

A-TEAM 第三屆第一次 會員代表大會

圖、文◎陳柏如



▲A-Team改選後的第一次會議，由新任會長曾崧柱（左二）主持，新任副會長為吳盈進（左一）與Hank高（左三）。



▲曾崧柱會長提出A-Team的三年計畫以及2009的MBO。

A-Team 於 10 月 24 日舉行第三屆第一次會員代表大會，由第三屆新任會長曾崧柱主持。會中除了檢討會員廠第三季的營運績效表現，也針對歐美展秀後的商機與危機，以及美國金融風暴對自行車產業的潛在危機進行意見交流與討論。曾崧柱會長也在本次會議上提出他的三年計畫以及 2009 年的 MBO（目標管理）執行主軸，並鼓勵會員廠成立車隊，推廣單車運動，以建構台灣成為自行車島。

2009-2011年MBO

曾崧柱會長指出，過去六年來，A-Team 在前任會長也是現任執行長羅祥安的帶領下，會員廠發揮群策群力的團隊力量，建立了穩固的根基，各方面都有不錯的表現。展望下一個三年，A-Team 的長期目標包括以下四個方向：

1. 以新材料、新功能、新用途來提升全球 SBR（Specialty Bicycle Retailer）市場的產值，開創自行車產業的未來。
2. 台灣地區定位 SBR 專賣店市場的供應以及服務中心。
3. 會員透自主研／合同研活動，帶動彼此學習、結盟與競合關係，持續深化 JIT、Best Quality & Value Innovation 的能力，使會員廠均達到一流企業的水準。
4. 提升交貨能力，零件廠對中心廠的交期（L／T）希望由目前的 1-1-10，2009 年推進至 1-1-9 的目標，3 年達到 1-1-7 的目標。



▲A-Team新任副會長吳盈進鼓勵會員廠成立車隊，彼此超連結，並積極參與活動教育及服務消費者。

長期策略

提到 A-Team 2009-2011 年的長期策略，曾會長強調會員廠間必需落實自主目標管理，協同經營質升。主要策略包括：1. 強化會員製造與管理朝向即時化、自動化與人才養成。2. 創造全面競爭力，以創新、品牌、通路的加值，來提升製造附加價值。3. 專注發展高級車市場，構築高級品量產化的品質提升與成本遞減的實力。4. 以消費者的需求為導向，強化會員的創新價值與產品行銷的能力。5. 協助建構台灣為自行車島，擴大經營台灣市場，結合市場需求推出，提升休閒運動風氣。

2009年MBO執行主軸

2009 年 A-team 會員廠的目標管理執行主軸包括三個方向：深化實力（Strength）、偕同行銷、建構台灣成為自行車島。曾松柱會長長期許透過不間斷推動 TPS / TQM / TPM 三位一體的管理系統標準，以提升會員廠的競爭力與實力，並縮短交期。在行銷方面，會員廠間可透過協同產品、服務、品牌、通路推廣，來發揮事半功倍的加乘效果。最後一點則是勉勵會員廠為建構台灣成為自行車島奉獻熱情與心力，A-Team 鼓勵會員廠成立車隊，舉辦各項單車騎乘活動，彼此間互相交流，藉以培

養會員廠對 cycling 的熱情，讓台灣能成為名副其實的自行車島。

全球金融風暴

談到美國金融危機所引發的全球金融風暴，新任副會長 Hank 高表示看衰美國經濟，除了次級房貸的風暴，未來相信還有卡債的隱憂，所以儘管目前自行車產業仍接單暢旺、一片榮景，未來還是值得憂心，經營企業還是必須謹慎保守。KMC 總經理吳盈進也是本屆的新任副會長，對於金融風暴造成全球不景氣，他指出，影響所及已經不是風暴而是海嘯了！尤其以中低階產品為主的業者應該好好評估應收帳款的風



▲A-Team新任秘書長原其彬說明 CPSC 頒布的新規定。

險，要多加注意放款問題，並適時調整財務結構。執行長羅祥安也呼籲會員廠，這波金融風暴已經延燒全球，非常嚴重，大家必須嚴陣以待，目前的經濟與景氣就好比火車進到山洞，尚未看到出口的光！大家必須慎防骨牌連鎖效益將造成資金與信用緊縮，因應之道不外乎慎選客戶、嚴控應收帳款、調整商業模式與財務結構。⊗



▲A-Team積極進取、樂於分享以及創新經營的作法，讓會員廠都獲益匪淺。