

專案質詢

9-2-14-0433

立法院議案關係文書 中華民國 105 年 12 月 7 日印發

案由：本院許委員淑華，鑑於近年台商在大陸投資經營日益困難，不僅以代工出口為業的眾多台商面臨生存危機，而且著眼於大陸廣大內需市場的業者亦遭遇愈來愈多困難。要求行政院應從兩岸民間企業合作切入，兩岸產業合作須走出長期來以「垂直分工」為主的舊思惟，打造嶄新的合作模式，兩岸目前都在積極推動經濟改革及產業創新，建立合作共識，在不同領域截長補短，可以避免資源浪費及重複投資，這對兩岸雙方都是最有利的做法。爰此，特向行政院提出質詢。

說明：

- 一、近年台商在大陸投資經營日益困難，不僅以代工出口為業的眾多台商面臨生存危機，而且著眼於大陸廣大內需市場的業者亦遭遇愈來愈多困難。最新一期商業周刊報導，六年前因為大陸「瘋台灣」而讓台灣品牌在大陸幾無往不利，但六年後的今天，台灣品牌從大陸商場大撤退，知名品牌包括法藍瓷、太平洋百貨、永慶房屋、錢櫃 KTV、東京著衣、達芙妮鞋子等，在大陸生意冷清、虧損、縮編、甚至吹熄燈號撤出大陸。大陸台商經營困境無疑戳破大陸市場的迷思，未來兩岸經貿要何去何從，是必須嚴肅思考及面對的課題。
- 二、台商在大陸發展已有二、三十年，早期是以製造業為重心，初期集中在成衣、製鞋、玩具、運動器材等傳統產業，再逐漸發展到資訊電子等高科技產業，台商更藉由兩岸分工，建立以大陸為生產基地、替國際品牌大廠代工製造的龐大代工出口產業，也為台灣出口締造了另一個高峰。
- 三、在 2008 年金融海嘯後，中國大陸經濟一枝獨秀，適逢馬政府上任，兩岸關係從解凍到增溫，2010 年 6 月雙方更簽署 ECFA，當時被南韓媒體捧為如出柙猛虎的「Chaiwan」，意指中國（China）加上台灣（Taiwan）的兩岸聯手合作，即中國大陸資金及市場，結合台灣產業經驗及人才技術，對南韓產業尤其是資通訊產業造成極大威脅。在「中國崛起」的誘惑及磁吸下，兩岸產業合作快速升溫並蔚為風潮，愈來愈多的台商著眼於大陸內需市場亦掀起

立法院第 9 屆第 2 會期第 14 次會議議案關係文書

新一波大陸投資熱；潛力無窮的大陸市場似乎成為解決台灣經濟問題的一劑強心針。

- 四、兩岸經濟合作的熱潮很快地受到各種經濟現實的挑戰，台商「以大陸為工廠」的代工出口產銷模式，因受到大陸生產成本逐年攀升及紅色供應鏈崛起的雙重衝擊，台商出口競爭力每下愈況，不僅很多產業陷入「茅山道士」（「毛利三到四」諧音）的慘況，甚至淪為替大陸品牌代工的窘境；以代工製造為主的大陸台商，若不尋求新的出路，未來前景至為黯淡。
- 五、受惠大陸消費市場迅速擴大及對台灣品牌的偏好，很多主攻大陸內需市場的台商表現亮麗，如「賣筆電不如賣方便麵」、「富士康不如康師父」等順口溜，充分展現大陸內需市場的活力，但隨著大陸經濟成長放緩，官方禁奢令全面實施，以及對台灣品牌熱度退潮及大陸本地品牌快速崛起，台商榮景曇花一現，從高峰迅速墜落，台灣文創精品瓷器法藍瓷 11 月宣布大幅縮編，並優退 25%員工，就是錯估大陸市場的典型案例；即使經營大陸市場多年的台灣食品龍頭「康師父」、「旺旺」等，近來獲利也都大減，充分反映大陸市場愈來愈嚴酷的競爭趨勢。
- 六、大陸已是全球第二大經濟體，目前雖遭遇若干困難，惟若能貫徹「深化改革」和「經濟創新」的政策路線，未來仍是不可忽視的重要市場，尤其，兩岸經濟唇齒相依，台商更不可能捨大陸市場而不顧，這是台灣必須面對的經濟現實。
- 七、大陸市場日趨成熟，競爭日益激烈，亦是不爭的事實，台商無論以大陸為工廠或著眼內需市場，「賺容易錢」的時代已經一去不返，台商唯有不斷創新生產和經營模式，才能在大陸市場長期深耕、立足，不被淘汰。