

【翰林驚聲】王紹新：活用經營理念打造核心競爭力

翰林驚聲

主辦單位：企管系、EMBA碩士在職專班

時間：10月15日中午12時30分至14時

地點：台北校園D206

講題：活用經營理念打造核心競爭力

主講人：信邦電子董事長、淡江大學董事、2022哈佛商業評論全國百大企業主王紹新

信邦電子成立於1989年，當年我和5位朋友，每人出資100萬，共600萬資本額白手起家，過了33年，已達到市值逾600億，全球員工約6500人、7間跨國工廠、3家研發中心，客戶來自53個不同國家。

信邦電子從事科技產業，技術上，回顧40年前，日本取代美國；20年前，臺灣取代日本；這幾年，中國取代臺灣；往後，預期東南亞國家取代中國。時代不斷在改變，千萬別死守現狀，反而思考下一步規劃，考慮未來市場、產品發展的走向，才知道下一步如何前進。

2003年，我視察產線，發覺當時做筆電等消費性產品流程已達到標準化，而標準化產品將會面臨與對手削價競爭，因此當機立斷決定朝向研發工業型應用產品，開發新市場當然需要花費大量心血投入，客戶族群、生產模式改變，公司內部人員流失，雖然保持原樣能夠輕鬆度日，但不改變，未來日子反而更加艱困，我相信「能捨才有得，永遠不變的就是變」。

如今，全球10大醫療設備廠牌中，8家採用信邦產品；10大汽車廠商，6家採納信邦提供的解決方案；10家風電廠則佔了9家；甚至20大工業設備廠商與信邦合作。3年前，臺灣進行離岸風電建設案，工業局召開初次會議，遇到各家承辦系統的廠商詢問：信邦電子在臺灣有沒有設立工廠，現在雲林、彰化地區離岸風電的廠商都使用信邦的服務方案。

信邦致力於開發新客戶，產業分布醫療健康9%、汽車航太11%、綠色能源26%、工業應用27%、通訊27%等，散布於各行各業，最大的一家客戶只占總營收7%，這就是「雞蛋不放同一籃子」來降低事業經營風險，有其中一家客戶合作逾20年。

職場上許多高階主管經常跳槽，信邦業務內「客戶推薦客戶」比例超過三成，相當榮幸原先客戶跳槽後帶來新生意。總體來說，全球知名客戶超過100家，如施耐德、西門子、亞馬遜等，前100大客戶占比44%與信邦合作超過10年，客戶平均留存率為9.5年，大家都信任我們電子工程、品管、製造及服務能力。

信邦能挺過困境絕非僥倖，而是遵循「信邦DNA」：客戶導向、創新多元、樂於分享、誠實信用。第一，信邦追求客戶至上，宗旨「客戶就是神」，盡力滿足客戶，因此當絕大部分品牌為降低成本，紛紛設廠至東南亞國家，但信邦不同，依據客戶所在地域，我們設廠在美國、歐洲，信邦最重要的觀念就是要與客戶就近溝通，如此一來提高品牌附加價值、提升客戶的信賴程度。

第二，信邦重視創新多元，用人唯才適用，不考慮學歷、性別、國籍，全球企業任用女性高階主管僅占25%，信邦則達到43.3%；中國事業分部未必派遣臺籍員工管理，陸籍高階主管高達81.7%；信邦一位女性事業處處長，淡江西語系畢業，被重用後將該事業處業績愈做愈好，今年已達臺幣70億。另有唸政治系畢業員工相當擅長推廣公司產品，我認為「發揮所長、盡力做事」才是識別出人才的標準，信邦提供「員工擁有自己的舞台」。

第三，信邦在乎分享同樂，員工辛勤工作設置績效獎金、年終獎金等回饋機制；創始初時僅股東與員工關係，至今加上企業社會責任，更是致力回饋慈善單位、學校，例如在中國偏遠地區建設信邦希望小學，從原本的茅草和磚頭，變成堅固的鋼筋水泥；提供保暖衣物、飲食團膳經費補助、認購社會公益團體發行的點心等。

真心建議「富不過三代」大家都耳熟能詳，倘若將來有一天各位出社會後，事業有成賺大錢，在能力範圍之下，盡量關懷社會上需要幫忙的人，那才是人生最快樂的事。

第四，信邦講求誠實信用，不從事非法投資、不法行為，生意上禁絕回扣等商業賄賂；此外，凡事站在客戶角度思考，若公司客戶繳交產品設計有問題，主動幫客戶修正問題之處，雖然信邦做連結器、連接線，也成立研發中心，研發項目包括硬軟體，超過300位研究人員參與、解決客戶各種疑難雜解，相當少同業能夠做到這種地步，而信邦做到了。

因為信邦的企業文化，我們從不停下前進的步伐，勇於嘗試未接觸過的領域，突破困境、研發產品、開發市場，今天才能有這樣的發展，期許信邦成為「百年幸福企業」，持續服務客戶、落實社會責任。（文／彭云佳）

2022/10/22



信邦電子董事長、淡江大學董事、2022哈佛商業評論全國百大企業主王紹新主講：「活用經營理念打造核心競爭力」。
（攝影／舒宜萍）



企管系信邦電子董事長、淡江大學董事、2022哈佛商業評論全國百大企業主王紹新主講：「活用經營理念打造核心競爭力」。
（圖／企管系提供）