



電梯設備的領導品牌

崇友實業 以有限空間無限延伸

崇友實業總經理 游本立

白色、圓弧造型的杯子上，畫有臺北 101 大樓、新光人壽大樓、SoGo 百貨與君悅飯店等美麗圖案。乍看，人們還以為這是臺北市政府推廣觀光的茶杯，但實際上，這卻是崇友實業（4506）招待貴賓用的馬克杯。成立於民國 63 年的崇友實業，是臺灣前三大電梯製造商，馬克杯上所繪的知名建築地標，全都採用崇友的產品。

文／編輯部採訪

打開臺北 101 大樓的官網，上面如此寫著：「臺北 101 觀景臺配置兩部超高速電梯，上升速度每分鐘可達 1,010 公尺。由 5 樓至 89 樓觀景臺僅需 37 秒。除了速度為世界第一之外，此二部電梯車廂亦配有與大樓相同防震性能的阻尼器（Damper），以及採用耐高溫陶瓷煞車系統，更是全球唯一在車廂內配置與飛機艙壓相同設計的恆壓裝置，可說是集高科技於一身的智慧型高速電梯。」

速度反映競爭力

崇友締造多項最快、最長紀錄

崇友實業總經理游本立回憶指出，當時全球前十大電梯大廠全都來參與競標，而在激烈的審核作業中，崇友實業除了有與日本東芝（TOSHIBA）共同合作研發、設計及產品製造的良好基礎外，優異的工程技術服務更是獲得客戶青睞，因此成功標下了世界最高、最快之電梯的殊榮。

崇友實業總經理游本立。

「電梯製造的核心技術，與速度是成正比的。」游總經理用一句簡單的話，如此注解了高速電梯對於電梯廠的意義，而崇友實業也正是因為擁有產品研發、設計、製造及工程等技術專業能力，才能精益求精，在技術與製造能力上脫穎而出。

可別以為崇友實業只會生產升降梯，在台北松山捷運線、機場捷運線等重大公共工程中亦均有崇友實業的工程實績，而如果你去過高雄，則高雄捷運 37 個車站、315 臺電扶梯，全都採用崇友實業的產品，電扶梯總長 42 公里，也締造了一項同業難以超越的紀錄。

為何一家本土電梯廠，能夠與世界電梯大廠並列而毫不遜色呢？游總



經理表示，公司成立之初是日本東芝電梯／扶梯的台灣總代理，但在民國 66 年便與東芝簽訂技術合作契約，開始本土製造。

在公司創辦人、前董事長唐松章的遠見下，崇友實業從 20 多年前便開始邁向本土研發之林，等於從代理商、製造商，再往前推向技術自主研發。沒多久，公司也推動上櫃，讓公司治理、內部管理、服務品質都更上一層樓。

由於技術扎根甚早，因此遠在民國 82 年，崇友實業便完成台北新光人壽大樓電梯／扶梯工程，並以 1 分鐘能跑 540 公尺的速度成為當時華人世界最快的電梯。為了確保製造品質，在上櫃掛牌的 86 年，占地 7,000 坪的楊梅廠，以及樓高 68 公尺的電梯試驗塔也正式啟用。

「有這種規模的試驗塔，才表示廠商自己可以做研發測試。」游總經理表示，這個試驗塔有 5 個井道，一次可以測 5 臺電梯，1 臺電梯有時要測 2 年，一次要測 10 萬次以上的升降，甚至連更換新馬達或新部品時也要在此實測。

崇友實業的總公司位於臺北台肥大樓，這棟大樓的電梯早在 28 年前就採用崇友實業的產品，今年初舊梯汰舊換新，崇友又雀屏中選。游總經理以此為例指出，「只要一家電梯廠能做到品質好、服務維修好，就能夠得到新梯銷售、舊梯更新與維修保養的 3 種業績。」

對客戶來說，台肥大樓的舊電梯原本 1 分鐘就可以跑 150 公尺，等於一秒 2.5 公尺，為當時相當先進的設備。「當初 1 臺電梯要價不斐，現在僅需



崇友實業產品—台北文創大樓電梯。

二分之一費用。」游總經理表示，「其設計及配備卻更先進，也更符合節能、環保的需求。」

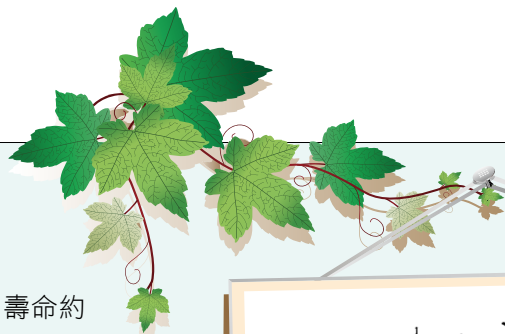
技術自主服務到位 奠下穩定獲利基石

從 CP 值（性價比）來看，採用崇友實業的新梯，等於產品好、維修有保障，日後還能與時俱進，繼續跟著原廠汰舊換新就好。無形中也鞏固了崇友實業的獲利基石。

崇友實業的主要營收分 3 塊，分別為：新梯銷售、舊梯換新與維護保養。其中，收入 40% 來自維保，50% 來自新梯。但因為公司經營有口碑，近年來自舊梯換新的營收比重不斷增加，也讓公司成功避開新梯市場易受房地產不景氣的影響。

打開崇友實業的財務報表，近 3 年的營收可說節節攀高，原因分別來自三大策略：

第一、新梯案源優化：崇友朝高樓層、客製化（高速梯、無機房電梯）、以及大型單一建案電梯來開發新梯，努力避開房地產新建案下滑的壓力，果然於今年接獲高雄海洋文化及流行音樂中心、以及高雄捷運 R11 永久車站新梯訂單，總計電梯、電扶梯達 52 臺，將於 108 年完工驗收。



第二、舊梯汰舊換新：由於電梯使用壽命約 15 ~ 20 年，過去統計使用年限達 20 ~ 25 年，至今累計使用 20 年以上之崇友電梯已達 1 萬臺以上水準，預估未來每年將有超過千臺電梯有汰舊換新的需求。

第三、維修保養業務：崇友憑藉優良的技術能力及 24 小時的全省服務網，大大有助於新梯保固期屆滿後的有效轉換維修保養訂單之提升，提供穩定成長的現金流。加上國內電梯運行安全意識抬頭，電梯相關安全部品檢修益顯重要，也有助於勞務收入穩定成長。

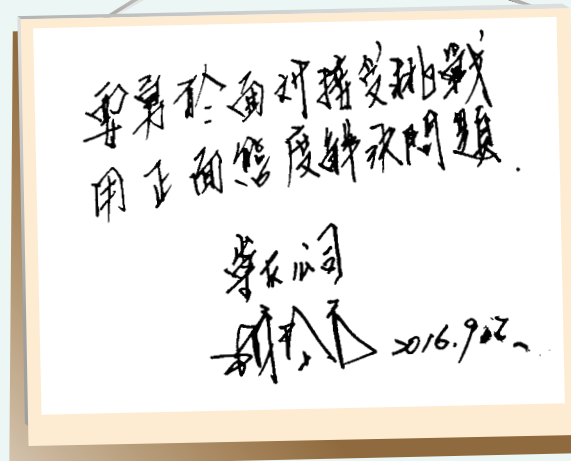
但真正可以反映公司競爭力者，為毛利率與營業利率的逐年提升。以毛利率來看，102 ~ 104 年間分別為 22.5 %、24.26 % 與 27.43 %；營業利率近 3 年則為 9.1 %、11.09 % 與 14.26 %。

引入稻盛哲學搭配上櫃機制 生產效益大幅提升

到底是什麼原因讓公司的經營綜效逐年提升呢？游總經理指出，除了客製化電梯臺數的增加，有助銷售成長及毛利率提升外，公司早於 3 年多前積極引入稻盛哲學，並進行阿米巴組織改造也功不可沒。

「成本最小化，獲利最大化！」游本立總經理表示，這 10 個字就是稻盛哲學的精神。但說起來簡單，要落實到位可得靠組織內的每一個人都要有深化成本概念，注重每一生產環節的成本，彼此除不能產生衝突且又要全員通力合作，因此員工的教育很重要，其次才是組織的再造。

除了引入稻盛哲學，精實生產成本與效益外，上櫃機制讓公司管理上軌道，同時能吸納多元人才，並讓人才願意留下來與公司一同成長，也是一大功臣。

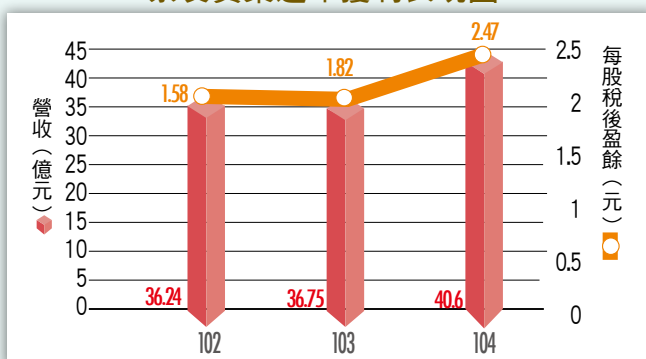


「雖然是小小一臺電梯，」游總經理有感而發地說，「崇友所服務的領域同時需跨足營建、製造、服務等三種行業，如果不是早於上櫃當時就奠下良好的管理制度，很難持續創新，永保成長動能。」

展望未來，崇友實業不但要導入智能科技與環保節能概念，甚至積極開發物聯網相關技術與服務，目前已經建置好雲端中心，可以將每一臺電梯的運行狀況自動上傳，通過大數據來進行即時通報與監控，甚至做到更有效率的保養維護，以提高服務價值。

強調「有限空間、無限延伸」的崇友實業，不但是國內電梯設備的領導品牌，或許有一天，也會是所有智慧建築的管控中心，並成為雲端物聯網概念股！

崇友實業近年獲利表現圖



資料來源：公開資訊觀測站