

老經驗新創意的鉅邦

文◎葉苑雯



▲鉅邦總經理吳昇蒼經營自行車花鼓事業近30年，時時掌握市場脈動，以創造符合時代潮流的產品。

自1958年開始製造花鼓至今已邁入第二代經營的鉅邦，在自行車業界擁有雄厚實力，業務範圍包含各式自行車款的花鼓與複合式工具的OEM與ODM。身為少數未外移至大陸的花鼓廠，總經理吳昇蒼經營自有一套，除了凡事事必躬親、善盡本分外，也用心於客戶資料的管理與掌握，更重視網站此一與客戶直接交流的平台；一步一腳印的基礎，也讓鉅邦往上提升創立自有品牌「Rival」並穩步經營。

在早期美國以BMX為主流的時代，鉅邦的產品便有7-8成的佔有率，之後更擴大至Downhill、Freeride、登山車、公路車等產品線，不因根留台灣而使經營受困，鉅邦以多元化的產品與持續的產品開發闖出自己的特色，多年來也受到各大廠牌的肯定與支持，吳總經理自豪地表示，鉅邦開發出的新產品，經常讓其他廠商群起仿效，但他認為「真正專業，就不怕競爭」，客戶自然能分別產品的優劣。

積極佈局大陸內銷市場

為了永續經營，鉅邦於3年前創立自有品牌「Rival」，以中高級品牌為定位，吳總經理表示，Rival新開發的Carbon系列產品在日本與歐洲銷售良好，除了外型上突破了以往的制式設計，品質上更是提升。他表示，產品的結構、功能為設計第一優先考量，強度與安全性成立之後，才進一步考慮產品減重的問題。吳總經理對產品的開發十分謹慎，因此從鋁材質跨足到碳纖維產品耗費了一段時間，但是為了確保品質，吳總經理寧願把步調放緩，只求作出最好、最有品質的產品。

不做台灣內銷的鉅邦，其外銷市場包括歐洲、美加、日本、紐澳等地，大陸內銷市場也將近佈局完成，目前準備積極跨足經營。吳總經理說，消費者會有持續性的需求，也因此需要針對需求不斷精進創造更多符合需求的產品；而吳總經理也廣結各個領域的好朋友，因此得以了解市場脈動，不與市場需求脫節，而這也是吳總經理認為的生存條件之一。鉅邦的一路穩健成長，吳總經理特別感謝50年來客戶的支持與愛護，讓他十分感動及滿足，也支持他不斷往前成長與進步。



▲Rival最新力作「Carbon系列花鼓」，在日、歐的銷售成績良好。