



2006德國自行車市場

文◎編譯小組

德國兩輪工業協會 ZIV (Two Wheel Industry Association) 認為德國 2006 年自行車市場銷售慘淡有三大主因：第一是天候不佳，第二是 6-7 月世界盃足球賽的開賽，造成一股全面性的足球熱潮，民衆根本無心在自行車上；第三是經濟蕭條，致使民衆不肯輕易消費。以下為德國聯邦統計局 (Statistisches Bundesamt) 和 ZIV 所統計的德國 2006 年自行車銷售數據。

與前一年相比，2006 年德國新自行車的國內總銷售量下滑 6.3%，降至約 444.8 萬輛，德國自行車總生產量則下降了 7.4%，只有 249 萬輛；總出口量與 2005 年相較，則上升了 27.3%，達到 481,000 輛。德國自行車主要的出口地區為鄰近的奧地利 (112,000 輛)、法國 (92,000 輛) 以及荷蘭 (62,000 輛)。總括來說，2006 年德國自行車製造商在國內市場有 45.2% 的佔有率 (2005 年為 52%)。

總產量下滑而出口增加的現象，也促使德國的自行車進口量平穩保持在 244 萬輛的水準，約成長 0.3%，這也意味 2006 年德國國內銷售量有 54.8% 依賴進口。另外可觀察出某些有趣的改變，進口至德國的自行車有 24.6% 是從亞洲輸入，24.5% 是從鄰近的 EU 國家進口，5% 是從其他的東歐國家，0.7% 是從美國／澳大利亞進口。鄰近國家如波蘭或立陶宛則流失了部分輸往德國的出口量。另一方面，匈牙利因荷蘭 Accell 集團在其國內的產量增加，也增加了輸往德國的出口量；保加利亞也提高輸往德國的自行車出口量。

台灣為德國最主要的自行車進口來源，去年約輸出 439,000 輛到德國，市佔率 10%；立陶宛居次約 252,000 輛，市佔率

德國自行車市場

(單位：輛)

年份	2006	2005	2004
總產量	2,490,000	2,689,000	2,920,000
進口	2,439,000	2,434,000	2,280,000
出口	481,000	378,000	500,000
國內消費量	4,448,000	4,745,000	4,700,000

(資料來源：ZIV)

約 6%；波蘭 230,000 輛，市佔率約 5%；越南 186,000 輛，市佔率約 4%；匈牙利 147,000 輛，市佔率約 3%。

在自行車銷售通路方面，IBD 專賣店通路從前一年的 52% 市佔率提高至 54%，根據 ZIV 統計，這種現象顯示出現了高單價產品的趨勢；ZIV 常務董事 Rolf Lemberg 預估，2006 年 IBD 的銷售總值達 15.3 億歐元，佔德國自行車銷售總值的 71%，2006 年自行車的 average 單價 (含所有銷售管道) 約 345 歐元。DIY 市場及百貨公司則流失了 2% 的市佔率，下滑至 37%；網路銷售 (包括 IBD 市場逐漸增加的網路銷售) 則提高 1%，達到 4.5%；郵購銷售也下降了 1%，僅 2.5%，剩餘的 2% 則為其他通路。

德國銷售最佳的自行車種類為 Trekking bike，騎乘人數也持續成長，市佔率提高了 2%，達到 30%；其次為 City bike，市佔率 25% (下降了 2%)；ATB (All Terrain Bike)，主要透過量販店管道銷售，也流失了 2% 的市佔率，為 13%。純正的登山車則上升了 1% 達到 12%；其餘車種的市佔率如下：28 吋競賽公路車 / 健身車及越野賽車 (cyclocross bikes) 佔 8%、Youth bike 佔 6%、童車佔 3%、Dutch 及 Touring bike 佔 2%、其他 (斜躺車、折疊車等) 則佔 1%。

