



打穩根基 穩健前行

營標朝「永續經營」邁進

文◎賴彥男

穩健兩字來形容擁有 26 年歷史的營標企業有限公司，可說是相當貼切：從 1980 年成立以來，營標就以永續經營為理念，從自創修補市場品牌「THUMBS UP」到前往大陸設廠，透過一步一腳印的方式逐漸打穩根基，將產品外銷至歐美、亞洲、大洋洲、非洲與中東等地區。

品質與品牌為生存之道

專業生產各類補胎用品的營標企業能在全球修補市場佔有一席之地，除了企業本身為獨資公司、擁有果斷的決策與效率之外，對於產品的品質、品牌經營與行銷方式更有其獨到之處：業務經理陳美芳表示，在修補市場中，營標屬於經營品牌的企業，對於產品研發、品質與包裝都相當重視；雖然橡膠近年來漲幅頗大，但營標堅持使用具有一定水準的橡膠，讓客戶享受品質穩定的修補用品。目前營標台北總公司含倉庫約 600

坪，在 40 名員工通力合作之下，仍有裝櫃外銷至海外市場。

大陸廠方面，陳經理則表示在考量筆劃與名稱意義之後，已於去年年初將大陸廠「佳峰（廈門）」改名為「美品（廈門）」；陳經理強調，早在 4 年前大陸廠落成時就想要改名稱，但因土地過戶延誤，直到去年才敲定。美品的廠房占地約 3,000 坪，擁有 100 名左右員工，數量比較大的產品都在這邊製造、出貨，且每年都有成長。目前營標依地區採用不同行銷方式，在歐美、澳洲或日本等地區，當地經銷商相當重視自有品牌經營，所以包裝與銷售就由他們的品牌處理；若是在中南美、非洲或中東地區，則以營標品牌的方式來銷售。

產品多元化發展

除了製造各類補胎用品外，營標也積極朝產品多元化發展，與手工具廠合作開發手工具組，同時也開模具來製造組裝式修補工具組；對於未來的展望，陳經理表示，營標在台灣廠與大陸廠整合完畢之後，會將心力投注於產品的開發與通路上；爲了要正視仿冒並經營廣大的修補市場，營標也已決定明年開始在大陸內銷，未來不但會加強研發能讓消費者 DIY 的修補品組合，也不排除在上海或其他海外地區增設廠房，來滿足消費者的需求。 ■

