



07'中國國際自行車暨健身器材展

圖、文◎編輯部

1 1月30日-12月2日於中國深圳會展中心舉辦的「2007中國國際自行車暨健身器材展覽會」，雖從去年開始，廣州與深圳兩展已合而為一，免去了過去兩展同時舉辦、相互影響的窘境，但從會場上的參展展氣與參觀人潮來看，卻還是呈現出「1+1<2」的尷尬局面，少有突破性的成效顯現。



▲深圳展首日人氣最為熱絡，之後展氣平平。

據資料顯示，今年共有268個整車及零部件廠商參展，參觀人數達1.2萬餘名，包括海外專業採購商、零售商及一般民衆。展區攤位分佈於深圳會展中心8、9兩館，8號館內的攤位包括自行車整車與零部件廠商、健身器材廠商，甚至更劃出一片空地做為試乘區；而9號館則是電動車廠商與媒體攤位。主辦單位今年更特別於9號館內設立了單車俱樂部專屬的攤位區域，共有12個俱樂部與會擺攤，同時於俱樂部攤位旁開闢一表演區，每天由各俱樂部提供不同的單車講解或表演。

論壇&座談會座無虛席

11月30日開幕首日，主辦單位一貫的邀集了官產學研各級長官高層，出席開幕儀式，同時也舉行了2011年世界大學生運動會的贈車儀式。中午則舉辦了國際綠



▲主辦單位深圳經合會理事長王肇文致辭感謝大家蒞臨。

▲開幕式由中國機電商會第一副會長張鈺晶致詞。

▲美利達深圳廠總經理曾進成代表贈車企業致詞。



▲開幕前貴賓被請到貴賓室，KMC董事長吳盈進（右）與官員握手致意。



▲美國Bicycle Retailer & Industry雜誌國際組主編Doug McClellan（左一），王肇文理事長（右一）主持。



▲大行（Dahon）董事長韓德璋親自向貴賓解說。



▲開幕式結束，在主辦單位王肇文理事長（左三）帶領下一行人參觀連太，右為董事長楊銀明。



▲中國機電商會第一副會長張鈺晶欣賞由捷佳推出僅重0.92kg的車架。



▲贈車儀式，左二為保安孟副總。

色交通的贈勳儀式，表揚推動中國自行車產業居功厥偉的產業先驅，獲贈人為KMC總經理吳盈進與美利達董事長曾鼎煌，後者改由美利達深圳廠總經理曾進成代領。

下午則是一連串的論壇與座談會的召開。首先登場的是以「產業升級與國際營銷」為主題的專題演講，中國自行車信息主任余世光巨細靡遺地分析了中國2007年1-9月的自行車現狀與發展趨勢，中國整體的自行車銷量穩中有升，1-9月

達4965.5萬，比起去年同期成長7.1%，然而銷售的幅度比起去年同期卻呈現滑落，顯見中國的銷售情況已趨平緩。而主要產區仍以天津為第一，其他如浙江、廣東、江蘇及上海，一樣名列生產重鎮之中。出口國家以美國1375.8萬輛為最多，但出口成長幅度則是俄羅斯49.60%為最高。出口品項中以競賽型自行車單價356.3美元遠高於其他車款，利潤之高相信將成為中國未來的生產主力。前景一片看好的同時，余世光也提到中國自行車



▲授勳儀式由王肇文理事長主持。



▲美利達深圳廠總經理曾進成(左)代表該公司董事長曾鼎煌接受「推動中國自行車產業居功厥偉的產業先驅」勳章，由中國人大原常委李瀨(右)授勳。



▲深圳市感謝KMC董事長吳能明(左)對深圳經濟發展的貢獻特頒勳章，右為中國工業經濟聯合會會長林宗棠部長。



▲兩場以「研發創新」與「品牌行銷」為題的座談會，分別邀請不同領域的專家出席，由中國機電商會高級高務專員張培生(右一)主持。



產業的五大隱憂，分別是人民幣升值、出口退稅調降、歐盟反傾銷、原物料漲價以及勞動成本上升。除了分析中國產業現況之外，主辦單位也請來日本 Cycle Press 雜誌社長坂本隆也與美國 Bicycle Retailer & Industry News 主編 Doug McClellan，分別分析日本與美國自行車市場。

接著是兩場專題研討，分別針對「研發、創新與產業提升」以及「運動、品牌與國際營銷」不同主題，邀集各方專家發表意見，會中 TBEA 理事長楊銀明更舉出台灣 A-Team「協同管理、開發與行銷」的例子，提供中國業界做為參考。

隔日 12 月 1 日上午則召開「第二屆中國電動車創新科技高峰論壇」，其中中國

政協委員趙國通提出的「8 + 2 - 4 = 6」的構想，令人耳目一新。趙國通表示，希望未來中國能朝向軌道電車(8 輪)搭配自行車或電動車(2 輪)為交通主力，減少汽車(4 輪)的使用，以達到綠色生活(綠的粵語音同「6」)。幾場論壇與座談會下來，每場幾乎都座無虛席，由此可見與會廠商對於自行車議題的關注與用心程度。相比之下，展會攤位上的人潮就顯得冷清寂寥許多。

國際買主不多 試乘車待改善

自詡為「國際級」的中國自行車暨健身器材展覽會，由參展廠商的比例多半為中國當地的整車與零件廠來看，仍難脫中國地域性的展會屬性；相對吸引的參



▲中國自行車訊息主任余世光談中國2007年1-9月的產業現況及趨勢。



▲王肇文理事長於下午的座談會開場時致詞。



▲第二天早上主辦單位安排另場電動自行車創新科技論壇。



▲泰國曼谷自行車董事長陳秋文(左)率領4人專程到試乘區和華南兩輪極限邀請賽觀摩，右為主辦華南極限賽的凱薩克總經理許榮裕。



▲久裕董事長陳俊雄(右)也專程到場參觀，左為久裕大陸廠賴仁郁總經理，中為KMC董事長吳能明。



▲間名中國的普德盛攤位上，副總經理陳武州(左)與其客戶Dr. Giovan Battista Vecchi(中)相談甚歡。

觀人潮，幾以中國本地民衆為主，國外買主明顯較少，距離國際級展會仍有很長一段路要走。同時展會本身定位不清，目標族群搞不清楚究竟是針對產業界或一般消費者，造成展會不上不下十分尷尬。許多參展商也直言僅是藉此平台與中國客戶會面，並且不排除未來縮小攤位的面積。

在活動策劃方面，展會部份亦明顯不如論壇座談會的慎重，舉例來說，展會於8號館開闢了面積頗大的試乘區，然而區內卻絲毫沒有路線規劃，也沒有試乘的說明和限制，結果參展攤位各行其是，參展者紛紛騎乘著不同品牌的自行車或健身器材，直接在走道上橫衝直撞，

偌大的試乘區反而空無一人。至於9號館內俱樂部與表演區，或許是因為8館內空間不足，才將自行車屬性的活動與電動車合併於9號館內，雖有點莫名突兀，但精采的活動也成功將人潮拉至9號館。

活動內容部分以地坎納俱樂部最吸引人，展會三天中由「車神」廖武雄領軍的小熊家族帶來極限單車花式演出，令與會觀眾看得目瞪口呆，圍觀人潮層層環

人物剪影



▲參觀人潮不多，參展廠商交換心得，瑞馳董事長楊瑞斌（左）和RST蔡明達副總經理（右）。



▲Korsair海外部副總裁蘇久芬（中），左為義大利EBER總經理Monica Beretta，右為她兄弟。



▲常昌林茂青總經理（右）和太倉邱恆裕總經理（左）以及泰國CBI董事長（中）對賽事活動很關注。



▲旭生公司（立鵬）業務經理王瑞欽對近來大陸企業（包括台商）繼續維出口品質問題表示，有困擾但沒影響。



▲廣州環球自行車董事長林慶熙。



▲維格深圳廠王俊義總經理表示，在大陸經營越來越辛苦。



▲信隆在大陸股票上櫃以來，積極整合產業，圖為總經理特別助理曹子文。

繞駐足不去，稱得上是本次展會最為成功的一項活動。然而12月1日的精采演出，卻彷彿在為隔天舉辦的華南兩輪極限邀請賽預告一般，許多車友都在隔天參加華南極限比賽，而於展會中缺席，不免有為人作嫁的辛酸之感；主辦單位或許該思考如何每天安排不同的新鮮活動，以降低其他比賽的影響力。

以目標族群為本位

整體而言，本屆中國國際自行車暨健身器材展不論在展出規模、參展人潮、活動安排上，都與去年廣州展時大同小異甚



▲飛敏副總經理鄭有武祇停留一天。



▲外國人來得不多，但信隆攤位上就有不少位，由左而右：Specialized上海公司Thomas Lecoq、美國Blackout經銷商Zack Phillips、顧問Rich Vitellio、美國Kink自行車產品設計經理Matt Antes、信隆公司業務副總姜紹剛。

至退步，對於上級長官與靜態論壇處理得十分妥貼，但對於業界廠商與一般民衆就顯得欠缺思考，難免給人大小眼的不平衡感。主辦單位應先將展會自身定位清楚，並以目標族群的角度設想，什麼樣的活動內容會吸引人，人潮一多，自然不怕參展廠商不進來。





▲中國政協委員趙國通於電動車論壇上提出「8+2-4=6」的獨特構想。



▲游宗翰（右二）受邀主持，帶動會場氣氛，右一為音樂師陳老師，騎手個個大有來頭。



▲大會晚宴由深圳新濱海機械總經理張海勇致辭。

展場集錦



▲美利達針對中國市場，推出碳纖維登山車 FLX-3000-D，售價約29,000人民幣。



▲折疊車大牌Dahon，特別為中國市場推出限量100台的鋁合金折疊車，僅重6.8kg。



▲主銷海外市場的Kinesis品牌，主推多款前叉與車架。



▲Two Tone避震車高吊起來目標很明顯也突出。



▲富士今年攤位不小，但車子展出的不多，左二為詹德志經理。



▲展設多樣自行車零附件及修補工具的台灣日馳。



▲凱薩克別出心裁的木質古典攤位造型，在展場上獨樹一幟。



▲來自台灣的極限單車花式表演，吸引眾多觀展民眾的目光。



▲以避震前叉馳名的台灣品牌 Spinner，展示車神廖武雄騎乘演出的BMX車款。