

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。