

2.3 全球市場布局

智崑自 2010 年開始，於兩岸四地（大陸、台灣、香港、澳門）、加拿大、日本、美國、西班牙、德國、荷蘭、阿布達比、澳洲及冰島等地區，打造超過 35 座體感設備，全球市占率約 85%，以自有品牌「BROGENT」行銷世界，成為體感科技市場領導者。每年都會有超過 1,500 萬遊客，透過飛行劇院，認識台灣和全世界。智崑主要客戶為全球各大主題樂園，如世界第二大遊樂園運營商 Merlin，旗下歐洲第二大主題公園 Europa-Park，引進智崑飛行劇院「VOLETARIUM」（飛越歐洲）。此外，m-ride（中階飛行劇院）亦與知名連鎖樂園樂高樂園（LEGOLAND）共同合作打造的 Lego Movie Masters of Flight 飛行劇院，並於 2019 年美國佛羅里達州的樂高樂園中開幕，更加奠定於體感科技市場地位。

2019 年主要產品銷售情形與市場布局

1. 積極開發中階飛行劇院市場，共有 6 座 m-Ride 銷售量
2. 表性實績案例：冰島 FlyOver Iceland（進軍到北歐以非主題樂園為主的國家）及樂高樂園飛行影院（打入連鎖主題樂園供應鏈）
3. 於 IAAPA 協會展覽上展示 mini-ride，與舊市場大型體感設備（m-ride、i-ride）做區隔，新市場布局主要提供小型主題樂園或家庭式樂園
4. 擴展自營據點，飛行劇院「i-Ride 無限飛行事務局」於台北微風南山廣場開幕

