

專訪 TBEA 理事長暨美利達董事長

曾鼎煌談台灣自行車的定位

圖、文◎阮素琴

今年自行車輸出業同業公會(TBEA)首次與外貿協會共同主辦台北國際自行車展，曾鼎煌理事長表示，台灣自行車產業發展了30多年來，已逐漸成為全球高級車與零配件的重要供應來源，業者也利用每年台北國際自行車展向全球買主展示最創新的產品，公會希望提供業者更多服務，讓台灣的產品能領導全球流行，並有助全球高級自行車產品的成長。

曾鼎煌理事長指出，考量成本壓力，台灣自行車產業在十多年前開始陸續進駐大陸設廠投資，以提升本身的競爭力，除了佔有先機，挾台灣經驗、本身的製造與技術優勢，許多業者均有不錯的績效與獲利表現。然而，不少台商自行車業者仍扮演全球自行車量販市場的主要供應者角色，由於Mass的產品都很雷同，多是低價卻沒有差異化的產品，因此，價格成了唯一的競爭條件。供過於求加上大陸業者的急起直追與快速成長，台商面臨了前所未有的競爭與威脅，不少訂單也因為價格因素而不斷流失。台灣已經沒有量產的優勢，也沒有拼低價的條件。因此，如何自我提升、提高產

品差異化與附加價值，成為台灣自行車產業唯一的出路。有鑑於台商在大陸的投資已經到一個程度，TBEA也呼籲大陸台商能回台投資，重新思考在台灣推動產品與技術升級，為企業永續經營紮根。曾鼎煌理事長強調，大陸供過於求相當嚴重，整個自行車產業將進入第二次的淘汰期，台商必須思考瘦身、轉型或合併等可能性，才能倖免於難。

隨著產品供過於求、廉價車薄利競銷量販(mass)市場的結果，降低產業在產品研發創新上的意願。而缺乏創新差異化的產品則會減少消費者購買的興趣，進而影響到賴以生存的傳統IBD專賣市場的成長。為鞏固IBD市場的繼續成長，台灣自行車產業必須積極朝研發3N（新材料、新功能、新用途）的產品努力。此外，公會會員也組成A-Team，希望透過體質的強化以及群策群力的力量，帶領台灣自行車產業朝創新價值、領導流行的目標前進。

台灣自行車產業近兩年來有不錯的轉型成果，由於以高級化產品為定位，自行車的總出口量逐年下滑，但總出口值以及平均單價卻都有顯著的成長，2003年台灣自行車的總出



口值為5.82億美元，較2002年成長11.29%，平均出口單價更大幅提升了20.9%，由此可說明，台灣自行車產業已加速升級，並成為全球高級車市場的主要供應來源。

美利達集團去年自行車總產量100萬輛，總產值56億台幣，預估今年的自行車總產量為105萬輛，曾鼎煌董事長表示，美利達不再追求大幅的產量成長，而是希望致力於各種新材質與高技術產品的研發與產製，以提高產品的附加價值與銷售利潤為導向。除了繼續提升其全球獨一無二的鎂合金自行車產品，因應市場趨勢與需求，美利達也投入輕量化碳纖維產品的研發，並將陸續推出一系列的碳纖維精品。■