

培訓選手為己任的CKT

文◎林大為

從自行車教練走入製造業的 CKT 總經理蔣光燦，自創了「CKT」品牌，並從身為教練的專業領域，來「引導」配合產業製造技術大方向的原則。事實上，這樣的作法困難度頗高，畢竟工廠需要生存，在生產上往往須要求一定程度的數量，故起初工廠與 CKT 之間常常產生矛盾，慶幸的是，有少數廠商能夠理解並給予支持，才讓 CKT 逐漸站穩腳步。

積極學習 輕型自創 CKT 品牌

CKT 配合外銷貿易始自 1997 年，起初就以 full carbon fiber 為方向，並獲得工廠支持，雙方以正面角度來共同分享，繼而開發出更多的產品，也正因彼此切磋、學習，在 carbon fiber 的技術、材料和外型都得以更加精進，才會得到歐洲市場的肯定。此外，蔣總經理表示，在過去九年，美利達的大力支持，著實讓 CKT 受益、成長不少，在 2001 年時亦是在 Merida 曾總經理的鼓勵下而創立品牌。

CKT 從 2000 年開始研究輪圈，到 2002 年，輪組在技術與數量上終於看到成果，對此，蔣總經理表示配合工廠功不可沒，CKT 感念業界的支持與幫助，未來也將持續抱著感恩的心來服務、回饋社會。

疼惜台灣囡仔 用心培訓本土選手

蔣總經理回憶 25 年前剛踏入訓練的領域，挖掘選手、找器材，尋求政府機關的協助，一路走來並不順遂，但當時年輕氣盛，憑著一股熱情與使命感，一切都靠自



▲夫唱婦隨、合作無間！CKT總經理蔣光燦及其夫人以培訓本土選手為己任。

己尋求奧援，也時常騎著機車伴隨選手在高雄、台東往返，縱使辛苦卻也樂在其中。而在現今升學主義掛帥的環境下，要培養選手就更加不容易，許多年輕人因無法面對未來競爭，故挫折感甚鉅，因此蔣總經理決定創立 CKT 品牌，提供工作機會給現役優秀選手，利用半天時間在公司上班，下午則用來訓練，並在楠梓成立第 2 家分店，讓年輕人學習維修與銷售技巧，並建立服務客戶的觀念，而一起工作也更能凝聚每位選手的向心力。

蔣總經理認為，運動選手一向以自我為中心，格局常限制於局部層面，故須經過計畫性的自我突破才能精進。因此 CKT 常讓選手們配合 CKT 產品來訓練，期使產品改良臻於完善的境界，同時透過讓年輕選手出國訓練，來提升技術，達到國際水準；其中，目前在法國巴黎訓練



▲讓年輕的選手從做中學，兼顧訓練與就業。

的選手就有 3 位，成效顯著。本著對社會的感恩，CKT 疼惜故鄉的囡仔，堅持培育本土選手的理念，要讓台灣有心於自行車

運動的年輕人站上國際的舞台，也讓我們一起為這些有夢想的台灣青年加油。 ■