

2013新品經銷發佈會

歐亞馬引領行業跨入3.0時代

文、圖◎王旭騰



歐亞馬在太倉大劇院隆重舉行 2013 年經銷商會議，在其他同仁忙於回首過去、籌備來年計畫之際，歐亞馬為品牌揭開新的篇章。

歐亞馬，創立至今「領導全球時尚運動，始於 1966 年」已近半個世紀，擁有一流的

廠房設備、精湛的製造技術及研發團隊，具有從車架焊接、現代化塗裝到成車組裝一體化生產流水線。10 年前，為滿足廣大車友專業運動需求將自主設計與研發的專業運動折疊車投放市場，被譽為「折疊專家」，如今，自行車運動正由傳統「專業運動」向



▲歐亞馬在太倉大劇院隆重舉行，吸引了來自中國各地的經銷商前來參加。



▲OYAMA 29er山地車，獨具特色的車架造型，碳纖維打造。



▲OYAMA副總經理盧勇。



▲戰藍行動計畫是OYAMA今年的戰略計畫，總經理王平典先生在臺上揭開計畫啓動。



▲OYAMA核心團隊在臺上宣誓將戰藍行動計畫完美抒寫。

現代「時尚運動」轉變，為最大程度滿足廣大車友時尚運動的不同需求，歐亞馬華麗轉身，再也不僅僅是「折疊專家」，榮耀啓動 2013 年為歐亞馬品牌元年，將自主設計與研發的「時尚運動折疊車、山地車、公路車、城市車及時尚運動騎行服和配件與裝備」全面投放中國市場，打造「歐亞馬時尚運動自行車第一品牌」，從而引領自行車行業跨入 3.0 時代。2013 年的經銷商大會大略分為三大模組，歐亞馬一改以往格調，舉行「時尚起義」，大張旗鼓向時尚運動進軍，搶灘中國時尚運動自行車市場。

引領潮流前線

「如果你不走在最前面，無論你成績如

何，在別人眼中你都只是一個模仿者。」王平典總經理在經銷商大會開始便表達擺脫「模仿者」角色的訴求，向歐亞馬團隊及經銷商代表提出「戰略 6 問」之後，他激勵團隊即時跟上市場步伐，大力投入「時尚運動」創新研發，爭做「時尚運動」技術上的領先者。

追求時尚 戰藍行動揭幕

經銷商大會上盧勇副總經理將歐亞馬定位為「歐亞馬時尚運動第一品牌」，將其產品內涵總結為「運動心，時尚型」，提出「輕技術」、「潮色彩」、「多媒體」的時尚開發理念，及「精度」、「強度」、「速度」的運動開發指向。而為了配合產品的時尚運動定位，歐亞馬引進了多種先進設備，包括熱



▲OYAMA ROAD RACE公路車。



▲OYAMAZ折疊車驚豔全場。



▲時尚模特與歐亞馬新車同時傾情亮相發佈會現場。



▲OYAMA總經理王平典（右一）與天津職業美院、冠帆策劃公司、全球設計師聯盟簽訂合作協定。



▲王平典總經理（右一）為來自中國各地的經銷商代表頒發獎項。

擴（抽）管設備、3D 掃描器、3D 成型機等。在未來三年歐亞馬還將斥資億元，搶佔時尚運動品牌市場，此外還會通過簽約時尚代言人、打入時尚媒體、全球時尚設計師大賽、中國高等學府和時尚運動城市接力賽等方式打造歐亞馬的時尚運動品牌形象。一系列舉動旨在開發中國未來輕時尚運動

這片「藍海」，為更多在休閒時光舒展身體的人們帶來福利。

大會期間，歐亞馬核心團隊協同經銷商代表進行了宣誓，高喊時尚運動「戰藍行動」口號，戰藍行動拉開序幕。

新LOGO新形象新產品



▲新Logo的創立也讓OYAMA戰略計畫更進一步，Logo中間為英俊馬首。



▲企業的轉變需要作出全面的調整，Logo的更換也將開啓斬新的一頁。



▲經銷商客戶現場進行新產品的測試實驗。

新年度的經銷商大會重磅出場的當屬歐亞馬全新形象 Logo。新的 Logo 中間為英俊馬首，王平典總經理笑容滿面地詮釋：左黑右白寓意中國太極圖案；馬首兩旁為 8 只利劍般的翅膀，寓意歐亞馬 8 個產品線說明品牌振翅高飛，同時取諧音「發」，希望公司盈利節節高升。與新 Logo 同時提出的還有「play & fashion、無時尚，不運動」的店面設計方案，以配合歐亞馬時尚的新形象。

總之，產品一方面保持歐亞馬「折疊專家」地位，另一方面推廣其更多的時尚運動產品如山地車：650B 和 29er 車款。以全新的形象通過「時尚運動」產品以實現歐亞馬的節節攀升。

本次經銷商會議為轉型會議，歐亞馬極力保持折疊專家美譽的同時，傾全力在三年內打造歐亞馬成為「時尚運動自行車第一品牌」，並以「引領自行車行業跨入 3.0 時代」為使命，打造都市時尚運動新領袖。