

宜特科技董事長  
余維斌



## 跳脫me too、鑽研高價值市場， IC檢測大廠EPS 5年翻5倍

### 余維斌

1963年生，畢業於淡江大學物理系，政治大學EMBA碩士。1994年創立宜特科技，拓展800種驗證分析項目，奠定IC可靠度測試領域的亞洲領導地位，現為宜特科技董事長兼總經理。

### 宜特科技

成立時間 | 1994年  
員工人數 | 約1200人  
營業收 | 43.46億元 (2024年自結，創歷史新高)  
營運項目 | 半導體驗證與分析服務，客戶涵蓋IC上中下游、汽車電子、AI和5G業者，是台灣IC驗證分析業三雄之一。



**搭**上AI熱潮，全球對高速運算晶片需求大幅增加，帶動半導體驗證分析需求，台灣前3大驗證分析業者宜特科技（下稱宜特）董事長余維斌卻如此說：「這3年我才真正懂做生意的道理，衝高營收和規模沒有用，必須跳脫me too的紅海市場。」

回顧宜特近年表現，營收連5年成長，不斷刷新歷史高點。2024全年合併營收達43.46億元，前3季淨利達3.9億元，已超越2023全年水準。

然而，如果沒有2019年的一次改革，宜特不會有這番成績。

## 營收不斷成長，毛利率卻下降？

「當別人都在學你，就不特別了！」

時間回到1994年，在工研院工作的余維斌，聽聞業者有「IC電路修補」（FIB）服務需求，就跟親戚借錢，加上自己的積蓄投資一台900多萬的設備，就此創業。

FIB像是替晶片做顯微手術，能發現晶片電路設計的問題並進行修正，為客戶節省重新設計晶片的成本。當時台灣沒有FIB公司，但礙於資金有限，創業初期公司只能在竹科外圍租公寓營運，「當時公司只有一台設備和一張桌子，連我都沒有專屬座位。」

隨著台灣半導體產業起飛，晶片驗證分析需求增加，宜特從最初的電路修補，發展成為IC醫學中心，為半導體上中下游業者提供各式驗證分析服務，包括：可靠度驗證（RA，確認產品品質與壽命）、材料分析（MA，分析材料性質變化對新製程的影響）及訊號測試（SI，測試電子訊號傳輸是否完整）等800種項目，這也讓宜特在創立10年後順利興櫃，2006年營收突破10億元。

生意看似風聲水起，但余維斌卻嗅出危機，「當別人都在學你買設備、按照國際標準做驗證分析，你做的事就不特別了。」這就好比每家醫院都有X光機，為病人檢查一樣，很難提高檢驗費。2010年以前，宜特毛利率最高曾達50%，2015年後卻降至30%。

余維斌認為，如果不聚焦高價值的服務，未來的毛利可能會繼續下降。於是2019年，他做出重要決策——出售專注於成熟產品驗證的宜特



1\_ 宜特針對AI、先進製程與封裝、車用電子和太空元件開發解決方案，圖為太空環境測試實驗室，提供從地面火箭發射到太空所需的IC可靠性驗證，是亞洲最完整的第三方太空環境測試中心。

2\_ 宜特董事長余維斌1994年集資創立宜特，在新竹科學園區外圍的民享街公寓租屋、服務客戶，從IC電路修補（FIB）起家，如今提供800項IC驗證服務，客戶群達1萬多家。

3\_ 宜特AI高速訊號解決方案模擬訊號、電源完整性，及早發現設計問題，滿足IC設計、AI伺服器、AI PC廠商需求，是台灣驗證分析三雄中，唯一提供該項服務的業者。

“

這3年我才真正懂做生意的道理，衝高營收和規模沒有用，必須跳脫me too的紅海市場。

（上海）廠。

當時宜特在中國檢測市場市占第一，因此有些人覺得可惜，「我這十幾年算是看透了，中國客戶就是給你更多訂單，但要求你降價，你還要為他們擴廠，風險不是很大嗎？」

忍痛退出市占第一的市場，  
把資源投注在高價值領域

接著，余維斌提出「宜特2.0」計畫，瞄準太空、AI高速運算、汽車電子、先進製程與先進

封裝等高成長潛力的市場。他表示，目前AI伺服器、低軌衛星等產品的技術發展快速，業界尚未有公認的驗證標準，客戶都是自訂IC分析需求，宜特必須提供特殊規格服務。

例如，AI產品因高功耗特性，客戶想了解晶片在高速運算下，效能能否穩定發揮，但市面上的分析儀器無法模擬這種高功耗環境，因此宜特專為此產品和廠商合作客製化機台。另外，像太空產品需要在真空、高輻射等極端條件下測試，宜特就與國家太空中心合作，打造亞洲第一個民營太空環境測試中心。

余維斌也觀察到，AI、電動車等業者的新品開發周期加快，客戶送驗產品後，無法花數個月等分析報告出來，才進行下階段的開發。比方說10個驗證項目，有2項結果出來，客戶就想立刻修改。宜特設計「即時可靠度驗證」系統，讓客戶能線上即時看到測試進度與結果，配合他們敏捷開發的節奏。

「這些都是宜特客製化的機台與服務，外面買不到，別人要怎麼學？」余維斌表示，「宜特2.0」的服務價格是原本驗證分析服務的數倍，大都鎖定大型雲端客戶、半導體業者，「他們要求你服務好、速度快，也不太會砍價。」

### **翻轉業務接單模式， 快速回應客戶需求**

策略到位後，組織的工作模式也要改變，最挑戰的是業務銷售方式，因為所有服務都客製化，業務不能像過往一樣介紹服務項目給客戶。

余維斌做的第一件事，是要求業務拜訪不要拿公司型錄、別再跟客人介紹宜特的服務，因為業務團隊必須站在客戶角度傾聽問題，再應用公司資源為他們設計解決方案，「我寧可他們訂單沒拿到，但問到10個客戶的痛點。」

專案銷售處處長簡鳳君表示，宜特也建立接單到服務的完整流程，當業務接到訂單後，就會找技術團隊加入，進行內部資源盤點，再成立專案小組快速回應客戶問題。透過這個方式，2024年宜特成功爭取到一家大型雲端服務商的AI產品驗證訂單。簡鳳君表示，對方當時找了數家業者評估，他們要求廠商不只要有大型專案的經驗，還要能夠靈活調動產能，「我們一周內完成產能盤點，並提供驗證分析的SOP，客戶一看很驚訝，決定跟我們合作。」

余維斌表示，自己最忌諱業務「吃案」，就是大家將客戶的需求、未接到單的狀況掩蓋起來，「這讓公司沒有努力和改進的機會，如果大家願意說出來，我都願意協助解決。」為了促成業務合作，他甚至出面請託宜特的關聯企業，協助出借驗證設備，「我希望告訴業務夥伴，任何客戶的需求都可以告訴我。」

他也透過每周的同仁訪視客戶報告，了解前線業務困難，並在每季業務會議上回饋、指導更好的銷售方式。

在策略與執行單位的緊密配合，宜特在2024年創下成立30年來的營收新高。而2019年捨棄宜特（上海）廠與低毛利服務的決策，則讓宜特的每股盈餘（EPS）從當年的1元，提升至2024年前3季的5.28元。 