

巨大、正新、美利達 名列台灣20大國際品牌



由經濟部國貿局主辦、外貿協會執行和《數位時代》雜誌和國際品牌顧問公司Interbrand承辦的「2011年台灣國際品牌價值調查」日前揭曉，宏達電（HTC）打敗去年冠軍宏碁（Acer），品牌價值高達36.05億美元。經濟部國貿局表示，在20個品牌中，有近一半是非科技產業，例如排名第六名的旺旺食品，品牌價值7.39億美元，一年成長53%。自行車產業也不遑多讓，巨大以GIANT品牌名列第七，品牌價值3.37億美元，較去年2.91億美元成長了15.8%；正新以MAXXIS品牌拿下第八，品牌價值3.35億美元；美利達以Merida品牌勇奪第十三名，品牌價值1.87億美元，較去年再推進兩名。

圖、文◎阮素琴

外 貿協會董事長王志剛指出，台灣今年前 20 大品牌總價值達 131.03 億美元，比去年成長 40%，今年首次上榜品牌包括：85°C 獲得第 11 大品牌，Delta（台達電子）獲得第 17 名，而 KGI（凱基證券）則獲得第 20。2011 年台灣 20 大品牌第 1 至 20 名分別是宏達電、宏碁、華碩、趨勢科技、康師傅、旺旺、巨大機械、正新輪胎、聯強國際、研華公司、85°C、友訊科技、美利達工業、創見資訊、訊連科技、合勤科技、台達電子、統一企業、喬山健康、凱基證券。

NO.1 HTC

做品牌很不簡單，尤其是台灣企業，但是台灣的商品與服務未來要在全球化市場突圍，除了提昇技術、培育人才、效率管理以外，最重要的關鍵因素就是「品牌形象」！台達電執行長周永明強調，「品牌建立已不是歐美的專利，十年河東、十年河西。」他強調品牌的建立不保障成功，可是失敗了也沒關係，台灣企業要勇敢走出去，建立自己的價值。宏達電的成功，代表台灣產業可以努力經營自己的價值，「做到比你想像的更大」。HTC 成功抓住智慧型手機市場需求，並積極併購多家公司，佈局未來雲端市場，品牌價值較去年成長 163%，達 36.05 億美元，若相較去年全球百大品牌 Burberry 的品牌價值 31.1 億美元，HTC 今年很有機會搶進全球百大品牌之列，成為華人品牌第一。

NO.7 GIANT

巨大的 GIANT 品牌多年來一直是台灣十大國際品牌的常勝軍，也是台灣自行車



▲外貿協會董事長王志剛指出，台灣今年前 20 大品牌總價值達 131.03 億美元，比去年成長 40%。



▲副總統蕭萬長（右）親自頒獎給巨大發言人許立忠（左）。

產業之光！巨大從大甲鎮的一家自行車代工廠發跡至今，GIANT 已成為全球馳名的自行車龍頭品牌，並成功扭轉歐美市場對 Made In Taiwan 的印象。在台灣及中國，GIANT 穩佔第一品牌，在歐洲及北美市場，GIANT 則名列三大品牌。巨大發言人許立忠指出，GIANT 很早便投入自創品牌，隨著自創品牌與全球化的過程，建構涵蓋研發設計、採購、生產製造、品牌、行銷、通路、零售、服務等完整的經營價值鏈，獨特的運作模式，也是 GIANT 能創造差異競爭優勢的關鍵所在。



▲正新副總經理黃重仁開心地從副總統蕭萬長手中接過獎牌。



NO.8 MAXXIS

躋身全球前十大輪胎品牌的正新集團，其 Maxxis 品牌也是台灣十大國際品牌的常客，正新長期投注運動行銷、研發改良，是維繫「瑪吉斯 Maxxis」發光發熱的兩股關鍵的支撐力量。「瑪吉斯 Maxxis」投注許多精力、時間和金錢在國際的運動競賽、賽車等，多年累積下來，為「瑪吉斯 Maxxis」創造了珍貴的無形資產，不僅有助於「瑪吉斯 Maxxis」提高曝光度，更重要的是，這項連續性的投入、支持，也向車廠、自行車廠、輪胎業者、消費大眾等持續地傳遞一份訊息：「瑪吉斯 Maxxis 對運動概念的推廣，不餘遺力。」這也是瑪吉斯 Maxxis 對社會大眾的一份承諾。

NO.13 MERIDA

美利達品牌自 2006 年進榜以來，從 0.59 億美金（第 18 名）晉升至 2011 年的 1.87 億美元，品牌價值快速成長，排名也躍



▲美利達由品牌行銷幕後推手副總鄭文祥代表領獎。

升為第 13 名，創歷史新高，成長幅度為 28%，是 2011 年得獎傳統產業中成長幅度最大者。

美利達副總鄭文祥表示，拜全球健康環保風的盛行，自行車產業快速成長，美利達在累積技術研發及製造經驗 20 多年後，1980 年後期，決定以『MERIDA』經營全球品牌，在精良產品基礎及領先的研發技術支持下，快速累積品牌知名度及認同，才會在 2002-2009 年順勢而起成為國際知名品牌。這兩年雖逢台灣自行車市場回歸理性及歐美經濟第二次衰退，去年營收還能再創 170 億高峰，表現不凡。 🌟