

金享頂級品牌 Guizzo 強調輕量

圖、文◎編輯部

繼 Kalloy 與 UNO 自有品牌之後，為提升產品品質及本身的競爭力，金享公司醞釀多時，於去年台北展首度推出其最新的頂級品牌 **Guizzo**，取義大利文中「速度與快速」的涵義。

新品牌新定位 積極輕型升級

針對這個最頂級的品牌 **Guizzo**，今年金享推出一系列採用複合材料的車把、座桿、豎管、小把手等以輕量化為訴求的新產品，採鍛造加 CNC 的加工處理，以提升其質感與技術含量。金享公司陳潮湖董事長表示，**Guizzo** 品牌主要以補修市場為定位，主攻歐美的 Dealer 市場，有別於以 OEM 市場為定位的中低價位品牌 Kalloy 與 UNO。至於未來，金享希望朝 3N（新材質、新功能、新用途）努力研發創新產品，冀望透過深耕 **Guizzo** 自有品牌，為金享在激烈的市場競爭與淘汰中，再創利潤與差異化。

除了推出新品牌形象與新定位，為了提升企業整體競爭力，金享亦致力於提升自製率並積極轉型升級，以分散經營風險。



▲陳潮湖董事長重新定位金享台灣廠，除了多元化發展，並積極提升自製率。

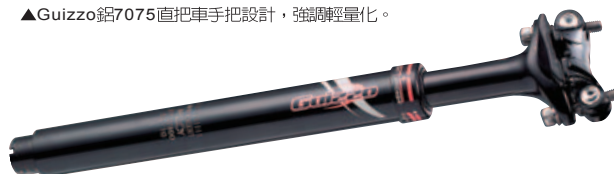
金享公司表示，之前由於考量西進大陸設廠，台灣這邊很多加工處理都以委外為主，今年開始，金享台灣廠將陸續添購各式鍛造與 CNC 等設備，從事各種加工製程，以提升內部自製率，並服務其他有需要的業者。陳潮湖董事長說，面對全球化的競爭，企業體必須不斷審視內部的效益，評估重整產品線，找出最有利潤的產品，並淘汰沒有競爭力的產品線，唯有走精簡與高附加價值的路線，企業才有優勢。



▲Guizzo 新車把設計流線輕量且符合人體工學。



▲Guizzo 鋁7075直把車手把設計，強調輕量化。



▲採MDU設計的鋁合金材質避震座桿，強調輕量化，一推出便叫好又叫座！

創造品牌價值

採兩岸分工的金享，深圳宜利廠目前員工 1,200 名，以外銷為主，由於市場競爭激烈，除專注自行車零件本業，也逐漸轉型、跨產業發展，金享車業（深圳）則負責內銷的業務。至於將來是否會計畫到華東地區設廠，陳潮湖董事長表示不排除這個可能性，端視屆時的市場需求而定。

談到金享的優勢，劉乃綾副總經理認為，品牌與產品設計及品質是金享在市場

►2D 冷鍛再經CNC加工的精緻豎管，分一般尺寸及oversize設計。



上的主要競爭力，未來金享將更積極投入品牌的耕耘，希望藉由不斷推出創新設計的產品、重視品質與質感，建立品牌的價值與信用，以博得客戶的口碑和信賴。 ■