

穩健經營60年

堆砌華豐橡膠王國的藍圖

文◎張瀛洲



華豐橡膠工業股份有限公司董事長張瀛洲。

每棵屹立風雨的大樹，在其堅毅外表之下，是接受過無數磨練淬礪，方有今日傲然獨立的成就。然而，壯大的同時亦不可忘了謙卑，眼前的挑戰與考驗並不會因為所擁有的成就而減少分毫、有所折扣！

華豐橡膠工業股份有限公司成立迄今以60年的時間，歷經世代接棒經營，集眾人胼手胝足、辛勤揮汗付出而來的成果，並講究團隊合作與「華豐精神」，持續穩健經營成長，足以證明每位華豐人都以最大的努力來為公司付出，構築未來發展的藍圖。

華豐精神的實踐

所謂「華豐精神」：持續改革、強化執行、追求效益、穩健經營。字面上雖淺顯易懂，卻是知易行難，若要確實執行需花費極鉅之心神與力氣。每位華豐

人都深信，唯有堅持世代所交接下來「華豐精神」，方能造就今日枝葉壯大的榮景，因此，只有更盡心思於改革、執行與經營，力求將每個小細節發揮到極致，臻至完美，才有更多一甲子年頭的發展。

就是這樣的精神，每位華豐同仁日夜殫精竭慮，務求將眼前遭遇及未來可能的問題尋出解決之道。無論在品質的管控，或產品的研發方面，每一步驟、每一製程都不容許絲毫差錯、瑕疵；所有成品，最後都須通過一道嚴謹的品質管控，才能交到客戶手中。這一切，就只為了呈現最完美的產品！因為，華豐所在意的是客戶對產品的信心與肯定。

外在的考驗與心態的調適

縱使歷經60個年頭的發展與成長，外在的環境考驗卻不會因為成功而有所減免，成功也不可太早下定論。近年來國際原油、天然膠等原料漲聲連連，然而，橡膠成品的售價卻不動如山，售價的調整幅度遠遠追不上原材料價格的大幅提高。在成本遽增利潤急縮的情況之下，公司的經營更為艱困；60年來風雨不斷，華豐相信這只是一段小插曲，是為成就明日更穩健的經營。

發展自有品牌—DURO

為大廠品牌代工，是台灣大多數產業



▼華豐美國分公司。

的起步方向，但也有為數極多的代工大廠往往因跳脫不出代工的範疇，發展受限，甚而倒閉關門。有鑑於此，華豐橡膠積極地發展出自有品牌，「DURO」來跳脫代工魔咒，運用以往代工的純熟生產經驗，製造出不亞於國際品牌水準的世界級產品，並行銷世界各地。

華豐橡膠60年的歷程

回首望去，華豐橡膠也曾是一家沒沒無聞的小工廠，草創於1945年；直至1959年才正式改組成立「華豐工業股份有限公司」，再於1970年變更為「華豐橡膠工業股份有限公司」。匯集眾前輩們的智慧與付出，逐漸發展累積，然後開枝散葉，陸續於世界各地成立子公司與製造生產線：1987年成立華豐泰國有限公司、1992年的華豐成立美國有限公司、1993年的華豐成立中國與2003年成立華豐蘇州等，逐步紮實地植根海外市場，以全球佈局、世界工廠的目標來經營管理，期望能為客戶提供更優質的產品與服務。

為提升公司整體經營形象，華豐於1998年完成股票上櫃、2000年轉為上市公司，華豐橡膠（泰國）公司更於2003年在泰國證交所正式掛牌上市，並成為台灣橡膠同業中第一家子公司股票在海外上市之公司。為因應產業競爭，華豐橡膠亦致力於產品轉型，除研發產出高價值自行車胎，並於2003年跨入徑向層車胎領域，立足大胎生產之林。

與民生經濟密不可分的橡膠產業

橡膠工業雖不像電子產業那般精密昂貴，不過，若要造出好的產品，卻同樣需要精密的配方分析、產品研發，生產技術與現代管理，橡膠工業的重要性並不低於電子工業。舉凡民生、交通、國防工業的發展皆與橡膠工業息息相關：人們日常代步，無論自行車、機車、汽車或卡車，甚至小推車，處處都看得見輪胎。那麼一個極致完美的圓形，不斷地滾動，才造就了今日的工業發達，才有電子工業等等新興行業的崛起。

華豐的期許

即使以橡膠工業之重要性，卻往往不是眾所矚目的明星產業，然而在那背後仍有無數人默默辛勤耕耘著這塊版圖。即便不是目光聚焦所在，但華豐仍用實實在在的付出與汗水，在世界各地佈下經營據點，堆砌著屬於華豐的橡膠王國，為經濟繁榮貢獻心力。紮實的根基才有堅固的主幹，華豐以60年的成長經驗來期許，並以穩定確實的生產、經營，躋身世界級輪胎製造大廠，甚至期許自身能成為領導潮流的世界級大廠！ ■



▲華豐台灣大村廠。



▲華豐泰國廠。