

快速成長的省思

談台灣內銷暢旺榮景

文◎阮素琴



▲巨大董事長劉金標帶動台灣環島熱。

相信很多人都有相同的發現，不管在街道或是郊區都可看到愈來愈多的騎車人口，有些人戴安全帽、穿車服、裝備齊全，也有少數人未戴安全帽，甚至路上常可看到不少學生跨站在火箭筒上（Pegs）雙載的景象，讓人怵目驚心，儘管有學生因此發生意外摔傷不治，但很多學生仍未因此而有所警惕，這種行為除了安全上的問題，我們的交通安全規則第120條也有規定：二輪車不得互載，否則可處以新台幣300元以上、600元以下罰鍰。大家都知道，騎自行車不但有益身心健康，更可以達到節能減碳的環保目的，但這種動態活動要特別注意安全，尤其騎在馬路上更要小心，雖然政府也不斷增建自行車道，卻仍無法滿足激增的騎車人口，有關單位也規定自行車不可騎在人行道上，機車和行人也不能佔用自行車道，

但成效卻不彰。以歐洲為例，尤其荷蘭和德國都有完善的自行車道與路權，人民也都十分守法也尊重單車騎士，反觀台灣和中國大陸在這方面的認知真的需要加強宣導與教育。

今年7月18-21日由外貿協會主辦、輪彥公司協助銷售攤位與規劃展場相關活動的休閒運動展，吸引眾多參觀人潮，尤其自行車區更是人擠人，超過80%的參展廠商都表示對該展的展氣與展效相當滿意，不少人也說展況超出他們的預期！平心而論，不少代表廠商如美利達、穗高、太平洋、愛地雅、正新、KMC、TOPEAK、Velo、鉸光、彥豪、RST、利奇等都沒參展，也有些產品是由代理商或往來商代為展出，如Giant攤位內有SRAM、TOPEAK等代理品牌，亞獵士（Alex）也由廖武雄公司展出，儘管展品不完整，不過仍然湧入大批參觀人潮，尤其7月18日展出第一天，正逢中南部大水災，但會場仍然相當熱絡、人山人海，由此可見台灣自行車內需市場正夯的榮景，難怪一些異業、媒體、入口網路等也都積極沾上邊，期待大家可以一起將市場的餅做大，讓自行車騎乘風氣與銷售更加蓬勃發展。

目前全球石油價格仍然高居不下，雖然這陣子有回跌到每桶US\$120以下，但全球對石油的需求還是不減，所以高油價時代危機還是存在，照理自行車應該持續看俏，不過美國與歐洲今年的銷售情況只能算平穩，甚至有些國家微幅下滑。電動自行車銷售成長則是另一個值得觀察與切入的趨勢。反觀在台灣，自行車可是當紅炸



▲A-Team 5月份的環島行。

子雞，市場需求成長超過50%以上，有些自行車店的銷售業績成長幅度更是從50%到二倍，由於買車人口遽增，造成車商生產供貨不及，車店賣到沒車可賣而抱怨聲連連，很多車店訂車要等2-3個月的大

有人在，甚至女性車與相關配件市場也成長不少（已有35%市場），整體來看，自行車內需市場需求強勁而且持續增溫中。

自行車內銷紅不讓，對有做內銷的大品牌可以用名利雙收來形容，巨大、美利達的股價居高不下就是最好的證明，他們的股價漲幅比很多高科技產業還要耀眼，讓不少產業都羨慕不已。大部份自行車店的生意也非常旺，不少老板表示忙到很少有時間去騎車，收入比過去增加50%到一倍之多！雖然物價上漲、薪水沒漲，可是消費者對購買自行車卻毫不手軟，除了對自行車有一定的品質要求外（零售價1.8-2.8萬元），對相關配套產品也很講究，比如車服、安全帽、車燈、反光片、車錶、手套、車鞋等，據自行車店表示，配件的營業額佔30%，而且也在成長中，今年內銷價格至少調高15%以上，有些甚至不祇調一次，但還是不減消費者對自行車的需求若渴。

台灣內銷供不應求的榮景讓很多人都百思不解，不管Giant、Merida、KHS、Pacific等，客人都要排隊等車，尤其折疊車更是夯到不行，像KHS T3與T2、太平洋Birdy、Giant、Merida、Dahon、Oyama等都加緊生產，希望滿足消費者的需求。其



▲由巨大執行副總裁杜經珍（左一）發起的Rolling Rose環島行，對女性市場有很大的提振作用。

中，網站上最常被討論的KHS T3、T2折疊車在市場上可說一車難求，買車要先預定下單，還要等個至少一兩個月！對此，KHS總經理謝文秀表示，因為市場成長太快，不過他們已增加到4條線，希望能儘量改善缺貨情況。面對台灣這種供需失衡的情況，讓業界第一次感受到自行車原來有這麼大的感染力與魅力，但到底這種好景能持續多久？會不會有「蛋塔」效應？大家都在看！有些人認為拜石油居高不下與全球氣溫升高危機意識影響下，自行車只要品質沒問題，未來2-3年還是看好；但也有人認為這是提早消費的情形，如太平洋林正義董事長就如此表示，因為有些人不僅買一輛車，可能一個人買2-3輛不同功能訴求的車，如登山車、公路車、折疊車等，這也許是造成台灣市場急速擴大的原因。

到底這股騎車風潮是如何被炒熱的？我想這多歸功於相關業者、民間團體、單車



▲太平洋自行車林正義董事長擔心台灣強勁需求是提早消費。

媒體與政府多年來的耕耘，其中單車誌創刊6年多來積極深耕內銷市場與單車騎乘人口，提供多元且豐富的單車相關訊息，成功牽引許多人加入騎乘行列；再者，台灣一些車友俱樂部和自行車業者也功不可沒，如捷安特、美利達、KHS等不定期舉行各式活動或比賽，自行車文化基金會更成功遊說行政院將每年5月第一個週六訂為「台灣自由車日」，還有每年與世界同步的911世界無車日；加上巨大董事長劉金標去年以73歲高齡完成單車環島之舉，感動不少自行車業和消費者，也掀起環島風潮；而單車電影「練習曲」的播映也激發不少人騎自行車環島的衝動，當然，馬英九總統去年的騎單車環島一周也為自行車加熱不少，馬總統的節能減碳更使各地縣、市政府以及警察單位響應騎單車的風氣，可以說，騎單車在台灣已是一個新的話題，不少行業都想與自行車沾上邊。

騎自行車有益身心，但要安全，自行車的銷售量不再是廠商所追求，大家關心的是「品質」與「安全」，如何讓騎車的人安全騎車、愉快享受騎車的樂趣，才是大家共同目標，但近來因騎車人口爆增，也使因騎車受傷或意外的情形頻頻發生，尤

其煞車不對的意外更是不少，有些人在下坡或緊急煞車常誤煞前煞車，以致意外或不幸發生，消費者在購買車子時，一定要將騎車基本知識弄清楚，這也是購買有品牌車子的保障，到專業自行車店更是可以獲取相關資訊和服務，近來因市面上供不應求現象，所以有

業外投入生產和銷售行列，也有從大陸進口而未標明製造地，因此，消費者要睜大眼睛，也一定要索取發票留存，萬一車子有問題時才能追究。

自行車是一項綠色健康產品，生產的人要有健康的心態，要為品質把關和安全保證，絕不可因短利而不顧道義，以致使騎車變成不安全的交通和休閒工具。自行車業長期來的努力投入與積極研發，才能有今天的基礎，這種水到渠成的開花結果希望不要因投機者的行為而受到傷害。當然，消費者也要有健康的購買常識，不是高價就是好車，唯有選擇適合自己身材、用途且騎起來舒適的車才好！甚至有些家長在為小孩子選購車子時，常以隨便買為原則，這種不健康的觀念也要改正，因為給小孩選購安全、好品質的產品非常重要。希望在快速成長的二輪自行車世界，我們都有更安全的騎乘環境，也有更健康的人生以及更寬廣的世界，最重要的是大家要愛惜我們的地球，因為它祇有一個，就像人的生命一樣，也祇有一次，希望大家都能珍惜生命、愛護地球。



▲馬英九總統（左）和台北縣長周錫瑋對自行車活動非常熱心參與。



▲近來台灣自行車運動風氣盛行，彰化縣警局也於8月24日在縣立體育場舉辦「陽光彰化鐵馬行」活動來推廣交通安全的觀念。