



以創新理念，致力於OEM代工事業

— 太幸精密工業股份有限公司 —

❖ 訪談廠家：太幸精密工業股份有限公司

✎ 訪談日期：2006年8月1日（星期二）

✎ 訪談地點：台北縣中和市建康路130號3樓之3

✎ 訪談時間：PM2:00~5:00

✎ 訪談對象：王成昌 總經理



從民國五十一年起，
太幸由沖床製品加工、自動車床製品加工牙刷、
益智玩具等產品開始，一直到後來的「筆」；
在這樣的發展過程中，
一路走來是一段什麼樣的傳奇？
是什麼樣的故事？
在總經理娓娓道出這段故事的同時，
一切的一切也將永遠被流傳下來……

❖ 在一個萬里無雲的下午，我們一行人來到位於中和的太幸精密工業股份有限公司。我們是當天下午的第一批訪客，在陽光灑落的辦公室裡，映著總經理親切的笑臉，就這樣訪談開始了，我們隨著總經理的思緒，一起回到當初，太幸成立的初始……

❖ 太幸一開始從沖床製品加工做起，到後來改生產塑膠製品，這樣的技術轉換過程中，還包含了玩具王國的那一段歷史時空背景；在當時丹麥的「樂高積木」專利壟斷時代結束後，一家企圖在玩具的市場上佔有一片版圖的美國公司，就請太幸幫忙代工生產，也就是在這個時間點上，太幸開始積極往塑膠業發展。經過十年的歷練後，太幸在「塑膠」的領域中漸漸成為專家，這為日後生產的塑膠筆奠定下厚實的基礎。

■ 投資設備，提升產品品質

由

製造業起家的太幸，並不像一般公司行號是做買賣出身，所以要製造出可以在市場銷售的成品，對他們來說並不是一件困難的事。再加上他們與眾不同



好的機器是品質的保證

的經營理念——認為「工欲善其事，必先利其器」，所以生產的機器設備一定要比別人好，因為什麼樣等級的機器就會生產出什麼樣品質的產品，如果機器不夠好，是不能夠製造出良好的產品！

太幸對品質有極嚴格的要求，也因此他們投資了許多資金和心血在設備的設置上；他們堅信「好的機器是品質的保證」，這樣就能讓產品達到精緻化和量化的目的。維持品質就能建立公司的信譽和口碑，讓客戶對他們的產品有好感與信任感！而這樣的理念，再加上當時大陸仍未改革開放，讓太幸早期發展地非常順利，代工的生意做起來非常單純，很快地，太幸便順理成章成為世界的OEM大廠之一。

■ 從塑膠代工奠定製筆的基礎

而太幸「筆」的故事是這樣開始的：最早因為日本的朋友在做塑膠筆OEM代工，在這樣的因緣際會下，太幸踏出製筆的第一步。那時剛好在做「塑膠射出」，再加上台灣低廉的工資，他們由自動鉛筆，到側壓式的自動鉛筆，前前後後做了十多年的筆；直到後來台灣工資的波動，太幸就沒有再繼續幫日本朋友做筆的代工。那時，他們仔細想想，做了那麼多年的筆，對筆也產生感情和興趣，不過基於道義原則，日本朋友在做自動鉛筆，也不好搶他們的生意，所以決定專營原子筆的生產。

自從日本朋友把自動鉛筆的代工收回後，太幸就找了兩種產品來做，一個是牙刷，另一個是筆。牙刷和筆看似是迥然不同的組合，但事實上兩者間仍有一個共通

點，那就是和「塑膠射出」有關。畢竟做了那麼多年的塑膠，也在塑膠產業上頗有心得。不過後來導致他們放棄生產牙刷的關鍵就是品牌的問題，由於他們的牙刷雖和知名廠牌的品質是一樣的，但因為知名度的關係，所以銷售成績不佳，於是他們最後不得不放棄牙刷的市場，轉而專心經營筆的市場。

我們都知道，事物發展的成敗，其關鍵點在於基礎的建立；基礎是非常重要的，有好的基礎才能開展出好的結果，誠如俗諺所云：「好的開始是成功的一半」。基於此理，太幸從研究筆的材質和車筆頭技術開始做起。由於他們之前從事自動車床加工，所以這對他們來說，困難度並不高，很快地就克服了這方面的問題，同時也為他們的產品品質扎下根基。我們都知道車筆頭的技術中，以不銹鋼的筆頭難度最高，但是太幸車不銹鋼筆頭的技術則相當精良，而在研發半年之後就開始量產，一切進行地彷彿如奇蹟般的順利。

而他們的經營理念是要做就要做最好、最難的，以免一天到晚都要擔心被同業淘汰；所以太幸一開始就鎖定中性筆這項產品。經過了層層考驗後，他們成為當時台灣業界製造中性筆最早的一家廠商！

■ 製造極具特色的螢光筆

除了中性筆之外，他們也曾為許多知名品牌的產品代工；比如「跳動式螢光筆」就是一個很好的例子，當初有兩家公司提出兩種不同構造的螢光筆製造計畫，並想委託他們生產，太幸選擇其中一個最好的方法，製造出這種極具特色的螢光筆。它的特殊之處在於，它是一枝沒有蓋子的螢光筆，它是枝用「按」的螢光筆，這樣的設計使消費者使用起來，更加便利！這樣的構想是美國客戶所提出的，但是能把它做出來並且成為可以上架販賣的商品，則得靠「太幸」的製造功力了！



各式各樣的筆

能夠把抽象的構想付諸實現，其間所耗費的心力及隨之而來種種不為人知的挫折與艱辛，是得靠不凡的實力來一一克服、化解；畢竟別人想了四十年卻還是沒做出來的難題，到了太幸的手上則迎刃而解。即使現在有很多公司也生產類似的產品，但是那些公司的設計都是用「釣魚線」的方式，與太幸的設計非常不同。

太幸爲了滿足消費者對螢光筆的基本訴求，即不希望螢光筆在使用、存放的過程中很快就乾掉，所以他們仍然一直持續改良，目前已經改良到第三代了！這就是太幸追求完美的理念與執著，這樣的理念與執著讓他們不斷地自我挑戰、自我提升，也是他們一直能夠屹立不搖的主因。

■ 以創新、獨特的產品領先同業

在台灣的文具發展歷程中，太幸在很多地方都是領先同業的。像是「三用筆」，過去我們只知道「一箭雙鷗」，而三用筆則是做到「一箭三鵬」，顧名思義就是一枝筆兼具三枝筆的功能！這同時也是他們最大宗的產品之一。

在這個求新求變的時代，所生產的產品就是要能與眾不同，有獨特的風格才能吸引消費者的目光，也因此他們設計出三用筆；再者，他們的三用筆也獨具風格，其外型設計並非一般塑膠料而已，而是精緻金屬外殼，這樣大大地提升了筆的質感和價值！能夠做出這樣的造型，則應歸功於他們的金屬背景。

雖然當時台灣其他廠商也馬上跟進，學他們製造三用筆，因而導致三用筆淪爲贈品市場的主流之一，相對地，三用筆的價格下滑，其中的利潤當然也隨之變薄。不過太幸並未停止生產三用筆，因爲他們的目標是著眼於高質感商品，以滿足另一種顧客群的需求；將堅持與理念灌注於產品中，使產品不再只是普通的商品，這是太幸與其他公司最大的不同點。



王總經理作產品介紹

■ 專事OEM代工

工廠主要是從事代工、開發新產品，由於要打出品牌知名度有一定的困難性，所以他們主要朝開發新產品的方向發展，然後再賣給專一客人，而不是所有客人，這就是所謂的OEM代工。

太幸之所以不成立自己的品牌，除了基於成本考量，每項商品必須生產一定以上的數量，才能降低成本，而這是相當大的數量；再加上若想要打響品牌的知名度，更少不了投入大量資金在廣告費用上，若想要讓自家品牌更進一步站上國際舞台，則得花更多工夫；單單靠著現在的大環境要平白無故冒出一個品牌是很不容易的，其間所需龐大資金並非一般人負擔得起，這導致一些公司無法承受那麼大的資本壓力，必須將成本轉嫁到產品價格上，反而因此更難與其他公司競爭；再加上之前的牙刷經驗，讓太幸打消設立「品牌」的念頭，所以他們就從以前到現在都一直專心從事代工。對太幸而言，只要能夠順利維持公司、工廠的運作，保護員工福祉才是最重要的，所以他們至今仍以OEM代工為主。

■ 順應潮流，前往大陸設廠

不過由於近幾年大陸的崛起，使太幸OEM的營運模式，面臨許多新難題。自大陸改革開放後所造成的低價趨勢，台灣廠商的自保之道就是降低成本，往海外設廠



生產線上一景



大陸江蘇的張家港廠

尋求更低廉的生產力則是在所難免，太幸當然也不例外；即使當初他們想撐住外移的最後防線，最後仍不敵整個時代潮流。聰明人做聰明事，面對這樣的趨勢，他們的因應之道，就是生產比對手好的產品，做別人所做不到的，為人所不能為，這樣才可為自己爭取優勢！畢竟削價競爭到最後會形成一種惡性循環，在這樣的惡性循環中沒有人會是贏家。

除此之外，大陸產品的超低價格，讓許多廠商一時間被迷惑住，忽略了極大的價格差距背後的成因，一分錢一分貨的觀念早已淡薄，再加上有人認為不見得一定要買最好的，因此造成了劣幣驅逐良幣，進而發展出大陸貨當道的局面。這樣的情況也唯有到低廉的劣質商品問題發生之後，人們才會回過頭來思考品質的重要性。

面對這樣的大環境，對太幸而言，有點像是在向外行人推銷產品，這樣的情形往往令人感到沮喪；與太幸合作的廠商有些是歐洲廠，有些是美國廠，歐洲廠商就比較不會發生類似的問題，反之美國廠商就比較常發生。面對歐洲廠商彷彿大家都是知音，有些問題不用多說，彼此間自然就心領神會，相對地合作起來比較輕鬆。不過太幸相信時間總會改變一切，當問題發生多了，這種情形會漸漸改善，慢慢地大家會建立起品質的觀念，好的品質是需要付出同等的代價。

隨著大環境的改變，人們對於生產地也形成先入為主的觀念。若是在台灣生

產，便意味著產品價格不便宜，在還來不及討論產品特質之前，就已被貼上成見的標籤。在這樣情形之下，台灣的工廠要如何生存呢？前往大陸設廠，是大家會立即想到的因應方案。即使大陸只有人工、土地、廠房比台灣便宜，至於電、原料等方面就不一定比台灣便宜了，但是有前面幾項因素就夠了。

以大陸為生產地，運籌帷幄重心仍在台灣

最後太幸以大陸江蘇的張家港為設廠的據點，這個地點是王仁森董事長選定的。大陸廠經過長期的規畫，再加上在那裡訓練出一群很不錯的大陸幹部，平時只須有一位從台灣派去的總經理督導一切就足夠了。這一群盡責的大陸幹部，在設廠一開始就一步步按照著ISO的規範執行；因此大陸廠的營運非常單純且順利。至於接單等重要業務還是在台灣執行，所以大陸廠不會需要太複雜的人事配置；只要生產產品，然後再直接出口，一些相關的交貨、驗貨的問題都沒有。所以太幸目前將生產的重心放在大陸（在台灣只剩下中壢廠），整個公司運籌帷幄的重心仍是在台灣。

太幸對於大陸廣大市場，目前仍持保留的態度，並不打算做內銷，畢竟在做內銷之前要先對品牌等相關事項有把握才行。所以他們從以前到現在都是朝外銷發展，以銷往歐、美一些比較大的公司為主。



各式各樣的产品目錄

以積極創新、重視品質的理念經營未來

太幸是運用單純理念經營生意的公司，他們從來不去應酬，也不去刻意招攬客戶，都是客戶間互相口耳相傳後自己上門來找他們的。他們從不四處自我推銷，對待客戶也不用刻意去招待，頂多是順道帶客戶去吃個飯，盡個地主之誼；這樣質樸的行事風格，或許是與太幸是從工廠起家有關，他們不喜歡那種要給回扣或是應酬的生意，所以他們用單純的心、單純的理念來經營生意。

太幸是一家積極創新、重視品質的一家公司。特別是做代工的生意，最根本之道就是要維持品質，再加上創新性的做法，才能吸引對方；當然若要加強競爭力，

在控制成本方面也要下功夫去研究。不過有時也會有東西做得太好，導致成本太高，客戶很喜歡但卻買不下手的情形發生。加上現在的客人有時要求會很多，常常一出錯就會有一連串的事情發生，所以他們也非常注意一些小細節，以免到時又要花一大堆精力來補救這些小細節上的錯誤。

至於在品質的水準方面，他們則是有一枝超級精密的模範筆，可說是沒半點瑕疵，他們也可以藉此取信於顧客，告訴他們：我的品質是不容質疑的。創新方面，除了符合市場需要之外，他們還會改良簡化，以降低成本，就是因為這樣，所以他們還可以在這市場中生存得很好。他們也一直在尋找加強他們競爭力的方法，這樣才不會被時代的洪流給淘汰。而他們也深信，要在這時代的洪流中不被淘汰，必定得要有一番本事，此即自我優勢。唯有優勢，加上品質、創新的這些理念，才可以在這代工世界生存下來。

對於工廠出身的太幸，他們認為只要有心，並踏實地去做，相信一定會做得更好的。這不僅是他們對自己的期許，也是對後輩的期許。畢竟經營一間公司是要花很多時間與心血去經營的，所以一切一定要紮紮實實地去做，就好像鐵杵磨成繡花針的道理一般，只要有心，成功之日必定也不遠。現今台灣，不再是以前那個物資缺乏的年代，而是個消費的年代，處處皆具商機，不過也處處充滿競爭。在這樣的大環境中，只要有心、踏實再加上遠見，為人所不能為的，這樣成功終究會來臨的。

❖ 隨著時光的流逝，而帶領我們的時光機器也停止運轉。我們深深了解到，工廠出身的太幸和一般公司的不同，而我們也體認到一家OEM代工的公司，是如何突破重圍地在這樣的領域佔有一席之地。這樣的故事，也將在我們的見證下，一直發展下去……

本文訪談小組：侯震育 副理事長、許妙靖、
吳美芳等六人。（詳見本書附錄，頁215）



訪談合照