

上海台商近況報導

圖、文◎曾聖恩

力興鏈條（蓬朗鎮）

力興鏈條陳寶育總經理年輕時就於 KMC 鏈條服務，累積 30 年的豐富經驗，1998 年隨著 KMC 在中國設廠，在中國也累積了相當多的資源，於是在 2003 年元月籌建力興鏈條。從原本每個月一萬條的自行車鏈條產量，經過半年努力，使每月產量達 70 萬條，年底產量更可高達 100 萬條，且達到供不應求的狀況。力興鏈條目前正在擴建新廠，位於蓬朗鎮靠近建大輪胎，占地 40 畝，目前規劃廠房面積 6000 平方米，耗資 900 萬人民幣。力興新廠每月產能將可達 2 百萬條，以滿足日漸增加的訂單。新廠也首重一起打拼熬苦的員工，將規劃人性化的生活區，進駐新廠的時間約在 10 月份。

陳總經理表示，力興擁有相當的自主技術以及研發能力，從工廠設備來說，其模具、沖壓甚至是熱處理設備都可以自行設計完成，是業界相當特殊且具有長遠競爭能力的企業之一！



▲力興鏈條陳寶育總經理。



永強（蓬朗鎮）

昆山蓬朗地區近日連續高溫不降雨，用電吃緊，而日前中央公佈限電方案後，令許多廠商的生產訂單排程次序大亂，永強索性緊急購入發電機組，以穩定生產，預估每天消耗發電用柴油需人民幣 1,000 元，停電時間從早上 7 點～晚上 12 點。

李金春總經理表示，永強以製造 BMX 車架為主，也一直為國外品牌代工，BMX 車雖小但所需的精準以及強度要求遠高於其它車種，而品牌要求代工也有相當多的細節，因此永強在這方面一直和國外品牌或選手都有很長時間的接觸，對產品也有很強的認知與了解，至於是否會介入中國自有品牌的開拓則尚無此計劃。





世同 (昆山)

中國大陸內銷王棣總理表示，世同目前正在籌劃中國內銷的策略，其主力產品為 HARO 品牌，但因應中國市場的初步發展，HARO 品牌屬於高級路線，雖在消費者心中享有相當知名度，但其價格還不能被廣大消費者接受，因此在中國將採自有品牌策略，以 AKTION 品牌為輔助，並由兩岸知名選手「鄭邦中」代言，以 BMX 做為初步引導，藉由中國 BMX 發展的勢頭將 HARO 品 牌 帶 入。BMX 專 賣

店也已經在規劃籌設中，世同將會與北京老車迷合作，成立北京專賣店，店內將採取 DIY 裝配方式，杭州也將成立專賣店，至於上海則在進一步評估後才會有所行動，畢竟 BMX 項目多受到場地限制，所以專賣店不能離場地太遠。

山西太原於 9 月份將舉辦 BMX 競速賽，今年中國國家體委也會有陸續的賽程，以積極培養選手。HARO 也將邀請旗下的 RACE 選手，來中國宣傳並指導各地的合作車隊。



▲世同在中國採自有品牌策略，並以 AKTION 品牌為輔助。

陸資廠：螞蟻兄弟 (昆山)



目前公司工廠正在進行搬遷，並將於 8 月 23 日遷入新廠（昆山同舟路 236 號），開幕後將擴大至兩條生產線，目前內外銷比率約為 7:3，外銷訂單平均每月為 5,000~10,000 輛，內銷的需求則在 10,000 輛。

隨著價格的激烈競爭，產銷經理溫書超表示，組裝生產童車與配合週邊的廠商更應加強在技術改進上做更多的互動，盡可能在成本不變的原則下改變生產製造方式，來提高產品質量，以符合客戶的要求標準。

目前螞蟻兄弟擁有出口許可認證，也積極培養相關外銷貿易人員，以符合中國外銷出口開放的趨勢。以「螞蟻兄弟」自有品牌及專利外觀造型，期能在未來推廣螞蟻兄弟自有品牌將會更順利。 ■



▲螞蟻兄弟新廠開幕後，將擴大為二條生產線。