

價值取代價格的時代

鄭寶堂談資源管理

圖、文◎阮素琴

大陸不再是投資的天堂，而是實力的競技場！捷安特中國總經理鄭寶堂在接受專訪時有感而發，他說，才十多年光景，以前的優勢已不復存在，深究其原因，鄭總經理認為：(1)供過於求；(2)商務與勞務成本提高很多；(3)投入相當多的高資源成本而產品售價與利潤卻很低。對此，鄭寶堂總經理提醒大家要重新思考能源節約的問題，他擔心一旦石油如報上預測會漲到一桶80美元，那整個產業結構將重組，相對的金磚四國（中國、印度、巴西、俄羅斯）也將因糧食、能源等問題而變成空心磚四國。

善用資源 提高附加價值

能源短缺時代已來臨，如何提高產品附加價值，才不致浪費價格不斷飆漲的能源資源，是大家必須努力思考的，如果還是停留在低附加價值產品，相對就是浪費能源，一邊搶進有錢買不到的原料，一邊又低價出售成品，這種搶短線做風祇會將企業推向險境。鄭寶堂強調，創造價值才能厚植企業實力，現在開始已經是價

值取代價格的時代。

捷安特中國經驗

鄭總經理指出，捷安特中國昆山廠有2,900人，加上銷售部300人，總員工數為3,200人，2004年自行車產量280萬輛，其中125萬輛內銷，155萬輛出口；電動自行車方面，去年銷售量約14萬輛，其中3萬輛出口。這幾年，捷安特中國不但深耕廣植、用心

經營中國內銷市場，並落實本土化經營；精確掌握市場脈動之際，捷安特也隨時修正及調整結構與策略，積極建立高品質形象，並獲得消費大眾的高度認同。鄭總經理表示，捷安特以中國人的特性與需求來開發新產品，建立良好的通路，注重售後服務與產品教育，加強與消費者的溝通與交流，並且定期溝通，並採POS管理，目前全國約有900家經銷店，1,000家專業賣場店中店。

10年來，捷安特都是隨著業務需要而增加經銷店，不盲目擴充，目前約有近2,000家，



▲捷安特中國總經理鄭寶堂也是捷安特成都廠董事長，他表示，資源管理是每家企業必須注重的課題。

深耕銷售員，不刻意闢做窄收、廣種薄收。鄭寶堂說，捷安特的作風就是注重品質、穩定、服務和建立文化，以誠信為本，針對不同地方提供不同做法。除了了解兩岸文化差異，捷安特更堅持誠信、坦誠、團隊，也就是3T(Trust, Truth, Team work)。

面對原材料漲價導致零件廠調價，鄭總經理表示，市場價格很難完全反應成本變動，然而沒有利潤就沒有福利，他提醒業者必須要加強反省力，否則就沒有執行力，更會失去成長力和競爭力。 ■