

福斯商旅

2017 DECEMBER

車主生活誌

磨礪成就精湛的
行家精神



重視每一個小細節

捷安特旅行社

Caddy Maxi 成就 Zipcar 租賃新概念

打造福斯大新竹版圖

優質服務贏得客戶的心

自行車旅遊服務的最佳首選

能共享的 Caddy Maxi 能創造的經濟

范揚堯 滿滿熱忱堆砌好口碑

Publisher

親愛的福斯商旅車主朋友們：

走過漫長的 70 年，福斯商旅從 1947 年誕生並以 Plattenwagen 為基礎設計出 Transporter 前身的 Type 29 原型車款開始，就戮力在各式經典車款中加入創新的想法，陪伴每個世代的福斯商旅擁有者享受更愉快的駕駛體驗、更幸福的生活節奏以及更安全的行車呵護；在福斯商旅長期以來的努力下，除了全球銷售成績的成長外，消費者也不斷以行動支持我們所舉辦的各項活動，讓福斯商旅與車主間更像個緊密的大家庭。

今年春暖花開的四月下旬我們與大家相約到了台中麗寶樂園共享「Caddy Club Fun 風玩樂日」，參與的車主們相當踴躍且積極的起了大早，同時也帶著孩子們踴躍投入我們所設計的闖關遊戲。另一場「Caddy Maxi 創意城堡玩樂趣」也同樣增溫了大家的親子關係並留下與孩子們的珍貴回憶，藉由氣球和積木等遊戲，大人們彷彿跟著重溫過往的童年記憶，甚至玩得比小朋友還賣力。到了夏天，一年一度的父親節活動中我們以「福斯商旅 70 周年 親子彩繪父親節」為主題，邀請父母帶著孩子來到展示中心，讓孩子們彩繪自己最愛的 T 型車在馬克杯上致贈給父親。所有精心規劃的活動就如同我們的車型陣容一樣，提供了全方位的品質、關懷及用心。

10 月份藉著在 ARTC 車輛研究測試中心所進行的媒體試駕、試乘活動，所有接觸過的人皆對於動力系統的進階升級、4MOTION 全時四輪驅動系統的提升、底盤的強化、以及其他配備的增加、性能表現的紮實感到喜出望外；消費者除了在展示中心可親身欣賞和體驗本車款以及其他福斯商旅車系的成員外，也可在即將到來的 2018 台北新車大展近距離接觸，而福斯商旅也將以更精彩的產品，和大家一起展望新的一年也同時祝福大家 2018 年新年快樂、萬事如意。

Dear friends,

For the past 70 years, Volkswagen Nutzfahrzeuge started with the Type 29 prototype designed based on Plattenwagen, we have since then continued our commitment to bring innovation and quality into each generation of VWCV models. So our owners can enjoy the best ownership experience.

At "Caddy Club Fun" festival held in late April, all participants had fun by taking part in fuel-efficiency competition and an unforgettable time in Libao amusement park. Parents and children also had great time with balloons and building blocks at our "Caddy Maxi Castle Day". By the beginning of summer, our Father's Day activity invited the families to our VWCV showrooms where children painted their favorite T-models on the mugs. We hope you also had the chance to participate and enjoyed one of our activities.

In October, we have set up an event for media to experience our New Amarok in The Automotive Research & Testing Center (ARTC), where everyone were amazed by its new 3.0L V6 engine, refined chassis and suspension, superb off-road and on-road performance. Amarok and other Volkswagen Commercial Vehicles models will be displayed in Taipei Auto Show 2018.

Dear friend, on this joyous occasion of New Year, cherish our memories and feel the warmth of my wishes. Happy New Year!



台灣福斯商旅總裁
郭山達 Alexander Cortis

Brand 關於品牌

- 02 放大出遊之樂
完美你的人生體驗

Craftsman 行家搜查線

- 06 用彩筆勾勒美好年代回憶
謝森山 充滿復古情懷的手繪電影看板
- 10 搞笑也能出頭天
這群人 TGOP 就是愛演停不下來
- 14 挑戰自我無限可能
劉光武 素人選手變專業鐵人教練
- 18 打造福斯大新竹版圖
范揚堯 滿滿熱忱堆砌好口碑

VWCV 車主特搜

- 20 重視每一個小細節
優質服務贏得客戶的心
- 24 捷安特旅行社
自行車旅遊服務的最佳首選

- 28 Caddy Maxi 成就 Zipcar 租賃新概念
能共享的 Caddy Maxi 能創造的經濟

Information 活動專頁

- 32 剽悍雪狼展實力
Amarok V6 TDI 媒體試駕
- 36 從夢想到永恆
台灣福斯商旅 70 周年活動回顧
- 40 挑戰與超越自我的耐力賽事
大家一起來 三鐵好好玩
- 42 鑑賞永恆的經典與美學傳承
與福斯商旅相約世界新車大展見
- 43 再青春一次 回復愛車高顏值
福斯商旅年度行車健檢 幫您「鉅回一城」

Share 車主分享

- 44 許宏印 福斯商旅一路伴我成長的好品牌
- 45 房海龍 福斯商旅陪伴度過人生重要每一刻

發行人 郭山達 Alexander Cortis
發行所 台灣奧迪福斯汽車有限公司 - 台灣福斯商旅
地址 台北市松高路 1 號 15 樓
電話 0800-889-699
網址 www.volkswagen-commercial.com.tw
出版月 2017 年 12 月

編輯製作 商周編輯顧問股份有限公司
地址 台北市民生東路二段 141 號 6 樓
電話 (02) 2505-6789 分機 3910
網址 bwc.businessweekly.com.tw

版權所有 本刊所有圖文非經同意，不得以任何形式轉載或為其他利用



10



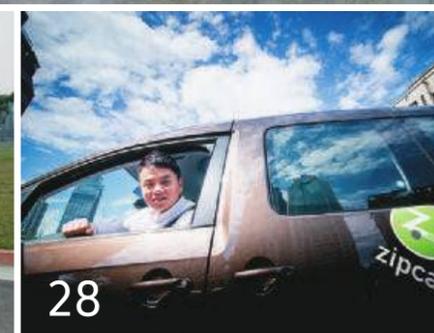
14



06



20



28



24

CALIFORNIA

放大出遊之樂 完美你的人生體驗

無愧於California之名，福斯商旅全新California Beach及Ocean車型，讓玩家們在絕佳露營機能外，體驗安全和舒適放大到極致的奢華享受。

撰文 / Y.H.Huang 圖片來源 / 台灣福斯商旅

福斯商旅旗下 California 車系誕生近 30 年，多年來以 Transporter 車型為基礎所打造的寬敞和實用特性中不斷創造人們的生活樂趣，強烈且始終如一的玩旅風格也持續獲得熱愛戶外運動和休閒活動的玩家喜愛。消費者的支持讓 California 的銷售不斷繳出亮眼成績單，數字從 T3 世代到 T5 共成長了 127%，熱銷的成效使得福斯商旅在競爭激烈的市場中始終保持成長。今年國內市場為了讓懂得生活的國人更享受生活、享受最高的駕駛樂趣，特別以限量 75 部的方式引進新一代的 T6 California Beach，經典的 T 型車獲得進化且結合更適合露營的巧妙設計，讓新世代「玩咖們」的享樂自由自在、不受侷限。

酷玩外貌 更多滿足露營功能的巧妙設計

在家族經典的 T 型車造型元素下，全新 California Beach 為更完美地體現戶外活動和旅行的真諦，整體車身風格進行了大幅度的實用和個性化提昇；頭、尾燈輪廓獲得修改，車頭換上更具質感的橫柵式鍍鉻水箱護罩，同時前保險桿也導入了整合式霧燈並結合彎道照明功能；為了讓車主獲得更高的行車安全，車側後視鏡加大了廣角視角且加入了除霧、電動收折功能，方向燈也換上更銳利的造型。

呼應玩樂風格和露營機能，California Beach 具備收納至

尾門內的標配摺疊椅，以及不論在晴雨天下皆提供遮蔽功能的車側遮陽棚。標配的手動式升降車頂，車主帶著朋友、家人不論旅行至何處，只需將駕駛艙車頂推開，便可讓車頂搖身一變搭配板條式床架轉化為雙人床位，若再加上可拆式且具備軌道滑動調整的車內後艙兩人座長椅向下摺疊，California Beach 便成為四人舒適的行動住房。

精湛加速性 媲美豪車等級的多項安全配備

為了強調旅遊和露營玩家能夠走遍各地的高度需求，California Beach 被賦予 2.0 升 TDI 渦輪增壓柴油引擎的動力單元，最大可輸出 150hp/34.7kgm 的動力，並以七速雙離合器自手排變速箱作為輔助，除了提供相當及時綿密的入檔反應以及流暢的加速性外，同時也能兼顧所有車主們所重視的絕佳油耗表現。

另外福斯商旅向來重視的安全性配備在 California Beach 車內也臻於完美；除標配駕駛座及副駕駛座兩具 SRS 氣囊，以及雙前座椅側邊兩具 SRS 氣囊外，更標配 ESP 電子行車穩定系統、ABS 防鎖死煞車系統、ASR 加速循跡控制系統及自動防眩車內後視鏡外，同時配有 MCB 二次碰撞預

煞系統，當發生意外事故碰撞時自動煞車系統會啟動，並減速至 10km/h；為全面保障駕駛及乘客安全，駕駛警示系統則可在發現駕駛有疲勞駕駛行為時，利用視覺及聲響警示訊號提醒駕駛者以避免意外發生。

不只露營 還給你移動皇宮般的享受

在 California Beach 以極富玩樂性的面貌風靡全台之際，福斯商旅也隆重地以接單方式提供消費者另一個極致選項：California Ocean。

同樣以 T6 車系為基礎的 California Ocean 除了具備 Beach 車款的多項露營配備、並大手筆升級為電動升降式頂篷外，車內更導入了瓦斯爐、流理台、冰箱及蓮蓬頭的重點配備，另外也貼心地加入了車內預熱空調系統，即便未發動引擎也可事先在車外預設溫度，讓車主們的行動樂趣除了睡眠，還有更接近套房般的極致享受。

極具巧思的 California Beach，再搭配 California Ocean 豪華露營車款，全車系如同明媚清爽的加州環境一般，歡愉、舒暢、華美，讓重度愛好戶外旅遊的車迷們在入主後，享有更難忘的旅行體驗和精彩人生。





磨礪 精湛

頂尖行家

對自身所愛的領域持續堅持，竭盡心力地積蓄功力和能量，最終成為行家，這才是專業人士將自己的舞台推至高峰、博得喝采、蔚為經典的必經之路；從50多年前的小學徒，經過漫長歲月淬鍊成今日全台首屈一指的電影看板繪師，謝森山無懼電腦印刷輸出的時潮壓力，一筆一筆描繪出最生動的大螢幕角色；酷愛表演的「這群人TGOP」，藉著與福斯商旅合作拍攝《經典傳奇》，賣力地傳達讓人會心一笑的巧妙心思，舉手投足透露了在網路世界的魅力和號召力，也少不了分享忠於自我、熬過艱辛、實現夢想的歷程；

跑步跑出興趣的劉光武，則完美地為「懷抱信心，永不放棄」下了註解，曾經因訓練不足受傷的他，克服復健和訓練的難關，一步一步成為現今的超級鐵人教練；視新車銷售與售後服務為終身志業的揚昌汽車有限公司董事長范揚堯，極致體現了品牌價值，讓福斯商旅版圖更加壯大。

所有的行家，其堅毅持恆的決心呼應了福斯商旅品牌長年來秉持的創新和品質的追求，面對支持的車主和車迷，始終專注於提高駕駛和乘坐的品質，不忘創設初衷，為人們美好生活竭盡心力。



謝森山 用彩筆勾勒美好年代回憶

充滿復古情懷的手繪電影看板

隨著時代變遷，許多傳統行業漸漸地消失在生活中，手繪電影看板正是其一。

從事電影看板繪畫工作超過半世紀的謝森山，憑藉著對繪畫的愛好與熱情，至今仍堅守在工作崗位上。只要戲院仍有需要，他就要一直畫下去。

撰文／張煥騰 攝影／陳健雄

喜歡畫畫的少年，為了幫助父親減輕經濟壓力，決定輟學去學習一技之長。熬過辛苦的學徒過程，成為一名電影看板畫師。「那是18歲的時候，師父幫我拍下的照片。」謝森山指著牆上的黑白照片說。斑駁的老照片裡，那個神情專注作畫的年輕人，如今來到從心所欲的年紀。長達50多年的手繪電影看板人生，謝森山完成的電影看板不計其數，對於畫畫始終保有熱情的他說，要一直畫到不能畫為止。

當學徒不怕苦練成一技之長

位在中原夜市旁的中原大戲院，外牆懸掛的手繪電影看板，全部出自於謝森山之手。「北部只剩下我還在畫。」謝森山說，這間專門播放二輪片的戲院老闆，堅持保有手繪電影看板的傳統，他也十分樂於為老客戶繼續服務。

「我想要去畫電影看板。」15歲的時候，謝森山向父親提出請求。出生在物質貧乏的40年代，謝森山全家大小只靠父親的一份薪水，日子過得並不輕鬆。身為長子的他，決定提早進入社會工作賺錢。「曾聽長輩說，擁有一技之長就不怕沒飯吃。」年紀還小的謝森山，不太能理會話中含意，他的心裡想著，學技術真的這麼好嗎？他突然想起小時候常常看見有人在桃園大廟前的戲

院畫電影看板，愛畫畫的他也想學會這一門技術。

「當學徒和當學生是兩回事呢！」謝森山說，廣告社的老闆沒有收學費，自然沒有義務教學徒畫畫。學徒的主要工作就是打雜，而且沒有薪水、沒有供應伙食。想要學技術，必須自己找機會觀摩學習。為了想要早日出師賺錢，謝森山格外認真，他用心觀察師父的畫法和配色，當大家下班以後，他偷偷地留下來練習，經常深夜才回家。從廣告社返家的路上，必須穿過一大片竹





「有一間戲院的老闆，半夜親自跑來敲門預約！」謝森山說，在國片最風光的那個年代，同時有七間戲院的電影看板要畫，常常忙到沒時間吃飯和睡覺。

林，夜闌人靜的時候，風吹過竹林的颼颼聲，聽起來格外恐怖。「因為太害怕了，每次都是一邊騎單車、一邊哭。」謝森山曾經想過放棄，但是在父親的鼓勵之下，決定繼續堅持下去。

17歲出師好手藝畫出口碑

謝森山的認真與努力，師父全都看在眼裡。進入廣告社一年多之後，師父時不時會給他零用錢，還叮囑他千萬要保密；又過了一段時間，師父讓謝森山一起吃飯，然後告訴其他學徒是謝森山自己花錢搭伙的。二年過後，謝森山已經能夠獨當一面，正式變成一位電影看板畫師。

60年代，是台灣電影蓬勃發展的時期，全台各地大小戲院林立。「聽說台北的電影看板畫得很漂亮。」謝

森山下班後從桃園騎單車到台北西門町，等到戲院散場、人潮退去之後，再用手電筒照著一幅幅的電影看板，慢慢地研究和觀察。「台北的畫師果然比較厲害，畫得真好。」為了精進技術，他決定到台北重新學習。在師父的引薦下，謝森山來到台北從學徒開始重新學起。因為有了基礎和經驗，他很快就掌握配色和作畫技巧。回到中壢之後，他繼續從事手繪電影看板的工作，而且闖出一番知名度。

「當時薪水大約是美術老師的兩倍。」謝森山說，畫看板的酬勞是算「片」的，一幅電影看板由20片至40片木板組成，每一片的酬勞60元。雖然收入還不錯，但是社會地位卻不是很高。「如果有人要介紹對象，一聽到是做這一行的，女孩子都說不要了。」謝森山說，很多

人把電影看板畫師當成是油漆工。事實上，想要從事這一行，需要一定的藝術天分。當年和謝森山一起進入廣告社的學徒共有8名，只有謝森山和他的師兄兩人出師，其他人都因為畫的不好而放棄轉行了。

700元創業戲院老闆主動上門

退伍後，謝森山拿著當月軍中發放的薪水700元，在中壢租了一間店面，買了幾桶油漆和木梯，搖身一變成為廣告社的老闆。因為當兵之前已經畫出名氣，桃園和中壢地區的戲院老闆得知謝森山退伍了，紛紛找上門來。「有一間戲院的老闆，半夜親自跑來敲門預約！」謝森山說，在國片最風光的那個年代，同時有七間戲院的電影看板要畫，常常忙到沒時間吃飯和睡覺。

「畫電影看板和藝術創作最大的不同就是要像」。謝森山說，電影看板的人物必須要像本人，否則一掛上去之後，一定會被人指指點點。「剛出師的時候，有一次要畫梁山伯與祝英台這部電影，當時真的非常緊張。」謝森山說，《梁山伯與祝英台》是當時非常轟動的大片，再加上凌波又是家喻戶曉的大明星，如果畫得不像，一定會成為同行的笑柄。所幸，成品受到戲院老闆的肯定。

謝森山特別偏好畫外國明星，因為他覺得外國人的五官立體，再加上髮色和眼睛的顏色多變，可以讓電影看板的色彩更為豐富。「記得有一次畫奧黛麗赫本主演的電影，畫完之後大受好評。」畫了超過50年，現在無論是外國人或東方人，動畫卡通或各類型題材，都難不倒謝森山。

30年前開始，國片最輝煌的年代已經結束，再加上電腦印刷輸出大型海報快速又便宜，所以手繪電影看板

這一個行業就逐漸沒落了。「現在北部只剩下一家中源大戲院還堅持用手繪了。」謝森山說，很多廣告社都收起來了，再加上電影看板畫師幾乎已經年邁，昔日榮景已經不再了。

退而不休樂於傳承經驗

《賽德克巴萊》、《那些年，我們一起追的女孩》，這是近年來謝森山特別滿意的作品。這是三年前，謝森山受邀中原大學藝術中心舉辦的展覽特別繪製的作品，目前這兩幅手繪電影看板都被中原大學藝術中心收藏。「每個人物的神情和樣貌，都和原版海報相似度極高。」謝森山每一筆都很仔細的描繪，電影看板的色彩飽和度甚至比原版海報更為鮮艷呢！

謝森山說，近幾年來，縣市政府文化局以及多所大專院校，開始重視這個即將消失的老行業，因此他有許多機會受邀參加一些活動和展覽。謝森山的辦公室牆面上，掛滿一張又一張的感謝狀，這些都是邀請單位給予他的高度肯定和感謝。「台北有一家貿易公司，每個月都會指定我畫四、五幅作品；前陣子還幫一所幼稚園彩繪外牆。」雖然手繪電影看板的需求越來越少，但是謝森山的工作量不減反增。

每年的畢業前夕，許多電影或廣告相關科系的學生，都會主動找上謝森山進行訪問，還有許多電視和報章雜誌的採訪，讓他的生活忙碌且充實。「曾經有記者問我，從年輕畫到70多歲難道不會累嗎？」謝森山說，一點也不覺得累，反而非常開心。年輕時認真打拼的他，現在早已無須為金錢煩惱，他開心地做喜歡的工作，未來也打算免費開課傳授有興趣的人畫畫，把這一門即將消失的技藝傳承下去。

- 1.謝森山特別偏好畫外國明星，因為五官立體，再加上髮色和眼睛的顏色多變，可以讓電影看板的色彩更為豐富。
- 2.《那些年，我們一起追的女孩》，這張是近年來謝森山特別滿意的作品之一。
- 3.年輕時負笈前往台北拜師，學成後回到中壢開業；畫到現年已年過古稀，歷經盛衰，但謝森山始終樂此不疲。





這群人 搞笑也能出頭天

這群人TGOP就是愛演停不下來

熱愛表演的七位年輕人，2011年組成「這群人TGOP」，以搞笑影片在網路上獲得年輕人共鳴，每部影片點閱率都輕易突破百萬人次。他們努力地朝著夢想前進，目前在廣告、音樂和戲劇的表現，成績越來越亮眼。

撰文／張煥騰 圖片提供／高國展、這群人

由展榮、展瑞、茵聲、尼克、石頭、董仔、木星所組成的「這群人TGOP」，以幽默詼諧的表演方式，創作出許多膾炙人口的短片，在YouTube上累積超過上億觀看數，臉書粉絲突破百萬人。今年，正值福斯商旅70周年，這群人以一部歌舞短片，重現福斯商旅70年的經典傳奇；他們載歌載舞，讓人看見搞笑之外的另一項才華。

一鏡到底重現T系列經典傳奇

福斯商旅x這群人共同合作的【經典傳奇】，片長只有短短的3分43秒，前置作業卻花了兩個多月的時間。「還好之前有過兩次彩排，讓拍攝過程得以順利進行。」尼克負責這一次的編劇和導演工作，他表示，首次嘗試一鏡到底的歌舞表演，對於每一位團員來說，都是一大挑戰！

福斯商旅T系列從1947年誕生，走過70年的輝煌歷

史，創造許多經典系列。「想用一部電影呈現福斯商旅的演化以及跨越時代的歷程。」尼克說出【經典傳奇】的拍片構想。於是，他挑選了多部具有代表性的電影，擷取精彩橋段配上音樂，經由不同年代的電影片段，訴說福斯商旅T系列的演化史。

【經典傳奇】由多部知名電影組成，分別是50年代的《羅馬假期》、70年代的《星際大戰》、80年代的《捍衛戰士》、90年代的《門陣俱樂部》以及21世紀的《皇家俱樂部》和《樂來越愛你》。這幾部經典電影在這群人的重新詮釋下，變成《螺瑪假期》、《心計大戰》、《汗味戰士》、《痘震俱樂部》、《黃家葉總會》以及《月萊月愛你》。不同年代出品的福斯商旅T系列，也成為影片中不可或缺的角色。

「車子非常不好拍。」尼克和攝影師石頭，不約而同這麼說。尼克指出，車子不像人會走位，所以每一次調整位置和角度時，都需要靠專人移動。「移動一台車





「幽默感是可以訓練的。」加上敏銳觀察力，喜歡接觸人群，這些都是這群人創意源源不絕的主要原因。

至少需要15分鐘以上。」尼克說，片場有6台T系列，光是將每台車移動到最佳定位，就必須花上半天的時間，如果再加上美術道具的場景布置，往往都要耗上一整天。「攝影棚一天的租金可不便宜呢！」尼克說。

幕前幕後各展所長完成挑戰

平均年齡29歲的這群人，對於老電影可說是完全陌生的。因此拍攝【經典傳奇】之前，尼克特別閉關一陣子，專心蒐集電影資料，並且構思如何將這些經典電影串聯成一部好看的短片。「拍攝題材要多方面嘗試，不能只有單一搞笑。」尼克說，這群人的每一位成員，都非常樂於嘗新和挑戰各種題材。

「很感謝團隊的支援，讓我可以專心閉關。」有了團隊的全力支持，尼克順利完成劇本創作。「負責音樂的人超厲害！每一個畫面和音樂的搭配，安排的恰到好

處。」尼克說，這次選中的電影都是音樂感比較強烈的，所以整部影片很容易引起大家共鳴。這群人分工合作、各展所長，有些人在幕後細心操刀，有些人在幕前賣力演出，共同完成【經典傳奇】這支成功的短片。

「一開始掌鏡時，每一個畫面都很穩、很漂亮，後來體力不支，鏡頭開始晃來晃去。」石頭分享拍片不為人知的一面。因為採用一鏡到底的方式拍攝，攝影師必須長時間駕駛攝影機，體力消耗非常大。石頭說，從早上10點拍到半夜2點，兩隻手臂好像不是自己的。

為了拍出T系列的質感，尼克在畫面上的營造也格外用心。拍攝之前，他利用濾鏡套用在每一台車子上，再仔細地和電影中的色調相互比對，找出最貼近的色彩和氛圍，因此影片中的T系列，和每一部電影都搭配地極為和諧，也呈現出屬於那一個年代的獨特風采。長達16個小時的拍攝過程，這群人在片場和T系列培養出好感

情，他們對於不同車款的外形各有所好愛。經常需要一群人外出工作的他們，認為T系列是最佳搭乘工具。

志同道合擁有絕佳合作默契

「拍片過程其實非常辛苦，但是每一位演員都願意配合，同樣的舞步跳再多次也不喊累。」尼克說，演員肯挺你，就是導演最開心的一件事。這群人不僅是工作夥伴，他們也是一群志同道合的好朋友。年齡相仿的他們，擁有多年的交情和合作經驗，因此培養出絕佳的默契。

多才多藝的他們，每個人都有編劇能力，因此每一次拍片的過程，都很容易溝通，只要掌握一個大方向，每個人都能夠盡情發揮自己扮演的角色。尼克說，每一個劇本要拍成影片之前，大家都會聚在一起開會討論，包括服裝造型、場景道具等等，每一個細節都不會錯過。「大部分的影片都屬於搞笑內容，但是拍片的前置作業以及後製剪接，大家都非常認真看待。」尼克說，這群人每一次拍片，都是非常嚴謹的。

「原來幽默感是可以訓練的！」尼克說，剛開始覺得自己並沒有那麼地搞笑，後來發現置身在其中，大家隨時隨地都在搞笑，於是變得越來越有幽默感。《職業大暴走》、《早餐店的經典語錄》、《超瞎電影翻譯》、《超瞎翻唱》……，這群人拍攝的每一部短片都能夠獲得廣大的迴響。敏銳的觀察力、喜歡接觸人群，這些都是這群人創意源源不斷的主要原因。

累積實力未來一起拍電影

成立短短幾年，這群人的臉書粉絲專頁和YouTube頻道的追蹤和訂閱人數均突破百萬。擁有超人氣的他

們，成名之前也經歷過一段辛苦的日子。曾經一整年沒有收入，在家人的眼中，每天過著不務正業的日子。對於表演有著無比的熱情的這群人，差一點在現實的壓迫下，放棄夢想。後來，隨著慢慢累積的作品，開始在網路上有了名氣，也吸引到許多的廣告主上門。

「拍攝商業影片時，通常會提供客戶兩個劇本，一種是客戶想要的，另一種則是符合這群人的風格，並且有把握會吸引觀眾目光的。」尼克說，通常客戶都很尊重這群人的創意，因此每一次的商業合作都有很好的成效。

「再一次！再一次就好！」石頭回憶拍攝【經典傳奇】的時候，尼克求好心切，不斷地要求他重複拍攝幾個畫面。「每一次拍片的時候，並沒有去考慮賺錢與否，就是盡心盡力想要拍出一部好作品。」尼克說出他的想法。或許就是這種認真的態度，才讓這群人的作品被大家肯定。

這群人從網紅成功轉型，成員中有人出專輯、有人拍廣告，在許多賣座的電影和電視劇中，也常常看見這群人的成員參與演出。「拍電影是大家共同的夢想。」尼克說，擅長創作搞笑影片的他們，最想嘗試的也是喜劇片。為了累積更多的能量，拍電影之前，會先拍攝一系列的網劇，累積更多的實力和能量。他們希望在未來能夠實踐拍電影的夢想，一起拍一部屬於這群人的電影。

請以行動裝置掃描 QR Code
即可觀賞【經典傳奇】精彩影片



- 1.對表演充滿熱情、堅持夢想的7個年輕人，短短幾年之內由素人變成擁有百萬粉絲的知名網紅。
- 2.搞笑內容的背後，都是這群人心血的結晶；他們用認真嚴肅的態度，拍攝每一支影片。
- 3.（經典傳奇）影片畫面截錄。





劉光武 挑戰自我無限可能

素人選手變專業鐵人教練

熱愛運動的劉光武，從事耐力運動超過7年，現在是一名專業的鐵人專項教練。

從一位單純喜歡跑步的素人選手，變成一名專業教練，

他一次又一次挑戰自己，朝著夢想前進。

撰文／張煥騰 攝影／戴正明



十月中旬，「2017 台東超級鐵人三項賽」在台東活水湖開賽，雖然天空下著大雨，卻澆不熄鐵人心中的熱情。「無論天氣好壞，都要開心享受比賽。」縱然氣候不佳，劉光武依舊全力以赴，獲得總排第五名。2010年首次接觸鐵人三項賽至今，劉光武累積豐富的比賽經驗，他把每一場的完賽證明整齊收在資料夾中，目前已經累積兩大本。劉光武說，參加鐵人三項的比賽過程，會經歷無數考驗與磨難。「絕望的時候懷抱信心，人的潛力深不可測，絕對不要放棄自己！」劉光武從每一場比賽中，看見自己無限潛能。

軍中練出好體能與意志力

跑步是劉光武最早接觸、也是最擅長的運動。因為家中長輩覺得軍職是一份很穩定的工作，於是劉光武高中畢業後就去報考軍校。「一開始練跑步，純粹是為了鍛鍊體能以及參加測驗。」愛運動且渴望進步，劉光武跟著軍校前輩吸取經驗，再加上靠著自己慢慢摸索，成績漸漸有了起色。

劉光武的第一場馬拉松比賽，是在2011年1月份舉辦的「淡水河全國馬拉松路跑賽」。他當初報名這場離家近、且難度不算高的路跑賽，原以為可以輕鬆完賽，沒想到當天突然飄起小雨，天冷加上下雨，讓衣服和鞋子都濕了，腳也磨出好幾個水泡，最後狼狽回到終點。而前一年在石門水庫舉辦的「桃園國際鐵人三項錦標賽」，是劉光武首次參加的鐵人三項賽。「因為游泳能力還很差，當時一邊游一邊抓著水道繩，好不容易才回到岸上。」人生的第一場馬拉松和鐵人三項賽，讓劉光武發現不足之處，激勵自己要再進步、繼續下一次的挑戰。

軍校的生活固定且單調，集合點名、唱歌答數、出操、打掃……都是每天的例行公事。「忍耐一下，放假時就到戶外走走，吃美食、看看書，一轉眼也就撐過去了。」劉光武說，運動員每天都要接受訓練、面對挫折，有些部分和軍中生活有些相似。在軍中不僅鍛鍊出良好體能，也讓心智變得更成熟。個性不服輸的他，一旦決定的事就不會輕言放棄。別人可以做到的，他沒有



2

1. 劉光武認為運動風氣應該從小培養，運動比賽對於帶動地方經濟也有幫助。
2. 受過傷的劉光武透過治療，現在身體已經回到最佳狀態。
3. 劉光武常保「無論天氣好壞，都要開心享受比賽」的正面心態，或許這很適合做為大家的精神標語。

3

靠著信心和耐心的治療，現在身體已經回到最佳狀態。
「相信自己，就一定能夠做到最好。」

理由做不到。因此每一次的比賽，是為了證明「我可以」。

超級鐵人初體驗表現優異

「在軍中有一群熱愛運動的同事，每逢假日就會一起參加不同的活動。」劉光武軍校畢業後分發至台北的部隊服務，休假時，志同道合的一群人就結伴去參加泳渡日月潭、攀登玉山、高空彈跳、路跑賽等活動。「後來大家的口味越來越重，開始挑戰鐵人三項賽。」在首次接觸鐵人三項賽後，就愛上了這種挑戰自我、永不放棄的運動。

2011年開始，劉光武開始認真從事鐵人三項運動，隔年參加「2012台東超級鐵人賽」中的超級鐵人226公里組別。這項比賽包含游泳3.8公里、自行車180公里、跑步42公里，全程需在17小時內完賽。劉光武花了11小時11分鐘完成，獲得總排第9名的好成績。對於一個素人選手而言，算是很好的成績，因此劉光武認真思考投入鐵人運動的可行性。

這些年來，劉光武征戰過大大小小的比賽，也期待自己成為一位專業教練。二年前，劉光武正式成為一名專業鐵人專項教練，為想要參加比賽的選手提供正確的運動觀念和訓練課程。「我是慢跑2至3年之後，從10公里慢慢增加到21公里，把體能練好之後才去挑戰全馬。」劉光武說，欲速則不達！沒有紮實的基礎，想要在短時間達到目的，很容易功虧一簣。他認為，無論從事哪一種運動，都需要有正確的訓練觀念。以跑步為例，建議先從較短的10公里距離開始，等到體能跟技術純熟之後，再去挑戰下一階段。

相信自己一定能做到最好

受傷是每個運動員都會遇到的挫折，劉光武也不例外。退伍後，在朋友的介紹之下，劉光武成為一間「慢跑概念店」的門市銷售員。結合興趣和專長的工作，讓他如魚得水，樂在其中。那一段時間，劉光武結交許多運動圈的朋友，生活多采多姿、忙碌又充實。

那時劉光武瘋狂愛上馬拉松，幾乎每個月都會參加

一場馬拉松比賽，然後比賽和比賽的空窗期，又穿插了幾場10公里和21公里的小比賽。訓練不足加上連續比賽的結果，就是受傷退場。因為運動傷害，造成劉光武只要一跑步膝蓋就疼，就連醫師也建議他不要再跑步了。「當時沮喪又懊惱，並且懷疑自己是不是以後都無法再回到賽場奔馳了。」

受傷期間，劉光武陸續看過復健科、中醫診所以及嘗試物理治療。只要有人推薦哪一間診所不錯，他都願意去試試看。「有嘗試就會有希望。」經歷過半年之久的治療和復健過程，腳傷才慢慢痊癒。劉光武說，復健治療的過程中，他發現心裡所想的，往往也會反映在身體上。他深信自己的腳傷一定會恢復正常，靠著信心和耐心的治療，現在身體已經回到最佳狀態。「相信自己，就一定能夠做到最好。」

全心投入推廣正確運動觀念

劉光武認為，到國外參加比賽不僅可以順便旅遊，體驗當地文化，還可以結交愛好運動的新朋友，一舉數得。明年4月，他將去日本挑戰「2018宮古島Strongman超級鐵人三項賽」。宮古島超級鐵人賽是日本非常具有代表性的長距離鐵人三項賽，也是每一位鐵人心中最想挑戰的賽事之一。

和國外賽事相比，台灣因為地狹人稠與文化差異，使得很多運動比賽變成擾民「塞」事，引起許多民眾的抗議。「如果民眾不支持，比賽就難維持。」他認為運動風氣應該從小培養，透過運動比賽對於帶動地方經濟也有幫助，因此舉辦賽事的單位和當地機關單位事前應該多多溝通協調，讓每一場比賽都能順利圓滿地舉行，讓民眾樂於支持參與，創造雙贏局面。

假日經常開著休旅車到山區從事戶外訓練的他，今年參加「2017 IRONMAN Taiwan 澎湖國際鐵人三項賽」時，在活動現場上遇見最新款的Caddy Maxi，實際試駕後，便喜歡上這款車。「對於居住在台北市的都會型鐵人來說，空間大、省油，就是最實際的需求」劉光武常常到陽明山、石碇、貓空等地從事戶外活動和訓練，如果使用Caddy Maxi的話十分方便。「空間夠大，要搭載3至4台腳踏車也不是問題」，劉光武說，這款車真的非常適合愛運動的人。

「維持生活與訓練之間的平衡，是成績進步的關鍵。令我自豪的不是亮麗的成績，而是在生活與訓練當中取得一個平衡，讓我有動力持續下去。」劉光武分享自己的經驗，希望每一位愛好運動的新手能夠有正確的觀念，持續地運動下去；然後變成一個資深選手，或是未來朝向專業之路走下去，享受到三鐵運動帶來的真正好處。

范揚堯 打造福斯大新竹版圖

滿滿熱忱堆砌好口碑

與福斯商旅攜手多年的范董事長數十年來有著對品牌的熱愛及忠誠，
頂著旺盛的活力和企圖心，讓福斯商旅的版圖更加壯大。

撰文／YH Huang 攝影／陳若軒

儘管頭髮未見花白，身體也硬朗的像個剛過中年的沉穩商務人士，然而揚昌汽車有限公司董事長范揚堯確實是位60多歲的老人了，歲月的年輪縝密深邃，在在訴說他32年來在新竹地區經營，以及與Volkswagen品牌攜手拚戰多年的革命情感及忠實相挺。

胼手胝足耕耘多年

「我的客戶遍布桃竹苗。32年前剛進入汽車品牌經營體系的時候，我還是個他牌的新進業務，那個時候一年騎摩托車都要騎12萬公里以上，同時除了新竹地區的耕耘外，每週一、三、五更是往新竹以南奔走，先到竹南、後龍、通宵然後再跑到苑裡拜訪客戶，接著再從苑裡往北到苗栗市、頭份然後再回到新竹；週二、四、六則往北跑到新豐、湖口、楊梅然後到中壢，以無限的體力和耐力與時間賽跑，努力將人脈逐漸累積。」范董望著我們回想幾十年的奮鬥過程，但他也不忘強調：「以前跑業務比現在難跑多了，而且做不到業績還沒有底薪可以領。現在的業務跑客戶遠沒有我們當時勤快，抗壓性當然也不如我們！」從業務逐漸累積實力，他後來也開了公司，先從汽車貿易商的角色起家，後來才取得福斯商旅的經銷權。

新竹展間七年前改裝完成時便是全台福斯商旅展示中心的標竿，他認為有如此的成就，全仰賴於全體員工的專心致志，以及公司提供的完整教育訓練；以自己的經驗來說，留心顧客的需求一直都是范董經營的最大優勢和特點，「讓業務打先鋒拚口碑，完美的技術則作為售後服務的最佳後盾。」向來喜愛蘭花的范董曾因為累



積的好口碑讓同好信服，陸續向他購買了八部車，甚至手機裡面還留存著過去七部車交車時留影的照片；他不僅是賣車，同時還「出賣」自己的真情和用心。

積極擴大版圖

為了擴展在大新竹和苗栗地區的經營版圖，范揚堯董事長預計明年將在竹北設置新的中古車銷售據點，考量到未來福斯商旅品牌持續進步以及在當地銷售潛能的成長，兩年後則預計在頭份和竹南也將大舉購地做為新的展示及服務中心；就如同多年前在新竹市中華路成立新竹展間據點時的眼光和前瞻性一樣，范董也將購入足夠的面積將福斯商旅與

福斯汽車的新車展示、維修保養服務整合在同一個空間裡，讓向來重視的品牌完整度持續貫徹。范揚堯董事長和所有熱愛福斯車款的愛好者擁有同樣的想法，那就是目前的福斯商旅已經從傳統的Transporter純商用車型，衍生出因應各種不同需求而生的各式車款，另外還有不斷推陳出新Caddy，以及近幾年打造出的皮卡車款Amarok，福斯商旅的車款已不再只有純商業用途，同時還能兼顧運動、休閒、家庭出遊等多元選項，這一點對於來到范揚堯董事長整合式的大型福斯展示中心的消費者來說，是相當具有吸引力的一項誘因，也是現在、未來他和福斯商旅品牌獲得極佳競爭力的本錢。

范揚堯董事長看準未來福斯商旅在新竹及周遭縣市的銷售潛能，兩年內將在竹北和苗栗地區積極擴點。





重視每一個小細節 優質服務贏得客戶的心

不到三十歲開始創業，大福租車總經理林家弘憑藉著精準的眼光和優質服務，在租賃車行業佔有一席之地。不打價格戰、拒絕惡性競爭，秉持著準時、安全、舒適、親切的原則，深獲客戶肯定。

撰文／張煥鵬 攝影／陳若軒

從第一台T4開始接送客人，創業即將邁入第20個年頭的林家弘，現在擁有8種車款、27台車。大福租車提供的車型有轎車、廂型車，今年新增兩台California露營車，盡全力滿足不同客戶的需求。林家弘重視每一個小細節，從購車的選擇、司機遴選和訓練，都有一套嚴格的標準，因此，只

要是搭乘過大福租車的客人，幾乎都會成為忠實顧客。

扭轉傳統租賃車行刻板印象

「當初創業其實是無心插柳。」林家弘說，20年前在車行上班時，得知有同業想要出售車行，當時也有創業念頭

的他，就這樣買下了「大福租車」的招牌。早期的租賃車行主要獲利來源是靠行費，但是林家弘並不想走傳統模式，於是開始思考如何轉型。車行經營一段時間之後，林家弘買了T4做為公司的第一台車，提供機場接送、包車旅遊等服務。

20年前，大部分的租賃車行使用的都是中低價位的入門車款，林家弘卻願意花費比其他人更高的價格購車。「T4的內部空間寬敞，非常適合做為租賃車。」林家弘從客人的角度出發，因此他選擇一台好車，同時也嚴格挑選司機，有別於早期租車行司機素質良莠不齊的刻板印象，他用年輕人的思維經營租車行，並且勇於嘗試和創新，要提供每一位客人安全又舒適的服務。

「T4很受到客人喜愛，創業前三年的業績成長速度非常快。」林家弘的轉型相當成功，獲利的盈餘繼續購買第二台、第三台車。「雖然我們的價位比其他車行高，但是發現客人還是願意選擇大福租車。」林家弘指出，絕大多數的客人都是重視品質更甚於價格，所以只要服務好，就會被消費者接受。大福租車有很多新客户都是經由老客戶的介紹而來，所以創業至今，他始終堅持走高品質的服務路線。

嚴選車輛和司機客戶滿意度高

大福租車目前有七成以上的客戶都來自於外商公司，其他客源則是飯店旅客和散客。「大部分的客人都是商務旅客，所以福斯商旅的車子非常符合我們的需求。」林家弘說，由於客戶群中有超過半數都是外國客戶，還有空服員、企業主管等等，他們不但重視車子的品質之外，對於司機的素質也有一定要求。「招募司機時，都會請他們出示良民證以及無肇事紀錄證明。」林家弘事先為客人進行把關，確保客戶的身家安全。

由於客戶有一半以上都是外國人，大福租車的司機都具備基本的英文會話能力。林家弘也為司機訂製一套專屬的制服。因為和多家飯店合作，飯店的旅客也是大福租車的主要客源之一，因此制服款式與飯店服務人員的穿著相似，塑造出整體感，也讓飯店的客人多一分親切與信賴感。「大福租車的司機一站出去，就能夠和其他車行有所區隔。」林家弘對於公司的員工深具有信心且自豪。

在家人的支持下，林家弘的事業越做越好。「年輕人創業缺乏的是資金，幸好有家人的支持解決資金不足的問題。」買了第一台車之後，客源越來越穩定，林家弘的另一半扮演著重要的角色，夫妻相互合作把租車行的業績做的有





聲有色。「因為客人來自各地，需要叫車的時間也不一定。」林家弘說，夫妻倆的手機都是24小時開機的，隨時都要為客戶做好服務，是比較不為人知的辛苦面。

內裝豪華舒適高端客戶最愛搭乘

T4是陪伴著林家弘打拼的好夥伴，從第一台T4開始，大福租車目前共有福斯商旅的T6 Caravelle、Crafter以及T6 California Beach三種車款。「福斯商旅的車款空間夠大，放置行李的空間，更是無可取代。」林家弘說，Caravelle主要提供多人的接送服務，例如：機場接送、包車旅遊等，常常需要同時載運多件行李，Caravelle的乘載能力令人滿意。

「每一家租車行都有Crafter，但是大福租車提供的車款一定會讓客人滿意。」林家弘為了提供客戶更舒適的乘坐空間，每部車花費90萬重新改造內裝。座椅部分，將原本的2、2、3改成一人一個座位，全新獨立座椅加大頭枕，可隨意調整椅背角度，就算需要長途久坐也不會覺得不適。每一張座椅旁邊設有充電座、閱讀燈，車上還有無線網路服務，對於商務旅客而言，在車上一樣能夠聯絡處理公事。

林家弘說，除了商務客人之外，Crafter也很適合包車旅遊，車上提供多種娛樂配備，包括：24吋大螢幕電視，可以收看數位電視、播放DVD影音、卡拉OK歡唱等。專為長輩和孩童考量的登門電動伸縮踏板設計，顯示出林家弘的細心和用心之處。此外，有別於遊覽車的窗簾款式、進口木紋地板、小夜燈、置杯架、雨傘架等，車廂內的每一處細節都不馬虎。

林家弘指出，通常10萬元左右就可以完成內裝改造，但是他願意花比其他好幾倍的費用，就是希望打造出一台具有尊榮感的車廂，讓大福租車的客戶感受到無比的禮遇。「搭乘過的客人都給予很高的評價。」林家弘說，改裝後的Crafter很受到高端客戶的喜愛。曾經搭乘過的名人有前副總統蕭萬長、演員陳柏霖、美國電視影集《陰屍路》的男主角等。

看好休閒商機推出露營車出租服務

大福租車是全台唯一提供California露營車的租車公司，目前有兩台California Beach車款。林家弘指出，近幾年來，露營風氣越來越興盛，因此購置露營車提供更多樣化



年輕的林家弘用年輕人的思維經營租車行，服務方式相當具有創新思維，品質深受許多外商公司客戶肯定。

的服務。露營車加入營運行列至今，消費者的反應相當不錯。林家弘說，福斯商旅的露營車非常搶手，經常車子一到展示間就被掛牌領走，很多想要買這款車的人，始終無法一睹這台車的真面目，更別提試駕了。大福租車今年新購的California Beach，除了服務喜歡露營的客層之外，他也讓想要購買這款車的消費者，藉由租車的方式，親自試試看這款車。

California Beach不僅擁有現代感的外型，內裝設計更是專為露營愛好者量身打造，各項配備一應俱全。「我們用行動民宿的概念去布置露營車。」林家弘善用California Beach寬敞的空間和臥艙機能，為客人布置出一個舒適的睡眠空間。其他的改裝部分還有可以置放四台腳踏車的車架，以及在帳棚裡增設LED燈。林家弘貼心地為客人設想許多細節，讓露營變得更容易且舒適。一直以來，林家弘堅信好品質自然會吸引到好客人。創業至今近二十年，大福租車的業績穩定成長，客戶流動率低，在在證明林家弘的眼光獨到。未來，他仍會堅持一貫的服務品質和理念，帶領著同仁往下一個階段邁進。



許多租車行都會購入Crafter車款，但很少業主像林家弘一樣願意每部車花費90萬重新改造內裝，為的只是提昇客戶乘坐時的舒適性。



飯店的旅客也是大福租車的主要客源之一，因此大福租車採用與飯店服務人員相似的制服設計，乾淨、專業的形象容易贏得客戶信賴。



捷安特旅行社

自行車旅遊服務的最佳首選

自行車旅遊全球正夯，以創新自行車產品與服務為品牌核心價值的GIANT捷安特，搭上這股旅遊熱潮，於2009年創設捷安特旅行社，專辦國內外單車旅遊服務，而有著「大白」暱稱的福斯商旅Caravelle補給車，更是捷安特旅行社環島旅行時不可或缺的重要夥伴。

撰文／杜韻如 圖片來源／台灣福斯商旅

捷安特創辦人劉金標先生正是自行車旅遊的愛好者，他不但曾經二度率隊前往日本愛媛縣「島波海道」騎乘自行車，更分別在高齡73歲與80歲時，挑戰自行車環島壯舉。為了讓更多人也能夠體驗自行車獨特的自在旅遊魅力，捷安特旅行社因而誕生，以精心設計的客製化行程與獨家秘徑，並提供騎乘者最完善、專業的服務，讓無論是初階新手或是自行車老手，都能有機會感受人車一體、充滿樂趣與挑戰的暢快旅程。

客製化專屬行程，全包式旅遊服務

為了傳達一種嶄新的生活型態與最單純、有效率的生活品味，捷安特旅行社秉持著圓夢、探索、愉悅、感動、安心的五大堅持，提供全包式的自行車旅遊服務，可以依照特定的時間、地點、騎乘能力與體力，安排豐富具彈性的套裝行

程、量身為客戶打造專屬的行程規劃，包括餐食、住宿和自行車等相關配備的提供，隨團還有經驗豐富的領騎、壓隊技師，每一位服務人員不僅專業，也同樣都是騎乘自行車的愛好者，因此能夠了解騎乘者的需求，以同理心提供最優質的服務。

特別值得一提的是，旅遊行程中，全程都有專業保姆車解決行李運送、排除故障，和提供休憩時的點心、水果與飲品補充等重要需求，讓騎乘者在行程中可隨時保持能量滿點、輕鬆出遊。

自成立至2016年底，捷安特旅行社已服務超過1500梯次自行車旅遊、5.1萬人次車友，其中以9天8夜的環島之旅最受歡迎，花東縱騎的行程也非常熱門，有不少知名企業如台積電、台大EMBA、全台商管聯盟EMBA、王品、3M等公司，都是捷安特旅行社的長期合作對象。





捷安特旅行社成立至今一直採用福斯商旅T型車作為保姆車，而現役Caravelle的2.0 TDI柴油動力可應付爬坡的扭力輸出再加上優異油耗表現，更是令他們感到滿意。

有專業保姆車相伴， 挑戰環台夢一點也不難

挑戰自行車旅遊，行程中難免遇上不可預測的變化因素，例如氣候、路況的改變，可能對騎乘者帶來的體能影響，因此出遊時相伴的保姆車，更需要有一定的專業配備。

捷安特旅行社成立至今，堅持採用福斯商旅Caravelle擔任保姆車的任務，由於外觀均為白色塗裝，因此獲得了「大白」稱號。大白車上皆配有衛星導航（GPS）、無線電（Radio）等通訊系統，可時刻掌握路況、與車隊聯絡，以及負責前導服務，除此之外，車內充裕的空間，不僅可以攜帶行李和物料，當騎乘感到疲累時，也能隨時進入車內稍作休憩，充電後再出發，更貼心的是在後方吧台的補給服務，有豐盛的季節性水果、乾糧、運動飲料等，迅速補充能量、水份和電解質，還會隨著季節的變化來做調整，像是天氣寒冷時備有溫熱水，酷熱時則備有冰塊，以及防曬乳、運動噴劑等隨身用品，全方位滿足騎士們的需要。

而騎乘時最擔心遇到自行車出狀況或是意外事故，大白也會隨時在車隊最後方做壓隊服務，提供故障排除或備用自行車的支援，讓旅程沒有後顧之憂。車上還有簡易的醫療用品可提供醫護協助，或視情況需要，立即送往就近醫療機構進行緊急救治。

新一代Caravelle， 優異性能與品質值得信賴

福斯商旅T型車系能夠深受捷安特旅行社多年以來的信賴以及委以重任，捷安特旅行社徐正楷主任表示：「從捷安特旅行社成立初期，我們就選擇商旅界的第一品牌福斯商旅擔任大白的任務，一開始為T4世代車型，而在T4車款逐漸退役後，大白面臨改朝換代之際，我們也做了相當多的功課，針對同型車輛進行相當審慎的評估和仔細分析。考量到出遊的環境，常需要面對崎嶇與蜿蜒的山路，還要車輛品質的穩定性也非常重要，我們發現T6透過2.0 TDI柴油動力的優勢扭力可輕鬆面對山路的爬坡，又能夠兼顧油耗經濟性以外，相當紮實的底盤感受與平穩舒適的行路表現，同級還是難出其右，因此最終獲得我們所青睞，由T6繼續演繹大白的角色！」事實也證明，在大白的陪伴下，讓一次次自行車旅遊皆能完美落幕。

靈活大空間， 創下一次可載送35輛自行車的驚人紀錄

最讓人印象深刻的是，T6的靈活大空間。徐正楷主任補充說明：「經過我們的比較，受惠於車身造型的優勢，T6座艙的空間絕對是同級中最優異的，這也是我們決定託付T6重責大任的一個重要關鍵。」經由徐正楷主任的解說才明白，原來一輛大白可承載的最高紀錄，包含車頂架可安置的8台自行車在內，總共一次可載送多達35輛自行車，其空間



捷安特旅行社之所以誕生，追本溯源來自於單車旅行愛好者的創辦人劉金標先生，如今在提供旅行中各項需求之服務的同時，更給予壓隊服務，提供故障排除、醫療支援或備用自行車等項目。

優勢展露無遺，更是同級車款所望塵莫及之處。「有時候大白沒有出任務，只是單純的行駛在道路上，如果遇到曾經跟過我們團一起出遊的民眾，他們也會一眼就能認出大白，同時熱情的與我們打招呼，可見大白在他們的心目中留下多麼深刻而美好的印象了！」

目前捷安特旅行社旗下共有12輛T6車型擔任大白角色，約10人左右的小型出團人數，就會搭配一輛大白；團隊人數介於30-40人間，則會搭配兩輛大白出團；即使是面對固定配合的台大EMBA畢業行，此類出遊人數多達200-

300人次的大型團，只要一口氣出動10輛大白，也有辦法能夠讓旅程順利進行。

大白就像是捷安特旅行社每次出遊所派出的專業保姆，保護著每位出遊的團員，而團員們也在大白無微不至的悉心照顧下，留下一次次安心愉快的旅遊回憶。期望藉由Caravelle車款強大舒適的性能、靈活多變的機能空間，以及設計周全的安全防護科技，能成為駕駛者們最安心的後盾，並且帶給每位乘客最美好且難忘的乘車體驗，這正是福斯商旅始終不變的造車理念。





Caddy Maxi成就Zipcar租賃新概念 能共享的Caddy Maxi 能創造的經濟

共享經濟在台灣是這兩年相當新創的解決方案，Zipcar便是其中最鮮明且新穎的範例。

撰文／杜韻如 攝影／陳若軒



共享經濟在台灣是這兩年相當新創的解決方案，依照各種資源不足、時間分配與都會環保的問題而生，提供比傳統租賃更靈活彈性的積極作為。而在台北市的共享經濟討論度最高的當然就是交通工具的共享，從Ubike、Uber到剛導入台灣不久的Zipcar，都是市民相當樂於嘗試的新交通方式。而福斯商旅旗下客貨兩用明星車款Caddy Maxi現在也在Zipcar體系中成為了共享經濟一部分，因此這一期車主特搜單元，我們特地採訪了Zipcar Taiwan成立的重要推手，也就是董事長彭士邦（Andy Peng，以下稱Andy）。身為多輛Caddy Maxi的車主，來聊聊Zipcar如何用這款車滿足不同會員的需求。

專訪當天來到了Zipcar位於台北信義區的總部，在Andy的辦公室看到了許多的汽車模型與海報，讓人感受到Andy對車的熱情，是否就是因為這樣的熱情而導入了Zipcar與AVIS兩個國際品牌，希望把這股熱情與更多人共享？Andy的回答點出了重點，不管是Zipcar還是AVIS，都是專業出行方案（Mobility Solution）的提供者。

Zipcar是美國AVIS Budget Group汽車租賃大型跨國集團旗下的一個子公司，成立於2000年，母集團從1946年成立累積了相當豐富的Mobility Solution與跨國車輛管理經驗之後，在2000年就推出了「汽車共享（Car Sharing）」的概念，也就是比較年輕、輕鬆的品牌Zipcar。集團旗下品牌定位的差異，城市裡的汽車共享是Zipcar，城際之間就是AVIS。兩個品牌從識別的颜色就可以看到有著相當不同的Tone調，有別於AVIS是個專業的跨國租車公司，Zipcar在2000就將當時還算先進的汽車共享概念實踐。Zipcar認為拿到一輛車不是最終的目的，而是透過這部車能到達目的地，所以Zipcar在全球500多個城鎮成立的目標是幫會員解決交通工具的問題，並且透過整合來創造附加價值。

亞太第一站 公民素質成關鍵

台北市作為Zipcar在亞太地區的第一站，Andy當初的想法其實跟2012年導入AVIS時有幾個雷同之處。台北市雖然算是現代化的城市，不過當時沒有國際化的租車品牌，面



Andy自己對VAG集團的車款也都相當了解。

對越來越多商務客來到台灣，出差三個步驟的其中兩項訂機票與飯店搞定了之後，AVIS在台灣成立的目的是完成出差的第三個步驟，而Zipcar其實也是，不僅能解決商務客或是自助旅遊在城市內便利彈性的用車需求，Andy也特別提到，Zipcar在一個城市的成立，有幾項基本要求包含人口密集度、車輛使用率以及公民素質都是考量。

汽車共享的概念是架構在公民自治。所有會員都要把Zipcar當自己的車子使用，在意車況會影響到下一位使用者的觀感，這樣運行才會順暢。所以Andy與團隊花了兩年的時間向原廠證明台北夠資格成為亞太的第一站，兩年的時間不只是交通數據縝密的研究，更重要的是不管到哪個市場，Zipcar都必須要合法、符合需求，所以與各單位的探討也在兩年內密集進行。而Zipcar在台灣運行的方式一樣採收費會員制，不管是月繳500元或年繳3999元方案，都能在24小時於各大停車場內租用車輛，用App啟動車輛，每小時最低計費為250元。

Zipcar的優勢

要吸引消費者加入會員，Andy也相當強調合法性的的重要。Zipcar在這方面其實也展現了不少的優勢，因為Zipcar在全世界500多個城鎮的經驗，在導入台北市時，與官方單位的討論有很多案例可循，並且幫助當地政府可以推行更多共享資源的方案。另外，兄弟品牌AVIS有70年專業車輛管理的經驗，不管是在維修與調度，人力安排都有完善的體制。對此Andy表示，既然是國際品牌，提供給會員使用的



相當清楚不同品牌的區隔與定位，Andy將國際車輛管理的經驗完整移植台灣。



1.Andy對於台灣人公民自治的水準有信心，都把租賃車當自己的車一樣，會考慮到下一位使用者觀感。2.對於如何讓Zipcar在台北市提供更好的使用經驗，Andy知道每一步都必須走的紮實。3. Caddy Maxi提供的便利性及動力、節能表現，受到大家喜愛。4.身為一個國際品牌台灣區的董事長，Andy帶領Zipcar用年輕的態度去感受使用者的心思。

車況勢也必須展現國際水平，所以共享汽車要把自動管理與高度的自主性發揮出來，背後有一群專業的後勤團隊是相當加分的。

的回饋。

新體驗 創造新價值 Caddy Maxi受好評

而聊到了福斯商旅Caddy Maxi，Andy一直以來都覺得跟Zipcar有共通點在於提供使用者很棒的便利性。可商務、可載貨還可多人乘用，高車頂的設計，加上模組化底盤，讓Caddy Maxi成為歐系車少數能跨足客貨兩用車的典範。所以在每次同仁分享消費者的數據時，Caddy Maxi的使用度都有蠻高的表現。另外會員在駕駛過Caddy Maxi之後得到了相當棒的體驗，對於駕駛感與安全性都有極高評價。

而Andy也觀察到台灣越來越年輕的創業家，所以當時決定使用Caddy Maxi的想法，也希望告訴這些年輕創業家：「你們專心去創業吧！把用車的問題交給Zipcar」所以有不少的攝影工作室、個人soho以及小單位的創業家都因為Zipcar有Caddy Maxi而省下了租停車位、養車的成本，創業家共享Caddy Maxi的便利性對Andy是相當寶貴

Zipcar的下一步 更好的使用經驗

至於未來是否有計畫要加入哪些車種？特別是福斯商旅旗下的車款，對此Andy表示，就持續加入哪些新車的部分，不只是依照現在使用的數據持續作分析之外，就連Zipcar粉絲團的小編也都相當熱衷於跟會員的互動，希望透過社群的討論可以得到相當即時，哪些新車符合消費者期待，就開始進行新車的加入，希望不斷的讓產品更豐富。

而是否有計畫將Zipcar帶出台北市以外的城市，Andy表示，從AVIS與Zipcar的經驗來看，台北這一個七百萬人口還有相當大的開發潛能，從汽車共享也要作出差異化這件事情上看來也還有空間。Zipcar很在意會員與政府怎麼看待這個品牌，並且對Mobility Solution這個專業沒有妥協的空間，所以如何把一個城市做透，怎麼讓會員使用的更便利，還有甚麼機會點可以成長，Zipcar知道自己必須先在台北市得到更好的使用經驗後，才能跟其他目前密切聯繫中的城市分享，當然可能性是絕對肯定的。

Amarok V6 TDI媒體試駕

剽悍雪狼展實力

福斯商旅10月14日當天選在彰濱工業區的車輛測試研究中心（以下簡稱ARTC）進行的Amarok V6 TDI媒體試駕活動，儘管天候不怎麼賞臉，但Amarok的雪狼精神無畏天氣，通過挑戰關卡，更展現這部全新皮卡車款的不凡實力。

撰文、攝影 | Martin Tsai



福斯商旅於 ARTC 舉辦的 Amarok V6 TDI 媒體試乘、試駕活動現場。

這次於彰化舉辦的 Amarok V6 TDI 媒體試乘、試駕活動，對於鮮少駕駛皮卡車款的我們來說，當天每個人的心情除了興奮，甚至還有些許的激動。此次福斯商旅找來的總教頭可是達卡越野賽傳奇車手陳和皇，他將帶領我們體驗全新 Amarok 的動力特性和操控表現，因此這些關卡的神秘和困難度在還沒正式出發前，我們都可以想像得到。

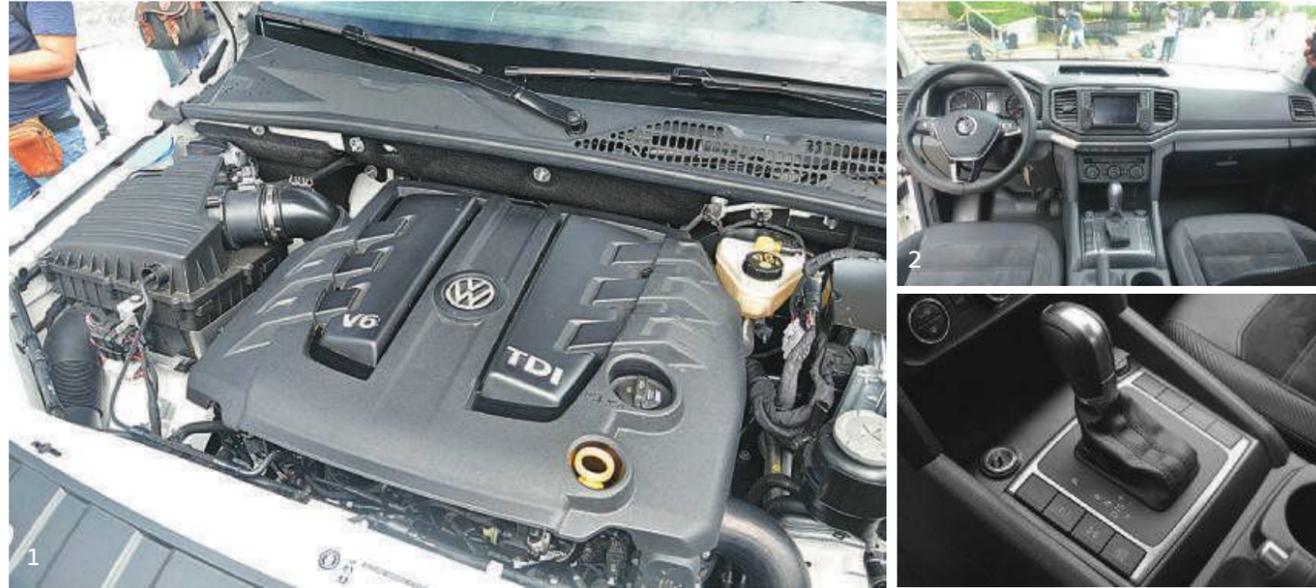
濕地繞錐不夠看 Amarok + Airstream 雨中共舞

在簡報過後享用輕鬆愉快的午餐，隨即便前往第一關體驗剎車測試道，但是這裡要測試 Amarok 的可不單單只有剎車一件事，因為 Amarok 在這裡要拖著一輛 Airstream 大型露營車，從直線加速到 80km/h 左右，接著減速到 40km/h 進入直線變道以及 S 型繞錐。

要拖著大約兩噸、沒有剎車連動的 Airstream 骨董級露營車，行車感是相當複雜的。一方面加速要緩、轉彎內側預留空間要大，然後在下雨天更是擔心剎車太急車尾會傳來激烈的擺動，不過有聰明的 ASR 系統其實不難去掌握前後車移動的韻律感，跟 Airstream 在雨中共舞是相當有趣的。全新 Amarok 採用的是一具跟同集團 Audi Q7、Porsche Panamera 相同的柴油引擎，這具 V6 柴油引擎在低轉速相當穩定的扭力絲毫也沒有因為後方重拖而顯得吃力，加上 4MOTION 全時四輪驅動的配置在這樣的雨天拖車，還是能夠將行路品質控制得宜，如果將場景轉換到拖著露營車開在林間的產業道路上，相信 Amarok V6 TDI 就是能給車主這樣的安心。

Amarok 涉水如履平地

結束了煞車測試道之後，便輪到硬派 SUV 都會要測試的涉水能力。Amarok 涉水的的能力已經是無庸置疑，而這次在 Amarok V6 TDI 的試駕，其實是要透過教練的指導來感受一下當水深達 40m 的時候，通行時會有一種車輛被舉起的飄浮感。這時候就要把檔位排至自手排固定一檔，保持引擎轉速，讓車子在半浮半沉的時候，最小的輪胎接地面積依然能有一定程度的牽引力。所以 Amarok V6 TDI 在通過水深 40m 時，不僅車頭設計把水撥向兩側，在牽引力確保下行進依然是相當穩定。



1. 跟 Audi Q7、Porsche Panamera 相同的 3.0L 渦輪柴油 V6，是這次試駕的重點。2. 而內裝也提升至 LSUV 的水準，科技與舒適度都毫不含糊。

Amarok V6 TDI 創高速周回首例

ARTC 的高速周回道全長 3575m，因為以往都只能給有 B 級教練執照的教練開。這次的試駕特地開放給媒體可以開上碗公最大坡度達 38°，大家是相當的興奮。首先我們以 120km/h 的速度駕駛在最低的第一車道，接著再加速到 160km/h 爬上第二車道。

用 SUV 跑高速周回已經是很難得的經驗了，更別說是用 Pickup 來完成這樣高速周回的測試。肉眼看 Amarok 會覺得重心很高，但其實開起來在高速和彎曲的高速道上，其高速穩定度還是十拿九穩，所以在高速公路南來北往的載貨或是當一般 LSUV 一樣的公路旅行，Amarok 奔馳起來就是跟狼一樣的灑脫，這就是在高速周回道上試駕的感受。



Amarok + Airstream 的雨中共舞即將展開，算是暖身運動。

Amarok V6 TDI 輕鬆施展

最後登場的關卡，便是綜合越野道路體驗。這關要用時速 40km/h 來完成一圈的複雜路段，路面除了上述的泥巴碎石，還包含了坑洞等不規則地形。這裡要測試的不只是柴油引擎的扭力跟 4MOTION 全時四輪驅動系統的表現，更重要的是車身剛性和電子輔助系統的靈敏度。

Amarok V6 TDI 的 51kgm 扭力峰值從 1250rpm 就開始展現，轉速過了 2750rpm 時，Amarok 還有一段 56.1kgm 的超增壓模式，可以讓動態表現更加積極。但一般轉速要通過這樣的複雜道路其實一般人也可以相當得心應手，因為八速 Tiptronic 手自排加上 4MOTION 全時四輪驅動系統已經是相當聰明，加上先前在繞錐時就已經表現相當出色的循跡系統更是完備。所謂車輛掌控權的取回，會在每一次感覺車子要滑出去之前回到掌控中，這就是聰明完備的地方。

雖在路況差、天氣不好等外在因素，但坐在 Amarok 車上，懸吊設定能夠處理碎震的回彈，加上剛性與車室隔音真的是做得很不錯，所以在車子裡有一種無比的安全感，面對這樣的道路還是能夠相當淡然而輕鬆的通過。

以行動裝置掃描QR Code，
便可欣賞Amarok V6 TDI試駕影片。

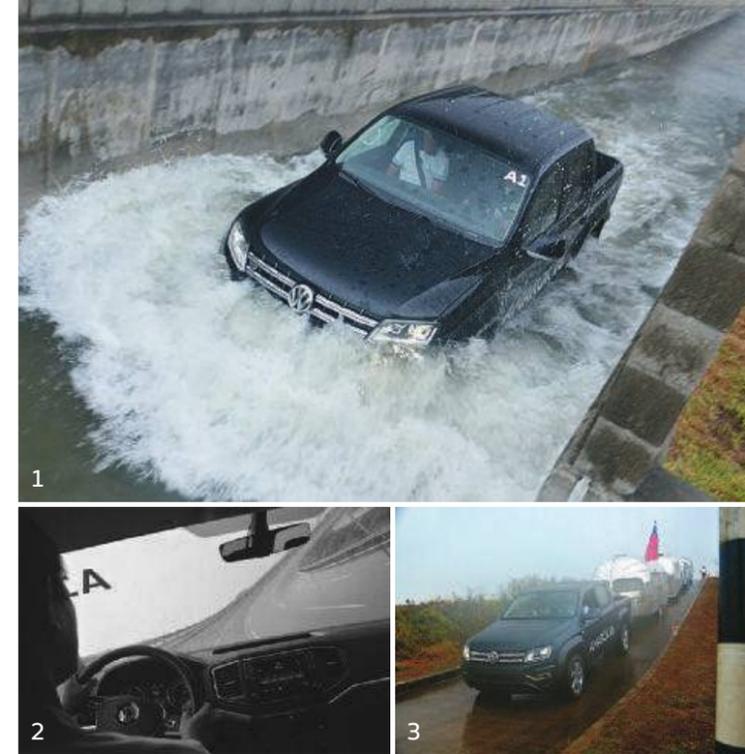


彩蛋表演太驚奇！

正當大夥一關接著一關的體驗完 Amarok V6 TDI 後，一行人見到空地上停放著一輛 Amarok V6 TDI 拖著 Airstream 露營車，仔細一數才發現一次拖著四輛沒煞車連動的露營車。

這是台灣車壇史無前例的實力展現，Amarok V6 TDI 一次拖曳著四輛完全沒有煞車連動的 Airstream 古董露營車，將近 10 噸的拖曳能力施展，除了在這樣濕滑的路面要上坡之外，也要下坡展示強大的陡坡緩降輔助系統。由這次試駕活動的總教練陳和皇擔任駕駛，從平地以穩定的速度拉著四輛露營車向上，低轉高扭力爆發可以從平順的引擎聲浪辨識出，而這樣的角下引擎運轉依然順暢，也得歸功於引擎機油容量提高至 9.5L，讓引擎在各種角度下都能得到充分的潤滑與散熱。

一日相當充實的越野試駕活動就在這樣驚奇的彩蛋表演下劃上句點，整體活動不僅展現了 V6 TDI 引擎的強大，一天的相處更讓人覺得 Amarok 跟目前主流 LSUV 一樣有著相當完備的科技，還有好駕駛的特質。能夠在 ARTC 這樣專業的場地逐一體驗到產品的實力，相信對所有媒體來說都是相當難忘的體驗，尤其是陰雨綿綿的天氣下，Amarok V6 TDI 試駕活動更顯示為天時地利人合。



1. 只有一點漂浮感，但是推進的力量還是很穩定，完全不用怕空轉。2. 教練駕駛在最外側，時速拉到了 162km/h，就算濕地還是相當穩。3. 而下坡後方的露營車可是完全沒煞車，Amarok 的下坡緩降系統可是絲毫不見吃力。



這是台灣第一台在ARTC高速周回道試駕的皮卡車款，
強大的動力和優越的牽引力著實讓所有在這裡測試過的人員驚訝不已。



從 夢到 想永恆

台灣福斯商旅 70周年活動回顧

一個突發奇想的想法，激發第一代 **VW Transporter** 設計靈感，因而孕育出福斯商旅。經過 **T** 型車 **6** 個世代，福斯商旅在全球各地累積超過 **1200** 萬車主，還有說不盡的感人故事。為了紀念這個難得時刻，台灣福斯商旅特地規劃一系列紀念活動，讓更多人感受這份跨世代的傳承與感動。

撰文 | Seven Lo 圖片來源 | 台灣福斯商旅



源自一個簡單聰明的想法

生長在科技時代，事事都顯得複雜，事實上，許多偉大事物的出發點往往非常簡單，VW Transporter 就是最好的例子。

1947年，VW 開始研發一款講求空間、實用、效率的商旅車款。VW 工程師運用 Beetle 底盤為基礎發展出 Type 29 實驗性車款，這就是 VW Transporter 的雛型。經過不斷研發測試，加強了車體剛性以及抗扭曲性，在 1949 年 11 月正式發表第一代 VW Transporter，也就是俗稱的 T1。搭載簡單、耐用、容易保養的 1131c.c 氣冷引擎，最高輸出功率 18Kw (24.5 匹馬力)，極速可達 100km/h，最可觀的是高達 750kg 乘載重量，這款全新級距融合寬敞、實用、多功能於一身，於是在全球各地皆大獲好評。從此時起，福斯商旅開始成為生活中不可或缺的行動夥伴。



直到 1967 年停產之前，第一代 VW Transporter 一共銷售 180 萬輛，至今仍是車迷心目中的經典，堪稱史上最偉大的商旅車款。

不只於此，VWCV Transporter 更是 1960 年代的「潮車」。故事發生在 1969 年 8 月的 Woodstock 演唱會，許多年輕人開著 Transporter 參與這場名留青史的演唱會，歡唱、紮營、野餐…好不快樂。Transporter 具備強大的實用功能，充分呼應當年倡導愛與和平的西方文化，延伸至今，福斯商旅更成為眾多明星名人的最愛。李安主導的電影「胡士托風波」就是 Transporter 引領時代的最佳寫照。

重現經典年代 福斯商旅 70 周年

今年適逢福斯商旅 70 周年，台灣福斯商旅特地規劃一連串相關活動，並結合父親節活動檔期，在活動中融入親子互動元素，充分呼應福斯商旅的造車意念與品牌精神。

這項活動分成網路問答抽獎與展間活動兩大面相，網路活動名稱為「重現經典年代 福斯商旅 70 周年」，只要進入專屬網站 <https://event.vwcv.tw/2017/Bulli70>，拿出手機掃描 QR CODE，即可啟動時光旅行。網友們在 2017 年 8 月 15 日至 2017 年 9 月 30 日活動期間內參與重現經典年代活動後，完整填寫資料即可獲得抽獎資格。頭獎是近來最夯的露營組，還有福斯商旅品牌夾克、露營燈、福袋、手電筒等精美獎品。每位

獲獎者無不歡欣鼓舞。

全家都愛福斯商旅 親子彩繪父親節

除此之外，展間活動更是本次 70 周年活動的重頭戲，廣邀全台灣車主與潛在客戶闔家蒞臨全台 15 個展間，活動時間從 2017 年 7 月 15 日至 2017 年 8 月 6 日，共計 4 個周末。

為了讓所有人感受這股濃濃的歡慶氣氛，所有福斯商旅展間經過細心改裝，走進入口，落地窗上貼有「福斯商旅 70 周年」門貼，服務櫃檯後方設有大型背板，窗戶貼著從 T1 一路衍生為 T6 的窗貼…讓每位參與者走進福斯商旅展間時彷彿走入時光隧道，感受專屬於福斯商旅的品牌能量。

每一場活動皆由美麗且專業的主持人帶動氣氛，展間活動內容分成 70 周年趣味數字大事記、70 周年樂分享有獎問答，只要達對，就能獲得精美禮品。本次活動中最受矚目的「70 周年紀念杯彩繪」，首先由專業講師說明彩繪馬克杯的基本技巧，再介紹顏料特性於使用技巧，並且提供概念方向、樣品參考。大家抓住要領之後，現場發放顏料與彩繪用具，在馬克杯素坯上描繪自己的創意。這套精心設計的馬克杯素坯上印有簡單的 T1 車頭，讓人以此為創作出發點，杯底還印有 70 周年的圖騰，讓人倍感珍貴。現場還有 3 位助教在旁提供協助，讓所有家庭都能輕鬆參與，親子共同激盪創造力，畫出專屬的馬克杯成品。



1949

第一代 VW Transporter 於當年 11 月首度上市，並被車迷稱為 Bulli。

Bulli



1947

VW 著手研發全新車款，開啟 VW Transporter 的偉大旅程。

1954

上市 4 年，VW Transporter 生產數據即來到 10 萬。

1962

第 100 萬輛 VW Transporter 於漢諾威工廠產出。

1,000,000

1967

VW Transporter 總生產數量達 180 萬，第二代 VW Transporter 同年問世，隔年就達成 200 萬輛總生產數量。

1979

第三代 VW Transporter 發表，採用全新引擎與變速箱配置，大幅提升實用性能。

Transporter

1971

全新水冷式水平對臥四汽缸引擎誕生。同年，VW Transporter 總生產數量來到 300 萬輛。



T1



T2



T3



T4



T5



T6

1986

第 600 萬輛 VW Transporter 出廠，成為該級距的全球銷售冠軍。

1988

推出露營專用車款 VW California，大獲好評。

1990

第四代 VW Transporter (T4) 於 1 月 6 日發表，供不應求。

1995

VW 將福斯商旅 (Volkswagen Nutzfahrzeuge) 成為獨立品牌，全球市場的年營業額高達 50 億歐元。同年，全新車款 Caddy 問世。



1998

第四代 Transporter 已生產 100 萬輛。

Caddy



2003

搭載先進科技的第五代 Transporter (T5) 發表。

2004

推出兩款 California Beach 與 California Tramper 概念車款。

2015

台灣福斯商旅正式在台營運，提供給車主更專業服務品質，更成為第一個四年不限里程保固的進口車品牌，充分展現在地經營決心。同年第六代 Transporter (T6) 上市。



2017

T 系列至今累積銷售突破 1,200 萬輛，加總起來的總長度足以環繞地球整整一圈。

台灣福斯商旅更在活動中安排了人像素描全家福，由美術老師阿傑老師運用 iPad 平板電腦，為現場家庭繪製專屬人像。看著家長與孩子們捧著自己描繪的馬克杯，臉上的歡喜表情，讓現場所有工作人員感動不已。這一連串為期 4 周的展間活動一一圓滿完成，讓所有參與者留下難忘的好回憶，並引來熱烈迴響。

下一個 70 年 會更精彩

讓我們試著想像乘坐時光隧道，時間回到 70 年前，福斯商旅第一部 Transporter 從一個充滿想像力的想法出發。70 年前，你我的爺爺、爸爸為全家人打拼，福斯商旅也與我們的家庭一起創造出許多經典回憶。

活動期間，台灣福斯商旅也廣邀全各地福斯商旅車主與潛在客戶蒞臨展間試駕主力新車 T6 與 Caddy 4，讓更多人們明白福斯商旅的產品實力，更具體感受累積 70 年的品牌精神。跨世紀、經過 T 型車六個世代，福斯商旅為人們帶來的是人文與生活態度。

70 年來，福斯商旅創造無限傳奇，展望未來，日後將推出更多進化車款與科技，為人們帶來更多的故事與回憶。



加入 LINE 官方帳號 成為福斯商旅好朋友



挑戰與超越自我的耐力賽事 大家一起來 三鐵好好玩

福斯商旅不僅可用於商用、家庭外出的代步工具，也是運動玩家們的好夥伴，為了吸引更多人加入運動行列，福斯商旅於 2015 年開始投入贊助台灣鐵人三項公司－IRONMAN 的各種賽事，做為 IRONMAN 活動的指定用車，擔任運送、補給的重要角色。這次還特別拍攝了一支教學影片，以淺顯易懂的內容，讓有興趣入門者能夠更深入了解這項運動。

撰文 | 杜韻如 圖片來源 | 台灣福斯商旅

「鐵人三項」是 1978 年美國夏威夷的運動玩家，把海游、自行車與馬拉松這三項長距離耐力賽給結合起來，誕生了比賽總長超過 226 公里，史上最艱難的超級賽事。主辦人 John Collins 表示：「誰先抵達終點，我們就叫他為鐵人 IRONMAN！」從此，「鐵人」這稱號就跟這項運動緊緊結合在一起。

剛進入鐵人世界的入門者，不一定要從最困難的 226 公里比賽開始，另外還有輕量等級的 51.5 公里和

中量等級的 113 公里賽程，或是鐵三角接力賽，也都是很受歡迎的玩法。

福斯商旅在拍攝過程當天，支援了一部 Caddy Maxi，除了負責工作人員的運送移動、自行車的載送，以及跟拍攝影、休憩與補給工作，甚至就連主角們在進行拉筋暖身、收操練習時，也都是靠它來做平衡支撐，真不愧是個多功能的好幫手！

賽前的訓練技巧

第一關：長泳

三鐵的第一關就是在開放水域進行長泳，所需具備的體能如同能夠在 25 米泳池中，連續來回游上 15 到 20 趟。由於比賽起點所有選手一同下水，擁擠的場面相當壯觀，需要一些額外的爆發力來加速衝出「搖滾區」，所以練習的時候最好能增加訓練強度，也就是短距離的衝刺訓練，等到距離逐漸拉開之後，就可以找一個速度跟自己差不多的選手，游在他的後面，藉此來節省阻力。

此外，「定位」的練習也很重要，要能夠以抬頭蛙或是抬頭自由式，來觀察浮標或是陸地的相對位置，以防前面的選手游偏時，自己也未能察覺。



比賽時的小叮嚀

通常一場比賽會進入轉換區兩次，賽前就要先把個人的裝備給 setting 好，包括將所有比賽的號碼貼紙，如自行車上、安全帽上、手臂上的號碼貼紙全部貼好；紀錄成績的晶片確實繫好；馬上就要用到的泳帽和蛙鏡繫度調整好。

所有自行車的裝備都在第一次轉換 (T1) 中，像是大毛巾可擦乾雙腳；安全帽、太陽眼鏡，號碼布扣好在號碼帶上；車鞋、補給品...等自行車的裝備都應放在一起。要提醒的是，在轉換區內禁止騎乘，必須把車輛牽過「上車線」才能上車，當完成了自行車的賽段，來到「下車線」之前就要下車。

進入第二次轉換 (T2) 時，則要換成跑步的裝備，如防曬的帽子、補給腰帶、跑鞋，可以利用快速扣具，來省去綁鞋帶的時間。

在看完了鐵人三項的小常識後，準備好來挑戰人生第一次的三鐵了嗎？歡迎與福斯商旅一同加入熱血的運動行列，抱著「不為贏過別人，只為超越自己，只要有心，人人都可以是 IRONMAN！」的心態來參賽吧！



以行動裝置掃描 QR Code，便可欣賞「福斯商旅 三鐵好好玩」1~3 集精彩影片。

第二關：自行車

三鐵的自行車賽因為不像環法比賽，可以利用同隊的隊友輪流破風，而是選手必須自己頂風，因此三鐵車最特別之處，就是它有如飛機一般，扁平、低風阻的空力造型設計。另外還有採「休息把」的車把設計，能讓騎士在騎乘時，將雙手縮起來降低阻力。

由於三鐵的自行車騎乘距離都相當長，特別需要肌耐力。如果是一般的上班族，可以趁週末跟車隊朋友騎所謂的 LSD，也就是以長時間、低強度的訓練方式，把心肺基礎鍛鍊好。



第三關：馬拉松

跑步方式如果是採「邁開大步、手刀快跑、重量落在腳跟」的姿勢較為費力，因此要練習將「身體重心微向前傾，腳往臀部抬起放下，重量落在前腳掌」，可以讓身體保持平穩的重心，減少多餘的肢體晃動，自然就能夠節省很多力氣。



鑑賞永恆的經典與美學傳承 與福斯商旅相約世界新車大展見



又到了歲末年終，這意味著福斯商旅將要在台灣新車重要盛會——**2018 世界新車大展**——與大家見面，當你進入福斯商旅展區，將可近距離欣賞全新 T 型車，並同時一探即將限量上市的旗艦車款。

2018 世界新車大展將從 2017 年 12 月 30 日至 2018 年 1 月 7 日期間，於台北南港展覽館盛大舉行。作為國內最重要的商務車品牌，福斯商旅也將在會場內與大家見面，展區內除了全新 Multivan 和 Amarok V6 車款外，現場也會有一系列福斯商旅精彩的活動，等著各位前來體驗，感受福斯商旅不斷創新與進步，持續為消費者一直走在最前面。相信各位一定迫不及待要在會場與我們見面了吧！

作為 T 系列家族最重要的主力車系 Multivan 將以全新格局出現在你我眼前，尤其為歡慶 70 周年，福斯商旅也將展示 Multivan Bulli 70 黃白雙色特仕車款，以這個最經典的塗裝及復古的 18 吋經典 Disc 鋁合金輪圈，向開創商旅車級距的 T1 致敬。全新 Multivan 以細膩的造車品質，承繼著多年來商務人士對歷代 Multivan 的肯定與支持，其內部被賦予了更多方位的乘坐設計以及精湛的動力表現。2018 年式 Multivan 採用了 2.0 升直列四缸 TDI 渦輪增壓柴油引擎，能夠在 4000rpm 轉速下爆發出 204 匹德制最大馬力，強大動力搭配 4MOTION 全時四輪驅動系統、各項駕駛者行車輔助系統，能夠讓駕駛者獲得更豐沛的加速性能以及更穩定的循跡表現。

另外，福斯商旅還將展示另外一款令人驚艷的全新产品——國內唯一德製原裝進口運動皮卡車款 Amarok；為了讓展覽更具看頭，屆時 Amarok 出現在南港展覽館中的車型，將會是福斯商旅在國內第一次亮相的 Amarok V6 Aventura。Aventura 車型同樣搭載 3.0 升 V6 渦輪增壓柴油引擎，最大動力為 224 匹最大馬力和 56.0kgm/1400~ 2750rpm 峰值扭矩，在集團引以為傲的八速 Tiptronic 手自排變速系統下能夠帶來最綿密流暢的加速感，4MOTION 全時四輪驅動系統和機械式後軸差速器的採用能讓車主在越野環境下暢快發揮。配備項目則包括：20 吋 Talca 鋁圈、Nappa 真皮座椅、ergoComfort 人體工學設計及駕駛座 12 向電動調整功能等，其他更加入了 Climatronic 雙區獨立恆溫空調和 6.3 吋全彩螢幕結合 Composition Media 音響系統等，一系列精彩的項目，勢必讓這部 2018 年第二季限量上市的旗艦車型顯得炙手可熱！



再青春一次 回復愛車高顏值



福斯商旅年度行車健檢 幫您「鉅回一城」

- 免費 20 項車輛檢查：包括全車燈具、輪胎、煞車、電瓶、雨刷...等
- 經典老友愛車專屬(2014年1月1日前初次掛牌之車輛)自費鉅金烤漆零件 8 折優惠
- 電瓶、保養類相關零件、顧客自費鉅件 85 折優惠
- 凡入廠參加健檢可獲得精美桌曆及紅包袋各一份
- 入廠健檢消費滿新台幣 4,000 至 9,999 元(折扣優惠後)可獲得雙功能活動摺尺鑰匙圈一個
- 入廠健檢消費滿新台幣 10,000 元(折扣優惠後)可獲得經典 T1 陶瓷存錢筒一個
- 活動時間：2017/12/1~2018/1/31

- 以上贈品數量有限，送完為止，顏色隨機提供，鑰匙圈及存錢筒擇一贈送。
- 本活動優惠恕不與其他優惠同時使用。台灣福斯商旅保留修改與調整本活動規則之權利



Nutzfahrzeuge

北投	02-2892-9202	台北市北投區大業路20號	台中	04-2260-9989	台中市南區復興路一段32號	台南	06-243-6799	台南市永康區中正南路212號
內湖	02-2793-0303	台北市內湖區瑞光路28號		04-2311-3488	台中市西屯區洛陽路162號	高雄	07-745-3131	高雄市鳳山區澄清路2-1號
新莊	02-2901-0007	新北市新莊區中正路535-2號		04-2389-0667	台中市南屯區南屯路2段870巷68號		07-382-0722	高雄市三民區大順一路9號
土城	02-2269-6290	新北市土城區中華路二段212號	彰化	04-737-6000	彰化市國聖里中山路三段763號		07-310-6870	高雄市左營區民族一路962號
桃園	03-332-6167	桃園市桃園區中山路507巷46號		04-853-8777	彰化縣大村鄉中山路三段59號	屏東	087-523-128	屏東市橋南里工業六路1號
新竹	03-532-2101	新竹市中華路一段257-1號	雲林	05-595-1122	雲林縣斗南鎮大業路106號	台東	089-343-800	台東縣台東市大仁路1號
竹北	03-658-8567	新竹縣竹北市自強北路205號	嘉義	05-234-7258	嘉義市博愛路二段342號	宜蘭	03-950-2799	宜蘭縣五結鄉光榮北路92號
						花蓮	03-856-8989	花蓮縣吉安鄉中央路三段418號

福斯商旅 一路伴我成長的好品牌

本公司立捷租車位於桃園機場旁，主要業務是機場接送、旅遊包車、商務包車、主管用車、空服員交通車等業務；在目前觀光、商務旅遊、機場接送日趨頻繁下，我們採用福斯商旅 T6 做為主力車種，這是因為在大多數人的認知中，福斯商旅的品牌較能獲得認同和肯定，不管是一般的星馬客人、香港旅客或陸客，甚至於全世界其他國家的遊客，當他們詢問本公司以何種車款服務他們時，我們提供的福斯商旅 T5 和 T6 選項始終能讓他們滿意。

福斯商旅在大家的認知中，車子的穩定性、外觀及舒適性皆屬上乘，不管行駛在高速公路或一般的市區道路甚至山區道路，其表現的穩定性都是我們租賃車業者的首選。

此外，八年來公司從第一部福斯商旅 T5 開始，一路陪伴著我們成長，現今福斯商旅 T5 及 T6 車種共約 20 部車在為大家服務；由於公司的駕駛都是經過嚴格篩選，並且受過內部完整的教育訓練，駕駛的專業度搭配福斯商旅車款，一定能夠帶給客人來台旅遊美好的回憶。

未來期待福斯商旅，繼續研發更舒適實惠的車種，讓我們租賃車業者能夠提供更佳的乘車體驗，共創雙贏。

安捷國際租賃 / 捷尚國際租賃 / 立捷國際租賃有限公司負責人

柯添坤

訂車專線：0955-666-608 / 0952-111-190

車主專屬優惠：電話訂車時，主動告知福斯商旅車主專屬優惠代碼「福斯商旅 vwcv」，即可享有 95 折價格優惠
(安捷國際租賃 / 捷尚國際租賃 / 立捷國際租賃有限公司保留活動更動之權利)



福斯商旅 陪伴度過人生重要每一刻

2013 的仲夏在無意之中與 Caddy Maxi 1.6 TDI 結下緣；當時我們家成員基本上都是七個人一同出遊，每回一定要兩部車才能搞定，所以心中一直有個想法，出遊時要是有一部空間舒適的休旅車能夠一次載滿全家人，那會是多麼完美的解決方案；最終 Caddy Maxi 完成了我的夢想，這段期間這部空間靈活的車款陪伴著我們到處遊玩並且參加很多活動，豐富了我們的家庭生活，也讓我結識了很多愛好 Caddy Maxi 的同好，同時也與我們一同度過父親離世的悲痛期以及迎接新生命到來的喜悅時刻。

在新的計畫和想法下，我在今年 10 月份由原有 Caddy Maxi 1.6 晉升到 2.0 TDI 4MOTION，新的 Caddy Maxi 2.0 TDI 4MOTION 除了在外觀上更加前衛外，內部依舊保有原

有的舒適寬敞的空間，2.0 升直列四缸引擎輸出 150 匹最大馬力，行駛在道路上油門一踩動力源源不絕，路感的回饋及操控的流暢度絕佳，是一部不可多得的好車，雖然這部 2.0 TDI 才上手不到一個月，但我相信在未來有它載著全家人上山露營烤肉、海邊玩水將更加輕鬆自在。

如果你也是喜歡帶著全家到戶外郊遊的朋友，不訪來體驗看看 Caddy Maxi 2.0 TDI 的魅力，相信你也喜歡上它。

Caddy 車主

Asagon





Nutzfahrzeuge

0800-889-699

www.volkswagen-commercial.com.tw

www.facebook.com/vw.bulli.taiwan