

台灣自行車成車產業之經營發展及市場集中度分析

鄧瑞兆, 賴玫芳

企業管理學系

管理學院

rjteng@cc.chu.edu.tw

摘要

由於全球暖化日益嚴重、油價高漲、休閒風氣興起，以及各國響應環保及節能省碳的政策，自行車的推廣一直都是熱門的議題。台灣素有「自行車王國」之美譽，此產業是以出口為導向的傳統製造產業，特別是對歐盟區及北美自由貿易區的外銷量更高達80%以上。但近年中國廠商的低價競爭，使台灣面臨前所未有的衝擊。因此台灣自行車產業兩大龍頭-巨大、美利達發起A-Team(台灣自行車協進會)非營利組織，成功化危機為轉機，使台灣自行車脫離價格戰的紅海，躍升成為高階自行車研發、生產與行銷重鎮。

綜合上述，本文主要目的在探討台灣自行車成車產業之經營發展及市場集中度分析。研究中以 SWOT及五力模式等作為經營發展分析架構，並採最大兩大廠商集中度(Two-firm Concentration Ratio, CR2)與賀氏指標(Herfindahl-Hirschman Index, HHI)作為衡量市場集中度之指標，以探討台灣自行車成車產業之市場結構。

關鍵字：自行車成車產業、市場集中度、最大兩大廠商集中度、賀氏指標