久裕與MOZO策略聯盟

圖、文◎陳柏如

面對「強者結盟、大者恆大」的全球化競爭市場，久裕公司爲整合資源，提供客戶更多的服務，決定與美國知名避震前叉大廠MOZO進行策略聯盟。久裕陳俊雄董事長表示，久裕與MOZO各有所長，MOZO善於行銷企劃以及避震前叉研發設計，久裕則精於製造技術與研發，彼此合作有助於雙方在製造、行銷與研發實力上的提升。

久裕與MOZO策略聯盟後所推出的第一個產品爲機械式碟煞系統，已於今年3月的台北國際自行車展上亮相，久裕陳俊雄董事長表示，久裕與MOZO的結合是勤與實的結盟，雙方在共識下共事，希望透過整合彼此的優勢，創造1+1大於2的綜效。MOZO董事長Jack Lin指出，MOZO一向堅持走自己的路，追求獨創的風格，也深深了解，必須要有很好的合作夥伴，才能創造更大的效益。

MOZO繼2002年成功推出Transarch Technology避震前叉並獲得肯定後，便積極投入碟煞的研發，以其接近市場、了解需求與趨勢的優勢與研發實力，跨入碟煞的開發與製造，希望提供使用者較完整的前叉、碟煞配套方案。MOZO公司董事長Jack Lin指出，這次能有機會與久裕公司合作，感到十分榮幸，透過整合雙方在行銷、研發、製造與通路上的互補優勢，共同開發碟煞產品，除了創意且流線的外觀設計，在夾器與碟盤校準功能及制動效能上也都有令人滿意的表現，此舉也讓雙方在其既有優勢產品上成功延伸至其他重要的配套零件（碟煞夾器固定於前叉，碟盤固定於花鼓），更提供成車廠與使用者較完整的解決方案。共同研發、共同行銷、明確的產品區隔、共創雙贏，是久裕與MOZO希望攜手共創的願景。

▲久裕與MOZO策略聯盟後共同推出的第一項成品：機械式碟煞。

▲久裕陳俊雄董事長(右)與MOZO董事長Jack Lin(左)在經過長期觀察與對彼此的充份信賴與了解下，決定攜手聯盟，整合彼此的資源、共同開發新產品，為彼此創造更大的商機。

協同研發、策略聯盟，運用彼此資源互補以發揮綜效的例子，在高科技產業及金融業時有所聞。多數台灣自行車產業目前仍以OEM、ODM爲主，面對多元競爭與微利的時代，久裕與MOZO的異業合作模式除能爲彼此帶來新契機與效益之外，亦能提供業界作爲資源整合與策略聯盟的參考。■