



Nedschroef Machinery宣佈在中國成立合資企業

為了將 Nedschroef 品牌介紹給全球更多顧客，Nedschroef Machinery 宣布與 PMC 在中國成立合資企業，為東亞地區提供服務。

PMC 是一家從事先進機械零部件設計、製造和銷售的工業集團。Nedschroef 解釋，合資企業是公司轉型的一部分，同時也證明了 Nedschroef Machinery 致力實現其戰略增長計劃。公司預計到 2030 年，在歐洲以外的銷售和服務將達到總銷售和服務規模的 65% 以上，而東亞地區市場的增長是實現這一目標的關鍵。

「合資企業將幫助我們更快滿足東亞客戶的需求。」Nedschroef Machinery 總經理 Cees Sijm 解釋：「我們更關注歐洲以外的客戶，這對我們來說是令人興奮的時刻，因為許多東亞國家都擁有完善的冷熱金屬成型工業。」

東亞業務將設在中國，所有能發展和支援東亞地區發展的 Nedschroef Machinery 重要部門都會派駐代表，包括採購、分裝、行銷、銷售、服務等。

Nedschroef Machinery 宣布其印度經銷商

Nedschroef Machinery 宣布 Kriti Tools 為其在印度的機器銷售和售後服務經銷商。作為冷成型和熱成型多級臥式金屬壓力機與服務的領先供應商，Nedschroef Machinery 選擇 Kriti Tools Pvt Ltd 是因為其在金屬成型產業擁有豐富的經驗。與 Kriti Tools 簽訂的經銷商協議是針對 Nedschroef Machinery 的產品和服務，且協議將立即生效。

售後服務是客戶服務的重要元素，Kriti 集團的人員正在接受培訓，以便在 5 月和 6 月期間處理與備件和備案服務相關的客戶服務。培訓成功結束後，Kriti 集團將啟動現場服務和備件供應。

此外，Kriti 集團將在德里存儲 Nedschroef Machinery 的備件庫存，以便為客戶提供及時的服務。Kriti 集團總經理 Sadeesh Premananth 評論說：「我們看到了合作的良機，並將攜手為客戶提供最好的服務。」Nedschroef Machinery 總經理 Cees Sijm 補充說：「我們相信，透過在當地設立分支，我們可以更貼近客戶，快速響應他們的需求，讓客戶滿意並與他們長期合作。」



Rivit公司新執行長上任

FERVI 集團旗下的抽芯鉚釘和鉚接工具專家 Rivit Srl 公司任命 Francesco Montanari 為新任執行長。Francesco 於 2022 年 11 月加入 FERVI 集團，最初擔任 Rivit 公司總經理。Francesco 擁有豐富的國際市場經驗，畢業於博洛尼亞大學電子工程系，並參加過多個研究生管理課程。他最初在 Andersen 諮詢公司（即現在的 Accenture 公司）工作，曾在美國、意大利和法國工作過一段時間，負責行銷資訊系統。

隨後，Francesco 於 1993 年加入 Datalogic，擔任產品經理，再轉入銷售管理和營銷管理部門，並被任命為行銷傳播總監。2002 年至 2005 年，他擔任 Datalogic 法國分公司（巴黎辦事處）總裁兼總經理，並於 2005 年返回博洛尼亞，擔任行動電腦業務部總監。

2007 年 4 月，在與 PSC Inc 合併以及隨後的 Datalogic 集團重組之後，他先被任命為 Datalogic Mobile 總經理然後是產品與服務副總裁。2012 年至 2016 年，在 Datalogic Mobile 和 Datalogic Scanning 合併後，他擔任 Datalogic ADC 行動運算業務部副總裁兼總經理。在集團重組期間，他被任命為 Datalogic Spa 的行銷長，負責 Datalogic 集團的所有企業行銷和傳播活動。

Francesco Montanari 說：「我非常高興能夠利用我的經驗鞏固 Rivit 在全球市場的地位，目的是優化打通國內市場的方法，並加強 Rivit 在全球的影響力。我們已經與 Rivit 在印度和摩洛哥的兩家子公司開展了合作，但我們還希望從 Rivit 已經提供服務的國家開始，針對所有其他國家的當地需求組織出一致的方法。」



我們的起點是一家已在市場上立足半個世紀的公司，它在某些領域已處於領先地位，我們將透過產品和服務的組合以及外部合作來加強它。我們的目標是成為扣件行業的參照標準。」



Jeveka B.V公司將被改名為Bossard Nederland

Jeveka B.V將於2023年更名為Bossard Nederland B.V，這是重塑品牌的其中一個過程，使Jeveka與Bossard的品牌形象和價值更加一致。

Jeveka於2021年10月被Bossard收購，被公認為技術型緊固產品的高品質領導者，並將繼續致力於提供符合高品質標準的卓越產品。透過與 Bossard 融合，Jeveka將充分利用Bossard集團的全球網絡和專業知識，為荷比盧市場的客戶提供更多產品和服務。這些解決方案將幫助Jeveka的客戶和合作夥伴優化流程，同時以可持續的方式提高效率 and 生產力。

「在未來幾周和幾個月，我們將向客戶介紹Bossard的產品和服務，包括在我們的網站、社群媒體渠道上進行更新，並希望能在客戶參觀我們位於荷蘭阿爾梅勒的工廠時進行介紹。」Jeveka說：「我們希望向客戶保證，我們的核心價值和原則將保持不變，我們將繼續提供卓越的產品和服務，與利益關係人建立穩固的關係，為所有人創造價值。」

用途更廣泛的水泥螺絲

fischer 的 UltraCut FBS II 螺絲兼具安裝簡便性，以及在混凝土中承受高負荷時的安全性，由於此系列取得了最新的技術發展，它現在適用於更廣泛的應用領域。

例如，根據歐洲技術評估 (ETA) 認證，FBS II 6-10 型現在也可用於磚石結構。此外，新型 FSW 調整盤與 FBS II 10 US gvz 配合使用，可快速、輕鬆調整和校準枕木和橫梁。全系列混凝土螺絲將最大承載能力與快速安裝相結合，有鋼製和不銹鋼兩種型號，均符合 ETA 標準，可用於開裂和非開裂混凝土、室內和室外，以及 C1 和 C2 級地震荷載。它們的耐火等級也達到了 FRL R120。

使用 UltraCut FBS II 的其他優勢還包括其可靠的動力傳輸和密合度，安裝時不會產生膨脹壓力。獲得專利的螺紋形狀和大直徑可在混凝土中產生極高的拉伸力和剪切力，這意味著所需的緊固點比以前更少。

UltraCut FBS II 還可以在特定條件下重複使用，允許較小的邊緣和中心距離，並提供省力、安全的裝配。在承重方面，混凝土螺絲可根據直徑的不同提供最大限度的靈活性，最多可允許三種擰緊或錨固深度。該螺絲的使用也非常簡單，用戶只需採用推入式安裝將UltraCut FBS II 混凝土螺絲擰入鑽孔中，在地板和天花板進行垂直鑽孔或使用帶抽吸功能的空心鑽時，無需進一步清理鑽孔。



NORMA在2023年第一季的事業成長

NORMA 集團在 2023 年第一季實現了適度增長，集團銷售額比 2022 年同期增長 3.5%，達到 3.15 億歐元 (2022 年第一季: 3.044 億歐元)。2023 年前三個月，公司內部增長了 2.1%。NORMA 將這一增長主要歸因於銷售價格的提高，以彌補與通貨膨脹相關的成本增加。與美元相關的正面貨幣影響為銷售額增長貢獻了 1.3% 增幅。

在歐洲、中東和非洲地區，2023 年第一季的銷售額增長了 10.9%，達到 1.382 億歐元 (2022 年第一季: 1.246 億歐元)。11.8% 的強勁內部增長因匯率的負面影響而略微減少了 0.9%。增長的主要動力來自歐洲汽車業客戶需求的大幅增長。工業應用領域的標準化連接技術業務也發展良好。

在美洲，NORMA 集團 2023 年第一季的銷售額同比溫和增長 2.5%，達到 1.376 億歐元 (2022 年第一季: 1.343 億歐元)。除了 4.6% 的正面貨幣效應外，價格上漲也是這一增長的主要原因。2023 年 1 月至 3 月期間，該地區與銷量相關的銷售額在內部下降了 2.1%。一般工業應用和車輛應用的接合解決方案業務都取得了正面的發展，而水務管理產品業務則在去年同期取得了極其強勁的增長後出現了下滑。這項業務主要是由終端用戶推動的，由於年初加州長期嚴重的洪災，他們一直不願購買。



在亞太地區，第一季的銷售額為 3,910 萬歐元，與去年同期相比下降了 14%（2022 年第一季：4,550 萬歐元）。其中，內部銷售額下降 11.8%；匯率的負面影響使銷售額的增長又減少了 2.3%。與上年同期相比，中國汽車行業的需求大幅下降，這也是疫情及中國相關限制措施的後遺症。在工業應用的接合解決方案業務方面，也沒有達到去年的銷售水平。



喜利得集團持續成長

2023 年前四個月，喜利得集團銷售額增長 5.4%，達到 21.42 億瑞士法郎（21.98 億歐元）。按當地貨幣計算，增長達 9.7%。喜利得繼續保持增長勢頭，按當地貨幣計算，歐洲銷售額增長 10.3%。美洲地區增長 13.7%，北美和拉丁美洲均實現兩位數增長。在南亞和太平洋地區強勁業績的帶動下，亞太地區的銷售額增長了 17%。另一方面，由於疫情封城後業務恢復延遲，中國的復甦乏力。東歐/中東/非洲地區的銷售額下降 15.1%，這在烏克蘭持續戰爭的影響下是意料之中的。

瑞士法郎對歐元、美元和其他貨幣依然走強，導致 1 月至 4 月的銷售額下降了 4.3 個百分點。執行長 Jahangir Doongaji 解釋：「加息、持續通貨膨脹和地緣政治緊張局勢仍對全球建築市場產生負面影響。然而，我們觀察到了地域差異，歐洲市場情緒消極，美洲市場喜憂參半，而亞洲市場則發出了正面的信號。我們正在適應這種形勢，前四個月的增長水平符合我們的預期。」

喜利得集團預計 2023 年全年以當地貨幣計算的銷售額將保持高個位數增長。



伍爾特集團成長增幅再達雙位數

伍爾特集團再次實現了兩位數的年銷售額增長，2022 年度的銷售額達到 199 億歐元，遠高於上一年度的 171 億歐元，增幅達 16.8%。

德國仍然是集團最重要的單一市場，銷售份額達到 39.4%。集團德國公司的銷售額增長了 13.1%，這得益於個別業務模式的穩定性和極高的產品可用性。該公司的電氣批發部門和伍爾特電子集團尤為成功。伍爾特的木產業部門銷售額增長了 21.4%，在伍爾特產品線各部門中增幅最高，工業部門緊隨其後，增長了 20.9%。集團最大的母公司阿道夫-伍爾特有限責任公司 (Adolf Würth GmbH & Co KG) 的銷售額增長了 10.5%，其中包括集團內部銷售額。在德國以外的公司在這一年也取得了成功，美洲、南歐和東歐等業績最好的市場的總體銷售額增長了 19.4%。

除了 43,000 多名銷售人員和全球 2,500 多家提貨店外，電子商務也是集團的戰略增長領域之一，在疫情期間，數位採購渠道已成為公司日常接單工作中不可或缺的一部分。這一趨勢也反映在銷售額上，伍爾特的電子商務佔整個集團銷售額的 41 億歐元。

強勁的增長需要同樣強大的物流流程，伍爾特集團的戰略是充分挖掘數位化和自動化的潛力，這也將有助於應對人口變化和技術工人短缺等社會挑戰。對此，Robert Friedmann 說道：「一方面，我們的物流機器人提高了生產率。另一方面，它們減輕了我們員工的體力勞動。自動化流程使我們能夠快速可靠地向客戶供貨。」伍爾特集團制定了『物流 2030 願景』，確立了物流發展的自動化戰略，其集團目標是到 2030 年，在銷售量最大的公司中實現 75% 的自動化水準。

整理/惠達; 新聞提供: *Fastener + Fixing Magazine*; www.fastenerandfixing.com

匯達多元行銷方案
VIP 級商機開發服務

FASTENER WORLD
www.fastener-world.com

sales@fastener-world.com.tw

