

凱中鄭合甫暢談市場發展

文、圖◎吳志行

凱中貿易在大陸代理 Aki、Ashima、Chepark、Chosen、Da Bomb、Driveline、KS、SR Suntour、Token、Velo、YBN 等二十個著名品牌的產品。以零件為主，配件為輔，還有部分的裝備。經營者鄭合甫總經理從 16 歲當上自行車業餘運動員，開始和自行車結下不解之緣，30 年裡面，組過車隊、做過運動員和助理教練、擔任過協會顧問、待過三家整車廠的車架焊接和開發部門，從業經驗非常豐富。在超過 20 年的國際貿易工作中，與國外各品牌的產品經理協同處理解決各種新產品的開發問題，也使鄭總經理持續保有對自行車的熱情。

鄭合甫總經理談到，自行車是一個很有趣的行業，人情味變得越來越濃，若產品的生產過程中，缺零件時，都可向同行借調，而這是在其他行業中無法理解和想像的，體現業界的和諧和融洽，也造就臺灣強大的零配件及組車基地。而和諧、融洽與合作是市場可長可久共存共榮所強烈需求的養分，令人擔憂的是，目前中國市場正極度缺乏這種讓市場正常成長的養分。長



▲一張張榮譽證書，印證著凱中的腳步。



▲鄭合甫總經理展示本屆倫敦奧運會女子山地賽金牌得主 Julie Bresset 的親筆簽名。

達 50 年的分隔，讓大陸和臺灣兩地有了很多文化的不同，十年前，臺灣的經營思維比大陸要活躍和先進，但到了現在已經幾無分別。目前全球自行車最大的市場在中國大陸，越來越多業界廠商也將目光和精力投放到中國內銷領域。

2012 年市場的發展大致呈現一個右傾 M 字的曲線，農曆新年後有一個急速的攀升過程，然後是緩和下降到 4 月，之後 5 個月反覆升降。經過今年的南京展後，鄭總判斷一下大陸自行車行業的態勢，在前半年的發展是正常的，但 6、7、8 三個月本應是一個平穩高原期卻出現下降谷型，消費高峰也前移，這是與以往不同的情況。總體成交量也許是上升的，但均分之後的單一份額卻是下降的。

談到凱中自身，鄭總經理表示自己雖然來自臺灣，但凱中卻是完完全全在深圳註

冊的大陸公司，公司的幹部也都是大陸員工，公司著重團隊精神，把權力下放，激發創意，希望每一個員工都能在團隊中擔當重要的角色，他本人只是擔任顧問及各種協調的工作。因為作為選手的經歷，鄭合甫總經理能注意到一些細節，讓他很贊同 Shimano「從客戶角度出發」的經營思維，回想自己還是運動員的那個年代，周邊對自行車瞭解的人不多，很多人不會使用和維護一些知名品牌的變速零件。而 Shimano 不是單純銷售，而是通過詳細的說明書等方式教育教消費者使用產品，因此，更多人選用 Shimano 的產品，只因為它會立即教你，而不需要等到你成為一個專家之後才能使用。

雖起源於外銷，但現在凱中只專心做好內銷工作，在大陸經營修補市場將近 5 年時間裡面學習到很多市場營銷的知識，最大的收穫是結識各地的車店老闆和車友。但中國市場的秩序還是比較亂，大家無法區分「價格」與「價值」的不同，還沒有很好的利潤空間去支持單車文化和售後服務系統的建設。面對中國並不明朗的市場形勢，凱中採用比較保守和知足的做法，雖然在談很多新品牌的引進，但也不急於爭搶利潤和市場地域，暫時只會專注做好眼前的工作。



▲凱中贊助伊朗阿薩德大學車隊。

鄭合甫總經理補充道，好的市場是階梯式的，要在一個臺階上保有一定的利潤，加強服務，才能長遠發展。希望能與其他同行經常聯誼，加強溝通。



▲SR SUNTOUR是凱中代理的主要品牌。



▲在展示廳中展示的MARS車架。



▲琳琅滿目的代理產品展示。