【卓爾不群】友訊科技董事長高鶴軒 以籃球哲學瞄準雲端商機

專訪

【記者李亞庭專訪】現今消費者對於無線網路的依賴，使得全球無線網路設備出貨率大幅成長。而臺灣網通大廠友訊科技的主打品牌「D-Link」，2013年第三季以市佔率12.7%打敗北美與大陸競爭同業，拿下全球消費型Wi-Fi設備出貨龍頭寶座，而這幕後推手正是自2011年9月上任的友訊科技董事長兼執行長高鶴軒，為本校電算系（現為資工系）系友。

籃球哲學　領悟商場贏家特質

大學以前皆就讀男校的他形容「上大學宛如是個新世界！」各種活動琳瑯滿目，高鶴軒參加迎新活動，也熱衷籃球，更曾加入系隊、校隊，他甚至說：「是打球成就了現在！」對籃球的熱情，間接影響他的個性，並從中領悟商場贏家的特質，「運動家因為有目標、不認輸，想贏就會去找出解決問題的方法，這也是帶領公司打勝仗，需必備的殺氣！」講起運動哲學，他的眼神宛如在發光。

好奇搭上資訊列車　把握機會蓄勢待發

原本就讀土木系的他，大一升大二時轉至電算系，「電腦在當時是個新產業，因為好奇，所以選擇轉系，剛好搭上這台先進列車。」在機緣巧合下，從此和資訊結下不解之緣，「資訊領域需要邏輯能力，並能隨產業快速變化做應變，對我而言，覺得自己很適合這條路。學習就要找到適合自己，或自己喜歡的很重要。」

在淡江打下資訊根基，自由多元環境，也讓他在校園生活中學到「謙卑」、「合群」等特質，「因成績不如預期，剛進入淡江不是很開心，自認那段時期學得不多，直到進入職場，才發現在淡江學習到團隊合作的道理，在職場是必須、受用的。」他感慨地說，每個環境中所汲取的經驗，當下並未感受到收穫，效益是之後才會發現進而驗證。「從未預設自己的未來發展，我認為只要努力充實自我，機會來臨時才能把握！」大學畢業後進入交通大學電子計算機研究所獲得碩士學位，曾任本校電算系副教授並任職於行政院主計處計算機中心，對於同時在學術與產業界發展，他幽默地說：「那時很多老闆多是學理工出來的，純學術的很少，所以很多教授都是『兼商』！」而後轉戰美國的軟體公司任職，他發現西方的多元化教育，並非只重成績，更看重個人能力，「當下覺得自己能力不如人，但慢慢地會發現自己早已蓄積能量，蓄勢待發。」

勇於嘗試　與蘋果異曲同工走創新雲端之路

高鶴軒於1986年受哥哥、已故前董事長高次軒延攬，加入友訊團隊，一手開拓美國市

場，並於同年8月份創立美國子公司並擔任總經理要職，他表示：「剛好家中企業迎接新技術來臨，回顧過去種種才發現每個階段是環環相扣的，或許當下並不知道。但我現在會思考自己獲得些什麼。」高鶴軒1996至2006年兼任尚亞科技董事長職務，並於2003年起自美國子公司轉任為友訊大中華區總裁，「每個時間點所發生的人、事、物可能對未來都是有幫助的，要去找到那些看不見的東西，勇於嘗試走不同的路，就會成就不一樣的自己。」

事業的成功，高鶴軒認為「創新」很重要，他於2011年接任友訊科技董事長兼執行長時，就為友訊下一個25年，訂下全新的雲端產品策略。其實在「雲端概念」尚未普及時，友訊早在10年前已開始發展雲端科技，像是網路攝影機與雲端服務平台，高鶴軒強調：「機會是要自己創造的！」搶得先機的關鍵，他歸因於過去累積足夠的能量，才能在關鍵時間點創新，「臺灣產業過去重在代工，因為競爭和想要打勝仗的心，所以必須自己製造機會，找到不同的路。」巧合的是，高鶴軒認為友訊所走的雲端之路，正好與蘋果（apple）的雲端發展不謀而合，「當蘋果在推iPod時，我們走IP Camera（網路攝影機）；當蘋果發展出iTunes平台顛覆消費者的使用習慣，我們推出mydlink雲端服務平台簡化安裝過程，都是在同個時間點。」異曲同工的發展彷彿英雄所見略同，高鶴軒表示：「既然蘋果做得到，我想要證明我們也可以！」

落實在地化經營　滿足消費者需求

友訊科技在1994年成為上市公司，現今於全球60餘國設立超過190個行銷據點，曾被媒體譽為「日不落企業」，102年度全球合併營收約306億元新台幣。高鶴軒以深入當地瞭解市場，落實「在地化經營」的方式帶領員工，他表示：「近幾年，網通品牌競爭相當激烈，滿足消費者對網路速度與品質的要求一直是D-Link努力的首要方向。」目前友訊約2800位員工，由臺灣總公司主導產品及管理策略，並由當地員工去執行與落實各項計畫，以當地人才推動在地化經營。

抱著「相信自己」的理念，高鶴軒認為任何決策都要有執行的勇氣，「創新的事物不一定會成功，而且過程很艱苦，要有勇氣堅持自己所走的路。」談到對未來的期許，高鶴軒自信地說：「雲端是未來的趨勢，D-Link奪得先機之後，最終目標，是希望能將國貨品牌推向國際，Do my best！要幫助自己的國家，打造屬於自己的品牌！」

淡江時報社