

# 全球經濟危機對台灣貿易之影響及對策

陳美菊、李淑麗\*

壹、研究動機

貳、台灣對外貿易趨勢及面臨之問題

參、全球經濟危機對台灣進出口之衝擊

肆、結論與建議

## 摘 要

這一波全球經濟危機對台灣金融面的影響有限，但對實質面的衝擊卻相當大，其原因為台灣經濟相當依賴外貿。受到歐美市場需求急凍的影響，台灣對外貿易急速萎縮，工業生產大幅衰退，經濟轉為負成長。與亞洲鄰近出口導向國家相較，台灣出口不但率先衰退，且跌幅大於亞洲鄰近國家。基此，本文以台灣對外貿易長期趨勢及面臨之問題為分析主軸，探討全球經濟危機造成台灣外貿急速萎縮的原因，究係本身結構性的問題？抑或國際景氣低迷所致？同時，本文亦針對經濟危機發生後，全球的經貿版圖重整及台灣出口策略的調整方向提出建議。

\* 經建會經研處專門委員、專員。本文承蒙胡副主任委員仲英、洪處長瑞彬、朱副處長麗慧、吳組長家興費心指導，提供寶貴意見，至為感謝。惟本文內容若有任何謬誤，當屬筆者之責。

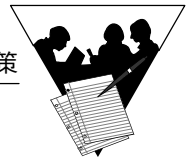
## The Impact of the Global Economic Crisis on Taiwan's Trade, and Policy Responses Thereto

Mei-Chu Chen, Shu-Li Lee

*Senior Economist, Specialist  
Economic Research Department, CEPD*

### Abstract

The recent global economic crisis had a limited impact on Taiwan's financial sector, but delivered a substantial shock to the real side of Taiwan's economy, due to the economy's high dependence on foreign trade. The sharp contraction in demand in Western markets caused Taiwan's exports to decline steeply, industrial production to plummet, and the economy to dip into negative growth. Compared with neighboring export-oriented Asian countries, Taiwan not only was the first to suffer a plunge in exports, but also suffered a greater decline than any of the others. Hence, drawing primarily on analysis of the long-term trends of Taiwan's foreign trade and the problems it has faced along the way, this paper examines the reasons why Taiwan's export performance was so badly affected by the global economic crisis, and whether its own structural problems were a contributing factor. The paper also makes suggestions on the redrawing of the global economic and trade map and directions for the adjustment of Taiwan's export strategy in the aftermath of the economic crisis.



## 壹、研究動機

2007年美國次貸危機引發全球性金融風暴，2008年9月投資銀行雷曼兄弟倒閉後，全球金融危機宛如海嘯襲捲全球，其影響層面廣且深。不僅從美國擴散至其他國家，也從金融面蔓延至實質面，全球貿易及工業生產持續快速萎縮，全球經濟陷入第二次世界大戰後最深且最久的衰退中，而受衝擊最大者，莫過於以出口為導向的國家如日本、亞洲四小龍等。

在這波全球經濟危機中，台灣金融面所受的影響有限，但實質面的衝擊卻相當大，其原因為台灣經濟相當依賴外貿。受到歐美市場需求急凍的影響，台灣對外貿易急速萎縮，經濟轉為負成長。與亞洲鄰近出口導向國家相較，台灣出口不但率先衰退，且跌幅大於亞洲鄰近國家，復甦步伐亦相對遲緩。

台灣外貿急速惡化係是國際景氣低迷？抑是此次全球經濟危機更彰顯台灣外貿本身長期結構性的問題？全球經濟危機發生後，歐美消費動能明顯減弱，以歐美為主要出口市場的台灣，未來出口策略應如何因應？本報告其餘各節安排如下，第二節台灣對外貿易長期趨勢及面臨之問題；第三節全球經濟危機對台灣進出口的衝擊以及原因分析；第四節結論與建議。

## 貳、台灣對外貿易長期趨勢及面臨之問題

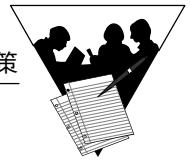
### 一、經濟過度仰賴出口

對外貿易的快速發展是支持台灣經濟高度成長的主要貢獻力量之一，且因對外貿易之擴張速度，凌駕國內經濟活動的成長速度，因此隨著經濟的發展，我國對外貿易依存度與日俱增。貿易

依存度愈高則表示國內經濟與國際經濟的關係愈來愈密切，在國際普遍繁榮時，固可與他國共享高度成長，但在國際經濟情況欠佳時，則將蒙受不利的影響。

我對外貿易依存度的變動趨勢，與我經濟發展的歷程不謀而合。1991年起政府推動產業升級的政策，以發展資訊工業及精密機械等高科技為主，貿易依存度逐步回升；2001年科技泡沫化影響，我國對外貿易轉呈衰退，貿易依存度下降。隔年我國加入WTO，對外貿易之開放使貿易依存度再度急速攀升，2008年以固定價格表示的貿易依存度已攀升至161.7%。外貿依存度攀升之原因如下：

- (一) 全球貿易快速成長以及入會：2002-2007年全球貿易量成長率為5.5%，遠高於全球經濟的成長率3.0%。我國為外貿導向國家，2002年我國加入WTO，對外貿易更趨開放，使貿易部門成長的速度凌駕國內生產成長率之上。
- (二) 原油及原物料價格高漲：台灣天然資源缺乏，原油及原物料大多仰賴進口。2002年起，原油及國際原物料價格大幅上漲，致我國進口金額急遽增加，反映在當期價格表示的貿易依存度明顯升高。
- (三) 進一步開放對中國大陸投資及貿易：2000年以來中國大陸經濟大幅成長，我對中國大陸投資持續增加，因而帶動自台灣中間財之進口需求，尤其是2001年11月進一步開放筆記型電腦、手機、數位光碟機等產品赴中國大陸投資，帶動對我國機械、原料、零組件等產品的引申性需求，造成我國對中國大陸出口大幅成長，中國大陸占我國出口比重隨之增加；



另一方面，我國持續開放中國大陸商品進口，使我國對中國大陸的貿易依存度大舉攀升。

#### (四) 產業結構

##### 一 對國外關鍵零組件、設備依賴日深

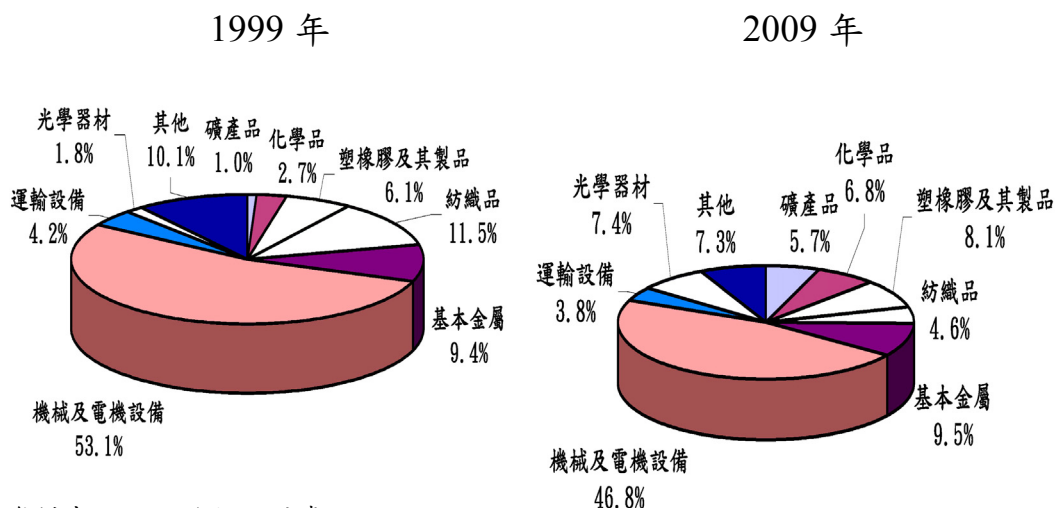
隨著我國資訊電子業者朝高階產品或製程發展，由於本土供應能力不足，對於國外關鍵零組件、設備依賴加深，如半導體、TFT LCD 面板業者新製程的建置，幾乎都需要仰賴國外進口的設備與原材料。

##### 一 出口過度集中於電子資訊產業

1990 年代後我國推動產業升級，2000 年以後更以發展資訊科技產業為主軸。因此，紡織品及運輸設備等傳統產業占我國出口的比重呈逐步下滑，其中，紡織品占出口的比重由 1999 年的 11.5% 減至 2009 年的 4.6%；電子資訊科技產品占我國出口的比重仍居高不下，2009 年台灣 ICT 產品(電子產品、資訊與通信產品及光學器材)占我國出口比重達 39%。(圖 1、表 1)

近十年來電子資訊產品仍是我國出口最主要的產品，但其產品內涵有所不同。首先是 2001 年我國進一步開放筆記型電腦、手機、數位光碟機等產品赴中國大陸投資，使資訊與通信產品占我國的出口的比重大幅減少，由 1999 年的 12.3% 降至 2009 年的 4.4%；其次，在政府的強力推動「半導體」與「影像顯示」兩項新興產業下，電子產品及光學器材占出口的比重逐步攀升，至 2009 年電子產品占出口的比重已由 1999 年的 18.5% 攀升至 27.5%；光學器材亦由 1.8% 增加至 7.1%。(表 1)

圖 1 我國主要出口產品比重



資料來源：財政部統計處。

表 1 我國機械、電機設備及光學器材出口之比重

單位：%

	機械及電機設備					光學器材
	電子產品	機械	電機產品	資訊與通信產品		
1998 年	15.8	6.8	3.9	12.3	1.5	
1999 年	18.5	6.6	3.8	12.3	1.8	
2000 年	22.2	6.6	3.6	13.0	2.2	
2001 年	20.2	6.9	3.8	12.7	2.2	
2002 年	21.0	7.1	4.5	12.2	2.9	
2003 年	23.2	6.9	4.2	9.6	4.6	
2004 年	25.0	6.9	4.6	7.2	6.0	
2005 年	25.7	6.8	4.8	5.5	6.6	
2006 年	28.0	6.4	4.9	4.4	7.6	
2007 年	26.6	6.3	5.8	3.9	7.5	
2008 年	24.8	6.3	5.2	4.0	8.0	
2009 年	27.5	5.4	4.6	4.4	7.1	

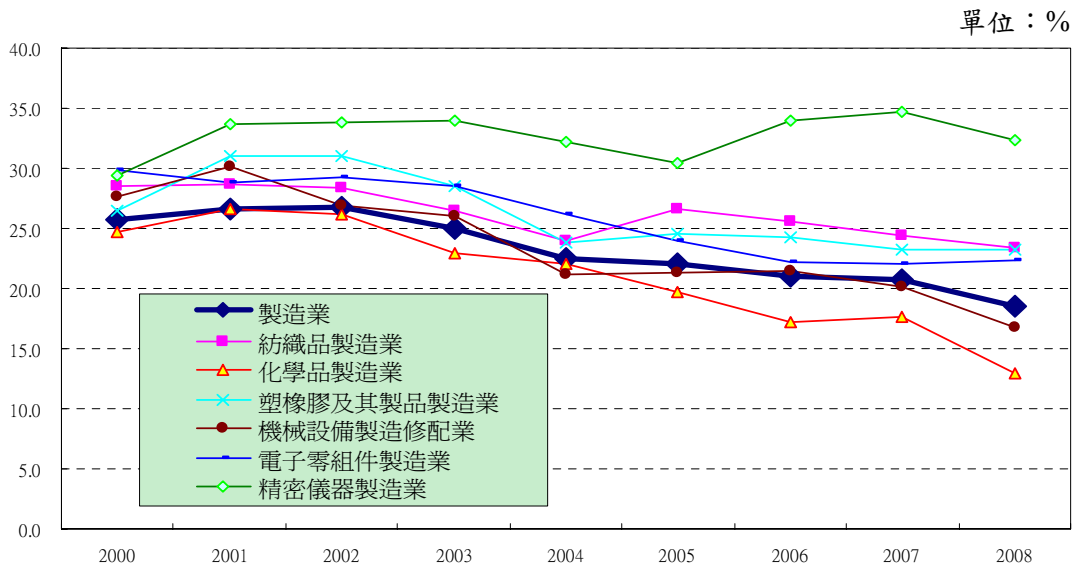
資料來源：同圖 1。



### 一 製造業附加價值節節滑落

雖然我國致力推動產業升級，發展高科技產業，惟台灣主要出口產品電子資訊產品仍以代工為主，產業往往需要仰賴外來技術與設備從事有限的創新研發與加值，面臨中國大陸經濟迅速崛起並成為全球製造重鎮後，資訊電子產品價格走低，台灣以資訊電子為主的高科技產業附加價值節節滑落。由圖 2 可看出，我國製造業的附加價值率由 2001 年的 26.7% 逐年下降至 2008 年僅 18.5%。主要出口產業如化學、機械及電子業的附加價值率更是逐年下降，此一原因亦是我國貿易依存度升高之原因。

圖 2 製造業附加價值率之變動趨勢



註：附加價值率=(生產毛額/生產總額)\*100=(生產總額-中間投入)/生產總額。  
資料來源：行政院主計處「國內生產各業產值雙面平減表(93SNA)」。

## 二、對中國大陸出口雖比重提升，惟其最終市場仍是歐美市場

在國際化與全球化風潮之下，近年來在跨國企業與中國大陸

投資台商主導下，台灣、中國大陸和東協國家、美國形成三角貿易的貿易分工形態，即由中國大陸向台灣購買半成品與原物料，製造產品後再外銷至國際市場(主要為美國及歐盟市場)之三角作業流程。跨國生產網路所呈現國際產業分工反映在對外貿易上，使得我對中國大陸及東協的出口取代直接出口至美國、歐盟等高度工業化國家，形成所謂的「出口移轉效果」。

由於三角貿易之關係，我對中國大陸(含香港)和東協六國的出口比重增加，對歐美日等三大市場的出口比重下降。2009年歐美地區占我國出口比重為22.7%，對中國大陸(含香港)及東協六國出口比重計達56%。惟其中約有8成<sup>1</sup>屬加工貿易，即透過中國大陸與東南亞等地加工再銷往歐美地區。若進一步考慮間接出口，我對歐美地區的出口比重更高達66.9%。(表2)

表2 我國對主要貿易國家或地區出口之比重

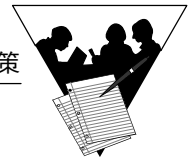
單位：%

	中國大陸 及香港	東協六國	美國	歐洲	日本
1998年	23.4	10.7	26.6	17.6	8.4
1999年	23.8	11.6	25.3	16.5	9.7
2000年	24.4	12.2	23.4	15.7	11.1
2001年	26.6	11.9	22.3	15.8	10.3
2002年	32.1	11.9	20.2	13.9	9.1
2003年	35.7	11.8	17.6	13.8	8.3
2004年	38.0	13.0	15.8	13.1	7.6
2005年	39.1	13.6	14.7	11.9	7.6
2006年	39.8	13.7	14.4	11.7	7.3
2007年	40.7	14.5	13.0	11.6	6.5
2008年	38.9	15.0	12.1	11.7	6.9
2009年	41.1	14.8	11.6	11.1	7.1

資料來源：同圖1。

<sup>1</sup> Citigroup Global Markets(2009).





### 三、「台灣接單、海外生產」比重逐漸擴大

隨著台灣經濟結構的轉型與升級，各產業比較利益的程度相形改變，導致我外銷接單與出口成長型態產生質變。此外，對外投資之盛行與全球化的風潮，也改變廠商的「外銷接單—生產—出口」行為。過去十年間，台灣對中國大陸的投資大幅成長，國內下游廠商持續移往中國大陸設廠，大大提升台灣廠商的接單能力，台灣接單金額不但大於出口金額，其差距由 2000 年的 14.7 億美元擴大至 2008 年的 960.9 億美元；而且「台灣接單、海外生產」的比率亦逐年上升，由 1999 年僅佔 12.24%，到 2008 年底已達 47.0%。尤其是 2001 年 11 月進一步開放筆記型電腦、手機、數位光碟機等產品赴中國大陸投資後，電子、資訊與通訊產品的接單金額大幅成長，惟海外生產比率亦同時大幅攀升，電子產品的海外生產比由 2000 年的 8.03% 攀升至 2008 年的 47.05%；資訊與通訊產品更由 2000 年的 24.86% 攀升至 2008 年的 85.05%。(表 3)

表 3 出口、外銷訂單金額及台灣接單、海外生產比率之變動

單位：%；億美元

	出口金額	外銷訂單 金額	海外生產比率		
			總計	電子產品	資訊與通訊
1999 年	1,237.3	1,274.7	12.24	9.18	23.03
2000 年	1,519.5	1,534.2	13.28	8.03	24.86
2001 年	1,263.1	1,357.1	16.69	13.34	25.93
2002 年	1,353.2	1,509.5	19.28	15.09	34.29
2003 年	1,506.0	1,700.3	24.03	20.11	45.41
2004 年	1,823.7	2,150.9	32.12	29.55	60.71
2005 年	1,984.3	2,563.9	39.88	37.05	73.01
2006 年	2,240.2	2,993.1	42.31	36.02	76.48
2007 年	2,466.8	3,458.1	46.13	43.60	84.29
2008 年	2,556.3	3,517.2	47.00	47.05	85.05
2009 年 1-11 月	1,836.4	2,907.2	47.74	44.23	81.58

資料來源：經濟部經濟統計資訊網路資料。

#### 四、出口競爭力逐步下滑

2000年以來東亞區域整合如火如荼地進行，中國大陸、韓國、日本、新加坡以及東協國家積極參與區域經濟整合，台灣由於政治的因素被排除東亞區域整合之外，使台灣對外貿易發展受到限制，加上我國「逐低成本而居」的投資模式，投資帶動之貿易效果減弱，使我出口成長力道明顯低於亞洲鄰近國家，在全球主要市場之占有率亦年年下滑。近十年台灣的出口成長率僅9.1%，不但低於全球出口成長率11.6%，更低於主要出口競爭對手國韓國(12.8%)、新加坡(12.5%)及中國大陸(23.2%)。在美國市場占有率由1999年的3.44%降至2008年的1.73%；在歐盟的市場占有率亦由2.53%降至1.55%，另在日本、中國大陸及東協的市場占有率亦見下滑。(表4、表5)

表4 全球及亞洲主要國家出口成長率

單位：%

年 份	全 球	台 灣	韓 國	新加坡	中國大陸	日 本
1999	4.0	9.9	8.6	4.4	6.1	8.1
2000	12.6	22.8	19.9	20.2	27.8	14.3
2001	-3.8	-16.9	-12.7	-11.7	6.8	-15.9
2002	4.5	7.1	8.0	2.8	22.4	3.3
2003	16.9	11.3	19.3	27.8	34.6	13.2
2004	21.4	21.1	31.0	24.2	35.4	19.9
2005	14.1	8.8	12.0	15.6	28.4	5.2
2006	15.6	12.9	14.4	18.4	27.2	8.7
2007	15.8	10.1	14.1	10.1	25.8	10.4
2008	15.1	3.6	13.6	13.0	17.4	9.5
平均成長率	11.6	9.1	12.8	12.5	23.2	7.7

資料來源：行政院經濟建設委員會「國際經濟情勢雙週報」各期。

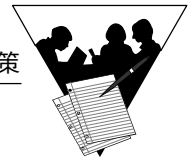


表 5 我國在主要貿易國家或地區的市場占有率

單位：%

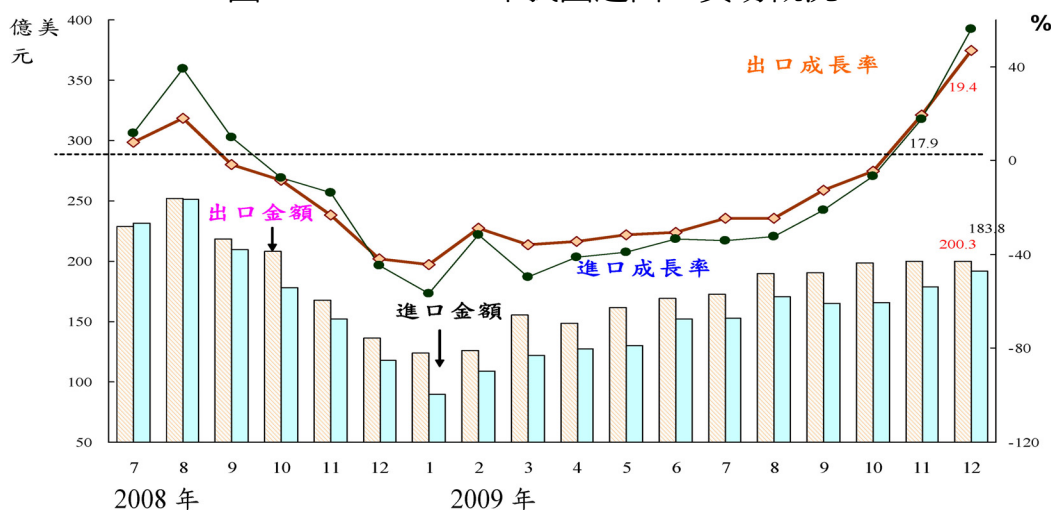
	美國	日本	中國大陸	東協四國	歐盟 27 國
1999 年	3.44	4.12	11.79	4.85	2.53*
2000 年	3.33	4.72	11.33	5.20	2.75
2001 年	2.93	4.07	11.23	4.92	2.61
2002 年	2.77	4.02	12.90	4.83	2.50
2003 年	2.51	3.73	11.95	4.39	2.38
2004 年	2.36	3.67	11.55	4.86	2.33
2005 年	2.08	3.51	11.31	4.64	2.04
2006 年	2.06	3.51	11.01	4.77	1.97
2007 年	1.96	3.19	10.56	4.70	1.81
2008 年	1.73	2.86	9.13	3.92	1.55

註：東協四國係指泰國、馬來西亞、印尼、菲律賓等國家。另\*表示為 EU25 國。  
資料來源：經濟部國際貿易局「國際貿易情勢分析」各期。

### 參、全球經濟危機對台灣進出口的衝擊

2008 年 9 月金融海嘯襲捲全球，但台灣主要出口市場如中國大陸、美國、日本與歐盟等國，除歐盟進口自 2008 年 10 月開始微幅下跌 2.71% 外，其餘國家的進口都在 11 月才開始出現負成長。台灣的出口成長率卻在 9 月就呈現衰退 1.6%，在三角貿易下，我對中國大陸及東協六國出口就率先衰退，且對中國大陸及東協六國的出口減幅大於歐美等先進市場。隨後出口下滑更日趨嚴重，出口金額由 8 月的 252.1 億美元，減少至 2009 年 1 月谷底的 123.7 億美元，與上年同月相較，出口減幅更高達 44.1% (詳圖 3)。進口方面，受到出口引申需求減少、國際原物料價格下跌影響，10 月就呈現負成長，進口金額由 2008 年 8 月的 251.7 億美元，減至 2009 年 1 月谷底的 89.7 億美元。

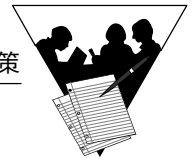
圖3 2008~2009年我國進出口貿易概況



資料來源：同圖1。

2009年2月以後，中國大陸「家電下鄉」政策及「急單效應」，加上不少採購團來台採購，台灣出口金額逐步回增，3、4月出口金額回增至150億美元左右，7月以後由於全球經濟復甦態勢漸趨明朗，庫存回補效應出現，我國出口穩步回增，9月出口金額已達190.7億美元，與上年同月比出口減幅已降至12.7%，11、12月成長率已轉為正成長，但出口金額仍低於風暴前水準。在全球景氣復甦及出口回增下，進口金額亦緩步增加，至9月進口金額已增至165.2億美元，較上同月減少21.1%，11、12月進口成長率亦與出口同步轉為正成長。

在外銷訂單方面，受到全球景氣低迷不振，世界各國需求急速下滑的影響，2008年10月我外銷接單開始轉為負成長，且跌幅逐月擴大。2008年第四季及2009年第一季外銷接單分別衰退22.2%及29.7%。隨後，在中國大陸的家電下鄉與印度等新興經濟體擴張內需政策陸續施行，急單效應使我國外銷接單金額自2009



年 2 月起已逐月回增，但增幅有限，第二季起自中國大陸接單較有起色，7 月以後全球景氣復甦態勢明朗，庫存回補之效應，我接單金額減幅已大為縮小。我國外銷訂單下跌幅度高於需求萎縮幅度其原因大致分述如下：

- 一 供應鏈、存貨管理制度所帶動的 Forrester 效果<sup>2</sup>：根據 American Institute for Economic Research 在 2009 年 4 月 10 日所作的報告中發現，廠商在此次金融風暴中縮減存貨的程度，比往常來得快。經濟學家 Polia Vasenko 認為快速降低存貨可能肇因於廠商所採取的即時生產(just-in-time)制度，改善了供應鏈的管理所致，這使得廠商在經濟擴充期將存貨量控制在最小的程度，也因此當經濟緊縮期來臨時，得以快速降低存貨量。因此，當下游需求減少時，上游會過度反應，且越往供應鏈之上游，其反應的程度也越大，整個影響因而有被誇大的傾向。
- 一 外銷接單過度集中於所得彈性較高的幾個產業或地區：我國外銷訂單 7 成集中於化學品、基本金屬、機械、電機產品、精密儀器、電子產品、資訊通訊產品，上述產業正是所得彈性較高的產業，也是在不景氣時刻，消費者易於遞延消費的產品(其他產業以傳統產業為主)。另，我美國及歐洲等地區占我國接單之比重高達 42.2%，亦是接單金額急速下滑的原因之一。

<sup>2</sup> Forrester 效果(Forrester effect)：係指當供應鏈受到干擾時，因反饋作用(Feedback)之故，越上游的廠商所受到的廠商的影響越大。此一零售端需求之微幅變動卻造成上游供應端訂單之大幅變動的效果，又稱為牛鞭效果(bullwhip effect)。因此，當供應鏈越長時，鞭子一端些微的改變，不僅會引起鞭子另一端大幅的擺動，而且這個擺動會隨著鞭子的增長而擺動越大。

表 6 台灣接單金額、地區及產品

單位：%

	金額 (億美元)	成長 率	按接單地區分				按主要項目			
			中國大陸 (含香港)	美國	歐洲	日本	電子	資訊 通信	基本 金屬	精密 儀器
2007年	3,458.1	15.5	21.1	6.5	22.7	9.0	15.5	21.4	15.6	35.2
2008年	3,517.2	1.7	-3.9	-2.9	6.0	10.1	3.3	6.5	-1.0	2.0
第1季	878.0	15.7	22.9	7.1	-24.5	-35.5	-26.0	-20.2	-39.7	-48.3
第2季	946.4	13.1	15.1	2.6	-22.2	-12.2	-10.7	-8.6	-32.8	-14.1
第3季	952.8	4.6	-6.2	0.9	13.9	13.5	5.3	12.7	8.2	-3.7
第4季	740.0	-22.2	-38.2	-20.3	-12	-4.6	-19.8	-7.3	-30.5	-41.6
2009年1-11月	2,907.2	-12.2	-7.4	-13.9	-16.8	-11.2	-8.4	-4.9	-28.1	-6.2
第1季	617.3	-29.7	-37.3	-27.1	-24.5	-35.5	-26.0	-20.2	-39.7	-48.3
第2季	782.3	-17.3	-14.1	-16.1	-22.2	-12.2	-10.7	-8.6	-32.8	-14.1
第3季	877.4	-7.9	6.3	-14.1	-16.5	-5.8	-6.8	-3.3	-27.3	15.5
10月	317.5	4.4	19.6	0.7	-10.2	6.9	4.1	5.6	-8.4	29.5
11月	312.6	37.1	73.3	28.3	14.7	23.4	43.2	33.9	14.8	97.9

資料來源：同圖 1。

若與亞洲主要出口競爭國相較，台灣出口不但率先衰退，且出口跌幅大於鄰近國家。由圖 4 可看出，2008 年 9 月至 2009 年 6 月間，我國出口減幅大於亞洲鄰近國家。其原因分析如下：

#### 一 出口市場過度集中於歐美市場

在東亞生產網絡中，由於我國都先出口到中國大陸與東南亞加工後再銷售至歐美市場，所以歐美的需求衰退會間接反應在我國對中國與東南亞的出口上，這是為什麼在這一波金融風暴中，2008 年 9 月中國大陸及東協的進口未先衰退，我對中國大陸及東協六國出口就率先衰退，且對中國大陸及東協六國的出口減幅大於歐美等先進市場。

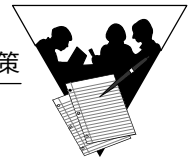
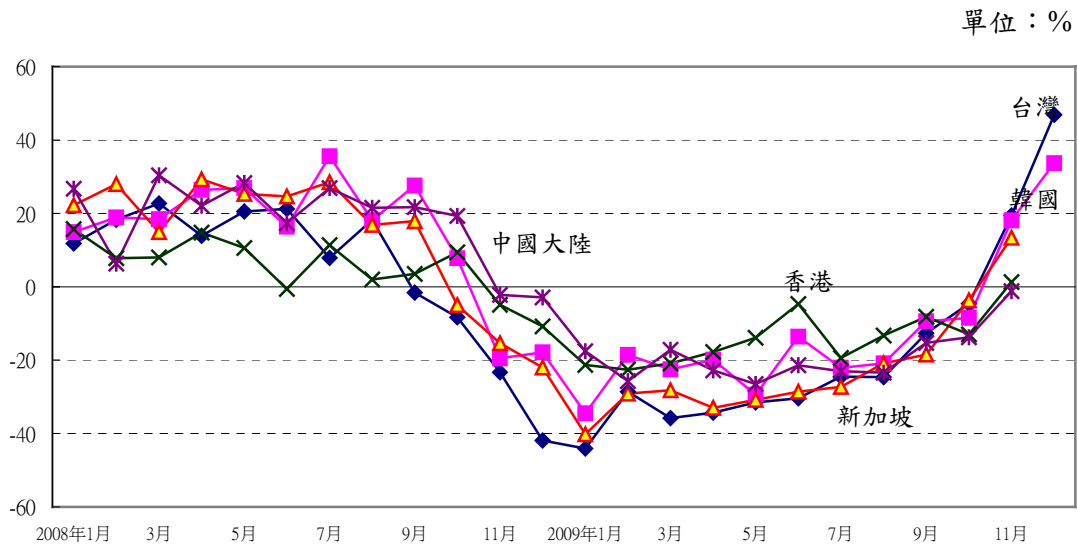


圖 4 亞洲主要國家出口成長率



資料來源：同表 4。

#### 一 出口產品以電子資訊產品為主

除出口市場過度集中外，另我國出口產品亦過度集中於電子資訊產業等所得彈性高的產品，2008年ICT產品占我國出口的比重達42%。與韓國相比較，台灣出口產品集中度明顯高於韓國，前三大產品(電機設備、機器設備及光學器材)占總出口之比重高達52.3%，韓國前三大出口產品占總出口之比重僅45.5%，韓國除以電機及機器設備為主要出口產品外，汽機車及其零件、船舶及礦產品等出口也占有重要地位，韓國出口減幅縮小，主要是船舶及汽車出口增加所致。

#### 一 代工生產，缺乏品牌經營

這次歐美最終市場需求減少，造成亞洲各國出口大幅衰退，我國出口衰退幅度大於韓國主要原因在於我國產品以代工為主，

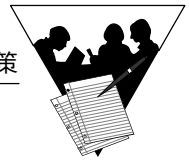
缺乏品牌及經營新興內需市場。台灣的代工生產模式，附加價值低、利潤微薄，受景氣波動的衝擊，為降低成本，廠商不得不逐「低成本資源」而居，而中國大陸就成為台灣代工生產的主要基地，在不景氣時國際知名大廠紛紛收回零組件採購，或抽單改由自己的生產線生產，加上我國廠商長期以代工為主，缺乏品牌經營，對最終市場需求之掌握不足。反之，韓國企業擁有品牌及技術，在中國大陸之投資策略，亦以中國大陸的內需市場為主。所以，中國大陸對外出口未呈現衰退，我對中國大陸的出口提早衰退，不但比日韓更早出現衰退，且衰退幅度亦較日韓為大。

#### 肆、結論與建議

在此次全球金融風暴中，東亞各國領先歐美國家率先復甦，加以近年來中國大陸等亞太新興國家的飛躍成長，中產階級的快速興起，在在突顯亞太新世紀的來臨。展望未來，歐、美先進國家受金融海嘯衝擊，個人財富縮水，加上房價下跌、失業率攀升，民間儲蓄率提高、消費動能明顯減弱，對台灣出口埋下隱憂。Global Insight Inc. 預估 OECD 國家 2011 至 2015 年間平均經濟成長率 2.5%、進口成長率僅 7.8%，相對低於亞太地區國家(日本除外)的平均 7.0%、14.4%。全球經濟成長動能由西向東移動，亞太市場展現龐大商機。亞洲新興市場日益龐大的消費實力，加上地緣之便，可望成為未來我國出口成長之動力。

為爭取新興市場的商機，金融風暴發生後，日本、韓國及新加坡都採取積極的作為。日本刻正協助亞洲若干國家進行大規模基礎建設，並致力加強與亞洲次區域經貿合作關係，以及鼓勵日本企業藉由利用當地人力資源及研發能力，研發低價位、高品質之產品，進行在地行銷，來協助日本企業佈局亞洲新興市場，以





掌握其內需市場商機。韓國知識經濟部除於 2009 年 4 月 16 日推出提振出口對策外，同年 5 月 21 日更提出「拓展中國大陸市場之作法」，韓國的貿易推廣部亦於 2009 年 6 月 30 日推出「進軍大陸二、三線城市方案」。另新加坡李顯龍總理宣布成立「經濟戰略委員會」(2009.5.27)，研擬中長期經濟發展策略，策略一就是要抓住成長機會，即闡明新加坡應發揮高科技、城市規劃之優勢，積極開拓亞洲新興市場。

這次金融海嘯暴露出台灣經濟的許多長期結構性問題，這些結構性的問題若不加以改變，台灣經濟恐難恢復高度成長。再者，為因應全球經濟版圖的重劃，台灣經濟發展的傳統模式也須改弦更張。為了提升台灣出口競爭力，建議應朝以下方向努力：

- (一) 加速落實「全球連結」策略，藉由兩岸關係的正常化，積極推動與其他重要貿易對手國洽簽 FTA，積極參與區域經貿整合。
- (二) 為解決出口產品集中問題，強化出口競爭力，應落實推動六大新興產業及服務業出口，以加速產業再造。同時，應促進技術研究機構協助廠商加速技術升級，以提升品質競爭力，並應持續協助企業取得關鍵技術、發展自有品牌，以創造台灣未來產業與出口競爭新優勢。
- (三) 分散出口市場，全力拓展新興市場，以掌握亞太新興市場商機，開創台灣新的成長動力來源。金融風暴後，為拓展亞洲新興內需市場，日本、韓國及新加坡均採取新的策略及做法，經濟部貿易局所執行之「新鄭和計畫」(2008 年 9 月~2012 年)針對新興內需市場之開拓相對不足，建議應規劃我國中長期出口拓銷策略與計畫，俾能掌握新興市場崛起契機，開創台

灣出口成長新動能。

(四) 調整出口策略：在拓展海外市場方面本文建議以下策略方向如下：最終市場方面，除持續耕耘歐美先進國家市場外，也應積極拓展新興市場；投資策略方面，從利用低廉生產成本，轉型為掌握內需市場商機，提高產品的附加價值；貿易型態方面，從加工貿易轉型為提供內需市場所需的商品及服務；生產模式方面，從代工生產轉型為開發新產品、發展自有品牌及布建行銷通路。另針對新興內需市場之出口策略建議應注重以下四個面向：

- 促進對新興市場之貿易：選定利基產品，協助廠商前往拓銷、提供平台(platform)或以 IT 為核心的解決方案，增加台灣產品及系統整合性的輸出。
- 開拓新興市場通路網：加強亞洲內需市場商機之研究，在當地設台灣精品館並結合當地華商及台商的力量，設法將台灣產品導入當地現有的通路，增加台灣產品出口。
- 加強行銷國家品牌：活用亞洲舉辦大型會展(如上海世博會)機會，行銷國家品牌，以提高台灣品牌在新興市場的曝光度。
- 培育新興市場拓銷人才：鼓勵大學開設新興市場拓銷相關課程，加強新興市場海外業務尖兵種子之育成，以及特殊語言人才之培訓。



## 參考文獻

1. 王健全(2009),「全球金融風暴下政府產業政策的嶄新思維」, 經濟前瞻, March 2009。
2. 台北市進出口商業同業公會(2009),「2009 全球重要暨新興市場貿易環境及風險調查報告－貿易領航展商機」。
3. 呂正華(2004),「借鏡南韓產業科技創新發展研析台灣面臨之議題」, 經濟情勢暨評論, 第 10 卷, 第 3 期。
4. 看雜誌雙周刊(2009),「金融海嘯下的台灣經濟」, No. 028。
5. 張秀蓮(1985),「我國對外貿易依存度之研究」, 台北市銀行經濟研究室。
6. 陳信宏、劉孟俊(2006),「產業發展模式與經濟產出：檢視『高科技, 高附加價值』命題」, 2005 產業科技創新：新價值創造的年代國際研討會, 2005 年 8 月 25~26 日, 台北。
7. 劉碧珍(2000),「影響台灣廠商外銷接單與出口行為因素之探討」, 經濟部委託研究計畫。
8. 瞿宛文,「代工、品牌與產業升級」, <http://www.sinica.edu.tw>。
9. Citigroup Global Markets(2009), “Asia Macro and Strategy Outlook,” June 26, 2009.