

專訪美利達中國內銷總經理

許世彥談美利達的中國行銷經驗



挾北京奧運題材，再加上全球暖化以及石油危機，美利達今年在全球的銷售表現十分亮眼且屢創新高！美利達也因高級車在大陸內銷市場的銷售明顯成長，且品牌效應發酵，今年9月份大陸市場的營收創下近1,300萬人民幣的歷史新高，較去年同期成長近6成，獲利近100萬元人民幣，甚至美利達中國所轉投資的17家行銷子公司也首度全數賺錢！美利達大陸內銷總部操盤手許世彥總經理功不可沒。

圖、文◎陳柏如

挾 奧運金牌車與世界冠軍車的名號，以及在中國各地積極贊助比賽、活動、車隊與選手的成功宣傳，讓美利達高級車近幾年在大陸內銷市場銷售明顯增溫，品牌知名度扶搖直上。

高級車成長驚人

美利達自行車（中國）有限公司內銷總部（MBD）主要負責中國大陸地區的內銷與推廣，MBD自1998年開始拓展大陸市場以來，迅速在中國建起了廣闊的行銷服務網路，並在中國各主要城市北京、上海、天津及江蘇、山東、遼寧、河南、河北、陝西、山西、雲南、湖北、江西、福建、四川、廣西等地，設立二十多家分公司及數十家自營專賣店，產品行銷兩千多個縣市，涵蓋全中國85%的縣級城市。

談到今年的銷售盛況，美利達中國內銷總部總經理許世彥表示，由於高級品牌與產品力的發酵，使售價在1,000-2,000元人民幣的高級自行車，今年初以來在大陸市場熱烈流行起來，美利達累計其目前銷售台數已較去年同期增加了3成，這也讓美利達在大陸高級車的銷售金額首度超越平價車，由原三七波變成五五波，且每輛自行車的平銷售單價也由500元人民幣提高至700元，大幅成長了4成。美利達大陸內銷市場9月份自行車銷售量首度達到18,000輛，創下歷史新高，第四季預估可持續維持銷售熱潮，全年將向20萬輛目標挑戰。

山東德州廠明年可望投產

許總經理認為這一波大陸市場所締造

出的高級車銷售熱潮，與明年將在北京舉辦奧運有密切關聯，為全面搶攻大陸民衆購買高級車的運動休閒商機，美利達現也加緊展開在山東德州的新生產基地之興建計畫，預計在農曆年前要完成建廠工作，明年第一季開始建置生產線，第二季正式投產。其初期年產能目標訂為50萬輛，以組裝中、高級自行車為主，未來尚可進一步擴充至200萬輛，將市場推廣到鄰近的日本與韓國。

許總經理補充道，為配合大陸內銷拓展計畫，加上深圳廠的產能趨緊，因此美利達決定在大陸建立第2個生產基地，經過審慎評估後，由於山東德州的地理位置佳、人力充沛，因此選在山東德州經濟開發區設廠，初步洽購的土地面積為156畝，初期投資額約1,000萬美元，以生產中高級自行車及電動自行車為主，行銷重點則放在內銷，以供應華北、華中、華東等龐大內需市場。許總經理指出，德州市地靈人傑、交通便利、人力及水電資源充沛、政府高效，是投資創業的理想選擇。

品牌定位&通路佈建

2004年接任美利達中國內銷總部總經理的許世彥，擁有多年的台灣內銷經驗，深諳品牌推廣與行銷之道，他表示，在大陸做內銷，品牌定位最重要，尤其面對自行車市場百家爭鳴的競爭態勢，要想勝出，絕對不能盲目拼價格、走低價車策略，因此，美利達品牌自進入大陸內銷市場以來，一直以推廣銷售變速自行車為主，主攻中高級車款，以國際品牌知名度、亮麗的外觀與塗裝、不斷研發推出創新、卓越的產品及較高的性價比，而獲得廣大自行車愛好者的肯定與支持。近年來，美利達



▲許世彥總經理表示，建立縝密完善的行銷服務體系，為各地經銷商及消費者提供優質的售前、售中、售後服務，是美利達成功推廣品牌知名度的關鍵。

在零售價1,000元人民幣以上的中高級變速車，在大陸內銷市場已擁有相當高的市場占有率及品牌認同度，許總經理信心十足地表示，美利達要成為中國變速車第一品牌的目標指日可待！

除了品牌定位，許總經理說，建立縝密完善的行銷服務體系，為各地經銷商及消費者提供優質的售前、售中、售後服務，也是成功推廣品牌知名度的關鍵。佈建通路的同時，隨著大陸的自行車運動、休閒與競賽風氣愈來愈盛，美利達也積極在中國各地舉辦或贊助大型與區域性的單車競賽及活



▲為提升美利達的國際品牌形象，美利達在大陸舉辦的長城嘉年華競賽特邀請美利達歐洲隊明星女車手—奧運冠軍Gunn-Rita Dahle（尚芮戴兒）與車迷尬車。

動，如長城國際自行車嘉年華、環青海湖大賽、國際奧委會主席盃中國百城市自行車賽總決賽等，並積極贊助車隊與車手，甚至邀請奧運金牌 Gunn Rita-Dahle 到中國為美利達代言，除了帶動單車騎乘風氣，也讓美利達品牌能深入各地紮根。

贊助強檔電影《灌籃》

此外，美利達也是明年即將上映的大卡司《灌籃》電影的簽約主要贊助商之一，許總經理指出，《灌籃》這部電影據稱是台灣電影史上最大投入（達 1,000 萬美元）、兩岸三地共同合作的影片，由朱延平導演，演員陣容包括：周杰倫（男主角）、蔡卓妍（阿 Sa，女主角）、陳柏霖、曾志偉、吳宗憲、黃渤、吳孟達等台、港、大陸知名藝人，被視為面向



▲許世珍總經理（中）積極贊助中國「國際奧會主席盃」百城市自行車賽。

2008 年北京奧運主題相關的年度大片，倍受媒體與廣大影迷的熱烈關注。在該影片中有數十個場景內所出現的自行車全部為美利達公司

所贊助提供，且均為大陸銷售的主力車種，未來美利達亦將搭配該片的拍攝、新聞發佈會、慈善義賣活動、發片宣傳等進行一系列的美利達與《灌籃》影片相關的宣傳活動，也計劃設計推出一款《灌籃》版限量發行紀念車，相信對美利達品牌形象與知名度提升能大有助益，預計也將在兩岸帶動另一波騎單車的熱潮！