

德國自行車市場分析

文◎編輯部

根 據德國旅遊委員會指出，近年來騎自行車旅遊在德國受歡迎程度逐年提高，即使 2004 年氣候不佳，仍舊有 245 萬民衆利用自行車進行多日渡假旅遊，比 2003 年高出 8.9%；其中 44% 選擇在該國境內，乃因德國自行車道路網以達 4 萬公里，僅較鐵路網略遜一籌。

此外，據該委員會估計，當前德國全國自行車總數約 7,500 萬輛（德國現有人口總數為 8,200 萬人）因自行車旅遊所達成之年營業額則逼近 40 億歐元。

另據 Trend 調查，騎自行車不但成為最受青睞活動，自 2000 年以來，喜愛騎公路車 / 運動用自行車之德國民衆已增加 7.5%，總數達 1,565 萬人，為何廣受青睞？主因受環法自行車大賽（Tour de France）之推動；除賽車運動外，騎登山車（MTB）民衆人數在 1997 年至 2004 年間，由 887 萬人不斷增加到 1,270 萬人（成長 43%）。

天候影響自行車銷售甚鉅●●●

天氣好壞對自行車銷售影響極大，2004 年上半年，德國氣候不佳，加上德國經濟表現不如 2003 年同期，人民面對政府財庫虧空，未來社會福利、退休制度以及健保體系能否撐持態度不甚樂觀，造成繼續儲蓄，不肯輕易花錢等負面影響，對自行車市場發展自然不利。

根據德國兩輪車公會最新數據顯示，2004 年德國自車市場供應量達 470 萬輛，較 2003 年下挫 4%，整體市況並不理想，然而自行車專賣店仍於該年達成 250 萬輛銷售量，市場占有率維持不墜，

停留在 52% 上下。由於德國專賣店提供諮詢服務，出售產品皆以高價品居大宗，以營業額計，在德國自型車銷售總額佔有率高達 70%；其他銷售通路如大型自助式百貨商場、建材超市或食品零售商及平價商店等，以銷售量計則共同占有 41% 市場；至於郵購商、網際網路銷售及其他通路合計則約占 7%。

自產自行車市占率 51%●●●

進入 2005 年上半年後，因國際油價大幅漲升到歷史新高，讓德國民衆騎自行車代步成為主流，使得市場供應量達 295 萬輛，僅較 2004 年同期微幅增加，比同期進口車市場占有率稍增 1%，反觀德國自產之自行車，其市場占有率比重降至 51%，同期間由於歐盟對來自大陸及越南自行車加徵傾銷稅，自此兩地進口皆受影響，讓來自台灣進口產品占有比重升高 1%，達到 10%。

自 2004 年 5 月 1 日，歐盟會員國擴大至 25 國以來，德國製造商感受國際競爭壓力較前升高；儘管如此，該業 292 萬輛之生產量仍占市場營收 52%，餘 48% 則屬進口。根據德國兩輪公會（ZIV）初步統計，以 2004 年德國自行車市場供應國比重分析，德國當地的市占率高達 52%，其次為台灣（9%）、越南（7%）、荷蘭（6%）、匈牙利、法國與西班牙（各為 2%）、保加利亞（1%）與其他國家（合計 9%）。惟以 2005 年上半年自行車出口數量至德國市場比較分析，特別值得注意的是保加利亞、荷蘭、法國與大陸之崛起，因該等國家於 2005 年上半年皆較往年同期出口至德國



市場呈現至少成長 50%，必須密切觀察未來走向。

最暢銷車種：Trekking Bike●●●

在暢銷車型方面，2004 年德國銷售最佳車型非旅行車 Trekking Bike 莫屬，市占率高達 28%，其次則為 City Bike（占有率為 27%）、ATB（All Terrain Bike）等，至於休閒類型、車輪為 28 吋之賽車／健身車，在德國兩輪車公會大力推動下，2004 年銷售量已高達 30 萬輛，較一年前增加一倍，市占率現已升至 7%，類似登山車（MTB-Look）、兒童車與其他車型則分別占 4%、3% 與 1%。至於銷售價格方面，2004 年每輛自行車之平均價格已由 2003 年之 344 歐元微幅下降至 341 歐元。

在出口方面，傳統上德國自行車出口對象均為西歐國家，然隨著東歐經濟起飛，當地新加入歐盟會員國如匈牙利、捷克、斯洛維尼亞等地國民之購買力顯然已升高不少，因此以躋身德國前十大自行車買主國之列。

在前景方面，據 ZIV 指出，有鑑於不少零組件受原料價格漲升影響，2006 年該業產品價格可能將明顯升高，在進口產品方面，2005 年美國聯邦銀行以數度提高銀行利率，因此導致美元兌歐元匯率節節升高，此點亦將反應在進口產品價格上，亦即 2006 年不論德國製產品或進口產品，其價格皆將漲升。 ■

（資料來源：駐杜塞道夫台灣貿易中心、貿協商情電子報）