



美國自行車市場現況

文◎編輯部

甦醒中的市場。這是現今美國自行車產業的最佳寫照。美國人似乎已經意識到過度使用燃料資源所產生的危機，就是燃料價格不斷飆漲，也體會到其實可以利用其他的交通工具來解決從 A 地到 B 地的交通問題。

其實只要瀏覽新聞，不難發現美國人已經意識到燃料危機，而開始重視自行車。但實際上，在石油價格高漲之前，騎乘自行車的人口數就已有明顯增加的趨勢了。

騎乘人口分析

根據戶外業者協會（Outdoor Industry Association）統計，目前約 8 千 7 百萬（占全國人數的 40%）的美國人有騎自行車的習慣，這顯示騎單車的人口數是逐漸累積成長。從數據中並可看出單車運動風靡全美，特別是靠近南部地區的州，因為全年度的氣候多是晴朗適宜，所以約 32% 的騎車人口居住於此；西部地區約佔 24%；北部和中部地區約佔 24%；東北部則佔 19%。騎乘者中男性約佔 56%，而女性則佔 44%，性別比例算是相當平均。其中的重點在於騎乘者的年齡，絕大部分騎乘者年齡層分佈於 25~55 歲之間；我們可以發現 25 歲以下是個很大的「空窗年齡層」，而這將是未來最有可能影響美國自行車產業的年齡層。另外值得探討的一點是騎乘者的收入所得，超過 40% 的單車騎乘者年收入所得介於 40,000~79,000 美元之

間，由此可見騎單車是中產階級的休閒運動。

年產值 55 億美元

自行車產業被視為與美國經濟動脈息息相關，其年產值約為 55 億美元，其中自行車銷售總值為 48 億美元（2005 年銷售量為 2 千萬輛），車鞋銷售總值為 4 千 3 百萬美元，車衣銷售總值為 6 億 8 千 9 百萬美元；目前美國自行車產業的從業人員約為 100,000 人，廣泛分佈於開發研究、經銷、零售、服務、旅遊和製造等各個領域，由此可見自行車是個不容小覷的產業。

單車運動熱潮

單車旅遊是近年逐漸崛起的產業之一，現在許多的滑雪場都開放提供單車騎乘之用，因此滑雪場整年度都可以有固定營收來源，不再受限於淡季和旺季。在這提供一些實際數據作為參考：美國盛行冬季運動的州，例如緬因州（66.8 百萬美元）、科羅拉多州（193 百萬美元）和威斯康辛州（278 百萬美元）都有相當不錯的營收成績，甚至帶動鄰近地區的消費市場，其營收比全國平均值高出 11%。人們重返單車運動的這股熱潮已經持續好幾年，這也證明了單車熱潮並不是一朝一夕就可以達成的。早在 2003 年，石油價格衝到「天價」之前，美國的自行車內銷銷售量就已創

下 1,850 萬輛的好成績，而此自行車銷售量比汽車加上卡車的總銷售量還超出 370 萬輛。

為健康而騎

健康因素應該是自行車銷售成長的最大動力。美國是全球肥胖人口數最多的國家（澳洲和英國則緊追在後），因為心臟病、中風、糖尿病和肥胖相關的疾病所影響，導致美國人早死的機率較高。1985 年，肥胖人口數約只佔全美總合的 10% 至 14%；而現今，肥胖人口數早已超過全美的 60%。騎單車是個入門容易且副作用低的運動，也是改變生活型態最簡單的運動，而這個觀念已經漸漸融入美國人的生活當中。若將肥胖人口列入未來單車人口成長的目標，那麼這個族群每年將會花 1,170 億美元額外的費用，去購買自行車相關的產品。

銷售通路概況

美國目前有四種自行車銷售管道，包括自行車專賣店、量販店、運動用品店及其它銷售通路（例如網路購物...）。其中將近 75% 的自行車經由量販店銷售，但由於量販店平均單價下滑至 70 美元，所以經由量販店所販售的自行車只占總銷售值的 37%。美國自行車專賣店計有 4,800 家，其所售產品品質較高，且提供客戶完整服務，因此售價約從 200 美元起跳，平均售價約為 400 美元；以銷售量論，專賣店只占 16% 的市場，但若以銷售值看來，則占總銷售值的 47%。目前儘管自行車店數已經逐漸減少，但仍然能成功地維持專賣店平均售價。自行車專賣店也主導大部分零配件銷售並且能夠提供消費者完善周全的

服務。運動用品連鎖專賣店持有 6% 的零售市場，平均售價 270 美元，介於專賣店和量販店的平均價格之間，佔總銷售值的 11.5%。

功能轉變

自行車在美國市場中已經漸漸轉型成為替代的交通工具，而不再純粹只是休閒運動（據 PTW 報導）。由於經濟（石油價格）和心理層面（健康）的因素，自行車銷售不但一路長紅，而且自行車議題也逐漸在政界受到重視。不論是否是歸因於美國總統布希對於自行車的熱愛，自行車道規劃的議題第一次出現在議會議程中。提倡自行車道是一項正確的方針，假若政府能規劃出完善的自行車道，五成二的美國人會更愛騎自行車，而四成六的民衆則願意騎自行車上班。一些壓力團體，例如 www.bikes-belong.org 或 www.thunderheadallience.org，一直不斷地替民衆反應他們的心聲。這些民衆的心聲所對應出的自行車需求或許就是未來業務銷售的重點，假若自行車仍被視為玩具或是運動用品，那自行車產業的發展空間勢必有限。總而言之，交通工具型態的改變不但穩定了自行車的銷售，並能提高品質較好的自行車的需求，畢竟，測試自行車最好的方式就是每天騎它。



美國自行車年銷售量	
單位：輛	
2005	1,980萬
2004	1,830萬
2003	1,850萬
2002	1,950萬
2001	1,670萬
2000	2,090萬
1973	1,520萬（歷史記錄）

▲資料來源：Bicycle Retailer。