

捷克第一品牌 Author 進軍台灣市場

圖、文◎陳柏如

Author 為捷克第一大自行車品牌，是捷克 Universe Agency 公司的自創品牌，該公司成立於 1990 年，主要從台灣與大陸採購，台灣貿易商典順為其採購代理，亦是長期合作夥伴。

年產銷12萬~13萬輛

Author 董事長 Martin J. Havlena 表示，Author 自行車主要以 IBD 通路為主，MTB 與 Corss 各半，行銷全球 17 個國家，車種很齊全，年產銷量約 12 萬—13 萬輛，年營收約 3,500 萬歐元，其中捷克為其最大市場，年售約 5 萬輛自行車，其次是波蘭與俄羅斯，都有不錯的銷售成績。零配件方面，一年約可銷售 150 萬件的自行車相關配件，其營收占總營業額約 30%。Martin 強調，Author 非常重視研發設計，外購的頂級車架都是開專用模具特別設計，很多零件也都是針對車子的需求特別設計開發，產品線相當廣。



▲Author頂級碳纖維前避震登山車Introvert。



▲Author董事長Martin J. Havlena (右)樂觀開朗且熱愛運動，他相當看好台灣市場。左為Author亞洲銷售公司負責人黃文華，與Author合作相當多年。

看好亞洲市場，Author 與典順也於台中合組 Author 亞洲銷售公司歐瑟，負責亞太地區的代理與銷售事宜。兩年前 Author 已進入中國市場卡位，由於去年台灣自行車市場相當熱絡，因此 Author 今年也正式進軍台灣市場。本身相當熱愛運動與騎車的 Martin 指出，他來台的次數超過 80 次，他發現近幾年台灣的單車騎乘風氣提升許多，民衆對自行車也有更多的認識，甚至許多自行車廠老闆也都身體力行騎自行車，相信這股 cycling 風氣會不斷延續下去。問及這波全球金融海嘯對 Author 的影響，Martin 表示，Author 的財務相當健全，因此受到的影響不大。再者，Martin 提到，本身不太在意銷售量、價格等問題，因為他經營企業純粹是興趣，所以他認為 enjoy (樂在其中)、過好每一天最重要！

甚至 Martin 認為危機不一定不好，反而有助市場洗牌、優勝劣敗。

Author 在今年 3 月的台北展也有展出，Martin 表示，今年來參觀的買主主要還是以歐洲與南美洲居多，還有就是台灣的消費者也不少，反倒北美的買主來的很少。對 Martin 而言，台北展的功能大概就是來跟客戶打招呼，他最重要的任務是在展後去拜訪相關配合工廠談規格。

台灣5月份正式開賣

談到台灣內銷的策略，Author 亞洲銷售公司歐瑟負責人黃文華指出，與 Author 合作非常久，由於他們對於品質與研發非常用心，產品也都很有特色，因此一直希望能引進台灣市場，讓台灣的自行車產品更普及化、平民化以及生活化，讓更多

人能體驗騎車的樂趣。黃董事長表示，Author 系列車將於今年 5 月初正式在台上市，主要鎖定在登山車與公路車，此外還有相關零配件與商品，初期預計在全台開設兩家 Author 專賣店，第一家專賣店將於 5 月在豐原正式開張，第二家專賣店將座落台中市。



▲ Author 鋁合金液壓成型 Enduro 車款。

BH 西班牙新廠落成

文◎編輯部

西班牙自行車大廠 BH 於 3 月 12 日舉行新廠落成典禮，宣佈其位於西班牙 Vitoria 的新廠已正式啓用！落成典禮貴賓雲集，一同慶賀 BH 新總部的落成。BH 總經理 José Antonio Gómez、外銷經理 José Miguel Aracama 以及行銷企劃總監 Álex Zuloaga 旋即引導與會貴賓參觀新總部的辦公大樓，以及擁有先進自動化倉儲系統的 Warehouse，這裡也將成為 BH 主要的配送中心，每天至少可配送超過 1,500 輛自行車供應全球市場。

落成典禮上，BH 也展示其最新車款並提供與會貴賓試騎，其中最受注目的焦點莫過於已經量產的超輕公路車 G4 Ultralight，僅重 5.4kg，號稱全球最輕的量產車！此外，



▲ 由左到右：BH 贊助車手 Unai Yus (Lankide-AZETxe 車隊)、BH 行銷企劃總監 Álex Zuloaga、BH 總經理 José Antonio Gómez 以及外銷經理 José Miguel Aracama 於新廠內合影。

因應電動自行車風潮，BH 也開發相關助動車款面市，其 E-motion 助動車也令現場來賓驚豔。