

# 立弘擴產能 未來五年大幅提升五〇%

立弘生技去年斥資二億擴充產能，今年第二季新產能投產，公司規劃未來五年產能將大幅提高五〇%，營收規模達十億元。

文·陳春霖 攝影·鄭曉琪

**興**櫃股、專注生產銷售類胡蘿蔔素廠立弘生技(1780)，因應業務拓展需求，大舉擴充新產能線，預計第二季投產，未來五年產能將大幅提升五〇%，營收目標朝十億元方向努力。

董事長宮榮敏與總經理林清輝指出，立弘市場策略採客製化利基型為主，與國際競爭大廠荷蘭DSM、德國BASF等有所區隔，除現有食品領

域外，目前積極朝開發包括醫藥、保健甚至寵物等市場下功夫，尤其中國大陸等新興市場會是公司未來業績成長動能。以下是專訪概要：  
**年營收二〇%增長**

《理財周刊》問(以下簡稱問)：

目前公司產品營收比重情形？各領域市場占比又如何？未來預計積極拓展的是哪些？未來五年營收規模

《理財周刊》問(以下簡稱問)：

規畫？  
**宮榮敏答(以下簡稱宮)**：立弘目前仍以類胡蘿蔔素為主，甘蔗紅素與番茄紅素也已量產上市，另外，葉黃素去(二〇一二年)前年先後取得美歐認證，業務也已展開。  
而食品添加占比最高達八七%，其次是醫療保健一二%，飼料占一%。至於區域則以歐洲占比最大達四三%，美國二二%，亞洲包括台灣三三%，其他占三%。

公司雖僅成立十二年，但經營團隊在專業領域已有二十餘年經驗，過去數年都在做技術扎根與產品認證申請的工作，現今進入收割期，每年業績均有二〇%以上的成長幅度，未來五年朝十億元目標努力。

**林清輝**  
出生：一九五〇年  
學歷：台灣大學化學系畢業  
政大企研所EMBA  
美國肯塔基大學材料科學碩士  
現職：立弘生化科技總經理

**宮榮敏**  
出生：一九四四年  
學歷：政大企研所EMBA  
美國杜蘭大學商學碩士  
現職：立弘生化科技董事長

**立弘近兩年營收與獲利**

年份	2010	2011	2012 上半年	2012
營收(億元)	3.74	3.82	2.34	4.5
稅後淨利(萬元)	6.4	1529	2095	2800 (前3季)
稅後EPS(元)	0.09	0.18	0.22	—

註：2010年受匯損影響，獲利不高。  
資料來源：立弘生化科技

**產品銷售占營收比重**

飼料 1%  
醫療保健 12%  
食品 87%

資料來源：立弘生化科技

**問**：去年第四季業績有不錯表現，原因為何？今年如何看待？

**宮**：公司自結去年營收四·五億元，較前年的三·八二億元，成長二〇%，完全符合原先預期。當然第四季確定業績有較前年同期超高表現，主要是新產品與新市場的持續開發，例如前述的葉黃素通過認證後，產品陸續接獲訂單。

另外，就是產品申請回教清真認證也通過，去年第四季開始也有出貨到相關國家，才會激勵業績成長。

今年公司仍持續在現有客戶加深耕耘外，也會針對其他市場下功夫，例如中國大陸，已派駐業務團隊進去，預期會是業務成長動能。

其次，前述食品占比最高，除仍將持續成長外，包括醫療、飼料甚至寵物食品市場，營收比重都會逐步提高，估今年整體業績仍有二〇%增長幅度。

**客製化利基市場下功夫**

**問**：公司今年斥資二億元擴廠，原因為何？何時可以投產？

**林清輝答(以下簡稱林)**：觀音廠占地六千五百坪，現有員工一百二十人，僅蓋四千坪廠房，尚有一千五百坪空地。去年斥資二億元增蓋新廠房與新產能設備，一方面提高原料自製比率，另外，就是因應前述董事長所言業務逐步增加

的需求，未來五年產能將大幅提高五〇%。

**問**：請說明公司主要核心競爭力為何？每年投入研發費用多少？如何維持穩定毛利率？

**林**：類胡蘿蔔素全球市場年銷售額估達三百億元，現由DSM與BASF掌握超過七成以上市占，立弘雖較它們晚起二十年，但已有四%市占率，品項還尚未完全，且採取客製化市場策略，可以打破兩大廠壟斷局面，未來發展潛力相當大。

公司每年投入高達三千萬元研發費用，除新產品外，由於採取客製化服務，很多配套服務不光是賣產品，還需研發共同投入，才能達成服務客戶需求。

立弘經過近十年技術研發與認證工作，現進入收割期，雖然目前市占不高，但隨著市場結構的改變與客戶需求的調整，相信公司業績會逐步朝目標前進，目前年營收僅四億餘元規模，毛利率達三〇%，年營收規劃呈現逐年增長，毛利率不僅穩定且還有提高空間。