

東威貿易正式成立

文◎吳敏正

位於台中縣清水鎮的東威貿易實業有限公司，選在端午節當天舉行開幕，公司負責人黃世彬也正式從製造業轉而踏入自行車貿易的領域。

以豐富經驗與人脈為後援

東威黃經理擁有 14 年以上的自行車業經歷，早期在貿易公司上班，之後在 Ritchy 擔任 R & D Director 的二年多期間，將公司業務量從 1.5 億提升到 6 億元，後來又花一年多學習碳纖維相關技術，累積了足夠的經驗後，才決定自行創業。

十幾年來的自行車產業經歷，讓黃經理對自行車各部位零件都瞭若指掌，再加上過去的經歷讓黃經理有機會接觸各種層級、了解不同特性的廠商；因此，不管顧客在整車或零件上需要任何諮商，他都能夠提供，因此進入貿易商的領域後，將趨向開發、設計；未來也希望能找到有想法、目標與設計理念的客戶，以他多年累積的經驗與人脈，幫助客戶在台灣找到他們所需要的零件廠或是代工廠。

明確的自我定位

面對資訊流通迅速、價格日漸透明化的自行車產業，黃經理認為，貿易商要取得自己的定位，「開發、設計全新的產品，當客人無法比較價格時，自然就會有市場。」東威最大的特色，在於對產品能深入了解，因為如果只做買和賣

的業務，東威完全沒辦法和大貿易商競爭，因此必須利用優勢，以貿易商的身份走開發的路線；所以東威目前和客戶的合作方式，是由客戶提出粗略的想法，再由東威來實現。



▲黃世彬經理在自行車產業已有十多年的經歷，累積了豐富的經驗與人脈。

黃經理強調，提供客戶充足的資訊，讓彼此有協同開發的關係，客戶便不會因為一點小利而轉移，合作關係才會長久。像丹麥的 Biomega 只負責產品概念的設計與構想，而實際的生產與執行，則是完全交由東威全權負責，所以東威必須代為採購、尋找代工廠與解決生產時的各項規格、技術問題，並確保整車品質。雖然比起單純的買賣，這樣的客戶與訂單棘手許多，但黃經理表示他樂於接受，雖然辛苦，但若是東威能讓客戶滿意，就能贏得對方的信任與長期的合作。

未來東威發展方向仍是以研發的訂單為主；黃經理認為，以技術層次面、產品面、銷售面等，更廣泛的去看貿易商的買賣，這樣企業本身的營運、與客戶的合作關係都會更加長久；他要將過去經驗、知識傳承給公司員工，把公司技術提升起來、建立公司文化，因為他相信，定位清楚，也就能在競爭激烈的自行車產業中，爭得一席之地。 ■