

機會？ 挑戰？

文/ Shervin Shahidi Hamedani

扣件製造商如何打入電動車市場

航太和汽車等產業中輕質材料和設計的概念一直在產品設計中扮演重要角色。近幾年，全球減碳的趨勢也大幅增加這個議題的重要性。

在汽車產業，電動車市場在近幾年獲得很多關注。因為其環境友善和具資源利用效率的特性促使該市場快速成長。因為該產業持續發展成長，為了在技術、財務等許多方面趕上腳步，供應鏈也在快速改善中。

電動車市場的成長為零件製造商帶來新的機會，因為對他們來說這是新的獲利串流所在，但同時也會面臨到各式挑戰。在如此情形下，能夠無縫替自家生產線和流程進行轉型來支持電動車所需部件生產的製造商相較於其他守舊的製造商將會獲得更多利益。

如果我們觀察電動車和汽油車的車體樣式和外觀設計會發現他們看起來很類似，比較不同的可能是汽油車尾巴上有一根排氣管。不過其內部卻有非常不一樣的零組件和機制。在一些案例中，電動車上使用的零組件可能只有30%跟汽油車使用的一樣。電動車上有許多獨特的功能需要用到新型且具特定目的功能的內建部件。這些部件無法由只生產汽油車零件的製造商供應。

根據BloombergNEF報導，2018年全球售出超過200萬輛的電動車。與2010年只有幾千輛的銷售統計相比，這是非常明顯的進步。換句話說，傳統汽油車已經達到發展巔峰，除非市場上又有大型投資，否則再也不可能回復到現有狀態。除此之外，電動車的銷售持續健康穩定成長，預計在2025年達到1,000萬輛並達到約5,673億美元，2018至2025年之間的複合年成長率為22.3%。預測2040年前，電動車將佔據總乘用車銷售的一半以上。

排放法規越來越緊縮且政府機關也越來越重視。最近有一個非常好的案例，九月份聯合國秘書長呼籲全球領導者想出具體可行的方案來強化他們在這部分的貢獻，並在2050年達到零排放目標。這對電動車生產和能夠提供電動車用部件和零組件的製造商來說可謂前景大好。不過，這邊強調的是新車而非目前在路上行駛超過10億輛的車輛。在這樣的情況下，相較於全球龐大的一般車輛，電動車所佔的比例甚至不到1%！這說明了汽車部件和扣件製造商可以在維持住現有客戶之外，同時延伸挺進全新的電動車市場，但

若他們想要成為市場領導者，勢必要快速聰明地進行轉型。

電動車市場目前主要關注的重點為乘用車，但技術研發，或更精確地說，電池技術將可以促進更多車款的研發和擴大進入其他運輸類型。為了讓電動車市場以更快速和更具永續性和獲利性的腳步進行發展擴張，就必須進行重大投資來拓展強化電動車必要的充電樁、電池開發以及探索電池種類、原料和耐用度的不同選擇。

對製造和出口至中國汽車市場的廠商來說，好消息是中國在電動車領域是市場領導者且其預計在接下來20年仍會居領導地位。電動車領域涵蓋巴士、商用車和乘用車。這些

車輛會需要用到數百萬顆甚或數十億顆扣件。扣件製造商應該抓緊機會準備生產和輸出這類扣件到這些快速成長的市場。這個市場中一些相關的扣件實例可能是電池固定螺絲、輕量無磁性扣件以及有絕緣包膜的扣件。一般來說，能夠在電動車製造的差異中創造出互補（像是以較輕的鋁扣件取代鋼扣件）的扣件製造商將

會在市場獲利。

歐洲電動車市場領先美國，而亞太和新興經濟體的電動化程度遠比這些市場領導者要來得慢。在東南亞和印度國家兩輪和三輪車輛比電動化更吸引眾人關注。另一方面，日本、韓國、澳洲也正在積極擁抱這些技術和拓展他們的電動車市場。可以確定地，政府政策和技術創新是市場內主要驅動力，同時增加電動車輛的使用。

在這個市場中成長的關鍵驅動力是技術的顯著擴張，包括車輛本身和所需用以支撐市場的基礎建設和配套。很明顯地扣件在電動車製造上扮演重要角色，但更有趣的是，扣件也是充電站、電池外殼和一般基礎建設設備的必須零件。

來自消費者對電動車快速成長的需求以及技術的進步對國際汽車市場的供應鏈（例如：扣件業）產生直接影響。這對每一個扣件製造商來說是透過市場輸出高品質產品和服務的絕佳機會。

整體來說，電動車的拓展可謂扣件製造商帶來更多機會而非挑戰。擁抱新技術、策略夥伴、創意設計並在輕型化取得成果可以大幅度降低企業被這快速成長市場淘汰的風險並改善業務成就。

