



全球移轉應變的 台灣自行車產業

◆文 / 張蕙娟

臺灣自行車輸出業同業公會秘書長

中國大陸共享單車在趨勢推動下，燦爛的興起又落寞的褪去，但是讓台灣自行車產業在中國大陸市場中遭受重大衝擊，卻是我們仍然記憶深刻的事，世界在急速的改變，而經濟市場脈動在科技發展快速變動下，讓產業變革速度超過往日，讓企業生產產品風險一直增加，這就是 21 世紀下的全球企業經營現狀，也是台灣自行車產業面對國際市場發展的關隘，更是我們需要創新突破最大的一面土牆。今有幸在技術突破之下，電動輔助自行車浪潮迎來我們第二波產業革命的藍海，也是台灣自行車產業再起的另一道光芒。

在城市騎乘風潮與需求推動下，共享單車的興起有其市場需求與必要性，現今又有共享電動自行車及共享電動摩托車的出現，有的企業甚至結合自有 APP，及專屬線上線下社區社

群平台，以「智慧城市出行解決方案提供商」自居，並積極和汽車集團結盟，用兩輪車串連四輪汽車的交通租賃模式，讓城市騎乘的便利性大幅增加，這些資訊再再都提醒了我們，自行車騎乘的需求趨勢已經有所改變，相信也和全球 B2B 自行車展會式微有其間接關係。市場勝利者從來都是屬於市場的前行者，台灣自行車產業沒有時間嘆息與抱怨，我們有的只能是更奮力向前的創新精神，在全球化下的製造供應鏈變數中，創新與靈活應對已經是台灣企業經營者每日要做的功課了。

經濟局勢的動盪中，仍然傳來秋冬中的春燕，台灣出口電動輔助自行車的業績節節攀高，都是因為台灣自行車產業業者專注於技術創新及製造良率的提升，種種優質的供應鏈串連著台灣自行車產業國際知名的產業形象，新藍海



市場的到來已經成型，在面對未來十年內電動輔助自行車爆炸式的商業市場，我們在零組件的創新研發上已經更近一尺，在整車製造上往工業化與智能化的進階邁進，就如同每年公布『TAIPEI CYCLE d&i awards』獎項產品，每件產品都代表著台灣自行車產業與時俱進的創新努力成果，面對交通產業重大變革中的大數據，人工智慧導入下，台灣自行車產業已在思考如何更符合現代消費族群騎乘習性，並且創新影響購車族群的需求與決定，導入機械自動化工廠取代人力，進化改良產品成高價值高性能的 E 潮流產品，台灣自行車產業已優先大步邁向智能化製造的全球供應鏈。

世界的轉動一向依據自有規律進行，但是這個定律似乎在科技與政治轉變中，產生破壞性的評估法則，台灣自行車產業已在「順勢而為，逆勢創新」中立足，唯有逆轉創新思維，緊跟生活與科技變動趨勢，不僅要轉型產品也要迴轉組織能力，才能面對經濟市場中不可逆的變動挑戰。

我們清楚明白現今最關鍵的騎乘者是千禧世代族群，尤其在 E-Bike(電動輔助自行車) 產品領

域上，千禧世代又稱為 Y 世代，廣義上定義為 1980 以及 1990 年代出生的人們，像是 Pew Research Center、American Psychological Association、Federal Reserve Board 或 Ernst and Young 等研究界定的範圍為 1981-1996 年間。全世界目前有約 18 億 7,500 萬人，占比達 25% 以上（如圖 1）。而學者 William Strauss 和 Neil Howe 經過觀察和研究，提出千禧世代擁有 7 種特質：特殊、受保護、傳統、進取、合群、耐壓以及自信。

基於千禧世代橫跨近乎 20 年，成長的環境以及經歷不同，以下分析將千禧世代再加以分類為 1980 年代出生的「前千禧」與 1990 年代出生的「後千禧」（如圖 2）。這樣的世代正是全球自行車騎者最重要的族群，而這也是台灣自車產業在發展產品體驗中，最重視的買家，台灣自行車產品研發將環繞其來發展，由此可見市場產品的轉型期已經成熟，E-Bike 市場已經正式全面來臨，台灣也絕對不會在這波智能騎乘浪潮中缺席。

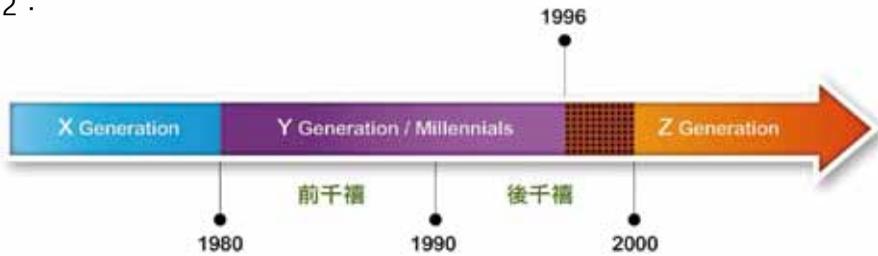
因應美國保護主義興起，及美中貿易戰的紛爭，不但對台灣經濟造成影響，也造就新亞洲周邊國家的製造

圖 1：



來源：作者製作

圖 2：



來源：作者製作

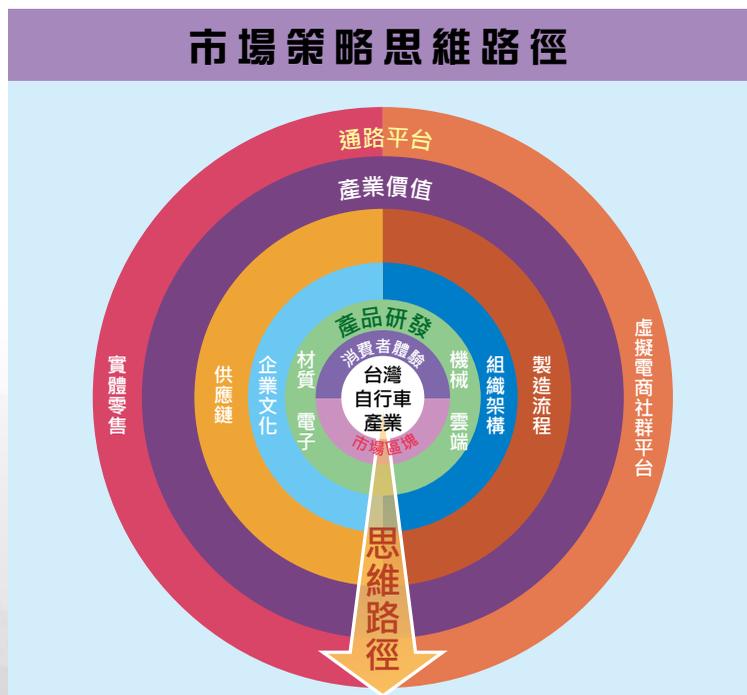
崛起，依據資料顯示，根留台灣的企業與分散製造基地的台商，是此波貿易戰中受傷較輕微者，可見市場趨勢中，

可以預見而因應區域關稅與大國經濟紛爭者，將可以順勢而為的持續發展，面對周遭國家因製造移轉而大幅提升製造技術的趨勢，也是我們未來需要謹慎因應的，以避免成為台灣自行車產業供應鏈的競爭者，在這樣的貿易衝擊中，唯有精進智能製造強化產品設計，才是台灣自行車產業要走的王道之路。

國際間的貿易保護主義趨勢方興未艾，美中雙方的貿易戰糾紛，目前已經直接造成供應鏈的移轉與式微，其影響不僅於台灣接單中國大陸出口模式所面對的巨大風險，更影響了東南亞經貿投資的起伏，台灣身處全球自行車供應鏈的軸心，尤其在電動輔助自行車市場而言，我們已經加快全球佈局並持續投入研發創新產品，不論智能趨勢如何變化，不論貿易關卡如何艱困，台灣自行車產業在面對新一波市場機會，仍將共同克服艱鉅的挑戰，現在與未來都是台灣產業最佳模範生。

台灣自行車產業邁向智慧騎乘新領域，一方面將優先定位產業市場位置，成為全球製造供應鏈核心將不會改變，另一方面將轉型提升為「全球供應鏈整合者」的形象，不論製造基地移轉到世界哪個地區，短鏈供應加上創新研發中心的資源不變，創建台灣自行車全球短供應鏈中心，也加速串連產業在地化深耕的助力，上述種種邁向新領域的應變基礎在於台灣自行車產業一直以來的靈活應變能力，不論過去 30 年或未來 30 年，這樣的優勢 DNA 都不會改變。

市場策略思維路徑



美中貿易戰的局勢仍在延燒，對國內自行車產業而言，台灣看似有轉單效益，其實不然，因台灣工業廠房土地取得困難，加上勞工人力不足問題嚴重，更源於一般變速車種外銷產量逐年急速衰減，造成台灣自行車產業的整體產能縮減，實已無法承接來自中國大陸低價且大量之訂單效益，幸而台灣少數較具資源與技術能力的廠商，快速因應電動輔助自行車市場成長而搶搭上轉型步伐。

綜觀供應鏈轉移效益，越南雖然在這一波美中貿易戰看似收穫豐碩，但亞洲供應鏈的搶進效益必然造成資源的排擠，相信也埋下一波美越貿易戰的隱性地雷，目前看

來越南是由中國大陸撤離的最佳選擇地，也因為企業的大量轉進，更形成土地與人力成本高漲的企業艱困景象，使越南持續大量生產銷往歐洲市場方式存有隱憂，因此台灣自行車產業加速全球供應鏈轉移效益已是必然的選擇。

台灣產業鏈一向是以上中下游完整結合見長，也因此產業聚落移動的困難度很高，相對成為供應鏈移轉的弱勢，尤其是歐盟市場已朝向在地化生產製造與組裝的供應鏈發展趨勢，

這樣的趨勢不但是全球短鏈供應的第一波挑戰，也正考驗著台灣自行車供應鏈的重組能力，在經濟動能與數位導向的新銷售模式下，台灣也將成為亞洲供應鏈革命的最新典範，台商不論在歐洲或亞洲重新建構短供應鏈的新模式，將為下一個十年的全球自行車產業帶來恆久的改變，不僅提升台灣在自行車產業中的定位價值，也重新創建 MIT 台灣自行車產業新形象。

