

美利達臺灣經銷商大會

圖、文◎林俊男

美利達於4月17日假臺中南山人壽訓練中心，舉辦一年一度的美利達經銷商大會，現場約有兩百餘名來自全臺各地的美利達經銷商人員前來與會，會議中發表了美利達年度行銷策略、2013內銷及歐美外銷新車款，還有零件及人身部品等周邊商品之介紹，讓各店老闆更瞭解新年度產品及銷售方針的詳細內容。

2012內銷策略整合

美利達銷售本部副總經理鄭文祥在會中表示，爲了要因應臺灣日趨穩定的自行車市場，今年美利達在臺灣將以三大銷售策略爲方向。銷售通路改良精進：讓美利達的銷售店不以量多，改以精質專業爲首推；品牌形象提升：加重品牌理念推廣，透過電視、刊物等媒體加深消費者



▲美利達鄭文祥副總表示，品牌形象的提升將是今年的工作重點。

對美利達之品牌形象：國際公路車隊贊助：透過贊助車隊的參賽，加強美利達的全球知名度，預計在2013年將會贊助環法公路車賽。美利達在2012年將以優質專精、提高企業文化形象爲努力目標。



▲座無虛席的大會，氣氛相當熱絡，各個經銷商聚精會神的討論著2013新品。





▲多樣化且新穎設計的周邊產品，讓人車的搭配選擇更多元。



▲Big Ninety-Nine車系為美利達29吋Big Nine家族的新成員。

登山車款主打 29 吋登山車系列，推出多種級別的 29 吋車種產線，並新推出 29 吋的 Big Ninety-Nine 全避震登山車種。今年並將 UMF 納入美利達產品線，新增 1-60、1-80 車種，讓全避震車系更加多元。

公路車方面也將廣受好評的 SCULTURA 全新改款，採用多種新科技，並加入可提高舒適度及維持高強度的植物亞麻纖維材料，推出令人驚豔的 SCULTURA SL 車系。另一款新的 Ride Carbon 車系則是以較低門檻的入門價格，提供車友高續航力及高舒適性的車種。

2013 斬新產品線

美利達 2013 年度全車種造車目標為減輕車重、新款車架 logo 及配色、新款車架車種的開發、納入 UMF 車種，及透過零件議價來降低成本，回饋給經銷商。零件的選擇也更加多元化，除了車架、輪組，更加強了車把手、龍頭與其它車身及人身配備，讓單車運動的產品線能更加完備。



▲新的 SCULTURA SL 車款，在車體中加入亞麻纖維，不影響強度及重量，舒適度卻可大大提升。



▲高續航力及高舒適性的 Ride Carbon 車系，讓入門車友有了新選擇。