

帶領愛地雅朝差異化發展的詹桂鎰



朝異質化產品努力不懈的愛地雅，協同開發之新產品「Gocycle」不但獲得2008年TBEA創新獎成車類第一名，也受到綜合獎項「特別創新獎」的肯定；而去年底實行的員工認股權憑證制度，也讓愛地雅開創業界先例，除顯示企業對人才培育的用心與重視，更可望透過凝聚員工向心力的制度，讓愛地雅再創新局。

文◎葉苑雯

◀追求差異化、帶領愛地雅開創新局的舵手——詹桂鎰總經理。

向以OEM與ODM廠自許的愛地雅，產品品質也受到各家廠商的肯定，頂著TBEA創新獎新科狀元的光環，雖然去年表現並未如其他內銷大紅的自行車組車廠，而略微呈現負成長，但也逐漸憑著差異化產品異軍突起：在去年正式跨足電動車市場後，今年的接單量出現倍數成長，愛地雅總經理詹桂鎰表示，未來將會繼續朝向協同開發的方向，讓異質化產品成為愛地雅生產的主力之一。

與員工齊心一致

有別於中國大陸勞動法落實，各台商的一片叫苦連天，詹總經理說，大陸勞動法的落實只是舊法修改後嚴格執行，實施後愛地雅也經過內部檢討，雖然在成

本上造成衝擊，但分析過後，他認為勞動法的實施對愛地雅反而是一項利多。詹總經理分析說明，愛地雅之前的運作，95%都已符合勞動法規，包括勞保、社會保險、資遣及加班費規定等，也得以緩和愛地雅在勞動法落實後實際遭受的影響。

除了對勞工的基本保障，愛地雅也在去年底決定發行員工認股權憑證3,600單位，每單位可認普通股1,000股，員工自取得認股權憑證屆滿2年後，可行使認股權比例的50%、屆滿3年75%、屆滿4年為100%。詹總經理指出，發放員工認股權憑證代表愛地雅對於人才培育的用心；他強調，認股權憑證著重未來價值，期勉同仁努力創造屬於公司、更屬於自己的「未來股價」。

提升物流管理

愛地雅擁有台灣廠、大陸廠與波蘭廠，台灣廠去年營收 22.56 億餘元、增幅 4.19%，今年產量估約 24 萬台，1 月營收 1.77 億餘元、較 07 年同月減少 32.88%；大陸東莞廠今年產量估約 83 萬輛，厚街廠將重新整頓投產，作為大陸內銷車種生產基地，全年目標設定逾 10 萬輛；波蘭廠去年生產 5 萬餘輛，經調整後，今年產量估可提高五成以上，約 8-9 萬輛，就近供應東歐等市場。對於 2007 年愛地雅表現不如預期的原因，詹總經理表示，雖然愛地雅的產品品質一直備受肯定，但也和大多數成車廠遇到相同的困境，部分受累於日本零件大廠 Shimano 的交期延長，導致愛地雅去年第三季尾及第四季原本預估的獲利未如預期，進而影響 EPS 表現。

至於愛地雅內部的問題，詹總經理表示，重點還是在於物流管控系統的運作仍非十分順暢，不過在經過逐步循環修正後，目前已有很大的改善，至今年 4-5 月面臨 2009 車種年到來時，將會開始進行運作的測試，預期將進一步促進交期順暢，也讓客戶重拾對愛地雅準時出貨

的信心。詹總經理也補充道，愛地雅今年更加碼投資 TPS 管理，初步先在台灣進行，未來大陸廠也會跟進。詹總經理表示，愛地雅雖非 A-Team 的成員之一，但這並不表示愛地雅就在落後行列當中，成功不一定要循同樣的方式，對於別人的優點與長處同樣要抱持學習的心態；詹桂鎰十分肯定 A-Team 在 TPS、TQM 等的推動方向，愛地雅也將朝向同樣的目標，並依自己的優勢尋找市場利基點。

差異化產品打天下

不打品牌的愛地雅除了強調以產品品質取勝之外，為了帶動公司成長，詹總經理說，未來將繼續加強包括踏板車、電動車、助動自行車等差異化產品的協同開發，最新力作—Gocycle 就是一例，目前還有幾個研發案正在陸續進行中。詹總經理說，為了彌補協同開發產品在行銷方面的不足，愛地雅並於去年底擴編 RD 部門，加入 Marketing 行銷部分；以實際數據來看，愛地雅近幾年來每年的研發經費都以三成左右的幅度持續成長，顯示愛地雅重視研發、加強研發的決心。詹總經理更提出 2010 年新願景：要讓差異化產品總產量，佔總產量的四成。

即使愛地雅顯示了在差異化產品上的雄心，但詹總經理說，這不意味愛地雅就怠忽傳統自行車的生產經營；現在愛地雅的狀態雖然幾乎到達谷底，但同樣不能掉以輕心，在傳統自行車方面要向上提升、對於差異化產品則要擴大版圖，預估 2008 年整體營收將達到 10% 以上的成長。詹總經理表示，未來愛地雅希望朝向計畫性生產的目標邁進，與客戶達到良好的溝通，進行可預估式的訂單生產，以達到精確掌控公司產量與庫存量的目標。



▲愛地雅的差異化產品—可攜式街跑車「Gocycle」獲得TBEA創新獎第一名的肯定。

