

思帕科自創品牌「Spakct」

文◎邱志華

思帕科運動用品有限公司為專業自行車騎行服供應商，三大股東持有，各自負責市場、設計、工廠三大塊，涇渭分明，取其優勢。

強調時尚、健康

思帕科業務經理李強表示，雖然公司組建時間不長，今年三月份始上市的自有品牌「Spakct」思帕客，目前銷售情況尚稱滿意。李經理認為，研發是公司最具有競爭優勢的利器，「Spakct」騎行服在品質穩定的前提下，能夠把時尚的元素、健康的理念表現出來，靈活運用圖騰、色調等，設計推陳出新，提供車友更多選擇。例如，當流行音樂之王 Michael Jackson 突然逝世，全球歌迷傷心不已之際，作為總設計師王呈與李強經理則一起設計出紀念 Michael Jackson 的概念騎行服「THE ONE」；此款「THE ONE」最終確定版面，也是不斷徵求各地經銷商的意見，融入各方建議製成，並將於兩岸三地同時銷售。這種重視產品與時事的結合，在生活中獲取設計靈感，也使客戶能夠源源不絕。

此外，不得不提到思帕科的設計中心—BONA（貝納爾），目前有設計人員10餘人。主要業務有文化活動展示、設計服務等。BONA 負責人王呈認為，產品沒有經過設計整合，就沒有生命力。在設計騎行服的過程中，更需要考慮年齡以及消費觀念。如臺灣的消費比較成熟，



▲思帕科銷售經理李強（左）與設計師王呈（右）是公司的樑柱。

不需要太炫的圖案，大多以休閒為主，服裝款式和顏色設計必須適合日常穿著。而大陸的客人，騎車的團體更年輕，騎行服則要拉風點，並且注重品牌形象，哪怕是山寨版的也沒有關係，且不在意功能性。設計師王呈表示，公司計畫是每個月要推出3-5款新品，透過不斷更新的款式吸引團隊訂製。

多品牌策略

在問到如何經營品牌方面，李強經理表示，目前公司走多品牌路線，高檔騎行服目前以「Spakct」品牌為主，大眾價位的以「Ctour」為主，零售價以RMB280元為分水嶺。「Ctour」騎行服是以染色布工藝來生產，對追求實在的客人較有吸引力。在設計「Spakct」品牌時，不僅考慮到衣服需要時尚，騎車的訴求是健康，也增加了運動的熱情，表現出運動的力量。

李經理強調，國際業務部分，他們為歐洲知名品牌代工，而在兩岸三地，都是做自己的品牌，就算客人要求訂製，也必須加上 Spakct 的 LOGO。Spakct 亦贊助廣東知名自行車隊—中山隊。Spakct 除了在大陸經營之外，在韓國以及臺灣也有代理商，甚至鼓勵他們在當地註冊 Spakct 品牌。銷售經理李強認為，這種戰略合作夥伴的關係促使他們這樣做的，因為他知道，自己的優勢在於不間斷的設計具有時尚、健康、高品質的衣服，並不是隨便就可以模仿得到的，這樣能夠為經銷商帶來利潤，不怕客人流失。相反地，正是這種大家共同經營自家品牌的理念，讓彼此合作更無間，在品牌建立初期更適合品牌的迅速成長。李經理表示，今年的自有品牌騎行服方面的營業額目標為 RMB300 萬。



► 紀念 Michael Jackson「THE ONE」概念騎行服。



▲ 竹影白調款式的騎行服。

中國輸出入銀行

國際應收帳款輸出信用保險

是好
您夥
拓伴
展，
全提
球供
市您
場的
的！

- 單一窗口，獲取短、中長期出口貸款
- 協助貴公司拓展外銷市場，降低信用風險
- 承保O/A、D/A、D/P交易
- 網路投保，作業快速簡單
- 不需申報每筆出貨，減輕人力負擔
- 賠償比率高，保障大

新鄭和計畫
三保專案
徵信費與保險費
優惠實施中

總行(02)2394-8145
高雄(07)224-1921

新竹(03)658-8903

台中(04)2322-5756

<http://www.eximbank.com.tw>