



技術紮根，驅動未來 友嘉集團

公司簡介

友嘉集團為一擁有工具機、產業設備以及PCB三大事業群之綜合企業，並以集團品牌「FCG」行銷全球，其中工具機事業部成立於1985年，並投入先進CNC電腦數值控制車床系列的開發與生產，目前已成為兩岸中高階工具機生產龍頭廠商。集團生產基地橫跨兩岸及日本、歐美等地，並以台灣為主要的研發與國際行銷中心，旗下控股公司友佳國際於2006年在香港上市，看好台灣資本市場優勢與未來持續投資所需資金，友佳國際已於2010年3月成功回台發行台灣存託憑證(TDR)。

兩岸策略佈局，紮根永續經營

友嘉集團朱志洋總裁表示：「台灣是一個寶地，台商企業不管大陸市場有多大，台灣都絕對不能放棄。對我們來說，台灣就像是樹根，是吸收水分與養分的來源，如果根扎得不

夠深，上面的枝葉不會長成大樹」。為維持產業領先地位，友嘉集團今年持續在兩岸投資，除了預計在大陸擴建新廠外，位於台中精密機械園區與苗栗工業區的新廠房，預計可於2012年完工投產，屆時將可大幅提高產能以因應持續成長的訂單需求。

「對大陸投資，就是抓市場、抓製造。」朱總裁說，友嘉一開始就是定位「大陸做內需，台灣做研發與外銷」。朱總裁亦積極收購海外工具機品牌，他的策略是「技術轉移」，把高一等級的技術放到低一等級的市場，創造出相對較高質量的產品區別。工具機的技術以歐洲為頂尖，友嘉把歐洲的品牌技術放到日本，把台灣的放到大陸，讓友嘉的產品在每個市場都是質量最好的。21年前，友嘉的營業額才新台幣100萬元，是台灣最小的，朱總裁歸功於抓到很重要的市場先機，塑造了現今友嘉集團的規模。

ECFA開路，發揮台灣工具機優勢

友嘉集團總裁朱志洋認為，兩岸簽署經濟合作架構協議(ECFA)後，對質量性能優於對岸的台灣工具機更具優勢，已有日本企業要來台灣合資設廠，攜手搶進大陸市場。「不管有沒有簽ECFA，我們都會回台灣投資。」朱總裁說，台灣製造的「MIT」畢竟還是跟「大陸製造」不一樣，且台灣的國際化與行銷能力比對岸強，多數買家還是想買台灣貨。

朱總裁說，台灣機器性能佳，即使產品比對岸貴兩成，還是很受歡迎。而ECFA簽署後，台灣工具機出口大陸降低10%關稅更是一大利多，「即使只降5%，都很多人想買」。五、六年前，台灣工具機在大陸的市場率仍有49%，但在市場競爭激烈下，現在已滑落剩約三分之一。朱總裁表示，在台灣工具機成本下降10%以後，企業淨利也能夠進一步推升，跟韓國產品價格變在伯仲之間，與較低廉的大陸產品價格相比也更為接近。

壯大台灣工具機產業，進軍全球市場

朱總裁認為，大陸最吸引人的，是有龐大的市場優勢。全球工具機市場規模約600多億美元，其中40%就在大陸，排名世界第一，從第二名的德國加到第八名的法國，都遠遠不及大陸，這是台灣企業的契機，但大陸工具機產業的崛起，也威脅著台灣企業。目前全球前三大工具機企業有兩家來自大陸，但台灣工具機企業除了友嘉以外，沒有其他廠商擠進全球前15大。「政府應該鼓勵中型企業合併成大型企業」，朱總裁說他希望台灣能塑造出第二個、第三個友嘉，讓台灣工具機產業在全球市場占一席之地。

「雖然大陸市場很大，但大陸的國際化才剛起步，不像台灣已經非常接軌。」朱總裁點出大陸的問題，他看好台灣人員對國際市場的行銷能力與國際化部份比大陸要強，產品畢竟是要賣到全球與所有國家競爭的，他還是會持續投資台灣。「或許假以時日，以內需市場為主的大陸廠也會開始外銷。」朱總裁說，但那畢竟是以後的事，友嘉集團的全球市場仍是以台灣為主要基地，15%賣台灣，85%賣全世界，堅持「台灣投資、台灣銷售」。

