

# 貿易

 245  
2011.11  
雜誌



## TRADE MAGAZINE

p.32 江申工業董事長陳世全

國際精品紛紛進駐二、三線城市  
中國大陸奢侈品消費將居全球之冠

積極展現工作主導權  
學習向上管理 邁向職場發達之路

台灣打造完整供應鏈  
機器人產業潛力雄厚

# 二次衰退 即將引爆?

經濟成長遲緩 產業應變之道

定價：99元

ISSN 1813627-3



9 771813 627005

# 貿易雜誌

## TRADE MAGAZINE

November 2011 No.245

### 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：許騰文、倪可孟

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 作足準備 勇度二次衰退危機

#### 名家專欄

Column

- 6 台灣大學財務金融學系教授沈中華  
新一波寬鬆貨幣政策，  
是轉機還是危機？

#### 新聞微囊

News Clips

- 8 1,269項商品恢復沖退稅

#### 封面故事

Cover Story

- 10 經濟成長遲緩 產業應變之道

## 二次衰退即將引爆？

#### 總論篇

- 12 全球經濟成長陷入長期遲緩？  
歐債引發二次衰退危機

#### 衝擊篇

- 18 危機再現 衝擊產業  
景氣急凍 重點產業準備度小月

#### 對策篇

- 24 二次衰退危機處理  
四大對策勇度景氣寒冬





P.12



P.42



P.48

## 企業實戰錄

Enterprise

- 32 裕隆集團旗下的金雞母  
品質與價格優勢 打造江申車架王國

## 特別企劃

Special Report

- 36 積極展現工作主導權  
學習向上管理 邁向職場發達之路

## 大陸觀察

Mainland Focus

- 42 國際精品紛紛進駐二、三線城市  
中國大陸奢侈品消費將居全球之冠

## 產業趨勢

Industry Trend

- 48 台灣打造完整供應鏈  
機器人產業潛力雄厚

## 產經線上

Economics Online

- 52 台商多樣屋、KY泰鼎回流  
IPO貿易採購現新機

## 創新設計

Design

- 56 生活用品妙趣多  
韓風創意 競逐奇想設計！

## 美食特搜

Cuisine

- 58 在地食材詮釋關西風味  
鰻料理京都屋

## 健康樂活

Health

- 60 遠離過敏原、保潔淨、勤保暖  
秋冬換季 趕走惱人鼻過敏

## 週休慢遊

Travel

- 62 林口霧社街、南投莫那魯道公園、合歡石門山步道  
跟著電影探訪賽德克

## 貿易園地

IEAT Field

- 64 2011年國際酒類產品貿易推廣會  
各國酒品齊飄香 品酌採購商機
- 65 第110屆中國進出口商品交易會  
台灣展區十屆有成、熱鬧非凡
- 66 台北市進出口公會「100年度秋季會員聯誼登山健行活動」  
訪自然、尋仙蹤 景美仙跡岩步道探索
- 67 匯率表





全球經濟成長陷入長期遲緩？

# 歐債引發二次衰退危機

全球景氣趨緩，美國聯準會、世界銀行及國際貨幣基金等紛紛示警，二次衰退疑慮加深。諾貝爾經濟學獎得主克魯曼（Paul Krugman）亦在9月上旬表示，預測全球經濟陷入二次衰退的機率達五成。二次衰退真的會來嗎？

◎ 撰文／孫慶龍 圖片提供／達志影像



歐債問題短期難解、美國景氣持續低迷、以及中國大陸經濟硬著陸的風險升高，都埋下經濟衰退風暴再次來襲的隱憂。

什麼樣的原因，會造成全球最大經濟體的美國，道瓊指數在2011年第3季下跌12.1%，而全球經濟成長最快速的中國大陸，上海證券交易所股票價格綜合指數也在一季之間下跌14.6%，甚至於歐洲經濟數據表現最好的德國，股市更出現25.4%的巨大跌幅，這個超越2008年金融海嘯時期單季最大跌幅19%的暴跌走勢，也讓外資在台灣上演台股史上最大規模的「大逃殺」，單季賣超金額創下破記錄的3,298億元。

答案是：歐美債務風暴所引發的二次衰退疑慮。

金融市場的衰退疑慮，逐漸在電子產業中發酵。晶圓代工龍頭台積電董事長張忠謀對於景氣的研判，就從6月時樂觀的「晶圓代工產業平均成長率12%」，到7月底保守的「待庫存去化後，第4季才會逐步回溫」，一路下修到10月中「明年，全球看不到燕子」的悲觀看法。

台達電董事長鄭崇華甚至表示，這波景氣走緩的情況，比2008年金融海嘯時更為嚴重。產業大老紛紛發表對於景氣悲觀的看法。看來，全球經濟似乎真的難以逃脫二次衰退的肆虐。

## 歐美經濟數據下滑

### 二次衰退可能性大幅提高

根據經濟學的定義，「衰

退」係指經濟連續至少兩季出現負成長，根據歐盟執委會（European Commission）在9月底的預估，歐元區第3季經濟成長率為0.2%，第4季將再降至0.1%，而儘管全球各家研究機構紛紛下調美國第3、4季的經濟成長率預估值，普遍仍有1%以上，因此經建會主委劉憶如9月底在立法院備詢時還明確表示：「目前確定沒有二次衰退，未來也不見得會有。」

既然如此，為什麼末日博士魯比尼（Nouriel Roubini）會信誓旦旦表示歐美二次衰退已成定局；金融巨鱷索羅斯（George Soros）又為什麼語出驚人的認為，美國經濟二次衰退已經不是風險，而是現實。

原因指向歐美令人失望的經濟數據，美國經濟研究所（Economic Cycle Research Institute, ECRI）的研究指出，以數十個美國特定經濟領先指標在311日本強震前就已經率先反轉下彎來看，美國經濟確實即將陷入二次衰退，麻煩的是，沒有任何政策能夠阻止這個衰退。

ECRI總監Lakshman Achuthan表示，經濟衰退不僅是一個惡性循環，且一旦開始衰退，就會循環至結束。他也預期現在還不是美國經濟最差的情況，在非金融服務業、製造業與出口業景氣同步嚴重下滑這種「致命組合」的

影響下，美國經濟至少會有幾季的時間持續衰退。

歐洲經濟情勢則比美國更加嚴峻，研究機構Markit Economic在10月初所公布的歐元區綜合指數，由8月份的50.7，下滑到9月份的49.2，這是金融海嘯過後歐元區綜合指數首度跌破50，由於該指數是利用新訂單來預測未來經濟，因此低於50也顯示歐元區經濟恐將持續下滑，這對於經濟成長已近乎停滯的歐元區而言，無疑是已經一腳踩在二次衰退的懸崖邊緣。

歐美經濟數據的疲軟，讓二次衰退的預期心理愈來愈高，根據CNN在10月初針對經濟學家的調查，未來6個月美國經濟步入衰退的機率已經上升到33%，信評機構穆迪（Moody's）也認為，美國未來12個月內恐將再陷衰退。

## 希臘倒債成必然趨勢

### 提防流動性風險引爆衰退

任誰也沒想到，引爆這場經濟二次衰退危機的「最佳男主角」，不是年輕人口失業率高達46.2%的歐洲第六大經濟體西班牙，而是GDP僅占全球0.6%、占歐洲也只有2.1%，並且在2009年10月就已經向全世界宣告出現債務問題的小老弟——希臘。

這個在2010年5月同意3年內減支300億歐元，以換取歐盟





## 總論篇

3年總金額1,100億歐元紓困援助的地中海浪漫國度，如今，還在等待著歐盟提供第二筆、總金額高達1,590億歐元的紓困資金，然而，與希臘目前高達3,300億歐元的債務總額相比，歐盟所提供的紓困金顯然還不足以拯救希臘，因此彭博資訊預期，未來希臘將有98%的機率會倒債。

「希臘100%一定會倒債，」台灣知名經濟學家馬凱直言。歐盟現在關注希臘債務問題的重點，已經不是該怎麼樣才能幫助希臘不會違約，而是希臘要怎麼倒債，才能避免歐洲銀行出現2008年雷曼兄弟破產引發美國銀行連環爆，進而拖垮全球經濟的流動性風險。

「事實上，歐洲銀行業確實為了提防流動性風險的發生，正大舉從市場拆借資金，以因應可能遭遇的資金緊縮問題，觀察

美元3個月期倫敦同業拆款利率（LIBOR3）由6月底的0.2458%一路向上狂奔，10月10日已來到0.391%，就可以看出歐洲銀行業者對於未來資金不足而面臨倒閉的擔憂。」馬凱表示。

為避免希臘倒債危機延燒到歐洲金融業，歐盟各國財長正在研議要對歐洲銀行聯合注資，防止歐債問題進一步擴大為金融危機的可行方案，根據IMF歐洲部門主管包吉斯（Antonio Borges）評估，想要重建市場信心，歐盟至少必須對銀行業注資1,000億至2,000億歐元。

### 政治利益掛帥 歐美債務問題難解

一個小小的希臘，怎麼會變成孕育歐債風暴的溫床，甚至成為引爆經濟二次衰退的關鍵角色？政大金融系教授殷乃平認

為，重點就在執政者政治利益掛帥這種不可取的心態。

「短視的政府永遠得不到教訓。」殷乃平說，1900年代初期，許多國家不知節制拚命印鈔票來增加政府財政，結果導致惡性通貨膨脹，進而演變為1929~1933年的經濟大蕭條後，世界各國終於明白國家財政不能只靠印鈔票解決，中央銀行的獨立性才因此被確立。

現在，更多民主國家的執政者害怕因為增加稅負而喪失政權，所以寧願選擇舉債支出的方式來討好選民，造成愈來愈多國家債台高築，最後自然就會像希臘一樣，讓國家瀕臨破產，甚至形成另一次經濟危機的地步。

然而，令人遺憾的是，當歐美舉債過高的風暴引爆後，政治利益凌駕經濟之上的現象依然如昔，美國民主黨與共和黨自家人鬧內訌，除了債信問題被拿來做為選戰籌碼，高達4,470億美元刺激經濟的就業方案也遭到國會否決，索羅斯甚至痛批，美國政黨內鬥，共和黨阻攔歐巴馬政府的財政刺激方案，是美國經濟復甦不佳的主因之一。

歐盟的情況也好不到哪裡去，17個成員國之一的斯洛伐克，總理拉迪喬娃甚至將歐洲穩定基金（EFSF）議案與政府信任案網綁在一起，結果卻造成執政聯盟被迫下台，大選提前舉行的



金融海嘯後，歐美各國的失業率持續居高不下，連帶影響民眾消費信心。



## 新興市場占台灣出口總額比重近年來顯著提升，只要新興市場需求動能仍在，廠商積極應變，台灣應該能順利挺過二次衰退的危機。

結果，「以目前歐美國家處理的情況來看，歐美債務問題短時間內都難以解決。」殷乃平說。

### 高失業率影響消費 全球經濟頓失成長依靠

而另一項助長二次衰退可能性大幅提高的因素，在於民間消費力道的不振。

根據密西根大學最新公布的資料，美國10月份消費者信心指數下滑至30多年來最低水準57.5，民眾對於未來經濟展望與本身財務紛紛創下1980年來新低，歐洲的情況則更為慘烈，9月份歐元區消費者信心指數由8月份的-16.5持續下滑至-18.9，反映了歐洲消費者對經濟前景的悲觀預期，歐美民間「消失的購買慾」，成了將全球經濟推向二次衰退的關鍵推手。

寶華經濟研究院院長梁國源解釋，由於美國GDP約占全球25%，而歐元區GDP則約占20%，兩者加起來已經接近全球GDP的一半，且又都屬於消費帶動型的經濟體，可以「消化」很多國家製造的產品，因此一旦這兩個地區的消費力道大減，對於全球經濟的衝擊可以說非常巨大。

梁國源進一步說明，金融海嘯後失業率居高不下，對歐美經濟更是一項嚴重的負面因素，以目前美國依然高於9%的失業率，而歐洲許多國家年輕勞動人口失業率動輒超過20%來看，絕對是一個非常糟糕的數字，根本就不足以帶動當地的消費。

### 四項訊息示警 二次衰退浪潮撲向台灣

一旦二次衰退真的發生，對於內需市場較小，而以出口導向為主的台灣經貿，當然也不可能獨善其身。根據經建會公布資料，台灣8月份以美元計價的出口金額年增率僅7.2%，大幅低於市場預期的15.05%，而3個月平均出口金額也首度出現下滑，再加上8月份外銷訂單金額367.1億美元，年增率5.26%亦同步創下近22個月來新低，顯示出國際經濟的趨勢，對於台灣經濟發展已構成不小的壓力。

對此劉憶如也提出警告，從包括「出口、經濟成長、進口、訂單」等4項經濟指標均呈現成長下滑的情況來看，確實是必須要注意的警訊，她指出，特別是在進口的部分，年增率僅6.4%，

和鄰近的韓國29.2%、新加坡31.1%、中國大陸30.2%相比明顯不如人，「原以為大家受到的衝擊應該差不多，但數據卻不這麼表示，值得經建會好好警惕，並找出其中的問題。」

不過劉憶如也強調，儘管受到全球景氣趨緩的影響，各家研究機構紛紛下調今、明兩年台灣的經濟成長率，但所幸下調的幅度都不大（除了外資高盛證券預估2012年台灣經濟成長率3.2%外，其它都還有4%以上）。

以IMF為例，就只把台灣2012年經濟成長率由4月時預測的5.42%，微幅下調至9月底所預估的5.24%，同時依然看好台灣2012~2016年這5年的經濟成長率將會是亞洲四小龍第一，顯示台灣經濟仍有不錯的競爭力。

經濟部長施顏祥也在立法院答詢時強調，任何國家都會努力不讓二次衰退發生，但如果未來歐美地區真的出現問題，以目前台灣出口結構，新興市場占總外銷金額比重已由10年前19.5%，提高到23.7%來看，只要新興市場的需求動能仍在，廠商積極應變，台灣應該能順利挺過二次衰退的危機。■



危機再現 衝擊產業

# 景氣急凍 重點產業準備度小月

二次衰退浪潮來襲，引發全球經濟震盪，支撐台灣出口經濟命脈的電子業、汽車零組件業、工具機產業及貿易業漸受影響，其中在貿易業的眼裡，並沒有二次衰退，因為第一次衰退根本還沒有結束。

◎ 撰文／廖宜君、林蔚文、孫慶龍、莊富安 圖片提供／達志影像

9月底經建會公布8月份景氣對策信號，從代表平穩的「綠燈」轉換成代表衰退的「黃藍燈」，回顧上一次景氣燈號從綠燈轉換為黃藍燈的時間點為2008年5月，不到半年，金融海嘯來襲，時至今日，全球經濟才剛從景氣谷底翻身，但二次衰退的危機卻已近在眼前。

## 電子業再陷景氣動盪

猶記得2008年底，美國次貸引爆的金融風暴如狂風般突襲，致使一向被視為黃金產業的電子科技業，頓時陷入一片哀鴻遍野。當時，許多台灣電子大廠，不是大舉裁員就是強迫員工休無薪假。然而，事隔才兩年多，當台灣電子業者剛從金融風暴谷底慢慢站起來之際，全球經濟再次陷入動盪，包括歐債持續擴大、

美國債信評等遭降、中國經濟可能硬著陸、中東茉莉花革命動盪不安等諸多問題，促使全球經濟陷入二次衰退的恐慌中。

## 》谷底才翻身 出口卻現頹勢

經濟可能陷入二次衰退的疑慮，目前已經對台灣電子產業帶來不小的衝擊。根據經濟部國際貿易局的統計資料顯示，受到國際市場DRAM價格暴跌、大尺寸面板相關電子產品（電視、監視器、筆記型電腦等產品）買氣不如預期、對LED應用過於樂觀、平板電腦銷售狀況凌駕桌上型與筆記型電腦，以及歐洲國家大幅削減太陽能產品補助等諸多負面因素的影響，已經使台灣出口受到很大的波及。

2011年1至7月在出口部分，液晶裝置、資訊產品的零組件，以及指示面板、防盜器或火災



原為太陽能產品消費主力的歐洲國家，受歐債影響縮減補貼政策，使太陽能產業大幅衰退。

警報器等4項產品，分別較去年同期分別衰退6.4%、14.9%與50.3%。此外2011年8月台灣電子產品與精密儀器的接單則分別衰退0.74%及4.99%。

## 》PC、太陽能產業陷入低迷

進一步深入觀察2011年電子



產業狀況，市場已經明顯嗅到景氣衰退的味道，包括太陽光電、DRAM、PC產業近來表現可說陷入低迷。

在太陽產業部分，「2011年上半年急劇的價格下跌，並沒有刺激到疲弱的歐洲太陽能市場，」調查機構Solarbuzz指出，過去10年歐洲一直對太陽能市場成長扮演關鍵角色，然而，隨著歐債問題高漲，歐洲各國政府減少相關產品補貼政策，導致歐洲太陽能需求大幅衰退，也造成全球太陽能產業大幅衰退。

至於PC產業不僅要面臨蘋果引爆平板電腦熱潮所帶來的威脅，歐債問題所引發的歐元貶值，更使宏碁、華碩、茂迪等以歐洲市場為大宗的電子業者，面臨市場購買能力降低以及匯損的衝擊。針對匯損問題，華碩表示已經在報價時就進行避險，降低匯損對公司造成的影響。

不過，儘管匯損問題可以及早因應，降低其所帶來的衝擊，但是消費力道減弱，才是最大的困擾。以宏碁為例，該公司之所以可以度過2008年底的金融風暴，主要因為不景氣的美國並非宏碁主力市場，但是這次面對歐債將帶來的景氣問題，以歐洲為主要市場的宏碁，可能受到的波及恐怕不會太小。

#### 》面板產業前景堪憂

台灣面板產業更是陷入極大



二次衰退近在眼前，已反映在電子業的訂單及市場銷售情況，尤其以消費性電子產品衝擊最大。

危機，友達與奇美電分別從2010年第4季與第3季出現虧損至今，拓璞產業研究所指出，在全球市場持續供過於求的情況下，台灣面板產業正處於幾乎飽和、難以擴大的狀態。有鑑於此，代工製造思維的台灣面板產業，必須改變單打獨鬥的心態，以及專注整合產業鏈策略思維的框架，從製造代工轉型成為服務提供者。

半導體市場雖然尚未有較明顯的衰退現象，但是，總體經濟不振所導致的電子產品超量庫存與需求疲弱現象，已經對半導體產業帶來影響。根據國際研究暨顧問機構Gartner發布最新展望報告，總體經濟不振將使2012年全球半導體資本設備支出預計只有352億美元，較2011年的435億美元大幅衰退19.2%。

例如，台積電在2011年初對

外公布的年度資本支出為78億美元，不過在7月法說會上表示，因應景氣變化，該公司下修2011年資本支出為74億美元。Gartner副總裁 Klaus Rinnen表示，「儘管晶圓代工大廠持續進行28奈米產能競賽，但是對45至90奈米技術的支出卻呈減緩趨勢，且前幾個製程世代的部分設備，仍可使用於28奈米的生產以增加產能利用率。」

#### 全球景氣好壞 貿易業最先知

台灣是出口導向國家，從事進出口業務的台灣貿易業自然對全球經濟景氣特別敏感。但正陽國際總裁孫正大、六和化工董事長李世文，皆對「二次衰退」的定義及說法持保留態度。

#### 》尚未從金融海嘯衰退回復

經營汽車零組件貿易的正陽



六和化工董事長李世文認為，全球經濟的成長動能不足，經濟衰退未來將成常態，預計將緩慢並持續的進行，甚至可能維持數年之久。

國際總裁孫正大表示，「二次衰退」是一個人云亦云的說法，孫正大認為，從失業率和國內勞工薪資來看，從第一次衰退（金融海嘯）至今，整個市場的景氣根本沒有回復、回穩，在貿易業的眼裡，根本沒有二次衰退，因為第一次衰退根本沒有結束。

孫正大說，在第一次衰退時，汽車零組件產業即受到非常大的影響，尤其衝擊到整個買

氣，整個市場不僅在供給面與需求面間產生極大的落差，價格下滑，廠商的利潤被壓縮，市場幾乎是低迷一片。

雖然後來市場緩步上揚，但相較之前的經濟狀況，以現在銷售的價格來說，雖然比剛開始好些，仍處於萎縮低迷的階段，「上次已經一次貶足了。」但他也認為全球經濟景氣已經到了谷底，不可能會再往下探底，孫正

大認為，目前並沒有跡象顯示，經濟情況會再惡化下去，「薪水不可能再往下降了。」

#### 》經濟衰退將長期緩步進行

同樣對「二次衰退」定義持保留態度的化工原料專業貿易商六和化工董事長李世文則認為，這次衰退的情形與上次不同，是不是定義為「二次衰退」，他持保留態度。李世文說，2008年時，因為雷曼兄弟事件，而引發全球經濟衰退危機，與這次因為歐美各國債的問題所引發的衰退並不相同，衰退的模式也不一樣。與上次陡降的模式不同，李世文認為，這種衰退，未來將成常態，會緩慢持續的進行，甚至會維持數年之久。

這種緩慢持續的衰退，從今年5月就已經開始了，可以從油價、道瓊指數看出端倪；民眾的消費行為開始趨向保守，產生供給大於需求的情況，許多供應商開始減少庫存，影響所及，上游生產廠商的訂單減少，產生經濟緩慢衰退的現象，目前部分產品除了因為原物料上漲而調升價格外，其他產品現在因為供過於求，價格也緩慢下降。

李世文也預估，因為歐美債



全球陷入二次衰退疑慮，台灣是出口導向的國家，站在經濟最前線的貿易業，最能感受景氣榮衰。



務問題所衍生的經濟衰退，將會呈現平緩的下降曲線，未來高失業率和低GDP成長率將成常態，會嚴重衝擊台灣中小企業，尤其是財務結構不健全的中小企業，將會出現倒閉潮，加上失業率提高，少子化及老年社會的來臨，社會上的貧富差距將會拉大。

「第一次衰退是瞬間結凍，但很快就回溫了，這次可沒那麼快，」李世文說，尤其在全球化的因素下，影響經濟變動的因素更多變，許多不確定的因素，讓全球的經濟情勢更詭譎、更變化莫測，拉長影響的時間，產業間競爭也愈來愈激烈，艱苦情況只會愈來愈嚴重，不會愈來愈好。

### 汽車業籠罩在金融海嘯陰霾中

二次衰退的陰霾籠罩，讓人不寒而慄聯想起金融海嘯重創全球汽車工業，美國汽車工業重鎮底特律失業率一度飆高逼近30%，巨人通用汽車（General Motors Co, GM）則因債台高築宣布破產重整，歐洲汽車銷售同樣衰退逾15%，西班牙衰退幅度更逼近50%，而日本豐田汽車也出現自1938年成立以來首次虧損，迫使當時的社長渡邊捷昭下台，由現任社長豐田家族第三代豐田章男接棒等種種情景。

### 》景氣停滯影響 下調汽車銷售量

二次衰退疑慮大增，也讓各家研究機構也紛紛下調2011、



全球經濟成長遲緩恐影響消費信心，各研究機構及汽車業者紛紛下修2012年預測銷售量。

2012年全球汽車銷售量成長預估。汽車市調機構J.D.Power and Associates認為，美國經濟成長趨緩將壓抑國內汽車產業需求成長，因此將美國2011、2012年汽車銷售量分別下調。

而穆迪投資者服務公司也在9月初的汽車展望報告中表示，未來12到18個月，全球汽車產業將受到經濟疲弱影響，需求成長的腳步將明顯趨緩，並將2011年全球汽車需求成長率由5.1%調降至3.5%，2012年也由7.4%下調至6.5%。

台灣汽車龍頭業者和泰汽車也在9月底時二度調降台灣2011、2012年汽車需求量至36與35萬輛，和泰汽車總經理蘇純興預期，受到8月份台股大跌、

總統大選時間將近、歐美二次衰退疑慮升高，以及日圓強勁升值，日系原廠要求匯率補貼的漲價效應等因素影響之下，台灣民眾購買新車的意願將因此降低。

從研究機構與業者普遍下調未來汽車銷售量預估來看，一旦發生二次衰退，全球汽車業恐將再次面臨不小的挑戰。

### 》新興市場汽車需求有支撐

汽車業是否可能因為二次衰退而重演金融海嘯時的慘狀？國內汽車零組件大廠江申工業董事長陳世全認為，在新興市場需求依然強勁的情況下，汽車業出現類似金融海嘯時大蕭條的機率並不高。

陳世全解釋，2008年美國是全球汽車銷售最大的市場，又是





受高失業率與消費信心不佳等負面因素影響，歐美車市呈現緩步復甦，所幸，新興市場的成长彌補了缺口，全球汽車業再次出現經濟蕭條的機率不高。

引發金融海嘯的元兇，因此當美國市場由2007年年銷售1,646萬輛新車，下滑到2008年的1,349萬輛，再急凍到2009年銷售僅1,062萬台的水準時，對汽車業是一個非常沈重的打擊。

「事實上，歐美車市目前尚未完全走出金融海嘯的影響。」陳世全說，受到高失業率與消費心態等負面因素影響，歐美汽車市場近兩年都只是緩步復甦，離金融海嘯前的銷售高峰至少還有15%以上的差距，然而，儘管歐美市場需求呈現緩成長，2010年

全球汽車銷售量仍一舉躍過7千萬台，創下歷史新高紀錄。

「關鍵就在於新興市場的成长，彌補了歐美市場金融海嘯後的緩慢復甦。」陳世全說，以取代美國成為全球最大汽車銷售市場的中國大陸為例，2008年汽車銷售量僅938萬台，到了2010年已來到1,814萬台，陳世全觀察，儘管中國車市在經歷兩年的高成長後，今年開始進入調整期，但需求最差就是成長減緩，絕對不可能轉為負成長，而巴西、印度、伊朗等新興市場同

樣將維持成長趨勢，在這樣的時空背景下，即便歐美出現二次衰退，汽車業的衝擊應不至於如2008年時嚴峻。

「除非是以中國為首的新興市場出乎意料出現負成長，否則全球汽車業不會再出現最壞的狀況。」陳世全強調。

### 景氣低迷影響工具機產業

工具機產業是台灣少數平均毛利率仍能達到2成以上、且未大量外移到中國大陸的重要產業，產業興衰攸關一個國家國力的強盛與否。台灣工具機的出口與生產值，近年來約可保持在全球前5大的地位，領先美、英、法、瑞士等工業先進國家，在全球市場享有舉足輕重的地位。

#### 》2011年下半年接单下滑

2008年第3季全球爆發金融海嘯，台灣工具機產業也難逃厄運，2009年營收普遍重摔了7、8成，廠商哀鴻遍野，坐困愁城；但拜中國大陸祭出擴大內需政策所賜，加上東南亞、印度、巴西、東歐等新興市場訂單湧入，2010年又再恢復生機，營運表現一飛沖天，許多廠商年營收甚至創下歷史新高；邁入2011年上半年



受惠於中國大陸積極擴大內需政策，以及ECFA實施效應，台灣工具機業在2010年創下亮眼的成長數字。

年，台灣工具機產業持續有亮麗耀眼表現，廠商忙於接單、催促料源進廠與出貨，整日忙得不可開交，台灣區機器公會評估今年台灣工具機出口值有機會達到40億美元，擠下義大利，登上全球第3大出口國的寶座。

但就在台灣工具機與零組件業界因接單、出貨狀況大好，沈浸於歡欣氣氛之際，二次經濟衰退的危機卻近在眼前，許多工具機大廠反映第3、4季接單力道不如上半年強勁，情況與2008年第3季爆發金融海嘯時相當類似，對往後景氣發展不免憂心忡忡。

營收規模居台灣工具機業界第1大的友嘉實業總經理李進成觀察發現，歐債風暴衝擊不斷擴大，台灣許多大型工具機廠從今年第3季起訂單普遍下滑了3至5成，更遑論中小型廠商，即使友嘉集團近年來透過購併、合資等手段加強全球布局及衝刺中國大陸市場，營運成長動能較同業充足，但從10月起也開始感受到訂單減緩的不尋常氣氛，雖然友嘉目前還有約5至6個月的在手訂單未出，遠較同業為好，但仍會密切監控未來市場的瞬息萬變，做好對抗景氣一旦惡化的各項萬全準備工作。

#### 》預計明年下半年現生機

創立屆滿58年、近年來全力朝華人圈精密機械第1品牌定位的台中精機總經理黃明和指出，



歐債風暴持續擴大，影響工具機產業，今年下半年的接單力道趨緩，與2008年金融海嘯發生時的狀況雷同，廠商再次面臨嚴酷考驗。

2008金融海嘯重挫全球經濟後，台灣工具機產業能在1年後迅速脫離泥淖恢復盎然生機，應歸功於中國大陸官方及時推動了汽車下鄉、家電下鄉等政策，向台灣業界採購了數量龐大的工具機，加上ECFA的實施，產生推波助瀾的功效；但從今年第2季起，業界接單力度明顯不足，第3、4季則持續惡化，研判應是大陸官方為壓制通膨，不惜以提高利率、緊縮貨幣等做為手段，導致大陸中小企業經營資金不足，衝擊到後續對台灣工具機的採購能力。

他強調，工具機這一波景氣下滑，最快到明年下半年才有機會再爬升，長達9個月的蕭條期將讓台灣工具機與零組件業者備受煎熬，預計今年底時就可能有工具機整機廠向上游零組件供應商延付票據的情況發生，緊接著讓員工休無薪假、「做三休四」，甚至無限期放假的情事，

都有可能繼2009年那一波工具機產業嚴重不景氣後重新上演。

而最讓人擔心的是，政府許多挽救經濟衰退的金融與財政措施，在上一波因應金融海嘯危機時已用罄，而國內許多工具機與零組件廠於2010年景氣好轉後，因著眼於未來擴張國際市場需要，加上兩岸實施ECFA，工具機輸往大陸得以免稅，都紛紛籌措資金大幅擴增產能，掀起一股投資熱潮，如今冷不防二次衰退來臨，未來在舊訂單減少、新訂單又無著落下，一旦營運無法為繼又遭銀行緊抽銀根，勢將引發一波廠商淘汰潮，值得政府相關單位及早正視並因應。

二次衰退是否到來，尚未有定論，而全球景氣卻已呈現疲態，也對相關產業造成影響，全球廠商及各國政府能否安然度過山雨欲來的危機，端視其應變策略與其營運實力是否堅強。■





小卡車木床後車身是江申工業的主力產品之一。

裕隆集團旗下的金雞母

## 品質與價格優勢 打造江申車架王國

江申工業是裕隆集團成員之一，由生產軍用配件轉型為汽車零組件製造商。在董事長陳世全的帶領下，積極的開源節流，讓江申在短短3年內，不僅轉虧為盈，獲利更創下歷史新高。在台灣已是汽車車架霸主的江申，未來將以台灣做為研發及人才培養的基地，並在中國大陸建立完整的生產中心，搶攻對岸市場的龐大商機。

◎ 撰文／孫慶龍 攝影／楊弘熙

**1963**年成立的江申工業，早期以生產圓鋤、鋼盔等軍用配件為主，是軍方核可的軍車與武器設備零件製造商。一直到1974年替中華汽車生產小卡車後車身總成後，才逐漸轉型為汽車零組件製造商，並在1990年由中華汽車收購100%股權後，正式成為裕隆

集團的成員。

### 積極開源節流 獲利創新高

如今，由中華汽車和國瑞汽車分別持股46%與33%的江申工業，已是國內最大商用車底盤與車身製造商，主力產品小型商用車木床後車身，在台灣市占率超過9成，而3.5噸以上貨車車架國

內市占率更高達100%。

2009年7月開始，江申在新任董事長陳世全帶領下，不僅台灣本業順利轉虧為盈，營運上更是繳出亮眼的成績單，2008-2010年三年間，江申EPS呈現1.7、3.3、4.7元三級跳的成長，獲利創下江申成立以來的歷史新高，成為裕隆集團旗下的獲



利金雞母之一。

「我接任董事長這兩年多來，江申一直很積極進行開源節流的工作。」陳世全說，對內不斷努力減少人力與材料的資源浪費、積極改善生產效率以降低生產成本，對外也推展低底盤公車、遊覽車、國道巴士接駁車、電動巴士等中大型車輛車架業務，並積極與包括技術母廠日本武部鐵工所在內的日本業者，洽談模治具外銷業務。

「我的工作就是要不停幫江申找新工作。」陳世全笑說，也因此，在業務量增加使生產規模得以提高下，包括產能利用率、人員作業效率和生產製程都獲得進一步改善，再加上中大型車輛業務快速成長，讓陳世全只用不到半年的時間，就把江申的本業在2009年下半年順利由虧轉盈。

他解釋，和小型車輛約3~4%的毛利相比，大型車輛毛利高達約10%，這是為什麼江申要積極擴展中大型車輛，並且能在短時間獲利大躍進的關鍵。

「在中大型車輛業務推展上，政府真的幫了江申一個大忙。」陳世全說，原來，由於交通部與各縣市政府鼓勵業者汰舊換新，並改換低底盤的補助政策，帶動國內中大型商用車與巴士銷售量出現明顯成長，陳世全舉例，2010年國產3.5噸（不含）以上大型車輛銷售量，就比

## 江申工業小檔案

- 成立時間：1963年
- 公司規模：2010年合併營收11.7億元，稅後EPS4.7元創歷史新高
- 董事長：陳世全
- 營業項目：汽車木床（19.72%）、汽車車架（38.62%）、汽車零配件（40.53%）
- 市場地位：3.5噸以上貨車車架國內市占率100%

2009年大幅成長42%，這樣的趨勢自然有利江申在大型車輛業務的推展。

不僅如此，在開放陸客來台後，隨著陸客來台的人數持續增加，國內遊覽車需求也大幅增加，「現在下游的遊覽車、大型巴士業者都要求江申出貨快一點，未來江申營運一定會更好。」陳世全信心滿滿的說。

### 品質、價格 成就領導地位

品質，是讓江申能夠在國內搶下高市占率的主要競爭優勢。陳世全表示，江申的產品屬於汽車零組件中的保安零件，產品品質優劣非常重要，「一旦有瑕疵，造成的影響往往不是錢的小事，而是人命關天的大事。」因此汽車保安零件是技術門檻極高的一個產業，而與江申技術合作的日本武部鐵工所，是日本三菱汽車車架供應商，技術能力絕對不是問題，他強調：「能夠跨越這道門檻的廠商不多，特別是在中大型車輛的部分，目前在台灣看起來應該也只有江申一家。」

「現在連日本業者都回頭來向江申購買模具，江申的技術能力絕對是世界級。」陳世全說，武部鐵工所在2011年向江申採購約1億日圓模具，在7月中已運抵日本驗收合格，陳世全表示，武部對江申的品質很滿意，因此未來江申非常有機會再爭取武部外銷模具的商機。而價格，則是江申用來對抗國際大廠最好的利器。「江申的產品品質足以媲美德國GKN、日本NTN等國際大廠，但我們的價格，卻比他們更便宜！」陳世全進一步解釋，由於大型車車架長達12米，不管是包裝或是裝運都非常困難，因此幾乎沒有業者會選擇進口或外銷，唯一經營的方式，就是直接在當地設立生產基地。

「台灣市場較小，江申又有價格優勢，國際大廠最後不是退出台灣，就是選擇與江申合作。」陳世全說，而最讓陳世全自豪的是，江申的這項價格優勢並沒有影響淨利表現，他強調，最近6年江申的營運不僅在維持每年約10%的淨利率下穩定成長，



江申工業是國內最大商用車底盤與車身製造商，主力產品小型商用車木床後車身市占率超過9成，3.5噸以上貨車車架國內市占率更高達100%

每年甚至還能夠替兩大股東中華汽車和國瑞汽車降低約3%的成本，不管在任何產業，這都是相當難得的表現。

### 5年內站穩中國大陸市場

在台灣打下超高市占率的成績後，江申的下一步，就是放眼中國大陸龐大的內需市場。「中國大陸是一個競爭非常激烈的市場。」陳世全說，即便中國大陸車市2011年開始成長明顯趨緩，但要維持每年5%~6%的成長沒問題，也絕對不可能變成負成長，因此，包括GKN、NTN在內，全世界的業者都瞄準消費能力快速成長的中國大陸，就算像江申這樣擁有日本技術與同文同種優勢的台商，也必須非常努力才能在中國大陸成功發展。

陳世全進一步說明，目前江申在中國大陸的布局，包括北京瑞韓恩梯恩、福州福享、廈門金龍江申、廣州恩梯恩等4家轉投資公司，其中北京瑞韓恩梯恩江申

僅持有9%股權，實際上並沒有參與經營。福州福享近9成的產能，則是供應東南汽車所需，近來則因積極承接福建戴姆勒汽車商旅車底盤訂單，並與通用汽車接洽新訂單，產能利用率高達110%。

至於持股40%的廣州恩梯恩，主要銷售各類傳動軸，在中國大陸市占率約14%，是目前江申在中國大陸轉投資中，認列轉投資收益最高的1家公司。以2010年為例，廣州恩梯恩認列轉投資收益為新台幣1.64億元，占江申中國大陸轉投資認列總收益約6成。

「江申在中國大陸的4家轉投資事業，2011年都有擴廠計畫。」陳世全估計，在新產能開出帶動下，2011年江申在中國大陸轉投資事業整體營收將較2010年成長20%，不過，由於現階段江申在中國大陸市場的經營策略，是以順利打入中國大陸汽車供應鏈為主，部分接单利潤較低，因此獲利成長將不及營收成

長速度。

而在裕隆自有品牌納智捷進軍中國大陸市場後，江申也透過廈門金龍江申赴杭州設廠，以生產車架與零件為主，預計2012年第一季就可開始出貨。「杭州廠的設廠地點就在東風裕隆廠旁邊，目的當然是為了裕隆納智捷進軍中國大陸做準備。」陳世全樂觀表示，以目前Luxgen7 SUV自9月以來接单超過3,000張來看，未來在納智捷營運據點與車款持續增加下，杭州廠目標3年就要賺錢（一般新廠平均要5年才能開始獲利），屆時江申在中國大陸轉投資收益可望跟著水漲船高。

「只要產品品質好，價格又便宜，我相信在中國大陸不怕沒生意做。」陳世全說，未來江申將會「立足台灣、放眼中國」，把台灣做為研發、人才培養的後勤基地，並在中國大陸建立完整的生產基地，搶攻中國大陸市場的龐大商機，他期許，5年內江申就能站穩中國大陸市場腳步。■





國際精品紛紛進駐二、三線城市

## 中國大陸奢侈品消費將居全球之冠

中國大陸經濟快速起飛，中產階級人數大幅躍升、個人可支配所得提高，內需消費力也呈現爆發式增長，其中名牌奢侈品購買力更出現狂飆趨勢。根據報告顯示，2010年中國大陸奢侈品消費的增長居全球第一，而各大國際精品品牌更看好這一股驚人的消費潛力，積極拓點布局。

◎ 撰文／曾秋英 圖片提供／達志影像

**根**據統計，中國大陸2010年總計出售了14,785輛保時捷（Porsche）汽車，成為保時捷全球第二大市場；雅詩蘭黛（Estée Lauder）化妝品2010年在中國大陸的銷售業績成長了3成；備受中國男性富豪喜愛的伯爵錶（PIAGET），過去4年在中國大陸的銷售額成長了4倍，上

述各種數據在在顯示，中國大陸有錢人購買奢侈品非但不手軟，而且還是「愈貴愈有人搶」。

「2010年胡潤財富報告」指出，截至2009年底，全中國大陸共有87.5萬名的千萬人民幣富豪和5.5萬名擁有超過1億元人民幣資產的富豪，分別較2008年增長6%和8%。隨著可支配收入的成

長，中國消費者在娛樂、教育和奢侈品的消費也逐漸增加。

### 中國大陸名牌精品 消費力道驚人

20年前，中國大陸奢侈品消費完全是另一個光景。中國大陸認為最有名的奢侈品品牌代表——路易威登（Louis Vuitton，簡稱



中國富豪的高消費力，讓保時捷創銷售佳績，使中國大陸成為全球保時捷第二大市場。

## 中國大陸奢侈品消費概況

品項	消費金額 (億元人民幣)
珠寶	27.6
箱包	25.1
時裝	18.3
鐘錶	19.4
化妝品	9.4
其他領域	7.8
總計	107.9

統計時間：2010/2~2011/3

資料來源：世界奢侈品協會2011官方報告  
藍皮書

LV) 公司經理伊夫·加塞爾，日前在法國《論壇報》上發表文章回憶稱，20年前LV首家專櫃登陸北京，當時中國大陸街頭到處都是腳踏車，人們的購買力也不高，因此LV的專櫃只能設在專門供外國人住的高級旅館內。

直到1992年，LV在王府井飯店的分店業績逐漸有起色；2001年後，LV才開始在中國大陸各大城市加快開設新分店，如今LV在中國大陸29個城市有37家分店。

北京的新光天地堪稱是當地的「貴婦百貨」，裡頭國際精品專櫃林立。新光天地台籍總經理甘添信轉戰北京後，對於中國大陸人民的消費力，直到現在都還讓他嘖嘖稱奇。

2010年號稱全世界最昂貴的手機品牌—NOKIA公司旗下的Vertu正式進駐新光天地，一支動輒60~70萬元人民幣的手機，中國大陸消費者買起來不痛不癢，也讓該專櫃的業績迅速攀升到全

店前幾名。而且中國大陸的信用卡普及率不若台灣來得高，甘添信表示，經常可以看到當地人拎著裡頭裝著上百萬人民幣現鈔的皮箱，到新光天地購買名牌或珠寶等奢侈品。

甘添信說，在台灣的百貨公司，年消費滿百萬元就可成為該店VIP；但在北京新光天地要享受VIP待遇，門檻卻是年消費滿百萬元人民幣。甘添信說，即便標準比台灣高出近5倍，VIP人數每年依舊快速成長。

## 中國大陸2012年將成為全球奢侈品最大消費國

根據資料顯示，2010年，全球奢侈品銷售已恢復到金融危機前的水準，其中絕大部分都是中國大陸人民的功勞。貝恩諮詢公司估計，2010年，美國、歐洲及亞太地區（不包括日本）的奢侈品銷售升幅分別為12%、6%及22%；其中，中國大陸的奢侈品

銷售增幅高達30%，顯著高於全球平均水準。

世界奢侈品協會發布的官方報告顯示，從2010年2月初至2011年3月底，除去私人飛機、遊艇和豪華汽車的消費，中國大陸奢侈品市場消費總額已經達到107億美元，占全球奢侈品消費比重的1/4，成為全球第二大奢侈品消費國。報告並預估到2012年，中國大陸奢侈品市場消費將達到146億美元以上的規模，超越日本成為全球第一大奢侈品消費國。

統計還不止如此，中國大陸消費者在境外購買精品的戰力更是驚人。2010年3月至2011年3月，世界奢侈品協會調查法國、義大利、英國等國奢侈品的消費資料，發現有效購買資料中，65%以上為亞洲人，中國大陸人民又占其中的75%。2010年，亞洲人在歐洲市場購買奢侈品消費累計達690億美元，中國大陸累



預估到2012年，中國大陸奢侈品消費將達到146億美元以上的規模，超越日本成為全球第一大奢侈品消費國。

計消費近500億美元，是中國大陸境內消費的4倍之多。

### 進口商品高稅負 中國富人寧可出國消費

之所以會有這麼多中國大陸消費者到海外購買名牌精品，世界奢侈品協會中國大陸代表處首席代表歐陽坤解釋，這和中國大陸進口商品的稅率較高有關。舉例來說，同樣的商品，在中國大陸的售價比在英國貴了2至3成，且過去一年人民幣快速升值，例如英鎊相對於人民幣就貶值了約3成，這更讓大陸人在海外的消費慾望大漲。

歐陽坤並說，價格除了是中國大陸消費者在海外大肆血拼的一大主因外，由於同一款商品在歐洲和中國大陸市場上市的時間相差約3個月左右，多數中國大陸消費者認為，在中國大陸境內購買精品是「花高價買歐洲舊貨」，這也讓有條件出國的人，寧可到海外消費。

歐陽坤表示，目前歐洲市場都已將中國大陸消費者列為重要客戶，歐洲有8成以上的精品門市都有會說中文的店員，甚至多家商店也可以使用銀聯卡消費，

以吸引更多大陸人消費。

英國媒體日前統計，2010年，中國大陸遊客在英國的打折促銷季中消費的奢侈品達10億英鎊，他們所消費的博柏利（Burberry）、路易威登、古馳（Gucci）等名牌精品，占了整個英國奢侈品行業銷售額的1/3。

中國大陸人民在海外的血拼購物，英國媒體更是創造一個新名詞「北京鎊」（Peking Pound）用以形容此現象，意指中國大陸人所花的英鎊。而「北京鎊」涉足的產業不僅是國際精品名牌，也包括地產、汽車、紅酒、收藏品等。最新資料顯示，在倫敦市中心頂級房地產市場投資最多的是中國大陸買家。

### 奢侈品消費低齡化 炫富心理作祟

至於都是哪些中國大陸消費者在買奢侈品呢？根據世界奢侈品協會調查，月收入在1萬元人民幣的消費者占總數的一半以上，而且更令人驚訝的是，中國大陸奢侈品消費者平均比歐洲奢侈品消費者年輕15歲，比美國的消費者年輕25歲。

調查結果顯示，73%的中國

大陸名牌消費者不滿45歲；45%的奢侈品消費者年齡在18歲至34歲之間。這個比例，在日本和英國分別為37%和28%。調查還發現，從2007年到2010年的3年間，中國大陸奢侈品主流消費群的最低年齡由35歲下降到25歲。

全世界奢侈品的平均消費支出僅占個人財富總量的4%，而部分中國大陸消費者，尤其是年輕人，購買奢侈品的比例則占個人收支的40%，甚至更多。7成以上的中國大陸年輕消費者購買奢侈品不為其他，只是為了引起他人的注目。

專家分析，「炫富心理」是中國大陸奢侈品消費飆升的主因。消費者可以用金錢購買任何想要的商品，這也讓過去存在的階層差異因此消除無形。隨著名牌消費所引領的時尚消費方式，形成了全新的地位、不同生活方式的群體，奢侈品消費也造就了另一種「社會階級」。

尤其中國大陸經濟改革開放20年，從吃大鍋飯的時代躍升到可擁有自己的財產，這也讓名牌被視為財富和身份的另類象徵。尤其是社會新富階層，甚至是「富二代」、「官二代」的年輕

消費族群，更是習於用名牌奢侈品彰顯自己的社會地位，利用奢侈品消費的炫耀心理依舊嚴重。

除了炫耀性消費，中國大陸的「送禮文化」也對名牌消費有了推波助瀾之效。

## 二、三線城市奢侈品消費 呈現爆炸式增長

中國大陸快速的城市化發展及財富增長，孕育了大量的二、三線城市奢侈品消費者。目前，中國大陸的富裕階層只有3成在北京、上海等一線城市生活；7成以上的富人仍居住在一線城市以外。

中國大陸「十二五規畫」力推的內需消費，加上二、三線城

市消費者的品牌認知度，和消費意願已直逼一線城市，這也讓這些中、小型城市成為中國大陸奢侈品消費未來的主力市場。

據統計，100多個國際頂級品牌正加速在中國大陸各城市布局，其專賣店總數已達上千家，除了北京、上海、廣州等大城市，中西部城市的分店也如雨後春筍般湧現。包括商務和遊客經常到訪的陝西西安、山西太原、雲南昆明、內蒙古呼和浩特等，現在也可見國際精品的蹤跡。

以LV來說，在長沙、西安、青島、廈門、無錫、溫州、呼和浩特、烏魯木齊等二、三線城市都已完成布點。就連過去未曾積極耕耘中國大陸市場的美國頂級名牌拉夫·勞倫

(Ralph Lauren)的總裁，在2011年中旬時也曾公開表示，中國大陸二、三線城市的消費者需求正在釋放，該品牌也計畫在這些地方開闢新市場。

為迎合中國大陸的消費者，部分精品名牌推出了專為中國大陸消費者設計的產品系列。以法國高級精品愛馬仕(Hermes)來說，便以中國大陸即將失傳

的手工藝技法為基礎，在中國大陸創造「上下」這個品牌，並號稱這是「可消費得起的中國奢侈品牌」。「上下」在2010年9月於上海開設首家零售店鋪，產品由中國大陸設計師設計並製造。

## 國際精品轉移重心 赴香港上市卡位

瞄準中國大陸人的消費潛力和經濟實力，國際精品2011年起紛紛出現香港上市熱潮。香港二手名牌寄賣店「米蘭站」的上市率先拉開了奢侈品企業在香港上市的序幕，此後，美國旅行箱製造商新秀麗(Samsonite)、義大利精品普拉達(Prada)相繼在港上市，連豪華跑車法拉利(Ferrari)也已排定上市日程。

據瞭解，很多頂級品牌已在籌畫將全球行銷總部移至中國大陸，未來世界精品的分店、產品布局勢必依照中國大陸消費型態出現極大調整。

面對中國二、三線城市奢侈品銷售力的全面爆發，即便不是經營奢侈品牌的台商，同樣也可透過貿易進口，甚至是代理品牌，掌握這波崛起的商機。但對台商來說，在引進、代理奢侈品牌進口時，必須瞭解一線城市和二、三線城市在消費品項和偏好風格上可能迥異，在開拓市場耕耘前，務必先做好功課。■



NOKIA旗下的Vertu手機，一支要價60~70萬元人民幣，深受中國富人喜愛。





## 台灣打造完整供應鏈 機器人產業潛力雄厚

科幻電影中的機器人以萬能形象吸引眾人目光，在真實生活中，已存在數十年之久的智慧型機器雖非無所不能，卻幫助人類完成許多艱辛且精細的工作。時至今日，生產線的自動化機器已經進化為機器人，除了進駐工廠，提升產能之外，連強調人性化服務的家庭，也逐漸看得到機器人的身影。

◎ 撰文／劉家瑜 圖片提供／達志影像

**智**慧型機器人產業涵蓋範圍甚廣，整個產業結合機械、自動化、電機、光學、資訊軟體、電子、通訊、安全系統、創意內容等相關技術與應用。經濟部工業局指出，從應用層面來區分，智慧機器人產業主要可以

分成兩種類型：第一，製造、營建、農業與自動化應用的產業型機器人；第二，家庭照護用的服務型機器人。

從供應鏈來看，除了終端產品，智慧機器人產業還包括零組件與創新服務等環節，其中零組件包

含感測器、伺服馬達與驅動器、影像與視覺系統、無線通訊元件、控制器、語音模組、定位模組等；創新服務則有軟體服務、觀光服務、數位內容、租賃服務、主題樂園、保險服務與維修保養等項目。

目前，世界先進國家如美



## 機器人構造與相關技術及產業

1. **頭腦**：以微處理器將感測器所收集到的資訊加以彙整，然後做出決策以進行適當的動作。
2. **眼睛**：利用視覺感測器作為感測系統，將視覺感測資訊數位化後，由微處理器分析處理。
3. **嘴巴**：利用語音模組，將語音資料經由電路轉換，由喇叭對外發出聲音。
4. **動力來源**：透過馬達控制器接受方向及轉速訊號，進而驅動機器人，使其進行手部或足部的動作。

國、日本在機器人產業上的布局都相當積極，其中美國在服務型機器人的發展最為快速，至今已經有許多成熟的產品，包括機器人手術系統、家電機器人、導遊機器人等，而IT大廠英特爾、Google與微軟，也已跨入機器人領域。根據國際機器人聯盟的預測，2013年全球服務型機器人企業數量將達到200家，其中將有70家位於美國。

而一向有機器人大國美譽的日本，其政府從2004年就將機器人產業定為創新產業戰略的七大重要領域之一。日本原本以發展工業用機器人市場為主，近年來在服務型機器人也有相當好的發展，就連Honda、Toyota等車廠也都跨入此一領域。日本機器人工業會預估到了2025年，日本機器人產業規模將達到8兆日圓。

### 服務型機器人 家庭照護好幫手

在高齡化、少子化趨勢所帶來家庭照護人力短缺的情況下，服

務型機器人的需求日益增大。根據研究機構MarketSandmarket的報告指出，全球服務型機器人產值預估2015年將達到250億美元。

目前台灣在服務型機器人的發展已經相當成熟，不少廠商推出陪伴與教育功用的服務型機器人，例如華寶的「陪伴型娛樂機器人」Robii，與工研院的Roppie家用機器人，都是相當成功的產品。

華寶通訊指出，Robii是全球第一款具備互動投影螢幕的機器人，它專門為小朋友設計，其內的互動投影功能，可直接在任何桌面上投射出螢幕畫面，而多指觸控操作方式，更可刺激孩童雙手的末梢神經，配合內建多種互動式益智遊戲，全方位啟發孩子的專注力、創造力、觀察力、反應力、記憶力等各種基礎學習力。

華寶通訊從2007年就投入機器人技術與產品研發，並從2009年成立機器人事業發展處，華寶新事業開發處副處長黃國聰表示，機器人與智慧型手機一樣，整合軟硬

體、通訊、人機互動與語音辨識等技術於一體，在智慧家庭概念漸趨成熟的少子化、老齡化社會中，服務型機器人需求將愈來愈大。

工研院機械所副所長陳來勝則表示，工研院的服務型機器人「Roppie」，整合立體視覺、特徵辨識、輕量手臂模組與手眼協調等技術，可辨識目標物的3D位置，再驅動手臂控制彈射裝置的拋射角度、速度，進而擊中目標。Roppie立體視覺可視範圍從20公分至3公尺，可協助家中老年長者或行動不便者，提供健康照護、居家保全、陪伴互動的服務，進而開創智慧生活、安全監控等新投資機會。

除了照護與陪伴功能，在現代人工作繁忙的普遍現象下，幫忙清理家務的清潔用服務型機器人也開始流行。目前，包括松騰、鴻奇機器人、微星科技都已經推出「智慧型掃地機器人」，其中松騰推出的「趴趴走V-BOT機器人吸塵器」，集結清潔、保全、伴侶等多項功能，除了吸塵、擦地，還能監控家中情況，隨時發送照片到主人的電子郵件信箱，此外，還可於自動充電站設定工作時間，電力充滿時自動清掃，弱電時自動回充。而微星科技至今已經推出多款「智慧型清潔機器人」產品，分別為iCleaner M800、iCleaner R500以及iCleaner R500D。

根據工研院的預估，全球清潔用機器人出貨量將從2008年的



310萬台，大幅成長到2014年的2,900萬台，產值則從3.4億美元成長到16.7億美元。

## 產業型機器人 解決缺工問題

過去，產業面臨人力工資太貴的問題時，企業的解決方案大多是遷移到工資相對低廉的地方，因此在中國大陸勞工薪資偏低的時候，全球企業紛紛前往中國大陸設廠。如今中國大陸工資大幅提升，企業發現過去採取逐水草而居的解決方式，已非永續經營之計，因此不少企業開始認為，自動化才是解決缺工問題的最佳方案。

例如，勞工數量超過百萬的鴻海集團，從2007年跨入機器人

產業之際，便同時思考在工廠內使用機器人的可能性，該公司早就研發出機器人手臂，在自家的工廠內使用。近來，更有中國大陸媒體報導，鴻海董事長郭台銘將大舉在工廠內晉用數十萬台的機器人，如果消息屬實，光是鴻海一家公司所採購的產業型機器人，就可能創造相當龐大的市場產值。

「近年來，產業型機器人大幅受到市場青睞。」盟立自動化董事長孫弘表示，隨著人力成本大幅上漲，及全球企業對節能需求的提升，自動化機器人市場已經進入快速成長期。

目前，已經有許多台灣廠商布局產業用機器人市場，包括上銀科技、台達電子、盟立自動化、寶

元數控精密、法珀國際、茂創公司、台灣麥柯昇精密電精、和椿科技等業者。有鑑於產業型機器人需求快速成長，盟立自動化已經推出數款產品與設備，包括「點焊機器人」、「超音波切割機器人」及「焊接機器人」，可以應用在汽車與周邊配件生產線。

至於上銀科技則推出由馬達驅動所研發的「工業機器人」，它整合滾珠螺桿與線性滑軌，具有體積小、重量輕、高負荷、長壽命等特性，適用於面板、半導體製程設備、醫療自動化、機械手臂、光學量測儀器、晶圓運送設備或無塵室環境。而積極發展服務型機器人的華寶，基於母公司金仁寶集團旗下各個製造單位的龐大人力需求，也正全力投入研發產業型機器人。



企業目前普遍面臨工資高漲、人工短缺的困境，產業型機器人可以解決缺工問題，節省企業的人力成本。

## 相關政策推動 台灣機器人產業鏈成熟

由於機器人產業將成為下一個科技明日之星，因此各國政府積極推出相關政策，全力推動機器人產業。台灣也不例外，早從2006年經濟部工業局啟動「智慧型機器人產業發展推動計畫」開始，台灣機器人產業的推動工作就如火如荼展開。

歷經5年的努力，至今台灣已經建構完整的機器人產業鏈，從品牌廠商華碩、微星、華寶與佳世達等業者，零件供應商鴻海、上銀科技、東元、士林電機、研華、威

## 政府從2011年至2015年，將投入新台幣6億元推動台灣機器人產業，預計智慧型機器人產值將由450億元，推升到900億元。

盛、寶成等公司。在軟體與創新服務方面，則有工研院與精密機械研究發展中心，積極發展軟體平台與機器人生活體驗館。

經濟部工業局副局長周能傳指出，政府預計從2011年至2015年，由國科會、技術處及工業局等單位，投入新台幣6億元共同推動台灣機器人產業，將智慧型機器人產業產值由2011年的450億元，推升到2015年的900億元。

此外，經濟部於2011年8月成立的「經濟部工業局智慧型自動化產業發展推動辦公室」，將建立智慧型自動化應用典範案例加以複製推廣，輔導廠商開發智慧型自動化關鍵零組件、設備及產品，並且將籌設「智慧型自動化產品情境體驗館」，屆時將把機器人應用延伸到養生照護、觀光旅遊等領域，對台灣機器人產業帶來相當大的助益。

### 整合軟體與系統 提升生產效率

除了品牌與零組件廠商，由於機器人是集合各種技術於一體的平台，因此整合與軟體技術也不可少。尤其在產業用機器人領域，因為不同產業的工廠生產線有很大的差異化，因此，工廠生產線要導入

產業型機器人難度較高。

以台灣企業為例，工研院機械所所長吳東權表示，台灣工廠用機器人，雖然可以直接從國外購買，但是由於國外產品在控制機器人的軟體上，並不容易直接符合國內生產線的需求，因此，如果有針對台灣需求所開發出來的軟體與整合系統，則可加速台灣工廠導入機器人的速度。

吳東權進一步指出，工研院所開發的智慧自動化產業機器人，是一個整合關鍵零組件、軟體設計、環境攝影機定位等技術的自動化產線機器人，經過智慧視覺辨識技術與自行研發軟體等「客製化」設計，符合台灣業者「少量多樣」的生產需求，也能有效解決在高風險工作環境的人工短缺問題。

吳東權強調，在自主開發的優勢下，不但能帶動關鍵零組件產業升級，提升競爭力，智慧自動化所延伸出的整合性技術，也將帶動國內馬達、減速器、控制器的產業發展。另外，工研院機械所副所長陳來勝表示，為協助台灣3C電子廠商提升電子零組件插件、組裝的品質與速度，工研院的「智慧自動化異型件組裝機器人」，在整合客製化軟體設計與智慧視覺辨識技術

後，機器人能夠辨識不同形狀、尺寸的電子零件，提升3C電子廠的生產效率與品質。

此外，軟體大廠微軟繼2011年6月發表的開發工具SDK（Kinect for Windows Software Development Kit），讓程式開發人員能夠在Windows 7 平台上運用 Kinect 技術創造諸如距離偵測、人體動作追蹤、語音與物件辨識等應用，隔月進一步推出機器人開發平台（Robotics Developer Studio, RDS）的Kinect SDK，將Kinect技術推展到機器人領域。

微軟亞洲研究院院長洪小文博士指出：「Kinect for Windows SDK 包含眾多來自微軟研究院的創新技術，例如，其中的原始感測數據流，讓開發人員可以利用 Kinect 感應器的低階數據流為基礎，進行應用程式開發。」

總而言之，在機械、自動化、電機、光學、電子與資訊軟體科技的突飛猛進下，現在智慧機器人不只能在工廠作業、在家裡幫忙打掃、照顧老人與小孩，就連需要微細手指動作的彈鋼琴，也難不倒它。而這些能力愈來愈強的機器人，正全面進入人類的生活，改變世界的樣貌。■