



2024 台灣國際扣件展 台灣成為國際關鍵字 再現扣件之光

第七屆台灣國際扣件展延續去年盛況，在今年6月5日至7日於高雄展覽館再度對世界敞開大門。根據大會官網展前預測，將吸引10,000名國內外買主及相關業者前來參觀採購。大會提供的數據顯示，此屆吸引近300家，展場面積達20,000平方公尺，整體規模較去年成長20%。海外買主主要來自印度、美國、歐洲、日本、德國、泰國。

此次展覽以「永續扣件，精準實踐」為主軸，舉凡裝潢、運輸、看板等，都採用低碳、低耗能材料。展場95%以上裝潢材料皆可回收、可循環再利用，預計可達減碳50%的目標。此展也響應AI熱潮，首度使用AI對話導覽員，訪客可透過直接對話了解展場重要活動及特色展區，並導入生成式AI技術，以3D模型輔助產品展示，增加參觀者與展品的深度互動。現場除了規劃「高值化扣件主題館」之外，「綠色永續專區」展示了台灣第一套扣件業專屬碳排

追溯管理系統、多項節能減碳及廢熱回收技術。展覽期間也舉辦CBAM填報說明會，由碳顧問群提供一對一指導填報技巧與應準備資料。

展覽首日舉辦的「全球扣件產業論壇」一大重點是邀請到歐洲扣件經銷商協會秘書長Alexander Kolodzik演講「CBAM上路對於台灣扣件貿易之影響與策略」，吸引了來自台灣以及日本、美國、歐洲等多國觀眾到場聆聽。另外還邀請到世豐螺絲陳駿彥總經理講解扣件產品高質化與智慧製造，以及日本Sunco Industries奧山淑英社長介紹日本扣件物流創新技術。

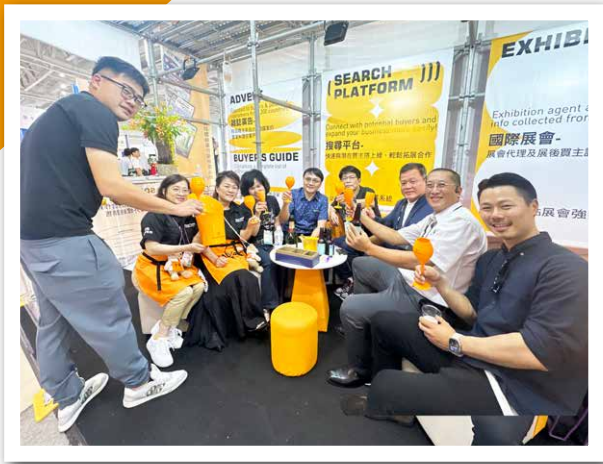




匯達這次攤位以及服裝造型推出全新設計主題，並再度提供去年好評的現爆米花以及熱壓烘焙、以彩色串珠特製的袋裝飲品，供訪客在特殊造型沙發上小憩，並與匯達以及多國的扣件廠商媒合交流，現場非常熱鬧。我們還遇到來自美國的終端使用者尋找台灣的高品質扣件產品，以及日本螺帽製造商和土耳其扣件製造商來台尋找台灣供應商。今年台灣在世界舞台獲取的關注度再創巔峰，許多買主再度認識到台灣扣件在全球扮演的關鍵角色，趁這次的高雄展會繼續強化與台灣供應商的友好合作關係。

主辦單位已公布下一屆展會訂於 2026 年舉辦，敬請鎖定惠達雜誌與官網 (www.fastener-world.com)。











台鋼集團 - 春雨工廠 實踐社會公益 以品質展現對客戶承諾

台灣老牌扣件大廠春雨工廠近幾年加入台鋼集團後更加展露耀眼鋒芒。不只年輕化的企業形象氛圍和更具創意的行銷宣傳讓眾人對春雨工廠的蛻變為之驚艷外，今年的台灣國際扣件展中，春雨攤位上活力十足的啦啦隊表演和有獎徵答、以及集團旗下籃球隊和棒球隊明星的簽名活動，都讓來訪賓客對春雨工廠的日後發展增添更多期待。

整合集團資源 更有競爭力的一條龍服務

品牌能見度是企業永續發展的重要支柱。儘管已是台灣最具代表性的專業扣件大廠，春雨工廠仍持續透過參展、廣告等管道平台為自己產品曝光製造更多聲量，同時也希望在促進社會公益和實踐企業責任上展現更積極的態度。

作為台鋼集團布局 4 大產業 (鋼鐵、化學綠能、健康運動和網通) 中重要的一環，春雨主要專注鋼構件、鑽尾螺絲、鏈帶螺絲、木螺絲、塑板螺絲等高品質扣件供應，主攻歐美高端市場。加上台鋼集團的原料、模具和機器等資源挹注，春雨可整合集團旗下久陽、榮剛、精剛等扣件相關企業優勢，為客戶提供一條龍式服務。

春雨李緹螢經理表示：「來自台鋼集團的資源讓我們能有效控制原料成本並在中國、越南等新興市場同業激烈競爭中積極突圍，一條龍服務也大幅提升我們的競爭力。」

今年下半年將取得碳足跡認證

春雨已經通過 ISO、IATF、JIS、ICC、CE、A2LA 等指標認證。歐盟 CBAM 措施施行後，春雨隨即投入綠色減碳製造領域，並進行相關碳足跡盤查及認證，預計今年 9-10 月將可取得 ISO14067 碳足跡認證，同時在資源再利用、淨零低碳化和水資源管理方面為自己設定 ESG 永續績效目標，這對於日後擴大歐美市場的銷售將有莫大助益。

李經理表示：「春雨並不只是扣件製造商而已，更在實踐社會責任和促進社會公益上扮演重要角色。未來我們將持續以優異的品質和交期來服務客戶，朝產品功能性更精進的方向來努力。我們對明年市場景氣回溫有信心，期待客戶持續關注春雨更多的改變。」

春雨聯絡人：藍淑惠課長 Email: ariel@chunyu.com.tw

著作權所有：惠達雜誌 撰文：副總編輯張剛豪





福輝螺絲

歐美 T2 供應鏈堅強後盾 機台升級規劃中

已多次參加台灣國際扣件展的福輝螺絲今年再次以台灣車用扣件指標大廠之姿抓住來往訪客目光。擁有 IATF 16949/ ISO 9001/ ISO14064-1:2008 認證，福輝螺絲主要生產車用扣件、工業用扣件、客製特殊件和各種高拉力扣件，不只技術優於眾多車用扣件同業，也是歐美車用 T2 供應鏈相當重要的合作夥伴。為了讓客戶深入了解其特色，福輝今年在攤位也展示出許多具備技術優勢的新產品，展現出老牌扣件廠與時俱進的創新腳步。

精良技術切入車用核心扣件

車用扣件有技術等級之分，而福輝切入的正是汽車引擎等最核心的部分，並長期供應特殊一體成型螺絲給多家知名車廠使用。在重質不重量的經營理念下，福輝鮮少生產規格品，而是選擇投注大部分研發量能在技術層次更高的特殊品，因此吸引中高端市場客戶的洽詢關注。

福輝湯福仁董事長表示：「我們一向在螺絲製造領域展現高度自信，而且難度越高越複雜的我們越感興趣！這些高精密的扣件以傳統 3 模或 4 模的機台很難打製成型，但我們的機台最多可達 6 模 6 沖，加上技術團隊豐富的經驗相輔相成下，讓我們能勝任客戶提出的各種挑戰。」

高效台製機台 創造成本、性能兼具的產品優勢

福輝深知製造成本和性能表現是客戶能否提升競爭力的關鍵，因此產線多選用能同時兼顧成本和性能的高階台製機台，而台灣機械業者近幾年不管在技術或設備效能上皆展現出媲美歐美同業的顯著進步，因此讓在採用台製機台相當有經驗的福輝更名為客戶創造更多附加價值。

湯董事長表示：「以前的設備需要人工微調，現在透過電腦化和數據來調整模具設定，不僅能減少模具損壞和磨耗，對造機和扣件業來說也是一大利多。這次展會我也跟幾家指標台灣機械大廠著手討論設備升級計畫，未來將可用更少的模數打出更長的螺絲產品。」

成立近 50 年的福輝在這次的展會中除了與來自海內外的同業和合作夥伴交流互動外，也積極了解業界動態和景氣狀況，盼能在景氣出現回溫之際（尤其是美國市場），尋求更多合作機會。另一方面，也將努力爭取更多矽青銅等這類高單價產品訂單，深化在歐美市場的布局推廣，擴大強化與在地夥伴的穩固合作。

福輝聯絡人：湯雅雯小姐 Email: sales@fuhui.com.tw

著作權所有：惠達雜誌 撰文：副總編輯張剛豪



WinLink

以「Action、Accurate、Attitude、Active、Advanced」的5A服務名揚國際，並以標準/特殊不鏽鋼扣件、大尺寸和OEM產品為主營項目的岡山東穎今年再次回歸台灣主場，在充滿儀式感的台灣國際扣件展中向全球展現其在產業變動中仍能持續立足業界最前端的堅強實力。除了透過實質交流讓海外客戶了解台灣扣件業世代傳承和穩定發展的紮實基礎外，也盼藉由參展和會議室簡報的模式維持品牌知名度，牽起更多合作橋樑。

配合產業變化 全e化工廠服務多元需求

岡山東穎柯文玲總經理表示：「我們的服務隨產業需求變化而動。我們不強調生產什麼產品，而是專注可服務哪些產業。」不論是在全球火熱的綠能、5G基地台或是太陽能、石化、天然氣還是可能是未來趨勢的水資源、AI散熱和火箭航太領域，岡山東穎很早就發覺其發展潛力並在客戶詢價前積極接洽。儘管扣件產業變動不若IT業快速，但透過號稱業界e化程度最高的智慧工廠且深知產業需求的團隊為後盾，岡山東穎總能接受新挑戰為更多產業提供服務，也樂意為有發展前景的產業提供贊助。柯總經理表示：「團隊合作、借鏡不同產業的經驗和對市場深入的調查報告讓我們能更宏觀地領先同業發掘更多具市場潛力的領域。」

最懂法規的扣件企業 因應多元挑戰

對相關法規的深入了解是岡山東穎在同業中脫穎而出的關鍵，不管是反傾銷、碳排放、人權或是目前業界可能都還沒注意到的「英國反現代奴役法」等重大議題都有團隊專責研究，以協助客戶達到法規的要求規範。這種大概只在IT業才能見到的做法，也在岡山東穎被發揮得淋漓盡致。柯總經理表示：「做為知識為本的企業，我認為像台積電等IT業的管理運作相當值得產業借鏡，也持續把這些做法去蕪存菁融入岡山東穎的服務哲學。」



岡山東穎 - 知識為本 打造有「溫度」的扣件企業

給員工充分空間 重視與客戶的深層溝通

重視教育訓練和全員參與，岡山東穎每位員工依特質都有足夠自由和空間發揮己長，並鼓勵其設定自己的年度目標。尤其在台灣產業面臨更多挑戰競爭之際，企業更不能沉浸於過去的成功經驗，應當回歸機器可以做的就讓機器去做，人員則是應專注在客戶的溝通一起解決問題。柯總經理表示：「危機即是轉機，我們要在各種競爭中找出自己的優勢特質並挖掘重新出發的力量。未來我們將持續把目光聚焦在如何把已在大型企業應用多年的高階技術導入螺絲產線的自動化檢測和模具管理、跟上游供應商討論新材料的開發應用...等部分，也非常期待能與諸多產業先進強化更多交流和相互學習。」

岡山東穎聯絡人：柯文玲總經理 Email: sales@winlink.com.tw

著作權所有：惠達雜誌 撰文：副總編輯張剛豪





友信機械 高精度節能機台加速業者減碳

友信機械擅長三模、四模、五模螺絲成型機（普通型、加長型、超長型）與五模、六模、七模特殊零件成型機的生產製造，其精良的設計和顯著效能是許多扣件加工業者生產高品質緊固產品時最重要的關鍵。獲得廣大產業認可的技術和機械耐用度也讓友信在今年高雄的扣件展會中成功吸引多家海內外買主駐足詢問。

因應減碳趨勢，導入更多節能設計

在這次的展會期間，友信不只積極與來自國內外的買家互動交流，也注意到節能減碳儼然已是未來產業發展的一大趨勢，而友信近期推出或將推出的機型正好滿足客戶在這部分的要求。

友信公司表示：「節能減碳是當前的國際趨勢，很多客戶的訂單也都以此為參考指標，因此我們後續的機型都將以此為基礎進行開發，包括在機器本體上安裝可節能的零件裝置…等，使車台的動能轉換為電能，都會是我們的努力方向。已有客戶採用我們的機台進行測試後，證明可大幅降低約 15-20% 的主馬達能源消耗。」

自行開發模具 成型精密度高

自主模具開發是友信機械的一大特色，由於使用的模具皆是廠內自行開發設計，使其在產品成型的精密度上更能精準掌握。即使是尺寸和孔徑較小的產品，也能確保成品皆可符合客戶嚴格要求和國際標準，非常適合中高端市場客戶使用。

友信公司表示：「我司的客戶遍佈歐亞市場，近幾年在東南亞市場的成長尤其顯著，未來也希望透過我們在產品精密度和設計上的優勢進一步拓展在歐洲等重要市場的布局。」

高速穩定運作 拓展貫通孔長螺絲加工領域

加工速度是客戶選購機台非常重要的評估標準，友信機械致力於高速化機台開發，同時又能確保加工的穩定度和成品的精密度，所以技術持續位居行業前沿。

友信公司表示：「我們將持續推出新機開發計畫。例如：能同時開啟和翻轉的夾仔台結構設計以及針對超短尺寸零件類和超長通孔零件製造同時保持其精密度的機台都會是我們近期努力的方向。」

友信聯絡人：薛家雯小姐
Email: joanne@twyeswin.com

著作權所有：惠達雜誌 撰文：副總編輯張剛豪



PRO POWER

當大家都一樣，
「鉑川」絕不複製貼上



自鉑川首次參加台灣國際扣件展以來，每年其在攤位上呈現的設計創意和舉辦的活動幾乎都是其他扣件同業爭相觀摩的對象。在今年的展會中，鉑川更是毫無懸念再次以霸氣的超大屏幕式攤位設計和極具創意的拉霸抽包包遊戲成功把展場人流匯聚起來，展現無人能出其右的話題創造力和訪客吸睛力。

善用產地優勢 讓客戶用便宜價格買到好螺絲

「我們價格就是便宜！」是鉑川公司創立以來最讓人印象深刻的宣傳口號，如此大膽的行銷策略也讓許多不敢一起跳入拚價的同業見識到鉑川負責人陳智元敢衝又不怕挑戰的典型狂人風格。儘管以價格便宜為主要賣點，但鉑川的產品仍可達到優異的性能品質。這次在展會現場展出的各類大、小包裝家用螺絲產品（例如：木工螺絲、屋頂螺絲、乾牆螺絲、甲板螺絲、小螺絲…等）就充分了展現鉑川在產品製造成本與品質之間取得最佳平衡點的專業能力。



負責人陳智元先生表示：「在產業中盡可能搏得更大聲量以及讓越多客戶注意到我們旗下極具競爭力的產品是鉑川此次參展的最大目的，我們誠摯歡迎任何注重價格實惠和品質兼具的買家多多向鉑川下單。台灣廠商時常遠赴歐美推銷自家產品，但今年在全球扣件最重要產地所舉辦的展會毫無疑問讓來自海外的買家一次飽覽鉑川和台灣同業堅強的扣件實力，也是讓其深入了解鉑川和台灣扣件業近幾年在產業升級和技術提升方面所做努力的絕佳途徑。」

樂當業界狂人 帶動產業形象升級

對於越來越多同業前仆後繼開始參考鉑川在展會上極盡創意的攤位設計和安排主題活動的趨勢，鉑川負責人對此表示樂當同業學習觀摩對象。他鼓勵業者持續往前看並多方提升自己的創意和競爭力，如此一來，海外買主來台灣看展時將會覺得更充實有趣且願意久留，而非僅是走馬看花而已，另一方面也能提升台灣扣件產業的整體對外形象。

陳智元先生表示：「當大家都跟著鉑川的腳步走時就代表我們堅持的方向正確。接下來我們將以業績銷售成長50%為努力目標，下一屆展會鉑川也將以令人驚豔的創意再次回歸，敬請拭目以待。」

鉑川聯絡人：陳智元負責人
Email: chris@propowerfastener.com

著作權所有：惠達雜誌 撰文：副總編輯張剛豪



全球扣件產業論壇

歐洲扣件經銷商協會秘書長 Alexander Kolodzik: 供應鏈應攜手合作 因應 CBAM 挑戰



台 歐扣件貿易關係合作密切，在 CBAM 措施上路之後台灣扣件廠商未來輸歐將面對更複雜的法規要求和嚴峻挑戰，歐洲扣件經銷商協會秘書長 Alexander Kolodzik 此次受邀分析「CBAM 上路對於台灣扣件貿易之影響與策略」，協助台灣業界更加了解歐洲方面的想法以及台灣方面的因應方式。

扣件製造商在 CBAM 申報中扮演 關鍵角色

Alexander 秘書長表示，CBAM 主要可大略分為兩個實施階段，2023 年 10 月至 2025 年底是過渡期。2026 年開始 CBAM 將進入全面實施階段。在第一階段，扣件製造商扮演著關鍵角色，因為 2023 年 10 月起歐洲扣件進口商必須逐季向 CBAM 主管單位提交更多關於扣件進口的細部資料，包括進口扣件代碼、製造商的名稱和地址、製造廠名，以及最重要的直接和間接碳排數據，這些數據都必須由出口國的扣件製造商提供。此外，自 2024 年第 3 季起進口商就必須提供「實際的」碳排數據，先前的參考預設值數據將不再適用。由於歐盟進口商若未按時提交進口扣件數據皆被視為違法且有被處罰風險，所以供應商若無法為售出的扣件提出排放數據，歐盟進口商將不會與該供應商下單。在供應鏈資訊需透明的立法精神下，揭露供應來源將無法避免，而這只能透過我們大家一起努力來達成。EFDA 在台灣的合作夥伴（台灣螺絲公會、台灣經濟研究院或台灣螺絲貿易協會）或是專業顧問都是大家可以諮詢的管道。EFDA 也有由歐洲扣件經銷商專家所成立的工作小組可以協助業者因應 CBAM，並提供供應商中、英文版 CBAM 法規說明簡報和申報範本，另外協助製造商計算碳排的指引也將在最近公布。2026 年 CBAM 正式實施後，歐盟進口商將需要為每

Fastener Taiwan Global Fastener Forum 2024

噸進口扣件的碳排支付費用，且課徵比例將在 2034 年前逐年遞增，這額外增加的高成本將對扣件製造業者的競爭力產生巨大影響。

CBAM 雖帶來挑戰但也帶來商機

2026 年法規正式實施後勢必為扣件產業帶來更大影響，像是進口商和供應商的行政和財務負擔將會更重，在扣件總生產成本中所佔的比重也會顯著增加。秘書長表示，使用的鋼鐵材料若能更加環保，顯示出的碳排數據就會更低，因 CBAM 所衍生的成本也會更低。扣件生產所產生的碳排量若能減少更多將可為個別業者或是整個出口國（像是：台灣）創造出更多競爭優勢。扣件和原料製造商可以透過採用綠色能源來創造這些優勢。台灣若能在減碳這部分更精進也能為自己創造更多競爭優勢。

秘書長強調，不管是企業或個別國家想要繼續保持競爭力，絕對要努力達到 CBAM 的規範和要求，建議可與供應鏈的合作夥伴積極合作來提供有效的數據和使用綠色能源來維持競爭力。台灣的供應商也可以尋求 EFDA 來幫助因應因 CBAM 產生的任何挑戰。

著作權所有：惠達雜誌 撰文：副總編輯張剛豪



全球扣件產業論壇

世豐陳駿彥總經理： 高值化轉型， 綠色製造是未來趨勢



以「扣件產品高值化與智慧製造」為題，世豐螺絲陳駿彥總經理一開始就點出扣件未來仍會是充滿希望的潛力產業。他認為，扣件業的蓬勃發展讓台灣在世界佔有一席之地，也希望藉由世豐公司近期的成績表現與業界分享經驗，並匯聚群體力量整合產業資源，一起為扣件業努力。尤其是高值化、智慧製造和綠色製造更是重中之重。

高值化 3 大要素：效率、差異、變革

陳總經理提到高值化有「提高效率」、「創造差異」、「持續變革」3大階段。為了提高效率，世豐積極數位轉型並導入自動化系統提升資訊透明度，協助人員了解公司利基型產品。再來透過導入日本烤漆製程創造與同業差異和附加價值，創造更好的價格優勢。考量台灣的螺絲價格多屬中價區間且對歐洲有關稅成本，故增設越南廠一方面擴增銷售範圍，同時分散風險。陳總經理表示：「過去 60 年來世豐從貿易商成功轉型服務製造角色，持續為客戶找出解決方案提升產品價值。」在扣件 4 大品項中，陳總經理認為，航太扣件要求嚴、價格高但市場小；汽車扣件受惠電動車發展不可否認已是台灣扣件業高值化重要一環，其門檻和品質及安全係數要求較高；半導體電子業常用的電子螺絲則具高單價、高值化特色；而需求更大的建築螺絲雖然不具太多高值化特性，但紮根此領域多年的世豐藉助烤漆技術強化其高值化進一步提高價格，同樣能為自己開創出能與其他航太扣件廠商並駕齊驅的高值化市場。陳總強調，要跳脫紅海競爭就要走入客製生產，還要維持穩定品質和交期。世豐藉由自家工廠為客戶提供螺絲設計服務提高毛利率，這在當前土地取得成本更高時尤顯重要。

智慧製造促進數位轉型 跨領域合作深化綠色製造

世豐團隊過去 12 年來投入很多心力建構 SAP ERP 智慧製造系統，並延伸出周邊的自動化平台。透過掃碼自動產出派工單、電子磅秤自動數量建檔等方式都讓世豐的數據呈現更加透明化、即時化，也能因應 ESG 和 CBAM 趨勢要求清楚運算出相關碳排數據。陳總經理指出綠色製造將是世豐未來發展重點，藉由了解製程強化減碳以及扣件同業間（甚至是跨領域）的合作將可加速達成綠色製造目標。

最後，陳總特別提到「人」在世豐的企業文化中佔很重要的位置。他認為，人才流失就是企業的損失，因此世豐有很多員工福利制度協助留才，也鼓勵員工跨部門參與和交流溝通，強化向心力。透過這些運作模式，世豐過去幾年也開始享受到努力的成果，訂單量、營業額和 EPS 皆顯著拉高。此外，陳總表示社會關懷也是世豐很重視的部分，世豐獲利之餘也將秉持取之於社會，用之於社會的精神持續回饋社會。



全球扣件產業論壇

日本 Sunco Industries 公司 奧山淑英社長： 全球關注的物流創新技術

Sunco Industries 是國際性專業螺絲貿易物流公司，向世界各地提供 JIS 公制螺絲，年銷售額 257 萬美元。社長發揮擅長的程式開發技能，將全日本獨有的物流技術導入位於東大阪市的配送中心，並投資開發自動配送機器人 Hakobot 公司，計劃今年夏天進行自動螺絲配送的示範實驗。社長在論壇中分享日式精緻化物流管理經營術。

Sunco 向海外供應商進口扣件之外，其顧客多為螺絲零售商，主打單訂購一支螺絲也能出貨。社長說要處理的螺絲大的重 15 公斤，小的重 0.01 克，種類繁多，總共處理超過 200 萬件螺絲產品，但每月仍繼續增加 5,000 件商品，目標是達到 300 萬件。他有一位客戶每天會下多達 150 張訂單，平均每天也會從每位客戶接到 50 張訂單。

將經銷中心靠近供應商的理由

東大阪是製造業大城，尤其以「日本螺絲之都」聞名，約有 400 家螺絲製造商，數量為日本最多，員工數與出貨量也最多。因此 Sunco 的配送中心位於此螺絲製造商集中的地區，半徑 3 公里內約有 80 家供應商，若把半徑擴大到 10 公里就會有多達 100 家供應商。

Sunco 決定讓配送中心靠近供應商是其來有自。若配送中心附近沒有供應商，大量的產品需要使用 10 噸以上大卡車進行運輸，收貨作業會非常繁忙，排隊的卡車數量也會增加。反之，Sunco 配送中心的大部分貨物都由小卡車運送，大卡車每天只會來一次，因此能享受靠近供應商所帶來的好處。

卡車司機的長時工作被稱為「2024 日本的物流問題」而備受關注，原因就是大卡車卸貨時間長，一些配送中心甚至因為卡車排隊而塞車。這是很大的問題，社長認為主因是配送中心靠近消費者所在處，導致交貨延誤。

「貨物配裝」技術

Sunco 處理的螺絲尺寸小、種類多、數量少，所以需將產品包裝到紙箱、小盒子或散裝。Sunco 將訂單數據累積起來，用電腦隨時計算產品量是否足以裝滿一個紙箱，並在可裝滿的情況下



才發貨，提高了效率。然而，由於訂單越來越小量化，越來越裝不下一個紙箱，導致工作效率降低。對此，Sunco 配送中心有 6 層樓，每層都備有商品，若顧客訂購多件商品，就會從各樓層取出商品，透過垂直運輸機送到二樓包裝區並裝箱，這就是 Sunco 的「貨物配裝」技術。

「個別客戶的截止時間處理」技術

為了配裝各樓層的產品，需要為每位顧客設置用來暫時存放的貨架。顧客數量增加，對臨時貨架的需求也增加，導致存儲空間不足。為解決問題，社長用數學分析訂單動態，計算出每位客戶的最終下單時間，並為所有 5,000 位客戶套用此計算，此名為「個別客戶的截止時間處理」的技術獲得了專利。儘管自推出此技術以來發貨數量有所增加，但物流工作的加班時間卻減少 34%，配送中心的工作可以提前一個多小時完成。

實現這兩項技術為 Sunco 帶來足夠基底，從內銷成功轉型為今日國際性貿易商。

著作權所有：惠達雜誌 撰文：曾柏勳



全球扣件產業論壇

泰國工業轉包協會總經理 Watsamon Chayapum: 車用特殊和建築扣件需求前景可期



以「泰國扣件市場趨勢」為題，泰國工業轉包協會總經理 Watsamon Chayapum 針對有興趣打入或投資泰國扣件市場的業界專業人士進行簡報。

Watsamon 總經理表示，泰國主要扣件的產業應用領域有約 40% 在車用、25% 在建築、20% 在機械設備、10% 在電器 / 電子，還有 5% 在其他領域。泰國目前約有超過 300 家緊固產品相關的企業 (84% 為小型企業，12% 為中型企業，4% 為大型企業)。2022 全年銷售額為 14.4 億美元 (約 503.5 億泰銖)。前 10 大的扣件廠商就佔了整個泰國將近 50% 的市佔。

總經理 Watsamon Chayapum 表示，電動車的發展正在為特殊扣件創造更高的需求，除了對電池封裝、電動機車的需求外，對具備輕量化材料和高性能特色的扣件需求也在增加。另外，泰國政府透過投資大型基礎建設以激勵經濟的計畫也在促進扣件市場的成長，尤其是「東部經濟走廊 (ECC)」計畫。ECC 內容包括設立經濟特區、擴建 U-Tapao 機場、興建高速鐵路 / 雙軌鐵路和擴建港口。

不過泰國當地扣件製造商也面臨一些挑戰。例如：泰國的規格品多為中國進口低價品。2022 年泰國就從中國進口約 1.45 億美元扣件，約佔其總扣件進口的 75%。隨著中國扣件品質在過去幾年已有顯著提升，泰國企業必須靠創新和探索更多利基市場或附加價值服務才能與其競爭。

總經理 Watsamon Chayapum 認為台灣業者在泰國也存在許多機會。目前當地市場對高品質扣件和在地化採購供應商的需求日增，台灣業者或許可以考慮跟泰國企業合作拓展在地經銷網絡和切入市場，也可以藉由知識轉移給在地企業達到互利的夥伴關係並強化市場能见度。泰國投資促進委員會也有提供租稅扣抵等諸多誘因和支持資源。■

著作權所有：惠達雜誌

撰文：副總編輯張剛豪

