

成果報告書

台灣區模具工業同業公會

提報日期：108 年 2 月 11 日

返國日期：108 年 1 月 19 日

計畫名稱	2019 年日本國際汽車零配件暨加工技術展
展覽期間	自 108 年 1 月 16 日至 108 年 1 月 18 日共 3 日
執行地點	日本 東京

活動紀要

- 展覽日期：16 January ~ 18 January 2019
- 展覽地點：日本 東京 (Tokyo Big Sight)
- 本會籌組台灣館共有 18 家廠商 19 個攤位加入台灣形象館展出
- 展出項目：◎汽車零配件製造廠、OEM ◎壓製製程技術/設備 ◎鑄造與鍛壓製程/工具
◎板金加工製程/技術 ◎各式表面處理及改性技術 ◎熱處理加工/技術
◎模具開發/製作/契約承包公司 ◎材料/成品/配件及製造工藝 ◎傳動技術
◎測試/測量 ◎傳感器製造等 ◎切削與研磨製程/工具

一、出發(1/14)：

因近年國人赴日相當便利，故今年團體行程未組成團，所以廠商皆自行前往東京參展，模具公會服務人員於 1 月 14 日上午在桃園國際機場第一航廈辦理登機，搭乘 12:50 國泰航空 CX450 班機飛往日本成田空港；於當地時間約 16:55 降落在成田空港後，辦理入境通關手續及提領行李，並於機場內購買巴士票，前往巴士候車站搭乘 18:50 末班的利木津巴士前往下榻飯店，抵達飯店約莫晚上 20:00 抵達飯店辦理入住手續，並預訂 1/19 返台從飯店到成田機場之利木津巴士。

二、佈展(1/15)

今年大多廠商選擇入住展館附近的商務飯店，步行約 10 分鐘路程即可抵達展館，對參展人員是便利的選擇，佈展當天參展人員相約於上午 10:00 於台灣館佈置展位、收取海運展品及裝潢驗收。進場時台灣形象館裝潢內部陳設、形象館 Tower 及配電已完工，家具也送至每個攤位上，只有少數燈具不亮隨即完成調整。

展品運輸方面，因配合的海運公司從台灣派專人來到現場協助展品進場作業，所以展品在上午 10:00 以前就已將展品運送到每個攤位，廠商入場後即可開始佈置攤位，整個佈展相當順利，台灣館廠商佈置約莫於 14:30 都陸續完成展品擺設。

三、展期(1/16-1/18)

2020 年因為東京奧運關係 Big Sight 展館將為奧運使用，本展今年相當幸運沒有被更換展期及地點，今年還是 8 個展館全開的規模，像 Hall7 與 Hall8 中間穿堂都被規劃成展位，今年參展廠商又再度爆棚擴大展出，展覽開幕當天一早就有很多參觀者排隊換證等候入場，在 10:00 開幕式後參觀人潮隨即湧現展場。

因本會與主辦大會合作多年，大會對模具公會算是禮遇，將模具公會籌組之台灣館放置於展館主入口大主走道上，訪客入場便可搜尋到台灣館位置，加強了形象館之聚焦，吸引進眾多參觀者佇足洽詢。

同一檔期台灣參展共有 5 個單位組團參展，分散於 Big Sight 各個展館之中，開展當天下午 3:00 台北駐日經濟文化代表處經濟組李佳靜課長輔佐蒞臨模具公會組團之台灣館，關懷參展情形並了解模具相關產業展出概況。

在展前本會有收到台灣貿易中心東京辦事處田中先生提供日本當地相關產業廠商

資料，公會也即時轉知參展廠商利用，開展當天下午吳俊澤所長及田中先生也抵達展場關心廠商展出情形，並與廠商交流日本經貿意見，參展廠商皆感謝駐外人員的貼心與用心。

Automotive World 2019 展出面積共計 17,000sqm，(含其他同期展會展出面積達 41,000sqm)，參展商共計有 1,061 家公司參與展出，展覽期間參觀人數達 37,657 人次；展出總面積較去年成長 3,630sqm，共計有 37 個國家參展，其中包括有台灣、美國、日本、中國大陸、韓國、德國、英國、匈牙利、以色列…等等。

Automotive World 與其他汽車零配展覽有所不同，它將汽車相關產業之項目及類別細分出 6 項大展，有模具暨加工技術、車用電子、電動車、輕量化、車載資通訊及自動化駕駛等，展出規模年年成長，今年總參展參觀人數達 116,244 人次。

因大會已將展出品項分類且於各自專屬展館中展出，參觀者能很快定位到自己想找或想了解之產品及館別，參觀者一入會場即可明確搜尋到目標，因訪客於入場時即已分流，進來參觀的人都是與展出品項相關之商社、有決策權的主管、專業技術工程師、設計工程師或採購人員等等，參展商可省去很多過濾訪客之程序。

此展為日本大型專業汽車零配件展覽，日商相關製造大廠當然也都沒有缺席，如 TOYOTA、NISSAN、HONDA、MAZDA、SUBARU、MITSUBISHI 等等不論是展出或是於展場中尋找合作夥伴，今年 7 館中更有 HONDA 展出飛機引擎，頗有跨足航太工業之姿，其展位剛好正在台灣館旁，同時帶入人潮參觀，台灣館也有所受益。

今年台灣館中展出的廠商有碳纖維零組件、鍛造零組件、精密脫蠟鑄造、零組件加工、鋁鍛壓品、金屬沖壓廠、塑膠射出成品、汽車電裝品、檢測儀器商等一同展出；有部分廠商已是由第二代出征拓展海外市場，但二代能有承襲就有技術並加入年輕的經營理念，總也能於異地他鄉闖出一番成績，走出台灣行銷全球。

日本民族的人格特性是態度謹慎、步步為營、默默觀察，若要爭取到日本公司之合作機會，是需要有耐心的長期培養與日本客人的關係，即是尚未曾下單給我們，但也要時常以信件關懷對方，贏得對方之信任，方可促成往後之合作契機；有多家廠商分享他們跟日商合作的經驗，即是上述之情形，通常日商會在展覽會中不動聲色的評估參展廠商多年，待對方確認你是可靠的合作夥伴後，再將訂單長期交予處理，以維護日本公司的聲譽與品質，像今年便有日本廠商來模具公會服務攤位詢問，要找去年台灣館參展的某家廠商，但很可惜該公司今年沒有再次參加展覽喪失了商機。

今年台灣館中就有 5 成以上是連續參展多年的廠商，其中不乏從第一屆就開始參加至今，今年參加的舊廠商如：王志、江興、沅宜、華龍、鴻成、詮鈞、榮璋、奇鈺、超詮、欽和、鑫中田等廠商，同時也有 12 家廠商也已確定續展 2020 年日本汽配展，本展對台灣企業拓展日本商機極具重要，期許能借助政府給予的補助及措施，將台灣傳產企業推向國際市場。

檢討與建議

檢討與建議：

- 1、本會籌組台灣形象館參展已連續第五年了，台灣館參展規模從初次的 9 個攤位逐年成長至今的規模，也逐漸受到我國相關產業供應鏈的生產製造商的關注，在展覽期間發現很多台灣廠商每年都會飛去日本參觀展覽，同時吸收新技術觀摩相關產業的發展。
- 2、因為模具公會每年都接受國際貿易之補助拓銷本展，模具公會也以台灣形象包裝台灣廠商，我想其實已把台灣形象深植到長期關注台灣廠商的日本商社的心裡，從日商來到公會詢問去年參展的廠商，即可得知，這也感謝國際貿易局一直以來對廠商的關照與支持。
- 3、裝潢部分因展出前各廠商與裝潢商針對攤位上的家具及陳設等細節有詳細的溝通，於佈展時方能順利完成，惟有開展當天公會攤位招牌版燈不亮，因大會規定直到下午 5 點裝潢公司 SAKURA 才進場修復。
- 4、展品貨運部分運輸公司有派人前往監貨，所以展品也在廠商入廠前即送至攤位，讓廠商進場後便能著手布置，真的很順利完成佈展。
- 5、本會籌組展出台灣形象館，同時也得到政府的經費補助嘉惠廠商，希望政府能持續支持，模具公會也期許藉由形象館之籌組，能協助更多的台灣中小企業，對日拓銷經濟市場有所助益。

展會實況











