

全球高科技業務致勝策略

當今全球高科技業務的大趨勢，是「分工整合」。優勝者乃是能關注較短產品週期以及能開發新技術去迎合顧客的專項業務領導人。

「分工整合」有多重含義。首先，技術更新，規模經濟以及基本建設對業務附加值曲線圖有重大影響。這就是說，過往的成功程序，未必會自動帶來將來的成就，相反而言，都可能帶來失敗。要成功，業務一定要著重投資於有豐厚附加值的專項領域，而專項業務的領導人，將會是最終的優勝者。

「分工整合」有三個主要的成功因素，就是速度，價值及成本。在電腦行業裡，高成本及不易操作仍是業務的障礙。如要使電腦像電視一樣成為一般家庭電子用品，制造商一定要降低成本，及簡化操作。但制造商的最關鍵的成功因素是速度。

資訊科技業務必定要集中於加速推銷和增加生意量。速度亦會降低存倉量，降低成本及風險。速度亦將會把新產品以最佳價值供應給顧客。

宏碁電腦的致勝策略是在哲學，組織及過程方面，重新制作，突出「國際牌子，本地特色」，「彈性顧客—供應商關係」和「快餐式業務模式」。

要達至「國際牌子，本地特色」，它發展了地區性的產品，地區性的裝配、管理、控制和持股。為了加強「彈性顧客」—供應商關係，公司集中業務單元管理，發展網絡關係以講求速度及成本效益，以及對市場動態的有效反應。開發為亞洲市場服務的軟件是適當處理顧客—供應商關係的一個例子。公司亦涉及多媒體通訊，特別是視像會議軟件的開發。宏碁的過程重新設計協助公司以最適當時間拓展新業務，公司在七十年代的集中於微處理器技術，發展到九十年代前期以進入家用多媒體微電腦行業。宏碁現時是世界前十名中電腦製造商的唯一非日本的亞洲公司，它於一九九六年營業額為5.9億美元，在世界各地擁有超過一百間辦事處和廠房，並僱用了一萬五千名工人。以一家非日本的亞洲公司來說，去創造國際知名度，要面臨多項挑戰，即「亞洲制造」形象的負累，創新的不足，非名牌產品，有限的人才及投資，和狹小的本地市場。宏碁的成功在乎能夠全球化經營，以創新及科技改善型像，採用延續及持久的長期策略，以及平衡技術，製造和推銷的地區性機會。 (節錄)

PRESIDENT & CEO OF ACER GROUP
STAN SHIH

宏碁電腦集團主席及行政總裁
施振榮