

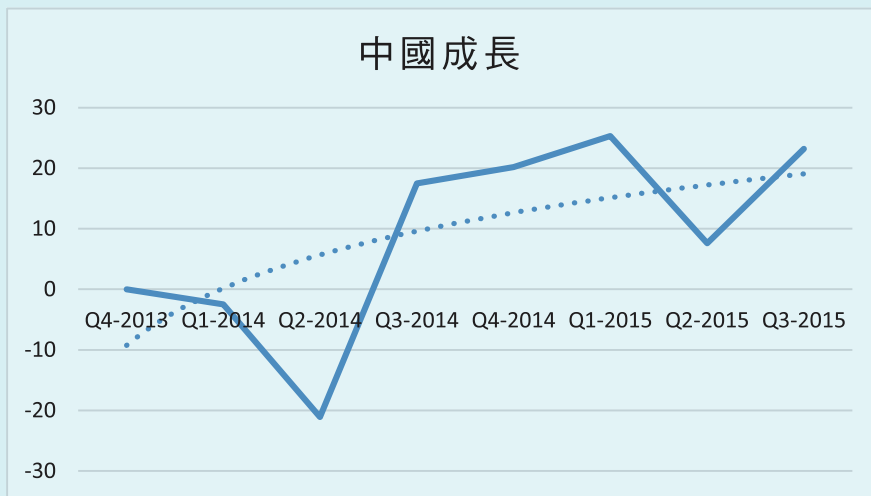
中國	2014年Q1	2014年Q2	2014年Q3	2014年Q4	2015年Q1	2015年Q2	2015年Q3
與前一季相比的成長(%)	-2.5%	-18.6%	38.6%	2.7%	5.1%	-17.7%	15.6%
累計成長(%)	-2.5%	-21.1%	17.5%	20.2%	25.3%	7.6%	23.2%

工具出口負向成長趨勢，預測接下來幾季都會是負成長。2015第4季約會有1%的減少。

中國做了甚麼？

報導指出中國經濟成長趨緩了。另一方面，中國的工具出口值比世界的平均值成長高出兩倍。而工具出口方面，除了中國以外的另三大國家目前則呈現緩慢成長或負成長。問題是中國工具製造商是如何達到這成功目標的？雖然中國工具出口的成長趨勢變慢了(見右圖)，這是因為受中國經濟趨勢影響。分析師認為，中國工廠係透過以下3項關鍵因素來達到市場地位的鞏固：

1. 改善生產力和效率，是許多中國工具製造商維持獲利能力的關鍵。
2. 技術影響。
3. 低價和普通品質。



THE UNITED STATES

MEXICO

墨西哥整體產業 成長帶動扣件業 商機看俏

文 / Steven Rainwater

墨西哥目前的表現說真的出乎意料。也就是說，當大家討論的是製造業時，沒有人真正會料想到墨西哥會在這個議題中佔據很重要的位置。不過拉丁美洲正穩定地成為製造業的動力來源。對那些目前還在觀望尋找一些刺激且對許多市場都有豐富經驗的扣件業人士來說，墨西哥也許正是個不錯的目標之一。

多虧墨西哥的策略位置以及來自美國和其他國際製造商多年的穩定投資，墨西哥的製造業正呈現著健康的成長趨勢，也使墨西哥「製造寶地」的名聲開始不脛而走。汽車廠商是首批投資者，對於創造堅強供應鏈、先進設備、先進技術和可隨時上工的人才庫提供了絕大的貢獻，這些動能也正在延伸至其他產業。

墨西哥之所以在目前全球經濟環境中逐漸成為眾多國際廠商鎖定的策略發展標的有許多特別因素。因此究竟是甚麼原因讓墨西哥在現今變得如此令人感

興趣？目前的扣件環境和商機又是怎樣的情況？

|| 墨西哥成長中的動能

墨西哥最關鍵的優勢或許是地理位置，其與大北美消費者市場的密切連結使其可以從物流面獲得各種利益。美國製造商在20年前看重新興市場潛力及合理製造成本等優勢紛紛前往中國投產。但因為有很大的成品比例仍是回銷北美市場，許多美國製造商公開表示到中國設廠並不如預期中

的具有高獲利。有些再從中國遷廠回北美的製造商將墨西哥選為策略地點。此外想要打開新據點以服務北美市場的製造商基於許多正面因素，通常會慎重地將墨西哥納入考慮。

墨西哥有非常具成本競爭力的勞力來源。當墨西哥生活品質因為商業成長和產業發展所產生的較高工資而持續上升時，中國的生產薪酬相較之下有些時候也出現指數型成長，在有些案例下甚至達到雙倍數結果。此外中國出口至北美的產品也受運輸成本和交期所產生的利潤下滑影響。位於墨西哥的據點可以明顯幫助減少運輸至北美市場的成本，藉以達到更好的競爭力。墨西哥的整體薪酬據說目前比中國低30%。

另一個成本優勢方程式中的元素是自由貿易協定。墨西哥比全球其他國家簽訂更多個的自由貿易協定，甚至比中美兩國所簽訂的加總還要多。據媒體報導，墨西哥的自由貿易協定包含44國，美國有20個自由貿易協定，中國則是18。基於此原因，打算在北美那邊尋找商機的廠商也許也會發現把據點設在墨西哥會有明顯的成本優勢。

墨西哥正在把當地的供應鏈根據其產業特性集中在特定的地理區域。所以零組件廠商普遍與大型組裝廠或分散的製造廠距離相當近，有助促進訂單回覆和縮短交期。這也讓墨西哥可以對特定產業提供大量的專業技術。汽車和家電是墨西哥成長最高的兩大產業，但該國的建築、石油、機械建造和塑膠產業也有很強盛的發展，航太領域也正在發展中。

墨西哥對製造商來說是很吸引人的地點，因為已經有完備的基礎建設。現代化的工業園區陸續出現且廣大的土地也因主要組裝廠進駐而獲得開發。例如，16個墨西哥州郡現在已經有專營航太部件和組裝件的廠房；自2008年起，許多航太業工廠都在該國設立營運，除此，墨西哥汽車產業年營收超過700億美元。

媒體2月初曾報導福特汽車計畫在2018年前將透過拓展現有廠房產能和設立一座新廠的方式把墨西哥汽車產量擴增兩倍，讓現有出口產能增加50萬輛。因此San Luis Potosi 週邊區域將持續成為福特供應鏈的焦點。有家扣件相關產業也回應這個擴展計畫，也就是日資Topy Industries在2015年4月的新聞稿宣布將設立新公司並在San Luis Potosi 設立新廠房來支持成長中的汽車市場，特別是「美洲」市場。

|| 墨西哥的扣件消費

這也是扣件製造商和銷售團體對墨西哥製造感到興趣的重要因素之一。墨西哥消費很明確地與美國工業扣件消



費有緊密關係。因為多數透過墨西哥工業生產模式所產製的產品，第一，並不是真的墨西哥製，也就是不是來自墨西哥本地成立土生土長的公司，再者，不是專為墨西哥市場所製，也就是在墨西哥組裝的主要工業成品(汽車、機械、建築零件、家電等)都是出口且主要是輸往北美市場。

墨西哥製造業回應來自中國的競爭，其中一個方式是增加較高階產品樣式的產能，像是已經提過的汽車、電子、醫療等其他組裝零部件。有金屬螺絲、螺帽和螺栓消費需求的工業製造廠商在許多案例中都在尋找可以解決其成長中需求和滿足更短交期的供應商。

所以墨西哥的工業扣件消費有兩個重要特色。首先，墨西哥使用的工業扣件(不論採購自哪裡)都有很大的機會可以進入美國市場。83%的墨西哥製造業產出主要是著重對北美出口(80%對美國，3%對加拿大)。每個主要汽車製造商在墨西哥都有投資。在墨西哥的商務關係可以作為在成長中美國市場取得市佔率的籌碼，但也可以成為獲取一些以美國市場為商機取向的平台。

墨西哥目前有一種強勢態度鼓勵從本地供應商採購扣件。當然美國最大的製造商在墨西哥皆有廠，但隨著需求持續成長，墨西哥本地的公司和工廠也紛紛加入。有一家墨西哥當地的產業採購目錄就曾列出約250家主要的螺絲、螺帽和螺栓工廠和批發商。

作為國際上扣件生產基地的中國和台灣透過本地合資供應產品，也尋求與批發商建立堅強的關係。因為墨西哥還有許多成長空間，來自該區的廠商也積極地尋找機會與供應商建立直接關係以及吸收當地批發網絡。在一些案例中，也有一些新廠房已經設立完成。

從2016年6月有場重要扣件展會的舉辦顯示墨西哥的扣件商機仍在成長中。從展商名單中可以發現亞洲製造商目前有多麼看重墨西哥市場。在撰寫本文時展商數就已超過200家，半數來自中國(61家)和台灣(21家)。這個數字幾乎等同美墨兩國目前的展商數(約80家)。當然也許很多北美或墨西哥廠商因為業務往來關係認為不需參展，不過許多亞洲扣件供應商(有些已在墨西哥有設點)把此展視為拓展業務的重要機會。

本文交稿前，2015年墨西哥工業生產扣件消費統計數據尚未完整公布，製造業的景氣顯示2016年仍會有持續一整年的動能表現。因為美國消費持續回彈，墨西哥將持續成為進入北美市場最佳的策略地點之一。