

紐澳 扣件需求預測

文/ Sharareh Shahidi Hamedani

澳洲

2019年澳洲的扣件市場額約7億美金，進口額約5.67億美金，出口額約1.33億美金。

2020年的進口額也是同樣狀況，這是因為肺炎疫情所導致。2020年1到9月的進口額約3.9億美金，平均每月進口額為4300萬美金。以此趨勢推斷，澳洲2020年1到9月的出口額可能為5.2億美金，比2019年同期下降8%。澳洲2020年GDP比2019年下降7%。在出口方面，2020年1到9月澳洲扣件出口額約8100萬美金，平均每月出口9百萬美金，因此可預測2020全年出口額會落在1.08億美金，下跌19%。

紐西蘭

2019年紐西蘭扣件市場規模約1.15億美金，扣件進口額約5百萬美金。

2020年的進出口數據則出現以下變化：

在進口方面，2020年前9個月紐西蘭進口了約7400萬美金的扣件，預計2020全年進口額可望達9800萬美金，意味著進口額下跌了約11%。在出口方面，紐西蘭在2020年前9個月的出口數字很小，預計全年會有400萬美金，同樣跌了20%。紐澳兩國的進出口趨勢似乎是一樣的。

紐澳兩國的扣件業未來是什麼？

數據顯示澳洲的扣件進口情況如下：

進口額每個月緩慢增加2到3%。例如2020年12月，當時澳洲的進單量下跌17%，但這些訂單補足接下來一個月的沒訂單。疫情造成的恐懼反映在銷售數據上。二月疫情剛開始時出現急遽的訂單下跌(32%)。在那之後，大眾對長期封城的恐懼使得澳洲經銷商的訂單額增加。8月，疫苗的上市和政府從第一波感染潮學到更好控制疫情的經驗，讓狀況回歸正常。

紐西蘭的進口數據大致和澳洲相同，只有兩處差異。

- 1- 紐西蘭的扣件進口額月成長率為15%。
- 2- 紐西蘭防疫規定較為嚴格，因此訂單額連續三個月下降。

因此從統計數據推知，紐澳扣件市場將會正成長，但未來不可預測，未來是由我們創造的。紐澳扣件製造商應創造他們自己的未來。很明顯地，紐澳的

扣件進出口數字很低，其中紐西蘭又比澳洲低得多，所以首先要問的是紐澳製造商要怎麼開創未來。

統計數據顯示，多數紐澳扣件製造商是當地的國內廠商，而非全球性公司。但這一點可能在未來改變。經濟大多是對全球性企業較為有利，而非國內廠商。今日有多數國家充斥著內銷型扣件廠商，但建立國內產品供應鏈的機會日漸縮小。未來會是屬於全球性企業的，紐澳的內銷型扣件製造商將可能在未來面臨困難，而全球性企業的機會很大。即使是中國這樣幅員廣闊的國家也只佔全球人口的18%。一家走向全球的中國扣件製造商將可能讓營業額增長超過5倍。

出口國	2019年10月	2019年11月	2019年12月	2020年1月	2020年2月	2020年3月
全球	46,387	47,169	39,350	47,356	32,043	37,214
成長率		2%	-17%	20%	-32%	16%
出口國	2019年4月	2019年5月	2019年6月	2020年7月	2020年8月	2020年9月
全球	41,003	43,732	49,283	51,751	46,048	41,496
成長率	10%	7%	13%	5%	-11%	-10%

出口國	2019年10月	2019年11月	2019年12月	2020年1月	2020年2月	2020年3月
全球	9,836	11,341	8,696	10,285	8,683	7,392
成長率	---	15%	-23%	18%	-16%	-15%
出口國	2019年4月	2019年5月	2019年6月	2020年7月	2020年8月	2020年9月
全球	5,257	7,164	8,023	9,597	8,450	8,766
成長率	-29%	36%	12%	20%	-12%	4%

走向全球所帶來的問題

當公司決定做全球市場，通常會把現有產線的產品銷往全球市場，但這幾乎不管用。

其中一條市場的準則是：市場越大，他們的產品就要越專攻才對。全球市場與國內市場不同，以下是紐澳製造商做全球市場的準則：

- (1) 讓事業專精化，這是做全球市場的第一步。他們不可能拿現有產線的產品來試著銷往全球，這樣是沒用的。
- (2) 主導一個產品品項的霸主地位，在紐澳以領導者之姿銷售產品。但很明顯對這些製造商來說，要尋找一個品項來成為霸主並不容易，所以他們必須透過創新想出定位策略來使自己成為領導者。
- (3) 國家自有的地位。汽車是由德國發明的，這就是為何德國機械公司在全球市場中的地位比其他國家更強勁。這點對紐澳扣件製造商來說就是一大挑戰，因為紐澳是以畜產聞名。所以他們的解決方式是建立扣件工業區並使之成名。

結語

紐澳控制疫情的速度很快。全球貿易的優勢對世界所有國家的長期利益而言至關重要。紐澳扣件製造商必須創新並讓自己成為領導者。但他們多數卻忘了這點，而想什麼都生產。他們必須要專業化才行。他們必須關停一部份的產線並專業化，就能做好準備走向全球。這路線會讓他們成為競爭者導向而非顧客導向的企業，他們可能會認為這兩者有什麼差異。目前他們是顧客導向而非競爭者導向，這是錯的。他們是透過競爭者導向而非顧客導向，才能在市場中比拚輸贏。第二個錯誤是忽略自己在競爭的產品項目，應由該項目主導策略。多數紐澳扣件製造商的產品被中國、台灣、德國、美國所主導，他們沒有機會成為領導者。■

