



新興國家的崛起 是台灣的機會

如果觀察每個新興國家發展的pattern（型態）會發現：這些國家通常會先面臨的是就業問題，因此積極招商，先後引進勞力密集或資本密集的產業；待人民收入增加後，當地的內需市場逐漸蓬勃，服務業也逐步興起。在這樣的發展軌跡裡，都是我們的機會。



年六月中旬，美國智庫布魯金斯學會（Brookings Institution）東北亞政

策研究中心舉辦的研討會，一項探討「東亞軟實力（Soft Power in East Asia）」的主題報告裡，我赫然發現對於台灣的著墨只有隻字片語，讓我感觸極深。

台灣幾十年發展到現今成為已開發國家，這當中諸多寶貴的發展過程及經驗，外國人或許不了解，但是台灣自己也未能好好加以包裝，昭告世人，殊為可惜。

在我看來，新興國家的崛起絕對是台灣未來發展的絕佳機會。從既存的客觀事實來看，台灣目前已躍居越南最大投資國，我甚至敢說，台商也是大陸最大的外來投資者（有人曾估計超過二千億美元），再看看整個東南亞地區，台商的經濟實力究竟有多大？台商為何有那麼多條件前往這些地區投資？這些問題一般人並未去仔細深究，遑論加以發揚光大。

在世界級產品的供應鏈裡，台商所具備的軟實力之一，無疑就是拿到訂單的能力，一旦掌握訂單後，台商還具備了原料控制、成本控制、快速了解當地法令取得投資設廠審批、及時交貨、品質管控等等能力。

過去台商的軟實力充分展現現在製造業方面，曾經讓台灣繁榮而被公認為一項經

濟奇蹟，那下一步呢？台灣現在要急起直追的是什麼？

如果觀察每個新興國家發展的pattern（型態）會發現：這些國家通常會先面臨的是就業問題，因此積極招商，先後引進勞力密集或資本密集的產業；待人民收入增加後，當地的內需市場逐漸蓬勃，服務業也逐步興起。

在這樣的發展軌跡裡，都是我們的機會，台灣政府的政策擬定是必須要去掌握國際市場的需求，或更務實地來說，我們必須要去掌握新興市場國家發展的需求是什麼，然後去meet the demand（迎合需求），不論他們的發展策略如何，我們都有辦法去供應他們需要的商品、服務、甚至提供策略建議及諮詢。

以中國大陸為例，近來的趨勢是並不成為世界工廠為傲，但是還在試圖了解什麼是高附加價值的服務業，一些台商很快抓住這樣的機會，比如許多台商連鎖店在大陸很受歡迎（如麗嬰房、珍珠奶茶店等食品連鎖店），台商的軟實力是台灣政治人物應該多做功課深入理解的。

針對新興國家的崛起，以台灣的經驗來看，除了賣產品外，最適合的經營模式無疑是提供經驗及技術（know how）。台灣有許多因成本提高而逐漸失去競爭力的

中小企業，一方面他們在台灣無法提升競爭力，卻也未必有能力做跨國投資，如果有人提出建議或協助，讓這些中小企業除了從事產品生產，還能把整套生產的智識及經驗包裝起來，連同技術及設備當成商品推銷出去，把經驗和智識等軟實力轉變為新的利潤來源。

比方說，針對新興國家的發展需求，台灣中小企業可以把自己的角色轉換成提供 Turnkey (統包解決方案)，從事整廠輸出，除了提供技術、機器設備、協助組裝等，又為了避免對方學走技術後台商失去商機，在簽約時，也可要求原料或零組件等必須由我方提供，或者以入股及取得技術股為條件。在這過程中我們也不斷提升自己的實力，而不是做完一個整廠輸出後便結案，商機也才能源源不絕。

要讓台灣的中小企業能夠成功地轉型，政府第一要做的是政策鬆綁及政策鼓勵，此外，金融機構也要協助做整廠輸出的相關融資，再者，中小企業的從業人員（如黑手、師傅）或許缺乏相關能力，把自己擁有的知識整理出來，而台灣

這些年來訓練出來的這麼多 MBA 企管人才便可以派上用場。

換句話說，一個轉型財富就來了，只要台灣能有多一點這種思考的人，便可以點石成金。

除了從事整廠輸出，再想想其他服務業能有什麼樣的機會。隨著新興市場內需的增加，首先會聯想到的無疑是食衣住行各層面的需求，如台灣的婚紗業，從婚禮的籌備、服務的提供，便自成一個可以不斷複製到其他地方的 Business Model。台灣可以藉由出口 life style，展現我們的軟實力，雖然未必能出口到美國或歐洲去，但是大陸或東

新興國家崛起，絕對是台灣的機會，新興國家市場普遍缺少的是名牌，產品品質，及反映在音樂、娛樂、餐飲、媒體、教育活動等文化創意，台灣要了解自己的實力，並自己去凸顯。

南亞市場應該是能夠接受的。

在這裡，我要特別釐清一個觀念，也就是長期來台灣社會對「科技產業」定義的迷思。產業其實不分高科技、低科技，只要會製造超額利潤就是好科技；我認為，產業政策的新定義應該是，不論農業、工業或是商業，皆為產業。過去台灣一直將 industry 這個字翻譯為「工業」，可能是個錯誤。正確中譯應該是「產業」，

但是一個字翻錯，觀念就一錯再錯。

台灣於是制定了許多法令來鼓勵「工業」，而「工業」則以製造業為導向，「商業」是附加價值最高的，居然沒去鼓勵，當然更沒有把農業變成是一種產業來發展；又如教育、醫院也可以發展成重要的產業，但觀念不對就變成了公益事業。

台灣必須重新檢討我們未來的強項究竟在哪裡，重新了解台灣的實力，同時摒除意識型態的作祟，尋找新的發展機會。

例如，新政府上台後，前陣子農委會邀集了專家學者探討「農業科技境外實施」的議題，我也欣見政府終於體認到台灣農業不能光悶在台灣發展的這個現實；如何讓台灣農民走上學習智慧財產權的保護、經營管理與運用，以及商品化、產業化的這條道路，才是台灣農業得以生存及發展機會之所在。

新興國家崛起，絕對是台灣的機會，新興國家市場普遍缺少的是名牌，產品品質，及反映在音樂、娛樂、餐飲、媒體、教育活動等文化創意，台灣要了解自己的實力，並自己去凸顯。我期望會有另一波新興國家到台灣來取經，當然，政府的政策也要趕快出台，把各式各樣的經濟活動帶到台灣來，台灣也才有機會「發」起來。

(紀淑芳整理)