

# TBEA代表與貿協談台北展發展策略

圖、文◎魏錫鈴

台北國際自行車展備受全球注視，主辦單位外貿協會特別在 2011 年台北展前，由副秘書長葉明水邀請自行車業代表，在台中舉行「2011 年台北展策略發展會議」，研商台北展未來發展戰略及現階段尚待解決的問題。

出席這場圓桌會議的包括台灣區自行車輸出業同業公會理事長羅祥安、建大工業董事長楊銀明、美利達工業總經理曾崧柱、愛爾蘭商速聯台灣分公司總經理高禎翔，桂盟企業總經理吳盈進臨時因公出國改由副總經理吳幸娟代表；貿協葉明水副秘書長則率同展覽業務處長洪銘欽、展五組長劉美智及台中辦事處主任駱慧娟等人與會，日本媒體 Cycle Press 會長坂本隆也列席參加。

## 台北展要更具國際競爭力

貿協葉副秘書長早年派駐荷蘭七年，參與巨大集團荷蘭廠動土、完工與台商拓銷歐市等過程，熟悉自行車產業發展概況。比較世界各地展會的特色和現況，他心中念茲在茲的是如何使台北展在國際上更有競爭力！針對南港展覽館攤位不足，是否同時運用台北世貿一館（捷運板南線 2 月底通車至南港館，串連南港館與世貿一館，可望帶動人潮與商機），以維持展會優勢；或利用南港館北側、現作停車場的土地搭建臨時展館，增加攤位供應，列為首要探討的議題。

身兼巨大集團執行長的羅理事長，先代



▲左起：美利達總經理曾崧柱、TBEA 理事長羅祥安、貿協葉明水副秘書長、建大董事長楊銀明、速聯亞洲區總經理高禎翔。

表業界感謝貿協對自行車產業多方支持，使現今台北展的重要性在全球排行第二，台灣已是全球高級自行車創新、研發、製造、供應中心，地位穩固。台北展要如何更上層樓？有機會也有威脅，如何面對威脅、創造榮景，是業界關注的焦點。

羅理事長說，因應南港館攤位不足，業界已採自我設限攤位的方式參展，但對分散兩處（南港館與世貿一館）展出持保留態度。隨著主客觀環境的變化，擴大邀請人身部品等廠商參展，攤位需求將越來越多，解決途徑一是搭建臨時展館應急，二則與世貿一館併用。

## 南港館旁先搭建臨時展館應急

楊銀明董事長認為，在南港二館 2015（或 2016）年啓用前，搭建臨時展館應較符合業界的需要。曾崧柱總經理也指出，買主會同時看整車和零配件，業界擔



▲左起：貿協洪銘欽處長、桂盟副總經理吳幸娟、美利達總經理曾崧柱、TBEA 理事長羅祥安、葉明水副秘書長、建大董事長楊銀明、速聯總經理高禎翔。

心的是南港館與世貿一館來回奔波，找人或開會不便，以及如何分配到不同展館展出等問題，因此較不贊同兩館併用。

葉副秘書長坦言，國外展會規模在擴大，台北展如果跟不上，將很可惜。自行車展非常重要，一定要想辦法擴增規模，在展館規劃、攤位分配方面，並須儘量降低可能的負面衝擊。依計劃期程，南港二館 2015 年底可望完工、南港三館正在規劃，等到二、三館都完工後，攤位供應就沒問題了。

高禎翔總經理以其公司參加 Eurobike 展，分在五家飯店訂房、相當不方便的經驗，直指 Eurobike 展最困擾的就是飯店不足。葉副秘書長回應表示，Eurobike 展的周邊服務如餐飲旅館等的確不太理想，惟因全球第一的號召力，業者還是要去（參展或採購），台北展今後會加強這個區塊，讓客戶有所比較、更想來。

吳幸娟副總經理則認為，台北展的定位清楚，規模大小其實不是最關鍵，建議未來不妨邀請 iF 設計獎主辦單位等來台參與，進一步提高展會層次和品質。

## 台北展定位清楚：引領世界潮流

羅理事長從行業角度指出，科隆、米蘭展曾是歐洲重要的展會，如今科隆展被 Eurobike 展取代，以專業店市場（IBD）為主，是真正做生意的展；米蘭展也慢慢式微，由台北展取代，並致力引領世界潮流。美國原由紐約展掛帥，拉斯維加斯的 Interbike 展後來居上，緣於 IBD 與 Mass（量販）市場分開；但 Interbike 展因各大品牌已有各自的供應商，幾家大廠近年不再參展，成為零配件為主、重要性相對降低。

他說，台北展未來定位要很清楚，台灣少有行業能在全球站穩特定、舉足輕重的位置，現今全球講高級自行車、談 Cycling，台灣都是首屈一指的。台灣不只賣車子，而在推展 Cycling Life，零配件結合周邊商品，也就是車身商品、服務及人身部品三大類；現階段周邊商品算是剛起步，先進國家已有上百年歷史的業者，但台灣的潛力雄厚。

羅理事長表示，在 Eurobike 展，服飾已自成一個展館，吸引很多業者參觀，帶動

可觀的商機；未來台北展企劃走秀活動是可行的，把 Fashion 元素加進來，展出內容會更充實豐富，而能引領趨勢。

羅理事長認為，貿協對外宣傳時，台北展的定位可以更明確、更有說服力，膽子也可以大些，與業界共同做一場全球自行車文化領航的秀，定位在最高，如同 A-Team 吸引外商來參與的經驗一樣，把格局拉高，自然會高手雲集、精彩可期。亞洲的 Cycling 雖說落後於歐美，但未來十年的成長會很大，台北展一定要拿出最好的一面，呈現在全球買主、消費者的面前。

### 推展Cycling，兩岸聯手把餅做大

高總經理補充說，參加 Eurobike 展，主辦單位還安排帶隊去騎車等活動，未來台

北展可與觀光局結合，提供旅行社的騎乘資訊等，搭配推展 Cycling，而不只是銷售車子和零配件。他從上海展主辦單位力邀優質外商參展，也感受到上海展加速走向中高級路線的強烈企圖心。

談到大陸廠商參展議題，楊董事長認為，扁政府時代的兩岸政策比較保守，馬政府則持續開放、且 ECFA 已生效，台北展允宜視攤位供求情況，逐步增加大陸業者參展攤位。羅理事長表示，兩岸要共同來做大 Cycling 的餅、創造更多商機，台灣能作為更好的平台，就有吸引力，業界且應加強拓展大陸的高級車市場。

至於台北展的檔期，經討論後決定維持在每年 3 月。會中，還探討了台北展的國際宣傳重點、配合展期舉辦國際經銷商大會等議題，共同描繪自行車產業新貌。🌟

# 德iF與CHC、TBEA、貿協將攜手推升台灣自行車產業

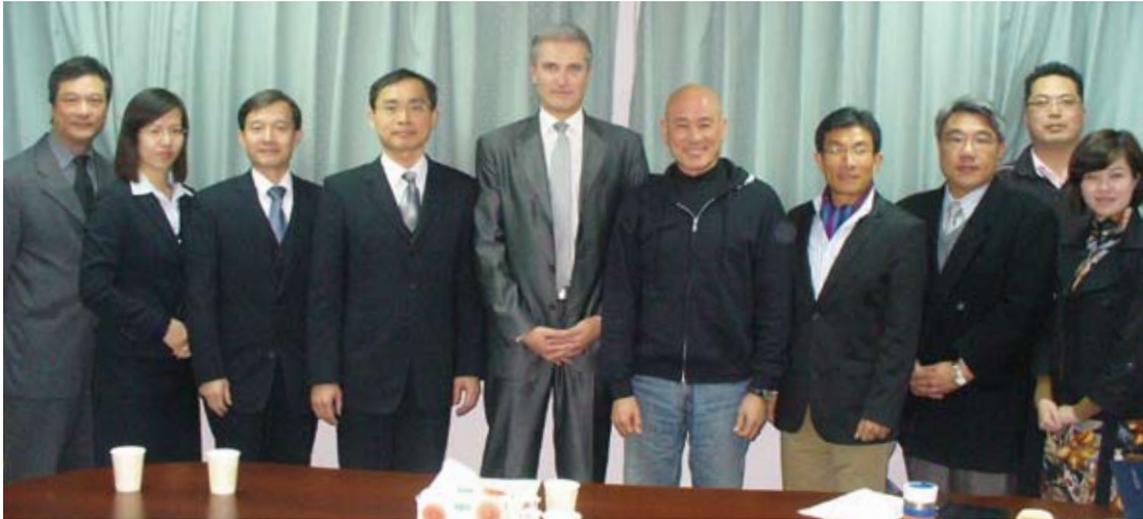
圖、文◎魏錫鈴

全球知名、素有「設計奧斯卡獎」之稱的德國 iF 產品設計獎主辦單位——德國 iF 國際論壇設計集團總經理 Mr. Ralph Wiegmann 在 2 月 14 日下午來台，與財團法人自行車暨健康科技工業研究發展中心（CHC）吳盈進董事長、梁志鴻總經理，台灣區自行車輸出業同業公會（TBEA）羅祥安理事長等人，洽談合作可行性。

iF 設計獎自 1954 年開辦以來，在國際設計、創新領域的評價非常高，可說備受業界推崇。全球第一的德國國際自行車展（Eurobike），自 2005 年起設立歐洲自行

車設計獎；對外貿易發展協會（TAITRA）主辦的台北國際電腦展，也從 2009 年起推出創新設計獎，兩者都是 iF 的客戶。羅理事長與吳董事長，希望透過 iF 在設計界的地位，協助台北國際自行車展走向更高層次，更能吸睛、創造商機。

台灣廠商多年來參加 iF 設計賽的表現亮眼，從科技 3C 產品到自行車、傳統手工工具產品等獲得很多獎項，有 iF 的加持，展會或產品可說如虎添翼；所以，研發中心與自行車公會都認為有必要與 iF 洽談未來合作的機會，為台灣自行車產業再加把勁。貿協因與 iF 已有合作經驗，由展



▲CHC吳盈進董事長（右四）、CHC梁志鴻總經理（右二）、TBEA羅祥安理事長（右五）與德國iF國際論壇設計集團總經理Ralph Wiegmann（左五）、貿協展覽處副處長李文鈺（左四）等合影。

覽業務處副處長李文鈺、高級專員白德雄等人南下參與這項會談。

Ralph Wiegmann 由德商意符國際論壇設計公司台灣分公司大中華區總監李建國等人陪同，與吳董事長、羅理事長等人洽談，羅理事長與 Wiegmann 是舊識，相談的氣氛更為融洽。

吳董事長先與 Wiegmann 交換過意見，指出 iF 對共同企劃專案、創新獎，都有高度興趣。羅理事長趁熱打鐵，接著探詢 Wiegmann 對台北展有什麼建議？

Wiegmann 回答，iF 的專長就是組織、整合行銷，集團包括設計、傳媒、新秀等公司，要合辦創新獎、產品發表、展示、公關（PR）及論壇等，都沒有問題；未來應可藉由 iF 的榮譽，讓台北展的形象、自行車產業的策略加分。

李副處長表示，台北電腦展有兩萬買主來台，與 iF 台灣分公司合作的創新設計獎，初期效果不錯。羅理事長認為，台北展要呈現的是創新、趨勢，要給人不同的感覺；吳董事長贊同羅理事長的看法，直指應為台灣塑造一種 feeling — 想看創新產品，來台灣就對了。

羅理事長補充說，全球高級自行車創

新、設計、生產及供應中心在台灣，定位清楚，iF 就知道能為我們做什麼？除創新外，還有第二個定位：亞洲是 Cycling 最具潛力的地區，台灣的風潮才剛形成，日韓、印尼等也逐步提升，前景可期。

Wiegmann 認為，台北展要突顯的是一種 image，如同輸入一個關鍵字，即可找到所要的內容一樣，如何使台灣這個品牌更加尊榮，就像問德國可以回答賓士、BMW 等代表性品牌。

羅理事長坦言，這是台灣長期所要努力的目標，談日本會想到 Canon、TOYOTA、Sony，甚至壽司、生魚片；如何透過台北展來改善、提升台灣整體形象，確是當務之急。

雙方暢談兩個小時，對未來合作達成初步共識，Wiegmann 表示將研商後提出簡報，並在 2011 年台北展期間與研發中心等進一步溝通，內容預計涵蓋整合自行車公會主辦的創新產品甄選（Innobike）、研發中心主辦的全球設計比賽（IBDC），合辦台北創新自行週，以及新產品發表、論壇等活動。



資料提供：TBEA公會