

日本自行車市場發展

圖、文◎陳柏如



日本自行車市場產銷概況

截至 2005 年 10 月，日本的總人口數為 1 億 2,761 萬人，自行車總數量 8,664.7 萬輛，平均 1.47 人擁有一輛自行車，排名全球第六。

年需求&進口量

在自行車的年需求量方面，2003 年日本自產的自行車為 249 萬輛，加上進口 870 萬輛，總需求達 1,119 萬輛；2004 年自產 234 萬輛，加上進口 914 萬輛，總需求為 1,148 萬輛；2005 年日本自產 170 萬輛（較前一年衰退 27.4%），進口量為 914 萬輛（持平，其中大陸佔 881 萬輛、台灣佔 30 萬輛），年需求為 1,084 萬輛，較前一年減少 5.6%。（見文後表一）

平均單價

自行車平均單價方面，日本製造商的平均出貨價格為 16,800 日圓、販售價格為 22,000 日圓，物流成本為 35%。進口車的平均單價為 6,360 日圓、販售價格為 8,600 日圓，物流成本為 35%。來自台灣的進口車平均單價為 15,610 日圓、販售價格為 21,000 日圓，利潤率為 35%。來自中國大陸的進口車平均單價為 5,880 日圓、販售價格為 8,000 日圓，利潤率為 35%。

對中國製自行車的省思

日本 Cycle Press 社長坂本隆也指出，中國車的平均單價從 2002 至 2004 年連續三年都下滑，而日本消費者也逐漸意

識到廉價車的粗劣品質可能帶來的騎乘危險，甚至造成日本路邊到處充斥遭廢棄的廉價自行車的公害與環保問題。再者，日本經濟與景氣逐漸復甦，也有助消費者購買較優質的自行車。而 BAA 自行車安全認證制度的實施以及推廣，更有助消費者對優良安全自行車的認同。截至 2006 年 2 月中，BAA 認證貼紙已發出 372 萬張以上，成效卓著。此外，石棉問題也提醒了消費者對產品品質、成份與機能的重視。另一個現象是以大榮為首的 GMS 以及 HS 之通路縮小了自行車的賣場，造成通路之區隔化。

主要車種市佔率&通路

2005 年日本市場的主要車種仍以輕快車佔大宗，2005 年日本輕快車的國內生產量為 116 萬輛，進口量為 400 萬輛，合計達 516 萬輛，市佔率為 47.6%。幼兒車與童車次之，國內生產量 9.7 萬輛，進口量 319.7 萬輛，總計 329 萬輛，市佔率 30.3%。登山車市佔率為 5.6%（自產 3.4 萬輛加上進口 57.6 萬輛，總計 61 萬輛）。折疊車與小型車的市佔率為 3.8%（自產 13.2 萬輛加上進口 27.8 萬輛，總計 41 萬輛）。電動車的國內自產量為 21 萬輛，市佔率 1.9%。其他車種佔 10.8%。（見文後表二）

日本市場的主要銷售通路為量販市場以及自行車專賣店，在銷售量的市佔率方面，量販通路佔 70%、專賣店佔 30%；銷售金額方面，量販通路佔 55%、專賣店佔 45%。據統計，專賣店的店數約 18,000 家，每家店平均年銷售量為 200 輛，年營業額約 1,067 萬日

幣（包括維修服務）；量販通路約有 2,500 家，每家店平均年銷售量為 735 萬輛。

坂本隆也指出，專賣店的數量將不斷減少，內需市場也將逐漸縮小，預估今年的總需求量約 950 萬輛、2007 年為 850 萬輛、2008 年為 800 萬輛、2009 年 750 萬輛、2010 年只有 700 萬輛之譜。其原因在於日本的少子化與高齡化社會趨勢將使需求逐年下滑，加上兒童、青少年多偏好電腦與網路遊戲，對騎自行車較沒興趣。再者，自行車產品將朝優質化發展，劣質品將遭淘汰而促使數量減少。可以預見，低價折疊車與小型車將逐漸減少，電動自行車將成長。

日本市場的特性

1. 以輕快車為主流。
2. 運動用自行車成長停滯。
3. 作為都市短途接駁的輕快車呈現穩定成長。

坂本隆也分析道，日本自行車文化以輕快車為主流，運動用自行車則呈現成長停滯的現象，輕快車主要歡迎的原因在於其輕便與實用性，多用於購物、通勤與通學之用。日本輕快車的需求為每年 516 萬台，約佔全體的 47.6%。運動車（MTB、Road、BMX）約 50 萬輛，佔 5%。與運動休閒風氣興盛之歐美各國相較，普及率尚低，自行車專用道亦不完備，使運動車的成長停滯。輕快車主要是用來購物、通勤及上學，以及用來作為連接都市大眾交通網之短途接駁工具，消費層遍及男女老少且呈現穩定成長。

大陸台商與陸商出口日本實績

台灣這幾年出口到日本的自行車在數量方面一直衰減，出口單價則不斷提升。2005 年大陸台商出口至日本的自行車約 260-270 萬輛，加上台灣直接出口日本的 30 萬輛，總計台資企業對日出口達 300 萬輛，佔了日本總體需求量的 30%，總金額更佔了 40%。據統計，台灣在 2000 年成車輸日量為 183 萬輛，去年則只有 30.7 萬輛，六年間足足衰退了 83.2%，但產品品質卻不斷提昇且反應在平均單價上，2001 年台灣輸日的平均單價為 9,650 日圓，近五年來不斷攀升，到 2005 年已達到 15,610 日圓。

據坂本隆也表示，目前中國出口日本的自行車數量已經停止成長，原因在於質感不佳、安全堪虞，讓日本消費者逐漸遠離中國自行車。2005 年大陸出口日本的自行車總數為 881 萬輛，成長 2.4%，預估今後將會衰退，主要原因在於：日本已進入需求下降的調整期、連續三年量販市場的售價下跌了 6%-7%、品質粗糙使得魅力減弱、原料與工資成本上揚，使得生產環境惡化、日本消費者不再青睞廉價品。再者，由於日本專賣店不受理中國製自行車的維修，而量販通路的維修服務也不完備且據點少，造成一年 300 萬輛的廉價車因為不值得或沒人修理而遭廢棄的命運。不少消費者也表示，中國製自行車沒有便宜多少且問題又多，讓他們開始敬而遠之。

日本市場的未來展望

1. 日本市場五年後的自行車年總需求將減少至 700 萬輛。

2. 五年後的自行車專賣店數量將減少至 12,000 家，預估專賣店將進展成為大型的連鎖店。
3. 日本國內的自行車年生產量將減少至 50 萬輛，日本將成為完全的自行車消費國。
4. 五年後的自行車平均單價將成長 50%，達到 25,000 日幣。
5. 五年後電動自行車市場將倍增。
6. 五年後折疊車與小型車會再度成長。
7. 日本 National 自行車與宮田工業的合併可能性很高。
8. 製造批發的當地生產將完全消失，轉變為「製造零售」的形式。
9. 2007 年 700 萬的嬰兒潮人口屆退休，將成為自行車商品開發的潛在客戶。符合生活型態的「都市型自行車 (Urban Bikes)」將走紅。
10. 日本將不可能再生產，零件業也將移至台灣或中國大陸進行 OEM。因零件業的消失，自行車純國產化也將走入歷史，步入歐美自行車業的發展後塵。

資料來源：整理自 2006 年台北展坂本隆也的演講

表一 日本自行車產銷統計

單位：輛

	國內生產量	進口量	總需求
2003	249萬	870萬	1,119萬
2004	234萬	914萬	1,148萬
2005	170萬	914萬	1,084萬

表二 2005日本市場主要車種

車種排行	年銷售	市佔率
1.輕快車	516萬輛	47.60%
2.幼兒車&童車	329萬輛	30.30%
3.登山車	61萬輛	5.60%
4.折疊車&小型車	41萬輛	3.80%
5.電動車	21萬輛	1.90%
6.其它	—	10.80%