

陳威達談貿易商的角色

整理◎編輯部

從事自行車貿易近三十多年的盛傑公司董事長陳威達，對工作的執著與活力，以及獨到的經營策略，令許多人敬佩！他對於貿易商的經營之道與角色定位，自有一套自己的看法。

陳威達說，貿易商的存在價值是在於提供一個完整的交易平台，讓供需兩方快速達成交易，這交易平台包括訊息的提供、物流的服務、財務的服務以及專精產品的服務。一直以來，貿易商扮演中間商的角色，現在的環境訊息透明化，摒除中間化的態勢是非常明顯，中小型貿易商的生存空間越來越窄，而大型化、更專業化、多國化成了趨勢，所以貿易商的服務若無法做到差異化，則利潤空間就會被壓縮！陳威達指出，腳步迅速、反應快、調度靈活、觸角多、感覺敏銳、執行力強、謹慎細密且擁有確實的後勤支援，是貿易商存活的重要因素。

談到兩岸自行車的現況與未來走向發展，陳威達說，大陸的發展迅速是必然的，兩岸如何共生共榮，如何定位自己，是每一位業者要思考的議題，大家要清楚地知道自己未來三年至五年的目標與方向，並且僅早佈局，量力而為。全中國大陸有數以千計的製造商，要如何勝出？如何贏得客戶的青睞？產品與服務如何比別人更好？企業面對競爭時，通常有兩種選擇：一是增加研發的投資，藉由創新，推出更高品質的產品；另外就是尋找更低廉的生產要素，以降低成本的方式，保持競爭力。

競爭力與差異化是不可分割的連體嬰，沒有差異，企業就會面臨衰亡。每個產品都可差異化，每個製造商也都可以差異化，

以牙刷為例，ORAL-B 牙刷有一個專利設計，在牙刷的毛中間，有一個藍色染料，可以讓客戶知道什麼時候該換新牙刷。我們可以在產品上、市場上還有附加價值上和別人有所不同。除了自行研發創新外，亦可偕同開發或策略聯盟。當我們的產品只是供客戶比價時，我們生存的危機就越來越大，所以擺脫危機的唯一方法就是製造出與眾不同的產品，無論是在色彩上、外觀上、規格上、包裝上或僅僅是交貨期上，都可以與眾不同，都可以勝出，也可以因此賺大錢，這就是最大的附加價值。

在市場愈來愈競爭，資訊愈來愈透明，客戶的需求也愈來愈多元的情況之下，為了提供更令客戶滿意的服務並提升整體競爭力，貿易商本身勢必有所調整與轉型，盛傑自 1997 年開始陸續在大陸成立深圳、杭州、重慶等辦事處或分公司，天津組輪廠及發貨倉庫也於 2003 年底開始運作。盛傑希望透過在大陸地區北中南東的完整佈局，提供客戶更迅速完善的整體服務。未來，盛傑也希望朝掌握國外通路為目標，加強與國外客戶的合作或投資，有效拓展新興市場，並致力於開發新產品。陳威達指出，大陸中低階產品的提升是必要的，以大陸為量的基礎，配合台灣的高階產品，絕對能開拓全方位的客戶群。 ■



▲對工作相當執著且隨時充滿活力的盛傑陳威達董事長，從事自行車貿易工作近30年。