創新樂活

NO.7
中華民國 101 年 8 月 5 日 August 2012
經濟部

產業 · 科技
金屬產業高值化 南部新動能

貿易 · 投資
新興產業 創新是蛻變的主軸

節能 · 減碳
能源峰會 開啓技術交流新頁

三業四化

製造業服務化
服務業科技化與國際化
傳產特色化

04 焦點議題

製造業服務創新 推動策略與措施

提升競爭力 從三業四化談起

01 首長的話
調整台灣產業結構
推動「三業四化」策略

02 經濟掃描
國內外重要財經訊息

08 專家觀點
服務業發展的新思維

12 產業 · 科技
金屬產業高值化
南部新動能

14 貿易 · 投資
新興產業
創新是蛻變的主軸

16 節能 · 減碳
能源峰會 開啓技術交流新頁

18 產業 · 科技
科技設計加乘
袋包箱更時尚

20 樂活 · 台灣
應用設計美學
提升優質 MIT 襪品

22 活動花絮

發行人／施顏祥
總編輯／梁國新
副總編輯／周作姍
編輯／經濟部編輯小組
發行所／經濟部
地址／台北市福州街 15 號
網址／ www.moea.gov.tw
服務電話／ (02)2321-2200 分機 225
執行團隊／旺旺中時媒體集團《旺報》

版 權 所 有 · 翻 印 必 究

首長的話

調整台灣產業結構，經濟部提出產業結構優化策略，推動製造業服務化、服務業科技化與國際化、傳統產業特色化「三業四化」策略。

經濟部部長 施顏祥

為促進產業全方位創新發展，因應國際及兩岸產業發展趨勢與挑戰，兼顧國內區域產業發展平衡，經濟部依據行政院核定「產業發展綱領」精神，以 2020 年為目標，完成「2020 產業發展策略」。

經濟部所擬之 2020 產業發展策略將以「傳統產業全面升級」（傳產業特色化）、「新興產業加速推動」、「製造業服務化、服務業國際化、科技化」等三大主軸推動產業結構優化，以達成 2020 年「台灣整體製造業附加價值率」提升至 28%；「台灣整體產業無形資產占固定資本形成比重」提升至 15%；「台灣綠能等新興產業占整體製造業實質產值」提升至 30% 的目標。

在「傳產業特色化」，是透過科技、美學加值，提升傳統產業的價值，如 ICT 應用、技術創新、特色產品開發及營運模式改善，並改善生產環境等軟實力，協助傳統產業在質與量上全面升級。

在「新興產業的發展」，經濟部將選出與目前行政院推動之六大新興產業、四大智慧型產業與十大重點服務業相關核心產業，包括綠能、生技、智慧電動車等產業，作為未來新興產業推動重點。

在「製造業服務化」，則以產品為中心的製造轉為以服務為中心導向的思考模式，製造業者不再只是單一產品供應者，而是提供一系列滿足客戶需求的服務，透過服務來凸顯產品差異化，進而增加客戶的黏密度，創造更高的附加價值。

在「服務業科技化」，則是將服務業導入 ICT 能量，以降低交易成本提供更多的服務數量、更好的消費環境與服務品質；而「服務業國際化」，則是運用資源系統化、服務創新化等策略，提升我國服務業的國際能見度，並促進服務貿易的出口倍增。

未來產業發展政策指標將由現行以產值為主，轉換成附加價值率為主。因此，在產業結構調整重點，除了要加速製造業服務化的發展，在服務業方面，要積極促進服務業輸出，產業更應朝特色化及國際化的方向努力，以致力落實達成產業結構優化的目標。

國內外重要財經訊息

國際預測機構陸續下修全球及主要國家經濟成長預測

亞洲開發銀行 (ADB)7 月 12 日下修美國、歐元區及中國大陸今、明 2 年經濟成長預測，主要是歐洲財政及金融危機趨惡化及美國景氣復甦轉弱，打擊開發中亞洲國家景氣前景。歐元區今、明 2 年經濟成長率皆調降 0.2 個百分點，分別至 -0.7%及 0.8%；美國皆調降 0.1 個百分點，分別至 1.9%及 2.2%；中國大陸今、明 2 年分別調降 0.3 及 0.2 個百分點，分別至 8.2%及 8.5%。

另國際貨幣基金 (IMF)7 月 16 日發布世界經濟展望更新報告，亦下修全球經濟成長預測，並警告各國政府應儘速採取行動，否則未來風險將持續升高。預測今、明 2 年全球經濟成長率分別為 3.5% 及 3.9%。IMF 指出，美國若未能延長部分暫時性減稅與避免自動削減支出，則會產生更大風險；歐元區今年經濟成長率維持衰退 0.3% 不變，明年則下修至 0.7%；中國大陸今、明 2 年經濟成長率由 4 月預估的 8.2% 與 8.8%，調降為 8.0% 與 8.5%。

國際組織對今、明兩年經濟成長率預測(%)

地區(年) 發布單位	全球		美國		歐元區		中國大陸	
	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013
亞洲開發銀行 (2012.7)	–	–	1.9	2.2	-0.7	0.8	8.2	8.5
國際貨幣基金 (2012.7)	3.5	3.9	2.0	2.3	-0.3	0.7	8.0	8.5

OECD 公布 2012 年美國經濟調查報告

經濟合作與發展組織（OECD）6 月 22 日公布 2012 年美國經濟調查報告指出，美國經濟復甦可望獲得動能，但應避免陷入所謂的「財政懸崖」（fiscal cliff），即稅賦減免到期及自動削減支出；應實施更多措施以協助失業人口，特別是長期失業的族群；應提出財政計畫以逐步因應赤字問題。報告認為，2012 年及 2013 年美國經濟仍將維持溫和成長，惟歐債危機如進一步惡化，美國大幅刪減政府支出，將有可能危及經濟展望。

報告預測 2012、2013 年經濟成長分別為 2.4% 及 2.6%；失業率分別為 8.1% 及 7.6%；消費者物價年成長率分別為 2.3% 及 1.9%。

其他建議包括：貨幣政策應保持寬鬆，但聯準會應隨時做好緊縮準備，以免通膨壓力浮現；應透過稅賦優惠及投資基礎建設，鼓勵美國本土製造業創新發展，並避免削減針對研發方面之聯邦預算等。

亞洲 16 國 FTA 協商，初期聚焦優惠關稅

繼墨西哥和加拿大宣布加入「跨太平洋戰略經濟夥伴關係協定」（TPP），亞洲 16 國（日、韓、中國大陸、印度、紐澳以及東協 10 國）於 6 月 26 日起展開「區域全面經濟夥伴（RCEP）」初

國內外重要財經訊息

步談判，重點聚焦優惠關稅，目標在 2012 年 11 月的東亞峰會針對 RCEP 展開正式協商。根據亞洲目前的貿易架構，例如平面電視在日本生產面板、在泰國組裝、再出口到印度，此種橫跨多國生產的產品在抵達印度時，不會被認定是「泰國製」，因而不能適用泰印 FTA 的優惠關稅。因此，初步談判將討論標準化優惠關稅系統，讓生產過程涉及 3 個國家以上的產品適用相同的稅率，使企業能更輕易地建立橫跨多國的供應鏈。

G20 第七次高峰會重要內容及結論

G20 國集團領袖第七次會議 6 月 19 日在墨西哥洛斯卡沃斯閉幕，並通過《洛斯卡沃斯宣言》。本次 G20 峰會較具體成果為：推動 IMF 增資獲得進展；在推動經濟成長與促進就業提出共同宣言，包括立即採取行動解決風險、恢復信心與刺激經濟，以及採取措施設立中期目標實現經濟成長。

G20 各國領袖做出承諾如下：(1) 及時解決歐元區問題，以確保全球金融穩定；(2) 加強需求，推動經濟成長和創造更多就業機會；(3) 關注貨幣政策，以維持物價穩定和全球經濟復甦；(4) 確保新興市場經濟保持穩定與可持續成長；(5) 抵制貿易保護主義、持續推動國際貿易自由與開放。

蕭前副總統提出「為台灣經濟開路」建言

蕭前副總統萬長 6 月 25 日出席「關鍵兩年——為台灣經濟開路高峰會」，為會議開幕致詞並表示，當前台灣經濟面臨三大關卡，包括最持久的經濟強浪迎面襲向台灣、最無謂的內耗正在發生，及最關鍵機會不容錯失。

蕭前副總統提出 3 點呼籲，包括化危機為轉機是台灣的唯一選擇；正確認知及停止內耗；尋找新戰略為台灣經濟開路。為了台灣經濟開路，未來 2 年是關鍵期，理由是美國與歐盟在目前困境下，為化解全球經濟危機會做關鍵改變；其次，區域經濟整合加速，包括跨太平洋夥伴協議（TPP）、中日韓的自由貿易協定展開關鍵談判，以及攸關中國大陸經濟轉型的十二五規劃進入成敗關鍵階段。

蕭前副總統指出，台灣是海島型的開放經濟體，需要從四個層次重新定位台灣為「加值島」，在國際定位上要創造多贏的「亞太加值服務中心」；在總體經濟發展目標定位上，應發展生產、生活及生態同步加值的「三生加值島」；在產業發展目標定位上，要打造台灣成為高值化產業的「創新加值島」；在企業及個人發展目標上，則要全力打造台灣成為企業可以安心投資，人民可以安居樂業的「幸福加值島」。

製造業服務創新 推動策略與措施

提升競爭力 從三業四化談起

「三業四化」之中，最首要的是「製造業服務化」的概念。製造業雖然只占國內生產毛額的不到四分之一，但卻是最主要的出口部門與經濟成長引擎，其重要性不言可喻，因此推動製造業服務化，也是最直接提升我國產業國際競爭力的策略方向之一。

推動我國產業結構優化轉型是黃金十年經濟發展願景中最核心的課題之一，今年 4 月 26 日經濟部長施顏祥在總統府財經月報會議上報告「2020 產業發展策略」，指出我國產業在當前的國內外經濟發展現況下，結構及發展思維上都有必要進行調整，因此經濟部提出「三業四化—製造業服務化、服務業科技化國際化、傳產特色化」關鍵思維，作為我國 2020 產業發展策略的政策主軸。

經濟部希望透過此政策主軸，推動產業結構優化，加速傳統產業升級轉型與新興產業推動，藉此提升我國的產業國際競爭力與成長動力，以達成 2020 年「台灣整體製造業附加價值率」提升至 28%；「台灣整體產業無形資產占固定資本形成比重」提升至 15%；「台灣綠能等新興產業占整體製造業實質產值」提升至 30% 的目標。

而這「三業四化」之中，最首要的是「製造業服務化」的概念。

所謂的製造業服務化，是以產品為中心的製造轉為以服務為中心導向的思考模式，製造業者不再只是單一產品供應者，而是提供一系列滿足客戶需求的服務，透過服務來凸顯產品差異化，進而增加客戶的黏密度，創造更高的附加價值。

製造業需要什麼模式的服務化？

製造業本身雖然生產的是以產品為主，但本質上也是為下游廠商或終端消費者等客戶提供服務，本沒有「製造業需要進行服務化」的議題存在。然而過去我國製造業產業發展型態，多半集中在「規模經濟」的概念上，以滿足客戶在「數量、效率及成本」上的需求為主。這種以效率作為核心利基的模式，是一種低市場進入門檻的服務模式，在市場削價競爭下，這種服務的市場附加價值大部分都會被客戶「無償」取得。

利基性服務化模式

也因此，現行這種低市場進入門檻的模式，就不容易為我國創造新的附加價值與經濟成長，而是要從價值鏈的角度來檢視，哪些製造業服務化的模式是符合高知識與技術含量，存在高市場進入門檻的利基性服務化模式。依據中經院陳信宏研究員從價值鏈比較利益的角度切入，列舉並檢視製造業服務化的模式如附表。

不同製造業服務化模式的利基性檢視

資料來源:工業局

模式	內容描述	利基性檢視	適合業者類型
將內部服務部門轉型為專業服務事業	強化提供B2B客戶在產品規劃的外包解決方案（市場需求STP分析、系統設計、雛形開發）	延伸發展專業技術服務業的進入門檻高。能成為專業服務公司或集團的SSC（如和碩的設計部門）	具有強大研發創新部門的業者
導入體驗經濟	以體驗經濟的多種模式，與客戶建立多層次的關係（觀光工廠、俱樂部貴賓服務、限量客製化產品、導入文創美學、整合軟體與內容）	利基性中等，資源投入障礙屬於中等，容易被對手所仿造，對市場的掌握度與速度是決勝的重點	創新與創意能力強的業者
提供複雜系統	發展大型軟硬體整合的系統性解決方案	利基性高，但對技術、組織、運籌整合能力與資源投入的要求高	垂直與跨領域整合能力強的業者
營運模式由銷售產品改為提供服務專案	將銷售的主體從一次賣斷的硬體，轉為可彈性分割的重複性服務	利基性高，但對運籌整合與彈性客製化要求高	運籌整合與客製化管理能力高的業者
轉型專業品牌行銷公司	去製造活動，轉型成為專業品牌行銷公司	利基性高，但發展專業品牌行銷公司，對組織能耐的變革挑戰與風險高	市場掌握與行銷能力強的業者

關鍵成功要素

從上表，可以歸納出影響製造業服務化幾個關鍵的成功要素。

(一)具備差異化的核心能耐，做為整個服務化後的核心價值基礎

如果只是單純的向供應鏈下游，或產品生命週期後端來延伸與跨足服務，這種發展模式不但可能同質性高，市場進入障礙低，而且除非向下延伸的服務具有相當創新的內涵與商業模式，否則只會與原本產品形成需求上互補的關係，不具差異化的價值。因此，透過客製化、衍生性服務、及異業結合，都可以凸顯產品差異化，進而創造更高的附加價值。

如汽車製造商從過去單純賣車到提供良好的售後服務（成立保修據點），甚至更進一步提供產險服務、租賃服務、中古車銷售服務、融資服務等。

再如，台積電推出開放創新平

▲產品差異化及延伸服務成功案例

台，提供多項通過認證的自動化設計工具及第三方矽智財給客戶，讓客戶可以專注高階設計，其餘皆可在平台中找到需要的服務，並藉此與客戶在上游 IC 設計時就全程深入合作，創造雙贏。

（二）服務創新要兼具市場洞見、速度、彈性、與品質穩定

服務創新相較於產品創新，所需要的時程比較短且投資的資本設備較少，主要來自於創意人力資本的累積與發揮。因此服務創新如果沒有跟產品核心利基形成封閉式系統的整合，就不容易形成市場進入障礙，此時服務創新的決勝點就在於市場洞見、速度、彈性與品質穩定等要素，以獲取市場上的先占優勢。

（三）有良好的管理制度、運籌效率與策略關係人整合能耐

如果進一步針對台灣製造業服務化的特別課題，必須針對既有的製造領域活動，透過良好的管理制度與運籌整合能耐來同時兼顧彈性與效率。如此不僅能節省企業在製造相關活動所投注的各項企業資源，專心投入在服務化領域活動，也能整合製造領域相關的策略關係人，而強化企業推動服務化的縱深。

（四）內外創新環境的配合

基本上製造業服務化的產生，必須是市場上有此服務的需求，譬如即時供貨服務，過去製造業者是依契約把東西生產出來後售出，但現在因為市場變動快速，倉儲成本上漲，部分製造業者必需有配合客戶需要，隨時出貨、甚至立即到貨的服務能耐；最後，企業本身能夠進行某種程度「去製造化」的基礎下，例如將製造代工部門獨立分割，或將生產製造部門作為獨立單位來支援企業內部的其他事業組織，接下

來攸關一個企業是否能夠專心投注在服務創新，並且取得實質的成果的關鍵，就在於企業本身的組織與文化是否具備支持創新的環境。此外，企業內部必須要有空思考，並且有鼓勵思考創新的企業文化與制度，才能夠源源不絕的從內外部關係人產生創新與創意，以提供服務化的差異基礎。

推動策略與措施

製造業服務化不但呈現模式的多樣化，且許多關鍵成功要素必須由企業內部自行發動，才有可能產生具體且持續性的改變，真正讓一個企業從單純從事製造與銷售產品的組織，改變以提供服務與價值為核心模式。

（一）透過社會溝通，將製造業服務化內化成為企業社會的一種維新運動

鑒於製造業服務化是一個模糊，且不容易複製與直覺操作的概念，因此大部分業者之所以未能夠積極投入製造業服務化的轉型，主因來自於不熟悉製造業服務化的觀念、可行的模式與重點的策略。因此要大範圍的推動國內產業朝製造業服務化的方向調整與改革，就必須讓製造業服務化的方向，內化成為企業內部社會的一種共識與維新運動，增進業者的了解與共同討論，進而形成製造業市場競爭的一種主要潮流，如此後續不但有利於深化業者與計畫推動法人的相互合作，也才會有利於政府所培養的製造業服務化專業人才，為企業所任用。為了讓第一線產業輔導人員更瞭解製造業服務化的內涵，經濟部也開辦了一系列的製造業服務化課程，並要求內部員工及執行計畫的法人參加相關課程，希望能逐步提升各界對此議題的瞭解並凝聚發展共識。

（二）發展支援性服務業，做為推動製造業服務化的基礎建設工作

要讓台灣的中小型製造業能夠擁有核心利基或提高服務創新的速度、彈性與穩定性，就可能需要仰賴專業支援服務業的協助。如雲端產業有助於企業進行有效率的平台與供應鏈管理，而開放式資料（Open Data）應用加值產業，亦有助於台灣中小型製造業者能夠相對有效率的了解與掌握市場脈動，這些支援性服務業做為基礎建設工作，也將是未來我國推動製造業服務化的重點策略之一。

鑒於製造業服務化的模式多樣性高，並無單一、一致的作法，而且幾乎每一個製造業者都可以推動適合自己的製造業服務化模式，政府在推動策略上，應思考挑選具備市場洞見、具服務化能耐並有主動意願者作為典範案例出發，並於醞釀足夠之示範案例與經驗後，再考量運用功能面政策支持有意願的業者進行製造業服務化。

經營創新 提升競爭力

製造業服務化雖然不是一項新的發展趨勢，但卻是台灣製造業升級發展所難以跨越的一道鴻溝。過去限制台灣製造業發展的諸多因素中，除了國際貿易條件與各項技術與資源稟賦之外，商業模式的僵固性更是關鍵。我國製造業者在知識經濟潮流的國際競爭中，缺乏的是全面系統性的經營創新，而非單一性的技術創新能耐。

因此製造業服務化並非是一件簡單的任務，不但企業必須調整思維與重新思考資源分配，包括推動製造業服務化的其他重要關係人，如主管機關、輔導法人、甚至是消費者，也都要重新審視調整本身的思維與作為，才能夠長期逐步地落實製造業服務化的轉型工程。

台灣大學經濟系教授 陳添枝

服務業發展的新思維

根據2011年主計處最新數值統計，我國服務業占台灣GDP高達68.7%，因此我國服務業若不加以發展，並進一步高值化，GDP勢必難有突破性的成長。再從就業面來看，服務業就業人數占民間就業比重近6成（58.6%），服務業未能持續發展，也無法提供民眾更多的就業機會。

服務業發展的重要性除了GDP的成長、就業的吸納能力外，還有很多原因，都讓我們非正視服務業發展的相關問題不可：

（一）薪資成長：近年國內一直很關注受薪階層薪水不漲的問題，也跟國內服務業發展很有關係。目前國內服務業的薪資水準除少數部門外，相較於製造業有偏低的情形，但現代多數社會新鮮人傾向投入服務業的工作而非製造業的工作。因此，若國內服務業無法提高附加價值，當然無法提供較高薪水，薪資無法成長，低薪或薪資不成長的問題就會一直存在。

（二）高齡社會：全球人口老化問題日益嚴重，未來老年人參加勞動市場的必要性將提高，面對高齡化社會的來臨，退休年齡提高將成為趨勢，服務業的工作特性相對來說也會比較適合高齡人口。

（三）全球化趨勢：在全球化力量下，製造業為求規模經濟，生產集中在特定地區，造成許多國家的就業失衡問題。目前雖有部分國家如美國等提出製造業回流政策，但有很多製造業考量生產規模及動輒上萬人的龐大勞力門檻需求，不可能輕易遷移。這個現象從中國大陸沿海面臨嚴重的缺工問題，即便有能力支付較高薪水的台灣高科技廠商，也還是招不到工被迫西遷。反觀服務業，不管如何全球化，每個地區均需在地化的服務（local service），因此服務業的對外投資或貿易並不會造成就業失衡問題，甚至還對促進當地就業有幫助。舉例而言，若進口國外的電視機，將相對地使國內電視工廠生產減少，失去工作機會；但若進口麥當勞速食店，反將因此創造出許多在地就業機會。

（四）成長動能：由於先進國家失業壓力加劇貿易摩擦，以及油價高居不下的影響，未來的商品貿易成長動能有限；反觀服務業貿易因較不易引起貿易摩擦，且較無運輸成本問題，近幾年貿易成長率都超過商品貿易的成長率，未來仍會維持此趨勢，發展潛力大。

服務業當前面臨之發展問題

我國服務業雖占GDP比重高，

且占民間就業近乎 6 成，惟生產力無法提升，但附加價值的創造明顯不足，且以目前提供的工作內容，除薪水偏低外，品質亦較無法提升。究其發展不佳原因主要如下：

（一）不受政策重視：在「產業創新條例」成立以前，服務業並未被視為生產事業，因此未能享受租稅上的優惠。

（二）缺乏研發（R&D）投入：目前國內 R&D 的投資獎勵都集中在製造業，不僅民間缺乏誘因進行服務業的 R&D，政府亦鮮少投入於服務業的研發工作。近年來經濟部開始有服務業科專，是很好的開始，如未來能配合「服務業科技化國際化」產業發展主軸，給予服務業研發投資抵減的獎勵，將可提高服務業的 R&D 活動。

（三）國內市場小且不開放：台灣服務業長期以來深受國內市場狹小的限制，導致企業無法達到規模經濟、擴大服務業競爭的利基。我國自 1960 年代起即開放製造業貿易及投資，促使製造業在有秩序的競爭環境下持續成長。但我國對服務業之保護遠高於製造業，既不鼓勵出口，也不鼓勵進口，例如遲至 1987 年我國才開放外國的百貨公司可以在台灣設立，部分服務業迄今仍處於壟斷狀態（如鐵路、電力、電信、港灣等），也因此無法提升規模及其附加價值。

（四）主管機關缺乏產業發展思維：過去國內服務業主管機關只被賦予「管制」任務，追求的是管理不出錯，並無產業「發展」思維。其實發展產業與管理好產業彼此間並不衝突，而是有相輔相成的效果。未來希望服務業主管機關，不僅「管制」服務業，還要發展「發展」服務業，才足以為服務業的發展推波助瀾。

他山之石可以攻錯

我們觀察 WTO 在商業服務出口的年成長率，1990 年後的每一個階段的成長率都超過商品貿易。例如 2005 年至 2010 年間，服務業貿易的成長率有 8%

商業服務業出口的年成長率

年度	年成長率
1990～1995	9%
1995～2000	5%
2000～2005	11%
2005～2010	8%

資料來源：WTO，International Trade Statist

，而同期商品貿易的成長率只有 5%。接下來我們將從一些國際數據及其他國家的發展情形，來瞭解服務業的發展機會。

（一）教育服務業

根據 OECD 的資料顯示，1975 年全球留學生人數約僅有 80 萬人，然而至 2009 年，全球留學生數目已達 370 萬人，而其中約有 1/3 為中國大陸留學生（如圖 1）。其中最積極吸收各國留學生的為美、英、澳等英語系國家，但近年來日、韓等國也開始積極推動留學生政策。

我國目前面臨少子化問題，學生人數遞減，政府也開始鼓勵私校招收外國留學生，而一般民眾希望維持低學費政策，目前惟有招收外籍生可以解決這些問題。但政府推動政策時應考慮，只有一流的大學才有足夠的能力招收留學生，故相關留學政策應該責成國內最好的大學，尤其是國立大學來推動，而不應以私校作為

推動主軸。

（二）觀光醫療業

根據 McKinsey 進行的研究報告，2011 年國際觀光醫療市場約有 6 萬至 8 萬 5 千名醫療旅客的規模（該研究報告指的觀光醫療範疇僅限於為了就醫而出國的部分，在國外工作或旅遊途中生病所進行的醫療活動，不列入）。

由於觀光醫療目的在進行醫療服務的銷售，而醫療目的為照顧國民健康，為完善發展醫療服務，兩者應適度相互調和。但觀光醫療與國內醫療並不衝突，反而具有相輔相成的效果。因為一個優秀的醫療人員養成，需要很大的社會資源，一旦養成後，邊際使用成本不高；如發展觀光醫療，創造外國醫療服務收益，可以分擔國內人力投資及技術養成成本，這樣不但可以持續培養醫療人才也能留下優秀人才。

（三）文化創意產業

文創產業是個極富吸引力的產業，過去十年，全球創意產品出口成長率高於商品貿易成長率，該產業除可以出口，不受國內市場狹小的限制，又可以結合先進技術 (如 ICT）應用，並且因其適合中小企業的發展，近年更成為聯合國強力推薦與極力推動發展的產業。根據聯合國貿易暨發展會議所統計的數字，全球創意產品貿易量達 4 千多億美金，其中美國占最大宗，此外，德國、義大利、英國、瑞士亦有良好的發展；自 2002 年至 2008 年出口成長率均相當高。

全球創意產品的出口值(2002、2008年) 單位：百萬美元

	2002	2008	年成長率(%)
全球	204,948	406,992	11.53
美國	18,557	35,000	13.31
日本	3,976	6,988	14.74
捷克	1,482	4,892	22.74
德國	15,213	34,408	14.66
義大利	16,517	27,792	9.69
英國	13,657	19,898	6.47
瑞士	5,141	9,916	13.54

資料來源：UNCTAD, Creative Economy Report 2010.

（四）運動產業

根據統計美國 2011 年運動產業產值就有 4 千多億美金，其中貢獻較大的為美式足球、棒球等產業，運動產業目前正快速全球化的出口到各個消費市場。政府應該要思考如何發展運動服務產業，建立良好的發展制度與機會才能為國內培訓並留下優秀的運動人才。

（五）各國作法

近年來各國有許多服務業出口的新作法值得參考，包括：

1、新加坡政府出口「政府服務」：包括工業園區的開發、機場的管理以及近期推行的電子政府。

2、韓國政府推廣「環保服務」：由政府出面整合供應商提供系統性服務，不僅是進行國內產業環境的保護，亦將此等技術向國外推展。其中針對中國大陸市場的開發尤其著力甚深，因中國大陸在十二五規劃中，將環境保護列為重要的項目，韓國政府更整合國內各種系統商（如空汙等），爭取環境服務出口。

3、日本政府推廣「基礎建設服務」：利用海外援助基金（ODA) 進行海外援（協）助，

以進行業務推廣。

4、美國政府大力推動「清潔能源」出口：透過 OPIC（Oversea Private Investment Company）進行出口融資的提供。

5、瑞士政府大力推廣「綠色技術服務」：由政府設立美國、中國大陸，以及印度等三地的海外辦公室，進行瑞士綠色技術的出口，其中以建築物節能為主力，推動「綠色技術」的出口。

6、印度政府於 2007 年在工商部下設服務出口局，推動醫療、教育、影視等服務業出口。

7、泰國政府推廣泰國餐廳：以廚師出口為目的。

8、菲律賓政府推廣「客服」（Call Center）：透過語文方面的專長，提供跨境型態的客服。

結 語

（一）管制與發展可以相輔相成：服務業管制的目的，在「確保」服務品質的維持，例如衛生署管制醫療，亦是在確保醫療品質的提供安全無虞。而服務業發展的目的，是在「提升」服務品質，品質提升與確保之間並不衝突，甚至有加成效果。

（二）好的服務才能出口：創造服務出口非剩餘產能的利用，而應以多元手段，提升服務品質，提供國內最好的服務才能達成出口。

以觀光醫療來說，絕非填補醫療品質較差私人院所的產能缺口。教育服務業也相同，好的大學才能吸引外籍留學生。

（三）境外消費與海外商業據點機會大：對台灣而言，這兩種服務業出口的模式，一是透過觀光客消費我國的服務業；二是海外投資，透過在國外展店方式提供服務業出口。這二類出口型態，均可實現規模經濟效應，規模大才能提升技術與生產力，有了技術才能提供更高品質的服務。

（四）科技應用十分重要：最近王品公司的上市，顯示服務業出口在美食上的推廣，已具初步成效。而新科技（如 ICT 技術）運用，則是實現規模經濟不可或缺的手段，如連鎖餐廳服務品質的保持，物流批發業的商品管理都要靠科技及研發投入來配合。

（五）出口服務需整合：由於服務業常涉及不同服務提供者，若欲出口服務業，需進行相關整合，建立服務出口整合機制。以出口綠色能源或節能技術、綠色建築為例，此型態之技術出口，牽涉各部會，如房屋的技術、設計、建材的出口、能源技術管理的出口，必須透過全面性的整合才能成功，因此政府過去的「大貿易商」角色，或許可以重新思考運用在服務業上，以協助服務業進軍國際。

（六）服務創新來自本土：服務創新多是為了解決本地的問題，所以本土的課題，是服務創新的最佳推手。例如我國目前面對長期照護的課題，如果一昧依賴外勞引進無法根本解決問題。如何面對問題的本質，由解決問題出發，思考創新的服務模式，除可提供解決方案，引領服務業升級，更可藉此創造服務出口。

總結來說，未來我國服務業發展方向，應能解決當前的問題，創造就業機會，並藉由新科技之運用，提升服務能量促進薪資成長。除此之外，亦需考量符合當前的國際情勢，如綠色節能、人口老化等環境需求，針對國際市場的缺口及潛在商機，推動服務的高質化，促進服務出口。

而政府更應以服務業科技化及國際化發展策略，持續推動服務業結構優化，並以「服務業發展，人人有責」的立場，做為發展我國服務業的基本思維，帶動國內服務業的加速成長。

我國第二個兆元產業 已形成群聚

金屬產業高值化 南部新動能

高值化是業界必須要走的路，是整體產業鏈的共同課題。為帶動南部產業高值化發展，經濟部透過「金屬產業高值化工程研發中心」及「傳統產業加值創新科技關懷計畫」的投入，南部產業正逐漸形成金屬產業與新興產業群聚之交叉 χ 廊道聚落。

金屬產業產值在 1997 年突破兆元大關，成為我國第二個兆元產業，雖然台灣並非材料資源大國，但台灣南部在發展具關鍵金屬材料及製造技術的自主，已具備良好基礎且形成金屬產業群聚。

金屬產業高值化扮演產業轉型升級的重要支援性角色，因此，為落實行政院產業發展綱領「高值化金屬材料產業」，以金屬產業需求為優先，串連上游材料與中下游應用技術升級，促成金屬產業之產業鏈緊密合作，加速產業升級轉型，經濟部擬定與推動「金屬產業高值化」，透過「金屬產業高值化工程研發中心」（簡稱 ERC）及「傳統產業加值創新科技關懷計畫」的投入，期許南部金屬產業發揮群聚創新優勢，往高值化發展，以開創南台灣產業發展新動能。

五大策略方向

經濟部擬定之「金屬產業高值化」發展有五大策略方向：

策略一、高值，以車輛、精密機械重點產業為載具，推動金屬材料高值化。

策略二、躍升，優先發展旗艦廠所需特殊規格產品，使其躍升國際標竿地位。

策略三、自主，結合新興策略性產業，發展關鍵材料及零組件自主化。

策略四、健全，藉由推動成立 ERC/ 產品及材料試作中心 / 產業聚落 / 國際合作 / 金屬製程設備研究中心，建立高值金屬產業健全環境。

策略五、育成，成立基礎技術傳承訓練平台，推廣大學企業講座，引進海外金屬產業專家（如日本銀髮專家），培育國內人才並增強國內金屬高值化研發能量。

而在提升金屬產業競爭優勢之「人才回流」、「研發創新」、「群聚加值」三大關鍵，經濟部也提出相關策略，包括鼓勵北部高素質人力回南部發展，大學廣設企業講座，培育重點人才，延攬海外高階人力，鼓勵廠商善用業界科專等研發資源，整合產、學、研的研發能量，及選擇具全球領先優勢之產品群，籌組研發聯盟並運用政府資源進行技術深化與產品升級等。

ERC 定位與願景

國內高值金屬材料高度依賴國外進口，與美日韓等國家相比，其附加價值率明顯偏低，因此推動金屬材料產業高值化已成為刻不容緩、急需解決的課題。為此，經濟部已將「材料技術自主化」列為重大議題，並將金屬材料產業納入「2020 十大重點產業發展策略與措施」之重點產業之一，鼓勵產學研共同投入以突破金屬產業高值化瓶頸；另一方面，經濟部為強化高值化金屬材料研發

▲金屬產業與新興產業，群聚廊道南部產業 χ 廊道。

能量，規劃每年投入 1.2 億元研發經費，由金屬中心針對南部金屬產業進行高值化金屬材料及製程技術之研發，藉此深化研發法人能量作為產業領航者之定位，並串連上游材料廠與中下游零組件製造廠，以期台灣金屬產業高值化路徑與國際接軌。

ERC 即是扮演金屬產業研發價值鏈，布局規劃串聯與整合中心的角色；以借重金屬中心核心加工技術之深化與應用技術之研發，再結合終端下游應用產業，帶動整體產業價值鏈向上提升，引領新產業的形成，開拓新市場商機。ERC 並以「材料製造雙引擎，產研共創新商機」為願景，為國內金屬及應用產業創造新成長動能，期達成產業鏈、供應鏈、價值鏈，三鏈優化之具體效益。

運用 χ 廊道優勢

金屬產業為南部主要產業之一，每年為南部創造營收近 9,500 億元，也造就逾 11 萬人就業機會；但由於南部金屬產業多屬 3K 與中小企業，其工作環境相對高科技產業差異大，加上研發投入資金相對低迷不振，致於南部經濟發展趨緩、人口外移，爰此，經濟部藉由「傳統產業加值創新科技關懷計畫」的投入，提供南部產業良好升級轉型環境，目前南部產業已逐漸形成金屬產業與新興產業群聚之交叉 χ 廊道聚落，未來經濟部將持續支持 χ 創新產業廊道之產業優勢，促成旗鑑廠帶頭引領產業鏈的垂直整合，形成更加完善分工與互補體系，以整體帶動南部金屬產業高值化發展，共同邁向未來黃金十年。

優化經濟環境與產業結構 打造產業競爭力

新興產業 創新是蛻變的主軸

從 90 年代末期由高科技產業帶出的產業熱潮後，各界都在矚目，究竟哪個新興產業會成為下一個明日之星？

▲吳副總統敦義出席「2012 台灣創業投資高峰論壇」致詞。

長期以來，台灣的經濟與產業發展皆與歐美日等國家緊密相連，所以當金融風暴發生、嚴重減弱國際經濟主體需求之際，對於台灣的產業發展或經濟成長也造成影響，成為促進產業結構轉型、新興產業逐漸興起的誘因。

考量到產業結構趨勢朝綠色、低碳、智慧方向轉型，因此，政府自 2009 年起，陸續推出「六大新興產業」、「四大新興智慧型產業」及「十大重點服務業」等政策，期帶動新興產業的成長，並引導民間資金共同投入。

加強新興產業 健全投資環境

無論是傳統產業或新興產業的發展，都需要資金挹注，以提供企業投資生產與周轉營運的管道。基於企業對於資金的需求，且配合政府政策施行，國內創投持續對各項產業投資，近年來則積極投資文化創意產業、綠色能源與環保、服務業、雲端運算、數位內容等新興產業，成為協助產業升級的助力。

而探究創投事業對於國內產業之投資，以 2010 年為例，2010 年投資新興產業占整個產業的 25.05%，投資比重依序為綠能、生技製藥、醫療照護及文化創意產業，由於綠能、生技製藥及醫療照護等產業已發展多時，所以相較其他產業而言，較易取得促進產業發展的資源、獲得創投的投資評估與資金挹注。而其他的新興產業，如數位內容、雲端運算、智慧電動車、文化創意及精緻農業等，雖然起步較晚、尚待成長與發展，但是在政府政策推動下，已有不錯的產品或技術推出，市場表現也漸趨亮眼，國內創投資金已有陸續進行投資及相關評估。

今年 6 月 29 日中華民國創業投資商業同業公會舉辦「2012 台灣創業投資高峰論壇」，就以『早期新興產業投資論壇』為主軸，邀集國內外投資界重要人士與會，展開專題演講與深入座談。

論壇當天並邀請副總統吳敦義先生蒞會致詞，副總統致詞時表示，馬總統於 4 年前就任後，即積極擘畫並推動「壯大台灣、連

2007年～2010年各年度新興產業投資金額情形 單位：新台幣億元

投資產業別於投資金額	2007	2008	2009	2010
生物科技與製藥	12.5	19.2	16.7	10.6
醫療照護產業	7.9	0.5	3.1	6.1
數位內容產業	0	0.4	0.5	0.02
雲端運算	–	–	–	0.3
智慧電動車	–	–	–	0.08
綠色能源與環保	–	–	–	10.8
文化創業產業	–	–	–	2.9
精緻農業	–	–	–	0.15

註：2009年以前因對部分新興產業投資尚無統計資料，故呈現(–)

結亞太、布局全球」的經濟戰略藍圖，而此一目標要靠廉能有效率的政府、和平且穩定的兩岸關係、正確可行的產業發展策略、永續環境與公義社會等強大的支柱才能遂行。副總統並說，為了協助產業再次發展與升級，政府推出「六大新興產業」，推動生物科技、綠色能源、精緻農業、文化創意、觀光旅遊及醫療照護等做為主要推動的產業；更推動雲端運算、智慧電動車、智慧綠建築及發明專利產業化等四大新興智慧型產業計畫；此外，經濟部為健全產業發展，也制訂《產業創新條例》，鼓勵創新產業及實施「輕稅簡政」策略，將企業之營利事業所得稅從25%降為17%，讓企業有更多動能，創造就業機會，繁榮經濟帶動社會發展，以鞏固我國產業根基。

運用三業四化 加速產業轉型

根據美國「商業環境風險評估公司」（BERI）公布2012年的「投資環境風險評估報告」顯示，基於兩岸和平發展、低稅率與公平稅賦、有效率的政府、良好治安環境及金融市場穩定等，使投資者得到保障，因此，我國在183個參與評比國家中，排名第3，僅次於新加坡與瑞士，屬於低投資風險的國家，是創投者的樂園。當然，過去我國經濟呈現快速發展，創投產業功不可沒，自1982年以來，創投業共注入約新台幣2,600億元，不僅帶動產業發展也促進經濟成長動力。

全球主要產業在改變，台灣也不例外，所以引領經濟發展的產業已經從高科技產業逐漸移轉，我們可以看到生技產業在國際嶄露頭角、影視產業（國片及偶像劇）深受國人與受亞洲市場歡迎，來台灣的國際觀光客人數則是年年創新高，造就觀光休閒產業的風潮，文化創意及設計產業更是蓬勃發展。

現階段政府提出「黃金十年」，即是以優化經濟環境與產業結構、打造產業競爭力為主要訴求；在此關鍵時刻，經濟部更積極運用「三業四化、產業轉型」思維模式，期促進製造業服務化、服務業科技化與國際化、傳產業特色化，為產業創造更高的附加價值、有效提升國際市場競爭力，作為台灣當前經濟與產業創新脫胎換骨的主軸，更期能進而積極融入區域整合，達成產業布局全球的目標。

推動節能減碳新經濟 引導綠色產業新戰略

能源峰會 開啓技術交流新頁

「2012 國際能源高峰論壇」在台揭幕，邀請國際重量級能源經濟與前瞻科技巨擘與會，探討「節能減碳新經濟」，期建立跨國交流平台，帶動能源永續發展。

今年 7 月 25 日，在台北國際會議中心召開「2012 國際能源高峰論壇」（2012 Energy Innovation and Strategy Summit），並以「節能減碳新經濟」做為大會推動主題，希望建立一個跨國的交流平台機制。今年的能源高峰論壇以三大主軸的方式進行：上午首先登場的是國際大師演講及核心的「鼎談會」議程，下午則分別以「能源經濟」與「儲能技術」為議題，同時召開 2 場國際研討會活動；另外在會場外也特別規劃了「能源科技成果展」，展示近年來重要能源科技研發成果及成品，供與會貴賓瞭解我國對於能源技術研發及應用的卓越貢獻。

▲經濟部長施顏祥出席「2012 國際能源高峰論壇」致詞

邀國際專家深度剖析

受邀擔任此次國際大師演講的主講人，為享譽國際的能源經濟與前瞻科技巨擘，包括日本財團法人地球環境產業技術研究機構（RITE）理事長茅陽一（Kaya Yoichi）博士，以及（前）英國能源研究中心（UKERC）研究部主任 Jim Skea 教授，二位大師分別就「未來發電之能源配比」和「因應氣候變遷下的綠色能源經濟發展政策」發表其論述。

Jim Skea 教授為英國氣候變遷委員會創始委員，自 2004 年起擔任英國倫敦帝國學院能源研究中心研究部主任及 IPCC WG 第三工作小組之副主席，負責整合全英各研究機構、大學、產業等有關能源之各項研究計畫，於 2009 年起擔任倫敦帝國學院教授迄今，並自今年 7 月起轉任英國國家科技會議（RCUK）能源組院士。

茅陽一博士目前擔任日本財團法人地球環境產業技術研究機構（RITE）理事長，過去曾膺任

慶應大學教授、原子力懇談會會長，於京都議定書制訂時為日方首席發言人，對於核能政策與二氧化碳封存等方面有獨到見解。

繼國際大師演講後，工研院蔡清彥董事長所主持的「鼎談會」活動，探討重心放在「能源經濟新紀元」，由出席的國際能源專家、國內知名學者專家與企業領袖，針對順應全球氣候變遷之永續能源政策、引導綠色成長之新戰略思維進行會談，對當今能源發展重點方向集思廣益，歸納出更為具體可行的行動方針。

雙向探討能源議題

2 場國際研討會部分，其中「前瞻儲電科技發展現況與趨勢」研討會，係就重要的電力儲存議題，邀請該領域之國內外知名學者專家與會，包括國際能源總署（IEA）的資深研究員 David Elzinga 先生、美國能源部（U.S. Dept. of Energy）專長電力輸送與安全技術的 Imre Gyuk 博士、能源部 Sandia 實驗室的電池儲能專家 Karen Waldrip 博士、探討全球液流儲能電池技術的聯合能源技術公司（UniEnergy Technologies Co.）執行長 Gary Yang 博士、專精於鋰空氣電池技術領域的日本先進能源科技研究所（National Institute of Advanced Industrial Science and Technology）周豪慎博士，以及主講我國電力儲存技術動向的工研院楊昌中博士，分別進行專題演講及研討。

另一場「減碳趨勢下綠色能源的經濟政策與市場發展」研討會，則係切入能源經濟的相關議題，邀請國際碳交易協會國際政策部 Jeff Swartz 主任、自然資源保護委員會（IETA）發起人兼執行長 Barbara Finamore 女士，分別就碳稅及新能源發展、亞洲能源政策與因應氣候變遷政策等時下熱門議題發表專題演講。

厚實能源產業基礎

我國永續能源政策綱領明確指出，永續能源發展應兼顧「能源安全」、「經濟發展」與「環境保護」，以滿足未來世代發展的需要。經濟部希望透過此論壇舉辦，能夠達到：（一）設立一種緊密交流的平台機制，建立我國與國際重要能源機構及研究單位的緊密合作與交流關係；（二）藉由國內外專家學者不同觀點，掌握國際前瞻能源科技發展及關鍵政策議論的最新趨勢，以及（三）做為我國相關能源政策擬定與前瞻能源科技研發時的參考資訊，以期引領我國前瞻能源科技與經濟的嶄新視野，開啓能源發展的新思維。

當前我國能源經濟型態，正處於關鍵性轉變時刻。為奠定未來能源永續發展基礎，政府乃致力推動能源使用回歸市場機制，期以新經濟型態促使我國產業結構加速升級與轉型，並藉導入國際嶄新視野與格局，展現政府積極擘劃節能減碳與永續能源發展藍圖的決心，創造能源產業的黃金十年，期藉此論壇舉辦，汲取各方心得，達成跨世代能源、經濟與環保三贏，及國家永續經營的宏大願景。

▲台中高美溼地旁的風力發電機組。

由傳統 OEM 邁向 ODM 創造新核心優勢

科技設計加乘 袋包箱更時尚

袋包箱產業在經濟部輔導，導入自動化科技與美學設計加值，由傳統委託代工製造（OEM）模式，邁向設計代工製造（ODM）模式，創造產業新核心優勢。

為強化我國外貿成長動能，政府積極推動與主要貿易國洽簽經濟合作協議，但貿易自由化措施對國內內需型、競爭力較弱的產業可能造成一定程度的衝擊，為協助袋包箱傳統產業升級轉型，加強研發技術提升，在經濟部工業局支持下，財團法人鞋類暨運動休閒科技研發中心成立「袋包箱快速設計打樣中心」，服務業者並擔任袋包箱產業升級的領頭羊。

▲文創商品設計開發。

科技注入創意 商機無限

位於台中的袋包箱快速設計打樣中心，已引進智慧型自動化科技系統與設備，以協助產業界精簡開發流程，並導入創新研發能量，藉由設計、科技創造企業新價值，整體性強化產業競爭優勢，落實袋包箱業升級轉型目的，協助業者與品牌設計師朝向自有品牌、少量多樣之精緻型產業型態發展，服務能量有：

（一）時尚功能創意設計：蒐集與分析袋包箱造型、創意元素、色彩、細節搭配、材質、五金飾釦、機能性概念等趨勢資料，快速反應國際流行市場需求，提供外觀造型設計、功能結構設計、新素材應用設計、產品形象包裝設計、配飾設計等服務，協助廠商快速開發具差異化及市場競爭優勢之商品，並發展模組化袋包公版，提供廠商開發參考。

（二）圖騰設計技術服務：研析國際最新圖騰趨勢資料，設計開發適合於袋包商品上的印花圖騰，透過全彩印花加工技術應用，可噴印或轉印在真皮、天然

類織物、化纖類織物、合成皮等材質上，快速開發文創商品或符合消費者需求袋包商品。

（三）自動化開發服務：輔導袋包箱業者應用電腦開版技術、材料無刀模自動切割系統，及快速打樣技術，快速開發少量多樣並符合市場需求之創新產品，以達成降低生產成本，縮短開發時程。

（四）小量生產服務：運用袋包公版、印花圖騰資料庫或自動化設備，機動性少量多樣化製造服務，節省開發時間及成本費用，提高生產靈活度。

（五）雲端服務（公版應用）：透過雲端服務平台分享袋包電腦版型、流行資訊、印花圖騰及電腦開版軟體等資源，提供廠商及設計師線上使用，即時反映市場需求，協助發展自有品牌，為產業注入活水，創造更多商機。

（六）客製化及文創商品開發：打樣中心設計師運用客製化特色，打造個人魅力商品建立獨特風格；亦製作創意特色商品，以差異化產品吸引目光。

研發創意商品 量身訂製

袋包箱快速設計打樣中心透過以上技術能量，並提供新素材應用、設計創意、客製化快速打樣等輔導服務，協助開發袋包商品，達成少量多樣生產，降低生產開發成本，積極輔導袋包箱產業廠商多達 60 家，包含利鴻、聯野、至誼、台灣香松、集田、德昌等公司。以德昌公司為例，其近年積極投入皮革研發工作，品質優良深獲全球鞋類品牌大廠肯定。

例如德昌皮革上有許多牛隻被蚊蟲叮咬的斑紋及血管紋路，若要全部避開，則皮革可使用面積不大，因此袋包箱快速設計打樣中心著手包款設計時，保留皮料天然紋路，捨棄牛隻烙印痕跡與破洞，讓皮革紋路增添包款質感與復古風；此外，打樣中心將真皮印花加工技術應用於半植物鞣鉻處理的 Natural 皮革，使包款呈現樸質文創設計風格。

再以利鴻塑膠股份有限公司專精台灣旅行箱製造為例，80 % 以上訂單為代工生產，礙於自有品牌商品無法與現有客戶區隔，產品發展空間有限，因而袋包箱快速設計打樣中心透過客製化印花設計與技術輔導，加上利鴻公司既有之表面防汙防刮貼模專利技術，成功為客戶量身訂製一個獨一無二的旅行箱，開拓訂製旅行箱之客製化市場，並與代工生產大量旅行箱完全區隔。

▲文創商品設計開發。

促進技術升級 行銷全球

台灣製造的品質魅力是來自背後的創意設計能量，透過科技與設計的加乘服務，提供上中下游業者「一條龍」式的輔導服務，不但能彌補產業供應、設計鏈缺口，提升袋包箱產業市場即時反應能力與接單彈性，也能藉由袋包箱自動化技術提升，吸引更多年輕人投入袋包箱行業，為傳統產業注入活水，促成產業技術再升級，打造出「臺灣設計、行銷全球」袋包箱精品。

成立快速設計打樣中心 協助襪業「產業維新」

應用設計美學 提升優質 MIT 襪品

經濟部積極協助已逾 70 年歷史的織襪產業，提升設計能量，強化 LOGO、品牌、包裝、襪款及圖案設計能量，進行襪業第二代的「產業維新」，讓年輕世代投入襪業。

台灣織襪產業發展已逾 70 年，其襪品專業織造技術水準已臻成熟，唯近年飽受全球貿易自由化及市場削價競爭，嚴重衝擊國內織襪產業。再加上產業面臨原料、工資成本上漲及產業模式多為代工廠，缺乏品牌加值、自我創新能力不足、接班人才斷層等問題，為協助國內織襪產業升級轉型，經濟部除協助產業申請台灣製 MIT 微笑產品標章，進行優質產品行銷活動 (B2B、B2C 模式) 外，近年來更積極導入美學設計、開創時尚襪品、協助人才培育，期提升年輕世代投入襪業意願度。

設計加值 產業升級

經濟部去（100）年 5 月 27 日於彰化縣社頭鄉成立「織襪快速設計打樣中心」。主要運用織襪中心能量，聯結學界及設計師能量，協助產業提升商品設計價值及自創自有品牌，發展高附加價值創新產品，並協助織襪產業長期發展，強化產業一條龍模式產銷營運；同時亦委託工研院材化所開發特殊材質，經由全方位能量整合，協助織襪產業針對產品進行科技、設計加值。

例如：運用多元機能素材及特化加工技術，將具抑菌抗癬紗線，導入差異化產品外，同時聯結襪品功能性特殊織造結構設計，整合織襪設備及製造達人、機能檢驗設備，協助織襪業開發高值化產品，強化產品差異性及提升附加價值，增加襪品競爭力，促進業者投資意願。

以現階段開發之複合式機能運動襪品為例，襪品除具抑制香港腳病媒菌 - 鬚髮癬菌生長之機能性外，更於襪品不同部位，如腳背處設計具大面積透氣網格、腳尖加厚及符合人體工學之足弓包覆設計等特殊性織造結構，提升襪品於穿著運動時舒適度，同時降低運動時衝撞力對足部造成運動傷害。此項高附加價值商品除提高產品販售值達 50%~100%，更促使合作開發之業者接獲歐洲市場高單價訂單，進而提升織襪產業產值成長。

應用美學 開創時尚襪品

流行元素、時尚趨勢一直是國內織襪產業發展實力所不足之處。有鑑於此，經濟部輔導該中心結合鄰近學界、商業及平面視覺等流行設計創意，及專業設計師的設計能量，針對市場流行趨勢、時尚概念意向及配飾穿搭法進行資料蒐集分析。同時運用分析資料，協助產業設計具市場流行性、時尚性商品，時效性串聯打樣織造設備，即時性完成符合市場需求樣品，補足產業設計開發能量不足，縮短產業開發時程達 25%。

此外，中心也可因應業者訂單需求，設計開發具獨創性、客製

化商品，強化商品附加價值，達到產業升級轉型目標。如針對婚禮新人市場所開發婚禮系列襪品。設計師以中國文字雙囍、西洋鑽戒為創意發想來源，設計男女對襪圖騰，經過專業電腦繪圖、顏色及襪品版面配置設計後，經由中心打樣技術及設備，完成極具特色化商品；並針對新人客戶需求，進行對襪禮品客製化外包裝設計，提升商品高值化及價值感。此系列商品亦已串聯至婚紗業，有效拓展產業市場面，達到設計加值、產業升級轉型目標。

▲複合式機功能運動襪品

品牌加值 提升 MIT 品質

隨著業者創立自我品牌、提升商品品牌加值之意識日漸抬頭，中心亦針對業者企業理念、商品走向及公司整體形象，為個別業者客製化設計 LOGO、品牌整體性外包裝設計。截至目前為止，已協助 11 家廠商完成客製化的設計識別系統，提升業者商品品牌加值化，增進商品販售金額 20%，促成產業自我品牌建立，由 MIT 邁向 DIT，進而升級至 BIT。讓台灣織襪業不再只是代工生產歐美高級品牌襪品，而是以自有品牌立足織襪業市場。

為遏止劣質進口襪品假冒 MIT 襪品傾銷台灣市場，經濟部自 98 年 12 月開始推動台灣製襪品 MIT 微笑標章及其品質認驗證制度，並由工研院協助提供織襪產業 MIT 微笑標章申請諮詢及驗證服務，辦理 MIT 產品展售會。截至 101 年 7 月 15 日為止，織襪產業共計有 167 家通過 MIT 微笑標章驗證，發放超過 4,200 萬以上 MIT 標章。經由 MIT 微笑標章認證，可提供消費者襪品品質保障及業者良好的市場競爭空間，杜絕黑心商品充斥市場。另外，中心亦配合政府政策，集結織襪公會、協會，搭配當地縣政府、鄉公所與相關在地資源，目前已啓動全方位輔導產業策略，協助國內織襪業補足產業鏈缺口，加強科技、設計能量，促成產業自有品牌建立，邁向產業升級轉型目標。

未來，經濟部將輔導中心以異業論壇模式，協助襪業與其他產業進行企業交流分享，並運用襪業觀光工廠資源與中心能量，聯結織襪產業、觀光產業及地方農特產品，整合行銷共同推廣，建構完整在地服務模式，提升消費大眾對台灣織襪產業認識度，同時推廣當地農特產品及促進觀光產業發展，促使織襪產業發展更多元化、達到傳產特殊化，帶領織襪產業走向下一個黃金十年。

杜次長主持低碳菊島電惦行啓用儀式

01

為完善澎湖地區電動機車使用環境，經濟部與澎湖縣政府合力建置 27 處 330 座智慧型能源補充設施。經濟部次長杜紫軍及澎湖縣縣長王乾發在 7 月 7 日於澎湖開拓館共同主持「低碳菊島電惦行 智慧型能源補充設施啓用儀式」，宣告澎湖綠色運輸普及化、生活化、便利化時代來臨。

啓動儀式中杜次長表示，從去年 8 月至今年 6 月，經濟部已於澎湖地區建置完成 73 處 551 座能源補充設施，其中與澎湖縣政府合力於澎湖本島與北海、南海離島等 27 處觀光景點設置 330 座「智慧型能源補充設施」，除採用悠遊卡感應充電扣款、個人充電紀錄查詢外，還可透過網路查詢鄰近能源補充設施之狀態，並可免費充電至 102 年 12 月止。

▲經濟部次長杜紫軍（右 5）與澎湖縣縣長王乾發（右 4）共同主持「低碳菊島電惦行 智慧型能源補充設施啓用儀式」。

南區徵才博覽會 現場強強滾

02

適逢畢業潮，經濟部提供就業媒合平台，以「廠商找人才，歡迎大家來」為主題，在 7 月 7 日於楠梓加工出口區舉辦「2012 經濟部南區產業徵才博覽會」，共有 150 多家廠商參與，釋出近 8,000 個職缺，吸引超過 1 萬名求職民眾參與這場活動盛會，現場求職氣氛強強滾。

經濟部次長卓士昭當日蒞臨會場慰勉各界所做的努力並表示，面對嚴峻的國際經濟情勢，以及國內經濟結構轉型之際，政府積極推動「黃金十年」國家願景具體措施，增加國內投資、強化產業競爭力，刻正推動產業結構優化，塑造良好投資環境，吸引外人來台投資，並配合加速辦理重點服務業發展，規劃傳統產業維新方案，以增加在地民眾的就業機會。

▲「經濟部南區產業徵才博覽會」當天民眾參與踴躍；經濟部次長卓士昭 (中，戴胸花者) 蒞臨訪視。

梁次長率團訪日促進產業合作

03

經濟部籌組「101 年促進投資及產業合作訪日團」，由政務次長梁國新率團於 7 月 8 日至 13 日赴日本拜會有意或具投資潛力之日本指標性企業；該次訪問分別拜會日立集團、三菱商事、住友商事、大日本印刷株式會社（DNP Corporation）、Dream Link Entertainment（DLE）、日本電產株式會社（NIDEC）、Don Quijote 株式會社、Kura 株式會社、Kinrei 株式會社等大型公司及中小型企業，業別涵蓋製造業、數位內容產業、餐飲及批發零售業等。期間在梁次長見證下，由投資處及台日產業合作推動辦公室分別與日本高岳製作所（Takaoka）、艾禮富株式會社（Nippon Aleph）等簽署投資意向書。

▲梁次長（左 2）率團訪日促進雙邊產業合作。

經濟部長施顏祥頒贈徐正冠經濟專業獎章

04

經濟部長施顏祥於 7 月 12 日頒贈台灣橡膠暨彈性體工業同業公會前理事長徐正冠先生經濟專業獎章，表彰徐先生擔任理事長期間積極推動橡膠產業之技術升級及協助拓銷海外市場之貢獻。徐前理事長積極推動兩岸建構和諧之發展經貿環境，以「量在大陸，質在台灣之思維」建立兩岸分工、擴大產業規模之模式，在他任內邀請專精兩岸政策法規、經營模式專家前往大陸籌辦 25 場「台商因應大陸經營策略研討會」，宣導鼓勵台商回台投資，並熱心贊助支持世博會台灣館。

另外，徐前理事長也親自督導組團赴新興市場如中國大陸、伊朗、越南、柬埔寨、寮國、泰國、印尼、馬來西亞等國家參展，透過參加展覽活動，協助會員爭取訂單的機會，進而蒐集當地市場資訊，作為未來會員廠商拓展市場及全球布局的參考。

▲經濟部長施顏祥（左）頒贈台灣橡膠暨彈性體工業公會前理事長徐正冠（右）經濟專業獎章。

IDEAS Show 網路創意博覽展登場

05

「2012 IDEAS Show 網路創意博覽展」於 7 月 18 至 19 日在松山文創園區盛大登場！經濟部次長卓士昭致詞時表示，國內經濟發展在 90 年代電子產業的蓬勃發展，創造了令世界各國刮目相看的經濟奇蹟，隨著時代、科技的日新月異、生活消費型態的改變，台灣的硬體產業在國際市場已具備高度的競爭力與能見度，未來經濟部也將持續地扶植台灣眾多具有高素質的軟體人才與網路創新服務產業，深化台灣「軟實力」的競爭優勢，讓新興網路創新服務產業站上與世界各國競爭的舞台。

博覽會場有近 60 家展示攤位，包含「App、電子商務、網路社群、雲端、工具平台」5 大類型網路應用服務業者進行展示，有國內網創「Wondershow 玩秀網 線上 360°C 展覽服務」，及在日本擁有超高人氣的「美食地圖 APP」都跨海來台比拚人氣，藉由產品發表、專人講解及與現場參展團隊交流，創新豐富的內容讓「2012 IDEAS Show 網路創意展 &IDEAS Show 網站博覽展」活動規模堪稱歷屆之最、亞洲第一！

◀「2012 IDEAS Show 網路創意展」於上（7）月 18 日在松山文創園區登場，經濟部次長卓士昭蒞臨開幕致詞。

經濟部舉辦「經貿自由化對我國產業影響座談會」

06

經濟部在 7 月 21 日於新北市產業園區工商展覽中心舉辦「經貿自由化對我國產業影響座談會」，該座談會由經濟部長施顏祥主持，總統馬英九親臨會場與產業界代表進行座談，就政府對外洽簽區域性或雙邊自由貿易協議，貿易自由化因應措施等進行討論。馬總統致詞時表示，近年來東亞區域經濟整合進展神速，台灣若置身事外，在激烈的國際經貿環境中恐將邊緣化，並對以出口為導向的臺灣業者們造成極大壓力。

為提升台灣產品出口競爭力，政府積極推動參與區域經濟整合，除持續進行 ECFA 後續貨品貿易及服務貿易協議之相關協商之外，一方面亦積極尋求與其他國家洽簽經濟合作協議，包括已展開之與新加坡及紐西蘭之經濟合作協議協商工作。當日座談會除凝聚國內產業界對經貿自由化之共識外，與會業者踴躍發言，有助政府相關單位了解產業對此一議題之需求與建議，作為政府未來研擬相關政策之參考。

▲總統馬英九出席經濟部主辦「經貿自由化對我國產業影響座談會」與業者座談，就政府對外洽簽自由貿易協議，貿易自由化因應措施進行討論。

亞洲台商聯合總會第 19 屆年會在台中盛大舉行 07

亞洲台灣商會聯合總會第 19 屆年會於 7 月 20 日至 22 日在台中長榮桂冠酒店舉行，本屆年會有來自世界及亞洲各會員國台商 400 餘人出席與會，副總統吳敦義、經濟部政務次長梁國新、常務次長卓士昭、外交部次長柯森耀等均應邀出席。經濟部為協助海外台商提升競爭力，配合在會場設置專家諮商服務區，提供與會台商經管及產業技術諮詢服務。經濟部次長梁國新代表經濟部宴請與會台商，對於兩岸投保協議進度時提到，目前雙方已加快兩岸投保協議最後階段的商談，雙方對本協議在第八次江陳會簽署表示樂觀。

▲經濟部次長梁國新（右 4）與參加亞洲台灣商會聯合總會第 19 屆年會與台商合影。

2012 台灣生技月「台灣生技產業主題館」開幕 08

2012 年台灣生技月 BioTaiwan 在 7 月 26 日至 29 日於台北世貿一館隆重登場！為讓民眾更加瞭解我國生技產業的發展，與未來生物科技為民眾生活所帶來的影響，經濟部生物技術與醫藥工業發展推動小組以「創新生技，樂活台灣」為主題成立「台灣生技產業主題館」，結合國內外生技企業共同展示，向社會大眾與國內外業界展現經濟部推動生技產業的政策與成果，以增進國人對醫藥新知及生技產業的之瞭解。

「台灣生技產業主題館」呈現台灣生技產業整體政策與發展現況，包括台灣生技發展主題區、生技產業政府政策及國內外生技優良廠商展示區，相關訊息歡迎上網瀏覽 http://2012biotaiwan.info 或至「台灣生技產業主題館」的粉絲團 https://www.facebook.com/2012biotaiwan。

▲副總統吳敦義（右 3）及經濟部次長杜紫軍（右 2）出席主持 2012 台灣生技月開幕剪綵。

經濟部

地址 :10015 台北市福州街 15 號　服務電話：(02)2321-2200 分機 225
網址：www.moea.gov.tw

經濟部廣告