

# 新勢力



Grace S. Ruan

從今年的Eurobike、IFMA和Interbike展會中，不難看出展會的消長，也感受到市場的成長，今年上半年美國和歐洲的自行車銷售都增長，也反應在股價上，讓許多業者今年都大豐收。銷售增加來自很多因素，如策略成功、方向正確、天氣良好、政府政策鼓勵、企業補助騎乘自行車上下班、石油價格不斷上揚、全球暖化警訊等等，促使騎車人口持續增加，雖然美國騎車人口有逐年下滑的趨勢，但很多地區都興起環保意識，相信有助於為自行車的未來發展加溫。

除了自行車的未來發展性備受看好，就連電動自行車也正在某些市場如荷蘭、德國、印度升溫，中國的電動自行車產量雖說是世界最大（去年生產約1,900萬輛），但真正能出口的不多，目前大陸電動自行車行業也正面臨洗牌與重整，不過鋰電池的快速發展則提供給大陸電動自行車業更大的發展空間；台灣自行車業在電動自行車的發展遠遠落後大陸，但近年來已有少數幾家零件業投入研發並有新品陸續問世，在展會上也有很好的反應。在德國和荷蘭對電動自行車需求增加之際，自行車業者如果能在品質、強度、式樣、重量、電池、電機方面針對不同市場提供符合消費者需求的產品，相信也能開創出自行車以外的另一個商機。

羅馬尼亞和保加利亞皆於今年1月1日正式加入歐盟，由於地理位置相近，這兩個東南歐國家有著很多相似點，如85%以上人口信仰東正教、人民貧窮、吉普賽人多、都在1989年脫離共產、以農業為主、國土都有一小段臨黑海，而兩國在農業、林木、旅遊、房地產方面都有很大的發展空間。筆者於歐

美展前與IFMA展中實地走訪羅馬尼亞二家組車廠以及保加利亞六家組車廠，不難發現當地的零件與設備大多來自大陸和台灣，其中保加利亞的自行車主要以出口為主（佔80%以上），羅馬尼亞則以內銷為主，隨著加入歐盟，加強出口EU國家則是兩國的共同目標。東歐的製造優勢與發展潛力不容忽視，尤其從今年IFMA中羅馬尼亞的DHS和保加利亞六家組車廠的攤位上訪客不斷的情形可看出端倪，甚至DHS在8月中才將年產目標設訂在30萬輛，但科隆展後隨即調整為40萬輛。

奧地利自行車領導品牌KTM在Eurobike展後邀請台灣廠商打球和參觀新工廠，KTM在陳鳳美的帶領之下，由曾經瀕臨破產的困境，發展到今天名列歐洲名牌之列，且年產量近20萬輛（奧地利+捷克），令人敬佩！一路起來，陳鳳美以台灣女人堅忍不拔的精神，面對不同國情、不同文化背景的考驗，能帶領員工衝出今天的局面，真的非常不簡單，尤其在很多購併國外企業或海外設廠的案例大多以失敗收場的情況下，陳鳳美的經營管理確實有一套，然而她最感謝的除了員工的相挺之外，最重要的還是台灣廠商的支持。

為了永續發展，建立品牌已為大部分企業所認同，但這需要長期的堅持與大筆資金的投資，投資金額視各家不同條件而定，如同企業進行購併也須視本身的需要與實力而行，日前ASI購併Kestrel、SRAM購併ZIPPER輪組，在業界都引起不小討論，買品牌容易，如何成功經營、整合並發揮1+1大於2的綜效才是關鍵！

阮素琴