

雲端物聯網時代， 「不務正業」 才是對的？！

3S Market 施正偉

Apple曾經被津津樂道的是他的Macintosh（麥金塔）電腦，隨著PC compatible橫掃全球，臥薪嘗膽20年後，一系列推出iPod、iPad、iPhone，再度回到IT產業的龍頭寶座。除了Apple，今天的IBM、Amazon、Google都不再是被市場過去所認定的原本行業，但是他們仍舊發光發熱，為什麼他們都不務正業？為什麼他們仍舊雄霸一方？



瑞典的AXIS是目前網路監控領域，被認定的網路監控攝影機的第一品牌，你知道這家公司在還沒有進入監控市場時，曾經是做影印機Server的製造商嗎？前以色列知名的DVR廠商Nice System，發跡的產品是聲音錄製應用設備？為什麼他們進入影像監控領域，仍然有非常出色的表現？

2005年中國海康威視的老總胡揚忠先生曾經問我，為什麼你們台灣的陞泰可以把硬盤錄像機（DVR）做得那麼好、價格又那麼便宜？當時海康威視的年營業額，還沒能超過陞泰，兩家伯仲之間，去年2016年海康威視的年營業額已達人民幣31.9億元。或許你會說，那是時勢造英雄，大陸經濟崛起嘛！但如果海康只堅持做DVR，了不起今天頂多是1-20億的人民幣。轉型、轉行到不務正業（

海康跨足電商、標案、通路、生產製造...），似乎是今天他們做強、做大的憑藉！？



很多人把這些廠商今天亮眼的成績歸於「做品牌」。坦白說，我從事媒體行銷超過20年，在學校所學的也是主修行銷，但這個說法我只認同一半。我們來看郭台銘的富士康，一個眾所皆知只做代工的公司，鴻海集團去年的營業額是4兆3569.88億元新台幣。可是這家公司堅持不做品牌。

該不該做品牌？先問問自己，條條大路通羅馬，我個人認為做不做品牌之前一個更值得思考、探討的議題—Business Model（營運模式），這才是重點！以上這些目前都很成功的企業，他們獨強獨大的核心競爭力，都來自他們的Business Model。找到自己的優勢，發展出適合自己的營運模式，遠遠甩開了市場眾多的競爭者。而跟著學的，卻難以撼動他們在市場上的地位，頂多撿些餅乾屑。



這些公司之所以敢不務正業，就來自找到一套適合自己的營運模式，再加上符合市場的需求，這樣的東風效應下，讓他們的營業狀態一路燒滾滾。

江山代有人才出，下一個英雄什麼時間將迸出？沒人知道，但經常聽到市場成熟到一定的階段，就會產生洗牌，或許雲端、物聯網、行動App的出現，已宣告新的世代又即將來臨，但新的世代也意味著，產品會有變化；連帶骨牌效應的通路也會產生變化。誰將竄起？



或許這個竄起的英雄，就是掌握雲端、物聯網、行動App新世代營運模式的贏家。贏家候選人的你，準備好你的Business Model嗎？