

A-TEAM 會長專訪

羅祥安談 A-TEAM 進程

在業者紛紛將量產中心移轉至大陸，台灣自行車產業面臨空洞化危機之際，台灣自行車產業的 A-TEAM 組織於三年前成立，希望透過 A-TEAM 這個團隊組織的運作，來帶領業者共同努力耕耘高級車市場，創造健康的單車騎乘風潮，並透過持續不斷的研發創新，來提供全球 IBD 市場最大的後援，讓台灣的产品能領導全球流行趨勢。在台灣 A-TEAM 與其他自行車業者的共同努力與自我提升下，台灣的自行車產品品質與研發實力日益精進，並在全球高級車的研發與供應樞紐上佔有舉足輕重的地位。今年，A-Team 又新增了兩家會員廠與一家國外贊助會員，面對未來，會長羅祥安對 A-Team 的功能與願景有著更深切的期許。



◀ 羅祥安會長表示，A-Team 希望建構「自行車的未來」藍圖，以滿足消費者的潛在需求。

圖、文◎陳柏如

台灣 A-Team 成立至今已有三年，會員廠透過輔導積極推動豐田式生產流程管理 (TPS)，持續不斷的改善，成效卓著。會長羅祥安表示，這就是台灣自行車產業的競爭力所在。

新生力軍：利奇、政伸公司

繼去年 A-TEAM 邀請 7 家新的一般會員廠與一家贊助會員後，羅祥安會長指出，今年三月 A-Team 又再添新的生力軍。A-Team 今年新增了兩家一般會員廠，皆為台灣知名的

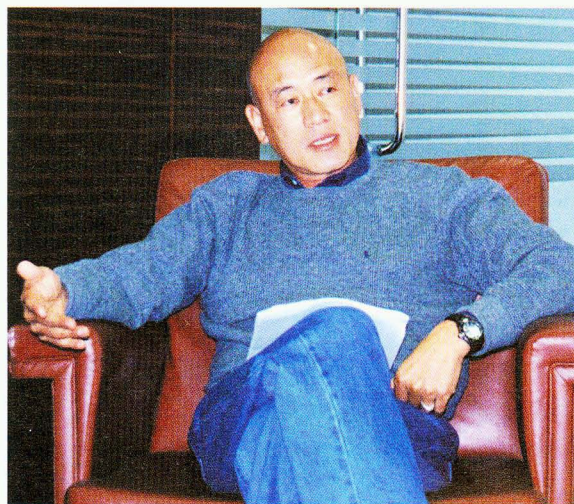
零件領導品牌利奇與政伸公司。此外，義大利知名的頂級跑車品牌 Colnago 也應邀成為贊助廠商，使得 A-TEAM 一般會員的家數達到 21 家，贊助會員 5 家，陣容堅強。

羅祥安會長介紹道，新增會員之一的利奇公司，成立於 1973 年，為知名的自行車零件製造廠，除了幫國際知名品牌代工外，並自創 Promax 自有品牌行銷全球，享譽國際。而自行車貼標設計界的領導品牌政伸公司，成立於 1973 年，三十多年來專注於網版印刷的技術與經驗累積，並不斷創新突

破，精益求精。而相當於賽車界法拉利 (Ferrari) 的頂級公路車品牌 Colnago，創立於 1954 年，產品領導全球公路車設計趨勢，更堪稱業界之翹楚。

理念獲得更多業者的認同

羅祥安會長認為，新會員的加入是一件可喜的事，除了代表 A-TEAM 會員規模變大外，更重要的是，這也表示 A-TEAM 的理念與宗旨獲得更多自行車同業的認同，並帶動更多的人願意一起為台灣自行車產業努力奮鬥。同時，首家



▲羅祥安希望藉由 A-Team 的團隊運作，在業界起帶頭的示範作用。

義大利知名品牌 Colnago 能加入 A-TEAM，對 A-Team 的鼓舞與意義更是深遠。

訂單回流台灣

從台灣去年的自行車整車出口實績來看，外銷出口總台數成長 13%，達 430 萬台；總出口金額成長 23%，達 7 億 2 千美元；平均單價也成長 10%，達到 165 美元。在自行車零配件的出口實績方面亦成長 13%，總出口金額達 3 億 2 千

萬美元。羅祥安會長表示，除了運動休閒風氣帶動高級車的風潮外，過去價昂的公路車 (Road Bike) 與碳纖維產品，透過 A-TEAM 將高級精品普及化的努力，亦帶動全世界精品流行的風潮。去年，台灣多數業者的訂單都有明顯的增加，除了受惠於歐盟對台灣取消反傾銷稅，以及歐盟對越

南展開傾銷調查之故，目前中國大陸展開宏觀調控，工資成本節節上升、原物料短缺，各種投資與競爭條件都大不如前，也讓全球自行車業重新重視台灣，並促使訂單回流台灣。

談到 A-TEAM 的願景，羅祥安會長明確地指出，A-Team 強調團隊合作，並以協同管理、協同開發與協同行銷作為會員改善推動的三階段主軸。目前 A-Team 在協同管理

方面已具成效，會員廠都能專業自主地持續推動豐田生產流程改善（有效降低庫存並快速交貨），也由於成功降低成本並提升生產效率，而能有效緩衝材料價格飆漲的壓力與影響。

「Year of the Dealer」

今年開始，會員廠將以協同開發作為主軸，在創新領域與領導流行下，推出更符合消費者與 IBD 市場需求的產品，以創造更多的商機。羅祥安指出，A-Team 打出「Year of the Dealer」的口號，希望能提供更多更高級且高附加價值的創新產品給 dealer，為彼此創造更多的利潤。

羅祥安充滿信心地說，透過 A-Team 的努力不懈與帶頭的示範作用，相信要讓全球自行車產業以台灣為中心和舞台，帶領全球消費者邁向更健康的未來，指日可待。 ■



▲A-Team 新會員：熱愛自行車產業的政仲公司董事長洪招儀。



▲A-Team 新會員：處事低調嚴謹的利奇公司林阿平董事長。



▲贊助會員：Colnago 總裁 Mr. Colnago 與其 50 週年紀念纖維跑車。