

LitePoint 積極準備，追逐疫情過後的需求起飛商機

DIGITIMES / 2020-05-12



萊特波特(LitePoint)全球業務副總裁 Richard Hsieh。

全球的 COVID-19 新冠肺炎的衝擊，市場陷入極度的不確定性，由於不同國家與地區史無前例的封鎖措施，造成供應鏈產生斷鏈現象，悲觀的經濟前景打亂整體產業界的進程與步調，這期間大批的在家上班與遠距工作潮的新常態誕生，在資料傳輸品質與高速頻寬的渴求下，轉而積極投資 5G 與 Wi-Fi 6 產品的開發，尤其關注 5G 手機與網通產品的巨量量產時程。

因應疫情所產生的大震盪，為了有效與迅速協助客戶加速 5G 裝置與 Wi-Fi 6 產品的量產，協助海峽兩岸的電子製造與網通產業界掌握系統驗證與大量生產的測試技術的新發展，無線測試系統解決方案領導廠商萊特波特(LitePoint)全球業務副總裁 Richard Hsieh 先生特地接受 DIGITIMES 的訪問。

中國大陸市場 5G 基地台的布建超前一個季度

Richard 首先表示，無可諱言的這波疫情肆虐下，不確定性普遍飆升，歐美地區的 5G 基礎設施的部署明顯受到延滯，中國雖然年初也受到了很大的影響，但是從開始復工後更加快 5G 基地台的布建計畫之下，大型的中國的電信營運商計畫在第 3 季完成 25 萬個基地台的建設，進度反而超前了一季，前景相當令人雀躍；另外，5G 手機的需求因為消費市場急凍，訂單轉而呈現疲弱，但是市場的研判仍樂觀認為是向後遞延，仍有機會隨著疫情的舒緩而做快速反彈，並繼而有後疫情時代的成長趨勢。

Wi-Fi 6 的進展也有相當可觀的前景，其技術規格的制定與公告已經 3 年，兩岸網通大廠看好 2020 年的無線 AP 產品出貨比重(Adoption rate)的大幅度成長，Wi-Fi 6 可望從 2019 年的 15% 的佔比提升到 2020 年的 50%，所以無線 AP 與開道器的量產是 2020 年的重頭戲，另一個推升的助力來自於支援 Wi-Fi 6 的新手機上市的挹注。

CBRS 頻段、超寬帶(UWB)、Wi-Fi 6E 等新應用拓展研發團隊視野

LitePoint 在 5G 與 Wi-Fi 6 測試解決方案的產品發展策略，舉凡毫米波(mmWave)頻段、多待測物(Multi-DUT)測試、OTA 測試與 CART Chamber 產品線，目前產業界看好的新一代技術中，尤其在 5G 的頻譜使用上，除了耳熟能詳的 FR1 頻段與 FR2 毫米波頻段之外，新進追加的中頻(Midband)，確認從 3.2~4.9 GHz 的頻段的定義，當中北美市場的 CBRS 頻段更是由 3.5GHz 共享頻譜透過 FCC 通過開放使用，讓產業界積極開啟開發新的設計。

再者，針對 Wi-Fi 在 6 GHz 頻段以上的新發展，新增 Wi-Fi 6E 將 6GHz 頻段分為 7 個 160MHz 的頻道而做更大的拓展，另一個是手機大廠非常關注的超寬帶(Ultra Wide Band ; UWB)的技術，LitePoint 已經迅速推出測試解決方案，並成為 UWB 聯盟重要的測試解決方案商。

中國拓建自主生產線，彈性產能調配支援亞洲區域市場發展

這一些動態與近況，凸顯海峽兩岸的電子供應鏈，在疫情狂飆時期仍積極準備，各個主要 ODM 與網通廠商的研發動能持續加碼，以目前 LitePoint 所收到的研發與工程方面的支援一直不斷的成長，兩岸工程團隊雖然無法常態性的飛進飛出穿梭於兩岸，但是藉由 LitePoint 的在地工程服務團隊的及時馳援，加上透過視訊與各種電子訊息輔助工具，完成客戶所交付的任務。

當中最值得一提，LitePoint 強化測試機台的準時交貨的能力，早在 2019 年 LitePoint 就已經開始在中國提前部署自有生產線，完成自主生產的備戰能力，是少數具備在中國可以生產交貨的測試解決方案供應商，面對疫情而造成全球供應鏈支離破碎的期間，LitePoint 所具備的中國市場的彈性生產效能，讓客戶深感信賴。

穩定的營運表現，提供客戶完整的本地服務品質與技術支援能力

客戶的信賴也同時表現在財報上的獲利效能，LitePoint 的母公司 Teradyne 的 2020 年第 1 季營收比去年同期上升 43%，堅實的財務表現非常有助於面對疫情的挑戰，Richard 認為這可以讓整個 LitePoint 全球團隊與組織打造一個堅固穩實的運作能力，兼具完整技術支援，以及良好的產能調配與準時的交貨能力。

對電子供應鏈而言，Richard 自豪的表示，無論是 5G 與 Wi-Fi 6 新技術，LitePoint 迅速整合上游晶片商各個技術環節，滿足客戶從 DVT 等工程驗證到產品量產的每一個進程的要求，面對這次疫情所產生的不確定性，LitePoint 將持續擴充主要市場的工程團隊規模，縱使市場的大幅顛頗動盪，也希望選擇與客戶站在一起，共同克服困難，達成產品上市(Time To Market)的目標，並且當市場回穩而需求快速起飛之際，能夠抓緊適當的獲利時機，搶佔市場先機，並且與客戶一同攜手創造巨大的利益。