



# 台灣扣件業發展的三項挑戰

文/吳榮彬（恒耀工業暨恒耀國際股份有限公司 董事長）

台灣扣件業自戰後發展至今，雖產值位居全球第五、出口量排名全球第二，但整體產業結構在過去十年間未見重大改變；無論產品、技術、通路或營運模式，除少數業者有所突破外，台灣扣件業仍維持著過去的基本生態。居安思危，身為產業的一份子，不禁自問：若維持現狀、不求突破，十年後的今天，台灣扣件業的全球地位為何？產業的生態仍將維持不變？我們目前所賴以生存的產品、技術、客戶及營運模式仍將長存有效？在此提出三項挑戰與大家共勉。

## （一）提升技術：

人、機、料、法為生產四大要素，其中的「法」就是技術，是將人、機、料三者組合配套的方法。研發、製造的方法效率高，技術就高。就普通扣件而言，台灣、大陸及東南亞就人、機、料、法四者差異皆不大，同質競爭的結果就是血拼成本與價格，由具備規模優勢者勝出。就特殊扣件而言，台灣與歐、美、日對手相較，淺見如下。

- 人**：台灣勞工素質不輸歐、美、日，但成本不到一半，具備競爭優勢。
- 機**：台灣自製設備雖精度及製程能力或有不及，但成本僅約四成，亦具優勢。
- 料**：中鋼品質穩定且價格合理，唯少數特殊鋼品尚待開發，

台灣尚無明顯劣勢。

- 法**：技術能力具體呈現在新品研發、模具設計及製程參數設定等。歐、美、日扣件廠主係直銷用戶，工程人員與客戶協同設計，解決應用問題，得以就源研發並累積技術。台灣主係依圖代工，著力於製程改善，較難以培植研發人才並累積技術能力。

## （二）精進品質：

在全球市場趨同、裝配自動化及消費者保護意識提高等趨勢下，扣件的品質要求日增。以汽車扣件為例：主機廠要求0 PPM且須面對客訴召回(Recall)等重大風險，精進品質是升級轉型的入門挑戰。除了ISO 9000、14000等品質系統基本認證外，汽車業尚須取得ISO/TS 16949認證，航太業則須取得AS 9100認證。要敲開國際大廠的大門，首先須取得個別大廠更為嚴謹的品質認證。以汽車業為例：美國Ford Q1認證，德國VW FORMEL-Q認證等。取得車廠認證後，將可登錄為全格供應商並取得詢、比、議價資格。但在正式下單前，尚須通過工程審查及製程稽核等嚴謹程序，方可取得訂單。

## （三）開拓通路：

通路決定市場，也決定了價值鏈各個成員的角色與價值。歐、

美、日扣件廠規模越大則直銷比例越高；直銷通路與廠商規模可謂互為因果。扣件廠商若能力有限、資源不足，則必須與其他成員合作，共構價值鏈，方能滿足終端客戶之需求。選擇直銷通路則必須發展完備的能力，獨立滿足客戶需求。直銷模式驅動企業發展完備的能力，能力完備自能在市場上勝出，便能持續成長、形成規模、成為領導廠商。台灣扣件業者欲由間接通路轉向直銷通路，首要之務就是精進品質與提升技術。但第一步必須先決定企業未來的發展方向，據以訂定目標市場、客戶與通路；再依據市場、客戶與通路需求，具體列出品質與技術提升改善的目標與方法，並落實執行。有方向、有目的、有次序地拓展策略客戶群，構建直銷通路，進而伴隨客戶的發展，佈建全球運籌網絡。

「皮之不存，毛將焉附？」每一個台灣扣件業者都是吸取產業的奶水長大的。唯有健康的扣件業者，才有健康的扣件產業；產業發展若受困，單一業者亦難大顯身手而獨存。台灣要維持「螺絲王國」的美譽，有賴所有扣件業上、下游業者協同轉型升級，健康發展。為己、為扣件業、為台灣的未來、為了我們的下一代，讓我們共同致力提升技術、精進品質、開拓通路！