

貿易

TRADE MAGAZINE <http://www.ieatpe.org.tw>



雜誌



No. 254
2012年8月

聚焦

貿易300大

TOP300

瞄準亞洲穆斯林商機
生技醫藥產業正夯 台商積極搶進
注重細節、持續改善的經營致勝關鍵
現場力 創造絕對競爭力
出口持續擴張、外匯存底創新高
走出泥淖 菲律賓經濟前景可期

定價：99元

ISSN 1813627-3

08



91771813627005



貿易業300大

Contents

10 封面故事 Cover Story

聚焦貿易300大

2011年歐債風暴席捲全球，讓以歐美國家為主力出口市場的台灣深受衝擊，並反映在2011年300大貿易商的表現上。綜觀去年300大貿易商，營收總額雖創下1兆8百億元的新高紀錄，但較2010年的營收總額僅成長1%，雖然貿易業的各項表現偏弱，但值得關注的是今年的個別貿易商表現突出，此一趨勢顯示在艱困的環境下，仍有企業緊抓住機會，為公司創造更好的營運績效。



編輯室報告 Editor's Report

1 突破逆境，一直是台灣的強項

趨勢觀察 Trend

名家專欄 Column

6 政治大學企業管理學系教授巫立宇
企業應以合作共享 共創三贏

新聞微囊 News Clips

8 經濟部預估台灣全年出口仍可望維持正成長

國際眺望 Global View

42 出口持續擴張、外匯存底創新高
走出泥淖 菲律賓經濟前景可期

產業趨勢 Industry Trend

52 瞄準亞洲穆斯林商機
生技醫藥產業正夯 台商積極搶進

職場競爭力 Attitude

特別企劃 Special Report

46 注重細節、持續改善的經營致勝關鍵
現場力 創造絕對競爭力

創新設計 Design

56 聰明設計 創意無限
Summer Fun！擁抱戶外生活

貿易雜誌 No. 254 | Aug. 2012

總論篇

- 12 歐債危機衝擊 全球景氣低迷
台灣貿易業整體表現明顯趨緩

分享篇

- 30 經營績效第9名、貿易業排名第17名
創新思維引領 六和化工無畏全球競爭

- 31 經營績效第10名、貿易業排名第67名
恆隆行轉型服務行銷 創造好績效

- 32 稅前純益第20名、生產力指標第14名、貿易業排名第51名
邁向上市 弘帆要當流行髮飾之王

- 33 貿易業排名第44名
精準判斷市場趨勢 智友以誠信應萬變

排行篇

- 34 **2011年貿易業300大排行榜**

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

網址：www.ieatpe.org.tw

發行人：黃呈琮

主任委員：柯富元

副主任委員：陳正雄

編輯委員：高聳、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：劉錦堂

地址：104台北市中山區民生東路二段141號6樓

電話：(02) 2505-6789 分機5503、5504

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

中華郵政台北誌字第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

本刊圖文非經同意不得轉載

樂活人生 Life

美食特搜 Cuisine

- 58 擁有米其林星級殊榮
L'ATELIER de Joël Robuchon 品嚐法國料理美學

健康樂活 Health

- 60 新節能減碳運動
樂活單車，你「坐」對了嗎？

週休慢遊 Travel

- 62 體驗原住民文化
遠離塵囂 蘭嶼度假趣

貿易園地 IEAT Field

- 64 台北市進出口公會與大陸海貿會簽訂合作備忘錄
促進兩岸經貿交流 共創合作商機
- 66 舉辦中國大陸在地巡迴講座
解說大陸內銷財稅重點 台商受惠良多
- 67 匯率表



58



60



57



歐債危機衝擊 全球景氣低迷

台灣貿易業 整體表現明顯趨緩

綜觀300大貿易商2011年的整體表現，因受到歐債危機、歐美國家市場消費力降低的影響，貿易商的各項表現，呈現出總體營收成長偏弱，獲利差強人意，但個別貿易商表現突出的趨勢。然而，對於未來全球化的發展，貿易商應以創新思維，朝向加強產品整合能力、創新行銷模式、強化客戶服務、培育專業人才的方向共同努力。

◎ 撰文／劉任 圖片提供／達志影像

2011 年全球景氣飽受歐債之苦，儘管有中國大陸拉抬內需，但由於中國大陸出口成長明顯減緩，也間接影響台灣進出口。出口和進口總額雖個別創下3,082.6億

美元、2,814.4億美元的歷史新高，唯成長幅度則各僅12.26%、2.49%，遠遠不及2010年成長的34.81%、44.04%。尤其出口訂單僅小幅成長7.23%，並且自第2季以來，出口訂單成長其實趨近於

零，出口弱勢極為明顯。全國營利事業總額達38兆31億元，也只成長4.49%，內需、出口步伐同步放慢，全年經濟成長率由10.72%下滑到4.04%，足見歐債對台灣經濟的殺傷力。

中國大陸經濟成長減緩 間接影響台灣出口表現

值得注意的是，觀察去年台灣對中國大陸出口則僅成長7.4%，較我總體對外出口成長12.26%為低，若排除金融海嘯干擾的2008~2010年不計算，去年其實是10年來對中國大陸出口成長最少的一年。從貿易順差來看，去年12個月中竟然有7個月對中國大陸貿易順差是負成長，全年對中國大陸順差也呈負成長2.8%；排除2008及2009年受金融海嘯影響造成的順差負成長不



隨著2011年中國大陸出口成長趨緩，台灣對中國大陸貿易順差，去年12個月中有7個月呈現負成長。

貿易業300大排行榜分析依據說明

為了解台灣貿易商發展情況，中華徵信所自1973年起，於每年進行「台灣地區大型企業排名」調查時，同步進行進出口貿易業排名。「貿易業300大排行榜」根據每年中華徵信所公布的進出口貿易業（不含生產事業）營收淨額（銷貨收入扣除銷貨退回及銷貨折讓）排名，取其前300名貿易商作為分析基礎。

本排行榜各項財務比率指標的計算公式及說明如下：

財務比率	計算公式	說明
營收成長率	$\frac{【100年營收淨額/99年營收淨額-1】}{1} \times 100\%$	顯示企業銷貨的變動情況及企業經營的成長性，比率愈大即表示成長愈高。
純益率	$\frac{（稅前純益/營收淨額）}{1} \times 100\%$	企業扣除一切費用後繳稅前，剩餘利潤比率情況，即每元營業所得淨利，比率愈大愈好。
每一員工銷貨額	營收淨額/員工人數	顯示企業平均每一員工所能貢獻的營收淨額數。
生產力指標 (每一員工純益額)	稅前純益/員工人數	顯示企業平均每一員工所貢獻的稅前純益數，此比率又稱「生產力指標」。



由於近年石油價格大幅波動，導致化工原料貿易商在2011年的營收較為衰退。

2010年的12.36億元微幅下滑至12.09億元，由於下滑幅度不大，下滑態勢尚不明顯。

營收達10億元以上的貿易商由123家小跌到120家；營收成長家數下滑到172家，遠低於2010年的253家；衰退家數則由34家大幅上升到90家（2家持平，36家新進榜未計算營收成長率）來看，300大貿易業表現明顯趨弱。尤其前100大貿易商營收衰退家數高達33家，更顯得大型貿易業受衝擊較深，300大貿易商的平均營收成長率僅為9.81%，又再度回落到兩位數以下，都是值得繼續觀察的重點。若就獲利表現來看，300大貿易業稅前純益總額141.57億元，較2010年的149.84億元，也小幅衰退5.52%；不過平均稅前純益率為4.92%，還高於2010年的4.40%，同時也是連續兩年來平均純益率走揚，反映出貿易業的獲利率反而好轉，這是一個新的趨勢，或者只是短期的現象，仍需要一段時間去印證。■

算，去年對中國大陸貿易順差亦是10年來首度的負成長。

這些數據顯現的意義是，儘管兩岸間貿易總額持續成長，但成長速度卻愈來愈遲緩，尤其台灣對中國大陸地區出口成長力道明顯不足。更重要的是，從總體上看，兩岸經濟合作架構協議（ECFA）的效益，在去年不論是直接效益或邊際效益，也都沒有能力改變這種趨勢。造成的可能原因，源自於中國大陸本身受歐債影響出口成長減緩，因而減少了台灣由中國大陸的間接出口，再者是台灣許多產業供應鏈已在中國大陸成形，因而減少在台灣本土的採購。

就300大貿易業總體表現來說，也與總體貿易趨勢相同，營收總額雖創下1兆800億元的新

高，但僅較2010年的1兆693億元微幅成長1%，顯見歐債危機對我貿易業造成的衝擊。2010年受惠最大的原物料業受創較深，其中以石油價格大幅波動，造成化工原料貿易業的衰退最為明顯。表現較佳的貿易商族群，則集中於鋼鐵貿易、汽車及零件貿易、機械及零件貿易、紡織及成衣貿易類，不乏與ECFA效應有所關聯。

營收衰退家數增加 大型貿易商受創

就300大貿易商和100大貿易商的取決點來看，則呈現不同步的情況。第300大貿易商的取決點由2010年的3.67億元，上升到3.82億元，連續兩年緩步上升；但第100大貿易商取決點則由



營收淨額前20大貿易商

在營收淨額前20大貿易商中，值得關注的是前10大貿易商有半數營收呈現衰退，顯示大型貿易業所遭遇到的困境。其中，純日資企業占6家，且包辦前5名，可見日資貿易商對台灣的重要性。

300大貿易商營收前20名，雖然只有3家新進榜貿易商，不過排除前4名的台灣東芝國際採購、松下產業科技、台灣索尼、台灣豐田通商保持穩定未變動之外，第4名之後排名的變動非常明顯（見表一）。

台灣東芝國際採購 連11年居冠

台灣東芝國際採購去年營收淨額僅微幅成長0.04%，但仍以

5,017億元連續第11年坐穩國內貿易商龍頭。

近年東芝集團不斷加大對台釋單及採購的動作，因此也造就其貿易商的關鍵地位，但由於東芝的筆記型電腦及液晶電視市占率下降，影響去年對我採購成長，另一方面，東芝在埃及新建置電視生產線，對我下單也會有所影響。

面對韓國三星產品市占率不斷提高，對日本家電品牌營運構

成的威脅，台灣代工業將是第一線受損的廠商，東芝集團向來是台灣最佳合作夥伴，如果東芝的全球市占率繼續下滑，對於東芝未來的採購動向，就非常值得台灣廠商注意。

排名第2名的松下產業科技及第3名的台灣索尼情況和東芝集團差不多，排名雖然沒變動，但面對韓國產品的擠壓，營收各自衰退4.06%及13.65%。例如，以去年而言，台商原期待索尼會



不管是韓國的智慧型手機或是智慧電視等消費性電子產品，在全球市占率不斷提升之下，對日系大廠品牌的營運構成相當大的威脅。



表一 營收淨額前20大貿易商

排名			公司	服務業 總排名	營收淨額 (百萬元)	進、出口項目
2011	2010	2009				
1	1	1	台灣東芝國際採購	2	501,743	半導體、PC等電信、資訊產品等出口買賣
2	2	2	松下產業科技	22	60,368	揚聲器零件、CD-ROM、DVD、PDP、LCD、電池、自動插入機等進出口
3	3	3	台灣索尼	28	45,842	電子、光學、化學等產品行銷及採購業務
4	4	4	台灣豐田通商	60	22,593	汽機車零件、鋼板及模具、化學品及食品等進出口貿易
5	-	-	華稻	80	17,085	代理日本原廠物料、半導體設備及原材料，販售液晶相關產品等
6	9	5	特力	106	13,273	手工具、電器、家庭用品、運動器材、電腦周邊及雜貨等進出口買賣業務
7	7	-	台灣日立亞太	112	12,292	代理銷售HITACHI品牌電力系統設備、交通系統、產業機器設備、光碟機、光學讀取頭、液晶面板
8	5	6	台化出光石油化學	118	11,320	聚碳酸酯樹脂買賣、進出口
9	8	8	寶成	122	11,089	運動鞋、休閒鞋、鞋底及運動服等之產銷及LCD模組組裝服務
10	11	12	中紡科技	134	10,487	化纖產品、內衣褲製品買賣、文教、樂器、育樂用品批發、國際貿易業
11	6	7	台灣拜耳	138	10,105	醫藥、診斷器材、農作物保護產品、塑膠、合成橡膠、橡膠化學製品、纖維、染料、顏料、化學產品；軟片和電子圖圖像處理系統買賣
12	10	11	元禎	152	9,150	工業用化學品、溶劑、塑膠原料、塑膠用添加劑等進出口買賣
13	12	10	台灣樂金電器	171	8,127	韓國LG樂金家電總代理
14	13	13	佳美貿易	174	8,094	溶劑、合成樹脂原料、塑膠粒、泛用樹脂、特殊化學品等進出口買賣
15	-	-	美商亞培	185	7,621	幼兒恩美力、心美力、小安素奶水等藥品、奶粉、醫療檢驗儀器、試劑
16	14	30	順益貿易	206	6,525	客貨車、客貨車底盤及發電機代理買賣
17	15	23	六和化工	220	6,057	化工原料、工業材料、絕緣材料等進出口買賣
18	17	17	中華全球食物	246	5,291	畜產品批發，飼料及農產品零售，糧食商業
19	31	35	廣越	262	4,964	成衣及相關副料進出口買賣
20	20	41	嵩森科技	264	4,950	IC 代理

資料來源：中華徵信所2012年版《台灣地區大型企業排名（TOP5000）》

轉包7成液晶電視訂單，但實際只有5成；另據DisplaySearch的調查顯示，日本各家電視品牌在全球的合併市占率，由去年的30%，下滑到今年第1季的23%，而三星和LG的電視市占率則由31%增至34%，加上中國大陸品牌TCL市占也略為上升，對日本品牌來說，前景堪慮，也意味著對台採購可

能縮水的潛在危機。

相反的，日本311大地震，一度影響日系廠商的零組件供應，但車市回溫使得台灣豐田通商維持15.69%的成長，排名雖沒有上升，營收則創下226億元新高。

營收淨額171億元、排名第5名的華稻（股），則為首次進榜的日商貿易商。華稻設立於1989

年，為日商稻畑產業株式會社在台轉投資事業，主要從事半導體及光電設備、材料、組件及相關產品之代理銷售業務，目前則以偏光片銷售為業務重心，占其營收比重達75%，華稻業務經營以國內市場為主，主要往來對象包括奇美電子、凌巨科技等企業，但隨產業的外移，對中國大陸的

出貨則逐年增加。

特力走出谷底 營運成績亮眼

受惠於北美市場的回溫，加上提供客戶包括產品採購、品質保證、控制管理和倉儲服務，同時採購代理也新增了Umbra、Seventh Day兩個代理合約，特力也走出營運低谷，營收更進一步回升到133億元水準，是2006年以來營收成長率首度回升到兩位數（15.27%），成長排名也由2010年的第9名上升到第6名。雖然與2005年營收高峰的177億元仍有40億元的差距，不過特力仍為我國本土第一大專業貿易商，其朝向全球運籌、客製化服務、自建通路品牌的策略有成，將貿易商功能最大化，亦為本土貿易商之典範。

貿易商第7名到第10名也出現較大洗牌情況。台灣日立亞太雖維持第7名地位，但營收衰退10.12%，該公司也是明顯受到三星擠壓的日系大廠，不過由於關閉日本境內的電視生產線，釋單給台灣代工的採購反而可能增加。2010年排名第5名的台化出光石油化學，營收衰退更達30.42%，排名也退到第8名。寶成工業貿易部門也因鞋材出口減少，營收衰退9.4%，排名由第8名下滑到第9名。

中紡科技則受惠於ECFA，營

收成長6.57%，營收突破100億元創下105億元歷史新高，則為首次擠入貿易商前10名。

值得注意的是，前10大貿易商又有半數營收呈現衰退，顯示大型貿易業所遭遇到的困境。其次，前10大貿易商中，純日資企業占有6家，且包辦前5名，足見日資貿易商對台灣的重要性，扣除台、日合資各持股50%的台化出光石油化學，真正的本土貿易商仍只占3家，則更凸顯台灣貿易商仍偏向中小規模，不利於全球化下的競爭。

至於300大貿易商在第11名至第20名則競爭較前10大貿易商更顯激烈。例如營收小幅成長2.56%的台灣拜耳，仍被擠到第11名。受制石化業復甦減緩，業內外表現均不佳的元禎，營收又呈兩位數的衰退，由第10名被擠到第12名，都是與化工產業有關的貿易商。其他貿易商的營收表現相對有成長的包括：台灣樂金電器、佳美貿易、順益貿易、六和化工及中華全球食物。

新進榜廣越企業 極具發展潛力

營收淨額20大貿易商新進榜者，為第15名的美商亞培及第19名的廣越企業。美商亞培是知名國際藥廠亞培在台的轉投資，為西藥、嬰幼兒奶粉及營養品進口商，去年營收高達76億元，算是

業界的龍頭級廠商。以成衣出口為主的廣越企業，自從和台塑集團旗下的福懋興業結盟，在福懋的扶植下營運實力大增，去年營收由29.6億元直奔50億元，大幅成長67.39%，目前主要為國際品牌大廠代工，但已經具有發展自有品牌的實力，預期更壯大後會有上市櫃的計畫。同時廣越在今年更被中華徵信所評選為非公開發行公司的「金磚企業」，顯示該公司深具潛力。

在第11名到第20名貿易商，只有元禎企業成長衰退，其他貿易商均有所成長，其成長情況明顯優於前10大貿易商。第20大貿易商取決點為49.5億元，較2010年的42.8億元明顯提升。營收50億元也可說是競爭力等級最強的貿易商門檻。

營收淨額前20大貿易商就產品別來看，主要分布於電子產品貿易（5家）、化工貿易（5家）、電子零組件批發（2家）、汽車及零組件相關貿易（2家）、成衣貿易（2家），家庭用品及工具貿易、鞋材貿易、西藥貿易、大宗物資貿易各1家。如以主要的行業大分類來看，明顯集中於電子業和化工相關產業，但這兩大族群去年營收卻多為衰退。

至於被擠出20大的貿易商則為長春集團旗下的長江化學（21名）、中鋼集團旗下的中貿國際（22名）。■



企業經營績效綜合指標前10大貿易商

2011年企業經營績效綜合指標前10大最佳貿易商，幾乎同步創下營收和獲利新高，代表在艱困環境中仍努力維持經營績效。其中，本土貿易商占有8家之多，也是本土貿易商近年來的最佳表現。

2011年最佳（企業經營績效）

10大貿易商（見表二），由廣越企業摘下榜首。除了營收大躍進，成長67.39%外，稅後純益高達5.43億元，更較2010年成長227.7%。純益率由5.69%上升到10.95%，也攀升了將近1倍，獲利表現強勁，使廣越脫穎而出。值得注意的是，在全球微利時代趨勢下，廣越的獲利率（純益率），能由2005年的2.08%逐年上升到10%以上，6年來獲利率翻了4.26倍之多，在成衣貿易激

烈競爭的環境下，廣越的表現確實令人驚豔！

除了法人股東福懋的支持，提高客戶對廣越的信賴外，廣越的產品設計、開發能力、品質和管理控制及全球運籌能力，則是最大的競爭優勢，尤其對於培育人才，廣越十分積極並且重視企業社會責任，也有專業經理人負責，這都成為其發展上的優勢。

車美仕成功轉型 營運績效穩定

獲選最佳貿易商第2名的車

美仕，已連續5年入榜10大最佳貿易商，充分顯示其長期經營績效的穩定性。由於隸屬和泰汽車集團，其業務為支援集團的豐田車系的配件買賣，因而去年隨和泰汽車的銷售成長而跟著水漲船高。車美仕2001年由和泰汽車引導從車體製造商轉型為貿易商，營運更加靈活，由於已展開日本、中東、泰國及中國大陸市場的布局，未來成長空間仍大。

排名第3名的久和醫療儀器，為久和生醫集團成員，雖長期經營醫療器材市場，但近3年快速崛起引人側目，營收由3.7億元，直奔10億元之上，主要是集團資源整合，成為集團下規模最大的醫療器材公司，由於引進高精密度的醫療儀器，且與國內各大醫院關係良好，因此業績扶搖直上。

目前生醫產業為台灣發展的重點產業，久和稅後純益率高達27.65%，可見此一市場獲利豐厚，跳脫一般貿易商獲利微薄的格局，而且已西進中國大陸，若能順利打入中國大陸醫療市場，前景看漲。排名第4名的羅昇企業亦為經營績效10大貿易商排



在全球微利競爭的環境之下，台灣成衣貿易業多移往中國大陸生產，以節省成本的開支。



在10大最佳貿易商中，幾乎所有的貿易商都同步創下營收和獲利新高，貿易商以持續推出新品，提高產品附加價值的方式，維持企業競爭力。

名的常客，公司主要經營自動化機電零組件貿易，近5年曾3度入榜，且連續兩年排名第4名。去年營收雖僅成長5.39%，但因投資業外獲利2.83億元，因而創下獲利新高，稅後純益率也高達31.6%。

揚博科技獲利創新高 朝高附加價值領域發展

排名第5名的揚博科技則為電子設備及材料專業廠商，除了代理業務外，自製電子製程設備

產品已占營收超過5成，去年因開發出顯影機、真空設備及基板的化錫技術等高階產品，因而營收成長25.93%，步入新一輪營運高峰。其營收雖距歷史高峰的30億元尚有一段差距，但獲利卻已領先創下3.97億元新高，純益率也明顯提升，顯示產品邁向高附加價值領域，也正符合台灣向上游產業發展的趨勢，由於新產品不斷問世，將可維持競爭優勢。

最佳貿易商第6名至第10名

依次為，中鋼集團下的中貿國際、日商台灣荏原精密、華稻（股）、六和化工及恆隆行貿易。其中，中貿國際自2005年以來即連續蟬聯入榜，雖然去年營收衰退10.75%，但稅後純益則為2005年以來的新高。六和化工及恆隆行貿易也都創下獲利新高。恆隆行貿易由攝影器材及相關零件進口，而目前已發展成一家專業的行銷公司，擁有攝影商品群、電池商品群及家電商品群，

表二 企業經營績效綜合指標前10大貿易商

排名	公司	綜合得分	營收淨額 (百萬元)	營收成長率 (%)	稅後純益 (千元)	稅後純益率 (%)	淨值報酬率 (%)	資產報酬率 (%)	每一員工銷貨額 (千元)	生產力指標 (千元)	服務業綜合 指標排名
1	廣越企業	90.06	4,964.40	67.39	543,643	10.95	55.48	18.89	40,035.49	4,384.22	10
2	車美仕	87.76	3,609.63	42.92	329,052	9.12	42.60	22.21	45,120.43	4,113.15	20
3	久和醫療 儀器	85.14	1,109.71	12.99	306,825	27.65	55.23	30.24	22,194.10	6,136.50	30
4	羅昇企業	83.38	1,594.15	5.39	503,805	31.60	34.64	21.61	14,898.59	4,708.46	42
5	揚博科技	80.15	2,404.94	25.93	396,817	16.50	18.56	12.86	8,907.19	1,469.69	74
6	中貿國際	79.58	4,600.28	-10.75	506,504	11.01	22.81	18.93	56,793.52	6,253.14	84
7	台灣荏原 精密	77.37	1,729.09	-0.93	329,691	19.07	36.04	21.72	9,397.21	1,791.80	117
8	華稻	76.97	17,084.88	24.98	285,302	1.67	24.20	4.01	284,748.00	4,755.03	125
9	六和化工	76.69	6,057.14	13.15	305,293	5.04	14.52	8.46	38,580.52	1,944.54	131
10	恆隆行貿易	76.39	1,769.18	18.97	152,820	8.64	33.33	20.71	9,460.86	817.22	135

資料來源：中華徵信所2012年版《台灣地區大型企業排名（TOP5000）》

實體通路加上電視購物通路，去年營收也刷新歷史紀錄。

10大最佳貿易商除中貿國際和台灣荏原為營收衰退外，其他貿易商都創下營收和獲利新高，表示在艱困的環境中仍表現出眾。其中，本土貿易商占有8家之多，也是本土貿易商近年來的最佳表現。就10大最佳貿易商的产品分布來看，電子設備及材料、機電產品各占有2家；成衣貿易、汽車配件、醫療器材、鋼鐵貿易、化工產品、電子消費產品則各有一家，呈現百家爭鳴的景況。■

企業經營績效綜合指標說明

為了避免傳統的企業排名大多以營收淨額單項指標作依據，僅能比較企業經營規模的大小，而不能有效詳實地評鑑企業全面的經營績效，中華徵信所自民國80年起首創「企業經營績效綜合指標」的企業排名方法，期能建立一套可以客觀反映企業經營體質強弱的指標。

企業經營績效綜合指標的評選過程係採用德爾菲法(Delphi)，由各界學者專家自各類財務報表中挑選出特別足以代表企業經營績效的財務分析指標，並依其重要性給予不同的權數。而根據各企業在各項財務指標的排名高低所換算而得的各單項分數，乘以各項指標的權數後再相加，即可求得各企業的經營績效綜合得分。

今年中華徵信所邀請修訂指標權數的專家學者共計12位，按姓氏筆畫順序如下：尹啟銘(行政院經濟建設委員會主任委員)、吳中書(中華經濟研究院院長)、吳再益(台灣綜合研究院院長)、洪德生(台灣經濟研究院院長)、施顏祥(經濟部部長)、張平沼(中華民國全國商業總會理事長)、張秀蓮(中華民國銀行公會理事長)、許松根(淡江大學產經系教授)、許振明(台灣金融研訓院院長)、許勝雄(中華民國全國工業總會理事長)、陳元保(東吳大學會計系教授)、駱錦明(中華民國工商協進會理事長)連同中華徵信所的研究小組2位共同參與今年度企業經濟績效綜合指標的決定與權數的修正研究。

經反覆研討，研究小組決定今年納入評比的8項財務指標(及權數)分別為：代表企業市場規模的「營收淨額」(10.78%)、代表企業成長速度的「營收成長率」(12.67%)、代表企業盈利規模的「稅後純益」(13.82%)、代表企業獲利能力的「純益率」(13.78%)、代表企業投資效益的「淨值報酬率」(13.40%)、代表企業資產運用效率的「資產報酬率」(13.19%)、代表企業員工產值的「每一員工銷貨額」(10.33%)、代表企業員工生產力的「每一員工純益額」(12.03%)。



營收成長率前10大貿易商

2011年營收成長率前10大貿易商，受到全球消費需求減緩影響，普遍成長動能也跟著下降。不過，在如此艱困的環境下，仍有多達9家貿易商營收創新高，顯示貿易商在去年大環境不佳的情況下，仍掌握機會，為企業創造佳績。

受到歐、美、中國大陸消費需求減緩影響，300大貿易商開疆拓土的動能跟著下滑，也因此相對於2010年營收成長率前10大貿易商營收成長率都達100%以上，去年則僅有排名第1名的宜聯鋼鐵的營收成長率超過100%(見表三)。

宜聯鋼鐵 營收成長率百分百

宜聯鋼鐵，是以建築用竹節

鋼筋生產為主業，但同時經營鋼胚進口及加油站的多角化經營企業，其鋼鐵貿易部門營收雖僅占公司總體營收16%，但去年營收成長率高達135.34%，則是成長最亮麗的部門。

排名第2名的安盛貿易，營收成長率也達92.42%，主要營業項目是從事飼料原料如魚粉、蝦殼粉及各種動植物性蛋白飼料原料的進口買賣業務，另外也從事玉米、黃豆進口代理報價買賣，去

年因新增加由印度進口的玉米，銷售給台灣卜蜂，因而營收淨額由4.5億元暴增到8.7億元。

排名營收成長率第3名的常榮機械，是國內知名的建築土木工程用的大型機械進口商，重要客戶涵蓋台電、台鐵、高公局、台糖、榮民工程等，近年則致力開發海外市場，去年出口就達1,000萬美元以上，使得營收由3.9億元遽增到6.8億元，創下營收新高，營收成長率也達74.34%；由於其



在營收成長率前10大貿易商中，貿易商以多角化產品經營、積極開發海外市場等經營策略下，今年共有9家貿易商營收創下歷史新高的好成績。

母公司安東貿易也同步創下7億元營收新高，整個集團實力在20億元以上。

哈維特國際受惠於陸客 營運狀況亮眼

排名第4名的哈維特國際，主要為洋酒、礦泉水及書籍代理商，酒類尤其為大宗，並為蘇格蘭詩貝（SPEY）河流域威士忌酒之專業代理商。由於受惠於兩岸三通及陸客來台商機，營運漸入佳境，去年營收成長71.26%，達4.7億元。主要客戶包括國際機場昇恆昌免稅店，以及大型量販店如大潤發、家樂福，長期合作的飯店則有君悅飯店。

營收成長率第5名為聯華神通集團旗下的新達電腦，營收成長率為68.12%，主要從事通信資訊網路產品代理買賣及系統安裝業務，除了國外代理品牌之外，在國內則主要代理母公司神通電腦（股）之網路通訊產品，產品涵蓋交換器、車用電子監控等網路通訊產品，服務項目諸如統合通信、有線及無線電傳輸、雲端運算、視訊監控、弱電系統及綠色機房等技術之整合服務。2009年

表三 營收成長率前10大貿易商

排名	公司	營收成長率(%)	貿易業總排名
1	宜聯鋼鐵	135.34	220
2	安盛貿易	92.42	136
3	常榮機械	74.34	172
4	哈維特國際	71.26	254
5	新達電腦	68.12	157
6	晟品	67.76	159
7	善化貿易	67.47	263
8	廣越企業	67.39	19
9	大成國際鋼鐵	66.13	24
10	寶隆國際	59.17	271

資料來源：中華徵信所2012年版《台灣地區大型企業排名（TOP5000）》

及2010年業績維持在新台幣4到5億元之間，但在企業整併、IT應用導入、雲端運算及ECFA簽訂等資訊應用服務需求增溫下，帶動該公司營收大幅成長。

至於營收成長率第6名至第10名貿易則依次為：晟品（有）、善化貿易、廣越企業、大成不鏽鋼集團旗下大成國際鋼鐵及榮成集團旗下的寶隆國際。其中從事冷凍水產及生鮮食品出口銷售業務的晟品，因日本311大地震，使得海產出口量大幅減少，反而嘉惠於該公司大幅成長。善化為生農（有）的關係企業，專營玉米酒糟、玉米等飼料原料、添加物

買賣業務，去年受惠於大宗物資價格上漲，營收也創下新高。大成國際鋼鐵因為持續對北美、英國以及澳洲據點新增產品銷售，營收成長因而超過6成。寶隆國際的營收成長，主要受惠於工業用紙的熱絡，使營運由谷底翻升。

值得注意的是，營收成長率前10大貿易商中，除晟品為創下2005年以來營收新高，其他9家貿易商營收都刷新營收歷史新高。同時除了廣越企業和大成國際鋼鐵之外，均為營收10億元以下的中型貿易商，顯示中型貿易商在去年多能抓住機遇，為自己創造佳績。■



稅前純益前10大貿易商

2011年稅前純益前10大貿易商，蟬聯入榜的貿易商多達7家，顯示這7家貿易商的獲利相對穩定度高。其中，震旦行受惠於中國大陸在辦公設備及家具的需求，獲利重新站回10億元大關，成為貿易商獲利王。

2011年稅前純益前10大貿易商

(見表四)，和2010年相較，蟬聯入榜的貿易商高達7家之多，包括排名榜首的震旦行、第3名的特力、第4名的羅昇企業、第6名的台灣索尼、第7名的中貿國際、第8名的台灣拜耳及第9名的台灣荏原精密，顯示這7家貿易商的獲利相對穩定度高。

震旦行耕耘主業 重拾辦公家具龍頭地位

摘下貿易商獲利王的震旦行，稅前純益高達11.82億元，創下20年來獲新高。從2002年大虧37億元後，震旦行開始進行集團改造，將非核心事業分割為獨立子公司，雖然因此營收一路由136億元下滑到2009年的25.97億元，但獲利卻逐年提升，尤其受惠於中國大陸在辦公設備及家具的大量需求，去年獲利重新站回10億元關卡之上。

中國大陸辦公家具的市場規模在2011年突破人民幣800億元，未來每年將以15%~20%速度成長。其中，屬於高階市場的規模約人民幣100億元，震旦行

表四 稅前純益前10大貿易商

排名	公司	稅前純益(千元)	貿易業總排名
1	震旦行	1,182,382	37
2	美商亞培	1,079,640	15
3	特力	670,533	6
4	羅昇企業	620,527	78
5	廣越企業	603,957	19
6	台灣索尼	586,774	3
7	中貿國際	585,792	22
8	台灣拜耳	543,000	11
9	台灣荏原精密	399,092	69
10	車美仕	398,078	28

資料來源：中華徵信所2012年版《台灣地區大型企業排名(TOP5000)》

的品牌市占率超過6%，是當地的龍頭。震旦行將主業拉回到自己最熟悉的辦公設備和辦公家具，並以辦公設備走向彩色化和數位化，辦公家具走向人性化和環保化策略，得以重拾領導廠商地位，甚至首創辦公家具租賃的經營創意，都讓同業趕不上。今年初震旦行再度有大動作，除進行組織調整，將原本「4大中心」擴增至包括設計、工程技術、品質檢測、展示、物流和教育的「6大中心」，4月宣布攜手南韓最大家具品牌福喜世(Fursys)合資成立新公司，開拓中國大陸OA辦公以

外的家具市場，展現旺盛的國際市場企圖心。

美商亞培 5年獲利成長8倍

美商亞培不但首次排名就進入營收貿易商前20大，並且更以10.79億元的稅前純益高坐貿易商獲利第2名。若從2007年該公司營收48億元，但稅後純益僅1.2億元，相對去年營收76億元，稅前純益就接近11億元，5年來其營收僅成長58%，但獲利成長竟然接近8倍，獲利能力之強，令人咋舌。由於其產品往往具獨特性，

在今年稅前純益前10大貿易商中，美商亞培首次排名就位居營收淨額第15名，及稅前純益獲利第2名，5年來獲利近8倍，成績令人驚豔。

包括嬰幼兒奶粉和營養品的亞培，幾乎都能搶到獨占性市場。

排名第3名的特力，隨著營收逐漸增溫，稅前純益6.7億元也創下2006年來新高，由於貿易業本業和轉投資流通事業獲利穩定，特力獲利展望趨於看好，同時今年5月決定出售所持有的東隆五金持股給美國史丹利百得公司，預期會有可觀利益入帳，今年肯定又是豐收年。2010年排名獲利第10名的羅昇企業，則以稅前純益6.2億元，排名上升到第4名。去

年獲利排名第20名的廣越企業，稅前純益足足成長了2倍，因而擠進貿易商獲利第5名，由廣越的表現來看，台灣的成衣貿易還是相當有競爭力。

至於台灣索尼則因稅前純益由2010年的15.39億元高峰，重跌到5.87億元，可以看出其獲利下滑的速度快而猛，因而排名也從第2名下滑到第6名，對台灣索尼來說，如何取回市占率，可能比拉抬獲利更為重要。

稅前純益第7名到第10名貿易

商依次為中貿國際、台灣拜耳、台灣荳原精密及車美仕。雖然這4家貿易商除了台灣荳原精密，稅前純益都有所增長，但只有車美仕獲利排名能夠上升。

稅前純益10大貿易商有6家為本土貿易商，和2010年相比較，減少一家。若再以稅前純益10大貿易商合計稅前純益來看僅66.69億元，也較2010年10大貿易商的75.18億元，減少了近9億元之多，但主要是受到台灣索尼獲利衰退的影響。■



隨著中國大陸的開放，吸引各地企業前往投資，對於辦公設備及家具的需求大量增加，帶動台灣相關辦公家具產業的營收成長。



稅前純益率前10大貿易商

2011年稅前純益率前10大貿易商的表現遠較2010年表現為佳，皆達13%以上，顯示即使在全球經濟景氣不好的情況下，有競爭力的貿易商仍然能夠創造佳績。

去年獲利率（以稅前純益率比較）前10大貿易商（見表五），震旦行再以創下40.96%的稅前純益率，改寫獲利率歷史新高，蟬聯最會賺錢貿易商王座。這麼高的獲利率，遠勝過宏達電和台積電，證明台灣的貿易商只要能夠創新，獲利能力是可以打敗電子業。

而稅前純益率38.97%、排名第2名的金儀（股），也同時是震旦行的子公司，母子公司同時囊括稅前純益率的前兩名，則創下300大貿易業排名以來的新猷。

羅昇企業和久和醫療儀器，各以稅前純益率38.92%、32.38%排名第3名及第4名；台灣荏原精密雖然蟬聯入榜，但稅前純益率由29.37%下滑到23.08%，因而排名也由第2名下滑到第5名。前5大貿易商，除了久和醫療儀器均為蟬聯入榜，也代表這4家貿易商有穩定的獲利率。

至於稅前純益率第6名到第10名則都為新進榜的貿易商，依次為燁宏企業、劍麟、美商亞培、台灣迪愛禧及友和貿易。其中，燁宏本業的不銹鋼原料、鋼捲買賣雖然獲利不佳，但近幾年都依

表五 稅前純益率前10大貿易商

排名	公司	稅前純益率（%）	貿易業總排名
1	震旦行	40.96	37
2	金儀	38.97	147
3	羅昇企業	38.92	78
4	久和醫療儀器	32.38	108
5	台灣荏原精密	23.08	69
6	燁宏企業	14.62	38
7	劍麟	14.22	158
8	美商亞培	14.16	15
9	台灣迪愛禧	13.64	139
10	友和貿易	13.62	85

資料來源：中華徵信所2012年版《台灣地區大型企業排名（TOP5000）》

靠轉投資獲利挹注，也算是300大貿易中的異數。

劍麟的貿易部門則在近幾年表現優異，營收比重和汽車零組件不相上下，去年稅前純益也創下1.06億元的佳績。經營化學品、樹脂、顏料、印刷材料進出口的台灣迪愛禧，也和燁宏景況差不多，本業營收衰退，但尚能維持一定的獲利。

以化學實驗用試劑進口為主的友和貿易，由於產品屬專業性實驗室產品，業務較不受景氣波動影響，去年營收和獲利同步創下新高，因而擠進稅前純益率前

10大貿易商。

稅前純益率前10大貿易商的稅前純益率都達13%以上，其中前5名更達23%以上，遠較2010年表現為佳，顯示即使在景氣走低的情況下，有競爭力的貿易商仍然能夠創造佳績。

此外，稅前純益率前10大貿易商中，只有震旦行和美商亞培是營收排名前50大的貿易商，其他都為中小型貿易商，顯見大型貿易商多以經濟規模取勝，獲利率有時反而不如靈活性高的中小型貿易商，而這也是台灣中小型貿易的特色。■



每一員工銷貨額 & 每一員工純益額前10大貿易商

300大貿易業在2011年的整體營收總額成長僅1%，但員工總數卻成長7.96%，顯示對人力的需求旺盛，但總體來說，員工總數增加但營收總額沒有相對成長，值得企業注意。

每一員工銷貨額（平均每位員工為公司做了多少生意）以及每一員工純益額（平均每位員工為公司賺了多少利潤），這兩項指標所代表的意義在於，檢視員工對企業的貢獻度，過去企業較不重視這兩項指標，現今錙銖必較的微利時代，員工生產力與企業的競爭力關係則會愈來愈密切。尤其大型企業可以將這兩項指標視為人力需求政策的指標，以避免因業務擴大，造成員工浮增，形同人力的浪費。

300大貿易業 雇用員工總數大幅增加

與其他行業比較，貿易業在服務業當中算是用人精簡的行業，但自2005年以來，300大貿易業的雇用員工總數達22,849人的高峰後，即呈現逐年緩降，到2008年降至19,276人的新低點，2009年及2010年小幅回升到20,151人及20,900人，去年進一步回升到22,563人，員工總數增加了1,663人。去年300大貿易業營收總額成長僅1%，但員工總數卻成長了7.96%，不但遠高於營收

總額的成長，同時已經接近2005年的用人高峰，顯示300大貿易業對人員的需求趨於旺盛，但總體來說，員工總數增加但營收總額沒有相對成長，值得注意。

由於300大貿易商用人相對穩定，因此近年每一員工銷貨額的表現波動相對也不大。以2011年300大貿易業每一員工銷貨額前10名（見表六）來說，就有7家貿易商蟬聯入榜，3家新入榜前10大的貿易商分別是第5名的華稻、第8名的厚生化學工業（貿易部門）及第10名的中華全球食物。

台灣東芝國際採購雖然在每

一員工銷貨額指標蟬聯第11年的王座，不過，由於其員工由2010年的53人擴增到160人，也因此每一員工銷貨額由94.62億元下降到31.36億元。其大量增加員工的原因，則是因應在台設立研發中心的人員擴充需求。這也是東芝集團堅定未來對台採購，且將產品研發和採購進行統合的一個重要指標。

另外，相較於2010年每一員工銷貨額前10大貿易商的門檻，又由1.57億元小幅上升到1.6億元，反映到生產力指標（每一員工純益額）前10大貿易商也是呈



在微利時代，員工生產力與企業競爭力的關係密切。



順應全球趨勢，貿易商朝向大型化發展後轉型為通路商，除中介功能外，具備完善的客戶解決方案及培育專業人才，是提升競爭力的首要之務。

現上升的趨勢，其門檻由475.7萬元提升到579.9萬元。

生產力指標（每一員工純益額）前10大貿易商（見表七），依次為燁宏企業、長江化學、劍麟、中貿國際、久和醫療儀器、楊龍企業、大成國際鋼鐵、台灣迪愛禧、華稻及羅昇企業。其中燁宏企業、長江化學、中貿國際、楊龍企業、台灣迪愛禧為蟬聯入榜的貿易商，且燁宏企業、長江化學為連續3年入榜，印證這些貿易商的員工對獲利貢獻度是相對較高且穩定的。

按照道理來說，這兩項指標的連結性很高，往年入榜的前10

名貿易商雷同性很高，不過在金融海嘯後，發現其排名的連結度變低，例如2010年有4家貿易商同時列名每一員工銷貨額和生產力指標前10名，但2011年則僅有燁宏企業、長江化學、華稻等3家貿易商能同時入榜，這也顯示員工的增加，或許可為貿易商帶來營收成長，但是相對於獲利的成長貢獻度未必成正比。

總評2011年300大貿易商的各项表現，呈現出總體營收成長偏弱，獲利差強人意，但個別貿易商突出表現的趨勢。其中營收維持成長，且純益率能達到10%以上的只有19家貿易商，以及稅

前純益達到1億元以上的貿易商是值得特別注意的。

此外，300大貿易商中的上市櫃公司偏低，只有特力、元禎、大成國際鋼鐵、佳醫健康、震旦行、羅昇企業、高林、弘帆、揚博科技、寶隆國際為專業貿易商，而寶成工業、東森國際、厚生化學工業、台灣農林則為設有貿易部門的上市公司，但是貿易商要坐大，進行資本化是必要過程，因而如何鼓勵、導引營收達10億元以上的大型貿易商上市櫃，是政府或台灣證券交易所可以思考的方向。

以本土最大貿易商特力而言，近年來也一直強調貿易業的功能雖在於買賣之仲介、供需之撮合，但貿易商所站的位置則上中下游皆有，在上游要和全球製造商競爭，在下游要和通路商及零售商維持既競爭又合作關係，具有跨國運籌能力的貿易商，成為產品銷售、倉儲、配銷的代言人，因而貿易商大者恆大的趨勢不可免。

避免價格競爭 發展高附加價值服務

羅昇企業以自身通路經驗



隨著全球化潮流，貿易業應善用網路發展，建構完善的電子商務機制，避免交易風險，以及快速蒐集市場資訊，增加企業的競爭力。

則認為，從代理產品、銷售市場、合作夥伴三個面向來看，小規模代理商可掌握利基產品線，維持穩定成長；代理線的擴增則可增加營收來源，降低營運風險，但擴增產品線的同時，必須注意隨之而來的負面因素，如額外人力、成本支出與庫存風險，以及與現有產品線的互補性或競爭性。通路商為避免價格競爭，就必須開發增值服務，以提高產品競爭力。而目前通路商的研發能力與技術層次，已必須與銷售管理並駕齊驅，具有舉足輕重地位。因而通路商如同供應商與客戶一般，必須密切觀察產品現況及評估未來發展，方能針對產品發展開發新代理產品線，並同時建立合理庫存。羅昇企業也指出台灣製造業外移，中國大陸與東南亞角色日益吃重，通路商必然得追隨下游製造業腳步，積極開發亞洲市場，跟進提供廠商所需服務與支援。

不論特力或羅昇都呼籲貿易業要著重於新興銷售模式與電子商務。特力認為貿易商須善用網路發展，妥善建構電子商務機制，以避免交易仲介、資訊提供等功能遭取代；羅昇則強調隨全球化發展潮流，產業變動與產品推出快速，跨國經營與競爭環境更為凸顯，通路業者必須發展更

表六 每一員工銷貨額前10大貿易商

排名	公司	每一員工銷貨額(千元)	貿易業總排名
1	台灣東芝國際採購	3,135,893.75	1
2	台化出光石油化學	754,693.93	8
3	長江化學	475,048.50	21
4	松下產業科技	326,312.73	2
5	華稻	284,748.00	5
6	擘華企業	235,122.00	30
7	大定行	216,182.33	184
8	厚生化學工業	174,188.00	134
9	燁宏企業	168,374.25	38
10	中華全球食物	160,346.09	18

資料來源：中華徵信所2012年版《台灣地區大型企業排名（TOP5000）》

表七 每一員工純益額（生產力指標）前10大貿易商

排名	公司	生產力指標(千元)	貿易業總排名
1	燁宏企業	24,618.69	38
2	長江化學	12,518.10	21
3	劍麟	11,800.56	158
4	中貿國際	7,232.00	22
5	久和醫療儀器	7,187.30	108
6	楊龍企業	7,063.80	178
7	大成國際鋼鐵	6,728.23	24
8	台灣迪愛禮	6,103.26	139
9	華稻	6,004.57	5
10	羅昇企業	5,799.32	78

資料來源：中華徵信所2012年版《台灣地區大型企業排名（TOP5000）》

多且快的市場情報蒐集與應變能力，隨時準備因應新興銷售模式，諸如供應客戶需求而產生的訂單。

就整體貿易商的全球趨勢而言，貿易商走向大型化就成為

通路商，不僅僅是單純的中介功能；因此，貿易商必須具有產品整合能力，同時要具備完善的客戶解決方案，專業人才的培育更是當務之急。■（作者劉任為中華徵信所總編輯）



經營績效第9名、貿易業排名第17名

創新思維引領 六和化工無畏全球競爭

◎ 撰文／陳于風

在全球化的環境中，產業情勢變動劇烈，對貿易商而言，精準掌握及因應客戶和供應商的變化就成為勝出的關鍵。對此，六和化工從公司組織著手，董事長李世文表示，「我們的組織極為扁平化，因此能具有很大的彈性，能針對外在變化做出快速的判斷並採取靈活的措施。」

六和化工將公司組織化分為40至50個小單位，且皆具備利潤中心特性，需自行掌握成本及營收情況。「在這樣的策略下，雖然今年上半年全球情勢欠佳，但我們的營業額仍較去年同期有所成長。」不過，李世文也不諱言指出，利潤空間已經較之前縮減，針對此現象，「我們將以創新作為因應，也就是開發新供應商或新材料，以及新客戶和新用途等。」

六和化工在產品領域的擴展上始終不遺餘力。該公司成立於1971年，專門從事化學原材料的國內外生產廠商代理、進口、經銷及現貨供應，同時提供產品的

技術服務。六和目前的營業範圍遍及塑膠、橡膠、油漆、食品、電子、塑膠膜、膠帶、鋰電池、工業用紙、化妝品、藥品、水處理及染顏料等相關工業的化學原材料供應，總計2,400種品項。

「我們之所以會建置如此多元的產品線，主要是希望能提供客戶完整的解決方案，因此，即便是需求極小的品項，我們還是會持續經營。」同樣基於服務客戶的理念，六和也投資特殊化工產品的製造、液體化學品儲槽及化工碼頭，且投資比重逐年增加，目前貿易、製造及倉儲已成為核心業務。

除了產品的供應外，六和在技術支援及服務方面也必須滿足客戶期待，「我們必須提供較上游製造商更多的服務，才能抓住客戶。」李世文強調，「我們必須做到讓客戶信賴、甚至是尊敬和感動的地步。」為達到此目標，六和相當重視人員的培訓，且不斷投資硬體設備及軟體資源的更新。



六和化工在產品擴展上不遺餘力，營業範圍包括油漆、塑膠、特殊化學品等化學原材料的供應。

事實上，相較於傳統貿易商僅需單純從事進出口業務，現在的貿易商幾乎是無所不包，六和甚至更跨入產品製造及銷售領域，更直接貼近客戶需求，並分散上游製造商介入供貨給下游客戶的風險。再者，李世文強調，強大的專業絕對是貿易商的必備條件，如此才能了解產品特性並開發符合客戶需求的產品。

在區域市場的開拓方面，由於看好中國大陸的成長性，六和將投注更多資源於此市場，李世文表示，「藉由中國大陸市場的挹注，我們希望六和能成長為國際級的貿易商，唯有如此，六和才能在全球化競爭環境中，與國際貿易業者一拚長短。」■

出口持續擴張、外匯存底創新高

走出泥淖 菲律賓經濟前景可期

隨著政府行政效能的提升、出口貿易的大幅成長，與外匯儲備的持續增長，菲律賓大幅改善國內債務情況，已從IMF債務國變身債權國，其信用評級更獲國際信用評等機構標準普爾（S&P）上調為「BB+」，前景可期。匯豐銀行甚至樂觀預估，菲律賓在2050年時就能躋身全球第16大的經濟體。

◎撰文／孫慶龍 圖片提供／達志影像

1950年代，菲律賓曾經是亞洲僅次於日本的經濟強國，但由於缺乏完善的經濟政策，加上政府官員貪腐嚴重，導致國家經濟實力大幅下滑，甚至淪落為大量廉價勞工向海外輸出的國家。

然而，2012年上半年，當全球股市身陷歐債風暴的衝擊，大多呈現疲弱與下跌的走勢時，地處於西太平洋，與台灣南部僅有52.8公里距離的菲律賓，股市的表現卻勇奪全球冠軍，上半年累積漲幅高達20.22%，不僅遠高於中國大陸上海綜合指數1.1%的漲幅，更勝過東南亞最富裕新加坡股市的7.58%漲幅。

脫胎換骨 股市漲幅勇冠全球

推升菲律賓股市這一波的上漲行情，主要源自於國際熱錢的大量進駐，單是今年上半年外資買超的金額便高達18.2億美元，是2003年全年1.5億美元的12

倍，是2006年全年7.2億美元的2.5倍。股市是經濟的櫥窗，在外資瘋狂湧入，菲律賓股市亮眼的背後，似乎代表菲律賓的經濟已經走出過去長期深陷的泥淖。

進一步分析菲律賓股市能夠高居全球漲幅第一名的原因，關鍵就在於近幾年菲律賓政府致力於改善國家財政的體質，並且在通貨膨脹率獲得控制之際，開始推動一系列的重大建設，例如2009年提出全面整合基建計畫，預計在未來8年內分別投入760億美元的資金，用於鐵路、公路、

港口、機場等基礎建設工程，而根據世界銀行的預估，菲律賓政府每增加5%的預算，就可以創造出0.7%的經濟成長率。

菲律賓政府擴大投資公共建設，直接帶動國內經濟的繁榮與發展，根據菲律賓國家統計委員會的資料顯示，今年第一季菲律賓國內生產毛額年增率高達6.4%，不但寫下2006年以來最佳的首季經濟成長率，更高居東南亞國家第一名，以及全亞洲排名第二的好表現，同時也遠遠超過亞洲開發銀行、Moody's信評機構

菲律賓小檔案

- 人口：9,580萬
- 面積：29.97萬平方公里
- 語言：英語、菲律賓語
- 國內生產毛額：2,247億美元
- 國內平均生產毛額：2,345美元
- 主要出口產品：半導體、電子產品、運輸設備、成衣、銅製品、石油製品、椰子油及水果

PHILIPPINES





菲律賓致力改善政府財政及行政效能，並推動國內公共建設，有效帶動經濟成長。

等原先4~5%的預測數字。

鹹魚翻生 從債務國變身債權國

過去40多年以來，由於國內經濟長期不振，導致菲律賓必須仰賴國際貨幣基金組織（IMF）的資金援助，而嚴重的外債問題，也讓菲律賓一度在IMF全球的債務國家中名列前茅，1999年時，菲律賓的外債甚至高達國內生產毛額的67.71%。

然而，隨著近幾年經濟逐漸恢復成長，菲律賓不但已經在2006年時，提前償還IMF全數欠款，2011年年底外債占國內生產毛額也降至40%，創下13年來最低的水準。除此之外，今年上半年更進一步提供10億美元，作為IMF援助希臘、葡

萄牙、愛爾蘭的基金。菲律賓總統府馬拉坎南宮（MALACANANG）發言人陳顯達表示：「對於曾經幫助過菲律賓的國際組織，菲律賓應該有所回饋。」

菲律賓能夠從IMF的債務國變身成債權國，主要是來自於外匯存底的快速累積，2012上半年菲律賓中央銀行累積760億美元的外匯存底，創下有史以來新高的水準。中央銀行總裁Amando Tetangco甚至樂觀預估，2012年年底菲律賓的外匯存底將可以進一步成長到790億美元的水準，這個外匯存底的規模，不但是目前菲律賓所有短期外債總和的6.8倍，甚至還可以支付約11.1個月的國際進出口貿易服務的費用支出，再再顯示菲律賓目前外匯存

底的充裕程度。

成長動力 外匯增加、貨幣升值

依菲律賓國家統計局公布的數據顯示，截至2011年年底，菲律賓本土人口為9,580萬人，而在海外工作的菲律賓人則高達1,100萬人，合計超過1億的人口數，居全球第12名。除此之外，由於菲律賓人於海外工作比例達10%，因此海外工作者每年匯回的外匯，成為支撐菲律賓經濟成長的主要動力來源之一。

根據菲律賓中央銀行的統計，2011年在海外工作的菲律賓人匯回菲律賓國內的金額高達201億美元，若以2011年菲律賓國內生產毛額2,247億美元計算，約占



菲律賓海外工作人口高達1億人，其匯回的工資，成為支撐該國經濟成長的動力。

國內生產毛額的9%，其中，匯款的前4名國家，分別為美國、加拿大、沙烏地阿拉伯與英國。

每年從海外大量匯回的金額，促進菲律賓國內的消費需求，增進例如行動通訊、房屋建築等市場成長，據市調機構GfK Retail and Technology Asia的統計顯示，菲律賓為東南亞的市場中，對智慧型手機需求成長最快速的國家，今年前5月累計銷售超過170萬支智慧型手機，與去年同期相比，成長超過500%。

另一方面，海外大量匯回的资金，也維持菲律賓貨幣披索自2009年以來的升值趨勢，累計近3年以來，披索兌換美元合計升值將近16%，而在披索持續升值的挹注下，大幅降低大宗物資與原

油的進口成本。

「菲律賓國內的通貨膨脹狀況不像鄰近亞洲國家中國大陸與印度等嚴重，始終可以維持在溫和的水準。」經濟部國貿局負責菲律賓業務的雙邊貿易一組組長陳永乾說。（編按：菲律賓統計局最新公布的6月份消費者物價指數，年增率自5月份的2.4%持續下滑至6月份的2.3%。）

成本優勢

歐美大廠轉往菲律賓採購

除了每年有大筆的海外工作所得匯回，刺激菲律賓國內的經濟成長之外，另一個帶動經濟起飛的動力，就是製造業的興起。

菲律賓一年的平均工資僅約2,000~3,000美元，與中國大陸已經達到4,000~5,000美元的薪資水準相比，不但具有製造成本的優勢，也讓菲律賓從中國大陸接收到世界工廠的能量，許多企業便開始決定不再至中國大陸生產，而是將工廠轉往菲律賓。

根據菲律賓國家統計局數據顯示，儘管全球景氣仍處於混沌不明的狀況，但今年5月份菲律賓的出口貿易總額與去年同期相比，大幅成長19.7%，來到49.3億美元，其中，前4大的出口貿易國，分別為日本、美國、泰國與中國大陸，第一大的日本市場，菲律賓的出口年增率更高達81.5%，而前10大的出口商品中，

成長率最快的，就是金屬零組件，年增率飆升到162.4%。

「近幾年中國大陸受到人民幣升值、實施勞動合同法拉高勞工薪水、與降低出口退稅率等政策的衝擊，不但大幅增加製造業的經營成本，也導致歐美許多採購商開始轉往中國大陸以外的地區下單，東隆五金就成了主要的受惠者。」1997年就到菲律賓蘇比克灣建廠，主要產品為商用與家用門鎖的東隆五金董事長何湯雄說。

東隆五金在菲律賓的廠房，占地面積約5.4平方公里，原本每個月的產能為100萬組，「但由於持續接到大型美國客戶從中國大陸移轉的大筆訂單，即使員工天天加班，生產線產能滿載，也無法及時消化訂單的需求，因此東隆五金兩年前便決議擴建新廠房與增加生產設備，提高菲律賓廠每個月的產能，到目前的130萬組。」何湯雄說。

此外，東隆五金菲律賓廠所坐落的蘇比克灣的自由港工業園，合計還有台灣汽電共生、緯創資通、東元、台菱樹脂等廠商設廠，其中投資金額最高的台灣汽電共生副總吳宏能表示，蘇比克灣不但擁有機場與海港，更提供外資企業通關迅速，關稅優惠等條件，是目前台商企業投資的重鎮，因此台汽電將與菲律賓廠商Therma Power共同在蘇比克灣興建一座600MW的燃煤電廠，總

投資金額為18.2億美元，預計將在2014年正式開工，作為園內更完整電力的基礎設施。

英語優勢

電話語音服務成長驚人

另一個快速興起的產業，就是跨國的電話語音服務。「菲律賓原為美國殖民地，本身有良好的語言條件可以發展歐美企業外包的電話語音服務，因為與同樣以英文為官方語言的印度相比，菲律賓人講英文的口音就沒有這麼重，只要經過一些簡單的訓練課程，口音就可以跟美國人差不多了，這對歐美企業來說，是很有吸引力。」陳永乾說。

因此菲律賓以語言優勢、龐大的年輕人口，與低廉的薪資成本，近幾年深受歐美企業的青睞，不但紛紛將電話語音服務外包給菲律賓的當地企業經營，語音服務公司也如雨後春筍般出現，根據統計目前全菲律賓約800

間語音服務公司，而過去10年，電話語音服務的從業的人口，從原先的5萬人成長到目前的60萬人，而每年產值更以25~30%的年複合速度在成長，2011年年底已經達到110億美元的規模，約占國內生產毛額的5%。「從電話語音服務產業的快速興起，我們看到菲律賓找到了該國在全球競爭力的定位。」陳永乾說。

出口成長

最具發展潛力的東協國家

菲律賓近幾年經濟穩定成長，讓全球有目共睹，關鍵在於政府效能的提升，「過去菲律賓最為人詬病的為貪汙問題，但在新任總統上任後，貪汙的問題確實有大幅改善。」陳永乾說。

政府行政效能的提升，也讓外國投資的意願大幅提升，根據菲律賓促進投資委員會（BOI）的資料顯示，2011年核准外國人投資的金額就大幅成長22%，達到

約87億美元的規模，顯示菲律賓除了擁有豐富的自然資源之外，在外國企業的眼中，相較於其他東南亞國家，甚至中國大陸，菲律賓還擁有大量年輕的英語勞動人口，與較低的勞動成本，自然能夠吸引大量外國資金的投資。

台灣為菲律賓第8大的投資國，累計投資金額從2009年年底的18.4億美元，成長到目前的25億美元，2011年台灣與菲律賓的雙邊貿易，更較2010年成長13%來到93.8億美元的水準，不但順利成為台灣第14大的貿易夥伴，今年1~5月，菲律賓同時也是台灣對所有東協國家中，出口成長率最高的地區，較2011年還要再成長14.1%。

由於台、菲兩國的貿易日趨熱絡，加上看好菲律賓未來經濟發展的前景，今年6月中旬，經濟部次長梁國新與外貿協會副董事長吳文雅組成歷年來規模最大的菲律賓經貿訪問與投資團，而在這一次的訪問中，展示台灣在電子電機產業、五金工具產業與生技醫療產業等產品優勢，估計此次訪問團將創造出1,069萬美元的商品商機。

隨著菲律賓政府行政效能的提升，與出口貿易的大幅成長，菲律賓已經逐漸從過去的泥淖中脫身，甚至在2050年時可能重回經濟強國，成為全球第16大經濟體，亮麗前景指日可待。■



菲律賓以大量的年輕人口與低廉的薪資成本，吸引許多國際企業前來設置生產基地。



瞄準亞洲穆斯林商機

生技醫藥產業正夯 台商積極搶進

隨著亞洲新興國家經濟崛起，人口老化速度及對健康的重視程度日益提升，生技醫藥商機逐漸湧現，而擁有龐大回教徒的亞洲穆斯林市場，更是台灣生技與醫藥廠商眼中的大餅，包括葡萄王、東洋製藥、國光生技等多家廠商都積極搶進。

◎撰文／劉家瑜 圖片提供／達志影像

在歐債風暴持續延燒下，許多行業都面臨成長衰退的危機，然而，有一個產業卻逆勢向上，不管是股價或營收都表現亮眼，那就是近年來最夯的新興產業—「生技醫藥」。從台灣多家生技公司在2012年第1季亮眼的營收數字，葡萄王生技營業毛利率高達82.16%、東洋製藥也高達64.64%、永信藥品更達到100%。

台灣生技醫藥公司之所以能在不景氣中展現如此氣勢，關鍵在於當歐美市場成長趨緩之際，新興國家如中國大陸、印尼、越南等經濟成長動能依舊高昂的國家，對生技醫藥相關產品與服務的需求持續旺盛。

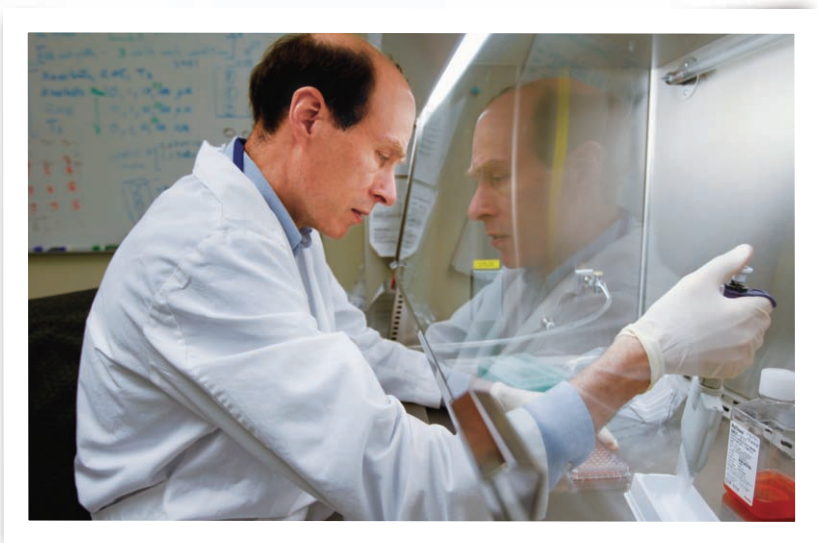
包括醫療器材、健康照護、生物科技等領域的市場商機，都正逐步擴大中。工研院產經中心（IEK）經理張映慈指出，在經濟

成長與國家政策驅動的雙重引擎下，新興國家市場將創造3,300億美元以上的醫療商機。

人口老化創造旺盛需求

根據聯合國資料顯示，全球老化速度持續加快，全球老年人口占總人口比率將從2011年的11%，上升至2050年的22%，而開發中國家的老年人口成長率更高於已開發國家，預計65歲以上的人口數從2011年的5.1億人，快速增加到16億人。

包括中國大陸、印度、印尼、越南、菲律賓與泰國等亞洲國家的老年化速度不斷加快。例如，2010年中國大陸65歲以上人口總數已經達到1.17億，預估到了2025年中國大陸將進入超高齡社會，老人化比例將達到22%。另外，印尼、越南、菲律賓、泰國等東南亞國家的老年人口也逐漸提升，2011年上述4國的老年



全球人口快速老化，為提供更廣泛的醫療或健康促進服務，也帶動了生技醫藥產業的發展。



預估到2025年，亞洲穆斯林人口數將達10億，生醫產品如能取得穆斯林消費族群的青睞，將創造可觀商機。

人口比例分別達到6.1%、5.5%、5.6%與9.4%。

經建會指出，由於年長者因身體退化，健康狀況相對較差，心血管疾病、癌症、糖尿病、慢性呼吸道疾病等染病率明顯提升，因此勢必需要更廣泛的醫療服務，進而帶動生技醫藥產業的市場需求。而在老年化之外，新興國家市場經濟快速成長，也是使生醫產業需求攀升的關鍵。

張映慈表示，經濟成長讓新興國家民眾對於健康的意識也隨著提升。在此情況下，除了一般醫療相關產品與服務，與健康促進或美容相關的生技產品同時備受青睞。

在亞洲新興市場龐大的生醫商機中，信奉回教的穆斯林市

場，因為人口正急速增加，因此成為非常重要的一塊大餅。

亞洲穆斯林生醫商機龐大

商業發展研究院研究員張益菁指出，預估到2025年，穆斯林人口將達到20億人口，占全球總人口數的三分之一，而在亞洲的穆斯林人口更占據世界穆斯林市場的二分之一，包括印尼、印度、孟加拉、馬來西亞都有龐大的穆斯林人口，此外在經濟快速成長的新鑽11國當中（Next-11），半數為穆斯林國家。有鑑於此，如果產品能夠取得穆斯林消費族群的青睞，勢必將創造可觀的商機。

但是，由於穆斯林人口擁有堅定不移的宗教信仰，在其所有

生活都與穆斯林信仰息息相關的情況下，廠商要成功取得這塊市場，勢必也要對穆斯林文化有所了解，張益菁指出，穆斯林人口的生活型態深受回教教義影響，而此也衍生出穆斯林人口所需要的產品與需求。

舉例來說，穆斯林不吃豬肉、不喝酒，因此生醫業者所開發的健康食品或美容產品，必須以無酒精或豬萃取的成份為主，才能取得當地消費者的青睞。張益菁指出，針對商業發展研究中心對印尼穆斯林人口的研究顯示，基於宗教信仰，穆斯林人口對藥劑與保健食品的訴求，非常重視原料的取得性。

因此，廠商想要搶得穆斯林商機，最直接且快速的方式就

是按照各國規定，取得清真認證（HALAL）。根據規定，廠商要取得HALAL認證，必須從原料到完成品，均須取得認證，另外，在產品的製造過程與流通過程中，都必須避免與其他非Halal或違反穆斯林教義的商品造成交叉污染。

面對穆斯林市場特殊的宗教信仰，所衍生出的市場需求，張益菁認為，台灣生技產業可以藉由推動台灣HALAL Beauty品牌整合平台，輔導廠商進行HALAL認證之外，並以小包裝為訴求，提供HALAL與Beauty一次購足的服務，共同進軍穆斯林市場。

搶進穆斯林市場 台商5大策略

面對新興國家龐大的生技醫藥商機，台商難以一次布局多個國家與市場，因此，鎖定其中一個市場再將成功經驗複製到其他周邊市場，成為目前台灣廠商布局市場的主要策略之一，而擁有龐大商機的穆斯林市場，即成為許多台商搶進的首要之地。目前，包括永信東南亞控、葡萄王、國光生技等台灣生技業者，都已經成功拓展穆斯林市場，探



穆斯林因信奉回教，生活型態與教義息息相關，想進入市場，可從取得清真認證著手。

究這些業者成功的原因，大致上可以歸列出5大關鍵策略。

策略1：保健食品取得清真認證

永信國際控股早在1987年就在馬來西亞、香港、菲律賓、泰國、新加坡等地成立分公司，並於1989年底在馬來西亞雪蘭莪州（Selangor）購地建廠，1999年為進一步深化布局東南亞市場，於馬來西亞成立永信東南亞控股公司，該公司更於2004年在馬來西亞上市。

目前永信東南亞控股在馬來西亞已經擁有250種註冊藥品，在全東南亞更高達800多種，在馬來西亞市場，該公司主攻處方藥，占其總營業額的70%，永信

東南亞控股指出，穆斯林國家市場潛力大，馬來西亞之外，越南有人口紅利所帶動的商機、印尼則有醫改政策推波助瀾。為順利布局穆斯林的清真市場，永信更在2008年推出具備HALAL認證的多種保健食品。

策略2：B2B商業模式取得訂單

除了永信東南亞以B2C商業模式成功布局亞洲穆斯林市場，葡萄王生技則採取B2B商業模式，在今年成功取得東南亞市場的訂單。「葡萄王在成功研發自有原材料技術之後，更進一步採取將原材料銷售給世界各國製藥廠的B2B模式，將市場延伸到全球。」葡萄王生技副總經理陳勁初指出，葡萄王第一個拓展的市場，就是馬來西亞。

陳勁初解釋，葡萄王生技首戰之地選上馬來西亞的原因，除了因為馬來西亞融合華人、印度

亞洲國家穆斯林人口占比

國家	印尼	巴基斯坦	孟加拉	伊朗	土耳其	埃及
穆斯林人口	88.2%	96.3%	89.6%	99.4%	98.0%	94.6%

資料來源：商業發展研究院，2011年

人與馬來人多個種族，有利於該公司未來拓展其他華人市場與印度市場，更重要的是，馬來西亞多數人口信奉回教，對於未來葡萄王前進亞洲其他穆斯林市場，會有很大的幫助。今年，葡萄王已經取得馬來西亞虎乳靈芝發酵原料的訂單。

策略3：切中市場需求， 推出機能性產品

美容保健品牌康樂生技，也以馬來西亞為核心，成功布局整個東南亞穆斯林市場。「在東南亞的成功布局，使公司2012年第1季的營收大幅成長43%。」康樂生技指出，康樂營收繳出亮眼成績，主要拜該公司在馬來西亞機能性飲料市場的穩定成長，目前該公司在馬來西亞機能性飲料市場市占率第一。

另外，康樂生技的機能性飲品也已經成功邁入具備更多穆斯林人口的印尼市場，康樂生技指

出，未來，該公司持續拓展馬來西亞之外，擁有將近2億穆斯林人口的印尼，則是康樂另一個積極擴展的市場。

策略4：掌握致勝關鍵 深入通路、推廣品牌

除了就產品面與市場面找到對的商業模式，以及切中市場需求推出相關產品，台商如果要在日、韓、中的進逼下取得市場，另一關鍵就是要深入通路布局與推廣品牌。

例如，康樂生技採取通路布局與品牌行銷的雙重策略，全力發展東南亞市場。在已擁有綿密通路的馬來西亞市場，康樂現階段更全力打品牌戰；而在印尼市場，由於美容保健機能性飲品屬於創新產品，需要各種體驗與行銷活動，在打造品牌形象之際，同時對當地消費者進行機能性飲料的知識教育；而在通路布局上，今年康樂更計畫在印尼拓展

600個銷售據點，全面搶灘市場。

策略5：創新技術與產品

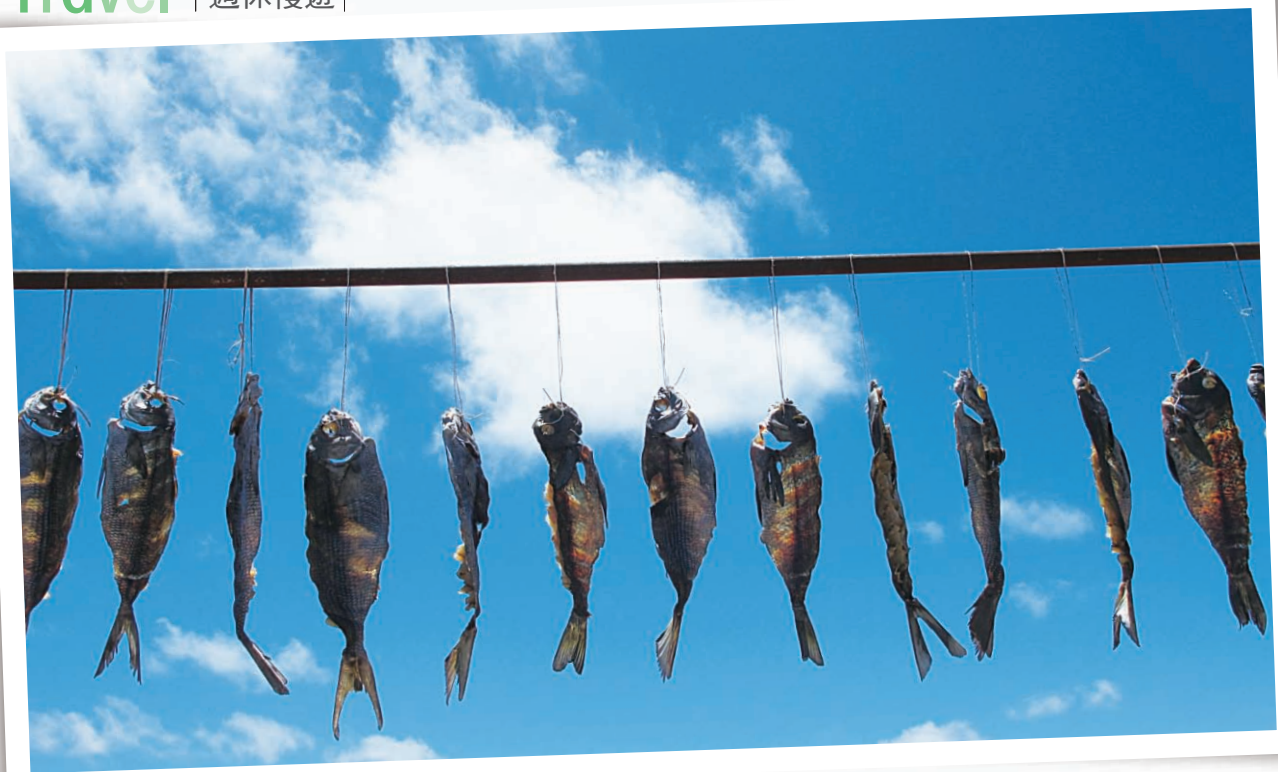
另外，不斷研發，創新技術與產品，也是成功搶得商機的關鍵。尤其生物製劑領域的市場競爭要素，最重要的部分始終以技術為主，因此不管是布局穆斯林或非穆斯林市場，廠商最重要的工作就是不斷透過研發新產品與技術，才能成功搶攻市場。

例如，不久前才在台灣掛牌上市的國光生物科技，就藉由不斷投入人才與技術，研發各種疫苗，讓自己從國內市場走向國際。國光生物科技財務長張哲璋表示，目前國光已成功研發流感疫苗、H1N1新型流感疫苗、日本腦炎疫苗、破傷風類毒素、結核菌素、H5N1禽流感疫苗、腸病毒71型疫苗等各種疫苗。在此基礎上，國光生技正逐步邁向全球生技醫藥市場。2011年，國光生技已經取得馬來西亞流感產品的銷售執照，成功進入穆斯林市場。

綜觀而論，自從10幾年前海峽兩岸廠商陸續投入生技醫藥產業之後，近年來台商陸續展現出豐收的成果，而面對不斷擴大的穆斯林市場，我國生醫業者在該市場上的布局也已經取得很大的成功，這對未來台灣發展整個亞洲新興市場，打下非常好的基礎。相信，未來在廠商陸續投入新藥與產品的開發上，將加速台商布局穆斯林與新興市場的成果。■



隨著新興國家經濟起飛，民眾的健康意識提升，帶動對生技醫藥產品與服務的大量需求。



體驗原住民文化

遠離塵囂 蘭嶼度假趣

都市太過擁擠，趁著暑假來趟小島旅行，搭著美麗的達悟拼板船划行於湛藍大海，環島欣賞奇岩怪石，在草原欣賞日落，放縱時間的流逝，醉心於蘭嶼最原始的大自然。

◎撰文、攝影／許晨

蘭嶼，一個對台灣人熟悉卻又陌生的小島。事實上從台東機場搭著小飛機約莫半小時，就能遠離世俗煩雜，抵達一個清澈湛藍海洋、林木森天，充滿南洋原始風情的小島。

東清灣 邂逅美麗拼板船

東清 (I-va-zo-ga) 部落位在蘭嶼東邊，意謂著太陽最先升起的地方，傳說這裡也是天神下凡

之地，也難怪，這島上最大天然海灣、礁石環抱的安全海域，在炎夏之際，成了當地小孩清涼戲水、練習潛水技術的訓練場，尤其飛魚季期間，由紅、白、黑3色雕飾美麗圖樣的拼板船：三角紋代表海浪、船首和船尾常見的同心圓「船眼」則是代表可以避邪、領航，一艘艘擺放在岸邊，形成一幅美麗風景。

以往蘭嶼的傳統拼板船，可

是不容許一般人隨便上船，如今發展觀光之後，遊客也可以體驗乘坐拼板船出海的樂趣。

遊艇出海 欣賞海中奇石

如果自認身手不佳的人，建議可以改坐遊艇，從海上欣賞蘭嶼的奇岩怪石。預約好行程，從風平浪靜的東清灣出發，坐在遊艇前方，偶有海浪打上來、迎著海風吹來涼爽，寶藍色的大海中



蘭嶼旅遊資訊

人魚和貓餐廳 & 民宿

地址：台東縣蘭嶼鄉東清村23-3號

電話：(089) 732-943

營業時間：11:00~20:00

美亞美早餐

地址：台東縣蘭嶼鄉東清村68號

電話：(089) 732-949、0928-912-355

營業時間：05:00~11:30

- 1.遊客可以搭乘由紅、白、黑三色裝飾構成的傳統拼板船，體驗達悟族人出海的樂趣。
- 2.野銀舊部落的地下屋是蘭嶼最傳統的住屋。
- 3.蘭嶼島上四處可見成群結隊的羊群，成為另一特色景象。

出現各種奇形怪狀的黑色火山熔岩，有如海中石林一般，隨著角度轉變總有不同面貌，比起陸地上欣賞更具動感。

不一會遠遠瞧見一個海蝕洞，遊艇可駛進洞中，頗有柳暗花明又一村的感受；最後來到軍艦岩海域，原本看似不起眼的一塊塊嶙峋奇岩，從某個角度遠觀竟像一艘軍艦，實在太有趣了！

野銀舊部落 走進地下屋

若想再深入蘭嶼生活，不妨跟著當地導覽人員一探神秘的地下屋。野銀舊部落是蘭嶼目前唯一傳統住屋的集中區，地下屋以「口」字型分為3個區塊：左右兩側分別為造船工作室及平日聚會休憩的涼亭，後方才是生活起居的主屋。主屋空間矮小、黑暗，令人訝異屋內還分3層，每層約2~3坪。

舊部落的傳統屋中，目前

仍有許多老人過著傳統的生活方式，若沒有在地人帶領，可是容易引起誤會或糾紛。再從野銀舊部落的後方「橫貫公路」往上走，來到島上最高的「氣象台」，也是蘭嶼最具氣勢的賞景點，270度的視野讓心胸隨之開闊、沉醉美景中。

發呆亭放空 享當地美食

來到蘭嶼，美麗的風景總是讓人忘了時間，只想奢侈地坐在餐廳、酒吧、發呆亭，吹著海風、慵懶打個小盹。當地頗具知名度的「人魚和貓」餐廳，老板娘利用蘭嶼當地食材，料理出充滿蛋香又健康的「海草煎蛋」；而蘭嶼水芋田，不僅小芋頭好吃，芋頭梗也可以焗烤方式成為佳餚；還有不能錯過的飛魚，整隻魚對半綁起來煮熟，取了有趣的名字為「半天飛魚」，肉質吃起來緊實而鮮美。

另一家最具人氣的「美亞美早餐店」，店內的培根蛋捲很受歡迎，沾上濃濃蛋汁的土司煎至金黃，再以培根蛋捲裹住，不論是加上煉乳、還是灑上胡椒，兩種甜鹹口味都十分可口。

日出日落皆美景

既然蘭嶼是全台第一個看到曙光的地方，自然不能錯過日出美景。凌晨5點左右，大家在軍艦岩岸邊等候，待太陽從雲隙中灑下一束陽光，形成頗有詩意的日出景象。

而想看美麗的日落，就得前往青青草原，這平台草原是一處珊瑚礁台地，因隆起時間長久，鐵、鎂、礦物積成紅土，成為蘭嶼南端最寬闊的草原。夏天綠草成茵的草原，黃昏時大家望著同一個方向，只見大海落日漸下，迎著涼爽海風吹來，原來最美好的度假也可以如此單純。■