



圖◎編輯部、文◎廖壯偉

肩負相同的使命，只是腳下踏的土地不一樣而已！甫從台灣調任至中國擔任美利達中國內銷副總經理的詹馥旗，擁有多多年自行車的行銷經驗，同時熟稔兩岸之間相關事物，無論是美利達在中國的牌定位、活動舉辦等，皆已瞭若指掌，延續美利達中國高級變速車領導品牌的地牌，詹馥旗身肩重責大任。

中國市場 美利達全方位服務

自行車在中國內需市場不斷成長，連帶使得騎乘風氣與人口提升，特別是在沿海城市更加明顯，面對持續成長的中國市場，詹副總指出，美利達洞燭機先中國市場發展趨勢，在中國主要城市北京、上海、天津，以及江蘇、山東、遼寧、河南、河北、陝西、山西、雲南、湖北、江西、福建、四川、廣西等地共設立 16 家分公司，以及



▲美利達除透過自營專賣店及經銷商外，也積極參加展會與消費者直接接觸。

數家自營專賣店與 1,500 家經銷店，同時近年來以 3~5 成以上的幅度成長，並且透過自營專賣店，讓美利達的優質產品，行銷涵蓋全中國 85% 的縣級城市。

美利達三心 消費者感心

詹副總補充道，除能提供如此大的行銷範圍，但如何將各點串聯線並成面？美利

達為經銷商及消費者提供優質的售前、售中、售後服務，縝密完善的全方位的行銷服務，持續服務所有美利達受用者，無論在中國何處購車，任何處兼可享有美利達優質維修保養服務，讓車友買的安心、騎的放心、保用不需費心！

低碳綠能美利達

現在中國自行車市場，正處於從低階轉入中高階的時刻，不過對美利達而言，一開始就以高級車自我定位，透過穩定的策略，同時著重品牌形象，在中國積極推動「低碳與綠能」運動，2010年在山東德州成功舉辦「名車運動，低碳德州」的活動，受到各地車友讚賞，同時也透過中國各分公司在旅遊城市與當地政府舉辦活動，讓車友更能認識美利達愛地球、對社會盡環保的責任。

看自行車與電動自行車競合關係

就是要做最好的自行車，就是在這股力量推動下，美利達自創立以來，無論是中國市場或是全球市場，從設計到品質，皆受到業界、媒體等各界高度讚揚，讓美利達自行車在全球，始終站在至高點，不過針對中國電動自行車在2010年的銷售

量首度超越自行車，詹副總指出，自行車與電動自行車做為兩種不同的交通工具，實際上不存在誰超越誰的問題，兩者都會有自己無限的



◀ 詹副總熱愛自行車騎乘。



▲ 從美利達總經理曾崧柱（中）手中接下經營美利達中國內需市場的重責大任，詹副總（右）力求要讓美利達更上一層樓！左為美利達台灣副總許世彥。

發展空間。不過他也同時表示，中國在低碳綠能的「社會共識」下，加上人民的生活水準提高，運動風氣漸盛，自行車已不再是以前的代步工具，而是一種代表「綠色、環保、休閒、健身、時尚」等多種符號的象徵，這是目前電動車無法比擬的。

需求增加 不排除開闢新廠

美利達在中國努力經營已超過20年，擁有一流的生產線，中國內銷總部成立於山東德州，詹副總認為，由於德州地理位置的重要性，成就德州物流輸送的便利性，同時德州在古時候，是進京的必經之路，南北通達必須得走德州通關，現代則有京滬鐵路、石德鐵路以及興建中的德龍煙鐵路在這裡交會，德州可說是山東的北大門，正因如此德州有「九達天衢」、「神京門戶」之稱。

經過20年在中國大陸的努力，美利達如今已走上領導品牌的道路，詹副總也補充指出，伴隨中國運動風氣的盛行、內銷市場需求的增加，加上美利達在中國的蓬勃發展帶來的銷量不斷擴大，未來不排除開闢新廠的可能，以滿足中國整體市場的需求，讓美利達再創新巔峰。

