



創意系統綠化交通

公用自行車 租賃系統經驗交流

圖、文◎張晉銘

2009 國際自行車趨勢論壇系列第 4 場：「公用自行車租賃系統經驗交流」，於 3 月 18 日在台北世貿南港展覽館舉行，會中邀請捷安特總經理何友仁、統立開發總經理葉致中以及法國巴黎公共自行車負責人 Mr. Matthieu FIERLING 到場分享經驗和交流意見。

公用自行車的成功要素

論壇一開始先由捷安特總經理何友仁向與會來賓說明台北微笑單車的運作計畫，希望透過微笑單車的建置，能帶給大家「行」的方便，同時達到減少排放廢氣和保護環境的宗旨。何總經理更提出，成功的公共自行車應具備的關鍵要素：首先要有完善的自行車道動線規劃、良好的

騎乘路感和自行車專屬號誌，其次也包含方便簡易的租借模式，還要能與大眾運輸結合以及廣設鄰近的租借站點。至於在服務的層面，則必須提供合理的費用、車數的調度和 24 小時的服務，最後就是希望市民能夠愛惜使用，讓單車一直保持良好的狀況，提高租借的意願。未來如果成效不錯，希望微笑單車能為更多台北市民帶來幸福的微笑！



▲捷安特總經理何友仁提出打造成成功公共自行車應該具備的條件。



▲ 統立開發公司總經理葉致中希望能以自行車道為基礎的路網模式，完成高雄公共自行車的目標。

以自行車道為路網基礎

負責高雄公共自行車的統立開發於3月份上路，總經理葉致中先簡單介紹營運情況、單車配置和未來展望。葉總經理強調，希望透過便捷的系統，配合每500公尺就有一個租賃站，未來到5月底

完成建置50個租借站點，即可涵蓋90%的網絡面積，如此必能大幅提高使用率和完成公共自行車系統，達到以自行車道為基礎的路網模式。

公共自行車的周邊效益

統立葉總經理表示，如果要把公共自行車推廣更加順利，未來勢必要推動更多措施和相關配合，像是公部門協助提供無償土地和適當的補貼措施，未來也不排除舉辦每週一次的騎乘活動，讓會員卡也能變成折扣卡，提高市民的使用意願。此外也計畫在後土除辦理廣告招商，藉由廣告增加收益。

Velib系統經驗分享

巴黎Velib系統從2007年建置，目前已經逐漸由市中心推廣到郊外，並推出第二代改良後的公共自行車。法國巴黎Velib系統負責人Mr. Matthieu FIERLING強調，公共自行車要成功，除了何總經理提到的重點，還包括審慎考慮人口密度和工作取向來設計站點的距離，創造高度的重複使用率。另外，自行車網絡的密度和單車本

身的良窳也很關鍵，以Velib為例，每天總是會接到不少抱怨電話，因此高品質的服務絕對是最終關鍵。

公共自行車的優勢

公共自行車除了作為提升都會生活的象徵，具備減少排放廢氣的優點，如果能締造騎單車比開車還要快的例子，以及提供高品質的交通方式和方便的租借模式，再加上24小時乾淨又安全的服務，公共自行車勢必能成為民眾的主要交通工具。如果還能藉由單車族在網路上互相討論來帶動，其成功的機率自然就會增加。

使用率低的原因與調度問題

Mr. Matthieu FIERLING仔細分析說道，其中公共自行車失竊率居高不下、民眾已經習慣搭乘捷運以及巴黎公寓狹小，進而造成停車問題，都是造成民眾使用率低的主因。由於網絡區域內的地形，因此民眾多以由高往低處騎乘為主，如此會造成車輛調度困難，如果要鼓勵民眾由低往高處騎乘，則必須推出優惠措施。

▶ 巨大董事長劉金標(右)，在台下仔細聆聽「巴黎經驗」。



▲ 法國巴黎Velib系統負責人Mr. Matthieu FIERLING，帶來寶貴的經驗分享。



自給自足的可能性

目前北高兩地的公共自行車憑藉政府或民間企業的支持，因此自給自足的可能性也被重視，Mr. Matthieu FIERLING 認為，提高單車的使用率很重要。另外如果能配合單車上的廣告收益或是提出只要續約就能享受優惠的方案。

機車V.S單車

由於台灣民眾以機車為主要交通工具居多，因此有人提出單車取代機車的可能性，對此與會來賓們認為，幾十年的文化習慣，一時之間無法馬上改變，需要一些時間，但規劃完整的自行車道是首要工作，透過現階段的公共自行車推動，可先觀察民眾的反應，並長期宣導單車=健康

+環保的正面觀感，灌輸民眾騎車不分階層的觀念，畢竟人是感觀的動物，綜合上述可塑造自行車文化的正面形象，再對下一代導入對單車應有的價值觀，期能取代一成年就要擁有摩托車的少年迷思。



▲論壇結束後，由CHC總經理廖本彰（右二）贈送紀念品予三位嘉賓。

巨大2008年營收414億

整理◎編輯部

巨大公司公告去年度決算財報，集團營收新台幣414億元，稅前淨利32億元，稅後淨利24.57億元，稅後每股盈餘8.3元，營收及獲利皆創下歷年新高紀錄。巨大於3月23日召開之董事會通過承認去年度財務報表，並將提請預訂於6月16日召開之股東常會承認。董事會並擬於股東常會提案配發現金股利2元及股票股利2元，股利發放亦創歷史新高。

在製造方面，巨大2008年全球六座工廠的總產銷量合計520萬輛，與2007年的441萬輛相較，約有18%的成長。其中，台灣廠因高級車銷售成長，產銷量值成長約四成；昆山廠的產銷值有約二成的成長；荷蘭廠的產銷量值也有明顯增加，成都廠產銷量持平但營收有成長，新設的天津廠產銷量值符合預期；電動車廠的產銷量值穩定成長。二座材料工廠中，巨瀚

科技營收及獲利都大幅成長；而捷安特輕合金公司營收雖有微幅成長，但受庫存材料價格波動造成獲利下滑。

在自有品牌銷售方面，巨大去年整體銷售台數及營收持續成長，其中以亞洲區成長最大，尤其是台灣市場更是倍增。巨大公司指出，依照自有品牌成長的速度，至2010年，Giant應可順利達成自有品牌銷售值較2005年倍增的既定目標。

展望今年，雖然節能減碳、環保、健康、運動休閒以及高品味的時尚生活，仍是全球性的趨勢，自行車市場仍然會有一定的需求；不過，由於全球金融風暴造成的衝擊，世界各國和各行各業都難以倖免，在正向及負向效應同時交互作用下，態勢並不是很明朗，巨大公司表示將以比較審慎的態度來因應。