

誌慶提升Neco品牌市佔率

圖、文◎吳敏正

這幾年在國際展會上常可以看到 Neco 名字的攤位，從 Neco 積極參展與贊助廠商活動，不難看出誌慶公司對品牌經營的用心與企圖心。誌慶從 1986 年開始於台中營運以來，在自行車領域已有 25 年的資歷，一直在機械工具設計與

研發不遺餘力。為了能更即時地提供高品質產品與增加生產量，總經理王進源大規模地致力於企業成長、發展，專注投入車頭碗組與五通碗組零件的生產與製造，現在誌慶的產品線眾多，包含更多品項與色彩，也將業務範圍延伸至冷鍛、沖壓、鑽孔及 CNC 的產品加工與製造，自製率提高後，交貨也就更加迅速。



與製造，自製率提高後，交貨也就更加迅速。

兩岸三廠的分工模式

為了提供更完善的服務與更短的交貨期，誌慶將鋁製 BB、大齒盤和車頭碗組等產品留在台灣生產，讓台灣廠更專注於中、高階的產品，並持續增產，以外銷歐洲為主；另外，分別於中國大陸開設了廣

東順德廠（1997 年）與江蘇天王廠（2000 年），雖然產品項目和台灣廠相同，但主要負責鐵材產品的製造，市場取向以中南美洲市場為主。進行兩岸分工與改善管理後，每一個廠區都扮演了誌慶自有品牌 Neco 中重要的角色。

Neco 自有品牌產品雖然以外銷為主，不過近來也受到越來越多台灣車友的注意，因此誌慶也提供內銷零售；王總經理表示，除了不斷提升品質與產量，Neco 也正朝逐步擴大自有品牌的市佔率發展，並加強和市場需求的契合度，期許未來能躋身相關零組件的領導品牌。



▲誌慶總經理王進源希望能逐步擴大自有品牌Neco的市佔率發展。



▲Neco品牌產品以BB、大齒盤和車頭碗組為主。