

首創億元創業夢想資助計畫

凱路仕品牌創始人 鄧永豪專訪

2010年才推出的凱路仕品牌，以中高端運動休閒自行車品牌為定位，積極研發新品、建設品牌、設立專賣店通路，並透過與廣州電視臺合作來提升單車騎乘風氣，預計2012銷售量突破10萬輛，堪稱為中國自行車市場上表現最搶眼的黑馬之一！2012上海展，凱路仕更大手筆啟動「滾動創業夢想計劃」，三年將提列人民幣一億元資金幫助千人實現擁有屬於自己的專業自行車店的夢想，造成市場震撼！凱路仕品牌創始人鄧永豪的經營之道備受推崇，他指出：經營企業的不二法則就是「用心」，自行車行業不是暴利的行業，但肯定是永續的行業！凱路仕不只是在賣自行車，更是一種生活體驗。

圖、文◎陳柏如、吳志行



凱路仕從2010年4月份開始在大陸銷售，迅速刮起一股「橙色」風暴，專賣店遍地開花。如此神速在大陸建立銷售管道，功不可沒的當然是凱路仕擁有一支專業的管理團隊，從產品開發、管道建設、售後、行銷等細節，都為凱路仕提供強大的支援。利用上海展期間，特意採訪這支團隊的領導者「凱路仕董事長鄧永豪」。

鄧董事長早年從事國際貿易，自小熱愛自行車，並於1993年開設自己的第一家自行車專門店。由於保持「自行車騎行文化」的理念，在那個「每個人都只把自行車當做交通工具」的年代，鄧永豪的騎行運動文化變得獨樹一幟，影響和吸引著越來越多的人，生意變得越來越紅火。並迅速把車店增加到8家，形成連鎖經營。1995年，正值中國自行車產業發展的巔峰時期，當時廣州市自行車保有量創了

288 萬輛的歷史新高，鄧董事長就組建他的第一家自行車工廠，並開始走上自有品牌之路。以下鄧永豪董事長簡稱「鄧」，自行車市場快訊簡稱「快訊」。

快訊：鄧董，您好！請您簡單介紹一下入行的經歷和凱路仕品牌的起源。

鄧：我最早並不做自行車，而是做國際貿易。在 19 年前，因為愛好，也因為看到自行車這個巨大的市場，我在廣州開設第一家自行車店。第二年就做出 8 家連鎖店，第三年就建立第一間自行車廠，當時在全中國都很難找到適合的零件，就到深圳龍華去採購，那裡有很多臺資的車料工廠。

2004 年，我到「自行車發源地」歐洲考察，在荷蘭成立第一家海外分公司。2005 年在突尼西亞（突尼斯）考察的時候，我覺得在中國仍然做低級市場已經不行，再者考量就近市場，以及為了突破歐盟的貿易壁壘，於是在突尼西亞（突尼斯）設廠。2008 在法國設立公司總部，創立「CRONUS（凱路仕）」品牌，隨著 CRONUS 品牌在法國、荷蘭、俄羅斯、美國、加拿大等歐美國家的成功推廣，2010 年 4 月，CRONUS 開始正式進入中國大陸市場。

快訊：目前你們的工廠規模和產能如何？

鄧：我們在廣州、澳門、馬來西亞和突尼西亞（突尼斯）都有工廠，最主要的是突尼西亞（突尼斯）和廣州的工廠。我們在突尼西亞（突尼斯）的工廠佔地 15,000 平方米，員工 200 人，由歐洲員工管理製造和工藝，中國員工做業務推廣和財務管理，目前年產量 20 萬輛，以登山車與 Trekking 車為主，鐵車架居多，輪圈也在當地製造，其中有 50% 幫其他車廠貼牌代工，自有品牌



▲凱路仕品牌創始人鄧永豪暢談對自行車行業的看法與經驗。

佔 50%，主銷西歐國家，以 Mass 市場為主。廣州工廠目前的產能是年產量 50 萬輛，員工 600 多人。

快訊：為什麼新工廠會選址在突尼斯，而不是靠近歐洲的公司總部呢？

鄧：歐洲的人工一直在飛漲，內陸的運輸成本高。突尼斯位於非洲大陸最北端，地處地中海地區的中央，扼地中海東西航運的要衝，海運非常方便，勞動力成本也較低，且比鄰歐洲，優勢非常明顯。產品產值提升，成本的壓力也就減少，得以對研發做更多的投入。

快訊：凱路仕目前的銷售管道有哪些？去年的產銷量是多少？今年的目標和計劃是怎樣的呢？

鄧：凱路仕目前主要為門店銷售，而且都是專賣店，目前在全中國已經有 160 多家專賣店。去年在中國內銷賣出 4 萬多輛整車，2012 年的內銷目標是 10 萬輛。我們要跟上市場的發展，產品線就要適合中國市場，知名度要提升，通路也要當地化。就像跟廣州電視臺做的綠道推廣活動一樣，一週一次，幾個省的電視頻道都在做，錢花得不多，但效果就不錯，我們就是要通過各種創新的形式把品牌和騎行文化推廣開去。

快訊：過去一段時間，有經銷商反映，由於銷售勢頭迅猛，曾出現過客戶需要的車子缺貨的情況，會不會是凱路仕發展太快，戰線拉得太長了，造成供貨壓力呢？你們對此有什麼對策？

鄧：的確曾經出現過供應不足的情況，因為當時的需求已經超出預估，就像當年，Shimano 預計市場會有 50% 的增長，結果

增長 80%，我們的產量也在某些零件的供應上被卡住。誠如我剛才所說的，我們廣州工廠的產能是 50 萬輛，我們的生產和採購計劃都是根據市場和銷售預估來制定的，只要預估正確，就不會出現供應不足的情況。為了提升預估的準確性，我們開發店面管理 POS 系統、店面視頻監控系統，用於收集市場和銷售資料。同時，這兩套系統也可以用於診斷店面問題，給予店面及時指導。

快訊：凱路仕無憂折疊車的折疊器設計獲得本屆創新產品評選的銅獎，談談您的感受如何？

鄧：目前，還沒有非常成熟的攜車架去搭載自行車，而且在部分城市，交通規例比較嚴格，使用攜車架可能會成為違規的行為，因此，現在的折疊車市場很大，在自行車零售領域佔有 25-30% 的成交比例。目前凱路仕的折疊車已經開發出 40 多個型號，力求造出更創新更方便的折疊車，目前的隱藏式、輕按式折疊扣設計就是在這樣的指導思想下誕生的。



◀帶著創業夢想而來—今年起，凱路仕在三年內計劃用一億元資助1,000名自行車愛好者創業，幫助他們實現擁有屬於自己的專業運動自行車店的夢想。在展會上展出的漂亮的凱路仕折疊車、山地車和公路車新品，為這些尋夢者增加莫大的信心。

▼凱路仕時尚秀貫穿展會始終，以舞蹈、展示、默劇等形式生動活潑地表現了「騎行，演繹生活新時尚」的展會主題，成為觀眾每天的追看熱點。



快訊：今年凱路仕啓動億元滾動創業夢想計畫，引起業內人士及眾多車友的關注，您可以跟我們詳細談談這個計劃嗎？

鄧：這個想法，其實我已經摸索兩年，通過資助兩三家車店後覺得切實可行、有效。看著 2011 年有著百分之幾十的業務增長，感受到市場變化非常明顯，於是抓緊今年的機會推出了這個創業計劃。這個創業計劃，是從行業和企業兩個角度出發思考的。很多熱愛自行車的人，希望能擁有自己的自行車店，但會遇到諸如資金、行銷能力和培訓的瓶頸。凱路仕動用億元資金，為創業者提供 8-15 萬元、長達 18 個月的免息貸款，資助其建立車店和俱樂部。為業界培養生力軍的此舉一出，便迅速吸引一百多個報名者。

不過，我們對報名者還是會有甄選的，首先，他必須是一個自行車愛好者，並具備一定的溝通能力；其次，他自身需要有一定的創業資金，大概在 10-20 萬元之間；再者，他要有兩個或以上的擔保人。符合這些條件，我們就會考慮和他簽訂為期三年的貸款合約和加盟合約。

除了資助，我們還會提供一些幫助和必要的技術支援。就像閃電亞洲總裁在選點時會在候選地親自蹲點統計人數、車流量，和汽車牌子一樣，選點是一個很重要的環節，我們會派出團隊為創業者挑選和評估門店。我們還會為店員提供專業的技術培訓，就如我們凱路仕工廠內部，也有一級和二級技師證書的考核制度。

快訊：開一家自行車店大概需要多少資金和多大的鋪位呢？最重要的是什麼？

鄧：開一家自行車店大概需要 80 平方米的營業面積，包含裝修、流動資金、租金押金和貨款，大概需要 25 萬元。現在，二、



▲凱路仕贊助的山地車選手曾在業餘賽事中取得過無數佳績，凱路仕的山地車也在實戰磨練中不斷得到創新和提高。



▲凱路仕折疊車新品種類繁多。

三線城市才是消費熱點，而非一線城市，在二、三線城市開店，也能大大地減輕租金的壓力。自行車經營的特點是小本和用心，投入和用心是最重要的。

快訊：您的經營之道及對自行車的看法。

鄧：經營企業的不二法則就是「用心」以及不斷創新、精進，產品與服務才能深得消費者的心，企業才能不斷保持活力與競爭力。我一直認為自行車行業不是暴利的行業，但肯定是永續的行業！中國市場很大，百家爭鳴，但中國需要一流的自行車品牌，還要有完善的通路、售後服務以及自行車騎行文化。凱路仕不只是在賣自行車，賣得更是一種生活體驗與休閒樂趣。 🌟