



程老師週報

Weekly Dr. Cheng



國際發展

照片來源說明：

<http://www.trademag.org.tw/content02.asp?id=532542&type=21>

亞馬遜之“火”：雲端驅動之挑戰者。

Technology Review (2011.09.28)

亞馬遜所推出的 Kindle Fire 平板電腦，整合其業務的元素及龐大的雲端架構，且有別於基本款 iPad2 的 \$499 美元---\$199 美元，挑戰蘋果。

Kindle Fire 雖不如 iPad 般美觀，但有彩色觸控面，可播放影片；應用程式用的作業系統雖是 Android，但因有亞馬遜獨特的雲端技術及內容資料庫，所以與一般 Android 平板不同。除此之外，整個重量也僅 14.6 盎司(414 公克)，且有 7 吋螢幕，較 iPad 小，因此一手即可掌控；所用的網路瀏覽器稱作“Silk”，也是亞馬遜所開發，使用雲端緩存(cloud-caching)技術，因此在 Wi-Fi 網路塞車情況下，也可快速顯示畫面，極適合看影片、聽音樂、閱讀以及玩遊戲。Kindle Fire 有 8 兆元儲存空間，但因有雲端支援，所以根本不用擔心此問題；用戶的好處是快速及便宜。

據 Forrester 報導，亞馬遜將是蘋果平板電腦最大的競爭者，Q4 銷售量可達 3-5 百萬台。Kindle Fire 與 iPad 不同之處在於沒有相機功能，也沒 3G 的支援。

抓住四大趨勢，電子商務全面進化。

數位時代 (9 月號)

據市調機構 yStats.com 所作的報告顯示，今年美國 B2C 電子商務的營業額高達 \$1,700 億美元，其中亞馬遜穩居線上零售市場龍頭，銷售額達 \$240 億美元，其次是蘋果公司。就台灣 B2C 市場(資策會)也望達成 \$3,256 億台幣，較去年增加 25%。

科技徹底改變了消費者行為，線上通路展現

前所未有的方便與價格優勢。這股全球消費趨勢，已使電子商務進入全新的局面及機會；瀏覽、搜尋、比價和付款，加上社群概念，正形成“四大趨勢”：

(1)行動商務(Mobile Commerce):伴隨智慧型手機的風行，行動商務逐漸現身；如亞馬遜推出 iPhone 和 Android 購物比價應用程式；星巴克也有電子會員卡，以電子錢包等應用程式支付款項；Twitter 也可將 iPhone 和 iPad 改裝成行動刷卡機，每筆交易只抽取 2.75% 費用，又能掌握消費記錄。

(2)社交商務(Social Commerce):社交推薦、評價機制便能有效解決購物挑選和比價的困擾，簡單來說，社交商務藉由電腦網路社交媒體的傳播途徑，透過社群互動和用戶自製內容(UGC)等方式來協助銷售。Payment 公司就利用 Facebook 幫許多人完成網路開店的夢想。平均每天就有 400 家網路商店在 Facebook 上開張；目前已累積至少 6 萬家商店。

(3)共同創造(Co-Creation):消費者意識已抬頭，廠商該如何滿足不同族群的需求?如專門設計男性襯衫的 Blank Label 公司，讓客戶可自訂做各種款式的襯衫和西服，藉此創造出風格獨特的服裝。

(4)虛實整合(Online to Offline):即 O2O，指將實體世界的商務發展和網路做一完整的結合，讓網路成為商務交易的前台。O2O 的模式旨在網上尋找消費者，然後將他們帶到實體商店中，好處在於每筆交易都透過網路進行，因此有助於量化統計，為商家創造客流量；對顧客而言，也可在了解購物內容後再決定消費，減少困擾。例如租車業的 Uber，為美國廣大的通勤族打造一個行動應用程式，只要打開 App 發出租車需求，該公司可立刻透過手機 GPS 偵測和定位，在幾分鐘內專車即到。短期租屋的 Airbnb，至今已為屋主和房客媒合 200 萬間房間，並由預約租屋費用中抽取服務費。對的商品放在對的



程老師週報

Weekly Dr. Cheng

地方，自然就能為消費者帶來新的價值!

蘋果新款 iPhone4S 發布。

華新社 (2011.10.05)

蘋果首席執行長 Tim Cook 介紹蘋果第五代智慧型手機 iPhone4S，配備更快速的 A5 處理器(處理圖像速度快七倍)、畫素更高的相機鏡頭，並加入聲控功能，價格有 \$299 及 \$399 美元，依功能而定。值得一提的是其聲控是採用 Siri 數位助理，不只是語音，更是“理解、陳述和要求的場景”。

截至 9 月份的季度，蘋果已出售 iPhone 手機 2,200 萬台，下一季度預期售出 2,500 萬台。

新蘋果執行長庫克(Tim Cook)，率五虎將“衝”。

經濟日報 (2011.10.07)

悼賈伯斯逝，定義時代的典範：(1)定義了電腦時代；(2)定義了新的電影時代，將動畫電影帶到新數位境界；(3)定義了新的音樂時代，數位音樂取代了唱片；(4)定義了行動時代，結合手機與電腦功能，由後 PC 時代踏入雲端科技；(5)定義了新的領導時代，賈伯斯的創新 DNA 在於負責任、重視細節、完美主義、簡單化、保密、及引領消費者需求。

賈伯斯病逝後，蘋果的重責大任，將由執行長庫克，率領五名在蘋果歷練均超過十年的高階主管共同扛起；資深副總裁 Eddy Cue，不僅負責 iTunes 平台，也正籌備 iCloud 服務；財務長 Peter Oppenheimer；產品行銷部主管 Philip Schiller；設計團隊主管 Jonathan Ive，引導設計 iMac、iPod 和 iPhone 等劃時代產品，注重細節；及軟體開發主管 Scott Forstall。

逝去的賈伯斯，會比活著時更傳奇、更崇高：“賈伯斯障礙”成為未來大家衡量企業與企業家的高標準，也是未來具備企圖心經營者的挑戰，世界頂尖企業都會被拿來作比較，而且不易得到同等級的評價!

後賈伯斯時代第一仗，反制低價機，蘋果調動供應鏈大軍。

商業周刊 (第 1246 期)

低價威脅：

- (1)亞馬遜攻勢，新款平板“火”，定價僅為 iPad 的 40%；
- (2)中國大陸廠狂出智慧手機，售價不到 iPhone 的一半，如“小米”機，預購兩天，銷售量即超過 30 萬支。

三星威脅：最大零組件供應商，也是最大勁敵；在 iPhone4 的成本結構中，面板顯示、記憶體、加上半導體，就占整個成本表的五成以上。而這三個領域的龍頭，單位成本最低的就是三星。為全面迎戰三星，除在九個國家以專利訴訟封鎖三星之銷售外，庫克也悄悄把關鍵零組件從三星轉出來，例如向台積電的 A6 處理器代工，日系 Sharp 及東芝的面板，爾必達的記憶體等的採購比重將可望增加。



中國大陸發展

照片來源說明：

http://tupian.hudong.com/30306/6.html?prd=zutu_thumbs

新星出現!“海爾”成為市場新主角，日本企業的對手，不再只是歐、美、韓。

技術在線 (2011.09.27)

2011 年 7 月，松下為砍掉與子公司三洋電機的重疊部門，將三洋的家電業務出售給“海爾”，並取得“Sanyo”品牌使用權，震驚了日本產業界。

海爾創立於 1984 年，剛開始時是由張瑞敏出任青島廠長；一家頻臨倒閉的冰箱廠，現已變成在全球 165 個國家，銷售“海爾牌”家電產品的綜合家電企業。冰箱銷售市占率全球第一、洗衣機排名世界第二。除空調及廚房電器外，還生產



程老師週報

Weekly Dr. Cheng

電腦及平板電視等數位產品，整個集團的銷售額在 2010 年突破 1357 億元，24 年內規模達到當初的 45 萬倍。

張瑞敏一直在員工中灌輸“品質第一”的理念，現在海爾的商品在中國家電商場，正以與外國一流品牌同等的價位進行銷售。在日本有某知名企業經營者問其發展秘訣時，張瑞敏回答說：“我們甚至調查了農村老鼠的大小”，緣於在中國農村，冰箱常發生故障的原因，是老鼠進入冰箱背面咬破電線，因而推出不易損壞的冰箱。

從人力大國，邁向人才強國。

天下雜誌 (第 481 期)

百萬安家費、研究經費、行住房到子女教育，均有令人稱羨的補貼。中國的“千人計劃”大手筆“禮賢下士”，已經挖走一批批台灣和歐美的頂尖研究人才；中國靠人才轉型的關鍵時刻，真的來了！

2010 年 5 月 25 日，“全國人才工作會議”宣佈未來十年“國家中長期人才發展規劃綱要”；這是中國建國以來第一個人才戰略規劃，作為中國的支點，並由中央組織部部長李源潮負責，以創新作法積極拉高中國人才的格局。

啓動“千人計劃”，目標 5-10 年吸引兩千萬海外高技術、高管理人才回國，(前十年留學生 139 萬，回流僅 28%)；今年更推出“青年千人計劃”(40 歲以下)，以及“洋千人”計劃，以主動出擊。全球定價、禮賢下士、挖才、搶才。

由“招商引資”到“招才引賢”；獵人才，也成為各省市一把手的績效指標之一。目前北京中關村人才特區，已吸引兩萬名海歸，六千家海歸新創公司。就連央企與國企也都加入獵人速度。例如神華集團設立的北京碳清潔能源研究所，就引入前 GE 全球研究中心首席科學家“劉科”擔任副所長。並在兩年內就已吸納百名人才、海歸等四十多人。研究經費約 30 億人民幣，其中首席科學家“賴世耀”，來自台灣，吸引他參與的主要誘

因，除優渥的配套外，在職涯上參與全球第一個從煤到油的產業鏈(內蒙鄂爾多斯)，為這裡提高 5% 的生產率，中國就可減排 1% 的二氧化碳。

挑戰是：

- (1) 中國的醬缸文化依舊，體制內的人治風格，凡事黨領導，中國式的官場文化，是創新研發的阻礙；
- (2) 吸收人才集中在科學與經濟領域，卻未引進思想與社會人文領域的人才，對社會的改造太偏狹。

中國接班人“習近平”，將是亞洲最有權勢的人。

商業周刊 (第 1246 期)

未來 10 年，“習近平”將主宰世界；8 年後，中國將成為世界經濟龍頭，人民幣最快在 10 年內取代美元成為全球主要儲備貨幣；2015 年中國百萬富豪將掌握 8.76 兆美元，占亞洲 GDP 一半；10 年後中國將成為世界上國力最強的國家。

家世好，出身權貴家庭，父親西北王習仲勛，建國元老之一；中南海長大，自幼就看過大官雲集。1962 年權力鬥爭後，含習仲勛(時任副總理)全被打成反黨集團；文革時曾被關押審查挨打；而習近平下放勞改，當了 7 年農民睡土炕外，飯也吃不飽，苦難中養成堅韌個性及能吃苦的人格。曾申請入黨十次，在 1974 年才獲准。

1985 年從河北縣委書記調升福建省廈門市委常委，也是副市長；站上改革開放前線，開始他長達 17 年的對台工作，展現其踏實、勤快、謹慎、果斷、刻苦、魄力、內斂及沈穩、低調。本著“笨鳥先飛，滴水穿石”，不留名不邀功的個性，使他在“十五大”以吊車尾方式進入中央委員，比共青團出身的李克強後來居上。2007 年意外聲中接替因貪腐下台的上海市委書記陳良宇，不但完成胡錦濤要求和譜的目標，也讓上海幫的江澤民滿意。

在官場上，擅長權術與拉鋸，對國際事務卻



程老師週報

Weekly Dr. Cheng

是強硬“寸土不讓，表軟骨硬”，獲得中國廣大支持。未來十年，台灣得妥當應對。

但是他的仕途隱憂，卻是今年 7/22 自加拿大遣返的遠華案走私犯賴昌星；遠華案牽涉極廣、層級極高，有可能是“共青團派”制衡“太子黨派”的活棋？



台灣發展

照片來源說明：

<http://blog.sina.com.tw/ddbc/article.php?pbid=71231&entryid=614171>

工研院小團隊，掌握 4G 天線戰略專利。

商業周刊 (第 1245 期)

工研院資通所的“天線團隊”，在新興無線應用技術組副理吳俊和工程師林弘萱多年來抗拒外界高薪挖角的情形下，創下三年內兩度獲得工研傑出研究金牌獎的記錄，這兩項技術分別是“高增益天線”及“八頻天線整合技術”。

天線訊號的“高增益技術”，可讓手機最耗電的訊號放大器，耗電量減少一半；而“八頻天線整合技術”，則是在有限空間裡，讓一支天線能同時相容兩個 2G 頻段、三個 3G 頻段以及三個 4G 頻段；這兩項技術也讓資通所在下一代 4G(LTE)通訊標準制定時，可從晶片設計到後端軟體開發和天線整合連成一氣，使資通所搶在 4G 標準制定的重要時刻，布下近三十項關鍵專利，就有機會扭轉過去 2G 和 3G 時代，因為沒有參與標準制定，任由高通(Qualcomm)等國際大廠，在每支手機收取售價 15-20% 高額權利金的命運。

2015 年，全球手機上看 21 億支。2G 和 3G 雖仍占大多數，但其中將會有 3 億支的 4G 手機可運用“天線團隊”的技術，相容 2G 和 3G。未來手機通訊升級到 4G，一支天線所要接收的低頻和高頻頻段，都要各增一倍。且歐美和中國大陸的 4G 頻段都不相同，4G 手機不僅要能相容

2G 及 3G 頻段，還要能在全球無接縫漫遊，就會更加凸顯“天線團隊”領先技術的重要性。

台灣科技業，向總統參選人提“四大建言”。

經濟日報 (2011.10.01)

台灣科學園區同業公會與台北市電腦公會，聯合發表“台灣經濟向前行—為台灣經濟發展”建言書，預計 10 月 4 日將送達總統參選人辦公室，懇請參選人正視訴求；並希望在 11 月 15 前取得書面回應，未來將每年檢視承諾實踐狀況。

四大建言為：

- (1) 確保兩岸和平及爭取台灣發展空間；
- (2) 有效連結人才之供給與需求；
- (3) 善用資訊科技，解決管理效能問題；
- (4) 健全綠色電力機制，以加速達成低碳目標。

其中科技業最關心的就是兩岸關係的確保，台商在大陸的投資金額龐大，已達 973 億美元(台幣 3 兆)，占對外投資的六成；此外，台灣每年出口到大陸金額達 1,440 億美元，約占出口的四成。兩岸和平攸關台灣利益，兩岸關係不能只是“維持”，而是必須“確保”。

Google 落腳彰化，台灣產業會更“綠”。

商業周刊 (第 1246 期)

為倍數成長的網路流量，各網路龍頭都在擴建資料中心，Google 來台，若能堅持原則、促進綠能發展，將是好事一樁。

9/28，Google 宣布在亞洲建造三座資料中心，其中之一座將落腳彰化，投資約新台幣 NT\$ 30 億元；接着 Facebook 及 Amazon 也有可能來台投資。

建造資料中心，需要足夠的土地、電力、和水力，全球小鎮展開選秀；符合條件的小鎮，都有相似的過去：原有產業出走，留下水電、土地、人力等閒置產能、人口老化；多傳統產業的彰化縣正符合條件，但夠不夠“綠”？以 Google 為例，



程老師週報

Weekly Dr. Cheng

追求碳中和，已是企業的核心之一。

資料中心用電占其費用電量的最大部份，為達環保及節電成本，Google 自行開發軟硬體；另一個耗電重點是機房的降溫，以減少空調降溫的耗能。彰濱工業區的近海區位，就是優勢之一，但台灣的電力系統，仍讓碳中和顯得困難；台灣每度電的電力排放系數高達 0.636，僅次於中國大陸。因為火力發電偏高，使企業每度碳足跡較別國要高，連韓國都只有 0.45；其次，替代能源供應過低，又缺智慧型電網，替代能源和石化能源發的電都混為一體。所以如果 Google 台灣要堅持碳中和的原則，台灣只有“種電”一途。據知，目前 Google 已與台灣一家太陽能廠商洽談。