

不燒汽油 燒脂肪

源自對自行車的熱愛

大家對於 Volkswagen 的品牌精神「源自對汽車的熱愛 (Aus Liebe Zum Automobil)」一定朗朗上口、印象深刻，Volkswagen 透過一群熱愛汽車、將造車工藝當做終生職志的人不斷用心投入，發自內心對汽車的熱情與熱愛，才能不斷推出膾炙人口的經典車款。

台灣是頂級自行車製造王國，但諷刺的是，大多數自行車廠的老闆與從業人員卻鮮少在騎自行車！生產自行車的人不騎車，如何對自行車產生熱情？如何讓產品富生命力與說服力？如何讓創意設計源源不絕？台灣近年來積極打造「Think Bicycle, Think Taiwan」的國際形象，針對消費者，我倒認為「源自於對自行車的

熱愛 (For the Love of Bikes)」的形象會更具吸引力。

台灣從今年開始有了自行車月（五月）與自行車日（五月第一個週六），為了推廣單車騎

乘風氣，讓騎單車成為全民運動，自行車公會（TBEA）發起理監事騎自行車的活動，三十多位自行車業界領導人從淡水捷運站旁的自行車道浩浩蕩蕩出發，一路沿著紅樹林區及淡水河岸騎到美麗的漁人碼頭再折返，享受了一趟愜意健康的單車踩踏行。望著淡水的落日餘暉，我心想，這，只是一個開始…



▲愛騎車且在五月要騎單車環島的劉金標董事長說，這次能聚集業界經營層一起騎車真的很難得，是他從事自行車業三十多年來頭一遭，令他感到很高興。



▲本次騎乘活動由平日忙於公事的TBEA理事長楊銀明帶頭領騎，他說騎車有益身心健康，是最好的休閒運動。



▲平日忙於公事的大老闆們，難得能有時間以單車漫步代替汲汲趕路、不燒汽油燒脂肪。