



西班牙自行車市場

圖、文◎編輯部



西班牙 2005 年自行車的產量大致與 2004 年相同，雖然以 41 萬的總產量來看減少了 2 千輛，但變化並不明顯，2004 年的總產量也只較 2003 年降低了 0.5%，這除了顯示西班牙自行車市場已達穩

歷經數年各種資料數據的起落變化，西班牙自行車市場已經漸趨平穩，整體總產量、總進出口量的走勢並沒有太大變化。

產量衰減 出口成長

雖然西班牙自行車的製造業及組裝業已盛況不再，不過因牽涉到政府公共建設和當地民生計的議題，有些自行車還是在西班牙製造，但產量的多寡則與銷售量無關；因此，即使 Made in Spain 的產品較 Made in Italy 缺乏吸引力，西班牙國內總產量的數據還是偏高，西班牙製的自行車還是很普遍。但由於西班牙的勞動成本較亞洲高出許多，使得這種情況也開始有了轉變。

定狀態之外，也使歐製自行車被賦予高附加價值的可能性降低了。不可諱言，亞洲產品的品質已有所提升，而消費者也似乎不再對亞製產品持有負面印象，這可能是總產量之所以降低的原因之一。只有一些較有歷史的公司能維持產量上升，建立自有品牌的新公司也盡可能選擇自己銷售自產產品，以減少生產至銷售層面上的流程。

西班牙製的產品價格偏高，消費者較難接受，2006 年前 5 個月的產量也確實比 2005 年下滑了 21.4%，但是在這段期間，出口量則呈現增加；2004 年西班牙出口 488,297 輛自行車，而 2005 年的 8 月底就已達到這個數量，清楚地顯示自行車出口消耗了西班牙大部分的產量。西班牙自行車企業雖已注意到亞洲

巨大的生產潛力，但多半並未或不願就此衍生因應計畫。

西班牙 BH 公司採購總監認為，2005 年是自行車消費狀況良好的一年，銷售最好的產品是登山車，公路車則有些微下滑，雖然政府當局努力要使城市車更受大眾喜愛，銷量卻仍然不理想；值得注意的是，折疊車的量雖然不大，但近年在銷售方面則有突破性的增加。

西班牙市場未來銷售概況

要在西班牙自行車市場中競爭越來越困難，要使企業成長的唯一方式就是提高市佔率。在同質性產品中，價格似乎是決定勝出的關鍵因素；大企業會採取的其中一個策略是省去仲介代理銷售的部分，例如建立販售各大品牌的大型歐洲倉庫，或是利用現存批發商作為倉庫，但以自家員工掌管銷售，另外就是成立一家管理下游的分公司。

數個月前在西班牙便有一個清楚的例

子，Specialized 在西班牙的批發商代理 Dirt Racing，升格為 Specialized 在西班牙的分公司，Specialized 從原本產品到消費者的供應鏈中省去了一個程序，使得 Specialized 在 2006 年得以提供較低的價格來競爭，並成為西班牙中高級車市場中的領導品牌。

雖然西班牙自行車市場看來已處在平穩的態勢，也無自行車新血的刺激，但是西班牙仍有機會因城市交通而在城市車的部分大幅成長。雖然西班牙是歐洲每年可享受到較多日照的國家之一，但是當地居民並不會把自行車視為交通工具，這是其文化使然，不過這種現象也正在改變。當地政府已經看見自行車的商機，且逐年投資在自行車的公共建設上；民衆在汽油上的花費，也會促使他們決定將汽車留在家而踩自行車上路。可以確信的是，西班牙還需要一段時間才能有這樣的轉變，但西班牙在內需消費方面還是有機會成長。 ■

西班牙自行車市場

年 度	產 量		進口量		出口量		內需消費	
1999	347,473	20.70%	475,017	22.50%	253,645	29.80%	568,845	18.40%
2000	547,1	57.50%	353,643	-25.60%	357,758	41.00%	542,985	-4.50%
2001	530,28	-3.10%	490,972	38.80%	376,987	5.40%	644,265	18.70%
2002	505,474	-4.70%	617,673	25.80%	536,412	42.30%	586,735	-8.90%
2003	432,01	-14.50%	823,157	33.30%	516,294	-3.80%	738,873	25.90%
2004	429,916	-0.50%	841,721	2.30%	488,297	-5.40%	783,34	6.00%
2005(1)	253,235		808,28		487,584		573,931	

(1)2005年1-8月

單位：輛

平均單價（單位：歐元）

年 度	內 銷		進 口		出 口	
1999	117.2	-1.20%	83.39	-2.30%	144.77	-9.10%
2000	119.05	1.60%	105.11	26.00%	132.3	-8.60%
2001	135.1	13.50%	85.85	-18.30%	168.66	27.50%
2002	139.5	3.30%	76.04	-11.40%	126.8	-24.80%
2003	153.59	10.10%	85.24	12.10%	152.41	20.20%
2004	169.33	10.30%	97.38	14.20%	145.38	-4.60%
2005(1)	175.69		72.07		105.6	

(1)2005年1-8月

