

人類發展是ABLIC模擬半導體卓越的關鍵

自2018年品牌重塑以來，ABLIC已成為模擬半導體技術和解決方案的全球領導者。

Nobumasa Ishiai, 艾普凌科有限公司, 代表董事兼總裁 兼 CEO



這一切要從1970年開始說起，當時ABLIC內部開發的複雜零部件推動了世界上第一款實用石英表的生產。自2018年品牌重塑以來，該公司在總裁兼首席執行官Nobumasa Ishiai的領導下進行了轉型。

“2018年ABLIC的成立使我們完全扭轉了公司停滯不前的局面。”Ishiai先生說，“公司在進入電子設備和傳感器業務領域的同時，通過研發名為‘CLEAN-Boost’的高靈敏度藍牙連接水質探測器等新技術，不斷地進行擴張。”

在過去的4年裏，ABLIC成功地將其年度運營利潤提高了約3倍，並在資金周轉周期(CCC)方面取得了顯著改



CLEAN-Boost的無電池漏水傳感器

善——這一成功堪比一家全球半導體巨頭公司。

公司價值的顯著增長可以歸結為三個主要措施，這些措施是ABLIC與原公司的基礎實力一起制定的，並基於Ishiai先生此前在五家跨國公司擁有了超過30年的管理經驗。

“第一，我們在整個價值鏈中展現了我們的獨特性，

而不是注重成本的銷售，然後成功地讓我們的客戶了解到對企業總價值的最優價格改進。我們稱之為‘價值銷售’。”Ishiai先生說。

“第二，我們還加強了七個標準，包括新產品推出的策略和檢查點，重新提升我們的核心競爭力，並在過程中反映客戶的需求。其中之一就是我們所說的‘崛起的巨龍和橫向發展’。這需要將投資和管理資源大量地重新配置到一個行業中表現最好的領域，然後將一



CLEAN-Boost的無電池漏水傳感器

個成功的案例在全球範圍內進行橫向發展，以提高盈利能力。這就是我們所說的‘價值產品’。”他解釋說，“此外，通過利用IDM(包括晶圓和封裝的集成器件製造)的優勢，在負責開發、製造、市場和銷售的部門迅速試用新產品，包括全面參與品牌推廣，我們在產品初始上市期後能夠更快地擴大銷售。”

“我們的第三個措施是提高銷售和採購預測的準確性、改善外部製造和庫存控制，在我們多樣化產品組合和全球辦事處之間建立更精

簡的供應鏈，以及實現全球一流的CCC和盈利能力。這也被稱為‘銷售和運營計劃’。這些都是通過精細的項目管理方法來執行的。”

Ishiai先生繼續說道：“現在，我們擁有世界上其他任何半導體公司都無法比擬的產品組合，以一系列廣泛的模擬半導體解決方案為主打，從無電池傳感器、航空航天技術的紫外線相機，到汽車和醫療集成電路的組件。瞄準這些小眾市場讓我們避免了與其他大型競爭對手進行直接競爭，而這也是許多公司失敗的主要原因。

我們的戰略是通過在市場中尋找全球小眾市場來探索世界，同時不斷評估我們的特定優勢，並了解我們的劣勢。”

在深入了解Ishiai先生的個人背景後，他說：“我多元化的領導經驗和在製造業的長期職業生涯，使我能夠將豐富的視角帶到工作中。我從海外的天才領袖那裏學



東京國際機場的指示牌

到了很多，包括傑克·韋爾奇。當我在美國通用電氣塑料總部的卓越中心工作時，

他教我要‘足夠瘋狂’，不要恐懼，不要擔憂，不要猶豫。只要專注於你的目標，帶著激情去追求就行了。”

“我從我的導師納尼·貝卡利(前通用電氣國際公司首



在東京運行的ABLIC公交車

席執行官)那裏學到了另一個重要的道理，那就是保持真實和永遠做自己的重要性。”

除了Ishiai先生的同事，他的父親給了他更多的靈感，他們兩人一起試運行當時的新幹線(高速子彈頭列車)，這令人印象深刻。“日本過去有許多輝煌的技術深深地紮根在我的記憶中。”他透露道，“在短時間內，我希望看到日本作為世界技術創新者的復興。紮根於monozukuri文化，我們將推動ABLIC作為一家全球性公司向前發展，作為美蓓亞三美集團的一部分，與國際員工一起進步為未來而共同努力。”

“在ABLIC，我將把我所有的經驗傳授給我的員工，就像半導體從輸入到輸出的工作方式一樣。”

重要的是，我們要記住ABLIC是一家模擬半導體公司，而不是數字公司。

“作為一家模擬半導體製造商，需要一種特殊的工藝和一個非常詳細的設計過程。”Ishiai先生解釋說，“但結果是一種其他地方找不到的高價值和智能產品。我想讓更多的人盡快知道這個真相，因為我們世界的現狀不僅需要我們的產品，而且會從中受益。這將使世界變成一個更小、更智能、更簡單的生活場所，從而實現聯合國的可持續發展目標(SDGs)。”

“我過去的經歷塑造了我的信條；也就是說，帶著謙卑、溫暖和感恩的心去生活。”Ishiai先生補充道，“這種思維方式源自於monozukuri，反映了日本企業的實力，通常以其高質量定義。產品管理和速度是這種文化至關重要的體現，但我認為最重要的一個方面是公司的人。他們是做出改變並推動公司前進的人。即使你有世界上最好的產品，如果為公司工作的人缺乏動力，產品就不會得到改進，銷售額也會下降。激勵員工是我的首要任務，這使我們能夠創新，並不斷地實現可持續增長。”

“當前的世界需要我們的智能產品，這將造福社會，使我們的社會成為一個更小、更智能、更簡單的生活場所。”

ABLIC認識到monozukuri不僅在製造過程中很重要，而且與顧客滿意度密切相關。

“在日語中，如何讓顧客滿意的態度被稱為‘omotenashi’，這是我們的主要目標。”Ishiai先生說，“這是通過我們上述的優勢實現的；這是一個完全相互關聯的過程。”

ABLIC的品牌名稱由ABLE和IC(集成電路)組成，表達了半導體技術帶來的可能性，並成為了公司在各種業



東京銀座樓的橫幅廣告

務中取得成功的關鍵。再看看它的商標，Ishiai先生說：“它傳達了我們的企業願景，通過‘小型、智能、簡單’的模擬半導體解決方案激勵客戶。這種強大的品牌戰略是公司區別於其他B2B公司的一個因素，也是我們員工對他們工作的地方感到自豪的主要原因。”

以“小型、智能、簡單”作為公司願景，公司總裁明確表示，這反映在其產品組合的八個獨特產品線中，所有這些都符合聯合國的可持續發展目標。

“我們一直在尋找更加天然和可再生資源加以利用。”他說，“我們的產品組合完全由模擬半導體產品組成，我們對質量有很高的要求。”

隨著一些令人興奮的產品即將問世，Ishiai先生強調，公司的研發重點主要放在產品的新應用和組件上，而不是新產品本身。“我們認為這是一種更直接、更及時、更有針對性的方式去支持客戶。”他解釋，“實際上，你可以稱之為應用開發，而不是研發。例如，我們的CLEAN-Boost技術只需要幾滴水就能將其轉化為能量。這項技術開啟了無限的可能性，並在上市後獲得了美國IEEE(電氣與電子工程師協會)的優秀獎項。我們正在探索這一技術的新應用，包括用於住宅或辦公樓的漏水傳感器，以及護理領域。我認為

應用開發是將問題轉化為解決方案的一種很好的方法。這確實是一種平衡之舉，因為客戶不僅需要一個合適的價格，他們還要求以可持續的方式實現特定的功能。”

雖然ABLIC是一家日本公司，但ABLIC的業務挑戰範圍遠遠超出了它的國界。“我們的業務和客戶遍布全球，”Ishiai先生說，“在美國和歐洲進行銷售和設計，在亞洲各地進行生產。”

在該行業保持強勁的全球地位是ABLIC的首要任務。“目前，我們70%的銷售額來自日本以外的地區，我們希望進一步提高這一比例。我認為，公司之所以能在如此短的時間內實現目標，歸功於我們員工的職業道德。”Ishiai先生說。



Monozukuri工藝，代代相傳

“我們的組織方式是盡量減少時間損失和瓶頸，並確定每個流程的改進方案，使客戶受益。通過在不同地區開展業務，我們可以確保所有客戶都能從我們的整體服務解決方案中受益。我們的業務遍布世界各地，能夠為客戶提供全方位的支持。無論客戶在世界的哪個地方，我們都能夠在24小時內回答他們的詢問，因此我們為我們的快速溝通感到自豪。”

另一個重要的方面是與其他高水平的全球專業人士合作。“目前，我們在開發過程中有一些新的合作夥伴。我們希

望與日本和海外的新設計公司和外部專業人士合作。此外，我們正在與一些著名的大學教授合作開發新技術。”

“對於國際商業夥伴，我們沒有國界之分。”公司總裁肯定地說，“只要有需要，我們都願意與他人合作。我們專注於當前的全球性目標和趨勢中，我們可以展示我們的小眾產品應用，以展示我們卓越的技術實力和質量。我們下一步的戰略是擴大我們在歐洲和美國的業務影響力，我們認為這兩個地區的潛力最大。”

雖然公司目前的形勢已經對公司產生了積極影響，但Ishiai先生仍在以敏銳的眼光展望未來，尋求改進。

“在我看來，附加價值不僅來自於製造高端產品，還

來自於ABLIC熱情的品牌推廣、持續的產品開發、優質的銷售和支援，以及員工滿意度，這些都能帶來最佳的客戶滿意度。這是我們關於monozukuri的思維方式，並將代代相傳。”

