

過去十年來，台灣的次世代接班人陸續在扣件業的生意場上嶄露自己，有的已經成為家族企業的掌舵人，有的才剛接手不久。透過長年的廠商面訪，我們留意到部分具有遠見且勇於挑戰傳統的青中年接班人逐漸匯聚出一套屬於他們這個世代的特色和創意。令我們在意且覺得有趣的是，這個世代能否在台灣扣件產業中推波助瀾帶動新浪潮，是老一輩的扣件前輩們和年輕一輩都應該多加關注的。讀到這裡您會好奇，我們觀察到的新世代有哪些特色？

盤點台灣扣件業接班人的策略趨勢



文/惠達 曾柏勳

製造、貿易、通路的界線將越趨模糊

扣件業主屬性的模糊化趨勢其實在老一輩的世代，就有浮出的跡象了。由於面臨國際市場競爭，早期他們從東南亞開始到中國和美國佈局，所謂的製造轉兼貿易、貿易轉兼製造、跨界做通路，已是受到無比敬重的老一輩開創者們很早就注意到的趨勢。我們發現，這個跨界的經營觀念在年輕世代心中更加強烈。他們透過數位科技和全球網絡，對國際事務和全球市場的趨勢更加敏銳，強烈體悟到「單一業種的專業化」已不符合世界趨勢，單純只做製造卻不握有通路的管道，或單做貿易卻不擁有工廠和倉儲，如此也難以滿足國際客戶多變且越來越龐大的需求。他們的新認知是必須打破為自己設限的疆界，超前部署做好「多樣化跨界」。這反而將加速界線模糊化的速度，也連帶催生了下述新特質的扣件廠商。

整合式服務提供商 / 顧問化

這個名詞可不是我們隨意創造的，而是廠商的年輕業主們構想並告訴我們的新概念。正是因為模糊了界限，才有辦法提供整合式服務。怎麼說呢？試想，如果扣件成型機專家不只賣成型機，還兼賣其他同業販賣的周邊機械與工模具產品，甚至建立全球銷售據點，透過物流經銷全球，這是什麼概念？再者，如果五金代工專家來個超級大跳躍，跨做扣件生產，還兼伸介手工具、治具的採購，甚至連物流通路都幫客戶一站式搞定，這又是什麼概念？面對各國很多產業的扣件直接使用者與買主，以及螺絲兼五金工具通路商進口買主，目前已有扣件業者實現他們所稱的「整合式服務」，目標要成為「綜合性扣件暨相關產品的服務顧問」。您會疑惑他們是什麼樣的顧問。說穿了，只要是跟扣件相關的任何產品和服務，只要你想得到的，不管是靠他們介紹或幫你進行配對，他們都使盡全力為你達成。目的是什麼？自然是希望你不用再找其他人，只要透過他們的一站式服務能一次採購好整條產線的配置。他們還期望能以領頭羊之姿，帶領其他同業將此趨勢實現在大產業中。

數位化 / 視覺化 / 科技化

在成為整合式顧問之前，必須要打好硬體的底子，試想盤元從中鋼出廠，到包裝出貨至買主手中，必須經過長達10多道環節的生產鏈，再加上利潤微薄，所以更要精打細算了。一部分的新世代業主將注意力放在「數位科技」。他們將生產線上的機械加裝智慧化感測器，透過聘任工程師自行開發或委外開發的軟體取得數位化數據，將數據轉換成可見的、可理解的資訊，使訂單和生產進度能夠視覺化呈現，也讓全球客戶能透過線上的顧客管理系統即時查詢訂單的處理狀態。此外，感測器傳回的數據，將在未來幫助他們分析如何調校設備來優化產量、速度和利潤。這是新世代業主們特別在行的技能之一。

新世代 風起！

外在變化遠大於內部變化，這時代唯一不變的就是「變」。台灣扣件產業沒有外在天生的優勢，必須面對進口稅、傾銷稅、匯率變化、國外當地工廠的競爭和國內節節升高的製造成本，唯有業者自立自強才能突破挑戰。對此，業者們與其廝殺硬拚，更應找尋客製化買主，提供客製化產品並多附加別人沒有的特殊服務，才是上策。

海外據點的設立是目前持續發展的一個現象。以前早期廠商在中國設立據點時比較沒有語言隔閡，也較快融入當地。但眼下要到不同國家地區設廠就困難重重了，語言、人力、財力、物力都是重大考驗。

最後，我們還看到另一個現象。由於人力和運輸成本的壓力不斷增加，有些廠商正努力擺脫第三方業者抽成的壓力，透過設立專攻客戶售後服務的據點，來尋找和服務直接客戶(direct clients)。如此就能降低業者和顧客兩方的成本，創造雙贏。

從以上我們的分析，可以很自信也安心的說，台灣扣件產業仍確實朝著數位轉型和科技化的方向進化中，而這一波潮流，可望將由一群新世代接班人共同開創出來！■

