

2011 年美國汽車售後服務零件展(AAPEX 2011)展後報導

◎鄭育佳

展覽簡介

美國汽車售後服務零件展(AAPEX；Automotive Aftermarket Products Expo)於今(2011)年 11 月 1 日至 3 日一連 3 天假美國內華達州拉斯維加斯 Sands Expo Center 舉行，本展為北美地區規模最大之汽車零配件展，由美國汽車售後市場供應商協會(AASA；Automotive Aftermarket Suppliers Association)，以及汽車售後市場工業協會 (AAIA；Automotive Aftermarket Industry Association)共同舉辦，由專業的協會所籌組的汽配展，可挾其公會的力量整合北美及國際上各大買主參觀此展，在重量級的展會中不僅容易聚焦也是講求少量多樣的台灣汽配精品曝光的好時機，因此被視為進入北美汽車售後服務及零配件市場的指標性展會。

由「特製品設備市場協會(Specialty Equipment Market Association)」所主辦的改裝車相關設備展 (SEMA Show)，與 APPEX 展同時間舉行，地點在 Sands Expo Center 旁邊的 Las Vegas Convention Center 舉辦，讓買主看展範圍更加完整，該展主要展出項目為:特殊整車(包括卡車、商用車、跑車等)、特殊車用電子、改裝用輪胎、輪圈及改裝零配件等，為便利參觀者於兩展間往返觀覽，大會備有免費巴士密集接送。

AAPEX 展與 SEMA 展自 1992 年起合併成為「汽車售後工業週」(AAIW；Automotive Aftermarket Industry Week)後，吸引車輛產業各大零售商前往採購，是美洲地區規模最大、最具專業度的汽車零配件展覽會，除了美國市場外，還包含了臨近地區的市場，往北有加拿大，往南有墨西哥等中南美洲國家，該展每年舉辦一屆，是進入美國汽車零配件市場的坦途，本展也代表背後擁有龐大的售後服務市場的商機，汽車零配件業界最專業也是最符合經濟效益的買主洽談會，與歐洲地區的法蘭克福汽車零件展並稱為世界兩大汽車零配件展。



AAPEX 展覽大廳入口處



創新產品展示區



創新產品頒獎儀式



美國玩具工業公會於展場特設玩具車輛展示區



韓國館展示攤位



中國館展示攤位



香港館展示攤位



墨西哥館展示攤位



泰國館展示攤位



哥倫比亞館展示攤位



馬來西亞館展示攤位



印度館展示攤位



巴基斯坦館展示攤位

為了提昇台灣汽車零配件產業的整體形象以利爭取國際舞台的曝光度，台灣展館特用經濟部國際貿易局的台灣展覽識別體系(EIS)作為台灣館的形象招牌。

本展來自全球 48 國、共 2,314 家的參展廠商，預估三天來訪參觀人數超過 11 萬人次，而本次台灣廠商所組成的「台灣館」參展團分屬 4 個單位，分別有本會和「中經社」、「台北市進出口公會」及「外貿協會」所籌辦，「台灣館」位處於下層(LOBBY LEVEL)的 Lobby level 2 區，「台灣館」計有 136 家廠商、使用 167 個攤位，展示產品項目包括各式汽車零配件、冷氣系統、煞車零件、化學劑品及潤滑油、清潔用品、輪胎及輪圈、引擎零件、油漆、車身鑄件、汽車維修工具及零件、裝飾用具、傳動系統、金屬鑄造件、升降機、冷凝器、安定器、車燈、後視鏡、接插件、活塞、線材、前傳動軸、接頭、電動車零件、剎車來令、傳動系統零件、組合開關、軸承、千斤頂、沖壓製品、導線控制系統及相關配件等產品。除了「台灣館」，亦有本會會員廠商在上層(UPPER LEVEL)使用獨立攤位，自行籌備及設計攤位，例如健生(用美國公司 K Source 參加)、東陽實業、堤維西、帝寶工業，其中本會理事兼汽機車零件製造委員會莊健培主任委員及常務理事暨建大工業楊銀明董事長(建大工業參加 SEMA 展)皆親臨本展，由此可見 APPEX 展及 SEMA Show 在台灣車輛零件外銷美洲市場有其指標性意義。

展區主要分為上、下層，上層展館主要為國際大廠及美國當地廠商，如 Continental、Bosch、Castrol、Mobile1 等；在國際參展廠商方面，這次中國參展廠商約有 1,030 家，規模之大令人咋舌，為本屆第一大參展國，甚至比美

國地主國的參展家數還勝出許多，其它也有為數不少的國家以國家館方式呈現，主要都位在下層展區。



駐洛杉磯辦事處商務組林若蘭秘書(右二)與車輛公會楊銀明常務理事(左一)親臨台灣館會場指導



台灣館(外貿協會)展示攤位



帝寶工業展示攤位



東陽實業展示攤位



堤維西展示攤位



Continental 展示攤位



ARMORALL 展示攤位



Castrol 展示攤位



Mobile1 展示攤位



PHILIPS 展示攤位



GOOD YEAR 展示攤位會場



BOSCH 展示攤位



DENSO 展示攤位



Johnson Controls 展示攤位

一個國際性展會的成敗由許多因素所構築而成，其中關鍵的基礎在於參觀者的素質，及重量級的國際買主數量多寡，而 AAPEX 就佔盡這樣的優勢，美國相關協會本身就擁有相對的權威性，再加上國家級的政府單位協助下如虎添翼。車輛零配件產業的買主 70%以上來自於美國地區外的國家，越來越多美國零配件廠商渴求國際性買主前來採購，因此尋求美國商業部及聯邦政府的協助，特別籌備「國際買主計畫(IBM: International Buyer Program)」發掘零配件廠商的巨大潛力，並且讓交易範圍更廣、更國際化，透過這個計畫不只幫助知名大廠，也替中小型廠商媒合商機拓銷其產品及服務，替業者規劃一系列的媒合活動，美國商業部在海外大使館及領事廣設海外商業服務部門，其功能在於招商及籌備海外買主參訪團，或是協助當地廠商組團赴美參展，或邀請世界各地買主團參加 AAPEX 展，在美國商業部的協助下邀請各國參展廠商及買主共襄盛舉。

AAPEX 大會方面除了邀請北美地區的買家還有其他國家的買主前來參觀，邀請對象有製造商、批發商、百貨經銷商、零售商、獨立服務廠、技術人員、零配件業者、製造商代理、進出口商及包裝業者等。

主辦單位在 3 天的展會中同時舉辦 13 場與汽車零件相關的論壇及研討會活動，藉此加強廠商及買主之間的互動關係，同時也使參觀民眾進一步了解全球汽車零配件的發展趨勢、市場現況及未來導向。

隨著時代潮流的進步，展會的服務也要因應科技進步而提供不同的管道來

增加便利度，近年流行的智慧型手機與互動網路服務也置入於本展，大會特設計 APP 軟體，讓買主與參展廠商可以即時查詢本展的近況，也可以查詢論壇時程表，甚至連參展廠商的資訊都可以透過這項功能即刻查詢，免除隨時拿厚重的大會手冊查詢的困擾，並且按圖索驥的結果常令參觀者一頭霧水，這對僅有 3 天的展期來說是相當費時也是費力，透過這項功能可清楚指示出該前往的方向及位置，讓參觀者可在 AAPEX 展的兩千多家廠商裡充分利用時間觀覽產品及商洽。

大會並規劃一連串相關週邊活動：

◎ AAPEX 學習論壇

主辦單位讓 AAPEX 展不僅僅只是一個交易的平台，並針對汽車零配件產業規劃了一連串豐富的教育課程與五花八門的主題，只要是本展的買主與參展商都可以免費參加各種論壇與課程。

◎ 女性的汽車售後服務市場

汽車維護組織的婦女委員會提供了一個絕佳的機會邀請零售商、大賣場和製造商的代表、女性公司負責人及經理一起共襄盛舉，這有史以來第一次針對女性的售後服務市場所規劃的活動，這個活動的目的是要達到教育性和將相關資源網絡串連起來，讓女性在汽車售後服務市場的重要性不被忽略。

◎ 創新產品及包裝展示

根據問卷調查顯示，大多數買家參加展覽會的主要原因是找到最新的技術和創新產品，不需要再大費周章在鋪天蓋地的資訊裡尋找產品，只要先到本展的「Upper Lobby」就可以參觀最新穎的產品展示，參展廠商踴躍地在展示區陳列琳瑯滿目的各項新品，是專業買主必看的重點之一。

◎ 汽車保養博覽會設立「汽車保養常識」專區

汽車保養委員會向相關零配件行業的採購者做「汽車保養常識」的消費教育活動，汽車保養博覽會由美國和加拿大聯袂合作籌設專區，在攤位上透過這樣的活動向消費者教育有關車輛維護的相關知識，經由專業人員的解說讓消費者知道該如何選購最適合自己需求的產品，參觀者還可以獲得免費的汽車檢驗的服務。

◎ 玩具公會設立「從哪裡培養對車輛的興趣」專區

美國玩具工業公會(TIA)在展場設立主題定位為「從哪裡培養對車輛的興趣」，這兩項產業在攤位上陳設各式各樣車款的玩具，其結合目的是要讓向參觀者推廣如何教育幼童從小就培養對車輛產業的興趣，啟蒙未來在汽車相關的人生，或許在職業方面，或是一般生活的嗜好。

2008 年美國次級房貸爆發後，引發全球性的金融海嘯，汽車工業一向為美國工業的經濟命脈，而汽車整車內需貧瘠，其汽車銷售大國的美名已岌岌可危，迎頭趕上的正是發展中的中國及印度等新興市場，尤其身處在幅員遼闊的美國，汽車宛如是生活的支幹，才能沿伸出所有的經濟行為，正常的生活模式無不仰賴車輛運輸來完成，加上石油價格的飆漲，民眾為因應這股通貨緊縮的惡流，發展出許多不如往昔的生活型態，此外因應節能減碳的世界潮流，綠能產品也成為下一波主銷產品，普遍來說，雖然經濟景氣較金融海嘯時呈現逐漸趨於平緩紓解，但是民眾保守的消費型態對於新車的需求降低，保持著堪用則用的心態，但這正也是汽車售後服務及零配件產業的契機。

雖然 2008 年至今仍舊在金融危機的陰霾下慘澹經營，使得今年 APPEX 展在參觀的熱度上是有逐步的成長，主辦單位釋出所有努力刺激參觀人潮，不僅在軟硬體方面都有提升，甚至與周邊飯店合作將房價降價 25~40% 來吸引顧客，以成就雙贏的契機。在這 3 天的展會中，參展廠商普遍反映良好，不僅參觀人數有增加的趨勢，也有成交訂單的機會。

在中國大陸政府的鼓勵下，今年參展的中國廠商多如「紅海」，其零配件廠商所組成的勢力像洪流一般襲捲而來，或許台灣館的參展家數不如中國，但是台灣汽車零配件廠商在數十年的努力耕耘下，不斷累積製造技術及行銷服務，汽車零組件成為外銷的重要產業之一，由於中國低價策略的奏效，導致台灣廠商在大環境的不景氣下經營得更加艱困，但是越來越多廠商反映只要品質在水準之上，這些曾經流失的客人，還是會回籠採購，畢竟當消費者不斷在更換品質不穩定的零件不僅是對商譽有害，還有嚴重的人身安全問題。

近幾年來歐美零組件廠為了降低成本，積極向亞洲地區採購，替台灣汽車零組件業者挹注龐大商機，而台灣生產的汽車零配件品質已備受肯定，使得美國成為台灣汽車零配件的最大出口市場，約占我國汽車零配件出口總額的 36%，尤其美國又是重度仰賴汽車的國家，加上又有地理優勢，北接加拿大，南延伸到阿根廷，是台灣廠商進入泛美洲地區市場最好的試金石。此外，展場中很多都是以西班牙語為母語的買主，即使他們的英文程度也很好，但是如果可以多提供一個更貼心的接待方式，相較之下更能貼近買主的想法。

2011 年車輛公會組團參加「美國汽車售後服務零件展」廠商名單

No	公司名稱	主要產品中文名稱
1	世祥汽材製造廠有限公司	懸吊系統、三角架

2	車展交通器材股份有限公司	車用線組、訂製線、連接器、端子、閃光器、繼電器
3	華廣匯工業股份有限公司	手壓/腳踏打氣筒、車用吸塵器、啟動電源器
4	善統工業股份有限公司	活塞、活塞環、活塞銷、缸套、銅套、扣環
5	鼎傑企業有限公司	組合開關、頭燈開關、安全門鎖開關、時鐘彈簧、引擎鎖開關、座椅開關、電磁閥開關
6	印田實業股份有限公司	引擎大修包、汽缸床墊片、進氣歧管墊片、排氣歧管墊片
7	明昌國際工業股份有限公司	工具車、工具箱
8	眾用車材製造股份有限公司	汽車照明、日行燈及相關線組開關配件
9	川浩企業股份有限公司	汽車安全帶、貨物網綁帶、拖車繩、吊帶、汽車固定帶
10	為升電裝工業股份有限公司	啟動開關、感應器、方向燈開關、窗戶開關等
11	欣億工業股份有限公司	懸吊及轉向系統、拉桿、李子串、和尚頭、副機、正機、三角架、鼓子

(本文作者現任本會業務組高級專員)