



不畏金融海嘯 攤位數創新高

2009 台北國際自行車展 逆勢成長 (上)

圖、文◎編輯部

雖然全世界從去年開始就遭受金融海嘯的衝擊，但邁入第 22 屆的台北國際自行車展覽會，乘著環保、節能的趨勢，不管在攤位數和國外買主人數都逆勢成長，再創新高。

據大會統計，本年度共有 762 家海內外廠商參展，當中包含 185 家海外廠商，分別來自美國、加拿大、香港、日本、德國、義大利、比利時、瑞士、荷蘭和英國等 32 國及地區，及 577 家台灣廠商；共使用 2,888 個攤位，為「台北國際自行車展」辦理 22 屆以來之最大規模。

不景氣中 展氣依舊不減

儘管大環境不景氣，但本屆自行車展依然維持了穩定的國外觀展人數。與去年相比，來訪的國外參觀者達 4,786 名，較去年成長 2.1%。

據統計本年度展覽的前幾大買主國（地區）依序為日本、美國、中國、

韓國、香港及德國，且其中來自於中國、澳洲及紐西蘭地區的買主也大幅度增加。

同時有廠商表示，雖來訪買主人數與去年相當，但買主素質與採購能力卻明顯提高，顯示台北自行車專業展的定位，為全世界舉足輕重的自行車採購平台。而對於台灣自行車產業令人驕傲的成就，更是吸引了日本 NHK 電視台與南非國家電視台特別派人前來採訪。

過去台灣自行車產業不斷面臨低價產品的威脅，但於近年來，情況卻是出現大逆轉，特別是 2008 年的出口金額更是成長 3 成。NHK 電視台的報導中指出，台灣自行車重品質，機能性強，是業績走強的主因，另外，台灣的業者還把自行車與健康生活相連結，獲得消費者的認同。台灣的自行車業，靠著業者對品質的堅持，以及創新的點子，在逆勢中交出一張亮眼的成績單。







▲馬英九總統(左)親自頒發自行車創新產品獎的特別創新性獎給凱薩克總經理許榮裕(右)。



▲獲特別新穎性獎的愛地雅，由總經理張元賓(右)代表由馬英九總統(左)手中接過獎項。



▲建大的神護之星獲得特別實用性獎，建大研發部工程師楊鴻偉(右)上台接受馬英九總統(左)頒獎。

馬英九總統親自揭幕

本屆展會展期為3月17-20日，在17日當天，由馬英九總統親自主持揭幕式，並且頒發自行車創新產品獎，獲獎的包括特別創新性獎-凱薩克 APG-FC2 避震前叉；特別新穎性獎-愛地雅的富士 D6；特別實用性獎-建大的神護之星。

馬英九總統在致詞中表示，台灣不只是製造單車的王國，也積極推廣單車運動，他呼籲年輕人可以騎單車環島，透過自己身體力行，更認識台灣這塊土地。

喜歡運動的馬總統，也在致詞中細數他和自行車的緣份。馬總統對自行車的熱愛可以從10歲算起，至今已經快50年，小時候是騎自行車去學校，一直到高中、大學在美國期間，就算是下雪，交通工具還是騎自行車，因此和自行車結下不解之緣；16歲時他騎自行車繞行北海岸一周，花了12個小時；不過在37年後，同樣的路程他只用了5個小時，屁股也不痛了，他表示除了路況改善了，最主要的是台灣自行車產業提供了品質最好的自行車，讓喜愛自行車運的民眾，臀部不痛、腰不痠，更能充分享受運動健身帶來的好處。

馬總統更指出，政府始終用心在推動自行車運動，像是台北縣市就建立了106km的河濱自行車道與26km的市區自行車



▲Colnago經典車款在馬總統蒞臨合照的加持下，4天的展期中參觀者不斷。右一為彰化縣長卓伯源，右三為三司達董事長周邦秋。

道；體委會也持續舉辦推廣活動，希望讓民眾騎單車環島，更深刻的認識台灣。他也鼓勵16歲青少年騎乘100km作為成年禮，18歲時挑戰騎乘家鄉周遭距離500km的縣市，20歲完成1,000km的環台行程，用雙腳雙輪、一步一圈深刻感受自己的家鄉；自行車的推廣不僅只是產業，而是新的生活方式，更要推動成為國人的生活習慣，讓大家每天都能固定騎乘。

各方齊力推動自行車島願景

由馬英九總統主持台北自行車展開幕式可看出，政府對台灣自行車產業躍居世界龍頭的重視；參展廠商也普遍表示認同，總統的蒞臨除了展現出政府的支持，透過到場媒體的廣為宣傳，也推升了展氣。當



▲馬英九總統(中)參觀建大攤位,由董事長楊銀明(右)和總經理張宏德(左)介紹新產品。



▲馬英九總統前往久鼎參觀最新的電動概念車Eagle。



▲馬英九總統對於美利達2009年計時車「Time Warp」的優異品質十分欣賞。



▲桂盟總經理吳盈進(左)向馬英九總統介紹KMC創意十足的彩色鏈條。

然，台灣各官方與民間單位，也爲了落實「Think Bicycle, Think Taiwan」，爲促使台灣成爲自行車島而不遺餘力。

對外貿易發展協會董事長王志剛也在開幕致詞中表示，第22屆的台北自行車展共計2,888個攤位，得到國際展會聯盟(UFI)明年的主辦權認證。台灣從80年代主要輸出，到80年代後期出走，台灣自行車產業空洞化，但透過與工研院合作，增加研發費用等等作法相輔相成；而在展會方面，在貿協的協力下往國際化發展，吸引國際買主近5,000家，更邀請世界各地自行車設計者參與設計比賽，終於能讓自行車產業不受金融海嘯影響。行政院體委會更於2009年1月19日通過「自行車道整體路網規劃建設計劃」，計劃從2009年起至2012年共4年時間，投入40億元執行此計畫，充分結合地區的天然遊憩資源，完成各級路網整合與串聯，並發展各地的自行車旅遊市場，讓自行車騎乘風氣能延續下去。



▲對外貿易發展協會董事長王志剛表示，自行車業的發展足供其他傳統產業參考。

台灣區自行車輸出公會(TBEA)理事長楊銀明也強調，政府應儘速落實全台自行車路網計畫，帶動自行車乘騎風氣及提振內需。他指出，自行車是一種最佳節能、無污染的綠色環保交通工具，廣受世界大眾的喜愛，近年來台灣自行車騎乘風氣日益盛行，楊理事長認爲，必須感謝行政院與地方政府積極在台灣各地廣建自行車道，提供車友更完善的騎乘環境。同時，自行車業也樂見彰化縣政府正積極推動自行車主題園區及博物館的設立，透過大家的努力，期盼構建台灣成爲自行車島的美夢能夠早日成真，也讓「Think Bicycle, Think Taiwan」的口號名符其實。



▲台灣區自行車輸出公會理事長楊銀明強調，政府應儘速落實全台自行車路網計畫，帶動自行車乘騎風氣及提振內需。

彰化縣長卓伯源也在當天趕到展場宣布好消息，而他也可說是全台最熱心參與自行車產業、運動推廣的縣市首長之一；他在會場表示，投資金額約 11 億元的全台第一座「自行車主題園區」訂於 4 月動工，園區內將規劃設置自行車博覽館、自行車學校、自行車創新研發與交流測試中心和戶外運動休閒公園等，預定於 2011 年完工啓用。彰化自行車主題園區位於員林鎮、八卦山脈風景特定區內，面積約 17.5 公頃。楊銀明理事長也表示，經濟部「台灣自行車島 Bike land 計畫」，已將園區納入環台路線規劃，並將發展為自行車創新營運的示範基地，政府應加速落實。

單車趨向時尚化

綜觀本次的展覽，精緻化產品在台北展中一一浮現，表示自行車業已然成為藝術品的表達方式，今年可見多款多色的零組件，從車把、車架、座墊、大齒盤曲柄組、鏈條等等，從金色、白色到紅色、綠色，多色的產品充斥會場，亦表示單車進入精品化與生活化。

去年米蘭、歐洲單速車增加，但也由於很多單速車在台灣製造，所以台灣也立即跟上世界的腳步。單速車受歡迎的原因主要是便宜、耐用（無變速）與復古，不管

是走奢華風格或簡潔配色的單速車，都成為今年最熱門的整車形式，各成車品牌都想藉此沾個邊，透過復古的款式及時尚的烤漆展現其特殊魅力。牛皮握把、皮件包當然也不能少，手工打造的鋼管車也頗受青睞，尤以精美的 LUG 運用為今年鋼管車的重點。

電動車隨著歐美的環保觀念，近年來多受矚目且發展迅速，今年度的新車款，大多突破鋰電池的困難而大肆使用，款式仍以通勤、購物使用居多。

小折的風氣明顯已退燒，小徑車慢慢突顯出來，且慢慢發展一次到位的配件，吸引玩家收藏；公路車在台則逆勢成長，各家皆推出新款公路車，且塗裝的可看性也大幅提高，不少頂級車款也搭配 Shimano 最新電子變速系統，現場電子變速試乘區參觀者不曾間斷。

變速系統的進化可說是永無止盡，每年總會有新創意出現！今年展會最受矚目的當屬 Campagnolo 的 11 Speeds 和 Shimano 的 Di2 電子變速系統，而台灣 MicroShift 也不甘示弱推出了 11 段變速套件。雖然有人質疑 11 段變速與電子變速系統的必要性與可靠性，不過從現場踴躍參觀和試乘的人潮，以及眾多新車款都爭相裝上最新的變速系統來看，車廠和消費者都相當看好。

結合時尚的女性車也是今年另一個發燒的主題，不管是鑲著施華洛世奇水晶



▲明係推出復古鋼管單速車，各項零組件、甚至連輪胎花色都和車架塗裝很搭配。



▲Shimano的Di2電子變速系統是會場大熱門，三司達業務經理王炯勳（左）忙著向試乘者解說。

或bling-bling 鑽石的各式車款、零配件至車衣，都令女性車友為之瘋狂。奢華的水晶在今年特別受到歡迎，不管是在車身上，把手、曲柄、座墊等零組件上，都讓許多觀展者不禁為其華美而驚嘆。更甚者還有如CSK張勝凱為消費者量身打造的獨一無二鑽石車，價值高達百萬，在在說明了不

管是成車或是車身零部件，都可以變成時尚配件，也由此看出有更多參展廠商都具有相當出色的市場品味，台灣的自行車業者也不再只是幫別人代工，而是有更多創意，投入更多研發的心力在發展自己的品牌與產品。



▲世同Masi Mini Velo 20吋鋼管車，顏色鮮豔的塗裝碰撞出強烈的個性，18速，可改單速車。

隨著女性車友的增加，捷安特領先全球推出女性單車專賣店Liv / giant，其成功經驗也引起全球注意，包括大陸北京、日本東京、英國倫敦、法國、美國等地都表達開店興趣，主導Liv

女性店巨大執行副總裁兼財務長杜綉珍表示，第2家女性旗艦店預計下半年落腳高雄，隨後東京與世界各地也會跟進；由此可見，女性自行車市場已不容忽視。

知性、實用更多元的展會活動

本屆展場共分三大展區：包含自行車零配件區、輕型電動車（LEV）區與自行車



▲捷安特女性事業部與施華洛世奇合作的車款，從頭到腳不只閃亮，更搭配粉紅色系的變速線及輪組，巨大執行副總裁兼財務長杜綉珍表示，希望未來能幫女性車友提供更多貼心周到的服務。

整車區。此外，主辦單位亦精心規劃多項配合活動，包含「國際自由車環台賽」、全球自行車設計比賽頒獎典禮、輕型電動車論壇、國際自行車趨勢論壇、台北自行車之夜、創新自行車暨零配件競賽得獎作品與全球自行車設計比賽入圍作品展示、自行車戶外試騎和極限運動表演等，使展覽可看度更高，提升展覽整體效益。

引領世界潮流的「輕型電動車」亦是自行車展中另一項焦點。由外貿協會、德國Extra Energy與工研院合作，於南港展覽館東側斜坡道舉行電動車試乘，讓參觀之買主親身體驗輕型電動車之便利；同時為推廣電動自行車於台灣之風潮，主辦單位亦於17日與18日舉辦為期2天的輕型電動車研討會，提供買主更多對於輕型電動車之認識。總計2天的研討會吸引了來自17個國家2百多人參加。

每年展覽的第一天晚上都會舉辦的「台北自行車之夜」，這個歡迎酒會除提供遠道而來的買主互相交流之機會，同時也由TBEA理事長楊銀明頒發創新產品獎，公會每年所舉辦的創新自行車暨零配件甄選活動，今年參加競賽的件數更創新高，總計有56家廠商、89件作品參加角逐，最後42件作品脫穎而出，顯見創新的概念，已深植業者心中，當然TBEA在舉辦與宣傳上的用心也功不可沒。

此外，主辦單位亦連續舉辦 2 天共 4 場的「國際自行車趨勢論壇」，論壇主要著眼在全球自行車產業發展策略、設計的價值與企業競爭力與公用自行車系統。在第一天的「全球金融風暴與能源危機下自行車產業之因應策略」，由太平洋董事長林正義主持與 A-Team 會長曾崧柱進行演講。第二天的「兩岸自行車市場之發展趨勢暨合作契機」，由 CHC 董事長鄭惠明主持，TBEA 理事長楊銀明和廣東省自行車協會理事長譚偉龍進行演說；第 3 場的「自行車創意設計新價值」則邀請了風雲折疊車 Strida & IF Mode 設計師 Mr. Mark Sanders 探討自行車設計新趨勢，對於台灣廠商進軍國際市場有莫大助益；最後一場



▲維格推出的新品再度奪得創新獎的肯定，總經理陳忠義開心展示產品。

的「公用自行車租賃系統經驗交流」則請到法國巴黎 Velib 系統專案負責人 Mr. Matthieu FIERLING，與分別承攬台灣北、高兩市的公用自行車系統的捷安特總經理何友仁與統



▲彰化縣長卓伯源（左二）出席台北展預祝廠商參展成功。左一為巨大董事長劉金標，右二為愛地雅董事長張平沼，右一為建大董事長楊銀明。

立總經理葉致中，與大家分享公用自行車系統經驗。

展會狀況

本屆展會展期為星期二到星期五，僅最後一天開放一般民衆進場參觀，正是爲了避免像去年過多消費者進場參觀，造成廠商無暇應付，甚至干擾廠商和國外客戶談生意，但廠商都反應消費者仍相當踴躍觀展。

各家參展廠商也都趁著展會的人氣，舉辦其產品發表會，像是 Giant、Merida 都舉辦了新品發表的記者會，而樂比馳也請來藝人張洛君爲其產品站台，Dahon 則是在發表產品的同時舉辦了 Dahon Girl 的頒獎，藉以炒熱氣氛，而鑫盟則是在發表 Bianchi 新車款同時舉辦了加盟說明會；無視大環境的不景氣，參展廠商的各種大動作也讓展會氣氛更加溫。

和過去展會較不同的地方，是本次展會由於有馬英九總統的親臨參觀，加上自行車產業在不景氣中一枝獨秀，所以特別受到媒體關注，也讓更多民衆有機會了解台灣的自行車業和自行車展，對大環境來說是正面的幫助。



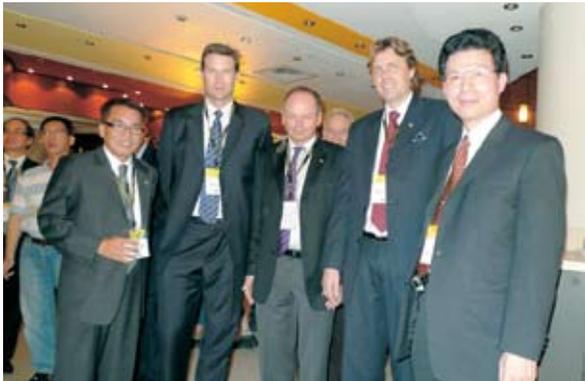
▲正新品牌六度獲得台灣十大國際品牌的肯定。



◀ TBEA 理事長楊銀明(右)與外貿協會秘書長趙永全(左)在自行車之夜,舉杯預祝展會順利。

綜觀本次的展覽,衆多國外的買主們表示,台北自行車展的展出商品不但多樣化且富有創意,設計亦紛紛朝向貼近使用者需求及生活化演變。尤其台北自行車展的特別之處在於有諸多富有創意與新奇特色

的小型製造廠或專門店參展,像是為客戶量身打造的客製化高單價車款或零配件,在在都顯示出台灣自行車業者在金融海嘯中異軍突起的創意。



▲外貿協會展覽業務處處長顏木松(右一)參加體育用品展晚會,左一為台灣區體育用品工業同業公會理事長吳日盛。

因此,台北展雖然就規模來說為世界第3,但其在展品的設計、品質與創新性上,卻勝過上海展,因此也有廠商指出,很多大陸廠商趁著展會期間來台取經,因此廠商在給型錄時特別小心。同時,台灣的自行車廠商已漸漸從過去的代工,逐漸走向創立自有品牌,在這次展會上就可明顯看出,廠商的展位佈置及品牌形象,都較過去提升許多。

由於經濟不景氣,所以國外廠商來台看展趨於保守,因此來的國外買家整體來說,參展廠商大多覺得有減少。但視廠商

訴求不同,感受也有不同,像是針對 OE 的廠商,和針對修補的廠商也有不同。

三司達業務經理王炯助就表示,就他所看到的,因為國外的自行車銷售狀況不好,歐美買主來得較少,且對成車的採購意願就較低,反而修補市場的需求較大,因此展館 1 樓和 4 樓的展況也有差別; 1 樓有比較多買家來採購配件,而 4 樓由於成車較多,因此湧入了較多消費者。雖然對於以對外貿易為主的廠商來說,消費者來得多並沒有幫助,但對於同時做內銷的廠商、代理商來說,有越多的台灣消費者、店家來觀展,對他們無異是另一次的廣告、行銷機會。

在交通方面,為便利衆多民衆於機場、展館與旅館間之交通,主辦單位提供免費的接駁車來回於世貿與南港兩座展館及昆陽、南港捷運站,班次相當密集,就連每日展會結束時消化候車的民衆也較往年更快。此外亦提供 9 條路線之飯店接駁,3 月 19 日及 20 日飯店與桃園國際機場巴士接駁。

台灣自行車市場現況

儘管目前全世界正籠罩在金融海嘯的浪潮中,全球經濟遭逢前所未有的重大危機,但是運動休閒與節能減碳風潮依舊方



▲本屆展會未受景氣影響,各廠商展氣都不錯,尤其知名大廠的攤位更是人潮不斷。



▲荷蘭Gazelle CEO Bert Piest。



▲俄羅斯Velomir董事長Konstantin V. Kuzmin。

興未艾，為自行車產業營造一個絕佳的發展機會，讓自行車產業仍然能於百業蕭條的態勢中一枝獨秀。TBEA 理事長楊銀明即在開幕致詞中指出，去年台灣自行車整車出口量達 540 萬台，比 2007 年成長 13.68%，出口金額更高達 13.9 億美元，比 2007 年成長 31.61%，而平均單價也從 2007 年每

台 221.91 美元攀升至 256.92 美元，無論是出口金額或數量都是呈現兩位數以上的成長，坐穩全球自行車輸出王國的地位，這也說明全體產業朝向高附加價值發展已獲得極大的成果。靠著國際分工，台灣自行車業者成功控制全球中、高級的市場，而且捷安特、美利達等本土品牌都已晉身為世界名牌，部份業者更透過併購方式成功取得國際性的銷售通路，自行車產業可說是目前台灣少數同時擁有高產量、生產技術、品牌及全球銷售通路的傳統產業，自行車業完整的產業鏈與發展史可供台灣其它傳統產業參考。

台灣內銷市場

在台灣內銷方面，代理 BH 的韋達公司針對自家品牌表示，今年預期台灣市場仍

熱，銷售應能持平或小幅成長，將著重在廣告與行銷活動，且必須做好對消費者的服務，如此應該還有成長空間。

同樣是代理商的浩里奧公司認為，雖然消費者確實沒有去年那麼熱中，但高單價的產品詢問度仍有提升，消費水平已逐漸提升，所以業績應不致下降，預期會回歸到前年比較正常的狀況。



▲太平洋董事長林正義(右)擔任2009國際自行車趨勢論壇第一場的主持人。

代理 Bianchi 品牌內銷的鑫盟公司協理蕭世協指出，在去年的自行車熱潮後，許多人都買了第一輛的入門車，因此入門車市場已趨飽合；在台北等都會區的消費者比較注重品牌與品質，今年會傾向購買中階以上的車款，所以他預期，在新台幣 3-5 萬元間的中階車款，將有成長的空間。

自行車業發展趨勢

在 4 天的展會期間，南港展覽館熱鬧非凡，眾多全球自行車界人士都出席這場盛會，讓人幾乎感受不到經濟的不景氣；實際上對於自行車界今年的發展趨勢，業界人士有何看法呢？

巨大董事長表示，台灣的自行車產業，就如同台北自行車展，已經成為 IBD 的開發與供應生產基地。除了要讓台灣的自行車騎乘環境變得更好，讓更多台灣民眾加入騎車的行列，訓練出更多挑剔的消費者，還要把台灣的自行車騎乘環境推廣到

海外，讓全世界的人一想到自行車就想到台灣；這需要政府和民間一同來推行，才能達成讓台灣成為自行車樂園的目標。此外，他在展會期間宣佈5月份的京騎滬動計畫，希望能帶動兩岸的騎乘風氣與交流。

日本自行車協會理事長、Shimano 株式會社社長島野喜三表示，全球性的經濟風暴當然也影響了自行車業界，他預期今年的市場狀況將不理想，營業額可能會減少5-15%。但自行車基於健康和環保等因素，越來越受到全球的矚目；且台灣和日本等地對於自行車的價值觀由於走向休閒而起了解變化，也推升了高單價的高階自行車的成長。



▲ Shimano株式會社社長島野喜三表示，全球性的經濟風暴影響了自行車業界，市場狀況將不理想。

台灣區自行車輸出業同業公會 TBEA 理事長楊銀明認為，2009 年全球總體的經濟環境將更為嚴峻，但台灣自行車產業以 A-Team 為首，經過多年的創新研發與經營，在全球 IBD 通路建立了高階品牌；2009 年將是對台灣自行車業界的考驗，只要業界能齊頭並進，持續開發更好的產品，就能使台灣自行車品牌產品



▲ Pacific Cycle產品開發部副總Ellen Johnson指出，去年銷售460萬輛自行車，較2007年微幅成長，平均單價也提高，主要通路為Wai-Mart (45%)。

屹立不搖。凱薩克總經理許榮裕則針對避震器產品說明他對今年的市場預期，他表示，金融風暴的發生對全球自行車產業

業一定會有衝擊，不過對內銷的影響不明顯。而就他的觀察，全球自行車對避震器的使用逐步下降，因為低階的避震器對自行車反而是種累贅，所以雖然整體會萎縮，但是素質必然提高，鼓勵業者經營精緻化產品。今年凱薩克在台灣的訂單不錯，高階產品銷售上升，但在大陸生產的低階產品則有下降趨勢。

明年展期 3月17-20日

明年度自行車展將訂於3月17日(三)至20日(六)於南港展覽館舉行。對於有沒有可能和12月份的台中 Ride-On 同時舉辦，外貿協會展覽業務處副處長洪銘欽在閉幕記者會上表示，展會的時間與場地都可以再討論。



▲外貿協會展覽業務處副處長洪銘欽在閉幕記者會上表示，展會的時間與場地都可以再討論。

另外針對今年展會攤位不足、等待候補的攤位數仍多達約四百個，洪副處長表示原計畫開放世貿三館安置這些攤位，但經發問卷調查，了解廠商意願後作罷。明年若有同樣候補的情形，除了隨時可依廠商意願開放世貿三館外，也考慮與擁有南港展館旁空地的台肥協調，開放此一足以容納300個攤位的空地作為臨時展館，以解決南港展覽館攤位數不足的問題。

同時還有一個好消息就是在今年內湖線捷運也即將通車，2010年時，展館附近之交通將更加便捷，預期將為更多遠道而來的國外買主提供更優質的服務。

同時還有一個好消息就是在今年內湖線捷運也即將通車，2010年時，展館附近之交通將更加便捷，預期將為更多遠道而來的國外買主提供更優質的服務。





▲Onipax推車高階鋼管車種，是想要一次到位的車友的新選擇。



▲成達Matrix的公路計時賽車，採用全Carbon一體成型車架。



▲永祺Ming Cycle新款通勤車，剛性特強可載運更多物品。



▲來自日本、崇尚樂活的BE ALL車款，採用無毒環保的烤漆，為環境盡一份力量。



▲Southern Cross紅白色系的單速車相當搶眼。



▲Giant全球限量161台的Advance SL，採用Shimano電子式變速器，導線內藏以保護電子系統。



▲JBC推出輕量化登山車Lightning XTR-D僅重8.5kg，要價NT\$113,800。



▲達富全新車架採用鎂合金，整車僅重9.3kg。



▲郁瑤ASAMA品牌推出以年獸為概念的高檔車。



▲鍊速得全碳纖維計時賽車。



▲京永今年度主推的單速車選擇復古的黃色與金色塗裝為主打。



▲吉安的全白塗裝單速車，連輪胎、大齒盤和鏈條等全都白得徹底。



▲LG仍以EASTON車架為號召，搭配XTR配件。



▲航翹的成車除了變速器以外都可依照客製化搭配碳纖維產品。



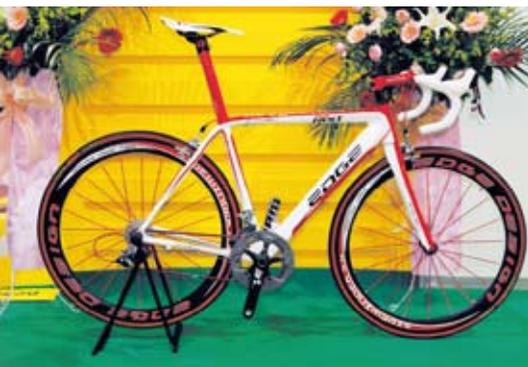
▲輝駿展出全白色系登山車，使用難度頗高的烤漆浮標，定價18萬元。



▲獨一無二的CSK鑽石車是張勝凱手工量身打造，一年僅生產一輛。



▲來自日本的Toyo只生產純手工焊接的鋼管車架，圖為其鋼管單速車產品。



▲丸喬ISP一體式車架，可提供多種尺寸。



▲太雅康培走復古風的單速鋼管車。



▲頂成展示自有品牌Salloy碳纖維車架，並組成整車，強調碳纖維車架的製造能力。



▲東威貿易展出復古單速車，車架、頭管鑲上水鑽更添奢華時尚感。



▲由愛爾蘭商代理的Biomega，展出竹製車架，採用傳動軸加內變速，強調美觀實用的北歐風格。



▲Pro-Lite忠於單速車原始的簡單風格，採用平把及五刀輪，車架以機翼概念設計。



▲Orbea慶祝奧運冠軍紀念車款，全球限量150輛，買主更有機會免費前往德國看比賽。



▲亞克引進Montague單速車款Boston，平把粗獷的美式味道與歐系風格迥異，未來也將有小折車款問世。



▲鴻太新鮮貨碟煞版Birdy，搭配SRAM內3外8共24速，滿足多速族群的渴望。



▲承記Dorcus運用最新電鍍銀加上烤漆技術，簡潔的塗裝配色更具質感。



▲又亨採用陽極噴砂技術，不易刮傷車架。



▲鉅讚AGOGO不止外型流線時尚，車架精緻，實用性強，零件搭配可換性高，平價入門適合環島旅遊。



▲Tange的單速車造型優美且獨具特色，全色以粉紅與白色組成，吸引不少車友圍觀。



◀▼ GKB客製Cr-mo鋼管車，採用內變速與奢華的施華洛世奇水晶裝飾，瞄準高階市場。



▲Gios Compact Pro採用Cr-Mo管、手工lug與義大利國家代表隊代表色，車架組NT\$59,600。



▲亞仕大ASTER碳纖公路車，專利工字肋骨結構設計，可分散應力進而達到質輕及絕佳的剛性強度，全車僅重5.78kg。



▲明係AXMAN公路車內導線設計外觀乾淨俐落，採用水滴型座管，前三角一體成型，造型流線，可降低風阻。



▲BH Gira單速車可變換Single speed或Fixed-gear使用，採Reynold 525管材，重9kg。



▲嘉特興THE LIONHEART FRAME導線內藏、外觀流線，鈦片強化無後轉點造型，可提供優良騎乘、降低甩尾現象與減少踩踏的反作用力。



▲捷寶推出純手工彩繪的地圖車，搭配自有品牌、雷龍logo的輪組。



▲極點Jango最新推出通旅折疊車款，僅需2秒的獨家縱向折疊，優雅輕鬆適合都市騎乘，有V把、T把兩款。



▲帝霸Laitis競賽型小輪徑跑車造型特別，紅色輪胎搭配紅色塗裝相當亮眼。



▲美輪的小徑車塗裝採用國畫圖樣，質感復古清新。



▲大忠新款A350折疊車，運用高級變速器及後避震器，使整體騎乘感更提升。



▲Dorcus D-C1是一輛採用避震前叉的小輪徑跑車，20速重9kg。



▲復古風也吹向小徑車，Progressive推出復古金色塗裝搭配皮座墊與握把。



▲永祺推出一系列多種鮮艷塗裝的小徑車。

小輪徑車、折疊車

CYCLE



▲宇衡的碳纖維小徑車。



▲Dahon與西班牙藝術設計品牌Kukuxumusu合作的3速16吋小折車，可愛的烤漆吸引不少目光。



▲瑪露洲的小輪徑跑車今年也根據經驗提供客製化產品。



▲野寶推出一體式流線型折疊車，創新的折疊方式使功能媲美跑車。



▲標豐新開發的折疊斜躺車，不需拆卸座椅即可輕易收納。



▲英澤展出貼滿水晶的mini小折，與其後的單速車成為車友關注焦點。



▲仙蒂市與KHS是市面上唯二推出30速小折的品牌，圖為Santosa 30速折疊車，另有跑車款。



▲恆豐展出Minimax以全鈦打造的小徑折疊車，搭配Dura Ace變速系統，重8.4kg，要價NT\$115,000。



▲Louis Garneau白色戀人版MV3小徑車，採前後避震與Shimano Taigra變速系統。



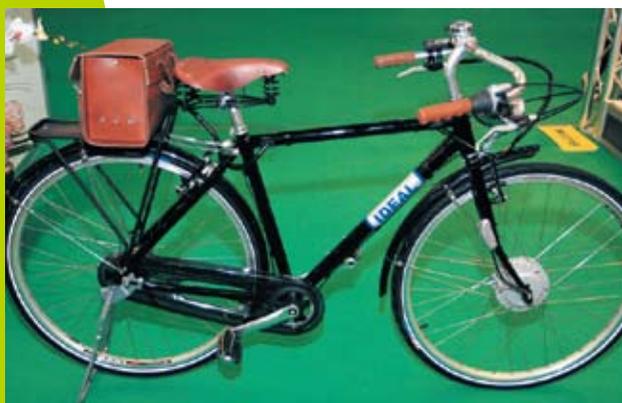
▲佳得以伸縮管方式取得專利，折疊便利不占空間，今年還有電動車款推出。



▲將電池隱藏於折疊管材內，使整體造型更俐落。



▲美輪新款電動自行車，全系列都已採用鋰電池。



▲愛地雅推出復古造型的電動車，電池就放在貨架上的皮包裡。



▲柏彰將電動車科技運用在折疊車上，整體更輕巧實用。



▲OHIOSPORTS推出全套的女性人身部品。



▲鉦尚推出平價路線的電動自行車，採用鉛酸電池。



▲強調人體工學與舒適的SMP，09年女款白色搭配粉紅車線，破纖維座弓更加輕量。

電動車

女性產品





- ▲ 鑫權看準女性市場，推出花樣繽紛的輪圈塗裝。
- ◀ 捷安特一系列粉紅色系人身部品與配件，要讓女性車友愛不釋手。
- ▼ 元毅專為女性騎乘者打造，鑲鑽水壺架，塗裝精美，水鎖設計突顯自我風格。



▲ 一心針對女性設計不鏽鋼材質的公路車，整車僅重8kg。



▲ 看好台灣女性自行車市場，BH引進Cristal高階女性公路車架。



▲ 普立瑪SABINNA系列車款從專業的角度以女性為出發點，功能與設計皆能符合女性的需求，車身彩裝融合了運動與時尚。



▲ 來自日本Zakagawa手工打造的精典公路車美不勝收！



▲ 台灣雲豹將客家花布圖騰運用於女性車上，展現本土特色。



▲ 單速車的流行加上女性車友日增，樂比馳引進單速車男女對車款。

最精采完整的台北展最新零配件產品報導敬請期待6月份出刊的自行車市場快訊No.126！



▲浙江自行車協會也組團來參觀台北展，左為浙江自行車協會理事長張順榮與日騁董事長徐明強（右）。



▲政仲副總洪美麗展示獲創新獎的磁浮立體水標。



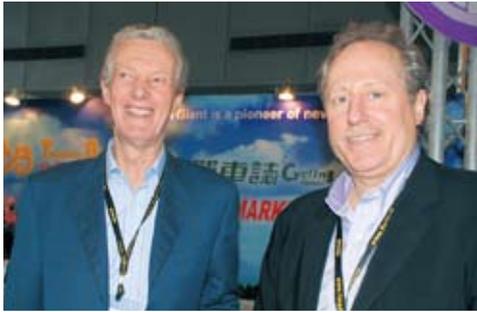
▲八方電機董事長王清華（中）帶領幹部觀摩台北展，左四為總工程師賀先兵。



▲設計師Mr. Mark Sanders與其作品IF mode，為太平洋攤位帶來滿滿民眾圍觀。



▲Accell Group 總裁 Rene Takens（左）表示，歐洲電動自行車有成長。



▲Raleigh Group CEO Alan Finden Crofts（左）與董事長Steve Meineke（右）都現身台北展。



▲鈦美總經理莊孟勳親自展示新代理的小折DaBlasi，快速折疊且折疊後平整為最大賣點。



▲KHS單車學校校長謝正寬開心展示今年的得意作P20-RA小徑車。



▲德國慕尼黑自行車展在展會期間舉辦說明會，由德國慕尼黑國際展覽中心主席Manfred Wutzlhofer主持。



▲Scapin業務經理Antonio Fontana展示該品牌在義大利手工生產的Spirit公路車。



▲北京台商協會會長林清發（左）與得意門生高蒿車店老闆、前自行車國手黃顯熙（右）合影。



▲搭配車架顏色，已由第二代接班的旺輪也推出各色的花鼓產品。右二為業務經理謝駿緯，左二為林彥好。