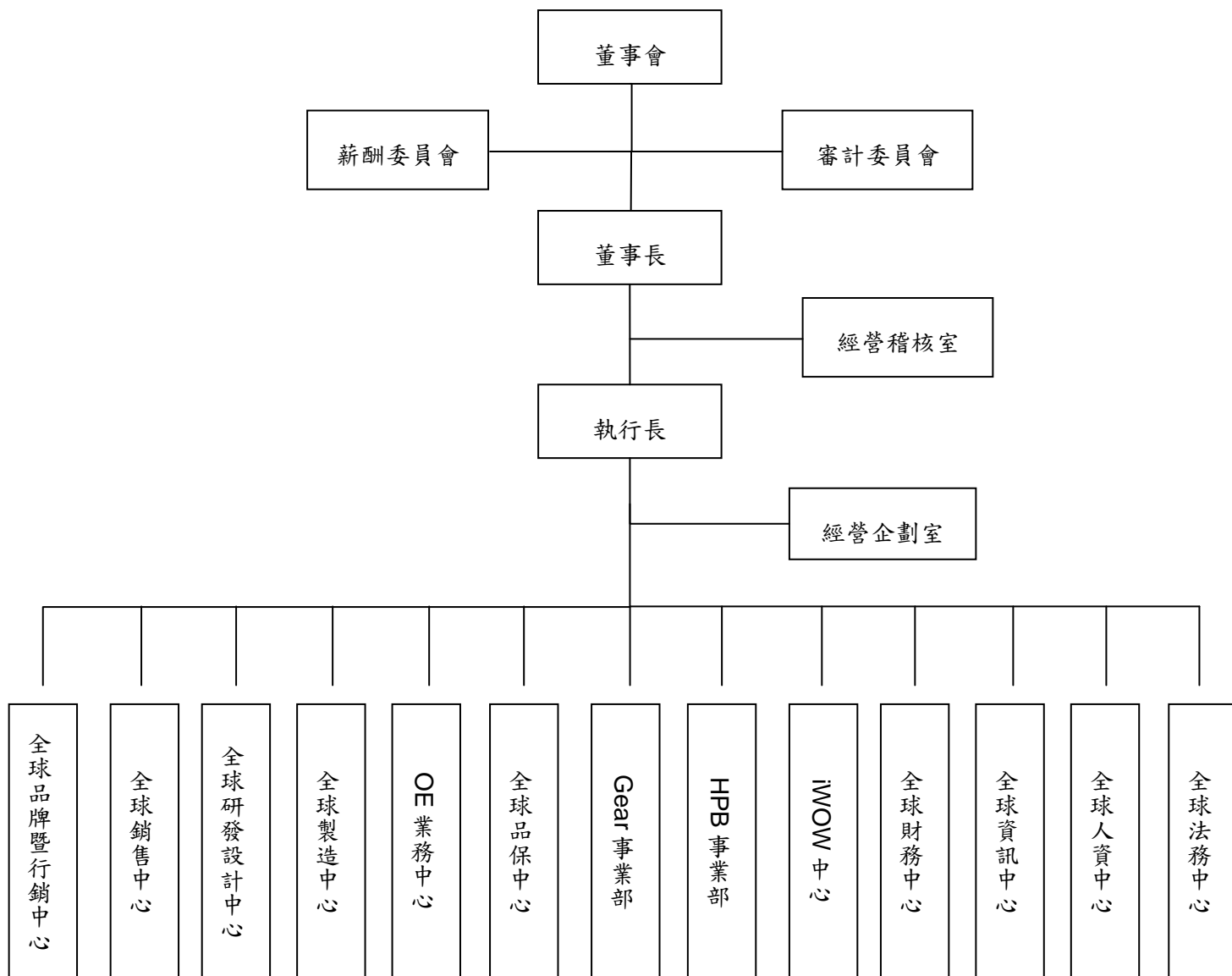


# 巨大集團總部組織圖



(二).各主要部門所營業務：

| 主要部門      | 主要職掌  |
|-----------|---|
| 經營稽核室     | 內部稽核及內部控制制度建立之推動與評估、集團及子公司年度稽核計劃的擬定與執行、證期會規定辦理之業務。  |
| 經營企劃室     | 負責集團中長期策略規劃、制訂全球政策與準則。<br>審核並追蹤所屬事業單位之方針目標與績效指標。  |
| 全球法務中心    | 商標、專利權之申請及維護，產品責任險及訴訟案件之規劃與執行，涉外法律、訴訟案件之處理。   |
| 全球人資中心    | 組織、人力資源政策與制度之規劃、輔導與執行。<br>企業文化的塑造、推動，並因應未來組織需求，提供合適的人才與發展。  |
| 全球資訊中心    | 負責建構企業內部資訊架構與企業 e 化之解決方案的提供與執行，及其相關之應用系統與軟體的研發。   |
| 全球財務中心    | 負責集團財務作業，即時報導財務結果及報表分析，有效運用資金降低資金成本及有效外匯避險，協助各事業部成本及會計作業系統，並遵循主管機關相關資訊揭露及股務作業。                            |
| i-WOW 中心  | 集團智能化產品發展及創新技術整合中心，自主掌握關鍵智能技術與材料分析、設計與自製，持續結合創新技術與材料於新產品開發，培育專業自行車及複材研發人才。                                |
| HPB 事業部   | 研擬集團電動車事業定位、中長期發展策略及相應計劃。<br>規劃、建構並維護事業的商業模式、營運模式。<br>管理與其他產品機能的互動與銜接，確保事業推動的一致與順利。                       |
| Gear 事業部  | 自有品牌自行車相關零配件之經營策略、行銷目標、品牌戰略之研擬及整合與推廣。<br>自行車零配件之企劃、設計、開發與行銷服務，以及集團內各行銷公司之產銷服務。                            |
| 全球品保中心    | 規劃公司整體的品質管理政策、策略及發展計劃。<br>整合並管理跨國／跨廠區品保機能運作模式及體系。<br>管控重大品質議題的及時解決。                                       |
| OE 業務中心   | 規劃 OE 代工業務之中長期發展策略及對應計劃。<br>管理並協調與生產製造機能、品質管理機能間的協同運作。  |
| 全球製造中心    | 建構全球生產製造機能之中長期發展策略及對應計劃。<br>管理各生產據點的核心能力與生產品項的匹配性，並依發展及策略做必要調整。<br>整合各生產據點、各機能間的協同運作。                     |
| 全球研發設計中心  | 研究消費者消費行為與產業分析，研發新應用技術增加產品價值，建構產品創新價值/競爭力，整合美學設計提出符合消費者需求之產品，並建立 Giant 設計風格。                              |
| 全球銷售中心    | 自有品牌在新興市場(中南美洲、東南亞、中東與非洲) 品牌推廣、銷售推進與通路佈建，並做到零風險與低運作成本。整合各地市場特性，創造並滿足當地消費者的需求。                             |
| 全球品牌暨行銷中心 | 全球品牌策略及行銷策略擬訂與指導、執行、追蹤。自有品牌自行車商品之經營策略、行銷目標、品牌戰略之研擬、整合與推廣。<br>公共關係政策及總務政策之訂定與執行，強化與媒體之關係並邀請媒體訪談，接待機關團體之參訪。 |