

第十二屆中國國際摩托車博覽會展後報導

第十二屆中國國際摩托車博覽會(簡稱：中國摩博會) 於 2013 年 10 月 17 日~20 日首度在西部最大展館-重慶國際博覽中心舉行。據統計，本次展會會展示規模超過 6 萬平米，共聚集中國、美國、義大利、法國、日本等 10 餘個國家之 400 家以上的廠商參展，整車品牌也有 40 個以上，更有 50 個以上的首發車型發表。展會吸引來自英國、澳大利亞、哥倫比亞等 40 多個國家和地區之約 600 家國際採購商赴會，其中巴基斯坦、英國以採購團到會，各大國際買家採購金額超過一億美元。另據統計觀展人數更高達 13 萬人次，不愧是「全球最重要的交通工具摩托車展、亞洲最大的機車博覽會」。

此次展覽開放二個展館(N7、N8)；N7 館屬國際廠商館，N8 館為在地廠商之專門展示區。移師新展館的本屆摩博會呈現許多新面貌；除特別設置電動車、機車改裝特區外，並參照米蘭機車展之參展廠展配置方式，以整車廠和零組件廠混搭方式進行規劃，如大長江、本田、力帆等整車品牌與 SHAD、青島征和、長安減震、巴斯夫(BASF)等廠商聯袂於國際廠商展館一齊亮相。不僅大幅提高了展館的利用率，且可涵蓋整體機車產業的結構鏈，強化整車與零組件廠間的互動與交流。哈雷、北極星(Polaris)、勝利(Victory)、本田、川崎(Kawasaki)、奧古斯塔(Agusta)、比亞喬(Piaggio)等國際知名機車品牌重裝亮相，其中川崎首度獨立在中國展示，有 2 款首發新車發表；在地品牌之大長江、建設、力帆、宗申、隆鑫等大廠也一齊共襄盛舉，其中大長江、本田展位面積達 800 平米，宗申攜手比亞喬、力帆則集結奧古斯塔閃亮登場，各大品牌除有新車推出外，並舉辦試乘試駕、抽獎等形式多樣的展中活動。

參展之零組件廠商有德國(BASF)、西班牙(SHAD)、西班牙(J.Juan)、義大利的馬瑞利、美國華福(Whitford)塗料、德國歐梯克 (Oetiker)、法國埃爾夫(Elf)等多個國家和地區的 300 多家零組件廠商參展，參展的零組件包括催化劑、塗料、置物箱、剎車盤、剎車鼓、電噴、儀表、潤滑油等產品。另外當地的四川阿克拉斯電動車、華登泰豐電動車等廠商及廈門新騎等自行車廠商也大規模參展。台灣參展廠商除本會會員廠之哈特佛工業、詳暉工業、統亞電子科技等 3 家外，還有貿易風(機車雜誌)和台灣雞牌改裝部品等 5 家。

除參展廠商外，還有超過 800 家媒體參與展會的報導，包括所有的中國機車行業媒體及財經媒體以及來自日本、巴西、西班牙、墨西哥、阿根廷、哥倫比亞、英國、紐西蘭、澳洲、美國、巴基斯坦、俄羅斯及印度等國家和地區的媒體。

展會活動另有高峰論壇；利用 3 萬平米的室外廣場及場館周邊推出了系列配套體驗活動如室外越野、技巧、試駕等；CIMA 騎士評選活動；專題研討和講座；

車型評比、機車維修技能競賽等。展示之產品項目除整車(含二、三輪車、ATV、雪地車、機動腳踏兩用車、電動車、特殊用途車等)外，參展的零組件包括排氣系統、避震器、齒輪、曲軸、離合器、煞車、電裝件、化油器、電池、輪胎、燈具、鎖具等機車各項產品。參展廠商代表了中國國內機車行業 80%的製造能力。

各大廠牌之首發車型：美國重型機車廠商-北極星之全地形車「剃刀 1000」，自誇為迄今為止該公司最豪華的全地形車，為北極星家族的王者；世界機車文化教主哈雷帶來 2014 年最新款車「Softail Breakout」及「Dyna Fat Bob」；Kawasaki 展示兩款忍者車型-Ninja ZX-14R 及 Ninja 250；春風展示使用 KTM 車架之「1190 Adventure」；還有大長江迅猛小獸「VN100」，為最省油車、百公里經濟車速油耗僅需 1.9L；三雅摩托車也帶來了自主研發的軒動王「SY150-16」；金城也發表 SJ125-D 和 SJ110-H。

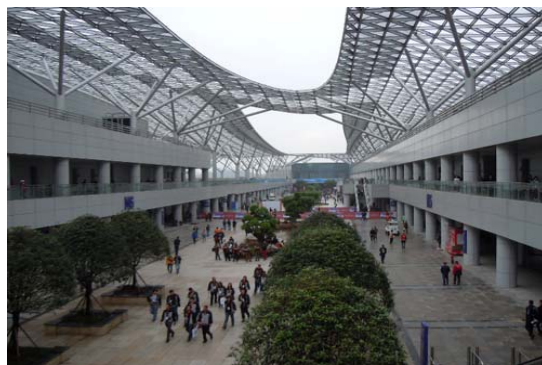
在拓展售後及配套市場中，大會為專業買主準備完整的組織規劃，如透過一對一邀請、廠家邀請、大市場合作邀請、媒體合作邀請、俱樂部合作邀請、國際展會推廣、境外代理邀請、國內外機車商協會邀請等多種方式，並對相關活動組織及商務政策支持，提高購買者的出席率。另外在提昇展會交易功能方面，大會特別在館間連廊處開闢了摩托車銷售專區，提供觀展者在銷售專區內購買到雅馬哈、新大洲本田、大地鷹王、春風、大陽、隆鑫、勁隆等 10 餘個品牌的暢銷車型。光陽當地代理商也設攤參與展售。

和歷屆展會相比，除了酷車、美女讓人大飽眼福以外，N7 館入口處的 Harley Davison 攤位，除了有哈雷 Logo 的摩托車用品展示外，現場安排有樂隊鼓手表演，吸引了不少的人駐足觀看；大長江大螢幕出現了沙畫表演內容，隨著音樂的響起，故事內容徐徐展開；望江更是將機車遊戲搬到展會現場，不少女性也躍躍欲試；在金城展區的行動藝術表演者，全身被塗成“土豪金”一動不動地接受觀眾的拍照，一連串的表演正迎合了時下年輕人求新求變的冒險精神，也讓越來越多的年輕人開始關注機車的個性化精神，接受並喜歡上機車。

今年 1-8 月中國機車累計產量與 2010 年同期相比，下降了 20%左右，內銷更是下降了 30%以上。伴隨著機車行業產銷形勢的持續低迷，各機車廠除加強海外市場的拓展外，也專注於技術的提升，使產品往大排氣量發展，創造機車新用途，因此集產品展示、資訊發布、產品銷售於一體的中國摩博會正成為各大車廠及相關零組件廠增加曝光的最佳舞台。



展會入口處



連接兩邊展館之中間走道



Suzuki 和豪爵之聯合攤位



Kawasaki 攤位



力帆機車攤位



重慶隆鑫攤位



Harley-Davidson 攤位



Polaris(北極星)攤位



Victory(美國勝利)攤位



展外活動場地



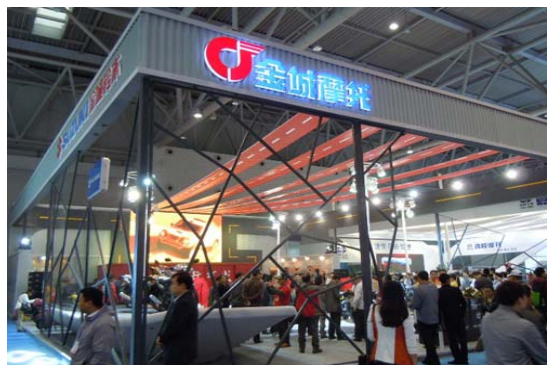
雅瑪哈、春風、本田等聯合展售攤位



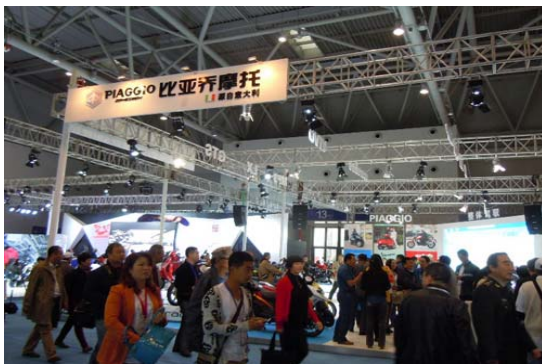
光陽展售攤位



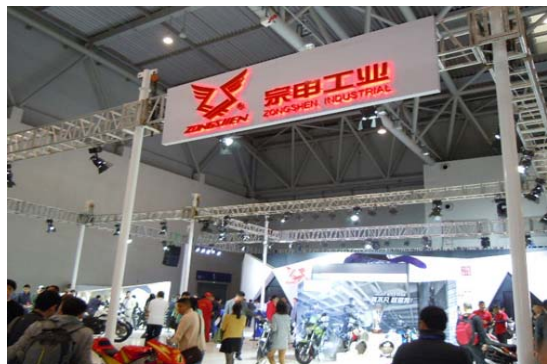
KTM 攤位



金城摩托攤位



Piaggio (比雅喬)攤位



宗申工業攤位



本田系列聯合展示攤位



觀展人潮



Elf 展示攤位



哈特佛機車展示攤位