



MII 產業焦點評析

美中貿易戰對台灣高爾夫球頭產業之影響剖析

金屬中心 MII 產業分析師曾婉如

Dec 2018

摘要

高爾夫球桿頭產業目前處於成熟期，主要以美、日、歐為主，約佔整個市場 90%以上。高爾夫球頭產業的發展主要受全球景氣與季節狀況影響，美、日兩國為高爾夫球市場主要消費國。而台灣是全球主要的高爾夫球具生產基地，而高爾夫球頭更占全球市場比重達到 80%以上，其中，復盛應用、明安、大田精密、鉅明則為國內前 4 大知名高爾夫球具品牌的供應商，故本文分析美中貿易戰對台灣高爾夫球頭產業的影響，將從這四家標竿廠商來進一步探討。



一、前言

在高爾夫球球具中最關鍵的部分即為揮桿時球桿與高爾夫球接觸的球面的球頭，一般可分為木桿頭(Metal Wood)、鐵頭(Iron Head)與推桿(Putter)。其中木桿頭使用的材料有不銹鋼、鋁合金、鈦合金及複合材料等；鐵桿頭則以不銹鋼材質，採用脫蠟精密鑄造方式來製造；而推桿使用的材料則有不銹鋼、鋅合金、錳青銅及鈹銅等材料，製造方式仍以脫蠟精密鑄造為主。由於鈦合金性能優異，鈦合金球桿頭的單價相較傳統不銹鋼球桿雖然足足高出 4 倍，且鈦合金材料占整個桿頭成本約 40%，仍為各大球頭廠開發的產品主流。

二、全球近三年高爾夫球頭現況

全球高爾夫球桿頭最大市場在美國，占 50%；其次為日本占約 20%；中國大陸則是全球最被看好的潛力市場，雖然目前市占率不到 1%，但中國大陸有高達 13.79 億人口，其中打高爾夫球人口約 100 萬人，因此仍有很大開發空間。高爾夫球頭產業的發展主要受全球景氣與季節狀況影響，在其知名大廠(Taylor Made、Callaway、Titleist、Cobra、NIKE、Cleveland、Ping、Dunlop 等)強勢品牌行銷下，加上其消費群仍以中高階層人士為主，對品牌要求高，因此雖然台灣廠商大都採承接代工訂單為主，但憑藉與美日客戶之關係維繫、長年累積之研發、製造



經驗、歷史地緣關係及生產成本優勢，仍可掌握全球約有 80% 以上之球頭市場，詳見【表 1】。然而，2017 年隨著高爾夫球之主要市場美國景氣回溫，及中國大陸政府有意發展高爾夫運動，加上高爾夫球相隔百年後於 2016 年再度成為奧運項目，2020 年也將於全球第二大市場日本東京奧運亮相，都將帶動全球高爾夫球產業復甦。

2016 年 Nike 宣布退出高爾夫球具產業，且生產不具規模的中國大陸代工廠也逐漸退出市場，2017 年 5 月 Taylor Made 更被 Adidas 轉賣給私募基金 KPS Capital Partners，使品牌廠能重新調整產品策略，由以往一年推出 2-3 款新品，降為每年一款新品，產品生命週期拉長也有利於庫存去化，加上美國景氣回溫帶動市場需求顯著攀升，價格競爭趨緩，產業供給轉佳，台灣業者在 2017 年下半年營收年增已逐漸回升。

表 1 近三年年台灣高爾夫球頭產業之全球排名變化

單位：萬顆

	2015			2016			2017		
	國家	產量	全球市佔率%	國家	產量	全球市佔率%	國家	產量	全球市佔率%
第一名	台灣	3,030	80.7%	台灣	3,090	81.0%	台灣	3,150	81.1%
第二名	中國大陸	235	5.1%	中國大陸	230	5.2%	中國大陸	225	5.0%
第三名	泰國	130	3.2%	泰國	125	3.0%	泰國	135	3.1%

資料來源：金屬中心 MII 整理



三、貿易戰下台灣廠商現況

在美中貿易戰火延燒中，台商在中國大陸生產的高爾夫球頭產品不僅未遭列入美國加徵關稅的項目，反而傳出美國將考慮通過綜合關稅法案(MTB) 優惠形成降稅的有利挹注，因此對台灣標竿廠商之影響說明如下：

1. 復盛應用：主要從事高爾夫球頭及半成品製造、委託加工、裝配及銷售等業務，品牌客戶囊括全球前 10 大廠商，包括 Callaway、Titleist、Ping、Dunlop 等美日歐高爾夫品牌廠。此外，復盛應用核心技術精密鑄造，尤其是鈦合金的能力，自創品牌開發露營餐具等多樣化商品。該公司生產據點在美國、中國、越南、台灣共 8 個廠，目前復盛高爾夫球桿頭全球市佔率 40%，若以中高階市場來看則超過 50%。若未來美中貿易磨擦加劇，復盛有足夠能力將部份產能轉移至越南，把影響降到最低。
2. 明安：除了專注在高爾夫球具代工，更將觸角延伸多角化經營、自創公路車品牌搶攻市場商機。2016 年誕生腳踏車品牌 DIZO，鎖定中高階客群，還找上美國知名動畫商迪士尼，洽談漫威授權合作，相繼推出美國隊長、鋼鐵人等特殊限量車款，讓品牌在國際上逐漸打開知市場名度。目前陸續將品牌觸角延伸至中國、韓國、日本、東南



亞等地，今年中 DIZO 和中、韓代理商簽約，台灣車款在當地可直接銷售。然而，美中貿易戰下，明安公司之相關產品的輸美貿易，係採取 FOB 輸香港完稅後銷美，預估可能因此受惠程度不大。

3. 大田：在高爾夫球類方面，大田主要業務為高爾夫球頭、球桿、球具及其他組件研發、生產、製造、加工等業務，主要客戶是美日各大品牌，包括 PXG、TITLEIST、Bridgestone、Mitsubishi、Yonex 等。大田公司表示，高爾夫球商品的生命週期越來越短，並且以少量多樣為趨勢，因此各家推出新品的時間週期變亂，淡旺季逐漸不明顯，對大田公司而言，也能在分散出貨的情況下較有穩定的訂單量；而該公司目前最大客戶為 PXG，其市場定位為高單價產品，以少量多樣為主的產品線為主，出貨量並不大，但營收貢獻度高。大田更轉投資上游櫻之田複合材料科技(中國大陸)，生產碳纖維，且利用原料優勢發展冰上曲棍、滑冰滑雪等運動用品。
4. 鉅明：主要生產高爾夫球桿，年產量達 200 萬支以上，生產技術採用重力鑄造、離心鑄造、真空鑄造等鑄造設備，產品以外銷為主，近兩年外銷比例達 97%，以 OEM、ODM 形式生產銷售，主要客戶為美國大廠 TaylorMade，營收占比達 8 成。目前鉅明的生產基地皆在高雄。由於鉅明有逾



半的業務是代工組桿，故往往受制於材料的成本壓力，但鉅明公司積極在零組配件上持續提高自製率，故長期來說，毛利率仍可以維持，加上從2016年開始，客戶桿頭製程工續更加精密，從過去4~5週的生產時間，拉成到5~6週，也因此使產品單價上揚，帶動整體營收的動能。

四、結語

美國2018年綜合關稅(MTB)法案已於2018年9月13日完成立法，在最終的「2018年綜合關稅法案」中，其產品清單確定包含有高爾夫相關產品，如高爾夫球袋、高爾夫球鞋、高爾夫球桿頭等品項。法案內容也提到高爾夫球頭輸美關稅可由4%降至約1~3%。透過美國綜合關稅(MTB)進行關稅暫免或減免關稅之進口產品須符合的條件包括，美國內無生產或無商業販售，每年暫免或減免之關稅總額不得高於50萬美元以及不為MTB反對或具爭議性產品。

高爾夫球產業受到環境影響大，像是中國大陸政府先前強力打貪，高爾夫球運動也被認為是奢侈、甚至與貪污畫上連接，但隨著馮珊珊在女子高爾夫球公開賽事中表現優異，高爾夫球運動已漸開放，再加上2020東京奧運等影響，亞洲地區的運動風氣應會有所提升，高爾夫球市況也可望有明顯的回溫。而在球頭行銷、量產上，由於知名大廠間競爭



激烈、產品生命週期短，紛紛增加以委託製造(OEM)或委託設計製造(ODM)方式佈局，且美中貿易戰最大的變數仍在下游客戶的採購策略趨近保守。整體而言，對於我國高爾夫球頭業者在製程端仍掌握關鍵鑄造技術，也具備領先其他國家廠商難以模仿的競爭優勢，所以美中貿易下對台灣的高爾夫球頭產業仍可保持國際領導地位。



所屬機構

財團法人 金屬工業研究發展中心

高雄總部

高雄市楠梓區811高楠公路1001號

Tel : 886-7-351-3121

Fax : 886-7-352-1528

Web : <http://www.mirdc.org.tw>



發行單位

企劃推廣處 產業研究組 (MII)

金屬情報網 : <http://mii.mirdc.org.tw>

會員服務專線 : 886-7-351-3121 ext.2337 or 2386

會員傳真專線 : 886-7-353-3978

會員服務信箱 : miimember@mail.mirdc.org.tw



著作聲明

以上研究報告經MII整理分析所得，由於產業變動快速，並不保證上述報告論述於未來仍維持正確及完整性，引用時請注意撰寫日期、立論之假設及當時情境。研究報告成果著作財產權所有屬MII，非經MII書面同意，不得翻印或轉載。