

價廉物美

輕鬆享受運動之樂——迪卡儂

圖、文◎洪駿達

迪卡儂 DECATHLON 這個名字對於台灣車友而言，或許有點陌生，但對於全世界運動的愛好者來說，迪卡儂早已是平價與品質兼具的專業運動用品通路的代名詞。自 1976 年創立至今已超過三十個年頭，由大型運動用品賣場起家的迪卡儂，目前已是歐洲最大及世界第三大的運動用品零售商；不走高價位路線，而以實惠的價格、多樣化的選擇，貼近了各階層的運動愛好者所需，平價而優質的策略果然獲得消費者的好評。

品牌眾多 區隔清晰

迪卡儂在市場逐漸拓展的同時，亦積極開發自有品牌，並於 1986 年成立了自己的生產部門。經過十年的努力，主打水上運動用品系列的 Tribord 與登山運動用品系列的 Quechua 終於誕生。不過迪卡儂的企圖心尚不止於此，之後更陸續推出其他的運動品牌，迄今已有 13 個分屬於不同專業運動領域的品牌，除了



▲迪卡儂台灣分公司總經理 Lionel Adenot (右) 在 DECATHLON 集團的資歷超過 20 年，左為以行銷見長的台灣分公司經理傅久霖。

Tribord 與 Quechua，另外還包括：團體球類運動的 Kipsta、田徑運動的 Kaleji、健身範疇的 Domyos、走進自然戶外的 Geologic、高爾夫及球拍類的 Inesis、單車運動的 b'Twin、健康產品與方便外出的 Aptonia 與 Geonaute 以及馬術運動的 Fouganza，最近更新增一項冬天防寒衣的品牌，定位清楚、區隔明顯，希望能滿



▲賣場裡展示了品項眾多的運動相關用品。



▲傅經理極力推薦的 ag2r 車衣，保證義大利原裝進口。



▲看似平凡的车褲，來自材質非凡的 Nalini 品牌。

足每一顆熱愛運動的心。

除了追求運動品牌全方位，迪卡儂更在品質上注入全副精神與心力，每一個品牌都會與該運動領域中的知名選手建立合作關係，透過專業選手的使用測試，以改進產品的安全性、舒適性及功能性，務求適用於消費者的所有需求。

超低門檻 超高樂趣

挾統一採購的價格優勢，目前迪卡儂在全世界已有 374 個銷售據點，其中在莫斯科的店佔地更達 3,300 坪。1990 年迪卡儂在台灣設立了分公司，1996 年在台中成立了門市部，讓台灣得以和全世界同步，共享迪卡儂旗下多達 35,000 項自有品牌的商品。台灣分公司經理傅久霖表示，迪卡儂在追求合理化價格的同時，也不忘堅持應有的品質，從迪卡儂賣出的每一樣產品，絕對都具有足以自豪的專業保證，消費者從此不必再於價格與品質中作取捨。

迪卡儂台灣分公司與門市的員工約有 70 名，銷售旗下的 13 個自有品牌；其中主要以單車品牌 b'Twin 為大宗，約佔 35%，從市價十幾萬的專業級成車到數千元的童車，都能在迪卡儂賣場中找到，豐富的車款與零件搭配平易近人的售價，慕名而來的大有人在；此外，戶外登山用品也有亮眼的銷售成績。除了產品豐富、價格實在，迪卡儂也網羅了許多熱愛單



車、具備專業單車知識的人才擔任員工，傅經理強調，唯有懷著一顆熱愛單車的同理心，視人如己，才能真正了解顧客的需要。他表示，迪卡儂不強調行銷廣告，節省成本以回饋消費者，希望能夠讓更多人接觸運動進而愛上運動，充分享受運動帶來的生活樂趣。

除了實體店面行銷，迪卡儂今年也首度嘗試網路行銷，正式在 Pchome 網站上開賣，擴大服務全台消費者的同時，也希望能夠有效提高知名度與市佔率。 🚲

- ❶ 外觀高雅 嘻皮、內搭 Shimano 三段內變速系統的海灘車，僅售 NT\$6,800 元。
- ❷ 採用 DECATHLON 雙抽鋁合金車架，搭配 Manitou 可鎖死前叉、SRAM X.9 變速系統等優質零件的登山車，僅售 NT\$19,000 元。
- ❸ 榮獲 2006 年 iF 優良設計獎的二秒帳，完全防水與透氣，可在 2 秒鐘搭起、15 秒收好。

