



光通訊產業回春受益者

華星光通 大陸光纖到戶小霸王

挺過網路泡沫化時代的黑暗期，華星光通在2010年繳出成立十餘年來最佳成績單，素有「矽谷華裔光纖教父」之稱的龔行憲董事長說：「感謝原始股東的相挺，讓華星光通安然度過最艱難的時期」。

撰文／孫慶龍 攝影／陳郁文

於 1999年在美國加州成立的光通訊主動元件零組件供應商華星光通科技，2010年11月16日正式在台灣登錄興櫃掛牌，華星光通在2008、2009年分別繳出每股稅後

純益1.4元和1.2元的穩定表現，而2010年更受惠於光纖產業的快速發展，營運表現大幅躍升。2010年1~10月累積營收新台幣8.96億元，稅後淨利9,565萬元，獲利不僅超越2009



■ 華星光通以穩紮穩打的經營方式，成功擴展市場，穩站大陸光纖到戶龍頭。

年全年獲利水準，創下歷史新高，年增率更逼近3倍，每股稅後純益2.93元，可說是華星光通成立十餘年來的最佳表現。

華星光通主要銷售產品分為光通訊雷射及極光二極體元件磊晶片和晶粒、金屬座光學次模組、單向光學次模組、雙向及三向光學次模組及光纖通訊收發模組代工服務等五大類，目前更以銷售光通訊主動元件次模組為主力，占營收比重逾九成，產品領域包含將光纖通訊光收發模組應用於Datacom、Telecom、安全監控等用途，以及主動光線纜（Active Cable）、HDMI和雲端運算，而在中國大陸市場崛起下，產品銷售區域以亞洲為主，占總營收比重約63%，美洲市場則為24%。

從藍光LED 轉戰光通訊

談到華星光通的靈魂人物——龔行憲董事長，就不得不先翻閱過去的一段輝煌紀錄。

龔行憲董事長於1983年時以400萬美元在美國矽谷創業，專攻光通訊領域中最難突破的高功率雷射技術，17年期間不但成功打開美國市場，2000年時更以411億美元（新台幣1.27兆元）的價格，將公司出售給當時全球最大的光通訊元件商JDSU，高達10,000倍的投資報酬率，至今不但無人能出其右，龔行憲董事長更被尊稱為「矽谷華裔光纖教父」。

精準的投資眼光，同時也讓龔行憲董事長能夠帶領華星光通，度過全球網路泡沫最低迷的年代。

「華星光通創立在光纖產業最蓬勃發展的時候，但卻也很快面臨到網路泡沫化的影響。」龔行憲董事長說，2005年以前，華星

光通曾身陷虧損的泥淖中，所幸原始股東一路相挺（包含宏碁旗下的智基科技第一基金、中鋼旗下的中盈投資、宏碁創辦人施振榮所創立的智融及聲寶），加上營運團隊在技術上持續不斷地開發投入，2005年在光纖通訊產業開始復甦之後，公司的營運不但轉虧為盈，更漸入佳境，2010年在中國大陸、日本、韓國等國家積極推動FTTx（光纖到家）建設帶動下，業績大幅成長。

談起華星光通的創立，龔行憲董事長提及，在剛成立華星光通時，最想做的是藍光LED，主要是支援光林電子（目前已經是光寶集團旗下轉投資公司），「但在1999年，光通訊產業實在是太吸引人了，」龔行憲董事長笑說，1998～2001年間網際網路發展迅速，帶來龐大市場需求，光通訊產業不僅是當時最



■ 龔行憲董事長以精準的投資眼光，帶領華星度過網路泡沫的年代。



熱門的產業，新興的光通訊公司更如雨後春筍般成立，「華星光通也是跟著當時的全球投資熱潮，一頭栽進光通訊產業的領域。」

泡沫化衝擊 重心移台灣

在2001年完成廠房建置並取得資金挹注的華星光通，當正要大步向前邁進時，卻遭遇到網路泡沫化的挑戰，「2001~2003年，光通訊市場快速萎縮，大家都不敢買東西了。」龔行憲董事長說，儘管當時華星光通已經找到幾個重要客戶，但在整體大環境不佳的衝擊下，營收表現不如預期，面臨虧損的狀況。

「當時的新公司大部分都倒閉了，能夠活下來的不到20%，」龔行憲董事長回憶道，為了讓華星光通能在網路泡沫化中存活下來，他在2003年時做了一個很困難、卻是關鍵性的決定。「經過董事會討論之後，我們決定在2003年結束華星光通在美國的營運據點，將生產線全數移轉到台灣。」龔行憲董事長表示，這個決定主要考量是降低成本，現在回想，則是一個明智且不得不的決定，他強調：「如果當時我們沒有這麼做的話，華星光通就會和大部分的公司一樣，無法存活。」

將經營重心移回台灣的決定，同時也是華星光通進入到亞洲市場的開端。「我還記得華星光通在亞洲市場的第一張訂單，就是來自工研院。」龔行憲董事長說，在剛回到台灣時，由於全球光通訊產業市況仍處於谷底，令華星光通在營運上難以擺脫虧損窘境，直到2004至2005年間，慢慢爭取到前鼎等公司的訂單，再加上光通訊產業在2005年開始復甦，帶動出貨量增加之後，華星光通才真正開始穩

定賺錢。

2006年及2007年，是華星光通站穩腳步，累積實力的階段。華星光通的經營方式，一直採取穩紮穩打、以蹲馬步方式作基礎，「2006~2007年全球光通訊產業剛從谷底復甦，因此把目標定在先穩定公司，暫緩大幅擴張的腳步。」龔行憲董事長說。

隨著營運狀況益趨穩定後，2007年開始，華星光通踏上進軍中國大陸市場之路。龔行憲董事長指出，2007年以來，光通訊產業需求成長最快速的區域就是中國大陸市場，這對經營重心放在亞洲地區的華星光通而言，自然不能缺席。經過多年努力，目前華星光通FTTx（光纖到戶）的相關產品，已在中國大陸有超過六成的市占率；且截至2009年止，已累積十餘家客戶，並透過台達電、WTD、Hisense、等中國大陸客戶間接打入華為供應鏈中。

除了中國大陸市場之外，在技術要求較高的日本市場，華星光通也頗有斬獲，從2008年開始進入以來，目前已經累積了為數不少的日本客戶。

進軍大陸 最具關鍵戰役

談起華星光通在中國大陸市場的搶灘成功，龔行憲董事長和張裕忠總經理異口同聲表示，2009年擊敗日商Mitsubishi是華星光通在中國大陸發展最具關鍵的一役。

張裕忠總經理表示，能夠成功戰勝Mitsubishi主因有三，首先是因當時Mitsubishi的產能不足，沒有辦法滿足中國大陸客戶的需求；其次，由於Mitsubishi只有Lasers發光技術卻沒有收光技術，而華星光通則擁有發光技術

和收光技術完整的解決方案，技術品質也能符合客戶要求，更能滿足中國大陸的市場需求；最後，他不諱言，兩岸同文同種優勢，可以快速反應中國大陸客戶的需求。也就是憑藉上述三項優勢，讓華星光通順利擊敗Mitsubishi，搶下中國大陸業者的光纖到戶訂單。

擊敗Mitsubishi後，由於中國大陸光通訊業者的技術能力落後華星光通約2至3年的時間，在幾乎沒有競爭者的情況下，華星光通得以從中國大陸光纖到戶政策所衍生出來的龐大需求中迅速開疆闢土，奪下逾六成的市占率。

「若單就技術能力來說，華星光通可說處於全球領先者的位置，而在Lasers發光技術的部分，距離領先者也不遠。」張裕忠總經理說，華星光通的優勢在於能夠結合來自美國矽谷的研發能力、台灣優異的晶粒元件生產技術，以及高效率的TO自動化封裝技術，完整掌握從上到下的磊晶、晶粒、光電封裝、雙向及三向BOSA等設計、量產能力及光收發器模組製造能力，進而提供最有競爭力的品質及成本，才能在全球光纖通訊零組件市場中，取得獨特的領先地位。

為上市準備 增加競爭力

而對於華星光通未來的發展，龔行憲董事長以及張裕忠總經理皆強調，由於世界各國均積極進行FTTx建設，加上3G/4G無線通訊基地台、雲端運算和光學USB等新需求帶動下，網路通訊市場未來一定還會繼續成長，特別是在亞洲市場方面，光纖應用成長的速度會非常快，因此對於華星光通未來的發展深具信心。

為了要在面對挑戰時能更具競爭力，華星



■ 專業的研發技術，是華星光通取得領先地位的關鍵。

光通已於2010年11月16日正式在興櫃市場掛牌，對於上市這個決定，龔行憲董事長表示，起初他也很猶豫，畢竟若華星光通已經經營的不錯了，又何須上市？

然而仔細思考過後，龔行憲董事長發現，華星光通成長到現在，在產品上除了與美國大型光通訊公司有合作外，也出現部分產品線是與他們互相競爭的情況，「未來華星光通若要再進一步成長，遇到的競爭對手都是大公司。」龔行憲董事長認為，上市是華星光通此階段必須要做的事情，因為上市不僅可以增加華星光通募集資金的能力，更能夠增加吸引人才的籌碼。

「關於上市，我們一直是以戰戰兢兢的心情在做準備。」龔行憲董事長表示，私人公司在經營上遠比上市公司容易得多，但要成為上市公司，在制度上就必須更加完備，成本自然也會增加。

「不管是面對上市或未來的挑戰，華星光通都已經準備好了，也很願意接受這項挑戰。」龔行憲董事長充滿自信的說。

