



「從科技島到加值島」施振榮專題演講



2008-04-20 記者 謝甄芳 報導



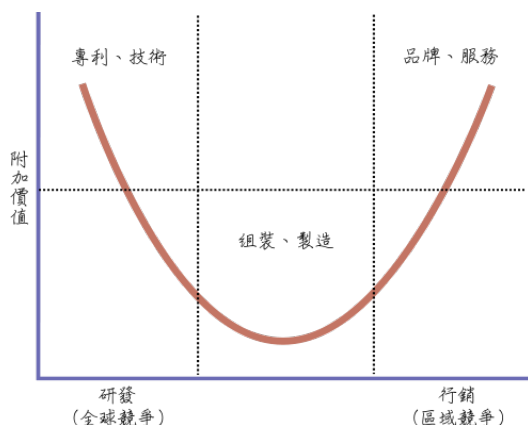
適逢國立交通大學在台建校50週年，4月11日於校內舉辦的校慶相關活動「全球校友商界領袖峰會」中，特地請到『台灣50、影響50』傑出校友名單中的電子產業界菁英—宏碁（Acer）電腦創辦人施振榮先生發表演說，並邀請世界各地菁英校友共襄盛舉，一同分享產業經驗。

身為現任智融集團董事長與首席顧問的施振榮，積極投入推動「品牌台灣」的工作，體認到台灣科技產業的問題及困境，因此以自身經驗和理念來闡述這次的演講主題—「從科技島到加值島—世界是平的藍海策略」。

科技產業的微笑曲線

「世界是平的」意指什麼？由於全球化的腳步及資訊的流通，產業之間的競爭比以往都要強烈。施振榮提到，傳統的經營模式無法長久應對這樣的潮流，然而，危機就是轉機，為解除產業空洞化的危機，贏家必須擁有不同的創新思維。他也提出了「垂直整合」不符合經濟效益的觀點，以自家品牌宏碁（Acer）為例，在世界是平的危機中，宏碁扮演著「整合者」的角色，強調分工清楚、工作外包但是責任不外包，更重要的是，積極建立品牌和客戶價值，才是永續經營之道。

施振榮也談到台灣電子科技產業目前所面臨的許多問題：國內市場太小，國際形象、市場創新度不足，「Me Too」品牌眾多等。點出台灣只專研於技術發展，卻不關注重要的品牌經營問題。他表示：「品牌價值的目的，即在於增加國際競爭力」，並提出著名的「微笑曲線」來強調行銷及研發的重要性，唯目前台灣的科技產業資源配置正好與「微笑曲線」相反，過度重視製造面向，品牌投入嚴重不足，看起來像是一個「愁眉苦臉曲線」，發人省思。而這樣的困境，施振榮認為解決之道必須積極擴大產業規模，讓製造外移大陸，藉以降低成本來維持國際競爭力。



微笑曲線（Smile Curve）。圖片來源：wikipedia

品牌核心價值建立的重要

台灣科技產業所面臨的是從「成本」思維到「價值」思維的轉換。施振榮強調品牌核心價值的重要，認為品牌即是「知識經濟」的良善運用，於演講中提出台灣2015年之經濟發展願景—「開放、創新、價值」，盼望台灣能由科技島走向科技加值島，有效整合全球資源並開發創新價值，才能夠在競爭激烈的紅海市場中找到一片藍海。施振榮也以清、交大整合為例，試問交大在整合的過程中到底扮演的是「整合者」或是「被整合者」的角色，這樣的定位是整合成功的關鍵，台下聽眾吳重九校長頻頻點頭。世界是平的的贏家觀念，不只是運用在商業競爭上，任何情境的整合

媒體歷屆廣告

推薦文章

- 變化自如 幕後的聲音演員
- 那些年 爸爸與芭樂的回憶

- 關余膚色 我想說的事

總編輯的話 / 郭穎慈



本期共有十九篇稿件。頭題〈夢想配方 攝影甜點與咖啡〉 忠實刻劃一位科技新貴勇敢出走，開設一間攝影風格咖啡廳的歷程和堅持。

本期頭題王 / 洪詩宸



嗨，我是詩宸。雖然個子很小，但是很好動，常常靜不下來。興趣是看各式各樣的小說，和拿著相機四處拍，四處旅行。喜歡用相機紀錄下感動，或值得紀念的人事物。覺得不論是風景還是人物，每個快門的...

本期疾速王 / 吳建勳



大家好，我是吳建勳，淡水人，喜歡看電影、聽音樂跟拍照，嚮往無憂無慮的生活。

本期熱門排行



夢想配方 攝影甜點與咖啡
洪詩宸 / 人物



橙色的季節 唯美「柿」界
陳思寧 / 照片故事



老驥伏櫪 馬躍八方
許翔 / 人物



追本溯源 探究大地之聲
劉雨婕 / 人物



變化自如 幕後的聲音演員
張婷芳 / 人物

上都有可能。

施振榮認為台灣目前的產業優點是品牌多元、機會多，若能運用現有優勢，加強品牌價值會更有利，『國家形象攸關品牌』，建議「品牌」台灣可朝向數位科技、美食、休閒生活以及文化關懷等四大面向去發展國際形象，讓台灣在全球有更多的立足空間，特地與在場的各界菁英們齊期勉，共同開創台灣新藍海，呼應此次演講的核心主題。

最後施振榮以一個簡單的例子來強調品牌經營的重要性，「我寫的書，其實內容沒什麼，但就是很多人要看！」引來現場一陣掌聲，玩笑似地舉例，讓台下所有人體會到施振榮已把自己當作一個品牌來經營。品牌形象夠好，對消費者而言就是最具說服力的推銷。



管理為一項實戰知識，前人的經驗能帶給後進更多實質的建議，施振榮學長不吝提供本身經驗回饋母校的學弟妹及在場的各界人才，是值得鼓勵的。全球化下的產業競爭激烈，在追求卓越的同時，能夠回饋、感恩或許是現今各界管理菁英更高一層次的美德，畢竟「羊毛出在羊身上」，我們期望科技能帶給人們更多的幸福，而不是貧富差距或災難。



橙色的季節 唯美「柿」界

新竹九降風吹起陣陣柿香，一片澄黃映入眼簾，那既是辛苦的結晶，也既是甜美的滋味。

▲TOP

關於喀報 聯絡我們

© 2007-2014 國立交通大學 傳播與科技學系 All Rights Reserved.

Powered by  DODO v4.0