

## 我國手工具產業未來發展正負面因素探討

金屬中心 ITIS 計畫 許育瑞

出版日期：2011.8

### 一、前言

全球主要手工具生產地區為歐美國家、日本、台灣及中國大陸，歐美各國普遍屬於擁有自有品牌且掌握通路的百年老店，而亞洲除日本少數大廠發展自有品牌外，大多以代工為主。由於我國手工具產業屬於相當成熟的產業，從早期的 OEM 市場慢慢轉進到 ODM 市場，其中重要尺寸規格依據 DIN 及 ANSI 標準，外型尺寸由國內廠商針對應用產業特性，近年來在全球總體經濟動盪不安、環保綠色與 DIY 風氣的持續不衰下，傳統的手工具業仍有不可或缺的角色。

### 二、台灣手工具未來發展的正面因素

台灣手工具產業周邊廠商、協力體系完整齊全、生產技術成熟、原料供應穩定、人力素質高，價值鏈運作富彈性，製造流程的每一階段，如模具、熱處理、表面處理、電鍍及包裝等，皆可找到供應商或外包廠，且產業群聚於台中、彰化等地理鄰近地區，產業集群明顯、供應鏈穩定、產品種類繁多且品質穩定，產銷供應方便、品質穩定、準時交貨及客制化服務，在國際市場上仍具競爭力。已開發國家經濟成長緩慢本業衰退、新興國家原料與技術尚不穩定、新興國家及新產業發展對工具需求增加、科技及資訊發達形成地球村現象、台灣仍為高品質產品的產地，過去歐美的競爭對手，已逐漸將訂單釋放到台灣，少量多樣、專業級、工業級生產倍受國際大廠青睞，且台灣手工具產品平均單價只有 6.5~8 美元/公斤，約只有德、日等國的三分之一，未來高附加價值產品的市場仍有極大的空間。

### 三、台灣手工具未來發展的負面因素

台灣手工具產業目前面臨，國內市場不足必須依賴外銷、基層製造人力斷層、原料成本不斷提升、美元大幅貶值、因市場競爭售價難以調漲、利潤大幅萎縮、規模不如歐美知名企業、屬於中小型企業，研發、行銷能力不足、人才培育不易、缺少手工具專屬研發支援機構、異業聯合研發與營銷能力不足，無法接收即時國際商情，導致無法開發前瞻性產品。新興國家低成本的競爭、國際企業購併大者恆大、隨著中國大陸手工具品牌計劃的實行，正逐步朝高附加值產品線進軍、新興工業低價產品衝擊台灣地區部分手工具 DIY 產品的外銷市場，欠缺品牌及市場經營能力與策略，而造成台灣業者自相殘殺，DIY 市場已被大陸取代，越南、印度、東歐…等新興產地將對台灣工具產業造成嚴重威脅；而台灣手工具廠商在經營上也遇到瓶頸，根據問卷調查，茲將台灣手工具廠商瓶頸整理如【表 1】所示。

表 1 2011 年我國手工具業者之經營瓶頸分析

單位：廠商回答百分比

技術項目	廠商比例	說明
來自大陸等國價格上低價競爭	16.67%	1. 近年來原料價格上漲，製造成本增加，由於國內廠商多屬 OEM，在成本轉嫁不易的情況下，獲利受到壓縮。 2. 傳統產業勞工在觀感上，普遍給社會低階的刻板認知，因此影響了產業在營運上的發展。創新與建立自有品牌將會是日後企業經營的趨勢，作為與競爭者或市場區隔。 3. 大陸、東南亞等國的低價競爭，仍是國內廠商在外銷市場上所面臨的最大威脅，我國在 2010 年簽署 ECFA 後將會逐步降低中國大陸的低價競爭。
原料價格上漲	58.33%	
缺乏研發設計人才	25.00%	
國外新市場不易開發	25.00%	
國內廠商競爭激烈	8.33%	
基層 3K 勞工不足	33.33%	
先進國家高品質產品競爭	0.00%	
其他：產品升級	8.33%	

資料來源：金屬中心 MII 整理 (2011/08)

#### 四、結論

台灣的手工具產業未來，無論選擇品牌經營或產品製造，都還有極大的舞台及成長的空間；選擇品牌經營者，應聚焦於明確的品牌通路定位、貼近消費者、全力發展定位通路所需之產品種類、規格與品質的滿足度，並全力投入自有通路的布建；選擇產品製造者應著重於快速且有效開發人類未來發展趨勢所需產品，提升產品附加價值、生產及檢驗設備的更新改善，提升生產效率降低生產成本；業者必須明確選擇品牌經營或產品製造其中一項，集中資源、專精而聚焦且相互支持合作，才有生存與發展的空間。