

創業40年誠信經營、基業長青

達建專注前叉領域、兩岸佈局

圖、文◎魏錫鈴

達建工業公司是自行車前叉的主要供應商之一，長期專注在前叉領域，卓然有成；自創 RST（Rapid Suspension Technology）品牌行銷全球，以平實價格創造了廣大的市場需求。

達建主攻前叉，與業界朝多元產品發展，也有所不同。其實，1972 年創立的達建，初期是以汽車方向盤、機車避震器及零組件等為主，至 80 年代中期才投入自行車前叉。



▲達建董事長蔡金松（左二）、總經理蔡明達（右一）、副總經理徐華材（右二）及主管曾崇柏（左一）。

從汽機車配件起家

達建總經理蔡明達回憶道，公司初始是接川崎（KAWASAKI）機車的訂單，一段期間後，打進山葉（YAMAHA）機車體系，也替美利達生產避震自行車，所以他在國小時就騎過自家生產的自行車。

創立將滿 40 年，回首成長歷程，身為第二代經營者的蔡明達，對年少甚至小時候的很多故事，記憶猶新。他說，達建曾接過三陽機車引擎蓋等業務，採進料加工至檢測完成連工帶料方式；當年，以優惠價格供應野狼機車所需零配件，使野狼的銷售明顯增加，且在越南大賣，達建對三陽的營業額也從每月 300 多萬元增至 1,000 萬元以上。

之所以跨入自行車前叉，蔡明達表示，達建生產的機車前後避震器累積豐富經驗，董事長蔡金松認為不宜缺少自行車這一塊，陸續畫出了藍圖，從美國考察市場回來後，很快設計出機台，開始投入油壓式前叉的生產。

隨著自行車外銷升溫，市場逐步擴大，生產前叉的廠商持續增多；但過了幾年，若干同業退出市場，有的是產品安全方面出了狀況，受賠償問題所累。

堅持安全和品質

對此，蔡明達強調，董事長對產品的堅持是安全第一、品質至上。

舉例來說，達建曾開發一款碟煞，煞車

快又猛，送請自行車研發中心（CHC）測試後，CHC 建議更換煞車皮材質，使煞車不要太快，達建從善如流，結果反而流失若干客戶。實務上，煞車過快容易翻車，騎乘者的風險加大，輕鬆操控、安全舒適才是最重要的設計因素。

又如碟盤，因採用進口日本特殊鋼料的成本較高，經過 11 道製程、加工完成後總成本，比市面以不同材質生產的產品就要高出好幾倍；不過，低價的碟盤過熱會變型，而達建的產品不會有這樣的問題。

蔡明達直言，做生意，良心要擺第一，董事長的理念是設計、材料要比別人好，更注重安全性。他說：「我們沒那個心臟，如果做出來沒保障，就不會去做。」即使競爭激烈，也絕不允許爲了降低成本而變更材質，只能減產、或退出「紅海」。

單車前叉佔營業額逾七成

目前，達建的重心在自行車前叉，佔營業額七成多；汽機車零配件等佔二成餘，採複合式的經營模式。

蔡明達指出，近年來自行車前叉市況並無太大變動，要突破必須異軍突起，設計、使用材料也應與品牌對應，因爲客戶對你的品牌認知提升，才願意花更高價錢



▲達建專注前叉領域，產品屢屢獲獎，參加「創新自行車暨零配件甄選」陸續抱回五座冠軍。



▲達建總經理蔡明達介紹單槍前叉避震及碟煞產品。

來買你的產品。

達建現階段主攻中上客層，希望淘汰 lowend 品項（如鐵材），開發鋁、鎂等較高級的產品。而如何把核心產品做好是首要目標，公司有能做別的產品，但不一定涉獵，發揮自己的專長更合宜。

其次，輕量化雖可提高品牌效益及售價，客戶也多要求儘量減重，但在開發測試過程中，發現存有若干風險。蔡明達說：「客戶可能嫌前叉太重，但我們是以標準的一倍以上來測試，安全係數如沒提高一倍以上，出去將潛藏風險。」

做晚上能安心睡覺的事業

前叉不難做得更輕，但有些因素難以掌控，達建注重測試結果，不輕易動搖對品質、安全的堅持。蔡總經理與董事長的

共同理念就是：要做晚上能安心睡覺的事業，否則即使賺到較多的錢，晚上睡不著覺，有何意義？

「誠信勤儉、創新價值」是蔡金松的經營方針，也是達建人的座右銘，一進公司大門首先映入眼簾的就是這八個大字。

達建設計製造不同類型的自行車前叉，產品線完整，不斷研發、創新和得獎，從辦公室陳列的獎座、獎牌及獎狀，可以看出堅強的研發實力，單是參加台灣區自行車輸出業同業公會與外貿協會合辦的「創新自行車暨零配件甄選」，就抱回五座前叉類冠軍；其他如台灣精品等獎項可說是琳瑯滿目，印證了創新的價值。

達建研發部門配置了 RP 快速原型機，圖檔可在最短時間內產生實體模型，檢查曲線及外觀，試驗功能性和裝配性等，藉此發現錯誤、快速進行必要的修正。生產線則引進 12 部機械手臂，有效提升精密度和效率。

立足中國，惠州昆山成犄角

看好中國大陸發展及兩岸分工效益，達建轉投資的金達偉工業，1999 年先在華南的惠州建廠、2000 年投產，配合組車



▲一進達建大門就可看到「誠信勤儉，創新價值」的企業核心理念。

廠外銷訂單需求、降低生產成本，現有員工約 500 人。

而在華東轉投資的達韋工業，先於蘇州租用廠房生產，配合重要客戶捷安特（中國）推展落地生根策略——希望供應商在周邊設廠就近供應，建構更緊密的產業鏈，去年第四季到昆山購置了廠地，月前已順利投產，員工 100 餘人。

進入大陸市場後，達建曾為了衡量，將產品細分為低、中、高級品，希望藉由區隔讓客戶有更多選擇，並推出第二品牌 Omni、計劃以較低的成本和售價來拓展 lowend 市場，結果，實績不如預期而結束；在這次學習過程中發現，富裕的消費者愛面子，會比較、要買最好的，市場兩極化相當明顯。

目前，達建在大陸設有 30 幾個經銷點，都是有能力的組裝、維修且具規模以上的店家，能即時處理客訴，省掉向原購店反映、連絡、補貨等程序；在快速反映的同時，則請客戶留下資料，供作事後審核、稽核，特殊異常案例帶回研究、找出問題加以解決。

不拚價格，演繹仁義商道

談到行銷，蔡明達說，將會優先「做對我們有信心的客戶生意」，某種報價，客戶如不能接受時，希望先做朋友、讓對方多了解，「買賣不成仁義在」，這次未能成交，下回說不定就有機會。

他說，大家都希望拿到訂單，但拚價格，如何生存？其實，很多行業早已沒有暴利，多是薄利產品，客戶也能理解、共存共榮。工業產品易跌難漲，往往是客戶要求降價 10 元易，供應廠商想漲價 5 元



▲達建的前叉生產線。



▲生產線的自動檢測設備（右），有助確保產品品質。

難，流程改善要省個 3%、2% 都要花很大心力。達建是以追求更精緻、更好的品質，努力來克服可能的壓力。

演繹仁義商道，達建去年表現亮眼，兩岸合併營收約 13.5 億元，今年目標設定增長一成，希望挑戰 15 億元。

一步一腳印，達建從工廠旁邊都是農田，到如今建築物櫛比鱗次，新莊廠去年已被劃為商業區。因應未來需要，正穩健規劃中長期發展方案。

穩步推動中長期發展計畫

蔡明達說，達建在台中大甲購置了 3,000 餘坪廠地，將先建置烤漆設備，其他陸續

達建工業小檔案

創立	1972年
董事長	蔡金松
總經理	蔡明達
員工	約200人
現有資本額	1.8億元
主要產品	自行車前叉及汽機車零配件
2010年合併營收	13.5億元
工廠	新莊、惠州、昆山

資料來源：達建公司



▲達建的RP快速原型機。

籌劃進行、穩步前進，設定三至五年完成。新廠新氣象，如何讓建廠過程有新流程，設備更新穎、自動化，開發新產品，以及管理層次的提升，都在腦海中構思…。

展望未來，他表示，自行車市場每年有一定的需求量，是可長可久的產業。業界積極投入電動自行車領域，歐洲正快速流行，達建也配合開發電動自行車專用前叉，後市可期。

1968 年次的蔡明達，關注自行車產業發展、熱心參與公共事務，現任自行車輸出業公會理事。今年 11 月，他計畫參加 G-Team 的環島騎行，期待好好欣賞台灣之美、體驗各地山光水色和風味美食。🌀

（資料提供：TBEA）