



從中長期觀點 看台灣製造業現況與發展模式

財團法人中華經濟研究院

國際經濟所 所長

文/陳信宏

關鍵詞(Keywords)

- 製造業 Manufacturing sector
- 發展模式 Developmental model
- 長期觀點 Long-term perspective

摘要(Abstract)

本文以長期觀點檢視台灣製造業現況與發展模式。我們檢視 1999~2012 年間「亞洲四小龍」基本經濟成長數據的變化情形。再從國內生產毛額、出口、研發等三個構面來看台灣過去 10 年(2000 年至 2011 年)的製造業結構的變化趨勢。另外，我們利用台韓製造業結構面向的比較突顯一些台灣製造業發展模式問題。最後，我們從中間財產業相對於系統產品產業、產業發展軟實力、與高科技產業的創新視野省思台灣製造業的發展模式。

This paper takes a long-term perspective to examine the status and developmental model of Taiwan's manufacturing sector. We start by examining for Asian Tigers the trend of a few basic economic indicators over the period 1999-2012. We then take a closer look at changes in the structure of GDP, export and R&D for Taiwan's manufacturing sector



over the last decade. A comparison is made between Taiwan and South Korea with an aim to spotlight problems associated with the developmental model of Taiwan's manufacturing sector. Finally, we draw implications by referring to three aspects: intermediate goods versus system products, soft power for the development of the manufacturing sector and innovation mindset for the high-tech sector.

1. 前言

歲末年初，我們習於回首過去一年展望來年，這種作法容易流於短期觀點，忽略長期觀點的重要性，以致於受限於既有的「發展軌跡」、或隨「主架構/產品架構」的產業波動不自覺地消長。台灣製造業長期面臨一個議題：OEM/ODM 業者要如何轉型？台灣普遍的想法很可能是轉而發展品牌。對此我始終不以為然，因為從事 OEM/ODM 與經營品牌需要不同的思維模式(mindset)與能耐。而且，經營品牌絕非產業界的「全民運動」，儘管傳統產業有較大的品牌差異化競爭空間；因為即便主要 ICT 領域領先國，也只有少數幾家品牌，而且實質重點在於品牌的內涵、價值與對產業國際遊戲規則之影響力。而且，近年來我們目睹著平板電腦、中低價智慧型手機崛起對我國相關產業和品牌業者的衝擊。美國《紐約時報》在 2013 年一篇報導下標題為「台灣：惋惜失去領先地位」(In Taiwan, Lamenting a Lost Lead)。文中引述華碩施崇崇董事長的觀點，指出台灣目前一個問題在於創新不足、反應太慢，並舉例在智慧型手機時代浪潮中未能掌握先機。當以 Google 的 Android 作業系統為主的平板電腦異軍突起時，台灣業者大多未能及時跟進轉型。與這個觀點相呼應的是施振榮先生所講的一句話：台灣不缺人才，是「缺舞台」，而企業與產業發展的企圖心影響人才的「舞台」。

台灣是一個快速而繁忙的社會，這表示大多數人經常為短期的議題所困，容易忽略了中長期趨勢對於我們周遭與經濟發展的深遠影響。甚至於，我們的思考模式容易受限於既有的思考脈絡或軌跡，以致於各種決策沒辦法跳脫既有框架的限制，無法充分回應變動中的趨勢。所以，我們需拉長時間軸回顧與前瞻，以避免「今天

更完整的內容

請參考【機械工業雜誌】370期・103年1月號

每期220元・一年12期2200元

劃撥帳號：07188562 工業技術研究院機械所

訂書專線：03-591-9342

傳真訂購：03-582-2011

機械工業雜誌官方網站：www.automan.tw