「2013 年美國國際機車、沙灘車暨零配件展」 展後報導

◎鄭育佳

展覽大廳入口處

展會介紹

「2013 年美國國際機車、沙灘車暨零配件展」從成立以來已邁入第 45 屆，成為泛北美地區機車整車暨零配件市場指標性專業展會，本展可以接觸到約 58%全美機車經銷業者，也是美國地區唯一一個 B2B 的專業機車展覽，因此採購度及專業性都是水準之上的，今年在 2013 年 2 月 15 日至 2 月 17 日(共 3 天)的展期約有 2 萬名的買主參與，與上屆相當，參展商來自 19 個國家，計有 687 家廠商前來搶攻北美機車及沙灘車產業市場，其中成立國家主題館區有中國(35 家)、台灣(21 家)、巴基斯坦三區(8 家)，加拿大雖然無國家館區，但參展家數 13 家，是排名國外參展廠商家數第三多；至於美國本土廠商為展場最大宗參展家數為 585 家，也不乏有美國經銷商進口台灣產品再另自行參展。

台灣形象館區人潮絡繹不絕

中國館參展團區

巴基斯坦館參展團區

主辦大會 Advanstar 對消費者開放的美國國際機車成車展(INTERNATIONAL MOTORCYCLE SHOWS，IMS)與本展(Dealer Expo)同期舉辦，針對美國機車市場，這將是有史以來的創舉，兩個機車業的國際大展同期在印地安那波利斯盛大舉行，兩大展會的主辦單位 Advanstar 巧妙將成品展與零件展結合，讓兩邊的參展商均能獲得最大的綜效。兩展館緊鄰相連，並於展覽最後一日下午（17 日)開放予本展參展商及買主參觀，北美國際機車展 IMS 在美國 13 個不同的城市舉辦，今年輪到在印地安那波里斯展出，在北美機車產業的展覽中是歷史最悠久且規模最大的展覽，雙展聯合位處在美國中部地區有地理之便，對東西兩岸的參觀者都很便利，IMS 印地安那波利斯於 Lucas Oil Stadium 舉辦，就緊鄰在北美機車展印地安那會議中心 Convention Center 的隔壁，這是第一次開放一般消費者亦能進入 DealerExpo 參觀展出的產品，這是很重要的革新，畢竟消費者的喜好才是決定經銷商的採購方向，正可直接在北美機車展的展場上反映他們需求予經銷商評估。

美國國際機車成車展展區

據大會表示，今年除了將印地安那機車展對一般消費者開放，並從透過同期的美國國際機車展的展出新車型提供予售後服務市場的製造商新商機，2013 年的北美機車展展出面積達到 168,300 平方英呎，687 家參展商競相展示自家最新的機車零配件與人身部品等各項產品。

本展主要開放給專業買主參觀，並不像其他展覽會規劃一些生動活潑的周邊活動，來吸引消費者注意，主辦單位主要著重在媒合買主與參展商之間的洽談，展前已先邀約好雙方在某個時段於展場裡面對面商談，因此在台灣館區旁規劃多間會議室，以作為每天多場洽談會場地，來爭取僅僅三天的展期當中最有效的運用；主辦單位循例安排多場研討會及市場趨勢論壇，提供業者技術及市場行銷的新資訊。

本展展示產品有：各類機車整車、越野機車、Go Kart、沙灘車、電動機車整車、機車引擎、各種機車零配件及附件、機車檢測設備、機油和潤滑油、塗料、輪胎、機車傳動相關的補助用品、服飾、眼鏡、鎖類、頭盔等安全警示用品、機車清潔美容用品、人身部品、手工具、機車相關零配件等。本展最大特色為專供經銷商及專業買主洽商之展會，展場配置則按產品分類以顏色和編號分區展示，共劃分「ATV/UTV/2W DIRT」、「Helmets」、「Tire & Wheel」、「Gear & Apparel(服飾、配件等)」、「Vehicle(機車整車)」等 9 區。為方便所有參訪的經銷商能迅速找到所需的產品，所有參展場商全都在一個樓層展示，在展場上方也分別按前述劃分之區塊以吊掛式的橫幅作標示，提供清楚的觀展方向資訊，同產品全部聚集一起，讓買主可以輕鬆地在展區精選商品。

為積極服務參展廠商及買主，本會在會場特設置一個服務區提供服務。在展覽期間駐芝加哥台北經濟文化辦事處商務組曹四洋組長、陳文誠副組長等駐外單位代表親至台灣館向參展團員致意，了解團員此次展出情況及團員所面臨的各項問題，並極力邀請當地經銷商能來台採購及設廠。

買主登記處

輪胎輪圈相關產品展示區

機車相關商業服務展示區

ATV 整車展示區

安全帽、人身部品相關產品展示區

三陽美國代理商展示攤位

MAXXIS(正新)輪胎展區

建大輪胎展區區

市場背景分析

據美國機車產業協會表示在 2012 年上半年與前年同期相比，機車與沙灘車的零售成長分別成長 2.8%與 5.6%。而由製造商提供的產銷數據，經銷商銷售成長了 3.6%，比前三季的全美銷售數字還多。

在北美地區，經歷了 2008、2009 二次信貸、金融海嘯的經濟嚴重衰退，幸

虧 2010 之後景氣逐步回溫，使得 2012 年電動機車的零售成長預期較 2011 年成長 15%以上，可以樂觀的評估只要未來幾年若美國經濟能成長至少 2.3-3%的水準，零售業還是會有強勁成長的力道，以此推估 2015 年銷商量會超過 37 萬 5 千輛的目標。

2012 年的銷售狀況表現相當亮眼，2012 年前五個月電動機車在美國的經銷商銷售量成長率達到 26%，每一個月較 2011 同期相比均有成長。

據調查統計，在美國市場領先的指標大廠仍為 Polaris，第二位是 Kawasaki，再來是 Deere、Kubota 與 BRP，Polaris 從 2007 年就一直處於領先地位，2011 年他們的銷售量高達 10 萬輛，市佔率接近 23%，2011 年第二大廠是 Deere，約有 11%的市佔率、共計售出 3 萬 4 千輛機車。

買主洽談實況

車輛公會「2013 年美國國際機車、沙灘車暨零配件展」參展廠商名單

No	公司名稱	主要產品名稱
1	曜鑫有限公司	機車/越野車/沙灘車零配件
2	敬能企業有限公司	摩托車/ATV 專用防水音響系統
3	欣欣龍精密工業有限公司	汽車傳動軸、沙灘車傳動軸、沙灘車後輪軸、汽車傳動系列心軸、變速箱系列心軸、橡膠防塵套等
4	百恩國際開發有限公司	運動太陽眼鏡、工業安全眼鏡、流行太陽

		眼鏡、護目鏡、雪鏡
5	旭邑金屬工業股份有限公司	排氣管、消音器、車架、焊接零件
6	台灣百固企業有限公司	汽機車零配件
7	立峰井企業有限公司	玻璃(矽)纖維軋針棉、玻璃纖維隔熱件、鋼絲環、不鏽鋼絲棉、玻璃纖維連續紗
8	阡懋實業股份有限公司	鋁鎂合金鍛造
9	詳暉工業股份有限公司	汽油汞、機油汞、水汞、化油器

美國市場近況

依據 webBikeWorld.com 報導，美國機車產業委員會(The Motorcycle Industry Council)調查報告指出，2012 年美國整體機車銷售額與 2011 年相比僅成長 2%；其中，Dual sport 型機車銷售量從 26,483 增加到 28,452 台、成長 7.4%，Off-road motorcycle 銷售則成長 2.1%(70,046 台增加到 71,535 台)，Streetbike 成長 1.8%(312,520 台增加到 318,105 台)，Scooter 銷售成長 7.7%(31,850 台成長到 34,294 台)，銷售雖然成長還是不及 2004-2006 年之間的成長高峰。美國對國際市場以 Harley-Davidson 為例，2012 年第一季較前年成長 11.2%，重型機車則較前年成長 17.5%。

美國 2013 年 2 月消費信心大幅彈升，且升幅超越市場預期，顯示民眾逐漸適應薪資稅提高，加上全美房市日益復甦，都使消費者對未來更有信心。工商協進會（Conference Board）公布，2 月消費者信心指數升至 69.6，遠高於 1 月經修正後的 58.4，也超過彭博資訊訪調經濟學家預估的 62，這是該指數四個月來首見上揚，也是 2011 年 11 月以來最高。

其中代表美國消費者對當前經濟狀況看法的現況指數，2 月升至 63.3，優於 1 月的 56.2，反映對未來半年經濟活動看法的預期信心指數升至 73.8，也高於上月的 59.9。工商協進會消費者研究中心主任法蘭柯（Lynn Franco）在聲明中表示，「財政懸崖與薪資稅提高帶來的衝擊效應已有所減輕」。

消費信心從一年多來的最低水平反彈，代表民眾逐漸適應薪資稅提高的事實，以及油價上漲縮減可支配所得的情形。房價持續上漲與就業成長，可能也令民眾對經濟看法更加樂觀，有利於支撐占經濟活動七成的消費支出。

穆迪分析公司資深經濟學家史威特（Ryan Sweet）也說，「就業市場持續好轉，我們創造的工作機會至少足以讓失業率保持穩定。房價上漲亦有助於提升消費信心」。根據彭博資訊的統計數據，穆迪分析公司是過去兩年對消費信心預測最為準確的機構。

在北美地區由於幅員遼闊，機車不像在大多數亞洲國家歸類為交通工具，而是認定為休閒娛樂的活動，既然是休閒消遣的物品，需要民眾在收入支配度高的時候才會購買這類商品，也會願意花錢另外添購改裝品、人身部品等零配件，特別是美國消費者喜歡長途的公路旅行，零配件的損耗情形相對較大，維修站又不像台灣一般密集，因此對品質穩定度高的產品需求更加強烈，而台灣機車零配件製造廠商歷經多年來的製造經驗及市場考驗，向來頗受美國消費者歡迎。

擁有 110 年歷史且聞名全球的哈雷機車公司(Harley Davidson)計劃拓展拉丁美洲及墨西哥市場。Harley Davidson 公司總經理 Fausto Lopez 表示，近期內將在墨國的 San Luis Potosi 市、Culiacan 市、Morelia 市及 Villahermosa 市設立新銷售點，該公司於 2010 年在墨國共有 11 個銷售點，2012 年已設有 17 銷售據點。

該公司總經理另稱，2013 年公司將在全球設立 100 至 150 個新銷售點，預計 2014 年該公司 40%的銷售將來自美國以外的國家。另外，該公司亦將自行對銷售提供融資以拓展貿易，目前該公司 90%的銷售均為一次付清。未來在墨國，該公司將提供 25%之融資，且該公司在墨國有重要部份之銷售對象為各州政府之警察局。2011 年哈雷機車在墨國銷售 1,700 輛，2012 年至 7 月止已銷售 1,314 輛，預計 2012 年銷售量將超過前一年。

（本文作者現任本會業務處專員）