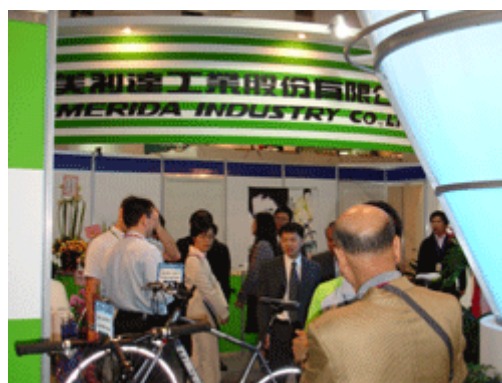


壹、展覽概況：

由中華民國對外貿易發展協會、台灣區自行車輸出業同業公會主辦，台灣區車輛工業同業公會協會的「第 19 屆台北國際自行車展」已於 2005 年 3 月 8 日至 11 日假台北世貿中心展覽一館 1、2 樓及展覽三館展出完畢。世貿一館 1、2 樓將展出自行車車胎、座墊、車身、車燈、煞車、變速器等零配件及電動車，世貿三館則展出成車(含動電自行車、運動器材)。國際知名大廠例如巨大、美利達、建大、Shimano、Argon18、Campagnolo、Continental、Sapim 及 Acell 也於本展中展示最新產品。國內大廠巨大、美利達將延續去年碳纖車熱潮，展出新款輕量登山車與跑車，其中巨大以「Life Style」作為展示主題，強調休閒生活與運動旅遊的高級登山車、跑車；愛地雅則因電動車市場開始起飛，展出新款電動車及助動車。



巨大公司攤位



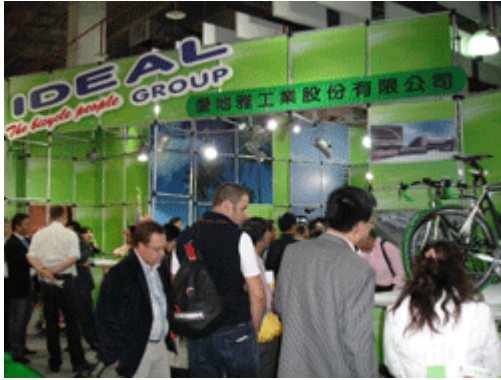
美利達公司攤位



菲力公司攤位



建大公司攤位



愛地雅公司攤位



太平洋自行車公司攤位

標榜「Think Bicycle Think Taiwan」口號的台北國際自行車展已躍居亞洲最大自行車專業採購展，主辦單位外貿協會表示，英國最大汽車與自行車零配件連鎖通路商 Halfords 及義大利知名運動用品通路商 Atala 於展覽期間來台採購，預估採購金額將達數千萬美元。另外貿協會也透過駐外單位邀請新興市場包括巴西、馬來西亞、土耳其、南非、波蘭、阿拉伯聯合大公國等國家之重要買主來台參觀及採購，光是預先登錄的國外買主就達 1 千多人。

貳、本年展會特色：

本屆的展示產品中，不難窺見輕量化、高附加價值的自行車產品已蔚為風潮。台灣自行車業者多年以「新材質、新功能、新用途」為目標，為生產高附加價值、輕量化且具質感、領導流行的新產品而努力。今(95)年外貿協會創新的作法，在展覽期內辦理多項活動，茲說明如下：

- 一、「全球輕型電動車輛產業發展研討會」：邀請來自中國大陸、歐洲、美國、東南亞、日本及國內講師，在一天半的研討會中，共同探討國際主要自行車市場、法規及使用環境建構等，提供業者最新的資訊。
- 二、「國際自由車環台賽」：將邀請來自 13 國 17 個車隊參加。
- 三、「戶外試騎」：於展覽一館外、泛水池廣場辦理，提供買主親自體驗、試乘的機會。
- 四、「創新產品展示」：為提升台灣自行車產品形象，將展示國人自行研發、最新穎之精品。
- 五、「貿易洽談會」：為協助買主尋找合適供應商，將主動出擊媒合買賣雙方。
- 六、「台灣自行車之夜」：為提供買主與參展廠商聯誼的良機，將辦理「台灣自行車之夜」，除提供餐點及飲料外，並有傳統手工藝品及表演節目。

為加強對買主的服務，主辦單位亦推出多項優惠措施、資訊及設施，例如：

- 一、旅館優惠房價：買主可透過該展網站選訂價格優惠的旅館。
- 二、多功能「買主洽談區」：買主在此可以無線上網、影印、發送國內外傳真、

使用免費市內電話及寄存行李等。

三、「網站預約洽談機制」：透過該機制，買主可事先擇定擬拜訪之參展廠商，並可預約會面時間。

四、觀光資訊：為讓買主在洽商之餘，可輕鬆一下，主辦單位將於買主報到時立即發送觀光局編印之觀光護照。

五、Happy Hour：由國內五星級飯店贊助之茶點，創造買主與參展廠商聯誼機會。

六、旅館與展館接駁車：展覽期間主辦單位每日將提供展館至各主要飯店之巴士，方便買主返回下榻旅館。結合商務、住宿、休閒與觀光的服務，主辦單位的用心，買主感受得到。



本會與自行車公會共同設置單位服務廠商

參、結論

本屆「台北國際自行車展」於 11 日圓滿閉幕，據中華民國對外貿易發展協會統計據主辦單位表示，本人展覽共有 650 家廠商參展，使用 2,320 個攤位，分別較去年成長近 5%及 15%，可見業者對該展的支持與肯定。報名外商主要來自美國、義大利、日本、香港、法國、德國及英國等 27 國家及地區，佔所有參展廠商的 20%，足見本展的國際化程度。今年台北國際自行車展參展廠商對展出成果均表滿意，主要原因是買主的“質量”提高，前來的買主均屬有效買主，清楚要買的產品為何，不以殺價為主，更有廠商表示其在全球的 70 多位經銷商本年亦前來參觀本展，省去其分別前往拜訪的大量時間與金錢，參觀台北國際自行

車展的效率是其它展覽無法相比的，因此當場即表示要預訂明年的展覽攤位，亦有廠商首次參展即接到兩、三張大訂單，也表示明年一定要再參展。至於買主則表示，台北展不論在展場服務的品質、參展展品的種類和家數上均能達到其預期，故整體而言相當滿意。

明(96)年的第 20 屆台北國際自行車展訂於 2007 年 3 月 24 日至 27 日在台北世貿中心展覽館舉行，讓我們拭目以待，期待明年主辦單位辦理更多更精彩的創新活動。