

行政院及所屬各機關出國報告
(出國類別：洽公)

「赴曼谷參加第七屆燃料與潤滑劑亞太會議」 出國報告

服務機關：中油公司潤滑油事業部

出國人職稱：副執行長

姓名：劉永能

出國地區：泰國

出國期間：90年01月30日 02月04日

報告日期：90年03月14日

「赴曼谷參加第七屆燃料與潤滑劑亞太會議」

出國報告

目 錄

摘要	2
一、前言	2
二、出國行程	5
三、泰國潤滑油市場的概況	5
四、亞太地區潤滑油與添加劑的發展趨勢.....	6
五、與泰國基礎油公司洽談基礎油業務.....	8
六、拜訪泰長興公司洽談外銷業務.....	9
七、心得與建議	10
七、附錄部份	13

「赴曼谷參加第七屆燃料與潤滑劑亞太會議」

出國報告

摘 要

近年來由於亞太地區的經濟發展與消費水準的日益提高，促使各大油公司、車輛製造商、添加劑與化學原料等廠商對亞太市場產生濃厚的興趣，故此次燃料與潤滑劑亞太會議在泰國曼谷舉行，(是第一次在新加坡以外的地區舉行)，與會人員即有300多人，分別來自北美、英國、新加坡、日本、印尼、馬來西亞、泰國、中國大陸、越南、印度等國家的相關潤滑油及添加劑等公司業務與研發人員，議程為90年1月31日至2月2日。

此會議是亞太地區燃料與潤滑劑技術單位研發心得的研討、市場資訊的交換，最主要是提供亞太地區各油公司與相關業者尋求合作的機會，主辦單位在會議中同時安排各種的聯誼機會。職也趁此機會也分別與其他公司人員接觸與交換心得，也討論未來可能的合作機會，並結識各國同業之人員，可作為本事業部未來國際合作或產品外銷之人際網絡，堪稱獲益良多。

赴曼谷參加第七屆燃料與潤滑劑亞太會議出國報告

一、前言

近年來由於亞太地區的經濟發展與消費水準的日益提高，促使各大油公司、車輛製造商、添加劑與化學原料等廠商對亞太市場產生濃厚的興趣，故此次燃料與潤滑劑亞太會議在泰國曼谷舉行，(是第一次在新加坡以外的地區舉行)，與會人員即有300多人，分別來自北美、英國、新加坡、日本、印尼、馬來西亞、泰國、中國大陸、越南、印度等國家的相關潤滑油及添加劑等公司業務與研發人員，議程為90年1月31日至2月2日。會議的議程規劃如下：

第一天：1月31日是由著名的商業顧問公司BCG(Boston Consulting Group Pte. Ltd.)副總裁 Mr. Ian Scott作Keynote Address，講題為 “Creating Value in the New Economy: Advantage Through Brand, Information and connecting with customer”，以及Chem Systems公司副總裁 Mr. Bruce F. Burke介紹亞太地區之基礎油及潤滑油市場發展趨勢。

第二天：2月1日則是安排有韓國油公司、日本Nissan汽車等公司報告各國車用潤滑油及燃料之用油市場與技術發展趨勢，並跨國性及亞太本土的各大潤滑油及添加劑公司亞國介紹車輛用油的應用技術，在會議安排之交流時間，各國與會人士彼此

交換產品研發心得，尋求業務及技術之合作機會。

第三天：2月2日分成4組進行研討,議題重點分別是工業用油、基礎油、燃料與添加劑等。本公司煉製研究所邀請發表燃料應用技術論文，“A study of the effects of gasoline additive packages on engine power performance”，由煉研所產品組長林坤海先生發表。

以上會議之議程與議題如附件一。

此會議是亞太地區燃料與潤滑劑技術單位研發心得的研討、市場資訊的交換，最主要是提供亞太地區各油公司與相關業者尋求合作的機會，主辦單位在會議中同時安排各種的聯誼機會。職也趁此機會也分別與其他公司人員接觸與交換心得，也討論未來可能的合作機會，並結識各國同業之人員，可作為本事業部未來國際合作或產品外銷之人際網絡，堪稱獲益良多。

在本報告中將依蒐集資訊、參訪與研討心得，整理如下：

1. 泰國潤滑油市場概況
2. 亞太地區潤滑油與添加劑發展趨勢
3. 訪談TPI與THAI LUBE公司
4. 訪泰長興公司

二、出國行程

90年1月30日出發，2月4日返國共計6天，行程如下：

日 期	地 點	工 作 內 容
1/30	高雄→曼谷	啟 程
1/31-2/3	曼谷	參加燃料與潤滑油亞太 會議並訪問TPI等公司
2/4	曼谷→高雄	返 程

三、泰國潤滑油市場的概況

泰國是東南亞主要的潤滑油需求市場，也是目前台商在東南亞投資的主要地區，台商用油市場是現階段本事業部外銷重視的焦點之一，同時計劃逐漸拓展當地其他用油的市場。

泰國人口約6170萬人，經濟因1997年金融風暴而衰退，1999年起已逐漸復甦，泰國在1999年潤滑油需求量約為39萬噸，1999-2005年預估需求量如下表。其需求總量中是以車輛用油佔較大多數約62%，工業用油約佔23%，海運機油及其它用油約達15%。

表(一) 泰國潤滑油1999-2005年預估需求量

年 份	1999	2000	2001	2005	平均年成長率, % 2000-2005
需求量, 千噸	391.1	408.9	427.6	537.7	5.6

四、亞太地區潤滑油與添加劑的發展趨勢

1997~1998年亞洲金融風暴使得有些國家對潤滑油與製程用油的需求銳減，尤其過去快速成長的南韓、印尼和泰國，雖然在中國大陸與印度的需求增加而抵消了一部份，但1998年亞洲之消費減少30萬噸，在1999年CHEM SYSTEMS 估計亞洲的潤滑油消費增加了20萬噸，但對基礎油與潤滑油的進口依賴度減少了，甚至在新加坡、泰國和印尼造成供給過剩的情形。1999年亞太地區的潤滑油摻配量是10百萬噸，，2000年約可達10.3百萬噸，年成長率約3%。亞太區域五大市場分別是：中國大陸約佔33.4%、日本約佔19.4%、印度約11.5%、南韓6.2%、印尼4.5%，其它地區則總計約24.%。但在亞太地區之摻配能量超過13百萬噸，可見在亞太地區潤滑油摻配產能是過剩的，而主要擁有高量摻配產能之國家分別是大陸(約397萬噸)、日本是(約300萬噸)，其次印度亦高達164萬噸。。

亞洲潤滑油市場中，國營油公司和國際的大油公司佔主要的地位，其所佔的比例為：國營油公司41.6%，國際主要油公司佔26.5%，

地區公司佔18.6%，其他佔13.3%；各種用途之油脂其所佔的比例如下表(二)。

表(二)亞太地區潤滑油分類及其耗用比例

車輛用油			工業用油			海運機油
Diesel engine oils	23.6%	52.5%	Hydraulic oils	16.9%	39.3%	8.5%
Gasoline engine oils	16.2%		Metal working oils	7.1%		
Motorcycle engine oils	5.6%		Grease	2.8%		
Automotive gear oils	3.4%		Others	12.5%		
others	3.7%					

預估在未來的5年中亞洲的GDP(日本除外)，將大約有5%的年成長率，2000~2001年潤滑油之需求量將隨著經濟復甦而增加，基礎油之需求在這二年中也將持續成長。

此外由於目前潤滑油產業競爭相當激烈，國際各大油公司為求市

場的整合與成本降低的考量，國際上各油公司的企業合併(如EXXON/MOBIL ；BP/CASTROL ；NIPPON OIL/MITSUBISHI OIL)，對亞太地區潤滑油市場的衝擊也是相當大，各地區性公司如何因應以提高市場競爭力是會議期間，各公司交談的重點議題。

五、與泰國基礎油公司洽談基礎油業務

國內外之潤滑油市場競爭都是非常激烈，為提高國光牌的競爭力，降低成本為最主要的關鍵，潤滑基礎油的成本更顯得重要。目前雖積極以公開招標方式覓尋國外基礎油，但限於市場之供需情形與供應商對未來價格之判斷，致尋求貨源與抑低成本的目的未順利達成。泰國TPI公司與THAI LUBE公司是目前泰國二大基礎油生產工廠，此行順道安排訪問這二家公司基礎油業務的主管，洽商供應台灣的可能性，有關訪談結果如下：

1. TPI公司：

TPI公司基礎油工廠位於RAYON，於1997年4月開始商業運轉，設計年產量約320,000噸，有關該公司各項基礎油產品規格，如附件二。其製程採EXXON技術，產品品質為GROUP 1，據瞭解該公司曾因財務問題而停產，於2000年4月初才重新生產，經與該公司基礎油銷售經理 Mr. Sahatkhum Sermwattanakul 及 Mrs. Suwaree

Chongsatitvutithum 洽談，並提供本事業部的需求與規格，該公司表示數量與規格毫無問題，但若要直接參與競標而繳交押標金或履約保證金，則興趣不高，且表示尚需與財務部門研究後再向其上級請示，或由代理商參與投標，亦將併案陳請考慮。且該公司之銷售都是以 FOB 方式來處理，與本公司之採購均以 CIF 交貨仍有差距，尚需由代理商去克服。另據悉該公司財務問題，尚未完全克服，此亦需稍加留意。

2. THAI LUBE BASE 公司

THAI LUBE BASE PUBLIC COMPANY 成立於 1993 年，主要投資者為國營的 THAI OIL CO., PTT (PETROLEUM AUTHORITY OF THAILAND) 。 MOC HOLDING (THAILAND) CO. 以及 BP(THAILAND)。是具有國營色彩的公司，年產潤滑基礎油約為 250,000 噸，製程採用 BECHTE Corp.(formerly Texaco 技術)，產品品質同樣為 GROUP 1 Type，有關該公司各項基礎油產品規格，如附件三。經瞭解該公司的供應問題一如 TPI 公司。

六、拜訪泰長興公司洽談外銷業務

泰國泰長興公司是台商公司，為國內長興化工公司在泰國的合資公司，其主點業務為生產各類工業用樹脂(Resin)，該公司曾於去年(2000 年)向本公司進貨一貨櫃試銷。該公司自稱於進貨後，逢國際大

油公司的知名品牌低價在曼谷行銷(低於其進貨價格)，致使其銷售業務面臨價格上之障礙，該公司雖對國光牌潤滑油符合國際規格深信不疑，對產品品質亦深具信心，但由於價格因素造成銷售上之瓶頸，致使原預估的銷售遭受阻礙。經與該公司經理洽談結果，將視未來行情的變化，隨時注意並加強聯繫，以合作開拓泰國潤滑油市場。

七、心得與建議

1. 本事業部為積極尋覓基礎油供應來源，以求降低成本，為工作重點之一；經拜訪TPI & THAI LUBE公司，對於直接競標而要繳交押標金或履約保證金的方式均有困難，致無興趣參與投標(國際大油公司均如此)。若改請國內代理商處理，則其成本將提高，國際油公司都如此，則本公司的購入成本勢必增加，如何能在降低成本、取得充分供應、保障本公司之權益之間取得平衡，是一個值得深思的問題。又這二家泰國公司的產能若充分發揮，對亞太地區之基礎油價格勢必有抑制或壓低之功能，故這二家公司的生產情況，值得保持聯繫與密切注意。
2. 泰國為保護其國內石化及潤滑油產業，關稅較高(相對於大陸)，要進入這個市場，低成本是非常重要的，應設法蒐集當地市場行情，以擬定在該地區之價格策略。

3. 東亞(EAST ASIA)地區的潤滑油市場，依成熟度可區分為三類：

市場類別	地 區 或 國 家
成 熟 市 場 mature	日本、韓國、台灣、香港、新加坡、澳洲、紐西蘭
中 度 市 場 transitional	泰國、馬來西亞、印尼、菲律賓
萌 芽 市 場 emerging	其他

要進入一個市場，其障礙包括：1.知名度不高 2.中間商或經銷意願不高(良好的經銷商不易尋找) 3.消費者長期以來，對大廠牌依賴度高，不易改變。除了進行市場研究、收集各種意見外，尚需審慎評估各種情況與策略。

以外銷的立場來看，若要行銷於大陸與東南亞，則需建立灘頭堡，可考慮的地方應為泰國、印尼或越南等中低度的地區，但這些地區均設有高障礙或高關稅，可行之方法之一為尋找合作或設立摻配廠，並配合各種的行銷策略，以求深耕。這種投資或尋求經銷，雖困難重重且有高風險，但其費用不是很龐大，若業務之推展，外銷是必走的路子，則公司即應予以全力支持，以期國光牌潤滑油早日踏入東南亞市場，進而導入其他產品進入該等地區。其思考的方式，初步認為約略如下：

選擇潛在需求高，且易於接近其他國家或地區的點，做為進入東南亞

或大陸市場的第一站



可能的障礙為：1.優秀的通路已被大油公司所囊括2.台商以外的使用者對國光牌均較陌生或興趣不高。(掌握問題點)



尋找條件良好者(如人際關係、財力、有強烈企圖心)，予以培養之，以成為第一批經銷商，給予較優厚的條件試銷，其關鍵在於1.價格要有競爭力2.品質優異 3.通路有優勢 4.廣告與促銷活動符合消費者的需求。



選定接近市場的點如泰國、越南或大陸的某一城市等，用各種方式以建立品牌形象，作為滲透其他地方的灘頭堡，如區域廣大，先專人分區擬定區域行銷計劃。(即思考往何處去，提出行銷目標與標的)



選擇台商或較無品牌忠誠度的市場以資區隔，如工業用油，先展開攻勢，再進入其他市場。(即思考如何到達該處，由誰做什麼？如何做？透過什麼行銷工具？要花多少錢？)



再拓展到其他國家或地區。(定期檢討追蹤)