

明緯視員工如夥伴 創造未來成長動力

有一種企業，他的社會知名度不高，卻在特定領域中名列世界前茅，德國管理學教授赫爾曼·西蒙稱他們為隱形冠軍，台灣則叫做中堅企業，專注於標準交換式電源供應器的明緯，就是其中之一。

標準交換式電源供應器 全球第一品牌

明緯以自有品牌 MEAN WELL行銷全球，許多工業生產設備如射出成形機、雷射雕刻機，或大型場館或運動賽事所使用的顯示屏幕、各類 LED 照明設備等，都是透過明緯的產品來供電。根據調研機構 Micro-Tech Consultant (MTC) 的報告，明緯在二〇一四年全球交換式電源供應器市場上排名第八，然而從業務型態來看，前七家業者皆為 ODM 或 OEM 廠商，換句話說，若單就自有品牌來比較，明緯在標準電源



們可以在對的職位上做對的事，而適才適所的做法就是部門輪調，「一般人要在公司任職一段時間後，才可能有機會輪調不同部門，明緯卻讓員工在新人階段就有體驗的機會，」明緯總經理室集團行政協理洪燕鳳說。

部門輪調體驗 讓人才適材適所

剛踏入職場的社會新鮮人，往往不清楚自己適合什麼樣的職務，很多企業沒有考量到這一點，在面試新鮮人時，就已經確定他要就任的職位或部門，等新鮮人工作一段時間後，才發現自身不適合這樣的職務，這對企業與員工來說都是一種浪費。

因此，明緯針對社會新鮮人規劃了為期三個月的實習培育期，在這段期間，新人將被派往研發、工程、製造、業務、產品等不同部門，由各部門主管負責帶領新人認識部門同事與工作內容，三個月期間，隨時觀察新人合適的職位，再依其興趣與能力分派到適合的部門。

這種讓新人親身經歷後再做決定的方式，雖然要投入比較高的成本，卻能真正做到將對的人放在對的職位上，「這段期間除了學到很多東西，對日後的工作也很有幫助，尤其在進行跨部門溝通協調的時候，因為有過這段接觸其他部門的經驗而變得容易許多，」經歷過新人實習培育期的鄭志得，回想初進明緯的那三個月，眼神仍是充滿感謝。

至於中高階主管，同樣也是透過部門輪調的方式，培養未來獨當一面的能力，洪燕鳳指出，與新人實習培育計劃不同的是，明緯會給予中高階主管明確的任務與績效目標，部門輪調範圍也擴大到海外各據點，透過海外歷練開拓視野，同時



領域中是全球第一品牌。

這樣的好成績，讓明緯從一百六十二家企業中脫穎而出，入選為經濟部二〇一五第三屆潛力中堅企業，即便近年來台灣電子業面臨全球不景氣的衝擊，明緯仍不受影響，從二〇一〇年至今，平均每年營收成長十五%。

「因為我們鎖定在工業用電源市場，應用涵蓋面廣、產品多樣化、且通路遍佈全球，比較不容易受到單一產業大起大落的影響，」明緯業務部協理鄭志得清楚點出維持成長動能的關鍵。

以共利為核心 視員工如夥伴

不過，相比於應用、產品、通路所形成的產業優勢，明緯集團總裁林國棟認為真正的核心要素還是人，員工才是幫助明緯打下現在這股好成績的基礎。

「對我來說，員工是最重要也最長遠的夥伴，」林國棟的語調充滿感性，他說，明緯當初成立時，之所以會用 MEAN WELL 作為英文名，就是希望企業經營要心懷善意，凡事以共利為出發點。

因為這股共利的精神，所以明緯與員工為合作夥伴而不只是單純的僱傭關係，也因為是夥伴，所以明緯希望為員工提供充分發揮的舞台，讓他

傳承明緯核心價值。

尋找小野雁 飛向全球市場

明緯視員工為夥伴的態度，不只展現在人才培育制度上，更包含員工的家庭，「他們每一個人的另一半我都認識，」林國棟邊笑邊指著現場幾位高階主管。

明緯在舉辦各種大大小小公益活動時，經常鼓勵員工攜家帶眷參與，這種將員工家屬視為明緯一份子的態度，讓大多數員工融入明緯的文化後便不再流動，這也使得專業技術得以不斷傳承與創新。

「我到明緯服務已經七、八年了，這種年資在一般企業應該算得上是資深員工，但在明緯卻很資淺，身邊很多同事都已經待了十幾年以上，」明緯企劃部行銷經理陳莉娟說，如果企業的工作環境與福利不夠好，只怕人員流動率不會這麼低，這也難怪明緯在報名台北市二〇一四第四屆幸福企業獎時，首次參賽就取得二星級企業的殊榮。

展望未來，明緯將持續深耕既有產品線、擴大進軍海外市場，為了實現這個目標，必須注入新血推動內部繼續成長，因此，明緯成立野雁計劃，希望延攬更多有能力、理想、與企圖心的年輕世代。

「就像雁子南飛時，總會有一隻帶隊領軍，我們希望找到一群願意承擔責任的小野雁，」林國棟說，歡迎具備專業背景、外語能力、在地文化適應力的年輕族群加入明緯，他相信在明緯完整的專業與實務訓練下，這群小野雁將具備全球化視野與問題解決能力，成為未來領導人才，帶領著明緯飛向全球市場。

