

## 【卓爾不群】廣達集團副總經理暨雲達科技總經理楊晴華穩坐雲端市場龍頭

學習新視界

【記者林妍君專訪】「早安！」飛快地走進辦公室，一路上非常有精神且熱情地對同仁打招呼，眼前這位身著白色運動衫、牛仔褲的人物正是廣達資深副總經理暨雲達總經理楊晴華，楊晴華大大顛覆眾人對公司高階主管的形象，亦很難想像他已屆耳順之年，但外表及第一印象仍像年輕人一般，充滿活力，站在公司形象廣告的年輕員工人形立牌旁，也不覺得突兀，要說是雲端界的「花甲男孩」亦當之無愧。

2017年COMPUTEX CPX論壇，當紅炸子雞NVIDIA邀請少數合作夥伴同台，當其中之一正是廣達集團旗下的雲達科技。雲達從白牌伺服器起家，自創QCT品牌，不但為廣達近年雲端營收搶下亮眼佳績，亦為客戶提供機架式伺服器、儲存裝置、網路交換機和整合式機櫃解決方案等先進的硬體業務，成為目前全球伺服器市占率的龍頭，其主要推手除了董事長林百里，雲達總經理楊晴華功不可沒。

本校電子系（現改為電機系）畢業的楊晴華笑說，「我們從2010年開始布局雲端。」廣達順應著未來趨勢展開大變化，跨出硬體設計代工的舒適圈，在董事長林百里的指示下，誓言成為一個完全解決方案的供應商，因此除了做原本就擅長的伺服器硬體，陸續將觸角伸進儲存設備等，甚至跨足軟體領域，與雲端運算基礎架構領導廠商VMware合作，共同推出軟硬體整合雲端機櫃方案，攻下企業用戶的私有雲市場，將硬體銷售結合軟體，步步成為雲端解決方案的供應商，打破以往只能做硬體設計代工的刻板印象及框架。

而面對開源技術的普及下，如何做到同中求異？楊晴華說明，「目前伺服器只能算是個普通的設備罷了，如果要做出差異化則必須依靠軟體協助。」簡單來說就是由硬體設備建置出一個虛擬空間，運用軟體在頭進行內部調整，進而打造出最適合客戶的最佳方案，楊晴華自信地說：「只要提出需求，我們就可以為你量身訂做。」因此，客製化的服務亦是雲達成功獲得客戶青睞的關鍵。

回顧楊晴華在廣達集團20年的歲月裡，前6年任職最賺錢的筆記型電腦部門，扮演原始設計製造商（Original Design Manufacturer，簡稱ODM）之角色，後來調任冷門伺服器部門坐鎮，職涯規劃產生重大轉折，這對他來說是一大挑戰，由原本就有一套既定模式的業務，轉換到流程日新月異的新領域，他坦言：「壓力真的很大。」尤其是面對新同仁，如何帶領團隊、取得信任成了首要解決的問題，除此之外還要在短時間內將伺服器產品技術快速掌握，楊晴華苦笑說：「雖然心裡慌得很，但還是得硬著頭

皮做。」

憑著牡羊座與生俱來的衝勁，他不斷大量閱讀書籍汲取新知識、參考市場上已運作之範例，並將複雜的理論抽絲剝繭，他說明，「當大量資料及服務不斷往雲端湧入，網路儲存及資料中心的系統穩定度與彈性是非常重要的。」因此他朝最基本的伺服器（server）、儲存（storage）、交換器（switch）等三大基礎技術在公司內部進行進階的培養及研發，短短幾年間不僅接下Google、臉書伺服器訂單，還陸續簽下微軟等國際大型雲端服務商，讓廣達集團的營收在低迷的代工市場中，靠著雲端業務逆勢成長。

在領導方面，楊晴華清楚地給予同仁大方向、建立短中長期目標，他笑說：「當所有事情逐漸步上軌道、看見正面成果，大家便會對你的決策更有信心，團隊共識也就因此成功建立了。」不僅如此，楊晴華凡事親力親為的個性，亦成為同仁學習的榜樣，除了親自拜訪客戶、應酬，還積極參與國際重要會議，他搔搔頭不好意思地說：「我其實非常懶惰。」但面對工作卻表現出截然不同的樣貌，由採訪結束後仍馬不停蹄地趕下一場會議，就能對楊晴華工作忙碌地程度略知一二，不過即使如此他從不找藉口怠惰，敬業地態度始終如一。

隨著雲端規模及佈局漸趨完整，5G無疑是雲達下一個發展重點，看好電信業者轉雲化對雲達的正面影響，將針對5G電信市場的「CORD（Central Office Re-architected as a Datacenter）」專案做研發，未來除了搭上未來科技物聯網（IOT）、大數據、人工智慧（AI）發展的順風車讓業績高升，更有意將版圖擴張至二線雲端服務商市場，以及大企業市場，「雖然二線市場的單一生產量少，但需求市場卻非常大。」對此楊晴華對於自家公司相當有自信，更表明要在短時間內將二線市場業務佔比提高到20%~30%。

楊晴華語重心長地說：「終身學習是因應劇變時代的最佳利器。」因此在談話中不斷強調廣泛閱讀的重要，他認為唯有不斷吸取新知識、刺激邏輯思考，才不會被社會淘汰，而如何在關鍵的時刻做出最佳的判斷則需要倚靠先前所累積的基本功，他建議，「除了本身的專業科目訓練外，也可以利用系外選修的機會涉獵他方知識，千萬不要只侷限在本科目的範疇。」另外必須隨時保持對工作的熱忱，秉持一定要做到的決心，方能在波濤洶湧的雲端世代闖出一片天。

