

【第27屆金鷹獎特刊】落實品管 推動公益型企業／順發電腦董事長 吳錦昌

特刊

【記者林佳□專訪】「一個人對社會的貢獻，不在於你付出多少，只在於社會因你而獲得多少。」眼神閃爍著之於社會的使命，語氣堅定地說道，他是本屆金鷹獎化學系校友吳錦昌，現為順發電腦股份有限公司董事長。憑著這個信念，在他的帶領之下，順發3C量販於2010年轉型，成為公益型企業，並致力於關懷扶持弱勢團體。吳錦昌近年屢獲各界肯定，於2012年曾獲中華民國第35屆創業楷模獎、第10屆年度十大績優暨潛力企業金炬獎、102年教育部學校教育儲蓄專戶金質獎牌。今年則因提出「公益型企業」概念並承諾每年捐出20%盈餘做公益、鼓勵公益消費潮流，讓消費者不用多花錢即能幫助弱勢，以及出書倡導CSR理念（企業社會責任），呼籲更多企業響應，建立完整公益鏈，而榮獲2013年第九屆《遠見》CSR公益推廣組首獎。同時，吳錦昌亦入圍2013年港澳台灣慈善基金會第八屆愛心獎。以上獎項不只認同吳錦昌的理念，也肯定順發3C量販在資訊市場上的耕耘。

面對金鷹獎殊榮，吳錦昌謙遜地感謝科見美語創辦人侯登見的推薦外，也提到：「學校頒發此獎項是對我在社會上努力的肯定。希望在獲獎後，能讓更多人知道公益型企業的理念。」在此，他也呼籲每個人都要對社會產生關懷，並思考如何為社會做出貢獻，更需藉由普羅大眾的力量投入和推動，才能達到更美好的社會。

順發3C量販創始於1982年，在吳錦昌領導之下，於1990年在高雄車站附近成立門市。在商品數量種類日漸齊全下，便需擴大店家面積，加上1997年該時期的新型招商式資訊商場南下競爭，他及時因應市場變動，祭出規模大、種類多之「差異化」策略，將賣場升級為668坪、5萬品項，使得順發3C量販從一般電腦門市轉型成大型3C量販賣場。順發3C量販也因此競爭激烈的臺灣3C通路中，與燦坤3C、全國電子、大同3C形成「3C通路四雄」。吳錦昌說：「我深刻體悟到未來發展，需以差異化方式與他人競爭。」他的差異化讓順發3C量販處於有利的競爭條件，開發隱性價值。從紅海中採取藍海策略，顯然奏效，順發3C量販知名度大幅提升。

何謂公益型企業，吳錦昌說：「消費就是做公益。」他提出5大要點：「提供消費就是做公益的機制、不多花一毛錢就能做公益、至少捐出盈餘的20%從事公益、合法經營且財務透明公開，以及無論盈餘，承諾起碼以每股稅後盈餘1元捐贈。」他又進一步表示，若該年公司獲利，捐款金額由順發3C量販及吳錦昌各出資10%；假使當年虧損，他則承諾自掏腰包，從自己的財產中補足公益款，以期引領「消費選擇」，更期

待「促使企業進入公益競賽，福利社會」，可見其推行公益型企業的決心。

甫於2012年底出版《溫水裡的青蛙》，寫入吳錦昌對於社會省思後的看法及推動公益型企業的勢在必行。公益型企業是種趨勢嗎？吳錦昌不假思索地說著：「端看社會問題需不需要被解決。」他又道：「企業財富超越國家、資源分配失衡、貧窮人口和失業人口的增加，加上科技發展等現今社會問題，無非是M型社會的間接加害者。」因此，吳錦昌扮演領頭羊的角色，希望透過每場演講，向企業主傳遞理念：讓他們站在消費者角度進行消費做公益的行為，達到一傳十、十傳百的效益。

吳錦昌分析：「有別於歐美推行超過20年的社會企業，公益型企業目的在於降低或解決M型社會資源分配失衡的問題，然社會企業則是降低或解決非營利組織對捐助款的依賴。在我看來，社會企業仍是值得推廣。但是推動公益企業，對於社會貢獻應該比推行社會企業還可以期待。」現今臺灣社會現象，已有很多愛心的人在做付出。吳錦昌給予肯定地說：「任何一個對社會有貢獻的做法都值得被鼓勵和繼續進行，而我只是增加一個新方式去做公益。」

每年順發3C量販的20%公益款主要捐助對象為國內弱勢家庭的孩童，為的是協助他們脫離貧窮世代循環。社會就像一面鏡子，倘若社會給予關懷，受惠者定以感恩態度回饋，反之亦然。吳錦昌認真地談到：「希望使這些兒童在課業上有所幫助，讓他們知道社會還有溫暖。因此，我們希望受助兒童知恩，並寫感謝卡回敬。」順發3C量販截至上月累積捐助金額達1億1仟907萬，同時讓181,075人次受惠。他也提及臺灣每年有近500億的公益款，順發3C量販之於此的捐款是微不足道，但企業可以藉著鎖定關心的團體，至少能使其公益款發揮最大效益。

最後，吳錦昌以前輩之姿鼓勵學弟妹，可利用課餘時間參與不同性質的打工，進而發掘個人在職場的優勢及缺點，藉此加強自我能力。不僅如此，他以個人經驗分享，踏入職場後以最熱情、積極、誠懇態度面對社會，且充分地配合公司規定，勢必會在工作場域中，帶來正面回饋。

在臺灣現今的社會，不管是個人或企業都要思考自身的社會價值，時常反問自己，「最想饋贈給這個世界的是什麼？」而答案就在你我的心中。（攝影／賴意婕）

