



案例探討

光陽機車電子化 勇於挑戰傳統

■李玉敏 編撰

光陽機車成立於1963年，是一個本土的傳統產業，曾達成台灣機車市場佔有率六連霸的紀錄。然而，在面對加入WTO後的市場全面開放，以及全球佈局的考量下，光陽機車決定建構一個安全、整合全球化企業的電子化架構，讓產業升級，以資訊技術來解決過去傳統作業的問題，迎戰全球市場。

為達成全球運籌的市場策略，光陽機車建立 Web-based 的使用環境，規劃整體的電子化系統，加強電子化供應鏈之管理，並透過電子化的通路系統，建構經銷點與顧客的服務網絡，強化對經銷商與顧客關係的經營。同時，藉由導入最新資訊科技，縮短產品上市時間、降低成本並提升作業效率。

導入電子化的過程大致可以分為二個階段：

(1) 第一階段的重點在於整合機車總代理與經銷商的通路商 e 化系統：

通路商可透過單一的企業入口網站，查詢採購資訊、合作專案、電子型錄等相關訊息。藉由此電子化工具，可促使下游廠商統一工作流程，除可建立經銷商的管理機制外，並可提升通路效率。

(2) 第二階段的重點在於資料庫系統的建置：

建立市場銷售資訊系統、接單後生管配輸系統、零件／精品經銷管理系統等。資料庫系統內的資訊彙整後，可提供決策人員進行消費者需求分析，做為日後研發時的參考依據。同時，資料庫系統也可提供決策人員最即時的市場資訊及趨勢，有助於隨時對市場現況做出反應。

在整個電子化的導入過程中，自然也遇到一些困難，在不斷的溝通與排除之後，目前電子化是公司的一大利器，有了這些電子化的基礎，就可以順應市場改變，快速應變。對於光陽機車而言，已經從以往單純的製造者思考角度，轉型為製造服務業，不僅可逐步改善經營體質，導入電子化的成果未來更會明顯反映在獲利上。

參考資料：

- 光陽機車
<http://www.kymco.com.tw/>
- 經濟部商業現代化中心電子報 & 雙月刊，62 期個案報導，
光陽 電子化變身，陽光再現
<http://gcis.nat.gov.tw/Moderncom/past.asp?Page=62b1.htm&Style=2&Topic=個案報導>