計算，主係安國提供向晶圓廠下單、生產排程溝通、交期跟催等服務，故收取 5% 代採購手續費，經評估，該公司向安國採購有其必要性，其交易價格尚屬合理，尚無重大異常之情事。

2.其他應收款(帳列其他流動資產-其他)

該公司 2021~2022 年底及 2023 年第三季底對安國之應收關係人款項分別為 12 仟元、5 仟元及 0 仟元，主係安國向該公司承租部分辦公區域產生之租金及該公司代付之清潔費及管理費，依照分攤比例向安國收取，此租約業已於 2023 年 8 月終止，故 2023 年第三季底未有應收關係人款項餘額，經評估應無重大異常情事。

3.其他應付款

該公司 2021~2022 年底及 2023 年第三季底對安國之其他應付款金額分別為 70 仟元、2,319 仟元及 11 仟元，主係為該公司向安國支付研發費用、無形資產、租金及勞務費產生之其他應付款，均為日常營運所需，應無重大異常情事。

4.預付款項

該公司 2021~2022 年底及 2023 年第三季底對安國預付款項分別為 61 仟元、90 仟元及 29 仟元，2021~2022 年底之預付款項主係為該公司向安國承租部分辦公區域產生之預付租金，此租約業已於 2023 年 3 月終止；2023 年第三季底之預付款項主係透過安國共同承保董監責任險產生之預付保險費，該公司業已於 2023 年 11 月起自行向保險公司承保，經評估應無重大異常情事。

5.租金收入

該公司 2021~2022 年度及 2023 年前三季對安國之租金收入分別為 1,036 仟元、586 仟元及 126 仟元，主係安國因客戶聯繫與員工出勤便利性及人員招聘考量，在新竹當地聘請應用工程師人員，故向該公司租賃部分辦公室空間提供安國人員使用，此租約業已於 2023 年 8 月終止。經檢視相關帳冊、交易憑證及付款情形，尚無重大異常之情事。

6.租賃交易-承租人

該公司 2021~2022 年及 2023 年第三季向安國取得使用權資產金額分別為 0 仟元、367 仟元、0 元，2021~2022 年底及 2023 年第三季底租賃負債餘額分別為 914 仟元、269 仟元及 0 元，2021~2022 年度及 2023 年前三季之利息費用分別為 19 仟元、10 仟元及 0 元，主係該公司因台北南港辦公室員工人數增加，原向安國承租之台北南港辦公室不敷使用，故增加承租台北南港辦公室之座位，面積 13.815 坪，租賃期間為 2022 年 3 月 1 日至 2023 年 3 月 31 日，依據該公司「取得或處分資產處理程序」第八條及第九條，授權董事長於不超過新台幣參仟萬元內先行決行，事後再提報最近期董事會追認，該公司業於 2022 年 5 月 12 日經董事會通過追認，經取得相關會議紀錄、租賃合約及交易相關憑證，其交易程序均符合「取得或處分資產處理程序」規定，另取得該公司提供之交易明細，該公司依據 IFRS16「租賃」公報認列利息費用，尚無重大異常之情事。

7.財產交易

該公司 2023 年前三季對安國之雜項購置金額為 40 仟元，主係向安國採購冰箱、櫃子、辦公椅等辦公設備，並未發現重大異常情事。

該公司 2021 年度向安國採購其試驗設備及辦公設備，主係為示波器、信號產生器、向量分析儀、向量產生器等儀器及筆記型電腦，功能為訊號測試，並未發現重大異常情事。

該公司因考量獨立購置 EDA Tool 成本過高，故由安國整合集團內各公司之需求，向廠商採購三年期之 EDA Tool 軟體使用權(合約內標示該公司可使用此軟體)，並與安國簽訂 EDA Tool 費用分攤協議，與使用該軟體之公司共同分攤使用費，故該公司於 2022 年度依合約規定支付第一年使用費用 628 仟元，經檢視相關合約及憑證，並未發現重大異常情事。

8.其他費用

(1)勞務費

單位：新台幣仟元

項目	2021 年度	2022 年度	2023 年前三季
法務諮詢	60	100	90
資訊安全服務	-	210	-
市場調查	14	20	-
合計	74	330	90

該公司 2021~2022 年度及 2023 年前三季對安國之勞務費主係提供法律諮詢、資訊安全服務及市場調查等服務。法務諮詢之交易價格係依母公司法務人員平均一個月審閱合約份數、工時並參考市場律師費用計算而得；資訊安全服務則係參考安國每月提供服務之時數及外部資安顧問費用行情計算而得。市場調查主係委請安國查詢代理商客戶之鄧白氏報告，並依據實際報告所需之費用支付。經檢視相關合約及憑證，並未發現重大異常情事。

(2)研發費用

該公司委由安國於台積電進行晶片試產，故於 2022 年度產生 1,543 仟元之研發費用，經檢視相關合約及憑證，並未發現重大異常情事。

9.存出保證金

該公司於 2021 年度支付安國存出保證金美金 325 仟元，主係該公司 2021 年 6 月與安國簽訂固定採購量之長期供貨合約，透過安國向中系晶圓廠採購晶圓投片量，並依合約支付美金 325 仟元作為預留晶圓產能之保證金，經檢閱該公司與安國簽訂固定採購量之長期供貨合約、查閱晶圓進貨量，以及訪談該公司採購及財務主管，該公司與安國簽訂採購合約之採購量已於 2023 年 12 月採購完畢，目前已向安國及中系晶圓廠申請收回存出保證金，預計待對方完成內部作業程序後收回存出保證金，並未發現重大異常情事。

【會計師說明】

本會計師於 110 年度、111 年度及 112 年第三季財務報表查核或核閱時，針對關係人執行下列程序：

- 1.了解鈺寶公司針對關係人交易的控制程序是否有效；
- 2.檢視合約、董事會及股東會議事錄等，並詢問鈺寶公司管理階層確認當年度是否有新增交易；

3.取得鈺寶公司關係人彙總表，透過與安國審計團隊核對安國帳務處理及記錄，確認雙方處理是否一致。

除上述程序外，本會計師亦會針對各交易之合理性以及必要性執行相關評估，茲將相關查核程序列示如下：

1.進貨及研發費用

單位：新台幣仟元

交易類型	2021 年度	2022 年度	2023 年前三季
進貨	27,336	62,601	23,525
研發費用	—	1,543	—

為穩定晶圓供貨來源及品質，鈺寶公司係透過安國公司採購。採購金額係以安國採購成本再加上 5%手續費向鈺寶公司收取。手續費主係因安國提供包含向晶圓廠下單、生產排程溝通、聯絡交期及跟催等服務，參酌市場上給付予代理商佣金支出或手續費約 3%~6%定訂之。

本會計師經檢視安國公司與其他關係人及代理商簽定之合約或報價單節錄，安國提供予其他關係人及代理商之服務與該公司無異，同樣收取 5%手續費，故並未發現有重大非常規交易之情形。另，該公司對安國公司之付款條件為月結 45 天，對非關係人之付款期間則為月結 30 天至次月結 60 天，亦無重大異常。

2.存出保證金

鈺寶公司因委託安國公司向中系晶圓廠採購晶圓，故於 2021 年度支付予安國公司存出保證金美金 325 仟元作為採購之擔保，本會計師經評估交易性質並檢視合約，並未發現有任何重大異常之情形。

3.取得使用權資產

鈺寶公司因南港增聘研發人員而需增加南港辦公室座位，於 2022 年向安國公司租用辦公室，取得使用權資產 367 仟元。本會計師經檢視租賃合約及使用權資產與租賃負債之帳務處理，確認該公司業已係依國際財務報導準則公報第 16 號「租賃」規定辦理，並未發現任何重大異常之情形。

4.取得無形資產

鈺寶公司為能合法使用 EDA TOOL，並符合成本效益之考量，與安國公司簽訂 EDA TOOL 費用分攤協議，於 2022 年度取得無形資產 628 仟元。本會計師經檢視交易合約及相關帳務處理，並未發現任何重大異常。

5.取得其他資產(試驗設備、辦公設備及雜項購置)

單位：新台幣仟元

交易類型	2021 年度	2022 年度	2023 年前三季
試驗設備及辦公設備	50	—	—
雜項購置	—	—	40

鈺寶公司因營運所需向安國公司取得試驗設備及辦公設備，帳列試驗設備、辦公設備及雜項購置。本會計師經評估交易之合理性，並未發現任何重大異常之情形。

6.其他收入

單位：新台幣仟元

交易類型	2021 年度	2022 年度	2023 年前三季
其他收入	1,036	586	126

安國公司為利於員工出勤及聯繫客戶，故向該公司租賃新竹辦公室部分座位，供其工程師使用。本會計師經評估交易性質並檢視租賃合約及帳務處理，該公司業已依租賃合約認列租金收入，並未發現任何重大異常之情形。

7.其他費用(勞務費及保險費)

交易類型	2021 年度	2022 年度	2023 年前三季
勞務費	74	330	90
保險費	—	—	307

鈺寶公司支付安國公司勞務費，主係安國公司提供法律服務、資訊安全服務及市場調查服務。本會計師經評估交易性質並檢視相關合約及帳務處理，並未發現任何重大異常之情形。另，保險費的部分係支付原委由安國代為投保董事責任險的部分，共同投保亦已於 2023 年 11 月結束。本會計師經檢視分攤資料以及帳務處理，並未發現任何重大異常之情形。

本會計師經執行上述程序並未發現任何重大異常之情形。