

貿易

 240
2011.06
雜誌



TRADE MAGAZINE

p.28 大華金屬董事長姜靜宜

台灣科技農業 全球商機無限



掌握綠能新概念
大華金屬 用鋁罐屹立全世界

享受，一個人的生活
單身市場的誘人商機

節能減碳帶動需求
新能源產業的兆元商機

定價：99元

ISSN 1813627-3



9 771813 627005

貿易雜誌

TRADE MAGAZINE

June 2011 No.240

TRADE MAGAZINE 貿易雜誌

台北市進出口商業同業公會發行

每月1日出刊

發行所：台北市進出口商業同業公會

地址：台北市松江路350號

電話：(02) 2581-3521~7

傳真：(02) 2536-3328

網址：www.ieatpe.org.tw

發行人：劉國昭

主任委員：柯富元

副主任委員：陳正雄

編輯委員：高鼎、高泉興、廖伯祥、林正誠、柯彥輝、謝昆霖、簡壽宏

社長：黃俊國

策劃：關小華、許玉鳳、林淑惠、方芬美、謝美玲

執行編輯：吳燕惠

編輯所：商周編輯顧問股份有限公司

總經理：王學呈

經理：王順正

資深編輯：鍾碧芳、許騰文

美術編輯：周瓊銖

地址：104台北市中山區民生東路二段141號4樓

電話：(02) 2505-6789 分機 5504、5503

傳真：(02) 2507-6773

印刷：中華彩色印刷股份有限公司

總經銷：高見文化行銷股份有限公司

客服專線：(02) 2668-9005

台灣郵政台北誌字第179號執照登記為雜誌交寄

本刊訂閱全年12期1,000元(含郵資)

劃撥戶名：台北市進出口商業同業公會

帳號：0113726-6



發行人的話

Publisher's Letter

- 1 用農業科技創造全球貿易商機

名家專欄

Column

- 4 政治大學經濟系教授林祖嘉
中國大陸經濟成長與穩定，孰輕孰重？

新聞微囊

News Clips

- 6 我國4月出口273億美元 創歷年單月新高

封面故事

Cover Story

- 8 **台灣科技農業
全球商機無限**

總論篇

- 10 台灣農業科技傲視全球
動手堆砌農業金磚

產業篇

- 14 《種苗、蘭花》技術本位造就產業生機
植物種苗、蘭花 商機無限
- 18 《養殖漁業》台灣農業科技明日之星
石斑魚、熱帶魚 高毛利行銷全球
- 24 《稻米、水果》品種+品質+品牌 創造成功契機
產銷專區打造台灣好食力



P.10



P.41



P.52

企業實戰錄

Enterprise Actual

- 28 掌握綠能新概念
大華金屬 用鋁罐屹立全世界

特別企劃

Special Report

- 32 享受，一個人的生活
單身市場的誘人商機

大陸觀察

Mainland Focus

- 40 嚴重電荒近8年來罕見
中國電荒提早報到 台商備受挑戰
- 46 第12屆中國國際食品和飲料展覽會報導
積極參與 展現亞洲食品業競爭力

產業趨勢

Industry Trend

- 48 節能減碳帶動需求
新能源產業的兆元商機

產經線上

Economics Online

- 52 奢侈稅六月開徵
避免買氣降溫 業者應變有方

創新設計

Design

- 56 歐洲小國夯設計
荷蘭設計 你不能錯過的創意新勢力！

美食特搜

Cuisine

- 58 是廚師，也是魔法師
D+N innovacion+鼎恩創意料理

健康樂活

Health

- 60 節能減碳愛地球
午休1小時的樂活綠點子

週休慢遊

Travel

- 62 巧克力、喝果醋、賞嵐霧
酷夏避暑南投行

貿易園地

IEAT Field

- 64 第十六屆小組召集人第三次聯誼座談會
財政部李部長暢談後ECFA財政政策
- 65 共贏ECFA——2011經貿合作洽談會
廣西組團訪台擴大貿易交流
- 66 「第六屆國際貿易大會考」共4,751人報考
1,010人取得合格認證 晉升貿易尖兵
- 67 匯率表



台灣農業科技傲視全球

動手堆砌農業金磚

台灣農產品以精湛的育種技術，培育出許多優良的農畜漁產品種，配合精良的栽培飼育、肥料培養管理、病蟲害防治及農產品加工等技術，享譽國際。台灣的農業科技深具發展力，毛利可達3到4成，投資金額卻不像毛利僅3%的電子業動輒上百億。台灣以植物種苗、漁產養殖及稻米蔬果等優質農產站穩全球，準備一舉擴張農業商機。

◎ 撰文／王嬾、侯千絹 圖片提供／大橋稻米產銷區、中央社



隨著開發中國家經濟成長，人口持續攀升、耕地面積下降、水資源嚴重不足、自然環境變遷，以及漁業資源過度開發的趨勢下，帶動全球糧食需求大增，各項農業創新科技發展已成為投資客眼中的下一塊金磚。

想致富 快去當農民吧！

今年3月底，國際商品期貨投資大師羅傑斯（Jim Rogers）在一趟中國行時公開建議：「如果想要致富，趕快去當農民吧！」他認為，過去30年間，全球農業普遍不景氣，造成農民生活艱難，但未來的30年，在糧食匱乏與美國寬鬆量化政策將維持一段長時間的影響下，通膨成為長期趨勢，食品價格也會不斷上漲，農民收入可望獲得大幅改善，因此他強調：「農業，是下一個金磚！」

特別是在自然資源和農產品豐沛、經濟快速成長的中國大陸，更是他投資農業股的一大亮點。根據中國大陸官方統計，2010年中國大陸農村居民人均收入成長率11%，超過城鎮居民可支配收入成長率7.8%，這項數據，也印證了羅傑斯的觀點。

而由於兩岸特殊的政經關係，台灣農民也可望搭上中國大陸農業發展的順風車，在第一波ECFA早收清單中，合計有18項農產品列入免關稅的項目，不但有

助於台灣農產品銷往中國大陸市場，更能有效提升台灣農業在供應鏈的產業價值。

此外，素有「歐元之父」之稱，1999年諾貝爾經濟學獎得主的孟岱爾教授（Robert Mundell）同樣認為，台灣發展精緻農業產業，要善加利用中國大陸的內需市場，並且發揮兩岸同文、同種的優勢，才能透過兩岸經貿，提升台灣農業整體的競爭力。

農科成果斐然 另類台灣之光

2010年，由英國皇家園藝協會舉辦的「切爾西花展」（Chelsea Flower Show），台灣首次參加即以蘭花豔驚全場，成為英國女王伊莉莎白二世唯一親臨欣賞的展場，相關訊息躍上媒體版面，令人印象深刻，而看在產業界人士眼裡，除了感動，更備受鼓舞。感動，來自蘭花產業發展數十年、世界第一的地位已然建立；鼓舞，則是農業科技成果斐然、儼然另類台灣之光。

無論世界第一或台灣之光，皆非一朝一夕可以成就，除了花農長年投注心血努力經營，政府及相關領域學者專家持續研發，更是產業開花結果的關鍵；而除了蘭花產業外，石斑魚、觀賞魚、良質米及水果等，均是政府與民間長期研究農業科技並交出亮麗成績單的重點產業。

以蘭花產業為例，台灣的氣

候型態適合熱帶及亞熱帶花卉生產，以亞洲區域市場而言，是極具競爭力的生產基地。

全球生產基地 掌握蘭花核心技術

台灣的蘭花產業結構呈現高度分工特色，並已建構完整的垂直整合體系，從品種、組培瓶苗、溫室種苗到盆花及切花，每個階段產品均可販售，有利於全球性市場佈局，而台灣位居亞太、歐非及泛美產業鏈的中心位置，有機會成為全球運籌中心。

行政院農委會農業科技處副處長方國運表示，分析台灣蘭花產業發展利基，包括充分掌握品種優勢與核心生產技術，且品種保護制度健全，公部門長期投入研發經費支援產業發展，每年至少30個計畫、經費逾5千萬元，並建置研發成果釋出機制，能及時且有效地移轉給產業界利用。

其中核心技術的掌握與關鍵技術的導入，更促使產業蓬勃發展。台灣蘭花育種能力強，不斷推陳出新，充分掌握品種優勢，而目前蝴蝶蘭及文心蘭均採設施栽培，技術門檻高，蝴蝶蘭除了掌握花期調節及長程儲運技術，不僅全年都可開花，並可遠距行銷歐美地區，擴大市場版圖，同時是全世界唯一種苗可直接附帶水草輸美的國家；文心蘭部分，台灣則掌握保鮮核心技術，產品



輸日後的瓶插壽命比東南亞國家的產品多了3~4天，大大提升競爭力，並有助於市場區隔。

形成產業聚落 關建農業生物科技園區

而蘭花生物科技園區的設立，形成產業聚落，則是蘭花產業快速躍升的直接因素，目前台灣蘭花生產面積約620公頃，其中蝴蝶蘭及文心蘭即佔了450公頃，主要產地集中於蘭花生技園區、外銷蘭花生產專區，非園區業者則以產銷班或策略聯盟方式結合，形成完整的生產聚落，透過新品種育成、種苗生產技術、環控及海運保鮮技術的導入，蝴蝶蘭出口值近年大幅成長，10年內，外銷金額倍增4.5倍；而超過

90%的文心蘭切花銷往日本，占該國進口量的86%，其重要性可見一斑。

產業聚落的形成，使農業發展更具效益，引起重視，農委會為引領台灣農業朝技術密集、高附加價值、低污染的農業生物科技產業發展，於1992年關建「農業生物科技園區」（簡稱農科園區），1996年底正式營運，截至2011年5月為止，共有177家廠商提出申請、62家獲准進駐。

農科園區籌備處表示，台灣的農業科技深具發展力，毛利動輒3到4成，遠比電子業3%的毛利率高出很多，投資金額卻不必像電子業動輒以百億計算，因此大廠紛紛投入建廠，預計今年底到明年初會有不少大型廠商進駐，

將是農科未來躍進的能量。

全球出口第一 石斑魚倍增計畫

而鑑於觀賞魚及水產種苗產業具有高單位面積產值、環境資源負荷低、市場通路無國界的特性，且適合熱帶型氣候的台灣發展，農科園區今年初動工興建全球首創集研發、畜養、檢疫、包裝、出口及行銷一貫化作業的大型水族產銷基地「水族研發出口中心」，預計明年1月完工，提供便捷的通關檢疫、國際行銷、技術移轉等支援，將創造每年超過新台幣40億元的產值，打造台灣成為全球精緻水產養殖王國。

方國運指出，近年來，台灣也利用農業生物技術協助傳統水產繁殖產業改善品質、提升效率及國際競爭力，由於種類多、技術成熟，具備繁殖優良種苗及生產專業化的優勢，有條件成為亞太種苗繁殖中心。

根據聯合國糧農組織統計，2008年世界養殖石斑魚產量達7萬公噸、產值2.41億美元，其中台灣產量17,042公噸，占全世界總產量的24%，產值1.55億美元，占全世界總產值的64%，為世界第一，政府並推動石斑魚倍增計畫，2010年以活魚運搬船輸運石斑魚至香港及中國共7,845.7公噸，產值約新台幣24億元，與2009年同期相比，分別增加



2011年英國切爾西花展，台灣展館以「幸福的芬多精」為題，使用上百品種的台灣蝴蝶蘭，打造「台灣蘭花庭園婚禮」。

農業需要現代先進科技的加持，將工程科技、生物技術與資訊通信等技術融入生產體系，以提升農業的生產效能與品質，讓農業邁入全新領域。

88.1%及71.4%。

除了石斑魚、台灣鯛等魚種外，近年也積極發展觀賞魚及相關水族物種，目前已開發多項關鍵技術，並規劃設計全國首座「小丑魚種苗生產模廠」，將研發成果實際運用於產業需求；成功利用基因轉殖技術，研發出全球首見的「中型慈鯛螢光魚」，更在2010年德國杜易斯堡國際展覽中，台灣奪得3金、6銀及5銅的佳績，囊括總獎牌數四成，打開觀賞魚的國內外市場。

設立產銷專區 強打稻米、水果品牌

在台灣地處亞熱帶，終年日照充足，提供農作物良好的生長環境，所生產之稻米及水果受到臨近國家的歡迎。因應台灣加入WTO之影響及衝擊，為凸顯產地及品牌特色，並促使消費市場更加重視稻米產地及品質分級，稻米生產採取「稻米產銷專區」方式，透過稻米產銷一體的營運機制，塑造台灣米品質優良及食品安全形象，成功提升產業競爭力，目前成果斐然，台灣好米成功外銷日本、美、加等國。

台灣素有水果王國美譽，

水果栽培橫跨熱帶、亞熱帶及溫帶，產區遍佈全國。目前台灣水果外銷集中於日本、美國及東南亞地區，各縣市皆針對特色水果設立產銷專區，積極創造在地品牌，將農產品推向海外市場。

厚植競爭力 發展永續農業

現代生存環境日趨惡劣，糧食及能源危機迫在眉睫，農業儼然已成為第二個國防產業。屏東科技大學校長古源光指出，農業需要現代先進科技的加持，將工程科技、生物技術與資訊通信等不同領域的技術融入生產體系，以提升農業的生產效能與品質，讓農業邁入全新領域。

古源光以目前備受矚目的生物工廠為例，表示這正是農業結合科技的實例。例如結合能源科技，可發展太陽能、生質能、風能等作為生物工廠的主要能源；不同波長的LED照明可針對不同作物生長之需求；把生物生產所需的機械和電機系統整合應用，就可以發展成生物機電系統（Biomechatronics）。將能源工程技術、機電系統與生物工廠整合，就是所謂的「綠能生物工廠」，屏科大已發展一年多，目

台灣農業生技發展規畫

八大領域：

1. 植物種苗生技
2. 水產養殖生技
3. 畜禽養殖生技
4. 動物用疫苗
5. 食品生技
6. 生物性肥料
7. 生物性農藥
8. 檢測診斷生技

重點發展項目：

1. 開發分子標誌輔助育種、病害（原）分子檢測等技術；
2. 應用於藥物殘留、有害病原、基因轉殖產品等檢測診斷及認證技術開發；
3. 應用於動物用疫苗開發，研發本土型疫苗、基因工程疫苗、魚用（水產）疫苗等；
4. 開發生物性農藥及生物性肥料；
5. 開發微生物酵素生產技術平台及機能性食品，促進農產品加工及食品業轉型升級。

資料來源：行政院農業委員會農業科技處

前進入最終關鍵技術研發期，最快今年底就能有具體成果。

擁有科技才有國際競爭力，未來農業經營將以高科技為導向，提升經營效率與農產品質，厚植競爭優勢，農業才能持續發展。農委會預計在兩年內成立財團法人「農業科技研究院」，與工研院合作，結合台灣動物科技研究所，預計成為農業科技產業化及創新事業發展的平台，將台灣農業科技再向前推進。■



種苗、蘭花》技術本位造就產業生機

植物種苗、蘭花 商機無限

台灣的植物種苗與蘭花，向來以品種多樣性、栽培技術和質量的穩定性，在國際市場占有重要的競爭優勢，除了歸功於民間業者的努力，政府相關單位也投入相關協助資源，希望從產、官、學、銷四方建立相互連結，一起為台灣農產品開拓更廣闊的國際市場。

◎ 撰文／吳秋瓊 圖片提供／農友種苗、社團法人台灣蘭花產銷發展協會、蔡宗昇



台灣受先天地理環境及氣候影響，農作物易受病蟲害侵害，農友為預防病蟲害發生，大量噴施化學藥劑以增加作物收益，但此舉卻對土地和農產品安全造成危害。有鑑於此，農政單位近年來積極推動非農藥防治應用，希望降低農藥使用量，但究其根源發現，全面栽種健康種苗，就可以降低病原菌在田間的密度，進而減少病害的發生率。

在台灣眾多外銷農產品之中，以植物種苗和蘭花瓶苗受檢疫問題影響最大，如何做好健康管理，保持長遠的市場優勢，台灣「農友種苗」堪稱是全球種苗業者的先驅。

全球種苗市占率高達7成

種苗因為重量輕、體積小、運輸方便，具有高度流通優勢，加上資本和技術密集、高產值及具國際性等特色，成為全球各地

致力投資的產業，由於種苗的優劣與作物生產有著密不可分的關係，因此建立健全的種苗管理制度，等於掌握農業發展的先機，也使得全球各地的先進國家，紛紛將健康種苗管理制度列為重要的防疫措施。至今仍具有全球獨占市場的「農友種苗」公司，更是台灣最早建立健康種苗管理制度的優良業者。

小小一粒 商機無限

以一粒西瓜子，聞名全球的「西瓜爺爺」陳文郁是「農友種苗」創辦人，自民國57年成立以來，不僅研究種苗技術，生產優良種苗，開發資材設備，對於台灣乃至於全球的農業產值提升，有著不可動搖的重要地位，全盛時期的全球市占率高達了8成；時間經過40餘年，全球農業持續發展，「農友種苗」仍有全球7成市占率，這種獨占市場龍頭的

優勢，可是長期投入技術培育研發所累積出來的實力。

「農友種苗」第二代經營者陳龍木董事長表示，農友公司歷年來所選育出來的新品種，大多數為一代交配品種，品質優良不僅在國內市場領導流行，種子亦行銷全球，對於蔬果品種改良與農業發展有著重要貢獻，得獎次數更不在話下，包括洋香瓜「鳳仙」、西瓜「甜美人」、洋香瓜「阿英」及番茄「小蜜」都是深受農民喜愛的得獎品種。

海外設農場 技術留台灣

陳龍木表示，「農友種苗」一開始在新加坡設點，也是第一個海外分公司，當時業務由他負責管理。由於新加坡營運發展順利，便以新加坡公司為軸心，繼續在東南亞各地設立據點。從台灣起家，卻必須在海外另立門戶，主要是台灣工資上漲，很多



台灣植物種苗以品種多樣性、栽培技術以及品質高穩定性的競爭力，在國際市場擁有一席之地。

年輕人從事服務業，根本找不到授粉工，現在被同業視為有先見之明的海外拓點，在當時其實是情勢所迫。

由於東南亞據點的成功經驗，「農友種苗」也隨台商投資腳步西進大陸，再到越南、印度等地設點，近期將到菲律賓設立分公司。各地分公司紛紛設立，「農友種苗」的全球市占率維持在7成左右，顯見其站穩市場的龍頭地位。

陳龍木表示，農產品很難申請專利，在市場上唯一會被認可的只有種名，為了保持絕佳的優勢，保護「原源種」才是根本之道。然而銷售出去的「附母

本」，仍有可能讓同業有心栽培，而培養出很好的品質來。為了保持長遠的市場優勢，只有不斷地投入研發，培育出新的品種來領先市場，才能保持市場優勢。（註：原源種是指種苗的第一代，附母本是指由原源種繁殖而來的種苗。）

保持好的種苗品質，必須嚴格執行生產控管的純度，種子要飽滿、植株生長要健康、留果技術佳，這些都是影響種子品質的重要因素。

「農友種苗」目前出口的種苗項目繁多，為提供具競爭力的優質種苗，在出貨前，每一種品項先在當地農場小量栽種，收成

之後的種子先送回台灣做精密檢驗，確認品質再送給當地農民試種，一旦效果好，農民就會下訂單，之後再根據訂單在當地農場做規模種植。

為控制種子的純度和篩選處理，收成之後的種子仍回到台灣來做發芽試驗，再做進一步精選和包裝。陳龍木強調，雖然好種子單價較高，但是在農業經營成本上仍屬少數，尤其是換算收成單位面積的成本和產量，好種子對於產值具有絕對影響力。

而種苗培育的趨勢是對抗多種病蟲害，提高發芽率，比起多樣化，種子的體質好更重要，除了得以減少用藥降低營運成本，



對於農糧食用安全也是一大助益！

打造蘭花王國美譽

台灣種植蘭花已有100年歷史，產業發展也有20年，這使得台灣的蘭花品種豐富多元，並因此發展出以外銷為導向的蘭花產業，成為供應全世界蘭花市場的重要產地，也是全球最大的蘭花輸出國。

因應產業發展需求，行政院農業委員會農糧處也利用蘭花產業的優越條件，透過舉辦國際性蘭花博覽會的方式，逐步推動蘭花產業生物科技園區的發展，而由業者自行組織而成的財團法人台灣蘭花產銷發展協會，居中擔任產業與政府政策的溝通平台。

蘭花雖然只占台灣花卉栽種面積的4%，但是所創造的產值卻占23%，因此被視為花卉中的黃金產業，在國際蘭花市場，



健康的種苗能降低病蟲害的發生率、提高作物收益，同時也不致對土地造成傷害。

台灣更掌握5成以上的蝴蝶蘭種源、4成核心生產技術，被視為是最適合「根留台灣、花開全球」的花卉主力產業。目前台灣蘭花產業的重點，首重科技化的生產、育種、研發，以及防疫。

台灣目前每年花卉的總出口產值是1億4千多萬美元，蘭花則

占1億1千多萬美元，其中光是蝴蝶蘭盆花就占了8千多萬美元，接近總出口金額的8成，蘭花則是接近所有花卉的5成，最大量的是蝴蝶蘭盆花，切花則以文心蘭9成進到日本市場，蕙蘭則是以種苗出口，9成9是到韓國。

標準化生產 共創經濟規模

蘭花種苗主要出口到美國、日本和歐盟，瓶苗以歐盟為主要市場。台灣蘭花之所以具有國際市場優勢，第一是豐富的品種，例如顏色、多花性；第二是栽培技術的成熟性，甚至可依市場需要的品種做新種培育。另外，設施的標準化，質和量的穩定性高，都是蘭花出口很重要的規格條件。

由於台灣以小農為主，出



台灣文心蘭2006~2010年出口概況

	2006	2007	2008	2009	2010
出口量(公噸)	1,082	1,237	1,315	1,343	1,441
出口值(千美元)	6,841	7,800	7,347	6,947	13,952

台灣蝴蝶蘭2006~2010年出口概況

	2006	2007	2008	2009	2010
出口量(公噸)	3,698	5,244	5,537	6,619	8,079
出口值(千美元)	35,383	49,610	52,234	62,683	82,553

資料來源：行政院農委會農業科技處國際行銷科

蘭花雖然只占台灣花卉栽種面積的4%，但其創造的產值卻高達所有花卉的23%，因此被視為花卉中的黃金產業。

口1個貨櫃需集結3、4個農家生產的蘭花，產業品質講求一致性和標準化，這些都是必須在栽種前就立下的規則，也仰賴業者的共同認知。例如苗株不論小、中、大苗的包裝貯運，大苗附花梗或未附花梗的處理，以及大苗裸根或是附介質外銷處理，都應該依據品種生理特性，分別建立標準作業程序。

台灣內需市場太小，蘭花主要仰賴出口，因此業者必須具備國際觀，願意持續投入相對成本來提高栽種條件的門檻，才有機會培育出足以在國際市場上爭豔的優良品種；而不論是栽種環境、生物科技研究、病毒控管等專業知識，也都必須靠一點一滴的累積，才能在品質和成本的有利條件下找到發展機會，讓台灣蘭花繼續在國際市場上保持主角地位。

財團法人台灣蘭花產銷發展協會秘書長曾俊弼認為，台灣蘭花若想要有更長遠的發展，以現況來看，政府的財務和金融資源系統應更積極投入，有了政府扶植的意向，業者也將更有信心。

不能忽視的是，台灣蘭花產業未來會面對的是國際需求，



上：台灣蘭花以科技取勝，蘭花瓶苗以歐盟為主要市場。
下：台灣蘭花創造的高產值，被視為花卉中的黃金產業。

不僅是產品的競爭，更是「國與國」之間農業政策的限制，曾俊弼認為，一旦產品進入全球市場，就已經不僅僅是產品本身，更多的是背後政治因素的影響，例如簽定各種貿易協定或出口國對於本國農產品的保護政策等等，都屬於「非消費性抵制行

為」，這些問題將是更為嚴峻的考驗。

但是曾俊弼也強調，在此之前，台灣蘭花要先面對的是，未來人力的需求和投入不足所形成斷層的危機，農業是未來經濟之本，吸納更多人才投入，才是重要的發展動能。■

掌握綠能新概念

大華金屬 用鋁罐屹立全世界

大華金屬董事長姜靜宜早在1981年帶領大華走向轉型之路，投入鋁罐的生產製造，經過30年的發展，已經成為國內最大的鋁罐製造商、中國大陸金屬型製罐廠的第六大廠商，其中的關鍵，就是掌握了節能減碳的新觀念。

◎ 撰文／孫慶龍 圖片提供／大華金屬、商業周刊

全球暖化日益嚴重，使得各國政府紛紛加快推動節能減碳的政策腳步，2009年哥本哈根氣候變遷會議中，與會國家達成在2020年前減碳20%至45%的決議目標，除此之外，近幾年，全球更興起「碳足跡」（Carbon Footprint）運動的熱潮。

碳足跡顛覆傳統環保觀念

所謂「碳足跡」指的就是一項勞動或一件產品，在生產與消費的過程（產品生命週期）中，直接或間接產生的二氧化碳排放量。相較於一般大眾所瞭解的溫室氣體排放，「碳足跡」觀念則是從消費者的角度出發，目的是為了破除「有煙囪才会有污染」的傳統思維，達到真正評估「碳排放」的效果。碳足跡的分析觀點，讓過去總是被歸類為耗能產業的大華金屬搖身一變，躋身綠色企業之林。

過去一向被視為耗費能源的製罐產業，為何能翻身成為節能

產業的一份子？大華金屬董事長姜靜宜解釋，一般社會大眾的認知，鋁罐生產之所以被視為耗能產業，是因為由鋁礬土原料電解出金屬鋁的過程中，需要耗費大量的電力。

他舉例，在1950年時，用4至5公噸鋁礬土原料來生產1公噸的鋁金屬，需要消耗2萬度（kwh）的電力，60年後的現在，雖然鍊鋁技術已經大幅進步，但生產1公噸的鋁金屬還是需要消耗1萬3千度（kwh）的電力，這就是為什麼類似大華金屬這種與鋁有關係的產業，會被當做高耗能產業的原因。

「但碳足跡的觀念，徹底顛覆了這個傳統的舊思維，」姜靜宜說，以一罐330ml容量的可口可樂為例，根據英國碳信託組織（Carbon Trust）的調查報告，鋁罐裝可樂每瓶的碳足跡約為170克，而玻璃瓶可樂每瓶的碳足跡卻有350克，因此，從碳污染量的角度來看，玻璃瓶裝可樂對環

大華小檔案

- 成立時間：1973年
- 公司規模：30億5千萬
- 主要經營項目：生產綜合性食品飲料包裝容器
- 重要發展與表現：在臺灣與大陸上海、南通、重慶、濟南、及越南等地投資，共設有7座工廠，預計5年內會持續擴張產能至共設有10座工廠的總生產規模，客戶遍及國內外各大知名食品、飲料、電子、包裝等產業。

境的污染，足足是相同容量鋁罐裝可樂的兩倍，換言之，雖然鍊鋁的過程耗電，但若是以產品的生命週期來比較，鋁罐顯然比玻璃瓶更具有環保價值。

除此之外，和寶特瓶、玻璃瓶相比，鋁罐是唯一在回收後，還可以100%再利用的容器。姜靜宜進一步解釋，寶特瓶回收後，無法再製成寶特瓶，但鋁罐回收後，只需要60天就可以重新包裝再上架，不僅如此，同樣一罐330ml容量的鋁罐裝可樂，如果使用回收鋁罐，碳足跡的消耗可



在中國大陸鼓勵業者多用鋁罐、少用玻璃瓶的政策下，鋁罐市場需求水漲船高。

以再較新鋁罐減少50%，因此，鋁罐是一種非常具有價值的環保金屬，也是目前許多國家極力推廣的飲料包材材料。由於廢鋁罐具有100%的回收價值，因此，各國的回收制度也相當健全，「以台灣為例，目前市面上廢鋁罐每公斤的回收價格高達35元，這就是為什麼路上很少看到鋁罐被隨地丟棄的原因，因為實在太值錢了。」姜靜宜笑著表示。

積極轉型成為台啤夥伴

成立於1973年的大華金屬，原本從事鐵罐的生產製造，但由於看好國內鋁罐需求起飛的趨

勢，因此，姜靜宜在1981年時決定帶領大華金屬走向轉型之路，投入鋁罐的生產製造；經過30年的發展，現在大華金屬不但是國內最大的鋁罐製造商，更成為中國大陸前六大的廠商，兩岸合併營收的規模，截至2010年底已經達到新台幣61億元。

回憶起這段轉型的歷程，姜靜宜表示，從歐美先進國家的發展經驗與研究機構的資料來看，當一個國家的國民所得站上4,000美元之後，罐裝飲料市場就會開始進入起飛階段，而鋁罐的需求也會跟著大幅提升，而1981年時的台灣，由於正處於經

濟起飛期，不但國民所得提高到4,000美元的水準，更帶動鋁罐需求的快速成長，當時台灣生產鋁罐的台灣鋁業公司（現為中鋼鋁業）根本來不及供應國內快速成長的市場需求，正好提供大華金屬一個絕佳的轉型機會。

「現在看來，這個轉型策略非常成功。」姜靜宜說，目前大華金屬除了台灣啤酒外，還包括維他露、黑松、可口可樂、味丹、南亞、青島啤酒等國內外知名飲料大廠，都成為休戚與共並且長期合作的事業夥伴。

根據中國國務院所公布的中國各省人均GDP統計資料顯示，



姜靜宜表示，
大華金屬將從綠色環保角度出發，
專注於具節能減碳優勢的鋁罐製造上，
成為一家名副其實的長青企業。

2010年底時全中國的平均國民所得已達到4,050美元，上海、北京、天津、浙江、江蘇、廣東等6個區域（常住人口2.67億），人均GDP更達到6,000美元之上，除此之外，外資Morgan Stanley也樂觀預估，到了2016年時，全中國將有半數以上的人口，年收入達到6,000美元以上，並且創造出一年3兆美元的內需市場。

政策加持帶動市場大爆發

「中國大陸的國民所得去年

底已經正式站上4,000美元的關卡，可以預期，未來中國大陸鋁罐的內需市場，將開始邁向快速成長的階段。」姜靜宜分析。

這樣的成長速度並不意外，在2009年以前，中國啤酒的包材市場，鋁罐的使用比率不到5%，但到了2010年上半年，已經拉升至5%，下半年甚至逼近10%的水準，僅半年時間已成長將近一倍，顯示目前中國啤酒市場的「鋁罐化」，不但成長的速度驚人，更一躍成為整個產業的主流

趨勢。除了國民所得的提升，刺激鋁罐市場的成長需求，政府政策的方向，也激勵了整個產業的成長。

身為碳排放量全球第一的中國，近年來開始大幅限縮玻璃瓶的製造與使用期限（兩年內），在政府鼓勵業者多用鋁罐、少用玻璃瓶的政策推動下，民間也在啤酒業者領軍、飲料業者跟進的情況下，掀起一波改用鋁罐的風潮，不僅帶動中國鋁罐需求的成長，更讓身為中國前六大鋁罐廠



若以碳足跡的觀念來看，鋁罐比玻璃瓶更具環保價值。



大華金屬在鋁罐的製程中，對品質的控管嚴格，以符合環保要求。

的大華金屬，營運水漲船高。

迎接需求改採積極策略

為了因應中國地區強勁的市場需求，大華金屬一改過去保守的經營策略，在中國市場積極擴增鋁罐產能，總經理姜正行就曾表示：「對照中國鋁罐市場的蓬勃發展，過去我們真的太保守了，必須改變。」

2008年，大華金屬重慶廠整建完畢加入營運，在中國市場的產能也從原本的7億支提高到12億支，而2010年底山東濟南新廠正式加入營運，更一舉擴充產能達到24億支，積極的擴產動作，清楚看出大華金屬在中國市場的強烈企圖心。

「今年大華金屬還會在上海廠增加1條產線，力拚上海廠年

底前達到10億支產能。」姜靜宜說，等到上海廠擴廠完畢後，大華金屬在中國市場的鋁罐產能將提高到28億支，這個數字，已經較兩年前大幅增加280%，他同時表示，接下來，大華金屬將在中國再蓋一座新廠，再擴充18億支產能，屆時，中國市場總產能將直逼46億支。

展望未來，姜靜宜信心滿滿地表示：「2年內，大華金屬的合併營收要成長到新台幣100億元。」這個數字和2010年大華合併營收61億元相比，可以清楚看出姜靜宜對近兩年的營運企圖與期待；此外，他也強調，未來大華金屬將從綠色環保角度出發，更加專注在具有節能減碳優勢的鋁罐生產製造上，讓大華金屬成為一家名副其實的長青企業。■

◎您想拓展新興市場並獲取短、中長期出口貸款嗎？

◎您擔心因國外開狀銀行發生問題，而收不回出口貨款嗎？

請投保國貿局支持的 中國輸出入銀行

D/P、D/A、O/A、L/C 出口保險

- ◆ 單一窗口融通資金
- ◆ 買主徵信服務
- ◆ 同時承保政治危險與信用風險

效率、專業、誠信

服務專線：
總行 (02) 2394-8145
新竹 (03) 658-8903
台中 (04) 2322-5756
高雄 (07) 224-1921

<http://www.eximbank.com.tw>

嚴重電荒近8年來罕見

中國電荒提早報到 台商備受挑戰

對台商而言，中國大陸的缺電荒幾乎年年出現，但今年卻異常的早；根據分析，在淡季出現電荒，與中國發電企業比例不均所產生的產業結構變化、電網建設工程停滯，以及高耗能產業發展息息相關。

◎ 撰文／林宜璜 圖片提供／路透社、達志影像

中國缺電情況年年有，出乎意料地，今年卻異常地提早報到。原本4月正處於冬、夏兩個用電高峰間的淡季，部分發電機組，甚至是鐵路運輸線路等，也都選在此時集中檢修，未料正在此刻，近幾年來最嚴重的電荒突然來襲。

除了每年備受缺電挑戰的珠三角，今年更從南方輻射，長江三角洲的浙江、江蘇受害尤深；安徽、湖北、湖南、貴州、江西等省分也難逃缺電命運，先後採取限電措施，湖南省居民甚至因為限電時間過長、無電可用，已經出現囤積蠟燭的奇特景象。

電荒災區 遍布各地各行業

一家位在浙江台州的中型電器工廠負責人說，從4月開始，每週就有兩天拉閘限電，工廠也被迫「開五休二」，產能嚴重受到影響。不但時間比往年提早了兩個月，該負責人更說，「政府說斷電就斷電，讓我們連因應的時間都沒有。」

這家電器工廠所在地的浙

江，正是電荒的「重災區」。由於當地電力嚴重不足，甚至早在3月下旬，浙江省就開始控制高耗能行業用電，優先保障居民生活以及重要用戶用電。這讓工廠的用電情況更加不樂觀，浙江省電力調度通信中心副主任戴彥指出，光是今年前3月，浙江被限制用電的企業就達到50多萬家。

根據國家電網浙江省電力公司的統計，目前浙江的用電缺口已達到200萬到300萬千瓦，預計到夏季用電高峰時，最大電力缺口將達350萬千瓦左右；一旦出現氣候急遽變化或是特殊情況，電力缺口更可能進一步擴大。

杭州樺桐家具公司執行董事、前杭州台商協會會長謝智通說，儘管杭州的工廠多數都還能維持開工，但目前民生用電已達顛峰，若是天候轉熱，勢必大大影響工廠用電。

不只是杭州，另一個重災區湖南省長沙的情況就更加嚴重了。擁有豐富多元夜生活的長沙人，由於大規模限電，不少KTV、酒吧等都被迫歇業。原本

入夜後人潮洶湧的「酒吧一條街」，頓時變得人煙稀少。

羅莎集團董事長、長沙台商協會會長鄭聰俊更是電荒的受害者。鄭聰俊的羅莎蛋糕遍布長沙、武漢、南昌、成都、重慶、昆明等10多個城市，分店規模高達200餘間。鄭聰俊說，目前長沙實施「分區限電」，且範圍與限電時間持續擴大，嚴重影響門市的營業。鄭聰俊指出，由於長沙夏季素有「火爐」之稱，現在限電時各門市仍維持照常營業，但遇到夏天炎炎高溫，冰櫃一旦因停電無法運作，勢必大幅增加產品報損率，損失相當可觀。

至於為何會出現嚴重的淡季電荒，根據專家分析，這和中國發電企業比例不均所產生的產業結構性變化、電網建設工程停滯，以及高耗能產業發展有關。目前中國的發電企業中，以火力發電為主、水力發電為輔。今年又因大面積乾旱，水力發電嚴重不足，僅占全部發電量的20%，火力發電比例則占了80%，然而去年同期火力發電只占58%。由



中國大陸的發電責任落在火力發電上，一旦煤炭價格飆漲或供不應求時，就會對發電造成影響。

於過多發電責任落在火電身上，一旦遇到煤炭供不應求或煤價上漲，就會對發電供應造成影響。

煤價飆漲 使缺電情況嚴重

安信證券分析師尤宏業認為，發電成本的提高和電力供給建設相對緩慢，是電荒出現的主因。尤其今年煤炭價格飆漲，卻因電價受到國家控制，發電企業無法將實際發電成本反映在最終電價上，「煤電不聯動」的結果，就是「電廠發電越多，虧越多」，導致電廠寧可減少發電，降低虧損，缺電情況由此而生。

根據中國電力企業聯合會（簡稱中電聯）公布的「2010年度電力監管報告」顯示，從2008

年開始，全中國五大發電集團，包括華能、大唐、華電、國電、中電投等火電，已連續3年累計虧損分別都在85億人民幣以上，合計虧損達600多億人民幣。

中電聯外聯部負責人張海洋指出，目前中國電力需求增長強勁，電荒的原因除了電力供應的結構性矛盾，也和高耗能產業大量用電有關。根據中國國家能源局資料顯示，第一季中國的全社會用電量累計1.09兆仟瓦時，較去年同期增長12.7%。其中，3月份用電和元月冬季高峰相當，接近去年7、8月份夏季高峰時段的用電量。

而讓用電量飆升的「元兇」，正是高耗能產業。中電

聯資料顯示，第一季底為止，化工、建材、鋼鐵冶煉、有色金屬冶煉等四大重點行業的用電量合計3,512億仟瓦時，占全社會用電量的32.2%。

「中國大陸並非不瞭解問題所在。」華東電網公司發展策畫部高級工程師楊宗麟分析，除了要盡快解決電力供需的結構性矛盾、加強區域間的電力調度外；還需加快跨區電網建設，才能真正解決缺電問題。楊宗麟指出，從長遠來看，應逐步降低煤電在發電裝機中的比重，減少對煤炭的依賴；同時加大水電、核電、風電以及太陽能等新能源發電的比重。

儘管明白缺電問題癥結所

大陸台商面臨的困境除了缺電外，還有缺工、缺錢的問題，解決之道，唯有轉型升級，將重點放在研發創新，才能找出生路。

在，但改革調整都需要時間，站在生產第一線的台商企業，無法一直等待，只能咬牙因應。幾乎所有台商都說，「現在只能靠發電機，走一步算一步，撐過眼前這一關了。」

備發電機 台商將長期抗戰

台企聯副會長、前東莞台商協會會長葉春榮指出，從4月中旬開始，東莞工廠區已實施限電措施，預估珠三角的缺電情況將延續至下半年。他指出，很多台商都已自備發電機應戰。前深圳台商會長黃明智也表示，台商也

將發電機所需的柴油桶都裝滿，以長期抗戰。

羅莎集團目前已在各門市加緊購置發電機，盡量維持營業時數。對於每年必定上演的缺電戲碼，鄭聰俊苦中作樂笑說，「開發中市場就是這樣，若是完全不缺電，這市場的前景也不會這麼好了。」

在杭州的樺桐家具，最近也積極下單購買發電機，從原本的3台增加到4台。謝智通表示，不止台商搶購發電機，甚至連當地業者也在囤積，倘若缺電情況更加嚴重，發電機都可能有缺貨

之虞。

但對於做家具的業者來說，發電機所提供的電力，只足夠照明與機械動力，屆時車間內無法提供冷氣，中午36°C的高溫，勢必也會影響工作進度，「這也是最大的挑戰」。謝智通指出，一旦天氣轉熱，只能先在車間灑水以協助降溫；若是情況無法改善，可能調整員工的上工時間，延長午休，利用晚間加緊趕工。

缺電考驗 加速產業轉型升級

儘管有備用發電機，但發電機必須使用柴油發電，電量不穩定、成本高又有空氣污染的問題，對此，業者也很傷腦筋。

羅馬磁磚創辦人、蘇州台商協會會長黃維祝則表示，早在廠房興建時就已考慮缺電問題，因為產線不能停，因此配備了大型發電機，電力供應不成問題。黃維祝說，儘管大陸當地企業的工廠經營管理不若台商，但生產成本普遍較低，因此近幾年來，羅馬磁磚已將很多產品外包給其他大陸廠商，如台商早期從事的OEM代工，只是從單純代工轉為委託方。

黃維祝強調，現在台商面



中國大陸會出現嚴重的淡季電荒，專家分析，應與發展高耗能產業有關。

臨的最大經營考驗，除了缺電，還有缺工、缺錢等現實問題。尤其中小企業若是轉型不成功、體質不佳、口袋相對較淺，面對原物料攀升、人事成本大增、人民幣升值、緊縮信貸帶來的融資困難，成本至少增加2成到3成以上，這時再發生缺電，更可說是雪上加霜，甚至成為壓垮駱駝的最後一根稻草。

黃維祝認為，台商的優勢主力應放在研發，目前該公司已將部分產品外包給大陸公司，降低產線的支出，將更多心力放在研發創新上，掌握核心技術及know how不外流，保持走在行業前

端。由於中國大陸的山寨仿冒能力很強，若無法推陳出新，市場上很快就會出現同質性高的產品打擂台，將市場殺成紅海。

而中小型及出口型台商群聚的珠三角，經營情勢更為嚴峻。葉春榮說，從2007年後，台商面臨勞動合同法的實施、出口退稅優惠取消、及人民幣大幅升值等，成本大約增加40%，轉型升級成為當務之急。不過，轉型升級已經講了10多年，每個台商都曉得應該這麼做，但每家企業的條件不同，所遇到的轉型環境也大不相同。謝智通表示，儘管不少台商考慮內遷到人事成本相

對較低、有更多優惠政策的中西部，但考量到家具業的運輸方便，以及他在杭州附近早已關了300多畝的木材場，無法說搬就搬，只能就地迎接挑戰。

受惠電荒 水泥業績異軍突起

儘管絕大多數企業面對電荒戒慎恐懼，但也有台商得利於缺電，後市行情反而看俏，水泥業正是其中一員。

大陸水泥價格從去年起就開始頻頻上

漲，加上今年提早報到的電荒，勢必嚴重打擊小廠開工率；此外，日本強震後，水泥出口量遽減，以及國內將對大陸進口水泥課徵「臨時反傾銷稅」等，都讓水泥價格直線飆漲，直接獲利者，即為台泥、亞泥兩大水泥業龍頭。

台泥大陸廠受惠於限電減產效益，據統計，去年第四季淨利達5.5億港幣，高於前三季總和的2.39億港幣，全年獲利大增5.5倍。由於中國大陸今年來缺水、缺電情況嚴重，衝擊水泥小廠出貨，導致下游盤商的庫存水位偏低，近期更是積極搶料。在大陸長期水泥需求暢旺，以及部分地區限電措施緊縮下，台泥銷售量也逐月攀升。台泥不願具名的主管指出，由於台灣水泥廠商都會自備餘熱發電的設備，台泥的餘熱發電供應就占了全電力使用的35%，這也讓台灣廠商在面對限電措施時的影響較小。

市場人士表示，通常4、5月梅雨季都屬於水泥業淡季，但今年兩大水泥龍頭的發貨量都較往年增長，顯見需求強勁，對於水泥價格也起到強勁支撐。

面對連年來的缺電危機，在大陸布局多年的台商早已心裡有數，除了宜及早未雨綢繆，備妥發電設備外，積極考慮轉型經營方式，或許也是解決問題的一大出路。■



在一片電荒聲中，台灣的水泥業者卻因價格飆漲而逆勢成長。



奢侈稅六月開徵

避免買氣降溫 業者應變有方

奢侈稅上路後，對市場的影響將有多大，端視政府與業者雙方的角力與共識。目前影響最大的兩大產業：房市與車市，早已祭出因應對策，以降低奢侈稅上路後的市場衝擊。

◎撰文／鄭文如 圖片來源／路透社

奢侈稅來了！在財政部長李述德重申奢侈稅「4不」原則——「不展期、不落日、不打折、不分區」下，行政院於日前通過「特種貨物及勞務特別稅條例草案」（即所謂的奢侈稅），並火速送進立法院審議，該案已正式敲定6月1日上路。

高額消費商品買氣直下

這個史上最有效率的稅捐法案，挾著強大的威力襲台，被點名的高額消費商品，舉凡房地產、小客車、遊艇、直升機、飛

機、超輕型載具、皮草、房地產、高爾夫球證，無一倖免，全都買氣瞬間熄火。

奢侈稅雖鎖定價格一日三漲的房市作為打壓重點，但由於被點名的範圍極廣，就連售價逾新台幣300萬元的汽車、遊艇、飛機等交通工具，以及龜殼、玳瑁、珊瑚、象牙、毛皮、家具等單價在新台幣50萬元以上的商品，也全數都在名單以內，牽連所及，含汽車進出口商、皮件及家具進口商等貿易業者，都在苦思因應對策。

受不了突如其來的利空襲擊，台灣區珠寶工業同業公會理事長蕭新才表示，台灣是珊瑚王國，但珊瑚卻被列入保育類的課徵範圍，政府應事前和業者磋商，但他強調，很多大陸人士來台，珊瑚是消費的主要選項之一，一旦奢侈稅上路，將可能衝擊近3成珊瑚的業績。

此外，好不容易盼到景氣回春的汽車進出口商，也成了奢侈稅的重災戶，惟車商表示，奢侈稅波及範圍並不大，依法規規定僅有售價高於300萬元以上的

汽車需要課徵奢侈稅，目前售價高於300萬元以上的房車為數不多，因此推估影響最大的，是國內高級進口車市占率最高的Benz（賓士）和BMW（寶馬）這兩個雙B品牌，由於稅率不低（達10%），預估業者自行吸收的可能性不高，不排除在新年度定價時，就會將其轉嫁給消費者。

根據車商統計，台灣每年賣出的新車當中，售價在300萬元以上的高級進口車市占率約4%至5%，以去年全年新車領牌數達32.76萬輛推估，全台賣出超過1.3萬輛的300萬元以上高級車，換言之，每年受到奢侈稅影響的車主人數恐怕達到上萬人。

被點名可能會是受創最大的雙B龍頭台灣賓士新任總裁康柏瀚（Eberhard H. Kern）卻對奢侈稅持比較正面的看法，認為奢侈稅對豪華車市場影響有限，甚至對進口車商而言還可能是「短多」，因為有部分怕被課到奢侈稅的買主會趕在開徵前搶進。根據統計，從奢侈稅開徵的消息傳出迄今，賓士新車接單、銷售業績成長許多，預估今年上半年銷售應會多於下半年，全年總銷量推估可達1.2萬輛，約較去年成長10%至15%。

不過，台灣賓士對即將上路的奢侈稅法案也不敢輕忽，還特別針對施行細則一一加以探討，強調現行法規仍有部分規定

有待商榷，其中最大的問題在於匯率，因為高級車幾乎全為進口貨，課徵的稅率所採行的匯率基準為何，應以「下單時點」，或「到岸時點」，甚至「售出時點」計算？都值得進一步討論。此外，「在發票上須載明奢侈稅額」的規定，此舉也恐讓進口車代理商視為最高機密的銷售毛利面臨曝光的窘境，該如何表達，也是一大問題。

受波及業者各有應變

也被鎖定為奢侈稅標的的家具業者，對頂級家具被指明為「奢侈品」相當不服，認為應該改為「收藏稅」比較符合實情，國內頂級家具賣場日月光家具館，由於店內約有3成商品單價在50萬元以上，被認為是此波奢侈稅開徵的家具重災戶，對此，日月光家具館公關羅遠芬表示，奢侈稅應不致影響買氣，因為很多頂級客層根本連價格都懶得問，看上眼就直接刷卡埋單。

雖然奢侈稅不致影響頂級客戶的消費意願，但為了避免客戶觀感不佳，很多頂級家具業者還是寧可選擇自行吸收稅捐，但為了規避奢侈稅，業者也想出分拆銷售的點子，業者指出，家具定義太廣，以床組為例，除了床架外，還包括寢具、軟墊、彈簧床等，業者多半將所有品項分開來販售，以規避奢侈稅。

這波奢侈稅上路，不單汽車、珠寶進口商關切，被鎖定為打壓重心的房產業者苦不堪言，依據現行「奢侈稅」的規定，舉凡持有非自用住宅的房屋及其坐落基地，在2年內移轉，將按持有時間，依實價分別課徵10%或15%的奢侈稅，受到此法案影響，房市瞬間急凍，之前推案頻頻的大型標售案也臨時喊卡，大型投資客更退場觀望，就連自住買家也想等房價下跌再進場。

原本該是房市最旺的3月，卻突然被推進冷凍庫，不動產相關業者包括建商、代銷業者、房仲業者無不大受影響，其中最為明顯的是總統大選後如雨後春筍成立的房屋仲介公司，一家跟著一家關門，特別是由跑單幫的投資客開設的房屋仲介最為明顯。

信義房屋企畫部經理蘇啟榮強調，這應是奢侈稅重擊下所出現的特有急凍狀況，估計在觀望態勢逐漸解除下，自住需求應會逐漸回歸市場，特別是自住比重較高的中南部，應該有機會先行回穩。

住商不動產企畫研究室主任徐佳馨也強調，雖然奢侈稅上路讓買氣急凍，但是房價並未如之前市場預期的大跌情形，以成交量萎縮最為明顯的台北市及新北市來看，台北市在奢侈稅上路前，價格僅下滑了5%，其中又以新北市跌幅稍高，但也只有

10%，價格下滑區間都還在奢侈稅稅率以內，顯示即使是投資客也未出現不理性的拋售行為。

高價商品多轉嫁予消費者

一位不願具名的車商指出，高級車在課徵奢侈稅後，可能會影響廠商定價策略和消費者購車行為，以目前290萬元和300萬元的車款相較，價差只有10萬元，但若課徵10%的奢侈稅，未來300萬元和290萬元的車款，含奢侈稅價差將多達40萬元，勢必會影響到消費者購車的決定。

為了突圍，部分車商已開始展開降低配備的行動，將高檔配備改成客製化，成為高級車進口商日後的重要策略，甚至有車商預言，2012年度出廠、300萬元出頭的車款，應該都會努力減少標準配備、並把售價降到300萬

元以內，之後再提供隨選的「客製化」配備，藉以閃避奢侈稅。

事實上，高級車Porsche為了增加競爭力，早就推出基本車價外加客製化配備的服務，像新推出的Cayenne車款，基本車價才275萬元，奢侈稅對其來說，已經不是問題。

不過，車商指出，300萬元左右的高級車還可靠客製化配備的方式來避稅，但若是一台動輒5、6百萬元，甚至上千萬元的房車，如以每輛售價高達1,680萬元的Aston Martin DBS Coupe高級跑車為例，根本無法靠減配備來達到降低售價門檻的目的，以其多達168萬元奢侈稅的稅額來看，在奢侈稅上路後，買方是否仍會豪氣一擲，大力買進？後市買氣似乎仍值得觀察。

至於房市部分，徐佳馨指

出，不少業者想出許多變通方案。其中，就有業者表示，考慮由原有的中古屋及成屋市場，轉戰到預售屋市場，因為預售屋買賣的是權利，而不是物權，並不適用奢侈稅。不過，徐佳馨強調，日前一度傳出國稅局主動出擊，要求台中建商交出換約名單，要求有換約交易的賣主補繳所得稅，此舉似乎也起了不少恫嚇效果，顯示投資客轉戰預售屋市場也還有風險存在。

此外，也有不少投資客鑽「只針對非自有住宅課稅」的漏洞，名下只保留一間房，然後不停轉手，依規定只要一年交易次數不超出6次，就可以躲過所謂的奢侈稅。再者，也有人採取信託、贈與的方式，趕在奢侈稅上路前，做好所謂的避稅動作。

當然也有投資客索性將投資期限拉長，由短投變成長投，不過要採行此法避稅，前提是口袋要深，自有資金要充足。此外，在挑選物件時，最好也能兼具租金優、易出租的特色，至少租金要能彌補銀行利息的支出。

6月1日奢侈稅正式上路，意味著業者與政府間的角力競賽，也將開始，到底何種方式是避稅最有效的方案，奢侈稅對市場的影響有多少，答案也將一一浮現，屆時，政府和業者勢必將找出一個大家都可以接受的共存共榮方式，以降低衝擊。■

奢侈稅課徵方案

項目	條件	課稅方式	稅率
非自用住宅房屋及其坐落基地、空地等不動產	持有2年以內賣出	以買賣簽約日為計算時點	一年內賣出：15% 二年內賣出：10%
飛機、直升機及超輕型載具	每架超出300萬元	必須先向國稅局登記才能生產，且繳完稅之後才能出廠銷售	10%
遊艇	每艘超出300萬元		
小客車	每輛超出300萬元		
家具（床、燈具、桌、椅、沙發）	每件超出50萬元	進口時由海關代徵	
保育類動物與相關製品（皮草、龜殼、毛皮、玳瑁、珊瑚、象牙）	每件超出50萬元		
入會費（含高級SPA沙龍、俱樂部、高爾夫球場等）	每次超出50萬元	在銷售時繳稅，業者多轉嫁給消費者	

註：以實價課稅，其餘課稅來源以出廠貨價或是進口價為準。