

廣州比爾萊斯力推TTGO

圖、文◎吳志行、邱志華

鑒於持續火熱的中國內銷市場，各大整車廠紛紛推出自有品牌，力爭佔據一份「蛋糕」。廣州比爾萊斯也不例外，今年上海展展示 TTGO 整體品牌形象，並成立 TTGO 中國行銷總部，全面負責行銷活動，主打中國大陸市場。TTGO 中國行銷總部設在廣州花都，負責整個品牌的推廣以及管道建設。

據比爾萊斯董事長江顯燦介紹道，隨著中國經濟的發展、人民生活水準的提高，自行車文化呈現上揚的態勢，廣東綠道的啓用又起到很好的帶動作用。回看歐美發達國家和臺灣地區的自行車發展歷史，目前正在經歷他們 10-20 年前的發展階段，因此，中國市場有著很大的前景。另一方面，由於企業所處的地理環境，勞動力成本較高，低端自行車市場的生存空間越來越小，企業自身需要轉型。除此之外，在早年已經制定企業的使命和目標是推行健康運動，企業力推 TTGO，也是企業的使命促使而成。由於以上三點，加上對市場的期許和結合企業自身的情況，便有推出 TTGO 這個中高端品牌的想法和舉措。

TTGO 明確提出「提供休閒運動解決方案第一品牌」為定位，以鮮明的個性來區分現有市售品牌，特別會加大力度開發旅行車款式。江董事長表示，TTGO 從發展之初就注重「教會人們如何享受休閒運動，享受休閒運動所帶來的健康和快樂」，而不僅是賣產品。江董事長強調，工廠內部將會專門開設一條組裝



▲比爾萊斯董事長江顯燦（右）與董事總經理吳嘉波（左）互相配合，共創TTGO。

TTGO 的產品線。高品質產品理所當然需要優越的技術支援，一線員工也將接受 TTGO 工程師的全面培訓。江董事長還隆重介紹新加入比爾萊斯高層的吳嘉波董事總經理，與江董事長已經是超過 20 年的老朋友，他擁有 35 年的行業經驗，從廠務管理、產品工藝、研發到高級零件採購，都瞭若指掌。對於吳總經理的加盟，狠抓產品細節方面，TTGO 如虎添翼。

在談及今年銷售計劃的時候，江董事長表示今年以招商為主，以區域代理和單體店兩種方式進行，品牌行銷需要時間沉澱，所以銷售數字不做硬性指標。



◀TTGO中國行銷中心外景。
◀◀TTGO中國行銷中心。