



美利達中國總經理 許世彥談內銷佈局

無時無刻笑容滿面、充滿自信，這就是許世彥的工作態度！

圖、文◎阮素琴

積極佈局大中華

打從被派駐在中國地區，許世彥總經理就不斷地推廣自行車運動、舉辦騎乘活動與賽事，並積極佈局大中華地區的通路網，在這過程中，許多很不錯的车店，也都改掛美利達的招牌，使得美利達目前中國大陸有 1,500 家經銷車店，以及 200 家專賣店。

提倡自行車運動

經營中國市場，美利達審慎面對，用最好的服務，提升品質，穩定市場，也因為這些堅持，美利達已經培養出許多忠實粉絲，有很多的良性互動，每年固定參加好幾場活動和比賽，因此每年的市場通路都在增加，因為通路是決定品牌的性向。

目前中國的騎乘愛好者，主要以 30-40 歲年齡為主，他們將出行視為休閒運動，使得人民幣 2,000 元以上的自行車款供不應求。許總經理平時也會騎車運動，一次約騎乘 40km，如果是假日則有 70-80km，展現熱愛自行車的精神。

對於大陸持續成長的電動車，許總經理指出，美利達電動車面臨到比較大的問題是法規曖昧不明，尤其現在很多產品都走向輕摩化，還有些人祇講究外觀好看，這些都會影響法規走向，因此希望新規定盡早塵埃落定，否則就

等同是自毀未來電動車的發展前程。

穩定中求成長

深耕中國多年的許世彥總經理，回想起當初 2004、2005 年期間經營中國內銷市場的狀況，可說是很坎坷，所幸辛苦付出代價終於在 2006 年看見曙光，逐漸掌握經營策略與契機，即便如此，美利達依舊不斷地調整步伐，在穩定中求成長。

許世彥現在大部分時間都在山東廠，山東廠月產量約 2 萬輛，年產量 20 萬輛，員工有 500 餘人，先前傳出的缺工問題，許總經理表示，的確多少受到影響，但是已經在農曆過年後補滿人事空缺。美利達的深圳廠月產量 5-6 萬，年產量 70-80 萬輛。目前美利達中國內銷量近 30 萬輛，其中泛達佔 6-7 萬，但目前最大的壓力就是產品供不應求。在 2010 年產量部份，1 月相較去年同期成長 70%，2 月因為過年僅有成長 10%，3 月份截至 25 日成長 50%。

有競爭才有進步

對於去年金融海嘯或是競爭白熱化的事件，對市場的衝擊力都不小，不過，許總經理認為，這不完全都是壞事，因為有助於市場重新洗牌，讓整個產業結構更健康順暢。

