就台商投資評估而言，墨西哥自 1994 年底發生金融風暴以來，經濟受到重創，1996 年起經濟略為好轉，但民眾貧富不均，且失業人口多，造成社會治安不佳，除了偷竊、搶劫等情事之外，綁架案件偶有所聞，赴墨投資廠商應多注意安全問題。墨國官僚風氣仍盛，貪污情形嚴重，且法令繁複多變、勞工法規過於複雜及偏袒勞工，外國投資廠商初赴墨國投資時，常有力不從心之感，無法順利推動投資計畫；事先蒐集各州投資法令等資料將極其重要。若能聘請熟悉墨國法令的律師及會計師，協助處理投資及稅務作業，並多請教當地台商，互相交換瞭解投資經驗及意見，對於推動投資計劃而言，必有所助益。另駐墨代表處經濟組亦可提供協助。

四、中南美洲

2006 年中南美洲的華人人口數約近 200 萬人，占全球海外華人人數比重約達 5%，為 5 大洲華人人數略為稀少的地區。本章主要包含了巴拿馬、巴西、阿根廷、秘魯、智利、巴拉圭、多明尼加、尼加拉瓜、瓜地馬拉、宏都拉斯及薩爾瓦多等主要國家。

(一) 巴拿馬

1. 總體經濟情勢分析

2006 年巴拿馬經濟發展主要係受惠於對外出口（以農牧產品為大宗）持續成長、營建業及旅遊業呈現榮景、箇郎自由區之轉口貿易暢旺，以及巴拿馬運河營運穩定等因素，經濟穩健成長，2007 年國內生產毛額計達 197 億 4,000 萬美元，經濟成長率 5.4%，平均每人國民所得達 5,510 美元。

2006 年巴拿馬經濟成長主要受益於金融服務業、港口服務、空運、旅遊以及箇郎自由區轉口貿易暢旺，另農牧產品出口及電訊業等成長亦較明顯。巴拿馬銀行業表現亦十分亮麗，主要係個人消費意願增強，以及商業活動暢旺，帶動一般性消費貸款增加，另因建築業景氣持穩，推出大量住宅，刺激民眾購屋意願，踴躍申請房屋貸款，挹注銀行業營收。

另外，巴拿馬旅遊業自 2003 年起顯著成長，於 2006 年續維持成長趨勢，依據巴拿馬觀光局（IPAT, The Panamanian Institute of Tourism）統計，2006 年訪巴旅客超過 106 萬人，旅遊業成為巴國國家收入之主要來源，該國旅館業也因而受惠，致旅館住房率紛紛提升。此外，巴國客輪服務業也為其觀光推廣注入活力，藉由客輪入境旅客約 20 萬 7,000 人，巴拿馬旅遊業成為創匯主要業種。

因經濟表現較佳，國民就業機會續增，2006 年巴人失業情況持續改善，失業率自 2005 年之 9.8%降至 2006 年之 8.6%，2007 年失業率回升至 9.3%。因水、電費及進口民生用品價格均有趨漲情形，影響物價波動，2007 年消費者物價上漲 4.2%。另 2006 年巴拿馬國債情形略有改善，國債總額為 103 億 3,470 萬美元（包括外債 77 億 6,090 萬美元，內債 25 億 7,380 萬美元），較 2005 年之國債 104 億美元略減。

在所得表現方面，2007 年巴拿馬平均每人國民所得是 5,510 美元，較 2006 年巴國平均國民所得 4,611 美元增加 19.5%，為中美洲高所得國家之一。巴拿馬貧窮率於中美洲排名倒數第 2，次於最少之哥斯大黎加，然巴貧窮人口比率仍超過 40%，而全國 16%的人口生活在赤貧之中。貧富不均情形仍有待改善。另巴拿馬教育水準仍待提升，巴國受教育人口雖超過 90%，仍有約 17 萬巴國成人屬於文

盲，且集中於原住民地區。

外人投資方面，2006 年外人對巴投資顯著成長，據巴拿馬工商部投資處統計，2006 年外來投資額達 2 億 4,000 萬美元，相較 2005 年之 1 億美元，大幅成長 140％。巴拿馬房地產市場興盛、箇郎自由區轉口貿易持續發展、銀行界併購盛行等均為吸引外資創紀錄之主要因素。

2006 年巴拿馬外來投資以建築業、港口服務及金融業為主，主要來源國為美國、加拿大、西班牙，其中來自美國之投資占總額之 1/3。銀行業為 2006 年外來投資主流，較重要之投資案首推匯豐控股集團（HSBC Holding Group）巴拿馬公司於 2006 年 7 月 20 日宣布斥資 17 億 7,000 萬美元收購巴拿馬第一地峽銀行（BANITSMO, Primer Banco del Itsmo），本案不僅是巴拿馬，亦為中美洲地區最大的金融收購案。

在完成收購後，匯豐控股集團已為巴拿馬及中美洲最大之金融集團，巴拿馬分行將擴增至 61 家，並擁有在哥斯大黎加、宏都拉斯、薩爾瓦多、尼加拉瓜、哥倫比亞等 5 國之海外 178 家分行。另美國花旗銀行於 2006 年 10 月 27 日宣布與 Uno 金融集團達成收購協定，並進行業務整合，但未改變 Uno 銀行品牌，而 Uno 金融集團在中美洲 6 國業務也保持現有結構。花旗銀行表示將續側重於企業及投資銀行，而 Uno 銀行側重於巴拿馬本地消費及信用卡市場。另 2006 年有多家銀行在巴拿馬投資，包括西班牙 Caixa 銀行、瑞士聯合銀行、埃及 Calion 銀行、香港 Standard Chartered 銀行、美國 Bank of the New York 銀行和巴拿馬 Delta 財經銀行等。

在對外貿易方面，2007 年巴拿馬進出口表現均較 2006 年有所成長，其中進口總值 68.72 億美元，主要進口來源為美國、荷屬安地列斯、哥斯大黎加、日本、墨西哥、哥倫比亞、、南韓、委內瑞拉、巴西。進口產品以石油、小客車、醫藥製劑、電腦及其周邊設備、通訊產品及設備、天然氣及石化產品、汽車零配件、食物調製品、農藥、水泥、玉米、電視及影音器材為主。2007 年出口總值為 11.63 億美元，主要出口市場為美國、西班牙、荷蘭、瑞典、哥斯大黎加、比利時、英國、瓜地馬拉、義大利、台灣。出口產品以鮮瓜、香蕉、魚、鮮果、活牛、蔗糖、廢金屬、乾魚、牛肉、咖啡、蔬菜、鋁片、醫藥製劑、皮革、根莖類作物、紙箱、動物用飼料等為主。

在與我國雙邊互動關係方面，台巴經貿關係密切，巴拿馬是我國在中美洲最重要貿易夥伴。2007 年雙邊貿易總額為 2 億 5,890 萬美元，較 2006 年同期增加 19％，其中台灣對巴拿馬出口為 2.05 億美元，較 2006 年成長 13.1％，台灣自巴拿馬進口為 5,370 萬美元，較 2006 年增加 48.30％，顯見台巴自由貿易協定對於增進巴拿馬產品銷台功效卓著。我國享有順差 1.51 億美元，較 2006 年增加 4.3％。

巴拿馬產品銷台以鋼鐵廢料及碎屑；冷凍去骨牛腩、牛腱；未夾雜被覆廢電線、電纜之鋁廢料及碎屑；冷凍去骨牛肉排（胸側肉、背脊肉、腰內肉、腰脊肉、上腿肉）；魚渣粉；冷凍去骨牛肉；乾魚翅；人用其他抗生素；其他動物之

腸、膀胱及胃（魚類者除外）；其他冷凍帶骨切割牛肉等產品為主。

台灣產品銷售巴拿馬則以空白光碟或磁光碟、各式電扇、染色梭織物（人造纖維絲項下）、機動車輛之零件及附件、其他聚酯纖維綿梭織物（人造纖維棉項下）、瓶用級聚對苯二甲酸乙烯酯（塑膠及其製品項下）、其他塑膠製品、混合烷基苯及混合烷基（雜項化學產品項下）、其他漁船、車輪及其零件與附件等產品為主。

表 2-38　巴拿馬基本資料表與總體經濟指標

地理位置	中、南美洲之交點，西鄰哥斯大黎加，東接哥倫比亞，北臨加勒比海，南濱太平洋。		
首都（府）主要城市	巴拿馬市		
國際機場（座落地點與名稱）	首都國際機場		
重要港埠（座落地點與名稱）	太平洋岸：Balboa 港 大西洋岸：Cristobal 港、Manzanillo International Terminal、Colón Container Terminal（CCT，屬長榮集團）		
面積（平方公里）	75,517		
人口數（人，2008 年）	3,292,693		
人口密度（人／平方公里）	44		
華人數（人，2007 年）	130,000		
華人所佔比例（%）	3.95		
台僑人數（人，2007 年）	350		
台僑所佔比例（%）	0.011		
匯率（巴拿馬幣兌美元）	1：1（實際上流通使用貨幣為美元）；貨幣單位＝巴拿馬幣（Balboa）		
	2005	2006	2007
消費者物價上漲率（%）	3.1	2.1	4.2
經濟成長率（%）	7.2	8.7	5.4
失業率（%）	9.8	8.6	9.3
國內生產毛額（億美元）	154.64	171.33	197.4
平均每人國民所得（美元）	4,443	4,611	5,510
出口值（億美元）	10.18	10.93	11.63
進口值（億美元）	41.80	48.3	68.72
對我國之出口值（億美元）	0.25	0.36	0.54
自我國之進口值（億美元）	2.25	1.81	2.05
對我國之貿易餘額（億美元）	-2.00	-1.45	-1.51

表 2-38　巴拿馬基本資料表與總體經濟指標（續）

對我國之主要出口產品	鮮瓜、魚、香蕉、蝦、蔗糖、活牛、蔬菜、醫藥製劑、廢金屬、咖啡、牛肉、酒類、鋁片、乳製品、皮革
自我國之主要進口產品	汽車、醫藥製劑、食物調製品、通訊產品、玉米、鋼鐵、農藥、動物飼料、汽車零配件、電腦及其周邊設備
外匯存底（億美元）	193.51（2007.12）

資料來源：中華民國僑務委員會、財政部統計處、駐巴拿馬大使館經濟參事處、巴拿馬審計署、巴拿馬財經部（MEF）、世界銀行、IMF。

2. 當地華人經濟

巴拿馬地處中美、南美洲之交，總國土面積 77,082 平方公里，巴拿馬像一顆明珠鑲嵌在中美洲地峽，被稱為連接南北美洲的橋樑、溝通太平洋和大西洋的黃金通道。

巴拿馬 2007 年華人人口數約達 13 萬人，最主要聚集地係為巴拿馬市，該地區華人人口約占巴拿馬華人總數 75％以上，可達 10 萬人左口，其中 99％為廣東籍，台籍僑民約有 350 人；台商則聚集在巴京、箇朗兩地，共有 48 家。

僑商從事行業極為廣泛，經營項目包括：糧食批發、百貨店、餐廳、零售、美容院、洗衣店、雜貨店、農場、酒舖、肉舖、成衣場，在巴國華商商業活動可謂相當活躍，至當地僑團組織團體，以中巴文化中心最具規模。

在經濟情況方面，華人自 1850 年抵達巴拿馬之後，絕大部分參加修鐵路工程。根據勞工契約，每個月工資為 25 美元，被公司扣除伙食費、日用雜費和歸還從到巴拿馬的船費之後，實際上可以領取 4 到 8 個美元。這些農工或非專業壯工稍有積蓄便轉向商業領域，憑藉聰明的頭腦和日夜辛苦勞動，先做小本生意如擺攤，跑外賣，沿路兜售，而俟擁有固定的地點，便辦起食品店、水果店、雜品店等，地點先是在鐵路沿線的小鎮，隨後向鐵路沿線兩側和兩端的人聚處發展。經營方式從擺攤、跑賣發展到批發。經營範圍擴大到洗衣店、五金店甚至小型製造業。也有部分華人一到巴拿馬就涉足鐵路工程以外的經濟活動，憑藉不斷的努力，由打工做起後，經營自己的生意，從無到有，從小到大。

在傳統節日方面，華人與當地人一起過耶誕節和狂歡節，而當地人則與華人一起過春節，共同參加貼春聯、掛紅燈籠、放鞭炮、拜年和春宴等節慶活動。旅居巴拿馬的華人在經濟條件改善之後，貢獻就更加引入注目，出錢、出人、出力，在所不惜，向來受到巴拿馬政府和人民的稱頌。因此，華人多次榮獲很高的榮譽。

3. 當地台商投資情形

(1) 當地產業發展及投資環境

在產業發展方面，服務業、工業、農林漁牧業是巴拿馬三大主要發展產業。以下就該三大產業作一概況敘述。

A. 服務業

服務業是巴拿馬經濟主幹，巴拿馬服務業主要為巴拿馬運河、區域金融中心、箇郎自由區、商船註冊、電信、旅遊業等。2006 年服務業產值為 117 億 7,740 萬美元，占 GDP 之 151 億 4,190 萬美元的 77.90 %，較 2005 年增加 8.53%。

2006 年巴國服務業呈穩定成長，主要產業是運輸、電信、港口服務及巴拿馬運河營收等，此 4 項業產值共 28 億 8,540 萬美元。商業服務包括批發及零售業，其產值共 22 億 6,720 萬美元。金融服務業產值 11 億 6,150 萬美元。旅館及餐飲業產值 4 億 3,420 萬美元。

在巴拿馬銀行業方面，據巴國銀行監理局統計，2006 年該產業資本總額達 522 億美元，而在 2005 年只有 440 億美元資本。巴拿馬有 84 家銀行，依其資本額排名分別為 HBSC 銀行（已經併購 Banistmo 銀行）占 17%、General 銀行（含 Continental 銀行）占 16%、Bladex 銀行占 9%、Banco Nacional de Panamá 銀行占 9%、El Citibank 銀行、Uno 銀行、Cuscatlán 銀行等 3 家銀行共占 5%，其他銀行為 44%。巴拿馬穩居中美洲及加勒比海區域金融中心之地位，在巴註冊營運之歐、美、日、韓及台灣銀行等國內、外銀行及代表處總計 84 家。

巴拿馬運河為該國經濟命脈，根據巴拿馬運河管理局（La Autoridad del Canal de Panamá, ACP）統計，2005 年度之通行船隻計 1 萬 3,947 艘，貨物裝載量 2 億 8,037 萬公噸；2006 年度（自 2005 年 10 月 1 日至 2006 年 9 月 30 日）之通行船隻計 1 萬 4,463 艘，貨物裝載量 3 億 471 萬公噸。2006 年度運河營業總收入達 14 億 9,482 萬美元（包含運河通行費 10 億 2,642 萬美元），獲利達 6 億 7,592 萬美元；均較 2005 會計年度營業總收入 12 億 911 萬美元，獲利 4 億 8,393 萬美元大幅成長，有助挹注巴國政府財政。另巴拿馬政府為增加運河收入，已經通過運河擴建方案，其政府強調不會向巴人增加稅收，擬以未來 3 年內調漲 8%至 10%之運河通行費，俾將擴建經費轉嫁運河用戶，形同「巴國政府擴建運河，海運公司負責買單」，引致各相關海運公司、同業公會及船東反彈，此舉是否影響運河短期內營收有待觀察。

巴拿馬旅館業亦因觀光旅遊業成長而受惠，2006 年巴拿馬整體旅館住房率達到 47.5 %，一級旅館住房率更達 59.2 %。近年來巴京並有 Veneto Hotel 及 Country Yard Hotel 等新旅館開張。Bern 國際旅館集團所屬巴拿馬分公司已在巴

京運河區近郊興建美麗海灘（Playa Bonita）國際酒店投資 4,000 萬美元。以及於巴京近郊之 Clayton 區投資興建巴拿馬運河假日酒店。

B. 工業

巴拿馬 2006 年工業（包含製造業）之產值為 21 億 789 萬美元，其產值占 GDP 之 14.3％，較 2005 年增加 8.25％。其中製造業產值 10 億 6,660 萬美元（GDP 為 7.0％）。水、電、瓦斯等能源工業產值 4 億 4,460 萬美元（占 GDP 為 2.9％）。建築業產值 6 億 6,570 萬美元（占 GDP 為 4.4％）。

巴拿馬製造業主要以農牧產品加工業及民生用品產業為主，整體製造業並不發達，計有製糖、乳製品、菸酒、紙箱、電風扇、日用品、罐頭食品、水泥、鋸木及傢具、塑膠製品、造紙、成衣、飲用器皿及化學製品等。工業產品出口以藥品、食物調製品、乳製品、化學製品及金屬加工產品為主。至其他製造業因受到政策保護，尚能維持經營，惟因生產成本較高，需儘速提升技術，改善產業結構，以增強競爭力，否則隨時將為進口產品所取代。

C. 農林漁牧業

2006 年巴拿馬農林漁牧業產值共 11 億 8,560 萬美元（占 GDP 為 151 億 4,190 萬美元之 7.8％），較 2005 年增加 3.96％。其中農牧產值 6 億 6,530 萬美元（占 GDP 之 4.4％），漁業產值 3 億 6,210 萬美元（占 GDP 之 2.4％），礦產及林業產值 1 億 5,820 萬美元（占 GDP 之 1.0％）。

巴拿馬農產品主要為香蕉、稻米、菸草、可可，其次為椰子、咖啡、橡膠、玉蜀黍、糖、柑橘等，畜牧業主要為牛、羊、豬及家禽等。沿海漁業尚稱發達，以捕蝦為主，捕鮪業亦在發展中。林業以巴國東部 Darien 省山區所產桃花心木及紅杉木為主，近年推廣種植柚木。巴國農、牧產品出口以鮮瓜、魚（包括冷凍及生鮮）、香蕉、蝦類、牛肉、蔗糖、咖啡及蔬菜為大宗。

據巴拿馬審計署及農牧部研析，2006 年巴拿馬農業產品出口共 7,700 萬美元。其產品之 67％銷往歐盟國家，包括西班牙、英格蘭、德國、比利時、荷蘭和義大利，其餘 33％銷往美國、加拿大及和波多黎各等地區。2006 年出口之產品以瓜果類成長最佳，並以香蕉最為顯著，儘管受到歐盟提高香蕉進口關稅，以及香蕉園工會唆使勞工罷工影響收成，2006 年巴拿馬香蕉出口卻獲致近 5 年來最佳出口實績，較 2005 年增長 9.2％。根據巴拿馬工商部香蕉局研析，香蕉對外出口成長係由於大西洋沿岸香蕉出口所推動，該區香蕉出口較 2005 年增長 16.2％。另巴國 18 項瓜果如西瓜、香瓜、南瓜、黃瓜、木薯、薯蕷、芭蕉、絲瓜之出口表現不俗。

巴拿馬於第 7 屆中美洲綜合委員會與歐盟會議中續獲得普遍化優惠關稅待遇（GSP, Generalized System of Preference），自 2005 年 4 月 1 日起生效，可免稅輸銷歐盟之產品共有 20 項，包括鮪魚、蜜瓜、西瓜、鳳梨、咖啡、可可、冷藏魚

類、冷凍魚類、皮革、樹薯、龍蝦、蝦類等；其餘產品亦可獲關稅調降之優惠，有助於巴拿馬農產品輸銷歐盟市場。

據巴拿馬農牧部（MIDA）及非傳統農產品出口商協會（Gantrap）聯合執行之國家出口計劃（National Export Program）評析，巴拿馬 2006-2007 農業年度（Agricultural year）出口至歐美之非傳統農產品應可穩定成長。增加項目如香瓜、西瓜、南瓜、樹薯、山藥、鳳梨、木瓜以及紅椒等。但巴拿馬銷往歐洲之大宗產品香蕉因受歐盟大幅提高進口關稅影響，2007 年實際出口實績有待觀察。

在投資環境方面，巴拿馬係以服務業為主之國家，服務業占經濟活動比重約 77.90％，境內以金融、轉口貿易、航運、倉儲、旅遊等產業居多，製造業所占比率偏低，惟巴拿馬政府歡迎外人前來投資生產事業，如電器電子裝配、家具製造、塑膠、食品及農漁業產品加工等，均有其發展空間。

巴拿馬位居世界交通要津，巴拿馬運河為兩洋貿易必經之地，地理位置優越，巴國政府對外人投資或公司登記規定十分簡便，除零售業及餐廳外，對外人投資項目甚少限制，又為國際金融中心，國內外銀行共 87 家，巴國境內直接使用美元，無匯率風險，亦無外匯管制，資金進出便利。

巴拿馬為獎勵投資，凡投資從事外銷工業、內銷替代工業並設廠於指定之自由區或特區，均可享受免徵進口關稅、出口稅、財產稅及減免所得稅等優惠，另為鼓勵非傳統出口產品外銷，設有外銷稅折讓券（CAT），按外銷產品之國內附加價值 15％發給證明，准予抵繳各項稅捐，此項折讓券可以背書轉讓。

美國已於 1999 年 12 月 31 日交還巴拿馬運河，區內土地建物及設施完善，巴國積極開發利用運河區土地及設施，目前已有數個國際財團向巴國政府提出各項有關貨櫃碼頭、貨物轉運中心、觀光旅遊中心、購物中心、飛機維修中心及加工出口區等大型開發計畫。另外，巴拿馬政府開發「智慧城」（Ciudad de Saber）吸引知識密集產業與國際組織進駐。

⑵當地台商投資概況

依據我國官方統計資料，截至 2006 年 12 月止，台商在巴拿馬投資金額約 11.99 億美元左右，投資廠商約 67 家。個別投資規模以長榮集團最大。台商多從事進口及轉口貿易業，占 45％，集中在箇郎自由貿易區內，進出口貨物以汽車零配件、成衣、鞋類、鐘錶、眼鏡、化妝品、自行車、小五金、禮品、雜貨等為主，由於競爭激烈，採薄利多銷方式經營，資本額不大，多在 20 萬美元上下。主要行銷哥倫比亞、委內瑞拉、厄瓜多爾、中美洲及加勒比海地區。製造業則集中於大衛堡加工出口區，生產包裝用塑膠泡膜、塑膠桌椅、電風扇組裝及紙箱生產等。其餘則為從事金融、餐飲、批發、零售、漁撈及汽車維修等業。

⑶當地台商協會運作情形

「巴拿馬台灣商會」是巴拿馬最主要的台商組織。該會成立於 1977 年 5 月 3

日，現有會員 47 個，除每年定期舉辦各項聯歡活動外，對凝聚台商向心力、樹立台商正面形象，貢獻頗多。

表 2-39　我國歷年在巴拿馬投資統計

（單位：百萬美元）

年度	件數	投資金額
1959-1989	7	11.27
1990	0	0.00
1991	0	0.00
1992	0	0.00
1993	1	10.00
1994	3	85.38
1995	0	15.00
1996	6	64.13
1997	10	138.73
1998	4	45.07
1999	9	222.66
2000	12	212.10
2001	2	5.65
2002	2	66.68
2003	3	169.09
2004	0	55.57
2005	0	0.00
2006	2	8.99
2007	6	88.60

資料來源：中華民國經濟部投資審議委員會、投資業務處。

4. 小結

巴拿馬投資其主要優點包括：巴拿馬運河為兩洋貿易必經水道、地理位置重要；巴國政府對外人投資限制少且公司登記十分簡便；使用美元無匯兌風險、外匯亦無管制。然投資巴國必須面對技術勞工缺乏、工資偏高、周延之勞工法保護，基礎工業薄弱，欠缺衛星工業支援，甚至時有電力供應不穩等情形。

大體而言巴拿馬投資環境尚稱良好，若就台商投資巴拿馬之前景而言，仍應考量以下事項：

第一，台商赴巴投資應先考量語言文化等差異，以及拉丁美洲國家缺乏技術性勞工、相關產業配合不足、勞工法對勞工保護過度、行政及生產效率較低及電力供應不穩等問題。另巴拿馬經濟以服務業為重心，製造業尚待起步，工資較中

美洲鄰國為高，又缺周邊衛星工廠配合，不利發展勞力密集型產業。但是巴拿馬位居世界交通要津，境內金融、貿易、倉儲及航運等服務業發達。巴國對外人投資或公司登記規定十分簡便，除零售業及餐廳外，對外人投資項目甚少限制。箇郎自由貿易區為西半球最主要之自由貿易區，值得我廠商考慮設立分公司或發貨倉庫，作為拓銷中南美市場之據點。

第二，巴國除提供多項投資免稅優惠獎勵外，並與我國簽有自由貿易協定及投資保障協定，台商可妥為運用各項獎勵優惠條件，將我國較不具競爭力之產業，如：塑膠、電子、電器、家具、玩具、鞋類及農漁產品加工等產業移往巴拿馬投資，除可利用巴國為跳板轉銷美歐等國外，亦可拓銷中南美市場。另外，農產及食品加工業、資訊業、金融服務業、觀光旅遊業亦頗適宜台商前往投資。

第三，近年來巴拿馬政府鼓勵發展觀光旅遊資源，歡迎外人赴巴投資，除頒布觀光業獎勵法及造林業獎勵法外，更積極發行巴國觀光旅遊資料，對外宣傳巴國豐富之觀光資源，因此與旅遊及觀光有關行業舉凡餐廳、汽車旅館、休閒度假屋、飯店、旅行社、育樂中心等，均值得我國廠商考慮投資。

第四，台巴於 1992 年 3 月 26 日簽署「中華民國與巴拿馬共和國投資待遇及保護協定」，並自同年 7 月 14 日起生效實施，確保台商在巴拿馬投資權益。

第五，我政府為協助友邦招商，鼓勵國人前往巴國投資，利用外交部「鼓勵業者赴有邦交國家投資補助辦法」及國合會「辦理民間業者赴有邦交國家投資授信保證處理辦法」所訂相關措施資助投資廠商。現又大力推行榮邦計畫，提供赴巴投資台商多項優惠及獎勵措施，實值國內廠商善加利用。

(二) 巴西

1. 總體經濟情勢分析

依據世界銀行公布統計資料顯示，該國 2007 年國民生產毛額達 1 兆 3,141 億美元，為世界第十六經濟大國，每人平均國民所得達 5,910 美元。2007 年巴西之經濟成長率 5.4%，超過國際貨幣基金所估計之 2007 年全球成長率 4.9%，及與巴西政府原訂目標之年成長 5%。

巴西地理暨統計協會指出，巴西 2006 年之家庭消費金額共計 1 兆 402 億巴幣（約為 6,461 億美元），固定資本形成額 3,901 億巴幣（約 1,797 億美元），政府消費金額 3,178 億巴幣（約 1,464 億美元），稅收 3,231 億巴幣（約 1,489 億美元）；以產業來區分，工業 2006 年之產值為 4,534 億巴幣（約 2,089 億美元），農牧業為 1,028 億巴幣（約 474 億美元），服務業則達 1 兆 2,787 億巴幣（約 5,893 億美元）。

以產業別而言，2006 年以農牧業表現最佳，成長 4.1%。工業成長 2.8%，其中以礦採業之石油天然氣成長 5.1%及鐵礦業成長 10.9%最為突出。建築業成長 4.6%，製造業微幅成長 1.6%。服務業總體成長 3.7%，其中金融服務業之 6.1%及配銷業之 4.8%成長最高。巴西服務業 2006 年之產值達 1 兆 2,787 億巴幣（約 5,875 億美元），占該國 2006 年國內生產毛額 55.05%，巴西農牧業及工業之產值分別為 1,028 億巴幣（約 472 億美元）及 6,179 億巴幣（約 2,839 億美元），分別占該國 2006 年國內生產毛額 4.43%及 26.60%。2006 年巴西之稅收達 3,231 億巴幣（約 1,484 億美元），占巴西 2006 年國內生產毛額 13.91%。

以所得部門別相較，家庭消費成長 4.3%，此部分已連續 3 年持續成長。其因素包括實質所得成長 5.6%，及消費信貸成長 29.9%。政府支出成長 3.6%。資本支出（即固定資本形成額）成長 8.7%亦是引人注意的項目，機械暨設備之產量及進口量較 2005 年成長 16.8%，被視為是造成巴西 2006 年增加投資之主因。

在對外貿易方面，依據巴西工商部統計資料，巴西 2007 年之對外貿易金額共計 2,812 億 7,600 萬美元，其中進口值為 1,206 億 2,700 萬美元，出口值為 1,606 億 4,900 萬美元。

在進口國家排行榜方面，2006 年美國以 146 億 9,118 萬美元之進口金額居首，依次為阿根廷（80 億 5,651 萬美元）、中國大陸（79 億 8,909 萬美元）、德國（65 億 283 萬美元）、奈及利亞（38 億 8,459 萬美元）、日本（38 億 3,939 萬美元）、南韓（31 億 645 萬美元）、智利（29 億 797 萬美元）、法國（28 億 3,679 萬美元）及義大利（25 億 6,962 萬美元），我國以 17 億 4,865 萬美元排名第 12 位。

在進口貨品之金額比較方面，原油是巴西 2006 年向外採購花費最高的產品，

達 90 億 8,654 萬美元，電路板及其電子組件以 29 億 1,217 萬美元居次，通訊接收器零組件以 28 億 3,342 萬美元排名第 3，而汽車及農業拖曳機之零組件以 24 億 9,133 萬美元排名第 4，藥品及汽車則分別 23 億 8,546 萬美元及 19 億 1,413 萬美元排名第 5 位及第 6 位。

在出口市場排行榜方面，美國亦以 244 億 3,132 萬美元的出口金額，成為巴西貨品之最大銷售市場，阿根廷以 117 億 1,381 萬美元居次，中國以 83 億 9,952 萬美元排名第 3，其次依序為荷蘭（57 億 4,386 萬美元）、德國（56 億 7,531 萬美元）、墨西哥（44 億 4,037 萬美元）、智利（38 億 9,597 萬美元）、日本（38 億 8,393 萬美元），我國以 7 億 5,901 萬美元排名第 36 位。

鐵礦砂是 2006 年巴西出口金額最高的產品，達 89 億 4,887 萬美元，原油衍生物以 68 億 9,428 萬美元居次，黃豆及黃豆粉以 56 億 6,342 萬美元排名第 3，汽車以 45 億 9,728 萬美元排名第 4，其次依序分別為粗蔗糖（39 億 3,580 萬美元）、飛機（32 億 4,139 萬美元）、牛肉（31 億 3,443 萬美元）、汽車零組件（29 億 5,326 萬美元）、咖啡豆（29 億 2,819 萬美元）、雞肉（29 億 2,263 萬美元）。

最後，在與我國雙邊互動關係方面，依據我國財政部統計資料顯示，我國 2007 年出口至巴西 16 億 6,970 萬美元，較 2006 年之 12 億 8,587 萬美元成長 29.8%；2007 年我國自巴西進口 13 億 4,177 萬美元，較 2006 年之 10 億 6,588 萬美元增加 25.9%，30 億 1,147 萬美元的雙邊貿易額，創下歷年來最高紀錄。

2007 年我國對巴西之出口大幅成長係因我國對巴西之出口轉型成功所致，金磚 4 國之經濟發展論調已引起我國業者對巴西之注意，我國若干大型企業已積極拓展巴西市場，在當地投資設立組裝工業並自我國採購零組件，以投資帶動貿易；此外，我國對巴西出口之產品亦逐漸以附加值較高且具特別技術之產品為主，此類產品之銷售造成我國與及其他競爭對手之市場區隔，例如我國金屬綜合加工機及工具機，憑著功能及品質較為佳的優勢，再加上業者已克服維修及融資 2 大瓶頸，遂使出口金額於 2006 年分別達 1,521 萬美元及 1,316 萬美元，成為我國外銷巴西之第 18 大項及第 19 大項產品。

在我國出口之產品方面，監視器零件為 2006 年向我國採購金額最高之產品，達 1 億 9,365 萬美元，積體電路及微組件以 1 億 6,306 萬美元居次，數位自動資料處理機零件以 6,265 萬美元排名第 3，石油或瀝青製成之礦物質製品以 6,248 萬美元居第 4 位，而聚縮醛，其他聚醚及環氧樹脂以 5,538 萬美元排名第 5 位。

在 2006 年我國自巴西進口產品中，鐵礦石之採購金額最高，達 4 億 1,420 萬美元，黃豆以 1 億 2,582 萬美元居次；鐵半成品以 1 億 2,556 萬美元排名第 3，排名第 4 及第 5 分別為生鐵及牛皮革。

表 2-40　巴西基本資料表與總體經濟指標

地理位置	北與委內瑞拉、哥倫比亞、蘇利南、法屬圭亞那、蓋亞那為鄰，西與秘魯、玻利維亞接壤，南與巴拉圭、烏拉圭及阿根廷為界。		
首都（府）主要城市	巴西利亞		
國際機場（座落地點與名稱）	聖保羅國際機場		
重要港埠（座落地點與名稱）	Santos（山多士）、Rio de Janeiro（里約熱內盧）、Paranagua（巴拉那瓜）、Rio Grande（里約葛蘭多）、Salvador（薩爾瓦多）		
面積（平方公里）	8,511,965		
人口數（人，2008 年）	191,908,598		
人口密度（人／平方公里）	23		
華人數（人，2007 年）	155,694		
華人所佔比例（%）	0.08		
台僑人數（人 ,2007 年）	141,345		
台僑所佔比例（%）	0.074		
匯率（Real 兌美元）	1.771：1（2007.12）；貨幣單位＝黑奧（Real）		
	2005	2006	2007
消費者物價上漲率（%）	6.8	4.2	4.6
經濟成長率（%）	3.2	3.8	5.4
失業率（%）	9.4	8.4	9.3
國內生產毛額（億美元）	7,957.76	10,704.23	13,135.9
平均每人國民所得（美元）	4,382	5,731	5,910
出口值（億美元）	1,185.29	1,378.07	1,606.49
進口值（億美元）	736.00	913.51	1,206.27
對我國之出口值（億美元）	1,216,347	1,065,887	1,341,776
自我國之進口值（億美元）	1,017,435	1,285,877	1,669,703
對我國之貿易餘額（億美元）	198,912	-219,990	327,927
對我國之主要出口產品	鐵礦、黃豆、小客車、提煉黃豆油所產之油渣餅、傳動零組件、鞋類及其零件、紙漿、咖啡、鐵或非合金鋼之半成品、機動車輛之零配件、活塞引擎之零件等		
自我國之主要進口產品	無線電話（報）、雷達、電視接收器及其零組件、石油腦、積體電路及微組件、機動車輛之零配件、無線電話（報）、燃料油、醫藥品、小客車、自動資料處理機及其附屬單元、電視接收器及其零組件、活塞引擎之零件、雜環化合物等		
外匯存底（億美元）	1803.34（2007.12）		

資料來源：中華民國僑務委員會、財政部統計處、巴西工商部貿易局（SECEX）、國家統計局、世界銀行、IMF。

2. 當地華人經濟

巴西北與委內瑞拉、哥倫比亞、蘇利南、法屬圭亞那、蓋亞那為鄰，西與秘魯、玻利維亞接壤，南與巴拉圭、烏拉圭及阿根廷為界。總國土面積 851 萬 1,965 平方公里，2007 年人口總數約 1 億 9 千萬人，主要城市有巴西利亞、聖保羅、里約、薩爾瓦多、古里吉巴、海息飛、愉港、福斯等城市。據我駐巴西代表處推估 2007 年華人人口數近 16 萬人，其中 10 餘萬居住在聖保羅地區，大部分來自台灣，估計台商約達 3,100 多家。

華人主要聚集在聖保羅及里約兩地，其中聖保羅達 10 餘萬人，里約也有 1,000 餘人。當地華人主要從事於製造業、批發零售業、百貨業、餐飲業、進出口貿易、礦業及華語補習班。擔任職務多是企業負責人、經理、醫師、律師、工程師、教師及公務員等。

在與當地政府互動關係方面，自台僑第 2 代子弟威廉巫當選巴西聯邦眾議員後，我僑社已逐步與巴西中央政府建立聯繫與互動關係。另在與當地社會互動關係上，僑台商經常舉辦慈善活動，例如巴西佛光協會、世界華人工商婦女企管協會巴西分會以及慈濟巴西聯絡處均有眾多僑商企業家參與，在每年冬令時節（約 6 月、7 月間）展開慈善活動救濟巴西貧苦階層民眾。此外巴西華僑慈善基金會係由成功僑商企業家劉國華先生所領導，結合全僑力量，每年均配合國內慈善團體舉辦輪椅捐贈活動，獲得巴西社會普遍之好評。

3. 當地台商投資情形

(1) 當地產業發展及投資環境

在產業發展方面，紡織業、機械設備、電子工業、機車工業、汽車工業、汽車零組件工業、資訊工業、自行車工業，及藥品工業，是巴西九大主要發展產業，相關發展概況分述如下：

A. 紡織業

2006 年巴西紡織工業出口 20 億 8,000 萬美元，較 2005 年衰退 5%；進口 21 億 4,000 萬美元，較 2005 年成長 41%，逆差金額達 6,000 萬美元，這是在 2001 年當年產生貿易逆差之後，巴西紡織工業再度出現貿易逆差。2001 年巴西係因進口紡織原材料之數量多而造成外貿赤字，而 2006 年造成巴西紡織業外貿逆差之主因不同於 2001 年，為紡織製成品進口數量多所致。

在出口部分，目前巴西紡織業外銷之產品大多為低價位產品，譬如：成衣 FOB 價平均為每公斤 20 美元，布為每公斤 5 美元，而床單及浴巾之外銷金額大多為每公斤 1.1 美元。在進口方面，巴西紡織工業公會（Associacao Brasileira da Industria Textil – ABIT）指出：部分進口產品確實申報進口金額，但尚有許多產

品係透過低報、更改進口價格等非正常管道流入巴西，以規避進口關稅障礙，在非正式管道流入巴西之紡織品中，以中國大陸之產品備受關注，大陸官方資料宣稱有 2 萬 8,000 公噸之紡織品銷入巴西，但巴西海關的統計紀錄僅有 1 萬 5,400 公噸。

巴西紡織工業公會（ABIT）預估：巴西紡織業 2007 年之市場情況將與 2006 年相類似，仍將是進口金額遠超過出口金額的局面，因為 2007 年巴西幣兌美元匯率仍將繼續高估，不利於巴西紡織品外銷，反而有助於進口貨成本降低，因此 2007 年巴西市場對國外紡織品之需求持續熱絡。

B. 機械設備

據巴西機械工業同業公會的統計，2006 年巴西機器設備產業營業額 252 億美元，較 2005 年的 231 億美元成長 9.09％。2006 年巴西機器設備進、出口金額分別為 98 億美元及 96 億美元，較 2005 年的 84.9 億美元和 86 億美元，分別成長 13.8％及 11.6％。目前巴西工具機、塑膠機進口來源以歐洲的德國、義大利、瑞士、日本、台灣、及南韓為主。

巴西金屬加工機械雜誌（M&M）曾向 6,376 家公司進行調查的結果顯示：在近 5 年中，巴西製造業使用傳統型機器的數量僅增加 2.5％，但使用電腦數控工具機的數量增加了 65.04％，充分顯示巴西產業界亦和世界其他地區一樣，近年來偏向採用電腦數控工具機。此外，受調查的 6,376 家公司共擁有 18 萬 8,856 台機械，在這些機械中，傳統型機器多達 16 萬 8,462 台，其餘為電腦數控工具機，這些機器的機齡未超過 4 年者占 18.34％，機齡介於 5-9 年占 31.46％，機齡介於 10-19 年占 33.50％，而機齡超過 19 年者占 16.70％，顯示巴西機器老化的比例仍高，而近期計劃採購機械的廠商中，欲購買 CNC 機械的比例達 60％。目前我國對巴西之機械出口亦以工具機為主。

C. 電子工業

2006 年巴西電子、電器業工業產值約為 484 億 8,200 萬美元（1,056 億 7,009 萬巴幣），出口 89 億 5,000 萬美元，進口 186 億 8,000 萬美元，逆差 97 億 3,000 萬美元，較 2005 年 73 億 7,000 萬美元之逆差金額增加 32％，

2006 年巴西電子、電器業進口產品項目中，最大宗為電子電器零組件，達 117 億 5,920 萬美元，不但占巴西電子、電器業 2006 年進口總金額的 63％，亦較 2005 年之 96 億 1,720 萬美元成長 22.3％；在電子電器零組件 2006 年進口金額中，用於電子通訊之零組件進口金額達 24 億 2,000 萬美元，較 2005 年 17 億 4,500 萬美元成長 39％；用於資訊產品之零組件進口金額亦達 21 億 7,700 萬美元，較 2005 年 15 億 9,800 萬美元成長 36％。以供應區域來比較，東南亞仍是巴西電子、電器業之主要供應來源，總金額達 116 億美元，最大供應來源為中國，金額達 45 億美元；按巴西工商部公布之資料，巴西 2006 年自我國進口之電子、

電器產品及其零組件（以進出口貨品分類號別第 85 章為主）之金額達 8 億 9,626 萬美元。

巴西電子科技水準，較美國及歐、亞洲國家為低，因此該國自國外進口大批零組件的情況，在數年內仍不會改變。目前，巴西幣對美元的兌換率高估，有利於進口，因此預計巴西 2007 年自國外進口電子、電器零組件之金額，將超過 2006 年。

D. 機車工業

巴西摩托車業 2006 年展現亮麗的產銷業績。巴西雙輪車業同業公會（Abraciclo）公布的統計資料顯示：巴西 2006 年全年之摩托車製造數量達 141 萬 3,062 輛，較 2005 年成長 16.3%，其中產量最高的月份為 8 月，達 14 萬 3,472 輛。售價降低，大眾化車種的增加及分期付款方式放寬等因素，被視為是巴西摩托車業 2006 年銷售業績攀升之主因。

目前巴西較著名的摩托車製造計有 Honda、Yamaha、Sundown、Kasinski 及 Harley-Davidson 5 家公司，其中 Honda 公司 2006 年的內銷量達 101 萬 8,634 輛，占此期間巴西內銷總數的 80.3%，而外銷量亦達 11 萬 9,019 輛，占此期間巴西外銷總數的 72.8%，所以巴西的摩托車市場可說幾乎被 Honda 公司所壟斷。外國許多業者曾試圖將摩托車銷進巴西，但除需克服巴西政府繁瑣的摩托車性能之安全檢查外，亦需突破 Honda 公司根深蒂固局面，因為 Honda 公司的維修據點幾乎遍布全巴西，而且 Honda 已是巴西知名的品牌，所以國外業者須在維修及提昇品牌知名度方面多下功夫，否則難在巴西市場生存。不過，儘管巴西摩托車市場幾由 Honda 公司所壟斷，但 Honda 摩托車售價遠較進口摩托車昂貴及巴西約 1 億 8,500 萬人口的市場潛力，仍給予許多外國業者欲在巴西市場躍躍一試，與 Honda 公司較勁的動機。

E. 汽車工業

巴西汽車製造商同業公會（Anfavea）日前指出：貸款利率的降低、條件的放寬及汽車能同時使用酒精及汽油兩種燃料之技術研發成功及廣泛應用，使巴西 2006 年全年的汽車內銷量共計達 192 萬 8,000 輛，較 2005 年成長 12.4%。

F. 汽車零組件工業

巴西汽車工業 2006 年之汽車產量共計 260 萬 6,320 輛，較 2005 年的 252 萬 8,300 輛，成長 3.08%。由於巴西汽車組裝廠使用之汽車零組件數量占巴西汽車零組件每年銷售量 55%以上，因此 2006 年巴西汽車零組件工業營業額隨汽車產量增加，較 2005 年成長 3%，為 245 億美元；而進口金額由 2005 年的 24 億 7,772 萬美元，增加至 2006 年的 24 億 9,133 萬美元。

由於汽車零組件品質涉及汽車安全性，因此汽車廠對於其零組件供應商之篩選十分嚴謹，除國際通用的品質認證外，大部分汽車廠擁有自有的品質認證標準

及檢驗程序，要進入原廠汽車零組件供應體系不容易，在汽車原廠 OEM 方面，比較容易切入的為汽車電子產品，包括 GPS、倒車感應器、汽車影音系統等。

此外，巴西汽車組裝廠亦是我國汽車零組件業廠商極力拉攏的對象，經多年的努力仍徒勞無功，不過，目前歐元兌換美元強勢，巴西汽車廠都有捨歐洲往亞洲找供應商之想法，因此我國汽車零組件安全規格合乎組裝車廠之要求，仍有找到巴西合作車廠的機會。

G. 資訊工業

2006 年巴西電腦銷售量共計 830 萬台，較 2005 年的 570 萬台成長 46％，2007 年估計將增至 1,100 萬台，巴西電腦市場銷售情況的熱絡，使巴西資訊業於 2006 年 10-12 月曾出現零件短缺的情況，因為巴西電腦製造商原先未預計到市場銷售會劇幅攀升，遂未增訂零件，而且巴西的電腦零件大多來自亞洲，由貨輪運至巴西，為因應路途之遙遠，巴西電腦製造商都在零件使用的前半年，就預估所需之零件數量並下單，但 2006 年之電腦銷售榮景確實是巴西電腦製造商所始料未及，2006 年第 4 季遂出現零件欠缺的情況。

據巴西電子電器業同業公會（Abinee）公布之統計資料顯示，巴西資訊業 2006 年之進口金額約達 13 億 1,600 萬美元，較 2005 年的 10 億 1,700 萬美元成長 29％。

造成巴西資訊業榮景之主因係巴西政府於 2005 年年底對資訊業提供稅賦獎勵措施，以及巴西政府於 2007 年初頒布的成長加速計畫（PAC）中，將電腦列入免繳員工分紅計畫存金（PIS）及社會保險捐助金（Confins）兩種稅捐的項目，使巴西電腦售價不斷下降，更普及化。據統計，巴西家庭擁有電腦的比率由 2004 年的 8％提高至 2006 年的 18.6％；2006 年約有 350 萬名消費者購買電腦，其中生平第一次購買電腦之消費者有 220 萬名。預期巴西資訊業在 2007 年進口需求仍十分強勁，我電腦零組件業者不宜錯失良機。

H. 自行車工業

2005 年巴西自行車生產量達 520 萬輛，較 2004 年的 500 萬輛成長 4％，其中一半為巴西大型自行車生產商所生產。目前巴西每年生產 40 萬輛自行車之大型自行車生產商共有 4 家公司，年產量在 5 萬至 40 萬輛自行車之中型自行車生產商則有 20 家，而年產量在 5,000 至 5 萬輛自行車之小型自行車生產商則有 100 家，而自行車零組件工業業者則超過 220 家。該行業共僱用 11 萬 7,550 名員工，其中自行車組裝工業僱用 4,650 名員工；自行車零組件工業僱用 1 萬 5,000 名員工；自行車零售業則僱用 9 萬 5,100 名員工。

目前巴西全國自行車使用量估計達 6,500 萬輛，其中東南部地區占 44％、東北部地區占 26％、南部地區占 14％，而北部地區及中西部地區分別占 8％。在自行車使用用途方面，用於交通工具占 53％、青少年使用占 29％、而運動用途則只

占 18%。

I. 藥品工業

巴西藥品工業同業公會（Febrafarma）公布統計資料顯示：目前設在巴西境內之本國及外國資本藥廠共計 267 家，這些公司本身生產或從國外引進之藥品銷售金額，2006 年達 108 億美元（約 237 億 8,000 萬巴幣），較 2005 年之 222 億 3,000 萬巴幣成長 6.94%，以數量來比較，巴西國產及進口藥品 2006 年之銷售數量共計 16 億 6,000 萬盒，較 2005 年成長 3.13%，2007 年藥品之銷售量可較 2006 年成長 4%。觀察家認為：藥品工業透過實驗室，用相近之材料製造治療效果相類似，而售價較低廉之「大眾化藥品」（Medicamento Generico）係造成 2006 年巴西藥品銷售量增加之主因；大眾化藥品 2006 年之銷售金額達 10 億美元，數量為 1 億 9,400 萬盒。

在 20 年前，巴西許多國產藥品在本國市場之占有率約為 30%，巴西政府於 1990 年代取消藥價管制政策後，巴西藥品工業遂在藥品研發方面加強投資，而國產藥品在本國市場之占有率因而逐漸提高，2005 年為 39%，2006 年約為 43%，2007 年估計可達 45%。

在投資環境方面，巴西經濟以內需市場為主，對外貿之依賴甚低。長期以來，政府為扶植本國產業，對外資向採歧視性待遇。然 1990 年代起，為改善其經濟體質，增強其產業競爭力，已逐漸改採較為開放之政策，並著手修改種種歧視外資之措施。基於此一背景，巴西並不單獨對外資提供融資或稅賦優惠，但巴西及南美共同市場（Mercosur）卻提供投資者一廣大且被保護之內需市場。故外人在巴之投資生產，大都以供應內銷市場為主。

在投資獎勵政策方面，巴西對投資之獎勵包括由融資優惠、稅賦（含關稅）減免、及免費提供工業用地等構成一獎勵組合。大多數獎勵本國和外國公司均可享用，但某些獎勵僅限本國公司方得享有。投資獎勵大都依個案方式由有權給予優惠之機關分別審核，程序頗為繁瑣。除此之外，聯邦政府依法也提供一些通案性優惠。較值得一提的有瑪瑙斯自由貿易區（Zfm, 電腦產品之生產，工業發展計畫（Pdti）及開發偏遠地區（Sudene 和 Sudam 區）等投資獎勵措施。

然而，巴西龐大的債務是經濟發展上的包袱，巴西內債係由國內的公私銀行向政府購買公債作為投資而來，而銀行的資金來源全為巴西民間企業及大眾之存款，因此巴西全民即是政府內債之間接債權人。所以，正當阿根廷宣稱要求減債之時，巴西政府則再三強調絕不宜與公債債權銀行商談減債事宜。

因此，前任卡多佐總統一再向國際貨幣基金簽訂借款協定，至 2003 年借款期滿後，現任魯拉總統決定仍續予延長，其主要目的即是向國際金融機構宣示即使巴西沒有償債能力時，也不會宣布停止償付債務，只會再向國際貨幣基金借款來還債。由此一來，巴西國際債信日益提高，已由 2003 年初的風險指數 1,539%降

到年底的 477%。

不過為了符合國際貨幣基金的貸款條件，財政初級盈餘需達 3.75%。巴西政府的方法一是開源，即加重稅捐，二是節流，即刪減財政支出，結果導至 2003 年經濟只有 0.3%的成長，而債務金額則從占國民生產毛額的 55.5%上升至 57.7。

2005 年底開始，聯邦政府加快回收外債債券速度，巴西已於 12 月 21 日及 22 日分為 20.4 億美元及 134 億美元兩次全數提前償還國際貨幣基金 2007 年到期之 155 億美元之低利貸款。

巴西並再於 2006 年 1 月提前全數清償巴黎俱樂部貸款。所謂巴黎俱樂部貸款係前 80 年代拉美金融危機時，各國為挽救拉美各國不良債權，而由債權國及銀行所提供之貸款，原於 2006 年年底到期，巴西尚餘 26 億美元之貸款。

巴西外匯準備從 2005 年初之 527 億美元，增加到 12 月間之 670 億美元，因此巴西現已有能力提前償還國際貨幣基金和巴黎俱樂部之貸款，將可降低國家風險，提升外資對巴西之信心。2006 年初至 2 月 9 日止，贖回的外債金額約 23 億美元，國庫主任 Joaquim Levy 認為政府應把握當前國際金融市場平穩，資金充足的機會改善外債。金融界認為，中央銀行目前的外匯存底約 570 億美元，可調用其中一部分以償還外債，無需提升利率以吸收美元。

⑵當地台商投資概況

外商投資額。依巴西中央銀行之統計資料顯示，各國在巴西直接投資之累計金額至 1995 年以前達 416 億美元，近年來由於採取對外投資開放之政策，而且推動大規模之公營企業民營化，大量吸引外國投資，至 2000 年的 5 年間已吸引到 613 億美元之外人投資，累計到 2000 年為止，外人投資額已達 1,030 億美元，累計到 2005 年為止，外人投資額已達 1,941 億美元。

2005 年外人直接投資額為 190 億美元，較 2004 年略減。2004 年外人直接投額為 202 億美元，較 2003 年外人直接投額 129 億美元大幅成長，擺脫 2003 年外人投資之低潮。2002 年巴西的外資投資額共計 188 億美元，2001 年則為 210 億美元。

截至 2007 年 12 月止，我國歷年來在巴西累計投資金額達到 6,301 萬美元。其中，我國於 2007 年在巴西的投資案共計 4 件，總金額 395 萬美元，投資金額並不高。

另在台商事業地點分布方面，大聖保羅區約 2,600 家台商，餘 400 家散布各地，近年來除 Minas 州有一些新進台商企業前往設廠投資外，餘無太大變化。新進來巴投資之國內廠商較具規模者有鴻海（與富士康合作，生產手機及資訊產品零組件），其僱用員工人數均在 800 人至 1,000 人左右之規模。

此外有唯冠國際投資的 Proview、大眾電腦（生產電腦，由大眾電腦、飛宏科技和巴西企業合資設立）、金橋電子（生產電腦週邊設備）、Braview（生產電腦

監視器）、Princes（生產自行車）、Royal Max do Brasil（生產機車鍊條）、Tainan Industria（生產不織布）以及 D-Link 友訊（資訊產品）等近 10 家廠商，其中以鴻海仍持續擴廠，其規模應屬最大。

表 2-41　我國歷年在巴西投資統計

（單位：百萬美元）

年度	件數	投資金額
1959-1989	0	0.00
1990	0	0.00
1991	0	0.00
1992	0	0.00
1993	0	0.00
1994	0	0.00
1995	0	0.00
1996	0	0.00
1997	2	3.02
1998	1	0.10
1999	1	9.80
2000	2	7.29
2001	2	14.38
2002	0	16.25
2003	0	7.40
2004	1	0.51
2005	0	0.00
2006	1	0.32
2007	4	3.95

資料來源：中華民國經濟部投資審議委員會、投資業務處。

(3) 當地台商協會運作情形

當地僑團亦常透過聯誼會、講座等活動，拓展與聯繫各地台商。其中，2006 年曾舉辦巴西台灣商會會員大會、青商會台巴經貿座談會，2007 年舉辦巴西台灣商會會員大會、標準公司全球經濟趨勢講座。迄 2007 上半年止，巴西台灣商會約達 180 人（巴西台灣商會，採理監事制，為一聯誼團體，每 2 年改選理監事及會長、監事長，充分發揮凝聚台商團結與向心之功能）。

(4) 成功僑台商案例介紹

鴻海集團手機事業群已於 2005 年下半年於巴西設立手機製造廠，目前在巴西僱用員工人數在 800 人至 1,000 人左右之規模。另知名台商有輸出入銀行、唯冠

國際投資的 Proview（生產電腦監視器，現為巴西監視器第二大廠）、巴西大眾電腦（生產電腦，由大眾電腦、飛宏科技和巴西企業合資設立）、金橋電子股份有限公（生產電腦週邊設備）、長青實業（生產化妝品和紙尿片）、Braview（生產電腦監視器）等。在巴西瑪瑙斯自由貿易區內設廠生產的我國廠商除唯冠外，另有 Princes（生產自行車）、Royal Max do Brasil（生產機車鍊條）及 Tainan Industria（生產不織布）四家公司。自 2003 年金磚四國引起我國業者對巴西之注意後，我國業者已開始從尋找進口商的傳統模式跳出，直接在巴西投資成立組裝工業，自我國進口零組件，例如 Proview、鴻海等均在巴西瑪瑙斯設有組裝廠，Mircostar 亦在敏納斯州設有組裝廠，D-Link 在巴西成立分公司，Asus 和精英電腦亦已赴巴西考察，準備在巴西成立分公司直接投資生產或設立辦事處，不僅提升競爭力，亦同時帶動增加進口我國零組件。

4. 小結

在經濟成長率方面，巴西 2007 年經濟成長率雖達 5.4%，但能否在 2007 年至 2010 年間大幅提升巴西 GNP 成長率，一直是魯拉總統在第 2 次任期中最希望達成之施政目標。為此，魯拉政府已於 2007 年元月頒布「成長加速計畫」（PAC），並期望透過此計畫，將巴西 2007 年至 2010 年的公民營投資金額增至達 5,040 億巴幣，也期望巴西 2007 年國民生產毛額成長 4.5%，而 2008-2010 年每年成長 5%，惟 PAC 是否能推行成功，其計畫推行要點尚待巴西國會及政商界人士之支持。

在物價方面，為控制通貨膨漲率，魯拉政府仍沿用前任政府實施的高利率政策，雖然此政策讓巴西的通貨膨漲率逐年下降，由 2002 年的 12.53%降至 2007 年之 4.6%，但是目前資金利率 11.98%之利率（實質利率 7.38%）仍高居全球首位，若巴西政府繼續實施高利率政策，巴西之總體消費力勢必繼續被壓縮，對達成國民生產毛額年成長 5%之目標，亦將是一大障礙，因此巴西政府應會繼續降低貸款實質年利率。

在政府支出方面，如何減少公共開支是魯拉政府刻不容緩的問題，2006 年巴西政府公共開支為 5,890 億巴幣，較 2005 年的 5,042 億巴幣增加成長 16.81%，為減少公共開支，魯拉政府有必要在社會福利制度等項開支方面著手。

在公共開支逐年增加的情況下，巴西國民的稅賦負擔亦將逐年加重，目前巴西的年稅收額約占國民生產毛額的 37.37%，等於每名巴西人為支付稅賦每年需替巴西政府工作 4 個月又 25 天，因此巴西各界均期望魯拉政府在稅賦方面進行改革。

在匯率表現方面，巴西幣是否大幅貶值是巴西各界一直爭議焦點，因為許多產業已因巴幣對美元過度高估而失去外銷訂單及面臨經營窘境，因此均希望巴幣

能貶值以刺激出口，但是在巴西對外貿易持續出現亮麗成績，外匯存底節節提昇及公共赤字尚能控制的情況下，短期內，巴幣大幅貶值的可能性不大，在巴幣幣值繼續高估的情況下，可以預見的是巴西之出口成長低於進口成長的跡象將愈來愈明顯。

因此，據 LCA 顧問公司之意見，2004 年巴西經濟成長率係已達巴西在 1947 年至 1973 年間所謂「資本主義之黃金成長期」之平均年成長率 4％之水準。在 1994 年時，由於巴西實施貨幣改革之黑奧政策，巴西幣值高估，當年靠著人為提升之強大國內購買力才使得當年之年均所得成長率達 4.2％。所以如果略過 1994 年，則 2007 年之年均所得成長率 3.1％，其實已是近 30 年來，巴西經濟之最佳表現。

(三) 阿根廷

1. 總體經濟情勢分析

阿根廷經濟自 1998 年下半年開始衰退，由於政府無法有效改善社會及經濟頹勢，2001 年 7 月爆發金融危機，12 月在國外融資中斷，國內資金嚴重外流情形下，遭逢有史以來最嚴重的經濟金融風暴，進而演變成社會暴動事件，導致年底政權數度更換。2002 年 1 月新政府上台後，採取多項影響深遠之金融措施，包括止付外債、全面凍結銀行美金存款、強制銀行美金存款及債務以披索兌美元 1：1.4 之匯率披索化、取消 1 比 1 之聯繫匯率政策，讓披索自由浮動，致使經濟更形混亂，社會愈加動盪不安。

在政經一片紊亂情勢下，經濟部長改由 Roberto Lavagna 接任。渠上任後即實施一連串嚴謹的財經措施，除緊縮政府支出外，並嚴格執行多項外匯管制及穩定措施，對外積極開拓出口市場，對內鼓勵進口替代產業。2002 年下半年起經濟及工業開始緩慢復甦，物價及匯率逐漸回穩，國內消費及投資也增加。2005 年阿國經濟再創佳績，全年經濟成長高達 9.2％，高於預期之 8％，創造 37 個月經濟持續成長之紀錄。2007 年 GDP 達 2,600 億美元，平均每人國民所得 6,050 美元。在所有拉丁美洲國家中則名列前茅，高於巴西的 5,910 美元及秘魯的 3,450 美元。

2007 年阿國經濟仍持續創佳績，全年經濟成長高達 8.7％，創造 5 年經濟持續成長之紀錄。對外貿易方面，2007 年阿國貿易總額達 1,004 億 2,200 萬美元，與 2006 年比較成長 24.4％，順差 108 億 6,200 萬美元，減少 12.5％。

大體而言，2006 年阿國經濟成長可歸因於下列因素：

⑴內需增加，私人消費及投資成長，製造業、建築業及一般商業活動熱絡。

⑵穩定匯率於 1 美元兌換 3.05 至 3.1 披索之間。

⑶出口暢旺，成長 15.4％，工業製造品出口成長 23.5％，農牧加工產品出口成長 16.1％，初級產品出口成長 10.5％。

⑷進口擴增，成長 19.1％，資本財產品進口成長 21％，中間財產品進口成長 14.9％，消費財產品進口成長 26.1％，對外貿易出超 124 億 1,000 萬美元。

⑸嚴謹控制財政收支，2006 年財政收入成長 25.8％，支出成長 22.1％，財政盈餘占 GDP 之 1.8％。

在進出口方面，2006 年主要出口產品為穀物（29.64 億美元，成長 6％）、油料種子（19.62 億美元，負成長 20％）、銅礦（16.64 億美元，成長 69％）、肉及其製品（16.10 億美元，負成長 2％）、油脂及食用油（38.88 億美元，成長 18％）、食品工業渣料（46.68 億美元，成長 16％）、化學相關產品（26.13 億美元，成長 14％）、塑膠原料及其製品（12.11 億美元，成長 5％）、一般金屬及其

製成品（24.76 億美元，成長 7％）、電氣材料及機器設備（15.60 億美元，成長 18％）、運輸工具及材料（40.42 億美元，成長 40％）、原油（24.10 億美元，負成長 4％）、燃料（32.09 億美元，成長 7％）、瓦斯天然氣（15.04 億美元，成長 20％）。2007 年阿國出口總值 556.4 億美元，較上年增加 19.5％。

2007 年阿國進口 447.8 億美元，成長 31.1％。主要進口來源市場為南方共同市場（占 37％）、歐盟（17％）、北美自由貿易區（16％）、亞洲國家（17％）。2006 年排名前 10 名之進口來源國家為巴西（117.50 億美元）、美國（42.53 億美元）、（31.22 億美元）、德國（15.45 億美元）、墨西哥（11.12 億美元）、日本（9.33 億美元）、法國（9.08 億美元）、義大利（9.08 億美元）、西班牙（6.14 億美元）及智利（5.99 億美元）。中間財產品進口占進口總額 35％，資本財產品占 25％，資本財零配件產品占 17％，消費財產品進口占 12％。

最後，在與我國雙邊貿易互動關係方面，2007 年我對阿根廷出口 2 億 5,633 萬美元，較 2006 年成長 19.7％，自阿進口 1 億 1,126 萬美元，較 2006 年成長 13.4％。雙邊貿易總額達 3 億 6,759 萬美元，較 2006 年增加 17.7％。我對阿貿易順差 1 億 4,507 萬美元，較 2006 年增加 25.1％。

總而言之，對阿國出口成長 18.30％之主要原因在於以下四項因素：

⑴ 2006 年阿根廷經濟持續復甦、內需與外需持續擴張、工業活動熱絡及匯率穩定。

⑵新增出口多項工業及電子產品項目。

⑶不銹鋼製品、電子電器產品、機器與零組件及針織與纖維絲紗等項產品出口大幅成長。

⑷國內廠商、公協會及駐阿商務單位極力進行拓銷活動。

表 2-42　阿根廷基本資料表與總體經濟指標

地理位置	位於南美洲東南部，濱大西洋，東北部與巴西、烏拉圭為鄰，北接巴拉圭、玻利維亞，西鄰智利。		
首都（府）主要城市	布宜諾斯艾利斯		
國際機場（座落地點與名稱）	布宜諾斯艾利斯國際機場		
重要港埠（座落地點與名稱）	Bahía Blanca、Buenos Aires、Campana、C. Rivadavia、Concepción del Uruguay、La Plata、Mar del Plata、Necochea、Neuquén、Puerto Deseado、Puerto Madryn、Río Gallegos、Rosario、San Lorenzo、San Martín、San Nicolás、San Pedro、San Sebastián、S. Cruz、Punta Quilla、Santa Fe、Ushuaia		
面積（平方公里）	2,780,400		
人口數（人，2008 年）	40,677,348		
人口密度（人／平方公里）	15		
華人數（人，2007 年）	43,071		
華人所佔比例（%）	0.11		
台僑人數（人，2007 年）	15,000		
台僑所佔比例（%）	0.037		
匯率（披索兌美元）	3.129：1（2007.12）；貨幣單位＝披索（peso）		
	2005	2006	2007
消費者物價上漲率（%）	9.6	10.9	8.8
經濟成長率（%）	9.2	8.5	8.7
失業率（%）	11.6	10.2	14.1
國內生產毛額（億美元）	1,825	2,083	2,600
平均每人國民所得（美元）	4,685	5,448	6,050
出口值（億美元）	403.51	465.69	556.42
進口值（億美元）	286.88	341.58	447.80
對我國之出口值（千美元）	142,888	98,152	111,259
自我國之進口值（千美元）	180,959	214,072	256,331
對我國之貿易餘額（千美元）	-38,071	-115,920	-145.072
對我國之主要出口產品	豆渣餅、黃豆油、黃豆、小麥、玉米、葵花子油、天然氣、生鮮及冷凍牛肉、奶粉及其他乳製品、皮革、鋁合金、冷凍蝦及其他海產、葡萄酒、蘋果及梨。		
自我國之主要進口產品	數位無線電話機、汽車零組件、收割及脫粒聯合機、化學原料及產品、曳引車、鐵礦石及其精砂、聚對苯二甲酸乙烯酯、機車引擎、塑膠原料。		
外匯存底（億美元）	461.16（2007.12）		

資料來源：中華民國僑務委員會、財政部統計處、阿根廷經濟暨生產部、內政部、阿根廷台灣商會、世界銀行、IMF。

2. 當地華人經濟

阿根廷位於南半球，全國面積 376 萬 1,274 平方公里，其中 280 萬位於南美洲，其餘的在南極洲。東部廣大的澎巴草原及西邊高聳的安地斯山脈造成強烈對比的地形，在山上有全西半球最高的 Aconcagua 山蜂高達 6,959 公尺。

安地斯山脈乃全世界最長的山脈，而阿根廷包含了所有旅遊的地理景觀，要行走沙漠，看鹽池、遊山谷、山澗和紅色丘陵，則到西北部；若要步行享受森林浴、觀湖泊、賞冰川則到西南部；而東北部有叢林、小山丘、沼澤、小池塘等都在 Mesopotania 區，其中穿插著 Iguazú 大瀑布的副熱帶雨林。

位於南美大陸的阿根廷歷來有著接納世界各地移民的傳統。目前，旅居阿根廷的華人已超過 4 萬餘人，他們從事的行業多種多樣，其中開設中小型超市成為廣大僑胞在阿創業的主要途徑之一。

據阿根廷華人超市公會的最新統計，如今分布在全阿根廷的華人超市數量已達 3,900 餘家，其中 2,500 多家集中在首都 Buenos Aires 和周邊外省地區。

據華人超市公會的統計顯示，目前在 Buenos Aires 的華人超市在當地的食品和飲料零售市場上已擁有 30%的市占率，為當地創造了約 8,000 個就業機會。儘管如此，華人超市的發展態勢有增無減。華人超市更以平均每月新增 19 家的速度逐漸向阿根廷的內陸地區擴張。

目前，在旅阿根廷華人所從事的豐富多樣的行業中，相對於餐館、禮品店、進出口貿易公司、旅行社、律師事務所和諮詢中心等，開設超市相對容易上手。據華人超市公會表示，華人超市相比當地其他超市具有以下幾個優勢：價格便宜，薄利多銷；營業時間長，週六、週日不休息；華人業主以現金方式向當地貨物供應商結算，且很少拖欠貨款，信用較好。

華人超市發展至今已經成為了阿根廷國家經濟中不可或缺的力量。2006 年阿根廷國內通貨膨脹達到了 9.8%，控制物價上漲一直都是阿政府的工作重點。在這種形勢下，華人超市為平抑物價發揮了積極作用。2006 年 10 月，華人超市公會與阿根廷政府簽署協議，承諾在政府規定的期限內，所有華人超市將不會調整基本民生用品的價格。

由於華人赴阿根廷歷史甚短，除少數幾家已有 30 餘年之歷史外，其他多則 10 餘年，少則 3、4 年，多聚集在首都 Buenos Aires。由於阿根廷從 1998 年下半年起至 2002 年上半年歷經長期嚴重經濟蕭條，旅阿僑商各行各業多受波及，尤以多數僑商經營之雜貨小型超市及餐飲業所受影響最大。近年來阿人及歐美投資者經營之大型超市相繼彼此購併，規模日益擴大，成本降低，致我僑營小型超市難以競爭，利潤大幅下降；而餐飲業及超市又同時面臨中國移民之惡性競爭，營運亦多呈現困難。

此外，台商在阿根廷的經濟力量亦不可忽視。在阿根廷之實際投資件數與金額難以核計，根據阿根廷台灣商會指出，目前該會有 76 位會員，我國旅居阿根廷之國人約 1 萬 5 千人，主要聚居首都地區，從事自助超市、餐飲、進出口貿易、旅遊服務、醫藥、汽車保養、汽車零配件進口、電腦零配件進口及電腦組裝、理髮店、鐘錶零售、漁業捕撈、海運、通訊、房地產、旅館、停車場、網咖及電話服務店等行業，部分投資食品加工、清潔用紙製造業、手套製造業、塑膠品製造業及農牧業；此外，部分第二代移民有從事律師、會計師及醫生等專業領域之行業。

目前在阿根廷的台僑商中，以生產家庭用紙、蔬菜種植及加工營運較不受景氣影響，仍繼續擴大經營外，塑膠編織袋及聖誕燈飾加工業亦呈穩定成長。此外，華僑第二代現多已學業有成，精通西班牙文，漸能融入當地社會，其中已有多人取得律師、醫師及會計師等執照開始執業，加上從事旅遊、資訊服務業、進出口貿易者日增，未來如能與我國內廠商合作，必能相輔相成，提升我旅阿僑商之經濟實力，並增進我與阿國之經貿合作關係。

3. 當地台商投資情形

⑴ 當地產業發展及投資環境

在產業發展方面，工業與農牧業是阿根廷兩大主要產業。又工業方面主要包含汽車產業、化學、石化、橡膠及塑膠產業、家電業、紡織業、鞋類及皮革業、食品業、鋼鐵鋁業。2006 年阿國工業成長 8.7%，再創歷史新高，為 2001 年年底經濟危機後連續第 4 年成長；設備產能使用率平均達 73.6%，超過 2005 年的水準；汽車及建材等工業持續高度成長；而香煙、煉油及橡塑膠等工業成長高於產業平均水準。

A. 汽車產業

根據阿根廷汽車製造商同業協會（ADEFA）統計資料顯示，2006 年阿根廷國內車輛銷售量計 46 萬 478 輛，外銷市場主要為智利、巴西及墨西哥。阿根廷汽車業者預估 2008 年或 2009 年阿根廷國內市場之汽車銷售量將可恢復至 1994 年 50 萬輛以上之水準。

B. 化學、石化、橡膠及塑膠產業

2006 年化學產品國內需求量雖大幅成長，仍低於整體工業平均成長值，其中因素包括勞、資雙方間之問題及員工罷工等情事，生產深受影響。由於阿根廷纖維、紙業、肥皂、洗滌精、紡織及食用油等產業成績亮麗，國內價格低於國際價格之氫氧化鈉產品之需求隨而提升，部分造紙業者選擇以 Solvay Soda 替代氫氧化鈉，阿根廷氫氧化鈉產業則選擇將產品出口至巴西，該項產品外銷巴西呈現成長。由於阿根廷水質淨化需求之成長，特別在纖維、紙業、肥皂、洗滌精、化

學及牛肉包裝等產業之需求增加，硫酸需求量因此增加。阿根廷為拉丁美洲氣霧劑罐主要生產國家，2005 年該類產品產量達 5 億 8,500 萬罐，占出口總產量之 41％，目標市場主以生產個人保健用品使用鋁罐之廠商以及殺蟲劑或環境噴香劑用鐵罐之廠商，各占出口量之 50％。由於阿國氣霧劑罐產品品質及技術高於巴西，巴西氣霧劑罐產業者已向政府提出防衛措施之申請，保護措施一旦成立，許多阿根廷業者將轉移至巴西投資生產。

C. 家電業

阿根廷家電業大致可分成 2 大項目，即家電裝配與生產廠商及家電經銷商。近年國內市場需求增加，以及阿根廷政府對自巴西進口家電產品採取保護措施之情況下，原已停止生產之家電生產業紛紛擴大投資計畫。家電裝配與生產廠商大部分皆位於阿根廷具有工業獎勵措施之省份，如 Tierra del Fuego（火地島）、San Luis 及 San Juan 等，主要自國外進口家電零組件（零組件之進口關稅比成品低）在阿根廷境內組裝後供應國內市場。該產業約聘僱 8,600 位員工，國際大品牌廠將工廠設在巴西生產，供應巴西及阿根廷 2 個南方共市會員國家。該類貨品款式越新、技術及功能越先進者，皆為進口品；而在阿根廷組裝者，主要為較低科技及技術之產品。

D. 紡織業

阿根廷紡織業頂級原料為棉花，60％種植在北部之 Chaco 省，25％在 Santiago del Estero 省，其餘則分布在 Formosa、Santa Fé 及 Catamarca 等省份，超過 1 萬 5,000 家棉花生產廠商。近 5 年來，阿根廷每年棉花種植面積平均達 72 萬公頃，棉花收成為 74 萬公噸，約生產 23 萬公噸之棉纖。阿根廷有 140 餘家棉花加工廠，47 家棉線製造商（其中 25 家含編織廠等）。阿根廷棉纖除供應國內市場外，仍可出口 3 億 5,000 萬美元。近 3 年，阿根廷國內棉纖需求增加，國際價格上升，許多阿根廷棉花種植業者改耕種黃豆產品，棉纖進口亦逐漸增加。

E. 鞋類及皮革業

2006 年阿根廷鞋類產品之生產及銷售均較 2005 年顯著成長，銷售量高達 9,300 萬雙，平均每人 1 年消費 2.3 雙，國內生產計 7,390 萬雙（2004、2005 年分別為 5,700 萬雙及 6,300 萬雙）。2007 年阿國皮鞋、運動鞋及拖鞋之產量將增加 13％，達 8,000 萬雙，出口將超過 3 億美元。2006 年阿根廷鞋類之進口金額及數量分別自 2005 年之 1 億 7,800 萬美元增為 2 億 4,100 萬美元及 980 萬雙增至 2,400 萬雙，主要進口來源為巴西，占 60％。鑒於進口之鞋類產品打擊阿國製鞋產業，為保護該產業，阿國政府曾多次對進口鞋類採取防衛措施，另對巴西之鞋類產品實施申請進口許可證制度。

F. 食品業

阿根廷食品產業在阿根廷經濟活動中一向占重要地位，主因食品業供應國內市場大部分之需求及供應其他工業所需之原材料。阿國食品、飲料及菸草產業占GDP之4.8%，占工業總產值之29.4%，聘僱就業人口之27.2%，約27萬3,000人。目前阿根廷為全球第8大食品生產國及第5大食品出口國，阿根廷食品及飲料產品之出口占出口總值之30%。

G. 鋼鐵鋁業

阿根廷基本冶金工業為降低勞工、融資及金融交易成本以及增進大幅出口，該產業不斷投資，更新生產技術及增加產能，目前該產業之產能使用率幾乎達到飽和，占GDP產業總值之7.9%。由於阿國國內市場需求不斷擴張，產能利用率已達極限，業者選擇供應國內需求而放棄出口。2006年國內消費量自2005年之500萬6,000公噸增為564萬8,000公噸，增加11%，每年每人平均消費45公斤，鋼鐵產品之出口自2005年之239萬公噸增為246公噸，主要外銷市場為智利、歐洲及中國。

H. 農牧業

阿根廷經濟暨生產部農業總署指出，2005至2006年期穀類及油料種籽產量達7,546萬公噸，與2005年期比較減少10.5%，主要係因乾旱使玉米及小麥收成大幅下降。該期間阿根廷黃豆產量達4,000萬公噸，占穀類及油籽產量之51%。據農村協會（Sociedad Rural Argentina）表示，2006年乾旱影響全國農業產品之生產量及出口金額，導致阿國損失約10億美元以上。2006至2007年期穀類及油料種籽產量預估達8,528萬公噸，與2005至2006年期比較增加13%，其中小麥為1,370萬公噸；玉米1,800萬公噸；黃豆4,350萬公噸及葵花子391萬公噸。在穀類及油料種籽產品出口方面，出口量自2002年之2,549萬公噸成長至2006年之3,796公噸，其中玉米出口1,031萬公噸；小麥939萬公噸；黃豆819公噸等，穀物主要市場包括巴西、埃及、馬來西亞及秘魯等國。

此外，2006年阿根廷牛奶產量創下新高，約為110億公升，成長10%，政府爰將乳酪產品之出口關稅自10%調降為5%，奶粉自15%降為10%，惟出口業者進一步要求完全刪除該項關稅。2006年12月奶粉出口價格上升29%，每公噸2,700美元，為避免政府再次調升出口關稅，奶粉業者已與政府達成協議將出口利潤成立基金，以平衡國內及出口市場。

在投資環境方面，具有以下六大基本特徵條件：

A. 天然資源豐富，工業具基礎

阿根廷地大物博，幅員遼闊，農、林、漁、牧、礦及能源等天然資源十分豐富，適合從事各類產業之相關投資，就近運用相對廉價之原料及條件，取得有利之國際市場競爭優勢。儘管阿國多年來經濟不穩，很少投資於研究發展，工業技

術相形落後，惟其一般工業仍具相當基礎，各類產業之投資均較易獲得周邊或上、下游工業之配合。

B. 基礎設施完善

阿根廷水、電、公路、鐵路及海空運輸等基本建設相當進步與完善。全國有65萬5,000公里之公路網，3萬5,000公里鐵路，國內大小機場及國際機場超過400座，電訊便利，網路使用日廣。阿國免費教育普及，技術人員素質佳。

C. 市場開放

阿政府加速進行自由化政策，國營事業及公共服務業均已民營化，郵政、電信、航空、鋼鐵、汽車、石礦、銀行、超市、百貨、運輸及其他服務業或製造業均有投資機會，且自2002年下半年起市場景氣開始復甦，國內市場需求增加，前景十分樂觀。

D. 提供優惠獎勵投資

阿國投資獎勵法令對於國人及外人之投資基本上一視同仁，而經濟開放後，外資幾乎可進入任何產業，經營甚少受到限制。近年來為鼓勵產業轉型及協助中小型企業發展，頒布一系列有關減免稅賦、優惠融資貸款、大力推動加工出口區及自由區等獎勵法令，有利從事各類投資。

E. 市場潛力將隨區域經濟整合擴大

面積達1,274萬平方公里，消費人口2億6,367萬，國民總生產毛額1兆2,000億美元以上之南方共同市場（MERCOSUR）於1995年成立後，除部分產品項目列入保護清單外，一般產品輸往MERCOSUR無任何障礙。南方共同市場及安第諾集團成員國已整合為一重要經濟體，且朝向成立「南美洲聯盟」之目標邁進。

F. 進口替代興起

由於阿國經濟環境逐漸轉好，阿國原有良好基礎之汽車零配件、紡織、製衣、製鞋及橡塑膠等輕工業將因競爭力相對提高，而逐步復工生產，進而取代部分進口產品。

然而，阿國仍待改善之行政效率、缺乏穩定性之財經政策、難於解決之貪污行賄問題、不利產業經營之高稅賦、過度保護勞工之法令及社會治安問題等不利因素，均為企業營運之沈重負擔。對台商而言，入境簽證、居留申辦、環境適應及語言溝通均為待克服之現實問題。

(2) 當地台商投資概況

阿根廷獎勵投資法對本國及外國投資人基本上一視同仁，外人投資無需向中央政府申請登記，故難以確切瞭解外商在阿國之實際投資額。

據國家統計局統計資料，2006年外人直接投資達48億3,600萬美元，較2005年下降3.4%，主要投資業別包括穀物及植物油煉製業、商業、食品及飲料

業、化學工業及礦業。2006 年其他主要中南美洲國家之外人直接投資包括墨西哥（173 億美元，成長 38.8％）、巴西（101 億 4,200 萬美元，下降 19.1％）及智利（66 億美元，成長 38.5％）。

經濟暨生產部工、商暨中小企業總署生產研究中心初步統計資料指出，2006 年前 10 個月外人投資總額達 113.32 億美元（含大企業宣布之投資計畫及企業併購金額），外資來源主要來自美國（29.68 億美元，占外人投資總額 26.19％）、西班牙（25.67 億美元，占外人投資總額 22.65％）、巴西（18.7 億美元，占外人投資總額 16.51％）及加拿大（9.17 億美元，占外人投資總額 8.09％）。主要投資業別為石油及瓦斯天然氣（24.59 億美元，占投資總額 21.7％）、通訊業（19.64 億美元，占投資總額 17.3％）、食品及飲料業（18.46 億美元，占投資總額 16.3％）、礦業（9.70 億美元，占投資總額 8.6％）及石油與天然氣衍生產品業（5.32 億美元，占投資總額 4.7％）。

據阿根廷台灣商會保守估計，我國經由移民投資及直接由國內母公司對阿投資而引入阿國之資金已逾 1 億 5,000 萬美元。自 1998 年下半年起，阿國經濟低迷，政府於 2001 年 12 月 3 日宣布凍結銀行存款，2002 年 1 月中旬阿幣貶值，在政經局勢極為混亂情形下，我旅阿台商營運深受打擊。部分台商業轉進美國、加拿大、墨西哥或鄰近國家，亦有部分台商返國就業。

⑶當地台商協會運作情形

阿根廷台灣商會 1995 年 9 月於布市中華會館成立，在當地相當活躍，阿根廷台灣商會主要會務包含提供會員工商資訊，以利拓展業務；加強會員和世界各地台商聯繫，交換經營理念及管理技術；積極向政府反映商情，維護海外台商的權益；舉辦各種經貿研討會及相關活動，以利商務之發展等。凡來自台灣，認同台灣，在阿根廷從事工、商、金融或服務業者，贊同該會宗旨，經理事會審查通過，發給會員勳章，得加入會員。

⑷成功僑台商案例介紹

在許多阿根廷台灣企業之中，展成紙業是最佳的典範。展成紙業為一標準家族企業，創立人邱煥章先生原先不是以紙業起家，為求生計，遂以自有資金開了 1 家雜貨店，並漸漸擴展為小型超市。

而後因緣際會，經由友人介紹一家以廢紙為原料之製紙廠，經過一番評估，認為衛生用紙在阿國市場極具潛力，在全家支持下，邱董事長毅然決然地投入這一個全新的行業。

展成企業於 1998 至 2001 年期間也以大超市為主要顧客，2001 年後改變策略，以小型超市為主要行銷對象，由於以現金交易，較易靈活調配，加上擁有自有銷售運輸工具，迄今其小超市客戶已超過 4,000 家，成功地推動「鄉村包圍城市」的行銷策略。

邱總經理樂觀地透露除目前在智利設立行銷據點外，展成紙業對未來有 2 項重要展望及計畫，其一為計劃 2006 年在巴西設立分廠，預期未來 3、4 年內巴西廠規模將大於阿國廠；其二為除家庭用紙外，計劃在阿國開始生產各式工業用薄白紙板，以供應逐漸復甦的國內市場。

4. 小結

承續 2003 至 2006 年 4 年的經濟榮景，2007 年阿根廷經濟持續成長，國內消費、投資、進出口均見成長，2007 年經濟成長率為 8.7％。2007 年為阿根廷之選舉年，政府仍持續與主要民生產業及公共服務業者談判，協議凍結基本民生必需品之價格，壓制公共服務費率之調漲，2007 年通貨膨脹率為 8.8％。在工業製造業方面，冶金、紙、鋁、橡塑膠、農業機械、汽車、農產食品加工及輪胎等工業均將擴大產能，2007 年工業活動將成長 7.2％。阿國政府 2007 年總預算之財政盈餘目標為 GDP 之 3.14％，財政支出較 2006 年成長 15.5％，占 GDP 之 19.2％。財政收入較 2006 年成長 14.5％，占 GDP 之 20.2％。在進出口貿易方面，2007 年出口成長 19.5％，總額達 556.4 億美元，進口成長 31.1％，總額達 447.8 億美元。

雖然經濟呈現一片榮景，阿國政府仍面臨沉疴的社會、政治及經濟問題，如工會勢力持續擴張，要求調薪，採行遊行、示威、抗爭、阻路及罷工等影響大眾生活與工作權益之不當手段，造成社會失序與不安。阿根廷政府出面強力干預基本民生食品物價及管制公共服務費率之調整，影響企業投資意願與投資水準。鑒於公共服務費率與物價上漲壓力持續增大，阿政府需強力控制通膨，以維匯率、貨幣及財政政策之平穩，吸引更多國內外投資及創造就業機會，降低貧窮率，這些將是 2007 年阿政府所需面臨之重要課題。

就台商投資阿國而言，以下幾點可供給台商未來投資作為參考：

第一、阿根廷有不少壟斷性大企業，惟對中小資本者而言充滿機會，發展空間大，適合台商設立中小型企業。

第二、許多台灣較不具競爭優勢的產業可移至阿根廷發展，但無論是哪一種行業，以高昂鬥志及挑戰投資風險是必備的創業精神。

第三、行行出狀元，機會永遠在，以集體力量創業，成功的機會較大。

第四、台商應彼此團結，才能在異國艱困的環境中獲得更大成就，為人尊重。

(四) 秘魯

1. 總體經濟情勢分析

2007 年秘魯經濟成長 8.7%，是近 12 年來最大之增幅。主要原因是國內消費大增。另因秘魯出口項目以原物料為主，在國際價格與市場需求持續增長的情況下，使出口大幅成長，外匯準備達到歷史新高，幣值亦相對穩定。

2007 年國內生產毛額達 1,090.6 億美元，平均每人國民所得 3,450 美元，失業率則由 2006 年的 8.5%降為 6.9%。物價方面，在國際石油價格仍持續上漲之情況下，消費者物價指數上漲率僅 1.78%，十分穩定，甚為難得。

貿易方面，2007 年出口達到 276.7 億美元，較 2006 年成長 16.5%，主要出口項目為黃金、精煉銅、銅礦石、魚粉、鋅礦石等。進口總額達 195.8 億美元，較 2006 年增加 31.4%。主要進口項目為石油、機油、電話機具、小麥與黃玉米等。對外貿易總額共計 472 億 5,900 萬美元，較 2006 年增加 22.3%。貿易呈現 80 億 9,900 萬美元的順差，為連續第 6 年順差。

投資方面，2006 年計畫的公共投資及公私部門合作開發租借項目的金額亦顯著增長。投資增加之原因包括對外貿易條件改善、經濟活動持續活絡與價格穩定。2006 年帶動投資成長之主要投資案包括政府推動的「我的住宅」（Mi Vivienda）計畫及「我的屋頂」（Mi Techo）計畫；秘魯與巴西南部相連之兩洋公路與秘魯北部亞馬遜公路之興建；秘魯國家石油公司 Petroperú 與美國 Barrett Resources 公司、法國 Hocol Peru 公司與加拿大 Gran Tierra Energy 公司等合作進行秘魯礦區油礦開發計畫等。據統計，2006 年秘魯共投資了 10 億美元於興建新的礦業項目及探勘工作。

2006 年外人來秘投資與併購亦持續進行，包括香港上海匯豐銀行集團於 5 月間獲准在秘魯設立秘魯香港上海匯豐銀行（HSBC Bank Perú, S.A.）並於本年 8 月開始對外營業，及哥倫比亞全國巧克力集團公司（Grupo Nacional de Chocolates de Colombia）12 月間以 3,600 萬美元收購秘魯 Good Foods 公司等。

在與我國雙邊貿易關係方面，依據我國海關統計，自 2000 年起我對秘魯雙邊貿易額年年成長。2007 年，台秘雙邊貿易總額達 6 億 962 萬美元，較 2006 年成長 12.5%，秘魯係我在南美地區之第 4 大貿易夥伴。由於國際原物料價格持續大幅上漲，2007 年我自秘進口總額突破 4 億美元大關，達到 4 億 702 萬美元，並使秘魯成為我在南美地區之第 3 大進口來源國。主要進口項目仍以農、林、漁、礦原物料為主，計有精煉銅、漁粉、精煉鉛、精煉銅條及桿、南美貝、鋅等。

2007 年我對秘魯出口額為 2 億 259 萬美元，較 2006 年成長 56.3%，秘魯是我在南美地區之第 6 大出口市場。主要出口項目為紡織原料、汽機車零配件、變

壓器、橡膠氣胎等。

依台秘雙方投資主管機關統計，我國在秘並無投資案件。實際上，依我駐秘魯台北經濟文化辦事處經濟組現有資料顯示，至 2006 年 4 月止，台商自智利、厄瓜多爾及國內至秘投資以中小企業為主，約有 20 餘家，投資金額合計約 3,600 萬美元。

產業別則涵蓋貿易業（經營產品項目包括舊汽車、舊引擎、機車、電器、通訊器材、工業用縫紉機及零配件、汽車零組件、資訊產品、玩具、自行車、海產加工等）、製造業（原木加工場、家具裝配廠）、服務業（船務代理、旅行社、餐飲業、照片沖洗、休閒娛樂業等）與地產開發等。

其餘在秘魯南部自由貿易工商區 Tacna、第 2 大城 Arequipa 及 Chiclayo、鞋城 Trujillo 與林產區 Pucallpa 市等地亦有台商。另旅秘台商在駐秘魯台北經濟文化辦事處之輔導下，已成立「秘魯台灣商會」，目前會員共計 20 人，經常舉辦各項聯誼活動，以交換經營資訊與經驗。

表 2-43　祕魯基本資料表與總體經濟指標

地理位置	位於南美洲西岸，靠太平洋沿岸。		
首都（府）主要城市	利馬		
國際機場（座落地點與名稱）	胡利亞夫國際機場		
重要港埠（座落地點與名稱）	Asunción、Concepción、Encarnación		
面積（平方公里）	1,285,216		
人口數（人，2008 年）	29,180,899		
人口密度（人／平方公里）	23		
華人數（人，2007 年）	1,300,000		
華人所佔比例（%）	4.45		
台僑人數（人，2007 年）	180		
台僑所佔比例（%）	0.00062		
匯率（新索爾兌美元）	2.996：1（2007.12）；貨幣單位＝新索爾（Nuevo Sole）		
	2005	2006	2007
消費者物價上漲率（%）	1.66	2.0	1.78
經濟成長率（%）	6.4	8.0	8.7
失業率（%）	8	8.5	6.9
國內生產毛額（億美元）	786.34	933.30	1,090.69
平均每人國民所得（美元）	2,722	3,329	3,450
出口值（億美元）	165.87	237.48	276.79

表 2-43　祕魯基本資料表與總體經濟指標（續）

進口值（億美元）	120.84	148.97	195.80
對我國之出口值（億美元）	3.06	4.12	4.07
自我國之進口值（億美元）	1.56	1.30	2.03
對我國之貿易餘額（億美元）	1.50	2.82	2.04
對我國之主要出口產品	精煉銅、銅礦石、魚粉、鋅礦石、咖啡（未經研磨）		
自我國之主要進口產品	石油、其他重油、電話機具、小客車、電視接收器		
外匯存底（億美元）	277.84（2007.12）		

資料來源：中華民國僑務委員會、財政部統計處、祕魯國家統計局（INEI）、世界銀行、IMF。

2. 當地台商投資情形

⑴ 當地產業發展及投資環境

在產業發展方面，2006 年秘魯各行各業普遍持續成長，其中以建築業和商業成長幅度較大。各業成長情形如下：農牧業增長 7.17％、漁業增長 2.74％、礦業石油增長 0.97％、製造業增長 6.61％、水電業增長 6.89％、建築業增長 14.74％、商業增長 12.11％，以及服務業增長 8.25％。謹就若干主要產業／產品狀況分述如下：

A. 石油業

在秘魯國家石油公司（Petroperú）持續與外國能源相關公司之合作開採秘魯能源礦業產品下，秘魯石油產量日增。特別是在 2006 年 12 月美國 Barrett Resources 公司取得 Marnon 流域第 Lote 67 號礦區的商業開發權後，未來 3 年內，秘魯有望變成石油出口國。目前秘魯國內的石油日產量為 12 萬桶，而國內需求量為每日 22 萬桶。Barrett Resources 公司開發 Lote 67 號油礦，將進行 10 億美元的投資，包括 1 座煉油廠及 1 條 400 公里長的油管，而這僅是一個開端。在秘魯與哥倫比亞及厄瓜多爾交界處，可能有更多的石油儲量。

B. 礦業

a. 黃金

根據秘魯全國礦業、石油及能源協會稱，隨著國際市場需求的增加，秘魯黃金產量穩中有升，2006 年秘魯黃金產量為 215 噸，較前一年略增，排在南非、澳洲、美國及中國大陸之後，名列世界第 5 大黃金生產國。該協會統計 2006 年秘魯黃金出口額為 41.0 億美元，占該國礦產品出口總額的 32.2％，比前一年增加 30.6％。

秘魯主要黃金礦區集中在安第斯山麓，位於該國西北部 Cajamarca 省境內的

亞納科查金礦是拉丁美洲地區最大的金礦，產量接近於該國黃金產量的一半。

b. 銀礦

據秘魯全國礦業、石油及能源協會資料，2006 年秘魯銀礦產品的產量從 2005 年的 3,193 噸提高到 3,380 噸，占世界總產量的 16%。秘魯銀礦產品的出口則突破 2005 年世界第 2 的紀錄，躍居世界第 1。

秘魯出口商協會（ADEX）指出最近 10 年內秘魯的貴重金屬的生產不斷在增口，其原因是國際市場的需求量不斷增加，主要需求國家有美國、瑞士、日本、巴西及加拿大。

c. 漁業

世界上 49%的魚粉及魚油出口來自秘魯，這說明秘魯是世界上這類產品的最主要的生產商及出口商，對於全球的供應有著重要的作用。根據統計，2006 年秘魯魚粉及魚油的生產總值超過 20 億美元，約占秘魯國民生產總值的 2.5%。出口額則達到 11.4 億美元。2006 年以魚粉為主力之秘魯漁業所創造的國民生產總值（捕魚、魚罐頭、漁粉及漁油的製作）約達 24.46 億美元。該年人類間接食用魚產品行業創造的就業大約達到 23.2 萬人。

d. 化工業

據秘魯出口商協會（ADEX）資料，2006 年秘魯化工產品出口商達到 1,196 家，比 2005 年同期增加 9%，該年化工產品的出口額亦成長，成長幅度為 8.8%，出口額達 7 億美元，占秘魯出口總額的 3%。

化工產品的出口國哥倫比亞，排名第 1，占秘魯化工產品出口額的 14%；智利第 2，占 12%；厄瓜多第 3，占 11%。其他還有玻利維亞、委內瑞拉、美國、荷蘭、巴西、英國等。

e. 家電業

2006 年秘魯家電產品銷售額超過 6 億 500 萬美元，較 2005 年成長 14%。銷售增加的原因主要是就業機會的增加及信貸業務之大量開展使購買能力增強，另外更多商業中心的興建亦有助於更多家電產品的銷售。

2006 年家電銷售最為突出的產品是高科技產品，如 MP3、液晶電視及負離子產品，從市場銷售可以看出，消費者跟著時代的步伐在進行產品的汰舊換新，傳統電視已被平面視頻電視取代。

f. 汽車業

據秘魯汽車代表協會（Araper）指出，2006 年秘魯汽車銷售量達到 3 萬 2,876 輛，較 2005 年成長 40.82%。

在新車之銷售量中，輕型車輛銷售 2 萬 61 輛，占全部車輛銷售量的 61%，商業用車銷售 8,556 輛，占 26%，重型車輛銷售 4,259 輛，占 13%。

Araper 指出，2006 年僅 12 月份一個月的新車銷售就達到了 3,421 輛，銷售

量比 2005 年同期增加了 38.72％。就汽車品牌而言，2006 年 Toyota 的銷售數量最多，為 5,978 輛，其次為 Suzuki 的 2,854 輛，Nissan 的銷售量為 1,806 輛，Volkswagen 則銷售了 1,420 輛。

g. 零售業

2006 年秘魯最具規模之黃氏超市連鎖集團（Wong），銷售額達 8 億 4,000 萬美元，比 2005 年成長 12％。黃氏集團 2006 年銷售額成長主要源自於 16 個連鎖店的發展及國內消費及需求持續成長。黃氏集團共有 3 種銷售模式，包括 Wong 超市、Eco 店及 Metro 超市，Wong 超市位於城市的住宅區、Eco 店及 Metro 超市則在城市週邊地區的新興居民區。該集團共有 36 個銷售點，均在秘魯首都利馬，其在利馬之市占率高達 65％。該集團計畫在 2007 年興建 20 個新的銷售點。近幾年來，秘魯的超市發展迅速，每年店面增加率約在 5％。

h. 資訊產品

2006 年秘魯筆記型電腦銷售量超過 50,000 台，其中以 HP 銷售量高居第 1 位，市場占有率 56％，其次為 Toshiba，占 11％，Sony Vaio 居第 3 位，市場占有率 10.9％。家庭用的筆記型電腦約占銷售量的 39.1％，根據 IDC Perú 公司表示，此部分之銷售表現歸功於零售商之努力、銀行融資便利及政府之鼓勵大眾使用筆記型電腦等因素。另根據 Deloitte 公司表示，2007 年資通訊產品趨勢將以集技術、網路與有線電視等 3 項用途於一身的產品為主。

在投資環境方面，秘魯幅員廣大、天然資源豐富，但經濟發展程度落後，故過去外人直接投資集中在礦業與能源業（至 2006 年底止累計投資額分別為 28 億 8,220 萬美元與 16 億 5,040 萬美元，分居第 2 與第 5 位）。由於國際原油與天然氣價格高漲，2006 年秘魯再度吸引美國、法國與巴西能源相關廠商增加在秘投資。營運範圍包括開採油礦、興建石油化工廠、興建燃煤發電廠、建設以天然氣為原料的電力站等。

近年來由於秘魯將國營電話公司 CPT S.A. 與 ENTEL S.A. 等公司民營化，而使通訊業（49 億 7,480 萬美元）成為外人直接投資之新寵。2007 年墨西哥 Telmex y Claro 電話公司將再在秘魯投資 1 億美元，以擴展無線固定電話業務。

分析赴秘投資之外資，可發現有 2 項特點，其一，語言文化相同；其二，地理位置相近。就 2006 年底止累計投資額觀之，秘魯前 10 大外人投資來源國中，排名第 1 之西班牙（投資額 47 億 3,210 萬美元）、第 5 之巴拿馬（8 億 1,230 萬美元）、第 6 之智利（5 億 2,870 萬美元）、第 7 之墨西哥（4 億 5,220 萬美元）、第 8 之巴西（3 億 360 萬美元）與第 9 之哥倫比亞（3 億 3,540 萬美元）均為西語國家且地理位置多與秘魯相近。其他如排名第 2 之英國（27 億 1,600 萬美元）、第 3 之美國（27 億 1,550 萬美元）與第 4 之荷蘭（8 億 2,030 萬美元）等則均為傳統對外投資大國。相較之下，亞洲國家與秘魯相隔遙遠，語言文化又迥異，致赴秘投資

情況不普遍。

亞洲國家中，以日本對秘魯累計投資額 2 億 3,260 萬美元為最高，使其成為秘魯第 12 大外資來源國。2007 年 1 月友誼沙灘鞋製造公司在秘魯南部塔克那自由貿易區設廠營運，其營運模式為自行進口物料在秘魯生產，再將產品出口至哥倫比亞，中期計畫出口至美國、墨西哥與西班牙。

值得注意的是，中國大陸目前在秘魯有 20 餘家公民營企業投資，包括首鋼公司、中美石油開發公司、布魯斯大旅館、首港船務公司、電力及技術進出口公司、亞星奔馳有限公司等，經營之產品或行業包括石油油井及天然氣探勘、化學產品、農業機械、電視機、冷氣機、廚具、醫療器材、藥品、醫院設備、化妝品、礦產（鐵礦為主）、水利電力道路橋樑公共工程設備、工具機、農業機械及其所有零件、通訊及網路設備與技術、糧油食品進出口、以及重機械等，有利提升產品在秘魯之市場占有率，值得台商參考。

其他亞洲國家中，以印度對秘魯之投資意願最為積極。印度企業界著眼於秘美自由貿易協定之簽署，決定加強與秘魯企業進行策略聯盟，對秘魯進行投資。投資項目包括農工業、礦業、建築業、旅遊業等。

(2) 當地台商投資經營及協會概況

秘魯是拉美華人人數眾多，歷史比較悠久的國家之一。 早期華人主要集中在秘魯西部沿海各城鎮，以首都利馬為最多，附近的卡亞俄港，北部的奇克拉約、皮烏拉、特魯希略等城市也是華人的聚居區，大多從事體力勞動，社會地位低下，生活十分艱苦。他們為秘魯聞名世界的中央鐵路作出了貢獻。鐵路通車後，又為秘魯擺脫農業落後狀況付出了艱辛。秘魯北部幾乎 90% 以上的農場最初都是由華人開闢經營的。大量的華人商業團體對活躍當地市場、滿足人民生活需要起了十分積極的作用。秘魯的許多重要鐵路、公路、礦山、港口建設都凝聚著旅秘華人的血汗。

經過 100 多年的艱苦努力，秘魯華人的社會地位和生活狀況有了明顯改觀；同時，華人與秘魯人民同甘共苦，和睦相處，為秘魯的社會和經濟發展作出了重要貢獻，有的進入政界，擔任過或者正在擔任部長會議主席、部長、副部長、國會主席、議員、總審計長等要職。

近年來台商對秘魯的經濟亦發揮極大影響。台商主要集中於利馬地區，少數在塔克納（Tacna）、Trujillo、Arequipa 等地，從事行業多半集中於貿易、運輸器材及其零配件、資訊服務業、休閒娛樂業、通訊服務業、地產開發及商業等。

此外，旅秘台商在駐秘魯台北經濟文化辦事處的輔導下成立「秘魯台灣商會」組織，經常舉辦各項聯誼活動交換經營資訊及經驗，並積極參與「中南美洲台灣商會聯合總會」，服務秘魯及其他中南美洲各地的台商。就在秘魯經營投資的台商而言，Toy Star 公司可以說是其中較為出色的。

3. 小結

根據秘魯財經部長 Mr. Luis Carranza 稱，2007 年秘魯經濟成長率預計超過 6%（實際成長率為 8.7%），主要原因為出口可望繼續維持 2 位數之成長率，且 2006 年第 4 季外人投資增加。此間專家表示，秘魯總統 Alan Garcia 自 2006 年 7 月 28 日上任以來施政成果獲得肯定，對 2007 年經濟表現亦有加分效果。

未來 Garcia 政府之主要經貿政策包括加強出口推廣、繼續推動對外洽簽雙邊與多邊貿易協定工作、鼓勵私人投資、增加就業機會與提升生產力。重要經貿措施則為推動國營港口、機場與高速公路民營化、提升國家經濟美元化、應用進口防衛措施保護國內產業等。

世界銀行看好秘魯未來之經濟發展，認為 2007 年秘魯出現了比過去好很多的機會，可望創造南美地區下一段成績輝煌的歷史，而成為下一個智利。該報告並以此一段話：「一個創造工作機會的經濟、一個新的社會契約、一個讓人驕傲的國家。」總結對秘魯經濟發展的肯定。

(五) 智利

1. 總體經濟情勢分析

受惠於國際市場對智利銅礦及木漿高度需求及國際價格上揚，出口熱絡，加以政府推動大型公共建設，經濟持續發展；惟 2006 年受智幣升值與能源成本上升等不利因素，加上罷工與政府貪污事件影響外商投資意願，經濟活動減緩，成長率僅有 3.4%，不復前 2 年超過 6%榮景；與拉美地區平均經濟成長率 5.3%相比，排名第 8，為智利 25 年以來排名最差的一年。2007 年經濟成長率回升 5.0%。

來自美國及印度對銅的強烈需求，2006 年國際銅價仍長期維持在每磅 3 美元以上，較 2001 年平均價格每磅 0.6 美元高出甚多，使得銅出口收入大增，帶動智利經濟成長，2007 年平均每人國民所得達 8,350 美元，成為拉丁美洲平均個人所得最高的國家。

在進出口方面，2007 年智利全年進口總值為 438.4 億美元，較 2006 年成長 22.1%。其中，主要進口產品為能源產品（包括原油、汽油及天然氣）、汽車、消費財、化學品及重工業機械等。2007 年出口總額為 682.9 億美元，較上年增加 17.5%，主要出口產品為銅、魚粉、紙漿及木材、合金鐵、蔬果、化學產品、魚油。主要進口產品為石油，汽機車零配件、塑膠製品、運動器材、合成梭織物、嬰兒車、電話等。

在失業率方面，亞洲金融危機對包括智利在內之全球新興市場造成重大經濟衝擊與損失，智利失業率亦大幅攀升。惟智利政府經過多年來之努力，促進經濟發展，實質薪資所得增加，加以積極推動創造就業方案，2007 年智利失業率降低至 1997 年以來之最低水準，全年平均失業率為 7%，較 2006 年下降 1 個百分點，為 1998 年以來最低水準。

依據美國「傳統基金會」（The Heritage Foundation）公布之「2007 年全球經濟自由度」排名，在全球 157 個國家之評鑑中，智利排名第 11 名，經濟自由度為 78.3%，名列 29 個美洲國家第 3 名（前 2 名為美國及加拿大），亦超過丹麥、荷蘭、德國、西班牙等先進國家。主要因智利自 2004 年以來陸續與歐盟、美國、韓國、等簽署自由貿易協定，計入與其他外貿各類相關協定，預計與智利存在貿易互惠協定關係之對象已涵蓋全球所得 8 成以上之國家與地區，實質關稅降為 1.5%，成為全球最為開放之市場。

依據智利外人投資委員會及中央銀行統計，2006 年外人投資金額達 40 億 7,000 萬美元，較 2005 年成長 27.1%，主要投資於水電瓦斯（38%）、礦業（36.5%）、服務業（14.2%）、運輸通訊業（7.3%）。同年智利企業亦積極對鄰近

之哥倫比亞、澳大利亞、阿根廷、秘魯及巴西等國積極布局投資零售連鎖店（如 Fallabela-Homecenter, Parque Arauco, Mall Plaza, Cencosud）、能源（如 ENAP 及 Enersis）及礦業（如 Antofagasta Minerals）等，全年對外投資總額達 23 億美元，較 2005 年成長 59%，使智利成為中南美洲對外投資最為活躍之國家。此外，智利央行及財政部亦計畫將中央政府財政盈餘以適當比例投入國際資本或金融市場，加速經濟國際化。

在物價方面，由於國際經濟成長，以中國為首之製造基地對各類原物料需求暢旺，造成國際商品價格急遽攀升，其中歷年占智利出口半數以上之礦產品價格上漲尤速，國際銅礦價格自 2002 年之每英磅 0.682 美元攀升至 2006 年 3 月之 3.00 美元，3 年間漲幅逾 340%，在外銷數量維持相同水準下，使 2006 年智利銅出口額達 326 億 9,020 萬美元，較 2005 年之 188 億 9,573 萬美元增加 7 成。

值得注意的是，按依思科（Cisco Systems）統計，2006 年智利寬頻上網戶數已突破 103 萬戶，較原規劃 8 年時程節省一半時間，僅費時 4 年，每年寬頻上網成長率達 8 成。如今 6.8%智利人可高速連線上網，該比例已遠超過阿根廷 3.2%、巴西 2.6%、秘魯 1.5%或哥倫比亞 1.1%。智利下個目標是於 2010 年建國 200 週年時能達到全國 150 萬寬頻上網用戶數。另 2006 年智利全國公共場所無線上網（Wi-Fi Hot Spots）地點新增 365 處，累計達 1,043 處，年成長速度達 54%，使用人數達 6 萬人，較 2005 年增加 25%。

表 2-44　智利基本資料表與總體經濟指標

地理位置	位於南美洲安地斯山西麓，東與阿根廷以該山為界，北鄰玻利維亞及秘魯，西面臨太平洋。
首都（府）主要城市	聖地牙哥
國際機場（座落地點與名稱）	聖地牙哥國際機場
重要港埠（座落地點與名稱）	Valpapaiso、San Antonio、Talcahuano、Iquique
面積（平方公里）	756,626
人口數（人，2008 年）	16,454,143
人口密度（人／平方公里）	22
華人數（人，2007 年）	4,280
華人所佔比例（%）	0.026
台僑人數（人，2007 年）	1,350
台僑所佔比例（%）	0.0082
匯率（智利披索兌美元）	495.82：1（2007.12）；貨幣單位＝智利披索（peso）

表 2-44　智利基本資料表與總體經濟指標（續）

	2005	2006	2007
消費者物價上漲率（%）	3.0	4.0	5.4
經濟成長率（%）	5.7	3.4	5.0
失業率（%）	8.0	8.0	7.0
國內生產毛額（億美元）	1,182.50	1,464.35	1,637.92
平均每人國民所得（美元）	7,254	8,891	8,350
出口值 f.o.b.（億美元）	412.97	581.16	682.96
進口值 f.o.b.（億美元）	304.92	359.03	438.40
對我國之出口值（億美元）	11.35	16.35	18.19
自我國之進口值（億美元）	2.34	2.78	2.82
對我國之貿易餘額（億美元）	9.01	13.62	15.37
對我國之主要出口產品	精煉銅及銅合金，未經塑性加工者		
自我國之主要進口產品	錄音或錄製其他類似現象用之空白媒體		
外匯存底（億美元）	168.42（2007.12）		

資料來源：中華民國僑務委員會、海關、智利中央銀行、智利海關、世界銀行、IMF。

2. 當地台商投資情形

(1) 當地台商投資概況

旅智華人合計約 4,280 人，其中自台灣移居者約 1,350 人，自中國移居者約 3,000 人；華裔因歷史因素大多分布於北部意基給（IQUIQUE）、阿利卡（ARICA）、Antofagasta 及 Calama 等北部城市，人數則已不易估計。中國近年積極移居智利，多數經營餐飲業及小型進出口或零售業。至於持我護照之僑胞在智京及中南部地區近千人，在北部伊基給市及阿利卡市約有 150 人，另在南部 Concepción, Temuco 及 Chillan 等大城亦有少數台商。

台商在地經營事業總數約 260 家，主要聚集地聖地牙哥約有 210 家；意基給約有 50 餘家。台商重要組織有智利台灣商會（53 人）與意基給台灣會館（60 人）。

在台商投資方面，主要有進出口業、百貨業、成衣業等，總投資金額 2 億美元。為加強推動國家現代化，智利政府自 2003 年開始執行國家數位計畫，由總統親自指定經濟部次長擔任主持人，結合產業、政府及學術界力量，推動電子商務、電子化政府、政府採購電子化、數位教育及資訊服務業等，獲致相當成效。同時政府亦體認到終結數位落差及增加高速上網比例是國家經濟競爭力的基本條件。

在投資地點方面，智京聖地牙哥市及其他地區之我國台商主要從事禮品百貨業、進出口業、織襪廠、內衣加工廠、木材廠、傢具工廠、成人尿布工廠、房地產業、旅遊業、美耐皿產品、鐘錶批發、百貨進口批發零售、衛生棉及紙巾製造等行業。在智利北部意基給（IQUIQUE）自由貿易工業區計有 56 家廠商從事進口兼營批發零售。在阿利卡（ARICA）地區則僅有 2 家。我國廠商在智利之總投資家數約 160 家，總投資金額約 3 億美元。

此外，因應智利及南美洲鄰近國家市場通訊、網路等服務業市場蓬勃發展，同時運用智利經貿情勢穩定之優勢，我國已有趨勢科技（PC-Cillin）、排名我製造業第 72 位之友訊科技（D-Link）及排名 378 位之慶豐富集團等陸續在智利設立南美洲區域營運中心，運用跨國性國際團隊及技術人員，逐漸進入當地及鄰近國家市場。在服務業方面，長榮海運及建恆海運（已由德商 Humburg Sur 併購）亦進駐智利設立據點及代理行，未來伴隨南美洲經濟逐漸復甦，市場需求增加，我大型廠商可望繼續以國際企業形式積極投入智利及南美市場。

近年來由於智利市場大幅開放，名目及實質關稅分別僅為 6％至 1.9％，復以中國產品大量低價銷售，使我在智利經營傳統進出口台商遭遇相當競爭。此外，在意基給自由貿易區經營轉口貿易之台商則面臨中國國營企業，個體戶等紛紛有計畫進駐傾銷廉價產品，勞工法過分嚴密、競爭激烈、市場規模有限等問題，經營面臨轉型或改變營業內容之壓力，原有營運策略遭遇考驗，致有部分台商已逐漸轉往鄰近國家市場發展。

⑵成功僑台商案例介紹

台籍製鞋業在智利發展 20 多年，以智利為基地，布局中南美洲。過去靠著製鞋及經營布料生產起家。

近年來為與低價品做市場區隔，開始發展自有品牌。但不跟最高級的名牌正面交鋒，而是轉攻中級市場。名牌鞋的要求十分繁瑣，在製程中必須注意到很多細節，成本增加不少。如果做中級市場，只要有一定的品質，價格又合理，很多消費者就會願意買。

在布料市場，雖然大部分可從中國進口便宜的布料，但一些特殊用途的布料往往 1 次的訂單只有幾百件，而且十分緊急，要從中國進口布料再行製作緩不濟急，還是必需由當地的工廠生產，立刻交貨。這種精緻、量少、高單價的訂單，就成為當地設立工廠的利基。

在當地的工廠生產可以符合訂單需求，成為台商主攻的市場。只要能擬出策略，穩健經營，特別是台商開始發展自有品牌，就算面對中國企業削價競爭，台商還是可以有所作為，創造屬於自己的一片天。

3. 小結

2006 年智利實際經濟成長較預期差，成長率僅有 3.4%，2007 年經濟發展情況好轉，成長率增至 5%，國內需求仍是成長主要動力。通貨膨脹率為 5.4%，失業率下降為 7%。

在出口方面，基於銅生產量上升、出口機會增加及適用自由貿易國家範圍擴大等有利因素，2007 至 2008 年智利出口仍然強勁。來自美國第 1 大貿易夥伴之需求因美國經濟成長趨緩而下降，惟將與來自亞洲市場持續的強烈需求相抵。此外智利非銅產品（如紙漿、木材、新鮮水果、加工食品、魚粉、水產品及葡萄酒）出口已有成長，2003 年非銅產品出口額僅有 138 億美元，2006 年已達 327 億美元，在智利政府一系列海外推廣活動之下，2007 年非銅產品出口繼續成長。在進口部分，因簽署自由貿易協定所帶來之免關稅或低關稅優勢，相關消費財及資本財之進口價格更具競爭力，智利進口額將持續增加。

(六) 巴拉圭

1. 總體經濟情勢分析

巴拉圭自 1995 年金融危機開始，歷經 1997 年第 2 次金融危機及 1999 年巴西幣值劇貶衝擊，加上國內政治情勢不穩等因素的影響，使得經濟多年來均無法穩定成長。2000 年經濟表現為負成長 3.3%，2001 年在農業部門大幅成長帶動下，經濟始得以成長 2.1%。2002 年南美發生經濟危機，巴拉圭無法倖免自保，除造成經濟持續疲弱、幣值大幅遽貶 50%、政府財政窘迫、物價上漲等經濟層面問題外，更導致國內政局紛擾、人民生活日益艱難等政治及社會層面難題出現。2007 年巴拉圭經濟成長率為 6.4%，高於 2005 年的 2.7%及 2006 年的 4%。

巴拉圭產業結構近年來並無顯著變化，服務業近 10 年來一直為最大產業，2006 年占國內生產毛額比例達 54.7%，較 2005 年之 54.0% 增加 0.7%，其次為農業部門佔 25.1%，較 2005 年之 26.1% 縮減 1%，製造業所占比率較低僅 15.4%，與 2005 年之 14.5% 比較略為增加 0.9%。目前巴國工業界中仍以食品飲料為最主要的產業項目，其次為木材、家具工業、金屬加工業及印刷業，惟仍多屬以初級農牧產品為原料的初級加工產業，未來仍有相當大的發展潛力。

由於受到國內外經濟景氣復甦影響，使金融業者對企業放款無法順利收回現象大幅改善。金融業者在考量獲利率增高及貸款延滯率降低等因素，對企業融資態度轉趨積極。加上巴國政府為協助業者取得營運資金，協調金融銀行業調降利率，市場貸款利率自 2003 年之 50% 調降至 2006 年之 28.5%，有利業者向銀行申請貸款。

貿易出口方面，由於國際景氣復甦，巴拉圭 2006 年出口總額為 19 億 637 萬美元，較 2005 年成長 12.9%，其中對烏拉圭出口 4 億 2,024 萬美元，占出口總額 22.1%，排名最高；對巴西出口為 3 億 2,798 元，占出口總額 17.2%居次，總計對南方共同市場出口 9 億 1,672 萬美元，占出口總額 48%，由此可看出巴拉圭對南方共同市場國家的出口依賴程度甚高。另就對各會員國出口情形分析，對巴西出口增加 0.8%，對阿根廷出口則大幅成長 56.8%，對烏拉圭出口減少 12.3%，對南方共市國家出口僅成長 0.5%，對區域外國家出口則較上年增加 27.5%，顯示巴國對分散出口市場之努力已具初步成效。

至出口項目仍以農牧產品為主，大豆、牛肉、穀物、大豆粉、大豆油及木材為出口大宗，占總出口 77%。2006 年上述主要產品牛肉、木材、穀物出口均顯著增加，其中牛肉出口大幅成長 66%、穀物成長 77%、木材成長 24%。另向為巴國出口大宗之棉花，則因受氣候影響產量銳減，出口續呈現衰退情形（減少 15%），另大豆出口亦減少 22%。值得注意的是 2006 年巴拉圭對南方共同市場區

域內國家出口僅成長 0.5%，對區域外國家出口則較上年增加 27.5%，未來若能持續開拓區域外市場，並維持區內各國穩定和諧的貿易關係，則巴拉圭的出口將可望進一步成長。

在貿易進口方面，2006 年進口總額為 52 億 5,427 萬美元，較 2005 年大幅成長 61%，其中自巴西進口 10 億 5,263 萬美元，占進口總額的 20%，自阿根廷進口 7 億 1,576 萬美元，占 14%次之，自南方共同市場進口總額為 18 億 2,748 萬美元，占進口總額 34.8%，較上年成長 15.9%，而從共同市場外其他國家進口大幅成長 104.5%。主要進口項目以機械、電機、石油燃料、車輛及其零件、塑膠為大宗，其中機械設備進口大幅成長 147%、電機設備進口亦大幅成長 84%，兩者合計占總進口額 39%；電機機械、車輛及其零件等資本財及中間原物料產品進口占總進口的 68%。預料在巴拉圭經濟逐漸復甦，企業經營狀況好轉及人民實質所得獲得改善情況下，巴國對進口產品需求仍將出現穩定成長。

在貿易逆差方面，巴拉圭 2005 年貿易赤字達 15 億 6,300 萬美元，較 2004 年大幅增加 114%，2006 年貿易赤字較 2005 年續增加 51%，達 33 億 4,800 萬美元。貿易逆差增加主要原因係進口成長幅度超過出口成長幅度；然以進口產品類別分析，其中進口機械、電機、石油燃料、車輛及其零件等資本財及中間財產品分別大幅成長，顯示巴國企業已逐漸增加生產所需機器、原物料進口，由此可看出巴國企業有擴大經營跡象，將有助於巴國未來經濟發展。

95 年 6 月巴拉圭工商部次長 Raul Cano Ricciard 夫婦應經濟部國際貿易局邀請來台訪問，除與經濟部施次長顏祥、國貿局黃局長志鵬就台巴經貿合作事宜舉行會談外，並為國內廠商進行「巴拉圭投資環境」之簡報，積極介紹投資巴拉圭之利基。

第 15 屆「中華民國（台灣）與巴拉圭共和國經濟合作會議」已於 2006 年 10 月 9 日至 11 日於台北市舉行，巴拉圭共和國工商部長易巴聶斯（José María Ibañez）率團參加雙邊會議，並拜會我國相關機構。

表 2-45　巴拉圭基本資料表與總體經濟指標

地理位置	東北及東南鄰巴西，西南鄰阿根廷，北邊與玻利維亞接壤。		
首都（府）主要城市	亞松森		
國際機場（座落地點與名稱）	亞松森國際機場		
重要港埠（座落地點與名稱）	Asunción、Concepción、Encarnación		
面積（平方公里）	406,752		
人口數（人 ,2008 年）	6,831,306		
人口密度（人 / 平方公里）	17		
華人數（人 ,2007 年）	5,104		
華人所佔比例（%）	0.075		
台僑人數（人 ,2007 年）	3,880		
台僑所佔比例（%）	0.0568		
匯率（瓜拉尼兌美元）	4,875：1（2007.12）；貨幣單位＝瓜拉尼		
	2005	2006	2007
消費者物價上漲率（%）	6.8	9.6	8.1
經濟成長率（%）	2.7	4.0	6.4
失業率（%）	12	10	5.6
國內生產毛額（億美元）	76.71	93.35	108.70
平均每人國民所得（美元）	1,301	1,553	1,670
出口值（億美元）	16.97	19.06	23.90 *
進口值（億美元）	37.90	52.54	46.37 *
對我國之出口值（千美元）	4,891	8,180	16,006
自我國之進口值（千美元）	64,160	70,204	63,019
對我國之貿易餘額（千美元）	-59,269	-62,024	-47,013
對我國之主要出口產品	木材、不帶毛之牛（包括水牛）、馬類動物鞣製皮革或胚皮革		
自我國之主要進口產品	錄音或錄製其他類似現象用之空白媒體		
外匯存底（億美元）	24.63（2007.12）		

*1-9 月數字

資料來源：中華民國僑務委員會、海關、巴拉圭中央銀行、巴拉圭工商部、世界銀行、IMF。

2. 當地華人經濟

巴拉圭地區之僑營事業主要集中於首都亞松森市及東方市，多屬 1970 年代之後自台灣地區移出從事貿易的台商，在前述巴拉圭經貿背景下，多數台商係從事百貨之轉口貿易。惟自巴國加入南方共同市場與鄰國採行關稅同盟之後，以各國間稅差為利基之轉口貿易即呈現衰退，繼而巴國發生金融危機，經濟持續不振，

加以政治因素導致 1998 年初巴幣大幅貶值，內需市場嚴重萎縮。至 1999 年初，巴西亦發生經濟危機，巴西幣值劇貶，進口市場之榮景不再，東方市之商品交易額衰退幅度達 70％。由於當地台商以巴西、巴拉圭 2 國間關稅落差為憑藉之貿易業已喪失其原有之競爭力，加之面臨各國政府經貿關稅政策及經營環境之改變，已不易維持傳統之經營型態而面臨轉型投資之壓力。據巴拉圭中央銀行估計，2005 年巴國轉運出口金額為 15 億 6,100 萬美元，2006 年該項金額達 26 億 2,665 萬美元，為該年海關統計正式出口額 19 億 640 萬美元之 1 倍多，與 2002 年比較，呈大幅成長 223％。2006 年巴國進口 52 億 5,430 萬美元，倘不計上述轉運出口部分，該年貿易赤字高達 33 億 4,790 萬美元。

巴國轉運出口貨物多係經東方市由觀光客或其他非正式管道輸銷至巴西市場，1980 至 90 年代期間，透過低關稅及走私途徑，該市商業曾盛極一時。之後由於南美共同市場成立，巴西政府大幅縮減旅客攜帶入境物品金額，又在邊境關卡派軍警嚴加檢查，致東方市生意大受影響，商家曾多次聯合進行示威抗議活動，要求政府向巴西交涉放寬管制及提高旅客攜帶所購商品額度。由上述央行估計之轉運出口金額顯示，近年來東方市商業活動實際上並未受巴西管制太大影響，東方市轉運出口產品以資訊及通訊產品為主。

巴拉圭政府為鼓勵外商投資，提供 60/90 號投資促進法及 1064/97 號加工出口法等投資優惠辦法，惟司法保障不足，一直為各界所詬病，由於投資環境尚待改善，外商投資亦不甚熱絡。2006 年申請 60/90 號法優惠之投資案共有 38 家公司，金額為 17 億 7,700 萬巴幣（約折合 35 萬 4,000 美元），其中外商公司 9 家，分別來自美國（2 家）、西班牙（2 家）、巴西、日本、韓國、巴拿馬、盧森堡等國家，金額為 11 億 4,700 萬巴幣（約折合 22 萬 9,000 美元）。外商公司主要投資在木材、電訊、製葯、酒精、啤酒、芝麻等產業。

我國在巴拉圭投資製造業廠商主要行業包括塑膠袋、釣具、台巴工業園區、木材加工、木材地板、光碟片、玩具、電扇、皮件等。另於亞松森及東方市等城市台商經營商店約有 300 家，但因競爭激烈，小商店之流動率高，以一般家電、玩具、文具、五金、百貨業、電子用品店及雜貨為主，貨品則來自台灣、香港、中國、邁阿密等地。

3. 當地台商投資情形

(1) 當地台商投資概況

SCA Technologies 是當地最大僑台商投資企業，屬 CDR 製造業，資本額 2,000 萬美元。SCA Technologies 亦與當地社會相處融洽，並於 520 巴拉圭台灣文化日活動（園遊會、台巴節目表演、環湖健康競跑）等，多有參與及貢獻。

⑵當地台商協會運作情形

「巴拉圭台灣商會」是巴拉圭最主要的台商組織，該會成立於 1995 年 8 月現有會員數 160 個，除每年定期舉辦各項聯歡活動外，亦為凝聚台商向心力、樹立台商正面形象，貢獻頗多。

⑶成功僑台商案例介紹

關於第 1 級產業方面，2007 年台商郭智明開創 Sol Naciente 牧場，從事種牛養殖，事業據點為巴拉圭亞松森。

在第 2 級產業方面，SCA Technologies 之事業據點為巴拉圭東方市，並於 2001 年將其產品銷售至巴西、阿根廷、智利等南美各國。

4. 小結

巴拉圭經濟受國際經濟變動、農作物收成及天候影響的程度相當大，自 1995 年以來僅呈現有限幅度的成長，1998 年國民生產毛額衰退 0.4％，1999 年微幅成長 0.5％，2000 年負成長 3.3％。2001 年由於農業出口增加，經濟成長 2.1％，然 2002 年受區域經濟危機影響，整體經濟零成長；2003 年在農業大幅增加下，有 3.8％的成長；2004 年因全球經濟復甦，帶動巴國經濟成長 4.1％，由於國際經濟景氣持續穩定復甦，2005 年經濟成長 2.7％。2006 年以來，國際經濟情勢穩定，巴國雨量充足，農牧產品市場需求增加，帶動巴國農牧產品出口成長，刺激 2006 年經濟成長 4％，2007 年續增至 6.4％。

另一方面，因巴拉圭地下經濟猖獗，相當數量的非法商品透過走私運至鄰近國家或運抵巴國境內，而這些灰黑地帶之經濟活動亦非常難以納入巴國官方正式之統計資料。依據巴國進口商協會的估算，非法走私的商品相當於官方統計的 90％。走私活動猖獗，走私品挾低價長期佔據市場，嚴重影響合法業者生存空間；且因巴拉圭係依賴進口之國家，走私商品規模龐大，導致巴拉圭國產品供應失調，影響經濟活動進行，並造成國庫稅收減少。所幸巴國政府邇來積極打擊走私，已獲得相當成果，然恢復正常商業秩序，引導經濟正常發展，仍是巴國政府未來尚待努力的方向。

另外，巴國政府仍面臨背負經濟重擔，政府支出費用龐大、外債居高不下等難題，如何善用國際貨幣基金會等國際組織及各國政府提供援助貸款，強化基礎建設、協助產業提升國際競爭力，均是影響巴國未來發展之重要因素。

(七) 多明尼加

1. 總體經濟情勢分析

多明尼加總統費南德斯（Leonel Fernández Reyna）自 2004 年 8 月接任後，執行多項經濟改革措施，多明尼加經濟於 2005 年下半年已逐漸穩定及復甦，匯率穩定、通貨膨脹率下降、利率調低，2006 年經濟成長高達 10.7%，創多國 19 年來最高紀錄。據拉丁美洲及加勒比海經濟委員會（Cepal）公布，2006 年拉丁美洲經濟成長率為 4.3%，其中多明尼加經濟成長率與委內瑞拉均高達 10%，係區內成長最高的國家。2007 年經濟成長率為 8.5%，低於 2006 年成長率。

據世界銀行之資料，2007 年多明尼加國內生產毛額為 363 億 9,600 萬美元（2006 年為 356 億 6,000 萬美元），平均每人國民所得 4,147 美元（2006 年為 3,667 美元），外匯存底 260.9 億萬美元，失業率 15.6%（2006 年為 16%）。

在對外貿易表現方面，2007 年多國進出口貿易總值為 139 億 6,270 萬美元，較 2006 年成長 30.8%。出口值為 26 億 7,400 萬美元，成長 38.5%，進口值為 112 億 8,870 萬美元，成長 29.1%，貿易逆差 86 億 1,470 萬美元。

在與我國經貿互動關係方面，據我國海關統計資料，2007 年台多貿易額為 1 億 3,820 萬美元，較 2006 年成長 22%，其中我對多出口 8,493 萬美元，減少 0.3%，自多進口 5,327 萬美元，成長 89.8%，我國享有貿易順差 3,165 萬美元。我對多國主要出口產品項目為機動車輛零配件、機器設備、新橡膠氣胎機動車照明設備、合成纖維絲紗梭織物、印刷電路、空氣泵或空氣壓縮機、經緯編織物、經護面、鍍面或塗面之鐵及非合金軋製品、聚縮醛、其他針織或鉤針織品、變壓器、其他家具及其零件、其他鋁製品、皮革、機器腳踏車、塑橡膠加工機、有機合成色料，其中包括我在多國加工出口區投資廠商自國內進口之生產原料，經加工後外銷，有助多國創造就業機會及外匯收入。

2007 年我國自多明尼加主要進口項目為鐵屬廢料及碎屑、內科、外科、牙科或獸醫用儀器及用具、鞋靴、銅廢料及碎屑、鋁廢料及碎屑、菸葉或菸葉代用品所製之雪茄菸、變壓器、女用或女童用正式套裝、寶石及次寶石、特殊物品（含進口未超過台幣 5 萬元之小額報單及其他零星物品）、口腔或牙科衛生用品、男用或男童用整套西裝、整形用具、T 恤衫及汗衫等。

表 2-46　多明尼加基本資料表與總體經濟指標

地理位置	位於加勒比海之海島東側，西與海地共和國為鄰		
首都（府）主要城市	聖多明哥		
國際機場（座落地點與名稱）	聖多明哥、銀港及羅馬納市三處有國際機場		
面積（平方公里）	48,443		
人口數（人 ,2008 年）	9,507,133		
人口密度（人 / 平方公里）	197		
華人數（人 ,2007 年）	17,500		
華人所佔比例（%）	0.18		
台僑人數（人 ,2007 年）	880		
台僑所佔比例（%）	0.0093		
匯率（披索兌美元）	34.342:1（2007.12）		
	2005	2006	2007
消費者物價上漲率（%）	4.16	7.60	6.13
經濟成長率（%）	9.3	10.7	8.5
失業率（%）	17.5	16	15.6
國內生產毛額（億美元）	335.43	356.60	363.96
平均每人國民所得（美元）	3,247	3,667	4,147
出口值（百萬美元）	1,395.2	1,931.2	2,674.0
進口值（百萬美元）	7,206.6	8,745.1	11,288.7
對我國之出口值（千美元）	18,093	28,069	53,271
自我國之進口值（千美元）	77,567	85,183	84,929
對我國之貿易餘額（千美元）	-59,474	-57,114	-31,658
對我國之主要出口產品	鐵屬廢料及碎屑、重熔用廢鋼鐵鑄錠、內科、外科、牙科或獸醫用儀器及用具，包括醫學插圖器、其他電氣醫療器具及測定目力儀器		
自我國之主要進口產品	新橡膠氣胎、合成纖維絲紗梭織物、經編織物		
外匯存底（億美元）	260.94（2007.12）		

資料來源：中華民國僑務委員會、財政部統計處、多國中央銀行、世界銀行、IMF。

2. 當地台商投資情形

(1) 當地產業發展及投資環境

在多明尼加產業發展方面，茲就農牧業、礦業、製造業、營建業、水電業、商業、觀光業（旅館及餐飲）、運輸業及通訊業等產業發展情況，作一概述。

A. 農牧業

2006 年多國農牧業成長率 9.9％，較 2005 年 7.5％為高，其中農業成長 13.5％、漁林牧業成長 6.6％，農業中之稻米成長 11.7％；傳統出口農作物成長 3％；一般農作物成長 18％，多國政府並透過農業銀行提供農民多項策略性之貸款及保護措施，以協助多國農牧業擴大發展及出口，總計 2006 年多國農業銀行對農牧業放款成長 25.3％。另 2006 年多國農產品出口表現亦相當良好，增幅達 47.1％。

B. 礦業

2006 年多國礦業成長 9.3％，由 2005 年負成長 0.3％逐漸復甦，其中鎳鐵成長 3.5％、建築用砂、碎石及礫石成長 23.5％、石灰石成長 175.1％、大理石成長 2.7％，至於石膏則負成長 32.3％。2006 年多國鎳鐵出口由 2005 年 3 億 5,970 萬美元大幅增加至 6 億 7,710 萬美元，其主因為 2006 年國際鎳鐵價格大幅上漲 64.5％；2006 年多國砂、碎石及礫石之產量則因建築業需求增加而成長；2006 年多國石灰石產品大幅成長 175.1％，成長主因係國際市場需求良好帶動出口增加。

C. 製造業

2006 年多國國內製造業成長 7.4％，其中食品磨製加工業、製糖業、飲料及菸草業、煉油業及一般製造業分別成長 11.8％、3.2％、1.3％、2.4％及 8.7％，一般製造業以水泥業成長 27.8％、鋼筋業成長 22.5％、麵食業成長 17.9％表現最為良好，並帶動 2006 年多國原物料進口大幅增長 26.3％。

D. 營建業

2006 年多國營建業大幅成長 22.7％，其中水泥、油漆及鋼筋銷售量分別成長 23.5％、11.9％及 23.2％。多國中央政府在營建業之支出亦高達 163 億貝索，較 2005 年大幅成長 34.5％，另多國銀行對於營建業之放款總額達 368 億貝索大幅成長 35.4％。

E. 水電業

2006 年多國水電業成長 7.2％，係因各產業部門增加用量所致。自來水供應呈微幅成長 0.4％。2006 年多國總能源生產量成長 9.9％，較 2005 年增加 9 億 8,250 萬千瓦小時之電量，惟能源耗損高達 45.6％，較 2005 年成長 1％，顯示多國能源耗損問題仍繼續惡化中。多國電力消費量呈現 7.3％之成長，住宅、商業及工業分別成長 11.7％、9.0％、5.1％。

F. 商業

2006 年多國商業成長 11.7%，主因係 2006 年多國銀行平均貸款利率由 2 年前之 32.2%下降至 16.4%，導致商業性及消費性放款分別成長 12.9%及 44%，超市銷售量亦成長 15.7%。

G. 觀光業（旅館及餐飲）

2006 年多國觀光業成長 5.5%，觀光收入較 2005 年增加 7.8%，主因係 2006 年外國觀光客及非居住多國之多僑觀光人數分別增加 8.2%及 3.4%。另 2006 年多國增加 3,210 間客房，較 2005 年成長 5.4%，住房率則較 2005 年略降 0.8%。

H. 運輸業

2006 年多國運輸業成長 8.3%，係因農牧業及工業產品運輸需求增加，以及 2006 年大量進口生產及消費所需之物品所致。多國公共交通運輸乘客數較 2005 年成長 14.4%，機場及港口出境稅收入成長 16.3%，國內過路費及過橋費之收入成長 5.0%。

I. 通訊業

2006 年多國通訊業維持其近年來快速增長之趨勢，成長率高達 26.1%，有線電話、無線電話及國際電話均持續增加，2006 年多國共有 550 萬個電話用戶，較 2005 年增加 100 萬個用戶，其中 460 萬為手機用戶，88 萬 2,000 為固定電話戶。另多國行動電話密度為 49.9%，固定電話密度為 9.6%，亦即每 100 人中 50 人擁有手機，10 人擁有固定電話。

在投資環境方面，多國政治安定、人民友善、氣候溫和、土地便宜，享有美國加勒比海盆地方案、紡織品平等法及歐盟優惠關稅等待遇。多國與中美洲及加勒比海共同市場之自由貿易協定均已生效，2005 年 8 月多國與美國簽署之 DR-CAFTA 協定，已於 2007 年 3 月 1 日生效實施。多政府為吸引外人投資提供多項免稅獎勵措施，台多兩國簽署之「投資促進暨保護協定」業自 2002 年 4 月 25 日起生效，均為台商赴多投資有利因素。惟不利因素計有製造業不發達，產業結構不完整、上下游產業配合不足、電價高昂且供應不穩，廠商需自備發電機、勞工成本高且缺乏熟練工人及管理人員以及多國行政效率欠佳等。多國銀行貸款利率偏高且服務品質較差，我國金融機構則因多國無銀行間之資金拆放市場，旅多台商與華人企業尚未達到設立營業據點之市場規模，加上台商多已在境外開設美金帳戶等因素，迄今尚未在多國設立營業據點。

⑵ 當地台商投資概況

多明尼加原本外人投資法規定嚴苛，廠商每年匯出之營利所得只能為登記資本額之 25%，使得許多有意赴多投資外商望而卻步，1995 年底多國國會通過之外人投資法允許外國投資人享有與本國人士完全相同之待遇、外資比例可達 100%，並可完全由外人經營，向多國政府登記之外商將可自由匯出其全部利潤及資金。

2006 年多國外人投資金額為 11 億 8,340 萬美元，較 2005 年 10 億 231 萬美元成長 15.67％，累計至 2006 年底多國主要投資國家為美國（32 億 7,850 萬美元）、西班牙（18 億 5,230 萬美元）及加拿大（15 億 1,480 萬美元）等國，主要投資業別則為觀光業（22 億 5,960 萬美元）、商業暨工業（21 億 4,860 萬美元）及通訊業（20 億 8,230 萬美元）。

目前台商在多國投資約 69 家，投資總額 9,776 萬美元，直接創造約 2,500 個就業機會，大多從事貿易及服務業，如汽機車零配件、電腦及周邊設備、攝影及相片沖洗等，製造業方面，加工區計有壓克力板、紡織（運動帽及運動衫）等 3 家，區外則有塑膠品業（如射出成型、塑膠袋及保力龍餐具）、衛生紙及建材等。我投資廠商在多國遭遇之困難約略如下：

A. 地理位置與我國相距甚遠，補給線過長，加上語言及文化隔閡。

B. 多國電費高昂且供應不穩，大部分地區經常停電，影響工、商業之發展甚鉅，故一般商家及工廠皆自備發電機，增加生產成本。

C. 多國勞力充沛，但缺乏熟練工人及管理人員，我在多投資廠商皆需自國內聘僱管理及技術人員，當地工人教育水準、學習能力、靈巧度、吃苦耐勞及敬業精神仍有待加強，其生產力約僅及我國工人一半。

D. 多國政府之文官制度較不嚴謹，人事更迭頻繁，政策制定缺乏規劃和連貫性，行政效率不高，各單位常協調不夠，且組織權責劃分不清，極易相互牽掣，導致投資人無所遵循。

E. 法令繁瑣，投資人短期內難以全部瞭解，且多國法治觀念較為淡薄，法令規章適用程度及範圍標準不一致，有特殊管道及關係者較能方便行事。

F. 多國一般人民所得不豐，失業率高，加上進口稅捐及銀行利率均偏高，造成一般民眾實質所得偏低、購買力不強，市場胃納有限。

G. 多國工業不發達，上下游產業配合不足，我在多投資廠商所需之部分原料常需自臺灣進口，方能確保優良品質，運輸及關稅等成本因而增加。

H. 多國雖已自 2001 年 7 月開始適用 WTO 關稅估價協定，惟海關估價制度仍未健全，海關人員作業常無標準可循，同樣產品不同時間、不同人員估算結果不同，且海關高估情形嚴重，甚而該國駐外使領館為證明貨物價格及來源所開具之領事發票簽證亦不為其本國海關估價員採信，造成進口商無法掌握進口成本。

I. 多國進口商品需申請領事發票簽證，費用高昂，加上各項文件驗證，造成時間、金錢上之不經濟。

J. 多國雖擁有智慧財產權保護法，但事實上政府單位並未認真執行，無足夠人力、物力配合。

(3) 當地台商協會運作情形

多明尼加的華人目前約接近 2 萬人左右，是加勒比海地區海外華人主要聚集

地之一。目前華人大都居住多明尼加首都聖多明哥市（Santo Domingo），較具代表性的僑團則有「旅多華僑總會」及「旅多明尼加台灣商會」。

其中，旅多明尼加台灣商會的前身即是 1989 年所成立的旅多投資人會，旅多明尼加台灣商會對台商於當地投資、經營、問題協商方面，貢獻良多，對商情提供亦多所助益。

⑷ 成功僑台商案例介紹

台商在多明尼加投資經營成功的案例不少。以三勝製帽公司為例，於民國 60 年 12 月草創於台中縣清水鎮，80 年經證管會核准為公開發行公司。台灣目前有總部以及 1 處工廠，海外則有多明尼加廠，美國更設有 5 處發貨倉及 1 座設備先進之刺繡廠及德州廠，為國內目前最大的帽子製造廠，也是世界 3 大製帽廠之一。

三勝製帽公司認為未來世界經濟發展趨勢是區域與區域間競爭的格局，中小企業也應適時適地的調整經營策略。紡織品輸美配額價格紊亂，取得不易，造成台商經營困擾。因此該公司調整經營策略，決定到海地、多明尼加投資設廠，專門輸往美國市場，三勝製帽公司的全球布局策略已然成形。

3. 小結

歷年來台多雙邊貿易，我國向居巨額順差地位。多國製造生產能力有限，具出口能力之產品項目不多，目前我國自多國進口金額最高之產品項目為鐵屬廢料，占我國由多國進口總額之 84％，除鐵屬廢料外，多國具出口能力之產品尚有鎳鐵、琥珀、水淞石、木雕、果汁、香蕉、咖啡、可可、蘭姆酒（Ron）、啤酒、菸草及雪茄等，其中鎳鐵係多國重要出口產品，2006 年出口總額高達 6 億 7,710 萬美元，倘我業者能適度採購多國鎳鐵產品，應有助擴增台多雙邊貿易金額。另多國產製之雪茄、可可、咖啡、蘭姆酒、琥珀及水淞石等品質較佳且具特色，在國際間已有相當知名度，亦屬我可向多國積極採購之產品項目。

多國人口 950 萬人，貧富懸殊，窮人比例超過 60％，市場胃納不大，目前我輸多國產品面臨中國及南韓等國之激烈競爭，加以多商偏好以少量多樣方式採購，我國廠商對小額訂單較缺乏興趣，因此我銷多國產品短期內較難大幅提升。我國出口至多國之產品，則大多以高單價之工業製品為主，台多距離較為遙遠，運輸成本高，預期雙邊貿易金額短期內不易大幅成長。

(八) 尼加拉瓜

1. 總體經濟情勢分析

據尼加拉瓜中央銀行統計，2007 年經濟成長率為 3.8%，為中美洲地區經濟成長最低國家。2007 年尼加拉瓜國內生產毛額為 57 億 2,300 萬美元，較 2006 年之 53 億 8,000 萬美元略增，平均每人國民所得 980 美元，外匯存底 11 億 3,000 萬美元，外債 45 億 2,670 萬美元，通貨膨脹率 9.4%。2007 年尼國經濟將成長 3.8%，仍然是中美洲地區成長較低國家。尼國央行指出原因有二：第一，2006 年 11 月尼國舉行總統大選左派桑定黨總統侯選人奧蒂嘉獲勝引起政局不安所致；第二，由於尼國發生嚴重缺電問題，使經濟成長受到不利衝擊，尼國急需中期投資以使用非石油能源發電為優先目標。

尼加拉瓜經濟政策設計係依據 2002 年與國際貨幣基金會簽訂之財政援助計畫訂定，除援贈（占 GDP1.1%）外之非融資公共部門財政赤字事實上維持不變，未呈增加，有助於貨幣政策目標之達成。國際收支經常帳赤字（占 GDP14.2%）已降低兩個百分點。

2007 年尼國進出口貿易總額為 47.73 億美元，較 2006 年同期之 40.27 億美元成長 18.5%；其中出口金額為 11.39 億美元，較 2006 年之 10.27 億美元，成長 16.2%。尼加拉瓜主要出口項目為咖啡、牛肉、乳製品、蔗糖、黃金、蝦類、花生、活牛、龍蝦、豆類。進口金額（CIF）為 35.79 億美元，較 2006 年之 30.00 億美元，成長 19.3%，尼國主要進口項目為石油原油、柴油、汽油、醫藥製劑、手機、汽車、硬麥（duro trigo）、燃燒油、稻米、飲料用濃縮液等。

在與我國經貿互動關係方面，我國與尼加拉瓜經貿關係雖然早在 1930 年即已建立，但其間 1985 年至 1990 年間，因尼國桑定政權改走社會路線而中斷，1990 年底查莫洛總統上任後，放棄社會主義，始與我國復交，雙方經貿與投資關係自此快速成長。

依據我國海關統計，2007 年我國與尼國貿易總額為 5,199 萬美元，較 2006 年成長 9.6%。我國自尼國進口金額為 1,534 萬美元，較 2006 年成長 77.9%，主要進口項目為冷凍牛肉、鐵屬廢料、食用雜粹、木材、咖啡、甘蔗糖等；向尼國出口值為 3,664 萬美元，較 2006 年衰退 5.6%，主要出口項目為棉梭織物、塑膠製餐具廚房用具、拉鍊及其零件等。經我駐尼加拉瓜大使館運用媒體、密集拜會各工商團體及舉辦商展活動，尼國工商界已對我國市場漸有瞭解，未來可藉由投資帶動貿易，促使雙邊經貿往來更加密切。

表 2-47　尼加拉瓜基本資料表與總體經濟指標

地理位置	中美洲最大國家，北與宏都拉斯接壤，東濱加勒比海，南與哥斯大黎加交界，西臨太平洋。		
首都（府）主要城市	馬納瓜		
國際機場（座落地點與名稱）	馬納瓜國際機場		
面積（平方公里）	130,000		
人口數（人，2008 年）	5,785,846		
人口密度（人／平方公里）	45		
華人數（人，2007 年）	2,229		
華人所佔比例（%）	0.039		
台僑人數（人，2007 年）	500		
台僑所佔比例（%）	0.0086		
匯率（Cordobas 兌美元）	18.90：1（2007.12）		
	2005	2006	2007
消費者物價上漲率（%）	9.6	9.2	11.1
經濟成長率（%）	4.0	3.9	3.8
失業率（%）	12.4	5.2	3.6
國內生產毛額（億美元）	49.10	53.80	57.23
平均每人國民所得（美元）	850.3	958.6	980
出口值 f.o.b.（億美元）	8.579	10.274	11.938
進口值 c.i.f.（億美元）	25.951	30.003	35.792
對我國之出口值（千美元）	6,613	8,625	15,346
自我國之進口值（千美元）	39,698	38,825	36,648
對我國之貿易餘額（千美元）	-33,085	-30,200	-21,302
對我國之主要出口產品	冷凍牛肉、鐵屬廢料及碎屑、重熔用廢鋼鐵鑄錠		
自我國之主要進口產品	棉梭織物、合成纖維絲紗梭織物、棉梭織物		
外匯存底（億美元）	11.03（2007.12）		

資料來源：中華民國僑務委員會、財政部統計處、尼加拉瓜中央銀行及海關統計、世界銀行、IMF。

2. 當地台商投資情形

(1) 當地產業發展

據尼國中央銀行公布，2006 年國內生產毛額為 931.35 億尼幣（約 53.01 億美元），經濟成長率 3.7％；尼國產業結構的初級產業包括農、牧、漁、林業，占 17.2％，產值為 160.63 億尼幣（約 9.14 億美元），較 2005 年成長 4.2％；次級產業包括製造、建築、礦業，占 22.9％，產值為 213.99 億尼幣（約 12.18 億美元），較 2005 年成長 2.5％；三級產業包括商業、政府服務、交通及通訊、銀行及保險、能源、水、電及其他服務業，占 59.9％，產值為 556.73 億尼幣（約 31.69 億美元），較 2005 年成長 3.99％。

尼國重要產業發展情形概述如下：

A. 農業成長轉緩

尼國以農立國，農產品向為出口大宗，尼國約有耕地 120 萬公頃，已有灌溉及排水系統的永久耕地為 70 萬公頃，農業人口達 65.5 萬人，占尼國勞動人力之 37.9％。尼國東部大西洋沿岸高溫多雨為熱帶雨林區，中部山地為咖啡蔬果區，西部太平洋沿岸為玉米、稻米、豆類、高粱及甘蔗區。玉米、稻米及豆類為尼國人民之主要糧食。

2006 年尼國農業產值 97.16 億尼幣（約 5.53 億美元），較 2005 年成長 6.8％。2006 年尼國整體出口型農產品產值較 2005 年成長 11.4％，主因為咖啡國際價格提高，咖啡出口產值較 2005 年成長 34％，其次為菸草成長 9.5％，另大豆（-58.7％）、花生（-14.1）、香蕉（-14.6％）及蔗糖（-3.0）等出口產值皆較 2005 年衰退。內需型基本穀物如豆類、稻米產值分別成長 15.8％、1.4％，另玉米及高粱產值則分別衰退 19.6％及 4.8％。

B. 畜牧業出口為主

尼國草原面積甚廣，牧地面積有 125.8 萬公頃，2005 年畜牧業產值 65.37 億尼幣（約 3.72 億美元），較 2005 年成長 2.5％，其中活牛出口產值較 2005 年衰退 34.7％，牛隻產值成長 11.5％、豬隻產值較 2005 年成長 3％。2006 年尼國冷藏冷凍牛肉及牛雜（0201、0202、0206）主要輸出至薩爾瓦多（5,436.8 萬美元）、美國（4,625 萬美元）及波多黎各（2,437.6 萬美元）、宏都拉斯（850 萬美元）、瓜地馬拉（700 萬美元），銷售市場也分散到台灣（419 萬美元）、日本（158 萬美元）及墨西哥（120 萬美元）。2006 年牛奶成長 3.2％，家禽類成長 2.4％，雞蛋產量成長 2.7％。

尼國牛肉出口為重要外匯收入來源之一，據尼加拉瓜出口作業中心〈CETREX〉統計資料，2006 年尼國牛肉出口創匯金額達 1 億 5,200 萬美元（尚未計入活牛出口 3,914.6 萬美元），僅次於咖啡〈出口值 2 億 188.6 萬美元〉，排名

居尼國主要出口產品第 2 位，尼國工商部及牛肉屠宰工廠業者認為係政府對畜牧業採取保護措施及業界努力拓展國際市場所致，目前尼加拉瓜出口加工牛肉，高級部位牛肉及內臟至中美洲市場、墨西哥、美國以及日本等亞洲國家。

C. 林業產品出口受阻

2006 年林業產值 11.30 億尼幣（約 6,432 萬美元），較 2005 年同期衰退 0.8%。2005 年 3 月國會通過新林業法，鼓勵民間投資造林並提供財稅獎勵辦法，新法規定前 10 年投資造林可免公司所得稅，同時對投資造林之不動產稅亦予減免，對進口機械設備及技術協助均予免稅獎勵。2006 年 6 月尼國會通過法案不允許原木及未加工木材出口，目的在提高尼國木材製品附加價值，尼國林產品出口主要項目為已鋸木材大受影響，木材工業必須升級木材加工品或改供應國內傢俱工廠原料。

D. 漁業有限採補

2006 年漁業（包括養殖業）產值 19.83 億尼幣（約 1.13 億美元），較 2005 年衰退 0.3%，其中養殖蝦成長最多 12.6%，龍蝦 4.3%；衰退最多的為海蝦（-48.4%）、魚類（-7.9%）。為避免業界捕撈過度造成海產資源枯竭，工商部漁業管理處宣布每年 4 月 15 日起政府禁止沿加勒比海尼國海域採捕海蝦。

E. 礦業出口減緩

2006 年尼國黃金未鍛造產品出口值達 5,830 萬美元，較 2005 年出口值 4,395 萬美元成長 32.65%，但在產量上 2006 年出口量為 4814 公斤，較 2005 年出口量 5,140 公斤減少 6.3%。由於國際黃金價格上揚，採礦公司以開採黃金為主，銀礦開採則停滯未有出口，非金屬礦產品生產主要項目為水泥及砂石，主要出口市場為中美洲薩爾瓦多及宏都拉斯。

F. 製造業與加工出口區明顯成長

尼加拉瓜全國加工區委員會（CNZF）表示，依該會初步統計資料，2006 年尼國全國各地加工區內總計 99 家廠商出口總值逾 10 億美元，與 2005 年出口值約 7 億美元相較，成長率逾 30%。該會並指出 2006 年為加工區出口創紀錄之一年，除出口創匯破 10 億美元大關外，所創造之就業機會亦增至 8 萬 1,000 人。此外，該區出口產品附加值亦增加，換言之，附加值留存尼國之外匯自 2005 年之 2 億 4,000 萬美元增至 2006 年之 3 億 5,000 萬美元。

G. 運輸業低成長

尼國公路系統全長約 1 萬 8,711 公里，其中 2,000 公里係柏油路面；泛美高速公路在尼國境內全長 368.5 公里，北接宏都拉斯，南連哥斯大黎加，為最主要公路。

海運方面，因港口基礎設施不足及費用昂貴，大多數貨櫃與新鮮水果運輸均以陸路往返於哥斯大黎加 Limón 港及宏都拉斯 Cortés 港。尼國有 6 個海港，位於

太平洋岸之港口為 Coritno 港、Sandino 港及 San Juan de Sur 港，另 3 個位於大西洋岸則為 Puerto Cabezas 港、El Bluff 港及 El Rama 港，除了 Puerto Cabezas 港於 1999 年委託美國 Delasa 公司經營，其他各港口均由國營港務局管理營運。

空運方面，尼國有 1 座國際機場，位於尼京馬納瓜市，另大西洋有 3 座機場，分別位於 Puerto Cabezas、Bluefields 及 Corn Island。1995 年起，馬納瓜國際機場開闢貨運航線，往返於馬納瓜與美國、中美洲各大城市，機場有 3,500 立方呎之冷藏設備。

H. 通訊業市場開放

在尼政府宣布依法終止尼國 Enitel 公司獨占電訊合約後，尼國 Movistar 電訊公司立即宣布自 2005 年 4 月 16 日起所有使用該公司行動電話打往世界任何地區長途電話費率減半收費亦即費率降低 50%。

自尼國政府宣布開放電訊市場業務後，尼國 Estesa 與其他網路及電話公司業者均有意提供基本電話及長途電話服務。尼國電訊市場的開放以促使外國投資進入該國市場，創造更低價的收費及提升更好的通話品質。

2006 年 8 月墨西哥跨國電話公司 Claro 進入尼國電信業，收購尼國 ENITEL 電話公司，Claro 公司遍布中南美洲七國包括中美洲尼加拉瓜、薩爾瓦多、宏都拉斯、瓜地馬拉及南美洲巴西、智利、秘魯等國。

I. 電力工業推展再生能源

尼加拉瓜相當依賴進口石油供應火力發電，為擺脫此種情況，尼國專家呼籲應加以發展尼國豐富的再生能源。據尼國專家進行多年利用再生能源發電勘查研究結果認為，位於 Copalar 地區之馬達加伯大河（el Rio Grande de Matagalpa），水力發電具可供應 80%全國電力需求之潛力。

J. 觀光業略見成長

尼加拉瓜觀光局（INTUR）表示，2006 年尼加拉瓜觀光外匯收入達 1 億 8,380 萬美元，較 2005 年之 1 億 6,910 萬美元增長 8.7%。2005 年觀光客人數 71.2 萬，其中 64%觀光客以陸運抵達，34%為空運，其餘 2 %為海運；觀光客主要來自中美洲國家（占 64%）及北美（25%）。每名觀光客平均停留 3.6 天，每日花費約 80 美元。

(2) 當地台商投資概況

據尼加拉瓜工商部（MIFIC）及投資署（PRONICARAGUA）統計，2006 年尼國直接外人投資金額為 2 億 1,300 萬美元，較 2005 年之外人投資額 2 億 3,815 萬美元，呈 10%負成長。按近 5 年來尼國平均每年吸引外資金額達 2 億 3,320 萬美元，居尼國外匯收入排名第 4 位，僅次於出口（值 7 億 5,940 萬美元），經常帳移轉（6 億 2,570 萬美元包括僑匯及贈與）及國際合作援款（5 億 5,150 萬美元）。

此外，根據尼國美僑商會（AMCHAM）出版 2006 至 2007 年尼國商業指南

（Doing Business in Nicaragua）指出，尼國至少有下列 8 項行業具商業投資機會：觀光業，農產貿易，奶製品業，林業，漁業及養殖業，輕工業，Call center（電訊服務）及電力事業等。

鑒於尼國目前發生能源缺電危機，顯示電力方面投資甚少。依據尼國央行統計資料，2005 年至 2006 年間，平均電力方面投資金額僅 951 萬美元。至於電訊方面投資則呈現大幅成長，主因為公營電訊事業民營化後，多家民間新電訊公司成立或現有電訊公司擴大投資所致。

依據尼國投資署表示，外人直接投資最具吸引力之產業之一為觀光業，自 1999 年至 2005 年間有逾 300 件觀光業投資計畫享受第 306 法給予之免稅獎勵。大部分投資於首都馬納瓜，南部 Granada 省及 Rivas 省地區，包括旅館及餐廳投資在內。

2006 年在紡織業方面重大投資有美商 International Textile Group（ITG）已於 2005 年 9 月破土動工興建年產 2,800 萬碼一貫作業織布廠，投資額 1 億美元。近 5 年來在尼國投資之產業排名以加工區投資居首（比重占 32％），通訊業次之（占 32％），其餘依序為觀光業，能源業，商業及服務業，合計占投資總值 94％。

由於 90 年代美國對尼國紡品銷美並沒有配額限制，台商赴尼國投資主要以紡織成衣為主。目前台商投資項目多集中於飯店、購物中心及會議中心等；富太製衣則是首家在尼國投資的廠商；年興製衣也相繼投入在尼國設廠，現在有 5 座成衣廠、1 家染整廠、1 家紙箱廠及 1 養蝦場，為台商在尼國投資最大者。

另外，統鼎聯合股份有限公司於 1999 年 9 月投資設立牛仔褲、休閒褲製造廠，於 2000 年 2 月開始營運。如興製衣公司於 2000 年 2 月在尼投資 500 萬美元設立如興尼加拉瓜馬納瓜製衣廠，自 2000 年 8 月開始產製。我國在尼國較具規模之投資廠商以紡織成衣業、旅館業為主、其他尚有貿易業、百貨業、服務業及農牧業。截至 2006 年底為止，台商累計投資件數 46 件，累計投資金額達 2 億 3,102 萬美元，創造就業機會約 2 萬 8,000 人，對尼國經濟發展及紓解失業均有極大貢獻。另據我國經濟部投資審議委員會之統計，截至 2007 年 12 月止，我國對尼加拉瓜累計投資案件 27 件，投資金額 1 億 2,902 萬美元。

⑶當地台商協會運作情形

目前尼加拉瓜的華人數約達 2 千 2 百餘人，其中台僑約 500 餘人，主要是赴尼加拉瓜投資事業的台商及我駐尼加拉瓜大使館的館員工及眷屬。尼加拉瓜主要的台商組織是尼加拉瓜台灣商會，目前會員人數 32 人，成立於 1998 年。

尼加拉瓜是中美洲面積最大的國家，當地貧富差距懸殊，由於尼加拉瓜台灣商會與我國駐尼國大使館互動良好，在協助尼加拉瓜當地商業活動、醫療支援等工作上，貢獻良多。此外，在尼加拉瓜多處公共建設之興建、投資，我國亦參與

不少。

(4)成功僑台商案例介紹

在尼加拉瓜投資經營成功的台商為數不少。年興紡織股份有限公司即是一例，其代工主要成衣品牌包括 Calvin Klein Jeans、DKNY Jeans、Tommy Hilfiger Jeans、Nautica Jeans、Mudd Jeans、GAP、Levis、JC Penney、Wal-Mart、Target、VF Jeanswear、Sears、No Excuse 等。主要產品包括牛仔布、牛仔成衣、休閒成衣。業者在台灣即為牛仔布紡織業的主要廠商，創立於 1986 年，係為我國上市企業。思及全球佈局，乃於尼加拉瓜設立成衣廠。目前除 5 座大型成衣廠外，另有 1 座大型紡織染整廠、1 座二級及三級紙箱 2 廠及 1 座養蝦廠。業者於尼國採取台灣接單分配當地生產方式，由台灣、美國、與巴基斯坦等地進料，並與台灣代理商購買美國、德國、日本等地所製造的機器設備，進行成衣代工（OEM）與牛仔布研發（ODM）等生產。

基於該公司長年建立的品牌辨識度，且為美國許多知名品牌成衣之委託廠商，故委託 OEM 之客戶訂單源源不絕。除工廠技術性質員工為尼國籍外，關於財務、會計等管理階層人才均由台灣公司外派，目前有台籍幹部 105 人、尼籍員工 1.5 萬人。由於業者對品質的要求高，乃運用高科技的檢驗與調、配色儀器，開發色彩樣式準確且多樣化的產品，以符合市場需求。尤其是越來越強調洗色與刷色等新流行元素的牛仔布，不同元素組合的布料推出就代表著新產品與新市場的開拓。須注意的是尼國環保意識漸高，製造過程中所產生的污水處理成本也逐漸增高。

尼國當地沒有本土企業從事紡織成衣業，而與外商企業比較，業者以成本優勢、口碑與外商同行競爭；再加上尼國優勢包括接近美國市場、勞工充足、工資具競爭力、政府鼓勵成衣紡織業發展，於加工出口區內生產可享有進口原料免稅、成衣出口免稅、營業稅於前 10 年免稅，第 10 年至第 15 年期間減免 60％等，加強了業者在尼國投資的競爭優勢。

3. **小結**

據尼加拉瓜中央銀行表示，盱衡 2006 年第 3 季全球經濟呈較大幅度成長，對尼加拉瓜 2007 年經濟成長非常有利，此需視尼國奧蒂嘉新政府運用民粹主義時能否謹慎為之。國際情勢對尼國有利，預測國際油價將不至於大幅攀升，國際需求亦不至大為減少，尼國主要出口產品國際市場價格預期不會下跌。上述國外情勢將使得農牧產品，蔗糖及礦產品等國際貿易相關產業活動維持較強經濟動力。

2007 年尼國實質國內生毛額成長 3.8％，較 2006 年之 3.9％略低。通膨率上升至 11.1％，將較 2006 年之 9.2％，高出 1.9 個百分點。

2007 年尼國出口達 11 億 9,380 萬美元，較 2006 年出口總值 10 億 2,740 萬美

元增加 16.2%。尼政府寄望 2007 年國際交易條件情況改善，使產品出口更具勁力；希望加工區有更多廠商投資設廠，尤其在中美洲國家與美國簽訂自由貿易協定（DR-CAFTA）在紡織業方面所帶來之利基以及旅居美國之尼國僑民家屬匯款將大為增加。

(九) 瓜地馬拉

1. 總體經濟情勢分析

根據聯合國拉丁美洲暨加勒比海經濟委員會（Economic Commission for Latin America and the Caribbean-ECLAC）出版之「2006 年拉丁美洲暨加勒比海地區經濟初步結果」報告指出，儘管 2006 年下半年起，部分先進國家諸如美國、日本、歐元區各國等經濟成長力道趨緩，加上國際原物料價格波動之不利因素，2006 年全球經濟發展仍延續 2005 年之良好發展趨勢。

在拉丁美洲方面，2007 年經濟成長率達 5.6%，此意味著拉丁美洲連續 4 年經濟成長率超過 4%，再次突顯出拉丁美洲近年來經濟表現已脫離過往幾年發展向下之現象，而轉向正面發展，惟仍不及其他地區開發中國家之經濟表現。整體而言，在全球有利之經濟環境以及拉丁美洲各國所採行之永續發展總體經濟政策帶動下，拉丁美洲各國經常帳盈餘持續增加，而政府財政赤字亦獲大幅度改善，此將可協助拉丁美洲各國降低因外在因素變動導致總體經濟不穩定之風險。

由於國際整體經濟表現良好，尤其美國、中美洲 5 國（瓜地馬拉、薩爾瓦多、宏都拉斯、尼加拉瓜及哥斯大黎加）及多明尼加等 7 國簽署之自由貿易協定於 2006 年陸續生效，有利於帶動外人在瓜國投資，因此 2007 年瓜國經濟成長率達 5.7%，此為 1998 年以來經濟表現最佳之一年。

值得注意的是，在全球金融日益自由化及國際化衝擊下，加上瓜國銀行業競爭激烈，導致 2006 年 10 月底瓜國第 4 大銀行咖啡銀行（BANCAFÉ）以及 2007 年 1 月瓜國商業銀行（Banco de Comercio）發生營運危機，宣布倒閉，並由瓜地馬拉銀行總監督局接管，使得瓜國銀行業面臨嚴重危機，並重創瓜國人民對瓜銀行體系之信心。該銀行危機現雖已較為平息，惟其對瓜國經濟影響有待後續觀察。

整體而言，瓜地馬拉人口 1,300 萬餘人，國內生產毛額 336.9 億美元，平均每人國民所得 2,440 美元，為中美洲最大經濟體，占中美洲地區國內生產毛額比率達 3 分之 1。1996 年 12 月瓜地馬拉在聯合國支持下，與游擊隊簽署和平協定，結束長達 36 年之內戰。此後，瓜國即將其經濟政策著重在維持總體經濟穩定、扶貧以解決社會問題、提高人力素質及增加產能效率；爰此，瓜國政府展開一連串經濟開放措施，並致力於提升政府部門行政效率。

1991 年至 2006 年間瓜國經濟成長率維持在 2%至 5%之間，然而瓜國人口每年成長率達 2.5%，上述經濟成長速度相較於人口成長速度，使得瓜國平均國民所得無法大幅改善，加上貧富差距嚴重之社會現象始終無法解決，造成瓜國窮人占全國總人口比率達 3 分之 2，其中 4 分之 3 窮人居住在內陸鄉村地區，如何解決貧

窮問題仍是瓜國政府必須面對的重要課題。

瓜地馬拉 2006 年重要總體經濟發展情勢如次：經濟成長率 4.6%，較拉丁美洲平均值 5.3%為低；通貨膨脹雖受國際石油價格波動之影響，惟在瓜國政府努力下，控制在 5.79%，符合瓜國政府原訂之 4%至 6%範圍內；外匯存底 40 億 6,120 萬美元，略高於 2005 年之 37 億 8,270 萬美元；外債 39 億 5,830 萬美元，較 2005 年之 37 億 2,320 萬美元增加 2 億 3,510 萬美元；進出口貿易方面，2007 年出口金額 44 億 9,000 萬美元，較 2006 年之 36 億 6,500 萬美元成長 22.5%，進口金額為 118 億 6,100 萬美元，較 2006 年之 101 億 5,600 萬美元增加 16.8%，貿易逆差為 63 億 7,100 萬美元，較 2006 年之 64 億 9,100 萬美元減少 1.8%。

政府財政赤字占 GDP 比例則為 18.8%，較 2005 年 18%略再增加 0.8%，比起墨西哥 21.4%、哥斯大黎加 34.1%、薩爾瓦多 41.5%、阿根廷 60.4%及巴西 72.4%，瓜國政府財政狀況在拉丁美洲各國中算是相對表現較為健全國家之一。

在與我國經貿互動關係方面，根據我國財政部統計資料顯示，2007 年台瓜雙邊貿易額為 1 億 2,750 萬美元，較 2006 年之 1 億 6,789 萬美元減少 24.1%，其中我國對瓜國出口金額為 9,472 萬美元，較 2006 年之 1 億 2,348 萬美元減少 23.3%，主要出口產品包括噴射機用燃料、合成纖維及梭織物、小客車底盤、汽機車零件、化學品、機車引擎、空白光碟、醫藥製劑等；2007 年我國自瓜國進口金額減少為 3,278 萬美元，較 2006 年之 4,441 萬美元減少 26.2%，主要進口項目為蔗糖（粗 / 精糖）、咖啡、鋼鐵廢料及鋅渣等。2007 年我對瓜國貿易享有貿易順差 6,194 萬美元，為改善此一貿易失衡情形，我積極協助瓜國產品出口至台灣，惟瓜國其他產品在我市場占有率仍相當微小，有待繼續加強拓銷。

表 2-48　瓜地馬拉基本資料表與總體經濟指標

地理位置	位於中美洲西北與墨西哥接壤，南濱太平洋，東靠加勒比海，東 南與宏都拉斯及薩爾瓦多為鄰。
首都（府）主要城市	瓜地馬拉市
國際機場（座落地點與名稱）	晨曦國際機場、聖塔耶那彼得機場
面積（平方公里）	108,889
人口數（人，2008 年）	13,002,206
人口密度（人／平方公里）	120
華人數（人，2007 年）	24,189
華人所佔比例（%）	0.186
台僑人數（人，2007 年）	500

表 2-48　瓜地馬拉基本資料表與總體經濟指標（續）

台僑所佔比例（%）	0.00385		
匯率（Cuetzale 兌美元）	7.6308：1（2007.12）		
	2005	2006	2007
消費者物價上漲率（%）	8.43	6.44	6.45
經濟成長率（%）	3.2	4.6	5.7
失業率（%）	3.13	3.1	3.2
國內生產毛額（億美元）	320.64	352.912	336.94
平均每人國民所得（美元）	2,589	2,676	2,440
出口值 f.o.b.（億美元）	34.77	36.65	44.90
進口值 c.i.f.（億美元）	88.10	101.56	118.61
對我國之出口值（千美元）	22,098	44,418	32,781
自我國之進口值（千美元）	111,786	123,480	94,721
對我國之貿易餘額（千美元）	-89,687	-79,062	-61,940
對我國之主要出口產品	固體甘蔗糖或甜菜糖及化學級純蔗糖		
自我國之主要進口產品	石油及提自瀝青礦物之油類、合成纖維絲紗梭織物、合成纖維絲紗		
外匯存底（億美元）	41.39（2007.12）		

資料來源：中華民國僑務委員會、財政部統計處、駐瓜地馬拉大使館經濟參事處、世界銀行、IMF。

2. 當地台商投資情形

(1) 當地產業發展

瓜國以農立國，2006 年農業產值占瓜國國內生產毛額比率仍高達 22.20%，產值為 78 億 3,645 萬美元，較 2005 年增加 7.66%。對瓜國經濟而言，農業為全國最重要的產業，主要原因為農業就業人口超過 200 萬人，對瓜國外匯收入貢獻達 10 億美元以上。

工業部門包括製造業、礦業、建築業及水電業 2006 年產值約 67 億 4,062 萬美元，占瓜國 GDP 比率 19.1%，其中製造業部門占瓜國 GDP 比率達 12.46%，集中在農產品加工，主要供應市場包括瓜國國內市場及外銷至中美洲其他國家及美國；其他較重要製造業包括紡織品、鞋業、金屬加工及化學產品如農藥等。

服務業占瓜國國內生產毛額比率約 58.80%，2006 年產值約 207 億 5,122 萬美元，主要部門以商業為主（批發及零售商）。茲將瓜國重要產業發展概況略述如後：

A. 咖啡面臨生產過剩問題

咖啡為瓜國最重要的出口產品，種植面積達 27 萬公頃，為全球第 6 大咖啡生產國，所生產之咖啡品質及售價在美國市場居第 3 位。根據瓜國咖啡協會（ANACAFE）提供之資料顯示，2005 年瓜國咖啡產量約 450 萬袋，約與 2004 年產量相當，此亦說明國際咖啡市場仍供過於求，國際咖啡價格仍然偏低。另根據瓜國中央銀行統計資料，2006 年瓜國咖啡出口金額達 4 億 6,354 萬美元，略低於 2005 年之 4 億 6,397 萬美元，穩居瓜國第 1 大出口農產品。面對近年來咖啡國際市場價格因生產過剩導致價格大幅滑落，瓜國咖啡協會（ANACAFE）近年來積極推廣瓜國咖啡為頂級咖啡之形象，並透過網路拍賣，以為瓜國咖啡尋求出路。

B. 蔗糖產銷俱成長

瓜國為全球第 6 大蔗糖出口國及拉丁美洲第 2 大蔗糖生產國，全國甘蔗種植面積達 18 萬 5,000 公頃。根據瓜國糖協（ASAZGUA）統計資料顯示，2004/2005 收成期瓜國蔗糖產量為 3 億 9,200 萬 Quintal（約 45 公斤），較 2003/2004 收成期之 3 億 9,120 萬 Quintal 增加 80 萬 Quintal。另根據瓜國中央銀行統計資料，2006 年瓜國蔗糖出口金額為 2 億 9,856 萬美元，較 2005 年之 2 億 3,658 萬美元增加 26.2%，為瓜國第 2 大傳統出口農產品。

C. 香蕉出口仍重要

繼咖啡及蔗糖之後，香蕉居瓜國農產品出口值第 3 位，全國種植面積為 1 萬 9,000 公頃，2005 年產量約 2,410 萬 Quintal，較 2004 年增加 8.8%，2006 年瓜國香蕉出口金額為 2 億 1,563 萬美元，較 2005 年之 2 億 3,617 萬美元減少 8.7%。

D. 豆蔻產量全球居冠

從 1980 年代開始，瓜國即躍居全球豆蔻最大生產國及出口國，全國種植面積達 50,750 公頃。2005 年瓜國豆蔻產量僅成長 3.7%，遠不及 2004 年 27.5%之成長率，主要原因在於豆蔻消費市場中東各國庫存增加，導致國際價格從 2004 年 US$118.84/per quintal 下跌至 2005 年 US$94.79/per quintal。2006 年出口金額為 8,344 萬美元，較 2005 年之 7,036 萬美元成長 18.59%。

其他非傳統出口農產品：自 1990 年代開始，瓜國非傳統出口農產品在瓜國經濟中已逐漸占有一席之地，其中較重要者包括綠花椰菜、花卉、芒果、哈密瓜、觀賞植物及雪豆等，其中雪豆產量更居全世界第 1 位。根據瓜國非傳統產品出口協會提供資料，上述非傳統產品出口金額已從 1992 年 1 億 5,100 萬美元增加至 2006 年 4 億美元，已是香蕉出口值的 2 倍。

⑵ 當地台商投資概況

台瓜兩國在投資方面雖經我政府多年推動經技合作，鼓勵我國廠商赴瓜投資，但因為距離遙遠、語言障礙，但成效未如預期，加以國人對瓜國之瞭解程度不如對東南亞及中國之瞭解。其實瓜國總體投資環境不亞於東南亞各國，例如允許外

國人持有效護照即可購買投資所需之土地、房屋、廠房及辦公室，不像東南亞國家有諸多限制，對外銷廠商亦給予原料、機械免稅及加工外銷沖退稅等優惠。

截至 2007 年 12 月，台商在瓜國投資計有 54 件，金額達 3 億 5,486 萬美元，主要與瓜商合作共同興建平價國民住宅及社區開發，提供中低收入戶合理價格購得住宅。其餘台商投資為百貨批發及零售、餐飲、泡麵生產、名牌運動鞋代理商、咖啡及機車零件進出口代理商、電腦週邊、旅行社、旅館、東方蔬菜及火龍果種植等投資規模不大。

瓜國天然資源豐富，近年來加工業發展迅速，主要為成衣、鞋類製造、電子電器產品裝配加工業等，除已於 2006 年 7 月 1 日實施之美國與中美洲 5 國及多明尼加自由貿易協定（DR-CAFTA）外，另享有歐盟及加拿大 GSP 優惠待遇。另化學品、塑膠製品及生鮮蔬果、花卉等出口成長迅速。木材亦為一大天然資源。其他天然資源包括礦產（鎳）、水力、地熱等均未充分開發利用。

瓜國屬開發中國家，工業尚處萌芽階段，多以民生必需品及勞力密集之工業產品為主。瓜國地理位置優越，鄰近美、加、墨 3 國成立之北美自由貿易區廣大市場，加上瓜國已與墨西哥簽署自由貿易協定，與歐盟、加拿大、智利、加勒比海共同體、巴拿馬自由貿易協定及美洲自由貿易區正積極推動中。瓜地馬拉以其優越地理位置及對我之傳統友誼，可作為台商進入廣大美洲市場之跳板。我國有意赴瓜國投資之廠商一則可選擇本地原料充足之行業，如農產品加工（包括咖啡、蔗糖、豆蔻、蔬果、大理石、木材、皮革畜牧等），一則可利用當地廉價勞工，選擇勞力密集加工業（如成衣、製鞋、洋傘、塑膠、乳膠手套、鐵製傢俱、辦公傢俱、運動器材、禮品、玩具、電子零件、電器產品裝配等）直接投資設廠生產行銷全美洲，惟在投資之前則須進行投資可行性分析，以瞭解優劣點後，而能一舉投資成功。

⑶當地台商協會運作情形

當地僑台商相關組織發展相當活絡，主要包含有「旅瓜地馬拉台灣商會」、「旅瓜地馬拉中華商會」、「旅瓜地馬拉台灣工商會」、「華僑總會」、「華僑總會」、「華人獅子會」、「中瓜協會」及「世界廣東同鄉會瓜國分會」。其中以華僑總會及台灣商會最具代表性。各僑團均擁護台灣，與駐瓜地馬拉大使館合作配合。另慈濟功德會瓜地馬拉工作點經常深入瓜國各地進行慈善救助活動。

⑷成功僑台商案例介紹

在瓜地馬拉的台商大多以民生必需品及勞力密集之工業產品為主。台商目前在瓜國投資金額約為 2,200 萬美元，主要投資案為速食麵工廠（約 500 萬美元）、混凝土工程（約 800 萬美元）、編織袋（約 500 萬美元）及電子組裝廠投資（約 400 萬美元）。

其中，聖伊莎貝爾速食麵工廠成功經營之道在於：a. 有效控制整體人事成

本──利用瓜國勞工進行相關作業，強調員工多樣化訓練以配合其工作多樣性，減少非尖峰生產期間冗員產生；b. 減少存貨成本──依據訂單數量決定「1 年份」進料量與生產量，降低原物料及產品的庫存量；c. 減少呆帳產生──採用「預先付款方式」；d. 泡麵口味當地化──承襲台灣統一企業在美國洛杉磯工廠（現已停止運作）的現有設備及 Know-how，加上該公司研發團隊進行當地化的產品開發（口味及份量）；e.「一條龍」經營策略──水電供應自給自足，並擁有 20 部卡車運送貨物。

3. 小結

世界銀行認為 2007 年主要工業國家如美國、歐元區等國經濟成長趨緩，不如 2006 年，全球平均成長率下降 4.9％，較 2006 年減少 0.1％，全球經濟可能因此步入緩慢成長期。受到全球景氣趨緩之影響，2008 年拉丁美洲經濟雖然可繼續擴張，惟成長幅度將下修至 4.4％。

2007 年瓜國經濟成長率達 5.7％，略高於 2006 年之 4.6％，其中農業部門成長率為 4.4％、礦業部門（2.6％）、製造業（3.8％）、營建業（7.2％）、水電（6.6％）、交通運輸（10.1％）、商業（4.2％）及金融服務業（6.5％）。通貨膨脹 6.45％、出口成長 22.5％、進口增加 16.8％，貿易逆差減少 1.8％。

台瓜兩國邦交篤睦，雙方經貿交流管道順暢，尚無重大經貿議題存在，雙方所有經貿交流無不同時考量實質經貿效益。惟因兩國距離遙遠，且無海、空運直航，加上瓜國市場規模較小，出口產品以農產品為大宗，因此雙邊貿易量尚不大。近年來在我經濟部推動下，我駐瓜經參處正積極協助瓜國產品拓銷台灣及透由台灣拓銷至其他亞洲市場，諸如咖啡、蔗糖、木材、食品及手工藝品均具外銷我國市場潛力，值得雙方政府共同努力，以擴大瓜國產品對我出口，進而降低我對瓜國貿易順差。

此外，台瓜自由貿易協定（FTA）已於 2006 年 7 月 1 日正式生效實施，台瓜經貿合作關係邁入新里程碑。台瓜自由貿易協定將可為兩國業者擴大在彼此市場之商機，透過台瓜自由貿易協定將可提供兩國業者更優惠之市場進入條件，值得兩國業者善加利用此一自由貿易協定之利基，加強對彼此市場之拓銷。

(十) 宏都拉斯

1. 總體經濟情勢分析

2007 年經濟成長率達 6.3％，較 2006 年的 6.0％高出許多。雖然經濟穩定成長，但受限於原物料及民生用品多數仰賴進口、基礎建設不夠完善、科技發展多仰賴外資企業、長期入超、廉價產品大量進入市場，宏國經濟發展最終仍須與外來投資掛勾。當地 60％處於貧窮邊緣的居民，因多居於交通不便之處，能否享受外資所帶來的工作機會則有待商榷，因而生活壓力持續擴大中。

在物價方面，2007 年消費物價指數上漲了 7.0％，較 2006 年的 5.5％為高。其中以交通、教育、水電燃料、食物的漲幅最高，油價節節高昇，壓力之大造成計程車司機常常集體罷街抗議，危害社會秩序甚巨。宏都拉斯之石油仰賴國外進口，國內無煉油廠，儲油設備不甚完備，面對國際油價上漲，毫無招架能力，在在都增加了用油成本，其油價更居中美洲 5 國之首，人民生活痛苦指數增加，可支配所得減少。

2007 年宏國國民生產毛額為 122.79 億美元，平均每人所得為 1,600 美元。在對外貿易表現方面，宏都拉斯 2006 年出口較 2005 年增加 14.9％，達 19.3 億美元；進口較 2005 年增加 17.4％，為 54.1 億美元。入超主因為國際油價上漲及能源、電信設備及其他工業設備、建材及消費產品進口增加所造成。雖然宏國外匯續有增加，但其高額的貿易赤字，若非在美宏僑之匯款、成衣加工出口業所賺取之外匯、外國各項捐款及借款等挹注沖銷，宏政府早已無法承擔。海外僑民匯款（大部分來自美國，其餘包括加拿大、歐洲及其他國家）向來是宏國外匯收入主要來源。2006 年宏國僑匯金額高達 23.6 億美元，較 2005 年之 17.8 億美元增加幅度高達 33％，已成為宏國經濟發展主要推動力之一。

在與我國經貿互動關係方面，2007 年台宏雙邊貿易總額為 6,596 萬美元，我自宏國進口額為 2,282 萬美元，較 2006 年的 1,440 萬美元增加 58.5％，主要產品為廢鐵、咖啡、紡織品、鋁廢料及碎屑、成衣、木材及雪茄等；我對宏國出口額為 4,314 萬美元，較 2006 年 3,599 萬美元增加 19.8％，主要項目為機動車輛零附件、車輛零附件、電訊產品、機械產品、化學品及化學製品、染料載媒劑、塑膠製品、紡織相關產品、風扇及鼓風機、已印刷之紙或紙板標籤及塑膠製袋等。鑒於台宏雙邊貿易互補性不高，進出口數額及項目不多，加上宏國本身市場規模小，與我距離遙遠、文化差異及語言障礙等，因此雙邊貿易額不大。

表 2-49　宏都拉斯基本資料表與總體經濟指標

地理位置	中美洲小國，西與瓜地馬拉和薩爾瓦多交界，東南與尼加拉瓜接壤，北臨加勒比海，南有一小段太平洋海岸。		
首都（府）主要城市	德古西加巴		
國際機場（座落地點與名稱）	德古西加巴國際機場		
面積（平方公里）	112,088		
人口數（人，2008 年）	7,639,327		
人口密度（人／平方公里）	69		
華人數（人，2007 年）	11,881		
華人所佔比例（%）	0.156		
台僑人數（人，2007 年）	78		
台僑所佔比例（%）	0.00102		
匯率（Lempira 兌美元）	18.8951：1（2007.12）		
	2005	2006	2007
消費者物價上漲率（%）	8.8	5.5	7.0
經濟成長率（%）	4.2	6.0	6.3
失業率（%）	4.8	3.6	---
國內生產毛額（億美元）	85.16	92.49	122.79
平均每人國民所得（美元）	972	982	1,600
出口值（億美元）	16.79	19.30	21.20
進口值（億美元）	46.13	54.18	30.82 *
對我國之出口值（千美元）	15,064	14,400	22,827
自我國之進口值（千美元）	33,168	35,998	43,140
對我國之貿易餘額（千美元）	-18,104	-21,598	-20,313
對我國之主要出口產品	鐵屬廢料及碎屑、重熔用廢鋼鐵鑄錠、咖啡、T 恤衫、汗衫及其他背心		
自我國之主要進口產品	經護面、鍍面或塗面之鐵或非合金鋼扁軋製品、合成有機著色料、針織或鉤針織圈絨織物		
外匯存底（億美元）	2.545（2007.12）		

*1-6 月數字

資料來源：中華民國僑務委員會、財政部統計處、宏都拉斯中央銀行、世界銀行、IMF。

2. 當地台商投資情形

(1) 當地產業發展

根據宏都拉斯央行統計資料，2006 年製造業成長達 3.5%，食品、飲料與農業成長 3.1%；紡織成衣加工業為宏國最大產業。宏國 2006 年成衣出口值與 2005 年相較衰退約 6%，但其出口量僅呈現些微疲軟，足證宏國成衣廠競爭力已見提升。拜國際農產品價格上揚所賜，咖啡、蔗糖、棕櫚油、吳郭魚、香瓜與西瓜等熱帶水果輸出額增加；就以咖啡產量而言，2006 年與 2005 年相較並未增加，國際咖啡市場持續走揚，宏國出口值與 2005 年相較成長 22.2%。

A. 成衣加工業銷美國競爭力回溫

宏都拉斯是中美洲成衣出口至美國最大出口國家，根據宏國成衣製造商公會（AMH）統計資料，2006 年前 11 個月總出口額 22 億 4,710 萬美元，與 2005 年相較衰退約為 6%。成衣總出口數量達 1 億 2,738 萬打與 2005 年相較，僅衰退 2%。由於亞洲新興國家勞工薪資低，紡織成衣生產具有比較利益優勢，造成中美洲五國成衣輸銷美國威脅。鑒於宏國成衣廠出口單價比 2005 年報價低，顯示宏商競爭能力已提升。

鑒於自由貿易協定精神，美國給予尼加拉瓜可自第三地進口布料，加工後輸銷至美國獲得免稅優惠待遇。宏國成衣製造商公會總幹事 Mr Jorge Interiano 指出，在中美洲與美國自由貿易協定傘保護下，宏國外資成衣代工業者為獲得更大競爭利基，勢必往成衣上游紗與織布廠投資設廠計畫，以形成成衣產業垂直整合鏈。

B. 咖啡產業加值成長

根據宏都拉斯咖啡公會（INCAFE）資料，由於氣候適宜且政府協助生產戶採契約收購政策，宏都拉斯 2006 年咖啡產量達 381 萬袋，其產量較 2005 年成長相較，成長 23%。出口數量為 294 萬袋，每袋平均價格 105 美元，總出口額超過 4 億美元。主要出口地區為德國，居首位，總出口量為 119 萬袋，約占總額 40%。

由於宏國咖啡品質佳，為追求產品附加價值，宏國咖啡推廣局近年來大力向咖啡農推廣有機咖啡種植，平均售價提高，提高宏商獲利，例如，宏商 el Benefico de Café Santa Rosa 因獲得頂級咖啡首獎，其每袋出口價格為 US$251.94 美元。就宏國咖啡品級分析，一般優等品級咖啡（HG EP）生產量最多占總產量 70%，以出口至歐洲地區為主；其次分別為優等酸性高品級（SHG EP）產地 1,220 公尺以上咖啡約占總產量 24%；而其餘咖啡屬於一般標準品級，則占總產量 6%。

C. 糖業與酒精副製品出口增加

宏國蔗糖廠計有 7 家且集中在宏北地區：Compañía Azucarera Hondureña、Azucarera Choluteca、Compañía Azucarera Chumbagua、Azucarera del Norte、Azucarera Yojoa、Compañía Azucarera Tres Valles 與 Azucarera La Grecia 等 7 家

糖廠。為維持國內蔗糖有秩序行銷策略，其出口價格概由 APAH 公會統籌規劃，獲得出口許可證明後，糖廠才可銷售至國外市場。由於美國蔗糖受到國內蔗農工會保護，2006 年 4 月份美國與宏國雙邊自由貿易協定運作之後，宏國蔗糖輸銷至美國總量增加至 1 萬 2,817 公噸，與 2005 年相較增加約 1,189 公噸。

宏國糖果製造較為落後，本地業者仍是製造硬式糖果為主，尚未有製造軟糖科技，宏國 CADELGA, S.A. 製糖廠正物色國外優秀糖果製造商，以策略聯盟合作，計畫向國外採購製糖果機械設備，以提升宏國糖果產業競爭力。

D. 肉類加工業追求經濟規模

宏都拉斯位於副熱帶地區，適於牛、雞與豬隻養殖業；尤其是南部大草原適宜牛隻圈養，其牛種大都採自美國與印度 Brahman 品種交配而來。大部分養殖戶屬於小農戶，因為缺乏資金投入，而不能達到大量養殖牛群之經濟規模。近年來，宏國政府輔導國內養殖戶向金融機構取得低利貸款補助，以增加畜牧業競爭力。為達到經濟規模，政府農牧部歡迎國外企業至宏國投資畜牧產業。

E. 農產品加工業強化高價值作物產銷

鑒於美國是蔬果最大消費市場，宏國政府獎勵農民改種植高經濟作物。近來熱賣紅毛丹水果，其外型類似於荔枝，種植在中、南部靠近加勒比海潮濕與副熱帶地區；4 年前咖啡國際市場價格低迷，宏國農牧部鼓勵農戶改種植紅毛丹，該水果經過品種改良與冷凍出口包裝改善，已成功外銷。由於水果富多種維他命有益健康，2006 年進軍北美市場已獲正面回應，農業專家預估美國消費者需求將會呈現穩定成長。

⑵ 當地台商投資概況

宏國位於中美洲中間地帶，距離美國及中美洲市場較近，天然資源豐富，勞力充足，工資低廉，且政治民主、社會安定、法律基礎穩固、人民愛好和平。政府訂有諸多獎勵投資優惠措施，外國投資廠商與宏商享有相同免稅待遇。

宏國交通發達，港口良好，擁有大西洋及太平洋岸航線之海港，其中宏北 Cortés 港為 24 小時營業，中美洲最大商港。4 座國際機場（分別位於首都德古西加巴、汕埠、La Ceiba 及 Roatán 島），道路優良為中美洲之冠，與美國海、空運輸甚為便捷，空運至美國邁阿密僅 2.5 小時，海運則 72 小時之內可抵達。貨輪運輸方便，每週有 10 航次貨輪到邁阿密，4 航次貨輪到紐奧良，每兩週一次貨輪到歐洲。

宏國目前有 24 座加工出口區，另多處城市為自由貿易區，享有與加工出口區相同免稅待遇，1998 年 1 月新政府上台後，將全國都納入自由貿易區範圍，以鼓勵投資，創造就業。

宏國國會已在 2005 年 3 月通過中美洲國家與美國所簽訂之自由貿易協定（CAFTA），並於 2006 年 4 月 1 日實施，咸信將吸引更多外資進入宏國投資設廠，利用本協定所帶來的關稅減讓優勢。宏國與墨西哥間已簽訂自由貿易協定，

與哥倫比亞、巴拿馬各國的自由貿易協定正在諮商中。宏國貨品外銷歐洲、日本、澳洲享有普遍化優惠關稅之待遇。

目前台商在宏國正式投資案 25 件，金額約 2.3 億美元，其中 15 家紡織成衣業在北部工業區內設廠，從事紡紗、織布、染整、印花及成衣製造業產品銷往美國。其中 2000 年 11 月 11 日「福爾摩莎工業區」舉行竣工儀式，包括宏副總統等政商領袖媒體均出席，且獲宏國加工出口商協會（AMH）讚許，目前該區已有紗廠、織布廠、染整廠、印花廠、針織成衣廠及塑膠袋廠等上中下游一貫作業。目前宏都拉斯台灣商會共有會員廠商 19 家，個人會員 6 名。我對宏投資除紡織業外，尚包括建材業、水產養殖及漁獲加工及餐飲服務業等，台商在宏北哥德斯港設立之鮪魚加工廠，因受環保人士杯葛等問題而關廠，期盼宏政府繼續努力改善治安與政府效率，以營造更具優勢之投資環境。我駐宏大使館經濟參事處持續協助宏國台商依據我政府「鼓勵業者赴有邦交國家投資補助辦法」規定申請，取得相關補助。

此外，對於台商於宏國的投資行為則須注意到以下事項。首先，由於宏國國際收支帳及財政收支年年赤字，通貨膨脹率高，幣值不穩，隨時要注意匯率變動情形。宏國基本工資年年漲幅高達 9％左右，為投資廠商不可忽視之成本增加因素。目前法定基本工資為 150 美元（月薪）。其次，政府行政效率較差，辦理各項文件或證件耗時甚久。治安方面仍有待改善，旅宏台資企業均採低姿態，以免為歹徒覬覦。此外勞工素質不齊，工會力量龐大。廠商投資時，除應深入了解有關投資法令規章及勞工法外，亦宜請律師專人協助。本地遊樂設施有限，生活便利性不如台灣，且距台灣路程遙遠，投資者宜具備國外設廠經驗及西語能力並事先做好心理準備以利員工管理及長期投資發展。第三，我駐宏都拉斯大使館經參處及汕埠台灣貿易中心與宏國政府各機構及民間工商團體，均建立良好關係，可提供我投資者各項資訊及輔導。第四，我國業者須注意在宏國申請工作居留之規定，以免造成後續困擾。

(3) 當地台商協會運作情形

目前宏都拉斯華人約近 12,000 人，其中台僑僅有 78 人，多聚集在首都，其餘則散居於北部較大的城市。雖然宏都拉斯是我邦交國，但由於台僑人數並不多，為團結我旅宏投資廠商力量，提昇台商地位，促進台宏二國經貿投資合作關係，於 1999 年 2 月 25 日成立「宏都拉斯台灣商會」，目前共有會員廠商 19 家，個人會員 6 名，是僅有 1 個台僑社團組織。

(4) 成功僑台商案例介紹

華人在宏國早期大多從事餐飲、雜貨、成衣製造、貿易，現今則以建材業、水產養殖、漁獲加工及餐飲服務業為主。雖然宏國台商並不多，但仍有成功的案例。例如，我國建材產業於當地發展已取得不錯的成果。成功經營的關鍵因素在於具企業家冒險犯難的精神、講究品質，重視信用，以誠信與品質取勝，且建構

自有品牌的信用度，行銷時作市場區隔，鞏固原有客戶，積極開發新客源。

3. 小結

近年來宏國政府積極吸引外資投入電子通訊業及電信業，雖然其他電子業尚未見大規模發展及投資，但朝此方向繼續努力，將可提升國家整體競爭力。政府正在尋求立法通過電力外包法，期望能為宏國創造更穩定、充足的電力及更實惠的電價。透過各項國家硬體設施之建立及行政效率的改善，宏國才能保有目前吸引外資的利基，進而吸引更多投資，創造就業機會及外匯。宏國政府為達到對國際貨幣基金（IMF）提出之精簡政府組織，增加歲收等承諾，遂採取油價調漲、稅率提高等相關措施，使得原來生活窮困的人民雪上加霜，教師、醫生或勞工遊行經常可見，故如何在與國際經貿組織規範及人民生活福祉間取得平衡，實為宏國政府一大課題。

另外，近年來宏國海鮮出口量逐年增加，目前緊追在咖啡及香蕉出口之後，為宏國第三大外銷產品；其中吳郭魚，冷凍蝦及龍蝦是大宗。2005 年全年海鮮出口量增加到 2.8 億美元左右，潛力雄厚，可惜宏國與我國距離遙遠，我國民無法享受到宏國價廉物美之海鮮產品。

宏國雖為我在中美洲之堅實友邦，但雙邊貿易互補性不高，每年我對宏國之貿易均享有鉅額順差。由於近年來，宏國傳統性農產品在國際市場上受配額限制及強烈價格競爭，加上工業基礎先天不足，因此一直仰賴工業先進國家之援助，改善宏國自來水技術、電力開發、水力灌溉、公路擴建、職業訓練等基礎建設方面。而宏國係我國邦交國，依據我政府「鼓勵業者赴有邦交國家投資補助辦法」前往室國投資，可獲得相關補助。

(十一) 薩爾瓦多

1. 總體經濟情勢分析

薩爾瓦多 2006 年經濟表現活絡，成長率 4.2％，為近 10 年來新高峰，官方歸功於政府正確的經濟及產業政策，而民間產業之加速革新、世界經濟復甦，以及其他相關國家經濟成長之助益，也是重要因素。薩爾瓦多在中美洲國家中扮演總體經濟改革的重要角色，積極推動中美洲區域經濟整合，對外洽簽自由貿易協定、利用與美國自由貿易協定（CAFTA）優惠拓展出口、促銷觀光，藉以提升國家形象及國際經貿空間。2007 年薩國經濟成長率增為 4.7％。

總體而言，薩爾瓦多總體經濟多年維持穩定。自 2001 年實施美元化，匯率持穩，2006 年平均放款年利率介於 7.5％ -9％、存款年利率介於 3.5％ -4.5％，放款利率在拉丁美洲國家最低，2007 年通貨膨漲率 4.6％（因石油價格上揚，帶動物價），也是中美洲最低者。外匯存底為 25 億 2,900 萬美元，外債 100 億 5,920 萬美元，另根據薩爾瓦多勞工保險機構（ISSS）統計，2006 年就業率成長 6.2％，其中非農業就業機會增加 3 萬 5,000 個，農業就業機會增加 2 萬 5,000 個，彌補了 Maquila 加工區撤除所造成之失業。

在出口表現方面，20 年來薩國出口向以傳統產品為主，但近年則轉以非傳統產品為主流。2007 年出口總額 38 億 3,000，成長 9.0％，主因咖啡及蔗糖國際價格上漲之故，非傳統產品成長，主因為新市場開放，對非中美洲區域外之國家出口增加。然而 Maquila 加工區成衣出口減少，乃因 CAFTA 對紡織成衣業並無帶來預期之利益，薩爾瓦多布料供應不足及不能使用第三國（尤其是亞洲）布料，喪失競爭力，造成 Maquila 成衣廠撤離而出口下跌。

薩爾瓦多主要出口產品依序為：加工出口區產品（成衣為主）、食品加工及飲料類產品（未提煉蔗糖、不含酒精飲料類、餅干類等為主）、植物類產品（咖啡、沖泡粉狀食品及花卉生鮮植物及芝麻等為主）、一般金屬及其製品（鐵及鋼片、鋁製加工品、鐵及鋼製加工品為主）、化學工業品（藥品、清潔劑類產品、油漆等為主）、紡織原料及加工產品（內衣及成衣配件、寢具用品、合成人造平織布、棉線產品為主）、紙漿及紙製品（衛生紙、紙盒包裝容器及紙箱等）等。

2006 年薩爾瓦多主要出口貿易國為美國占 57.1％，其次是中美洲區域（瓜地馬拉占 13％，宏都拉斯占 8％）。薩國出口廠商協會（COEXPORT）呼籲政府撤除出口障礙、提供港口、海關、倉儲等便利，以及其他基礎建設，支援減低對美國高度依賴性，加強開拓新市場，產品多元化，分散成衣加工區事件所造成的衝擊。除穩固現有市場外，並覓求新市場如加拿大及歐盟，以及與薩爾瓦多簽署自由貿易協定國家，如智利、巴拿馬及多明尼加等，甚至亞洲國家。

在進口表現方面，2006 年進口總額 76 億 2,775 萬美元，增加 11.6％，主因原油及其衍生物價格飆漲，進口額高達 10 億 8,105 萬美元，較 2005 年增加 18.5％。消費財占 24 億 500 萬美元，成長 15.18％，中間財占 27 億 9,800 萬美元，成長 20.19％，資本財占 12 億 2,100 萬美元，成長 20.30％，其中原料增加 17.4％、機器 10.9％。然而 Maquila 加工區成衣原物料進口額 12 億 380 萬美元，下跌 14.2％。2007 年薩國進口總額 82 億 800 萬美元，較上年增加 7.6％。

主要進口產品依序為：加工出口區產品（成衣原物料為主）、礦類產品（石油、柴油、天然瓦斯、重油等）、機械及電子產品（機械器材、發電機、冷凍設備、電器產品為主）、食品及飲料類產品、化學工業品（藥品有機及非有機產品、香水及化妝品等為主）、運輸設備（客車及貨車為主）及一般鋼鐵金屬等。

薩爾瓦多與我國之經貿互動關係，2007 年雙邊貿易總額為 8,386.9 萬美元，較 2006 年增加 4.0％，其中我對薩爾瓦多出口金額計 7,102.8 萬美元，減少 0.8％，自薩爾瓦多進口 1,284.1 萬美元，大增 42.7％。台薩貿易量小，雙邊貿易總額僅占我對外貿易比重 0.019％，居第 92 位。從歷年雙邊進出口資料可見兩國進、出口產品種類少變化不多，2006 年我自薩國進口產品以廢金屬，包括鋼鐵廢料、廢鋁及廢銅料等、咖啡、人纖及棉質 T 恤襯衫等、冷凍漁類（魚翅、魚飼料及其他）為主。我國向薩國出口以化學原料（聚對苯二甲酸乙稀酯）、汽油、紡織材料、塑膠製品及汽機車零組件等為主，顯見薩國適合出口我國產品不多，每年變化不大。惟我輸薩國紡織品、汽機車零組件、塑膠製品等有被亞洲國家如南韓取代情形。

表 2-50　薩爾瓦多基本資料表與總體經濟指標

地理位置	中美洲最小國家，南臨太平洋，西北與瓜地馬拉接壤，東北和東部與宏都拉斯交界。
首都（府）主要城市	聖薩爾瓦多市
國際機場（座落地點與名稱）	聖薩爾瓦多國際機場
面積（平方公里）	21,041
人口數（人，2008 年）	7,066,403
人口密度（人／平方公里）	336
華人數（人，2007 年）	2,030
華人所佔比例（％）	0.0287
台僑人數（人，2007 年）	430
台僑所佔比例（％）	0.0061
匯率（Colnes 兌美元）	8.75：1（2007.12）

表 2-50　薩爾瓦多基本資料表與總體經濟指標（續）

	2005	2006	2007
消費者物價上漲率（%）	4.5	4.1	4.6
經濟成長率（%）	2.8	4.2	4.7
失業率（%）	8.04	6.2	6.2
國內生產毛額（億美元）	169.74	185.735	203.73
平均每人國民所得（美元）	2,469	2,657	2,850
出口值 f.o.b.（億美元）	33.86	35.13	38.30
進口值 c.i.f.（億美元）	68.34	76.28	82.08
對我國之出口值（千美元）	8,799	8,995	12,841
自我國之進口值（千美元）	56,109	71,614	71,028
對我國之貿易餘額（千美元）	-47,310	-62,619	-58,187
對我國之主要出口產品	鐵屬廢料及碎屑、鋁廢料及碎屑、生鮮、冷藏或冷凍之切片及其他魚肉		
自我國之主要進口產品	合成纖維絲紗、錄音或錄製其他類似現象用之空白媒體		
外匯存底（億美元）	25.29（2007.12）		

資料來源：中華民國僑務委員會、財政部統計處、薩爾瓦多中央銀行、薩爾瓦多經濟部、IMF。

2. 當地台商投資情形

(1) 當地產業發展

薩爾瓦多經濟結構由農業經濟轉向工業，並朝向服務業發展。根據薩爾瓦多中央銀行資料，2006 年產業結構（占 GDP%）：農牧業 12.17%，工業 26.51%（製造業 22.92%），服務業 61.32%。農牧業主要產品為咖啡、蔗糖與魚蝦類；製造業係以食品加工、製藥與紡織為主；石化、金屬、塑膠及機械等工業亦逐漸起步；服務業則以商業、旅館餐飲業、金融業、發貨中心及電話客服中心等為主。

由於紡織成衣業面臨中國及亞洲國家強大競爭而式微，薩爾瓦多政府積極鼓勵外商來薩投資生產電子零組件、電腦週邊設備及汽機車零件等高附加價值產業，同時也積極發展區域營運中心。另由於 CAFTA 提供農、工產品輸美優惠，加上國際咖啡及蔗糖價格看漲、非傳統產品出口表現優異等因素，薩爾瓦多政府除了積極發展製造業及高科技與服務業外，亦重新鼓勵農業種植—咖啡、蔗糖、基本穀類（玉米、高粱、稻米、豆類）、棉花等、農產品加工業及水產養殖業的發展。簡述如下：

A. 蔗糖生產復甦

由於國際間對替代汽油 etanol 發展需求，以及中美洲與美國自由貿易協定（CAFTA）美國給予薩國蔗糖配額及較優渥價格之優惠等因素，帶給中美洲各國商機。2006-2007 年度各國甘蔗種植及產量均復甦或增加。薩國政府 2006-2007 年度預備技術性防範措施預防天候衝擊、較佳採收機械、耐水性品種及物料等，並在農牧業保證計畫下提供 2 至 3 年 5%利率的融資貸款。薩國蔗糖委員會（Consaa）說明，2006 至 2007 年度種植面積較上年增加 3,000 Manzanas，為 8 萬 2,000 Manzanas，已較 2005 年 9 月 Stan 颶風損失前成長 3%以上，提供 4 萬 6,000 直接工作機會及 18 萬 3,000 間接工作機會。

B. 棉花種植再起

曾經是薩爾瓦多 70 年代主要出口產品之一的棉花，80 年代因薩國內戰、土地改革及病蟲害等因素陷入沈寂，一直到 CAFTA 談判完成提供中美洲紡織成衣業的優惠重燃種植風氣。薩國棉花種植以東部 San Miguel 和 Usulutan 2 省為主，品質優良。2004-2005 年度由於政府協助及以色列技術諮詢，棉花產量 8,300 包（41,500 公擔特優棉花），係 5 年來最佳紀錄，並預期價格可達 US$70/ 每公擔。薩政府除提供種子，病蟲害防治技術等協助業者外，並協調銀行融資及業界收購等措施。2006-2007 年度棉花面積 2,130 manzanas，產量 7 萬 2,420 公擔。棉花播種期，可創造鄉村地區 1 萬個就業機會，目前棉花產量，僅足以供應國內紡織業之 25%需求量，並無出口。

C. 咖啡產量銳減

由於 2005 年 Stan 颶風及 Ilamatepec 火山爆發後遺症影響，2006-2007 年咖啡產量約 180 萬公擔，較上年減少 12%，係 2000 年以來產量最少者。然而國際咖啡價格上漲，2006-2007 年度薩國咖啡出口額 1 億 8,870 萬美元，增長 15.3%。價格介於 US$111-130/ 公擔，主要出口國為德國（34%）、美國（32.1%）、日本（8.8%）、加拿大（6.8%）等。

D. 製造業以輕工製品為主

薩國製造業以食品加工、製藥與紡織成衣加工業為主，石化、金屬、塑膠及機械等工業亦逐漸起步，工業基礎薄弱，缺乏原料及周邊工業。由於薩國與美國自由貿易協定（CAFTA）提供薩工業產品 99.97%零關稅優惠，2006 年製造業占國內生產毛額 22.92%，以食品飲料加工、紡織成衣加工業、一般金屬業及塑膠業表現較佳，食物營養補充品及天然產品出口有增加。

E. 食品加工業銷美大增

農產品及農產加工品輸美達 3 億 2,300 萬美元，較 2005 年同期（1 億 6,500 萬美元）增加 68.4%，平均每月輸美約 2,700 萬美元。主要農產加工品為未變性酒精、蔗糖、糖蜜、玉米粽、零食及其他計達 2 億美元（2005 年為 6,500 萬美

元）。農牧產品為咖啡、小蝦、紅豆、冷凍海蝦等達 9,000 萬美元，較 2005 年增加 2,200 萬美元。傳統家鄉味農產品（morro 一種堅果果仁、冷凍本地水果如 Arrayan, achiote 等）約 600 萬美元（2005 年為 400 萬美元）。而傳統家鄉味農產加工品（紅豆泥、果醬類等）約 1,000 萬美元（2005 年為 800 萬美元）。

F. 成衣加工業受創於中國競爭

薩國紡織成衣業自 1990 年初起步，1990-2000 年為巔峰期因受惠於「加勒比海盆地方案（CBI）」優惠措施，迅速蓬勃發展，創造約 9 萬個工作機會。2005 年全球紡織品配額取消及中國廉價成衣大量傾銷之衝擊，中美洲紡織成衣業自 2004 年下半年起即受創，中美洲成衣加工廠頗多撤離或關閉情形，薩國喪失 6,000 就業機會。

薩國近 4 年來成衣加工區工作機會減少 2 萬 5,000 個，由 2002 年 9 萬個減少為 6 萬 5,000 個。據薩經濟部統計資料，自 2003 年迄 2006 年成衣廠撤離約 33 廠家（其中 2004 年 12 廠家，2005 年 8 廠家、2006 年 5 廠家）。目前紡織成衣廠登記資料為 101 廠家。

G. 服務業強調營運中心業務

薩卡總統強調薩爾瓦多在中美洲優越的地理位置，完善的公路、港口及機場基礎建設，加上連接大西洋宏都拉斯的「乾運河」，自 Acajutla 港以鐵路連接瓜地馬拉，以及連繫薩國北部 94 個縣市的北方公路走廊（Carretera Longitudinal del Norte）建設等等，對發展成為「中美洲區域營運中心」深具信心。

為期達成「中美洲區域營運中心」目標，薩國業於 2005 年 9 月 19 日設立薩爾瓦多營運商會（CALOES, Cámara Logística de El Salvador），其主要功能為推廣薩國營運角色之重要性，以提升進出口競爭力以及吸收外人投資。

此外，薩國 3 大民營商業銀行國際化亦大有助益。2005 及 2006 年來自英、美、巴拿馬及瓜地馬拉等國際金融併購中美洲銀行蔚為風潮，併購銀行案共 6 筆，總額達 40 億美元。

H. 觀光業趨活絡

薩爾瓦多觀光部表示近五年來平均觀光外匯收入成長 22.5%，已躍居外匯收入的第 2 位。2006 年觀光業表現活絡，觀光人數 120 萬人（2005 年為 110 萬人），成長 9%，觀光外匯收入達 8 億 6,208 萬美元，較 2005 年（6 億 3,445 萬美元）增加 36%，占全國生產毛額（185 億 5,400 萬美元）的 4.7%。停留天數由 6.1 提高為 7.3，平均每日支出由 US$91.6 提高 US$93.9。

薩爾瓦多觀光部長表示遊輪對促進觀光業具重要性，與民間旅行業者一致推動吸引國際遊輪來薩。2007 年 1 月份已有來自歐洲之 2 大型遊輪 MS Europa Nassau 及 Maxim Gorkiy 等進入 Acajutla 港口，並參觀西部之咖啡園，火山及其他景點，促進咖啡業者利益，帶動經濟繁榮。

⑵當地台商投資概況

近年來外人投資平均年成長率約 10%，根據薩爾瓦多中央銀行統計資料，截至 2006 年全年累計外人總投資額為 43 億 7,680 萬美元，較 2005 年成長 4.89%，投資業別排名分別為一般工業（19.88%）、電信（18.14%）、電力（17.36%）、貿易（8.06%）、金融（7.89%）及加工區（6.82%）為主。投資國家依序為美國、墨西哥、英屬維京群島、委內瑞拉、巴拿馬、西班牙、智利、瓜地馬拉、加拿大、德國等，我國居第 13 位。

除了「台薩投資保障協定」提供我國廠商在薩投資保障外，為鼓勵台商赴邦交國投資，政府訂定「鼓勵民間業者赴有邦交國家考察與投資補助要點」,「民間業者赴有邦交國家投資授信保證業務作業要點」等，廠商可善加利用。而 2005 年以來，政府積極推動「榮邦計畫」，提供行政院合資基金及協助廠商取得融資貸款，期盼台商來薩投資設廠，增加薩國就業機會，改善當地技術水準，提高薩國產品競爭力。截至 2007 年 12 月底我國在薩投資案件 25 件，投資總額 5,069 萬美元，其中成衣廠 5 家、電腦繡花廠 1 家、縫線廠 1 家、塑膠廠 3 家、漁產養殖 2 家、自行車及機車組裝 2 家、餐飲業 3 家、工業區廠房及銀行 1 家等，僱用薩國員工約 6,165 人，對提供薩國就業機會頗有助益。

⑶當地台商協會運作情形

旅薩華人約 2,000 餘人，以廣東關姓和曹姓族人為主，其中台僑約 400 餘人。目前在薩爾瓦多的僑社組織發展方面，有「中華總會」、「華僑總會」、「中薩文化協會」、「薩爾瓦多台灣商會」及「全僑民主和平聯盟薩爾瓦多支盟」。此外，由台灣赴薩國的一貫道鄉親人數亦有日益增多趨勢。

⑷成功僑台商案例介紹

台商在薩國經營投資最為成功的案例以塑膠業與成衣製造業的中小型企業為主。其中在薩爾瓦多成衣製造業成功原因在於採取以下 3 大策略：「降低成本作業」、「提高價值」、「強化客戶關係管理」。

第一，業者多採自動化設備，降低人工成本支出，全面性且持續性的改善製程，提升效率以降低成本，尋找輔導供應廠商，提供最佳價格及服務，進而策略聯盟或併購，建立完整之供應鏈；第二，掌握流行趨勢、款式設計、新布種之開發、快速反應及補貨，並結合各項有利資源，串起供應鏈，配合當地政府政策之優惠，建立最佳之生產佈局；第三，強化與客戶間彼此之依賴度，業者為因應全球運籌趨勢與挑戰，故整合內部流程，並將其產銷決策管理流程及產銷間的協同運作進行電子化，亦即訂單進入電腦後，能自動在全球選出最佳與次佳生產地與原物料採購地，且銷售系統也可進行銷售預測、每位顧客的訂貨情況、產品生產情況等。使業者在統整各地工廠、供應商、顧客需求時更具彈性與效率，同時降低訂單處理成本，另在線上與客戶進行樣版意見溝通管理，以減少人工溝通作業。

3. 小結

中美洲經濟整合銀行（BCIE）在「2007 年中美洲及多明尼加總體經濟趨勢及預測」報告指出 2006 年中美洲經濟成長已奠下良好基礎，與美國自由貿易協定（CAFTA）、與歐盟即將展開諮商的貿易合作協定（Acuerdo de Asociación）以及與其他國家提供之優惠條件、中美洲關務聯盟，以及未來的墨西哥 Puebla 巴拿馬的 Plan Puebla-Panamá（PPP）計畫等均將帶來貿易商機及投資機會。

在投資環境方面，台商在當地投資應注意到以下事項與困難：⑴薩國工資、廠房租金及土地成本較鄰近國家略高，在國際競爭比較利益下，台商宜投資附加價值較高之產業。薩國勞工素質較中美洲鄰近國家佳，亦較勤奮，惟勞工管理係成功要素，應多加瞭解民情習俗等，以利掌握工人之管理；⑵距離遙遠，需派員長期經營，增加經營成本；⑶薩國週邊工業較弱，甚多原物料均需自國外進口，增加成本負擔與營運之不便；⑷語言、文化差異大，溝通較為困難；⑸治安不佳，人身安全顧慮高。

(十二) 中南美洲地區其他國家

本區域主要包含巴哈馬、貝里斯、牙買加、格瑞那達及海地等國家。各國基本資料請參考下表。

表 2-51　中南美洲地區其他國家總體經濟指標，2007 年

國別	面積（平方公里）	人口數（萬人）	國內生產毛額（億美元）	平均每人國民所得（美元）	經濟成長率（%）
巴哈馬	13,935	30.7	65.86	21,421	3.1
貝里斯	22,960	30.1	12.74	3,800	2.2
牙買加	10,990	280.4	112.1	3,710	1.4
格瑞那達	344	9.0	5.9	4,670	3.1
海地	27,750	892.4	54.35	560	3.2

註：本表所列人口資料為 2008 年 7 月估計

資料來源：EIU ／貿易局經貿統計／ The Europa World Year Book ／ CIA The World Fact Book ／中華民國外交部 /Word Bank。

五、歐洲

2006 年歐洲的華人人口數約達 100 萬人左右，占全球華人人數比重約達 2.68%，為五大洲華人人數中略高於大洋洲的地區。本章主要包含了英國、愛爾蘭、法國、荷蘭、比利時、盧森堡、德國、俄羅斯、義大利、西班牙、波蘭、捷克及烏克蘭等主要國家。

(一) 英國

1. 總體經濟情勢分析

A. 經濟概況──2006 年經濟概述

英國國家統計局（The Office for National Statistics）指出，英國 2006 年第 4 季的 GDP 成長率為 0.8%，該成長率高於 2006 年前 3 季的平均趨勢水準（0.6% -0.7%），使得英國 2006 年全年的 GDP 成長率達到 2.7%。2007 年英國實質 GDP 成長率為 3.1%。

在產業界的表現方面，商業及金融服務業依然扮演推動經濟成長的火車頭角色，而其他產業的表現也相對亮眼。製造業從 2006 年上半年就開始緩慢復甦，直到 2006 年第 4 季始因受到英鎊強勢升值之影響，成長趨勢略為減緩。整體而言，儘管英國在 2006 年的失業率有微幅增加，但同時就業率亦呈現持續穩定成長之趨勢。

在通貨膨脹方面，由於受到 2006 年電價及天然氣價格上漲的影響，2006 年全年英國零售物價指數（RPI, Retail Prices Index）高達 3.2%，遠高於英國政府原先設定之 2%目標值。隨著國際能源價格逐漸回穩，2007 年英國的能源批發及零售價格呈現下滑而回穩之趨勢，而使得 2007 年的通貨膨脹率得以維持上年的水準 2.3%。

2007 年的消費者支出成長達 2.5%，在英國的房市方面，由於市場需求旺盛，2007 年呈現強勁的成長局面，房價迭創新高。

B. 天然資源

英國主要的礦產資源有石油、天然氣、煤及鐵礦。北海石油產量豐富，是全球主要產油國之一。煤及天然氣每年產量亦十分充裕，為世界主要瓦斯生產國。

C. 主要產業概況

2006 年英國貨品貿易景氣繼續上揚，出口總金額為 2,431 億 1,549 萬英鎊，與前年相較，成長 12.63%，進口總金額亦成長 12.26%，增至 3,086 億 2,681 萬英鎊，貿易逆差擴大至 655 億 1,132 萬英鎊。

以出口市場而言，美國、法國、德國、愛爾蘭及荷蘭為英國前五大外銷國家，出口金額依序為 319 億 2,675 萬英鎊、287 億 1,052 萬英鎊、268 億 350 萬英鎊、170 億 5,765 萬英鎊及 163 億 8,016 萬英鎊，其中以輸往法國的成長率最高，成長率為 44.68％。台灣為英國第 34 大出口國，英國對台灣出口額為 9 億 1 千 1 百萬英鎊，與前年相較，衰退 2.98％。

英國 2005 年前五大進口來源國分別為德國、美國、法國、荷蘭及中國等國，進口金額依序為 399 億 4,319 萬英鎊、270 億 9,099 萬英鎊、216 億 6,357 萬英鎊、201 億 44 萬英鎊及 144 億 32 萬英鎊。同年我國為英國第 28 大進口來源，英國自台灣進口額為 27 億 743 萬英鎊，成長率為 11.77％，占英國進口總金額的 0.88％。

英國服務業進出口一向為貿易順差，是該國重要的經濟產業，項目包括交通服務業、旅遊業、通訊服務業、營造服務業、保險業、金融業、電腦及資訊服務業、專利授權、其他商用服務業、政府及個人／文化／休閒娛樂服務業等。

2006 年英國服務業的出口金額為 1,234 億 600 萬英鎊，與 2005 年相較，出口金額成長 91 億 5,100 萬英鎊，成長率為 8％。同年服務業的進口金額為 948 億 8,600 萬英鎊，進口金額亦成長 43 億 3,000 萬英鎊，成長率為 6.35％。貿易順差為 182 億 800 萬英鎊，貿易順差與 2005 年相較，稍有擴大的趨勢。

D. 主要工業介紹

⑴機械工業及製造業

英國工具機（machine tool）製造廠商遍及全英國，但主要集中在西約克夏區（West Yorkshire）和東、西密德蘭區（West and East Midlands）。

英國製造業技術協會（The Manufacturing Technologies Association）最新數據顯示：英國 2006 年 1 月至 9 月份的工具機出口總額為 3 億 4,550 萬英鎊，與前年同期相較，成長率為 10.4％。2006 年第 3 季工具機的出口與 2005 年同期相較，成長率為 6.5％，出口總額為 1 億 1,370 萬英鎊。在進口方面，2006 年 1 月至 9 月份的工具機進口總額為 3 億 6,560 萬英鎊，與 2005 年同期相較，成長率為 21.6％，第三季的進口金額為 1 億 3,710 萬英鎊，比 2005 年同期增加了 42.7％。

以工具機的出口國家來看，2006 年前三季與 2005 年同期相較，英國出口工具機至歐盟 25 國衰退 6.3％，出口至歐盟以外的國家反而成長 29％。在非歐盟國家中，以出口至下列國家的成長最可觀；對日本的出口成長 98％，對挪威的出口成長 130％，墨西哥為 156％，俄羅斯為 175％，對美國及中國的出口分別成長 20％及 12％。

在工具機的進口方面，2006 年前三季與 2005 年相較，英國自歐盟國家進口金額成長 31.5％，自歐盟以外國家進口的金額則成長 13.9％，其中自日本及中國的進口成長最顯著，分別為 24.7％及 70.5％。

(2) 化學及相關工業

英國北海蘊藏豐富的石油與本身出產的天然氣皆是化學產業重要的資源，以生產其他產業所需的化學原料，如乙烯（ethylene）、丙烷（propylene）、苯（benzene）、二甲苯（paraxylene）等，作為生產塑膠與紡織業所需的材料。化學工業涵蓋甚廣，相關產業包括有機、無機化學產品、配方化學品（formulated chemicals），如油漆、肥皂、化妝品、特殊化學品、藥品與人造纖維等。化學工業發展主要依賴新生產技術的引進，許多在英國境內世界級的研究中心紛紛致力發展新的製造程序，如「程序強化」（process intensification）：在維持相同產能下，顯著降低成本或減少化工廠面積，進而降低對環境的衝擊。

根據英國統計局最新公布的統計資料，2006 年英國化學原料及相關製品的出口總額為 371 億 8,800 萬英鎊，與前年相較，成長 11.87%；進口總額約為 305 億 6,600 萬英鎊，較前年成長 6.5%，全英從事生產化學原料及相關製品的員工人數達 23 萬人左右。2006 年英國化學原料及相關製品的出口項目中，以藥品項目為最大宗之出口產品，出口金額為 145 億 7,400 萬英鎊，占化學品及相關製品出口總額的 39.2%。其次為基本化學品，包括有機化學品、無機化學品、染料、肥料及塑膠原料等，出口金額為 124 億 5,300 萬英鎊，占出口總額的 33.5%。第三大類出口產品為其他相關化學製品，如照相用化學品或黏膠，出口金額為 49 億 700 萬英鎊，占出口總額的 13.2%。肥皂及擦光料則排名為第四大出口產品，出口金額為 30 億 9,000 萬英鎊。

2006 年英國進口化學原料及相關製品中，以基本化學品為最大宗之進口產品，進口金額為 121 億 4,000 萬英鎊，占化學品及相關製品進口總額的 39.2%。其次為藥品，進口金額為 104 億 1,800 萬英鎊，占進口總額的 34.1%。第三大類進口產品為其他相關化學製品，如照相用化學品或黏膠，進口金額為 36 億 5,100 萬英鎊，占進口總額的 11.9%。肥皂及擦光料則排名為第四大進口產品，進口金額為 28 億 5,900 萬英鎊。

(3) 製藥工業及生物技術

英格蘭西北部一向以生產工業用化學品著稱，然而，這個產業亦逐漸帶動該地區的製藥工業，並進而提升為生技業及其他深具潛力或效益的研發產業。英國生技公司發展的產業項目比例依序為：醫學生技、基因體技術 / 蛋白質體技術（enabling technologies）、診斷生技（diagnostics）、藥物發明技術及服務、藥物傳遞（drug delivery）、工業生技、農業生技及組織工程。歐洲生技公司仍以德國居首，占全歐洲所有生技公司家數的 22%，英國排名第二，占 17%。英國的上市生技公司則是歐洲國家中比例最高的國家，約占 40%。

(4) 電子製造業

2006 年英國 HS code 8471 項自動資料處理機（data-processing equipment）

的出口較前年成長 15.87％，出口總金額為 60 億 1,900 萬英鎊。在進口方面，2006 年英國自全球進口的該項產品成長 0.44％，進口總金額為 94 億 8,613 萬英鎊。

2006 年英國自動資料處理機的前五大出口對象依序為法國、荷蘭、德國、愛爾蘭及西班牙，出口金額依序為 10 億 2,694 萬英鎊（成長 93.92％）、9 億 6,769 萬英鎊（成長 33.07％）、6 億 797 萬英鎊（衰退 26.94％）、4 億 5,569 萬英鎊（衰退 3.38％）及 4 億 1,820 萬英鎊（成長 1.02％）。以前十大出口對象來看，英國對德國的出口衰退最多，出口成長最高的國家為波蘭，成長率為 378.32％。在英國出口的自動資料處理機類產品中，印表機（HS Code 8471.60）2006 年的出口量為 615 萬 9,876 台。

在進口方面，2006 年英國自動資料處理機產品的前五大進口來源依序為荷蘭、愛爾蘭、中國、德國及美國，進口金額為 19 億 3,898 萬英鎊（成長 0.43 ％）、15 億 9,074 萬英鎊（衰退 8.97 ％）、11 億 6,647 萬英鎊（成長 28.6％）、10 億 5,431 萬英鎊（衰退 5.43％）及 6 億 8,076 萬英鎊（衰退 4.82％）等，英國 2006 年自台灣進口自動資料處理機成長 1.59％，進口總額由 2005 年的 2 億 5,595 萬英鎊，成長至 2 億 6,000 萬英鎊。

2006 年英國當地家庭的電腦普及率約 62％，其中以大倫敦地區的擁有率最高，為 68％，英國寬頻用戶的普及率則為 58％。2006 年上半年西歐國家的人民購買高單價的消費性電子產品大幅增加，與 2006 年同期相較，成長 18％。其中以英國的成長率最高，超過德國及法國。在所有消費性電子產品項目中，以電視機的銷售成長最快速，與 2005 年同期比較，成長率達 35％，許多英國消費者開始汰舊換新，購買平面液晶螢幕或電漿電視，平面液晶螢幕電視的成長率為 125％，電視機尺寸以 32 吋最暢銷。

⑸ 汽車工業

英國汽車業因 Toyota 生產量大增而露出一片曙光，2006 年 Toyota 在 Burnaston 的組裝廠及 Deeside 的引擎工廠的產出，為該商帶來稅前盈餘 6,020 萬英鎊，與前年相較，成長了 20％。對 Toyota 公司來說，終於可還清 17 年前在英國設立工廠的債務，意義十分重大。這項消息對 2006 年受到一連串打擊的英國汽車製造業來看，有振奮業者的功效。2005 年自從 MG Rover 公司倒閉，後來出售給中國南京汽車公司，其他汽車公司包括 Jaguar、Peugeot 及 Vauxhall 等亦傳出營運問題，使英國汽車製造業瀰漫著一股低迷的氣息。Ford 公司傳出可能出售 Jaguar，而 Peugeot 關閉 Ryton 的廠房，Vauxhall 亦降低產能來平衡營運等。Toyota 公司目前擁有 Lexus 汽車，該商與其他日商汽車公司包括 Nissan 及 Honda 等三家公司的生產量，約占英國當地汽車總生產量的一半。Toyota 公司的英國總經理表示：該商希望將旗下汽車塑造成英國本地的汽車廠牌，並表示如果未來

Lexus 車的生產中心考慮移出日本，將以英國為第一設廠目的地。

英國 2006 年 1 至 11 月份汽車（含私家車與商用車）生產量達 155 萬 66 輛，與 2005 年同期相較，生產量衰退 8.5%。其中為出口而生產的汽車占總生產量的 75.3%，達 116 萬 6,582 輛 ; 為本土市場生產的汽車則占 24.7%，達 38 萬 3,484 輛，衰退 17.9%。

⑹ 通訊業

自 2008 年開始，類比式電視換成數位式電視的這段期間當中，許多電器產品的銷路會跟著熱賣。英國零售商在當地電視訊號由類比式轉換成數位式的這段期間，將因這股汰舊換新的潮流賺進一筆財富，預估約 60 億英鎊。根據市調公司（GFK Retail and Technology）的報告指出，全英國大約有 29%的家庭對於這項轉換沒有準備，到時候如果一般家庭只希望加裝可觀賞數位式電視的訊息盒，而不想購置數位電視機的話，那麼零售商以銷售接收數位訊息的天線及訊號盒預期可賺進 2 億 5,000 萬英鎊 ; 如果大多數的家庭欲購置新的數位電視機及相關產品，那麼零售商預期將有 50 億英鎊的收入。另外，市調公司預測，許多家庭將購置第 2 台數位電視機，當地擁有兩台電視機的家庭約佔 80%，潛在的銷售額可望達 10 億英鎊。對英國的零售業者來說，最新可接收數位節目的平面螢幕將是未來最熱門的商品之一。

Digital UK 為當地電視廣播公司組成的非官方組織，推出的廣告中主要人物是一個名為 Digital A1 的機器人，該機器人可提供一般民眾如何區分經過認證的數位設備及服務等。Digital UK 的事業發展部門主管指出 : 英國當地約有 4,000 萬台電視機將被淘汰，希望零售業能共襄盛舉，一起推動電視數位式活動，目前英國第二大超市 Sainsbury’s 已經簽名加入這個行列，另外陸續將加入的著名零售商包括 :Comet、Power House、John Lewis、Asda、Tesco 及 Currys.digital 等。

2006 年 5 月份英國通訊及廣播公司 NTL 收購 Telewest 公司後，傳出計劃裁減 6,000 名員工的消息。該商 2005 年與 Telewest 公司合併後，省下了 2 億 5,000 萬英鎊，並在合併前逐漸將技術性的工作委外，來降低員工人數。NTL 公司在 4 月份亦併購 Virgin 公司的手機通訊事業，成為可提供三種包括無線、有線通訊及電視廣播服務的公司。

專門研究網路及通訊資訊的 Point Topic 公司預測，英國寬頻用戶在 2007 年 6 月底將達 1,487 萬戶。根據該公司的資料顯示 :2006 年英國使用寬頻網路的用戶達 1,310 萬個，與 2005 年相較雖有成長，但增幅比 2005 年低 20%。Point Topic 公司相信，2007 年對通訊業者來說，前景看好。英國當地家中完全沒有網路設備的 1,000 萬人口當中，約有 20%的人口在 2007 年上半年很有可能想裝置網路設備，而且可能直接裝置寬頻網路，這個人口相當於 180 萬人。此外，英國當地目前使用撥號上網用戶也很可能更新上網設備至寬頻網路。

英國寬頻用戶以通訊業者的占有率及寬頻用戶設備來看，分別為：經由 BT 通訊批發部門供應的寬頻網路用戶為 557 萬戶；BT 零售部門供應的寬頻網路有 310 萬戶；透過纜線數據機的寬頻網路用戶為 306 萬戶，用戶迴路細分化（Local Loop Unbundling）寬頻用戶為 310 萬戶，透過其他方式使用寬頻網路的用戶為 8 萬戶。

⑺航太及國防工業

英國航太及國防工業在全球扮演舉足輕重的角色，當地航太及國防工業具備生產各項產品的技術及產能。

英國當地從事航太業的勞工約 12 萬人，該產業是英國重要的出口項目。英國著名的航太及國防業巨擘包括 Airbus、BAE Systems、EDAS、GKN、Rolls-Royce、Thales Group、Smiths Group 等公司。

⑻成衣業

根據零售業顧問公司 Verdict 公司的最新報告指出，英國當地前六大百貨公司為 Marks & Spencer（占有率為 31.3％）、John Lewis（占有率為 19.2％）、Debenhams（占有率為 18.3％）、House of Fraser（占有率為 8.8％）、Selfridges（占有率為 4.6％）及 Harrods（占有率為 4.2％），其他百貨公司的占有率為 13.6％。而百貨公司在 2006 年創下的零售業銷售總額為 140 億 9,300 萬英鎊，依產品銷售金額來區分如下：成衣及鞋類的銷售總額為 76 億 1,800 萬英鎊，電器產品的銷售總額為 10 億 1,900 萬英鎊，美容及保健產品的銷售總額為 11 億 3,100 萬英鎊，家具及地板 / 毯的銷售總額為 8 億 6,700 萬英鎊，家飾品的銷售總額為 20 億 500 萬英鎊，其他項目為 14 億 5,400 萬英鎊。

2006 年英國成衣及鞋類出口總值為 444 億 5,000 萬英鎊，這個數據大約是英國人民每年消費總額的 6％。但由上述金額來看，當地消費者花費在成衣及鞋類的金額並沒有明顯的成長，其最大原因是自 2001 年至 2005 年間，成衣及鞋類的平均零售價位竟然下跌 14.4％，而英國平均生活費用卻在這四年當中漲了 12.6％。換言之，成衣及鞋類的銷售量仍繼續成長，但業者的利潤卻逐漸縮水。

英國鞋類連鎖店 Ravel 在過去兩年間不斷尋求買主；Alexon 公司亦表示旗下 Dolcis 鞋店營運每況愈下，虧損累累，該商便宜地將 Dolcis 以 3 百萬英鎊賣掉。以整個英國鞋類市場來看，專賣店的占有率越來越低，2006 年占有率自 2001 年的 70％降低至 57％，主要原因為非專業鞋類專賣店如 New Look、Primark 及超市 Tesco 及 ASDA 等，皆如火如荼地開始銷售成衣及鞋類產品，消費者亦非常喜歡這種一次購足的消費型態。大型成衣連鎖店的優勢是：對於流行趨勢的變動十分敏銳，而且這種業者多半具有很大量的採購力，資本及進價條件皆比一般較小的業者好，小型鞋類連鎖業者已經無法在價格上取得優勢的狀況下，最好是強調產品的創意及品質，走高單價的策略，才能在這場價格戰中脫穎而出。另一方面，

中國鞋業進口配額限制導致鞋進口需繳交 16.5%的進口稅，反映在銷售價格上。

E. 政府之重要經濟措施及經濟展望

英國工黨政府在經濟上致力於追求經濟成長及提高就業率。根據英國「商業企業暨法規改革部」（前貿工部）於 2004 年發布的「2004-2008 五年計劃」（Five Year Programme）指出，英國政府現階段推動之經貿政策重點，在於積極協助企業界回應經濟全球化帶來的挑戰，同時創造企業成功發展之良好環境，達成「促進經濟永續成長，創造繁榮社會」的目標。

茲將英國「商業企業暨法規改革部」揭櫫的經貿政策重點及採行之重要經貿措施摘述如下：

⑴將英國發展成為世界級的科技、研發與創新中心

在一份名為「2004-2014 年科技與創新投資計畫：下一階段」（Science and Innovation Investment Framework 2004-2014: Next Steps）的政策文件中，英國政府對於如何在 2004-2014 的 10 年內推動科技與創新有詳細的闡述。面臨競爭日益激烈的全球經濟，英國商業企業暨法規改革部（前貿工部）將藉由加強勞工技職教育及訓練，提高勞力素質、鼓勵知識轉移（knowledge transfer）、以及鼓勵企業進行科技研發與創新，提高企業生產力與競爭力等方式，全力發展知識經濟，將英國發展成為世界級的科技、研發與創新中心。

⑵營造有利於企業成功發展的環境

英國商業企業暨法規改革部（前貿工部）將致力於排除國內各項商業發展之障礙，強化英國國內各地區之經濟，同時加強吸引外資、協助業者拓銷海外市場，以營造有利於企業發展之環境。

⑶建構一個公平競爭的市場環境

英國商業企業暨法規改革部（前貿工部）藉由推動法規鬆綁、有效率的開放市場、鼓勵自由競爭、保障消費者權益、確保每一個人在職場上皆能充分發揮潛能、檢討減輕繁文縟節的負擔、簡化各項針對企業的繁瑣行政程序及規定等措施，創造一個公平競爭的市場環境。

⑷確保各項能源供應之永續性、穩定性及可負擔性

為因應能源危機及人類過度使用化石燃料而導致之全球氣候變遷等挑戰，英國在 2003 年制訂「英國的能源未來：建立一個低二氧化碳的經濟」能源白皮書，該白皮書揭櫫了英國能源政策的長期願景，其中包含兼顧環保、供應安全、企業競爭力及社會公義等目標。

英國能源政策的四大目標包括：⑴二氧化碳排放減量（英國預定至 2050 年降低國內的二氧化碳排放量 60％）；⑵穩定能源供給；⑶推動具競爭力的能源市場，提高經濟的永續成長及生產力；以及⑷照顧弱勢族群，確保家家戶戶能源供應無虞。

表 2-52　英國基本資料表與總體經濟指標

地理位置	位於歐洲西北部，國土由大不列顛島，愛爾蘭東北部和眾多的小島組成，南與法國，東與荷蘭和丹麥隔海相望。		
首都（府）主要城市	倫敦		
國際機場（座落地點與名稱）	Belfast、Birmingham、Edinburgh、GLA Glasgow、London-Gatwick Isle of Man、London-Heathrow、London-Stansted、Durham		
重要港埠（座落地點與名稱）	布利斯多（Bristol）、利物浦（Liverpool）、倫敦提伯（Tibury）、南安普敦（Southampton）、多弗（Dover）、赫爾（Hull）、浦利毛斯（Plymouth）、普茲茅斯（Portsmouth）、泰恩（Tyne）、哈利區（Harwich）、貝爾法斯特（Belfast）		
面積（平方公里）	242,900		
人口數（人 ,2008 年）	60,944,000		
人口密度（人 / 平方公里）	251		
華人數（人 ,2007 年）	311,683		
華人所佔比例（%）	0.51		
台僑人數（人 ,2007 年）	5,000		
台僑所佔比例（%）	0.0082		
匯率（英鎊兌美元）	0.50385：1（2007.12）；貨幣單位＝英鎊（pound）		
	2005	2006	2007
消費者物價上漲率（%）	2.1	2.3	2.3
經濟成長率（%）	1.8	2.8	3.1
失業率（%）	2.7	3.0	2.7
國內生產毛額（億美元）	22,062.65	22,276.23	27,725.7
平均每人國民所得（美元）	30,900	36,856	45,745
出口值（億美元）	3,809.40	4,524.25	4,350
進口值（億美元）	5,001.86	6,088.68	6,210
對我國之出口值（億美元）	17.14	17.81	19.20
自我國之進口值（億美元）	32.62	35.10	36.17
對我國之貿易餘額（億美元）	-15.48	-17.29	-16.97
對我國之主要出口產品	電子機械產品、小客車、醫藥製劑、自動資料處理機、無線電話電報器具、機動車輛零配件、積體電路微組件		
自我國之主要進口產品	電子機械產品、自動資料處理機、文具機器之零附件、積體電路微組件、機動車輛零配件、有線電話電報器具		
外匯存底（億美元）	573（2007.12）		

資料來源：中華民國僑務委員會、財政部統計處、英國財政部、貿工部、國家統計局、美國中情局、IMF、Word Bank。

2. 當地華人經濟

英國向為我國在歐洲之主要貿易夥伴，雙邊經貿往來相當密切。依據我國統計，2007 年台英雙邊貿易總額達到 55 億 3,700 萬美元，與 2006 年相比，成長 4.6%，英國為我國第 17 大貿易夥伴。若以我國對英出口觀之，2007 年我國對英國出口金額達 36 億 1,700 萬美元，與 2006 年同期相比，成長 3.0%，英國為我國第 13 大出口市場國。若以我自英進口觀之，2006 年我自英國進口金額為 19 億 2,000 萬美元，較 2006 年同期成長 7.8%，英國為我國第 22 大進口來源國。若以歐洲整體而言，英國為我國在歐洲的第 3 大貿易夥伴，僅次於德國及荷蘭。

另以台英雙邊貿易產品觀之，2006 年我國出口至英國的主要產品項目包括：電腦、資訊產品及週邊設備暨零組件、通訊產品、光碟片、自行車、液晶顯示面板、手工具、塑膠製品、鋼鐵製品、綜合加工機、螺釘螺帽、金屬製家具、車輛零附件、彩色影像投射機等。至於我國自英國進口的產品項目則包括：威士忌酒、醫藥製劑、不銹鋼廢料、鋁廢料、混合積體電路晶粒及晶圓、不銹鋼半製品、真空泵、香菸、無線電傳輸器具、抗癌藥、轎車、美容化妝用品及英文書籍等。

我對英國商品貿易一向居於順差地位，惟近年來順差金額已縮減為 17 億美元左右；至於在雙邊無形貿易方面，包括技術權利金及金融、法律、工程顧問等服務業之諮詢顧問以及旅遊、留學等項目，英國方面仍持續維持順差地位。

英國貿工部貿易暨投資署（UKTI）自 1998 年起即將我國列為全球 14 個加強出口拓銷重點市場之一，以參展、組團及邀訪等方式積極開拓我國市場，重點拓銷產品包括媒體娛樂、教育、海事工程、醫藥、電子通訊、酒類等。至於我國廠商則以訪問拓銷團、貿易洽談說明會或在英國設立據點之方式拓展英國市場，另外外貿協會亦在英國設有台灣貿易中心，積極協助台商拓銷英國市場。

在雙邊投資方面，依據經濟部投資審議委員會統計，截至 2007 年底，台商經核准前來英國投資或設立據點的案件數累計達 155 件，占台商對歐投資總件數 600 件的 25.8%，居我對歐投資之首位；投資金額累計達 5 億 635 萬美元，占我國在歐洲總投資額 24 億 7,519 萬美元的 20.4%。

若以產業別觀之，我在英國投資之廠商以電子業為主，計有 110 餘家，其中較著名之廠商包括宏碁電腦、明碁電腦、華碩電腦、仁寶電腦、鴻海科技，友訊科技、英業達、銲德、東元資訊、大同公司等；貿易服務業計有 17 家；銀行金融計有 9 家，其中包括中央銀行、台銀、彰銀、一銀、華銀、中信銀、兆豐銀、永豐金證　等在英均設有分行及辦事處；海空運輸業計有 6 家，其中包括長榮海、空運、華航、陽明等。上述我國在英投資廠商中，將歐洲營運總部設立在英國者計有長榮海運、友訊科技等，其餘台商則分佈在紡織、禮品、家具、文具、自行

車、運動器材等產業。

依據經濟部投資審議委員會之統計，截至 2007 年底止，英商在我國投資總件數為 473 件，累計投資總金額為 47 億 3,218 萬美元。英國是我國最重要的外資來源國之一，如以各國歷年累計在台投資金額比較，英國僅次於美、日、荷、星，為我國第 5 大投資來源國；倘以在台投資件數比較，英國則僅次於日、美、港、星，居第 5 位，其重要性不言可喻。

在台投資較著名的英商計有英國石油公司（BP）、葛蘭素（GlaxoSmithKline）公司、怡和集團（Jardines Matheson Group）、ICI、B&Q 大賣場、BOOTS 健保商店以及 Marks & Spencer（瑪莎集團）等。銀行金融業者則包括香港上海匯豐銀行（HSBC）、標準渣打銀行（Standard Charter）以及巴克萊銀行（Barclays Bank）等 3 家在台設立分行。其餘在台投資之英商則以設立行銷據點、工程顧問、採購辦公室以及金融、保險服務業為主。另依據我證期會統計，外國法人機構投資我證券市場者，英國是第 2 大來源國。英國金融時報指數公司（FTSE International）已於 2000 年 5 月 2 日將我國納入其世界指數中，對提升我國金融業在國際間之地位，助益甚大。

在促進雙邊投資方面，基於互惠互利之基礎下，目前台英雙方在電腦軟體業及零售業等產業界已有具體之合作。此外，在生物科技、電子通訊、光電技術、專利授權、技術移轉，以及創業投資、證券與金融合作等方面，未來在台英商務協會之居間推動下，預計亦將有進一步發展之機會。

在雙邊貿易協定方面，台英間「避免所得稅及財產交易所得稅雙重課稅及防杜逃稅協定」經多次協商談判，雙方終於 2002 年 4 月 8 日在倫敦完成簽署事宜，我國已自 2003 年元月 1 日正式生效，英方則自 2003 年 4 月開始適用。

目前英國與我國重要經貿問題，有以下六點：

⑴持續增進我國與英國政府經貿單位之合作關係。台英雙邊目前已完成智慧財產權之合作辦法及避免雙重課稅協定之簽署，未來兩國將加強在電子商務、關務、貿易資訊交流、藥政合作及商品檢驗等領域進一步交流合作。

⑵相機推動與英國簽署雙邊投資促進及保障協定，並加強與英國各地區發展局之合作。

⑶繼續爭取英國支持並協助我國加入經濟合作暨發展組織（OECD）、世界衛生組織（WHO）、世界關務組織（WCO）等國際組織成為正式會員或觀察員。

⑷加強協助我國廠商拓銷英國市場，蒐集英國重要政策與市場商情。

⑸英國在電子、通訊、生物科技、製藥、光電等諸多領域均有深厚的研發基礎，而我國則有優異的商品化製造能力，雙方之所長具有高度互補效應，應可加強合作。

⑹英國政府在吸引外資、推動民間參與公共建設以及金融改革、國營事業民

營化等績效卓著，當可作為我政府積極參考、學習之對象。

3. 當地台商投資情形

⑴ 當地台商投資概況

目前已有超過 160 家的台灣廠商在英國設有營業據點，占所有已在歐洲投資的台灣廠商的 70%。台灣投資案件中，其營業據點性質包含有歐洲總部、行銷據點、研發中心、生產中心和物流中心。

當地台商投資情形，以台灣的宏碁公司為例，已在北愛爾蘭設立首個多語市場推廣與技術客戶支援中心，投資額達 190 萬鎊。該中心因應市場佔有率增加，以及 OEM 業務擴充帶來的工作量，共聘用約 150 名員工。

其次，益和股份有限公司為著名的高精密度和自動化量測儀器設備供應商，於 2001 年 7 月成功的取得英國 Wayne Kerr 公司的經營權。Wayne Kerr 擁有的許多世界級電子廠商客戶，如朗訊科技。藉由此次經營權的取得，讓益和更加拓展其國際市場。該公司在西薩克斯（West Sussex）Bognor 市的 25 人團隊中，不僅有合格的專業工程師和經理人，還擁有具備專業素養的技術人員。益和經理 Kevin Lench 說，Bognor 是個適合我們的地點 – 我們在這裡有良好的人力資源，整體而言，Bognor 是個絕佳的門戶。

⑵ 成功僑台商案例介紹

長榮集團於 2006 年 7 月 17 日在英國政府機關樞紐、王室舉辦重要儀式之倫敦白廳宮（Whitehall Palace）的羅加諾廳（Locarno Suite），榮獲由英女王伊莉莎白二世核頒之「大英帝國司令勳章」（Commander of Order, Order of the British Empire，簡稱 CBE），以表彰其對國際航運與英國經貿發展所做出的卓越貢獻。

長榮與英國的淵源由來已久。長榮海運公司，於 1979 年成功打破遠東運費同盟百年來的壟斷，從第一艘長榮貨櫃船開始停靠佛列斯多港（Felixstowe）到現在，已經有廿七年的歷史，期間陸續成立了長榮英國公司、長榮航空英國分公司與英商榮發海運公司（Hatsu Marine Co.），使長榮與英國的商業盟友關係更加密切。2002 成立的英商榮發海運公司，在短短的四年內，已經發展成為英國最大的貨櫃船公司，並於 2006 年 4 月榮獲「英國女王獎之最佳國際企業獎」（Queen's Award for Enterprise: International Trade 2006），表彰該公司在國際運輸事業經營的成功與承擔社會責任上的卓越貢獻。

4. 小結

就未來的長期趨勢來看，根據英國財政部提出的預測，2008 年的經濟成長率為 2.5%～ 3%。然而，其他大多數的研究機構的預測則較為保守，為 2.3%，惟在美國次貸風暴下，成長應較預測大幅降低。

整體而言，2007 年英國服務業的成長幅度仍領先製造業。而在服務業當中，商業和金融服務業將扮演推動產業成長的火車頭角色。

(二) 愛爾蘭

1. 總體經濟情勢分析

愛爾蘭經濟在 2006 年及 2007 年繼續呈現良好之成長，據愛爾蘭國家統計局資料顯示，2006 年與 2007 年愛爾蘭的經濟成長率分別為 5.4％與 5.3％，主要成長因素為國內市場需求增長。不同於以往，由於貿易競爭力表現平平，貿易出口貢獻不大。此外，就業率為另一成長因素，特別是服務及建設工程業所創造出來之就業機會。

整體而言，2006 年愛爾蘭經濟成長的主力仍為國內的需求及消費。2006 年個人消費成長 6.5％，如此驚人之個人消費能力反映在就業率、收入及持續的低利率。

2007 年，愛爾蘭的國際收支經常帳呈現有 92.74 億歐元的赤字，而 2006 年同期的經常帳赤字則為 72.76 億歐元。這反映出進口需求貨品和服務之出口競爭力不如理想。

在就業與收入成長方面，勞動市場在 2006 年的前 3 季成長驚人，工作機會增加 87,000 人（成長率為 4.5％），尤其是建築業及服務業之就業（年度成長率 9.2％及 5.3％）成長極為明顯。同期，就業市場增加 94,000 人（成長率為 4.6％），主要反映女性工作者及新移民的增加，非愛爾蘭工作者占就業人數之 10％；而 2006 年失業率平均為 4.4％，2007 年再增為 4.6％。

與歐元區比較，以消費者物價調和指數（HICP, Harmonised Index of Consumer Price）作為通貨膨脹計量標準，愛爾蘭 2006 年消費者物價上漲 4.0％，主要因愛爾蘭在服務業之通貨膨脹提高。2007 年消費者物價上漲增為 4.9％。

在對外商品貿易方面，愛爾蘭 2007 年貨品進口貿易額由 2006 年之 666 億 2,300 萬歐元減少為 624 億 4,300 萬歐元，減少 6.3％，而其貨品出口貿易額則由 2006 年之 834 億 8,100 萬歐元增加為 895 億 1,200 萬歐元，成長 7.2％。貿易順差則由 2006 年之 168 億 5,800 萬歐元增加為 270 億 6,900 萬歐元，增加 60.6％。其中，出口貿易成長係因有機化學品及產金屬的礦石出口增加所致；而進口貿易成長的主因則係由於電腦設備之進口增加所致。

2006 年上半年投資需求持續上升約 2.6％。2006 年上半年房屋營造及工程建造消費仍持續增強，而機器與設備投資則明顯下降。但就 2006 年整年度而言，因房屋之需求及機器與設備之投資復甦，投資消費率依然呈現成長。大體上，2006 年投資方面成長約 6.8％。

在進出口方面，首先在貨品及服務出口方面，就數量而言，在 2006 年上半年

貨品出口年度平均成長率為 0.3%；就金額而言，成長率為 2.7%。大體上，2006 年貨品及服務出口數量成長約 6.8%。

在進口方面，從 2004 年起，貨品及服務之進口年成長率均超過貨品及服務之出口，此趨勢一直持續到 2006 年，在 2006 年上半年貨品及服務進口成長 7.1%（而出口成長率為 5.9%）。就數量而言，在 2006 年上半年貨品進口年度平均成長率為 5.3%；就金額而言，成長率為 5.6%。大體上，2006 年最終需求數量成長約 5.6%，貨品及服務之進口成長約 5.9%。

部分產業顯示在 2006 年上半年收入成長趨緩，最明顯之部門屬建設業，每小時收入僅成長 1.8%，在工業部門方面，每小時的收入在上半年提升 4.1%，而週薪則提升 3.3%。在銷售和商業服務業方面，包括零售商、批發商、旅館等，每周收入增加平均 5.4%，金融及保險業成長率為 5.8%。在公共部門方面，2006 年上半年之每週收入成長為 5.3%。根據這些數據，2006 年平均非農業收入每人提升 4.7%。

2006 年愛爾蘭之進出口前 10 大產品分別為（以 SITC 產品分類計）：進口方面，依序為辦公室機器與自動資料處理機（75）、道路汽車（78）、電動機器、家電產品及零件（77）、石油及石油製品及相關原料（33）、其他製造品（89）、醫藥產品（54）、電信與音響設備（76）、有機化學品（51）、其他未列明產品（99）、其他運輸設備（79）；出口方面，依序為有機化學品（51）、醫藥產品（54）、辦公室機器與自動資料處理機（75）、香精油、香水原料及衛浴清潔用品（55）、電動機器、家電產品及零件（77）、其他製造品（89）、化學原料及製品（59）、肉類及調理製品（01）、專業科學與控制設備（87）、其他未分類品（99）。

2006 年愛爾蘭前 10 大出口市場依序為：美國、比利時、英國、德國、法國、義大利、荷蘭、西班牙、瑞士、日本等（台灣名列第 31 位）；前 10 大進口來源國依序為：英國、美國、德國、中國、荷蘭、法國、挪威、日本、義大利、北愛爾蘭等（台灣名列第 13 位）。就愛爾蘭之進出口市場分佈情形（集中程度）而言，其進口來源市場之分布依序為：英國占 30 %、歐盟 25 個國家占 57%、美國與加拿大占 14.64%、其他地區占 28.36%；而出口市場之分佈依序為：歐盟 25 個國家占 62.4%、美國與加拿大占 19%、英國占 15.5%、其他地區占 18.6%。

2007 年我對愛爾蘭之出口金額為 4.20 億美元，較 2006 年之 4.53 億美元減少 3,300 萬美元，負成長 7.3%。主要出口項目為：機器之零件及附件（8473）、積體電路及微組件、無線電話、無線電報、無線電廣播或電視之傳輸器；電視攝影機、靜相攝影機及其他影像攝錄機及數位相機、有線電話或電報器具、自動資料處理機及其附屬單位、電音響或視覺信號器具；電鈴、電警報器、指示面板、防盜器或火災警報器、其他光學用具及儀器、電視接收器具、印刷電路、鋼鐵製螺釘、螺栓、螺帽、車用螺釘、螺旋、鉚釘、橫梢、開口梢、墊圈及類似製品。而

我自愛爾蘭進口金額為 3.98 億美元，較 2006 年之 4.52 億美元減少 11.9%。主要進口之產品為：積體電路及微組件、醫藥製劑、自動資料處理機及其附屬單元；磁性或光學閱讀機等、內科、外科、牙醫或獸醫用儀器及用具、唱片、磁帶及其他已錄音或錄製類似現象之媒體、光纖及光纖束帶、專用或主要用於第 8469 至 8472 節機器之零件及附件、麥芽精；由澱粉或細粒或麥芽精製成之未列名調製食品、人類血液及有線電話或電報器具；影像電話機。2007 年我對愛爾蘭之貿易順差由 2006 年之 100 萬美元增加為 2,200 萬美元。

有關台灣與愛爾蘭雙邊貿易方面，主要係因美元疲軟和歐元幣值趨強，對愛爾蘭經濟的國際競爭力造成巨大壓力，也對我國與愛爾蘭雙邊貿易產生重大影響。再者，台灣面臨來自競爭對手國如中國及東南亞等國家廉價產品之強烈競爭，以及我國產品生產成本增加，削弱貨品價格的國際競爭力，台愛雙邊貿易並未因愛爾蘭對外貿易成長而增加。

就雙邊產品進出口需求結構分析，據我國統計，我國出口減少主要係因我輸銷愛爾蘭之主要產品如液晶裝置、電音響或視覺信號器具等產品呈現小幅度的減少。我國自愛國進口成長則主因國內對愛爾蘭之書籍、小冊、傳單及類似印刷品、電路開關、保護電路或聯接電路用之電氣用具、光纖及光纖束、診斷或實驗用有底襯之試劑及診斷或實驗用之配製試劑等產品需求較 2005 年增加所致。

由於愛爾蘭政府近年來一直致力於發展資訊通信電子、生物科技業等高科技產業，透過預算編列的支應及獎勵措施的輔助，積極吸引美、英及歐洲等跨國廠商前往投資，未來對於相關產業之基礎零組件需求仍將會隨國際經濟景氣之復甦增加。我國業者對於因應愛爾蘭客戶之少量多樣及彈性變更設計之市場需求、縮短製程及交貨期等要求方面具有相當大之競爭力，惟應特別注意來自中國、日本、南韓及歐洲大型製造商之競爭策略，其中尤其以中國強大之量產能力、廉價勞工成本，深具價格競爭優勢；東歐新興國家如波蘭、捷克之勞工與產品深具競爭力以及韓國政府與廠商合作致力提升產品生產技術與效率及縮短其國內空運貨品之通關及運送時間，以降低成本及提高其產品競爭力等因素，對我國產品均構成強大競爭壓力，值得我業者多加注意及因應。

表 2-53　愛爾蘭基本資料表與總體經濟指標

地理位置	係北大西洋島國，東距英國約 80 公里。		
首都（府）主要城市	都柏林		
國際機場（座落地點與名稱）	Dublin Cork, Ireland Shannon Belfast		
重要港埠（座落地點與名稱）	Dublin Harbour、Cork Harbour		
面積（平方公里）	70,283		
人口數（人，2008 年）	4,315,000		
人口密度（人／平方公里）	60		
華人數（人，2007 年）	3,460		
華人所佔比例（%）	0.08		
台僑人數（人，2007 年）	80		
台僑所佔比例（%）	0.0019		
匯率（歐元兌美元）	0.68535：1（2007.12）；貨幣單位＝歐元（euro）		
	2005	2006	2007
消費者物價上漲率（%）	2.4	4.0	4.9
經濟成長率（%）	4.7	5.4	5.3
失業率（%）	4.3	4.4	4.6
國內生產毛額（億歐元）	1,615	1,747	1,858
平均每人國民所得（歐元）	39,010	41,390	43,059
出口值 f.o.b.（億歐元）	880.91	834.81	859.12
進口值 c.i.f.（億歐元）	555.86	666.23	624.43
對我國之出口值（億美元）	4.44	4.52	3.98
自我國之進口值（億美元）	4.92	4.53	4.20
對我國之貿易餘額（億美元）	-0.54	-0.01	-0.22
對我國之主要出口產品	有機化學品、醫藥產品、辦公室機器與自動資料處理機、電動機器、家電產品及零件 、香精油、香水原料及衛浴清潔用品、其他製造品、專業科學與控制設備、其他未分類產品，化學原料及製品、肉類及調理製品		
自我國之主要進口產品	辦公室機器與自動資料處理機、電動機器、家電產品及零件、道路汽車、石油及石油製品及相關原料、其他製造品、其他運輸設備、有機化學品、電信與音響設備、醫藥產品		
外匯存底（億美元）	9.26（2007.12）		

資料來源：中華民國僑務委員會、財政部統計處、愛爾蘭中央統計局、愛爾蘭財政部、Economist、世界銀行、IMF。

2. 當地台商投資情形

(1) 當地台商投資概況

當地僑胞人口及分布、投資、經營等活動概況，長期定居愛爾蘭之華人約有3,400 人，大部分係早期自東南亞移居而來，從事餐飲、零售及服務等業，規模不大。而台僑則多係嫁予愛籍人士之國人與留學生，人數尚不及百人。

當地台商經營概況，據經濟部投資審議委員會統計，至 2006 年 12 月止，台商赴愛爾蘭投資案件計 2 件，分別從事資訊通信科技及腳踏車零件之生產，投資規模並不大。

雖然我國在愛爾蘭投資不多，近年來甚至呈現減少情形，但愛爾蘭仍是一個值得考慮之投資據點。愛國是歐盟會員國中發展最快速的國家，亦是全歐盟會員國中公司稅最低的國家，加上擁有甚多優秀科技人才，且學校與企業間之合作密切，吸引許多外資前來投資。愛國政府招商政策主要吸引國際跨國大企業，特別是製藥、生技、資訊及金融產業，諸如 Pfizer、GSK、Dell、Microsoft、Yahoo、Oracle、Intel 等均已在愛國投資設廠。愛爾蘭外資多數來自美國、英國及德國，且外資公司均以外銷為主，在愛爾蘭進出口貿易占該國 GDP 之 50％情況下，可見外商對愛爾蘭經濟的重要性。愛爾蘭政府提供單一的優惠公司稅率，並針對各企業的需求提供量身訂製的補助並提供資金補助、利息補貼、融資保證、租金減免、就業訓練、研發技術補助等配套措施。我國在高科技方面，如半導體、晶片研發及電腦硬體設計在全球占有一席之地，相關廠商似可考慮利用愛爾蘭低公司稅之優勢在當地設立銷售據點、發貨倉庫或組裝廠，以就近供應當地客戶並鞏固市場占有率。愛爾蘭投資當局並不鼓勵小型企業前往發展，因此並無特別之優惠措施；同時其國內市場較小，人口不多，較不適合投資以銷售當地市場為主之產業。

愛爾蘭政府吸引外資的目標項目是國際競爭力強、科技性強附加值高的製造業與國際服務業，技術移轉在愛爾蘭可有效運營並獲利豐厚的優勢項目，範圍包括計算機、訊息通訊技術、軟體、化工、製藥、醫療儀器等製造業和國際金融服務等行業。對符合其目標的外資項目，IDA 積極介入，主動熱情提供服務與優惠。

(2) 成功僑台商案例介紹

台灣廠商包含有貿聯國際公司、金士頓科技公司、佳承精工公司，投資規模不大。投資行業為：自行車之裝配及銷售、零件批發業、進出口代理及銷售、餐廳、一般投資業、房屋仲介業、企業經營管理顧問業及電腦設備安裝業等。

3. 小結

愛爾蘭吸引外國投資成功的作法可歸納為：在教育上努力耕耘，造就大量符合經濟發展所需高科技人才，以供應外人投資所需高級人力，搭配低公司稅率及多種外人投資現金補助，提高外人投資的投資報酬率，故在擁有提供現金補助等實質權限，充分支持、協助外國企業赴愛國投資的愛爾蘭工業發展局人員努力開拓下，愛爾蘭招商投資成果輝煌。

愛爾蘭在經濟上面的成功，主要有三個關鍵，第一是加入歐盟，獲得一些歐盟的補助；第二是因為愛爾蘭裔美國人的緣故，成功吸引美國大廠投資；第三則是有非常明確的投資項目與總體經濟政策。例如愛爾蘭是以軟體及微電子產業為主，成功吸引到英特爾投資。愛爾蘭工資低、賦稅也低，人力素質高，像愛爾蘭政府以 GDP 的 2%至 3%來補助企業投資，成功吸引外商到愛爾蘭來設廠。

愛爾蘭被評為歐盟最自由的經濟體、全球經濟自由排名第三的國家，僅次於香港、新加坡。愛爾蘭金融服務中心，也是全球網路銀行、保險、投資基金最優先的選擇之一，全球前 20 名的保險公司、銀行，有一半以上在愛爾蘭都有分公司。

(三) 法國

1. 總體經濟情勢分析

2006 年全球在歷經中東戰亂未歇世局、國際原油攀升 3 倍至每桶 80 美元高價、美國利率漲幅 5 倍等重大經濟事件，並未如預期對世界經濟帶來太大衝擊。依據 IMF 與 WB 的綜合報告，2007 年全球經濟成長率為 4.9%，連續 5 年的高成長為近數十年來少見之紀錄。法國 2007 年經濟成長率為 1.9%，不僅落後全球成長步伐，亦低於歐元區 12 國的平均水準（2.6%）。

在物價表現方面，依據歐盟執委會 2007 年 2 月中旬的經濟分析報告，法國通貨膨脹率在歐元區國家中表現優異，致原先評估之 2007 年通貨膨脹率自 1.8% 修正為 1.5%，低於歐元區平均值（1.8%）及歐盟 27 國平均值（2%），並符合歐盟馬斯垂克條約基於穩定物價所設定的年上漲率不得超過 2% 之規定。2006 年及 2007 年法國實際通膨率分別為 1.7% 與 2.6%。

在就業表現方面，解決失業問題係法國政府近年來重要政策及優先工作，其成果向被視為施政績效的觀察指標。法國 2006 年新增的就業人數為 25 萬 2,200 人，主要是集中在具有競爭性的產業，全年平均失業率為 9.1%。法國勞工部長於 2007 年 2 月初指出，法國 2006 年的失業人數已減少 10%，順利達成預期的目標。依據勞工部的統計資料，2006 年 12 月領取失業金的人數約 209 萬人，失業率降至 8.6%，創下 2001 年 6 月以來月統計最佳成績；惟 25 歲以下青年的失業率仍高達 21.6%，法國大學生畢業即有失業之虞，一直是政府必須迫切面對的嚴肅課題。2007 年法國失業率為 8.0%。

在財務稅收表現方面，依據法國財經暨工業部初步評估，2006 年法國預算年歲出 2,666 億歐元，年歲入 2,305 億歐元，財政赤字約近 362 億歐元，較 2005 年的赤字大幅縮減 73 億歐元，僅占 GDP 的 2.6%，符合歐盟馬斯垂克條約不得超過 3%的規定。法國近 3 年來之財政赤字已大幅縮減 200 億歐元，2006 年在嚴格監控支出下，除財政赤字減少 73 億萬歐元外，由於公司稅收較預期為佳，亦使 2006 年稅收增加 101 億歐元。

法國的政府債務自 1980 年的 900 億美元，逐年累增，至 2006 年已大幅提高至 1 兆 1,520 億歐元，期間此一公債占 GDP 的比重亦由 20%增至 64.7%，遠超過歐盟馬斯垂克條約所規範的 60%上限，但較 2005 年的 66.4%已有明顯改善。控制財政支出與開源節流將是法國未來經濟政策的重點，中程目標係 5 年內將公債占 GDP 的比重降至 60%以下。

為削減公債支出，法國財經暨工業部長曾於 2005 年年底提出三個對策：

⑴提振經濟，增加稅收來開源；

⑵凍結政府預算金額零成長及精簡人員；

⑶出售非策略性國家資產（如變買土地）還債。

在對外貿易表現方面，WTO 的統計指出，法國 2006 年名列全世界第 5 大出口國。2006 年全球貿易前 5 大出口國，依序為德國（9,707 億美元，占全球比重為 9.3％）、美國（9,040 億美元，8.7％）、中國（7,620 億美元，7.3％）、日本（5,958 億美元，5.7％）及法國。同一資料顯示，台灣名列第 16 大出口國，占全球出口比重的 1.9％。

法國 2006 年進口金額 4,958 億美元，比重為 4.6％，排名全球第 6，次於美國（1 兆 7,330 億美元，16.1％）、德國（7,741 億美元，7.2％）、中國（6,601 億美元，6.1％）、日本（5,161 億美元，4.8％）及英國（4,960 億美元，比重 4.7％）。台灣位居第 16 大進口國，比重為 1.7％。

在吸引外人投資方面，依據聯合國貿易及發展會議（UNCTAD）的資料，2006 年全球各國吸引外國人直接投資（Foreign Direct Investment, FDI）總金額達 1 兆 2,300 億美元，較 2005 年成長 34.3％；其中，法國的 FDI 流入額為 884 億美元，僅次於英國和美國，由 2005 年的全球第 4 位提升至第 3 大吸引外資的國家。

整體而言，法國 2006 年的對外進出口貿易持續穩定成長，貿易赤字再創新高。另一方面，政府債務及預算赤字的控制均較預估表現為佳，同時失業率亦已明顯降低。

再進一步分析來看，法國海關統計資料顯示，不包含軍品武器貿易，2006 年法國出、進口額各為 3,815 億歐元（年成長率 8.6％）及 4,220 億歐元（年成長率 9.8％）；若將軍品武器貿易額估列併算，則法國整體對外貿易逆差金額亦高達 292 億歐元，續創歷年來貿易赤字新高紀錄。法國對外貿易逆差主要是因能源進口金額持續上升，2006 年由於國際原油價格大漲，致法國進口石油能源之金額較 2005 年多出 85 億歐元，高達 469 億歐元（+19.6％）。

法國 2006 年對歐洲國家的出口金額約 2,772 億歐元，占其總出口額的 71.6％（其中對歐盟其他 24 個會員國即高達 64.3％）；法國 2006 年自歐洲進口的金額約 2,970 億歐元，亦高占法國進口來源的 71％（歐盟所占比例為 62.4％），顯示歐洲地區仍是法國的主要貿易夥伴國家。法國 2006 年自德國進口 686 億歐元（+4.1％），對德出口 553 億歐元（+8.5％），雙邊貿易穩定成長，德國穩居法國的最大貿易夥伴。法國前 5 大出口地區為德國、西班牙（376 億）、義大利（347 億）、英國（324 億）、比利時（281 億）；前 5 大進口來源則為德國、比利時（352 億）、義大利（357 億）、西班牙（290 億）、英國（259 億）。法國是僅次於德國的歐盟第 2 大經濟強國，其對歐盟以外的國家之出、進口額，分占歐盟的 11.8％及

10%（德國占歐盟對外出進口的比例分別為 28.1%及 19.8%）。

值得注意的是，亞洲地區在法國的對外貿易比例已逐年加重，2006 年法國對亞洲的出、進口分別成長 9.4%及 9.3%，其中對「金磚四國（BRICs）」中的中國、印度、俄羅斯的出口即各成長 39%、38%、40%。中國已躍居法國在亞洲的最大貿易夥伴，法國 2006 年對中國（不含香港）的出、進口金額各為 81 億、241 億歐元，成長率分別為 39.2%及 14.4%，對中貿易逆差高達 160 億歐元；中國不僅是法國對歐盟以外的第 3 大出口國（次於美國與瑞士）及第 2 大進口來源（僅次於美國），亦是法國最大的貿易入超國。依雙邊貿易額計，法國在亞洲的主要貿易國依次為：中國、日本、韓國、印度、台灣、泰國、印尼。

在出口產品方面，法國 2006 年出口設備產品金額達 935 億歐元（占所有出口額的 24%），成長率高達 15.5%，優於中間財（10.5%）及消費產品（6.5%）。此一出口佳績主要來自於運輸產品的年成長率 18.7%，特別是空中巴士外銷 256 架，金額高達 152 億歐元，創下歷史高峰。至於汽車工業產品的出口額 511 億歐元，負成長 1.9%，則係連續 10 年高成長後之首次衰退。

表 2-54　法國基本資料表與總體經濟指標

地理位置	位於西歐大陸中樞要道，北接比、盧和英吉利海峽，西濱大西洋和比斯開灣，南接西班牙和地中海，東與德國、瑞士和義大利接壤。		
首都（府）主要城市	巴黎		
國際機場（座落地點與名稱）	Paris - Charles de Gaulle Paris - Orly		
重要港埠（座落地點與名稱）	馬賽（Marseille）、利哈佛（Le Havre）、土倫（Toulon）、敦克爾克（Dunkerque）、拉希歐達（La Ciotat）		
面積（平方公里）	551,500		
人口數（人，2008 年）	64,058,000		
人口密度（人／平方公里）	117		
華人數（人，2007 年）	232,547		
華人所佔比例（%）	0.363		
台僑人數（人，2007 年）	3,519		
台僑所佔比例（%）	0.0055		
匯率（歐元兌美元）	0.68535：1（2007.12）；貨幣單位＝歐元（euro）		
	2005	2006	2007
消費者物價上漲率（%）	1.7	1.7	2.6
經濟成長率（%）	1.2	2.0	1.9

表 2-54　法國基本資料表與總體經濟指標（續）

失業率（%）	9.1	9.1	8.0
國內生產毛額（億歐元）	17,179	17,920	25,602.55
平均每人國民所得（歐元）	28,167	29,219	29,696
出口值（億歐元）	3,570	3,870	3,981
進口值（億歐元）	3,799	4,160	4,530
對我國之出口值（億美元）	25.44	22.19	23.81
自我國之進口值（億美元）	14.52	15.65	17.05
對我國之貿易餘額（億美元）	10.92	6.54	6.76
對我國之主要出口產品	小客車、飛機航空器、藥劑、汽車零件及配備、原油外之燃料機油類、葡萄酒、積體電路及零及零組件、噴射引擎及零件、無線電話等傳輸器具		
自我國之主要進口產品	小客車、汽車零件及配備、自動資料處理機、無線電話等傳輸器具		
外匯存底（億美元）	1,157.18（2007.12）		

資料來源：中華民國僑務委員會、財政部統計處、法國國家統計局、世界銀行、IMF。

2. 當地華人經濟

法國位於西歐大陸中樞要道，北接比、盧和英吉利海峽，西濱大西洋和比斯開灣，南接西班牙和地中海，東與德國、瑞士和義大利接壤。當地屬溫和地中海型氣候，總國土面積 549,000 平方公里，根據我國駐在國單位統計資料，總人口數達 6,206 萬人，華人約有 232,547 人，其中台僑約 3,519 餘人。

巴黎、馬賽、里爾、土魯斯等是法國四大主要城市，其中巴黎係華人最主要的聚集地區。電腦資訊製品、貿易、餐飲、旅遊、食品業等產業，是華人於法國當地最主要的經營產業類別。在從事職務別方面，則主要集中在行政人員、經營管理人員、基層工作人員、業務人員、秘書人員等職務工作。

和其他國家旅居的華人一樣，每逢春節、中秋節、母親節與端午節等重要傳統文化節慶，法國華人依舊保持固有過節習慣，歡渡佳節。

再就僑社組織團體而言，法國僑社組織活動相當熱絡。目前在法國的僑社相關組織有法國華商總會、法華工商經貿協會、法國亞裔總商會、法國越棉寮華僑聯誼會、巴黎中華會館等組織。而法國台灣商會及法國台商協會，其組織成員則以台商為主。

3. 當地台商投資情形

(1) 當地產業發展及投資環境

在產業發展方面，法國主要包含 10 項重點發展產業，茲分述如下：

A. 航太工業

依據法國航太工業公會，2006 年法國航太工業營收續呈 9%成長，計達 321 億歐元，多賴國際航空業欣欣向榮以及新興國家之強勁需求，接單繼 2005 年巨幅成長後，2006 年雖回跌 7%，接單金額仍維持高檔，達 502 億歐元。就業員工人數亦續成長 1%，達 13.2 萬名。美中不足的是營運利潤巨幅縮減，空中巴士更是史無前例地陷入營運赤字 5.7 億歐元，導因於空中巴士集團 A380、A350、A400M 交機延後及歐元匯率居高不下等困擾所致。

航太工業方面，商用航太與國防航太營收比仍維持 67%：33%，商用航太營收達 215 億歐元，成長 16%，國防航太營收達 106 億歐元，衰退 2%。出口與國內市場比則約 58%：42%，出口達 187 億歐元，成長 15%，國內市場成長 1%，達 134 億歐元。接單繼 2005 年巨幅成長 47%後，2006 年則因出口接單減少而回跌 7%，但仍為次高接單年度，超過 2004 年 30%，為連續第 13 年接單金額超過營收金額。商用與軍用比約 83%：17%，出口與國內市場比則約 76%：24%。但法國太空工業受商業衛星通信市場不穩定性影響極大，不似美國太空工業擁有美國軍方穩定支持。

航太設備方面，2006 年營收達 92 億歐元，成長 13%，出口與國內市場比為 40%：60%；國內市場達 55 億歐元，成長 12%，出口達 37 億歐元，成長 14%。接單繼 2005 年飆升 60%後，2006 年衰退 12%，達 86 億歐元，出口與國內市場比為 42%：58%；國內市場達 50 億歐元，衰退 8%，出口達 36 億歐元，衰退 17%。

2006 年法國航太工業所達成的主要成果包括：空中巴士 A380 獲認證，Falcon 7X 進入產製階段，Ariane 5 ECA 成功發射多枚，輕型載貨直昇機 UH-72A Lakota 接獲首批美國訂單等。

B. 汽車工業

2006 年法國車全球產量呈多年來首次減退，達 591 萬 6,900 輛，衰退 0.6%，包括：(a)小轎車 504 萬 7,300 輛，衰退 2.5%。其中標緻雪鐵龍集團占 58.7%，達 296 萬 1,400 輛，產量續衰退 0.7%；雷諾集團占 41.3%，達 208 萬 5,800 輛，衰退 5%。(b)輕貨車（五公噸以下）及重型工業用車 86 萬 9,600 輛，成長 12.7%。其中標緻集團占 45.5%，達 39 萬 5,400 輛，成長 0.7%，雷諾集團占 54.5%，達 40 萬 6,600 輛，成長 29%。

2006 年法國車外移生產比率繼續提升，國內生產比率落至 47.2%，其中標緻

集團外移生產比率達 49.7%，雷諾集團外移生產比率達 57.4%。

依據法國海關，2006 年法國汽車及汽車設備出口值達 510 億 9,000 萬歐元，衰退 1.9%；反之進口值成長 4.9%，達 453 億歐元，雖仍呈順差 57 億歐元，但順差縮減 35%。其中汽車出口值達 357 億 8,000 萬歐元，衰退 5.9%；反之進口值成長 5.3%，達 320 億歐元，順差 37 億 8,000 萬歐元。汽車設備出口值則達 153 億 1,000 萬歐元，成長 8.9%；進口值達 133 億 5,000 萬歐元，成長 4.1%。法國汽車出口市場仍以歐洲為主，包括對德國、義大利、西班牙、英國等均呈衰退，進口來源則以波蘭（+2.7 倍）、土耳其（+44%）、義大利（+26.5%）成長最速。汽車設備出口市場成長最速為：中國（+120%）、土耳其（+38%）、比利時（+24%）、德國（+6%），而進口來源成長最速為：瑞典、日本、捷克及波蘭。

C. 機械工業

依據法國機械工業公會，近 10 年法國機械工業營收除 2002 年及 2003 年小幅下滑外，總體呈一路攀升趨勢。2006 年營收再創新高，成長 5.6%，達 959 億歐元。營收高度成長多賴出口暢旺，出口率提升達 43.8%，順差加大。相較法國外貿於 2006 年逆差加劇、以及工業界普遍不振情形，法國機械工業表現出色。2007 年底，法國機械工業營收繼續成長 4%至 5%，主要成長動力仍將來自出口。

2006 年法國機械工業出口量成長 6.3%，出口值則繼 2005 年成長 6.2%後，2006 年續成長 8%，達 420 億歐元。主要出口市場為歐盟 25 國，占 26.3%；其中又以德國為主，成長 11.4%。其次為北美占 4.3%及亞洲占 4.1%，非歐盟國家及非洲各占 3.1%，中東占 1.6%、南美占 0.6%。

國內市場銷售量於 2006 年小幅上升 1.8%，銷售值達 539 億歐元，估計 2007 年國內市場仍無法大幅提升，主要受到法國汽車工業衰退影響。

2006 年法國機械工業中成長最著者為「機械設備」及「精密設備」。「機械設備」繼 2004 年及 2005 年連續成長 4.9%及 4.8%後，2006 年再飆升 8.7%。「精密設備」4 年來持續成長，繼 2005 年成長 6.1%後，2006 年續成長 4.7%。「金屬加工」則連續 2 年小幅成長 1.9%及 2.9%。

D. 化學工業

法國化學工業 2006 年產值達 600 億歐元，成長 4%，但非實質成長，全係反應原料、石油等之漲價，實質產量則走平，主因國內市場需求疲弱，所幸出口暢旺，已超越汽車工業，成為法國第 1 大出口產業。

2006 年法國化學工業產量在歐洲排名仍居第 2，但全球排名落居第 6，為南韓所超越，列於美國、日本、中國、德國及南韓之後。估計 2007 年法國化學工業產量（不包括製藥業）可望成長 1.7%。

法國化學工業出口多年來呈持續有力成長，出口值繼 2004 年及 2005 年分別

成長 5.4%及 5.3%後，2006 年續成長 7.2%，進口則減緩，成長 5%，順差 82 億歐元，成長 17%。出口市場以德國、義大利、東歐以及亞洲市場成長最速，而對美國及日本出口則衰退，係受歐元匯率上揚影響之故。

各類化學產品中成長最著者為肥皂、香水及清潔用品，繼 2004 年衰退 2.5%後，2005 年回升 7.8%，2006 年續成長 4.4%；有機化工產品，繼 2005 年成長 4.7%，2006 年小幅成長 0.7%；特殊化學產品則大幅衰退 5.7%，無機化學產品亦持續走下坡（-1.9%）。

E. 半導體工業

依據法國半導體公會，2006 年法國半導體市場成長 1.7%，與歐洲半導體市場成長幅度（1.6%）相當，但遠遜於全球半導體市場成長率（8.9%）。市場規模達 31 億 7,000 萬歐元，其中積體電路占 87%，達 27 億 4,700 萬歐元，衰退 3%，分立半導體占 13%，達 4 億 2,100 萬歐元，大幅成長 45%。

分立半導體市場包括光電產品（59.4%）、強力電晶體（28.5%）、信號（4.5%）、其他（7.6%）。光電產品市場大幅成長 181%，達 2.5 億歐元，主要賴通訊基礎建設（+114%）及工業（+39%）拉拔。強力電晶體則衰退 11%，受汽車業不振之累。信號類產品成長 14%。下游應用產業主要為工業（31.8%）、汽車業（22.6%）、通訊業（18.8%）、大眾消費電子（1.8%）、通路商（26%）。通路商市占率成長 19%。

F. 個人電腦

依據市調公司 Gfk/SVM 調查，2006 年法國個人電腦銷售成績輝煌，一般消費大眾市場（不含企業市場）個人電腦總銷售量達 450 萬台，其中筆記型電腦占 240 萬台。擁有個人電腦的法國家庭於 2006 年增加 150 萬戶，合計 1,400 萬法國家庭擁有個人電腦，普及率達 55.1%，較 2005 年大幅上揚 5.5%，是個人電腦普及率成長最快的一年。

法國網路普及率亦大幅成長，擁有上網配備的法國家庭由 980 萬家，增達 1,170 萬家，普及率達 46%，並多採用寬頻上網。目前法國上網族中 86%使用 ADSL 或有線網路。

商務電子市場則隨著個人電腦及網路的成長亦水漲船高，2006 年法國上網採購家庭計增長 130 萬，約增加 300 萬潛在新消費者，惟平均家庭上網消費預算略為縮減，由 2005 年之 666 歐元下滑至 2006 年之 611 歐元。

估計 2007 年法國個人電腦市場將以相同幅度繼續成長，銷售量預期可達 520 萬台，筆記型電腦占約 300 萬台，個人電腦普及率則可望跨越 60%，而上網普及率估計將增長達 54%，使用 ADSL 或有線網路寬頻上網率將上升達 94%。

G. 消費電子

依據法國消費電子工業公會，2006 年法國消費電子市場營收續呈大幅成長

17%，達 73 億歐元，估計榮景將持續至 2008 年。2006 年法國家庭對消費電子平均支出達 300 歐元，較 2005 年增加 40 歐元。

2006 年法國消費電子市場當紅主力產品為平面電視，以及各類隨身機，包括數位隨身影音機、隨身電視機、數位隨身收音機、導航器等。估計 2007 年各種輕薄短小隨身型消費電子產品仍將是市場寵兒。

H. 家電

法國家電產品市場於 2006 年續呈成長 3%，合計自 1990 年至 2006 年成長 25%，市場規模達 45 億歐元，包括三大類別產品：大家電 62%、小家電 26%、電熱器 12%，市場極為集中。

I. 香水化妝品工業

依據法國香水工業公會，2006 年法國香水及化妝品工業營收達 152 億 3,000 萬歐元，成長 5.7%，是連續第 40 年呈成長，其中出口達 86 億 9,000 萬歐元，成長 7.4%，順差 69 億 3,000 歐元，名列法國第 4 大出口工業，居汽車、航太、食品工業之後。國內市場則達 65 億 4,000 萬歐元，成長 3.5%，於 2005 年衰退 3.4%後，2006 年回升至 2004 年水準，仍居全球第一大市場。

2006 年法國國內市場 4 大銷售管道，以專賣管道成長最多（6.5%），包括連鎖店、百貨公司專櫃、獨立香水店等；大型賣場成長 3.4%；藥房及保健品管道繼 5 年來年成長 6%後，2006 年小幅成長 0.9%；直銷則成長 1.5%。

未來法國香水化妝品業將以新興市場為主要開發對象，全球第一大香水化妝品集團，法國 L'Oreal 寄望新興市場甚高，表示 2006 年全球香水化妝品市場成長 4.8%，其中 60%歸功於巴西、墨西哥、俄國、印度及中國等市場。

J. 電子商務

依據法國遠距銷售公會，2006 年法國電子商務營收續呈大幅成長 37%，達 120 億歐元，為 2004 年 57 億歐元的兩倍以上。網上企業家數達 1 萬 7,500 家，估計全年交易總量達 1 億 3,200 萬筆，平均每月交易數量逾 1,000 萬筆，平均每筆交易金額 90 歐元。

年節銷售旺季網路銷售亦創新高，2006 年 11 月與 12 月中，法國網路銷售平均每日營收 4,000 萬歐元，兩月營收達 25 億歐元，相當 2002 年全年營收。

而大減價期間網路銷售更是熱絡，每年元月中旬循例開始法國傳統冬季大減價一個月，據統計 2007 年大減價初日，法國網路銷售平均每小時營收 100 萬歐元，為平日的 1.5 倍。此外網路亦成為名牌推出新產品的造勢工具，往往在新產品上市之前，先行網路登場亮相供消費者訂購，造成未演先轟動的傳誦。

在投資環境方面，法國政府為吸引外人投資，近年來不斷修改獎勵外人投資法令，並簡化許多行政措施，以吸引外資並創造就業機會。自 1990 年 1 月 1 日起，在法成立新公司幾無任何限制，外人赴法設立辦事處、分公司、合資或獨資

等投資型態，僅少數較敏感之產業如媒體、葡萄園農地、公眾健康等須先申請核准，以及國防與策略性工業須受管制外，其餘之投資案件逕向當地區投資主管機構登記即可。至於非歐盟之外商如欲收購法國公司，亦不須事先報備，除非該被收購之公司資產超過 762 萬歐元，年營業額超過 7,620 萬歐元。

基本上，法國面臨居高不下之失業人口，除採取相關振興國內經濟之政策外，亦積極吸引外國公司來法國投資，藉以創造就業機會。為改善國內投資環境，法國政府近年來所採取之相關配套措施彙要如下：

A.「法國強化吸引力策略委員會」的功能，研擬吸引外資之策略。

B. 簡化成立公司之規定，自 2003 年 7 月起取消最低資本額 7,500 歐元之規定，投資者可自行決定公司之資本額，以鼓勵投資設立公司，即所謂「1 歐元」公司。

C. 彈性放寬每週 35 小時工時之規定，提高中小企業競爭力。

D. 設立自創公司促進會及創業貸款網，提供創業諮詢服務，以鼓勵自行創業。

E. 設立「中小企業服務處」單一窗口，以協助青年將研發科技商業化成立創投公司及取得融資等服務。

F. 2005 年 12 月 30 日通過的 2006 年金融法，除了進一步降低公司與個人稅賦外，並進行有關鼓勵外商投資的稅制改革。

此外，各地區政府為吸引外人投資、製造就業機會及繁榮地方發展，亦分別制訂不同形式之獎勵投資方式，包括土地提供、租稅減免、融資、製造就業機會補助等。

最後，再就外商對法國投資方面來看，依據法國國際投資局（AFII, Investment in France Agency）於 2007 年 3 月份公布的統計數據顯示，2006 年外來資金在法國創造之工作機會總數計達 3 萬 9,998 個之多（年成長 32%），連續 5 年節節高成長，並創下 1993 年以來最佳紀錄。外人投資案件總數達 660 件，其特色為大型投資案件相對較多，以投資案僱用員工數而計，500 人以上者有 5 件，50 至 499 人間的投資案共 191 件，平均每個投資案的雇用員工數為 60 人。法國中央銀行統計至 2006 年止，外國人在法國的直接投資金額為 584 億歐元。

一般而言，外人在法國主要投資產業包括：資訊、汽車、電機、電子、醫療、運輸、倉儲、營建、行銷、金融等行業。2006 年法國的 FDI 中，製造業所吸引之外資高占 63.5%，以化學工業、汽車工業及航太工業為主。服務業則以軟體資訊業及售後服務業較多，如美國 Accenture 軟體資訊公司。2006 年製造業的重要投資案，如英國藥廠 GlaxoSmithKine 在法國北部設藥廠生產疫苗、歐洲直昇機 Eurocopter 擴廠案，以及藍星集團 Bluestar 收購接手法國第一大化學集團 Rhodia 旗下設於里昂地區專事生產矽材料的化工廠。

FDI 提供法國人之就業機會，仍以大巴黎區（巴黎市及鄰近 7 個省分）受益最大，創造近 9,000 個（22.5％）就業機會，其次依序為中東部 Rhône-Alpes 區（10.4％）、東南部 PACA 地區（9.4％）、北部卡萊地區（7.1％）、西南部 Midi-Pyrénées 區（6.9％）。法國總理 Dominique de Villepin 指出，目前在法國就業人口中，每 7 個人有 1 人在外資機構工作；相對的，在英國與美國則僅分別為 10 人及 20 人中，才有 1 人在外國公司工作。另據統計，法國的銷售業計有 190 萬（16％）的人口係受雇於外商，足見外資對法國就業市場的重要性。

2006 年來自美國的投資創造出高達 9,511 個（占 23.8％）的就業機會，其次為德國 6,570 個（16.4％）、英國 4,225 個（10.6％）、瑞典（3,543 個）、瑞士（2,021 個）、荷蘭（1,862 個）及中國（1,572 個）。美國仍穩居法國第一大外資來源國。若以地區而言，1993 年至 2006 年期間法國的外資主要來源為歐洲鄰國（61.9％），其次為北美（28.4％）及亞洲（8.3％）。來自亞洲國家的投資所雇用之員工占法國 FDI 總雇用員工數的比例，於 2004 年至 2006 年期間，分別為 9.2％、7.7％及 7.1％。值得一提的是，中國已超越日本，2006 年成為法國第 7 大外來投資國。

法國國際投資局（AFII）認為，法國近年來吸引外資之成果豐碩，除了法國具有高科技產業之研發創新能力、優質的基礎建設、高素質的人力等外，政府現代化及行政簡化，加上最近 4 年所採取的 130 項相關措施等，均是吸引投資者之重要因素。

⑵ 當地台商投資概況

截至 2007 年 12 月止，我國歷年來在法國累計投資案件 40 件，金額達到 2,720 萬美元。不論從投資件數或金額來看，我國於法國投資呈遞減趨勢。

另目前法國台商從事行業以電腦及週邊設備占多數，其次為貿易、禮品、旅遊、食品、工具機等。目前我國業者在法設立分支機構者約 60 餘家，仍以電腦業者居多，如宏碁、華碩、技嘉、茂瑞、研華、勝華、微星、英群、春合昌等；另外服務業有兆豐國際商銀巴黎分行、中華航空、長榮航空、長榮海運、中華旅行社及長榮酒店；機械業有台中精機及亞崴電機公司。

2004 年我國明基電通集團、大眾電腦集團、圓剛科技及磐英科技等陸續來法投資，2005 年宏達電、鴻友、陞泰及宏齊等公司亦相繼來法設立據點，顯示法國市場相當具有發展潛力。但一般而言，至今我廠商實際赴法投資生產之業者尚屬有限，我高科技產業可考慮加強赴法投資或引進其尖端科技產品，爭取歐盟擴大後之廣大市場。

表 2-55　我國歷年在法國投資統計

（單位：百萬美元）

年度	件數	投資金額
1959-1989	1	1.00
1990	3	6.78
1991	3	1.02
1992	4	2.86
1993	0	0.00
1994	2	0.18
1995	1	0.88
1996	2	0.24
1997	2	0.13
1998	5	6.49
1999	1	1.79
2000	4	1.67
2001	1	0.05
2002	1	0.61
2003	7	2.01
2004	1	0.57
2005	0	0.47
2006	1	0.34
2007	1	0.13

資料來源：中華民國經濟部投資審議委員會、投資業務處。

(3) 當地台商協會運作情形

近 20 年來新僑台商來法設立據點人數逐漸增加，目前正式加入法國台商會組織會員約 50 人，其中大巴黎地區占 90%。在活動舉辦方面，最具特色的有春節、理監事聯誼會、畢西聖喬治市合辦台商盃高爾夫球賽等佳節聯誼活動；2006 年歐洲台灣商會年會則係台商主辦之年度重要商務或展會活動。

(4) 成功僑台商案例介紹

目前在法國投資經營較為成功的台商，多半集中於第三級產業。其中較為人知的有：兆豐國際商業銀行巴黎分行及巴黎長榮酒店。

兆豐國際商業銀行，1912 年 2 月 5 日設立，2006 年 8 月 21 日更名兆豐國際商業銀行，屬於兆豐金融控股股份有限公司之子公司。整合後兆豐國際商業銀行股份有限公司國內分行家數達 105 家，海外分行 19 家，代表處 2 處，加計在泰國及在加拿大轉投資之子銀行及分行 7 處，合計海外據點達 28 處。

4. 小結

IMF 的報告估計 2007 年全球經濟成長率約為 4.9%，歐元區 2007 年及 2008 年的成長率大致均為 2.3%，其中法國各年的成長率分別為 1.9%、2.3%，顯示法國的經濟成長在 2008 年可望追齊歐元區的平均水準。

另法國國家統計局（Insee）的經濟預測指出，法國 2007 年上半年的經濟成長率與 2006 年相當，穩健維持在年成長率 2%的水準（實際成長為 20%）；同一期間所創造的就業人口可望增加 11 萬，對外貿易及企業投資成長率則分別估約 0.2%及 3%，2007 年前兩季的製造業成長率，亦可望維持在 0.3 至 0.4%的穩定成長步調。在工業成長率有限的情況下，國內消費需求的增加（上半年估計為＋0.8%至 1.1%）將是推動經濟成長的另一要素。此外，一般家庭可支配所得之購買力在 2007 年中期的成長率約達 2.7%。

就台商投資方面則應注意到，基本上法國屬社會福利國家，雇主須負擔之各種社會福利稅較重，一般而言，雇主約需負擔勞工薪資 45%之稅賦，另公司營利事業所得稅為 36.66%，雖然法國政府正研擬降低雇主稅捐之措施，但整體而言，雇主稅捐負擔仍然不輕。另非歐盟國家公民欲在法國成立的公司任職，須事先申請獲准；擔任一般職員者須持有工作證，擔任總經理或董事長者須持有商人證，申請作業時間各約為 2 個月與 6 個月，申請手續繁雜且須使用法文，建議透過律師或會計師辦理為宜。

因此，台商可投資的型態約分為：第一，生產製造者，可生產高附加價值產品，例如：電腦及周邊設備。第二，售後服務者：以銷售機器設備，需要技術人員在當地負責售後服務工作。第三，配銷發貨者：在當地設立發貨倉庫或配銷據點，負責當地客戶之聯繫與開發，同時兼顧鄰近歐盟國家市場拓銷。

在可供引進技術合作項目或可在當地技術合作項目方面，法國具發展潛力之產業計有電子暨通訊、多媒體軟體技術、汽車、航太、運輸設備、環保設備、農產食品加工、醫藥、辦公室設備、高級服飾、電機、塑膠、化工、生化、鋼鐵等產業，我國業者可透過法國在台協會經貿組或我駐法經貿單位查詢相關工商業科技合作投資機會。

(四) 荷蘭

1. 總體經濟情勢分析

荷蘭 2006 年經濟表現亮麗，成長率高達 2.8%，較 2005 年成長近一倍。經濟成長的主要動力來自出口持續擴張，投資及家用消費支出上揚。2007 年荷蘭工業生產成長 3%，但商業服務業及建築業成長幅度更為快速。

根據荷蘭經濟政策分析局（CPB）最新報告指出，荷蘭 2007 及 2008 年的經濟成長率達 2.8%與 3.5%，預期失業率在 2008 年下降至 2.4%。荷蘭未來兩年成長的動力仰賴國內消費及國際貿易，成長率將可能自 6 年來首度超越美國，且將比大部分歐元區成員成長更為快速。

在物價表現方面，荷蘭 2006 年平均通膨率為 1.1%，較 2005 年之 1.7%為低，主因是能源產品價格持穩及各項政府稅賦下跌所致。由於荷蘭經濟情況持續好轉，生產者及消費者信心指數均漸趨樂觀。綜而觀之，2006 年荷蘭整體經濟表現已逐漸趕上歐元區之平均水準。其中，2006 年平均通膨率係自 1989 年以來首見最低點，主因是能源產品價格持穩及各項政府稅賦下跌所致。2007 年通貨膨脹率為 1.6%，較 2006 年略高。

在消費支出方面，2006 年因景氣持續回暖，致荷蘭消費者對經濟情勢轉趨樂觀，荷蘭 2006 年之家用消費支出較上年成長 2.6%，其中對於物品支出成長 3.7%，對於服務支出則成長 1.7%。與 2005 年相較，2006 年消費支出成長 1 倍，其中以家用品、家具、服飾等貨品最受青睞，且對於食品、飲料及菸草的消費支出顯著增加，但 2006 年由於氣候普遍較暖和，荷蘭消費者對於能源的消費支出略減。

基本上，荷蘭工資上漲率係由勞、資雙方集體協議而成，政府有權施行薪資凍結（wage freeze），惟自 1982 即甚少動用上述權力。荷蘭 1997-2001 年間因就業情況良好，平均工資上漲率高達 3.3%，2002 年後由於荷蘭經濟衰退，失業率上升，因此工資成長率逐漸下跌，至 2004 年為 1.4%，2005 年則為 0.7%。由於 2006 年整體經濟情況好轉，合議薪資上漲率達 2%。目前法定最低工資約每月 1,264.80 歐元，僱主每年須支付員工約合年薪 8%之休假津貼。

荷蘭 2006 年合議薪資如扣除當年通貨膨脹率 1.1%後，實質合議薪資上漲率應為 0.9%，係自 1999 年以來上漲幅度最大者，但這並不表示勞工購買力增加，須視退休金、社會保險及所得稅多寡而定。由於荷蘭 2006 年起開始實施醫療保險新制，因此對於勞工淨薪資（net wage）的變化有不同影響。

在就業表現方面，2006 年就業機會較 2005 年增加 105,000 個，2006 年第 4 季較 2005 年同季增加 149,000 個就業機會，可見就業機會正迅速成長。荷蘭 2006

年失業率達 3.5%，較 2005 年的 4.2%下跌，其中非西方背景之外國人失業人數比率微幅下滑，2007 年失業人口為 18 萬 2, 000 人，失業率進一步降至 2.4%。

在對外貿易方面，荷蘭 2007 年出口值較 2005 年成長 19.4%，達 4,770 億美元，係首次衝破 4,000 億歐元大關；進口值成長 17.3%，達 4,200 億美元，貿易順差達 570 億美元，占荷蘭 GDP 總值的 7.4%，1999 年時僅占 2.6%。荷蘭最主要的貿易品項以機器及交通運輸設備為大宗。除自俄羅斯進口大額原油外，自中國所進口的相關電腦產品總值成長驚人，另再出口相關產品亦成為荷蘭貿易的重要一環。

最後，在與我國雙邊貿易關係方面，荷蘭係我國在歐洲之第二大貿易夥伴及出口市場，僅次於德國。根據我國海關統計，2007 年全年我國與荷蘭雙邊貿易總額為 71.87 億美元，較 2006 年成長 6.4%，其中我國對荷蘭出口達 44 億 1,100 萬美元，與 2006 年水準相當，自荷蘭進口 27 億 7,600 美元，較 2006 年成長 18.5%，我國享有貿易順差 16.3 億美元，主因係我廠商多以荷蘭作為歐洲地區之發貨倉庫及配銷中心，部分貨品轉銷至歐洲其他國家所致。

表 2-56　荷蘭基本資料表與總體經濟指標

地理位置	位於西歐，西、北面臨北海，東與德國接壤，南與比利時交界。		
首都（府）主要城市	阿姆斯特丹		
國際機場（座落地點與名稱）	Amsterdam（Schiphol）Eindhoven Maastricht		
重要港埠（座落地點與名稱）	鹿特丹港（Port of Rotterdam）、阿姆斯特丹港（Port of Amsterdam）		
面積（平方公里）	41,526		
人口數（人，2008 年）	16,645,000		
人口密度（人／平方公里）	401		
華人數（人，2007 年）	110,000		
華人所佔比例（%）	0.66		
台僑人數（人，2007 年）	2,297		
台僑人數所佔比例（%）	0.0014		
匯率（歐元兌美元）	0.68535：1（2007.12）；貨幣單位＝歐元（euro）		
	2005	2006	2007
消費者物價上漲率（%）	1.7	1.1	1.6
經濟成長率（%）	1.5	2.8	3.5
失業率（%）	4.2	3.5	2.4

表 2-56　荷蘭基本資料表與總體經濟指標（續）

國內生產毛額（億美元）	5,685.14	5,718.24	7,687.04
平均每人國民所得（美元）	35,625	35,533	45,820
出口值（億美元）	3,492.72	3,994.17	4,770
進口值（億美元）	3,095.65	3,579.84	4,200
對我國之出口值（億美元）	20.68	23.42	27.76
自我國之進口值（億美元）	43.96	44.11	44.11
對我國之貿易餘額（億美元）	-23.28	-20.69	-16.34
對我國之主要出口產品	礦物燃料（油）、辦公設備、電機設備及零件、資（通）訊產品、有機化學品		
自我國之主要進口產品	礦物燃料（油）、辦公設備、電機設備及零件、資（通）訊產品、車輛零件		
外匯存底（億美元）	269.83（2007.12）		

資料來源：中華民國僑務委員會、財政部統計處、荷蘭中央統計局（CBS）、世界銀行、IMF。

2. 當地台商投資情形

(1) 當地產業發展及投資環境

在產業發展方面，航太工業、交通運輸工業、營建材料工業、化工業、電子業，是荷蘭五大主要發展產業。相關概況分述如下：

A. 航太工業

荷蘭的航太工業以卓越的維修及改良技術在國際間享有名譽，荷蘭航空集團（The Netherlands Aerospace Group）組織內包括了許多航太零組件供應商，集團內廠商主要分為以下類別：飛航零件、維修檢驗、推進引擎、工程研發、機身內裝、教育訓練、飛航模擬、輔助系統、機場服務、航太系統及零件及機場設備廠商。

荷蘭航太計畫局（Netherlands Agency for Aerospace Programmes）及荷蘭航太組織（Netherlands Industrial Space Organisation）旗下約有 20 家會員廠商，共同參與歐洲航太計畫。而荷蘭國家航太實驗室（National Aerospace Laboratory）在荷蘭航太工業發展過程中，推展各式航空計畫與研發新技術，並推動該產業之穩定成長。

B. 交通運輸工業

荷蘭不僅擁有方便的海、陸運輸，空運亦相當方便，目前經荷蘭轉運的海運量占歐盟 50%，內河運輸量占歐盟 50%，內陸貨運量占歐盟 27%，航空貨運則為歐洲第三位。歐洲每年進出口貨物中，有 37%是經由阿姆斯特丹和鹿特丹兩大

門戶出入。

C. 營建材料工業

2006 年荷蘭營建業交易總額成長 7%，創下歷史新高，其中又以土木工程公司成長最為顯著，達 10%。2006 年被批准的非住宅建築許可達 61 億歐元，比 2004 年大幅成長 26%，其中新辦公大樓的建築許可達 10 億歐元，亦比 2004 年成長 42%。

D. 化工業

荷蘭化學工業製造廠商逾 600 家，至少提供 7 萬 5,000 個以上的工作機會，加上該產業相關的供給及運輸，將近 10%的荷蘭人服務於與化工業相關之產業，由此可看出化學工業在荷蘭占有舉足輕重的地位。荷蘭化學工廠大多坐落於阿姆斯特丹、鹿特丹、林堡（Limburg）、Arnhem 等地區。除了大型石化品製造商，荷蘭擁有 100 多家專營石化產品的貿易業者，每年的銷售額總共約 60 億美元，產品項目有從論噸出貨的基本化學品，到論公克甚至毫克出售的特用化學品，可謂琳瑯滿目、應有盡有。

E. 電子業

提到荷蘭電子業，首推全球知名的電子巨人飛利浦公司，該公司 2006 年營業額 270 億歐元，目前員工數達 12 萬人，產品暢銷於全球 60 餘國，雖然該公司大部分的製造部門皆已外移至工資較低的國家，但是荷蘭 Eindhoven 地區仍然是飛利浦的全球營運總部及研發重鎮。

此外荷蘭製造的晶片設備亦聞名全球，譬如 ASML（ASM Lithography Holding）和 ASM International 等公司。ASML 公司之客戶以全球各大晶片製造商為主，包括飛利浦以及我國的台積電等公司，全球前 20 大半導體廠中 ASML 公司之客戶占 16 家。ASML 在經歷了 2001 年營業額的大幅衰退後，拜全球半導體需求緩步增加之賜，該公司營業額已連續 4 年穩定成長，2006 年銷售淨額達到 36 億歐元，所得淨額達 6 億歐元，年成長率 100%。

荷蘭電子產業能蓬勃發展，應歸功於國內完善的大學電子相關教育、電子產業環境以及其物流優勢。荷蘭投資環境除了助長其國內電子產業發展，並吸引了德州儀器、德國西門子、日本佳能等國際大型企業在此投資設廠或設立歐洲營運總部，我國亦有多家電子公司在此設立歐洲營運總部。

在投資環境方面，2006 年荷蘭整體經濟環境持續改善，依據荷蘭經濟部外人投資局（NFIA, Netherlands Foreign Investment Agency）之統計，該局 2006 年全年計吸引 113 家外商赴荷蘭投資，投資金額達 3 億 5,700 萬歐元，同時創造 2,425 個就業機會，略與 2005 年持平。

2006 年新投資案中以資訊科技（IT）及電子產業為主，件數分別達 24 件及 10 件，金額約 2,100 萬歐元及 900 萬歐元，但荷蘭在化學及橡膠產業的外人投資

件數雖較少，但總投資額分別達 3,800 萬及 6,300 萬，顯見該類產業多為大型投資案。

如以投資地區觀之，以北荷蘭省（North-Holland）之新投資案最多，達 38 件，投資金額達 4,000 萬歐元，北布拉奔省（North-Brabant）投資案件雖不如北荷蘭省多，但外人投資額高達 9,500 萬歐元。

如以投資活動觀之，外商以在荷蘭設立歐洲行／配銷中心之比例最高，全年達 35 件，金額計 9,000 萬歐元，其次為歐洲營運總部，件數達 28 件，金額計 4,900 萬歐元，另勞力密集產業則由於荷蘭勞工成本高昂、勞力市場供給吃緊等因素而漸有減少趨勢。

為鼓勵外商赴荷投資，荷蘭經濟部外人投資局（NFIA）免費提供多項服務，如協助外商準備投資計劃、選擇投資地點及答覆各項投資相關問題等。荷蘭各地區政府亦設立區域開發機構配合 NFIA 對有興趣來荷投資之外商，建議及協助規劃理想適合之投資地點，並對因投資活動所衍生之各類申請事宜提供協助。目前荷蘭政府所採行之各項投資獎勵措施包括稅賦、融資、現金補助等，目的係協助企業在荷蘭設立或擴展業務，或為鼓勵科技研發、能源／環境產業投資及訓練員工等，主要由中央政府各部會如經濟部（Ministerie van Economische Zaken）、環境部（VROM）等制訂相關辦法。

荷蘭地方政府亦可提供投資獎勵及誘因，惟應結合當地需要及施政重點。近年來荷蘭各地方政府均積極推動招商工作，以促進地區經濟發展及就業機會。

⑵當地台商投資概況

根據荷蘭外人投資局（NFIA）統計，2006 年外人投資成長持平，共計 113 件外人投資新案，件數創新高。2006 年之新投資案共創造 2,425 個工作機會，投資總額達 3 億 5,700 萬歐元，2005 年共計 112 件外人投資新案，創造 3,121 個工作機會，投資總額達 5 億 600 萬歐元。

來自亞洲外資達 59 件，2005 年則達 42 件，主要投資來源為南韓，達 17 件，高於 2005 年的 8 件。由於亞洲在荷投資案件日益增多，荷蘭 NFIA 近日已在印度新德里及新加坡設立新辦事處。

來自北美國家之外人投資仍為主動力，2006 年全年之新投資案達 43 件，創造 1,363 個工作機會，投資總額達 2 億歐元。投資主要項目仍以資訊科技業（IT）為大宗，達 24 件，其次為電子業 10 件，醫療設備 7 件，化學業達 6 件。

在投資型態方面，由於荷蘭為歐洲對外門戶，赴荷投資外商多半以設立配銷行銷中心、歐洲企業總部、發貨倉庫、物流中心、電話語音服務中心（call center）、技術支援維修中心、產品研發中心、生產裝配工廠及歐洲總部為主，2006 年又以在荷設立歐洲配銷中心之外商最多，達 35 件，其次則為成立歐洲營運總部，計 28 家。

2006 年外商在荷投資分布地區仍以阿姆斯特丹、鹿特丹及 Utrecht 市所組成之 Randstad 地區、北荷蘭省、南荷蘭省、Utrecht 省及 North Brabant 省形成的所謂荷蘭「西部走廊（corridor）」開發帶為主。其中北荷蘭省在 2006 年就有 38 件投資案件，件數為全國各區之冠。

但如以投資金額觀之，則以北布拉奔省 9,500 萬歐元之招商金額最高，約占外人投資總額之 27%。若以整個西部「走廊」地區來看，2006 年外人投資金額、件數及所創造之工作機會則高居總投資數之 80%。雖然上述地區之勞工及商業空間缺乏之問題日益嚴重，但由於商業形象良好、經貿活動密集、基礎建設完善、資訊取得容易及擁有史基浦機場及鹿特丹港等運輸條件，外商在荷之投資活動仍大部分集中在荷西部走廊地區。

就我國台商對荷蘭投資方面而言，根據我國經濟部投資審議委員會之最新統計，截至 2007 年 12 月底止，我國廠商至荷蘭投資件數為 139 件，投資金額為 12 億 3,579 萬美元。由於我國廠商至荷蘭投資，相當部分係透過其外國子公司、控股公司或以個人身份直接向荷蘭投資，故部分金額未反映在我官方統計內，可能造成低估現象。

在荷投資業別方面，目前台商在荷投資係以我國極具競爭力之資訊及電子業占大多數，約達 7 成，此外運輸業、自行車業及貿易業等行業亦占相當比例，經營形態多採設立行銷及倉儲公司，作為跨國公司在歐洲之產品行銷中心與發貨倉庫，以市場推廣、發貨配銷、售後維修及客戶支援為業務重點，少數大廠則已建立以組裝為主之生產線，其中以自行車業之巨大機械較具規模。

較著名廠商包括，大眾、華碩、廣達、聯華電子、台積電、誠洲、研華、技嘉、緯創、台達電等。海空運業者有陽明海運、長榮海運、華航、長榮航空等；金融業則有國際商業銀行在荷設有分行。在地域分配方面，台商設立之據點以在鹿特丹地區及 North Brabant 省居多，主要著眼於鄰近港口及產業群聚等優勢，目前鹿特丹港仍為國際商品進出歐洲之主要門戶，距阿姆斯特丹之車程約 1 小時。

表 2-57　我國歷年在荷蘭投資統計

（單位：百萬美元）

年度	件數	投資金額
1959-1989	4	1.66
1990	6	5.89
1991	7	6.68
1992	5	9.69
1993	6	10.38
1994	3	0.27
1995	3	20.41
1996	1	0.22
1997	6	11.11
1998	12	8.57
1999	12	17.80
2000	6	3.25
2001	13	5.80
2002	12	56.42
2003	9	15.14
2004	11	22.78
2005	11	256.75
2006	5	383.04
2007	7	399.93

資料來源：中華民國經濟部投資審議委員會、投資業務處。

(3) 當地台商協會運作情形

荷蘭係北歐濱海王國，東鄰德國，南接比利時，北臨北海，與丹麥、挪威相望。阿姆斯特丹、海牙及鹿特丹，是荷蘭三大主要城市，其中阿姆斯特丹是荷蘭首都，海牙則是荷蘭的政治中心。荷蘭總國土面積 41,863 平方公里，據統計荷蘭總人口數達 1,664 萬人，華人人口約達 11 萬人，其中台僑約達 2,297 餘人。

僑胞主要聚集在阿姆斯特丹、鹿特丹、海牙三地，人數分別約有 1.3 萬人、1 萬人、8 千人左右，餐飲業是最主要的經營行業。台商雖占華人比例不高，但其影響力亦不可忽視，2007 年台商於荷蘭的經營事業數約有 124 家，其中明碁電腦股份有限公司是我國於荷蘭最大的投資企業，投資金額約達 5.5 億美金，鹿特丹則是台商最主要的聚集地。

荷蘭台灣商會是荷蘭當地最主要的台商組織。成立於 1993 年 9 月，原名為荷蘭台灣工商聯誼會，並於 1995 年 1 月 10 日更名為荷蘭台灣商會，目前約有 150 家公司會員。商會最主要目的在於舉辦聯誼活動、提供經營資訊、尋找經貿機

會、促進有效管理。

⑷成功僑台商案例介紹

在二級產業方面，捷安特歐洲公司（巨大機械）成立於 1986 年，該公司歐洲總部設於荷蘭，轄下有荷蘭、德國、英國、法國、波蘭及西班牙等分公司與各國代理商，以及 2,000 多家專賣店組成的經銷網絡。位居全球自行車產業中，企業組織網分布最廣、最綿密的列強之一；集團 2006 年營收達 165 億元、增幅逾 16%，全年獲利並改寫歷年新高。巨大集團台灣總部，總攬品牌管理、產品研發與製造、財管及國際行銷等諸多事宜，不斷與全球各子公司交互運行；而全球行銷子公司，更能快速捕捉世界各地市場流行趨勢，立即研發時尚車款，提供全球自行車領域多元化的商品及科技需求。如此不斷鞭策自我、專業經營，以完美地呈現最佳總合價值的商品給消費大眾。

值得一提的是，明碁電腦股份有限公司是荷蘭最大台商企業。資本額新台幣 52 億元，創立於 1984 年 4 月，員工人數 6,125 人。居於 3C 產業領導地位的明碁電腦（Acer Peripherals, Inc.）是宏碁集團（Acer Group）的一員，以先進的技術和一流設備生產高品質、合理價格的電子產品為傲。除了台灣之外，先後在馬來西亞、墨西哥、英國威爾斯等地設立大型自動化工廠，在荷蘭、美國、日本、蘇州等地亦設立行銷服務據點。

明碁電腦早期的發展，視訊產品及輸入元件是兩大主力產品。而今產品項目已擴大至儲存元件、影像和通信產品，產品涵蓋螢幕顯示器、鍵盤、光碟機、數位投影機、GSM 行動電話、掃描器等，同時亦跨足人性化應用軟體的發展。為了在同類型電腦廠商中保持領先，反應市場需求，將消費者滿意度列為產品設計、生產、服務的重要指標。在人力資源的運用，明碁秉持以人為本的精神：延攬各國各地最佳人才，給予最佳資源，在最適合的崗位上貢獻所學，發揮所長。

3. 小結

根據荷蘭經濟政策分析局（CPB）估計，荷蘭 2007 及 2008 年的經濟成長率均將達 2.75%，預期失業率在 2008 年將下降至 4%。荷蘭未來兩年成長的動力仰賴國內消費及國際貿易，成長率將可能自 6 年來首度超越美國。

荷蘭 2006 至 2008 年就業情況將顯著改善，平均失業率將下跌至 4%，就業機會將大幅增加，市場資本利用率也將逐步提升，致 2008 年的實際產出將高於預估產出達 1.5%。

荷蘭勞工市場緊縮將推升個別合約薪資，上漲率將自 2007 年的 2.25%上升至 2008 年 3.25%。此外，僱主所須分攤的社會保險及醫療保險等費用的成長率將自 6.5%上升至 7.3%。總而言之，整體勞工成本上漲率將自 2006 年的 1.3%上升至 2007 年的 2.5%，並進一步至 2008 年上升至 4.25%。

荷蘭 CPB 預估 2007 年及 2008 年的通貨膨脹率僅達 1.75％及 0.75％，主因係預期能源價格下跌及歐元兌美元將持續升值。平均而言，因實質所得增加，荷蘭未來兩年的家庭購買力將上升 1.75％及 0.75％，但因醫療保險價格提高，家庭購買力的成長率將於明年趨緩。

(五) 比利時

1. 總體經濟情勢分析

比利時政府考量未來人口老化以及失業率所造成的財政負擔問題，因此，降低公共負債占 GDP 百分比、增加就業機會一直係比國經貿政策主要目標。所以，維持零赤字預算或達到財政支出盈餘以及增加就業機會等，均係比國歷年國家穩定計畫（stability programme）之主要財經政策。

比利時 1993 年政府財政赤字占 GDP 7.5%，當時政府整體負債占 GDP 比率高達 137.1%。近幾年，由於景氣復甦，GDP 成長率持續維持在 1%至 3%（註：2006 年達到 2.6%，2007 年為 2.7%），故政府負債比率亦得以改善，其比率自 2003 年之 98.6%降至 2006 年之 87.5%。

比利時整體經濟政策透過相關措施以刺激消費及投資，並逐年降低政府支出以減少政府負債比率，因應未來人口老化所衍生之財政問題。因此，提昇消費者信心、增加可支配所得（尤其針對低收入戶及弱勢族群之稅賦）以及降低公司在研發支出之稅賦等相關稅制改革措施，均係盼能刺激國內需求以活絡經濟活動。

藉由財政措施刺激消費之成長動力受國際油價因素（延伸物價及生產成本上升）之影響。故維持穩定物價亦同時係主要整體財經政策之一。據比國國家銀行統計分析報告，由於國際油價自 2006 年 10 月回跌，故 2006 年消費物價調和指數（HICP）自 2005 年之 2.5%些微降至 2006 年之 1.84%，且躉售物價指數亦自 2005 年之 2.8%降至 1.8%。另據比國政府統計，由於相關稅制改革措施，民間購買力亦已自 2004 年的負 0.2%於 2005 年提升至 1%，並於 2006 年增加至 1.8%。

在就業方面，由於近二年景氣復甦，新增之就業機會已自 2004 年 6 萬 7,000 個增加至 2005 年之 8 萬 6,000 個，惟 2006 年比國政府要求年長就業者延緩退休，減緩退休金對財政收支之負擔，故 2006 年新增工作機會僅增加 4 萬 1,000 個，整體失業率亦自 2005 年的 8.4%微幅增加至 8.5%。惟 55 歲至 64 歲年齡層工作族群占就業率之百分比已增加至 31.8%。預期該項措施如持續推動，直至 2030 年該工作年齡層占整體就業市場之比率將仍可維持在 30%。2007 年失業人口 49 萬人，失業率為 7.5%。

在投資方面，依據比利時國家穩定計畫報告（Belgium Stability Programme 2007-2010），2004 年民間企業對整體環境之觀望，致使部分投資案延至 2005 年執行。因此，在 2005 年相對較高的比較基礎下，使 2006 年整體投資成長率僅達 2.1%。其增加投資之主要來源係建築業，該產業之投資增加幅度高達 4%。據悉，主要係因 2006 年舉行地方選舉（包括省區及鄉鎮選舉）所帶動之投資。

另依據比利時國家銀行對製造業（不包括建築業、水、電及瓦斯等）二年一次

之投資普查（2006 年秋季調查報告），2005 年製造業占整體投資約 19.4％，2006 年製造業在固定資本財的投資依恆常物價指數計算約成長 3.2％。依據相關報告分析，製造業投資成長之減緩因素主要係汽車產業以及紡織業降低投資意願。

在進出口貿易方面，由於比國係外貿導向國家，2006 年全球經濟維持景氣之榮景是帶動比國經濟成長之主要原因，尤其比國經濟相當倚重歐洲主要貿易夥伴國家，故其 2006 年經濟成長主要亦受惠於歐洲景氣之復甦。據歐盟統計資料，2006 年歐元地區及歐盟 25 國之經濟成長分別自 2005 年之 1.4％及 1.7％攀升至 2.6％及 2.8％。比利時則略優於歐洲整體平均表現，自 2005 年之 1.5％增加至 3.0％。整體而言，2006 年比國出口略受歐元升值（相較美元）的影響，惟歐元地區景氣復甦，且該地區又占比國出口總額 60％，因此，2006 年比國對外出口約成長 5.4％。2007 年比利時出口總額 3,228 億美元，較上年增加 14.8％，進口總額 3,222 億美元，較上年增加 16％。

最後，在與我國雙邊貿易互動關係方面，台比雙方貿易額占其對外貿易總額之比重均不大，我與比國之貿易額僅占我對外貿易總額之 0.35％。依據我國海關統計，比利時與我國雙邊貿易之排名自 29 名降至 33 名，超前之貿易夥伴國家為智利、安哥拉、西班牙及墨西哥等。2007 年台比雙邊貿易總金額為 16 億 7,500 萬美元，較 2006 年之 14 億 9,800 萬美元，成長 11.8％；其中我國出口至比利時之金額為 11 億 2,600 萬美元，大幅成長 20.1％；自比國進口之金額為 5 億 4,900 萬美元，衰退 2.1％，我國對比國貿易享有貿易順差為 5 億 7,700 萬美元，較 2005 年增加 53.4％。

表 2-58　比利時基本資料表與總體經濟指標

地理位置	東與德國接壤，南與法國交界，北和東北與荷蘭為鄰，西北濱北海。
首都（府）主要城市	布魯塞爾
國際機場（座落地點與名稱）	Antwerp, Ostend
重要港埠（座落地點與名稱）	Antwerp、Zeebrugge
面積（平方公里）	30,528
人口數（人，2008 年）	10,404,000
人口密度（人／平方公里）	341
華人數（人，2007 年）	9,341
華人所佔比例（％）	0.0898
台僑人數（人，2007 年）	414
台僑所佔比例（％）	0.004
匯率（歐元兌美元）	0.68535：1（2007.12）；貨幣單位＝歐元（euro）

表 2-58　比利時基本資料表與總體經濟指標（續）

	2005	2006	2007
消費者物價上漲率（%）	2.8	1.80	1.86
經濟成長率（%）	2.2	2.6	2.7
失業率（%）	12.8	8.3	7.5
國內生產毛額（億歐元）	3,020	3,166	3,308
平均每人國民所得（歐元）	29,038	30,355	31,131
出口值（億美元）	2,630.56	2,811.35	3,228.45
進口值（億美元）	2,571.37	2,777.78	3,222.41
對我國之出口值（億美元）	6.01	5.61	5.49
自我國之進口值（億美元）	9.36	9.37	11.26
對我國之貿易餘額（億美元）	-3.35	-3.76	-5.77
對我國之主要出口產品	運輸工具及零件、醫藥製藥、鑽石、化學品、自動資料處理機、機械、基本金屬、塑膠及橡膠產品		
自我國之主要進口產品	運輸工具及零件、自動資料處理機、機械、化學品		
外匯存底（億美元）	165.02（2007.12）		

資料來源：中華民國僑務委員會、財政部統計處、比利時國家銀行、世界銀行、IMF。

2. 當地台商投資情形

⑴ 當地產業發展及投資環境

在產業發展方面，基本上，比國產業結構可區分為：服務業約占 GDP66.8%（其中包括貿易運輸及通訊約占 20.2%、金融不動產及商業活動占 25.4%、公共行政及教育 12.5%、其他服務業 8.7%）、農業約 0.92%、工業暨製造業約 17.24%、建築業約 4.42%。比國各主要產業之具體發展情形，茲分述如下：

A. 化學產業（包括塑膠及樹脂原料）

依據比利時化學工業工會 2006 年報，化學產業係比國主要產業之一，比國雖僅占歐盟 25 國 2.3%人口或 2.8% GDP，惟該產業產值即約占歐盟整體化學產業產值之 6%，並約占歐盟出口至第三國化學品總額之 15%。其 2005 年產值約 480 億歐元，較 2004 年成長 1.5%

B. 汽車產業

在市場方面，比利時 2006 年新車增加居歐盟原 15 國之冠，銷售成長 9.6%，遙遙領先其他國家。依據歐洲汽車製造者協會（ACEA）之統計，在歐洲五大汽車市場中，僅德國及義大利有正成長，分別為 3.7%及 3.8%，其他三國則呈衰

退，分別為：法國 - 2%，西班牙 - 2%，英國 - 3.9%。在東歐市場，則以波羅的海三國表現最為優異：拉脫維亞成長 53.6%、立陶宛 34.2%及愛沙尼亞 30.3%。雖然 2006 年 12 月份時新車銷售稍減，約 106 萬 8,553 輛，較 2005 年同期減少 0.3%。惟 2006 年歐洲新車整體銷售仍然成長 0.7%，總計 1,536 萬 4,997 輛。

C. 鑽石產業

依據比利時安特衛普鑽石公會（http://www.hrd.be）統計資料，2006 年比利時加工鑽石出口總額達 95.02 億美元，較 2005 年成長 7.2%，惟就出口量，卻自 2005 年之 936 萬克拉降低至 873 萬克拉，減少 6.65%。

D. 生技產業

依據比國生物科技產業組織報告，比國 2005 年生技產業產值約 27 億歐元（註：2006 年報告尚未公告），其中主要源自葛蘭素史克生技藥廠（GSK Bio, Glaxo Smith Kline Biologicals）之人體疫苗。比國約有 140 家生技公司（註：1997 至 2005 年新成立公司之平均成長率約 17%。），多數為中小型規模，其整體產值約占全歐盟生技產值之 16%。

E. 醫療保健器材產業及保險服務業

歐洲醫療器材市場約有 552 億歐元，占全球 30%市場，僅次於占 43%的美國。德國及法國是歐洲最大的市場國家，約占歐洲 51%的市場，其次為：義大利、英國及西班牙。比利時醫療器材市場約有 10 億歐元，平均年成長率為 5%。歐洲之醫療器材公司約有 8,500 家，80%屬中小企業，主要生產 Know-how 之特殊產品，該等公司員工約有 38 萬 6,000 人。歐洲之醫療器材公司主要設立於英國、德國、法國及西班牙。比利時約有 200 家，職工有 5,500 名，占歐盟醫療器材產業 1.4%。

F. 海運及物流業

比國安特衛普港係歐洲第二大港，其貨運量於 2006 年成長約 5.6%，增加至 1 億 6,737 萬噸，其中進口約 9,200 萬噸，增加 5.6%，出口約 7,500 萬噸，增加 3.3%；在物流業者方面，據悉上海港之國際港務集團已於 2006 年收購比利時 Zeebrugge 港其中一個碼頭 40%股權，這個碼頭是由丹麥 A.P. Moller-Maersk 集團獨資擁有。

在投資環境方面，比國位處於歐洲地理中心，扼有西歐南北交通要脈，形成物流及行銷通路之樞紐位置。比國有高度現代化的海、陸、空運輸基礎建設，公路及鐵路網密度、機場、海港設施管理均列為歐洲第一流水準，已吸引許多物流公司前來設立其歐洲配銷中心。具有可在數秒鐘內與全球各地便捷聯繫之電訊網路系統。

比國有先進之高科技、穩固的金融資基礎，訂有鼓勵投資條例，適合外商前來投資。比利時政府為促進經濟落後地區之發展，設立「投資補助金」等獎勵辦

法，積極吸引投資。在歐盟「區域發展基金」項下，在某些歐盟指定區域內之投資，享有歐盟提供之優惠的補助。在優厚的條件下，美、日、荷、法、德等國之廠商紛紛進駐。

比利時 2006 年之主要投資措施，即簡化新公司登記手續只需 3 個工作天。以往新公司成立辦理登記手續共需 56 天，包括銀行開戶（1 日），公證人手續（9 日），商業局登記（15 日），Chambre des arts et négoces（19 日），商業登記（4 日），財政部 VAT 編號申請（7 日），社會福利局登記（1 日），再刊登在政府公報，繁瑣的登記程序費錢又耗時。比利時政府於 2003 年提出改善，設立「企業櫃台」將申請登記流程縮減至 26 天（公證事務所 9 天、商事局 15 天），手續費用也由原先的 130 歐元減至 70 歐元。

目前，比利時已有三家法定公證事務所（法語瓦隆區、布魯塞爾區、荷語區各有一家）開始使用網路連線設備處理公司成立手續，由於各個相關單位的網路連線，節省遞件審核時間。申請者僅需將備齊文件交法定公證事務所後，公證人經由電子認證並傳送給所有相關單位，包含銀行、商事局、財政部及政府公報等等，3 日即可辦妥成立登記。如此，比利時將成為歐盟國家中，公司成立登記需時最短的國家，優於丹麥（5 日），法國（8 日），荷蘭（11 日），英國（18 日），德國（24 日）。

⑵ 當地台商投資概況

依據近幾年比國外人投資金額排序，美、德、法、荷是比利時最主要的投資來源。凡是國際知名的大廠商皆在比設廠，享受優厚的投資獎勵辦法，利用比國優良的人工，從事製造加工。許多公司投資設廠年限已達 30 年以上，已被視同當地廠商。日、韓是亞洲地區投資較多的國家，日本在比國的法語區的投資增加迅速。

再以投資業者來看，目前台商在比國投資案件多以比利時為經銷據點（無生產或加工製造），早期旅居比國之僑商則以電腦銷售及維修服務業、餐飲業為主；我主要投資業者包括：長榮航空、陽明海運、旺宏電子、神達電腦、台聯銀行（由國內銀行業者合資在比國布魯塞爾成立之銀行）、訊凱公司、日月光半導體及宏正科技等。

⑶ 當地台商協會運作情形

比利時台灣商會是比利時現有唯一的台商組織團體，成員多屬於較早期之移民，從事行業極廣。商會定期舉辦各項活動，促進會員彼此間的友誼。

⑷ 成功僑台商案例介紹

在比利時眾多成功台商中，陽明海運公司作為案例說明，為能確保公司服務品質及效率，經過多年在比利時的布局，整合比利時、荷蘭與盧森堡的區域作業，陽明海運 2007 年終於與比利時 Royal Burger 集團合資成立陽明海運比利時公司。

設於安特衛普的陽明海運比利時公司，已於 2007 年 6 月 1 日起正式營運。陽明海運比利時公司的成立，不但代表台灣與比利時經濟貿易關係更向前跨出一大

步，同時也顯示台灣的經貿實力，陽明海運已繼續在歐洲各地成長。

3. 小結

由於國內需求尤其民間消費支出係近幾年比國經濟成長之主要動力，預期在恆常物價基礎並不受國際油價遽升之影響下，2007 年比國民間消費成長將增加，且其購買力亦可再提升。因此，比國國家銀行推估，其 GDP 亦可望維持 2.1％之成長率。至有關物價方面，2007 年消費物價調和指數預期約可控制在 1.9％。

另在財政收支平衡政策方面，預期 2007 年在經濟穩定成長下，預算盈餘可達 GDP 的 0.3％，政府負債比率可降至 85.7％。2007 年盈餘經費將挹注人口老化基金，以改善未來人口老化對財政結構之影響。

在投資方面，由於 2006 年之地方選舉結束後，預期 2007 年建築業之投資成長率將自 4％降至 2.3％，惟賴於民間投資之增加，整體之投資可望自 2006 年之 2.1％增加至 2.2％。在製造業方面，依據 2006 年之秋季投資普查報告，2007 年製造業之投資增加率可望在整體經濟維持景氣之情況下，增加至 19.6％。

在產業發展方面，2006 年比利時科技工業隨國際經濟情勢好轉而成長 4％，約增加 3,300 個新就業機會。科技產業成長不僅受惠於全球經濟情勢好轉，同時亦因新產品的推出以及對其他歐洲國家出口增加所致。就整體製造業而言，比利時多種工業公會（AGORIA）預測 2007 年成長將不及 2006 年，就業率將再度下滑。

就我國台商投資而言，比國汽車產業係歐洲之重要汽車裝配據點之一，我國汽車零組件業者如赴比國設立據點，當有助於雙方在該產業之合作關係。另環保設備產業，由於歐盟極力推動各項環保政策，包括 WEEE、RoHS 以及各項有害氣體排放之管制措施（如京都議定書）等，未來台比雙方似亦可加強該領域技術或投資之合作。

(六) 盧森堡

1. 總體經濟情勢分析

2007 年盧森堡經濟呈現穩定成長，成長率增為 5.4%。盧國經濟活動近三分之一來自金融服務業，全球投資人對資本市場的信心十足，共同基金業務表現良好，帶動盧國金融服務業之成長。由部分指數看出盧國經濟成長就長期而言，並不樂觀。例如實質所得成長降低、生產力成長緩慢、政府財政赤字增加、高通貨膨漲率等。

就政府財政而言，因公共支出大幅擴張而導致財政赤字惡化；盧國政府宣布在 2009 年以前加以改善；自 2007 年起政府將對社會福利支出及公務員薪水之成長加以抑制。政府財政另一項隱憂是年金制度，盧國政府應降低提前退休之各項誘因、改善制度以累積更多年金準備及對年金準備做更有效管理。

值得注意的是，盧國總體經濟另一特殊狀況是就業機會雖然增加，但失業率仍呈現成長。盧國勞動人口十分依賴外來及移民勞工，主要係德國、義大利及葡萄牙移民。根據盧國 2007 年官方資料統計，至 2006 年為止，盧國外來人口占總人口的 39.6%，其中，來自葡萄牙者占總人口的 67.8%、其次為法國（22.9%）、義大利（18.8%）、比利時（16.1%）及德國（10.4%）等。

盧國因國土狹小且與德國、比利時及法國等國之邊境接壤，盧國雇主傾向雇用跨境工作者以降低薪資及員工福利之負擔。盧國公會面臨改革，失業救濟金制度須要調整、公共就業服務（ADEM, LÁdministration de lémploi）也需要促進媒合就業之功能。另一方面，政府也計畫改進教育制度，以發展人力資源，提升盧國勞工生產力及技術。此外，促進產品市場之競爭也將促進生產力之成長，尤其是與金融業相關之商業服務興盛帶動就業人口增加。

自 2002 至 2005 年之間，盧國公部門於經濟成長過程扮演重要角色，但 2006 年起預算政策逐漸緊縮，部分大型公共建設計劃改以公私夥伴方式（PPP, Partenariats public-prive）進行。為因應歐盟穩定與成長計劃方案，政府將避免不必要之借貸。

就對外貿易而言，盧國經濟屬於開放的且依賴對外貿易，盧森堡對外貿易順差約為 GDP 的 10%；其外貿順差來源，主要來自服務業出口。此外，盧國係歐盟成員國之一，其對外貿易法令規章係配合歐盟整體對外貿易政策制定。歐盟公布之重要經貿措施亦適用於盧國。

最後，就與我國雙邊貿易互動關係方面，2007 年盧國為我國排名第 60 名貿易夥伴，與我國雙邊貿易總額為 1 億 5,152 萬美元，占我對外貿易額的 0.033 %，我國出口至盧國金額 1 億 2,775 萬美元，較 2006 年減少 53.3%；我國自盧國進口 2,377 萬美元，較 2006 年增加 8.2%。

2006 年我國出口盧國貨品主要為：無線電話或電視之傳輸器具、液晶裝置、

錄音之空白媒體、計算器及機器零件、光學透鏡等。其中，液晶裝置列於第二位且呈現高度成長。我自盧國進口貨品前幾名包括：銅箔、鋼板樁、未裝配工具用之板、桿、刀、鐵或非合金鋼製線、瓷金及其製品、不織布、檢查液體或氣體流量之儀器、管子及鍋爐外殼等。

整體而言，我國與盧國雙邊貿易呈現順差，2007 年雙邊貿易額 1 億 398 萬美元，較 2006 年 2 億 5,179 萬美元減少，與我貿易夥伴之排名自 2005 年第 57 位下降至第 60 位。盧國對外貨品貿易呈現逆差，與主要貿易國如德國、比利時、美國及日本等皆呈現貨品貿易逆差。與法國及亞洲則呈現貨品貿易順差。

表 2-59　盧森堡基本資料表與總體經濟指標

地理位置	東與德國接壤，南與法國交界，北和東北與荷蘭為鄰，西北濱北海。		
首都（府）主要城市	Luxembourg		
國際機場（座落地點與名稱）	Luxembourg Airport		
重要港埠（座落地點與名稱）	盧森堡係內陸國，無海港。		
面積（平方公里）	2,586		
人口數（人，2008 年）	486,006		
人口密度（人／平方公里）	188		
華人數（人，2007 年）	1,350		
華人所佔比例（%）	0.278		
台僑人數（人，2007 年）	50		
台僑所佔比例（%）	0.01		
匯率（歐元兌美元）	0.68535：1（2007.12）；貨幣單位＝歐元（euro）		
	2005	2006	2007
消費者物價上漲率（%）	2.5	2.7	2.3
經濟成長率（%）	4.7	6.1	5.4
失業率（%）	4.2	4.4	4.4
國內生產毛額（億歐元）	300	339	366.5
平均每人國民所得（歐元）	65,217	72,128	76,354
出口值（億歐元）	102.0	112.9	117.2
進口值（億歐元）	141.2	154.7	161.2
對我國之出口值（千美元）	36,798	21,978	23,772
自我國之進口值（千美元）	269,285	273,776	127,756
對我國之貿易餘額（千美元）	-233,487	-251,798	-103,984

表 2-59　盧森堡基本資料表與總體經濟指標（續）

對我國之主要出口產品	製成品、機器設備、化學製品、運輸設備、活動物、酒及菸
自我國之主要進口產品	機械設備、運輸設備、製成品、金屬、化學產品
外匯存底（億美元計）	2.05（2007.12）

資料來源：中華民國僑務委員會、財政部統計處、盧森堡國家統計局、盧森堡商會、世界銀行、IMF。

2. 當地台商投資情形

⑴ 當地產業發展及投資環境

在產業發展方面，盧國包含服務業、鋼鐵業及其他製造業、高科技產業及農業等四大主要產業。首先，在服務業方面，盧國 80 年代中期以後，主要產值係來自服務業，占 GDP 80%以上，取代傳統的鋼鐵業。盧國服務業之發達除政府經濟及金融政策開放外，來自鄰國—尤其是德國—之投資與技術移轉為重要因素。盧國服務業以金融服務業為主，第二為運輸服務業，通訊及廣播電視服務業近年來亦發展快速。

在金融業方面，根據盧森堡金融監督委員會（CSSF）資料顯示，盧國共有 162 家銀行、金融業雇用人數共 2 萬 2,500 人、總資產超過 6,950 億歐元。主要銀行有：Deutsche Bank、Dexia Banque Internationale、Banque et Caisse d'Epargne de l'Etat、Banque Générale du Luxembourg 及 HVB Banque 等。除銀行業外，盧森堡證券交易所在國際債券及投資基金領域樹立領導地位。在歐洲上市的國際債券中，超過 70%是在盧森堡上市，總共有來自 100 個國家的 4,100 個左右之發行人。在資產管理方面，盧國為全球第二大基金註冊國，僅次於美國。

在空運服務業及物流業方面，盧國地理位置居歐洲重要消費市場—英國、德國、法國、荷蘭及比利時等國之中心，具有空運及物流活動之重要地位。盧森堡機場是歐洲第五大貨運機場，交貨速度名列世界前矛。盧森堡主要國際物流公司有：Panalpina、Kuehne+Nagel、Thiel Logistik、DHL、TNT、FedEx、Cargolux、Luxair 及我國中華航空公司等，目前華航與盧森堡航空均有貨機飛航台盧兩地，華航以盧國為歐洲貨運中心。

在電信通訊及廣播電視業方面，美國兩大電子商務公司 Amazon.com 及 AOL Time Warner 已決定在盧森堡建立一個歐洲電子商務平台，全球知名網路電話公司 Skype 總部即是設於盧森堡。投資於盧森堡的電信及媒體公司尚包括：數位電視頻道公司 RTL Group、衛星訊號公司 SES Global、微軟、西門子、AOL 及 iTunes（蘋果電腦）等。

第二，在鋼鐵業及其他製造業方面，2006 年 Mittal 與 Arcelor 兩大鋼鐵集團合併（Arcelor or Mittal Group），位於盧森堡的總公司約有 5,910 名員工。ARCELOR 集團及 MITTAL 集團於全球鋼鐵業之市場布局及產品其實有其互補性，ARCELOR 營運重心在西歐，如法國、盧森堡及比利時等國，此外在巴西也有設廠，產品屬高度技術、高價值、應用於汽車鋼板之產品；MITTAE 則在東歐、美洲及亞洲皆有投資，產品屬技術層次、價值較低者，易受市場價格波動影響之產品。兩家鋼鐵公司合併後預估每年將生產超過 1 億公噸之鋼、占全球消費量 10%，年營業額將超過 700 億美元，員工將超過 30 萬人。該案對全球鋼鐵市場整合有指標性的影響，值得加以密切注意。

第三，在高科技產業方面，盧國為發展人力資源，促進創新與研發，對教育與人員訓練投注大筆資金。盧國政府擬定未來幾年發展之重點領域包括：生物科技、新材料、環境技術及通信技術等。盧國並計畫於 2005-2007 年投入 5,100 萬歐元於 Lippmann 公共研究中心（Public Research Centre, PRC Lippmann），該中心之材料分析機構集合來自德國、英國、比利時、法國及盧森堡等國際研究者參與名為「Nanobeams」的奈米科技研究計畫。此外，盧國並與紐約大學、法國史特拉斯堡及比利時布魯賽爾之研究中心合作，從事細胞結構、公共健康、心臟病學、神經科學、傳染病及免疫學及毒理學等領域之研究。

第四，在農業方面，盧國於 19 世紀原為一貧窮之農業國家，後因鋼鐵產業及服務業之發展，加上盧國土地貧瘠，農業人口也逐漸衰退，由 1947 年 27%降為 1970 年 7.5%，至今農業產值約占 GDP 的 0.5%以下。

在投資環境方面，盧國地理位置優越，居於西歐空運運輸中心，為歐洲幾個最重要航站──米蘭與倫敦、法蘭克福與巴黎之中心點。但缺海港。此外，盧國經濟及金融法令制度健全，又為歐盟、聯合國及北大西洋公約組織（NATO）創始會員國，可見其在全球經貿之重要性並不因國土面積狹小而受影響。盧國政府向鼓勵外來資金及技術之引進，以作為其經濟發展動力。

盧國由 70 年代鋼鐵國轉型為服務業為導向之國家即有效運用來自德國、法國及比利時等國之資金與技術。目前主要投資來源為地理位置接近、經濟條件相近及同為歐盟創始會員國之德國及法國為主，美國資本亦扮演重要角色。2002 年，排名盧國前 13 名之公司即有 11 家係外人直接投資，金融服務業資本大都來自德國，美資則多投資於產業部門。

整體而言，盧國競爭力、經濟自由度、生活品質及治安等各項指數及排名皆居世界前幾名，根據「IMD, International Institute for Management Development」2004 年世界競爭力年鑒顯示，盧國排名全球第 9；美國傳統基金會 2005 年經濟自由度指數，盧國排名全球第 3；2005 年經濟學人全球生活質量表，盧國排名全球第 4；Mercer Human Resource Consulting 2005 年全球最安全城市調查報告，盧國

排名全球第 1。

⑵當地台商投資及協會運作概況

盧森堡僑情非常單純，僑胞僅約 50 人，並無僑團之設，惟有資深台僑林麗娟女士設有盧森堡中華文教協會，除每年開設中文班教授外籍人士中文外，亦經常舉辦活動宣揚我國文化。

此外尚有越、棉、寮等亞洲國家旅盧華人。華僑職業以經營餐館或相關從業人員佔大多數。「盧森堡中華文教協會」為僑民所設之非營利社團，會員不限華人，偏重舉辦文化藝術活動。該僑團附設有中文學校及成人中文班，對象為華僑子弟與盧國當地人士，並成立中文閱覽室，定期出版文宣刊物等。

同時，由於盧國目前僅有少數台商於該國從事商業活動，亦尚未有台商協會。但值得注意的是，台灣與盧森堡 2007 年首次成立經濟合作委員會，工商協進會理事長黃茂雄，身兼台灣盧森堡經濟合作會委員會主任委員，2007 年工商協進會率團赴盧森堡招商。

盧森堡雖是歐盟會員小國之一，人民辛勤，與台灣類似。尤其地處鄰近德國、法國，物流產業高度發展，為歐洲重點物流中心，尤以空運發達。因此，台灣 IT 產業、平面顯示器等高科技產業，適合到盧森堡設立發貨中心，以便輸往歐洲國家，目前華航與長榮分別在盧森堡設有轉運中心。

盧森堡鋼鐵集團保沃思是鋼鐵設備大廠，目前正與台灣鋼鐵廠洽談合作中，盧森堡是物流與金融中心，對於人才需求迫切，未來可望延攬台灣或亞洲其他國家人才。

3. 小結

2007 年及 2008 年盧國實質 GDP 成長預測有小幅度降低，預估成長率分別是 4.6%及 4.1%；消費者物價指數上漲率預估未來兩年內也將較 2006 年調降，2007 及 2008 年皆年預估在 2.1%。至於失業率將持續攀升，2007 年預估為 4.6%、2008 年預估為 4.8%，因當地部分廠商為降低生產成本及全球布局之考量，將工廠移至東南亞等地，如盧國最知名之瓷器公司 Villeroy & Boch 等，此皆影響當地人之就業機會及消費能力。而盧國為降低財政赤字以達成歐盟「成長與就業」方案之目標，也將逐部降低公部門支出及投資。

我國與盧國間目前並無重大待決之經貿議題，惟盧國與我國雙方並無互設辦事處，許多經貿議題須透過我駐歐盟兼駐比利時代表處兼辦；但其實比京布魯賽爾與盧森堡交通車程須 3 小時以上，由比利時代表處兼辦並不便利，我方未來或可考慮與盧國雙邊經貿交流之需要，在盧國新設辦事處。因盧國雖為小國，但為各個重要國際組織之會員國，人民享有高國民所得及為歐洲重要物流及金融中心，盧國亟欲拓展亞洲市場，我宜考慮於盧國設立據點。至於盧森堡商會目前在

台灣聘請一名顧問負責盧國商會在台之連繫工作。盧國多次表示盼我國能提高及重視對盧國之投資，尤其是金融及物流業等。

(七) 德國

1. 總體經濟情勢分析

2006 年德國經濟明顯復甦，國內生產毛額達 2 兆 3,027 億歐元，成長率達 2.7%，此為 2000 年以來最佳表現，2007 年實質 GDP 成長率為 2.5%，主要係出口、投資及消費帶動整體經濟成長：2007 年德國出口成長 8.5%，出口成長強勁對經濟全面擴張產生推動作用；民間企業因獲利良好而增加投資，其中設備投資增加 7.3%、營建投資增加 3.6%；消費景氣旺盛，私人消費成長 0.6%、政府支出成長 1.7%。德國舉辦 2006 年世界杯足球賽以及 2007 年 1 月 1 日起加值營業稅由 16%調高為 19%，導致民眾紛紛預先採購高價商品，均有利刺激民間消費，而使德國經濟受益。

在消費物價表現方面，2006 年德國物價上漲 1.7%（2005 年為 2%），若扣除電、天然氣、汽油等能源項目，其他物價上漲率為 0.9%，價格上漲較多者為水果及蔬菜，休閒電子及電腦（包含週邊設備）之價格則有所下降。雖然能源價格與 2005 年相比上漲 8.5%，但整年之物價發展仍屬和緩，工資成本下降，有利德國物價之穩定及德國產品之國際競爭力。2007 年德國物價上漲 2.1%，高於 2006 年之上漲率。

在就業市場方面，由於景氣強勁復甦，勞動市場之勞動力需求增高，2006 年之就業人口達 3,910 萬人，較 2005 年增加 25 萬 8,000 人，成長率為 0.7%，為 6 年來最佳成長，成長主要因素為氣候溫和及企業之訂單增加，好轉之趨勢可由各經濟領域觀察出，其中增加最多者為服務業及營建業，特別是計時人員工作機會大增，原因為企業突增生意訂單，需要補充臨時職員人力。

2006 年德國失業率約 10.8%，比 2004 年下降 0.9%。2006 年德國經濟形勢好轉及氣候溫和，有效遏止了失業人數之增加。不過結構性失業問題依然存在，許多長期失業者（失業時間超過 1 年）在尋找工作時仍有困難，但政府推行輔導就業方案逐漸奏效，包括就業市場創造許多「低薪工作」、「迷你工作」及「一歐元工作」等，使許多長期失業者得以再度回到工作職場。另一方面，為因應企業重整計畫，企業與勞工進行協調，使僵化之薪資合約更有彈性，允許企業給付較低薪資或員工工時加長，員工為避免遭裁員而同意減薪或增加工時但不支薪。2007 年失業率降為 9.0%。

在政府財政方面，2006 年德國政府財政赤字為 395 億歐元，占國內生產毛額的 1.7%，這是過去 5 年來德國政府的財政赤字首次沒有超過歐盟穩定及成長上限，亦為自 2001 年以來最低負債，其原因為 2006 年德國財政稅收增加及總體經濟情況改善。2006 年德國政府之稅收達 4,461 億歐元，較 2005 年增加 308 億歐元，成長率為 7.4%。由於德國經濟復甦，公司利潤提高，股價上升，政府財政收入明顯增加，另政府為穩定財政，取消或縮減多項優惠措施，如取消首次購屋補

助、縮減聯邦政府官員人事費等，終使德國 2006 年之財政收支狀況大為改善。

在進出口表現方面，由於全球經濟持續擴張及德國企業強勁之國際競爭力，2006 年德國出口仍維持動能，訂單穩定，全年出口額達 9,690 億歐元，成長率 8.5%；進口額達 7,725 億歐元，增加 5.2%；外貿盈餘創年度紀錄達 1,965 億歐元。

就雙邊貿易總額統計，法國為德國最重要之貿易夥伴，占總貿易額之 9.2%，美國、荷蘭、英國、義大利、比利時則分居二至五名。就出口市場而言，法國居首位，美國次之，英國居第三；最重要的進口來源為法國，其次為荷蘭及中國。出口為近年來德國經濟成長之重要支柱，2006 年德國第 4 度蟬聯全球出口冠軍寶座，主要出口產品為汽車、機械設備及化工產品。

歐元兌換美元自 2006 年 2 月以後明顯上升，導致德國出口歐盟以外地區商品價格提高，然而德國出口並未受挫，歐元區為德國主要出口市場，2006 年對歐元區 12 國出口成長 10.9%，達 3,765 億歐元；對歐盟會員國 25 國出口成長 12%，達 5,585 億歐元；出口至 2004 年新加入歐盟之 10 個會員國成長 21.6%，達 837 億歐元，其中成長最多者為對波蘭出口增加 29%，達 288 億歐元。另對歐盟以外國家出口成長 17.3%，達 3,376 億歐元。

在與我國經貿互動關係方面，德國為我國歷年來在歐洲最大的貿易伙伴。依據我財政部公布之統計，2007 年台德雙邊貿易總額約為 122 億 4,400 萬美元，我國自德國之進口金額 70 億 7,000 萬美元，對德國出口金額 51 億 7,400 萬美元，對德國貿易逆差 18 億 9,600 萬美元。

2006 年台德貿易總值約佔我國與歐洲貿易總值 477 億 1,157 萬美元之 23.35%。德國為我國在歐洲地區之第 1 大貿易夥伴、全球第 7 大貿易夥伴、第 7 大出口國與第 6 大進口國。2006 年我國列為德國第 38 大出口國、第 25 大進口國。

2006 年我國對德出口之主要產品為機器零件及附件、液晶裝置、空白光碟或磁光碟、無線電話機、錄音或錄製用之空白媒體、二輪腳踏車、液晶裝置、印刷電路板、車輛之零件及附件、太陽電池、鋼鐵製螺釘及螺帽、自動資料處理機、鋼鐵螺絲螺帽、數位積體電路、機動車輛之零附件、混合積體電路、手工具、單石數位積體電路晶粒及晶圓、綜合加工機等；自德國進口之主要產品項目為轎式小客車及旅行車、晶圓（已摻雜）、化學品或化學製品、單石積體電路晶粒及晶圓、混合積體電路、醫藥製劑、機械、菸葉之紙菸、單石數位積體電路、專供配合機器使用之電子控制設備、修造船艇用器材、押出機、書寫／印刷／或其他製圖用紙或紙板、繞紗機、單石數位積體晶粒及晶圓、已錄製供重放聲音或影象以外現象之媒體、己二酸、機器零件、磨光機、砂光機或拋光機等。

表 2-60　德國基本資料表與總體經濟指標

地理位置	位於歐洲的中心。		
首都（府）主要城市	柏林		
國際機場（座落地點與名稱）	Cologne/Bonn		
重要港埠（座落地點與名稱）	漢堡、不萊梅、法蘭克福		
面積（平方公里）	357,022		
人口數（人，2008 年）	82,369,000		
人口密度（人／平方公里）	231		
華人數（人，2007 年）	109,247		
華人所佔比例（%）	0.133		
台僑人數（人，2007 年）	7,200		
台僑所佔比例（%）	0.0087		
匯率（歐元兌美元）	0.68535：1（2007.12）；貨幣單位＝歐元（euro）		
	2005	2006	2007
消費者物價上漲率（%）	2.0	1.7	2.1
經濟成長率（%）	1.0	2.7	2.5
失業率（%）	11.7	10.8	9.0
國內生產毛額（億美元）	27,936	28,970	33,221
平均每人國民所得（美元）	33,934	35,173	40,415
出口值 f.o.b.（億美元）	7,862.7	8,930.4	9,690.3
進口值 c.i.f.（億美元）	6,280.9	7,339.9	7,725.1
對我國之出口值（億美元）	61.80	61.35	70.70
自我國之進口值（億美元）	44.63	50.06	51.74
對我國之貿易餘額（億美元）	17.17	11.29	18.96
對我國之主要出口產品	小客車機動車輛、車輛零附件、藥品、無線電話及傳輸器、電腦及零組件、原油以外之石油、航太產品、積体電路及微組件、引擎零件、貨車機動車輛		
自我國之主要進口產品	小客車機動車輛、原油、石油瓦斯產品、電腦及零組件、車輛零附件、藥品、積體電路及微組件、辦公自動化設備		
外匯存底（億美元）	1,362.35（2007.12）		

資料來源：中華民國僑務委員會、財政部統計處、德國聯邦統計局、德國聯邦銀行、歐洲統計局、世界銀行、IMF。

2. 當地華人經濟

在台商之組織及人數規模方面，德國依地區分德中台商會與德南台商會，會員數分別是 14 與 51（含公司與個人）。

在德國台商活動概況上，首先，在台商年度主要節慶或特色活動要項方面，德中、德南台商會主要節慶活動為聯合僑團舉辦春節聯歡會，平時則以聯誼與交換商情為主，德南台商會每年固定於春秋二季舉辦三天二夜聯誼及講座活動，以增強會員凝聚力。

在台商與當地政府關係方面，德國台商規模及人數有限，加上分散各城，無法形成足夠影響力，對公共事務及當地政府影響有限。

在台商與當地社會關係方面，德國台商規模較小，且受限語言、文化背景及規模，普遍難以進入主流社會，對輿論影響有限，但與當地各僑團間互動密切，活動相互支援。

2005 年 BENQ 購併西門子手機部門曾經造成熱門話題，但 2006 年 BENQ 中止投資西門子手機部門，造成相關部門與工廠關閉，三千名員工失業，事件初期輿論對台灣及 BENQ 總公司頗不諒解，隨媒體陸續報導，社會對於事件全貌有較清楚輪廓，批評聲浪才逐漸平息。

3. 當地台商投資情形

(1) 當地產業發展及投資環境

在產業發展方面，機器製造業、電機製造業、汽車製造業、金融業、通訊業、交通業及德國物流業現況，是德國七大主要發展產業，茲分述如下。

A. 機器製造業方面

根據德國機器製造業公會（VDMA）提供之資料顯示，2006 年該製造業總計有 5,856 家企業及 87 萬 3,000 位員工，同期間，營業額達 1,670 億歐元，平均每位員工達成之營收計為 19 萬 2,000 歐元。在生產方面，2006 年該業產值提高 7%而達 1,580 億歐元，2007 年則將續增 4%，此前 VDMA 曾預期，其生產將於 2006、2007 兩年僅各提高 5%及 2%而已，然至 2006 年底該製造業接單不斷升高，因此 VDMA 乃決定，將原先預估向上修訂。2005 年德國機器製造業之產值亦曾由早先預估之 4%向上修正而達過去五年之最高成長（6%）。

2006 年 10 月該製造業平均接單量計比 2005 年同期大幅提高 16%，其中來自國外之訂單計增 14%，來自國內者增幅更高達 21%。接單情況既然好到如此，乃致不少業者不得不添增人手以因應變局；自 2005 年 6 月以來，該業大約已添雇了 2 萬 5,000 位員工，目前從業人員總數高達 88 萬 3,000 人，為德國最大雇主工業。2007 年 1 月該業實質訂單計增 12%，其中來自國內之訂單計增 25%，來自

國外者則攀增了 6%。如以可靠性較高之三個月平均值計，2006 年 11 月至 2007 年 1 月間，該製造業接單平均計增 13%，其內訂單增幅（+16%）仍然高過國外訂單之成長（+11%）。

B. 電機製造業方面

德國電工器材公會（ZVEI）對外指出，2006 年德國電機電子製造業營收在國內外市場發展均蓬勃之烘托下，大幅提高 7.5%，總值計達 1,779 億歐元，其內市場擴張了 6%，就連多年表現一直不振的家電製造部門亦報出 5%之成長，但同期間，出口表現亦可圈可點，成長率達 9%。過去該業成長多仰賴出口，然國內業者經多年不斷節制，終於在 2006 年開始投資添置新設備而帶動國內市場起飛，乃致該製造業之生產設備利用率已升高到超過平均水準之 87.3%。同期間，從業人員數亦已增加 4,000 人而達 80 萬 3,000 人，該公會預期，2007 年該製造業營收仍將強勁成長，增幅可望介於 5% -6%。

在產品方面，有鑑全球暖化現象越來越嚴重，目前該製造業之產品重點係放在能源效力上。事實上，節省能源之產品已經出現市面，只待消費者接受此類產品，該公會冀望德國政府推出適當法規鼓勵消費者購買此類產品，據該公會估計，透過節能家電產品每年全國將可節省電力 270 億，倘再利用創新方案進行更大型之節源計畫，如利用省電照明設備取代現有街道照明，甚至可將目前街燈耗電量降低 40%。

C. 汽車製造業方面

2004 年以前，德國本國轎車市場銷售不振曾長達四年之久，2004 年雖有成長表現（+0.9%），但幅度不高，直到 2005 年在多家製造商大量推出不同車型以及價格低於 1 萬歐元之車型（共 24 種）吸引買主以及經銷商給予消費者高額折扣，且幫助買車人迅速辦理登記手續等策略下，全年售量（轎車 + 廂型車）才幾乎回到 2001 年之水準，總數逾 334 萬輛，增幅達 3%。2006 年德國轎車銷售量續增 3.8%，總數達 346 萬 7,961 輛，其中主要係受到德國政府宣布將於 2007 年初起提高加值稅 3%之刺激所造成，當中銷售量最高之廠商依次為福斯、賓士、歐寶、BMW、奧迪及福特等。同期間，德國廠牌轎車之市場占有比重則已較 2005 年微幅下挫 0.2%，降到 69.4%；反之，外國廠牌之地盤已進一步擴大到 30.6%。

在營收方面，2006 年該製造業營業額計增 7.5%，總值達 2,539 億歐元（含零組件製造業營收），其中來自國外之營收儘管在美元兌歐元幣值低落之情況下，仍然成長 9.6%而達 1,545 億 8,600 萬歐元；來自國內之營收則僅有 993 億 7,100 萬歐元，成長幅度亦較低（+4.3%）。

在生產方面，根據德國汽車製造業公會（VDA）提供之統計資料顯示，2006 年德國轎車國內產量計為 539 萬 8,508 輛，計比 2005 年微幅增加 0.9%，同期間，德國廠牌汽車之全球產量則提高 5.8%，總數達 1,079 萬 3,257 輛。由此不難

看出，德國汽車製造業生產線遷移海外情況之一斑。

D. 金融業方面

2004 年底德國全國國民擁有之資金總值計達 4 兆 670 億歐元，與 2003 年之 3 兆 9,150 億歐元比較，計增 3.9％，倘將房地產及食物財產加入計算，則其總值應已達 7 兆 3,000 億歐元，如以平均值計，德國每戶家庭所擁有的房地產加上動產總值平均達 13 萬 3,000 歐元，其中德西家庭擁有的平均值為 14 萬 9,000 歐元，遠超過德東家庭之平均值（6 萬歐元）。全國家庭之大半動產均係以銀行存款或保險方式存放，然 1991-2004 年間，長期存款所占的比重已由 12.8％降到 7.2％，同期間，短期存款之占有率則已微幅升高到 28.5％，而 2004 年保險所占之比重則達 25.6％，其中三分之二皆屬於人壽保險。

儘管長期以來德國銀行利息一直不高，然固定利息有價證券之占有比重（11.7％）仍然高過投資基金之占幅（11.4％）。至於投資於股票之比重則已於 1995-2004 年間，由 7.3％降到 6.2％。2005 年由於德國法定退休制度受新生人口減少，國民平均壽命及失業人口俱增影響下，已無法撐持，聯邦政府乃規勸百姓自行增加私人退休保險。在此情況下，德國民眾遂開始加強儲蓄，根據德國聯邦銀行之統計顯示，2000 年 -2005 年間德國國民可支配收入之儲蓄率已由 9.2％升高到 10.7％。若以銀行規模相較，德意志銀行一直高居首位，2005 年該銀行尤其在購併業務方面獲利盈餘高達 38 億歐元，較 2004 年之 25 億歐元高出甚多，然在其他銀行排名方面，多年來一直有不少變動。根據德國商業銀行 11 月 16 日提供之資訊顯示，2004 年德國前五大銀行排名分別各為：德意志銀行、Commerzbank / Eurohypo、德利銀行、Hypovereinsbank 及 Deutsche Postbank。

E. 通訊業方面

根據德國電信管理機構聯邦網路局 2006 公布之年報資料顯示，2006 年德國通訊業營收將與 2005 年齊高，總值達 675 億歐元，從業人員數為 22 萬 3,500 人，總數亦與 2005 年無差異。然其中占幅最高的德國電信公司之員工數則於 2005-2006 年間已由 16 萬 7,900 人減少至 16 萬 7,600 人。近兩年來，德國民眾透過 DSL 及有線電視打電話之總數已越來越高，迄 2006 年底，透過 DSL 通話之連線總數已達 350 萬，透過有線電視通話之連線數亦已達 30 萬。此外，在手機通話費率低廉之影響下，大批民眾已改由行動電話通話而取消固網連線，迫使占有固網之電信巨擘 - 德國電信局不得不裁減員工以應變局。

過去 3 年間，德國民眾利用寬頻裝置上網之家庭已增加三倍，迄 2006 年底，已有 37％的家庭擁有 DSL 寬頻上網裝置，連線用戶總數達 1,410 萬戶，早在 2003 年其比重才僅有 12％。表面看來，德國使用寬頻連線之腳步並不慢，然在全球中比較，仍然落在許多其他國家之後，如排名首位之南韓，其利用比率已達 84％，其他超前之國家除了日本及美國兩國以外，則多為歐洲國家。據德國

資訊通信及新媒體公會（Bitkom）預估，德國寬頻上網家庭之占有率將在 2008 年（54％）才會超過 50％，此前，專家曾預估，直到 2009 年才會達到此一目標。迄今德國寬頻連線主要仍建立在 DSL 之基礎上，但有線電視上網用戶亦已逾 2006 年底，增加到 49 萬戶。另有 5 萬 6,000 戶則使用衛星天線，9,500 戶使用 Powerline。

在手機使用方面，德國之普及率極高，2006 年第三季，已有超過 100％之民眾皆擁有手機，目前德國人口總數大約為 8,200 萬人，而手機總數卻已達 8,430 萬只。

在 3G 方面，2005 年德國 3G 手機用戶之總數僅被估計在 240 萬戶上下，而 2006 年上半年已升高到 350 萬戶，據估迄 2006 年底，其總數將已更進一步增加到 450 萬戶，據 3G 營運者表示，迄今 3G 網路仍未建置完成，普及比率僅介於 55％ -80％之間，然更因如此，其市場應有相當大的發展空間，至少據專家估計，其市場規模可於 2008 年由目前 17 億歐元倍增而達 35 億歐元。

F. 交通業方面

交通運輸一般計可分為載客及載貨兩種。根據德國聯邦統計局提出之初步統計顯示，2006 年德國利用巴士及軌道進行之陸上公共載客交通計增 2％，利用民航機進行之公共航空載客交通則提高了 5.5％；其中陸上公共載客交通之車班計達 102 億次，旅客平均搭車里程數為 9 公里，載客數及交通里程數合計達 940 億載客公里（Pkm），較 2005 年計增 3％，其中來自近距離鐵路交通之乘客人數成長較高（+3.5％），搭乘電車之乘客人數則僅增加 1.7％。同期間，搭乘巴士之近距離交通乘客人數則僅微幅提升 0.6％而已。

在公共航空載客交通方面，2006 年其乘客人數計達 1 億 5,400 萬人，較 2005 年增加了 5.5％，然如與 2004（9.4％）及 2005（+7.2％）兩年之增幅比較，則已明顯降低；此當與近年來，航空安全檢查從嚴及機票價格高漲兩因素有關。2006 年德國為世足錦標賽之主辦國，倘無此一大型活動之推動，2006 年之航空旅客增幅可能更低。如今繼聯合國大氣暖化報告發表後，德國多位政治家近已開始向德國百姓呼籲，希望彼等減少搭機到國外度假。此外，交通部長表示未來高齡民航機應繳付較高之稅率，此兩點可能將進一步影響航空乘客人數成長減緩。

在貨運交通方面，根據德國聯邦統計局之初步資料顯示，2006 年德國貨物運輸（所有運輸種類合計）總噸數計比 2005 年增加 5.7％，其中占幅最高之運輸種類為道路運輸（占 77％），其運輸噸數為 32 億 5,800 萬噸，較 2005 年增加 5.9％；其餘 23％之比重則由鐵路運輸、國內船運、海運、油管運輸及航空運輸等分佔。然按最新統計顯示，2006 年鐵路運輸量首次超過 1,000 億噸位公里，較 2005 年高出 10.8％，此為自兩德統一以來最高之成長；至於內陸船運則受 2006 年夏季天氣影響，運輸量小幅減少 1.1％。

G. 物流業方面

根據德國 Fraunhofer 科技及物流工作小組於 2006 年完成之最新報告「物流業前百大企業」中指出，2004 年德國工商業花費於物流方面之金額高達 1,700 億歐元，其中花費於外包物流服務業如貨運、倉儲、包裹、卡車運輸、船運、空運、火車運輸等之金額合計約占 784 億歐元，其餘逾 900 億歐元則係花費在企業內部之物流費用，如以上述金額與其他行業比較，德國物流業應僅落在汽車製造業及健保業之後，為德國第三大商業環節，其中與該業直接或間接有關之從業人員總數高達 250 萬人，其餘尚有約 60 萬人屬於其協力行業。

在投資環境方面，德國主要呈現出以下 9 點主要發展特徵：

A. 歐盟第一大經濟體、全球第三大

2006 年德國經濟成長達 2.7%，為自 1995 年以來次高表現，僅次於 2000 年的 3.2%。當年度德國國內生產毛額達 2 兆 3,027 億歐元，占歐盟全體會員國生產毛額比重 28%，為歐盟國第一大經濟體，同時也是全球第三大經濟體，次於美國及日本。

B. 失業情況略有改善

依據德國聯邦統計局資料，2006 年德國勞動人口總數達 4,244 萬 8,000 人，依就業人口分析，於政府及私人企業從事服務業者計 1,190 萬人、商業從業人員 978 萬 6,000 人、製造業者為 780 萬 2,000 人、金融業 661 萬 3,000 人、營建業者為 215 萬 6,000 人及農業者有 84 萬 9,000 人，2006 年失業率約 10.8%。

C. 薪資微升，德東、德西工資仍有差距

根據德國聯邦統計局資料，2006 年德國勞動市場白領及藍領階級薪資毛額較 2005 年微幅上漲，當年度白領階級每月平均薪資毛額為 3,510 歐元（2005 年為 3,452 歐元），增加幅度為 1.7%。其中德西地區為 3,595 歐元（2005 年為 3,538 歐元），增加 1.6%，德東地區為 2,679 歐元（2005 年為 2,626 歐元），成長 2.0%。藍領階級每月平均薪資由 2005 年的 2,542 歐元增加至 2006 年的 2,582 歐元，其中德西由 2,626 歐元成長至 2,669 歐元，德東亦由 1,960 歐元調升至 1,994 歐元。

D. 企業破產減緩，個人破產持續惡化

依據德國聯邦統計局資料，2006 年德國農漁礦業、製造業、營建業、金融服務業等破產家數均出現減少趨勢，由 2005 年的 3 萬 6,843 件減少至 3 萬 357 件，減少 17.6%。2006 年，除巴伐利亞邦外，德國其餘 15 個邦企業破產家數均告下跌。但在德國企業破產案件呈現減緩之際，個人登記破產案件卻持續惡化，2006 年個人破產者達 12 萬 4,027 件（2005 年為 9 萬 9,711 件），增加 24.4%，顯示個人破產情況不但未見改善，甚至更趨惡化。

E. 德商對外投資持續發燒

近年來，德國產業對外投資隨德國境內不利投資因素日益增加，先由大企業

帶頭，中小企業因國際競爭激烈，為降低成本及開闢新市場，以求生存，陸續赴外投資。

F. 德國對外投資以歐盟國家為主，但美國為德商海外投資之最重要據點

依據德國聯邦銀行最新統計資料顯示，迄 2004 年止，德國對外投資累計金額達 5,825 億 7,700 萬歐元，投資地區以歐洲的 3,774 億 1,000 萬歐元為最高，占德國對外總投資比重 64.78％，第二為美洲（金額 1,587 億 2,900 萬歐元占 27.25％），亞洲排名第三（金額 360 億 200 萬歐元占 6.18％），大洋洲為第四（金額 58 億 3,100 萬歐元占 1.0％），非洲最少（金額 46 億 200 萬歐元占 0.79％）。

G. 歐盟是德國外資主要來源

依據德國聯邦銀行資料顯示，迄 2004 年止，德國吸引外資累計金額計 5,271 億 7,200 萬歐元，絕大多數之外資來自歐洲地區（金額 4,141 億 3,300 萬歐元），占德國外資比重 78.56％，其次為美洲（金額 562 億 3,300 萬歐元占 10.67％），亞洲名列第三（金額 155 億 900 萬歐元占 2.94％），非洲排名第四（金額 10 億 8,600 萬歐元占 0.21％），大洋洲最少（金額 2 億 7,500 萬歐元占 0.05％）。

H. 外資在德國以從事金融投資為主

2004 年止外資企業在德國從事不動產業買賣、租賃業、金融投資業務等為主，累計投資金額達 3,898 億 9,700 萬歐元，占外資總額比重 73.96％，其中以金融投資金額達 3,706 億 3,800 萬歐元最多，占 70.31％。生產製造業排名第二（金額 693 億 6,800 萬歐元占 13.16％），主要行業為汽車製造（152 億 9,200 萬歐元占 2.9％）及化學產業（132 億 9,400 萬歐元占 2.52％）。貿易及汽車維修業名列第三（金額 323 億 2,900 萬歐元占外資總額 6.13％），銀行與保險業位居第四（金額 170 億 8,600 萬歐元占 3.24％）。

I. 德東設有投資獎勵措施，吸引各國投資者

德西各邦無特殊獎勵措施，然各邦為創造更多就業機會、促進投資及獎勵開發高科技，另訂輔導協助或優惠辦法（如減免一定期限內之某項稅捐或提供貸款協助等）。偏遠地區及經濟較未開發地區如薩蘭邦部分地區、北海岸地區、魯爾區、北巴伐利亞區等，設特別地區投資優惠獎勵辦法。

⑵當地台商投資概況

德國聯邦銀行公布資料顯示，迄 2004 年止，台灣在德國累計投資金額為 1 億 400 萬歐元，另據駐德國代表處經濟組資料，在德國之台商約 200 多家，主要從事資訊、通訊、電子、電機、機械、貿易、運輸及餐飲業為主。

在經營成本方面，自 70 年代中期開始陸續有台商前來德國設立據點拓展市場，多數台商經營電腦產品銷售，近年來大部分台商因無品牌附加價值的加持，另又面臨廠商同類產品低價競爭，利潤難以維持，經營壓力日增。

在品牌創設方面，台灣宏碁（Acer）及華碩（Asus）雙 A 品牌深受德國消費

者青睞。宏碁公司名列全球第四大個人電腦品牌，其筆記型電腦銷售量在泛歐保持第一，深受歐洲消費者喜愛。在個人電腦方面，宏碁在泛歐地區維持第三，整體 PC 銷售量在義大利與捷克均為第一，在德國名列第三，其資訊電腦商品深受德國消費歡迎。

華碩公司並於德國 Ratingen 成立銷售點，在德國銷售項目由電腦主機板，延伸至筆記型電腦及電腦多媒體產品，其 W1 筆記型電腦更首開台灣記錄，於 2005 年獲得德國工業設計界的殊榮 iF 金獎，可攜式燒錄機 SDRW 0804P-D 更一舉囊括 iF 設計獎、德國紅點 RedDot 設計獎及美國 IDEA 設計獎世界三大國際獎項，德國消費者對華碩產品喜愛有加。

另外，南亞科技公司於杜塞道夫設立據點銷售 DRAM 產品，並與德國奇夢達公司（自英飛凌記憶體產品事業群於 2006 年 5 月獨立為新公司）合作在台成立華亞科技公司，初期完成興建兩座 12 吋晶圓廠，目前規劃擴建第三及第四座 12 吋晶圓廠。

除此之外，雙方進行動態隨機存取記憶體（DRAM）技術發展合作，南亞科技公司派遣 100 多名研發工程師進駐奇夢達公司德國德勒斯登研發中心參與研發工作，共同開發 90 奈米溝槽式製程技術，已導入其 12 吋晶圓廠生產 DRAM 產品，預期於 2007 年第 4 季採用更先進的 70/75 奈米生產技術，並可望於 2008 年導入 60 奈米生產技術。

值得一提的是，明基（BenQ）公司於 2005 年 9 月併購西門子手機部門，雙方合組 BenQ Mobile GmbH 公司，為歷年來亞洲規模最大之收購行動之一，惟後因 BenQ Mobile 公司鉅額虧損，明基遂於 2006 年 9 月 28 日宣布放棄繼續投資，此一併購失敗案件嚴重影響台商之國際形象。惟台商另有多件成功併購案例鮮少人知，例如 KHS 功學社公司併購成立於 1857 年之德國 Hohner 樂器公司，從事高品質手風琴、鋼琴、口琴、吉他及其他樂器之製造，上銀科技公司併購德國 Holzer 公司，光紅建聖公司併購英飛凌公司光通訊單纖雙向事業部，雷虎科技公司併購一家德國玩具公司，目前均經營良好。

在面板業發展方面，台灣面板業者如友達及瀚宇彩晶公司等分別透過其關係企業明基、瀚斯寶麗等開拓德國市場，奇美電子股份有限公司於 2006 年在德國設立據點，推展其產品。另全球第五大 LCD 液晶顯示器公司唯冠公司，亦於 2006 年在德國設立據點，自國外進口 LCD 液晶顯示器零組件，於德東地區委託他廠組裝產品。天瀚公司主要生產數位相機、攝影機及相關產品，藉由德國電視購物頻道進行銷售，業務發展順利。此外，在德國之台商較具規模者尚有廣達、友訊、研華科技、友訊、微星科技、浩鑫、力捷電腦、藍天電腦及鴻友等公司。

在德國海運運輸上，長榮海運、陽明海運及萬海航運等公司群聚於德國漢堡港，對該港貨運量有舉足輕重之貢獻。中華航空公司及長榮航空公司在德國經營

已久，中華航空公司除貨機外，提供台灣與德國直航班機服務，方便旅客往返台德兩國，是時常往返台德人士的第一選擇。長榮航空則以航空貨運為主要經營業務。

⑶當地台商協會運作情形

台商分布廣泛，其中以杜塞道夫及漢堡兩地最多，在德國各地台商成立德北、德中、德南、德東及北萊茵地區台灣廠商聯誼會，並聯合成立全德國台灣商會。此外，另有其他華僑社團組織，如德國華僑協會、漢堡中華會館、德國越棉寮華裔相濟會、德國各地區華僑聯誼會等，不定期舉辦各種研討會及聯誼活動，以加強彼此間聯繫並互相交換資訊。

⑷成功僑台商案例介紹

以台商發展經驗來看，僑居慕尼黑劉幸忠先生發展的軌跡迥異常人。劉幸忠先生畢業於歐洲知名的亞琛（Aachen）科技大學機械系，畢業後先擔任 BMW 汽車廠研發工程師，之後創業開設電腦公司。起初電腦業利潤可觀，但 1994 年後市場走下坡，在 2000 年結束營業，開始專心投入專利律師執照的準備工作。經過三年專業法律教育，加上紮實的理工基礎與實務訓練，2005 年 11 月 22 日終於通過專利律師考試，不但是第一位取得專利律師的台灣人，也是第一位取得這項資格的亞洲人。2006 年 1 月開始籌劃設立劉專利律師事務所，目前業務快速成長中，主要業務集中在專利權法律領域，除了協助華人解決在德國專利方面法律問題，也為到台灣經營的德國商人提供法令諮詢服務。

4. 小結

德國經濟目前正處於成長期，由於美國經濟降溫、能源及原料價格上漲及歐元匯率顯著提高，2007 年上半年之經濟雖將適度下滑，但全年展望遠景仍佳。根據德國聯邦經濟暨科技部於 2007 年 1 月 31 日所公布官方對德國 2007 年經濟成長之預測值，預計全年 GDP 成長 1.7%，全年失業人數維持在 400 萬左右。

另一方面，德國各大經濟研究所對於德國經濟之發展預測有多種說法，德國萊法邦經濟研究所（RWI）預估 2007 年之經濟成長率為 2.3%（實際成長為 2.5%），德國基爾世界經濟研究（IfW）預測為 2.8%，位於柏林之德國經濟研究所（DIW）亦預測為 2.3%。專家指出，德國經濟於 2007 年初雖景氣依然良好，但加值營業稅調漲是否會帶來負面影響，尚有待觀察。

由於世界經濟成長緩慢，出口市場需求減弱，2007 年德國出口成長亦下降，惟德國企業具有較強競爭力，出口仍將為經濟發展主力，2007 年出口增長仍達 8.5%。

勞動市場方面，基爾世界經濟研究院預測 2007 年失業人口將達 370 萬人，為自 2001 年以來首次低於 400 萬人，失業率預估為 8.8%。2007 年德國財政赤字預

計占國內生產毛額的 0.7%。

雖然加值稅調漲將抑制私人消費，但勞動市場已有好轉，就業人數增加，工資將有較高漲幅，人民收入增加後將增加消費，預測 2007 年私人消費於第一季下降後將逐漸回升。

整體而言，德國經濟經過多年改革陣痛，其經濟結構已明顯改善，擺脫長期低迷狀態，加上聯邦政府致力振興經濟，目前失業人口已有明顯下降，預估 2007 年之經濟活力仍將依然強勁，繼續維持穩定成長之態勢。

就台商投資方面而言，勞力成本過高、工會勢力龐大、稅賦重則是三大投資注意事項。在勞力成本方面，德國白領階級 2006 年每月平均薪資毛額為 3,510 歐元，藍領階級則為 2,582 歐元，加上雇主另須負擔員工退休準備金、失業、健康及看護等保險費用之半數，其人力成本相當高，高昂之人力成本常令外國投資人卻步。在工會方面，德國企業工會勢力強大，甚至影響企業經營策略。德國僱用法規缺乏彈性且繁複，從限制解約條款到工資協定等規範，限制太多。雖然限制解約條款可保障勞方不被資方任意解僱，但現行解約條款過於嚴苛，企業在經濟不景氣時無法淘汰工作不力之員工，也無法僱用新員工。

最後，德國企業稅賦太重，2006 年達 39%（預定於 2008 年降至 30%），在歐洲仍名列前茅，高於立陶宛的 12.8%、瑞士（21.8%）及丹麥（27%），僅有法國、義大利、奧地利、馬爾他及荷蘭之企業稅率與德國相近。另德國環保意識較高，增加企業營運成本。

(八) 俄羅斯

1. 總體經濟情勢分析

2006 年由於國際油價持續維持高檔，俄國的經濟基本面雖不十分健全，但在高油價的支撐下，伴隨著貿易大幅成長及國內投資持續加溫下其整體的經濟表現仍與 2005 年相當。根據多項資料分析顯示，2006 年俄國的經濟成長率為 6.8％，2007 年成長率續增為 8.1％。預算盈餘、充分償債、貨幣幣值穩定，外貿順差擴大，使俄國在 2007 年底外匯存底達 5,845 億美元，僅次於中國及日本，居世界第 3 大外匯存底國家，創下蘇聯解體後的新紀錄。

在政治持續穩定之下，俄國經濟已連續八年成長。自 2004 年俄國總統普丁再次贏得俄國總統大選，為鞏固其政權，在國會居多數情況下，採取若干強勢措施，包括取消地區行政長官的選舉，採中央集權，並將俄國國家能源的控制權重新取回等，使得俄國的政治情勢一直維持穩定之局面，普丁執政若干措施雖見爭議，但整體而言，仍受俄國人民之歡迎與肯定。

俄國 2006 年經濟表現強勁除歸因於前述之政治情勢穩定外、高油價、穩定的盧布匯率以及在政府掌控中的通貨膨脹率等因素。俄國聯邦統計局估計，2006 年俄國經濟規模約達 1 兆美元，其中建築業成長最快達 14％，其次為運輸、交通及金融業成長 10％，而農業及加工業成長較緩慢，分別為 1.7％及 2.1％。

在物價表現方面，2007 年俄國聯邦預算書計畫經濟成長率目標為 6％（實際成長為 8.1％），通貨膨脹率為 6.5％～ 8％，原油預算價格為每桶 37 美元。在稅收方面，則因應加值稅稅率的調降及廢除銷售稅而往下調整。2007 年通貨膨脹率為 9.0％，政府希望 2008 年的通貨膨脹率控制在 7％的水平，而 2009 年控制在 6.8％。

在匯率表現方面，俄國中央銀行的貨幣政策主要目標在於控制通貨膨脹，確保全年的通貨膨脹率不超過聯邦預算書所計畫的 6.5-8％；另一重要，但卻潛在相互衝突的政策，就是限制盧布的實質性升值幅度不能超過 7％。儘管俄國央行缺乏充足的工具來阻止外匯的流入，俄國央行已經宣布將運用美金／歐元一籃貨幣來操作外匯政策；其他可供俄央行運用的工具，還有擴大運用石油穩定基金（吸收過剩的外匯）、縮小經常帳的餘額，俄國政府也計畫擴大國內借貸市場的規模藉以減少外匯的流入。

依據俄國聯邦海關局資料，2007 年俄國對外貿易總額為 6,000 億美元，其中出口額計 3,550 億美元，較 2006 年成長 16.8％；進口額計 2,450 億美元，增加 35.3％。2006 年俄羅斯對非獨立國協國家的出口額和進口額分別為 2,597 億美元和 1,152 億美元，比前年分別增長了 24％和 44％，順差達到 1,145 億美元；對獨

立國協國家的出口額和進口額分別為 423 億美元和 224 億美元，比前年分別成長了 29％和 17％，順差達到 199 億美元。在俄羅斯的貿易總額中，俄與非獨立國協國家的貿易額占 85.3％，與獨立國協國家的貿易額占 14.7％。2006 年俄羅斯出口額增加主要依賴國際原料價格、特別是油價大幅攀升。俄主要出口產品仍是石油、天然氣、石油產品、煤炭、鋼鐵、有色金屬和木材等原物料產品。

2006 年俄國主要出口市場為荷蘭（占總出口額 15.2％）、義大利（占總出口額 8.4％）、德國（占總出口額 6.3％）、中國（占總出口額 6.1％）及烏克蘭（占總出口額 5.3％）。

2006 年俄國主要進口來源為德國（占總進口額 13.3％）、中國（占總進口額 10.0％）、烏克蘭（占總進口額 7.1％）、日本（占總進口額 6.1％）及南韓（占總進口額 5.28％）。對俄投資總額前 10 名國家的依次為塞浦路斯、荷蘭、盧森堡、德國、英國、美國、維爾京群島、法國、瑞士和日本。

整體經貿表現而言，目前俄國經濟發展依靠對外貿易，近年來皆享有大量的貿易順差（2007 年順差近 1,100 億美元），這主要是獲益於國際原物料價格的高漲。據統計，能源（原油及天然氣）出口額占俄國出口總額將近 50％。俄國 2006 年作為八大工業組織輪值主席國，希望將全球能源安全體系之建立列為八大工業組織的戰略任務之一，並提出保障全球能源安全、防治傳染病和發展教育成為八大工業組織今年討論的三個主要議題。此舉係為化解近來歐洲各國對其與烏克蘭間因天然氣之爭，所產生能源供應的不確定性及不信任感，並打算以能源作為其未來在外交與經貿市場上的重要戰略利器。由於 90 年代的急劇轉型和經濟衰退，俄羅斯不得不暫時借重自然資源的優勢解決當時的經濟困難和社會問題。並且俄政府已經認識到依賴自然資源成長模式的局限性，已制訂出經濟多元化、優先發展教育、加快科技創新、擴大內需，增強自主成長能力等政策，減緩經濟成長過度依賴能源部門的狀況。

目前歐盟仍為俄最大貿易夥伴，占俄外貿總額的 53.2％；亞太經合組織國家占 16.9％，獨立國協國家占 14.8％。其中對歐盟出口占俄出口的三分之一，自歐盟進口占總進口額的一半；俄國 15％的出口與 25％的進口是與其他獨立國協國家進行；其他重要的貿易夥伴還有中東歐國家及中國，這些國家是俄國出口的重要市場；在過去幾年來俄國的外貿大致維持此一形勢。

最後，在與我國雙邊貿易關係方面，2007 年台俄雙邊貿易總額較 2006 年增加 8.2％，計達 27.11 億美元，其中我對俄出口 8.07 億美元，較 2006 年成長 33.6％，自俄進口 19.04 億美元，與 2006 年水準相若，進出口相抵，我對俄逆差金額達 10.97 億美元。

台灣自俄國進口之產品以原物料為主，如鋼鐵製品、非鐵金屬、化學原料、木材等。我對俄主要出口項目為電腦及週邊設備、電子零組件、積體電路及微組

件、乙烯之聚合物、鋼鐵製品、汽車零配件、人造纖維棉及絲、紙及紙板之製品、針織品與運動用品等。

值得注意的是，我國與俄國之貿易狀況目前存有以下五大主要課題：

⑴逆差問題

由於我國對俄國原物料之需求甚殷，故歷年來我對俄貿易均呈逆差，2007 年我對俄逆差達 10.97 億美元。但探求逆差原因，主要為我國大量自俄國進口原物料再加工，俄國生產之原材料，無論是價格或品質尚符合我國市場需要，因此欲縮短雙邊貿易逆差，並非在於抑制俄國產品之進口，而是在於加強我國產品對俄之出口。

⑵空、海運問題

1998 年 2 月台俄雙方簽署海運通航議事錄，開啟台俄海運直航之新紀元，加強了雙方經貿交流之腳步。另空運通航方面，2001 年 4 月，台俄間已開闢台北──海參威包機航線，惟因客源不多，飛航二班次後即告停飛；長榮航空自 2001 年 3 月起，將台北──巴黎航線改為直航班機，直接飛越俄國西伯利亞領空，較原經杜拜航線節省 4 小時以上；中華航空亦已開闢台北──法蘭克福航線採飛越俄國西伯利亞領空航線之直航班機；俄國全祿航空公司自 2004 年 1 月份起開闢莫斯科──台北每週一班的客運包機，航程約 12 小時，是當時台俄間最便捷的路線，嗣因俄國航空單位未再批准全祿航空此一包機航權，故包機直航台北──莫斯科兩地已告停止；在此良性互動下，已為中俄間開闢直航定期航班奠定堅實基礎，未來一旦雙方航約簽署，正式定期直航後，預料將可大幅增進雙方貿易、文化、旅遊等各領域的互動與往來。

⑶直接貿易管道問題

我國雖已於 1990 年宣布開放台、俄之間直接貿易，但至目前為止，雙方貿易大多數仍係透過第三國進行。雖然原因甚多，主要原因仍為俄方銀行、信貸、保險體系不健全。目前俄國銀行信用狀業務仍未普遍，雙方貿易往來多以銀行匯款，乃至現金方式進行。未來若能克服此項難題，必可增進雙方經貿關係。截至目前為止，輸出入銀行已與俄國 Gazprombank、International Industrial Bank、UralSib、Globex、Alfa、Guta 等六銀行合作開辦轉融資貸款業務，專供俄商進口我國產品，預料可積極促進雙邊經貿發展。

⑷台俄雙邊直接貿易才 10 餘年，對於彼此經濟發展、工商業潛力與能力了解不深，復因俄國歷經經濟轉型，銀行、信用體系不健全，故在經貿聯繫日益發展蓬勃之時，貿易糾紛亦實有所聞。加以雙邊距離遙遠，語言溝通困難，究其原因，係台俄工商業界對於彼此之交易習慣未能配合所致，故台俄雙邊工商業界如何建立溝通與了解的模式，及建立資訊流通交換的平台，實為擴大雙邊經貿關係的重要基礎。

⑸俄國因慮及其與中國之維持密切政經關係，故對台俄雙方高層官員互訪交流並不熱衷，有礙雙方經貿關係之成長。

表 2-61　俄羅斯基本資料表與總體經濟指標

地理位置	橫跨歐亞大陸。		
首都（府）主要城市	莫斯科		
國際機場（座落地點與名稱）	Moscow		
重要港埠（座落地點與名稱）	St. Petersburg、Arkhangelsk、Murmansk、Vladivostok、Vostochny、Nakhodka		
面積（萬平方公里）	1,707.54		
人口數（人，2008 年）	140,702,000		
人口密度（人／平方公里）	9		
華人數（人，2006 年）	500,000		
華人所佔比例（％）	0.355		
台僑人數（人，2006 年）	235		
台僑所佔比例（％）	0.000167		
匯率（盧布兌美元）	24.5462：1（2007.12）；貨幣單位＝盧布（ruble，RUR）		
	2005	2006	2007
消費者物價上漲率（％）	12.7	9.7	9.0
經濟成長率（％）	6.4	6.8	8.1
失業率（％）	7.6	7.2	6.2
國內生產毛額（億美元）	5,106	9,787	12,896
平均每人國民所得（美元）	3,576	6,858	7,560
出口值（億美元）	2,440	3,040	3,550
進口值（億美元）	1,380	1,810	2,450
對我國之出口值（億美元）	21.96	19.02	19.04
自我國之進口值（億美元）	5.16	6.04	8.07
對我國之貿易餘額（億美元）	16.79	12.98	10.97
對我國之主要出口產品	原油、金屬、機械、化學品		
自我國之主要進口產品	機械及交通設備、食品及農產品、化學品、金屬		
外匯存底（億美元）	4,763.91（2007.12）		

資料來源：中華民國僑務委員會、財政部統計處、俄羅斯聯邦統計委員會、俄羅斯中央銀行、俄羅斯聯邦海關委員會、俄羅斯聯邦經濟發展暨貿易部、世界銀行。

2. 當地僑台商經濟

俄羅斯領土跨越歐亞兩洲共 11 個時區，可區分為歐俄地區、烏拉山地區、西西伯利亞地區、東西伯利亞地區及遠東地區等五個地理區。莫斯科為該國首都，其他重要城市則有：聖彼得堡、下諾夫歌羅（Nizhny Novgorod）、薩瑪羅（Samara）、福爾加格勒（Volgograd）、羅斯托夫（Rostov Na Donu）、伯力（Khabarovsk）、海參崴（Vladivastok）、新西伯利亞（Novosibirsk）、歐姆斯克（Omsk）、赤塔（Chita）、雅庫次克（Yakutsk）等。其總國土面積達 1,707.54 萬平方公里，根據我國代表處統計，2006 年俄羅斯總人口數達 1 億 4,270 萬人，勞動人口約 6,700 萬人。除最北部和北冰洋附近的島嶼屬寒帶、亞寒帶，高加索黑海沿岸屬亞熱帶外，大部份屬溫帶氣候。

根據駐在國單位統計，2007 年台商於俄國的直接投資金額達 620 萬美元，電腦資訊製品業、化工業、批發業是最主要的從事產業，並多任事於專業人員、業務人員、經營管理人員等職務工作。

在慶典活動方面，春節是旅居俄羅斯僑胞最重要的節日。每年春節期間我國代表處皆會邀請旅俄台灣同胞舉行全僑大會歡度佳節，亦會於每年 7 月間與台商聯誼會合作，進行會員大會、舉辦若干聯誼活動，促進雙方彼此間的交流與聯繫。

3. 當地台商投資情形

⑴ 當地產業發展及投資環境

在產業發展方面，俄羅斯繼承了前蘇聯大部分的工業基礎，傳統工業部門較為發達，尤其著重發展燃料能源工業及機械製造業，水準較高。目前俄羅斯工業以石油及天然氣開採、煤炭工業、冶金工業、化學及石化工業、機械製造、軍事工業及森林工業為主，重工業發達，基礎雄厚，而輕工業、家電行業、通訊產業等工業部門則相對落後。

依據俄羅斯聯邦國家統計局資料，2007 年 2 月份俄羅斯的工業生產與去年同期相比增長了 8.7％，1 月份至 2 月份的工業生產與去年同期相比亦增長了 8.6％。 2006 年俄羅斯工業生產則比 2005 年成長 3.9％，幾乎維持 2005 年 4％的水準。俄羅斯 2004 年工業生產成長率為 6.1％，2003 年 為 7.0％。

A. 燃料及能源工業

俄羅斯擁有豐富的天然資源，許多礦產產量在世界居領先地位，特別是蘊藏豐富的石油及天然氣。俄羅斯石油產量占世界近 11％比重，天然氣產量則占四分之一。

在石油方面，俄羅斯為全球主要石油產國，境內的石油蘊藏量約占全球蘊藏

量 5%～ 6%。 最近幾年由於世界油價的上揚及投資增加，俄羅斯石油產量持續成長。2003 年的成長率為 11%，2004 年達 9%，2005 年成長速度有減緩的趨勢，為 2.5%，2006 年總產量為 4 億 8,000 萬噸，比 2005 年成長 2.1%。俄羅斯生產的石油超過半數係為外銷。自 2001 年起，俄羅斯已成為全球第二大原油出口國，僅次於沙烏地阿拉伯。

在天然氣方面，俄羅斯天然氣事業由國營企業 Gazprom 掌握，該公司係世界最大天然氣業者，占有全球天然氣儲存量的三分之一。1991 年俄羅斯天然氣產量高達 6,430 億立方公尺，但 2001 年產量僅 5,810 億立方公尺。隨後俄羅斯天然氣產量不斷成長，2005 年產量高達 6,360 億立方公尺，其中 86% 為 Gazprom 所生產。2006 年俄羅斯天然氣產量比 2005 年成長 2.4%，達 6,560 億立方公尺。西歐國家為俄羅斯天然氣最主要的出口市場。

在煤方面，俄羅斯的煤炭資源豐富，可採儲藏量占世界的 12%，居世界第三位，僅次於美國和中國。此外，俄羅斯的煤炭種類多，從長焰煤到褐煤皆有，其中煉焦煤的儲藏量豐富且種類齊全，足以滿足鋼鐵工業的需求。

俄羅斯煤炭分布極不平均，46.5%的儲藏分布在俄羅斯中部的庫茲巴斯煤田；23%分布在克拉斯諾雅爾斯克邊區，多為適於露天開採的褐煤；此外，在科米共和國、羅斯托夫州及伊爾庫茨克州有部分蘊藏。

惟因生產不合經濟效益、公司運作不靈活、出口受鐵路及港口等基礎建設不健全的限制，俄羅斯採煤業在 1980 年代已出現危機。當時蘇聯政府挹注大量資金補助煤礦業者，但僅有 15%的煤礦區在生產效能上可與歐美國家的礦區相比，且由於礦坑內累積的天然氣及灰塵已達可怕的程度，約有三分之二的煤礦屬危險礦區。

蘇聯瓦解後，俄羅斯政府對於煤礦業者的補貼有增無減，1993 年補助金額甚至高達國內生產毛額（GDP）的 1%。由於主要的煤礦區均位於遙遠的北方，並為當地主要的能源供應來源，且提供大量就業，相關問題的處理令俄羅斯政府特別頭痛，始終無法對煤礦業進行徹底改革。

2006 年俄羅斯共開採 3 億 9,000 萬噸煤，比 2005 年增加 3.6%。2006 年俄羅斯共出口煤炭 8,800 萬噸（2005 年出口 8020 萬噸），主要煤炭出口公司 有 Sibirskiy、Kuzbassrazrezugol（KRU）、Siberian Coal Energy Company（SUEX）及 SDS 等。

B. 冶金工業

俄羅斯為世界鐵金屬、非鐵金屬、黃金、白金及鑽石的主要生產國，其中鎳及鈷的產量占全球總產量的五分之一；鋼鐵產量占世界 6.2%比重，排名世界第 4 位，僅次於中國、日本及美國；鋁的產量及出口占世界第二位，僅次於美國；鎳的產量則排名世界第一。

C. 木材工業

木材工業是俄羅斯主要的工業部門之一，占俄羅斯工業生產總值的 5%。俄羅斯占世界木材蘊藏量的四分之一，擁有近 750 億立方公尺可採收的木材資源，是世界主要的木材生產國及出口國。惟因蘇聯時期過度開發，原有林地被砍伐殆盡，開採林地不斷向俄羅斯東部拓展，西伯利亞的鋸木生產原本僅占全國產量的四分之一，現已提高為三分之一。

D. 機械製造

此部分生產之主要項目為牽引機、收割機、金屬加工機、電機設備及運輸設備。運輸設備中以汽車工業最為蓬勃發展，但俄國第一大國產車廠 AVTOVAZ 已漸無法與進口車及當地組裝之外國品牌車輛競爭。依據 PRIM-TASS 資料，2006 年俄羅斯汽車產量比 2005 年增加 10.8%，達 149 萬 8,149 輛，其中卡車的產量為 24 萬 8,233 輛（2005 年產量為 20 萬 6,997 輛），小汽車 117 萬 3,624 輛（2005 年為 106 萬 8,764 輛）。

E. 化學及石化工業

俄羅斯化學及石化產品的出口持續成長，依據俄羅斯工業暨能源部資料，2006 年成長率為 3%，達 116 億美元。俄羅斯生產的化學產品超過三分之一供出口，其中肥料占最高出口比重，達 32%；其次為合成橡膠占 9.5%，氨占 6%，香料占 5.3%，輪胎占 5.3%，塑膠占 5.1%。2006 年俄羅斯共進口價值 95 至 100 億的化學產品，比 2005 年增加 30%，最大進口項目為塑膠及樹脂。

F. 軍事設備

2006 年俄羅斯的武器共出口至世界 64 個國家，其中以中亞、東亞及南亞國家為主，如印度、越南及南韓，共占 65%出口比重，達 42 億美元。此外，近東、中東及北美國家對俄羅斯武器的進口明顯增加，占俄羅斯武器出口 21%強。

G. 電信

網際網路在俄羅斯亦積極發展。依據 FOM 調查機構（Fond Obshchestvennoe Mnenie）資料，截至 2006 年第三季，俄羅斯上網人數為 2,630 萬，其中 43%集中在莫斯科，10%集中在聖彼得堡，地方城市則以葉卡雀林堡（Yekaterinburg）、新西伯利亞（Novosibirsk）、克拉斯諾達爾（Krasnodar）及下諾夫歌羅（Nizhny Novgorod）占有較高比重。寬頻上網（ADSL）亦快速發展，依據 Point Topic 資料，截至 2006 年第 3 季為止，俄羅斯寬頻上網使用人數近 270 萬，比 2005 年同期幾乎增加一倍，其中家庭用戶的增加速度遠超過企業用戶。

H. 零售及物流

零售業的繁榮促進了物流業的發展，市場專家評估，俄羅斯物流市場規模近 250 億美元，其中貨運占近 80%比重，但目前此部門的成長速度卻最低，年成長率近 5%。2000 年 -2005 年是俄羅斯物流業的高成長期，市場專家評估，未來成

長率將會減緩，但年成長率仍不低於 15％至 20％，且主要依賴地方市場的成長。目前超過 50％的物流市場集中在莫斯科及聖彼得堡，其中全國性的業者所占比重不到 30％，70％的市場為地方業者所擁有。

I. 漁業

俄羅斯係世界最大魚類產品出口國之一。蘇聯甫瓦解時期，俄羅斯的漁獲量排名世界第四，僅次於日本、美國及中國，目前俄羅斯仍占有全球近 25％的新鮮及冷凍海產產量，魚罐頭產量則占全球產量三分之一。最近幾年俄羅斯魚類及海產的產量已大幅減少，2004 年總產量比 2003 年減少 4％。

在投資環境方面，依據俄國聯邦統計局資料，2006 年俄羅斯吸引的外國直接投資達 310 億美元。至 2006 年底為止，俄羅斯累積吸引的外國直接投資總額已達 551 億美元。統計顯示，外資注入資金結構分配依舊偏好能源產業，占總流入資金的 51.2％。零售業、營建業、交通、電信服務、金融服務及房地產的產業，則占 27％，最主要的原因是受可運用薪資成長所支撐。

總體觀之，儘管製造產業將會受近期俄羅斯剛起步的合資企業帶動成長，能源及消費產業亦將持續成長。海外直接投資出現大幅成長主要係受產業生產力大幅提升及盧布升值所致。

綜而言之，天然資源豐富、土地遼闊、人力素質高、勞工充裕、工資便宜、科技基礎深厚、市場潛力大等因素，是俄羅斯吸引外商投資的優勢條件；政治具潛在不穩定因素、法令過多、變動頻繁且執行不彰、外匯管制過於嚴格、金融保險信用體系不健全、通貨膨脹率仍高、稅賦過重且稅制繁複、欠缺吸引外人之獎勵措施條例、貪瀆犯罪橫行、行政效率不佳等因素，則是俄羅斯吸引外商投資的不利條件。

(2) 當地台商投資概況

2006 年俄國的施政重點為：要求政府部門應加強建立具有吸引投資的良好環境、協助企業的發展、增加公務人員薪資以減少貪瀆事件的發生，增加社會福利支出，經濟多樣化，以及尋找俄羅斯經濟穩定成長機制。顯示俄國目前積極營造更好的投資環境，以吸引更多的外國投資，來提升該國的經濟及工業發展的努力。

另外，為了儘快成為世界貿易組織成員，俄羅斯按照 WTO 的規則對法律體系進行了大規模的修訂，如重新修訂外資法、海關法、稅法、產品分類法，特別是 2005 年 7 月通過了經濟特區法，規定對外資的一系列優惠政策，同時，實施整頓經濟秩序、強化金融服務、打擊寡頭壟斷、扶持中小企業和增強公平競爭等措施，因此對於投資環境的改善，有一定程度的效果。

由於俄羅斯投資環境的改善，目前長駐在俄羅斯之台灣廠商約 10 餘家，除聖彼得堡有 3 家分別經營船運、茶葉與旅遊、汽車零件，及遠東地區（海參威、庫

頁島）有 1 ～ 2 家廠商從事商場經營及漁業外，絕大部份集中在莫斯科，主要從事貿易、旅遊或設點行銷服務。已有台商與俄商合作在當地生產汽車防盜器及組裝 LCD 螢幕。另我國電腦廠商如宏碁、華碩、技嘉、微星、建碁、富士康（鴻海）、研華、全瀚、承啟、博來等都於莫斯科設立代表辦事處，提供其俄羅斯經銷商行銷支援服務。其中，華碩電腦公司是我國於俄國投資之最大企業。

值得注意的是，台商除積極於當地開拓商機之外，與當地政府並無相關互動，主要還是著重在與其客戶建立商業往來關係的經營。此外，由於俄羅斯國情及對社團控制相當嚴密，一般台商未參加當地社團活動，僅進行相關業務推展及提供售後服務等活動。

⑶ 成功僑台商案例介紹

台商於俄羅斯較成功的投資及經營案例，多半屬於第三級產業。例如，華碩電腦公司及恒豐集團莫斯科分公司。華碩電腦公司於 2003 年成立莫斯科代表處，行銷主機板、筆記型電腦、電腦週邊設備及手機，年均營業額約達 1,250 萬美元，電腦相關資訊產品是主要的營業項目；並以莫斯科為據點，透過通路商和經銷商販售相關產品及提供售後服務。2007 年上半年於俄羅斯主機板及筆記型電腦市場享有極高的市場佔有率。

恒豐集團莫斯科分公司於 1998 年成立，行銷各類男女鞋，年均營業額約達 250 萬美元，主要從事販售各類男女流行鞋，通路遍及俄羅斯各主要城市，並以自有品牌「Vigorous」在俄羅斯鞋類市場行銷，頗受俄羅斯人喜愛。

4. 小結

2007 年俄國的實質經濟成長率達 8.1％，成長仍主要來自能源的輸出以及國內強勁的需求，俄國消費者的支出因為實質所得的提升而擴大，而企業也將繼續維持強勁的固定資產投資。

俄國總統普丁於 2003 年 5 月份發表的國情咨文已提出在 2010 年使俄國 GDP 成長一倍之目標，但將取決於俄國經濟體制改革的成果而定。普丁總統的目標使俄國未來 7 年內經濟發展任務加重，惟至目前為止，世界上沒有任何一個研究機構看好這樣的預測。

俄羅斯經濟發展暨貿易部宏觀經濟預測局表示，未來幾年俄經濟仍將保持較快成長。根據該部的最新報告，2006 年俄羅斯國內生產總值的成長為 6.9％，2007 年將為 6.2％，2008 年至 2010 年將分別達到 5.9％、6％和 6.1％。

預測 2008 年俄國的經濟前景雖較 2007 年稍差，但國際貨幣基金預測俄國 2008 年與 2009 年的經濟成長率將達 6.8％～ 6.3％。如果國際油價沒有大幅下跌，俄國經濟應可維持 2006 年的成長幅度。

由於俄羅斯之投資環境風險甚高，有意前往投資者，事前應先審慎評估。但

由於俄國係一新興市場，土地遼闊、資源豐富，科技基礎深厚、人力素質高，仍然蘊藏有相當誘人之投資機會。

(九) 義大利

1. 總體經濟情勢分析

在總體經濟表現方面，依據歐盟統計局（Eurostat）以及義大利國家統計局（ISTAT）統計資料顯示，義大利 2006 年 GDP 成長率為 1.9％，遠低歐盟各國平均之 2.775％，即使與同屬歐盟的英國（2.75％）、荷蘭（2.85％）、德國（2.86％）及西班牙（3.78％）等大國相比較，亦名列最末。惟相較義大利 2005 年 GDP 零成長及前幾年經濟低迷表現而言，義國 GDP 雖僅成長 1.9%已屬難得，經濟表現已見起色，實為義國自 21 世紀以來的最佳成績。2007 年義大利實質 GDP 成長率降為 1.5％。

在政府財政方面，按 ISTAT 所公布的數據顯示，義大利 2005 年的財政赤字較 2004 年增加了 100 億歐元，達到 580 億歐元，且政府稅收從 2004 年的 40.6％減少到 2005 年的 40.5％，GDP 值達 14.17 兆歐元，較 2004 年減收達 2％之多。至於全國最終消費成長 0.3％，國內民間支出則衰退 0.1％。

在消費方面，依據義大利商業總會（Unioncamere）預估分析顯示，2007 年義大利總體消費增加，經濟繼續復甦中，惟南北差距仍未消彌。按總體消費區域成長方面，義國東北部和中部的 GDP 成長水準可達 1.8％，高於全國平均值 1.7％，而義國南部與西北部則約於 1.6％。另就消費性支出方面，相較義國西北部成長 1.5％與東北部成長 1.6％而言，義國中部成長 1.7％及南部成長 1.9％更為顯著。

綜言之，義大利南部經濟已開始逐步改善，投資成長，就業率提升，惟與義國其他地區相較則仍有小段差距；未來仍有賴義國中小企業創新成長，正面刺激消費者並創造需求，帶動義大利總體消費比例向上提升。

在對外貿易方面，義大利過去 20 年貿易成長表現亮麗，但近 10 年間外貿市場歷經許多挑戰，不僅貨幣已從當年外貿推手里拉轉換成強勢的歐元，義大利製產品更面臨東歐與廉價市場從傳統產品至最新科技產品的強大競爭，為迎接下一波的挑戰，義製產品必須充分瞭解其優勢與劣勢。

義大利 2005 年貿易逆差達到 1980 年代以後的最高點。根據義大利國家統計局（ISTAT）發布之資料，義大利 2005 年貿易逆差達 124.72 億美元，主因在於義大利大量仰賴國外進口能源如原油及天然瓦斯，而飆漲的進口能源價格導致巨額的貿易逆差。

根據統計資料顯示，在 2007 年歐元極為強勢之情形下，義大利進出口金額仍能有所成長，特別是出口金額成長 19.9％，達 4,989 億美元，顯見義大利製產品已分散對外市場。在進口方面，2007 年進口金額為 5,091 億美元，較上年增加

15.4%。

在與我國經貿互動關係方面，2007 年台義雙邊進出口貿易，在義國經濟緩步成長以及歐元對台幣匯率高居不下等雙重因素下，台義雙邊貿易總額擴大至 38.85 億美元，相較 2006 年 37.39 億美元，成長 3.9%。我國對義國出超達 9.35 億美元，相較 2005 年之 3.46 億美元，出超金額成長 170%。在義大利經濟成長明顯低於歐盟會員水準之情形下，台義雙邊貿易卻能在相對不利的情勢中，維持相當高比例之成長，足見台義間貿易基礎已相當穩固且具發展空間。

2007 年我國對義大利出口 24.10 億美元（較 2006 年 21.94 億成長 9.8%），義國為我第 17 大出口市場；2007 年自義國進口 14.75 億美元（較 2006 年 15.45 億美元減少 4.5%），義國為我第 24 大進口來源國，台義雙邊貿易總額達 38.85 億美元，表現相當亮麗。溯自 1999 年我國對義大利貿易轉為順差後，我對義國出口持續成長，惟 2001 年以來因全球經濟景氣嚴重衰退，義國 GDP 甚至呈現零成長，台義貿易多年均無顯著成長；2006 年能在全球經濟稍有起色，義國經濟略為回溫下，台義雙邊貿易額卻有如此成績，實屬不易。

我國銷義大利主要產品：積體電路晶圓、筆記型電腦、冷軋不銹鋼、柴油、綜合加工機、機踏車（250cc 以內）、機踏車零組件、聚酯纖維棉及絲、印刷電路版、車輛零附件、數位元無線電話機、塑膠製品等產品；其中柴油、積體電路晶圓、冷軋不銹鋼、印刷電路版、數位無線電話機、聚酯纖維製品及塑膠化學製品等有大幅成長；但筆記型電腦、機器零配件及車輛零附件等產品則呈衰退。

自義大利進口主要產品為：熱軋不銹鋼、實驗室機器設備、醫藥品、皮革製品、熱交換器、積體電路晶圓、紡織製品、化學製品、首飾珠寶、精製橄欖油、壓縮機、巧克力、鞋類製品等項目；其中積體電路晶圓、紡織製品、鞋類製品及化學製品等產品呈現衰退跡象；但實驗室機器設備、熱交換器、醫藥品有大幅成長，而農產品如橄欖油，與貴金屬等項目亦有小幅進步。

表 2-62　義大利基本資料表與總體經濟指標

地理位置	義大利位於南歐，西北邊與法國接壤，北與瑞士、奧地利為鄰，東北邊與克羅埃西亞為界，南部隔地中海與非洲大陸遙遙相望。		
首都（府）主要城市	羅馬		
國際機場（座落地點與名稱）	米蘭國際機場、羅馬國際機場、威尼斯國際機場		
面積（平方公里）	301,318		
人口數（人，2008 年）	58,145,000		
人口密度（人／平方公里）	193		
華人數（人，2007 年）	145,284		
華人所佔比例（%）	0.25		
台僑人數（人，2007 年）	399		
台僑所佔比例（%）	0.00069		
匯率（歐元兌美元）	0.68535：1（2007.12）		
	2005	2006	2007
消費者物價上漲率（%）	2.0	2.1	1.8
經濟成長率（%）	0	1.9	1.5
失業率（%）	7.7	6.8	6.3
國內生產毛額（億美元）	17,772.20	18,511.11	21,046.66
平均每人國民所得（美元）	30,399	31,361	33,540
出口值（億美元）	3,730	4,160	4,989
進口值（億美元）	3,850	4,410	5,091
對我國之出口值（億美元）	14.51	15.45	14.75
自我國之進口值（億美元）	17.97	21.94	24.10
對我國之貿易餘額（億美元）	-3.46	-6.49	-9.35
對我國之主要出口產品	積體電路及微組件、不銹鋼扁軋製品、醫藥製劑、機器		
自我國之主要進口產品	石油及提自瀝青礦物之油類、金屬加工用綜合加工機、鋼鐵製螺釘、螺栓等、無線電話、無線電報、無線電廣播或電視之傳輸器具		
外匯存底（億美元）	943.25（2007.12）		

資料來源：中華民國僑務委員會、財政部統計處、義大利國家統計局、歐盟統計局、IMF、World Bank。

2. 當地台商投資情形

(1) 當地產業發展及投資環境

內需減少、歐元走強、出口降低、主體經濟市場的危機是義大利經濟蕭條的主要原因。義大利自 2001 年起的經濟狀況持續低迷，經濟競爭力衰退近 25%，對歐盟整體經濟造成嚴重影響。義大利 2002 年至 2004 年連續 3 年經濟不景氣，經濟成長率僅為 0.6%，根據義大利國家統計局（ISTAT）發布之資料顯示，2005 年義大利 GDP 並未有所增長且低於歐盟國家平均值，係因義大利交通運輸工業及商業性定期投資減少之故。義國各大產業表現亦毫無起色，部份呈現負成長。若未來歐盟區經濟再度走強，則可望提升義大利經濟。

根據義大利國家統計局（ISTAT）與義大利工業總會研究中心（Csc, Il Centro studi di Confindustria）統計資料，2006 年義大利工業產出有 2%成長，若以調整實際工作天數計算的結果顯示，2006 年工業產出成長 2.4%，此係義國工業產出自 2001 年不斷下降以來首次出現上揚趨勢。至義大利相關重要產業發展，按產業類別分述如後：

A. 強化高科技領域競爭力

為積極因應國際市場激烈競爭，提升義大利民間在科技研究與發展方面的投資，義國政府計劃加強保護智慧財產權，並積極規劃由各地區撥款輔助，鼓勵創設高科技企業，以加強義大利在高科技領域的競爭力。義大利僅有菲米卡尼卡集團（FINMECCANICA）以及飛雅特集團（FIAT）分別躋身世界前 300 大高科技產業之第 50 及 62 位，義國是唯一在高科技領域缺乏大型企業參與的進步國家。

B. 義大利汽車工業，高速成長

2006 年歐洲車市較 2005 年平均成長近 1%，而義大利汽車產業整體更成長 3.74%，依據義國汽車市場調查研究機構分析指出，義國每 100 名居民即擁有 58 輛汽車，為歐盟國家之首，其次是德國（55 輛）及瑞士（51）輛，至法國、英國、奧地利等均屬歐盟國家平均值（50 輛）。此外，依據義國汽車生產商聯盟（Unione Nazionale Rappresentanti Autoveicoli Esteri）統計指出，義大利 2006 年新車銷售額為 409 億歐元，較 2005 年成長 7.9%。若加上舊車的保險維護保養等相關費用，2006 年義大利人在與汽車方面的支出高達 1600 億歐元之譜，占義大利家庭消費的 24%，是購屋與飲食消費之外第 3 大項支出。

在義國大型車廠部分，飛雅特集團（FIAT）2006 年汽車銷售大好，各型車種平均市占率為 30.7%，較 2005 年增加 2.8%，故該集團已上修獲利為 2.75 億歐元，突破原先預訂之 2.5 億歐元目標；英國金融時報尤其看好該集團，認為在走出前幾年經營危機後，將會有更強勁之發展潛力，並朝向愛快羅密歐（ALFA ROMEO）及蘭吉雅（LANCIA）等旗下豪華轎車品牌發展，極有可能在 2007 年

成為全球汽車市場銷售贏家。另在法拉利集團（FERRARI）部分，由於創下售出 5650 輛新款跑車之銷售佳績以及中東、遠東等海外市場表現傑出，法拉利公司 2006 年總營業額 14.47 億歐元，較 2005 年成長 12.3％，且年度獲利為 1.83 億歐元。

C. 化工產業成長減緩，歐盟化學品管制條例實施各有利弊

近年來全球化工產品市場走勢看好，在亞洲市場強烈需求與美國化工產品產量增加進而帶動全球化工產業成長的大環境下，義國化工產業協會預測 2007 年義大利化工產品將增長 1.3％，相較 2006 年增長 2.2％，增幅呈下降趨勢。義國化工產業發展稍顯遲緩的主要因素如次：

首先，義國化工產業仰賴美國市場甚深，故 2007 年預測全球其他國家化工產品市場仍為擴大走勢而美國化工產品市場卻將放慢成長腳步之情形下，義國化工產品將受美國市場需求減小之影響，產量僅呈現小幅增加之勢。其次，能源成本不斷升高，加重義國化工產業負擔。由於義國本身並無能源產出，其承受原油價格不穩定的抗壓力較其他國家為弱。以義國伊莫拉（IMOLA）和法恩箚（FAENZA）兩大城市為例，渠等 70％企業從事磚瓷製品生產，但由於能源價格上漲而不得不將生產產地移設西班牙，因西國能源成本相較於義大利為低。

再次，義國修訂環保法規趨嚴，為符合新法之相關化工產品生產製程，預計義國企業需花費高達 90 億美元的額外成本，20％義大利小型化工企業將迫於高成本而退出，衝擊義大利化工產業。

D. 時尚產業市場成長

未來義大利時尚業發展的 3 大策略為提升品牌價值、加強同業間交流團結與透過金融機構參股的方式籌募資金。義國時尚業相關人士咸認，除提升品牌價值外，更應克服行內的過度個人主義，學習建立統一的發展體系，俾作為開發海外市場的礎石，並應積極建立企業與銀行等金融機構的溝通聯絡，共同合作發展。義大利聯合銀行（Banca Intesa）亦表示願意提供義大利時尚業發展支援，成為代表該產業的銀行。

E. 眼鏡出口持續成長，全球出口市場成長 6.5％

按各洲地區資料綜合分析，歐洲消費市場普遍認同義大利製造眼鏡相關產品的款式和品質，在義大利眼鏡出口總額中所占超過 48％。美洲地區市場所占的比例在 33％左右，但成長幅度比歐洲市場大，達 26.4％。另中、南美地區市場，與 2005 年同期相較，出口成長率高達 80％。此外，亞洲市場表現也不錯，自義大利進口鏡框與墨鏡成長幅度亦高達 34.1％，占義大利出口總額的 14.4％。義大利眼鏡等光學用品製造業的主要競爭對手為亞洲地區的、日本和臺灣等國。鑑於將生產線轉移至外國的成效有限，全球最大眼鏡公司義大利 Luxottica 集團（旗下有雷朋（Ray-Ban）品牌，並為 Channel、Prada 和 Polo Ralph Lauren 等品牌生產）執

行長表示，未來將有更多歐洲公司會將渠等部分生產線移回歐洲。

F. 觀光旅遊業景氣看好

依據 Oxford economic forecasting 與世界旅遊及旅行理事會（WTTC）針對 147 個國家共同研究發表之報告指出，2006 年全球對推廣觀光旅遊事業總共投資 1 兆 3,000 億美元，義大利以 410 億美元名列第 7。其中，美國以 3,840 億美元居首，與日本分別以 1,440 億美元及 910 億美元分居 2、3 位。西班牙為歐洲國家之冠，共投資 620 億美元，占全球第 4，其次為法國（470 億美元）及英國（460 億美元）。

值得注意的是，由各國政府投資僅 3,000 億美元，約等於各國政府預算總合之 4%；其餘部分皆來自民間投資。在政府投資的部分，美國仍以 1,030 億美元名列第一，與位居第二的日本（350 億美元）相差甚鉅，其他依序是法國（160 億美元）、西班牙（140 億美元）、英國（140 億美元）及義大利（120 億美元）。

G. 銀行業併購風起，服務有待改進

義大利銀行龍頭易主，義大利第三大銀行集團聖保羅銀行（SanPaolo IMI，資本額 234 億歐元）與該國第二大的聯合商業銀行（Banca Intesa，資本額 281 億歐元）進行合併，成為聯合聖保羅銀行（Intesa Sanpaolo），取代聯合信貸銀行（UniCredit）成為義大利第一，其資本額高達 640-650 億歐元，旗下有 6,200 家相關企業，顧客 1,300 萬名。鑑於歐洲第三大保險公司，義大利忠利保險公司（Generali）為聯合聖保羅銀行大股東，該銀行據傳將收購合眾人壽 20%股份。

H. 航空服務不彰，義國政府斷尾求生

依據義大利國家航空局（ENAC）2006 年統計資料顯示，羅馬達文西（Fiumicino）機場與米蘭瑪奔薩（Malpensa）機場是義國航班誤點和行李遺失最嚴重的 2 個機場。僅僅在 2006 年 12 月 15 日至 2007 年 1 月 7 日耶誕節期間，米蘭瑪奔　機場因各種因素導致超過 2 小時的航班延誤事件共計 632 次，發生行李遺失事件多達 2 萬起；羅馬達文西機場在同一時段則有 5662 個航班延誤，延誤率近三分之一。

鑑於義國國營航空公司──義大利航空（A'litalia）連年虧損，義國財經部已於 2006 年 12 月 29 日正式宣布，將以公開標售方式，出售長期虧損的義大利航空股份至少 30.1%，俾進行義大利航空公司私有化之改革。

I. 農業貿易成長

依據義國食品協會（Federalimentare）調查統計，2006 年儘管義大利食品業因家庭購買力減少導致國內需求停滯，但食品業出口仍成長 10.8%，總出口額達 168 億歐元，適與義大利近 10 年來出口成長曲線相符，保持一貫穩健成長。

義大利葡萄酒長久名列全球三大上等葡萄酒市場之一，在歷經多年衰弱不振後，義國調整葡萄酒促銷策略，將義大利飲食、文化、設計等多重文化因素與葡

萄酒推廣宣傳相結合，取得良好效果。2006 年義大利葡萄酒繼 2005 年全球出口市場表現亮麗後，繼續創造對美國出口歷史紀錄，出口 212 萬瓶，出口產值達 10 億美元，在美國進口葡萄酒市場占有率達 30.7％為第 1 位，超過法國 14.1％市占率兩倍之多。

根據義大利農業協會（Coldiretti）研究指出，義大利全國共 130 萬公頃耕地，以超過 300 億公斤之蔬菜水果產量，在歐盟 27 個會員國中名列第 1，占歐盟總產量 25％。其中，奇異果產量世界第 1，番茄產量世界第 2。義國蔬果出口總額約 30 億歐元，番茄是義國主力產品，目前有 185 個相關加工產業與 7,000 個農場共同投入 6 萬公頃土地，生產多達 440 萬噸番茄及其衍生產品，大幅提昇「義大利製造」產品海外形象。

另依據調查顯示，義大利與其它開發國家相較，各地區普遍吸引外資不足，對外投資情況亦不足。

在南部地區方面，2005 年上半年吸收外資大約為 3.13 億歐元，對外投資大約為 1.47 億歐元，外國在義大利南部的投資大約是南部地區對外投資的 2 倍。吸收外資最多的大區是卡拉布裏亞，約占該地區總投資額的 86％，外資主要來自歐洲，來自美國之外資有下降趨勢，外資投資產業多為農業和工業。

在中部地區方面，義大利外匯管理局提供的資料顯示，在艾米利亞 - 羅馬尼亞，馬爾凱，托斯卡尼和溫布裏亞大區的外商投資比例不大。2005 年該地區的對外投資超出外商在該地區的直接投資。

在東北部地區方面，外商投資不足，且近 5 年急劇下降，低於該地區的對外投資，故東北部地區經濟正在下滑。過去曾在該地區投資的企業，由於國際經濟形勢的變遷，轉而選擇新崛起的國家進行投資。其主要原因是該地區的企業規模太小，缺乏對外競爭力，上市稅率高，當然還包括官僚主義嚴重，基礎設施跟不上經濟發展需要等原因。

在西北部地區方面，外商投資和該地區的對外投資情況相差不大，2005 上半年外商的直接投資總額為 56 億歐元，外國在該地區的投資額為 59 億歐元。5 年來，該地區對外投資首次超過外商直接投資額。2002-2004 年皮埃蒙特的外資實際投資額為 326 億歐元，遠遠低於倫巴第大區的 1391 億歐元。

⑵當地台商投資概況

根據經濟部投資業務處資料，截至 2005 年年底，我國在義大利投資案件共 45 件，總金額達 3 億 13 萬美元。我國來義投資台商多以航運、空運、電腦、電子、汽機車與零組件、貿易、紡織、餐館及零售業等為主，目前約有 40 餘家左右，投資金額約 3 億美金。

我國主要知名企業包括有中華航空、長榮集團及陽明海運公司等，在海運方面，長榮集團著眼於歐洲及地中海航運業務，併購 LLOYD TRIESTINO 海運公司

（簡稱 LT），建立其在地中海之航運業務，並延伸拓展地中海、裏海、東歐及北非地區；另在義國東南部 TARANTO 港投資建設貨櫃碼頭，成為歐洲地區之貨櫃轉運中心；於 2006 年 1 月在 Livorno 成立長榮海運分公司，進一步將觸角及於西地中海之船務承攬，整合長榮集團在義國之上游航務及下游貨櫃碼頭，全力開發環地中海航運。另陽明海運部分，在 Genova 等地設有據點，2003 年 1 月與義商合資設立陽明義大利公司，擴大在義國投資，以增加航運量。

在航空方面，中華航空在 1995 年與義大利航空以班號聯營方式（code share），開闢台北──羅馬間定期客運航線，並在米蘭設立貨運轉運據點，全方位開發客貨空運網。另外，長榮空運亦於 2002 年 4 月於米蘭設立貨機轉運點，建構歐洲客貨空運服務。

其他行業如福懋興業公司在義國北部科摩（COMO）從事紡織業，台灣重要電子資訊業製造商如宏碁（筆記型電腦在義市場占有率位居第 2 位，僅次於 HP）、華碩、明碁、保銳科技及鴻海集團等亦在米蘭設立分公司或行銷據點，機車及零組件業者如光陽、台灣金蜂及三陽相繼設立分公司或發貨倉庫開拓義大利市場，另有台商從事進出口貿易，在米蘭、波隆那及羅馬亦有台商經營之中餐館，頗獲當地消費者認同。

綜言之，針對我擬投資義國之業者，茲分短期、中期與長期作法建議如後：

A. 短期作法：相較其他國家，我台商較不諳義國語文與相關投資法令，欲在義國投資設廠、設立公司或建立行銷據點等，最好可先至義大利駐臺北經濟貿易文化推廣辦事處貿易組就近洽詢。

B. 中期作法：為預先避免營運初期可能遭遇因義國法令繁瑣、政府效率不佳、辦事緩慢之種種非經濟性因素之干擾，有意來義投資之業者，或可事先尋覓當地熟悉法規之律師或會計師，並須慎選較有利之業別與合作對象，義國亦多屬中小型或家族型企業，隨著全球化趨勢，亦熱衷於尋求國際化之夥伴。

C. 長期作法：雖然義國整體投資條件尚待加強改善，惟義國占南歐地緣之利，況且義國具有足供我國引進之醫藥、奈米生技等高科技產業，以及機具設計等相關精密技術，加以設計、服飾等創意型產業，台商仍可積極尋找潛在之合作夥伴，藉轉移技術配合台商堅實製造實力，提升我產品品質，並回銷義國、歐盟及其他國家市場。

(3) 當地台商協會運作情形

「義大利台灣商會」與「旅義華人聯誼會」是目前我國於義大利最主要的兩大台商組織。 由於旅義台商人數約 400 人，人數相對較少，所以在以服務台商為最大前提下，兩會關係良好。其中，「旅義華人聯誼會」以聯繫、服務旅義華人為宗旨，於 1984 年成立於米蘭。現有會員 85 人。每年定期舉辦籌辦國慶及春節聯歡活動。

另「義大利台灣商會」的會址亦設在米蘭，成提供旅居義大利地區台僑與台商之間交流、分享商業資訊為最大宗旨。目前義大利台灣商會會員大都以居住在義大利北部的台商為主，向義大利半島中部和南部發展會務是義大利台灣商會的重要目標之一，羅馬則是第一個推展會務的城市。

⑷成功僑台商案例介紹

台商於義大利投資以資訊業及航運業為主。我國知名資訊業者包括宏碁 Acer、華碩 Asus、BENQ、鴻海（Foxconn）、微星科技為目前已進入義大利市場之台灣品牌。其中，Acer 品牌行銷策略結合法拉利 Ferrari Formula 1 一級方程式賽車隊之國際賽事、歐洲杯網球賽進行合作，Asus 則與義大利 Lamboghini 跑車結合，實為我國在歐、亞與拉丁美洲甚至全世界一典型經營品牌與市場拓銷成功品牌，華碩品牌之筆記型電腦亦成功拓銷義大利電腦市場，後來居上。在汽車零組件方面，我國知名汽車零組件商東陽集團已於義大利西北部大城杜林（Turin）設立據點。

3. 小結

2006 年全球經濟似已度過寒冬，不僅全球經濟有相當成長，歐盟會員國景氣復甦程度亦值慶慰。依據統計資料顯示，歐盟 27 會員國平均 GDP 達 2.98％成長外，歐盟原 12 會員國平均 GDP 亦有 2.76％成長，而義大利經濟更是達到 1.9％成長的世紀高峰。

我對義貿易自 1999 年來都是處於出超，主要在我國資訊科技產品及部分輕工產業產品在義國仍具有相對競爭力，但鑑於我高科技產業逐步外移及中國產品已侵蝕我國傳統出口產品占有率，近年台義貿易產品內容也有所變化、金額亦有所起伏，我國傳統優勢產品在義大利市場競爭力逐漸下降，台商應該儘早提升銷義產品層次，以積極開發新產品開拓義國之市場。

綜觀義大利在 2007 年及 2008 年未來之經濟發展，將受全球景氣回溫、世界貿易潮流回升及歐元匯率堅挺等外部因素激勵影響，義大利經濟可望仍有所表現，但受到義大利國內經濟與財政等長期結構性問題與觀光服務競爭環伺、歐洲農業困境等內部負面因素影響，義大利 2007 年 -2008 年的經濟成長仍將是溫和有限。

(十) 西班牙

1. 總體經濟情勢分析

西班牙為全球第八大經濟體，製造業及服務業基礎良好，近年來經濟表現甚佳，已逐漸拉近與歐盟先進國家之差距。目前西班牙為我在歐盟第六大貿易夥伴，我則為西班牙在亞洲第八大出口國，台西雙邊產業具互補性，貿易仍有拓展空間，頗值得雙方政府及民間企業加強合作，以擴大雙邊貿易關係。西班牙屬歐盟國家，對外貿易關係以歐盟國家最為密切，以德、法、義英等為主要貿易夥伴國，出口方面，歐盟以外國家則以美國、墨西哥、瑞士、俄羅斯、土耳其、巴西、中國、日本為重要市場，進品除歐盟外，主要以中國、美國、墨西哥、俄羅斯、摩洛哥等國為主，西班牙 2007 年國民生產毛額達 14,361 億美元，國民所得約 32,000 美元。80 年代初，西班牙開始採取一系列經濟自由化措施，1986 年加入歐洲聯盟經濟開始蓬勃發展。90 年代初，經濟衰退，90 年代中期以來，因西政府調控得宜，經濟開始回升並呈現穩定成長。西班牙於 1998 年 5 月成為首批加入歐元的國家之一。西國製造業發展重心為汽車工業，為世界第五大汽車生產國。主要出口項目以汽車等運輸工具為首，其次為核子反應器、鍋爐、機器產品。各項產業生產總值比重大致為農業：3.2％、工業：33.6％、服務業：63.2％。失業率持續高居不下及貿易赤字龐大係西國政府二大難題，2007 年失業率為 8.3％。

在與我國經貿互動關係方面，根據我國財政部統計資料顯示，2007 年台西雙邊貿易額為 19 億 9730 萬美元，其中我國對西國出口金額為 15 億 4520 萬美元，我國對西國進口金額為 4 億 5210 萬美元，出超近 11 億美元。我國對西國出口以太陽能電池、LCD/LED 面版及其他液晶裝置、無線電話機、非合金鋼扁軋塗漆製品、輕型機車、自行車、綜合加工機、電腦、汽機車零配件、不鏽鋼管或扁軋製品、五金及手工具、小客車輪胎、遊艇等為大宗，西國對我國出口以聚縮醛、醫藥製劑、不鏽鋼扁軋製品、機動車輛及零附件、碳類製品、衣箱皮包、陶瓷磚、面版等為主。

表 2-63　西班牙基本資料表與總體經濟指標

地理位置	西班牙位於西南歐伊比利半島，面積 5054,992 平方公里，北瀕比斯開灣，西鄰葡萄牙，南隔直布羅陀海峽與非洲的摩洛哥相望，東北與法國、安道爾接壤，東和東南臨地中海。海岸線長約 7800 公里		
首都（府）主要城市	馬德里、巴塞隆納、瓦倫西亞、畢爾包		
國際機場（座落地點與名稱）	馬德里 Baraias 機場、巴塞隆納 EI Aprat 機場		
重要港埠（座落地點與名稱）	巴塞隆納港、瓦倫西亞港、阿黑西拉斯港、畢爾包港、Vigo 等		
面積（平方公里）	505,992		
人口數（人，2008 年）	45,200,000		
人口密度（人／平方公里）	89.33		
華人數（人，2007 年）	110,000		
華人所佔比例（%）	0.243		
台僑人數（人，2007 年）	1,300		
台僑所佔比例（%）	0.00288		
匯率（歐元兌美元）	0.68535：1（2007.12）；貨幣單位＝歐元（euro）		
	2005	2006	2007
消費者物價上漲率（%）	3.4	3.6	4.2
經濟成長率（%）	3.4	3.9	3.8
失業率（%）	9.2	8.3	8.6
國內生產毛額（百萬美元）	1,124,977	1,225,702	1,436,180
平均每人國民所得（美元）	25,956	27,814	27,000
出口值（億美元）	1,925	2,119	2,472
進口值（億美元）	2,898	3,267	3,823
對我國之出口值（億美元）	4.42	4.5	4.52
自我國之進口值（億美元）	10.74	11.28	15.46
對我國之貿易餘額（億美元）	-6.32	-6.78	-10.64
對我國之主要出口產品	聚縮醛、醫藥製劑、不鏽鋼扁軋製品、機動車輛及零附件、碳類製品、衣箱皮包、陶瓷磚、面版等		
自我國之主要進口產品	太陽能電池、LCD/LED 面版及其他液晶裝置、無線電話機、非合金鋼扁軋塗漆製品、輕型機車、自行車、綜合加工機、電腦、汽機車零配件、不鏽鋼管或扁軋製品、五金及手工具、小客車輪胎、遊艇等		
外匯存底（億美元）	188.90（2007.12）		

資料來源：中華民國僑務委員會、財政部統計處、關稅總局、西班牙國家統計局經濟指標、EIPIAS 年鑑、The Word Fact Book、IMF

2. 當地台商投資情形

(1) 當地產業發展及投資環境

西班牙 1986 年加入歐洲共同市場後，充分運用歐盟提供之結構及統合基金，大力從事鐵公路、國際機場及電訊等現代化基礎建設，經濟得以穩定成長，過去 10 多年之年平均經濟成長率達 3.75%，惟與歐盟其他國家相較，該國國民教育水準較為落後，平均工作時數雖較大多數歐盟其他國家為高，惟生產力較低，如何提升勞工生產力，成為未來經濟發展的重要課題；西國對外人限制投資之產業有電視、廣播、賭場、空運、武器製造販售等行業，外資持有西國公司超過 50%之股權，或投資金額超過 3,000 歐元，必須辦理申報。

(2) 當地台商投資概況

來自台灣之華僑多為第一代，故經濟力薄弱，事業規模不大，目

前全西班牙計有中餐館業者 10 餘家，雜貨業者 3 家，貿易業者 20 餘家，旅行社等服務業者 10 餘家，快速照片沖洗業者 10 餘家，總共 60 餘家。近年來中餐業者因大陸人士經營之中餐館快速增加，競爭激烈，經營困難，故紛紛轉業或關閉停業，轉往他處發展。僑胞第二代在西成長多能融入當地社會，從事醫生、音樂、電腦、繪畫、貿易行業者不在少數。台商來西大筆投資者極少，成功者亦不多。

(3) 當地台商協會運作情形

西班牙台商會成立多年，惟旅西台商從事之經貿事業均不大，雖有台商會之組織，惟活動不多，該會除不定期舉行會議外，另並積極參與世界台商會及歐洲台商會會議。

(4) 成功僑台商案例介紹

1995 年 KYMCO MOTO ESPANA.SA（董事長為柯孝雄）與光陽工業合作，在西國代理銷售光陽工業產品，該公司自台灣進口機車／海灘車於西班牙銷售，每年均有大幅度成長，並獲經濟部工業區頒發 93 年（2004 年）汽機車業外銷績優廠商獎。該公司更在財務可靠性、營運效率與形象三方面，獲得國際知名金融公司 D&B（Dun&Bradstreet）列為 2003 年度聲望評鑑中的優等公司。

李耀熊於 1982 成立中歐百貨商場（李氏貿易公司），進口亞洲食品，以自有車隊配送至西國全境各餐廳及商場，事業據點在馬德里及巴塞隆納。該公司經營的策略為到海外選購質優價廉之產品，且有效率的倉庫管理及適時進貨，食品包裝一定有西文標籤，係該公司在西國能經營數二十餘年成功的關鍵。

3. 小結

由於語言與國情文化之不同，且距離遙遠，我國廠商在當地投資並不踴躍，

惟該國係歐盟重要之經濟體，政局穩定，基礎設施完善，教育普及且居歐非要衝，倘能克服語言與文化障礙，仍可在 IT 產業、生化、能源及環保等部門，尋找具投資價值之標的。惟需注意的是西班牙貿易赤字龐大，始於 2007 年底之次貸風暴，歐洲其他國家可能陷入嚴重之不景氣，西班牙除有相同情況外，尚有經常帳失衡的結構性調整問題，未來西國經濟恐步入數年的經濟衰退。

(十一) 波蘭

1. 總體經濟情勢分析

波蘭政經環境尚稱穩定，經濟發展逐步好轉，歐盟理事會在其東擴政策檢討報告中指出，波蘭在鞏固制度穩定、力行民主、法律規章及保障人權等方面均有長足進步，基本上實現了政治穩定成熟之標準；另一方面，波蘭持續不墜之市場經濟轉型及體制改革 10 多年來年平均 5%以上之經濟成長率，亦充分展現其經濟發展穩定，有利於投資經商之特色。

2007 年波蘭國內生產毛額為 4,203 億美元（2006 年為 3,387 億美元），經濟成長率 6.5%，經濟成長表現優於 2006 年的 6.1%。顯見波蘭目前經濟情勢穩健成長，投資需求復甦、國內消費帶動成長、出口暢旺及低膨脹指數應居首功。

在工業成長率方面，受 2004 年歐盟效應導致比較基期較高因素影響，2005 年波蘭工業產值成長 3.8%，遠遜於 2004 年的 12.7%，但 2006 年又躍升回 12.9%，2007 年成長 9.5%。

在物價表現方面，2007 年波蘭消費者物價指數上升 2.3%，高於 2006 年的 1.1%。

在勞動市場方面，波蘭 2006 年及 2007 年平均失業率為 13.9%與 11.9%，已較 2005 年的 17.8%有所改善，但仍為歐盟各國失業率偏高之會員國，且青年與老年人失業情形特別嚴重。波蘭失業率遲遲無法有效降低之主要原因與經濟結構轉變有關，自共產制度解體後，勞力資源未能即時隨經濟發展迅速調整，年紀較長者缺乏現有產業所需之技能，而政府政策及經濟發展也未能創造足夠之就業需求，加上各種稅賦導致企業工資成本相對提高，失業率因此居高不下。但目前隨著波蘭經濟成長及勞動生產力提升，失業率過高的情況正逐漸改善中。

在對外貿易方面，波蘭 2007 年全年出口為 1,380 億美元，較 2006 年成長 26.5%，進口值高達 1,614 億美元，較 2006 年成長 29.5%，進出口貿易均大幅成長。

在與我國經貿互動關係方面，我國和波蘭的貿易往來向來非常密切，如以出口貿易來說，波蘭是我國出口歐盟東擴 10 國中之最大之出口國。根據波蘭中央統計局統計，2007 年台波雙邊貿易總額為 8 億 6,120 萬美元（較 2006 年增加 31.4%），其中波蘭自我國進口 7 億 6,910 萬美元（較 2006 年增加 35.9%），出口至我國 9,210 萬美元（較 2006 年增加 2.8%），波蘭對我入超 6 億 7,700 萬美元。

2006 年我對波蘭主要出口項目主要以電子、電腦、通訊、螺絲、自行車、橡膠或塑膠加工機、手工具等為主。而波蘭銷售到台灣的產品主要以菊糖、其他家具及其零件、銅板片及扁條、小客車、具有氮雜原子之雜環化合物、銅及銅合

金、耐火陶瓷製品、羽絨、鋼鐵製管、機器、工廠或實驗室設備、澱粉等為主。另外則有伏特加酒及琥珀等。

1996 年以前波蘭對我貿易享有順差，主要因鋼品及原料大量輸銷我國。但自 1996 年起，我對波蘭貿易由逆差轉為順差，主要係因我國對波蘭 H 型鋼鐵課徵反傾銷稅，導致波蘭對我國出口額急遽下降，我對波開始享有順差並持續至 1999 年。2000 年至 2001 年波蘭因經濟衰退、需求銳減，加以我出口產品紡織品受波蘭設限配額影響，雖使得我國對波出口有下跌趨勢，然而我對波仍享有貿易順差。

為消弭貿易失衡所帶來之摩擦，我國自 1999 年起連續三年舉辦「新歐洲商品暨旅遊展（EUROGATE）」，協助波蘭業者將產品拓銷至我國，相關促銷活動於 2000 年達到效果，使當年度我對波順差因此縮減。

近年來由於許多台灣廠商陸續前來波蘭設立辦事處或分公司，拓銷電子資訊、家具五金等產品，使我對波蘭順差日益增加。

表 2-64　波蘭基本資料表與總體經濟指標

地理位置	歐中北部國家，西與德國交界，南與捷克、斯洛伐克為鄰，東和東北與立陶宛、白俄羅斯及烏克蘭接壤，北臨波羅的海。		
首都（府）主要城市	華沙		
國際機場（座落地點與名稱）	華沙國際機場		
面積（平方公里）	312,683		
人口數（人 ,2008 年）	3,8500,000		
人口密度（人 / 平方公里）	124		
華人數（人 ,2007 年）	2,680		
華人所佔比例（％）	0.007		
台僑人數（人 ,2007 年）	163		
台僑所佔比例（％）	0.00042		
匯率（Zloty 兌美元）	2.435：1（2007.12）		
	2005	2006	2007
消費者物價上漲率（％）	2.1	1.1	2.3
經濟成長率（％）	3.2	6.1	6.5
失業率（％）	17.8	13.9	11.9
國內生產毛額（億美元）	2,992	3,387	4,203
平均每人國民所得（美元）	7,840	8,883	9,840

表 2-64　波蘭基本資料表與總體經濟指標（續）

出口值（億美元）	893	1,091	1,380
進口值（億美元）	1,009	1,246	1,614
對我國之出口值（百萬美元）	62.7	89.6	92.1
自我國之進口值（百萬美元）	451.9	565.9	769.1
對我國之貿易餘額（百萬美元）	-389.2	-476.3	-677.0
對我國之主要出口產品	小客車及其他主要設計供載客之機動車輛、其他家具及其零件		
自我國之主要進口產品	電音響或視覺信號器具、液晶裝置、鋼鐵製螺釘、螺栓、螺帽、車用螺釘、螺旋鉤、鉚釘、橫梢、開口梢、墊圈（包括彈簧墊圈）及類似製品		
外匯存底（億美元）	657.34（2007.12）		

資料來源：中華民國僑務委員會、海關、波蘭中央統計局、波蘭中央銀行、波蘭經濟部、世界銀行、IMF。

2. 當地台商投資情形

(1) 當地產業發展及投資環境

波蘭有 3,800 萬人口之市場規模，2004 年 5 月 1 日波蘭加入歐盟後其市場與歐洲市場連成一體，市場潛力不容忽視。事實上，依據波蘭外人投資局之研究調查顯示，大部分外國投資人均認為波蘭國內市場及歐盟市場潛力是其決定在波蘭投資的主要原因之一。

波蘭 90％以上直接投資來源為 OECD 國家，其中歐盟國家更為波蘭外資主力。我國在波蘭投資多屬金額 100 萬美元以下之案件，並未達到波蘭官方統計排名標準。

前幾年經過一連串競爭角逐失利，日本豐田車廠、法國雪鐵龍及韓國現代汽車相繼選定捷克及斯洛伐克投資大汽車廠後，波蘭政府自 2004 年初將原本高達 27％的公司所得稅調降為 19％，近兩年來在吸引外人投資部分迭有斬獲。2005 年 2 月法國輪胎製造商米其林公司宣布 3 年內於東北部 Olsztyn 投入 2 億 5,000 萬歐元；韓國三星電子在北部 Mlawa 設立電漿電視廠，聘用超過 2,000 名員工；西班牙家用電器製造商 Fagor 宣布在 2008 年前於西南大城 Wroclaw 投資 3,100 萬歐元；而全球第二大平面電視製造商樂金飛利浦（LG Philips）更將於 2011 年前投資超過 4 億歐元，於西南大城 Wroclaw 附近的經濟特區 Kobierzyce 籌建新廠。

以日本為例，2006 年日本在波蘭投資額可達 10 億美元。日本廠商目前在波蘭的重大投資設廠案包括 Bridgestone（輪胎，投資額約 4 億 8,600 萬美元）、船

井電機 Funai（液晶電視，7,500 萬美元）、夏普 Sharp（液晶電視，1 億 8,700 萬美元）、Toshiba（液晶電視，1 億美元）、松下電工 Matsushita Electric Industrial（電池，6,400 萬美元）、Toyota（汽車，9 億 3,700 萬美元）、NGK Insulators（陶瓷絕緣體，1 億 8,600 萬美元）等。

波蘭近年來爭取到許多液晶電視相關產業投資人，例如 LG Philips、LG Electronics、Sharp、Toshiba 等前來波蘭設廠，使得波蘭逐漸成為歐洲電視機生產中心。

美商 Dell 戴爾於 2006 年 9 月 18 日於羅茲（Lodz）簽署一項投資意向書，戴爾電腦將在 Lodz-Olechow 投資 2 億歐元，興建一座占地 47 公頃之工廠，未來將組裝生產新一代伺服器及筆記型電腦，與戴爾電腦的愛爾蘭廠形成互補。戴爾電腦表示，戴爾選定 Lodz 投資設廠的主因為鄰近客戶、拓展中歐市場之機會及適當的波蘭勞力供給。戴爾電腦 Lodz 廠預定於 2007 年 8 月開始營運。戴爾電腦投資案可獲得波蘭政府 5,450 萬歐元之補助，內容包括雇用員工財務補助、投資獎勵及公司營業稅減免。此外，Lodz 市政府亦承諾投入相關基礎建設。

依外資投入的產業別來看，最近幾年製造業均蟬聯第一位，可見相對低廉之工資係吸引外資投入製造業要因之一。尤其近兩年來，或許受西歐先進國家生產基地東移趨勢影響，製造業占整體直接投資之比例又開始爬升，其次為金融服務業，貿易及維修服務排名第三，運輸、倉儲及通訊業等排名第四，其他較主要投資項目分布於：營造業、水電瓦斯等公用事業以及觀光餐飲服務等。

A. 消費電子業

近年來國際知名的家電公司，在波蘭都有投資設廠，生產電視、電冰箱、洗衣機、電爐、烤爐、瓦斯爐、吸塵器及其他小家電產品，使波蘭逐漸成為家電生產基地，其中波蘭亦是歐洲最大電視機生產地之一，以映像管電視為主，2005 年波蘭電視生產約 665 萬台，傳統映像管電視佔 520 萬台，平面電視佔 145 萬台，佔歐盟電視生產的 34%。

波蘭電視市場規模約 130 萬 -140 萬台，2005 年電視銷售約 138 萬台，較前一年成長 9.6%，如以金額計算為 7 億 9,800 萬美元，佔波蘭視聽器材銷售的 57%。液晶（LCD）電視銷售方面，以 Samsung Electronics 拔得頭籌超過 25,000 台。由於價格持續下跌，29 吋或以上的電漿、液晶及投射式等平面電視漸受到消費者的喜愛，而過去最暢銷的 21 吋電視銷售逐年下滑僅佔 30%，2005 年波蘭電視、音響及家電產品市場規模約 89 億波幣。

除了本土生產的電視以外，每年波蘭還從國外進口世界知名大廠如 Grundig、Panasonic、Hitachi、JVC、Pioneer、Samsung 及 Sony 等廠牌電視，2005 年電視進出口額達 17 億 4,956 萬美元，其中出口 14 億 1,000 萬美元，進口 3 億 4,830 萬美元，前五大進口國為匈牙利、、捷克、土耳其及斯洛伐克，進口總額達 2 億

1,900 萬美元，佔電視進口額的 63%。

波蘭生產的電視 90%以上外銷，以歐盟市場為主，2005 年電視出口額為 14 億 1,000 萬美元，佔波蘭整體出口排名第八位，是波蘭電子消費產品中表現最好的產業，前五大出口市場總額達 11 億 9,500 萬美元，佔電視出口額的 68%，主要出口為德國、法國、英國、義大利及西班牙等國。

B. 金融業

2006 年前十大銀行為 PKO、Pekao、BPH、ING BSK、BRE、Handlowy、BZ WBK、Millennium、BGK 及 Kredyt Bank。由於波蘭個人貸款市場持續成長，使波蘭銀行業近三年淨利快速成長，2006 年淨利達 1,830 億波幣，較前一年成長 34.6%，公司貸款業務達 1,390 億波幣，較前一年成長 15%，波蘭銀行資產成長 16%達到 6,810 億波幣，利息收入成長 5%。PKO BP、Pekao 及 BHP 仍是波蘭最有利潤的銀行，該三家銀行的營收佔整體銀行淨額的一半以上，僅 Slaski Bank Hipoteczny 及 Dominet Bank 兩家銀行虧損。

C. 造船業

波蘭曾是世界第五大造船國，來自各國訂單源源不絕，所造之船隻 90%供外銷，由於造船工業之發達，產生約有 800 個上中下游供應及服務廠商，並且提供了 13 萬個就業機會。波蘭於經濟體制改革前，造船訂單主要來自蘇聯，但共產集團垮台後，造船訂單大量流失並飽受自由市場競爭之苦。近年來，已逐漸接受市場經濟，並拜船舶市場需求成長之賜，2003 年造船業出口值達 22 億 1,300 萬美元，躍居波蘭第二大出口產品。

D. 營建材料及五金業

波蘭成為歐盟會員後，使跨國 DIY 連鎖店業者更容易進入波蘭市場，市場競爭更為激烈，以致國內本土業者亦不得不建立連鎖銷售通路以抗衡。為了因應跨國企業的擴張，波蘭本土最大通路商 Grupa PSB，也改變過去一貫的策略，從 2004 年開始，除了仍針對以承包商為銷售對象外，亦開始不斷開設 DIY 連鎖店，其他如 Atlas、Cersanit 及 Polifarb CW 等本土建材製造業者，產品也逐漸可以跟其他國家競爭，加上善用他們原有通路的優勢及對市場的熟悉度，也開始經營 DIY 連鎖銷售通路。

E. 零售業

根據 Gfk 市調公司資料，波蘭傳統零售店數量由 1998 年的 156,500 家，減少到 2005 年的 130,000 家，大型販量店及超市由 1998 年的 930 家，增加到 2005 年的 2,346 家，折扣店由 2001 年 831 家，增加到 2005 年的 1,445 家，雖然傳統零售店較過去減少很多，但對消費者來說仍佔很重要的地位。

波蘭零售業市場相當飽和的情況下，市場整合是很正常的現象，2006 年是自 2004 年來波蘭零售業市場整合最激烈的一年，荷商 Ahold 及法商 Casino 集團紛

紛退出波蘭市場，Ahold 的 Hypenova 及 Albert 超市由法商佳樂福以 3 億 7,500 萬歐元收購，其量販店總面積由 390,000 平方公尺擴大到 570,000 平方公尺，店數增加到 56 家，超市增加到 257 家。Tesco 收購 Casino 集團之 Leader Price 折扣店及 Real 收購 Geant，在這波市場重新洗牌之後，Carrefour（56 家）、Real（49 家）及 Tesco（48 家）為前三大零售通路業者。在折扣店部分有 5 家，Biedronka、Lidl、Netto、Plus 及 Leader Price（被 Tesco 收購），以 Biedronka 最大有 54% 的市占率，預計未來合併整合的風潮還會持續下去。為了搶食波蘭波幣 1,350 億元零售市場的大餅，每家業者紛紛推出不同的市場策略，擴充版圖搶食市場商機。

⑵當地台商投資概況

兩年前我僅有 16 家業者在波蘭投資設立據點，目前已增至 21 家。根據波蘭新聞及外人投資局之投資統計（僅統計投資金額 100 萬美元以上之案件），我國在波蘭投資案僅有一件金額在 100 萬美元以上，總投資金額 430 萬美元。

台商在波蘭較大之投資案包括：愛地雅（Ideal Europe）公司設廠於 Kutno 市、國巨電子公司於 2000 年併購荷蘭飛利浦（Philips）集團旗下位於波蘭 Skierrniewice 市之被動元件廠並更名為 Ferroxcube Polska，但波蘭官方僅公佈外人投資 100 萬美元以上之投資案件統計，國巨公司投資雖超過 100 萬美元，惟係併購荷蘭 Philips 工廠，波蘭政府統計並未將其列入我國投資統計內。除國巨與愛地雅 2 家從事製造業外，其他廠商均以組裝或貿易批發業為主。經調查估計我在波蘭目前投資金額約為 2,400 萬美元。目前我冠捷科技公司已決定在波蘭投資 1 億美元設廠生產 LCD 電視機。

據估計台商在波蘭累計投資額約為 2,400 萬美元，台商普遍屬中小企業，常常是單槍匹馬在外擴展疆土，在波蘭的布局上顯得單薄，且波蘭周邊產業發展不及鄰近國家，以致台商在波蘭投資大多以組裝或成立發貨中心行銷居多，部分台商亦開始發展成技術支援及服務中心，如微星科技在西南部大城 Wroclaw 設立維修中心，華碩電腦在華沙設立後勤客服中心等。

我國在波蘭的投資遠遜於我國貿易競爭對手國—日本與韓國。日本與韓國在波蘭係以以大型投資帶動貿易，形成投資與貿易相輔相成的綜效。以韓國樂金飛利浦（LG Philips）為例，將與下游廠商在波蘭西南部 Wroclaw 地區將投入 8 億歐元及提供超過 1 萬 2,000 個工作機會，堪稱波蘭史上最大之投資案件。2004 年底止，韓國在波蘭累計投資額達 11 億 6,700 萬美元，排名第 13，日本為 3 億 6,000 萬美元排名第 22。相對地，根據波蘭統計，2005 年韓國出口至波蘭為 15 億 8,299 萬美元、日本出口至波蘭為 19 億 9,219 萬美元、而我國僅為 9 億 108 萬美元。

⑶當地台商協會運作情形

波蘭台商協會成立於 1995 年，由於台僑人數比重甚低，相對波蘭台商協會規

模並不大，會員約有 15 人。由於規模較小，會員間感情聯繫相對容易，商會亦會舉辦活動強化彼此感情。

(4) 成功僑台商案例介紹

長榮海運公司自 1998 年起，於波蘭設立分公司，從事海運承攬業務；首利實業所屬 Antler 電腦公司，從事電腦機殼及電源供應器銷售；微星科技、華碩電腦及翰福科技等從事筆記型電腦、主機板等電子相關產品銷售；其餘尚有十餘家台商於波蘭投資，銷售產品包括：成衣、鞋類、紡織品、電腦零組件等。

3. 小結

整體而言，波蘭經濟發展漸入佳境。英國經濟學人雜誌所屬之 Economist Intelligence Unit（EIU）預估，2007 年波蘭 GDP 實質成長率將達到 5.6％，而 2008 年則略降為為 4.8％。

實質利率維持在 2.4％，短期貸放利率為 5.8％。工業生產方面，估計 2007 年工業成長率將達到 9.7％。消費者物價方面，2007 年全年物價上漲率預估約為 2.1％，較 2006 年的 1.0％略高。勞動市場方面，2007 年名目薪資成長 5.6％，實質薪資成長 3.7％，勞動成本（以波幣計算）為 2.2％。全年失業率預估將下降到 13.7％，而失業率到 2007 年底可望降低至 12.6％（2006 年底失業率為 15.9％）。

在產業發展方面，由於過去波蘭產業發展以農業、畜牧業及煤礦、造船、鋼鐵等重工業為主，且波蘭政府與民間企業投入之研發經費不多，根據世界智慧財產權組織之統計，波蘭專利註冊申請件數甚少。對我國而言，目前似無可供雙邊技術合作之項目。

(十二) 捷克

1. 總體經濟情勢分析

根據捷克統計局公布資料顯示，捷克 2007 年國內生產毛額（GDP）成長 6.5%，與 2006 年相同，帶動成長的因素為消費支出及資本形成。在需求方面，家庭消費支出成長 8.6%，固定資本形成成長 7.8%，其中尤以運輸設備投資 8 及其他機器設備投資 8 成長最高。政府支出僅成長 4.0%。對外貿易出口及進口則分別成長 14.7%及 12.5%。

在工業生產方面，2007 年工業產值成長達 8.2%，為 2001 年以來成長次高之一年。主要帶動成長之產業為汽車製造業、電子及光學設備業、基本金屬及鍛造業等；衰退之產業則為化學產業及紡織業等。

在就業表現方面，2006 年失業率為 7.2%，失業人口為 37 萬 2,000 人，2007 年失業率續降為 6.6%。因捷克經濟情況良好，對剛畢業具外語及資訊背景之畢業生需求甚殷，加上氣候暖冬，對營建業在冬季雇用人數較無衝擊，因此可說是捷克失業率最低之時期，2005 年同期為 8.9%。捷克各地區失業率高低差距甚大，最低者在布拉格東區及西區，均為 2.1%，全布拉格平均為 2.7%；失業率最高者，為北波西米亞 Most 地區約 19.5%，其次為北摩拉維亞 Karvina16.9%、北波西米亞 Teplice 15.7%、北摩拉維亞 Jesenik14.7%。

在物價表現方面，捷克 2006 年全年消費者物價上漲 2.5%，比 2005 年之 1.9%增高，但低於捷克央行預期之 3%。2006 年 12 月份之消費者物價比 2005 年上漲 1.7%，其中，服務業上漲 3%，物品類上漲 2%，調漲最多的是天然氣價格（19.1%）、電費（9%）、電信服務費（7.5%）、租屋（6.5%）等；價格下跌者為鞋類、家用設備及部份食品。經濟學家認為，由於捷克幣克朗持續升值，已抵銷油價上漲造成之物價壓力，對經濟之影響甚溫和。2007 年消費者物價上漲 2.9%，較 2006 年之上漲率略高。

在與我國經貿互動關係方面，依據我國海關統計資料顯示，2007 年台捷雙邊貿易總額為 4 億 2,1000 萬美元，比 2006 年減少 12.9%。其中捷克出口至我國為 1 億 520 萬美元，比 2006 年成長 12.3%；自我國進口為 3 億 1,580 萬美元，比 2006 年大幅減少 18.9%。我國享有順差 2 億 1,060 萬美元。

在對捷克出口產品中，台商在捷克投資生產 LCD TV/Monitor 自 2006 年起已陸續量產，LCD & LED Panels 產品出口至捷克占第一位，其他主要出口產品為：電腦電子零組件、腳踏車、航空零件、汽車零組件、手工具、鋁製品等。我國自捷克進口之主要產品為金屬鹵化物燈泡（metal halide lamps）、電容器（capacitors）、積體電路晶粒及晶圓、小客車、起重機、玻璃纖維、鋼鐵管、人工

骨頭、蔬果榨汁器等。此外，捷克廠商一向將出口市場集中於歐洲各國，惟近年已開始加強拓銷俄國及我國等亞洲地區市場，台捷雙邊貿易預期可進一步成長。

表 2-65　捷克基本資料表與總體經濟指標

地理位置	歐洲中部內陸國家，位於中東歐，北與波蘭為鄰，東與斯洛伐克交界，南與奧地利相連，西和西北與德國接壤		
首都（府）主要城市	布拉格		
國際機場（座落地點與名稱）	布拉格國際機場		
面積（平方公里）	78,884		
人口數（人 ,2008 年）	10,021,000		
人口密度（人 / 平方公里）	130		
華人數（人 ,2007 年）	5,006		
華人所佔比例（%）	0.05		
台僑人數（人 ,2007 年）	199		
台僑所佔比例（%）	0.002		
匯率（Koruny 兌美元）	18.078：1（2007.12）		
	2005	2006	2007
消費者物價上漲率（%）	1.8	2.6	2.9
經濟成長率（%）	6.4	6.5	6.5
失業率（%）	8.9	7.2	6.6
國內生產毛額（億美元）	1,224	1,417	1,753
平均每人國民所得（美元）	11,946	13,774	17,040
出口值 f.o.b（億美元）	782.76	951.14	1218,27
進口值 f.o.b.（億美元）	765.54	931.98	1,158.63
對我國之出口值（百萬美元）	91.4	93.7	105.2
自我國之進口值（百萬美元）	209.0	389.4	315.8
對我國之貿易餘額（百萬美元）	-117.6	-295.7	-210.6
對我國之主要出口產品	固定、可變或可預先調整之電容器、電動機及發電機、燈絲電燈泡或放電式燈泡，包括密封式光束燈泡組、紫外線或紅外線燈泡；弧光燈		
自我國之主要進口產品	液晶裝置、雷射，雷射二極體除外；其他光學用具及儀器、電音響或視覺信號器具		
外匯存底（億美元）	345.95（2007.12）		

資料來源：中華民國僑務委員會、財政部統計處、捷克貿工部、中央銀行、統計局、世界銀行、IMF。

2. 當地台商投資情形

⑴ 當地產業發展概述

隨著捷克施行改革開放路線以來，加速產業發展進步的腳步。相關產業發展概況分述如下：

A. 農業

捷克 2006 年總耕種面積約為 259 萬公頃，其中 153 萬公頃栽種穀物。2006 年水果產量達 19 萬 955 噸，較 2005 年大幅成長 16%，但僅及往年之平均產量水準，2000 年為歷年最高產量，高達 22 萬 9,000 噸。

各主要水果產量分別為：蘋果（15 萬 9,171 噸，成長 15%）、櫻桃（2,244 噸，成長 127%）、酸櫻桃（10,955 噸，成長 38%）、李子（5,090 噸，成長 28%）、桃子（4,086 噸，減少 11%）、杏子（3,777 噸，成長 30%）、栗子（3,438 噸，成長 10%）、梨子（2,121 噸，減少 12%）等。捷克水果栽種面積共計 17,086 公頃，主要作物蘋果栽種面積為 9,033 公頃。每年水果產值平均超過 1.58 億美元。

由於受到 2006 年 5 月冰雹及 7 月熱浪襲擊，捷克 2006 年啤酒花每公頃產量自 2005 年 1.38 噸減少 23%至 1.02-1.06 噸。國際市場啤酒花供應減少對業者是一項利多，但捷克克朗對歐元走強卻相對削減應有之收入。捷克為全球繼德國及美國之後第三大啤酒花生產國，2006 年種植面積達 5,447 公頃，80% -85%產量悉供出口，日本為最大買主。

捷克 2006 年農產品及食品貿易逆差持續擴大，出口額持平為 566 億克朗，進口額成長 7%為 808 億克朗，逆差金額高達 330 億克朗。逆差主要原因為收成不佳、捷克克朗走強，造成出口不振。捷克超過 80%之農產品及食品貿易係與歐盟國家進行，逆差為 193 億克朗。主要逆差產品為水果、肉類及蔬菜，總計達 150 億克朗；最大之順差產品則為牛奶，達 30 億克朗，糖果、穀類及活動物貿易亦呈順差。

B. 鋼鐵工業

2006 年捷克生鐵產量為 520 萬噸，較 1989 年 600 萬噸之產量略低，惟當時鋼鐵業就業人口高達 15 萬 2,000 人，目前則僅餘 2 萬 4,000 人。捷克鋼鐵業勞動生產力目前僅及西歐國家之 50%，但就業人口將持續縮減、產量將持續提昇。捷克鋼鐵業因世界市場近年需求日殷，加上中歐地區汽車業及建築業之推波助瀾，而由虧轉盈，相對也改善捷克鋼鐵業從業人員之收入。

以捷克最大鋼鐵業者 Mittal Steel 為例，2006 年產量略超過 300 萬噸，已發放總計 6,000 萬克朗之年終獎金予員工，不過捷克鋼鐵業從業人員之收入仍只及德國鋼鐵業從業人員收入之五分之一。惟整體而言，捷克鋼鐵產業目前保持良好

狀況，80%之鋼鐵出口至歐盟會員國。在各項鋼鐵產品中，生鐵、軋鋼及鋼管產量分別成長 13%、14%及 12%，焦碳生產則呈現衰退之現象。

C. 汽機車工業

捷克汽車工業包括零配件業，是傳統及具競爭力之工業，且是吸引最多外人投資之產業，在中東歐居領導地位。十年來汽車工業產值占工業產值成長兩倍，達 17%。依據捷克汽車工業協會統計，捷克 2006 年小客車產量達到破紀錄之 85 萬 8,090 輛，其中屬於德國 Volkswagen 集團之 SKODA 汽車產量達 55 萬輛，日本豐田與法國標緻雪鐵龍合資的 TPCA 車廠產量為 30 萬輛。韓國現代汽車 2006 年初來捷克東北部設 30 萬輛小客車廠，預計 2008 年下半年試產，2009 年第 1 季開始量產，屆時捷克汽車業年產量將突破百萬輛。2006 年捷克汽機車出口 78 萬 1,804 輛，占捷克總出口金額之 17%。

D. 電子電腦業

捷克自 1998 年開始對投資製造業者提供投資優惠，由於捷克位居最接近西歐主要消費國地利之便，可提供良好及相對便宜之勞工，加上配合迅速交貨之要求，外商（如 Celestica）及台商（如鴻海、大眾、大同、華碩等）開始在捷克設廠組裝電腦，使捷克擠身生產電腦產品等高科技產品國家之列。2005 年捷克電子電腦相關產品出口額達 4,040 億克朗，占捷克總出口額之 21.6%。根據 Czech Top 100 Association 公布資料顯示，2005 年鴻海捷克廠名列營收前十名，達 514 億克朗；大眾捷克廠、eD System 及 AT Computers 營收則分別為 211 億、89 億及 55 億克朗。

E. 自行車產業

2006 捷克自行車出口金額為 6,309 萬美元，比 2005 年成長 18.9%。主要出口對象：德國（3,302 萬美元）、荷蘭（1,390 萬美元）、奧地利（392 萬美元）、斯洛伐克（370 萬美元）、波蘭（294 萬美元）、比利時（198 萬美元）等。捷克自行車市場銷售管道為透過傳統體育用品專賣店、新興之超市大賣場 Tesco、Makro 及體育用品連鎖店如 Giga Sports 等販售。超市大賣場及連鎖店所出售之自行車以中低價位為主，中高價位產品均在體育用品專賣店出售，並提供較好之售後服務。

F. 紡織工業

2006 年捷克紡織、成衣業銷售金額為 545 億克朗，比 2005 年下跌 3.7%；其中紡織品業銷售 443 億克朗，下跌 1%；成衣業銷售 102 億克朗，下跌 14%（以該產業雇用人數超過 20 人以上之企業營收情況為計算基礎）。目前捷克紡織成衣業所面臨之困難是捷幣克朗不斷升值及能源價格上漲。

捷克紡織成衣業目前共約有 600 家業者員工超過 20 人以上，其中紡織品業及成衣業家數各占一半，總雇用員工數持續下跌中，2006 年約雇用 6 萬人。其中紡織品業員工超過 20 人以上之業者雇用不及 4 萬人，比 2005 年減少 8%；成衣業

雇用 2 萬人，比 2005 年減少 15%。

紡織成衣業平均薪資為 1 萬 3,100 克朗，比 2005 年上漲 8.7%，其中紡織品業之平均薪資為 1 萬 4,000 克朗，比成衣業多 2,600 克朗。2006 年紡織品業之勞動生產力成長 10%，而成衣業之勞動生產力則下跌 2.2%。

G. 機械工業

捷克機械業是該國最具競爭力產業之一，也是僅次於運輸工具之第二大出口產業。依據捷克海關統計之 2006 年捷克機器及機械用具等（海關稅則 84 及 85 章）出口金額已達 337 億美元，較 2005 年成長 26.6%，顯示營運狀況頗佳。主要出口市場為德國（103 億美元）、法國（24 億美元）、英國（21 億美元）、荷蘭（20 億美元）、斯洛伐克（15 億美元）、奧地利（15 億美元）等歐盟國家。

H. 旅館業

2006 年捷克及其首都布拉格持續受到外國遊客歡迎，觀光客人數達到 640 萬人。捷克觀光客多來自歐美及鄰國，前 15 名分別是：德國（占 26.7%）、英國（占 9.37%）、美國（占 6.29%）、波蘭（占 4.21%）、法國、西班牙、斯洛伐克、義大利、荷蘭、奧地利、日本、俄羅斯、丹麥、匈牙利、瑞士。來自亞洲觀光客，以日本、韓國及我國為三大來源，韓國已有直航客機，日本與我國尚無直航布拉格班機；日本觀光客約近 10 萬，韓國觀光客約 5 至 6 萬人，據捷克駐台北經濟文化辦事處統計，2006 年共發給我國人逾 3 萬份簽證，其中絕大多數是觀光簽證。捷克預計 2008 年 1 月加入申根簽證。

捷克近年來採開放天空政策，各廉價航空公司及包機均紛紛開闢前來布拉格航線，使它成為中歐國家首都中最方便抵達的航點，加上它本身早已是全球知名的文化歷史古都，許多景點均列入聯合國 UNESCO 登錄保護。因此，除吸引一般觀光客外，它也具有優勢可吸引公司企業來此辦理員工訓練、開會或獎勵旅遊。除布拉格外，捷克其他景點也逐漸吸引外國遊客之興趣，包括：Karlovy Vary（溫泉鎮）、Hradec Kralove、Brno（第二大城）、Pilsen，以及避暑滑雪山區 Krkonose、Sumava 等。捷克觀光局的目標是在 2010 年前使布拉格成為歐洲第三個最受歡迎的城市，次於倫敦、巴黎，不過得先要贏過維也納、阿姆斯特丹、哥本哈根、巴塞隆納、柏林及布達佩斯。

⑵ 當地台商投資概況

截至 2007 年 12 月止，我國歷年對捷克投資案件累計 23 件，投資金額 9,826 萬美元。由於捷克身處歐洲中心之地理位置、優秀之技術勞工、明確之獎勵投資措施及加入歐盟等因素，吸引不少外國投資。依據會計公司 Ernst & Young 調查，2006 年捷克名列全球第七最吸引外資國家，與 2005 年名次相同。中東歐國家波蘭及匈牙利亦擠入前 10 名。

2006 年經捷克投資局協助投資之件數計 176 件，總值達 1,147 億 1,700 萬克

朗，超過 2004 年及 2005 年兩年之總合，預計將創造 3 萬 4,824 個工作機會。其中金額最高之投資案為南韓現代汽車集團（Hyundai）在北摩拉維亞設立汽車廠案，投資額達 420 億克朗。176 件投資案中，捷克本國籍投資案約占四分之一。捷克貿工部長 Martin Riman 表示，2006 年投入捷克經濟之總投資額達 7,800 億克朗，享有投資優惠之案件僅占其 14%，顯見投資優惠並非捷克吸引投資之主要因素。捷克貿工部已委託布拉格經濟大學進行一項評估投資優惠對捷克經濟影響之分析，以作為未來決定投資優惠存廢之參考資料。

捷克吸引外資之處為：投資優惠、高素質勞動力以及經濟穩定，不過捷克克朗升值且生產成本亦逐年上漲，使投資者甚為關切。捷克貿工部估計，捷克於 2004 年 5 月 1 日加入歐盟，在未來 10 年內，薪資水準至少須調高 25%，以挽留人力，此一數字尚不包括每年因通膨而調高之薪資幅度在內。目前在布拉格等大城附近已出現勞力不足現象，外資廠商甚多必須專案引進外勞（斯洛伐克及波蘭等）以補勞工之不足。該等外勞較願配合加班且較不若捷克本地勞工般常請病假。

因此，台商在進行投資評估時除考量前述捷克投資優惠措施及投資環境優缺點外，更應考量本身全球化生產及市場銷售之布局。台商在進行投資環境考察，可和駐捷克代表處經濟組聯繫，索取最新之投資環境資料並安排至 CzechInvest 聽取簡報。進一步之投資設廠評估事宜，可洽 CzechInvest 提供協助，諸如洽覓設廠地點、當地零組件供應商資料、募集勞工、安排與地方政府溝通協商等。未來在投資設廠後如遭遇問題，仍可透過該局協商其他相關部會尋求解決方案。有關辦公大樓、工業用地及發貨倉庫等資訊，建議可洽當地大型房地產仲介商或開發商提供協助；有關商業、投資及稅務法規、居留簽證申辦事宜等，則可請當地律師或會計師協助，並聘此類專業人士代為處理。

⑶當地台商協會運作情形

「捷克台灣商會」成立於 2003 年 1 月，是目前我國於捷克最主要的台商組織。由於旅捷台商人數約 166 人，人數相對較少，在以服務台商為最大前提下，每年皆會不定期舉辦籌辦聯誼活動及聚會，增進彼此感情的聯繫、交換捷克投資經商資訊及意見。

（4）成功僑台商案例介紹

台商自 1995 年開始赴捷投資，迄 2006 年 12 月底，我國在捷克投資製造業之廠商計有 14 件，其中，除華隆公司投資生產人纖布、漢翔與捷克國營飛機公司 Aero Vodochody（AV）合資設立 IBIS 公司研發 Ae270 8 人座商用飛機案、台萬公司從事生產自行車零組件目前轉為發貨倉庫等 3 件外，其餘 11 件均為在台上市之電子公司在捷克投資案。

包括：大眾、鴻海、華碩、群光、大同（精英）、鴻友、英業達、宏碁、明

碁、英華達、緯創。另有 14 家台商經營貿易、運輸及旅行業，總計投資金額約 2.13 億美元，僱用員工人數約 8,345 人。華航貨機已自 2004 年 11 月起每週 2 班飛抵布拉格。2006 年新來捷克投資及設立據點廠商則包括：明碁（擴建第二廠）、英華達、緯創、奇偶、亞海及 EU3C 等。

3. 小結

捷克自 2000 年以來，經濟情況穩定成長，外人投資活絡，加上自 2005 年以來貿易呈現順差，使得外匯存底自 2000 年初之 100 多億美元，逐漸增加至 2007 年 1 月底之 313.7 億美元。

世界銀行 2006 年 2 月 28 日起正式將捷克列為已開發國家，爾後捷克不能再自世銀獲得財政援助（financial assistance），只能申請技術協助（technical assistance），限期三年且捷克政府必須對技術協助案件提供相對資金；另外，亦須對貧窮國家提供援助。

捷克經濟學家則預測 2007 年捷克經濟成長仍保持良好，家庭消費及投資仍是成長主力，不過與 2006 年相比將趨緩，成長率最高不超過 5％。薪資上漲速度（5.5％至 6％）將比價格水準（2.5％至 3％）調漲快，失業率會進一步下降至 7％。薪資上漲情況，除布拉格外，Brno、Plzen、Ostrava 等大城因有甚多外商投資設廠或設客服研發中心，因此也會進一步調漲。在投資方面，現行企業將盈餘再投資將占大部份，預計新吸引之 FDI 將減少至約 50 億美元。在外貿方面，預計在外資掌控之汽車及電腦業出口帶動下，貿易順差預計在 350 億至 500 億克朗間，確切金額將視進口油料及天然氣之價格變動而定。

我國與捷克之經貿交流及投資合作穩定發展。台捷貿易往來僅十餘年歷史，雙邊貿易金額，依我國海關統計近 5 億美元，依捷克海關統計則達 12 億美元。捷克近年來經濟持續成長，所得及購買力增加，以及捷克幣值升值，未來雙方貿易仍有成長空間。

台商對拓銷捷克市場甚積極，相對的，捷商一向將出口市場集中於歐洲，對開拓我國市場較不積極。另捷克近年大力吸引外資，捷克外人投資促進局（CzechInvest ）在 2002 年 2 月於香港設立辦事處，兼管吸引我國廠商來捷投資業務。我國是捷克來自亞洲的第三大外資來源，次於日本及韓國。

我國與捷克自 2003 年開始建立工業合作機制，雙方在多項工業加強合作，同時合作開拓亞太等第三國市場，預期可更進一步帶動雙邊經貿關係。

(十三) 烏克蘭

1. 總體經濟情勢分析

2007 年烏克蘭經濟成長率達 7.3％，較 2006 年成長率 7.1％略高，可見近年烏克蘭維持穩定成長的趨勢。烏克蘭經濟大幅成長的動力，主要來自於國內需求。2006 年前 9 個月，家戶平均消費成長 18.8％，主要是國民所得提高，以及消費性貸款額大幅增加。此外，在民間投資旺盛及房屋興建的熱潮下，2006 年前 9 個月烏克蘭固定資本累積毛額（Gross Fixed Capital Accumulation）成長 12.1％。

在就業方面，2007 年失業率達 6.7％，低於 2006 年之 6.9％。經濟持續成長，失業情況略有改善。由於廠商增僱員工多有觀望期，工業生產若持續改善，經濟景氣持續上升，就業情況將逐漸改善。

在物價水準方面，2007 年烏克蘭市場通貨膨脹率為 12.8％，較 2006 年之上漲率 9.1％大幅增加。2006 年中期烏克蘭的通貨膨賬率曾降至 6.8％，主要是食品的市場價格維持穩定，以及政府限制乳製品及肉品出口至俄羅斯。不過，由於天然氣進口價格大漲，烏克蘭政府因多年未調整公共費率，2006 年下半年大幅調升費率，使得全年的通貨膨脹幅度超過 10％。

在工業生產方面，2006 年烏克蘭工業總生產成長 6.2％，遠高於 2006 年 3.1％的增幅。成長最顯著的是金屬業，2005 年金屬業產值衰退 1.5％，2006 年則成長 8.9％。金屬業的興盛，亦帶動採礦業的發展，產值成長 5.8％。此外，烏克蘭機械業產值 2005 年已締造 7.1％的成長佳績，2006 年更上一層樓，成長率達 11.8％，主要是製造業的投資熱潮帶動機械的需求。

在與我國經貿互動關係方面，我國與烏克蘭之雙邊貿易總額達 3 億 4,600 萬美元，其中我自烏克蘭進口總額為 1 億 2,900 萬美元，較 2006 減少 28.3％；我出口至烏克蘭總額為 2 億 1,700 萬美元，較上年成長 41.8％；進出口相抵，我對烏克蘭順差金額為 8,800 萬美元。

我國自烏克蘭進口之主要項目為鐵或合金鋼之半製品、熱軋之鐵或非合金鋼扁軋製品、尿素、含菸葉之紙菸、黃銅、糖蜜、已二酸等大宗原料。而我國向烏克蘭出口之主要項目為筆記型電腦、電腦之零件及附件、聚氯乙烯、電動防盜器、聚酯纖維棉梭織物、橡塑膠加工機、鋼鐵製螺釘螺帽等。

若分析雙邊貿易結構，我國及烏克蘭產品極具互補性，烏克蘭擁有豐富天然資源，又是我在獨立國協地區之第二大貿易夥伴，未來只要烏克蘭經濟穩定成長，咸信未來雙方經貿深具發展潛力。

表 2-66　烏克蘭基本資料表與總體經濟指標

地理位置	居歐洲大陸中心，東鄰俄羅斯，西北與白俄羅斯接壤，西連波蘭、斯洛伐克、匈牙利、羅馬尼亞、摩達維亞，南濱黑海。		
首都（府）主要城市	基輔		
國際機場（座落地點與名稱）	Kiev、Dnepropetrovsk、Donetsk、Kharkov、Lvov、Odessa、Simferopol		
面積（平方公里）	603,700		
人口數（萬人 ,2008 年）	4,599.4		
人口密度（人 / 平方公里）	77		
華人數（人）	--		
華人所佔比例（%）	--		
台僑人數（人）	--		
台僑所佔比例（%）	--		
匯率（烏克蘭幣兌美元）	5.05：1（2007.12）		
	2005	2006	2007
消費者物價上漲率（%）	10.5	9.1	12.8
經濟成長率（%）	2.4	7.1	7.3
失業率（%）	7.2	6.9	6.7
國內生產毛額（億美元）	874.25	1,077.62	1,404.84
平均每人國民所得（美元）	1,857	2,305	2,550
出口值（億美元）	324.87	383.67	490
進口值（億美元）	361.41	450.34	610
對我國之出口值（億美元）	1.35	1.80	1.29
自我國之進口值（億美元）	1.23	1.53	2.17
對我國之貿易餘額（億美元）	0.12	0.27	0.88
對我國之主要出口產品	鐵、非合金鋼之半製品、菸葉、礦物或化學氮肥		
自我國之主要進口產品	自動資料處理機、磁性或光學閱讀機、鋼鐵製螺釘		
外匯存底（億美元）	324.79（2007.12）		

資料來源：烏克蘭國家統計委員會、中華民國財政部關稅總局、世界銀行、IMF。

2. 當地台商投資情形

(1) 當地產業發展

烏克蘭相關重要產業發展，謹按產業類別分述如後：

A. 礦業及半成品業

a. 金屬礦

採礦業自 2001 年起即穩定的發展。烏克蘭是全球第五大的鐵礦生產國，鐵礦出口占烏克蘭出口總額 15％。烏克蘭生產的鐵礦幾乎全數銷往獨立國協以外的地區。2004 年烏克蘭的鐵礦出口量衰退 10％，達 1,790 萬公噸。這並非鐵礦的生產量萎縮，而是國內需求增加，以致出口衰退。2005 年烏克蘭鐵礦出口量成長 12％，2006 年 1 至 11 月則較 2005 年同期成長 8％。除了鐵礦之外，烏克蘭鎂礦蘊藏量全球排名第二。

b. 煤礦

煤是烏克蘭最重要的礦產資源，主要分布於烏克蘭東部的 Donbass 盆地。煤礦蘊藏量估計達 450 億公噸，約占前蘇聯蘊藏量的 60％。不過，烏克蘭的煤礦多分布於地底深處，許多較舊的礦區缺乏現代化設備，無法繼續向下開挖。目前雖然煤礦開採的產值仍占烏克蘭工業生產值的 10％，但事實上在烏克蘭獨立後的 10 年內 (1991 年至 2000 年)，煤礦產量已衰退一半。自 2000 年迄今，煤礦產量則大致呈現穩定。所有開採的煤礦都在烏克蘭國內使用，大約三分之二運往火力發電廠，其餘的則製成焦炭，以作為金屬礦提煉使用。由於烏克蘭電力部門負債累累，相對的金屬製造業蓬勃發展，因此煤礦製成焦炭的比例有上升趨勢。

c. 石油及天然氣

依據烏克蘭國家地質委員會（State Geology Committee）的估計，烏克蘭境內的原油蘊藏量達 13 億噸，天然氣蘊藏量則為 6 兆 4,000 億立方公尺。烏克蘭境內有幾座油田及天然氣井（Gas field），惟開採規模並不大。2006 年 1 至 11 月，烏克蘭生產 430 萬公噸原油（包括天然氣濃縮物）以及 178 億立方公尺天然氣，產量僅夠滿足烏克蘭國內原油及天然氣需求量的十分之一，其餘則需仰賴進口。自 1991 年烏克蘭獨立之後，多數時期原油及天然氣產量一直未有太多成長，最近三年才稍有改觀。

B. 製造業

製造業占烏克蘭工業生產總值的 75％，且是烏克蘭過去五年維持高度經濟成長的主要力量。自 2000 年迄 2004 年，製造業產值的平均年增率達 15％。不過，2005 年及 2006 年上半年製造業產值大幅衰退，主要是因為鋼鐵的需求及價格均呈現下滑，而鋼鐵是烏克蘭最重要的產業項目。鋼價於 2006 年中期回升，帶動金屬加工業的成長，但製造業成長幅度仍遠不及前幾年的榮景。

C. 金融業

過去一年，烏克蘭各商業銀行的放款業務普遍較存款業務興盛。由於放款需求，各銀行多向海外尋求資金來源。此外，由於消費貸款及購屋貸款興盛，亦帶動外幣借款的需求。2006 年 1 至 10 月的外匯借款金額較前年同期大幅成長 90％。目前外匯貸款已占烏克蘭銀行總放款比例一半以上，但就消費貸款而言，以外幣計價的貸款所占比例高達 90％。目前烏克蘭中央銀行（National Bank of Ukraine）已注意到此現象，並已尋求對策抑制外幣貸款。

D. 交通業

烏克蘭的交通基礎設施，在前蘇聯時期即已「先天不良」。獨立後由於缺乏維修，交通設施可說是更為惡化。在地理位置上，烏克蘭恰好位於中歐國家及前蘇聯各國的中繼點，很可惜的是由於自身交通設施的條件不夠，未能成功扮演轉運中心的角色。烏克蘭境內道路總長度為 25 萬公里，其中僅半數有鋪設柏油，整體而言道路維護作得並不好。

E. 電信業

a. 固網

烏克蘭的固網電信原由國營的「烏克蘭電信」（Ukrtelecom）所獨占。烏克蘭政府為帶動固網通信的投資，計畫出售「烏克蘭電信」的部分股權，逐步達成民營化。雖然民營化的進度不斷延宕，但近幾年固網通訊的品質確有顯著改善。目前各主要地區中心均已配置數位化的交換站（Digital Switching Stations），全國並已設立超過 1 萬 7,000 公里的光纖線路。「烏克蘭電信」並大幅增設寬頻連接埠（Access Port）。

b. 無線通訊

烏克蘭目前有 5 家無線通訊業者，迄 2006 年 9 月排名第 1 的「基輔之星」（Kyivstar）由挪威商 Telenor（擁有 56.5％股權）及俄商 Alfa Group 共同投資，擁有 1,770 萬用戶。排名第 2 的「烏克蘭無線通訊」（UMC, Ukrainian Mobile Communications）由俄商 Mobile TeleSystems（簡稱 MTS）投資，擁有 1,640 萬用戶。

c. 網際網路

烏克蘭的網路使用雖然近幾年成長的很快，但仍不夠普及。一般網路多為撥接上網（Dial-up access），然因烏克蘭固網電話的普及率很低，加上電腦亦不普及，且家用電腦所占比率不高，凡此均阻礙網路服務業的發展。迄 2005 年，烏克蘭僅有 600 萬網路用戶，2006 年成長 20％，但其中僅有少部分用戶使用寬頻網路。烏克蘭全國有超過 400 家網路服務供應商（ISP, Internet Services Providers）。

F. 零售業

近幾年陸續有外資投入烏克蘭零售業，但是現代化的零售通路仍未全面建立。雖然基輔各區域陸續興建購物中心，亦都有不錯的業績，但零售通路的類型

仍是傳統及現代並存。露天市場及傳統市集仍是烏克蘭最重要的行銷通路。對多數商品而言，在固定零售據點的業績，通常不及其總銷售額的 50%，也就是超過一半的商品是在露天市場及傳統市集售出。食品則有一半以上在固定的零售據點售出，主要是因為許多食品需貯存於冷藏或冷凍庫內販售。如同在其他東歐國家一樣，近兩年量販店亦引進至烏克蘭，多座落於大城市的郊區。不過因為烏克蘭大眾運輸不算發達，加上民眾擁有自用車的比例不高，多數消費者前往偏遠的量販店並不容易，使得量販店在烏克蘭的發展受到限制。

(2) 當地外人投資概況

在投資環境部分，整體而言，烏克蘭吸引外商投資的績效並不突出。自 80 年代末期東歐各國紛紛脫離共產統治以來，烏克蘭吸引外商的投資數額，僅占東歐整體的外商直接投資額 3%。最主要的因素是烏克蘭法制化尚待落實。此外，近期烏克蘭政經局勢不穩定，政府推動民營化的進度亦相當緩慢。

根據統計，根據烏克蘭國家統計委員會的資料，截至 2007 年 1 月 1 日，烏國共吸引外國直接投資達 211 億 8,600 萬美元。外國對烏克蘭直接投資累計金額前 7 大的國家依序是：德國（56 億 2,070 萬美元，占外資總額 26.5%）、賽普路斯（30 億 1,170 萬美元，占 14.2%）、奧地利（16 億 80 萬美元，占 7.6%）、英國（15 億 5,720 萬美元，占 7.4%）、荷蘭（14 億 9,300 萬美元，占 7.0%）、美國（14 億 1,800 萬美元，占 6.7%）、俄羅斯（9 億 8,080 萬美元，占 4.6%）。雖然賽普路斯在統計上為烏克蘭第 2 大外資國，惟實際上多為烏克蘭商或俄羅斯商所設立的境外公司。

此外，烏克蘭雖已於 1999 年 1 月 1 日施行新制之個人綜合所得稅，將最高稅率從 48.5%調降為 37.5%，2004 年再度調降個人所得稅到 13%（2007 年起再調整為 15%）與企業利潤稅到 25%，但整體看來，烏國的社會福利稅依舊偏高。

外人赴烏克蘭直接投資之產業主要分別為批發貿易、食品工業及農產品加工業、機械製造業、金融業、運輸業、通訊業、冶金及金屬加工業、不動產業、化學及石化工業等；當然，最有利的投資產業為：(1)市場拓展為導向之產品；(2)原料就地取得為考慮之產業；(3)技術合作以獲取當地技術之產業。

(3) 當地台商協會運作情形

烏克蘭地近中國，常有中國人民進入營生，但合法居留者之華人並不多。此外，常駐烏克蘭之台商為數不多，所以並無任何台商組織成立。

3. 小結

總體而言，2007 年烏克蘭經濟成長率為 7.3%，較 2006 年成長率 7.1%略為高，由於未來鋼鐵價格走勢趨弱，加上天然氣價格不斷上漲，均為最重要產業。另由於水、電、天然氣等公共費率不斷調升，國民所得增加幅度亦遠不如 2005-06 年度。因此，2007-08 年度的烏克蘭家庭消費，上漲幅度將不如前兩年。如果烏克

蘭國內政爭不能平息，對於經濟發展亦將造成負面影響，特別是外商投資。不過由於家庭收入不斷增加，家庭消費成長幅度依然很強。

另由於 2007 年由於烏克蘭向俄羅斯採購的天然氣價格上漲，鋼鐵出口價格預期將滑落，再加上隨著民眾所得提高，帶動對於進口商品的需求，以上種種因素均將造成烏克蘭貿易赤字持續擴大。

此外，由於天然氣、水、電及電話費率將持續調升，加上寬鬆的預算政策，且貨幣供給增加幅度極大，2007 年通貨膨脹現象仍舊持續。不過由於反對公共費率上漲的民意高漲，以致於 2007 年初公共費率調升的幅度未如預期般劇烈，加上烏克蘭政府亦計劃採用行政措施抑制物價上漲，故通貨膨脹幅度將不致太劇烈。

(十四) 歐洲地區其他國家

本區域主要包含奧地利、瑞士、匈牙利、保加利亞、丹麥、挪威、瑞典、芬蘭、冰島、葡萄牙及希臘等國家。各國基本資料請參考下表。

表 2-67　歐洲地區其他國家總體經濟指標，2007 年

國別	面積（平方公里）	人口數（萬人）	國內生產毛額（億美元）	平均每人國民所得（美元）	經濟成長率，2007 年（%）
奧地利	83,857	820.5	3,739.4	42,700	3.4
瑞士	41,293	758.1	4,239.4	59,880	3.1
匈牙利	93,030	993.1	1,383.9	11,570	1.3
保加利亞	110,994	726.3	396.1	4,590	6.2
丹麥	43,093	548.5	3,119.1	54,910	1.8
挪威	323,878	464.4	3,915	76,450	3.5
瑞典	449,961	904.5	4,553.2	46,060	2.6
芬蘭	338,145	524.5	2,450.1	44,400	4.4
冰島	103,000	30.4	200	54,100	3.8
葡萄牙	92,100	1,067.7	2,233	18,950	1.9
西班牙	504,782	4,049.1	14,389.6	29,450	3.8
希臘	131,957	1,072.3	3,146.2	29,630	4.0
羅馬尼亞	237,500	2,190	1,659.8	7,540	6.0

註：本表所列人口資料為 2008 年 7 月估計。

資料來源：世界銀行／ EIU ／貿易局經貿統計／ The Europa World Year Book ／ CIA The World Fact Book ／中華民國外交部

1. 奧地利

受歐洲景氣擴張之效益，2006 年奧地利經濟發展呈現出近年來少有之活力，奧國幾個經濟研究機構皆在 2006 年數次向上修正對該國經濟成長之預估。根據 2007 年初奧地利中央銀行發布的資料，奧國 2007 年的經濟成長率達 3.4%，係自 2001 年來成績最亮麗的一年。

出口旺盛係帶動 2006 年奧國經濟成長的火車頭，當年奧國進、出口均突破 1,000 億歐元大關，不但創下奧國對外貿易新高，亦為該國外貿奠定一個新的里程碑。2006 年奧國進口總額 1,069 億 1,000 萬歐元（約 1,342 億 4,000 萬美元），

較 2005 年成長 10.8%。同年奧國出口總額近 1,067 億 6,000 萬歐元（約 1,340 億 4,000 萬美元），較 2005 年增加 12.7%。

2006 年奧國的貿易赤字約 1 億 5,000 萬歐元，較 2005 年縮小 13 億 4,000 萬歐元，係自 2002 年來最好的外貿成績。對外出口係奧國經濟命脈，2006 年奧國對外出口最主要的市場還是德國及義大利，對西歐國家的出口亦有明顯成長，其中成長幅度較大的國家為瑞典、芬蘭、愛爾蘭及英國。此外，奧國對東歐出口亦有明顯的成長，其中又以歐盟 12 個新會員國的成長幅度最大。

在與我國雙邊貿易關係方面，2006 年台灣與奧國雙邊貿易總額共為 11 億 2,208 萬美元，較 2005 年同期成長 14%；奧地利自台灣進口金額為 7 億 361 萬美元，較 2005 年同期增加 10.7%，奧地利對台灣出口金額則為 4 億 1,847 萬美元，亦較 2005 年同期增加 20%。我國為奧地利第 26 大進口來源國，在亞洲我國僅次於中國、日本、南韓，為奧地利第 4 大進口來源國。

在外人投資方面，奧國雖然幅員小，國內市場胃納不大，但因地處中歐要津，向來與東、西歐各國均維持密切經貿關係；且奧國除為歐盟會員外，亦同時參與歐洲經濟暨貨幣同盟，為拓展東、西歐貿易的理想據點。此外，奧國政治、經濟、社會環境穩定，勞資關係向稱和諧，其他如工業技術先進，基本設施完善，人力資源素質優良等，皆為前來奧國投資的有利條件。

根據奧地利國家銀行的統計數據，2003 年外商投資金額達 74 億 9,000 萬美元，2004 年外資挹注減少至 40 億美元，至 2005 年外資則停滯呈與 2004 年大略相同的水準，約 39 億美元。2006 上半年外人在奧直接投資金額達 26 億美元，投資項目包括證券、基金、不動產、企業的現金及廠房設備投資等。

就台商部分而言，1970 及 1980 年代我國僑民赴奧國多以經營餐飲業起家，目前在奧國經營的台商多半於 1990 年以後成立，企業規模均屬中小型或辦事處型態，較具知名度的廠商包括長榮航空、長榮運輸、中華航空、兆輝石化、宏碁電腦、旭青電腦、陞技電腦、鴻海科技等近 20 家，經營產業別包括資訊、電子、運輸、通訊器材、家電以及一般進出口貿易業，此外亦有一家台商自台灣進口機器設備，在奧地利生產豆腐及豆類製品行銷當地市場。

2. 瑞士

根據瑞士聯邦經濟部「經濟事務局」（SECO）於 2007 年 3 月 8 日所公布其對瑞士 2007 年瑞士經濟發展與成長情形之分析，結果顯示該年景氣持續蓬勃發展，各方面之表現亮麗，國內經濟成長率高達 3.1%，較 2006 年之 2.7%續有進步，係自 2001 年以來成績最佳之一年。

尤其對外貿易方面，成績更是耀眼，其中出口較 2005 年成長 9.5%，進口成長 8.2%，係支撐瑞士經濟蓬勃之兩大棟樑。另一般民間消費亦因景氣活絡而有 1.8%

之較大幅度成長；業者之廠房投資成長 0.5%，機器設備投資成長 8%，均為正面反映帶動經濟向前邁進之景象。在前述基本面看好之情況下，尤為難能可貴者，一為失業率繼 2005 年之後續降至 3.3%（2005 年為 3.9%），就業人口成長 0.8%，消費物價指數上漲率則僅維持 1.1%，此三者皆為有效提升民眾消費購買能力之基礎。

在與我國雙邊貿易關係方面，2006 年 1 月至 12 月，瑞士對台灣進出口總額達 16 億 5,290 萬美元，較 2005 年之 14 億 7,760 萬美元增加 10.6%。其中自我國進口金額為 4 億 9,230 萬美元，較 2005 年增加 21.1%；對我出口 11 億 6,060 萬美元，較 2005 年增 8.4%。計瑞士對我享有出超 6 億 6,830 萬美元，較 2005 年之 6 億 6,440 萬美元略為成長 0.58%。

瑞士對台灣出口之產品，以「化學製品及藥品」、「鐘錶」、「金屬加工工具機」、「其他電動機器及工具機產品」、「其他各種加工機器」、「紡織機」、「金屬製品」、「機械式測量檢驗及調控儀器」、「抽水機空氣壓縮機抽風機」、「非電引擎」、「醫療器材」、「紡織成衣與鞋材」、「農林及漁牧產品」、「紙張紙品及印繪產品」、「食品加工機器」、「電子零組件」、「皮革塑膠及橡膠產品」、「礦石加工機器」、「焊接機器」及「電氣開關與線纜」等產品為主。

至瑞士自台灣進口之產品，則以「辦公事務機器及資訊科技產品」、「化學製品及藥品」、「金屬製品」、「兩輪交通工具（自行車）」、「發電器材及電力引擎」、「通訊設備及器材」、「電子零組件」、「鐘表」、「道路交通工具零配件（腳踏車等）」、「金屬加工工具機」、「電氣開關及線纜」、「消費娛樂電子產品」、「皮革橡膠塑膠」、「鋼鐵製品」、「紡織成衣與鞋材」、「檢控號誌及測量器材」、「其他電氣機器及工具機產品」、「光學設備及照相器材」、「航太器材」及「其他各類工具機」等產品為強項。

就我國對瑞士投資方面而言，截至 2006 年年底為止，累積共計 15 件，金額累計為 1,790 萬美元；瑞商在台灣投資累計共 167 件，金額累計為 5 億 6,581 萬美元。瑞士為歐洲國家對台灣投資第 5 大國，次於荷、英、德及法國。此外，據瑞士聯邦統計局近期資料顯示，目前旅居瑞士之華人約為 1 萬 3,000 餘人，其中約 5,000 人為中南半島之難僑，來自中國約 7,500 餘人，台僑約 500 餘人。旅瑞華人除少部分人在瑞士公司行號或學術機構任職外，多從事餐飲旅遊業，亦有少數經營南北雜貨之進口批發，消費者多為華人。至直接來自台灣在瑞士成立貿易公司者，尚不多見。

目前在瑞士除「宏碁電腦公司」、「天鈺科技股份有限公司」、「華碩電腦公司」以及「台達電子股份有限公司」等我國少數高科技集團設立之分公司或辦事處外，尚無規模較大之台資或僑營事業。惟近一兩年來，間有若干旅瑞之台 (華) 商離開其原就職之外商公司而自行創業，試圖以小規模、循環漸進之方式，在瑞、台高技產業等領域發展個人事業。又中華航空公司曾自 1995 年 7 月 13 起飛航蘇黎士，並設有分公司派員經營，惟自 1999 年元月份起，基於經濟效益之考量而停飛。

1997 年 6 月在我國「駐蘇黎士台北貿易辦事處」積極輔導下，組成「瑞士台

灣商會」，藉以發揮整體力量，促進中瑞間之實質經貿交流，現有會員約 40 位。

3. 匈牙利

根據匈牙利中央統計局的最新統計，2007 年匈牙利經濟成長達僅 1.3％，匈牙利工業和出口的強勁成長，成為匈國 GDP 成長的主要動力。2007 年匈牙利的 GDP 達到 1,383.9 億美元。

在就業表現方面，2006 年匈牙利人口稍微下降，由於新生兒數量上升及死亡人數大福減少，人口跌勢趨緩。2006 年底，匈牙利總人口為 1,006 萬 4,000 人，比 2005 年減少了 1 萬 3,000。據匈牙利統計局最新統計，2006 年匈牙利失業率為 7.5％，較 2005 年增加 0.3％。2006 年匈全國就業人數平均為 393 萬，失業人數為 31 萬 3,000。

在對外貿易表現方面，2006 年匈牙利貿易逆差額為 24 億歐元，較 2005 年相比下降了 4.39 億歐元。2006 年出口總量為 733.41 億歐元，較 2005 年成長 18.56％，進口總量為 757.39 億歐元，較 2005 年成長 15.75％。

在與我國雙邊貿易關係方面，2006 年台匈雙邊貿易總額達 6 億 4,196 萬美元，我國享有順差 4 億 9,627 萬美元；相較 2005 年成長 82.96％。主要原因係我液晶裝置（未構成為其他號列所更明確說明之物品者）；雷射，雷射二極體除外之其他光學用具及儀器等出口至匈牙利組裝成液晶電視再轉出口量巨幅成長，同時匈牙利由於傳有禽流感導致豬肉、動物腸、膀胱及胃生鮮、冷藏或冷凍等產品出口到我國銳減。

就外人投資方面而言，匈牙利對外人投資一向持歡迎態度，外商在匈牙利所享之待遇幾與本國公司相同，外商可於匈牙利擁有房地產。外商可投資匈牙利之產業相當廣，投資人亦可與匈牙利政府主管機關及地方政府以專案方式協商以進行投資，並按照可提供之就業機會等條件換取各項租稅減免等獎勵措施。我國目前在匈牙利有五家投資生產事業，有貿易商公司約 12 家，主要從事消費品進出口貿易，2 家經營電腦，1 家從事旅行社。

4. 保加利亞

在穩定的政治發展環境之下，企業及消費者對經濟景氣信心偏向樂觀，2007 年在國內投資及消費成長的帶動下，保加利亞實質經濟成長率再創 6.2％佳績，持續過去三年的經濟榮景。2006 年保國國內生產毛額為 396 億美元，平均每人國民所得為 4,590 美元。

其中，在產業結構中，服務業占 48.8％，工業部門占該國經濟總值的 25.6％，農業比重降低至 7％，顯現保國經濟朝服務業為主體發展，其中營建業及觀光業儼然是當今該國之明星產業。2006 年工業實質成長率雖有 5％，但不

及整體經濟成長幅度，營建業景氣帶動建材製造業的大幅成長，食品加工業、紡織業、化工業、電子業、資訊業都在國內市場需求帶動下有顯著成長，外銷成衣業、製鞋業及電子加工業仍以利用保國廉價技術人力之 OEM 加工為主。農業部門萎縮，已成為保國產業發展的隱憂，一方面因為農地私有化後單位耕地變小，缺乏耕作之規模經濟，另方面因為承襲農地之地主已非農民，不諳或無意耕作。

在物價表現方面，2006 年保加利亞的物價水準，受國際原物料及能源價格居高不下，都市房地產價格上揚，以及為準備加入歐盟而提高奢侈稅等影響，導致較高的價格漲幅。統計顯示，2006 全年躉售物價指數上揚 8％，而代表零售價格的消費者物價指數則僅上升 6.5％，一般歸因於保國勞工薪資水準未明顯提升，非都市地區失業率仍高，消費者平均購買力未能同步擴增，而零售價格受到壓抑。

在就業表現方面，隨著民營企業的成長，吸收舊有國營事業失業勞工，使得保國登記失業人口持續下降。2006 年底，登記失業人口共計 34 萬，失業率為 9.1％，比 2005 年底的失業率 10.1％降低 1％；回顧 5 年以前，該國高達 15％以上的失業率，保加利亞在就業市場方面已有顯著的改善。

在與我國雙邊貿易關係方面，2006 年台保雙邊貿易總額 9,617 萬美元，比 2005 年成長 5.1％，其中我國對保加利亞出口金額成長 13.3％，而自保加利亞進口金額則減少 12.8％，我國對保加利亞貿易順差 4,789 萬美元。

2006 年我國直接出口保加利亞最大宗項目為「積體電路」（HS Code 8542），金額 2,801 萬美元，約占我國直接出口保加利亞總額的五分之二；然而我國實質出口保加利亞最多的項目「資訊設備及相關零件」（HS Code 8471 及 8473），銷往保加利亞金額雖達 3,510 萬美元，但多屬間接貿易，直接出口至保加利亞金額僅 1,003 萬美元，不及實質出口總額的三分之一，此乃因為我國出口廠商多以西歐地區為歐陸配銷中心所致。

我國銷往保加利亞第三大產品項目無線通訊設備 (HS Code 8525 及 8529) 也是同樣情形，間接出口保國金額約占三分之二。以上三類產品，占我國出口保加利亞總額的半數，其他出口保加利亞重要項目有：紡織、塑料、電纜線（2006 年大幅成長）、空白光碟、冷凍魚、汽機車零配件、機械、及電子零組件等。

保加利亞對我國出口方面，依據我海關統計，2006 年對我出口主要項目為金屬材料包括鋁、銅、鋼鐵等，占對我出口總金額的半數，其他重要出口項目有積體電路、成衣、化學品、電熱器、飼料、藥品及精油等。2006 年對我出口減少 12.8％，係因為鋼鐵及銅材在國際市場供不應求下，銷往我國金額大幅滑落近七成。

5. 丹麥

2006 年丹麥經濟是自 2004 年開始復甦後第 3 年連續上揚，2006 年經濟成長率達 3.2％，使原本甚低的失業率得以進一步下降。2006 年的經濟成長，不但強

勁，而且基礎寬廣，諸如：消費者支出因受惠於就業增加及房價上漲而增加；商業投資活動因低利率、高開工率及經濟前景樂觀等因素而增加，並進一步促進經濟成長。故 2006 年經濟成長，係得自各層面的支撐，其利益顯而易見。2007 年丹麥經濟成為率降為 1.8%。

在就業表現方面，丹麥失業率自 2004 年初開始下降，2006 年經濟強勁成長，促使失業率繼續下跌至 3.9%，係自 1970 年以來最低的數字，同時，在短短的 3 年間，降低了 2.5%。低失業率是好事，但卻為未來經濟發展帶來甚多挑戰，人力短缺將導致薪資上漲，惟 2006 年薪資僅較 2005 年小幅上漲，人力嚴重缺少之產業薪資上漲幅度則相當高。

在物價表現方面，2006 年丹麥通貨膨脹率亦隨著丹麥國內薪資調升、企業獲利增加而上升 1.9%。國內消費係丹麥經濟成長之主力，2006 年增加 3%。丹麥房屋市場 2006 年仍充滿活力，惟至該年底則因利率調升而上漲趨勢減緩。房貸仍持續成長，至年底則趨緩，年成長率為 12%。

就與我國雙邊貿易關係表現方面而言，2006 年台丹雙邊貿易總額為 8 億 2,595 萬美元，比 2005 年增加 8%，我國享有貿易順差 3 億 3,763 萬美元。

2006 年我國對丹麥出口總額 5 億 8,179 萬美元，比 2005 年增加 0.57%。以商品別觀察，我國對丹麥的出口產品以具有接收器之傳輸器為最大宗，金額達 1 億 4,25 萬美元，成長 2.92%；其他主要出口項目依次為電腦之相關零件及附件（4,224 萬美元）、非動力之二輪腳踏車及其他腳踏車（2,385 萬美元）、厚度超過 1 公厘但小於 3 公厘之不銹鋼扁軋製品（2,306 萬美元）、其他載波電流線路系統用或數位線路系統用器具（1,423 萬美元）、螺釘及螺栓（1,197 萬美元）、晶圓（1,005 萬美元）、汽缸（913 萬美元）、丙烯（794 萬美元）、攜帶式自動資料處理機及其附屬單元（763 萬美元），我國 2006 年外銷丹麥之產品多集中於電腦及其零組件、腳踏車等我國較具出口競爭力之產品。

2006 年我國自丹麥進口總額 2 億 4,416 萬美元，比 2005 年增加 23.62%。以商品別觀察，我國自丹麥的進口產品以發電機組及旋轉變流機為最大宗，金額達 3,209 萬美元，此係我國台電向丹麥著名 Vestas 採購風力發電機；其他主要進口產品為調製奶粉（2,249 萬美元）、觸媒（2,160 萬美元）、泵之零件（1,259 萬美元）、魚、甲殼類、軟體動物或其他水產無脊椎動物之粉（1,105 萬美元）、胰島素製劑（605 萬美元）、矽晶棒（709 萬美元）、抗血清（588 萬美元）、醫藥製劑（386 萬美元）、靜電式變流器（299 萬美元）、醫用儀器及用具（250 萬美元）、裝入同一音箱之多個揚聲器（202 萬美元）、液體泵之零件（1,367 萬美元）、粗粉及團粒（1,105 萬美元）、氫（709 萬美元）、助聽器（182 萬美元）、銀製金屬（171 萬美元）、馬鈴薯澱粉（164 萬美元）等，我國 2006 年向丹麥進口之產品則多集中於風力發電、食品、醫藥產品等丹麥較具出口競爭力之產品。

就外人投資方面而言，2006 年外人對丹麥直接投資金額達 43 億美元，較 2005 年衰退 69%。德國、瑞典、美國、英國、荷蘭為丹麥主要外資來源。

以產業別分析，外國對丹麥的投資中，以貿易、飯店及餐飲業最高，投資金額達 30 億美元；第二係為金融及商業服務業，投資金額達 14 億美元；再其次為運輸、郵政及通訊業，投資金額達 4 億美元。

我國廠商在丹麥投資者有鴻海、合勤、友訊、中美矽晶等，多從事於資訊、通訊產品之研發或批發。我個人電腦廠商宏碁、華碩之產品透過代理商銷售，品牌知名度甚高。

1952 年迄今，丹麥廠商赴我國投資共 32 件，累計金額 1 億 600 萬美元。所跨業別甚廣，包括電機、電子、電力供應、航運、工程顧問、批發、出版等業，丹麥知名之 Grundfos、A.P. Mølle-Maersk、Novo Nordisk、Georg Jensen、Royal Copenhagen、Vestas 等在台均有投資。早期在台投資活動以製造、批發為主，近年則有 ISS、DSV 等公司在台提供物業管理及物流等服務。

6. 挪威

自 2004 至 2006 年，挪威連續三年的內陸經濟（不含北海離岸石油和天然氣的生產）成長穩健，根據挪威統計局（Statistics Norway）的統計，2006 年的內陸經濟成長率達 4.5%，而 2005 年為 4.1%，但如果將北海離岸石油和天然氣的生產也列入計算，則 2006 年挪威的整體經濟成長率為 2.9%，而 2005 年為 2.4%。

支持挪威內需的因素之二是低通貨膨脹，挪威央行銜命將通膨率控制在 2.5%，且指標物價指數不超過 1%，2006 年的 CPI-ATE 波動僅僅 0.8%，消費者物價指數上漲率僅 2.3%，低的通膨率間接地增加了消費者購買力，並擴大市場需求，但也引起挪威央行是否在未來繼續升息的廣泛討論。

在對外貿易表現方面，主要出口市場依序為英國（20.78%）、德國（9.55%）、荷蘭（8.10%）、法國（6.40%）、瑞典（5.03%），挪威對歐洲國家的出口在 2006 年創新紀錄，成長了 17.9%，對上述五個主要市場的出口都出現正成長，2006 年出口成長幅度分別為英國（18%）、德國（8.99%）、荷蘭（7.13%）、法國（6.31%）、瑞典（4.7%）。對世界其他地區的出口也成長不少，北美洲成長 23%，亞洲則成長 32.1%。在進口方面，2006 年的進口總額達 956 億美元，因為挪威國內需求擴張，化學製品、礦物和製成品的進口量提升，此外，挪威也在 2006 年購進兩艘驅逐艦，2007 年到 2009 年間，每年將會有一艘驅逐艦交貨，五艘軍艦造價共 167 億挪威克朗（約 25 億 9,300 萬美元），這些因素使 2006 年的進口金額成長了 16%，前五大進口來源國依序為瑞典（10.05%）、德國（9.02%）、丹麥（4.62%）、英國（4.29%）、中國（3.82%）。

在與我國雙邊貿易關係方面，2005 年我國對挪威的貿易逆差為 3 億 6,000 萬美

元，2006 年的逆差縮減至 3,857 萬美元，但雙邊貿易額也從 2005 年的 6 億 8,400 萬美元大幅滑落至 2006 年的 3 億 6,207 萬美元，較 2005 年衰退 61.9%，衰退主因是石油進口負成長 87%，僅管如此，中挪雙邊貿易額仍相對處於高點，雙邊貿易額占我國與歐洲之 0.758%（2005 年為 1.736%），占我國總貿易額之 0.085%。

我國向挪威出口方面，根據經濟部國貿局之統計資料顯示，2006 年我對挪威出口額為 1 億 6,174 萬美元，較 2005 年減少 0.17%，雖然略有減少，但我國向挪威出口已經走出 2001 年至 2004 年的低峰時期。2001 年可謂谷底，出口額僅有 1 億 1,584 萬美元。2006 年我對挪威出口額占我國對歐洲出口貿易額之 0.618%，占我國總出口額之 0.072%。自挪威進口方面，2006 年我國自挪威進口額達 2 億 32 萬美元，較 2005 年衰退 62%，進口額占我國自歐洲進口貿易額之 0.928%，占我國總進口額之 0.099%。

7. 瑞典

世界經濟的成長對瑞典這個高度外向型經濟國家，有很大的影響力。在其他國家經濟成長的帶動下，2006 年瑞典經濟延續 2005 年的上揚趨勢，各方面都呈現了明顯的成長。

從 2006 年開始，瑞典經濟進入了一個國內消費拉動的時期，國內消費成長，已經成為瑞典經濟發展的主要新動力。最近幾年，世界經濟持續成長，瑞典國內商業利潤增加，股票價格上漲，都為家庭和企業帶來了收益的增加，政府部門的財政狀況良好，擴張的貨幣政策持續實施，以及政府採取刺激供需的政策，也在一定程度上，提升了消費者的信心指數。

在 2006 年初的短暫經濟低迷後，瑞典家庭消費在第 2 季度開始升溫，消費者信心指數達到了 2000 年以來的最高值；2006 年的家庭可支配收入增加 3.1%，全年家庭消費成長 2.8%。此外，外國遊客在瑞典的消費也大幅攀升，成長約 20%。

在物價表現方面，瑞典央行評估，國際的低通貨膨脹率和瑞典國內的高生產力是造成瑞典低通膨率的主要原因。因為原油汽油已不再是影響通貨膨脹的主因，而且通訊類的服務及器材類都有相當幅度的降價（7.7%），家用紡織品和家電用品也都各有 6.1%和 5.1%的調降幅度。因此，2006 年的通貨膨脹仍屬緩和，約達 1.6%的漲幅。

在對外貿易表現方面，2006 年，瑞典貨物貿易出口值為 1,577 億美元，較 2005 年成長 11.8%；進口 1,358 億美元，成長了 12.4%。瑞典出口至歐盟國家和歐元國家，都同時成長了 14%，從該二區域的國家進口額也同時增加了 11%；瑞典和最大貿易國（德國）的進出口則各增加了 12%和 7%；針對亞洲則進出口各有 12%和 10%的成長；出口至美洲則並未成長，但進口則增加了 13%。

在與我國雙邊貿易關係方面，2006 年我國與瑞典雙邊貿易額達 10 億 7,340

萬美元，較 2005 年（11 億 8,180 萬美元）衰退了 1.1%。2006 年我對瑞典出口 5 億 138 萬美元，較 2005 年增加 3.5%；我國自瑞典計進口 5 億 7,203 萬美元，較 2005 年減少了 5.4%。貿易收支方面，2006 年我對瑞典有逆差 7,064 萬元，有很大程度的正成長。

在外人投資方面，瑞典與亞洲之雙邊投資以新加坡、韓國及中國最為密切。而外來資金主要投入在擴張投資、創投、策略聯盟以及併購合併等。自 1998 年至 2003 年間外國投資人平均每年併購 150 家瑞典企業。過去六年主要投資瑞典國家依次為英國、德國、美國、芬蘭、荷蘭、挪威、中國、日本、澳洲、及沙烏地阿拉伯等 40 餘國的企業皆在瑞典設立公司。

就台商投資部分而言，我國企業在瑞典投資則少見大手筆投資計劃，近幾年較受瑞典方面囑目的僅屬威盛電子併購瑞典無線通訊應用設計中心（按，該無線通訊設計中心是由威盛與瑞典著名的微電子研究機構 Acreo 於 2001 年 5 月合作創建，成為威盛在歐洲的第二組無線通訊研發團隊）。2003 年則有華邦 Windbond Electronics 與瑞典策略聯盟。另 2004 年我華碩電腦在斯德哥爾摩設立產品銷售服務支援，是為我國廠商在瑞典最新的投資發展。

8. 芬蘭

2006 年芬蘭經濟成長表現亮麗，國內生產毛額成長率高達 5.5%，國內生產毛額總額約達 2,108 億美元；由於居芬蘭產業重要地位之造紙業於 2005 年罷工長達一個多月，生產劇減，嚴重影響該年 GDP 產值，使比較基期的 2005 年數值偏低，因此 2006 年經濟成長率創下近年少見之紀錄。

在就業表現方面，由於政府全力創造就業機會，新增就業穩定成長，失業情況持續改善。總計 2006 年平均就業人口增加 4 萬 3,000 人，就業增加主要來自服務業與營建業；失業情況雖有改善，失業率仍達 7.7%。在全球化影響下，跨國企業基於成本考量，生產外移，很多工作機會亦流向海外，政府改善失業仍須加倍努力。

在投資環境方面，經濟成長亮麗，投資亦隨之成長，固定投資增加 5.1%；與生產活動有關之投資沈寂多時後終見恢復，機器設備與運輸設備之投資增加 6.0%。另在房地產市場景氣熱絡帶動下，營建投資持續成長，不論是新屋建築或舊屋翻新都有不錯的表現；民間住宅投資增加 5.7%，其他建築則成長 4.0%。投資成長大多來自民間，民間投資成長 5.6%，政府公共投資僅成長 1.8%。

在物價表現方面，通貨膨脹率在 2006 年明顯攀高，消費者物價上漲 1.6%，為最近四年最高者；主要受利率上升、房價與房租上揚、電費漲價、食品價格較昂等因素影響。在基本金屬價格攀升與電價揚升情況下，全年躉售物價上漲 5.9%，對生產成本有較大壓力。

在對外貿易表現方面，2006 年芬蘭對外貿易總額為 1,460 億美元，較 2005 年

成長 16.9%，增加 19.9%。其中出口為 770 億 882 萬美元，成長 17.0%；進口為 689 億 1,882 萬美元，成長 16.7%。

出口成長主要來自車輛、船舶、加工金屬、機器設備、紙類等出口增加；進口增加主要來自原油與基本金屬價格高漲，以及資本財與耐久性消費財等需求強勁。

在與我國雙邊貿易關係方面，2006 年台芬雙邊貿易總額為 12 億 2,126 萬美元，較 2005 年增加 5.3%；其中我國出口至芬蘭 7 億 458 萬美元，較 2005 年增加 5.3%；我國自芬蘭進口 5 億 1,668 萬美元，較 2005 年增加 20.7%。我國對芬蘭貿易順差為 1 億 8,790 萬美元，比 2005 年減少 22.0%。我國對芬出口主要產品向為通訊器材與電腦設備之零組件，通訊器材零組件 2006 年對芬出口雖持續增加，但電腦設備零組件對芬出口卻大幅衰退，因此我對芬出口僅呈微幅成長。2006 年我國自芬蘭進口大幅成長主要因自芬大量進口鎳，總額高達 1 億 3,096 萬美元，占我國自芬進口之 25.3%。

9. 希臘

2006 年希臘經濟保持平穩的成長趨勢。具體說來，私人消費全年成長約 5%，政府消費增長 1.1%。由於私人消費在希臘 GDP 構成中占約 75%，私人消費在信貸消費的推動下，保持較快的成長，奠定希臘全年經濟成長良好基礎。

在產業發展方面，傳統上，希臘屬非工業化國家，希臘人以航海見長，輪船航運業發達。2006 年經濟產業結構以服務業所占比率最高，約占 GDP74.4%，工業約占 GDP20.6%，農業又次之約占 5.1%。

在與我國雙邊貿易關係方面，台希雙邊貿易金額近五年來每年約二億美金左右，2006 年以我海關數據，我對希臘出口金額約 1 億 9,574 萬美元，較 2005 年成長約 3.247%，自希臘進口約 2,510 萬美元，較 2005 年成長約 5.706%，我國享有順差約 1 億 7,064 萬美元。

在外人投資方面，希臘政府了解吸引外人投資對經濟發展之重要性，因此對吸引外資極重視，審核國內外投資採相同獎勵措施。為吸引外人投資，訂有新投資法及有關獎勵投資規定，將全國依不同開發情況，劃分為四區，提供不同優惠獎勵，項目包括現金補助、利率補助、租賃補助及減稅補助等。此外希臘為鼓勵外人投資，興建工業區及自由貿易區達 10 多處，供投資者選擇。

希臘政府歡迎外人投資產業，分別為能源業、食品加工業、旅遊業及資訊通訊業及部分服務業如銀行金融等。惟因語言、生活習慣、文化不同，建議擬赴希臘投資之廠商，須親自前往希臘考察投資相關環境，慎選熟悉當地法令之律師為顧問，並仔細考慮設立公司後之經營管理。我國廠商擅長製造裝配業，由於前述各項投資原因及市場胃納考量，台商迄無在希臘投資設廠，僅有 3 位國人因定居於此，設立貿易公司及旅行社，進口銷售我國或亞洲國家部份產品。

六、非洲

本章主要包含了南非、賴索托、史瓦濟蘭及馬拉威等主要國家。

(一) 南非

1. 總體經濟情勢分析

南非經濟自 2001 年開始起飛，並擁有健康、強健之經濟體。而經濟表現再次超出預期。南非經濟成長率於 2006 年持續保持 5%之強勁力道，不僅創造新工作機會、擴大消費群，並提供有利快速投資成長之動力。平均經濟年成長率預計將於未來 3 年保持逾 5%，惟 2007 年之年成長率則因全球景氣放緩及過去 1 年來利率連續調升之影響具體顯現，將達 5.1%，高於 2006 年的 5.0%。

在消費力方面，南非的消費力道仍受到良好之利率環境及來自建築業、金融業、運輸業及通訊等產業卓越成長之支撐。另外，如印度之快速成長，加上 G-7 國家之穩健成長及連續 6 年成長之大宗物資價格等全球性因素，均有利於南非經濟成長之表現。至於南非 2006 年之經常帳赤字已升至占 GDP 近 6%水準，預計 2007 年中期仍將持續在 5%至 6%區間波動。而此乃經濟強勁成長之徵兆，畢竟如澳洲及紐西蘭等經濟快速成長、石油進口及大宗物資出口之國家均承受一定程度之經常帳赤字。

總體而言，此次新公布之預算各方反應尚稱正面。總計 2007 年 -2008 年歲入 5,446 億鍰，歲出 5,340 億鍰，預算盈餘 106 億鍰。教育項目獲得最高預算金，1,055 億鍰；衛生保健部門則獲 627 億鍰；社會福利之 894 億鍰；國宅及社區開發之 453 億鍰；警署、監獄及法院審理之 579 億鍰；國防及情報部門之 303 億鍰及經濟服務業之總計 1,098 億鍰。2007 年南非通貨膨脹率達 7.1%；經常帳赤字達 206.3 億美元，財政部預估 2008 年及 2009 年之經濟年成長率將分別達 5.1%及 5.4%。

表 2-68　南非基本資料表與總體經濟指標

地理位置	位於非洲南端，北面與納米比亞及波札那為鄰，東北方與辛巴威、莫三比克及史瓦濟蘭接鄰，境內尚有一內陸國賴索托。		
首都（府）主要城市	普里托利亞		
國際機場（座落地點與名稱）	Tambo International Airport		
重要港埠（座落地點與名稱）	德班（Durban）、開普敦（Cape Town）、伊麗莎白港（Port Elizabeth）、東倫敦（East London）		
面積（平方公里）	1,223,201		
人口數（人，2008 年）	43,786,000		
人口密度（人／平方公里）	36		
華人數（人，2007 年）	107,500		
華人所佔比例（%）	0.246		
台僑人數（人，2007 年）	9,080		
台僑所佔比例（%）	0.021		
匯率（鍰兌美元）	6.81：1（2007.12）；貨幣單位＝ Rand（鍰）		
	2005	2006	2007
消費者物價上漲率（%）	3.5	4.6	7.1
經濟成長率（%）	4.9	5.0	5.1
失業率（%）	26.6	25.6	24.3
國內生產毛額（億美元）	2,394.19	2,531.30	2,826.3
平均每人國民所得（美元）	5,137	5,341	5,760
出口值 f.o.b.（億美元）	514.60	589.22	762.7
進口值 f.o.b.（億美元）	548.70	689.18	821.2
對我國之出口值（億美元）	9.39	9.73	11.36
自我國之進口值（億美元）	7.25	9.25	9.29
對我國之貿易餘額（億美元）	2.14	0.48	2.07
對我國之主要出口產品	車輛、合金鐵、燃煤、寶石、能礦產品		
自我國之主要進口產品	原廠車輛零組件、車輛、無線電接收設備、自動化事務機器		
外匯存底（億美元）	329.43（2007.12）		

資料來源：中華民國僑務委員會、財政部統處、南非國家統計局、南非海關、儲備銀行、非洲台灣商會聯合總會、IMF。

2. 當地僑胞經濟

南非位於非洲南端，北面與納米比亞及波札那為鄰，東北方與辛巴威、莫三比克及史瓦濟蘭相鄰，境內尚有一內陸國賴索托。首都普勒多利亞，總國土面積122 萬 3,201 平方公里，在重要基礎建設則有，約翰尼斯堡國際機場及德班、開普敦、伊麗莎白港、東倫敦等港埠。總人口數 4,739 萬人，其中勞動人口約 3,000 萬人，華人佔 4.5 萬人，台僑則約達 9,250 人。

普勒多利亞、約翰尼斯堡、德班、布魯芳登、新堡、淑女鎮、開普敦、東倫敦等地是僑民最主要的聚集地區範圍。主要經營及從事的行業則包含製造業、電電氣設備、電腦資訊製品業、批發業及零售業等各行業，其中經營管理層面的工作是僑民最主要擔任的職務層級。此外，在南非的華人及僑民依舊保有中華文化傳統，元旦、農曆三節、國慶是當地華人及僑民最重要的三大節慶。

值得注意的是，根據我國駐南非代表處統計，在南非投資經營的台商數 2003 年有 500 家，到了 2007 年則略減至 450 家。其中可能原因之一，是近年來因治安及南非幣強勢問題，許多台商已關廠歇業，整體投資金額及家數已大幅下降。

3. 當地台商投資情形

(1) 當地產業發展及投資環境

在產業發展方面，南非共有五大主要產業，包含礦業、紡品成衣產業、汽車工業、保全產業及機械業。首先，在礦業部份，南非黃金產量居世界第一位，1970 年代，為南非黃金產量高峰期，年產量曾逾 1,000 公噸，近年來產量逐年大幅下降。2006 年產量為 275 噸。南非黃金產業因其礦源日竭，金礦開採深入地層已超過 4,000 公尺，開採成本日增。惟近來拜印度及中國對黃金的需求高漲，國際金價升至每盎司 675 美元，營運利潤提高。

近年來鉑金（platinum）因工業需求量高，價錢已高至每盎司 1,251 美元，南非鉑金產量約占全球 6 成，2005 年產量 303 噸，其重要性已經逐漸凌越黃金。南非的錳（Manganese）、鉻（Chrome）、釩（Vanadium）、鋁矽酸鹽（Aluminosilicates）、鐵鉻齊（Ferrochromium），蛭石（vermiculite）產量及蘊藏量皆為世界第一，南非煤及鑽石產量也是世界第 1 名。

南非 De Beers 公司掌握全球鑽石市場的 60%，Anglo Gold 是世界第一大金礦公司，Anglo plats 是世界第一大鉑金公司，Ingwe 是世界最大煤出口商，哥倫布（Columbus）不鏽鋼廠和在 Richards Bay 的 Alusaf 鋁熔煉設施規模都是世界最大。各大礦業公司，如 Anglo American、De Beers、Anglo gold、Impala、Amplats 等，均以跨國投資及併購等方式，在非洲及拉丁美洲各礦產國家進行併購或開採。

南非雖然不產石油，但南非石化巨擘 Sasol 發展出以煤提煉石油之獨特技術，Sasol 係全球將煤碳轉換成液態柴油燃料最具規模之企業，Sasol 公司擁有煤礦，每年約開採 4,000 萬公噸煤用以提煉石油，可供應南非所需石油之 45%；並生產其他石化產品，如乙烯、聚丙烯、肥料等。南非現有四家煉油廠，其中 Sasol 與 Engen 兩家為南非公司，BP 及 Caltex 為外人投資經營。

礦業仍然在南非經濟占有了一個舉足輕重的角色，但礦物產業對國內生產總值貢獻比例，已經在過去 25 年間減少了一半，在 1980 年南非礦物外銷占總出口的 70%但如今已降至 29.3%。

在紡品成衣產業部份，南非紡織及成衣產業這些年來受到中國進口廉價品之影響，已有一半以上之廠商歇業，工作機會也大量流失，為有效解決上述問題，南非與中國已同意實施進口配額，依據前 3 年進口實績設定配額及發放許可證，此許可證詳述各家廠商在 2008 年底前合法自中國進口紡織品及成衣之配額數量，自配額法令公布後，已收到大量新申請業者之函件。該委員會表示將致力將此一配額重新分配進程透明化，並讓業者明瞭這些配額早以確定，無論在數量上或領取日期上均不會調整或順延。預計配額重新分配程序將費時 2 週，委員會自 2006 年 12 月 1 日起，開始核發進口許可證。

在汽車工業部份，南非自 1995 年推出 MIDP 汽車工業發展計劃，對車廠投資額的 20%及自國外進口零件裝配後再出口，給予抵減進口貨物稅之優惠，該計畫實施以來已成功的吸引 8 家國際大廠到當地投資設廠，進而外銷到世界各地。汽車裝配工業分布於東開普省、豪登省、那塔省及西開普省等地，該計畫已經延長到 2012 年。

南非汽車工業排名全球第 18，汽車工業是南非製造業最大且重要的一環，汽車產值占南非 GDP 的 7.2%，包括 BMW、Daimler-Chrysler、GM、Ford、Fiat、Nissan、Toyota、VW 等八家組裝廠及 ArvinExhust、Bloxwitch、Corning、Senior Flexonics 等共約 280 家零配件製造廠。2006 年汽車總銷售量約 70 萬輛，進口汽車約占 57%，外銷 18 萬輛。

進口稅方面該國汽車稅 2007 年為 30%，預定至 2012 年會降至 25%，汽車零件稅率電子零配件免稅、輪胎 30%、鈑金 20%、燈 15%。依據南非汽車通路商巨擘 MIDAS 資料，南非汽車零配件市場每年銷售約達 17 億美元。該國 AM 汽車零件三大通路商銷售為 MIDAS、Super 及 Imperial 集團。

Midas Group 在全國有 10 個發貨中心，聯鎖店包括 Midas Part Center、Motolek、Adco 及 Cbs 等總共 329 家店面，資本額 5,000 萬美元，年營業額約 2.3 億美元。

Super Group 總資產達 11 億美元，營收 14 億美元左右，員工達 7,000 人，該公司其聯鎖供應系統包括以銷售五金工具為主的 MICA（180 家店面）及以汽車零

配件為主的 Super Group Auto Parts，公司品牌包括 HDC（重型）、Autopro（汽車零件）、Ampro（手工具）、Spirex（車體鈑金、油、化學）、Ecotech（電子電路）等，該公司有 85 家自營店 Aytozone，8 家大型旗艦店 Autozone Hyper（內附雅座免費提供咖啡及茶）、QSV（引擎及重貨物車零件）及 78 家加盟店 AZ。

Imperial Auto Parts：Imperial 為南非最大租車集團，該集團橫跨金融、礦業，該集團於 2004 年買下 Mikar 汽車零件供應聯盟店，旗下加盟店超過 100 家；該集團進軍汽車零配件來勢洶洶，設備新穎的發貨暨展示中心剛成立。

在保全產業部份，南非治安長期的惡化，私人保全業以每年 30％的速度成長，整體保全產業 2004 年營業額已超過 31 億美元，其中電子保全、車輛保全、居家保全、防身及周邊保全占整體產業 61％（另 39％為武裝保全）。保全業快速成長，極適合我國相關業者前來拓銷。安全器材通路及進口商營業額前五名分別為 Elvey Security Technologies，Reditron、TeqTrader、Gray Security Services 和 Sesco，主要批發商為 Recdton 及 Mantek 等 2 家。

在機械業部份，南非的機械產業是以進口為主，除了少數廠商在生產金屬板成形（Sheet Metal Forming）機械外，對該機器南非有 15％ 的保護關稅。依南非海關統計，2005 年機械進口到南非的前 11 大產品總金額為 43.1 億美元：進口前三名為德國、美國及中國，而臺灣為 2.6 億美元居第九名。南非進口最多的機械產品是自動資料處理機、機械零配件、篩選、分離機械、空氣或真空泵浦及列印機器等。我國出口南非機械主要的項目為機器零件及附件、自動資料處理機、橡膠或塑料加工機、切削金屬用車床、金屬加工用綜合加工機、木材加工工具機、工具機零件及附件、鍛造金屬加工工具機等。南非機械主要展覽有 Machine Tools Africa 每隔 3 年辦理 1 次，最近 1 次是 2006 年 9 月，Proplas Africa 則每 2 年辦理 1 次，最近 1 次是 2007 年 3 月辦理。

在投資環境方面，基本上，南非歡迎外人投資，對外資投資經營之行業幾無限制，但外來投資若欲取得政府採購訂單，仍須符合「發達黑人經濟力法案，BEE」之相關規定。

在稅賦規定方面，有公司稅 29％、股息稅 12.5％、加值營業稅 14％，員工薪資 1％之職訓捐（Skill Development Levy）及資本利得稅（capital gains tax），實質稅率從 10％至 20％不等；另自 2002 年 4 月起，提撥員工薪資之 1％為失業保險基金（Unemployment Insurance Fund, 通稱 UIF）。又自 2006 年 7 月起，取消對企業課徵地區服務稅。此外，針對製造業及中小企業符合要件者，給予租稅假期（tax holiday）及稅捐減免等獎勵措施。另為獎勵出口拓銷，提供市場拓銷（marketing assistance）協助，出口信貸融資（export credit guarantee schemes）及出口廠商補助。

另外，南非政府於 2000 年 3 月有鑑於工人素質低落，為提升工人之生產

力，特別成立包括 25 種行業之教育和培訓機構（Sectoral Education and Training Authority，SETA），以負責訓練該行業之員工，該訓練基金來源為雇主自員工薪資中提撥 1%繳交至 SETA 機構，雇主於實際訓練員工時，再向 SETA 申請補助訓練員工所需部分費用。

綜而言之，在南非投資具有以下有利因素：

A. 基本建設及設施健全良好

南非各項基本建設堪稱現代化，公路、鐵路、航空、海運及港口等交通建設完善，均能配合經濟發展之需要。

B. 自然資源及礦產豐富

南非得天獨厚，天候頗佳，各項農牧產品生產足供所需，尚可外銷，且礦產資源豐富，舉凡黃金、白金、鋁、錳、鎳、鉻、煤、鐵等重要礦產原料之蘊藏量及產量均居世界主要地位。

C. 居家環境及教育制度良好

南非一般社區居家環境規劃良好，天候宜人，適合各類戶外活動，居住環境不遜於歐美國家，且其教育採取英國制度，學校對學生之行為規範及教育水準之要求，均達國際水準。

D. 勞力充沛

一般黑人教育水準偏低，非技術性勞工供應無缺，相對而言生產力較低，適合勞力密集工業之投資。

E. 可拓銷週邊國家及歐美市場

南非產品輸銷歐盟、挪威、美國及日本等市場，享有優惠關稅待遇。自 2000 年初斐歐自由貿易區協定生效，接著南部非洲發展共同體（SADC, Southern African Development Community）貿易協定生效，而後美國「非洲成長暨機會法」亦生效，提供南非拓銷南部非洲國家及歐盟各國，以及美國市場之龐大商機。

F. 服務業市場具潛力

南非市場尚稱保守，服務業更是落後，但這些都是台商投資機會。且南非是南部非洲國家之龍頭，其商業也大部分以約堡為轉口中心。

不利因素如下：

A. 社會治安敗壞，暴力犯罪猖獗

南非自廢除死刑後，對刑事犯求刑寬鬆，加以失業率居高不下，致暴力犯罪殺人事件時有所聞，影響外人投資意願。

B. 勞工法繁瑣及勞資糾紛問題

南非勞工素質偏低，多為非技術性勞工，缺乏敬業精神，生產力偏低；加上勞工法嚴苛，傾向於保障黑人、女性及殘障人士之就業機會及權益，易滋生勞資

糾紛。

C. 缺乏週邊工業之支持

南非缺少生產零配件之周邊衛星工廠支援，投資廠商生產使用機器設備之零配件，仍需仰賴進口，保持一定庫存量則增加成本，庫存不足，緊急需要補給中斷時，則造成停工，影響生產。

D. 賦稅高、利率高及高匯率風險

南非賦稅及利率偏高，增加營運成本，加以斐鎊匯率長期走貶後，2002 年至 2005 年底持續升值約 60%，匯率變動幅度大且高度不確定性，使進出口廠商營運更增困難。

E. 缺乏經理及技術人員，且申辦工作簽證困難

南非因在種族隔離政策時代忽視對一般黑人之教育及訓練，普遍教育程度低落，一般技術人員及經理管理人員嚴重缺乏，廠商來南非投資大多須自其國內聘僱技術及管理人員。南非政府因基於保障南非人之就業機會，對工作簽證及工作許可之核發從嚴審核，常對投資人自海外聘用專業人才造成困擾。

(2) 當地台商投資概況

根據駐南非代表處經濟組在 1996 年對旅斐台商所作之工商普查統計，我國在南非投資之台商約 600 家廠商，總投資金額約 15 億美元，投資工業生產廠商約 280 家，投資商業與服務業約 320 家。惟近三年來因治安及南非幣強勢問題，部分台商已經關廠或歇業，整體投資金額及家數有下降趨勢。

在投資產業別方面，我國在南非投資之廠商，以成衣業，毛衣編織業，一般塑膠製品業，製鞋業，電子、電器製品業等為主。在投資地點部份，我國在南非投資廠商大部分集中在約翰尼斯堡、德班、布魯芳登及大新堡地區、東倫敦，以及開普敦港（漁業及貿易業）等都會地區。

工會問題與治安問題是在南非投資時最需注意之事項。南非由於工會勢力龐大，往往鼓動勞工罷工反抗企業主，令企業主頗感困擾。故建議台商可朝較自動化之產業方面投資，以減少本地員工之雇用。另南非勞工法對於雇用員工低於 50 人之企業規定較寬鬆，亦值得參用。鑑於目前於南非投資之台商大部分均經歷過被持槍行搶或偷竊之經驗，顯示南非治安問題短期內無法明顯改善，故台商如有意於南非投資應當注意此問題，尤其應注意財不露白之原則；此外，基本安全措施如鐵窗門、電網、連接保全人員之警報系統、閉路電視及紅外線感測裝置等不可因節省費用而予以忽略，以免造成遺憾。

(3) 當地台商協會運作情形

在南非台商相關組織甚多，非洲台商總會 99 人、豪登省台灣商會 80 人、約堡台灣商會 80 人、夸祖魯那他省台灣商會 120 人、自由省台灣商會 70 人、大新堡台灣商會 85 人、開普敦台灣商會 32 人、東開普省台灣商會 52 人、北開普省台

灣商會 14 人、雷地史密斯台灣廠商聯誼會 40 人、世界華人工商婦女企管協會南非分會 170 人。

其中，「非洲台灣商會聯合總會」是非洲最主要的台商組織，總部設於南非在南非各省均設有分會，該會為我國台商提供之服務、活動舉辦甚多，亦為我國台商於當地發展提供諸多協助。此外，非洲台商總會亦舉辦赴鄰近國家投資考察活動（如 2007 年赴史瓦濟蘭），以及在召開年會時舉辦商品及型錄展，各台灣商會亦不定期舉辦投資及理財講座、勞工法講座等。

商務或會展活動絕大部分係由駐南非代表處經濟組或台灣貿易中心依據南非當地市場需求，組織商展團由台灣赴南非展出，例如電腦設備、通訊器材、無線網路、UPS 不斷電系統、醫療器材、五金手工具、汽車零組件、安全器材等等。

⑷ 成功僑台商案例介紹

在南非經營較為成功的案例有：振樺電子公司甘居正、南洋電線電纜公司潘慧琇及牛仔服飾 Wavelengths 林資益。

A. 振樺電子公司

甘居正於 1984 年成立振樺電子公司，振樺電子的產品具備多元化應用之特性，可應用到零售業、餐飲業、大型百貨賣場、連鎖店、娛樂場所、物流業、醫療單位、和電子商務企業等眾多領域。產品線相當豐富，包括一體成型 POS 系統、可程式化鍵盤、LCD 顯示器、觸控式顯示器、客戶顯示器、光偶合條碼掃描器、錢櫃、條碼讀卡機、指紋辨識器、POS 印表機及 POS 相關週邊配備產品等。多樣化的產品線，可滿足客戶「一次購足」之需求。

振樺電子以台灣做為營運中心，從研發到製造均在台灣總公司之實驗室及工廠完成，不僅做到「根留台灣」，同時也一路領先業界，至今已成功開發超過 20 項的 POS 系統及週邊應用產品，並已取得日本、德國、英國、澳洲、美國等國家超過 30 項之專利。

B. 南洋電線電纜公司

潘慧琇於 1989 年在南非的 King Williams Town 創設「南洋電線電纜公司」，公司營運成功，並於 2002 年獲得我政府頒贈代表海外台商最高榮譽的「磐石獎」，今年 2 月 28 日該公司更在南非上市股票，對潘慧琇而言，獲得海外台商創業楷模誠屬實至名歸。該公司經營突出之處有：

a. 本土化原則：到海外創業，一定要借重當地人才，南非高水準技術人才不多，重金禮聘，給予股份，自然能延攬到所需人才，人才是企業成功的根本。

b. 建立完善制度：大量運用現代科技，電腦、閉路攝影機，加上購自國外昂貴的自動化機器，不論生產線、品管、進出貨或辦公室，都遵循公司制度，自動自發堅守崗位。也因為企業自動化，可避免許多想像不到的勞工問題。

c. 熟悉勞工法令：南非相當保護勞工，台商要在當地發展企業，就必需徹底

瞭解相關法律。因此，在發展到一定規模後，即開始聘請專家專責處理勞工或法律問題。

d. 員工在職訓練：「南洋」有三間訓練教室，每月聘請教授級專家來授課，包括：本職技能、生活哲學、身心發展，對員工都會帶來正面意義。

C. Wavelengths

Wavelengths 是林資益的第二家公司。從消費市的觀點來看，南非市場較不重視品牌，以通路為王，林資益亦善用此點。在不必擔心品牌塑造與經營的市場特性下，運用其堅持品質與不斷創新的特色，讓南非的五大連鎖百貨業者，包含 Mr.Price、Edcon、Woolworths、Truthworths Foshini 等，都成為其合作對象。

「務實」、「再創新」係為經營事業的基本步調。起先以銷售布料等半成品為主，再自設委外加工部門把布料織成衣服，以提高商業的附加價值，並設立國外成品採購部門，利用國外優勢的生產力及多元化產品，全力拓展市場，現今其經營的牛仔服飾已在南非霸據 10%的市場。

4. 小結

南非地處非洲最南端，是非洲最發達的國家，基礎設施先進，是南部非洲經濟的「火車頭」，其經濟實力約占該地區的 80%。在整個非洲地區，南非的經濟也具有相當舉足輕重的地位。

目前，南非的經濟大環境很好，不失為我國對外投資的一個重要據點。但值得注意的是，南非於黑人掌權後，廢除了死刑，加上法律上的漏洞很多，致使南非的犯罪率長期以來居高不下，南非的謀殺率為每 10 萬人一起，比德國高 14 倍，比俄羅斯高 2 倍多。在每 10 個被捕的罪犯中，不到 1 人受到審判。南非惡性案件每年以 7.8%的速度增加。罷工嚇跑了不少投資者，而且因為懼怕罷工，不少外企放棄了擴大經營規模的打算。

第二，南非的罷工較頻繁，對外資企業造成極大的威脅。1999 年，因罷工使南非損失了 310 萬個工作日。因此，我企業在南非投資建廠時在處理工會問題上宜非常謹慎。

(二) 賴索托

1. 總體經濟情勢分析

賴索托自然資源貧乏，經濟基礎薄弱，是聯合國公布的 49 個最不發達國家之一。賴索托經濟以傳統農牧業為基礎，但由於自然災害、水土流失和土地退化等原因，糧食不能自給，牧業生產所佔國民經濟的比重逐年下降。

賴索托國民收入主要來源為僑匯、關稅分成收入（年關稅分成約 15 億馬洛蒂元）及成衣業、建築業、製革、建材、傢具、電子等製造業提供的稅收收入。近年來，賴索托政府採取了一系列措施，大力吸引外資，發展以來料加工為主的勞動密集型、外銷型出口企業；鼓勵發展私營企業，推進私有化進程；加強財政管理，改革稅制；增加就業，減少貧困等，使經濟進入恢復性增長。

2007 年賴國官方公布的失業率為 45％（非官方統計數字超過 50％）。賴雇工工資水準很低，紡織企業技術工人月工資 150 美元左右。賴國 2004 年底通貨膨脹率 4％。愛滋病感染率 31％，佔世界第四位。

在進出口表現方面，由於賴國工業基礎薄弱，製造、加工能力有限，工業品和日用消費品絕大多數依賴進口。相對其普遍貧困而言，賴索托的市場各種商品供應充足；消費品檔次為中下，同類更高檔的消費品可以到臨近的南非城市採購。

在匯率表現方面，賴索托屬外匯管制國家，賴國銀行不允許開立外匯帳戶，外匯匯款須按當日牌價轉為當地貨幣；如需外匯，屆時可用當地貨幣購買。投資者利潤可在完稅後通過銀行兌換外匯後匯出。經常帳戶下的支付以及管理費和其他服務費用的支付，只要不是作為銷售、利潤、購買及收入比例來計算的，都可以由授權經銷商根據發票匯出。

最後，在與我國雙邊貿易方面，2007 年賴國對我國出口 24 萬美元，自我國進口 5,268 萬美元，我國享有貿易順差約 5,244 萬美元。其中，工業製品、雜貨、食品及活體動物、機械設備等，是賴國主要的進口項目；成衣、食品、通訊設備、鑽石等，則是賴國主要的出口項目。

表 2-69　賴索托基本資料表與總體經濟指標

地理位置	非洲南部		
首都（府）主要城市	馬賽魯（MASERU）		
國際機場（座落地點與名稱）	馬賽魯國際機場		
面積（平方公里）	30,000		
人口數（人，2008 年）	2,128,000		
人口密度（人／平方公里）	71		
華人數（人，2007 年）	715		
華人所佔比例（%）	0.034		
台僑人數（人，2007 年）	200		
台僑所佔比例（%）	0.0094		
匯率（Maloti 兌美元）	6.81：1（2007.12）		
	2005	2006	2007
消費者物價上漲率（%）	3.5	6.0	8.1
經濟成長率（%）	3.1	1.2	4.9
失業率（%）	---	---	45.0
國內生產毛額（億美元）	21	15	16
平均每人國民所得（美元）	905	632	665
出口值（億美元）	7.49	7.52	8.53
進口值（億美元）	13.80	13.46	16.04
對我國之出口值（千美元）	310	54	240
自我國之進口值（千美元）	52,064	65,324	52,688
對我國之貿易餘額（千美元）	-51,754	-65,270	-52,448
對我國之主要出口產品	--		
自我國之主要進口產品	工業製品、雜貨、食品及浮體動物、機械設備		
外匯存底（億美元）	7.7（2007.12）		

資料來源：中華民國僑務委員會、外交部、財政部統計處、經濟部經貿統計、EIU、The Europa World Year Book、CIA The World Fact Book、世界銀行、IMF。

2. 當地台商投資情形

⑴當地產業發展及投資環境

賴索托位於非洲南部，其國境四周被南非共和國領土所圍繞，於 1818 年，始建立賴索托王國（Kingdom of Lesotho）；1870 年，英國納為保護地（Crown Protectorate）；1966 年 10 月 4 日，賴索托成為獨立王國，首都馬塞魯（Maseru）。賴索托的國土面積為 3 萬平方公里，依據 2006 年統計，其人口數有 180 萬人，以非洲巴蘇陀人為主，歐洲人和亞洲人僅佔少數。至於賴索托與台灣的關係，賴索托總理約拿旦（Leabua Jonathan）於 1965 年 11 月訪問台灣；次年 11 月，兩國正式建立外交之關係。自 1960 年代初期，我國對賴國提供農業技術指導並派遣農耕隊駐賴索托；另有一家台灣營造公司在賴索托承辦該國政府的工程。1970 年代，為加強台灣與賴索托的外交關係，推動台灣人前往該國從事投資，其後，延伸為移民。

在產業發展方面，主要可包含農業、畜牧業、礦業、製造業及旅遊業。在農業方面，賴國是傳統農牧業國家，83％人口居住在農村，農業勞動力佔全國勞動力總數 70％，可耕地面積為 24 萬公頃，約佔全國面積的 13％，糧食不能自給。由於水土流失嚴重和連年旱災，農業在國民經濟的比重逐年降低，農業產值佔 GDP 的比重從 1973 年的 50％降至 2003 年的 16.8％。每年全國糧食需求約 40 萬噸，50％依靠進口。

畜牧業在賴索托佔有相當重要地位，全國 66％的土地可供放牧，是非洲著名的馬海毛產地，2003 年可供交易的羊毛為 234 萬公斤，馬海毛為 66 萬公斤。在礦業方面，以鑽石開採為主。惟由於鑽石開採成本較高等原因，賴國主要鑽石礦已經停產。自 2003 年起政府採取措施，大力恢復礦業，當年增加鑽石產量達 200％，由於發現價值 560 萬美元大鑽石，增強了鑽石生產和銷售的信心，計劃於三年內達到年產值 9,000 萬美元。

在製造業方面，賴國以食品加工和製造業為主，主要生產食品、成衣、製革、建材、傢具、電子等。賴國全國有中小企業 1400 家，雇傭工人約 18 萬人。由於 2000 年美國頒布《非洲經濟增長和機會法案》的促進，賴索托來料加工服裝業發展迅猛，紡織業佔 GDP 的 17.7％。

在旅遊業方面，政府鼓勵發展旅遊業。近年修建了一些旅館和山區渡假村並設立一座國家公園。2002 年旅遊入境人數 30.8 萬人，其中 70％來自南非。旅遊業佔 GDP 的 1％。

另外，在基礎建設方面，賴國是內陸國家，交通運輸主要依靠陸路，僅有鐵路連接首都馬塞盧與南非邊境。賴國公路總長 5,300 公里，其中柏油路 1,200 公里，砂石路 2,010 公里，土路 2,090 公里。賴國客、貨運輸公司提供全國客、貨運輸服務，一些私營公共汽車也提供客運服務。賴國全國主要機場有 2 個，首都馬

賽魯國際機場可起降中型民用客機，1986 年賴國啟用了國際航線，每天均有航班通往南非。全國有小機場 31 個，以國內運輸為主，由首都通往各地。賴索托電信公司實行私有化，逐漸改造電信基礎設施，利用被南非環繞的優勢，通信和互聯網設施比較便利。2003 年擁有固定電話和行動電話分別為 11.5 萬戶和 12 萬戶，電話佔有率 6%。賴國水利資源豐富，但水利設施較落後，賴國工業區發展較快，自來水供應及污水處理工作已難以勝任需要。賴國政府正在準備籌資興建新的水庫，改造水供應和水處理設施。賴國電力供應也在不斷改造，以適應日益增長的工業用電及民間用電需要，但電力供應不足還是工業發展的主要障礙。

在投資環境方面，賴國政府鼓勵開展工業投資項目，為投資者開設了工業區，工業區有較好的基礎設施，賴索托國家發展公司（LNDC, Lesotho National Development Corporation）向投資者提供各種廠房設施等服務，投資者也可在租賃的土地上自建長期使用的廠房設施，惟賴國禁止買賣土地。在土地租用方面，賴國 LNDC 可供出租土地的有三個工業區，即馬塞魯、塔塞尼及馬普蘇工業區。根據 2003 年土地法變更，投資者的土地租賃期一般為 99 年，租金每五年調整一次。

另外，在廠房租賃方面，LNDC 有已建成的廠房，也可根據投資者的要求建廠房，供投資者租賃。最初租金相當於該廠房成本的 15%，以後每年增長 7.5%。在電力方面，賴國電力公司負責供電。一般工業用電標準為每千瓦小時 0.41 馬洛蒂（工業用電每 30 分種用電量低於 25 千瓦，商業用電量低於 50 千瓦）。

在水資源方面，賴國自來水供應及污水處理公司負責供水和污水處理。工業用水收費標準為：安裝連接費 100 馬洛蒂，每千升 6.12 馬洛蒂（其中包括污水處理費 3 馬洛蒂）。最後在通訊服務方面，賴國郵電通訊公司可提供國內外電話和傳真等服務。

(2) 當地台商投資概況

賴索托無外國人投資法，給予外國投資者自由、無差別的待遇，亦無所有權和股份比例限制；但對投資者行為則有所限制，如要求小型投資企業的僱員人數不少於 10 名等。按照賴索托憲法規定，外國投資者不能擁有賴索托的土地，但可以租用土地。

在鼓勵外人投資之領域和行業方面，包含出口型或進口替代工業，勞動密集型產業及利用當地自然資源的工業，特別是農業和採礦業方面。招商之工業項目則有：電子和電器產品生產、陶瓷製造、羊毛和馬海毛洗滌、瓶裝礦泉水、石棉、玄武岩棉和礦渣絨生產。

此外，為簡化及方便辦理投資手續，賴國政府專門建立了一個執行機構──賴索托國家發展公司。由賴國政府持有該公司 90%股份以及德國的發展家投資金融公司擁有 10%的股份。LNDC 可對投資者提供全方位的服務，以滿足其絕大部分要求，大大縮短了從提出申請到獲准執行間的時間。

賴索托位於非洲南端，全境與南非為鄰，馬塞魯是僑胞、台商主要的聚集地。賴索托華人人口約 715 人，其中台商約 200 人。自 2003 年迄 2007 年上半年止，僑胞對賴索托直接投資金額可達 1.6 億美金。其中，2007 年上半年我國於賴國投資企業約有 96 家，其中 92 家均集中於馬賽魯，投資金額約達 1.5 億美金。在投資產業方面，主要則以紡織、成衣加工製造業、工商業為主。

值得一提的是，移居賴索托的臺灣人，其本質上，不僅有政治外交、經濟投資的意義，且含有濃厚的從移出台灣到定居賴索托的內涵。僑民移居海外，與其同行者皆有其生活習慣和信仰方式，這些來自家鄉的文化，不僅協助他們在新的移居地生活，也協助他們與仍然在家鄉的親友聯繫。移居到賴國的臺灣人亦將他們在原居住地的信仰方式和生活習慣帶到賴國，以朴子的移居者為例，如祭拜祖先、過年團聚等，均在賴國受到重現。這種信仰等文化的移植，似乎可以視為我國文化在賴索托的延伸，惟其內容是否有所增加，或與當地文化的融合，仍然需要深入的觀察。

⑶ 當地台商協會運作情形

1976 年台商於賴索托成立了「中華商會」，而後為配合世界台灣商會聯合總會，遂於 1995 年更名為「賴索托台灣商會」。賴索托台灣商會曾於賴國兩度動亂期間，發揮了關鍵性的穩定作用及保護台商的功能，賴國許多台商均出身嘉義朴子地區，平時即互動熱絡，關係緊密，透過商會的運作更加發揮出匯集的力量。

此外，為擴大我國於賴索托的影響力，亦成立非洲台商總會青年會，期望青年會的成立除了聯誼、社交外，一定要展現「尋找商機」、「發現商機」、「落實商機」，最後才能達到「收獲商機」之實質的功能。

⑷ 成功僑台商案例介紹

陳榮秋先生於 1986 年在賴索托成立年興紡織。創立 20 年來堅持在本業上用心經營的台灣年興紡織，在中美洲的墨西哥和尼加拉瓜，以及非洲的賴索托闖出了一片天，不但成為賴索托全國最大的企業體，也在世界紡織業站穩了一席之地。年興紡織總經理黃士坤笑稱年興是野花，必須適應各種嚴酷的考驗才能成長茁壯。

賴索托被南非圍繞，面積略小於台灣，人口約 180 萬人，但光是年興一家企業就養活了 8 千個賴索托家庭，當地政府對年興的投資至為重視並全力配合。

20 年後的年興成了台灣靠本業最賺錢的紡織公司，除了成衣 OEM 代工接單量世界第一外，牛仔布生產量也排名世界第六，同時是全世界第一家也是最大的上下游整合，一貫化生產的牛仔紡織成衣公司，年興的成功自有它獨到的藍海策略。

3. 小結

對賴索托的投資，可說是我國對外投資成功的海外投資案例之一。此外，臺

灣人移居賴索托，其初衷為了配合中華民國外交的目標，鞏固中華民國與賴索托兩國間的外交關係，並可協助臺灣人到異國發展，延伸中華民國的經濟實力。但對移居之台灣人而言，他們基於愛國感情和重視個人的私誼，惟移民者自己理性的考量，例如個人的理念實踐和抱負的追求，也是不可忽略的重要因素；同時，並結合同鄉的情誼（包括血緣和地緣等），建立了社會及經濟網絡，共同在異地發展出一個新的天地，這在台灣移民史上有其意義，如嘉義縣朴子市的住民即是一個相當特殊的例子。

(三) 史瓦濟蘭

1. 總體經濟情勢分析

依據聯合國報告，史瓦濟蘭與辛巴威、象牙海岸等國同為 2006 年非洲各國經濟成長最緩慢之國家。由於史國為內陸國，國內市場規模小，經濟發展深受全球貿易情勢變化之影響，受到連年乾旱、缺乏國際市場通路、國際市場競爭激烈以及出口產品價格下跌等多項因素之影響，近年來其經濟成長率已連續下跌。依據史國經濟企劃暨發展部發布之資料，1995 年至 1999 年間史國之平均經濟成長率為 3.7%，2002 年至 2005 年間分別降至 2.8%、2.6%、2.1%、2.2%，2006 年及 2007 年經濟成長率分別為 2.9%與 2.4%。

造成史國經濟成長率連續下跌之主要原因尚包括匯率、氣候及疾病等。在匯率方面，史幣隨南非幣對美元大幅升值，影響投資人之信心，加上缺乏國際市場通路，產品之國際競爭力弱，許多企業未繼續擴充投資，被迫縮小營業規模，甚至結束營業，均為造成 2005 年經濟成長減緩、失業率高達約 31%之重要因素。在氣候方面，受到連年旱災之影響，史國糧食生產不敷所需。依史國農業暨合作部之資料，2006 年至 2007 年全國穀物需求量為 17 萬 4,380 噸，包括玉米 11 萬 3,740 噸，小麥 4 萬 6,140 噸，稻米 1 萬 4,500 噸，但供應量僅為 8 萬 3,090 噸，不足 8 萬 4,790 噸，全國 26 萬 5,000 人需要糧食援助，約占其人口四分之一，全國人口 69%生活在每月每人 128 史幣（18.3 美元）的貧窮水準之下。而在疾病方面，史國愛滋病帶原者高達人口之 42.6%，居全球之首，對該國經濟造成中斷性之影響，這些不利之因素，都是史國在經濟發展上所面臨之挑戰。

為紓解史瓦濟蘭高達 29%之失業率，以及全國超過 69%人口生活在貧窮水準下之困境，推動中小企業發展以創造就業機會，成為史國當前最重要任務之一。史王恩史瓦帝三世於 2005 年 7 月召開「創造就業高峰會議」，邀集史國政府各相關部會、企業界、勞工代表及新聞界共同研商，集合全國力量共同推動，成功募集 16 億史幣之投資認捐款，其中 5,000 萬史幣並為人力訓練費用，優先實施，以加速推動中小企業之發展，希望能創造 5 萬個就業機會。

表 2-70　史瓦濟蘭基本資料表與總體經濟指標

地理位置	位於非洲南部，介於南非與莫三比克間。		
首都（府）主要城市	姆巴巴內（Mbabane）		
國際機場（座落地點與名稱）	馬札巴國際機場		
重要港埠（座落地點與名稱）	為內陸國，進出口主要經南非德班港。		
面積（平方公里）	17,368		
人口數（人，2008 年）	1,129,000		
人口密度（人／平方公里）	65		
華人數（人，2007 年）	1,274		
華人所佔比例（%）	0.11		
台僑人數（人，2007 年）	200		
台僑所佔比例（%）	0.018		
匯率（Emalangeni 兌美元）	6.81（2007.12）；貨幣單位＝Lilangeni（單數）、Emalangeni（複數）		
	2005	2006	2007
消費者物價上漲率（%）	4.8	5.3	8.2
經濟成長率（%）	2.2	2.9	2.4
失業率（%）	31	40	40
國內生產毛額（億美元）	25.52	26.76	29.36
平均每人國民所得（美元）	2,267	2,331	2,580
出口值（億美元）	20.2	21.1	19.3
進口值（億美元）	21.1	22.2	19.3
對我國之出口值（千美元）	796	4,768	5,894
自我國之進口值（千美元）	22,647	23,685	17,250
對我國之貿易餘額（千美元）	-21,852	-18,917	-11,356
對我國之主要出口產品	濃縮果汁、紡織品、蔗糖、紙漿、柑橘水果、罐頭食品		
自我國之主要進口產品	機器及交通設備、紡織品、化學製品、塑膠製品		
外匯存底（億美元）	7.62（2007.12）		

資料來源：中華民國僑務委員會、財政部統計處、史瓦濟蘭中央銀行、經濟企劃暨發展部（統計局）、世界銀行、IMF。

2. 當地台商投資情形

⑴ 當地產業發展及投資環境

在產業發展方面，史國共有五大發展產業。第一，製造業為史國經濟發展主要動力，範圍甚為廣泛，以民營企業為主，包括僅有數名員工之小型業者，以至僱用數千名員工並使用最新設備之大型工廠；產品項目繁多，如紙漿、製糖、食品加工業、紡織業、木材業、機械、金屬加工、塑膠及化學業等；產品以出口導向為主，並以南非為主要出口市場。食品加工業以本國農產品為原料，包括蔗糖、加工食品及水果罐頭等，製造業占外人直接投資比率約達 65%，而從業人口則占史國就業人數之 26%，僅次於農業之人口。

第二，史國紡織業以成衣、紡紗及拉鍊廠為主，全國約有 20 餘家工廠，僱用勞工人數達 2 萬餘人，為史國主要就業產業，紡織品並為史國在果汁、蔗糖、紙漿傳統出口產品外另一重要出口項目。

第三，史國農業以甘蔗、柑橘、玉米、其他穀類、鳳梨、棉花及畜牧等為主，並提供工業生產之原料。史國由於連年持續乾旱、土地侵蝕劣化及住地之占用，加上生產要素投資不足及缺乏產品運銷管道，史國農業部門產值占 GDP 之比重由 1999 年之 10.6%逐年降至 2006 年之 8.6%，預料仍將逐年下跌。史國是農產品淨輸入之國家，即使在風調雨順之豐收年，其穀物仍需大量進口，以 2006 至 2007 年為例，其穀物需求量為 17 萬 4,380 公噸，但產量僅為 8 萬 3,090 公噸，不足數量均仰賴進口及國際糧援。

第四，史國電訊業主要以史國郵電公司及 MTN 行動電話公司為主；史國郵電公司成立於 1986 年，為國營事業，以郵政及電信業為主，其郵政部門為環球郵政聯盟（UPU）之會員，業務範圍包括普通郵寄、快遞、網路咖啡廳、以及財務服務項目，目前全國共有 35 個分處；該公司電信部門為獨占經營，目前共有 4 萬 5,000 個用戶，採光纖數位化電話網路系統，以提高其通訊品質，並透過南非之輔助，直接與美國及南非連結，以提高其穩定性。該公司對於史國學校機構提供優惠費率，以推廣網路之使用。

史國 MTN 行動電話公司成立於 1998 年，該公司在史國為獨占事業，其獨占權將於 2008 年 11 月將到期。目前該公司用戶達到 18 萬 5,000 人，共有 80 個基地台，其涵蓋範圍達全國 82%以上的土地以及 90%以上的人口。由於係獨占事業，其收費高昂，服務品質仍待改善。史國市場小，由於行動電話對史國郵電公司業務造成激烈之競爭，使得目前史國郵電公司虧損累累，經營面臨重大困難。

第五，依據史國觀光局資料，2005 年觀光客超過 120 萬人，並以南非 82 萬 6,687 人及莫三比克 18 萬 3,382 兩個鄰國為主要來源，其次為歐洲國家，共有 10 萬 7,281 人，估計 2006 年成長約 2.5%。

在投資環境方面，則須面臨以下六大挑戰：

1. 薪資水準逐年調升，生產力亦漸提高

史國訂有最低工資標準，每年透過由工會、業者與政府代表共同組成之薪資委員會，經談判程序來決定。因此工資水準逐年調升，目前平均每月工資已約為150 美元，超過東南亞國家之工資水準；但因旅史台商在史國投資多年，已培養許多熟練之成衣勞工，因此生產力亦逐漸提升，可抵消部分薪資調升之影響。

2. 貨品進出口必須使用南非德班港

史國係內陸國，與亞洲及美國之貿易必須使用南非德班港，目前每週僅一班船駛往美國東岸，一旦錯過船期，往往被迫改以空運，增加業者成本。此外，史國為一內陸國，產品出口及原料進口都必須經過南非海關，因此史國經由南非進出之原物料或成衣，時有重複查驗情形。為避免造成業者之額外成本負擔，我駐館常協助業者與南非海關溝通，以加速海關通關作業，目前情況已大為改善。

3. 文化差異影響經營管理

由於旅史台商以往工廠管理經驗皆來自亞洲國家，多僱用中國籍幹部，由於文化差異並採用亞洲傳統之權威式管理方式，加上語言之隔閡，難以接納史國勞工習性，影響勞資雙方溝通，以致時有衝突情形，影響勞資關係之和諧。

4. 史幣隨南非幣大幅升值，影響出口競爭力

史瓦濟蘭與南非為共同貨幣區，因此史鎊隨南非幣於近年來大幅升值，由2001 年 12 月 1 美元兌換 12Lilangeni，至目前 1 美元兌換約 7Lilangeni，廠商出口成本亦因而大幅上漲。由於旅史台商大部分都從事於出口業，因此史幣升值對台商出口競爭力影響至鉅。

5. 紡織品配額制度取消之衝擊

由於 WTO 已於 2005 年起取消紡織品配額制度，史國紡織品對美國出口失去免配額之優勢，難以與低成本並具市場競爭力之亞洲國家競爭。

6. 部分行政手續煩瑣，不利投資人經營

譬如史國政府規定，每年須更新營業執照，收取大額費用。並要求業者公開陳列於營業場所顯目之地方，曾有我國投資人因申請費用高昂，為免遭竊未公開陳列而遭罰款。

(2) 當地台商投資概況

當代台商經營情形最值得一提者，為宏碁電腦公司在南非投資設廠之 Acer 電腦公司（Acer 品牌），以及台商甘居正先生在南非投資之 Mustek 電腦公司（Mecer 品牌）之綿密行銷網，使史瓦濟蘭市場上無論是桌上型電腦或手提式電腦，幾乎均為該兩家公司之產品，此一現象充分顯示透過海外投資，確為擴大海外市場之最佳良策。

但對欲前往史國投資而言，仍須注意以下四點重要事項：

第一，投資者須具有經營管理能力：雖然部分非洲國家經濟發展尚落後，但社會民情風俗發展程度並不亞於許多亞洲國家，譬如史國勞工法令完全符合國際勞工組織要求，與包括我國在內之許多亞洲國家相較更為先進與完備，因此投資史國需具備良好經營管理能力，亞洲威權式管理會造成勞資衝突。

第二，產品應以外銷為主：史國人民購買力低，商業行銷網不易建立，金融機構服務水準落後，融資不易且利息高昂，貨款回收期過長，呆帳比率高，產品必須靠外銷才能擴大投資規模。史國本土業者因欠缺資金與技術，很少從事國際貿易，對於海外之市場行銷皆陌生，台商倘在史國投資，必須具備國際行銷能力，否則不易成功。

第三，應加強與史國工會及新聞媒體溝通：史國失業率高，對於台商前來投資創造就業機會甚為歡迎，但史國媒體基於訂戶業績之考慮，以及改善風俗與監督政府之職責，對於台商活動迭有報導。勞工及工會團體基於自身利益，亦常將台商工廠管理負面之訊息告知媒體，供其刊載，影響台商及我國形象。為免媒體報導偏頗，台商應加強與史國工會及新聞媒體溝通，提供正確之資訊，以改善台商形象，並促進勞資關係之和諧。

第四，加強後勤補給行政效率，以降低生產成本：由於史國與亞洲之運輸線過長，其中牽涉許多環節，必須加強企業之後勤補給行政效率，避免延誤時間，影響原物料之供應，造成生產中斷或延誤，甚至被迫空運，增加成本負擔。此外，由於史國相關配合部門整體行政效率不佳，進出口文件及銀行、海關之行政作業必須有充分之預備時間，否則將因行政程序而延誤。

⑶當地台商協會運作情形

「史瓦濟蘭中華公會暨台商會」是史國唯一的僑商組織團體，成員以台商為主。史瓦濟蘭中華公會暨台商會與我國駐史大使館互動密切，共同為我國台商於當地國建立良好形象，貢獻頗多。

⑷成功僑台商案例介紹

南緯公司可算是我國於史國當地投資經營成功的案例之一。南緯公司成立於1978 年，資本額新台幣 1,185 萬元。2001 年轉投資信新國際（股）公司（史瓦濟蘭成衣廠），並評選榮獲經濟部產業科技發展獎優等獎。2002 年轉投資祥紡國際（股）公司（史瓦濟蘭紡紗廠），2003 年轉投資名劍國際（股）公司（史瓦濟蘭成衣二廠），2003 年 1 月更名為名紡國際（股）公司。2003 年 6 月南緯公司執行經濟部示範性資訊應用開發計畫「紡織產銷運籌資訊系統」評定為特優。2006 年轉投資史瓦濟蘭織染廠，並獲得榮獲經濟部業界開發產業技術計畫最佳產學研合作獎。

3. 小結

史國 2005 年受到國際因素之衝擊，多家紡織成衣工廠被迫關閉，造成許多工人失業，2006 年逐漸恢復穩定。另美國政府於 2006 年底延長非洲成長暨機會法案（AGOA）之第三國布料規定至 2013 年。我南緯集團所投資南部非洲最大之針織布暨染整廠於 2006 年底開工生產等，預料將會有新的成衣工廠前來史國投資。

觀光方面，配合 2010 年世界杯足球賽在南非舉行，史國投資約 3 億美元，在南部 Lavumisa 與南非接壤地區，興建大型娛樂設施之 Royal Jozini Big Six，目前已開始動工。另外，史國政府亦計劃耗費鉅資興建之 Sikhuphe 國際機場等計畫。

雖然史國政府在基礎建設及創造有利之投資環境方面已有良好之成果，惟仍須致力於經濟改革，以使其在非洲南部各國間，能更具競爭力。因此，史國經濟企劃暨發展部正與各相關部會研擬經濟復甦計畫。此外，該國憲政改革及公共部門改革，均有助於經濟成長。

史國處於南非及莫三比克兩大鄰國之間，彼等土地及人口等資源都遠大於史國，且經濟發展迅速，並均有港口，對史國造成強大之壓力。史國具有第一流制定經濟政策能力，但執行能力不足，各項計畫未能訂妥優先順序，經費常遭挪用，許多計畫遠落後於原定目標，並造成費用增加。

另外，史國政府對相對人數比例已高之公務員體系仍繼續提高薪資，並且大幅增加國防支出，加上愛滋帶原者比率高達全國人口 42.6%所帶來社會問題，均將影響史國未來經濟發展。

(四) 馬拉威

1. 總體經濟情勢分析

馬拉威 2006 總體經濟發展，在政府財政及經濟發展方面皆見具體進步，可歸結強調的有幾個重要事項：

⑴ 馬拉威政府之 33 億美元外債已全部獲註消

馬拉威政府 2006 年最值得慶賀的盛事，就是 IMF 及 WB 於 9 月宣布取消馬拉威 29 億 6,900 萬美元外債。IMF 表示，馬拉威自 2004 年 5 月新政府成立以來，預算收支管理健全，符合「嚴重負債窮國」（HIPC, Heavily indebted Poor Country）及「降低貧窮成長計畫」（PRGF, Poverty Reduction & Growth Facilities）之優惠標準，因此同意 1 次註銷馬拉威對 IMF 之所有外債。

總之，IMF、Paris Club 及法國等相繼取消馬拉威外債，政府每年可因此節省 1 億 1,000 萬美元之利息支出，相當於馬拉威政府總預算 15％。馬拉威莫泰加總統已決定將之運用於消除貧窮、振興經濟，提昇教育品質及醫療衛生等公共建設。

⑵ 主要糧食──玉米創下 250 萬噸之收成量

由於馬拉威政府成功推行肥料補貼制度及天候適宜、降雨正常之良好影響，2006 年馬拉威主要糧食 - 玉米創下 250 萬噸產量之紀錄，較全國年需求量之 210 萬噸尚超過約 40 萬噸，因此馬拉威政府無須斥資購入玉米賑濟饑民，政府財政得以增加教育、衛生及公共建設等民生支出。馬拉威政府首次有能力將過剩之 40 萬噸玉米售予烏干達政府用以賑濟貧民。

鑒於馬拉威政府財政管理成果優異，2006 年經濟成長率高達 8.5％，係 10 年來之最佳表現。

⑶ 內債高達 3.6 億美元（至 2006 年 12 月止）

馬拉威政府雖已於 2006 年 11 月獲減全部外債，但國內借款累積仍高達 500 億夸加（約 3.6 億美元）。馬拉威財政部長表示，政府透過發行國庫債方式籌集財源用於支應政府預算，係健康財政行為，儘管內債高達 3.6 億美元，但仍維持在 GDP 之 19％最高上限範圍內。未來馬拉威政府將致力於調降內債額度至 GDP 16.2％～ 12.2％之水準。儘管馬拉威政府對內債持正面看法，世界銀行及馬拉威經濟學者仍強烈建議政府積極降低內債以創造穩定之經濟發展。

⑷ 馬拉威稅務局嚴徵賦稅，稅收屢創高峰

馬拉威政府 2006 年 1 至 12 月政府總歲入為 1,284 億夸加，其中 694 億夸加（比重占總歲入之 54.1％）係馬拉威稅務局徵收稅款之成果，49 億夸加（占 0.4％）係來自政府規費收入，541 億夸加係屬援助款（占 42.1％）。

至於馬拉威政府 2006 年 1 至 12 月之總支出則為 1,312 億夸加，較 2005 年增加 31.7%。幸而總歲入亦成長 28%，因此政府赤字僅占 GDP 之 0.9%，即 28 億 4,000 萬美元。

馬拉威 2006 年總歲入金額增加之主要挹注來自稅務局之嚴徵賦稅，2006 年 1 至 12 月之稅收較 2005 年同期增加 25.3%之多，以致於政府赤字僅占 GDP 之 0.9%。此外，馬拉威援助款占總歲入比重，達 42.1%，顯見馬拉威對國際組織及援助國之依賴甚深。

在通貨膨脹與匯率、利率方面，馬拉威央行重貼現率自 2006 年 11 月起自 25%調降為 20%，商業銀行貸款利率調整為 22.5%，但存款利率縮減為 4.67%。

在通貨膨脹方面，由於 IMF、英國等國際援助款自 2005 年 8 月起恢復，外匯援助穩定，且 2006 年 9 月起馬拉威主要外債獲得減免，在進出口需求正常作業之情形下，通貨膨脹率自 2006 年 1 月起由 16.7%，一路持續下滑，至 2007 年 4 月已降至 9.6%。

至於匯率，馬幣夸加兌美元雖仍繼續保持緩慢貶值之趨勢，但民間黑市交易與銀行匯率之差距，已相差無幾，顯示馬拉威央行外匯充足，黑市獲利空間變小。美元兌馬幣夸加 2006 年 4 月為 1USD：135 夸加，2007 年 4 月為 1USD：138 夸加，一年間僅微幅貶值 0.2%。

在進出口貿易情形方面，馬拉威 2007 年總貿易額約 14 億 7,000 萬美元，其中進口額為 8 億 6,600 萬美元，出口額為 6 億 400 萬美元。儘管馬拉威仍為貿易入超國，且入超金額達 2 億 6,200 萬美元，馬拉威 2007 年之出口額較 2006 年卻減少 11.1%，進口額減少 31.6%，由於進口減幅大於出口減幅，貿易入超較上年減少 2 億 8,200 萬美元。

進口類項及主要進口國方面，馬拉威 2006 年主要進口產品包括石油、車輛、肥料、菸葉，主要進口國為南非、莫三比克、阿拉伯聯合大公國、英國、印度、尚比亞、坦尚尼亞及辛巴威等，其中自南非進口占總進口 36%。

馬拉威係內陸國，進口港仰賴莫三比克之貝拉港及那卡拉港，因此自莫三比克進口之報關產品相當多，以致於莫三比克列居馬拉威第 2 大進口來源國，馬拉威進口貿易夥伴，包括南非、莫三比克、坦尚尼亞、尚比亞及辛巴威等皆屬於 SADC 會員國（南部非洲發展共同體），故而 SADC 係馬拉威最重要之進口來源地區，占總進口額 60%。其次為歐盟占 15%，COMESA（東南非洲共同市場）占 10%，北美及遠東地區僅各占 4%。

馬拉威的對外貿易以區域內貿易為主。倘排除 SADC 及 COMESA 之區內進口貿易額，馬拉威自與區外國家之進口額僅占總進口額之 23%。而在 SADC 及 COMESA 區域組織間相比，由於南非、莫三比克及坦尚比亞等 SADC 國家係馬拉威重要之進口港，SADC 自然成為馬拉威最重要進口地區。至於 COMESA 主要具

有經貿實力之國家，僅有埃及與肯亞，皆不與馬拉威相鄰，自然無法成為貨物供應之來源。

在出口品及出口國部分，馬拉威 2006 年主要出口產品，依次為菸草、茶、蔗糖、成衣及棉花。主要出口市場包括南非、英國、德國、美國、埃及、比利時、俄羅斯、荷蘭等。

馬拉威出口業受到本地業者資金、技術及國際貿易誠信不足等因素之限制，主要係由外商在馬拉威投資之企業，經營外銷市場，如兩大美商菸草公司、英國後裔之茶廠、現由法國集團經營之蔗糖廠，以及台商之成衣廠等，因此馬拉威出口貿易夥伴主要係由上述各外商公司之國際行銷策略所決定。

以馬拉威出口貿易夥伴關係看，SADC 占總出口額之 31％，歐盟占 40％，COMESA 占 12％，北美地區占 8％，遠東占 2％。綜合上述分析，馬拉威對 SADC 之出口，幾乎等同於對南非之出口，亦即 SADC 對馬拉威提供之出口市場 70％來自南非之需求。而另一區域組織 COMESA 則以埃及與肯亞對馬拉威菸草、茶之需求，使馬拉威對 COMESA 之出口額占總出口額之 12％。至於歐盟，則由於馬國之菸草、茶及蔗糖，利用歐盟提供之 ACP 國家優惠協定，將主要出口市場集中在歐盟。

馬拉威政府近兩年的重要經貿措施有：

⑴ 貧農肥料補貼計畫

馬國政府繼 2005 年首次實施貧農肥料補貼計畫後，廣受好評，故決定持續施行。2006 年馬拉威政府支出 55 億夸加經費，透過公開招標程序，向馬拉威業者進口 15 萬噸肥料並利用國營農產運銷公司 ADMARC 在全國設立之 52 個經營站，對全國貧農發放優惠價格之肥料，致使全國人民辛勤投入農作生產，小農耕作產出大幅成長 14.4％，主要糧食玉米之收成也增為 250 萬噸，較全國全年所需之 210 萬噸尚超過 40 萬噸。2006 年農業產出占 GDP 之比重增為 43.5％，較 2005 年增加 11.5％。

⑵ Shire-Zambezi 水路開發計畫

馬拉威政府為積極加強對外運輸效率，極思發展北部、中部及南部對外運輸線，其中南部對外運輸線則係利用馬國 Shire 河與莫三比克 Zambezi 河水道運輸之「Shire-Zambezi 水路開發計畫」，最終流至莫國之 Chinde 漁港。依據馬拉威政府之評估，僅重建恢復馬拉威境內之河道、河港、鐵路、橋樑及公路，需款 60 億美元，目前僅歐盟提供資金進行初步評估報告。至於馬拉威政府已在南部鄰近莫三比克邊境之城市 Nsanje 修築河道及碼頭，以方便平底船及漁船之行使。

⑶ 馬拉威水利發展計畫

馬拉威政府 2006 年獲荷蘭政府及 UNICEF 撥款 1,690 萬美元在全國 12 個區進行供水計畫，預計 2 年內確保全國 90％之居民可取得安全用水。此外，依據國

家水利發展計畫，馬拉威政府將持續在全國開鑿水井並舖設水管以供應人民所需用水。目前馬拉威 33％人口無法取得清潔用水，54％家庭無法自水井取得用水，更遑論自來水。

除用水外，水力灌溉系統亦是政府首要目標，自 2007 年起馬拉威政府將在全國興建 4 個水庫及灌溉溝渠以穩定供應水源，增加農作物收成量，確保糧食無虞。

(4) 稅制改革

馬拉威自 2006 年 6 月 16 日，實施稅制改革，詳情如下：

A. 12 人座車輛免除 50％貨物稅。

B. 免除隱形眼鏡食鹽水進口稅。

C. 非民生必需品之進口稅調降至 10％～ 15％水準。

D. 製造業免稅項目增加發電機及瓦斯供應、衛生下水道及公共用水供應等產業。

E. 發電機、烤箱及鍋爐之進口稅調降為 0。

F. 郵遞進口物品之免稅額上限，由 2,000 夸加提升為 2 萬夸加。亦即凡物品價值超過 2 萬夸加者才須繳納進口稅。

在未來展望部分，馬拉威政府自 2006 年 11 月獲 IMF 及 Paris Club 全面免除外債，僅餘 4,000 萬美元之雙邊貸款，估計每年可節省 1 億 1,000 萬美元利息支出。在收入方面，IMF 已自 2005 年 8 月起恢復援助款，以致於馬拉威目前外匯準備足以供應 3 個月進口需求，因此匯率穩定，銀行貸款利率亦降至歷史新低點 22.5％。

由於馬拉威政府銳意革新，深獲各國際組織及援助國肯定，各項援助計畫持續進行，舉凡教育、醫療衛生、水利灌溉、交通、通訊以及觀光建設等齊步展開，提供廣大商機，帶動民間投資，創造經濟發展，尤其貧農肥料補貼計畫極為成功，2007 年天候適宜，農作物收成理想，馬拉威 2007 年經濟成長仍可繼續創下 8％佳績。

表 2-71　馬拉威總體經濟指標與基本資料表

地理位置	位居非洲東南之內陸國家，西鄰尚比亞，東北鄰坦尚尼亞，東部及南部與莫三比克接壤。		
首都（府）主要城市	里朗威（Lilongwe）		
國際機場（座落地點與名稱）	里朗威國際機場、布蘭岱（Blantyre）國際機場		
面積（平方公里）	118,480		
人口數（人 ,2008 年）	13,931,000		
人口密度（人 / 平方公里）	118		
華人數（人 ,2007 年）	129		
華人所佔比例（%）	0.00093		
台僑人數（人 ,2007 年）	40		
台僑所佔比例（%）	0.00029		
匯率（夸加兌美元）	140.3161：1（2007.12）		
	2005	2006	2007
國內生產毛額（百萬美元）	2,082.2	3,164	3,538
平均每人國民所得（美元）	167.2	241	264
消費者物價上漲率（%）	15.4	13.9	8.0
經濟成長率（%）	2.1	8.5	7.4
失業率（%）	---	---	---
出口值（億美元）	5.05	6.72	6.04
進口值（億美元）	8.87	12.16	8.66
對我國之出口值（千美元）	4,970	4,421	5,802
自我國之進口值（千美元）	6,951	6,669	8,320
對我國之貿易餘額（千美元）	-1,981	-2,248	-2,518
對我國之主要出口產品	菸葉、棉花、木材、咖啡、衣物配件		
自我國之主要進口產品	織物、原料及加工製造機械、裁縫紡織設備、金屬鑄造用模箱		
外匯存底（億美元）	2.17（2007.12）		

資料來源：中華民國僑務委員會、財政部統計處、馬拉威中央銀行、IMF。

2. 當地台商投資情形

(1) 當地產業發展及投資環境

馬拉威發展產業仍以農產加工及輕工業為主。

A. 菸草出口激增

馬拉威2006年菸草公開拍賣成交量為13萬2,000噸，較2005年減少11.8％。出口方面，2006年馬拉威菸草出口量達17萬7,000噸，較2005年增加41.6％，而2006年菸草出口額高達4億1,200萬美元，較2005年大幅成長32％，顯示菸草出口單價上漲，出口獲利增加，由2005年每公斤2.33美元增為2006年每公斤2.35美元。

至於菸草公開拍賣成交量近年來持續減少之主因，在於菸農尋求更佳售價，往往不參加公開拍賣而轉為針對特定買主進行私下交易，因此出現公開拍賣成交量減少，但出口量增加之情形。

B. 蔗糖出口衰減

馬拉威2006年蔗糖出口額為4,700萬美元，出口量為8萬2,000噸，較2005年下降21％。主要係由於2006年馬拉威Illovo蔗糖廠正與法國集團談判整廠出售事宜，經營集團在變更中，以致於影響營運作業，自2007年起改由法資經營，預計未來將會繼續增加對歐盟之出口。

馬拉威蔗糖依賴歐盟與非加太國家之經濟合作夥伴協定訂定之農產品優惠貿易措施所提供之蔗糖進口配額，作為主要外銷基礎，歐盟占總出口額78％，居蔗糖出口市場之第1位，其中英國及比利時分別為馬拉威蔗糖之第1大及第4大出口國。除歐盟外，其他非洲國家亦為重要拓銷據點。

C. 茶、咖啡明顯成長

馬拉威2006年茶產量達42.6噸，較2005年成長12％，出口額達4,900萬美元，較2005年成長14％。馬拉威2006年茶葉由於品質較佳，價格提升，較2005年大幅增加34.3％，由2005年每公斤0.92美元成長為2006年每公斤1.23美元。主要出口國家包括英國、南非、肯亞及巴基斯坦。

咖啡2006年出口額為280萬美元，較2005年成長18.6％，出口量為1,300噸，與2005年相似。顯示咖啡價格比以往為佳，在出口量維持相同之情形下，創下出口額增加18.6%之佳績。

D. 成衣產業當地化

馬拉威共有8家成衣廠，其中台商占2家，2006年成衣總出口額為3,600萬美元，44.4％銷至美國，53.4％外銷南非，充分反映出馬拉威成衣業者利用美國AGOA優惠法案及南非對馬拉威、莫三比克、尚比亞、坦尚尼亞等國實施之配額內成衣出口免關稅優惠待遇，所發展之成衣製造業。

除兩家台商分別主攻美國及南非市場外，馬拉威成衣廠（目前皆屬印度裔業者）主要經營中東市場，裁製式樣簡單之罩袍，不喜承接南非及美國成衣進口商訂單，認為製造及交期規定過於嚴格，且利潤微薄。

台商 Win Win 成衣廠自 2007 年起將協助馬拉威本地業者 Tropical Garment 設立成衣廠，交由該廠代工並出口美國。倘雙方合作順利，將是南部非洲地區第一家由本地非洲人士經營之成衣廠成功輸銷美國之先例。

在投資環境方面，馬拉威當地投資條件為：

A. 賦稅稅率：公司淨利稅 35％，附加稅 17.5％，個人所得稅 30％。

B. 獎勵投資措施：

a. 一般獎勵措施如下：

(a) 公司稅 35％

(b) 舊廠房及機器設備投資津貼以 20％為上限；製造商正式動工前 24 個月得抵減經營費用

(c) 20 噸以上大型貨車免徵進口稅

(d) 保留盈餘免課所得稅

(e) 製造業用原料免徵進口稅

(f) 50％員工訓練津貼

b. 於加工出口區設廠者：

(a) 免徵公司稅

(b) 免附加價值稅或保留盈餘所得稅

(c) 資本財及原料免課進口稅

(d) 當地採購之原料及包裝材料亦不課稅

(e) 對於暫放於保稅倉庫，如非屬菸草、茶、糖及咖啡等產品，均得享有 12％最高之出口津貼，抵減 25％上限之國際運輸成本；資本財及原料亦免徵進口稅及貨品稅。

馬拉威對外人投資最大限制在於外國公司不得經營進口銷售業，俾保障本地業者之商業利益。除此之外，僅針對少部份投資產品對環境、健康及國家安全考量而予以列管，相關項目有槍炮彈藥、生化武器、炸藥和造成高危險廢棄物或放射性物質之製造業。考量馬國基本經濟條件，並且運用其天然資源，適合投資之產業包括：木材加工業、水泥、瓷磚製造、畜牧及肉品加工、蔬果栽種及冷藏處理、珍貴礦石開採加工、成衣製造、汽車零件、塑膠水管及塑膠製品、製藥、肥料、殺蟲劑等。

在馬拉威投資應注意事項：

(a) 馬拉威享有出口美國市場之優惠待遇：馬拉威自 2001 年起輸美之工業產品享有 AGOA 待遇，成衣出口美國可免稅免配額，極適合如成衣紡織等勞力密集產

業投資設廠。

(b)馬拉威電力不足，製造業須有應變措施；電訊設備陳舊，網際網路速度極慢。

(c)內陸運輸成本高且時效低

(d)外國人不得經營進口銷售業

(e)外匯管制嚴格，出口業者之外匯收入必須向馬拉威中央銀行如實申報

(f)馬拉威政府為增加稅收，嚴徵苛稅

其他投資相關方面，我國政府為鼓勵台商赴有邦交國投資設廠，由外交部訂定「鼓勵我國業者赴有邦交國投資補助款」獎勵措施，凡在有邦交國成立製造業、運輸業、旅館業、農場等之台商，經審核通過確實執行投資計畫者，可享有 5 年 1,500 萬台幣之補助款。

(2) 當地台商投資概況

我國旅馬廠商計 16 家，總投資額 4,342 萬美元，創造 4,184 個就業機會。經營項目包括成衣廠 4 家、營造商 2 家、鐵釘廠 1 家、碾米廠 1 家、木材加工廠 1 家、花生油製造廠 1 家、農場 1 家、橡膠拖鞋製造廠 1 家，肥料廠 1 家、飼料廠 1 家、屋頂鐵皮製造廠 1 家、汽車零件商 1 家。

高銀化學公司已在馬拉威投資設立肥料廠、PVC 塑膠管廠，總計投資額約 1,200 萬美元，雇用當地員工約 200 名。另台商 ChangRong Groups 已在馬投資成立木材加工廠，總投資額約 300 萬美元，創造當地就業機會 120 名。

上述台商除其中 4 家成衣廠以美國 AGOA 成衣加工出口市場為主外，其餘皆從事內銷市場。

(3) 成功僑台商案例介紹

年輕女台商簡伽穎，為馬拉威台商創業投資之成功案例。其位於馬拉威南部布蘭岱〈Brantyre〉的「Win Win」紡織廠，僱用 500 名當地員工。

爾後，為因應生產效率，增聘幹部，進行大量生產。半年後生產線即擴增至七條，機器擴增為 145 台，員工也從最初的 150 人逐漸增加到現在 500 人。

目前馬拉威工人每月薪資成本在 30 到 40 美元之間，比南非、賴索托的 100 到 125 美元低三分之二，也遠低於史瓦濟蘭的 150 到 180 美元。

4. 小結

馬拉威曾被聯合國評為世界上最不發達的國家之一，全國約有 55%的人生活在貧窮線以下，人均國民生產毛額只有 600 美元，是全世界最低收入的一群。政府長期舉債度日，國債佔國民生產總值的 228.3%。因受愛滋病及高生育率影響，馬拉威勞動力人口比例過低，大概只有 50%的人處於 15-64 歲之間。加之人民的教育程度很低，國內低技術勞工過剩，同時嚴重缺乏高技術人才，該國經濟長期

倚賴於農產品出口，農業人口超過 90%，因而國家經濟很容易受農產品的國際價格影響。

基於馬拉威對農業的經濟依賴，政府已著手進行工業化的計畫，這些計畫包括設置工業區和鼓勵外商投資。鼓勵投資的方法有簡化外商設立的程序及獎勵各項投資。為了達成這個目標，政府已成立了馬拉威投資促進會（MIPA）為全方位服務機構，以協助外商申請在馬拉威的各項投資。

在經濟發展上，馬拉威是眾非洲國家中政局最穩定的國家之一，也是少數沒有受內戰影響的非洲國家，因此相對其他非洲國家而言，其經貿發展較少無法預先掌握的環境因素影響，在大額外債取消的前提下，2007 年馬拉威整體經濟成長仍可樂觀期待。

(五) 非洲地區其他國家

本區域主要包含埃及、突尼西亞、摩洛哥、蘇丹及利比亞等國家。各國基本資料請參考下表。

表 2-72　非洲地區其他國家總體經濟指標 ,2007 年

國別	面積（平方公里）	人口數（萬人）	國內生產毛額（億美元）	平均每人國民所得（美元）	經濟成長率，2007 年（%）
埃及	1,001,449	8,171	1,279.3	1,580	7.1
突尼西亞	163,610	1,038	350.1	3,200	6.3
摩洛哥	446,550	3,434	734.3	2,250	2.2
蘇丹	2,505,810	4,022	461.5	960	10.5
利比亞	1,759,540	617	570.6	9,010	6.8
奈及利亞	929,768	13,828	1,667.8	930	6.4
賴比瑞亞	111,000	333	7.3	150	9.4
迦納	238,537	2,338	148.6	676	6.4
查德	1,284,000	1,011	70.9	540	0.6
塞內加爾	196,190	1,285	111.2	910	5.0
馬達加斯加	587,040	2,004	73.2	320	6.3
阿爾及利亞	1,740,000	3,377	1,315.7	3,620	4.6
布吉納法索	274,200	1,526	69.8	430	4.2

註：本表所列人口資料為 2008 年 7 月數據。

資料來源：EIU ／貿易局經貿統計／ The Europa World Year Book ／ CIA The World Fact Book ／中華民國外交部／ World Bank。

1. 埃及

2004 年埃及經濟走出谷底，逐漸恢復成長的動能。2004 年 7 月份主張經濟自由化的內閣總理納齊夫（Ahmed Nazif）上台後，降低關稅及所得稅措施漸次推動，透過國營企業民營化、修正經濟相關法令、穩定金融與貨幣政策、檢討調整汽油補貼政策、銀行重整等，期待能快速帶動經濟發展，並且大幅改善人民生活。2006 年推動經濟改革五年計畫，目標 GDP 年成長 8%，並持續推動 2004 年以來的經濟改革。可是在積極改革下，失業率仍高達 20%（依埃及政府宣稱失業率為 10%）、貧富差距加大、民生物資價格飆漲、教育及醫療保健費用大增，埃及

政府改革過程中所需解決的重大問題。

在產業表現方面，觀光業、交通服務業、原油及天然氣業、紡織成衣業、農產品暨食品加工業、大理石及水泥業，是埃及六大主要產業。在觀光方面，埃及祖先所遺留大量文化遺產，每年都吸引數百萬外國觀光客前來旅遊。近年來埃及政府致力於推動觀光業發展，除了這些沿著尼羅河所孕育的古老文化遺產是主要賣點以外，蘇伊士灣、以 SHARM EL SHEIKH 為主的紅海沿岸、西部沙漠及綠洲等，提供來自不同國家觀光客更多樣的行程選擇。

2006 年前往埃及之觀光客計有 908.2 萬人次，相較於 2005 年 860 萬人次提高約 5.5％，較國際世貿組織 WTO 所公布 2006 年全球觀光客人數上升率 4.5％高；2006 年國外旅客在埃及平均停留 8.3 夜，較 2005 年平均停留 8.2 夜為成長；此外，埃及觀光營收也由 2005 年的 68 億美元增加到 76 億美元，增幅達 11.8％。2006 年觀光業為埃及賺取 23％外匯、占全國 GDP 的 12 ％，觀光業從業人員超過全國勞工數 12 ％，直接或間接影響埃及 70 項產業發展。

在交通服務業方面，埃及 2006 年蘇彝士運河通行費收入達 38 億 2,000 萬美元，創該收入年度新高，較 2005 年收入 34 億 2,000 萬美元及 2004 年收入 30 億 8,490 萬美元，大幅成長。通過蘇彝士運河可避免繞行非洲以減低航行時間及油料成本，通行該運河的船隻數約占全球船運量 7.5％，因此蘇彝士運河營運管理收入堪稱是埃及在觀光業以外的另一隻金雞母。埃及蘇彝士運河由 the Suez Canal Authority（簡稱 SCA）於 1956 年開始經營管理。

在原油及天然氣業方面，石油天然氣工業（hydrocarbons Industry）是埃及創匯重要的產業之一，2006 年埃及碳氫化合物出口 103 億美元，盈收成長 33％。埃及每日石油產量約 70 餘萬桶，主要產區在蘇伊士灣地區（占埃及石油產量的 70％）、西部沙漠、東部沙漠及西奈半島。其中 7 成原油在國內提煉。石油探測公司在埃及境內不斷發現新的油氣田，埃及的石油和天然氣產量正在增加。

在紡織成衣業方面，紡織成衣是埃及發展最早的工業，為遵照與 WTO 簽訂之協議，自 1998 年 1 月 1 日起開放紡織品進口，計劃 2005 年開放成衣進口，惟依照 WTO 規定，全球紡織品配額自 2005 年 1 月 1 日起取消，埃及業者頓失配額保護，出口市場又面臨中國與印度產品的強力競爭，埃及因此與美國及以色列簽訂 QIZ 協定，試圖挽救埃及紡織成衣業。

在農產品暨食品加工業方面，埃及主要外銷創匯的農作物有稻米和棉花，其中棉花因纖維長品質好，早已聞名全球。稻米居埃及外銷農產品第二位，也是埃及人日常生活中，除麵包以外最主要糧食之一，因此埃及政府致力協助農民於品種改良、增加產量並協助國內外行銷。

2006 年埃及稻米出口金額計 1 億 8,700 萬美元，其金額較 2005 年 3 億 1,100 萬美元及 2004 年 2 億 3,100 萬美元滑落，其稻米前五大出口對象國則依次為敘利

亞、土耳其、利比亞、蘇丹及羅馬尼亞等國。

在大理石及水泥業方面，2006 年埃及出口大理石金額計 9,200 萬美元，較 2005 年 8,300 萬美元大幅成長 11.76%，其中前五大出口對象國依次為中國、義大利、美國、沙烏地阿拉伯與印度。另依我國關稅總局統計，2006 年埃及居我國大理石進口來源國第 12 位，金額計 39 萬美元，較 2005 年 45 萬美元衰退 14.17%。

在與我國雙邊貿易關係方面，2006 年我國出口至全球金額計 2,240 億美元，其中埃及居我國出口對象國排名第 41 位，出口至埃及金額 4 億 4,463 萬美元；2006 年我國自全球進口金額計 2,027 億美元，其中埃及居我國進口來源國排名第 56 位，自埃及進口金額為 1 億 871 萬美元。

在外人投資方面，近年來在埃及政府致力改革下，外商投資金額大幅增加，2006 年外人直接投資（Foreign Direct Investment）金額達 61 億美元，2007 年達 111 億美元，呈現倍數成長。惟儘管開放改革已獲致相當成果，不過投資困難度相對於其他國家仍相當大。

在台商方面，我國在埃及投資極少，截至 2007 年 4 月，僅有一家台資工廠位於開羅 6th of October 工業區，以生產日光燈安定器並內銷埃及為主；二家外銷成衣紡織廠分別位於開羅 10th of Ramadan 工業區與亞力山卓的 Free Zone。由於埃及華人相對於其他地區少，加上語言及文化差異，台商在埃及經營倍感吃力，又因埃及政府機關行政效率差、可靠的合作夥伴難尋、勞工人力不足及工廠管理為普遍面臨的問題。我國陽明海運在埃及透過代理商營運，在亞力山卓市派有代表。

2. 摩洛哥

摩洛哥總體經濟在 2006 年創下高成長，經濟成長率達到 7.6%。不過，根據摩國商情研究中心發布的資料，2006 年通貨膨脹率也創下 10 年的最高紀錄，達到 3.3%。自 2000 年以來，摩洛哥的通貨膨脹率除 2002 年達到 2.8%以外，其餘幾年都維持在 2%以下。2006 年國民生產總額達到 527 億美元。

在對外貿易方面，2006 年摩洛哥對外貿易表現在出口方面，成長 11.2%，出口金額達 130 億美元。進口方面持續大幅成長，2006 年進口金額成長 11.0%，進口金額達 240 億美元。貿易逆差達 110 億美元，增幅 10.7%。

在外人投資方面，根據摩國政府數據，在 2006 年外人投資金額達到 228 億迪漢，約 26 億美元，較 2005 年同期成長 7.3%，占全國生產總額 GDP 比重 26.4%。外人投資增加要歸功於摩國政府推動的旅遊業，其中鼓勵外人投資的 Hassan II 基金提供很大的助力。外人投資摩國主要在三個地區，摩國第一大景點都市 Marrakech、北部靠近西班牙的 Tanger 市及首都 Rabat 到卡薩布蘭加的海岸線。其中杜拜集團投資很大的比重在第三部分，投資項目包括五星級旅館、度假

中心、辦公大樓及住宅公寓等等，這也間接帶動摩洛哥的建築業。

摩洛哥距離台灣甚遠，亦無直航班機，單趟飛機時數往往超過 20 小時，再加上社會及生活環境，風土人情，交易習慣與我國大不相同，海關及行政單位官僚作業之冗長及摩國索賄風氣之盛，雖然四、五年前有台商前來摩洛哥設立據點銷售汽車零件及機械等產品，亦有一家台商至其北部丹吉爾（Tangier）市自由貿易區設廠，但其後因諸多因素紛紛撤走，至今摩洛哥僅有一家台商經營餐飲服務，時間已有 15 年之久。

3. 奈及利亞

在總體經濟表現方面，根據英國經濟學人（EIU）研究機構的估計：2006 年奈及利亞國內生產毛額達 833 億美元，較 2005 年同期的 785 億美元成長 5.3%。其中石油部門比重最大占 64%，較 2005 年同期的 54%，成長 10%，主要係 2006 年國際油價仍維持在高檔，加上奈國仍極度依賴原油出口以帶動經濟成長。另外在出口方面，原油出口較 2005 年同期大幅成長 53%，合計出口總額較 2005 年同期成長 56%，主要成長動力仍來自原油出口大幅增加所導致。

在對外貿易表現方面，2006 年奈及利亞全年出口值為 575 億 5,393 萬美元，主要出口項目為原油、天然氣、拖船、輕型船舶、載客載貨船、挖泥船；主要出口市場為美國、印度、西班牙、巴西、法國、義大利、日本、印尼、南非及南韓。同年全國進口值為 293 億 6,369 萬美元，主要進口項目包括閥件、小麥、汽車、石油、汽車零件、PE 原料等、煉乳、發電機等，主要進口來源為美國、中國大陸、英國、德國、比利時、法國、印度、日本、荷蘭及義大利。合計 2006 年奈國貿易順差達 282 億美元。

在與我國雙邊貿易關係方面，2006 年我國銷往奈及利亞金額為 1 億 7,138 萬美元，比 2005 年的 1 億 7,887 萬美元，減少 4.18%，主要衰退原因來自水泥及電線電纜，據當地大型水泥進口商表示：由於我國供應商缺貨導致供貨不及，只好轉向他國採購，係造成衰退的主要原因。另外在橡塑膠機械、食品加工機械、無線網路通訊產品等，我國出口至奈及利亞則都有 2 位數字以上的良好成長表現，可見我國資本財產品在奈國仍有一定之競爭力。

在進口方面，2006 年我國自奈及利亞進口金額為 6,316 萬 3,554 美元，較 2005 年的 18 萬 8,813 美元成長 33,352.97%，成長主要原因為我國增加向奈國購買原油產品。至於其它海鮮及豆類等農漁類產品則各有消長。另根據奈及利亞聯邦統計局的統計，2006 年進出口雙邊貿易金額合計，我國為奈及利亞的第 15 大貿易國，排名勝過香港及新加坡，且較 2005 年進步 2 名。

在外人投資方面，目前占奈及利亞之外人投資最大宗，仍屬石油業，包括美商 Mobil、Chavlon 及荷蘭 Shell 等歐美各大石油公司，均在奈及利亞從事石油探

勘及挖掘已久，根基十分穩固。

我國在奈及利亞投資行業，分布於飲料、味素、電風扇、橡膠、鞋業、衛生紙、汽機車零件、機車組裝，光碟片製造、相框五金零件及食品超市等。台商在奈及利亞投資，多係與奈商合資方式進行，其中以林清雲先生所投資 Formosa Bottling Company 最有規模，主要產品為礦泉水，總投資金額 1,300 萬美元，惟 2005 年因公司資金調度出現問題，目前其在奈國之企業已暫停營業。

第二大投資則為施美鄉小姐所投資之 Marc & Mei（Nig.）Ltd. 及 Fanafrik 兩個品牌。Marc & Mei 是味丹味素西非地區總代理，Fanafrik 則生產電風扇立扇及桌扇，投資金額 1,200 萬美元，惟 2006 年下旬由於遭競爭對手誣告，截至 2007 年 4 月仍暫時停止營業中。林俊賢先生所投資之橡膠工業等，含蓋橡膠樹種植、採收、加工及橡木家具製造，並以出口至歐洲市場為主，投資金額約有 1,000 萬美元。另吳芸小姐所投資之 Big Treat 連鎖超市，在奈及利亞全國已多達 14 家，2007 年 4 月並於拉哥斯近郊增再開一優酪乳製造工廠，公司成長後勢十分看好。

4. 布吉納法索

布吉納法索位處於西非內陸，人民賴以生存的主要經濟活動為棉花與畜牧兩大產業，主要出口至鄰近國家，尤其依賴迦納、象牙海岸。布國在鄰近國家工作的數百萬勞工，以象牙海岸為最多，估計約有 300 萬人，每年之匯入款構成布國國際收支帳之主要外匯來源，金額僅次於棉花收入。

布吉納法索 2006 年平均每人國民所得僅為 318 美元，係全球最貧窮國家之一，多數人苦無工作機會，倘有收入，求溫飽已甚不易。布吉納法索 90％以上的人口主要依賴農業維生，只有少部分的人口直接從事工業與服務業。布吉納法索長年乾旱、土壤貧瘠、缺少足夠的通訊與其他基礎建設、低識字率及過去多年的經濟停滯，一直是布吉納法索長久以來所面臨的問題。

在產業發展方面，布吉納法索主要是以農立國，農業與畜牧業養活了 90％的人口，布吉納法索 2003 至 2004 年全國的穀類農作物產量達 364 萬 7,100 公噸，較 2002 至 2003 年的 311 萬 9,100 公噸增加 17％，亦比過去 5 年平均年產量 277 萬 4,200 公噸高出 31％，布吉納法索往年豐收盈糧均銷往鄰近國家，2005 年因西非地區近年之穀價大幅降低，致農民收入受到影響。

在與我國雙邊貿易關係方面，我國與布吉納法索 2006 年雙邊貿易為 889 萬美元，僅占我國對外貿易總額之 0.002％，在所有 238 個貿易國中排名第 139 位。2006 年我自布吉納法索進口 867 萬美元，較 2005 年之 1,884 萬美元減少 1,017 萬美元，主要係進口棉花的金額由 1,883 萬美元減少至 852 萬美元所致。至於我對布吉納法索之出口額則有 21.8 萬美元，較 2005 年之 54.5 萬美元衰退 59％。布吉納法索銷往我國之產品僅棉花即達 98％，其餘乏善可陳。我對布吉納法索出口

值甚微，主因布吉納法索為內陸國家，許多進口品係經由象牙海岸阿必尚港、迦納阿卡拉港或由其他鄰國陸運輸入，致有若干自我國進口之產品未列計雙方貿易額。

在外人投資方面，法商在布吉納法索的投資領域既廣且深，其累計投資額約占布吉納法索所有外人投資總額的 75%。此外，其他外國投資者主要來自象牙海岸、韓國、黎巴嫩、英國與美國，其涉足的投資領域，從與石油有關的行業（小規模投資經營）、各式製造業，至銀行業等服務業，觸角極廣。

在台商方面，目前在布吉納法索台商及眷屬人數約 10 人，戶數有 3 家。在布吉納法索經營的行業主要有農墾公司、餐廳、進口化妝品、電腦公司，其中除農墾公司已正式運作外，其餘公司刻正申辦營業登記證，同時尋求適合設立地點及等待貨櫃抵布吉納法索。

5. 突尼西亞

2006 年國際油價高漲及紡織品外銷成長強勁，兩相消長之下，突尼西亞總體經濟相較 2005 年表現差強人意。2006 年國民生產總額成長 4.0%，達到 329 億美元；主要歸功於旅遊業的成長及運輸、通訊業等不錯的表現，至於主要出口紡織品仍無法揮別 2005 年的陰霾，衰退 10%。

在對外貿易表現方面，2006 年突尼西亞整體對外貿易表現較 2005 年佳，2006 年出口總額達到 115 億美元，成長 12.5%；進口總值為 148 億美元，成長 15.6%；2006 年雙向貿易總值達到 263 億美元，貿易逆差較 2005 年增加 22 個百分點。

2006 年紡織產品出口金額占出口總額 33.6%，達 38 億美元。僅成衣出口金額就達 23 億美元，占紡織品出口總額比重 60%；其他主要出口產品有原油、橄欖油、海產品、棗類等產品。2006 年進口產品以原料、半成品、資本財及食品為大宗。進口第一位產品為精煉油，2005 年進口金額 14.5 億美元，占進口金額比重 9.7%；第二大進口產品為紡紗，進口金額為 12.9 億美元；其他依次為紡織品、鋼鐵、汽車及卡車、通訊產品等。

在與我國雙邊貿易關係方面，2001 年以前我國與突尼西亞一向都是出現貿易順差，然而自從當年 4 月突尼西亞商業部以書面正式通知不歡迎並拒絕我國外貿協會籌組織貿易訪問團到突國銷售以後，我國與突國貿易出現逆差。

也由於突尼西亞不歡迎我國廠商到該國，使得我國出口到突國之金額逐年遞減；但反觀突尼西亞銷往我國的金額卻逐年增加。2005 年 3 月再度籌組紡織菁英團再度被打壓，再次受到突尼西亞商業部的阻礙，該部表示所有在突尼西亞辦理之公開展示會、洽談會都需事先經過突尼西亞相關經貿單位，如工業總會或商會等機構向政府申請才可辦理，也因此該訪問團只能拜訪相關廠商拓展市場。

根據我國海關統計，2006 年我國出口至突尼西亞的貿易金額為 2,440 萬美元，較 2005 年成長 22％。我國出口到突尼西亞的主要為汽車零配件、人造纖維、無線電話及電報傳輸器具、機械零件、塑膠織物等；2006 年我國自突尼西亞進口之金額則為 1,428 萬美元，較 2005 年成長 42％，而八成進口產品以成衣為主。

在外人投資方面，外國廠商在突尼西亞投資約有 2,700 餘家，其中 85％以製造及外銷為主，另外亦有投資旅館業等旅遊相關服務業。國外知名廠商在突尼西亞投資者有通訊業的 Alcatel、銀行業的 Citybank、資訊及電子電機業 IBM、Siemens、Philips、United Technologies、General Electric 及車輛及零件業 General Motors、Valéo、Delphi。反觀台商部分，目前則尚未有任何台商在當地設立公司。

展望未來，本區域之整體經濟發展尚有極大之努力空間，如何尋求產業發展的突破，促進良好的投資環境，提升當地人民的生活水準，均是當務之急。

第參部分、僑台商與我國經濟互動關係

一、僑台商發展與我國經濟交流互動概況

在台灣整個經濟發展歷程中，海外華人曾佔有關鍵性地位及重要貢獻。沒有海外華人，就沒有海外華人經濟。海外華人在僑居地胼手胝足，辛勤經營，發展工商企業，不僅促進僑居地經濟繁榮進步，而且成為我國拓展對外經貿關係之重要力量。

海外華人經濟企業的發展，經過數千年的發軔與宏展，海外華人誠我國國家之重要資產，而本部份則就華僑與我國經濟互動概況，作一全面性之綜合說明。

(一) 僑外商來台投資概況

由表七十二所示，可以發現近 5 年來華僑及外國人對台灣投資的狀況，2006 年是來台投資的高峰，來台投資金額高達 139 億 6,924 萬美元，2006 年亦是近 5 年來國際重要評比機構對台灣整體競爭力評價最佳的一年。

在從投資地區分布來看，可以發現以歐洲地區的華僑來台投資最多，亞洲居次，中南美洲第三。由海外華人人口分布而言，亞洲是華人人口比重最大的地區，在過去亦一直是我國僑外投資主要來源地區。不過近年來，東協經濟共同體雖大致統合成功，但內部各國依舊有其資源分配及其他相關問題因素存在，再加上實力掘起及磁吸效應之影響，以致產生東南亞僑民對我國投資的排擠效果。

再從華僑投資的產業加以觀察，可以發現近 3 年來，製造業是最主要的投資產業，其次是金融保險業。其中，除 2005 年投資金額略遜金融保險業投資外，餘均以製造業佔大宗，2007 年製造業投資金額逾 80 億美元。

表 3-1　核准華僑及外國人投資分區統計──洲際別

（單位：件；千美元）

地區 / 年度	亞洲地區		美洲地區		歐洲地區	
	件數	金額	件數	金額	件數	金額
2003	465	1,089,064	176	689,365	90	643,932
2004	528	1,485,751	180	363,284	118	964,618
2005	496	1,266,465	162	821,551	123	685,305
2006	778	3,077,662	309	887,877	201	7,509,621
2007	877	1,968,920	339	3,154,046	235	7,096,387
合計	3,144	8,887,862	1,166	5,916,123	767	16,899,863

資料來源：彙整自中華民國經濟部投審會、僑委會、財政部統計處、投資業務處統計資料。

表 3-2　核准華僑及外國人投資分區統計──洲際別（續）

（單位：件；千美元）

地區 / 年度	大洋洲地區		非洲地區		中南美洲地區		合計	
	件數	金額	件數	金額	件數	金額	件數	金額
2003	64	125,980	6	31,455	277	995,878	1,078	3,575,674
2004	78	162,036	15	26,893	230	949,566	1,149	3,952,148
2005	103	215,888	23	36,914	224	1,201,944	1,131	4,228,068
2006	123	222,165	26	83,607	409	2,188,314	1,846	13,969,247
2007	220	415,795	38	75,144	556	2,650,873	2,265	15,361,166
合計	588	1,141,864	108	254,013	1,696	7,986,575	7,469	41,086,303

資料來源：彙整自中華民國經濟部投審會、僑委會、財政部統計處、投資業務處統計資料。

表 3-3　核准華僑及外國人投資分業統計

（單位：件；千美元）

年度 / 業別	2003		2004		2005	
	件數	金額	件數	金額	件數	金額
農林漁牧業	4	15,118	7	15,800	3	5,274
礦業及土石採取業	1	2,349	2	6,054	0	3,803
製造業	289	1,470,775	259	1,987,362	219	1,397,213
電力及燃氣供應業	2	68,117	1	4,991	3	39,670
用水供應及污染整治業	2	2,858	1	181	4	4,686
營造業	45	39,545	44	133,283	49	165,636
批發及零售業	406	450,751	462	602,237	478	607,955
運輸及倉儲業	17	23,703	16	14,636	19	108,495
住宿及餐飲業	27	6,985	21	15,630	10	14,812
資訊及通訊傳播業	54	156,284	47	174,072	55	46,813
金融及保險業	124	747,943	139	738,255	166	1,535,952
不動產業	15	55,852	26	74,560	26	106,365
專業、科學及技術服務業	66	413,894	68	107,877	72	132,272
支援服務業	14	21,864	15	54,133	17	20,570
公共行政及國防；強制性社會安全	0	0	0	0	0	0
教育服務業	0	0	0	0	0	0
醫療保健及社會工作服務業	0	0	0	0	0	0
藝術、娛樂及休閒服務業	4	5,063	12	1,561	3	19,074
其他服務業	8	94,572	29	21,516	7	19,479
未分類	0	0	0	0	0	0
合計	1,078	3,575,674	1,149	3,952,148	1,131	4,228,068

資料來源：彙整自中華民國經濟部投審會、投資業務處、僑委會、財政部統計處統計資料，2006年2月。

表 3-3　核准華僑及外國人投資分業統計（續）

（單位：件；千美元）

年度 業別	2006		2007		合計	
	件數	金額	件數	金額	件數	金額
農林漁牧業	3	2,339	7	14,392	24	52,922
礦業及土石採取業	0	2,404	3	2,680	6	17,289
製造業	711	7,220,529	1,096	8,019,694	2,574	20,095,574
電力及燃氣供應業	3	101,202	4	40,377	13	254,356
用水供應及污染整治業	9	9,196	8	11,296	24	28,217
營造業	60	129,491	60	101,046	258	569,002
批發及零售業	495	851,527	525	943,014	2,366	3,455,484
運輸及倉儲業	27	31,436	28	40,225	107	218,495
住宿及餐飲業	23	36,663	24	1,178	105	75,268
資訊及通訊傳播業	87	151,079	76	223,919	319	752,167
金融及保險業	267	4,797,419	284	5,032,823	980	12,852,393
不動產業	28	53,586	40	62,212	135	352,575
專業、科學及技術服務業	96	566,165	76	662,136	378	1,882,344
支援服務業	23	9,746	18	17,301	87	123,614
公共行政及國防；強制性社會安全	0	0	0	0	0	0
教育服務業	0	0	1	1,699	1	1,699
醫療保健及社會工作服務業	0	0	0	815	0	815
藝術、娛樂及休閒服務業	8	2,624	6	11,780	33	40,103
其他服務業	6	3,842	10	174,588	60	313,997
未分類	0	0	0	0	0	0
合計	1,846	13,969,247	2,266	15,361,173	7,470	41,086,310

資料來源：彙整自中華民國經濟部投審會、投資業務處、僑委會、財政部統計處統計資料。

(二) 僑台商發展與台灣營運環境

早期海外華人對我國經濟發展具有相當大的影響力，大體上來說，海外華人對臺灣經濟發展的影響可以透過政治、經濟、社會、文化以及外交等各種層面發揮影響力。在早期時空背景下，若僅涉及投資與貿易兩方面來看，即從海外華人在回國投資活動上，提供適切並符合了臺灣當時各階段的實際需要；在與促進臺灣對外貿易方面的貢獻，海外華人在臺灣經濟發展中更是扮演過重要角色。

然而，隨著近年來時空環境的轉換，華僑回台投資的比重及影響力已大不如前，但政府對於海外華人、僑商的服務，依舊努力未從懈怠。

值得重視的是，台灣廠商自民國 70 年代中期開始赴海外投資，歷經 20 餘年的發展，已累積許多寶貴的海外投資營運經驗與資源。引導海外台商回台投資，將資金與國際管理經驗帶回台灣，使台灣在全球化布局中的競爭優勢得以繼續維持，並建設台灣成為全球運籌中心，係為當前政府施政之重點。

大體而言，國際評比機構仍持續肯定台灣的營運環境，依據瑞士世界經濟論壇（WEF）發佈的「2005 ～ 2006 年全球競爭力排名」中，在衡量一國未來中長期經濟持續成長潛力的「成長競爭力」指標（GCI）項，台灣排名世界第五，是前景最被看好的亞洲經濟體；在「技術」、「創新」等子項，台灣更高居世界第三、亞洲第一的地位。而在衡量一國當前生產力和當前經濟表現能力的「商業競爭力」指標，台灣則躍居於亞洲第三的地位。

到了 2007 年，根據瑞士國際管理學院（IMD ）正式發布的 2007 年世界競爭力排名，在 55 個受評比的經濟體中，我國排名第 18，較 2006 年滑落 1 名。我國競爭力排名在 2003 ～ 2005 年間進步 6 名，惟 2006 年滑落 6 名，2007 年續滑落 1 名。2007 年名列前 10 名國家與 2006 年大致相同，美國持續排名第 1，新加坡與香港則分占第 2 與第 3，荷蘭、瑞典 2007 年分別進步 7 名與 5 名，分占第 8 與第 9。

我國 2007 年四大類指標表現不一，「經濟表現」與「政府效能」排名進步，「企業效能」與「基礎建設」排名退步，茲分析如次：

1.「經濟表現」方面（由 25 名上升至 16 名，進步 9 名）

本大類 2006 年滑落 8 名後，2007 年回升 9 名至第 16。從細項指標觀察，我國消費者物價、長期失業率、商品出口、經常帳收支等為優勢項目；惟外人直接投資存量，觀光客收入、商業服務出口，以及城市生活成本高排名落後。

2.「企業效能」方面（由 13 名降至 17 名，退步 4 名）

本大類於 2003-2005 年間進步 5 名，惟近 2 年大幅滑落 11 名；依據細項資料顯示，我國相對較優項目包括：工時、銀行資產、製造業勞工成本、股票市場總市值、社會對全球化態度等。惟問卷調查部分弱項則有：產學知識移轉、語言技能教育符企業所需、企業稽核與會計、金融機構透明度等。

3.「政府效能」方面（由 23 名上升至 20 名，進步 3 名）

本大類排名於 2006 年滑落 5 名後 2007 年升至第 20 名，大致反映政府近年鼓勵投資與控制財政支出發揮優勢效能。優勢指標包括：政府外債、外匯存底、稅

收、消費稅率等；惟企業經理人問卷反映出，投資誘因對外人吸引力、政治不穩定、社會凝聚力、政策一致性、等弱項指標是經濟發展的絆腳石。

4.「基礎建設」方面（由 18 名降至 21 名，退步 3 名）

本大類排名在 2003-2005 年間進步 4 名，惟近 2 年下滑 5 名。優勢細項包括：專利權生產力、高科技產品出口比率、青年對科學有興趣、高等教育普及程度、扶養負擔比率等。弱勢細項包括：行動電話成本、中等教育師生比、總醫療衛生支出占 GDP 比率，以及語言技能教育符合企業所需等。其中，「行動電話成本」排名第 49，大幅滑落 20 餘名。

整體而言，台灣競爭力排名雖略有變動，但對台灣投資環境仍是看好。就僑外商對台投資趨勢來看，近年來，僑外商對台投資不僅在量的層面有所增加，在結構上也有所變化。2006 年全年已較 2004、2005 年投資金額與件數有大幅度的增加，至 2006 年 10 月中旬為止，累積僑外投資核准金額已達 107 億美元，創歷年新高。而且投資的行業多偏向於服務業，以上可能突顯台灣的營運環境與比較優勢的改變所致。

另外，跨國併購傳媒、金融服務業、電信產業是僑外投資的新趨勢。2006 年僑外投資呈現倍數成長，主要是因為外商看好台灣服務業發展，特別是金融保險、通訊媒體、資產管理業，都是台灣正在起步、前景看好的產業。

無疑的，台商返台投資是其關切重點。據此，目前我國對於海外華人、僑台商的服務重點多在於以下幾個方面：

首先，在協助及輔導海外華僑創業經濟的發展上，包含有：鼓勵僑台商回國投資、華僑信保基金、培植僑社專業人才、協助僑台營事業發展等措施事項；第二，在持續加強與海外僑民組織團體的聯繫及交流方面，包含：協助舉辦僑團會議、舉辦僑社工作研討會等政策作為。

第三，在整合僑教資源並擴大台灣華語文市場方方面，包含：配合國家對外華語文政策，策訂積極推廣策略、鞏固友我僑校並輔助僑校轉型發展、因應華文教育主流化趨勢，規劃多元師資培訓、研發優質教材並推動全球傳輸數位化、加強推動海外社教活動並傳揚台灣多元文化、精進華裔青年活動質量並厚植海外友我新生代力量、推展海外技職函授課程及規劃網路遠距教學功能；第四，在強化海外文宣機制並凝聚僑胞向心方面，包含：運用「台灣宏觀電視」行銷台灣、充實「宏觀周報」內容，擴展平面媒體傳播效益、整建「宏觀影音電子報」，提升網路新聞服務機能。

最後，在落實回國升學僑生輔導並加強畢業僑生聯繫方面，包含：爭取海外僑生回國升學、落實在學僑生生活輔導與照顧、強化畢業僑生聯繫與服務、賡續辦理海外青年技術訓練班。

此外，台灣擁有充沛的技術人力資源、完善的基礎設施、透明的法規制度、高彈性的生產管理及高素質的產品及高效率的全球運籌管理能力，對向來熟悉台灣投資環境的台商而言，台灣是台商在全球布局策略中，設置營運總部及研發中心的最佳地點選擇。

(三) 全球台灣商會功能與台灣競爭力

1. 全球各地台商之投資行為剖析

前往全球各地從事各類型事業投資與經營活動的廠商，隨著各個不同年代的移民方式與移民目的，而有所不同。早期因為國內經濟活動不發達，導致部份人士移居海外尋求事業發展機會，或是隨著應聘海外工作之機會而留在當地繼續發展。70 年代開始，大批留學生前往先進國家（以美國為主）留學，並在學成之後駐留海外創業，形成另一類型的海外創業之經營活動。過去數十年來，屢次因為政治不穩定等因素而形成的移民潮（包括退出聯合國、台日、台美斷交等政治環境變遷等），也在海外地區形成一種不同形態的事業經營風格。近年來，國內廠商為了尋求更大的成長空間，大規模前往海外設廠，尤其以東南亞國家地區為主要集中地，此一潮流也造就台灣成為資本投資國的形象。

因而，在國內廠商大規模外移之下，不但改變了台商的國際化經營層次，也改變了全球各地台商之經營規模與介入的產業範圍。早期的海外台商，多數以中小型、區域性之服務業為主；隨著近年來的國內廠商大規模前往海外投資，才逐漸改變為以製造活動為主的海外營運。實際上，隨著近年來眾多台商前往海外擴張產能、降低營運成本，已經大幅度提升了全球各地台商的營運規模、與逐漸產生全球產業影響力。

在時空環境、創業背景與投資經營項目均不同的條件影響之下，形成了台商海外投資行為趨向多元化。早期海外台商的創業活動與經營方式，顯著的與目前為尋求生產成本降低、或擴大經營規模等動機不同。

進而形成商會組織型態產生顯著的差異。例如：以移民投資為主要目的之先進國家地區之商會組織，尤其北美地區之商會組織，其商會之運作同時結合了鄉親聯誼的功能。而東南亞地區之台灣商會，則因前往當地投資之台商，係以擴張生產據點、降低生產成本為主要目的，為熟悉當地政令法規及或經營環境，聯誼及經驗交流成為台灣商會成立的動機。

2. 我國外交關係與全球各地台商處境

台灣成為資本投資國，許多開發家，往往以租稅優惠措施、計畫中的工業發展基礎設施等作為號召，鼓勵台商前往該國家地區投資。

但是，若當地政府所宣稱的工業發展基礎設施未能如期完成，或未能提供原允諾的租稅優惠措施時，一旦台商已經展開投資活動，必然會陷入營運困境，需要仰賴政府部門間的交涉，以促使當地政府能實現當時的承諾。但由於我國國際外交處境困難，與我國代表處無法對於前往當地投資的台商，適時提供協助。不過，隨著各地台灣商會陸續成立，透過台灣商會與當地政府之間的交涉，多數台商所面對的經營問題都能夠獲得當地政府的協助與解決。

此外，前往海外設廠經營之台商，面對營運意外、法令規範、或如何適用租稅優惠等問題時，在在需要專業的協助；再加上各國法治環境不同，部分國家欠缺健全的經營法規可資遵守，如何透過當地之行政機構交涉，適時解決台商營運時所面臨的各項障礙，成為台灣商會成為最重要的服務項目之一。

再者，台商前往海外設廠時，同一地區往往出現產業群聚現象，此現象已成為台商海外各地營運的特徵之一，也提供台灣商會整合運作的契機。

3. 台灣商會的意義與重要性

目前分布於世界各地之台灣商會，若不包含位於各地的台商協會組織，計有世界台灣商會聯合總會、6 個洲際台灣商會聯合總會，以及 56 個國家台灣商會聯合會等，構成龐大的台灣商會組織。而各地台灣商會具備聯誼、服務、急難處理、全球聯繫網路、與建立台商之整體社會形象等多項功能。在協助當地台商追求企業成長的觀點上，台灣商會的運作與其他類型商會組織比較，具有下列特質：

第一、各級台灣商會的運作，係透過理監事會的定期會議，讓分布各地之理監事代表、會議所在地之台商代表之間，進行意見與商情交流，促進各地台商之間的相互聯繫與業務交流。一旦某地之台商需要尋求異地合作之事業夥伴，分布於世界各地的台商朋友，就成為最佳的合作夥伴來源。所以，各地的台灣商會不只是代表各地台商的組織，透過定期的理監事會議之運作交流活動，也成為建構台商擴展跨國性業務與人際關係擴張的最佳管道。

第二、透過各地台灣商會、聯誼會的運作，凝聚當地台商的整體經濟實力，不論對當地政府提出經貿建言、遊說修改經濟相關法令、或是推動改善經營投資環境等，台灣商會都能發揮適度的影響力。隨著經濟發展成為各國政府的首要施政重點之後，當地台商已成為各國政府爭取的對象。因而，台灣商會等組織力量的形成，若能夠適度加強台灣商會之某些專業職能，將更能發揮塑造長期經營環境之影響力。

第三、藉由當地台灣商會所代表的經濟實力，協助我國政府推動之務實外交活動。由於各地台商之經營運作，都會與當地政府有所接觸；因而逐漸形成特殊的往來關係。此種商會與當地政府主管部會之間的特定溝通管道，包括定期的聯

誼聚會等，就提供機會讓我國代表處官員與該國政府官員的接觸機會與管道。另外，透過對民意代表的贊助與遊說，也形成政策影響力與務實外交之推動管道。務實外交活動之推動，實際上需要與代表處或政府相關部會充分配合，甚至讓政府部門在背後主導此類活動，以集中所有可用資源在共同的努力方向之上，發揮最大的影響力。

第四、台灣商會針對當地台商的實際需求，推動各項有助於台商整體經營的活動，例如爭取成立台商子弟學校（或台北學校）等國小、國中、高中學程，其學歷也獲得教育部認可。此項成立台商子弟學校的行為，目的就是讓所有的台商經營者與幹部，都能夠放心的將心力集中在事業發展上，也能兼顧家庭、子女教育。所以，有人說將台商子弟學校辦好，就是對各地台商的最大協助。目前，世界台商總會也舉辦台商子弟青少年研習營，讓旅居海外的台商子弟有機會相互認識、了解台灣的政經情勢、以及塑造對台灣的基本認同；所以，當台灣商會的活動能力愈強，愈能體會到當地台商的實際需求，就愈能提供各式滿足台商的活動與服務。

最後，透過各級台灣商會的運作，並透過全球各地台商商情資訊的連結，台灣商會逐漸成為當地台商之直接服務機構。尤其是洲際台灣商會與世界台灣商會聯合總會理監事會議，定期在全球各地舉行；並配合會議進行，安排會員聯誼，包括球敘或旅遊等行程，這些活動將協助建立起新的人際關係。另外，多數台灣商會之幹部，都是事業有成、熱心服務、熟悉當地政商法令、龐大人脈關係之台商經營者，對於任何台商經營可能面臨的困擾或問題，都能夠提供必要的協助。形成為凝聚當地台商力量的主要機構。

4. 台灣商會功能對台商在國際市場競爭力之影響

世界各地台商的營運形態，受到海外投資目的的差異而不同，對各地台灣商會組織之需求也不同。依據實地訪問北美與東南亞地區之台商，發現不同的投資目的、不同的台商營運發展階段，對台灣商會組織功能的期待也不同。例如：越南地區與泰國地區台商，對當地台灣商會組織功能的期待，就顯著不同。因為越南地區台商，仍處於當地業務發展之初期階段，尚未建立周全的經營基礎，而最常面對的問題，多數源自於經營投資環境不適應、或法規不熟悉；因而，當地台灣商會之重要功能之一就是為台商解釋當地經貿法令、或處理緊急事件。泰國當地之台商，多數已經建立周全的事業發展基礎，所面臨的是長期旅居海外所衍生的宗教信仰、子女母語教育、同鄉聯誼等移民生活困擾之處理，這也成為目前泰國台灣商會的重要會務之一。所以，若當地台商的營運已上軌道，當地台商對商會功能的期待，多偏重長期事業發展、移民生活之協助，包括子女之母語教育、宗教信仰等議題在內；但是，若當地台商仍處於經營摸索階段，就需要台灣商會

提供較多的經營資訊、或經驗交流，以協助面對各項日常業務運作的困擾與挑戰。

或許各地台商對於台灣商會功能的期待，尚停留在同鄉聯誼、資訊交流、經驗互動等階段，而未認真思考如何藉由台灣商會，協助提升台商的全球市場競爭力。因而，類似引進先進經營管理觀念與技術來協助當地台商提升營運績效、或是聯合當地台商之經營實力進軍國際市場、或是促成上下游廠商之垂直整合等商務運作功能，則尚未廣泛的出現在各地台灣商會的例行業務上。

所以，若以協助當地台商提升國際市場之競爭力為主要功能，則各地台灣商會的功能定位，都需要進行大幅度的調整。由於全球各地之台灣商會的組織運作，目前是以當地熱心之台商經營者或幹部為主幹，能夠有效推動各項以聯誼活動為主軸的會務運作。不過，若要轉型為協助當地台商提升競爭力，就需要注入更多的具備提升競爭力之專業素養的人才與資源，而專業人才與資源的取得，將是台灣商會轉型為協助提升競爭力之過程中，需要深入討論的議題。

此外，由於台商分布全球各地，透過全球台灣商會間的交流，而促成的跨國性業務交流，確實有助於台商拓展全球市場業務。例如：馬來西亞台灣商會曾經要求義大利台灣商會，協助一位馬來西亞台商前往義大利羅馬追討一筆貨款，此類的跨國性交流與協助，確實有助於台商業務之推動，必要時可提供適時協助。不過，由全球各地台灣商會所串連的台商關係網，能否協助全球各地台商提升其世界市場之競爭力？以及如何整合全球各地台商的運作，以能創造台商的國際市場競爭力？這些都是需要深入探討的議題。

目前，藉由各級台灣商會聯合總會之理事會議所建構的各地台商聯繫管道，只能構成台商之間的人際關係，而形成部份台商之間的合作機會與途徑。若能有系統的建構各地台商的基本資料與商情資訊，更能有助於整合不同地區台商的供需內容，進而促成各地台商之合作而提升競爭力，這將是各地台灣商會所能促成不同地區台商間合作的途徑之一。由於世界各地對於產品或服務的供需條件不一，在比較利益觀點之下，不同地區之廠商所能獲得的比較優勢，構成不同地區廠商經營績效差異的主因。

至於其他透過台灣商會組織以提升台商全球競爭力的做法，建議如下：

輔導成立全球各地政經情勢之專責研究機構，協助各地台灣商會向所在地政府進行系統性遊說工作，甚至包括提出經濟發展白皮書等文件，藉由台灣商會代表之全體台商所呈現的經濟實力，改善所在地的經營投資環境。由於多數台灣商會之組織運作，以熱心台商與少數處理會務之行政人力為主，缺乏系統性的研究當地投資經營環境的能力，也缺乏系統性收集當地台商面對的經營問題，因而難以形成有利的壓力團體，促使當地政府正視台商所面對的經營問題，並做出應有的改善。所以，若能成立專責機構，協助各地台灣商會蒐集與撰寫相關文件，包

括對當地政府之經貿政策、行政措施等的建議，將有助於提升各地台灣商會對當地政府所進行的政策遊說效益。

輔導成立世界台商商情公司，邀集各地台商入股參與經營，藉以系統性整合各地台商的供需商情資訊，結合各地台商之比較利益，提升全球市場競爭力。商業活動需要透過創造利益的商業模式，才能發展成為長期有利、且帶來更大經營效益的合作管道與模式；讓各地熱心台商參與世界台商商情公司的營運，整合各地台商之經營商情，讓各式供給與需求商情得以彙整，形成創造新經營價值的模式、與有系統的匯集各地台商之商情資訊。

配合政府對外經援政策，由世界台灣商會協調整合全球各地台商的經營能力，提供整體性、高品質的對外經援活動，協助政府推動務實外交活動。畢竟只憑藉各地台商的商機整合、商情交流，尚不足推動各地台商的系統化整合；若能結合政府目前對某些特定國家地區推動的對外經援活動，由各地台商進行細部行動計畫之規劃與執行，除了有助於某些政府不容易推動之經援活動的進行之外，更是促成世界各地台商之全面性合作、提升全球競爭力的推動力。例如：某一國家需要製糖設備，而國內也有閒置設備可以提供經濟援助，若能將經濟援助的內容，擴及當地製糖原料的生產與採購、製糖之成品銷售等相關活動，則台商就可以分別扮演不同的角色，包括：輔導當地製糖原料生產、銷售當地的糖製品等。如此整體性的配合措施全面推動，將更能發揮政府所提供的經濟援助效益。而台商也可因為此項商機而推動更為多元合作空間，為彼此創造出更多商機與提升台商在全球市場之競爭力。

協助成立提升台商經營效能的輔導機構，提供由各地台灣商會所提出的整體性經營管理輔導需求，直接提升當地台商的經營層次與效益。由於多數台商皆為中小型廠商，因而在投資地的各項經營活動，往往是沿襲過去所接觸到的經營管理經驗心得，且易受到時空因素之限制，缺乏適當管道研習經營管理的新知觀念，長期下來將會因缺乏先進經營管理觀念、技能而導致無法提升經營層次。各地台灣商會協助台商提升國際市場競爭力的做法上，除了舉辦聯誼活動之外，更需推動當地台商經營管理之發展工作。而如何專責協助各地台灣商會，提供經營管理技能或經驗之輔導或諮詢機構，也是政府對海外台商提供協助的最具體作為之一。

在現有的各地台灣商會之組織功能與運作之下，已經透過各種活動，連結全球各地台商，形成以台商為主體的人際商情網。不過，為了更有效的提升各地台灣商會對台商全球市場競爭力的影響力，需要重新思考台灣商會的定位與專業之組織功能，並且整合台灣內部的多個政府部門與學術界、專業研究機構的資源，提供各地台灣商會推動新會務的協助與輔導，讓台灣商會的功能轉型為以提升當地台商在世界市場之競爭力為主的商會組織，讓目前的聯誼功能得以進一步擴大

其商會組織的功能，整合更多的台商經濟實力，形成台灣商會與全球台商之間的積極、良性互動。所以，針對台商全球競爭力提升之觀點，台灣商會應該由目前的聯誼功能為主軸的會務活動，轉型為專業功能為主軸的利益整合功能，透過各項專業活動的推動，確實提升海外各地台商的競爭力；以及配合目前的各級商會之定期會議的運作，充分發揮整合各地台商優勢的重要組織機制。

台灣商會的聯誼功能，包括定期的聯誼性活動、台商互訪、急難處理等等之活動，係以解決當前台商營運所遭遇之各項問題為主之功能設計。其專業功能，強調台灣商會能事先掌握當地台商長期經營發展所需的各項協助，主動尋求海內外相關機構組織的協助，包括：舉辦講座研習、引進新知觀念、整合上下游資源、系統化建置商情網、從事政策遊說等。專業功能的台灣商會活動展開，必須具備專業素養，才能順利推動；例如協助當地政府相關機構制定經貿法規，台灣商會必須有專業的經貿法規之規劃與建議能力，才能提出可能被當地政府接受的建議案。若藉由全球四級台灣商會的積極運作，以聯誼功能加上專業功能之各項活動，將能夠形成全球台商之人際關係網與利益整合網，將有助於台商提升全球市場競爭力。

5. 全球台灣商會之商情資訊功能，對台商競爭力的影響

商情資訊是企業經營的重要資源，也是連結世界各地台商之經營實力的關鍵要素。過去，世界各地台灣商會組織的運作，透過各式跨國、跨洲之活動，讓來自於世界各地的台商，能有機會共聚一堂，進行聯誼活動與交換商情。通常，參加跨國、跨洲之台灣商會定期理監事會議之台商，都是熱心參與會務之各地台灣商會之幹部、或當地積極參與會務運作的台商。不過即使如此，與會之各地台商之間的商情資訊功能，依舊是局部性的，而不是全面性的掌握各地台商所擁有的商情資訊。

過去數年間，世界台灣商會聯合總會也著手建立台商商情資訊網之工作，藉以成為聯繫全球各地台商之商情管道。不過，受到世界各地網際網路環境差異，以及各地台灣商會推動此項業務的行為不一的影響，目前該商情網並非各地台商尋找商機的主要途徑。

由於各地台灣商會之組織，係由地區性的聯誼會為主體，逐層向上整合而發展成為目前的世界台灣商會之龐大的組織體系；因而，最詳細的會員資料、以及所有會員廠商所從事的事業項目，就應該掌握在地區性商會。不過，目前的地區性聯誼會之組織功能，卻只能在有限人力與經費的限制下，展開以聯誼性質之活動為主的會務推動工作，缺乏系統性的匯集會員廠商經營資訊的功能，因而也難以透過各地台灣商會的組織運作，構成足以連結全球各地台商之商情資訊網。

所以，依據目前的全球台灣商會之組織結構與運作機制而論，整合全球各地

台商經營資訊與促成商情交流之功能，確實有待系統性的討論與強化。由於商情資訊的動態性，促使所有提供商情的機構，需要隨時維護商情資訊的及時性與準確性，最佳的商情資訊網是讓每位提供商情資訊的台商，都能夠隨時自行維護資料的正確性。因而，若是由各地台灣商會或聯誼會代替各地台商從事台商商情資訊的建立與維護工作，似乎無法達到及時性的效果；反而，設法讓所有台商都有能力直接在網站上維護本身的商情資訊，將更有助於提升商情資訊網的資訊內容與品質。

不論是透過何種管道，讓各地台商能夠交換商情，都需要系統性的資訊交流管道。目前的各級商會之定期理監事會議、或是不同地區之台灣商會互訪等活動，都只能提供局部性的資訊交流機會，而且資訊交流之成本甚高。因而，台灣商會之組織功能，需要由目前的聯誼功能轉移至更多的功能性機制，包括：直接協助當地台商運用網際網路等組織能力在內，才能夠透過台灣商會之組織功能，將各地台商的經營與商情資訊，有系統的整合與傳播，確實發揮商情整合的功效。

在網際網路環境逐漸普及、資訊傳輸成本大幅降低之整體環境發展趨勢之下，協助世界各地台商快速運用網際網路，應是提升各地台商競爭力的重點方向。所以，各地台灣商會聯誼會，應該具備協助當地台商運用網際網路展開資訊交流的組織機能，藉由各地台灣商會的推動，將能夠快速推廣網際網路與相關資訊科技之運用，直接提升各地台商透過網際網路傳輸商情資訊的普及程度。實際上，在網際網路與相關資訊科技的快速發展之下，未來企業競爭力的基本條件，與使用此類科技的能力有關。各地台灣商會若具備推動當地台商廣為運用資訊科技與網際網路之功能，而且確實推動與被廣為使用，將是直接協助當地台商提升競爭力的具體作為。

「只要有人的地方，就會有台商」，常被用於形容全球各地都有台籍人士前往投資經營事業的狀態。雖然台商不一定存在於全球各個角落，但是龐大的台商經濟實力，卻不容忽視；尤其近年來的經濟發展政策，許多國家地區確實相當歡迎台商前往投資，以推動當地的經濟發展。實際上，過去十年間，全球各地台商的實際投資金額係以百億美元計，而且部份國家地區的經濟活力，也因為台商的大舉前往投資，而有所改變。

為凝聚全球各地台商的向心力與提供彼此聯誼活動之機會，在經歷近幾年的努力，多數台商較為聚集的地區，都有熱心台商積極奔走，而組織成立台商聯誼會、以國家地區為主的台灣商會、洲際台灣商會聯合總會、與成立世界台灣商會聯合總會。這一龐大的台灣商會組織，確實代表著分布於全球各地台商的經濟實力，理論上應該能夠對各地台商的經營，透過政商關係的發展或相關的遊說活動，為各地台商爭取最佳的投資經營待遇。

若分布於世界各地的台商，能夠再度透過台灣商會的組織運作，將各地的供需商情資訊徹底整合運用，則有機會結合全球各地的比較利益條件，形成獨特的台商全球競爭力的基礎。若再加上台灣商會的組織力量，創造的最佳投資經營待遇，將足以大幅度提升各地台商在全球市場的競爭力。不過，就台灣商會組織結構與功能而言，目前並不是以協助當地台商提升全球競爭力為主體，而是以提供聯誼、經驗交流、急難救助、以及部份的政策遊說功能，這些功能已經讓多數台商能夠感受到台灣商會所帶來的利益。如果目前的台灣商會之組織功能，能夠再加強整合全球台商與各地比較利益之組織功能，將更能有系統的整合各地台商之經營實力。

不過，依據目前各地台灣商會的運作形態，憑藉當地熱心台商之參與推動，確實不容易讓台灣商會的組織功能，大幅度跳脫以聯誼活動為主體的組織架構。所以，要推動以商情資訊交流為主體、塑造良好的台商經營環境、以及結合各地比較利益的世界台灣商會之組織運作，確實需要多項專業的協助與輔導。

似乎只有透過專業的協助與輔導的強化，才能讓世界各地的台灣商會組織功能，確實由目前的聯誼性活動，轉型為提升競爭力為主軸的台灣商會組織運作。因為只有強化專業的協助與輔導，才能有系統的分析各地經營環境，並針對經營環境中所潛存的問題，向該地政府提出專業的建議。只有專責機構，才能協助各地台商有效運用新的資訊科技，並透過台灣商會的組織力量，散播新的經營觀念與知識技能。如此，才有機會透過各地台灣商會的組織運作，提升世界各地之台商在全球市場上的競爭力。

所以，全球各地之台灣商會組織運作，確實有機會協助提升當地台商的國際市場競爭力；但是需要大幅度調整台灣商會的功能定位與組織結構，並由政府相關機構有系統的輔導與協助各地台灣商會，推動以提升當地台商在國際市場競爭力之相關活動，才能確實整合分布於全球各地的台商經濟實力，創造新的、分布於全球各角落、並充分整合的台商經濟體。

二、政府對僑台商經濟之輔導協助──華僑信保基金提供融資保證管道

由財政部及僑務委員會輔導設立「財團法人華僑貸款信用保證基金」(已改名為「財團法人海外信用保證基金」以下簡稱「海外信保基金」),自 1988 年 7 月成立。該基金成立之目的,主要是對具有發展潛力而欠缺擔保品之僑營事業或僑胞創業者或台商事業提供信用保證,協助其獲得金融機構之資金融通。

在性質上,海外信用保證基金為政府及金融機構捐助成立之非營利性財團法人組織,屬行政院金融監督管理委員會主管,並受僑務委員會指導,主事務所設於中華民國臺北市。

海外信用保證基金之捐助單位有:財政部、僑務委員會、兆豐國際商業銀行、國泰世華商業銀行、華僑商業銀行、台北富邦銀行、華南商業銀行、第一商業銀行、彰化商業銀行、台灣銀行、輸出入銀行、台灣土地銀行、合作金庫銀行。

海外信保基金自 1989 年 5 月正式運作以來,業務穩定成長,獲得協助的僑營事業逐年增加,僑營事業逐年增加,僑界對基金的功能與服務也給了相當正面的肯定與鼓勵。

為了加速推動基金的業務,以嘉惠全球各地的僑胞,基金經常派員前往歐洲、美洲、澳洲、非洲及亞洲等地區考察,並舉辦說明會,積極宣導業務。對於已開辦業務而績效不盡理想的地區,則深入了解原因,尋求改進,期望能真正協助僑胞開創及建立海外的經濟事業與地位。

申保海外信保基金,須具備華僑(裔)身分,並在融資之金融機構當地居住滿一年以上。或須經經濟部核准或核備到國外投資之營利事業。其業務以不違反公共秩序及善良風俗之營利事業為限,行業別則不做特別限制。經該基金保證之行業,目前為數較多者為貿易業、資訊電子業、製造業、零售業、餐飲業及服務業。

在申保程序上,首先申請人應向其僑居地之承辦銀行提出申請;其次承辦銀行經徵信調查及審核後,將申請文件及徵信報告送請該基金審核;待基金審核通過後,通知承辦銀行憑以辦理貸放手續。最後,若該基金審核後,認為條件不符者,發函婉拒申請人。

在保證項目方面,分為「一般保證」及「專案保證」兩項。一般保證包含:僑胞創業者、僑營事業、台商事業保證。 專案保證則包含:遇有突發之災變或專案需要時,配合政府政策辦理。

海外信保基金除平時為僑營事業、僑胞創業者、台商事業提供信用保證,藉由分擔金融機構風險,促進華僑、台商創業或拓展事業的機會之外,在遇緊急災變期間也提供專案協助,幫助災區僑民重建事業或家園。

在持股比率、件數限制、金額限制、貸款利率方面，則須注意其相關規定及限制。首先，在持股比率方面，該基金保證之融資案件，其華僑股東的出資額比率，須佔該事業資本額的 51%（含）以上。或經經濟部核准或核備到國外投資者之出資額比率，須佔該事業資本額的 50%（含）以上。

其次，在件數限制方面，僑胞創業貸款之保證案件，同一借款人在貸款持續期間，以辦理一件貸款為原則。另經本基金保證之華僑創業或僑營（台商）事業負責人或股東，其出資額比率達 25%以上者，不得以其個人名義，再申請創業貸款信用保證；亦不得以其出資額比率佔 25%以上所投資之另一事業，再申請該基金保證。

第三，在金額限制方面，經該基金保證之僑胞創業或僑營事業有相同之負責人或股東者，其總貸款額度不得超過 150 萬美元。第四，在貸款利率方面，依當地利率水準計算，由承辦銀行決定。

另外須注意的是，在承辦銀行所在地居住滿 1 年以上證明文件，除納稅文件可以證明之外，駕照、電費收據、電話費收據、瓦斯費收據、保險公司出具之保險卡等均可憑以辦理；貸款金額、利率、期間、授信方式及還款方式等，洽承辦銀行決定；該基金保證之案件，除依保證手續費計算公式酌收保證手續費外，其他費用悉依承辦銀行之規定辦理； 申請該基金保證之案件並非一律核准，若事業前景不佳、還款來源不明確、承辦銀行評語不佳、有屆期尚未清償之債務或其他信用不良情事者，該基金不予保證；申請人不得同時在兩家以上之承辦銀行提出申請；非經該基金事前同意，不得將貸款用於償還承辦銀行之舊有債務；貸款用途非屬以營利為目的之事業所用者，例如非營利之社團、學校、會館、寺廟或用於購置自用住宅者，不在該基金保證範圍之內。

2007 年度海外信保基金截至 12 月份止，承作保證件數為 280 件，融資金額為 1 億 2,004 萬 9,123 美元，保證金額為 7,613 萬 1,556 美元。截至 96 年 12 月底止，累計承保件數為 5,011 件，累計承作保證金額 9 億 1,077 萬美元，協助僑商及台商自金融機構取得融資金額為 13 億 8,291 萬美元。承保案件以美國洛杉磯地區最多，計 1,522 件，其次為紐約地區，計 774 件。

此外，實施海外信保基金制度不僅是針對具發展潛力之僑民、台商開創事業，提供資金及業務協助；最重要的，華僑信保基金制度是我國國家經濟發展整體規劃之一環，亦是當前我國僑務工作重點之一。立法院第 6 屆第 5 會期的當前施政報告中明確指出：「輔助僑商經濟事業，與國家經濟之發展結合」。其中，強化僑商融資保證功能即是完成此施政目標之重要作業項目之一。

最後，在具體實施成效方面，透過海外信保基金提供信用保證，協助海外僑商取得金融機構之資金融通，達到從事創業或擴展現有事業之目標。承辦貸款銀行如下：

表 3-4　承辦貸款銀行資料（2007 年 12 月）

開辦地區	承辦銀行	電 話
紐約	兆豐國際商業銀行紐約分行	212-6084222
	第一商業銀行紐約分行	212-5996868
	彰化商業銀行紐約分行	212-6519770
	華南商業銀行紐約分行	212-2861999
	美國中信銀行	212-5148000
	聯合銀行紐約分行	212-9663303
	台北富邦銀行紐約分行	212-9689888
	亞細亞銀行	718-9619898
	台灣銀行紐約分行	212-9688128
	紐約第一銀行	718-3598291
	中國信託商業銀行紐約分行	212-4578888
	國泰銀行紐約分行	212-7253800
	美國東亞銀行紐約分行	212-2388279
洛杉磯	兆豐國際商業銀行洛杉磯分行	213-4893000
	第一商業銀行洛杉磯分行	213-3620200
	彰化商業銀行洛杉磯分行	213-6207200
	華南商業銀行洛杉磯分行	213-3626666
	國泰銀行總行	213-6254700
	遠東國民銀行總行	626-2933162
	國泰世華商業銀行洛杉磯分行	213-2431234
	台北富邦銀行洛杉磯分行	213-2369151
	台灣銀行洛杉磯分行	213-6296600
	台灣中小企業銀行洛杉磯分行	213-8921260
	合作金庫洛杉磯分行	213-4895433
	保富銀行	213-8911188
	美國第一銀行	626-3006000
	美國中信銀行	626-8393300
	台灣土地銀行洛杉磯分行	213-5323789
	First Banks（原加州國際銀行）	213-6833000
	世界華商銀行	714-6702400
	首都銀行	626-9431138

表 3-4　承辦貸款銀行資料（2007 年 12 月）（續）

開辦地區	承辦銀行	電話
洛杉磯	華美銀行	626-7995700
	中亞銀行	626-2888118
	永豐商業銀行洛杉磯分行	213-4374800
	玉山商業銀洛杉磯分行	626-8395531
	美國東亞銀行洛杉磯分行	626-6568838
	聯合銀行洛杉磯分行	323-2673960
舊金山	匯華銀行	415-3998008
	美國第一銀行矽谷分行	408-2534666
	華美銀行	408-8738128
	兆豐國際商業銀行矽谷分行	408-2831888
	遠東國民銀行舊金山分行	415-9862300
	First Banks（原加州國際銀行）	415-4216888
奧克蘭	國泰銀行奧克蘭分行	510-2083700
芝加哥	兆豐國際商業銀行芝加哥分行	312-7829900
休士頓	首都銀行	713-7763876
	金城銀行	713-7773838
	國泰銀行	713-2789599
	美南銀行	713-7719700
夏威夷	夏威夷國家銀行	808-5287711
關島	第一商業銀行關島分行	671-4726864
亞特蘭大	聯合銀行亞特蘭大分行	770-4551772
聖路易	西南銀行	314-7277070
波士頓	聯合銀行波士頓分行	617-6952800
	國泰銀行麻薩諸塞分行	617-3384700
西雅圖	合作金庫銀行西雅圖分行	206-5872300
	華盛頓第一國際銀行	206-5258118
	國泰銀行華盛頓分行	206-2232890
聖地牙哥	首都銀行	858-4963800
邁阿密	佛州大東銀行	305-7169000
華盛頓	美國中信銀行	301-7622250
	亞細亞銀行	301-7389700

表 3-4　承辦貸款銀行資料（2007 年 12 月）（續）

開辦地區	承辦銀行	電 話
費城	亞洲銀行	215-5921188
多倫多	加拿大兆豐國際商業銀行總行	416-9472800
	第一商業銀行多倫多分行	416-2508788
溫哥華	加拿大兆豐國際商業銀行溫哥華分行	604-6895650
	第一商業銀行溫哥華分行	604-2079600
	中國信託商業銀行加拿大子行	604-6833882
列治文市	加拿大兆豐國際商業銀行列治文分行	604-2733107
巴拿馬市	兆豐國際商業銀行巴拿馬分行	2649911
	CREDICORP BANK, S.A.	2101111
箇朗自由區	兆豐國際商業銀行箇朗分行	4471888
貝里斯	貝里斯聯合銀行	2236783
亞松森	大陸銀行	595-21-442002
聖薩爾瓦多	第一商業銀行聖薩爾瓦多分行	2112121
倫敦	第一商業銀行倫敦分行	20-74170000
	彰化商業銀行倫敦分行	20-76006600
	華南商業銀行倫敦分行	20-72207979
	台灣銀行倫敦分行	20-73824530
	兆豐國際商業銀行倫敦分行	20-75627350
巴黎	兆豐國際商業銀行巴黎分行	331-44230868
阿姆斯特丹	兆豐國際商業銀行阿姆斯特丹分行	20-6621566
布魯塞爾	台灣聯合銀行	322-2305359
東京	兆豐國際商業銀行東京分行	33-2112501
	彰化商業銀行東京分行	33-5837011
	第一商業銀行東京分行	33-2132588
	台灣銀行東京分行	33-5048881
	中國信託商業銀行東京分行	33-2161108
大阪	兆豐國際商業銀行大阪分行	66-2028575
首爾	新韓銀行	7560506
烏蘭巴托	TRADE & DEVELOPMENT BANK OF MONGOLIA	976-11-312362
新加坡	第一商業銀行新加坡分行	62215755
	台灣銀行新加坡分行	65365536

表 3-4　承辦貸款銀行資料（2007 年 12 月）（續）

開辦地區	承辦銀行	電話
新加坡	華南商業銀行新加坡分行	63242566
	兆豐國際商業銀行新加坡分行	62277667
	彰化商業銀行新加坡分行	65320820
	台灣土地銀行新加坡分行	63494555
馬尼拉	中興銀行	02-8920227
	中租財務公司	02-8135265
	兆豐國際商業銀行馬尼拉分行	02-8115807
	菲律賓中國信託商業銀行	02-8485519
	合作金庫銀行馬尼拉分行	02-8481959
曼谷	兆豐國際商業銀行大眾股份有限公司曼谷總行	02-2592000
	盤銀中信租賃公司	02-6796226
雅加達	中國信託商業銀行（印尼）	21-5207878
胡志明市	兆豐國際商業銀行胡志明市分行	08-8225697
	中國信託商業銀行胡志明市分行	08-9101888
	慶豐商業銀行胡志明支行	08-9325888
	第一商業銀行胡志明市分行	08-8238111
	世越銀行	08-8224995
	一銀租賃英屬維京群島公司	02-23481181
	香港上匯豐銀行胡志明市分行	08-8292288
	遠東國民銀行胡志明市分行	08-8257612
	華南商業銀行胡志明市分行	08-8371888
河內	慶豐商業銀行河內分行	04-7722212
茉萊	國泰世華商業銀行茉萊分行	05-10813035~42
新德里	中國信託商業銀行新德里分行	11-23356001
納閩島	國泰世華商業銀行納閩島分行	03-20706729
吉隆坡	兆豐國際商業銀行吉隆坡分行	03-20266966
	馬來亞銀行	03-20708833
新山	馬來亞銀行	07-2275555
檳城	馬來亞銀行	04-2644084
金邊	第一商業銀行金邊分行	23-210026
科羅市	第一商業銀行帛琉分行	680-4886297

表 3-4　承辦貸款銀行資料（2007 年 12 月）（續）

開辦地區	承辦銀行	電 話
雪梨	兆豐國際商業銀行雪梨分行	02-92677511
	臺灣中小企業銀行雪梨分行	02-92623356
布里斯班	兆豐國際商業銀行布里斯班分行	07-32195858
墨爾本	兆豐國際商業銀行墨爾本分行	03-96200500
約翰尼斯堡	台灣銀行南非分行	011-8808008
墨巴本	史瓦濟蘭標準銀行	268-4046587
馬賽魯	賴索托標準銀行	266-22315737
台北	兆豐國際商業銀行	02-25633156
	第一商業銀行	02-23481111
	彰化商業銀行	02-25362951
	華南商業銀行	02-23713111
	台灣銀行	02-23493456
	國泰世華商業銀行	02-87226666
	台北富邦銀行	02-27716699
	花旗（台灣）商業銀行	02-23715181
	台灣土地銀行	02-23483456
	臺灣中小企業銀行	02-25597171
	中國輸出入銀行	02-23210511
	中國信託商業銀行	02-27222002
	永豐商業銀行	02-25063333
	慶豐商業銀行	02-23114881
	合作金庫銀行	02-23118811
	臺灣新光商業銀行	02-23895858
	元大商業銀行	02-23801888
	聯邦商業銀行	02-27180001
	日盛商業銀行	02-25615888
	高雄銀行	07-5570535
	玉山商業銀行	02-27191313
	中華開發工業銀行	02-27638800
	渣打國際商業銀行	03-5245131
	萬泰商業銀行	02-27011777

表 3-4　承辦貸款銀行資料（2007 年 12 月）（續）

開辦地區	承辦銀行	電話
台北	台灣工業銀行	02-23451101
	上海商業儲蓄銀行	02-25817111
	台新國際商業銀行	02-25683988
	遠東國際商業銀行	02-23786868
	荷商荷蘭銀行	02-87225000
	大眾商業銀行	02-87869888
	陽信商業銀行	02-28208166
	安泰商業銀行	02-27187843
	板信商業銀行	02-29629170
	三信商業銀行	04-22245161

資料來源：中華民國僑務委員會。

第肆部分、結論

一、全球經濟發展特色與趨勢

(一) 美國維持全球經濟發展領導地位，新興巴西發展強勁

在美國方面，美國房地產降溫，經濟成長速度減緩，但調整係屬地區性與暫時性的，經濟將很快恢復健康成長，2007 年 GDP 成長由 2006 年的 3.3％放緩至 2.2％，但預計未來衰退不致發生。

美國房價和國際油價同步滑落，減緩全球通貨膨脹壓力，全球各國貨幣政策將回歸正常，市場運行環境持續改善，且有利條件增多。

另外，由於能源使用效率提高，節能措施與新技術開發，使經濟對能源依賴性減弱；經濟全球化與技術創新，使各國生產成本下降，勞動生產率提高，可支配收入增加，人們可在高油價下保持消費持續成長；全球經濟處於擴張上升期，各國宏觀經濟政策適當，抵禦油價衝擊能力增強。因此，高油價對世界經濟影響明顯減弱。其次，全球發展失衡風險。高油價加劇全球失衡，全球化放大失衡表像。全球失衡成因複雜，調整難度大，惟其主要根源仍是在美國。

在巴西方面，該國人口 1 億 8,603 萬人，巴西為世界原物料出口暨工業大國，近年來持續經濟成長，帶動了巴西內需市場活絡，並在南美洲一枝獨秀。而受惠於全球經濟成長帶動的原物料與商品需求，巴西出口活絡，鐵礦石等原料及農產品之國際價格持續高漲，為巴西創造豐富的外匯收入，由於持續的貿易順差，使巴西得以在短短數年間償還積欠的外債。另外，巴西廣大的經濟規模與內需市場，長久以來即為外國投資的標的市場之一，加上近年來巴西政治社會穩定，外國直接投資持續增加。

在投資項目，巴西的服務業所占比例最高，其次是製造業，如食品業、化學業、金屬與汽車業等。不過，巴西的軟體、生物科技、能源技術發達，已成為外國爭取合資或投資的新標的。巴西更鎖定半導體、製藥、軟體與資本等四大策略性產業，作為未來 10 年的重點推動產業；而為吸引國際投資參與投資這些產業，巴西又頒布了新的融資優惠、稅賦（含關稅）減免及免費提供工業用地等政策。至於巴西的金融領域，近年來該國採行寬鬆貨幣政策，利率有持續下跌空間，同時匯率漸趨穩定，股市在 2007 年持續維持榮景。目前因巴西的經濟開放，並落實國營企業私有化，外資銀行已大舉進入巴西市場。

值得注意的是，巴西在經濟發展的同時，貧富差距也在迅速拉大，而且已經成為世界上貧富差距最大的國家。巴西在 20 世紀 60 － 70 年代經濟曾經輝煌過，GDP 增長率在 10 ～ 20%之間，當時被世界譽為「巴西奇蹟」。巴西人年均收入曾超過 5,000 美元，而現在則穩定在 3,000 美元左右，當然這在發展中國家仍然算是比較高的。巴西現有 4,000 多萬貧困人口，而占 1.8 億人口中 1%的富人卻擁有 50%以上的國民收入。社會分配制度的不公，引發了諸如饑餓、失業和暴力犯罪等許多社會問題，這也嚴重阻礙了巴西國家經濟和社會的發展。據統計，巴西每天平均有 10 人死於槍殺，巴西的聖保羅和里約也成為治安形勢非常嚴峻的地區。

(二) 日本經濟自律性復甦持續，印度強勢發展

亞洲漸漸成為全球成長最快的消費市場。儘管用美元計算，美國消費者開支的總量仍大於亞洲，但如果按照購買力平價原則計算的話，亞洲的消費市場已經超過美國了。雖然如此，經濟學家們指出，亞洲的消費仍然處在較低水準。在亞洲，家庭消費平均只占 GDP 的 55%，而美國的這一數字達到 71%。不過，這一比例與消費總額一樣，也在快速成長。

一些學者已經預測到在未來幾年裡亞洲的消費者支出將會出現迅速成長，這將有助於填補由於美國消費者縮減消費帶來的缺口。另一方面，公司支出可能上升。亞洲各國經濟可以不受美國經濟下滑影響的另一個原因則在於大多數亞洲國家之預算赤字都很小，有的甚至還有盈餘。這就意味著他們可以更靈活的運用財政政策來支持國內需求，如此便可抵消出口下降造成的一些需求減少。

在日本方面，根據日本經濟總體運行情況判斷，儘管還存在諸如石油價格和通貨緊縮等潛在不確定因素，但總體來看，2007 年日本經濟仍有一定幅度成長。具體表現在：

1. 企業投資和居民消費出現長期成長趨勢。從長期看，經過幾年的消化， 日本企業基本已消除了就業、設備、債務等方面的過剩情況，因而設備投資意願非常強烈，只要世界經濟沒有大的變動或衝擊，日本企業的設備投資和出口仍會繼續成長。此外，日本居民消費不振的情況已經見底，隨著經濟前景看好，員工收入提高，人們的消費心理也會隨之發生變化，個人消費勢必出現成長，這是日本經濟保持穩定成長的關鍵。

2. 外部環境十分有利。全球經濟總體看好，對於目前仍是出口導向型日本經濟的發展提供了十分有利的外部環境。日本企業在海外的投資利潤是盈利的重要管道，目前許多日本企業的大部分利潤來自海外市場。

綜上所述，2007 年日本經濟成長雖較 2006 年之成長 2.4%降為 2.1%，惟仍繼續保持成長的態勢，經濟成長速度未出現太大的波動。2007 年下半期後之美國次貸風暴及國際原油、原物料價格變動，將牽動日本 2008 年之經濟表現。

就「金磚四國」來看，在中國方面，人口數已超過 13 億人，購買力迅速成長，內需市場潛力雄厚；而其工業產值高速成長，已成為全球製造加工業中心，並擠身「世界工廠」地位。但隨著高新科技和人力資源的發展，以低廉工資和成本為競爭優勢的「製造」，將來有變成有高附加價值和尖端技術的「創造」。

由 2006 年 IMD 世界競爭力報告顯示，中國的競爭力排名 2006 年已從 2005 年 31 名晉升至 19 名，2005 年 GDP 則上升至世界的第 4 位，僅次於美、日、德三國，足以顯示經濟的高速發展。

在印度方面，該國人口 11 億 3,400 萬人，民眾所得拜經濟成長之賜逐漸提高，已衍生不少投資機會，包括內需型產業如資訊、通訊、機車、汽機車零組件、重電業等；其次，配合工業發展需要，機械業市場看俏。至於勞力密集、低製造成本的製鞋業、紡織業，則是勞動力資源豐沛的印度最基本的產業。印度為鼓勵外人投資，在 2005 年通過特別經濟區（SEZ）草案，統整設立審核廠商的單一窗口，提供各項減稅及免稅措施，並於區內設立國際金融服務中心，以及設立解決廠商糾紛的單一機構。另外，印度已開放外資在零售市場上的投資限制，這在擁有廣大人口的印度將是一個可觀的消費市場。

至於印度的金融市場，目前並不是非常開放，外國銀行申請在印度設立並不容易，且有各種管制規定。在外匯方面，雖然印度積極推動吸引外資的建設與政策，對外匯的管制卻仍相當嚴格，而且手續繁瑣，無論是外國人在印度開戶或是匯往國外的款項都有嚴格規定，完全不像一個積極經營以吸引外資進入的新興開放市場。儘管印度在金融市場存在上述問題，但對小企業融資貸款一視同仁，卻是其銀行的優點。

目前印度的發展，出口占整個成長率的 10％到 15％。未來五年，印度出口（主要包括客服中心、醫療診斷等）乃是一個值得關注的發展，長期的成長前景仍是樂觀的。進口方面，則因國內需求成長快速，特別是在石油、中間財的輸入以及原料和消費財，未來仍會持續快速成長。

此外，由於印度對外貿易整合度低，為強化對外貿易的連結，印度還必須積極調降關稅，但其關稅近十年來卻持續走低—大部份集中在 2006 會計年度。印度計劃在 2009 年前進一步將關稅水準降至 ASEAN 會員國的水準，平均約為 8％。

值得注意的是，印度的消費力相當強，印度消費階層對關鍵性產業的需求也愈來愈高，如服務、零售與醫療照顧。此外，印度創新研發的能力，亦不可等閒視之。印度創新研發所進行的方式，係先設計並創造產品的附加價值，然後再興建工廠，也就是印度將由利基市場逐步轉向大量生產。這不是教科書上所寫的準則，卻適合印度。

(三) 歐盟經濟穩定成長，俄羅斯強勢復興

歐洲國家的統合從歐洲經濟共同體起，到歐洲共同體及如今的歐盟，已正式屆滿 50 週年了。2007 年 3 月歐盟各國齊聚德國首都柏林歡慶之後，最令歐洲人關切的還是歐盟將如何繼續走向下一個 50 年。

半個世紀前，就在第二次世界大戰結束 12 年之後，法國、德國、義大利、荷蘭、比利時、盧森堡 6 國元首，共同簽下歷史性的「羅馬條約」，成立「歐洲經濟共同體」，1967 年改名歐洲共同體，並把經濟上的統合擴大到政治外交一體，2004 年正式向東擴至中、東歐及地中海的 10 個新會員國後，會員國數躍升至 25 國，為歐洲史上規模最大的一次整合。至今歐盟已陸續經過 6 次擴大，加上 2007 年 1 月甫加入的羅馬尼亞及保加利亞，目前共有 27 個會員。

歐盟各國間採行共同的關稅及貿易政策，形成單一市場，27 個成員國超過 4.8 億的人口數，以及高達 12 兆美元的國民生產總值，已成為雄霸一方的貿易與經濟強權。雖然歐盟市場的整合已有不錯的成績，各國望塵莫及，但近期歐洲輿論普遍認為，歐盟經濟體目前所面臨的幾項重大挑戰，計有提高生產力、貨幣的統一與政經政策的調和、勞動力移動導致的政策轉向等問題。

歐盟經濟專家分析，2006 年歐盟經濟穩定成長的關鍵因素之一是內需增加。內需旺盛推動了工商服務業投資的增加，使得企業的利潤大幅度攀升，融資環境也得到了改善，資產負債狀況好轉。這表明，歐盟經濟將進入一個相對穩定及可持續成長的時期。此外，生產和經營性投資的增加還同時帶動了固定資產投資的明顯加快，投資收益率的提高則不斷刺激著再投資活動，因而歐盟成員國內部企業聯合與兼併活動持續增多。與此同時，歐盟各國商業銀行也開始適度降低貸款標準。

然而，部分歐盟國家的消費量增長是不平衡的。例如，法國和西班牙的消費增長主要依靠繁榮的住房市場支持。而德國和義大利政府則是在於努力改變人們消費信心不足的狀況。此外，導致部分歐盟國家公眾消費增長乏力的一個重要因素是能源價格的上升，使得廣大中、低收入家庭的購買力受到影響。

在對外貿易方面，2007 年歐盟的出口成長隨世界經濟增長放緩而成長下降，貿易逆差仍存在。由於內部經濟結構、科技創新能力的不同，目前歐盟各成員國間的國際競爭力存在較大的差別，因此，各國從外需增長中獲益的程度也有所差別。

另據歐盟專家預計，歐盟內需和投資有望繼續保持低速成長，投資成長將有所回落，歐盟投資成長率預計為 3.1％和 2.4％。但另一方面，一些成員國的房地產市場價格上漲較多，存在著回調的風險，對這些成員國的消費有可能產生一些抑制作用。

值得注意的是，歐盟經濟發展同樣還需要克服一些來自外部的干擾因素，如油價和能源供給仍是影響其經濟的最主要和不確定因素。此外，歐盟中央銀行的貨幣政策趨緊可能對部分金融市場產生衝擊，導致金融市場資金減少並進一步縮小不同市場的利差，這可能引發貨幣資產的新一輪重新組合。

展望未來的 50 年，如果要成功發展，則歐盟必須繼續努力完成 50 年前即已著手努力的目標。特別是，歐盟需要能提高生產力成長率的一項清楚且明確的策略，因為依據最近全球生產力調查的資料顯示，歐洲在全球排名中仍較不亮眼。所以，迎向未來歐盟第一大挑戰也是最重要的政策，就是要完成產業整合。雖然歐盟目前整合的程度已涵蓋大多數的商品，但服務業自由化的推動速度仍然緩慢，尤其是金融業。事實上，歐盟自由化的單一市場長期潛在利益相當可觀，只不過大部份仍有待開發。

第二項挑戰是要完成貨幣的統一與財經政策的調和。歐盟中只有 13 個國家使用歐元，因此必須擴大各會員國採用歐元的意願；在勞動政策的調和上，歐盟勞動力移動的最大障礙不是語言，而是退休金、健康以及失業等國民保險制度的差異不易整併；在各國仍保有財政制定權之下，不同的財政政策所產生的經濟外部性使整體歐盟無法發揮最理想的效益；未來，歐盟還必須推舉出可以掌控匯率政策，以及可以出席國際組織的單一代表等問題。

再來就是，在經濟上打破國界藩籬後，資本、貨物、勞務可更自由來去各國，國際競爭將更激烈，各種社會變化亦以不同的方式衝擊著教育和訓練體系，因此，為使人民有能力去適應，並具備足夠的知識去趕上未來，歐盟國家必須增設教育訓練管道，並改善當前成效不佳的教育制度，尤其是大學的品質，讓每個人可以獲得廣泛的知識及建立就業能力，以降低外來勞工對人民生活的衝擊。

在俄羅斯方面，該國人口 1 億 4,270 多萬人，民眾的消費能力因經濟連續 5 年實現高成長（6-7％）而大幅提高，也帶動各項產品市場的活絡；加上高科技發達，天然資源（尤其是能源、木材）豐富，特別是在普廷總統任內政經情勢穩定，近幾年雖還不能被視為投資天堂，但至少已成為外國投資的熱地，以 2005 年為例，外國直接投資就達 131 億美元。

另外，俄羅斯為避免經濟產業過度集中在能源產業，而形成單一產業結構可能帶來的風險，已啟動興建經濟特區計畫，以利推動多元化經濟產業。目前首批經濟特區入圍的有 6 個，並分為技術推廣型及工業生產型兩大類，從 2007 年起開始招商引資，其最大戰略企圖則是爭取來自亞太國家的龐大資本。

根據聯合國貿易暨發展會議（UNCTAD）的最新報告，俄羅斯已躋身全球最具投資吸引力的前 20 個國家行列，在 2006 年的排名中，俄羅斯吸收外國直接投資金額排名第 15 名。另外，根據俄羅斯政府對外國投資者的調查，有 84％的外國投資者認為在俄羅斯的生意進展順利，並在 2 年內就完成商業目標，有 94％的外

國投資者計畫拓展在俄羅斯的業務。

2006 年俄羅斯的國內生產毛額已一舉超過 9,000 億美元，2007 年已逾 1 兆 2 千餘億美元。根據俄羅斯經濟發展與貿易部公布的數據，估計到 2020 年，俄羅斯的國內生產毛額將會進入世界前 5 大，國民平均所得將可達到 30,000 美元。這是俄羅斯展示國力的一種表現。如今的俄羅斯，早已從蘇聯解體後政治、經濟衰敗的情景中脫胎換骨。

俄國從 90 年代初，蘇聯解體之後，已喪失國際事務的發言地位許久，所以不少俄國人民至今仍非常嚮往蘇聯時代至少能與美國平起平坐的過去。任何一個俄國領導人都會想恢復到像蘇聯時期在國際事務方面所享有的發言權。在普廷的第一任跟第二任已培養俄國實力，再度成為國際強權。

二、全球布局台商競爭優勢與發展政策

(一) 經濟發展歷程與重要戰略地緣位置

台灣位於世界主要航道上，為連通西北太平洋與東南亞、印度洋的關鍵島嶼。台灣經濟發展型態自古即與國際貿易有密切關聯。臺北至西太平洋七大城市的平均飛行時間只需 2.55 小時，高雄港與亞太五大港口的平均航行時間僅需 53 小時，據有重要地緣位置。

荷蘭人統治時期（1624-62），其東印度公司把台灣當作中國、日本、與菲律賓的貿易轉運站，甘蔗種植、蔗糖與毛皮出口為發展重點。在明鄭時期（1661-83），曾主動函請英國人開設貿易商館，並開始大量種植稻穀。大清帝國統治時期（1684-1895）台灣的貿易對象以中國為主，並以稻米與砂糖為主要出口品。1862 年基隆與高雄在天津條約的規定下開埠，國際貿易在台灣經濟的重要性再度顯現，出口約占國內生產毛額的 10%～ 20%，以茶葉與砂糖為主要出口。

台灣在日本統治時期（1895-1945）完成基隆高雄間鐵路和縱貫公路的修築，興建嘉南大圳等水利建設，調查土地、確立土地所有權，引進化學肥料，開發蓬來米，設立現代化糖廠，建立第一座發電廠，引進日本國內企業到台投資。此一時期台灣的主要貿易對象為日本本土，出口以農業與農業加工品為主。出口占 GDP 比重到 1940 年代已超過 40%。台灣在日本統治時期經濟成長快速。據估計，在 1905-1940 年間台灣每人 GDP 成長率略高於 2.9%。此一成長速度，已使台灣的每人 GDP 與日本逐漸接近，而與處於幾乎完全停滯情形的中國成為兩個非常不同的經濟體。

西元 1945-1949 年間，台灣變成中國的一省。1945 年政府接收、沒收所有日人的公私企業成為國營企業，並合併成獨占企業。此一期間，由於公營事業向台銀大量借款及嚴重財政赤字，貨幣供給大量增加，四年之間台灣的躉售物價指數上漲超過一萬倍。1949 年政府開始在台進行貨幣與土地改革，同年，帶領約兩百六十萬人口自中國大陸撤退至台灣。

1950 年韓戰爆發，美國開始對台灣提供軍事與經濟援助。1951-65 年間美國的經濟援助總金額約為 15 億美元，占台灣當時 GDP 很大的比例。政府經濟政策與思考原本強調的是管制。日治時期台灣公營企業的生產額佔製造業總生產額的比例從未超過 6.5%，1952 年的比率卻高達 55%。美援除了提供實質的援助，也附帶要求經濟改革。美援計劃的最後階段則特別鼓勵私人企業發展，並強調尊重市場體制。這對於 20 世紀後半台灣經濟體制的改變有長久的影響。

在 1990 年以前，國營事業在台灣國內市場扮演壟斷或主導的角色。公營事業

幾乎包括所有銀行、電力、電信、郵政、糖、鹽、肥料、菸酒、石油、鋼鐵、造船、公共運輸等產業，也包括工程、化學、證券等行業。另外國民黨的黨營企業有數十家參與各行各業，包括製藥、石化、水泥、銀行、證券、保險、投資、鋼鐵、電機、工程、印刷等企業。

我國的產業發展政策可以分為四個時期：⑴ 1953-1960 為進口替代時期，鼓勵生產民生消費品以代替進口。⑵ 1961-1972 為出口擴充時期，鼓勵製造消費品出口。⑶ 1973-1983 為第二次進口替代時期，鼓勵製造生產財如機械、電子零組件等出口。⑷ 1984 年以後為國際化與自由化時期，希望以開放國內市場以贏得國際支持並促進產業升級。

在前述歷史發展條件下，平均每人國內生產毛額年成長率在 1960-1999 年間為 6.19％，2000 年的平均每人 GDP 遠高於中國，50 年來的經濟發展可說具相當成就。但在此過程中，民間力量所展現的活力亦不可忽視。中小企業利用國內廉價的勞工向外發展，成為海外市場的拓荒者，並使上游的國內公、私營大企業連帶受益。政府在政策上雖於 1984 年進入國際化與自由化時期，但一直要到 1990 年加入關稅及貿易總協定（GATT）及 2002 年加入世界貿易組織（WTO）之後，才漸漸因為政府轉向開放競爭及民營化政策而降低國營企業之重要性。

在自由化與國際化聲浪中，我國於 1990 年開始金融自由化，陸續對國內、外私有證券商、銀行、保險的設立與經營鬆綁。1994 進一步貿易自由化，將進口改為原則准許、例外管制，1996 年啟動電信自由化，2000 年開始油品自由化、電業自由化。

WTO 可以說是為了全球化自由貿易而成立。就全球化而言，WTO 除了繼續維持 GATT 的主要原則外，在兩方面與 GATT 有很大的不同。第一、它強調外國資本與公司的應享受與本國資本和公司同樣的「國民待遇」，並要求各國逐步達成，不能歧視外國與資本與公司。第二、它強調服務業與商品一樣可以自由貿易，並有一套「服務貿易總協定」（General Agreement on Trade in Services）來規範。為了符合 WTO 入會的條件，我國自由化的措施一直在持續進行。我國在 2002 年 1 月成為 WTO 的會員國。在入會後我國仍繼續履行入會前對市場自由化的承諾。50 多年來，台灣的產業結構已逐漸由農而工，並轉而變成以服務業為主的經濟。

從歷史發展的軌跡可以發現，台灣的經濟與重要的戰略地緣位置，形成台商發展全球布局的最重要的競爭優勢條件之一。

(二) 全球運籌能量高，快速便捷服務

1. 台灣產業及貿易基礎實力雄厚、管理經驗紮實，與國際品牌大廠建立良好的策略聯盟關係，與全球供應鏈緊密結合，為全球供應鏈不可或缺之一環。

2. 在基隆、台北、桃園、台中、高雄設置自由貿易港區，提升全球運籌能量。

3. 為國際大廠的重點採購地區，2005 年，9 大美商 IPO 在台採購金額為 410.00 億美元，較 2004 年成長 14.5％，7 大中日韓商 IPO 在台採購金額為 192.95 億美元，成長率高達 23.3％，前 4 大歐商 IPO 採購金額為 36.8 億美元，成長 17.2％，前 20 大 IPO 採購金額合計達 545.81 億美元，成長率也達 17.2％。

4. 截至 2007 年 1 月 2 日止，計有 451 家國內外知名大廠在台灣成立營運總部，並取得「營運範圍證明函」，較 2005 年 12 月 8 日，278 家成長幅度高達 62.23％，希望以台灣的營運總部作為跨國企業區域或全球運籌管理的最佳據點。

5. 至 2006 年底，台灣對中國直接投資核准件數已達 35,541 件，直接投資核准金額累計達 548.95 億美元，對東協各國直接投資金額至 2006 年 9 月已累計達 482.57 億美元，在亞洲地區形成完整的供應鏈體系。

(三) 製造業實力基礎深、資訊電子產業垂直整合彈性高

過去 20 年間，台灣以資訊產業（IT）為主軸，憑藉高素質的人力資源，上中下游充分整合、垂直與水平分工結構完整又兼彈性及速度的高科技產業群聚，高科技產業上下游供應鍊的體系，使台商有較佳的整合系統及實際經驗。這些優點，有助於台商在產品行銷推廣上，產生助力，形成優勢。

(四) 國際信用評比優等

穆迪（Moody's）於 2007 年 1 月，公佈台灣的主權信用評等為 Aa3，評等展望為穩定；2006 年，惠譽信評對台灣的信用評等亦為 A+，評等展望也維持穩定；2006 年，標準普爾（S&P Micropal）對台灣的長期信用評等為 A+，台灣主權及國家評等相關展望都維持穩定。

(五) 產業研發潛力雄厚

台灣以卓越的資訊產業，帶動技術研發產業的成長。根據國科會「科學技術統計要覽──2006 年版」，全國科技研發費用占 GDP 的比重由 2004 年的 2.44％提高至 2005 年的 2.52％。同年，我國科學論文發表 15,661 篇，世界排名第 18；我國在美國獲證的專利數達 5,118 件，世界排名仍居第 4，僅次於美國、日本和德國。

(六) 創新能力與企業家精神

信守工作倫理與細心規劃經濟，在台灣造就了許多抱負遠大的企業家。由於台灣社會高度重視終生職涯與雇用，因此許多台灣人以創造永續獲利的企業為目標。

再者，台灣創業精神旺盛，不論是今日具規模的大企業抑或隨處可見的中小企業，其中白手起家的比例極高，而在產業達一定規模之後，也積極對外投資，拓展經營版圖及視野。台灣的創投產業在亞洲居於領先地位，另外目前台灣科技業獲得的實用專利數亦在全球名列前茅。

(七) 歐美廠商與企業之間的關鍵連結角色功能

此項無疑是台商全球布局重要且具有競爭潛力的一環，若與全球其他國家的廠商來比較，台商顯然在語言、文化的溝通能力上，以及社會的適應性較其他國家的外商要強許多。目前台灣運用出口導向經濟的優勢，獲得與國際公司合作所需的豐富經驗，根據經濟部統計資料指出，在國際貿易體系中，台商已經能與國際大廠形成緊密的跨國生產行銷網路。台商的競爭利基在於企業已能成為世界級大廠的第一級供應商，過去台商與國際品牌間網絡關係，加以研發創新的成果，形成綿密的策略聯盟關係。因此，在與歐美企業的整合過程中，台灣佔有關鍵連結角色的功能。

(八) Business-to-Business（B2B）基礎建設完善

我國政府全力發展完善的 B2B 基礎建設，以支援高度整合的產業。我國經濟部贊助多項計劃，撥出超過 5 億 3,000 萬元的補助款，發展電子商務貿易網路，供多種產業使用，其中包括資訊服務、石化、紡織和汽車製造業。台灣外貿協會也架設完成卓越的電子商務平台，在全球可連結超過兩萬家台灣出口商。

附錄一、主要國際經濟組織名稱對照表

簡 稱	英 文 名 稱	中 文 名 稱
ACS	Association of Caribbean States	加勒比海國家協會
ADB	Asian Development Bank	亞洲開發銀行
AG	Andean Group	安地斯集團
APEC	Asia-Pacific Economic Cooperation Council	亞太經濟合作會議
APO	Asia Productivity Organization	亞洲生產力組織
ASEAN	Association of South East Asia Nations	東南亞國家協會
CABEL	Central American Bank for Economic Integration	中美洲銀行
CACM	Central American Common Market	中美洲共同市場
CARICOM	Economic Commission of Latin American and the Caribbean	加勒比海共同市場
CEFTA	Central European Free Trade Agreement	中歐自由貿易協定
COMESA	Common Market of Eastern & Southern Africa	東南非洲共同市場
EBRD	European Bank of Reconstruction and Development	歐洲復興開發銀行
ECB	European Central Bank	歐洲中央銀行
ECOWAS	Economic Community of West African States	西非經濟共同體
EMU	European Monetary Union	歐洲貨幣聯盟
EU	European Union	歐洲聯盟
IADB	Inter-American Development Bank	美洲開發銀行
IBRD	International Bank for Reconstruction and Development	國際復興開發銀行（世界銀行）
IMF	International Monetary Fund	國際貨幣基金
LAAI	Latin American Association of Integration	拉丁美洲統合協會
NAFTA	North American Free Trade Agreement	北美自由貿易協定
OCAS	Orgnization of Central American States	中美洲國家組織
OAU	Organization of African Unity	非洲團結組織
OECD	Organizaion for Economic Cooperation and Development	經濟合作暨發展組織
OPEC	Organization of the Petroleum Exporting Countries	石油輸出國家組織
PBEC	Pacific Basin Economic Council	太平洋盆地經濟理事會
PBF	Pacific Business Forum	太平洋企業論壇
PECC	Pacific Economic Cooperation Council	太平洋經濟合作理事會
SPC	South Pacific Commission	南太平洋委員會
SPF	South Pacific Forum	南太平洋論壇

簡稱	英文名稱	中文名稱
UN	United Nations	聯合國
WCO	World Customs Organization	世界關稅組織
UNCTAD	United Nations Conference on Trade and Development	聯合國貿易發展署
UNWTO	World Tourism Organization	世界觀光組
WEF	World Economic Forum	世界經濟論壇
WHO	World Health Organization	世界衛生組織
WTO	World Trade Organization	世界貿易組織

註：環球經濟社彙整。

附錄二、中外度量衡換算表

長度 Linear measure										
公厘（mm）	公尺（m）	公里（km）	市尺	營造尺	舊日尺（台尺）	吋（inch）	呎（feet）	碼（yard）	哩（mile）	國際浬
1	0.001	…	0.003	0.000313	0.0033	0.03937	0.00328	0.00109	…	…
1000	1	0.001	3	3.125	3.3	3937	3.28074	1.09361	0.00062	0.00054
…	1000	1	3000	3125	3300	39370	3280.84	1093.61	0.62137	0.53996
333.333	0.33333	0.00033	1	1.04167	1.1	13.1233	1.09361	0.36454	0.00021	0.00018
320	0.32	0.00032	0.96	1	1.056	12.5984	1.04987	0.34996	0.0002	0.00017
303.303	0.30303	0.0003	0.90909	0.94697	1	11.9303	0.99419	0.3314	0.00019	0.00016
25.4	0.0254	3E-005	0.0762	0.07938	0.08382	1	0.08333	0.02778	2E-005	1E-005
304.801	0.3048	0.00031	0.9144	0.9525	1.00584	12	1	0.33333	0.00019	0.00017
914.402	0.9144	0.00091	2.74321	2.85751	3.01752	36	3	1	0.00057	0.00049
…	1609.35	1.60935	4828.04	5029.21	5310.83	63360	5280	1760	1	0.86898
…	1852	1.852	5556.01	5787.5	6111.6	72913.2	6076.1	2025.37	1.15016	1
1 英碼＝0.9143992 公尺			1 公尺＝1.0936143 英碼			1 英吋＝2.539998 公分			1 海里＝6080 呎	
1 美碼＝0391440183 公尺			1 公尺＝1.0936111 美碼			1 美吋＝2.54000 公分			1 海里＝1.516 哩	

資料來源：國家標準局，環球經濟社彙整。

附錄三、與我國簽署投資保證協定國家一覽表

國家	協定名稱	簽訂日期	生效日期	我方主簽	對方主簽
1. 美國	中美關於保證美國投資制度換文	06/25/1952	06/25/1952	外交部長葉公超	美國駐華大使 Howard P. Jones
2. 新加坡	台北投資業務處和新加坡經濟發展局投資促進和保護協定	04/09/1990	04/09/1990	經濟部投資業務處處長黎昌意	新加坡經濟發展局局長陳振南
3. 印尼	中印尼投資保證協定	12/19/1990	12/19/1990	駐印尼經濟貿易代表處代表鄭文華	印尼駐台北商會主席 Alinoerrasjid
4. 菲律賓	中菲投資保證協定	02/28/1992	02/28/1992	駐菲律賓台北經濟文化辦事處代表劉達人	馬尼拉經濟文化辦事處主任 Joaquin R.Roces
5. 巴拿馬共和國	中華民國與巴拿馬共和國投資待遇及保護協定	03/26/1992	07/14/1992	經濟部長蕭萬長	巴拿馬工商部長 Roberto Alfaro Estripeaut
6. 巴拉圭共和國	中華民國政府與巴拉圭共和國政府投資保證協定	04/06/1992	11/11/1992	外交部長錢復	巴拉圭外交部長 Alexis Manuel Frutos Vaesken
7. 尼加拉瓜共和國	中華民國政府與尼加拉瓜共和國政府投資保證協定	07/29/1992	01/08/1993	經濟部長蕭萬長	尼加拉瓜經濟暨發展部部長 Julio Cardenas
8. 馬來西亞	中馬投資保證協定	02/18/1993	02/18/1993	駐馬來西亞台北經濟文化辦事處代表黃新壁	馬來西亞友誼及貿易中心代表 Dato' Syed Mansor Syed Kassim Barakbah
9. 越南	駐越南台北經濟文化辦事處和駐台北越南經濟文化辦事處投資促進和保護協定	04/21/1993	04/21/1993	駐越南台北經濟文化辦事處代表林水吉	駐台北越南經濟文化辦事處代表 Dao Duc Chinh
10. 阿根廷	台北經濟部與布宜諾斯艾利斯經濟暨公共工程與服務部關於投資促進及保護協定	11/30/1993	11/30/1993	經濟部次長許柯生	阿根廷經濟暨公共工程與服務部次長哈德內克
11. 奈及利亞聯邦共和國	中華民國政府與奈及利亞聯邦共和國政府間投資促進暨保護協定	04/07/1994	04/07/1994	經濟部長江丙坤	奈及利亞聯邦共和國商務暨觀光部部長奧吉洛

國家	協定名稱	簽訂日期	生效日期	我方主簽	對方主簽
12. 馬拉威共和國	中華民國政府與馬拉威共和國政府投資保證協定	04/22/1995	05/14/1999	外交部長錢復	馬拉威共和國外交部長柏納里 Hon. E.C.I. Bwanali
13. 宏都拉斯共和國	中華民國與宏都拉斯共和國投資待遇及保護協定	02/26/1996	10/20/1998	外交部長錢復	宏都拉斯共和國外交部長烏必索 S.E. Lic. J. Delmer Urbizo
14. 泰國	中泰投資促進及保障協定	04/30/1996	04/30/1996	駐泰國台北經濟貿易辦事處代表許智偉	泰國駐台北貿易經濟辦事處代表柴司瑞
15. 薩爾瓦多共和國	中華民國與薩爾瓦多共和國相互促進及投資保障協定	08/30/1996	02/25/1997	外交部長章孝嚴	薩爾瓦多外交部長龔薩雷斯
16. 塞內加爾共和國	中華民國政府與塞內加爾共和國政府間相互促進暨保障投資協定	10/24/1997	05/17/1999	行政院長蕭萬長	塞內加爾總理狄安
17. 史瓦濟蘭王國	中華民國政府與史瓦濟蘭王國政府投資促進暨保護協定	03/03/1998	09/03/1998	經濟部長王志剛	史瓦濟蘭王國政府企業兼就業部長 Rev. Absalom Muntu Dlamini
18. 布吉納法索	中華民國政府與布吉納法索政府間相互促進暨保障投資協定	10/09/1998	11/.20/2003	外交部長胡志強	布吉納法索外交部長魏陶哥
19. 多明尼加共和國	中華民國與多明尼加共和國政府間投資促進暨保護協定	11/05/1998	04/25/2002	駐多明尼加大使國剛	多明尼加外交部長拉多雷
20. 貝里斯	中華民國政府與貝里斯政府間相互投資促進暨保護協定	01/16/1999		行政院長蕭萬長	貝里斯總理穆沙
21. 哥斯大黎加共和國	中華民國政府與哥斯大黎加共和國間促進暨相互保障投資協定	03/25/1999	10/18/2004	經濟部長王志剛	哥國對外貿易部部長古索斯基
22. 馬紹爾群島共和國	中華民國政府與馬紹爾群島共和國政府投資促進暨保護協定	05/01/1999	05/01/1999	外交部長胡志強	馬紹爾群島共和國外交暨貿易部長 Philip Muller

國家	協定名稱	簽訂日期	生效日期	我方主簽	對方主簽
23. 馬其頓共和國	中華民國政府與馬其頓共和國政府投資促進暨相互保護協定	06/09/1999	06/09/1999	經濟部長王志剛	馬其頓共和國貿易部長格魯夫斯基
24. 賴比瑞亞共和國	中華民國政府與賴比瑞亞共和國政府投資促進暨相互保護協定	06/17/1999	08/06/2000	外交部長胡志強	賴比瑞亞共和國外交部長開普頓
25. 瓜地馬拉共和國	中華民國政府與瓜地馬拉共和國政府投資促進及保護協定	11/12/1999	12/01/2001	駐瓜地馬拉大使吳仁修	瓜地馬拉共和國經濟部代部長 Jose Guillermo Castillo Villacorta
26. 沙烏地阿拉伯	台北經濟部與利雅德財經部間促進暨保障投資備忘錄	10/31/2000	07/25/2001	經濟部陳次長瑞隆	沙烏地阿拉伯基本工業公司副總裁兼執行董事莫罕默德．哈邁得．馬迪
27. 印度	駐新德里台北經濟文化中心與駐台北印度－台北協會間投資促進及保護協定	10/17/2002	03/18/2005	駐新德里台北經濟文化中心錢剛鐔	駐台北印度──台北協會會長 Ranjit Gupta

資料來源：經濟部投資業務處，環球經濟社彙整。

附錄四、主要國家與我國雙邊貿易總額排序表

（單位：億美元）

國家／地區	2005 年	2006 年	2007 年	2005-2007 年合計	排名
日本	611.64	625.85	618.70	1,856.19	1
美國	502.84	650.25	585.85	1,738.94	2
南韓	191.6	221.54	229.52	642.22	3
新加坡	134.03	143.85	152.93	430.81	4
德國	106.44	111.42	122.45	340.31	5
馬來西亞	101.59	109.93	115.82	327.34	6
沙烏地	79.33	102.90	111.43	293.66	7
澳大利亞	71.19	80.72	93.55	245.46	8
泰國	67.07	78.94	88.13	234.14	9
印尼	69.01	77.03	86.87	232.91	10
菲律賓	71.20	72.60	71.99	215.79	11
荷蘭	64.65	67.54	71.88	204.07	12
越南	48.04	57.19	69.02	174.25	13
英國	49.77	52.92	55.38	158.07	14
法國	39.97	37.85	40.87	118.69	15
義大利	32.49	37.40	38.86	108.75	16
印度	24.52	27.16	48.79	100.47	17
加拿大	30.14	31.44	35.48	97.06	18
俄羅斯	27.13	25.07	27.12	79.32	19
巴西	22.34	23.52	30.11	75.97	20
南非	16.65	18.99	20.66	56.30	21
智利	13.69	19.13	21.01	53.83	22
墨西哥	12.38	15.00	20.96	48.34	23
比利時	15.37	14.99	16.76	47.12	24
以色列	10.66	11.02	11.31	32.99	25
紐西蘭	9.69	8.86	11.12	29.67	26
愛爾蘭	9.44	9.05	8.20	26.69	27
波蘭	5.15	6.55	8.61	20.31	28
秘魯	4.62	5.42	6.10	16.14	29
柬埔寨	3.45	4.66	4.38	12.49	30

（單位：億美元）

國家／地區	2005 年	2006 年	2007 年	2005-2007 年合計	排名
捷克	3.00	4.32	3.62	10.94	31
阿根廷	3.24	3.12	3.67	10.03	32
盧森堡	3.05	2.96	1.51	7.52	33
巴拿馬	2.50	2.17	2.59	7.26	34
約旦	1.99	1.97	2.13	6.09	35
緬甸	1.31	1.17	1.31	3.79	36
多明尼加	0.96	1.13	1.38	3.47	37
瓜地馬拉	1.34	1.68	1.27	4.29	38
薩爾瓦多	0.65	0.80	0.84	2.29	39
巴拉圭	0.69	0.78	0.79	2.26	40
賴索托	0.52	0.65	0.53	1.70	41
宏都拉斯	0.48	0.50	0.66	1.64	42
尼加拉瓜	0.46	0.47	0.52	1.45	43
史瓦濟蘭	0.23	0.28	0.23	0.74	44
汶萊	0.18	0.16	0.17	0.51	45
馬拉威	0.12	0.11	0.14	0.37	46
斐濟	0.12	0.12	0.12	0.36	47

資料來源：財政部統計處。

附錄五、2008 磐石獎海外代表得主簡介

在台灣有超過 124 萬家中小企業，實為我國整體經濟發展之基石。其中，尤以傳統製造、高科技、資訊服務以及生物科技產業為多，更不乏開出百萬年薪還有高額股票配股的潛力企業。

然而，企業要轉型升級才有經營利基，同樣地獎項的選拔也要不斷改良，方能宏觀的永續經營。在這樣的理念下，戴勝通理事長以現有國家磐石獎的基礎上，於民國八十八年創辦海外台商磐石獎選拔活動，藉此表彰海外經營有成的台商企業，促進與國內企業商機交流與技術合作，並提升華人在國際社會的地位與形象，從此磐石獎的選拔走向國際，與國際社會接軌。

磐石獎舉辦之主要目的在於表彰海外經營企業有成，在各方面均表現卓越，並對祖國或僑居地等國際社會有貢獻之台商企業，給予公開表揚，以肯定當選企業之成就，讓全球中小企業有相互學習觀摩機會，以提升華人國際形象及地位。

國家磐石獎對於所有積極奮鬥的中小企業而言，具有相當深遠的意義，因為這個國家級的獎項，不但是大家努力的目標，更是中小企業成功經營典範的指標。而在企業邁向全球化的同時，台灣中小企業深受強烈改革的需求與升級壓力，中小企業協會希望能在各界的協助下，一方面督促政府推動保護中小企業的措施，鼓勵企業根留台灣，並協助企業轉型升級，提升台灣投資環境以維繫在亞太地區的競爭力；另一方面亦反映廣大中小企業的心聲，俾使對勞資和諧關係有正面助益，彙整如表述。

2007 年度海外台商磐石獎簡介

公司名稱	公司簡介	說明
三光金屬有限公司	負責人：賴正烈 地址： 235 MOO 17 T. KHAOKHUNG, A. BANPONG, RATCHABURI 70110 THAILAND 電話：+66-32-330091-94 傳真：+66-32-330088-89 營業項目： 二次鋁合金錠，鋁溶解設備，鋁擠型材，陽極表面處理 產品名稱： 鋁合金錠，鋁連續溶解爐，熱處理爐，電腦散熱片，摩托車輪圈等型材	1989 年三光金屬公司應日本鈴木機車場之邀，於泰國成立了第一家二次鋁合金錠工廠。在當時泰國境內對鋁合金錠供不應求的情況下，於 1996 擴大規模將工廠遷移至叨丕，目前佔有 45,000 坪。 **獨特 know how 客製化服務** 三光公司從事鋁合金鋌製作，主要透過回收鋁廢料，以顧客之需求調整成分進而製作進口純鋁的公司，三光的優勢自然高於競爭者。多年來不但研發出獨特的 know how 及精湛的製造工程技術，並且領先同業引進最先進的分光儀與熔爐設備，透過自動化的直接連線模式，隨時監控掌握產品品質，創造滿足顧客之需求。 **廢料充分發揮環保節能創優勢** 三光公司在設廠之際即率先引進日本 AIKOH 公司的氮氣（N2）處理法；因此不會傷害到大氣中的臭氧層，也直接保護泰國的環境。除此之外，公司更注重污水處理，將溶解後所產生的氣體先經過水洗程序才排放，完全符合國際標準。公司將廢料充分發揮，對於環保節省有極大的貢獻。 **賴正烈的人生“鋁”程** 1980 年在台灣籌組錫名企業有限公司，從事鋁鑄造相關貿易。 1988 年成立耀盛工業股份公司，製造鋁溶解（瓦斯）集中溶解爐，外銷日本、中國、越南、泰國等地。 1989 年於泰國成立三光金屬有限公司。賴董事長的經營理念向來秉持自客戶信任的「優良品質」好口碑。「服務至上信譽第一」亦是三光企業所不斷追求的。

2007 年度海外台商磐石獎簡介（續）

公司名稱	公司簡介	說明
菲律賓 TID 集團	**負責人**：齊偉能 **地址**： JMBC Bldg. Zansibar St. Cor. Rockefeller St., Brgy. San Isidro, Makati City, Metro Manila, Philippine **電話**：（63）2-889-0041 **傳真**：（63）2-889-0065 **營業項目**： **零售**： 通信，消費電子及筆記型電腦產品連鎖店 **批發**： 通信及消費電子產品 **代理**： 品牌行動電話銷售維修及售後服務代理 **產品名稱**： **無線通訊類**： 行動電話，零配件，各類預付卡及網路卡 **有限通訊類**： 無線及有線電話及電話配件 **消費電子商品**： MP3 及 MP4 播放器，喇叭，記憶卡，讀卡機，數位相機，DV 及周邊配件等。	選擇到菲律賓開創事業，就是藍海策略的實踐。 1997 年齊偉能與友人在菲律賓的馬尼拉市成立 TID 投入菲國電信通訊產業。TID 以齊全的商品線、高品質、合理的價格以及快速的服務，在當地市場開發出一群固定客戶群。 「危機也是轉機」，1997 年 9 月「亞洲金融風暴」時，TID 卻選擇「逆向操作」對外宣布不漲價，藉此機會來爭取新客戶。結果，這個策略出奇奏效，短時間新客戶隨即暴增。 **通路為王，開展直營連鎖門市** 基於通路為王的想法 1999 年設立第一家直營門市 -Wellcom Telecom Supermatket，跨入零售業，積極展店，成為菲國最大連鎖通路店。並多次獲得 Nokia，Samaung，Moto 等在菲國銷售冠軍。2007 年在 Wellcom 三代店推出，增加消費性電子商品，筆記型電腦及周邊商品之銷售，正式進入 3C 領域。 **贏的策略：顧客至上 最佳的客戶滿意度** 從對電信通訊產業一竅不通，TID 集團為何躍升菲國電信通路之龍頭？在經營理念上，由於連鎖零售通路屬於服務業性質，顧客至上，最佳客戶滿意度就是菲國 TID 集團的企業核心價值。 **善盡企業責任 TID 積極推動社會公益** TID 的企業使命，對內積極照顧員工，對外更要用心關懷社會，發揮企業力量成就美好社會。因此，TID 在菲國推動一項守護天使計畫，這項社會公益活動主要協助貧窮的菲國小孩就學，由公司出錢，員工出力。未來希望逐年擴大扶助之人數，更以提高到高中及大學教育為目標。 創業之初，往往靠的是創業者實踐夢想的勇勁。有幸成功者贏來的不止是榮耀而已，而是更大的責任與挑戰！有夢最美，但築夢必須踏實穩建，成功之路方能走得遠、走得久。

2007 年度海外台商磐石獎簡介（續）

公司名稱	公司簡介	說明
美商磐亞工程顧問股份有限公司	**負責人：** 黃夏平博士，創辦人董事長兼總裁 **地址：** 555 Quince Orchard Road, Suite 488, Gaithersburg, MD 20878 U.S.A. **電話**：301-529-4401 **傳真**：301-670-9884 **營業項目：** 為美國政府機關提供國防系統維護，後勤補給，資訊工程，環保工程，與船艦維修及其他高科技工程顧問服務工作 **產品名稱：** 「社區安全暨反恐的無線監視 / 監聽網路系統」及「海上自動行走的貨櫃運輸系統」。解決海上運輸問題，補給與救難過程中最難與最艱鉅的世紀環節（最後一哩）問題。	1979 年在美國馬州註冊成立，初期以環保工程為核心，逐年增設國防科技部，交通工程部，電腦工程部等。鑑於近年局勢突變及 ICT 科技的突飛猛進，乃投入研發與轉型，希望在先進科技市場中佔有一片天地。開發出多樣高科技產品，受到業主青睞及採用。蛻變為擁有 470 多名員工，十幾處分公司的規模。美商磐亞公司不講求繁文縟節，只講求工作效率與效益。因鼓勵人員創新與發明。已取得多項專利及商標保護權。 **回饋社會促進族群融合推展環保與永續發展** 負責人黃博士不論對僑居地或台灣的公益活動皆投入，創立許多社團組織以 (1) 促進亞裔移民創業與投入美國主流社會；(2) 協助台商的商業活動並融入美國商業 / 經濟主流；(3) 發揚華人優良傳統、文化與藝術；(4) 聯繫台鄉鄉誼；(5) 促進美國台灣及全球的環保活動及永續發展；(6) 增進國際交流與和平對談；(7) 鼓勵亞裔子弟融入美國主流並參政，為下一代亞裔爭取平等待遇。 **企業文化經營理念與願景** 公司文化是集體塑造成的，在磐亞工程公司服膺理性與人性而有創新意義的法則，本著多贏的方式，適時幫忙業主解決其工程科技問題。藉由具備良好口碑的客戶群，年接達預期目標與願景，並積極創新以爭取新世紀利基。總之，苦練而有結果最欣慰的事。其中滋味點滴在心頭，唯有「忠於自己、寬已待人」(Be You)，成功才可寄望！

2007 年度海外台商磐石獎簡介（續）

公司名稱	公司簡介	說明
南非統一塑膠股份有限公司	**負責人**：何炳忠 **地址**： 17 AGUTENBERG STREET, NEWCASTLE 2940.RSA **電話**：+273437561 **傳真**：+27343756470 **營業項目**： 各類 PVC，TPR，EVA 塑膠原料及低煙、低鹵、無毒環保 PVC 原料，主要提供電線電纜業，汽車業，鞋業，其他射出壓出業 **產品名稱**： 低煙、低鹵、無毒環保 PVC，TPR，EVA 原料及 PVC 塑膠原料	President Plastics 之成立，緣起於負責人何炳忠先生鑑於南非塑膠原料品質不穩定，且投訴無門，而啟發了何先生的創業動機。甫成立之初，尤以資金短缺及調度上最為困難，更由於當時缺凡研發產品之能力，以致於初期僅能提供門檻最低的原料。 **走向高品質提供售後服務與技術支援** 經營上的種種困難，令何炳忠先生深刻受到自主研發之重要，不能再停留於低層次產品打轉而停滯不前。讓公司走向更高的品質，給予客戶最好的售後服務與技術支援，才是公司終極的目標何先生是成立了 Laboratory，他不急於擴充產能，反倒是投注大筆資金確保產品品質為優先考量，補強自主創新研發之能力。企業負責人何炳忠先生的堅持，秉持著基礎打好才能創造完美的品質之信念，引領 President Plastics 邁向高峰。 **品質堅持觸角擴散** 2002 年公司開始擴充產能，積極將觸角擴展至其他產業，且邁向國際品質認證，企業於創立第 4 年，榮獲南非國家標準局領發 ISO9001 國際品質認證，而後陸續跨入更高層次的電線電纜 PVC 原料，汽車用之電線電纜及汽車用零配件之 PVC 原料生產，期間更取得 TOYOTA 檢測認證通過，成為 TOYOTA 南非唯一的供貨廠商，96 年度正式啟用了耗時一年的整廠 - 全自動電腦化生產製程，全廠 e 化，再次將品質向上提升，成為非洲少數擁有全廠自動化設備之先進企業。 **取之社會回饋社會** 社會回饋是企業應盡的義務，President Plastics 對於公益活動的推廣總不遺餘力，認養當地的十字路口，96 年初創立了慈善基金會，每年固定提撥捐助金額於基金會，提供小學至高中獎學金，也因此，當地政府及社會對我國旅外的台商極高之評價。 **精進日新追求卓越** 永不止息地追求更高的品質，並給予客戶最好的服務與技術支援，是 President Plastics 永不停歇的堅持，未來企業發展之目標，將更積極投入研究開發無煙、低鹵、無毒塑膠原料。高環保及降低污染將是未來整個地球的重要課題。

資料來源：中華民國僑務委員會，環球經濟社彙整。

附錄六、中華民國第 30 屆海外華人第 16 屆創業楷模暨相扶獎

為了表揚中小企業主白手起家、刻苦堅毅的創業精神，民國 67 年創辦國內創業楷模選拔表揚活動，該獎項在當時可說是個創舉，更是企業主獲得肯定的重要獎項之一。

由於海外華人遍及全世界五大洲，其中不乏創業有成的企業主，海外華人創業更是倍加艱難，為了表彰其異鄉奮鬥的精神，扮演匯聚海內外青年企業菁英的角色，在僑務委員會的指導下，於民國 81 年開辦海外創業青年楷模選拔，目前共舉辦了 29 屆楷模選拔，計選出海內外 436 位楷模，其中國內 293 位，海外 143 位，獲選者皆為各行各業翹楚，除了在事業成就相當傑出外，對於社會回饋更是不遺餘力，在台灣經濟成長的過程中扮演相當重要的角色。

中華民國第 30 屆海外華人第 16 屆創業楷模選拔，2008 年計選出國內 10 位，海外 8 位得獎人，該項活動自 67 年舉辦迄今共有 454 位獲獎。這次海內外 18 位得獎楷模，產業涵蓋科技、製造、醫學生技及民生消費，每位創業楷模成功的背後，不僅有其獨特的經營哲學及 know-how，更有相互扶持的最佳伙伴，頒獎典禮當天由青輔會陳聰勝副主委及僑委會張富美委員長一同頒發創業相扶獎，表彰他們默默的付出與奉獻。

第四屆創業楷模「卓越成就獎」得主為第 18 屆創業楷模 - 新光鋼鐵股份有限公司粟明德董事長，自從他當選楷模後，專注深耕創新經營，不斷突破格局、屢創佳績，堪稱楷模中的楷模。今年特別增設「卓越公益獎」，頒給李淵汀副總會長、梁慧琪副總會長及鍾明道楷模，表彰創業楷模長期對投身社會公益活動的貢獻。

創業楷模的獎座像隻老鷹，象徵楷模們豪邁的展開翅膀，翱翔在企業的藍海上，它所賦予的精神是飛得更高、看得更遠，以更寬廣的視野來放大自己格局；沈重的獎座代表的是得獎楷模所呈現屹立不搖的精神與決心；然而終極的內涵就是責任，期待所有的創業楷模，共同將創造的社會價值流傳與提升，發揚「傳承」及「榮耀」的精神。中華民國第 30 屆海外華人第 16 屆創業楷模暨相扶獎彙整如表述。

第 30 屆海外華人第 16 屆創業楷模暨相扶獎簡介

公司名稱	公司簡介	企業沿革
高領企業有限公司	董事長：丁忠福 總經理：丁金煌	• 1978 年 台灣高領企業有限公司成立。 • 1986 年 菲律賓 KOTEN ENTERPRESE CO.,INC. 成立。 • 2001 年 菲律賓電子電機工程協表揚 • 2002 年 再次獲得菲律賓電子電機工程協會表揚。 • 2003 年 第三度獲得菲律賓電子電機工程協會表揚。 • 2004 年 第四度獲得菲律賓電子電機工程協會表揚。 • 2005 年 第五度獲得菲律賓電子電機工程協會表揚。KOTEN CIRCUIT BREAKER 獲得菲律賓產品傑出獎。 • 2005 年 KOTEN CIRCUIT BREAKER 獲得菲律賓國家產品品質優良獎 ISO9000 與 ISO9001 通過認證。 • 2006 年 KOTEN CIRCUIT BREAKER 獲得菲律賓第一品牌榮耀。 • 2006 年 菲律賓電子電機工程協會表揚。KOTEN CIRCUIT BREAKER 獲得菲律賓產品傑出獎。
Mikesam Construction Corp.	負責人：李世誠	• 1998 年 公司成立，同年五月開始第一個建案。 • 1999 年 第一棟旅館完工，也在市場打響名號。 • 2000 年 Mikesam 和 MSL 建築公司，進軍曼哈頓，開始進行工程。 • 2002 年 獲得 2002 紐約皇后區 BUILD AWARD • 2003 年 第一棟 21 層高建築的旅館完工。 • 2004 年 Milestone 建築公司成立，獲得 2004 OUTSTANDING 50 ASIAN AMERICANS IN BUSINESS AWARD。 • 2005 年 獲得紐約皇后區暨布朗士區的 BUILDING AWARD。
新茂控股股份有限公司	負責人：林凱民	• 1990 年 成立新茂木業股份有限公司，沙巴山打根設廠。 • 1991 年 正式生產。 • 1992 年 台灣資深技術人員加入。 • 1993 年 成立二廠，進行樂器類用板生產。 • 1994 年 成立三廠，生產加工合板。 • 1999 年 成立塗裝工廠。 • 2001 年 獲得馬來西亞頒發的工業傑出獎。 • 2002 年 取得 FSC 環保認證的製造業者。 • 2004 年 馬來西亞股票交易所掛牌上市。 • 2005 年 購買 Inovwood Sdn Bhd，擴大生產量，同年購買 Billion Apex Sdn Bhd，為運輸業節省運輸成本。 • 2006 年 成立中國新公司，徐州瑞苣木業有限公司。也在當年持有 100％股份。

第 30 屆海外華人第 16 屆創業楷模暨相扶獎簡介（續）

公司名稱	公司簡介	企業沿革
新茂控股股份有限公司	負責人：林凱民	• 2007 年　新幾內亞 Kupiano Forest Product（PNG）Ltd 成立新茂子公司，並在同年購買馬來西亞 Syabas Mujur Sdn Bhd。
Wavelengths 135（Pty）Ltd.	負責人：林資益	• 2002 年　成立 Linmac Textiles，以介紹業務抽取佣金方式經營。 • 2003 年　創立 Wavelengths。 • 2004 年　成立香港與深圳採購部門。成立原料銷售部門。提供母校畢業生每人一部變速腳踏車。 • 2005 年　成立委外加工部門。 • 2007 年　拓展多元貨源，增加印度、泰國、緬甸等採購數量。
光群雷射科技（泰國）股份有限公司	負責人：符時臺	• 1995 年　成立泰國光群公司。 • 1997 年　調整公司銷售策略，改由進口半成品。 • 2003 年　設立工廠。 • 2005 年　獲得 ISO9001/2000 認證。 • 2006 年　導入 SAP B1 ERP 系統，積極推動 E 化。 • 2007 年　投資生產上游材料，開始垂直整合。
泰豐有限公司	負責人：郭修敏	• 1990 年　創業。 • 1991 年　產品開始回銷台灣，造成轟動。 • 1995 年　開始開拓泰國內銷市場。 • 1997 年　國內外業績持續成長。 • 2000 年　連續三年獲得國稅局給予優良廠商的嘉勉。 • 2002 年　增蓋工廠全廠綠化，獲得白色工廠的嘉勉。 • 2003 年　著手公司制度化的改革，公司業績再度攀升。 • 2004 年～ 2007 年陸續獲得各項國際標準及證明。
拉斯維加斯植牙醫學中心	負責人：陳俊龍	• 1996 年　在 Las Vegas 開設牙科診所，開始創業之路。發明國際知名 HSC 陳氏水壓法鼻竇增高術。 • 1998 年　成立 Handerson 牙科診所。受美國植牙牙周學會（ARP）邀請演講，成為 ARP 最年輕的講師，當天聽眾爆滿。獲聘為哈佛大學駐內華達州入學准考官。 • 1999 年　獲聘國際植牙學會講師，並獲得最高榮譽 Diplomate。獲聘美國人工植牙學會講師，並得到最高榮譽 Fellowship。發明 VTT 陳氏牙齦拉皮法。 • 2000 年　創辦內華達州牙周學會，任第一任會長。 • 2001 年　榮獲內華達州華人各領域最高榮譽獎。 • 2002 年　獲聘哈佛大學客座教授。榮登世界名醫錄。榮登內華達州十大名醫錄。 • 2003 年　首度回台講課，並創下台灣同類課程最貴學費之紀錄，聽眾爆滿，從此帶動植牙風氣，連耳鼻喉科醫生也前來上課。

第 30 屆海外華人第 16 屆創業楷模暨相扶獎簡介（續）

公司名稱	公司簡介	企業沿革
拉斯維加斯植牙醫學中心	負責人：陳俊龍	• 2004 年　合併原來屬於陳醫師夫婦各自成立的診所為一家公司，為企業化經營做準備，Las Vagas 植牙醫學中心正式誕生。Las Vagas 植牙醫學中心與哈佛大學牙醫學系結盟，可由 Las Vagas 植牙醫學中心頒發哈佛大學植牙課程證明書。 • 2005 年　獲聘美國與世界牙周學會聯盟主要講師，從此 HSC 陳氏水壓法鼻竇增高術成為主流技術。獲邀在日本大阪授課，聽眾爆滿。獲邀由歐盟植牙協會主辦在德國柏林授課，聽眾爆滿。 • 2006 年　結合多項植牙專利，發明正式命名為陳氏五合一植牙法，推廣到全球開放全球植牙醫學中心連鎖。Dll 國際植牙醫學中心洛杉磯 San Gabriel 分院成立。Dll 國際植牙醫學中心高雄分院成立。Dll 國際植牙醫學中心 Pola Alto 分院成立。 • 2007 年　榮獲台灣多項植牙專利。Dll 國際植牙醫學中心上海新天地分院成立。6 月獲邀擔任 4 年一度在波士頓舉行的國際牙周學大會主要講師，與會講師均為各項牙科專長國際級大師。Dll 國際植牙醫學中心 Beverly Hills 分院成立。Dll 國際植牙醫學中心 Acadia 分院成立。
NESH MARKETING SDN BHD	負責人：蘇意琴	• 1989 年　11 月 NESH 公司成立。 • 1995 年　設立子公司 Excelrise Marketing Sdn. Bhd. 參與研發工作。 • 1997 年　設立首間製造廠，生產濾水系統。 • 1998 年　NESH 專利品牌註冊，推出生命水製造機。 • 1999 年　取得水質協會認證（WOA） • 2000 年　成為馬來西亞加盟協會會員（MFA）。 • 2001 年　由美國、英國、德國、日本取得 ISO9001：2000 認證，獲「馬來西亞 50 大傑出企業獎」。 • 2002 年　獲馬來西亞十大傑出青年獎項。 • 2003 ／ 2004 年　NESH 獲得超級品牌大獎。 • 2004 年　NESH 新大廈落成。 • 2006 年　獲得消費者評鑑之超級品牌、馬來西亞傑出華裔企業家。 • 2007 年　獲馬來西亞十大福建傑出女性獎項、入圍馬華婦女 2007 年華裔女企業獎項、推出世界首創 NESH QOOZO 活氧環保濾水機。

資料來源：中華民國僑務委員會，環球經濟社彙整。

附錄七、中華民國第三屆華冠獎得獎人簡介

隨著時間、空間不斷演進，新世紀的今日社會是一個資訊發展蓬勃的世紀，尤其女性在展現才華的空間，可以說是空前僅有的，但是卻分散在世界各地，未能獲得有利的管道讓人體認婦女對這個世界所付出的努力及成就。

世界華人工商婦女企管協會在故周文璣創會理長具有遠見創會，歷經 10 年不斷為這個目標而投入心血，因此有了主要宗旨的產生：心懷世界、掌握脈動、建立網路、發展經貿。因心懷世界而擴大心胸關懷地球村，因敏銳的掌握脈動洞察商業新趨勢，也因而伸展凝聚更多優秀華商婦女；因建立網路充分運用科技的便利性，相互傳遞資訊以利用有效的資訊，促進世界經濟體系中經貿不斷蓬勃發展。

為了接續創會理念，乃以「心懷世界、掌握脈動、建立網路、發展經貿」之恢宏國際觀為立足點，提昇華人工商婦女在國際上之地位、宣揚中華文化藝術、促進國際交流等使命，全心致力於會務的推動。推動期間所展現的成果深受政府外交部、僑委會、海工會、文建會加以指導及支持。有感於凝聚全球婦女的人力及提升社會地位的必要性，將現代婦女各種傑出的成就展現在世人面前，因此特別籌劃舉辦華冠獎，透過各種規劃條件，在世界各地選拔出優秀傑出的華商婦女，除了可作為我華人婦女的典範標竿之外，也希望藉由表揚全球傑出華商的華商婦女菁英服務社會、創造事業及促進經濟繁榮之優良事蹟，成為國際社會的表率，以達到見賢思齊的正面意義，中華民國第三屆華冠獎彙整如表述。

中華民國第 3 屆華冠獎簡介

得獎人	基本資料	簡歷說明
林劉素花	**出生日期**：1955 年 2 月 23 日 **籍貫**：台灣省台中縣 **學歷**：省立沙鹿高工畢業 **現任職務**： Everwin International Ltd 總裁 **推薦單位**： 駐聖保羅台北經濟文化辦事處處長 何建功	電腦菩薩，普度巴西 • 林劉素花從一個出身於台灣中部的高中畢業生，與夫婿林永祿移民巴西，二十七年間以無怨無悔的付出與樂觀奮鬥的經營態度，開拓事業版圖，在巴西僑界獲得救難女菩薩之美譽。 • 開創電腦週邊器材產業，在中南美洲及東協地區創造產能佳績，躋身成功女企業家之列，現任 EVERWIN 國際公司總裁乙職；其奮鬥歷程堪稱傳奇，更備受推崇。 • 1980 年，林劉素花隨夫婿外派任職移民巴西，初抵異國，在努力適應當地文化時即大量投入社會慈善活動。 • 1997 年夫婿林永祿因健康因素而黯然離開工作二十五的公司，向親人舉債四百萬台幣作為創業基金。 • 2001 年終於獲得東力奇集團的合作案，成功地申請 Maxxtro 品牌產製電腦週邊產品，建立 Service To You 的核心技術，短短六年間，快速地攻佔全球市場，將 EVERWIN 國際公司推向事業的高峰。 • 2002 年，林劉總裁藉由 Maxxtro 品牌成功的行銷經驗，再次複製合作效能，於泰國成立分公司，再創 tsunami 品牌 I T 產品，做為進入東協十國市場的第一個橋頭堡，踏出進軍國際化的第一步。 • 2003 年於大陸東莞成立研發中心。 • 2004 年與東力奇公司簽定 IPO，完成設計、生產、行銷一體化，產業經營因而更上一層樓，並經巴西環球電視台全國聯播新聞專訪報導披露，譽為最有貢獻之義工楷模，充份展現華人樂善好施之最佳文化形象。此次榮獲世界十大傑出華商婦女『華冠獎』，堪稱企業成功典範與表率。
張鄭美蓮	**出生日期**：1951 年 10 月 17 日 **籍貫**：廣東省大埔市 **學歷**：North Texas University **現任職務**： Trade Union International, Inc. Vice President **推薦單位**： 洛杉磯經濟文化辦事處處長魏武煉大使	**有容乃大，人和事成** • 1981 年與夫婿張文彬，以 150 美元的月租和一張辦公桌在 UCLA 開始創業，白手起家，歷經 30 年產製、開發與行銷。 • 事業成功的她不僅積極參與各項教育服務社會公益，並協助夫婿參選從政，成為美國加州鑽石吧市第一位華裔市議員、市長，服務社區，貢獻良多，在美國華裔商界具有崇高的地位與影響力。

中華民國第 3 屆華冠獎簡介（續）

得獎人	基本資料	簡歷說明
張鄭美蓮		• 2004 年貿聯集團創下美國鋁輪圈界六大奇蹟，在短短十個月間，從招募管理菁英，開工建廠、開模、鑄造、量產、創造生產超前、品質超前及效能超前的傲人紀錄。 • 2005 年獲得代表全球品管標準及製造水準最高榮耀的 ISO/TS16949 認證。
許聖美	**出生日期**：1944 年 10 月 13 日 **籍貫**：台灣省台南縣 **學歷**：美國 Marian College 畢業 **現任職務**： 許氏蔘業集團副總裁 Hsu's Ginseng Enterprises, Inc. Vice President **推薦單位**：Radisson Mi	**人蔘產銷，花旗揚威** • 現任許氏蔘業集團副總裁許聖美女士，選擇了一位對社工服務擁有相同志趣，對事業追求同感興奮的夥伴許忠政總裁結褵後，1970 年一同遠渡重洋，在美國威斯康辛州開啟人生一頁奮鬥史，成就了其不平凡的事業版圖。 • 許氏蔘業在美國是首家華人以專業專職種植花旗參及提供郵購服務的公司。33 年來，許氏企業以誠信為發展核心，秉持品質純正、價格公道、服務到家之經營原則，堅持花旗參自產地種植、烘培、清洗、分級到包裝，以「產銷一條龍」方式經營，並相繼研發生產相關類別如海味、珍貴藥材及代理個人保養品等業務，拓展產業經營項目；銷售領域已擴及加州洛杉磯、舊金山、紐約市、加拿大、香港及中國大陸等地，並以兼顧外銷、原物料批發、零售及郵購等多元化管道，滿足各地消費者的需求。期間縱使遇到 911 事件影響，導致業務受制，亦能臨危不亂，處置得當，再創佳績。
陳瑰鶯	**出生日期**：1971 年 10 月 6 日 **籍貫**：廣東省 **學歷**： Inter American University College of Business Administration **現任職務**： 美麗樂國際集團公司副總裁及執行董事 **推薦單位**： 馬來西亞國馬六甲州政	**有機傳銷，大馬傳奇** • 為協助夫婿黃貴華博士追求他的夢想，毅然從泰國作為創業的出發點。 • 創業初期，夫妻同心、協同一致，積極開發外部市場、做好內部整頓，在衝擊與磨練中，終於將業績拉升到一個月 1 億 5 千萬營業額，深獲業界矚目。 • 2001 年因萬不得已的理 由，與股東分道揚鑣，離開泰國，帶著多年來對家人的深切思念，與夫婿返回大馬故鄉。 • 2002 年即整合互聯網、傳銷及連鎖店的經營精華，結合實戰經驗，完成一套成功的教育系統，在大馬創立了美麗樂國際集團。 • 2004 年在大馬再次成功地開創了另一個令人矚目的有機傳銷王國，創下數十億台幣的年度業績！打破大馬傳銷記錄，並成為該區成長最快速的傳銷公司。

中華民國第 3 屆華冠獎簡介（續）

得獎人	基本資料	簡歷說明
劉琍綺	**出生日期**：1960 年 9 月 10 日 **籍貫**：台灣省桃園縣 **學歷**： 淡江大學法文系畢業、澳門科技大學工商管理學院碩士班畢業 **現任職務**： 安勤科技股份有限公司董事長兼總經理	**科技女傑，寶島之光** • 1988 年，劉琍綺加入研華企業，由業務專員乙職做起，並從中孕育了其創業的理念及奮鬥的目標。 • 1993 年，劉琍綺負責統籌研揚科技單版電腦產品市場行銷業務開發，每年創造出公司百分之三十穩健成長的營業指標，也使該公司獲得「國家精品獎」、「國家磐石獎」的肯定。 • 2000 年，離開由其一手創建且已臻成熟的前公司，決定結合一群合作的夥伴，再創新契機，「安勤科技」即是她重新出發創建的產業新生兒。 • 自 1988 年投入科技產業，在沒有科技背景襯托下，憑藉著豐富的國際貿易經驗，全球業務佈局，二十年來為台灣工業用主機系統產業，創造了近二十億元的公司市值。
蔡雪泥	**出生日期**：1935 年 10 月 17 日 **籍貫**：台灣省台北市 **學歷**：美國檀香山大學 **現任職務**： 功文文化事業股份有限公司董事長 **推薦單位**： 中華民國婦女聯合會嚴倬雲	**功文奶奶，有教無類** • 創立功文教學法，贏得〔功文奶奶〕尊稱的蔡雪泥博士，1935 年出生於台北市，畢業於台北市私立靜修女高後，在父親的鼓勵下，東渡日本。 • 1978 年以後，鑒於教育為立國之本，因此結合日本公文式教育與親職教育理念，創立功文文化事業。 • 2000 年，蔡博士更積極推動海峽兩岸親職教育學術交流，每年定期舉辦海峽兩岸家庭建設及親職教育學術研討會，並不定期的在南京及北京發表親職教育論文。 • 2004 年蔡博士獲頒『UCHINA 第一號終身民間大使』榮譽。 • 2006 年成為素有日本「小諾貝爾獎」之稱的全國日本學士會學術獎國際獎項得主。
鄭玉蘭	**出生日期**：1956 年 8 月 15 日 **籍貫**：台灣省屏東縣 **學歷**：東西日本語學校畢業 **現任職務**： 豐榮株式會社董事長 **推薦單位**： 台北駐日經濟文化代表處	**台灣精神，立足東瀛** • 1990 年日本經濟開始瓦解，投資風險驟增，家族企業面臨破產的危機，在公公要求下回到大家族，從此也激發並開拓她在異地深耕打拚的潛能與視野。 • 在努力近十年後，終於從銀行手中取回家族產業所有權，不僅買回曾經失守的兩家飯店，之後又陸續成立了兩家溫泉飯店。家族企業在其用心打拚努力下，終於絕處逢生，再創新局。 • 獲台北駐日經濟文化代表處推薦，榮膺第三屆世界十大傑出華商婦女『華冠獎』得主，實至名歸，殊堪楷模。

中華民國第 3 屆華冠獎簡介（續）

得獎人	基本資料	簡歷說明
黎淑瑛	**出生日期**：1957 年 6 月 27 日 **籍貫**：台灣省台北市 **學歷**：英國皇家舞蹈學院 肄業 **現任職務**： 聯合管理公司 副總裁 Allied Hospitality Inc. **推薦單位**： 駐休士頓經濟文化辦事	樂觀務實，旅中豪傑 • 1979 年畢業於台灣國立藝術大學，原是一位專業的舞蹈藝術家，年輕時曾赴英國皇家舞蹈學院進修，與當時在英國牛津大學就讀的夫婿許文忠締結良緣，兩人日後攜手共創事業，在美國旅館業開創了一片事業的榮景。 • 1982 年，黎淑瑛開始創業。 • 1989 年，她進軍第二家 Bestwestern Inn 旅館，並全心投入 Ihop 餐廳，憑著務實的經營原則，樂觀進取的行銷策略，一步步地建構她的旅館王國。 • 1993 年當選休士頓台灣同鄉聯誼會會長。 • 1997 年當選休士頓三民主義大同盟主任委員。 • 1998 年榮獲由台灣僑聯總會頒發的海外『優秀青年獎』。 • 2004 年黎淑瑛又購地自建希爾頓花園旅館，不僅讓華人在美國主流社會的旅館業界爭光，更帶動了週邊的無限商機。 • 2005 年，蒙台灣中國電視公司「新聞探索」節目採訪披露，讓黎副總裁的創業歷程與成功的經驗，成為華人在海外的創業楷模。 • 2005 年，美國南部紐奧良發生世紀大水災，黎副總裁率先動員了休士頓美南旅館公會全體成員，獲頒美國 OCA 美華協會的『美華獎』殊榮。同時，黎副總裁更不時以從未忘情的舞蹈專業，在僑社活動中，教授民族舞蹈，延續中華文化薪傳，而獲得僑委會頒贈『海外優良教師獎』。 • 2006 年，黎副總裁以其卓越的經營成就，當選休士頓美南旅館公會會長。
羅麗芬	**出生日期**：1967 年 4 月 6 日 **籍貫**：台灣省苗栗縣 **學歷**：香港中醫學研究院畢業 **現任職務**： 台灣羅麗芬國際美容連鎖事業集團全球集團事業部總裁 **推薦單位**： 台北市政府文化局 局長	**推己及人，美麗化身** • 1989 年，在台灣首推超聲波美容。 • 1994 年，推出冷凍醫療、激發生長因子療法。 • 1997 年推出礦物質微量元素療法。 • 2001 年推出基因工程。 • 2002 年推出奈米科技。 被評為 2004 年中國女性創業年度風雲人物、2004 年最時尚的創業女性、SOHU 評選冠軍、北京市女企業家協會、婦女聯合會 2003 年度“優秀創業女性”、世界華商婦女聯合會首屆十大最具影響力女企業家。

中華民國第 3 屆華冠獎簡介（續）

得獎人	基本資料	簡歷說明
蘇林妙芬	**出生日期**：1947 年 1 月 4 日 **籍貫**：台灣省台北市 **學歷**： 私立金甌商職高中部畢業 **現任職務**： 汎新工業（大眾）有限公司董事 **推薦單位**： 泰國正利航業泰國股份公司黃信雄	**刻木成舟，否極泰來** • 1973 年 26 歲時帶著年幼的子女，偕同夫婿蘇暉雄先生遠離台北家鄉，到泰國曼谷就業。 • 1977 年，與幾位朋友共同成立了汎新工業（大眾）有限公司。 • 1999 年，正值公司業務蒸蒸日上，蓬勃發展之際，夫婿蘇暉雄先生因長期奔波折衝，過度勞累，不幸罹患肝癌而撒手人寰。 • 2002 至 2004 年，連續三年傢俱業中獲利第一，獲頒泰國證券交易所連續三屆之『優良表現獎』。 • 數十年來，事業經營有成，對僑社的付出與貢獻，濟難救災的善心義舉，皆在泰國僑社淪為美談。榮膺 2007 年世界十大傑出華商婦女『華冠獎』，實至名歸，足為華人婦女海外創業之楷模，值得效法。

資料來源：世界華人工商婦女企管協會，環球經濟社彙整。

國家圖書館出版品預行編目資料

華僑經濟年鑑 . 中華民國九十六年版 =
Overseas compatriot economy year book.
2007 ／環球經濟社股份有限公司編 .
-- 第一版 . -- 臺北市：僑委會 , 民 97.12
面； 公分

ISBN 978-986-01-6662-0（平裝）

1. 華僑 2. 經濟發展 3. 年鑑

557.2058 97023781

中華民國九十六年版

編 者 / 環球經濟社股份有限公司

出版者 / 中華民國僑務委員會

地 址 / 台北市徐州路 5 號 3、15-17 樓

電 話 /（02）2327-2600

網路網址 /http://www.ocac.gov.tw

電子郵件位址 / ocacinfo@mail.ocac.gov.tw

出版年月 / 97 年 12 月

版次 / 第一版第一刷

電子出版品說明 / 本會另有電子版本，同時登載於僑務委員會網站，網址為 /

http://www.ocac.gov.tw/download.asp?tag=P&file=DownFile/File_18359.pdf&no=18359

設計印刷 / 冠順印刷事業有限公司

地 址 / 台北市大安區和平東路 1 段 87 號 2 樓

電 話 /（02）3322-2236

展售處 /

五南文化廣場 台中市中山路 6 號 電話 04-2226-0330
www.wunanbooks.com.tw

國家書店松江門市 台北市松江路 209 號 1 樓 電話 02-2518-0207
www.govbooks.com.tw

定價 / 每本新臺幣 230 元整

本會保有所有權利，欲利用本會全部或部分內容者，需徵求本會同意或書面授權

華僑經濟年鑑