



# 奧地利自行車市場

過去25年來，奧地利國內自行車市場的年平均銷售量約48萬輛，而2006年的銷售量則約39萬輛，雖然比起2005年375,000輛的銷售量，微幅成長了4%，但2006年的銷售量偏低仍是不爭的事實。

文◎編譯小組

**奧**地利的統計數字問題在於只有自行車銷售量及國內產量的數據，因此可信度仍待商榷。根據 Statistik Austria 推估，奧地利2006年的自行車銷售量約為39萬輛。2006年奧地利國內自行車的產量數據來源，主要依據奧地利的自行車龍頭製造商 KTM 公司，加上一些規模較小但生產高級自行車的廠商如 Simplon 等所提供的數字做推估，總產量估計為13萬5千輛（相較於2005年略減3.6%）。令人不解的是，儘管全國的自行車總產量下滑，但 KTM 總經理 Josef Spiesberger 仍宣稱 KTM 的產量有成長。

## 進口量35萬輛

一般估算國內銷售量的公式為：國內總產量扣除出口量再加上進口量，但文末附表顯示出的數據結果並不符合計算結果。根據 Statistik Austria 統計，2006年奧地利的自行車出口數量為11萬2千輛（成長16.7%），而自行車進口數量為35萬輛（萎縮12.9%）。依照這些數據計算結果應該是37萬3千輛，而不是圖表上所寫的39萬輛，那其中1萬7千輛的落差呢？Shimano 奧地利進口商 Thalinger Lange 行銷主管 Helge Fellner

表示，這1萬7千輛的差額應該是2005年各個銷售管道所剩下的庫存量，而這些庫存量應該就是在2006年被出清。

以銷售量來看，規模較大的運動用品連鎖店仍然為奧地利最主要的自行車銷售管道，例如 Intersport、Hervis、Giga Sport、Sport 2000 及 Zentra 等，去年透過此銷售通路成交的自行車約為221,250輛，占整體銷售量的59%，此市場佔有率的數字是依據去年1月到9月的銷售統計而來。

## 主要銷售通路

運動用品連鎖店則為銷售自行車服飾的最佳管道。Intersport，奧地利最大的運動用品連鎖店，約占55%的零配件總銷售額、專賣店則占45%、大賣場占3%，而郵購或電子商務則占5%。自行車的第二大銷售管道為自行車專賣店（IBD），占總銷售量的28%，其後為大賣場，占總銷售量的13%。

就自行車銷售額而言，仍以運動用品連鎖店為最大宗，占總銷售額51%（略比2005年減少1%）、專賣店則占總銷售額45%（與2005年相同），而大賣場則占總銷售額3%（比2005年短少4%）。

## 平均售價

由平均銷售價格及銷售額判斷，就可得知這三種經銷管道所販售的自行車品質迥異（低、中、高級）。根據 Statistik Austria 指出，自行車專賣店的平均售價為 865 歐元、運動用品連鎖店為 465 歐元，而大賣場的平均售價則為 115 歐元。由此可看出，專賣店的平均價格幾乎是運動用品連鎖店平均價格的 2 倍，更是大賣場平均售價的 7 倍以上。整體而言，2006 年奧地利自行車平均售價為 531.5 歐元。

## 主要車種

不像德國，奧地利鄉村的道路崎嶇不平，因此最暢銷的自行車種為質好又耐用的登山車，市佔率高達 33%（比起 2005 年成長 2%）。然而奧地利對登山

車的定義是裝配齊全的 offroad，但事實上卻不適用於真正的 offroad 騎乘。而奧地利所謂的 offroad 車種才是真正適合 offroad 騎乘，offroad 車種的市佔率為 13.2%（去年為 11.9%）。旅行車 Trekking bike 的市佔率為 28.5%（去年為 26.2%）、城市車 City bike 的市佔率為 6.5%（去年為 7.3%）、公路車 road bike 的市佔率為 3.3%（去年為 3%）、童車及青少年車種（kids、juvenile）的市佔率為 15.5%（去年為 14%）。所有的數據皆根據 2006 年 1 月到 9 月份的資料。

2006/2005 年奧地利自行車統計

單位：輛

|     | 2006    | 2005    |
|-----|---------|---------|
| 產 量 | 135,000 | 140,000 |
| 出 口 | 112,000 | 95,000  |
| 進 口 | 350,000 | 330,000 |
| 內 需 | 390,000 | 375,000 |

資料來源：Statistik Austria/EUROSTAT, Arge-Zweirad, Bike Europe