

Made in Europe 亞立泰Planet 立足荷蘭

圖、文◎廖壯偉



▲與Dema的合作，林世鵬總經理指出，讓對方沒有威脅感，合作才能締造雙贏局面。

台灣貿易商亞立泰擁有歐洲純正血統製造的荷蘭自行車品牌 Planet，近年與斯洛伐克（Slovakia）Dema 合作，對辛勤耕耘歐洲市場的亞立泰總經理林世鵬而言，不僅成功與 Dema 達到雙贏局面，同時也讓單車品牌 Planet 展現更旺盛生命力。

與Dema合作受關注

亞立泰在台灣與荷蘭均設有辦公室，台灣辦公室負責將零件集結至歐洲，荷蘭辦公室設立已超過十年，主要從事後續的服務工作，亞立泰在台荷兩地共有 19 名員工，林世鵬指出，接近市場才能了解消費者的思維，並融入當地文化風俗。林世鵬強調，由於製造並非其專長，於是與其他廠商合作，像是與 Dema 的合作案例，受到各界關注。

相輔相成共締雙贏

亞立泰原先鎖定從捷克開始跨出第一步，不過後來與斯洛伐克的 Dema 接觸與合作，林世鵬指出，由於亞立泰的 Planet 自行車主要市場是在北歐與西歐，Dema 主要鎖定在東歐，兩

者之間相輔相成，不僅把餅作大，也有助彼此成長，對雙方而言，是多贏的合作策略。

在強調品質並且不打價格戰的前提下，透過 Dema 組裝，目前 Planet 與 Dema 一年產量約 2 萬輛，預計在 2012 年打算成長至 3 萬輛，同時 Dema 也因 Planet 關係，生產線與人才訓練改善，訓練員工就花費半年的時間，林世鵬說：「雙方互相信賴，同時讓對方無威脅感，是合作成功的關鍵。」

韓國自行車對台威脅不大

近來韓國自行車業的崛起，也讓許多業內人士擔憂，曾為韓國展（Korea Show）剪綵過的林世鵬也提出他的見解，他表示站在貿易商的角度來看，韓國對台灣自行車業的威脅不大，韓國自行車近年來進步快的原因，絕大部份必須歸功於中國大陸，而韓國展目前仍屬 Local Show，競爭力倒是不強。

Planet堅持高品質

經營品牌不容易，特別是在自行車發展已有數百年歷史的歐洲，隨著時代的演進，行銷的手法及品牌的培養也更多元，目前 Planet 在荷蘭有一定知名度，隨著科技的日新月異，未來 Planet 也將改變成 Internet 品牌，而且搭配不一樣的行銷手法，雖然品牌的屬性略作調整，但是 Planet 長久以來堅持的高品質，依舊不變。🌀



▶ Planet 擁有童車、城市通勤車及登山車等種類，未來將走 Internet 品牌。