

公務出國報告

(出國類別：考察)

參訪上市上櫃公司大陸（東莞及蘇州）工廠報告

服務機關：勞工保險局

出國人 職 稱：副總經理、副經理

姓 名：黃泰崗、蔡衷淳

出國地區：中國大陸

出國期間：92年10月26日至92年11月1日

報告日期：92年12月31日

E4/109204441

系統識別號:C09204441

公 務 出 國 報 告 提 要

頁數: 29 含附件: 否

報告名稱:

參訪上市上櫃公司大陸（東莞及蘇州）工廠

主辦機關:

勞工保險局

聯絡人/電話:

/

出國人員:

黃泰崗 勞工保險局 副總經理辦公室 副總經理
蔡衷淳 勞工保險局 財務處 副理

出國類別: 其他

出國地區: 中國大陸

出國期間: 民國 92 年 10 月 26 日 - 民國 92 年 11 月 01 日

報告日期: 民國 92 年 12 月 31 日

分類號/目: E4/投資 E4/投資

關鍵詞: 光寶，建興，普立爾，今國光，百微，亞洲光學，明基，廣明，中華映管，上市上櫃，光碟機，數位相機，大陸

內容摘要: 勞工保險基金投資在國內股票市場金額已逾一千億元，對於所投資或可投資之公司或產業，有必要深入了解其營運狀況及競爭優劣勢，作為調整未來投資之方向，以增加勞工保險基金投資收益。近年來上市櫃公司以台灣接單、大陸生產的營運模式，赴大陸投資設廠生產的比重日益提高，故於大陸所設工廠之營運情況，對於上市上櫃公司整體獲利影響已不容忽視，有必要持續性派員追蹤了解。另大陸官方出口政策之調整及人民幣升值等問題亦關係到赴大陸之所有產業；而個別公司面臨投資環境改變所做出之因應對策亦應列為密切觀察之重點。

本文電子檔已上傳至出國報告資訊網

壹、目的

勞保基金之設立主要係為保障勞工生活，促進社會安全；為我國社會保險制度重要之一環。由於基金之累積在各項保險給付標準放寬，且無法適時調整保險費率情況下，僅能透過提升投資報酬以強化基金給付能力，達到保障勞工大眾權益之目標。

目前勞保基金總資產規模已逾新台幣四千五百億元，依據勞工保險條例第六十七條規定可投資公債、庫券、公司債、定存及其他經政府核准有利於基金收入之投資，其中經核准有利於基金收入之投資包括投資上市上櫃公司股票。最近三年因世界經濟不景氣，導致國內投資意願低落，央行為刺激景氣之復甦降低產業投資成本，連續十五次調降貼放利率，市場利率達到歷史低點，致使基金固定收益大幅減少。勞保基金目前投資在上市上櫃公司股票及受益憑證之金額，含自行操作及委託經營二部分，合計超過一千億元，占整體基金比率達百分之二十以上，故投資股票之績效將是基金投資報酬能否提昇之重要關鍵。

證券流通市場在任何時候，都可能有兩組不同的因素影響股票價格的漲跌*。一組是市場外來的因素，這是影響股價

變動的主要或是基本原因，長期控制著市場。一組是市場內部所發生者，僅對股票價格具有短暫影響，可稱為技術因素或市場心理因素。其中市場外來因素又可分為經濟性與政治性二種；經濟性因素基本上包含：1.盈餘(Earning), 2.價格盈餘比率(Price-earning Ratio), 3.股利(Dividend Per Share), 4.殖利率(Ratio of Yield), 5.利率(Interest), 6.物價(Commodity-Price), 7.工業生產(Industrial Product), 8.國民生產毛額(Gross National Product)等。政治性因素包括：1.戰爭, 2.其他政治因素：如政權移轉，政府之作為及社會之安定性等。經濟性因素中之盈餘、價格盈餘比率、股利等對個別公司股票之價格影響最為直接，也就是說個別公司經營成果均會表現在此三項因素，而與股票價格漲跌形成因果關係。

本次職等奉派自九十二年十月二十六日至十一月一日前往大陸華南東莞及華東蘇州一帶，考察上市上櫃公司經營情況並與經營者面對面溝通了解公司未來發展或營運方向，主要係為了掌握股票價格變動因素，進而提升股票投資報酬。

*證券投資與技術操作，陳長儀著，p79~89

貳、參訪行程

本次考察參訪公司包括位於廣州科學園區之光寶科技股份有限公司及建興電子科技股份有限公司；位於廣東佛山市之普立爾科技股份有限公司及今國光學工業股份有限公司；東莞市清溪鎮之百微股份有限公司；東莞市長安市亞洲光學股份有限公司；蘇州市吳江之中華映管股份有限公司；蘇州新區工業區之明基電通股份有限公司及上海市松江之廣明光電股份有限公司等九家以生產未來展望相對較佳之手機、數位相機、光碟機及平面顯示器等光電產品為主之公司。

參、考察心得

一、光寶科技股份有限公司

- 光寶集團在大陸共有 18 個廠，其中廣東省有 16 個廠，廣州市有 2 個廠。本次參訪為位於廣州科學園區之原旭麗大陸廠，員工共有 3,800 人，員工素質整齊，其中 80% 為高中畢業，7% 為大學畢業，而 25 歲以下員工占 84%，能夠配合公司訂單加班出貨。
- 由於近年來世界各國不斷至大陸設廠生產，以致於工資逐年成長，雖然工資上漲率每年仍在 10% 以下，惟為了解決工資上漲問題，公司進行人才差異化管理，預計每年提升 20% 效率，另針對製程改善，部分朝向自動化。
- 廣州附近有三個深水港（黃埔、鹽田及蛇口）及白雲機場，目前白雲機場北方正擴建花都新國際機場，完工後為大陸最大，甚至比香港機場大 50 萬平方公尺。黃埔港為專屬碼頭，廣州海關駐廠檢驗，20 分鐘即可出貨，港口不需再驗關。且廣州附近高速公路四通八達，對於交貨時程之掌握相較於其他地區具有相當優勢。
- 光寶科技九十一年十一月四合一後，透過聯合採購，以及供應商整合（減少家數，增加單一採購量）下，效益

逐漸浮現，採購成本今年上半年已節省約 15 億元，解決目前原料上漲之不利因素。

- 在大陸與台灣生產最大差異為工資，作業員平均薪資為人民幣 500 元，另加班費約 300 元，由於上下游廠商也在大陸設廠，同享有人工便宜優勢，亦促使成本同步下降，目前除了半導體之外，90%原材料均可在大陸購足組裝。
- 光寶科技集中在廣東地區設廠主要著眼點在於期望成為客戶一次購足園區(All in one Customer's park)發揮整合效力。

產品比重		
項 目	第 三 季 營 收 比 重	備 註
PC 週邊 及 零 組 件	65%	LED 光電產品、鍵盤、 監視器、電源供應器。
影像產品	14%	多功能事務機、掃瞄器、印表機。
通訊	6%	手機。
新事業開發	15%	網路及個人電腦系統。

由於光寶目前營收貢獻以週邊和零組件事業群為主；LED 光電產品、手機等占營收比重不高且出貨不穩定，整體獲利貢獻仍來自於成本控制，預期獲利僅能呈現溫和成長。

二、建興電子科技股份有限公司

- 建興目前在大陸有二個廠，分別在石碣及廣州，廣州廠位於廣州科學園區，係於今年7月始遷入新廠，本次參訪為廣州廠，主要生產半高型及薄型光碟機月產共700萬台，員工共有7,900人。
- 建興在半高型光碟機(HH ODD)全球排名第二，僅次於LG。薄型光碟機(Slim ODD)全球排名第九。二項產品合計產量全球排名第二，僅次於LG，目前產品OEM、ODM占70%，自有品牌占30%，出貨地區主要以歐美市場為主占80%。
- 目前光碟機產業現況可由薄型光碟機（筆記型電腦用）以及半高型光碟機（桌上型電腦用）二部份來觀察；薄型光碟機在北美目前NB銷量已超越DT的背景支持下，以及NB在明年成長仍有19%的基礎下，薄型光碟機明年的成長幅度仍近二成，而半高型光碟機在未來同一台DT對二台光碟機的需求將逐漸減少，所以成長機會僅餘DVD+RW與CD-RW機種在倍數上的世代交替所帶來的產業成長，故廠商在薄型光碟機的市佔率將直接影響未來獲利成長。

產品比重

項目	營收比重	備註
CD-ROM	38%	
DVD-ROM	22%	
CD-RW	33%	combo 5%
DVD-RW	6%	

- 光碟機關鍵零組件之讀取頭是採用 SANYO 產品，預計 SANYO 明年供應量增加 60%，不至於產生嚴重缺貨，惟目前軟板缺貨較為嚴重且已調漲價格，對於出貨及成本產生不利影響。晶片採用聯發科產品，之前四倍速 DVD-RW 晶片出貨速度較慢，但八倍速之後開發速度已與歐日同步，不致影響建興出貨。
- 國內兩大光碟機龍頭廠商為建興及廣明，而薄型光碟機的成長來源主要為 NB。建興由於缺乏 NB 大廠的支持，在產品需經客戶認證至少半年情況下，對於搶攻薄型光碟機市占率明顯較廣明不利。除非在倍速競賽下能保持領先地位。
- 建興在半高型 DVD 燒錄機推出時程領先國內同業，由於領先推出產品能享有初期的較高利潤，且 8 倍速產品在 10 月推出，再加上 2003 年出貨已達 100 萬台，領先國內其他光碟機廠，故建興較有能力在零組件方面持續

降低成本，此為建興主要競爭優勢。

- 建興為擴展市場，第四季持續推出新產品，並以消費性電子產品為目標，10月即推出自有品牌DVD錄放影機在北美鋪貨，以搶占年底耶誕節商機。由於DVD錄放影機係含硬碟整機出貨，單價較其他光碟機超出甚多，故明年營收在此部份預期將大幅成長。惟CD-ROM、CD-RW、DVD-ROM等產品將因世代交替，出貨量及單價將大幅下降，會抵銷明年營收部份成長性。

三、普立爾科技股份有限公司

- 普立達公司為普立爾轉投資之大陸公司，位於廣東佛山市，員工 7,260 人，共有 30 條生產線，預計 12 月再增加 4 條，另有 28 條表面黏著(SMT)生產線。產品為傳統相機、數位相機及投影機，相機產量佔世界 18%。自 1991 年至 2002 年，平均年營收成長率在 30% 以上。
- 數位相機在結構性轉變下，已逐漸取代傳統相機市場，根據日本相機映相機器工業會(CIPA)預估 2003 年全球數位相機出貨數 3,744 萬台，較 2002 年成長 52.51%，而就日本市場出貨量來看，300 萬畫素以上高階數位相機佔出貨比重達 75%，我們可以發現在家庭市場普級率未達 80% 以前(預期最快在 2005 年)，數位相機業者仍可享有高獲利，尤其以具有 500 萬畫素產品量產能力者將是 2004 年勝出者。
- 普立爾 10 月共生產 140 萬台相機，其中傳統相機及數位相機各 70 萬台，預估 11 月數位相機出貨量 69 萬台，傳統相機 65 萬台，將開始步入淡季。惟數位相機將超越傳統相機而成為主力產品。
- 為提昇獲利能力及爭取代工訂單，普立爾於第三季推出

自有品牌 500 萬畫素之數位相機，並預計於 2004 年 2 月推出 600 萬畫素數位相機，另為降低成本逐漸朝向垂直整合，過去鏡片皆向今國光學公司購買，現轉投資捷力公司生產光學鏡片，已出貨 100 萬片，預計到年底將生產 200 萬片，明年將生產 500 萬片，目前光學鏡片自製率已達 30%，捷力公司預計年底併入普立爾。而鏡頭之自製率預計由今年 30%，提高至明年 60%。

- 除了數位相機外，投影機之大陸出貨量為 20 萬台，預計明年將成長至 60 萬台。
- 目前數位相機畫素已達 600 萬，消費者對於畫素的需求已漸趨緩，日本一線數位相機廠對 2004 年規劃機種的畫素等級提升動作亦已明顯趨緩，日廠迫於成本壓力而釋出訂單已為事實，但是否會將包括入門及高階機種訂單對台商釋出、及釋出訂單的量有多大，則有待進一步觀察。雖然去年日系數位相機廠包括 Canon、Olympus、Fujifilm、Nikon 及 Kodak 等赴大陸設廠，主要係希望取得大陸數位相機內銷權，而今年提高大陸廠產能且增加大陸出貨比重則是希望能降低成本。未來台灣廠商與日系大陸廠競爭關鍵在於研發。但以台灣廠商在成本控

制、生產彈性與效率方面的實力來看，未來仍相當有機會。

四、今國光學工業股份有限公司

- 今國光學轉投資大陸廠華國公司，位於廣東佛山市。員工 2,300 人，以生產伸縮鏡頭、攝影機鏡頭、300-400 萬畫素數位相機之鏡片及鏡頭、液晶投影機及掃瞄器鏡片及鏡頭，與 VCD、DVD 讀取頭之鏡片等產品。原主要供應普立華，後加入 Canon、Tamron、Chinon 等公司，其中日系客戶佔營收比重約達 80%，客戶集中度高。
- 具備玻璃研磨、鍍膜及塑膠鏡片開模等技術，再加上累積長久的經驗，對材料特性有一定程度的掌握，為今國的核心價值。目前出貨結構中鏡片及鏡頭比重約為 8:2，日系廠商多以採購鏡片為主。
- Canon 將原生產傳統相機的馬來西亞廠轉為生產數位相機，且大分廠也進行擴產，並關閉其原有玻璃鏡片研磨廠轉而向今國下單，另 Tamron 大幅擴充大陸廣東廠產能將光學鏡頭原月產能由 50 萬個提高至 100 萬個，由於 Tamron 現有主要光學鏡片代工廠為今國，預料將為今國挹注大筆訂單。今國為因應訂單成長，擴建新廠二期將於今年 12 月完工，明年 1 月裝機，2 月正式產出；而三期預計明年 4 月完工，產能將由目前約為每月 700 萬片

增加為每月 900 萬片。

- 上半年全球相機手機出貨量達 2,500 萬支，數位相機出貨達 2,000 萬台，分別較去年成長 100%及 50%以上。以明年的發展來看，在數位相機及相機手機持續風行下，對於鏡片生產廠商之商機相對樂觀。惟相機手機的鏡片外徑約 2mm，較數位相機更為薄小，且焦距更短，對廠商而言，品質穩定度較不易掌握，模具精密度要求更高，能否掌握技術為明年大幅成長的觀察重點。

五、百徽股份有限公司

- 百徽大陸廠位於東莞青溪鎮，員工 105 人，主要係幫代理零組件廠商代工組裝。百徽為國內電磁波防制元件產品線最齊全的通路商，獨家代理台慶的磁珠、鐵芯等電磁波防制元件及大同特殊鋼的吸波材為主。
- 百徽大陸廠以生產功率電感(SMD Power)及工型電感為主，再利用自行生產之電感搭配代理之各種元件封裝後以模組形式出售給各客戶，其主要用意為提升本身附加價值。中國大陸將成為全球製造中心，通路商必須跟隨客戶前進大陸積極佈局，但由於大陸市場廣闊，通路商必須決擇要專攻某個地區或者全面搶佔市場，其次通路商通常有較高的應收帳款，但大陸地區倒帳問題嚴重，另通路商最大的成本是人事費用，由於競爭激烈產品毛利率相對較低，通路商在大陸面臨低毛利率及高營業費用率的窘境。要提高獲利，必須從擴大營業規模、降低成本著手、或提高本身的技術能力及附加價值，才能建立穩固的客戶關係並維持產品合理的毛利率。
- 由於大陸出口退稅政策，存在一般貿易及加工貿易的區別，一般貿易出口實際稅負 = 產品出口價格 × (適用增

值稅率－適用退稅稅率)，而加工貿易實際稅負＝（出口報價－免稅原材料進口價）×（適用增值稅率－適用退稅稅率）。百徽利用大陸出口退稅制度，將代理產品經過加工後得以取得認定為免稅原材料而增加退稅，進而提高公司獲利。惟大陸自今年 10 月 13 日起調降出口退稅率，對百徽利用退稅提高獲利之策略將有不利影響。

六、亞洲光學股份有限公司

- 亞光信泰廠位於東莞長安市，為亞洲光學在大陸最主要生產據點，共可分為(一)光學事業部：生產各類光學元件(各式塑膠、玻璃鏡片、玻璃稜鏡、複合鏡片)、數位相機鏡頭。(二)映像事業部：主要生產數位相機、APS相機與一般相機組裝。(三)精密組裝事業：主要產品為DVD光學讀取頭、雷射測距儀、雷射雙筒望遠鏡、雷射尺及快門等。
- 亞洲光學產品分為光學元件、DVD讀取頭、相機(傳統+數位)產品分別各佔三分之一，整體毛利率14%，其中光學元件為22.5%，相機製造ODM為14%，OEM為7-8%。
- 相機主要代工對象為Kodak、Nikon、Ricoh、Olympus、HP等，其中Olympus為ODM，其他為OEM。目前相機製造除了影像感測器(CCD、CMOS)、LCD面板、電子元件及PCB板外皆自行生產，採垂直整合。公司期許未來能成為光學百貨公司。
- 300萬畫素變焦鏡頭已正式對台灣廠商出貨，目前積極設計500萬畫素8倍變焦鏡頭，此款為Nikon設計，亞

光代工，由於變焦鏡頭專利大都由日系廠擁有，故國內廠目前仍無法大幅以自有品牌出貨，但亞光 300 萬畫素變焦鏡頭則為從設計、開模到成品完全自行生產，成為台灣廠商唯一具備自行設計變焦鏡頭者，對於後續承接各相機大廠 ODM 訂單及毛利提升有相當大的幫助。

- 數位相機 DVD 讀取頭及光學元件為成長動力來源。數位相機上半年出貨 96 萬台，第三季出貨 70 萬台，預計全年出貨超過 250 萬台，預估明年成長 60% 達到 400 萬台。DVD 讀取頭上半年出貨 250 萬套、第三季出貨 200 萬套，由於 Pioneer 訂單持續增加，預計年底成長至單月 100 萬套。另受惠於數位相機及手機相機需求持續成長，光學元件出貨量大增，現有產能不足因應，已於深圳增建公明廠，目前邊建邊生產明年第一季可完工。
- 亞光已發展為上游元件至下游組裝製造之垂直整合廠，進入障礙較大，相較於普立爾之組裝製造，今國光學及大立光學之光學元件製造、競爭力及承受市場變化能力相對較強。惟部分轉投資亞光持股較低如東莞泰聯光學有限公司亞光持股 24%，杭州尼康照相機有限公司持股 35%，先鋒高科技有限公司持股 14%，東莞尼康電

子測儀有限公司持股 40%，而個人投資持股較高，為其財務較不透明之處。

七、中華映管股份有限公司

- 華映大陸廠位於蘇州吳江，員工共 1,856 人，今年 4 月開始生產，吳江廠為 TFT 面板後段模組廠，主要生產 15 吋及 17 吋監視器及筆記型 15 吋及 15.4 吋面板模組。

由台灣移至大陸生產，主因為下游筆記型電腦廠商如明基、大同、仁寶、廣達等皆在大陸生產，為此華映將上游協力廠商瑞儀、輔祥、科橋等背光模組廠商拉至大陸，每片面板因此可節省 2~3 美元。

- 華映產品線包括映像管、液晶面板及電漿面板分別佔集團營收比重 47%、48%及 2.9%。

目前 4.5 代 TFT 生產線良率已達九成以上，良率提升的速度高於預期，最大月產能 7.5 萬片已達滿載，預計再提升至 9 萬片。

- 華映 10 月營收已突破 100 億，由於第三季獲利情況超越預期，提早認列映像管部門英國廠的虧損，於認列 15 億元後僅餘 2.35 億元需於第四季認列。至於電漿電視 (PDP) 事業部，10 月營收已超過 4 億元，出貨超過 5,000 片已達到損益兩平點，由於 11 月部分面板價格仍小漲，因此第四季獲利將優於第三季，全年有機會轉虧為盈。

•華映在 TFT 液晶面板世代交替策略之運用，選擇技術較成熟之 4.5 代(730×920mm)先行切入而不直接投入第 5 代(1,100×1,250mm)，主要原因考量為(1)4.5 代設備比 5 代便宜，亦比 4 代便宜 20%。(2)5 代材料比 4 代貴 1.2 倍。(3)彩色濾光片 5 代良率差。(4)5 代廠目前良率低。(5)三星目前亦以 4.5 代廠績效最好。另 5 代最經濟裁切尺寸為 25~28 吋，無法符合未來 30 吋以上電視市場主流之要求。這也就是 LCD TV 領導廠商 Sharp 在投資新一代面板生產線時並沒有採用第 5 代線，而直接跳到 6 代線，以鎖定 30 吋以上尺寸為 LCD TV 發展重心的營運策略。

•LCD TV 至少在下述四項未達成前，應尚不致產生大量需求，僅能視為入門機種：

(1)反應速度在 5 毫秒內。(目前 CRT 為 10 微秒，1 毫秒 =1/1000 秒，1 微秒=1/1000 毫秒)。

(2)解析度達到 SXGA 級(1,280 ×1,024)。

(3)數位電視廣播系統普級化。

(4)產品價位應適度降低，以 SAMPO 品牌為例，液晶電視與一般全平面電視價格差距仍達 3.5 倍。

- 華映以 4.5 代積極搶佔資訊用面板 15~17 吋之市場，再配合數位電視換機潮直接切入 6 代經濟裁切尺寸 30~37 吋(8~6 片)，搭配電漿電視 40 吋以上規格，全方位迎接數位電視時代來臨之策略，或許有機會從 TFT 液晶面板廠中勝出。

八、明基電通股份有限公司

•明基為推動自有品牌將公司劃分為二部分，一為營銷群：將全球市場分為四大區域，包括中國、美洲、歐洲及亞太地區。一為事業群：負責製造、地點分佈在台灣、馬來西亞、墨西哥及中國大陸。本次參訪明基大陸製造基地，位於蘇州新區工業區內，於 1998 年開始設廠，占地 53 萬平方公尺，生產項目含括明基所有產品，營收 400 億台幣，員工 9,000 人。

事業群又分為四大部門：分別為(1)顯示器部門。(2)通訊部門。(3)影像及儲存媒體部門。(4)數位媒體部門。在產品組合方面第三季顯示器部門比重為 56%，影像及儲存媒體部門(含數位相機、印表機、掃瞄器、光碟機)比重為 21%，通訊部門比重在手機平均售價降低下，由上一季的 20%降低至 15%，數位媒體部門(含 LCD TV、PDP、投影機、Joy book、MP3 player)在 LCD TV 出貨增加下比重由 5%提高至 8%。

•明基以數位享樂主義來為其產品定位，以有別於其他資訊電子產品，並自 2001 年 12 月將公司名稱由明基電腦改為明基電通，全力推動自有品牌 BenQ。希望能藉由

自有品牌來提升整體獲利，避免在代工環境內陷入不斷殺價競爭的漩渦中。在推動自有品牌成果上，今年自有品牌營收已佔總營收 30%，預計明年將提高至 50%，個別產品方面在大陸地區市占率掃瞄器為第三名，LCD 監視器介於 4~5 名。

•明基由代工製造轉型為經營自有品牌為主，預期將面臨以下問題：

- (1)雖然負責製造之事業群，將 BenQ 視為其代工客戶之一，但對委託代工者而言，明基由產品的合作伙伴變為競爭對手，能否解除委託代工者質疑明基藉其練兵之顧慮，進而影響到接單？如近期手機大廠摩托羅拉取消一筆訂單或許係受此因素影響。
- (2)自有品牌的銷售量是否能迅速填補因代工減少之產能，而不致發生生產設備閒置？
- (3)自有品牌雖可享有較高的產品利潤，但後續之管銷、維修及產品庫存的成本亦相對提高，獲利成效是否顯現？
- (4)產品的功能、品質與外觀設計是否能與其他品牌競爭？

由於品牌的建立其成效不易在短期內顯現，但其毛利及存貨的變化為後續追蹤的重點。

九、廣明光電股份有限公司

•廣明投資之大陸廠達研光電位於上海松江，目前有台籍員工 200 人，大陸員工 1,500 人，合計 1,700 人，廣明除上海松江廠外，另東莞亦有一廠。松江廠月產能 200 萬台，東莞廠月產能 60 萬台。由於下游筆記型電腦廠商集中至華東地區，未來東莞產能將逐漸下降，增加上海松江產能以就近供應下游所需。

•廣明第三季各項產品佔營收及薄型機(Slim)比重：

產品	營收比重	Slim 比重	趨勢
CD-ROM	3.93 %	11 %	↓
DVD-ROM	9.21 %	20 %	↓
Combo	81.83 %	69 %	↓
DVD+/-RW(HH)	5.03 %	—	↑
DVD+/-RW(Slim)	—	—	↑

•根據日本調查機構 TSR 的資料顯示，半高型(HH)光碟機未來二年僅有 DVD-RW 的部份將成長 60~80%，其餘半高型光碟機將於未來二年成長趨緩甚至呈現衰退的情形。但反觀薄型(Slim)光碟機產業，不僅是在 DVD-RW 部份明年成長率高達 250%以上，Slim Combo 的成長率亦將近 4 成，且筆記型電腦取代桌上型電腦為未來的必然趨勢，在今年 5 月北美筆記型電腦銷量首次高於桌上

型電腦銷量的背書下，未來筆記型電腦的銷量將持續推升向上，而整體光碟機產業明年趨勢向上的方向仍相當確定。

- 薄型光碟機(Slim ODD)與半高型光碟機(HH ODD)比較：

項目	Slim ODD	HH ODD
產品要求	1.體積（精密）為 HH 1/5 高度、困難度高。 2.噪音、振動、散熱及耗電要求高。	讀寫速度。
終端市場或客戶	1.100%客製化。 2.經 6 個月以上測試。	1.ODM/Clone 各 50%。 2.經 3 個月測試。
產品生命週期	1~2 年	3~6 個月。
產品組合	組合性高、量小。	組合性差、量大。
市佔率	日本 58 % 韓國 28 % 台灣 14 % (其中廣明佔 12 %)	日本 15 % 韓國 40 % 台灣 45 %

廣明所生產薄型光碟機主要競爭對手為日、韓大廠，如 TEAC、MKE、Toshiba、LG、Samsung 等，薄型光碟機產品進入障礙較高、廠商欲跨入薄型光碟機領域須有很長的學習曲線，廣明擁有下列的優勢：(1)貼近市場，60%筆記型電腦由台灣廠商生產，而 80%在上海附近製造。

(2)有集團筆記型電腦廠廣達之支持，可優先配合筆記型電腦設計。(3)製造成本較日、韓為低。

- 廣明目前的主要產品薄型讀寫複合機(Slim Combo)單月出貨量已超越韓廠 HLDS 成為全球第一，惟自九月份以來 Slim Combo 機種報價持續下跌，加上台灣廠商如明基、建興投入生產也慢慢侵蝕部分市場，對價格造成衝擊，也使獲利遭侵蝕。未來發展端視產品轉換至 DVD+/-RW 的速度而定。

肆、建議事項

一、目前台商在大陸投資設立工廠，用以降低成本，作為支援台商出口歐美等市場的生產基地。惟近來大陸調降出口退稅稅率及人民幣升值壓力，對於以出口為主台商的利潤將造成衝擊。公司為維持獲利，是否以調整拓展內銷市場或另尋更適合的替代生產地點為因應，為將來的追蹤上市上櫃公司在大陸投資之重點。

二、本次參訪之各公司均在擴充產能、以數位相機為例，根據日本相機映相機器工業會(Camera & Imaging Products Association)最新的預估資料顯示，2004 年全球數位相機銷售量較 2003 年成長 25.45 %，達到 4,930 萬台，整體市場仍維持往上成長的態勢，2005 年則可達 5,810 萬台銷售量。然而光是亞洲光學接受各國際數位相機大廠預訂產能即達 6,000 萬台，已超出 2005 年銷售量。故對於各公司擴充產能之動作，應注意是否會造成整體產業產能過剩引起將來殺價搶單情況發生。

三、台商前往大陸投資發展的趨勢，已擺脫以往低技術

層次完全以廉價勞力及土地成本為考量因素，而已呈現產業多元化與技術密集化、當地化及大型化的特色，隨著大陸產業體系建構完整，就地採購情形將更普遍，且由於零組件或半成品供應商為就近服務台商而至大陸設廠，促使產業價值鏈進行整合，廠商在華南及華東地區已形成完整的產業鏈。股票上市上櫃公司赴大陸投資的比例日漸提高。每一公司投資大陸生產基地之金額及營運比重亦逐年提高，對於上市上櫃公司整體獲利影響已不容忽視。為掌握公司或產業經營動態，定期派研究人員赴當地了解確有其必要性。