

改善產業弱化 掌握關鍵因素

找回台灣產業的競爭力

台灣經濟結構向來以出口為導向，因此在出口呈現大幅衰退之下，對我國經濟影響甚鉅。為了突破經濟困局，必須先找出台灣產業弱化原因，然後再尋求正確的解決之道，才能全面提振台灣競爭力，追求經濟再成長。

◎撰文／劉麗惠 圖片提供／達志影像

2012年3月～8月，台灣出口連續6個月呈現衰退，儘管9月從負轉正，出口額增加10.4%，但是10月出口額隨即又衰退。根據經濟部資料顯示，累計2012年1月～10月對外貿易總額達4,773.9億美元，其中，出口2,501.3億美元，下滑3.7%。

根據財政部分分析，儘管2012年11月～12月的出口額有機會呈現正成長，但是在資通訊產業成長動能依舊不足下，預估2012年度整體出口表現，仍將交出負2.5%的不佳成績。

而今年度出口表現也將是史上第四慘，僅優於1998年的亞洲金融海嘯，負成長9.3%；2001年的網路泡沫化時期，負成長16.9%，以及2009年的全球金融海嘯，負成長20.3%。

出口衰退 GDP 深陷「保一」戰

「2012年台灣出口之所以呈現衰退，與近年來全球經濟局勢的轉變有很大關係。」台灣經濟研究院副院長龔明鑫指出，台灣過去屢次遭遇全球經濟不振的局面，但是每次都能順利度過難關。

例如，1970年製造業大量外移之際，台商積極

從接单代工生產（OEM）角色，轉型為與客戶一同協同設計的（ODM）身分，在整個供應鏈的角色地位更為重要。

龔明鑫表示，當時中國大陸經濟開始發展，台商到中國大陸投資設廠生產之際，發現當地非常欠缺原物料與中間材，這些都必須從台灣出口，因此，儘管最下游的生產製造外移，但是原物料與零組件等中間材的出口卻大幅增加，因此仍然對台灣經濟帶來很大的貢獻。

另外，1997年發生亞洲金融風暴，台灣出口雖然一度呈現嚴重衰退，但是相較於當年的其他亞洲國家，台灣受到的衝擊相對較小，顯示台灣整體表現依舊優於全球局勢。究其原因，龔明鑫進一步分析，當時是亞洲經濟出現危機，歐美需求還在，因此向來以歐美市場為主的台灣產業，受到的打擊不似日本與韓國等國家。然而，2011年中開始，台灣再一次面臨全球經濟局勢衰退，造成2012年經濟表現不佳，在四小龍中敬陪末座。

整體而言，2012年台灣經濟成長率更陷入只能「保一」的局面，行政院主計總處日前9度下修今年度的國內生產總值（GDP），僅有1.05%。台灣經濟



1. 歐美國家因歐債危機衝擊，經濟日顯疲乏，民眾消費需求降低，連帶影響台灣出口表現。
2. 台灣面臨全球經濟局勢衰退，加上資通訊產業成長動能不足，2012年整體出口表現不佳，經濟成長率陷入保一苦戰。



研究院在日前提出的報告顯示，2012年前3季，台灣經濟成長率分別為0.40%、-0.18%與1.02%。顯示台灣整體經濟局勢確實面臨很大的困境，而出口衰退則是最大的問題之一。

台灣出口衰退3大因素

過去幾十年來，台灣屢次都能度過全球經濟局勢轉變下的危機，而這次要如何從衰退中走出，得先找出台灣產業所面臨的困境，以及整體經濟表現衰退的原因。

因素1：歐美急凍 中國大陸疲軟

「2011年下半年起，歐美國家因為主權債務問題趨於惡化，經濟日顯疲乏，導致過去1年多來，歐美市場需求大幅衰退。這對向來以歐美市場為主的台灣出口，帶來很大的打擊。」龔明鑫表示，原本歐美市場轉弱，台商還能冀望藉由中國大陸內需市場維持經濟發展，但是，從2011年下半年起，中國大陸經濟也出乎意料地降溫，2012年第2季與第3季，中國大陸經濟成長率僅有7.6%與7.4%，創下近年來新低水準。這對在中國大陸有龐大投資的台灣產業而言，當

然也大受影響。

因素2：產業價值鏈垂直分工弱化

在歐美與中國大陸經濟表現皆不如預期之外，國際分工模式的轉變也對台灣出口帶來嚴重衝擊，「過去全球產業價值鏈垂直分工的型態已經被解構，這對台灣的影响很大。」

龔明鑫強調，在全球產業價值鏈以垂直分工模式為主時，在台灣最底層的外包廠移出之後，還能藉由轉型為ODM，從輸出關鍵零組件與原物料獲利。然而，當產業走向以自有品牌（OBM）主導，ODM角色弱化之下，台灣失去產品關鍵零組件的主導權，因此台商藉由ODM發揮的槓桿功能，也不復存在。

因素3：國際供應鏈模式轉變

另外，國際供應鏈模式的轉變，也對台灣出口帶來影響。龔明鑫分析，2007年之前，全球三角貿易型態為日本與台灣提供零組件、原物料，中國大陸加工、組裝，然後再將產品銷往歐美與日本市場；2007年之後，傳統三角貿易模式已經轉變，新的國際分工供應鏈模式，造成台灣在國際分工的角色地位

趨於弱化，例如中國大陸與東協諸國都已在自己國家建構在地供應鏈體系，因此在中國大陸或東協各國設廠的台商，不會再向台灣進口原物料與零組件等中間材，導致台灣出口衰退。

台灣產業再起3大關鍵

面對上述3大因素對台灣出口造成的衝擊，台商想要扭轉頹勢，從出口競爭力衰退挫敗中再站起來，必須掌握3大關鍵，分別為：

1. 掌握兩岸競合新局以及拓展中國大陸商機、
2. 拓銷更多新興市場、
3. 發展新興產業，創造新的經濟效益。

關鍵1：掌握中國大陸商機與競合

根據中國大陸海關的資料指出，2012年1月~8月，各國在中國大陸進口的市場占有率，前5名分別為日本、韓國、美國、台灣與德國，市占率分別為10.10%、8.79%、7.01%、6.92與5.19%。值得注意的是，相較於2007年全球經濟處於三角貿易供應鏈狀態時，台灣與日本在中國大陸進口市場的市占率衰退幅度最大，其中台灣衰退3.64%、日本衰退3.9%。

針對上述數據，龔明鑫分析，日本與台灣的大幅衰退，主因在於中國大陸的各產業都已建置供應鏈體系，因此過去從台灣與日本出口到中國大陸的零組件、原物料等中間材，需求不再，導致日本與台灣在中國大陸進口市場的市占率節節衰退。反之，中國大陸對石油、鐵礦等原礦產的需求大增，因此促使沙烏地阿拉伯、澳洲等擁有豐富原礦產的國家，在中國大陸進口市場的市占率提升。

「面對中國大陸產業結構的轉變，台灣必須在兩岸垂直分工型態的持續改變下，不斷尋找新的利基點。」龔明鑫分析，過去兩岸分工型態為垂直分工，台灣生產上游零組件、半成品，中國大陸組裝及生產成品，因此台灣尚有許多利基點。後來兩岸產業結構變成水平分工，開始生產類似的產品，因此彼此之間



墨西哥是美國主要進口國家，台商在搶攻美國市場時，可考慮將墨西哥做為重要的根據地。

的關係逐漸從合作夥伴變成競爭對手，台灣開始面臨來自中國大陸的龐大競爭壓力。

龔明鑫強調，在兩岸新的競合局面下，台商必須了解在中國大陸投資已經是風險逐漸超越機會，在此狀況下，如果不斷將資源挹注於中國大陸，資金與人才流失的問題恐將更嚴重，此外，以台灣單一力量與中國大陸在產業上進行整合，很容易遭受中國大陸龐大的磁吸效應，反讓台灣產業競爭力不再。有鑑於此，台灣從政府到企業，都必須有更明確的前景定位，才有機會改變兩岸產業競爭的局面。

面對兩岸產業分工對台灣已經處於高度不利的局勢，台灣經濟研究所第六所所長楊家彥認為，台商必須從過去與中國大陸分工合作的狀態，加快腳步走向拓展中國大陸內需商機。楊家彥以民生工業為例指出，台灣部分民生工業的品質與技術水準都高於中國大陸，市場區隔差異化大，因此可以此為競爭優勢，搶進其內需市場，如紡織業，台灣業者可以作為中國品牌的供應商，搭配中國品牌進攻內陸市場。

關鍵2：積極拓展其他市場

除了改變與中國大陸的競合關係，包括全球第一大經濟體美國，以及經濟快速發展的新興市場，也是台商未來持續維持出口量能的關鍵市場。

根據美國商務部普查局的資料顯示，2012年1



1. 台灣民生工業的品質及技術水準高於中國大陸，台商可藉此競爭優勢，搶進中國大陸的內需市場。
2. 面對中國大陸產業結構轉變，台商在中國大陸投資的風險提高，讓兩岸企業從原本的合作關係轉變成新的競爭局面。

月~8月，各國出口到美國市場的市占率，以中國大陸居首，達到17.98%；其次為加拿大與墨西哥，分別為14.29%與12.28%，第4~9名分別為日本、德國、韓國、英國、法國與台灣。龔明鑫分析，由此資料顯示，墨西哥仍為美國主要進口國家，而且比例持續提升中，因此台商搶攻美國市場，可將墨西哥做為重要根據地。依據國際企管顧問公司麥肯錫（McKinsey）研究顯示，2010年全球前600大城市，對全球經濟成長GDP貢獻逾50%，而這600個城市的人口約占全球20%。麥肯錫預估，2010~2025年，全球最具活力的600大城市GDP將新增逾30兆美元。

而在這600大城市中，新興市場國家城市數量高達443個，對全球經濟成長貢獻47%，其中，中國大陸有250個城市，對全球經濟成長貢獻28%；中國大陸以外的其他新興市場國家城市，南亞及東南亞地區合計60個，拉丁美洲也有57個，足見新興市場，在未來對全球的經濟貢獻將帶來強勁動力。

有鑑於新興市場商機可期，台商除積極布局美國與中國大陸市場外，南亞、東南亞與拉丁美洲在內的新興國家，也不容忽視。楊家彥分析，台商應該以市場分散策略的思維，深耕這些新興市場，才能讓台

商在全球的布局更為全面，也較能避免在單一市場競爭出現弱化時，嚴重影響整體經濟發展。

關鍵3：發展新興產業 再創商機

找出重點市場之外，楊家彥強調，要提升國家產業與出口競爭力，台商同時也必須在新的國際趨勢以及市場供需變化下，找出未來較具價值創造的新興產業，才能在世界局勢更迭變異之下，發展新商機。

楊家彥進一步指出，諸如氣候變遷所衍生出的節能減碳趨勢、數位化與科技化所帶動的智慧化趨勢、人口結構老化所驅動的銀髮商機，都造就新興產業的新商機，而消費者對產品的服務與訴求，也走向健康樂活、美感知性。舉例來說，在美感知性浪潮下，佳美食品旗下的佳美健康生技公司，全力發展面膜產品，並讓面膜變得像鳳梨酥一樣，成為陸客最愛的伴手禮，並且在中國大陸熱銷。

總體而言，在全球國際分工模式與產業供應鏈模式的雙重變異下，世界各國出口貿易的競爭力也出現大扭轉，而台灣在處於競爭力弱化之際，從政府到企業都應嚴陣以待，思考如何在新的局面下，找到新的立足點，以求重返過去經濟繁榮的榮耀。■