



## 程老師週報

### Weekly Dr. Cheng

Stressful Times



#### 國際發展

照片來源說明：

[http://www.deloitte.com/viewtc\\_TWtw48080136517ecooutlookindex.htm.jpg](http://www.deloitte.com/viewtc_TWtw48080136517ecooutlookindex.htm.jpg)

**爾必達競標，美光出線，DRAM 進入三國時代。**  
電子時報(2012.05.08)

美光(Micron)眾望所歸贏得爾必達(Elpida)競標案，不但三年前台美日(5合1)大整併計劃美夢成真，也順利組成“抗韓”陣線，結合美光、爾必達、華亞科、南亞科、瑞晶五家 DRAM，全球市占率將挑戰 30%，踢下海力士(Hynix)登上全球第二，也拉近與三星電子 42.16%市佔率的距離。未來全球 DRAM 產業三強鼎立，蘋果等大客戶也鬆了口氣，免於未來記憶體零組件被三星掐住脖子。

業界認為，美光全球 DRAM 產業市占率僅 12%，如果這次失掉爾必達，未來恐被兩大韓系陣營邊緣化，五年後甚至可能消失，因此這次出資約 3,000 億日元買的是未來生存權；加上美系大客蘋果、惠普及戴爾等，為阻止三星持續擴充半導體產業版圖，恐在背後扮演相當程度的支持力量，包括未來美光要發債籌資，這些客戶都可能支持。

“泛美光”集團成軍，將有助於全球 DRAM 走向健康供需；以美光和爾必達 DRAM、NAND Flash、Mobile RAM 等產品線互相配合，加上“泛美光”集團成員互相支應，有助於未來記憶體價格趨於穩健。美光原在 Mobile RAM 領域較弱僅為 7.3%，但爾必達在此領域是強項，而市占率在合體後將可躍居 24.3%，可取代海力士地位。DRAM 也將由 11%提升 30%，取代海力士的 23%。

#### 抓住市場新生態。

天下雜誌(第 496 期)

全球化，讓市場競爭猶如熱帶雨林，地

球上生物種類最豐富的生態圈是熱帶雨林，分布在赤道兩側及南北緯十度之間，不到 7%的地表面積，卻擁有超過全球一半的生物種類。所有植物得在四十公尺高的熱帶雨林遮蔽下，爭取吸收陽光的機會；任何一種生物都在和其他生物不斷競爭與合作，已成為生態的一部份，雨林中的雨水、空氣與陽光就像是市場，要取得市場認同，就得成為這個生態的一部份。在雨林裡競爭的是一個又一個的生態圈。

最快下半年，蘋果電腦就將推出電視產品 iTV，這家改變個人電腦行動通訊，甚至音樂、書籍等產業生態的科技巨人，早已難用單一領域來定義，說不清蘋果的對手是賣手機、做 PC 還是賣軟體、拍電影的敵人？蘋果所打造的 Apple 生態圈，裡面有台灣的科技供應鏈，有好萊塢的電影圈，也有日本的新力音樂。iPod 與過去的音樂播放器 MP3，功能上差別不大，但寬頻網路時代來臨，從網路上下載的大量音樂，給 iPod 提供了養分，蘋果適時推出付費的音樂下載機制，使音樂提供者可以享受利益，不斷為生態圈創新、加料，這才是蘋果生態圈的威力。雨林的複雜環境，像生態圈內的生物與基因不斷演化，就會長出像蘋果這樣的“大怪獸”。這樣的生態圈，如果沒有進去就會被市場淘汰。七大訣竅，抓住創新生態圈：

- (1) 結合大學與研究機構、創投資金、新創企業、形成創新生態圈，持續為產品、企業創造附加價值。
- (2) 一個改變世界，讓人類生活與環境更美好的初衷。
- (3) 遵守“消費者利益至上”的原則，滿足消費者的潛在需求。
- (4) 以商機為主的創新取向，開發可以商品化的專利。
- (5) 跟所有人合作，包括競爭對手，結成“打



## 程老師週報

### Weekly Dr. Cheng

群架團隊”。

(6)一家或多家領導廠商，願意分享部份利益給參與者。

(7)讓年輕人有能力做夢，建構創新氛圍。

#### 為何 Solarcity 能在艱困的太陽能產業中成功？

Technologh Review (2012.05.07)

在連續的清潔能源公司紛紛傳出虧損、倒閉及取消上市之際，本週 Solarcity 宣布已備妥文件，準備申請上市；差別在於 Solarcity 並非以新技術挑戰目前之業者，而係以創新的資助方式用於現存的技術上。

Solarcity 對住家屋頂提供太陽能系統的設計、安裝及維護，而且並不要求一大筆頭款。Solarcity 以租賃方式提供系統，在系統產生電力後，多餘電還可以賣回給當地的電力公司，因而使用戶節省的電費足以支付租賃費用。

在這些年來，從亞洲來的便宜太陽能板價格降了約 50%後，使這一模式更為成功。據專業統計機構 GTM Research 稱，在 2010 年已有 6% 家用裝置之市占率，2011 年增至 11%，未來還有加倍之可能。

太陽能產業獲利並非來自製造和銷售太陽能板，在居家系統中，太陽能板僅佔整體系統的 20%，其餘則是電工的成本，含安裝及連接到電網；一些已運作成功的太陽能板製造商，如 SunPower 及 First Solar，他們之存活並不是只賣太陽能板，而是也“建造系統及賣電力”。

Solarcity 另一成功的創舉是“發展軟體管理系統”，用以管理成千個獨特性質的安裝計劃，連帶各地點含州、郡及城市，所不同的許可需求及規定。Solarcity 也提供關鍵性的性能保證服務，透過自行發展的系統設計，類似系統的數據以及監控系統，並可派出服

務人員使其系統得以維持正常運作。



#### 中國大陸發展

照片來源說明：

<http://hk.ibtimes.com/articles/121720100906zhongguo-jingji.htm.jpg>

中國針對南中國海僵局強硬表態。

WSJ (2012.05.09)

中國表示，對解決與菲律賓在南中國海問題上的僵局感到悲觀，並且已為雙方緊張關係進一步升級做好準備。外交部副部長傅瑩說：菲方顯然沒有意識到正在犯嚴重的錯誤，反而變本加厲地不斷擴大事態。

菲律賓方面，曾表示將謀求聯合國解決此事，遭到北京方面拒絕。中方願意同單個國家解決有關南海的爭端。南海是一片重要的漁場，被認為含有大量石油天然氣儲備。中國大陸、菲律賓、馬來西亞、越南、汶萊和台灣都聲稱擁有其全部或部份主權；中國軍事實和戰略影響力的增強，被一些鄰國以懷疑甚至是敵對的態度看待；雖然中國和菲律賓都已採取措施加強與美國的關係，而美國正在加強其亞太的軍事存在。

中國人開始厭倦“中國製造”。

WSJ (2012.05.08)

“中國製造”的產品因出現醜聞而見諸報端已經不是新鮮事，而如今經濟實力日益增強的中國內地，消費者甚至對國產品牌的低端生活必需品也看不上眼了。這可能會給內地消費類股造成麻煩，這些領域一直是推動中國消費增長的最擁擠行業之一；相反耐心投資中國內業務的跨國公司要交好運了。

巴克萊資本 (Barclays Capital) 在新發佈的研究報告中指出，繼工資在以兩位數持續增長後，一般人不僅在物質上更為富裕，在如何花錢也開始更具判斷力；他們越來越



## 程老師週報

### Weekly Dr. Cheng

把目光投向優質產品，而且往往是進口產品，包括生活必需品和非必需品，對那些一直忽略樹立強勢品牌、研發和產品等環節進行投資的內地企業，將受到消費者態度轉變的影響。中國很多本土公司以低成本製造、低報價以及在內地佔主導的經銷方式，曾取得過市場上的支配地位；不過隨著廉價產品時代的結束，那些無法完成升級換代的企業將處於弱勢。在內地消費類股中，有至少 10 支股票的市值在過去兩年縮逸 35%~85%，其盈利預期也曾數次遭到下調，這些企業包括安踏 (Anta)、李寧和中國動向等體育用品公司，也包括寶姿時裝等高端時裝零售企業。

相反的一些海外跟跨國公司則進一步深入中國內陸，而且這些公司正在中國大舉投資；耐吉 (Nike) 和愛迪達 (Adidas) 都已在市場規模較小的三線城市擴張，並正在獲取本土運動品牌的市場份額；可口可樂去年在中國的飲料銷售額增長 13%，並計劃在 2015 年前投資 \$40 億美元；寶潔 (P&G) 在中國內地銷售額已達每年 \$20 億美元，未來兩三年內再投資 \$10 億美元發展業務；雀巢 (Nestle) 在收購徐福記 (糖果) 和銀鷺 (食品) 的股權後，收入預估約為 \$50 億美元。(註：中國去年已超過美國成為世界最大的食品雜貨市場)。

但是收購並非只是單向進行，上海的光明食品集團，上週宣布以 \$12 億歐元，收購英國穀物生產商 Weetabix，並以其國際品牌和先進技術，在其涉足的市場上採取強有力的競爭姿態。

#### 中日韓三國同意年內啓動自由貿易區談判。

WSJ, 中時財(2012.05.14)

美國已啓動跨太平洋戰略經濟夥伴協定 (TPP)，面對此一威脅，中國大陸決定聯合日、韓推動三國自由貿易區 (FTA) 牽制；不

過這項談判難度不低，尤其是日本面臨農業、安全、外交等障礙，壓力及困難較多，可能由中韓先進行，再循序漸進加入日本。一旦中韓 FTA 談判有進展，對中日 FTA 談判，將有“水到渠成”之效，因為日韓在中國市場處於競爭狀態，日本不會漠視中韓自由貿易區對其貿易帶來的衝擊。

中日韓 FTA 從而使亞洲形成一個能夠在規模上，與歐盟 (EU) 和北美自由貿易區 (NAFTA) 相匹敵的經濟一體化地區，提供了可行性。

#### 海爾日本發佈具備“洗衣板洗滌”功能的 AQUA 品牌滾筒式“洗脫烘”三機一體洗衣機。

技術在線(2012.05.14)

海爾 AQUA 銷售公司宣布於 6 月上旬，開始在日本銷售具備“洗衣板洗滌”功能的 AQUA 三合一洗衣機 (AQW-DJ600)。海爾 AQUA 銷售公司成立於 2012 年 1 月，是伴隨三洋電機將股份轉讓給海爾，由三洋 AQUA 更名而來的；海爾在全世界白色家電市場占有率為首位，業務覆蓋全球 165 個國家，在日本市場通過海爾 AQUA 公司銷售 AQUA 品牌洗衣機和冰箱。

此次的新產品是將跨國企業海爾的開發生產能力，與 AQUA 在日本激烈競爭的市場環境下，培育出的高技術融為一體的首款新產品，也是青島的海爾生產基地生產的第一款 AQUA 品牌洗衣機，擺脫同質化競爭，突出 AQUA 獨特的技術和特點，在世界上最苛刻的日本市場推出。

原始洗衣方式用洗衣板的特點，在於對衣物損害最小且洗滌能力高。通過在滾筒內部安裝三塊洗衣板形狀的隔板，實現類似用“手搓的洗滌”功能，並強力去除纖維內部的頑固污漬。據海爾 AQUA 調查，目前日本有 21.4% 的家庭擁有洗衣板；以往的滾筒式



## 程老師週報

## Weekly Dr. Cheng

採用“拍打洗滌”方式，會導致毛巾的拉絨倒伏，存在曬乾後發硬的問題；新型的洗衣機，洗滌能力提高約兩成，同時也具備“臭氧漂洗”功能，以分解皮脂污垢成分。



## 台灣發展

照片來源說明：

<http://mypaper.pchome.com.tw/bluetimpost3423542.jpg>

## 出口衰退 / 結構轉型 / 救出口，迫在眉睫。

經濟日報(2012.05.08)

台灣前四個月累計出口為衰退，在亞鄰各國中表現最差，原因在於出口產品和市場的集中性，最重要的成長引擎出了問題，因而經濟結構的轉型更是迫在眉睫。

台灣未來對大陸出口順差將持續縮減，理由是兩岸分工結構的改變；90年代台灣下游產業外移大陸時，原物料都是回台採購，促成中上游產業的快速成長，現今大陸已發展出群聚效應，對台採購需求自然下降。在 ECFA 簽署後，台商發現大陸市場成長性高，進一步增加在大陸的投資，更有可能不再從台灣出口，如是當初出口長期集中少數產品，少數市場的缺陷開始出現。

為今之計，要把民間消費和固定投資驅動力找回來，處理產業結構失衡，製造業比重低，貢獻度卻近五成，且出口產品多集中在幾個產業，風險自然高；出口市場也有著外貿關係失衡現象，與美國連動性是東亞 8 個經濟體中最高，如今美國經濟復甦緩慢，歐洲又停滯，中國大陸有軟著陸疑慮，東協市場又太過於集中於越南；當然品牌化及多元化的努力仍待加強。

## 元太科技五月起實施“無薪假”。

中時理財(2012.05.09)

“成也亞馬遜，敗也亞馬遜”，拜美國線上書商龍頭亞馬遜之賜，壓寶在電子紙的元太近兩年成功轉型，又趕上電子書閱讀器成長的流行，在 TFT-LCD 產業一片低迷聲中，繳出亮眼的績效，尤其是亞馬遜所推出的 Kindle 電子書閱讀器在北美熱賣，使得主要的電子紙供應商元太營運表現三級跳，2011 年全年營收達 \$348 億元，毛利率維持在 31.3%，全年稅後淨利 \$65.27 億元，EPS 達 6.05 元，均創歷史新高；反觀 TFT-LCD 產業去年虧損創下歷來新高，元太憑著亮眼的業績，告訴外界“電子書不怕 iPad”！

但情況卻在去年 Q4 出現改變，為迎戰 iPad，亞馬遜以犀利的價格策略推出 Kindle Fire，售價僅 \$199 美元，同時也兼具亞馬遜優異的線上平台，成了亞馬遜去年低旺季最暢銷的熱門商品，銷量更甚於傳統的電子書閱讀器 Kindle；使得 Kindle 銷售不如預期，為去化庫存，從去年 10 月底停止拉貨，使元太業績直直落，在去年 10 月元太創 \$53.29 億元的新高後，11 月起亞馬遜大力砍單至 \$35.66 億元的營業額，在訂單凍結後，今年以來單月營收一直維持在 \$13 億元左右的低檔。去年電子紙占元太營收比重在七成以上，最大客戶又是亞馬遜，因此亞馬遜的動態都深深影響元太的營運狀況。隨著亞馬遜策略變化，同時發展電子書閱讀器和平板電腦，形成左手打右手的情況，元太反被 Kindle 所傷，而非 iPad。

元太科技五月起實行無薪假，影響 200 多人，於五、六兩個月，每月放假 2 天；處長以上的主管全面減薪 10%—20%。

## 鴻海轉型商貿。

中時理財(2012.05.10)

鴻海要擺脫工廠思維，走入貿易導向的新模式，富士康在上海舉行中國總部動土典禮，預定 2015 完工，堪稱富士康集團成立



## 程老師週報

### Weekly Dr. Cheng

38 年來的重要時刻。

富士康要成為全球消費者，與品牌客戶的最佳平台，藉電子商務的佈局，掌握終端真正需求，避免工廠盲目的生產，以免“供過於求”；鴻海未來的思維，轉向銷售、市場出發，將原來“貿易、技術到工廠”模式，不是做品牌，而是做為一個平台，跳脫同業的技術，供應市場所需。

鴻海為滿足國際客戶的需求，將更廣泛地與知名品牌客戶進行材料科學、機械和面板科技的深入合作，增加競爭力來滿足各方的期待，在營運策略上，則加大商貿的市場擴展，提高人員素質、加強技術升級及自動化。

郭台銘並宣布：將與日本企業合作，到大陸做製造業，結合台灣的科技管理及面板技術，加上大陸市場，落實成於大陸，要在短時間內，達成全球極其重要的關鍵領導地位。

#### 超越英特爾，台積電躍邏輯 IC 一哥。

經濟日報(2012.05.11)

去年起，台積電總產能已領先英特爾及三星，躍居全球邏輯 IC 製造廠第一大，現階段 28 奈米最大的挑戰是產能，台積電已大幅擴產因應需求，明年 Q1 將可全面滿足客戶，台積電目前仍是業界唯一提供 28 奈米的晶圓代工業者。

若不含記憶體製造大廠的產能，台積電總產能去年領先英特爾 1.5 倍，也領先三星 2 倍；去年總產能約 1,332 萬片約當 8 吋晶圓，年增 17%；除產能外，台積電 40 奈米以下的先進製程，每單位面積缺陷數(DO)小於 0.06，而 28 奈米製程良率也在提升中，年底 DO 可達 0.1 水準。

2010 年起，智慧手機出貨已超越個人電腦，今年超過將逾五成，加上平板電腦高成

長性，行動運算將是未來電子業驅動之殺手級應用；越小的晶片越能適合行動運算等各種裝置，符合輕薄短小、省電及高性能的需求。