

廣州三板斧開設組車廠

圖、文◎邱志華

廣州三板斧是一家以修補市場為服務對象的自行車配件連鎖配貨中心，走中高檔路線，努力深耕大陸市場，目前在昆明、天津、成都均有配貨中心，以就近服務經銷商。隨著大陸高檔自行車市場不斷升溫，越來越多海外品牌攻城掠地，各自培養自己品牌的忠實消費者，尤其一些大零件品牌直接進入修補市場，開設店中店，此舉如同資源掠奪、不可再生。由三板斧所設立的佛山滕太奇車業總經理陳少華表示，目前經營批發仍舊可圖得溫飽，但這樣沒有多大作為，甚至會使自己的市場萎縮。

為了企業的持續發展、壯大，陳總經理於2005年成立佛山滕太奇車業，推出自有整車品牌—MOTACHIE，公司設於廣東省佛山市南海區裡水鎮洲村南邊工業區，目前員工二十多人，工廠僅從事組車，所有零配件皆委外代工或外購。陳總經理坦然表示，堅持走少量多樣的型態，目前產量較少，2007年為15,000輛，2008年爭取做到25,000輛，平均出廠價在RMB800左右；其中大部分產品為鋁合金成車，少部分則為碳纖產品。陳總經理說，由於前期量少難以代工，所以自己開設組車廠以保障



▲佛山滕太奇工廠作業情況。



▲滕太奇利用展會行銷MOTACHIE品牌自行車，中為滕太奇總經理陳少華。

質量，同時也能與供應商達成良好溝通、為工廠服務。現階段工廠產量雖不大且成本高，但他相信這僅僅是一段過渡期；目前工廠的利潤與支出持平。

以專賣店建立經銷商信心

陳總經理表示，設立品牌有助於組建真正屬於自己的銷售渠道。目前MOTACHIE的經銷商遍佈中國各省份，為了提高品牌形象，先在廣州設立了MOTACHIE專賣店，之後相繼在廣西、成都、黑龍江、新疆等地開拓加盟專賣店。陳總經理指出，他對經銷商的召集抱著水到渠成的心態，先由自己開設專賣店，獲利後便能吸引更多車店老闆產生興趣、瞭解、進而讓更多人願意開店，這是一種長遠的合作關係，建立在互信基礎之上；而這種關係也讓他們合作得更愉快、密切。

爲了吸引更多消費者選擇 MOTACHIE，佛山滕太奇提供多樣的品項供選擇。陳總經理深知自己的規模小，遂採取揚長避短的方式，在競爭方面雖很難和大公司媲美，在銷售方面更傾向於開發二級城市，但是在二級城市卻有非常多的經銷商；MOTACHIE 也絕佳利用了三板斧原爲批發商出身的背景，順利以原有銷售渠道進入各大車店。在向上游供應商採購方面，由於採購量少，所以交貨週期不具優勢，有些零件甚至需要 40-45 天之久，再加上工廠的採購品無法進入修補市場；爲了達到品項多樣化、更新、更快的特色，公司也提供一部分特價車，



▲ MOTACHIE 品牌自行車正積極拓展市場。

來消耗一些因交期晚而多出的零件，以保持自己的特色。展望未來，陳總經理表示，他們將繼續紮根大陸市場，目前則沒有外銷的規劃。

