2013 年臺北國際自行車展(TAIPEI CYCLE) 報導

◎鄭育佳

台北南港展覽館外貌

由中華民國對外貿易發展協會主辦；台灣區自行車輸出業同業公會、台灣區車輛工業同業公會、台灣區橡膠工業同業公會、中華民國紡織業拓展會共同協辦的第 26 屆「2013 年臺北國際自行車展」，於 2012 年 3 月 20 日至 23 日為期四天在台北世界貿易中心南港展覽館一、四樓及世貿展覽大樓 H 區盛大舉行；另依主題特設展示專區：台灣精品形象館、電動車區、運動服飾區、法國館、歐洲聯展區等。為提升一般民眾對自行車產業的熱忱與興趣，特別在展期最後一天開放給一般民眾購票入場，讓台北國際自行車展不只是一個專業的商展，也有提倡自行車騎乘活動的教育意義。為打響臺北國際自行車展於國際舞台上的知名度，政府單位與外貿協會常年挹注大量資金與人力於此重點國際專業展會中。

本屆臺北國際自行車展正式邁入第 26 週年，副總統吳敦義特親臨開幕典禮，偕同經濟部長次長梁國新、外貿協會董事長王志剛及自行車輸出業同業公會理事長羅祥安等蒞臨開幕剪綵，併邀請各國駐台大使及代表共襄盛舉，在主辦單位的努力經營之下，台北國際自行車展已經成功地在國際自行車展會上建立起標竿的形象，使本展躍升為全球二大自行車展會，亞洲第一大自行車專業展。

依據主辦單位統計，本屆參展廠商中，來自台灣本土品牌廠商有 812 家，參展外商主要來自美國、義大利、日本、香港、法國、德國、荷蘭、英國、加拿大等 36 個國家、計 291 家廠商，合計國內外廠商有 1,103 家 (較去年成長近 10%)

共襄盛舉，參展廠商有 25%來自於國外，而前五大的參展國分別來自中國大陸（含香港）、美國、義大利、德國、荷蘭及法國；本屆大會擘劃共 3,289 個攤位，國內廠商使用 2,488 個攤位、國外廠商使用 801 個攤位，總參展攤位數與去年相差無幾，但參展家數明顯增加許多，表示越來越多業者搶蝕自行車樂活產業這塊大餅，不斷衝高歷史紀錄，不止在量上增加，質也隨之提升，各大重量級國際品牌都無法缺席這場平台；在主題館區有法國展館，由 12 家法國製造商所組成，是法國商務專員公署(UBIFRANCE)所籌組參展，而在法國當地每年自行車市場都有 6%的成長率，320 萬台銷售量，營業額達 1.35 億歐元；另有 COLIPED 歐洲聯展區連續第二年籌組來台，本次徵集 34 家歐洲知名自行車品牌，使用 93 個攤位，共 837 平方公尺，今年新增 7 家新會員，分別來自 7 個歐洲國家有比利時、芬蘭、德國、英國、義大利、荷蘭及葡萄牙，是本屆展覽最大的主題館區，同時已提出 2014 年擴大參展面積的需求，以徵集更多歐洲品牌加入；含戶外展示區，展覽使用總面積為 58,000 平方公尺。

依根據統計數據顯示，以專業買主為目標的前三天展期，共有 7,179 名來自 107 個國家及地區的國外買主參觀，較去年成長 11.3%，而開展首日湧入會場的國外買主人數即達到 4,800 餘人，與去年同日相比，成長幅度達到 13.6%。分析買主背景，除了多年來穩健發展的歐美買主赴台洽談之外，今年特別是來自東南亞的新興國家買主有明顯增加的表現，今年買主會比去年成長，估計除了是因為全球經濟市場預期將緩步復甦的原因之外，最大因素也在於整體的健康意識抬頭，加上東南亞國家的經濟正加速發展中，大力驅動東南亞地區買主從過去的參訪到實際加入洽談的行列。買主結構上，今年本展前 10 大買主國（地區）依序為中國大陸、日本、美國、韓國、德國、新加坡、泰國、馬來西亞、澳洲、英國，其中新加坡、馬來西亞及澳洲的買主大幅成長，顯見雖然歐洲經濟尚未復甦的世道下，歐美日等主力市場的買主並不退卻，由此可證，台灣在高級自行車的領域是不可忽視的指標，而亞洲新興市場的崛起正也是台灣自行車產業下一步新商機。

在專業買主的人數不斷創新高的榮景下，顯見本展已成為國際進入亞洲市場最重要的自行車展示平台，專業買主的素質一提高，更奠定台北自行車展在全球業界有著舉足輕重的地位。在政府將自行車列為重點出口產業及業者胼手胝足的耕耘下，使各項數據大致都呈現穩定的成長。本展於自行車市場中具有指標意義，讓各大國際媒體也不能忽視這個重點採購平台而爭相採訪，因此也是廠商發表最新研發產品以便增加產品知名度的最佳時機，在南港展覽館一、四樓可見國內外各大知名品牌，如巨大(GIANT)、美利達(MERIDA)、愛地雅(IDEAL)、建大(KENDA)、SRAM、tern、Pacific Cycles、Shimano、Gazelle、Colnago、FSA 等，甚至以汽車工業起家的「中華汽車」跨出本業，將汽車生產技術與經營模式移植到二輪電動車的領域也參加展覽，近年已有越來越多非相關業者投入自行車

產業，今年包含頂新集團所投資的自有品牌高士特與神達電腦等，都競相投入自行車產業這塊大餅，在各知名大廠的盛情參與下造就全球第二、亞洲最大的「臺北國際自行車展」。

2013 台灣精品形象館

開幕典禮由吳敦義副總統(左四)、外貿協會董事長王志剛(左三)及自行車輸出業同業公會理事長羅祥安(左二)、總統府資政劉金標董事長(右二)等貴賓共同見證

吳敦義副總統於開幕典禮致詞

以「輪轉台灣」為意象的開幕表演

吳敦義副總統親自頒發創新設計獎-金質獎

本會與台灣區自行車輸出業同業公會共同設置服務攤位

本屆創新自行車暨零配件得獎作品展示區-4 樓整車區

本屆創新自行車暨零配件得獎作品展示區-1 樓零配件區

展覽館 1 樓外側展開「自行車戶外試乘」活動

展覽館一樓南側新增「戶外展示區

巨大公司攤位

美利達公司攤位

中華汽車公司攤位（綠捷）

菲力公司攤位

建大公司攤位

日本喜瑪諾公司攤位

愛地雅公司攤位

功學社單車攤位

愛爾蘭商速聯 SRAM 攤位

COLNAGO 自行車攤位

Accell 集團旗下各品牌攤位

KTM 自行車攤位

tern 攤位

Continental 攤位

正新輪胎展示攤位

桂盟 KMC 攤位

Ubike 展示攤位

媒體展示區

展覽館 4 樓特設「歐洲聯展區」

展覽館 4 樓特設「電動車(EV)專區」

展覽館 4 樓特設「法國國家主題館」

主辦單位與德國 Extra Energy 於展覽館 4 樓特設「電動車試乘區」

展覽館五樓「中國廠商專區」

展出項目包括自行車整車、電動車及自行車零配件。共分三大區展出，展示面積 58,000 平方公尺，南港展館一樓展出自行車車胎、座墊、車身、車燈、煞車、變速器等零配件專區；本館四樓則主要展示自行車整車、電動車 (EV) 專區、部分零組件廠商、外商區為主，其中以電動車的展區最有話題性，近年參展家數逐年成長；自行車展每年都面臨攤位供不應求的難處，因此主辦單位繼去年將展覽館五、六樓會議室改闢為展場，五樓主題為「海峽兩岸自行車展」為中國廠商參與展出，今年又於戶外南側規劃攤位，以滿足廠商的需求。此外貿協為提供廠商與買主更為舒適的洽商交流場所，特設多功能服務的專屬買主洽談室，使買主與廠商在最優質的環境中成功獲取貿易商機。

本屆自行車展除使用南港展覽館外，並擴增使用世貿一館，於 2 樓展場展出超過 150 家新廠商使用 260 攤位，展出上千件展品，新產品帶來新商機，除使自行車展規模再創新高，更為展覽注入新血，增添展覽深度及廣度。台北國際自行車展、台北國際體育用品展（第 40 屆）、台北國際運動服飾布料暨配件展（第 2 屆）、台灣國際潛水暨水上用品展（第 2 屆）四展合一，打造亞洲最大運動產業「One-Stop Shopping」採購平台，今年四展聯合展出所帶來的拉抬效益也獲得相當好的回響，同期舉行策略相當成功，從上到下的供應鏈商品完整呈現給國外買主，更與運動服飾及布料等流行元素結合，為買主打造「一站購足」的平台。

參展廠商有國際知名大廠如：巨大(GIANT)、美利達(MERIDA)、愛地雅(IDEAL)、建大(KENDA)、SRAM、Shimano 等海內外廠商，除知名廠商藉此展會發表最新穎的產品及概念，而中小型廠商也透過此國際級展會增加曝光率；輔

以主辦單位策劃貿易洽談會，提供廠商與買主間交流的平台，促使國內廠商與國際專業買主之間積極發展。此外，大會規劃一連串相關活動包含國際自由車環台賽、自行車展創新設計獎、自行車產業論壇、自行車之夜等活動，提升整體展會的多元性及活潑性，替遠自四海而來的廠商烙下深刻印象，其相關活動內容說明如下：

- 國際自行車環台賽：2013 國際自由車環台公路大賽「Tour de Taiwan」登錄為 UCI 一級賽事，也是台灣自由車運動史上一級頂尖賽事，2013 國際自由車環台公路大賽於 3 月 18 日到 24 日展開，共有 7 站，有來自 30 個國家 23 支隊伍共計 184 位選手來台競賽，從屏東大鵬灣，一路廝殺到臺北，其間選手們除了要克服陡峭坡道，還要克服長途跋涉的疲憊感，不過由於途經台灣的 5 大風景區，也讓選手們能飽覽沿途風光，放鬆緊繃的心情，這一年一度的職業自由車賽事，讓台灣自行車產業再度成為國際間的亮點，再次成功行銷台灣自行車王國的美譽，推廣台灣成為自行車環島的天堂。

- 第十七屆全球自行車設計比賽頒獎典禮：由經濟部技術處所支持，財團法人自行車暨健康科技工業研究發展中心所舉辦之「第十七屆全球自行車設計比賽」，在原本自行車整車設計的架構下，進一步因應產業發展，增加自行車零組件、服飾配件以及服務與基礎設施等競賽項目。參賽者有來自德國、瑞士、義大利、南韓、澳洲、紐西蘭、奧地利及台灣等全球 45 個國家、590 件作品中脫穎而出。綜觀今年的作品，節能減碳仍然是世界潮流，因此電動自行車成為設計焦點，而輕薄、小體積的動力系統是設計重心，今年作品也多著墨再自行車的外型及材質的突破，由於今年特增零配件的競賽項目，激發出更多創新的巧思可以應用在自行車騎乘的安全及便利性，因此在這個充滿能量的設計舞台絕對會是全球自行車產業持續注目的焦點，更也鞏固台灣自行車產業成為全球價值鏈中的關鍵角色，並且是全球自行車的創意樞紐中心。

- 「2012 國際自行車趨勢論壇」：以「發展台灣成為自行車島」為主題，由自行車輸出業公會理事長羅祥安親自擔任主持人之外，並邀請到巨大集團董事長劉金標、經建會副主委吳明機、經濟部技術處處長林全能、體育署署長何卓飛、交通部觀光局副組長柯建興、台北市交通局副局長林麗玉、自行車新文化基金會執行長劉麗珠、國立體育大學教授葉公鼎、歐洲自行車聯盟（ECF）代表 Kevin Mayne 等產官學研代表與會。論壇分別針對三大面向探討，一、使台灣成為全球高級自行車的研發、創新、生產、供應中心；二、打造台灣成為自行車騎行天堂，持續改善騎乘環境及推展騎行文化；三、建構友善的城市，推廣公共自行車系統，以節能減碳、紓解交通壅塞問題等，進行論述與心得分享。

- 「2013 台北國際自行車展創新設計獎」(2013 TAIPEI CYCLE d&i awards)頒獎典禮：由外貿協會與台灣區自行車輸出業同業公會共同主辦，委由

iF 國際設計論壇執行的第二屆 TAIPEI CYCLE d&i awards，已在 2013 年 1 月 10 日完成評選作業。由 iF 國際設計論壇邀請全球設計專家 Mark Sanders, Georg Todtenbier, Han Goes, Henry Chang, Johann Geiger 及 Michael Lin 所組成的 6 人評審團，於 184 件來自 13 國的作品當中，選出 44 件獲獎產品，其中 4 件更拿下金質獎殊榮，金質獎作品皆為自行車零配件，活動目的在提供自行車產業一個新的平台，將產業眾多的創新以及傑出的設計呈現給更廣大的群眾。其中 4 件作品可獲頒金質獎，頒獎典禮於 2013 年 3 月 20 日的開幕上舉辦，所有得獎作品也將於展覽期間特別展出。

- 「電動車試乘」：近來電動自行車儼然成為全球自行車業者的新寵兒，積極發展電動車產業，因此外貿協會與德國非政府組織 Extra Energy 攜手合作此試乘活動，舉辦 Test IT Track 電動車測試，讓參觀買主親自體驗 EV 的便利性，並於四樓特設立 100 公尺斜坡道的「電動車專區」，吸引許多電池製造廠跨出本業在此區展示新穎的電動車。

- 「台北自行車之夜」：主辦單位於晚會上提供買主與參展廠商聯誼交流的良機，暫且卸去白天洽商的壓力，拉近彼此的距離感，增加洽商時親切活絡的氛圍。

- 新品發表會：為維持自行車產業永續發展的能力，主辦單位在展覽會期中特闢一會議室舉辦「新品發表會」，開放給所有參展產商登記參與，在前 3 天展期共計 20 場次的示範演說。

第十七屆全球自行車設計比賽；自行車研發中心將作品實車商品化，並

與得獎者合影

台北自行車之夜活動花絮

展覽館 1 樓戶外廣場舉辦「極限運動表演」

台北國際自行車展於今年堂堂邁入第 26 個年頭，從前輩的披荊斬棘，到中期 MIT 台灣製造的自行車王國，到近期中國大陸的崛起，導致台灣生產的中低價位的成車與零組件，禁不住磁吸效應而受衝擊，生命總是會自己找到出口，台灣廠商為力挽狂瀾而致力於技術研發與創新設計，使「A-team」應運而生。「A-team」由成車業兩大主角巨大與美利達領銜演出，號招堅持根留台灣的中

下游零組件廠，共同協力演出一場精采絕倫的大戲；「A-team」成員間用一個 MIT 的核心信念，將生產機制凝聚成一個牢不可破的網絡，從設計、生產、採購、研發彼此互相交流，以提升產業競爭力，讓台灣製造中高階自行車能放眼世界。

「A-team」設立聯合攤位展示共同努力的成果，強調 MIT 的精品自行車兼具品質保證與設計美感

台灣自行車產業在美國景氣不佳及歐債信用危機影響下，去（2012）年全年度整車出口數量為 433 萬台，較前（2011）年微幅下滑 1.09%，但出口值達 18.07 億美元，成長 8.68%。主要零配件出口金額更大幅成長 18.30%，達 9.25 億。整車平均單價持續上升，從 379.96 美元成長至 417.49 美元，比去年提升約 9.88%，顯示台灣自行車廠商的設計及創新能力獲得國際市場肯定。而台灣生產高級車的策略，即使在全球景氣渾沌的情況下，持續創造產業發展契機，在國際舞台上創下亮眼成績，顯見深耕於高端市場的方向正確，並維持自行車外銷王國之地位。

表一、2011 年與 2012 年台灣整車及零配件出口統計」名單

年份	**2011**	**2012**	成長率
整車出口數量（百萬台）	4.37	4.33	-1.09%
整車出口金額（億美元）	16.63	18.07	8.68%
整車平均單價（美元）	379.96	417.49	9.88%

主要零件出口金額（億美元）	7.82	9.25	18.30%
整車與零件整體出口金額（億美元）	24.45	27.32	11.74%

從出口量分析，歐盟仍為台灣自行車最大出口市場，比例佔 58.19%（約 252 萬輛），其次為北美自由貿易區（NAFTA），佔比 18.23%（約 79 萬輛）；而從出口值分析，歐盟仍為最大出口區域，佔 45.76%（約 8.27 億美元），第二為北美自由貿易區，佔 25.80%（約 4.66 億美元）。

而其他重要市場方面，去年對歐協(EFTA 之挪威、瑞士、冰島等)出口 12.2 萬台、較去年減少 17.35%，出口值 7,729 萬美元、衰退 19.84%；外銷到日本 30.4 萬台、成長 12.81%，出口值 1.18 億美元，增幅 8.56%。

在部份新興市場區域，則出現明顯的成長。整車去年共出口至俄羅斯 4.82 萬台，成長幅度達 150.44%，出口值增幅 106.58%，達 1,319 萬美元；巴西 2.48 萬台，成長 25.88%，出口值 1,256 萬美元，成長 32.88%；印尼 1.25 萬台，衰退 16.94%，但出口值 671 萬美元，成長 1.61%；馬來西亞 1.2 萬台，成長 19.15%，出口值 703 萬美元，成長 50.35%。

表二：100 年全年台灣自行車整車前 10 大出口國

	國別	佔總出口值百分比		國別	佔總出口值百分比
1.	美國	22.25%	6.	澳洲	5.17%
2.	荷蘭	11.38%	7.	比利時	4.80%
3.	英國	9.23%	8.	加拿大	3.25%
4.	德國	8.06%	9.	挪威	2.97%
5.	日本	6.56%	10.	瑞士	2.80%

表三：101 年台灣自行車整車前 10 大出口國

	國別	佔總出口值百分比		國別	佔總出口值百分比
1	美國	22.39%	6	澳洲	4.97%
2.	荷蘭	14.31%	7.	比利時	4.51%

3.	英國	8.81%	8.	加拿大	3.04%
4.	德國	7.34%	9.	西班牙	2.59%
5.	日本	6.55%	10.	中國	2.51%

兩岸經濟合作架構協議(ECFA)早收清單第二階段降稅自去年 1 月 1 日生效，兩岸自行車貿易同步成長，並以台灣出口至中國大陸的增幅較為顯著。

2012 年從台灣出口至大陸的成車共 9.42 萬餘台，比 2011 年 3.38 萬餘台成長 179%，出口值 4,529 萬美元，比前年 1,755 萬美元成長 158%，平均單價達 480.67 美元，較整體出口平均單價高出 63.18 美元；零配件出口值 8,985 萬美元，比前年 6,496 萬美元成長 38.31%。顯示大陸內需市場快速升溫，對於高階車種的需求並不遜色於其他區域，同時 ECFA(早收清單)降稅的效益持續發酵，後市可期。

從大陸輸入的成車 49.54 萬餘台、較前年微增 0.39%，進口值 2,872 萬美元、成長 32.11%，平均單價 57.97 美元；零配件進口 5.03 億美元、比 2011 年成長 11.01%。

而對於日本近期的安倍首相提出的振興經濟方案，自行車公會理事長羅祥安也抱持樂觀的看法，認為日本如經濟獲得正向成長的契機，也可望帶動休閒運動自行車的買氣，也期望日本的市場由休閒運動自行車與代步用自行車的比例能由目前的 15%比 85%，改變成為 85%比 15%。

由於油價不斷攀升及環保意識抬頭使自行車休閒產業備受重視，不僅可以戶外騎乘觀覽風景，也可以在室內腳踏健身活絡筋骨，從中央政府到地方行政單位，皆倡導台灣自行車活動之美，不斷在各縣市設立自行車專用道，而自行車道長度也持續延長，將騎乘自行車的運動逐漸帶入國民的生活休閒中，不僅可以強健體魄還可以飽覽寶島風光之美，落實於民眾的日常生活當中，時至今日自行車不只是代步而是兼具了樂活美學，消費者需求越來越多元，考量性能、外觀、輕量化、便利度等，廠商為滿足消費者的期待不斷推陳出新，才能成就台灣自行車業在高階自行車市場佔有一席之地。台灣自行車產業歷經二十多年來的努力，於 70 年代將自行車產業推向一個高峰，贏得自行車製造王國的美譽，但往年不敵中國大陸低價傾銷的競爭，迫使台灣自行車產業日漸萎縮，只得另覓其他生存空間，不斷在創新設計方面推陳出新，提高自行車成車及零組件單價，突破代工產業的瓶頸，邁向高附加價值的精品產業發展，將「創新價值、領導流行」的口號徹底落實，因此國外買主也關注到台灣自行車製造業界的努力，不斷創新設計提升產品精緻度，使國外買主能以實惠的價格享受超值的產品服務，成就了「自行

車王國」登高一呼，吸引海內外的自行車產業採購人員同時抵台朝聖這一年一會的台北國際自行車展。

由於 A-team 將台灣精品自行車的種子散撥到全世界，成功地再度開啟台灣自行車產業對外的每一扇窗，將台灣精品自行車的印象深植於外國採購者心中，也因此吸引國際各大自行車通路商陸續登台參觀，由於本展以創新設計為核心價值，因此有親蒞現場參觀的必要性，加上外貿協會積極安排多場洽商會，順利媒合國內自行車廠商與通路商之間的交流與合作，在外貿協會積極擘劃南港展覽館的年度第一大展下，不惜重金打造本展的國際化，不僅將預算投入於國際宣傳上，並盛情邀約國際買主來台採購。

由於大會提供相當多貼心的服務，在硬體、軟體方面都貼近國際級展覽館的水準，在交通動線的規劃方面，使參觀者對新落成的展覽館不因陌生而感窒礙難行，密集的接駁專車班次、規劃便利的飯店接駁路線使遠道而來的廠商及買主皆有賓至如歸的感覺，在主辦單位貼心的規劃下令本展的交通便利度更勝於許多歐美日知名展會，預計下一屆將於 2014 年 3 月 5-8 日在台北南館展館再見盛況。

（本文作者現任本會業務組專員）