

2010全球經濟主力

新興市場 活力四射

歷經2009年的調整，全球經濟慢慢步上復甦正軌，尤其是新興市場經濟復甦的力道更是超乎預期。雖然在2月初爆發希臘、西班牙和葡萄牙的預算赤字問題，引發市場對部分新興市場償債能力產生質疑，但整體新興市場經濟復甦力道穩定，相關市場商機與佈局，仍然值得台商留意。

◎ 撰文 / 蔡中興 圖片 / 達志影像

自從全球金融海嘯發生後，新興市場經濟相對快速復甦，使得全球消費重心逐漸由G7等高所得工業國家，轉向新興市場。近年來，新興市場的經濟增長較已開發國家高出4%至5%，這

種趨勢於可見的未來仍將持續。

突破出口主導模式 內需消費為經濟驅動力

為什麼新興市場能夠快速走出困境，成熟國家卻不行？其

中一個關鍵因素，是許多新興市場已突破以往的出口主導模式，將內需消費作為經濟增長的驅動力，其中最具代表性的國家就是金磚四國。

相較工業國家的疲弱不振，



金磚四國成長朝氣蓬勃，中國消費持續增長，根據麥肯錫報告預估，2020年，中國個人消費將超過2.5兆美元，僅次於美國和日本，成為全球第三大消費市場；巴西在政策及內需引導下，表現佳；俄羅斯通膨穩定給予央行降息空間，資金寬鬆有助經濟回溫；印度則是內需續強，外銷加溫，若金磚四國持續順利發展，有利全球經濟成長復原。

匯豐環球投資管理（香港）投資長高禮行（Leon Goldfeld）也相對看好新興市場的中長線表現。在沒有結構性問題的困擾下，他預期新興市場經濟成長速度將高出成熟市場2到3倍。其中又以亞洲的中國和印度為首，經濟成長預估值分別為將近10%和7.5%，高出其他地區平均的5%，更優於成熟市場的2.5%。

經濟增長日益受內需帶動，是許多新興市場能夠「獨善其身」的關鍵原因。10年前，美國消費增長遠高於金磚四國，但目前後者的消費增長已成為主導力量。此外，整體而言，新興市場並沒有出現成熟國家所面臨的困境：成熟國家債台高築，但新興國家的負債水平則較低，且儲蓄率較高，因此面臨的問題較少。

在此趨勢發展下，世界經濟龍頭正逐漸易主，全球市值前500大企業裡，美國勢力漸消退，新興市場竄起取代，當中又

以中國、印度、印尼為首的新興亞洲企業市值成長幅度最大，500大企業家數由27間竄升至74間，不僅較歐美成長迅速，甚至連其他新興市場也望塵莫及。

未來10年新興亞洲成明星 尤以中國最耀眼

可以預見，隨著新興亞洲企業規模快速成長，資金亦持續流入新興亞洲，將推升其在全球市場的影響力。2010年開始的10年內，新興亞洲不僅身兼全球景氣的火車頭，更是未來全球經濟發展關鍵的一環，新興亞洲將是新興市場裡的經濟明星。

其中，中國表現尤其耀眼。中國國家統計局於1月22日公布2009年第四季GDP成長10.7%，全年GDP成長率為8.7%，「保八」目標順利達陣。市場分析師預估，中國將在今年超越日本，成為全球第二大經濟體。2010年中國政府經濟工作重點將增加醫療保健、農村建設與教育層面的投資，進行社會福利與體制的改革，以增加民眾安全感，進而勇於消費。

與成熟國家的消費額相比，中國經濟成長所帶動的消費將會相當龐大，加上中國在政策方面持續支持相關消費產業，如汽車購買以及家電相關補助，加上未來出口有機會恢復為正成長，中國市場的成長力道仍將堅實且優

於其他市場。

尤其，中國在固定投資增速趨穩後，最主要的成長動能來自於內需消費，中國官方已經定調2010年經濟政策以「加大內需刺激力道」為最主要方向，除了維持原有的家電下鄉、汽車補貼政策外，還會協助符合條件的農業人口轉移到都市就業和定居，促進都市化目標，將連帶增加民眾收入及消費。

印度則是新興亞洲另一個驅動經濟成長的火車頭。印度自2010年積極架構硬實力，隨著硬體設備逐年改善，外國直接投資額開始回復正成長。預計2012年時，每年外國直接投資金額要達到500億美元，2017年時更要達到1,000億美元的水準，換算下來，金額會比2009年分別成長1.9倍及3.9倍。

拉美是另一重點市場 尤以巴西最受注目

除了新興亞洲，拉丁美洲則是另一個值得注意的新興市場，其中巴西最受矚目。拉丁美洲最大經濟體巴西，擁有豐富天然原物料、農業、與水資源。

《經濟學人》預測，2014年後，巴西將超越英國及法國，成為全球第五大經濟體。至2025年，聖保羅將在全球最富有的城市中排名第五。

巴西中產階級人數快速成

新興市場是全球經濟重鎮，台商應鎖定中國、印度、巴西等國，作為2010年新興市場拓銷重點。

長，是推動經濟進步的一大因素。目前巴西中產階級人口已超過德國、英國、義大利等國家的總人口數。不同於亞洲新興市場國家，巴西人享受消費，較不熱衷存款，世界級名品如Tiffany及LV分別在巴西最大城市聖保羅的店家數及每平方米銷售業績居世界之冠。巴西中產階級追求生活品質，反應在內需消費上。

鎖定中國、印度、巴西 爭取市場商機

看來，新興市場是全球經濟

重鎮已毫無疑問，台商應該抓穩這股潮流，並鎖定中國、印度、巴西等成長特別強勁的國家，當成主打，作為2010年新興市場拓銷重點。

整體說來，受惠新興市場商機的台商還真不少。以巴西來說，在成功佈局巴西的台商裡，聖保羅台商、長青實業董事長洪慈和，便打造了躋身巴西紙尿布市場前三名的自有品牌事業。

巴西的內需市場讓他有機會竄起。原來他到巴西後觀察到，這裡人口眾多，不論衛生棉或嬰

兒尿布都是非常龐大的市場。以紙尿布為例，全巴西一年營業額可達巴西幣200億元，因而全力搶攻，時至今日，洪慈和的長青實業已成為所有巴西同業中，唯一有能力生產衛生棉、成人與兒童紙尿布及濕紙巾的廠商。

不過，創業初期，他卻先跌了一大跤。一開始他生產薄型衛生棉。沒想到，那時在巴西生產這種產品為時過早，因為一般消費者認為，厚的衛生棉都不見得保證防漏，更何況是薄的，結果洪慈和的大批成品滯銷，因而蒙受慘重損失。

但有了這次經驗，洪慈和更加體會出巴西市場的特色，調整營運方向，如今衛生棉與紙尿片事業，不僅穩坐巴西前三名，更行銷其他拉丁美洲國家。舉凡阿根廷、巴拉圭，甚至長期被美國貿易制裁的古巴，都可以看到長青產品蹤影。更令人意外的是，他的產品還「打回亞洲」，賣到擁有11億人口的大國印度。若說洪慈和的成功是由巴西與其他新興市場建立的，絲毫不為過。

這樣的案例同樣在亞洲也找得到。在馬來西亞從事木材業



《經濟學人》預測，2014年後，巴西將超越英國及法國，成為全球第五大經濟體。

的江文洲，是當地成功台商。他發現，馬來西亞是一個很不錯的地方，政治穩定、綠地多、氣候佳，又沒有天災，而且木材業發達，是個適合投資的地方。

不過，他的事業並非一帆風順，苦撐4年後，才盼到事業的春天，工廠營運上軌道，開始以馬來西亞為基地，揮軍進入美國，1995年，將觸角伸向美洲大陸，由於市場競爭激烈，他決定回大馬設法改善產品品質、提高產能。首先租下鄰近一間廠房，翌年即購入，1997年再買下隔鄰一間廠房，將兩間打通，合為一間，隨著質量提升，江文洲不但成功打開東南亞市場，更成功搶灘美洲大陸。

連在泰國，都有台商靠著農業與貿易打出一片天。泰北台商張榮叁就是一個很好的實例，他是台灣雲林的農家子弟，在艱苦環境中成長，憑著刻苦耐勞，勤儉樸實，及台灣人的創業熱情及打拼勇氣到海外開創自己的一片天，於民國68年離鄉背井到泰北來創業，打天下。如今他經營的事業包括：養蜂、烤龍眼、貿易、園藝等，每種事業都很成功，還將蜂王乳、龍眼蜜、荔枝蜜、野花蜜、蜂花粉等出口到日本、台灣及其他國家。

事實上，張榮叁剛到時，當時養蜂業在泰國是受保護的行業，僅泰國人能經營，但是後來



■2010年新興市場的經濟成長速度將高出成熟市場2到3倍，其中又以中國的經濟成長率高達10%為首。

張榮叁讓泰國政府發現，台灣的養蜂技術給當地人民帶來工作機會，也帶動經濟發展。當地政府也終於體會到台灣人養蜂技術的不一樣，便向養蜂台商取經，泰國生產的蜂蜜最大外銷市場是台灣，大都仰賴台商幫忙運到台灣銷售。這時結合台商、泰商、華僑養蜂業攜手合作共同於清邁成立了養蜂工會，使台商在泰北養蜂成了合法經營。

擬妥因應對策 掌握市場需求

由此可見，新興市場處處有商機，各行各業都有機會，只是，在極具成長潛力的新興市場中，其文化、生活型態乃至於消費需求均呈現巨幅差異，絕非複製現有商品與服務模式即可存活，唯有掌握此市場中的需求特

性，才是企業致勝關鍵。

不過，儘管新興市場經濟基本面展望良好，南歐國家債信問題及美國失業人數意外攀升，都讓今年全球經濟復甦之路走得辛苦，在總體經濟上一定要特別留意三件事：一、經濟推升動能將由政府轉變為私有部門；二、政府財政政策與貨幣政策的逐漸退場；三、新興市場面臨的最大挑戰不在於經濟成長，而是通膨風險與緊縮政策的出現。這三件事都會影響經濟復甦力道與時間，還有對新興市場造成短期衝擊，大家在積極拓銷之餘，務必先擬妥應對方案，以免措手不及。

台灣是以對外貿易為導向的國家，眼看亞洲市場已進入全球矚目的黃金年代，台商更應該再接再厲攜手打拼、迎接挑戰，爭取市場商機。■