

位於彰化的森勇汽車，近年來的市場定位逐漸轉向，朝高價的歐洲遊覽車打造廠邁進。“市場正回復到 Covid-19 疫情以前的水準，在供給量和需求量都還是很有限的情況下，我們選擇和新進的荷蘭 VDL 合作，期待開創出另一片天。”森勇汽車董事長黃明維堅定的說。

文/圖：賴旺佑



“我們最大的特色是，客製化的比例相當高，這點正合歐洲車主的胃口。”森勇汽車董事長黃明維強調。駕駛座上方的一排開關，是森勇內裝的最大特色，現在業界大概只剩下他們還維持這樣的設計。

市場，森勇的客層明確鎖定在個人車主上。他們計劃在四月中下旬，於台灣的北中南三地，舉辦巡迴展示活動，同時提供試乘，讓更多的新車主可以親身感受，經歷過 DAF 遊覽車時代的舊車主也能重溫舊夢，回味當年平穩出眾的性能。

### 高度客製化服務

“森勇最大的特色是，客製化的比例相當高，這點正合歐洲車主的胃口。”黃明維強調，因為這個族群，就是喜歡與眾不同。不過他會事先提醒，可能衍生的問題，例如異音，以

及法規的限制。有些車主在溝通後，會打消念頭，採納他的意見；若還是希望更改，在不違背法規的基礎上，他會提供服務。在一些項目上，森勇會開放容許值，可以在一定的範圍內做調整，主要是收納空間和按鍵開關。駕駛座上方的一排開關，是森勇內裝的最大特色，現在業界大概只剩下他們還維持這樣的設計。

歐洲遊覽車底盤的價位，本來就高了一截，一台打造好的 VDL 完成車總價來到 900 多萬元。這一級市場的需求量有限，森勇主要鎖定在要求高度客製化的個人車主上。■



這兩年，森勇汽車開始和荷蘭 VDL 遊覽車底盤台灣總代理台塑汽車合作，引進 SB4000 打造車體。

# 轉型成高級遊覽車打造廠

近年來，台灣遊覽車市場的買氣依然不是很強，有幾個原因。首先，一台六期車的購車成本至少增加 150 萬元，而史上第一次汰舊換新補助專案也結束（退貨物稅 40 萬元，加環保署補助 40 萬元，合計 80 萬元），這樣一來一往，遊覽車業者的購車成本至少增加了 230 萬元，是一筆不算小的支出。

疫情期間，遊覽車市場大幅萎縮，當時停擺的大量中古車，在疫情後回來競爭，是購車需求不振的另一個原因。當時，駕駛也大量流失，到現在還在短缺中，是購車需求不振的另一項因素。經過這幾年的復甦，現在情況有比較好，尤其是馬力大、平穩舒適的高級歐洲車。“購買歐洲車，可以吸引駕駛、留住駕駛！”黃明維表示，市場開始出現正向循環的

聲音。

### 主打高級歐洲車

因此，森勇也開始轉向歐洲車，購入德國 Mercedes-Benz 遊覽車底盤打造車體。這兩年，市場生力軍荷蘭 VDL 遊覽車底盤台灣總代理台塑汽車擴大引進 SB4000 車型（VDL 的遊覽車底盤技術，主要源自 DAF

遊覽車底盤，也像是 DAF 底盤重返台灣市場），又多了一個合作夥伴。新款的 450 匹馬力搭配 12 速自手排版本，雖然動力和價位都往上跳一級，市場的興趣還是很高，都希望能親身感受。

目前的遊覽車體打造業，仍處於缺工狀態，打造速度較慢，450 匹馬力新車的進度有拖到。針對 VDL 的



黃明維正在做最後的交車前檢查，期待 VDL 能打響來台的第一炮。