2020.9.1 TUE 9:00 台北國際會議中心

HOT 台股漲甚麼？本周看好八類股

HOT 淘寶台灣陸資疑雲 遭經濟部鎖定

數位化供應鏈解決方案

SAP 工業4.0智慧應用，引用 SAP ME關鍵解決方案，實踐產線智動化願景，讓訂單準交率提升至95%！

ITTS東捷資訊服務

許承強勇於革新 帶領上奇數位轉型

工商時報 劉李清 2020.08.24

上奇科技集團創辦人暨董事長許承強。圖／顏謙隆

分享 Facebook Telegram 列印

5G、雲端時代來臨，「數位轉型」已是企業不得不正視的課題，對資訊服務業與軟體代理商來說，面對產業變化加劇，本身也需要轉型才能應對快速的變化。成立於1991年的上奇科技（6123），從繪圖、影音處理軟體代理商出發，成立至今遇入第29個年頭，靠著內部不斷革新、勇於切入新事業領域，同時為客戶打造共贏共好的戰略夥伴生態圈，上奇已成功脫傳統通路商、代理商的角色，轉型成為綜合型的數位服務商。

強攻雲端、數位印刷

從代理商轉型加值服務商，未來上奇的路怎麼走？成長動能將來自何處？董事長許承強表示，近兩年強攻雲端、數位印刷兩大事業有成，帶動集團經常性收入（Annual Recurring Revenue）已來到總營收的四成，持續看好未來這兩大領域的發展潛力。以下是記者的訪談記要。

問：上奇EPS連續6年成長，且營業利益率從2013年的1.37%一路成長，至2019年達5.85%，動能來自哪裡？

答：上奇過去15年來都持續獲利，但在這6年之間營業利益率成長強勁，其實是一連串的轉型帶出的必然結果。上奇經歷兩大時期的轉型，從1999年成立～2016年，上奇主要透過M＆A（併購），廣邀業界好手，將集團定位為「創業家平台」，以擴大事業版圖。而上奇身為Adobe在台灣、香港的單一代理商，2012年起就跟著Adobe推出Creative Cloud系統的腳步轉型訂閱制。所以說，上奇可說是訂閱經濟的先行者。訂閱經濟不只有SaaS（軟體即服務），也可以有SaaS（基礎建設即服務），只要是能夠帶來經常性營收（Recurring Revenue）的都算是訂閱經濟。

2017年，上奇將SaaS軟體登服務的行銷模式，導入創意軟體雲服務事業（Creative SaaS），成立子公司昕奇雲端（GCS），成為港、台兩地SaaS及IaaS雲端軟體服務加值服務商。近兩年來，上奇又切入數位印刷的生意，除代理HP數位印刷設備以外，同時也負責後續的服務與保固、耗材、維修等，都是簽訂合約後按月收費，這些都是帶來經常性營收（Recurring Revenue）的重要來源，目前上奇的經常性收入已來到總營收的四成，這一點與傳統的資服業、通路商、代理商是很大的不同。

雲端生意沒有邊界

問：上奇做雲端生意的條件與優勢有哪些？

答：雲端的生意沒有邊界，而且可以快速被規模化。上奇之所以適合作雲端加值服務的原因，一是我們在亞洲多國已打好客戶基礎，如台灣、香港、新加坡、馬來西亞、印尼，我們都已經深耕已久，與競爭對手相比，我們擁有區域性（regional）的優勢。

此外，上奇過去多年來累積的客戶類型，多半是在媒體、娛樂產業，例如雜誌社、報業、遊戲、新創、電商以及互聯網公司，這些客戶正是「上雲」的先行者，基於過去建立的夥伴關係，他們需要雲端加值服務時，第一個想到的就是上奇，目前雲端這部份的客戶已達上萬家。

第三，上奇也是唯一能夠同時幫三朵公有雲—微軟Azure、Google GCP、亞馬遜AWS做加值服務的廠商，也陸續獲得AWS的進階諮詢合作夥伴（APN）、託管服務合作夥伴（MSP）等資格，並通過解決方案供應商計劃認證（SPP），去年1月，則是通過ISO 27001資訊安全系統管理認證。

另外，上奇與是方電訊有緊密的合作關係，是方是全台灣最重要的雲端資料中心，上奇做的是雲端上的加值服務，客戶除了需要雲端服務以外，若需要機櫃、頻寬等，以我們跟是方的戰略夥伴關係，可以很快的整合出完整的解決方案。

把包裝接上internet

問：上奇近年切入數位印刷，是因為看到哪些趨勢？

答：大家想到印刷第一時間就覺得是古老的產業，確實，傳統印刷製程受制於量大、交期長而欠缺彈性。相對來說，數位印刷流程既輕便、效率又快，在現有產程上導入數位印刷，對企業來說是相當有成長性的。數位印刷可用於智慧包裝，簡單來說，智慧包裝就像是「把包裝接上internet」，在數位化的時代，客戶對於印刷與包裝的期待已與過去相當不同，客戶期盼能立刻看見創意成果，或是短時間內處理訂單需求。

上奇切入數位印刷，不僅打開「多樣化」、「客製化」及「個性化」，更帶來「智慧化」，使包裝成為品牌及產品商與客戶行銷互動和收集數據的載體。

而數位印刷上奇做起來，也是帶來經常性營收的一大來源。我們除了販售HP的數位印刷機，後續的保固跟服務，以及各項耗材（例如耗損性零件、油墨、特殊材料等）也都是由上奇負責，且是事先簽訂合約，費用則是按月計算，以量計價。

尋找能把產品賣至全球市場的客戶，是上奇在數位印刷領域的策略。去年與大江生醫合作計畫簽約就是一例。大江生醫的服務跨足全球54國，包括保健美肩品牌、直銷、藥妝通路品牌、電商、電視購物、社交電商等各類銷售渠道，將有望帶動上奇數位印刷事業動能成長。

問：怎麼看下半年至明年的表現與動能？

答：以整體資訊服務業來看，受惠於台商回台投資、政府政動專案、金融業轉型，還有疫情帶動的數位轉型議題，刺激台灣的資訊服務業市場需求大增，也讓不少資服廠商今年業績暢旺。不過對上奇來說，短期的專案不是我們的主要目標，打造穩健的經常性收入對我們來說更為重要。

以今年第二季來看，上半年有新冠肺炎疫情衝擊，然而集團第二季營業利益新台幣5,130萬元，年增率26%。單季稅後淨利達5,473萬元，寫下歷年同期新高，也較去年同期增加逾5成。

第二季雖然受到新加坡、馬來西亞因為疫情帶來的鎖國政策衝擊，但因為上奇的雲端服務及數位印刷事業成長，營運產品組合優化，加上訂閱經濟模式已經穩固，所帶來之經常性收入成長，自然為整體獲利帶來貢獻。展望下半年，上奇將加速恢復成長動能，同時推進亞洲區域的多雲服務佈局及數位印刷事業，預期今年整體來看應該可以有不錯的表現。

小｜檔｜案　上奇科技

成立	：1991年
資本額	：5.9億元
掛牌	：2002年
員工人數	：317人
據點	：台灣、香港、大陸、東南亞（星、馬、印尼）
事業體	：創意雲發行軟體暨服務、數位印刷設備暨服務、IT資訊產品整合暨服務、雲端運營暨服務

小檔案

◎現職：上奇集團集團創辦人暨董事長、昕奇雲端董事長

◎學歷：美國紐約州立大學資訊科學碩士、國立清華大學動力機械學士

◎經歷：上奇科技總經理、宏羚公司董事長、佳能國際董事長、上奇科技副總經理、上奇科技創辦人、宏碁科技軟體銀行產品行銷經理

◎獲頒獎項：2012年獲頒安永企業家獎【數位前瞻企業家獎】、2002年獲頒資訊月榮獲【傑出資訊人才獎】

延伸閱讀

上奇專訪》上奇攜手惠普 布局3D列印新藍海

上奇專訪》許承強二次創業 找到自己合適定位

5G 數位印刷 雲端市場 科技業 面對面 上奇科技 許承強 加值服務商