我國對美歐市場出口競爭力之探討及強化策略

林虹妤*、葉懿倫**

壹、前言
貳、我與競爭國出口競爭現況與成因分析
叁、美歐市場進口需求分析
肆、結論與建議

摘　要

對外貿易向為我國經濟成長的主要動能。基於我國現今出口動能發生減速趨緩的現象，且歐美市場正積極進行產業政策調整等國內外環境變動，本文擬檢視我國對美國與歐盟 15 國市場出口現況，並藉由日本、韓國、中國大陸等主

* 台灣經濟研究院副研究員
** 台灣經濟研究院副研究員
註：本研究為個人觀點，不代表本會意見

要競爭國對美歐市場的出口競爭力消長分析及透過國際經濟與產業發展現況與政策發展，以探討未來美歐進口展望趨勢及我國面臨可能的契機與挑戰。根據本成果，研擬我國對美歐市場之總體貿易發展策略及個別利基產品拓銷策略，藉以提升我國對美歐市場出口競爭力，擴大出口引擎動能，促進經濟穩健成長。

關鍵詞：出口競爭力、產業結構、三角貿易

Taiwan's Export Competitiveness Reform in the U.S. and European markets

Hung-Yu Lin
Taiwan Institute of Economic Research
I-Lun Yeh
Taiwan Institute of Economic Research

Abstract

Foreign Trade is Taiwan's major source of economic growth. Based on the U.S. and EU's future directions for industrial development and economic policy, our research mainly examines the changing pattern of Taiwan's export structure, and the situation of Taiwan's compete against other competitors

（including Japan, Korea, and China）. Based on our conclusions, we aim to design the trade and economic strategy and product market expansion to upgrade the export competitiveness of Taiwan and the steady economic growth.

Keywords: export competitiveness；industrial structure；merchanting trade

壹、前言

對外貿易向為我國經濟成長的主要動能，其中美歐市場是主要出口消費目標市場。觀察我國對這兩大市場的貿易狀況，根據出口貿易統計資料顯示，我國 2012 年對兩大市場的出口占總出口比重約為 21％，相較於 1990 年約有 40％比重，跌幅將近 5 成。這明顯指出 21 世紀後我國對美國、歐盟市場之出口活動已產生重大轉變。主要因素在於我與中國大陸的三角貿易分工模式已逐漸轉型、新興市場崛起改變全球產業鏈等〔請參見龔明鑫、葉懿倫、花佳正（2010）、徐遵慈（2010）、黃兆仁、黃偉倫（2010）〕。以 2012 年世界主要國家的出口年增率來看各國出口動能的變化狀況，以我國而言，出口衰退幅度達 2.3％，相較其他競爭國表現，日本衰退 3.7％、韓國衰退 1.3％、中國大陸僅成長 7.9％。在全球經濟動盪、各國紛紛進行產業結構調整，使各國出口皆受到一定衝擊。我國現行出口貿易的產業型態，在推升對外貿易的成長動能已開始出現疲態，且可能形成限制，不利於全球出口貿易地位之拓展。

全球金融海嘯過後，歐美各國積極調整經濟發展策略，如推行綠色新政、厲行財政緊縮、提倡企業內包（insourcing）、再工業化等，將對未來美歐進口需求產生結構性的影響〔詳細內容請參見美國復甦暨再投資法案（2009）、美

國出口倍增計畫（2010）、美國製造業促進法案（2010）、美國製造業發展策略（2011）、歐盟氣候與能源套案（2009）、歐盟財政協議（2012）、歐盟推動的綠色政策（2011）〕。受到金融海嘯與歐債風暴衝擊，讓歐美先進國家瞭解到經濟發展不能僅依靠金融創新與國內消費來帶動，因此開始進行「再工業化」政策的推動。自 2010 年 3 月歐巴馬提出「製造業出口倍增」計畫以來，英國、西班牙等國也推出了多項工業化政策，顯示未來歐美國家在產業發展上，計畫透過政策投入來改善工業或製造業的發展條件，這除了可能改變國內產業結構外，也會對外貿易來源產生影響。由於歐美市場對我國來說，是重要的市場與技術來源，其製造業政策態度轉變，可能將對我國整體產業出口到美國和歐盟市場造成影響。

基於我國出口動能發生減速趨緩的現象，且歐美市場正積極進行產業政策調整等國內外環境變動，本文擬檢視我國對美國與歐盟 15 國市場出口現況，並藉由日本、韓國、中國大陸等主要亞洲競爭國對美歐市場的出口競爭力消長及透過國際經濟與產業發展現況與政策發展，探討未來美歐進口展望及我國面臨可能的契機與挑戰，並根據本成果研擬我國對美歐市場之總體貿易發展策略及個別利基產品拓銷策略，以提升我國對美歐出口競爭力，擴大出口引擎動能，促進經濟穩健成長。

貳、我與競爭國出口競爭現況與成因分析

出口貿易是我國主要的經濟成長動能，觀察我國出口現況與解析貢獻出口動能之產業分析是首要工作，以做為探究我國對美歐市場出口競爭力再造分析之基礎。

一、我與中國大陸競爭狀況

就我國與中國大陸在美歐市場的競爭狀況，出口產品類別重疊度高，競爭尤其激烈。過去的兩岸產業分工型態，隨著中國大陸進口替代情況越來越明顯，對我國的出口威脅逐漸顯現。

在生產要素上，中國大陸仍是各國間勞動成本較為低廉的國家，雖有利於產業降低成本，卻不利於經濟進步與產業轉型，故中國大陸薪資有調升空間，是為隱憂。此外，中國大陸在品牌、創新、專利等生產要件明顯落後其他競爭國，就同類產品的競爭上，除了價格之外的差異化程度不高，這對於未來產業結構轉型而言是需要強化的部分。

與競爭國比較，以美國市場而言，我國與中國大陸、韓國在出口競爭產品分布上重疊性較高，中國大陸近年快速發展，除了資訊電子等相關產業對於我與韓國形成強烈潛在競爭對手外，在高度勞力密集產業如紡織成衣產業，其他國家皆無法與之相抗，在美國市場占有一席之地。在產品差異化表現上，我國在電腦、電子產品及光學製品製造業的出口仍可維持相當比重，主因是高單價的產品比重增加，且呈穩定成長。但值得注意的是，我國與中國大陸近年差異化差距逐年降低，在主要出口產業上競爭越來越激烈，亦為我國出口競爭力衰退的主因之一。

我國與中國大陸在歐盟市場的出口競爭，出口競爭產品仍多為電子科技產業出口。我國出口產品由於具有相當的高產品品質，是造成我國產品在歐盟市場具有競爭力的原因，亦為與中國大陸產品最大的不同差異性。中國大陸的出口競爭力並非像我國是以少數集中的產業為主，出口產業項目相較其他競爭國較為多元，故出口產業整體競爭力為高。

二、我與日本競爭狀況

就我國與日本在美歐市場的競爭狀況，由於日本產業的出口結構相對其他競爭國而言差異度偏高，故直接在產品競爭程度上來的偏低。由於日本的產業就業人口分布較為分散，沒有集中於少數產業上，有利於各產業間均衡發展，提升多項產業之出口競爭力，是與其他主要競爭國明顯不同之處。另外，日本在專利、創新、品牌等生產要素面向深耕，具有相當能量，這對於出口競爭力具有相當助益。我國與日本出口結構明顯不同，我國以資訊電子為主，日本則是以汽車零組件和機械設備為重。在美國市場，我國的資訊電子產業由於高單價的出口比重增加，故與日本的產品差異化程度仍高。另外，就歐盟市場而言，發現到我國製造業出口的同質化產品占比逐年增加，這某程度代表我國與日本在歐盟的競爭程度相對美國市場較為激烈。

三、我與韓國競爭狀況

就另一主要出口競爭對手——韓國而言，由於在就業結構、研發、品牌、專利等主要生產要素面向近年快速發展，已具有相當成果。在此基礎下，由於我與韓國主要出口產業具有相當相似度，皆以電子零組件、金屬製品製造業及電腦、電子產品及光學製品製造業為主，產品差異化程度不高，故在歐美市場競爭狀況實屬激烈。以我國與韓國在美國市場的產品差異化程度看來，我國出口三大主力產業中，惟有電腦、電子產品及光學製品具有明顯產品差異化能力，由於高單價的比重高，且我國與韓國皆以此做為主要出口產業，故相對於韓國，雖然我國出口價格高於韓國，但仍有一定的進口需求，可維持一定出口比重，故近年我國該產業出口至美國市場比重保持穩定成長。在歐盟市場，我國出口主要以高單價的比重高來維持出口競爭力，對於差異品的部分相較之下比重非常低，代表雙方在同類出口產品競爭上更為激烈。

叁、美歐市場進口需求分析

在個別進行探討我與主要競爭國目前在美歐市場的競爭現況與成因的供給面分析後，本文解析美歐進口市場之各產業需求面變化，包含政策措施資料的蒐集與進口貿易的經濟分析，更進一步針對這兩大市場中具有進口需求成長的產品，探討我與競爭國在該市場的整體出口競爭情勢並進行出口產業別的深度解析，藉以觀察目前美歐進口市場的需求變化且尋求未來我國出口利基產業與可能發展的機會與面臨的挑戰，進而做為我國未來出口競爭力再造之分析基礎與政策建議之研擬。

一、美歐現今產業發展政策

2008 年金融海嘯席捲全球，美國與主要國家面對自二戰以來最嚴重的經濟衰退，其後 2009 年歐債風暴席捲全球，希臘欠下巨額公債，正式向歐盟及國際貨幣基金（IMF）申請紓困，點燃歐債問題。面對全球經濟環境如此巨大的變化，為了對抗全球暖化，各國擴大綠能投資，不僅能減緩溫室氣體排放，還能讓產業經濟結構轉型，促進經濟復甦成長。各國政府紛紛推出強勢的因應措施來提振經濟，除降息、縮減財政赤字等傳統紓困措施外，歐洲實行財政緊縮，美國厲行再工業化政策和企業內包，期望重振製造業生產。

（一）再工業化政策

過去數十年，美國金融業不斷膨脹，而製造業的生產與投資停滯不前甚至萎縮，出現所謂製造業空洞化現象。近期全球景氣起伏未定，美國意識到要擺脫金融危機的餘毒，不能僅依賴金融創新和國內消費來拉動經濟成長，必須重新重視國內產業發展，回歸可持續增長的模式。為了重振美國經濟的基礎，一個不斷成長的製造業是必要的。實施再工業化政策主要是

扭轉美國經濟過去過分依賴金融服務業，利用復興製造業和加強出口成長，主要集中在資通訊、精密製造、機電、航運、能源等領域的實體經濟發展。

所謂美歐所提出的「再工業化」政策並非是回歸到過去傳統製造業的發展模式。美國的政策方向主要在於發展新興產業科技，並以此改造傳統製造業，建立新產業部門。換言之，傳統製造業並非再工業化主要核心，新興產業才是未來工業發展的趨勢，建立新興產業體系才是真正目標，基礎建設、科學研發、教育、可再生能源、智慧電網、醫療資訊化、環境保護等成為投資重點[1]。歐洲所提出再工業化的概念，跟美國的想法一致，並非使整體經濟重返勞動密集型和資源要素型的低端增長模式，重點是在於政府採取產業戰略規劃、資金協助、政策導引等措施幫助企業發展高新科技和高附加值製造業，通過產學合作，鼓勵科技創新，並以此改造傳統製造業，建立新興產業部門，創造新的經濟增長模式。

（二）綠色新政

目前綠色經濟已成為世界各國競相發展的經濟型態，包括聯合國與國際能源總署為抵抗金融海嘯所提出全球「綠色新政」[2]，以解決氣候變遷與經濟

---

[1] 美國再工業化主要措施包括，2009 年的美國復甦暨再投資法案致力於刺激美國經濟，直接帶動新一代太陽能、風能和地熱等清潔能源技術在內投資項目的啓動。自 2010 年起，美國政府為促進本土製造業發展和增加就業機會，陸續發布「出口倍增計劃（National Export Initiative, NEI）」、「製造業促進法案（Manufacturing Enhancement Act of 2010）」、「鼓勵製造業和就業機會回國策略（Strategic Manufacturing and Job Repatriation Act）」和「製造業發展策略（Manufacturing Strategy - For Jobs and a Competitive America）」等措施。

[2] 「綠色新政」的概念最早於 2008 年 12 月由聯合國祕書長潘基文在「聯合國氣候變化綱要公約第 14 次締約國大會（COP 14）暨京都議定書第 4 次締約國會議（CMP 4）」中所提倡。在 2009 年 2 月聯合國環境規劃署（United Nations Environment Programme, UNEP）提出「全球綠色新政（Global Green New Deal, GGND）」報告書。報告中指出綠色新政包含五大領域：1. 提高新舊建築的能效，刺激建築創造大量的綠色就業機會。2. 發展可再生能源（renewable energy），如太陽能、風能、水資源、地熱能、海洋能和生質能等。3. 推廣綠色能源（或清潔能源 , clean energy）車輛。這是利用再生能源來發展高速列車如高速鐵路、捷運系統、公共汽車等便捷公共交通系統。4. 對森林、土壤、淡水、珊瑚礁等地球生態的相關基礎設施進行投資。5. 發展可永續經營的農業。

衰退的雙重危機。短期目標為復甦全球經濟、創造就業機會；中期目標為減少碳依賴與減輕生態系統的破壞，並將經濟體導入一個潔淨且穩定的發展模式；長期目標則為深化永續性的經濟成長。總而言之，面對能源短缺和氣候變化挑戰，綠色產業發展決定國家未來的全球競爭力，稱為「綠色工業革命」。

針對實施綠色新政，美國政府分別頒布「美國復甦暨再投資法案」與「新能源法案」來做為政策推動的依據。在總額約 7,870 億美元的美國經濟振興方案中，預計未來 10 年間，美國將利用大幅增加財政支出、對企業和個人減稅的雙重手段來創造就業機會，主要投資在基礎設施、教育、衛生和綠色能源等領域。整體投資計畫包括智慧型電網（Smart Grid）研發、聯邦政府大樓能源效率、清潔能源研發、電池系統及車用電池、再生水及衛生環境等致力於綠色經濟之新政。在通過的法案中，有一半以上的計畫涉及能源產業，其核心精神即透過新能源產業革命的方式，再創美國經濟成長。為了強化美國的再生能源產業力道，並突顯清潔能源和新能源汽車的發展，美國的新能源政策預計在 10 年之內投入 1,500 億美元資助替代能源研究，刺激經濟，減少溫室氣體排放，提高能源安全，並支持混合動力汽車研發。

為了減少溫室氣體排放及確保有充足的能源供應，歐盟率先於 2009 年 4 月正式通過「氣候與能源套案」。歐盟氣候行動總署全面實施減少溫室氣體排放措施，在「20-20-20」目標下，預計在 2020 年前，歐盟將溫室氣體排放減量至較 1990 年水準降低 20%、提高歐盟能源消費中來自再生能源之市占率達到 20%、降低整體能源消費 20%。該套案可稱為歐盟的綠色新政，全力帶領歐盟朝向「低碳經濟」之目標邁進。

二、美歐進口市場貿易分析

本文嘗試深入觀察美歐近年進口需求變化以尋求未來兩大市場具有進口動能成長需求的產品，因此採用美國與歐盟 15 國的進口貿易磁帶資料，且嘗試建立進口相關指標並篩選出具有「進口需求」的產品品項、成長速度、需求多寡及產品類型來解析未來兩大市場的進口需求變化，輔以我與競爭國對此進口成長產品之競爭態勢，期以尋求未來我國出口產業新的成長契機與增強未來整體產業競爭力之布局規劃。

（一）篩選與分析美歐進口成長動能產業之系統方法

1. 篩選進口成長動能產品之方法

受限於美歐進口磁帶資料的取得條件，就美國（歐盟 15 國）市場分析而言，本文主要採用 2008 ～ 2012（2008 ～ 2011）年期間的年資料進行分析。在衡量進口市場動能上，本研究運用美國（歐盟 15 國）近 5 年（近 4 年）進口複合成長與近 3 年（近 2 年）進口複合成長兩大指標來觀察各產品的進口成長狀況，並篩選出在金融海嘯後兩國市場具有進口成長動能產品。所謂「進口成長動能」產品，必須符合兩大篩選條件，其一是美國（歐盟）進口市場近 3 年（近 2 年）的進口複合成長必須大於近 5 年（近 4 年）的進口成長，在經濟意涵上代表該產品在歷經金融海嘯後的進口成長態勢明顯，且呈現 concave up and increasing 趨勢，成長動能強勁。其二，美國（歐盟）市場產品要符合近 3 年（近 2 年）與近 5 年（近 4 年）的進口成長皆為正或近 5 年（近 4 年）雖為負但近 3 年（近 2 年）進口成長為逆勢轉正的情況，代表該產品雖面臨金融海嘯衝擊但維持固定的進口需求，受影響的程度較低，故仍保有一定成長空間，且在金融海嘯後進口成長更為明顯；或是，雖然該產品在面臨金融海嘯受到衝擊，進口需求下跌，但在經濟環境回穩後，進口動能即逐漸恢復，故成長動能由負轉正。

2. 分析進口成長動能產品之成長類型

依照上述的指標篩選原則，以美國市場而言，具有成長動能產品約有3,100 項，另外歐盟 15 國市場具有 901 項進口成長動能產品。由於所挑選出來的產品品項眾多，無法逐一分析，故本文研究方式將產品別統一合併為 26 中分類產業別進行分析。為了有系統性分析出口競爭變化，將上述進口成長動能產品依進口總值大小與進口成長率高低兩大指標區分為四大型態，分別為「快速成長型」、「及早布局型」、「成熟發展型」及「產品開發型」，各不同型態的產品描述內容請詳見下表。

表1　美國（歐盟15國）市場中進口成長動能產品類型

衡量標準	最新 1 年進口值 大於等於產品平均	最新 1 年進口值 小於產品平均
近3年（近2年）進口複合成長率大於等於產品平均	T1：快速成長型 （進口值大且成長速度快） 這類產品除了符合成長動能的條件，在與其他動能成長產品相較下，相對上具有進口值大及成長快速的特性，代表這類產品發展有一定時間，在進口市場上有一定規模與需求，此外需求成長力道強勁。	T2：及早布局型 （進口值小且成長速度快） 這類產品進口值偏低，有可能為進口需求還未形成，在規模上仍有相當發展空間，但由於快速成長，若依產品循環週期論點，未來發展可期，應及早布局。
近3年（近2年）進口複合成長率小於產品平均	T3：成熟發展型 （進口值大但成長穩定） 這類產品具有一定市場需求規模，產品需求穩定，成長速度相較於快速成長型略低，但仍具有進口成長動能的特性。	T4：產品開發型 （進口值小但成長持穩） 這類產品相對上來看是屬於進口規模還未產生，且成長速度沒有特別突出，故相較之下，是屬於產品開發初期，不論在值或成長表現上都有變化的可能。

註：最新一年資料，美國為 2012 年、歐盟 15 國為 2011 年。

資料來源：台經院整理。

（二）美歐市場進口成長動能產品之分析

1. 美國市場

（1）「快速成長型」產品競爭

我與競爭國對於快速成長型產品的出口競爭狀況，整體上來看，可以發現到美國市場這類產品在主要競爭國中以日本出口占有率最高，為 16.61%；其次為中國大陸（8.27%）、韓國（4.96%）；我國僅有 1.34%。由於汽車及其零件、機械及運輸等大型設備或耐久消費財是日本主要出口競爭產品，日本出口產品結構與其他競爭國不同，故在具有出口產品利基下，出口競爭力自然相對突出。

另外，中國大陸主要是在化學材料、藥品、機械設備和其他運輸工具等產品具有一定占有率。以韓國而言，則是在汽車及其零件上相較於中國大陸的市占率來的高，主要可能原因在於美韓 FTA 生效後，美韓兩國針對特定進出口產品將免除關稅，其中受惠最大實屬汽車零組件產業，約有 2 ～ 4%之產品將立即廢除進口關稅，相對抵減韓國廠商之生產成本，這有助於韓國汽車零組件擴大對美國市場銷售。針對這類產品，我國出口比重較高的產品是為機械設備與其他運輸工具兩大類產品。

以機械設備業中具有進口動能的產品來說，交叉比對觀察我與競爭國的出口占有率與出口產品價格高低比重，可以發現到我國的機械設備產品與中國大陸競爭相較下，仍具有產品品質高的優勢，且出口比重超過 4 成，在中國大陸掌握具有成長動能的機械設備產品將近 9 成且出口占有率具有優勢下，我國可針對我國有出口但中國大陸沒有出口的產品來搶攻出口份額，運用產品品質優勢來擴增出口競爭力。同樣地，針對其他運輸工具的產品，我與中國大陸的出口競爭中得出類似的分析結果。

（2）「及早布局型」產品競爭

整體而言，這類產品多屬於勞力密集度偏高且多為傳統產業，故在出口占有率上，是以中國大陸最為突出，比重約有 44.89%，將近 5 成，而其他國家所能切入的產品類別相對來說偏低。以我國而言，則是在紡織業的出口比重相較於日本來的高，約有 3.09%，略低於韓國的 4.59%。若進一步分析我與競爭國針對紡織業的出口競爭態勢，針對紡織進口成長動能產品，雖然日本出口總額比重略低於我與韓國，但對於進口成長動能產品的掌握度比我與韓國來的高，906 項產品中日本出口 567 項，且對於產品高單價的出口比重亦比我國與韓國高，日本針對紡織這類產品具有產品項目與及早布局的潛在優勢。綜合觀察紡織類產品，中國大陸的出口產品項目多，善用成本優勢不走高品質路線，以量大取勝；日本則掌握關鍵成長產品，走精緻化路線；我國的紡織產品設計技術堅實，對於中上游原料的掌握度高，具有品質保證，可與中國大陸的低價競爭進行區隔。未來應可加強掌握成長產品的項數，擴展產品的出口規模。

（3）「成熟發展型」產品競爭

我與競爭國主要出口競爭產品皆屬於進口總額大且具有穩定成長趨勢的產業，如電腦、電子產品及光學製品、電子零組件等。綜觀來看，中國大陸的出口占有將近一半比重，為最大的出口國，其中成衣服飾類出口比重將近 4 成；電子、電子產品及光學製品超過 5 成；電力設備將近 4 成。其中在電子零組件的競爭最為激烈，我與競爭國的出口比重相當，但主力出口商品內涵差異性很大。另外，在金屬製品方面，由於這類產品是我國出口美國市場的重點產品，在出口占有率上皆明顯較日韓突出。

針對電子零組件產品，韓國的出口占有率為 9.68%；其次為中國大陸 9.67%，與韓國相當；而我國和日本分別為 9.11%與 7.5%。各國在電子零組件的出口占有率十分接近，但深入觀察各國在特定產品上則各具相對優勢。韓國主要是在半導體與發光二極體兩項產品上，韓國 DRAM 產業運用大規模生產能力，引進國外技術進而技術自立，在大規模的資本支援下，發展本身的設備與材料，進而提高半導體產品的競爭優勢。另外，韓國 LED 產業發展雖然較晚，但由於有兩大集團企業支持（樂金、三星），故近年產業發展快速，無論從 LED 上游的磊晶元、晶粒，到 LED 下游的封裝、模塊，韓國皆有自製生產的整合能力，故在全球 LED 營收排名上名列前茅，是具有出口競爭力的主因之一。至於中國大陸主要出口集中在印刷電路產品；我國則是在處理器、控制器及其他重要零組件的出口部分取得優勢；另外，日本在電子零組件的出口則以電容器和處理器上占有相當比重。

另一方面，觀察整體金屬製品產業中成長產品表現，我國表現並不遜於日韓，出口比重有達到 8.25%，僅低於中國大陸。若細看該產業的產品分布，我國在螺釘螺帽等產品出口比重將近 3 成，且在產品策略主要是走產品加服務（售後服務）的模式，故在產品定價上可以與競爭對手有所區隔，且可避免由於對手降價而降低市占率的情況，相對來說不容易被競爭對手取代。

（4）「產品開發型」產品競爭

這類產品競爭，除了中國大陸具有明顯的出口比重外，其他競爭國出口比重皆不高，中國大陸整體產業比重超過 5 成，日本約為 8.5%，我國與韓國分別僅有 4.19%和 2.83%。

表2　我與競爭國對美國市場中具成長動能產品之競爭態勢

單位：億美元、%

	2010～2012年進口成長率	2012年進口值	中國大陸出口占有率	我國出口占有率	日本出口占有率	韓國出口占有率
T1：快速成長型（進口值大且成長快速）						
食品製造業	66.00	291.32	5.72	0.43	0.84	0.60
化學材料製造業	37.96	573.92	8.16	0.88	6.11	3.11
藥品製造業	114.26	182.69	4.75	0.18	2.74	0.14
基本金屬製造業	41.86	554.36	5.45	0.55	5.02	2.83
機械設備製造業	39.13	802.77	13.88	2.40	16.65	5.03
汽車及其零件製造業	44.62	1966.43	3.35	0.72	19.74	6.13
其他運輸工具製造業	83.18	418.90	7.04	2.36	15.15	2.15
T1 類型產品的各國占有率			8.27	1.34	16.61	4.96
T2：及早布局型（進口值小且成長快速）						
飲料製造業	32.31	159.48	4.03	0.13	0.49	0.47
菸草製造業	77.73	8.24	0.65	0.00	0.00	0.00
紡織業	42.52	119.60	45.73	3.09	2.18	4.59
皮革、毛皮及其製品製造業	51.17	162.63	62.97	0.56	0.06	0.33
木竹製品製造業	36.17	83.69	14.23	0.17	0.03	0.01
紙漿、紙及紙製品製造業	41.88	66.14	18.56	0.65	1.98	2.76
石油及煤製品製造業	242.00	51.72	1.07	1.63	1.40	14.48
T2 類型產品的各國占有率			44.89	1.24	1.52	4.23
T3：成熟發展型（進口值大但成長穩定）						
成衣及服飾品製造業	24.44	407.71	36.72	0.56	0.05	0.29
橡膠製品製造業	26.65	177.44	17.72	2.82	11.89	9.87
非金屬礦物製品製造業	26.34	276.61	9.55	0.27	0.75	0.25
金屬製品製造業	29.44	357.13	24.01	8.25	7.59	7.31
電子零組件製造業	26.83	277.42	9.67	9.11	7.50	9.68
電腦、電子產品及光學製品製造業	32.24	1119.50	55.43	3.67	3.82	1.95

	2010～2012 年進口成長率	2012 年進口值	中國大陸出口占有率	我國出口占有率	日本出口占有率	韓國出口占有率
電力設備製造業	27.10	504.64	39.50	1.72	6.33	1.89
T3 類型產品的各國占有率			48.91	4.75	6.29	4.42
T4：產品開發型（進口值小但成長持穩）						
印刷及資料儲存媒體複製業	13.88	23.85	43.52	0.98	1.56	3.24
化學製品製造業	25.10	161.35	11.26	0.54	9.58	1.45
塑膠製品製造業	15.93	122.06	32.43	4.30	5.01	3.70
家具製造業	12.25	30.52	62.21	5.11	2.64	1.42
其他製造業	16.46	83.19	48.31	2.76	5.78	1.61
T4 類型產品的各國占有率			55.62	4.19	8.47	2.86

資料來源：美國進口貿易磁帶，台經院整理。

2. 歐盟 15 國市場

（1）「快速成長型」產品競爭

就快速成長型產品的競爭狀況，以中國大陸出口占有率最高。中國大陸主力出口產品為電腦、電子產品與光學製品；日本為機械設備和橡膠製品；韓國則是以橡膠製品與電腦、電子產品與光學製品為重。相較於其他競爭國，我國除了在電腦、電子產品與光學製品產品有3.74%出口占有率外，其他產品出口比重偏低。

在電腦、電子產品及光學製品之產品競爭上，中國大陸出口比重高，主要包含手機、筆記型電腦、平板電腦、PDA 等產品；我和韓國則是以手機產品為主，但出口比重仍無法與中國大陸相比；日本則以電視攝影機、數位相機及影像攝錄機為主要出口。另外，在機械設備方面，我國的出口占有率雖為 0.86%偏低，但其中在綜合加工機的出口占有率卻高達 12.64%，明顯高於其他競爭國，由此可知，我國在工具機及其相關設備具有獨特的出口利基，是其他競爭國無法比擬。

（2）「及早布局型」產品競爭

歐盟市場中這類產品的進口成長狀況，整體而言，以日本出口占有率最高，為 1.24%；中國大陸次之，為 1.20%；我與韓國皆不到 1%出口占有率。由於這類產品的進口稅率偏低或幾乎沒有，故在各國技術水準皆可生產的原則下，出口總額多寡決定在產品品質的好壞來影響定價的高低，進而影響出口市場占有率。針對此類產品，若要提升出口競爭力，由於各國產品技術皆達到水準並無法構成出口障礙，必須強化產品品質來訂出高價做出市場區隔。

（3）「成熟發展型」產品競爭

在成長發展型的產品競爭中，中國大陸的出口競爭優勢仍然存在，主要表現在成衣服飾和電力設備等業，出口占有率皆達到雙位數，其中又以成衣及服飾品出口占有率高達四分之一，主要原因在於中國大陸針對具有成長動能的成衣服飾產品具有生產能力並可大量生產，在取得價格優勢下，獨占市場。

汽車及其零件產品主要是以日韓競爭為主，由於汽車零組件是日本主要出口產業，不論在研發技術水準、產品品質上皆有優於對手之處，但由於受到 311 地震衝擊加上美韓、韓歐 FTA 的正式實施，使得韓國在該類產品的出口競爭力獲得擴展，形成潛在競爭對手。但若深入比較兩國的競爭狀況，不難發現到日本對於美國市場所需的汽車及其零件產品，皆能掌握且生產，在產品相當品質保證下，長期而言，出口保有相當的競爭力。日本在產品項目的掌握度或產品品質上皆優於韓國，並反映在兩國對該類產品的出口占有率上。而細看兩國主要出口產品項目，韓國主要出口產品為汽缸和引擎類產品；日本出口產品除了水泥和鑽探工具車類外，則涵蓋所有主要汽車零組件產品，在產能規劃有效發揮下具有大量出口的能力。

（4）「產品開發型」產品競爭

在美歐市場具有成長動能的基本金屬產品，美國市場主要是螺釘、螺帽產品，歐盟則是民生用具類的產品，包括門、窗及其框架、庭園修復等相關工作用具，這類產品仍以中國大陸的出口能量最高，其他競爭國無法比擬。在塑膠製品產品的競爭狀況，由於這類產品是為傳統產業，在環保節能的綠能氛圍下，該產業的出口規模相較過去已縮減許多，產品進入障礙不高，各國皆有能力生產並出口。

表3　我與競爭國對歐盟15國市場中具成長動能產品之競爭態勢

單位：億歐元、%

	2009～2011年進口成長率	2011年進口值	中國大陸出口占有率	我國出口占有率	日本出口占有率	韓國出口占有率
T1：快速成長型（進口值大且成長快速）						
皮革、毛皮及其製品製造業	19.79	269.97	19.39	0.17	0.04	0.09
化學材料製造業	24.26	118.28	0.38	0.01	0.01	0.09
橡膠製品製造業	22.65	220.23	8.80	0.41	3.37	2.50
非金屬礦物製品製造業	18.61	143.80	6.34	0.07	0.16	0.06
電腦、電子產品及光學製品製造業	18.34	743.14	23.98	3.74	1.47	2.21
機械設備製造業	20.07	498.84	5.82	0.86	7.35	1.67
其他運輸工具製造業	18.17	170.75	0.93	0.46	5.23	0.45
其他製造業	22.51	127.75	11.00	0.50	1.61	0.18
T1類型產品的各國占有率			13.27	1.52	2.90	1.38
T2：及早布局型（進口值小且成長快速）						
紙漿、紙及紙製品製造業	26.20	10.57	0.15	0.00	0.07	0.00
藥品製造業	66.49	25.39	4.21	0.02	0.03	0.00
基本金屬製造業	59.44	111.00	0.15	0.00	0.75	0.05
電子零組件製造業	17.08	10.27	6.23	4.12	10.71	6.30
T2類型產品的各國占有率			1.20	0.27	1.24	0.45

	2009～2011 年進口成長率	2011 年進口值	中國大陸出口占有率	我國出口占有率	日本出口占有率	韓國出口占有率
T3：成熟發展型（進口值大但成長穩定）						
成衣及服飾品製造業	8.69	808.16	25.15	0.06	0.04	0.11
木竹製品製造業	14.85	119.20	2.58	0.06	0.03	0.01
電力設備製造業	14.54	304.76	18.24	0.66	3.38	0.85
汽車及其零件製造業	15.62	1752.24	0.36	0.03	2.71	1.22
T3類型產品的各國占有率			8.99	0.10	1.95	0.83
T4：產品開發型（進口值小但成長持穩）						
食品製造業	6.37	2.05	6.40	0.01	0.06	0.01
飲料製造業	7.97	107.57	0.19	0.03	0.07	0.01
菸草製造業	6.74	80.41	0.01	0.00	0.00	0.00
紡織業	12.31	94.33	19.59	0.76	1.10	1.66
石油及煤製品製造業	13.38	66.09	0.00	0.00	0.00	0.00
化學製品製造業	8.96	21.82	0.00	0.00	0.00	0.00
塑膠製品製造業	11.13	52.02	8.81	1.07	0.58	1.21
金屬製品製造業	8.33	39.60	12.94	0.54	0.24	0.17
T4類型產品的各國占有率			6.15	0.33	0.33	0.49

資料來源：歐盟進口貿易磁帶，台經院整理。

肆、結論與建議

本文透過檢視我國對美歐市場的出口現況，並藉由日本、韓國、中國大陸等主要競爭國對美歐市場的出口競爭力消長，深入分析我國在美歐市場出口競爭力消長之成因，及透過國際經濟變化與現今政策發展，探討未來美歐進口展望及我國可能的面臨契機與挑戰，並根據研究成果，研擬我國對美歐市場之總體貿易發展策略及個別利基產品拓銷策略，以提升我國對美歐出口競爭力，擴大出口引擎動能，促進經濟穩健成長。

一、結論

（一）美歐市場出口競爭國的產業製造面分析

我國在美國市場的出口結構主要仍以金屬製品、電子零組件和電腦、電子產品及光學製品等三大產業為重，近年高勞力密集和中間財產品比重有下降趨勢，金融海嘯後時期中國大陸出口受創，轉為強調內需，多採用國內產品進而連帶我國出口受到影響，使製造產業供應鏈產生變化，故間接使我國中間財出口比重下降。

與主要競爭國相較，我與中國大陸、韓國在出口競爭產品分布上重疊性較高，皆以電子科技相關產業為主。中國大陸近年產業快速發展，國內產業技術水準逐漸提升，擁有進口替代的能力，除了電子科技等相關產業對我與韓國已造成潛在威脅外，相較其他競爭國，本身仍具有勞動成本的優勢，在豐沛勞動力的支持下，在紡織成衣等高度勞力密集產業，近年亦有相當穩固的市占率。但值得注意的是，我國與中國大陸近年產品差異化差距逐年降低，在出口產業競爭越見激烈，是為隱憂。韓國出口產業受惠於韓美 FTA 的降稅與日本東北 311 地震衝擊出口產業供應鏈的外部效應，且韓國本身近年積極於服務與品牌經營、加強投資、研發技術的提升與開發市場研究的能力，能針對不同目標市場推出不同的產品來供應當地消費者的需求，故在汽車零組件與電腦、電子產品及光學製品等市占率皆有所斬獲，有助提升出口競爭力。而日本主要出口產品為汽車零組件和機械設備，在技術水準與品牌、品質上具有差異性與穩定性，故日本與其他競爭對手國在出口競爭程度較為和緩。

此外，我國在歐盟 15 國市場出口產業，仍以電腦、電子產品及光學製品產業為主。近年來我國在其他運輸工具、橡膠、塑膠、金屬製品等機械設備與原物料的產業出口比重有所增加。至於各競爭國出口歐盟 15 國市場

狀況，我與中國大陸、韓國的競爭型態主要為電子科技產品的水平競爭，進行產品的垂直整合機會並不高，故競爭程度相對上來得高。中國大陸對歐盟市場的出口競爭力明顯高於其他競爭國，甚至取得獨占地位。由於中國大陸產品主要利用低廉勞動力來擴展出口占有率，但在產品品質標準、品牌建立、專利申請等表現不如日韓，代表該國產業的發展仍以大量製造低價產品為主。

（二）美歐進口成長動能產品的市場面分析

再工業化與製造業回流的政策效應下，美歐市場對於企業生產所需的機械設備與中間財投入的需求有明顯增加，且國內所得效果使非耐久性的消費財需求亦有明顯增加。就美國進口市場而言，具有成長動能產品主要分布在紡織、食品、化學材料、機械設備、汽車零組件等中間財產品與機械設備、民生非耐久消費財。

中國大陸針對大部分產品進口需求掌握度高，運用本身勞動力低廉與大量勞動力投入的優勢，對於紡織、成衣服飾、木竹、皮革毛皮等產業的出口皆取得相當市占率。而日本出口產品結構與其他競爭國不同，主要是以汽車零組件、機械設備、電腦、電子產品及光學製品等業，在提高技術門檻與專利申請保護雙管齊下的投資型態，且多年深耕品牌的軟實力，不論在製造業生產前端或後端的消費者認知上皆完整打入市場，建構出完善製造業的微笑曲線，但近年受到韓國後起直追的威脅，日本不論在總體經貿政策與產業發展政策皆積極推動。韓國透過美韓、韓歐 FTA 的簽訂，且政府大力支持研發投資、品牌推廣，對於汽車產業出口競爭力有明顯提升。就美國進口動能成長產品中，我國取得絕對優勢的品項並不多，其中在金屬製品類的螺釘螺帽產品，則是相對其他競爭國有一枝獨秀的出口競爭力。

以歐盟市場而言，中國大陸對於歐盟市場出口幾乎涵蓋所有具有進口成長動能的產品，如電腦、電子產品及光學製品、機械設備、紡織及服飾品等。雖然我與競爭國在歐盟市場對於進口需求成長產品的掌握度不高，但以機械設備製造業產品看來，我國對於工具機產品（綜合加工機）出口占有率明顯高於其他競爭國。我國工具機是高度技術密集並具高附加價值的產業，具有自主技術能量，是主要外銷產品。由於歐盟未來對於此項產品將呈現高度進口需求，應是我國可積極拓展出口的主力產業。

二、建議

再工業化政策的實行主要以新興產業科技（如高性能機器人、3D 列印技術、雲端技術等）來提升製造業生產能力，目前的 3D 列印技術，在製程基礎專利逐漸到期且價格逐漸降低之下，各國開始尋求應用的商機。就目前發展趨勢，我國可以從清點目前各產業 3D 列印的應用領域、3D 科技所能應用材料的開發、並加強平台的建立以整合 3D 列印的相關應用與技術發展現況。就綠色新政中，太陽能發電是很重要的發展領域。我國未來在產業規劃上將以提升綠能的關鍵技術能力，以及形成低碳的產業結構為重心，可強化太陽能設備產業與環保節能產業的合作，並共同建構其他產業綠色生產價值鏈。

我國製造業過去是以專業代工為主，對於消費端的需求了解不夠深入[3]，分析我與競爭國在品牌價值上深耕程度，即可發現我國主要企業的品牌價值與國際知名的品牌價值有一大段進步的空間，這對於我國企業出口歐美市場在與

[3] 目前我國具有海外營收的自有品牌產業項目中，以電腦、電子產品及光學製品製造業的事業數目最多（22 項），其次為電子零組件（19 項）。而我國具有自有品牌企業在歐美市場拓展最常遇到的是品牌知名度的問題，由於品牌知名度低或產品差異程度低等狀況，導致難以與當地領導品牌競爭。詳細內容請參見據龔明鑫、葉懿倫、李佳頤（2012）「協助企業發展國際品牌推動計畫 ── 國際品牌企業營運動態報告」。

日韓等具有品牌市場行銷優勢的企業，在競爭能力實為差了一截。如今產業供應鏈與消費市場日新月異，製造業發展應改變過去追逐低廉生產要素的效率導向，朝製造業服務化方向，透過布建通路、深耕品牌、貼近消費者的心提供服務等延伸產業價值活動，以創造與提升產業附加價值。

（一）針對具有價格僵固性產品，提高產品品質來提升競爭力

以美國市場而言，我國出口缺乏彈性的產業（IND 4）有 85 項，明顯高於韓國、日本於美國市場的 59 項與 44 項[4]。表示我國出口產品在美國市場相對其他競爭對手具有價格僵固性，整體而言不易受到價格競爭的影響，搭配我國具有高單價產品優勢的產業（如金屬製品等產業），應積極推動出口、擴展出口占有率、提升競爭力。

（二）對於機械設備產業，可採台日產業合作模式

觀察美國市場具有進口動能成長產品，主要集中在機械設備和中間財產品上。日本對於機械設備、汽車零組件、其他運輸這些不管是在進口總值或是成長力道強勁產品的出口競爭優勢皆明顯優於中國大陸與韓國。此外，我國在台日合作交流上，已透過簽署產業合作搭橋計畫合作備忘錄，選定 11 項特定產業（風力發電、太陽光學、電動車、LED 照明、手工具、機械零組件、電子設備、數位內容、生技醫藥、資訊服務產業及電子商務等）進行合作，可透過產業合作模式，進一步提升企業雙方合作深度，共同開拓亞洲與世界市場，達到台日產業合作雙贏之局面。

（三）應強化螺釘、螺帽產品之設計與關鍵技術

金屬製品產業的螺釘、螺帽產品於美國市場具有進口成長動能性質，是未來可持續出口的利基產品。就目前我與其他競爭國的競爭態勢，可以發現

[4] 詳細內容請參閱經建會計畫「我國對美歐市場出口現況與競爭力再造之研究」。

到我國是具有相當競爭力的，但隨著中國大陸與日本的出口量亦逐年增加下，形成潛在競爭對手。由於螺釘、螺帽業屬於傳統產業，政府可運用傳統產業維新的推動計畫，協助企業掌握精密關鍵元件結合產品設計開發，提高附加價值，創造產品出口競爭力。

（四）工具機產業可加強與歐盟中堅企業交流，尋求合作機會

我國工具機產品從過去的傳統產業到現今已發展成複合化與高質化發展，其產品需求市場，從早期機汽車及家電產業，歷增模具、航太與 3C 產業，以及近年新興的生醫、綠能、太空等產業；其中，資通訊技術（ICT）、光學雷射、影像處理、遠端無線監控，甚至雲端運算處理（Cloud Computing）等，皆已整合到工具機的技術應用範疇。由此可知，我國工具機產業具有相當雄厚且先進的技術基礎。以歐盟市場的進口需求狀況，本文發現到我國出口工具機產品相對其他國家具有相當出口競爭力，在未來需求持續成長的狀況下，應是可積極切入的市場。故可搭配政府目前推動中堅企業躍升計畫，遴選有如工具機等潛力產業的企業，優先提供輔導資源，培養為在特定領域技術專精、專注本業等具有國際競爭力之中堅企業，以再造台灣出口經濟新力量。

（五）政府可輔導塑膠業者加速環保趨勢產品量產化

塑膠製品雖非我國主要出口產品，但以歐盟市場看來，這類產品具有進口成長潛力。隨著環保意識高漲、國際綠色法規規範等潮流下，傳統高汙染的塑膠製品廠商轉型生產「生質塑膠」產品，由於主要來源是植物，具有再生、低排放量等特點。此外若生質塑膠主要會被大量應用於包裝材料，對於歐美市場的食品進口增加的狀況，估計未來有其市場擴增空間，因此我國政府應透過傳統產業維新的政策導引，輔導廠商產業升級，以因應國際新產品開發潮流，以占有出口先機，搶占市場。

參考文獻

1. 今周刊，「緊跟 3D 列印風潮台灣廠商加快腳步」，2013 年 4 月，第 849 期。
2. 工研院，「雷射積層製造產業群聚搶進 3D 列印市場」，工業技術與資訊月刊，2012 年，第 250 期。
3. 徐遵慈（2010），「印度與東協、韓、日、中洽簽 FTA 對我之影響與我因應策略之研究：執行成果報告書」，中華經濟研究院台灣 WTO 中心，外交部、經濟部國貿局委託計畫。
4. 美國新能源法案，2007 年。
5. 美國復甦暨再投資法案，2009 年。
6. 美國出口倍增計劃，2010 年。
7. 美國製造業促進法案，2010 年。
8. 美國製造業發展策略，2011 年。
9. 商業週刊，「新顯學 3D 列印神秘基地在台南」，2013 年 4 月，第 1323 期。
10. 張建一、林虹妤、葉懿倫、花佳正（2013），「我國對美歐市場出口現況與競爭力再造之研究」，台灣經濟研究院，經建會委託計畫。
11. 黃兆仁、黃偉倫（2010），「東協加三對兩岸貿易之影響評估」，台灣經濟研究院，行政院大陸委員會委託計畫。
12. 歐盟氣候與能源套案，2009 年。

13. 歐盟財政協議，2012 年。

14. 駐歐盟兼駐比利時代表處經濟組，「歐盟推動的綠色政策」，2011 年。

15. 龔明鑫、張建一（2004），「進出口貨品結構別複分類之修訂」，台灣經濟研究院，財政部委託計畫。

16. 龔明鑫、葉懿倫（2005），「台韓科技產業政策及出口競爭力之研究」，台灣經濟研究院，經濟部工業局委託計畫。

17. 龔明鑫、葉懿倫（2005），「台韓製造業在金融海嘯前後之產業發展與未來態勢分析」，台灣經濟研究院，經濟部工業局委託計畫。

18. 龔明鑫、葉懿倫、花佳正（2010），「全球化下台灣出口依賴度及集中度等相關問題之整合研究」，台灣經濟研究院，行政院經建會委託計畫。

19. 龔明鑫、葉懿倫、李佳頤（2012），「協助企業發展國際品牌推動計畫——國際品牌企業營運動態報告」，台灣經濟研究院，經濟部工業局委託計畫。

20. 龔明鑫、吳曉慧（2012），「兩岸產品競合及依賴監視指標之研究」，台灣經濟研究院，經濟部工業局委託計畫。

21. 龔明鑫、李佳頤（2012），「協助企業發展國際品牌先期規劃研究計畫——完成研析我國具發展際品牌之潛力產業」，台灣經濟研究院，經濟部工業局委託計畫。