

退休老兵看「台北車展」

圖、文◎唐伯龍

感覺好像上個月才辦過一般，一年一度的「台北自行車展」又於3月初連續4天在台北南港新落成的世貿展覽館舉行。這個曾因台商大舉在中國設廠，七年前傳言將被上海展打敗、甚或取代的車界大拜拜，迄今照樣屹立不搖的以世界三大車展之姿，隨著台灣車界在世界不斷茁壯的影響力，持續吸引著更多海外的買家前來參展，而且今年比往年還多出24%的攤位展出，真是一片榮景。

早在IT產業成為主要的代工出口要角前，台灣已成為世界各國自行車的OEM中心多年了。某種程度來說，它在組裝廠最後包裝成出口產品前的研發、測試、零

件廠間的配套、依據海外買家規格尺寸訂製的生產過程等，無一不與IT產業相仿，只差IT產品最後要「通電」罷了。車界在世界各國出生入死拼經濟的時代，IT產業還在襁褓吃著奶，因此國際化的程度一點也不輸給後者。廠家裡外英文琅琅上口的能人不知凡幾，要非頭洗了下去搞這行，不論大小、上下游自行車廠，換成IT項目來經營也恐非什麼難事吧？

只是國際買家—尤其是Uncle Sam，經常棄多年情誼於不顧，挑撥離間、造謠生非，為區區1%，年度吃飯的傢伙可能馬上就被隔壁的死對頭端了去。因此自90年代初就有人戒不了急、用不了忍地到對岸辦廠「拼俗」去了，當然也多少是看在中國「人腳一輛車」的份上。這一去，把台灣中部的自行車業搞得淒風慘雨，多少吃這行飯的人頓失依據，連同稍早鞋業、皮箱業的出走，造成中部經濟一度蕭條的局面。

來往於深圳、崑山和台中之間的業界不乏場面越鋪越大者，例如巨大，目前在中國除了有四個廠外，另有2,000餘家零售店，其中1,000餘家是Giant品牌專賣店，嚇人不？怎會比搞吃的麥當勞還多？這些登陸的整車廠也帶動著零件族群的遷移，以致於目前在彼岸大大小小的台灣廠商合計竟達300餘家、在每年中國生產近億輛、出口5,000-6,000餘萬輛自行車和電動車的胃納中，分享著一杯羹。台灣零



件業龍頭之一的信隆，去年更以自行車龍頭、把手等零件，成功在深圳掛牌上市，成為台商 A 股七勇士之一。當然也有堅守台灣、不願隨波逐流至彼岸生產者如永輪（Wheeler），也憑藉一己本事在歐洲打出名號、出口均價已達 400 美元以上。近年來 FSA 更如其名般，以 full speed ahead 迅速在世界竄紅！這些台灣之光，在世界各地發揮著他們不輸於王建民的影響力，台灣人都該為他們擊掌叫好。

不論「獨台」或「一統」兩岸的業者，精益求精的程度恐也會讓 IT 產業動容：從早期的高碳鋼、鉻鉬鋼、鋁合金、鈦合金、到鎂合金、碳纖維等可以搞飛機、火箭的材料都成了桌上菜餚，最近又聽說動腦筋到「鈦」這不知啥玩意的材料上來了。業界更早有 21 家上下游廠商不忌諱相互的競爭，合組了一個「A-Team」，共同提升管理效率和產品品質；競爭者間感情好到平日經常共同練車，更相偕在今年 5 月一起騎單車環台拼耐力，怎不令人嘖嘖稱奇？此外，走一趟車展，也可看到車界行銷手法與過去有極大的改變，早期那些土土的「Chin、Chin，Chung、Chung」等中文音譯廠牌，如今都換上如 Xpedo、Tektro、Prologo、Equinox、Trigon、RST、Topeak、Exustar、Jagwire、Axman 等等讓老外摸不清楚廠家是土是洋的名字，順著這些好唸、好記的洋名字推廣產品，自然事半功倍。而多年前美利達入股財務困難的美國名牌 Specialized，一舉拿下北美高級車產銷一體的市場，讓該公司這些年的業績突飛猛進，更是業界經典的佳作。台灣的车界確實已經從早期的 OEM 跨過 ODM 蛻變走向 OBM 了。



▲ SRAM 今年在台北展的攤位設計頗具創意。



▲ 2008 國際自行車環台賽賽況精采！



▲ 環台賽第 7 站南港站發生嚴重摔車事故。

藉由贊助國際知名車隊，捷安特和美利達在世界各地知名度大舉提昇。而由業界發起、自由車協會連續舉辦 20 年的環台自由車賽 Tour de Taiwan，不但大大的提醒世界：「Think Bicycle，think Taiwan」，也間接照亮了台灣觀光產業的能見度（本

人也興致勃勃地兩次到台北現場拍照)。前些年比賽中由老國手蔣光燦在高雄經營的CKT車隊，竟也無畏的跟在世界級的選手集團內較量著。台北國手張勝凱經營的CSK單車也被Marie Clair雜誌獲選為影響台灣的第八大產品、高於十一大的台北101。高檔單車流行風之甚，讓一位38歲的蔡姓小伙子，在全台開了7家全是進口名車或車用品的連鎖店—「單車喜客」La Boutique du Velo，這些年自行車在台灣推廣的成效和騎士消費能力的提升可見一斑。

過去十年，各縣市政府在自行車業界的推波助瀾下，將自行車道從100餘公里延伸為1,200餘公里。去年一部以單車環島為主題的電影《練習曲》，獲得國際影展提名，加上巨大董事長劉金標以70多歲的高齡起而效之，一時之間朋友們見面的話題竟是自行車。這股流行風讓台灣的內銷數量也首度突破百萬台，連平日僅以高球為唯一運動的企業家們也紛紛「轉行」兼騎自行車。股神巴菲特早在去年便預測油價將在今年底上探200美元，自行車的行情怎能不水漲船高？

只是自行車界有些麻煩，不是enthusiast-turn-professional過多、破壞行規，就是家變過繁。要嘛兄弟、妯娌不睦，否則師徒、勞雇翻臉，以致細胞過度分裂、供過於求、行情迭遭破壞，即便在原物料一片漲價聲中，仍不免見到削價競爭的情形，這個現象尤以中國產品為甚。如何在世界的自行車市場力爭上游、保住龍頭地位而不衰，也許要反過來學學「鴻海、富士康」的IT產業模式了：除了自身的研發、製造和行銷外，透過上市櫃取得雄厚

的資金和優秀人才，再投入上下游的整合、相關行業的併購或擴張，都能讓競爭力不斷的提昇，永保不墜。今年車展前看到SRAM透過此道成為變速器的二當家、Shimano併入Pearl Izumi跨足車衣、Dorel旗下的基金Pegasus同時吃下Cannondale和Sugoi Sports ware，與另一旗下擁有多檔名車的Pacific Cycle成為橫跨Mass和IBD的自行車世界大霸主，便是利用財務的力量擴張版圖的最佳寫照。

算是車界退休老兵的我，喜藉這一年一度的車展與一些國內外老友敘舊。欣聞數年前有些廠商因中國及越南被歐盟課以48.5%懲罰性反傾銷稅後，重開了台灣的生產線。而這些生產線已為台灣自行車出口平均單價再創新高至250-300美元的水準。如今中國以更為嚴苛的勞動管理法和取消出口退稅的手段，逼退許多外資廠家，「倦鳥知歸」的自行車業，是否又要為IT產業再次立下一個先行的典範？就請大家拭目以待吧！



作者簡介

唐伯龍



美國知名BMX自行車品牌Odyssey創辦人，曾任崇友實業董事長，在完成世界最快的「台北101」電梯和高雄捷運所有車站的電扶梯工程後，去年退休，棄商從樂，如今以自行車義工自居，閒暇時到處騎車攝影、遊山玩水，關心台灣的自行車騎乘環境與自行車產業大小事。

個人部落格

Yahoo!或Google搜尋Charles T.即可