

台灣區模具工業同業公會 計畫成果報告

提報日期：107 年 10 月 19 日，(返國日期：107 年 10 月 06 日)

計畫名稱	2018 年日本機械要素技術展
展會時間	自 107 年 10 月 03 日至 107 年 10 月 05 日 共 3 日
地 點	日本 大阪
活 動 紀 要	
<p>一、本團於 10 月 01 日搭乘日航 JL-816 班機 12：15 由桃園機場出發，經 2.75 小時飛行時間，於 16：00 抵達大阪，出關後轉抵至下榻飯店 Check in 休息。</p> <p>二、10 月 02 日上午展商進場佈展，由於本展回展率高達 7 成，展商多為深耕當地市場，參展經驗豐富，運輸樣品都已在展商入場前就定位，輔以日本裝潢商細心精確的施工，佈展順利，偶有增租配備問題，裝潢商多能在 10 多分鐘內處理完畢，效率頗佳。展商均能在佈展日當日順利擺放展品，順利展出。</p> <p>三、在佈展當日，大會也針對初次參展廠商舉辦日本參展說明會，介紹當地市場，日本參展注意事項，攤位擺設的建議等，據參加的台灣廠商表示內容豐富且實用，如果是初次參加日本展會，強烈建議參加。</p> <p>四、10 月 03 日展會期間，台北駐大阪經濟文化辦事處經濟組何坤松組長前來關懷台灣廠商情況，逐家巡視，參展廠商均感受駐外單位關切心意；加上許多家台灣館展商均為多次參展，何組長與展商們閒話家常，讓廠商倍感親切。</p> <p>五、三天展期當中，可以看到台灣館展商使盡全力招攬訪客，攤位之間人潮多寡有別，但可以看出攤位上有日語人員，並出聲招攬的廠商參觀人潮較多，另外有實際樣品輔以日語說明海報的展商較能吸引訪客目光，展會期間陸續都有訪客入座洽談，據展商展後問卷表示展會效果/參觀人潮符合預期。</p> <p>六、本展今年已是第廿一屆舉辦，已成為日本關西最大的機械代工展會，根據大會提供的數據：今年展出廠商共 1380 家，包含國外展商 218 家(台灣、泰國、中國、南韓、越南、馬來西亞、新加坡、西班牙、義大利)總展出面積達 49,375 平方米，訪客人數：38,637 人。</p>	

「日本製造」，台灣代工

台灣廠商一直是日本企業代工的首選，相較於展場內其他國家館(泰國、中國、南韓)，當地買家多願意在台灣館尋找合適代工對象；台灣館廠商有 7 成是熟面孔，對日本企業而言，固定參展更代表參展商的企業經營穩定，公司有信譽，展商反應雖然舊客戶較多，但也有新客戶接觸，期待後續回台追蹤。

獨特的展場文化

日本市場因企業文化與社會風氣影響，形成獨特的參展文化：一切都為了方便參觀買家快速辨別，並提供買家所需資訊；海報設計上文案說明簡潔明瞭，攤位展出樣品實品，以明確數據說明相關技術賣點，相關實績或影片佐證等。

台灣館廠商必須適應的是：不要坐在攤位內打電腦、飲食、滑手機...，一方面如果潛在買家認為展商正在忙別的事(打電腦好像跟公司回報)，買家為了不造成展商困擾就會先離開(日本人不要造成他人困擾的文化)；接待人員以日語迎賓時，視線低於對方等等小細節都會造成第一印象差異，這部分需參展商多觀察日本廠商參展攤位的擺放與接待，並可參加大會所舉辦說明會，盡量融入當地文化。

「持之以恆」展商反映參展效果

因日本市場的獨特性，參加日本的展會需「持之以恆」，持續曝光多年後，日企才會考慮下小單測試，所以本展多是有意深耕日本市場的廠商，已持續參展多年，台灣館展商於今年展會期間都有陸續接待日商人座洽談。

據多家參展商表示：日商外包代工時都會長期觀察，先以小量測試，待外包商通過相關評估後，才會持續下單，一旦成功打入日商供應鏈，就會成為長期合作關係，雖然前期需要長期投入，但後續可維持相對豐厚的利潤。

時逢中美貿易戰方興未歇，日本企業陸續從大陸撤回至日本與亞洲製造，日商注重細節與品質，不以低價為單一考量因素，日本市場也是少數台商可以與其他國家正面競爭的市場，台商為日本市場代工的淵源深厚，注重品質與信譽的特性讓台商在日本市場佔有一席之地，唯獨需要持續在當地曝光，加深日本買家的印象，這就需要持續參展，廠商也希望國貿局能持續補助相關經費，以便減輕參展成本。





