

輪青會第184次常會

圖、文◎許翹麟

主席報告：元毅董事長許桂松

元毅公司近兩、三年業績持平，唯材料的變化非常劇烈，對於產品的成本有非常大的影響，因為元毅公司的產品在材料成本中佔非常大的比例，因此這幾年元毅對於材料成本的控管投入非常大的心力。去年整體業績有稍微降低，今年度的訂單目前預計可以恢復水準。近兩年元毅公司投入許多資源在於產品開發的區塊，慢慢降低比較低價位、沒有附加價值的產品比例，積極投入研發製造較高單價的產品。再者，這幾年也積極提升自製率，投資從原料、製程、表面處理等設備，也有不錯成效，不論在生產交期、變化性上都獲得非常大的提升，甚至在技術層面上也提升不少。儘管投資金額較大，公司在財務管理上也需要投入較多的預備金，但是垂直整合的效能已經顯現出來，對企業的競爭力有顯著的提升。

經營心得分享

祥力：面對大陸的競爭力不斷提升，台灣所面臨的困境越來越艱辛，大陸廠商藉由品牌的整合優勢，取得技術的成長，反觀台灣業者，應該更積極向上提升並力求突破。

六暉：台灣的優勢競爭力於 20 年前就已經存在，但 20 年後的今天，如果要單純靠著以前的經驗、製造能力要來與對手競爭，是不夠的。藉由垂直整合的優勢，加強公司生產的應變能力、掌握原材料的波動，加強整體的控管能力，是一條不



▲本次輪青會會議主席由元毅董事長許桂松擔任。

錯的道路。要維持在自身行業的優勢，一定要有所提升，也不要小看自身的產業規模、能力，我們累積了二、三十年的經濟規模，並不是大陸廠商在短時間之內所能投入的。尤其當本身的企業在這個行業別擁有領先的優勢時，就絕對要讓自己盡量的成長提升，並掌握更多的生產能力、技術，來換取更大的獲利空間。

中心議題：台北展後市況分析

祥力：今年度的客戶基本上都維持原先舊有的客戶，今年度台灣廠投入許多人力進行新產品、較高階產品的開發。此次來台北展的客戶數量感覺是變少了，感覺 OEM 市場的 buyer 來看展以及談產品的狀況都沒有去年好。

金儀：金儀今年並沒有參加台北展，金儀的產品目前都交給敏翔公司負責，而目前金儀公司也著手進行電動車的開發，也擁有自己的傳動系統，藉由帶動大齒盤的方式行進。

六暉：今年的市場，第一季感覺很活絡，而第二季卻感覺降溫很多。對今年市場的水溫，感覺應該能維持前期的正常小幅成長，但今年要很注意材料採購的時機點，材料的取得方式也需要思考其他的方向。

建大：今年台北展建大由客戶方面得知的訊息，歐洲應該能有小幅成長，而美國因為前兩年度狀況不好，今年應該會有好消息出現。而以今年初的統計，不論公會整體的統計或建大都處於衰退的狀況，但工廠卻也都維持加班的狀況，主因出現於訂單類型（跑車）、機台產能、人員數量等。建大對今年的市場是滿樂觀的，但獲利的狀況，要能夠和去年持平，就有一定的難度。原材料不斷提升影響甚大，輪胎的市場價格目前也預計向上調整以反應行情。

研發中心：與政府方面的討論，對今年自行車市場是看好的，對後續自行車的發展，政府的補助方向，著重於避震器、車架等。研發中心今年與 TUV 也進行合作，讓產品能夠有效率的導入市場。EN 的部份，目前歐盟已經著手希望將 EN 導入強制認證，採取認證貼標等方式進行。

彰星：台北展後，對彰星的判斷，客戶回饋的消息，對於後續的訂單也尚未明朗，但並非很樂觀，需要等到年度車交替的時候才能有較為明朗的消息面，而今年的目標是持平向上的狀況。彰星近兩年一直努力於業務面的擴展，企業的組織重組也已經完成，近期也將許多生產的部份拉回台灣。

敏德：今年對台北展的感覺，國外的客戶來參加台北展的數量應該是有減少。台北展目前已經超越美國展，成為世界第二大展，台中自行車週的成效也已經具體成型，因此人潮的分流也造成部分的影響，

而今年度的市場，原材料的掌握將是首要任務，必須非常謹慎。

政伸：大多客戶都已經在台北展前就已經訂好規格，因此台北展實質的效益並非很大，但今年台北展的狀況也非常好。目前大陸的人力成本已經很高，與台灣已經非常接近，台灣出貨也有非常大的優勢，今年初台灣業績大約成長 20~30%。

山和：對山和來說，今年台北展的新客戶有部份成長，對業績的提升也有不錯的效益。材料的部份，並沒有太大的影響。

卜威：今年第一季的訂單應該是屬於去年度 2010 年的車種訂單，若比較明朗的狀況，應該要等到 5 月份的出口狀況。以客戶的看法，2011 年會比 2010 年有較好的成長（10%），預估會回到 2008 年度的銷售水平。實際來台北看展的客戶人數應該是有減少，但客戶的家數應該是差不多的。對於台灣市場，感覺有降溫的現象。材料的部份，公司必須採取與客戶對等、合理的應對方式。而大陸市場的部份，必須非常關注人民幣升值的趨勢並及早因應。

瑞振：今年來台北展的客戶有明顯變化：韓國以及日本的客戶都有增加，尤其是韓國客戶。另一方面，可發現台灣廠商對於產品的開發更加注重，但相對的，也可能導致類別產品的市場混亂，業者應該著重於客製產品的開發，把握客戶群。對於產品的備料時間，也必須因應材料波動的劇烈變化，儘量減低庫存的風險。

佳承：預估今年第 1、3、4 季都會有比較好的表現，目前佳承以補修市場為重，預估今年的市場會成長，漲幅約 20%。不管市場如何，業者都必須努力堅持下去，要不斷擴大，才能維持在市場的活力，並提升企業的靈活力，此外也可朝多角化經營，以自身的經驗、專長創造更大的可能性。

