



東歐市場獨家報導

羅馬尼亞&保加利亞市場分析

圖、文◎阮素琴

位於東南歐的羅馬尼亞和保加利亞，於2007年1月1日正式加入歐盟（EU），使得歐盟成員國達到27國。由於這兩個國家相鄰，都有一小段海岸線瀕臨黑海，因此有很多生活習慣相似，例如有85%以上的人口信奉東正教、吉普賽人多、林木多，也有鐵礦、化學、勞力等輸出至西歐，政治上則皆

在1989年結束共產統治。很多大城市的市區老房子都改為Casino入盟獲得歐盟資金補助之後，國內已可見到許多城市都在進行道路建設，物價年均上升25-30%，但在稅收也提高、薪水提升卻有限的情況下，人民反而認為生活更加艱困，約有三分之一的人寧願回到過去的共產時代。當然這是步入自由經濟的



▲位於Hunedora區內Fagaras小鎮生活水平算高，也有德國企業在此，這棟建築是海關大樓。



▲這座Hunedora城堡是羅馬尼亞第二大吸血鬼城堡，但實際看起來比第一大的布朗城堡大，只因少人知道此處，所以知名度就不及布朗城堡，一般民眾太陽下山後也不太到城堡內參觀。



▲Brasov是滑雪和觀光勝地，大部份建築都還是12世紀德國人所蓋，很美也很有復古風貌，First Bike就位於這個城市。



- ▲在鄉村小鎮上大部分市民以傳統自行車做為交通工具。
- ◀布朗城堡因吸血鬼而聞名世界，吸血鬼也被拍成多部電影和小說，它也是吸引國外觀光客最主要的景點。
- ▶MTB是主要內銷車種，也是年輕人的最愛。



必經過程，一旦跨進入盟門檻，對市場、關稅、人民進出、經濟、建設、教育、文化、視野都將有所改善；相對的，對歐盟其它成員則是一種負擔，然而這是一種不可免的區域責任。

對於兩國的自行車業來說，大家都抱持樂觀態度，雖然羅馬尼亞與保加利亞在生活、經濟條件、政治及宗教上都相似，但在自行車業卻有很大區別，比如羅馬尼亞三家主要自行車廠 DHS、First Bike、Rich Sport 都以內銷為主，且 First Bike 與 Rich Sport 都有投入健身器材、摩托車業務、嬰兒用品等產品。DHS 較專注於經營自行車業，目前也是一家獨專，加上其對外宣稱年產量可達 100 萬輛，引起歐洲自行車業側目。由於羅馬尼亞人口（2,300 萬）比保加利亞（780 萬）多，所以自行車內需量比保加利亞大，據了解有近 40 萬輛之多，但都以登山車（MTB）為大宗，城市車市場非常小。羅馬尼亞 DHS 和 Rich Sport 的老闆都是中國人，零配件大都來自中國大陸和台灣；反觀保加利亞自行車業因過去都以出口為主，兼有為西歐品牌代工，所以對品質的概念較強，零

件也來自台灣、大陸和歐洲，保加利亞有自行車協會，六家會員間互動良好，在西歐市場也較活躍，因此也有保加利亞自行車銷入羅馬尼亞市場，甚至有羅馬尼亞人到兩國邊界逕行購買自行車。不過隨著加入歐盟後，兩國的市場擴大了，工資也提高了，當然競爭也比以前來得大，但關稅卻更有優勢。

羅馬尼亞—吸血鬼的家

在東歐國家中，羅馬尼亞人口僅次於波蘭（3,860 萬），共有 2,300 萬人口，和台灣人口很接近，由於位於中歐的東南部，因此被劃分為東南歐，西與匈牙利、塞爾維亞接壤，南鄰保加利亞，北邊為烏克蘭、摩爾多瓦（Moldova），是東南歐面積最大的國家。羅馬尼亞有超過 100 萬的吉普賽人，大城市治安較差，不過羅馬尼亞人很友善也注重乾淨，教育也高，但靈活度與積極度不足。

86% 的羅馬尼亞人信仰東正教，主食為麵包，40% 的人屬於貧苦



▲遊客扮起吸血鬼模樣，也有幾分像。



▲布蕾絲宮殿 (Peles Palace) 有羅馬尼亞最美麗宮殿之稱，也是卡羅國王和皇后的夏宮，建築外觀與裡面壁畫和飾品都非常經典。



▲羅馬尼亞位於首都布加勒斯特的這座國會是世界第二大建築，僅次於美國華盛頓的五角大廈。據傳羅馬尼亞這座國會地下設有秘密通道，但在完工時裡面近千名工人遭到毒殺死亡，為的是不讓他們洩密。



▲西畢屋 (SIBIU) 很多建築是12世紀德國人所建，很多房子屋頂開了一個到數個天窗，看起來很像眼睛，有人稱它為眼窗或窗眼，和12-13世紀德國羅薩堡屋頂上的眼窗一樣。



▲在羅馬尼亞有些房子門嵌上飾物是避吸血鬼用。



▲灰頭鵲是羅馬尼亞很特別的鳥，牠們習慣築巢於電線桿上或屋頂上，也形成特別景觀。

人家，50%的人為農民，主要農作物有大麥、玉米和太陽花，羅馬尼亞不像希臘和西班牙有橄欖樹，沿途看去皆是整片凋謝的太陽花梗，因為羅馬尼亞政府缺乏農業政策導致許多土地荒廢，甚至要從土耳其、埃及進口稻米、向匈牙利購買麵包，而過去農業不但足以自給還可出口；因加入歐盟而提升物價，羅馬尼亞人笑稱薪資的提高追不上物價飆漲。羅馬尼亞在2005年7月1日開始執行新羅幣 (RON)，也就是將舊羅幣 (ROL) 後面4個「0」去掉；8月上旬歐元約3.12RON，1US\$ = 2.3RON，10月上旬1Euro = 3.35 RON，1US\$ = 2.38 RON，羅幣也不斷升值，所以現在羅幣

存款大於外幣存款，物價也不時調漲，難怪有人說幣值天天變。不過，通貨膨脹不像幾年前那麼驚人，這一、兩年來已控制在個位數7-8%，大城市失業率只有4-5.5%，比起過去已改善很多。

在羅馬尼亞大城市如布加勒斯特、Timisoara、Cluj、Brasov等都可看到道路建設，交通路況欠佳的羅馬尼亞，就連高速公路也在整修，往往300公里的路程要費時5小時以上。過去E68由羅馬尼亞到匈牙利、奧地利、德國、西班牙...等道路都很少塞車，今年則壅塞得特別厲害，要從DHS到對街就得等上不少時間才能過得了；過去空蕩蕩的火車，現在也有很多人乘坐的景況。建設中當然諸多不便，相信未來羅馬尼亞憑著外資投入加上歐盟每年補助款，在經濟上與交通上都將大為改觀。Dacia是羅馬尼亞國營汽車廠，之前與法國Renault (雷諾) 合作，現在更將大部分股權賣給Renault汽車。2004年Dacia與Renault在Pitesti廠生產的新車種—Loga，在羅馬尼亞有50%的市場佔有率，這種基本車款售價約在5,000歐元左右。另外韓國Daewoo雖在1994年進入羅馬尼亞，但因Loga的車子大賣，使得羅馬尼亞Daewoo汽車面臨破產，並

將 51% 的股權售予羅馬尼亞政府；不過，近年來羅國政府推動土地、企業私有化，並預計在年底進行該案私有化，據台灣外貿協會駐布加勒斯特中心資料表示，已有福特、通用、雷諾、日產和印度 TATA 對收購該案有興趣。

由於過去十多年羅馬尼亞幾乎沒有蓋新屋，近幾年才開始推出新房子，所以建築業隨之快速成長，如 2004 年鋼材就上漲了 50%，建築磚材漲了 30%，水泥提高 13%，建材進口量也不斷增加和提高價格，像是從烏克蘭進口的水泥數量約佔市場的 6%，德國商人在 Hunedora 市的磁磚也供不應求，甚至出現貨車排隊等貨的情形。而土地和房子這幾年也高幅漲價，台灣外貿協會駐布加勒斯特主任賴文毅 (Simon Lahi) 表示，這三年來已漲了 3-4 倍之多；中國人如 DHS、Rich Sport 和二位台商也因置產而價值攀升。另外，水電費高漲，尤以冬天更甚，有些窮人甚至繳不出費用。

鐵、煤、石油、化學、黃金、葡萄酒、紡織、農畜品、林木、溫泉、古堡以及天然美麗的丘陵地…等，都是羅馬尼亞的資源，只是羅國人的行銷做得不夠，比如葡萄園有 24 公頃，每年出口 5,000 萬歐元，約 600 萬升，約只有 10% 出口，經摩爾多瓦 (Moldova) 銷往俄羅斯。但近十幾年來，上等葡萄 (約 40 萬) 種植面積減少 40%，使得羅馬尼亞的酒也正在減少，因為產銷



▲由 Brasov 通往西畢屋途中，可看見不少中世紀建築及農家在路邊或屋前賣洋蔥以及自產的農產品。



▲台灣和羅馬尼亞沒邦交，經貿往來並不是很順暢，外貿協會駐布加勒斯特主任賴文毅外派當地推廣二國經貿，他也積極協助廠商開拓羅國市場。



▲羅馬尼亞人大致上都很友善、好相處，也不排外。



▲這位老先生以前是拳擊手，因頭受傷，如今只能販賣小東西糊口。



▲羅馬尼亞人生活雖貧窮，但人民也易知足，對自己雙手創造的收入更加珍惜，圖中老婦人很自傲地向觀光客展現她的手工編織作品。



▲Miroza Radu是羅馬尼亞家喻戶曉的愛情節目主持人 (Antena 1tv)。

系統不好，所以桶裝出口多於瓶裝。至於金礦，羅國境內靠近 Hunedora 約 30 公里處的 Brad 是歐洲第二大金礦，現由加拿大商人在此開採，還有林木（喀爾巴千山脈占羅馬尼亞三分之一的面積）的開採與觀光業發展，都是被看好的未來行業。令人不解的是，羅國也臨黑海，但羅馬尼亞人夏季都選擇到保加利亞黑海邊，這使得 2006 年的外國觀光客比 2005 年減少近 40%。

勞力輸出也是羅馬尼亞賺取外匯的重要收入之一，每年都有不少羅馬尼亞人到西歐或美國打工，尤其暑假 3 個月（6-8 月）有不少學生到西歐打工，年輕人、年輕婦女也都相繼到西歐鄰國打工，據導遊表示羅國有近 30% 的勞工在西歐打工，甚至過去也有只以 3,000 歐元代價賣到西歐國家的非法販賣勞工，使得想到西歐求發展的美夢破滅，這情形與多年前因戰亂留下許多孤兒，世界上不少國家也陸續認養羅國孤兒的現象有關，不過現在已禁止。總之，勞力輸出每年約可為羅馬尼亞賺取 70 億元的外匯，

但因今年 1 月 1 日起成為 EU 會員，人民進出更方便，相繼湧入西歐的羅馬尼亞人和保加利亞人有些因找不到工作造成西歐的治安和社會問題；對於開始建設、希望拉短與歐盟距離的羅馬尼亞相當重要。目前羅國大城市只有 4-5.5% 的失業率，但不少企業尤其首都布加勒斯特等市已開始擔心未來將有勞力不足的情形；加上過去生活貧苦，死亡率大於生產率，而且每年以 0.12% 的人口在遞減，這對發展中的羅馬尼亞也是另一種隱憂。

縱使羅馬尼亞生活水平差，消費不高，但 2,300 萬的人口仍然吸引西歐連鎖店相繼進入，如 Metro（德）、Carrefour（法）、Cora（英）、Selgros（德）、Platinko（德）、Kaufland（德），但因價格較高，至今仍有不少人到傳統商店或傳統市場買東西；不過大賣場的相繼林立，未來對羅馬尼亞人的購買習慣也會改變。目前消費稅和其它稅均為 16%，雖然歐盟促其調高稅率，但羅馬尼亞政府考量百姓反應，所以尚未調整。

加入歐盟對整體發展是正面的，相對地競爭也是多面的，羅馬尼亞企業走出去，鄰國企業也會走進來，工資也會提高，低價勞工也將逐漸失去競爭力，比如過去羅馬尼亞有不少紡織業為西歐大廠如 Cotonella、Valentino、Hugo Boss 代工，因此羅國有「歐洲的縫紉車間」之稱，有 9,000 家廠商從事紡織成衣業，其中 7,200 家是成衣廠；2004 年的紡織出口金額佔全羅馬尼亞出口的 23%，其中 85% 銷往歐盟國家。但隨著工資（平均每月近 300 歐元）的持續上漲，羅國已開始擔心烏克蘭和白俄羅斯未來將取代其代工的位置。

羅馬尼亞自行車產業概況



羅馬尼亞自行車業主要有 First Bike (位於 Brasov)、DHS、Rich Sport 三家工廠，早期 Tohan 品牌自行車在羅馬尼亞有很大的市場，但已在幾年前結束營業，另有一家匈牙利在羅國製造自行車的 Eurobike，產量仍不大；羅國進口車也都由自行車廠在做，原則上沒有什麼零件廠，因此大部份都自中國、台灣、歐洲等地進口。羅馬尼亞進口自行車的進口稅為 15% (之前為 35%)、零件在 4.7%；付款以 T / T、DA 為主，少用信用狀 (L / C)，因為 L / C 費用太高，也有人表示羅馬尼亞有些廠商習慣扣除尾款，使得交易時不得不提高訂金，以防收不到尾款。羅馬尼亞自行車業長期來都以內銷為主，只有少部分出口 (DHS)，所以產量在 50 萬輛左右，內銷數量約在 40 多萬輛，因為有直接到保加利亞邊境購買，有些則是國外進口 (量少)。山地車 (MTB) 為主要車種，售價在 150-200 RON，城市車 (City Bike) 非常少，因為大部分羅馬尼亞人不騎城市車 (City Bike)，農村會買傳統車供載貨用，童車需求量也算穩定，一般零售價在 40-50 RON；顏色以紅色和藍色為主色，有些年輕人對匈牙利進來的 Magellan 也有不錯的反應。至於銀行利息則在 7-8% 左右，但房貸達 12%，外幣則 4-5%。

Eurosport DHS S.A :
董事長紐光輝 (Glory Niu) 是中國人，在羅馬尼亞已有 12 年，會選擇移居羅馬尼亞並經營自行



▲DHS於去年才遷入新大樓，大樓外觀為灰色，看起來很科技、典雅。

車業，紐董事長表示是因為羅馬尼亞人很友善、溫和而且不排外。起初從做貿易開始，自中國進口自行車，直到 1999 年才設工廠，並且以 DHS 為品牌；2006 年 3 月 25 日搬遷至現在新廠，共投入 1,300 萬歐元，土地面積有 6 公頃，其中廠房有 18,000 平方米，現在正在擴建 13,000 平



▲紐光輝董事長 (右) 到羅馬尼亞 12 年，從貿易起家到設廠，紐董總是全心全意專注於事業，夫人楊茜副總不僅是最佳左右手，更身兼財務總監。



▲郭永吉經理 (右) 取得羅馬尼亞博士學位，負責採購和業務，老婆黃瑪麗也任職於 DHS，夫唱婦隨。



▲Lucian Coutas 在 DHS 工作已八年，對公司政策相當支持，在今年 8 月被擢升為業務副總。



▲DHS設備來自台灣、荷蘭、法國等國，這套烤漆設備則來自台灣。



▲DHS生產部副總劉旭。

方米，機器設備來自台灣、中國、荷蘭、法國…等地，有13部大卡車。去年產量因為搬廠所以產量約在20萬輛，紐董事長在8月中旬表示今年將再成長，希望能達到27萬輛。但9月中旬科隆IFMA展後，據進出口經理郭永吉表示，可望達到40萬輛。

據楊茜副總經理（紐夫人）表示，DHS在2000年產量只有8,000輛，2001年為37,000輛，2002年8萬輛，2003年14萬輛，2004年21萬輛，2005年為23萬輛，2006年則為26萬輛。不過也有員工表示，去年因為搬新廠，所以產量只有20萬輛；今年因為一切已就緒，所以產量上看30-40萬輛，主要銷售管道為大賣場，如Metro、

Carrefour、Cora、Selgros…等，紐董事長表示，共有五十幾個商場的經銷商，平均5,000人以上人口的城市就設經銷店，有些大賣場入駐甚至要索取費用。

DHS設有三條生產線，主要零件都來自中國大陸、台灣、波蘭、義大利，入盟後，零件進口稅為4.7%，廠內工人以「件」計酬，但基本工資為100歐元；這幾年工資也不斷提高，過去薪資約US\$100／月，2006年則在150-200歐元；今年又提高到300-350歐元。零件雖大多採購自大陸，但紐董事長表示，他們還是以品質為考量，所以採購對象大部分都是台商。生產車種有MTB佔60%，童車25-30%，傳統28吋載重車6-8%，城市車則為5-7%；紐董事長又表示，童車過去都虧損，但又不能不做，現在則可以打平。為了要銷往歐盟國家，也開始準備生產跑車。至於付款給供應商的方式以DA和T／T為主，而內銷收款一般經銷商約30天，大超市可開到60天。為了讓小孩子自小培養騎自行車的樂趣，紐董經常舉辦一些兒童相關活動；為了使消費者有保障，售後服務從過去18個月增長為24個月，所以品質和服務就成了最主要的工作，紐董一再強調合法經營與規範操作，因為這樣才能長久立足。他同時補充：DHS是目前在羅馬尼亞唯一取得布魯塞爾60／40



▲DHS像這種卡車有13部。



▲DHS廠內組裝線有3條，今年目標為40萬輛，目前以內銷居多，但未來目標為各50%。



▲新廠房內零配件區井然有序。

規定的自行車廠。

廠房新穎現代化，有十多位幹部和員工來自中國大陸，旺季時員工在300人左右，現在有200

人；不過就算淡季也要生產自行車當存貨，以便開春進入旺季時所需，MTB售價為180-200 RON。紐董事長說，以前在羅馬尼亞內銷是First Bike居領導地位，在1999-2000年First Bike市佔率有70-80%；從2003年開始DHS已佔有60-70%；今年可望達到75%的市場佔有率，主要原因是羅國零件自中國進口較有優勢，加上中國人勤勞和全年無休的工作精神，大大提升其競爭力，也因為對自行車的堅持和投入，使經營績效更亮麗。另外，德國Prophete也投資DHS 30%股權，未來DHS也計劃上市。

加入歐盟之後，DHS認為對經營發展與產業發展都有利，未來DHS也會積極將自行車輸往歐盟地區，尤其希望能有更多機會幫歐盟代工或合作；另一方面，DHS也希望台商零件廠能在羅馬尼亞設置倉儲或設廠，以方便當地自行車業者，紐董事長表示，未來這五年最為關鍵，因為歐盟有3,500萬的自行車市場潛力，接近市場才能掌握客戶。據了解，羅馬尼亞政府與中國關係良好，受中國影響也大，領事館也是各國中最大的，中國人在羅國合法約8,000人，也有黑戶，總共1萬多人。台商在羅馬尼亞就非常少，據外貿協會駐布加勒斯特主任賴文毅表示，台商有2家都還不錯，也有另一家正在計劃到羅國設點，



▲Prophete投資DHS 30%，董事長Mr. Berthold Lionne（右）表示，雙方都有共識，二家結盟是最佳搭檔，左為DHS董事長紐光輝。

因為二國沒有正式往來，只有外貿協會在布加勒斯特成立貿易服務中心。

First Bike：同樣是先從貿易開始，約在1997-1998年開始，再轉為製造廠，老闆是黎巴嫩人叫Fady Osman，年產量據同業表示在12萬輛左右，因多元經營，所以也生產健身車、兒童用品，加上這三年多來內銷市場逐漸被DHS搶走，所以產量也逐年在減少中；但First Bike是羅馬尼亞唯一採專賣店銷售的自行車廠，也較堅持品質，所以同業都認為First Bike的利潤高於同業。First Bike工廠位於SKI和旅遊重心的Brasov。

Rich Sport SRL：剛開始（1997年）也是從事貿易業務，1999年才轉為工廠，老板蔣曉華（Richard Jiang）也是中國人（上海人），夫人沈嵐是上海姑



▲Rich董事長蔣曉華來自上海，很年輕，所以很多人叫他為「小蔣」，他除了自行車產業外，也有機車、嬰兒產品、運動器材等業務，也經營房地產、餐廳。



▲沈嵐負責Rich的財務，她也是蔣太太，育有二女，每三個月要到上海、天津Rich所設的點，中國總公司設在上海。



▲這棟建築是Rich樣品室和辦公室，後面就是去年被火燒掉的倉庫。



▲付偉主任負責自行車業務，他表示Rich國內市場以羅馬尼亞東部為主要銷售點。



▲雖然傳統自行車業較少人有意投入生產部分，但這位女士還是做得很快。



▲羅馬尼亞輪圈以鋁圈為主。

娘。工廠位於首都布加勒斯特，年產量近 20 萬輛；主要車種有 MTB（60% 以上）、童車、城市車、傳統載重車，也經營機車（125c.c.）、房地產、ATV、Scooter 等，員工約有 130 人，旺季時有 200 人。因位於首都所以有工人不易找的困擾，因為傳統產業少有人想做，加上首都都是外資進入較多的地方，很多人想找服務業和高科技或職員，而不是製造自行車的工人，也有十多位幹部來自中國大陸。

去年由於工人不慎引起火災（二次），將倉庫燒毀，相對地也影響到產量，雖然 Rich Sport 員工表示影響不大，但從其廠房置放情形，可以看出新建的生產線尚未發揮產能，工人也是採用以「件」

計酬，但有基本工資，所以平均薪資約 250-300 歐元。據採購主任付偉表示，去年 Rich Sport 成車產量在近 7 萬輛，童車就有 13 萬輛，不過 2006 年庫存也有 2 萬輛；今年因受去年火災影響，希望也能達到 20 萬輛的目標。主要市場以羅馬尼亞東面為主要銷售點，也就是銷往大賣場（Carry Crains）：Selgros、Hypermarkets、Carrefour、Cora、Kaufland，雖然產品走大眾化價格，但 Rich Sport 表示也有品質保證，也正在準備提出文件向布魯塞爾申請 60 / 40 規定。

Ricky Impex 是另外的關係企業，由於來自中國，所以在上海、天津都設有公司。隨著入盟後，Rich Sport 也希望出口到俄羅斯、波蘭和歐盟其他國家，蔣董事長希望未來產量不斷增加，市場也再拓大（現在以內銷為主），更希望有外來投資或合作的機會，同時蔣董事長也朝向藉助專業人士投入於他旗下不同事業體的發展。

玫瑰精油的故鄉—保加利亞



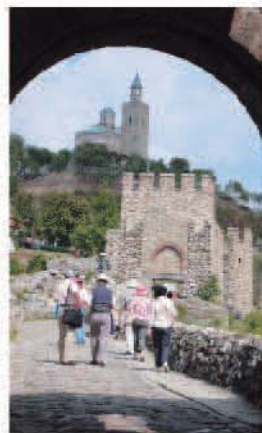
位於東南歐的保加利亞，境內東邊濱臨黑海，多瑙河更是保加利亞與羅馬尼亞的界河，巴爾幹山脈將保加利亞分



▲有保加利亞的耶路撒冷之稱的著名「里拉修道院」，建於十世紀。



▲維利克塔爾諾伯 (Veliko Tarnovo) 城很多房子都蓋在山上，算是山城景觀，右邊這條河為Jantra是多瑙河支流。



▲查雷威茲城堡，也稱為 Hill Castle，內有古蹟、教堂，由高點往下可俯瞰 Veliko Tarnovo 城景。



▲每年8月15日是聖母升天紀念日，教徒絡繹不絕到此參拜，這位Zviogli是里拉修道院院長，在東正教有很高地位。

為北部的多瑙河平原和南部的色雷斯低地，Sofia 是其首都，人口有 1 百多萬。保加利亞是一個農業國，其玫瑰精油、優格和葡萄酒在國際上頗負盛名，其中玫瑰谷的大馬士革玫瑰精油更是全世界精油的精品。玫瑰谷位於兩座山（海拔 1,376 公尺）的中央，是玫瑰生長最理想的地方，藉以陽光和水分的平衡供給；由於玫瑰園面積只有 1,500 公頃，而且要種植五年才可採收玫瑰萃取精油，每年只採一次，在 5 月底和 6 月上旬採收，並且須在清晨 4 點到 6 點太陽未上升之前採收完畢，全部都賴人工，無法機械化。也因為 Manolovo 的玫瑰谷生產環境有天然優勢，所以品質是全世界最好的，尤其紅色大馬士革精油，更是受到精油愛好者所鍾愛，因此，玫瑰也是保加利亞的國花。

一般玫瑰大多用來觀賞，但玫瑰谷的玫瑰則是用來萃取精油，其紅色玫瑰叫大馬士革，白色則叫阿爾巴，以紅色大馬士革最優也最受歡迎。由於面積與人力有限，因此 3 噸的玫瑰才能萃取 1 公斤的精油，據當地導遊表示，每年大概只有 4,000 公斤的玫瑰精油出產於此

地。在保加利亞精油售價 1G = 20-30 列弗，如在國外就貴出好多倍，儘管精油如此有名，但其出口僅佔保加利亞出口金額的 1%，鋼鐵和化工出口佔 51%，農業有 25%；最早保加利亞的玫瑰是由土耳其所引進栽種。據說土耳其人對保加利亞玫瑰精油受到全球愛用精油人士推崇就很不是滋味。

保加利亞面積為 110,910 平方公里，人口約 760-780 萬，人民有 88% 信奉東正教，10% 伊斯蘭教，85% 的人屬保加利亞人，吉普賽也有 3% 左右，土耳其則有 10%，死亡率大於出生率。年收入在 3,000-4,000 歐元，但所得稅和 VAT 為 20%，保國收入比鄰國羅馬尼亞稍微少一點，道路則比羅國順暢，平



▲文化上差異，顯示在「花」上，一般白色菊花中國人少用在室內插花，但保加利亞因白菊便宜，也可維持較長時間，所以不少人購買。

均城市化為 65%。1996-1997 年保加利亞也發生經濟危機，列弗兌美元匯率在 1996 年為 77：1，在 1997 年初則貶為 3000：1，年通貨膨脹達 310.8%，那時保國生產總值下降了 10.1%，這幾年大為縮少，10 月初 1 歐元 = 1.95 列弗，1US\$ = 1.3762 列弗。

1989 年保加利亞由共產走入民主，

當年與前蘇聯脫離關係後，其經濟也受到很大的打擊，人民生活一下子下降了 40%，造成人民恐慌；1944 年經濟開始復甦，但因不充足的經濟改革和不穩定的銀行系統，造成 1996 年的經濟危機。今年 1 月 1 日正式加入歐盟。

勞力輸出也是保加利亞的特色，不少年輕人為了改善生活、增加收入，所以



▲穿上保加利亞傳統服飾，端上保加利亞精油，很有保國特色。



▲玫瑰為保加利亞國花，雖價格貴點，但很多女性還是趨之若鶩。



▲保加利亞和羅馬尼亞山多，山區道路很適合自行車訓練和乘騎。



▲里拉修道院走廊上都是濕壁畫，色彩鮮艷生動，已被聯合國教科文組織（UNESCO）列為世界文化遺產保護。



▲保加利亞的大馬士革玫瑰精油是全球精油之王，其精油滴入水中呈水晶狀很特別，左二圖為玫瑰精油博物館。



▲位於首都Sofia城內很多教堂都是拜占庭建築，這座Sofia教堂在夕陽下時仍呈現其暖曦奪美的光芒。



▲SKODA在保加利亞有很大市場佔有率。



▲位於 Sofia 附近這家自行車店有童車、MTB 車，裡面還有可修理自行車的庭院。



都到西歐打工，保加利亞入盟對生意人來說都持正面看法，但有三分之一的人民對加入歐盟頗有怨言，他們認為稅收高，物價也上升了 25-30%，生活反而比以前更苦，他們甚至寧願恢復過去的生活。保加利亞人看起來較為嚴肅，不夠活潑，而且因為一向生活不富裕，所以也顯得小氣。人民較喜歡吃肉，對海鮮反而不是很喜歡。據了解，保加利亞有 20% 的人不結婚，但還是男女同居，並且育有小孩，他們認為這是享受生活的自由。大致上，治安比羅馬尼亞差。

觀光業在保加利亞也是重要的收入（18% 的 DDP），有玫瑰精油、葡萄酒、城堡、古城建築、教堂、博物館、民俗村、山巒原野風光…等都吸引觀光客，其中里拉修道院（Rila Monastery）更是東正教的總教堂，已被聯合國教科文組織（UNESCO）在 1928 年列為文化財產保護；每年 8 月 15 日是聖母升天的重要

慶典，來自全國信徒都會前往膜拜。另外，Sofia、Plovdiv 等都是旅遊重點，尤其 Plovdiv 正位於色雷斯平原的中心，也是保加利亞的發祥地。Maxcom 和 Leader-96 工廠就在 Plovdiv。



▲羅馬尼亞和保加利亞很多土地都未充分耕作，據保加利亞導遊表示，主要道路旁很多荒蕪土地是因怕灰塵影響農作物，所以農民種植意願就不高。

生活雖然不富裕，收入也不高，但 95% 的保加利亞人都擁有房子，大部分的家庭也有一部汽車，多數為二手車，捷克與福斯合作生產的 SKODA 很受此地歡迎。沿途看到不少土地沒有種植，導遊表示是鄰近主要道路易受污染，所以才沒種。總之，保加利亞在人民生活、經濟改善與國民視野上都將因加入歐盟後而改善，期待濃郁芬香的玫瑰精油能飄得更遠、更令人振奮。

保加利亞自行車產業概況



▲Dragomir Kouzov為保加利亞自行車協會 (ABPB) 現任主席。六家會員廠商在今年IFMA展中都設有攤位，他們想建立「自行車島」的形象。

保加利亞人口只有 760-780 萬，自行車內銷市場有限（一年約 10-12 萬輛），只得向外發展，所以保加利亞自行車對品質要求也比東歐好，甚至在 2004 年就成立保加利亞自行車製造協會 (Association of The Bicycle Producers In Bulgaria, ABPB)，有 6 個會員，全是自行車製造廠，這在東歐或東南歐是唯一的自行車組織，會員彼此競爭，也相互支援。保加利亞自行車廠分別為：Cross Ltd、MAXCOM Ltd、Leader-96 Ltd、Balkan JSC、Robifir Bike Ltd、Velomania Ltd 等六家自行車廠，總產量約 50 萬輛。根據 ABPB 統計資料，2000 年保加利亞產

量 34,640 輛，2001 年為 60,100 萬，2002 年產量跳至 144,200 輛，2003 年達 239,900 輛，2004 年有 378,390 輛。根據 ABPB 統計，2005 年產 435,180 輛，出口約 30 萬輛，進口 31,000 輛，2006 年達 484,522 輛。根據 ABPB 理事長、也是 Velomania 董事長 Mr. Dragomir Kouzov 表示，保加利亞每年保持在 10-15% 的成長率。保加利亞六家自行車廠已向布魯塞爾提出 60 / 40 零件比例，可望在今年年底取得證照。

保加利亞有 100-120 家自行車店，主要銷售透過 Chain Store 像 Metro、Bricolage，和羅國自行車業一樣，保加利亞也是以 MTB 為主，還有 Trekking、童車、城市車、跑車。少有零件廠，不過像 Cross 和 MAXCOM 都有生產輪組，其餘則從中國、台灣、日本和歐洲進口。而騎自行車的人口雖然不多，但還是處處可見，但保加利亞和羅國一樣也是少人騎城市車，尤其中年人更少看到騎自行車；可能保加利亞不像羅馬尼亞人多、車多，路況也比羅馬尼亞好，所以騎自行車反而在保加利亞看得較多，而且每年 9 月 22 日也訂為無車日。車身顏色以藍色、紅色為主色，也有紅藍雙色或紅白雙色。



▲Cross 銷售及採購部經理 Stefan Ivanov 表示他們的生產旺季為 2 月到 5 月。



▲Lyuben Martinov 為 Cross 的總裁，曾擔任過 ABPB 第一任主席。（Photo：Cross 提供）



▲Cross 副總裁 Lukan Lukanov 表示他們的品牌持續成長中，每年也為英國 Raleigh 生產將近約 2 萬輛自行車，他們也被授權銷售 Raleigh 自行車，內銷保加利亞市場。

Cross Ltd：位於 Montana，成立於 1993 年，董事長為 Lyuben Martinov，去年產量兩個廠共有 193,000 輛，其中 Montana 有 14 萬 輛，Vindin 有 53,000 輛，員工 400 人，80% 為出口，以德國最多約佔 40%，其它尚有英國、荷蘭、奧地利、瑞士，也幫英國 Raleigh 代工。20% 內銷市場，走中高價位，平均出口單價約在 118 歐元。據 Cross 副總裁 Mr. Lukan Lukanov 表示，Cross 是自行車品牌，Crosser 為輪組品牌，每年 Cross 保持 15-20% 的成長率，五年前甚至都有 40% 的高成長率。

因為銷往歐洲，所以對品質也特別重視，尤其 Cross 是其自有品牌，更不能有任何疏忽，也因此，車架都是自己設計，再從中國和台灣進口原色然後自己烤漆，很多機器設備購自台灣，大部分零件也來自大陸（30%）、台灣和歐洲（70%），而且選擇較高品質的供應商（付款主要以 DA 90 天，也有 T / T）：與台灣輝駿（Goodhill）合作多年。

2-5 月份為出產旺季，事實上，由於市場分散，並無所謂真的淡季，銷售和採購經理 Mr. Stefan Ivanov 說，雖然 8、9 月較淡季，但英國市場可以 Cover 也就沒有很大的落差。Cross 幫英國 Raleigh 代工已有三年，每年約 2 萬輛，Cross 也經 Raleigh 授權，可在保加利亞銷售 Raleigh 自行車，據 Stefan 表示，



▲ Cross 的兩家工廠位於 Montana 以及 Vindin。圖中為 Montana 的工廠，共有 4 棟建築物，包括倉庫。



▲ Crosser 為其輪組的品牌。

▶ 進口的車架只有基本的 C/P 表面處理，車架烤漆的部分則由 Cross 自行處理。



他們為五家品牌代工；當然也銷售 Cross 品牌，不過 11、12 月也仍然繼續生產，以備 1-5 月旺季需求。

對於今年加入歐盟，Mr. Lukan Lukanov 表示，對 Cross 和保加利亞自行車業都更有競爭力，因為歐盟進口關稅為零，運輸時間也縮短，對向外拓展更具時效。2007 年的產量，Stefan 表示，仍然和 2006 年看齊，以 20 萬輛為目標。



▲ 雖然車架是由大陸進口，但僅有 C/P 表面處理，Cross 則自行設計車架。



▲ Cross 有兩條組裝線。



▲ Cross 堅持高品質以維護信譽良好的名譽，公司決不允許任何的錯誤和疏忽。



▲ MAXCOM總裁Mitkov從經營貿易公司起家，新的工廠佔地28,000平方公尺，為保加利亞最大的自行車工廠。

MAXCOM Ltd：位於保加利亞第二大城市 Plovdiv — 具有2,500多年的羅馬古城風貌，人口50萬。成立於1996年，剛開始以貿易起家，董事長為 Mr. Mitkov；後來才轉為工廠，並且快速成長，如1999年8,000輛，2000年16,000輛，2001年34,000輛，2002年6萬輛，2003年87,000輛，2004年接近12萬輛，2005年14萬輛，2006年187,000輛，預計今年產量在23-24萬輛。因為大幅成長，所以MAXCOM在去年建蓋新廠，共花了18個月完成這座現代化的新工廠，8月中旬時內部正在整修、外面綠地也正在種植，烤漆機械設備也在9月底前可以完成，只等著台灣機械供應廠運來並裝置就可以投入運作。福爾德為其台灣代理，Mano表示，Jimmy Chang 長期以來給予很多協助，他們不僅是好朋友，更是好伙伴。

新廠土地面積共有28,000平方米，目前組裝線有和輪組面積有8,000平方米，其中組裝線有三條，目前二條已開始運作，另一條也即將在短時間開始組裝；輪組則有7條線，每天有3,500條產量，希望未來能發揮到每天5,000條。放置零組件的面積有1萬平方米，辦公大樓 Office 每層有1,500平方米，預計在今年10月全部完工，製造經理 Mr.



▲ 生產部經理Mano Batchkarov。他很積極，也很有公關能力，不僅用心於製造管理，對市場也很關心。

Mano Batchkarov 說，屆時全新風貌、全新環境、全新心情，員工也將會有更好的表現。廠內可看到不同顏色的制服，Mano說現場工人為淺藍色，橘色則為現場監督人員，而且制服每年都在改顏色，以帶給員工新的工作心情。

「SPRINT」和「SPR」為其品牌，其中SPRINT走低價位，SPR則為中、高價位的品牌，事實上，MAXCOM過去有80%是以大眾價格為主，只有20%為中級產品；未來也將提升品質、擴大市場，尤其西歐、俄羅斯都是目標。據Mano表示，輪圈鋁材由保加利亞和希臘進口，至於零件是由中國和台灣進口，也有部分輪胎從泰國進口，但不進口整車甚至CKD也沒有，不過，MAXCOM都有出口CKD到烏克蘭。



▲ SPRINT是MAXCOM品牌之一，走低價位，另一品牌為SPR，走中高價位。



▲目前有七條輪組生產線，未來將會擴增為九條。



▲管理部的制服為紅色的，而一般的工人則穿著淺藍色的制服。



▲此機械是來自法國。



▲工人專注於他的工作。



▲有三條組裝線。



▲零件倉庫寬闊又整齊，但Mano說，別看架上這麼多零部件，它只能容納一個月的存貨供組裝線使用。

業務也是以出口為主約 60-65%，分別為法國、荷蘭、希臘、西班牙、義大利，而捷克和波蘭尚未輸出，產量有 20 萬輛，其中成車（MTB、Trekking、城市車、傳統車）約 12 萬輛，童車則有 6 萬輛；童車的零售價在 15-30 歐元，MTB 的價位從 50、100、120 歐元都有；顏色則有紅色、藍色、紅+藍或紅+白雙色，也有黑色、銀色、白色。工人全部是保加利亞人，平均工資在 200 歐元左右。入盟後，MAXCOM 更有信心，並且新廠新氣象，不管在品質、效益上，他們都有很高的期待。



▲全新的辦公大樓外圍種滿綠色植物，期望能為員工帶來靈感以及消除壓力。

Leader-96：成立於 1996 年，因此公司各家取名為 Leader-96，與 MAXCOM 同一城市—Plovdiv，年產量在 6 萬輛左右，其中 80% 出口到歐盟如比利時、希臘、德國、俄羅斯…等，平均出口單價在 110 歐元，員工人數 180 人，其中辦公人員 50 人，生產線上有 130 人，每人平均工資在 200-250 歐元。



▲Leader-96 董事長 Mr. Georgi Zlatanov 表示該公司重視員工和專業。



▲Leader-96 總經理 Mr. Dimitar Zlatanov 對經營也很有見解。



▲保加利亞 Leader-96 父子成為最佳搭檔，其背景圖像很醒目。

Leader-96 第二代已參與經營，董事長為 Mr. Georgi Zlatanov，兒子 Mr. Dimitar Zlatanov 任總經理一職，據董事長 Mr. Georgi Zlatanov 表示，零件約 40% 由大陸進口，10% 向台灣採購，新加坡和越南約佔 20-30%，燈則由德國進口，父子二人同聲表示經營重視人與專業，總經理 Dimitar 說，Plovdiv 有 6 家經銷店，而 Metro 是保加利亞最大的

銷售連鎖超市。

對於歐盟國家有些人表示，保加利亞今年加入歐盟後，湧入更多的保加利亞人也造成歐盟的社會問題，對此，Leader-96 董事長 Georgi 則不認同。

BALKANVELO AD：是保加利亞歷史最悠久的自行車廠（1957 年），也是當時唯一的自行車廠，原為國營企業，但 1997 年則 100% 民營化，董事長為 Mrs. Margarite Domuschieve，接手後，她積極改善流程，增購設備以及提高員工福利等措施。

據 Balkan 銷售和採購部經理 Miss Darina Todorova 表示，BALKANVELO Ad 年產能約 5 萬輛，80% 出口到歐盟國家，其餘近 20% 內銷到連鎖超市商店和自行車專賣店，Reactor 為其品牌，該公司銷售旺季在 2-6 月，因此，這期間也會增加人手投入生產，平常組裝線上固定的工人在 50 人左右。

Balkan 廠房據 Todorova 小姐表示，有 1 萬平方米和二處小型倉庫，該公司在



▲BALKANVELO AD 業務經理 Darina Todorova 表示該公司看好未來發展。



▲保加利亞 BALKANVELO AD 是保加利亞歷史最悠久的自行車廠，右一為董事長 Mrs. Margarite Domuschieve、中為業務經理 Miss Darina Todorova。

2003 年通過 ISO 9001 和 2000 認證，該自行車廠位於 Lovech，佔地利之便靠近 Varna 和 Thessalonik 港口，也靠近機場和東西向高速公路…等優勢，對未來充滿信心。

Robifir：這幾年每年保持在 10% 以上的成長，據董事長 Eng. Radoslav Simonski 表示，Robifir 2006 年約生產 4 萬輛，今年目標為 45,000 輛。其中 85% 為出口，也是以歐盟如德國、丹麥、俄羅斯…等為主，出口平均單位 MTB 為 70 歐元，City Bike：100-130 歐元，而且 City Bike 成長快速，童車平均出口單位為 30-40 歐元，零件有 50% 來自中國大陸，台灣則 15-20%，廠內員工約 50 人，辦公人員約 60 人。



▲Robifir 董事長 Eng. Radoslav Simonski (右二) 表示年產量 6 萬輛，右一為他女兒 Yulia Simonski，左一為進出口部 Plamen Hristov，左二為 Katerina Chatzi。



▲Robifir 在 IFMA 的攤位人潮不斷。



▲Dragomir Kouzov 曾經為自行車選手，所以他相當了解騎車技術，也知道騎乘者的需求。



▲進出口部經理 Evgeni Tanov 表示 Velomania 為保加利亞修補市場中最大的製造商，也是 Shimano 在保加利亞修補市場代理。

Velomania Ltd：出身於賽車手的 Dragomir Kouzov 不僅是這家公司的董事長，也是 Association of the Bicycle Producers in Bulgaria (ABPB) 的理事長，不僅要為六家會員創造更優惠的製造條件，也要奔波於歐盟開會、拜會各組織，並且向保加利亞政府爭取會員利益，所以保加利亞會員間互動良好、活力好，而且每年都有 15-20% 的成長。Mr. Kouzov 表示，ABPB 第一屆理事長 Cross Bike 的 Mr. Martinov 奠定了良好的基礎，會員間互相支援、團結，他認為若連六家都無法團結，怎麼會有力量：今年他們六家也一樣在德國科隆 IFMA 展出，這是第三次一起展出，主要是要塑造成自行車島的形象。

重質不重量是 Mr. Kouzov 的做法，他認為騎乘一部好車的感受對選手最為重要，所以對技術、品質、舒適、外觀…等都非常堅持。年產量在 2 萬至 2 萬 5 千輛，其中 MTB 70%，城市車 20%、Downhill 5%、跑車 5%；平均單價在 150-180 歐元，員工只有 30-40 人。工廠位於保加利亞首都 Sofia，廠房因在 Business Center 內，所以不大，分二層，只有 1 條組裝線；Kouzov 說，他們計劃明年搬進距離 50 公里處約 4,000-5,000 平方米的新廠，也因此這次廠房內就不開放拍照。

「DRAG」和「DRAGOMIR」是不同車款的品牌，其中 DRAG 是跑車用，DRAGOMIR 則是用在 MTB、Downhill，有 80-90% 出口到德國、奧地利、法國、義大利、荷蘭、瑞典、希臘、俄羅斯、烏克蘭、塞普路斯。Velomania 也有自己的車隊— Drag Racing Team，有 20 位騎手，據 Mr. Kouzov 表示這個 Team 已連續三年蟬聯保加利亞 Downhill 比賽冠軍，在跑車賽中也奪冠。Dragomir 同時是 Master of Cycling in U.S.S.R，所以他在歐洲賽車界保有知名度。

Velomania 也是 Shimano 在保加利亞補修市場的代理，據進出口經理 Evgeni

Tanov 表示，Velomania 是保加利亞最大的 After Market 公司，有 95% 使用 Shimano 產品；至於 SRAM，Mr. Tanov 表示保國尚不普遍。在台灣由得運為代理，其中從台灣和中國進口各 50%，也有從捷克、烏克蘭、波蘭、義大利進口。今年預計成長 15%。

Mr. Dragomir Kouzov 認為加入歐盟後，對保國自行車業更有利，他不擔心鄰國或歐盟國家成員將車賣進來，他認為內銷年銷售量在 10-12 萬輛對歐盟興趣不大，加上歐盟賣到保國也沒有競爭力；Dragomir 還補充說，反而有不少羅馬尼亞人到距離保加利亞 80 公里處購買保加利亞的自行車，因為羅馬尼亞人認為保加利亞的車子品質較佳。☼



▲ Velomania 董事長（右二）在 IFMA 展上 Meeting 滿檔，同時還不忘做公關。



▲ 產品經理 Sergey Kuzov。



▲ DRAGOMIR 為 Velomania 下坡車與登山車的自有品牌。