

愛地雅取得Fuji品牌 亞太市場主導權

圖、文◎陳柏如

以 OEM、ODM 生產型態為主的愛地雅，是台灣前三大組車廠之一，在全球擁有台灣、大陸東莞以及波蘭等三座生產基地。愛地雅執行副總詹桂鎰指出，由於受惠高價位車款的市場需求成長許多，以及東歐十國加入歐盟後，許多愛地雅客戶的國際經銷商訂單自然的轉移到台灣來生產，對愛地雅 2004 年的營業成長有相當的影響。此外，歐盟對越南自行車廠的傾銷調查，也陸續讓許多歐洲客人轉向台灣尋求合作，這也將反應在 2006 的車種年（也就是 '05 下半年與 '06 上半年），業績將持續成長。愛地雅 2004 年的集團總營收達新台幣 49 億元，較前一年成長了 22.5%，總產量達 114.6 萬輛，也較前一年增加了 20%，創下歷史新高。

▶ 與國外品牌策略聯盟 共創雙贏 ◀

在國際行銷上採取策略聯盟的愛地雅，於 1998 年與美國 Fuji 品牌簽訂 10 年合約，由愛地雅主導產品的製造與設計，Fuji 負責行銷、通路以及市場資訊的回饋，雙方藉由聯盟合作來共創雙贏。對此，詹桂鎰執行副總表示，根據合約，Fuji 的訂單 100% 要在愛地雅生產，如此一來，愛地雅可掌握穩定的訂單以及長期穩固的合作關係，且可間接掌握美國市場的通路，再者，將來若 Fuji 有意要出售或增資，愛地雅則擁有優先投資權。在歐洲，愛地雅亦成功發展了第二個策略聯盟合作關係，與已經合作三年的知名連鎖經銷商進一步加強了

關係，未來不排除更進一步的投資與合作，以取得歐洲市場的行銷通路。

愛地雅總經理張鴻加在今年年初表示，愛地雅決定斥資 420 萬美元購買其美國重要客戶 Advanced Sport（簡稱 ASI 公司）17% 的股權，以取得 ASI 旗下兩大國際品牌 FUJI、SE RACING 的亞太市場使用權。雙方決定在今年內合組 FUJI 亞洲公司，愛地雅持股五成以上，將主導新公司設立與行銷通路佈局，並以 FUJI 品牌全力衝刺中國大陸、日本等亞太地區高級自行車的市場，目標希望將 FUJI 打造成為全球性知名品牌；至於 SE RACING 品牌，則是雙方下一階段的合作計畫。

張鴻加總經理補充道，愛地雅長期專注為國外客戶 OEM 與 ODM 代工、設計生產自行車，基礎腳步雖已站穩，但長期來看，必須加強與合作品牌的關係、掌握通路，才能進一步提升企業的獲利能力與競爭力。有鑑於此，美國大客戶之一的 ASI 公司基於擴張美國市場通路規模的需求，將辦理五百萬美元的現金增資，愛地雅擁有優先認購權，所以決定認購其中 420 萬



▲愛地雅張鴻加總經理表示，為人作嫁 (OEM、ODM) 之餘，企業仍需建立自有品牌，並掌握市場通路，才能提升獲利能力。

美元，約佔 ASI 公司增資後全體股權的 17%。ASI 是愛地雅在美國最重要的合作夥伴之一，目前每年對愛地雅的採購金額約台幣 3 億元，佔愛地雅台灣廠營收比重的 15%，愛地雅在成為對方大股東後，將可進一步深化彼此的合作關係。而 SERACING 品牌主要專攻 BMX 及表演比賽等特殊專業用途的自行車品牌，為愛地雅與 ASI 下一階段的合作計畫。

談到愛地雅三個廠之間的分工互補與各自定位，詹桂鎰執行副總指出，愛地雅台灣廠主要生產高級車以及少量多樣的車款為主，本身不生產車架，採外購或由其大陸廠製造車架支援回台，而組車則力行 110% 的組裝，以出口歐美為主，主要客戶為 Trek、Schwinn/GT 與 Fuji。愛地雅東莞廠於 1997 年投產，主要生產入門級到中價位的車款 (FOB US\$60-180)，與台灣廠分工互補，主要客戶有 Pacific、Trek、Fuji。波蘭廠以 Trekking Bike 及入門到中級的 Sports Bike 車款為主，以補大陸廠因反傾稅未能供應歐洲市場，及台灣廠供應此產品區塊價格競爭力不足，主要客戶為 Decathlon、Fuji、Trek。愛地雅指出，Trek 的訂單約佔愛地雅總產量近 20%。

▶ 東莞寮步鎮新廠 3 月 8 日落成 ◀

問及已完工投產的愛地雅大陸東莞寮步鎮新廠，詹桂鎰執行副總表示，寮步新廠目前有組車線、輪組組裝線、烤漆設備、車架線以及新的鋁合金車架線，已在試產中，將訂於今年台北國際自行車展結束隔天（3 月 8 日）下午舉行新廠落成典禮，歡迎業界蒞臨指導。愛地雅東莞寮步新廠初步設定產量 1 百萬輛，除了供應外銷單，也將積極在大陸做品牌行銷，以中高價位車款為定位。2004 年愛地雅大陸廠的自行車總產量為 69.4 萬輛，較前一年成長 9.6%，總營收為美金 6,212 萬元。

愛地雅公司總經理張鴻加強調，寮步廠自行車年產量目標現階段雖暫訂為 1 百萬輛，但其年產能最高可擴充至 300 萬輛，一旦歐盟取消對大



▲愛地雅執行副總詹桂鎰強調供應的情報流整合工程對訂單預估非常重要。

陸自行車的反傾銷稅，愛地雅寮步廠年產能將再擴充至 150 萬輛。未來愛地雅寮步廠也將利用本身現有的設備、技術以及加工製程再發展其他產品線，以提升效益。

為了因應 Shimano 延長交期造成產銷秩序大亂的情況，詹桂鎰執行副總指出，愛地雅與客戶間建立了訂單預估系統，以提早規劃下單來因應。有鑑於 IT 產業在供應鏈的整合以及情報流方面做的相當成功，自行車業應該即起直追，除了能有效掌握預估的訂單量，及早因應，更能提升整體產業的競爭力，目前愛地雅與 Trek 正積極合作朝這個目標努力。至於車款的發展趨勢與走向，詹副總肯定的表示，市場已逐漸朝兩極化發展，未來的市場需求很極端，將以高技術涵量的頂級車與質量佳的低價車兩大區塊為主。車款方面，市場需求將以強調舒適、簡易設計、人性化以及多功能的運動休閒取向車款為主流。 ■

ASI 企業簡介

總部設立在美國紐澤西州的 ASI 公司，於 1988 年收購擁有百年歷史的日本富士 (FUJI) 自行車品牌，而跨入自行車產業。2002 年 ASI 公司又購併 SE RACING 品牌，將觸角延伸至 BMX、DIRT JUMPING 表演車等專業領域，讓其產品線更完整，ASI 去年營收 1800 萬美元，已取得美國市場 3.8% 的市佔率。

靠著雙品牌策略，ASI 近年來在美國與歐洲市場快速成長，為擴大營運規模，ASI 日前辦理五百萬美元現金增資，擁有優先投資權的愛地雅遂決定參與認股，並取得其 FUJI 品牌亞太市場授權。增資後 ASI 將在美國賓州購置新廠房做為全球營運總部與物流倉儲，其面積較目前 ASI 紐澤西州廠區增加三倍，ASI 公司也計畫五年內要拿下美國自行車零售市場 10% 的市佔率。