

高爾夫球頭

金屬中心 ITIS 計畫

紀翔瀛

一、產業定義及範圍

一支高爾夫球桿，由球頭、球桿、握把組成，其中球頭的附加價值最高。球頭是球具組合中最重要的部分，乃是揮桿時球桿與高爾夫球接觸的球面，是揮桿成功與否的重要關鍵。一般可分為鐵頭(Iron Head)、木桿頭(Metal Wood)與推桿(Putter)。鐵頭與木桿頭之材質皆為鑄、鍛造之不鏽鋼、鈦合金及複合材質鐵、木桿頭。高爾夫球桿一般由 13 支組成，其中木桿頭 3 支，鐵桿頭 9 支，推桿 1 支。依據球頭的角度、重量的不同，木桿頭可分為#1、3、4、5、7 五種型號，鐵桿可分#3~9、#S、#P 九種型號，推桿則分為 C、P、T 三種。自從 1990 年 3 月，日本 JOY 公司首次在全球銷售鈦製高爾夫球頭，因而揭開鈦製高爾夫球頭的序幕。JOY 公司主要與川鐵合作，採用 Ti-6Al-4V 合金作為球頭的材質；另外，水野與三菱材料合作，在球頭的上部與擊球面採用 Ti-6Al-4V 合金，底部與頸部使用的是純鈦。由於使用鈦合金製成的木桿，其穩定性和彈性俱佳，使得鈦製高爾夫球頭逐漸成為主流。

二、全球前三大近三年排名及變化分析

高爾夫球頭產業已是一個全球市場已成熟、成長趨緩的產業，但因台灣高爾夫廠商已掌握了致勝的關鍵成功因素：客戶關係、研發製程能力、規模經濟，而取得不可抹滅的地位，依產量來區分，全球市場約有 70%~80% 的球桿頭訂單，都是由台灣廠商所囊括，為世界第一，如表 1。不過近年來由於中國大陸當地廠商逐漸崛起，加上泰國業者加入競爭，國內高爾夫球頭有逐漸出現下滑之勢。然而高爾夫球頭產業現況是，每年全球市場規模約 4,000 萬支，國內高爾夫球頭含括海外市場之產能（主要以中國大陸為主）在全球市占率高達約 80%，仍位居全球領導地位。

表 1 2011~2013 年台灣高爾夫球頭之全球排名變化（含海外生產）

單位：萬顆

	2011		2012			2013			
	國家	產量	全球	國家	產量	全球	國家	產量	全球

		市占率		市占率		市占率			
第一名	台灣	3,925	75.1%	台灣	3,980	80.1%	台灣	4,030	81.1%
第二名	中國大陸	168	4.1%	中國大陸	210	4.2%	中國大陸	230	4.7%
第三名	泰國	160	3.9%	泰國	170	3.5%	泰國	140	3.2%

資料來源：金屬中心 ITIS 計畫(2014/04)。

三、我國產業概況

我國高爾夫球用品以外銷為主，國內龍頭廠商大田、復盛、明安、鉅明等在高爾夫球頭的開發能力與製造技術均已達世界水準，但仍以球頭及碳纖維製球桿為主，並多屬為國外著名品牌之廠商作 OEM 或 ODM 的代工生產，大都採承接代工訂單為主，最大市場是美國，其次為日本。

整體而言，高爾夫球頭業，消費者換桿意願受景氣影響，歐美日等高爾夫球運動盛行國家受到去(2013)年一整年股市經濟榮景再起，全球高爾夫球產業回溫。但受到中國大陸勞工成本持續高漲、鈦金屬價格高漲以及客戶有較多的球頭選擇，例如鈦-碳纖維之複合材料、本體為不鏽鋼，打擊面為鈦金屬之複合材料、使得目前球頭的訂單雖因景氣復甦受惠，但往後仍有經營成本等風險考量。台灣廠商原本在人力成本漸高及周邊廠商陸續前往中國大陸設廠，將後段的加工、磨光及美工等後段製程移往中國大陸或越南生產，我國海外生產概況見表 2，而接單、研發、開模、打樣則根留台灣。目的為降低成本。但受到中國大陸人力成本高漲影響，目前已有鉅明將廣東廠房收掉，我國高爾夫球頭重點廠商動態說明如下：高爾夫球頭代工廠出現近 10 年最大變化，規模較大的明安及大田，受到全球終端需求未明顯改善、同業競爭激烈及中國人力成本上揚等因素拖累，今年可能雙雙出現股票上櫃約 10 年來首次虧損。復盛則穩紮穩打，繼續耕耘高單價球頭市場，強調超低比重鑄造鈦合金的運用。反觀規模最小的鉅明，原在中國大陸的廣東省設立有生產線，在中國大陸華南原本的薪資水準就居高不下，而其作業員工的加薪幅度又明顯高於其他地區，使鉅明不得不在 2013 年第 1 季結束其原設立廣州鉅東娛樂用品有限公司生產。現在鉅明只做主要客戶、也是全球最大高球球具品牌 TaylorMade 的鈦合金發球桿，不僅成本降低，也不再生產毛利率低的其他產品，將生產線拉回高雄，專攻本身技術強項的高單價訂單，調整策略正確，第 2 季就恢復單季獲利，收到集中管理與降低成本的雙重效果，第 3 季獲利持續大增。大田 2014 年將調整策略，專做高單價、高毛利產品，例如鈦合金的 1 號木桿，或高單價的鐵桿，把中低單價產品轉給中小型同業，以達到營收可不增，獲利要提的 2014 年目標。再者，全球第 2 大高球市場的日本，今年受惠安倍 3 箭措施，出現多年未見的成長。我國球頭廠中日系客戶佔比最高的大田，已獲得特定日本品牌下單，指定在今(2014)年投產的江西贛州廠生產，預期明年將使贛州廠產能利用率，超過目前的 70~80%，可同步提升 2014 年營收及獲利表現。上述四家廠商在全球產品市占率高達 80% (包含其海外生產線)，其中復盛 50%、大田 12%、明安 12%及鉅明 6%，營運概況整理見表 3。

表 2 我國主要高爾夫球頭廠商海外布局概況

國家	復盛應用科技	明安	大田	鉅明
中國 大陸	中山廣盛(1994)	明安運動器材(1998) 明安複合材料科技(2007)	奇利田高爾夫球用品(2000) 三田(2003) 櫻之田(2003)	廣州鉅東娛樂用品 (1994-2013 關閉)
越南	越盛(2002)	--	--	--

資料來源：金屬中心 ITIS 計畫(2014/04)

表 3 我國主要高爾夫球頭廠商營運概況

產業規模	產值	代表性廠商營運概況	
我國代工佔全球市佔率 8 成，每年約出貨 4,030 萬顆高爾夫球頭。	533.7 億元 新台幣	復盛	自有鈦合金鑄造真空爐，成為吸引客戶下單的最大優勢，鈦合金球頭的全球市佔率高達五成。
		大田	獲得特定日本高爾夫球品牌下單，指定在 2014 年投產的江西贛州廠生產，預期贛州廠產能利用率將超過目前的 70~80%。
		明安	擔心中國大陸工資上漲，2014 年計畫將越南廠產能從不到 10% 拉到 30%。
		鉅明	2013 年第 1 季結束其原設立廣州鉅東娛樂用品有限公司生產，2014 年產能拉回高雄廠生產，4 條生產線全部處於滿載。

四、主要競爭國家及廠商概況

中國大陸後起的高爾夫球頭廠成為目前國內高爾夫球代工業最大的競爭者，其中又以北京百慕航材高科技股份有限公司與洛陽船舶材料研究所兩家公司最具競爭能力且多以自行接單。另外，高爾夫球頭產業進入門檻（技術或機器設備）較低，容易仿冒，加上中國大陸有鈦

金屬原料之優勢，因此可以輕易的在既有基礎上向上提升，這對國內業者為一潛在威脅，見表 4。

表 4 2011~2013 年台灣高爾夫球頭競爭國家說明

主要競爭國家	潛在威脅	競爭者分析說明
中國大陸	鈦金屬生產大國，有原料優勢。	根據美國高爾夫球協會統計，高爾夫球產業成熟，美國每年頂多成長 1%，預測全球僅中國大陸、印尼有可能在代工部分稍有成長，兩者為我國目前最具威脅之競爭國家。
印尼	新興經濟體，與多國簽有貿易協定。	

五、產業發展趨勢

結合節能減碳之綠色世界潮流，國內業者之發展趨勢皆從開發綠色材質，友善生態的產品（如創新設計、流程優化），提升企業綠色競爭力與良好形象，掌握永續發展的商機，另外，結合資訊科技應用，全面 e 化管理，以資訊工具改善管理績效，擴大各項高質化產品組合式樣，協同客戶開發設計平台，提供客戶全方位整合服務。而一顆高品質的高爾夫球頭必須具備最基本的操縱感、物理性、打感及音效四項條件，要同時滿足這四項要求，並非一朝一夕可以達成，然而國內高爾夫球頭廠商皆擁有從材料端到應用端製造能力之優勢，且 OEM 最重視長期合作關係，所以短期內我國高爾夫球頭寶座仍無人可撼動。