



艾奇美雙品牌 立足亞洲



文、圖◎廖壯偉

成立至今不到十年的歷史，艾奇美（Achimay）從早期通路拓展、臺灣市場內銷經營、品牌創立與推廣，到現在站穩臺灣、中國及東南亞市場，同時歐洲市場也開始漸有輪廓，並且擁有雙品牌可多面向操作，一路走來辛苦有成。

東南亞表現亮眼

成立初期，艾奇美除著力推動臺灣內銷市場，同時也開始接觸亞洲其他地區的市場狀況，在臺灣內銷市場透過自家品牌 Rubar 練兵，外銷則是協助客戶採購，逐漸開拓市場通路，現今艾奇美已在亞洲市場奠定良好佈局基礎，行銷海外的產品以輪組與座墊為主軸，多年來的推廣及努力下，馬來西亞、新加坡、印尼等東南亞地區都有亮眼傑出的成績。

加強亞洲市場

除了在東南亞地區表現優異外，對於中國市場的耕耘，也長期不斷努力投入，在中國的修補市場及內銷組車廠，艾奇美都有

涉略，並且積極開拓相關通路，更在上海設有中國內銷市場辦公室，深圳則是有代理商協同推廣自家品牌 Rubar 及 Vivimax 的通路與市場，自有品牌能見度漸廣，同時銷售量與消費者評價也逐年提升，此外身為 SR Suntour 亞洲總代理的艾奇美，多年來也透過長期佈局的亞洲通路，讓 SR Suntour 繳出不錯成績單，能在經營品牌及市場通路推廣上都有良好表現，也獲得業界的關注。

不過艾奇美並未因此自滿，而是更努力實在的經營，並同時考量客戶需求及方向，讓彼此都能達到要求目標，也是一直以來不變的宗旨，2012 年艾奇美成功在香港及泰國市場嶄露頭角，未來也會加強聚焦亞洲市場的力道，像是針對日本市場開發，艾奇美也有相關想法，希望可以與當地的代理商合作，成功與日本市場接軌，至於歐洲方面，現在也已經有代理在服務，不過並未採取躁進心態，觀察之下，認為針對歐洲的服務及行銷仍還有加強的空間。

雙品牌各有天空

目前艾奇美擁有自有品牌 Rubar 與 Vivi-



▲輪組是艾奇美行銷海外的利器。

▶艾奇美為SR Suntour的亞洲總代理，透過多年耕耘的通路，讓SR Suntour每年在銷售端都繳出不錯的成績。



▲艾奇美的Vivimax擁有專屬的組裝生產線。

max，兩者的產品線歸類、風格屬性及設計感皆呈現不同路線。

Rubar 過往在 OE 區塊以 Open Model 的方式推出，可說是艾奇美的市場試金石，目前主要鎖定在亞洲及臺灣市場為主，產品大多定型在 MTB 的領域區塊，同時 Rubar 在發音上讓人擁有「剛強」之感，消費者有比較強烈的 image 與 MTB 做為直接聯結；2012 年推出的 Vivimax，著重走出自己的路線與風格，同時艾奇美也擁有自己的成車組裝線；Vivimax 強調整體海外市場銷售推

廣，除了車架外觀交由歐洲專業設計師，車架的設計及產品線設計均出自本身，不僅可以更貼近市場，同時產品的整體性能與格局也更上一層樓，Vivimax 的產品線著重在跑車及輕量化的發展，不僅可以與 Rubar 成功做出市場區隔，兩者之間擁有的 Style 也各有優點，讓消費者及市場去取決，兩大品牌的發展均有不錯表現。



▲艾奇美的第一個品牌Rubar，讓人擁有較為剛強之感，產品大多鎖定在MTB區塊。



▶Vivimax主打跑車及輕量化產品為主，讓產品的格局能更上一層樓。

