

實戰智慧
叢書
183

多媒體革命

影音新世界與資訊建築師

李仁芳博士策劃
提供實戰經驗
啟發經營智慧

日本產經新聞社■編
吳明志■譯

TABAITAI KAKUMEI

Copyright © NIKKEI SANGYOU SHINBUN

Originally published in Japan in 1993 by NIHON KEIZAI SINBUNSHA CO., LTD.

Chinese translation rights arranged through TOHAN CORPORATION, TOKYO.

Chinese edition copyright © 1995 by YUAN-LIOU PUBLISHING CO., LTD.

實戰智慧叢書⁽¹⁸³⁾

多媒體革命

——影音新世界與資訊建築師

原 書／マルチメディア革命

編 者／日經產業新聞

譯 者／吳 明 志

策 劃／李 仁 芳 博士

主 編／高 登 第

特約編輯／彭 之 琬

責任編輯／劉 慧 麗

發行人／王 榮 文

出版發行／遠流出版事業股份有限公司

臺北市汀州路三段 184 號七樓之五

郵撥／0189456-1

電話／(02)365-3707 傳真／365-8989

著作權顧問／蕭雄淋律師

法律顧問／王秀哲律師・董安丹律師

排 版／普辰電腦排版有限公司

□ 1995 年 10 月 1 日 初版一刷

行政院新聞局局版臺業字第 1295 號

售價 220 元 (缺頁或破損的書，請寄回更換)

版權所有・翻印必究(Printed in Taiwan)

ISBN 957-32-2735-5

《實戰智慧叢書》

出版緣起

王榮文

在此時此地推出《實戰智慧叢書》，基於下列兩個重要理由：其一，臺灣社會經濟發展已到達了面對現實強烈競爭時，迫切渴求實際指導知識的階段，以尋求贏的策略；其二，我們的商業活動，也已從國內競爭的基礎擴大到國際競爭的新領域，數十年來，歷經大大小小的商戰，積存了點滴滴的實戰經驗，把這些智慧留下來，以求未來面對更嚴酷的挑戰時，能有所憑著與突破。

我們特別強調「實戰」，因為我們認為唯有在面對競爭對手強而有力的挑戰與壓力之下，為了求生、求勝而擬定的種種決策和執行過程，最值得我們珍惜。經驗來自每一場硬仗，所有的勝利成果，都是靠著參與者小心翼翼、步步為營而得到的。我們現在與未來最需要的是腳踏實地的「行動家」，而不是缺乏實際商場作戰經驗、徒憑理想的「空想家」。

我們重視「智慧」。「智慧」是衝破難局、克敵致勝的關鍵所在。在實戰中，若缺乏智慧的導引，只恃暴虎馮河之勇，與莽夫有什麼不一樣？翻開行銷史上赫赫戰役，都是以智取勝，才能建立起榮耀的殿堂。孫子兵法云：「兵者，詭道也。」意思也明指在競爭場上，智慧的重要性與不

可取代性。

《實戰智慧叢書》的基本精神就是提供實戰經驗，啟發經營智慧。每本書都以人人可以懂的文字語言，綜述整理，為未來建立「中國式管理」，鋪設牢固的基礎。

遠流出版公司《實戰智慧叢書》將繼續選擇優良讀物呈獻給國人。一方面請專人蒐集歐、美、日最新有關這類書籍譯介出版；另一方面，約聘專家學者對國人累積的經驗智慧，作深入的整編與研究。我們希望這兩條源流並行不悖，前者汲取先進國家的智慧，作為他山之石；後者則是強固我們經營根本的唯一門徑。今天不做，明天會後悔的事，就必須立即去做。臺灣經濟的前途，或亦繫於有心人士，一起來參與譯介或撰述，集涓滴成洪流，為明日臺灣的繁榮共同奮鬥。

這套叢書的前五十三種，我們請到周浩正先生主持，他為叢書開拓了可觀的視野，奠定了紮實的基礎；從第五十四種起，由蘇拾平先生主編，由於他有在傳播媒體工作的經驗，更豐富了叢書的內容；自第一一六種起，由鄭書慧先生接手主編，他個人在實務工作上有豐富的操作經驗；自第一三九種起，由政大科管所教授李仁芳博士擔任策劃，希望借重他在學界、企業界的長期工作心得，能為叢書的未來，繼續開創「前瞻」、「深廣」與「務實」的遠景。

策劃者的話

李仁廿八

企業人一向是社經變局的敏銳嗅覺者，更是最踏實的務實主義者。

九〇年代，意識型態的對抗雖然過去，產業戰爭的時代卻正方興未艾。

九〇年代的世界是霸權顛覆、典範轉移的年代：政治上蘇聯解體；經濟上，通用汽車(GM)、IBM虧損累累——昔日帝國威勢不再，風華盡失。

九〇年代的台灣是價值重估、資源重分配的年代：政治上，當年的嫡系一夕之間變偏房；經濟上，「大陸中國」即將成為「海洋台灣」勃興「鉅型跨國工業公司」(Giant Multinational Industrial Corporations)的關鍵槓桿因素。「大陸因子」正在改變企業集團掌控資源能力的排序——五年之內，台灣大企業的排名勢將出現嶄新次序。

企業人（追求筆直上昇精神的企業人！）如何在亂世（政治）與亂市（經濟）中求生？

外在環境一片驚濤駭浪，如果未能抓準新世界的砥柱南針，在舊世界獲利最多者，在新世界將受傷最大。

亂市浮生中，如果能堅守正確的安身立命之道，在舊世界身處權勢邊陲弱勢者，在新世界將掌控權勢舞台新中央。

《實戰智慧叢書》所提出的視野與觀點，綜合來看，盼望可以讓台灣、香港、大陸乃至全球華人經濟圈的企業人，能夠在亂世中智珠在握、回歸基本，不致目眩神迷，在企業生涯與個人前程規劃中，亂了章法。

四十年筭路藍縷，八百億美元出口創匯的產業台灣 (Corporate Taiwan) 經驗，需要從產業史的角度記錄、分析，讓台灣產業有史為鑑，以通古今之變，俾能鑑往知來。

《實戰智慧叢書》將註記環境今昔之變，詮釋組織興衰之理。加緊台灣產業史、企業史的記錄與分析工作。從本土產業、企業發展經驗中，提煉台灣自己的組織語彙與管理思想典範。切實協助台灣產業能有史為鑑，知興亡、知得失，並進而提升台灣乃至華人經濟圈的生產力。

我們深深確信，植根於本土經驗的經營實戰智慧是絕對無可替代的。另一方面，我們也要留心蒐集、篩選歐、美、日等產業先進國家與全球產業競局的著名商戰戰役與領軍作戰企業執行首長深具啟發性的動人事蹟，加入本叢書譯介出版，俾益我們的企業人吸取其實戰智慧，作為自我攻錯的他山之石。

追求筆直上昇精神的企業人！無論在舊世界中，你的地位與勝負如何，在舊典範大滅絕、新秩序大勃興的九〇年代，《實戰智慧叢書》會是你個人前程與事業生涯規劃中極具座標參考作用的

羅盤南針，也將是每個企業人往二十一世紀新世界的探險旅程中，協助你抓準航向，亂中求勝的正確新地圖。

【策劃者簡介】

李仁芳教授，一九五一年生於台北新莊。曾任職於輔仁大學管理學研究所所長，兼企管系系主任，主授「組織理論」與「競爭策略」，現為政治大學科技管理研究所教授，並擔任聲寶文教基金會與聲寶工業研究所董事，以及管理科學學會大專院校管理學術促進委員會主任委員。近年研究工作重點在台灣產業史的記錄與分析。著有《管理心靈》、《產權體制、工作組織人際關係與組織生產力》、《7—ELEVEN統一超商縱橫台灣》等書。

前言

多媒體(multi-media)到底是什麼？

「利用電腦控制組合文字、聲音、影像等各種不同形態的資料。」

這是目前廣泛被採用的定義。然而，如此簡明的定義卻無法讓人有深刻的感受。比較實際的問題應該是：它實際上能有什麼作用？有什麼樣的相關產品？它的關鍵技術(key technology)是什麼？由於業界對這些問題各有不同的看法，因此對多媒體的遠景亦各有不同的想像，這種情況在預測未來的多媒體市場時也不例外。舉一個極端的例子，有人（蘋果電腦公司總裁史考利先生）預測未來市場金額規模將在三兆美元左右（約新台幣八十三兆元）。

本書旨在詳盡介紹已邁向起飛階段的多媒體現況，同時亦力圖呈現多媒體未來的藍圖。

探索多媒體的方法有很多種，並不僅局限於某一種觀點而已。因此本書採多元並進的敘述方式，讀者可以不必按照書中的排列順序閱讀，可以選擇自己比較有興趣的部分開始閱讀。相信本書對於未來多媒體時代的資訊，諸如技術、產品等方面，提供了最爲完整的介紹。

本書以《日經產業新聞》自一九九二年十月連載至十二月爲止的「向前行！電子視聽時代」專欄，作爲本書的主要架構，並增添了許多新的內容。由於多媒體的進展日新月異，因此舉凡書中出現的公司名稱、職稱等，原則上皆以專欄連載時的名稱爲基準。

本書由東京總社產業部的坪田知己、中島洋、德田潔、吉田力、渡邊園子、佐藤恭子、佐藤敦、安藤淳、槽谷瑞樹、東昌樹，以及界分社の松藤政司等人擔任執筆工作。編輯工作則由德田擔任。

一九九三年七月於日本產經新聞社

強力推薦

領導管理系列

⑫決策者謀略

- 做個兼具謀略的決策者

⑮人才僱用決策

- 慧眼獨具、知人善用

⑳首腦論

- 第一本研究首腦行為的規則性專書

㉓決斷力

- 養成運籌帷幄、決勝千里的決斷力

⑤4做個有魅力的主管

- 發揮中國式主管的魅力

⑤8從球隊中學到的經營管理

- 以球隊為師管理商業團隊

⑥2領導藝術家

- 做一個成功的領導人

⑥6無國界管理

- 跨越國際管理的障礙

⑥8統御力

- 發揮統御的魄力與魅力

⑩5轉換點上的成本管理

- 找回管理會計失去的攸關性

⑩4好主管525法則

- 依各項管理功能分類歸納出525條好主管指引

⑩2 Z 型高效率管理

- 成熟主管的行動準則

⑩4領導優勢

- 奇異、摩托羅拉、康寧的全球致勝傳奇

⑩7卓越領導

- 組織專業團隊，引爆企業變革

⑩0軟體靈龍

- 王嘉廉與CA電腦王國

⑩3多媒體革命

- 影音新世界與資訊建築師

編者

日本產經新聞社。

譯者

吳明志，一九六八年生。一九八七年，入台大機械系，一九九一年，轉台大哲學系，九三年畢業。現就讀輔大翻譯研究所，日文口譯組。

目錄

□《實戰智慧叢書》

□策劃者的話

□前言

序章：歡迎光臨「夢幻王國」／三

第一章 電子資訊社會的到來／二七

1 電視遊樂器、卡拉OK打頭陣／二八

2 多媒體是大眾的娛樂工具／二九

3 多媒體軟體的催生者／四〇

4 電腦業者的挑戰／四六

5 從個人電腦到多媒體時代／五三

6 加速進行中的「電腦大眾化」／六〇

7 多媒體市場的潛力／六六

第二章 多媒體的先驅者／七

第三章

數位AV的演進／一〇三

- 1 多媒體之父——維內沃·布希／七四
- 2 資訊空間的領航員——恩格爾巴托／八〇
- 3 追尋媒體極限的神童——亞蘭·科／八四
- 4 資訊革命的預言家——泰德·尼爾遜／九二
- 5 人類文明的新世代：電腦世界／九六
- 1 AV產業的新契機／一〇四
- 2 新世紀的音響產品：DCC & MD／一〇九
- 3 炮火更猛烈的戰場——家用錄影機／一二七
- 4 替音樂上新妝／一二五
- 5 衛星傳播的現況／一二三
- 6 電台對數位化的應變之道／一二七
- 7 熱絡的相關產業／一四三
- 8 尋覓「魔法的半導體」／一四八
- 9 關鍵所在的動畫壓縮技術／一五三

第四章

飛躍的計算先進國——美國／一七五

- 10 日本的數位技術史／一七五
- 11 A V業的合縱連橫／一七六

1 完全數位化的勝利／一七六

2 數位動畫傳送改寫了電視史／一八三

3 高畫質電視強勢引進／一八七

4 美國電影新時代／一九三

5 虛擬實境利用範圍廣泛／一九七

第五章

爭拔頭籌的企業群／二〇三

1 通訊網路爭霸戰——新力、松下電器／二〇四

2 在零件上決生死——夏普、三洋電機／二一〇

3 強化組織力——東芝、日立、三菱／二一六

4 向一般家庭推廣——富士通、NEC／二二二

5 策略獨具的專業廠商——先鋒、愛華、肯屋德／二二六

6 進行合作開發——日本勝利／二三三

7 結盟的三大國際性企業——IBM & 蘋果／二三五

8 從PC本位蛻變——微軟／二四〇

第六章 迎接多媒體時代／二四五

1 解決著作權的問題／二四六

2 從高品質電視到數位高畫質電視／二五三

3 有線與無線的組合／二五六

4 人才的培育／二六一

5 多媒體的未來藍圖／二六四

結語：新天堂樂園／二七五

多媒體革命・影音新世界與資訊建築師・

具備操控文字、聲音、影像功能的多媒體，其特點就在於「促進理解」。而多媒體的社會，就是人人咀嚼情報的能力提高、溝通管道拓寬的社會。