

# 陳盛山：讓台中騎出自己的路

## 從台中兩馬觀光季出發 觀旅局整合全台各大著名自行車賽事 不僅是交通工具更是台中觀光推廣的載具 導入城市行銷主題

台中市觀光旅遊局局長陳盛山強力推動台中「自行車之城」觀光行銷，他認為自行車行銷不僅是推廣運動和活動，更重要的是結合產業及國際行銷，在這個集結優秀自行車零件商、全球知名自行車廠牌的寶地中，陳盛山巧妙運用自行車的2個輪胎，讓台中活絡轉動了不同於其他城市的觀光行銷模式。他要讓自行車成為台中與各個國際城市「結緣」的載具，用一輛輛的自行車，讓世界看見台中。



▲(前排左2起)台中市觀光旅遊局局長陳盛山、台中市長林佳龍、捷安特總經理鄭秋菊攜手為台中自行車嘉年華揭開序幕，象徵產業與官方單位對於自行車的重视。

逐步打響台中成為國際「自行車之城」的台中市觀光旅遊局局長陳盛山秉持傳道般的熱忱四處宣傳，他不斷重申：「中台灣集結了自行車相關的123產業資源，這是其他城市所無法複製的亮點，從自行車的運動、採購、全球物流配送與觀光，用這些產業的相互串聯，都能加大整個城市的行銷力量，讓自行車行銷成為台中奠定國際化城市的築底基石。」

今年9~11月的台中很不一樣，在他的安排下，台中有別以往地開闢了為期2個月「OK台灣·台中自行車嘉年華」，從9/23、24的「捷安特嘉年華」，到10/1的「台中騎旅」，再延伸到11/26的「時代騎輪節」，期間更搭配了10月下旬全球自行車國際採購商齊聚於台中，針對下個年度採購自行車零組件的重要時刻，陳盛山用長達60天的時間創造出不間斷的自行車大型嘉年華，從賽事到物流採購、再到自行車的主題旅遊，讓台中成為國際車友的焦點，達成他對主題旅遊推廣的最佳案例。

### 用兩馬觀光季作為核心 陳盛山打造出台中自行車月

對於陳盛山而言，自行車是台中在發展城市觀光的優勢之一，但要如何加大國際旅客能自動將自行車與台中

畫上等號，便需要大型的活動來加持、增加印象。因此他從最初的台中「兩馬觀光季」作為核心，著手升格成「OK台灣·兩馬騎跡」賽事，再逐步提升成「OK台灣·台中自行車嘉年華」，也因為精彩的規畫而深獲觀光局肯定，於去年被列為「台灣自行車節」盛會的5大主軸之一。以去年為例，他成功聚集來自各地3千名車友齊赴台中洲際棒球大會師，現場更邀集零組件商共襄盛舉，將整個自行車產業通通囊括一起，讓台中發展出自行車的品牌形象。

每年都自我突破的陳盛山今年更加大力度，整合了捷安特嘉年華、台中騎旅、時代騎輪節3大活動，將最精華的項目通通打包，規模及參與人數更勝以往，讓2個月的期間發展出一個足以代表台中與全台的自行車品牌月。

從小而大，陳盛山一步步從縣市的單一活動，發展成全省性的自行車節，讓海內外的旅客與車友，引頸期盼這些賽事與慶典的到來，屆時也將吸引萬名車友騎進台中，領略台中的諸般美好。

### 嘉年華讓世界看見台中 1,500車友逗陣揭開序幕

「OK台灣·台中自行車嘉年華」極具看頭，從9/23、24於中科水堀頭公園盛大舉行的「捷安特嘉年華」，用挑戰、競賽、女性、兒童、親子等6大項活動所聚集超過1,500位車友來揭開嘉

# 整合123產業資源打響自行車之城

## 提升至OK台灣、台中自行車嘉年華成為全台重要賽事拉抬能見度 結合捷安特推動自行車新文化運動 創造產業化、生活化、教育化



年華的序幕。

為宣傳「2019台中東亞青年運動」，除青騎活動外，捷安特更特別舉辦小鐵人賽，並在每個項目都加入青年組別，讓自行車運動往下紮根！巨大集團董事長杜綉珍、執行長劉鴻昌亦身體力行的參與Liv50k女子自我挑戰賽，與車友同樂。

隨著捷安特嘉年華落幕後，10/1登場的台中騎旅接續亮相，活動推出「產業暨野營嘉年華」來展示50家以上單車業者的最新車款與周邊商品；用產業故事館向世人展現台中自行車產業創業艱辛歷程。活動亦融入現今最火熱的野營元素，搭配胖卡車、單車輕食攤位、Push Bike滑步車競賽、20M慢騎競賽，用一連串的活動抓住車友目光。

11/26登場的「時代騎輪節」則擔負起最後精彩活動的壓軸，用「100k挑戰賽」、單車品牌嘉年華特賣會、街頭藝人表演等精彩活動，為活動劃下圓滿句點。

於此嘉年華舉辦的同時，10月份的台中也將匯聚來自全球的自行車國際買家到訪，進行每個年度的採購，會後也將衍生出在地旅遊的需求，以及其所採購的商品所需的物流配送，這正體現了陳盛山口中所說的，「中台灣集結了自行車相關的123產業資源，這是其他城市所無法複製的亮點。」

### 各國好手齊聚台中大會師 台中出發環島看見台灣之美

為讓活動的張力擴大，陳盛山特別將與台中友好的國際城市通通一網打盡，對於自



行車宣傳有著高度執著的他，特別於10/30和香港有山地王封號的車手陳振興、交通部觀光局香港辦事處主任蔡宗昇，共同率領20多名港澳媒體強攻海拔3,275公尺的武嶺，全程雖然僅不到20公里，但武嶺的難度和秀麗風景，讓港澳車友都讚不絕口。

與台中牽絆甚深的日本城市部分，預計10/21期間包括大分縣、大分縣中津市、廣島縣、愛媛縣、鳥取縣政府等觀光相關部門及民間車友代表將於台中市政府廣場出發，以順時針方式繞行台灣一周，預計於10/29完成回至台中，屆時鳥取縣觀光交流局局長門脇誠司也將一同出發，並與台中簽署觀光交流協定。同時，愛媛縣政府觀光交流局局長宮本泉也將於10/27由高雄加入車隊並騎乘至台中。

陳盛山亦邀請台灣企業家車隊「追風騎士隊」36人與中國企業家車隊「天澤優優風火隊」30人共同由台中出發，並以逆時針方式環島一周。透過3團分別順時針與逆時針的走訪，預計將會於10/29期間返回台中大會師，共同創造歷史性的一刻。

### 騎著自行車赴日宣傳花博 NHK大幅報導打響名氣

「台中市將產業、觀光、採購、甚至是物流配送做結合，用輪子來跟全世界交朋友，也藉機來推廣台中市的觀光休閒旅遊活動，讓更多國際人士來台中消費和旅遊。」從陳盛山的對談中可看出台中對於自行車觀光的重視，透過這個載具，將台中的美好形象送到全球。一如九月初，副市長林陵三帶領市府及產



業界車友前往日本大分縣、愛媛縣、廣島縣進行自行車交流，並宣佈2018台中世界花博，成功受到NHK等電視及報紙媒體報導，看見台中將自行車融入城市行銷的環節中，讓台中的身影成功走向世界。

### 不只是宣傳品牌 更是生活模式的體現

用自行車導入觀光資源，將整個產業鏈串聯整合，這是陳盛山所堅持的目標之一，辛勞耕耘後也產出甜美的果實，但對他來說，自行車真正融入整個社會達到產業化、教育化、生活化，才是最重要的目的。

「自行車是種生活態度的展現，是能夠無縫隙穿插的各個年齡層中，讓我們真正的生活化。如同嘉年華中，我們特別便將整體的騎乘年齡下放到2~5歲，用Pushbike賽事讓學齡前的小朋友能熟悉這個產業。同時，搭配著親子野餐日等誘因，來吸引到家庭客群的目光，加上原先自行車運動便橫跨各個年齡層的利基，讓整個產業能在台中真正的生活化，這與Giant創辦人董事長劉金標推動自行車新文化運動不謀而合。」

誠如他所言，台中從產業面的串聯做起，將123級自行車相關產業通通串整，為城市觀光行銷打下基礎，透過這個載具，延伸到與各個國際城市的串聯。對內則是將產業深植每位市民心中，讓自行車產業完美融入在每個角落。放眼未來，他也將持續用自行車前進每個國際城市的開拓，攜手如日本自行車新文化基金會會長羅祥安等專家，一同為各個海外城市的推廣持續奮鬥。

### 用自行車牽起台中與各個城市的緣分



▲今年9/11期間花博國際自行車宣傳特別遠赴日本進行宣傳。(左起)大分縣中津市市長與瑞正典、台中市觀光旅遊局局長陳盛山、日本自行車新文化基金會會長羅祥安、台中市副市長林陵三。



▲台中市觀光旅遊局局長陳盛山率領港澳媒體挑戰武嶺。



台中市觀光旅遊局局長 陳盛山

捷安特總經理 鄭秋菊

### OK台灣·台中自行車嘉年華 精彩賽事一波波



▲台中自行車嘉年華用野餐拉自親子與自行車的距離。



▲嘉年華吸引來自海內外的車友們齊聚一堂。



▲巨大集團董事長杜綉珍(左一)特別親身參與捷安特嘉年華中的Liv 50k活動。



▲PushBike造型創意比賽成為活動的吸睛亮點之一。