

1

關於技鋼科技

1.1 公司簡介	7
1.2 產業鏈與營運目標	8
1.3 品牌經營與商譽管理	10
1.4 財務績效	13
1.5 非營利與公協會組織	13



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、高效能運算 (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	23.27 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 2025 年 12 月 31 日當日資訊為基準。

榮獲金峰獎十大傑出企業殊榮

技鋼科技榮獲第二十三屆中華民國傑出企業金峰獎—大型企業組的十大傑出企業殊榮，表彰其在高效能運算與人工智慧伺服器領域的卓越表現。作為全球市場的領導品牌，技鋼科技憑藉創新技術、卓越產品與專業服務，成功打造業界典範。我們始終堅持以技術創新為核心，持續回應客戶需求，從雲端運算到人工智慧資料中心的整體解決方案，團隊不僅提供伺服器產品，更表現出對客戶滿意度與持續技術開發的執著。技鋼的伺服器解決方案不僅滿足不同行業對高效能與穩定性的需求，還在環保與能源效率方面不斷推陳出新，為全球數位轉型提供了堅實的技術支持。金峰獎由中華民國傑出企業管理人協會主辦，評審團一致認為技鋼科技在領導力、團體形象及專業素養方面表現出色，給予高度評價。





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亦隨人工智慧應用擴展而顯著提升。伺服器產業鏈上游涵蓋半導體製造商、電路板製造商、光學和網路元件及各類電腦零組件供應商，下游則包括雲端服務供應商、電信業者及企業用戶等。

技鋼科技致力於透過運算科技的創新與整合，回應全球數位轉型與智慧需求，面對人工智慧（AI）、高效能運算（HPC）與雲端運算快速成長的趨勢，我們持續深化伺服器產品布局，聚焦 GPU 模組化架構之 AI 與 HPC 伺服器，同時發展 x86 架構與 ARM64 架構平台，並強化高密度設計能力，以在有限空間內提升整體算力效率。

在散熱與基礎設施技術方面，公司持續注力直接液體冷卻 (Direct Liquid Cooling, DLC) 與浸沒式液體冷卻 (Immersion Cooling) 等解決方案研發，強化整體系統整合與能源效率表現。近年亦逐步拓展至機櫃級與基礎設施層級之整合規劃能力，協助客戶因應新一代高算力需求之建置挑戰，朝向高效能運算環境與新型態算力應用場景穩健布局。

■ 技鋼科技上下游產業鏈





▲ 左：直接液體冷卻 AI 伺服器 (G4L4-SD1-LAX5) / 右：ARM64 架構伺服器 (R1A3-T40-AAV1)



▲ 左：刀鋒伺服器 (B343-X40-AAS1) / 右：GIGAPOD 機櫃級解決方案

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

・產品創新與技術深化

持續投入研發資源，推出具市場競爭力的新世代伺服器產品和整體解決方案，在確保客戶滿意度與產品品質前提下，強化高效能與節能設計，鞏固技術優勢並回應市場需求。

・數位轉型與智慧營運

深化內部數位轉型，優化行銷與營運流程，導入智慧化工具並強化系統整合，提升數據分析能力與行銷自動化程度，以強化決策效率與整體營運效能。

中長期目標

・持續技術創新和產業領導

建立長期研發與技術布局機制，深化伺服器平台、系統整合與企業應用解決方案領域之創新能力，維持核心技術競爭優勢。

・全球營運與服務體系優化

拓展全球營運與服務據點，強化供應鏈韌性與物流效率，持續優化維修與支援流程，提升全球市場回應速度與服務品質。

・因應產業趨勢與永續發展

密切關注人工智慧、高效能運算、雲端運算與能源效率相關技術發展，結合節能設計與基礎設施最佳化能力，確保公司在產業轉型過程中維持穩健成長與長期競爭力。



1.3 品牌經營與商譽管理

項目	內容
政策、承諾及重要性	正向之品牌形象與商譽為公司永續經營及利害關係人信任之基礎。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，持續強化品牌識別與市場定位，提供高品質伺服器產品與整體解決方案。除持續提升產品性能外，亦投入高效散熱技術與能源使用效率最佳化設計，以回應氣候變遷與環境永續挑戰，並落實「Enhancing Life with Computing」之企業願景。
權責單位	行銷企劃部
行動計畫	<ol style="list-style-type: none">1. 品牌定位與專業溝通：透過技術實證、成功案例與解決方案導向內容，強化品牌專業形象與市場信任度。2. 市場研究與客戶洞察：定期進行市場趨勢分析與客戶需求調研，作為產品規劃與行銷策略之依據。3. 整合式行銷推廣：結合國際展會、技術研討會與數位行銷平台，並導入數據分析與客戶關係管理（CRM）系統，提升行銷精準度與客戶經營效能。4. 產業合作夥伴關係：與 AMD、Intel、NVIDIA 等晶片平台商及關鍵零組件供應商建立長期合作機制，共同推動技術交流與市場推廣，擴大產業影響力。5. 永續與社會責任實踐：透過高能源轉換效率電源設計、回收再生材料和綠色運算解決方案，協助客戶降低能源消耗與碳排放強度，展現企業永續承諾。
2025 年績效	<ol style="list-style-type: none">1. 內容行銷與知識分享：發布 11 篇解決方案文章、2 篇技術白皮書及 2 篇成功案例，強化專業形象與產業能見度。2. 數位營運最佳化：最佳化 CRM 系統功能，提升客戶資料整合與管理效率。3. 快速達交服務：快速達交服務持續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。4. 媒體與社群曝光：年度社群媒體觸及人數達 5,513 萬人次，較去年度增加 66.25%；共計發布 29 篇新聞稿，有效提高品牌曝光率。5. 產業活動參與：參與 45 場國際展覽與技術研討會，強化品牌專業形象與產業連結。
申訴機制	技鋼科技設有多元溝通與申訴管道，包括電子郵件 (marketing@gigacomputing.com)、官網線上申訴系統 (https://esupport.gigabyte.com)、產品技術支援表單 (https://www.gigabyte.com/Support/Enterprise) 以及官方社群平台 (如 Facebook、LinkedIn 與 X) 等，確保利害關係人得以即時反應意見與問題，並由相關單位追蹤處理。



品牌經營策略與計畫

技鋼科技 2023 年起自技嘉科技分拆獨立後，持續以 GIGABYTE 品牌拓展伺服器與企業級應用市場，致力於研發、製造和銷售最佳化之企業級產品和整體解決方案，穩健推動全球業務布局。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：

● 品牌定位與專業溝通

持續強化企業級應用產品與資料中心整合解決方案之專業形象，透過技術實證、解決方案導向內容及成功案例溝通，展現創新能力以及在數位轉型中的關鍵角色。

● 市場研究與客戶洞察

定期進行市場趨勢分析與客戶需求調研，作為產品規劃與行銷策略擬定依據，提升市場對接精準度。

● 整合式行銷推廣

結合國際展會、技術研討會及數位行銷平台，提升品牌能見度和專業互動。同步導入數據分析工具與客戶關係管理（CRM）系統，強化潛在客戶開發與既有客戶關係經營效率。

● 策略合作夥伴關係

與晶片平台供應商及關鍵零組件廠商維持長期合作機制，透過聯合推廣與技術交流活動，擴大市場影響力並深化產業連結。

● 永續價值溝通

強調產品在能源效率與節能設計之成果，包含高能源轉換率的電源供應器和綠色運算解決方案，協助客戶降低能源消耗與碳排放強度，展現企業永續承諾。

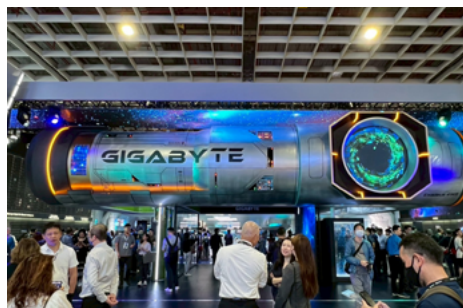
● 品牌經營執行現況與未來規劃

技鋼科技持續透過多元行銷管道強化市場連結。於 2025 年，參與國際展覽與技術研討會，並持續產出成功案例、解決方案文章、白皮書及新聞稿等內容，以提升品牌專業形象與產業能見度；亦同步推動產品相關內容發布與國內外活動參與，強化全球市場溝通一致性。

同時，公司持續優化官方網站內容與使用體驗，並以提升網站瀏覽量為重要指標，透過內容行銷、搜尋引擎最佳化（SEO）及數據分析應用，強化品牌曝光與流量成長動能。

在客戶關係經營上，已啟動會員合作平台之建置計畫，作為深化客戶互動之基礎；未來將持續擴充平台功能，提供行銷素材、產品資訊與技術支援等資源，以提升客戶黏著度與整體客戶關係管理效益。

■ 展會 / 研討會照片



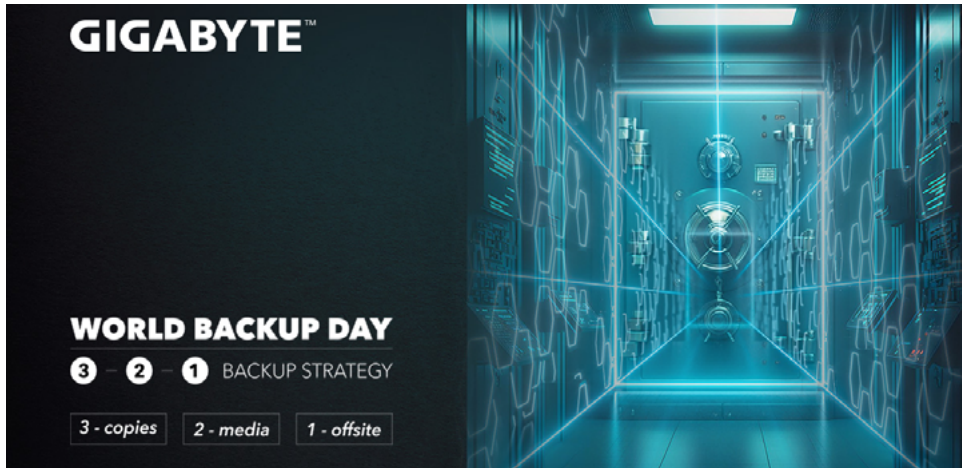
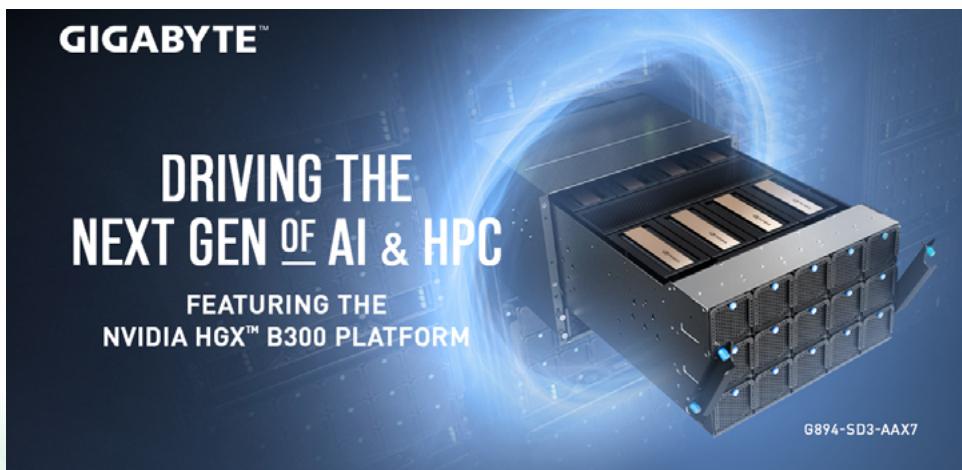
▲ 2025 COMPUTEX 台北國際電腦展 (左)、2025 GTC 頂尖人工智慧大會 (右)



▲ 2025 KES 大會 (左)、2025 AMD AI Solutions Day 研討會 (右)



■ 社群發文



品牌與商譽風險管理機制

2025 年度技鋼科技未發生行銷與公關風險事件，本公司建立品牌與商譽風險管理機制如下：

● 環境監測與評估

建置市場與輿情監測機制，持續關注全球經濟、社會、技術與政策變化，評估可能影響品牌形象之風險因素。透過數據分析與媒體監控工具，即時掌握品牌聲量、媒體報導與利害關係人回饋，針對可能發生之品牌誤解、宣傳爭議或市場訊息偏差等風險進行分級管理，並訂定對應處理原則與溝通策略。

● 跨部門協作與外部溝通

建立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：接獲申訴後一個工作日內轉交相關權責單位並持續追蹤。
2. 回應機制：主動回覆申訴處理進度與結果，確保溝通透明。
3. 隱私保護：妥善保護申訴人個人資訊和相關內容。
4. 改善措施：彙整申訴內容進行原因分析，納入品質與服務改善參考。



1.4 財務績效

2025 年，技鋼科技股份有限公司總營收為 204,197,026 仟元，相較 2024 年度增加 53.47%。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 95.89%。

單位：新台幣仟元

項目	2024 年	2025 年
直接經濟價值之產生	133,266,700	204,444,992
營業收入	133,057,017	204,197,026
利息收入	186,762	219,690
股利收入	0	0
租金收入	0	0
其他收入	22,921	28,276
直接經濟價值之分配	125,765,170	196,032,653
營運成本	118,636,095	189,834,950
營業費用	5,519,968	6,024,528
財務成本	132,874	361,172
其他利益及損失	1,476,233	(187,997)
稅前淨利	7,501,531	8,405,001
補充揭露資訊		
營業費用 - 員工薪酬	2,655,912	1,987,167
營業費用 - 員工福利	208,485	260,949
財務成本 - 利息費用	132,874	361,172
當年度分配之股利	895,219	3,749,216
當年度發放之股利數	895,219	3,749,216
當年度支付政府之款項	531,887	2,387,312

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。2025 年間，我們以會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