

# 製造業夯社群，代工、品牌、研發團隊全面受益

明安國際使用 IBM SMA 社群輿論平台，為創新找出路！



明安國際是專業高爾夫球具、碳纖維自行車架、3C 零配件與碳纖維複合材料製造大廠，為世界五大高爾夫球品牌的 OEM 與 ODM 主力代工夥伴，並擁有自創的頂級自行車品牌 Grampus。2013集團年營收達114.7億元新台幣，曾獲天下雜誌評選為千大企業排名283名，營業績效表現亮眼。

## 專注研發，掌握核心競爭力

明安2013年產品營收比重為高爾夫產品74%，碳纖維材料佔4%，高爾夫約佔10%，自行車零件佔4%，3C機殼佔8%。集團擁有「稀有金屬深加工」、「複合材料製作及運用」核心技術，並延伸出「氣相成長奈米碳纖維生成技術」、「奈米級複合預浸材料製備技術」及「超合金精密鑄造技術」等獨到科技，成為未來創新產品的利基。

明安國際事業部總經理蕭維成 (Jeffery Shiao) 表示，明安的創新法則是專注於本業研發、同時保持高度好奇心。最初做高爾夫球球頭，為提供 OEM 客戶完整方案而成為國內第一個引進碳纖維技術的企業，經過多年鑽研，在碳纖維運動用品（如球竿、釣竿、球拍等）與模具成型（如汽車、F1賽車）居領先地位，也投入3C用品、防護具、義肢等多角化經營，著名的 iPad Smart Cover 板材就是由明安所提供。

在台灣，擁有專業技術與研發能量、在特定領域有高市占率的中堅型製造業被譽為「隱型冠軍」，明安國際正是其中的絕佳代表。為了讓研發成果能夠與市場需求緊密結合、拓展集團多元商機，明安國際使用 IBM Social Media Analytics 輿論分析評台 (以下簡稱 SMA)，與終端消費者進行一場史無前例的大規模對話。這項獨特的社群分析專案，對明安的 B2B、B2C 業務及研發帶來意想不到的收穫。

在鑽研碳纖維材料的過程中，明安掌握了獨創的碳纖維散熱材料，相較於最常見的銅導熱材，重量只有1/4、散熱速度卻達四倍，輕量化與高效散熱的特性正符合3C產品、LED 燈具與其他半導體產品的需求，極具量產前景。

### 導入 IBM BLM，成功推動新商機

明安領導團隊深知創新研發必須顧及市場，才能有所回報。2008年，明安國際導入了 IBM 業務領導力模型 (Business Leadership Model, BLM)，每年都會定期分析外部市場與社會趨勢的變遷，審視企業內部優缺點，制定未來三到五年策略，並從中找出新事業的發展機會。然而，除了這些「線性」的趨勢發展，蕭維成也想同時掌握「非線性」的跳躍式變革。

蕭維成表示，企業最怕難以預知的非線性變革，就算做到特定產業的領導者，也難保被另一個創新外來者取代，數位相機全面取代底片就是最好的案例。在碳纖維產業，也曾發生關鍵材料「奈米碳管」技術大突破、原本論克計價的昂貴材料變成論斤銷售，為整個產業帶來洗牌效應。這些非線性變革都會為企業帶來重大影響，不可不慎。

### 海量傾聽，從社群找答案

「明安一方面要深入消費者、掌握精準需求，才能讓創新找到量產出口，另一方面要看見統計數據與邏輯理性之外的未測風險；」蕭維成指出，「我認為依該從消費者與社群身上找答案。」

為此，蕭維成攜手台灣 IBM，用 IBM 獨創的 SMA 輿論分析評台為明安進行了一場前所未見的大規模社群分析實驗。

為驗證 SMA 的能耐，明安先從最熟悉的高爾夫球市場做起，讓 SMA 傾聽高爾夫球族群的心聲，並進行趨勢分析。令人驚訝的是，SMA 分析報告與兩位資深高階領導人的產業觀察高度相符，甚至還見其所未見，預測到特定客戶產品線的衰退、以及在中國市場特定品牌的崛起，成果令人驚艷。

### 預測市場，為代工趨吉避凶

對 OEM/ODM 企業來說，若能預知品牌客戶產品的熱銷或衰退，就能提前配置適當的生產資源，確保不漏失商機、也降低風險損失。若預見一個品牌即將崛起，也能搶在競爭對手之前布局，提前掌握訂單。這樣的效益，完全打破「代工不需要了解終端市場」的迷思。

「這是有史以來，人類第一次有工具可以接觸如此廣大的母體，而且每份資訊都未經修飾，反映出客戶的真實心境；」蕭維成對 SMA 讚譽有加，「我們有能力大量傾聽社群聲音，更有機會邀請客戶進入開發流程，為下一代產品提供寶貴意見。」

### 品牌事業，抓住客戶的心

SMA 在高爾夫球市場驗證可行，緊接著便導入品牌事業，去解讀全世界碳纖維自行車客戶的產品需求與情感因素。品牌團隊花了兩個月熟悉分析工具，就能產出高品質的分析報告，成功找到金字塔頂端車主最重視的採購要素，將應用在第二代產品中，與競爭品牌做出區隔。

明安材料研發團隊也運用 SMA 傾聽專業論壇與社群網站，隨時掌握新的材料研發進展與應用，為研發團隊注入新的想法與刺激。

經過這次專案執行，蕭維成認為 SMA 讓決策有所本，品牌事業可以精準了解客戶心理需求，代工事業能為品牌客戶提供更深層的服務，研發單位也能掌握業界與市場動態，讓研發心力得到更好的回報。

「我認為 SMA 相當了不起，目前沒有工具可以取代，也不能用傳統投資報酬率角度來衡量其成效；」蕭維成總結，「在可見的未來，這樣的工具將會成為企業存亡 (live or die) 的關鍵。」