

## 振泰洋酒有限公司

## 潘子良 以信任代替管理 以誠信贏得支持

振泰洋酒有限公司，代理世界各國知名品牌酒類，銷售通路涵蓋五星級飯店、美食餐廳、量販店、超市及便利商店，行銷網路遍及新竹以北，提供最完整多元的酒類品牌。文／洪詩茵 攝影／楊樹山



**低** 沉宏亮的嗓音、簡短精準的回應、隨意瀟灑的態度，振泰洋酒

有限公司董事長潘子良以「氣度」管理公司、以「目標」要求業務、以「誠信」經營客戶。這個土生土長的台北囡仔，

從一個酒商業務做起，慢慢積累自己的事業資產，成就今日行銷通路遍及新竹以北、知名酒類品牌最完整的振泰洋酒。

### 目標準確 精準投資未來

潘子良並非一畢業就進入酒商擔任業務，其原本在緯來電視台擔任攝影助理一職，後來並轉至製作部工作。在緯來電視台待了一年多時間，潘子良深覺這份工作不僅薪水微薄，而且也看不到未來。正當他對當下工作茫然的時候，一位朋友在宏豐洋酒（即今日的帝亞吉歐、軒尼詩等）擔任業務工作，得知宏豐洋酒正在招收業務人才，就建議他來試試，潘子良就這樣進入洋酒這一行，一路走出今日成就。

潘子良進入洋酒這一行的時機，正是台灣洋酒景氣最好的時候，加上以前的酒品代理商只有三家，所以那時的酒品業務非常好做，而宏豐代理的又是大品牌洋酒，當時的他可以很輕鬆、自信地與客戶談合作。但在宏豐服務四年之後，潘子良選擇毅然離開，轉為入股朋友開設的洋酒公司，他說：「洋酒代理商非常重視學歷及語言，而我在這方面的條件並不佳，即便待得再久，職位也很難升得上去。對於我的人生規劃來說，這份工作同樣沒有投資價值與未來性，所以當朋友因為想擴大營業而邀我入股，我沒有絲毫遲疑就加入了！」

### 穩健經營 點滴累積資產

潘子良是十六年前入股洋酒公司，一



點一滴累積經營成本，才於十年前創立振泰洋酒。問他為何另創立公司品牌？他提到，原本入股的公司主要的銷售通路在酒店、7-11等店家，因為通路過於侷限，當市占率到達一個階段就會碰到瓶頸，加上當時政府又力行掃黃政策，因此，勢必得另闢通路。考量到酒店通路畢竟與一般通路有區別性，潘子良才決定另成立振泰洋酒，將通路鎖定在與人們消費生活較為相關的飯店、餐廳、量販店、超市及便利商店等，而事實也證明，這一步棋走對了！

潘子良不諱言，創業初期真的非常辛苦，因為他們沒有雄厚的資本，而經銷酒品這一行又非常耗費資金，必須先投下資金向代理商進貨，再慢慢行銷出去，資金才可以回收。他表示：「我做事情比較穩健保守，不喜歡借錢做生意，因此，都是一個品牌、一個品牌慢



潘子良董事長喜歡旅遊，常接受代理商邀請旅遊世界各地，也藉此增廣視野與見聞。

慢經營，一點一滴累積資金，才將公司壯大至今日規模，得以提供業界最完整多元的洋酒品牌，以及最順暢的銷售模式。」問他事業成功的祕訣，他也不吝嗇地分享，是「互信」、「人脈」及「信譽」，過去和他同時期進洋酒這一行的人，有許多人今日都已經是各大代理商的經理級以上主管，因為關係經營良好，在互信基礎下的合作自然穩健，而且長久以來的誠信經營，也讓合作廠商相信「振泰經銷，絕非假酒」。

### 不管理哲學 效率為先

業務出身的潘子良，堅持以「不管理」的方式管理員工，他指出，制式的管理方式會失去效率，舉例來說，以前他在宏豐工作的時候，每週開會一定要

提出報告，造成業務即便碰上問題也習慣性地累積到週會時才報告，這樣很容易失去先機。在振泰，「我給業務絕大的自主權，若真的碰到難題，我也要求他們立刻通知我，以便即時做出對應處理，以免錯失良機。」潘子良應徵業務人員，從不預設立場，他認為每種業務性格都各有優缺點，只要對客戶的脾胃即可，當他發現公司的A業務總搞不定某客戶時，就會檢討狀況，將客戶轉由B業務服務，「沒有好不好，只有適不適合，作為管理者，要把對的人放在對的位置上。」

問及未來對振泰的期許？潘子良坦承，這幾年經營上也開始碰到瓶頸，經濟景氣愈來愈低迷，連帶也影響到酒品的消費力，以前二千多元的洋酒賣得最好，現在已變成一千多元的洋酒比較暢銷，而且還有逐年往下降的趨勢。此外，大品牌洋酒的利潤也比較低，因此，近年他們開始接洽經銷小品牌洋酒，以小品牌洋酒增加利潤。碰到問題、尋找對策，一直以來，潘子良都是以這樣的態度經營企業，也度過一次又一次的難關，他期望明年板橋的新廠房成立之後，能為公司帶來全新氣象。