

亞洲經濟體崛起

Accell Asia總裁 Uwe Kalliwoda談亞洲佈局

採訪◎陳柏如
圖、文◎廖壯偉

亞洲市場近幾年被各界重視，內銷潛力驚人的中國與印度、蓄勢待發的韓國、從金融海嘯中重生的東南亞等地，獲得各界的聚焦及關注，均較往年來得高，位處荷蘭的 Accell Group，為強化亞洲地區的業務及運作，日前宣佈由 Ghost 創辦人之一的 Uwe Kalliwoda 擔任 Accell Asia 總裁。

Accell Group 營收持續成長

雖然 2011 年歐洲歷經歐債危機，不過 Accell Group 在 2011 年營運仍開出紅盤，據 Accell Group 指出，去年的營業額總共為 628.5 萬歐元，與 2010 年的 577.2 萬歐元相較，成長幅度達 9%。

其中自行車與自行車配件營業額成長 11%，從 2010 年的 548.7 萬美元增加至 607.6 萬美元，然而成長的最主要關鍵，在於電動車市場的強勁上升，目前電動自行車的銷售同比增長 21%，佔自行車總量的 31%，特別是在德國的市場欣榮，讓 Accell Group 在 2011 年營業額仍有不錯表現，同時庫存的減少以及營運的積極，這也讓 Accell Group 在 2011 年的淨利潤增加 11.7%，與 2010 年的 36.4 億歐元相較，2011 年增加了 4,030 萬歐元。



▲Uwe Kalliwoda 在亞洲擁有多多年業務經驗，他認為中國的高端市場非常具有潛力。



◀▲Accell Group 在 2011 年自行車與自行車配件營業額成長 11%，圖為臺灣辦事處一景。

臺灣負責高端零件採購

為拓展及擴大亞洲市場，Accell Group 任命 Uwe Kalliwoda 擔任 Accell Asia 總裁，其辦公室目前設置在臺灣，目前 Accell Group 的臺灣辦事處共有 15 人，主要負責高端



▲Ghost在亞洲的高端市場剛起步，韓國Accell Group正緊鑼密鼓開拓Ghost的能見度。

自行車的零件採購，旗下品牌 Ghost、Lapierre、Koga 在非歐盟地區的業務，由臺灣辦事處負責，同時 Accell Group 臺灣辦事處也負責 Accell Group 韓國與 Accell Group 澳洲的銷售，而澳洲近日也將找尋適合地點設立辦事處，以利當地市場開發。雖然目前亞洲市場並非 Accell Group 主要收入來源，但是透過人事的佈局，顯示 Accell Group 未來在亞洲市場經營深耕的企圖。

讓各界好奇的是，Accell Group 並未從日本開始高端自行車市場銷售，反而從韓國開始切入，對此 Uwe Kalliwoda 表示，由於看見韓國市場的潛力，並認為 Accell Group 從韓國透過經銷商的方式營銷，成功機率較高，而目前 Accell Group 在韓國辦事處有 4 名員工，主要也是拓展 Ghost 在韓國的市場。

高端產品在中國潛力無窮

針對近年成為焦點的中國市場，擁有多年亞洲業務經驗的 Uwe Kalliwoda 指出，跟其他的產業類別一樣，高端的自行車產品，在中國仍是個很「年輕」的市場（young market），代表潛力仍有無窮的希望，來自歐洲的商品，目前在中國仍是非常受消費者喜愛，特別是德國的產品，這成為 Accell Group 的一大優勢，不過 Uwe Kalli-

woda 也指出，由於 Accell Group 的高端產品在中國及亞洲裡，算是剛起步不久，希望可以在中國慢慢開花結果，目前 Accell Group 正在上海浦東新區找尋空間設立辦事處，未來中國內銷的部份，將會由上海負責，同時整體亞洲市場的規劃，上海將成為中樞，並希望在 2012 年上海展會上，可以尋找適合的客戶，以利其業務的拓展。

未來著重產品產異化

長期以來被視為配角的東南亞，最近幾年亮眼的表現，讓不少自行車業者也更加關注東南亞的成長，雖然在越南及柬埔寨製造的成本會較低，不過目前 Accell Group 並未關注至此，Uwe Kalliwoda 認為，Accell Group 想做出具有特色別於市場且專屬於己（make bike our own）的成車，對於東南亞的採購及業務方面，目前由 5 年前成立的中國深圳辦事處負責，同時深圳辦事處也負責在中國的集貨及鋁車架製造，目前深圳一年可製造 150,000 臺車架，員工人數有 15 人，Uwe Kalliwoda 表示 Accell Group 在中國走德國式亞洲風的管理，所以在品質管控非常著重，交期也非常準時，面臨中國大陸缺工的問題，Accell Group 深圳廠並未受影響。

針對日前歐盟宣佈，對於原產地為中國的進口自行車，所適用的反傾銷措施展開期中檢討調查，是否對中國將再處以五年的反傾銷，對此 Uwe Kalliwoda 也認為，當然希望可以繼續再有五年的反傾銷，不過決定權並非在他。對於未來，他謙虛的表示，還是得不斷的學習，同時在產品或是零件上，推出更多差異化商品，才能獲得消費者的青睞。

