

汽車扣件產業的未來



文 / Sharareh Shahidi Hamedani

■ 市場現勢為何？

汽車的扣件用量會根據車型的不同而不一樣，數據顯示每輛車大概會用掉5,000到7,000顆扣件，本文我們假設每輛車的扣件用量大約為6,000顆。【下表】顯示從2010年至今的汽車生產量，簡易計算後我們可以大略掌握汽車工業的扣件使用量。

	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
汽車生產量(輛)	7,760萬	8,010萬	8,410萬	8,750萬	8,970萬
扣件使用量(顆)	4,658億	4,806億	5,046億	5,250億	5,382億
成長率(%)	-	3%	5%	4%	2.5%

根據本文假設，每顆汽車扣件的平均價格為2分美元，所以汽車扣件市場的總產值大約為100億美元，(各類)扣件市場的總值為800億，因此，我們可以推斷大約有12.5%的扣件使用於汽車產業。

報導指出，全球工業扣件需求在2018年之前將會以每年5.4%的幅度增加至938億美元，這項數據顯示「汽車扣件市場的成長率比工業扣件成長低，因此，這對想藉生產汽車扣件來擴大產量的投資者、企業主和經理人實為一項參考。」

■ 市場在哪裡？

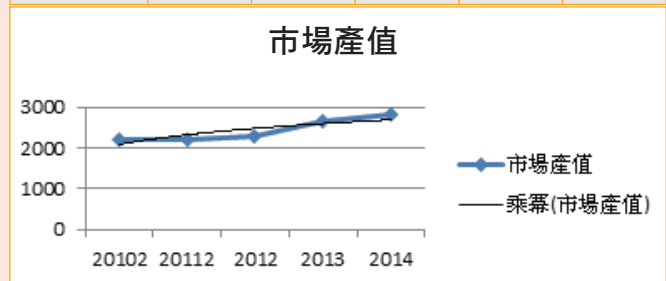
【下表】顯示自2010年開始全球前10名汽車扣件使用國，這10個國家的汽車扣件使用率佔全球75%以上。

排名	國家	2014	2013	2012	2011	2010
1	中國	142.3	132.7	115.6	110.5	109.6
2	美國	70.0	66.4	62.0	52.0	46.5
3	日本	58.6	57.7	59.7	50.4	57.8
4	德國	35.4	34.3	33.9	36.9	35.4
5	南韓	27.1	27.1	27.3	27.9	25.6
6	印度	23.0	23.4	25.0	23.6	21.3
7	墨西哥	20.2	18.2	18.0	16.1	14.1
8	巴西	18.9	22.3	20.4	20.4	20.3
9	西班牙	14.4	13.0	11.9	14.2	14.3
10	加拿大	14.4	14.3	14.8	12.8	12.4
前10名總合		424.3	409.4	388.6	364.8	357.3
全球		538.2	525.0	504.6	480.6	465.8

單位：10億(件)

中國

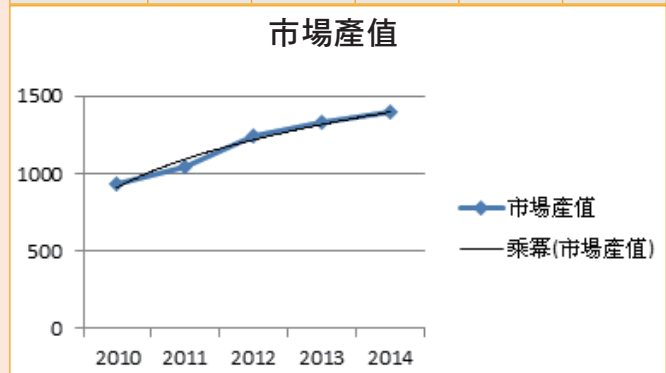
年度	2014	2013	2012	2011	2010
市場價值(百萬美金)	2,846	2,654	2,312	2,210	2,190
成長率(%)	7.3%	14.8%	4.6%	0.8%	-



中國汽車製造商自2011年開始，生產能力大幅提升，中國汽車扣件使用的市值成長為工業成長的3倍，使該市場成為汽車扣件製造商的活躍市場。

美國

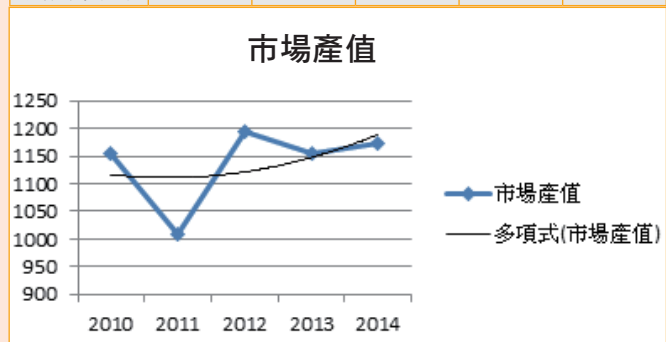
年度	2014	2013	2012	2011	2010
市場價值(百萬美金)	1,400	1,328	1,240	1,040	930
成長率(%)	5.4%	7.1%	19.3%	11.9%	-



美國是汽車扣件的第二大市場，市場呈現成長狀態，然而，自2013年以來其成長速度已經減緩，不過對汽車扣件製造商來說，仍是穩定市場。

日本

年度	2014	2013	2012	2011	2010
市場價值(百萬美金)	1,172	1,154	1,194	1,008	1,156
成長率(%)	1.5%	-3.1%	18.4%	-12.8%	-

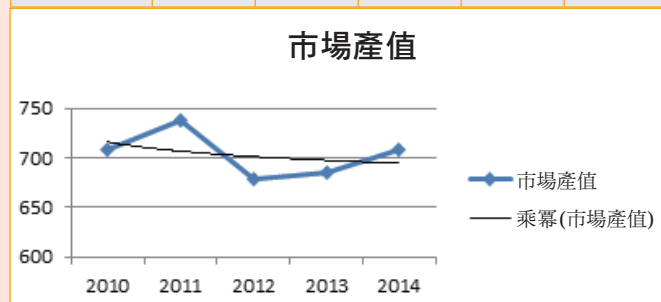


日本汽車工業過去經歷了汽車扣件產業的巨大波動，但近幾年我們可看出日本這個市場已有成長。

根據市調公司J.D. Power報告指出，雖然日本有眾多知名汽車品牌，例如：豐田、日產等，品質和可靠度的標準歷經多年轉變，日本汽車已跌落到低於平均產業水平，這也進而造成日本汽車工業的衰退。

德國

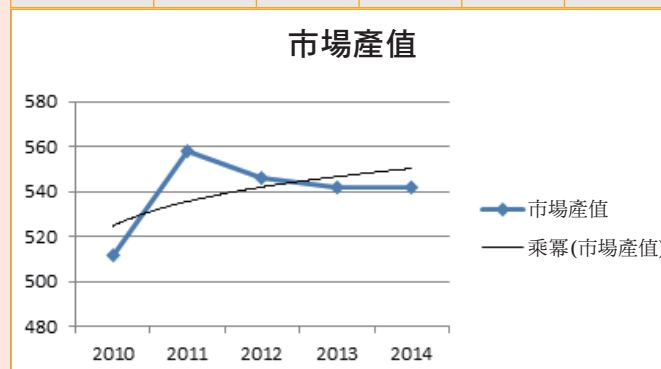
年度	2014	2013	2012	2011	2010
市場價值 (百萬美金)	708	686	678	738	708
成長率(%)	3.3%	1.2%	-8.1%	4.1%	-



德國汽車市場受到2012年的通貨膨脹衝擊，儘管花了2年的時間，汽車製造商依然無法翻轉他們的銷售額，而這對汽車配件市場有直接的影響，依我們的看法，我們認為德國市場在未來幾年會有負成長的狀況。

南韓

年度	2014	2013	2012	2011	2010
市場價值 (百萬美金)	542	542	546	558	512
成長率(%)	0%	-0.7%	-3%	9%	-

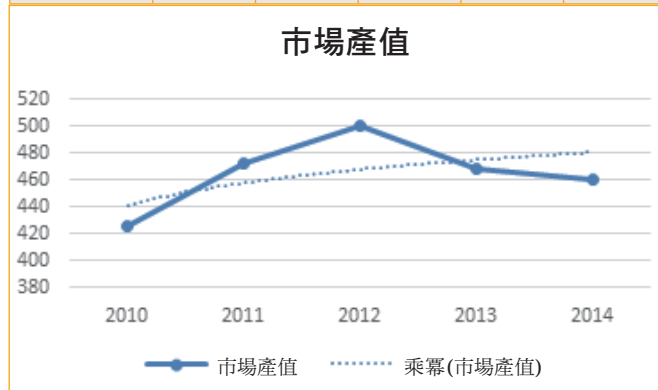


根據上表統計，南韓近年的市場成長為零，此現象的主因為南韓人民的喜好改變，現今，高級進口車像是BMW、賓士和凌志的汽車數量不斷增加。與5年前整個市場被現代和起亞這兩大韓國國產車牌壟斷的景象形成鮮明對比，韓國汽車製造商嘗試以提升自家車款的品質來補足詢單減少的缺口，儘管他們幾乎成功了，但高品質卻低價的策略對韓國汽車製造商來說是危險的，這也將是他們要面對的最大挑戰。

印度

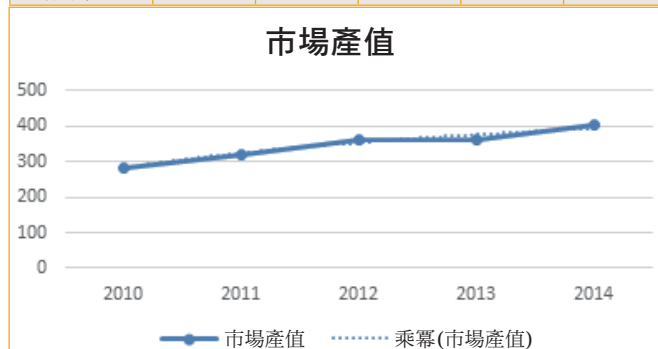
印度在2012~2013年間經歷產量衰退，但到2014年印度幾乎控制住衰退的趨勢，因此，目前印度市場的斜坡曲線呈現較為和緩的狀態。

年度	2014	2013	2012	2011	2010
市場價值 (百萬美金)	460	468	500	472	426
成長率(%)	-1.5%	-6.6%	6.3%	10.4%	-



墨西哥

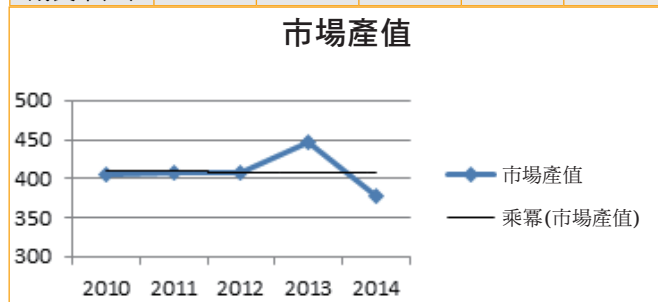
年度	2014	2013	2012	2011	2010
市場價值 (百萬美金)	404	364	360	322	282
成長率(%)	10.2%	1.8%	12.0%	14.5%	-



上表顯示，墨西哥汽車配件市場在過去4年內已成長2倍，我們推斷奧迪、日產等知名車廠在墨西哥投資設廠為其成長主因，因此，墨西哥的配件市場成長得以驟增。

巴西

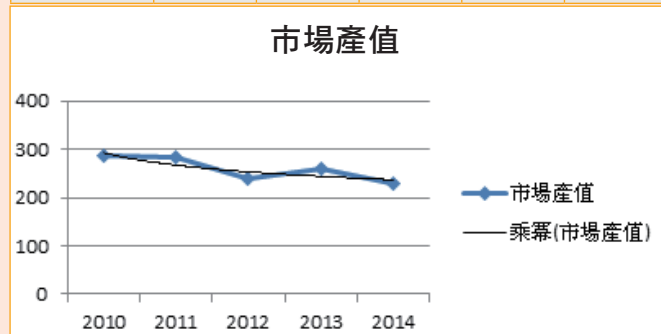
年度	2014	2013	2012	2011	2010
市場價值 (百萬美金)	378	446	408	408	406
成長率(%)	-15.3%	9.1%	-0.2%	0.8%	0.8%



2010至2012年巴西市場處於幾近零成長的穩定狀態，2013年回復市場繁榮，但在2014年時，巴西市場突然停止大幅成長，主要原因可能是因為巴西汽車市場受宏觀經濟環境衰退和缺乏消費信貸所致。

西班牙

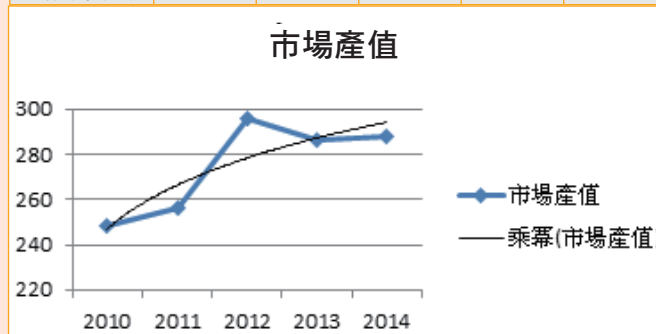
年度	2014	2013	2012	2011	2010
市場價值 (百萬美金)	228	260	238	284	286
成長率(%)	-12.3%	9.2%	-16.2%	-0.7%	-



西班牙是歐洲第二大汽車生產國，僅次於德國，但在2010年後就呈現負成長。

加拿大

年度	2014	2013	2012	2011	2010
市場價值 (百萬美金)	228	286	296	256	248
成長率(%)	0.6%	-3.4%	15.4%	3.2%	-



根據上表，加拿大汽車扣件市場有驟然增長的趨勢。

總結

汽車扣件市場從2010年至今的數據，被解釋出現整體衰退的現象，但汽車製造商的產量每年成長大約3.5%，整體汽車市場狀況是不錯的且對汽車製造商來說也夠大，可供扣件製造商做為進入和滲透地區的分析使用。以市場大小來說，我們建議台灣扣件製造商，特別是新的製造商，把目標放在亞洲市場，而北美洲、歐洲和南美洲可以設為下一個目標。

印尼市場及扣件產業概況

文 / Shervin Shahidi Hamedani

前言

印尼的地理位置處於印度洋和太平洋之間的東南亞區域，周邊圍繞馬來西亞、新加坡、東帝汶和巴布亞紐幾內亞。全球貿易有很高的比例是經由麻六甲海峽串聯印尼沿海、南中國海和太平洋海域來轉運。印尼有豐富的自然資源、礦物、油及豐饒的土地來支撐農業產品。因為這些資源以及印尼島位於印度和東方的中心位置讓印尼不管在歷史上或在今日對外國貿易商、統治者和投資者都有相當大的吸引力。

印尼是東南亞最大的經濟體，除了國內消費基本盤夠大，且經濟呈現成長深具投資潛力，中產階級也大幅度增長，比例從2003年佔總人口比例的38%成長至2010年的57%(超過1億人口)，每年更以700萬人的速度增加。薪資成長和雇用率的改善，預期可以持續支撐印尼消費市場。該國自然資源的充足以及來自中國、印度和其它快速擴張經濟體的強大需求，長期來看都有利印尼的發展。

印尼的國內生產總值佔全球經濟的1.40%，工業部份佔這部分最大比例(國內生產總值的46.5%)。國家產業發展的長期目標是讓印尼成為「世界中一個強大的工業國家」，並以「印尼2020年成為嶄新工業國」為願景。這意謂著，到了該年度印尼的國家工業能力會被國際社會認可，為未來強大的現代化經濟形成結構性基本盤，成為以人民所需為導向之經濟體的媒介。

工業最重要的部分是生產，一直以來也是推升成長的主力(佔總產出的24%)。採礦和採石約佔12%、建築佔10%、電力/天然氣/水電供應佔0.75%。服務業佔總國內生產總值的38%。服務業中最重要的區塊是：貿易、旅館餐飲類(約佔國內生產總值的14%)；交通和通訊(佔國內生產總值7%)；金融、房地產和商業服務(佔國內生產總值7%)和政府服務(6%)。農業佔剩餘的15%。