

▼進階款Charger適用於從事輕度越野騎乘或是越野競速。



▲高士特Gusto董事長魏宏帆希望提供消費者精緻超值的精品單車。

GUSTO 碳纖車平價搶市

圖、文◎編輯部

自 2012 年初成立品牌以來，就以提供平價碳纖維車款為訴求的高士特 Gusto，上市時以打破市場行情的價格，推出只要 NT\$19,800 的碳纖維公路車款，吸引了所有人的目光；繼公路車款後，Gusto 近期又推出了 2 款碳纖維登山車款，希望讓產品線更加齊全。

平價碳纖車款打破行情

臺灣高士特 Gusto 在董事長魏宏帆的領軍之下，以「精品單車·平民價格」的理念建立品牌區隔，希望提供消費者精緻超值的精品單車，實際提升臺灣自行車騎乘率，讓「愛地球」不再只是口號。魏宏帆表示，Gusto 希望合理的銷售價格帶中，推出最超值的配備組合，並提供車架終生保固的優質服務；希望在高士特的帶動下，能讓臺灣品牌可以更重視本土車友，以 MIT 為驕傲、讓臺灣消費者獨享最好的車、最平實的價格。Gusto 繼年初

發表 4 款公路車，10 月又搶先曝光 2 款登山車，分別是入門的 Dominator 和進階款 Charger，這兩款登山車預計將在明年才會上市。

明年進軍中國市場

據魏董事長指出，精品平價單車的理念能夠達成，都是有效整合上中下游供應鏈資源的成果，自今年三月 Gusto 品牌發表至今，目前已有 4 款車款、並在臺灣 20 家自行車通路上架，銷售量已突破千輛，締造亮眼成績，市場熱度持續延燒，證明景氣雖然不好，但 Gusto 的平價精品策略奏效，只是目前產能有限，因此未來將積極提高產能，以應付需求。在明年 Gusto 預計至少有十款新車上市，產品線會更齊全，且 Gusto 將擴大通路達到兩百個據點，明年也將結合集團資源與通路經驗，逐步在中國全面布點。

