

## 與消費者親密接觸

# 先進舉辦Fuji新車試乘

圖、文◎廖壯偉

在臺灣內銷市場較為低迷的情況下，透過各式活動與消費者接觸，已成為自行車業界最佳的行銷利器之一，先進運動器材特別在全臺舉辦五場「2012年Fuji新車試乘會」，除旗下全系列車種全員出擊外，也特別展示2011年環西紅衫Juan José Cobo的冠軍戰駒。

## 環西冠軍車來臺展示

優異的性能，讓Fuji Altamira獲得UCI洲際車隊Geox-TMC車隊的青睞，然而Geox-TMC在2011年環西賽的出色演出，不僅摘下個人總冠軍的紅衫榮耀，車隊也拿下團體總冠軍的殊榮。為了讓臺灣消費者能近距離接觸三大賽的冠軍戰駒，先進運動器材也特別將Juan José Cobo在環西騎乘的Fuji Altamira及Denis Menchov騎乘的Kestael計時車展示於車友前。

## 高端公路車傳動耳目一新

冠軍車款不僅看得到也騎得到，Fuji碳纖維公路車Altamira、SST等高端車款，為迎合消費者的喜愛，特別搭配Rotor橢圓盤，讓成車更具特色，先進運動器材副總林德銘（Chris Lintaman）表示，會在高端車種搭配橢圓盤，主要是讓消費者有耳目一新的感受，加上橢圓盤近幾年也獲得一些職業車手的青睞，同時會選擇高端車款的消費者，大多已有一定的騎乘經驗，自然會想嚐試一些特殊的傳統系統，造就Fuji在高端碳纖維公路車搭配橢圓盤。

不過林德銘補充指出，Fuji的高端碳纖維公路車除搭載橢圓盤外，對於全球熱賣缺貨的電子變速系統，也會在年底因應市場需求推出，屆時不僅讓產品線更加齊全，也能滿足消費者不同的需求。



▲拿下環西冠軍的Fuji Altamira也在試乘會裡展示，其中整車相關零件幾乎皆為臺灣製，證明臺灣自行車產品在全球市場已具有強大實力。



▲為讓消費者有不一樣選擇，Fuji不僅提供高端公路車讓消費者親自試乘，並搭載橢圓盤。



▲為了讓消費者更能體驗Fuji全系車種，先進運動器材副總林德銘（藍衣者）率領員工一同舉辦全臺新車試乘會。



▲試乘會中Fuji的登山車與童車可直接讓消費者感受，對臺灣較低迷的登山車市場，也有正面的效果。

## 推展Fujism 全系車種提供試乘

Fuji 在 2012 年將品牌定位在「富士完全崇拜主義」，除讓選手在重要賽事拿下冠軍外，也專為女性選手打造競速公路車款 Supreme，結合速度與美感，以滿足更多想加入公路車騎乘的女性消費者，而近期受到消費者注目的計時車種，同樣有 Fuji D6 車種以滿足車友需求。

不僅在碳纖維公路車有所精進，被視為 2012 年臺灣市場不能忽略的鋁車 Fuji Barracuda，透過三抽管讓車架重量接近 1.2kg，加上高度拋光的外觀及結合流體

力學的造型，讓 Barracuda 有接近碳纖維公路車的特色，也極具鋼管車的古典韻味，在此次全臺新車試乘會中，一直是消費者最感興趣的車種之一。

針對臺灣較特別的登山車市場，Fuji 特別鎖定入門消費者，提供五款共九種顏色的 Nevada 登山車系列，搭配 100mm 的避震行程，加上幾乎全系列車種都採用碟煞，及不到萬元的優惠，讓不少親身體驗的消費者怦然心動，另外童車 ACE 及小徑車 Comet 也都是試乘會上，消費者大感興趣的車款。

