



林仰哲談 墨西哥市場

圖◎郭谷米、文◎張晉銘

中 南美洲自行車市場
一直是貿易商長期以來努力經營的市場，雖然欠款情形普遍，付款時間長達 120 天更是常見，加上匯率變動也大，市場也以價格取勝，因為利潤變得越來越差。這波經濟風暴多少影響銷售，大部分台灣公司在中南美洲的業務也減少 20-30% 的業績，其中墨西哥更是台灣和大陸自行車業競爭激烈的地區。

今年爆發 H1N1 的新流感疫情，最早是從墨西哥開始，對墨西哥經濟造成一定衝擊，觀光業和產業都直接受到波及。因此為了讓讀者了解墨西哥市場，特別專訪熟悉墨西哥市場的仰喆公司董事長林仰哲，他 9 月底剛拜訪完墨西哥客戶，其最大貿易夥伴是墨西哥，佔有率高達 80%，因此每年會去拜訪客戶一次。林董事長指出，經營墨西哥的貿易市場並不容易，因此貿易商本身必須提供更多元化的服務，甚至

和客戶共同研發新產品，並適時融入當地文化，讓客戶瞭解到彼此是不可或缺的夥伴，即便客戶出現資金困難也不好意思連累到貿易商。

墨西哥市場動態

林仰哲董事長表示，由於美國去年經濟不景氣，連帶造成北美自由貿易市場 (Natta) 大受影響，就連加拿大也難以倖免，尤其是市場體系無法獨立於美國的墨西哥，影響甚鉅。但有時候生意不好，也不全然是經濟不景氣、H1N1 或是政府領導者等因素，就像當初 H1N1 在墨西哥爆發，影響最嚴重的就屬最初的兩、三個月，當時大街小巷和公共場所都瀰漫著緊張氣氛，直到疫情稍緩之後，不論是公共場所或是機場，幾乎沒有什麼人戴口罩，民衆也覺得已經沒有那麼嚴重，況且每年本來就有人會因為流行性感冒併發嚴重病情造成死

亡，所以整個疫情並沒有像外界想像中的這麼嚴重，對墨西哥的經濟衝擊也有限。

影響經濟起伏的因素

林董事長認為，影響墨西哥經濟起伏的主要原因有二：第一、墨西哥長久以來就非常依賴美國市場的挹注，像是需要美國來採購產品與美國的外匯，第二、墨西哥的觀光產業有一部分的來源也是美國，也有為美國代工甚至美國企業在此設立分公司或工廠，因此只要美國經濟蕭條，墨西哥必定會跟著牽一髮而動全身，另外政治因素和治安的不穩定，關係也非常重要，因為目前墨西哥的執政黨為 PAN，但國會的最大黨則為 PRI，許多省長和州長也多為 PRI 的版圖，因此有時候中央的相關政策無法順利推動，地方有時也無法向中央伸手要錢，許多政策無法取得共識，最後還是苦了老百姓。

墨西哥自行車市場

林仰哲指出，2008 年墨幣披索貶值兩成多，現已回復，墨國政府為了刺激當地業者生產，組車廠在 2011 年 10 月份享有零關稅的鼓勵政策，甚至對於中國大陸的反傾銷稅的措施，也可望在 2011 年 10 月份獲得鬆綁，預料市場將會重新洗牌。目前在墨西哥較大的組車廠為 Mercurio 和 Benotto，其中 Mercurio 年產量上看 40 萬輛。其他主要組車廠 Bimex、Turbos、Magistrini、B.R.、Veloci 等，各佔有小眾市場。整體而言，國外自行車品牌很難在當地佔有一席之地，代理商的生意也不被看好，

所以就連這波不景氣中，不少國家的補修市場都有明顯成長，但墨西哥卻無此現象，所以台灣廠商的零配件在當地也沒有很好的競爭力。

以價格取勝的市場

林董事長分析道，墨西哥是價格導向的市場，MTB 零售價格大約 60-70 美元之間，比較貴的都在 100 美元以內，通常不講求品牌，產品只要安全就可以，加上補修市場的工資非常低廉，因此就連車頭碗或是踏板損壞，民衆還是會拿去修理，不像我們一般會直接更換新品。

墨西哥的自行車廠主要聚集在中部，最大銷售地則為南部地區；銷售自行車主要是 Mass 市場（90%），大多藉由連鎖百貨的通路售出，像是 Wal-Mart、Sam Club 與 Costco 等，透過自行車專賣店販售的並不多；近幾年，墨西哥的自行車也是靠政府支持，通常以省為單位，推動鼓勵購買單車的政策，配額約 3-5 萬輛，政府單位會決定單車的顏色和貼紙圖案，得標的自行車價格約在 40-50 美元，政府會負擔 20-25 美元，換句話說民衆僅需負擔大約一半的價格就能擁有自行車，同時附有安全帽和反光背心。

在墨西哥，一般自行車主要作為交通工具，鮮少作為休閒運動之用，畢竟人民所得不高，雖然騎車的人口尚不普遍，但政府會不定期地選擇在星期日，將部分的林蔭街道封閉，提供給民衆騎乘自行車，他們的主要訴求是以提升家庭的核心價值為主，民衆順便也有機會活動活動筋骨。🚴