

Part 3 安全可靠的正新輪胎



關鍵績效

無違反

2016年度台灣與大陸地區並無產品相關法令違反之重大事件。

第1名

MAXXIS HP5輪胎榮獲澳洲 Driving Solutions 評比第一名與歐洲權威雜誌 Professional Driver 評比第三名殊榮。



第1名

於MPV/微客領域連續三年（2014~2016）獲得JD Power中國新車輪胎滿意度研究調查客戶滿意度指數排名第一。

第1條

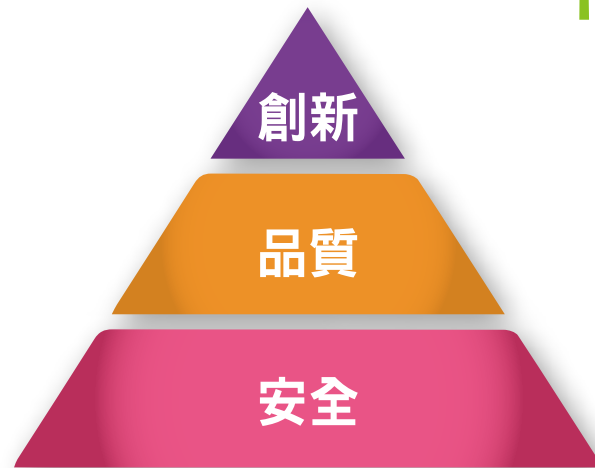
印度廠正式動工生產出第一條輪胎。

前20大

自2008年起，瑪吉斯連續入選台灣前20大國際品牌。

3.1 正新產品價值鏈

自19世紀硫化橡膠輪胎問世以來，輪胎已經是人類各式車輛上不可或缺的一部份。在各式車輛中，輪胎都是保安性質的零件，其品質的優劣，關係到乘坐者的生命安全。因此產品的安全是本公司產品設計、開發及產製過程中最重視的核心價值。墊基於產品安全之上，我們建構出正新的5S產品管理方針：安 全 性〔Safety〕、簡 素 化〔Simplification〕、標準化〔Standardization〕、同步化〔Synchronization〕、綜效化〔Synergy〕。



輪胎產品由橡膠為基本的原物料，主要的產品價值鏈如下：



正新在輪胎的價值鏈中扮演產製之角色，生產安全、高品質的產品，是正新在產業的使命。輪胎產品整體而言，傳統的交叉層輪胎已逐漸被輻射層輪胎所取代，主要為可減少爆胎發生，亦可達到省油、耐磨耗及操安性較佳的效果，而產品發展趨勢則走向低扁平比高性能輪胎。針對市場的需求及人們對環境品質的要求也愈來愈高，在這種形勢之下，以推出高性能輪胎、低滾動阻力輪胎、安全輪胎、智慧型輪胎、全鋼絲輻射層輪胎等等新產品。藉由自主技術的精進，擴大產品差異性，增強企業發展後勁；依靠不斷地擴張主導性產品來開拓市場、佔領市場。

3.2 安全與可靠的正新

在正新對於安全的堅持中，『嚴、恪、明』是我們的對於產品安全的指導原則。我們通過全球各地最嚴格的安全標準，讓正新的標誌得以在世界的每一個角落滾動。並且以恪守法規及明確的產品標示作為我們的最基本要求，讓正新的標誌得以矗立至今近50年不墜。

3.2.1 嚴格的安全標準

輪胎是行車安全中不可忽略的重要環節，正新於產品設計之初就將產品安全視為最重要的核心價值。因為我們對於產品安全的重視，我們通過全球各地嚴苛的考驗並取得產品安全的驗證，對於我們的消費者的安全與健康做最為嚴格的把關。

正新輪胎已在世界各地取得嚴格的安全標章，嚴格的標準驗證讓正新的產品得以在世界的每個角落發光發熱，實踐『Maxxis Everywhere』的品牌精神。



歐洲共同市場輪胎安全標準 E Mark Certificate
from the Economic Commission for Europe (ECE)

DOT

美國交通部道路安全標準



**印度尼西亞SNI認證(Standar Nasional Indonesia ;
Indonesia National Standard)**



巴西INMETRO認證
(National Institute of Metrology, Quality and
Tecnology)



印度ISI認證(The BIS Standard Mark)



中國強制性產品認證
(China Compulsory Certification)

3.2.2 恪守產品法規

輪胎是各式車輛的重要保安零件，各國法規對於輪胎的標準、規格及要求皆有明確及嚴格的規定。而在銷售與行銷上，也必須遵守相關的法令規範，不得有違反競爭行為或是行銷法令之情形。

總公司管理部將是集團法令遵循的最後裁決部門，各地集團企業與廠區亦皆設有專職人員作為與當地主管機關法令遵循事項的窗口，藉以掌握最新的法令動態並藉此隨時調整我們的營運管理。

在產品面的法令依循上，主要可概分為以下法令種類：

- 1.產品規格與標準法令：如各國對於產品的規格規範及安全係數設定等
- 2.產品標示與資訊揭露法令：對於產品上的標示規範及應揭露公開的資訊規範
- 3.產品銷售與推廣法令：如反托拉斯、廣告與行銷上應遵循之法令
- 4.產品使用與服務提供法令：如一定年限以上輪胎不得加以使用或不符品質的產品銷售。

我們對於法令的遵循一向秉持嚴格的遵循標準，在2016年度之中，針對以上敘述之法令範圍，正新台灣與大陸地區並無發生重大違反事件，與主管機關及當地居民的法令遵循溝通管道亦無收到重大申訴事件。

對於客戶所提供之智慧財產權及客戶的隱私資料，對其儲存、領用皆予以管理維護，並且對客戶合同產品、正在開發中的專案及相關產品資訊等予以保密。2016年期間台灣與大陸地區皆無發生因侵犯顧客隱私權或遺失顧客資料的書面投訴。

2016年間，美國商務部宣布對中國內地製TBR（卡客車輪胎）實施反傾銷、反補貼之處置。而因大陸地區所產製之卡客車輪胎並無銷售美國，故對於正新並無產生影響。

針對法令遵循事項，我們也開放公開管道讓利害關係人得以直接與正新聯繫溝通：

免付費諮詢服務專線 0800-092123

(服務時間：週一~週五 AM08:00~PM05:30)

客服中心E-mail： svc@mail.cst.com.tw

3.2.3 明確的產品標示

為幫助消費者能挑選適合自己的輪胎，全球各大市場皆有對於輪胎產品的標示規定，本公司產品銷售遍及全球，各類產品全數符合銷售地區產品資訊標示的法律法規要求。

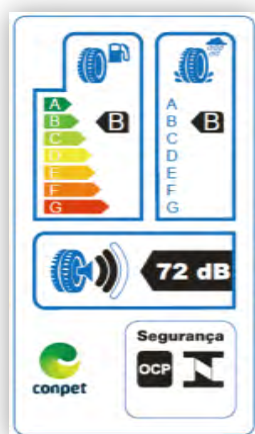
各區域國家並因應環保及安全概念，制定輪胎認證標籤法規，主要針對輪胎滾動噪音、濕地抓地力以及滾動阻抗進行規範。且車用輪胎皆須於胎面張貼輪胎滾動噪音、濕地抓地力以及滾動阻抗性能等級之標籤標示。正新銷往各區域國家的輪胎皆符合法規規定。

歐洲

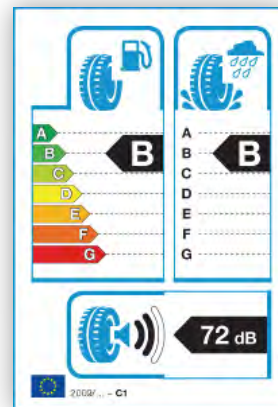
自2012年11月起輪胎銷售歐洲皆須於胎面標示符合(歐洲經濟共同體EC 1222/2009)的標籤紙，即為輪胎滾動噪音、濕地抓地力、滾動阻抗性能等級標示(Labeling)規範，而正新銷往歐盟國家的輪胎即已都符合這項規定。



● 沙烏地阿拉伯輪胎標籤釋例



● 巴西輪胎標籤釋例



● 歐盟輪胎標籤釋例

沙烏地阿拉伯 / 中東海灣國家(GCC)

沙烏地阿拉伯標檢局與商業部制定出口至沙烏地阿拉伯管制產品之規範及監控辦法。在此辦法中，產品必須符合SASO標準或SASO認同的同等標準，始能在沙烏地阿拉伯加以銷售，並至2015年開始實施，而所有正新銷往該地的輪胎即已都符合這項規定。轎車用輪胎於2016年1月、商業用及卡客車輪胎2017年1月出口至中東海灣國家須符合濕地抓地力及滾動阻抗性能等級標示(Labeling)規範，而正新銷往中東海灣國家的輪胎即已都符合這項規定。

巴西

巴西法規規範，車用輪胎於2016年11月出口至巴西須符合滾動噪音、濕地抓地力及滾動阻抗性能等級標示(Labeling)規範，而正新銷往巴西的輪胎即已都符合這項規定。

自願性標籤標示實施

韓國

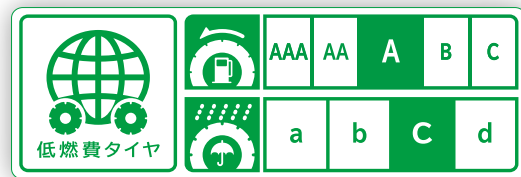
Tire Efficiency Rating (Labeling) System
自2012年11月實施。



● 韓國輪胎標籤釋例

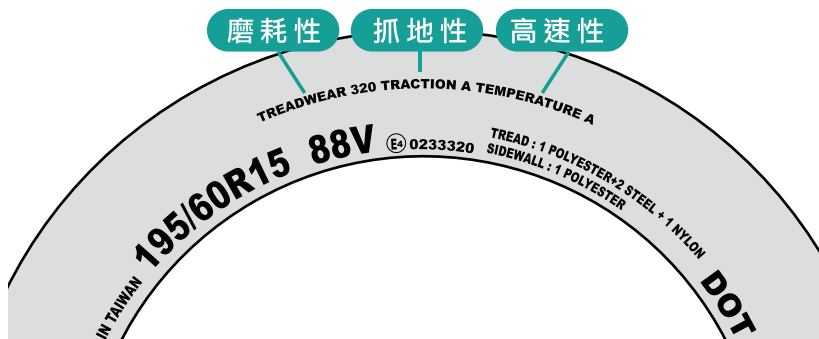
日本

Guideline for tyre labeling to promote the use of fuel efficient (labeling system)自2011年12月實施。

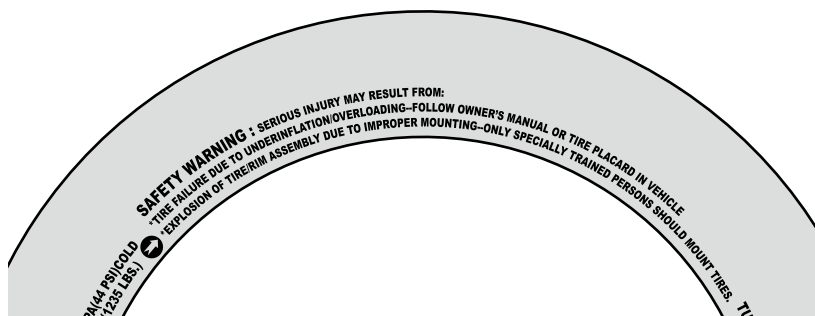


● 日本輪胎標籤釋例

北美標籤法屬推薦性質，並無強制性。本公司要求所有銷北美之PCR輪胎產品，均須符合Uniform Tire Quality Grading standards(UTQG)及胎邊警語標示始可販售。



● 輪胎胎邊UTQG標示

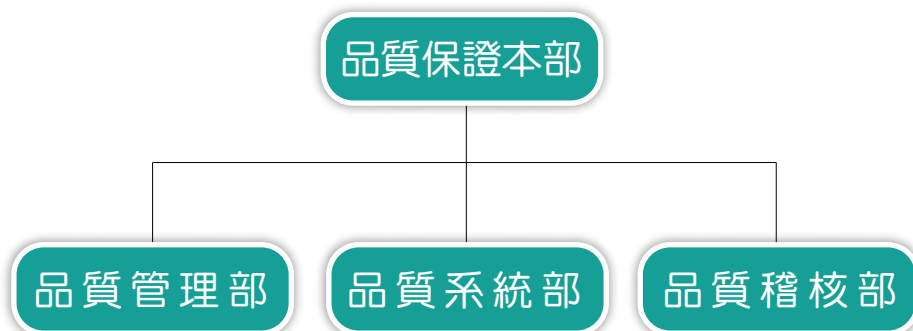


● 胎邊警語標示

3.3 產品品質管理

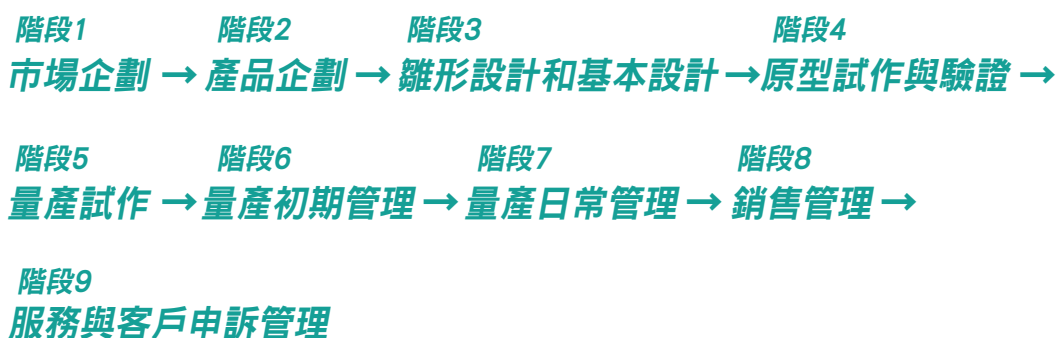
3.3.1 品質第一，顧客滿意

「品質第一，顧客滿意」是正新的產品核心競爭策略，也是正新得以在國際間競爭的本錢。品管的制度上，正新落實日本的全面品質管理（TQM），設立專職的品質保證本部，並轄有品質管理部、品質系統部及品質稽核部。



部門	執掌
品質保證本部	全公司品質保證制度、品質改善及標準化之規劃、推動與管理
品質管理部	中間工程標準化活動、製程稽核計劃、執行與管理
品質系統部	品質管理系統建立、維護與管理
品質稽核部	品質管理系統內、外部稽核計劃對應、執行與管理

品質保證本部基於「品質第一、顧客滿意」的品質基本政策制訂正新的品質管理架構，分為9個品質管理階段。



為使員工具有正確的「品質」觀念，促使全體員工對產品、工作、服務等專案都堅持著以「品質為優先」的想法與作法。

而正新的品質管理並通過ISO 9001之認證，並做為我們品質管理政策與標準程序開展的依據與指導方針。

正新每一位新進員工入廠時均須接受品質相關基本教育，從一開始就灌輸公司「品質第一」的基本核心觀念，另在每年的定期教育以及各階層人員的訓練中也安排了對應的品質相關課程，持續強化公司對於品質的堅持與管理的精進，2016年度台灣地區參與訓練達13,876人時，大陸地區參與訓練達26,152.5人時。

3.3.2 供應夥伴、攜手正新

正新一直以來都以經營夥伴的角度來經營與原材料供應商的關係，以TEAMWORK的概念追求與供應商緊密的長期合作關係，期許能永續經營並創造雙贏局面。原料、設備和模具為本公司的三大類供應商，其中又以原料採購為大宗主要有生膠、人造膠、簾布、碳煙、鋼絲及鋼絲簾布等，約佔總採購金額80%。

本公司2016年度原料採購數量及2014年度至2016年度之在地採購比例如下：

台灣地區：

原料名稱	2016年度 採購數量(噸)	在地採購比例		
		2014年	2015年	2016年
生膠(註1)	35,350	0%	0%	0%
人造膠	38,288	40%	50%	47%
簾布	8,727	49%	51%	48%
碳煙	36,628	99%	98%	98%
鋼絲及鋼絲簾布(註2)	14,742	0%	0%	0%

註1：生膠主要產地為泰國和越南、中國等地，台灣因地處非產膠區，完全需仰賴進口。

註2：台灣無輪胎鋼絲及鋼絲簾布生產廠商，故需仰賴進口。

大陸地區：

原料名稱	2016年度 採購數量(噸)	在地採購比例		
		2014年	2015年	2016年
生膠	66,055	94%	95%	95%
人造膠	60,892	61%	59%	56%
簾布	10,821	77%	84%	89%
碳煙	66,288	100%	100%	100%
鋼絲	12,712	95%	98%	98%
鋼絲簾布	24,935	100%	100%	100%

正新重視每一個交到消費者手中的產品，也以此作為我們選擇合作夥伴的指導原則：

- (1) 主要供應商的產能規模能充分供應生產需求。
- (2) 供應商有較多的工廠數目，能在突發狀況下立即調度。
- (3) 主要原材料供應商，至少需取得ISO9001:品質系統認證。
- (4) 原材料之生產工廠需經由集團考核確認，包括公司的經營許可與產品生產之合法性。

正新對於我們的供應商有嚴謹的審核流程，流程分別是產品驗證、資格審查及實地訪廠，作為審核供應商的基準。新合作或是提供新產品的供應商將會進行產品驗證。在供應商實地訪查的重點項目中，環境面向中我們特別注重符合歐盟化學品安全和材料成分（如IMDS/REACH），在勞工與人權面向中，我們注重供應商不得招聘童工並應針對勞動健康安全/環境進行培訓。我們將供應商評鑑的結果分為A, B+, B, C共計4個不同評鑑結果等級。

對於已認可供應商本公司按年度供應商交貨品質績效分級安排再評鑑，如該供應商年度成績均為A級者則至少每三年安排再評鑑一次，其流程同新供應商認可流程，以確保供應商品質持續進步。

供應商實地稽核審核結果分級

A級供應商：90.0~100.0：合格,優先採購並可增加採購訂單。

B+級供應商：85.0~89.9 / B：80.0~84.9：合格

C級供應商：<79.9：需再改善,複查後方可判定為合格

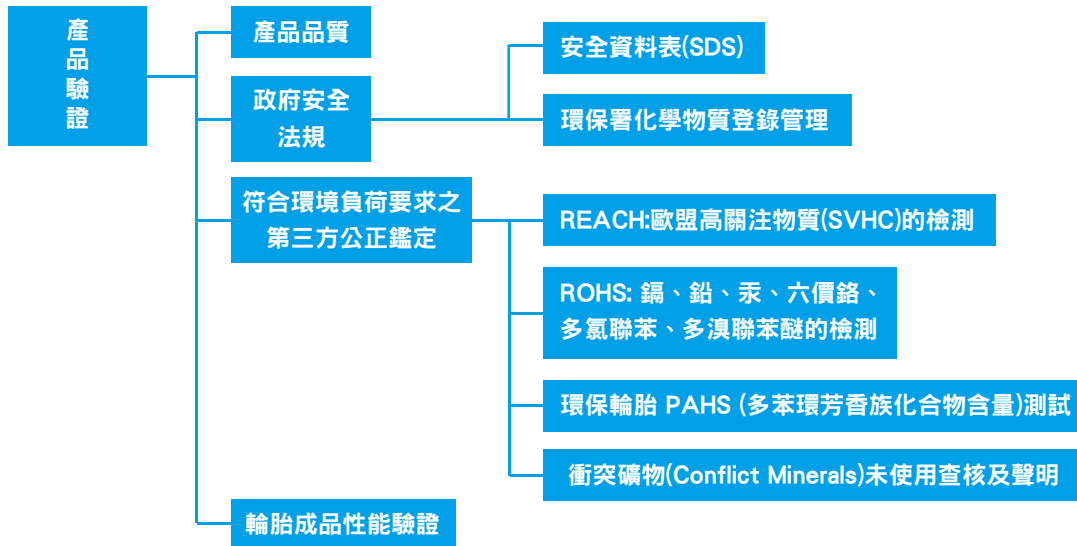
台灣地區

新供應商	新供應商考核	0家	無	
既有供應商	實地考核	17家	A級：7家 B+級：7家	B級：3家 C級：0家
	供貨能力績效考核	81家	A級：81家 B+級：0家	B級：0家 C級：0家

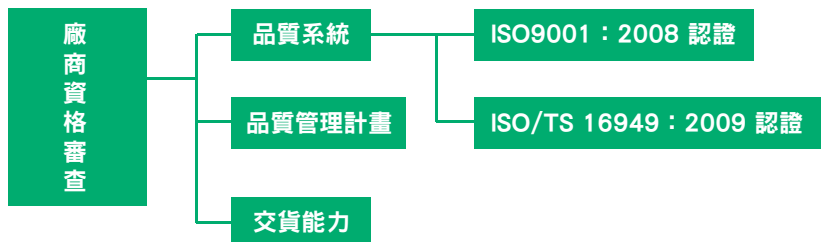
大陸地區

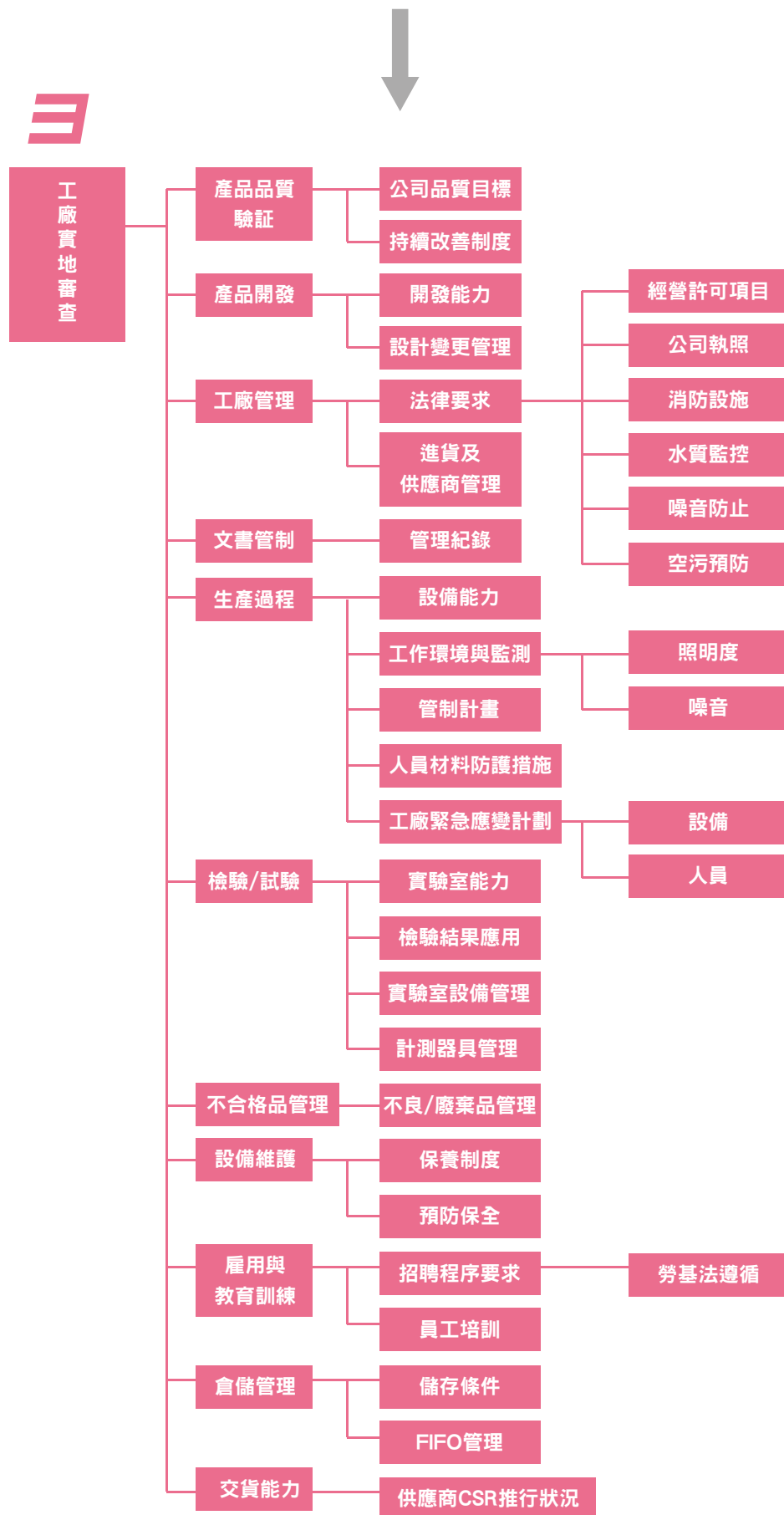
新供應商	新供應商考核	12家	A級：1家 B+級：4家	B級：7家 C級：0家
既有供應商	實地考核	43家	A級：10家 B+級：23家 符合（針對天然膠）：6家	B級：4家 C級：0家
	供貨能力績效考核	109家	A級：107家 B+級：2家	B級：0家 C級：0家

1



2





除了供應商考核與評鑑外，本公司要求原材料供應商，每批貨物均需提供品質實驗室或第三方機構之檢驗報告，入廠後正新還會逐批檢驗或抽驗來確保原材料的供貨品質。除了自身產品的品質控管外，並往上溯源，要求上游源頭投入原料的品質，以確保提供給消費者更安全、品質更有保障的產品。2016年間，直接材料和間接材料供應商中，台灣與大陸地區在供貨能力績效考核分別為81家及109家，而三年的考核結果，在正新定義的A級供應商中則佔全部供應商比例的90%以上。

3.3.3 客戶滿意、正新動力

「顧客」是企業最重要的資產，「顧客滿意」則是正新最重要的經營方針之一，是我們最重視的部分。除了高品質的產品及優質的服務外，我們更提供暢通的管道與消費者進行接觸。我們掌握每一次服務顧客的機會的時刻，提供質精可靠的產品。不論是汽車公司、經銷商或是消費者，我們都希望能盡最大的努力完成顧客所託，讓正新輪胎立足全世界。

客戶導向為近幾年公司推動的政策之一，於推動客戶導向之前需了解客戶真正的需求，於本公司每年度皆會透過滿意度調查進行國內市場分析，調查項目包刮花紋設計、操控性、寧靜性、舒適性及磨耗性等做分析，由經銷商協助發放問卷或於新產品發表會及相關活動對消費者進行調查，2016年台灣地區消費者滿意度調查問卷總計發放125份共回收101份，回收率為80.8%，其調查結果如下：

客戶類別	調查項目（如：品質、交期、整體滿意度等）	2014年 得分	2015年 得分	2016年 得分
終端 消費者	花紋設計	3.83	3.96	3.76
	操控性	3.68	4.25	3.64
	寧靜性	3.59	4.31	3.54
	舒適性	3.64	4.01	3.71
	磨耗性	3.57	3.62	3.58

備註：問卷調查計分方式5分為非常滿意，4分為滿意，3分為普通，2分為不滿意，1分為非常不滿意。

大陸地區因為主要客戶為品牌汽車與經銷商，故在大陸地區即以該二類客戶客戶滿意度調查對象，並以每半年作為調查頻率近三年調查結果如下，並對經銷商增加經銷商商務政策與通路政策之面向，並以加權平均後加以計算：

客戶類別	調查項目（如：品質、交期、整體滿意度等）	2014年 上半年 得分	2014年 下半年 得分	2015年 上半年 得分	2015年 下半年 得分	2016年 上半年 得分	2016年 下半年 得分
汽車品牌 客戶	交期	28.8	29.3	29.4	29.4	29.5	29.6
	品質	28.9	28.8	28.9	28.9	28.7	28.5
	價格	7.3	7.4	7.5	7.7	7.9	8.1
	開發	13.3	13.2	13.5	13.9	13.6	13.7
	服務	14.2	14.3	14.5	14.7	14.8	14.7
	OE客戶總分	92.5	93	93.8	94.9	94.5	94.6
經銷商客戶	轎車類產品	82	82	81	82	84	85
	SUV類產品	82	82	82	83	85	85
	越野SUV類產品	84	83	86	86	88	89
	Commerical	87	89	88	89	88	92
	服務	82	84	83	84	85	88
	促銷	71	71	71	74	77	81
	品牌宣傳	73	76	74	77	80	82
	經銷商商務政策	—	—	—	—	78	82
	通路政策	—	—	—	—	79	83
	平均分	80	81	81	82	83	85

註：

在MPV/微客領域連續三年（2014~2016）獲得JD Power中國新車輪胎滿意度研究調查客戶滿意度指數排名第一”。而HP5產品榮獲2015“汽車族”雜誌年度車輪獎。

因為我們對於客戶的重視與品質的要求，正新的產品屢獲國家及客戶肯定，更激勵我們持續往前邁進的動力：



通用汽車最佳供應廠商獎



福特六和特優金鑽獎



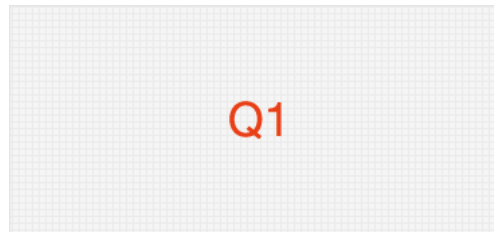
TOYOTA出口日本優良獎



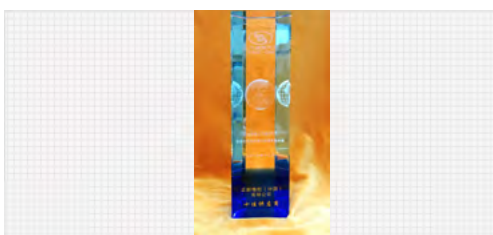
TOYOTA品質優良獎



中華民國品質保證



福特汽車Q1品質獎



通用十佳供應商獎



廣汽傳祺十佳供應商獎



福建奔馳優秀供應商獎

3.4 技術領先，創新正新

3.4.1 綠色技術

輪胎產品整體而言，傳統的交叉層輪胎已逐漸被輻射層輪胎所取代，主要為可減少爆胎發生，亦可達到省油、耐磨耗及操安性較佳的效果，而產品發展趨勢則走向低扁平比高性能輪胎。針對市場的需求及人們對環境品質的要求也愈來愈高，在這種形勢之下，以推出高性能輪胎、低滾動阻力輪胎、安全輪胎、智慧型輪胎、全鋼絲輻射層輪胎等等新產品。藉由自主技術的精進，擴大產品差異性，增強企業發展後勁；依靠不斷地擴張主導性產品來開拓市場、佔領市場。

本公司針對以上市場需求，持續不斷的研究開發出各系列的高性能輪胎、省油環保胎、低滾動阻力輪胎、安全輪胎、全鋼絲輻射層輪胎…等新產品，並致力於自主創新研發技術來提升產品性能，期許能提高產品鑑別度，大幅開拓並攻占市場，增強企業發展力。

在致力低滾動阻力產品研發上，藉由新材料、新配方、新製程、新模擬技術的應用，進而低減輪胎滾動阻力。輪胎滾動的阻力與車輛行駛時的燃料消耗有著正相關的關係，滾動阻力大之輪胎會有較高的燃料消耗。產品研發成果顯示，以205/55R16規格產品而言，較舊品可提升31.5 % 性能。

安全產品的研發：

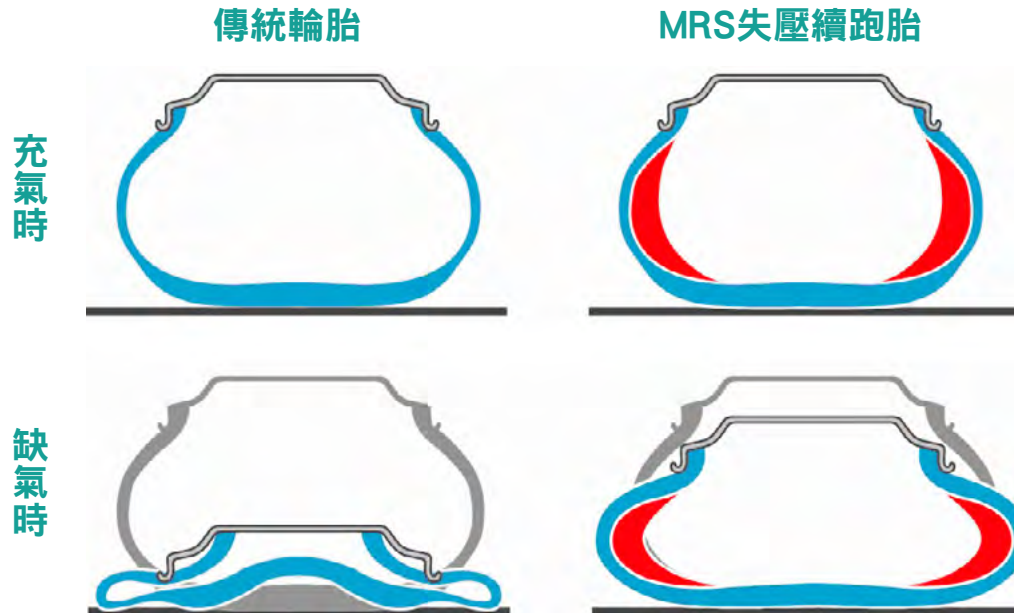
為了顧客的行車安全，正新近年致力於開發行車安全的產品，具有代表性的是 Victra M36+ RFT(失壓續跑胎)，其產品特點為：

- 1. 在失胎壓狀態，短時間內仍保有一定的轉向及操駕功能，可避免因胎壓驟失而導致車輛失控的風險。
- 2. 在胎壓為零時，仍可以時速 80kph 行駛 80km 的距離(ETRTO規範)，使駕駛能夠安全的行駛至更換輪胎的地點。



Victra
M36+

- 3. MRS 系統，累積了正新長年的技術及科技經驗，可提供失壓續走行功能，同時亦兼具濕地操控與良好耐磨性。



- 4. MRS 缺氣用輪胎，在缺氣狀態下，仍可保有與地面的接觸，維持基本的操駕功能，更能提供消費者安心、安全的駕駛。

除此之外，正新大陸地區昆山廠區更榮獲多項外部肯定：

2015年被授權“江蘇省綠色安全輪胎工程技術中心”稱號。

2015年複審再次獲得“高新技術企業”。

2015年榮獲“重點企業研發機構”。

我們知道創新與技術是在輪胎產業維持競爭力的主要因素，正新掌握著市場最新的脈動，傾聽客戶的需求，持續開發貼近消費者需求的新產品及技術。