



# 挪威自行車市場分析

整理 © 編輯部

每年十月，全球規模最大且擁有超過 20,000 名車手參賽的 Birkebeinerrittet 登山車賽事就在此地舉行。2009 年賽事門票在短短 66 秒就銷售一空，還有 8,000 名觀眾在候補名單中。擁有此優勢，挪威 2009 年的自行車銷售很搶眼，也顯示金融危機對挪威自行車市場影響不大，然而並不是所有北歐國家都像挪威這麼幸運。

挪威人在運動用品的平均花費高於世界其他各國，即使 2008 年第四季時，全球經濟不穩定，挪威人仍然照樣購買滑雪用品、冬季運動服飾以及其他運動用品，如自行車等，因此 2008 年銷售量較 2007 年同時期成長 10.4%。2008 年運動用品總銷售量，其中包括自行車及相關產品，較 2007 年成長 7%，2009 年維持相同情況。2009 年前三季，挪威人在運動用品的花費較 2008 年同期增加 10.2%。自行車產業也從消費者持續消費中獲利。

## 挪威自行車市場數據

挪威自行車年銷售量 400,000 輛，登山車為最暢銷車種（市佔率 50%），其次依序為旅行車（市佔率 20%）、城市車（市佔率 5%）、公路競賽車（市佔率 5%）以及童車（市佔率 20%）。

## 2009年自行車銷售情況

挪威自行車經銷主要掌控於 9 家運動用品連鎖店，佔運動用品總銷售量 90%，

## 挪威十大自行車品牌及經銷商

公司名	自行車品牌	2008年營業額 (x NOK)
Gresvig Group AS	Diamant, Nakamura	n.a.
Stians Sport AS	Merida, Specialized	145,614,000
Ramo AS	Scott	145,487,000
Cycleurope Norway	DBS, Bianchi	96,377,000
Foss Sykler AS	Trek, Klein, Fisher	60,010,000
Beach Mountain AS	GT, Schwinn, Mongoose	57,214,000
Hard Rocx AS	Hard Rocx	44,316,000
Horten Sykkelsport AS	Giant	43,016,000
Sportpartner AS	American Eagle	28,033,000
Birk Sport AS	Fuji	32,842,000

其中包括自行車及零配件。規模最大的是 Gresvig Group，旗下包括 G-Sport、Intersport、及 Sporthuset 零售連鎖店。此集團居挪威市場龍頭，占運動產業營業額超過 40%。直到 2009 年 8 月底，Gresvig 銷售量較 2007 年同時期增加 15%。集團預估其 2009 年總銷售量為 140,000 輛自行車。Gresvig Group 在挪威擁有 343 個銷售據點，佔自行車總銷售額 35%（挪威年銷售量估計為 400,000 輛自行車）。大型自行車進口商也有豐收的一年（其中 Gresvig Group 進口 Diamand 及 Nakamura 自行車）。

次於 Gresvig 的進口商 / 大盤商依序為 Stians Sport（Merida、Specialized）、Ramo（Scott）、Cycleurop（DBS）。DBS 自行車銷售量下滑，而 Stians Sport 也有相同情形，但下滑的車種主要為低價位自行車。Stians Sport 在 2009 年的營業額及財務狀

況可維持去年的水準，營業額大約為 2,400 萬美金，而銷售量則將近 50,000 輛自行車。

全球金融動盪並未衝擊挪威自行車銷售量。然而，自行車進口商得面臨匯率劇烈變動而重挫國內銷售市場的挑戰。美元兌換挪威克朗升值超過 30%。根據挪威國內運動產業協會 Sportsbransjen 的數據，2009 年前四個月自行車進口值增加 40%。從亞洲所進口的零配件也面臨兌換匯率大幅上升的情況，因此迫使自行車進口商調漲產品價格 10-25%，即使如此進口商仍然處於虧損。

再者，這也造成競爭增加、利潤縮減、延遲付款以及消費者傾向購買低價位自行車等現象。因此儘管進口量成長，但 2009 年市場情況仍然惡化。這導致 21 家運動用品公司（包含零售商）在 2009 年前三季破產之故。（2008 年同時期時只有 11 家破產）

## 主要銷售車種分析

挪威最熱銷的車種為登山車，佔自行車總銷售量超過 50%。今年價格 1,090 歐元以上的高價位登山車銷量大增。相對地，低價位登山車銷售速度不如往年。

2009 年混合車（Hybrid）及旅行車（Trekking bike）為挪威新興車種，市佔率約為 20%。配有 3-8 段內變速花鼓的傳統城市車約佔總銷量 5%。公路競賽車愈來愈受歡迎，約佔總銷量 5%。青少年車及童車則佔總銷量 20%。

電動自行車仍尚未在挪威市場站穩腳步。現在的趨勢是有越來越多人擁有 2 到 3 輛自行車，供不同騎乘用途所使用。若擁有越野競賽登山車的消費者通常會再購買旅行車通勤上班或是購買公路車做為夏季健身之用。騎乘風氣日益漸升更助長此

趨勢，再加上挪威人經濟不虞匱乏。

## 2010 銷售預期

現在主要的疑問在於，挪威人在 2010 年時是否也會花錢購買自行車及零配件？而目前對今年的預測並不樂觀。某些品牌 2010 年的預售情形相較以往並不理想，主要是由於經銷商的庫存量仍高。當然對於經濟情況在 2010 年如何發展的不確定感也造成下訂單時相當謹慎。

除了整體經濟情況，挪威運動用品市場景況改變也是影響今年銷量的因素之一。大型廠商如 Gresvig Group 及 Sport 1 花了許多心血建立自有品牌。Gresvig 努力宣傳旗下品牌 Diamant 和 Nakamura，市佔率約 25%。Sport 1 已經易主，並推出自有品牌 Exceed，和其他與品牌如 Merida 和 Cycleurope 的 DBS 之間競爭相當激烈。

儘管自行車市場競爭增加，但挪威人愛好運動的風氣及喜愛購買運動用品（其中包括自行車）等利基，將正面影響 2010 年的銷售量。

## 2004-2009 年挪威運動用品市場

每季營業額及總營業額

（單位：10 億 克朗）

季/年度	2004	2005	2006	2007	2008	2009
第一季	1,570.93	1,481.7	1,739.6	1,934	2,026.65	2,239.77
第二季	1,422.02	1,468.2	1,606.8	1,788.4	1,937.01	2,164.5
第三季	1,502.42	1,589.8	1,731.4	2,022.2	2,158.7	2,342.92
第四季	1,819.72	1,927	2,062.04	2,323.5	2,565.19	
小計	6,315	6,466.7	7,139.84	8,068.1	8,687.62	
車店	820	841	892.48	1,008.5	1,042.51	
	13%	13%	12.5%	12.5%	12.5%	
（不包括連鎖店及採購集團）						
總營業額	7,135	7,307.7	8,032.32	9,076.6	9,730.13	

Source: Sportsbransjen AS

