

从爱普生足迹看企业研发前瞻效应 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/253/2021_2022__E4_BB_8E_E7_88_B1_E6_99_AE_E7_c70_253483.htm 在摩尔定律时代，相信IT技术的创新速度，给所有人留下了深刻的感受。如今，虽然CPU的提升时速已然放缓，但是在其它领域的IT技术刷新速度，依然可以用疯狂两个字来形容。去年的液晶显示反应速度还是卖点，如今却在比谁的流明高.去年的喷墨打印机还是高分辨率和精微墨滴等技术的天下，如今爱普生的防水耐光墨已将新的竞争焦点引向了墨水。当液晶显示屏可以贴到墙上，当数码相机和带摄像头手机可以不用PC，直接打出照片，在我们惊叹科技创造的奇迹时，一个以“研发前瞻力”论英豪的市场，正在面前悄然展开。在新产品、新技术如雨后春笋一样不断涌出的繁荣背后，是产品更迭周期的缩短，是研发与市场的近距离对视，是厂商间研发能力和效率的残酷角力。并且，随新产品或说新技术投入市场迅速的加快，这样的角力已不仅仅限于技术超前就万事大吉，而是要求厂商在准确的时间、地点，做出准确的研发，如此一来，厂商间的竞争已演化为“研发前瞻力”的竞争。这才是当前考量IT厂商的硬指标。可研发的前瞻性对IT厂商究竟意味着什么？又如果获取这样的力量呢？前瞻是成功的底色在研发上，许多IT厂商都可谓不惜血本。研发人人重视，却并非谁都能获取成功，甚至有人折戟沉沙，损失惨重，这是为什么呢？在研发失败的例证中，铱星手机总爱被人提起。当初，摩托罗拉公司费尽千辛万苦终于在1998年11月1日正式将铱星系统投入使用时，命运却和摩托罗拉公司开了一个很大的玩笑

，传统的手机已经完全占领了市场，由于无法形成稳定的客户群，使66卫星只能划入地球大气层焚毁，划出夺目却凄惨的光芒。著名经济学家陈淮曾点评铱星手机事件时说，铱星无法找到足够满足资本补偿要求的市场规模，是其失败的根源。这其实恰恰说明，铱星“坠毁”的最根本原因，在于其没有基于市场的研发前瞻力。然而，市场的变化真的难以掌握在自己手中吗？对有研发前瞻力的公司来说，这当然不会是借口。超前不等同于前瞻。正因此，爱普生（中国）有限公司总经理牛岛升提倡“现场主义”和“先行主义”，两者不可废其一，而爱普生的发展历史恰恰佐证了这一观点的正确性。爱普生最初发展打印机的时候，打印机产品体积都很大，因此爱普生在给产品设计定位的时候，便将目标定在“制造出小型化、轻型化的产品”上，推出的世界第一款微型打印机，轰动一时。60年代计算器用的打印机90%都是爱普生生产的。而随着PC市场迅速兴起和扩大，爱普生意识到PC将引领一代潮流，于是调整战略，致力于把打印机做成PC的一种周边设备，并率先开拓出与电脑相连的终端打印机雏形。凭借技术上的创新，爱普生很快把针打做到世界最大，并战胜了当时这一市场最大的厂商。如果说，历史难以说明今天的问题，那么在如今红火的数码相机打印市场，我们再一次见识了爱普生研发前瞻力的效用。根据IDC统计数据，今年一季度，爱普生照片打印机销量已近7万台，高居榜首，从销售额来看，爱普生照片打印机已占其喷墨打印机整体的半壁江山，而惠普、佳能等只能跟随其后。在新一轮争夺中抢得先机，不得不归功于爱普生在研发上对市场的前瞻，早在2002年，爱普生就提出了“EPSON = PHOTO”的战略，集

中在PHOTO市场发力，并通过与索尼、尼康等数码相机厂商，NEC、索爱等拍照手机厂商的合作，共同打造了开放的数码影像解决方案的平台。在2004年2月，爱普生针对方兴未艾的手机打印市场，又联合佳能、惠普成立移动影像和打印联盟（MIPC），通过推动并制定一个统一的业界打印标准，为拍照手机用户提供便捷的手机照片打印体验。同时，爱普生还推出多款数码打印产品，他们都能通过红外线或蓝牙技术实现拍照手机照片的打印工作。可以说，正因为有了准确的前瞻性产品研发，爱普生才能获取今日在PHTOT打印市场的硕果。这应了中国一句古语：预则立，不预则废。一个对市场预期不能做出准确判断的厂商，当然不可能获得成功的。毕竟一切产品的价值都需要市场来检验，离开了对市场的准确判断，所有研发都是无本之木，无源之水。因而，当厂商孤注一掷地以为只要有了新产品、新技术就可以与他人决胜市场时，也许他们应该多关注一下市场的变化，只有针对于此的研发才有效用，才可谓前瞻。而这种研发的前瞻力，在今天近乎于竞争力。如何获取研发前瞻力IBM为什么错失PC机机遇，苹果电脑为何能雄风再起，比尔盖茨为什么能成为全球首富，多年不移。想象力，无疑其中最重要的因素。一个没有想象力的厂商，是不可能把握市场中暗藏的机遇的，于企业研发当然也如是。因此，一个企业前瞻性的研发，首先得益于企业面对市场的想象力。“喷墨技术仅仅是为了打印机吗？”这是精工爱普生公司执行董事兼研究开发本部总监赤羽正雄在接受记者采访的反问。这一反问，充分反应出的正是爱普生不拘一格的想象力。赤羽正雄表示：“爱普生很多的核心技术都运用了其独有的微压电喷墨技术。多年经

营喷墨打印机业务，让爱普生对这一技术的实用性有深刻的认识。与热喷墨原理不同，爱普生的微压电系统通过在压电元件上施加电流实现喷墨，电流强度稳定，振荡频率精确。由于无需加热，喷射材料的选择余地大大增加。这样，爱普生就可以对各种各样的物质进行试验，比如，通过对有机物质的试验而开发出了OLED（有机发光二极管）显示器。”说到OLED显示器，许多厂商不谋而合的把其产品化的限时定在了2008年北京奥运会，因为，届时购买大型的放映设备是必然的市场热潮。有意思的是，与石英表曾有让人挠头的恒温问题一样，OLED也有一个难题，这是有机发光材料的使用寿命问题。当初，因解决了石英的恒温问题，使爱普生借1964年的东京奥运会名扬天下，这次在北京奥运期间，爱普生会再次上演传奇吗？这算是一个值得发挥我们想象力的问题。要想象力的发挥上，爱普生基于传统产品嫁接式创新，也颇引人关注。其最近推出了概念创新的信息家电产品--living station，正是代表作之一。这是一款可以集合了爱普生领先的打印输出技术的显示产品，在观看电视的同时，能够锁定喜爱画面，还可以即时打印出来。这样的嫁接性研发，无疑也是前瞻力的有力表现，并易受市场欢迎，且风险较低。其次，厂商前瞻性的研发，还必须要有足够的内功，这意味着厂商的研发能力，甚至研发效率。于此，爱普生提出的“适时开发”理念，颇值得玩味。爱普生认为：目前，对于全球制造业来说，一方面只有不断创造出领先于时代的、具有独特性和创新性的新技术、新产品，并以此作为企业发展的基石，才能在激烈的市场竞争中生存下去；另一方面，由于技术与市场的迅速变化，整个行业的开发周期从出现需求到投入

产品生产的时间段正在逐渐缩短。因此，研发的基本形式就变成了在需求还没有完全显露之前就预测未来市场的趋势并开始进行开发工作，从而等待需求出现的“先行待机型”的研究开发。为了从容应对这样的发展环境，具备速度优势的研究开发得到了越来越多的重视。同时，随着技术的复合化、复杂化，整个产业的研发工作已经由企业全部独立完成向业务联盟的方向发展。各大公司只有充分利用自己公司之外的业务联盟力量，才能尽快把研究设计投入生产使之转化为具有经济价值的商品，提高研发成本效率（投资收益比）作为自己追求的目标。为此，爱普生提出的“适时开发”理念：即在技术最集中、人才最聚集的地方开展研发工作是效率最高的。并在这种思想的指导下，提出了爱普生的中期研究开发基本方针“以适地开发、设计为基本方针的全球开发体制。基于这样的策略，爱普生先后在北美地区、英国、西班牙建立了研发中心，业务领域涵盖了包括信息关联产品、电子元器件、液晶显示器等产品在内的爱普生全线产品，并取得了不俗的成绩。这其中最有代表性的，也是最好地诠释了爱普生研发理念的，就是设在英国的剑桥研究所，在这里进行的多晶硅薄膜晶体管及有机电子元器件的基础研究成果，充分验证了爱普生“适地开发”思想的独到之处。在未来，爱普生将坚持这一原则，并且随时观察是全球市场未来的需求与商机。从“现场主义”到“先行主义”，从“想象力”的充分发挥“适地开发”理念的提出，从IT巨头爱普生身上，我们得以一窥IT厂商进行前瞻研发的必要性以及行之有效的方法。这就是：企业既要“决胜千里之外”拥有对市场预期的准确判断；还要“运筹帷幄之中”拥有不断创新的思维

定式；并且“兵贵神速”拥有超强的研发能力与研发效率。而此三者完美结合，则意味着一个敢为人先、能为人先者胜的年代来临了。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com