

P.34 逸祥國際不斷蛻變 從代工到自有品牌之路

# 貿易

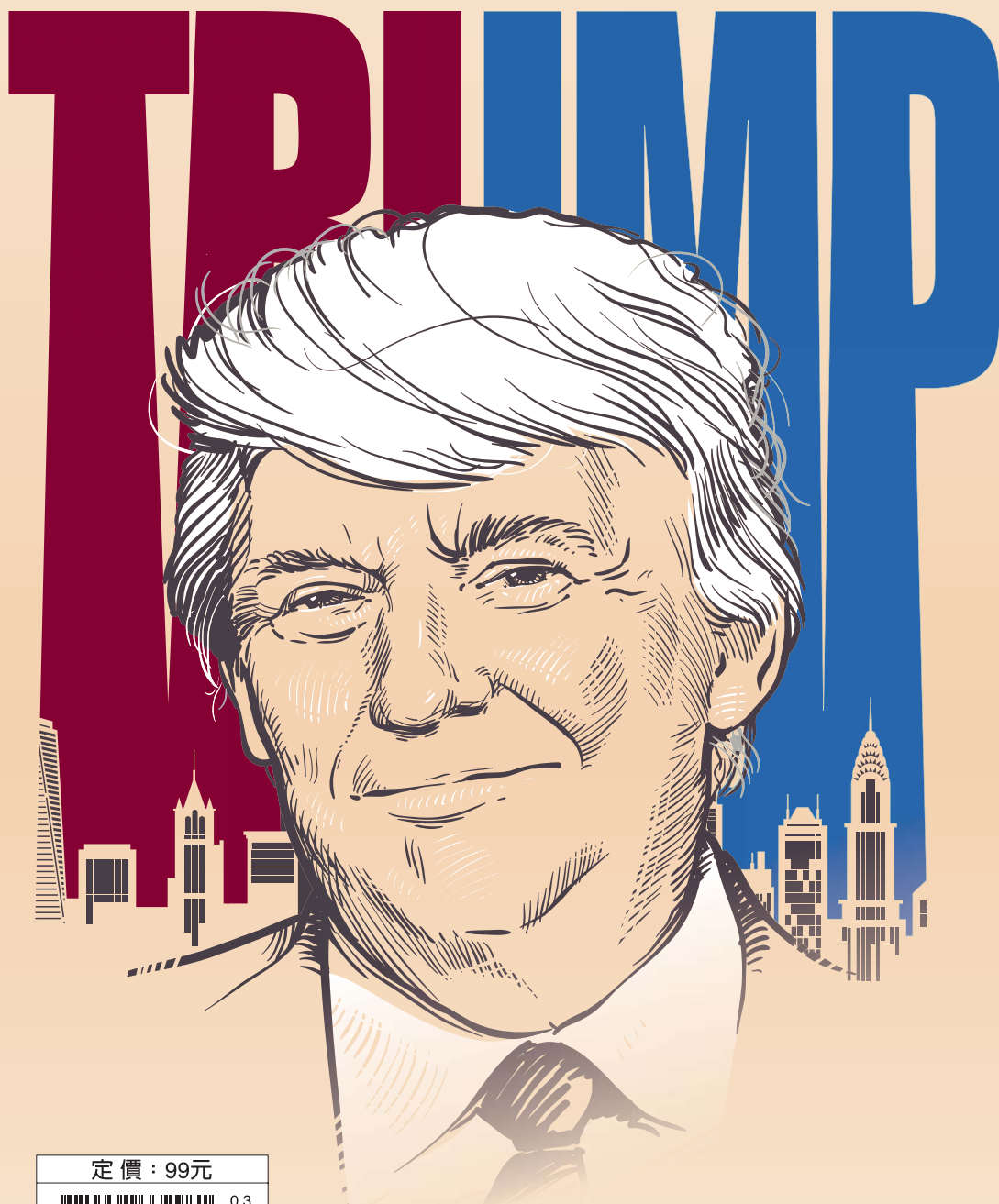
TRADE MAGAZINE

<http://www.iatepe.org.tw>

雜誌



No. 309  
2017年3月



## 全球大震盪

## 川普經濟學上路

定價：99元



掌握低碳經濟下的貿易變革  
迎戰環保衝擊  
翻轉企業價值

軟體大國的硬體戰  
瞄準全球第五大經濟體  
手機大廠瘋「印度製造」

重新定義你我的生活  
新科技新商機  
數位時代大未來

封面故事

8 Cover Story

# 全球大震盪 川普經濟學上路

隨著川普走馬上任，「川普經濟學」成為今後影響全球經貿發展最關鍵的因素，這一連串以「美國優先」為核心的政策規劃，以及後續發展，無疑是全球政府與產業界的觀望重點。本期封面將從川普的就職演說內容開始，到各項政策對區域經濟及產業的連動變化，進行深入探索，讓台商能更深入掌握「川普經濟學」所帶來的動盪與轉機。



## 總論篇

- 9 川普新政將重塑世界格局  
「美國優先」牽動全球經貿情勢

## 貿易篇

- 12 台灣如何從變異中求生存  
川普貿易保護主義全面啟動

## 製造業篇

- 18 關稅壁壘政策+企業減稅優惠  
製造業回流美國 開啟台商新格局

## 機會篇

- 24 擴大基礎建設、支持傳統能源、加速升息  
聚焦川普黑天鵝 是轉機也是商機

# CONTENTS

- 編輯室報告**  
1 **突圍「美國優先」  
重返亞洲猛虎之路**
- 電商進擊 E-Commerce**  
系列報導2《跨境電商時代崛起  
4 **傳統貿易商必走的轉型之路**
- 特別企劃 Special Report**  
重新定義你我的生活  
28 **新科技新商機 數位時代大未來**
- 企業實戰錄 Enterprise**  
以誠待人 創造雙贏局面  
34 **逸祥國際不斷蛻變 從代工到自有品牌之路**
- 大陸觀察 Mainland Focus**  
從「物流大國」到「物流強國」  
38 **智慧物流 翻轉傳統物流**
- 市場瞭望 Market View**  
軟體大國的硬體戰  
42 **瞄準全球第五大經濟體 手機大廠瘋「印度製造」**
- 產經線上 Economics Online**  
掌握法規 確保營運無疑  
46 **《中國大陸海關稽查條例》新版上路**
- 產業趨勢 Industry Trend**  
掌握低碳經濟下的貿易變革  
50 **迎戰環保衝擊 翻轉企業價值**
- 文創藝術 Cultural Arts**  
用設計將茶文化帶入生活  
54 **陶作坊的茶生活 從一把小壺說起**
- MBA學堂 MBA Class**  
錯過就再也買不到  
58 **無法抗拒的快閃行銷**
- 文化快譯通 Cultural Language**  
讓客戶更懂你的產品  
62 **國際商戰文化與語言 英文篇**
- 品味生活 Life**  
大溪老茶廠  
64 **百年茶香 訴說台灣紅茶史**
- 貿易線上 IEAT Online**  
「2017年全國大學生B2B跨境電商競賽」開賽大典  
66 **為廠商拓展外銷 培育貿易小尖兵**

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：李友青

副主任委員：潘偉景

編輯委員：林承斌、高 霽、高泉興、廖伯祥、王建昌  
簡壽宏、謝孟璋

社長：朱為正

策劃：邱柏青、許玉鳳、吳燕惠

審查編輯：蔡馨瑩、高立婷

編輯所：商周編輯顧問股份有限公司

總經理：李國榮

顧問：林秋寶

專案經理：董育君

資深編輯：吳至涵、李寧紘

美術編輯：林柏毅

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5520

傳真：(02) 2507-6773

印刷：鴻嘉彩藝印刷股份有限公司

總經銷：聯合發行股份有限公司

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)

雜誌同步刊載於MagV、Hami電子書平台，可線上購買

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

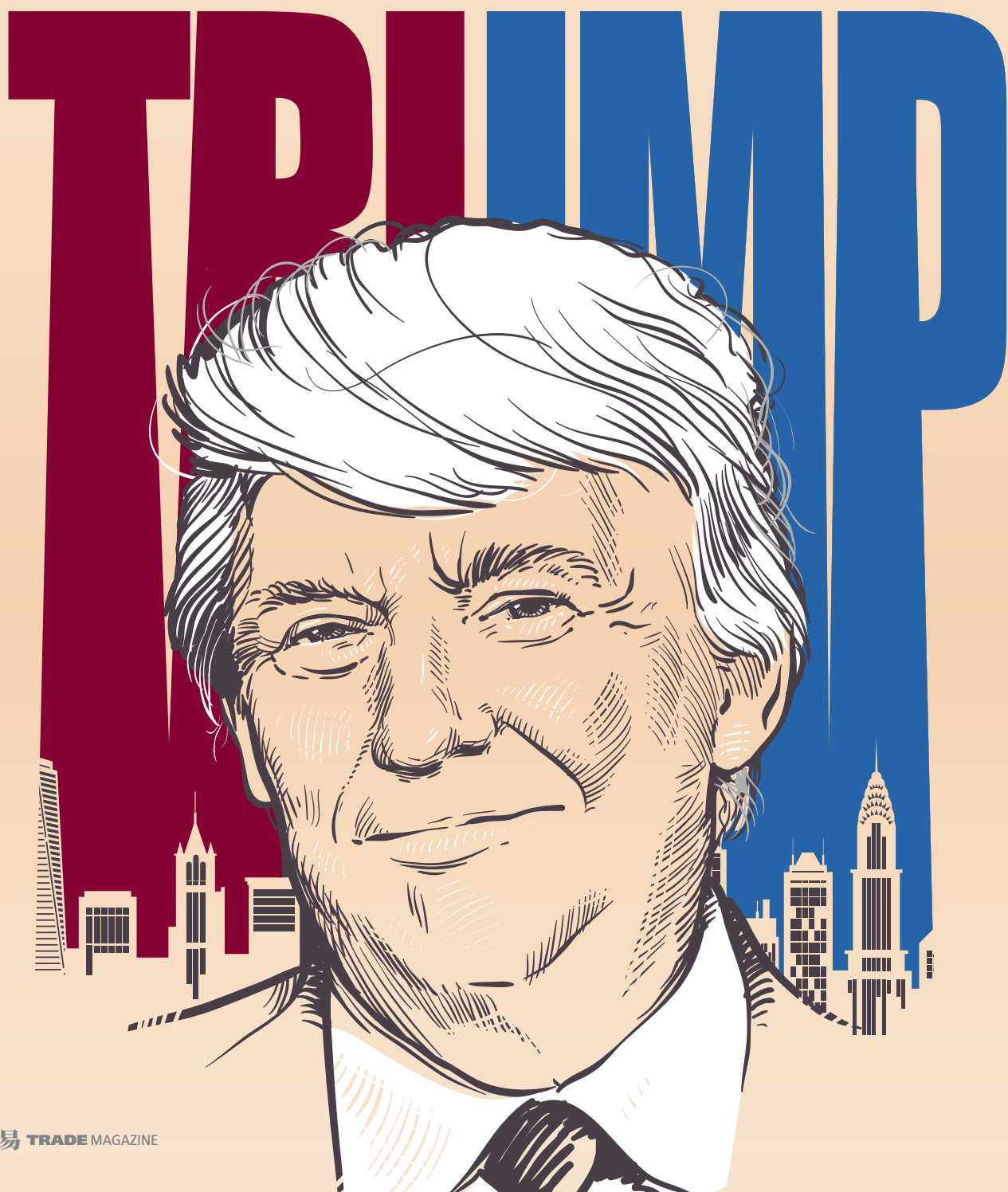
掃描後直接進入「國貿學苑FB粉絲團」

可獲得貿易雜誌文章資訊



# 全球大震盪

## 川普經濟學上路





「美國史上最狂總統」川普（Donald Trump），上任後推動相關措施，牽動全球的經貿與政治發展。

川普新政將重塑世界格局

# 「美國優先」 牽動全球經貿情勢

美國新任總統川普的政治狂人作風，將把美國帶往何方，其不可預測的作為與非理性發言，在上任短短一個月已展露無遺，包括退出TPP、移民禁令、祭出高關稅等言論，讓全球經貿山雨欲來。究竟，「川普經濟學」的全面啟動，對全球經貿帶來的衝擊與影響有多大，全世界都在關注。

◎撰文／劉麗惠 圖片提供／美聯社、路透社

**被**外界稱為「美國史上最狂總統」的唐納·川普（Donald Trump），於今年1月20日就職，成為2017年最受全球矚目的焦點。因為川普不管是競選期間、當選之後再到上任，就其政治、經濟與貿易等領域的各種發言與具體作

為，都展現出他的「瘋狂」，原本全球還期待川普話雖說得「狂」，但實際作為會展現其有所評估與調整的商人性格。

沒想到，川普上任後，陸續啟動多個牽動全球經貿與政治的措施，印證川普真的是美國史上最狂的總統，但也對全

球經濟投下震撼彈，無怪乎風險諮詢機構歐亞集團（Eurasia group）指稱：川普的當選是2017年全球十大風險第一名；工研院產業經濟與趨勢研究中心（IEK）更用川普是「最肥、最大的黑天鵝」，形容其對全球經濟帶來的影響與衝擊。

## 「美國優先」為終極目標

川普為什麼能夠當選？又為何對全球經貿帶來動盪？這一切得從美國在全球的政治地位與川普的政策目標來一窺究竟。自二次世界大戰以來，美國以「自由貿易」、「人權優先」、「全球合作」的價值，成為全球政治經濟的領導者，幾十年來以「老大哥」的角色，引領全球經貿發展。

然而自2008年金融海嘯以來，美國經濟崩盤，但後果卻是由經濟能力較低的勞工階級所承擔，美國社會更陷入中產階級消失、貧者愈貧的困境，讓原本當選機會微乎其微的川普，最後竟贏了希拉蕊，以商人之姿成為美國第58屆總統。

素有「推特總司令」稱謂的川普，在社群媒體「推特」或各種公開場合以「語不驚人死不休」的言論，贏得愈來愈多美國人的掌聲，許多美國夢破碎的民眾、得不到好生活的人民，都成為川普的支持者，而川普也在就職演說中，以「美國優先」（America First）為主軸，宣稱要改變美國現況，呼應支持者。

川普提到，孩子上好學校、居住在安全社區，是美國民眾的理想，但對許多美國人而言，生活卻不是這麼一回事，現況則是許多母親與孩子

住在貧民窟、到處可見荒廢的工廠、年輕學生無法接受好的教育，還有犯罪、幫派與毒品奪走人民的生命。這一切，川普將其歸咎於美國犧牲工業，讓外國致富，導致美國基礎建設凋零，工廠陸續關閉，成千上萬的美國工人失業，中產階級財富被奪走等現況。

所以，未來川普要以「美國優先」為施政目標，在貿易、稅制、移民、外交事務的決定上，都以惠及美國勞工和家庭為目的，不再讓其他國家對美國進行竊取或消滅美國人的工作機會。川普指出，未來將積極建設新道路、高速公路、橋樑、機場、鐵路，讓人民重返工作，而「購買美國貨」和「僱用美國人」，更是美國政府將遵循的兩大基本原則。

## 川普時代的動盪與契機

在川普上任之後，便馬不停蹄展開各項「美國優先」政策，台灣經濟研究院院長林建甫指出，川普上任後確定退出「跨太平洋夥伴協定」（TPP）已對全球經貿局勢投下新變數，未來關於製造業回流美國、美中貿易關係、聯準會升息幅度與次數等，也都是影響全球經貿的焦點所在。

勤業眾信客戶、產業與市場負責人洪國田也表示，過

去美國製造業外移，受制於中國大陸製造，造成結構性失業問題，因此預期川普的競選政見：「調降稅率」、「倡議美國製造回流」、「提高關稅」、「鬆綁能源」法規等施政方向都將迅速展開，對全球經貿帶來影響。富邦證券也表示，川普「美國優先」政策，鼓勵美國企業增加本地工作機會、加強基礎建設、對企業及民眾減稅，預期不僅可刺激美國內需，更可使美國今年與明年的經濟及企業獲利，進一步向上成長。

富邦集團董事長蔡明忠在今年新春團拜時指出，川普當選象徵新時代來臨，將使全球貿易、匯率、能源市場的變化更為快速且劇烈，而「川普經濟學」對全球經貿的衝擊絕對比日本的「安倍經濟學」更加劇烈。顯然，美國浩浩蕩蕩啟動的新政策，意味「川普經濟學」正式啟動，開始對全球政治、經濟與貿易帶來無遠弗屆的影響，不僅各國政府緊盯著川普的動作，全球國際企業更已陸續做出因應之道，要在川普帶來的大變革中，站穩經營腳步，值此關鍵時刻，台灣各界都應該深度掌握「川普經濟學」對全球經貿與台灣產業帶來的影響，並從中發現機會，避開衝擊，開啟新商機。■



美國退出TPP代表台美貿易將走向雙邊協議，台灣必須加速凝聚共識，才能建立談判利基點。

## 台灣如何從變異中求生存

# 川普貿易保護主義全面啟動

美國總統川普退出TPP掀起貿易大戰，這對向來以貿易立國的台灣，無疑是一大衝擊。面對川普的貿易保護主義，台灣政府與業者可以從轉移經營版圖、加強雙邊及多邊貿易談判、強化與美國產業鏈結、產業升級等策略，以因應充滿變數的美台貿易關係。

◎撰文／劉麗惠 圖片提供／美聯社、路透社

過去，美國是全球自由貿易的主要推手，但川普上任後推動各項貿易保護措施，包括退出「跨太平洋夥伴協定」（TPP）、終止美歐自由貿易談判，對中國大陸、日本、墨西哥等國家興起貿易大戰等，將對全球自由貿易經濟帶來衝擊。由於

台灣高達70%的出口為中間材零組件，全球貿易活絡對台灣出口影響甚深，若川普的貿易保護主義一旦發酵，將對台灣出口帶來不小的影響。

## 退出TPP 美國迎接新時代

川普在競選期間公開表示

反對TPP，勝出之後隨即揚言要在上任第一天讓美國退出TPP。2017年1月23日，川普在上任第3天實現承諾，一紙「退出TPP」的行政命令，為全球經貿發展丟下震撼彈。勤業眾信客戶、產業與市場負責人洪國田認為，美國退出TPP宣示「美國貿

易政策新時代」的來臨，代表未來美國將傾向以雙邊公平貿易，取代多邊自由貿易的路線，並以「購買美國貨，雇用美國人」為優先，衝擊全球經貿。

不過儘管美國退出TPP，但TPP其他11個會員國並未因此放棄，包括澳洲、日本、加拿大、墨西哥、新加坡、紐西蘭與馬來西亞在內的TPP會員國，在今年1月17日～20日舉辦的世界經濟論壇上，仍就TPP召開正式會議，討論未來方向，不排除將原本的TPP以另外一個協定進行談判，或是由TPP會員之間，彼此洽簽自由貿易協定。

觀察TPP其他11個成員國的進展，經濟部國際貿易局指出，目前日本完成TPP通知，紐西蘭完成國內審議，新加坡、馬來西亞及汶萊所簽署的協定無須國會審查，惟需待完成國內法律修正案，此外，墨西哥、澳洲及加拿大仍在國會審議中。由此可見，TPP並未因為美國退出而胎死腹中。

顯然，縱使TPP未能生效，台灣仍要持續觀察其他TPP會員國的立場，掌握相關發展，做出有效的因應之道，例如遠東集團旗下的紡織廠宏遠興業，因應美國可能退出TPP，將投資2,300萬美元於美國設廠，開設兩條TPP生產線；此

外，未來多邊、區域及雙邊的經貿規範，仍將參循TPP標準，台灣應持續依據TPP的重要內容，檢討相關經貿法規，建構一個更自由開放的環境，以加速我國經濟結構升級與轉型，提升台灣經貿體質。

## 自由貿易主義仍是主流

中華經濟研究院院長吳中書指出，由於自由貿易的利益沒有平均分配，導致歐美各國對自由貿易反彈，不管是英國脫歐，西班牙、義大利等國想要退出歐元區、或是美國退出TPP，都顯示貿易保護主義的興起，由於台灣經濟高度仰賴進出口貿易，全球貿易量如因保守主義抬頭而縮減，將使台灣經濟受到傷害。

不過，儘管歐美貿易保

護主義盛行，但亞洲國家如中國大陸、香港、韓國與東南亞等，都還積極推動區域經濟整合，美國退出TPP後，TPP其他會員國仍積極進行，可見自由貿易在大部分國家還是主流。由此可見，未來將是東西方國家自由貿易消長的關鍵時刻，台灣必須在這樣的轉折中，找到新的立足點，才能擬定更符合時局的經貿戰略。

就台美雙邊關係進行觀察，美國退出TPP代表未來台美貿易往來將走向「雙邊協議」，因此政府必須就台美貿易夥伴關係投入更大的努力，維持良好的互動關係。對此，經濟部國際貿易局強調，基於川普的「美國優先」政策主張，未來政府將於「台美貿易暨投資架構協定」（TIFA）之下，持續推動與美



川普未來施政將以惠及美國勞工和家庭為目的，而購買美國貨和僱用美國人，更是美國政府將遵循的兩大基本原則。

方洽簽雙邊投資協定（BIA）及自由貿易協定，並強化台美之間的各项經貿與產業合作，利用現有合作平台，例如駐美各經濟組舉辦的台美企業聯誼活動、台美企業論壇及組團訪美等，與美方產官學及企業界加強交流合作。

吳中書則強調，未來台美「雙邊貿易協議」展開談判，預期台灣將面臨電信開放、美豬內臟開放的網路安全與食品安全等議題，由於目前台灣內部對於推動自由貿易仍缺乏共識，因此國內必須加速凝聚共識，才能建立自身與國際進行談判的基準點，讓雙邊、多邊談判更加順遂。

## 貿易大戰 中、墨為首波開戰對象

除了退出TPP的貿易保護主義措施外，川普於競選期間

公開指責墨西哥、馬來西亞、中國大陸、韓國與台灣的製造業，搶走了美國製造業的工作，因此川普上任後，一場山雨欲來的貿易大戰即將開打，其中又以墨西哥與中國大陸，將為川普首波開戰的對象。

勤業眾信認為，美國退出TPP不代表全球都將施行高關稅政策，美國保護主義時代來臨與否，關鍵在於美國是否將中國大陸貨品關稅提高至45%、對墨西哥貨品關稅提高至35%。中華經濟研究院副院長王健全則認為，一旦川普啟動保護貿易的走向，對擁有大量貿易順差的國家課徵高關稅，將對台灣出口不利。

### 美墨邊境築高牆開戰

過去，墨國以緊鄰美國之地利之便，向來是美國重要的

合作夥伴，但是也被川普視為搶走美國人工作的罪魁禍首之一，因此川普競選期間就表示將在墨西哥邊境逐起高牆，針對這項承諾，川普上任後即正式簽署行政命令，啟動美國在墨西哥邊界長逾3,000公里隔離牆的建設，再加上川普表示將重談與墨西哥之間的「北美自由貿易協定」，美墨間的貿易大戰正式開打。

未來川普可能將對從墨西哥進口美國的產品，課徵20%的進口稅，屆時將對在墨西哥投資的台商帶來衝擊與影響，除了寶成、台達電、年興紡織、南緯紡織、加州紡織、東元電機等製造業在墨西哥投資，也不乏文具、鞋材、皮包材料、禮品、雜貨、手錶、手工藝品、汽車零配件貿易商，以墨西哥為據點布局美國市場，未來恐將受到影響。

### 高關稅將掀起中美貿易大戰

另外，被川普指稱為匯率操控者的中國大陸，更是川普掀起貿易大戰的重要對象，歐巴馬執政期間，美國就曾對中國大陸傾銷鋼鐵，祭出超過45%的高關稅，如今川普持續揚言將對從中國大陸出口到美國的產品，課徵高額懲罰性關稅。

面對川普的動作頻頻，中國大陸做為全球最大製造業國與第二大經濟體，當然也不是省油



川普上任之後，隨即啟動美墨邊界長逾3,000公里的隔離牆建設，美墨之間的貿易大戰正式開打。

的燈。高盛證券引述對外經濟貿易大學中國WTO研究院院長屠新泉的話表示，如果美國祭出高關稅，中國大陸勢必也採取高關稅的壁壘政策。一場全面性的中美貿易戰即將引爆。

中美大戰如真爆發，台灣接單、中國生產、進口美國這個已經行走20年的製造業模式，恐將因此發生變化，製造業台商恐將受到影響，當然，一旦中國也對美國祭出高關稅，美商在中國大陸的經營恐將更加困難，這對目前為美國品牌供應鏈的台商，也將有所衝擊。由此可見，如何在中美夾縫中找到新的生存之道，考驗著台商們的智慧

### 矛頭若指向台灣 出口恐受衝擊

隨著川普陸續掀起的貿易大戰，台灣當然也備受威脅。根據經濟部國際貿易局的資料顯示，美國是台灣第三大出口國，2016年1~11月我國出口至美國計305.8億美元，占出口總額的12%，僅次於中國大陸及香港，其中又以資通訊與視聽產品為大宗。2015年美國資通與視聽產品進口國，台灣位居第六名。未來川普如果也將矛頭對準台灣，台灣出口恐將遭遇很大的打擊。

由於去年5月美國財政部公布的操縱匯率國名單中，台灣與中國大陸、日本、德國同時



美國是台灣第三大出口國，川普曾提到台灣搶走美國人汽車零組件產業的工作機會，顯示台灣極有可能成為美國祭出高關稅的對象。

列為觀察名單，可見台灣對美國的巨額出超，已受美國的高度關注，而川普在競選期間又曾提到：台灣搶走美國人汽車零組件產業的工作機會，也顯示台灣極有可能成為美國祭出高關稅的對象之一。

## 台商因應四大策略

過去，基於製造成本，台商廣泛投資中國大陸，而為了就近供應美國市場，也有不少台商在墨西哥設廠，因此不管是美中或美墨貿易大戰，勢必都將波及到台商，若未來貿易大戰的矛頭直指台灣，本土百萬台商更將面臨莫大衝擊，勢必得即早對這場貿易大戰，規畫因應之道。

### 策略1》轉移經營版圖 降低關稅衝擊

洪國田認為，台商的美國客戶訂單，在海外生產的部分

約有九成製造地為中國大陸，其中有八成產品屬於資通訊相關產業，由於美、中與台均簽署《資訊科技協定》（ITA），ITA是世界貿易組織（WTO）部分會員間協定，主張外銷零關稅。因此，美國高關稅措施，對於在中國大陸設廠的台商而言，影響可能有限。

對於其他會受到波及的業者，洪國田建議，未來台商如果面臨轉單和遷廠的壓力，可以將經營布局版圖由中國大陸移往歐洲、東協等國家，尋求對美關稅較低的生產基地，降低高關稅的衝擊，又或直接前進美國設廠，避開關稅壁壘，降低運輸與時間成本，不過由於美國人力成本較高，選擇此一途徑的台商勢必要提升自動化程度，此外技術提升也是關鍵。

「美國一旦祭出高關稅，中國大陸台商就要思考在地化

布局的可能性，」中華採購與供應管理協會執行長賴樹鑫認為，美國是全球最大消費市場，假如台商可以把生產、銷售或服務據點，設在美國，如此一來，台商從產品設計構思開始，與客戶的設計部門在地接觸，將符合採購供應鏈管理的早期參與策略，反而有助台商轉型升級，是提升台灣產業競爭力的良好契機。

#### 策略2》 加強雙邊與多邊貿易協定談判

事實上，過去幾年台灣在全球區域經濟整合的步伐上，一直落後其他競爭對手國，促使台灣貿易過度依賴中國大陸，勤業眾信認為，「川普經濟學」或許將成為台灣對外貿易的一個轉機，台灣應趁全球自由貿易出現劇烈轉變的時刻，積極力促雙邊貿易協定，

同時參與區域經濟合作或加深與美國產業的鏈結，反而能因此開拓台商在全球更大的布局空間。

#### 策略3》 加強台美關係 政府動起來

誠然，因應美國對全球貿易環境帶來的轉變，我國政府各部會也積極動起來，力促台美之間更緊密的關係，例如，經濟部將趁著美國商務部於今年6月18～20日舉辦的「選擇美國投資高峰會」（SelectUSA Investment Summit），籌組企業領袖團參加，掌握美國製造業回流布局商機之外，亦將透過台美企業對話，加強台美產業鏈結。

另外，新任科技部部長陳良基甫上台，就表示將配合政府的「五加二產業創新計畫」，每年選取50名博士前往

矽谷，與當地新創公司一起工作學習，提振台灣的創新力，同時，也加強台美在科技、創新方面的連結與互動。

#### 策略4》 創新與升級才是王道

不管全球經貿局勢如何轉變，賴樹鑫呼籲台商，企業布局全球的最佳經營之道，關鍵還是在於產品與技術本身的競爭力，如果產品不能符合市場需求，就算零關稅也銷售無門，但是產品如具備創新或擁有獨步全球的技術，就有較大的機會突破劣勢，開拓全球市場。

吳中書認為，對於高關稅障礙，規模較大的台商具備海外前進設廠的能力，影響較小，但台灣產業命脈是百萬家中小企業，資金與國際布局能力較不足，未來若受到關稅障礙，恐怕難以因應，對此，中小企業除期待政府打理好台灣在國際上的發展空間，自身也應以創新升級為方向，發展具備競爭力與差異化的產品，才有機會突圍。

綜觀來看，全球貿易競爭格局的變化已是不可迴避的趨勢，台灣在這波貿易保護主義的大浪潮下，如何採取因應的策略措施，考驗著政府與產業界的智慧，也牽動台灣經濟與產業的發展，各界應共思謀略，才能在大變革中找到新脈絡。■



對於美國高關稅障礙，規模較大的台商具備海外前進設廠的能力，但中小企業必須仰賴產品與技術的競爭力，才有機會開拓全球市場。



印度市場在近幾年中受到各國手機大廠的歡迎，其所帶動的群聚效應不容台商小覷。

軟體大國的硬體戰

## 瞄準全球第五大經濟體 手機大廠瘋「印度製造」

相對於以「中國製造」改造經濟體質的中國大陸，訴求「印度製造」的印度，隨著手機大廠蘋果電腦今年將於印度正式設廠，全球手機廠的印度卡位戰即將引爆，其所帶動的產業群聚效應，值得台廠留意。

◎撰文／木華 圖片提供／法新社、路透社

從2014年印度總理莫迪（Narendra Modi）上任以來，無論是喊出印度製造計畫（Make in India Initiative，簡稱MII）、鐵腕執行廢鈔政策，都令外界對於印度市場有不同以往的觀感。儘管政策評價有褒有

貶，但印度市場傳遞的訊息卻是再明確不過：我們玩真的。而今年剛開始沒多久，印度市場就傳出足以牽動所有印度市場投資者神經的重要訊息：蘋果電腦將至印度設廠。為何印度市場能夠成為主流大廠的兵家必爭之地？

### 強化基礎建設 實現印度製造

人口紅利，向來是投資印度的主要考量。擁有13億人口的印度，是全球僅次於中國大陸的第二大人口國，而在經濟表現方面，由於經濟成長快速，加上英

鎊劇貶，去年12月，印度國內生產毛額（GDP）首度超越英國，躋身全球第五大經濟體，僅次於美國、中國大陸、日本和德國。

根據國際貨幣基金（IMF）預估，印度今年經濟成長率將達7.6%，而印度財政部長賈特里預估印度去年4月到今年3月的財政年度經濟成長率為6.5%，下個財政年度之經濟成長率預估為6.75%到7.5%之間。

換言之，在全球前五大經濟體中，中國大陸與印度是唯二不屬於已開發國家的市場，相較於中國大陸近年來的積極開放與蓬勃發展，政策混亂、行政效率緩慢的印度較不受台商青睞。然而，隨著中國大陸市場成長放緩，具有龐大潛在市場開發效益的印度，成為不少全球大廠布局全球時必須審慎評估的一步棋：積極搶進或保守以對？

2014年9月所推出的「印度製造計畫」，強力訴求為印度的製造業引入外資，藉此轉型為全球製造中心；去年8月，針對加強外人投資所推動的商品服務稅法（GST）正式通過，即將於今年4月起實施，被視為可大幅改善經商環境、簡化稅務系統、降低跨邦經商成本，讓印度真正成為大型單一市場。

至於最為人詬病的基礎建設落後問題，印度政府於今年2月宣布將編列3.96兆盧比（約合590

億美元）興建並翻新鐵路、機場和公路，落實升級老舊基礎建設的計畫，一連串的舉措，顯示印度政府的決心，唯有積極改善基礎建設，「印度製造」才有可能成真。

在印度經營的台商分享，頻繁的停電是印度「永遠的現在式」，以印度13億人口來說，目前還有3億人口無電可用，由於停電頻率高，帶動發電機的銷售，幾乎所有工廠都自備發電機。印度政府除積極改善電力系統外，也在新德里推動「光明路運動」，透過補貼方式大量推廣節能LED燈泡、積極汰換老舊路燈，成功帶動國際LED廠商至印度設廠。

根據國際研究機構TechSci Research評估，印度LED照明市場規模在2021年預計可達22億美元，由於印度欠缺LED核心技

術，因此國際大廠如飛利浦、奇異、歐司朗（OSRAM）皆已積極進入印度市場，擴大生產計畫，以持續供應印度在地需求，這對於台灣中下游LED廠來說，也是值得思考的機會。

## 手機大廠搶進 軟硬體雙贏

儘管印度市場透明度偏低，但國際大廠為何願意對「印度製造」買單？「卡位」印度內需市場是關鍵之一，著眼「關稅優惠」則是關鍵之二。印度手機協會創辦人暨總裁Pankaj Mahindroo曾公開表示，印度極有決心打造強大的國內製造業，預計在2020年、2025年分別達成生產5億支、12億支手機的目標；而外資在印度製造、組裝可有效避免10%~12%的關稅，由於印度市場是高度價格敏感的新興市場，關稅優惠對於高單價產品來說影



印度政府今年編列大量預算在翻新鐵路上，從基礎建設開始展現改革決心。

響不小，在這其中又以手機廠商最為積極。

根據IDC研究報告，去年印度智慧型手機市場之市占排名依序為三星、聯想、小米，印度本土手機廠牌如Micromax的市占率則持續下探，以高階產品為主的蘋果則僅排名第十，由於印度現階段之銷售主力仍以中低階產品為主，強調物美價廉的中國大陸手機品牌之競爭力更顯強大，中國大陸手機品牌聯想、小米、OPPO、vivo市占率加總已囊括近半的印度市場。

印度政府所喊出的印度製造之目標之一，包括2020年達到電子產品零進口，換言之，手機廠商若想深耕印度市場，就必須在印度投資建廠或是生產相關的零配件。以三星為例，手機於越南製造、印度組裝，以符合「印度製造」的規範，小米在印度出售的手機中，

有75%於印度當地組裝，金立、OPPO都將在印度設廠。

對比三星、中國大陸手機品牌在印度市場的攻城掠地，在全球手機市場執牛耳的蘋果，面對中國大陸手機市場成長趨緩，雖想積極切入印度市場，卻面臨「無廠寸步難行」的困境。由於蘋果主要生產基地在中國大陸，難以符合印度製造的規範，根據印度外國投資促進委員會（FIPB），若蘋果想在印度銷售iPhone，須配合相關規定在印度當地採購30%零組件。

蘋果的困境，意外成為台廠的機會，透過與已在印度設廠的台灣組裝廠合作，無論是市場盛傳的鴻海或緯創，一方面為蘋果解套，另一方面也為台廠再創營收動能、強化與印度投資關係。鴻海集團總裁郭台銘日前曾公開談論對於「實體經濟」的觀察，

認為實體經濟的比重將會越來越大，實體經濟的外銷可以帶來6至7倍的增值，肩負驅動整體經濟成長的重責大任。換言之，發展製造業是造就經濟成長的根本，以印度的情況來說，擁有舉世聞名的軟體人才，卻缺乏相應的硬體製造能力作為支撐，這正是印度發展印度製造的重要考量，也是台灣廠商不該忽視的趨勢。

事實上，手機大廠紛紛進駐印度、於印度設廠，所帶動的上下游供應鏈群聚效應相當龐大。如台灣指標IC設計廠聯發科對於印度市場相當積極，除設立印度子公司之外，亦於印度Bengaluru（班加羅爾）成立研發中心，更積極投資印度創新產業如印度半導體、物聯網、金融科技、電子商務與網路應用等相關公司，甚至開設印度資通訊產業主管手機設計訓練課程，聯發科技董事長蔡明介就公開表示，要以實際行動增加台灣與印度之產業交流、人才及市場的連結，帶領手機產業供應鏈共同前進印度，建立互利共贏的新合作模式。聯發科積極搶進印度市場的效果已有所反應，在印度手機晶片市占率領先競爭對手高通（Qualcomm）。

### 釐清複雜稅制 印度經濟看俏

印度市場，也在新南向政策的航向上。長期從事南亞研究



印度擁有優秀軟體人才，可惜缺乏相應的硬體製造能力，這也是台商前往印度投資發展時，可著墨之處。



擁有豐富文化的印度，雖是一個潛力強大的市場，但要克服的問題也不在少數，台商前往發展時，務必要謹慎小心。

的國立中興大學國際政治研究所所長陳牧民觀察，印度政策主軸「印度製造」企圖透過提升製造業水準，使經濟快速發展，因此，發展製造業已成印度全國共識，因為過去以軟體人才見長的印度，現在最缺的就是製造業；而台灣則希望透過新南向政策多元拓展經貿觸角，無論是硬體製造營收動能、品牌廠商的全球布局，都需要新市場動能。

更重要的是，印度目前所推動的政策方向如「改善基礎建設」、「打造智慧城市」、「推動綠能產業」，台灣廠商都具備相應的技術與經驗，頗有機會切入印度市場，如台達電的太陽能電源轉換器、通訊電源系統、電視牆等三項產品在印度市占率排名第一，躋身印度通信及能源系統主要供應商。

然而，印度市場潛力雖大，

待克服的困難也不少。世界銀行最新公布的《2017年經商環境報告》（*Doing Business 2017*）評比中，印度綜合排名第130名，遠低於中國大陸的第78名，特別在「申請施工許可」、「法治精神」跟「稅負」三個項目中，印度更名列全球倒數20名之中。

對於台灣廠商來說，首先必須了解印度是「聯邦制度」，每個邦的法令規章、稅制都不同，不同邦之間的貿易障礙都很高，初期投資計畫應先鎖定一、兩個邦，一方面可以避免資源分散，二方面降低初期研究各邦法規、稅制的時間，倘若個別中小企業難以深入研究印度，與其單打獨鬥，不妨透過同業公會等組織成立小組，共同考察。如外貿協會為協助台商前進印度，去年起啟動「印度台灣商品行銷中心」計畫，有意願至印度投資但卻欠缺

了解印度市場人才的廠商，可付費由貿協聘請的當地行銷人員代為開拓市場，於加爾各答、孟買、清奈三地展示商品。

資誠稅務諮詢顧問公司則建議，投資印度務必留意「政府政策」、「稅務與法令」和「社會文化」三大面向，先釐清外資投資限制或許可，必要時與相關政府官員洽談相關投資優惠，因為根據不同投資規模或產業別，各邦政府可能提供各種不同的優惠予有興趣投資的企業，未來則須持續關注印度「單一稅制」推動成效。無論是中國製造或印度製造，經濟發展歷程最終仍是回歸內需市場，若再考量美國新政府「美國製造」政策下緊縮美國工作簽證（H-1B）發放所可能造成的印度人才回流、進而推升印度經濟發展，印度市場的未來便更值得期待！■



近年來環保意識逐漸抬頭，許多國際企業紛紛調整營業策略，迎接綠色浪潮。

掌握低碳經濟下的貿易變革

## 迎戰環保衝擊 翻轉企業價值

〈巴黎協議〉已於去年11月4日正式生效，低碳經濟時代正式來臨，除對既有產業鏈造成負面衝擊，另一方面，也為企業帶來機會。低碳趨勢相關的經濟商機為何，值得台商謹慎觀察。

◎撰文／劉麗惠 圖片提供／法新社、美聯社、商業周刊、fotolia、中央社

去年11月25日紀錄片《明日進行曲》在台上映，這部探討經濟、環保議題的紀錄片，從農業、能源、經濟、民主與教育等眾多面向，探索全球的低碳經濟模式與永續生活方法，符合世界潮流的減碳議題，不僅在法國吸引超過100萬人次的觀賞，來台上映更吸引眾多民眾的關注，在一場上映會中，包括資誠

PwC、國泰金控、第一金控、台達電、玉山金控、中華電信等大企業代表也前往觀看，充分顯示出國內企業對於「低碳」議題的重視。

2015年12月12日在巴黎召開的第21屆聯合國氣候變化綱要公約締約國大會（COP21）中，聯合國成員一致通過〈巴黎協議〉，195個國家共同追求全球

平均氣溫增加不超過2°C的共識，並努力以升溫限制在1.5°C為長期目標，彰顯出追求低碳已是全球共識；去年11月4日〈巴黎協議〉正式生效之後，聯合國更在去年11月7日至18日於摩洛哥馬拉喀什召開《聯合國氣候變化框架公約》第二十二次締約國大會（COP22），全球正式進入清潔能源轉型的行動與落實階段，徹

底宣告低碳經濟時代的來臨。

值此關鍵時刻，包括台灣在內的全球企業，未來都必須對低碳經濟所引爆的供應鏈轉變，有更深的認識；另一方面，有鑑於消費者低碳意識高漲，綠色消費成為潮流後，企業更須以追求社會責任與提升品牌形象為目標，積極推動各種減碳措施，而具備創新力的企業，可開發相關技術、產品與解決方案，搶攻逐漸興起的低碳經濟商機；當然，愈來愈受矚目的「國際碳交易」與「碳定價模式」，同樣不容企業忽視。

### 低碳意識 縮短供應鏈距離

過去幾十年來，全球化發展出複雜的貿易供應鏈體系，產品在世界各國間進行分工生產，不管是原料、中間材或產品的運

送往來，都以降低企業營運成本與提高營運效益為主要考量，如今，隨著低碳的追求勝過一切，供應鏈的分工環節，逐漸走向綠色環保的訴求，包括減少配送距離、增加單次配送量，或對上游供應商提出減碳要求等，如此一來，既有供應鏈環節將有所改變，可能對企業經營造成衝擊。

具體而言，未來企業面臨的供應鏈變革，可能出現四大現象：第一、上下游產業鏈更緊密的在同一區域內群聚；第二、生產地點就在主要銷售市場地區；第三、同一產業的不同廠商，為更大量批送，可能發展出共用配送物流的機制，藉以降低產品的運送次數，達到減碳效果；第四、下游品牌客戶為建立低碳供應鏈，而對供應商提出各種嚴格的要求。

以可口可樂為例，該公司自1998年開始採取全方位的低碳供應鏈建設工程，除對供應商提出嚴格的綠色環保要求，推廣生產製造創新技術與使用環保材料；為減少半成品與產品的運送，可口可樂同時也將絕大多數飲料生產、銷售，盡可能在同一地區完成，以在中國大陸市場為例，可口可樂將飲料容器生產設在北京飲料工廠中，並做到瓶子一完成吹瓶就現裝飲料的流程，把供應鏈的距離降至零，達到最佳減碳效益。

### 綠色消費 企業布局關鍵

供應鏈的改變對企業營運帶來影響之外，低碳意識所衍生出的新消費者購買型態，也將對商業活動帶來變革，根據國際合作暨發展組織（OECD）的調查，近



1.為響應〈巴黎協議〉中所提出的減碳概念，可口可樂公司嘗試將飲料容器的生產「在地化」，藉此減少運輸過程中的碳排放。



2.2016年11月16日在馬拉喀什召開的氣候變化大會，商定非洲大陸各國對抗全球暖化的聯合立場。

年來消費者選購綠色產品的意願比例普遍提高，包括美國與加拿大都有民調顯示，大約有80%的消費者，願意用較高的價格購買具備環保性的產品，面對此一趨勢，國際大企業爭相追求低碳以提升品牌形象；中小企業則積極透過創新，發展與減碳相關的產品，搶攻低碳商機。

### 品牌大廠 興起減碳作為

在品牌企業的減碳追求中，美國消費日用品品牌寶僑公司（P&G）的作為非常積極，該公司特別成立專門規畫低碳戰略的團隊，將低碳變成企業核心戰略，以期透過綠色環保與消費者連結。

2015年12月P&G更宣布，該公司計畫在2020年之前，將旗下設施的絕對溫室氣體排放量降低30%，以及與美國聯合能源公司（Constellation Energy）和法國電力集團可再生能源公司（EDF RE）建立合作夥伴關係，增加P&G對可再生能源的使用；此外，P&G也積極連結世界自然基金會贊助的「減碳先鋒計畫」。

P&G全球永續發展執行發起人Martin Riant強調，設定2020年30%減碳目標，是因為P&G堅信有益於環境保護的經營策略，有助於提高P&G的業務以及持續推出創新解決方案，幫助P&G品牌贏

得消費者的信賴。

國際品牌公司之外，國內品牌企業也陸續投入減碳行列，藉以達到節能減碳的目標之外，也同時打造企業自身在消費者眼中的品牌形象。因此，宏碁以2009年自身的碳排放量為基準，立下2020年將碳排放量比2009年減少60%的目標；台積電則積極藉由能源基線建立績效指標，進行最佳化節能管理模式，力求達到減碳效益。

### 中小企業 追求永續價值

大企業透過綠色形象建立提升其在消費者心中的好感之際，更有許多具備綠色環保意識的中小企業，積極以低碳創新發展綠



由企業帶頭進行減碳計畫，有助於全球環境改善，將美好的自然資產留給下一代。



- 1.綠色婚禮除減少喜帖或婚紗照的印製外，婚宴菜色也盡量選用當地食材，減少因運輸而造成的碳污染。
- 2.歐萊德以綠色工廠生產綠色產品，再透過綠色包裝、綠色供應鏈將產品送達消費者手中。

色商品或服務，進而開創市場商機。例如，國內婚禮籌辦公司心之芳庭，從英國引進綠色婚禮的概念，以「遵守自然永續循環」為原則，採購符合環保與在地的安心食材，吸引追求環保低碳的新人買單，成功建立綠色知名度，進而打開市場。

又或者，國內綠色洗髮精品牌歐萊德自2009年開啟碳足跡認證之路，成為第一批取得碳足跡標籤的中小企業，之後幾年不斷以低碳環保為基調，致力於研發綠色產品，例如，歐萊德以回收咖啡渣所創新研發的「Recoffee」產品，不僅獲得了美國匹茲堡國際發明獎，建立起良好的企業綠色形象之外，並以「Green from Taiwan」行銷亞洲、歐洲、美國等30多國。

尤有甚者，歐萊德以中小企業之姿，斥資1億8,000萬元打造

綠色工廠，為該公司形塑更名副其實的低碳形象。歐萊德董事長葛望平指出，歐萊德的綠色工廠以低碳、節能、環保為概念，全棟使用LED燈具，辦公廠房與產品製造使用的電力，來自屋頂設置的太陽能電板與風力發電機，落成之後的3年內，透過綠色生產、綠色供應鏈、綠色產品、綠色包裝、綠色物流等減碳行動，成效卓著，減碳量達578,729公斤，相當於1.5座大安森林公園一年碳吸收量。

### 碳定價 譜出企業新內涵

低碳趨勢帶來的供應鏈變革與綠色商機之外，隨著低碳議題持續高漲，國際間的碳交易將更為熱絡，「碳定價」議題已不容台灣政府與產業界忽視。

資誠聯合會計師事務所永續發展服務會計師李宜樺表示，目

前全球各界均已意識到，給予碳合理的價格，將可以反應出真正的邊際交易成本，進而有效將資金導向綠色經濟，減緩溫室氣體的排放，因此「碳定價」已經是企業管理氣候變遷的重要步驟，2015年碳揭露計畫（CDP）報告便提到，全球超過1,000家企業已為碳排放進行訂價，或是預計於近兩年內推行，這個結果是2014年調查的3倍，揭示了氣候變遷已成為主流企業的決策議題之一。

綜觀來看，低碳經濟雖然對產業帶來影響與衝擊，但也是企業開創商機的機會點，台商除應積極尋找減碳的方法與戰略，也應對國際上的碳交易、碳定價等議題，積極掌握與瞭解，如此才能正面迎接綠色環保與低碳趨勢，站上低碳經濟的大浪潮，開創新契機。 ■