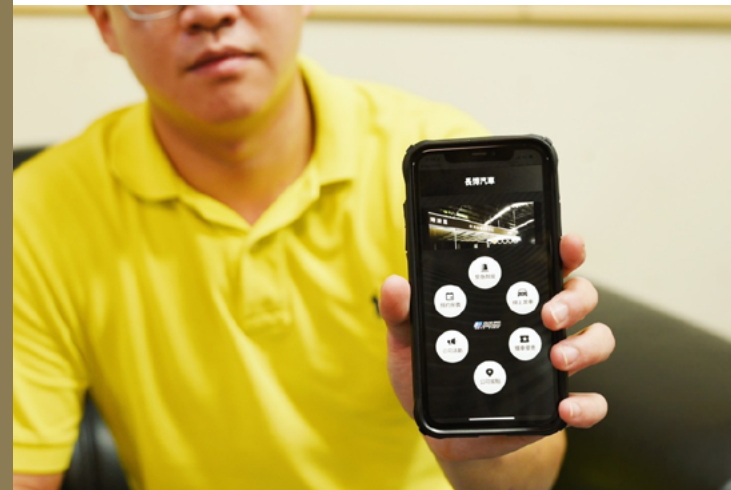


雄心壯志開創新局

吳在懿 副理
長博汽車有限公司

汽車是現在國人重要的代步工具，根據交通部統計，截至 110 年 8 月底全國登記的自用小客車有 682 萬輛，汽車買賣帶動周邊產業如保險、檢驗、修配、金融……等興盛，包含長博汽車有限公司在內的長怡國際集團，深耕中古車買賣已有二十多年，而高級外匯車（從外國進口車輛來台灣）更是長博汽車主要的經營重點，早在多年前便已在國際佈局，成立海外採購部門負責相關業務。



舉世受到 Covid-19 新冠肺炎衝擊，對外匯車來說因國外疫情爆發，車用晶片短缺加上海運嚴重塞車，直接影響就是價格上漲，甚至熱門車款完全訂不到車，即使訂到車等到物流來台，時間也延遲甚久造成資金流通上的困難。受訪的吳在懿副理曾有留學美國十年的資歷，深刻體認到運用科技以及媒體行銷的重要性，因此 109 年提出的 SBIR 計畫以開發 APP 做為提高保養、維修、保險等服務，並參考國內外線上車商做法打造自媒體，目前已在 youtube 平台開台「翰我出去玩」頻道，藉由優質內容、熱門車話題……等吸引流量，搭配 APP 服務，建立更完整的銷售體系。

外匯車產業在台灣，早期是由留學生帶動風潮，後來更多廠商投入，在國人喜愛品牌 Benz、BMW……等奢華品牌上，每年掛牌數量早已超過原廠代理商。然而受限代理商權利，在國

內這些數量佔大多數的車主，卻無法享受原廠優質服務，特別是數位化的時代，許多服務早已進入數位化，如果維修服務品質不佳將會影響消費者的選購意願。長博汽車代理買賣高價位車款如 Maserati、Aston Martin 等，客戶主力為極高價客戶群，對於客戶服務高度重視，為解決二手車市場客戶延伸服務少的問題，藉由開發客服 APP，利用數位化的優勢，提升對車主的服務。

由於電動車的研發日益成熟，未來車業市場將大量由電動車取代導致現有以石油為燃料的汽車可能面臨極大衝擊，有著產業夕陽化的隱憂，長博汽車除了強化專業服務也開始為轉型做準備，『長』遠的未來需要有宏觀視野與雄心壯志放手一『博』的勇氣和行動力，期待因著超前部署的國際佈局能夠順利克服轉型過程所帶來的困難，也請互相扶持一起走下去。