

台灣新生代品牌 DORCUS

文◎陳宇潔

當 Giant、Merida 已成為台灣自行車品牌的代名詞，後起之秀該如何另闢蹊徑，成為下一個台灣自行車名牌？這是成立 Dorcus Cycle 的 Ian 謝不斷思考的問題。

頭角崢嶸的 Dorcus

投入自行車業也有十餘年的 Ian，頭三年在建大輪胎任職，之後進入貿易公司發展，逐漸萌生創立新自行車品牌的構想。於是和妻子兩人在 2007 年 7 月成立承記貿易有限公司，經營 Dorcus 品牌的自行車。



▲Dorcus於5月底開幕的員林旗艦店。

目前 Dorcus 在台灣有六位成員負責車架開發、品管、零件選配、採購、出貨，一直到行銷跟客服；另外和三位德國設計師合作車體塗裝跟配件用品的設計。

說起為什麼命名為 Dorcus，Ian 難為情的說僅是出自個人的小嗜好，無關什麼取名學問。原來 Ian 以前跟一夥朋友喜歡玩甲蟲，而 Dorcus 是大鍬形蟲的學名。即使公司規模不大，品牌名稱來得隨性，Dorcus 的銷售表現卻有著大鍬頭角崢嶸的架勢。雖然去年只有 3 種車款 7 個配色，但短短半年內也出貨達 400 輛整車，平均單價在 3 萬元上下。

Dorcus的發展利基

在自行車品牌林立的競爭下，Ian 訂立的發展策略是「要做別人沒做到的」。Dorcus 特別用心在車架外型的设计，由德國設計師開發出嶄新的塗裝，光是拋光的手續就有七道，塗裝佔了成本大半，亮眼的外型自然吸引不少消費者注意，在口耳相傳和網路傳播下，獲得許多車友愛戴，在消費市場上開創出自己的一片天。

由 Dorcus 所贊助的「Dorcus 車隊」，在今年更分別拿下美利達盃跟捷安特盃的團體總冠軍，出色成績提高了 Dorcus 的品牌能見度，也為車輛的性能表現做見證。

Ian 也特別強調 Dorcus 對客戶服務的用心，除了在官方網站上有問必答，也在產品組合上給出相當優惠的價格，並不定時提供贈品作會員福利。

小徑車、公路車款即將上市

隨著新車款的上市，Dorcus 今年度的產品線更加完備，同時也發展出許多自有品牌的自行車周邊用品。預計今年 7 月中旬會推出小輪徑車，公路車款則還正由 Dorcus 車隊上路測試中，可望於明年 1 月上市。Dorcus 今年也開始接到外銷訂單，車架的部份最多是銷往馬來西亞，繼之是中國、日本、韓國，總數約 750 組；自有品牌的自行車周邊產品，則銷往美國、德國，未來會視外銷情形再追加產量。

在內銷市場中，Dorcus 已分別在台北、台中、員林開了三間旗艦店，全台有 28 家經銷商，今年的銷售目標則是 2,000 輛。但 Ian 打算維持現在的產量和營運規



▲ Dorcus 相當受歡迎的「海豚車」，車架使用 6069 鋁合金材質，經過七道拋光手續，上管的弧度設計能減少騎乘時的應力集中。

模不再擴增，以維護車輛的獨特性和經銷商的銷售權益。「我們不是想賺大錢，而是要做得好、做得跟別人不一樣。」Ian 如此表示。

