



## 專訪捷安特中國總經理

1993年初，巨大在中國大陸的第一座生產基地－昆山廠正式破土動工，隨後鄭寶堂被派駐該廠擔任總經理，一轉眼已經16年，捷安特成功在中國市場開花結果，不但生產基地遍及昆山、成都、天津，更成為中國高級自行車第一品牌，捷安特的優異表現，被台商推舉為投資內地經營楷模的捷安特中國總經理鄭寶堂，功不可沒。

◀ 個性謙沖、儉樸、低調的鄭寶堂總經理，非常注重學習與自我充實。

# 鄭寶堂談捷安特中國經驗

圖◎溫宏嘉、文◎陳柏如

**隨**著捷安特天津廠落成投產，巨大在中國的生產佈局已臻完整。捷安特中國總經理鄭寶堂表示，會選擇落地天津，主要是因應昆山廠的產能不足，加上天津自行車產量佔全中國一半。佔地 345 畝的捷安特天津廠，以鐵車架為主，內外銷並重，主要鎖定廣大的中國內需市場以及日本市場。該廠去年產銷 30 萬輛，今年目標 100 萬輛，其中電動自行車佔 6 萬輛，出口佔 8 萬輛。

### 各廠定位

鄭寶堂總經理指出，天津廠經採取保值增量的經營策略，在保持捷安特的品質與水平之下，努力提升產量。而昆山廠則採取保量增值的經營策略，不再擴充產能，力求轉型升級，努力提高出廠價。捷安特昆山廠的年產量最高曾達到 300 萬輛，今年的目標為 230 萬輛，90% 以上以鋁合金車架為主，鐵車架將陸續移至天津廠。

中國幅員廣闊，單單以昆山廠供應全中國各地，不僅供應鏈過長、增加運輸成本，並且無法針對各地區市場的特殊性做出快速回應。為求因應日益增多的市場需求，掌握商機，針對西南與西北市場，捷安特於 2003 年設立成都廠，成都廠去年產銷 33 萬輛自行車，其中電動車佔 4 萬輛，今年目標持平。鄭總經理說，以捷安特為例，西南市場較熱銷的車款售價約在 500-800RMB，上海昆山則是 800-2,000RMB 的車子較受歡迎。為因應中國市場對電動自行車的需求，2003 年起捷安特開始在昆山廠研發生產，2005 年擴編成立電動車事業部，2006 年更擴大設立獨立的捷安特電動車公司，投入龐大的資源，專責電動車的研發、生產與銷售，並定位為捷安特電動車研發設計與製造的全球總部。捷安特的電動車零售價約 2,000-4,000RMB，皆為符合國標的輕便型車款為主。

## 領導流行、創新價值

談到捷安特在中國的經營理念，鄭寶堂指出，捷安特把中國市場當成 Home Market 深耕，希望能做到 only one。Giant 在全球各市場一向強調領導流行、創新價值，在中國也不例外，希望能透過大力倡導單車騎乘風氣，提升單車運動與休閒人口，以創造新市場與新需求。為了積極推廣單車騎乘風氣，捷安特於去年 10 月正式成立江蘇捷安特文體基金會，由朱雄瑜擔任理事長，名譽理事長為劉金標，名譽副理事長為鄭寶堂與劉湧昌。鄭寶堂指出，成立基金會的目的在於推動 cycling、倡導並改善單車騎乘環境以及鼓勵自行車的研發創新。基金會的第一場大型活動就是企劃執行巨大集團總裁劉金標的「京騎滬動」挑戰行。預計於 5/9 出發的北京上海 1,668 公里單車挑戰行，以「兩岸健康情、雙輪快樂行」為訴求，預計將在大陸掀起另一波單車騎乘風潮。為了這次的挑戰，劉金標董事長親自參與設計，開發出旅行專用的「Defy Advanced LTD」，全球限量 75 輛（劉董事長 75 歲），除了劉董事長保留一輛，台灣與大陸的配額分別為 37 輛，造成搶購。此外，捷安特中國也將於 5 月初推出限量 528 輛（挑戰行 5/28 完成）的京騎滬動鋁合金紀念車 FCR 3700，定價四千多 RMB。

## 創造第一

鄭寶堂回憶到初進入中國時，適逢改革開放，捷安特打出「換個步伐前進」的廣告詞，成功貼近中國社會動脈，讓消費者一下子就記住這個國際時尚品牌。細數這十多年來的績效，捷安特創造了很多第一。捷安特是第一家為中國自行車「上色」的品牌。十多年前，中國自行車的外型又黑又笨重，捷安特登陸後，訴求時尚，推出



▲鄭寶堂表示，捷安特希望以專業、服務、熱誠來提供令消費者感動與信賴的服務。

色彩豐富、騎乘輕盈的自行車。捷安特也是第一個改變中國消費者習慣的品牌。以往消費者一定要親眼看到現場組裝，確定品質後才願意購買，但捷安特卻將一輛輛組裝好的自行車排列在展示台，以售後服務建立口碑。第一個保證全中國同價的業者。第一個因應當地需求，提供多元車種的業者。此外，捷安特也是第一個做戶外燈箱、第一個在公交車（公車）與出租車（計程車）上打廣告、第一個在足球比賽推出競猜（有獎徵答）活動的自行車業者。

## 山寨自行車已結束

提及大陸相當紅火的山寨機、山寨產品，是否也延燒到自行車？鄭總經理指出，在他的認知，山寨自行車早在十幾年前就有了，可說是山寨文化的始祖，全盛時期是在 1995-2004，直到一、兩年前天津王慶坨一百多家自行車廠關廠，山寨自行車也告終。問到山寨自行車是否有死灰復燃的可能？鄭總經理表示不會！因為原物料價格不斷上揚，沒有做低價車的空間，加上早期做低價車的業者事實上也沒賺到什麼錢，再者消費者也在進步、品牌意識抬頭，

山寨自行車難有容身之處。至於面對防不勝防的仿捷車，捷安特的因應策略是運用全球資源，不斷推出新品，一直保持跑在前頭，讓競爭者永遠只能在後面苦追。

## 捷安特中國經驗

到底捷安特能穩坐中國自行車第一品牌的成功關鍵為何？處事一向謙沖低調的鄭寶堂表示，捷安特並不以 No.1 自滿自足，而是一直在努力學習成為 Only One，這十幾年來捷安特在中國市場繳了許多學費，這些經驗也幫助捷安特愈走愈穩健。首先，捷安特專注本業數十年如一日，以專業建立值得信賴的品牌形象；第二是重視品質與服務；第三是不斷研究開發、推陳出新，並帶動流行。更重要的是，捷安特相當重視本土化經營，並根據當地市場的文化與特性推出相應的車款，更將時尚、休閒以

及全球化的元素導入產品設計上，創造需求。捷安特在中國約有兩千個銷售點，其中專賣店以及店中店各半。為了提升服務品質與形象，捷安特近年來也積極改革通路佈局，並實施通路分級、分眾制度（電動車 6S 店、生活館、社區店、專業店、租賃店、店中店），此外也積極培訓店老闆，要求店老闆要以專業、服務、熱誠來提供令消費者感動與信賴的服務

面對全球金融海嘯，美國與日本自行車市場的需求明顯減少，客戶也陸續調整庫存、砍單延單，鄭總經理指出，中國自行車今年 1-2 月的出口實績較去年同期衰退了 38%，受影響不輕！但今年 1-2 月的出口平均單價則從去年的 45.15RMB 提升至 58.1RMB。捷安特中國今年第一季的外銷營收也衰退了 20%，內銷則持平，預估下半年會慢慢回升。



# 2009 全球重點自行車展看板

| SHOW NAME 展會名稱                        | DATE 展會日期     | VENUE 地點 |
|---------------------------------------|---------------|----------|
| ★中國國際自行車展（上海展）                        | 05/04 - 05/07 | 浦東       |
| ★2009台灣運動暨休閒產業展                       | 07/17 - 07/20 | 台北       |
| 2009 Bike Expo 慕尼黑自行車展                | 07/23 - 07/26 | 慕尼黑      |
| ★Eurobike 德國國際自行車展                    | 09/02 - 09/05 | 福吉沙芬     |
| EICMA Bicycle Show 米蘭自行車展（Trade）      | 09/18 - 09/21 | 米蘭       |
| ★Interbike 美國拉斯維加斯國際自行車展              | 09/23 - 09/25 | 拉斯維加斯    |
| Paris Cycle Show 法國巴黎自行車展             | 10/02 - 10/05 | 巴黎       |
| Cycle Show 英國倫敦自行車展                   | 10/08 - 10/11 | 倫敦       |
| Two Wheels Trade Show 巴西國際兩輪車貿易展覽會    | 10/16 - 10/21 | 聖保羅      |
| 第27屆中國江蘇國際自行車、電動車交易會                  | 10/23 - 10/25 | 南京       |
| 8th Int' l Sports Fair 捷克國際運動用品展      | 11/05 - 11/08 | 布爾諾      |
| EICMA (Bike & Motorcycle) 米蘭兩輪車展（消費性） | 11/10 - 11/15 | 義大利      |
| ★CYCLE MODE 日本國際自行車展（大阪）              | 11/28 - 11/29 | 大阪       |
| ★CYCLE MODE 日本國際自行車展（東京）              | 12/11 - 12/13 | 東京       |

註：★為輪彥公司代理組團參展的展會



輪彥國際有限公司  
WHEEL GIANT INC.

台灣總公司：彰化市（50095）自強路 193 號

TEL：886-4-7360794~5, 7350500 FAX：886-4-7357860, 7360789

E-mail: rep@mail.wheelgiant.com.tw Website: www.wheelgiant.com.tw

