

印尼扣件市場現況及其在東盟區域競爭力

前言

扣件行業在支持建築到汽車等各類經濟產業方面發揮著至關重要的作用，而印尼在東盟扣件市場中也佔有舉足輕重的地位。作為世界人口數排名第四的國家和快速發展的經濟體，印尼的扣件市場一直在發生變化。在蓬勃發展的東南亞市場中，印尼的扣件行業是一顆冉冉升起的新星，價值約 25 億美元，並且增長迅速（年增長率高達 5-7%）。是什麼讓這個市場如此活躍？誰是這個市場中的主要參與者？他們與泰國和越南等其他東盟國家相比之下又有何優勢？

5-7% 年增長率背後的潛在原因是什麼？

印尼扣件行業令人印象深刻的 5-7% 年增長率可歸因於幾個潛在因素：

印尼國內市場的驅動要素：

- **蓬勃發展的建築業：**在政府支出和城市化的推動下，印尼的基礎設施和建築行業正在經歷大幅增長。建築活動的增加直接導致對各種類型和尺寸扣件需求的增加。
- **不斷擴張的製造業：**印尼的製造業也在穩步增長，尤其是汽車、電子和造船業。這些行業對扣件的依賴程度很高，進而推動了整個印尼市場的擴張。
- **不斷增長的人口和可支配收入：**印尼人口增長迅速，導致可支配收入增加。收入的增加刺激了對傢俱、電器和電子產品等消費品的需求，因為這些消費品的組裝都需要用到扣件。

區域貿易優勢：

- **東盟內部貿易：**印尼受惠於東盟地區內部緊密的貿易關係，越南、泰國和新加坡等國家都是印尼扣件的主要出口目的國。這種區域需求有助於推動行業增長。

- **具有競爭力的價格：**與本地區的一些競爭對手相比，由於勞動力成本和生產成本較低，印尼提供的扣件價格具有競爭力。這種價格優勢可以吸引更多買家，促進出口。
- **政府支持：**印尼政府實施了各種支持扣件產業的措施，例如：稅收減免、出口獎勵和基礎設施建設。這些舉措可為產業發展創造更有利的環境。

產業特定因素：

- **多樣化：**印尼扣件製造商的產品日益多樣化，以滿足更廣泛的應用和客戶需求。這種多樣化有助於他們開拓新市場，擴大客戶群。
- **技術進步：**一些印尼扣件製造商正在投資新技術和生產工藝，以提高效率和品質。這可以降低成本，提高產品競爭力。
- **注重品質：**雖然價格仍是一個關鍵因素，但一些印尼製造商正著力提高品質標準，以迎合更高階的市場，並與老牌企業競爭。

印尼的扣件市場概況

進口潛力：

印尼 5.2 億美元的扣件進口依存度顯現該國內生產能力存在缺口。考慮到激烈的競爭環境，這樣的進口表現更加引人注目，表明了該行業的韌性和進一步增長的潛力。

單位：千美元

進口來源	2022 第一季	2022 第二季	2022 第三季	2022 第四季	2023 第一季	2023 第二季	2023 第三季
全球	148,858	139,933	137,463	162,845	168,358	115,693	124,856
日本	61,307	55,834	54,471	62,247	55,956	47,688	52,557
中國	31,352	28,015	30,187	35,897	29,862	21,832	18,389
澳大利亞	9,285	9,133	4,511	8,704	7,934	5,998	11,169
泰國	13,120	10,166	11,175	10,874	10,957	8,674	10,629

- **進口總額：**進口總額從 2022 年第一季度約 1.48 億美元降至 2023 年第三季度約 1.24 億美元，降幅為 16.1%（以上統計資料顯示季度降幅為 2%）。



- 平均季度進口值：約1.42億美元；
- 最大季度進口值：約1.68億美元 (2023第一季)；
- 最小季度進口值：約1.15億美元 (2023第二季)；
- 平均每季進口成長/衰退：-2%。

主要進口來源：

- 日本：日本一直是印尼最大的進口來源國，2023年第三季度的進口額為 5,255.7 萬美元，比 2022 年第一季度下降 14.3%。日本的出口額每季度下降 2%。

- 中國：第二大進口來源國，2023 年第三季度為 1,838.9 萬美元，比 2022 年第一季度下降 41.3%。中國的出口季度降幅為 7%。
- 澳大利亞： 第三大進口來源國，2023 年第三季度為 1,116.9 萬美元，比 2022 年第一季度增長 19.0%。澳大利亞的出口季度增長率為 16%。
- 泰國： 第四大進口來源國，2023 年第三季度為 1062.9 萬美元，比 2022 年第一季度增長 19.0%。泰國的出口季度降幅為 2%。

出口潛力：

單位：千美元

出口目的地	2022第一季	2022第二季	2022第三季	2022第四季	2023第一季	2023第二季	2023第三季
全球	27,529	25,668	34,841	28,637	23,682	23,451	24,551
菲律賓	239	265	399	1,210	1,808	1,505	5,256
德國	8,784	6,088	8,026	6,969	5,009	7,146	3,352
泰國	2,644	2,127	2,897	3,367	3,325	2,892	2,832
荷蘭	1,264	939	1,038	804	825	939	2,253

- 略有下降：從 2022 年第一季度到 2023 年第三季度，對所有列目的地的出口總額下降了 10.9% (2,752.9 萬美元降至 2,455.1 萬美元)。平均每季度下降 0.4%。
- 波動：各季度均有顯著波動：
 出現增加的季度：2022 年第三季度 (比第二季度增加 35.7%)，2023 年第三季度 (比第二季度增加 4.7%)。
 出現下降的季度：2022 年第二季度 (比第一季度下降 6.8%)、2022 年第四季度 (比第三季度下降 17.8%)、2023 年第一季度 (比 2022 年第四季度下降 17.3%)、2023 年第二季度 (比第一季度下降 -1.0%)。

主要出口目的國：

- 全球：儘管略有波動，但對「全球」的出口總體下降了 10.8%，平均每季度下降 0.4%。
- 菲律賓：菲律賓是呈現大幅增長的出口目的地，在此期間增長了 2,099%，平均每季度增長 91%。
- 德國：德國是第二大出口目的國，2023 年第三季度對其出口 878.4 萬美元，比 2022 年第一季度減少 61.8%。對德國的出口額季度降幅為 8%。
- 泰國：泰國是第三大出口目的國，2023 年第三季度對其出口 264.4 萬美元，比 2022 年第一季度增長 7.1%。對泰國的出口額季度增長率為 3%。
- 荷蘭：荷蘭是第四大出口目的國，2023 年第三季度對其出口 126.4 萬美元，比 2022 年第一季度增長 78.2%。對荷蘭的出口額季度降幅為 20%。

區域扣件貿易：

馬來西亞、泰國、新加坡和印尼是東盟地區的主要國家。通過分析 2023 年前三個季度的扣件貿易總額，我們可以深入瞭解東南亞國家的地區貿易動態。泰國

的領先地位凸顯了其在扣件市場的競爭優勢。印尼和其他國家可能會進一步探索提高競爭力 and 市場份額的戰略。

- 泰國：1,244,989,000 美元
 泰國以最高的扣件貿易總額在區域內獨占鰲頭，這表明泰國在全球扣件市場上的貿易表現強勁且實力雄厚。
- 印尼：817,814,000 美元
 印尼緊隨泰國之後，為地區貿易做出了重大貢獻。其強勢地位反映了該國在扣件產業的突出地位。
- 馬來西亞：652,902,000 美元
 馬來西亞憑藉可觀的扣件貿易數字穩居第三名。該國的出口表現凸顯了其在該區和全球扣件市場的積極參與。
- 新加坡：615,012,000 美元
 新加坡儘管國土面積較小，但在扣件貿易總額中卻保持著令人稱道的第四位。其優越的地理位置和強大的經濟實力為其出口產品組合做出了貢獻。

結論

總之，面對出口領域的挑戰，印尼似乎正在從戰略上加強重視國內市場。這一戰略舉措表明，印尼有意在進一步進軍國際市場之前加強國內市場的地位。為減少對進口的依賴和促進國內生產所做的持續努力似乎正在取得積極成果，這從國內市場令人鼓舞的增長中可見一般。然而，出口的同時下降也顯示需要繼續努力提高全球競爭力。進口和出口的整體下降可能表明經濟放緩對國內和國際需求都產生了影響，這也強調了在未來幾個季度裡，採取平衡的戰略來應對扣件市場錯綜複雜的動態變化的重要性。■

著作權所有：惠達雜誌 | 撰文:Sharareh Shahidi Hamedani

