



移師新館、新氣象

2006德IFMA自行車展

圖、文◎編輯部

首度移師到全新落成的現代化展覽館展出的2006年IFMA科隆展(9/14-9/17)，共吸引全球35個國家、752家廠商參展，較去年增加7%，動用了6、7、9三個展館，總展出面積包括室外活動40,000平方公尺達65,000平方公尺。



▲IFMA現代化新館外觀。

以三大採購集團為號召

參展廠商除了歐洲三大採購集團外(ZEG、BICO Plus、Biretco，市佔率高達65%)，主要以德國當地業者居多，其次為大陸參展廠商，共有三個組團單位(中國自行車協會、機電商會與天津貿促會)約103家業者參展。部分參展業者表示，感覺今年的室內展出面積略小於去年。而Cycleurope今年缺席IFMA展，也讓整個規模有縮小的感覺。

展場安全有待加強

雖然多數參展廠商對IFMA仍舊表示展氣不理想，新館反而更分散，不過也有些業者表示，縱使展氣不熱絡，但IFMA選



▲會員數最多的ZEG在去年IFMA展時曾傳出IFMA要調高其攤位費，導致ZEG不想參加今年展出，結果ZEG今年仍舊有展出，且攤位設計較之前開放。



▲Profile (Biretco) 預計要在德國設立250-350家自行車專賣店，圖為其今年的攤位，採開放式設計。



▲Panther的展位不僅大，展出的車款也相當豐富。

是談訂單的地方，有它存在的價值。而主辦單位提供無限上網的服務與諸多改善，亦可看出其用心，美中不足的是展會第一天就發生有台商在攤位遺失手提電腦和手機的憾事，廠商建議主辦單位必須加強參展廠商與展品的安全措施，否則對整個展的形象不佳。

根據主辦單位指出，該展4天共吸引21,500位買主與30,000名消費者前來參觀，較去年成長約8%。不少參展業者對於新展館的設

計以及軟硬體設備感到滿意，也感覺今年的參觀人潮有較往年多一點點，但整體感覺與展氣還是跟往年差不多。

City與Trekking仍是大宗

在展品方面，今年會場上仍以City與Trekking車款以及相關零配件為主，電動車、童車與折疊車也不少。今年大會首度在入口處特別規劃了「Hit Guide」專區，展出本屆參展品中最具特色與代表性的50項展品。今年 Trek-



▲Hercules的Trekking車搭配內變系統，外型獨特。



▲德國第二大自行車採購聯盟Bico Plus的設計風格很有看頭。



▲德國兩輪車產業協會 (ZIV) 總經理 Rolf Lemberg。



▲德ZIV技術經理 Siegfried Neuberger表示，新的CEN安全標準對消費者是一種保護，對製造者則是一種責任。



▲波蘭自行車廠Arkuszromet Group董事長 Wiesław Grzyb。



king 車款除了強調 Sporty、舒適與輕量化，也朝多功能與人性化設計發展，搭配的零件級數也愈來愈頂級；其中，搭配 Shimano 的花鼓摩電燈與 SRAM 的 i-Mode 的 Trekking 車款成為新焦點。德國 Gudereit 推出號稱全球最輕之一的頂級 Trekking 車款 SX 100，搭配 Shimano 最新的 XTR 零件組，僅重 9.9 公斤。Focus 展出僅重 9.3 公斤的碳纖維 Cross Bike，搭配 SRAM 的 X.O 變速系統、Avid 的 Juicy 7 碟煞與 Mavic 的輪圈。此外，來自瑞士的 Biketec 所展出的電動雙人協力車，強調 Sporty 以迎合年輕人喜好，也備受矚目。

強調輕量、安全、人體工學

德國 Gruber 展出專為登山車設計的助動馬達傳動系統，傳動部件僅重 900 公克，搭配 1,500 公克的高效鎳氫電池。Continental 推出最新 Touring 車款用的 Top-Contact Winter 車胎，強調專為秋冬季節設計，亦頗具新意。配件方面則以安全性、符合人體工學為最高訴求，其中以車燈照明最受注目，各大品牌無不推出強調更輕、更高功效、高亮度、易於安裝與維護且符合歐洲安全標準的車燈產品。

銷售成長、出口衰退、進口增加

根據德國兩輪車協會 ZIV 的統計資料，德國的自行車總擁有量為 6,600 萬輛，2005 年德國自行車的主要通路以自行車專賣店 IBD 為主，佔 52%、量販通路（Mass）佔 39%、

01 Steven Walsh（右）成立新公司 Arocet，中為產品設計是 Steven Whittaker，左為產品經理 Paul Clements。

02 中國大陸是最大的國外參展團，展出家數有 103 家，約 150 人。

03 KMC 是 IFMA 展的常客，在歐洲市場佔有率很高。圖中為吳幸娟經理。

04 永祺參展人馬聲勢浩大，前中為永祺董事長張泰山，右一為執行長陳慶南，右二為合勝董事長陳鴻仁。

05 這款搭配可調式車把管與內變速系的 Trekking 車，車架設計很獨特！

網路與郵購通路各佔3.5%、其他佔2%。車種方面，以Trekking Bike與City Bike佔市場大宗，各佔28%與27%、ATB佔15%、MTB佔11%、公路車／健身車／Cross Bike佔8%、青少年車5%、童車3%、荷蘭車／旅行車2%、其他車款1%。2005年德國自行車總銷售量為475萬輛，較前一年的473萬輛微幅成長4%，平均價格以350-500歐元居多；總產量為269萬輛（約40-45家自行車廠），較前一年的294萬輛衰退8.5%；總出口量為38萬輛，較前一年的50萬輛衰退24%；總進口量為243萬輛，較前一年的229萬輛成長6.1%，台灣為最主要的進口來源，佔50.9萬輛、波蘭為第二大進口來源，佔40萬輛、立陶宛第三，佔33萬輛；來自越南的進口量為18.4萬輛，來自中國大陸的自行車有9.9萬輛。

今年銷售可能衰退或持平

一般預估今年德國市場的自行車銷售量將會衰退4%左右，主要原因包括世足賽熱潮減少了自行車的騎乘與消費、青少年上網時間愈來愈長加上景氣不佳以及天候不理想。然而也有業者反應，9月份開始銷售有回穩的跡象，若持續下去，今年的銷售量有希望持平。對於德國2007年的消費稅要提高3%（現為16%）的政策是否會影響到自行車的銷售也值得觀察；不過，德國經濟成長率



06



07



08



09

- 06 天津富士達董事長辛建生不但參加今年的IFMA展，隨後也飛到美國參加Interbike展。
- 07 中國參展團有三個單位組團，其中一個由中國自行車協會帶團，圖為副理事長隋松江。
- 08 荷蘭DBG在2004年買下德國Union自行車公司，右為Willem Smits，左為Paul Hermans。
- 09 冠當董事長陳傑生表示，雖然IFMA展成效不佳、展氣不旺，但他明年還是會來參展。
- 10 11 12 大會今年首度在入口處設立「Hit Guide」新品專區，展示這次參展中較創新的產品設計，圖為其中三款代表性車種。



10



11



12

今年可望達成 2.7% 的目標，對整體經濟是大助益。

歐盟新安全法規CEN出爐

歐盟新制安全法規 CEN 已公佈，且將於明年正式上路，預計將有 28 個歐盟國家將同步實施（新增瑞士、挪威與羅馬尼亞三國），ZIV 技術負責人 Siegfried Neuberger 表示，新安全標準（ECN）主要在保護消費者安全，並要求產品製造者的責任和門檻，唯有符合標準才能進入歐盟市場，如同電動自行車也要符合 EU 安全要求才能合法進入歐盟市場，提醒業者必須確實掌握各項安全法規內容。

2007 年德國 IFMA 展期訂於 9 月 13-16 日。



- 01 Shimano 展出最新的超頂級XTR套件備受矚目。
- 02 造型誇張的哈雷型海灘車喀頭十足。
- 03 4CROSS輪組採用Carbon輪條與花鼓，搭配鋁合金車圈。
- 04 復古車搭配車側座位，別有一番風味。
- 05 Derby攤位在6館進口處，人潮不少。
- 06 德國Puky展出的新鋁合金童車，強調安全性與輕量化。
- 07 崑崙公司近年來投注相當多心力在研發上，也積極開拓義大利市場，圖為總經理陳浚明（左二）聚精會神與買主討論介紹產品。
- 08 SWISS EYE防風鏡讓狗戴眼鏡也很酷！
- 09 Humpert Drenfix疊管強調車手不用任何工具便可輕易轉向收放。



01 BERGAMONT Dolce Team 公路車。

02 輕便的Urban車在歐洲城市中相當有賣點。

03 跑車在會場上不多，反而很突出。

04 KELLY XC車款 IMAGINE。

05 KROSS下坡車 SIGNFRZ造型相當粗壯。

06 Allinstyle推出造型獨特的嬉皮車。

07 LEVIOR車帽的帽簷造型特別。

08 Schwalbe為歐洲最大的自行車車胎品牌之一，圖為其最新超輕公路車胎Ultramo，僅重195公克。

10 RANGE綠色迷彩塗裝很流行。

11 泥除在材料與造型上也不斷推陳出新。

12 帳篷、自行車和相關配備是戶外旅遊重要伙伴。

13 Sqiab為個別差異打造出符合人體工學的舒適鞋型。

14 在Hit-Guide專區展出的照明燈和反光片精品。



01



02



03



04



05



06



07



08



09



10



11



12

- 01 新信利董事長廖學燦（左）與土耳其客人洽談合作細節。
- 02 深圳喜德盛展出碳纖維車架，副總經理顧國江對市場深具信心。
- 03 凱薩克產品不斷推陳出新，受到客戶肯定，圖中這位客人不知是否在為訂單？
- 04 元發許正發經理（左）現長駐大陸廠，右為姐姐許文燕。
- 05 瑞振的產品相當精緻，圖為許雅惠（中）與客人相談甚歡。

- 06 凱拓公司董事長許寶香（左二）正與客戶商討規格和價格，左一為夫婦董惠民（新立）溫情關心。
- 07 榮邦展出的車款一應俱全，總經理陳裕盛表示，榮邦對產品研發很積極。
- 08 天津科力董事長肖革表示，IFMA展很冷清，但科力公司對市場開發很熱情。
- 09 EU對中國座墊的傾銷控訴，嘉思特總經理劉劍君也親臨會場了解商情。
- 10 鐘贏客戶分散全球，董事長蔡水鐘一向認為只要產品（品質）做好，就不擔心沒市場。
- 11 荷蘭機械雖然在大陸賣得很好，但對歐洲市場還是一樣重視，左為行銷總經理Bas，右為行銷總監張大斌。
- 12 浩捍對公司形象和產品定位相當重視，產品在歐洲頗受好評，也建立了良好的品牌形象。