



— 前進越南 2 業務篇 —

中油潤滑油拓展東南亞市場之行銷策略

運籌帷幄 搶攻東協商機

文·圖／潤滑油事業部海外行銷組

潤滑油事業部自 1999 年起開始拓展海外地區潤滑油市場，至今已近 20 年，目前於中國大陸、越南、菲律賓、緬甸、印尼、柬埔寨及剛果民主共和國設經銷據點，每年海外潤滑油總銷量約 1 萬公秉，其中越南地區銷量占 60% 以上。

前進越南優勢： 在地生產及關稅減免

本公司轉投資潤滑油摻配廠越南宏越公司產能為 3 萬噸，預訂於 2020 年商轉，產品包含工業用油及車輛用油，本事業部將運用宏越公司於越南在地生產，以及越南與多國簽訂自由貿易協定的關稅減免優勢，戮力拓展東南亞潤滑油市場。

東協經濟共同體（AEC）成立於 2015 年 12 月 31 日，在現有東協貨品及服務貿易與投資自由化之基礎上，進一步整合以「單一市場」為主之經濟共同體，並以 2025 年前達到貨品、服務、投資、資金與技術勞工的五大自由流通，進而促使 AEC 成為一個全球供應鏈的生產基地為目標。

越南迄今已與多國完成簽署 12 項 FTA，包括 2014 年簽署之越南—韓國 FTA、2015 年之 TPP 及越南—歐亞經濟聯盟 FTA，以及 2016

年之越南—歐盟 FTA 及 TPP。另目前正在談判中之 FTA 計有 RCEP、越南—歐洲自由貿易協會（EFTA；成員國：冰島、挪威、瑞士及列支敦士登）FTA、越南—以色列 FTA、越南—古巴 FTA、東協—香港 FTA 等五項雙邊和多邊 FTA，相信這些優勢將會為越南帶來龐大的貿易商機。

東協



東南亞國家協會（The Association of Southeast Asian Nations, ASEAN，簡稱東協），由越南、馬來西亞、泰國、緬甸、柬埔寨、新加坡、印尼、菲律賓、汶萊及寮國等 10 國組成的政府間國際組織，於 1967 年創建。2015 年底，東協成立東協經濟共同體（ASEAN Economic Community, AEC），人口超過 6 億，成為總人口全球第三大市場；GDP 達 2.5 兆元，為全球第六大經濟體。



▲2018年4月，本公司協同經銷商參展越南胡志明市國際汽車零配件展覽會。

雙品牌戰略： 發揮潛力搶進車輛及工業用油

在品牌行銷部分，國光牌及 MiRAGE 為本公司兩大潤滑油品牌，國光牌為台灣的領導品牌，產品包括工業用油（液壓油、齒輪油、滑脂等）、車輛用油（汽車及機車引擎用油及自動變速器油）及製程用油（橡膠軟化油及通用機油等），其品質穩定、性能優異深受台灣各大企業認同；MiRAGE 是本事業部為因應行銷非華人地區及台灣汽機車保修廠通路專用的品牌，其產品包裝新穎，配色大膽，以吸引年輕人的目光，並持續透過舉辦各式活動來提升品牌曝光度。

國光牌以其悠久宏厚的品牌價值在台資企業及陸資企業嶄露頭角，成功於中國大陸及東南亞地區打響名聲，但隨著世界經濟的變化，原為國光牌重點主戰場的中國大陸，因為當地本土品牌低價搶市及政策因素，造成部分製造業由中國大陸外移東南亞，使得國光牌在中國大陸的銷量受限，但在東南亞地區銷量卻大幅增長；不過，東南亞消費族群對標示中文字的

產品有很大的排他性，因此，使得 MiRAGE 在車輛用油（含機車）部分有更大的發展空間。MiRAGE 對東南亞潤滑油市場來說是一新興品牌，能夠跳脫國光牌沉穩樸實風格，以活潑清新形象行銷東南亞非華語區市場。

越南潤滑油市場消費量約 30 萬噸，其中 70% 為車輛用油，包含商用車（巴士及卡車）及自用車（小客車及機車），除了是國光牌工業用油的主要銷售地區外，更是發展 MiRAGE 的最佳區域，因此成為本事業部未來推廣的重心之一，且 MiRAGE 品牌汽機車用油產品線完整，產品有中英文標示，將有助市場推展。今年 6 月起本事業部已於越南西寧省及隆安省設立 MiRAGE 經銷商，主推當地車輛用油市場；銷售通路包括汽機車保修廠、公車站、加油站、農機設備廠及汽車零配件店，將以鄉村包圍城市的戰略，一步一步建立起 MiRAGE 碉堡。在潤滑油市場競爭中，品質是致勝的關鍵，讓消費者充分瞭解本公司產品品質及價值，並透過好口碑讓 MiRAGE 深植消費者心中。🌊



▲本公司今年在緬甸曼德勒成立的MiRAGE形象店開幕，形塑高質感品牌名聲。

深化品牌價值 賣產品更賣服務

國光牌在華人地區市場有一定知名度，為持續提升消費者使用信心及強化國光牌產品價值，將定期於華人地區（如中國大陸或越南台商重鎮平陽省及同奈省）辦理產品說明會，宣揚國光牌產品特色，並加深與消費者交流；搭配工廠巡禮，讓不同產業彼此學習，開創新視野。

另一方面，配合經銷商於東南亞參加潤滑油相關展會，如汽機車零配件展、橡塑膠工業設備展等，以 MiRAGE 品牌強力登場，並邀請當地媒體採訪於地區雜誌或報紙投放，或運用網路快速傳播的特性於主要瀏覽器播出，讓 MiRAGE 有望成主流品牌。展會期間，可與其他品牌交流，尋求策略合作的可能，或與設備廠商接洽使用專用油的機會。

除此之外，因潤滑油為一高度技術服務產業，本事業部將落實經銷商業務同仁潤滑油知能培訓，期許同仁以潤滑油專業知識做為後盾，提

供客戶即時、精緻的服務。也藉由同仁的反饋，快速掌握各地區用油情形、消費者使用習慣，並同步分析最適合各地區的消費型態，充分掌握當地市場主力產品，同時檢視本公司產品是否有不足之處，據以調整銷售產品，使能在有限的資源下，發揮最大的效益。

以越南為範本 拓展東南亞版圖

除前進越南外，本事業部也積極拓展其他東南亞國家市場。2017 年緬甸經濟成長率達 7.5%，足見其市場潛力。事業部自 2013 年起即

開始布建當地潤滑油市場通路，至今已成功將國光牌工業用油打入當地台資及陸資企業。鑑於緬甸汽車及機車銷售量的提升，預期汽機車售服用油將大幅成長，去年即開始積極洽詢當地汽機車銷售通路，今年上半年於緬甸仰光及曼德勒成立 MiRAGE 形象店，以汽車引擎用油為主、柴油引擎用油為輔，搭配靈活的行銷手法，塑造品牌高質感形象，期許在緬甸成功打響 MiRAGE 名聲。東南亞其他各國，包括馬來西亞、印尼及菲律賓，都是本公司未來布局重點市場，將加快腳步於重點區域洽詢當地經銷商，並運用當地人脈資源，快速布建銷售據點，以期搭上越南宏越公司正式營運的列車。

品牌價值對於每家公司在競爭激烈的市場中如何永續經營，扮演著重要角色，本公司將秉持品質第一、服務至上、貢獻最大的經營理念，創建國光牌及 MiRAGE 品牌價值，並與各地經銷商合作夥伴不斷溝通，達到理念、價值、高度一致，期許國光牌及 MiRAGE 在 200 多家的潤滑油紅海中，開創一條屬於自己的道路。📍