

重建通路秩序 找回安控新價值

轉自 IDS 智慧安防雜誌
緬品科技 林穎湘

近幾年，台灣安防市場紮紮實實的洗了一次牌，在製造、代理、通路經銷等通路體系上換了一輪新血，甚至在產品的品牌市占率上也重新分配，這當中，最耀眼的黑馬，便是從中台灣發跡的緬品科技。

金融業出身的林穎湘，本身是學經濟學出身，捧著金飯碗的他，自然成為家中期許，卻為了陪伴母親與家人，放棄了台北的高薪工作，毅然決然地回到了台中，96年成立了緬品科技，以銷售電纜電線為主，開啟了林穎湘的創業之路。

因為客戶都是水電工程公司，所以除了銷售電纜線給水電的客戶之外，也開始承攬水電客戶統包的弱電工程，也因此對於工程上的磷毛鳳角，比起一般供貨商來的了解自然來的深入。這段承攬工程的經歷，讓林穎湘對於產品品質異常堅持，也造就了緬品科技從成立開始，其所銷售代理的監視設備就是高端機種。

承攬工程的那段時光，林穎湘對於供貨商在通路價格上的控管與誠信相當重視。到現今緬品科技成為供貨商後，自身對於通路經營的價格控管與誠信也自律甚嚴。「我要求供應商產品不能有瑕疵，因為我希望跟供應商建立的是長期的合作關係，從公司成立到現在，我的供應商除了品質變差的、對市場價格與機制不控管的以及沒有誠信的被我換掉之外，其他的供應商至今沒有變過。」

這種與供應商共榮共存的關係，也成為了緬品科技近年在中台灣異軍突起的關鍵因素之一。「有很多產品是我們要求廠商開發的，例如可取，最近推出1200萬畫素的機種就是我們提出的需求，他也針對我們的需求研發出了IOT的機種，適合DTV的機種，我們的需求它負責去做的，我們負責幫大家一起賺錢。」

目前，緬品代理的產品品牌，從專賣海康威視，到近年增加了可取以及HONEYWELL、OGA智慧家庭等產品，也展現了林穎湘對市場的趨勢及布局能力。海康從2015年起連續三年是全球第一的品牌，台灣製造的可取也是數一數二的國產品牌，因此，普銷機種以海康及可取為主，而HONEYWELL目前是全球第二大安防品牌，專案工程及高端應用市場以HONEYWELL為主，在未來趨勢的方面，這三大品牌目前都針對AI及IOT智慧家庭提供了智慧分析的解決方案，結合OGA智慧家庭的部分，可謂將安防現在及未來的應用領域全部涵蓋了。

但多了幾個品牌，在通路上怎麼分配呢？林穎湘表示：「你會發現，我們每個品牌的合作夥伴都不一樣，因為各自有各自專精的領域，不會有衝突，如果真的不小心碰到了，我能來協調。這就是我的價值」，因為擅長計算與統計，市場份額與配額林穎湘瞭如指掌，因此，每一個品牌在每一個區域有多少合作夥伴，都在大家能有足夠的利潤前提下分配妥當。「可以確定的是，拚價格搶客戶在我們的體系中是不會存在的」林穎湘充滿自信的說。

「安防的利潤被剝削，不是被客戶剝削，而是被批發商自己剝削掉的，也因此，安防要找回價值的第一步，就是重新建立通路秩序」-林穎湘秩序要建立，就會得罪人，緬品科技也在建立通路秩序時得罪了不少盤商，但林穎湘表示「品牌有品牌的價值，服務也有服務的價值，不能因為清庫存、搶客戶、殺市場而破壞好不容易

建立起來這目前稍見雛型的新秩序，台灣的安防市場才能重回光榮時代。」這條辛苦的路，某種程度要耐得住寂寞，也要抵擋得住誘惑，林穎湘說：「當大家都能透過這新建立起來的秩序賺到錢時，就會認同跟肯定了」。

當問到幾年來對於經營上的心得時，林穎湘露出開心的笑容，微笑著表示：「從小就希望我可以跟一群兄弟打拼，緬品的員工每一個都是開心的，即使是離職員工，對緬品也大多是褒多於貶，這11年之間得到蠻多的，員工對公司的向心力應該算在業界蠻前面的」他繼續表示「公司經營不外乎產品、平台、銷售，緬品現在產品沒問題，員工盡心盡力，通路體系健全成長，每個合作夥伴都能因為這樣的規劃與布局賺到錢，也就能找回安防的價值跟榮景」。

