

製造+研發+行銷

# 建大輪胎擴產、漲價

圖、文◎陳柏如

創立將近半個世紀的建大輪胎，2009年營收約6.98億美元，全球輪胎廠排名第27名。2010年，挾製造、研發、品牌行銷等優勢，建大集團營收再創新高，卻因為原材料大漲，加上匯率波動，侵蝕了獲利表現。建大總經理張宏德表示，今年建大除了持續擴充產能、調價反映成本、更要加強中國大陸以及美國市場的行銷佈局。

**伴** 隨著油價、上游原料丁二烯價格漲勢未歇，加上天然橡膠與合成橡膠價格不斷飆漲，為反映成本，建大繼去年12月調漲輪胎售價後，今年2月中再度祭出漲價動作，漲幅10-20%。

## 漲幅10%~20%

張宏德總經理指出，台橡去年第四季產品漲幅在5-10%之間，今年1、2月價格延續調漲策略。因應橡膠價格飆漲，普利司通去年12月初宣布今年3月1日起調漲日本國內零售用貨車、大型客車輪胎價格，漲幅7%。日本第3大輪胎廠橫濱橡膠及東洋橡膠也宣布，4月出貨產品開始調漲乘用車用輪胎價格。由於天然橡膠飆漲至歷史新高價位，合成橡膠等石化系原材料價格維持高檔，據指出普利司通6月可能又將再漲價。因此建大也不得不調整價格來因應，建大機車胎與自行車胎2月的報價，無論原廠車胎或補修市場，均同步調漲。其中，自行車胎與機車胎漲幅約20%，轎車胎漲幅約10%。

由於擁有製造+研發+品牌優勢，近年來建大除了不斷推出創新產品，也大力投

入運動行銷，且成效卓著。張總經理指出，去年建大在中國大陸以及歐美市場的銷售成長不少，今年將擴大佈局，尤其中國市場，除了強化行銷宣傳，

也將推出符合當地市場需求的新產品。在產能方面，為因應市場需求，目前建大天津廠、昆山廠都在擴廠，同時進行工廠改造，以提升營運效率；針對汽機車胎，建大在大陸也將進行新的投資案。此外，建大越南也在蓋新廠，台灣在蓋轎車胎工廠，希望這些新擴充的產能可及時出來，並發揮最大的綜效。除了提升產能，建大今年也會推出許多新產品來刺激各地市場的銷售，並積極進行行銷與通路佈局。

張總經理表示，在新產品、通路增加的加持下，建大台灣廠今年1月的營收達4.95億元，年增率29.96%，且第一季接單已滿載，期許2011年的總營收能達到15-20%的成長目標。



▲建大總經理張宏德期帶領集團穩健成長。