

～如果將台灣視為競爭者，形同退出市場～

初露頭角的ARGON18

在近年來的展會中，碳纖維公路車架的比例逐漸增加，而 Argon18 在展覽場中以特殊造型及獨特的配色，乘著這股碳纖維材料的風潮，吸引了許多買主的目光，其營業的範圍也逐步擴大，近年來以年成長 60% 的耀眼成績，將其造車的理念落實至消費者，我們在台北展的機會中也訪問到以選手出身的創辦人 Gervais Rioux。



▲「如果將台灣視為競爭者，形同退出市場」，Argon18 創辦人 Gervais Rioux (右) 直言其對於台灣在世界自行車業的看法。

圖、文◎張壽生

自 行車市場快訊（以下簡稱自）：能否簡介一下 Argon18 的背景。

Argon18（以下簡稱 A）：Argon18 是來自加拿大魁北克的 brand，成立於 1989 年，我（Gervais Rioux）在 1981~1990 年曾經是加拿大代表隊的選手，並且在 1979、1985、1987 是加

拿大國家冠軍，有豐富的競賽經驗。

自：此次參加台北展的收穫如何？

A：非常好！我們近年來參展的目的主要是將品牌推展到北美以外的市場，預計在這次展覽之後我們將會有 8 個地區的代理，包括紐西蘭、澳洲及日本，這使我們近年來的年成長率達到 60%。

自：你對於台北展的看法如何？

A：這是第六年來台北展，台灣的製造廠在產品的表現一年比一年好，每年都進步相當多。

自：對於台灣的自行車工業看法？

A：許多同業對於我們遠赴亞洲的作法，以為我們只是為了尋求低生產成本的基礎，但這是完全錯誤的看法，台灣的自行車工業所能夠提供的不只是高級產品在價格上的優勢，也提供了高級產品應有的品質，更重要的是提供我們在設計上需要改變的靈活度。

自：由於台灣的自行車工業快速發展，引起歐洲如義大利業者的緊張，你們的看法如何？

A：義大利或其他同業，不能將台灣視為競爭者，如果有這樣的保守想法，可以說是退出



▲Argon18 的碳纖維公路計時賽車架 Mercury。



▲Krypton的前三角採用 Columbus Airplane 鋁合金，後三角為 Argon18 獨特的RPT (Rear Power Transfer) 碳纖維設計。



▲頂級的Platinum HDS採用全碳纖維接管，HDS為Horizontal Dual System的縮寫，意指公路車應兼顧舒適區及出力區兩個部份的結合，以達成舒適及強度兼具的效果。

市場的競爭。歐洲如義大利或法國，他們有非常深厚的自行車運動文化及基礎，但是在製造方面，台灣也有相當的基礎，如果可以結合兩者，我們相信會有非常好的成果。

自：以 Argon18 而言，你們合作的觀念是如何呢？

A：我們完全信任所委託的台灣廠，因為唯有如此才能作出我們真正想要的高品質成品，如果你不使用最好的技術與觀念去導引他們，那麼只能作出普通的產品，這在市場上是缺乏競爭力的。

自：對於中國及台灣之間業界的比較？

A：中國的潛力非常雄厚，就我們所知，中國許多的工廠或業界之間的合作也還是與台灣有關連，價格是中國第一步的優勢，我們相信未來在品質上也可以逐步趕上。

自：那麼 Argon18 是如何保有其競爭力？

A：我們還是秉持著產品會說話的觀念，一切以產品為重，特別是設計要走在前面。其次是落實品質，而行銷方面我們目前著力有限，儘管如此，我

們獲得的回響都是相當正面，因此產品的設計才是決定產品是否有靈魂的重點，消費者一定可以感受得到。

自：Argon18 的設計頗標榜融入科技，2004 至 2005 年會運用什麼新技術呢？

A：我們一直希望用最新的科技去改善傳統的競賽經驗，碳纖維材料給了我們很好的機會，由於它的可塑性高，因此在踩踏感及路感甚至於重量方面，都變成是可以控制的元素，我們已經在嘗試將新一代的產品加入奈米技術，讓這些因素的控制變得更加容易。例如以往同一款的碳纖維車架，往往不同尺寸會有不同的反應。個子小的騎士會覺得車子的路感太顛簸，個子高大的騎士又覺得出力不紮實，Argon18 的理念是要維持一致的效果，奈米科技的加入將會使這個目標更容易達成。

自：那麼在行銷方面，你們的計畫是如何呢？

A：Argon18 這幾年的成長主要是在於產品成熟度的發酵效應，包括英國、日本許多雜誌的試乘報告都給予我們很高的評價，我們現階段是以展覽及平面媒體的方式讓消費者知道 Argon18。我們希望在 2005 或 2006 年，可以加入贊助一級職業車隊的行列，當然相對的，我們也必須確定宣傳的產品可以落實至消費者，所以 2004 年及 2005 年是相當重要的一個階段。



▲Helium PPT也採用全碳纖維接管，PPT為Progressive Power Transfer的縮寫，強調其踩踏效率。