



勤崴國際科技 2025 法人說明會

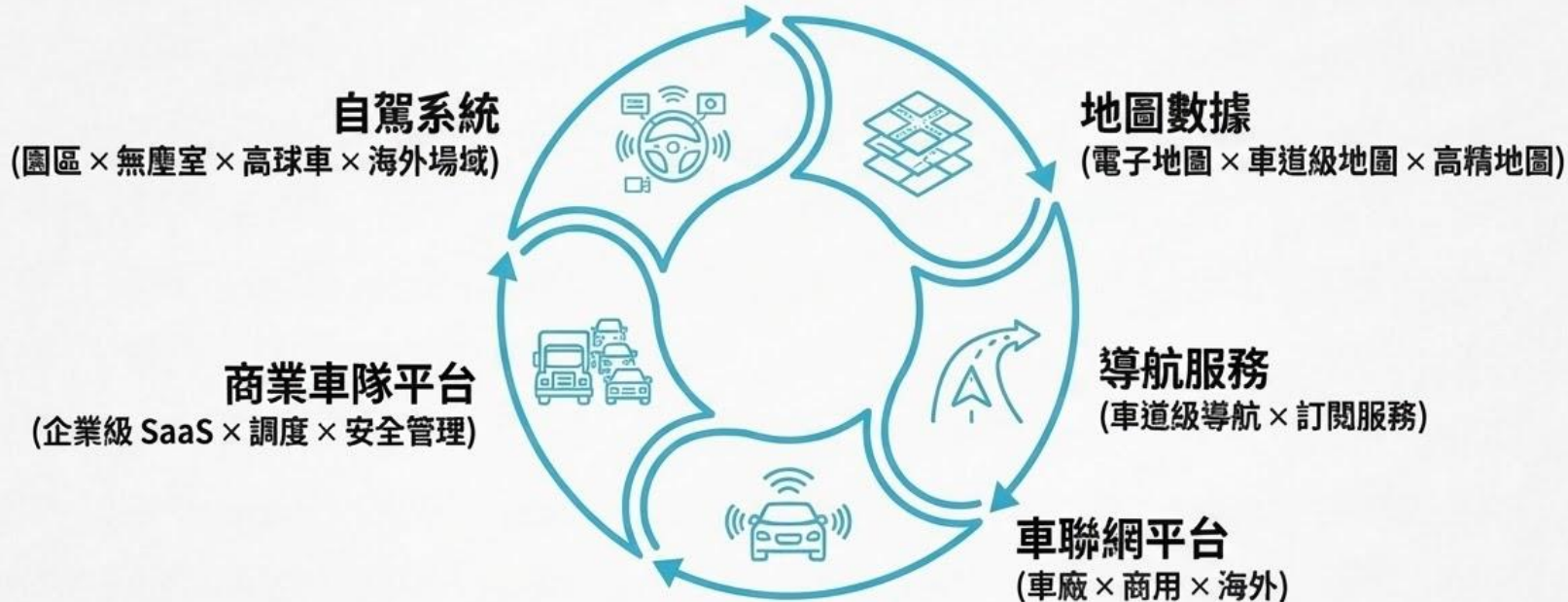
智慧移動 × 地圖 × 自駕 × 平台，打造下一個三年的成長曲線

免責聲明

本簡報包含前瞻性陳述，係基於公司目前資訊與未來預期所作推估，實際結果可能因市場、政策、經濟或其他因素而有所不同。

公司不負更新或修正本簡報之義務，敬請投資人審慎評估相關風險。

勤歲五大產品線垂直整合，形成智慧移動 Flywheel：



五大產品形成一個可持續成長的 Flywheel：

地圖 → 導航 → 車聯網 → 車隊平台 → 自駕 → 再回到地圖資料回饋

資料越完整 → 服務越精準 → 商轉越擴大 → 地圖越強 → 飛輪越快

產業趨勢：3 大變化正在重塑智慧移動



ADAS 普及化



訂閱化與車隊
平台成長



智慧移動與封閉場
域自駕商轉

未來三年，智慧移動產業的三大關鍵變化



① ADAS 普及化

- 車道級地圖成為安全功能標配
- 導航從道路級進化到「車道級」
- 車廠開始將 ADAS 地圖視為量產基礎項目



② 訂閱化 × 車隊數位化

- 車廠與用戶採用 recurring 模式
- 車聯網平台成為車廠運營的核心
- 商業車隊系統導入加速（安全 × 效率）



③ 智慧移動興起

- 封閉場域（園區、無塵室、球場）率先導入自駕
- 車隊管理平台成為核心營運工具
- 自駕運行產生大量資料回饋地圖品質

趨勢一：ADAS 進入量產黃金期：由「法規」與「技術」共同推動



1 | 法規推動 (自 2026 起陸續上路)

- Euro NCAP 新增道路資訊與 ADAS 功能評分項目
 - 歐盟 GSR 要求智慧限速輔助 (ISA)
 - 車廠必須導入更完整的道路/限速資訊
- 車道級地圖成為達成法規與評分的關鍵資料層



2 | 技術推動 (L2 / L2+ 成為主流)

- AP、ACC、LKA、HWP 等功能普及
 - 導航從道路級升級為「車道級引導」
 - 需精準掌握：車道結構、曲率、坡度、匝道與限速資訊
- 精準地圖 × 導航引擎同步升級



3 | 對勤崑的直接影響

- 車道級地圖需求明確、時間點清楚 (2026-2028)
 - 導航從傳統路線規畫，走向 ADAS 一致的行車邏輯
- ADAS 趨勢直接推動勤崑的「地圖 × 導航」兩大產品線

趨勢二：訂閱化成為車廠與使用者的新常態（2024-2030）



1 | 車廠全面走向訂閱化

- OTA 更新成為標準
- 車廠開始導入付費服務（導航、ADAS 功能、車聯網服務）
- 用戶習慣按月、按年購買數位服務



2 | 車隊全面數位化 （企業級 SaaS 成長）

- 商用車隊需要遠端監控、安全管理、調度能力
- 平台成為日常營運的核心系統
- 企業大量導入 Fleet SaaS（台灣、東南亞同步發生）



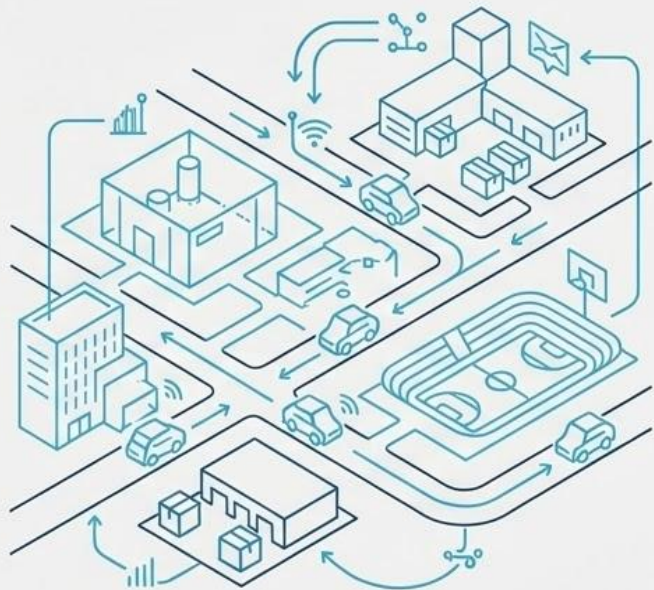
3 | 對勤崙的直接影響 （關聯三個產品線）

- 導航訂閱成長
 - 車聯網平台國際化擴張
 - 商業車隊平台成為穩定 recurring revenue 來源
- 訂閱化同時帶動 3 大產品線：
導航 × 車聯網 × 商業車隊

趨勢三：封閉場域自駕成為智慧移動最快落地的應用（2024-2030）

- 🏢 園區、無塵室、物流基地、球場 → 最適合低速自駕
- ⚙️ 環境可控、路網固定、行為可預測 → 能快速商品化與標準化
- ☁️ 車隊平台成為營運核心：調度、任務、監控、安全
- 📡 自駕運行產生大量軌跡資料 → 有效回饋地圖品質與導航精度

→ 直接帶動勤崑三項核心能力：
自駕 × 商業車隊平台 × 地圖資料回饋



2025 經營成果

五大產品線全面展現成效，成長飛輪開始加速



地圖 / ADAS



導航訂閱



車聯網平台



商業車隊平台



自駕服務

(園區 × 無塵室 ×
高球車準備就緒)

地圖的三層級定位：從電子地圖到 ADAS，再到高精地圖

1 | 電子地圖（普及量產）

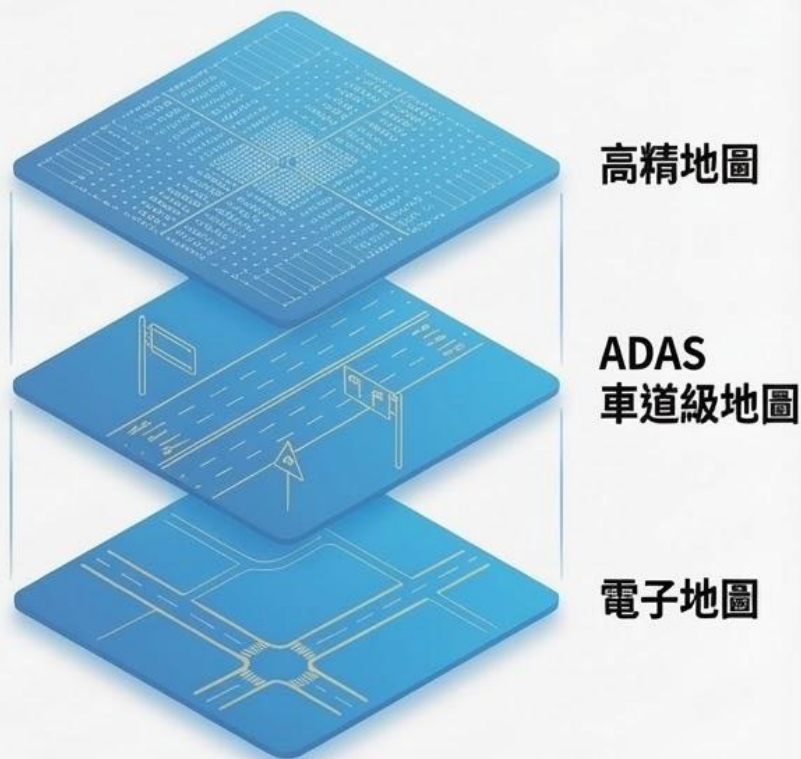
- 車用導航的基本資料層
- 成本較低、更新頻率高
- **勤歲**長期深耕、資料完整度高

2 | ADAS 車道級地圖（2026-2028 成長主軸）

- 介於電子地圖與高精地圖之間
- 需包含：車道結構、曲率、坡度、匝道、限速
- **勤歲**已完成全台車道級建置
- 導入成本合理、可量產化、符合車廠需求
→ 未來三年最明確的成長機會

3 | 高精地圖（自駕專案型導入）

- 成本高、以專案形式為主
- 適用於自駕物流、園區、無塵室等場域
- **勤歲**已證明具備高精地圖處理能力



ADAS 採圖：受國際大廠委託，跨國製圖能力獲實績驗證

勤崴受國際大廠委託，協助進行跨國車道級地圖採集

- **已執行**：新加坡, 香港
- **洽談中**：其他東南亞國家（已展開多場技術與需求討論）

能力獲國際肯定的原因

- 採集端具備**軌跡**、**感知融合**、**特徵點抽取**、**語意解析**能力
- 後端具備**量產化生產流程**（幾何 × 語意 × 限速 × QA）
- 可依國際 OEM 的資料格式、精度、品質規範產出

→ 勤崴已被國際大廠視為可信任的「跨國地圖合作夥伴」



歐系 OEM 供應鏈突破：勤崑正式進入國際地圖供應鏈體系

勤崑正式跨入歐系 OEM 供應鏈

- ✓ 完成歐系車廠的技術驗證與上線流程
- 📊 符合 OEM 對資料精度、品質、格式的要求
- 👤 具備跨國採圖與量產地圖交付能力
- ⚙️ 與歐系夥伴協作導入，支援後續區域擴張

供應鏈意義：從區域性地圖供應商 → 國際級合作夥伴

- 國際車廠的供應鏈認證門檻高
- 一旦進入，即表示能力獲得公開市場的信任
- 後續車型與國家導入將更快速、可複製



→ 勤崑的車道級地圖能力已獲國際 OEM 正式採用

→ 為 2026-2028 的量產與營收成長奠定基礎

導航產品進化 × 訂閱成長

導航服務全面升級

- 紅綠燈導航上線
- 上線 代言人語音搜尋與語音播報 (安心亞 Voice Pack)
- 引擎、邏輯、介面全面優化

品牌推廣強化

- 2025 Q3 重金啟用年度代言人：安心亞
- 透過社群、影音、活動提升產品曝光
- 強化品牌記憶度 → 帶動新增下載與訂閱轉換

+67.3%

訂閱成長強勁 (YoY)

- OTA 與訂閱化快速普及
- 用戶付費意願提高
- 成為穩定 recurring revenue 來源

→ 產品力 (功能升級) × 品牌力 (代言人語音) 共同推動訂閱成長

車聯網平台：成功跨出國際，導入 Toyota 印尼

車聯網從台灣走向海外，
是**勤崑平台能力**的重要驗證

成功導入 Toyota 印尼車聯網平台

- ⚙️ 具備支援乘用車與商用車的通用架構
- ☁️ 適用於多種服務：安全行為監控、遠端診斷、車輛狀態管理
- ✅ 完成在地化與整合流程，穩定運作中

平台能力獲跨國車廠肯定

- 🗣️ 能配合不同國家法規、語言、營運模式
- 🔄 平台架構能快速在東南亞複製
- 🤝 客戶端反饋良好，深化後續合作機會



商業車隊平台：中興保全合作 × 國際晶圓大廠突破



國內重大成果：與中興
保全車隊管理服務合作

- 中興保全龐大車隊的數位化管理需求
- 導入行為監控、安全管理、路線管理等核心功能
- 成為國內最具規模與代表性的合作案例
- 強化勤崑在國內商用車隊市場的領導地位



國外重大突破：國際晶圓
大廠海外車隊管理平台上線

- 海外園區開始導入勤崑車隊管理平台
- 適用於其高單價、關鍵任務的物流運具
- 展現平台在高標準產業（半導體）下的可靠性
- 代表勤崑的 Fleet 能正式走入國際供應鏈場域
- 海外市場潛力迅速擴大



平台經驗的延伸價值：
自駕營運的核心基礎

- 商用車隊管理經驗（任務、調度、安全、異常）→ 可直接應用於園區、無塵室、高球車的自駕運營
- 自駕導入後，Fleet 仍是核心營運系統
- 車隊管理平台是智慧移動與自動化運行的必然基礎



➔ 車隊平台已從「企業工具」進化為：國內大型車隊 + 國際半導體場域的關鍵營運系統

自駕服務實際落地案例 (2025)

TSMC 高科技園區自駕接駁服務

- 園區內自駕巴士接駁已穩定運行
- 目前進入 第二階段：跨廠區自駕接駁
- 展示自駕在大型工業場域的可用性與安全性

無塵室人貨兩用無人載台車 (AGV / AMR)

- 完成示範驗證
- 正式進入 量產化導入 階段
- 適用高單價、高精密製程環境
- 代表勤崑在高標準場域具備商業部署能力

自駕從技術專案 → 商轉營運的轉變

- 具備完整營運要素：任務派遣、遠端監控、異常處理、車隊協同
- 與場域 SOP、作業流程深度整合
- 可跨場域應用：園區、無塵室、物流、高球場



自駕系統產品化 × 可複製 × Omniverse 模擬提升導入效率

1 | 從單一場域 → 多場域可複製的產品架構

- 車輛、自駕模組、平台三大組件可快速配置
- 因應園區、無塵室、物流、高球場等不同場域
- 不需重寫程式，僅需場域設定 → 導入速度大幅提升

2 | 形成可商業化的三大產品組合

- 運具（自駕車體）模組化
- 地圖 × 導航 × ADAS 資料服務標準化
- 車隊營運平台可套用化 → 形成 **Autonomous Operation Package (AOP)**

3 | 具備規模化導入條件

- 統一 SOP、通訊協議、場域部署流程
- 新案成本顯著下降
- 更容易在東南亞、日本等海外場域複製



4 | 導入 Nvidia Omniverse : 70% 驗證工作移入模擬環境完成

- 自駕案場可先在虛擬環境建置完整 3D 場景
- **超過 70%** 的功能驗證在模擬中**提前完成**
- 大幅降低開發成本、縮短開發周期
- 減少場域封測風險，提高可靠度與導入效率
- 讓「多場域部署」變得更快、更可量產

→ **Omniverse + 標準化工具鏈**
= **勤崑自駕真正具備商業規模化能力**

2025 五大產品線成果整合：成長飛輪全面啟動

地圖 (Map)

- 進入歐系供應鏈 × 跨國採圖實績 (新加坡、香港)
- 台灣全區車道級地圖建置完成

導航 (Navigation)

- 紅綠燈導航上線
- 代言人語音搜尋/播報推出
- 訂閱 YoY 成長 **+67.3%**

車聯網 (Connected Car)

- Toyota 印尼平台成功導入
- 可快速複製至東南亞市場

自駕 (Autonomous)

- TSMC 自駕接駁進入跨廠區階段
- 無塵室無人載台車邁向量產
- 自駕系統工具鏈與 Omniverse 形成可規模化部署能力

商業車隊平台 (Fleet)

- 與 **中興保全** 建立重要合作
- 國際晶圓大廠海外場域正式上線
- 成為未來自駕營運的核心基礎系統

→ 勤崑五大產品線全面展現成果，成長飛輪正式起動

財務亮點與營收結構

成長、體質改善、營收結構更健康

- 營收穩健成長
- 訂閱與平台服務占比提升
- 五大產品線成果逐步反映在財務體質上

財務亮點：2025/11 實際營收 × 結構改善 × 高毛利成長

月營收 YoY 成長明確

2025 年 11 月營收：53,978 仟元
2024 年 11 月營收：41,346 仟元

月 YoY 成長：+30.55%



累計 YoY 成長

2025 累計營收 (1-11 月)：479,520 仟元
2024 累計營收 (1-11 月)：397,161 仟元

累計 YoY 成長：+20.74%

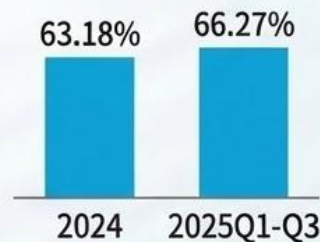


訂閱服務成長強勁

導航訂閱 YoY 成長 +67.3%

- 品牌推廣 + 產品升級帶動新增訂閱與留存
- 成為穩定 recurring revenue 主力

高毛利產品線占比提升



**↑ 高毛利占比提升：
+3.1 個百分點**
→ 高毛利收入占比明顯改善，營運體質更健康

→ 營收成長明確、結構改善具體、毛利提升清楚可量化

2026-2028 成長動能：三大引擎推動勤崑進入爬升階段



引擎一：ADAS 地圖進入量產

國際 OEM 供應鏈導入正式放量，以歐系車廠為首波，逐步擴大至更多車型與國家。

2026-2028 為關鍵量產期。



引擎二：訂閱與平台服務擴大

導航訂閱在品牌效應下持續成長；車聯網與車隊平台將成功模式複製至海外市場。

Recurring revenue 佔比持續提升，穩定現金流。



引擎三：自駕服務國際化商轉

以封閉場域應用（園區、無塵室）為基礎，推出首個量產化自駕產品—高爾夫球車，進軍海外市場。

成為公司新的海外營收主力。

五大產品線三年策略方向：導入 → 擴大 → 成熟



電子地圖 (含 ADAS 地圖)

- OEM 車型導入出貨：以歐系車廠為首波導入
- 導入範圍擴大：逐步延伸到更多車型、更多國家
- 朝新一代 ADAS 地圖標準前進



導航服務

- 訂閱服務持續擴大：品牌推廣 × 產品升級帶動成長
- 車道級導航推出與成主流
- 逐步成為多元車種的標準配備



車聯網 (Connected Car)

- 海外市場逐步擴大：以印尼為核心複製到更多市場
- 導入更多增值服務：駕駛行為、能源、任務管理
- 海外收入占比逐步提升



商業車隊 (Fleet)

- 大型企業模式複製：中興保全模式延伸到物流、保全、能源等產業
- 功能項目持續深化
- 與自駕營運平台全面整合，形成企業級車隊管理標準方案



自駕服務

- 推出自駕高球車並建立商轉模式
- 進入海外市場實際落地自駕運營
- 成為公司新的海外營收主力

→ 五大產品線皆規劃「導入 → 擴大 → 成熟」的三年策略方向，以今年已建立的基礎作為推動動能。

專章：自駕高爾夫球車

Spotlight: Autonomous Golf Cart

勤崑整合能力的商業化里程碑

“它不只是一台車，而是一個完整的自駕服務商品，將勤崑五大產品線—地圖、導航、平台、自駕—全部串連。

這是我們邁向國際市場、建立自駕服務規模化的第一個里程碑。



市場痛點明確，需求已形成

1



球場面臨的核心問題

- 桿弟人力嚴重短缺（台日韓東南亞皆相同）
- 服務品質難一致、管理負擔加重
- 球場對安全與動線效率要求提升

2



現有自動化方案僅有「**電磁軌道**」

- 需埋磁條、成本高、動線固定
- 維護困難、遇球場調整需重新施工
- 不符球場彈性需求，普遍尋求替代方案

3



市場缺口：沒有成熟的**自由路徑**自駕方案

- 傳統球車廠 沒有自駕能力
- 新創團隊只有技術展示，無商轉能力
- 全球無一家公司能提供
自駕 × 地圖 × 導航 × 車隊管理 × 遠端監控 整合方案

→ 痛點明確、技術缺口明確，市場正在等待新一代自駕方案。

勤崴不是造車，而是提供「可商轉的自駕球場服務」



1 | 跨領域整合力：市場唯一具備完整技術鏈

- 高精地圖
- 導航
- 車聯網
- 車隊管理平台
- 自駕系統

→ 這五項缺一不可，市場上沒有任何單一公司具備



2 | 已具商轉能力（最重要的差異點）

- 在 TSMC、無塵室、園區等場域已完成高標準驗證
- 具備跨場域部署、維運、調度能力
- 能形成 SOP，並快速複製到球場



3 | 合作模式成熟，可跨國擴張

- 車體由台灣、日本、東南亞合作廠提供
- 勤崴專注於高價值的自駕與平台技術
- 不需投產線，速度快、風險低、可跨區域



4 | 我們交付的不是車，是「球場的下一代營運模式」

- 自動駕駛
- 遠端監控
- 球場導航與動線管理
- 車隊調度平台
- 遠端監控
- 數據分析與場域管理

→ 球場要的不是一輛車，而是一套讓營運升級的整合服務。勤崴正好具備這套能力。

三年全球擴張計畫：從台灣出發，鎖定超過 200 億台幣的潛在市場



1 | 2026：台灣站穩 (Establish in Taiwan)

台灣球場：60-70 座

車隊規模：60-100 台/場

市場規模 (100 萬/台)：36~70 億元

👉 任務：完成商轉案例，形成可複製 SOP



2 | 2027：東亞擴張 (Expand to East Asia)

日本市場 (全球第 2)：約 2,300 座球場

若切入 5% (115 座)：→ 6,900-11,500 台

→ 69-115 億元

韓國市場：約 600 座球場

若切入 5% (30 座)：→ 1,800-3,000 台

→ 18-30 億元

👉 任務：在東亞建立第一個可規模化的自駕
球隊部署



3 | 2028：進軍北美 (Enter North America)

北美球場 (全球最大市場)：約 17,000 座

若切入 1% (170 座)：→ 10,200-17,000 台

→ 102-170 億元

👉 任務：導入大型球場集團，建立跨國部署
模式

→ 三年合計 TAM：36~70 億 (台灣) + 87~145 億 (東亞) + 102~170 億 (北美) = 約 225~385 億元

結語：五大產品線驅動 2026 起飛

1 | 2025

機頭抬起、燃油準備完成

- ▶ 今年五大產品線全面展現成長成果
- ▶ 訂閱、平台、自駕等結構性成長動能已成形
- ▶ 技術、產品化與國際合作全部到位

2 | 2026

從準備階段走向「離地起飛」

- ▶ ADAS 地圖開始進入 OEM 導入期
- ▶ 導航與車聯網 recurring 基礎更穩固
- ▶ 自駕高球車正式推出、進入市場商轉

3 | 2026-2028

三大動能推動公司進入爬升階段

- ▶ 地圖 × 導航 × 車聯網 × 車隊 × 自駕形成完整飛輪
- ▶ 海外市場擴張（東亞 → 北美）成長曲線明確
- ▶ 自駕球車成為自駕營運第一個量產化與國際化產品線



→ 勤歲在 2025 已完成所有起飛準備，
2026 將正式離地，邁向下一階段成長。