



## 緊盯市場趨勢脈動， 重點開發利基市場

文/惠達副總編輯 張剛豪

季節時序步入2022年下半，全球扣件業者在疫情、成本價格壓力、產品/技術競爭和新市場趨勢及眾多挑戰環伺下，仍在努力找尋解決眼前挑戰的最佳解方，同時也積極為自己創造機會，希望能在不斷波動變化的扣件市場中為自己爭取到最佳的致勝關鍵。

### 歐美需求續成長 台灣扣件廠商可強化切入重點領域市場

歐美扣件市場需求高、價格優，多年來一直是許多台灣扣件製造商最大的獲利來源。而台灣廠商也因為優異的技術和具競爭力的品質和服務在市場維持著很高的市佔率。根據美國海關數據，美國2022年前5個月就從台灣進口了超過14億美元扣件，1至5月的累計成長為26%。美國有約40%的扣件進口自台灣，遠勝同期美國從中國不到8億美元的進口值和約20%的在美市佔；另外，歐盟數據也顯示，台灣在歐洲主要扣件進口國(包括:歐盟的德國、法國、荷蘭、義大利、波蘭以及已經脫歐的英國)的前幾大進口夥伴中也都名列前茅，顯示歐美市場對台灣扣件的需求和依存度仍相當高。

不過美國從日本、德國、加拿大、南韓的扣件進口同期也都有所增加，或許也能解釋為除了低階和中高階扣件外，美國在汽車、航太、電子等較高技術含量扣件的需求也有所增加，台灣廠商在產品升級方面或許也能積極朝這些方向去努力。據了解，建築/DIY扣件、汽車扣件、家具和航太用扣件都是目前外銷美國市場的熱門品項，單單建築扣件這部分，美國市場一年就有約20億美元的需求規模，在這類扣件尤其擁有許多創新設計和技術應用的台灣廠商更應該把握良機，為自己爭取曝光的機會。在今年的美國拉斯維加斯螺絲暨機械展，數十家台灣廠商(像是宏盈、俊良、福敦、鴻錡、鑫瑞等)也預計展出創新產品展現made-in-Taiwan的堅強實力。



## 抓住產業客戶喜好 提升產品服務競爭力

隨著產業技術的進步和客戶對環保的日益重視，扣件的設計和加工處理勢必要加緊跟上腳步。近幾年我們看到許多廠商因應未來市場產業趨勢的要求已經開始強化自身產品設計能力、產線技術設備的升級，淘汰較高耗能的設備，積極投入新材料/製程/產品/設備/服務的開發，努力擺脫純粹價格的廝殺，藉此創造出更具效率和獲利更高的表現。不論是從環保ESG、節能節電、追求淨零碳排的角度出發，或是從精實生產、工業4.0、數位管理、AI串流的方向去著手，這都是當前扣件業邁向下一世代產業階段，提升在國際市場競爭力很重要的一步。本期雜誌所介紹的幾家廠商，都是在這些市場趨勢下努力取得先機的最佳典範，值得同業觀摩學習。這些廠商包括：巨洋引進行星式離心機無銹全塗裝設備、吉瞬採用新環保電鍍藥水和烤漆塗料、亞比斯可替代酸洗的無酸金屬表面處理技術，日本Art Screw新開發的Motiontite螺栓以及華興導入4.0產線和靜電排煙設備。

## 勿把雞蛋放在同一籃子 新興市場處處充滿商機

隨著東南亞、中東北非、土耳其、中南美洲等新興國家市場加速推動基礎建設，吸引更多外國廠商投資、強化其國內產品升級腳步和市場競爭力的趨勢下，近幾年這些新興國家/區域對扣件的需求已有顯著放大的跡象。對於一向著重歐美市場的台灣廠商來說，努力開發新興市場，也能避免未來市場突然出現劇變導致產品競爭力一夕大減的風險(例如：歐盟對中國扣件反傾銷措施)。

數據顯示，泰國、越南、馬來西亞、印尼都是這幾年東南亞主要的扣件需求國，台灣雖然在泰國也位居進口貿易夥伴的前三位，但在馬來西亞部分卻是跌出10名之外。反觀中國和日本在東南亞扣件市場的布局有持續成長的趨勢，台灣廠商在該市場的布局仍有待加強。當然，在東協市場的確有已經幾家指標性台灣扣件廠商進駐，像是聚亨、東和、晉緯、宏穎、華祺、三星等，前3家廠商在2022的營收都有超過30億台幣的實力，但營收成長率相較上一年卻出現2位數的顯著下滑，究竟是當地客戶需求有所變化抑或是同業的產品服務競爭力更勝一籌，箇中原因或許值得台灣廠商細細去探究。

針對新興市場的推展，匯達也會持續為廠商盡一份心力，2022下半年度我們也將在幾個重點新興市場(包括越南、印尼、沙烏地阿拉伯、埃及)的相關展會替廠商持續推廣爭取曝光，透過近距離與在地買家的接觸介紹，建構買賣雙方互動交流的堅實橋樑。

## 供需失衡只是短期 年底可望回歸平穩

針對近期市場供需波動大等問題，有業者就向惠達雜誌表示，台灣一年多來扣件訂單普遍超訂，導致出貨期常常長達4-6個月(以往可能約2-3個月)，熱況可想而知，但他的買主反而大吐苦水地向他埋怨他們沒有那麼多的雙倍資金來囤貨採購，只能被迫轉向中國、東南亞或當地業者採購。不過若從過往產業需求發展的趨勢來看，漲跌互見是必然。目前的訂單減少或許並不是壞事，因為這有時可能是國外經濟的季節性調整或是先消除庫存的緣故導致。但整體市場供需大循環下，預料今年年底產業供需失衡的問題應該會逐漸回歸正常。 ■

