記者會現場紀實

趨勢領航 台商經貿展新局

為協助台灣貿易業者在瞬息萬變的經商環境中迅速找到新的因應策略與市場定位，台北市進出口商業同業公會於4月13日隆重舉辦《2011全球重要暨新興市場貿易環境與風險調查》記者發表會，會中產官學研各界重量級貴賓雲集，除了對該調查報告給予高度評價外，並針對重要議題提出寶貴意見，現場互動熱絡，激盪出不少火花，以下為記者會紀實。

◎ 撰文／許慈倩 攝影／路西法

台北市進出口公會理事長劉國昭於4月13日的記者會中指出：「近年來國際間天災人禍不斷，日本311大震使得向來與日本經貿往來密切的台灣部分產業遭受波及。先前紐西蘭與中國雲南也遭受強震襲擊，還有澳洲水患、中東北非動亂，在在造成國際原油、黃金、貴金屬及原物料紛紛大漲，更增加了貿易商的經營壓力。而對台灣來說，由於兩岸已正式邁入後ECFA時期，勢必走向新局，所以《2011全球重要暨新興市場貿易環境與風險調查》也以此為主軸。」

劉國昭理事長並表示，該調查係公會傾注全力、動用大量資源所完成的研究報告，可提供貿易業者最肯切的方向與建議，成為政府相關部會擬定政策與方針的參考依據。

ECFA早收發酵 中小企業雨露均霑

經濟部貿易局局長卓士昭在記者會上對於公會的這項調查報告給予高度的肯定，他表示：「這項調查的規模十分龐大，公會能夠堅持進行了3年實在難能可貴，特別是關於新興市場的調查，已成為貿易局的重要資料來源，讓我們把重點由歐美市場逐漸轉移到新興市場，而且就過去的發展來看，證實了這樣的研究結果是正確的，新興市場的成長動力已經遠高於重要市場，在全球經濟發展中扮演著重要的角

貿易局局長卓士昭（左）與台北市進出口商業同業公會理事長劉國昭（右），雙雙肯定2011《IEAT調查報告》，有助貿易業者全球布局及政府相關單位施政參考。

記者會貴賓雲集，左起為呂鴻德教授、許士軍教授、卓士昭局長、劉國昭理事長、洪德生院長及李世文主委。

色，尤其今年的研究定調為《後ECFA經貿躍商機》，已經有事實加以佐證了。」

卓士昭局長從3個面向進一步說明，第一、根據今年一、二月的統計分析，貿易量已經有大幅的成長，而ECFA中539項早收清單是從今年一月一日開始實施，調查發現這部分的成長約有30%，高於其他部分的20%，可見ECFA早收項目已經成為出口原動力；第二、經由廠商資料分析發現過去沒有想過要做早收項目的，已然有四成開始從事早收項目的貿易活動。換言之，從事ECFA早收項目的廠商，在今年一、二月就增加了四成；第三、早收的廠商有八成屬中小企業，一改過去認為ECFA只嘉惠大廠商的印象。ECFA早收已經生效，後續還有4項自由貿易協議現正積極推動當中，ECFA對於台商擴大經貿版圖，包括和新加坡、印度、印尼等國的經貿往來，都有正面的效益。

卓局長指出，2008年金融海嘯時，政府仍持續協助業者拓展海外市場，包括新鄭和計畫、品牌台灣發展計畫、台灣設計產業翱翔計畫等，都是參考這份調查報告所擬定的。而由於全球暖化、天災不斷，大家開始注意到節能減碳，將來各國都會制定嚴格的規範，以及綠色標準、綠色標章等，綠色貿易是未來發展的趨勢，因此，經濟部也成立綠色貿易專案辦公室，積極協助廠商推廣台灣綠色商品與服務。

調整外銷模式
積極爭取新興市場

連續3年皆參與本項研究計畫審查的台灣經濟研究院院長洪德生表示，今年的研究可以先從總體面來看，全球不平衡的經濟復甦，出現重要市場的成長力道弱、而新興市場的成長力道強；在趨勢方面，他也呼應卓局長的看法，綠色貿易必須正視且加速推動，由大觀小，並對台灣經貿前景提出感想。他認為，台灣產

業競爭力的提升有賴於整個供應鏈各環節功能的強化，然後將我們的觀察與研發成果回饋給各國需求端，例如提供低成本又符合環保的材料或製程；其次，從金融海嘯中所受的損失讓台灣重新檢視我們的重要市場，應該把重心從歐美日部分轉移到新興市場，尤其是中國大陸和雙印（印度和印尼）。

以往「台灣接單、中國製造、外銷歐美」的模式必須調整，積極爭取內需市場廣大的新興國家；至於ECFA的實施已經提升了台灣出口到大陸的競爭力，尤其是在貿易自由度、貿易便捷度與降低貿易困難方面，但風險度的降低則仍有待努力。

因此，他提出以下建議，第一、從歷年來的調查報告中發現，菲律賓、柬埔寨連續排名墊後，東協也一直是最差的貿易對象，但調查樣本有六成集中在亞洲、而且集中在鄰近國家地區，如中國、東南亞、其他地區只占四成，因此，他建議擴充其他地區的資訊。第二、從貿易商的角度來看，將各國的需求面、產業政策等加以量化。

將產業聚焦 品牌與文創後勢看好

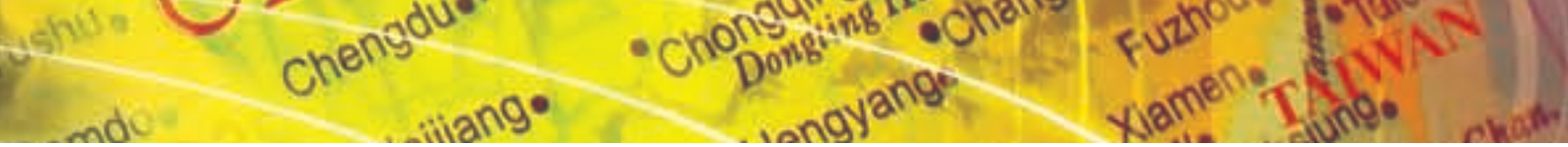
元智大學管研所講座教授許士軍在出席記者會時指出，此計畫聚焦在商機，而要把過去的資料轉化為未來的商機，是建立在空間與時間的契合上。過去的貿易型態是雙邊或多邊的，而今則已經形成網絡，演變為供應鏈或產業鏈。時間因素方面，我們則要把握機不可失的商機，把ECFA當作機會，而要實現商機，需要很多層次的配合，包括政府政策、人才的支持，以及整體產業和貿易業者個別的努力等。

他也強調，政府對於發展台灣品牌著墨頗深，20年前的「台灣精品計畫」他就曾經參與，而去年在南京展出的台灣精品也受到大陸官員及媒體的高度好評。他認為，不論是台灣品牌或台灣服務業的發展都大有可為，例如台灣目前正吹起「樂活風」，把樂活精神運用在餐飲、旅遊、時尚等產業，為對岸人民示範快樂生活，其中將潛藏著無限商機。

關鍵時刻 台商宜掌握十二五商機

該計畫主持人呂鴻德，則在成果報告中開宗明義的指出，「在關鍵時刻往往只需要一句話、一個關鍵事件就可以改變未來。」康師傅創辦人魏應行就是在1988年聽到一位教授在演講中提出：「未來只有在中國才能成就世界級的企業！」就是這句話讓魏家四兄弟跨過海峽去闖蕩，

許士軍教授（左）認為貿易業者應把握後ECFA的市場機會，拓展貿易。呂鴻德教授（右）則點出，台商應把握大陸「十二五規畫」，與兩岸黃金十年的商機。



以中國大陸為代表的新興市場，已在全球經貿舞台嶄露頭角，但貿易風險度仍高，台商宜分散風險，才能坐收實質利益。

而今天康師傅的利潤已經是統一集團的6倍。「所有的企業都在找商機、找自己的舞台。ECFA讓兩岸由對峙走向對話、由零合邁向整合，兩岸經濟原本是以出口為導向的外需結構轉向兩岸共同打造中國大陸成為世界級的內需市場。因此台商必須掌握後ECFA時代新商機，預先因應中國大陸的十二五規畫，強調國強轉民富、高碳轉低碳、製造轉創造的三大轉型契機。」

呂鴻德表示，台商在今年一定要掌握的兩件事便是十二五規畫，以及兩岸的黃金10年。但他也提醒，中國大陸在亮麗發展的背後，通膨的危機也越演越烈，加上同質化的競爭，確實也為台商帶來轉型的挑戰。而國際情勢的變動也值得關切，從2010年下半年開始迄今，全世界都在瘋狂的執行貨幣與貿易的戰爭；另外，在日本福島地震之後，幾乎所有研究機構都大幅向下修正對日本經濟成長率的預測，日本在許多產業中位居關鍵角色地位，因此對全球經濟成長也有一定影響。經建會也指出，日震使台灣產業輸出產值銳減，預估將達到11億美元，產業方面以化學製品、金屬及其製品、電腦電子零組件、半導體、餐飲住宿等受挫最多，受衝擊的產業，勢必須要尋求另外的解決方式。

輸出軟實力 台灣品牌在國際發光

行銷之父菲利浦．科特勒（Kotler. Philip）在其著作《行銷3.0》中提出，「行銷1.0時代企業是在賣產品、行銷2.0時代企業賣的是服務、行銷3.0時代企業在賣使命。」呂鴻德教授認為，所謂的使命，已經不是在迎合消費者的需求，而是引導消費者的需求。

呂鴻德指出，MIT商品深受大陸消費者喜愛，「優質平價」可說是最佳定位，台灣商品的品質在大陸給消費者有溢價的感受，相當具有影響力和競爭力，台商應利用此優勢加強發展自有品牌，他指出「中華元素+全球資源=未來趨勢」，這已經是成功的公式，最好的例子就是法藍瓷，其「china is China（瓷器即中國）」的定位讓該品牌在中國大陸每年有100%的成長率，至於四海遊龍也因「白地戰略」，而成功布局到對岸的三、四、五、六級城市。

從重要市場到新興市場在全球貿易版圖上的演變，最足以印證國際經貿局勢的動態變遷。呂鴻德強調，連續三年的調查報告，其實是公會努力為業者做政策導引的用心，一如許士軍教授所言，這份報告是一個入門指引，希望藉此引起大家的重視、興建及聚焦的研究。他也期許這份調查報告能夠觸動政府機構的努力。

呂鴻德也提醒，雖然以中國大陸為代表的新興市場已經在全球經貿舞台中嶄露頭角，但貿易風險依然偏高，他建議台商要秉持「重要市場保平安、新興市場添福壽」的原則進行全球布局，以分散風險、坐收實質效益。

台灣繼傲視全球的IT產業後，已經進入輸出軟實力、發展自有品牌的關鍵階段。洪德生院長認為，台灣要成功自創品牌，就必須要把整個供應鏈連結起來，而且業界與政府要攜手合作打團體戰，呂鴻德則期勉台灣廠商從販售產品、販售服務，進一步邁向販售使命之路，那麼台灣品牌揚名大陸、笑傲全球將是指日可待！■