

前言

杜拜 (DUBAI) 是阿拉伯聯合大公國七個酋長國當中的一個小城市，藉著石油黑金發跡的沙漠小城，今日卻蛻變為如中東地區的新加坡挾著先天優越的地理條件，及高效率的法令制度，使其成為海灣及中東地區最重要的貿易門戶及轉運中心，由地理環境分析，其市場範圍包括了盛產石油的海灣六國，鄰近的伊朗、伊拉克，也可把貨銷往印度、土耳其、非洲及東歐等地區，輕易扼控歐亞非三大洲，擁有十幾億人口的市場商機，是中東地區最大的商品集散中心和交通樞紐，由於地處沙漠，除了石油之外，小從維繫生命延生的水，大至生活必需品的轎車，統統得倚賴國外進口，加上杜拜設立數個中東地區的自由貿易港口，因此在杜拜的進口關稅只有 5% 的優惠，而且讓資金自由進出，再加上大量採購，貨品於杜拜之價格相較於中東其他市場約低 15 至 20%，此外個人所得稅以及公司也享有免稅的福利，堪稱免稅天堂，由此可見想打入中東市場，杜拜是最好的核心基地，靠著石油發跡的杜拜，如今石油已占總收入不到 7%，觀光、轉口、金融的地位愈來愈重要。杜拜的 GDP 成長逐年遞增，近 10 年來的統計 GDP 約成長 230%，杜拜的人民平均所得已超越新加坡與香港，在杜拜奇蹟的磁吸效應下，全世界各人種聚居在這裡，英語成了共通的語言，杜拜政府也鼓勵外國人匯聚此地編織杜拜黃金夢。

由於石油價格低廉以及政府關稅優惠等條件下，中東地區每戶居民平均汽車持有率是世界最高的，每年汽車零配件的消費市場高達 120 億美金，汽車配件一直以來是杜拜的十類最大的轉口商品之一，並且轉口量以每年 20% 的速度增長，阿拉伯聯合大公國每年汽車的增量保持在 9.8%，海灣地區的汽修車間數量已經超出 21,000 家，在汽車加油站設備及建設方面的花費已經超過 22 億美元；在極低的燃料費、居民平均所得逐年提昇以及每年 6% 的人口增長速度使汽車需求量快速增長；阿聯大公國本地並無汽車製造業，國內車輛皆仰賴進口，汽車價格又較許多國家便宜，而大公國境內目前尚無火車或捷運等大眾運輸系統分流日益增加的居民流動量，且因氣候炎熱，燃油價格低，因此居民多以汽車為代步工具，阿拉伯聯合大公國的汽車市場儼然成為世界汽車公司自由競爭的一大舞台，德國、美國、日本、法國、韓國等國的品牌汽車，各種層級的汽車、各類車型應有盡有，在人文條件與自然環境的優勢交疊下，中東地區的汽車零配件市場正響亮地吹起了號角向前邁進。

尤其中東國家地區公共交通並不發達，對於汽車業者來說，大眾軌道運

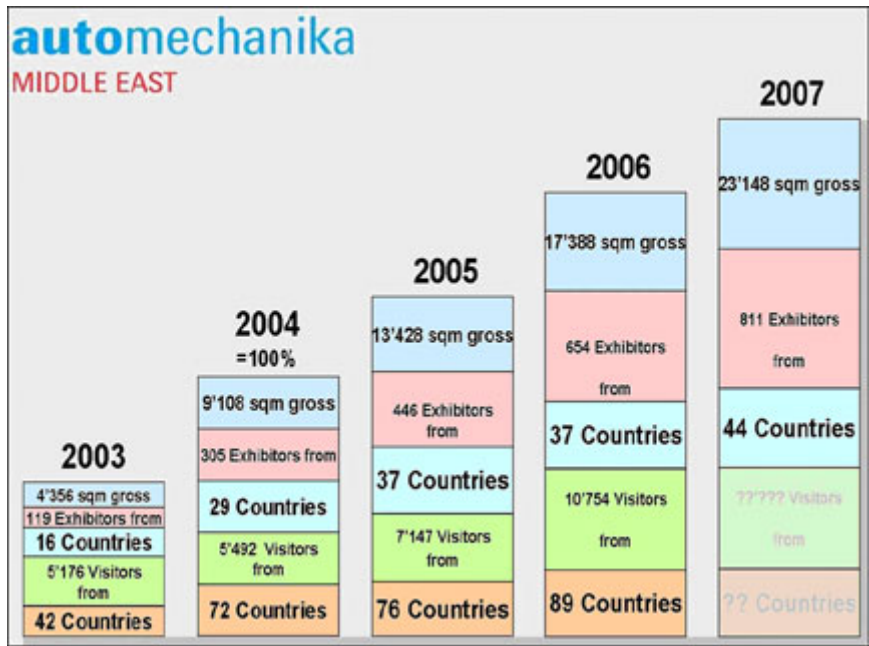
輸系統無法構成競爭威脅。儘管杜拜雖然正積極籌建地鐵和輕軌運輸，但是這些軌道交通網絡的成熟度還需要好多年時間，因此汽車零配件市場處於一個黃金時期，「汽配城」的成立是政府部門為促進汽車售後服務行業發展而投入大量資源籌備，設立汽配城的目的是在於能夠將各地的汽配廠商聚集在一起，形成規模經濟，同時也容易管理及規範市場。

由於全新汽車市場以驚人速度成長，帶動中古車市場成為世界第二大，因此中古汽車零件市場表現更不可小覷，中東地區較為嚴酷的氣候因素的影響下對汽車的使用壽命很有影響，令汽車零配廠及相關零件實質需求大幅增加，汽車零件業已成為其前十大快速成長產業之一，由於快速成長的汽車零件市場，使阿拉伯聯合大公國即將成為全球售後維修零件市場(Aftermarket)新中心。

展覽概況

「2007年第五屆杜拜國際汽車零配件暨汽修展」(Automechanika Middle East 2007)由世界著名的德國法蘭克福展覽公司主辦規劃，已於2007年5月27日至29日一連3天在杜拜國際展覽中心1至6館(Dubai International Convention and Exhibition Centre)隆重舉行，本屆展覽共有較去年多增設2個館次，並在23,148平方公尺的展覽場地中規劃出四大產品主題(零部件及系統、配件及改裝、維修及保養、加油站和洗車機)，吸引了44個國家及地區，主要來自德國、義大利、西班牙、澳大利亞、巴西等地；共811家廠商競相投入此展吸引買家注意，令此展會更添光采，來訪人數增加至12,500人次，較去年增加將近17%，無論展覽規模與來訪人數都較去年大幅增加，足見本展的前瞻性與能見度備受大會的重視，西班牙的L&D Aromaticos總經理Mr.Fernandez Pablo在參加此展後提出很高的評價：「我們從此展中獲得一次非比尋常的經驗，除了非常滿意外，在以往參與Dubai的汽車零配件相關的展覽中都比不Automechanika」。估計今年此展中將可創造12.6億美金的汽車零配件市場，在各界盛情支持下，由於跑車區、改車品區與性能提升產品區大受好評，大會將於明(2008)年將集中更多資源增設2個館次，提升杜拜國際汽車零配件展在中東地區的汽配相關展覽中的指標地位。

雖然德國、美國以及日本等國家是汽車產業界中的先驅，許多新車款都會選擇在這幾個國家的指標性車展中發表，但是在這崛起的中東市場中，這些汽車產業的領導者也未缺席，國際知名零組件品牌透過此展將最新的產品呈現給予中東市場，而中小型廠商可藉由此平台提升知名度與能見度，探求與國際大廠接軌的契機。



展覽規模逐年增大
資料來源：法蘭克福展覽公司



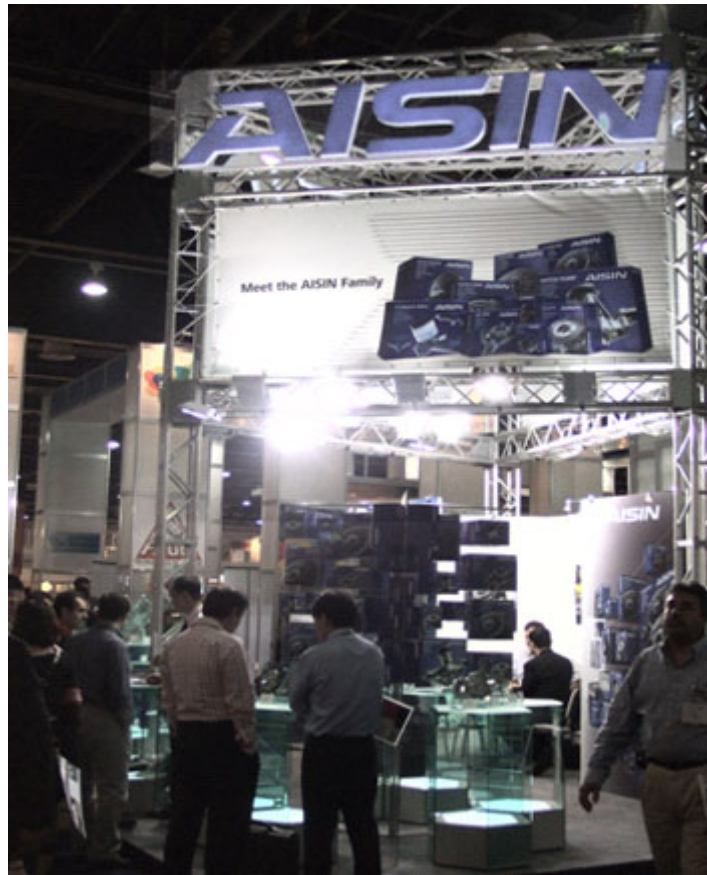
杜拜國際展覽中心外觀



台灣館設於 Hall 4 的入口處



參觀賓客陸續登記入場



日本-AISIN



GM 通用集團-ACDelco



中東-EXEDY

台灣館區

本此杜拜國際汽車零配件暨汽修展中來自台灣共有 57 家廠商、使用 68 個標準攤位，在 Hall 4 特別規劃「台灣館」區營造一個台灣整體形象，強調台灣產品與中國大陸產品屬性不同，作為市場區隔，以便利買主可明確尋找所需的產品；本會於展覽會場設置一個服務攤位，提供本會員廠商展覽時所需的服務，如：傳真機、網際網路、茶水、電腦...等，同時在服務攤位上擺放本年度新版的會員名錄、海外台商名錄的 CD-ROM 光碟，內建搜尋引擎提供對台灣廠商有需求的賓客及買主迅速尋找到所需的台灣製造商。在台灣館區中，大多是中規中矩的標準展覽攤位為主，而本會會員廠商鵬揚公司別出心裁設計了一個以「畫廊」為故事背景的展覽攤位，替商業化的工業產品注入一絲人文氣息，不僅令來訪的賓客目光為之一亮，甚至吸引了當地記者採訪。

近年來中東地區人口不斷呈現穩定的成長，尤其杜拜這正積極建設中的城市，迫切需要人力的支援，不論白領、藍領階級都是支持城市進步的動力，而

代步工具是酷熱的中東地區生活中不可或缺的民生必需品，伴隨而來的是汽車需求量遞增，由於氣候的影響下，汽車零配件的汰換率亦隨步增加，因此分析此區的人口結構，由於當地物價普遍偏高，而在此地的外來民族將近 80%，以藍領階級居多，高價位的車種並不如想像中的普遍，因此中東市場定位在中低消費，尤其是汽配領域，使中國的商品較其他國家佔有優勢，而台灣廠商的市場相對侷限，為避免被市場邊緣化，務必規劃市場區隔，以藍海策略出奇制勝，畢竟台灣汽車零配件的品質在國際上依然被給予高度評價，以卓越品質為籌碼，畢竟汽車不只是代步工具，更是保護生命財產的一部分，相信隨著生活品質的提升，消費者的消費思維也會隨之提升。

與中東客戶交易時，有幾個特點可循，由於阿拉伯人性格略顯急躁，對於正常的貿易交貨期限卡得比較死，對樣品和質量的一致性相當講究，一旦延誤交貨期限和有品質問題，製造商則必須對於供貨品質不佳而被索賠。

再者，與中東客戶進行洽商行為時，常有習慣性殺價行為，儘管已經提供幾近成本價的優惠，中東商人容易劈頭就是議價，引此制定適當的價格正是商洽的第一個籌碼。

阿拉伯人相當重視與朋友之間的關係，良好的互動可以對生意的成功與否有關鍵的影響力，所以友好的禮尚往來必不可免。



台灣主題館區一隅

台灣區車輛工業同業公會

2007 年第五屆杜拜國際汽車零配件展參展廠商

| 序號 | 公司名稱 | 參展產品 |
|----|--------------|--|
| 1 | 南勝企業股份有限公司 | 輔助遠光燈、霧燈、卡車/汽車頭燈聚光燈、LED尾燈、工作燈 |
| 2 | 晨耀企業股份有限公司 | 汽車、機車配件 |
| 3 | 駿福交通器材股份有限公司 | 汽車後視鏡 |
| 4 | 江興鍛壓工業股份有限公司 | 軌道相關產品、汽車、機車、自行車、機械、五金工具零件等鍛造加工品 |
| 5 | 元成工業股份有限公司 | 油封、油環、襯套(防震橡膠)、防塵套、迫緊、墊片、底盤零件、煞車部品、方向機及其部品、傳動軸及其部品、汽門油封、軸封、橡塑膠含鐵/不含鐵部品...等 |
| 6 | 奇鴻機械股份有限公司 | 剎車盤、煞車鼓 |
| 7 | 鵬揚工業股份有限公司 | 剎車片(鼓式)、剎車片(碟式) |
| 8 | 儒億科技股份有限公司 | 車鎖開關、汽機車燈具、模具 |



May 27 - 29, 2007
Dubai International
Convention &
Exhibition Centre, UAE
www.automekanikaME.com