

誠信、穩健、踏實

20年有成的永祺車業



▲股東齊心協力締造今日永祺。

圖◎陳柏如、文◎陳宇潔

創立於1989年的永祺車業，在董事長張泰山與陣容堅強的經營團隊齊心協力下，穩健邁向20週年。為感謝客戶及協力廠商長期以來的支持，永祺特於2月12日舉辦20週年感恩餐會，場面溫馨熱鬧。

感恩晚會精采成功

籌備多時的感恩餐會精采隆重，海內外客戶代表出席相當踴躍。董事長張泰山在致詞時表示，客戶長期的信任與支持扶植了永祺的成長，未來永祺將會繼續努力提供更好的品質與服務，並積極開

發新品，讓今天要比昨天更好！永祺的親密客戶以色列BEC公司董事長Haim Becidan在致詞時指出，和永祺合作的可貴之處在於誠信無欺，長年的配合默契下，彼此關係已如同家人般緊密；德國DE公司董事長Stephan Hahn更以精心準備的中文致詞，道出和永祺愉快的合作過程；來賓代表SPECIALIZED執行副總Bob Mar-



▲德國DE公司董事長Stephan Hahn特別以精心準備的中文致詞。



▲永祺與客戶長期配合下，培養出深厚的感情。圖右四為以色列BEC公司董事長Haim Becidan及其子Mordi Becidan（右三），以及Pacific Cycle公司的賴文錦（右一）和Patrick Kaye（左三）。

gevicus 強調自行車在未來的生活型態是不可或缺的產品，期待永祺有更佳發展；TBEA 理事長楊銀明也代表同業廠商向永祺致上最誠摯的祝賀。晚會最後在璀璨的煙火秀中劃下完美句點。

回首二十年起落·化危機為轉機

從最初創業僅有七、八十位公司同仁，到今天台灣廠擁有 200 位公司同仁的規模，回顧永祺這 20 年來的發展，張董事長表示，永祺剛開始的頭三年是貿易公司的型態，主要出口市場在歐洲，也接到吉亨公司美國客戶 K-Mart 的訂單，第三個



▲永祺的經營團隊默契與向心力十足，堅守本業、穩紮穩打。左起執行長陳震南、董事長張泰山、副董事長陳鴻仁、總經理洪昆煌。



▲張泰山董事長期許永祺明日的表現超越今日。

3 年則開始組裝登山車，並接到法國家樂福公司訂單。

1995 年至 2000 年是永祺業務的最高峰，台灣有兩個廠，年產銷量最多時達到 80 萬輛。然而企業經營不可能一路順遂，與美國客戶的合作讓永祺摔了一跤，卻也學到了寶貴經驗，並為企業開創另一片新市場。張董事長回憶道，永祺從 2000 年與美國客戶配合，當時 PC 是永祺最大的客戶，永祺以代工低階車種為主，品質不若高階車種穩定，反而更增加組裝的負擔。考量經營風險，因此，在配合兩年後彼此暫緩合作關係，為求成長，永祺積極轉型、厚植本身的技術能力，分散市場風險（美國市場比重太高），更成功爭取到俄羅斯、加拿大新客戶的訂單。在永祺的積極轉型升級之下，由於品質與價格都頗具競爭力，也促成永祺於 2006 年再度與美國客戶攜手合作，主要為其代工組裝中高價位的車款。

陣容堅強且向心力佳的經營團隊

以股東合資為營運模式的永祺，股東間相當融洽，不但各有各的專業領域且向心力極強，在業界非常少見，張董事長指出，永祺的優勢正是在於股東間彼此



▲永祺 20 歲生日蛋糕，嘉賓齊來慶賀。

齊心合作且各有專精，所以公司重要決策都會透過開會集思廣益來達成共識；再者，公司同仁的向心力也很強，做事積極度高且流動率低。執行長陳震南補充道，永祺能有今天的成績，正是來自經營團隊堅守本業、專心經營、穩紮穩打、嚴選客戶、財務運作靈活，以及強調固本的理念。

用特殊產品來創造品牌

目前永祺台灣廠年出口約 20 萬輛，主要市場在歐洲，預計今年的營收會有 10% 的成長。張董事長表示，未來在產量上還是會維持等輛，主要會以提昇產品素質與單價為目標，並減少淡旺季的生產量差距。同時開發新市場，藉由不同的出貨時間作為淡季的因應方法。

對永祺未來的發展與定位，張董事長強調，除了繼續秉持專業組車代工的核心能力，也力圖培植自有品牌。在代工方面，希望能不斷增加 Mass 市場頂級車的訂單以及 IBD 市場基本車款的代工。此外，也會積極開發一兩款自有品牌的車子，並開發以歐洲市場為定位的電動車產品。

► Strida 5.0 搭配剛性最佳的傳動系統以及前後碟煞。



面對市場上既有品牌的夾攻，張董事長認為單靠一般的整車產品很難再創造區隔、打出自有品牌，因此永祺另闢蹊徑，專攻特殊車種，以強調產品差異化，主打自有品牌，希望自有品牌能成為這些差異化產品的代名詞。以之前永祺買下的 Strida 特殊折疊設計專利為例，未來永祺將針對 Strida 再做多功能的延伸設計，如開發女性用車以及多段變速等新功能，並積極致力於 Strida 的行銷，希望能藉此特殊的折疊車款在市場上打出另一片天。

