

出國報告（出國類別：洽公）

## 爲鞏固外銷市場、加強客戶關係及推廣溶劑系列產品應用

服務機關：台灣中油股份有限公司  
（溶劑化學品事業部）

姓名職稱：蘇志成 業務管理監  
宋俊賢 業務管理師

派赴國家：越南

出國期間：98年08月30日至98年09月05日

報告日期：98年10月30日

# 摘要

越南自 2002 年起市場開放後，經濟起飛，外資不斷湧入，市場蓬勃發展。在 2007 年 1 月 11 日加入 WTO 後國際地位更大幅上升，美國微軟執行長比爾蓋茲訪問越南時，更承諾到越南投資及提供越南更多軟體技術，2008 年台灣鴻海集團已在北越北寧工業區設立電子生產工廠，希望越南成爲 IT 產業生產基地之一。

由於越南市場仍在成長階段，另外 2008 年大陸對外資企業取消相關投資優惠措施後，部分企業把工廠遷移至越南，尤其是傢俱業明顯增加，所需之溶劑、化學品需求增多，市場潛力無窮，例如甲苯、二甲苯、脂族溶劑、油漆溶劑系列等溶劑。

相對國內產業，勞力密集之傳統產業不斷外移，溶劑、化學品銷量漸漸減少，隨著產業外移及適逢金融風暴，今年上半年國內溶劑下游廠商外銷訂單不如預期，加上國內溶劑用量之大廠如南寶、永記、大興及相關鞋廠等皆已在越南投資生產，若能將產業外移之原需求溶劑納入中油之供應鏈，則不僅能提升產能及銷量更能加強客戶間的關係。

目前在越南之台商多且深耕已久又競爭激烈，因此此次拜訪重點乃希望協助越南外銷客戶提升技術服務層次，並對事業部產品之應用加以解說，期能結合合約客戶及各大使用客戶之資源，增進合作關係與行銷通路之佈建以取得競爭優勢，並得以實際瞭解各公司在越南市場規模、生產、營運狀況等相關情形，作爲越南外銷報價之參考並降低營運風險。

# 目 錄

	頁數
壹、出國目的.....	4
貳、出國行程.....	4
參、工作內容.....	5~9
肆、心得與建議.....	9~11
伍、附件.....	

## 壹、出國目的

- (一) 拜訪越欣及新巨公司等越南溶劑外銷客戶，以瞭解其南越溶劑供應鏈及提升溶劑外銷報價。並由其安排拜訪下游客戶說明本公司之產品品質及應用以增進客戶關係並提供技術服務。
- (二) 拜訪北越中油轉投資台海公司，討論北越溶劑銷售及經銷事宜，增進合作關係並建立北越溶劑市場之策略夥伴。
- (三) 藉由實地參訪以評估外銷客戶在越南市場規模、生產、營運狀況等相關情形以降低交易風險，並在外銷報價上以國際行情為基準，並能貼近越南當地行情以提升廠商之價格競爭力而增加本公司之溶劑銷量。
- (四) 藉由產品品質及技術服務之優勢，以結合銷售廠商及各大使用客戶之資源，增進合作關係並建立更密切行銷管道以取得競爭優勢。

## 貳、出國行程

預定起迄日期	天數	到達地點	地區等級	詳細工作內容
98、08、30	1	高雄~胡志明市	149	起程。
98、08、31	1	胡志明市	149	拜訪新巨公司討論外銷報價及交貨事宜並了解其銷售通路與金流現況。
98、09、01	1	胡志明市	149	拜訪越欣公司討論環保去漬油外銷報價及品質事宜，並參觀其輸儲設施與了解公司目前營運現況。
98、09、02	1	胡志明市~蚬港	189	由新巨公司安排拜訪其下游客戶大興塗料公司及東周化學公司說明中油溶劑之品質與應用。
98、09、03	1	蚬港	189	由新巨公司安排拜訪其下游客戶 Tan Ca 公司以了解中越溶劑市場概況。
98、09、04	1	順化~河內	152	搭機前往河內拜訪台海公司河內辦事處討論及說明溶劑外銷買賣合約相關條款事宜。。
97、09、05	1	河內~台北	152*0.4	返程。

## 參、工作內容

### 8/30 拜訪越欣石化有限公司 蔡元九董事長、鄭嘉嫻經理

越欣公司之董事長蔡元九，目前積極在泰國發展潤滑油業務，越南則由林楷莉財務長負責，另有鄭小姐及紀小姐協助，主要業務是潤滑油，每月自潤滑油事業部進口約 20 個貨櫃，自 2005 年起也進口本事業部之去漬油、環保去漬油，一個月約 1~2 櫃，主要通路是台商、目前環保去漬油使用客戶有龍毅欣公司、樂億公司、明安公司、眾安公司、金彩公司、蔡榮公司及久德包裝公司，目前客戶使用意見，認為由中油進口的去漬油關稅為 20%，致產品價格偏高，且有味道。而目前北越市場普遍使用 SHELL 之產品，因此越欣公司建議本事業部應針對越南溶劑市場推出對應產品，建立相關通路策略及制度，以擴充業績。

### 8/31 拜訪大興塗料有限公司 劉家興董事長、劉旭洲經理

大興塗料有限公司位於胡志明市週遭之同奈省工業區，廠區有 3.3 公頃，土地價格 50,000 VND/M<sup>2</sup>，約 330 萬台幣，工資 3,000 台幣/月，員工 300 多人，該公司營業額從 2004 年 1,000 多萬台幣/月，成長至 2008 年營業額一億台幣/月，但受金融海嘯影響，預估 2009 年營業額只有 2008 年之 50%，但上半年之盈餘以達成全年度目標。

在大陸人民幣升值及美國反傾銷等因素，大陸傢俱廠 60% 移到越南，傢俱業以前僅做單項產品例如餐桌，後來開發床組例如房間內之床頭櫃、床、衣櫥等整套家具，外銷歐美日之數量變大，而帶動整個木器漆的大幅成長。

據董事長劉家興表示，世界大廠荷蘭阿克蘇諾貝爾(AkzoNobel)，從 2002 年進入越南後，就一直想購併大興油漆，藉由併購手段以提升其在越南之佔有率，達成其全球佈局的策略。全球塗料行業的併購風潮已成為近年世界大廠拓展市場的手段之一，中小型塗料廠對此高度關注且見仁見智，看法不一。誠然，併購是一種營業活動，也是一種市場行為。但業界關心的是在這種併購的風潮中是不是已經蘊涵著全球塗料產業的大整合和大洗牌。基於永續經營，大興公司拒絕阿克蘇諾貝爾優渥之併購條件，並在越南塗料市場上與其正面競爭。

接著劉董作以下說明：已被美國威士伯購買了 80% 股份的廣東華潤塗料集團董事局主席梁俊謙認為：“亞洲塗料企業，無論是技術、財力，還是管理模式的先進性相對於世界知名塗料企業來說，都有著非常大的差距，要保持當地品牌的長久不衰，就得尋求更好的合作方式。借助世界知名塗料企業的財力和資源，是保持國內塗料業自有品牌的最好方法之一。”

但另一種聲音也非常強烈，對一些塗料企業“以市場換技術，以市場換管理”的決策思路表達出了尖銳的質疑，認為“以市場換技術，以市場換管理”並沒有給塗料業的發展進步帶來“實質性的好處”。相反，擁有的市場正在大面積失去，中小型的塗料業者將受到重創，擁有獨立的自主的“核心技術”已越來越難獲得，這

對塗料業的競爭力是一種削弱。

目前大興公司佔越南台資企業家俱廠使用木器漆之大宗，其經營模式是採客製化、品質保證、技術供應及到廠服務策略，因此其全廠員工大約 200 人皆派駐在各大家俱廠隨時提供技術指導其品質回報，隨客戶要求馬上更改配方，不斷引進環保及歐美法規之需求，研發新配方並降低原料成本，以鞏固下游客戶，並取得領先地位，也讓世界大廠阿克蘇諾貝爾無法切入此客製化市場。

目前該公司溶劑供應採每月報價，最低價決標，唯中油價格若與最低價差距不大時仍採用中油產品以照顧台商企業，但市場是現實的，若中油報價不能貼近越南當行情，而以國際行情計價，如此恐只能做波段行情的生意，長期而言是無法提升銷量。

經查詢其越南行情如下：

產品	PLC 報價 VND/KG V N D /NT=550	韓裔大林報價 VND/KG	需求量 桶/月	09/05 中油 EXW 報價
二甲苯	16,000 (152USD)	15,700 (149USD)	500~1000	155USD
甲苯	15,100 (143USD)	15,400 (147USD)	500	136USD
油漆 150	未報價	未報價	80~160	143USD
油漆 100	未報價	未報價	500~1000	143USD

### 08/31 拜訪越南順健責任有限公司（玉山塗料） 陳明經總經理

該客戶為台灣中小型企業之典型，為烤漆、傢俱等特製塗料製造公司，約 10 年前至南越發展，目前廠房之規模與設備及相關工安環保措施十分簡陋，主要使用溶劑為二甲苯（Solvent Grade）約 100KL/月、油漆溶劑-150 約 32KL/月。該公司今年上半年營運狀況因原料成本低獲利佳，但下半年原物料漸漲，而銷售下游廠商為特製塗料商，價格不易反應，且台商間競爭激烈，因此獲利衰退。

因南越全年氣溫較高，該公司以溶劑級二甲苯（Solvent Grade）作為塗料稀釋劑，在品質堪用情況下，價格為主要購買考量，目前油漆溶劑系列產品以購買中油產品為主。

參觀其工廠後發現其原料因倉庫不足加上低價買單，因此其桶裝溶劑皆露天堆置且場地狹小，因此提供本公司溶劑產品之特性及相關工安注意事項供其參考。

### 09/01 拜訪邦得有限公司 洪明澤廠長

邦得有限公司為越南黏著劑、膠水供應商，主要使用溶劑有甲苯約 100KL/月、通用及橡膠溶劑約 64KL/月。目前中油通用溶劑產品因含苯，當下游客戶規定溶劑不得有苯時，則以 Exxon-mobil SBP80/100 取代部分通用溶劑。

客戶反映目前由新巨公司報價進口之通用溶劑，經實際磅重後發現重量差異大，為實際了解原因以研擬事業部之改善措施，故要求會同工廠人員實際磅重。經抽查 4 桶實際磅重發現重量約為 155、155.5、158.5 及 158 公斤，差距高達 3.5 公斤，以目前事業部之灌裝標準，流量計皆設定後即自動灌裝且每年校正，若要產生此差異應為人為疏忽而造成灌裝不足，但以目前作業程序之管制標準，發生情況之可能性極低，經檢視鐵桶外觀後，發現此 4 桶中有兩種尺寸規格，研判此重量差異應為鐵桶本身重量差異造成，遂要求工廠將 200 公升桶裝溶劑泵入緩衝槽，實測每只鐵桶重量約為 19、19、22、22 公斤，扣減後溶劑實際重量為 136、136.5、136.5、136，換算 200 公升產品比重後之實際重量應為 136 公斤。當場說明本事業部之產品重量符合標準，邦得公司亦表示重量不足應其計算筆誤。

## 09/01 拜訪德一塗料股份有限公司 陳大瑜董事長夫人

該公司於越南設廠約 20 年，貿易對象有台商及越南當地廠商，主要使用溶劑有甲苯約 110KL/月、油漆溶劑-100 約 48KL/月及二甲苯 (Solvent Grade)。其他溶劑供應商有：穩鼎、BT (越南貿易商)。目前營運狀況良好並積極擴廠，以滿足下游需求。該公司兩年前投入符合歐盟 Rohs 之法規產品之研發，因此在輸歐產品上取得先機致目前之產能仍不足供應下游之需求，而有擴廠計畫。

該公司因為積極投入研發環保型塗料，實施原料成本管控、業務激勵制度，因此銷量不斷成長，並成為市場價格的指標，目前除大興塗料有限公司外，其他台商之產品報價皆以德一塗料之報價為準，可見該公司在南越塗料市場上的影響力。

據德一塗料公司表示，目前中油之 TX 產品報價無法與其他進口商競爭，但在油漆溶劑系列產品則極具優勢，希望中油能繼續支持海外台商，在考慮合理利潤後能繼續提供具市場競爭力之價格。

說明本公司產品應用後參觀工廠，其生產流程與工安環保要求明顯優於其他台商塗料公司，可見研發與創新雖然無法創造立即之績效卻是企業核心價值與未來競爭優勢。

## 09/01 拜訪越南金泳化工塗料有限公司 (金刷子塗料) 陳益龍負責人

該公司原於大陸投資塗料廠以金刷子品牌行銷，但因下游客戶漸往內陸遷廠或撤資，遂有至南越之投資計畫，目前土地及相關建照已取得，正整地蓋廠中。

其投資人部分為台商德福公司之員工，兩者生產之產品重疊性很高，德福公司為 10 年前至越南發展之台商，主要使用溶劑為二甲苯 (Solvent Grade)，約 300KL/月，另有使用油漆溶劑-150 及乾洗油約 48KL/月。德福公司今年受全球景氣影響，預計營業額會減半，在業績衰退員工福利縮水情況下，部分台商幹部轉而投效其他公司。

目前與金泳化工塗料有限公司接觸之上游溶劑供應商有穩鼎及中油，向陳先生解說本公司之溶劑產品之品質及相關運用後，陳先生公司之產品品質深具信心，並承諾建廠後之初期試車會把中油相關產品列入測試。

### 09/02 拜訪東洲化學(越南)有限公司(金甲优漆) 王炳和總經理

該公司為烤漆、傢俱等特製塗料製造公司，主要使用溶劑為甲苯約 80KL/月、二甲苯(Solvent Grade)約 32KL/月，交易對象有台商及越南當地廠商。客戶主要銷售對象為特製塗料商，今年營業額可望穩定成長。

客戶表示原甲苯供應來源為新加坡，經說明本公司產品後，如中油有合理價格支持台商，願意先考慮向中油購買。

### 09/03 Grand Nova International Enterprises LTD. 林啓超總經理

該公司為事業部越南外銷合約商新巨公司於越南設立之公司(借人頭)，配合台灣公司之訂單合法於當地從事銷售行為，其主要銷售產品為塗料添加劑、化學品及其他相關溶劑，市場遍及全越。2008 年度溶劑油銷售量約 2,500KL，今年每月平均銷售量約 350KL，主要產品有：甲苯、油漆溶劑-100、二甲苯、油漆溶劑-150。客戶表示想發展多元化產品，有意銷售中油潤滑油產品。當場介紹越欣公司及國內潤滑油經銷商，先請其了解產品基本概況及規格。

該公司表示目前事業部在溶劑外銷部份採現金購貨，但其售予越南台商則是交貨後一~三個月付款，雖然銷量大但利潤微薄；若是銷售給當地越商則以現金交易，量小但利潤高。因此該公司目前的銷售策略是以台商衡量、越商衝績效。新巨國際興業有限公司林啓超 總經理提供以下訊息：

1. 北越廠商受金融風暴影響，用量平均約為去年 5 成。
2. 北越廠商較南越用量少，宜發展少量多元化產品。
3. 客戶表示目前越南溶劑庫存量頗高，下游廠家囤積庫存高。
4. 北越河內石化經銷商與南越越欣公司合作經銷。

南越溶劑市場之報價仍以知名之大油公司之合作產商為指標，且其報價則以當批進口價格計算成本，未隨著國際行情之起伏而波動，與目前事業部之外銷即時報價不同。建議其應對國際行情多加注意並適時進貨，建立發貨倉庫以提高競爭力。

向該公司說明北越溶劑市場之中油合約商銷售概況，請其注意在拓展北越溶劑油產品時應避免彼此間之競價；建議其可在中越建立新據點，利用中越最近寮國優勢，銷售桶裝溶劑進入寮國，唯須考慮轉運之成本。

### 09/03 拜訪大益鞋業有限公司 莊睿豐總經理、白愛黃經理



該公司為邦得公司下游客戶，向其購買膠水之製鞋廠，目前使用之去漬油乃由 PLC 提供。該公司利用中越峴港地理優勢以出口為主，但因目前受景氣衝擊，從 2008 年底停工後，因接單情狀未見好轉，已於上個月結束營業。

其經營困境只要肇因於峴港 (DA NANG) 雖可停靠船深 Draft: 12m 之大船，但受限於腹地，又有東北季風，越南政府規劃峴港未來以發展觀光為主。因此製鞋之原物料皆須轉運，溶劑從胡志明市轉運，運費 7,000 越盾/Kg (胡志明至河內 12,000 越盾/Kg)，中越人口少需求不高，多餘之成品又須再運送回北越或南越銷售，因此在價格尚無法與當地廠商競爭。

企業投資必需承擔營運風險，因此其設廠前之可行性分析十分重要，雖然因政治、經濟等環境產生之不可控風險十分複雜，但至少若於投資前經仔細評估分析過，設立停損點，必能將傷害降至最低。

## 09/04 拜訪台海石油聯營公司 阮秋莊業務經理

台海公司目前經營之 LPG 業務正面臨激烈之競爭，越南最近增設許多 LPG 灌裝站，終端價格便宜，第一煉油廠生產之煉餘氣亦可當 LPG 使用，在供給量大於需求增加量之情況下未來競爭將更激烈。因此台海公司想轉型做其他業務，但法律上又限制合資公司無法直接銷售溶劑及化學品，僅能進口、代客輸儲等，如要在越南對外銷售溶劑及化學品必須找一家越南當地公司代理行銷。但無法掌握最後通路是無法掌握市場的，希望台海公司能突破法令限制，取得溶劑及化學品銷售許可才有利基。該公司已於 2009 年 5 月正向越南政府申請分裝執照核准，唯因股份關係不能內銷，目前正在申請溶劑相關產品之營業項目。

阮經理表示台海有意願成為北越溶劑銷售商 (全權代理)，但只負責中油與越商間之窗口賺取佣金，因為台海目前已無多餘之資金投入此量大、又具風險之溶劑市場。

建議台海公司先從統倉桶裝收租金做起，進而興建儲槽，進行散裝發貨。(散裝進貨碼頭，面臨內陸河流積砂，有疏浚或駁船成本。)

## 肆、心得與建議

想進入一個新市場，就要去適應新市場的運作模式，瞭解當地市場特性。行銷上講求的是當地市場行情，而不是賣方既有的遊戲規則，大宗溶劑「近乎完全市場」與「高價格彈性」，價格決定一切。

依公司轉撥計價機制訂定國內售價，在國內寡占市場情況下可行，但外銷需更具彈性以適應新市場特性，若無法依國際行情及當地售價報價，則開發國外市場皆屬空談，我們經常以國內銷售策略、想法及規定來考量外銷行為，而忽略國外當地實務。以越南市場而言，在煉油廠產能未盡完善及大量開工，及其相關石化工業並未興建前，以其每年工業成長率高達 10%，在煉油石化工業上、中、下游未整合完

成一完整供應鏈前，對事業部之外銷拓展上應大有可為，唯應時時掌握市場狀況，加強市場調查，以避開不可控之風險。

經這次越南拜訪相關客戶後，有以下幾點心得與建議：

- 一、長久以來，嘉義自產溶劑在國內市場被視為具備獨佔優勢，但隨著國內環保政策日趨嚴格、國外開發中國家崛起、相關使用溶劑之產業陸續外移，造成國內整體溶劑需求萎縮。因此如何利用嘉義廠既有之產能，積極拓展外銷市場，是目前當務之急。本公司目前之溶劑產品在國外市場與 ASTM、JIS 等美、日、韓國國際大廠相比，產品線尚不夠完整且產能又常因原料來源受限，在發展國際貿易上是一大挑戰，因此新產品的開發及原料來源之充分取得應是本事業部當努力的方向。
- 二、雖然 CPC 石油溶劑種類多，但業務人員大多具相關產品之專業知識具技術行銷能力，且皆有產品輸儲調度經驗隨時提供報價及供貨，近年來亦積極開拓外銷市場，累積外銷之實務經驗及廠商人脈關係經營，特別在越南地區耕耘多年，相信這些經驗及商業關係是發展外銷或是三角貿易的重要資產，應持續加強及鞏固，與當地溶劑使用客戶及溶劑經營者經常保持互動往來及訊息交流，以實際瞭解各公司在越南市場規模、生產、營運狀況等相關情形，作為越南外銷報價之參考並降低營運風險。
- 三、與越南當地相關石油溶劑銷售廠商相比，目前終端使用客戶貨源經過多手，有價格劣勢且中油各合約商及台灣貿易商間互搶台商客源，報價無法配合當地行情，在外銷合約商未整合前其競爭在所難免。因此建議本事業部應從目前各中油合約商中進行篩選，研擬簽訂長期合約，建立夥伴關係，就越南市場進行策略規劃及整合，透過彼此合作或團體力量之結合，在越南地區打下堅固之基礎，為中油油品樹立良好之品牌形象，才能在越南的外銷市場長期經營。
- 四、目前部分產品原料及成品受制於大事業部，在數量難以掌控與成本偏高劣勢下，無法與外銷客戶簽訂長期外銷供應合約，對外銷的推展多所阻礙，對內除應積極與各事業部研商取得穩定原料供應合約外，若能發展三角貿易掌控國外原料或貨源，進行國際貿易，相信也是未來本事業部可發展的方向之一。
- 五、目前本事業部桶裝產品油漆溶劑#100、#150、去漬油及環保去漬油、通用溶劑在越南稍具競爭性。另外甲苯、二甲苯因本事業長期亦須仰賴進口，且甲苯、二甲苯屬大宗溶劑，價格敏感性高，從台灣地區再出口缺少價格有利條件，且南越地區甲苯、二甲苯品質要求普遍不高，大量出口競爭力不強，但若搭配國際行情變化或配合自產溶劑併櫃外銷，仍能做出一些外銷成績。
- 六、在外銷報價上應以合理之成本估算，以其在利潤未減少情況下能增加銷售量，進而提高煉量、降低單位煉製成本為目標。並下列幾項方案為執行重點：
  1. 檢討外銷計價機制 SOP
  2. 評估建立重點海外合約客戶
  3. 建立具速度與彈性之海外客服方式

七、越南近年經濟成長快速，每年工業成長高達 10%，且民族、文化、生活習慣、地理與台灣相近，且當地又有許多台商企業進入，越南的煉油及石化事業剛開始起步，有利於本公司之油品外銷，且隨著當地各個工業區發展，石油溶劑需求量將與日劇增，此時不進入，未來將失去先機。為提高整體營運績效，需積極拓展本事業部石油溶劑至越南市場，並與當地之溶劑客戶及溶劑經營者建立良好的客戶關係，隨時溝通市場資訊，適時調整行銷策略，增加競爭力，為公司創造最大利益。