

奧地利單車代名詞

專訪 **KTM** 董事長 陳鳳美

圖、文◎廖壯偉



▲2011年慕尼黑展，KTM攤位人氣非常旺，更有人遠道而來，就是為了一睹KTM今年新車。



提及奧地利，大家第一個印象就是音樂之都維也納（Vienna），以及音樂神童莫札特，這個國土 70% 為山地的國家，在近幾年不僅以音樂在全球響徹雲霄，同時也透過 KTM 高品質的單車，在全球車界發光發熱。

銷售成長 電動車熱賣

KTM 在奧地利是擁有超過 50 年歷史的品牌，曾一度經歷低潮，不過身為 KTM 靈魂人物的陳鳳美，不僅讓 KTM 成功起

死回生，也重新擦亮 KTM 在歐陸甚至是全球的品牌知名度。

KTM 在 2010 年銷售成績亮眼，總銷售量超過 20 萬輛，年營收達 1.05 億美金，主要是以休閒型登山車及一般型登山車為主，不過 KTM 的電動自行車近幾年異軍突起，銷售大幅成長，董事長陳鳳美指出，KTM 的電動自行車，主要是銷售往德語系國家，如：德國、比利時、奧地利，荷蘭也是重要銷售國家，同時拉丁語系國家法國、義大利及西班牙也是 KTM 電動自行車熱賣的國家與地區。

細心追求高品質

KTM 的品牌主要以品質為訴求，車款長期皆是走高單價為主，近來銷售長紅的電動自行車也不例外，目前一輛平均單價大約 2,000 歐元，許多消費者騎乘過後愛不釋手，能夠讓消費者如此喜愛的原因其來有自，專業技師從組裝過程中，對待單車猶如藝術品般的細膩，同時在出廠前都會再將每根螺絲鬆緊作檢查，不求快但求最好的品質，也造就 KTM 品質如同維也納交響樂團，成為奧地利的最佳代名詞。



▲ KTM 的高品質電動自行車，走高單價路線，銷售成績亮眼，圖為 KTM eGNITION 是全球首輛 e-Freeride bike。

電動自行車市場大有可為

不過近年來歐元區開始出現金融上的危機，這也讓許多業內人士認為，剛起步不久的電動自行車市場，將受到嚴峻的挑戰，不過陳鳳美倒是有另一番見解，她表示，由於現在電動自行車較旺盛的市場，都是屬於經濟收入較穩定的國家或地區，像是德國近年來的電動自行車成長率就讓人咋舌不已，從 2007-2011 年四年間，德國電動自行車的銷售成長率近 190%，這也



▲ 真誠對待與聆聽每位客戶的意見，陳鳳美那怕時間再緊縮，也都不厭其煩與客戶細心交流。

讓 KTM 看到更多有關電動自行車的機會。

2011 年慕尼黑展，KTM 多款電動自行車引起話題，其中包括與 Bosch 合作的 MACINA 29，陳鳳美表示，對於電動自行車未來的市場，她仍是非常看好，正所謂「天時、地利、人和」，歐洲大陸擁有良好的騎乘環境以及熱愛單車的人口，不過今年的極端氣候，也讓許多廠商受到影響，陳鳳美指出，極端氣候不僅影響整體市場的銷售，也減少消費者的騎乘意願，這點倒是令她感到憂心忡忡。

堅強不畏難關

歷經過種種關卡，不過難不倒擁有堅強毅力的陳鳳美，在慕尼黑展上，她緊握每一位遠道而來朋友的雙手，並以流利的德語交談，同時在展前也特別抽空到 KTM 攤位觀察擺設、燈光的位置是恰當，在每個小細節都非常用心，正如同陳鳳美所言，不管遇到任何問題與難關，KTM 永遠都只要求全力做到最好！

