



2006德國自行車市場概況

整理◎編輯部

根 據德國兩輪車製造公會 ZIV 統計，德國全國國民擁有之自行車數量於 2000-2002 年間一直穩定維持在 6,500 萬輛，2002-2003 年間總數雖增加 100 萬輛，但之後兩年則未再出現變動；直到 2005-2006 年間才再度增加 100 萬輛達到 6,700 萬輛。以上無疑顯示，德國國內自行車市場飽和度已高，除非製造業再獻新猷，推出極具吸引力之創新產品上市，否則消費者必不輕易打開荷包。

儘管 2005-2006 年間德國國內自行車供應量與 2004-2005 年間比較雖減，然同時全國國民擁有自行車量卻反增，據 ZIV 解釋，其中主要因健身車市場佔有率已大增，因此估計目前德國不少國民應擁有超過 2 輛以上之自行車，反觀使用年代較久、遭到銷毀之車輛則應已大減。

出口仰賴進口

自行車生產屬勞力密集之製造業，因此自行車在德國生產受高昂製造成本影響，產量一直不高；尤其自 2003 年以來，每年不斷減產，乃至 2006 年總生產量已掉到 25 萬輛以下。不過 2006 年德國自行車出口量卻超過 48 萬輛，因此不難看出，出口產品有不少係來自進口產品。

在進口方面，2005-2006 年間，台灣不論就量或值而言，皆榮膺德國進口自行車之最大供應國，2006 年台灣對德國輸銷

量計達 438,975 輛，約佔該國同類產品進口之 18%；台灣之外，則以位於東歐之立陶宛及波蘭兩國分居第二及第三大供應國，各有 251,888 輛、230,306 輛。然如將台灣對德國輸銷自行車之金額與此東歐兩國並列比較（表二），可以明顯看出台灣之銷德產品主要係以高單價及高品質取勝，早已脫離以往廉價生產之舊軌。

表二：德國進口自行車前三大國別金額統計

金額單位：百萬歐元			
供應來源	2004	2005	2006
台灣	78.48	104.68	91.52
立陶宛	27.13	33.15	23.64
波蘭	24.88	36.16	20.95

Source：德國兩輪車製造公會 (ZIV)

德國自行車出口對象向來係以歐洲國家為主，其中又以歐盟之佔幅最高，2006 年當德國自行車總出口量計達 481,442 輛之際，其中對歐盟國家之出口量便高達 428,220 輛，相當於總出口之 89%；同期間對其他歐洲國家之輸銷量則逾 4 萬輛，其中又以瑞士之佔幅最高，達 39,687 輛。而對其他地區如東歐、亞洲及美澳等區之銷量則皆一律低於 5,000 輛，分別為 4,840 輛、2,970 輛與 2,486 輛。

Trekking Bike 為主流

在市場供應方面，2006 年德國自行車市場在己國生產有限之情況下，亦以進口產品佔大宗。暢銷車種方面，則在德國盛

表一：歷年德國自行車生產、進出口及國內市場供應量

單位：輛				
年度	總生產量	進口量	出口量	市場供應量
2002	3,045,000	2,118,725	523,236	4,640,789
2003	3,203,000	2,276,843	546,364	4,933,479
2004	2,940,000	2,449,850	562,635	4,827,215
2005	2,714,000	2,433,992	378,260	4,769,732
2006	2,490,000	-	481,442	4,447,622

Source：德國兩輪車製造公會 (ZIV)

行長途騎自行車旅遊以及以騎車健身兩點推動下，使 Trekking Bike 佔最大宗，其市佔率較 2005 年成長 2%，達 30%；佔有率次高的 City Bike 則下降 2%，達 25%；ATB 則也同樣下降 2% 佔 13%、登山車則成長 1% 佔 12%、青少年車成長 2% 佔 6%。其他如荷蘭車+長途車、跑車+健身車、孩童車之佔有率則與 2005 年同，依序為 2%、8% 與 3%。另據 ZIV 指出，2006 年全年及 2007 年上半年，E-Bikes 在德國之銷售量已增加，但該公會並未對外公布其數量。

專賣商一直是德國自行車銷售的最大

通路，由於專賣商提供之產品品質較高，諮詢服務亦佳，因此銷售之價格相對亦高，由 2006 年德國專賣店／專賣超市之市佔率與 2005 年相較，已升高 2% 達 54% 此點可以確定，當前德國自行車市場正朝向高價產品發展，此點顯然對製造高級產品之台灣廠商相當有利。其他如自助型大型百貨超市／建材超市／食品零售商則下降了 2% 佔 37%、郵購商也下降 1% 佔 2.5%，網際網路通路則成長了 1% 達 4.5%；其他佔 2%。



(資料來源：杜塞道夫台灣貿易中心；貿協商情電子報；TBEA 提供)