

新任九江台商協會會長由艾美特電器副董事長蔡正富接任。



A 艾美特

專訪九江台商協會 會長 蔡正富

文 / 林安妮

他是大陸著名的「風扇大王」，過去二十多年來，他在深圳埋鍋造飯，成功在大陸家電圈打響「艾美特」品牌。兩年前，他將生產重地慢慢移到江西九江，要在這裡實現他的「大生產、大物流」戰略。他是現年62歲的艾美特電器副董事長，新任九江台協會長蔡正富。

蔡正富在台商圈頗為活躍，這些年，他經常返台演講，不藏私地分享他的大陸生意經。他更是長年在深圳台協擔任要職，目前也是深圳台協常務副會長。問起他的事業這麼忙，深圳台協的會務工作也不少，何以他還能「分身」接掌九江台協？他輕描淡寫說，九江的地方政府提了好多年，他從2014年就推卻到今年，但是他明白自己的時代任務，那就是要重新擦亮九江台協這塊招牌。

他表示，過去九江台協在前人的努力下，是不少當地台商重要的依靠，也扮演當地台商與地方政府的溝通橋樑。只可惜，過去幾年，九江台協會務工作凋零，九江台協也一直欠缺有力的企業家擔任掌門人，

「停擺多年的台協，讓人憂心，」蔡正富此刻的勇敢承擔，盼能在最短時間內重新凝聚台商、團結台商。

技術人才出身 創建艾美特

蔡正富在1974年從高雄工專電子科畢業，退伍後他就踏進當年最「夯」的產業與公司上班——他在知名的「幸福牌」家電擔任研發工程師。相信不少台灣四、五年級生，對於幸福牌都還有一些印象，幸福牌的手提音響、錄放影機，是年少的青春歲月裡，不可或缺的「時尚」元素。只可惜，幸福牌不幸地在2009年謝幕，反倒是這位曾在幸福牌工作的「昔日員工」，如今卻是大陸家電業界知名的風扇與電暖器大王。

蔡正富說，當年他在幸福牌工作了5、6年，一路從基層員工升到主管，能力很受公司肯定，當時也有外面的公司前來挖角。但是，他在一股獨立創業的念頭下，決定與親戚創業去。不料，這家專做收錄音機出口的公司，最後卻不敵匯率升值、不敵成本而倒閉。

所幸，早年的創業失敗並未讓他放棄創業夢，他指出，這件事帶給他很大的打擊，但也因為這次的經驗，讓他日後處事更加小心、謹慎。蔡正富分析，第一次創業失敗，是因為技術人員出身的他，自信技術為王，忽略了財務管理的重要性，「以前當技術員，只要懂得技術就能勝任，升了主管學會跑業務，殊不知，財務管理對企業管理者，真的很重要。」

創業失敗後，為了還清公司欠款，蔡正富將公司剩餘的零件、模具出售給香港一家貿易公司，再由這家公司將零件銷售給大陸國營企業產製錄音機。為了說服大陸買主下單，蔡正富還充當業務與技術人員，在香港合作夥伴帶領下，深入大陸河北、無錫、廣東等地與各地國企接洽。

不經一事，不長一智，也因為這段清算歷程，讓蔡正富發現剛崛起的「世界工廠」：大陸，可以是他人生的另一個工作戰場。他再次下了一個重要的決

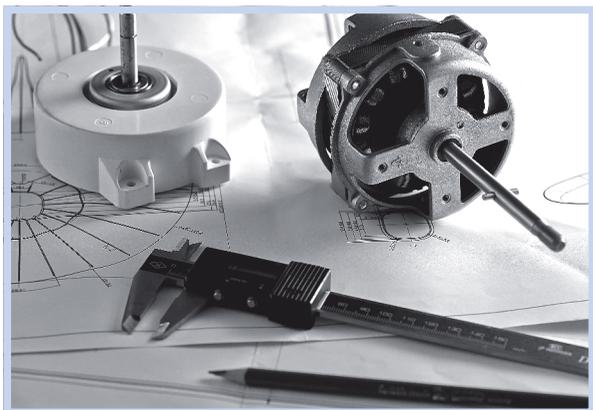
定，他要在深圳重新開始——他要與東富電器創辦人史鴻堯一起開辦「艾美特」，那一年是1991年，台商開始風起雲湧投資大陸的頭幾年。

經營品牌有成 出口內銷各半

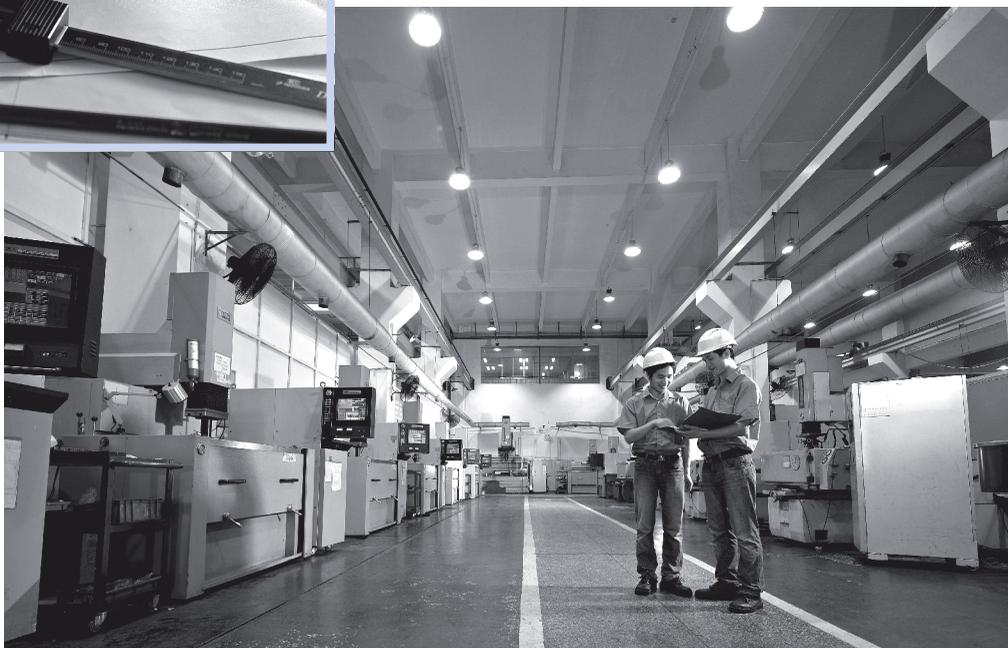
艾美特是大陸知名的家用電風扇、電暖器的專業生產商，目前也是全球最大的家用電風扇生產業者之一。技術人員出身的蔡正富，對於品質要求非常嚴格，早年他為了讓小家電也能有高品質的靜音效果，還特別在工廠設置了一般只有大型家電廠才會使用到的靜音品管實驗室，來測試自家產品，足見他對技術、品質的在意。

他笑說，就是因為我們這麼嚴格，才讓近乎吹毛求疵的日本人願意下單給艾美特做代工生產。據了解，包括日本三洋、東芝、韓國三星等知名品牌，都把艾美特當成是重要的生產夥伴。事實上，過去十年來，艾美特不只是做外銷，也很用心耕耘大陸內需市場。

蔡正富說，目前艾美特的生意，是一半代工、一半品牌，出口毛利低，讓他很早就警覺到，一定要做品牌，尤其是大陸市場這麼大，絕對不能拱手讓人。他分享，這些年艾美特一路在大陸家電市場過關斬將



艾美特是大陸知名的家用電扇、電暖器生產者，也是全球最大的家用電風扇生產業者之一。



的關鍵，就在於，他有決心，且找到適合的人才團隊做研發、做行銷。

蔡正富形容，他在1991年進入大陸市場，1993年自創品牌艾美特，1996年起，就開始組織內銷團隊，培養各省的經銷商，「我看過很多專做代工生意的台商企業家，在利潤好時，賺了好大一筆錢，他們拿來做房地產，或放在口袋過著闊綽的生活，卻忽略了經營企業時時刻刻都要比決心、比毅力，要有持續經營的堅持。」

艾美特專走高端生意，每年必須重砸不少錢做研發，在2014年以前，艾美特都是以深圳當成是生產重鎮。但是這些年，隨著深圳城市轉型速度加快，當年原是邊陲的工業區，如今變成都市裡的鬧區，蔡正富笑說，以前到深圳開工廠，當地土地、人力成本便宜，加上大陸人多不愁缺工，讓不少台商享盡了「人口紅利」，如今時局翻轉，在大陸的生產成本一路墊高，人口紅利沒了，現在反而是多了「土地紅利」（意指當年成本甚低的土地，如今是寸土寸金），讓他有機會把生產重鎮移到九江來，實現他的大生產、大物流之夢。

九江造夢 大生產大物流

九江坐落在江西的北陞、長江中游南岸，是一座擁有2,200多年歷史的江南名城，它境內還有一座大名鼎鼎的廬山。一千多年前，宋代大文豪蘇東坡偶然行遊至江西廬山西林壁，有感於山勢奇美寫下了「題西林壁」，詩句是這麼說的，「橫看成嶺側成峰，遠近高低各不同。不識廬山真面目，只緣身在此山中。」

蔡正富說，九江自古就是魚米之鄉，儘管當地很早就設立了工業區，但是工業發達程度始終不及珠三角。直到這幾年，珠三角生產成本高漲，慢慢有台商北移至此，「九江是江西唯一的出海口，跟隨長江一路東去，還可到上海港，交通物流之方便，可見一斑。」

他說，艾美特在深圳深耕20多年，因生產內外銷家電產品，必須要有大地方來儲存貨品，「我的廠區有15萬平方公尺，不僅不夠用，還得到外面租，

這一租就租了20萬平方公尺，」幾年前，他參加贛台經貿交流會，因緣際會下找到了他夢想中的大地方，足足有40萬平方公尺，讓他決心在九江另闢生產基地。

蔡正富說，現在要做大陸內需生意，絕對不能忽略電子商務的重要性，「物流即是電子商務的重要一環，」他認為，九江的地理條件，不僅讓他可以大生產，還可具備物流能力與實力，目前內外銷各占一半比例的艾美特，在大陸內銷市場上，有三成比例是靠電商拉動，足見電商與物流對艾美特的重要性。

今年是艾美特跨入電商的第6年，不過，起初，艾美特也曾走過冤枉路。蔡正富說，一開始，艾美特是打算自己發展電商平台，但是沒多久就發現，術業有專攻，於是艾美特改變策略，開始找尋如阿里巴巴、天貓等知名電商平台合作，大舉創造艾美特的熱銷效應。

他解釋，艾美特每年花大筆錢做研發，為的就是創造高品質，「艾美特的返修率是非常低的，所以，除了經銷商以外，一般加盟的維修中心都不喜歡做艾美特的維修生意，因為幾乎不需要什麼售後服務，」也因為艾美特的返修率低，反而成為網購電商市場的優勢。他也說，艾美特的策略是，帶著經銷商一起搶攻電商市場，讓利潤可以共享。

政通人和 九江台協開新局

蔡正富事業成功，加上政通人和，他相中九江的同時，也受到當地政府青睞，盼他能夠重振九江台協旗鼓。他笑說，幾年前，當地政府就一直說服他接掌九江台協，但是他認為自己才初來乍到，不大適合，但是他眼見九江台協停擺多年，也不是辦法，思索了幾年，他決定跳上一線，接掌九江台協。

他說，他擔任會長最重要的一件事情，就是團結在地台商，要趕快把老會員名單重新建立起來，要不然現在台協只有陽春的13位理監事，太過單薄。蔡正富長年在深圳台協歷練，對於如何輔導台商、擔任台商與當地政府的橋樑，解決台商在地的生活大小事，相當嫻熟，「等會員重新回娘家後，就可整裝出發了。」