

永祺車業腳踏實地求進步

採訪◎阮素琴
圖◎張晉銘、廖壯偉
文◎張晉銘

創立於 1989 年的永祺車業，今年已經邁入第 23 個年頭，創業初期是將目標鎖定在大眾市場，後來約在五六年前開始經營 IBD 市場，就營業成績來說，確實是轉型成功，同時在董事長張泰山、執行長陳震南與總經理洪昆煌等人通力合作之下，讓永祺的業績與規模蒸蒸日上，其經營策略與團隊精神值得業界學習！

經營策略 知足常樂

人家常說最大的敵人就是自己，張泰山董事長非常認同這句話，他強調，「我不會給自己太多壓力，有多少能力就做多多少事情，因此我不會想要去做沒有把握的事情，確定目標後再一步一腳印去完成使命，希望公司能夠穩定中求成長，每年業績成長 5%。」由於每個時間點都會有不同的任務必須去達成，因此當任務完成時才會去著眼下一個目標，其他像是自創品牌與上櫃上市的部份，永祺現階段沒有考量太多，畢竟如何創造公司、股東和員工之間的最大利益以及永續經營，才是最重要的努力目標。

張董事長強調，永祺公司最大的競爭力在擁有優秀的員工和堅強的團隊，大家就像是一個大家庭，每個人都很團結與努力，因此不需要擔心別人來挖角，如果是自己福利與待遇不好，那就是自己要檢討與反省。此外，中國廠的重要幹部主要還是由臺灣人負責管理，不會為了減少成本而解聘臺籍幹部，相反地，必須是思考其他策略創造營業額新高。



▲在董事長張泰山（中）、執行長陳震南（右）與總經理洪昆煌（左）三巨頭通力合作之下，永祺車業業績屢創新高。

兄弟齊心可斷金

如何讓每個人分工合作成為一個堅強的團隊，永祺車業已經做出最佳詮釋。張董事長認為，首先必須訂出共同的營運目標，然後將彼此的工作內容劃分清楚，像是陳震南執行長掌管臺灣廠，至於總經理洪昆煌負責管理中國廠，兩人彼此分工合作，並且支持他們的政策與決定，若有問題再向董事會討論，以追求對公司創造最佳的獲利。儘管有時候可能因為意見不合而發生辯論，不過大家都是對事不對人，因此不會影響彼此之間的情感。另一方面，能夠擁有令人稱羨的成績，永祺時時刻刻懷抱著感恩的心，因此每年在臺北展和上海展期間都會邀請協力廠商一起蒞臨感恩晚宴，營造溫馨大家庭的氣氛。

2011年營運概況

張董事長指出，目前臺灣廠員工數為

260人，廠房面積為1.2萬平方公尺，總共有兩條生產線，年產量30萬臺，另有Strida組裝站，年產能2萬臺；主要出口市場為歐洲，佔95%，其他地區為5%，2011年銷售額為4,313萬美金，除此之外，為了滿足客戶群精益求精的需求，永祺車業在2012年新增碳纖維烤漆與噴漆廠，同時新增一條高級車專屬的手工生產線，擴大服務範圍與層次。至於中國常州廠員工數為1,800人，廠房面積為7.3萬平方公尺，總計有六條生產線，年產量180萬臺，設有五條漆線，年產能達200萬臺，另有五條鋁合金焊接線，年產能100萬臺，以及三條鐵車架焊接線，年產能60萬臺。主要出口市場為美國，佔40%，東歐為20%，歐洲CKD佔20%，亞洲與加拿大各佔10%。2011年銷售金額為1.4億美金。



▲右起：合勝總經理吳國名、斯洛伐克Kelly's董事長Peter Divinec、Katarina Bilena、合勝董事長陳鴻仁，共同參與臺北展感恩晚宴。



▲法國的PLANET FUN、INTERSPORT和VELO SCOOT等三家公司的代表人員出席臺北展感恩晚宴。



▲左起：美國Cycling Sports Group的Robert Baird & Jeff McGuane、永祺公司董事長張泰山和副董事長陳鴻仁於臺北展感恩晚宴合影留念。

著眼中國內銷商機

隨著IBD市場的客戶群逐漸趨於穩定，確實可以準備朝向第三個階段「拓展中國內銷市場」開始努力！永祺車業董事長張泰山表示，經過市場評估後，未來將全力在中國推廣Kelly's和Strida等兩大自行車品牌；特別是歐洲品牌Kelly's的部份，永祺車業總經理洪昆煌補充道，其最大的特色為設計符合亞洲騎乘者需求的全功能車款，預計將與全中國60家車店展開合作，銷售車輛的價位為RMB1,500-35,000，平均單價RMB3,000，並且包含登山車與公路車等全系列車款，第一年的銷售目標為8,000輛，第二年為15,000輛，同時透過舉辦車友會、網路與雜誌行銷等方式推廣Kelly's。



▲臺灣廠井然有序的組裝線。
▲為了滿足碳纖維高級車客戶的需求，永祺於2012年在臺灣廠新增一條碳纖維烤漆線與噴漆廠。