



展現強勁非凡氣勢

2013 EUROBIKE 再造新高峰

圖、文◎阮素琴、陳柏如、廖壯偉





來自全球 111 個地區的 45,200 位專業買主蒞臨，加上共有 54 個地區的 1280 間廠商參加，其中來自臺灣的自行車、零組件及配件廠商計有 240 家，為期五天的 Eurobike（含 Demo Day），買主人數及參加廠商均寫下歷史新高，同時德國總理 Angela Merkel 自執政以來首度至 Eurobike 會場舉行開幕式，更將這股銳不可擋的氣勢推向高峰，加上原先天氣預報陰雨不斷的展期，在老天幫忙下，僅在 Demo Day 收尾時下雨，其餘均是萬里無雲

的好天氣，使得 2013 年 Eurobike 一掃今年市場受氣候影響陰霾，加上參展商們絞盡腦汁透過最新產品，要讓全球自行車愛好者擁有「前所未有的新體驗」，各項利多協助下，是否為 2014 年自行車市場開紅盤的好預兆？

- ①破天荒！德國首相梅克爾（紅衣者）首度參觀Eurobike展。
- ②巨大三巨頭齊聚Eurobike！左起：執行長羅祥安、總裁劉金標、捷安特大中華區董事長劉湧昌。
- ③輪界最佳兄弟拍檔相見歡！右一與右三為建大董事長楊銀明與副董事長楊啓仁；右二與左一為Dorel總裁Martin Scchwartz與CFO Jeffrey Schwartz。



全球自行車指標

即使有些廠商於夏季已經展開新品發表會或是 Dealer Show，不過對於多數歐洲的 Dealer 及經銷商而言，Eurobike 仍是各大品牌兵家必爭之地，現仍有許多品牌擠不進 Eurobike 的大門裡，使得有攤位的各大廠家們，也都將私家珍寶在此時拿出來與全球買主及消費者們一同分享。

成車從設計及零配件找出創意，透過液壓煞車、零件電子化、科技化的空氣力學及輕量化碳纖維發展設計，讓成車搭配活潑化且具多元，過往傳統的公路車、城市車、登山車、電動自行車之間的界線更為模糊，提供消費者們前所未有的新選擇，零組件也朝著更具流線造型或具有時尚流行方向邁進，不僅迎合消費者需求，更為消費者開創新主流，讓自行車與人們的生活得以貼切，彼此之間的關聯性也更強烈，然而業者們的努力能否開花成果，仍得看消費者是否願意買單！

產業看天吃飯

當 2012 年 Eurobike 全球自行車業界信心滿滿迎接 2013 年銷售熱期到來，但是老天卻給予自行車業者們重重考驗，根據德國兩輪車工業協會（Zweirad-Industrie-Verband, ZIV）提供資料，在德國每年的自行車銷售總量約為 400 萬輛，2013 年開春



▲公路車液壓碟煞化，成功吸引買主們注目，也是 2013 Eurobike 的重要談論焦點。



▲電動自行車在德國及歐陸的熱銷，現已成為市場中的利基商品。

電動自行車與 Pedelec 近三年銷售數量

國家	年份	2012	2011	2010
德國		380,000	310,000	200,000
瑞士		52,900	50,000	35,000
奧地利		40,000	32,000	20,000
法國		46,100	40,000	38,000
義大利		48,200	45,000	40,000
荷蘭		171,000	178,000	166,000
總計		738,200	655,000	499,000

註：(1)2013 年德國預計銷售量將突破 400,000 輛，達 430,000 輛左右。

(2)2010-2012 年相關數據僅上列七國有相關統計。

資料來源：Bike Europe, ANCMA, Arge Zweirad, CNPC, RAI Vereniging, Velosuisse, ZIV

以來，歐洲經歷了溼冷的春天，甚至南歐在 5 月還仍有下雪的情況，緊接而來中歐面臨洪水問題，退去後卻是熱浪來襲，使得銷售熱旺季明顯縮短，雖然 7 月左右銷售情況已有回穩，讓 2013 年上半年德國市場銷售量與 2012 年同期相較下滑 7%，相對不少店家與經銷商面臨庫存問題，使得買主下單相對比較保守，而德國自行車的製造量在 2013 年上半年僅有 165 萬輛，較 2012 年下滑 2.4%，同時進口德國的自行車僅有 180 萬輛，與去年同期下滑 5%；2013 年上半年德國從臺灣進口數量也較去年同期下滑 19.2%。不過德國出口自行車與電動自行車的總數達 79 萬輛，比同期增長 9.3%，而德國兩輪車工業協會預測整體 2013 年的銷售成績會在下半年轉虧為盈，最主要的因素還是在電動自行車的強勢成長。

在計畫趕不上變化的情況下，「看天吃

飯」的自行車產業仍展現積極開發、努力向上的決心，特別是在 E-Bike 及 Pedelec 的部份，更多廠商願意投入資源相爭這塊大餅，德國兩輪車工業協會也預測，目前共有 130 萬輛電動自行車在德國公路上奔馳，未來市場每年都會有約 15% 成長的空間，同時德國兩輪車工業協會認為，2013 年德國電動自行車銷售較 2012 年將可成長 13%，銷售量也有望達到 43 萬輛，產業界也認為銷售數字仍有機會再攀新高，其中速度可達 45km/h 的 Pedelec，可望佔整個電動自行車總銷售量的 10%。電動自行車亮麗的銷售成績，不僅在德國發生，其他歐盟國家也有相同情況，同樣屬德語區的瑞士及奧地利，也反映出自行車銷售數字下滑，但電動自行車銷售逆勢成長的情況，義大利也有一樣的態勢，不過有些地區的電動自行車成長數字較不如過往猛烈（像是荷蘭），但 Pedelec 仍保有較大成長的空間，這使得電動自行車的運動化且更具騎乘樂趣的發展輪廓，已逐漸可看見。

人潮再現 買主心態保守

展會前三天常看見絡繹不絕畫面，各展館之間的走道，均有人潮洶湧畫面，即使在第四天消費者日，仍可看到人潮不斷出現。

多數參展商認為今年的展氣較去年佳，特別是位居展館前排的廠家們，幾乎一致認為展會氣氛活絡且讓人期待，而且一些新興國家的買主也有出現，對於接下來的業務更具信心。不過在展館裡的中、後排廠商看法不一，有些廠商認為買主活絡，尋問的意願提高，不過也有廠家認為，在後排位置較差，若是所屬的走道較小，很容易找不到攤位的位置，加上不少買主可能走到中排就覺得累了，無形之中也錯失跟客人可以交流的機會。然而大多數臺灣廠商也都正面看待 2013 年 Eurobike 的成效，擁有自家品牌對形象也是加分，相對讓客戶增添一份信賴感，不少擁



▲每年都在Eurobike展過生日(8/31)的美利達副總鄭文祥(左)，開心地秀出今年的生日禮物—Merida歐洲GM Walfgang Renner(右)送的運動潮鞋。



▲永輪40週年，展會上也展出紀念車與各式趨勢車款。圖為董事長楊文仁。



▲Shimano集團總裁Yoshizo Shimano(左)與瑞士BMC董事長Andy Rihs(右)相談甚歡。

有品牌的臺灣廠商們希望攤位面積能夠擴大，不過由於 Eurobike 一位難求，加上等著進來設攤的廠商仍很多，所以廠商也只能就現有空間，透過巧思將產品展現出最佳一面。本屆輪彥組團參加歐洲展的攤位被主辦單位分配至 A7 及 B2 兩個館，多數廠商也都認為情況不錯，儘管如此，或許是受到庫存的影響，今年 Eurobike 的買主們下單情況較為保守，這也成為廠商們共同心聲。

打造前所未有的騎乘體驗



高檔自行車及電動自行車的熱銷，仍是撐起 2013 年市場的主力，因此現場看見高檔自行車及電動自行車呈現百家爭鳴、萬花齊放的情況，為讓消費者擁有「前所未有的非凡騎乘體驗」，同時延續銷售熱絡的氣勢，液壓碟煞公路車、運動型 eMTB 或是 Pedelec 成為展會的最大亮點，而近年來再受到市場及消費者注意的 27.5 吋（650B）登山車，也是會場上的一大賣點。

電動自行車比重提高

E-Bike 與 Pedelec 的蓬勃發展，包括 Bosch、TranzX、Panasonic 等幾個重要傳動系統製造廠商，不約而同有相關新品推出，讓電池、馬達及顯示器的重量體積更加輕盈縮小，使得 E-Bike 與 Pedelec 外觀造型更加流線化且具時尚，就算是將電池、馬達拆掉，外觀也幾乎跟一般自行車無二樣。

TranzX 推出將性能提升至新水準的 LogiX 系列，讓 TranzX 的系統再進化至新水平，其中 M25 中置馬達透過 CAN-Bus 為基礎，提供更高的資料傳輸速度，同時支援 AGT 換檔及維修上更加簡便，加上 M25 體積幾乎是一般馬達的一半，重量僅

3.5kg，36V 的 M25 馬達可提供最大扭力值為 50Nm，並且搭配新推出的 TranzX BL17 下管式電池，更能符合長途騎乘及更大扭力要求的騎乘者們需求，如此以來，讓 E-Bike 及 Pedelec 的造型與一般自行車幾乎相近。

目前在歐洲有亮麗成績的 Bosch 也推出運動型（45km/h）及一般型（25km/h）傳動套件，兩套系統都配備了 Sensor 讓馬達能夠安靜運作。自 1996 年在日本推廣電動自行車的 Panasonic，於 2000 年進軍歐洲市場，展前 Panasonic 也推出直驅式馬達，同樣擁有體積小且安靜的特點，最大扭力達 65Nm，另外韓國 Samsung SDI 去年在齊柏林館展出，今年則移至 A6 內，繼續針對電動自行車市場推出相關產品。而 Continental 今年以 ContiTech 推出一個新的電動自行車驅動系統，今年與 Benchmark Drives 共同開發合作，著重在整個驅動系統體積更小、功



▲TranzX 的 M25 中置馬達擁有體積小且重量輕的優勢，同時馬達扭力佳，是展會中的明星產品，搭配 AGT 系統體積仍獲得許多買主注意。



▲Bosch 推出兩款新的套件，要讓消費者擁有不同騎乘感受。

能更加強大，馬達為 250W 透過皮帶傳輸，並鎖定在高階市場。

傳動套件持續進化，同時成車廠也願意投入更多心力在 E-Bike 及 Pedelec 上，從原先少數幾個品牌針推出運動型的 eMTB 或是城市車，現在已經有越來越多品牌針對相關產品作出因應，屬 Windora 下的 Haibike 可說是 2013 年 Eurobike 對 E-Bike 及 Pedelec 最普及的品牌，另外包括公路車，26 吋、27.5 吋及 29 吋登山車、便於通勤的城市車與小摺，各大廠幾乎都有出產相關的 E-Bike 或 Pedelec，而 Cannondale 也在今年增強在電動自行車的產品線，推出運動型登山車瞄準歐洲及美國市場，其他包括 Merida、KTM、Specailized、BH、BMC 等品牌，也都有相關產品，或是透過副牌展現對電動自行車市場的野心。

都市化的發展，讓全球各大城市的交通



▲ Samsung (上) 與 Panasonic (下) 也都紛紛投入電動自行車市場。



▲日前將Cervélo納入旗下的荷蘭自行車集團Pon倍受注目，圖為執行董事Rob Oudshoorn。



▲CSG中國總經理Edward Vlutters指出，CSG進入中國一年多，目前已有60多家dealer，主攻Cannondale與GT品牌。圖為Cannondale最新碟煞公路車。



▲Bosch副董事長Claus Fleischer指出，Bosch不斷創新研發，目前市佔率很高。



▲三司達董事長周邦秋(右)偕得力助手周孟依(中)與經理王炯勳(左)一起看展。

更顯擁擠，塞車成為不少用路人的夢魘，而公共自行車及自行車就提供解決之道，連帶使得電動自行車也成為一些人代步的交通工具，更多年輕人對於電動自行車接受程度更高，然而根據 Navigant Research 報告指出，電動自行車的全球營收在 2020 年將成長至 81 億歐元，也讓各界對電動自行車的市場更加看好，雖然目前沒有辦法證明哪項技術在電動自行車佔有絕對領先優勢，也無法證明哪種鋰電池的技術對電動自行車最佳，但或許未來電動自行車從零件、整車將進入「輕量化戰爭」，要用更輕盈且體積更小的套件，讓電動自行車從外觀幾乎與自行車無二樣，並且減重讓騎乘者更加方便使用，相對的，產品檢



▲Cannondale 推出數款電動登山車，鎖定歐洲市場，強勢出擊。

測標準也要因時制定，讓電動自行車進入不同新世代。

公路車碟煞化

液壓碟煞公路車的構想是近幾年各界不斷討論的話題，在電子化變速普及後，更成為液壓碟煞公路車的最佳契機，2012 年，義大利品牌 Colnago 與同為義大利的 Formula 共同開發推出 Colnago C59 Disc，問市後讓液壓碟煞公路車實體化，儘管 UCI 現在只開放碟煞越野公路車上賽場，而速度十足的公路跑車仍還未開放，但自行車業界決定走在前端，在展會中可看到更多成車品牌願意將公路車液壓碟煞化，部份廠家更是將碟煞公路車定位在最高檔產品，也有品牌將碟煞公路車定位在長程舒適為主的產品，包括 Bianchi、Cannondale、Colnago、Merida、Pinarello、Specialized、Stevens 及 Storck 等品牌，皆已推出碟煞公路車新品或模組，而 Giant 的 Anyroad 同樣受到好評，使得碟煞公路車成為今年 Eurobike 最大討論話題之一。

變速大廠 Shimano 與 SRAM 紛紛發表全新液壓碟煞及變速系統，加上 Formula 與 TRP 的液壓碟煞品質良好完善，也是碟煞



▲久鼎TranzX電動車套件不斷推陳出新，在歐洲擁有不錯口碑，右一為行銷公司總經理 George Pascal、右二為久鼎業務副理鄭舜宇以及歐洲銷售服務團隊。



▲耀輪總經理陳正豐展示最新碟煞公路車。



▲ Shimano (右) 及彥豪品牌TRP (左) 所開發的相關公路車碟煞產品，扮演公路車碟煞化普及的重要推手之一。

公路車能成為今年 Eurobike 火熱的原因。結合液壓碟煞與變速系統的零件技術，為高性能公路車開創新標準，Shimano 全新的 R785 系列 Di2 液壓碟煞系統，能夠提供 Ultegra 6870 Di2 或 Dura-Ace 9070 Di2 電子變速使用，並在碟盤的散熱上加強，使得碟盤在不同的環境下都能達到攝氏 200 度的散熱效果，確保煞車性能的可靠性。SRAM 則是將煞變把與油泵成功整合，將過往的公路車機械碟煞技術加以整合進化，提供公路車與越野公路車等車種更高性能的制動力，同時旗下 Red 與 Force 兩組頂尖公路車傳動系統升級為「22 速」(2x11) 變速系統。

11速風潮普及化

公路車要讓消費者擁有不同騎乘感受，除了碟煞公路車外，11 速風潮廣為普及，也是公路車在展會中的一大重點。

11 速的公路車早在 2008 年 Eurobike 由 Campagnolo 率先提出，比 10 速多了一齒卻擁有更綿密的齒比，讓消費者騎乘更加科學化且省力有效率，同時對新手上路的消費者而言，11 速也容易上手學習，不用過度背記齒比之間關係，讓騎乘變得更簡單，進而高端車及中階車也開始選用 11 速作為配備，而在 2012 年 Eurobike 討論火熱的空氣動力學，在今年仍可看見各廠努力的腳步，



▲ Shimano 德國代理 Paul Lange 公司董事長 Bernhard Lange (右)，身兼德國兩輪車協會董事主席，在業界頗有影響。左為其賢內助。



▲ Shimano 歐洲開國元老之一的 Hans Van Vliet (右)，今年 65 歲必須退休，在 Shimano 歐洲服務近 30 年，貢獻很大，左為其賢內助。



▲ Specialized 在空氣動力學仍有一定比例著重 (上圖)，同時 Ridley 更把攤位裝飾成實驗室，證明其發展空氣動力學的決心 (下圖)。



▲SRAM在Eurobike將11速下放Force，要讓11速變得更加普及化。

無論是輪組、車架、手把等部位，都能夠找到空氣動力學的蹤影，同時車架內走線設計並把煞車與前叉、後下叉做出整合，讓風阻下降之餘，也使得外觀看起來更乾淨簡潔，不過與公路車碟煞化相較，空氣力學公路車今年受到關注較小。

登山車27.5吋當道

在 2012 年 Eurobike 已開始展露頭角的 27.5 吋登山車，在今年的 Eurobike 盛會獨領風騷！

介於 26 吋及 29 吋之間，中庸之道的 27.5 吋越野能力較 26 吋佳，而且尺寸更符合亞洲車友們需求，先前也有廠家默默推廣耕耘，近幾年來消費者們騎乘需要搭配越野性能更優越的自行車，於是 29 吋及 27.5 吋再度被提起，但 29 吋對於東方人而言，尺寸仍有些許不適應，使得更多成車品牌及零件品牌願意推出 27.5 吋相關產品，而在 XC 的賽場上，也看到越來越多的 27.5 吋登山車奔馳。

或許是新時代的開啓，自行車業界做出一個關鍵決定，使得今年 Eurobike 27.5 吋成車受關注的程度較 29 吋及 26 吋來得多，甚至 27.5 吋有可能成為登山車取代經典的 26 吋登山車，對於登山車騎乘者們將會開啓不同面貌，雖然經典的 26 吋車款不會消

失，但是幾乎沒有製造商願意在 26 吋登山車裡投入更多心力，使得 26 吋登山車將轉變為入門款登山車或是下坡車及特殊使用類別車種，27.5 吋及 29 吋則在中、高階市場為主，縱觀目前領導的成車品牌包括 Giant、Merida、Scott、Trek（未參展）等幾乎都有 27.5 吋成車，僅有 Specialized 未有著墨。

目前 Specialized 繼續著重在 29 吋的發展，對此 Specialized 產品經理 Sebastian Maag 指出，由於 29 吋車種較 27.5 吋及 26 吋車種速度更快、越野能力更好且更平穩，加上行程在 100-160mm 之間的车款，27.5



▲Giant的27.5吋登山車是展會的亮點，圖為捷安特中國總裁特助劉素娟（右）與商品經理汪家灝（左）。



▲更多零件廠願意投入27.5吋登山車的市場，讓27.5吋發展更加迅速，包括像Kenda、Maxxis、Schwalbe等廠商，接連推出27.5吋輪胎，Novatec繼去年推出27.5吋輪組後，今年更推出下坡車專用的27.5吋輪組。



▲受歐美消費者喜愛的Enduro，也是2013年Eurobike的一大熱點，相關的產品更是因應推出，像是Mavic、North Wave、RockShox也都針對Enduro推出相關產品。

吋並沒有超越 29 吋的決定性優勢，同時客戶群對 Specialized 車子滿意，也間接證實這個想法，Sebastian Maag 也認為，27.5 吋與 29 吋的客群不同，而 Specialized 的客群不在 26 吋至 27.5 吋之間，這樣可以讓店家對 29 吋可以做出更好的服務，當然他並補充表示，Specialized 會密切觀察市場變化走向，無法保證任何相關的日期時程表，但現在要 Specialized 推出 27.5 吋，還不是時候。

Enduro熱潮遍布會場

27.5 吋的新趨勢絕對不會減少騎乘自行

車的樂趣，畢竟它仍保有令人感到刺激、興奮的一面，同樣最近非常受到歐美消費者喜愛的 Enduro，針對車手在越野能力、下坡能力、爬坡技巧及騎乘操控更為著重，讓登山車愛好者對 Enduro 投入更多關愛眼神，Enduro 相關的零件、人身部品需求量也在增加，使得在會場上，可以發現更多 Enduro 的相關產品，加上 UCI 目前無法有效掌握住 Enduro 的賽事，使得自行車業界在 Enduro 可以發揮空間更大。與公路車的 11 速浪潮相同，登山車 1X11 的風潮也持續增溫中，SRAM 將 XX1 的技術下放至 XO1，透過讓更多消費者可以體驗 1X11 的魅力，避震前叉電子化也有相關加強，繼 Fox 及 Rockshox 在 2012 年推出電子避震前叉後，2013 年 Magura 更是結合集團力量，開發出一款全新的無線電子避震前叉 eLect，不僅外觀簡潔乾淨，而且在控制操作更簡便，產品也獲得 2013 年 Eurobike AWARD 的榮耀。

色系鮮豔 與Outdoor更結合

綜觀今年的人身部品，與戶外的結合更加明顯，車鞋也提供多元選擇，無論是時尚造型或是與戶外品牌結合，都要讓車友們擁有不一樣的新體驗，與 2011 年以消光黑當道的情況相較，為讓帶給消費者們不



▲整車、零件透過鮮豔色彩，帶動消費者們的自行車彩色生活。

一樣的新風貌，顏色外觀擺脫過往為主的素色，強調用更 Colorful 色彩來彩繪車友們的自行車生活，包括車架顏色、衣著人身部品配色，企圖用更多強烈鮮豔的顏色，讓消費者展現自我特色。

德法帶頭 歐元區擺脫最大衰退

在火車頭德國及法國的帶動下，歐元區在 2013 年第 2 季擺脫歷來最長(18 個月)的衰退，同時歐盟 27 國的第 2 季經濟也從萎縮轉為擴張。

德國在第 2 季繳出成長 0.7% 的表現，成長的原因是來自投資較前一季增長 1.9%，另外消費支出也較前一季增加 0.5%，確定德國在歐元區龍頭的地位，另外也讓在 9 月 22 日改選的德國國會大選裡，現任總理梅克爾 (Angela Merkel) 連任的機會大增。法國也有 0.5% 的成長，是 2011 年初以來最棒的表現，主要成長原因來自消費者支出及工業生產。除了德法相繼成長外，讓人最感意外的是葡萄牙，GDP 繳出 1.1% 成長的成績，曾需要大量歐元紓困的葡萄牙，此次為其 10 個季度首次出現增長情況，創近三年來新高，同時也是第 2 季歐元區經濟之首，另外在非歐元區的英國，也透過出口總額創 15 年來的歷史紀錄。

雖然歐盟及歐元區傳來好消息，不過



▲自行車道的興建，也成為德國未來交通運輸方式及建設重點。



▲由光陽機車轉投資的光聯輕電專攻歐洲電動自行車市場。左一為董事長柯光峯，中：技術行銷理Bastian Petri，右為總經理Fritz G. Baumgarten。

多位歐盟官員仍表示，還不到可以高興自滿的地步，像是部份國家的失業率的仍居高，以及歐元區其他國家仍陷在泥淖中，目前西班牙與希臘的失業率都超過仍居高不下，2013 年 5 月希臘年輕人失業率達 62.9%，西班牙不遑多讓，年輕人的失業率也高達 56.1%，義大利與葡萄牙也有超過 40% 的年輕人失業率。與葡萄牙同屬伊比利半島的西班牙，銀行業仍需要大量金援，在 2013 年第 2 季的 GDP 仍呈現衰退 0.1%，另外也屬自行車重鎮的義大利及荷蘭，也都衰退 0.2%，而塞普勒斯則是下滑高達 1.4%。這使得歐元區國家經濟表現呈現兩極化，在德國與法國兩位火車頭帶頭衝的情況，歐元區正逐漸擺脫衰退，但是周邊的國家仍陷入危機中，顯示歐元區的改革仍還有一段很長的路要走。

雖然如此，自行車產業在 2013 年 Euro-bike 中看到更多可能性，德國總理梅克爾認為德國不只是汽車著名全球的國家，自行車也同樣享有盛名，並要在 2020 年的交通計劃，於德國透過自行車通行 5km 以上的使用率達 15% 以上，撥出經費興建自行車道，同時協助失業青年，透過學徒制在電動自行車產業發展，以促進經濟，這也為自行車產業開創更多契機。

2014 年展期定於 8 月 27-30 日進行，Demo Day 同樣在展前一天於 8 月 26 日進行，而消費者開放日仍為最後一日 8 月 30 日。

Around the Eurobike

Outdoor Demo成歐展一大賣點

邁入第7屆的 Demo Day，今年是移至阿爾卑斯山山腳下小鎮 Argenbühl 的第5年，在參與廠商、人數及媒體採訪皆再創新高！

總共有147間廠商參加，與2012年的133家相較，成長有14.5%，其中包括 De Rosa、Hercules 及 Thule Sweden 等廠商為初體驗，參加人數有2,318人，是 Demo Day 首度突破2,000人的關卡，同時來自37個地區的732名記者報導，也同樣寫下7屆以來最佳紀錄，讓展會在開展前就開出紅盤。

各大品牌成車獨領風騷外，零件廠也在 Demo Day 聚集不少人氣，甫推出就引起許多自行車愛好者討論的 SRAM XO1，也是

這次 Demo Day 各界注目的產品，SRAM 也安排多輛成車提供試乘，讓來自各處自行車愛好者們可體驗 XO1 所帶來的功能性，也獲得車友們最寶貴的意見。然而今年參加 Demo Day 的臺灣零件廠亞獵士與凱薩克，同樣深獲許多自行車愛好者的關注喜愛，雖然 Demo Day 是以成車廠為主力，對於長期耕耘歐洲市場的凱薩克而言，總經理許榮裕指出，因凱薩克的伸縮座管銷售成績在歐洲的 After Market 表現亮眼，擁有良好品質是獲得消費者青睞的絕對關鍵，凱薩克願意在 Demo Day 繼續耕耘，與消費者做面對面的接觸，不僅可了解消費者們的想法及意見，同時 KS 也將最新訊息及新品提供消費者，達到事半功倍效用。



▲ Demo Day 已成為 Eurobike 一道重量級光景。



▲ 雖然 Demo Day 的主角為整車，但零件廠亞獵士仍是少數繼續與消費者們在 Demo Day 直接互動的臺商。



▲ 無論是林道越野或是公路，Demo Day 都能看見多位自行車愛好者在 Argenbühl 鄉間試乘身影。



▲ 全家大小一同來 Demo Day 感受自行車魅力。

臺灣自行車之夜

TBEA 所舉辦的臺灣之夜，成為臺灣自行車業者們在 Eurobike 期間最佳聯誼聚會的好時機，在忙碌的展會期間能夠大啖佳餚暢飲美酒，還有卡拉 OK 活動炒熱氣氛，TBEA 理事長羅祥安更是帶來「小薇」為活

動開場，緊接著包括愛地亞總經理李志文也帶來難度極高的「蒙娜麗莎的眼淚」，讓氣氛更為熱絡，最後眾人高唱在 YMCA，期許明年再度相見。



▲TBEA理事長羅祥安(右)外交部駐德代表處陳華玉代表(左)共同為臺灣之夜舉杯。



▲TBEA理事長羅祥安(左)與愛地亞總經理李志文(右)，分別在臺灣之夜高歌一曲，一鳴驚人，獲得熱烈的掌聲。



▲臺灣之夜是臺商們在歐展放鬆身心且互相交流的絕佳時刻，左起：鉅光董事長林文華、元毅董事長許桂松、盛傑董事長陳威達、SRAM亞洲區總經理Hank高、KMC董事長吳盈進與外交部駐慕尼黑辦事處組長游淑琪。



▲TBEA總幹事魏錫鈴(左)與鋒明董事長蔡文瑞(右)舉杯敬酒。



▲為臺灣之夜舉杯，圖為Eurobike經理Stephan Reisinger(左一)、外交部駐德大使陳華玉(左二)、外交部駐德代表處慕尼黑辦事處鄭兆元處長(左三)、建大董事長楊銀明(右一)及Eurobike資深總經理Erich Reiss(右二)。



▲輪界第二代逐漸展露頭角並獨當一面，圖為(下排左起)：巨琛公司陳亦慈、台萬副總經理白亞卉、環璋企業邱有淇、輪彥副總編輯陳柏如、(上排左起)永翔塗料林瑋凱、嘉登趙元誠、樂比馳總經理林立偉及郁珣越南廠負責人方信介。



▲UCC副總柯華真、利慶董事長李金隆、UCC業務經理林宏昇。



▲久裕副總陳松君在Eurobike會場展示研發已久產品，並且也於歐展推出新品牌Factor。

臺灣精品秀

由經濟部國貿局委託外貿協會執行台灣產業廣宣計畫，今年首度在 Eurobike 主舞臺舉辦臺灣精品走秀活動，透過專業走秀及舞蹈方式，將臺灣自行車產業成車、零組件及配件向買主推廣，包括巨大、美利達、久裕、

久鼎、大亞鏈條、太平洋、夫瑪、正新、永祺、立旺、亞瑞得、尚品綠能、東庚、長天、建大、科權、桂盟、航翊、凱薩克、鉅輪、雙餘、瀚江及騰逸，將近 60 件精品於舞台上亮相。



碟煞公路車



▲Pinarello的DogmaK Hydro碟煞公路車。



▲在Eurobike期間，Merida也將Ride Disc展示給買主及自行車愛好者們。



▲Bianchi將碟煞公路車鎖定在高階車種Oltre XR2 Disc。



▲Specialized Roubaix SL4煞碟公路車，是Specialized的最新力作。



▲Stevens Ventoux Disc以Ventoux為基礎，不過在前叉及後勾爪處有差異，搭配SRAM Red 22及Shimano R785碟煞版本，並拿下今年Eurobike AWARD。



▲Cannondale Synapse碟煞公路車有鋁合金車架及碳纖維車架兩種版本。



▲Giant Anyroad適合消費者從事運動休閒，並提供舒適騎乘角度，讓騎乘者長時間騎乘也擁有絕佳穩定性。



▲Fuji Sportif 1.1搭載Avid的機械碟煞及Shimano 105，同時價格經濟實惠。

計時車與公路車



▲Trigon的計時車擁有流線外型，讓騎乘者在三鐵計時中獲得好成績。



▲Felt的計時車外觀亮麗搶眼，在展會上很受歡迎。



▲Conyan的CF計時車，是不少車友們的夢幻逸品。



▲Scott超輕的Addict長途公路車，也是今年Eurobike展會裡公路車的焦點。



▲Look 695空氣動力學車在百居環法亮相，也是Eurobike必看新品。



▲GIOS Tornado在性能上做出很大努力，特別針對舒適性的部份，採用頂管的幾何形狀，長度和形狀的管，讓訓練或休閒騎的消費者都能滿足。



▲Lightweight推出車架Urgestalt，搭配其輪組等零件，要讓自行車愛好者感受輕強美的特性。



▲Stevens輕量化再度下探，從去年的4.99kg進化至4.93kg。

27.5吋 (650B) 登山車



▲Bianchi的Methanol 27.5吋登山車。



▲Kelly的27.5吋登山車搶眼登場。



▲Merida針對27.5吋登山車推出多款車種，讓消費者可透過需求選擇。



▲KTM的27.5吋登山車，透過黑橘大膽配色吸引大家目光。



▲GT的Sensor 27.5吋登山車，不僅吸引買主目光，也獲得Eurobike Award。



▲Ghost的27.5吋登山車，車架造型特殊。



▲Wheeler展出40週年紀念車款。



▲捷安特今年力挺27.5吋登山車，已在各大賽場接連奪冠。

電動自行車



▲TranzX電動車搭配M25馬達，外觀簡單俐落，開啓電動自行車進化腳步。



◀Klever的S25初試啼聲便拿下Eurobike Award的肯定。



▲Merida在eMTB也有相關產品展示。



▲Haibike在運動型的eMTB，透過設計讓整車外觀看起來更為一體。



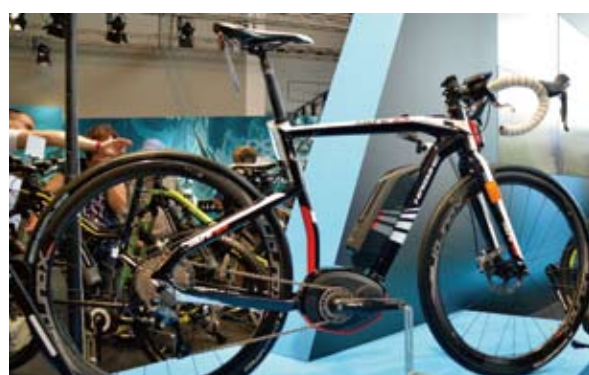
▲Emotion是西班牙BH的電動自行車品牌。



▲Conway的Pedelec讓人不禁多眼一看。



▲Continental透過ContiTech將馬達、電池等元件生產，並透過成車展示。



▲Haibike也將公路車化身為Pedelec。



▲Garmin Vector踏板功率計，讓騎乘者們盼望已久。



▲Time與Mavic推出的輕量化踏板，不約而同都擁有鈦。



▲Garmin的VIRB運動攝影機擁有HD高畫質。



▲Schwalbe one推出Tubeless系列。



▲SRM功率計PC 8即將問市，不少專業車友更加期待。



▲Northwave的公路車鞋易穿戴且重量僅有235g。



▲Easton C55空氣動力輪組獲得Eurobike AWARD的榮耀。



▲Pioneer的功率計要在專業化車手裡取得一席之地。



▲透過線圈來帶動大齒盤及飛輪，算是比較新的創意。



▲Maxxis的Radial Tubeless公路車胎，帶領未來公路車胎的走向。



▲Fox 34-Gabel讓Enduro愛好者奔馳賽場。



▲SR Suntour推出27.5吋專用避震前叉。

臺灣廠商熱力出擊



▲鐘贏的8系列能應用在27.5及29吋登山車上，並且在肩部做出強化技術。



▲五團興的大盤推出多樣選項，復古款大盤採用特殊拋光，曲柄長為160-175mm且可客製化，皮帶使用的大盤具有環保特點，齒數可客製化。



▲Venzo今年主打透過顏色搭配，讓消費者擁有多樣化選擇。



▲雅邦針對趨勢推出11速專用及電動車使用鏈條。



▲健源的A3470大齒盤曲柄組，使用3D鍛造，材質為鋁合金6066。



▲元城F-13碗組配合車架頭管及前叉使用上小上大設計。



▲浩盟推出符合27.5吋使用的大齒盤，大齒盤數分別為52T及36T。



▲舜興的R30單臂式大齒盤（左），BCD為110mm且在重量再度下探，另外BMX_75（右）提供BMX成車使用。



▲昆富的攜車架獲得iF及臺灣精品獎肯定，圖為業務經理沈士傑（左）與開發部工程師葉政和（右）一同展示相關產品。



▲高鐵的平臺式攜車架，可調整尺寸且多功能。



▲華承的管材擁有流線化設計，獲得不少買主的關愛。



▲信大董事長楊大慶(左)、經理劉皇志(中)與開發人員一同展示由美國車手Kevin Aiello設計的相關產品，讓腳較大的騎乘者有更棒產品使用。



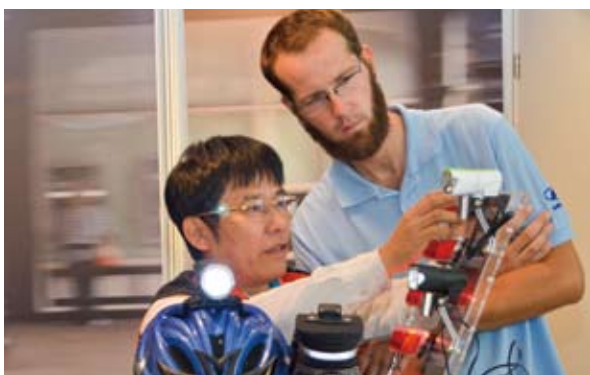
▲鉅盛董事長沈國原展示造型佳且安全性高的CS-8100全罩式安全帽，外觀於海外設計且內裡服貼，重量僅850g，讓騎乘者穿戴舒適。



▲航翹田經理陳智宏(左)帶領業務助理許鶴齡(中)及李美萱(右)一同展示平價碳纖維輪框CP015。



▲輪鋒國外業務經理黃美華(左)及國外業務李婉娟(右)共同展示可拆五通內徑46mm且達到力、快速的工具組合Press-Fit 30。



▲世陽今年展出多樣燈具，包括內含鋰電池可有效充放電500次以上的USB Safety Light，總經理廖速璋(左)也為海外客人介紹相關新品。



▲正敏機械董事長葉正敏強調產品可依各國喜愛，在設計可略有調整，並滿足地區性的服務。



▲一心的Y13M01使用CrMo材質打造，提供27.5吋的登山車使用，同時也特別設計給Pinon的18速內變速使用。



▲庚宏的Pushbike能訓練小孩子的平衡能力。



▲欽成的鈦合金泥除，透過本身經驗及技術加工成型，不僅讓產品線更加完善，同時欽成希望走在消費者前，提供給予不一樣的騎乘體驗。



▲營標的產品主打從補胎到打氣一氣呵氣，讓消費者一次到位。



▲彩虹可愛造型車鈴，讓人愛不釋手。



▲永傑的DB-08TP擁有制動力佳的特點，採用外碟片為不鏽鋼，內碟片為鋁合金打造，提供160及180mm選擇。



▲將頂與Bosch共同開發，採用6061鋁合金並透過1600噸大型鍛造機及CNC，打造出Bosch馬達使用基座。



▲旺輪注重產品利基點，並主要專注在六爪花鼓產品。



▲集優展出多款打氣筒，無論是登山車或是公路車均能符合騎乘者需求。



▲上荏展示碳纖維一體式座管，提供給騎乘者舒適的騎乘感受。



▲鉅益的AB-138車鞋，提供碳纖維及鋁合金鞋底不同軟硬度。



▲東余科技經理蔡易書展示外觀簡單俐落管材，獲得歐洲客人的喜愛。



▲鑫權工業董事長徐錫煌展示雪地車及沙灘車專用的H-5175輪圈，外表美觀且強調可客製化，展會上詢問度極高。



▲吉安의 14吋摺疊車收放簡易，同時也有E-Bike版本及12吋皮帶車，也吸引許多客戶眼光。



▲由西班牙設計師打造出的大眾化電動自行車，東庚並結合智慧型手機可造顯示器，對騎乘者極具外觀性及方便性。



▲採用鋁合金製成的車架，並採用8速的內變速，翰江的MODEL MBT-683一直不斷有客戶上前詢問。



▲清豪業務林君盈展示具雙離合器、轉動滑順且耐用度佳的R350花鼓。



▲合宇海外業務張宏吉(左)與德國翻譯趙珮怡(右)對自行生產的大吸嘴水壺及矽膠手環極具信心。



▲震頂推出水壺擁有4小時的保溫，外觀經特殊設計，讓使用者易握易開，圖為業務李婷婷展示CSB-533水壺。



▲至誼實業薛顯浚展示多款生活化及環保商品，要讓自行車愛好者自行車之間的聯結產生更多共鳴。



▲佳鋁的RU-9188貨架可折疊，並且承重達25kg。



▲億鎮的ARES煞車行程更短，讓騎乘者的安全有保障。



▲從勝的AS-100為騎乘者記錄時間、速度等資訊。

人物



▲凱薩克總經理許榮裕推廣品牌成效佳，KindShock也獲得德國BIKE雜誌讀者們所有搜尋排行榜第2的榮耀。



▲欽成工業此次帶著新品漂亮出擊，由董事長徐惠玲（左二）及總經理施錦成（右二）一同領軍，帶領業務徐惠敏（左一）及業務徐宇岑（右一）共同參展。



▲台萬公司董事長白政忠（左一）、浩捍實業總經理謝金龍（左二）、台萬公司總經理黃金堂（右二）及SRAM亞洲區總經理Hank高（右一），在會場交流展出心得。



▲浩盟執行長高煜昇（左）及業務經理張麗珠（右）代表公司參展。



▲億展導線總經理曾清郎。



▲Chuck郭現長居羅馬尼亞，熟稔歐洲市場。



▲誌慶與巴西主要進口商biape合作多年，中為誌慶董事長王進源、右二為巴西biape總經理Carlos Lima。



▲國際電動車專家統達能源總經理楊模樺博士。



▲營標總經理陳美芳（右）與業務同仁共同參加歐展。



▲將頂公司王品超（左）及李芸菱（右）一起合作，共創業務新契機。



▲天津領飛總經理馬成明（右）及兒子馬堯（左）、天津富士達電動車總經理邢金生（中）在會場上交換心得。



▲深圳品上佳自行車為許多大品牌代工，右為董事長陳新生，左為千金陳詩雅。



▲從勝總經理毛茂泰表示，今年首次移到A7館，舊客戶回流率還不錯，新客戶也有成長，整體效果佳。



▲上海律德董事長劉啓明（右）有子劉逸凱經理（左）繼承衣鉢。



▲慈溪輪鋒董事長宋福江（右一）與女婿合影。



▲深圳新滄海機械副總鞠為平。



▲和詒老板劉于禎展示最新Stem技術。



▲ Dahon自行車總裁韓德璋博士積極研究市場與行銷全球。



▲天津金輪總經理楊玉峰以市場為導向，堅持自主創新。



▲上海易璋電動車銷售公司陳定武。



▲天津科林鋁合金貿易部總經理趙闊。



▲大明協理李龍廷。



▲金輪信德總經理李珍昆。



▲祥力金屬業務副總李政達。



▲騷馳（昆山）國際中心副總劉剛。