

電動自行車是最大亮度

2010 天津展 熱情開展！

圖、文◎編輯部



▲天津自行車協會理事長龔孝燕表示，經歷10年的嚴峻挑戰，本屆展況充分展現朝陽氣息！

第10屆中國北方國際自行車展覽會（天津展）於3月25-27日在開發區天津濱海國際會展中心和天津泰達體育場熱鬧登場。今年為首次移到瀋陽展出，根據主辦單位統計，本屆天津展有來自中國各省份和海外廠商共計550家企業參展，使用攤位數量高達3,000個，展覽面積超過7萬平方公尺，規模達到10年以來

最好的水準，顯示中國自行車業持續蓬勃發展！

規模擴大 盛況空前

不畏逼近0度的低溫，開展第一天，湧入的民眾就把會場擠得人山人海，走在會場內只能用「寸步難行」來形容，參



展廠商奇招盡出，不僅攤位設計得精緻華麗來吸引群眾，同時使用人海戰術拿著廣告文宣環繞在展館內凝聚氣勢，或是請來 Show Girl 施展吸睛大法，熱鬧的展會盛況，與場外冷颼颼的低溫形成強烈對比。

被認定為中國最大的自行車內銷展，參展商個個是磨刀霍霍，包含台灣的捷安特、美利達、正新、建大、信隆、桂盟、



▲龔孝燕（右二）陪領導參觀展況，左一：中國輕工業聯合會會長步正發、右一：CBA理事長馬中超。



▲領導在開幕式結束隨即參觀會場，並到 Giant 攤位駐足良久，Giant（中國）總經理鄭寶堂（左）正向步正發會長等領導（右）介紹 Giant 產品。

崑藤、久裕、祥力、維樂、維格、鉅光、浩盟等無不卯足全力；中國（電動自行車）廠商的氣勢也不遑多讓，包含雅迪、捷馬、泰美（艾瑪）、科林、比德文、邦德、金輪、明佳、飛科等皆有參展，攤位面積一個比一個還要大，不過，今年國外客戶比往年少很多。



▲正新輪胎在中國是馳名品牌，也是繳稅大戶，陳秀雄董事長（中）長期深耕中國市場功不可沒。右一：正新魏欽賢協理，左：美利達中國行銷部總經理許世彥。



▲正新的經銷商晚宴，左一：天津櫻花輪胎總代理陳以剛總經理、左二：正新品牌自行車胎天津總代理陳文龍總經理、中：董事長陳秀雄、右二：天津代理趙克洪總經理、右一：正新（廈門）業務經理景毅龍。



▲中國工業信息化部長劉素文（右），是自行車業老朋友，10多年前曾任CBA秘書長。左為科林王瑞陳董事長。

天津展定位 電動車展

據主辦單位指出，天津自行車產量約佔中國整體的 1/2，電動自行車產量約佔中國 1/3 以上，在中國佔有舉足輕重的地位。

即便展期之前有台北展，後面又有相距不到一個月的上海展，展會的定位看似腹背受敵，但天津展之所以能自成一格，在於在展會中幾乎隨處可見電動自行車的



▲天津展在3/25舉行，歡迎餐宴席間來自各地領導與業者交流不斷，左：江蘇電動車協會朱杏根秘書長，左二：河北自行車協會理事長孫澤民，右二：廣東省自行車協會秘書長馬助森。



▲正新輪胎在中國叫好又叫座，歸功於廈門廠成功的領導與堅強的團隊作戰力，左一：景毅龍經理、左二：黃介相副總經理、右二：陳秀雄董事長、右一：魏欽賢協理。



▲科林董事長王瑞東與漂亮老婆恩愛情深，羨煞同業。

元素，幾乎有 8 成以上的攤位與電動車相關，天津展儼然成為中國電動車展，因此展會的定位與功能沒有重疊。

通常沒有與電動車直接相關的廠商，參加天津展的目的不外乎有意在中國打開品牌知名度、尋找經銷商與經營中國市場，或是當地有協力廠商，否則參展的效果將會不符合預期。例如本次參加天津展的昆富，展出多款新穎的攜車架，但攜車架在



▲捷安特大中華區董事長劉湧昌表示，對於今年的中國市場深具信心。



▲捷馬董事長姚江表示，今年有贊助環中國海國際公路車賽，以表示對自行車運動的支持。



▲高峰論壇邀請到多位專家學者，共同談論如何讓中國電動車走向康莊大道。



▲鉸光林文華董事長(中)在4月11日開始騎行，從北京到太倉廠與嘉善廠，並在嘉善鈞興發表TPM優秀賞，左：兒子林彥佑，右：女婿廖鼎州。



▲科林董事長王瑞東(中)在業界人緣好，深獲業者稱許，右：浩盟董事長高丁男，左：浩盟副總經理高純男。

中國還是屬於新興的配件品，因此問的人當然就比較多。

雖然祥力展示多款新式的登山車和公路車座墊，但參觀者以詢問電動車座墊居多，加上雙方洽談的產品層級有些許的落差，因此談成生意的機率就會降低許多，但無論如何，參加展會都能達到品牌曝光的基本訴求。

活動萬花筒

天津展已經步入第10年的光景，天津自行車協會特地舉辦10年回顧展，記錄每一年酸甜苦辣的心路旅程，期勉達到「十年展會鑄輝煌、產業騰飛促發展」的目標；另一方面，為了展現中國自行車的人文氣息與運動競技，同時舉辦多項活動：自行車主題攝影展、兒童畫展、極限



▲「新產品、新技術」獎，是讓鼓勵與支持產業進步的最佳泉源。



▲上海自行車協會理事長方加亮（左），是上海綠亮集團董事長。右為CBA理事長馬中超。



▲中策和雙星在去年一片不景氣中，仍然逆勢成長，左：中策陶建華總經理、右：雙星費鶴英總經理。



▲營標總經理林靖朗與夫人陳美芳默契十足也都督信關公。



▲天津自行車協會在龔孝燕（左）領導下，將天津自行車行業散發出無比的活力，並深受中央肯定。右：中國輕工業聯合會會長步正發。

單車挑戰賽，給展會增添許多活潑、希望的元素。

除此之外，大會承襲往年舉辦第二屆自行車、電動車「新產品、新技術」，期勉中國自行車行業能夠產業升級、革命創新；而自行車創意設計大賽，有多達十所天津高等院校以團體形式組織學生參賽，期望學術界能學以致用，共同為中國自行車的創新力大步邁進！

高峰論壇 自主創新

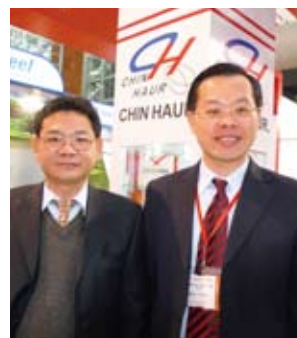
央視網第三屆電動自行車產業發展高峰論壇，以「加快自主創新、發展低碳經濟」為主題，邀請中國自行車行業協會理事長馬中超、兩院院士公共交通研究專家周幹峙、央視網電動車頻道總監王東、南開大學經濟研究所副教授歐亞倫博士等多位專家學者蒞臨現場，分享電動車如何走出創新之道。



▲久裕業務部經理嚴偉誠展示W285輪組，其採用低風阻擾流設計、慣性佳，適合公路計時賽、平路衝刺。



▲日本Marnishi會長片岡良雄表示，在日本本年銷售20萬輛左右。右：艾歐（天津）品質保證部部長松本真二。



▲清豪生產部經理廖鐘軾（左）與業務經理王仕輔（右）。



▲天津靜海縣宴請台商，左：捷安特天津廠總經理李敬卿、右：信隆集團總經理廖學湖。



▲天津邦德電動車總經理殷國瑞表示，邦德電動車除內銷外，也出口到德國等歐盟國家。



▲左：Giant中國內銷商品部經理汪灝，右：久裕昆山廠嚴偉誠經理。



▲昆富工業積極在中國拓展，左：昆富董事長沈清作、右：昆富董事長特助林國棟。



▲金輪集團副總經理劉積凱，是台灣人。

綜合所論，目前電動車廣受中國民眾歡迎，因此企業必須繼續研發低碳環保、優良性能的新材料與新技術，鋰電池的技術發展也是不可忽視的部份，同時要勇於實踐社會責任、宣揚低碳理念；然而，最關鍵的國家標準，要能夠符合行業的發展空間，並且保障消費者的權益和安全，如果能整合上述幾點，中國電動車的未來勢必能夠鴻圖大展。

變換展館 狀況連連

由於往年使用的展館正在進行修建，因此今年移師到開發區的濱海國際會展中心與泰達體育場，但參展廠商指出，滄沽路較遠，對參展和參觀者都很不方便，好在祇有今年，明年將移回天津市區。此外，展會的管理規劃不佳，加上民眾的公德心有待加強，開幕不到半天，地板上滿滿的都是宣傳單，經過中午用完餐後，景象更

►金輪集團總經理楊玉峰帶領的集團朝多元化發展，天津展有二個展位，其中一個為圖騰。



▲兒童畫展讓小朋友發揮想像力，創造出最純真的自行車世界。



▲BMX活動逐漸在中國興起，車手卯足全力表演特技，吸引許多民眾圍觀駐足。



▲自行車主題攝影展吸引許多海內外地區攝影愛好者的參與，透過展示的作品，表達出單車深層的意象。



▲科林董事長王瑞東（中），右：兒子王一博與女友。



▲艾歐採購部經理崔善淑對於大陸市場非常樂觀。



▲新滄海機械副總鞠為平表示，本次展出輪圈校正和組裝的機械設備，獲得不錯的迴響。

是慘不忍睹，廢棄的餐盒和剩菜被丟棄在展館角落，無疑是對主辦單位與參展商的形象造成嚴重衝擊。雖然主辦單位（天津自行車協會）的努力與業績有目共睹，但滄沽展覽中心的配合度與管理有待改善，否則大型展會祇會曝露其管理能力的不足。

另一方面，由於許多廠商都有舉辦活動，但音響開得非常大聲，不但影響觀展品質，也影響到其他廠商的情緒；還有第一天也沒有貼出禁菸標誌，會場內隨處可

見煙霧瀰漫的景象，場裡場外都有出現一些和自行車不相干的攤販，像是賣搖控飛機的，或是賣零配件的，這對於定調為國際格局的天津展來說，無疑是雪上加霜，期勉中國自行車產業在展翅高飛的同時，展會的品質應該也要戮力進步！

電動車法規 何去何從？

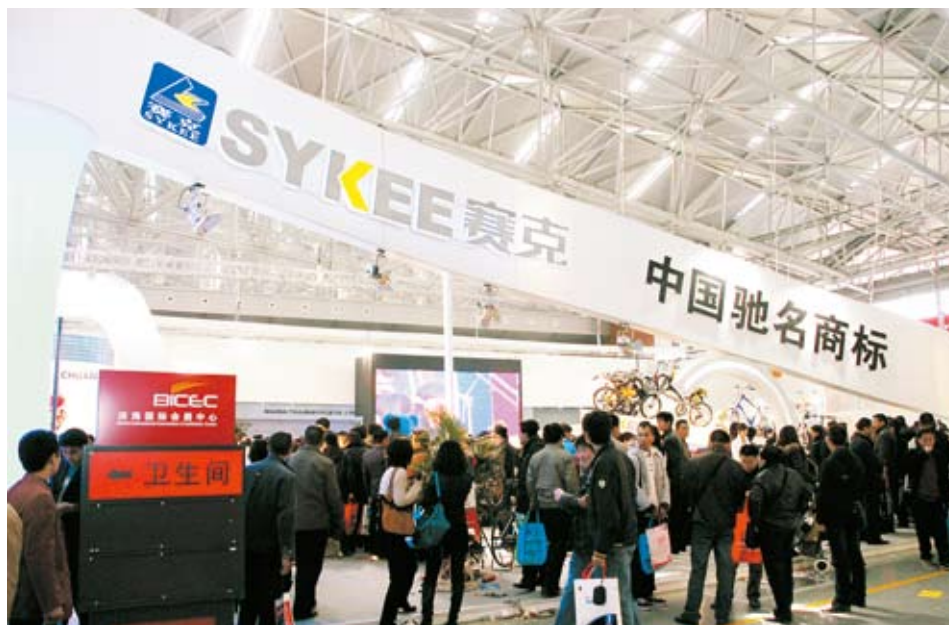
曖昧不明的法規，很有可能是中國電動車產業發展的一大隱憂！



▲本屆參展商與使用攤位再度刷新高！



▲新需能電能的攤位佈置，類似鳥巢的意象，足見業者對參展的巧思與用心。



▲賽克（科林）強調全區統一零售價格，對於穩定市場和消費者都很有保障。



▲連雲港中复神鷹公司展出的碳纖維與神鷹碳纖維車架。



▲大量的廣告傳單隨手一扔，與強調節能的自行車形成強烈對比。

對於去年 12 月緊急宣布暫緩實施的四項規定，中國電動車廠商認為，實在不符合民衆的需求，假設電動自行車必須限速 20km 以內，這會讓民衆覺得騎自行車還比較實際。

另一部分，整車如果限重 40kg，光是車架、電池兩者的重量就很容易超過，如果一定要符合規定的話，車架的剛性就會有問題；反觀以現有規定來說，超過 40kg 就屬電摩車，必須掛牌與考照，這將會限制青少年與高齡族的使用性，衝擊性不言

可喻。

目前中國的電動自行車可分為簡易款與豪華款，簡單說，前者的外型與自行車雷同，後者的外型幾乎與摩托車沒有兩樣，而且沒有踏板的設計，重量也較重，這兩者之中的界定，也是值得探討的重點。雖然目前無法確定法規的內容，但可以確定的是，法規的走向將會決定中國電動車發展的一毛一汗，考驗當局的領導智慧。🕒



▲比德文電動自行車強調堅固的車架，車籃亦可承受100kg的重量。



▲捷馬G5 GM-2800外型與摩托車相似，配備電子遙控鎖開。



▲台鈴的電動自行車擁有三檔變速，可提供爬坡、經濟和超車等路況。



▲愛瑪挾帶周杰倫代言的光芒，強勢推出熊貓款電動自行車，從前面看就是熊貓的臉！



▲DAHON折疊電動車，設計理念強調保留自行車外觀的精神，本款握把可調整角度，座桿還有隱藏式的打氣裝置。



▲歐派的「牡丹仙子」適合女性朋友，擁有專利設計貼標、前後液壓減震以及磁性防盜鎖。



▲邦德「喜鵲」以中國傳統的剪紙藝術應用在電動車的塗裝，並且可提供個性化貼花。



▲藍鳥電動車設計小孩乘坐椅，並有安全帶，前方的快拆式菜籃可載重15kg。



▲KMC攤位的設計別出心裁，使用鏈條的元素串聯起攤位每一個角落。



▲速派奇C6003電動車續航力可達50km，配備兒童腳踏、菜籃和專利網裙。



▲浙江綠佳車業的防水技術，主張可以在水中運行，電器可以正常運作。



▲雅迪的耐疲勞防水平台，可以確保品質與性能的穩定性，相當具有市場競爭力。



▲Liv/giant MAMO搭載內變7速，強調時尚通勤需求，主打粉領族市場。



▲美利達針對大眾市場推出HFS 905公路車，配備Shimano 105變速系統和碳纖維前叉。



▲艾歐展出Chevrolet CMR-7.0V平把車，搭載RST鎂合金前叉。



▲上海永久在展會中推廣公共自行車，目前在上海、北京和成都設有建置據點，採免費租借的模式。



▲太倉信隆的「百樂擺」頗具設計巧思，可達到鍛鍊身體、肌肉的目的。



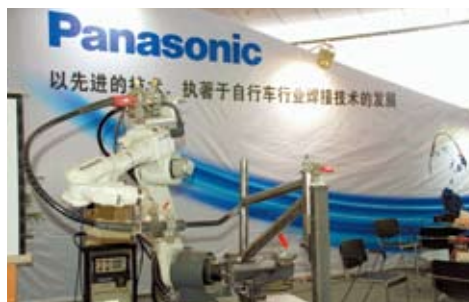
▲維格參展是為了服務天津整車廠的客戶和專攻補修市場。



▲祥力主打自有品牌mc selle，專攻中高檔市場，但本次展況的效果有限。



◀鋁光的自動打氣花鼓，通過日本GIS認證，透過不斷地轉動維持氣密度，即便在半路上被刺個小洞，也夠維持到車店維修。



▲松下展示焊接電源融合型機器人，焊工技術比人工還要好。



▲GEOBY旅行者折疊電動車，主推4+2的交通模式，不論是休閒生活或城市通勤都很Easy。



▲朝陽輪胎推出鐵馬神蹄適合電動車使用，主防防刺功能。



▲INNOVA的牛魔王，將胎肩的膠料移到胎冠，可增加耐磨度，並使用摩托車胎的簾布。



▲藍劍看準鈦合金材質的優點，並彰顯焊工的紋路，針對市場推出小輪徑車。



▲正新針對電動車展出「最佳拍檔」，設計前後輪不同的胎紋，符合耐磨與實際需求，經實驗證明可省電10%。



▲KENDA的防刺耐磨王適合電動車使用，採用防刺膠與耐磨膠料。