

2014 金屬製品業新興市場特輯

MIRDC-103-A101



作者：陳仲宜、宋承穎、紀翔瀛、
許育瑞、楊瑞雯、黃自啟

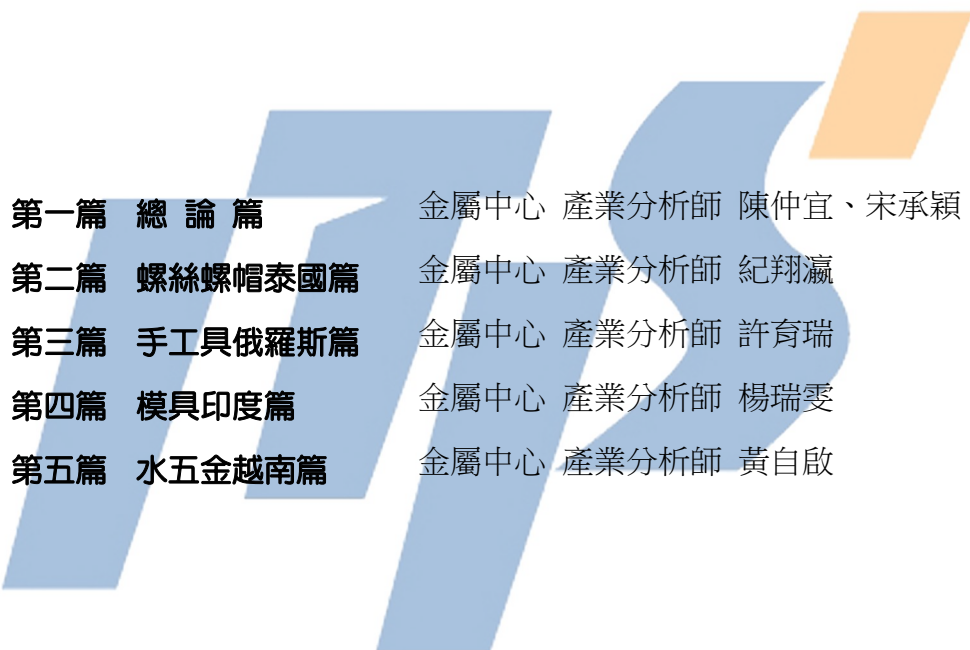


中華民國 103 年 10 月

財團法人金屬工業研究發展中心

作者與編輯群

總編及審稿：金屬中心 產業研究組 組長 莊允中



第一篇	總 論 篇	金屬中心 產業分析師 陳仲宜、宋承穎
第二篇	螺絲螺帽泰國篇	金屬中心 產業分析師 紀翔瀛
第三篇	手工具俄羅斯篇	金屬中心 產業分析師 許育瑞
第四篇	模具印度篇	金屬中心 產業分析師 楊瑞雯
第五篇	水五金越南篇	金屬中心 產業分析師 黃自啟



第一篇 總 論 篇

重點摘要

第一章 產業概論	1-1
第一節 產品定義與產業特性	1-1
第二節 全球金屬製品產業趨勢	1-5
第二章 全球產業現況與趨勢分析	1-11
第一節 市場分析	1-11
第二節 重要新興市場供需趨勢	1-23
第三章 產業競爭分析	1-27
第一節 主力次產業影響比較	1-27
第二節 主力次產業競合分析	1-32
第四章 結論與建議	1-35
第一節 結論	1-35
第二節 建議	1-37
附錄：產業統計	1-41
參考資料	1-95

第二篇 螺絲螺帽泰國篇

重點摘要

第一章 鋼鐵市場現況與趨勢分析	2-1
第一章 產業總論	2-1
第一節 產品定義與產業特性	2-1
第二節 全球產業概況	2-5
第二章 泰國市場分析現況與趨勢	2-9
第一節 產業概論	2-9
第二節 市場分析	2-13
第三節 產業前瞻	2-25
第三章 重要議題影響剖析	2-31
第一節 環境面議題分析	2-31
第二節 營運面議題分析	2-35
第四章 結論與建議	2-41
第一節 結論	2-41
第二節 建議	2-43
附錄：產業統計	2-47
參考資料	2-77

第三篇 手工具俄羅斯篇

重點摘要

第一章 鋼鐵市場現況與趨勢分析	3-1
第一章 產業總論	3-1
第一節 產品定義與產業特性	3-1
第二節 全球產業現況	3-7
第二章 俄羅斯手工具市場現況與趨勢	3-13
第一節 產業概論	3-13
第二節 市場分析	3-18
第三節 產業前瞻	3-27
第三章 重要議題影響	3-33
第一節 環境面議題分析	3-33
第二節 營運面議題分析	3-36
第四章 結論與建議	3-39
第一節 結論	3-39
第二節 建議	3-41
附錄：產業統計	3-43
參考資料	3-95

第四篇 模具印度篇

重點摘要

第一章 產業總論	4-1
第一節 產品定義與產業特性	4-1
第二節 全球產業概況	4-4
第二章 印度模具市場現況與趨勢	4-9
第一節 產業概論	4-9
第二節 市場分析	4-18
第三節 產業前瞻	4-21
第三章 重要議題影響剖析	4-25
第一節 環境面議題分析	4-25
第二節 營運面議題分析	4-28
第四章 結論與建議	4-31
第一節 結論	4-31
第二節 建議	4-32
附錄：產業統計	4-35
參考資料	4-85

第五篇 水五金越南篇

重點摘要

第一章 產業總論	5-1
第一節 產品定義與產業特性	5-1
第二節 全球產業概況	5-5
第二章 越南水五金市場現況與趨勢	5-9
第一節 產業概論	5-9
第二節 市場分析	5-13
第三節 產業前瞻	5-25
第三章 重要議題影響剖析	5-29
第一節 貿易自由化之衝擊與機會	5-29
第二節 營運面議題分析	5-32
第四章 結論與建議	5-35
第一節 結論	5-35
第二節 建議	5-38
附錄：產業統計	5-41
參考資料	5-117



第一篇 總 論 篇

圖 1-1-1	2013 年台灣對 TPP12 成員國之金屬製品出口比重	1-7
圖 1-1-2	2013 年台灣對 RCEP 成員國之金屬製品出口比重	1-8
圖 1-2-1	2009~2015 年全球金屬製品產業市場規模及成長率	1-11
圖 1-2-2	2013 年全球金屬製品產業各區域市場規模比重	1-13
圖 1-2-3	2014 年亞洲金屬製品主要市場規模比重預估	1-16
圖 1-2-4	2014 年歐洲地區金屬製品主要市場規模比重預估	1-18
圖 1-2-5	2014 年中東與非洲地區金屬製品主要市場規模比重預估	1-20
圖 1-2-6	2014 年拉丁美洲地區金屬製品主要市場規模比重預估	1-22

第二篇 螺絲螺帽泰國篇

圖 2-1-1	泰國扣件產業關聯圖	2-4
圖 2-1-2	2013 年全球扣件前十大出口國出口值分佈	2-6
圖 2-2-1	2006~2016 泰國螺絲螺帽產業出口量值變化	2-14
圖 2-2-2	2011Q1~2013Q4 我國螺絲螺帽產業出口量值變化	2-18
圖 2-2-3	2001~2013 年台灣扣件出口概況	2-19
圖 2-2-4	螺絲螺帽製程	2-26
附圖 2-1-1	2013 年泰國銅製扣件出口金額	2-50

第三篇 手工具俄羅斯篇

圖 3-1-1	手工具種類魚骨圖	3-3
圖 3-1-2	俄羅斯手工具業產業關聯圖	3-5
圖 3-2-1	2009~2013 年俄羅斯手工具產業之進口貿易表現	3-19
圖 3-2-2	2009~2013 年俄羅斯手工具產業之出口貿易表現	3-21

第四篇 模具印度篇

圖 4-1-1	各類模具需求分析	4-3
圖 4-1-2	2013 年全球前十大模具出口市占率分析	4-5
圖 4-1-3	2013 全球模具出口國分析	4-6
圖 4-2-1	印度模具產業成長趨勢	4-14
圖 4-2-2	2013～2018 年印度模具未來趨勢分析(依產品分類).....	4-15
圖 4-2-3	2013 年印度模具最終應用分析	4-16
圖 4-2-4	印度模具供應鏈分析	4-17

第五篇 水五金越南篇

圖 5-1-1	越南水五金產業關聯圖	5-4
圖 5-1-2	2008～2013 全球廚衛用水龍頭及配件全球產值	5-5
圖 5-2-1	2010～2013 年越南 GDP 變化統計	5-9
圖 5-2-2	2008～2013 年越南進出口總額變化	5-11
圖 5-2-3	2010～2013 年越南水五金國內需求	5-12
圖 5-2-4	2008～2012 年越南水五金進口值變化	5-15
圖 5-2-5	2008～2012 年越南水五金出口值變化	5-19
圖 5-2-6	2010～2013 年台灣越南水五金貿易值分析	5-23
圖 5-2-7	2009～2013 年越南消費者物價指數(CPI)變化	5-26
圖 5-2-8	越南水五金主要生產地區	5-27

表 目 錄

第一篇 總 論 篇

表 1-1-1	金屬製品業產品分類與範疇	1-1
表 1-2-1	2018 年全球金屬製品產業於各區域市場規模比重變化	1-14
表 1-2-2	2013 年亞洲地區前十大金屬製品市場	1-15
表 1-2-3	2013 年歐洲地區前十大金屬製品市場	1-17
表 1-2-4	2013 年中東與非洲地區前十大金屬製品市場	1-19
表 1-2-5	2013 年拉丁美洲地區前十大金屬製品市場	1-21
表 1-3-1	2009~2014 年台灣金屬製品產值結構變化	1-27
表 1-3-2	台灣及主要新興市場金屬製品主力次產業競合分析	1-32
表 1-4-1	提供台商及政府因應之策略建言	1-38
附表 1-1-1	台灣金屬製品業廠商地理分佈狀況	1-41
附表 1-1-2	台灣金屬製品業從業人數地理分佈狀況	1-42
附表 1-1-3	台灣金屬製品業產值佔有率變化狀況	1-43
附表 1-1-4	台灣金屬製品業進出口概況	1-44
附表 1-1-5	台灣金屬製品業前十大進口國變化概況	1-45
附表 1-1-6	台灣金屬製品業前十大出口國變化概況	1-46
附表 1-1-8	2010~2015 年全球金屬製品產業總覽	1-48
附表 1-1-9	2010~2015 年歐洲地區金屬製品產業之產值結構	1-48
附表 1-1-10	2010~2015 年德國金屬製品產業之產值結構	1-48
附表 1-1-11	2010~2015 年英國金屬製品產業之產值結構	1-49
附表 1-1-12	2010~2015 年法國金屬製品產業之產值結構	1-49
附表 1-1-13	2010~2015 年義大利金屬製品產業之產值結構	1-49
附表 1-1-14	2010~2015 年西班牙金屬製品產業之產值結構	1-50
附表 1-1-15	2010~2015 年俄羅斯金屬製品產業之產值結構	1-50
附表 1-1-16	2010~2015 年土耳其金屬表面處理產業之產值結構	1-50
附表 1-1-17	2010~2015 年荷蘭金屬製品產業之產值結構	1-51
附表 1-1-18	2010~2015 年波蘭金屬製品產業之產值結構	1-51

表目錄

附表 1-1-19	2010~2015 年沙烏地阿拉伯金屬製品產業之產值結構	1-51
附表 1-1-20	2010~2015 年南非金屬製品產業之產值結構	1-52
附表 1-1-21	2010~2015 年亞洲地區金屬製品產業之產值結構	1-52
附表 1-1-22	2010~2015 年中國大陸金屬製品產業之產值結構	1-52
附表 1-1-23	2010~2015 年日本金屬製品產業之產值結構	1-53
附表 1-1-24	2010~2015 年印度金屬製品產業之產值結構	1-53
附表 1-1-25	2010~2015 年南韓金屬製品產業之產值結構	1-53
附表 1-1-26	2010~2015 年印尼金屬製品產業之產值結構	1-54
附表 1-1-27	2010~2015 年泰國金屬製品產業之產值結構	1-54
附表 1-1-28	2010~2015 年馬來西亞金屬製品產業之產值結構	1-54
附表 1-1-29	2010~2015 年菲律賓金屬製品產業之產值結構	1-55
附表 1-1-30	2010~2015 年新加坡金屬製品產業之產值結構	1-55
附表 1-1-31	2010~2015 年越南金屬製品產業之產值結構	1-55
附表 1-1-32	2010~2015 年北美及加勒比海地區金屬製品產業之產值結構	1-56
附表 1-1-33	2010~2015 年美國金屬製品產業之產值結構	1-56
附表 1-1-34	2010~2015 年加拿大金屬製品產業之產值結構	1-56
附表 1-1-35	2010~2015 年多明尼加金屬製品產業之產值結構	1-57
附表 1-1-36	2010~2015 年波多黎各金屬製品產業之產值結構	1-57
附表 1-1-37	2010~2015 年古巴金屬製品產業之產值結構	1-57
附表 1-1-38	2010~2015 年千里達與托巴哥金屬製品產業之產值結構	1-58
附表 1-1-39	2010~2015 年海地金屬製品產業之產值結構	1-58
附表 1-1-40	2010~2015 年牙買加金屬製品產業之產值結構	1-58
附表 1-1-41	2010~2015 年巴哈馬金屬製品產業之產值結構	1-59
附表 1-1-42	2010~2015 年馬丁尼克島金屬製品產業之產值結構	1-59
附表 1-1-43	2010~2015 年拉丁美洲地區金屬製品產業之產值結構	1-59
附表 1-1-44	2010~2015 年巴西金屬製品產業之產值結構	1-60
附表 1-1-45	2010~2015 年墨西哥金屬製品產業之產值結構	1-60
附表 1-1-46	2010~2015 年阿根廷金屬製品產業之產值結構	1-60
附表 1-1-47	2010~2015 年委內瑞拉金屬製品產業之產值結構	1-61
附表 1-1-48	2010~2015 年哥倫比亞金屬製品產業之產值結構	1-61
附表 1-1-49	2010~2015 年智利金屬製品產業之產值結構	1-61
附表 1-1-50	2010~2015 年祕魯金屬製品產業之產值結構	1-62

表目錄

目錄-IX

2013 鋼鐵新興市場特輯

附表 1-1-51	2010~2015 年厄瓜多爾金屬製品產業之產值結構	1-62
附表 1-1-52	2010~2015 年瓜地馬拉金屬製品產業之產值結構	1-62
附表 1-1-53	2010~2015 年哥斯大黎加金屬製品產業之產值結構	1-63
附表 1-1-54	2010~2015 年大洋洲地區金屬製品產業之產值結構	1-63
附表 1-1-55	2010~2015 年澳洲金屬製品產業之產值結構	1-63
附表 1-1-56	2010~2015 年紐西蘭金屬製品產業之產值結構	1-64
附表 1-1-57	2010~2015 年斐濟金屬製品產業之產值結構	1-64
附表 1-1-58	2010~2015 年法屬玻里尼西亞金屬製品產業之產值結構	1-64
附表 1-1-59	2010~2015 年法屬新喀里多尼亞金屬製品產業之產值結構	1-65
附表 1-1-60	2010~2015 年關島金屬製品產業之產值結構	1-65
附表 1-1-61	2010~2015 年西薩摩亞金屬製品產業之產值結構	1-65
附表 1-1-62	2010~2015 年北馬里亞納群島金屬製品產業之產值結構	1-66
附表 1-1-63	2010~2015 年東加金屬製品產業之產值結構	1-66
附表 1-1-64	2010~2015 年所羅門群島金屬製品產業之產值結構	1-66
附表 1-1-65	2009~2013 年中國大陸金屬製品產業之進出口值	1-67
附表 1-1-66	2013 年中國大陸金屬製品業前五大進出口國	1-67
附表 1-1-67	2009~2013 年印度金屬製品產業之進出口值	1-68
附表 1-1-68	2013 年印度金屬製品業前五大進出口國	1-68
附表 1-1-69	2009~2013 年印尼金屬製品產業之進出口值	1-69
附表 1-1-70	2013 年印尼金屬製品業前五大進出口國	1-69
附表 1-1-71	2009~2013 年越南金屬製品產業之進出口值	1-70
附表 1-1-72	2013 年越南金屬製品業前五大進出口國	1-70
附表 1-1-73	2009~2013 年泰國金屬製品產業之進出口值	1-71
附表 1-1-74	2013 年泰國金屬製品業前五大進出口國	1-71
附表 1-1-75	2009~2013 年馬來西亞金屬製品產業之進出口值	1-72
附表 1-1-76	2013 年馬來西亞金屬製品業前五大進出口國	1-72
附表 1-1-77	2009~2013 年俄羅斯金屬製品產業之進出口值	1-73
附表 1-1-78	2013 年俄羅斯金屬製品業前五大進出口國	1-73
附表 1-1-79	2009~2013 年波蘭金屬製品產業之進出口值	1-74
附表 1-1-80	2013 年波蘭金屬製品業前五大進出口國	1-74
附表 1-1-81	2009~2013 年墨西哥金屬製品產業之進出口值	1-75
附表 1-1-82	2013 年墨西哥金屬製品業前五大進出口國	1-75

附表 1-1-83	2009~2013 年巴西金屬製品產業之進出口值	1-76
附表 1-1-84	2013 年巴西金屬製品業前五大進出口國	1-76

第二篇 螺絲螺帽泰國篇

表 2-1-1	扣件分類及定義	2-1
表 2-1-2	扣件分類及定義	2-2
表 2-1-3	2009~2013 年全球扣件出口值前五大國	2-6
表 2-1-4	全球前五大扣件國際大廠營運概況	2-8
表 2-2-1	泰國 2009~2013 年總體經濟主要數據	2-10
表 2-2-2	泰國 2012 年與 2013 年其他總體經濟指標	2-11
表 2-2-3	2011~2016(F)年泰國扣件需求趨勢	2-12
表 2-2-4	2013 年泰國扣件前十大進出口國統計	2-16
表 2-2-5	2009~2013 年泰國扣件產業進口貿易統計	2-16
表 2-2-6	2009~2013 年泰國扣件產業出口貿易統計	2-17
表 2-2-7	2009~2013 年我國扣件產業供需情況	2-18
表 2-2-8	2010~2013 年我國對泰國扣件產品進出口變化分析	2-20
表 2-2-9	2013 年我國對泰國扣件進出口產品別分析	2-20
表 2-2-10	2007~2012 年台泰雙邊貿易互動分析	2-22
表 2-2-11	2009~2013 年泰國外國投資件數與投資金額	2-23
表 2-2-12	目前泰國對外簽署經濟協議動態(至 2013 年)	2-24
表 2-3-1	自由貿易協定(FTA)簽訂情形—東協體系	2-32
表 2-3-2	自由貿易協定(FTA)簽訂情形—非東協體系	2-33
表 2-3-3	螺絲螺帽業全球市場新趨勢	2-39
表 2-4-1	未來我國螺絲螺帽市場發展正負面因素分析	2-42
表 2-4-2	對產業界提振我國螺絲螺帽業的建議及其重要程度	2-45
表 2-4-3	對政府、學界提振我國螺絲螺帽業的建議及其重要程度	2-46
附表 2-1-1	2009~2013 年泰國扣件產業進口貿易統計	2-47
附表 2-1-2	2009~2013 年泰國扣件產業出口貿易統計	2-47
附表 2-1-3	2013 年東協各國在泰國市場扣件進口額	2-48
附表 2-1-4	2013 年泰國扣件出口其他東協國家	2-48
附表 2-1-5	2013 年泰國進口鋼製扣件	2-49

2013 鋼鐵新興市場特輯

附表 2-1-6	2013 年泰國鋼製扣件出口額.....	2-49
附表 2-1-7	2013 年泰國進口鋼製扣件.....	2-49
附表 2-1-8	2013 年泰國鋼製扣件出口額.....	2-50
附表 2-1-9	2013 年泰國進口鋁製扣件.....	2-51
附表 2-1-10	2013 年泰國進出口扣件種類.....	2-51
附表 2-2-1	2009~2013 年我國扣件市場供需分析	2-52
附表 2-2-2	2009~2013 年我國扣件產業進口貿易統計	2-52
附表 2-2-3	2012~2013 年我國扣件產品進口變化分析.....	2-53
附表 2-2-4	2012~2013 年我國扣件產品前十大進口國統計	2-54
附表 2-2-5	2009~2013 年我國扣件產業出口貿易統計	2-54
附表 2-2-6	2012~2013 年我國扣件產品出口變化分析.....	2-55
附表 2-2-7	2012~2013 年我國扣件產品前十大出口國統計	2-56
附表 2-2-8	2012~2013 年美國扣件產業進口貿易統計	2-56
附表 2-2-9	2012~2013 年美國扣件產品進口變化分析.....	2-57
附表 2-2-10	2012~2013 年美國扣件產品前十大進口國統計	2-58
附表 2-2-11	2009~2013 年美國扣件產業出口貿易統計	2-58
附表 2-2-12	2012~2013 年美國扣件產品出口變化分析.....	2-59
附表 2-2-13	2012~2013 年美國扣件產品前十大出口國統計	2-60
附表 2-2-14	2009~2013 年德國扣件產業進口貿易統計	2-60
附表 2-2-15	2009~2013 年德國扣件產品進口變化分析.....	2-61
附表 2-2-16	2012~2013 年德國扣件產品前十大進口國統計	2-62
附表 2-2-17	2009~2013 年日本扣件產業進口貿易統計	2-62
附表 2-2-18	2012~2013 年日本扣件產品進口變化分析.....	2-63
附表 2-2-19	2012~2013 年日本扣件產品前十大進口國統計	2-64
附表 2-2-20	2009~2012 年英國扣件產業進口貿易統計	2-65
附表 2-2-21	2009~2013 年中國大陸扣件產業進口貿易統計	2-65
附表 2-2-22	2009~2013 年中國大陸扣件產品進口變化分析.....	2-66
附表 2-2-23	2012~2013 年中國大陸扣件產品前十大進口國統計	2-67
附表 2-3-1	2013 年~2014 年上半年國內外螺絲螺帽產業大事記與影響剖析	2-68

第三篇 手工具俄羅斯篇

表 3-1-1	俄羅斯手工具分類名稱及產品	3-2
表 3-1-2	2013 年俄羅斯手工具產業在全球出口占比	3-11
表 3-2-1	2011~2012 年俄羅斯主要煉鋼業者生產情形	3-16
表 3-2-2	2009~2013 年俄羅斯手工具市場供需分析表	3-18
表 3-2-3	2013 年俄羅斯手工具產品進口統計	3-20
表 3-2-4	2013 年俄羅斯手工具產品出口統計	3-22
表 3-2-5	2009~2013 年台灣手工具產業對俄羅斯之進出口趨勢表	3-23
表 3-2-6	2013 年台灣各類手工具對俄羅斯之進口值	3-24
表 3-2-7	2013 年台灣各類手工具對俄羅斯之出口值	3-26
附表 3-1-1	俄羅斯手工具產業關鍵指標 2008~2013 年	3-43
附表 3-1-2	俄羅斯手工具產業關鍵指標：年度成長 2009~2013 年	3-44
附表 3-1-3	2008~2013 年俄羅斯各類手工具生之產值	3-45
附表 3-1-4	2008~2013 年俄羅斯各類手工具產值之年度成長	3-45
附表 3-1-5	2008~2013 年俄羅斯各類手工具產值佔總體之比例	3-46
附表 3-1-6	2008~2013 年俄羅斯手工具廠商之員工人數數量－以公司規模區分	3-46
附表 3-1-7	2009~2013 年俄羅斯手工具廠商年成長百分比－以員工人數區分	3-47
附表 3-1-8	2009~2013 年俄羅斯手工具各種規模廠商之占比	3-47
附表 3-1-9	2009~2013 年俄羅斯手工具廠商產值統計－以員工人數區分	3-48
附表 3-1-10	2009~2013 年俄羅斯手工具廠商產值年度成長	3-48
附表 3-1-11	2009~2013 年俄羅斯手工具廠商產值佔總體之比例	3-49
附表 3-1-12	俄羅斯主要手工具廠商之產值占比	3-49
附表 3-1-13	2008~2013 年俄羅斯手工具產業進口和出口	3-50
附表 3-1-14	2008~2013 年俄羅斯手工具主要出口國之出口占比	3-51
附表 3-1-15	2008~2013 年俄羅斯手工具主要進口國之進口占比	3-51
附表 3-1-16	2008~2013 年俄羅斯手工具產業關鍵市場指標	3-52
附表 3-1-17	2008~2013 年俄羅斯手工具產業關鍵市場指標年成長百分比	3-53
附表 3-1-18	2008~2013 年俄羅斯家用手工具：關鍵統計指標	3-54
附表 3-1-19	2008~2013 年俄羅斯手工具企業對企業銷售結構	3-55
附表 3-1-20	2008~2013 年俄羅斯手工具企業對企業銷售結構年成長率	3-56
附表 3-1-21	2008~2013 年俄羅斯手工具企業對企業銷售結構占整體比重	3-57

2013 鋼鐵新興市場特輯

附表 3-1-22	2008~2013 年俄羅斯手工工具產業關鍵統計－製造商	3-58
附表 3-1-23	2008~2013 年俄羅斯手工工具產業關鍵統計－批發商	3-59
附表 3-1-24	2008~2013 年俄羅斯手工工具產業供應結構	3-60
附表 3-1-25	2009~2013 年俄羅斯手工工具產業供應結構年成長率	3-60
附表 3-1-26	2008~2013 年俄羅斯手工工具產業供應結構占總體產業比重	3-61
附表 3-1-27	2008~2013 年俄羅斯手工工具產業勞工成本關鍵統計	3-61
附表 3-1-28	2008~2013 年俄羅斯手工工具廠商對供應商之貿易量	3-62
附表 3-1-29	2008~2013 年俄羅斯手工工具廠商對供應商之年度貿易成長	3-63
附表 3-1-30	2008~2013 年俄羅斯手工工具廠商對供應商之占比	3-64
附表 3-1-31	2008~2013 年俄羅斯基礎鋼鐵產業關鍵統計	3-65
附表 3-1-32	2008~2013 年俄羅斯塑膠產業關鍵統計	3-66
附表 3-1-33	2014~2019 年俄羅斯手工工具產業預測	3-67
附表 3-1-34	俄羅斯手工工具產業吸引力指數	3-68
附表 3-1-35	俄羅斯境內之外人投資統計表	3-71
附表 3-1-36	台灣廠商在俄羅斯當地投資統計	3-72
附表 3-1-37	俄羅斯政府發布之台商投資統計	3-72
附表 3-1-38	2009~2013 年中國大陸手工工具產業進出口值	3-73
附表 3-1-39	2009~2013 年中國大陸手工工具產業對俄羅斯進出口值	3-73
附表 3-1-40	2013 年中國大陸各類手工工具產品之進出口值	3-74
附表 3-1-41	2013 年中國大陸各類手工工具產品對俄羅斯進出口值	3-75
附表 3-1-42	2009~2013 年美國手工工具產業進出口值	3-76
附表 3-1-43	2009~2013 年美國手工工具產業對俄羅斯進出口值	3-76
附表 3-1-44	2013 年美國各類手工工具產品之進出口值	3-77
附表 3-1-45	2013 年美國各類手工工具產品對俄羅斯進出口值	3-78
附表 3-1-46	2009~2013 年歐盟手工工具產業進出口值	3-79
附表 3-1-47	2009~2013 年歐盟手工工具產業對俄羅斯進出口值	3-79
附表 3-1-48	2013 年歐盟各類手工工具產品之進出口值	3-80
附表 3-1-49	2013 年歐盟各類手工工具產品對俄羅斯進出口值	3-81
附表 3-1-50	2009~2013 年日本手工工具產業進出口值	3-82
附表 3-1-51	2009~2013 年日本手工工具產業對俄羅斯進出口值	3-82
附表 3-1-52	2013 年日本各類手工工具產品之進出口值	3-83
附表 3-1-53	2013 年日本各類手工工具產品對俄羅斯進出口值	3-84

表目錄

附表 3-1-54	2009～2013 年韓國手工具產業進出口值	3-85
附表 3-1-55	2009～2013 年韓國手工具產業對俄羅斯進出口值	3-85
附表 3-1-56	2013 年韓國各類手工具產品之進出口值	3-86
附表 3-1-57	2013 年韓國各類手工具產品對俄羅斯進出口值	3-87
附表 3-2-1	俄羅斯國內外手工具產業大事記與影響剖析	3-88

第四篇 模具印度篇

表 4-1-1	印度模具產品進出口分類	4-2
表 4-1-2	2013 年全球主要國家模具產業產值現況	4-4
表 4-1-3	全球標竿模具廠營運布局	4-7
表 4-2-1	印度總體經濟概述	4-10
表 4-2-2	2007～2014 年印度 GDP 成長率	4-12
表 4-2-3	2009～2013 年印度模具進出口變化分析	4-18
表 4-2-4	2012～2013 年印度模具產業前五大進口國統計	4-19
表 4-2-5	2012～2013 年印度模具產業前五大出口國統計	4-19
表 4-2-6	2013 年印度各類模具進出口值分析	4-20
表 4-3-1	印度重要雙邊協議	4-26
表 4-4-1	2000～2011 年外資主要投資產業	4-32
附表 4-1-1	2009～2013 年日本模具市場供需分析	4-35
附表 4-1-2	2009～2013 年日本模具進出口變化分析	4-35
附表 4-1-3	2012～2013 年日本模具產業前五大進口國統計	4-36
附表 4-1-4	2012～2013 年日本模具產業前五大出口國統計	4-36
附表 4-1-5	2012～2013 年南韓模具市場供需分析	4-37
附表 4-1-6	2009～2013 年南韓模具進出口變化分析	4-37
附表 4-1-7	2012～2013 年南韓模具產業前五大進口國統計	4-38
附表 4-1-8	2012～2013 年南韓模具產業前五大出口國統計	4-38
附表 4-1-9	2009～2013 年美國供需與主要進口國、進口產品分析	4-39
附表 4-1-10	2012～2013 年美國模具產業前五大進口國統計	4-39
附表 4-1-11	2012～2013 年美國模具產業前五大出口國統計	4-40
附表 4-1-12	2013 年美國各類模具進出口值分析	4-40
附表 4-1-13	2012～2013 年德國模具進出口變化分析	4-41

表目錄

目錄-XV

2013 鋼鐵新興市場特輯

附表 4-1-14	2012~2013 年德國模具產業前五大進口國統計	4-41
附表 4-1-15	2012~2013 年德國模具產業前五大出口國統計	4-42
附表 4-1-1	2009~2013 年法國模具進出口變化分析.....	4-42
附表 4-1-2	2012~2013 年法國模具產業前五大進口國統計	4-43
附表 4-1-3	2012~2013 年法國模具產業前五大出口國統計	4-43
附表 4-1-4	2009~2013 年英國模具進出口變化分析.....	4-44
附表 4-1-5	2012~2013 年英國模具產業前五大進口國統計	4-44
附表 4-1-6	2012~2013 年英國模具產業前五大出口國統計	4-45
附表 4-1-7	2009~2013 年捷克模具進出口變化分析.....	4-45
附表 4-1-8	2012~2013 年捷克模具產業前五大進口國統計	4-46
附表 4-1-9	2012~2013 年捷克模具產業前五大出口國統計	4-46
附表 4-1-10	2009~2013 年匈牙利模具進出口變化分析.....	4-47
附表 4-1-11	2012~2013 年匈牙利模具產業前五大進口國統計	4-47
附表 4-1-12	2012~2013 年匈牙利模具產業前五大出口國統計	4-48
附表 4-1-13	2009~2013 年芬蘭模具進出口變化分析.....	4-48
附表 4-1-14	2012~2013 年芬蘭模具產業前五大進口國統計	4-49
附表 4-1-15	2012~2013 年芬蘭模具產業前五大出口國統計	4-49
附表 4-1-16	2009~2013 年比利時模具進出口變化分析.....	4-50
附表 4-1-17	2012~2013 年比利時模具產業前五大進口國統計	4-50
附表 4-1-18	2012~2013 年比利時模具產業前五大出口國統計	4-51
附表 4-1-19	2009~2013 年盧森堡模具進出口變化分析.....	4-51
附表 4-1-20	2012~2013 年盧森堡模具產業前五大進口國統計	4-52
附表 4-1-21	2012~2013 年盧森堡模具產業前五大出口國統計	4-52
附表 4-1-22	2009~2013 年斯洛伐克模具進出口變化分析.....	4-53
附表 4-1-23	2012~2013 年斯洛伐克模具產業前五大進口國統計	4-53
附表 4-1-24	2012~2013 年斯洛伐克模具產業前五大出口國統計	4-54
附表 4-1-25	2009~2013 年荷蘭模具進出口變化分析.....	4-54
附表 4-1-26	2012~2013 年荷蘭模具產業前五大進口國統計	4-55
附表 4-1-27	2012~2013 年荷蘭模具產業前五大出口國統計	4-55
附表 4-1-28	2009~2013 年愛沙尼亞模具進出口變化分析.....	4-56
附表 4-1-29	2012~2013 年愛沙尼亞模具產業前五大進口國統計	4-56
附表 4-1-30	2012~2013 年愛沙尼亞模具產業前五大出口國統計	4-57

表目錄

附表 4-1-31	2009～2013 年印尼模具進出口變化分析	4-57
附表 4-1-32	2012～2013 年印尼模具產業前五大進口國統計	4-58
附表 4-1-33	2012～2013 年印尼模具產業前五大出口國統計	4-58
附表 4-1-34	2009～2013 年新加坡模具進出口變化分析	4-59
附表 4-1-35	2012～2013 年新加坡模具產業前五大進口國統計	4-59
附表 4-1-36	2012～2013 年新加坡模具產業前五大出口國統計	4-60
附表 4-1-37	2009～2013 年奧地利模具進出口變化分析	4-60
附表 4-1-38	2012～2013 年奧地利模具產業前五大進口國統計	4-61
附表 4-1-39	2012～2013 年奧地利模具產業前五大出口國統計	4-61
附表 4-1-40	2009～2013 年葡萄牙模具進出口變化分析	4-62
附表 4-1-41	2012～2013 年葡萄牙模具產業前五大進口國統計	4-62
附表 4-1-42	2012～2013 年葡萄牙模具產業前五大出口國統計	4-63
附表 4-1-43	2009～2013 年西班牙模具進出口變化分析	4-63
附表 4-1-44	2012～2013 年西班牙模具產業前五大進口國統計	4-64
附表 4-1-45	2012～2013 年西班牙模具產業前五大出口國統計	4-64
附表 4-1-46	2009～2013 年越南模具進出口變化分析	4-65
附表 4-1-47	2012～2013 年越南模具產業前五大進口國統計	4-65
附表 4-1-48	2012～2013 年越南模具產業前五大出口國統計	4-66
附表 4-1-49	2009～2013 年澳洲模具進出口變化分析	4-66
附表 4-1-50	2012～2013 年澳洲模具產業前五大進口國統計	4-67
附表 4-1-51	2012～2013 年澳洲模具產業前五大出口國統計	4-67
附表 4-1-52	2009～2013 年加拿大模具進出口變化分析	4-68
附表 4-1-53	2012～2013 年加拿大模具產業前五大進口國統計	4-68
附表 4-1-54	2012～2013 年加拿大模具產業前五大出口國統計	4-69
附表 4-1-55	2009～2013 年義大利模具進出口變化分析	4-69
附表 4-1-56	2012～2013 年義大利模具產業前五大進口國統計	4-70
附表 4-1-57	2012～2013 年義大利模具產業前五大出口國統計	4-70
附表 4-1-58	2009～2013 年墨西哥模具進出口變化分析	4-71
附表 4-1-59	2012～2013 年墨西哥模具產業前五大進口國統計	4-71
附表 4-1-60	2012～2013 年墨西哥模具產業前五大出口國統計	4-72
附表 4-1-61	2009～2013 年泰國模具進出口變化分析	4-72
附表 4-1-62	2012～2013 年泰國模具產業前五大進口國統計	4-73

表目錄

目錄-XVII

2013 鋼鐵新興市場特輯

附表 4-1-63	2012~2013 年泰國模具產業前五大出口國統計	4-73
附表 4-1-64	2009~2013 年土耳其模具進出口變化分析	4-74
附表 4-1-65	2012~2013 年土耳其模具產業前五大進口國統計	4-74
附表 4-1-66	2012~2013 年土耳其模具產業前五大出口國統計	4-75
附表 4-1-67	2009~2013 年香港模具進出口變化分析	4-75
附表 4-1-68	2012~2013 年香港模具產業前五大進口國統計	4-76
附表 4-1-69	2012~2013 年香港模具產業前五大出口國統計	4-76
附表 4-2-1	2012~2013 年台灣模具產業大事記與影響剖析	4-77
附表 4-2-2	2012~2013 年中國大陸模具產業大事記與影響剖析	4-78
附表 4-2-3	2012~2013 年印度模具產業大事記與影響剖析	4-79
附表 4-2-4	2012~2013 年巴西、歐盟模具產業大事記與影響剖析	4-80
附表 4-3-1	Godrej & Boyce Manufacturing Co.Ltd.	4-81
附表 4-3-2	JBM Group	4-82
附表 4-3-3	Larsen & Toubro	4-83
附表 4-3-4	Nagata India	4-84

第五篇 水五金越南篇

表 5-1-1	水五金分類及定義	5-2
表 5-1-2	水五金海關進出口碼	5-3
表 5-1-3	2013 年全球全球廚衛用水龍頭及配件市佔率	5-6
表 5-1-4	全球前五大衛浴品牌國際大廠營運概況	5-8
表 5-2-1	2008~2012 年越南水五金市場供需分析	5-14
表 5-2-2	2008~2012 年越南水五金產品進口統計	5-16
表 5-2-3	2012 年越南水五金業前五大進口國家貿易表現	5-17
表 5-2-4	2008~2012 年越南水五金產品出口統計	5-20
表 5-2-5	2012 年越南水五金業前五大出口國家貿易表現	5-21
表 5-2-6	2010~2013 年我國水五金對越南貿易量分析	5-24
表 5-3-1	越南與東協體系自由貿易協定簽訂情形	5-29
表 5-3-2	越南與非東協體系自由貿易協定簽訂情形	5-30
表 5-4-1	越南 10 大外資投資國家	5-36
附表 5-1-1	2009~2013 年印尼水五金產業進出口貿易統計	5-41

表目錄

附表 5-1-2	2012~2013 年印尼水五金產品進口變化分析	5-42
附表 5-1-3	2012~2013 年印尼水五金產品出口變化分析	5-43
附表 5-1-4	2009~2013 年泰國水五金產業進出口貿易統計	5-44
附表 5-1-5	2012~2013 年泰國水五金產品進口變化分析	5-45
附表 5-1-6	2012~2013 年泰國水五金產品出口變化分析	5-46
附表 5-1-7	2009~2013 年馬來西亞水五金產業進出口貿易統計	5-47
附表 5-1-8	2012~2013 年馬來西亞水五金產品進口變化分析	5-48
附表 5-1-9	2012~2013 年馬來西亞水五金產品出口變化分析	5-49
附表 5-1-10	2009~2013 年菲律賓水五金產業進出口貿易統計	5-50
附表 5-1-11	2012~2013 年菲律賓水五金產品進口變化分析	5-51
附表 5-1-12	2012~2013 年菲律賓水五金產品出口變化分析	5-52
附表 5-1-13	2009~2013 年寮國水五金產業進出口貿易統計	5-53
附表 5-1-14	2012~2013 年寮國水五金產品進口變化分析	5-54
附表 5-1-15	2012~2013 年寮國水五金產品出口變化分析	5-55
附表 5-1-16	2009~2013 年柬埔寨水五金產業進出口貿易統計	5-56
附表 5-1-17	2012~2013 年柬埔寨水五金產品進口變化分析	5-57
附表 5-1-18	2012~2013 年寮國水五金產品出口變化分析	5-58
附表 5-1-19	2009~2013 年印度水五金產業進出口貿易統計	5-59
附表 5-1-20	2012~2013 年印度水五金產品進口變化分析	5-60
附表 5-1-21	2012~2013 年印度水五金產品出口變化分析	5-61
附表 5-1-22	2009~2013 年土耳其水五金產業進出口貿易統計	5-62
附表 5-1-23	2012~2013 年土耳其水五金產品進口變化分析	5-63
附表 5-1-24	2012~2013 年土耳其水五金產品出口變化分析	5-64
附表 5-1-25	2009~2013 年俄羅斯水五金產業進出口貿易統計	5-65
附表 5-1-26	2012~2013 年俄羅斯水五金產品進口變化分析	5-66
附表 5-1-27	2012~2013 年俄羅斯水五金產品出口變化分析	5-67
附表 5-1-28	2009~2013 年新加坡水五金產業進出口貿易統計	5-68
附表 5-1-29	2012~2013 年新加坡水五金產品進口變化分析	5-69
附表 5-1-30	2012~2013 年新加坡水五金產品出口變化分析	5-70
附表 5-1-31	2009~2013 年匈牙利水五金產業進出口貿易統計	5-71
附表 5-1-32	2012~2013 年匈牙利水五金產品進口變化分析	5-72
附表 5-1-33	2012~2013 年匈牙利水五金產品出口變化分析	5-73

表目錄

目錄-XIX

2013 鋼鐵新興市場特輯

附表 5-1-34	2009~2013 年捷克水五金產業進出口貿易統計	5-74
附表 5-1-35	2012~2013 年捷克水五金產品進口變化分析	5-75
附表 5-1-36	2012~2013 年匈牙利水五金產品出口變化分析	5-76
附表 5-1-37	2009~2013 年波蘭水五金產業進出口貿易統計	5-77
附表 5-1-38	2012~2013 年波蘭水五金產品進口變化分析	5-78
附表 5-1-39	2012~2013 年波蘭水五金產品出口變化分析	5-79
附表 5-1-40	2009~2013 年烏克蘭水五金產業進出口貿易統計	5-80
附表 5-1-41	2012~2013 年烏克蘭水五金產品進口變化分析	5-81
附表 5-1-42	2012~2013 年烏克蘭水五金產品出口變化分析	5-82
附表 5-1-43	2009~2013 年哈薩克水五金產業進出口貿易統計	5-83
附表 5-1-44	2012~2013 年哈薩克水五金產品進口變化分析	5-84
附表 5-1-45	2012~2013 年哈薩克水五金產品出口變化分析	5-85
附表 5-1-46	2009~2013 年羅馬尼亞水五金產業進出口貿易統計	5-86
附表 5-1-47	2012~2013 年羅馬尼亞水五金產品進口變化分析	5-87
附表 5-1-48	2012~2013 年羅馬尼亞水五金產品出口變化分析	5-88
附表 5-1-49	2009~2013 年巴西水五金產業進出口貿易統計	5-89
附表 5-1-50	2012~2013 年巴西水五金產品進口變化分析	5-90
附表 5-1-51	2012~2013 年巴西水五金產品出口變化分析	5-91
附表 5-1-52	2009~2013 年智利水五金產業進出口貿易統計	5-92
附表 5-1-53	2012~2013 年智利水五金產品進口變化分析	5-93
附表 5-1-54	2012~2013 年智利水五金產品出口變化分析	5-94
附表 5-1-55	2009~2013 年墨西哥水五金產業進出口貿易統計	5-95
附表 5-1-56	2012~2013 年墨西哥水五金產品進口變化分析	5-96
附表 5-1-57	2012~2013 年墨西哥水五金產品出口變化分析	5-97
附表 5-1-58	2009~2013 年阿根廷水五金產業進出口貿易統計	5-98
附表 5-1-59	2012~2013 年阿根廷水五金產品進口變化分析	5-99
附表 5-1-60	2012~2013 年阿根廷水五金產品出口變化分析	5-100
附表 5-1-61	2009~2013 年南非水五金產業進出口貿易統計	5-101
附表 5-1-62	2012~2013 年南非水五金產品進口變化分析	5-102
附表 5-1-63	2012~2013 年南非水五金產品出口變化分析	5-103
附表 5-1-64	2009~2013 年埃及水五金產業進出口貿易統計	5-104
附表 5-1-65	2012~2013 年埃及水五金產品進口變化分析	5-105

附表 5-1-66	2012~2013 年埃及水五金產品出口變化分析	5-106
附表 5-2-1	大事記與影響剖析	5-107



第一篇

總

論

篇

總論篇重點摘要

<<市場形貌>>		<<進出口分析>>	
全球市場	◎ 全球金屬製品產業在 2013 年受到經濟成長放緩，下游需求不暢影響，多數產品產能過剩，市場供大於求，再加上勞動力及原燃材料價格上漲等因素，整體市場成長略微下滑。 ◎ 隨著 2014 年全球景氣回升，金屬製品產業成長亦將逐漸回穩，預估 2014 年全球成長率為 3.2%，市場規模約 2 兆美元，至 2015 年市場規模為 2.15 兆美元。	◎ 因中國大陸基礎建設及民間消費持續推動製造業與服務業穩步擴張，雖然台灣投資及出口回軟，內需疲弱，景氣復甦力道不足，但因工業國經濟穩健復甦，新興市場動能轉強，2014 年預估將持續成長。 ◎ 套筒為中國大陸出口大宗，其次為手工具組合，第三為園藝工具，扳手類排名第四，鉗類排名第五。以出口國家來看，美國排名第一，其次依序為英國、德國和日本等。	
	展望	1. 上游金屬材料廠商開始推動整合、重組、購併等策略，以強化國際競爭力。中下游製造廠商則進行國際分工，以技術專業化降低成本。其中，中國大陸及新興市場地區需求呈現高度成長。 2. 金屬製品往微型與小型化發展，精微製造技術成為歐洲與日本等先進國家研發的重點。此外，節能減碳議題持續發酵，藉由材料轉換與製程技術改善，達到產品減重及輕量化之目的，以降低能源消耗比率，成為全球金屬製品產業的新趨勢。	
<<全球新興地區金屬製品業競合分析術>>			
◎ 從 2013 年全球金屬製品市場發展現況來看，歐美先進國家由於生產技術快速發展與勞動力價格升高，將一般性產品轉由開發中國家生產，僅生產高附加價值的產品。而中國大陸又擁有強大的市場潛力，所以有利於發展成為金屬製品加工出口大國。 ◎ 預估至 2018 年，金屬製品產業規模持續擴大的新興市場為亞洲、中東與非洲以及拉丁美洲，市場規模佔比分別為 36.96%、9.99%與 8.69%。其中，拉丁美洲的巴西、亞洲的中國大陸、印度與東南亞、中東地區及俄羅斯等新興市場發展迅速。			
對台商建議		對政府建議	
建議	◎ 積極推動金屬製品業升級與轉型。 ◎ 金屬製品朝高值化、差異化發展。 ◎ 掌握中國大陸金屬製品內需商機。	◎ 藉由政府資源及法人研發能量，協助企業升級與轉型。 ◎ 協助兩岸台商開發高階金屬製品，建構健全之產業環境，強化出口競爭優勢。 ◎ 協助輔導台商解決資金、內銷、人才、投資糾紛問題。	

Abstract- General Introduction

	<<Market Status>>	<<Import and Export Analysis>>
Global Market	✓ The overall market growth of the global metal product industry declined slightly in 2013 due to the slowing economic growth, the obstructed downstream demand, oversupply and the cost of labor and raw materials. ✓ As the global economy rebounds in 2014, the growth of metal product industry will gradually stabilize in 2014, with the estimated global growth rate 3.2% and the market scale about 2 trillion USD in 2014 and 2.15 trillion USD in 2015.	✓ The infrastructural construction and civic consumption in China continuously promote the stable expansion of manufacturing industry and service industry. Though the investment and export in Taiwan as well as domestic demand are weakened and the economic recovery is insufficient, it is still predicted that the metal product industry will continue rising in 2014 owing to the steady economic recovery in industrial countries and the strong momentum of emerging markets. ✓ Sleeves are the major export commodities in China, followed by hand tool sets, gardening tool sets, wrenches and pliers respectively. Among exported countries, USA ranks first, followed by UK, Germany and Japan.
Prospect	1. The upstream metal material manufacturers start to promote integration, restructuring, merging and acquisition etc. to strengthen their international competitiveness, while middle and downstream manufacturers carry out international labor division to reduce the cost with technical specialization. And the demand in China and emerging markets takes on fast growth. 2. The development of metal products towards miniaturized and compact manufacturing technology becomes the R&D focus in Europe, Japan and other advanced countries. Moreover, energy saving and carbon reduction are still hot issues; it becomes the new trend in global metal product industry to reach the objective of product weight reduction and lightweight and decrease the energy consumption ratio by means of material conversion and process technology improvement.	

◀◀Co-opetition Analysis of Metal Product Industry in Global Emerging Regions>>

- ✓ From the aspect of the development of global metal product market in 2013, developed countries in Europe and USA transfer the production of generic commodities to developing countries and instead manufacture only products with high added value as the production technology develops rapidly and the cost of labor rises. However, China owns powerful market potential, which is helpful to develop into major metal products processing and exporting countries.
- ✓ It is estimated that Asia, Middle East, Africa and Latin America will become the emerging markets whose metal product industry scale will expand continuously, with the market scale accounting for 36.96%, 9.99% and 8.69%, among which Brazil in Latin America, China and India in Asia, Southeast Asia, Middle East, Russia and other emerging markets develop rapidly.

◀◀Suggestions for Taiwan Manufacturers>>

◀◀Suggestions for the Government>>

Suggestions

- ✓ Take the initiative to promote the upgrading and transformation of the metal product industry.
- ✓ The metal products develop towards high added value and differentiation.
- ✓ Understand the domestic demand of metal products in China.

- ✓ Assist the enterprises in upgrading and transformation by means of government resources and corporate R&D energy.
- ✓ Assist Taiwanese manufacturers across the strait in developing high-order metal products, constructing sound industrial environment and reinforcing exporting competitive advantages.
- ✓ Assist and guide Taiwanese manufacturers to handle problems related with funds, domestic sale, talents, investment disputes and so on.

第一章 產業概論

第一節 產品定義與產業特性

一、產品定義

金屬製品業為各種消費性產品、建築工具和用材的上游，接續在基本金屬工業(包括鋼鐵、鋁、銅、鎂等金屬)之後，主要製造電子與半導體、運輸工具、家電產品、事務機器、鐘錶儀器及其他五金等相關產品之基本零組件。參考北美行業分類系統、行政院主計處的中華民國行業標準分類與中國大陸國家統計局產業分類，金屬製品產業分類如【表 1-1-1】所示。金屬製品產業所涵蓋範疇包括金屬結構、金屬門窗、切削工具、手工具、農用及園林用金屬工具、集裝箱、金屬壓力容器、金屬包裝容器、金屬絲繩及製品、建築用金屬零件、金屬表面處理及熱處理加工、金屬製廚房用器具製造、金屬製餐具和器皿製造、金屬製衛生器具製造、鍛件及粉末冶金製品、交通及公共管理用金屬標牌等次產業。

表 1-1-1 金屬製品業產品分類與範疇

次產業分類	範 疇
金屬鍛造及沖壓	
刀具及手工具製造	

< 續下表 >

第二章 全球產業現況與趨勢分析

第一節 市場分析

一、全球產業現況與趨勢分析

全球金屬製品產業在歷經 2009 年金融風暴後開始復甦，但在 2013 年受到經濟成長放緩，下游需求不暢影響，多數產品產能過剩，市場供大於求，再加上勞動力及原材料價格上漲等因素，整體市場成長略微下滑。隨著 2014 年全球景氣回升，金屬製品業成長亦將逐漸回穩，預估 2014 年全球成長率為 3.2%，市場規模約 2 兆美元，至 2015 年市場規模為 2.15 兆美元，如【圖 1-2-1】所示。

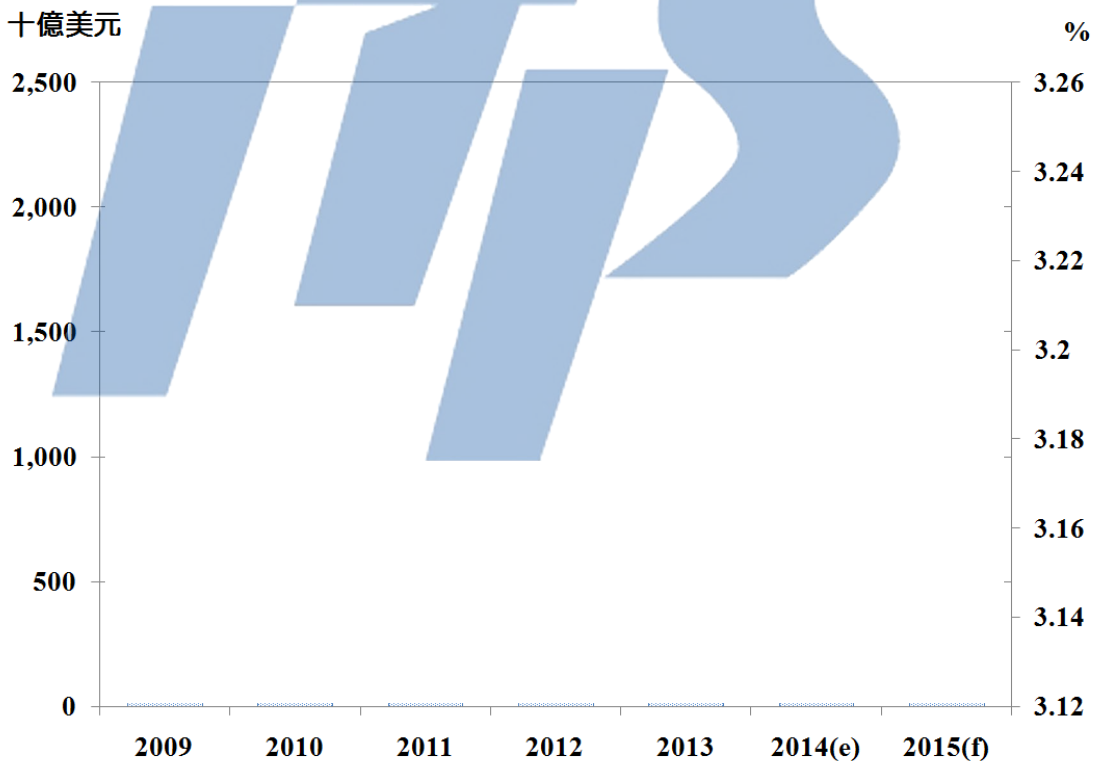


圖 1-2-1 2009～2015 年全球金屬製品產業市場規模及成長率

資料來源：ICON GROUP/金屬中心 MII-ITIS 整理

第三章 產業競爭分析

第一節 主力次產業影響比較

2013 年台灣金屬製品業產值達新台幣 7,232 億元，成長 2.6%，2009～2013 年的複合年成長率(CAGR)為 8.9%。因中國大陸基礎建設及民間消費持續推動製造業與服務業穩步擴張，雖然台灣投資及出口回軟，內需疲弱，景氣復甦力道不足，但因工業國經濟穩健復甦，新興市場動能轉強，2014 年預估將持續成長。

金屬製品次產業之產值，以表面處理產業居冠，2013 年產值佔 19.5%；其次為螺絲螺帽業，產值佔 17%；第三為手工具業，產值佔 9.3%；第四為模具業，產值佔 7.9%；前四大次產業產值合計 3,896 億元，佔金屬製品業 54%。金屬製品業的產值結構變化如【表 1-3-1】，2013 年四大主力次產業市場回顧與展望如下：

表 1-3-1 2009～2014 年台灣金屬製品產值結構變化

單位：億元新台幣

	2009 年	2010 年	2011 年	2012 年	2013 年	2014 年(e)
手工具產業	440	583	618	615	677	680
模具產業	385	459	569	537	571	580
螺絲螺帽產業	758	1,098	1,287	1,213	1,239	1,264
表面處理產業						
其他金屬製品						
合計						

資料來源：經濟部工業生產統計/金屬中心 MII-ITIS 整理(2014/06)

第四章 結論與建議

第一節 結論



第二篇

螺

絲

螺

帽

泰

國

篇

螺絲螺帽泰國篇重點摘要

泰國市場概況	<<市場>>	<<廠商>>
	✓ 泰國汽車工業、3C 電子業、建築業等扣件終端產業發展蓬勃，2013 年泰國扣件進口值為 12.7 億美元，最大進口國為日本，出口值為 4.8 億美元，出口國為美國。	✓ 泰國扣件製造商多為中小型廠商，具代表性的廠商有 Atlantic Yuki Thailand、Dura Fasteners 和 Thaisin Metal Industries，當地的製造商大多面臨中國大陸、日本及台灣等亞太地區國家的製造商強烈競爭。日本扣件業者在當地的據點最多，其中包括 Aoyama Seisakusho、Fuserashi、Meira、NHK Spring、NIFCO、Nitto Seiko 和 Piolax；而德國 Bollhoff 和美國 Stanley Black & Decker 也在泰國設有製造工廠，台灣則有聚亨等公司，其他跨國公司的據點則主要為銷售/配銷通路。

	<<產品與技術趨勢>>	<<廠商>>
泰國市場概況	✓ 產品發展動向：因應近年來我國生產高值化扣件趨勢，朝汽車用及航太用扣件的材料進行開發。在鈦合金扣件部分，需應用材料加熱，進行恆溫鍛造，並針對鈦合金扣件進行成形模具之開發。此外，中鋼成功開發 A-286 鎳基超合金盤元。A-286 屬高強度合金，同時在 700℃ 下具有高強度及抗腐蝕性質，常應用於航太噴射引擎及汽車引擎扣件。技術發展動向：設計技術上，雲端服務系統的開發針對成形模具壓造力、素材體積、所需的成形能量等進行簡易計算。熱處理技術部分，主要以節能為主要目標，包含改善爐體的設計、較佳的氣氛保護控制技術、較強大的數值控制技術等。	✓ 扣件出口單價低於其他主要扣件出口國家，應強化銷售能力，並開拓專業利基型市場。技術上協助應用產業開發產品，提供緊固解決方案，以利切入供應鏈。我國欲加入東協加 N 經濟體有其一定難度，不過我國仍為 WTO 會員國，積極參與 WTO 多邊談判，與東協各國簽訂 FTA，將有助我國開拓國際經貿空間。其次，加強與東協各國產業合作，台商可加強投資佈局東協國家，以作為進入東亞區域市場的跳板，藉由東協對外自由貿易協定，讓產品同樣能夠享受東亞經濟整合的優惠。
建議	✓ 出口單價相較較低，應積極轉向開拓高值專業市場。 ✓ 積極拓展新興外銷市場，如中東、東歐及中南美。 ✓ 關注東協加 N 市場，及早佈局因應。 ✓ 協助應用產業開發產品，以利切入供應鏈。 ✓ 不景氣下，應積極培訓提升員工技能及核心技術，確保景氣回升時之競爭力。	

Abstract-Fasteners Industry

Current Status of Thailand	Abstract-Fasteners Industry	
	◀◀Market▶▶	◀◀Manufacturers▶▶
	✓ The fastener industry for automobile, 3C electronics, construction, etc., in Thailand is developing at a vigorous pace. In 2013, the input value of fasteners in Thailand was USD 1.27 billion, with the largest amount imported from Japan; the export value to the USA was USD 480 million.	✓ Most fastener manufacturers in Thailand are small- and medium-sized manufacturers. Representative manufacturers include: Atlantic Yuki Thailand, Dura Fasteners and Thaisin Metal Industries. Local manufacturers are facing fierce competition from Asia Pacific countries such as China, Japan and Taiwan. Most foreign fastener manufacturers in Thailand are from Japan, including Aoyama Seisakusho, Fuserashi, Meira, NHK Spring, NIFCO, Nitto Seiko and Piolax; Bollhoff (Germany), Stanley Black & Decker (USA) and Tycoons (Taiwan) also have factories in Thailand. The other multinational companies mainly feature sales/distribution channels.

2014 金屬製品新興市場特輯

Prospect fastener market in Taiwan	<<Product/Technology Trends>>		<<Industrial Foresight>>	
	✓ Product development trend: considering Taiwan's production trend towards high-valued fasteners in recent years, materials for fasteners for automobiles and aerospace are under development. In the aspect of titanium alloy fasteners, it is necessary to apply material heating for constant-temperature forging, and to carry out the development of forming die for titanium alloy fasteners. In addition, China Steel has successfully developed the A-286 nickel-based super alloy wire rod. A-286 is a high-strength alloy which has high-strength and anti-corrosive properties at temperatures under 700°C, and is often applied to the fasteners of aerospace jet engines and automobile engines. ✓ Technical development trend: in design technology, the development of a cloud service system offers simple calculation for forming die press force, material volume, required forming energy, etc. In heat treatment technology, the main focus is energy conservation, including improved furnace body design, better atmosphere protection control technology, powerful value control technology, etc.		✓ Taiwan's unit price of fastener output is lower than that of other major fastener exporting countries; it should strengthen its sales ability and expand the professional niche type markets. Provision of technological assistance and solutions for the application industries in product development is needed to facilitate the entry into the supply chain. ✓ There's a certain level of difficulty for Taiwan to join the ASEAN-plus-N. However, Taiwan is still a member of WTO and is actively participating in WTO multilateral negotiation, while signing FTA with ASEAN countries, which will help Taiwan to expand its international business space. Moreover, by strengthening the industrial cooperation with ASEAN countries, Taiwanese merchants can boost investment and deployment there to enter the East Asian market, thus allowing the products to enjoy the preference of East Asian economy integration with the ASEAN foreign free trade agreement.	

第一章 產業總論

第一節 產品定義與產業特性

一、產品定義與範疇

螺絲螺帽類產品統稱為緊固件或扣件(Fastener)，係以線材(盤元)為材料製成。螺絲(Screw)係指圓徑較小之螺紋製品，如：螺絲、木螺絲、自攻螺絲等；螺栓(Bolt)係指圓徑較大的螺紋製品，如：六角螺栓、四角螺栓、基礎螺栓、T型螺栓等；螺帽(Nut)則多為陰螺紋，主要為配合螺絲(栓)，作為固定或鎖緊螺絲，螺帽的強度需配合與其共同使用的螺絲(栓)，一般高拉力螺絲(栓)配合硬質的螺帽使用。扣件分為螺絲螺帽、墊圈、金屬釘、鉚釘及其他螺絲類產品五個項目，各項產品定義如【表 2-1-1】。

表 2-1-1 扣件分類及定義

產品名稱	名稱	定 義
螺絲、螺帽	screw and nut	利用螺旋原理做成的，可使二物體固定或連結起來，而該螺旋具有陽性者稱螺絲。而螺帽則指在中空柱體內表面具有內螺紋之物件之總稱。
墊圈	washer	為介於螺釘或螺帽之承面與物件固定面間而具有孔，可使螺釘穿過之物件，並有保護承面或加工面、增大承面、防鬆、補位等功能。
金屬釘	nail	
鉚釘	rivet	
其他螺絲類	others	

資料來源：金屬中心 MII-ITIS 計畫整理

第二章 泰國市場分析現況與趨勢

第一節 產業概論

一、泰國總體經濟概述

泰國是一個出口導向型的新興經濟體，製造業是最重要的部分，佔其國內生產總值(GDP)的 43%，其他如服務業佔 44%，農業則佔 13%。2013 年泰國國內生產總值為 12.035 萬億泰銖，約合 3,872 億美元，經濟成長率為 1.8%，平均通貨膨脹率為 2.1%。泰國經濟原本預計 2013 年國內生產總值成長率可至 4%，然而在 2013 上半年(Q1 與 Q2)，泰國經濟同期比雖成長了 4.1%，但經過季節性調整後，泰國國內生產總值在 2013 年第一季減少了 1.7%，第二季減少了 0.3%，連續兩個季度呈現萎縮情況，從技術上來講，泰國經濟判斷處於衰退，相較 2012 年平均國內生產總值成長率達 7.7%，2013 年平均國內生產總值成長率僅 1.8%，在泰國政經環境仍有不安變數下，此經濟衰退趨勢可能延續至 2014 年。【表 2-2-1】為泰國 2009 年至 2013 年主要總體經濟數據。

泰國國內生產總值萎縮，由以下情況變化可見端倪……

第三章 重要議題影響剖析

第一節 環境面議題分析

本節探討貿易自由化之衝擊與機會，因貿易導向開始對外投資的動機可分為三類：天然資源導向(Natural resource oriented)，勞動力導向(Labor oriented)，市場導向(Market oriented)，台灣扣件產業偏向後兩者。但當國外投資機會開啟之後，原屬劣勢的邊際產業有可能會進行直接投資，如技術移轉等，原因在於被投資國具有較豐富的生產要素，此即為比較利益法則，在引進投資者的資金或技術之後，能以更有效率的方式進行生產，故可提高品質、降低成本、從事國際競爭等，對於國際貿易有正面幫助。

擷取比較利益法則的精神，另一個國際貿易可解釋我國扣件廠商往東南亞國家生產移動的論點則為產品循環理論，此論點主要貢獻在於其動態觀點，重視生產與行銷的互動，當產品生產技術達標準化後，必須訴諸市場價格競爭，使企業不得不前往勞動力相對低廉的國家投資生產，如我國 5 級以下(低碳鋼)的標準螺絲螺帽產品，因其技術門檻低，在台灣屬可標準化產品，故近年台灣扣件產業紛紛至東協國家或中國大陸設點，以期可以在國際上量產競爭.....

第四章 結論與建議

第一節 結論



第三篇

手

工

具

俄

羅

斯

篇

手工具俄羅斯篇重點摘要

	◀◀市場>>	◀◀廠商>>
現況	✓ 2013 年俄羅斯手工具產業的產值為 9.26 億美元，出口值為 2.51 億美元，進口值為 29.1 億美元，國內需求為 9.29 億美元，出口比例為 27.1%，進口依存度為 81.1%，廠商家數 1,531 家，從業人數 38,111 人。	✓ 俄羅斯勞工、土地成本逐年增加，不利於附加價值較低的產品生存及業者擴大生產規模。 ✓ 中國大陸低價競爭與俄羅斯國內手工具同業競爭激烈，利潤維持不易。
	◀◀產品與技術>>	◀◀產業前瞻>>
展望	✓ 俄羅斯手工具產業未來潛力產品包括醫療用手工具、多功能手工具、數位化手工具、輕量化及創意型手工具。 ✓ 俄羅斯國內研發設計人員尚有待加強，同步工程團隊的整合開發尚未全面落實。	✓ 因為俄羅斯手工具的內需規模不小，因此國外大廠仍積極購併或合作設廠，以達成生產全球化，擴大市場佔有率。 ✓ 俄羅斯消費者對「Outdoor living」的觀念日趨重視，帶動相關 DIY 產品市場熱潮。 ✓ 在全球下，手工具產業必須走向升級轉型，朝品牌建立與設計加值努力。
	◀◀優勢>>	◀◀劣勢>>
競爭分析	✓ 近年俄羅斯政府逐步推動手工具材料技術、外觀設計、製程技術研究及驗證技術等方面，增強國際競爭力。 ✓ 俄羅斯與中國大陸手工具產業連結性強，銷售與行銷管道能結合，近年積極參加各類大型展覽，提高俄羅斯手工具產品的整體形象及知名度。	✓ 俄羅斯政府體系官僚、索賄及查稅等作法大幅提高經營風險。 ✓ 俄羅斯勞工法十分保障勞工，對資方較不利，且進口貨品通關不易。 ✓ 俄羅斯外人投資獎勵不足。 ✓ 台灣及俄羅斯無正式外交關係，對台商保護較難周到。

2014 金屬製品新興市場特輯

◀◀機會▶▶		◀◀威脅▶▶	
競爭分析	✓ 俄羅斯手工工具產業開拓新市場與新產品，打入開發中國家市場。 ✓ 未來消費者節省開支下自行維護居家設施增多，全球 DIY 產業持續成長。		✓ 2008 年金融海嘯重創，手工工具訂單減少 3 成，2010 年後期才逐漸復甦，2013 年經濟復甦緩慢，中國大陸威脅仍日增。 ✓ 環保規範要求環保綠色之電鍍技術需求。
	建議		✓ 我國業者的醫學手術器械類已經頗有成效，可做為切入俄羅斯市場的產品。 ✓ 對於有意前往俄羅斯市場投資的台灣手工工具廠商，採取從寬資助及提供輔導經費等做法，降低業者前往投資之難度。 ✓ 台灣手工工具品牌可藉由獲得國外產品設計競賽大獎，來提升在俄羅斯市場之知名度與認同。 ✓ 台灣手工工具業界應以開放式創新研發思維及行銷推廣取代過去單打獨鬥之生產製造導向，拓展包括俄羅斯在內等新興市場。

Abstract-Hand Tool Industry

	<<Market>>		<<Manufacturers>>	
	Current Status		Prospect	
Current Status	<<Market>>		<<Manufacturers>>	
	✓ The production value of Russia's hand-tool industry in 2013 was USD 926 million, and its export and import values were USD 251 million and USD 2.91 billion, respectively. Russia's domestic demand was USD 929 million, the export rate was 27.1%, the import dependence was 312.8%; there were 1,531 manufacturers and 38,111 employees.		✓ With increasing costs of labor and land, it is unfavorable for Russia to produce products with low added values or to expand production scale. ✓ With low-price competition from China and increasingly fierce horizontal competition in Russia, it is difficult for the industry to maintain benefits.	
Prospect	<<Products and Techniques>>		<<Industrial Foresight>>	
	✓ Potential products of Russia's hand-tool industry include hand tools for medical purpose, multi-function hand tools, digital hand tools, and light and innovative hand tools. ✓ Russia's domestic R&D and design personnel require improvement, with the integration and development of engineering teams still in need of comprehensive implementation.		✓ With the considerable scale of domestic demand for hand tools in Russia, foreign manufacturers are actively taking actions to merge or cooperate to set up plants to achieve global production and expand market share. ✓ Customers' increasing emphasis on "Outdoor living" in Russia promotes the development of a market for related DIY products. ✓ With the trend of globalization, it is necessary to redouble efforts for brand establishment and design-added value since the hand-tool industry has to upgrade and transform.	
Competition Analysis	<<Product/Technology Trends>>		<<Industrial Foresight>>	
	✓ In recently years, the government of Russia has been gradually pushing forward material technology, appearance design, manufacturing process technology research and verification techniques of hand tools in order to promote its international competitiveness. ✓ With a strong connection of hand-tool industries between Russia and China, and the integration of distributing and marketing channels, Russia's hand tools industry has been actively participating in various large exhibitions to improve its overall image and publicity.		✓ Systematic bureaucracy, bribery demands and tax inquiries in the government of Russia have greatly increased business risks. ✓ With comprehensive laws protecting labor, it is unfavorable for capital and difficult for import goods to clear customs. ✓ There is insufficient incentive for foreign investment in Russia. ✓ Without formal diplomatic relations between Taiwan and Russia, it is difficult to fully ensure the interests of Taiwanese manufacturers.	

2014 金屬製品新興市場特輯

Competition Analysis	<<Opportunities>>		<<Threats>>	
	✓ Russia's hand tool industry has been exploring emerging markets and new products to enter the markets of developing countries. ✓ Since future customers are increasingly interested in maintaining household facilities on their own to save money, the DIY industry will continue to grow globally.		✓ With severe damage from the financial crisis in 2008, hand tool orders declined by 30%, and did not recover until late 2010. While the economic recovery slowed down in 2013, threats from China are growing day by day. ✓ Specifications of environmental protection require green electroplating techniques.	
Suggestions	✓ Taiwanese enterprises have achieved considerable results in medical surgical devices, which can be used to explore the market in Russia. ✓ For Taiwanese hand tool manufacturers who are interested in investing in the Russian market, it is necessary to provide generous financial subsidies and guidance funds to reduce the difficulty for enterprises to invest there. ✓ Taiwan's hand tool brands can improve their publicity and recognition in the Russian market by winning international competitions of product design. ✓ Instead of manufacturing individually in the past, Taiwan's hand tool industry should explore emerging markets, including Russia, with an open mind, innovative thinking and marketing.			

第一章 產業總論

第一節 產品定義與產業特性

一、產品定義與特性

人類在智力下運用巧妙的雙手，透過操作與勞動過程中所呈現的活動性、所施展的作用力，構成了「手工」的基本內涵。「手工」是前工業時代人類社會唯一能依靠和選擇的生產力形式。為了延伸手的活動性、增強手的作用力，以在人工形式上更充分地掌控或改變自然界物質，人類創造了非身體性的物質工具—手工工具。它作為手的延伸形式，改變了手工「赤手空拳」的原始狀態，使人類揖別了單純的動物能力。手工工具的動力或能量，源自操作者的體力。它通過手並集結於手，其間未經「抽象」或「轉換」，因而具有不可存儲和遠距離傳輸的即時性、近切性。制動力量的實質—「利用的」而非「改造的」的自然力，使手工工具「受動化」，它的全部可能性都仰賴於人的操縱和控制。

而本文所探討的產品是以非動力手工工具為主，產品進出口碼(HS Code)介於8201~8215之產品。依據 ITC(International Trade Centre)對於產品的標準分類

第二章 俄羅斯手工具市場現況與趨勢

第一節 產業概論

一、總體經濟概述

俄羅斯於 2013 年拜國際油價持續維持高水準之賜，經濟持續 2012 年的成長動力，據國際貨幣基金會(IMF)統計，2013 年俄羅斯經濟成長率為 3.4%，經濟規模約達 1 兆 9,536 億美元，較 2012 年增加約 687 億美元。另據俄羅斯中央銀行公佈數據，2013 年俄羅斯主要經濟指標：工業生產成長 2.6%、農業生產減少 4.7%、固定資產投資增加 6.6%、零售業成長 2.6%、消費者物價指數增加 5.1%、核心通貨膨脹率 5.7%、工業品生產者價格指數增加 5.1%、整體失業率 5.1%、實際可支配所得增加 4.2%、商品及服務支出增加 5.8%。

根據俄羅斯聯邦海關總署資料，2013 年俄羅斯對外貿易總額為 8,373 億美元，較 2012 年的 8,213 億美元微幅成長 1.8%；其中出口額計 5,247 億美元，較 2012 年小幅成長 1.55%，進口額計 3,126 億美元，增加 2.23%。2013 年俄羅斯進出口額小幅成長，主要是受國際原料價格，特別是原油價格持平所致……

第三章 重要議題影響

第一節 環境面議題分析

一、基礎建設及成本

- (一)土地：根據俄國舊有的土地法，土地僅可承租，不可買賣，但該法目前已失效。1993 年 10 月葉爾辛總統發佈 1767 號行政命令，規定俄國人及合資企業可自由買賣土地，完全外資公司則無法購買土地，僅能以租賃方式(49~99 年)為之；另亦規定農人可以質押土地方式向銀行辦理貸款。1997 年 5 月葉氏再簽署一項有關非農地土地所有權之行政命令，讓都市建物所有權人能承購建物所在之土地。目前俄國國會已修正土地法，開放俄國公民，外國法人，外國自然人持有、買賣不動產及土地，但外國人不得購買農地，租賃期為 49 年。
- (二)能源：俄國水電充足且價格低於台灣；以莫斯科商業用為例，2012 年電費每度(KWH)2.49 盧布，不過預定在 2013 年 7 月調整費率。自來水部份，冷水每立方公尺 26.10 盧布，熱水每立方公尺 84.62 盧布.....

第四章 結論與建議

第一節 結論



第四篇

模

具

印

度

篇

模具印度篇重點摘要

	<<市場>>	<<廠商>>
現況	◎ 2013 年印度模具產值為 36 億美元，比去年成長約 15%，成長幅度穩定。 ◎ 2013 年印度模具出口產值為 1.22 億美元，比去年增加了 14%，出口成長持續增加。	◎ 印度前四大模具廠為 Godrej&Boyce Manufacturing Co.Ltd.、JBM Group、Larsen&Toubro Ltd.、Nagata India Pvt.Ltd.
展望	<<產品與技術>>	<<產業前瞻>>
	◎ 由於國外高階技術模具廠紛紛於印度設廠，透過學習效應，間接促使印度模具技術快速精進。 ◎ 印度模具需求提升主要來自於汽車產業、塑膠製品、電子與電機等產品的帶動，未來印度的模具發展趨勢有下列三個大方向： ● 使用熱流道技術來製作模具。 ● 鋁模具的需求增加。 ● 發展快速模具。	◎ 未來 3 年印度出口產品成長之主力應為機械、化學、電子等產品。 ◎ 印度模具廠商策略佈局也積極進入了併購階段，為了擴大市場佔有率，進行併購較小的競爭廠商，或是往上垂直整合併購供應商以獲取更大的利潤。 ◎ 印度有意發展為南亞汽車中心，尤其小型車輛更是輸銷歐洲、中東、非洲市場的樞紐。
建議	◎ 技術面－印度模具未來將以塑膠模具、鋁模具與熱流道技術為主要發展方向，台灣廠商可進行此產業布局。 ◎ 市場面－電子、汽車市場需求擴大，可以廠商可切入投資。 ◎ 供應鏈面－印度在研發、製造、行銷、採購等分工整合模式不佳，若台商要進行投資，必須先考慮整體供應鏈配套措施。	

Key Summary of the Molds Chapter

<<Market>>		<<Manufacturers>>	
Current Status	✓ India witnessed an output value of USD 3.6 billion in mold industry in 2013 with a stable year-on-year growth rate of about 15%. ✓ India's 2013 mold export value was USD 122 million, for an increase of 14% compared to the previous year, and it is continuing to grow.	✓ The top 4 mold manufacturers in India are: Godrej & Boyce Manufacturing Co., Ltd., JBM Group, Larsen & Toubro Ltd. and Nagata India Pvt. Ltd.	
	<<Product/Technology Trends>>		<<Industrial Foresight>>
Prospect	✓ As foreign mold manufacturers with advanced technologies continue to establish plants in India, it has indirectly helped India's mold technologies to advance quickly through learning. ✓ The increase in India's mold demand is mainly driven by the auto industry, plastic manufacturing, electronics and electrical products. The three general directions of India's future mold development are as follows: ● Manufacturing with hot runner technologies ● Increase in aluminum mold demand ● Development of rapid molds	✓ Mechanical, chemical and electronic products will be the main force of export increases in India for the next three years. ✓ The strategic deployment of Indian mold manufacturers has actively entered the merging phase, i.e. acquiring smaller competitors to expand market share or vertically integrating upstream suppliers to gain larger profits. ✓ India intends to develop into South Asia's auto center, especially the hub for distributing small vehicles to markets in Europe, the Middle East and Africa.	
	✓ Technology: India's mold industry has set plastic mold, aluminum mold and hot runner technologies as the main future directions of development; Taiwanese manufacturers may set out their industries accordingly. ✓ Market: With the expanding needs of the electronics and auto markets, Taiwanese manufacturers can consider new investments. ✓ Supply chain: India has poor work division and integration mode in R&D, manufacturing, distributing and purchasing. Therefore, for Taiwanese manufacturers planning to make investment, supporting measures for the integral supply chain must be considered first.		
Suggestions			

第一章 產業總論

第一節 產品定義與產業特性

一、產品定義

模具產業為支援製造業發展的關鍵性產業，在電子、汽車、電機、電器、儀表、家電和通訊等產品中，60%~80%的零組件都依靠模具成形，模具質量高低決定著產品品質好壞，因此模具有工業之母的美稱。模具也是效益放大器，用模具生產的最終產品價值，往往是模具本身價值的幾十倍或是上百倍，因此模具的生產技術與科技含量已成為衡量一個國家的經濟發展狀況，也意味著國際競爭能力的高低。

以 International Trade Centre(以下簡稱 ITC)的模具分類，印度模具進出口海關碼共分為 9 大類，包含橡塑膠射出模、壓縮模、沖壓金屬膜、金屬碳化物用模、抽/擠壓金屬用模、礦物材料用模、模座、玻璃用模與金屬射出模/壓縮模等，如【表 4-1-1】所示。

第二章 印度模具市場現況與趨勢

第一節 產業概論

一、印度總體經濟概述

印度是個種性制度階級明顯之國家，總人口約 12 億左右，為全球人口第二大國，其次於中國大陸的 13 億人口，15~64 歲之勞動人口約占 70%，是個年輕化且具有勞動力的國家，2013 年印度 GDP 為 1 兆 9363 億美元，如【表 4-2-1】，其中服務業部門產出佔 GDP 60%、工業部門產出佔 16%、農業產出佔 14%。目前該國最重要的產業為農業雖然只佔總 GDP 14%，但提供了 50%的就業人口比重，可見農業在印度整體經濟與社會穩定的重要性；而在工業表現方面，2012-13 年在製造業與礦產業表現不佳，呈現零成長的趨勢，因此印度政府已經將發展製造業列為重點工作，像是 2011 年底推出「國家製造業政策(National Manufacturing Policy)」，目標在 2025 年將製造業佔 GDP 比重由目前之 16%提升至 25%；在服務業方面，由於大環境的影響，導致旅遊、物流及通訊在今年成長幅度不如前兩年。

2012~13 年印度經濟在各方面均遭逢嚴峻挑戰，預估 2012~13 年度經濟成長率僅為 5.5%，創近 10 年來新低紀錄，以印度新興市場經濟體……

第三章 重要議題影響剖析

第一節 環境面議題分析

一、政府政策

印度財政問題一直處於經常性赤字，其主要原因是因為大量進口原油的關係，但預估到 2020 年將被進口電子產品所取代，半導體年度進口金額將從 2010 年的 70 億美元竄升至 2020 年的 500 億美元，而 2020 年印度電子產品銷售金額預估可達 4 千億美元，恐加劇印度貿易與財政赤字之惡化情形，因此印度政府目前正積極推動半導體晶圓廠設置(印度本身無半導體產業)，期盼未來對進口半導體之需求減緩，同時也能降低目前電子產品供應鏈完全仰賴進口之風險。目前主要政策有兩大方向，第一為建立印度電子產業能力，第二為鼓勵外資設廠，以下分別針對此兩大執行方向做詳細說明

1. 提高進口關稅，協助建立自身電子產業能力

目前電子零件進口至印度的關稅幾乎為零，導致在印度生產製造之電子產品不具競爭力，此對印度發展電子製造業非常不利，為此印度財政部考慮檢視電子零件進口關稅之架構，以扶植印度國內電子製造業之發展……

第四章 結論與建議

第一節 結論



水
五
金
越
南
篇

第五篇

水五金越南篇重點摘要

現況	◀◀市場▶▶ ✓ 2013 年全球廚衛用水龍頭及配件全球產值達到 39 億美元，較 2012 年增加 1.3 億美元。全球最大的水五金市場為亞洲，市場規模為 13.7 億美元，其次為中東與歐洲地區，市場規模為 11.6 億美元，北美與加勒比海地區合計排名第三，市場規模為 8.5 億元美元。 ✓ 2008 年至 2012 年越南水五金每年國內需求平均約為 6 億元美金。	◀◀廠商▶▶ ✓ 2012 年北美新屋開工與銷售數字有逐漸回溫的趨勢，使得衛浴設備及相關五金產品市場逐漸擺脫谷底，漸漸恢復至金融海嘯前水準，分析前五大品牌廠商，德國杜拉維特(Duravit)、德國高儀(Grohe)、西班牙樂家(Roca)、日本東陶(TOTO)在 2012 年的營收皆已恢復成長，但是日本伊奈(INAX)的營收則依舊呈現衰退的狀況。
	◀◀產品與技術▶▶ ✓ 越南的水五金產品主要供應國內市場，出口產品較少，大部分都是替其他品牌代工，進口依存度高。 ✓ 產品朝向智慧化發展，智慧控制水龍頭，目前已成市場上受歡迎的產品。	◀◀產業前瞻▶▶ ✓ 越南水五金廠商眾多，部分小企業模仿知名品牌和市場流行的產品外觀設計，並採取低價競爭的方式，加劇了產業競爭。 ✓ 越南水五金產業水五金市場主要受到兩大因素影響。第一，產品同質化嚴重，產品創新不足；第二，越南政府為控制物價，政策性打壓房市，也影響了水五金的需求，加上勞動力、產品成本上漲，通貨膨脹、同業的激烈競爭等因素，使得水五金產業面臨許多的挑戰。
展望	◀◀優勢▶▶ ✓ 越南本國勞動力價格較低，相比較進口產品，越南本國生產的產品具有明顯的價格優勢。 ✓ 越南為東協會員國，亦將加入跨太平洋夥伴關係(TPP)，享有會員國間之優惠關稅。	◀◀劣勢▶▶ ✓ 高額的通貨膨脹率、以及鉅額之貿易逆差為越南經濟發展隱憂。 ✓ 缺工及罷工日益嚴重、基礎建設不足、勞動成本激增、土地取得成本上揚、政府行政效率不彰。
	◀◀機會▶▶ ✓ 越南經濟的持續發展帶來人民收入水準的提升，加上國家鼓勵民間消費、拉動內需的經濟政策，以及城市化進程加快等因素，均為水五金產業的發展提供了良好的環境和龐大的市場空間。	◀◀威脅▶▶ ✓ 國際品牌大廠在中國大陸生產水五金與衛浴產品，然後透過品牌的優勢，將產品出口至越南，利用國際品牌知名度搶占市場。
水五金競爭分析		

2014 金屬製品新興市場特輯

建議

- ✓ 台灣廠商外銷以美國為主，應積極開發歐洲、亞洲市場，降低風險。
- ✓ 目前越南水五金產品仰賴進口，市場具高度發展潛力。
- ✓ 我國業者欲切入越南內需市場者要注意品牌廠由中國大陸出口至越南的產品競爭，強化對通路的掌握程度才能夠搶占越南衛浴五金產品的國內市場。



Outline of Key Points of Plumbing Industry

Status quo	◀◀Market▶▶	◀◀Manufacturers▶▶
	✓ The global output value of water taps and accessories for kitchen and bathroom reached USD 3.9 billion in 2013, with an increase of USD 130 million compared to that in 2012. The largest plumbing market in the world is Asia with a market size of USD 1.37 billion, followed by the Middle East and Europe with USD 1.16 billion, and North America and the Caribbean countries take the third place with USD 0.85 billion. ✓ The annual average for plumbing demand from 2008 to 2012 in Vietnam reached about USD 0.6 billion.	✓ With the reviving trends in new house construction and sale number in North America in 2012, devices for bathroom and related plumbing products gradually rebounded from the bottom and returned to the level before the financial crisis. The analysis shows that among top five manufacturers, Germany's Duravit and Grohe, Spain's Roca and Japan's TOTO had all resumed their growth in revenue in 2012 while Japan's INAX remained declined.
Outlook	◀◀Products and Techniques▶▶	◀◀Industrial Outlook▶▶
	✓ With a small amount of export, Vietnamese plumbing products mainly supply its domestic market, most of which are manufactured on contract for other brands. It still heavily relies on import. ✓ With the intellectualized development, smart water taps have become a favorable product in the market.	✓ Among numerous plumbing manufacturers in Vietnam, some small enterprises imitate products of famous brands and popular appearance design and use low-price competitive strategy, which has aggravated the competition. ✓ The plumbing market in Vietnam is mainly influenced by two factors. Firstly, products tend to be homogeneous and lack innovation; secondly, Vietnamese government suppressed the real estate market with policies in order to control price, which had limited the demand for plumbing products. With increasing cost of labor and products, inflation and severe horizontal competition, the plumbing industry faces rigorous challenges.

2014 金屬製品新興市場特輯

Competitive Analysis of Plumbing Industry	<<Strength>>		<<Weakness>>	
	✓ With the relatively low labor cost, products made in Vietnam have an obvious advantage in price compared to imported products. ✓ Vietnam, as an ASEAN member, is going to join TPP and then enjoy preferential tariff for member states.		✓ High inflation rate and huge trade deficit have become potential threats to Vietnam's economic development. ✓ Other weaknesses include increasingly severe labor shortage and strikes, insufficient infrastructure, sharply increased labor cost, soaring costs of land acquisition, and low efficiency in government administration.	
Competitive Analysis of Plumbing Industry	<<Opportunity>>		<<Threat>>	
	✓ Promoted income level due to the continual economic development in Vietnam, national policies that stimulate civilian consumption and domestic demand, and accelerated urbanization have all created a good environment for the development of plumbing industry and a large market.		✓ Manufacturers of international brands produce plumbing products and devices for bathroom in China and export their products to Vietnam through the advantage of brand effect and occupy its market with international brand awareness.	
Suggestion	✓ Taiwanese manufacturers, used to focus on the market in USA, shall actively explore markets in Europe and Asia in order to reduce risks. ✓ At present, Vietnam's plumbing products highly rely upon import, suggesting that its market has high potential for development. ✓ Taiwanese enterprises that plan to enter Vietnamese market shall be aware of the competition from products produced in China by brand manufacturers, and strengthen the control of channels in order to seize a market share of plumbing products in Vietnam.			

第一章 產業總論

第一節 產品定義與產業特性

一、產品定義與範疇

水五金產業意指水用五金相關產業，譬如衛浴設備用水龍頭、閥、栓、水錶、灑水器、自來水用止回閥、減壓閥、金屬製衛生設備及其零件，包括污水槽及洗面盆、浴盆其他零配件以及衛浴五金配件。依據北美 NAICS 的分類，水五金產品包含：二三孔浴用水龍頭、淋浴用黃銅配件、防燙傷水龍頭、花灑及分流器等。從前的水龍頭僅只具備單獨給水功能，今日的水龍頭不僅已成為居家設計的重要元素，甚至在各大建築中，都能見到結合各式高科技的產品，像是電子感應式、恆溫控制等高功能與高附加價值的水龍頭，若依我國行業標準分類，水五金行業可歸類為「泵、壓縮機、活栓及活閥製造業」。產品最大宗為水龍頭、止回閥、減壓閥以及各式金屬製衛生用品，主要產品為廚房衛浴設備。水五金的零配件分類詳見【表 5-1-1】所示。

第二章 越南水五金市場現況與趨勢

第一節 產業概論

一、總體經濟

越南 2013 年 GDP 成長率為 5.42%，如【圖 5-2-1】所示。其中，第一季成長 4.76%，第二季成長 5%，第三季成長 5.54%，第四季成長 6.04%。2013 年 GDP 成長雖低於預期目標(5.5%)，但高於 2012 年的 5.25%，釋放出經濟復甦的訊息。

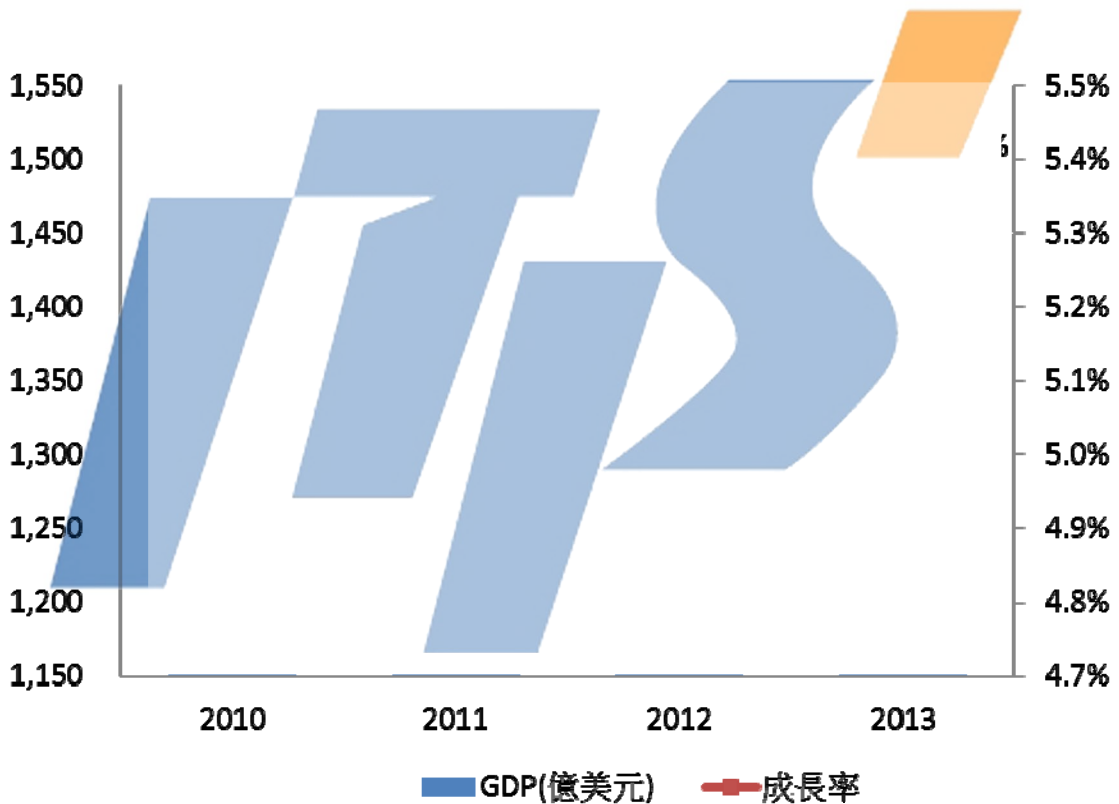


圖 5-2-1 2010~2013 年越南 GDP 變化統計

資料來源：越南統計局/金屬中心 MII-ITIS 計畫整理

第三章 重要議題影響剖析

第一節 貿易自由化之衝擊與機會

越南目前已簽署 8 個自由貿易協定如【表 5-3-1】及【表 5-3-2】，包括越南－東盟(ASEAN)FTA、越南－東盟＋(印度、澳洲－紐西蘭、韓國、日本、中國大陸)FTA、越南－智利 FTA、越南－日本 FTA。目前正在談判其他 6 個自由協定，包括 越南－歐盟(EU)FTA、越南－歐洲自由貿易協會(EFTA)FTA、越南－韓國 FTA、越南－俄國、白俄、哈薩克海關聯盟 FTA、東南亞區域全面經濟夥伴協定(RCEP)。

表 5-3-1 越南與東協體系自由貿易協定簽訂情形

名稱	進展	簽署時間	生效時間
ASEAN Free Trade Area 東協自由貿易區	已生效	28 Jan 1992	01 Jan 1993
ASEAN-Australia and New Zealand Free Trade Agreement 東協－澳洲、紐西蘭自由貿易協定	已生效	27 Feb 2009	01 Jan 2010
ASEAN-India Regional Trade and Investment Area	已生效	13 Aug 2009	01 Jan 2010

< 續下表 >

第四章 結論與建議

第一節 結論



《2014 金屬製品業新興市場特輯》

全本電子檔及各章節下載點數，請參考智網公告

電話 | 02-27326517

傳真 | 02-27329133

客服信箱 | itismembers@micmail.iii.org.tw

地址 | 10669 台北市敦化南路二段 216 號 19 樓

劃撥資訊 | 帳號：01677112

戶名：財團法人資訊工業策進會

匯款資訊 | 收款銀行：華南銀行—和平分行

(銀行代碼：008)

戶名：財團法人資訊工業策進會

收款帳號：98365050990013 (共 14 碼)

服務時間 | 星期一~星期五

am 09:00-12:30 pm13:30-18:00



經濟部技術處產業技術知識服務計畫

如欲下載此本產業報告電子檔，

請至智網網站搜尋，即可扣點下載享有電子檔。

ITIS 智網：<http://www.itis.org.tw/>