

获利大起大落 台湾科技企业缺人才

9月24日消息,台湾科技领域两大领导品牌:宏碁连续两年严重亏损,恐遭并购的流言满天飞;HTC近两年来市值蒸发9000亿新台币(约1862.2亿元人民币),内部惊爆间谍案更凸显管理模式存在重大漏洞。台湾科技界的品牌梦,为何总是伤痕累累?

“从宏碁、华硕到HTC,其实面临的挑战本质都是一样。”一位品牌创始人私底下感慨。

台湾本地市场空间太小,自然难有科技业最关键的产业标准定义能力,比如操作系统源代码、基础通讯专利等。台湾也不会选择韩国模式,倾尽全力打造一个品牌。

“小地区资源要聚集,多多少少要容忍资本主义精神。”台湾政大科技管理与智慧财产研究所所长邱奕嘉指出,台湾的科技政策讲究公平、多元,反而像披着狼皮的羊,使得瞄准全球70亿人口的台湾科技品牌,先天不良,后天失调。

宏碁、HTC,虽然都曾在两个不同领域占据领头羊的地位,但现在却面临相同的命运:企业获利变动剧烈。

台湾科技企业衰落有以下几个原因:

1、缺少国际化人才

“HTC的市场规模是宏碁的5倍多,成立时间却缩短了6倍,面临的压力自然很强。像HTC这样大起大落,没什么好奇怪的。”一位科技企业的创始人解释称,当今的科技产业竞争,全球调动的资源超过以往任何时期,特别是需要大量烧钱的“品牌营销”。

“台湾品牌很难生存。三星卖手机就像



卖洗发水,连训练销售人员都向宝洁、乐购取经。”一位前三星主管透露,三星把科技品牌当做快速消费品,大胆烧钱,三星在营销方面投入的经费,约为HTC的三倍多。有传闻称,任何经销店的业务员,只要卖出一台三星手机,就能获得500元新台币的奖励。

另外一个需要大笔投入的资源,就是人才。

“打一场全球化的仗,需要国际化的人才,”宏碁董事长王振堂曾说,宏碁愿意用国际级的薪资标准,全球猎才,重赏有能者。

“台湾企业国际知名度不高,也缺乏市场发展优势支撑,因此只有用超过一般水平的薪资,才能请到一流的国际人才。”台湾政大企业管理系教授刘莲蒂观察指出。

宏碁不是没有在国际人才上花过钱,却后继无力。

翻开宏碁2012年年报,宏碁前首席营销官狄普勒、管理亚太营运总部的全球资深

副总裁林义万、掌管欧洲市场全球资深副总裁奥利弗,薪资级介于5000万至1亿新台币(约1034万至2068万元人民币)之间,比宏碁全球总裁翁建仁还高。但同期,宏碁市场占有率却从13%下降至8.3%。

“领高薪,却看不到公司业绩有好转,”一位宏碁内部人士抱怨称,兰奇离开后,宏碁已经没有财力另外聘请更好的国际人才。

而HTC重用前索尼管理团队,靠着前首席营运官科斯特洛(Matthew Costello)牵线,大动作入股美国耳机品牌Beats,却又出售股权,为投资不利止血。

靠着前首席技术官卢克(Ronald Luke)牵线,HTC花掉4500万美元并购多媒体内容平台Saffron Digital,今年又以4700万美元卖掉。两桩并购都未能给HTC带来实际作用。

“用一批外国人,做一堆并购,就叫国际化吗?”一位从HTC离职的高管忿忿不平。

2、董事会不健全

为什么台湾科技企业无法和国际经营团队善始善终?

“因为台湾企业没有功能强大、运作健全的董事会。”邱奕嘉指出,台湾科技品牌太仰赖CEO个人的能力。

放眼美国,IBM董事会可以找到郭士纳(Louis Gerstner)起死回生。雅虎董事会也找到梅耶尔(Marissa Mayer),再造雅虎。

“董事会机制要健全,才能一步一步建构管理力。”邱奕嘉说。

3、随时重新定位能力不行

过去,HTC靠着技术领先,做出了全球第一台Android手机,成为各大运营商首选

的合作对象。但靠着技术站上成功的巅峰后,HTC却轻视了智能手机快速向中、低端市场发展的趋势。HTC内部,也不是没有推出过中低端手机,从高通骁龙发科各种手机芯片解决方案,各种价格段,也都测试过。

“Peter(HTC CEO 周永明)要求完美、要求顶级,谁敢在他面前提案中低端手机啊?一惹毛他,搞不好今年奖金就没了,”一位内部人士透露。

智能手机高速成长五年,竞争重点已从“规格”变成了“价格”。

“当苹果都要强调手机处理器的功能时,你就知道,产品差异化已经不大。单靠品牌,无法决胜。”一位代工大厂董事长分析称。

HTC的“高贵”,引发运营商的不满。“当你只是买人家的面板、处理器来组装,你凭什么卖高价?HTC要重新定位自己,他的对手不是三星、苹果,应该是索尼、LG、华为。”一位运营商总经理直言。

随时重新定位,是品牌战中必要的生存技巧。

“掌握商业模式和典范转移,是科技品牌厂的成长天险,”台湾交大管理科学系教授朱博涌说,“小米手机串起,你说是别人来取代HTC吗?不是。”

宏碁也在产品弹性上,受到限制。单一产品线,单一新经销商战术,时代改变了,过去的成功因素都成了今日的败因。五年前,为了冲刺市场占有率并购的捷威、Packard Bell、eMachines,如今都成了宏碁沉重的包袱。品牌的无形资产减损,将大大削弱宏碁体质,使得宏碁今年难获利。(Zik)

国药准字H46020636

快克

复方氨酚烷胺胶囊

请在医生的指导下购买和使用

海南亚洲制药有限公司生产

海南快克药业总经销

禹州电力公司提升素质促发展

河南省禹州市电力公司非常重视职工岗位教育,不断拓宽职工教育培训渠道,为职工教育培训打开方便之门人,他们在公司内网教培园地开通了网络教育培训网址,电力行业各专业培训大纲和试题内容一应俱全,极大方便了员工在岗自学。

近年来,该公司通过教育培训共有3人获得高级技师,52人获得技师资格,138人获得高级工,大专以上学历人员达到359人,占全体职工的59.83%。(杨绍远 周晓军 董亭)

欲进军电动车领域 克莱斯勒需技术人才

凤凰汽车讯据《美国汽车新闻》报道,克莱斯勒公司近期表露出对电气化技术人才的强烈需求,这显示出克莱斯勒进军电动车领域的新动向,他们有意开发插电式混动车,轻度混动车等电动车型。

克莱斯勒集团CEO马尔乔内(Sergio Marchionne)表示,相对于其他的汽车品牌,克莱斯勒在电动车领域并不活跃,目前他们只有菲亚特500e这一款电动车型,它只在加利福尼亚销售,并且每销售一台他们都将损失1万美元(折合人民币约6万元)。

上个月,菲亚特-克莱斯勒发动机和电动机研发部门负责人鲍勃·李(Bob Lee)曾声称,目前消费者并未准备好为汽车电动化技术研发买单,这样的窘境也许会持续到2020年。因此,他们会把重心放在柴油发动机和小型涡轮增压汽油发动机的研发上。

但是,克莱斯勒集团发言人埃里克·梅恩(Eric Mayne)近日表示,目前公司对汽车电动化技术方面的人才有很大的需求,这跟公司的未来规划息息相关。“我们需要研发电气化技术,不管是在汽车启停技术方面,还是在电动车研发方面都将广泛应用这些技术。”

尽管克莱斯勒在非传统动力车型方面表现并不突出,但它多年以来一直在电动车领域进行测试和实验。早在2008年年末,公司高管曾表示他们正在研发Jeep牧马人车型的电动版和一款两座运动车型的电动版,但到目前为止,这些车型还未曾推向市场。(凤凰)

关公坊酒业举行新版体系文件及内审员培训

日前,关公坊酒业举行了新版体系文件及内审员专项培训。培训重点围绕公司新版体系文件与旧版文件的结构对比、内容更新、体系基本定义和术语等进行了系统的讲解。

内审员队伍作为管理体系的重要组成部分之一,其质量和水平直接关系到管理体系建设的质量和水平。此次培训让公司内审员对公司“三体系”有了更为系统、深刻的了解,对自身责任有了更明确的定位与认知。参训人员表示,在今后的工作中,将严格按照规范化的流程及管理制度开展各项工作,积极推进管理体系运行,为公司的跨越发展做出更大的贡献。

此次培训由公司技术部体系科组织,各部门内审员共22人参加。

(文/王潮 图/李璇)



优秀的领导者能读懂人才

如果企业的财务管理跟人才管理一样随意,那么大多数企业都将破产。但许多在财务管理方面做得出色的公司,并没有一套相应的领导人才培养方法,它们甚至不知道该培养什么样的人。不管这些企业在招聘、培训和评估方面下多大的功夫,它们的人才管理总显得毫无目的:标准肤浅、观念过时,或者一心只想赚大钱。

众所周知,绩效来自于人的决策和行动,人是衡量企业未来前景的先行指标。人才是一家公司最重要的资源,而解读人的性格,远比分析财务报表上的数字难得多。

于细微差别中见人才

“凭感觉”发现人才的方法并不靠谱,那些脚踏实地的管理者不屑于这么做。人力资源部门通常会使用某种标准去评估领导能力,他们会将员工进行整体分类,给他们贴上诸如如此的标签:“战略能力”、“创新能力”、“良好的沟通能力”、“非常聪明”、“分析能力强”、“具有敏锐的观察力”等。这种描述方式过于模糊,在实际的管理工作中毫无用处。他们甚至无法预测一个员工能否胜任某个职位,更不必说去挖掘其特殊才能,将他培养成一名优秀的领导者了。

沃顿商学院高级管理课程的一位讲师认为,类似于“富有创造力、具有创新精神、企业家精神、沟通力超强”等模棱两可的词句,并不能真正界定一个人的才能。要真正界定一个人,必须对此人有一个全面的了解,“讲出

和其他人的细微差别,这源于仔细观察此人的行动、决策以及行为方式,以获得充分的信息”。

他以史蒂夫·乔布斯重掌苹果公司时如何力挽狂澜作为例子。2010年6月,苹果的市值超过微软,连乔布斯自己也认为苹果的发展“超乎现实”。导师告诉学员,乔布斯重掌苹果后,举行了一次特别的董事会议,会议室的墙边摆着当时公司20多种产品,他将产品一个个拿出来,最后只剩下四种产品。他说,如果苹果能凭借这四种产品彰显自己的特点,公司便能起死回生。

这个故事可以证实乔布斯有两种显而易见的特质:首先,他知道顾客需要什么;其次,他行事果断。在他接管这家濒临破产的公司十几年来,乔布斯让苹果变得活力十足,获利颇丰,他不仅设计出全新的产品,还改变了游戏规则。公司旗下的iPod、iPhone、iPad、iTunes给产业生态带来了巨大的冲击力,让许多音乐和电信产业的公司也不得不改变它们的商业模式。

在苹果公司,乔布斯绝大部分时间都跟近100名软件、硬件、设计、金属、塑料、玻璃技术方面的专家泡在一起。每个星期一的上午,他都会召集他们回顾和改善产品设计。他就是用这种方法联络各专业人才,创造不同凡响的产品。十几年来,他几乎从不间断,一周4个小时,他跟各领域的专家建立精神和感情的沟通,了解他们最新的创意和想法。这种方法就跟某支运动队经过千锤百炼,最后成为冠军队伍的过程一样。乔布斯一丝不苟、

作、专业服务等多元平台,并且引入菲亚特技术中心、沃尔沃中国研发中心等研发资源,关键就是与汽车产业的“每根链条、每个环节”对接起来。

甘晓兵等人才领域的专门人士认为,产业转型中,需要重构“行行出状元”的人才“平行观”。实践证明,领军人才“单兵独斗”的项目,往往并不成功;多元人才合作支撑的“团队项目”,成功的几率大大上升。

“一线人才”是产业成熟“试金石”

在宝钢等国内领先企业中,创新抓两头:一是重大独有技术创新;是一线人才的岗位创新。两者不可偏废。有专家甚至认为,“一线人才”是产业成熟的“试金石”。

徐长乐等区域经济研究人员认为,像长三角这样的国内主要产业带,在转型升级中,不可能“什么都推倒重来,什么都是从头创新”,许多产业面临的是“二次创新、二次提升”,其中一个重要方面是进一步挖掘“一线环节”的含金量和产业精准度,这就需要匹配更精良的“一线人才”。

记者在嘉定组织部门采访,翻阅了当地优秀人才的名录,发现其中技能人才的比重已接近15%。已建立了当地首个“首席技师工作室”的上海新时达电气公司售后

持之以恒地做好每一件事,将所有“碎片”联结起来,这也是他区别于一般CEO的地方。

判断人才的“软技能”

解读乔布斯跟培养人才有什么关系?透过沃顿商学院的课堂讨论,我们已看到人才管理大师是怎么做的:他们总是仔细观察、认真思考、准确表达。学员们总结了乔布斯身上的特质:他天赋禀异,他不仅知道顾客现在想要什么,而且能够预见顾客将来想要什么。更重要的是,他创立让公司获利最丰并有效执行的商业模式。他将产品看成一种体验,而不仅仅是商品。他凭借非同寻常的才能将先进技术和用户体验完美结合。他清楚地知道自己需要解决的是什么问题,不管这些问题看起来有多复杂,他总能找到合适的人去解决,从不会去那些人的身份和地位如何。

另外,乔布斯是一名沟通大师。他能有效地跟顾客、员工、合作伙伴沟通,让他们也成为其产品的狂热粉丝,他能让他们信任自己、信任苹果公司,从而信任苹果品牌。

正是因为这些个人特质才铸就了独一无二的乔布斯。而更重要的是,如何将这些特质组合在一起。人才管理大师不会通过一些陈腔滥调或者机械式的测试方法来评估人才。他们会用心观察员工的一举一动,久而久之,在其他领导人开诚布公地讨论这些人时,人才管理大师会将他的观察所得告诉大家,然后,他们会进一步了解这个个人特质的集中体现。旨在全面了解此人的特点,了解他身上与

众不同的地方。

简而言之,人才管理大师会努力跟人建立亲近的关系,以便了解每个人的本质,这种判断人才的“软技能”就跟对具体数据的分析一样有实效。他们会详细地观察人才,并跟其他的观察对象作比较。每次会面都会留意,日积月累之后,他们会不自觉地脑海里勾勒出这个人的整体印象。这种更深层次、更准确的数据,是优秀的领导者作出准确决策的关键。

人才管理艺术

人们研究人才管理的科学与艺术,几乎无一例外地从通用电气开始。1981-2001年,通用电气在传奇式CEO杰克·韦尔奇的领导下,公司一直在人才管理模式上不断创新,甚至被人称为“革命的摇篮”。通用电气的人才培养制度,已经成为业界标准,并被其他公司竞相模仿。

拉里·约翰斯顿辞职时,通用电气刷新了一项纪录——不到半天就任命了新的接任者,并在下班前就宣布了这项人事变动。公司的这种做法也成为企业界的标杆。通用电气不允许高层领导出现职位空缺,一天也不行。

公司高管突然辞职,大多数公司都会乱成一团,惠普在马克·赫德突然离去时就是这样。公司手忙脚乱地请猎头公司帮忙挑选候选者。在此期间,他们会选出一位临时的接替者,整家公司找不到正确的方向,这种混乱局面可能持续数周甚至数月。员工也会因为这种不确定性和甚嚣尘上的流言弄得士气低落,效率下降;有望接替职位者也会争得头破血流;竞争对手则会利用这一空档抢占市场

先机,等公司找到合适的接任者后,公司可能已经元气大伤。

在通用电气的600名高级主管中,他们的主动离职率不到5%。但是,别的公司总会来挖通用电气的墙脚,人们很难拒绝别公司提供的CEO职位。当身处要职的人离开通用电气时,尽管在当时来看,离任者似乎不可或缺,但通用电气的高层总有应对办法。他们懂业务,了解候选者的优缺点,他们能很快找到接任者。他们的目标很明确:公司的业务不能停滞不前,没时间让人心生悲悯,不能拖拖拉拉地做决策,不让竞争对手有机可乘。

大多数公司都将管理系统分割开来:“今天我们谈论人才,明天我们谈论战略,下周我们谈论经营和预算。”但在通用电气,所有讨论都是连贯的。比如在战略规划和运营评估会议中,他们都会周密评估负责相关方案的人;人才评估会议则是从讨论公司的业务概况开始,因为业绩的好坏直接由参与者决定;业务评估总是从评估领导团队开始。每次见面都是领导者提供指导、观察人才的机会,久而久之,公司的人才储备也将越来越丰富。

通用电气使用的价值观和业务流程广受认可,但旁人却通常不能领会促使这个人才管理体系运作的微妙因素。在通用电气文化中,这些因素是一种本能,是再平常不过的元素:领导者开诚布公、能够直面实质问题;业务流程和人才管理流程的结合;将看似毫不相关的会议整合成一个连续整体的社会化系统。总言之,这些元素正是人才管理大师与众不同的地方。(创业邦)

遗失声明,王晓明不慎将学府杏林购房首付款收据遗失,编号0110069,第二联。特此声明原收据作废!