

事在人為



Grace S. Ruan

每年自行車業最忙碌的歐、美秋季展已落幕，從德國Eurobike、IFMA、義大利EICMA到美國Interbike展，每個展會的定位都已很清楚，但仍有廠商一窩蜂跟進，沒有確實評估適合本身定位的展會參展，以致展效不彰；抑或展出的產品不適合展會訴求，或者缺乏差異性與主題…這些都讓參展成效大打折扣。其實每個展會的定位與訴求都不盡相同，各有其存在價值，業者必須就本身定位與市場需求做選擇，即使展會人氣不旺、效果不理想，但若能在展前先做好功課，與客戶安排好Meeting，積極主動出擊，並勤逛展場觀摩別人的產品、發掘新創意與新商機，相信還是會不虛此行、收穫豐碩。

長久以來，自行車業者出國參展都透過旅行社安排以節省時間，多年下來不難發現很多業者住的飯店都比買主貴，給人台灣自行車業者利潤不低的感覺；對大多數買主而言，住宿飯店講究乾淨、舒適和方便，有些客人甚至為了省費用而選擇租車以方便住較遠的地方；反觀台灣廠商，這樣做的人很少，大家也沒時間多花心力在這上面，但我們還是可以要求旅行社提供價位適中、安全乾淨的飯店住宿，畢竟不是去旅遊，飯店充其量只是睡覺休息之用；再者，住宿的開支就是費用，能省的就不需要多花！以參加美國Interbike展為例，台商很多人都住展館旁的豪華大飯店Venetian（威尼斯），雖然方便舒適，但展會期間的房價也很高！一般來說，拉斯維加斯的飯店房間都很大，其實一間甚至可以住到四個人，既省錢又不失舒適。

金磚四國魅力無法擋，我利用這次Eurobike展後，隻身到俄羅斯10天，這是我第三次拜訪俄羅斯，前二次分別是在1996年和1998年，當時是帶團參加當地的自行車展；

這次看到俄羅斯的進步與改變，讓我很驚訝，俄羅斯不管在社會面、經貿面，都有大幅的改善，購買力也大幅提升，尤其外匯存底更躋身世界第三大，僅次於中國、日本，在在顯現俄羅斯的經濟正在大步起飛，除了拜石油漲價與美伊戰爭所贈，原物料持續飆漲也讓俄羅斯成為受惠國，這一切都歸功於俄羅斯厚實的基礎重工業才能抓住機會，加上普金總統的政策方向正確，才得以事半功倍。普金從經濟改革著手，並積極改善民生問題，才使解體後的俄羅斯看到希望，並重拾信心與活力。正所謂事在人為，只要方向正確，離成功就不遠了！有關俄羅斯的新貌與自行車市場現況，詳見本期第16頁報導。

塑造企業形象、強化創新能力、建立自有品牌甚至通路以及尋找合作伙伴，已是不少企業努力的方向，不少業者也愈來愈勇於投資，因為他們體認到競爭力是來自企業本身的執行力、投資力與實力，不投資可以省下一些錢，但永遠不會有回報，也不會有失敗的機會，如此企業便失去檢討改進的成長機會，當然更不會有進步的成就感。

中國大陸的新資從10月1日起又調升，讓不少台商憂心在當地的競爭力已逐漸流失中，甚至有台商開始在找尋新的投資設廠地點；事實上，不管廠設在那裡，先要改變的還是自己，只要做好紮實的內部管理、堅持品質、降低不良率與庫存、提高創新研發能力，隨時培訓人員、加強向心力，就能充分展現企業的競爭實力！所以，與其花精神去找新基地，何不先調整、充實本身的內在競爭力，推動各項改革，如TPS、TPM等等，才能擺脫不斷逐水草而居的遊牧生態。

阮素琴