

電動車大幅成長

■ ■ 瑞士自行車市場現況

文◎編譯小組

瑞士自行車市場相當穩定，據統計資料顯示，2006年瑞士自行車專賣店及運動用品 Outlet（暢貨中心）的自行車銷售業績與2005年相比差不多，呈現微幅成長；但是瑞士市場卻刮起一股平價自行車的風潮，加上海關的減稅政策，使得這股風潮更持續加溫；反觀高價位車種、電動自行車成功打入市場，成長量也相當可觀。

■ ■ 年銷售超過30萬輛

根據瑞士貿易協會 Velosuisse 所提供的最新數據指出，2006年瑞士的自行車銷售量小幅提升，數量增加 18,446 輛，約成長 6.8%。這是瑞士自 90 年代至今，自行車的銷售量首度突破 300,000 輛的佳績（90 年代時，市場有多次超過 300,000 輛的記錄）。但這個成長的數據並無法反應真正的市場表現，因為它是經過 Velosuisse 總裁 Gallus Komenda 修飾後的結果。身為瑞士貿易協會元老級會員之一，Komenda 宣稱：「這些數據可信度極高！」原因在於協會的資料系統改採無計名的方式收集，數據來源除了來自會員之外，並且還包括合格的運動用品暢貨中心及頗具規模的批發商，例如 Athleticum、Coop、Migros 的 SportXX 等。雖然，折扣商店（Carrefour、Conforama、Otto's）的數據資料仍然是高度不可靠，但清楚可見的是這些數

據明顯被低估了。其他的統計數據是來自食品雜貨連鎖店，例如 Aldi 及 Landi（Landi 為連鎖生機食品超市，今年春季時以優惠的價格吸引消費者，成功振興傳統瑞士自行車品牌 Cilo）。但不論如何，這些統計數據卻與海關的統計數字相差了數萬輛。

■ ■ 主要進口來源：中國&台灣

由 2006 年的進口數字可看出瑞士市場的變化：2005 年台灣以 91,000 輛的進口量成為瑞士第一大進口來源，但在 2006 年旋即被中國大陸所超越。中國大陸的進口量從 86,000 輛成長到 107,000 輛，增長幅度約為 24%（平均單價為 98 歐元）；而台灣進口量則下降到 75,000 輛，衰退幅度約為 16%，平均單價 304 歐元。這個轉變是受到瑞士財政決策所影響，瑞士並不像歐盟國家對大陸所進口的自行車採取課徵高額反傾銷稅的政策；相對地，瑞士對於大陸所進口的自行車採取免進口稅的優惠措施。預估約 5,000 輛的中國製廉價自行車透過折扣商店以超低價格在市場上販售。雖然 Velosuisse 一直避談大量平價自行車在市場上所造成的轟動，但這些被作為特價促銷的低價自行車都應該被視為「第三勢力」，並與專賣店及運動用品店所賣出的自行車一併被納入統計數字內。這應該就可以解釋為何協會成員所提供的

數據是停滯無增長的銷售，但整體市場的表現卻是成長的原因。

■ 自行車年產值3.82億歐元

市場統計數字指出，瑞士自行車市場的年產值（包括自行車、零配件、車服、手套以及維修保養等服務）達 6.3 億瑞士法郎（折合歐元 3.82 億）；自行車就業人口約 6,100 人，2006 年市場上單車擁有量約 390 萬輛。分析統計數字發現，138,000 輛的 26 吋登山車中一半皆為入門級自行車，而品質最好的登山車則供作學生通勤工具，店家會在此款自行車上裝置道路用必備之配件（包括擋泥板、車燈、車鈴及車鎖）。預估三分之一無配備的簡單型自行車在專賣店內被改裝為城市車（city bike），因此城市車成為市場上佔有率最大的車種，而非登山車。

官方的統計數據受到重視的原因在於它第一次詳細指明每輛自行車的價值，這也證明了專賣店滿意市場表現的原因：雖然每輛自行車的價格減少 4.8%，但整體銷售額過去只有短少 1%，而現在則是 85.5%。Gallus Komneda 指出這是在歐洲獨有的現象，但這卻存在著風險：「專賣店已經完全不賣初階自行車，而且傾向減少販賣中低價位的車種」，這些車種都流入合格大型連鎖零售店販售，而且這些零售店也有意進軍高價位市場。改賣高級車種後，專賣店則提高其平均單價，也從 22 瑞士法郎提升至 1,471 瑞士法郎的高價位。

■ 公路車行情看漲

公路車的平均價格又再次漲到近乎原本的兩倍高，雖然銷售量平穩，維持跟以前一樣的水準，但公路車的消費者

仍在市場上佔居重要地位。其中知名品牌 BMC 行情看漲，但 2006 的銷售數量略為滑落 1,200 輛，來到 13,000 輛，但這並不會拉下公路車在當地的統計數據。公路車的市場地位日趨重要，因為市場普及率極高的登山車若與同等價位的公路車比較交易量，登山車的銷售量為 20,000 輛，只比公路車多出 50% 的交易量。公路車變得炙手可熱的原因在於具備利潤佳及獨佔性極高的特點，店家可提供消費者建議，因此以廉價市場為主的批發商很難進入這個市場。

■ 利基車種：電動車

電動自行車在市場上也同樣具有利潤佳及獨佔性極高的特性，從 Conforama 以 485 歐元販售電動折疊車看來，可發現折扣店也開始注意到這一塊利基市場。這股風潮主要是由極力促銷自家電動自行車 Flyer（在瑞士的市佔率超過 80% 以上）的 Biketec 公司所帶動起來，且當地稱電動自行車在 2006 年達到 3,000 輛的銷售量，成長約 77%；整體而言，電動自行車為成長最快速的車種。驚人成長的銷售量也讓電動自行車第一次出現在協會官方統計自行車市場的數據中。

另一類明顯大幅成長（超過 5,000 輛）的車種為特殊自行車，如斜躺車、協力車、折疊車，但值得注意的是，我們可以明顯的看出這是某家大型批發商錯誤估算他們低價自行車的銷售數字後，而於市場上所造成的影響。

■ 瑞士製自行車回鍋

儘管進口低價自行車在市場上態勢趨強，但值得一提的是，瑞士穩固、品質好的手工自行車仍佔有一席之地，約為

40,000 輛。Aarios 工廠保有最基本、最原始的瑞士傳統，甚至不假他人之手，自行生產車架；另一個例子 Cresta 工廠，則是自己處理上漆的加工。近來，支持瑞士製（Made in Swiss）自行車的聲音是不減反增，回流的原因在於他們可以針對要求嚴格的客戶做出符合他們需求的產品。Thomus 就是個成功的例子，嚴格說起來，Thomus 過去幾年來只是地區性的小品牌，但現在其觸角已逐漸擴展到全國，而且除了青少年車及童車之外，Thomus 在瑞士首都伯恩組裝各式各樣的車種。另一個成功的例子為致力於公路車競賽而舉世聞名的品牌 BMC，其一半的生產量皆銷售海外市場。BMC 計畫自明年開始，於瑞士自行生產高級車架。



2006 年瑞士自行車市場統計

（單位：輛）

無配件的運動自行車				
車種分類	2006銷量	相較2005年	IBD市佔率	經銷連鎖通路
26吋登山車	137,952	+2.1%	72.30%	27.70%
28吋越野車	10,800	+1.8%	97.20%	2.80%
公路車	13,000	-8.4%	98.50%	1.50%
20-24吋青少年車	27,100	+3.4%	59.00%	41.00%
小計（1）	188,852	+1.5%	73.60%	26.40%
休閒車與城市車				
車種分類	2006銷量	相較2005年	IBD市佔率	經銷連鎖通路
28吋City	59,000	+9.2%	69.50%	30.50%
26吋City	18,359	+22.3%	51.70%	48.30%
20-24吋青少年車	22,659	+2.9%	34.40%	65.60%
電動車	3,181	+77.6%	100%	0%
特殊車種	7,235	-	-	-
小計（2）	110,434	+16.4%	57.70%	42.30%
總計（1）+（2）	299,286	+6.6%	67.80%	32.20%