



ATUNAS
歐都納

歐都納股份有限公司
興櫃前法人說明會

股票代號：2940



LIVE THE
ADVENTURE.

Contents



01 企業簡介

02 品牌及產品介紹

03 營業績效

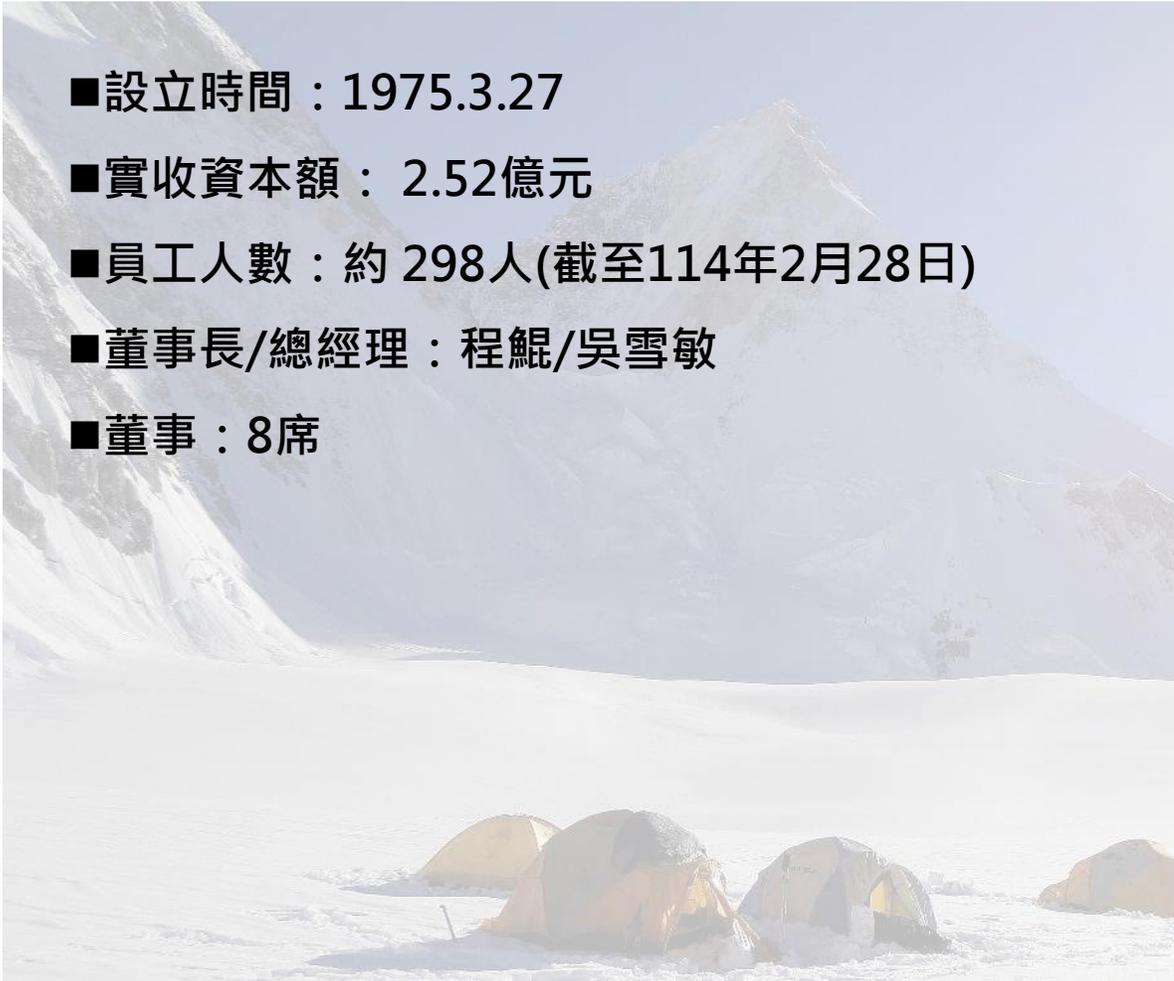
04 市場機會與定位

05 核心價值及競爭優勢

06 未來展望

01. 企業簡介

- 設立時間：1975.3.27
- 實收資本額：2.52億元
- 員工人數：約 298人(截至114年2月28日)
- 董事長/總經理：程鯤/吳雪敏
- 董事：8席



01. 企業簡介



程鯤 歐都納 董事長

歐都納股份有限公司 董事長

歐都納戶外體育基金會 董事長

寶湖企業股份有限公司 董事長

學歷 | 逢甲大學EMBA 101高階班畢

現任 | 台灣歐都納八千米巨峰 計畫發起人
救國團團友會副總會長
113-114紡織產業發展委員會委員

曾任 | 社團法人中華民國紡織品研發國際交流協會理事長
中華民國全國創新創業總會監事長
西北扶輪社第50屆社長
中華民國山難救助協會 全國總會理事長
台灣山岳文教協會理事長

獲獎 | 2010年第33屆創業楷模
2012、2019年體育署「推動社會體育有功個人獎」
2023年彰化建縣300年表揚十大領域特殊貢獻獎
2023年救國團「幼獅貢獻獎」

01. 企業簡介

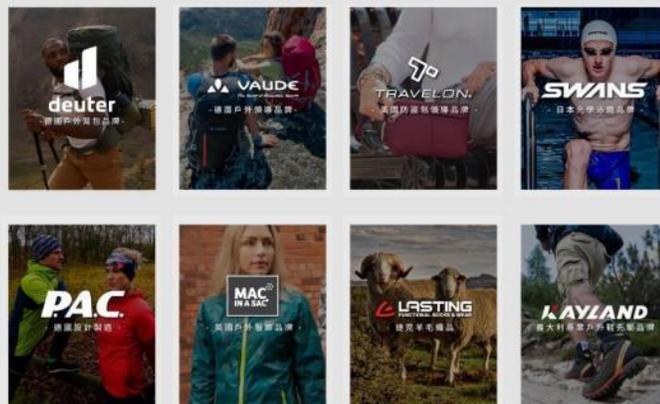
歐都納全方位多角化經營

創立於1975年，經營面包含戶外休閒旅遊服飾與用品、發泡海棉工廠、歐都納山野渡假村、歐都納戶外體育基金會。

銷售通路包含約60家實體門市、虛擬通路、150+經銷通路、大宗販售（機關團購）...等。從海線到雲端，以全方位的系列產品服務消費者。



專櫃門市



代理品牌

01. 企業簡介

企業經營版圖



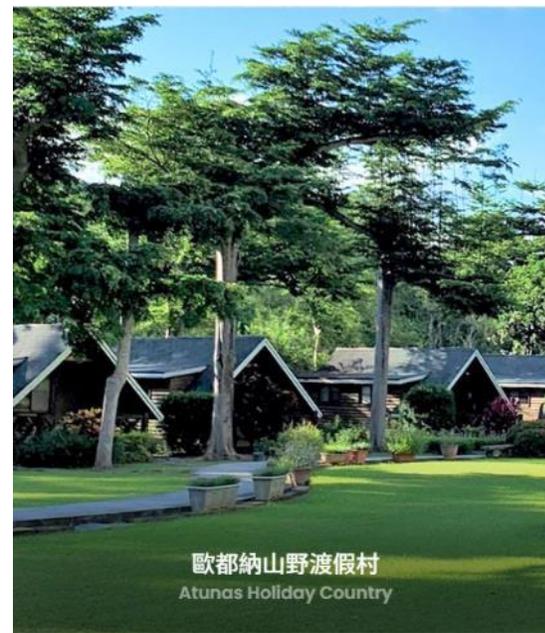
歐都納戶外旅遊用品

專注於機能服飾與裝備研發與創新，致力於提供專業、高品質的戶外產品；無論登山、健行或極限挑戰，歐都納始終陪伴探索者勇敢前行，突破自我，持續開創無限可能，讓每一場冒險都更加精彩！



發泡海綿產品

獨立開發研究EVA高發泡板材聞名，是浮材、鞋材、運動用品、緩沖包裝材與隔音材之良好產品，同時推出衝浪板、救生衣及各種水上、登山運動用品，行銷全世界。



歐都納山野渡假村
Atunas Holiday Country

歐都納山野渡假村

嘉義歐都納山野渡假村位於曾文水庫上游的大埔村內，佔地兩公頃多，三面緊鄰公園、群山環繞、風景秀麗，是個注重本土文化藝術氣息的現代化休閒度假旅館，以原始天然優美環境著稱的山野渡假村。

01. 企業簡介

企業發展歷程



1975
成立「山王工業股份有限公司」



1986
「歐晉企業有限公司」成立

1988
埤頭工廠啟用
符合環保標準
廢料鍋爐啟用

2000
山王工業、歐晉企業、
歐都納山野渡假村正式
合併成立「歐都納股份
有限公司」



2006
連續9年榮獲康
健雜誌「健康品
牌讀者票選」戶
外休閒服飾第一
名

2008
榮獲經濟部
「臺灣優良品牌
獎」為戶外類品
牌首次獲獎

2011
啟動「世界14座
8000米巨峰攀
登計畫」



2011
榮獲經濟部中小
企業處「優良
CSR中小企業獎」



1983
成功高科技發泡
材料技術開發，
並進軍衝浪運動
之國際市場

1984
歐都納「Atunas」
品牌誕生



1990
「歐都納山野渡假村」
正式開幕營運



2005
歐都納30週年舉辦
「歐都納尋找台灣探
險王~世界七大洲最
高峰攀登計畫」



2009
登頂亞洲-珠穆
朗瑪峰 8848M
完成世界七大洲
最高峰攀登計畫



2011
慶祝建國百年
歐都納全民圖登
小百岳，寫下最
多人同登多座山
岳金氏世界紀錄



2011~至今
舉辦玩登小百岳
活動，是全台最
受歡迎的小百岳
活動

企業發展歷程

01. 企業簡介

2013
埤頭工廠擴增
新建廠房



2015
歐都納40週年
完成千人露營、
八鐵悍將海陸空創
意環島壯舉



2014
榮獲經濟部第
二屆「潛力中
堅企業」



2014
碳足跡認證(碳
標籤盤查)機能
服飾廠商

2017
公開發行
知名國內戶外品牌



2016
榮獲天下雜誌
「天下CSR企業
公民獎」小巨
人組第3名

2018
響應台中世界花卉
博覽會，與中部楷
模企業，共同捐助
興建「楷模創生館」



2020
推出OMO官方購物網
線上線下通路整合

2020
歐都納45週年
以種樹結合慶生，
為環保盡一份心力



2023
埤頭工廠
通過健康職場
認證

2022
榮獲亞馬遜全球
開店頒發「台灣
卓越品牌獎」



2021
榮獲1111人力銀行
「2021年幸福企業」
金獎。

2023
歐都納打造「零拋棄戶
外紡織循環圈」，並發
表可循環再製的「ALL
LOVE歐愛循環衣」



2023
通過ISO 14001:2015
環境管理系統



2024
啟動「歐都納綠建築
智能物流中心」建築工程
「戶外體驗」x「智能倉儲」複合式
綠建築



2024
● 通過跨製造、服務、餐旅產業
14064-1:2018溫室氣體盤查
● 18項發泡及紡織品通過GRS全球
回收標準查證。

2025
即將登錄興櫃
歐都納50周年
全新企業識別啟動！
半世紀專業與創新，
陪伴探索者勇敢前行，
突破自我，開創無限
可能！



01. 企業簡介

一直以來不斷探索的歐都納

1st

品牌籌組台灣第一支
完攀世界七大洲最高峰登山隊

1st

開啟台灣郊山文化的先驅者
民國百年全民同登計畫

1st

台灣第一間防水透濕機能服
企業通過碳足跡認證

3rd

CSR小巨人第三名
2016天下企業公民獎

10y

連續10年榮獲
台灣精品獎

11y

連續11年榮獲
教育部體育推手推展類金質獎

01. 企業簡介

得獎紀錄



榮獲 2016年~2025年台灣精品獎 連續10年共18項產品獲獎



台灣精品
TAIWAN EXCELLENCE
2016



台灣精品
TAIWAN EXCELLENCE
2021



台灣精品
TAIWAN EXCELLENCE
2017



台灣精品
TAIWAN EXCELLENCE
2022



台灣精品
TAIWAN EXCELLENCE
2018



台灣精品
TAIWAN EXCELLENCE
2023



台灣精品
TAIWAN EXCELLENCE
2019



台灣精品
TAIWAN EXCELLENCE
2024



台灣精品
TAIWAN EXCELLENCE
2020



台灣精品
TAIWAN EXCELLENCE
2025



01. 企業簡介

重要得獎紀錄

- 2016年~2025年「台灣精品獎」 連續10年共18項產品獲獎
- 2014-2025年連續11年體育署「體育推手獎-推展類金質獎」
- 2021-2024年經濟部產業發展署「MIT台灣金選」
- 1999-2024年榮獲彰化縣超額進用身心障礙者優良廠商
- 2016-2024年勞動力發展署「TTQS人才發展品質管理評核銀牌」
- 2024年創代協會「紡織品國際交流成就獎章」
- 2024年康健雜誌休閒服飾類讀者票選「信賴品牌調查」第一名
- 2023年國建署頒發112年度「健康職場認證」
- 2022年亞馬遜全球開店頒發「台灣卓越品牌獎」
- 2021年1111人力銀行幸福企業金獎
- 2016天下雜誌企業公民獎「CSR小巨人」第三名
- 2014年經濟部第二屆潛力中堅企業
- 2007-2015年經濟部優良連鎖總部認證
- 2011年台灣中小企業優良CSR優選企業
- 2009年經濟部商業司「台灣商業服務業優良品牌獎」，戶外品牌首次獲獎



02. 品牌及產品介紹



ATUNAS
歐都納

歐都納戶外旅遊用品

歐都納誕生於1975年，是台灣專業戶外品牌先驅。堅持創新，以尖端科技材質製作輕量化、高性能服裝與裝備滿足戶外愛好者在各種地形及氣候使用的需求。專業裝備及保暖服飾更陪伴歐都納七頂峰攀登隊成功攀上世界之巔聖母峰(8848m)，並克服南極洲文森峰零下58度C嚴酷環境。齊全的產品線從頭到腳，由內而外，各種裝備陪伴戶外愛好者從台灣海岸線走到世界巔峰，歐都納與你一起體驗戶外精采每一刻！



02. 品牌及產品介紹

代理品牌



02. 品牌及產品介紹 發泡海綿類產品



工廠設址彰化縣埤頭鄉，獨立開發研究之EVA/PE/TPE高發泡板材，是浮材、鞋材、運動用品、緩衝包裝材與隔音材之良好材料，並同時推出衝浪板、救生衣及各種水上、健身瑜珈用品、多功能運動墊/平衡墊、戶外運動用品、軍警防護、運動防護及各項環保發泡材料等，擁有獨特發泡技術，取得多項專利，以獨到技術，領先同業，行銷全球30餘國。

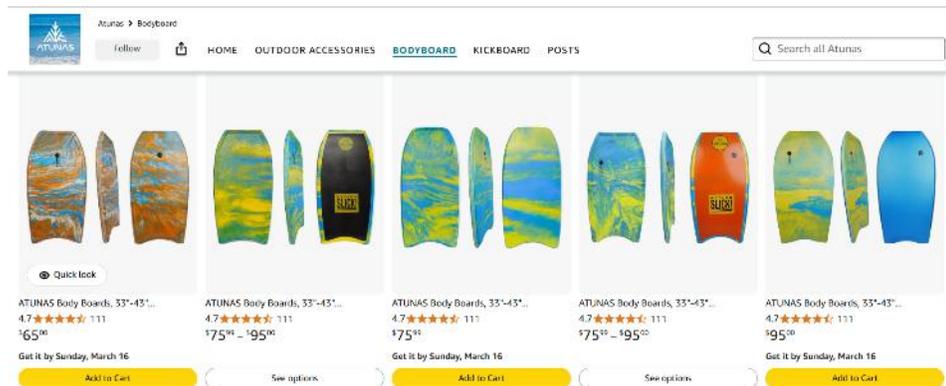
● B2B 品牌成品代工



● 材料銷售



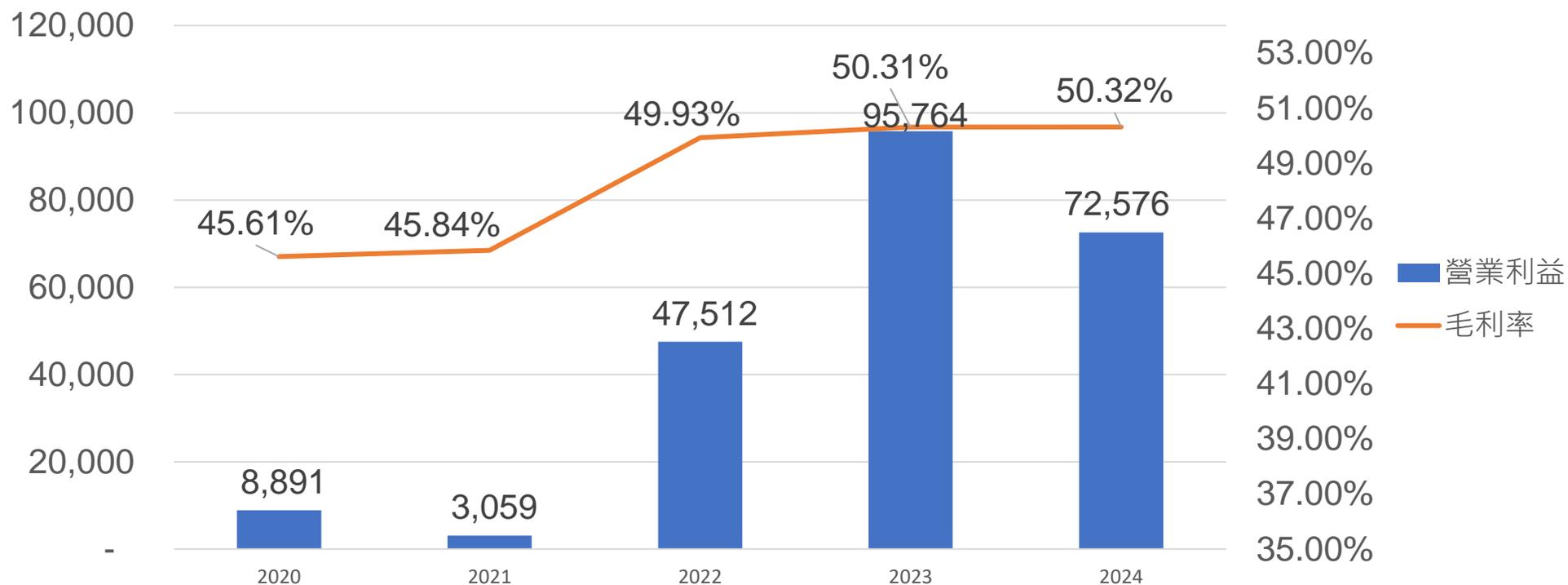
● 跨境電商



03.營業績效

近五年營業利益及毛利率 (2020-2024年)

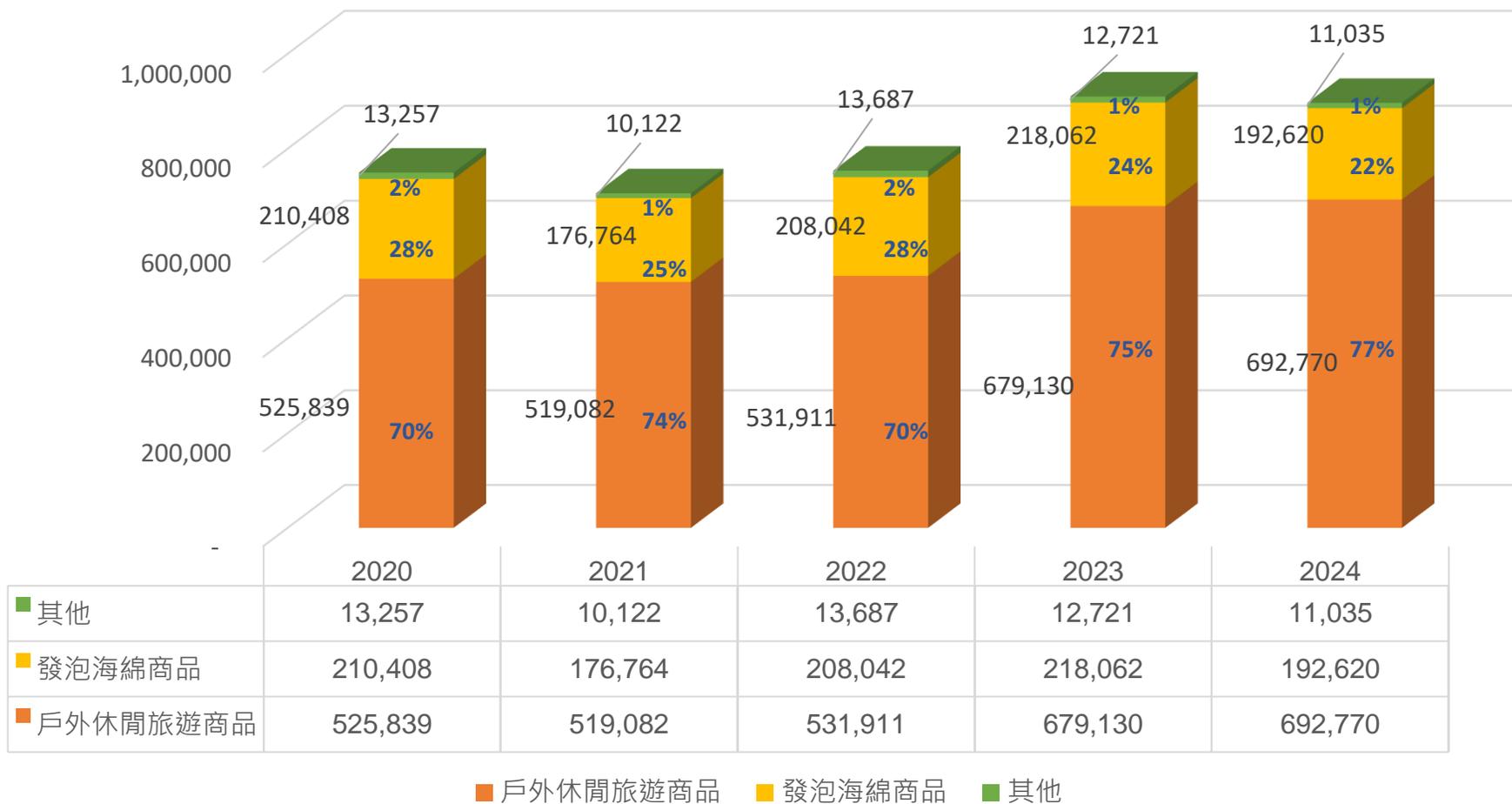
單位：新台幣千元



股數(股)	30,784,269	30,784,269	30,784,269	25,184,269	25,184,269
稅後淨利(千元)	24,225	18,614	41,459	87,784	55,683
每股盈餘(元)	0.79	0.60	1.35	2.94	2.21

03. 營業績效

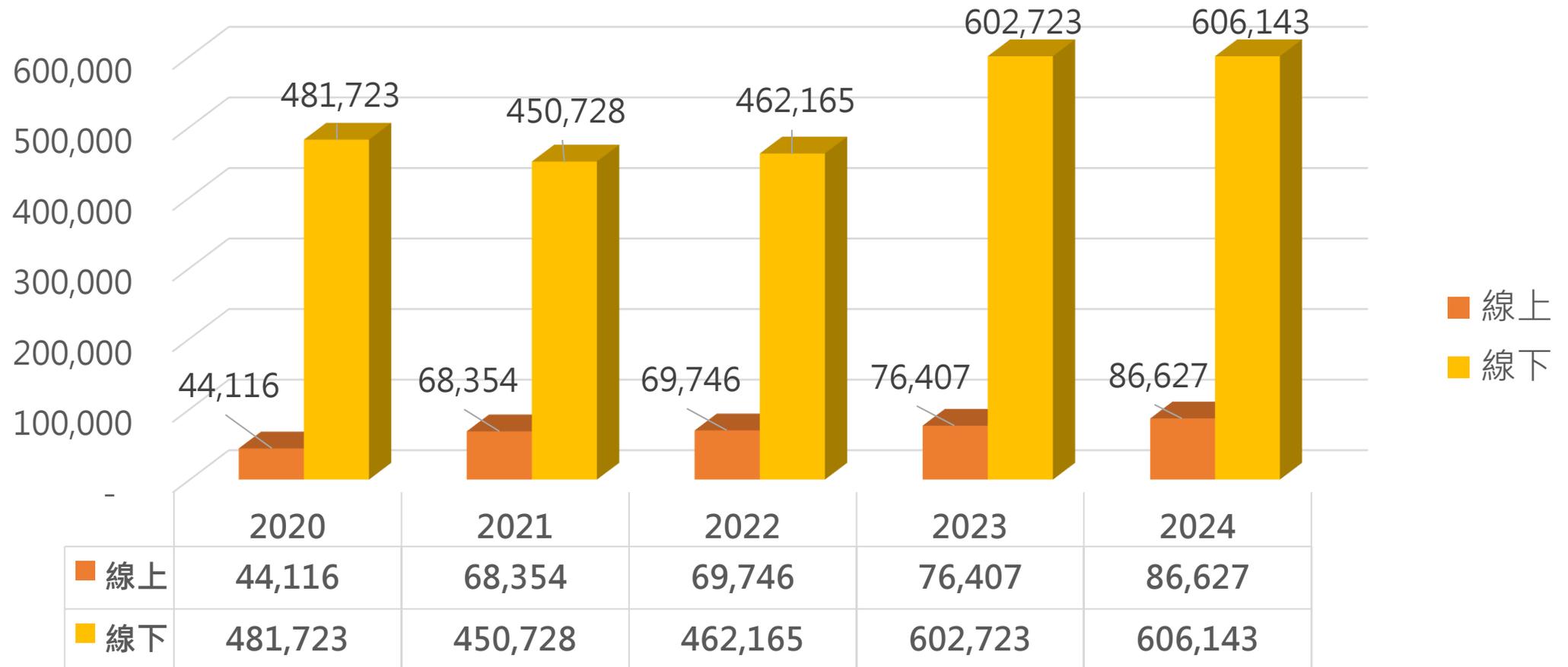
近五年主要產品營業比重 (2020-2024年) 單位：新台幣千元



03. 營業績效

近五年戶外旅遊商品線上及線下營收 (2020-2024年)

單位：新台幣千元



04.市場機會與定位

市場概況

Market Overview

「戶外活動」正被重新定義，型態正在改變
同時全球戶外產業市場成長中

"The 'outdoors' is being redefined, and attitudes are changing.

01 去戶外活動的定義變得更寬廣。離開「家」就算「戶外」。
The definition of going outdoors has become much broader.
Leaving “home” is going outdoors.

02 更多族群參與多元的戶外活動，市場持續成長
The market continues to grow as more people even women
take part in diverse outdoor activities.

03 參與戶外活動者年輕化
More and more younger participants in outdoor activities.

市場趨勢

Market Trends

戶外用品與運動、時尚產業的界線逐漸模糊
對環保、永續的關注日益增加

Lines between outdoors, sports and fashion industries are getting blurred. Valuing the trend of green procurement.

01 戶外文化進入城市生活，與運動、時尚產業類別融合。
Outdoors culture enters urban lifestyle, merging within sports
and fashion categories. (e.g. The North Face purple label series)

02 品牌更加著重產品多樣化，好對應不同族群的需求。
Brands emphasize on product diversification to cater for the
different TA's needs.

03 聚焦環保、永續利用等議題
Put a lot on environmentally-friendly, sustainability related
issue.

資料來源 Source:品牌顧問薩巴卡瑪整理, ORIGIN OUTSIDE, ISPO, i-Buzz Research

04.市場機會與定位

消費者趨勢

Customer Participation Trends

參與者更偏好適度休閒的多元活動，
他們同時也需要更多戶外的相關教育。

Customer prefer moderate-casual in diversified outdoor activities,
they also need more outdoor related education.

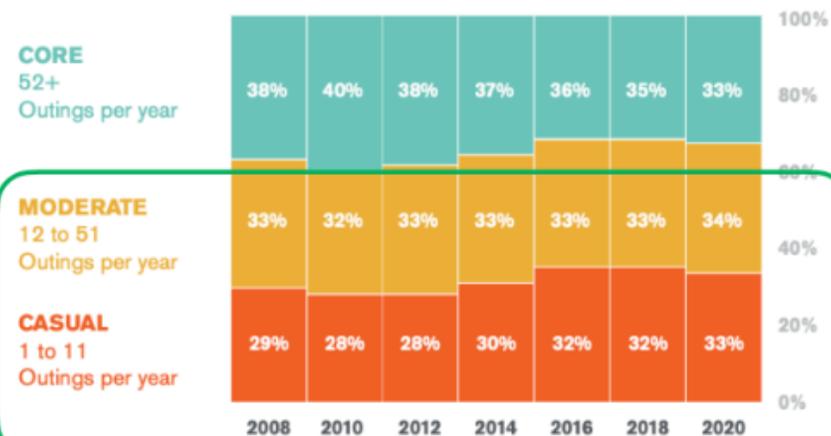
01

參與頻率下降中，戶外活動強度從專業轉向適度休閒
Outdoors participation frequency is declining and shifting
from core to moderate -casual.

02

戶外新手需要更多戶外專業知識與教育
Participants need more education for outdoor expertise.

FREQUENCY CONTINUES TO DECLINE



戶外活動歷年參與頻率統計 - 國際數據
Global Outdoors Participation Frequency

資料來源 Source:品牌顧問薩巴卡瑪整理2021 Outdoor participation trend report, Outsideonline

04.市場機會與定位

歐都納-全方位戶外探索的領航者

■ 四大分眾，接觸到更廣消費族群

縱觀上述市場趨勢，歐都納以四大分眾：專業登山、樂遊戶外（郊山健行）、都會休閒、水上活動 接觸到更廣的消費族群，不只將產品線著重於專業戶外，也朝趨勢所向之休閒、旅遊深耕，探索更多商業機會。

■ 積極推動綠色環保、培育探險及戶外運動人才

ESG、永續環保是消費者益發關心議題，歐都納以愛地球，守護環境為出發，善盡企業社會責任，藉由活動來提升消費者正確登山及環境保育觀念。

■ ESG永續願景-共創美好戶外生活，營造更友善消費環境

在產品製造過程，力求減少碳排放量，並從減少廢料污染環境前提出發，以達回收再製目標。為同時藉由戶外活動舉辦及參與，擴大品牌知名度，提供給消費者更好、更多元的體驗。



05. 核心價值及競爭優勢

面對疫情 化危機為轉機

歐都納推動品牌校準後定位落地，
落實校準後品牌溝通策略執行，
深化夥伴品牌價值的傳遞，
讓每一位歐都納夥伴， LIVE IN ATUNAS！
讓消費者感受歐都納探索力量！



歐都納 全新識別登場



除去框架
更自由/無拘無束
更加年輕活潑



05. 核心價值及競爭優勢



我們要達到2個目標

- 2031年在持續成長和獲利下，
成爲亞洲最環保的戶外品牌，創造更好探索環境
- 成爲您最堅強的(戶外)探索後盾

我們要持續的2個使命

- 鼓勵大家實現屬於自己的探索成就
- 與使用者一起，爲(戶外)探索做好準備

05. 核心價值及競爭優勢

ATUNAS台灣市場OMO整合通路經營策略

歐都納重視研發創新、環保與公益，對內部的夥伴，及外部的顧客，均以誠懇踏實的行為風範，遵守政府法律規範，專注在戶外休閒的領域並持續發展，以善盡ESG永續責任與回饋社會為作為企業的經營理念核心。

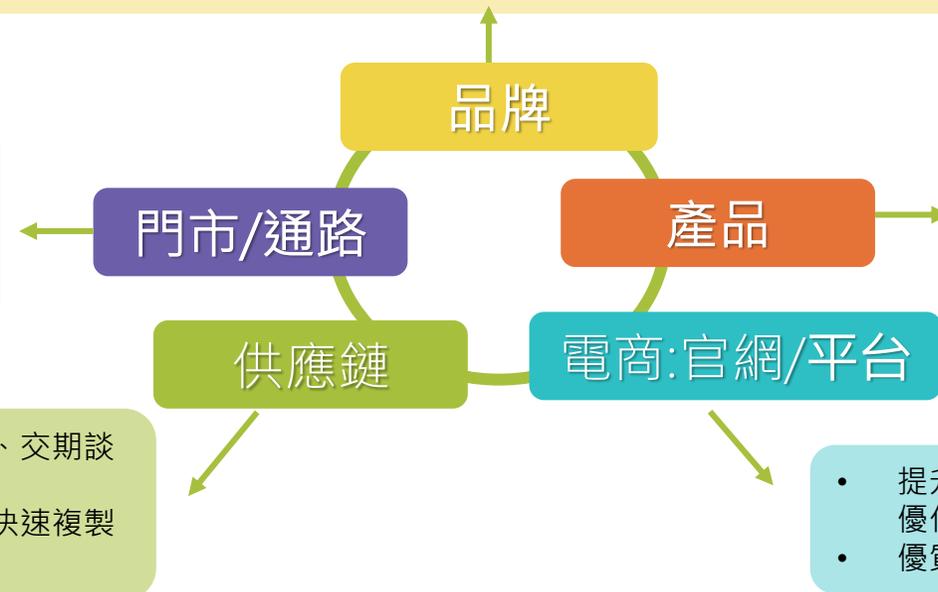
- 品牌定位: 全方位戶外探索的領航者
- 核心價值:
 - ✓ 做好準備-全地形、全高度、全氣候的戶外行動支援顧問，協助顧客做好準備
 - ✓ 專業效能-透過專業機能產品在各種戶外艱困環境守護顧客
 - ✓ 突破自我-歐都納勇於面對挑戰、進行創新，提供因需求而生的創新科技材料

- 創造舒適的購物環境，依照產品分眾陳列，讓消費者能依活動需求輕鬆選購
- 門市人員的**專業知識訓練**，能與消費者分享戶外知識，成為專業選配顧問，並強化顧客關係的經營

- 持續開發創新材料及產品設計
- 依照專業登山、樂遊戶外(郊山健行)、都會休閒、水上活動**四大分眾系列**提供完整的產品結構，提供消費者更齊全專業的選擇

- 強化供應鏈管理，提升品質及價格、交期談判力
- 開發打樣流程優化，縮短時程且能快速複製
- 長銷商品更新速度及SKU提升

- 提升消費者體驗-產品描述瀑布流優化、提供多項穿搭推薦方案
- 優質流量的電商平台合作

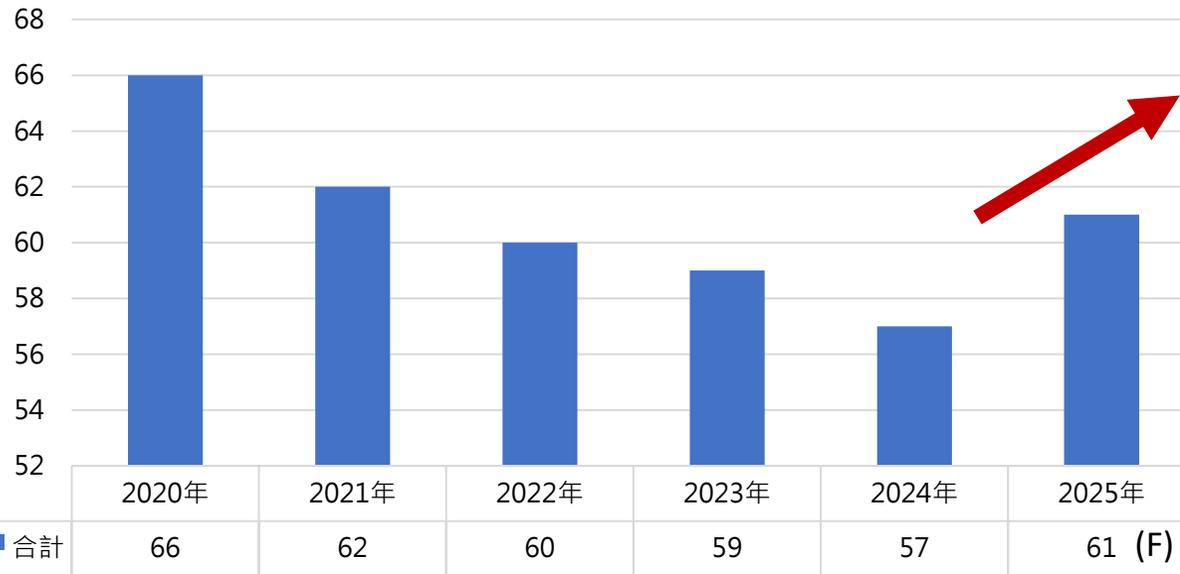


05.核心價值及競爭優勢

ATUNAS台灣實體門市通路佈局

全台各縣市皆有服務據點

2020-2025年展店成長圖



● 街邊門市



● 購物中心



● 百貨專櫃



● OUTLET



05.核心價值及競爭優勢

ATUNAS 台灣市場OMO通路整合策略佈局

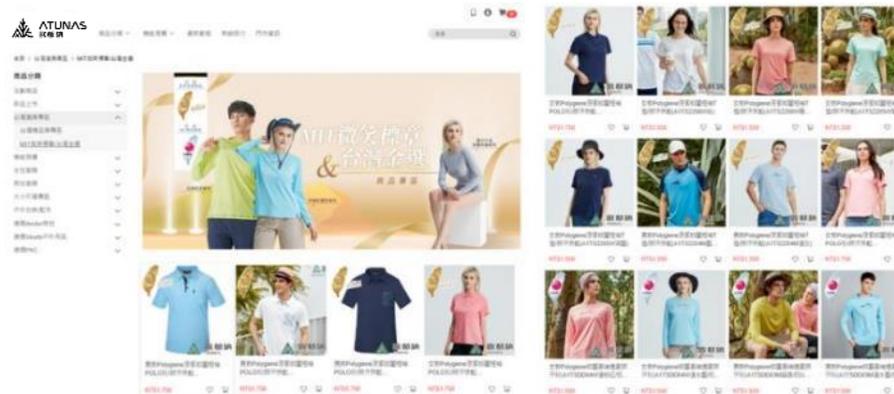
● 經銷商



● 大宗販售



● 電商官網



● 購物平台



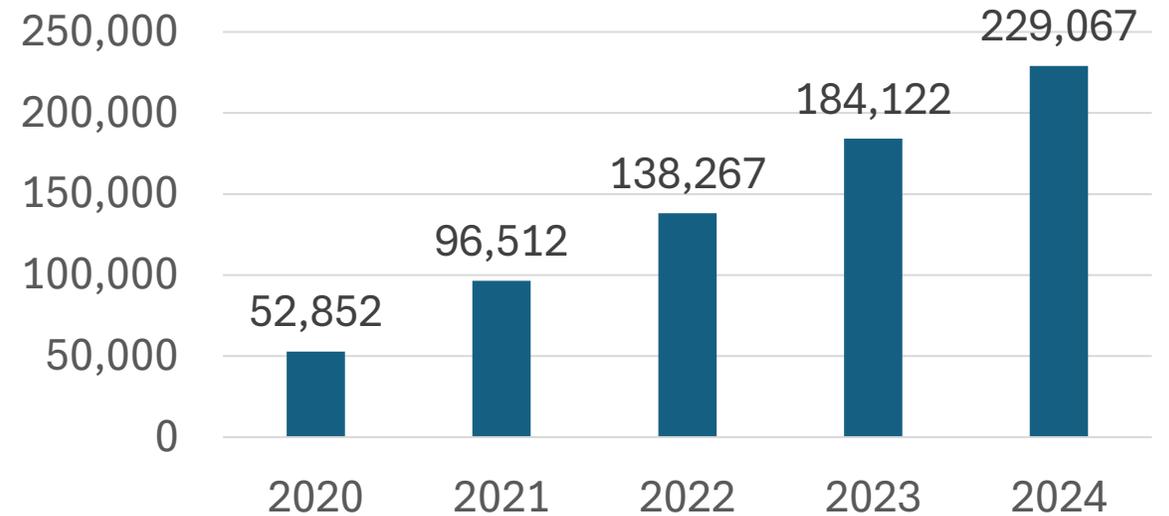
05.核心價值及競爭優勢



近五年OMO 會員數成長分析(2020-2024)

會員 \ 年度	2020	2021	2022	2023	2024
一般會員	37,663	73,194	108,451	147,984	188,281
VIP	13,361	21,200	27,538	33,766	38,373
VVIP	1,828	2,118	2,278	2,372	2,413
OMO會員數	52,852	96,512	138,267	184,122	229,067
年增數		43,660	41,755	45,855	44,945
年增率%		82.6%	43.3%	33.2%	24.4%

OMO會員數成長圖



06.未來展望 在可持續成長與獲利前提下



短期目標

1-2年

- 導入品牌新識別落地深化。
- 持續優化門市體質、汰弱留強，加速展店與門市營收成長。
- 推動數位轉型，在通路雙引擎OMO虛實整合策略下，強化線上線下營收和客單價雙成長。
- 強化供應鏈管理，打造更具競爭力的永續戶外供應鏈，完成歐都納綠建築智能物流中心。
- 發泡工廠製程節能優化、更新設備提升生產效率、效能與品質。

中期目標

3-5年

- 持續開發代理海外優質品牌，補足產品深度和廣度，以滿足消費者需求。
- 因應企業發展，持續培養中生代人才，引進高質化、國際化人才。
- 發泡材料產品高值化*新應用*的最佳開發合作夥伴目標推進，落實環保製程，提升國際競爭力。

長期目標

5-7年

- 透過併購、合作等方式，正式進軍國際市場，擴大經營版圖，強化企業競爭力。
- 善盡ESG企業責任，持續以愛地球，守護環境為出發，培育探險及戶外運動人才，



Thank You

