

市場拓銷： 善用北美扣件經銷商優勢

扣件產品要打入北美市場有幾種途徑，這些管道包括銷售其在北美生產零件的製造商、從製造商或其他經銷商處採購零件（有時還提供加值服務）並轉售零件的分銷商和零售商，以及採購零件並轉售的零售商鋪，如：五金店和大賣場建築用品店。每種進入市場的管道都不盡相同，並為具有不同需求的客戶提供價值。本文將重點介紹扣件經銷商，並探討北美地區常見的不同類型經銷商。

在探討不同類型的經銷商之前，必須先瞭解經銷商為何能在北美市場取得成功。換句話說，為什麼不是所有扣件都是採直接透過製造商的方式進入市場？與大多數此類問題一樣，主要答案在於經銷商能為市場提供的價值。**經銷商通常為客戶提供以下解決方案和價值：**

1. 供應少量零件：

根據經銷商類型的不同，許多經銷商都備有大量不同的零件。事實上，許多經銷商都會製作和保有一份這類零件的「清單」，以便任何潛在客戶查閱。如此一來經銷商就能同時滿足少量和大量的訂單，有時甚至只有一支零件的訂單也行。當然，備有這些零件可能意味著長期持有庫存。持有這些庫存可能會產生巨大成本，且意味這類少量零件的銷售通常必須加價許多。

2. 支援對製造商來說不具戰略優勢的客戶：

對於許多製造商來說，每個零件編號和製造商所維護的客戶都有固定成本。如果製造商擁有過多的小客戶或無利可圖的客戶，他們可能會需努力掙扎才能生存。因此，精明的製造商會不斷審視他們的客戶，並從客戶群中剔除利潤較低或不具戰略優勢的客戶。事實上，有些潛在客戶的採購量可能很小，或者其零件組合缺乏吸引力，以至於無法吸引直接的製造來源。對於經銷商來說，這可能不是問題，因為他們習慣將對同一零件進行多次少量採購的多個客戶組合起來，以產生「單一但更大量」的綜合需求。

3. 管理客戶需求的能力：

一些客戶，尤其是擁有複雜產品的大客戶，可能會發現維持支援某些 C 類零件採購所需的資源是一種負擔或成本高昂。他們可能有充分的理由證明，將扣件（和類似的 C 級五金）的正常採購管理和供應交給其他能更有效完成的人來管理會更符合成本效益。

4. 提供特殊需求的能力：

當終端用戶的特殊需求超出了一般扣件製造商的專業範圍時，他們可能會向經銷商尋求幫助。有許多不同的例子可以說明這一點，但僅舉一例，設想有個客戶需要一系列頭部塗有獨特顏色的螺絲。雖然生產商提供全系列顏色的產品並非不可能，但同樣可能的是，他們可能根本就不想費事。而專門從事特殊部件改裝的經銷商可能會毫不猶豫地介入，安排對頭部進行烤漆，這樣他們的客戶就可以支援全系列的頭部噴漆顏色。

5. 備有存貨：

實際上，許多經銷商可能會為某些重要客戶保留庫存直到他們需要時才出售。如此一來持有庫存的就是經銷商而不是客戶。這對於高度投入精益生產 (Lean Manufacturing)，並希望利用及時生產 (Just-in-Time) 方式為其裝配線供貨的客戶來說可能非常重要。正如持有庫存以支持少量需求一樣，為客戶的精益生產計畫持有庫存也是將營運資本需求轉移給有意願的經銷商，經銷商也必須獲得增值的溢價回報。

經銷商主要分為三類：庫存經銷商、VMI (供應商管理庫存系統) 經銷商和總經銷商。

庫存經銷商：

庫存經銷商的模式最為簡單。本質上來說，他們庫存並持有許多零件，直到有某個或多個未知客戶前來購買部分或全部零件，或者有一個已知客戶定期向他們購買特定零件。一些庫存經銷商可能主要只庫存大廠客戶需要的零部件，而其他經銷商則可能為需要零部件直接上門的客戶提供服務，或透過目錄在線上銷售。由於這些企業持有這種需求量很少或根本沒有需求的「按需」庫存要承擔一定程度的風險，因此它們往往需要大幅加價。一些知名的庫存經銷商包括 Grainger、McMaster Carr、Fastenal 和 Brighton Best 等公司。

VMI (供應商管理庫存系統) 經銷商：

VMI 是「供應商管理庫存」的縮寫。VMI (供應商管理庫存系統) 經銷商為客戶提供製造商無法或不願提供的附加價值。常見的 VMI 服務包括完全負責客戶全部扣件採購的供應管理。這意味著他們提供採購服務，保有倉庫庫存，維持安全庫存，實際審查工廠庫存數量，並在必要時補足耗盡的庫存，以及提供特別服務，如：篩選、零件改良或套組製作（將許多不同的零件，有時還包括安裝工具，整合成一個套組，與客戶的產品一起提供給購買者或末端用戶組裝）。同樣地，與直接從製造商處購買零件相比，經銷商可能會大幅加價，但考慮到客戶從 VMI 服務中會得到的所有價值，這對客戶來說是非常值得的。一些知名的 VMI 經銷商包括 Bossard、Bamal、Optimas、Würth 等公司，以及許多致力於滿足特定客戶需求的小型區域性經銷商。

總經銷商：

總經銷商本質上就是銷售產品給其他經銷商的經銷商。總經銷安排通常是品牌或專利產品所有者管理供應鏈各環節的一種便捷方式。透過選擇總經銷商，他們可以得到一個能夠擬定供應管道戰略並管理產品分銷給其他經銷商和客戶的人。一些專利或品牌產品的製造商和所有者採用了這種策略，因為他們不具備成熟的總經銷商所具備的市場影響力。一些北美總經銷商的代表廠商包括 G.L. Huyett、EFC International 和 Lindstrom。

當然，許多經銷商並不只屬於單一類型。事實上，許多經銷商同時兼具上述兩種或三種經銷商業務類型。特別是，既提供簡單的庫存服務，又提供 VMI 服務的經銷商並不少見。有些經銷商本身還從事一些製造業務。在大多數情況下，這只佔其總營業額的一小部分，但像 Fastenal 和 Optimas 這樣的公司都有製造部門，為其事業的某些重點部分提供服務。

長期以來，扣件製造業和扣件經銷業之間似乎存在一種緊張關係。然而，保持北美扣件業的健康和活力對兩者來說都是非常必要的。現實情況是，扣件製造商無法或不願提供的許多服務，經銷商卻非常擅長。這些優勢使整個客戶群體都能得到滿意的服務，否則他們可能無法得到這些服務。扣件經銷在北美的強大影響力也為外國製造商提供了服務北美市場的機會。 ■

著作權所有：惠達雜誌 / 撰文：Laurence Claus