



科技新貧 電子業的瓶頸與未來

2007-12-23 報導 / 楊宇軒

台灣過去幾年分別經歷了農業出口、輕重工業代工，今年來更以科技業創造出令人刮目相看的台灣經濟奇蹟，但是這幾年來，台灣的科技業似乎出現了一些隱憂。



新竹科學園區每年為台灣創造不少的外匯 / 明新科大

目前台灣是世界重要的科技重鎮，更是整個世界不可或缺的科技供應環節，任何的天災人禍發生在台灣都會影響整個世界電子產業的運作，以民國八十八年九二一大地震為例，台灣電子產業的重創造成美國股市大跌，世界各地皆密切關心台灣電子產業何時能恢復正常運作，政府也優先提供整個新竹園區的供電。

台灣科技產品 國際市場領導者

幾年來，台灣靠著科技產業賺進不少外匯，在科學園區工作也是許多年輕人的夢，台灣靠著資訊產品除了創造廣大的財富，也間接提升台灣在國際上的能見度，我們不乏看見台灣品牌屹立於世界各地，許多產品也都成為世界上的領導品牌與主要製造商，例如宏碁的電腦、友達的液晶、以及宏達電的智慧型手機，都已成為目前國際市場的領導者。

然而，這幾年來，面對新興國家的崛起，挾其低廉的成本與本國競爭，同時又受到先進國家在創新研發優勢上的擠壓，台灣科技產業前景令人擔憂，近年來，新竹科學園區許多廠商紛紛移往開發中國家，這幾年科學園區確實有些冷清，雖此，產業的外移並無造就企業營收的提升，從近幾年台灣電子大型企業毛利可發現正在逐年減少，小的公司就更不用說了，前幾年不景氣時，台灣不少科技公司皆關門歇業。

媒體歷屆廣告

推薦文章

- 變化自如 幕後的聲音演員
- 那些年 爸爸與芭樂的回憶

- 關余膚色 我想說的事

總編輯的話 / 郭穎慈



本期共有十九篇稿件。頭題〈夢想配方 攝影甜點與咖啡〉 忠實刻劃一位科技新貴勇敢出走，開設一間攝影風格咖啡廳的歷程和堅持。

本期頭題王 / 洪詩宸



嗨，我是詩宸。雖然個子很小，但是很好動，常常靜不下來。興趣是看各式各樣的小說，和拿著相機四處拍，四處旅行。喜歡用相機紀錄下感動，或值得紀念的人事。覺得不論是風景還是人物，每個快門的...

本期疾速王 / 吳建勳



大家好，我是吳建勳，淡水人，喜歡看電影、聽音樂跟拍照，嚮往無憂無慮的生活。

本期熱門排行



夢想配方 攝影甜點與咖啡
洪詩宸 / 人物



橙色的季節 唯美「柿」界
陳思寧 / 照片故事



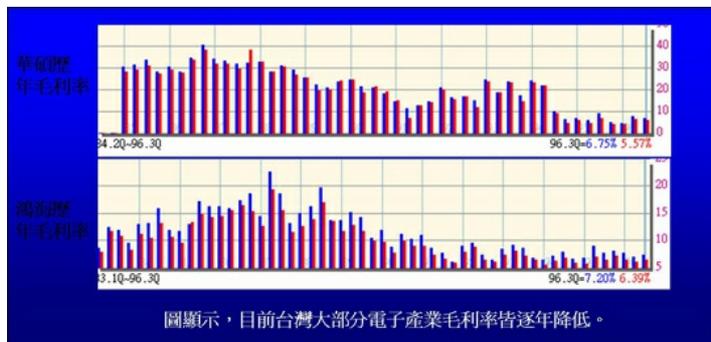
老驥伏櫪 馬躍八方
許翔 / 人物



追本溯源 探究大地之聲
劉雨婕 / 人物



變化自如 幕後的聲音演員
張婷芳 / 人物



台灣電子業均面臨毛利下降的瓶頸

科技產品平價化 產業虧損嚴重

電子業毛利率下降，除了面對新興國家的競爭，國內的競爭也非常嚴重，政府努力推動兩兆雙星計畫中的資訊儲存產業主要產品-快閃記憶體，面對整個國際市場供過於求，市場殺的血流成河，產品幾乎是賣一片虧一片，記憶模組廠商皆呈現嚴重虧損，以DRAM記憶體為例，去年一條要價三千七，今年跌至六百元不到，跌價近八成五。

· 96年度				
季別	毛利率	營益率	稅前盈利率	稅後盈利率
三	-13%	-18.89%	-18.11%	-10.62%
二	-16.7%	-23.15%	-31.26%	-22.27%
一	30.96%	25.37%	28.15%	26.06%
· 95年度				
季別	毛利率	營益率	稅前盈利率	稅後盈利率
四	46.78%	43.07%	46.64%	46.45%
三	42.44%	35.71%	35.94%	30.52%
二	24.53%	17.95%	18.94%	16.97%
一	13.77%	7.58%	6.81%	6.86%

記憶體組廠近期皆出現嚴重虧損

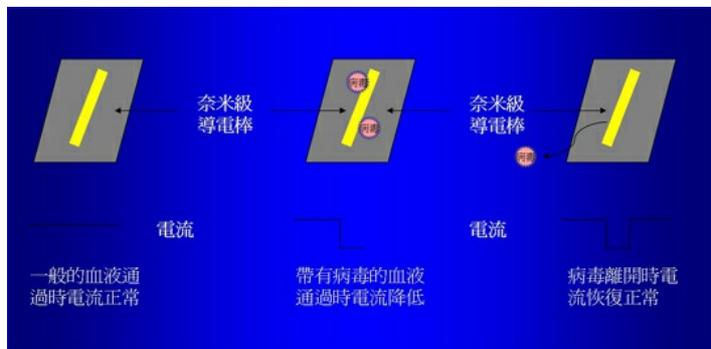
產品毛利率下降是任何產業都必須面對的瓶頸，這就好比當年汽車，早期為富人的奢侈品，漸漸的轉變為平民的日常生活用品，同樣的資訊產品這幾年早已平民化，過去要價十萬多，商務精英象徵的手提電腦，現在兩萬元不到，過去成功企業家象徵的大哥大，目前幾乎普及到人手二機，資訊產品已經成為人們不可或缺的生活用品，我們也的確步入科技產品平價化的年代。

過去台灣科技廠商幾乎做什麼都賺錢，但是這幾年不少的電子公司早已被市場淘汰，傲視全球的台灣科技產業似乎略顯疲勢，接下來的幾年，台灣必須力圖開拓新方向才不至於在全球失去競爭。

市場競爭 跨領域合作勢在必行

憂心台灣未來，產學界紛紛提出建議，國立交通大學生物科技系楊裕雄老師表示，台灣電子產業應做跨領域的結合，過去只提供單一產品，毛利率只有不斷降低。

目前世界上不同領域之間隔閡嚴重，各行各業都各做各的，所以可以發現今天的醫療設備都相當不方便，他提出以台灣電子業的研發優勢，應該與生物科技結合，以檢疫為例，過去須經抽血，然後等待兩至三天的化驗才能得知結果，既傷財又費時，檢疫技術如果能與台灣的IC設計結合，必然能省下許多時間，這些技術台灣早就已經有了，目前交大生科系正在進行此研究。



生物晶片檢疫法運用奈米及晶片依電流變化檢疫

扼殺台灣電子產業之重要原因-過度激烈的競爭，在國外，當業者過度殺價競爭到無法忍受時，就會有業者跳出來共同協商是否願意減產或區隔市場，這種情況在台灣比較少見，廠商殺的你死我活總是要分出勝負，生存不下去的廠商不是被淘汰就是被併購，鴻海集團就是這一方面的能手。

華碩經驗 掌握市場先機與快速研發

避免陷入競爭的漩渦，企業應在產品上做區隔，開發與他人不同的產品，才不至於陷入血流成河的紅海，而是可以在風平浪靜的藍海悠游。以華碩易PC為例，桃竹區業務經理曾冠仁表示，目前筆記型電腦市場競爭激烈，毛利率嚴重壓縮，華碩優先開發出簡單、輕便的易PC，它不但是縮短落後國家資訊鴻溝的媒介，是老人、小孩容易上手的電腦，也可以是商務人士的第二台電腦。

華碩因優先切入這一塊未被開發的領域，品牌知名度在國際上大幅提升，同時也創造可觀的營收。其成功經驗在於發現新市場的敏銳度與快速的產品研發，當大家還在評估市場接受度與其計畫可行性時，華碩易PC鏗然問世，造成市場轟聲雷動，近期，雖有宏碁、廣達等廠商同樣計畫切入低價電腦，但是世人永遠只記得第一名，華碩在這一領域以奪得先機。



華碩靠易pc優先奪得低價電腦市場

過去台灣科技業的興起，奠基於電子產品代工，代工本身的附加價值就不高，近年來又因新興國家的崛起，電子產品代工在台灣逐漸失去優勢。友達董事長李焜耀表示，隨著全球科技產業環境的變化，剝削了依賴合約製造的代工廠商的利潤，他認為台灣電子產業若想要生存下來，就有發展自有品牌的必要。

品牌導向還是代工？電子業的重要課題

以品牌取代代工，強化產品研發設計，才能為企業創造最大利潤。品牌建立的成果是甜美的，但過程非常艱辛，宏碁活下來了、明基卻消失了(現在分為達基與佳士達，專心從事代工)，但是兩者皆曾經陷入谷底，代工廠商推展自有品牌無疑對既有廠商形成威脅，宏碁與明基在創立品牌後分別失去國際大廠電腦與手機的訂單，品牌創立相當耗費金錢，沒有訂單資金挹助，根本無法生存。

過去以代工方式生存的企業不可貿然切入品牌導向，而必須循序漸進，明基與宏碁的例子都給台灣科技業上了一堂寶貴的課，宏碁後來分出其代工部門緯創，專心從事代工，宏基本身經營品牌，部分訂單才回流，明基則是走回代工，品牌部只剩其中的小部門。

品牌的創建同時必須搭配產品研發設計的提升，而設計除了外觀也包括內部，明基產品過去過度著重於外觀美感的營造，卻忽略了內部技術的提升，不為消費者接受，然而台灣智慧型手機設計商宏達電，過去就是替知名大廠設計高階智慧型手機，今天雖然也同樣走入品牌之路，可是因其獨有的研發能力，國際大廠仍必須仰賴其設計產品，由此可見，台灣必須從過去低階、取代性高的電子產品代工走向具有研發技術的企業，才能在未來生存。

近其有學者指出，台灣的科技新貴在將來可能變成科技新貧，如果台灣的電子業固步自封，沒有力求銳變的勇氣，終至被市場淘汰，如果台灣企業能積極尋求跨領域的結合、自有品牌的建立、加強研發設計的能力以及開創與眾不同新市場，必能讓台灣競爭力向上提升。



橙色的季節 唯美「柿」界

新竹九降風吹起陣陣柿香，一片澄黃映入眼簾，那既是辛苦的結晶，也既是甜美的滋味。

▲TOP