

無與「輪」比

台萬買下MARWI集團 100%股權

文◎編輯部



▲MARWI集團總裁白政忠相信「事在人為」，事業靠機運也要靠努力。

台萬工業創立於1983年台灣大甲鎮，由現任總裁白政忠一手打造，最初的品牌是 xerama，主要生產自行車踏板；1993年南進印尼設廠擴大生產踏板和坐墊，後來在1998年和丹麥財團策略聯盟合併組成 MARWI 集團，擁有 xerama、Union、Selle San Remo、Nightpro、Biketool、Ti-Dye 共6個品牌，運用自有品牌和自有行銷通路經營各式踏板、座墊、鏈條、花鼓、鈦合金輻條、自行車工具、零組件及燈具、自行車碼錶等多樣化的產品。其中，MARWI 集團旗下 Ti-Dye 品牌的鈦合金及不鏽鋼輻條原先在美國生產，為了讓歐洲與亞洲的客戶可以 Just in Time 交貨，集團順利的於2006年初將 Ti-Dye 的技術與生產設備成功的轉移回 MARWI Taiwan。

買下MARWI集團全部股份

MARWI 集團共有 MARWI- 美國、MARWI- 荷蘭，MARWI- 捷克、MARWI- 德國四家公司與 MARWI- 台灣、

MARWI- 印尼 兩個廠辦。近日根據 MARWI 總裁白政忠親口證實，透過管理者出資收購 (Management buy-out)，他已於2005年3月間買下 MARWI 集團原掌握於丹麥財團的60%

股份，並於2006年7月買下其他股東手中的20%股權。也就是說，目前白總裁已擁有 MARWI-GROUP 的全部股份，未來將完全主導 MARWI 集團的營運，也成為一個台灣少見、由本土企業成功併購國際企業的案例。

過去持有 MARWI 集團60%股權的丹麥股東認為台灣是高風險地區，因此，堅持將總部設在新加坡；但白總裁表示，他對台灣有信心，所以在他掌握主導權後，2007年將要把集團總部遷回台灣。

銷售通路及全球佈局策略

MARWI 集團目前在印尼廠辦有540名員工，台灣廠辦有40人，而美國和西北歐和東歐則設有銷售公司和大型倉庫，總



▲Union品牌擁有106年歷史，圖為1928年的品牌廣告。

►MARWI台灣公司外觀。





▲ MARWI 印尼。



▲ MARWI 美國。



▲ MARWI 歐洲。



▲ MARWI 捷克。

計美國 3 人、歐洲 14 人。基於 MARWI 集團的全球佈局策略接近市場成立銷售公司和增設大型發貨倉庫，提供 Just in time 與 One stop shopping 的供貨服務，並以擁有 106 年歷史的 Union 品牌來銷售，成功的經營了歐洲 OEM 和 After market 市場；白總裁表示，Union 品牌的自行車零件在歐洲已經深受客戶的肯定，因此往後逐年擴增其他自行車零件產品銷售對 MARWI 集團而言，將是輕而易舉。由於 MARWI 在歐美及中南美洲的自行車市場已有一定的品牌知名度，其營運型態由製造商，也延伸到有品牌的配銷商。未來經營方向將會考慮跨越到不同的領域如 Sporting、Outdoor 等，使營業範疇在穩健的原則下擴增；也不排除會與同業或異業結盟的方式，讓不同領域的專業人材，為集團帶來新 Business Model，共同努力，期盼能讓 MARWI Group 更趨壯大。

專業的經營團隊

目前全球化競爭日趨激烈，而身為跨國性集團的 MARWI 在面臨外在競爭壓力之下，仍然可以一步一趨穩健的成長茁壯，有賴於 MARWI 集團的專業經營團隊。除了在 MARWI- 台灣設有後勤支援專案和專業研發人員外，MARWI- 德國也有歐洲認證專案和專業研發與技術人員，根據歐洲消費者喜好、市場趨勢及產品需求等持續開發新產品以滿足消費者的需要。經營團隊中屬 MARWI- 台

灣總經理黃金堂資歷最久，陪伴 MARWI 集團成長長達近 20 年；而近日才剛升任 MARWI 一印尼總經理的蕭世泉也在印尼廠服務 12 年，令人印象最深的是擁有多國語言天賦的 MARWI- 荷蘭與 MARWI- 捷克總經理 Martin K. Vogt，在加入 MARWI 集團近 8 年的時間裡，成功讓 MARWI 集團更加擴大在歐洲的版圖。

白總裁表示，一家永續經營公司的成長，全賴經營團隊的分工合作，MARWI 集團採團隊運作、分層授權，並秉持著「執行力、解決問題的能力及做事的方法」等原則，同步讓公司及人員持續學習成長；而高階專業經理人除了展現其全方位的专业能力外，最重要一點，在整個決策的過程中，把事情看得遠、看得廣及看得細，讓 MARWI Group 不論是在新產品的開發、自有品牌的銷售通路及管道、產品市佔率、後續未來全球佈局等策略，一再展現 MARWI 自有獨特的成功模式，也造就今日的 MARWI 集團。

