

人类发展是ABLIC模拟半导体卓越的关键

自2018年品牌重塑以来，ABLIC已成为模拟半导体技术和解决方案的全球领导者。

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



这一切要从1970年开始说起，当时ABLIC内部开发的复杂零部件推动了世界上第一款实用石英表的生产。自2018年品牌重塑以来，该公司在总裁兼首席执行官Nobumasa Ishiai的领导下进行了转型。

“2018年ABLIC的成立使我们完全扭转了公司停滞不前的局面。”Ishiai先生说，“公司在进入电子设备和传感器业务领域的同时，通过研发名为‘CLEAN-Boost’的高灵敏度蓝牙连接水质探测器等新技术，不断地进行扩张。”

在过去的4年内，ABLIC成功将其年度运营利润提高了约3倍，并在资金周转周期（CCC）方面取得了显著改



千叶市高家单位的无尘室

善——这一成功堪比一家全球半导体巨头公司。

公司价值的显著增长可以归结为三个主要措施，这些措施是ABLIC与原公司的基础实力一起制定的，并基于Ishiai先生此前在五家跨国公司拥有了超过30年的管理经验。

“第一，我们在整个价值链中展现了我们的独特性，

而不是注重成本的销售，然后成功地让我们的客户了解到对企业总价值的最优价格改进。我们称之为‘价值销售’。”Ishiai先生说。

“第二，我们还加强了七个标准，包括新产品推出的策略和检查点，重新提升我们的核心竞争力，并在过程中反映客户的需求。其中之一就是我们所说的‘崛起的巨龙和横向发展’。这需要投资和资源大量地重新配置到一个行业中表现最



CLEAN-Boost的无源漏水传感器

好的领域，然后将一个成功的案例在全球范围内进行横向发展，以提高盈利能力。这就是我们所说的‘价值产品’。”他解释，“此外，通过利用IDM（包括晶圆和封装的集成器件制造）的优势，在负责开发、制造、市场和销售的部门迅速试用新产品，包括全面参与品牌推广，我们在产品初始上市期后能够更快地扩大销售。”

“我们的第三个措施是提高销售和采购预测的准确性、改善外部制造和库存控制，在我们多样化产品组合和全球办公点之间建立更精

简的供应链，以及实现全球一流的CCC和盈利能力。这也被称为‘销售和运营计划’。这些都是通过精细的项目管理方法来执行的。”

Ishiai先生继续道：“现在，我们拥有世界上其他任何半导体公司都无法比拟的产品组合，以一系列广泛的模拟半导体解决方案为主打，从无源传感器、航空航天技术的紫外线相机，到汽车和医疗集成电路的组件。瞄准这些小众市场让我们避免了与其他大型竞争对手进行直接竞争，而这也是许多公司失败的主要原因。我们的战略是通过在市场中寻找全球的小众市场来探索世界，同时不断评估我们的特定优势，并了解我们的劣势。”

在深入了解Ishiai先生的个人背景后，他说：“我多元化的领导经验和在制造业的长期职业生涯，使我能够将丰富的视角带到工作中。我从海外的天才领袖那里学



东京国际机场的指示牌

到了很多，包括杰克·韦尔奇。当我在美国通用电气塑料总部的卓越中心工作时，

他教我要‘足够疯狂’，不要恐惧，不要担忧，不要犹豫。只要专注于你的目标，带着激情去追求就行了。”



在东京运行的ABLIC公交车

“我从我的导师纳尼·贝卡利（前通用电气国际公司首席执行官）那里学到了另一个重要的道理，那就是保持真实和永远做自己的重要性。”

除了Ishiai先生的同事，他的父亲给了他更多的灵感，他们两人一起试运行当时的新干线（高速子弹头列车），这令人印象深刻。“日本过去有许多辉煌的技术深深地扎根在我的记忆中。”他透露道，“在短时间内，我希望看到日本作为世界技术创新者的复兴。扎根于monozukuri文化，我们将推动ABLIC作为一家全球性公司向前发展，作为美蒂亚三美集团的一部分，与国际员工一起进步为未来共同努力。”

“在ABLIC，我将把我所有的经验传授给我的员工，就像半导体从输入到输出的工作方式一样。”

重要的是，我们要记住ABLIC是一家模拟半导体公司，而不是数字公司。

“作为一家模拟半导体制造商，需要一种特殊的工艺和一个非常详细的设计过程。”Ishiai先生解释，“但结果是一种其他地方找不到的高价值和智能产品。我想让更多的人尽快知道这个真相，因为我们世界的现状不仅需要我们的产品，而且会从中受益。这将使世界变成一个更小、更智能、更简单的生活场所，从而实现联合国的可持续发展目标（SDGs）。”

“我过去的经历塑造了我的信条；也就是说，带着谦卑、温暖和感恩的心去生活。”Ishiai先生补充道，“这种思维方式源自于monozukuri，反映了日本企业的实力，通常以其高质量定义。产品管理和速度是这种文化至关重要的体现，但我认为最重要的方面是公司的人。他们是做出改变并推动公司前进的人。即使你有世界上最好的产品，如果为公司工作的人缺乏动力，产品就不会得到改进，销售额也会下降。激励员工是我的首要任务，这使我们能够创新，并不断地实现可持续增长。”

“当前的世界需要我们的智能产品，这将造福社会，使我们的社会成为一个更小、更智能、更简单的生活场所。”

ABLIC认识到monozukuri不仅在制造过程中很重要，而且与顾客满意度密切相关。

“在日语中，如何让顾客满意的态度被称为‘omotenashi’，这是我们的主要目标。”Ishiai先生说，“这是通过我们上述的优势实现的；是一个完全相互关联的过程。”

ABLIC的品牌名称由ABLE和IC（集成电路）组成，表达了半导体技术带来的可能性，并成为了公司在各种业



东京银座的横幅广告

务中取得成功的关键。再看看它的商标，Ishiai先生说：“它传达了我们的企业愿景，通过‘小型、智能、简单’的模拟半导体解决方案激励客户。这种强大的品牌战略是公司区别于其他B2B公司的一个因素，也是我们员工对他们工作的地方感到自豪的主要原因。”

以“小型、智能、简单”作为公司愿景，公司总裁明确表示，这反映在其产品组合的八个独特产品线中，所有这些符合联合国的可持续发展目标。

“我们一直在寻找更加天然和可再生资源加以利用。”他说，“我们的产品组合完全由模拟半导体产品组成，我们对质量有很高的要求。”

随着一些令人兴奋的产品即将问世，Ishiai先生强调，公司的研发重点主要放在产品的新应用和组件上，而不是新产品本身。“我们认为这是一种更直接、更及时、更有针对性的方式去支持客户。”他解释，“实际上，你可以称之为应用开发，而不是研发。例如，我们的CLEAN-Boost技术只需要几滴水就能将其转化为能量。这项技术开启了无限的可能性，并在其上市后获得了美国IEEE（电气与电子工程师协会）的优秀奖项。我们正在探索这一技术的新应用，包括用于住宅或办公楼的漏水传感器，以及护理领域。我认为

应用开发是将问题转化为解决方案的一种很好的方法。这确实是一种平衡之举，因为客户不仅需要一个好的价格，他们还要求以可持续的方式实现特定功能。”

虽然ABLIC是一家日本公司，但ABLIC的业务挑战范围远远超出了它的国界。“我们的业务和客户遍布全球，”Ishiai先生说，“在美国和欧洲进行销售和 Design，在亚洲各地进行生产。”

在该行业保持强劲的全球地位是ABLIC的首要任务。“目前，我们70%的销售额来自日本以外的地区，我们希望进一步提高这一比例。我认为，公司之所以能在如此短的时间内实现目标，归功于我们员工的职业道德。”Ishiai先生说。



Monozukuri工艺，代代相传

“我们的组织方式是尽量减少时间损失和瓶颈，并确保每个流程的改进方案，使客户受益。通过在不同地区开展业务，我们可以确保所有客户都能从我们的整体服务解决方案中受益。我们的业务遍布世界各地，能够为客户提供全方位的支持。无论客户在世界的哪个地方，我们都能够在24小时内回答他们的询问，因此我们为他们的快速沟通感到自豪。”

另一个重要的方面是与其他高水平的全球专业人士合作。

“目前，我们在开发过程中有一些新的合作伙伴。我们希望与日本和海外的新设

计公司和外部专业人士合作。此外，我们正在与一些著名的大学教授合作开发新技术。”

“对于国际商业伙伴，我们没有国界之分。”公司总裁肯定地说，“只要有需要，我们都愿意与他人合作。我们专注于当前的全球性目标和趋势中，我们可以展示我们的小众产品应用，以展示我们卓越的技术实力和品质。我们下一步的战略是扩大我们在欧洲和美国的业务影响力，我们认为这两个地区的潜力最大。”

虽然公司目前的形势已经产生了积极影响，但Ishiai先生仍在以敏锐的眼光展望未来，寻求改进。

“在我看来，附加价值不仅来自于制造高端产品，还来自于ABLIC热情的品牌推广、持续的产品开发、优质的销售和支援，以及员工满意度，这些都能带来最佳的客户满意度。这是我们关于monozukuri的思维方式，并将代代相传。”

