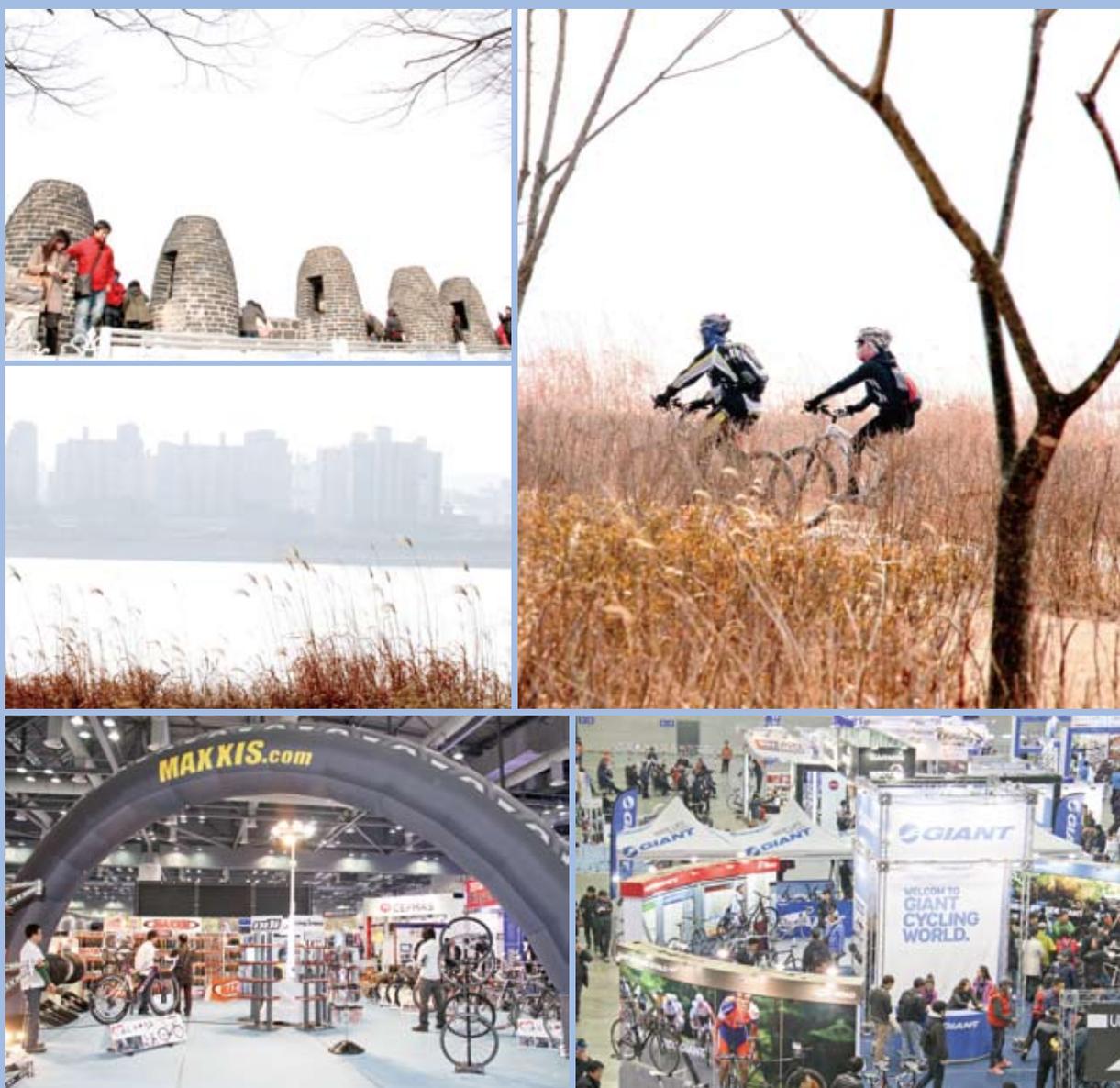


從Kintex自行車展 談韓國自行車業現況

圖、文◎阮素琴



這幾年韓劇帶動下，前往韓國觀光和採購韓貨的人越來越多，這股「韓流」確實影響兩岸，就連自行車也一樣熱絡起來，不管在臺北展或上海展都可碰到韓國廠商，韓國自行車業在政府的大力推動下，積極建設自行車道，提供理想的騎車環境，讓不少人投入騎車行列。韓國自行車70%以上為MTB，以前甚至到80%，但這四年來，公路車也漸受喜愛，雖然仍不普遍，但在穩定成長中。

南韓(大韓民國)人口5,000萬，北韓(朝鮮)2,300萬，首爾(Seoul)為南韓首都，以前首爾叫漢城，因為漢江東西向貫穿市中心，分為江北和江南。在2005年後，漢城改稱為現在的「首爾」，今天的首爾已打造成文化與設計的城市。江北、江南人口各約500萬，所以首爾人口在1,050萬左右，而大部分人口集中在首爾周邊，加上仁川和京畿道，大約有2,400萬人口，也就是首爾及周邊人口就佔韓國總人口的48%。

自行車道廣泛設立

韓國自行車業以前以進口居多，少數組裝廠也是進口車架等零組件在韓國組裝，過去年銷售量在100-130萬輛左右。近四年多來，政府提倡環保，並提供自行車產業諸多獎勵，同時鼓勵自行車騎乘，以及政府不斷建構自行車道，尤其在主要河流旁建構自行車道，讓騎車的人可以欣賞河景，讓更多人喜愛騎車。在漢江看到不少中老年人和年輕人輕鬆愉悅的享受騎車之樂，公園除了規劃騎乘道路外，也有兒童遊樂設施，同時公園內也可租車，可見韓國政府對改善騎車風氣的努力。

南韓最長的河為洛東江有525km，其自行車道有389km；第二大河為漢江有514km長，設有自行車道共211km，其中南漢江有136km，北漢江有75km；錦江為第三長，有401km長，自行車道有146km；第四大河為英山江，長度有122km，自行車道



▲首爾市橋很多(下為漢江)。



▲用鎖和卡吊滿的卡樹，有滿滿的祝福和愛。



▲首爾日塔。



▲中老年人騎車族以健康為考量。



▲漢江旁公園設有自行車租賃服務。

133km 長。另外，還有好幾處在建造中的自行車，均位在風景優美的地方，據了解已完成的自行車道有 1,000km。

高檔車成長中

韓國地形多山川，路況起伏大，對騎自行車的騎士充滿了危險，所以政府大多選擇在河邊建構自行車道，據了解，由於韓國總統李明博喜愛運動也愛騎自行車，所以鼓勵人民騎自行車，並且建構非常好的騎車環境，加上韓國人喜愛上網，網友間也常號召一起騎車。因此，韓國自行車一年成長約 10%，騎車的人口分為兩個族群，中年人主要是以健康為出發考量，年輕人則是好玩和跟隨流行。韓國自行車業以內銷為主，年銷售量在 180-230 萬輛之間，一部 MTB 平均售價在 US\$90-100 之間，當然進口品牌和以運動為主的自行車

售價從 US\$600-1,500 都有，其中高檔車以 US\$800-1,000 居多，這個族群也慢慢在增加中，除了 MTB 外，公路車也有成長趨勢，祇是韓國路況讓想騎公路車的人還有些遲疑。

三千里、艾噉為韓國二大自行車廠，都以中低價位為主，尤其三千里更是擁有 50% 以上的市佔率，艾噉約 25%，這二家就佔韓國市場 75%；另一家以較高檔自行車為主的 Elfama 品牌，產量約 20,000 輛左右。至於自行車零件，韓國廠商並不多，除了 Swallow 輪胎較大外，雖有生產齒輪但產量不多，車架大部分也是進口（來自臺灣和大陸）居多，當地車架主要用於特殊車種，如競輪賭博賽用車，主要材質為鉻鉬鋼（Cr-Mo），大部分是車服和燈具較多，據 Kintex 主辦單位經理 Nea Pil Sung 表示，自行車服就有 300 家，加上車燈以及其它配件，韓國自行車行業約有 700 家左右。



▲BYGEN車架。



▲韓國有Swallow輪胎，但大部分自行車採用臺灣輪胎。



▲韓國車服廠商多。



▲韓國自行車零部件以進口為主。



▲三千里董事長SUK Hwan Kim。

三千里自行車：

年銷售在100萬輛左右，是韓國最大自行車廠，在韓國有組裝廠，但是不大，以Cello和Black Cat品牌為主，但主要自大陸進口自行車，其中，以富士達最多，在富士達甚至有專設的組裝線。大約有500,000輛，也有向保安進口，以前從美利達山東廠進口，現在高檔車改向永祺購買，2012年約兩萬輛左右。

由於三千里長久以來以低檔車為主，車款也多，為了在高檔車市場也能瓜分市場，從2006年起設立另一個以高檔車為主的部門，並以Cello和Black Cat為自有品牌，同時也經銷歐洲品牌，如義大利Colango。另外三千里也是韓國Shimano二家代理商之一，這也是為何今年Shimano和三千里均不在Kintex自行車展而到Spoex展出的原因之一，三千里董事長SUK Hwan Kim是KBMA理事長，三千里的展示大樓就在首爾市中心。

「對於深圳保安自行車因財務引發的拖欠款項，據可靠消息來源，指三千里在背後支持，據Cello Peter延表示，三千里是有業務的支持，可以確定的是三千里開L/C向保安自行車買車。



▲三千里另一高檔品牌Cello，這部公路車重6.46kg。



▲三千里的車子以中低價位的生活用車較多。



▲三千里在韓國佔有50%以上市佔率。



▲三千里內銷年銷售約100萬輛，政商關係良好。



▲左和右都是三千里攤位。

L.S (Biclo)：

代理歐美高端品牌，如BMC、Eddy Merckx等，年銷售10,000輛高級車，據流通事業本部長曹丙祥 (Byung-Sang Cho) 表示，其中B2B有8,000輛，B2C有2,000輛，員工約有70人，擁有直銷店14家，是韓國非常有實力的公司，曹部長表示，今年可望成長20%，不過他認為，韓國政府在前年就表示要鼓勵自行車業，實質措施似乎流於口號，而沒有具體行動。另一家也擁有自行車連鎖廠的bikeland也有幾家自行車店。



▲L.S (Biclo) 流通事業本部長曹丙祥表示，L.S有14家車店。



▲這是L.S和中國開發的新車。



▲L.S是Eddy Merckx韓國經銷。

艾歐 (Alton) :

和臺商一直保持密切往來的艾歐早期在深圳設廠，在2008年移到天津，除了出口到韓國外，也銷往日本，在中國大陸也以雪佛蘭內銷，這幾年在中國大陸內銷還不大，不過，去年和銀行促銷綠色環保的VIP案效果還不錯，接近10,000輛。據艾歐董事長朴讚右 (Mr. Park) 表示，他們年產量在600,000-700,000輛左右，據艾歐天津廠採購經理崔善淑表示，在去年艾歐併購Corex後，使得艾歐壯大不少，並於2011年8月在韓國上市，除了在韓國以Alton品牌銷售 (約佔25%市場) 外，也幫不少國際品牌代工，Alton天津廠鉛車架全自己生產，也設有烤漆，在韓國也有office，看好E-bike的未來潛力，已和釜山鋼鐵合作興建工廠，並計劃在韓生產E-bike。這次主展在Kintex攤位很大，在Spoex也有展出 (在B館)，據展出人員表示，效果沒有Kintex好。韓國的進口商或經銷商也越來越多，在政府政策鼓勵下，一些大集團甚至在旗下成立運動部門，如棒球或自行車也有以授權方式給品牌商使用。國外品牌在南韓有Giant、Merida、Scott、Specialized和Trek等，其中Scott、Gain是分公司性質，像今年Scott瑞士就派人到Spoex。



▲Alton在Spoex展的展位在B館，工作人員表示這裡效果沒有Kintex好。



▲艾歐 (Alton) 在韓國以Chevrolet、Saab、Cadillac、等品牌銷售。



▲艾歐 (Alton) 展出多種品牌。



▲Corex在2011年為艾歐買下。

SIS International :

張承弼 (Seung Phil Chang) 為CEO，他也是首爾進口商協會KBIA (Korea Bicycle Import Association) 理事長，張理事長表示，目前會員有37家，他也在自行車業已13年，SIS也是代理不同品牌的經銷商，Kintex和KBIA合作，他表示第一天的參觀人數比預期好。



▲張承弼 (Seung Phil Chang) 是韓國KBIA會長，他也是SIS International董事長。

Giant :

是Giant在2009年3月於韓國成立的分公司，員工已有19人，總經理OK Lee是韓國人，他表示，Giant進口約10多個國外品牌，二極化極為鮮明，最便宜約US\$80-100佔多數，高檔的US\$1,000-3,300也有人買，2011年賣出3萬多輛，平均單價約100萬韓元，其中50%為MTB，50%為公路車。李總經理表示，高檔進口品牌這幾年都在成長，因為韓國政府將自行車道建在風景優美的漢江兩旁，吸引不少市民加入騎車行列，OK Lee補充說，韓國人崇尚品牌，所以好品牌的車子都銷售得不錯。

GIANT CYCLING WORLD.



▲Giant韓國分公司總經理Ok Lee表示，有品牌的車子受歡迎。

◀Giant韓國公司有19人，其中一位是臺灣女孩劉韻儒 (左) 嫁到韓國，中：Ray Choi、右：Grace Lee。

韓國自行車業協會

韓國自行車業有2個協會，一為韓國自行車製造協會KBMA (Korea Bicycle Manufacturer Association)，會長是三千里董事長SUK Hwan Kim，會員約在20家左右，主要成員為三千里、Alton等；另一個為進口協會KBIA，理事長為張承弼，共有會員37家。過去這二個協會都一起支持Kintex展，但去年開始2個協會分道揚鑣，KBMA脫離Kintex展轉向Spoex參展，也讓Kintex展缺少三千里、Shimano、Biclo等廠商參出，而有不完整的遺憾，有些韓國企業認為這是協會彼此的較勁，雖不致兩敗俱傷，但苦了參觀者。

Kintex展：

原本位在首爾市區展館，今年首度移師到郊區的新展館，這個展最早在2003年開始，最初有55家企業展出，今年是第10年，參展企業有82家，展出面積約11,348m²，今年海外展商有香港、日本和臺灣 (Giant) 企業等12家，韓國經銷商和韓國企業約70家，其中40%為整車，60%為零配件。展期僅三天 (2/24-2/26)。

據主辦單位Seoul Fairs經理Mr. Na Pil Sung表示，Kintex是韓國最大的自行車專業展，當然是不同品牌，經銷商、自行車和零配件的展，外國人不多，臺灣這次據了解前往參觀的有維樂董事長余彩雲、正新賴協理和二位同事，FSA、維格也有業務前往了解，Giant由Giant韓國公司參展，臺灣也有2人前往觀展。



▲Kintex今年由市區移至此展覽館。



▲大部分海報都以韓文呈現。



▲維樂董事長余彩雲十分重視韓國市場，也親自前往觀展。



▲Kintex展主辦單位 (Seoul Fairs Co.) 資深經理Na. Pil Sung表示，該展每年參展廠商增加10%，參觀者約25,000人。



▲Look、Lazer、Continental由經銷商展出。



▲Kintex展上不少攤位人潮眾多。



▲韓國Bicycle life雜誌社長Kim Byung Hoon，該雜誌成立於2003年，今年首度與Kintex展合作。



▲據主辦單位表示展出整車佔40%，零部件60%。

Spoex :

在首爾附近三星洞展覽館展出，主要是Outdoor展，規模較大，較適合戶外產品的廠商，這個展共展出4天（2月23-26日），比Kintex（2月24-26日）多出一天，當然，Spoex展品多元對消費者更有吸引力；不過，自行車業祇有12家左右，以三千里（Samchuly）展位最大，旁邊的Cello也不小，三千里除推出較高單價的Cello、Black Cat外，也展出Conalgo和其他國外品牌車，這個館有A、B館，大部分自行車在A館，但艾噉（Alton）則在B館。

原本這些自行車業如三千里、Shimano、L.S等都參加Kintex展，但今年KBMA就選擇參加這個戶外產品展，對於展覽效果反應不一，如三千里、L.S、Shimano都覺得這個展更貼近消費者也更了解需求，但艾噉則表示這裡展氣沒有Kintex好。



▲Spoex在Coex展館展出。



▲Spoex有二個館，二處入口。



▲三千里發言人Peter延。



▲Spoex以戶外和運動品為主。



▲Accell Group的Ghost亞洲也在Spoex展出。



▲Shimano選擇參加Spoex展是因為這個展是以消費者為主。

韓國自行車業從過去20多年，就聽聞韓國政府有補助政策，希望發展自行車業，那時甚至訂下目標要超越臺灣，就如現在也一樣希望能追過臺灣。祇可惜這麼多年來，韓國自行車廠不多，零件也少，大部份自中國大陸進口，也有買自臺灣，少部分在韓國組裝，如三千里就由中國富士達、保安、永祺（以前也有美利達）進口，在韓國三千里也有組

裝，但量不多，據了解是由大陸進口車架、零零件然後在韓國組裝，大概一天祇組裝100-200輛自行車，主要是Cello和Black Cat的車子。因此近四年多來，不管在臺北展或上海展都會看到韓國自行車業者，還記得以前Corex在臺灣也買不少（由敏德代理），後因財務問題而消聲匿跡。Corex也在去年賣給艾噉，所以三千里和艾噉的競爭就較為激



▲SCOTT攤位大，設計以淡色系呈現。



▲進口商展品從整車到零部件都有。



▶小女孩坐上車的滿足神情。



▲這家經銷商代理不少知名品牌。



▲Termozefa X20展出的折疊E-bike。



▲Caron是銷售公司，最左邊這部自行車是LG Twins授權給他們銷售。



▲童車市場穩定成長。



▲義大利Bianchi展出的車子。



▲白色在會場上到處可見。



▲De Rosa和Maxxis都由代理展出。



▲公路車市場穩定成長。



▲GRK展出這部AVENUE金色自行車很耀眼。



▲義大利Pinarello零售價498萬韓元。



▲E-bike在會場上有多家廠商展出。



▲各種品牌紛紛登陸韓國市場。

烈，這也是三千里不在 Kintex 展出因素之一。

Kintex 和 Spoex 二個展對參觀者實在不方便，對行業形象也不是好現象，好不容易韓國有 200 多萬輛的市場，更應共同努力經營這麼多年來努力的結果。誠如維樂余彩雲董事長所言，合則兩利，市場要炒熱，才能將餅做大，一個行業展分成兩個地方又在同一時間，真的不是很理想。

近幾年韓國自行車業已較活躍於市場，當然還是以進口為主軸，因為零件業在韓國並未發展起來，這也是兩岸自行車業的機會，尤其隨著自行車道的不斷興建，騎車人口也會越來越多，喜歡買好車的人當然也會增加。

E-bike 有多家展出，有自大陸進口採用 Panasonic 系統，也有採用大陸電池系統等，

未來將有更多廠商投入 E-bike，像艾噉和釜山鋼鐵就要合資生產 E-bike。

競輪賽在日韓為合法賭賽

日本和韓國自行車競輪賽是一種賭博賽，分室內和室外，是合法的賭博賽，據了解在日本約有 3,000 名騎者 (Keirin Rider)；名次祇有 9 名，比如第一名贏約 US\$3,500、第九名約 US\$600，日本最大的競輪比賽叫 Granpri，每年在 12 月 30 日比賽，賭金都非常大，常有人一次下 10 億日元，也有人將薪水全投入競輪賽，所以一次輸贏都很大，賭客可得 75% 全部賭金，政府抽 22% 賭金，Keirin Rider 則拿 3% 的賭金。



▲代理世界品牌的單車是不少韓國人的目標。



▲Hycle車鞋是韓國製造。



▲李允基是自行車教練，熱愛旅行。

韓國 Keirin Rider 有 650 人左右，如包括玩票性質就有 1,500 人，主要賽場在首爾光明市、釜山、昌原等地方，據日本專業騎手日下勇樹 (Yuki Kusaka) 表示，他參加比賽已有 26 年，至少參加 350 次的激烈賽。Yuki 說這種比賽又稱殺人遊戲，日本又比韓國激烈和危險，因為韓國騎手不必去碰撞對方，因此 Yuki 說，每年他都會摔斷骨頭到醫院住幾星期，問他為何還要冒生命危險去騎，他表示喜歡刺激、好玩，又可賺錢，當然樂在其中，不過現在他也做起自行車生意，經常往返日本和臺灣。

韓國的進步有目共睹，公共設施也相當完善，韓國人的企圖心造就國際品牌，如三星 (Samsung)、LG、現代 (Hyundai)、起亞 (KIA) 等，韓國人對運動健康也非常重視，像假日山上或江邊都可看到單車人潮，當然韓國薪資也不斷上漲，據了解平均



▲光化門是皇宮入口。

月薪在 100 萬韓元 (約 US\$950)，在 IT 產業如三星員工收入就有 US\$1,500。韓國泡菜 (Kimchi)、人參都深深改變不少亞洲人的飲食文化，尤其韓劇 (如大長今、冬季戀歌)，不僅吸引世人目光，也將韓國政治、文化、人文、服飾、藝術，甚至整型科技成功輸出，這些都值得我們學習。



- ❶ 日本日下勇樹 (Yuki Kusaka) 是熱愛競輪Game的騎士，他手摸的封面就是他。
- ❷ 首爾市政府鼓勵市民善用公共運輸和自行車。
- ❸ 韓國戲劇行銷很有一套，在機場也有走動show。
- ❹ 韓國泡菜鍋很有味道、可口。
- ❺ 南大門 (Namdaemun) 市場是有名的平價市場，很多外國人都喜歡來此逛街。