

與越南唇齒相依

柬埔寨市場露曙光

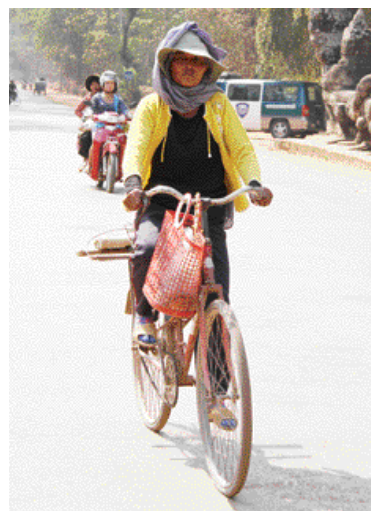
文、圖◎阮素琴



提到越南自行車業，就不能忽略了柬埔寨，因為越南 2005 年因 EU 的反傾銷成立，讓台灣組車廠移到柬埔寨設廠，目前有三家臺灣組車廠在越南與柬埔寨邊界（柴真省）的曼哈頓工業區和大成工業區，其中兩家在柬埔寨組車已有 6-7 年時間，加上柬埔寨輸歐零關稅，所以歐洲客戶相繼到東國採購自行車，甚至前兩年 Scott 將原本在印尼代工的大部份訂單轉移到柬埔寨，去年 Specialized 也將部分訂單移至柬埔寨，更引來臺灣和歐美自行車業的高度關注，大品牌效應更成為其它品牌的指標。目前在柬埔寨的三家臺商組車廠訂單都滿載，也持續增設生產線以滿足客戶加單的需求。

提到柬埔寨，多數人第一個想到的是吳

哥窟，因為擁有 1,500 萬人口的柬埔寨，其主要產業幾乎只有漁業和觀光業，其他產業都不強也未受重視。近年來則由於越南成車廠移往柬埔寨，且很多國際知名成車品牌都在柬埔寨組車，才使柬埔寨特別引起臺灣自行車業注意。



▲自行車在東國是交通、通勤和載重車。



▲柬埔寨的眾多古蹟每年都吸引無數外國遊客造訪，圖為電影古墓奇兵取景的塔普倫寺。



▲跨過越柬邊界後，映入眼簾的第一個柬埔寨建築物。

當地內銷市場未成熟

由於柬埔寨早期並沒有自行車組車廠，且國民所得低，所以一直都由日本進口二手自行車，價格約在 20-30 美元，至今在路上仍可看到日本的二手車。即使現在中國產的自行車價格較低，柬埔寨消費者卻仍偏好日本二手車，因為當地人認為，即使二手車也比中國製的車好。當地的內銷市場多以廉價通勤和載重車款為主，可看到有些車是 Giant 車架搭配「Kenda 前叉」，或是「MAXXIS 車架」，讓人啼笑皆非，可見當地市場仍未成熟，仿冒情形相當嚴重。

柬埔寨和越南的發展情形相似，但越南在經濟或生活水平都比柬埔寨好，越南騎乘人口逐漸增加，但柬埔寨當地人不愛騎乘，認為機車是財富的象徵；吳哥窟所在的暹粒，騎乘大多是通勤的學生，更多的是外國遊客騎乘遊古蹟，但當地人無法理解為什麼老外能忍受大太陽，騎大老遠的路去巡訪古蹟。

擁有出口歐盟的優勢

柬埔寨的柴楨省目前有三家台灣組車

廠，柴楨省是很貧窮的省，臺商剛前往設廠時，是沒有人煙的郊區附近有 12 家賭場（東國人民不能騎車進去賭博），但優點是距離胡志明市較近（車程約 1.5-2 小時），而這三家組車廠就是從越南移過去的。2005 年前越南已有許多臺灣臺灣自行車產業進駐（30 多家），後來越南被 EU 課徵反傾銷稅，成車出口大受打擊，零件也遭殃，使得當地成車廠被迫由越南遷移往柬埔寨和泰國或回臺灣。

相較於越南，柬埔寨經濟環境更顯落後，長久以來，貪汙、買官的印象深入人心，直到近幾年才慢慢的在改善。其優勢之一則



▲觀光是柬埔寨主要產業，到處皆可見外國人騎自行車的身影。

是當地勞工薪資較低，約 56 元美金，若包含交通費、餐費等約 80 多美金，若再加上加班費約 110-120 美金；另一優勢則是柬埔寨亦屬 ASEAN（東協）之一，東協零件 30% 的 Form A 都沒問題，不管「東協 +1」或「東協 +3」都將形成一個獨特的大型經濟體，對於想拓展東協內銷市場的廠商而言，不失為進入市場的機會。

柬埔寨的零關稅優勢吸引歐美品牌新繼前往採購，事實上，當地整體投資環境並不健全，潛藏的不確定因素很多，如供電不足，廠商都要自備發電機，且罷工問題嚴重，導致出口常延 1~2 個月甚至更久，且不良率高，零件也要從越南和中國與台灣進口；2011 年甚至還有多起暴力罷工，政府為了選票，也居中斡旋，一般都較傾向勞工；甚至今年年初更演變成聯合罷工，在工業區內多家企業都遭到罷工並影響交期，而每次罷工都是為爭取加薪的手段。有感於此，廠商都堅持原則不妥協，以免惡性循環。

雖然勞工成本較低，但即使經過訓練，勞工的素質相較還是較低，產品品質、良率較差，當然客戶會派人駐廠盯品質、交期與驗貨，長期會累積經驗、進步，因為客戶是最好的老師，不過在短時間湧入大量訂單



▲大成工業區內有兩家自行車廠。



▲東國當地悶熱乾季特別長，高溫常達攝氏 35~40 度以上，通常午餐後休息至 3 點才開始活動。

的情形下，廠商能否兼顧品質、交期，都值得深思。相較之下，中國較沒有這麼頻繁和嚴重的聯合罷工情況。

受歐美成車品牌的青睞

這些成車廠挾著出口歐盟零關稅的優勢，再加上自越南設廠就開始和 EU 品牌商合作，多年經驗已建立一定的信任和依賴，臺商在柬埔寨穩定且快速發展，是經過長時間的耕耘、努力、扎根才有現在的基礎，因受到越來越多國際品牌的青睞，據了解每一家都組車廠都有 3 條以上的生產線，並持續擴增組裝線，估計生產量每年都有 50% 以上甚至倍數成長，2012 年生產近百萬輛，今年則上看 130-150 萬；由於訂單滿載，且這些柬埔寨廠全部都只做外銷市場，甚至要有一定的量（例如達二萬輛）才接單；在許多國際性和歐美品牌的訂單不斷湧入的情形下，預期柬埔寨未來的訂單量可能也會再提升，但也將引來更多競爭者，如中國大陸。

值得注意的是，在柬埔寨生產的都是歐美知名品牌，包括 Scott、Specialized、

Cube、Winora…等，產品以入門款和中低檔為主；因為有當年越南受歐盟反傾銷制裁的教訓，現在業者都非常低調。目前柬埔寨只有成車廠而沒有零件廠，其零件來自越南、中國與臺灣，這也是單價高的原因，所以當地成車廠也希望臺灣零件廠可以到柬埔寨設廠，形成聚落；不過其中一家整車廠總經理也坦言，其實柬埔寨的罷工問題與不良率偏高，不適合零件廠投資。

業者認為，少了14%的關稅確實誘人，所以柬埔寨的成車廠能持續發展，且在不景氣中，消費者對於價格更斤斤計較，成車品牌要推出更平價的車款，當然成車廠就只能追求更便宜的成本。在現實而競爭激烈的市場中，價格成了最重要的前進方向。

新興市場分食代工大餅

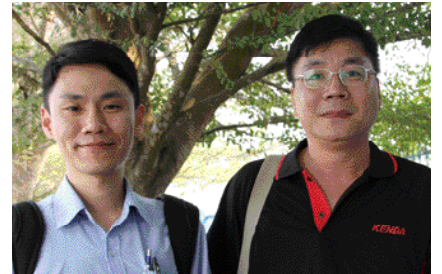
但歐、美品牌在柬埔寨 OEM 生產中階車



▲柬埔寨臺商成車廠廠房。



▲第文貿易的QC專員劉二銘，為客戶品質把關。



▲建大的業務也來柬埔寨拜訪整車廠，左為建大東南亞區業務邱呈瑞，右為建大越南廠營業部經理葉樹桓。



▲柬埔寨自行車廠內作業情形。

款，無疑壓縮了臺灣自行車業的空間。對於柬埔寨出口成車的成長，臺灣 TBEA 理事長羅祥安認為，柬埔寨主要的優勢在零關稅，但這單一的優勢不見得會長久存在；相較於只考量稅的問題，臺商更應著眼於臺灣和中國市場，與數十年打下的深厚基礎，眼光放遠、用心經營才是長久之道。

A-Team 會長曾崧柱則表示，臺商應著重於提高產品的附加價值，鞏固補修市場與 Dealer 客戶，服務要再升級，不應該每次遇到稅的問題，就遷廠，逐「低關稅」而居的經營模式，對臺灣自行車業整體來說，沒有很大的幫助。因此臺灣自行車龍頭大廠為讓臺商集中力量、深耕市場與加強服務，也對前往東南亞設廠的業者祭出禁令，如果零件廠到越南、柬埔寨等新興國家設廠，A-Team 將不再支持。

市場是自由而現實的，每一家都有不同條件和情形，大家還是應該做長遠的佈局、長期的考量，不應該只把目光放在稅上面，而忽略自身的優勢；要走出自己的路，就不能只思考價格和眼前困局，跨出困境就能看到曙光。



▲只要幾個小時的車程，就可以從胡志明市跨越越南邊境進入柬埔寨。



▲小吳哥是遊客必定要造訪的重要景點，早上看日出，下午看夕照。



▲南大門遺蹟壯觀宏偉，也是進入吳哥窟必經道路。



▲大吳哥也是柬埔寨的重要景點，許多外國人都會騎大象觀光。



▲柬埔寨汽油甚貴，所以很多人都會買路邊這種品質較差但較便宜的汽油。



▲洞裡薩湖是東南亞最大的淡水湖泊，水上人家是其獨特景象。



▲路邊停放的GIANT自行車。