

做自行車業的廣達

專訪愛地雅新任總經理 張元賓



今年二月底甫由愛地雅董事長特別助理升任總經理一職的張元賓，身為董事長張平沼次子，62年次、擁有美國UCLA財務管理碩士的張元賓正式接班！年輕有為、對自行車產業充滿熱情的張元賓，希望挾本身多年操作美國私募基金的經驗，以及對各產業敏銳的分析能力，為愛地雅重新定位，除了全力投入專業ODM，也將積極採取策略聯盟，與客戶品牌一同成長，期帶領愛地雅邁向另一個高峰，並證明虎父無犬子。

圖、文◎陳柏如

張元賓總經理指出，愛地雅從今年起將重新定位，將逐漸轉型為專業 ODM 自行車組裝廠，計畫 3-5 年內，將 ODM 的比例從目前的 20-30% 提高到 75-80%，並以自行車業的廣達自許。透過組織再造，全面的質變量變，張總經理將獲利穩定列為第一要務，他堅定地表示，愛地雅將持續強化高單價車種 ODM 的深度與寬度，並積極扮演專業自行車組裝廠的角色。

三廠三地的優勢

談到三廠的定位以及組織架構的變革，張總經理表示，目前愛地雅台灣廠年產 20 萬輛、中國大陸東莞廠年產 100 萬輛、波蘭廠年產 15 萬輛，各有各的競爭優勢，其中台灣廠主攻高單價（美金 400 元以上）、高

附加價值的車款，並作為研發中心；大陸東莞廠有生產車架的能力，且具成本優勢；而波蘭廠由於位在歐洲的核心，具備搶攻歐洲市場的地理優勢，加上勞動成本較低且沒有反傾銷稅的問題。若三廠能成功整合、發揮所長，絕對能為愛地雅帶來最大的經營效益。在營運管理方面，原任總經理的詹桂鎰已於四月初離開愛地雅集團；李志文副總升任營運長，負責生產與銷售的整合；策略長一職暫由李志文營運長兼任；戴瑤鳳副總則負責銷售端以及客服處。

3.5億籌資案

愛地雅於 3 月 11 日召開董事會，會中決議以私募方式或公開發行進行籌資，籌資額度目前暫定為新台幣 3.5 億元，張總經

理表示，愛地雅的財務結構相當健全，會辦理籌資，主要是希望藉此來加強公司的財務結構，以提升在台灣、大陸和波蘭等生產工廠的接單與備料能力，強化 ODM 高單價車的實力並有助與國際知名品牌進行策略聯盟與相關投資。在全球自行車產業面臨產能過剩、供過於求窘況之際，張元賓也表示，愛地雅目前不會進行擴廠，管理將以客戶需求以及銷售為導向，重心放在強化管理、強化財務結構。



▲愛地雅於台北展期間召開記者會，董事長張平沼（右二）正式介紹新任總經理張元賓（左二），左一為營運長李志文，右一為客服處副總裁瑤鳳。

品牌v.s.策略聯盟

問及愛地雅在經營 ODM 業務之餘是否也會自創品牌，張總經理肯定地表示不會，他說品牌需要長時間耕耘與經營，還要能掌握通路，比起 Giant、Merida 這些成功品牌，愛地雅現在才要做已嫌晚，資金效益也不佳，所以在資源有限的考量下，只能選擇本身最擅長、最有競爭優勢的 ODM 組裝業務，全心全力投入，並積極尋求差異化。雖然沒有自己的品牌，但愛地雅會積極與全球知名大品牌進行策略聯盟，張元賓以日前獲得 TBEA 創新獎「特別新穎性獎」肯定的 Fuji D6 車款為例，這就是愛地雅與國際大廠 Fuji 策略聯盟的最佳例子，雙方合作近 8 年，愛地雅持股 17%，目前該品牌已開花結果，在美國市場站穩第 6 大品牌。未來愛地雅將依循與 Fuji 的合作模式，積極尋求與其他國際大廠策略聯盟，強化 ODM 的深度與廣度。目前張總經理也出任 ASI / Fuji 亞洲分公司總經理一職。

業績展望

談到愛地雅今年的業績展望，張總經理

表示，在全球金融海嘯的衝擊下，業績表現不容樂觀，但在高單價、高獲利、高品質的 ODM 策略之下，雖然愛地雅今年的出貨量會減少，但獲利可望提高並穩步走升。去年愛地雅因受到波蘭幣值大貶 70%，帳面提列數千萬元的匯兌損失，造成獲利被稀釋，而非營損；去年第四季台灣廠接單暢旺，季營收達 11 億元，加上波幣回升、台幣貶值以及原物料價格回穩等多項利多，因而擺脫年度虧損的命運。今年前 2 個月營收大幅成長 54%，加上 3 月訂單淡季不淡、匯兌損失已大幅減少，相信今年第一季的營收與獲利表現應該不錯。

在父親張平沼（金鼎集團總裁暨愛地雅董事長）眼中，張元賓總經理是個衝勁十足且學習力強的兒子，跟他年輕的時候很像！張平沼董事長指出，張總理由於之前在美國有多年管理私募基金的經驗，培養了敏銳的產業分析能力以及財務結構分析能力，所以在經營管理愛地雅企業方面，進入狀況很快。因為有興趣、加上有能力，因此張董事長很放心也很有信心將愛地雅的棒子交給次子張元賓。

