



北歐自行車市場現況

圖◎阮素琴、文◎編輯部



▲丹麥哥本哈根著名的克里斯蒂安港。

丹麥：年需求50萬輛

丹麥人愛好自行車，可說是典型的自行車騎乘王國，據統計指出，丹麥人以自行車代步的比率甚至較同屬自行車騎乘王國的荷蘭高！丹麥人口大約550萬，平均一年每10位丹麥人當中，就有1人添購新自行車，這樣的數據十分驚人！德國人口大約8千4百萬，比照丹麥的消費比率來說，自行車年銷量應該要有840萬輛，但實際上德國2005年的內需銷售量只有470萬輛。

總體來說，丹麥與其他北歐國家的自行車市場情況類似，自行車銷售量變化不大，儘管銷售總量成長緩慢，但年需求還是有達到近50萬輛的水準。

IBD為主要銷售通路

根據丹麥自行車經銷商協會 Danske Cykelhandlere 主管 Erik Odderschede 所

提供的數據顯示，2005年丹麥國內的自行車交易量有499,643輛，相較於2004年增加了15,000輛，成長3%。自行車專賣店是丹麥最主要的自行車銷售通路，2005年同樣維持57%的市佔率，而透過自行車專賣店所銷售的價格也較其他通路為高。

丹麥規模最大、且最具指標性的自行車廠商為 Cycleurope AB 旗下的 Kildemoes Cykelfabrik A/S 組裝廠，以143,066輛的年產量佔了2005年丹麥自行車總產量的大宗。丹麥2005年的自行車總產量為143,066輛，與2004年差不多，這也顯示了丹麥自行車的產量自2001年逐年成長以來，到目前已有趨緩的趨勢。

丹麥持平的自行車產量並未相同地反應在出口表現上，2005年丹麥的自行車出口總數大幅成長了14.1%，達到98,423輛，據了解自行車的再輸出量是造就丹麥出口量成長的部分原因。

近五年進口量成長70%

根據丹麥統計局公佈的數據顯示，丹麥自行車進口量近5年來成長了約70%，年進口量超過55萬輛，甚至比丹麥國內的消費量還高，不過根據丹麥自行車經銷商協會的統計，丹麥統計局的數據並不準確，再以歐盟統計資訊局 Eurostat 的數據來驗證，證明 Danske

丹麥2001-2005自行車市場統計										(單位：輛)
年度	2001		2002		2003		2004		2005	
總產量	112,163		123,765		127,661		143,070		143,066	
總進口量	327,858	*454,716	380,000	*502,833	437,000	*577,503	428,000	*553,680	455,000	
總出口量	43,827		51,559		79,705		86,223		98,423	
國內消費量	396,194	*526,922	450,000	*550,789	485,000	*634,350	484,847	*598,863	499,643	

資料來源：Danske Cykelhandlere

*為丹麥統計局所提供的數據，但丹麥經銷商協會認為並不準確。

Cykelhandlere 的數據才是正確的，因此 2005 年丹麥的自行車進口總數並非 553,000 輛，而應該是 519,450 輛，其中有 32 萬輛來自非歐盟地區，20 萬輛來自歐盟國家，而歐盟統計資訊局 Eurostat 同時也公佈了丹麥自行車再輸出量約 67,000 輛，從總進口量再扣除此一數據，便是丹麥自行車貿易的預估值。

挪威：全部仰賴進口

挪威並不屬於歐盟會員國，因此其自行車市場與其他北歐國家截然不同，對於亞洲及中國的自行車進口採積極開放的態度，國外廠商除了不用顧慮反傾銷稅的壓力，挪威的自行車進口甚至免進口稅，在這樣的競爭下，造成挪威國內產量為零，所有的自行車皆從國外進口，因此也沒有所謂的自行車出口。根據數據顯示，挪威每年約有 45 萬輛的自行車進口總量，其中 50% 皆來自中國



▲挪威第二大城貝爾根（Bergen）港口著名的布瑞金木屋群。

大陸。再者，挪威國內的自行車銷售通路也迥異於其它北歐國家。

Cycleurope 旗下的 DBS 曾經是挪威盛極一時的自行車製造廠，不過也像 Kildemoes 一樣主要供應丹麥市場，年產量也同樣為 13 萬輛左右，由於挪威非歐盟會員國，在與中國廉價自行車的激烈競爭下缺乏反傾銷稅的保護，其所屬母公司 Cycleurope 集團於是在 2000 年關閉挪威的 DBS 工廠，轉而移至丹麥採購原料及生產自行車。

自行車品牌銷售排名

即使曾為挪威國內的自行車廠，DBS 在挪威國內市場的銷售量並不佔優勢，仍舊失去銷售冠軍的寶座，2006 年以預估 5 萬輛的數字滑落至第 3 名，取而代之的銷售龍頭是自營品牌的 Diamant，此品牌隸屬於 Gresvig 公司旗下，並以運動用品連鎖店 G-Sport 做為銷售通路，2006 年的銷售量預估有 6 萬輛。

在挪威銷售量居次的是今年邁入第 30 週年，與台灣美利達合資的 Stians Sport AS 公司，Stians Sport AS 以 Merida、UMF 以及 Specialized 等品牌逐年提高其市佔率，2006 年的銷售量預期達到 5 萬輛，而除了 Merida、UMF 與 Specialized 這些品牌外，Stians Sport 同時也進口 SRAM、Rock Shox、Truvativ、Avid、Northwave、Abus、Jagwire、IRC 及美利達健康器材等產品。

銷售第四的是 Intersport，其 Nakamura 品牌的自行車達到 35,000 輛的銷售數字。而其他在 2006 年銷售超過 1 萬輛的品牌尚有 Biltma、Hard Rocx、Trek 以及 Scott。

2006 年挪威的自行車總銷售量預估達 32 萬輛，對於國內總人口只有 5 百萬的挪威來說，此數據顯示自行車對挪威人極具吸引力。近來挪威已沒有官方的貿易組織進行自行車及自行車產品的相關統計，然而有一組織正致力於進行這方面的統計，並且將可能在 2007 年冒出頭來。

通路：超市、運動用品連鎖

挪威的自行車銷售通路大多是超級市場或運動用品連鎖店，挪威國內擁有將近 1 千家這樣的運動用品供貨中心，這些店大多由擁有經銷權的公司如 Intersport 所經營，超級市場及運動用品連鎖店則佔了挪威自行車銷售量的 85%，其餘的 15% 則由自行車零售專賣店 (IBD) 所掌握，然而其市佔率也在逐漸流失當中，尤其是在低價車種方面。

除了 Intersport 與 MS-Sport 之外，挪威最大的銷售商為 G-Sport，不過挪威自行車市場也有如 Biltema 的新進企業進駐，這家公司原本只是汽車零件的供應商，卻在短短 5 年的經營成長為自行車銷售量達 35,000 輛的企業，其他實力強勁的新進企業還有像 Smartclub 及 Europris 等大型超市，銷售主力為超低價自行車。上述這些企業都企圖掌握自行車價格的最低點，特別是在童車及低等級的登山車 (MTB bike) 方面。IBD 通路商則以薄利多銷的策略來反擊，但效果不佳。

挪威主要自行車公司銷售情形	
公司名	銷售量 (單位：輛)
G-Sport	60,000
Stians Sport	50,000
DBS (Cycleurope)	50,000
Intersport	35,000
Biltema	10,000
Hard Rocx	<10,000
Trek	n.a.
Scott	n.a.
2006 挪威自行車總銷售量：320,000 輛	

資料來源：Stians Sport AS 預估

熱門車種

挪威自行車市場預估總銷售量達 32 萬輛的自行車中，有 6 成為 26 吋的登山車款 (MTB)；而尤其因登山車消費群轉移訴求至公路車上，或是購買公路車作為第二輛自行車的影響所致，公路車的銷售量有增加趨勢，且在 2007 年預期將有進一步的成長。另外特定性別的登山車款也有越來越受歡迎的趨勢，特別是女性車款經常搭配女性自行車服裝售出。Freeride 銷售量逐漸成長，但並不如多數人想像中快速。最後提到的是 700C 的 hybrid 車銷量在最近幾年呈現穩定的成長，甚至搶走了登山車的市佔率。

瑞典：內需銷售量穩定

世界上很少有國家像瑞典一樣，自行車的銷售狀況往往受天氣優劣左右。春天氣候若又濕又冷，經常導致自行車及相關零配件的銷售狀況奇差，並且難以填補。不過瑞典每年的銷售量則有穩定的趨勢，大約在 43 至 45 萬輛之間。

在今年進入復活節後，瑞典居民可好好享受滑雪活動，同時自行車銷售則十分慘澹，即使夏季時自行車銷售量衝上新高，也無法彌補春季的損失。瑞典 Cycleurope 的總裁 Robert Sumbersesi 表



▲有北歐威尼斯與水上美人之稱的瑞典首都斯德哥爾摩。

示，壞天氣的確縮短了自行車的銷售旺季，並且使自行車產業與其他產業相互競爭。Robert Sumberesi 也表示瑞典 Cyclerope 2006 年的銷售量達 12 萬輛，與 2005 年的銷售量大致相同。

瑞典自行車市場		(單位：輛)		
年度	2003	2004	2005	
總產量	70,000	125,000	125,000	
總進口量	385,000	434,000	463,356	
總出口量	35,000	65,000	99,374	
國內交易量	420,000	430,000	440,000	

資料來源：2005 總產量/國內交易量數據：estimates
 2005 總進、出口數據：Eurostat

銷售旺季

Samuelsson & Co 的總裁 Kjell Sture 表示，今年銷售狀況一開始就不好，但他們成功扳回買氣，特別是 2006 年秋季氣候良好，自行車仍然吸引了許多買家消費。Samuelsson & Co 是瑞典自行車市場活躍的企業之一，以知名品牌 Skeppshult 著稱。不過 Kjell Sture 不願透露任何銷售數字，但承認銷售反應熱烈，約有兩位數的成長。

Kjell Sture 也表示在瑞典自行車銷售期方面，大致可以依首都斯德哥爾摩作為區分，分為斯德哥爾摩及其餘都市兩大區塊來看：在斯德哥爾摩城市中，自行車的銷售全年無休，而其餘都市的自

行車銷售則集中在 3-6 月。另外 Kjell Sture 也表示，典型的旅遊勝地如鄰海城市的情形也不盡相同：自行車在夏天有較長的銷售期。

價格&品牌

Skeppshult 品牌自行車主要針對有購買力的消費族群，Kjell Sture 表示：「這一年銷售較佳的其中一款自行車售價為 420 歐元，而我們的自行車最高售價達 1,100 歐元。基本上自行車的款式並無不同，差別在於裝置了更多高價位的零配件。為了吸引顧客，我們從汽車產業借鏡，提供消費者市場平臺或是基本配備的車款：Nova Komfort 就是這樣的車款，也的確提高了 Skeppshult 的銷售量。自行車商店必須決定針對的目標族群為何，要採低價策略，或以高品質但相對高價位的策略取勝。」而這是一個明顯的趨勢，瑞典所有採形象策略的品牌其價格雖然較高，但銷售量也較好。Scott Svenska AB 表示他們今年自行車的價格設定高於去年，成人車價格平均約 800 歐元，而童車平均約 420 歐元。

Trek 也因「標準車種」而提高了他們的市佔率，在瑞典，標準車種指的是配有擋泥板及貨架的自行車。Duells 在瑞典經銷 Trek 及 Gary Fisher 品牌，表示其 Trek 銷售量達 10,500 輛，Duells 的 Joakim Malm 表示：「我們提高了產品的平均價格，並由於 Trek hybrid 車的熱賣，自行車銷售量較 2005 年成長了 40%，出售的單價也更高。」

Cannondale 自行車在瑞典平均單價為 933 歐元，而 Nishiki 的銷售量比 2005 年成長了 15%，自行車價格也較過去 5 年提高了 40%。總之，這些自行車公司

都以較高的價位賣出更多自行車。

但是瑞典的自行車經銷商也遭遇極大的競爭。經常可見連鎖商店為促銷家庭電器用品，而在國內最大的早報上刊登廣告文宣：舉某則廣告為例，消費者購買冰箱就可免費得到一輛自行車。據估計，透過此管道所送出的自行車每年可達到 3 萬輛。有些自行車廠商認為，當民衆發現這些免費的自行車品質不佳、很難派上用場時，反而是販售「真正自行車」的大好時機。但其他自行車廠商則認為，這種非傳統銷售管道會搶食不少自行車市場。

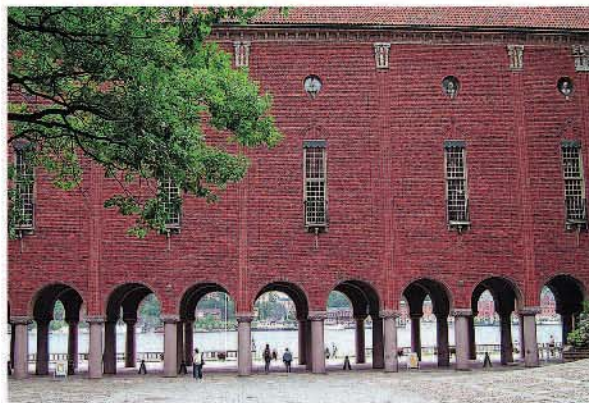
自行車暢銷車種

2006 年暢銷的自行車種有往回流行的趨勢，包括越野自行車（dirt bike）和高級舒適車（comfort bike），公路車人口也有所提高。不過登山車的銷售似乎呈現停滯的狀態，但以地區性而言還是很受歡迎，特別是在 Dalarna 一帶，登山車的銷量仍居高不下。整體而言，馬拉松賽及俱樂部活動也提振了當地自行車的銷售量。

低價及高價自行車

自行車市場明顯區分為兩大區塊，一為低價自行車及其販售商店，一為高品質的品牌自行車，服務相對較好，價格也較高。中等價位自行車由於品質一般，價格相對地不便宜，在市場上的競爭力較弱。

「的確，便宜的自行車傾向於更便宜，高價車也將更昂貴」，Robert Sumberesi 表示，自行車品牌必須代表某種價值，並有能力向大眾銷售，否則經營就會出現問題。



▲斯德哥爾摩的地標：紅磚市政廳。

瑞典自行車市場另一個重要的趨勢是健康議題的崛起，民衆逐漸意識到身體健康的重要性，自行車必須給予民衆需要的舒適與自在，Scott Svenska 總經理 Björn Hagerud 表示，廠商必須真的在自行車概念上有所創新，而不只是換新配備，否則無法成功銷售。

IBD為主要銷售管道

瑞典預估有 50% 的自行車是透過自行車零售專賣店（IBD）售出，其餘的則是透過低價管道如超級市場、加油站或者是大型展售會（outlet），販售盒裝的便宜自行車。其市場預估有 18,600 萬歐元，包括 P&A 交易在內。

大型電器連鎖店如 Elgiganten、SIBA、Onoff 等分送了約 3 萬輛的自行車，不過也因為瑞典低價自行車的品質欠佳，根據一項研究顯示，在瑞典，每 10 件自行車意外中，就有 1 件是因為自行車產品上的缺陷所導致！

芬蘭自行車：靠天吃飯

寒冷的北歐氣候對於芬蘭的自行車市場有重大的影響，大部分的報告顯示濕冷的氣候摧毀了貿易市場的興盛。但由



▲有千湖之國稱號的芬蘭，景色優美。

於 2006 年的芬蘭是氣候炎熱的一年，自行車市場也同樣反應熱烈。

2006 年芬蘭當地民衆享受了一個異常溫暖的夏天，雖然夏季來的較晚，不過炎熱的氣候促使當地民衆以自行車上班通勤，或是作為休閒活動。零售商報告顯示，6-8 月的銷售狀況良好，總供應量和 2005 年大致相同，而零售商也已出清存貨，有利於下年度銷售新型的自行車。

芬蘭自行車貿易 (單位：輛)			
年度	2004	2005	2006 (預估值)
總產量	70,000	60,000	50,000
總進口量	211,000	267,679	270,000
總出口量	9,293	9,119	13,000
國內交易量	295,000	310,000	320,000

資料來源：Association of Motorcycle dealers

在國內貿易方面也有相當大的轉變，市場領導者 Tunturi 結束了芬蘭的自行車製造廠，並轉往 Accell Group 的匈牙利工廠生產。作為一個歷史悠久的傳統芬蘭品牌，Tunturi 面臨了新的局面，無法再恃其古老的產業遺產為產品異質點。

除了 Accell，Cycleurope 也是芬蘭自行車市場主要廠商之一，其芬蘭經銷事業將由新上任的總經理 Jussi Laurikainen 掌管，而在日趨激烈的競爭下，他除了負責維護 Cycleurope 良好的商譽並且要



▲赫爾辛基大教堂。

鞏固其品牌的市場地位。現在 Helkama 成為芬蘭僅存的自行車製造商，它可以依此做為產品銷售的異質點。

銷售管道

過去幾年的情況顯示，非傳統的銷售管道逐漸增加其市佔率，目前似乎已達到平衡狀態，過去幾年的銷售狀況並沒有太大的變化。而最近 5 年來芬蘭運動用品店則擴展了店內展售自行車的空間，從消費者的反應中，可看出這類大型商店及選擇多樣化的服務的確較受歡迎。有些自行車零售商也因應這樣的潮流，設立超過 1 千平方公尺的大型商店，以容納較多數量的自行車並提供給新的消費族群較大的空間。

今年的銷售重點在於公路車消費者及女性族群。許多商店設有女性車友專屬的空間，並擺設女性專用車款和車衣，供應商表示 2007 年的訂單水平甚至比 1 年前好。總體而言，零售商樂以面對良好的銷售成績，舊存貨也已出清，貿易商也樂觀看待下一季的成績。



參考資料：Bikeurope雜誌