

## 明緯品牌造勢大會 夥伴客戶站台

2018-04-26 19:07 經濟日報 翁永全



明緯企業「Powered by MEAN WELL」品牌造勢大會，重要客戶出席。昶旭能源協理林靖智(左起)、云光科技行銷業務張延汝、昇鈺光電總經理林廉貴、軒豐公司執行長林景清、明緯協理蔡明志、耀威光電總經理陳志斌、明緯行銷副理陳莉娟在展場合影。翁永全／攝影

取得全球LED標準驅動電源界最高占有率的明緯企業，今年一如往年參加台灣國際照明科技展，在主辦單位外貿協會安排下，開展首日攤位內便擠進多家外國媒體，進行主題式專訪報導，一時之間，明緯的攤位成為鎂光燈的匯聚焦點，也是全場最具國際化色彩的展位。

明緯在集團總裁林國棟帶領下，以軟硬並進，積極擴張全球業務版圖及市場影響力，其中又以在全球同步展開的「Powered by MEAN WELL」品牌活動最具話題性；這項活動隱喻著「點亮世界、驅動全球」的意涵，展覽第一天盛大宣誓，成為中外媒體採訪的重點。過去多年，外媒也曾多次在台北照明展期間拜訪明緯位於五股的營運總部，顯示明緯在全球電源界不可忽視的地位。

明緯是全球首屈一指的標準電源供應器製造商，多達9,500多種產品應用於六大產業，其中為LED產業開發的產品就多達上千種，貢獻近4成營收。

「Powered by MEAN WELL」的涵蓋面不限於LED產業，還延伸至工控及其他產業。中和碁電及台瓷自動化為明緯的長期經銷夥伴，其智慧照明系統產品也在今年以「Powered by MEAN WELL」為主題的明緯攤位內展出，而現場最具吸睛力的還有，受邀展出的軒豐科技、云光科技、昶旭能源、耀威光電及昇鈺光電等5家指標性LED照明大廠，與明緯電源同步展出並參加媒體聯訪，宜春企業的顯示器雖未展出，但彼此也具有緊密的夥伴關係、以及與「Powered by MEAN WELL」的高度連結性。

要成為明緯的Powered by MEAN WELL夥伴，需符合產品夠優質、合作時間3年以上、產品使用率過半，年度採購量達600萬以上等條件。明緯從直接交易的客戶群中精挑細選，已有18家進入首波名單，這次配合台灣照明展會主題選出5家台灣優質LED燈具在展示會亮相。明緯表示，預定2020年前以100家Powered by MEAN WELL夥伴為目標，將可享有其品牌光環及加值效益。

明緯深耕MEAN WELL品牌，台灣及大陸均申請「Powered by MEAN WELL」的LOGO商標註冊，並在網站以專屬中英文網頁呈現。合作夥伴可獲得立牌及各種文宣資源，在其對外公開的網站及文宣品等，都會出現這句醒目的標語，象徵彼此緊密合作的夥伴關係。明緯表示，在某種意義上，這個代表著優質MIT製品的符碼，為力抗全球競爭的一股無形力量。

明緯成立36年，2006年起投入LED產業，供應8瓦以上的中大功率戶外應用電源。挾著強大的研發力，以每年約淘汰5%產品、並有10%新產品進入市場的速度不斷推陳出新。台灣業務經理于紹緯分享導入新產品所遭遇的阻力：「有些客戶由於習慣使然，初期會對更環保、高性價比，及符合新安規的新品心存抗拒，但也顯示對產品的高認同感與黏著度。」

明緯看好LED產業發展後市，除了供應金屬外殼型的戶外用高功率電源(600至1,000瓦)，也有廣泛用於路燈、投射燈、天井燈及洗牆燈的中功率產品(200至600瓦)，150瓦以內的應用面涵蓋小型室外以及各種室內照明，有鐵殼及塑膠外殼。明緯預告近期將推出照明專用的1,000瓦的無風扇LED電源，市場均高度期待。明緯電話 (02)2299-6100。



5 家明緯企業的「Powered by MEAN WELL」品牌客戶，出席25日的聯合造勢大會，云光科技行銷業務張延汝(右上)、昇鈺光電總經理林廉貴(左上)、軒豐公司執行長林景清(右下)、耀威光電總經理陳志斌(左下)及昶旭能源協理林靖智，介紹其公司的特色產品，並對明緯的用心表示感謝。翁永全／提供