



產業透視

製造業服務化—— 台灣工具機價值鏈定位與轉型

精密機械研究發展中心
文/梅筱珍、劉奇泳

關鍵詞(Keywords)

- 工具機 Machine Tools
- 價值鏈 Value Chain
- 服務化 Servitization

1. 全球工具機發展概況

1.1 全球工具機市場消費趨勢

根據國際研究機構 Gardner 所做調查，在 2011 年全球工具機市場需求達到 835 億美元，較 2003 年(346 億美元)成長了 141 %，年複合成長率 11.6 %，主要驅動成長因素為 2003 年走出了網路泡沫化，歐美國家穩定成長以及新興國家崛起，帶動了工具機之需求，其中又以中國大陸成長最為耀眼、印度與巴西也名列工具機需求前十國。

中國大陸在 2003 年大陸工具機市場需求為 67 億美元，到了 2011 年已經成長到 390 億美元，成長 580 %，年複合成長率 34.2 %，蟬聯全球工具機市場需求第一。主要為大陸國內基礎建設以及汽車產量快速成長與擴張，根據 OICA 機構調查全球汽車生產量，大陸在 2011 年產量達到 1,841 萬輛，在 2000 年時僅有 207 萬輛產能，除了工具機使用最多的汽車業以外，在國內各行各業之需求，以及「世界工廠」定位，包括輕工業、重工業、基礎建設、3C 科技產業，都創造了大陸經濟改革的奇蹟。

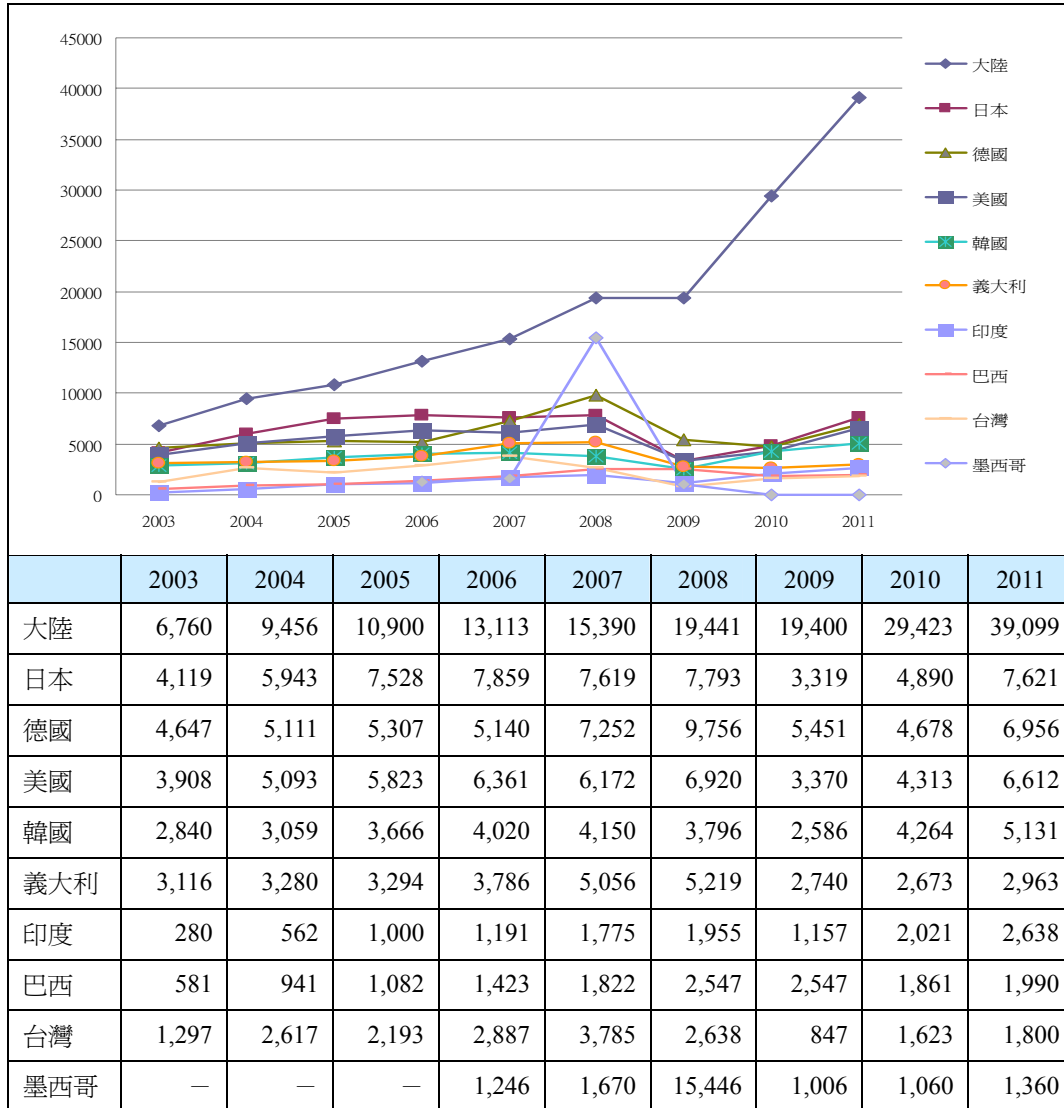


圖 1 全球工具機市場需求

單位：百萬美元

資料來源：Gardner publication，PMC 整理

2.2 全球工具機生產狀況

工具機主要生產國分別為中國大陸、日本、德國、義大利、韓國與台灣。大陸在 2009 年金融海嘯時，透過大規模的財政政策，推升國內工具機產值躍升到全球第一，2011 年產值達到 282 億美元，與 2003 年相比，成長了 9.7 倍。中國大陸對工具

更完整的內容

請參考【機械工業雜誌】360期・102年3月號

每期220元・一年12期2200元

劃撥帳號：07188562 工業技術研究院機械所

訂書專線：03-591-9342

傳真訂購：03-582-2011

機械工業雜誌官方網站：www.automan.tw