

麗臺科技股份有限公司

服務升級 營運再攀高峰

麗臺科技 小檔案

- ◆資本額：新台幣15億元
- ◆成立時間：1986年
- ◆負責人：董事長盧崑山
- ◆主要產品：生產顯示卡、多媒體、無線通訊產品等
- ◆公司所在地：台北縣中和市建一路166號18樓
- ◆計畫期間：96年8月1日至97年11月30日
- ◆計畫主持人：營運長張鴻瑜

就在2008年9月，由經濟部國貿局主辦的「2008年台灣國際品牌價值調查」前20大品牌入圍名單揭曉，麗臺科技首度以新秀之姿入榜，展望未來，麗臺科技仍將繼續深耕亞太市場，並以此市場基石，進而進軍全球市場，期望達成全球領先品牌前五大。

堅持研發創新 信奉品質至上

麗臺科技是家成立逾20年公司，經營有成，於1999年6月上櫃，並進而於2001年9月由櫃買中心轉到證交所掛牌上市，「研究創新、品質至上、利潤共

享、客戶為先」的經營理念，是麗臺科技一向堅持的信念，員工數在全球約500人，在台灣總部，光是研發人員即超過200人，顯見該公司無畏研發之艱辛，多年來還是始終堅持研發之路。

堅持研發創新路線，信奉品質至上主義，在電腦繪圖卡、多媒體、主機板等科技產品，以「Leadtek」、「WinFast」等自有品牌行銷於全球，



電腦產品事業處總經理周世偉

塑造出世界知名品牌，從入門級產品到高階工作站、伺服器及多媒體應用層面，不僅獲得國際媒體評比獎項殊榮無數，上下游供應商及客戶夥伴爭相聯盟，消費者使用後讚譽有加，麗臺科技電腦產品事業處總經理周世偉表示，**Leadtek** 儼然已成為科技創新的國際圖騰形象，而麗臺入圍台灣前20大品牌，更是麗臺多年努力的具體表徵。

延伸產品觸角 提供最佳選擇

麗臺科技近年來更不斷延伸產品觸角，跨入無線通訊技術領域，率先推出影像電話、桌上型視訊會議系統等，並領先研發產製 **GPS** 衛星定位系統，以其先進精密技術水準進入歐洲汽車市場，終至達成繪圖、多媒體、主機板、影像通訊、無線通訊、衛星定位技術等多面向發展的領先目標。

根據該公司擬定的發展願景，麗臺高層向同仁宣示，展望資訊產業之發展，今後必將走向精簡化，以及多方技術整合的方向，

這也是麗臺科技未來需深入佈局的領域。在家用遊戲、家庭娛樂、居家聯網、數位節目錄製、影像電話、衛星導航系統等領域，麗臺科技之研發團隊可結合目前既有專業技術，向上提升並整合開發出符合上述需求之產品，提供消費者整體解決方案之最佳選擇，科技是用來服務人類的，千萬不可本末倒置科技與人類的互動因果。

服務運籌總部 e化獲得補助

因整體市場較預期低迷且競爭激烈產業，全力深耕電腦多媒體及**GPS**無線通訊產品自有品牌的麗臺科技，從95年底起積極調整營運策略，結束美國及歐洲子公司，並縮減台灣製造廠的規模、消



麗臺科技的公司形象是秉持「研究創新、品質至上、利潤共享、客戶為先」的理念

麗臺科技研發團隊是公司不斷向上提升的原動力



化存貨、降低營運成本，同時加強直接與全球各地經銷夥伴合作的深度，以期能維持營收、毛利及淨利的成長。

因應時代脈動需求，麗臺科技提出「麗臺科技服務運籌總部電子化計畫」，因切合台灣製造業價值活動逐漸由代工製造(OEM)，轉型為設計製造(ODM)及品牌製造(OBM)的重要趨勢，而獲得計畫審查委員的推薦及工業局的經費補助。該公司內部曾經評估過，客

戶端的市場預測、經銷夥伴管理、庫存及維修服務等工作，台灣總部沒辦法掌握最即時且精準的資訊，整個決策品質就無法提升，在2年前，子公司維修點因庫存堆積，呆滯料與跌價損失就佔了毛利約一成。

經過認真耕耘 展現初步成效

麗臺期望2年內藉由工業局及審查委員的輔導，透過e化資訊平台建立即時銷售、維修與客服的機制，並做為與

麗臺科技的各式產品在各種展場中大放異彩



客戶溝通的直接管道，周世偉表示，經過認真努力的耕耘，目前已展現初步的流程改善成效，同時資訊平台亦逐步上線之中。過去麗臺有一流的技術與研發，但相對欠缺流程改善與管理能力，在「貼近市場，掌握需求」、「掌控供應，創造績效」與「優良品保，一流服務」的公司策略主軸下，唯有以e化及

流程再造建立服務運籌管理機制，強化總部決策支援機能，才能以高效率的後勤供應鏈與一流的客戶服務，強化客戶忠誠度、提升麗臺領導品牌的價值與地位。

儘管麗臺的市值、營收都不算大，但其擁有的娛樂顯示卡及專業繪圖卡產品，卻因該類產品，讓麗臺榮登全世界最老、最資深的廠商，同時，娛樂顯示卡及專業繪圖卡產品在日本市場，確實是市佔率第一名。周世偉指出，日本市場對產品要求嚴格是出名的，東西不夠好，根本無法在日本生存，而麗臺科技的長青品，能夠在日本享有一席之地，而且是其他品牌難以取代，該公司的產品，可以用「不是猛龍不過江」來形容。

設計具有特色 贏得日歐青睞

研發創新，是麗臺多年來堅持的理

念，精耕特定領域，也是麗臺多年來始終如一的態度，周世偉笑笑說：「我們專注在公司做得到的事情，就算已經有不錯的商品問世，但還是會精益求精，也因為產品設計理念十分有特色，日本客才會不吝於給掌聲，」一般廠商搶市佔率，大都會派兵到歐美市場部署，周世偉補充，「一般人很難想像，麗臺科技的前三名重要市場，也包括東歐等新興市場，結果證明，只要廠商能夠提供

好的產品，實力強，並重視研發，消費者是會用鈔票來投票，展現實力支持認真的廠商。」

想要在歐美等市場攻城掠地，一般靠的是資本密集及人力密集，IT商品同質性又高，麗臺科技謙稱自己仍屬於中小企業，銀彈不如其他公司多，目前麗臺科技擬定策略，透過全球運籌體系來運作，不論是在生產面抑或服務面，都以



在大型電子展會場中參觀人潮對麗臺科技的相關產大感興趣

速度為主軸進行強化，就算未來開發市場市佔率低，還是能掌握開拓的致勝關鍵。

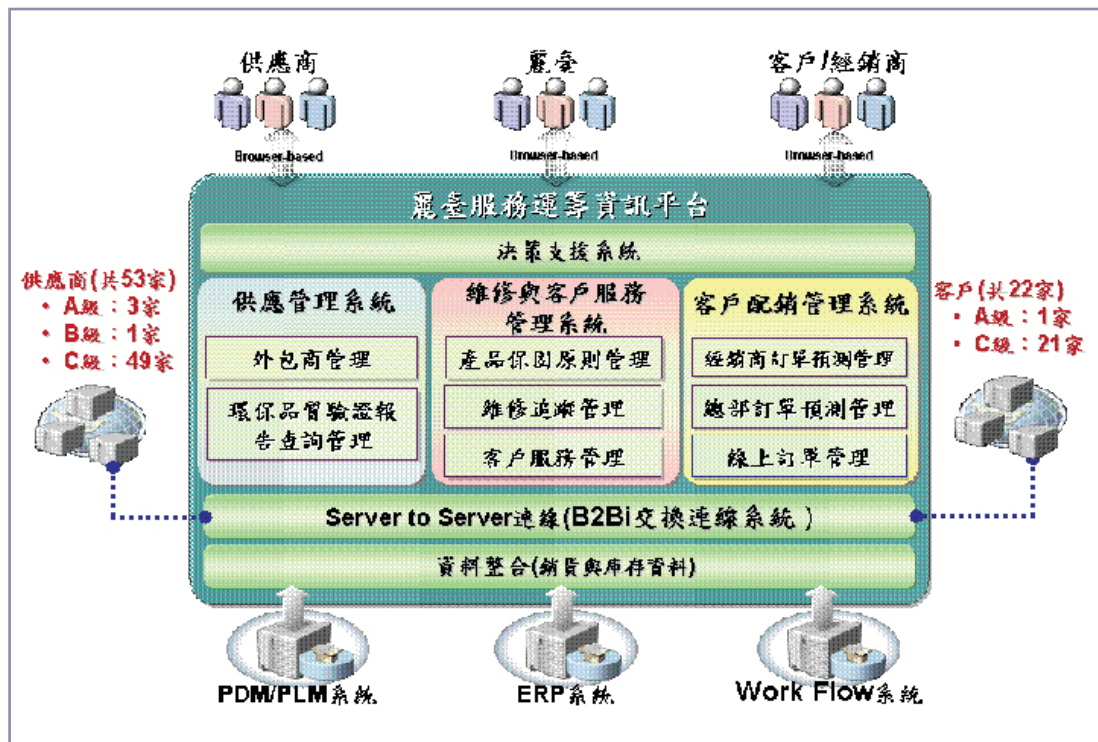
對經銷商夥伴 深化彼此互動

「品質至上、客戶為先」，是麗臺科技在推動工業局補助計畫時，擬定的服務運籌策略與目標，期待運用服務運籌居中的概念，對供應商及外包廠，增進供應管理效率，而對經銷商夥伴，全力深化彼此互動，運用策略把高階繪圖

卡、多媒體與通訊產品，推向業界領導品牌。

在增進供應管理效率方面，周世偉表示，將從二方面著手，首先是管理供應商與外包廠資訊，建立供應商品質環保評鑑資料庫，並改善與外包廠資訊透明度，確保準時出貨；其次是控管供應績效，以此強化營運總部決策資訊，有效掌控供應出貨、維修效率。

麗臺科技作業平台系統架構圖



於深化經銷夥伴關係，有三個方向需強力執行，包括強化接單彈性、減少接單與服務層級，以及提升維修與客服效率著手。唯有簡化物料編碼，改善組裝出貨流程，提升生產效率，降低成品庫存，促進總部預測資訊透明化，快速反應市場需求並與經銷商建立維修與客服機制，才能提供即時的服務。

快速反應機制 能夠緊急應變

周世偉分享e化經驗，只要產品做出特色，能夠強化客服，就算在幅員遼闊區域，沒辦法鋪天蓋地設點，囿限於集團資源調度，僅能在特定地區設點，一旦平台建立，換貨、維修進展問題，將因勢利導順利克服。

他進一步指出，以往有多少庫存，市場有多少需求，在電子化前，客戶大多是靠經驗來預估，如果碰到百年難得一見國際突發狀況，像2008年爆發國際金融海嘯，其變局之嚴峻，猶甚於10年前的亞洲金融風暴，就算是身經百戰、經驗豐厚者，也很難預知後勢發展，如果有了快速反應機制，麗臺能與供應商、

客戶及經銷商，在作業平台快速交換訊息，彼此間會針對突發狀況做出緊急應變，在資金成本進出，會針對現實面做控管，緊急應變策略不再空轉，停滯於紙上兵推。

學者團提建言 帶來棒喝效果

麗臺科技是老公司，工業局也委派經驗豐富的學者團參與審查提出建言，教授們對於麗臺老實不客氣提出質疑，在請客戶填寫需求預測時，用什麼方法可以確認知道數據正確性。周世偉回憶，教授提出準確性與真實性的質疑，當時



麗臺網路攝影機產品

確實為麗臺科技帶來當頭棒喝效果，數據是客戶填的，資料不會錯，準確性是有的，但總不能事後諸葛，等專案流程都跑完了，再來檢視資料真實性。

有可能是未考量到某特定變數，導致客戶填單資料失了真實性，審查委員建議麗臺，需建立機制來預防，這時可以委派業務代表做確認動作，企業流程運作，速度快，對一個運作正常企業體，會帶來加分效果，但它卻呈現一刀兩刃效果，稍有不慎誤判情勢，反而會帶來更大難以彌補傷害，估錯單子，企業資源、人力及材料一旦大量投入，將產生閒置浪費，不利公司成本調度。

計畫推動上路 效益逐步顯現

透過外部建言，麗臺科技有效控管風險，因本計畫推動，平均維修回應天數從導入前22天降成15天，準時交貨佔總訂單比數，由3天降成2天，急單件數佔總訂單件數由60%降為55%，每個月銷貨金額佔平均存貨金額由導入前6.3次 提高為9.66次；而體系廠商方面，導入計畫後，在經銷商預測精準度

變成70%，降低預測不準所造成的存貨成本，供應商出貨達交率由90%提高為95%，節省與客戶文件往返頻率，減少供應商出貨的時間。

這些日子以來，認真執行該項計畫，周世偉表示，透過e化，把流程及邏輯關係予以改善，庫存周轉天數也由45天降為30天，排程異動情形有效降低，維修系統把相關反應回饋到公司的FAQ資料庫，而廠商以前都不願意給庫存資料，怕資料一曝光，增加經營風險，只要事實證明，彼此合作是有幫助的，能



麗臺科技「We Make Dreams a Reality」簡潔有力的標語令消費者印象深刻

計畫成果及效益

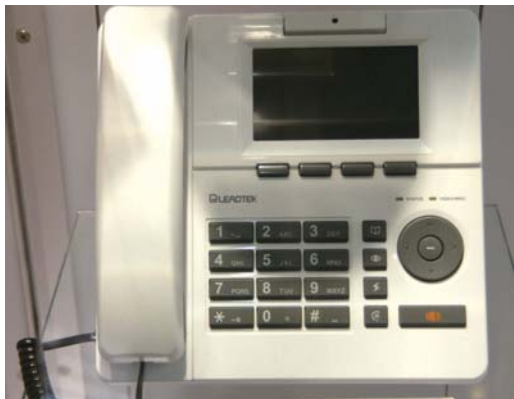
1.提案廠商

關鍵績效指標	公式與說明	導入前	導入後	效益
平均維修回應天數	客戶送修日-維修品返修日	22天	15天	由總部控管維修服務，降低庫存損失，減少維修天數
準交率	生管回覆出貨日期與實際出貨日期之差異 (準交率=準時交貨筆數/總訂單筆數)	3天	2天 (準交率70%)	導入後全年重工成本節省33% $22,497,283 * 33\% = 7,424$ 仟元
急單比例	急單件數/總訂單件數	60%	55%	急單比例下降10%，降低重工成本 $22,497,283 * 10\% = 2,250$ 仟元
存貨週轉率	銷貨金額/平均存貨金額(月)	6.3次	9.66次	降低存貨造成資金積壓成本 年平均總存貨成本*資金成本 $*15/365$ *增加的週轉次數=1,498仟元

2.體系廠商

關鍵績效指標	公式與說明	導入前	導入後	效益
經銷商預測精準度	$1 - \frac{ \text{預測量} - \text{實際出貨量} }{\text{預測量}}$	-	-	經銷商預測精準度提高，降低預測不準所造成的存貨成本
供應商出貨達交率	實際到貨日期與供應商回覆出貨日期之差異(供應商達交率=準時達交筆數/總採購單筆數)	90% @7天	95% @7天	透過供應商交期品質資料管理，節省與客戶文件往返頻率，減少供應商出貨的時間

麗臺影像電話產品



夠減少資金成本堆積，廠商自然會樂於配合，不會像一開始要費盡唇舌大力遊說。

不少人把IT看成天大地大的事，公司要起死回生，就看電子化程度，在該領域耕耘多年周世偉認為，電子化說穿了，也不過就三個字，它不是萬靈丹，電子化的功能只是協助，確保落實每個流程，在導入電子化前，有權力做決策的人，需找到公司真正的問題，如此一來導入IT，即可很客觀中立找問題，才不會誤判情勢。

周世偉強調，「研究創新、品質至上、利潤共享、客戶為先」的經營理念，是麗臺科技一向堅持的信念。未來仍將以提升研發實力、產品的品質與附加價值為主，使研發創新的工作日益躍進、扎

實生根，期能使各類產品於國際各大專業媒體、展覽之評鑑中脫穎而出，藉由專業評鑑進而達到自我肯定、累積實力的目的。

由於秉持利潤共享之原則，年年的營收獲利均以股東、員工、合作廠商為優先分享之對象，使共同經營麗臺科技茁壯之所有參與者，能公平獲得利潤回饋之報酬。而客戶為先的明白理念，務求客戶滿意度的提升；妥善利用網際網路快速便捷之特性，使每一位客戶在各項參考指標如產品、價格、服務等方面，獲得進一步的肯定與讚揚，形成下一次的優先採購認同，是為麗臺科技念茲在茲的努力目標。

展望未來，麗臺科技仍將繼續深耕亞太市場，並以此市場基石進而獲取全球



麗臺科技顯示卡

市場，期望達成全球領先品牌前五名之地位。努力創造附加價值，整合既有領先之繪圖、多媒體影音、通訊及主機板技術，開創新類型之技術產品類型，如

強化電腦與通訊產品技術整合，結合已研發成功之多媒體主機板、影像電話和衛星導航等產品技術，開拓寬頻網路設備市場。

< 審查委員的話 >

清華大學工業工程與工程管理學系所教授林則孟：

掌握客戶需求動向受益多

清華大學工業工程與工程管理學系所教授林則孟說，麗臺科技現在七成產品是屬於自有品牌，繪圖卡等主力產品選擇委外給鴻海代工，透過麗臺科技服務運籌總部電子化計畫，在這次的國際金融海嘯，有效降低庫存並抓緊市場需求。

過往企業代工大都是委託國外廠商，林則孟教授說，從麗臺科技把繪圖卡代工業務，交由鴻海負責，本身專注在品牌經營，可以看出，國內企業代工實力已經達到一定程度，是件相當值得慶幸的事情，該結果也代表台灣電子產業，逐漸走向專業分工化。

林則孟教授表示，像麗臺科技以前還有子公司做經銷業務，電子化後，為了深耕自有品牌業務，不再透過子公司運作，改跟其他經銷體系合作，結果驗證策略正確，2008年國際金融海嘯肆虐全球，麗臺科技的表現反而是出乎意外的好。

推動這套電子化制度，庫存降低，在周轉率方面，展現具體成效，公司等於是多出2、3億元的現金可以周轉動用，而且，也因跟經銷商關係愈來愈緊密，麗臺科技一手掌握客戶財務動向，避免不必要的風險，林則孟教授說，經由這次國際金融風暴，充分檢視這套營運總部電子化計畫，也因為導入e化成功，麗臺科技直接享受到正面效益。