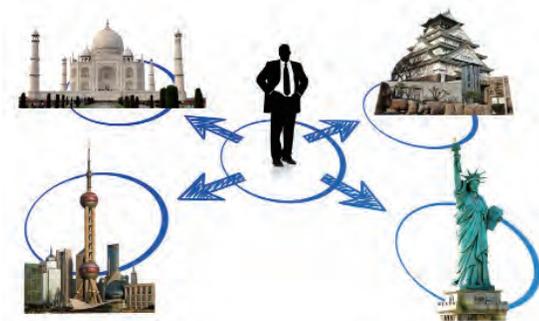


台灣汽扣廠

文 / Behrooz Lotfian

於10大汽車生產國的發展策略



全球汽車扣件主要使用國



中國

全球最大汽車製造國「中國」在2014年的汽車生產量已經超越2,350萬輛。根據眾多數據顯示，該市場可以是台灣汽車扣件製造商的首選。主要數據包括：

- 全球最大市場
- 文化相近
- 交通距離短

根據這些統計，日本在中國市佔率為26.7%，是目前該市場最大的汽車扣件出口國。第二位是德國，佔20.6%。台灣的汽車扣件出口在中國排名第五位，市佔5.9%。統計顯示，雖然國與國距離或文化差異等等數據很重要，但若想要將產品出售至他國，就必須站在目標國客戶的角度進行思考。統計顯示，台灣汽車扣件製造商在這方面尚未取得一定程度的成功。

有鑒於目前台灣在中國市場的現況，我建議台灣汽車扣件廠應該遵循「游擊策略」。利用這項策略，台灣製造商應該試著在中國汽車產業內找出一個他們可以固守的區塊。而台灣製造商選出的區塊應該是小範圍的，他們不應該提供太多不同的汽車扣件，且必須將在該市場的目標縮小。台灣的資源不足，使其無法在中國與德國和日本出口商直接對抗，因此，他們也應該知道在中國市場中他們不是扮演領頭羊的角色。簡單來說，台灣出口商在中國市場發展多麼成功並不重要，如果日本或德國出口商也出口同樣的產品給共同客戶，台灣廠商應該離開該客戶。換句話說，他們無法在中國與日本或德國出口商競爭。

德國

全球第四大汽車生產國的德國，對汽車扣件製造廠來說是絕佳市場。台灣僅次於市佔率15.4%的義大利，在該市場排名第二，市佔率10.5%。排名第三和第四位的瑞士和荷蘭市佔率分別是8.7%和8.6%。對於台灣製造商我們的建議是採用與日本市場相同的策略：「進攻策略」。在此市場的另一個重點是排名第三第四位的出口商，因為他們對台灣製造商來說是很大的競爭對手，因此台灣扣件製造廠在德國應該盡快想出聰明對策。



美國



雖然美國是全球第二大汽車生產國，其市場規模只有中國市場的一半。台灣汽車扣件出口商目前在美國位居第一位，市佔率31.1%。中國在美國市場市佔23.9%，位居第二位。日本位居第三位，市佔13.1%。

台灣汽車扣件製造商在美國市場鞏固市佔的首要對象就是自己。簡單來說，他們應該要更具創意。對他們來說也有另一個機會：如果中國或日本出口商以創新的產品來與台灣競爭，那麼台灣廠商應該快速推出更創新的產品來維護其在美国市佔率。

日本

日本是全球第三大汽車生產國。台灣出口商在該國的市佔率為24.9%，位居第二。中國市佔率35.7%，居第一位。美國汽車扣件廠商市佔為18.2%，位居第三位。對於台灣扣件出口商，我的建議是採取「進攻策略」。透過此策略，台灣製造商應該更關注中國產品的價格、銷售和配銷，並應該去發現這些出口商在日本的優勢為何？並積極攻擊其劣勢。



南韓

南韓是全球第五大汽車生產國且台灣的汽車扣件製造商在該國排名第四位，市佔率5.1%。中國在南韓的市佔是32.5%，位居首位。美國市佔24.8%，位居第二位，但領先市佔7.6%的德國。

在該市場區域，我建議台灣汽車扣件製造商應該採取「包抄策略」。根據該策略，台灣工廠應該出口足以驚艷中、美、德出口商的創新產品，也就是市場上沒有的全新品牌至南韓市場。他們也應該注意包抄策略是否成功通常決定於他們在汽車扣件領域創造和維持產品差異的能力。





印度

印度是全球第五大汽車生產國，而目前台灣在該市場是第9大汽車扣件出口商，市佔率3.8%。市佔率18.4%的日本在該區是領導首位。市佔率16.9%的中國位居第二位。德國在該國的市佔是13.7%，位居第三大汽車扣件出口國。我建議台灣出口商在印度市場應該採取與在中國市場使用一樣的游擊策略。

巴西

在該國市佔率5.7%的台灣出口商，其排名不如在第七大汽車生產國的排名好。在巴西市場，第一位至第三位的出口商國家是美國(市佔20.8%)、中國(市佔17.9%)和德國(市佔11.4%)。對台灣出口商來說游擊策略是最好的選擇。



加拿大

加拿大是全球第十大汽車生產國。台灣在加拿大市場與佔12.9%市佔率的墨西哥市場都位居第二位。另一方面，在該市場位居領導地位的美國市佔率是54.7%。因此，在墨西哥市場行得通的策略，在加拿大市場也行得通。在加拿大市佔11.1%的中國位居第三位。

墨西哥

台灣是墨西哥第二大汽車扣件進口來源，但其與位居第一位的美國距離相當遙遠。台灣製造商在墨西哥的市佔率是11.8%，而美國製造商在該國的市佔率高達52.9%。市佔率10.8%的中國位居第三。雖然台灣出口商位居第二位，但對其最好的策略應是進攻策略，不過由於第一位與第二位出口商的高差異性，我建議台灣汽車扣件製造商應該運用同樣使用於南韓市場的包抄策略。



西班牙

台灣是西班牙市場排名第四大的汽車扣件進口來源，採用的策略應該與在南韓市場採用的包抄策略相同。該市場統計數據顯示：



- 市佔率22.5%的德國是該市場領導者。
- 市佔率17.5%的法國位居第二位。
- 市佔率14.5%的義大利位居第三位。
- 市佔率9.4%的台灣位居第四位。

結論

在本文中，我研究了台灣汽車扣件製造商在全球前十大汽車生產國的現況。根據台灣在每個市場的現況，製造商應該使用「特定策略」，但同時也要注意對市場領導者有用的策略對位居第二位者可能不是個好策略，反之亦然。下列表格是針對每個出口商現況所總結出的合適策略。

出口商在特定市場的排名	合適策略
第一位	防衛
第二位和第三位	進攻
第四位和第五位	包抄
第六位及其後	游擊

徵稿中

歡迎踴躍投稿!讓扣件產業一同成長!!

國貿糾紛案例稿件 募集

國際貿易日趨複雜，糾紛事件頻頻發生，欲求完全消弭貿易糾紛實屬不可能，惟有針對發生糾紛之原因，詳細分析探討，並事先盡量做好預防之工作，或許可使糾紛與損害減至最小程度。惠達雜誌在此向扣件業界強力邀稿，如貴司曾有國貿糾紛案例，歡迎來稿分享（本社可將公司匿名處理），我們會將您的案例刊載於螺絲世界雙月刊與網站中，讓業界有案例可尋，避免重蹈覆轍！

案例分享來稿請寄 惠達編輯部
fastener469@seed.net.tw