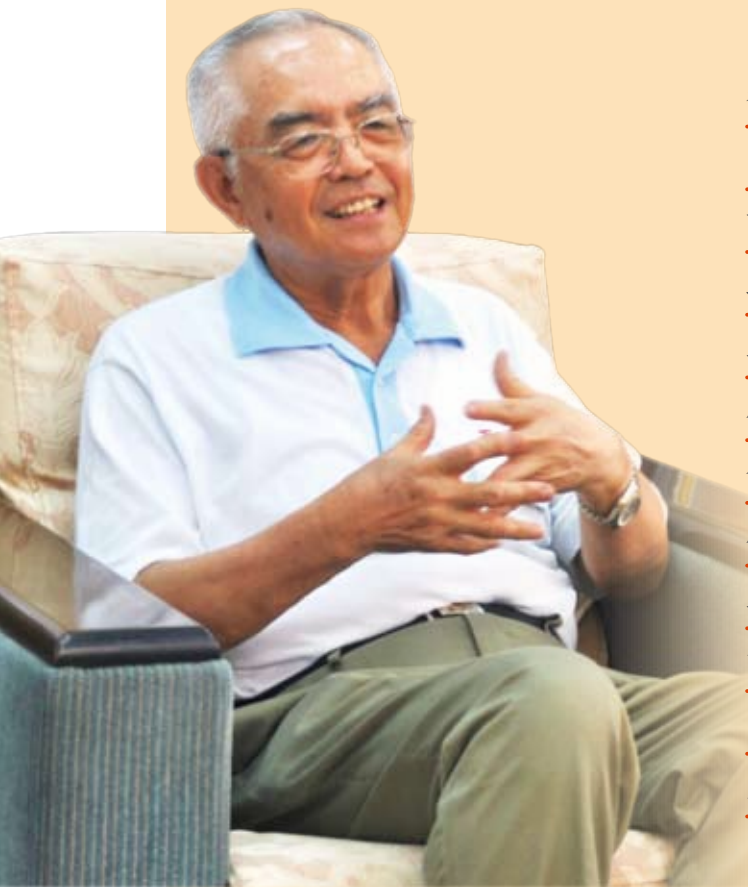


正業維新

廈門正新陳秀雄 的輪胎哲學



很多人談到廈門正新輪胎，都會豎起大拇指，雖然光環加身，但董事長陳秀雄仍然非常低調、謙虛、認真且待人誠懇，是員工和外界敬重的成功企業實踐家。1988年代，適逢台灣自行車業西進中國發展，正新老董事長羅結偕同廈門正新輪胎董事長陳秀雄，以無比的勇氣、毅力與決心克服萬難，將廈門作為正新在中國的根據地。22年的深耕打拚，陳秀雄不僅為正新輪胎在中國打下穩固的根基，並讓正新和櫻花兩大品牌躋身中國馳名商標，正新誠實的經營讓中國領導高層多次造訪，也讓總舵手陳秀雄成為2008年北京奧運廈門傳遞聖火的台商，更成為兩岸企業家競相學習的領袖標竿。

採訪◎阮素琴、廖壯偉／文◎廖壯偉

腳踏實地的誠實經營，品質第一的優良產品，是正新在中國立足的關鍵！

腳踏實地經營

「一個良好的企業只怕虧錢，不怕納稅」，廈門正新光是2010年便繳納約10億人民幣的稅金，廈門正新董事長陳秀雄指出，納稅是企業應有的責任，只要是政府覺得需要的，正新都能配合，當初陳秀雄遠赴廈門前，正新羅結董事長特別叮嚀

他，「頭頂人家天，腳踏人家地」，要求企業經營與生意往來必須要守法正規，陳秀雄將老董的叮嚀完全聽進去，因為與正新的「誠實經營、品質第一」的經營哲學不謀而合，22年辛勤經營有成，並且為正新打拚出紮實的基礎，同時也成為羅結董事長的驕傲。

人才是正新前進的動力

正新企業一向對人才培養極為用心，陳秀雄表示，正新以人為本、以和為貴，不



▲對員工極為重視的陳秀雄，不僅親自題字感謝員工，並挑選上等金門高粱酒，感謝資深員工22年來對廈門正新的付出。

挖角同業的人才，每一位正新人，都需經過長時間的培訓及教育訓練（至少6個月），他並補充，由於輪胎是勞動、資金、技術密集的產業，對於人才的訓練與培養更加重視，正新就像一個大家庭一樣，然而員工們都是正新繼續不斷滾動的動力，正新擁有今天的成就，陳秀雄表示，員工們的付出功不可沒。

心思細膩 員工感恩在心頭

目前廈門正新擁有超過6,500名員工，幾乎佔正新集團一半，面對如此龐大的員工人數，且能管理得有條不紊，陳秀雄謙虛表示，他只負責設定目標，所有的成就都是集團成功的策略，員工與幹部們努力付出的收穫，不過從正新內部活動中，就可看出陳秀雄他待人處事細膩的一面。



▲別於一般商務人士，陳秀雄帶給人一股學者紳士的感覺。

先前廈門正新統計服務超過10年員工人數，最後統計結果超過1,600位員工符合資格，陳董事長親筆對每位員工寫感謝函，感謝員工們無怨無悔的付出，並挑選特製的金門高粱紀念酒，員工們感恩點滴在心頭，在現今中國缺工嚴重的時代裡，廈門正新並未因此受到影響，反而以更高的福利、更優渥的薪水留住人才。

午餐會報 20多年未間斷

正新廈門每個月都會舉辦登山月會，陳秀雄會親自帶隊與大家享受征服山岳的喜悅，全體人員在過程不僅享受運動帶來的身心舒爽，更能從中體會團隊精神合作，同時廈門正新還有一項20多年來從未中斷的優良傳統，陳董事長每天中午都會與課長級以上的幹部進行「午餐會報」，只要陳董事長未到外地出差，他都是「每餐必到」，這些日常生活中的小動作，都顯露出他堅定不移的毅力精神與執行力。

十年目標 成長加倍

陳董事長半開玩笑的指出，如果要害一個朋友，就叫他去從事製造業，因為他一下要為銷售煩惱，一下又要為開發而苦惱！或許是句玩笑話，但卻也是許多製造業的心



▲正新以人才為本，圖為廈門正新辦公室一景，員工們正努力工作，並時時以「正業維新」的主軸出發。



▲正新琳瑯滿目的獎項，陳秀雄謙虛地表示，都是員工努力的成果。

聲，不過正因如此，讓陳秀雄擁有更大的動力與目標。

雖然現僅是 2011 年，但是陳董事長已將藍圖規劃至 2020 年，並且為廈門正新立下高難度的目標，正新在 2010 年營業額已突破 100 億人民幣，預定在 2015 年挑戰 150 億人民幣，2020 年要挑戰營業額 200 億人民幣，也就是十年內要倍數成長，同時每年成長不得低於中國的生產毛額（目前為 15%），面對如此艱困的目標，除了正新的人才做為強力後盾外，誠實且腳踏實地的經營，是正新能一步一步邁向前的主要關鍵。



▲位於廈門湖里區的正新研發中心幾乎已完工，未來會是廈門正新最佳寶庫集散地。

看好市場需求

面對高難度的挑戰，正新不僅培養內部人才實力，同時也積極擴廠，鑑於產能不足，正新陸續在中國重慶、漳州及台灣斗六廠擴增產能，其中在漳州廠部分，不僅看好中國自行車與電動自行車的需求，同時也增加轎車胎與摩托車胎的產量，在集美的廈門二廠第一條胎將於 2011 年 9 月正式投產，此外在廈門島內湖里區的研發中心，也接近完工階段，讓廈門正新擁有更多資源向前進。

正新、櫻花連獲中國馳名商標



不僅在本業擁有傑出表現，正新近年來強力推動綠能環保等自行車文化，不僅受到中國地區的消費者肯定，同時良好的品質及企業形象，更是讓消費者擁有「指名正新，天天安心」的安定感，目前廈門正



▲廈門正新樣品室與廠房外觀雖無華麗的擺設，但卻是正新培育人才與高產值的生產基地。

新在中國擁有正新、櫻花二大品牌，瑪吉斯生產基地則是在台灣與中國昆山廠，正新與櫻花皆已取得中國馳名商標。

陳董事長指出，正新與櫻花現已成為中國馳名商標，讓廈門正新也修改品牌行銷策略，正新與櫻花兩大品牌均會各有一個副牌，正新的副牌為益新，櫻花的副牌則為櫻瑪，現已開始在中國地區市場銷售，陳董事長也在此感謝經銷商的努力，讓正新、櫻花能快速與消費接軌，為讓各經銷商都有錢賺，每個品牌都讓不同的代理商負責，正新現在全中國已有超過 400 家經銷商。

原料上漲 正新不斷貨

面對輪胎原料持續不斷上漲，陳董事長表示，過去價格的上漲都是在天然膠的部份，不過今年卻是合成膠漲不停，同時幅度已超過四成，正新為保障不斷貨，倉庫內都有安全庫存，兩岸在簽訂 ECFA 過後，經貿交流更加頻繁，以輪胎業為例，輕卡車與自行車胎可享有免關稅，如此可減少重複做工、節省成本，消費者相對減少支出，對於在中國的台商有極大的幫助，不僅可把市場作大，同時也可走更多附加價值高的周邊產品。

長期推動社會公益

所謂附加價值高的產品，不一定是指販售有形的商品給予消費者，無形的服務或是文化的推動，不僅能為本身產品加分，也能擁有不同的一片天空，就像是正新在廈門灌口的越野賽車場，陳董事長指出，越野賽車場交由正新管理，算是無心插柳柳成蔭，由於是政府部門看中正

新的管理能力，加上正新長期推動企業的社會公益，於是便由正新經營。

正業維新 文創發展

鄰近雙龍潭森林遊樂區的越野賽車場，共佔 36 萬平方米，可從事越野摩托車、自行車越野賽等多用途，不過深思遠謀的陳秀雄既然要做，就要將其功用發展最大，未來正新要將其打造成以車輛為中心的遊樂場，並且成立正新輪胎博物館，加上周邊的攀岩場、滑草場及馬術公園，同時看好兩岸三地的文創事業，預計將在園區內結合人文藝術，打造文化創意園區，不僅可以滿足成年人心靈的追求，也可讓小朋友玩得盡興，這也讓正新從「製造型」的企業，進化成「服務型」的正新。



◀ 以可愛活潑的造型，正新最新代言人 Pumpu 即將與民眾見面。



▲ 在廈門的同益碼頭及高崎國際機場皆可看見正新與旅客們的近距離接觸。



◀ 熱愛運動的陳秀雄，擔任2008年北京奧運廈門站聖火傳遞員。



▲位於灌口的越野賽車場，目前由正新維護規劃，適合從事越野車的相關比賽。

行銷力度精確

為加強消費者從小對正新的印象，新代言人「Pumpy」的活潑造型，是正新未來行銷的絕佳利器，不過行銷不是單方面，正新的運動行銷在中國或是全球都勇於投資，如中國姚明、台灣王建民都為正新贊助，以廈門廠為例，贊助中國女排隊、奧運帆船隊、中國桌球隊以及廈門城市學院帆船隊，不僅打造國際化，也更深入在地化，未來正新也更將冠名越野車的比賽，這一連串的行銷方式，就是要讓消費者在日常生活中，與正新的關係更加親密。

自喻一生為正新人

廈門正新建廠之初，辦公地方是跟農民租的瓦房，現今專用的辦公大樓，仍保有



▲從向農民租的瓦屋到專用的辦公大樓，廈門正新經歷多年成長，收穫有成。

古樸厚實的氣息，在這兒可看見最簡單的擺設，但卻是最有效率的團隊，沒有其他企業的時尚感，但卻像是一個家，而這個家也讓陳董事長在此待了22年，而且成為廈門當地指標性的企業，陳董事長表示，他並沒有過人之處，一生只會做輪胎，只是運氣比較好，他在1968年於日本求學，正好適逢日本經濟發達，1970年代回到台灣，正好是台灣經濟奇蹟的開始，而1988年親赴廈門，也是中國在經濟改革之初，廈門正新能擁有今日的成就，功勞他並不自居，反而感謝員工幹部付出，以及正新集團老董事長羅結所打下的基礎和叮嚀。

簡單卻不容易的輪胎哲學

德國大文豪歌德（Johann Wolfgang von Goethe）曾表示，能將自己的生命起點和終點連接起來的人，是全天下最幸福的人。表示一生只會做輪胎的陳秀雄，以最簡單、樸實的經營精神，繼續帶領廈門正新馳騁商場；不過最簡單卻也是最困難，正好與輪胎滾動的道理相同，環繞著一個圓圈而行，最接近終點，卻也最接近起點。



▲福建雙龍潭生態運動景區與正新越野賽車場緊鄰，內有福建省最大的滑草場及美景，未來將是廈門正新軟實力發揮的所在處。