

盘点台湾扣件业接班人的策略趋势

文/ 惠达 曾柏勋

过去十年来,台湾的次世代接班人陆续在扣件业的生意场上崭露自己,有的已经成为家族企业的掌舵人,有的才刚接手不久。透过长年的厂商面访,我们留意到部分具有远见且勇于挑战传统的青中年接班人逐渐汇聚出一套属于他们这个世代的特色和创意。令我们在意且觉得有趣的是,这个世代能否在台湾扣件产业中推波助澜带动新浪潮,是老一辈的扣件前辈们和年轻一辈都应该多加关注的。读到这里您会好奇,我们观察到的新世代有哪些特色?

制造、贸易、通路的界线将越趋模糊

扣件业主属性的模糊化趋势其实在老一辈的世代,就有浮出的迹象了。由于面临国际市场竞争,早期他们从东南亚开始到中国和美国布局,所谓的制造转兼贸易、贸易转兼制造、跨界做通路,已是受到无比敬重的老一辈开创者们很早就注意到的趋势。我们发现,这个跨界的经营观念在年轻世代心中更加强烈。他们透过数位科技和全球网络,对国际事务和全球市场的趋势更加敏锐,强烈体悟到「单一业种的专业化」已不符合世界趋势,单纯只做制造却不握有通路的管道,或单做贸易却不拥有工厂和仓储,如此也难以满足国际客户多变且越来越庞大的需求。他们的新认知是必须打破为自己设限的疆界,超前部署做好「多样化跨界」。这反而将加速界线模糊化的速度,也连带催生了下述新特质的扣件厂商。

整合式服务提供商 / 顾问化

这个名词可不是我们随意创造的,而是厂商的年轻业主们构想并告诉我们的新概念。正是因为模糊了界限,才有办法提供整合式服务。怎么说呢?试想,如果扣件成型机专家不只卖成型机,还兼卖其他同业贩卖的周边机械与工模具产品,甚至建立全球销售据点,透过物流经销全球,这是什么概念?再者,如果五金代工专家来个超级大跳跃,跨做扣件生产,还兼仲介手工具、治具的采购,甚至连物流通路都帮客户一站式搞定,这又是什么概念?面对各国很多产业的扣件直接使用者与买主,以及螺丝兼五金工具通路商进口买主,目前已有扣件业者实现他们所称的「整合式服务」,目标要成为「综合性扣件暨相关产品的服务顾问」。您会疑惑他们是什么样的顾问。说穿了,只要是跟扣件相关的任何产品和服务,只要你想得到的,不管是靠他们介绍或帮你进行配对,他们都使尽全力为你达成。目的是什么?自然是希望你不用再找其他人,只要透过他们的一站式服务能一次采购好整条产线的配置。他们还期望能以领头羊之姿,带领其他同业将此趋势实现在大产业中。



数位化 / 视觉化 / 科技化

在成为整合式顾问之前,必须要打好硬体的底子,试想盘元从中钢出厂,到包装出货至买主手中,必须经过长达10多道环节的生产链,再加上利润微薄,所以更要精打细算了。一部分的新世代业主将注意力放在「数位科技」。他们将生产线上的机械加装智慧化感测器,透过聘任工程师自行开发或委外开发的软体取得数位化数据,将数据转换成可见的、可理解的资讯,使订单和生产进度能够视觉化呈现,也让全球客户能透过线上的顾客管理系统即时查询订单的处理状态。此外,感测器传回的数据,将在未来帮助他们分析如何调校设备来优化产量、速度和利润。这是新世代业主们特别在行的技能之一。

新世代 风起!

外在变化远大于内部变化,这时代唯一不变的就是「变」。台湾扣件产业没有外在天生的优势,必须面对进口税、倾销税、汇率变化、国外当地工厂的竞争和国内节节升高的制造成本,唯有业者自立自强才能突破挑战。对此,业者们与其厮杀硬拚,更应找寻客制化买主,提供客制化产品并多附加别人没有的特殊服务,才是上策。

海外据点的设立是目前持续发展的一个现象。以前早期厂商在中国设立据点时比较没有语言隔阂,也较快融入当地。但眼下要到不同国家地区设厂就困难重重了,语言、人力、财力、物力都是重大考验。

最后,我们还看到另一个现象。由于人力和运输成本的压力不断增加,有些厂商正努力摆脱第三方业者抽成的压力,透过设立专攻客户售后服务的据点,来寻找和服务直接客户(direct clients)。如此就能降低业者和顾客两方的成本,创造双赢。

从以上我们的分析,可以很自信也安心的说,台湾扣件产业仍确实朝着数位转型和科技化的方向进化中,而这一波潮流,可望将由一群新世代接班人共同开创出来!

