

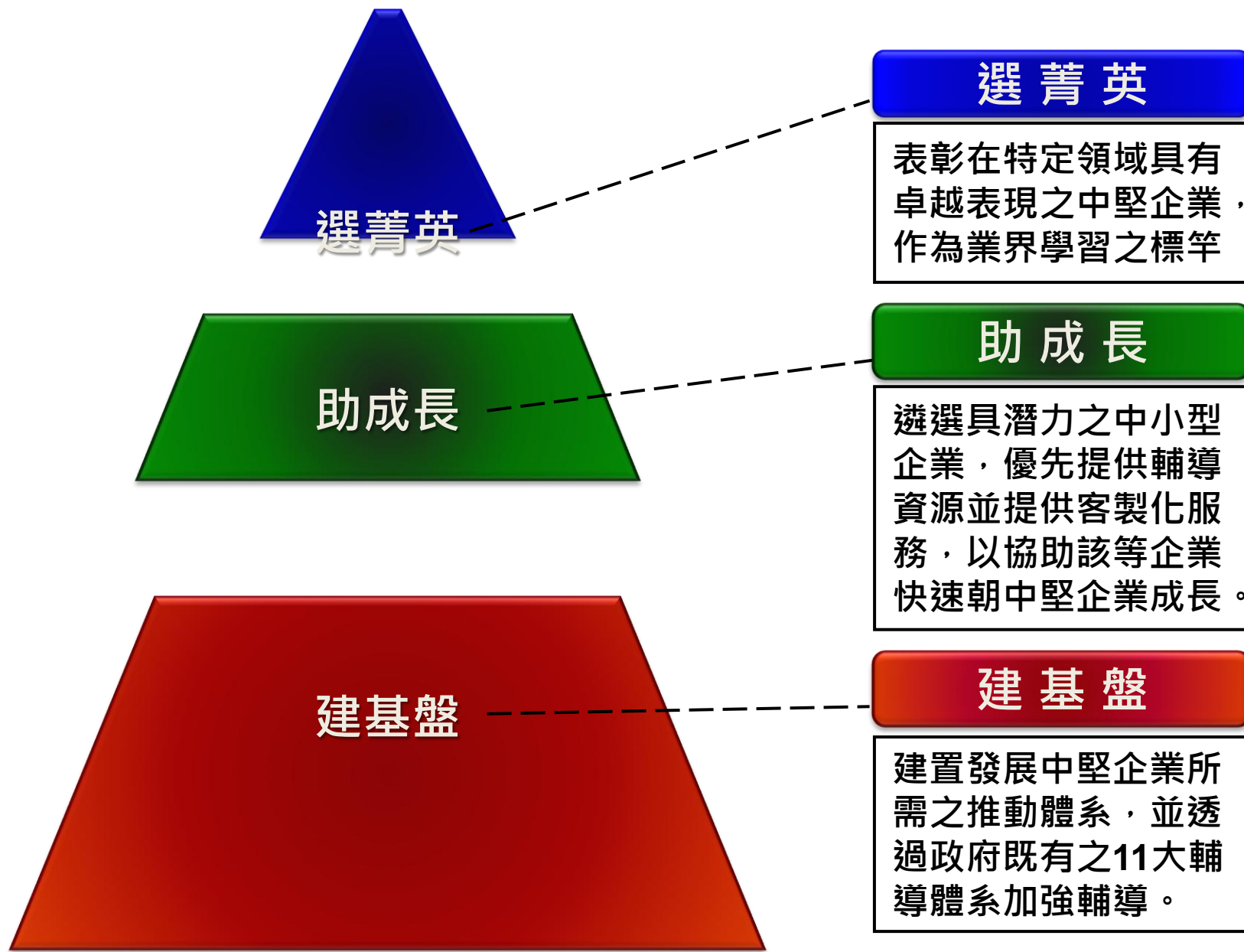


# 中堅企業概念與特性

報告單位：台灣經濟研究院

102年6月

# 推動中堅企業躍升計畫





# 簡報大綱

- 壹、德國隱形冠軍之7大特質與10大條件介紹
- 貳、國外中堅企業經典案例介紹
- 參、第1屆卓越中堅企業介紹



# 德國隱形冠軍之7大特質與10大條件



# 中堅企業概念

**中堅企業**：具適當規模，屬基礎技術扎實，且在特定領域具有技術獨特性及關鍵性、具高度國際市場競爭力，並以國內為主要經營或生產基地之企業。

## 德國經驗值得師法



1. 德國中小企業 (Mittelstand) 約有350萬家 (99.7%)，雇用78.5%就業人口與吸納80%企業實習生，全國從事貿易出口企業有98%為中小企業。
2. 7成中小企業散落在地方鄉鎮，與當地經濟及就業緊密結合，被譽為「散落德國各地的珍珠」。
3. 擁有為數眾多訓練有素、能立即進入生產單位與符合企業需求的技術人力。
4. 德國製造領域中小企業聚焦於高品質與高價值的生產事業；服務業領域則聚焦於生產事業所需的周邊支援行業為主體。

## 案例研討主要文獻



1. 這些選擇聚焦、深耕專業的民族特質，使得德國中小企業容易孕育出在全球市場上具備獨特技術與競爭力的「**隱形冠軍(Hidden Champions)**」。
2. 「隱形冠軍」理論為德國管理學者**赫爾曼·西蒙(Hermann Simon)**提出。德國的「隱形冠軍」雖然規模與知名度不大，但為產品找到利基(niche)，並加入創新的概念，創造競爭優勢，具無可撼動的行業地位，主宰著各自所在的市場領域，並且在某一特定領域之市場專注耕耘。擁有穩定的員工團隊、高度的創新精神，具豐厚的利潤回報。
3. 歸納德國隱形冠軍具有專注的企業目標、寧為雞首之市場定位、貼近並全面掌握客戶、價值導向為主要訴求、強調全方位創新、與競爭對手短兵相接與深化價值鏈不參與聯盟等**7大特質，訂出10大條件**，做為台灣發展中堅企業之標竿。



# 隱形冠軍之七大特質

1. **專注的企業目標**：隱形冠軍企業一般都有非常明確的目標。
2. **寧為雞首之市場定位**：要成為小市場的主宰者(雞首)，而在小市場做出大成績；很多雄心勃勃的企業家一旦稍微做大就想多元化，但是他們絕不！
3. **貼近並全面掌握客戶**：他們每一步擴張都在建立自己的子公司，而不是通過經銷商，因為經銷商是隨時可能跑掉的，而自己的子公司能把客戶關係牢牢地掌握在自己手中。
4. **價值導向為主要訴求**：如果你想成為全球市場的領導者，你的客戶也必須是全球頂級的客戶，那麼企業經營理念必須是價值導向而非價格導向。
5. **強調全方位創新**：產品創新不是隱形冠軍公司唯一的創新點，另外一個很重要的因素是流程的創新，實際上是服務的創新。
6. **與競爭對手短兵相接**：隱形冠軍公司經常在同一個地區，同城的競爭實際上是世界級的競爭，最強的對手都在一起。
7. **深化核心價值，不完全倚賴聯盟**：雖群聚有助提升整體競爭力，但隱形冠軍不會完全倚賴聯盟，而是依靠自己的競爭優勢，自己做所有能做的事，來深化核心價值。



# 隱形冠軍之十大條件

Hermann Simon

## 企業目標

- 成為且保持市場no.1
- 全球市場最優秀者
- 我來決定市場競爭規則

## 市場定位

- 我是該領域的專家
- 我只做專精的
- 市場範疇小但占有率高
- 找到利基絕不分散投資

## 全球化

- 擁有世界級特殊性  
**Know-How**
- 與客戶直接建立關係
- 於目標市場設立據點
- 運用合資來解決文化差異與國際管理

## 客戶選擇

- 頂級客戶為目標
- 成為客戶不可替代之供應商
- 價值取勝而非價格

## 創新焦點

- 以**產品及流程**創新保持領先
- 以**創新創造市場**
- 每100名員工擁有10~30項專利

## 驅動力

- 核心能力為寶貴資源
- 兼顧市場與技術
- 持續掌握外部機會  
(政策改變或市場消長)

## 競爭策略

- **品質與服務**創造優勢
- 與最強對手同場競爭
- 強勢捍衛市場地位

## 外部關係

- 核心項目不外包
- 依靠自己的競爭優勢，不完全倚賴合作聯盟
- 深化**核心價值**，自行生產多數設備

## 員工文化

- 具強烈**使命感與認同感**
- **流動率極低**
- 高效率工作
- 多設於鄉鎮而與當地結合，同時創造主要就業機會

## 領導者

- 活力與意志力為主要特質
- 融合**權威式與參與式**領導
- 平均在位**20年以上**
- 重視接班人的技能磨練



# 國外中堅企業經典案例介紹





# 德日中堅企業案例

	公司	主要產品	關鍵成功要素
德國	Brita	濾水壺	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 優越的濾水技術及高品質的檢驗保證，<b>優異之性價比</b></li> <li>• <b>人性化的介面設計</b>，直接飲用方便使用。製造基地於德英及瑞士</li> </ul>
	Dorma	自動門及建築用小型五金	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 專注門用五金利基市場，<b>以材料研發為核心</b>，連結周邊附加服務</li> <li>• 在歐亞美非洲皆設有研發中心，快速解決在地問題及特殊需求</li> </ul>
	HUGO BOSS	高級服飾，鞋類、皮具、手錶、香水等	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 透過<b>新技術及新材料的使用</b>，發掘潛在創意的可能性</li> <li>• 多品牌鎖定不同市場，針對不同市場需求打造符合需求之款式</li> </ul>
	ZEISS	光學系統，工業儀器及醫療用光學製品	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 品牌悠久，高品質形象深植消費者心中</li> <li>• <b>高超的光學設計及技術獨門能力</b>，在工業天文及醫療領域負盛名</li> </ul>
	Sieger Design	提供設計服務，並有自有品牌之產品	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>市場導向，設計風格多樣化</b>，自有品牌產品全在德國及歐洲製造</li> <li>• 提供從產品概念到市場行銷策略的<b>full service</b>的設計服務</li> </ul>
日本	SHIMANO	自行車傳動系統、釣魚具、滑雪板與高爾夫用品	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 專業玩家級之工業品牌定位，領先之技術引領整車發展</li> <li>• 掌握<b>終端市場需求</b>，並具<b>高度系統整合能力</b>，不易被模仿</li> </ul>
	JUKEN	精密塑模及高精度零配件及相關機器設備	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 擁有奈米級切割與加工精密技術，佔有全球超小齒輪<b>70%</b>市場</li> <li>• 卓越的<b>工匠技藝與自主設計的模貝設備</b>，相輔相成推升精密度</li> </ul>
	JSR	以合成橡膠為主的石油化學領域之產品	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 透過內部之研發基地，<b>持續精進核心能力與新領域技術</b>的開發。</li> <li>• 將等級提高拓展至精密材料與加工、醫療用材料、環境能源領域</li> </ul>
	FANUC	CNC控制系統、機器人以及機械設備	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 擁有<b>CNC控制核心軟體</b>，並與硬體進行<b>標準化整合</b>使系統更穩定</li> <li>• 整合軟硬體機電，客戶的任何問題只需找FANUC,24小時內服務</li> </ul>
	NRI	資訊系統整合及顧問服務	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 從企業策略、經營方式至資訊系統建構，建立<b>全方位解決方案</b></li> <li>• 擁有金融、流通、食品、通信、公共事業等<b>各領域專案諮詢專業</b></li> </ul>



# 德國BRITA濾水壺

BRITA



- 成立於1966年，總部位於德國，全球員工1010人(德國約558人)，全球暢銷70餘國
- 2010年台灣濾水器類品牌銷售NO.1
- 2011年營收為3.20億歐元，較2010年成長5.9%；從2001年成長了140%

- 以濾水壺取代淨水器，搭配外觀設計，使用性上非常方便

使用方便  
直接飲用

成功  
關鍵因素

德國  
品牌認證

- 德國技術及品質(安全安心)保證
- 德國最權威的TUV檢驗機構的食品級認證
- 製造基地於德國, 英國及瑞士

國民平實的價格

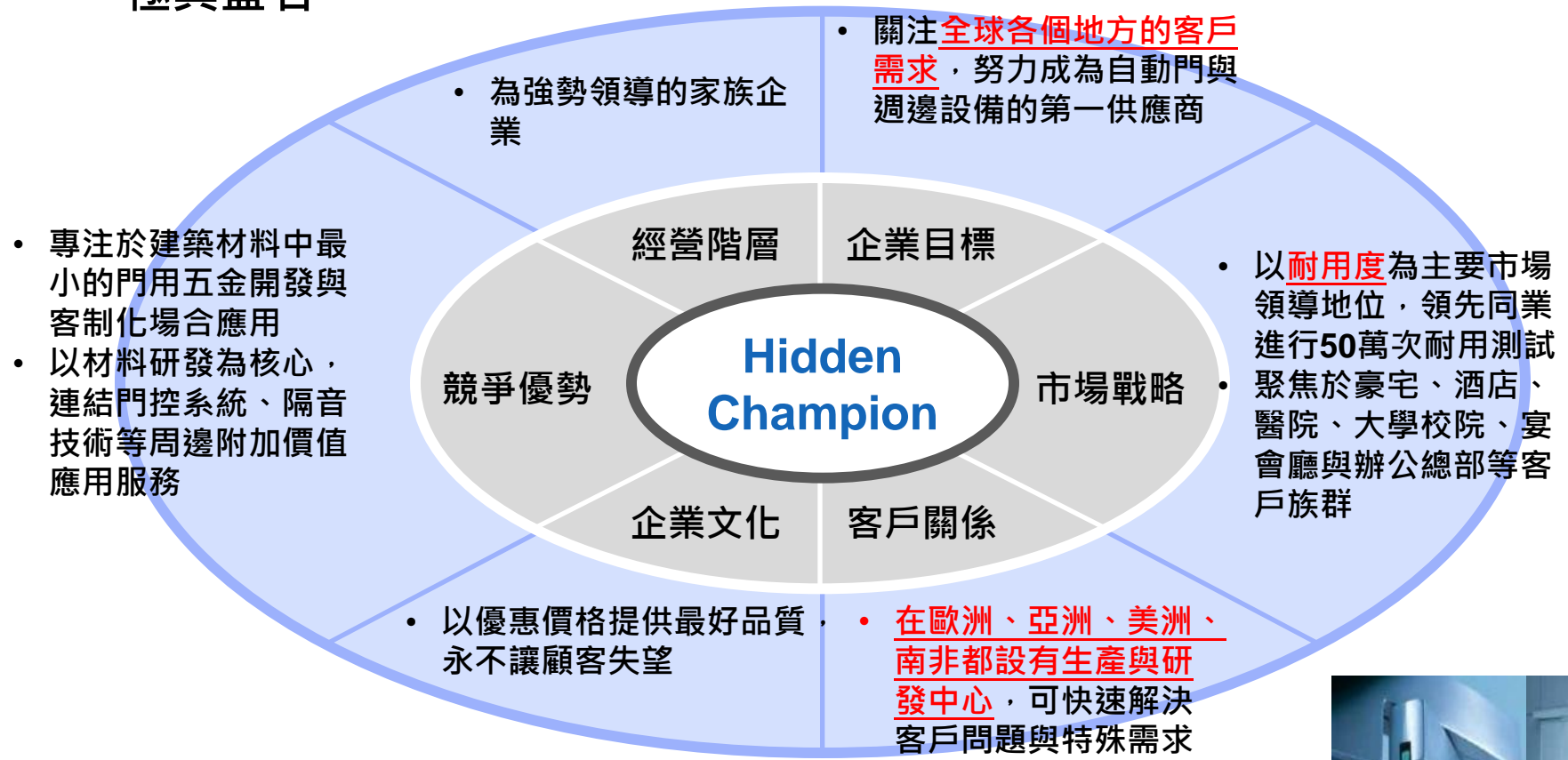
- 免安裝、免維修
- 價格低於淨水器，給予民眾平價方便的使用性

# 德國多瑪 ( Dorma )



## 多瑪 ( Dorma )

- ✓ 全球知名自動門或建築用小型五金供應商，特別在特殊場合/用途市場極具盛名



# 德國Hugo Boss



Hugo Boss

✓ 來自德國的奢侈品牌

## 發展概況

- 創立於1923年
- 世界排名：1751名
- 市值：75億美元
- 員工人數：11,004 人
- 年營收：約29億美元
- 旗下品牌：BOSS、HUGO、BALDESSARINI
- 銷售產品：男女高級服飾，鞋類、皮具、手錶、眼鏡和香水等眾多產品

### 成功關鍵因素

多品牌  
鎖定  
不同市場

創意、技術、  
高品質

符合市場需求

- 透過現代技術及新材料的使用，發掘潛在創意的可能性
- 結合德國的優良技術，在整個供應鏈中都採用了尖端科技
- 對於製造及供應商，HUGO BOSS 都採取同樣苛刻的全球標準

- 建立不同子品牌來加強其品牌價值
  - Boss 品牌的消費群定位是城市白領
  - Hugo Boss 是針對年輕人的服裝系列
  - Baldessarini 品牌是針對品味超凡的成功男士

- 迎合中國大陸消費者打造亞洲款式



# 德國蔡司鏡片



We make it visible.

- 由Carl Zeiss於1846年成立該公司，製造光學系統、工業測量儀器和醫療設備用光學製品為主的企業。總部位於德國。
- Carl Zeiss的生產基地設在歐洲，美洲和亞洲，遍布30餘國擁有30多座工廠。全球擁有50多個銷售和服務公司。員工遍佈世界各地約24192人。
- 2010-2011財年營收為42.37億歐元。
- 於全球享有光學之父的美稱。



- 品牌具160年悠久歷史。為高品質的象徵
- 從二戰時著名的奧馬哈海灘登陸到人類第一張太空照片，以及美國阿波羅太空船降落月球，奠定權威形象



品牌形象深植

成功關鍵因素

產品技術實力

- 從消像散正光攝影鏡頭、色差糾正技術、到1:6.3的Tessar鏡頭、不斷創造獨門技術
- 高超的光學設計能力，二戰前的博士設計團隊達十個以上

積極擴張產品線

- 在工業、天文與醫療等領域積極發展。
- 不僅鏡頭於全球居重要地位，顯微鏡、放大鏡、醫用內窺鏡、眼鏡等均極具名氣。



嚴格品質管理

- 很早就開始實施的品質管理體系，屈光度計算的精確度要求到小數點後12位



# 德國Sieger Design

- 由Dieter Sieger於1974年成立該公司，由建築設計起家、而後業務拓展至遊艇內裝設計，80年代以產品與溝通設計為主，特別專長在陶瓷設計、產品設計及設計品牌。
- 總部位於德國Munster小鎮附近的古堡中。共有32位員工。
- 2010-2011財年營收為12億元。
- 自有品牌在德國及歐洲製造，瓷器系列產品由有250年歷史的FURSTENBERG大廠生產。



德國

## Sieger Design

- 注重溝通、面對國際客戶，在產品中加入不同國家的設計特色
- 從生活瓷器、衛浴用品到壁爐等產品，設計有奢華有簡潔、也有古典有時尚



- 提供從產品概念到市場行銷策略的服務
- 認為成功的產品包含創新、品質、考的包裝、好的故事及正確的宣傳蕭述管道



- 一旦進入合作，花1~2年研究市場，從技術、品牌、消費市場、通路思考，並幫客戶想未來5年內的消費者需求



- 自有品牌產品全數在德果及歐洲製造
- 瓷器產品由有250年歷史的大廠生產，嚴格要求材料



# 日本島野變速器

## SHIMANO

- Shimano集團建立於1921年，總公司設立在日本大阪府，是一家以專業製造和銷售自行車傳動系統、釣魚具、滑雪板與高爾夫用品的跨國集團公司。
- 目前在全球17個國家設有子公司，是全世界自行車傳動系統市占率最高（超過70%）的品牌。
- 2010-2011財年營收為營收1674.89億日圓。
- 有自行車界的英特爾美稱。

- 1960年代首次研發製成全球第一組手把控制式三速花鼓
- 1972年推出Dura-Ace賽車專用模組，引領賽車整車的性能發展

技術引領整車發展

- 透過與整車廠合作，培養相關技術的整合能力，使得高性能系統機構模組得以黑盒子化，與其他廠商產品沒有共用性，不易被模仿

具系統整合能力

成功關鍵因素

- 日本工作人員與全球各地自行車經銷商，組成市場調查隊 (Dealer Caravan)。
- 在加州觀察市場後，率先研發登山車套件，使登山車與Shimano套件市占率同步擴大

瞭解終端市場需求

- 依照材料與物理性質，區分為九個等級（登山車）以及七個等級（公路車）家族，透過產品線完整性創造專業與不可替代性

專業玩家級之工業品牌定位

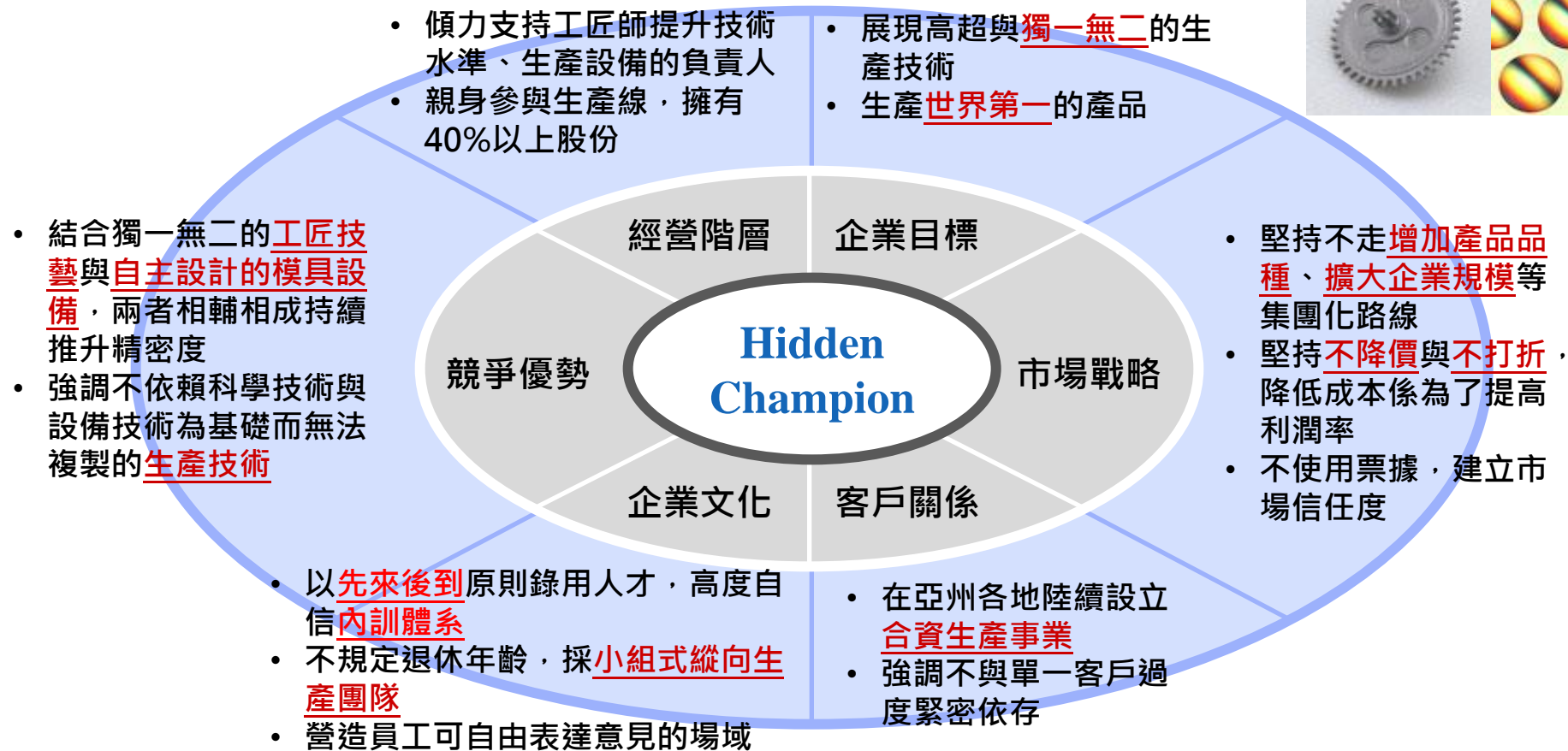
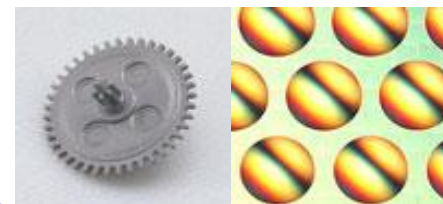


# 日本JUKEN



## 樹研工業株式會社

- ✓ 擁有奈米級切割與加工頂尖精密技術，所生產百萬分之一大小的粉末級齒輪揚名世界，佔有全球超小齒輪70%市場







# 日本JSR

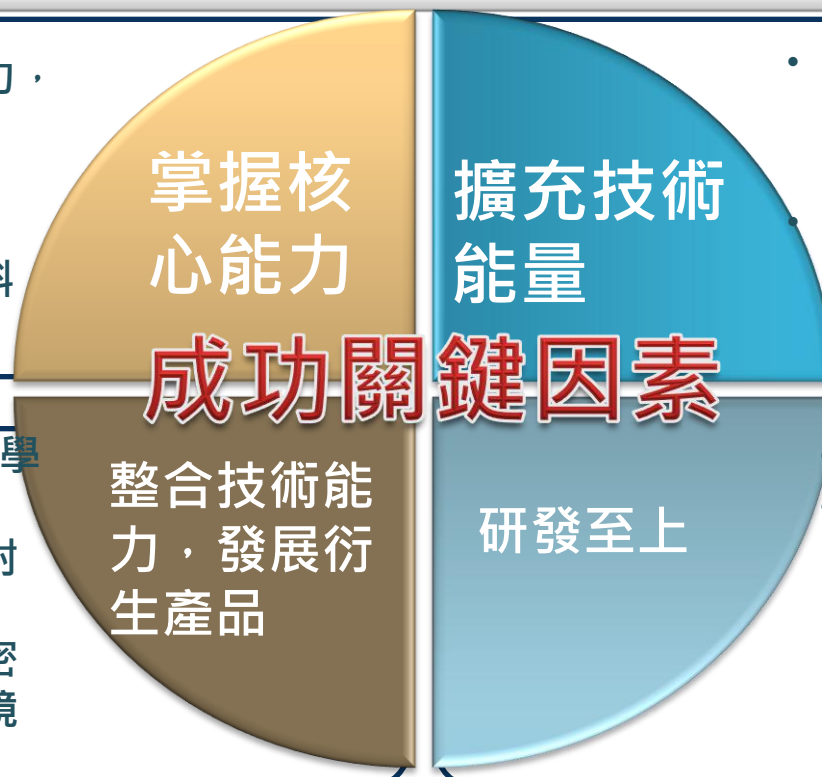


## JSR株式會社

- JSR株式會社於1957年（昭和32年）12月成立（原公司名稱：日本合成橡膠株式會社）。成立以來，確立了公司在合成橡膠與乳膠等石化產品的國際上的競爭地位
- 積極朝向海外布局，在中國大陸、泰國、韓國、台灣、歐洲、美國等地區都有生產工廠。
- 2011年營收為3,500億日圓，研發經費174億日圓，R&D比率5.0%。

- 高分子合成技術為JSR核心能力，發展出各種合成橡膠。
- 2010年獲得國際合成橡膠學會（IISRP）頒發技術獎章
- 在C 5橡膠產品、電子封裝材料具上下游整合能力

- JSR以合成橡膠為主幹的石油化學領域研發和產品
- 應用到資訊電子材料領域，在封裝材料具有主導能力
- 將原有產品等級提高拓展至精密材料與加工、醫療用材料、環境與能源領域



- JSR的研發基地由四日市研究中心、精密加工研究所、筑波研究所和JSR功能材料研究中心等4大基地組成
- 除了高分子技術之外，發展光化學、無機化學、精密加工、生物技術等其他技術，積極發展新的技術領域

- 歷年研發比例4.5-5%
- JSR秉持「唯有研發成果，方能開拓JSR的未來」，持續精進核心能力與新領域技術的開發，

# 日本FANUC

## FANUC

- 創立時間：1972年自富士通公司獨立出來，成為富士通FANUC，1982年7月改名為FANUC株式會社。集團員工數約5,000餘人。
- 主要產品：CNC控制系統（控制器+驅動器+伺服馬達）、機器人以及機械設備(小型高速加工機、全電式射出機、線切割機、五軸奈米加工機)。
- 營業額：5385億日元(2011年)。
- 營業毛利：2381億日元(2011年)(毛利率44%)

- 擁有並發展自己的CNC控制核心軟體
- 將CNC控制器之軟體與硬體進行標準化整合，使系統更穩定

深化核心  
技術

垂直整合  
發展

- 以CNC控制器技術為核心，切入具市場利基且量大之標準化設備(小型高速加工機、全電式射出機、機器手臂)，朝自動化整合提供者發展

### 成功關鍵因素

布局全球  
售服

以集團使用者  
為試煉基地

- 布局全球售服、能在24小時內服務世界各地客戶
- 整合軟硬體機電，客戶的任何問題只需找FANUC，使客戶依賴FANUC

- 結合富士通集團使用FANUC之控制系統及相關產品，回饋使用資訊強化產品性能以外，並藉此取得經濟規模之基礎，擴大公司營運及對外發展

# 日本NRI



## 日本NRI

- NRI於1988年由野村證券獨立出來之野村綜合研究所與野村電子計算中心合併而成，目前為日本最大規模諮詢公司，最早的顧問諮詢服務則緣起1965年野村調查部之調查事業
- NRI總部設於日本東京，全球約有4000名員工、600名專業諮詢顧問，實施專案總數達20,000件以上
- 2010-2011財年營收約3200億日圓
- 目前以亞洲為活動中心，共7個亞洲海外分支

- 從企業策略、經營方式至資訊系統建構，建立全方位解決方案
- 將策略、執行、系統三方面更密切結合

全方位  
解決方案

- 擁有日本企業詳盡資訊資料庫與企業網絡
- 4000名員工連結而成的內部知識網絡
- 20000件以上專案經驗

豐富知  
識資源

### 成功關鍵因素

- 從野村證券集團時代起，近50年來所累積之顧客關係
- 誠信負責的品牌形象
- 創始人野村德七名言:與顧客共繁榮

良好緊密  
顧客關係

- 擁有金融、流通、食品、通信、公共事業等專案諮詢經驗
- 將好的應用案例分享給不同產業的客戶

跨領域  
產業經驗



# 第1屆卓越中堅企業介紹



# 第1屆卓越中堅企業介紹

- 一、企業名稱：上銀科技股份有限公司
- 二、主要產品/服務：高速化、高精密、複合化之傳動控制系統，如滾珠螺桿、線性滑軌、單軸機器人等。
- 三、近1年營業額：新台幣158.19億元
- 四、員工人數：3,512人
- 五、獲獎理由：



- (一)關鍵技術：
  - 專注奈米級之精密定位技術，國際頂級半導體設備商有90%採用該公司產品(如ASML、Applied Materials、TEL等)。
  - 全球共設置4個研發中心，研發經費占年營收7%，專利計有1411件。
- (二)市場定位：
  - 以提供滾珠螺桿、線性滑軌等傳動控制系統為利基市場。
  - 生產之滾珠螺桿、線性滑軌全世界第2大。
- (三)品牌發展：
  - 以 HIWIN 品牌行銷全球，商標全球註冊國家超過55國。
  - 德國、日本、瑞士、以色列等目標市場設有8家子公司及全球共100個以上銷售據點。
- (四)經營績效：
  - 2012年集團營收突破新台幣150億元(2012年前3季EPS6.81元)，較2008年成長285%。
  - 股價231元(2013/1/29)，是台灣上市機電類股之股王
- (五)其他：年投入新台幣1,500萬元，辦理「上銀科技機械碩士論文獎」、「上銀智慧機器手競賽」鼓勵人才投入機械業。

- 一、企業名稱：五鼎生物技術股份有限公司
- 二、主要產品/服務：生技技術醫療器材設備研發與製造(血糖、尿酸、乳酸與膽固醇之自我監測儀)
- 三、近1年營業額：18.76億元
- 四、員工人數：672人
- 五、獲獎理由：



- (一)關鍵技術：
  - 擁有生物性微血量感測技術(Biosensor)與特殊葡萄糖酵素系統(GDH)，成功開發出掌上型血糖測試系統、自我檢測尿酸測試系統和多功能生化小型檢測系統。
  - 為全球第四家有能以電化學法自行研發血糖檢測技術之公司，已取得71件專利。
- (二)市場定位：
  - 主要產品血糖儀為全球市場第十大製造商。
  - 與國際領導大廠同步利用電化學技術進入市場，並陸續開發出其他檢測產品，主要客戶包括：拜耳(Bayer)、愛科來(Arkray)。
- (三)品牌發展：自有品牌APEX銷售以歐美國家為主要市場外，另配合策略夥伴之需求搭配其品牌行銷。
- (四)經營績效：營業額2011年18.76億元，毛利率維持於40-42%，每股盈餘(EPS)5.51元，較2010年之EPS成長16%。



# 第1屆卓越中堅企業介紹

- 一、企業名稱：友輝光電股份有限公司
- 二、主要產品/服務：背光模組用稜鏡片
- 三、近1年營業額：新台幣40億元
- 四、員工人數：356人
- 五、獲獎理由：



- (一)關鍵技術：擁有NB用背光模組增強光源之稜鏡片特殊成形及降低干涉關鍵技術，不受制於日本廠商。
- (二)市場定位：
  - 專業背光模組用稜鏡片製造商，全球Notebook稜鏡片市佔率35%，為全球第1大。
  - 生產稜鏡片供友達、奇美、SAMSUNG、LGD、SONY等大面板廠採用
- (三)品牌發展：
  - UBright成為世界級稜鏡片的領導品牌
  - 產品銷售遍布歐、美、韓國、中國大陸。
- (四)經營績效：2012年營收40億元，成長33%，2012年EPS7.07元，成長29.96%。

- 一、企業名稱：台灣晶技股份有限公司
- 二、主要產品/服務：石英晶體諧振器、振盪器、時脈輸出模組
- 三、近1年營業額：2012年營收109.3億
- 四、員工人數：1024人
- 五、獲獎理由：



- (一)關鍵技術：
  - 為全球少數擁有石英晶體切片、研磨、拋光、封測全系列完整生產製程技術廠商。
  - 公司自主研發石英元件研磨、封測製程機台設備，良率已達95%，為目前全球業界第1。
- (二)市場定位：
  - 高頻石英元件世界排名第1、晶體振盪石英世界排名第3、低頻石英元件世界排名第4。
  - 智慧手持裝置、資訊、通訊、光電等ICT領域石英晶體全球第4大供應商，目標朝NO.1。
- (三)品牌發展：以公司專業品質之TXC石英品牌，成為Apple、Samsung、Sony、Nokia、HTC等全球前五大智慧型手機與Toshiba、Cisco等平板電腦、網通設備之策略夥伴。
- (四)經營績效：
  - 全球年銷售超過20億顆石英相關產品，2007-2009年連續獲得Intel頒發「最佳品質供應商獎」，效能質優受國際市場肯定。
  - 2012年合併稅前盈餘13.1億，稅前EPS 4.23元。



# 第1屆卓越中堅企業介紹

- 一、企業名稱：巨大機械工業股份有限公司
- 二、主要產品/服務：自行車、電動自行車、折疊車及相關周邊商品及衍生服務。

三、近1年營業額：2011年營業額新台幣190億元。

四、員工人數：1,100人

五、獲獎理由：



(一)關鍵技術：

- 掌握**超輕鋁合金材料之成型技術**，擴大發展與同業之差異化。
- 投入碳纖技術研發，在材質、樹脂、成型技術上均有獨特之處。
- **獨創的“Maestro”雙避震車技術**，廣受世界級自行車隊採用，並於各大自行車賽事表現優異。

(二)市場定位：

- 專精於**高級自行車產品**技術與服務創新。
- **歐、美地區三大品牌**之一。
- **日本、澳洲、加拿大、荷蘭等國之最大進口品牌**。

(三)品牌發展：

- 從41年前一家OEM的小自行車廠，一路轉型至ODM與OBM發展，**創造出馳名全球的自行車龍頭品牌「Giant捷安特」**。
- 全球產銷總值突破新台幣500億元，為**全球產值最大自行車集團**。

(四)經營績效：

- 全球9座製造基地，13家銷售子公司，11,125家零售據點。
- 目前(2013/1/25)公司**股價新台幣152.5元、EPS 8.04元**。

(五)其他：推動全球自行車騎乘風氣，領導者以Cycling傳教士為信念，帶動市場自行車休閒風潮。

- 一、企業名稱：佰龍機械廠股份有限公司

二、主要產品/服務：圓編針織機、橫編針織機

三、近1年營業額：20億元

四、員工人數：190人

五、獲獎理由：



(一)關鍵技術：

- 將紡紗、織布整合為單一針織機。
- 開發“Pandora軟體”，可將照片掃描後，立即針織顯現。
- 研發人員占比27%，擁有**500多項專利**及**自行設計製造6種世界首創之設備**。

(二)市場定位：專注於針織機械研發製造

- **針織機產量世界第一**。
- **全球第3大針織機械製造廠**。

(三)品牌發展：建立針織機「PAI LUNG」自有品牌，行銷美、德、義等**72個國家**。

(四)經營績效：

- 去(2012)年全球景氣趨緩下，**營業額20億元**仍較前(2011)年**逆勢成長43%**
- **圓編針織機**占台灣該項產品出口總值5成以上。



# 第1屆卓越中堅企業介紹

- 一、企業名稱：法藍瓷(股)公司
- 二、主要產品/服務：陶瓷
- 三、近1年營業額：約新台幣4.2億元。
- 四、員工人數：1,436人
- 五、獲獎理由：



## (一)關鍵技術：

- **獨家軟模技術**、無毒釉料配方及環保製程。
- 近3年已申請177件專利、300件著作權。

## (二)市場定位：

- **以頂級陶瓷禮品市場為目標。**
- 獲紐約國際禮品展及英國禮品協會最佳禮品首獎，**連續6年獲得聯合國傑出手工藝獎章。**

## (三)品牌發展：

- **「FRANZ」為法藍瓷品牌**，於美國、歐洲、日本等56國超過6,000個銷售據點。
- 打破歐洲百年瓷藝品牌如Wedgwood、Meissen等獨領世界風騷的歷史，**成為功能性藝術陶瓷之全球品牌第1名。**

(四)經營績效：2011年全球營業額新台幣19.7億元，**每年平均成長15.5%。**

(五)其他：總裁**陳立恆**在國際禮品業超過30年，**2012年**入選**富比世(Forbes)**「**全球時尚界最具影響力25位華人**」名人榜。

- 一、企業名稱：長春人造樹脂廠股份有限公司
- 二、主要產品/服務：丙二酚、石碳酸、丙酮、環氧樹脂(液態)、絕緣紙(IPA)、PBT 純樹脂、PBT Compound、環氧樹脂、甲醇、THF、環氧樹脂、酚醛樹脂銅箔積層板、環氧樹脂銅箔積層板、電木粉、環氧樹脂成型材料、福美林、酚醛樹脂、三聚甲醛等

三、近1年營業額：513億元

四、員工人數：1,757人

五、獲獎理由：



## (一)關鍵技術：

- 擁有**不含鹵素之難燃性環氧樹脂開發技術**，專利數達**37件**。
- 為**全世界唯一**能將**電路基層板**，及**IC封裝材料**由**原料至成品垂直整合**的廠商。

## (二)市場定位：

- 在**PCB基板材料產業總產量佔世界第3位**。
- **電子級環氧樹脂封裝材佔世界6成市場**。
- **電木粉世界排名第3**。

## (三)品牌發展：

- **已在台灣、中國、美國、歐洲註冊商標**，包括CCP、LONGLITE、WINLITE等。
- 行銷美、歐等60餘國，主要客戶有奇美、鴻海、台積電、聯茂等。

(四)經營績效：2011年**合併營收為577億元**，**營收成長率5.3%**，**每股盈餘為19.07元**。





# 第1屆卓越中堅企業介紹

- 一、**企業名稱**：建大工業股份有限公司
- 二、**主要產品/服務**：自行車內外胎，機車、速克達、沙灘車內外胎，工業用車內外胎，農耕機、割草機內外胎，輕型卡汽車、拖車內外胎，防水膠布等。

三、**近1年營業額**：64億元

四、**員工人數**：1,450人

五、**獲獎理由**：

(一)**關鍵技術**：

- 利用高silca配方做出低滾動阻力輪胎。
- **獲得台灣/歐洲/美國/大陸1項發明專利、35項新型專利及12項新式樣專利。**

(二)**市場定位**：專業車胎製造商，**高爾夫球車胎為北美市占率第一，登山車胎在北美市占率30%以上。**

(三)**品牌發展**：

- 擁有**KENDA自有品牌(自有品牌佔91%)**。
- 產品銷售以亞洲、美洲與歐洲為主，目前**行銷超過150個國家，擁有250條通路。**

(四)**經營績效**：2011年**合併營收為281億元，營收成長率26.6%；每股盈餘4.38元。**

- 一、**企業名稱**：致茂電子股份有限公司
- 二、**主要產品/服務**：精密電子量測儀器、自動化檢測系統
- 三、**近1年營業額**：2011年營收53.4億
- 四、**員工人數**：1,245人
- 五、**獲獎理由**：

(一)**關鍵技術**：

- 擁有**全球首創LED燈泡自動組裝檢測技術**。
- 擁有**全球首創交換式電源供應器多點測試技術**。
- 擁有**全球唯一最高亮度(9,999 nits)數位廣告看板顯示器檢測技術**。

(二)**市場定位**：

- **電力電子測試系統、電源供應器檢測系統全球市占第一。**
- **被動元件、電氣安規及電動車測試系統亞洲第一品牌。**
- 深耕全方位測試與自動化解決方案，創造高度市場進入門檻。

(三)**品牌發展**：以自有品牌 **Chroma** 行銷全球，並深獲國際大廠Apple、Google、Sony、Philips等採用與肯定。

(四)**經營績效**：

- 量測及檢測產品遍及半導體、LCD、電動車、LED、太陽能等重要ICT產業。
- **歷年均維持50%高毛利**，2011年稅後盈餘15.2億，EPS 4.06元。



簡報完畢 敬請指教

**Thank you !**