



圖、文◎蔡蕙如

擁有近 30 年經驗的拓肯董事長張倉意坐下來的第一句就說，拓肯雖然成立只有 2 年的光景，但對於產品品質的控管、包裝樣式的創新設計以及提供客戶優質的服務等，仍是不遺餘力。

努力拓銷，客戶肯定

從五通軸心、車頭碗組起家的拓肯公司，現約有 20 名員工，廠房佔地 500 坪，並有 CNC 車床與軸心加工等兩條生產線。張倉意董事長表示，「努力拓銷、客戶肯定」是拓肯命名的由來，也是拓肯努力的方向與自我定位。而拓肯的各項精品 80% 以外銷至歐洲、日本、北美和中南美等補修市場為主，20% 則銷至裝配廠及貿易公司，因此除了品質管控之外，精緻的包裝設計以及焦點顧客的行銷定位等，都是為了更吸引消費者的眼光與注目。

在這個微利的時代裡，了解市場、貼近客戶需求不應該只是個口號，所以每年走訪全球各個展會是張董事長必做的功課之一。為了更符合市場的潮流與趨勢，拓肯將產品線從五通軸心、車頭碗組等拓展至車架、齒盤、前叉和輪圈等相關零組件；至於材質方面，拓肯也慢慢地跨足至輕量的碳纖維及鈦合金領域，以滿足各種不同需求的顧客群。



▲張倉意董事長長期能讓「TOKEN」成為顧客滿意的最佳標誌。

行銷和研發的充分結合

拓肯公司自成立以來，即將產品雕上「TOKEN」作為其行銷品牌，經過二年來的努力拓銷，目前已深獲客戶的肯定，讓「TOKEN」儼然成為客戶滿意的最佳標誌。而產品的研發與精進一直是企業生存的命脈，拓肯除了偕同客戶一起開發創新產品之外，張董事長說，拓肯的研發人員同時也是行銷高手，只有如此，所設計出來的產品才能真正貼近市場需求，並獲得客戶的支持。

談到對中國自行車市場的看法，張倉意董事長表示，對於中國市場文化的不同，其加工技術、原材料的取得與了解等因素的控管也較無法掌握，加上低價競爭與仿冒問題嚴重，與其隨波逐流的前進大陸，倒不如以優良的產品品質、精緻的包裝設計，長期耕耘自有品牌的成長與穩定。■