

富山首重新品研發

文◎邱志華

面對日益理性與成熟的消費市場，不斷攀升的原物料價格、人力成本和歐盟反傾銷的實施，以及匯率的變化、稅率的調整等多種不利因素，富山自行車配件有限公司全體員工在總經理麥振山的領導下沈著應對，首先從內部管理著手，全面實施質量管理以提升品質；目前公司全體員工推行 ISO9001：2000 的品質認證，期許能在近期內獲得證書，以此來證實公司產品及服務能夠滿足顧客需求，並提高公司質量管理以增進顧客滿意度。



▲富山公司總經理麥振山。



▲富山公司的座墊新品。

富山公司主要生產專業自行車座墊，總經理麥振山談道，2007 年座墊的銷售約 500 萬套，其中有 200 萬套為出口，主要的市場為東歐、西歐、美國以及正在發展中的南美市場；面對歐盟的貿易壁壘，富山公司積極開拓新興市場，參加 2007 年的巴西國際兩輪車貿易展覽會，並於南美市場提供服務，減少對歐洲市場的依賴性；同時，俄羅斯市場的銷售也有大幅度的增加，占公司出口總額的 10%。

參與一年一度的上海展及部分國外自行車展會，主動推廣公司產品，提高公司形

象，富山一向不遺餘力。透過市場的拓展以減少公司風險是必然的趨勢，面對歐盟的反傾銷，富山並沒有放棄歐洲市場，反而將以提高品質的方式，重新確認品牌定位；經營過程中始終秉持以客戶的需求為出發點，持續研發新產品，產品的品質和外觀上並進，推出了一系列具有競爭優勢的新品，且已獲得了海內外客戶的認可。

據了解，富山公司去年（2007 年）即研發了 7 個系列共六十多個新單品，豐富的新品讓公司充滿信心，產品的新定位也得到客戶的認同。麥振山總經理指出，富山將堅持以服務和創新的方向前進，只有這樣，企業才能更上一層樓；將工作分工更細微，同時把精益求精的思想落實到生產的每個環節，控制產品的不良率從而降低了損耗。這種以自有資源找出路，而非單純向客戶漲價的決策執行，令富山公司到目前為止的產品漲幅遠遠低於原物料方面的綜合漲幅。

