

機械設備進入印尼市場之策略研究

The Study of strategy for Taiwan machinery equipments entering
the Indonesian market

江素雲、葉立綸

- 委託單位：經濟部技術處
- 執行單位：財團法人工業技術研究院
產業經濟與趨勢研究中心
- 出版日期：中華民國102年10月

摘要

印尼擁有豐富的天然資源及充足的人力，是國際投資機構看重印尼的主要考量，尤其印尼的人口結構年輕，過去五年經濟平均成長率達 5% 以上，人均所得已達 3,000 美元，即使在全球籠罩金融危機的 2008、2009 年，經濟成長率仍分別有 6.1% 及 4.5%，未來經濟持續成長潛力雄厚。為了加速成長，印尼政府於 2011 年 5 月公布「加速擴張印尼經濟發展計畫 2011-2025」(Acceleration and expansion of Indonesia economic development 2011-2025)(簡稱 MP3EI)，於未來 4 年間預計將促進投資增加 4,680 億美元，從事改善公共設施、促進產業發展、強化人力資源與品質之提升，並開發六大經濟走廊，期望於 2025 年使印尼人均所得提高至 15,000 美元，並進入世界前 10 大經濟體，使得印尼成為東南亞最大的經濟體。

我國在開放對中國大陸投資以前，印尼是我國廠商對外投資的主要地區，隨後由於中國大陸的改革開放、我國放寬對陸投資及 1998 年東南亞國家的亞洲金融風暴，台商到印尼的投資大幅減少，但是在全球化與區域經濟整合風潮之下，對外投資與全球布局已經是廠商求生存的重要戰略，再加上目前中國大陸勞動成本上漲，而印尼在國際經濟環境中已備受矚目，印尼遂成為台廠對外布局時宜予重視的地區。尤其兩岸自從簽署經濟合作協議(ECFA)之後，台灣應同步加強與東南亞國家之合作，以免過度依賴中國大陸市場。同時東協高峰會議，各國同意在 2013 年正式展開《區域全面性經濟夥伴協定》(Regional Comprehensive Economic Partnership; RCEP)的談判，預計在 2015 年底完成談判。我國更應該積極加強與 RCEP 主導成員東協國家間經貿互動，進入全球最大的自由貿易區市場。

基於上述，本研究乃針對工具機範疇來探討進入印尼市場的策略，首先探討進入印尼市場的原因、接著分析印尼汽機車應用市場、汽機車製造設備之供應以及印尼工具機區隔市場及競爭情形，進一步因而提出我國進入印尼工具機市場之短、中、長期策略，最後為本研究之結論。

Abstract

Indonesia has been highly regarded by international investment institutions due to its rich natural resources and ample manpower. With a young population structure, the average economic growth rate of Indonesia in the past 5 years has surpassed 5%, and the GDP per capita has reached \$3,000 USD. Even during the years of global financial crisis in 2008 and 2009, the economic growth rates of Indonesia remained at 6.1% and 4.5%, indicating strong potentials for future sustainable economic growth. In order to speed up growth, Indonesian government announced the "Acceleration and expansion of Indonesia economic development 2011-2025" (also known as MP3EI) in May 2011 which is expected to facilitate the increase of investment by \$468 billion USD during the next 4 years for improving public facilities, stimulating industrial development, strengthening the quality of human resources, and developing six major economic corridors. The goal is to increase the GDP per capita in Indonesia to \$15,000 USD by 2025 and to make Indonesia the largest economy in South East Asia and one of the ten top economies in the world.

Before the permission of investment in China was granted, Indonesia was the main target of foreign investments by Taiwanese enterprises. Later on the investments in Indonesia were significantly reduced due to the reform and opening of Mainland China, the liberalization of investment in China by our country, and the financial crisis among countries in South East Asia in 1998. However, with the trends of globalization and regional economic integration, the foreign investment and global layout have become the important corporate survival strategy. With the rising labor cost in China and the emergence of Indonesia in international economic environment, Indonesia has become the area of focus for the global layout by Taiwanese enterprises. After the signing of cross-strait economic cooperation framework agreement (ECFA), Taiwan should also strengthen the cooperation with countries in South East Asia in order to avoid excessive dependence on the market of China. Meanwhile, all countries participating the ASEAN Summit have agreed to officially launch the negotiation of

“Regional Comprehensive Economic Partnership” (RCEP) in 2013, which is expected to be completed by the end of 2015. Therefore, our country should actively strengthen the economic interaction with ASEAN countries leading the development of RCEP in order to enter the world’s largest free trade market.

Based on the above, in this study the strategy for entering Indonesian market has been investigated in the field of machine tools. First the reason for entering Indonesian market will be investigated, and then the analysis will be conducted with respect to the automobile and motorcycle application market, the supply of automobile and motorcycle manufacturing equipment, and the market segmentation and competition of machine tools in Indonesia in order to propose short-term, mid-term, and long-term strategies for our country to enter the machine tools market in Indonesia. In the end there will be the conclusion of this study.

目 錄

第一章 緒 論	1
第一節 研究動機與目的	1
第二節 研究範圍	4
第三節 研究方法	6
一、初級資料	6
二、次級資料	6
第四節 研究架構	7
第二章 為何要進入印尼市場.....	9
第一節 總體經濟總覽及文化狀況	9
一、總體經濟	9
二、主要經貿政策	11
三、人口數及結構	13
四、語言	13
五、通貨膨脹	13
六、對外貿易及國際收支	14
七、匯率	14
八、外債情況及外匯存底	15
九、主要產業概況	15
第二節 為何要進入印尼市場	25
第三章 台灣機械業的特性.....	31
一、機械產業特性	31
二、台灣機械產業之定義與範疇.....	33
三、台灣機械產業概況	35
四、台灣機械產業特性	36
五、產業發展歷程	38

第四章	應用市場及印尼汽機車產業之機械供應情形	41
一、	汽車應用市場	41
二、	印尼機車市場趨勢	47
三、	主要廠商市占率分析	48
四、	印尼汽機車產業之機械供應情形	50
第五章	印尼工具機及橡塑膠機械市場分析	53
一、	印尼工具機市場分析	53
二、	橡塑膠機械市場分析	59
第六章	我國機械關鍵成功因素(KSF)分析	63
第七章	我國機械進入印尼市場策略	67
一、	目前做法	67
二、	短中期方面	68
三、	長期方面	69
第八章	結論及建議	71
一、	結論	71
二、	建議	74

圖目錄

圖 1-1	東南亞國協演進歷程	3
圖 1-2	2012 年印尼機械設備需求與我國出口至印尼的金額	4
圖 1-3	本研究架構	7
圖 3-1	台灣機械工業發展歷程	40
圖 4-1	近年印尼汽車市場銷售概況	42
圖 4-2	2012 年印尼汽車市場各車款市占率	43
圖 4-3	2012 年印尼汽車市場各車廠市占率	44
圖 4-4	近年印尼汽車產量	45
圖 4-5	2012 年印尼主要汽車品牌以及合作集團	47
圖 4-6	2011~2015 年印尼機車市場規模趨勢分析	48
圖 4-7	2011~2012 年印尼機車產品銷售分析	49
圖 4-8	2011~2012 年印尼機車銷售市占率分析	50
圖 4-9	印尼汽機車產業之機械供應情形	51
圖 5-1	印尼工具機市場	55
圖 5-2	各國工具機在印尼市場競爭狀況	56
圖 5-3	我國工具機出口至印尼機種的趨勢	57
圖 5-4	各國橡塑膠機械在印尼市場競爭狀況	60
圖 5-5	我國橡塑膠機械出口至印尼機種的趨勢	61

表目錄

表 1-1	2012 年印尼機械設備自全球進口及台灣出口至印尼之設備分析.....	5
表 2-1	印尼十年來總體經濟指標	10
表 2-2	亞洲經濟體 2011~2013 年重要經濟指標預測	26
表 2-3	東協十國之歷年名目 GDP 規模.....	27
表 2-4	東協十國之歷年名目 GDP 結構.....	28
表 3-1	一般機械產業主要類別與產品	34
表 3-2	2008~2013 年台灣機械產業產值	36
表 4-1	2013 年與 2015 年印尼主要車廠產能估計及計劃投資金額整理	46
表 5-1	我國工具機出口至印尼之歷年機種統計	58
表 5-2	我國橡塑膠機出口至印尼之歷年機種統計	62
表 6-1	我國工具機於印尼市場之成功關鍵因素(KSF)分析.....	65
表 6-2	我國橡塑膠機於印尼市場之成功關鍵因素(KSF)分析.....	66
表 8-1	台灣機械設備進入印尼市場之現況及建議	75

第一章 緒論

第一節 研究動機與目的

目前區域經濟的整合在國與國之間逐漸去除貿易障礙以及生產要素將市場資源逐漸合而為一，東南亞國協將透過強化彼此間經貿合作關係，共同吸引國外資金投資、設廠，因此東協經濟和趨勢將影響我國對進入該市場的競爭力，有關東南亞國協演進過程如圖 1-1 所示。

自 1997 年亞洲金融風暴襲捲東南亞，印尼歷經數年政經地調整後，經濟改善並帶動貿易蓬勃發展；2008 年金融海嘯導致各國再次受到嚴厲考驗，然而印尼不但率先中脫穎而出，2009 年經濟成長率更達 4.5% 成長，獲得亞洲銀行增資協助，加上國民所得的攀升、國外投資增加、外匯市場逐漸穩定等利多因素，不僅刺激印尼內需市場的成長力道，更為印尼機械設備市場增添許多成長動力來源。

根據印尼中央統計局(BPS)發布資料，2011 年印尼國內生產毛額(GDP)達 7,427 兆 1,000 億印尼盾，較 2010 年成長 6.5%，為印尼自 1997 亞洲金融風暴以來最大幅度經濟成長，內需仍為推動經濟成長最大動力，消費貢獻約占 GDP 之 56%，消費者對未來信心增強以及物價上漲率較低是消費力增強主要原因。

根據外貿協會 2012~2013 海外市場經貿年報，在印尼政府政策方面：2012 年將延續 2011 年之經濟政策與措施，以促進經濟成長，其公布 2011 至 2025 年「擴大與加速經濟建設整體計畫(MP3EI)」，設定在未來 15 年內進入世界前 10 大的經濟體；2025 年 GDP 達到 4 兆 5,000 億美元；人均所得為 1 萬 5,000 美元...

第二章 為何要進入印尼市場

第一節 總體經濟總覽及文化狀況

一、總體經濟

印尼天然資源豐富，擁有全球第四大之人口優勢，不僅有龐大之消費市場，亦是原物料重要來源國。印尼出口占其 GDP 總值的比例相對較小，故使其在 2011 年國際間深受歐洲主權債務危機，全球經濟前景不確定等因素影響，經濟發展受威脅，而印尼 2011 年經濟總體表現相對其他國家為佳，因此在全球經濟疲弱時，尚能維持較佳之經濟成長，惟近期印尼的短期經濟前景受貨幣政策緊縮、出口產品價格下跌等影響，有明顯轉差跡象。2013 年 7 月 EIU 修正其先前之預測，業將 2013 年印尼的實質 GDP 成長率由 6.2% 下修至 5.8%。

印尼消費者物價年增率於 2011 年攀升至 5.4% 高峰，但隨經濟成長減緩，國內穀物豐收，舒緩物價上漲壓力，2012 年物價趨於穩定，全年消費者物價平均增幅降至 4.3%。在進入 2013 年後，除食品價格上漲外，6 月下旬因印尼政府削減能源補貼，燃料價格大幅上升，交通運輸及用電價格上漲，再加上最低工資不斷上揚，印尼盧比貶值，政府限制廉價商品進口政策，加重 2013 年印尼物價上漲壓力。因此，EIU 預估 2013 年印尼 CPI 年增率將升至 9%，全年平均消費者物價年增率為 6.9%，同時也預估 2014 年 CPI 年增率為 7.2%。

依據印尼中央統計局(BPS)發布資料，如表 2-1 所示，2011 年印尼國內生產毛額(GDP)達 7,427 兆 1,000 億印尼盾，較 2010 年成長 6.5%，為印尼自 1997....

第三章 台灣機械業的特性

機械工業由於與相關產業之發展息息相關，因此常被稱為「工業之母」，許多機械設備與下游應用產業相關技術存在著密不可分之關係，因此下游應用產業對於生產技術之要求，常常成為帶動上游機械工業業者產品改良之主要動力，且機械工業產品品質亦對下游應用產業對外競爭力影響甚鉅。

台灣機械工業歷經了六十年的歷史，發展迄今無論在國內市場或國際市場上已占有舉足輕重之地位，且對產業界之發展、整體製造水準之提升，重要性亦逐年加重。綜觀機械工業產業特性如下。

一、機械產業特性

(一)為一個國家工業化程度之指標

分析世界機械工業之發展，主要生產國為日本、德國、美國為首要，而上述國家乃世界上著名之工業大國，因此機械工業發展程度水準如何，可作為一個國家工業化程度之指標，目前台灣已邁入已開發國家之林，如何提升國內工業化程度，端視機械工業之發展。

(二)是一個涵蓋二、三級產業之系統性工業

第四章 應用市場及印尼汽機車產業之機械供應情形

根據印尼汽車製造商協會(Gaikindo)所提供的資料指出，印尼汽車銷售量增加主要係受惠於經濟成長良好，國民所得及購買力均增加，使得更多中產階級人士以購車代步，但於 2013 年受到全球經濟不景氣之影響，因此預估汽車銷售成長趨勢可能會近乎保守，其成長幅度將減緩至 18.5%，而全年新車銷售量約達 132.3 萬輛。此外，該協會認為儘管受到日本海嘯及泰國水患影響零組件之供應，印尼 2011 年全年新車銷售量仍達 89 萬 4,000 餘輛，較 2010 年之 76 萬 5,000 餘輛約成長 16.9%，並且於 2012 年新車銷售創歷史新高達 111.6 萬輛，較前一年 2011 年成長 24.8%，若以市場占有率而言，目前豐田汽車仍暫居印尼汽車市場之市占率第 1 位，其市占率為 36.3%，其次為大發(Daihatsu)汽車，其市占率為 14.6%及第 3 名為金鈴汽車(Suzuki)，其市占率為 11.3%。

一、汽車應用市場

隨著經濟成長起飛，印尼整車廠的投資逐漸提升且帶動零組件產業的起飛，再者，因在地化採購的需求趨勢下，除了現有日系車廠供應鏈，其他重要零組件廠商也將陸續前往印尼設廠，故印尼逐漸蛻變成為東南亞最重要的汽車....

第五章 印尼工具機及橡塑膠機械市場分析

一、印尼工具機市場分析

印尼對工具機械的需求，隨著印尼工業增長和透過加速與擴大經濟建設的六大經濟走廊的基礎建設而增加。近年來印尼經濟成長率約在 6% 左右，並且為了改善國內投資環境，亦針對公路、鐵路、港口、發電站以及資訊產業等方面的基礎設施進行建設與升級。以此加快其 GDP 的增長速度 2010~2014 年達到平均年成長率 7% 目標。印尼的鋼鐵、金屬加工、自動控制工業基礎薄弱，其工具機產業目前尚無國內製造商，其所需大多仰賴進口，向來為我國機械業者重要的海外市場之一。在印尼工具機進口來源方面：因印尼之日資企業眾多、規模龐大，日本仍為印尼最大的工具機進口來源國，印尼目前超過 4.5 成的工具機由日本進口，台灣僅占 1.2 成左右，以總銷售金額來看，差距日本產品仍大。從進出口海關資料來看，中國大陸工具機在印尼市場出口金額逐年提高，近五年總金額已超過台灣，2012 年出口至印尼金額已達 188 百萬美元，根據對印尼前三大代理商 Kawan Lama Sejahtera Pt. 公司訪談結果，因為中國大陸以低價進入印尼市場，其品質上仍相當落後，可見中國大陸乃採取低價策略進入印尼機械設備市場，雖然中國大陸工具機在印尼市場出口的總金額高出我國出口至印尼的總金額，然而在品質上仍差距我國一段距離，面臨此市場狀況，我國廠商應思考如何應對大陸廠商的強大低價競爭....

第六章 我國機械關鍵成功因素(KSF)分析

本研究於執行此計畫期間，實地走訪印尼當地的機械代理商、機械加工廠與台灣的外貿單位，並且利用問卷訪談的方式，進一步了解與分析台灣與主要的競爭者，如日本、歐美、中國大陸、與韓國等在印尼的機械市場的競爭情形。

本研究是以成本競爭力、品牌競爭力、售後服務體制、產品線齊全度與中高階產品開發能力等五項指標進行評估。而評估的產品對象為工具機與橡塑膠機械，其結果分別顯示於表 6-1 與 6-2。

首先就工具機產品而言，分析台灣與其他競爭國於印尼市場的競爭力發現，印尼市場對於日本工具機的整體表現優於其他各國，而台灣工具機產業則是名列第二，至於歐美等國則名列第三，而韓國區居第四，而中國大陸則在整體評估下，位居這五個國家的末端第五名。

進一步分析可以發現台灣與日本之所以可以獲得印尼市場的認同而優於其他國家的關鍵因素，主要是在售後服務體制，同時從表 6-1 的關鍵因素重要度數據中也可以發現，印尼市場對工具機產品於售後服務體制是非常受到關注的，其次才是考量成本競爭力的部分，至於產品線齊全度與中高階產品開發能力區居第三位，而品牌競爭力因素相較於這五項關鍵因素是屬於稍後才會被考量到

第七章 我國機械進入印尼市場策略

我國在開放對中國大陸投資以前，印尼是我國廠商對外投資的主要地區，隨後由於中國大陸的改革開放、我國放寬對陸投資及 1998 年東南亞國家的亞洲金融風暴，台商到印尼的投資大幅減少，但是在全球化與區域經濟整合風潮之下，對外投資與全球布局已經是廠商求生存的重要戰略，再加上目前中國大陸勞動成本上漲，而印尼在國際經濟環境中已備受矚目，印尼遂成為台廠對外布局時宜予重視的地區。

在前述幾個章節的分析下，本研究乃提出我國機械廠商進入印尼新興市場的策略做法建議如下：

一、目前做法

經本研究訪談我國工具機廠商，其表示因為我國機械廠商多半是中小企業，在資源有限之下，廠商投資設廠的因素為當地消費市場逐漸形成時才考量到該地設點生產，因此建議目前可以採行的策略如下：

(一)

(二)

第八章 結論及建議

第一節 結論

第二節 建議



機械設備進入印尼市場 之策略研究

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/>

版權所有© 2013 經濟部技術處 產業技術知識服務計畫(ITIS)

經濟部技術處產業技術知識服務計畫專案辦公室 承辦