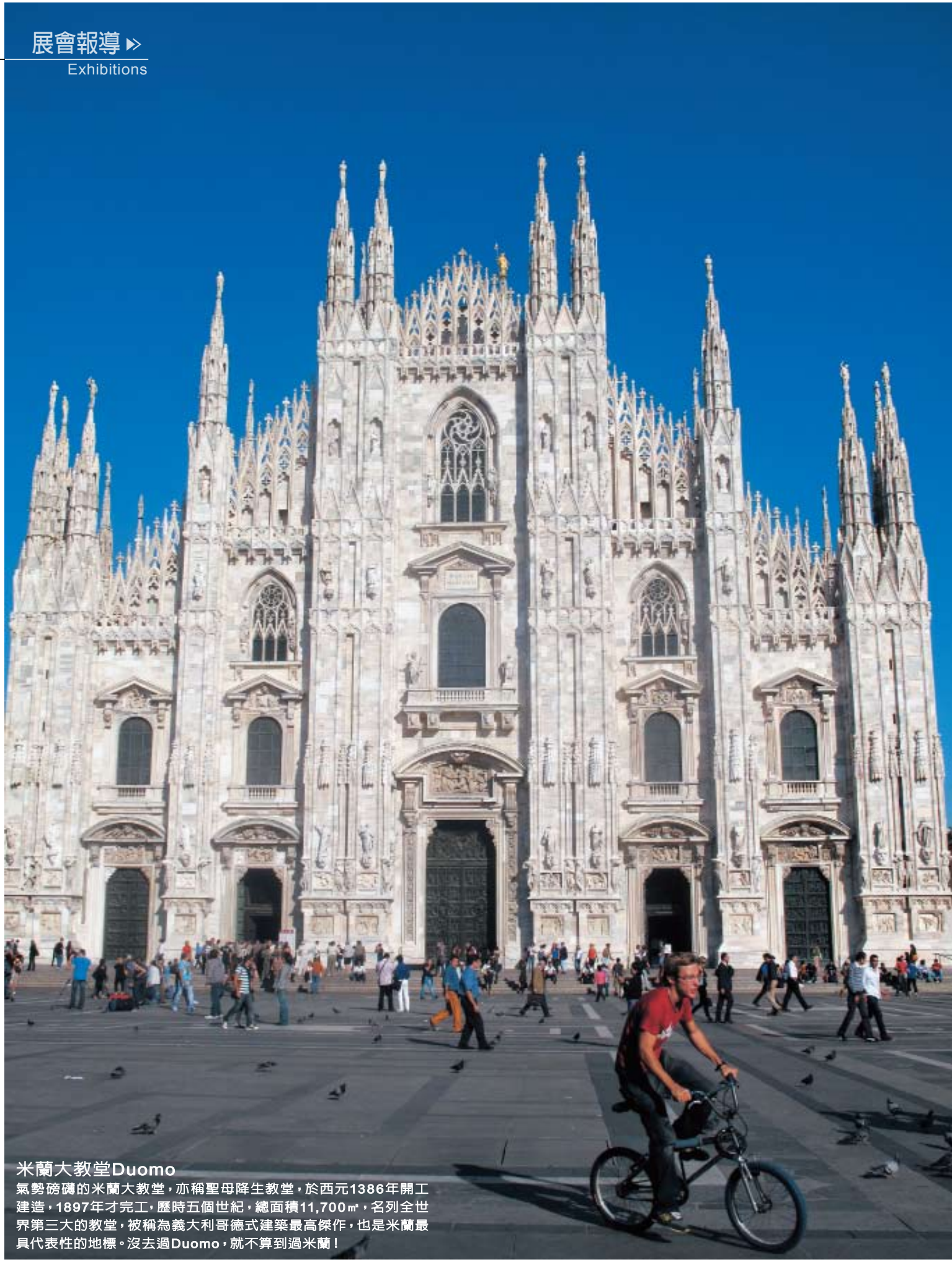


**米蘭大教堂Duomo**

氣勢磅礴的米蘭大教堂，亦稱聖母降生教堂，於西元1386年開工建造，1897年才完工，歷時五個世紀，總面積11,700㎡，名列全世界第三大的教堂，被稱為義大利哥德式建築最高傑作，也是米蘭最具代表性的地標。沒去過Duomo，就不算到過米蘭！

# 2009義大利自行車展

圖、文◎陳柏如

前幾年將展期移至11月與機車展合辦的米蘭自行車展（EICMA），這幾年展氣與展效愈振乏力，爲了力挽狂瀾，今年主辦單位特別又將自行車展移回9月獨立舉辦（9/18-9/21），重新定位爲Trade展，女士與14歲以下孩童免費入場，最重要的是大會請來義大利環境部部長Stefania Prestigiacomo與Lombardy區的區長Roberto Formigoni站台，並爲開幕剪綵，讓展覽增色不少。

## 購車獎勵措施加碼

邁入第67屆的米蘭國際自行車展EICMA，曾經風光一時，隨著義大利經濟不景氣，以及Eurobike的衝擊，風光不再，逐漸淪爲local展，國外大品牌展出的愈來愈少，今年只有展出一個館，

▲米蘭展開幕式請到義大利國家環境部部長Stefania Prestigiacomo出席（左二），左一為米蘭所在地的Lombardy區的首長Roberto Formigoni，右二為義大利兩輪車產業協會ANCMA董事長Guidalberto Guidi，右一為米蘭市交通局局長Edoardo Croci。

大廠攤位數都縮水，主要國際大品牌除了Scott都未展出，而地主品牌Pinarello、Wilier也缺席，台灣業者似乎也沒有人參展，只有名世車錶透過當地代理展出。爲了配合下午兩點半的開幕式，大會還臨時將第一天的開展時間延至下午兩點才開始，讓不少人錯愕。

▲義大利環境部部長Stefania Prestigiacomo（右）宣佈政府將再投入760萬歐元來刺激消費者購買自行車！此外，從2010年起，5月的第一個禮拜天將訂為義大利的自行車日。

義大利環境部部長Stefania Prestigiacomo在開幕致詞時宣佈了一項振奮人心的大利多：繼之前投入1,140萬歐元的預算鼓勵民眾購買自行車與電動自行車之後，政府決定再投入760萬歐元來刺激消費者購買自行車！這項獎勵措施一方面凸顯義大利政府對自行車產業以及環保減碳的大力支持與提倡，一方面也希望有效刺激消費、提振自行車的銷售，同時也有助減少汽車使用與交通壅塞問題。義大利自行車產業協會以及兩輪電動車協會負責人Pierro Nigrelli指出，新的獎勵措施從9月25日開始實

▲米蘭今年也開始實行公共自行車租賃系統，目前在全米蘭市有100個站，1,300輛公共自行車，租一天2.5歐元、一週6歐元、年費36歐元，預計兩年後將達到300個站、5,000輛自行車。

施，民眾最高可獲得30%的購車折扣，購買一般自行車約可獲200歐元的獎勵補助，購買電動自行車最高可獲450歐元的補助。預估獎勵預算皆於一個月內用罄，自行車的銷售將可望多賣出至少7萬輛。此外，Stefania部長也正式宣佈，從2010年起，5月的第一個禮拜天將訂爲義大利的自行車日（Bike Day）！值得關注的是，米蘭市今年也開始實施公共自行車系統，目前在全市有100個站、1,300輛公共自行車供使用，租一天2.5歐元、一週6歐元、年費36歐元，預計兩年後將達到300個站、5,000輛自行車。

## 展效差強人意

儘管有獎勵措施加持，今年的米蘭展依舊差強人意，第一天人不多，以dealer

▲週六一大早，展館外便擠滿想進場參觀自行車展的人潮，以一般民眾居多！

爲主，第二天與第三天是週末，人潮非常多，但大多是一般民眾扶老攜幼，看熱鬧、撿便宜的居多，眞正trade visitor很少。大多參展廠商都提到，由於同時間在Padova還有一個自行車展，造成了許多困擾與不便。有的參展廠商認爲這個展已經沒有實質效益，參觀的都是消費者且水平不高，毫無意義，明年不再參展；也有廠商表示很滿意，特別是週末人潮很多，dealer跟消費者對他們而言很重要，這是業者展示新品以及跟消費者與店老闆溝通很好的機會。2010年米蘭展展期爲9/17-9/20。

## Padova Expobici 展打對台

由於同時間在威尼斯西方的著名古城Padova（距米蘭兩小時車程），也有一個自行車展Expobici，在Padova Fiera展覽館舉行，今年是第二屆，展期爲

①

②

①②③④今年第二屆的Expobici自行車展，展期為9/19-21，由於展覽費用較米蘭展低廉許多，因此展出家數與廠商數都比米蘭展多，共展出兩個館外加一個試乘區，總展出面積達20,000平方公尺，比2008年擴大了50%，2010年展期為9/18-20，屆時又將與米蘭展（9/17-20）打對台。

（Photo：Studio da Tos / Padova Fiere）

9/19-9/21，共三天，屬於 local 展，但由於 Expobici 展覽費用低廉許多，因此該展的展出家數與廠商數都比米蘭展多。據大會表示，今年的參展廠商有 250 家，共展出兩個館外加一個試乘區，總展出面積達 20,000 平方公尺，比 2008 年擴大了 50%，本屆參觀人數約 25,000 人，專業人士以及 13 歲以下孩童免費，2010 年的展期爲 9/18-20，屆時又將與米蘭展打對台。

今年義大利龍頭大廠 Colnago、De Rosa、Bianchi 只參加米蘭展，Pinarello 兩個展都缺席，Wilier 則只參加 Expobici。根據兩地都有參展的 FSA 總經理 Claudio Marra 表示，比起米蘭展，Expobici 展的費用便宜許多，所以參觀廠家多很多，參觀人潮除了當地消費者，兩個展的參觀 dealer 都大同小異，很多店老闆都是前兩天去看米蘭展，後兩天到 Padova 看展。當然許多義大利廠商對於兩地同時舉行自行車展也感到不解與無奈，只能說：這就是義大利！

③

④

▲FSA的K-Force Light 386曲柄大齒盤（BB30規格）榮獲2009Eurobike Award設計獎肯定，左為FSA歐洲總經理Claudio Marra。右為義大利高級車組裝廠Frames and Services snc董事長Antonello Mattia，該公司年組5千輛車，車架外購為主，以設計見長。

## 義大利自行車市場

2008 年對義大利自行車產業而言，是很艱辛的一年，全球金融風暴造成義大利經濟大衰退、購買力大減，尤其是去年第四季最慘淡！根據義大利兩輪車產業協會（ANCMA）統計，2008 年義大利自行車銷售量爲 180 萬輛，較前一年的 199 萬輛下滑了 9.5%。成車進口方面爲 70.4 萬輛，衰退了 14.8%，進口平均單價則從 2007 年的 94.22 歐元（134.67 美元）成長到 111.54 歐元（159.42 美元），漲幅 18.4%。出口則逆勢成長了 14.4%，達 155.3 萬輛；出口平均單價則從 2007 年的 90.19 歐元（128.91 美元）減少到 80.71 歐元（115.36 美元），衰退 10.5%。ANCMA 指出，義大利的自行車產量也同步下滑，由 2007 年的 252 萬輛衰退到 2008 年的 238 萬輛，下跌了 5.6%。2009 年的頭兩個月由於天氣特別冷，加上銀行對自行車產業、車店甚至消費者都縮緊銀根，導致自行車的銷售特別差，四月則拜政府的購車補助措施所賜，讓業者能稍稍喘口氣！

義大利市場的銷售主流車種以休閒登山車爲大宗，市佔率 33%，City 與 Sport bike 則佔 18%，公路車約佔 4%，以高單價爲主，童車則有 45% 的市佔率。至於電動自行車，一般預估 2008 年的銷售量約 10,000 輛，2009 年的銷售量則可能達到 30,000 輛，成長幅度驚人！值得注意的是，從日本流行起來的 Fixed Gear（單速車），風潮也吹到歐洲，今年許多大城市如米蘭、巴黎與倫敦等街頭，單速車非常風行，會場上也有許多復古造型與新潮設計的 Fixed Gear 展出。

除了成車，義大利的自行車零件也是實力堅強，受到全球不景氣影響，去年義大利零件出口總值也衰退 6.8%，從 4 億 2,502 萬歐元下滑至 3 億 9,623 萬歐元。除了出口值衰退，零件出口量也同步下滑 9.6%。座墊一向是義大利最具競爭力的出口零件之一，去年座墊的總出口值成長了 6.7%，達 7,706 萬歐元

▲義大利知名手工噴槍彩繪藝術。

（2007 年爲 7,221 萬歐元），但出口量則衰退 3%。去年大齒盤的出口總值衰退了 21.1%，僅達 2,100 萬歐元；變速器與變速系統的出口值則成長 3.7%，達 1,664 萬歐元，出口量也成長了 24.1%，這也意味低價產品較受青睞的趨勢。至於高單價的義大利製車架出口總值也成長了 7.5%，達到 2,571 萬歐元。

**義大利自行車市場統計（1999-2008）** 單位：輛

| 年度 | 生產量 | 出口量 | 進口量 | 當地銷售量 |
|---|---|---|---|---|
| 2000 | 3,250,000 | 1,752,345 | 224,450 | 1,722,105 |
| 2001 | 2,650,000 | 1,411,791 | 445,819 | 1,684,028 |
| 2002 | 2,350,000 | 1,419,193 | 453,951 | 1,384,758 |
| 2003 | 2,550,000 | 1,588,963 | 471,550 | 1,432,587 |
| 2004 | 2,600,000 | 1,554,246 | 631,036 | 1,676,790 |
| 2005 | 2,400,000 | 1,343,286 | 820,736 | 1,877,450 |
| 2006 | 2,418,000 | 1,238,810 | 764,119 | 1,943,309 |
| 2007 | 2,520,000 | 1,357,991 | 827,080 | 1,989,089 |
| 2008 | 2,380,000 | 1,553,409 | 704,280 | 1,800,000 |

**義大利自行車生產種類**

| 種類 | 2005年 | 2006年 | 2007年 | 2008年（預估值） |
|---|---|---|---|---|
| 登山車 | 35.0% | 33.5% | 35% | 33% |
| 城市車、運動車 | 17.5% | 18.0% | 20% | 18% |
| 童車10-24吋 | 43.5% | 44.5% | 41% | 45% |
| 公路車 | 4.0% | 4.1% | 4% | 4% |

資料來源：ANCMA

# Colnago

Colnago成立於1954年，強調獨特風格與品味，產品以安全、精質與值得信賴為訴求。Colnago今年歡慶55週年，並推出全球限量99輛的鋼管碳纖紀念車。目前員工45名，年銷售兩萬輛自行車，90%為碳纖車，歐洲、日本與美國為主要市場，今年3月在美國成立分公司，目前員工5名。Colnago總裁Ernesto Colnago表示，會推出鋼管車架結合碳纖維的紀念車，是因為Colnago的第一輛車就是鋼管車，而Master車架是第一個顛覆圓形管的經典鋼管車架，加上Colnago也是第一家推出碳纖維車的品牌（1984年），因此這款紀念車特別具有意義與代表性。此外，Colnago也展出強調Pure Colnago Soul（純粹Colnago靈魂）的高科技超輕碳纖維概念車，採用CX-1車架，整車僅4,937g！其他新車還包括復古的單速鋼管車、頭管加高30mm強調騎乘舒適性的ACE碳纖車，以及CLX整合式頭管設計的碳纖維車架。

▲Ernesto Colnago是Colnago的靈魂人物。

▲銷售經理Diego Colosio在Colnago四年，之前待過Columbus，擁有20年的自行車產業經歷，對於拓展全球市場與通路非常積極。

▲整車僅4.937g的超輕碳纖概念車。

▲ACE碳纖車。

▲濃濃復古風的單速車。

▲CLX碳纖維車架。

# Bianchi

隸屬Cycleurope集團旗下的Bianchi，創立於1885年，是義大利歷史最悠久的自行車品牌（超過120年），其928系列公路車是為了紀念Bianchi於1949、1952、1998三個年度同時贏得環法與環義賽冠軍，因此取三個年份的尾數而成928，並延伸出HOC、B4P、C2C三個車款。

2010年Bianchi最新款包括928 Carbon SL IASP頂級一體成型奈米碳纖維公路車，車架僅1.02kg，採用一體式氣體力學座管。此外，也有針對女性車友設計的Dama Bianca系列車款。登山車方面，2010年有三大車系：Racing、Perference、Off-Road，最新頂級車款為Methanol SL 9900碳纖維前避震車，搭配最新Sram XX套件。

# De Rosa

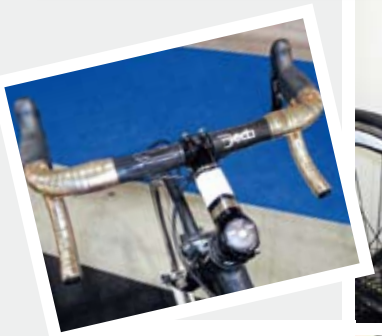
De Rosa年銷售6,500輛自行車，員工23名，強調「輕量且安全的高級車」，主要市場為義大利以及歐洲其他國家，其次為日本與美國，以碳纖車為主，大多為客製化的車架，其鋼管車與鈦合金車也備受肯定。2010年共推出三款新車，包括最新版King 3 RX採用更高階的材質，打造出更輕更強的車架結構，並搭配Campy Super Record 11速套件。2010年版提供可量身打造專屬車架的服務，中軸系統可選擇BB30，前叉也可選擇標準型或直線型，也可選搭Di2電子變速。此外，還有一體成型的碳纖維Merak，採tapered頭管，以及升級版的Idol，搭配一體式座管、下管加粗、走線內藏。圖為高齡75歲的DeRosa創辦人Ugo De Rosa（左），以及業務經理也是其三子Cristiano De Rosa（右），他對今年的米蘭展感到很滿意，參觀群眾很多，對他們的展出效益很大。

# MIC

Shimano義大利代理MIC總裁Amedeo Colombo也出席米蘭展開幕式並接受專訪。MIC成立於1979年，除了代理Shimano（30年），還代理Cateye、Panaracer、PRO、PZ Racing、Multipower以及Amadeus等知名品牌，在義大利很有影響力。

# Casati

創立於1920年的Casati，以手工及客製化車架著稱，今年適逢成立90週年慶，Casati特別推出兩款90週年限量紀念車款，包括一款碳纖車以及一款鋼管車。其90週年紀念碳纖車採用T800高模數碳纖紗以及獨家蜂巢式內管結構設計(Honeycomb)，車架僅940g，整體剛性與強度提升33%，限量200輛。Linea Oro紀念鋼管車，頭管logo採用Casati 1920年的logo，相當復古，後上叉運用獨家工法，前叉、後下叉以及lug則採用Airbrush塗漆並加上24k鍍金，美不勝收！



# San Patrignano

1999年才成立的San Patrignano，一向以打造精品藝術車架與精湛技術見長，強調客製化，每件產品都是手工精雕細琢的藝術精品。今年該品牌展出結合竹子與碳纖維的雙人協力車，揉合竹子（須經三年乾燥後才能使用）與碳纖維（接頭部份）的特性，以環保、健康為訴求。此外還有藝術風十足的車架，並嵌入金粉與銀粉。

# Olmo

成立於1939年的義大利老牌組車廠Olmo，今年歡慶70週年，工廠佔地7,000平方米，員工20名，年組車3萬輛，車架全部自台灣與大陸進口，部分購自義大利管材廠，全系列車種都有，登山車佔大宗，該品牌以中價位車為定位，80-85%內銷當地市場，在當地擁有200家dealer以及7家直營店，今年銷售平穩。Olmo CEO Paolo Olmo（見左下圖）認為，9月是最佳的米蘭自行車展時間，他對今年的展出成效感到滿意，明年將續展。

Olmo CEO Paolo Olmo。

# Kuota

2010年Kuota推出自家有史以來最輕的KOM頂級車架，低於900g，並搭配Shimano Di2電子變速系統。新推出的KULT（Kuota Ultimate Laminate Technology，頂極疊層技術）車款，強調其獨特的座管設計使座墊可調整，非常適合鐵人三項。Corsa Lite則是鋁合金車架搭配碳纖前叉的基本車款。登山車方面則推出全新的全碳纖車款Kaya。此外，Kuota也推出自家的大齒盤曲柄組，如鋁鍛K30，BB30規格，重640g；K03為碳纖曲柄加鋁合金爪，重810g。

# Bottecchia

擁有義大利血統的「Bottecchia」，創辦者為Ottavia Bottecchia，他是第一位贏得環法賽的義大利人（1924年），隨後他與車架製造商Teodoro一起生產設計競速公路車，揭開Bottecchia品牌的序曲，卻不幸於1927年離開人世，之後該品牌由Carnielli家族接棒，繼續發揚光大。Bottecchia擁有頂尖技術與陣容堅強的團隊，旗下車款除了最經典的公路車，還有登山車和城市旅行車，2006年歐洲年銷售量超過5萬輛。2010年最新車款為運用SP9頂級奈米碳纖維車架技術的RS 751公路車，搭配一體式座管以及勾爪設計，整車僅重6.65kg。

# Gruppo Bici

成立於1927年的Gruppo Bici，歷史悠久，是義大利主要的組車廠與進口商之一，員工60名，年組車30萬輛，零件大多從台灣、大陸進口，在大陸張家港設有辦事處，明年計劃在天津開設辦事處。Gruppo Bici旗下擁有三個品牌：Rossin為頂級車、Speed為中價車、Reginr則為低價入門車，70%銷售於內需市場，其他則出口至西歐與南歐，CEO Mr. Andrea Chiarini（圖右）指出，今年營收預估可達1,200萬歐元，其中以休閒車成長最多，市場上以200-600歐元的車款最受歡迎，預估集團明年的業績可望再成長20%。

# SAB

1990年成立的SAB，為義大利組車廠，總經理Mario Vicini表示，該司年產銷2,000輛自行車，公路車佔80%，車架多從台灣採購或購自義大利Detacchi，廠內再進行加工組裝，車架零售價約1,000-2,000歐元，成車售價4,000-5,000歐元，以內銷為主，少部份銷往美、日、挪威。

# Viner

成立於1947年的義大利品牌Viner，年產銷3,000台自行車與車架，在義大利擁有300家dealer，米蘭展是由其米蘭的經銷商展出。右圖為其最新Maxima RS客製化超輕碳纖車，車架重970g，整車重6.4kg。

# Lombardo

名列義大利前十大組車廠之一的Lombardo，於1952年由Gaspare Lombardo創立，規模逐年擴大，1994年開始出口，1998年由第二代Giuseppe、Francesco以及Emilio接手，2006年成立德國分公司。

# ITM

1965年成立的ITM，是義大利知名龍頭把手品牌，2005年在台中成立辦事處，去年出售易手由Luigi Seghezzi買下其品牌以及機械設備並擔任總經理，並賦予ITM新的品牌形象與產品規劃。ITM旗下大多產品皆採購自台灣，目前義大利員工六名，台中辦事處員工六名，今年也在東莞成立辦事處，低階產品從大陸採購，主要市場歐洲佔70%、亞洲佔30%，台灣補修市場由浩里奧代理。

ITM新任總經理Luigi Seghezzi（見上圖）在自行車界30年，曾任Gruppo總經理，也待過3T以及Bike Machinery，接手ITM後積極打造新形象，希望讓這個品牌歷久彌新。ITM最新、最頂級的產品為Pathom套件，整套產品包括輪組、前叉、車把、座桿、水壺架、豎管以及車把帶，讓成車的搭配可以更具整體感。對於今年的米蘭展，Seghezzi表示很不滿意，但品牌重新出發，還是有必要曝光。

# Selle SMP

Selle SMP為義大利知名自行車座墊品牌，1947年成立，目前已傳至第二代經營，年產銷4百萬個座墊，100%義大利製造，各式座墊皆有，特殊的外觀與造型為其專利，強調人體工學以及不壓迫坐骨神經；SMP工廠近威尼斯，佔地6,000平方米，員工35人，在當地另擁有3個衛星小廠為其代工，產品60-70%銷至歐洲市場，去年也開始進軍美國市場，成效不錯。

總經理Maurizio Schiavon指出，今年的業績較去年約為微幅衰退5%，對於今年的米蘭展則認為展效不錯，人潮很多。SMP今年推出超輕的碳纖座墊，以及白色碳纖座墊，針對女性車友也打造專屬的forma座墊。

# Wayel

電動自行車在義大利的銷售成長快速，前景看俏！2008年義大利的電動自行車銷售量約1萬輛，2009年預估可達到3萬輛。圖為義大利製的Wayel電動車，強調都會時尚感，電池可輕易拆裝攜帶，傳動系統也改成傳動軸設計，外觀簡潔流線。

# Fixed Gear

Fixed Gear單速車今年在米蘭非常流行，不管是復古經典風或新潮設計的車款，都成為街頭新寵，顏色方面以蘋果綠以及白色最受青睞。