

柏冠科技推出碳纖車架

圖、文◎邱志華

坐落於深圳坑梓鎮龍田社區的柏冠科技(深圳)有限公司,為台灣育華工業的大陸廠,目前員工200人,常駐台幹5人,目前產品全部外銷出口,去年營業額為2,000萬人民幣,今年預測達到3,000萬人民幣。

自製率高 產品多元

育華總經理朱明燦指出,由於碳纖維產品為高勞動密集的產業,而台灣本地的勞工昂貴,因此決定前往大陸深圳設廠,並將產品研發中心設在該廠。目前台灣育華工業僅做加工與合成,一體成型和烤漆均外包。在碳纖維製作工序方面,柏冠科技(深圳)從原材料到一體成型、再到烤漆,都可以在廠內完成,自製率很高。目前主要生產的產品包括前叉、車架、把手、水壺架以及與其他運動器材的產品。



▲柏冠總經理朱明燦。

碳纖維Trekking車架

育華大陸柏冠廠於去年底正式推出自行研發的碳纖維車架,朱明燦總經理表示,柏冠在2005年9月份搬遷到坑梓,2006年2月份開始籌備車架生產,2006年年底開始行銷推廣車架產品,目前已有少量訂單,月產量1,000台。今年德國展

將重點放在推廣最新的全碳纖維Trekking車架(型號ACB-016/ACB-027),朱總經理信心十足地表示,此款車架在剛性和強度上有很大的突破,除了有男用、女用款之分,還可以加裝貨架,強度可見一斑。

談到跨足碳纖維車架的研發製造初衷,柏冠副總經理陳立宏表示,以碳纖維一體成型技術來說,生產前叉和車架的技術大同小異,再者由於客戶在下單時,通常會把前叉和車架下給同一個製造商,這與生產鋁合金或鐵前叉與車架是完全不同的。基於提升服務品質、滿足客戶多元的需求,育華決定投入車架產



▲TREKKING車架ACB-016。



▲EVO今年歐美展將主推全碳纖維Trekking車架ACB-027,在剛性和強度上有很大的突破。

品的開發，畢竟車架是一輛自行車最主要的構成部件，也有助於客戶在採購上的整合。

談到育華的定位，朱總經理說，一項產品競爭到成熟的階段，意味著產品本身的附加價值已經很低，爲了保持產品的競爭優勢，就必須朝差異化發展，產品必須要有自己獨特的特色，因此育華不以追求量的增加爲目標，而是更注重產品的多樣化與

差異化研發。此外，爲了強化體質、提升競爭力，柏冠廠也於今年 6 月份開始推行 TPS 豐田式生產流程管理系統，根據碳纖產品的製作工序，進行有效的安排，成功減少很多不必要的搬運，並節省了時間和勞力。

面對大陸退稅率的減少以及人民幣持續升值的問題，朱總經理表示，大陸台商與陸資廠都必須面對這樣的情況，沒有人例外，而調漲產品價格則是必然的趨勢與因應之道，再者就是看誰的體質好、應變能力佳了！對育華而言，由於碳纖維原材料的價格調降，多少可以吸收一部分增加的成本，因此短期對整體利潤影響不大。



▲柏冠廠冷凍倉庫。



▲柏冠廠房外觀。

