

尋找新競爭優勢



由於中國大陸需求的持續成長，主要大城市不斷推動各項重大工程並積極建設，加上各地房地產（建屋）與民生消費（汽車）的買氣持續暢旺，讓鋼鐵等原材料出現龐大的需求缺口，也造成鋼材等原物料的價格居高不下。鋼鐵的原物料價格從去年就開始飆漲，迄今漲勢仍未停歇，這半年來在鋼鐵、鋁錠及塑化等原料價格持續飆漲的影響下，全球業者都面臨成本上漲的壓力，雖然多數廠商透過生產流程合理化及更嚴格的內部控管來降低成本，仍然無法全數吸收匯差、原材料及零件價格上揚的成本，所以很多廠商都趁今年的台北展與上海展期間與買主溝通調漲價格幅度以反應成本的劇增。合理的調整價格以反應成本是必要的，因為企業必須要獲取利潤才能永續經營，但漲價不是一廂情願的事，有些業者為了不再虧損而強勢漲價，結果客戶跑掉了七八成，所以業者在調漲價格之前最好能先與客戶溝通，並分析成本增加的情況讓客戶了解，如此一來，相信漲價的阻力會比較小。

台北展之後接著轉戰天津展跟上海展，明顯感受到大陸自行車產業蓬勃發展且積極與國際市場接軌的態勢。其中，上海展的突飛猛進更是令許多人驚訝，比起台北展 1,800 多個攤位，上海展的展出攤位數已超過 3,200 個，大型廠商的攤位裝潢與氣勢更不輸台北展！今年參觀上海展的國外買主不少，許多中南美、東歐、東南亞、美國，甚至蘇俄的買主都紛至沓來，再再讓上海展以及大陸的自行車業者與國際市場接軌。中國大陸去年的自行車出口總量已突破五千萬輛，近三千萬輛的廣大內銷市場也是兵家必爭之地，不難發現，現在在大陸的台資企業普遍都有很深的危機感，大家都希望能與大陸的產品有區隔與差異，以立於不敗之地。這些年陸續採訪許多在大陸投資的台商，不難發現，很多過去的成就，可能成為現在的

包袱；早去投資是優勢，卻也有沈重的負擔。過去到大陸投資，「人到」、「錢到」

就可以了，現在面對激烈的競爭，還要「心到」和「專業到」。台商在大陸，特別是在上海，已經沒有明顯的優勢了，記得某位台商曾說，2000 年以前，到上海的台商還有錯的權利；2000 年以後，到上海的台商已沒有錯的權利。如果還想再錯，可以到二線城市去，但是再過兩、三年，二線城市也沒有錯的機會了！由此可見，未來企業在大陸要持續發展，只有三條路：就是積極創新研發、建立品牌與通路、朝國際化邁進！中國，已經成為世界工廠；中國市場，全球企業都躍躍欲試；但是中國的風險，看不到的不表示不存在。想要深耕中國，必須知己知彼，更要了解中國經濟的現狀與未來。

鴻海集團總裁郭台銘曾說，企業經營要有「三局」，包括格局、佈局、步局，每走一步都要經過思考，且要花時間練基本功。人生本就是一連串的競爭，唸書要競爭、追女朋友要競爭、找工作要競爭、升遷要競爭、經營企業更要面對競爭，互相的競爭可以保持個人或企業的危機意識與活力，並刺激個人或企業力求突破與領先。面對全球化的競爭以及大陸的急起直追，相信台灣企業現在努力，為時還未晚，因為台灣的某些相對優勢，還是存在的。台灣在自由環境下產生的文化創意、國際化的全球佈局與視野、科技上的突破與競爭力、資訊的高度流通、經營管理上的卓越觀念以及深厚的專業技術等等，都還比大陸超前一步，讓台商還有空間去思考未來的出路。大家千萬不要只想著製造產品，而應該將周邊相關的服務與產品一起結合，不只是製造零組件，還要提供整合的運籌服務與供應鏈管理。 ■