



潛力市場：女性及嬰兒潮世代

文◎編譯小組

多年來許多專家不斷呼籲零售商及製造商應做好準備，以因應嬰兒潮世代出生的衆多人口所帶來的爆炸性消費。但是根據最近一項由美國「Leisure Trends Group」進行的研究顯示，比起其他年齡層，45歲及以上年齡層的人口擁有自行車的比率最低。這項發現發表於7月份的 LeisureTRAK 刊物，研究對象為兩種互補的目標族群：自行車愛好者與一般人。這項研究顯示在一般人當中，年齡在45歲及以上的美國人只有30%擁有單車。

美國自行車業界資深顧問 Gluskin Townley Group 公司的 Jay Townley 表示：「很樂見有 Leisure Trends Group 這樣具權威的研究組織，支援我與研究夥伴 Elliot Gluskin 在2000年發表的『Cycling Consumer of The New Millennium』報告。」他認為自行車產業應該多花心思吸引嬰兒潮世代及女性人口。他也補充道：「美國自行車產業在這7年的時間中並未有所成長，業者必須將觸角伸及非自行車騎士的族群，這之中大部分是嬰兒潮世代、女性族群以及60歲以上的年齡層人口，才

能讓自行車運動的參與率及自行車消費市場兩方面皆有所成長。」

37%成年人擁有自行車

Leisure Trends 研究發現在其他的年齡層方面，16-24 歲年齡層中有 43% 擁有自行車、25-34 歲的年齡層中則有 45% 擁有自行車，而 35-44 歲擁有自行車的人口則佔其中 41%；總計來說，16 歲及以上年齡層的美國人擁有自行車的比率為 37%。依目標族群分析，自行車運動愛好者的自行車擁有率則是一般人的 2 倍以上，77% 至少擁有 1 輛單車。

Leisure Trends 的總裁 Jim Spring 在報告中論述了「將非自行車運動參與者，轉為自行車愛好者」的目標。Spring 表示：「消費者對自行車的態度與行為，顯示自行車運動可以結合許多方式來進行。而 16 歲及以上的美國人有 37% 擁有自行車，換句話說，美國大約有 8,500 萬自行車正被使用或在車庫中備用。」

LeisureTRAK 報告也探究美國人的通勤習慣，發現約 7% 的美國人一週有 2 天騎單車通勤；不過這項報告並無數據說明較過去而言是提升或下滑。報告也指出，在歐洲城市像是哥本哈根（Copenhagen）或阿姆斯特丹（Amsterdam），由於擁有對自行車友善的公共設施，因此單車通勤率高達 40%；美國城鎮如果能建設更多自行車道以提升倡導無污染的交通方式，也能達到這樣的比率。

市場的潛力族群

此份報告也檢視了民衆在自行車專賣店及其他量販中心的自行車購買管道，並且發現大部分（61%）的運動愛好者是在自行車專賣店消費，而 73% 的一般民衆

則透過非專賣店購買自行車，這些非專賣店包括大型零售商、運動用品連鎖店、百貨公司以及網路零售商。報告指出，如果自行車廠商能將更多注意力放至特定族群上，非專賣店所佔有的 73% 市佔率可能轉而投入自行車專賣店。

報告聲明：「除了三分之二的人口並未擁有自行車外，還有兩項人口統計資料值得自行車產業注意。一項是老年人，45 歲以上的美國人傾向於完全退出自行車運動；第二項則是女性，她們大多恐懼並認為騎乘自行車並不安全。」美國自行車經銷商協會（National Bicycle Dealers Association）執行長 Fred Clements 建議，以多重交叉的方式來助長自行車運動的興盛。Clements 表示：「嬰兒潮世代主宰了市場，而這具有長期的風險，因為這個族群不可能永遠活躍。在嬰兒潮世代之後，開發主流外的市場將會讓我們處在更有利的生存位置，也會讓自行車運動百分之百達到一個國家的潛力。」他也補充道：「如果自行車運動市場更加寬廣且分異，我們將不只銷售出許多產品，讓政府瞭解自行車相關設施的設置對於自行車工業的未來十分重要，也會更加容易。如果我們將目標鎖定於休閒為主的騎士、小孩、女性以及非白人等，這些族群都將是自行車市場成長的潛力來源。」

各年齡層中的自行車擁有率

年齡層	百分比
16-24 歲	43%
25-34 歲	45%
35-44 歲	41%
45 歲以上	30%
總體（16 歲以上）	37%

Source: LeisureTRAK, Volume 6, Issue 2

（資料來源：Bicycle Retailer）