



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

庫克盼蘋果生產線遷回美國，暗示將推“難以置信”的產品。

香港明報(2012.05.31)

庫克表示蘋果無意在中國大陸自行設廠生產，反而希望有更多的蘋果產品，能由中國等地遷回美國本土組裝，兼採用更多美國製造的半導體等零件，並且樂意見到再有的蘋果產品是徹頭徹尾的“美國製造”；他還暗示蘋果稍後將有驚人之舉，推出“令人難以置信”的新產品，但未透露詳情。

目前蘋果的產品主要是在加州設計，之後再交由亞洲國家組裝；富士康在大陸的廠房便扮演了主力角色。由於看上成本低廉，蘋果的生產線都分布在亞洲，但亦因此被指責剝奪了美國本土的就業機會，備受美國輿論批評。庫克表示十年前便認定，有些東西自家做得比別人好，但有些東西，不該投入太多精力，而製造是其中之一；原因是美國的工具與模具製造能力下滑，因此在本土製造相關產品有些困難。但蘋果正在這方面努力；庫克也說，iPhone 中的 A5 處理器，便是由位於德州的韓國三星廠房所生產，iPhone 及 iPad 的玻璃，則是在肯塔基州製造。

庫克還透露，蘋果將繼續致力創新，並暗示稍後將推出令人難以置信的產品，但未透露任何細節，僅說“電視”是蘋果密切關注的領域，也會加強與 Facebook 的合作，整合 fb 服務到 iPhone 手機中。

同床異夢，Wintel 恐難再起。

電子時報(2012.06.04)

近日傳出微軟將於 2012 年 Q4，推出針對 Apple 的 iPad 與 Google Android 平板電腦

(Tablet PC) 而設計的 Office 套裝軟體；消息若屬實，平板電腦目前最大劣勢將被克服，對消費者將是一大福音；然 PC 產業鏈恐面臨極大危機，其中 Intel 不僅 PC 版圖危機四伏，一年至少有 1 億台以上的平板電腦市場恐沾不到邊。

Wintel 勢力壟斷 PC 產業逾 20 年，雙雄所建立的軟硬體平台占有 PC 市場逾 8 成市場，上下游產業鏈均仰賴 Wintel 藍圖進行產品更新，除看人臉色，利潤也僅在底層分配。然 Wintel 霸業，隨蘋果的 i-系列家族陸續崛起，以及 Google 推出 Android，已不再喊水結凍，世界已變了。

面臨來自 iOS、Android 強勢來臨，微軟也顧不得 Wintel 王朝，攜手 ARM 建立 WOA 聯盟 (Window on ARM)，對於微軟劈腿之舉，Intel 則找上 Google 合作，形成 IG 連線，X86 架構處理器與 Android、Chrome 作業系統平台搭配，為平台戰場再掀火花。只是，Intel 與 Google 的結合，Chromebook 反應冷清，甫開賣的 Android 手機，並未獲得太多關注；而 WOA 技術問題頻傳，氣勢轉淡。

微軟在 iPad 與 Android 每年約有 1 億台的平板電腦市場，幾乎沒有 Windows 容身之地；然而由於一般消費者及企業用戶，已習慣使用 Office 套裝軟體，微軟應可取得可觀利潤，惟傳統 PC 版圖加速被蠶食；微軟則是“有一好沒兩好”，為自身及合作夥伴帶來巨大衝擊。

想像不可想像之事：美元時代的終結。

WSJ (2012.06.08)

最近圍繞歐洲區解體的討論，正促使緊張不安的投資者，將資金投向美元，這種兼具“安全性”和“流動性”的全球儲備兼商業貨幣，這可解釋美元為什麼會在五月份，到達今年以來最佳單月表現，美元為何會扮演這種角色？

從很大程度上來說，美元的吸引力源自美國



程老師週報

Weekly Dr. Cheng

資本市場無可匹敵的深度和流動性；但美國債務規模即將達到 \$16 兆美元，超出其 GDP 總值，美國政府持續在財政赤字和貿易逆差的情況下運作，而且美國的外匯儲備也只夠滿足其兩週的進口需求。此外支持美元吸引力的因素，如法律系統可靠性和私人產權保護方面的優勢，也由於其他國家司法的信賴度提升而優勢縮小；尤其是造成金融海嘯的華府和華爾街機制失靈，也令海外投資者歷歷在目。

經濟史學家 Barry Eichengreen 曾說過，美元將在 10 年內失去支配的地位，“過度特權”也難以持久；然而眼下來看，全球超過 80% 的外匯交易對象是美元，過半數的國貿以美元結算。全球央行 2/3 的外儲也是美元；因此，某種替代性的儲備貨幣不需要出現。中國及其他持有大量美元的國家，只要減持美元資產，美元基礎就會慢慢顛覆。半世紀以來，美元獨霸而使美國得到巨量低成本融資，據此帶給其國民極大的享受及雄厚的軍事實力，也將逐漸式微。

便宜的矽基板 LED 燈泡正在發展中。

Technology Review (2012.06.07)

節能的 LED 燈泡不易普及的主因，是成本仍然太高；目前許多廠商紛紛開發矽製基板，以取代較昂貴的藍寶石基板。矽基板的成本大約僅為藍寶石的 1/3，而且越大片則越便宜，而且還可以使用現成的半導體設備。這種“矽上氮化鎵”(gallium-nitride-on-silicon) LED，目前已有少量上市，大量採用應在二、三年間，已知投入的廠商有 Osram Opto Semiconductors，中國大陸的 Lattice Power，以及 Bridgelux、Plessey Semiconductors、Philips、Samsung 等。

為解決 GaN 與 Si 間的熱膨脹差異問題，可沿 GaN 上長 AlGaIn 過鍍層以平衡冷卻時形成之張應力。

部份廠商表示，LED 成本可因而降低 75%

或更多，一個 75 瓦當量的 LED 燈泡，可從目前的 \$40 美元降至 \$5 美元。



中國大陸發展

照片來源說明：

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

脫美入中？日經濟大轉向。

聯合報，陳永峰(2012.06.02)

6 月 1 日起，人民幣與日圓開啟直接交易系統，日本三大金融巨擘全部參與，首日的交易只有區區 \$100 億日圓，但這是“世紀性”的大事。

雖然在經濟金融議題上，中國對美國聲稱人民幣仍被大幅低估的議題，嘴硬手軟的協調路線不變，人民幣仍會繼續升值。在 41 年前尼克森對付出口工業國日本的手法，今天已不可能奏效。美元實力的快速退，已是人盡皆知，41 年來，日圓兌美元由 \$360 日圓比 \$1 美元，來到 \$77 日圓比 \$1 美元；“日圓升，美元貶”的方向性，從未改變。

2008 年金融海嘯後，美國在短期內連續性的貨幣寬鬆政策，所產生的剩餘資金量流入新興市場，特別是中國；而中國央行顧及持續性的經濟成長，只好賣力地買入美元，拋售人民幣，結果使人民幣的供給量大增，通膨也如影隨行。再者，中國外匯存底的成長率，連年創下歷史新高；不過，人民幣對美元的實質匯率也屢創新高，已經是“相當本質性的變化”，對於貿易出超國貨幣主權形成慢性侵蝕；例如，日本 2011 年的 GDP 是 \$468 兆日圓，與 1991 年度的 \$469 兆日圓相比，20 年來幾乎沒變，相當悲慘；同一時間內，美元大幅貶值，美國 GDP 反到成長 2.5 倍，更令人感傷的是，日本長期擁有巨額美國國債，及以美元為主的外匯準備，也就是說，長期以來，“日本人拚命賺錢，借給美國人花”。



程老師週報

Weekly Dr. Cheng

1926年，凱因斯發表“自由放任主義的終焉”論文，提到基於效率和公平的考量，面對資本主義經濟所引發的獨占、不公平、資訊不完全等問題，政府對於經濟部門有介入的必要性；今天看來，自由放任主義是應該終焉，隨着國際經濟體系不均衡的擴大，歐洲和東亞也正在尋求不同的解答。

中國持有日本國債 \$18 兆，急速增加。

日經中文網(2012.06.04)

中國持有日本的國債，正在快速增加，截至2011年年底，約為 \$18 兆日圓，(相當於 \$1.46 兆人民幣)，相比上一年增長約 71%，創歷史新高；中國正在加快將美元外匯儲備轉換為日元的步伐。

海外持有的日本國債截至 2011 年年底，約為 \$92 兆日圓，比上一次增長 27%，尤其是中國持有與 2009 年相比出現了急劇成長，2010 年已超過美國和英國，成為日本國債最大持有者，過去兩年增長 5.2 倍。

中國為抑制本國貨幣升值而採取外匯干預舉措，結果導致外匯儲備美元佔了大部份，由於擔心偏重美元的外儲結構導致匯兌損失擴大，中國政府正在增加持有歐元和日元等資產；去年以來，歐債危機不斷加劇，也導致中國加快轉向日元資產的步伐。今年 3 月，中國同意日本購買 \$650 億人民幣的中國國債，自 6 月起，人民幣與日元直接交易也啟動，隨着兩國關係的強化，持有相互債券的比重有可能進一步增加。

三大黃金新絲路。

天下雜誌(第 498 期)

希臘破產，歐洲飄搖，急景凋年的全球大背景下，帝國的物換星移，已牽動國際財經的軌道；對台灣影響深遠的，是中國與歐美的“產業標準”大戰，從手機到電子商務，從奢侈品到好萊塢電影，最近一年，中國企業的影響力，已無所不在；不僅在大陸市場製造自己的新標準，更

隨着大量湧進世界的商品，重新定義全球經貿的遊戲規則。

一世紀來，美國訂下的產業標準、遊戲規則，全球追隨者莫不從響應；不過，走入 21 世紀的第二個十年，中國利用龐大的內需市場，培養能與美國抗衡的“產業新標準”，中國的發展戰略，已從追速度、質量、轉向拚標準，當全球通訊、網路、電腦、交通、水電等產業“硬標準”，甚至文化、奢侈品、商業模式等“軟標準”，全都被歐美國家壟斷時，全球第二大經濟體的中國，格外有急迫感。

去年十一月，美國發表“美國的太平洋世紀”一文，宣布要重返亞太，接着合縱連橫，大力推銷今年要完成談判的“泛太平洋戰略經濟伙伴關係協議”(TPP)；對中國來說這不啻是封鎖中國在太平洋的出口，連帶威脅產業與企業的全球競爭。

中國能採用的突圍策略是“用鄉村包圍城市”，從北、從南，滲透鄰近的新興市場，利用一個標準體系，帶動背後一連串產業發展。三條運送“中國標準”走出國門的黃金新絲路，於焉產生。三大絲路都以“深圳”為起點：

往北到新疆的“北方絲路”：主打 3C 產業的硬標準，如行動通訊 4G 的 TD-LTE 標準，目前參與的電信公司除中國移動外，尚有俄、日、印、及巴西等國；往西到雲南的“南方絲路”：運送奢侈品產業的軟標準；往上走江蘇的“虛擬絲路”：傳輸電子商務標準，走的路線是深圳、嘉興、杭州、到日本，淘寶網、天貓商城麥包包出售的商品，加總起來，比中國五大實體零售業者所售的商品還多，想進這個市場，就得用中國制訂的電子商務標準，同時還得先依靠大型 B2C 平台。



台灣發展

照片來源說明：

<http://mypaper.pchome.com.tw/blu>

瑞研材料科技股份有限公司
Zen Material Technologies Inc.

Email: zenservice@zenmaterials.com

Tel: +886.7.365.8450

Fax: +886.7.365.4230

高雄市楠梓加工區開發路11-3號(3樓)

No.11-3 Kaifa Road, N.E.P.Z., Nanzhi District,
Kaohsiung City, 811 Taiwan, R.O.C.



程老師週報

Weekly Dr. Cheng

etimpost3423542.jpg

郭台銘：歐美不適合做製造業。

經濟日報(2012.05.31)

日前蘋果執行長庫克提出“希望”有一天能把產品的組裝作業移回美國進行；市場聯想恐氣響鴻海、和碩等業者的接單；鴻海郭台銘之前早已提出想法，歐、美都不適合做製造業，中國大陸將是最後贏家。

郭台銘曾表示，雖然大陸製造業近年來飽受工資飛漲，勞動及環保意識提高之苦，但論環境成本，大陸還是全世界最佳之選擇，大陸政府對於投資及對工廠的服務積極度，世界第一。

蘋果新舊 iPhone 交替，觸控供應鍊 Q2 臉綠。

電子時報(2012.06.04)

Apple 新款 iPhone 即將亮相，舊款機種拉貨力道快速走弱，台系相關觸控供應鍊廠商，營收衰退幅度擴大；勝華五月營收衰退超乎預期，且創近 7 月以來新低，Q2 營收恐季減達 15%；宸鴻原預計 Q2 營收將減約 10%，五月及六月的營收減幅是否擴大備受關注，另外，Windows 8 新機出貨動能延後，旺季效應恐將延至八月才會放量成長。

由於蘋果新 iPhone 將改採內嵌式 (In cell) 觸控面板技術，故將轉由日、韓系面板廠供應；供應鍊業者表示，宸鴻正全力搶攻 Windows 8 所帶動中大尺寸觸控新應用商機，並已取得品牌客戶逾 10 款委託開發案；勝華亦積極分食 NB 客戶 Ultrabook 新機訂單，並發展毛利較高的單片式觸控 (OGS, On Glass Solution) 面板，除既有宏達電及日系平板電腦客戶外，還打入華碩平板電腦供應鍊。

GF (Global Foundries), 三星包抄夾擊，晶圓雙雄陷入混戰。

電子時報(2012.06.08~06.10)

過去全球晶圓代工產業幾乎是台廠的天，單是台積電和聯電就聯手吃下半邊天；但

這 1-2 年來，晶圓雙雄在美、韓勢力包抄下，已不勝其擾了；再加上 Global Foundries 在中東資金挹注下，已成三星電子外另一股新勢力，GF 原本多半幫 AMD 代工，但日前 AMD 放棄其在 GF 剩餘持股，使阿布達比政府掌控的 ATIC 公司成為其唯一股東，而成為獨立晶圓代工廠後，也積極尋找商機。之前，在台積電 28 奈米產能吃緊時，也傳出台積電大客戶高通找上 GF 支援的情況。

GF 的優勢是歐、美、亞分別都有 12 吋晶圓廠，可以達到貼近客戶的需求，也可在天災發生時，三大地區晶圓廠可以互相調度支援，同時還可吸引全球優秀人才，尤其是在先進製程上。GF 在 2010 年 45 奈米製程以下的營收比重接近 40%，相較於其他競爭對手主流製程還在 65 奈米，先進製程是 GF 的最大優勢；三大晶圓代工廠在 2011 年市占率為：GF12%、台積電 48.4%，聯電 12.1%。

宏達電突圍，亮出三大策略。

經濟日報(2012.06.08)

宏達電調降本季財測後，又陷入蘋果要求美國 ITC 在美禁售 29 款手機，及未列入微軟 Win8 首批平板電腦合作夥伴等複合式風暴，這是公司成立 15 年以來面臨的第三次大難關，前兩次分別是 2006 年放棄代工發展品牌，2009 年金融風暴調降財測，然而兩次都從一片看衰聲中翻身再起，這次能否挺過，再度考驗品牌的韌性。

三大策略：

重押大陸市場：今年宏達電受歐美市場不佳影響，營運不如預期，因而轉向大陸，通路布局將從 2,000 家拓展至 4,000 家；力拚高利潤的 One 系列手機銷售；大陸電信三雄要求宏達電在大陸推人民幣 \$2,000 左右的訂製機，而非低價千元手機；

(3) 強化品牌：以 HTC 在大陸的品牌力道，凸顯其品牌價值。總結來說，雖然宏達電



程老師週報

Weekly Dr. Cheng

調降財測之營收約 13%，但毛利率卻維持 27%，即在於 One 系列時機利潤不錯。

科技品牌新浪潮，跨界轉個彎，尋找新動能。

數位時代(2012.06.06)

當生產一台電腦的毛利，不如一杯咖啡、一盆蘭花、或一碗牛肉麵時，老闆該怎麼做？台灣科技業目前面臨的問題，不僅僅是代工或品牌兩者間的選擇，在科技消費化趨勢越來越明顯的情況下，跨界創新做品牌的思維，正悄悄地在科技業中蔓延。

台灣在前一波的品牌運動中，多半是延伸原有代工業務至終端市場；產品品項不變，重點是強化產品的辨識度及認同感，如宏達電、華碩、友訊等，多是採取此策略；然而隨著整體 PC 市場成長趨緩，加上大環境正在進行一場典範移轉的過程，很多市場都處於混沌不明的狀態。在既有成熟市場要打品牌不是件容易的事，但若是選對崛起中的領域，就有可能有事半功倍的效益。

例如原本從事 NB 代工的“廣達”，今年 5 月初就宣布將以 QCT 品牌進軍北美通路，提供客戶伺服器，儲存設備、網通裝置銷售服務，其鎖定的客戶是本身沒有客製化需求，且規模也不足以大到向廣達提供 ODM (設計製造代工) 服務業者或政府部門；“華碩”旗下的晶碩光學，去年起即投入 5%~10% 產值年成長的隱形眼鏡，除將產品推上國際舞台外，還在實體銷售店面，提供驗光等服務；“台達電”也擬出整套解決方案，跨足醫療、網通、LED、太陽能、風力發電、及電動車等領域。