

台萬推出座墊新品牌 Selle San Remo

圖、文◎編輯部

由於 Marwi 印尼廠所生產的座墊款式主要針對日本與中南美市場為主，為了更貼近歐美市場的需求，Marwi 推出了針對歐美市場需求所開發設計的高級座墊，並賦予這個系列座墊全新的自創品牌 Selle San Remo。

首度推出電子錶大賣！

Selle San Remo 座墊主要針對 ATB、MTB、Trekking 與 City 車款所設計，研發設計與模具開發都由 Marwi 負責。Marwi 台灣公司黃金堂總經理指出，Selle San Remo 這個品牌非常義大利化，今年台北展開試賣後，市場反應非常好。此外，Marwi 今年的新產品還包括強調緩震與舒適的凝膠氣墊座墊套，以及多功能的 Union 品牌電子碼錶 (Cycle Computer)。所有模具都是 Marwi 自行投資開發。

黃總經理說，電子錶從去年科隆展推出後，到現在已經賣出超過 10 萬個，甚至被英國雜誌



▲Union 的最新電子錶有 10 種功能設計。



▲Marwi 的相關產品都有 KBA 認證符號。



▲Marwi 不斷拓展產品線並善用本身通路的優勢。左起：白政忠董事長、黃金堂總經理。

評選為超人氣熱銷商品，Union 在電子錶領域算新手，卻能在短時間內一炮而紅，除了產品本身設計優良實用外，多歸功於 Marwi 有很強的通路與品牌形象。今年歐洲展 Marwi 計畫推出自行車鎖這項全新的產品，讓產品線更豐富多元。

Union 磨電燈通過 KBA 認證

在歐洲要販售車燈、反光片等照明產品，都必須通過 EU 的 KBA 認證，去年底甫推出通過 EU 認證的磨電燈也是 Marwi 今年的銷售重點，黃總經理指出，全球磨電燈的年需求量達到 450 萬套，Union 磨電燈的效率為 35%，超過法規規定的 30%，且前後走線獨立分開，將以主攻歐洲市場、然後是全球的補修市場與台灣組車廠為主。另外一點改變是，目前台灣廠所有的生產

線都以生產 nightpro 的頭燈與照明產品為主，並添購加工機械設備，提升本身自製率以掌握研發與交期。

車燈行銷將採用POP廣告

此外，黃金堂總經理表示，在車燈的行銷策略與陳列方式方面，Marwi 將朝 POP 廣告與商品陳列架發展，POP 廣告源由自英文「Point of Purchase」的簡稱，其意為購物點的重點廣告。黃總經理說，現在日本跟歐美都很流行 POP 的行銷，一組夠搶眼夠鮮明的陳列，在琳瑯滿目的賣場裡很難會被消費者忽略，不僅能突出產品賣點、刺激買氣，更能有效傳達品牌形象與個性，

創造衝動性的購買慾望，有效提高產品迴轉率。

由於原材料價格不斷創新高，Marwi 也將所有產品的售價做了合理的調漲，黃總經理強調，這不是漲價，而是合理反應產品本身成本的增加。掌握通路與品牌的 Marwi，有自己的生產工廠做後盾，卻也懂得整合全球的資源，作最有效的分配，再加上本身的通路與品牌優勢，成功為企業創造更大的效益。 ■

看展找汎歐，參展找汎歐

汎歐以誠懇、用心、專業 為你服務



展期：9月2~5日
8月30日出發台北→曼谷→蘇黎世
9月6日返回蘇黎世→曼谷→台北

德國 EUROBIKE展

機票加湖畔酒店

展期：9月16~19日
9月13日出發台北→阿姆斯特丹→科隆
9月20日出發科隆→阿姆斯特丹→台北

科隆 IFMA自行車

機票加五星級酒店

展期：9月17~20日
9月14日出發台北→阿姆斯特丹→米蘭
9月21日出發米蘭→阿姆斯特丹→台北

米蘭 EICMA自行車機車展

機票加四星級酒店

展期：10月6~8日
10月4日出發台北→洛杉磯→拉斯維加斯
10月9日返回拉斯維加斯→洛杉磯→台北

美國 INTERBIKE自行車展

機票加五星級酒店