

巨大集團執行長暨TBEA理事長

羅祥安談產業競爭力與願景



► 迷上騎單車的羅祥安執行長以cycling狂熱份子自詡，希望發揮傳教士精神，把騎車的福音傳遍全世界。

巨大集團去年總營收438.16億元，成長12.68%，創歷史新高，具國際觀與行銷業務專才的執行長羅祥安功不可沒！自認是單車狂熱份子的羅祥安，希望發揮傳教士精神，感染更多人體驗騎車的樂趣。去年底接任TBEA理事長一職的羅祥安，提出三大願景與台灣自行車業者共勉：深耕台灣、立足中國、騎遍全球。

圖◎郭谷米、文◎陳柏如

巨大集團2010年總營收達438.16億元，較2009年的388.84億元成長12.68%，也突破2008年創下的414.1億元年度營收新高紀錄。巨大集團執行長羅祥安表示，2009年整體市場的銷售下滑許多，去年是因庫存出清、經濟平穩而帶來需求的反彈回升。展望今年，因變動因素多，包括氣候不佳、匯兌風險、全球經

濟疲軟、原材料波動，羅祥安個人仍持審慎樂觀的看法，加上昆山新廠將於今年五月投產，有效解決去年產能不足的窘境，以及在加大對新市場的投資力度助益下，預估會有小幅的成長。

看好Cyclocross車種

今年台北展，巨大展出主題以推動 Giant Cycling World（自行車騎乘世界）為主軸，將展出全系列優質平價的創新產品，希望啟動消費者探索的熱情。今年台北展主推車種為 TCX 系列的 Cyclo-cross（越野公路車），該車款今年開春以來已經拿下好幾個國際賽事冠軍，巨大也看好 Cyclo-cross 車款的未來性。

打造台灣成為Cycling朝聖地

年初羅祥安執行長召集了 Giant 全球子公司總經理組成「Green World on Wheels」Formosa 900 自行車環島團，展開為期 8 天 900km 的環台騎乘挑戰。該活動由羅祥安領軍、總部幕僚長古金海擔任團長，包括 17 位海外子公司的總經理及台灣總部的 5 位高階主管共 22 位集團精英均全程參加。羅執行長指出，巨大總裁劉金標的 75 歲環島壯舉一直在巨大集團中發酵，也帶動員工騎單車的風潮，甚至巨大全球分公司每年五月都會舉辦「Ride like King」的騎車活動，可以說 cycling 已經成為巨大人生活的一部分！也唯有騎很大，才會對自行車產生不同的見解與熱情。為了凝聚經營團隊的向心力、讓經營團隊能親身體驗騎車的樂趣，進而分享自己的親身體驗，影響更多人騎車，兩年前羅執行長就有了邀集大家一起環台的構想，今年初終

於落實，每位參與其中的人除了深入體驗台灣之美、成功瘦身之外，團隊精神更和諧、感情更緊密，對 cycling 也都產生很深的感情。羅祥安比喻，以前大家都聽劉總裁佈道，如今經過 9 天的 cycling 洗禮，大家都已經真正受洗成為虔誠的信徒，未來相信每個人在自己的市場都會向 dealer 積極傳播 Giant Cycling World 的理念！巨大也特別為本次活動錄製影片給各個隊員，作為推廣台灣騎車天堂的材料，以便將來吸引更多國外車友來台騎車環島，薪火相傳，將 Cycling 的福音傳至世界各地。這樣的創舉可說是很有說服力的故事行銷，也有助打造台灣成為 cycling 的朝聖地。

2010年台灣出口價量齊揚

甫接任 TBEA 理事長的羅祥安指出，去年台灣自行車出口表現亮眼，根據台灣海關的草本統計，2010 年台灣自行車總出口量達 5,069,915 輛，較 2009 年的 430.1 萬輛成長了 17.87%，總出口金額達 15.026 億美金，也較 2009 年的 12.497 億美元大幅成長 20.24%。平均出口單價再創新高，達 296.39 美元，較 2009 年的 290.54 美元微幅成長了 2.01%。



▲巨大今年力推的Cyclo-cross車款TCX系列。



▲接任TBEA理事長的羅祥安，提出「深耕台灣、立足中國、騎遍全球」的三大願景。

上任第一件事，羅理事長認為台灣自行車業同業輸出公會（TBEA）的會名不合時宜，太畫地自限，應該修改。畢竟全球化分工，公會不應侷限在一個地區，不能只關注台灣的事情，而應該思考台灣自行車業能為全球產業做出甚麼貢獻，因此應該拉高視野、擴大格局！

厚植軟實力

提到台灣自行車產業的優勢，羅理事長表示，台灣花了三、四十年的努力，才成為全球高級車與零配件的創新研發基地，儘管厚實的根基還可以持續好幾年，但面對全球化挑戰與立即的危機，業者必須努力厚植企業軟實力，才能開創新契機。以歐盟對中國的反傾銷制裁為例，今年底前可能會宣判，一旦取消，對台灣業者會產生一定的衝擊，業者必須要有所認知，要先思考一旦反傾銷稅取消，本身有哪些產品絕對不會馬上被取代，這樣的核心競爭力與實力的養成是第一要務，包括品質、創新研發的能力、自有品牌以及通路。

深耕台灣、立足中國、騎遍全球

展望未來，羅祥安理事長提出三大願景與業者共勉：「深耕台灣、立足中國、騎遍全球」。台灣已成為全球高級車的供應重鎮，業者要不斷創新，結合品牌端、市場端、研發設計及生產製造，繼續創造高級車的供應實力。此外，要建構台灣成為自行車島，推廣自行車新文化，建構友善的騎車環境，讓台灣成為全球騎車的典範。

中國是世界最大的工廠，業者應該善用兩岸分工互補的優勢，兩岸聯手供應全球。針對中國市場的經營，中國已成為全球最大市場，自行車也由早期的「黑老虎」通勤車發展到運動休閒。兩岸分工，大陸市場需要的高級車可以由台灣供應，而台灣需要的通勤車可以由大陸供應，ECFA簽署之後大幅降低關稅，但兩岸還需要克服非關稅障礙，以及制定檢驗標準。業者在大陸的經營，除了著重生產製造及管控品質之外，還必須進入市場行銷和通路服務，需要有人去服務、推廣，建構健康的自行車環境，把市場的餅做大。

過去台灣業者以歐美為主要的外銷市場，事實上，包括金磚四國及新鑽 11 國等新興市場也都蓬勃發展，業者應把觸角拓展到這些新興國家。此外，世界各地都有自行車，如何在全世界推動自行車新文化，把騎車的好處如同福音般傳播到世界各地，也要靠大家騎遍世界、一起努力。

對於兩岸關係的強化，羅理事長也提出四大方向與兩岸業者共勉：低碳樂活、全球騎行、優勢互補、共創雙贏。

