

因應市場所需

又亨國際遷入新穎倉辦

圖、文◎廖壯偉

與業界共同打拼多年的又亨國際，業務主要為設計行銷及廣告，近來喜事頻傳，除推出自家鋁合金產品 Intrepid 外，同時將倉庫與辦公室喬遷至新址，並整合會議室、Show Room 等場所，佔地近 200 坪，讓又亨擁有更雄厚的後盾，與自行車業界共同增進產業興盛。

業界市場推手

成立至今已超過 15 年的又亨國際，早期即與自行車業擁有良好的關係，總經理趙國亨回憶指出，又亨可說是自行車業在 After Marketing 的先驅，最早為 GT 的市場行銷推手，此外也與久鼎合作，導入品牌概念及行銷，隨後導入 Total Solution of Marketing，並且陸續與許多廠商合作，諸



▲又亨國際總經理趙國亨與臺灣自行車業擁有多年合作關係。

如彥豪的 Tektro、TRP，永傑的 Baradine、佳承的 Jagwire、浩捍的 Exustar、立富的 Icetoolz、野寶的 X-Fusion 等，現在均是世界一流的品質及響亮的品牌，讓臺灣自行車業界能在全球市場裡，以絕佳的品質及響亮的品牌，馳騁國際自行車市場。



▲又亨總經理趙國亨與全體工作人員相處融洽，團隊氣氛就像大家庭般和樂融融。

不衝突為首要原則

趙國亨表示，又亨之所以能與自行車業界擁有良好的關係，就是長期以來共同打拼的革命情感，這也是又亨的利基點，他補充道，又亨在協助業界推展市場時，以「不衝突」為主要原則。此外並將每樣產品及品牌，設定為第一名的



◀▲又亨倉辦將Show Room、倉庫與辦公空間等功能結合一體。



▲Trigon RQC31拿得UCI的認證，是又亨將Trigon行銷中國的最佳利器。



▲又亨自有品牌intrepid為鋁合金製產品，並主打經濟型市場。

角色，讓客戶的產品能在全球市場無往不利，除以不衝突為首要原則外，同時並為客戶區隔市場，讓又亨目前客戶層涵蓋全球五大洲。

行銷全球的又亨國際，鑑於新興市場的發展，早期即將品牌帶入中南美、東歐及東南亞市場，對於臺灣自行車產業較陌生的中南美市場，又亨經過多年的努力，透過中南美共同市場機制進入及擴展，讓客戶能達到最大的效益，趙國亨指出，由於自行車是一個鏈型產業，與客戶建立在互信基礎下，才能夠盡其所能為客戶服務。

新推出鋁合金成品Intrepid

目前又亨在成車的代理部份，以偉兒達生產的 Trigon 為主，協助 Trigon 在中國深圳成立發貨中心，並以輻射狀的方式，將 Trigon 的成車送往全中國，加上 Trigon 的 RQC31 通過 UCI 的認證，讓又亨在中國市場推廣 Trigon 如虎添翼。

除代理 Trigon，又亨也針對經濟型市場，推出自有品牌 intrepid，全系列的鋁合金產品，全部皆為臺灣製，趙國亨表示，intrepid 的推出，不僅能為又亨帶來更廣大的效益，同時也符合「不衝突」的原則，繼續與業界保有更緊密的關係。

