

快速反應市場 積極研發創新

Create and Play 訊連科技玩出世界第一

訊連從一個台灣在軟體產業幾乎是沙漠的年代，快速崛起成為全球首屈一指的多媒體影音軟體公司，關鍵就在每一次技術的改變與產業的變遷，都能展現快速的應變能力。

◎撰文／孫慶龍 攝影／邱如仁 圖片提供／商業周刊

台灣在1990年以前堪稱軟體產業的沙漠，幾乎所有資工系畢業的學生，都會面臨到軟體工作難找的困境，為了解決學生就業的問題，當時身任台大資訊工程學系暨研究所教授的黃肇雄，不僅仿效美國史丹福大學成立多媒體實驗室，更決定將研究的成果，進入商品化的過程，而訊連科技就在這樣的時代背景下

孕育而生。

一家原本為了解決學生就業問題而生的企業，在經過多年的研發與投入，不僅成功打破台灣廠商只能做硬體的產業迷思，更憑藉著自主技術，達到全世界第一名的龍頭地位，多媒體播放軟體Power DVD甚至席捲全球90%以上的市占率，而訊連透過推出超過30種的產品，躍身為全球首屈

一指的多媒體影音軟體公司。

建立競爭門檻 跟著PC一起成長

「當初會選擇跨入video，第一是因為技術門檻較高，市場競爭對手相對較少，第二則是考量video有international standard（國際標準）」訊連科技總經理張華禎回憶起公司早期發展產品的營運策略。

她進一步解釋，有國際標準的產品對訊連而言非常重要，因為只要自己技術夠強，就可以發展出好的產品，反之如果產品是專屬的，不對外開放，以當時台灣軟體產業的實力，根本沒有任何發展的機會。

再者，從摩爾定律（編按：每18個月，電腦晶片的效能將提高一倍）的趨勢來看，PC將不只是一個只能處理Word、Excel等文書作業的工具，而是會朝向更多功能的產品來發展，「當時覺



訊連的多媒體影音軟體每年以新開發100種以上功能的速度增加，至今累積超過1,000種以上的功能，樹立起產業的進入門檻。



在產業變遷浪潮中展現快速應變能力，讓訊連成為全球首屈一指的多媒體影音軟體公司。

得，電腦螢幕這麼大，只能做文書處理太可惜了，用來看電影，效果應該不錯」張華禎微笑補充。不過當時PC的效能還很弱，消費者想要播放VCD，必須加掛硬體加速器才能播放得動。

有鑑於此，訊連早期的產品先從AGI (ASRock Graphics Interface，可加速影像處理功能) 視訊板卡切入，直到PC效能成長之後，訊連才在1996年12月推出第一款多媒體播放軟體PowerVCD，並成功透過軟體取代硬體的過程，逐漸打出市場知名度。

1998年訊連再接再厲，推出史上最受歡迎的影音播放軟體PowerDVD，至今依然是全球銷售第一名的影音播放軟體。2001年

則透過發表「威力導演」，正式跨入影音剪輯軟體的領域，發展至今，該軟體不僅被評選為「最好用的消費性影音剪輯軟體」，更榮獲全球專業電腦雜誌《PC Magazine》4.5顆星的極高評價。

快速研發能力 被評為台灣最佳企業

在持續推出獲得市場好評的多媒體播放與編輯軟體後，2005年訊連被國際財經權威雜誌《亞元雜誌Asia money》評選為台灣小型資本額企業第一名與台灣整體企業管理評比第二名，2006年再獲得美國《商業周刊》「全亞洲100家熱門成長公司」的認同。

張華禎分析，訊連科技能夠在成立短短10年內，便在全球的

多媒體影音軟體產業中迅速取得領導地位，關鍵就在於每一次技術的改變，都能展現出快速的應變能力。

「例如從VCD到DVD的技術改變，只要比競爭者早一步跟上，你就贏了」她補充說明，這個行業變化太快，每一次Intel推出新一代的CPU處理器，就會衍生出新的技術支援，而訊連最大的競爭優勢，就是每一次都能做到產業最快，自然就能夠搶占先機。

「軟體這個產業，消費者如果用起來感覺像垃圾就完蛋了，因此有新的硬體規格出來，軟體就一定要馬上支援，如此才能讓客戶覺得你的技術夠好，」她進一步提出數據表示，訊連的多媒體影音軟體不僅每年以新開發100

種以上功能的速度增加，至今更已累積超過1,000種以上的功能，樹立起產業的進入門檻。

張華禎舉例說明，6、7年前訊連就已經開發出臉部辨識的技術，當時產品開發的目的，是為了讓消費者可以從上萬張照片中快速找到有「這張臉」的照片，「而這套臉部辨識技術，全球除了Google與Apple之外，就只有訊連做得出來」她語帶驕傲地表示。

持續專注PC產業 創造美好的使用者經驗

另一個張華禎眼中的競爭優勢，就在於訊連「專注」的經營原則，並以「Create and Play」，作為產品研發的核心。

她進一步說，2008年，許多競爭同業都認為PC已死，因此紛紛選擇離開，但訊連卻選擇繼續留在PC產業，並以提升使用者的友善介面與經驗，作為產品再出

發的思維。

張華禎表示，過去PC的軟體，在UI（User Interface，用戶介面）的設計並不突出，因此為了讓軟體在使用上更加賞心悅目，「原本產品的介面全部打掉重做，重新設計出比較時尚、看起來不會硬梆梆的介面，就是希望讓使用者感受到軟體的處理速度加快，還有美觀的操作介面。」張華禎表示。

持續在PC市場深耕布局，不僅讓訊連在多媒體影音軟體的產業上，持續坐穩全球龍頭廠商的地位，更在去年拿下「日本第一」的寶座，「日本是一個很封閉的市場，我們花了7年的時間投入，才如願繳出日本第一的成績單。」張華禎說。

全民導演年代 重回手機App市場

對於未來市場的發展趨勢，張華禎觀察，目前PC效能已經

非常強大，一般人只要搭配「威力導演」這樣的影音編輯軟體，就可以在家中電腦做出有如美國好萊塢的電影效果，加上近年YouTube創造出一個免費且開放式的播放與分享平台，大幅增加民眾、甚至素人導演影音創作被世人看見的機會。

而這樣的趨勢變化，不但符合訊連Create and Play的產品訴求，更能凸顯訊連在這一塊領域的競爭優勢，尤其隨著未來影像逐漸走向藍光、甚至4K2K更高畫質解析度時，Video的處理難度也將越來越高，「訊連已經建立起很高的進入門檻，新競爭者此時想要加入的難度非常高，這個市場將會是贏者全拿。」她語帶信心地表示。

另一方面，為了順應近幾年全球行動裝置的崛起，與智慧型手機效能的大幅提升，訊連在2013年重回手機App的應用市場，「6、7年前Apple Store剛推出時，訊連就已經開始做App，不過半年後就退出，因為當時的手機功能並不強。」

張華禎接著說，一般消費者對於影音編輯與播放軟體的認知，是期望能不要花太多的大腦就可以完成操作，但要達到這樣的條件，背後會牽涉到大量計算的過程，而智慧型手機直到2年前，才在相機的像素提高，與晶片效能從2核心提升到4核心與8

訊連科技總經理 張華禎



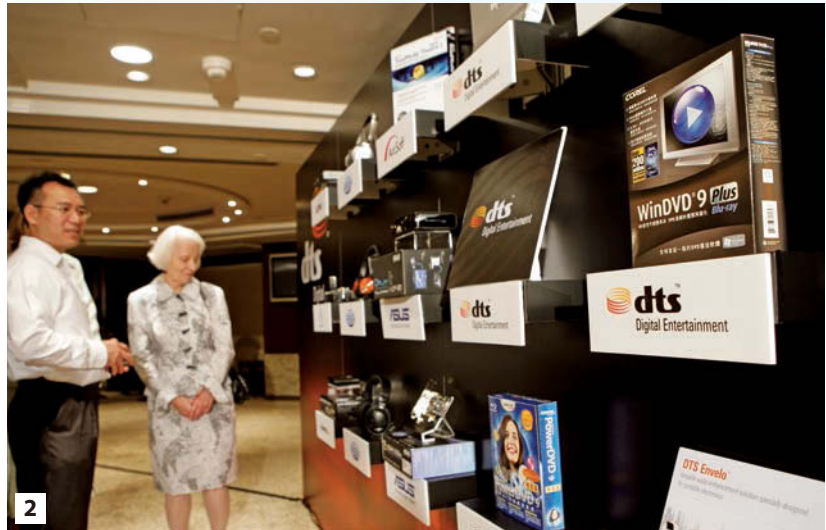
PROFILE

訊連科技 小檔案

- 成立：1996年
- 董事長：黃肇雄
- 總經理：張華禎
- 資本額：新台幣10.04億元
- 主要產品：數位創作與其他（50.43%）、影音娛樂（49.57%）
- 2014年合併營收：新台幣22.23億元
- 產業地位：全球影音多媒體龍頭廠商



1



2

1. 2014年訊連推出「完美相機」、「完美彩妝」二套自拍專用App，至今全球下載用戶數已突破3,000萬人次。
2. 訊連打破台灣企業只擅長硬體製造的迷思，創造軟體實力不可忽視的世界競爭力。

核心之後，逐漸滿足「Create and Play」的硬體基本需求。

此外，為了符合手機操作介面的限制，訊連在開發適用於手機的App時，採取的策略，就是將原本PC可以做到的1,000多種功能，選擇其中最常用的20種置入App，並且透過免費的行銷模式，讓更多消費者可以接觸到簡單且實用的影音編輯軟體，讓原本PC的使用者，可以因為有App的產品連結，達到與行動裝置互聯互通的便利性。

跨足行動領域 搶占手機自拍商機

再者，訊連也觀察到智慧型手機的女性使用者喜歡自拍的趨勢，因此在2014年相繼推出行動自拍App「完美相機」，與行動美妝App「完美彩妝」，透過例如光

源處理、美肌效果、雕塑臉型、彩妝沙龍等功能，讓使用者透過手機就能訂製夢想的妝容，二套App推出至今，全球累積下載的用戶數量已突破3,000萬人次。

不過，張華禎不諱言指出，PC市場與手機市場的產品思維與營運模式完全不一樣，主要的差別有三點，第一，PC軟體轉換難度較高，反觀手機App一旦不受使用者青睞，可以馬上解除安裝，第二，產品開發的速度，在PC的領域是以一年為周期，但手機領域卻是以每兩個禮拜要更新功能為目標，第三則是從公司的角度來看，PC業務是屬於賺錢單位，手機業務是屬於花錢單位，要如何針對不同部門的員工給予績效獎金，也是一大考驗。

因此，為了符合不同市場的營運模式，今年4月訊連在組織架

構上進行了大幅度的調整，透過成立子公司完美移動，並藉由內部員工調任的方式，獨立出一個聚焦在行動物聯網商機的事業單位，初期的營運目標，希望能在一年內將App的用戶數提升3~5倍，從目前的3,000萬戶達到1億用戶的數量門檻，「所有App的效益都是從給user最好的經驗開始，然後進入到量變的過程，最後才會有質變的效應。」張華禎表示。

總結而論，訊連從一個台灣在軟體產業幾乎是沙漠的年代，快速崛起成為全球首屈一指的多媒體影音軟體公司，關鍵就在於每一次技術的改變，與產業的變遷，都能展現出快速反應的應變能力，打破台灣企業只擅長硬體製造的迷思，創造軟體實力不可忽視的世界競爭力。■