名家觀點 VIEWPOINT

傳統產業維新的契機

財團法人中華經濟研究院第三研究所副所長　王素彎

中華經濟研究院第三研究所副所長王素彎期望透過「傳產維新方案」的推動，讓台灣的傳統產業實力，在國際上嶄露頭角。

過去的文獻研究，傳統產業具備兩項特質：一是產業的產量、產值及利潤長期持續遞減；二是衰退的原因與景氣循環或個別廠商的財務狀況無關。此外，也有以勞力密集度高、技術密集度高低或是在「產品生命週期理論」中處於「成熟期」與「衰退期」的產業作為傳統產業判斷的依據，而經濟部 2010 年制訂的「提升

傳統產業競爭力方案」，則將傳統產業定義為「新興重要策略性產業以外的其他產業」。所以，不僅製造業中有傳統產業，農業與服務業中也有傳統產業。

根據 1991 年至 2006 年工商普查的資料，發現傳統製造業家數所占比重由 1991 年的 91.09%，降為 2006 年的 89.84%，從業員工人數占比也由 81.21%，降為 67.85%，生產毛額所占比重也由 83.37% 降至 52.98%，同樣地，服務業的傳統產業（下稱非知識密集服務業）在 1991 年時企業家數比重達 91.82%，至 2006 年降為 87.07%，從業員工人數占比也由 77.24% 降為 70.14%，生產毛額所占比重降為 56.91%。由於產業特性，使得傳統產業的附加價值的創造能力相對較低。在提供就業機會方面，平均每家員工數自 1996 年起都維持在 14 人左右，但長期處於節約用人的趨勢。相對於非傳統產業，傳統產業為創造每百萬元的附加價值，投入的人力較非傳統產業為多，亦即傳統產業所創造的就業機會相對高於非傳統產業。

傳統產業的現況與挑戰

傳統產業在國內家數近 9 成，創造就業機會近 500 萬個，在台灣經貿發展與產業轉型歷程中，傳統產業一直扮演舉足輕重的角色與地位，是穩定台灣經濟社會不可忽視的力量。然隨著國內外經濟情勢的變化，特別是新興國家崛起，以及世界經濟自由化等因素，各國政府為維持經濟快速成長，多扶植新興產業或知識密集產業，使得傳統產業在全球化、國際化的趨勢中，面臨相當大的挑戰。

我國的傳統產業並且因為廠商規模限制與商品特性，創新能力難以發揮，無法提升附加價值；而傳統產業經營模式多仰賴降低生產成本以維繫競爭力，近年來，新興國家大舉成為低廉勞動成本的生產基地，使我國的傳統產業面臨激烈的國際競爭。另外，自 1980 年代中期起，台灣傳統產業面臨生產成本日益升高、勞工短缺及環保意識迅速發展等挑戰，部分廠商隨著供應鏈外移，國內傳統產業面臨斷鏈危機，影響出口動能及經濟發展，使傳統產業升級轉型不易；再者因為經營型態日新月異，商品銷售通路已成為產業價值鏈的重要一環，傳統產業仍面臨銷售管道不足與通路開發困難的窘境；在政府的協助上，各部會雖有不少針對傳統產業所推動的產業、資金、人才等輔導措施及方案，然因分屬不同機關，且在市場、行銷、品牌的政策工具較少，成效不易彰顯，仍待有效整合政府資源。上述種種發展，使得傳統產業逐漸弱化了產業競爭力，進而造成了成長動能趨緩、受僱人員薪資停滯、結構性失業及地區沒落及人口外移等問題。

傳統產業未來發展契機

未來，傳統產業更面臨歐、美、日等先進國家再製造化風潮興起，以及中國大陸及新興國家經濟地位轉變，形成工業國家與新興國家並重的雙元經濟發展模式等國際環境變遷的挑戰。不過，由於 FTA 的簽署方興未艾，區域結盟加速發展，使傳產及服務貿易市場更加擴大，而氣候變遷加劇，綠能與生態保育商機湧現等利多，對傳統產業帶來新的機會。另一方面，全球將經歷第 3 次產業革命，其中智慧化、網路化、數位化、在地化、新材料開發應用、多元領

域技術整合、環保與精敏彈性製造成為主流趨勢，傳統產業在前述的產業技術趨勢下，針對利基市場，有效掌握客戶需求，都有可能成為世界級產品的代名詞。加以在消費面，具備平價優質、分衆（年齡、性別、虛實）、個人消費（不婚、不生人口的增加）、行動通訊產品或通路；結合文化、文創、養生、涵養身心靈、具備品牌、結合社群或因應「微」商機（不用花太多時間可完成）的產品或服務，利用電子商務行銷、無所不在、體驗經濟或思維轉變特色者，都有可能將勞力產品、服務轉換為美力或腦力產品、服務，創造新的商機或市場，因此即使是傳統產業也能有無限的發展機會。

職是之故，為了協助傳統產業重拾成長動能，進而讓其恢復應有之功能，行政院經建會針對傳統產業重新擬定價值創造的維新方案，期能為傳統產業注入新的成長驅動因素，再造傳統產業的春天，讓傳統產業蛻變為新興的明日之星，成為創造台灣價值的典範。

根據「傳統產業維新方案」的規劃，將協助傳統產業注入維新因素，例如：導入 ICT 或其他領域新科技（如奈米、生質材料等）、導入綠能、生態與安全防災概念、既有技術持續深耕加值、新技術開發、結合文化創意設計理念、營運模式創新（譬如推動品牌、製造業服務化等）、產業品質保證系統之建立（如旅館星級、3C 產品、環保標章等）等方式，並且透過政府資源重新配置，於 5 年推動 50 項傳統產業維新計畫，以便集中資源，將維新元素及思維注入傳統產業，進而開創傳統產業新生命，協助傳統產業提升競爭力，改善產業結構。期能透過設置協調機制，以驅動價值創新、建置維新環境以及提升市場需求，型塑創新高值、安全安心、永續生態的傳統產業，達到維繫既有傳統產業就業人數之外，並發展 5 個國際品牌、新增就業人數 2.5 萬人、增加出口金額累計達 2,000 億元及促進民間投資 500 億元的目標。

結語

盤點政府的相關計畫，可以發現政府推動相當多協助產業升級的計畫，但多缺乏聚焦及資源的協調整合，而績效指標（KPI）的的管考，也多重產出（output），不以效益（outcome）呈現，導致在有限的資源下，創造數量龐大的產出，但卻鮮少檢討實質效益，產業政策的成效無法具體彰顯，許多優質的傳統產業可能只缺最後一哩，即可能成為台灣之光，卻因為缺乏故事行銷與推廣，台灣企業始終無法在國際上嶄露頭角，期望透過「傳產維新方案」的推動，讓潛藏已久的傳統產業實力充分發揮。

另外，政府的政策應兼顧完整與一致性，例如最近針對台商回台所規劃的相關配套措施，將針對自有品牌國際行銷，或是在國際供應鏈占重要地位，或屬高附加價值及關零組件的台商均可獲得增額外勞，建議也應納入高附加價值的傳統產業，以符合行政院在今（2012）年初強調未來政府施政方向將努力發展高價值的勞力密集產業，以增加高附加價值的就業提升民眾的薪資水準，避免貧富差距擴大的初衷，讓傳統產業重新扮演帶動國家產業發展的關鍵角色。