



Grace S. Ruan

山不轉路轉

中國的經濟消費力有多大，從新聞中見到10天搶購300噸黃金就可以看出端倪，雖不知道真假，但兼具世界最大生產基地和全球最大消費市場的中國，的確是世界知名品牌不能缺席的重地，中國的經濟實力更是他國所望塵莫及，國富自然購買力強，當然強國對世界影響力深遠，對世界和社會責任，中國都扮演舉足輕重的角色。

春天，百花齊開、萬物崢嶸，春季天候好壞與自行車的銷售息息相關，今年寒冬特長，氣候異常是否會影響全年度銷售量，引人關注。

2012年全球經濟多波折，人民幣持續升值，匯差加重出口成本的負擔，同時加薪和貸款利息提高都使企業的經營成本飆升，缺工問題，雖有稍改善，但對整體營運部還是增加不少負擔。去年中國自行車業和電動自行車去年的表現可說差強人意，當然幾家歡樂幾家愁，在艱難中更能看出企業的實力和應變力。

穩居全球最大自行車和電動車產量的中國大陸，2012年自行車仍維持穩定的發展，總產量有8,278萬輛，比2011年微幅下滑0.8%；出口量為5,715萬輛，以美國、日本與印尼為前三大出口地區，這三個國家就佔總出口量的53.7%，平均出口單價為US\$55.6；中國電動自行車去年產量高達3,505萬輛，出口量為66萬輛，平均出口單價為US\$430.8，最大出口市場仍然為歐洲，美國則是出口量最大的單一國家，去年出口到美國大幅成長109.7%。

歐盟在3月22日公布對中國和印尼傾銷調查的最新訊息，其中對中國只有愛地雅、Oyama是零反傾銷稅，浙江金華的寶歸來為19.2%，其他中國自行車業則維持48.5%的反傾銷稅，有人說歐盟祇是虛晃一招，正式公報將於6月9日前公告。為防止中國業者透過第三地轉運規避反傾銷稅，歐盟也對印尼、馬來西亞、斯里蘭卡和突尼西亞出口至歐盟的成車課徵48.5%的反傾銷稅，但印尼三家當地組車廠排除在外，唯獨設在清豪廠內的富士達自行車將被課徵反傾銷稅，對此，富士達公司強烈認為歐盟有預設立場及針對性。

貿易障礙永遠存在，廠商惟有多元發展，找到對自己最有利的競爭條件，不管是核心產品或軟實力、創新力、品牌力、整合力、執行力都要持續努力，努力拉開與同業的距離，只要夠好就不怕競爭，因為透過競爭才能突顯實力、發現自己。就像出口至歐盟有貿易障礙，業者可以將目標轉向鄰近地區，如印尼、越南、馬來西亞、印度、緬甸等國家，而中國廣大市場就是最大的吸引力，更是最好的練兵地。

臺北國際自行車展在3月23日圓滿結束，因受臺中自行車週的影響，今年歐洲客戶來得比較少。上海國際自行車展也將在5月6-9日舉行，卻碰上H7N9禽流感疫情，雖然天氣轉熱，疫情可望降低，但很多人還是非常關心，也有國外客戶因此取消行程。多運動抵抗力自然就好，祝福大家都能平安、健康，因為自行車正是幸福、健康的產品與產業。

阮素琴