

吸引力國際 原廠正品 平行輸入 黃明傳 專注需求 全力滿足消費者

文／洪詩茵 攝影／余秀萍 部分圖片／擷取自「吸引力 - 生活好物」LINE 官方帳號

成立近 30 年時間的吸引力國際有限公司，從 1 人到如今擁有 70 名員工，從國內貿易到國際貿易，從單純的採購業務到提供客製化 OEM、ODM 代工生產服務，從汽機車用品、油品到生活用品的批發業務……，雖然業務範圍越來越多樣化，創辦人黃明傳執行長始終堅守「需求」導向，供應國內業者與一般消費者更多元、更優質、更實惠的產品選擇。疫情期間，別人是要



吸引力國際創辦人黃明傳執行長。

勒緊褲腰帶撐下去，在生活用品的帶動下，吸引力的業績卻是爆炸性成長，他是白手起家的最佳見證，也是怏怏吃三碗公的企業典範。

掌握商機 勇敢翻轉人生

出生礦工家庭的黃明傳，家中有九個兄弟姐妹，他排行第七，國中畢業就在汽機車材料行當學徒，學習汽機車零件、油品相關的專業知能，因為當兵曾短暫離開該家汽機車材料行，退伍之後，在老闆賞識下，雖然回到原汽機車材料行上班，但他對未來卻有了不一樣的期許，期望從事更有發展前景的工作，於是轉而投入業務領域，這個轉換奠定了未來吸引力國際的發展基礎。

黃明傳在前公司服務 15 年時間，與上游廠商建立了非常深厚的情誼，還未自行開業的時期，就曾經跟上游廠商帶貨出去銷售，當時的老闆也睜一隻眼、閉一隻眼，隨他發展，結婚生子之後，經濟壓力越來越大，自己開業的念頭油然而生，那時的他大概才 31、32 歲，「當時前公司的員工已經越來越少，加上前老闆的兒女都在國外，早就有了退休的念頭，於是在我提出辭職之

後，老闆很乾脆地決定結束營業，甚至大方借我創業資金。」這就是吸引力的起點。

對「商機」的敏銳度是企業壯大的根本，那個年代，汽機車用品、油品的資訊不是非常普及，黃明傳在國內貿易商的建議下，開始與國外廠商接觸，他表示：「吸引力在成立 4、5 年後，開始觸及國外產品，正式進入國際採購貿易的領域。」

除此之外，「高壓線」的改良開發，更為吸引力奠定了壯大的基礎，黃明傳驕傲表示：「換了我們家的高壓線，汽車不僅更好開、更省油，我們也藉這個機會開拓了東南亞的外銷市場。」

成立 29 年來，吸引力在台灣各地已經累積 6,000 家以上的客戶（含汽車材料、汽車百貨及大賣場、潤



黃執行長暢談創業的故事。

滑油經銷商、汽車保修廠、自排變速箱專業廠、機車行、五金通路、工廠等），近年更加上網路電商以及家庭用品的通路，黃明傳指出：「從事這個產業要有市場敏銳度，我們從需求端切入，平行輸入各國知名品牌的產品，進一步建立信任關係之後，也有益未來品牌代理的洽談。」目前吸引力國際代理的品牌包括「AVIA、WOLVER、VOLTRONIC、MILRES OILS、YACCO、YUKO 油酷、SPORTLINE 司博耐、APP」等機油（潤滑油品）品牌，以及「PLATINUM 液態鑽石隱形保護膜」汽車護理品牌。

全新市場 跨域投入生活用品

六、七年前，吸引力國際從汽機車零件、油品跨域切入生活用品的國際採購貿易，實為企業危機與轉機的最佳展現，黃明傳坦言：「過去，吸引力的業績有七成來自機油，電動車的崛起，對吸引力來說無異於一個『危機』，因為未來機油的市場需求勢必縮減。就在意識到危機的時候，因緣際會，離職的員工回來洽談歐洲生活用品的採購合作，當時好市多販售的寶滢洗衣精迅速竄紅，市場需求非常大，這位員工希望從國外採購寶滢洗衣精回台販售，但他手上沒有資金，所以就來找我談合作，當時的想法很單純，就想

著試試看也沒有損失，於是進口了一貨櫃的洗衣精，沒想到一下子就賣光光，這次的合作讓我們看見生活用品的龐大商機，於是決定投入這塊領域，也為企業開闢另一個全新的市場。」

從吸引力投入家庭生活用品至今，業績迅速成長，目前生活用品的業績表現已與汽車用品、油品的業績持平，進口的國家更擴及歐洲、日本、韓國、美國等等，多達 600 ~ 700 樣品項，大多是非常知名的品牌，更有國內尚未引進的熱銷代購品牌，黃明傳笑著表示：「我們的優勢在於品牌多、商品多，是各家購物網站、部落客、直播主、代購團背後的最強支援，我們也提供生活用品禮盒的採購服務，客戶只要給出禮盒的預算，我們就能夠在預算範圍內，為客戶搭配最經濟實惠又有面子的生活用品禮盒。」

吸引力國際從一家小小的汽機車材料行，發展到今日規模，業務項目包括全球採購貿易、經銷批發服務，以及品牌代工生產，兼營客製化 OEM、ODM 之代工生產服務。除了持續專注在汽機車油品、用品的進出口之外，現更擴展至尋找全球各地的優質生活商品，包括居家清潔、個人清潔與各式生活用品等，主要服務各批發通路、汽機車保修廠、百貨賣場、購物網站等，提供國內業者與一般消費者更多元、更優質的產品選擇，豐富多樣化的品牌與產品選項，奠定了吸引力的競爭優勢。



吸引力設置極大的倉儲空間，可以大批量進口原廠正品，以量制價，提供消費者最經濟實惠的選擇。



吸引力提供客製化服務，可為客戶依照預算量身訂做生活用品禮盒。

需求取勝 開發更多新選擇

黃明傳說不出一嘴頭頭是道的生意經，問他如何選物、判斷市場需求？更不藏私地分享，第一，廠商提出需求；第二，觀察網站熱銷商品；第三，國外廠商自行推薦，其對市場的敏銳度與精準的直覺，在他口中都化為簡單的「需求」二字。而關於企業運作的員工管理，他更有一套無為而治的老子哲學，謙稱自己最弱的就是「管理」，只要員工將該做的事情做好，他其實不太會去管什麼，還常以自身經歷鼓勵員工自行創業，目前已有 5、6 位員工外出創業，而吸引力的龐大貨源就是這些員工背後最強力的支援。

問及對吸引力的規劃與願景？1955 年出生的黃明傳，常笑稱自己是永遠的 55 歲，「疫情這幾年，日常生活用品的業績每年都在成長，未來除了更專注經營這方面的業務，同時也會開始切入食品的領域，因為國外物價飆漲，加上熱銷商品缺貨，今年日常生活用品的業績成長一定會趨緩，我們也會藉機再尋找更多新的商品與品牌，提供消費者更多選擇。」

早有退休計畫的黃明傳，面對二代接班的議題，坦言還在觀察中，但這是使命必達的任務，從拼命三郎到學習放下，他說：「人生短短幾十年，我想做一些讓自己快樂的事情。」

The screenshot shows the DYNAMO website interface. At the top, there's a navigation bar with categories like '精選品牌', '個人護理', '居家生活', '美容保養', '健康食品', '全球商品', and '精選洋行'. Below this is a large promotional banner for the 'LINE 官方帳號推廣優惠活動' (LINE Official Account Promotion Activity), featuring a QR code and a '推薦好友加入 共享分潤獎勵' (Recommend friends to join, share profit rewards) button. A '點擊活動詳情' (Click for activity details) button is also present. Below the banner, there's a '原廠正品 正貨聲明' (Original factory goods, authentic goods statement) section with an image of a warehouse. A large banner below that reads '全館滿 \$799 宅配/超取 免運' (Full store \$799 home delivery/supermarket pickup free shipping). The main content area is divided into sections: '嚴選品牌' (Carefully selected brands) with logos for dm, sebamed, Pampal, Persil, PENATEN, P&G, alkmene, GREEN PHARMACY, dalan, and BRITA; '熱銷商品' (Hot selling products) with five product cards; and '新品上市' (New arrivals) with five product cards. At the bottom, there are three columns of product categories: '家庭清潔系列' (Home cleaning series), '個人護理系列' (Personal care series), and '換洗/母嬰系列' (Laundry/baby series).

除了批發業務，吸引力也成立「吸引力 - 生活好物」LINE 官方帳號，提供生活用品的零售服務。