

注資86小舖 布局東南亞美妝商機

崇越電從神奇的矽膠看到美麗商機

文／張嘉伶

崇越電受惠於全球矽利光大缺貨，帶動公司獲利大幅成長，他們也把觸角伸到86小舖，藉此進軍美妝領域的新市場。



崇越電原本是賣矽利康原物料給86小舖美妝產品，感受到美妝產業的潛力因而投資該業者。

「現在女孩們都愛搽的不沾杯口紅，就是用我們崇越電的矽利光(Silicone)材料，才會這樣光滑又閃亮！」說話的是崇越電董事長潘振成，他在這家公司工作三十年，看到矽利光產業的新成長力道，就是來自於美妝和醫療產業。

矽利光應用無所不包

矽利光(Silicone)又稱為矽膠，它的樣貌千變萬化，在生活裡可以說是無所不在，因為這個材料是從天然礦石提煉出來，具有光滑

耐高溫的優點，從負二十度到二百度都不會變質，產品從民生到科技都有！

小至孩童吃的奶嘴、女性喜愛的閃亮眼影、口紅、潤絲精，大到汽車零組件、防水塗料、風力發電的葉片原材料、太陽能電池的絕緣框、電腦螢幕保護膜，LED封裝、工業用遮蔽膠帶、特殊面板防汗劑，就連智慧型手機面板、穿戴式裝置，也都離不開矽利光應用的範疇。

不過矽利光這樣重要的原物料，世界上卻只有四大業者掌握源頭技術，最主



要的業者包括美國陶氏化學的道康寧 Dow Corning、日本信越化學 Shin-Etsu Chemical、阿波羅基金公司買下的邁圖 Momentive，以及德國瓦克 Wacker。光是這四大業者就拿下矽利光一年兩百億美元市場的八成市占率，剩下則是由中國業者瓜分。

說起日本信越化學，很多人可能並不認識，但在日本股市，信越化學可是一家股價一萬二千多日圓的公司，該公司主要有半導體矽、聚氯乙烷、矽利光等產品，今年以來公司股價已經上漲五〇%、年營收高達一兆二千多億日圓，矽利光產品營收約有一千八百億日圓，崇越電通就是專門代理

信越化學的矽利光產品。

崇越電不僅是日本信越化學的代理商，信越化學也是崇越電的股東；為了更進一步掌握貨源，早在一九八六年，信越化學來台設廠時，崇越電就搶先與信越化學合資，拿下六%的股權，握有一席董事，透過交叉持股的模式，確保崇越電的原料供應無虞。

崇越電進軍美妝市場

在崇越電工作逾三十年的潘振成說，中國改革開放後，計算機產品的需求大增，而矽利光材料剛好就是應用在計算機的鍵盤按鍵。「當時英業達、仁寶這幾家業者，都是從生產計算機起

家，這些業者都是後來才轉做電腦」，潘振成說，之後電腦按鍵、家用電話、遙控器按鍵，現在也全都由矽利光材質製作。

近年來，台灣美妝產品外銷逐年成長，崇越電因此有了新的商機。幾年前台灣電商品牌86小舖從電商起家，一路擴張到實體店面，當時86小舖為了發展自有品牌商品，透過崇越電得到日本信越化學的配方，由崇越電負責出貨。崇越電引介化妝品代工廠，讓86小舖自有品牌的 Miss Hana 眉筆、眼線筆成本降低，由於商品以高C/P值著稱，產品迅速一炮而紅，銷售數字狂飆，甚至賣到中國大陸與東南亞。

後來，崇越電也直接投資86小舖，首度把觸角伸到品牌商店，打開崇越電在美妝領域的新市場。「儘管美妝產品跟醫療面罩等商品，

占我們崇越電營收占比才一〇%，但美容的市場潛力很大，且美妝產品的毛利率比一般產品高。」日前才到越南、印尼開設分公司的潘振成說，東南亞的女性對於美容產品，消費力相當高，而台灣做美容化妝品、保養品的外銷市場，每年都有一三%的成長率，這也是矽利光產品的一個發展重點。「跟著流行走就對了！」看來潘振成對於矽利光產業仍非常有信心。

尤其，最近這一年，中國政府去化過剩產能，加上環保議題，幾個中國矽利光廠因此停業，歐洲部分廠商也有罷工問題，導致矽利光缺貨，帶動價格水漲船高，而國內唯一矽利光概念股崇越電也跟著豐收，七、八、九月業績連續創新高，第四季也維持強勁態勢。

法人表示，以矽利光應用如此廣泛，國內唯一的概



Profile 崇越電

董事長：潘振成
資本額：6.41億元
2016年營收：72.28億元
2016年EPS：4.68元
發展背景：與日本信越化學合資，成立台灣信越矽利光新竹廠

楊祖宏／攝

崇越電董事長潘振成透露，新的投資者優達斯Uitox近期入股86小舖，將要衝刺東南亞美妝市場。

86小舖找到富爸爸 要當東南亞美妝網紅彈藥庫

「電商這幾年發展快速，競爭也是異常的激烈」，崇越電董事長潘振成說，蝦皮大軍日前靠著免運、免手續費，把網家 PChome 旗下的露天打得潰不成軍。網家富爸爸趕快拿 10 億元銀彈給露天打仗，而崇越電投資 86 小舖，最近也找到了富爸爸，據悉潤泰集團尹衍樑投資的新加坡商優達斯 (Uitox)，正準備入主 86 小舖，未來還要幫 86 小舖打入跨境電商，進軍東南亞市場。

2007 年創立的 86 小舖，是台灣自創品牌，曾在雅虎奇摩拍賣創下單件產品下單 3 萬次的紀錄，可說是最大美妝賣家，當時華威創投相當看好同時布局線上、線下的 86 小舖，僅在短短幾年營收衝高至 10 億元、粉絲數衝到 100 萬人，三年前還因此投資 86 小舖。

當時同樣看好 86 小舖的銷售表現，還有崇越電，五年前投資 5000 萬元給 86 小舖。惟最近電商的競爭加劇，各家業者爭相增加銀彈，現在 86 小舖也找來優達斯入主。

優達斯經營台灣電商 ASAP 以及跨境電商，剛開始推出 ASAP 時，曾用台北市 5 小時到貨的策略吸引顧客，但目前在網家與富邦媒等大型業者競爭之下，尚未損平，現在想找美妝品牌電商合作。

據了解，優達斯入股後，一方面給予更多銀彈打仗，另一方面就是看好 86 小舖的產品潛力，透過 Uitox 在東南亞的物流倉儲優勢，86 小舖也喊出要當東南亞美妝網紅的彈藥庫，看來雙方都很有信心開拓東南亞市場。（張嘉伶）

念股崇越電，每年確實都有穩健的獲利，翻開崇越電的財報，幾乎年年賺進半個股本，就連二〇〇八年的金融

海嘯，EPS（每股稅後盈餘）都還保有五・〇一元。崇越電今年第二季本業營收獲利持續成長，上半年

營業利益成長三六%，惟轉投資齊瀚光電宣布停止營業及破產，故提列減損損失二三四〇萬元，以致上半年

稅後淨利較去年成長率略降為一七・四%，但下半年業績大好，今年EPS有機會站上五元。

