



5分鐘讀懂全美最大鋼鐵及扣件通路王 大成鋼及大國鋼創辦人 謝榮坤總裁



文 / 惠達 施淳真

16年前，有人衝破傳統行銷模式，為不銹鋼產品打造一條虛擬網路銷售系統，採用及時線上銷售平台，成功切入美國不銹鋼百貨產品通路市場；7年前更率先將此系統導入全球標準扣件銷售體系，成功且快速占有市場，去年成功交易的扣件更突破20萬噸。這個人被形容為全美最大的不銹鋼及標準扣件通路王，且也是目前最有可能成為全球標準扣件通路的掌舵者，他正是大成鋼公司(2027)及大國鋼公司(8415)創辦人—謝榮坤總裁。

謝榮坤總裁的通路旋風，真真切切在不銹鋼及扣件產業引領了革命性的產銷模式，其貢獻獲得美國螺絲名人堂肯定，入選為2015年美國螺絲名人堂得主，頒獎儀式也將於今年10月美國拉斯維加斯扣件展晚宴上舉辦。惠達雜誌社很榮幸在此機緣下於大成鋼集團台灣總部專訪 謝榮坤總裁，聊聊得獎感言、入行的心路歷程及經營理念等，讓全球扣件夥伴能有更進一步的認識！

入選2015年『美國螺絲名人堂』，謝榮坤最感謝三星老總李國安

『美國螺絲名人堂』並非以個人成就或其企業上的成功來判定入選與否，而是以其對整體扣件產業的貢獻作為判定標準，也正因為如此，從1982年這個活動開辦後，並非年年皆有人入選，入選的人數更沒有硬性規定，名人堂的歷史性及公信力使其有「螺絲最高殿堂」之稱。

此次入選，可說是生涯的新里程，謝榮坤總裁特別感謝三星老總李國安先生，他形容：「這是知遇之恩，也是再造之恩。24歲大學畢業時，剛好有個機緣進入三星公司擔任業務員，並受拔擢成為螺絲帽機械部門的全球業務經理，這六年的歷練，讓我對全球螺絲帽生態有一個很深入的瞭解，同時也在我的腦海中描繪下了全球扣件業的藍圖與格局。雖然1980年離開三星公司後，跨入了不銹鋼的世界，但不可否認那六年，奠下我敢於2008年接手美國扣件大通路商Brighton-Best，更進一步導入網路產銷系統的很大原因。」

獨大非目標，壯大供應商是大成鋼集團的經營理念

不論是以不銹鋼產品為主營項目的大成鋼，或是以銷售標準扣件立足市場的大國鋼，「台灣運籌、全球採購、全球銷售」是大成鋼集團營運的核心策略，要怎麼確保客戶在每一秒下單後收到品質無虞的產品呢？謝總裁回應：「與供應商的策略合作，『計畫生產』是確保品質的關鍵。」大國鋼與台灣的晉禾、芳生，中國大陸的晉億等等各有專精的全球扣件大廠訂有長期合作計畫，即使是BBI的前身，亦是以內六角螺絲聞名市場的通路商，然而，謝總裁補充說明：「與其說我們與大廠合作，倒不如說我們樂於與重品質、管理佳、配合度高的專業廠商合作，相輔相成，一起壯大。BBI為供應商做到計畫生產的保障，供應商則給BBI品質回饋，一起在扣件市場建立穩健的供需系統。BBI歡迎有共同理念及目標的優秀專業廠商並肩合作，共同成長同時也能為當地市場提供優質的就業機會。」

打造舉世品牌，BBI的事業觸角延伸至手工具。▶



用企業價值吸引客戶，以營銷成本領先同業

企業價值的概念還很抽象，讓我們這麼解釋吧！需求是很原始的慾望，能做到在第一時間滿足客戶需求，或許你贏了一半，但如何創造回流商機，這就是企業價值。謝榮坤總裁介紹著公司產品：「我希望將BBI打造成專業級的工業產品百貨公司。我們有最專業的供應商，我們有最多元的產品線，我們把提貨權交到客戶手中，經過網路下單系統要什麼？要多少？都由他們自己來。今天下單，最遲明天到貨。很難不吸引客戶回流。」

而謝總裁也堅信，將通路架於虛擬空間，是未來市場必行的新趨勢，「大國鋼從單價最高的合金鋼到單價最低的碳鋼扣件都賣，低毛利時代，要想在波動市場中站穩腳步，惟有降低營銷成本換取獲利空間，才能戰勝同業。」從各種分析資料顯示，當經濟規模達到一定程度且銷售產品持續大幅成長時，管理成本反而會維持平盤甚至下降，假以時日，這將是BBI掌握全球標準扣件通路的優勢所在。

觸角延伸，看準美國專業級工業產品的上兆規模

七年前，BBI專注於內六角產品；但從過去五年開始，中碳跟低碳鋼的扣件的銷售總噸數增加了10倍，去年

全球銷售突破20萬噸標準扣件，銷售額達4億美元，而內六角產品仍保有10%銷售比例。配銷網路方面，在美國的倉儲面積從2008年的44萬平方英尺，到2014年的200萬平方英尺，包括加州的長堤、科羅拉多州的丹佛、德州的達拉斯、喬治亞州的亞特蘭大、俄亥俄州的克里夫蘭、伊利諾州的芝加哥及其他主要城市等全美23個據點，近幾年也積極打開如英國、澳洲、加拿大、巴西及紐西蘭等國家的全球通路市場。

回應客戶需要，事業觸角拓展到手工具領域成為BBI的下一個目標，期望透過全球6,000個經銷商客戶等將旗下Proffered® BBI Tools打造成舉世品牌，謝總裁分析：「美國專業級的工業產品市場規模達2.5兆台幣，當然，美國擁有相當知名的手工具百年品牌大廠，但我有自信

透過我們的通路，能在不久的將來成功打入美國手工具市場，進而拓展到全球市場。而我們也不排除能透過購併合作換取技術及通路，要做就做該領域最專業的金字招牌。」

每隔幾年，大成鋼集團總有讓人為之一亮的新動向，而我們也期待下一次的特別專訪有更精彩的報導。 ■

