

輪界生力軍——宸項

整理◎編輯部



▲宸項業務經理蔡元戎（左），總經理李正印（右）。

成立於 1989 年的宸項公司，致力運動器材以及自行車零配件的製造與開發，主要產品包括：手把套、橡膠發泡、自行車及機車零配件、運動水壺以及水壺架等。

多年來秉持「品質、效率、服務」之經營原則的宸項，以 OEM 為主、ODM 為輔，同時也耕耘自我品牌，並透過不斷研究、開發與設計新產品，注重產品的功能訴求與個性化，以提高產品的競爭力及附加價值，並達到最高的客戶滿意度。

根留台灣 積極轉型

談到企業的轉型與升級，宸項公司指出，該公司早期主要製造勞力密集、量大、低單價的產品，但隨著這類型產業紛紛外移到大陸與越南以提升競爭力，對選擇根留台灣的宸項產生了不小的衝擊，也因此開啓了宸項的轉型之路。這幾年宸項積極提升產品的品質，改走精緻化路線，加上嚴格的檢測標準，且不斷投入研究開發與設計新品。再者，企業也由 OEM 逐漸轉型為 ODM，藉以提高自身的競爭力。

主力市場：歐、美、日

宸項公司補充道，除了業者本身必須認清自身的優勢與競爭力，買主在採購時的選擇也十分清楚：如果要找量大、低單價的產品，則會以大陸與越南為優先考量；如果要找精緻化、差異化產品，就會選擇台灣的供應商。

宸項目前主力以歐美及日本市場為主，多以運動器材、自行車、戶外用品為主要消費族群。隨著新興市場的崛起，未來會再開發南美洲、俄羅斯等市場，以擴大事業版圖。儘管以外銷為主，但由於感受到台灣整個消費習慣的改變，以及運動休閒風氣的興盛與對環保的重視，因此宸項也相當看好內需市場的發展潛力。

產品力求差異化

今年是宸項跨足自行車產業的第三年，以傳統產業來說，能有 20% 的成長，表現算是相當不錯。選擇根留台灣的企業，產品要具有競爭力，在設計上就一定有別於大陸與越南



▲水壺架。



▲整合式人體工學水壺。

的廠商，才能避免惡性的價格競爭。宸項除了保存現有之產品設計外，更要結合

二十幾年來之 OEM 代工技術，加上現代的設計理念，積極開發人性化、符合人體工學、輕量、實用與具前瞻性的產品，行銷市場。以 CSB-500

水壺為例，除了符合美國 FDA、歐盟 E-mart 等相關安規檢測外，更是一款突破傳統設計的整合式人體工學水壺，不論怎麼拿取都相當舒適方便，且具止滑效果，因此獲得客戶的一致

好評。此外，宸項也推出束帶與運動用眼鏡等新產品，其中，採用香菇頭設計的束帶，強調黏性佳、精緻美觀、可簡易收納變速線與煞車線，更可用於收納一般延長線、電線等，功能多樣且實用。

展望未來，宸項以全方位、生產、設計與製造一體之 OEM/ODM 廠商自我定位，希望不斷創新研發、推陳出新。

宸項企業



▲採用PC UV 400光學鏡片的運動眼鏡，強調人體工學設計，聚光佳，且服貼度優，半框可更換鏡片，並且通過合格認證。

