



從華東台商 看大陸內銷市場

中國大陸有十三億的官方統計人口，消費市場存在著相當大的潛力，在基本民生、物資都很充足的今天，雖然基本的兩輪車有其存在的必然價值，但傳統的自行車卻早已不能滿足人們的需要。因此，當台商前進大陸市場時，該推什麼樣子的產品？該如何定位自己的產品？經營策略又應該如何規劃呢？且聽聽前輩的經驗作為參考。

圖、文◎曾聖恩

來到人生地不熟的大陸，到底市場在哪裡？利潤又在哪裡？大公司該怎麼節省成本？又該如何營造品牌？其實不論大小公司都在這個市場上磨練出自己的生存法則，而有些新前進大陸開拓市場的廠商更要仔細地研究自己的經營方式，權衡利弊與得失。在根留台灣的口號之下，但台灣產業的外流卻勢不可擋，畢竟商場是現實的，以成本論輸贏，外移之際，台灣企業又該如何根留台灣？

前進大陸停看聽

事實上，在長遠市場以及成本的考量上來說，中國大陸是台灣廠商不落人後的第一選擇，破除兩岸看似近卻又阻礙重重的交通及政治問題，台灣廠商們還是各個不約而同地在大陸相見了！說是緣分，更是一種無奈，因為沒有人願意離鄉背井，離開家人，但各個事業

的延續和家族的興衰都是台商們的責任，儘管部分人士高喊企業留步，但在沒有更有效的策略之下，也無法喚回廠商們的外移腳步。

大陸的發展環境困難重重，但有心經營的廠家仍然可以把握住機會穩紮穩打，就像有一些廠商會將品質及消費者利益擺在第一，也就是所謂的「別與群眾為敵人」，從減少客戶抱怨的產品返修著手，及出廠前的品質嚴格把關，甚至是教育顧客如何正常的使用產品，相信在降低負面的狀況發生之虞，還能讓產品品牌有正面加分的作用。

另一方面，電動自行車市場在中國成長的速度驚人，預估明年的相關零配件也會有相當大幅度的成長，因此配件廠商們更應該確實地做好準備，並期許更多的廠商陸續研發更多專屬於電動自行車的配套零件，以帶動這個在中國的特有產業，讓大陸台商們佔得一片天。

市場定位清晰的信隆

中國電動自行車趨勢的改變減緩，但生產銷售相關零配件的市場卻持續不斷成長，而交通法規也將會對國內幾家較大的品牌帶來更大的優勢。據信隆公司太倉廠黃協理表示，電動車返修率已降至相當低的 20%，但更多小廠在沒有自己的技術之下，只是將電動車任意配套組裝，其返修率估計可能高達 50%。因此台商們如果進入電動車產業，就必須具備相當的技術條件，以減少未來產品的返修率，並真正進入大陸市場與國內品牌廠商競爭。

談及蘇州地區的折疊車市場，黃協理認為，在經濟成長的過程，一般群眾對於新鮮的東西都相當有好奇心，時有發生產品搶銷的狀況，但是否能持續成長就很難預估，如 MTB

在中國的市場因為沒有很普及地推廣，讓多數人還是將自行車定位在一般通勤使用，因此 MTB 在內銷上進步的非常緩慢。而南京展也有些廠商推出一系列的折疊車，在展會上也有拿到訂單，樣品甚至被一掃而空，但大家仍是要冷靜的思考，如何才能夠繼續讓這樣的熱潮與新鮮感延燒下去。



▲信隆太倉廠主要生產車把、座桿、豎管、前叉等產品。

英隆自行車配件廠

行銷服務部台幹陳淑芬認為，英隆在大陸以生產自行車配件為主要項目，目前內外銷比例為內銷六成供貨給組車廠，四成零件直接出口。從今年參加的展會可知，各方焦點已落在幾個國內大廠品牌上，但零配件廠商卻是幕後功臣。以大陸地區內銷的比重來說，較具成長空間的電動車配件部分，這也是台商比較弱勢的部份。

英隆未來將因應內銷市場需求，開發符合市場需求的電動自行車配件，提高在中國內銷電動車的市場比例。而對台商進入電動車領域，現階段的確是個很好的分水嶺，而有了確切的電動車規範和明確的市場，勢必在電動自行車的數量方面將會有更大的突破。

至於人才運用方面，大陸在人力上面的確有其數量上的優勢，英隆對於留

住好的員工也採取非常遠觀的做法。由於人員的流出及回流都是公司成長的一種指標，因此英隆採取給予員工較佳的工作環境與機會的作法，以降低流出率並有效提高回流率。企業的生存靠員工全體努力，而員工的未來也在公司，其良性的互動與向心力是英隆成長的要素。目前在大陸的人力運用較無法達到所期望的高效率，須透過不斷的提升員工技術和能力。在擴大企業版圖之際，如何有效的運用並穩定人力資源，則是相當重要的成功關鍵。



▲英隆昆山廠在大陸以生產自行車配件為主要項目，六成產品供貨給組車廠，四成零件直接出口。

常昌貿易

常昌邱恒裕經理表示，以前雖然有 17% 的出口退稅優惠，但這張大支票卻難已兌現。再加上外銷所要求的條件相當多，對中小企業來說除了退稅難，處理外銷業務的花費更多。因此透過官方外貿單位來運作出口的業務，雖然沒有退稅的優惠，但卻可以為中小企業減輕壓力。今年中國改退稅 13%，除了可降低中國在外銷退稅上的一部分壓力外，也加快了退稅速度，但降低退稅額度後的 4% 又將轉嫁到客戶的身上，這樣實質的幫助卻不明顯。

目前中國正在大力的建設，而政府強大的建設背後，應背負的債款卻是值得重視。依目前人民幣對美金的匯率來說，雖然中國仍會維持目前的匯率，但仍然可以看見國內民生物資的上漲，如大米因開放市場價格競爭，已從原本的幾毛錢變成一塊多的單價，進而帶動其他的鋼鐵、煤礦和水泥等價格都跟著上漲，人民幣即出現貶值的現象。

再說，在歐美紛紛要求人民幣提高價格的同時，大陸領導們以開放國內物價的政策，讓人民幣在這個平衡點上把持著，短期來看也許明年會有些波動，但相信很快又會回到一個固定點。這對計劃經濟中，維持一個良好投資環境與吸引外資佔了相當大的要素，人民幣的升值對投資者來說是相當不利的條件，但面對國外市場壓力過度的調節，人民幣匯率變得勢在必行，因此今年下半年來中國似乎有意的放出匯率軟化的訊息。而在原訂兩年不變的策略下，大陸將會透過內部物價來舒緩壓力，兩年後仍保持良好的投資條件，以吸引外資，並發展內需市場。



▲常昌邱恒裕經理表示，中小企業可透過官方貿易單位，來減輕外銷出口的壓力。

盛荃機電（傑士樂電動自行車）

盛荃機電工廠座落於小虞河南路對岸的妙燈村，在昆山已經有四年時間，且具有電動車合法生產許可證，並可從外觀車體、控制器與無刷馬達的自行生產開發。原本就規劃生產整車，並備有組裝線和噴漆塗裝線的盛荃，在面對電動車的激烈市場競爭，尤其是外觀及造型上開發成本加重，但一部份產品並不適合國內市場的現況，盛荃以著重在無刷馬達（電機）及控制器為主要生產零件，供應其他電動車組裝廠。而盛荃掌握關鍵性零件的策略，值得有意進入電動車產業的業者參考。

林慶福總經理表示，即使中國電動車具有相當大的發展潛力，但貿然地進入而沒有掌握

一定技術，是很容易失去競爭能力。在大陸一切都講求「大資本」的運作方式，並不是台灣中小企業所能抗衡，挾自身有利條件以小搏大，才能在萬變的市場取得立足之地！目前為止，盛荃主要供應耀馬公司無刷馬達和控制器，對明年度新法規上路也深具信心，因為這對合法生產的廠商有較多的保障。



▲林慶福總經理（右）和連錦玉副總經理（左）。