

精品與服務的體現

第三屆Asia Bike展創新高



▲南京市副市長華靜（左六）、亞洲展顧問耶格（左五）等出席開幕典禮。

文、圖◎吳志行

亞洲自行車展覽會（Asia Bike）於10月10~13日在南京國際博覽中心舉行，今年是第三屆，展覽總規模從往年的2.4萬平方米擴大到3.6萬平方米（室內2.6萬平方米，室外1萬平方米），394個國內外品牌的運動自行車、自行車零配件和騎行服飾裝備參展，較去年增長了65.5%，而其中國外品牌占了80.5%，更顯國際化的趨勢。據官方數據統計，四天展會期間共接待7020名專業觀眾，專業觀眾在展會現場的平均逗留時間為1.5天。其中後兩天的公眾日共





▲精彩的服裝秀以活潑動感的形式演繹了各個品牌自行車運動服飾的特色。



▲德國Ghost的產品經理Tino在講解採用E:I電子避震系統的Cagua 6591 E:I一款650B規格的AM山地車。



▲英國天空車隊的克裡斯·弗魯姆在今年的百屆環法大賽中獲得個人總冠軍(黃衫)，這次Pinarello的展位也隨之演變成了「PinaYellow」，以紀念他的功績。



▲CSG (Cycling sports groups) 展出Cannondale、GT品牌的新品，積極搶攻大陸市場。

有 4654 名車友和愛好者參觀，總觀眾量達 11,674 名。

具有創新意味的Demo day

今年的亞洲展仿效 Eurobike 首次引入 Demo day (體驗日) 的概念，於正式開展前的 10 月 9 日在風景秀麗的南京中山陵體育公園展開，讓專業觀眾和媒體親身體驗新產品的優勢。Scott、X-Bionic、Cannondale、GT、Specialized、Shimano、Bianchi、Oyama、Upland、Look、Cube、Haibike、Chiru、Jakroo、Pinarello 等 42 個國內外高端品牌帶著 2014 新品參加此次體驗活動，期間共有 500 餘名專業觀眾和媒體記者入場。提供試騎的車輛也沒有絲毫敷衍的意味，Pinarello

Dogma65.1 天空車隊版和 GT Fury 世界盃版這樣頂級的戰車也是觸手可及。

X-Bionic 簽約的德國自行車冠軍選手 Hanka ·Kupfernagel (漢卡·庫普弗納蓋爾)、中國業餘頂尖鐵三選手黨琦、山地車速降選手李顯一等亦前來助陣，和試騎觀眾們共同分享心得體會。

實現與戶外展分離

今年的展會實現與亞洲戶外展的「分離」，前來參展和觀戰的人群更為集中，針對性更強。展會共設 A、B 兩個展館，而連接兩個展館之間的 AB 登陸廳則設置 T 台，用於開幕式和各種表演活動。雖然展館只有兩個，但每個館展出的以精品為主，讓人



▲ 鈹光副總陳英仁（中）展示了「VP 機器人」鈹光的產品現在已經延伸到自行車產品的眾多領域，甚至包括騎行鞋。



▲ CSG 中國總經理 Edward Viutters 在百屆環法綠衫得主 Peter Sagan（彼得·薩根）的戰車前。



▲ 卓比奧斯總經理鄧德深（右二）帶領團隊參展，右一為市場部呂慧，右三為中國區銷售呂桃濤。



▲ 永祺總經理洪坤煌（右）及執行長陳震南（右）默氣十足。

感覺飽滿充實，觀眾在每個展位停留的時間都相當長。加上展場較為安靜，音響不會互相干擾，觀眾可以靜下心來細細品味，更便於洽談和交流。

亞洲展的進步，還體現在貼心方面，除了小巧的參觀指南外，每當有活動，展會都會進行廣播預告，讓你不會錯過每一個精彩。三鼎的肖緒國總經理就對 VIP 休息區和商務洽談區的設置讚許有加。

主辦方還以展中展的方式，為具有代表性的 50 輛豪華運動自行車專門設立秀場，並在每輛自行車的下方放置國籍 / 地區標識牌和配置及展位介紹，讓觀眾一目了然。這種集中展示的方式也算是一種不錯的創新，不但賺足人氣，也得到展商和觀眾的一致好評。



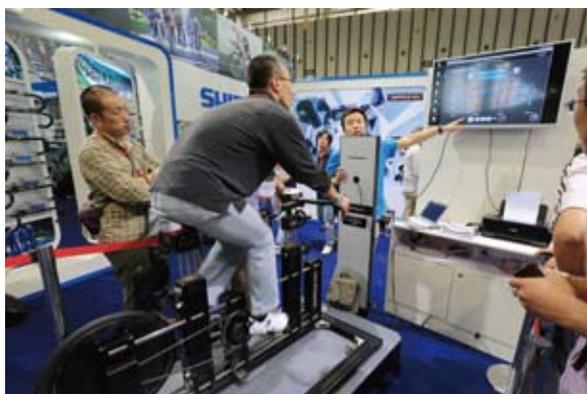
▲ 大廣場上還有馬球比賽和海内外知名好手的死飛及極限自行車表演，實在是精彩紛呈。



▲ 展中展以集中展示的形式展出了 50 輛具代表性的自行車精品，是本次展會的一大特色。

高性能電動山地車映入眼簾

29ER 和 27.5 的尺寸之爭已經不再是熱門話題，Specialized 堅持著它的 29ER 路向，設計出更多的新品，包括女士專用的 JETT 和 MYKA 系列。更多的廠商則開發 26、27.5 和 29 的全系列產品，如 Cube。Cyclo-Cross 公路越野車型和旅行車型也在展會上得以見到，雖然它大多還擺放在不太起眼的位置，但問詢的觀眾顯然比以前要多，UCC 更一口氣展出了四款車型。除了傳統的車型，本屆展會最受關注的應該就是 Haibike 的電動助力運動型山地車了，它有適合山地越野和公路高速騎行的兩種不同款型，代表了今後自行車和電動車發展的一個明顯趨向。



▲這套Shimano力學實驗室的騎乘定位模擬器不但能幫你找到適合自己的車架尺寸、角度，還能幫助你調整座位位置和鎖片位置等細節。在不久的將來，它將會被配置到每一個Shimano店中店。



▲Haibike Xduro Superrace 28高速電動助力車造型優美，不枉「超跑」之名。

展會壯大尚需時日

在展會上，我們看到德國的 Haibike 和 Bergamont，他們在國內的其他展會難得一見，卻都是第二次來參加亞洲展。展會選在 10 月份舉行，正值眾多品牌推出下一年新品之際，可以說是卡位準確，BH、Crops、Sigma、Scott、Ghost 等品牌也在同期進行新品的發佈。不過這次，捷安特和美利達兩個大咖卻沒有到來，未免令人覺得有點遺憾。

據現場的參展商反映，展會的人流量較少，成交相對於去年雖有較大的增長比例，但由於去年的成交基數並不算大，因此絕對增長數還是有限，不過他們大都表示對展會的信心，畢竟對於一個新生的展會，三年時間還是剛剛開始。



▲Look 695公路大組車架共有19種國旗配色，滿足高端的定制需求。



▲造型特別的Besv概念電動助力山地車。



▲由康師傅集團董事長魏應州次子魏宏帆(左)創立的亞塔騎ATTAQUE自行車品牌,旗下有專業玩家品牌高士特GUSTO和休閒風品牌迪凡特Dios Viento,針對不同定位的市場。總經理廖偉宇(右)表示,計劃三年內在大陸市場建立2,500家經銷商。



▲10月10日開幕首日,正值興升陽董事長施志陽的生日,他在媒體發佈會上和大家一起慶生。



▲歐亞馬總經理王平典積極開拓中國內需市場。



▲左起:久裕陳世偉總經理、仲正董事長曾雨清、元渝許榮裕總經理、元渝李永松經理一同看展。



▲左起: Bergamont國際銷售經理Maik Geletneky、工廠代表黃健強、國際銷售業務Jana Henne對中國市場很有信心。



▲狼途市場總監譚泳琪祝願亞洲展像歐洲展一樣越辦越好。



▲展會期間舉行的中國車友論壇站長高峰交流會,邀請了中國優秀自行車論壇站長與大家一起分享他們的論壇管理之道和車友活動的組織方式。



▲去年南京展由昆山經銷店參展,今年建大公司直接參展。



▲Moon頭盔今年贊助供應了環湖、環中和環海南島三大環賽。



▲滕太奇總經理陳少華(左)和三鼎總經理肖緒國(右)稱許展會的服務很貼心。



▲左起：元渝行銷專員謝宗吉、WTB賴經理、Hayes總經理塗學農、宜利鎂協理張家斌、亞獵士協理朱嘉萍皆看好亞洲展。



▲思帕客總經理李強(左四)和設計總監王呈(右三)和團隊一起在手套樹前合影。



▲UCC經理李世勤(左二)帶領團隊參展。



▲BH亞洲區總經理李建升(二排左一)和中國區總經理李文賢(二排右一)與團隊在展位前合影。



▲鑽洋團隊大合照。



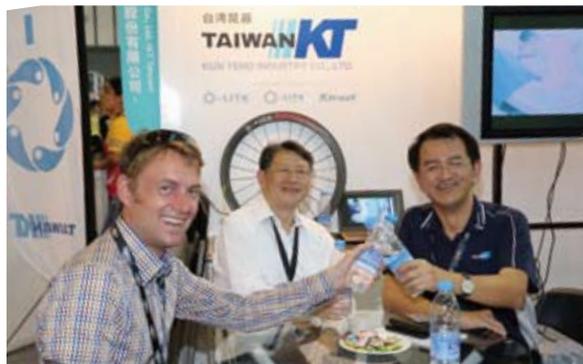
▲對於未能參加Demo day的觀眾，展會特意在展館外設置了公路測試路和由土壤、石頭、木材等天然材料鋪就的模擬山地路段，讓大家可以隨時試騎體驗。



▲第二屆亞洲自行車小姐大賽展現了「青春、活力、優雅、時尚、美麗」的自行車風尚。



▲Pinarello全球營運總監Luciano Fusar Poli(左)與Shimano營業部部長三宅正規(右)交流意見。



▲台灣崑崙總經理陳浚欽(右)很重視中國市場。



▲正新輪胎積極參展，左一：廈門正新自行車胎營業一部課長蔡翔證，左三：廈門正新經理景毅龍，右一：富士達總經理劉潔。



▲左至右：福州樂比自行車企劃經理劉浩如、福建省自行車與電動車協會會長林曦、福州立新強貿易總經理王修強。



▲正新國外營業部協理毛玉福。



▲充滿熱情活力的Trellock工作團隊。



▲深圳久裕總經理陳世偉。



▲Tern團隊在總經理韓安石(左二)的領導下，致力推廣自行車4+2運動。