



TaiSPO

2009 台北國際體育用品展

3月19-22日

www.TaiSPO.com.tw

E-mail: taispo@taitra.org.tw

佈告欄



展覽日期與時間

3月19-21日 9:00-18:00
3月22日 9:00-15:00



展覽快訊

委辦單位：
經濟部國貿局

主辦單位：
中華民國對外貿易發展協會

協辦單位：
台灣區體育用品工業同業公會
台北市體育用品商業同業公會

出版發行：
中華民國對外貿易發展協會
展覽業務處展覽5組
電話：(02)2725-5200 ext. 2658
傳真：(02)2729-1089

編製單位：
The China Post
英文中國郵報
電話：(02)2596-9971
傳真：(02)2595-7962
網址：www.chinapost.com.tw

國際專家分析 ─ 因應不景氣之道

目前各種產業深受全球經濟不景氣的影響，然而這很可能是企業謀求改造的好時機，世界體育用品工業聯盟首席法律顧問 Jochen M. Schaefer 在今年台北國際體育用品展所舉辦的研討會中作出以上的評論。

他認為，景氣好時，大部份企業忙於應付訂單，無暇深度思考如何進行企業改造，但處於淡季時，企業應把握此時機，規劃長遠目標。此外，不景氣的年代正可以考驗企業是否具備創新突破困境的能力。

Schaefer 並提到，經濟不景氣的年代，產業團體如世界體育用品

工業聯盟，台灣的外貿協會及台灣區體育用品工業同業公會等都將扮演更重要的角色，發揮組織性的力量，帶領會員公司突破困境，追求成長。

世界體育用品工業聯盟美洲區理事 Raul Sergio Hacker 則特別指出，巴西體育用品不但受全球經濟不景氣的影響，而且維持穩定的成長，目前市場規模約為百億美元，預計今、明兩年市場銷售量都可成長20%。他會如此樂觀，主要是巴西體育幾乎是全民運動，而且體育產品大多是進口，因此較不受歐、美市場的「牽絆」。

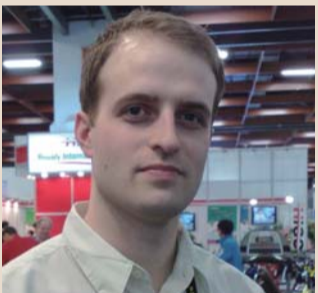


順時鐘次序由左上角：WFSGI 首席法律顧問 Jochen M. Schaefer、WFSGI 美洲區理事 Raul Sergio Hacker、及 WFSGI 歐洲區理事 Alberto Bichi



世界體育用品工業聯盟歐洲區理事 Alberto Bichi 則強調製訂產品法規的重要性，畢竟安全是舉世認同的價值觀，不受景氣循環的影響，而且唯有安全的產品才能獲得消費者認同，維持永續經營。

台灣體育用品 擷獲外國買主的心



從挪威來的買主 Odd Arne Steffensen

Michiel Lips 是荷蘭一家體育用品貿易商的採購代表，今年專程來台參觀台北國際體育用品展。該公司主要供應的對象都是荷蘭旅遊協會的會員，因此其主要採購的產品都與旅遊相關並能確保旅遊安全的產品。

他今年在展場上看到一款新型的防滑雪墊，其可與雪鞋連結為一體，以有效防止使用者滑倒。「這樣的設計可增加防滑阻力，對年長者尤其是一大幫助，」他極為讚賞的說。此外，Lips 也特別上網查詢台灣廠商製造的滑雪安全帽，對其品質與設計都深表肯定。

Odd Arne Steffensen 是挪威 Beach Mountain 公司的採購主任，該公司主要銷售健身器材，他一一測試展場中所展示各種健身器材，並與幾家廠商約定時間以便做進一步的深談，這是他專程來台參觀台北國際體育用品展最主要的原因。

採購洽談會 買賣雙方反應熱烈

今年台北國際體育用品展主辦單位所舉辦的採購洽談會，得到台灣廠商與外國買主熱情參與，參加廠商共計100多家，登記參加的外國買主都希望藉此機會多認識幾家台灣體育用品的供應商。

「我們已向台灣採購體育用品多年，對其產品的設計與品質頗具信心，」加拿大一家健身器

材供應商的採購代表 Mark Jeffery 如此表示。他並透露，該公司目前向台灣採購健身器材的管道包括直接與間接兩種方式，由此可見台灣體育用品深獲業界認同。

他今年特別來台參觀此展覽，就是希望能多認識幾家台灣廠商，添購新產品，並親自與廠商討論產品設計與規格。他表示，

該公司對各方面都很注重，如工廠設備是否齊全、工作環境是否符合環保要求、產品包裝是否符合規定等，「這些都關係到一家公司的整體形象，」他進一步說明。

在參加的台灣廠商方面，愛力實業股份有限公司的周姓代表極肯定貿協舉辦的採購洽談會對業者的幫助，他說我們可以在最



短的時間內將我們的產品介紹給數家對我們產品有興趣的買主，是效率非常高的一種行銷方式。

聲朴運動器材 三十年老店 歷久彌新

一向以：健美運動車、跑步機、擴胸器、握力器、多功能健身機、重量訓練機、腳踏拉力器、拉腿器、推拉器等運動健身器材知名的「聲朴股份有限公司」(攤位B935)，一九七九年創業以來，一直以東歐為銷售主力，而在這次的經濟不景氣中，業務量仍屹立不搖。

該公司業務代表徐振綸說，有今天的成果，主要在於公司的產品推陳出新，同時符合消費大眾的需求，加上三十年歷史的品質維持，才能在這波不景氣中仍受國外商家肯定。徐振綸說，公司目前的產品除了熱門的跑步機外，高精度技術研發的交叉訓練機(又稱為「橢圓機」)，更是外商爭相採購的高單價產品。

徐振綸說，交叉訓練機本身研發成本高，其功能在於使用



時，因動能而產生發電效果，可說是比商用經營的健身房產品還高檔。另外，該公司的技術及產能之所以能夠發揮淋漓盡致，主要的還是集合多方產業資金投入，加上產品因應各階層需求，才能維持買氣。

目前該公司高價位的主打產品「交叉訓練機」，消費者使用價格折合市價約十六萬元新台幣，其它較經濟價位產品還有銷量最高的「健身車」。

言昇室內攀岩器材 安全又便利

今年台北國際體育用品展特別安排新產品發表會，在場介紹的新產品都各具特色，而言昇國際事業有限公司(攤位C322)所展示的室內攀岩器材還真是廣受矚目。

這座人造山岩的最大特色在於其防震毯和聲控器，可有效預防使用者在練習時被卡到的危險，而且其坡度可調成-7度到15度之間，此外還提供十種不同的練習速度，使用者可調整最適合自己「實力」的情況練習。

這座人造山岩頗受包括攀岩國手李虹瑩(見圖)等攀岩專家的認同，肯定其方便性與安全性，讓喜愛攀岩的人士有充分的機會練習，待練成「武功」後，再上山接受挑戰。

運動生理工程師黃彥鈞表示，言昇公司花了兩年時間才開



發出這款室內攀岩器材，目前已成功打進歐、美、澳等市場，在台灣內銷市場也頗受歡迎，由此可見其適用各類不同消費群的廣泛性。目前此產品只在言昇的台中廠生產，是百分之百的台灣貨。

言昇公司的室內攀岩器材因安全設計良好，因此練習者可以不用繩索、安全帶、或其他輔助器材，這又是其之所以能在會場上同時吸引國內外人士注意的另一項主要特色。