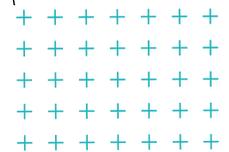


# 1

## 關於技鋼 科技

- 1.1 公司簡介
- 1.2 產業鏈與營運目標
- 1.3 品牌經營與商譽管理
- 1.4 財務績效
- 1.5 非營利組織與公協會



## 1.1 公司簡介

技鋼科技原為技嘉科技網路與通訊產品事業群，登記設立於 2022 年 3 月 9 日，並於 2023 年正式分拆為技嘉集團旗下獨立營運的子公司。技鋼科技專注於數據中心、高效能計算 (HPC)、人工智慧 (AI) 及雲端運算領域，致力於為全球客戶提供優質的產品與服務，並積極推動永續發展，幫助客戶在實現技術目標的同時，兼具環保與節能的雙重效果。技鋼科技現以 GIGABYTE 品牌持續推動伺服器業務擴展，致力於研發、製造和銷售 GIGABYTE 企業級應用產品與解決方案，協助客戶在數位轉型中綻放耀眼的光芒。

公司基本資訊	
公司全稱	技鋼科技股份有限公司
設立日期	2022年3月9日
企業總部	新北市新店區寶強路6號7樓
董事長	葉培城 先生
總經理	侯智仁 先生
產業別	電腦及其周邊設備製造業
資本額	12.93億
主要產品項目	企業級伺服器與解決方案
營運據點	新店營運總部、美國子公司、技宸

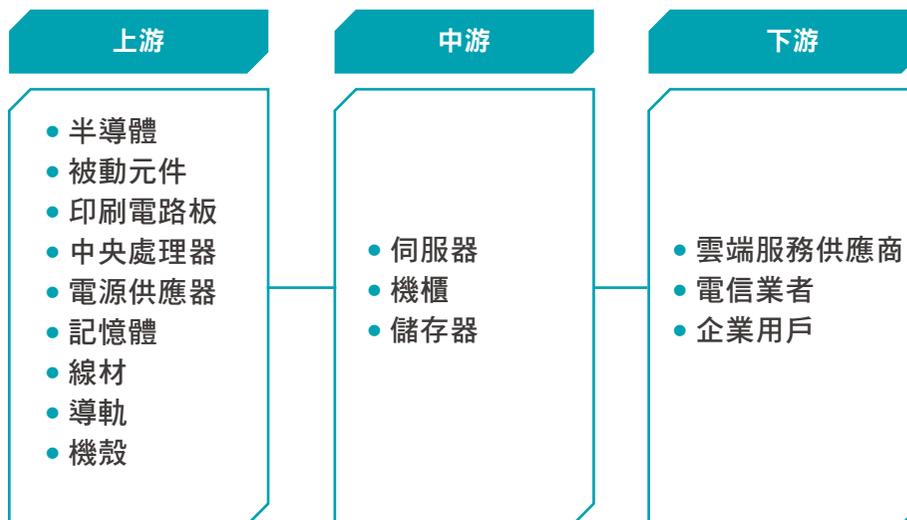
註 1: 資本額以 2024 年 12 月 31 日當日資訊為基準。

## 1.2 產業鏈與營運目標

技鋼科技所屬的電腦及周邊設備產業近年來持續穩定成長，主要產品伺服器業務更是在 AI 浪潮之下快速擴張。伺服器之產業上游為半導體製造商、電路板製造商、光學和網路元件及電腦零組件供應商，下游則包括雲端服務供應商、電信業者、企業用戶等。

技鋼科技致力於透過運算科技的發展，持續推動未來的美好生活，因應不斷提升的人工智慧、高效能運算與雲端運算需求，我們秉持創新的精神，不斷拓展新的伺服器應用市場，特別是在 GPU 模組化結構的 AI&HPC 伺服器、持續開發 x86 架構與 ARM64 架構伺服器，以及能在有限空間增加算力的高密度伺服器等領域。此外，我們也注力於自主開發直接液體冷卻 (Direct Liquid Cooling, DLC) 技術、浸沒式液體冷卻 (Immersion Cooling) 技術，在多樣化與產業生態整合能力上，皆已取得市場領先地位。

### 技鋼科技上下游產業鏈





左：直接液體冷卻 AI 伺服器（G593-SD1） / 右：Arm64 架構伺服器（R283-P92）



左：高密度伺服器（H274-S61） / 右：單相浸沒式液冷冷卻槽（A1P0-EB0）

未來我們也將持續拓展與優化產品與服務，計畫如下：

### 短期目標

- **產品創新與技術領先**

研發投入具有市場領先優勢的新產品和解決方案，滿足客戶滿意度的前提下，持續推出節能高效的伺服器產品和企業解決方案，以保持技術領先地位。

- **數位轉型與智慧化**

強化內部數位轉型，提升行銷效率與精準度，導入智慧工具並有效串聯，實現行銷自動化，提升行銷活動績效。

### 中長期目標

- **持續的技術創新和領導**

著重於長期研發和創新，保持在伺服器產品和企業應用方案領域的技術領先地位。

- **全球化營運優化**

拓展全球營運與服務據點，優化供應鏈、物流體系與維修流程，提升全球市場反應速度與效率。

- **迎戰未來趨勢**

密切關注並適應產業趨勢在人工智慧、大數據、雲端運算以及提升能源使用效率等技術發展，確保公司能夠在未來幾十年內持續保持市場領先地位。

## 1.3 品牌經營與商譽管理

項目	內容
政策、承諾及重要性	正向的品牌形象與商譽，是獲得客戶與投資人信賴的關鍵，作為全球科技領導品牌，技鋼科技以「運算科技，驅動未來」為企業核心理念，自2023年於技嘉科技正式分拆獨立後，持續為全球客戶提供多元的高品質產品與服務，除提升產品性能，亦持續開發提升散熱效益與能源使用效率的產品，以應對當今自然環境的挑戰，並實現「Enhancing Life with Computing」之目標。
權責單位	業務中心
短中長期目標	<p><b>短期 (2025 年)：</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 確立品牌形象與市場定位：建立品牌形象和品牌故事，強調創新和永續性的企業核心價值。參加重要產業活動，擔任演講者或展商，展示技鋼科技之專業知識與創新技術。</li> <li>2. 市場溝通策略：利用現有客戶的成功案例與見證，建立品牌信任度和市場口碑。</li> </ol> <p><b>中長期 (2026-2030 年)：</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 長期品牌建立：建立並維護技鋼科技作為全球領先企業級解決方案提供者的長期品牌形象。</li> <li>2. 永續發展與社會責任：在全球推廣永續發展的商業模式下，強調環保和社會責任，增強品牌的社會價值和公眾形象。</li> </ol>
行動計畫	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 品牌定位與宣傳：運用實力與實證行銷，展現我們的創新能力以及在數位轉型中的關鍵角色。</li> <li>2. 市場研究與客戶洞察：持續進行市場趨勢分析與客戶需求調研，以此為基礎客製化行銷策略。</li> <li>3. 整合式行銷：結合線下如參與大型秀展與舉辦研討會、線上利用數位平台以及社群媒體，並導入智慧行銷工具如數據分析與客戶關係管理系統，實現精準行銷與挖掘潛在客戶，並深耕既有客戶關係。</li> <li>4. 多元化合作關係：與 AMD、Intel、NVIDIA 等行業領頭羊維持良好關係，並與關鍵零組件大廠如 Samsung、Solidigm、Seagate 以及 ISV 等廠商共同舉辦推廣活動，擴大市場影響力。</li> <li>5. 永續性和社會責任：透過伺服器採用高能源轉換率的電源供應器和綠色運算解決方案等實際案例，展示技鋼科技產品和解決方案能協助客戶降低整體碳足跡。</li> </ol>
2024 年績效	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 內容行銷和知識分享：發布 14 篇解決方案文章以及 3 篇成功案例分享，有效提升品牌在行業中的能見度和專業形象。</li> <li>2. 數位轉型：強化 CRM 客戶關係管理系統，提高客戶數據管理的效率和精準度。</li> <li>3. 快速達交服務：2024 年 5 月開始在集團官網增設快速達交服務，以最暢銷的伺服器與伺服器主機板等產品，協助客戶快速獲取最新的運算產品，推動客戶服務上市零時差。</li> <li>4. 增強社群媒體曝光：在社群平台上的活動增加，2024 年度觸及人數為 3316 萬；新聞稿以至多 8 種語言發布了 21 篇，共計 99 篇的產出，有效提高品牌曝光率和客戶參與度。</li> <li>5. 參與行業活動：參與 58 場行業展覽和研討會，並積極與媒體合作，有效提升品牌的行業地位和知名度。</li> </ol>
申訴機制	技鋼科技提供多種申訴管道，如電子郵件(marketing@gigacomputing.com)、官網申訴(https://esupport.gigabyte.com)、產品技術支援表單(https://www.gigabyte.com/Support/Enterprise)以及社群平台(如Facebook、LinkedIn與X)等，方便利害關係人提出申訴。



## 品牌經營策略與計畫

技鋼科技 2023 年起正式自母公司技嘉科技分拆獨立，並持續以 GIGABYTE 品牌推動伺服器業務擴展，致力於研發、製造和銷售 GIGABYTE 高度優化的企業級應用產品和全面解決方案，源源不斷為全球客戶提供多元的高品質產品和服務。我們深信成功的品牌經營，能夠為產品加值，並提高客戶的忠誠度、擴大市占率，因而擬定以下策略與計畫：

### ● 品牌定位與宣傳

持續強化 GIGABYTE 品牌形象，運用實力與實證行銷，展現我們的創新能力以及在數位轉型中的關鍵角色，維持企業級應用產品與資料中心整合式解決方案領導者的地位。

### ● 市場研究與客戶洞察

持續進行市場趨勢分析與客戶需求調研，以此為基礎客製化行銷策略，確保產品和解決方案能準確瞄準市場和客戶的期望。

### ● 整合式行銷

結合線下如參與大型秀展與舉辦研討會、線上利用數位平台以及社群媒體，提高 GIGABYTE 企業級應用產品與解決方案能見度和互動性。導入智慧行銷工具如數據分析與客戶關係管理系統，實現精準行銷與挖掘潛在客戶，並深耕既有客戶關係。

### ● 多元化合作關係

除與 AMD、Intel、NVIDIA 等行業領頭羊維護良好的合作關係外，亦與關鍵零組件大廠如 Samsung、Solidigm、Seagate 以及 ISV 等廠商共同舉辦推廣活動，擴大市場影響力。

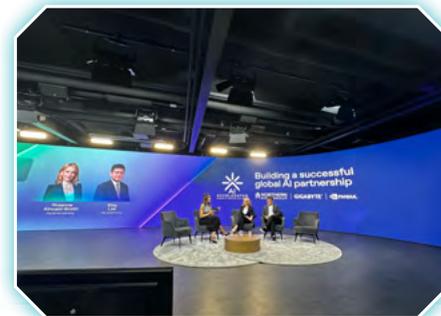
### ● 永續性和社會責任

強調技鋼科技產品在節能減碳和環境友好方面的優勢，例如透過伺服器採用高能源轉換率的電源供應器和綠色運算解決方案等實際案例，展示產品和解決方案能協助客戶降低整體碳足跡。積極與致力於永續發展和社會責任的企業合作，提升品牌形象和社會影響力。

## 展會 / 研討會照片



2024 COMPUTEX 台北國際電腦展 (左)、2024 GTC 頂尖人工智慧大會 (右)



2024 Northern Data AI 加速器摩天大會 (左)、2024 AI 伺服器串聯供應鏈商機研討會 (右)

## 社群發文



## 品牌與商譽風險管理機制

2024 年度技鋼科技未發生行銷與公關風險事件，我們的公關與行銷風險訂立管理機制如下：



### ● 環境監測與評估

為有效應對快速變化的市場環境，技鋼科技正逐步完善符合我們的綜合環境監測系統，旨在追蹤和分析全球經濟、社會、技術和政策趨勢，以預測可能影響業務的重大變化，並可針對包括品牌形象受損、市場誤解或廣告宣傳失誤的風險進行評估。透過數據分析和媒體監控，我們能夠即時獲得關於品牌形象和消費者行為的見解，優先處理重大風險，並為每一類風險制定具體的應對策略。



### ● 溝通與協作

技鋼科技強調跨部門之間的協作與溝通，確保行銷、公關、客服、業務與技術團隊之間能共享重要資訊並統一行動。此外，我們與外部利害關係人保持積極的溝通，包括合作夥伴、供應商和監管機構，以確保行銷活動能獲得有效支持並符合最新業界規範。



### ● 申訴處理原則

1. 處理流程：行銷部門收到訊息後一個工作日內傳遞至相關負責部門並定時追蹤，確保每個申訴都能及時得到處理。
2. 回應機制：即時反饋，讓申訴人了解申訴的處理進度和結果。
3. 隱私保護：技鋼科技團隊確保申訴人資訊和申訴內容的保密性，保護他們的隱私權益。
4. 改善措施：根據申訴內容改進品質與服務，提升企業形象和商譽。

## 1.4 財務績效

2024 年，技鋼科技股份有限公司總營收為 133,057,017 仟元，相較 2023 年度增加 174.01%。與此同時，我們亦將所產生之直接經濟價值加以分配，部分回饋予利害關係人，部分則留作公司未來營運之用，分配之經濟價值約占產生之經濟價值的 94.37%。

### 財務績效

(單位：新台幣仟元)

項目	2023 年	2024 年
直接經濟價值之產生	48,640,895	133,266,700
營業收入	48,558,413	133,057,017
利息收入	80,019	186,762
股利收入	0	0
租金收入	0	0
其他收入	2,463	22,921
直接經濟價值之分配	46,609,924	125,765,170
營運成本	43,723,266	118,636,095
營業費用	3,020,388	5,519,968
財務成本	229	132,874
其他利益及損失	-133,958	1,476,233
稅前淨利	2,030,970	7,501,531
補充揭露資訊		
營業費用 - 員工薪資	1,330,659	2,655,912
營業費用 - 員工福利	156,091	208,485
財務成本 - 利息費用	229	132,874
當年度分配之股利	88,973	895,219
當年度發放之股利數	88,973	895,219
當年度支付政府之款項	54,719	531,887

註 1: 此表之數據係來自技鋼總部及技宸經會計師簽證之個體財務報表，未考慮合併沖銷。

註 2: 美國子公司因尚無經會計師簽證之財報，故未予以列入揭露。

## 1.5 非營利組織與公協會

技鋼科技積極參與國內外產業、企業社會責任相關公協會與倡議，持續保持資訊共享，掌握產業最新動態及發展趨勢。2024 年間，我們以會員或成員身分參與之非營利組織與公協會如下：

編號	非營利組織與公協會名稱	組織 / 協會宗旨或目標	會員資格
1	情報處理裝置等電波障礙自主規制協議會(Voluntary Control Council of Information, VCCI Council)	針對IT設備的電磁發射控制，屬於非強制性之產品EMC驗證，企業得藉此驗證，以證明產品之品質。	會員
2	開放工程聯盟(MLCommons)	推動機器學習的發展與應用，透過提高人工智慧的準確性、安全性、速度與效率，以促進機器學習社群的成長與創新，造福社會。	創始會員
3	開放運算計畫(Open Compute Project, OCP)	提升硬體的效率、韌性和可擴充性，與全球技術領導者攜手合作，打造開放式資料中心硬體架構，以實現更多選擇、客製化並節約成本。	會員
4	責任礦產倡議組織 (Responsible Minerals Initiative, RMI)	旨在透過直接與間接的夥伴關係，促進理解與減輕企業供應鏈中礦物開採和加工對環境、社會的衝擊。	支持倡議
5	友善家庭職場企業聯盟	透過與企業協力規劃家庭教育輸送策略，提供員工知能與服務，協助員工平衡工作與家庭生活，以提升工作滿意度與家庭教育知能。	成員