

Driveline 產品線涵蓋中高階

傑森轉型成果亮麗



圖、文◎吳敏正

以童車、表演車 one piece 曲柄起家的傑森公司，深耕自行車業已二十多年，由於大環境的轉變，原有市場流向大陸自行車產業，於是在四年前積極尋求轉型，並往高階大齒盤曲柄組發展。

併購友隆 擴充生產線

傑森董事長楊文世表示，兩岸競爭激烈，所以留在台灣的工廠若不走高級路線，難保有生存空間，因此他不斷思考如何尋求突破，因此在自行車業前輩技術指導下，開始轉做大齒盤曲柄組，以 6061 和 7075 鋁合金材質為大宗，並主打 Driveline 自有品牌，主銷歐洲市場。

2006 年 7 月得知專做齒盤曲柄組代工三十多年的友隆即將結束營業，傑森董事長楊文世為了讓產品線更齊全，於是決定收購友隆廠內的機械、鍛造模具等，也將友隆已擁有十多年經驗的品管、採購、業務和作業人員一併納入傑森旗下，讓全力轉型的傑森在設備和人力資源更顯充實。目前友隆自有品牌「TRACER」併購事宜也在洽談中，也不排除買下；而過去向友隆採購的客戶，約有 7 成亦皆轉向傑森下單採購。

品質獲得組車廠肯定

併購友隆之後的傑森，產品線涵蓋中、高階產品，為了和大陸自行車業做出區隔，傑森一直以高品質期勉自我，並投入資金購買全新的曲柄專用機以提高自製率，也讓交期更穩定；此外，針



▲楊智傑（左）接觸自行車業已有五年多，專注研發的他是父親楊文世（右）的好幫手。

對歐盟 EN 標準，傑森也自行添購了價值百萬元的疲勞測試機器，主要是為了讓品質能得到台灣自行車業界的認同與肯定。

楊董事長估計，目前生產線月產 3 至 5 萬組，未來年營業額將可達到 1 億 6 千萬營收。此外，他也透露，傑森轉型以來的努力，確實已經有廠商正面肯定，不僅在收購友隆之後，友隆原有的客戶都轉向傑森下單，而且台灣許多組車廠也都已下單並開始出貨，更有加拿大、歐洲等國外組車廠前來洽談，可見傑森對品質的堅持，已獲得許多廠商認同；楊董事長並強調，提高產品品質，讓國外大廠指定品牌採用，自然就能和大陸競爭，這就是台灣自行車產業的生存之道。

