



名家觀點

RCEP內涵沒有外表耀眼

■李淳

「區域全面經濟夥伴關係協定」(RCEP)昨天終於簽署。表面上RCEP無比巨大,15國人口逾20億,貿易額與GDP都占全球三分之一,是全球最大的貿易協定區域。乍看之下,加入者一起升天,排除者跌入地獄。但果真如此?

關鍵在細節。初步拆解RCEP可發現,其內涵可能沒有外表耀眼。依據RCEP之前公布的資訊,零關稅比例可達92%。但這句話很有玄機,因為以日本為例,其農產品五大聖品(稻米、麥、牛豬肉等)都不降稅,平均農產品零關稅比例只有六成,比起CPTPP的九成差太多,而且原來「零關稅達92%」是老開的話術,指的只有

製造業,不包含農產品。又很快掃了一下文本,發現談了八年,東協十國及中國大陸最終還是沒開放政府採購市場,令人失望。

因為RCEP有二個性質,一是現有「東協加一」協定的升級版,一個是建立中日韓自貿關係。對台灣影響也分兩軌,一是在東協市場面對中日韓的競爭有無改變,另一軌則是在中國市場面對日韓的競爭有無升級。

在東協市場,過去十餘年來,業者面對東協加一FTA,已經歷過一段痛苦的調適期,目前看來腳步稍微站穩,加上目前我國出口到東協已有約77%產品也可享有零關稅,因而出口東協重要市場的占有率,這幾年不但沒下滑

還緩慢增長。根據資料,RCEP的平均製造業產品零關稅比重,會從原來FTA的90%升級92%,對台灣整體影響有限。目前還沒時間精算,但額外消滅2%產品的關稅,若涉及鋼鐵、電機、紡織、塑化等我國原本就跟中日韓纏鬥的產品,仍然有殺傷力,要協助因應。

另一軌在中日韓部分,是這次RCEP對我國主要影響所在。在RCEP框架下,中國大陸與日本,日本與南韓這兩個現在無自貿關係的國家因此建立自貿關係。日本也發布官方說明,未來日本出口到中國大陸的零關稅製造業產品,會從8%增加到86%,但要分十年才會達到。台灣現在出口中國產品已約有七成零關稅,重點在剩下三成要繳關稅的產品,就會面

對來自日、韓的潛在挑戰。例如立式工具機,目前我國是中國大陸第二大工具機進口來源,跟日本一樣面對9.7%關稅,若日本關稅降為零,衝擊就很可觀。所幸,中國大陸RCEP承諾,還是將立式工具機排除降稅,日本關稅維持9.7%不變。但這樣並不能讓業者開心,因為我國面對中國本地業者的競爭衝擊並未因此改變,充其量不會因RCEP而背負受敵。

事實上,根據日方官方說法,RCEP對日本在中國大陸市場受益最大的產品,是汽車與零組件,這對台灣影響比較小,因為並非台灣主力競爭產品。

RCEP絕對有衝擊,對東協市場的衝擊較小,在中國、日本市場影響比較大。不過事前大家就研判RCEP自由化

程度不會太高,經初步分析實際上也是如此,因而有衝擊不能鬆懈,但也不用過於緊張。

筆者從過去參與ECFA一路走來的經驗顯示,改善兩岸關係也無法獲得支持加入RCEP。過去馬總統時期,曾一度跟馬來西亞的FTA稍有眉目,立即被中國駐馬大使公開警告馬國不要妄動後告吹。一國都不行,何況是15國?面對衝擊,我們還有不好走但可行的路可走,包含持續升級拉開價格差距、輔導業者重新落地東協生產、加入CPTPP以及全力參與以「信賴、志同道合」為條件的下世代供應鏈等,可以繼續努力。(作者是中經院WTO與RTA中心副執行長)

董座潘健成專訪

財報亮眼 前三季業績同期最佳,外資看好今年賺逾四股本
大廠青睞 打入一線國際品牌供應鏈,明年毛利率可望衝高

群聯大變身 NAND精品店

記者張瑞益、李孟珊 / 台北報導

儲存型快閃記憶體(NAND Flash)控制IC大廠群聯董事長潘健成表示,群聯成立迄今20年,透過穩紮穩打,一步一腳印進入「樸實變身」的階段,更成功將群聯當作工業品牌向全世界行銷,由過往打白牌市場,現在已成功打進多家國際一線(Tier 1)品牌大廠供應鏈。

潘健成透露,現在群聯已從過往市場口中形容的「雜貨店」,晉升為「精品店」,訂單與專案多到接不完,尤其來自國際一線大廠客戶的合作案毛利率更好,「明年營收增幅將會非常顯著,而且毛利率會更漂亮」。群聯因為擁抱國際一線大廠,將可擺脫過往受制NAND價格波動,營運動盪的風險。

他說,群聯在2018年第3季與超微合作,完成業界視為「不可能的任務」的合作案,成功打響在國際一線品牌大廠市場的知名度,現在只要是產品用的到NAND晶片相關應用的國際大廠,無論是做遊戲機、伺服器,還是筆電、手機,都會想找群聯合作。潘健成表示,群聯目前已經掌握多家「非常有名」的美系一線品牌大廠訂單,展開長期合作,為此,群聯特別擴大美國辦公室編制,強化國際服務。

今年NAND晶片市況動盪,近期價格更是跌跌不休,群聯前三季仍繳出稅後純益49.15億元,每股純益

24.94元的佳績;加計本季還有處分業外收益,已有外資出具報告,看好群聯今年將賺逾四個股本。

加速發展 訂五年大計

他強調,群聯正邁入「快速滲透一線國際品牌客戶平台」的階段,相關效益請大家拭目以待。潘健成日前接受本報專訪,以下為訪談紀要:

問:群聯營運近況?

答:今年第1季我們繳出很不錯的成績單,但第2季受到全球新冠肺炎疫情蔓延影響,營運略為下滑,第3季重新恢復成長,累計前三季營收達356.56億元,年增率近14%,為同期新高。

受惠下半年購物旺季,以及新款遊戲機即將上市的拉貨需求,群聯全球客戶已陸續積極備貨,持續正面挹注群聯下半年營收與獲利。

外界原本預期,群聯今年營收將跨過500億元大關,創新高,我們原本也樂見其成,但第2季受疫情導致

下游備貨急凍的影響太大,目前看來,今年要做到「年營收500億元」的目標恐難達陣。不過,隨著我們的客戶群愈來愈廣,加上NAND應用愈來愈多,我對明年營運深具信心。

問:群聯接下來策略?

答:群聯2001年成立迄今滿20年,過去我們以每五年作為一個發展階段,現在是第五個五年的開始,以快速滲透一線國際品牌大廠(Tier 1)平台為目標。更具體來說,五年前,群聯前十大客戶中,只有二家是一線國際品牌大廠,目標是五年

後,前十大客戶要有七家是一線國際品牌大廠。

攜手超微 打開知名度

過去20年,群聯營運與NAND晶片價格波動連動性高,第一個十年,我們在找生存方法;第二個十年,我們找出對的營運模式。

問:群聯如何打開國際知名度,獲得一線國際品牌大廠青睞?

答:2018年和超微合作設計生產PCIe 4.0產品是關鍵。當時超微要推新一

代中央處理器(CPU),然而業界龍頭英特爾放話要跳過PCIe Gen4規格,直接發展PCIe Gen5,加上超微當時規模不比現在,很多群聯的同事都不願意協助超微開發PCIe Gen4 SSD控制晶片。

我印象非常深刻,超微是在美國時間2018年8月9日邀請群聯一起合作,希望在2019年1月4日的美國消費性電子大展(CES)時,在展

場展示其搭載群聯晶片的產品,短短五個月的時間要趕出晶片,業界都認為是「不可能的任務」,群聯當時對於接不接這個案子也有很多意見。

後來我們決定接下此案,並且不計代價趕進度,最後真的在CES展提供超微四顆完成的IC。一般而言,一個PCIe Gen4 SSD平台從零到到量產,要花二年到二年半,群聯最後只花了九個月結案,讓超微的產品如期在2019年7月7日如期上市。

這個案子讓群聯開啓和超微這樣的國際大廠合作,

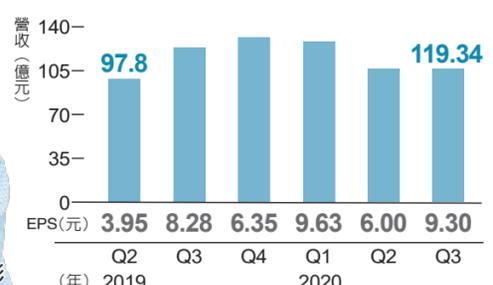
「群聯好厲害」的評價也在國際間傳開。到今年,群聯已完全拿回當初投入的成本,但我們獲得的不僅是回本,超微之後與美系大廠談遊戲機合作,第一個就想到找群聯一起,目前群聯手上接洽中多個案子也都是因當時完成超微「不可能的任務」慕名而來。

群聯把握住機會,透過那一戰讓很多國際級大廠看到群聯,也讓群聯從市場口中形容的「雜貨店」,晉升為「精品店」。同時,透過穩紮穩打,一步一腳印進入「樸實變身」的階段。

群聯小檔案

股號	8299
成立時間	2000年11月8日
上市櫃時間	2004年12月6日
資本額(億元)	19.71
董事長	潘健成
總經理	歐陽志光
主要產品	●快閃記憶體模組 ●控制晶片

群聯營運



群聯電子董事長潘健成

記者邱德祥 / 攝影

群聯董座潘健成談話重點

群聯現況 進入「樸實變身」的階段,更成功將群聯當作工業品牌向全世界行銷,由過往打白牌市場,現在已成功打進多家國際一線(Tier 1)品牌大廠供應鏈	群聯策略與目標 ●以快速滲透一線國際品牌大廠(Tier 1)平台為目標 ●目標未來五年,公司前十大客戶中,有七家是一線國際品牌大廠	群聯全球布局 以台灣竹南總部為中心點,並且在台北有辦公室,海外據點則有大陸合肥,以及美國	擴大徵才計畫 目前台灣研發人員約1,550名,至少再要找400位研發人員,整體而言,「徵才無上限」	看NAND Flash後市 ●雙11、感恩節、耶誕旺季效應,近期報價回穩 ●淡季市場端降庫存,明年第1季市況不會太好 ●明年第3季可望再次出現供不應求榮景
---	--	--	---	---

資料來源:公開資訊觀測站、採訪整理

經濟日報

強化戰力 研發能量日不落

創業20年 營收翻30倍

問:如何看NAND Flash後市?

答:目前看來,NAND Flash價格近期已有穩定跡象,加上手機市場在歷經第2季至第3季的慘淡後,已陸續出現品牌廠追單現象,中階機種需求更是明顯回升,還有多款新遊戲機拉貨,加上雙11及感恩節、耶誕旺季,也可望有帶動一波拉貨潮,都將穩定NAND Flash需求。

我認為,礙於淡季市場端降庫存,明年第1季NAND Flash市況不會大好,明年第3季NAND Flash可望再次出現供不應求榮景,

一方面是傳統旺季效應,更重要的是5G帶來的基地台與終端產品應用,加上車電、人工智慧、物聯網等多元應用百花齊放。

群聯的營運並不怕NAND Flash跌價,就像假如我開一家餐廳賣炒飯,米價下跌我會不高興、會擔心嗎?其實真的不會,對群聯來說,最多就是影響二至三個月的時間,但從2016年以來,群聯的獲利就已和NAND Flash價格漲跌明顯脫鉤。

問:群聯的的全球布局計畫?

答:我們是以台灣竹南

總部為中心點,並且在台北有辦公室,海外據點則有大陸合肥,以及美國。

由於國際一線品牌大廠客戶愈來愈多,尤其來自美國的大客戶源源不絕,最近我們才宣布於美國科羅拉多州成立系統整合及技術研發中心,主要是為當地企業級SSD客戶與夥伴提供更完整、更即時的技術支援與客製化服務。

我們看到客戶對於企業級SSD的客製化需求日趨上升,而這樣的客製化需求缺口正是群聯長期以來透過韌體、控制晶片IC設計、驗證、

系統測試等完整的研發工程團隊建立的競爭優勢,群聯第一個於美國設立的SIE研發中心,將逐漸建構起群聯全球的「日不落」研發能量,未來不僅能協助群聯提升整體客戶服務品質,強化戰力,更能爭取更多的訂單。

問:群聯在企業社會責任(CSR)有何作為?

答:群聯相當重視友善環境,即便群聯是IC設計公司,並沒有高耗能的工廠,群聯今年仍花錢在總部頂樓架設太陽能發電系統,希望能夠多使用綠能,為環境多盡一點心力。

另外,群聯有蓋一個有機農場,使用再生水灌溉,並且設計獨立系統收集雨水、也特地設計灌溉的水流通道,藉此讓水資源的運用更自然、更高效並節省水源,更重要的是整個農場的運作都是以友善土地為出發點,也讓群聯在企業社會責任有更多的參與及付出。

同時,我們也希望能多回饋受惠,用賺來的錢照顧社會上需要幫忙的人。今年10月我們剛辦完公司成立20周年活動,在當天我們捐助弱勢團體1,000萬元,這是我們長期以來都在做的事。

【記者李孟珊、張瑞益 / 台北報導】2000年11月,一個來自馬來西亞的26歲小夥子剛拿到交大電控所碩士學位沒多久,與四個夥伴共同創辦群聯。20年過去了,昔日的小夥子已經成了中年人,多年前還一度捲入假帳風暴,儘管風風雨雨,但幹勁不減,這個人,就是群聯董座潘健成。

專訪當天,潘健成的電話響不停,他頻頻向我們道歉,「不好意思,最近接的案子太多,真的忙不完。」訂單多,理應很開心,但現在IC設計業最擔心缺晶圓代工產能,群聯因為20年來都和聯電合作,獲得聯電力

挺,潘健成現在最傷腦筋的,是「人不夠用」。為什麼人不夠用?不僅因公司案子源源不絕,更因為潘健成對砸錢投入研發更不手軟。群聯當年以全球首顆單晶片USB快閃記憶體隨身碟控制晶片起家站穩腳步,從成立第一年營收僅1.4億元,拓展至工業用產品、設計服務等領域,如今年年營收500億元邁進,用20年讓年營收放大30倍以上的秘訣,潘健成毫不猶豫地說:「就是要敢砸錢研發」。群聯今年上半年研發費用占總營收比重約8%,若以年營收逼近500億元計算,今年至少要砸40億元。