

2013 年米蘭國際機車暨零配件展 EICMA 報導

EICMA 2013 義大利米蘭國際機車暨零配件展，於 11 月 5 日~10 日在米蘭「RHO-PERO FIERA 新米蘭國際展覽中心」舉行，自 1914 年展出至今已有 99 年的悠久歷史、今年為第 71 屆，義大利為歷史悠久之機車生產國，生產技術居世界領先地位，設計能力更引領市場潮流趨勢，擁有許多世界知名品牌，歐洲約 50% 的機車皆由義大利生產，機車市場規模更達到 40 億歐元，騎乘人口佔歐洲全體的 3 分之 1，義大利在機車工業方面更是領先群雄，帶領時尚趨勢，世界知名廠牌都不想錯失此一與來自世界各地之廠商和參觀者見面的機會，使得該展可謂為全球最大的機車展，是業界進軍歐洲市場的最佳朝聖地。

該展室內、外展場面積達 280,000 平方公尺，世界知名大廠都以最大的攤位面積展示最新產品，其他以國家為團體攤位區參與展示者包括美國、英國、中國大陸和台灣。展品從重型機車、輕型機車、電動機車、電動腳踏車、越野機車、沙灘車、迷你休閒車、機車引擎及零件、機車服、安全帽、輪胎、潤滑油等，各種產品應有盡有。除靜態之產品展示外，大會也規劃佔地 80,000 平方公尺之米蘭機車展最具特色之「Motolive」戶外活動專區，邀請國際知名 600 位賽車手進行特技表演、競賽，另外也規劃一般試乘及專為女士和小孩設計的試乘區及搖控車競賽。因應節能減碳之世界趨勢，大會還在 6 號展館特別規劃佔地 2,000 平方公尺之「Green Planet(綠色星球)」區(第 5 次舉辦)，展示 Hybrid 機車、電動機車、電動自行車等相關綠色產品，並在室外安排試乘區。另外在 2 號展館特別規劃「EICMA Custom」機車迷區，展示客製化機車相關產品及配件等，為展館帶來不同的風貌。

展覽前兩天大會為讓媒體進行專業的報導及提供足夠的空間與時間供專業買主參觀，特別安排媒體和專業買主時間，各參展廠商都把握此一難得亮相機會，將其最優異的產品作專業的展示。另外大會首度安排 B2B 之洽談機會，計有 45,806 位貿易商前往洽詢，義大利以外的貿易商佔 20%，其中歐洲佔 72%、美國佔 7%、亞洲佔 18%、非洲 18%、大西洋 1%。來自全球之各大專業媒體爭相報導該項全球最重要的機車展會，合計有 6,896 位媒體人(含記者、攝影師等)，其中 70% 來自歐洲、亞洲 17%、美國 12%、非洲 0.5%、大西洋 1%，比前一年增加 20.5%。該展共有來自全球各地 38 個國家、1,408 個品牌之參展廠商參與展覽，舉辦 11 場國際競賽，有 600 位機車騎士和賽車高手參與競選和表演。雖然因歐債危機所帶來的不景氣，仍吸引 551,404 人的參觀人潮。除了義大利民眾，還有不少從歐洲鄰國和美洲、亞洲遠道而來的車迷和業者。今年的海報印著抱小孩的女騎士，主打女性市場，因此也吸引不少攜家帶眷的參觀者

台灣廠商組成之參展團分屬 3 區；由本會參展團所組成之台灣館分別位於 2 號展館；由「台北市進出口公會」所組成之團區位於 4 號展館；和由旺展展覽公司所組成之參展團則位於 18 號展館。本會之參展團共有 28 家廠商，展位面積 322.5 平方公尺，參展廠商有南晷、誼欣國際、凱隄、原兆科技、南勝、懋丞、政伸、銳證、裕品車業、固滿德、翔勝、得安、侶霖實業、南港輪胎、東庚、翰濱、美上電熱、晨耀、慶好、喬勝、唐揚、開發工業、旭邑金屬、茂銓、阡懋、詳暉、江興鍛壓及捷加等；展示之產品項目包括碟式/鼓式煞車、煞車皮/煞車片、軸承、離合器、片式離合器總成、CVT 離合器/摩擦片、騎士藍芽通訊系統、車燈、貼標、修護工具、電動機車/自行車、輪胎、連桿、鋁合金輪圈及其配件、機車安全帽、機車塑膠零配件、汽/機車/沙灘車前後避震器及相關的五金零配件、後視鏡、電動幫浦、化油器、汽機油幫浦、空氣濾清器、排氣管、避震器、汽機車及自行車零件等鍛壓鑄造加工、鋁合金鍛造及模具設計製造、離合器摩擦片/CUT、皮帶輪、點煙器、多孔插座、多功能手電筒、汽機車專用 USB 插座、排氣管、車架之焊接設計、機車塑膠外殼等。此次台灣三個徵展團及個別向大會報名參展者合計有 100 家以上的廠商參展，包括光陽工業、三陽工業、哈特佛、宏佳騰、綠捷等整車廠及正新輪胎、建大、華豐、元成、東培、力揚等零組件廠商及貿易商等。

本展是各大車廠發表最新車款的一級戰區。在台灣機車市場市佔率最高之 KYMCO，其車款遍佈在歐洲市場，除最主要的英國與義大利市場外，在俄羅斯、捷克、瑞士、烏克蘭、瑞典、西班牙等國也都有其經銷體系，車型種類也相當多元，除常見的速克達與打檔車款外，也有一些專對歐洲市場銷售的大輪徑速克達與小排氣量檔車。光陽本次車展也發表了三款新車，分別為 Xciting 400i ABS、Agility 16+ 200、UXV 700i，除了 Xciting 400i ABS 之外，都是台灣市場沒有的車款。此外國際大廠也藉此盛會發表多款新車(如下表)，展現產品本身的創新度、國際能見度與產品品質。

廠牌	新發表車型	內容
日本 Honda CTX1300/ 1300 Deluxe		展現舒適、科技和超級體驗。

<p>奧地利 Husqvarna 701</p>		<p>從3月起已為KTM旗下子公司之 Husqvarna，發表 13 款 Huskys (6 款 Enduros 和 6 款 Motocross Bike)</p>
<p>日本 Kawasaki</p>		<p>新一代 Kawasaki Z1000，更強調其優異的性能。</p>
<p>義大利 MV Agusta</p>		<p>Turismo Veloce 800 為新型義大利 Sport-tourer，為以中重量之 3 汽缸車台所設計。</p>
<p>義大利 Ducati Monster 1200 /S</p>		<p>簡約美學及追求極致的機械金屬美感，被票選為 EICMA 展會最美的車輛。</p>
<p>義大利 Vespa Primavera</p>		<p>仍受業績不振之義大利機車市場影響，Piaggio 集團和 Aprilia, Moto Guzzi, Scarabeo 和 Vespa 合作，事業型態將會有所變更。該款車取代既有的 LX 系列車款，希望能以更科技化的車輛配備來造福大眾。</p>

<p>美國 Harley-Davidson Street500/700</p>		<p>為年輕都會族群所開發之全新街車系列。</p>
<p>德國 BMW R1200RT</p>		<p>“RT(Travel Tourer)”屬 Touring 車型，為一適合休閒且可長距離渡假之動態騎乘。</p>

雖然面臨全球的經濟不景氣，相關展覽不是停辦就是縮小規模，但米蘭機車展不愧是全球最大的機車展，仍吸引全球各地的廠商、貿易商、專業採購者和參觀者前來參與盛會，展覽期間每日擁入一波一波的人潮，讓人懷疑真有不景氣嗎？本會籌組之參展團攤位位置正上方高掛「Taiwan」吊牌，且位於地鐵的出入處，成為前來觀展者之首站，位置明顯，不但方便專業採購者前來洽談，也給各地的參觀者對台灣產品留下深刻印象，特別是在中國大陸參展廠商的環伺覬覦下，相信透過這次的展覽將使國外買主更認識台灣廠商的實力，帶來更多的成長業績。台灣機車整車廠及相關零組件廠商在國內小排氣量車型(125cc 以下)市場飽和、國際市場競爭激烈的慘澹經營下，隨國內 250cc 以上黃牌機車可上快速公路之政策改變，國內業者正朝高排氣量車型發展，希望國內車廠能應用現有之技術與品質更精益求精及完整的零件供應體系，再擴大其海外市場。相信所有參展廠商都可感受到歐洲人(特別是義大利人)對酷炫造型重型機車或特殊功能休閒車的熱愛，所以國內廠商應掌握各個市場的專業與特色，設計開發符合市場需求之產品，以獲取更好的業績。另因政府對電動車之獎勵，國內業者在該領域的發展，已有許多性能優異的產品上市，在該展會上也成為吸睛的焦點，希望未來台灣的綠能產品也能在全球佔一席之地。

後記：義大利機車市場及其相關產業報導(資料提供：米蘭台灣貿易中心)

依據義大利國家自行車及機車成車與零組件產業公會(ANCMA- Associazione Nazionale Ciclo Motociclo e Accessori)資料顯示，2012 年義大利機車市場的表現受到整體經濟萎靡不振影響，機車市場情況相當蕭條，2012 年義大利機車產

品之年度銷售量，較 2011 年同期衰退 22%，狀況不佳，全年總銷售量僅有 25 萬 5,096 輛。

以產品種類來看，50CC 機車銷售狀況衰退最為嚴重，比率達到 29.8%，全年新機車登記數量為 4014 輛，其次為 Scooter，2012 年較 2011 年全年新機車登記數量衰退了 14.5%，僅售出 14 萬 7,119 台，而其他種類機車產品，2012 年則較 2011 年銷售量衰退了 28.5%，新機車登記數量為 5 萬 9,303 台。

由於米蘭市中心為管制交通流量，自 2012 年 1 月起採行 AREA C，劃定相關管制路段，各類型汽車及機車，每行駛該區一日即需繳交過路費用，促成米蘭市 Scooter 銷售量成長。

義大利機車市場中主要品牌包括義大利、日本及我國 KYMCO，非義大利品牌獨佔之市場，例如 YAMAHA、HONDA、PIAGGIO、KYMCO、BMW 及 KAWASAKI 等等，皆為受消費者信賴之知名品牌。實用性高的 Scooter，因應意大利大城小鎮交通連結之代步需求，以及解決市中心停車困難，成為諸多消費者在汽車之外的理想選項。最具代表性的義大利 Scooter 品牌：比雅久 (PIAGGIO)，2012 在市占率上表現亮麗，較 2011 年同期成長了 2.3%，意即在義大利 Scooter 市場之市占率達到 30.3%，維持第一品牌的領導地位。另 2012 年 Scooter 銷售情況，因義大利郵政(Poste Italiane)進行大宗採購計畫，增加了不少銷售業績。

位於南歐的義大利，風光明媚，四季分明，名勝古蹟無數，別具特色的大城小鎮遍佈全國，名列聯合國教科文組織(UNESCO)世界文化古蹟的地點高達 42 處，交通運輸網四通八達，為連結分散的星羅棋布的各處小城鎮，建立了相當完善的高速公路及省道系統。義大利國土南北狹長，共分為 20 個行政區，大城市不多，以總人口數約 300 萬的米蘭(Milan) 為工商首府，以位居中部的羅馬(Rome) 為行政首都，外加西西里島，薩丁尼亞島及一些小島嶼，面積總計約為 30 萬平方公里，為我國領土的 8 倍以上。比較特殊的是，義大利南北距離長達 2,000 公里，遠距離以飛機與火車運輸連繫，義國各地中小型城市數量繁多，有使用汽車與機車連結之需求，且汽車與機車工業傳統上均為義大利重要工業，因此無論是小汽車或是機車，在義大利均被視為被民眾高度仰賴的交通工具。

義大利工藝高水準的展現，從世界頂級的義大利法拉利(Ferrari)、林寶堅尼(Lamborghini)跑車，Ducati 名牌重機車，至鼎鼎有名的世界摩托車錦標賽(Moto GP)義大利車手 Valentino Rossi，在在說明義大利在汽機車製造產業居世界翹楚地位，而駕駛者所使用的配件衍生的配件市場，也相當程度一併被要求生產高品質產品，例如義大利機車騎士配件精品名牌 Dainese，產品線從高端的專業賽車手級(racing)騎士配件，到速克達(Scooter)之一般消費者所需消費性產品，係義大利機車騎士配件精品代表作。

機車騎士配件精品名牌

Dainese

義大利機車配件精品品牌 **Dainese**，**Dainese Spa** 公司總部位於義大利北部 **Vicenza** 市，成立於 1972 年的 **Dainese** 初始以製造專業 **moto-cross** 賽車手使用的皮褲起家，創新設計與色彩受到市場歡迎，爾後逐漸應用一些彈性布料或高科技素材與皮革拼合製作專業賽車手服飾。自 1974 年起 **Dainese** 開始與賽車手合作，第一屆代言人為賽車手 **Dieter Braun**，1974 年起開始陸續與世界錦標賽冠軍賽車手 **Giacomo Agostini**、**Freddie Spencer**、**Kevin Schwantz**、**Nicolas Vouilloz**、**Eddie Lawson**、**Philippe Perakis**、**Carl Fogarty**、**Kristian Ghedina**、**Max Biaggi**、**Valentino Rossi** 合作，成為世界級專業機車騎士精品品牌。1980 年代的 **Dainese** 研發出第一代 **Procupine** 活動護膝，1993 年更成立 **The Dainese Safety Program**，由醫生、工程師及專業技術人員組成的專屬團隊，稱為 **D-Tec** 研發中心，研析生產專業賽車手需使用的騎士安全帽、手套以及皮靴。1999 年開發了第二代的 **T-Age** 皮衣以及 **Dainese** 專利的安全脊椎護套，2000 年起更應用珍貴的鈦金屬與碳纖維材質至護膝產品上，2000 年更開發了 **D-AIR** 專利安全氣囊與可追蹤濕度與溫度之“**Procom**”精密電腦偵測控制系統。在超級明星賽車手 **Valentino Rossi** 的推波助瀾下，更將 **Dainese** 品牌提昇至精品品牌地位，以重型機車與 **CC** 數較高之機車騎士為目標族群，同時，**Dainese** 也將產品線拓展至職業滑雪裝備領域。

MOMO Design

走簡約與冷調設計風格的 **Momo Design**，是義大利機車配件精品的後起之秀。1981 年成立的 **Momo Design** 以黑白兩色為基調，以製作奢華汽車用配件起家，後又將設計團隊跨足汽車設計，與 **F1** 方程式賽車及法拉利車隊緊密結合。該品牌最受稱道的機車配件為安全帽產品，其價格也算走親民路線，單價自 150 歐元起跳。目前 **Momo Design** 產品線除安全帽系列外，亦開發單價高昂的精密運動手錶，高階 **Pro** 級自行車，配件方面包括有騎士用運動羽絨衣、專業耳機、**3C** 產品皮件等等。

Ducati

義大利重型機車製造廠 **Ducati Holdings Spa** 位於義大利北部波隆納 (**Bologna**)，每年量產 4 萬台單價 80 萬新台幣以上的重型機車，係世界知名重機與賽車生產商。該品牌生產專業機車成品以及專業機車零組件，同時為增加品牌價值，近年開發 **Ducati** 品牌精品，銷售 **Ducati** 服飾，太陽眼鏡、領帶、皮夾克、

珠寶手飾、手錶與高級筆類等等，多源開發商機，並且滿足 **Ducati** 重型機車騎士與品牌崇拜者的需求。

GIVI

GIVI 為義大利當地相當知名的機車配件品牌，位於義大利北部 **Brescia** 市的 **GIVI Spa** 公司成立於 1970 年代，生產世界機車錦標賽專業賽車手配備，現為義大利機車騎士安全帽、後方硬式置物箱與側方軟式置物箱、擋風板、機車手把及握把套等配件，產品線齊全，並已成為跨足歐洲與美國的跨國性公司。

2012 年新車掛牌登記數量明顯減少，義大利機車騎士配件需求也隨之繼續滑落。義大利機車騎士配件市場主要產品包括機車安全帽、擋風板、騎士手套、機車置物箱、前方後視鏡、機車啟動電池等消費性產品。義大利 **DIY** 市場不大，機車騎士通常有長期信賴且固定的維修專門店，以專業的技術，穩定維持一定的消費族群與客戶上門消費，以店家與消費者的信賴度來維持消費忠誠度，初來乍到的新客戶也習慣多方打聽，再進行購買消費行為。義大利消費者多半習慣於此類維修專門店，聽從商店的建議，因之，商店銷售員的角色極為重要，係維繫銷售目的與消費者是否往後會再次上門消費的關鍵。除了上述機車維修與配件專售店為義大利騎士配件產品主要銷售通路，義大利大型複合式賣場或超市，也銷售基本機車騎士配件產品，通常價位較為平易近人。

2011 年年底義大利政府為因應歐債危機開始執行各項財稅改革政策，其中如加值營業稅增加至 21% 後，民生物資價格上漲，前往大型賣場或超市消費者增加，大型賣場通路業績反而有成長之勢。例如法商家樂福連鎖賣場 (**Carrefour**)、**Bennet** 大型超市設有汽機車配件專區，惟機車配件如電池與擋風板等需要裝配服務，多數義大利消費者的第一選擇，仍舊傾向前往維修專門店，選購或更換機車配件。

因天候因素以及安全性考量，義大利機車騎士配件市場中最重要的產品為安全帽，由於材料品質各異，安全帽平均單價最低約為 75 歐元左右，品質中上耐用之安全帽單價約在一百歐元以上，而專業或賽車品牌安全帽單價則可高達 400 至 500 歐元。依據義大利國家腳踏車與機車暨配件產業公會 (**Confindustria Ancma**) 報告資料，義大利機車安全帽市場在歐洲國家中名列前茅，從市占率即可獲知一二。歐洲機車騎士安全帽市場銷售總金額約為 1 億 4,525 萬歐元，其中，僅僅義大利單一市場之銷售總金額即高達 5,465 萬歐元，不包含義大利，其餘歐盟成員國之騎士安全帽銷售總金額約為 7,000 萬歐元，另其他歐洲非歐盟成員國之銷售總金額則為 1,976 萬歐元。



展會入口處



貿協為台灣參展廠商刊登之廣告看板



台灣車輛公會團區



台北市進出口公會團區



旺展展覽公司團區



中國大陸參展廠商團區



美國參展廠商團區



義大利廠商團區



中古車拍賣區



Green Planet 園區



光陽(KYMCO)展示攤位



三陽(SYM)展示攤位



本田(HONDA)展示攤位



YAMAHA 展示攤位



KAWASAKI 展示攤位



SUZUKI 展示攤位



法國 PEUGEOT 展示攤位



義大利 VESPA 展示攤位



義大利 APRILIA 展示攤位



美國 TRIUMPH 展示攤位



義大利 DUCATI 展示攤位



德國 BMW 展示攤位



奧地利 KTM 展示攤位



瑞典 HUSQVARNA 展示攤位



義大利 MV AGUSTA 展示攤位



美國 HARLEY-DAVIDSON 展示攤位



中國春風 CF MOTO 展示攤位



韓國 HYOSUNG 展示攤位



宏佳騰(AEON)展示攤位



綠捷(中華 e-MOVING)展示攤位