

主題二　從代工躍上國際舞臺的捷安特

■配合段標：5-2中部區域——局部性的個別發展

「捷安特」是由「巨大機械工業股份有限公司」所創立的品牌，為「Giant」的音譯，而製造廠商「巨大」則為其意譯。民國58年原為養鰻的劉金標因秋颱損失慘重，民國61年搭上臺灣自行車外銷的熱潮，與8位友人合資成立「巨大機械」，在臺中縣大甲鎮設廠，30多年來，「巨大機械」成了大甲地區民眾最引以為豪的產業，甚至有全家人都是巨大員工的情況。

一開始「巨大機械」只是自行車代工廠，而且還遭遇國外認為臺灣自行車品質低劣，不願採購的窘境，劉金標決心提升技術與品質，終於爭取到美國百年自行車品牌「SCHWINN」的代工訂單，雙方合作近10年的時間，然而「SCHWINN」看中中國便宜的生產成本，轉與香港的自行車廠合作，突如其來的抽單，迫使「巨大機械」加速從代工轉向自創品牌。

為了彌補抽單後的缺口，「巨大機械」跨出品牌國際化的步伐又快又急，一開始就定位為國際市場的高級品牌，先歐洲、後美國、再進軍日澳、紐。民國81年捷安特進駐中國，採取「內外銷並重」的方式，以高品質打入中國市場，與中國廉價自行車的形象做出區隔。民國91年後「巨大機械」才正式成立以臺灣為營運總部的全球運籌管理模式，讓臺灣總部扮演「策略、支援、服務」的角色，整合各地成功經驗，再快速複製到各地子公司。

劉金標認為「Only One比Number One重要」，因此想辦法不斷創新、差異化經營。後來還整合協力廠商、與另一大廠美利達成立A-Team自行車產業聯盟，共同打造臺灣自行車產業成為創新、高品質的世界自行車重鎮，如今中部地區已形成整車廠與零組件廠商間的綿密網絡。

隨著節能減碳興起，「捷安特」也開始推廣Cycling生活，由董事長親自示範，民國96年以73歲高齡完成15天自行車環臺，又在民國98年5月完成從北京到上海、1,668公里「京騎滬動」之行。趁著周末來騎腳特車吧！

資料來源

林靜宜(2008)。捷安特傳奇：GIANT全球品牌經營學。臺北：天下遠見。