

化被動爲主動

永祺力求轉型升級

圖、文◎編輯部

永祺車業公司在 2003 年考量公司內部、外部經營環境，正式將深圳組車廠、車架廠合併到常州成爲一家公司，歷經整合後，今年將是重回高成長之路的一年，爲了給客戶更好的品質及滿意的服務，在 2003 年 12 月在常州擴建面積約 20,000 平方米（約 6,000 坪）的新廠房，預計今年 5 月完工，初期計劃用其中一棟廠房生產鋁車架。

張泰山董事長表示，四廠合一爲了路要走得順，所以很多取舍的工作與優先順序必須排在成長之前，競爭力自然而然能發揮。身爲經營者應該在第一時間做出正確的決定，尤其在微利時代，更不能有管理上的浪費，因現今市場的快速變化，常出現非預期的改變，如產品生命週期縮短、財務市場外匯利率等不尋常的波動，幾乎讓人無所適從。所以，改弦易轍才能讓企業突破並且開創新局，勇於面對時，則很多事情才會迎刃而解，張泰山董事長認爲永祺的改變是正確的。

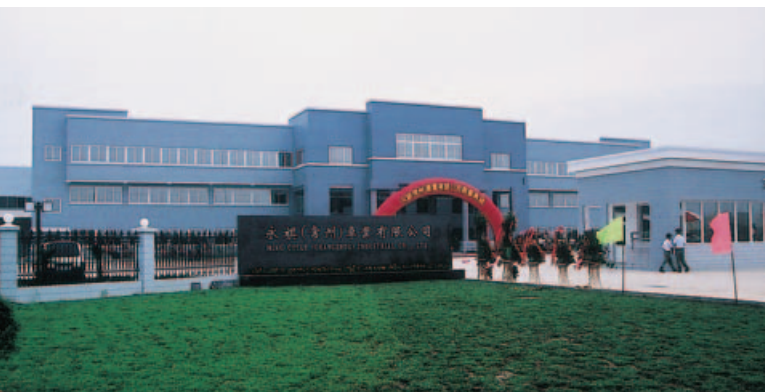
集中管理降低成本

永祺車業公司 2003 年出口數量約 130 萬輛，其中台灣廠佔 40 萬輛，大陸廠佔 90 萬輛；至於 2004 年的目標爲 140 萬輛，其中台灣廠出口佔 40 萬輛，大陸廠出口佔 100 萬輛（採 70% 台商零件與 30% 陸資廠零件）。至於市場方面，台灣廠出口以歐洲爲主，而大陸廠出口到美國地區約佔 40%，其它地區約佔 60%（日本、澳洲、東歐、中東…等），有別以往美國市場佔 70%，其它地區只有佔 30%。員工方面，台灣永祺約 200 人，常州組車廠約 650 人，車架廠約 1,150 人，公司總員工數約 2,000 人。

自製鋁車架 以超越客戶需求為目標

張泰山董事長認爲，永祺車業公司的核心能力是組車代工的專業，爲提供給所有客戶的信譽與滿意度，在品質及成本結構上，就必須建立新的領域，超越客戶需求的服務才是未來經營成長的方向，就如同永祺車業公司堅持鋁車架要自己做，才能掌握品質、控制生產技術、創新產品的速度以及客制化的機密性，才可以讓公司有源源不斷的成長空間。

未來，永祺車業公司會依顧客的需求區隔自行車產品的層次，以及自行車附屬產品的開發，爲產品行銷的策略做更明確的執行，公司內部作業流程標準化的改造，



▲永祺常州廠。

為即時掌握生產的管理，兩岸間的重要會議即採視訊連線進行，今日的永祺車業公司先將做好顧客對永祺車業公司的肯定，也就是先求好後再求大的規模，使永祺車業公司持續有好的成長。

創造取得市場領導地位

企業與人生一樣，轉折起伏，每一個階段的考驗都是促使人再次成長的動力，企業要攀上頂峰並保持不墜的秘訣，就是不斷自我挑戰，設定一標竿的目標，經整合後的新力量，再造突破性的成功，甚至開創出新商機。張泰山董事長和陳震南執行長都深具信心，他們表示能夠順暢地與顧客進行溝通，確實建立與顧客之間長期而美好的關係，且不斷提供卓越服務，以



▲各司所長的堅強經營團隊一直是永祺的優勢之一，右為永祺執行長陳震南、張泰山董事長（中）、合勝陳鴻仁總經理（左）。

超越其他競爭對手，集中資源，做到客戶滿意的品質、交貨期準時、合理的價格，為客戶及自己保持競爭優越的條件，以創造取得市場領導地位。 ■