

走代理制的深圳升森

文◎邱志華

企業的集團化越來越普遍，業務輻射的範圍不斷地擴張，各地的分公司或辦事處如雨後春筍般湧現，就近服務當地市場，終端零售商、批發商以及企業對業務拓展提供更加便利，消費者購買也更放心，可說一舉多得。這樣的經營模式也為大部分企業老闆所接受，但前提是市場景氣要好。近期美國爆發次貸金融危機，影響到實體經濟，經濟學家紛紛建議企業瘦身好過冬。2006年才開始運作的深圳市升森實業，主要以為企業拓展海外市場、減少運營成本所設立，其深圳辦公室面積700平方米，倉庫500平方米，總公司位於深圳沙井鎮，目前員工16名。

多元服務 減少成本

深圳升森公司總經理李曉毅表示，升森主要功能為所代理的零配件廠在華南的辦事處，提供零配件商產品推廣、品牌宣

傳、售後服務、倉儲、對賬等服務，相當於零配件商的業務部門，貨款可以付到工廠去，也讓工廠更放心，升森只向零配件商索取一定的服務費。如此一來，零配件商不需要另外再設立分公司或辦事處、招聘人員，因而不會增加成本，而業務也得到專業人士幫他們推廣、做售後服務。總經理李曉毅與市場總監何婷婷皆已在自行車界服務八年，累積了一定的專業知識和人脈。

這種代理制模式與一般貿易商有不同之處，他們不需要另外請人做品質檢驗，因為工廠已經做好所有的事情，他們會很負責任地進行產品檢查，升森的訂單就是零配件商的訂單，也可以大方地帶客戶去到零配件廠參觀，這樣三方面溝通更容易，可以直接傳訂單到零配件廠，不怕客戶直接下單到零配件廠。而一般的貿易性質需要另外請人去到代工廠檢查，多次拜訪代工廠催交貨日期，而工廠也怕貿易商運作



▲► 產品展示廳。





▲辦公大樓。

不良等情況影響到彼此的信賴。一般貿易商也不敢透露代工廠的詳細資料，擔心客戶直接聯繫代工廠，因此客戶也不能直接地聯繫到代工廠。

每種零件 只限一家

李總指出，他們每種零件只代理一家企業，不會有衝突的情況，服務於華南組車廠以及海外採購商；代理的品牌包括雙星輪圈、台灣 BENGAL 碟煞、益鉢通座墊、寶佳利頭盔等。目前升森中國業務占 50-60%，海外業務占 30%，未來工作重心會放在歐洲地區，也會設立檢測部門，實行雙重檢測，讓客戶用得更放心；升森也正在與 SGS 洽談合作事宜，此外也不排除投入研發材料事項，希望能整合代理工廠研發通用材料以減少成本。

