

在地經營、平價商品、HALAL認證

## 3大關鍵 開啟阿聯大公國市場

就像新加坡背後有東協10國市場、香港依憑中國大陸一樣，阿聯大公國將自己打造成為中東13國的主要轉口貿易區，受到全球企業的矚目。究竟，面對阿聯大公國開放經濟的激烈競爭，台商如何搶進，並以此為跳板布局整個中東市場，台商都在尋找答案。

◎撰文／劉麗惠 圖片提供／商業周刊、法新社

世界各國經歷2008年金融海嘯後，經濟嚴重受創，唯獨中東地區景氣恢復迅速，尤其阿拉伯聯合大公國（後簡稱阿聯大公國）的恢復極快，其第2大

邦杜拜快速崛起，再次成為其他國家進入中東市場的前哨站。究竟，阿聯大公國如何以小做大？杜拜又是透過什麼樣的策略，使其成為中東國家市場的輻射軸

心？面對競爭愈來愈激烈阿拉伯市場，台商又該如何贏占商機？

### 石油與開放經濟 創造富裕

阿聯大公國與美國一樣為



阿聯大公國為中東13國的主要轉口貿易區，資通訊產業商機相當龐大，我國的資通訊大廠華碩、宏碁、宏達電已紛紛進入該市場布局。

邦聯國家，由阿布達比（Abu Dhabi）、杜拜（Dubai）、沙迦（Sharjah）、阿基曼（Ajman）、烏姆蓋萬（Umm Al-Quwain）、拉斯海瑪（Ras Al Khaimah）、及富吉拉（Fujairah）7個邦組成，人口大約540萬，土地面積僅有8.4萬平方公里。

根據國際貨幣基金組織（IMF）的資料顯示，2013年阿聯大公國人均所得超過5萬美元，不僅遠高於台灣，也較韓國高出許多。人口不多、土地不大的阿聯大公國之所以能夠以小國創造富裕經濟，關鍵有二：其一是阿聯大公國最大邦阿布達比蘊藏豐富的石油；其二是第二大邦的杜拜以開放經濟體制，成為僅次於新加坡與香港的全球第3大轉口貿易區域，創造令世人驚艷的經濟成果。

### **阿布達比—盛產石油 經濟富庶**

阿布達比土地面積占阿聯大公國總面積的86%，人口約為160萬人，在阿聯大公國石油蘊藏量高達980億桶之中，有94%集中於阿布達比，使其經濟相當富裕，近年來阿布達比為降低對石油的依賴，預計在7年內設置20個工業區，帶動相關工業產業的需求，吸引全球投資者前往經商，打造阿布達比成為中東地區最大貿易中心。打造工業區所需的相關基礎建設，將衍生相關商機，值得

台商注意。

### **杜拜—前進中東市場最佳跳板**

阿聯大公國第二大邦杜拜，儘管該城市石油儲量不到全國的5%，但是杜拜以阿布達比的富裕經濟做為後盾，大興建設並力行開放經濟體制，成功使其成為中東其他國家與世界各國進行貿易往來的軸心。外貿協會市場研究處專員華紹強指出，中東多數國家對外經貿往來相對保守，外商前進投資必須經過繁複的經商手續，要取得相關核准文件也較為困難。然而，杜拜藉由鄰國的封閉特性，積極建構交通網絡、網路環境等基礎建設，再以開放的國際貿易政策，成功將自己打造成為中東地區位居主導地位的商業金融中心。根據經濟部投資業務處的資料顯示，目前杜拜高達80%的收入來自國際貿易。

### **杜拜的快速復甦 商機湧現**

由於高度仰賴石油與國際貿易，因此2008年金融海嘯襲來，石油價格大幅下跌再加上世界各國貿易情勢不佳，曾使阿聯大公國的經貿發展深受打擊，尤其以商業貿易為主的杜拜，影響更是慘重，爆出590億美元債務危機。海嘯之後杜拜原本耀眼全球的七星級帆船飯店、填海造陸的棕櫚島（Palm Island）、世界最大國際機場、世界第一高樓哈里發塔等建設相繼停擺，一度讓世人認

為，杜拜亮眼的經貿發展都只是泡沫。

然而，隨著全球經濟復甦，杜拜走在各國之前再次崛起，不僅哈里發塔早於2010年1月4日正式完工啟用、棕櫚島也陸續有五星級飯店進駐。隨著原本停歇的工程陸續完工啟用，杜拜的觀光與經貿又再往上躍升，2013年底觀光人次達1,100萬，機場轉運量高達6,600萬，展望未來，杜拜的雄心壯志依舊旺盛，隨著該城市取得2020年世界博覽會的主辦權，各項公共建設需求再現，預估將引爆龐大商機。

另外，阿聯大公國預計再投資190億美元建設擴建3個新國際機場，其中2個位於杜拜，另一個位於阿布達比，打造阿聯大公國成為中東地區甚至全球最大的機場，經濟部投資業務處指出，目前全球已有100餘家航空公司在杜拜設立營運據點，部分工程已完工啟用，毫無疑問的，杜拜已經是阿拉伯海灣地區內最重要的航空交通樞紐。

### **多項產業 受全球矚目**

如今，阿聯大公國再一次吸引全球企業目光，台灣企業也同樣重視這個市場。經濟部國貿局更將阿聯大公國視為未來重點拓銷國家，而隨著2014年2月阿聯首航空啟動杜拜與台灣的飛機直航，讓台商前進杜拜經商更為容



易，也吸引更多台商加速布局以阿聯大公國為軸心的中東市場。

## 資通訊商機大宏碁、華碩積極布局

基於阿聯大公國境內人口快速成長、大型購物商場陸續開幕，商務人士消費能力高，阿聯大公國已經成為中東國家最大的資通訊產品市場，尤其杜拜更因為是中東市場通訊產品轉運中心，讓全球資通訊廠商爭相進駐，包括宏碁、華碩、宏達電等都已经進入市場。

## 策略合作 搶占太陽能建設市場

繼德國、美國、日本之外，中東地區由於日照豐沛、資金充足，且為降低對石油能源的依賴，因此中東各國近年來將太陽能光電列為重點發展項目。例如阿布達比為抗暖化，耗資220億美元在沙漠建造全球首座綠能城市

馬斯達爾市（MASDAR City），藉由大量引入太陽能供應，以及在市內禁行汽車，垃圾及水都將回收再利用等措施建構零碳城市；另外，杜拜也耗資33億美元建置占地48平方公里的太陽能發電廠，帶來龐大綠色商機。

外貿協會指出，由於中東地區的太陽光電系統設置，其資金來源及計畫特色皆有地區獨特性，業者搶進必須了解當地情況，才有機會與當地設置商合作取得系統設置計畫案。例如，我國太陽能發電廠「億芳能源科技」藉由對當地市場的了解，成功取得馬斯達爾市的太陽能發電標案。

## 連鎖餐飲業陸續進駐

全年高溫40度的阿聯大公國，有其獨特的餐飲文化，而在

餐飲服務業具備高競爭力的台商，近年來也陸續搶進杜拜，旗下擁有7個餐飲食品系統的展園國際，以及擁有日出茶太等多個知名餐飲品牌的六角國際，都已經進入杜拜展店。繼展園國際與六角國際之後，鼎泰豐董事長楊紀華在日前也表示，已經前去杜拜考察市場，預計鼎泰豐將於2015年在杜拜成立分店，正式進軍中東市場。

## 開放經濟市場 競爭激烈

儘管目前已經有一些台商陸續進入阿聯大公國市場，並以阿聯大公國為跳板拓展中東市場商機，但是相較於中國大陸、韓國的積極，台商的布局顯得薄弱，進入的企業也相對零星，華紹強指出，目前有在阿聯大公國登記成立公司的台商，大約只有20~30家左右，遠遠不如中國大陸與韓國廠商。

以杜拜的「龍城」（Dragon Mart）商場為例，杜拜台貿中心指出，中國大陸政府為加速拓展中東市場，與杜拜當地地產開發商Nakheel合資興建龍城，雖然之後中國大陸退出合資計畫，但是如今龍城仍是阿聯大公國境內最大中國大陸商品批發零售與貿易集散地，目前龍城裡將近4,000多家來自中國大陸的貿易商，產品範圍涵蓋家具、五金、電子、建材、紡織、飾品各種領域。



阿布達比在沙漠建造全球首座綠能城市馬斯達爾市，受到全球矚目，時任美國國務卿的希拉蕊也曾為此拜訪該市。

與中國大陸一樣積極，韓國政府與企業在阿聯大公國的投資則採取一條龍模式，華紹強說，不同於台商慣於單打獨鬥，韓商是直接與當地地產公司合資建立商城，然後帶著韓國的中小企業進入市場，例如，哈里發塔的承建商就是韓國三星C&T（SamSung C&T）。

華紹強說，相同的產品，龍城陸商所銷售的價格往往只有台商的一半，台商很難在價格上與中國大陸廠商競爭。就品牌知名度而言，台灣打品牌的能量也不如韓國廠商，就在中、韓廠商的兩相夾攻之下，台商在阿聯大公國的經營上面臨很大的困境。

### 突圍市場3大關鍵

面對市場激烈的競爭，掌握當地通路模式、發展高階平價產品與取得「HALAL認證」，是台商突圍阿拉伯市場的3大關鍵。

#### 關鍵1》在地經營 掌握通路模式

「台灣人在阿聯大公國的經營，多數以貿易為主，真的在當地成立公司的只有少數，而且過去幾年來陸續有台商退守。」華紹強強調，相較於中國大陸人在杜拜經商是直接移民住在哪裡，台商多數只做出口貿易，很難與在地化經營的陸商競爭。

華紹強分析，外商出口到杜拜的產品，依照不同通路銷售到不同地區，如果是直接在杜拜當地市



杜拜著名的「龍城」商場是中國大陸與杜拜當地的地產開發商合資建造的商城，為阿聯大公國境內最大的中國大陸商品貿易集散地。

場銷售的產品，主要通路為「龍城」這類大賣場，如果是轉口到中東其它國家，企業必須自己找經銷商或代理商，由於阿拉伯人是出了名的會做生意，因此台商一定要親身到當地考察、了解市場，才能找到適合的經銷商。

#### 關鍵2》發展高階平價產品

另一方面，掌握最終用戶端的需求，發展差異化的高階產品，也是贏得市場的關鍵。「在龍城裡雖然全都是陸商與陸貨，但仍有一些來自台灣的高階產品。」華紹強說，要突圍陸商的低價競爭，台灣唯一的出路就是生產陸商做不出來的高階產品。以汽車零配件產品為例，台商正新輪胎的產品品質遠勝於中國大陸，因此正新輪胎在阿聯大公國的布局非常成功。

#### 關鍵3》取得「HALAL認證」

要搶攻阿拉伯回教國家市

場，產品符合「HALAL認證」也是一個重要關鍵，產品原物料必須符合伊斯蘭教教法，如不可食用豬肉、酒精等。對此，楊紀華表示，為了配合當地阿拉伯回教徒的消費需求，鼎泰豐未來在杜拜開設的新店，將只會提供羊肉、牛肉、雞肉等種類的小籠包。龍口食品業務經理陳雲龍也表示，為搶攻阿拉伯回教商機，該公司早在多年前就取得「HALAL認證」。

綜觀而言，阿聯大公國以其經濟高度開放的政策，成為全球企業搶攻中東市場的關鍵之地，中東市場商機龐大但競爭激烈，台商若想要在中、韓廠商的夾攻之下順利贏占市場，必須更深入了解阿聯大公國的市場文化、風情與通路特性，並發展差異化產品，才能在激烈的競爭中成功突圍，贏得商機。■