簡樸專注，在疾速創新中 堅持目標——施崇棠

華碩日前公布去年財報，個別報表營收達新台幣3751億元，代表2010～2012年3年間，營收成長6成、稅後淨利增加高達8成（如下圖）。

華碩並非一路順遂。金融風暴期間曾因庫存過多，在2008年第4季發生成立19年來首次單季虧損（2008全年度仍為獲利）。但它充滿彈性，接連推出筆電、平板、手機等多功能產品，迅速從挫敗中再起。

結合失敗與成功的經驗，並將其應用至未來的產品開發上，堅持「生活與工作合一」的創新方向，是華碩的成功方程式。

以手機為例。華碩2003年，推出第一款自主研發手機J100，未獲市場回響；2009年，與衛星導航大廠Garmin推出智慧型手機，兩年便宣布拆夥。

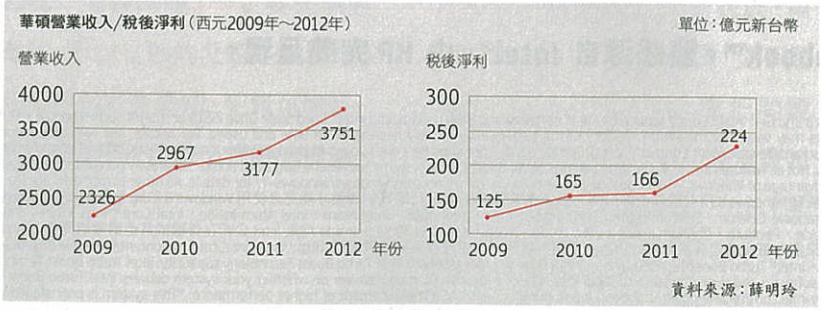
2012年，華碩回歸核心能力，結合擅長的筆記與平板電腦，及捲土重來的智慧型手機，推出全球首創的三合一產品PadFone，拿下全球3C產品大展——美國消費性電子展（CES）「無線手持產品類最佳創新獎」。日前更延攬前宏達電研發副總陳學群，宣示加碼智慧型手機的決心。

不畏失敗、堅持創新的企業文化，反映了董事長施崇棠的背景與性格。他是宏碁的創辦團隊之一，也曾是施振榮得意的愛將，卻毅然加入當時剛成立兩年的華碩，將公司帶上世界第一的主機板大廠。後來，華碩更將核心能力延伸至筆記型電腦，在很短時間內成為全球前十大筆電品牌。

技術出身的施崇棠，有追根究柢的科學家精神。他甚少對公司經營以外的議題發言，但身為產品的創新發動者，卻經常在國內外研討會和展覽上，以流利的英文與國外媒體溝通，展現「不鳴則已，一鳴驚人」的一面。

施崇棠也是儉樸堅毅的修行者。禪修是他的興趣，心無旁騖，讓他在疾速的創新競賽中仍能保持冷靜、堅持目標。最明顯的例子，便是當蘋果（Apple）推出iPad橫掃市場，全球各大品牌立刻跟進；唯有華碩沉著應戰，針對iPad的罩門，推出附有鍵盤的平板電腦「變形金剛」，成為當時唯一能與iPad抗衡的明星商品。

俗話說，「即使跌跤，也要撿一把沙子再爬起來」；施崇棠的專注與堅毅，使他能抓起最有價值的那一把沙，淬鍊出下個階段的成功。（口述／薛明玲，整理／陳芳毓）



薛明玲
資誠聯合會計師事務所所長，美國賓州州立Bloomsburg大學企管碩士。資誠為台灣四大會計師事務所之一，有兩千多名員工，重要簽證客戶包括鴻海、台達電、統一、旺旺等。