



Power of Partnership

2007 A-Team年會

2003年正式成立的台灣自行車A-Team，堪稱台灣自行車產業提升競爭力的自發性計畫，藉由上下游的整合，導入豐田式生產系統與落實精實製造，進而達到精實研發，從共生邁向共創。今年A-Team又再添新生力軍，在鍛造領域執牛耳地位的六哥公司正式成為一般會員，贊助會員則新增DT Swiss，讓A-Team的陣容更堅強。

圖、文◎陳柏如

邁入第五年的台灣自行車 A-Team，照往例於台北國際自行車展第二天舉行年度大會，會議一開始，會長羅祥安欣喜地介紹今年新進的一般會員廠——六哥公司。

新會員：六哥 & DT Swiss

成立於 1965 年的六哥，各式加工鍛造

設備齊全，擁有資深且專業的金屬與 3D 鍛造技術，主要生產自行車相關鍛造零件，並善用本身設備與專業技術跨足高科技 3C 電子產業多角化發展。贊助會員的部分今年新增了 DT Swiss，DT Swiss 成立於 1994 年，主要以製造輪組與避震器聞名，產品廣泛用於自行車、機車與復健器材領域。

看好2007年出口表現

羅祥安會長表示，A-Team 主要定位是希望透過團隊分工合作來打造台灣成為全球創新自行車產品與最佳價值的品質與服務的主要供應中樞，而 Future of Cycling、Power of Partnership 則是會員廠一直努力不懈的兩大遠景。羅會長補充道，消費者的價值創新（Consumers' Value Innovation）更是 A-Team 的重任。展望台灣自行車產業未來發展，羅祥安會長表示，2006 年台灣自行車總出口量將近 407 萬輛，較 2005 年近 460 萬輛衰退 11%，預估 2007 年將微幅成長至 420 萬輛左右；2006 年的總出口值近 8.4 億美金，預估 2007 年將成長至 9.2 億美金；2006 年平均出口單價已經突破 200 美元大關來到 206.61 美元，預估今年將上看 220 美元；自行車零件出口總值今年也看好將再成長。目前 A-Team 會員除了持續推動豐田式管理（TPS），追求零庫存、即時生產（Just in Time），也致力於推動 TQM（最佳品質管理）與價值創新，希望能加速台灣整個自行車產業向上提升的速度與效率。

劉金標：台灣自行車日~大家一起來

針對行政院體育委員會制定每年 5 月第一個週六為「台灣自行車日」，幕後推手自行車新文化基金會董事長劉金標，也在 A-Team 年會上闡述推動台灣自行車日與自行車島的理念。劉董事長非常肯定 A-team 的成果，在會員的努力耕耘下，台灣業者與大陸業者有了明顯的區隔與定位，除了努力與客戶共同創造市場新價值，並導入 TPS 提升品質降低成本，同時克服少量多樣的生產需求，並開發全球高級車潛在市場，達成成為全球高級車供應中心的共同目標。但這些優勢能持續多久呢？雖然有碳纖維與新材質



▲A-Team今年將六哥與DT Swiss納入會員，右起會長羅祥安、DT Swiss合夥人暨資深副董事長Frank Bockmann、六哥公司總經理陳正和與A-Team副會長曾樹柱。

的突破，但我們與大陸的優勢差距並不大，加上高級車市場已飽和，大陸業者也在快速進步，因此台灣業者必須更創新升級，而最重要的關鍵則在於必須推動騎車熱潮、提高內需市場消費者的水準，並培養挑剔的消費者。

在自行車新文化基金會與業者十多年來努力爭取下，台灣從今年開始終於有了屬於車友的自行車日（Taiwan Bike Day），每年 5 月定為「自行車月」，5 月第一個週六為「自行車日」，長期推動自行車騎乘風氣。劉董事長指出，目前台灣已完成的自行車道約有 1,300 公里，預計 5 年內要完成 2,600 公里的目標；再者，今年 5 月 5 日的自行車日將舉辦大型的單車嘉年華會，主場在台北市，歡迎大家奇裝異服、發揮創意搞怪，更請求各企業能成立單車社並推派企業隊參加當天的活動，一起共襄盛舉。由於今年自行車日適逢上海展，很多老闆無法分身，也請務必派請幹部參加。

自行車產業未來趨勢與創新夥伴關係

為了提升會員的國際觀，今年 A-Team 年會也特別邀請到美國自行車第一品牌 Trek 自行車公司董事長 John Burke 主講「全球自行車產業的未來趨勢與挑戰」，



▲A-team會長羅祥安對台灣自行車產業的向上提升與價值創新寄予厚望。



▲巨大董事長劉金標向A-Team會員闡述台灣自行車日的由來以及相關活動企劃。



▲Trek董事長John Burke看好自行車未來的市場性與商機，並呼籲業者應努力打造友善的自行車騎乘環境。



▲Specialized總裁Mike Sinyard暢談創新夥伴關係時，提到不少早年與台灣業者合作的趣事。

美國 Specialized 自行車公司總裁 Mike Sinyard 談「創新夥伴關係」。Trek 董事長 John Burke 指出，未來二十年自行車產業還有很大的發展空間，不管在產品設計會行銷策略上，都還有成長空間，最明顯的趨勢就是全球人口肥胖化（The world is getting fat），再者是交通擁塞的瓶頸，以 2003 年為例，交通擁塞延誤耽擱全球人口 70 億小時並浪費了 50 億加侖的汽油。第三個趨勢是都市化明顯，愈來愈多人擁入都市；第四則是環境污染日益嚴重。而最有助於改善以上趨勢的產品，就是自行車！因此，全球自行車業者必須要努力的，就是要建構一個對自行車友善的環境（A bicycle friendly world）。

談到創新夥伴關係，Mike Sinyard 以

Specialized 企業為例表示，Specialized 的願景就是要成為全球最棒的自行車運動品牌，因此需結合創新夥伴的力量一同完成夢想，除了選擇最好的製造供應商、最好的研發設計、最好的銷售與行銷，還要提供最好的客戶服務。一路走來，Mike 感謝台灣零配件業者的鼎力相助與配合，他說，Specialized 所選擇的合作夥伴必須在信任、尊重、品質至上、不斷創新與價值觀上有共識，共同為帶動自行車市場的成長與雙贏而努力。



▲A-Team每年都會利用台北自行車展期間召開年度大會，除了讓一般會員與國外贊助會員聚在一起交換意見，也會邀請全球主要的自行車媒體與會，一同分享A-Team的成果。