

結合人文、藝術、教育與生活

陳秀雄 打造車輛主題公園

投入輪胎產銷逾40年的廈門正新與櫻花輪胎董事長陳秀雄，一路走來秉持「負重道遠，輪通天下」的品牌戰略，成功打響正新輪胎的品牌知名度，並站穩市場領導品牌龍頭，也創新推出公仔代言人，讓品牌更年輕有活力；更透過精實管理，讓正新廈門廠成為集團最大的生產及銷售基地，也是獲利金雞母。打造一座結合人文、藝術、教育與生態的車輛主題公園，一直是陳秀雄最大的夢想，如今這座主題公園已開始動工，除了結合休閒與競賽功能，明年還將設立輪胎博物館。

圖、文◎陳柏如

總是自喻「把輪胎當飯吃」的正新廈門公司董事長陳秀雄，多年來一直懷抱「打造車輛主題公園」的夢想，卻礙於沒有土地而未能圓夢，如今土地爭取到了，隨著工程的進行，陳董事長的夢想雛型也逐漸清晰。

打造輪胎博物館

陳秀雄董事長興奮地指出，主題公園第一期與第二期的土地有36公頃，其中包括4.5萬平方米的水庫，整座主題公園希望能結合輪胎工業、教育、生態、人文藝術、競賽活動以及休閒生活等特色，也將規劃越野機車與越野自行車的林道路線，希望打造成一個非常有特色的休閒渡假村，並與附近的農場級觀光景點做串連，讓全家大小都可以來此度假遊玩。其中，最受期待的



是明年即將動工興建的輪胎博物館，除了各種輪胎的知識與歷史沿革，還將規劃實體縮小版的輪胎生產設備，讓民衆了解輪胎是如何製造出來的。此外，還將利用輪胎做材料，打造一座雕刻公園，為輪胎文化與美學藝術紮根。

新潮酷炫的代言人Pumpy

正新輪胎在中國的馳名程度超乎想像，除了通路遍佈全中國，甚至在中國 30 多個機場的行李推車上，以及許多公路旁的 T-bar，都有正新輪胎 CST 的廣告！為了活化品牌形象，拉進與中國年輕人的距離，去年正新也推出非常討喜的創意公仔代言人 Pumpy，陳董事長介紹道，酷酷的 Pumpy 全身上下的設計都與輪胎息息相關，仔細瞧瞧頭頂上的花紋，運用的就是輪胎的花紋，腳上踩的也是輪胎，用從頭到腳都是輪胎的設計來凸顯正新輪胎的專業度，並以年輕新潮的風格來吸引年輕人的認同。Pumpy 的原創設計來自荷蘭，當時有了創意公仔的想法之後，正新便向全球的總經銷商徵求創意設計，經過一番集思廣益、腦力激盪後，最後由荷蘭總經銷的 Pumpy 設計脫穎而出。

勤儉踏實 誠實經營 積極改善

注重飲食加上運動習慣，讓已逾 70 歲的陳秀雄董事長總是神采奕奕、思緒清晰、創意不斷，廈門正新能有今天的成就，陳董事長謙虛地表示，多歸功於對的時機與集團的團隊合作，加上謹守集團董事長羅結指示的經營理念：誠實經營、真心工作、品質第一、顧客滿意、勤儉踏實、積極改善、創新研發、團隊和諧。



▲陳秀雄董事長對於酷炫有型的CST代言人Pumpy公仔很滿意！



▲建設中的龍崗車輛主題公園環境優美、腹地廣大，圖為滑草場一景。



▲漳州正新新廠總佔地面積約為105公頃，分三期建設，預計2020年建設完畢。目前廠房等基礎設施仍在建設中，但已投產，員工人數約500名。