

農藥起家 轉型投入新事業

惠光 亞洲第一的土工膜業者

惠光化學歷經台灣農藥的黃金時期，奠定企業的發展根基後，更順利的跨入土工材料領域，經過10多年的努力，成功轉型為亞洲土工膜產品的先進者，擁有全球約5%的市占率，同時也是亞洲唯一有能力做出國際標準品質的土工膜業者。

◎撰文／孫慶龍 攝影／蔡宗昇

1965年成立的惠光化學，早期以植物保護用劑（農藥）為主要產品，而在1998年成立環境科技部門，跨入土工材料的生產事業後，經過10餘年的發展，現在的惠光，土工膜產品已經從歐美廠商獨占的局面突圍而出，搶下全球約5%的市占率，成功轉型為亞洲最大、同時也是唯一有能力做

出國際標準的土工膜業者，土工膜占營收比重近6成。

農藥黃金時期 奠定根基

「我們經歷了台灣農藥產業蓬勃發展的時刻。」惠光董事長陳榮東說，早期台灣農業資源簡陋，政策也沒有太多規範，農藥不用登記就可以上市，業者只要從國外進口農藥，就可以在台灣

分裝銷售，「這段期間，可以說是台灣農藥業者的黃金時期，只要能夠拿到原料藥，業者都可以賺錢。」而搭上台灣農藥產業黃金時期的惠光，也因此奠定了發展的根基。

直到1976年開始有農藥管理法規範，業者生產原料藥都必須經過批准，加上1980年代環保意識逐漸抬頭，民眾心裡多半存有「農藥就是毒藥」這種負面觀感的情況下，政府根本不敢批准新的農藥生產，台灣農藥產業發展變得非常困難。

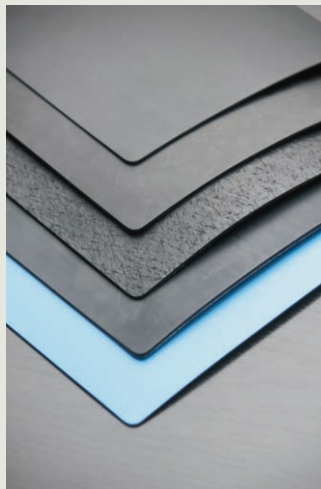
「1983年遷廠到台南麻豆之後，惠光的營運就被大環境給鎖住了，幾乎有10年的時間都呈現停滯不前的狀況。」陳榮東說，原本惠光打算在遷廠後就積極擴大原料藥生產，沒想到政府卻沒有批准惠光農藥新產品及原料藥的申請。

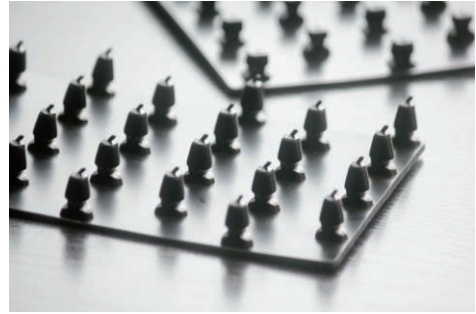
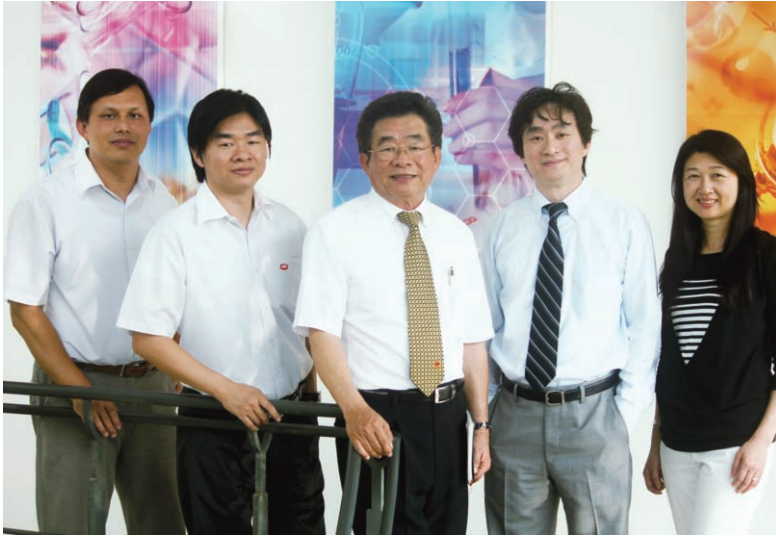
他回憶說道，當時政府要求所有業者生產新藥，必須要周

土工膜

所謂土工膜，指的是一種高精密分子的材料製品，由於具有防水滲透、安全無毒、施工容易等優點，被廣泛運用在衛生掩埋場、養殖業、營造工程、礦場、廢水處理等領域，而目前不管在台灣或是國外，土工膜產業都已列入「污染防治產業」的範圍，因此可預期隨著全球環保意識的抬頭，將可提供產業成長的利基。

目前全球土工膜市場規模大約在8億美元（240億元新台幣）左右，由於土工材料應用的起源來自於歐美國家，因此目前兩者合計的需求，就占了全球需求量的55%~60%，而新興市場雖然因為開發較晚使用量較低，但就中長線來看，將比歐美地區更具成長性。





(左) 惠光化學在站穩農藥領域後，未來將積極布局在地工膜產業，持續擴充生產線，增加惠光的產業競爭力。
(上) 惠光除了農業用膜外，也發展出各種工程會應用到的地工膜產品。

園所有村里長都簽名同意才能核准，這種嚴苛的限制在當時民眾對農藥已普遍存在觀感不佳的刻板印象下，等於是給了業者一項不可能的任務，結果不僅惠光的成長停滯不前，連帶整個台灣農藥產業也陷入發展停擺的困境。

「這樣的困境讓惠光一直到了1990年代中後期，才有新的農藥產品上市。」陳榮東說，由於當時經濟表現太差（編按：1990年代初期全球發生第3次石油危機，國際油價急漲至42美元高點，嚴重衝擊全球經濟），政府為了刺激經濟發展，對於農藥新產品的管制較寬鬆，一些比較無毒的農藥新產品才有機會上市。

然而，政策的微調畢竟對於惠光營運幫助有限，因此為了追求更好的成長動能，陳榮東興起了讓惠光到海外市場發展，和投入地工膜新事業發展的念頭。

1994年，惠光展開了中國大陸市場的布局，在上海開始進行

農藥產品的銷售，這個進入中國大陸市場的時間點，讓惠光順利搭上了中國大陸農藥產業自1996年開始的5~6年好光景。

投資報酬率近15倍

「去了中國大陸之後，我才發現『哇！原來做農藥好賺錢哦！』」陳榮東笑說，1996年的中國大陸對於農藥沒有太多管制，農藥產業和早期台灣農藥產業的黃金時期差不多，加上當時中國大陸民眾都認為，來自台灣的产品品質比較好，因此即便1996到2000年在中國大陸的農藥廠商高達5,000家以上，台灣農藥產品的價格又比本地農藥產品高出20%，當地農民還是會優先選擇台灣的農藥產品，「這個時期惠光的競爭者，都是來自台灣的農藥廠商。」

而惠光之所以能夠在中國大陸這個競爭激烈的市場中脫穎而出的原因，陳榮東認為，「技

術」與「品牌」是非常重要的優勢。「我們是全中國大陸第一家經營品牌的農藥業者，甚至比當地企業都還要早。」

陳榮東說，由於過去計畫經濟時代的中國大陸，企業著重在製造，並沒有行銷的概念，因此惠光除了持續增加農藥新產品以補強產品線，並藉由品牌經營打造出差異化優勢之外，也積極發展當地通路來做行銷。陳榮東強調，現在中國大陸農藥市場雖已飽和，但惠光上海業績卻還能有15%左右的成長，原因就在惠光所擁有的這些優勢。

中國大陸市場成功的經營策略，讓惠光初期轉投資的100萬美元，光是透過盈餘增資，不需再增加投資任何一毛錢的方式，就成長到目前接近1,500萬美元的規模，近15倍的投資報酬率，表現相當亮眼。

儘管惠光在農藥銷售上，都能維持3成以上不錯的利潤，但陳

榮東心裡卻非常清楚，如果只是專注於農藥的經營，未來惠光增加的業務量將有限，因此1990年代末期，惠光開始投入地工膜新事業的發展。

能源、礦業需求強勁 地工膜產能滿載

「惠光投入地工膜的發展，是環境逼出來的。」陳榮東解釋，受限於全球耕地有限、甚至愈來愈少，以及基因改造科技的進步，全球農藥每年的銷售規模大約就是300億美元左右，已經很難再有所成長。

換言之，對於農藥廠商而言，自己增加的營收，幾乎都是來自其他業者減少的部分，在這樣的環境下，無論惠光再怎麼努力，農藥業務每年頂多成長5%，

想達到10%以上的雙位數字成長，變成是很大的一項挑戰，因此，跨足地工膜事業就成了惠光進一步提升成長動能的新希望。

原本，惠光只想要透過農藥業務經營出來的既有市場，來發展農業用膜（溫室膜）。「但是做不到1年的時間，我們就決定終止了這個策略。」

陳榮東說，終止的理由，除了因為日本以外的各國政府，對於農業用膜都訂有補助策略之外，另一方面也擔心如果只發展農業用膜，未來市場規模不夠大，因此才會發展在包含汗水處理、廢棄物掩埋場、填土、地基等許多工程中都會應用到的地工膜產品。

由於1990年代末期，地工膜的市場規模尚在成長，陳榮東深

信，只要惠光肯努力，就一定會有成果。這個決定，不僅使惠光成為當時亞洲地工膜市場的先進者，也讓惠光得以累積比其它廠商更多地工膜的開發經驗，進而建立起現在地工膜產品傲人的技術優勢。

「除了金融海嘯時停頓了一下，惠光的地工膜業務幾乎是年年都在成長。」陳榮東說，近2、3年來，受惠於全球礦業大好，應用在礦業的地工膜需求明顯成長，帶動南非、澳洲等地訂單大幅成長，惠光3條地工膜生產線也因此產能滿載，陳榮東表示，在礦業、能源用地工膜需求持續成長下，地工膜未來的成長性仍值得期待。

農藥布局成效顯現 地工膜朝高毛利發展

展望未來，陳榮東表示，在農藥業務的部分，隨著全球環保意識抬頭，擁有「藥證」的多寡，將決定未來農藥廠商長期發展的競爭核心。

陳榮東解釋，農藥廠商必須擁有藥證才能販賣產品、擴充通路，沒有能力取得藥證的企業，就只能走向「幫有藥證的公司代工」或「萎縮凋零」的命運。

因此，惠光每年都會提撥營收的10%（約新台幣1億元），做為資本支出的投資，其中75%是用來做藥證的投資，包括5,000萬

惠光化學小檔案

成立時間：1965年

公司規模：2011年營收18.42億元

董事長：陳榮東

主要營業項目：農藥、地工膜

重要發展與表現：

1994年 成立上海惠光化學公司

1995年 台灣第1家榮獲ISO 9002認證之農化廠

1999年 地工合成材料開始投產

2003年 轉投資大陸上海惠光化學有限公司

2003年 轉投資浙江惠光生化有限公司

2003年 轉投資惠光（泰國）有限公司

2004年 股票掛牌上櫃

2005年 經濟部第八屆小巨人獎

2012年 迪米特理化實驗室(Demeter Laboratory)獲得GLP認證



惠光化學董事長陳榮東

近年來受惠於全球礦業大好，礦業用的地工膜需求明顯增加，帶動南非、澳洲等地訂單大幅成長，使得惠光3條生產線滿載，未來在能源及礦業需求持續成長下，地工膜的成長性值得被期待。

用於全球藥證的登記，2,500萬元用於研究設備的採購，讓研發的效率可以建立在精良的儀器配合上，也同步大幅提升惠光在申請藥證時資料與數據的準確性，剩下的2,500萬元，則是用於自動化設備更新與工作環境改善。

經過多年的努力，惠光於今年5月取得國際GLP標準理化實驗室（Demeter Lab.）的認證資格，經過惠光Demeter實驗室出具的報告，國內外的登記審查單位將會直接接受此文件的公信度，除加速本身登記的時效外，也服務其他同業的農藥證登記需求。

陳榮東進一步說明，藥證的申請是一項「費時」又「所費不貲」的投資，每支藥證少說要花費2~3年的時間，如果要打入歐美市場，至少要5年之久，才有可能通過檢驗的標準，並取得政府的許可認證。

至於費用的部分，則依國

家的開發程度有所不同，未開發國家約3萬美元（折合台幣約90萬），而歐美先進國家由於採取高規格的審查標準，因此廠商要投入當地市場的藥證申請，沒有拿出個200萬~300萬美元，約新台幣6,000萬~9,000萬元的本錢，很難通過登記。

而惠光目前在藥證登記的投資，有一個「現在進行式」，也有一個「開花結果」，現在進行式的是歐盟，而開花結果的就是全球第三大農藥消費國——巴西。2012年惠光已取得除草劑的藥證，陳榮東預估，產品上市後，未來每年將可以貢獻超過1億元以上的營收。

「我認為農藥部分每年維持10%以上的成長，應該不是問題。」陳榮東說，目前惠光在台灣與上海的生產設備規模，已經擴產到足以應付比現在大3倍以上，約營收20億元的業務量，因

此未來幾年，不會再有任何大型設備的擴充計畫。

而在地工膜的部分，陳榮東表示，中國大陸低價搶單的策略，對於惠光毛利率較低的地工膜業務有不小的競爭壓力，因此雖然2007年以前投產的3條地工膜產線目前已是24小時無休、百分百滿載，但2011年啟用的第4條生產線仍決定主攻毛利較高的K-Liner（混凝土保護襯墊）。陳榮東強調，現階段K-Liner市場規模不大，初期市場將鎖定在汙水下水道系統工程。

「未來我們會持續擴充地工膜產線。」陳榮東說，由於台灣沒有與其他國家簽訂FTA，關稅的貿易障礙將會削弱惠光出口到東南亞國家的競爭力。因此，惠光今年有計畫在有FTA的國家中，例如泰國，投資1,000萬美元，增設一條海外的生產線，增加惠光的產業競爭力。■