

專業、競賽級精品

2007美自行車銷售持平

文◎編譯小組

根 據美國自行車製造供應商協會(Bicycle Producers Suppliers Association, BPSA)

公布的數據顯示，儘管 2007 年美國自行車專賣店的總銷售額呈現微幅成長，但自行車總銷售量卻維持 2006 年的表現，未有明顯變動；量販店及運動用品店的銷售量則約有 6% 的成長。美國自行車總銷售額的提高，導因於美元匯率下滑與中國生產成本的提高，以致供應商須將成本轉嫁給消費者。

美國自行車進口來源，約有 96% 輸入美國的自行車在中國製造，其次是台灣（佔 3.8%）。美國知名品牌 Kent 總裁 Arnold Kamler 表示：「由於中國人民幣不斷上漲，加上原材料鐵的短缺及價格上揚，迫使量販店的自行車平均售價需提高且還在調漲中。」Kamler 表示，去年鐵價的漲幅超乎所有人的預期，是造成量販店自行車銷售不理想的部分原因。

美國自行車進口來源

(單位：輛)

	2007年	2006年	2005年	2004年	2003年
中國	17,350,509	17,217,297	18,433,413	17,168,679	17,092,520
台灣	701,938	774,555	1,117,851	1,027,145	951,444
加拿大	7,849	8,200	10,687	14,351	10,064
義大利	3,731	5,366	4,092	24,065	4,822

資料來源：U.S. Department of Commerce

2007 年美國進口約 18,111,060 輛自行車，相較於 2006 年幾無變動；然而抵岸價值 (landed value) 卻成長 6%，達到 11.26 億。Dorel 集團旗下的 Pacific Cycle 是美國最大的自行車供應者，其自行車銷售量去年成長了 10%，超過 BPSA 會員統計的兩倍。進口的 700C 自行車銷售額較上一年成長了 18%，成長最大，顯示量販店及運動用品店較以往引進更多高價 700C 自行車販售。

美國自行車進口金額分析

(單位：(萬) 美元)

	2007年	2006年	2005年	2004年	2003年	5年消長
20吋重車	14,149	13,467	15,275	11,653	12,764	10.8%
20吋	19,446	19,024	21,003	19,664	22,219	-12.5%
24吋	7,563	9,326	8,910	8,402	9,080	-16.7%
26吋	45,934	42,669	44,718	40,413	38,037	20.8%
700c&其它	25,606	21,208	23,572	18,125	9,071	182.3%
總計	112,699	106,127	113,477	98,257	91,172	23.6%

資料來源：U.S. Department of Commerce

美國連鎖業巨人 Wal-Mart 是北美最大的自行車經銷商，去年大動作提高店內的自行車售價，其中包括店中的精品自行車。Wal-Mart 於去年賣出第一輛擁有碳纖維材質的公路車，此輛公路車為限量版 Kent GMC Denali，售價 580 美元，配備碳纖維前叉與後上叉、Shimano STI 煞變把。另一款義大利製售價 1,898 美元的 Corsa FC 全碳纖維公路車，則於去年秋季在 Wal-Mart 開賣，配備許多高級品牌零件如 Shimano、Ritchey、ITM 及 Selle Italia。

然而量販店的自行車供應商表示，量販店的自行車精品區概念與銷售並不如零售商預期的奏效；正如沒有人認為，Wal-Mart 能成功銷售定價在 500-1,900 美元的碳纖維公路車。

自行車專賣店銷售穩健

2007 年美國自行車專賣店的銷售成長約 3.5%，但根據 BPSA 的年度報告，供應商的出貨量持平。在自行車銷售量持平的同時，美國去年人口數較 2006 年增加了 290 萬人；若將人口數列入考量，儘管美國油價高漲，但自行車消費人口卻不增反減。

去年 BPSA 會員的自行車平均銷售單價自 2006 年的 285 美元增加至 294 美元，專賣店的公路車平均售價僅增加 3 美元達

到 797 美元，增加了 0.5%。報告中也指出混血車 (Hybrid)、全避震登山車及海灘車 (Cruiser) 擁有超乎預期的銷售佳績。即使高漲的燃料價格無法如零售商預期吸引更多消費者購買自行車，但混血車的銷售仍然成長了 12%。

高階自行車熱賣

多數高階自行車供應商並未提供銷售數據給 BPSA，他們表示，資料顯示的持平總銷售量，無法反映高階自行車銷售量預估成長 10-20% 的實際狀況；銷售高階自行車的零售商也反應了相同的情形。Serotta 的業務經理 Dave Powers 表示：「由於去年高階自行車市場的健全發展，我們獲得顯著的銷售成長，」他並補充道：「去年鐵人三項的市場也很強勁。民衆有購買力且對自行車運動抱有熱忱，因而願意花錢購買高價自行車。」

二線品牌的高階自行車銷售佳，部分歸因於大型供應商的自行車售價提高，其 8,500 美元的公路車幾乎等於二線品牌訂製車的價位，因而有助於提升二線品牌的競爭力。

Yeti 公司的 Chris Conroy 表示，去年 Yeti 的銷售成績創下 911 以來的最佳紀錄，Conroy 認為這項銷售紀錄是拜高階自行車銷售亮眼之賜，且 Yeti 自行車在美國南方的加州成長尤為顯著。Conroy 表示：「即使美國房價下跌且經濟不佳，我們去年的銷售成績卻呈現起飛的態勢。」

受到北美手工單車展 (North American Handmade Bicycle Show) 的刺激，許多小型自行車訂製廠表示，他們去年訂單的交貨時間從數月延長至數年。這項銷售數據並不包含在 BPSA 的報告中。根據預估，數百家小型自行車訂製廠去年共生產了含公路車、29 吋車、單速車、城市車與登山車等超過 15,000 輛自行車。

未來銷售量可能趨緩

目前自行車供應商對於較高的自行車售價是否影響今年銷售量抱持疑問。去年鐵價暴漲提高了入門車款的售價。舉例來說，sidewalk bike 去年的單價提高了 6.7%，銷售額便下降了 2%。

供應商預期今年的生產成本將進一步提高，影響最大的是量販店販售的入門款鐵製自行車；目前鐵原料的成本高於鋁。Kent 總裁 Kamler 預測今年的自行車價格將更高，由於經濟趨緩，甚至可能減少 10% 入門車種的銷售。他補充：「民衆將把自行車的購買需求退居次要，而將民生必需品排在首位。」

高階自行車同樣無法避免原物料、生產成本上漲及匯差的壓力。美元的貶值促使 Shimano Dura-Ace、Ultegra、XTR 及 XT 的價格調漲，這將影響所有高階自行車的銷售，迫使許多供應商重新修正於去年 Interbike 中的報價。

儘管高階自行車的消費者受到美國房市下跌影響，對價格變得更加敏銳，但這群消費者卻在表現持平的美國自行車市場中，成為未來消費新車的一股潛力。

(資料來源：Bicycle Retailer & Industry News, April 1, 2008)

前五大零配件銷售排名

2007	2006	2005	2004	2003
輪胎	輪胎	安全帽	安全帽	安全帽
車服	安全帽	輪胎	輪胎	輪胎
輪子	車服	車服	車服	車服
腳踏	腳踏	輪子	攜車架	座墊
攜車架	車鞋	座墊	座墊	輪子

資料來源：BPSA

美國自行車進口量分析

(單位：輛)

	2007	2006	2005	2004	2003	5年消長
20吋童車	5,426,613	5,513,676	6,036,936	4,579,920	5,297,492	2.40%
20吋	5,404,990	4,895,612	5,629,122	5,169,265	5,526,946	-2.20%
24吋	1,259,439	1,714,106	1,822,620	1,827,780	1,901,702	-33.80%
26吋	4,918,550	5,080,160	5,145,094	5,160,948	5,004,133	-1.70%
700c&其它	1,099,461	858,767	981,636	1,587,014	499,999	119.90%
總計	18,109,053	18,062,321	19,615,408	18,324,927	18,230,272	-0.60%

資料來源：U.S. Department of Commerce.