台商速轉型 創造成長第二曲線

中國大陸追求穩成長 製造轉服務、出口轉內需

中國大陸「習李體制」新政權上路後，將延續十二五計畫的「調結構、穩成長」兩大主軸，進行「城鎮化」、「製造轉服務」、「出口轉內需」的經濟政策。面對持續轉型的中國大陸經濟發展，台商應該加速轉型創新，創造台商在中國大陸的第二成長曲線。

◎撰文／劉麗惠 圖片提供／法新社、達志影像

中國大陸在經過2012年底的「中國共產黨第18次全國代表大會」，以及2013年初的「全國人民代表大會＋中國人民政治協商會議（兩會）」的權力交班大戲之後，確立新任總書記習近平與國務院總理李克強為中國大陸第五代領導人，「習李體制」將主導未來10年政經格局。

「中國大陸已經是全世界第二大經濟體，因此其經濟政策發展動向備受全球矚目，」國立政治大學國家發展研究所教授童振源指出，習近平與李克強所端出的財經政策，能否讓中國大陸經濟避免硬著陸，牽連未來全球經濟發展態勢。

而中國大陸能否避免硬著陸，影響最深的當然是與中國大陸貿易依存度極高的台灣。根據我國海關統計資料顯示，2012年1～11月，中國大陸與台灣之間的貿易總額高達1110.6億美元，中國大陸是我國貿易往來最為密切的國家，可以想見，中國大陸經濟發展如果急速往下墜落，對我國經貿發展的影響非同小可。

經濟發展的3大問題

過去幾年，中國大陸之所以面臨經濟可能硬著陸的風險，主要在於中國大陸整體經濟與產業的發展面臨3大問題，分述於下。

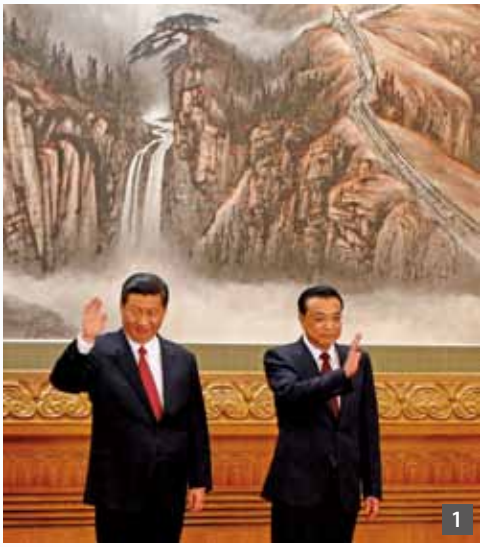
問題1》投資減緩 高成長不再

近年來中國大陸經濟發展的成長力道開始減緩，在2010年之前，中國大陸國內生產總額的成長率（GDP）都維持在8%以上，2010年中國大陸經濟在面臨2009年金融風暴之後，雖然在2010年呈現V型反轉，再創10%的GDP高成長，但是，成長力道並非來自產業的動能。

亞洲經濟學家陶冬指出，2010年的成長主要來自於當時中國大陸全面推動地方基礎建設，而僅有地方政府的加速投資，無法持續維持成長力道，因此，到了2012年中國大陸GDP掉到7.8%。根據中國大陸官方的預估，未來幾年中國大陸GDP仍將維持在7～8%之間，不過，陶冬認為，如果減去地方政府的投資，未來實際GDP成長恐怕只有6%。

問題2》過度依賴出口 結構失調

事實上，中國大陸經濟發展不僅面臨高成長不再的問題，同時也正遭遇貧富差距、城市化發展不均、生態環境汙染、人口老化等問題。台灣經濟研究院中國產經研究中心主任莊朝榮指出，中國大陸自改



中國共產黨第18次全國代表大會與全國人民代表大會之後，確認新任總書記習近平與國務院總理李克強為中國大陸第五代領導人。

革開放以來，不斷追求高經濟成長率，而達成GDP成長的手段是仰賴土地、資源與低廉勞動力，長久以來導致一系列社會與經濟層面的結構性失調。

莊朝榮進一步分析指出，過度仰賴土地與資源所吸引的龐大投資，雖然帶動經濟成長，但也因此付出嚴重的環境代價。此外，做為世界工廠所帶來的龐大產能，在國內消費需求不足以去化的情況下，中國大陸必須積極擴大出口，因此造成對出口貿易依存度過高的現象。

問題3》勞動紅利消失 競爭力漸減

高成長不再、經濟結構性失調之外，中國大陸更處於既有競爭力逐漸衰減的危機中。例如，勞動力紅利不再，是中國大陸未來經濟發展很大的問題。「中國大陸龐大人口及低廉工資的勞動紅利，正在消失。」童振源分析，由於中國農村剩餘的勞動力已經相當有限，因此勞工薪資持續往上調漲，此外，在十二五規畫中，中國大陸每年將提高最低薪資至少13%，依照這個數據，2015年中國最低薪資將較2010年高出至少84%，急遽成長的勞工成本，對產業發展帶來很大的衝擊。

「當中國大陸世界製造工廠的角色逐漸消失，而內需市場短時間之內又還沒起來，中國大陸經濟前景恐怕仍不樂觀，」亞洲經濟學家陶冬分析，儘管中國大陸經濟硬著陸的風險已經稍微降低，但是硬著陸的可能性其實依然還在，「未來幾年，中國大陸新領導人如果沒有對各種經濟病灶做好良好的處理，中國大陸將有可能發生類似2008年美國的金融風暴危機，對全球經濟發展帶來極為嚴重的打擊。」陶冬嚴肅的說。

調整結構的2大策略

陶冬說，中國大陸面對環境、社會與經濟方面的多重結構失調，必須進行結構型的改革。童振源也認為，未來中國大陸經濟要永續發展，必須改變過去30多年來的經濟發展路徑，所以習李政權的經濟政策已經明確不再盲目追求高成長，開始以兼顧「穩成長」、「調結構」的雙重戰略目標，確保中國大陸的經濟轉型與永續發展。

有鑑於改革之路勢在必行，中國大陸新領導人上任之後，持續加速中國大陸財經政策的經濟結構調整，莊朝榮說，在擴大內需的總體目標上，中國大陸新領導人全面推動「城鎮化」與「製造轉服務」2大

經濟策略。

策略1》城鎮化 帶動效率與消費力

根據中國國家發改委帶領各部會所編製的《全國促進城鎮化健康發展規劃（2011-2020年）》指出，中國大陸將在180多個地級以上城市和1萬多個城鎮進行建設，全面發展新型城鎮化。儘管在「習李體制」之前，城鎮化已經是中國大陸的既定政策，但是李克強在上任後一再強調，執行城鎮化的決心，讓中國大陸城鎮化政策，成為世界關注的焦點。

「中國大陸因為城市化水準遠低於工業化水準，因此抑制國內消費需求，導致嚴重的內需不足與產能過剩，因此，城鎮化是未來幾年中國大陸調整經濟結構的首要策略。」莊朝榮分析，城鎮化對經濟成長的效益很大，尤其大幅促進國內消費的效益，符合中國大陸擴大內需的目標，根據中國大陸官方數據的分析，城市化10～15%的成長，將可拉動未來5～10年居民消費率達到15%的成長。

不過，城鎮化的成功在於帶動生產效率與消費力，而中國大陸城鎮化要實現這兩個目標，恐面臨很大的障礙。根據中國大陸官方資料顯示，2012年城鎮化人口已經達到54%，此數據嚴重高估中國大陸的城鎮化比例，因為其中包含沒有城市戶口的10%以上人口，所以真正擁有戶口的城鎮化人口比例，應該只有38%。「這個數據顯示，目前已經居住在城市的農民工，高達1.6億人以上。」童振源分析，所以未來中國大陸的城鎮化不太可能帶來勞動力與生產力，因為絕大部分的農民工現在就已經居住在城鎮中。

「城鎮化發展說起來容易，做起來困難重重。」陶冬強調，中國大陸的城鎮化政策如果沒有創造實質就業，徒留政府投入的公共建設，最終還是一場夢。陶冬認為，現階段高達98%的城鎮，就算成功朝都市化發展，依舊沒有吸引投資的能力。

中國大陸企圖透過城鎮化政策，帶動產業效率與民間消費力，以促進內需成長。

策略2》製造轉服務 促進產業轉型

城鎮化之外，「製造轉服務」則是中國大陸新領導人上任後，積極推動的第二個關鍵政策。童振源指出，2012年中國大陸服務業的比重已經從2011年的43.4%提升到44.6%，製造業占GDP比重則從2011年的46.6%，降到2012年的45.3%。未來，習李兩人還要全力加速提升中國大陸的服務業比重，莊朝榮指出，中國大陸的目標是要在2015年，將服務業占GDP比重拉抬到47%。

台商搶商機的2大方向

面對中國大陸全力推動的城鎮化與促進服務業2大經濟策略，中國大陸台商必須根據政策方向做出因應，讓企業經營可以避免新政策帶來的衝擊，更可試圖從中尋找新商機。

方向1》搶攻節能照明產業商機

不管中國大陸推動城鎮化的執行成敗，一旦政策啟動，即開始帶動相關產業的商機。首先，城鎮化基礎建設所需要的鋼鐵、建材原物料商機將先行，接著，基礎建設所需的空調、照明用具需求也將持續湧現。之後，若城鎮化發展順利，農村人口進入城市，將同時帶動民生製造需求以及食品、餐飲與金融等服務產業。

對台商而言，由於鋼鐵、建築用原材料從台灣進口到中國大陸，需要昂貴運費，而且中國大陸本身

中國大陸新經濟政策及對台影響

領導人：總書記習近平、國務院總理李克強		
總體政策方向：從以投資及出口為主的追求經濟高成長，走向以內需為主的「穩成長、調結構」。		
主要內容	對台影響	台灣因應之道
城鎮化政策	帶動基礎建設及擴大內需相關商機。	加強布局LED照明、空調等城市基礎建設所需的市場。
製造轉服務	**製造業（台商）**：面臨工廠移出中國大陸或必須朝轉型升級。	思考工廠移至東南亞或台灣的可能性；或是進行在地化轉型升級。
	服務業（台商）：搶攻中國大陸服務業市場的最佳契機。	積極發展在地化品牌，攻占市場。

在這部分的天然礦產資源豐富，因此台商較難取得，反倒是空調、照明等相關產品的商機，才是台商最大的機會。尤其在李克強多次談論城鎮化政策的公開言論中，一再強調要走節約能源路線，因此，綠色建築以及具備節能減碳的LED，未來在中國大陸市場的需求備受看好。台達電執行長鄭平也指出，中國大陸的新型城鎮化，需要的是更高效能的產品以及系統設備，包括電力傳輸、綠色節能等相關綠能產品，台達電都將積極搶進。

方向2》掌握服務業黃金十年

面對中國大陸積極發展服務業，台商應該視自身的角色定位，以及未來想要走的方向，做出正確的決策。華邦電子董事長焦佑鈞建議，在中國大陸的台灣製造商，如果是有能力升級轉型者，應該積極尋求轉型升級，才能掌握發展當地內需市場的契機，而不想轉型的企業，則要開始尋找到更具成本效益的製造基地。

焦佑鈞強調，中國大陸世界工廠角色不再的趨勢底定，未來台商要有更深的國際化視野以及國際化經營能力，讓自己有能力在全世界各個角落投資設廠，如此一來，市場在美洲的廠商，可以將工廠設在墨西哥或巴西；市場在東協者，可選擇越南、泰國甚至緬甸為製造基地。

至於台灣服務業者面對中國大陸服務業的起飛，則應以在地化創新服務求勝出。統一超商創辦人暨商業發展研究所董事長徐重仁強調，服務業能否成功布局全球市場的關鍵，在於企業有沒有能力發展在地化創新服務，就像統一超商從日本引進7-11，然後在台灣嘗試很多服務創新，為台灣消費者創造新的生活形態，贏得在地消費者的青睞，這種在地化服務經營模式，可以放在全世界各國市場。

談到以在地化創新布局中國大陸市場的服務業者，王品集團是相當成功的案例。進入中國大陸市場已經10年的王品集團，目前在中國大陸已經發展「LAMU慕」、「花隱懷石料理」、「石二鍋」、「王品」與「西堤」5個品牌，每一個品牌形象都逐漸取得當地消費者的青睞，「王品集團布局中國大陸市場，最強調的就是在地化服務，」王品集團董事長戴勝益則建議台商，要成功切入中國大陸服務市場，首要之務就是掌握在地消費者的需求，然後依照需求提供創新服務。

總的來看，中國大陸新領導人上任之後，在嚴重的經濟與產業結構問題中，端出的城鎮化與服務業發展策略，將使當地台商持續面臨轉型的需求，未來，台商要持續贏向中國大陸，轉型與創新，將是勝利的關鍵方程式。■