

腳踏實地、重視信譽

崑哲為客戶嚴格把關

圖、文◎編輯部



◀游銘裕總經理審慎思索崑哲的未來。

加拿大全球防衛措施帶給大量出口加拿大的廠商很大的壓力，一旦形成，對廠商的競爭力影響甚鉅。而崑哲過去輸

出到加拿大的自行車達三十幾萬輛，現在也還有二十幾萬輛，正好首當其衝；還好加拿大已於今年5月決定暫不對進口自車實施防衛措施，讓崑哲總經理游銘裕終於放下心中大石。

對品質嚴格把關

崑哲的主要客戶除了有加拿大外，美國亦有50萬輛，其他還有如澳洲、日本和歐盟等，2005年出口共約80萬輛，主要以Mass市場為主。游總經理指出，Mass市場的客戶流動量很高，純粹是以價格取勝，尤其在陸資企業蓬勃發展後，造成了更大的衝擊，也使崑哲放棄了童車生產。

崑哲是早期到大陸龍華設廠的廠商之一，在台灣和大陸都有設廠，而即使是大陸廠，在組車時所採用的零件，也是以台資廠的產品為主，因為大陸廠的產品良莠不齊，崑哲不願為了價格而帶給顧客困擾，因此始終對產品嚴格把關。

原料上漲 經營不易

在經營上，游總經理表示崑哲相當重

視信譽，產品出廠時都有保險，年支出在產品保險費在800-1,000萬台幣，他也認為一個公司一定要腳踏實地生產，做好品質，否則信譽一旦受損，損失將無法估計；他很感謝多年來客戶長期的支持，互助互信，而他也將繼續秉持為客戶慎重把關的理念，營造雙贏局面。

但目前各項原物料不斷漲價，經營相對不易；游總經理表示，Mass市場客戶的訂單一次都是整年度，很難有超過2%的漲價幅度，超過的部份只能自己吸收。但讓游總經理與曾雨清副總經理頭痛的是，零件廠卻總是即時反應漲價，使成車廠利潤大幅下降，幾乎已無獲利空間；崑哲目前從業外投資所獲利潤甚至高過業內，在投資報酬率如此低的情形下，崑哲的下一步該如何走，也成為游總經理目前所要審慎思考的課題。

重視養生 思索企業未來

近幾年來，游總經理自稱為了責任工作，而非為錢，因此未來他將會積極網羅人才，讓自己退居幕後。同時他也越來越重視養生、運動，將大部份的時間用在和夫人一起遊山玩水；他認為身為一個企業的經營者，一定先要有好身體，因此他鼓勵大家多旅遊、多運動，關心健康管理，如此才有充足的體力打理公司，也唯有健康的身體，才有永久的事業。 ■