

式微如微軟 蓬勃如蘋果 須及時改革

數碼經濟

不變即逝

微軟、國際商業機器 (IBM)、惠普(HP)、戴爾電腦，曾幾何時稱霸電腦市場，但隨着流動裝置崛起、市場不斷萎縮，預計到了2017年，手機、平板電腦及超輕便個人電腦將佔逾八成電子裝置消費額，消費者首次購買的電腦亦將有近半是板腦。科技發展日新月異，不只威脅舊一代業界龍頭，此刻蓬勃發展的新一代巨擘如蘋果公司，若未能及時變革，也有可能被下一波蠢蠢欲動的數碼浪潮淹沒。

■香港文匯報記者 李鍾洲、林嘉朗

研究機構指出，世界正邁向「數碼工業經濟」，這

個新的經濟模式建基於「群體連結」(nexus of forces)，隨着雲端技術及社交媒體不斷普及，流動性及網絡數據將不斷增長，最終令虛擬世界與現實融合，一切活動及事物都會經互聯網連接，世界進入「大數據」(Big Data)時代，經濟活動及企業營運將離不開IT。

設數碼總監 應對「萬物互聯網」

估計這個「萬物互聯網」經濟的規模到2020年，將增至1.9萬億美元(約14.7萬億港元)，願能認為，企業要在這個新浪潮中早着先機，單憑現有IT資源根本做不到。它建議企業增設「數碼總監」職位，投入更多資源加速轉型，否則將難以應付新商機下的新對手。

以IBM為例，近年硬件業務表現欠佳，令它轉而發展新興、利潤更可觀的數據分析及手機保安業務。晶片製造商AMD今年盈利料跌至45.6億美元(約353.6億港元)的10年新低，為了救亡，公司致力開發其他裝置，例如遊戲主機處理器。

萬物互聯網令每個人均可成為一家「公司」，例如住宅分享網站Airbnb讓網民出租各式各樣的物業甚至自己的家，變相直接與酒店競爭。科技發展令經濟變得更個人化，愈來愈多公司准許員工用自己的板腦或其他電子設備上班工作，這種趨勢對致力面向企業客戶的科網公司敲響警號。

埋首照顧企業 蘋果三星走錯路

以板腦生產商蘋果、三星及亞馬遜為例，它們紛紛加強自家iPad、Galaxy及Kindle Fire的企業管理功能，但企業客戶市場實際上正逐漸萎縮，一般公司每隔4年或更久才會大規模更換一次硬件設備，遠久於消費者追產品。因此，企業應減少而非增加對企業客戶的注意力，只有針對消費者需要推出新產品，才能更快爭取更大市場份額。



舊一代業界龍頭如微軟以至蓬勃發展的新一代巨擘如蘋果，若不變革，隨時被新數碼浪潮淹沒。

諾基亞黑莓閉門造車 遭iPhone三星爬頭

受蘋果公司及三星夾擊，諾基亞出售手機業務、黑莓公司賣盤，黯然退出智能手機市場，後兩者的管理層未能及早應對市場變化，令市佔率一落千丈，難辭其咎。

當蘋果及Google初進手機市場，諾基亞及黑莓的地位仍非常穩固，股價節節上升，令管理層忽視後起之秀，犯下「確認偏差」(confirmation bias)的致命錯誤。

黑莓作為首個將電郵整合至手機的廠商，卻未能洞悉智能手機的威脅。與諾基亞一樣，黑莓董事會主要由善於管理及遵從既有方針的人組成，如諾基亞招攬德國軟件巨企SAP執行總監及著名出版集團培生的總裁，黑莓則有加拿大皇家銀行營運總監等。這些人着重管理多於創新，決策容易有盲點。相反，蘋果已故創辦人喬布斯的董事會以鼓勵「創造性破壞」見稱。

前總裁：研智能手機早過iPhone

不過，諾基亞前行政總裁奧利拉在新書反駁外界說法，指公司早於2004年重整架構，成立新單位迎接智能手機時代，可惜「行得太早」，市場要到2007年iPhone面世才對智能手機趨之若鶩。他承認公司投入1,800人及大量資源開發的自家手機平台MeeGo成績「非常差」。

諾基亞前行政總裁奧利拉指公司比蘋果早4年研發智能手機。網上圖片

四大手機台柱沒落

Palm

- 1997年推出始祖級電子手帳(PDA)Pilot 1000，大獲成功，之後的Palm IIIc更是首部彩色屏幕PDA，奠定Palm及Palm OS操作平台的地位
- 被微軟收購後，微軟Windows Mobile OS取代Palm OS
- Palm其後將Palm OS改良成革命性手機平台webOS，在iOS 7及黑莓10亦可找到webOS的痕跡
- 由於硬件質量不高，加上只有少數電訊商願意支援，是Palm裝置沒落的主因



黑莓

- 黑莓手機開發商 Research In

Motion(RIM)1999年推出雙向式傳呼機黑莓850，深受商務人士歡迎

- 黑莓機後來加入標誌性的QWERTY鍵盤，配上自家即時通訊軟件BBM，令不少消費者從此成為黑莓忠實用戶，以免與「BBM朋友」失去聯繫
- 在觸控屏幕Storm系列失利後，只願意生產QWERTY裝置，被蘋果iOS及Google Android觸屏手機遠遠拋離

諾基亞

- 稱霸手機市場多年，2000年代中期推出大獲好評的N系列及E系列，使用自家Symbian作業系統，當時Palm的Treo亦正在熱賣
- 2007年底蘋果剛推出iPhone時，諾基亞市佔率達63%，到2010年暴跌至32%



- 從微軟跳槽諾基亞的埃洛普入主後，終止MeeGo作業系統研發，Windows Phone逐漸取代Symbian手機，微軟上月更收購諾基亞手機業務

HTC

- 宏達電(HTC)1997年成立，2000年推出Compaq iPAQ Pocket PC裝置，主打彩色屏幕及高速運作，與微軟及Palm爭奪PDA市場
- 之後為康柏電腦(Compaq)、惠普(HP)甚至Palm代工生產各種裝置
- 到2010年才推出自家智能手機，同年售出2,460萬部
- 智能手機市佔率前年達24%，超過蘋果、三星及黑莓，但今年初跌至僅9%，上季業績更是上市以來首次見紅



板腦蠶食Mac機銷量

蘋果「捉蟲」

個人電腦(PC)市場持續萎縮，就連蘋果Mac電腦也難逃一劫。資料顯示，Mac機上季銷量按年減少11%，至190萬部，顯示由蘋果掀起的平板電腦熱潮，反過來損害其傳統業務。分析指，蘋果一直以為在「光環效應」下，能吸引iPad或iPhone用戶轉投Mac陣營，但似乎如意算盤打不響。

BGC金融分析員吉利斯表示，PC銷售高峰期是2001年9月，自此一直減少，至今跌了17%，數字上與板腦銷量吻合。板腦較便宜和容易使用，故PC可能最終成為次要產品。

蘋果要面對的問題不僅是iPad蠶食Mac機銷量，還有來自如微軟、亞馬遜和Google等廉價板腦的競爭。吉利斯表示，蘋果維持高產品價格，正嘗試保持利潤不受影響，但將失去市場的一部分。

微軟「食老本」唔掂 學蘋果Google賣服務

科技巨企微軟向來靠軟件版權費「食老本」，但隨着流動裝置興起，為Google Android及蘋果iOS作業系統度身訂造的應用程式(App)大量湧現，其中不乏能抗衡微軟視窗的軟件，迫使微軟大刀闊斧改革，期望透過銷售自家硬件裝置，吸引企業與消費者訂閱服務，配合網上廣告業務賺錢。

雖然微軟立志求變，但起步太遲，現時市場幾乎被蘋果及Google瓜分，難以突圍。Windows Phone未有大作為，微軟遊戲主機Xbox的Zune音樂播放器未能與蘋果iPod匹敵，Kin系列手機推出數周便全軍覆沒。

圖以Bing攻iOS7

不過微軟仍有一些受歡迎的訂閱服務，例如Office 365 Home Premium及Xbox Live等。公司希望在雲端儲存服務SkyDrive及通訊軟件Skype發展更多收費服務，也打算將搜尋引擎Bing結合iOS 7的Siri、Windows 8.1及Windows Phone，增加搜索廣告收入。

企業服務方面，微軟希望透過軟件版權費，吸引企業逐步轉用雲端，以便繼續稱霸辦公室軟件市場。

創新專利值錢 標指成份公司比下去

科技界近期有多宗矚目交易，Google以125億美元(約969億港元)購入摩托羅拉1.7萬個專利及手機業務；微軟以72億美元(約558億港元)買下諾基亞手機部門及專利組合；黑莓公司專利約值最多30億(約233億港元)，佔私有化交易額逾半。這些例子均表明技術專利等無形資產價值不菲。湯森路透統計顯示，創新企業表現甚至好過標準普爾500指數成份公司。

與標指成份公司比較，「湯森路透全球百大創新機構」過去3年年度股價升

幅高逾4%，按年計市值加權平均盈利增長多2%，市值加權平均研發開支多8.8%。這些創意企業花在創新的開支普遍較其他企業多，股價及盈利增長較可觀，反映創意對盈利有正面影響。由此可見，專利不再只是企業對簿公堂的理由，開發與維護專利左右公司商業策略和增長潛力。以「百大機構」為例，它們投放在研發的總開支為2,230億美元(約1.73萬億港元)，佔所有公司全部開支的5%，多過標指成份公司的2.1%。