

台灣自行車產量
位居全球第四位，
但近二年的出口值
卻呈負成長。
自行車業
未來要能維持
優勢成長，
有賴政府與業者
共同在
技術研發上努力。

提升自行車產業 競爭力策略分析

黃紫華

台灣自行車產量次於中國大陸、印度及美國，居全球第四位。自行車產業自1988年以後，產量多維持在750萬輛左右。近二年由於全球自行車供過於求，廠商削價競爭，導致出口平均單價下滑，出口值連續二年呈負成長。與整車業相互依存的自行車零組件業，在國際需求減少及國內整車業出口量減少的影響下，1996及1997二年之產值亦呈萎縮狀態。

有鑑於此，本文首先將探討台灣自行車產業在國際上是否仍維持優勢的競爭力。其次透過問卷調查，分析廠商面臨之經營困境、其在提升企業競爭力上將採取之策

略及期待政府採取之提升產業競爭力策略，最後綜合問卷結果及產業未來發展，提出相關建議。

自行車產業競爭力分析

(一) 整車業方面

在全球四大自行車生產國中，中國大陸一年之出口量估計約1千萬輛，台灣則有700萬輛左右。因此在國際市場上，中國大陸為我國最大之潛在競爭對手。

以下即就我國與中國大陸在美國、日本、歐盟（註1）三大市場之表現進行比較。

1. 美國市場

1996年美國自行車進口量中，台灣所佔比例為41.2

%，次於中國大陸的51.5%（參閱表1）。但因台灣進口平均單價高於中國大陸約2.7倍，故以進口值來看，我國所佔比例提高至61.9%。不僅居美國自行車進口來源的第一位，且比中國大陸領先33個百分點之多。而二者合計即囊括美國九成的進口市場。

在美國市場，台灣產品以中、高價位產品。中國大陸則多為低價位商品（參閱表1）。1996年美國市場進口數量呈負成長。由於市場需求減少，廠商價格競爭尤顯激烈。1996年美國之進口平均單價即減少了16.1%，其中台灣降幅為15.1%，中國大陸則高達25.4%。惟中國大陸的大

幅降價求售並未擴大其進口值比例。

2. 日本市場

在日本市場，自台灣進口之自行車數量佔總進口的51.2%、中國大陸為39.1%，台灣比中國大陸多12個百分點左右（參閱表2）。但因台灣之進口平均單價比中國大陸高約1.1倍，因此以進口值來

表1 台灣、大陸在美國市場之市場占有率及平均單價（1995及1996年）

項目	進口量（萬輛）			進口值（百萬美元）			平均單價（美元）		
	1995年	1996年	成長率	1995年	1996年	成長率	1995年	1996年	成長率
合計	727	753	3.6%	595.8	517.8	-13.1%	82.0	68.8	-16.1%
比例	100.0%	100.0%	-	100.0%	100.0%	-	-	-	-
台灣	306	310	1.3%	373.0	320.7	-14.0%	121.9	103.5	-15.1%
比例	42.1%	41.2%	-	62.6%	61.9%	-	-	-	-
大陸	379	388	2.4%	194.1	148.2	-23.6%	51.2	38.2	-25.4%
比例	52.1%	51.5%	-	32.6%	28.6%	-	-	-	-

資料來源：台經院整理。

表2 台灣、大陸在日本市場之市場占有率及平均單價（1995及1996年）

項目	進口量（萬輛）			進口值（萬日圓）			平均單價（日圓）		
	1995年	1996年	成長率	1995年	1996年	成長率	1995年	1996年	成長率
合計	327	289	-11.6%	2,712,545	2,539,520	-6.4%	8,295	8,787	5.9%
比例	100.0%	100.0%	-	100.0%	100.0%	-	-	-	-
台灣	202	148	-26.7%	1,699,085	1,282,570	-24.5%	8,411	8,666	3.0%
比例	61.9%	51.2%	-	62.6%	50.5%	-	-	-	-
大陸	90	113	25.6%	605,701	881,461	45.5%	6,730	7,801	15.9%
比例	27.5%	39.1%	-	22.3%	34.7%	-	-	-	-

資料來源：1.財團法人自轉車產業振興協會編，自轉車統計要覽第31版(1997)。
2.台經院整理。