

成果報告書

台灣區模具工業同業公會

計畫名稱	2019 年印尼國際汽車零配件展
展覽期間	自 108 年 3 月 20 日至 108 年 3 月 22 日共 3 日
計畫執行地點	印尼・雅加達

活動紀要

- 展出日期：2019.03.20-2019.03.22
- 展出地點：雅加達國際會議展覽中心
- 展出面積：35,000 平方公尺

●佈置會場

今年台灣共有 34 家汽機車零配件或週邊廠商前往參展，INAPA 印尼國際汽車零配件展以一站式的展會構思，現已成為東南亞最大的汽機車零配件展，對於想要在印尼開創商機和尋求發展合作的廠商，INAPA&IIBT 更是進入印尼市場最強力跳板。台灣館的裝潢及展品運輸由台灣廠商承包，現場均可即時提供廠商協助，讓佈展作業順利又快速。

●展出 3/20~22

開展第一天上午 10:00 駐印尼台北經濟貿易代表處經濟組蕭振寰組長與蔡京樺秘書偕同雅加達台灣貿易中心廖俊生主任赴展場了解廠商參展情形，並拜訪台灣館參展廠商，交流印尼汽車零配件市場情形。

另外蕭組長提及美國總統川普實施經濟制裁，加上美中貿易戰升級，擬對中國 2,000 億美元商品實施新關稅，使美元不斷走強，新興市場貨幣遭到空前重創，印尼貨幣也遭到賣壓襲擊，2018 年下半年印尼盾下跌近 8%，是 1998 年亞洲金融風暴以來首見。因此建議台灣廠商在對印尼報價時，合約除了採美元付款外，也可以備註彈性使用歐元或人民幣做為付款的條件，增加合約報價成交的優勢。

有多家廠商看好政府的新南向策略，積極佈局，其中博昌公司生產引擎汽門及汽門導管等產品，藉此次展覽，邀約已經有段時間未再下單的客戶於展場聚會，其實該公司的產品品質良好，就是價格部份尚需確認，展會期間相談甚歡，同時博昌公司也針對報價再給予折扣，因此該客戶當場允諾將重新下單，預估有 3 萬美元，是一個好的開始。懋懿公司的警示燈及倒車喇叭，也在現場成交了 2 筆訂單，同時原本的客戶也親自到展場洽談，成效極佳。謙淳公司的機車避震器活塞環、導環及無級變速自動離心 CVT 離合珠，主打高品質及低成本，在台灣也是三陽及光陽等機車大廠主力配合廠商，本次除了現場的展示產品獲得許多買主青睞外，更有一筆 3-4 萬美元的訂單進行詢價中，成交機率很大。元資公司現場展示的電源捲線器及 LED 工作燈也吸引眾多的 buyer 詢問，更把現場展示品全數售出，並有多家印尼廠商有意願代理其產品銷售，廠商對該展的買主專業性十分讚許，也覺得持續參展是拓銷產品最有利的管道。

●結語

- ①台灣是印尼第 11 大出口貿易夥伴，印尼是台灣第 10 大進口貿易夥伴。印尼是全球第 10 大進口來源國，占全球總進口來源金額的 1.95%。今年上半年，台灣投資印尼達 2.94 億美元，較去年同期成長 206%，且超過去年全年的 1.49 億美元，顯示雙方互為重要經貿夥伴。
- ②現今全球經濟走緩，台灣與印尼的雙邊貿易額卻有不同表現，尤其今年 1~5 月總額達 34 億美元，與去年同期相較，成長 17.28%；印尼享有貿易順差近 6.8 億美元，較去年同期成長 24.77%；印尼對台灣出口則成長 18.47%。
- ③印尼整車廠投資增加，帶動汽車零配件產業起飛，配合在地化採購的需求趨勢，除了現有日系車廠供應鏈，其他重要零配件廠商也將陸續前往印尼發展，所以印尼成為東南亞最重要的汽車生產及銷售國家，扮演全球汽車生產的樞紐，對其汽車零配件市場的需求不容小覷。
- ④印尼車輛工業所需機件，在當地生產的是可取得原料且需求較高的零組件，例如輪胎以及以鍛造、鑄造、沖壓方式生產之金屬零組件、蓄電池及射出、押出塑膠零配件等，至於車用電子化產品，底盤、引擎、傳動、轉向、煞車、懸吊系統零件等則大多仰賴進口，對台灣廠商而言具備相當好的切入點。
- ⑤汽車零配件市場倚賴進口：據印尼汽車製造商協會統計，目前印尼共有 12 個汽車組裝生產廠，僱用 2 萬多位員工，相關零組件業共創造超過 30 萬個就業機會。印尼幾乎沒有本土廠商 100% 投資的汽車 OEM 零配件產業，多為內外合資廠或日本、台灣或韓國業者投資之工廠。印尼政府已將汽車裝配及製造列為重點發展產業，工業部長 Hidayat 表示，未來 5 年印尼政府將積極推動汽車工業的發展，希望能取代泰國成為東南亞最大的車輛裝配基地。
- ⑥就政治而言，印尼總統大選將於 4 月 17 日舉行，爭取連任的現任總統佐科威對決大印尼行動黨主席普拉伯沃。民調機構顯示，佐科威仍獲得 53.5% 的支持率，值得注意的是，經濟改革和族群包容是這次總統大選競選活動兩大主軸。印尼盾去年歷經一波重貶，貶至 1998 年亞洲金融危機以來最低，對佐科威政府的經濟政策造成壓力。但是佐科威政府在各地大興土木，推動基礎建設，還是讓大家對佐科威的連任有極大的期待。但因為大選將至，開展第二天早上於展場外圍進行演習，軍人及警察由現場管制人車，使得當天上午的參觀者不得其門而入，廠商不免抱怨，造成參觀人員的不便，所幸當天下午演習結束，人潮陸續湧入展場，才讓大家鬆了一口氣。不過有關因演習舉行而造成展覽的不便，也把廠商的意見轉達大會，希望其改善。
- ⑦整體來說，今年的參展廠商有 1,020 家，有來自 28 個國家參與該展，其中台灣、印尼、大陸、韓國等國均以國家館方式展出。其餘國家亦自行組團參展，可知廠商對印尼市場越來越重視，展覽三天期間前來參觀的買主共計 23,000 人次。

檢討與建議

檢討：

- 印尼車輛零配件市場龐大，但主導印尼車輛市場的日系車廠體系頗為封閉，主要的 OEM 汽車零配件多為代理商或合資廠商所壟斷，在外國生產的日系汽車原廠零配件 OEM 供應業者亦甚難進入供應鏈。所以台灣業者要先透過在台灣或大陸之日本原廠介紹，並且在印尼設立工廠才有機會取得 OEM 訂單。
- 售後服務市場(AM, After-sales Market)，約有三分之二屬非正廠零件，目前大陸、泰國、印度等新興國家的汽車零配件業者以削價競爭逐步侵蝕市場占有率，台灣廠商需持續加強研發，運用新科技、新材料及新電子零件，提供具客製化之高附加價值產品。
- 印尼擁有國內市場潛力和自然資源，加上東協自由貿易區的實施，已取消泰國、馬來西亞、新加坡、汶萊、菲律賓及印尼等 6 個東協創始國之間的汽車及零組件 5% 進口關稅，從印尼出口汽車及汽車零配件至東南亞國家變得非常容易，其相關產業正處於超越泰國的絕佳時機。

建議：

- 先與在台灣日系汽機車廠建立夥伴關係，透過介紹在印尼熟識之日籍幹部，再以先進設備在印尼設廠，爭取 OEM 訂單。目前台灣的全拓、三能均以此模式在印尼成功布局，值得參考。
- 持續參加專業展覽，勿一曝十寒：印尼進口商記取過去 1997 年東南亞金融風暴之慘痛經驗，經營事業甚為謹慎，特別注重長久之代理夥伴關係，不似多數美國客戶僅重視短線之利潤。我國業者習於在展場立即接單，參加一次展覽未接獲訂單即撤退，如此將無法獲得潛在客戶之信賴。
- 加強對連鎖店拓銷：例如連鎖專業店、家用建材五金連鎖店，而大眾化的量販店(例如家樂福、Hyper Mart、Giant)則適合與進口商合作，打開銷售通路。
- 開拓高附加價值之汽車 AM 配件市場：台灣業者應擺脫對日系車輛零件之跟班模仿，運用台灣電子科技之領先地位，開發具高度附加價值之自有品牌創新配件，例如 GPS 追蹤系統、車用遊戲娛樂系統、防擦撞警告系統等。
- 為維持台灣與印尼雙邊經貿成長，不受全球經濟情況過多影響，台、印需更具戰略思考來建構雙邊經濟合作，以達共同成長目標。這是為何印尼鼓勵雙方推動經濟合作安排 (Economic Cooperation Arrangement, 簡稱 ECA)，專注貿易及投資，以做為雙方企業更容易拓展貿易投資的上層架構。