

歡慶成立20周年

SRAM購併輪組品牌ZIPP

繼購併Roch Shox、Truvativ以及Avid之後，今年9月底，SRAM正式對外公佈又成功購併美國知名輪組品牌ZIPP，成為慶祝該集團20周年慶的最大賀禮，也讓整個集團的零件產品更臻完整，更再度為自行車產業投下一顆震撼彈！

圖、文◎陳柏如



▲親和力極佳的 SRAM 集團總裁 Stan Day，擅於溝通且知人善任，對於能成功購併 ZIPP 感到相當興奮。

SRAM 與 ZIPP 雙方於 9 月 21 日正式簽下購併意向書，正式宣告 SRAM 集團再添一新力軍，整個購併案將於 60 天內完成。這項訊息也再度震撼自行車產業，大者恆大、強者恆強似乎成了定律。

歷經六個月協商

筆者於美國 Interbike 展期間專訪到 SRAM 集團總裁 Stan Day，問及購併 ZIPP 的考量與始末，Stan Day 掩不住興奮地表示，ZIPP 是一家很優秀的企業與備受推崇與敬重的品牌，他們擁有很強

的管理團隊、先進的技術、優越的製造能力以及頂級的產品，再加上他們的產品也正好可以提供 SRAM 客戶更完整的服務與選擇，因此 SRAM 在 6 個月前便積極與 ZIPP 協商購併事宜，希望能結合各自的優勢，為彼此本身與雙方的客戶創造多贏。

成功購併 ZIPP，讓 SRAM 輕鬆擁有領導市場地位的輪組產品與品牌、車把產品以及世界級的碳纖維開發與製造工廠，其 Indianapolis 廠離 SRAM 芝加哥總部僅幾個小時車程。最重要的是，此舉更拉近 SRAM 與競爭對手 Shimano 的差距，就產品線而言，彼此可說勢均力敵。

發揮1+1大於2的綜效

ZIPP 於 1980 年代晚期正式進軍碳纖維輪組市場，多年來一直執碳纖維輪組產品的牛耳地位，同時也多元化發展推出曲柄、車把、花鼓與豎管等產品。會決定將品牌售予 SRAM，ZIPP 董事長 Andy Or-



▲ZIPP 碳纖維輪組擁有極佳的口碑與形象。



ding 指出，累積了近 20 年的碳纖維產品產銷經驗與實力，加入 SRAM 集團可以有效運用槓桿原理大幅強化 ZIPP 的根基並提升全球市佔率。再者，SRAM 擁有極佳的企業購併口碑與成效，且善於整合企業文化、凝聚向心力，相信將有助 ZIPP 更上層樓、永續發展。

尊重維持現狀

至於 SRAM 成功購併 ZIPP 後，整個 ZIPP 的運作是否會有所改變？Stan Day 表示，短期內不會做任何變動，Andy Ording 將繼續擔任董事長，其 Indianapolis 廠依舊為 ZIPP 頂級輪組與零件的生產中心並負責產品保固，生產線不會移至台灣或大陸；ZIPP 的銷售網也將維持現狀，所有的合約、合作案以及生意關係都不會有任何改變。

整合工程艱鉅

購併品牌或企業不難，有錢就辦得到，難的是購併後的整合工程以及如何讓該品牌更上層樓。對此，Stan Day 指



▲頂級 RED 是 SRAM 的最新力作！右起 SRAM 集團總裁 Stan Day、SRAM 亞洲區總經理 Hank 高。

►歡慶成立二十周年，SRAM 推出金色 logo 的 20 周年紀念版 X.0 碳纖維後變速器。



出，SRAM 儘管擁有多次成功整合的經驗，但卻無法完全複製，因為每家企業都是獨一無二的個體，如何將新的生力軍成功整合，使其融入整個集團，並建立相同的目標、遠景以及企業文化與認同，是一項大工程，需要時間並與經營團隊不斷的溝通。

在全球擁有 2,500 名員工、年營收 3 億美元的零件龍頭大廠 SRAM，擁有年輕、有活力、積極創新、企圖心旺盛、步步為營的特質，Stan Day 說，注重創新、熱愛研發是 SRAM 集團的企業文化，而今年甫推出便受到市場肯定與推崇的頂級公路車套件 RED，更是他個人最引以為傲的代表作。

