



品牌行銷動作頻頻

美利達潭子旗艦店開幕

圖、文◎吳敏正

隨著國際油價高漲，以及環保、節能等題材不斷發酵，不會對環境造成污染，又可達到健身運動效果，時下最 in 休閒時尚的自行車產業，更是前景看好。一向秉持務實經營態度的美利達，今年除了業績紅不讓，在股價上表現亮眼之外，

近來行銷動作頻頻，前陣子搶搭世界盃棒球賽列車，推出限量款自行車，這次藉著潭子旗艦店的隆重開幕與緊接而來的第七屆美利達盃&八卦山脈單車嘉年華，在廣告行銷活動方面，透過品牌與事件行銷，希望加強消費者對美利達的印象。



▲美利達旗艦店展示坪數達 200 坪。

全方位戶外運動概念店

美利達此次推出的戶外休閒旗艦店，訴求成為一家大型、商品齊全並能讓消費者立即體驗的全方位概念店，第一家



旗艦店於 12 月 6 日在台中縣潭子鄉中山路三段 11 號隆重

◀即日起至12月25日開幕期間，購買自行車享有九折優惠。



▲出席開幕的奧運銀牌選手Jose A. Hermida以及來自瑞士的Ralph Naf，是美利達歐洲車隊的兩大台柱。



▲與貴賓一同試騎潭雅神自行車道。

開幕。旗艦店販售最齊全、高單價的美利達系列自由車款、精品與零配件，並涵蓋了登山、露營等台灣知名廠牌歐都納戶外休閒旅遊用品，提供台灣戶外休閒愛好者 One Stop Shopping 一次購足的頂級服務。

美利達台中潭子旗艦店還刻意選擇在台中縣潭雅神自行車道起點設立第一個旗艦店據點，從自家後門出發就能騎自行車，徜徉鄉村風光。潭雅神綠園道是繼東豐綠色走廊後，第二條跨鄉鎮的自行車專用道，利用軍方舊鐵道興建而成，全長 11.8 公里，從潭子鄉中山路起，行經大雅鄉、神岡鄉，終點在清泉崗機場的忠義村，路面坡度平緩，相當適合民眾騎車運動，或是親子同遊。這樣特殊體驗的行銷方式，讓顧客能夠從實際情境的體驗當中，感受到更全面性的品牌認知，使消費成為一項更美好的經驗。



▲美利達旗艦店的合作夥伴，左起歐盛達董事長馮啓峰、美利達總經理曾樹柱、寶熊總經理鄭俊文、歐都納副董事長程龍。



▲潭子鄉長簡文祥（右）試騎過後很滿意，立即向美利達總經理曾樹柱（左）訂了一輛5萬餘元的單車。



▲彰化縣政府建設局長黃哲崇（中）和機要秘書黃君韜（右），在美利達內銷部經理詹韻旗（左）的介紹下試乘新車。