

國家發展委員會 103 年度

「國家發展前瞻規劃」委辦計畫

華人服務業市場研究

【期末報告】

委 託 單 位 ： 國家發展委員會

執 行 單 位 ： 財團法人資訊工業策進會

中華民國 103 年 12 月 1 日

目 錄

第一章 緒論	1
第一節 研究背景及目的	1
第二節 華人服務業市場研究相關文獻	1
第三節 研究架構	4
第二章 華人市場服務業現況與發展趨勢	5
第一節 華人主要市場現況分析	5
第二節 大陸地區及東協國家服務業需求發展趨勢	11
第三章 華人亮點服務產業盤點與分析	15
第一節 大陸地區亮點服務產業盤點與分析	15
第二節 東南亞國家亮點服務產業盤點與分析	19
第三節 小結	47
第四章 臺灣服務業輸出中國大陸及東南亞現況	48
第一節 臺灣各類服務業輸出大陸地區現況	48
第二節 臺灣各級產業輸出東南亞國家概況	52
第五章 輸出華人市場之新型態服務業建議	54
參考文獻	61

圖目錄

圖 1 「華人服務業市場之研究」計畫架構.....	4
圖 2 全球經濟體歷年 GDP 占比及成長率.....	6
圖 3 2011 年全球主要國家民間消費占 GDP 比重.....	9
圖 4 2003~2011 年全球主要國家民間消費占 GDP 比重.....	9
圖 5 大陸地區及香港歷年服務進口額.....	11
圖 6 大陸地區外商投資各級產業之金額.....	12
圖 7 東協國家歷年服務業進口額.....	13
圖 8 東協國家 2011 年服務業進口額.....	14
圖 9 大陸地區歷年服務業進口金額.....	15
圖 10 大陸地區 2011 年各業別進口金額及複合成長率.....	16
圖 11 東協各國產業結構及 GDP 總額變化.....	20
圖 12 東協各國服務貿易發展態勢（出口）.....	22
圖 13 東協各國服務貿易結構組成（出口）.....	22
圖 14 東協各國服務貿易發展態勢（進口）.....	24
圖 15 東協各國服務貿易結構組成（進口）.....	25
圖 16 東協各國服務進口依存度與出口競爭力.....	26
圖 17 新加坡 2005 年~2011 年服務業中業別進口金額.....	27
圖 18 馬來西亞 2005 年~2011 年服務業中業別進口金額.....	28
圖 19 泰國 2005 年~2011 年服務業中業別進口金額.....	29
圖 20 印尼 2005 年~2011 年服務業中業別進口金額.....	30
圖 21 越南 2005 年~2011 年服務業中業別進口金額.....	31
圖 22 菲律賓 2005 年~2011 年服務業中業別進口金額.....	32
圖 23 柬埔寨 2005 年~2011 年服務業中業別進口金額.....	33
圖 24 緬甸 2005 年~2011 年服務業中業別進口金額.....	34
圖 25 東協各國 2005 年~2011 年服務業進口額年複合成長率.....	35
圖 26 臺灣對大陸地區各級產業歷年投資金額.....	48
圖 27 臺灣對大陸地區各級產業歷年投資金額比例.....	49
圖 28 臺灣對大陸地區各級產業歷年投資件數.....	49
圖 29 臺灣對大陸地區各級產業歷年投資規模.....	50

圖 30	臺灣對大陸地區各類服務業投資額	51
圖 31	臺灣對東南亞各級產業歷年投資金額	52
圖 32	臺灣對東南亞各級產業歷年投資金額比例	53
圖 33	臺灣對東南亞各類服務業投資額	53
圖 34	2007~2012 年臺灣各業別服務業出口額	55
圖 35	2007~2012 年臺灣各業別服務業出口額占銷售額比例	55
圖 36	2007~2012 年臺灣各業別服務業平均出口占比與出口成熟度	57
圖 37	臺灣各業別服務業輸出樣態分析	58
圖 38	2007~2012 年臺灣各業別服務業出口成長等級與企均出口規模	60

表目錄

表 1 東南亞華人 GNI 推計	8
表 2 大陸地區與東南亞國家 GDP 及服務輸入金額	10

第一章 緒論

第一節 研究背景及目的

臺灣的服務業以中小企業為主，加以內需市場較小，企業在經營上不容易達成規模經濟；但以我國的優勢而論，除了堅實的 ICT 產業及製造業基礎之外，國人的中文能力與對華人世界的影響力，亦為臺灣可以善用的工具。

檢視近十餘年來臺灣各級產業之 GDP 結構比的變化，服務業在 2001 年時曾一度達到 69.36%，占整體 GDP 近七成，但是服務業產值的成長率呈現趨緩的現象，也未能持續擴大其對經濟發展貢獻的比重，服務業面臨成長動能不足的窘境，是 GDP 難有成長的原因之一。

根據 WTO 公布之 2012 年全球貿易排名資料來看，臺灣在商品輸出方面較 2011 年衰退 2%，反映臺灣商品出口集中在少數 ICT 主力產品；而服務輸出雖穩定成長，但對照 2011 年則有成長率減緩的現象（從 15% 降至 7%），且集中在三角貿易，顯示提振輸出動能之迫切性。然而在提升出口動能之際，必須調整整體的出口策略思維，透過創新與跨域整合的輸出模式，帶動商品與服務共同輸出。

本研究將在服務輸出並以華人市場為試煉場域的規劃概念下，建構我國服務業輸出的路徑構想，並視臺灣有機會發展或推展之服務業領域，探討可供輸出的市場與模式。

第二節 華人服務業市場研究相關文獻

一、華人／新興市場

由於經濟、歷史、政治和文化等原因，東南亞各國華人／臺商成為西方國家和日本經濟以及港臺地區企業家進入當地市場的仲介商、經銷商或合作夥伴，在引進這些國家和地區的資本時，華人／臺商也發揮了不可替代的作用。在 2011 年山東大學游超，謝永佳的報告「中國企業

國際行銷中全球華人網路的利用」中，提到全球華人網路正不斷的發展和鞏固，中國大陸學者葉祥松（2001）則說明東南亞的華人經濟形成於 19 世紀末 20 世紀初，對於早期經濟發展、促進當地市場成形以及邁向國際化發揮了重要作用。

中國大陸中南民族大學胡曉玲（2008）認為，移居海外的華僑、華人促進了當地社會經濟的發展，並且因市場、商品、活動地域、共同利益關係而形成相對穩定的商務聯繫網路，促進了華人分布區域之間，及該區域與祖國之間經貿關係的發展。

經濟部（2012）分析新興市場之商機與我國拓展策略，對於我國拓展新興市場提出整體建議，包括須研析我國在印尼、菲律賓、越南、俄羅斯、巴西、墨西哥、土耳其、印度與馬來西亞等九國之市場競爭情形，並嘗試與中國大陸、韓國等產品進行市場區隔；探討我國出口產品高度集中特定領域的現象及其影響與因應對策；透過加強我國整體形象廣告與集體行銷之做法，爭取各國短中長期商機；將服務業納入拓展出口與投資的對象（如零售、配銷、連鎖加盟、金融、資訊服務等）；建立國家別、產業別之全球商情與風險分析資料庫，提供我國廠商參考使用等。

經建會（2013）關於「亞太新興市場國家經濟結構調整之影響及因應」之研究成果發現，位於東協區域中心的馬來西亞之服務業相關產業發展可期，可朝向東協區域服務業中心推動；菲律賓進行大規模經濟結構調整的機會不高，仍以製造業為主；緬甸經濟與產業尚未有明顯雛形；而柬埔寨發展起步雖晚，但經濟成長快速，可透過 ODA 和外資力量促進整體發展。

二、中國大陸市場

林祖嘉（2013）針對中國大陸十二五規劃內容剖析，認為規劃期程中服務業占比目標由 42% 提升到 46%、城市化率亦調高 4% 至 51%，目的即在於要有效促進服務業發展。而臺灣經濟相對成熟，服務業已具足夠專業及經驗與中國大陸分享、合作，我國政府須利用此機會，有系統

的協助臺灣服務業者進入大陸市場爭取商機。此外，亦當經由雙邊對談解除臺商於大陸發展服務業會遇到的潛規則或細則。

中國大陸學者徐偉（2011）認為服務業目前在中國大陸國民經濟占的比重小，對經濟的提升作用較弱，其發展不足的原因在於：工業化水準停留在加工製造業階段，導致服務業亦停留在附加價值較低的生產性服務業；國民所得差距大，限制國民整體消費能力的提升，以致消費需求不足；都市化進度延滯，連帶減緩投資及服務的需求；部分服務業壟斷經營，在缺少外部競爭力的情況下影響服務效率；服務業稅收過重且缺乏良好融資環境；傳統觀念下較重視製造業，對於現代服務業的投入不足。

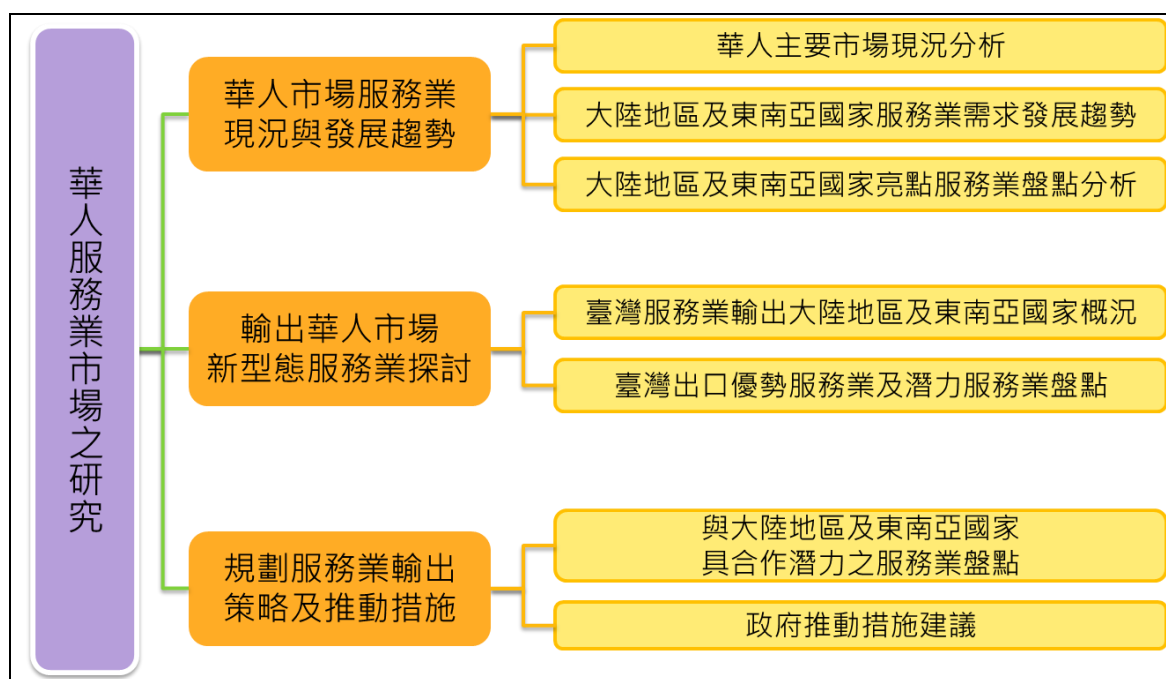
宋鎮照（2009）認為東協與臺灣雙邊發展最大的阻礙是中國大陸的政治因素，因此臺灣應採開放、務實的態度，避免被中國大陸邊緣化，並且配合教育、觀光、e化、軟實力、科技、文化等面向與東南亞國家結合，甚至進一步將婚姻外交效應轉為臺灣的比較優勢，透過外籍配偶與下一代進入東南亞市場。

中國大陸學者王洛林（2009）在「中國服務業開放與發展：特點與區域分析」中提到，由於全球產業處於新一輪的轉移過程，中國大陸亦面臨產業結構轉型時期，其國內的招商引資環境建設高速發展，有利加速擴大開放外國人直接投資。

董珮真、蔡順達（2007）針對臺商在中國大陸的競爭策略進行調查，發現臺商在中國大陸的競爭優勢在於：大部分（4~5成）臺商的生產成本具競爭優勢，且研發與設計的技術現代化程度較高，品牌售後服務條件佳，但廣告促銷活動投入偏低，與下游的客戶互動關係佳，但原料供應來源較集中。而臺商在中國大陸的競爭策略包括：降低生產成本、擴大生產規模，提高產品品質、增加產品附加價值並建立自有品牌，自組供應鏈及行銷通路並開發特定市場。

第三節 研究架構

本研究為提升臺灣服務業輸出華人市場的發展能量，將透過以下研究架構（圖 1），探尋華人市場具輸入需求、且臺灣具輸出實力之服務業，為我國服務業輸出華人市場的發展建立可行之規劃機制與推動策略。



資料來源：資策會 MIC，2014 年 6 月

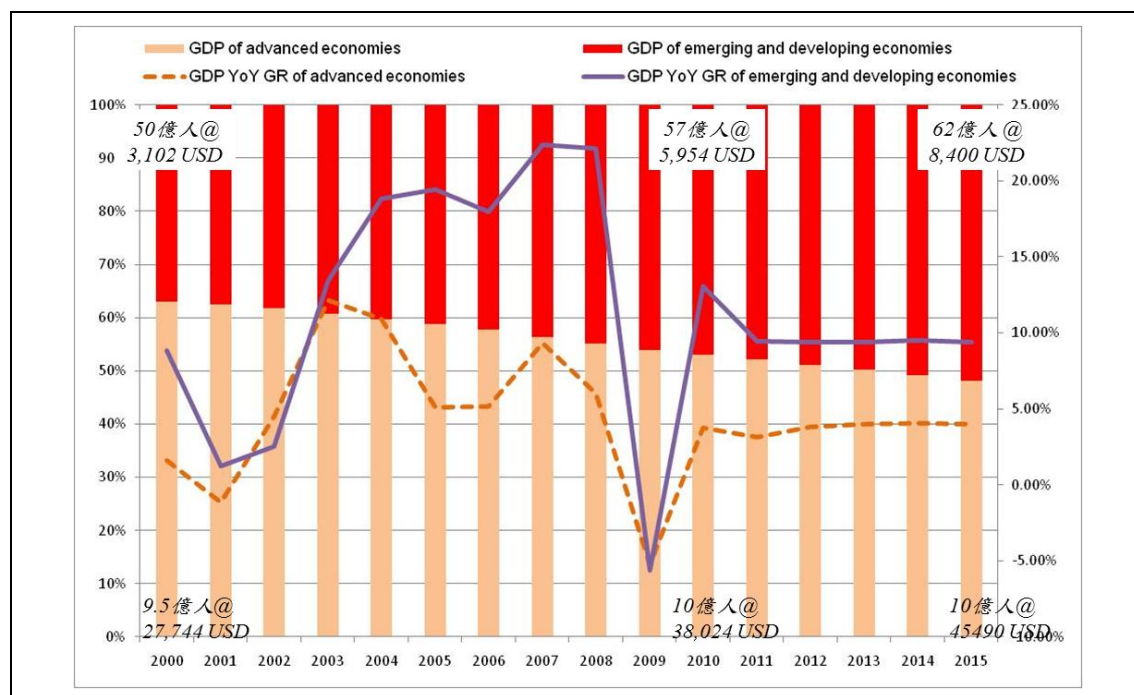
圖 1 「華人服務業市場之研究」計畫架構

第二章 華人市場服務業現況與發展趨勢

本章旨在探討華人市場的重要性，透過華人市場發展現況與趨勢研究，以及大陸地區與東南亞各國服務業的需求分析，得知目前對於服務業輸入需求較高的國家。

第一節 華人主要市場現況分析

根據國際貨幣基金組織（IMF）的資料顯示，已開發國家的人口自 2000 年的 9.5 億人成長至 2010 年的 10 億人、GDP 則從人均 27,744 美元成長至 2010 年人均 38,024 美元；至於新興經濟體，則自 2000 年的 50 億人成長至 2010 年的 57 億人、GDP 從人均 3,102 美元成長至 2010 年人均 5,954 美元，由上述數據可發現，新興經濟體無論是人口或是 GDP 的成長幅度皆超過已開發國家。IMF 更推估，在 2014 至 2015 年間，已開發國家人口約為 10 億人、GDP 為人均 45,490 美元，而隨著新興市場國家經濟及人口之增長，新興經濟體人口將達 62 億人，GDP 為人均 8,400 美元，且其 GDP 占比將超過全球的 50%，意即新興市場對全球的 GDP 貢獻即將超越已開發國家。



資料來源：IMF，資策會 MIC 整理，2013 年 6 月

圖 2 全球經濟體歷年 GDP 占比及成長率

新興市場範圍廣袤，但若考量空間鄰近性、文化關聯性、市場熟悉度等因素，大陸地區及東南亞國家仍是我國服務輸出可優先評估的對象。

首先，在人口占比的面向上，東協十國的總人口數超過 6.2 億人，前三名依序為印尼、菲律賓、越南，僅此三國人口即超過 4 億人；若以華人及華僑的比例排序，則依序為新加坡(52.9%)、馬來西亞(23.6%)、泰國(11.19%)等國家。而東協的總華人數約為 2,902 萬人，占東協人口的 4.67%。若再加計大陸地區的人口數 13.55 億人，東協加 1 市場的華人數近 14 億人（參閱下表 1）。

進一步分析華人的經濟力，為求能精確定位「華人」的影響，本研究將不採取屬地概念的 GDP 數值，而採用世界銀行提供之 GNI（國民總收入）值，輔以華人占總人口比以計算之。惟世界銀行並無收集汶萊及緬甸之 GNI，故該二國家仍以 GDP 進行相關的運算與推估。因此，華人 CGNI 推估，為某國 GNI 毛額（ $RGNi$ ）乘以該國華人比重（ ri ），再乘以平均所得差距—華人平均所得高出（低於）該地區平均每人所得

之差距幅度（1+di），結果予以加總，推估公式如下：

$$C_{GNI} = \sum_{i=1}^n [R_{GNIi} \times r_i \times (1 + d_i \%)]$$

依據僑委會的研究成果，上式 di 在各地區之情況有所不同，根據實地諮訪資料顯示，北美地區華人所得約為當地每人平均所得之（1+20%），亞洲地區約為（1+100%），歐洲地區約（1+50%），中南美洲地區約為（1+20%），非洲地區約為（1+500%），大洋洲約為（1+200%），據此，本項推計採取 1+100% 為東南亞國家華人平均所得差距之設算基準。

另一方面，由於新加坡華人比例為 52.90%，且經濟發展程度較高，若採取 1+100% 的平均所得差距比例計算，將會產生華人所得超過全國 GNI 的失真現象，故本研究於新加坡僅以華人比例進行 GNI 推算，並未採用（1+100%）的所得差距比例，但新加坡華人實際收入占比仍可能較推估數值為高。

同樣參閱下表，依世界銀行提供之 GNI 數值，東協十國 2012 年的國民總收入達 2.2 兆美元，再依比例換算華人收入占比，推估該年度東協十國華人總收入至少 4,170 億美元，占東協整體 18.92%，較之於人口占比的 4.67%，經濟影響力顯著高出許多。

此外，大陸地區市場更是不可忽視，2012 年中國的 GNI 達 7.73 兆美元，加上東協十國華人所得，總數達 8.15 兆美元，占全球 GNI 的 11.4%。由此可見，無論是做為服務輸出的主要市場，或是服務國際化試煉的重點場域或跳板，具有多元種族、語言、文化特性，而華人或華僑又有相當影響力或服務接受度的環境，華人市場的重要性不言可喻。

表 1 東南亞華人 GNI 推計

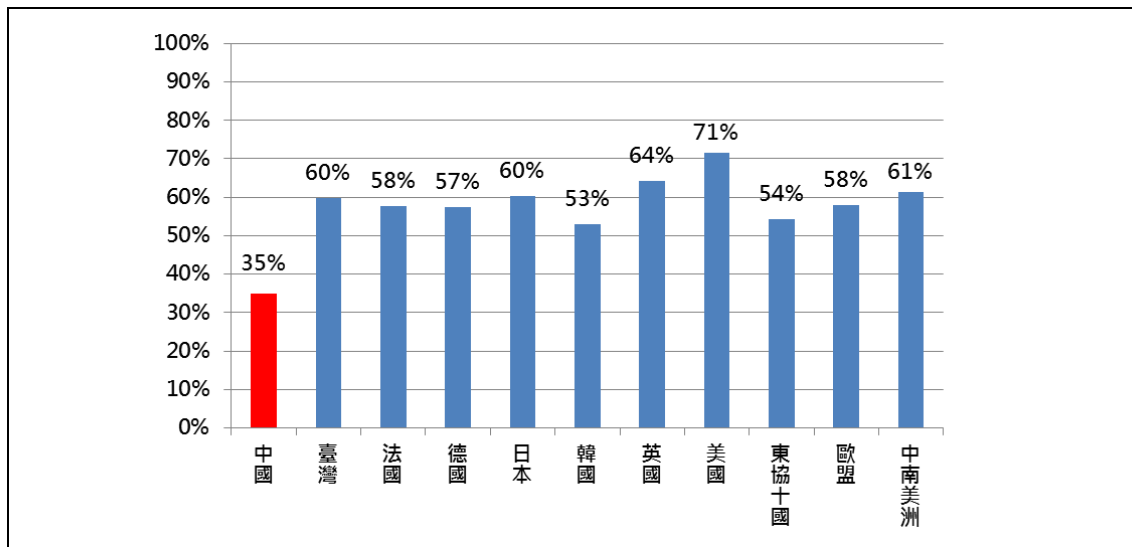
	2012年人口 總數(萬人)	2012年華人數 (萬人)	華人比例 (%)	國民總收入GNI (億美元)	推估華人總收入 (億美元)	華人收入 占比(%)
中國大陸	135,454	-	-	77,312.97	-	-
東協十國	62,100	2,902	4.67%	22,046.57	4,170.45	18.92%
新加坡**	535	283	52.90%	2,507.79	1,326.62	52.90%
馬來西亞	2,875	678	23.60%	2,869.96	1,354.62	47.20%
泰國	6,709	751	11.19%	3,478.43	778.47	22.38%
汶萊***	41	4	9.66%	169.54	32.76	19.32%
印尼	24,800	812	3.28%	8,439.93	553.66	6.56%
寮國	659	15	2.28%	84.18	3.84	4.56%
緬甸***	5,458	106	1.95%	574.39	22.40	3.90%
菲律賓	10,378	141	1.36%	2,416.72	65.73	2.72%
越南	9,150	100	1.10%	1,375.25	30.26	2.20%
柬埔寨	1,495	12	0.80%	130.38	2.09	1.60%

資料來源：世界銀行、僑委會、中國國務院、華僑經濟年鑑，資策會 MIC，2014 年 6 月

進一步分析 2011 年全球主要國家的民間消費占其 GDP 比重(如圖 3 所示)，以美國占比最高，達 71%，其次為英國 64%、中南美洲 61%、日本 60%、臺灣 60%、歐盟 58%、法國 58%、德國 57%、韓國 53%、東協 54%；大陸地區民間消費額占 GDP 比例較低，僅 35.75%，自 2007 年開始民間消費占 GDP 比重一直介與 35~36%之間，變化幅度不大(圖 4)。

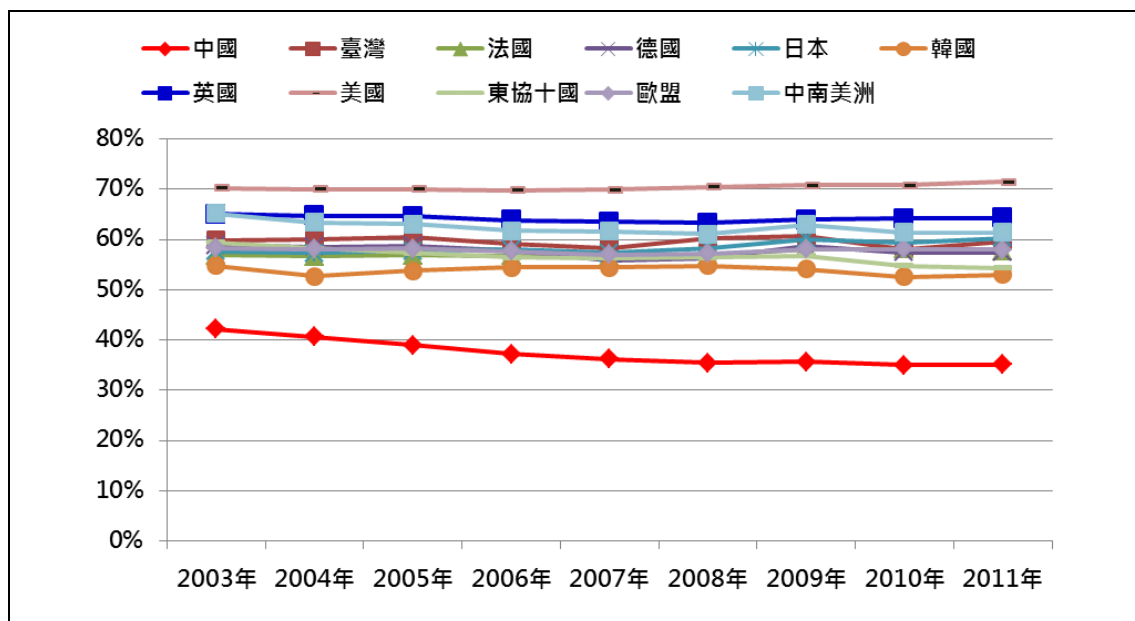
以 2012 年為例，民間消費占 GDP 微幅上升至 35.98%，但即使加上政府消費，亦只有占 GDP 的 49.47%，相較於其他的經濟體，數據顯示大陸地區的內需市場還有很大的成長空間。

另一方面，根據 2014 年 2 月英國經濟學人的報告指出，中國在 2010 年成為全球第二大的經濟體，更於 2013 年超越日本，成為僅次於美國的第二大消費市場。換言之，若民間消費占 GDP 的比重能提升至先進國家水準，相對其 2013 年 GDP 總額的推估值(約 9.25 兆美元)來說，仍有數千億美元的潛在消費市場商機有待開發。進一步的說，大陸地區現正積極推動城鎮化建設，為維持都市的發展與機能，亦可預見服務需求將持續上升。



資料來源：UNCTAD，中華人民共和國國家統計局，資策會 MIC 整理，2014 年 6 月

圖 3 2011 年全球主要國家民間消費占 GDP 比重



資料來源：UNCTAD，中華人民共和國國家統計局，資策會 MIC 整理，2014 年 6 月

圖 4 2003~2011 年全球主要國家民間消費占 GDP 比重

另一方面，觀察鄰近臺灣的大陸地區與東南亞各國市場資料顯示，華人市場相關服務業商機十分龐大。就大陸地區而言，其人口總數達 13.5 億人，在 2008 至 2012 年的五年間，GDP 成長率達 9.3%、近五年

的人均 GDP 為 4,614 美元、近五年年均服務輸入 2,050 億美元、服務輸入成長率更達 17.1%。

東南亞國家則以印尼的華人人口數最多，約有 812 萬人，近五年 GDP 成長率為 5.9%，服務輸入的成長率達 7.7%；新加坡 2008 至 2012 年的平均 GDP 成長率為 4.4%，近五年的平均服務輸入成長率為 10.1%；菲律賓、緬甸、越南的近五年平均服務成長率介於 11.9%~15.7%之間，在東南亞國家中表現相對亮眼；其他如泰國、馬來西亞等國家的華人人口亦不在少數，約有 670~750 萬人，近五年平均服務成長率也有 8.2%~8.6%的水準。

若以人均 GDP 及服務輸入的金額來看，新加坡為東南亞國家中近五年人均 GDP 最高的國家（45,235 美元）、年均服務輸入金額也最高（998 億美元），為東南亞國家中服務輸入市場相對較大者；而菲律賓、緬甸、越南、新加坡因有較高的平均服務輸入成長率，未來也相當值得持續關注。

表 2 大陸地區與東南亞國家 GDP 及服務輸入金額

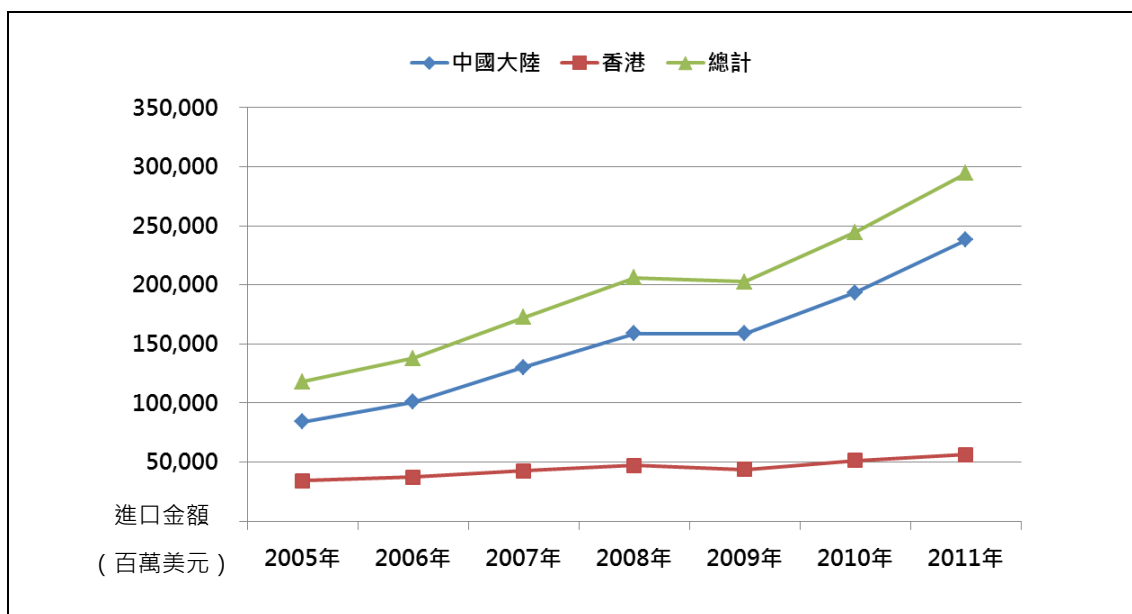
國家	華人人口 (萬人)	近五年(08~12) 平均GDP成長 率(%)	近五年平均 每人GDP (美元)	近五年平均服 務輸入金額 (百萬美元)	近五年平均服 務輸入成長率 (%)
中國	135,404	9.3	4,614	205,072	17.1
印尼	812	5.9	2,920*	28,069	7.7
泰國	751	2.9	4,660	46,251	8.2
馬來西亞	678	4.3	8,915	33,805	8.6
新加坡	283	4.4	45,235	99,889	10.1
菲律賓	141	4.7	2,183	10,863	14.1
緬甸	106	5.3*	760*	753	15.7
越南	100	5.8*	1,384*	9,952	11.9

資料來源：IMF、WTO、僑務統計年報、國發會，資策會 MIC 整理，2014 年 6 月

第二節 大陸地區及東協國家服務業需求發展趨勢

一、大陸地區服務業需求發展趨勢

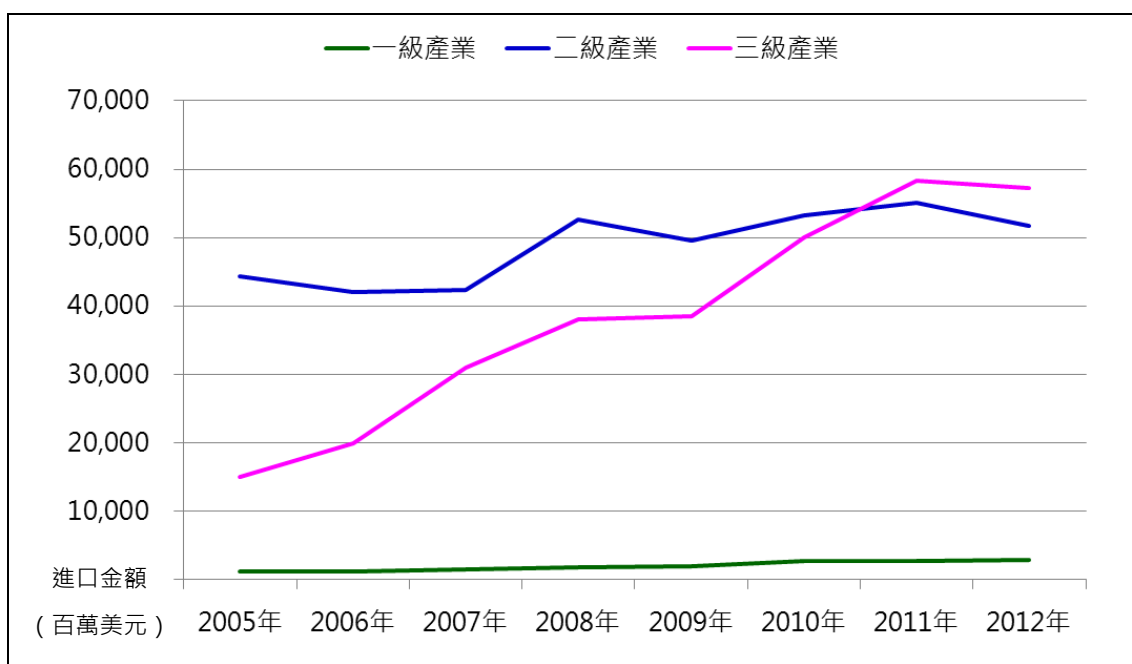
觀察大陸地區（包括香港地區）歷年服務業進口額如圖 5 所示，大陸地區進口額由 2005 年 1,180 億美元成長至 2011 年 2,940 億美元，年複合成長率達 16%。其中，中國本地自 2005 年之 840 億美元成長至 2011 年 2,380 億美元，年複合成長率為 19%；香港地區自 2005 年之 340 億美元成長至 564 億美元，年複合成長率為 9%，可見大陸地區對於服務業的輸入需求呈上升趨勢。



資料來源：UNCTAD，資策會 MIC 整理，2014 年 6 月

圖 5 大陸地區及香港歷年服務進口額

觀察 2005 年至 2011 年外資投資大陸地區各類別的歷年金額變化（圖 6）可發現，外商對於大陸地區一級產業的投資金額約為 11~28 億美元，二級產業則投入 440~550 億美元，變動幅度不大；然而三級產業自 2005 年起投資金額逐年成長，於 2011 年首次外商投資金額超越二級產業，從 190 億美元成長至 2012 年的 570 億美元，可知外資在進入中國市場方面，也有逐漸由製造業轉為服務業的趨勢。



資料來源：中華人民共和國國家統計局，資策會 MIC 整理，2014 年 6 月

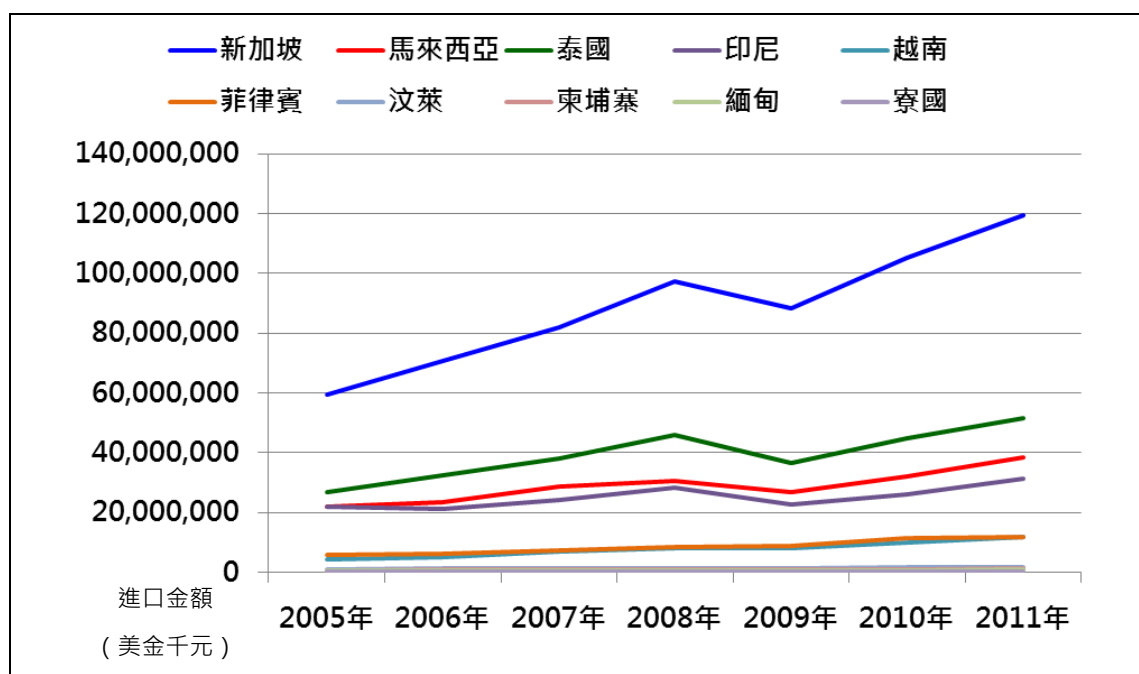
圖 6 大陸地區外商投資各級產業之金額

二、東南亞主要國家服務業需求發展趨勢

觀察東南亞主要國家歷年服務進口額之變化（如圖 7），可以了解東協各國對於服務業輸入的需求趨勢，總體來說東南亞主要國家自 2005 年至 2011 年進口額連年升高，惟 2009 年因為全球金融海嘯的緣故，主要如新加坡、馬來西亞、泰國及印尼的服務業進口額呈現短暫下降，而後又持續升高。

東南亞主要國家之服務進口額以新加坡的數量最高，自 2005 年的 60 億美元成長至 2011 年 1,200 億美元，其次依序為泰國從 267 億成長至 517 億美元，馬來西亞則由 221 億成長至 386 億美元、印尼從 2005 年 220 億美元至 2011 年提升到 313 億美元，這些國家對於服務業輸入的金額較高，且有明顯的成長；菲律賓及越南的輸入需求較前述國家低，菲律賓從 58 億美元成長至 118 億美元，越南則由 44 億美元成長到 118 億美元；而汶萊、柬埔寨、緬甸以及寮國是對於服務輸入需求最低的國家，汶萊的服務輸入需求約介於 11~18 億美元之間、柬埔寨及緬甸則約

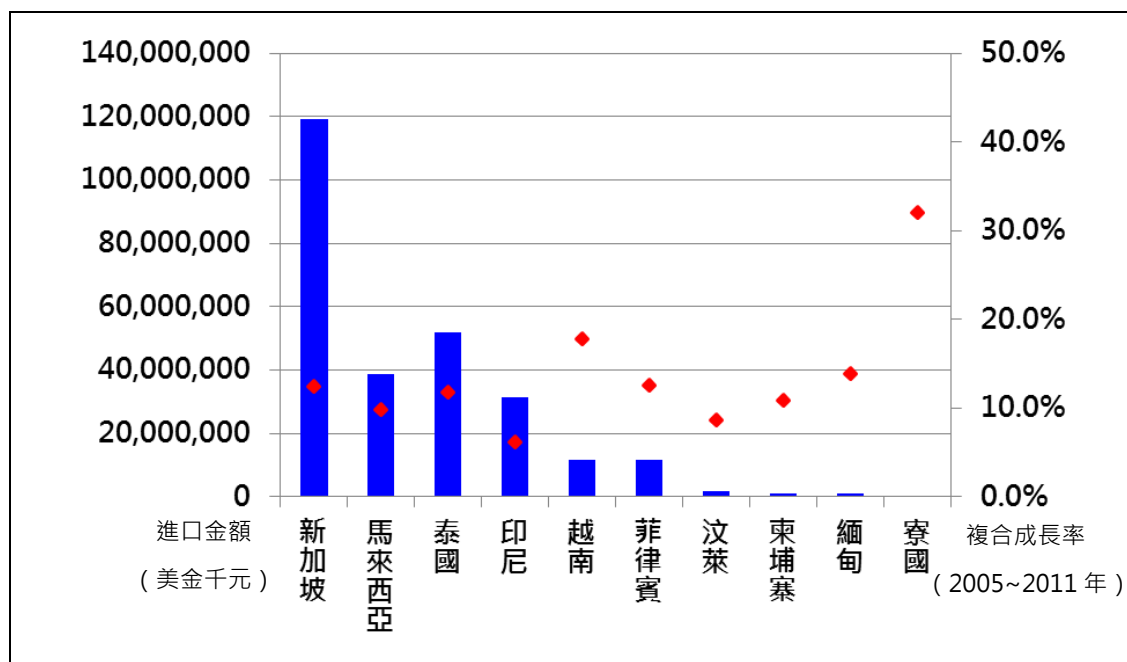
6~11 億美元、寮國服務輸入需求甚低，至 2011 年時僅輸入 2.9 億美元之服務業。



資料來源：ASEANstats，資策會 MIC 整理，2014 年 6 月

圖 7 東協國家歷年服務業進口額

另一方面，觀察東南亞各國 2005 年至 2011 年之服務業進口額複合成長率可以發現，雖然寮國之年複合成長率高達 32%，但由於其整體需求量小（僅 2.9 億美元），可供業者投入的市場不大；其他服務輸入需求量有較大規模，且服務業進口額之複合成長率較高的國家包括越南（17.7%）、菲律賓（12.4%）、泰國（11.6%）及新加坡（12.3%）。



資料來源：ASEANstats，資策會 MIC 整理，2014 年 6 月

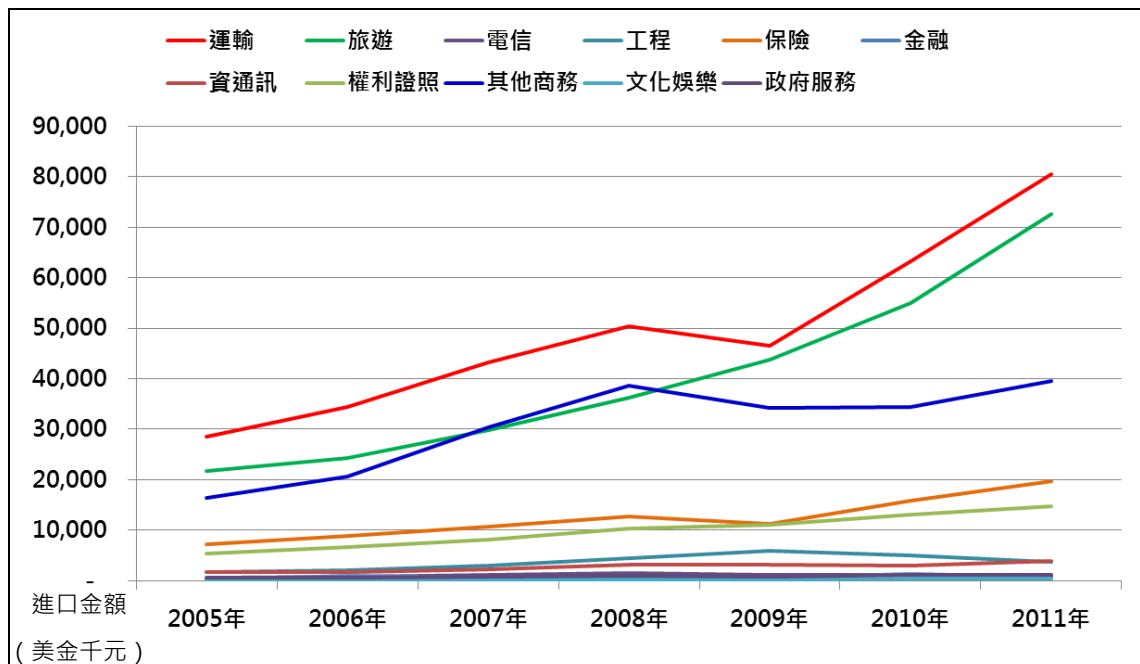
圖 8 東協國家 2011 年服務業進口額

第三章 華人亮點服務產業盤點與分析

第一節 大陸地區亮點服務產業盤點與分析

一、大陸地區服務業進口現況

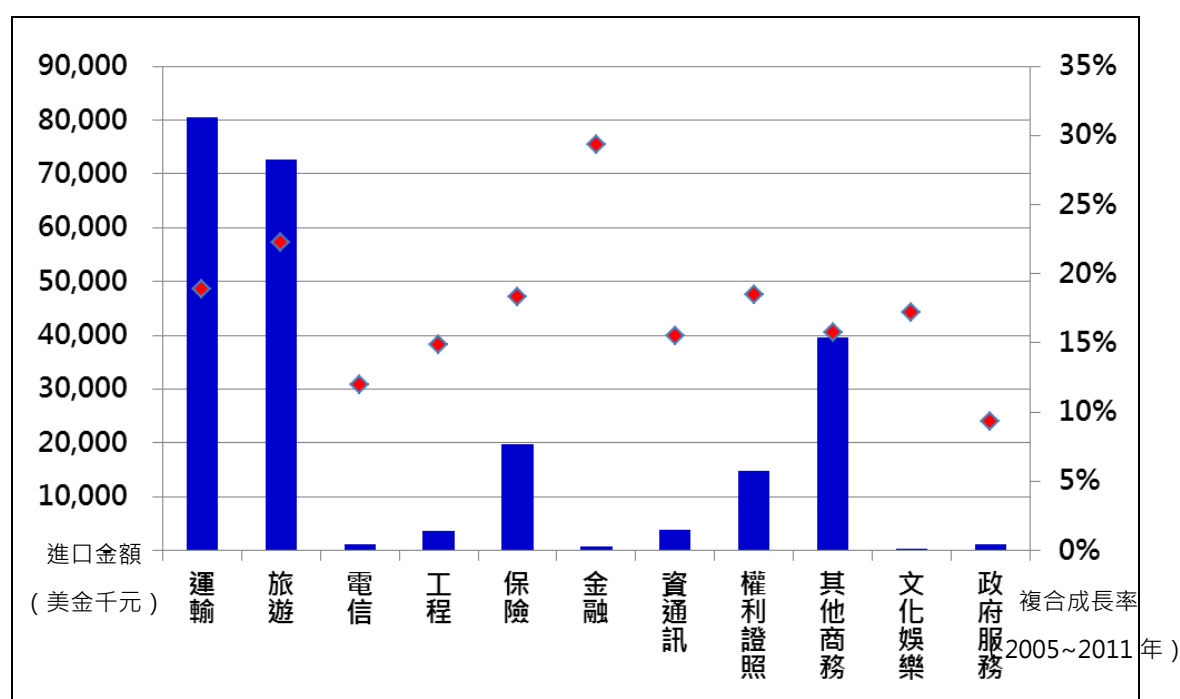
大陸地區歷年服務業各業別進口的狀況如圖 9 所示，在各類服務業中，以運輸業的進口需求最高，且呈上升趨勢，由 2005 年 284 億美金成長至 2011 年 804 億美金；進口量次高的服務業別為旅遊業，2005 年進口 217 億美元、2011 年進口 725 億美元，歷年皆穩定成長；其他商務服務（包括研發、顧問、法律、廣告等商務服務業）進口額再次之，2005 年時為 164 億美元，2011 年成長至 396 億美元；其餘如保險、商標授權業之進口需求於 2005 年約在 50~70 億美元之間，到了 2011 年提升至 150~200 億美元之間；工程、資通訊、金融、電信、文化、政府等服務業的進口需求較低，2011 年進口額約在 4~37 億美元之間。



資料來源：UNCTAD，資策會 MIC 整理，2014 年 6 月

圖 9 大陸地區歷年服務業進口金額

觀察各業別於 2011 年的進口金額及年複合成長率（圖 10），可以發現「金融業」及「旅遊業」的成長服務最高，2005 年~2011 年的年複合成長率約在 22%~29%之間，其餘如運輸、工程、保險、資通訊、商標授權、其他商務、文化娛樂的年複合成長率皆在 15%~19%之間，其他的服務業項目包括政府服務的年複合成長率為 9%、電信服務為 12%。



資料來源：ASEANstats，資策會 MIC 整理，2014 年 6 月

圖 10 大陸地區 2011 年各業別進口金額及複合成長率

二、大陸地區服務業相關政策

欲探討大陸地區服務業市場的商機，需先掌握大陸地區對於重點服務業的推動政策與論述，以及大陸地區與其他國家間的國際協定內容，確認其重點政策方向，後續再就具政府支持之服務業項目加以歸納與綜整。本研究目前針對服務業發展之「十二五」規劃、第十八次全國代表大會、中國 2014 年兩會政府工作報告，以及 RCEP、海峽兩岸服務貿易等協議進行概述：

(一) 服務業發展之「十二五」規劃

在十二五的大架構下，大陸地區設定以推動服務業大發展，作為產業結構優化升級的戰略重點，營造有利於服務業發展的政策和體制環境。其服務業分類為「生產性服務業」及「生活性服務業」兩種，「生產性服務業」包括金融服務、交通運輸、現代物流、高技術服務、設計諮詢、科技服務、商務服務、電子商務、工程諮詢服務、人力資源服務、節能環保服務以及「新型業態與新興產業」，其中「新型業態與新興產業」包括了節能環保、新一代資訊技術、生物、高端設備製造、新能源（核電）、新材料、新能源（汽車）等產業，大陸地區政府期望能夠搭配「寬帶中國」、「物聯網」和「雲計算」等基礎工程，以及金融、創新技術、人才培養等政策，營造發展新興產業的良好環境；「生活性服務業」則包括商貿服務、文化產業、旅遊、健康服務、法律服務、家庭服務、體育產業、養老服務、房地產等。

(二) 中國共產黨第十八次全國代表大會服務業相關論述

中國共產黨第十八次全國代表大會（簡稱十八大）於 2012 年 11 月在北京召開，會議中各項重大方針皆闡明了中國未來的發展方向。十八大報告中關於服務業的論述，乃藉由持續發展經濟、擴大民主、增強文化軟實力、提高生活水準、建設資源節約型／環境友好型社會等方向，全面深化改革開放目標。其重點內涵摘錄包括：

- 完善金融監管，推進金融創新
- 支持節能低碳產業和新能源、可再生能源發展
- 推動文化產業發展
- 推動資訊化和工業化深度融合、工業化和城鎮化良性互動、城鎮化和農業現代化相互協調，提出新型城鎮化、收入倍增願景

(三) 中國 2014 年兩會政府工作報告

2014 年大陸地區政府的重點工作包含：推動稅制及金融體制等重要領域改革；積極有效利用外資，推動服務業擴大開放，使中國成為外

商投資首選地；推進以人為核心的新型城鎮化；以創新支撐和引領經濟結構優化升級；促進資訊消費，實施「寬帶中國」戰略，加快發展第四代移動通信，目的在於藉由改革以及調整產業結構的方式保持大陸地區的經濟成長動能。

(四) 國際協定

本項綜整如 RCEP、服貿協議等中方與各國簽訂的國際協定，探尋中國服務業市場開放的方向與內容。

RCEP 談判目標為 2015 年達成高水準市場開放，談判結果必須超越現有「東協加一」區域貿易協定開放內容，且必須對所有其他 RCEP 成員提供單一開放清單。

海峽兩岸服務貿易協議之目的在於促進雙方服務貿易進一步自由化及便利化，繼續擴展服務貿易的廣度和深度，並增進雙方在服務貿易領域的合作空間。

第二節 東南亞國家亮點服務產業盤點與分析

一、東協各國服務貿易發展現況

(一)產業結構變化

東協十國近 15 年的產業結構變化如圖 11 所示，服務業產值占比提升的國家為新加坡、馬來西亞、菲律賓、印尼、寮國、柬埔寨、汶萊，泰國、越南及緬甸的服務業產值占比為減少，製造業的產值占比增加。

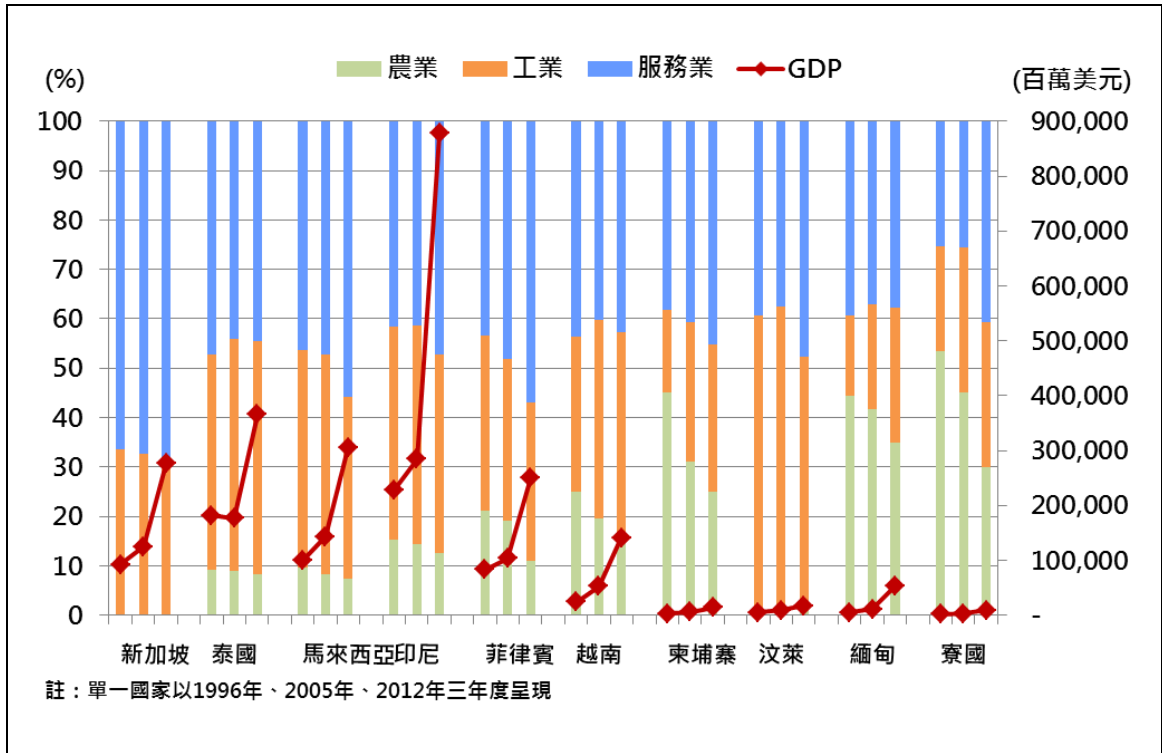
就單一國家而言，新加坡製造業產值約占整體產值 32~33%之間，服務業則占整體產值 66~68%，產業結構以服務業為主，且近年來變化不大。2012 年 GDP 總額為 2,766 億美元，為東協經濟體中第四高的國家。

泰國的製造業及服務業比例相近，各占整體比例 43%~47%，2012 年 GDP 總額為 3,661 億美元，為東協經濟體中第二高的國家。馬來西亞近年來產業結構已轉變為以服務業為主，占整體產值約 56%，製造業占整體的 37%，且有逐年下降的趨勢，2012 年 GDP 總額為 3,051 億美元，為東協經濟體中第三高的國家。

印尼在近 15 年的產業結構有偏向服務業發展的趨勢，製造業產值占整體比例自 43%降至 40%，服務業則自 41%上升至 47%，其 2012 年 GDP 總額為 8,782 億美元，為東協最大的經濟體。菲律賓的產業結構以服務業為主，產值占整體比例從 1996 年 43%提高至 2012 年 57%，製造業從 35%降至 32%，農業自 21%降至 11%，2012 年 GDP 總額為 2,505 億美元，在東協國家中排名第五。

越南的製造業及服務業比例結構相近，各占整體比例 42%，且製造業占比呈現上升趨勢，服務業變化不大，2012 年 GDP 總額為 1,416 億美元，為東協經濟體中第六高的國家。

其他如柬埔寨、汶萊、緬甸、寮國等國家的 GDP 總額較低，其中又以汶萊的工業化程度較高，產值占整體比例約 51%，服務業約占 48%；柬埔寨、緬甸及寮國服務業及製造業的產值占比有上升的趨勢，但目前產業結構仍以農業為主。



資料來源：ASEAN Statistical Yearbook，資策會 MIC 整理，2014 年 7 月

圖 11 東協各國產業結構及 GDP 總額變化

(二)服務業出口現況

觀察 2000 年至 2011 年期間，東協各國歷年服務出口貿易狀況如圖 12 所示，整體而言，東協各國服務業出口皆呈現長成趨勢，在 2009 年大多數國家因為金融海嘯而有出口量萎縮的現象，但 2010 年即回復前年水準，2011 年則持續成長。

東協十國的服務出口貿易額以新加坡最高，2011 年達到 1,083 億美元，為其他東協國家的兩倍以上，出口項目以「運輸業」為主，占整體服務業的 38%，「其他商務服務業」次之，占整體服務業的 21.6%，其餘「旅遊業」、「金融業」出口亦不在少

數，比例約在 13%~17%之間。

服務貿易出口額次高的國家為泰國，2011 年服務貿易出口額達 412 億美元，出口結構以「旅遊業」為主，占整體服務業 68%，其他如「運輸業」、「其他商務服務業」占比約在 12%~15%之間。

馬來西亞的服務貿易出口額為東協國家第三高，2011 年達 357 億美元，出口結構與泰國類似，以「旅遊業」為主，占整體服務業 54%，其他如「運輸業」、「其他商務服務業」占比約在 12%~15%之間，「資訊服務業」出口比例約為 5%。

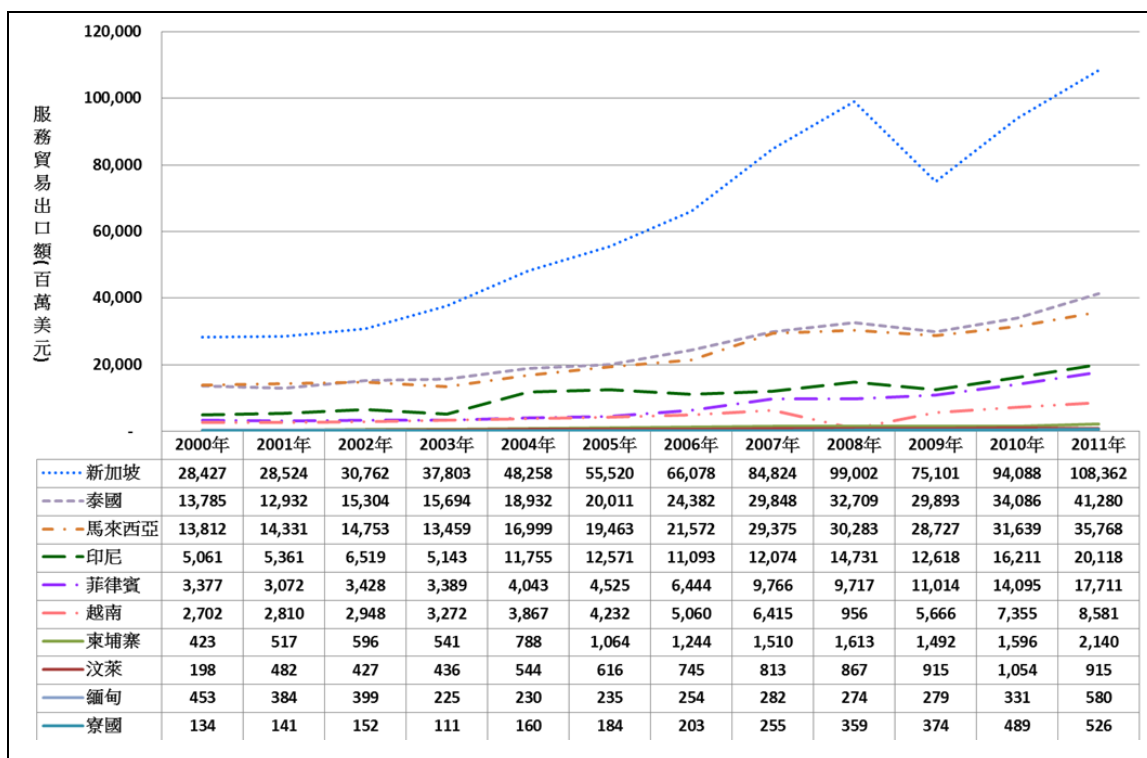
印尼之服務貿易出口額為東協國家排名第四，2011 年達 201 億美元，出口結構以「旅遊業」及「其他商務服務業」為主，分別占整體服務業的 37%、34%，其他如「運輸業」的出口占比約為 17%，比重亦不低。

菲律賓的服務貿易出口額為東協國家排名第五，2011 年達 177 億美元，出口結構以「其他商務服務業」為主，占整體服務業 54%，「旅遊業」占比次之（21%），「資訊服務業」、「旅遊業」占比約在 8%~11%之間。

越南的服務貿易出口額為東協國家排名第六，2011 年達 85 億美元，出口結構以「旅遊業」為最大宗，占整體服務業 72%，「運輸業」占比次之（21%），其他服務業出口比例皆不高。

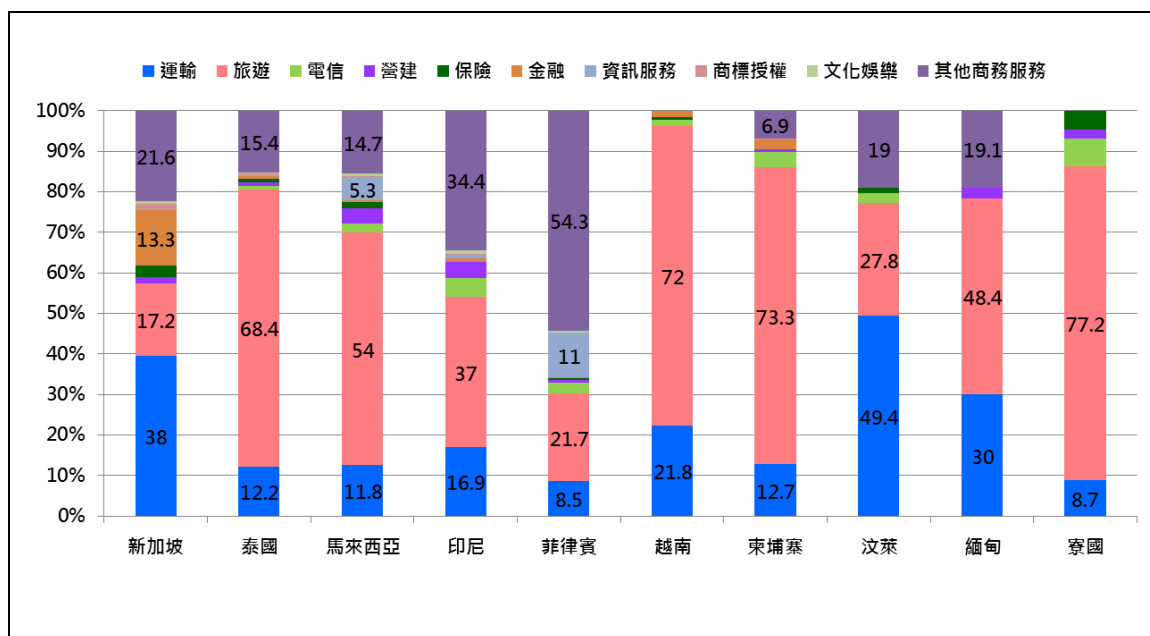
柬埔寨之服務貿易出口額為東協國家排名第七，2011 年達 21 億美元，出口結構以「旅遊業」為主，占整體服務業的 73%，「運輸業」、「其他商務服務業」的出口占比約在 12~7% 之間。

其他汶萊、緬甸、寮國的服務貿易出口額皆不高，2011 年約在 5~9 億美元之間，緬甸及寮國的主要出口服務業是以「旅遊業」為主、「運輸業」次之，汶萊則是以「運輸業」出口為主、「旅遊業」次之。



資料來源：東南亞藍皮書、WTO，資策會 MIC 整理，2014 年 7 月

圖 12 東協各國服務貿易發展態勢（出口）



資料來源：東南亞藍皮書、WTO，資策會 MIC 整理，2014 年 7 月

圖 13 東協各國服務貿易結構組成（出口）

(三)服務業進口現況

觀察 2000 年至 2011 年期間，東協各國歷年服務進口貿易狀況如圖 13 所示，整體而言，東協各國服務業進口皆呈現長成趨勢，2009 年多數國家因為金融海嘯而呈現進口量萎縮，不過 2010 年即回復前年水準，2011 年則持續成長。

東協十國的服務進口貿易額以新加坡最高，2011 年達到 1,145 億美元，為其他東協國家的兩倍以上，進口項目以「運輸業」為主，占整體服務業的 30%，「其他商務服務業」次之，占整體服務業的 25%，其餘「旅遊業」、「商標授權業」進口亦不在少數，比例約在 14%~19%之間。

服務貿易進口額次高的國家為泰國，2011 年服務貿易進口額達 519 億美元，進口結構以「運輸業」為主，占整體服務業 54%，「其他商務服務業」次之，占比約為 19%，「商標授權業」及「旅遊業」的進口比重約在 7%~11%之間。

馬來西亞的服務貿易進口額為東協國家第三高，2011 年達 377 億美元，進口結構以「運輸業」為主，占整體服務業 32%，其他如「旅遊業」、「其他商務服務業」占比約在 20%~27%之間。

印尼之服務貿易進口額為東協國家排名第四，2011 年達 307 億美元，進口結構以「運輸業」為主，占整體服務業的 38%，其他如「其他商務服務業」、「旅遊業」的進口占比分別為 23%、20%，比重亦不低。

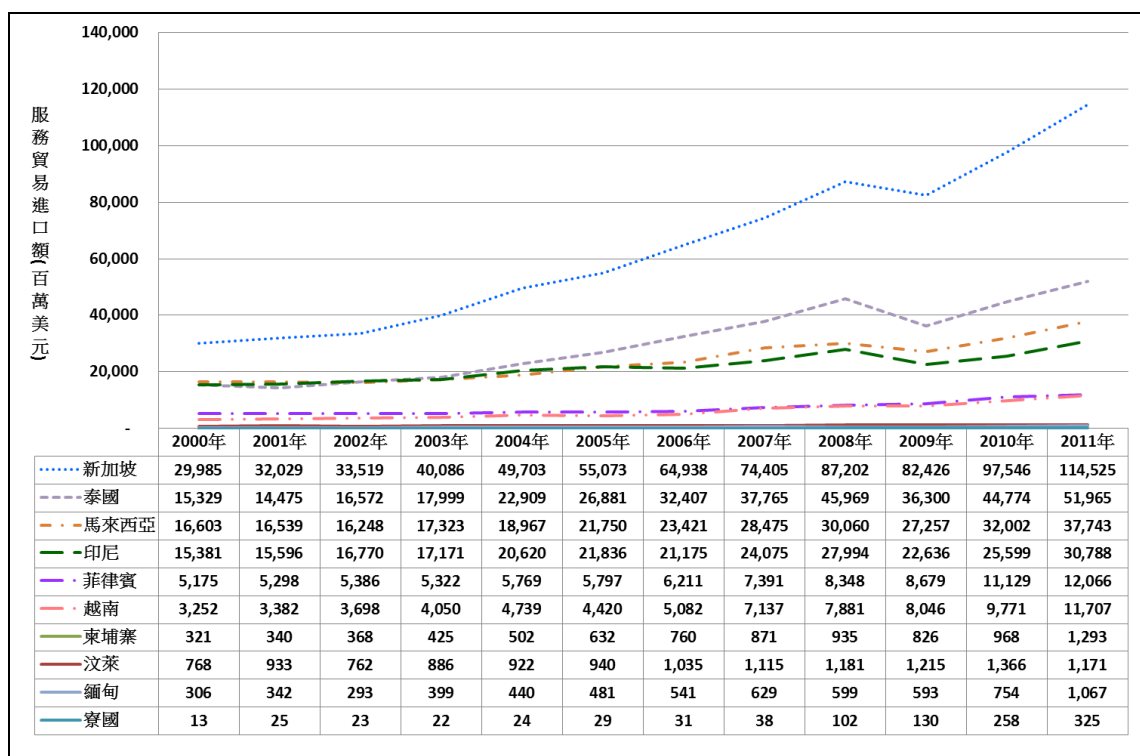
菲律賓的服務貿易進口額為東協國家排名第五，2011 年達 120 億美元，進口結構以「旅遊業」為主，占整體服務業 44%，「運輸業」占比次之（34%），「其他商務服務業」占比第三，約為 10%。

越南的服務貿易進口額為東協國家排名第六，2011 年達 117 億美元，進口結構以「運輸業」為最大宗，占整體服務業 70%，

「旅遊業」占比次之（15%），其他服務業進口比例皆不高。

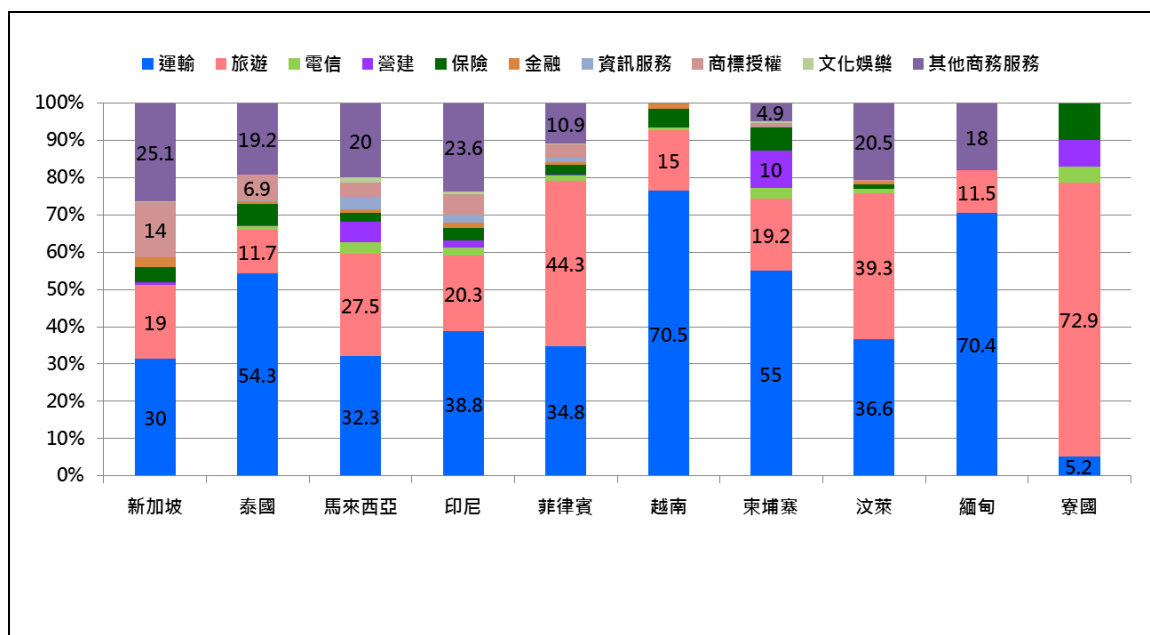
柬埔寨、汶萊、緬甸的服務貿易進口額分別為東協國家的第七、八、九名，2011 年出口金額約為 10~12 億美元。柬埔寨的主要進口服務業為「運輸業」，占整體服務業 55%，「旅遊業」占比次之（19%），「營建業」占比第三，約為 10%。汶萊的進口結構以「旅遊業」及「運輸業」為主，占整體服務業 36%~39%，「其他商務服務業」占比次之（20%），其他服務業進口比例皆不高。緬甸的進口結構以「運輸業」為主，占整體服務業的 70%，其他如「其他商務服務業」、「旅遊業」的進口占比分別為 18%、11%。

寮國的服務貿易進口額為東協國家最低，2011 年約為 3 億美元，其中又以「旅遊業」為主，約占整體服務業 73%，其他如「保險業」、「營建業」、「運輸業」進口占比約為 5%~9%。



資料來源：東南亞藍皮書、WTO，資策會 MIC 整理，2014 年 7 月

圖 14 東協各國服務貿易發展態勢（進口）



資料來源：東南亞藍皮書、WTO，資策會 MIC 整理，2014 年 7 月

圖 15 東協各國服務貿易結構組成（進口）

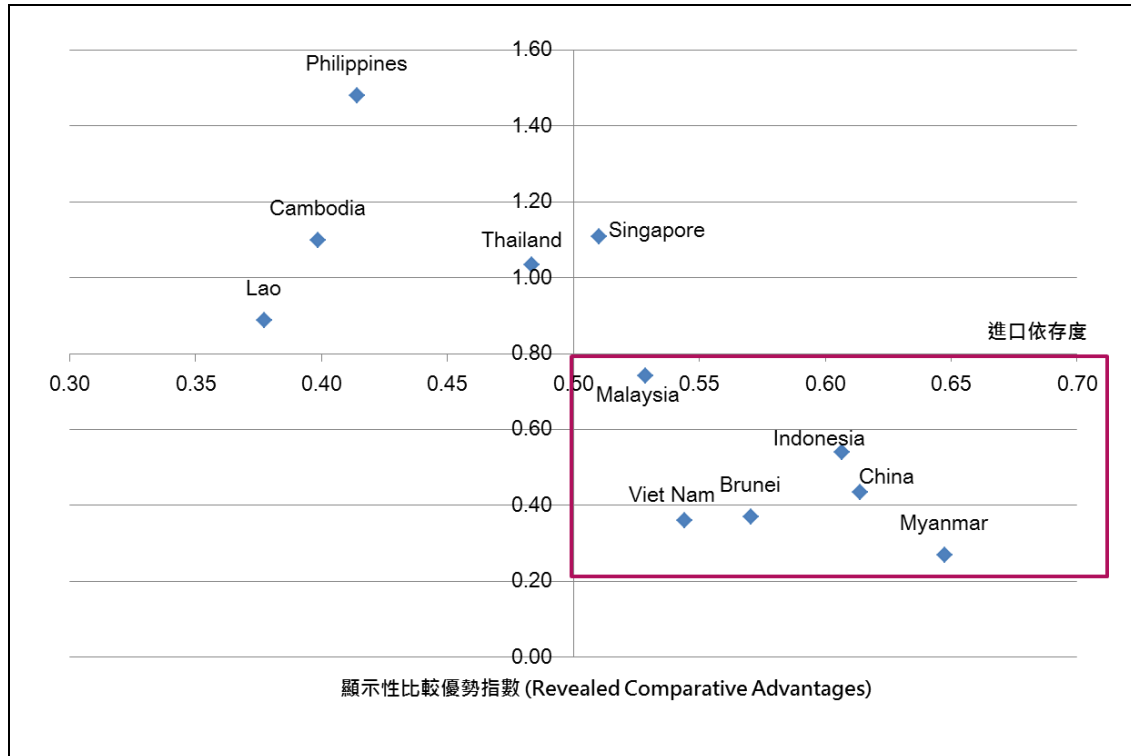
(四)東協各國服務貿易競爭力

剖析東協各國的服務貿易競爭力如圖 16 所示，透過顯示性比較優勢指數（Revealed Comparative Advantages, RCA）之計算討論各國的服務業出口競爭力，計算方式為某國 $RCA = (\text{該國服貿出口額} / \text{該國出口額}) / (\text{世界服貿出口額} / \text{世界出口額})$ 。結果可發現以菲律賓、新加坡、柬埔寨、泰國、寮國具有較佳的出口優勢；馬來西亞、印尼、汶萊、越南及緬甸的服務貿易出口競爭力較為弱勢。

再利用進口依存度探討東協各國對於服務業的進口依賴程度，計算方式為該國 $(\text{進口額}) / (\text{出口額} + \text{進口額})$ 。可知較不依賴進口的國家為菲律賓、柬埔寨、寮國、泰國，然而柬埔寨及寮國的保護政策較強，故不將其納入討論；服務業進口依存度較高的國家為新加坡、馬來西亞、越南、汶萊、印尼及緬甸。

馬來西亞、越南、汶萊、印尼及緬甸是服務業出口競爭力比較弱，而且對於服務業進口有較高需求的國家，未來臺灣若要選

擇輸出服務業至東協國家，上述國家呈現的服務貿易競爭力特質可納入選取標準。



資料來源：東南亞藍皮書、WTO，資策會 MIC 整理，2014 年 7 月

圖 16 東協各國服務進口依存度與出口競爭力

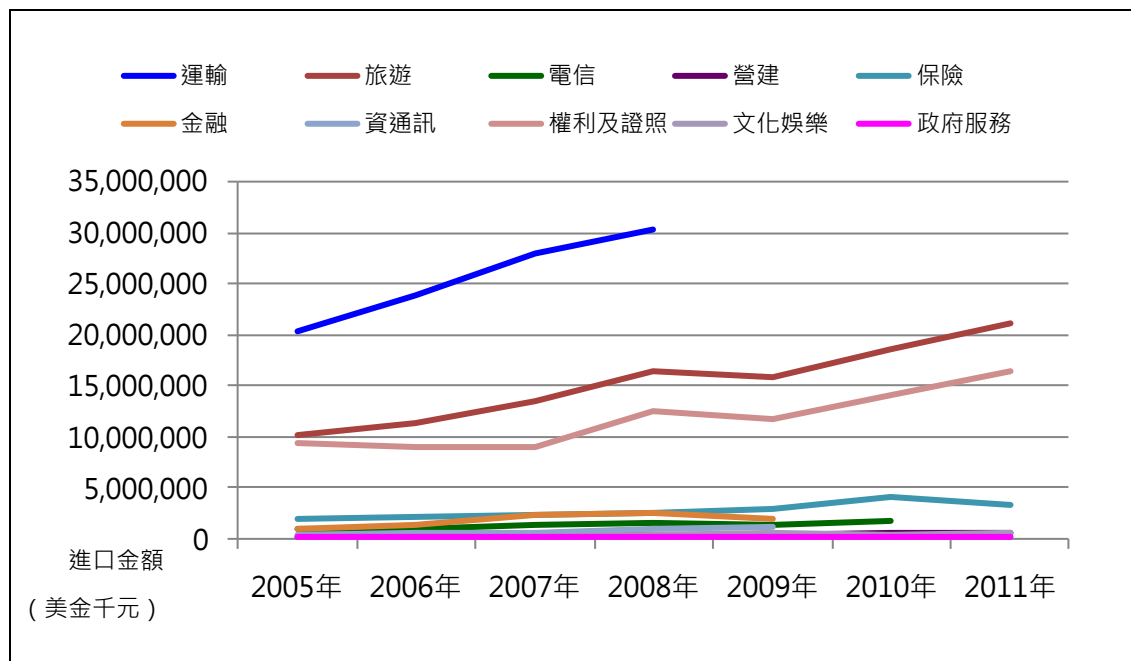
二、東南亞重點國家服務業進口現況

以下將針對東南亞國家服務業進口現況進行剖析，依序為新加坡、馬來西亞、泰國、印尼、越南、菲律賓、柬埔寨、緬甸，其中，由於寮國與汶萊無公布服務業各中業別之進口額數值，因此本小節不對此兩國進行分析討論。

新加坡服務業進口現況由圖 17 可看出，在各類服務業中以運輸業、旅遊業、權利證照業占進口服務額的大宗，且均呈上升趨勢，其中，運輸業由 2005 年 204 億美金成長至 2008 年 303 億美金(進口額數據僅公布至 2008 年)，年複合成長率 14.1%；旅遊業由 2005 年 101 億美金成長至 2011 年 211 億美金，年複合成長率 13.1%；而權利證照業由 2005

年 93 億美金成長至 2011 年 164 億美金，年複合成長率 9.8%。

另由年複合成長率發現，新加坡的資通訊業與金融業具有高度成長，2005 年至 2009 年之年複合成長率分別為 29.6%及 22.2%（該兩項服務業進口額數據僅公布至 2009 年），自進口額來看，資通訊業與金融業雖然在各項產業中排名中等，但後續可持續觀察未來需求走向。

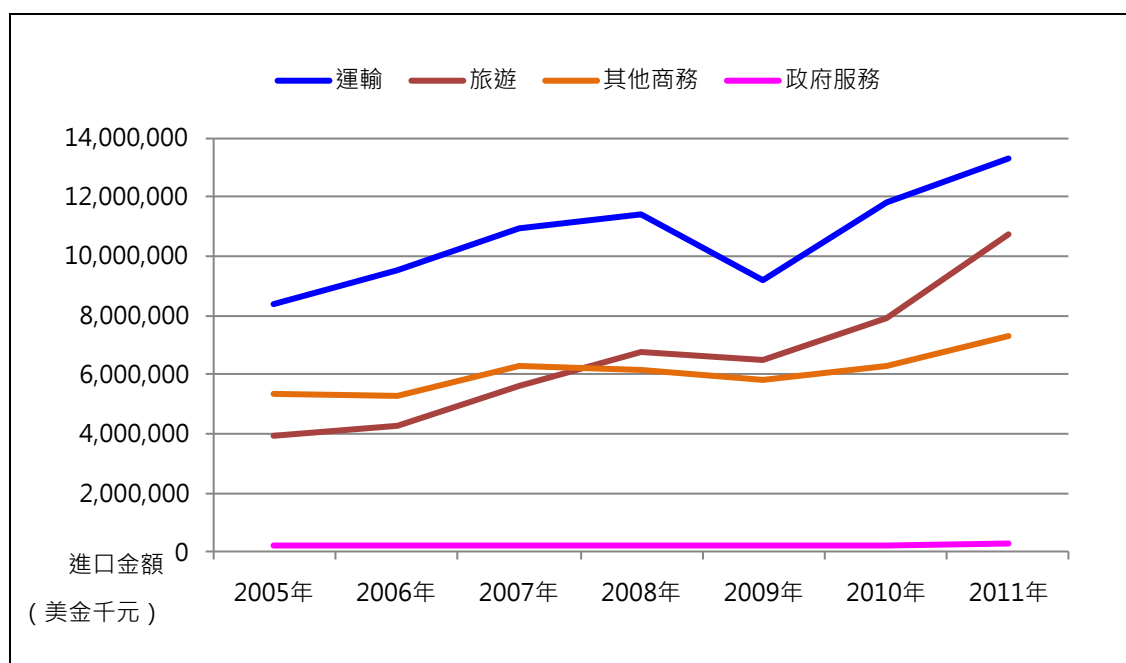


備註：運輸業進口額資料僅公布至 2008 年；金融業、資通訊業進口額資料僅公布至 2009 年；電信業進口額資料僅公布至 2010 年

資料來源：ASEANstats，資策會 MIC 整理，2014 年 6 月

圖 17 新加坡 2005 年~2011 年服務業中業別進口金額

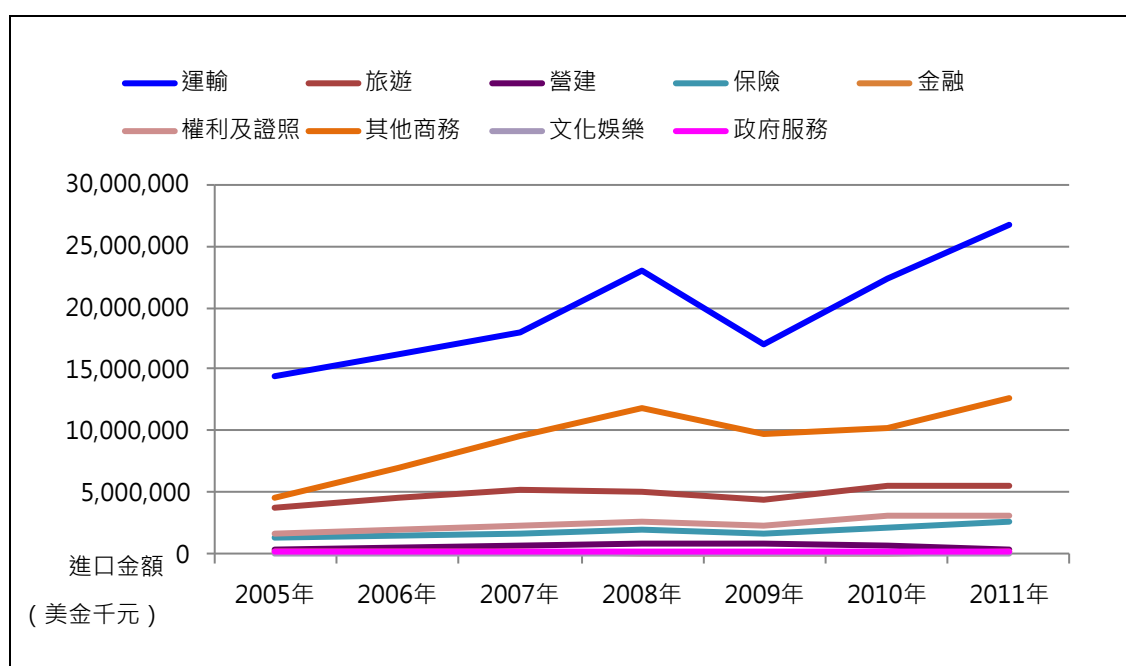
馬來西亞服務業進口額現況如圖 18，進口服務需求以運輸業為首，統計資料顯示自 2005 年 84 億美金成長至 2011 年的 133 億美金，期間因受到金融風暴衝擊成長率有衰退現象，而隔年即恢復成長水準；而旅遊業進口金額自 2005 年 39 億美金成長至 2011 年的 108 億美金，且於 2008 年開始超越其他商務服務業，年複合成長率 18.4%，是四項業別中成長最高者；而其他商務服務（包括研發、顧問、法律、廣告等商務服務業）2005 年至 2011 年的進口額則自 53 億美金成長至 71 億美金，年複合成長率 5.4%，呈現穩定上升趨勢；至於政府服務在七年間並無太大的起伏變動。



資料來源：ASEANstats，資策會 MIC 整理，2014 年 6 月

圖 18 馬來西亞 2005 年~2011 年服務業中業別進口金額

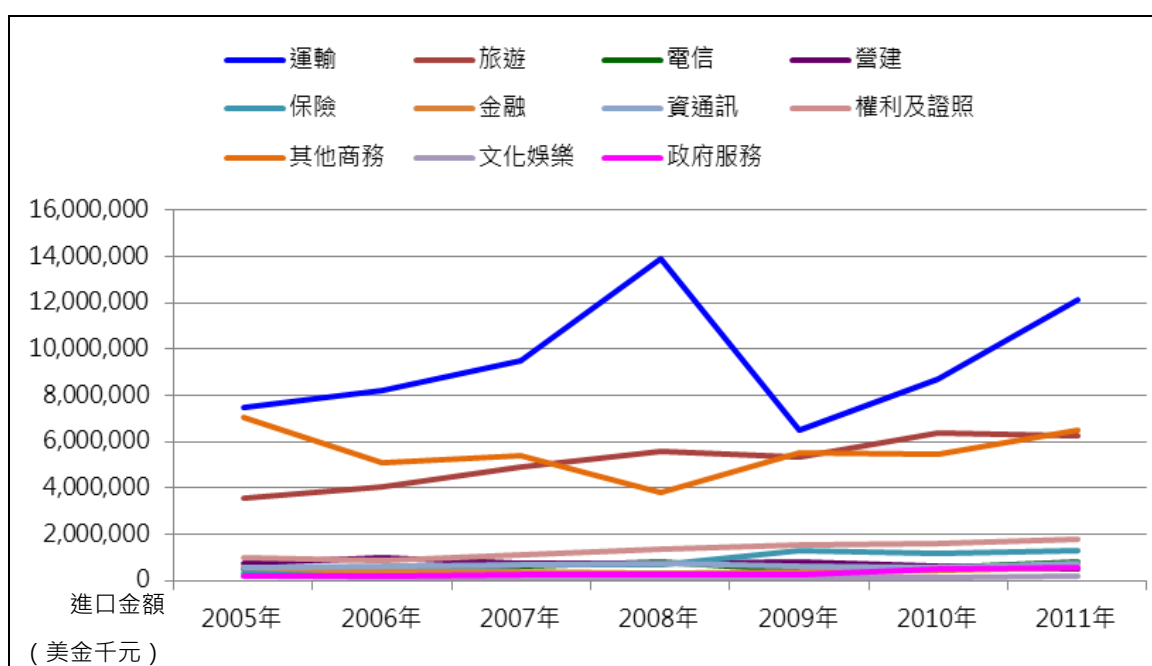
泰國各項服務業發展中前三大業別依序為運輸業、其他商務服務及旅遊業。根據 2005 年至 2011 年服務進口金額（圖 19），運輸業服務輸入額由 144 億美金增加至 267 億美金，具有可觀的市場需求量；其他商務服務之服務輸入額表現亦相當亮眼，由原本的 46 億美金提升至 127 億美金，可見得泰國在其他商務服務上的需求趨勢；而旅遊業由 38 億美金提升至 55 億美金，屬穩定增加的需求類型。其餘業別中較特別的權利證照業雖市場規模相對較小，但年複合成長率達 10.9%，後續可多留意觀察，而營建業及文化娛樂業近年走勢則呈負成長趨勢。



資料來源：ASEANstats，資策會 MIC 整理，2014 年 6 月

圖 19 泰國 2005 年~2011 年服務業中業別進口金額

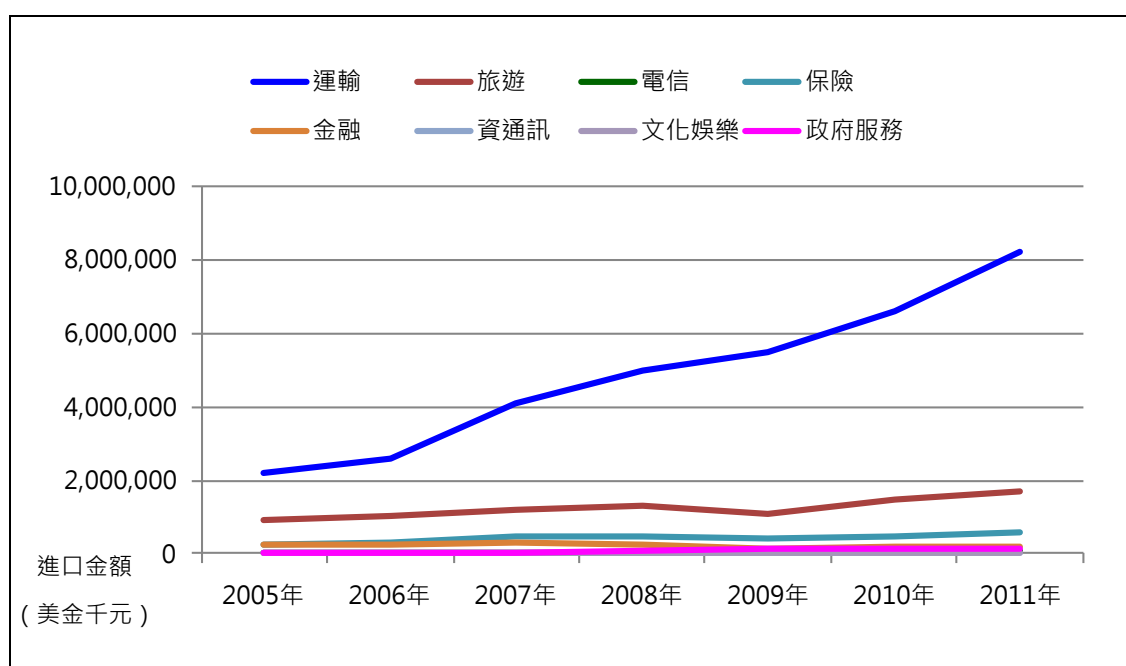
印尼的服務業進口現況由圖 20 可看出，進口需求最高的服務業為運輸業，進口金額由原本的 75 億美金上升至 121 億美金，期間雖受到金融風暴重挫，整體而言服務需求量呈上升趨勢；名列第二的其他商務服務業於 2005 年至 2011 年間進口金額動盪，整體而言呈現負成長，排名第三的旅遊業進口金額由 36 億美金增加至 63 億美金，進口額逐年上升。其餘業別中以保險業成長最為快速，近七年之複合成長率為 25%，而營建業及其他商務服務業近年成長較不理想，複合成長率為負值，約在-1.3%~-6.1%之間。



資料來源：ASEANstats，資策會 MIC 整理，2014 年 6 月

圖 20 印尼 2005 年~2011 年服務業中業別進口金額

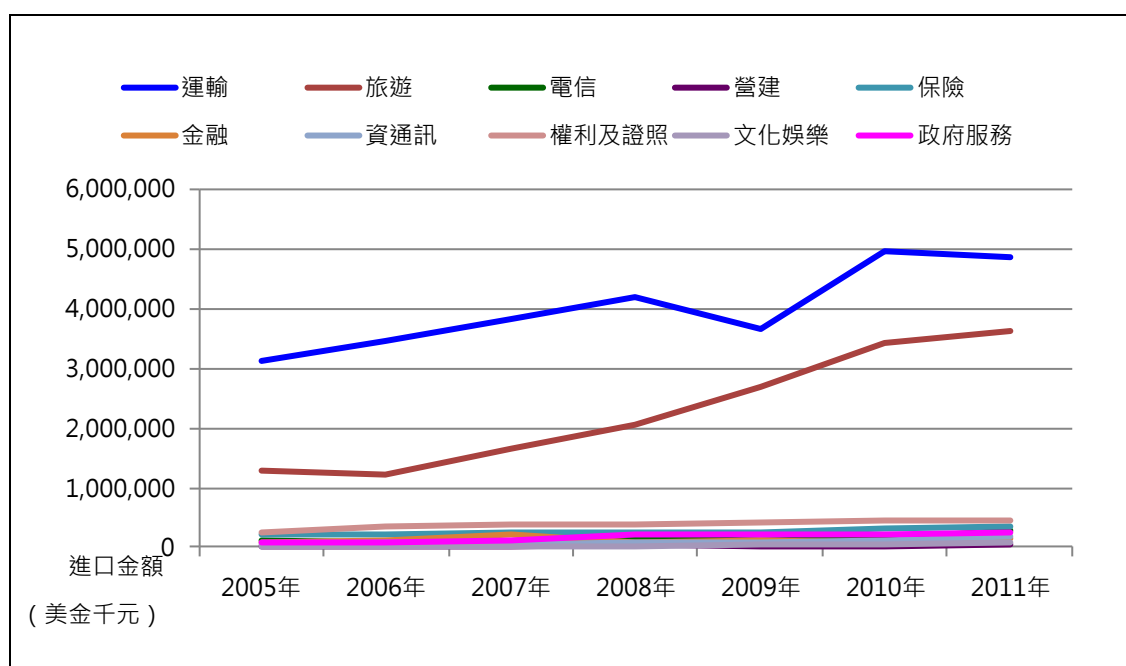
越南服務業進口額現況如圖 21，越南的進口服務需求以運輸業為最大宗，進口金額自 2005 年的 21 億美金一路成長，至 2011 年時到達 82 億美金；次高的旅遊業服務進口金額由 9 億美金上升至 17 億美金；名列第三的保險業服務金額則由 2 億美金增加至 6 億美金；保險業呈緩步上升，由 2005 年 2.5 億美金增加至 2011 年 5.6 億美金；此外，政府服務近年進口金額不高，2011 年約 1.5 億，但近七年複合成長率達 31.1%。



資料來源：ASEANstats，資策會 MIC 整理，2014 年 6 月

圖 21 越南 2005 年~2011 年服務業中業別進口金額

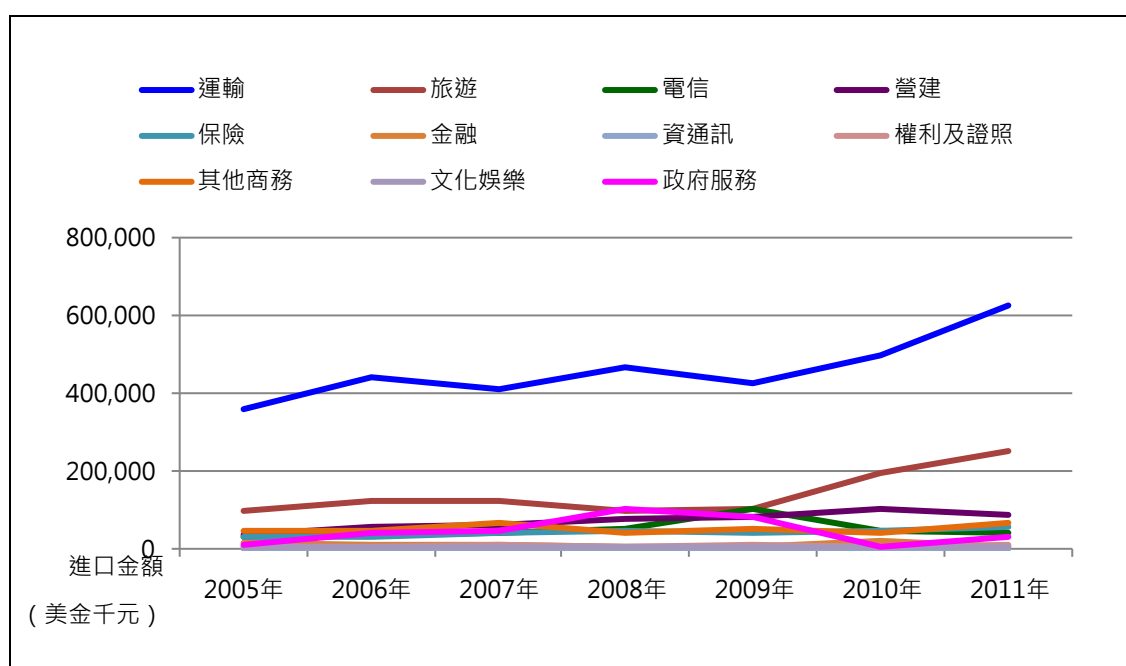
觀察菲律賓歷年服務業各業別進口的狀況如圖 22，運輸業為菲律賓服務進口需求最高的產業，七年間進口金額自 31 億美金增加至 48 億美金；旅遊業服務進口額亦由 12 億美金成長至 36 億美金，兩者歷年走勢皆呈上升趨勢。此外菲律賓的文化娛樂業以及營建業近年有較佳的成長幅度，服務進口金額分別由 9 百萬美金上升至 7 千萬美金，以及 7 百萬美金上升至 5 千萬美金。



資料來源：ASEANstats，資策會 MIC 整理，2014 年 6 月

圖 22 菲律賓 2005 年~2011 年服務業中業別進口金額

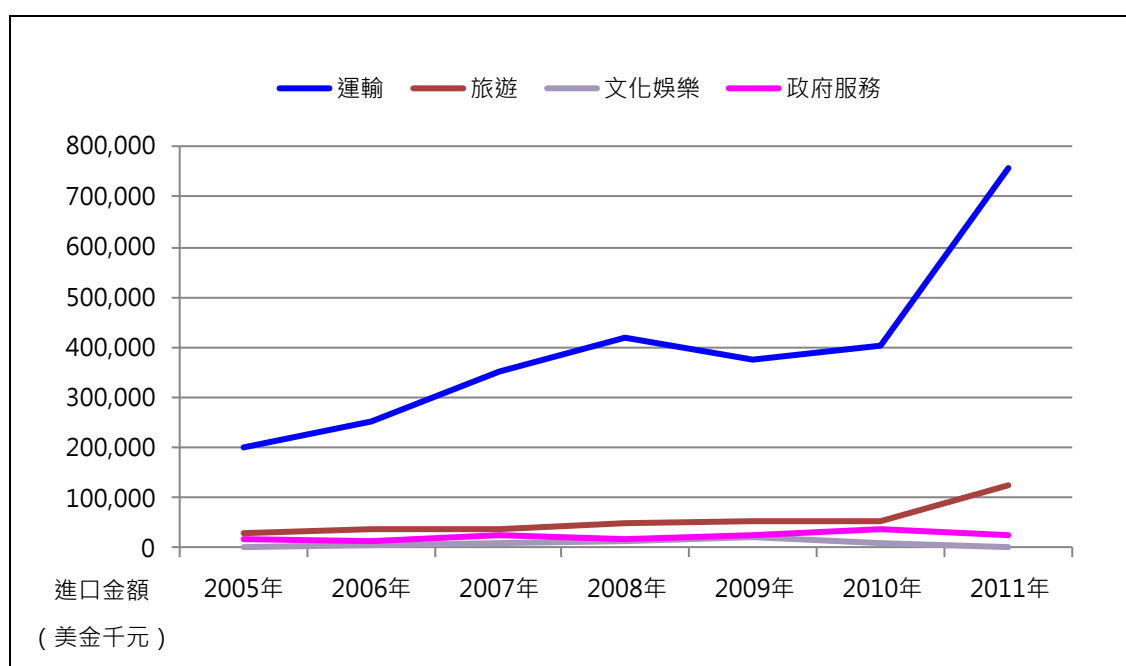
柬埔寨服務業進口額現況如圖 23，其需求以運輸業需求為首，資料顯示由 2005 年 3.6 億美金成長至 2011 年 6 億美金，尤以 2009 年至 2011 年的上升幅度最大，三年內上升約 2.4 億美金；其次為旅遊業，自 2005 年 9,685 萬美元成長至 2011 年 2.5 億美元；但若以年複合成長率來看，以資通訊產業之 26.5% 為最，自 2005 年 36 萬美元上升至 2011 年 149 萬美元；除此之外，政府服務以 19% 位居第二，自 2005 年 1.1 萬美元上升至 2011 年 3.1 萬美元；然而，金融業卻呈現負成長，由 2005 年 1400 萬美元降至 2011 年 400 萬美元，年複合成長率為 -19.4%。



資料來源：ASEANstats，資策會 MIC 整理，2014 年 6 月

圖 23 柬埔寨 2005 年~2011 年服務業中業別進口金額

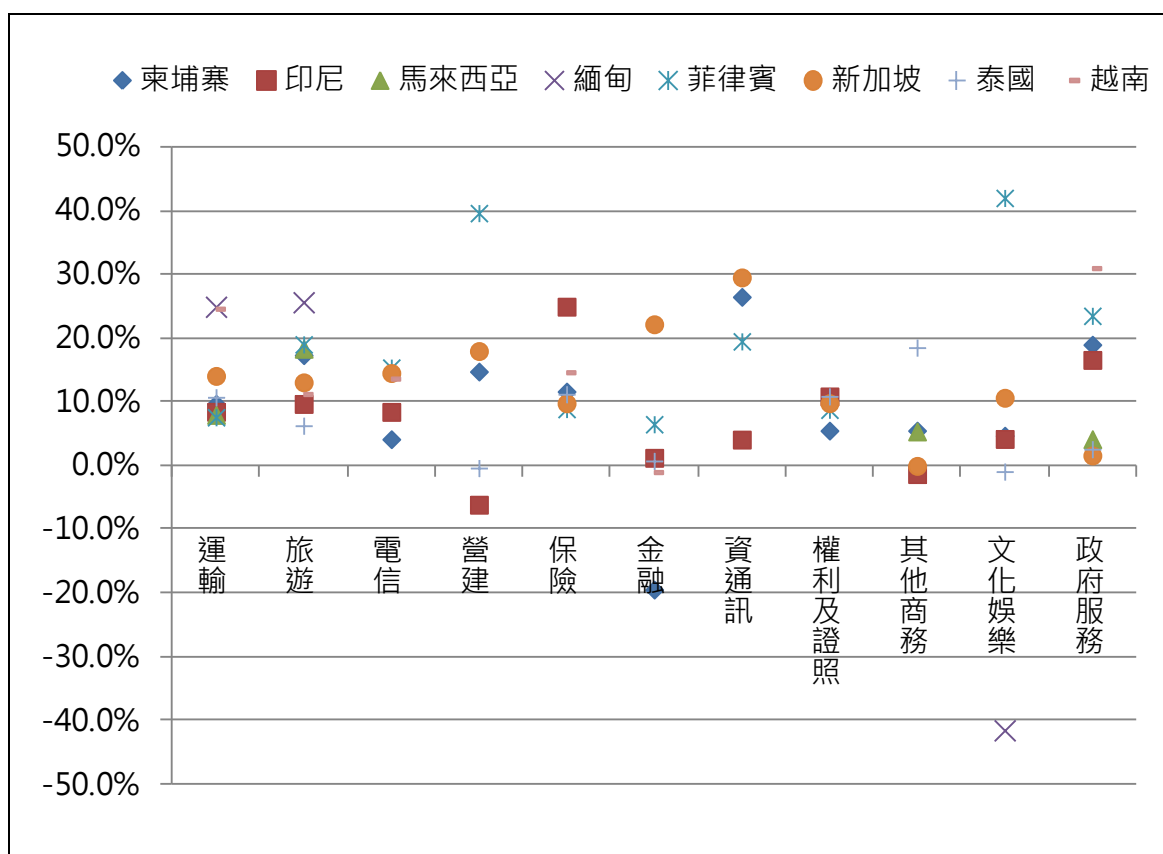
緬甸的服務業進口現況如圖 24，進口服務需求最高者為運輸業，進口金額由原本 2005 年的 1.9 億美金成長至 2011 年 7.6 億美金，其中 2008 年至 2010 年呈平緩趨勢，自 2010 年之後該項服務業進口額呈上升趨勢。旅遊業名列第二，2005 年至 2010 年平緩成長，2010 年之後上升至 1.2 億美金。政府服務業進口額緩步成長，自 2005 年之 1,630 萬美金至 2011 年 2,390 萬美金。而文化娛樂類則呈現負成長，年複合成長率為-41.5%，至 2011 年為止服務業進口額僅 10 萬美元。



資料來源：ASEANstats，資策會 MIC 整理，2014 年 6 月

圖 24 緬甸 2005 年~2011 年服務業中業別進口金額

觀察各國各業別 2005 年至 2011 年之服務業進口額年複合成長率如圖 25 所示，以國家別分析，新加坡服務需求成長性較強的項目為金融業、資通訊業、文化娛樂業；馬來西亞為其他商務服務輸入需求成長性高；泰國則為權利證照業、其他商業服務業成長需求較高；印尼的保險業、權利證照業、金融業成長性高；越南為政府服務業、保險業的服務需求成長較高；菲律賓則為電信業、營建業、文化娛樂業、旅遊業、金融業等服務需求成長性較強；柬埔寨服務輸入成長性較高的產業為資通訊業、旅遊業、營建業、保險業等；緬甸以運輸業、旅遊業的服務輸入需求的成長性最高。



備註：寮國及汶萊無公布服務業各中業別之進口額數值

資料來源：ASEANstats，資策會 MIC 整理，2013 年 6 月

圖 25 東協各國 2005 年~2011 年服務業進口額年複合成長率

三、東南亞重點國家產業政策推動概況

(一)新加坡產業政策推動概況

1. 產業推動政策：

- a、金融業：新加坡歷經 40 年來的金融發展，已然成為全球知名之國際金融中心，目前共有約 600 家本地及外國金融機構駐點。根據世界經濟論壇發布之 2012 年全球競爭力報告指出，新加坡在整體金融市場發展排名世界第二，成為首度稱霸該項目排名的亞洲經濟體。未來，新加坡政府將持續以政策以及稅率優惠吸引外國企業至新加坡投資，也將自身定位為全球—亞洲中心，吸引國際企業設立據點並增加其戰略性業務。
- b、保險業：力圖打造全球保險交易中心，將與業者合作，透過推動區域市場開放、擴大亞洲風險資料以及人才培育，以協助業者更有承保能力，以及提升商家風險意識等措施來刺激區域市場需求。
- c、資通訊產業：應用資通訊科技於生活層面已是世界趨勢，城市網路化對於環境與政治經濟管理的效率也有很大影響，新加坡發展電子化政府服務如貿易管理電子平台貿易網（TradeNet），將海關、稅務、安全等 35 個政府機構連接在一個網路中，為企業提供一站式通關服務，除了方便企業進行商貿服務，更可藉此扶植資通訊產業。此外，新加坡政府透過「新加坡綜合網」、「智慧型國家計畫（iN2015 Masterplan）」及底下數個子計畫，建構高速寬頻網路以及無縫的資通訊基礎設施、扶持企業、栽培人才及發展科技，目標使新加坡成為首個「智慧國」。
- d、觀光業：觀光業日漸成為新加坡國家重要經濟來源之

一，新加坡政府在旅遊發展基金中額外提撥 7 億 1,800 萬美元於未來五年致力發展觀光及旅遊。其中 2 億 3,800 萬美元預計吸引更多商業及休閒國際會議、展覽至新加坡舉辦，其中包含惠聚獅城計畫：為更多大陸地區獎勵和商務會展遊客提供增值體驗，推動大陸地區獎勵和商務會展旅遊市場不斷發展；其餘金額則用於推廣旅遊產品與新產品、新服務，預期 2015 年訪新加坡遊客達 1,700 萬人。

- e、平衡發展服務業與製造業：善用新加坡優勢，發展以知識為基礎的製造業，成為多國籍企業研發中心；而為了因應大陸地區與印度的成長，必須同時發展可出口之高值服務業，成為新興服務業中心。

2. 外國人投資政策及獎勵：

外國人投資政策方面，新加坡採原地徵稅制，即任何在新加坡發生或源自於新加坡的收入，都列為應稅收入，又新加坡屬於城市國家，全國實行統一稅制。然新加坡也有為了鼓勵投資、出口、研發以及增加就業機會而實行的優惠政策，例如給予公司減稅、免稅優惠或提供資金扶植等。主要是針對對於製造業及服務業的創新、產業升級、擴充產能自動化和提升服務水準等方面給予獎勵。

為了鼓勵外國企業至新加坡投資設立區域總部、生產基地，或開展研發貿易活動，企業若滿足規定條件便可獲得 10% 甚至是更低的企業所得稅率優惠。

此外，新加坡執行生產力及創新優惠計畫（PIC）：企業在 2011 年至 2015 年投資「科研與開發」、「知識財產權註冊」、「知識財產權購買」、「租、購指定之資訊及自動化設備」、「員工教育訓練」以及「經過批准的設計項目」

等六項活動的支出，能夠申請稅額扣除或現金補貼。

(二) 印尼市場概況及服務業相關政策

1. 產業推動政策：

- a、製造業：印尼近 7 年來由於穩定的民主政治與龐大內需市場，使其經濟體質朝正面轉變，其中紡織成衣產業對印尼經濟尤其重要，印尼政府每年均提撥預算供食品工業、草藥工業、芳香精油工業、工藝品工業等中小企業更新機械設備、並提供低利貸款等措施幫助業者度過低迷的整體經濟環境，以 2014 年為例，政府共撥款 220 億印尼盾，約合 189 萬美元之預算補助中小企業。
- b、營建業：印尼政府推動「擴大與加速經濟建設整體計畫 (MP3EI)」，大量投資基礎建設並改善投資環境，預計 2011 年至 2025 年將投資約 4,685 億美元，其中 13.6% 由政府預算支出，20.9% 將由國營企業提供。目前已陸續進行包括太陽能電廠、大型鋼鐵廠、水電及高速公路建設、礦產開採及鋪設寬頻網路等工程項目，此計畫除了基礎建設投資之外，也強調提高產業創新水準，透過教育改革、促進產業研發等方式，開創技術型產業並帶動工業產品出口。

此外，配合「擴大與加速經濟建設整體計畫 (MP3EI)」與 2015 年東協經濟共同體 (AEC) 進展，印尼與其他東協成員國也建立運輸聯結。印尼政府公布「六條經濟走廊」建設計劃，分別為東蘇門答臘至爪哇西北部、爪哇北部沿海、加里曼丹、蘇拉威西、東爪哇經峇里島至努沙登加以及巴布亞等六條經濟走廊，花費約 27 億美元至 407 億美元不等。另外，也宣布在全國 14 個主要地區增建港口設施，包含棉蘭的 Belawan 港、廖

省的 Dumai 港、Lampung 省的 Panjang 港、雅加達的 Tanjung Priok 港、中爪哇三寶瓏的 Tanjung Emas 港、泗水的 Tanjung Perak 港等地。

- c、觀光及會展產業：規劃觀光旅遊經濟特區如 Morotai 島特區及 Mandalika 特區。觀光及創意經濟部未來將積極推動會展產業（MICE），印尼也將於 2015 年興建完成大型展覽中心，此中心由印尼房地產開發 Sinar Mas 集團與 Gramedia 集團合作開發，占地達 22 公頃符合國際標準設施，位於雅加達西郊的 Tangerang 市，該展覽中心包含旅館、購物中心、辦公大樓以及展覽會議場地等。
- d、產業群聚：除了基礎建設的發展，工業部也在「MP3EI 計畫」之下推動產業群聚以提升工業產值，促進環保及產業發展。西爪哇區主要發展機械及高科技產業、萬丹主要發展化學及鋼鐵產業、爪哇島之外的西加里曼丹省發展橡膠產業、中蘇拉維西省發展藤產業、北魯股省發展鎳鐵產業、楠榜省發展海洋產業、北蘇門答臘省發展棕櫚油產業，西巴布亞省發展木材及漁業

2. 外國人投資政策及獎勵：

印尼政府訂定新投資法，將平等對待外國和本國投資者，提升印尼對外國投資者的吸引力，並成立外匯市場委員會，除了提供建設性建議，也參與準備和調整央行及金融勞務主管機構現行或未來將發布的政策，以加強國內市場的外幣供應。而印尼投資協調委員會（BKPM）經過多年研議，完成投資負面表列清單（DNI）修訂方案，預計提高多種產業部門的外資持股比例，包含交通場站、港口以及發電廠等。

印尼政府也於 2011 年公布策略性產業免稅措施，提供

符合標準的產業 5~10 年免稅假期 (Tax holiday) 優惠，優惠對象主要為大型、策略性及先端型產業，如金屬、鋼鐵、煉油、石化、機械、再生能源以及電信業。此外，針對資本密集及勞力密集型產業提供減稅優惠，雇用 300 名勞工或資本額達 580 萬美元以上的公司，或是投資額在 1,160 萬美元以上的資本密集型產業，則可享有此優惠。此外，也於 2012 年宣布擴大減稅優惠之產業適用範圍，由原先之 38 項擴大至 129 項產業，包含農林漁牧業、礦業、電子業、製藥業以及食品產業。

為了降低貿易逆差，印尼政府擬減少服務業進口，受進口限制的服務業將包括配送、電信、教育、環保、財政、建築與相關技術、社會保健、體育與文化休閒、旅遊和運輸等。另外，貿易部也公布法令限制餐飲連鎖加盟業者股權，如達 250 家的連鎖餐廳數量之後，業者必須釋出部分股權以避免壟斷，並且限制直營店數量上限為 150 家，若直營店數量超過 150 家以上，其中有 40% 為加盟店。

除此之外，2013 年公布 1 至 6 月禁止芒果等相關蔬果花卉進口，並且貿易部為了加強管控手機及資訊產品進口，於 2012 年發布 82/M-DAG/PER/12/2012 規定，規範手機、平板電腦之進口商品需要申請進口許可證，並拿到工業部產品證書及資通訊部產品安全證書等文件才准許進口，另外，進口商還必須透過三家以上經銷商銷售該產品，不可直接販售，希望藉此限制劣質電子產品進口，並鼓勵直接在印尼設廠投資生產。

(三) 泰國產業政策推動概況

1. 產業推動政策：

a、 農業：執行「稻米典押」政策，政府以高於市價的價

格向農民收購稻米，再尋求不同管道進行銷售（例如政府對政府採購方式），此政策將可能導致泰國米價高於競爭對手國家進而影響出口總值。此外，推動「泰國走向世界廚房」，向中東國家及阿拉伯聯合大公國輸出農產品、肉製品與環保產品。

- b、 創意產業：以 3 年 4.5 億美元的預算推動泰國成為「東協創意中心」，發展文化遺產、美食、藝術、音樂、數位內容與設計等產業，期許泰國成為亞洲觀光資源、亞洲熱帶服飾流行中心。
- c、 服務業：泰國為擴大內需及創造出口機會，商業部積極促進泰國與東協之間的經貿與投資往來，一方面在區域內尋找可用資源，另一方面依據各國法規研擬投資計畫。目前商業部於 2014 年建立制定八大戰略藍圖，包含致力推動東協經濟共同體合作框架與社會認知，同時提升民間企業服務水準、加快基礎設施的建設、提升民眾購買力刺激國內消費市場以促進中小企業產品出口，進一步增加國際貿易競爭力，除此之外，也積極拓展外貿，提升泰國在東協的整體市占率，修改經濟領域的法律政策培育相關人才。
- d、 一城鎮一產品（One Town One Product, OTOP）：商業部大力推行 OTOP 連鎖化經營，與電子商務平臺合作推行網路交易，媒合政府與民間單位，專為 OTOP 產品打造網路銷售平臺並擴產連鎖經營，涉及服裝及日用品、裝飾品、紀念品、飲料食品、泰式草藥等，預計在 8 個月內上線，藉此推動 OTOP 產品網路交易，擴大產品成長。

2. 外國人投資政策及獎勵：

外國人投資政策方面，放寬外資在泰國境內成立區域營

運總部的獎勵條件，配合泰國財政部提出區域營運總部方案，其放寬限制包含允許外資購置擁有土地及聘用外籍技術人員及工程師，也同意採取特別獎勵外資在泰國投資汽車組裝廠，提供進口機械設備免稅等優惠。

除此之外，也提供中小企業低利貸款，以年息 3%發放貸款，最高額度為 100 萬泰銖，可望幫助至少 6,300 家中小企業增加流動資金，根據工業部統計，放貸總額約為 1.9 億泰銖，約 596 萬美元。

(四)馬來西亞產業政策推動概況

1. 產業推動政策：

- a、 綠能產業：政府致力於鼓勵國家綠色科技，並於 2010 年開始推行綠色科技融資計畫，提供約 10.7 億美元做為協助、支援廠商開展綠色科技事業，至 2014 年 2 月為止，共有 124 家本地中小企業在該計畫中獲得貸款，創造 1,729 個綠色就業機會，並且將綠色科技融入學生教育，向學生灌輸環保生活態度及文化。
- b、 金融業：打造總值約 82 億美元之「敦拉薩國際貿易中心」(前吉隆坡國際金融區)，該中心占地 28.3 公頃，採用綠化空間、永續建築設計、限制車流量、大型公園及固體垃圾管理等策略，並設立由首相署部長諾莫哈末主導之特別工作組。其成員由財政部、中央銀行、證券管理委員會及其他機構資深官員組成，以確保該中心之規畫、發展至落成及運作順利。
- c、 石化產業：馬來西亞政府提供為期 10 年豁免 100%營利稅等措施，吸引國內外私人企業投資石油與天然氣，預期打造成為石油與天然氣的出口國家以及該區域石油與天然氣綜合中心。

- d、產業結構轉型規劃：馬來西亞首項於 2012 年公布投資總額約 68.2 億美元之「經濟轉型入口點計畫」，包含科技業、營造業、科技服務、漁產養殖、水果、醫療、保健旅遊、引擎以及造船人才培育等項目，並結合外國投資以提升產業競爭力。預計 2020 年可為馬國創造 1.45 億美元之產值以及 3.9 萬個就業機會，而後又再公布 7 項入口點計畫，鼓勵天然氣、石化產品、醫療器材產業的研發，以創造更多就業機會並藉此落實成為高收入國家。

2. 外國人投資政策及獎勵：

為鼓勵國際金融機構進駐吉隆坡「敦拉薩國際貿易中心（TRX）」，馬來西亞提出特別獎勵措施，例如 10 年免徵所得稅、豁免貸款及服務合約之印花稅、工業建築補貼及加速資本補貼等措施。另一方面，也放寬本國及外國人在國內購置房地產的程序及條件，鼓勵外人進駐馬來西亞。

目前馬國政府向汽車製造商徵收之進口稅介於 0% ~ 30%之間，汽車國內稅則介於 65%~125%，但馬國政府為了配合於 2010 年簽署之自由貿易協定，馬國將開放汽車進口許可證予車商，車商將不受汽車數量之進口限制。該新國家汽車政策將可確保產業之長期競爭力，透過與策略夥伴合作創造親商環境，進一步擴大投資及增強市場潛力。並且開放外國車廠生產 1,800 CC 以下之汽車，以吸引更多外資在本地生產節能汽車，盼至 2020 年所生產之汽車約 85%為節能汽車。

此外，馬來西亞於 2013 年實施最低基本薪資規定，根據該規定，西馬半島員工每月最低基本薪資為 300 美元，

東馬砂勞越州及沙巴州則為 252 美元，以鼓勵各產業雇主雇用本地員工，減少對外勞的依賴，對製造業、農業、服務業等產業具衝擊效果。

(五)越南產業政策推動概況

1. 產業推動政策：

- a、商標授權業：越南工商部於 2012 舉行國家商標公布典禮，共有 54 家企業被列入 2012 年越南國家商標，目的為提高各家企業對品牌樹立、推廣與保護工作之認知與能力。
- b、智慧財產權產業：於 2013 年發布違反銷售及生產仿冒品規定之行政處分，依規定進行不同額度的罰款，對於製造仿冒之食品、藥品、飼料、肥料、獸醫藥物、保護植物藥品、植物種苗、動物種籽、食品添加物、化妝品等，其罰款則依照正廠貨品質價值雙倍計算。

2. 外國人投資政策及獎勵：

持續改善外資企業生產、投資與經營環境，恢復投資信心。以政策以及稅率優惠引進技術成分高、對環境友好、能源與土地消耗低的投資專案，包括對於中小型企業及勞力密集之企業得以寬限繳交各項稅務之期限，以及優先貸款給外銷、農業、中小型企業、高科技企業以及勞工密集企業之計畫，近期更推出工業園區企業的所得稅政策，補充系列優惠條款，於 2014 年開始生效。

另外，越南政府對註冊資金達 3 億美元以上之大規模投資項目採取最高優惠待遇，同時推出加工業收購國產原料的新規定，並規劃工業區內基礎建設與連結性，提供加工業更便利的生產條件，並且為了吸引長期企業投資，在海關優惠政策期滿後，可申請評估延長期限。

在為提高與吸引外資使用效率的 103 號決議內容中，提出許多吸引外資的政策，例如完善投資相關法律、修改投資優惠政策、調整政策以鼓勵國內外私有企業投入；另一方面，也提高外匯管理、土地住宅規範以及信貸的效率。2014 至 2015 年計畫與投資部共同著手簡化行政手續，如縮短審核和簽發投資許可證時間，為投資商儘早展開投資創造便利條件。

此外，取消手機、化妝品及酒類產品只能經由海運進口之規定，自 2013 年起，該項目商品皆可透過空運進口。

(六) 菲律賓產業政策推動概況

1. 產業推動政策：

- a、電話客服中心：菲律賓之所以能成為全球最大的電話客服中心外包業務承接國，除了過去 50 年美國殖民統治下的社會與管理制度體系與美國相通，且具備許多精通英語、熟悉美國客戶的專業人員，因此成為電話客服中心產業的高速發展。由馬尼拉家政服務公司與外部公司合作，組成一個集業務諮詢、自動下單、預約服務、客戶投訴、調查回訪、統計分析等為一體的家政客服電話服務中心，完成線上業務系統的整合。目前菲律賓電話客服中心還在積極擴大市場，從英語國家擴展到其他語種市場與行業。菲律賓預估 2016 年電話客服中心的總收入將達到 250 億美元，為菲律賓創造 130 萬個直接就業機會、320 萬個間接就業機會。服務外包產業，正成為菲律賓外向型經濟的新引擎。
- b、菲律賓中期發展計畫（2011~2016 年）：菲律賓政府目前強調發展農漁業及金融產業，推出多項公私夥伴計畫（PPP）工程以完善基礎建設，將投資率提升至儲蓄率之上，並透過良好及正確政策輔助取得高度經濟發

展，提供私人企業投資創造一穩定之總體經濟環境與平等發展機會，增加整體競爭力。

- c、 優先投資計畫：2014 年菲律賓投資優先計畫（IPP）有效期限為三年，所要發展的產業包括農漁業、創意知識產業、造船、住宅、鋼鐵、基礎建設、能源、摩托車及汽車、研發、綠化、醫療、防減災及復健等產業可獲得獎勵投資的優惠。
- d、 智慧財產權的保障：自美國特別 301 條款觀察名單中除名，表示在智慧財產權的保護和執法以及智慧財產權方面已領先東南亞其他國家。

2. 外國人投資政策及獎勵：

外國人投資政策方面，目前菲律賓完全禁止傳播業、專技服務、小額零售、保全業、礦業、生化核子武器、煙火等產業在國內投資，而允許外國人可持有部分股權的項目則為人力仲介業者、公共工程、廣告業、教育、財務投資服務或其他獲特許權業者。

目前高科技產業享有六年營業免稅待遇，而非高科技產業則為四年；此外，進口原料及半成品享有減稅優惠。如在蘇比克灣及克拉克經濟特區登記之營業所產生之收入，則僅需繳 5%營業稅，惟其內銷比例不得超過營業額之 30%。

第三節 小結

總結來說，目前全球華人總數達 14.25 億人，除了兩岸三地之外，主要仍分布在亞洲地區。以目前華僑人數 4,136 萬人計，東協地區便占七成，達 2,902 萬人，約為東協總人口的 0.47%。相對於大陸地區勞動人口漸減、土地等資源成本上升、經濟成長減緩、周邊國家對立加大的情況，東協十國未來三十年勞動人口續增，印尼與菲律賓等國仍將維持人口紅利 50 年。

無論是從產業發展、市場規模與成長動能的角度探討，考量與臺灣空間鄰近、文化關聯性、市場熟悉度等因素，大陸地區及東南亞國家為我國服務輸出可優先評估的對象。而東南亞國家裡，又以新加坡對於服務業的進口需求最高，為臺灣可優先考慮進行服務輸出之對象，其他如泰國、馬來西亞及印尼等國家，對於服務業輸入亦有相當程度的需求。

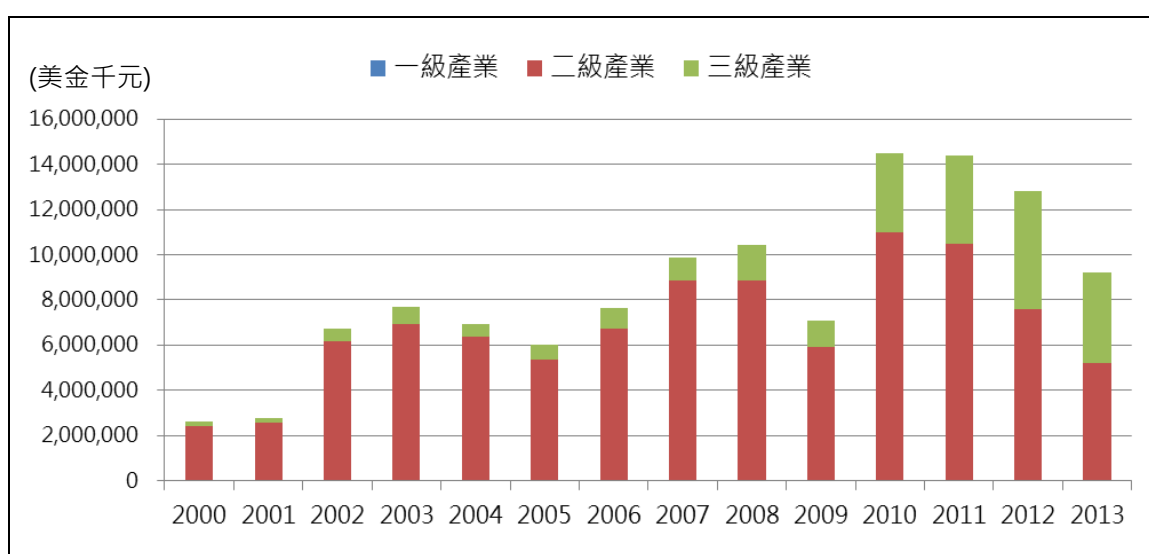
觀察大陸地區及東協各國進口需求分布發現，進口需求最高之服務業種為「運輸業」，其次為「旅遊業」以及「其他商務服務業」（包括研發、顧問、法律、廣告等商務服務業）之金額亦不在少數，且皆呈歷年上升的趨勢；而新加坡及泰國的「權利證照業」進口金額分居該國三、四名，為對比其他國家之需求服務較特殊之業別。

第四章 臺灣服務業輸出中國大陸及東南亞現況

本章從供給面的角度進行探討，觀察歷年臺灣輸出大陸地區與東南亞之產業及金額變動情形，發掘臺商投資家數、金額較多的產業，進而依市場需求，思考如系統整合、軟硬整合、硬帶軟，或強帶弱等新型態整合型服務業的發展樣態。

第一節 臺灣各類服務業輸出大陸地區現況

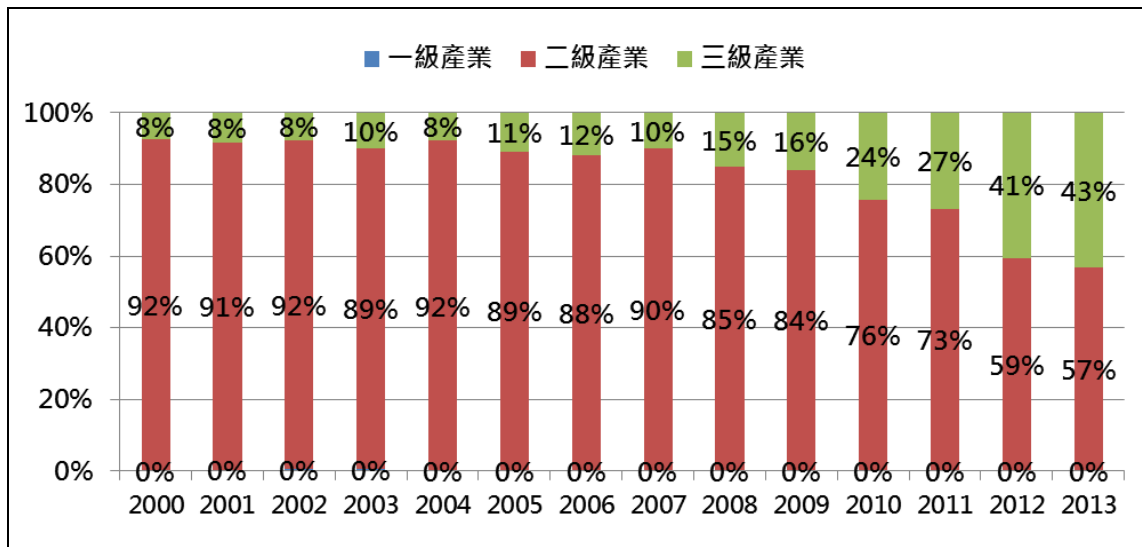
臺灣對大陸地區投資初期即以製造業為主力，於 2000 年約 24 億美金，並且在 2010 年達到最高峰（達 100 億美金以上），顯示製造業為我國產業輸出的基礎，服務業早期輸出金額不高，2000 年~2001 年約為 2 億美金，至近期成長幅度較為明顯，約在 35~50 億美金之間。



資料來源：經濟部投資審議委員會，資策會 MIC 整理，2014 年 3 月

圖 26 臺灣對大陸地區各級產業歷年投資金額

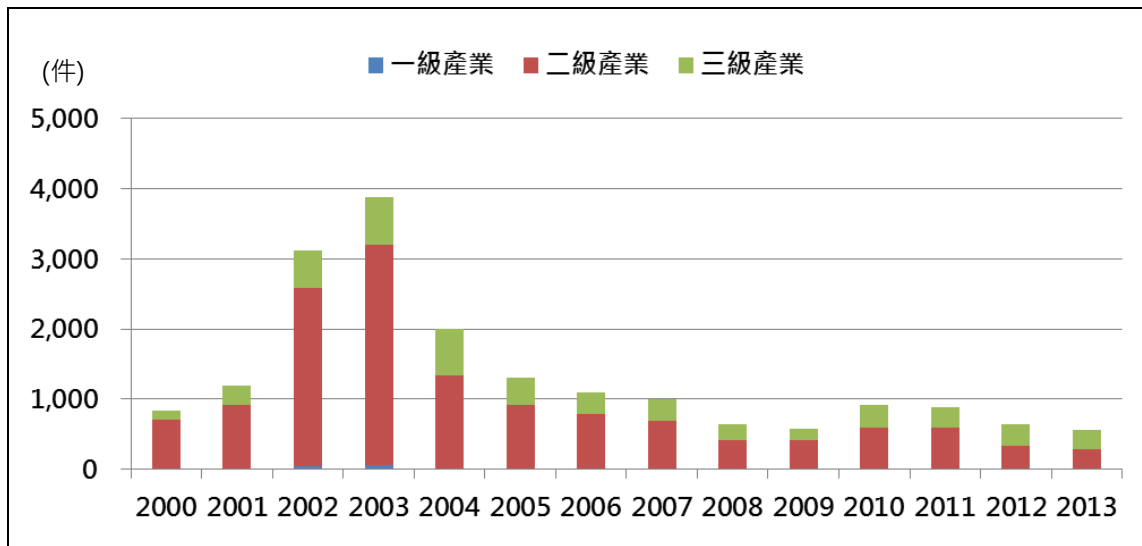
承上，若以各級產業輸出的占比來看，近年來製造業對大陸地區輸出金額之占比逐漸下降，從 2000 年 92.3% 降至 2013 年 56.7%，而服務業之占比逐漸提升，自 2000 年 7.5% 不斷成長，至 2013 年已達 43.3%。



資料來源：經濟部投資審議委員會，資策會 MIC 整理，2014 年 3 月

圖 27 臺灣對大陸地區各級產業歷年投資金額比例

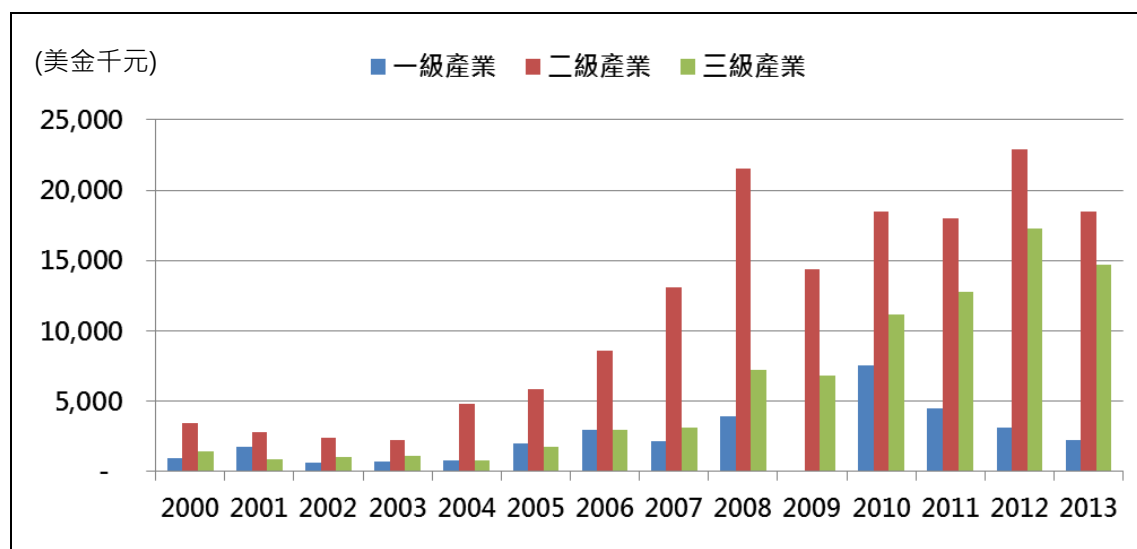
對大陸地區投資件數則自 2003 年最高的 3,875 件(各級產業總合)開始逐年減少，至 2013 年約 550 件，且二級產業及三級產業投資件數比例各半。



資料來源：經濟部投資審議委員會，資策會 MIC 整理，2014 年 3 月

圖 28 臺灣對大陸地區各級產業歷年投資件數

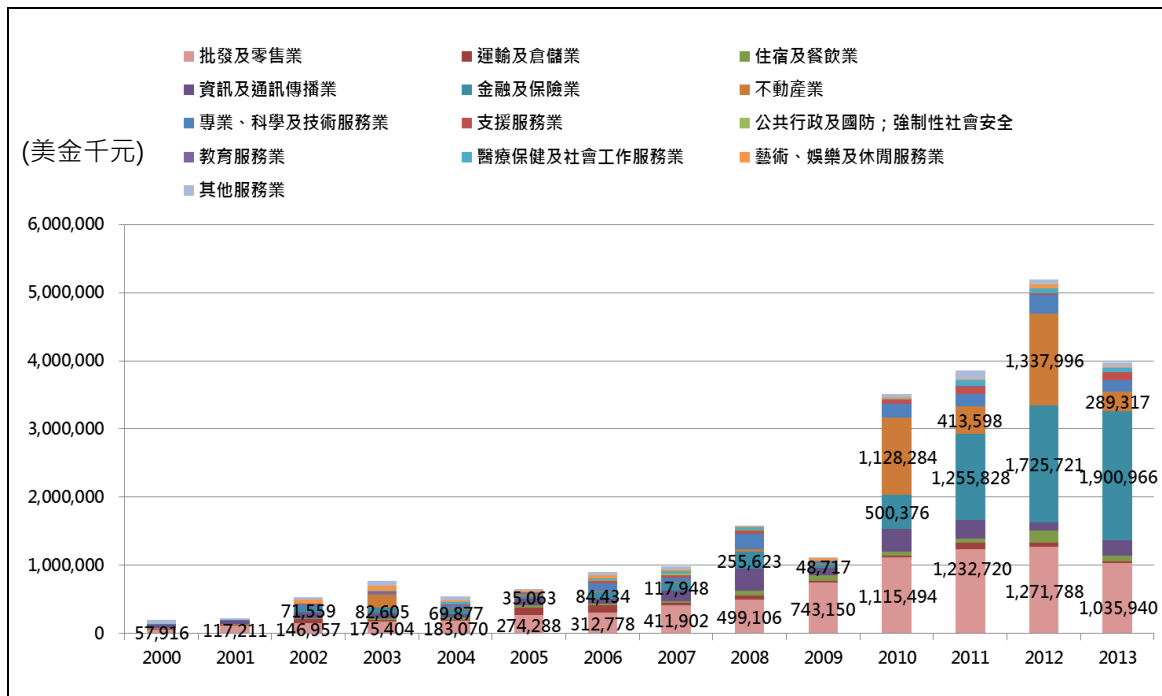
進一步觀察臺灣對大陸地區投資之規模，發現二級、三級產業之企業規模有上升趨勢，二級產業於 2000 年~2003 年間僅 300 萬美金/件之規模，至 2008 年達 2,100 萬美金/件，其後雖有下降但仍約介於 1,800 萬美金/件~2,100 萬美金/件之間的水準。服務業輸出規模則從 2000 年的 145 萬美金/件，持續上升到 2013 年 1,468 萬美金/件。



資料來源：經濟部投資審議委員會，資策會 MIC 整理，2014 年 3 月

圖 29 臺灣對大陸地區各級產業歷年投資規模

分析對大陸地區輸出的中類別服務業可發現，2000 年後臺灣對大陸地區服務業投資額以金融保險業及批發零售業的金額較高，且幾乎逐年成長，批發零售業從 570 萬美金成長至 10 億美金，金融業更從 300 萬美金成長至 19 億美金；而不動產業在 2010 年之後亦成為投資的大宗產業。

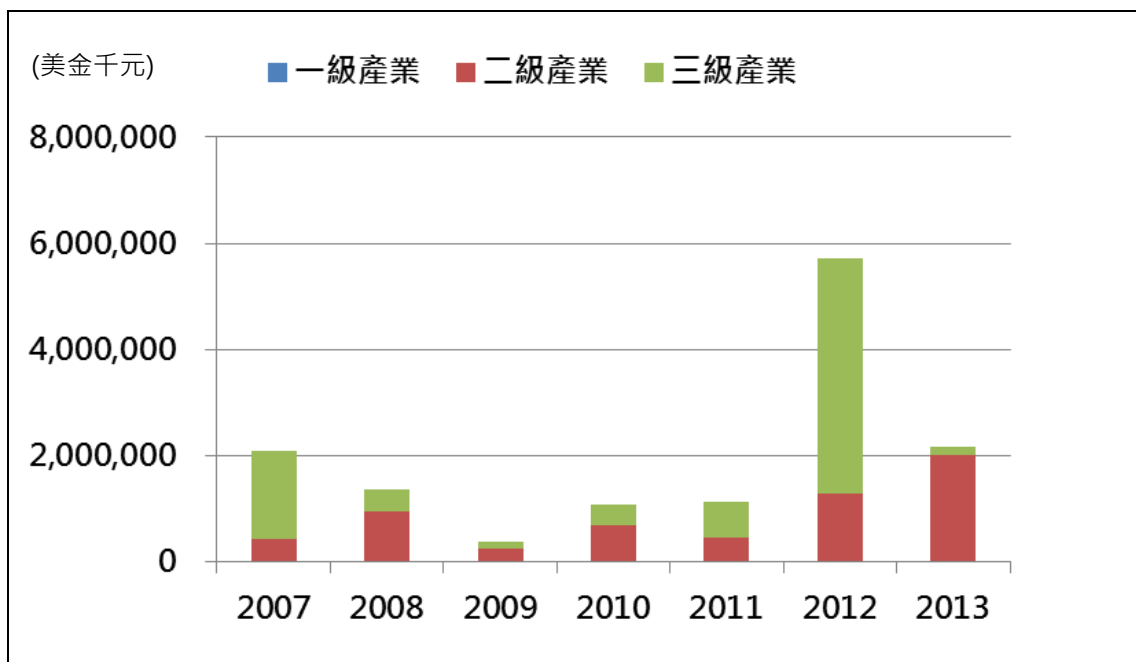


資料來源：經濟部投資審議委員會，資策會 MIC 整理，2014 年 3 月

圖 30 臺灣對大陸地區各類服務業投資額

第二節 臺灣各級產業輸出東南亞國家概況

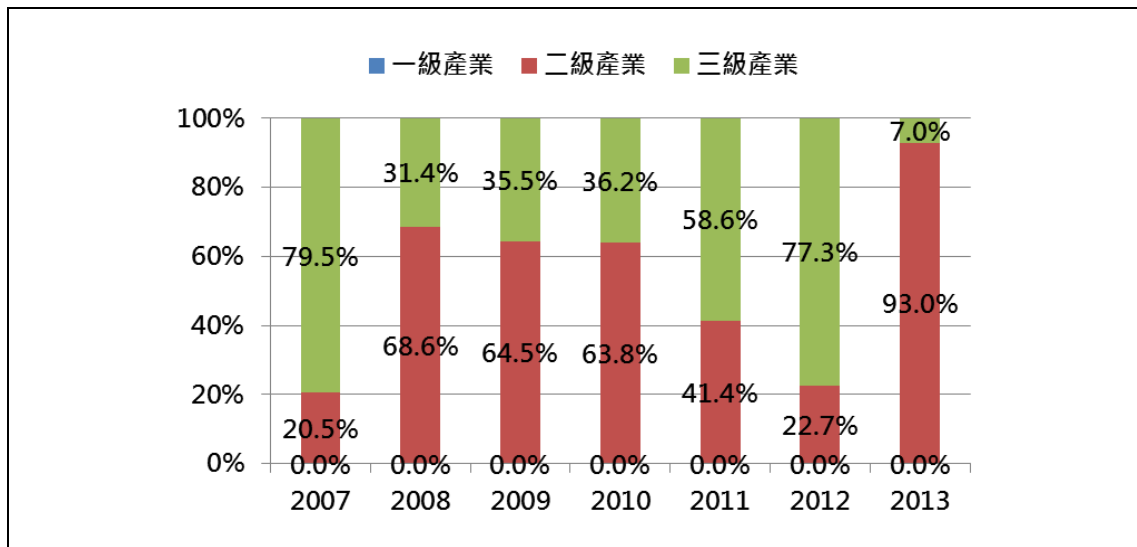
從經濟部投審會的資料中，可發覺近 7 年國內服務業投資東南亞總額約為 78.5 億美金，略高於製造業的 60.7 億元美金；觀察歷年臺灣對東南亞國家投資之金額，二級產業呈現上升趨勢，但三級產業之態勢較不穩定，2012 年由於大量投資新加坡，使得當年度金額較高，但其餘年度或有增減。



資料來源：經濟部投資審議委員會，資策會 MIC 整理，2014 年 3 月

圖 31 臺灣對東南亞各級產業歷年投資金額

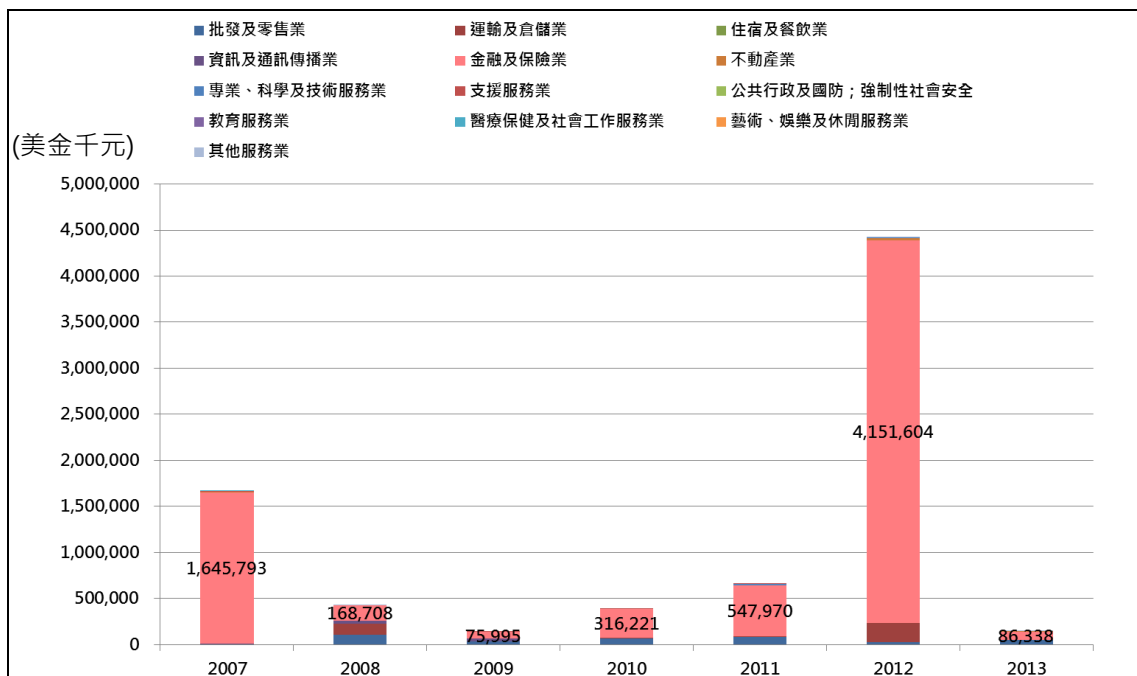
在 2008~2012 年間，呈現三級產業比例逐漸上升、二級產業比例逐漸下降趨勢，但 2013 年臺灣輸出東南亞之服務業卻大幅減少、二級產業增加，導致比例相對懸殊。然而，若以投資區位進行檢視，2012 年的服務業，主要為金融業者對新加坡的投資，而 2013 年製造業的投資則集中在馬來西亞、越南、泰國等國家。



資料來源：經濟部投資審議委員會，資策會 MIC 整理，2014 年 3 月

圖 32 臺灣對東南亞各級產業歷年投資金額比例

對東南亞國家投資的各項服務業中，明顯以金融及保險業為最大宗，但每年投資幅度並不穩定，2012 年達 41.5 億美金，2013 年卻又降至 0.8 億美金，其餘產業出口至東南亞的金額，每年增減的態勢不一。



資料來源：經濟部投資審議委員會，資策會 MIC 整理，2014 年 3 月

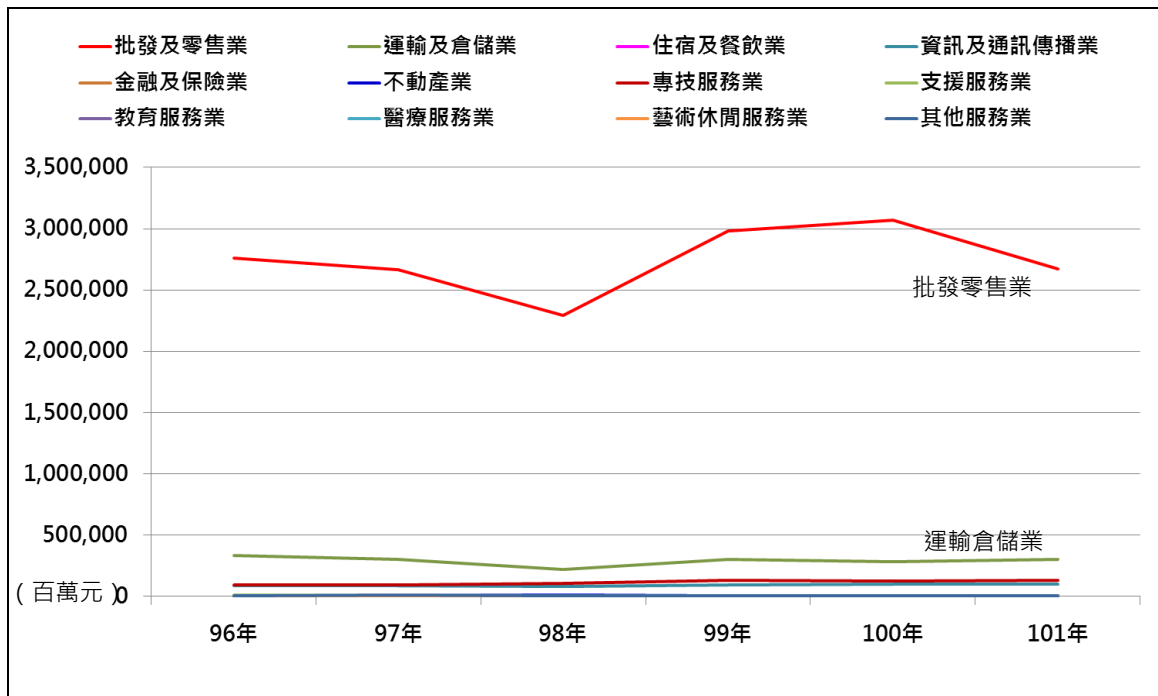
圖 33 臺灣對東南亞各類服務業投資額

第五章 輸出華人市場之新型態服務業建議

為能讓政府有效的推動服務業出口華人市場，本研究定位目前臺灣出口能量較強的服務業，歸納並提出具有出口優勢及出口潛力的新型態服務業。

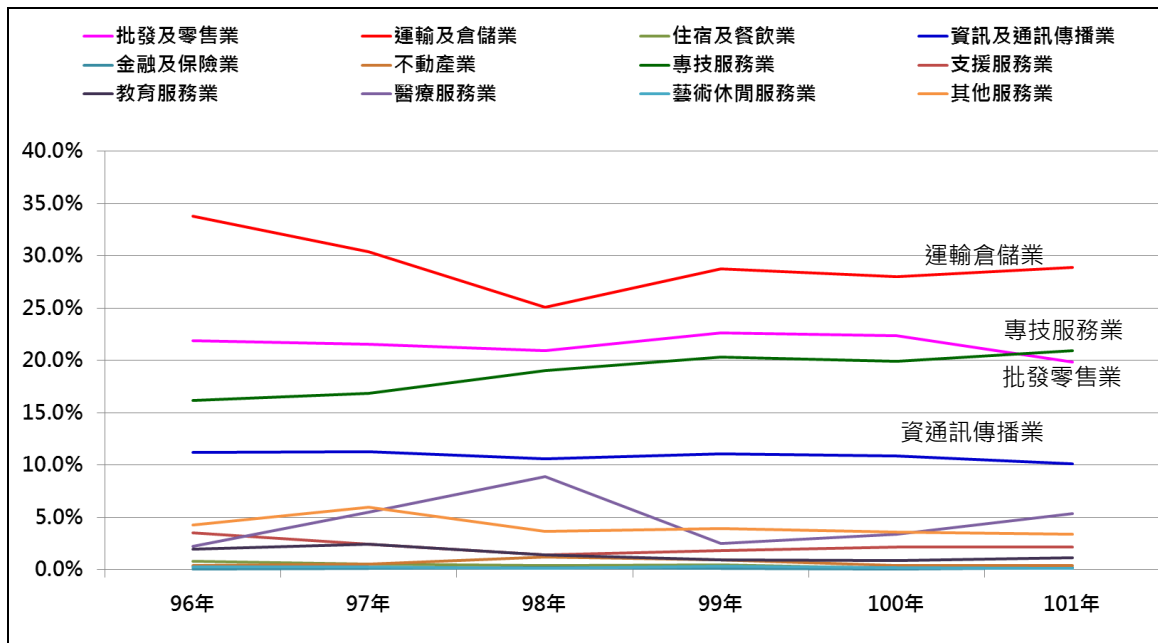
根據經濟部資料顯示，2007~2012 年臺灣各業別服務業的出口額以「批發零售業」最高，約為 2.7 兆元新台幣；次高的服務業項目為「運輸及倉儲業」，出口額由 2007 年 3,348 億元新台幣微幅衰退至 2012 年 2,026 億元新台幣；再次之為「專技服務業」，出口額自 2007 年 955 億元新台幣上升至 2012 年 1,318 億元新台幣；其他如「資訊及通訊傳播業」在 2012 年時亦有 977 億元新台幣的出口規模；「支援服務業」的出口規模則穩定維持在 80~85 億元新台幣之間；「其他服務業」的出口額約為 70~72 億元新台幣；「金融保險業」及「不動產業」的 2012 年出口規模皆約為 37~38 億元新台幣；「住宿及餐飲業」、「教育服務業」、「醫療服務業」、「藝術休閒業」等業別的出口規模較小，「住宿及餐飲業」出口規模約為 8 億元新台幣，其餘如「教育服務業」、「醫療服務業」、「藝術休閒業」的出口額約在 1~3 億元新台幣之間（圖 34）。

若就各業別服務業的出口額占該業別的銷售額比例，分析其出口依存度，可發現「運輸及倉儲業」的出口額占其產值比例最高，但比例有下降趨勢，從 2007 年 33.8%降至 2012 年 28.9%；「專技服務業」次之，出口占比從 2007 年 16.2%上升至 2012 年 21.0%；「批發零售業」則從 2007 年的 21.9%微幅降至 2012 年 19.9%；其他較依賴出口的服務業為「資訊及通訊傳播業」，出口比例約為 10%~11%；「醫療服務業」的出口比例在 2007 年為 2.3%，2012 年提升至 5.4%；其他如「住宿及餐飲業」、「金融保險業」、「不動產業」、「教育服務業」、「支援服務業」、「藝術休閒業」、「其他服務業」出口比例較低，為目前較不仰賴出口的服務業。



資料來源：經濟部中小企業處，資策會 MIC 整理，2014 年 5 月

圖 34 2007~2012 年臺灣各業別服務業出口額



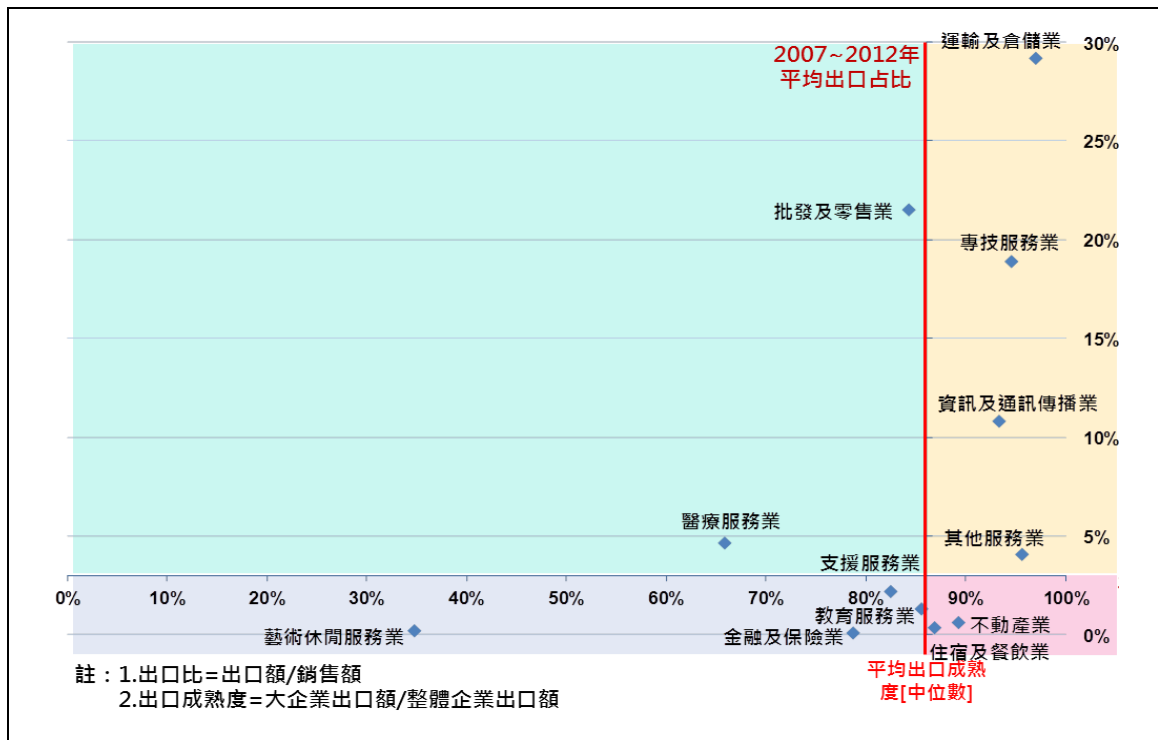
資料來源：經濟部中小企業處，資策會 MIC 整理，2014 年 5 月

圖 35 2007~2012 年臺灣各業別服務業出口額占銷售額比例

以上的分析主要探討各業別服務業於過去6個年度的出口額變化，接下來，下圖 36 將以平均值的方式，呈現 2007 年至 2012 年，各業別服務業「平均出口占比」與「出口成熟度」的發展情形。

「平均出口占比」所採計的數值為（一產業 2007 至 2012 年出口總額／一產業 2007 至 2012 年銷售總額），若某產業平均出口占比越大，即顯示該產業由出口所貢獻的銷售額越高；「出口成熟度」所採計的數值則為（一產業 2007 至 2012 年的大企業出口額／一產業 2007 至 2012 年的出口總額），數值越高者，代表其於出口額的結構上，以大型企業為主，中小企業較少，亦意味著該產業的出口有一定的成熟度，讓原本的中小企業規模成長為大企業，或該產業具足夠的吸引力讓大企業投入，也較有機會為具有出口實績的產業。

以行政院主計總處的行業別分類做為區分，圖上共有 12 個服務業的中類別，取其出口占比及成熟度的中位數做為初步的區分方式，可發現出口占比高於中位數的行業包括：運輸及倉儲業、批發及零售業、專技服務業、資訊及通訊傳播業、醫療服務業，以及其他服務業，顯示此六個行業對出口的依賴程度較高；出口成熟度高於中位數的行業則包括：運輸及倉儲業、專技服務業、資訊及通訊傳播業、其他服務業、不動產業，以及住宿及餐飲業，代表此六個行業的輸出較為成熟，並以大型企業為主要的輸出者。



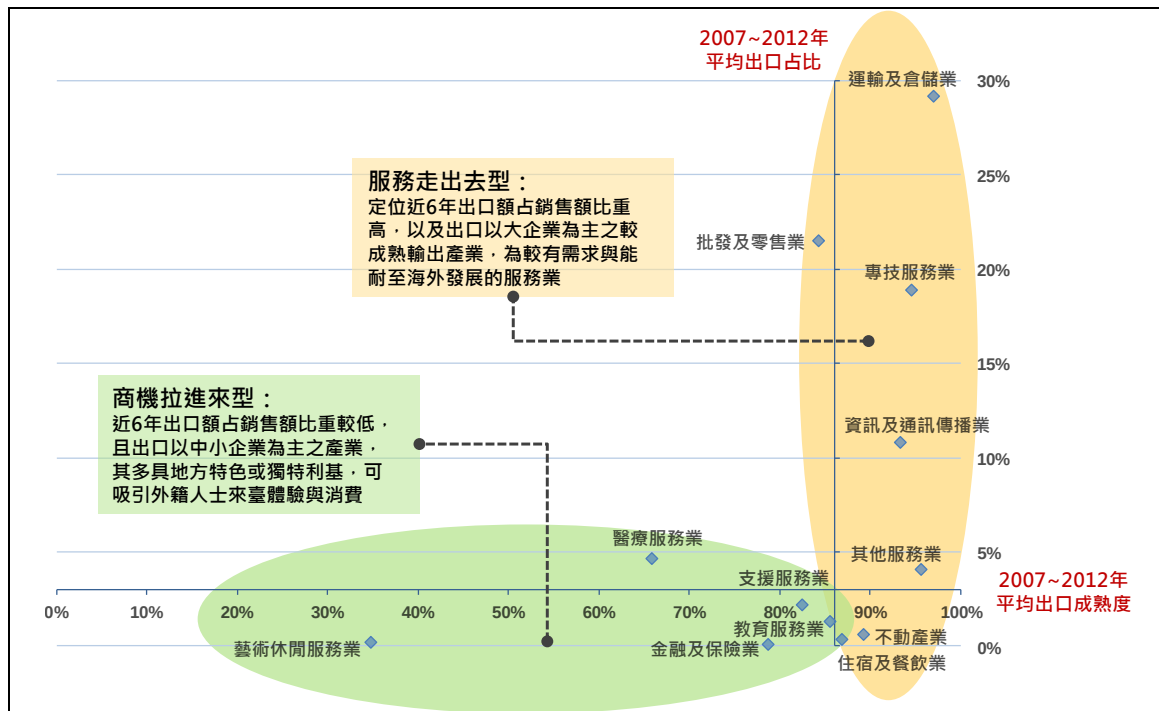
資料來源：經濟部中小企業處，資策會 MIC，2014 年 5 月

圖 36 2007~2012 年臺灣各業別服務業平均出口占比與出口成熟度

依出口占比及成熟度分析，可將服務輸出樣態概分為「服務走出去型」與「商機拉進來型」（請參閱下圖 37）。服務走出去型為出口額占銷售額比重高，以及出口以大企業為主之較成熟輸出產業，為較有需求與能耐至海外發展的服務業，主要以圖中第一及第四象限行業為主，包括運輸及倉儲業、批發及零售業、專技服務業、資訊及通訊傳播業、不動產業、住宿及餐飲業，以及其他服務業等；商機拉進來型為出口額占銷售額比重較低，且出口以中小企業為主之產業，其多具地方特色或獨特利基，可吸引外籍人士來臺體驗與消費，包括醫療服務業、藝術休閒服務業、金融保險業、教育服務業，以及支援服務業等。

考慮後續輸出樣態的規劃，扣除金融及保險業、支援服務業、其他服務業等涵蓋範圍廣大，或各業均有基本需求之生產性服務業，其餘服務可思考進一步整併為下列 6 項輸出樣態：

- **服務走出去型：**擴展智慧零售、廣銷臺灣好食、打造智慧城市
- **商機拉進來型：**觀光加值服務、銀髮樂活育成、高等教育升級



資料來源：經濟部中小企業處，資策會 MIC，2014 年 5 月

圖 37 臺灣各業別服務業輸出樣態分析

前述「平均出口占比」與「出口成熟度」呈現的是 2007 年至 2012 年各業別服務業的發展樣態。接下來，下圖 38 將更深入的探討個別服務業於該 6 年度間各自的發展情形，並以出口等級與企均出口規模等兩個面向進行評估。

在出口等級的部分，首先，由於各年度、各業別出口額的波動較大，故以兩年移動平均的方式，進行其出口樣態的討論。意即將出口年度分為 2007-2008、2008-2009、2009-2010、2010-2011、2011-2012 等 5 個組別，分別取其出口額平均值後，再計算 5 組之間的成長率變動情況。

其次，將前述成長率的變動情形以折線圖表現，並繪製指數型趨勢

線，以觀察其成長率的變化趨勢。

下圖右側為出口成長等級的示意，依趨勢線的變動情況，可將成長情形分為上升（等級 1 至等級 3）、持平（等級 4），以及下降（等級 5 至等級 7），再依其走勢判定其成長力，舉例來說，在出口成長率為上升的趨勢中，等級 1 至等級 3 的成長力，依序為等級 1>等級 2>等級 3；反之，在下降的狀態，等級 7 的情況較等級 5 來得嚴峻。

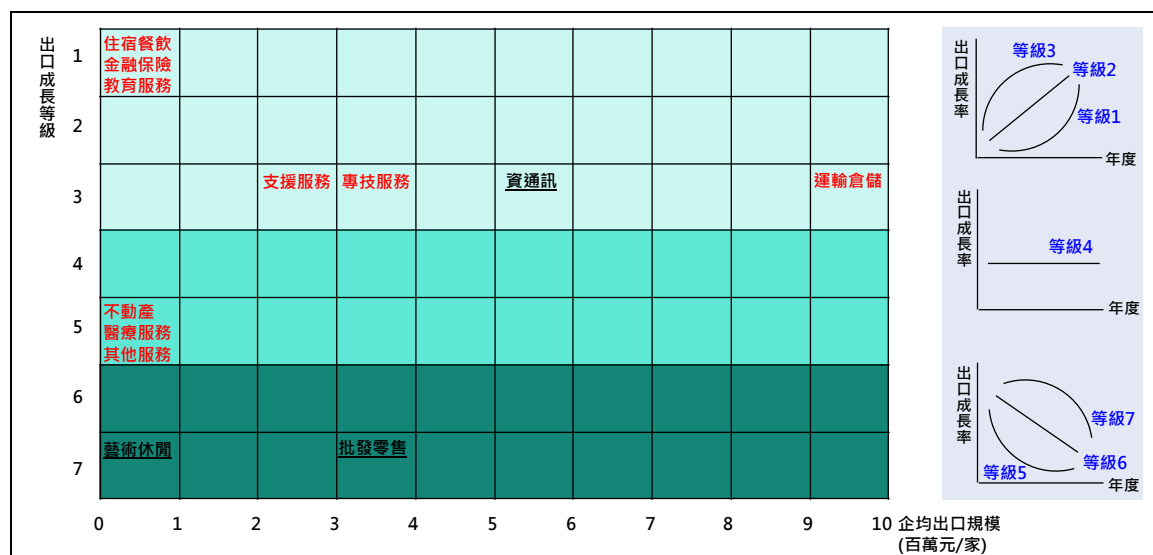
從下圖縱軸的出口成長等級中可看出，目前住宿餐飲、金融保險與教育服務等 3 業別呈現快速成長的走勢；支援服務、專技服務、資通訊與運輸倉儲亦為成長的態勢，但速度減緩；不動產、醫療服務、其他服務、藝術休閒及批發零售等，成長率則在下降中。

除趨勢的走向外，成長率的正、負值亦屬重要的變因。分析各業別的輸出情況，資通訊、批發零售，以及藝術休閒等 3 個業別，目前的成長率為負；而其他如運輸倉儲等 9 個行業，則維持正值；因此，如不動產、醫療服務與其他服務等，雖然成長率下降，但其整體的出口額仍持續的上升。

另一方面，若以企均出口規模進行分析，出口總額極大的批發零售業，平均每一家業者的出口額僅約 300 至 400 萬元；表現最佳者則為運輸倉儲業的企均 900 至 1,000 萬元、資通訊業者次之；住宿餐飲、金融保險、教育服務、不動產、醫療服務、藝術休閒，以及其他服務業者等，企均出口規模仍小，均不到 100 萬元，猶有相當大的成長空間。

整體來說，專技服務業、資通訊傳播業及運輸倉儲業企均出口規模超過 300 萬元，且出口成長呈現上升趨勢，為目前出口的優勢產業；住宿餐飲業、金融保險業、教育服務業、支援服務業為企均出口規模低於 300 萬元，而出口成長等級佳的服務業，為未來具潛力出口的服務業；不動產業、醫療服務業、其他服務業為企均出口規模低出口成長下滑的服務業，但其成長率仍多維持在正值，顯示其亦具出口潛力；批發零售整體出口規模仍大，而藝術休閒、住宿餐飲等，於本統計中則缺乏外籍人士來臺消費的統計，該 2 產業的實質表現當更優於圖上的呈現。

承上，由於統計資料限制，下圖僅能呈現各行業「走出去」的情形，對於「拉進來」的部分則需要另行分析，故本項分析成果僅供現階段產業發展樣態於「走出去」部分的參考，各業別實質的發展課題與建議策略須再進一步的探討。



資料來源：經濟部中小企業處，資策會 MIC，2014 年 5 月

圖 38 2007~2012 年臺灣各業別服務業出口成長等級與企均出口規模

參考文獻

1. United Nations Conference on Trade and Development (2012), Creative Economy Report, 20-21 & 161-163
2. Department for Culture, Media & Sport (2001), Creative Industries Mapping Documents
3. ASEAN Statistical Yearbook (2013), The ASEAN Secretariat
4. 中小企業銷售額表，(2007~2012)，經濟部中小企業處
5. 聯合國統計資料庫 (UNITEG NATIONS CONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT)
6. 僑務統計年報 (2013)，中華民國僑務委員會。
7. 林祖嘉 (2013)，《前進東亞，經貿全球》。
8. 張建一 (2013)，亞太新興市場國家經濟結構調整之影響及因應，行政院經建會委託報告。
9. 徐遵慈 (2012)，新興市場之商機分析與我國拓展策略，經濟部委託報告。
10. 徐偉 (2011)，《加快服務業發展問題研究》。
11. 周振華主編 (2011)，服務經濟發展與制度環境—理論篇，格致出版社。
12. 游超與謝永佳 (2011)，中國企業國際行銷中全球華人網路的利用，《商品與品質：理論研究》，7，94-95。
13. 宋鎮照 (2009)，《變動的中國、臺灣與東南亞之新三角關係》。
14. 王洛林 (2009)，《中國服務業開放與發展：特點與區域分析》。

15. 胡曉玲（2008），東南亞華人華僑經濟網路的形成、發展與轉型研究，中南民族大學碩士論文。
16. 董珮真、蔡順達（2007），《台商在中國的經營策略》。
17. 葉祥松（2001），略論東南亞華人經濟，《當代亞太》，8，51-56。
18. 王勤（2014），《東南亞藍皮書》。
19. 崔曉麟（2014），《東盟黃皮書》。
20. 劉國福（2013），《僑情變化與僑務政策》。