



感動行銷



最近不管在平面報章雜誌或是電視媒體上，最搶版面的話題人物，莫過於以 73 歲高齡實現單車環島夢想的巨大董事長劉金標！一篇又一篇的專題報導，一幕又一幕劉董事長環島的紀錄畫面，令人感動之餘，也不得不欽佩劉董事長的毅力與執著。而這樣的話題行銷與感動行銷，相信有助於帶動台灣騎單車與單車環島的熱潮！不可諱言，台灣的單車熱正在發酵、內需市場正在起飛。

5 月底，我們的公司旅遊選擇到台東去騎單車，你知道在台東有個世外桃源、單車騎乘天堂嗎？純淨簡樸且景觀豐富的鹿野鄉龍田村，非常適合騎單車來趟田園生態之旅，沿途盡是棋盤式農田、茶園、鳳梨田、釋迦、枇杷、香蕉園等農產景觀，還有夢幻般的小葉欖仁綠色隧道，以及歷史久遠的龍田國小、日本移民村、竹筒炮等人文景觀，加上可眺望花東縱谷美景的鹿野高台與鹿鳴溫泉，騎車置身其中，可說是一場美好的視覺與心靈洗禮。導覽人員形容得很貼切：在這裡，三個人以上就叫很多人、兩台車以上就算很多車！龍田的美，等你親自踩著單車去發現感動。

台灣自行車產業過去的優勢是快速量產與廉價代工，但是曾幾何時，那些離我們有一段距離的競爭對手，如今已緊追在後。如何才能繼續跑給對手追？大家得好好下一番功夫！除了強化本身的競爭力，全球資源的整合也很重要，

還要有差異化的產品、創新的技術以及不只令客戶滿意更要讓

客戶感動的服務，抑或掌握品牌與通路，才能讓企業保持領先的優勢。不管是「專注開發別人不會或不願意做的獨創產品」的太平洋、「積極推動企業知識管理與技術及經驗傳承」的野寶、「善用本身優勢的財務運作與整合能力為國外大廠代工」的泉新，以及「提供令客戶感動的服務且以高級產品代工自我定位」的菲力，他們都不是上市公司，也不是 A-team 會員，更不追求產量世界大，但他們卻都有不錯的競爭力與生存利基，且員工向心力高，更受到知名品牌客戶的肯定與支持。

從這些企業身上不難發現，原來，規模並不是檢驗企業成功的唯一標準。大有大的優勢與包袱，小也有小的精緻與靈活。大，雖然是企業發展最順理成章的方向，卻不是企業成功的唯一標準，因為每家企業有自己的優勢與發展條件。誠如野寶總經理李有義所說，企業要以「適量」來提升競爭力，過量、過大都是包袱，唯有最適合自己的產量與成長速度，企業才能做最有效的管理。

迎向未來，只有懂得強化本身優勢，運用創新思維和方法，不斷投入知識去升級轉型，並發揮本身的專才與整合能力，為客戶創造最大的競爭力與利潤的企業，才能勝出。