

Reynolds以碳纖輪組重新定位

文◎編輯部

過去3年裡 Reynolds Cycling 歷經波折，企業面臨重組縮編、生產線遷至海外，並將生產線著重於輪組生產。但 Reynolds Cycling 似乎出現新的契機。

Reynolds Cycling 總裁 Dean Gestal 表示，09 年上半年的銷售量較去年同時期成長 15%，公司的品牌開始在輪組市場佔有一席之地。

Gestal 主導公司內部重組計劃，他表示公司若要往前邁進兩步則必須先退後兩步。Gestal 曾從事 financial securities 行業近 30 年，他透過 Reynolds 的母公司 MacLean-Fogg 進入 Reynolds。Gestal 曾擔任 MacLean-Fogg 董事一職，MacLean-Fogg 乃位於芝加哥的家族企業，其為工業型企業，工廠遍佈全球，年銷售額將近 8 億美金。

三年前 Reynolds 成為全方位碳纖維零件公司，供應輪組、零件及前叉。Gestal 表示，目前零件已商品化，零件的銷售量以價格為導向。兩年前 Reynolds 不再從事零件生意，將焦點完全著重於高價位輪組，Gestal 視輪組為公司的明星商品。

Gestal 以 Reynolds 的單向碳纖維輪組（unidirectional carbon clinchers）專利為例，我們在市場上採用輪組技術及專利，利用此長項及優勢進而生產出能夠創造出合理利潤的產品。

為了達到這個目標，Reynolds 更新大陸杭州廠輪組的生產器材設備。MacLean Quality Composites 於五年前買下 Reynolds，成為 MacLean 旗下事業體之一。Ma-

cLean Quality Composites 製造複合性產品運用於許多商業用途，但目前只生產風帆衝浪及自行車運動的產品。

Gestal 說，Reynolds 花費了一段時間在大陸工廠提升其生產品質，以達到鹽湖城工廠的生產水準，數年前時，Reynolds 半數的輪組都在鹽湖城工廠生產製造。Reynolds 仍在佔地 60,000 平方英尺的猶他州廠進行研發、測試及開模，而生產製造則全遷至大陸工廠，大陸廠約聘用 100 名員工，採取美式管理。

Gestal 表示，Reynolds 花費了幾年的時間才訂出合理的公司制度，並且掌控輪組的準確度及輻條直度。雖然訓練過程耗費了一段時間才統一工廠製造流程以及穩定產品品質，但是最後終於控制了產品品質、生產流程，也掌握了公司未來的發展。

Gestal 說，在大陸設廠不但降低勞動成本，也可以直接運送產品給客戶位於亞洲的工廠。

Reynolds 仍繼續向位於加州 Irvine 城的新port Adhesives and Composites 採購預浸材料織布（woven prepreg）。Gestal 說，在美國購買海外廠原料的採購費用會比較高，但能與提供穩定品質產品的供應商合作是相當值得的一件事。

Gestal 說，我們曾嘗試在中國大陸及南韓採購碳纖維，但卻無法找到長期穩定的合作來源，因此我們繼續向原有的供應商採購原料。

Reynolds 公司架構改變後，開始投入資源與心力於輪組的開發研究。Reynolds 計

劃在今年秋季自行車展中發表 8 種新產品。碳纖維輪組開發的先驅 Paul Lew 於今年 1 月加入 Reynolds，這些新產品皆由他開發設計。

Reynolds 將展示碳纖輻條輪組。Gestalt 承認開發碳纖輻條是件不簡單的事情。如同 Mavic 回收其第一批製造的碳纖輻條輪組所得到的教訓。但 Reynolds 表示，其

所開發的碳纖輻條已通過全面性的產品測試。

Gestalt 表示，公司自信能在秋季自行車展中大放異彩並建立客戶對品牌的信任度。



資料來源：美 Bicycle Retailer 雜誌

荷蘭電動車銷售額超越城市車

文◎編輯部

根據鹿特丹台灣貿易中心指出，城市通勤車（City Bike）向來占荷蘭自行車市場最大的銷售比例，但是其領先的地位將被持續成長中的電動自行車（e-Bike）取代。根據 GfK 市場調查公司資料顯示，在荷蘭，城市車一般零售價約為 650 歐元，電動自行車平均零售價則在 2,000 歐元左右。儘管經濟衰退，電動自行車在今年 5 月的統計依然成長了 45%，銷售額首次超過城市車，成為荷蘭自行車業主要的經濟貢獻者。電動自行車在荷蘭受歡迎的程度一直增加中，目前的市場占有率已經跟城市車一樣達到 37%，而城市車衰退 10%，Trekking Bike 則減少 3%。

2007 年荷蘭的電動自行車銷售量僅有 89,000 輛，2008 年已提高為 130,000 輛以上，2009 年以來，電動自行車銷售量可望再度增加。每輛電動自行車之售價約 2,000 歐元，為一般自行車的 3 倍。GfK 最近曾報導，在今年 5 月份自行車專賣

店售出的電動自行車數量首度超過一般自行車。另 Rabobank 最近針對自行車專賣店所作的研究報告亦顯示，電動自行車之市占率將持續增加。隨著電動自行車的採用，騎乘者騎車之平均距離將越來越長，另也可能吸引更多的新顧客，包括通勤者和學生。

荷蘭自行車集團 DBG 認為，電動自行車已成為自行車產業的救生筏。上市公司 Accell 自行車集團（旗下品牌包括 Bata-vus、Sparta 和 Koga-Miyata 等歐洲知名品牌自行車，2008 年之銷售額為 5.38 億歐元）日前也宣布 2009 年上半年之淨利成長 15%，達 2,210 萬歐元。Accell 集團主席 Rene Takens 表示，事實上自行車產業可從經濟不景氣之中獲益，失業者可能出售其汽車，而改購自行車，具有環保和健康意識的消費者也會增加自行車的購買。

