

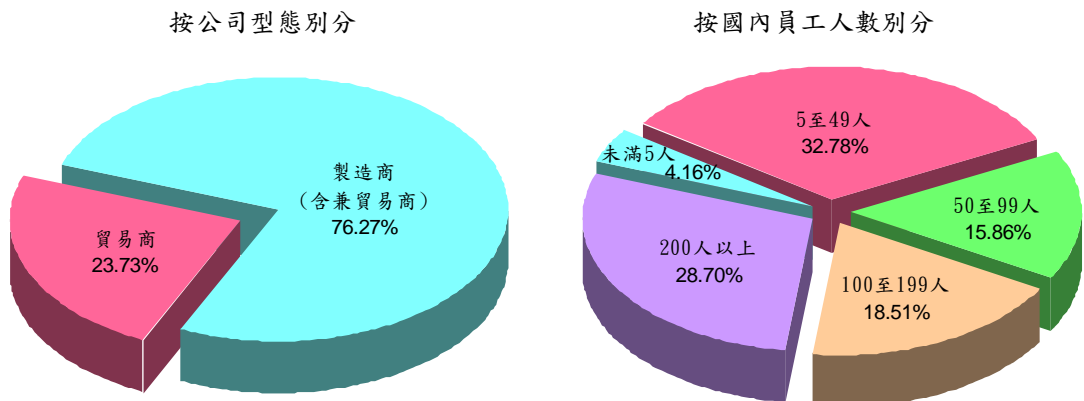
100 年外銷訂單海外生產實況調查報告

提要分析

自民國 80 年代以來，為因應國內生產條件之轉變，企業加速全球化布局，國內接單海外生產比率由 88 年 12.28% 逐年升至 100 年之 50.73%，其對國內生產、投資及勞工僱用等之影響深遠。為進一步瞭解外銷廠商生產地區之分布、主要競爭對手及與國內經濟活動之關聯性等概況，提供政府施政參據，乃自 100 年起創辦「外銷訂單海外生產實況調查」(資料時間為 99 年)，並奉 部長指示按年持續辦理。

本(101)年調查家數共計 3,000 家，回收有效樣本 2,718 家(圖 1)，回收率達 90.60%，調查期間自 2 月 21 日至 3 月 30 日止。茲將統計結果提要分析如次：

圖 1 調查樣本廠商型態分布(2,718 家)



一、外銷訂單與各生產地概況

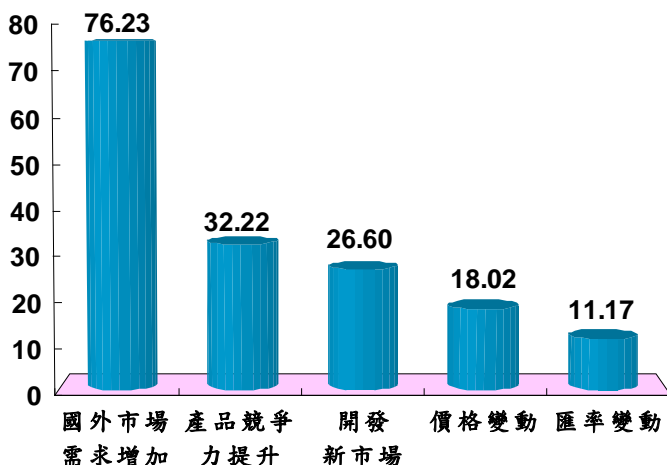
(一) 外銷訂單金額變動原因

依據每月外銷訂單調查，100 年接單金額創 4,361 億美元之歷年新高，較 99 年增加 7.23%，惟受下半年歐債危機問題及全球經濟趨緩影響，全年外銷訂單增加的樣本廠商家數比率為 59.60%，較上(99)年之 78.21%減少。由本項調查進一步分析原因如下：

根據 1,620 家勾選「增加」的有效樣本顯示，100 年訂單金額增加的主要原因(圖 2)排名與上年相同，以「國外市場需求增加」占 76.23%

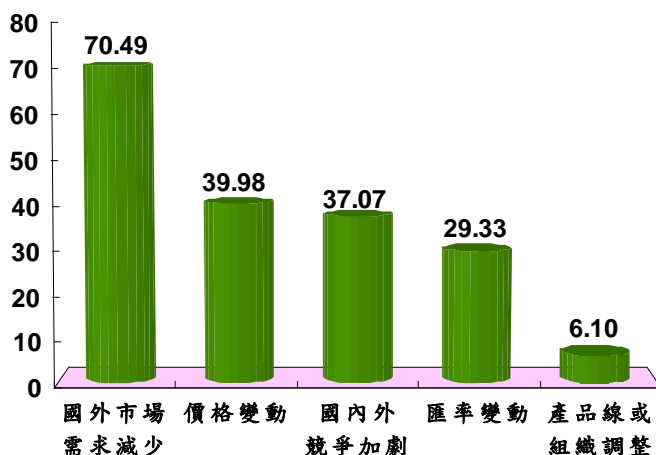
居首，其次「產品競爭力提升(開發新產品或改良產品)」占 32.22%，「開發新市場」占 26.60%再次之，「價格變動(原物料或成品價格)」與「匯率變動」分居第四、五位，所占比率分別為 18.02%及 11.17%。

圖 2 外銷訂單金額較上年增加的原因(複選)



另根據勾選「減少」的 1,098 家有效樣本顯示，100 年訂單金額減少的主要原因(圖 3)，以「國外市場需求減少」占 70.49%最高，比率較上年上升 19.41%，其次「價格變動(原物料或成品價格)」占 39.98%，「國內外競爭加劇」占 37.07%再次之，「匯率變動」由去年的第二位降至今年的第四位，所占比率為 29.33%。第五位為「產品線或組織調整」，所占比率為 6.10%。

圖 3 外銷訂單金額較上年減少的原因(複選)



(二) 外銷訂單各地生產比率

依據每月外銷訂單快報調查，100 年平均海外生產比為 50.73%，按本調查各地生產比率之結構，推算海外各地生產比率(表 1 及圖 4)，與上年相比變化不大，其中以「中國大陸及香港」占 47.02%最高，較上年上升 2.88 個百分點，占我海外生產訂單比率 92.70%，較上年提升 5.82 個百分點。「其他亞洲地區」占 1.66%次之、「東協六國」占 1.41%再次之。若按主要貨品類別觀察，三大接單貨品中，電子產品仍以在臺灣生產為主，占 47.72%，較上年下降 2.71 個百分點。海外生產比率以「資訊與通信產品」占 83.50%居首，其中「中國大陸及香港」占 82.45%，較上年上升 6.00 個百分點；其次為「電機產品」占 62.38%及「精密儀器等產品」占 59.93%，此二類產品於「中國大陸及香港」生產之比率分別為 61.18%及 58.79%，各較上年上升 5.00 及 7.94 個百分點。

表 1 外銷訂單主要貨品各地生產比率

| | 100年 | | | | | |
|--------------|-------|-------|---------|------|--------|------|
| | 台灣 | 海外生產 | 中國大陸及香港 | 東協六國 | 其他亞洲地區 | 歐美地區 |
| 總計 | 49.27 | 50.73 | 47.02 | 1.41 | 1.66 | 0.55 |
| 按主要貨品類別分 | | | | | | |
| 03 化學品 | 79.53 | 20.47 | 13.33 | 4.35 | 1.55 | 1.24 |
| 04 塑膠、橡膠及其製品 | 81.18 | 18.82 | 13.00 | 3.66 | 1.89 | 0.27 |
| 10 基本金屬及其製品 | 83.16 | 16.84 | 13.16 | 1.42 | 1.73 | 0.49 |
| 11 電子產品 | 47.72 | 52.28 | 41.81 | 3.43 | 6.05 | 0.96 |
| 12 機械 | 79.82 | 20.18 | 17.79 | 0.44 | 1.47 | 0.45 |
| 13 電機產品 | 37.62 | 62.38 | 61.18 | 0.36 | 0.79 | 0.05 |
| 14 資訊與通信產品 | 16.50 | 83.50 | 82.45 | 0.16 | 0.00 | 0.88 |
| 17 精密儀器等產品 | 40.07 | 59.93 | 58.79 | 0.06 | 0.72 | 0.36 |

說明：依有效樣本各地生產比率之結構，配合外銷訂單快報全年海外生產比計算母體各地生產比率。

圖 4 各生產地占外銷訂單金額比率近兩年比較

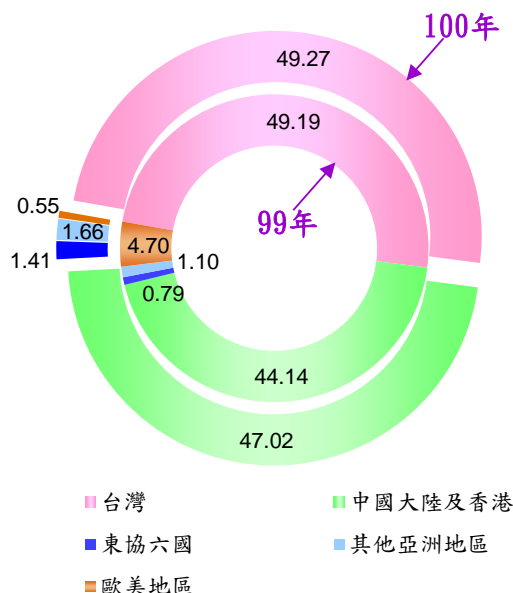


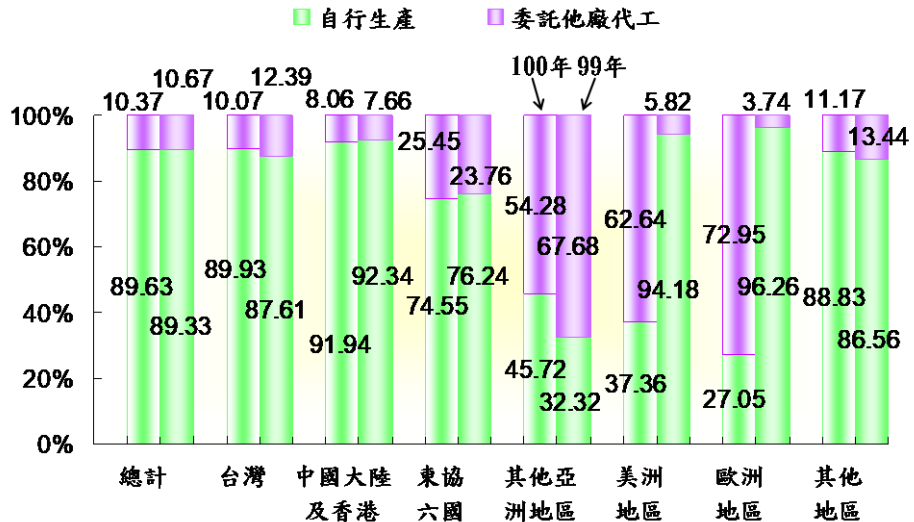
表 2 外銷訂單各地生產比率—按生產方式分配比

| | 100 年 | | | | | |
|---------|------------------------|--------------|------------------------|--------------|------------------------|--------------|
| | 總計 | | 製造商 (含製造兼貿易商) | | 貿易商 | |
| | 自行生產 (含海內外 關係企業) | 委託他廠 代工生產 | 自行生產 (含海內外 關係企業) | 委託他廠 代工生產 | 自行生產 (含海內外 關係企業) | 委託他廠 代工生產 |
| 總計 | 89.63 | 10.37 | 95.90 | 4.10 | 17.40 | 82.60 |
| 按地區別分 | | | | | | |
| 台灣 | 89.93 | 10.07 | 95.57 | 4.43 | 9.47 | 90.53 |
| 中國大陸及香港 | 91.94 | 8.06 | 96.84 | 3.16 | 18.62 | 81.38 |
| 東協六國 | 74.55 | 25.45 | 88.85 | 11.15 | 48.08 | 51.92 |
| 美洲地區 | 37.36 | 62.64 | 75.28 | 24.72 | 6.20 | 93.80 |
| 歐洲地區 | 27.05 | 72.95 | 22.02 | 77.98 | 44.04 | 55.96 |

從各地生產方式(表 2)整體觀察，自行生產(含海內外關係企業)占 89.63%，委託他廠代工生產占 10.37%。若以公司型態別分，製造商(含製造兼貿易商)以「自行生產(含海內外關係企業)」占 95.90%為主；但貿易商則以「委託他廠代工生產」占 82.60%為主。若分不同地區別來看，「台灣」與「中國大陸及香港」以自行生產(含海內外關係企業)

為主，分別達 89.93%與 91.94%，與上年比較變動幅度不大，前者微升 2.32、後者微降 0.40 個百分點(圖 5)。以歐美為生產地區者，則以「委託他廠代工」為主，「美洲地區」與「歐洲地區」之委託比率分別為 62.64%及 72.95%。

圖 5 主要地區生產方式兩年比較



(三) 外銷訂單各生產地之最主要競爭對手

根據 2,706 家有效樣本顯示，100 年外銷廠商之最主要競爭對手(表 3)，以「台灣同業」占 67.26%最多，其次「中國系企業」占 21.32%，「海外台商」占 8.76%再次之。

若按個別生產地觀察，以當地廠商為最主要競爭對手的現象仍存在，惟不若 99 年明顯。國內生產主要競爭對手是「台灣同業」占 67.63%；中國大陸及香港生產地之最主要競爭對手，以「中國系企業」占 39.15%為主，「台灣同業」占 27.94%次之，「海外台商」占 21.14%再次之；而美洲地區則以「美系企業」占 35.71%為主，歐洲地區以「歐系企業」占 37.50%為主，東協六國則以「東協六國系企業」占 25.53%，列最主要競爭對手。此外，面臨來自「海外台商」之競爭壓力在各地區皆呈上升；生產地在美洲及歐洲地區者，面對「台灣同業」的競爭則較上年增加 4.41 及 3.26 個百分點。

100 年

單位：%

| | 總計 | 台灣 | 中國大陸 及香港 | 東協六國 | 其他亞 洲地區 | 美洲地區 | 歐洲地區 |
|---------|-------|-------|-------------|-------|------------|-------|-------|
| 有效樣本(家) | 2,706 | 2,583 | 544 | 94 | 80 | 28 | 16 |
| 最主要競爭對手 | | | | | | | |
| 台灣同業 | 67.26 | 67.63 | 27.94 | 21.28 | 27.50 | 25.00 | 25.00 |
| 99 年 | 66.80 | 67.62 | 26.22 | 29.11 | 26.74 | 20.59 | 21.74 |
| 海外台商 | 8.76 | 4.53 | 21.14 | 21.28 | 12.50 | 10.71 | 6.25 |
| 99 年 | 8.10 | 4.02 | 18.26 | 12.66 | 10.47 | 8.82 | 4.35 |
| 中國系企業 | 21.32 | 15.14 | 39.15 | 12.77 | 11.25 | 10.71 | 0.00 |
| 日系企業 | 4.29 | 3.79 | 3.13 | 5.32 | 23.75 | 7.14 | 6.25 |
| 韓系企業 | 3.92 | 3.14 | 4.41 | 7.45 | 16.25 | 7.14 | 6.25 |
| 歐系企業 | 2.18 | 1.90 | 0.74 | 2.13 | 2.50 | 3.57 | 37.50 |
| 美系企業 | 2.92 | 2.21 | 2.39 | 3.19 | 6.25 | 35.71 | 12.50 |
| 東協六國系企業 | 1.88 | 1.12 | 0.92 | 25.53 | 0.00 | 0.00 | 6.25 |

表 3 外銷訂單各生產地之最主要競爭對手

觀察三大主要外銷貨品「電子產品」、「資訊與通信產品」及「精密儀器等產品」(表 4)，生產地在中國大陸及香港之廠商，面對最主要競爭對手為台灣同業的比率分別為 30.87%、35.38%及 29.63%，各較上年減少 6.14、5.99 及 13.61 個百分點，反之為海外台商的比率則分別增加 3.57、19.07 及 9.56 個百分點，顯示海外台商有取代台灣同業，成為我國廠商在大陸地區之主要競爭對手的現象；此外，在本生產地區亦有 2 成至 2 成 6 之中國系企業為主要競爭對手，大陸企業崛起，亦對國內廠商產生競爭壓力。

表 4 主要貨品各生產地之最主要競爭對手

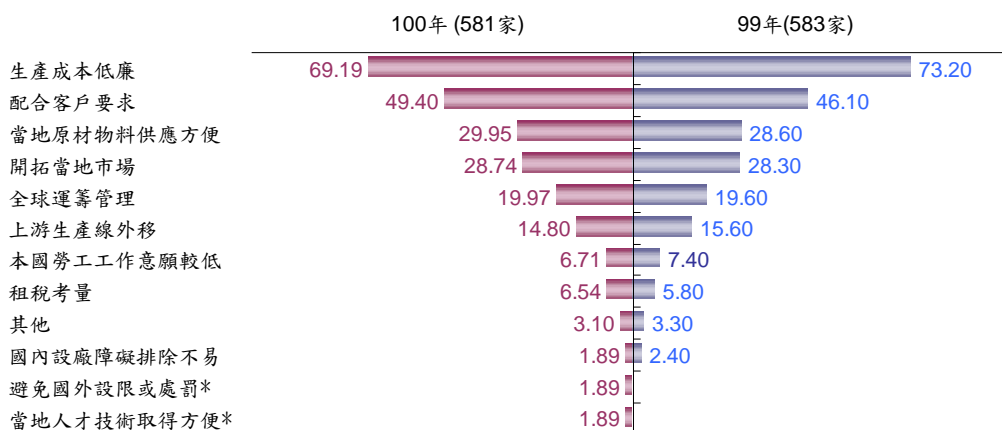
| | 100 年 | | | | | | | 單位：% |
|------------|-------|-------|-------------|-------|------------|-------|--------|------|
| | 總計 | 台灣 | 中國大陸 及香港 | 東協六國 | 其他亞 洲地區 | 美洲地區 | 歐洲地區 | |
| 11 電子產品 | | | | | | | | |
| 有效樣本(家) | 312 | 278 | 149 | 23 | 26 | 9 | 3 | |
| 最主要競爭對手 | | | | | | | | |
| 台灣同業 | 71.15 | 72.66 | 30.87 | 34.78 | 26.92 | 22.22 | 0.00 | |
| 99 年 | 72.39 | 74.58 | 37.01 | 28.57 | 35.00 | 40.00 | 50.00 | |
| 海外台商 | 15.71 | 4.68 | 24.83 | 13.04 | 3.85 | 11.11 | 0.00 | |
| 99 年 | 10.82 | 0.85 | 21.26 | 0.00 | 5.00 | 0.00 | 0.00 | |
| 中國系企業 | 16.35 | 5.76 | 24.83 | 8.70 | 0.00 | 11.11 | 0.00 | |
| 日系企業 | 7.05 | 4.32 | 5.37 | 13.04 | 34.62 | 11.11 | 0.00 | |
| 韓系企業 | 8.33 | 5.76 | 7.38 | 8.70 | 23.08 | 0.00 | 33.33 | |
| 歐系企業 | 2.24 | 1.80 | 0.67 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 33.33 | |
| 美系企業 | 6.09 | 2.52 | 4.03 | 8.70 | 11.54 | 44.44 | 33.33 | |
| 東協六國系企業 | 2.24 | 1.80 | 1.34 | 13.04 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | |
| 14 資訊與通信產品 | | | | | | | | |
| 有效樣本(家) | 140 | 118 | 65 | 2 | 1 | 5 | 2 | |
| 最主要競爭對手 | | | | | | | | |
| 台灣同業 | 74.29 | 79.66 | 35.38 | 50.00 | 0.00 | 40.00 | 0.00 | |
| 99 年 | 67.52 | 69.70 | 41.38 | 0.00 | 60.00 | 50.00 | 100.00 | |
| 海外台商 | 13.57 | 0.85 | 27.69 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | |
| 99 年 | 6.84 | 3.03 | 8.62 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | |
| 中國系企業 | 13.57 | 5.08 | 20.00 | 0.00 | 0.00 | 20.00 | 0.00 | |
| 日系企業 | 4.29 | 2.54 | 7.69 | 0.00 | 0.00 | 20.00 | 50.00 | |
| 韓系企業 | 4.29 | 1.69 | 6.15 | 50.00 | 100.00 | 0.00 | 0.00 | |
| 歐系企業 | 2.14 | 2.54 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | |
| 美系企業 | 7.14 | 5.93 | 3.08 | 0.00 | 0.00 | 20.00 | 50.00 | |
| 東協六國系企業 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | |
| 17 精密儀器等產品 | | | | | | | | |
| 有效樣本(家) | 108 | 98 | 54 | 6 | 9 | 2 | 3 | |
| 最主要競爭對手 | | | | | | | | |
| 台灣同業 | 66.67 | 68.37 | 29.63 | 16.67 | 0.00 | 0.00 | 33.33 | |
| 99 年 | 59.49 | 55.88 | 43.24 | 0.00 | 25.00 | 50.00 | 66.67 | |
| 海外台商 | 12.96 | 3.06 | 20.37 | 50.00 | 11.11 | 0.00 | 33.33 | |
| 99 年 | 6.33 | 1.47 | 10.81 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | |
| 中國系企業 | 18.52 | 7.14 | 25.93 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | |
| 日系企業 | 10.19 | 9.18 | 7.41 | 16.67 | 33.33 | 0.00 | 0.00 | |
| 韓系企業 | 11.11 | 7.14 | 9.26 | 0.00 | 44.44 | 50.00 | 0.00 | |
| 歐系企業 | 2.78 | 2.04 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 33.33 | |
| 美系企業 | 5.56 | 2.04 | 3.70 | 0.00 | 11.11 | 50.00 | 0.00 | |
| 東協六國系企業 | 0.93 | 1.02 | 1.85 | 16.67 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | |

二、國內接單海外生產

(一) 國內接單海外生產原因

根據 581 家國內接單海外生產有效樣本顯示(圖 6)，廠商認為國內接單海外生產原因以「生產成本低廉」占 69.19%續居首位，但較上年略降 4.01 個百分點。「配合客戶要求」占 49.40%次之，較上年略升 3.30 個百分點。「當地原材物料供應方便」與「開拓當地市場」分居第三、四位，所占比率分別為 29.95%及 28.74%，與上年相近。

圖 6 國內接單海外生產原因(複選)



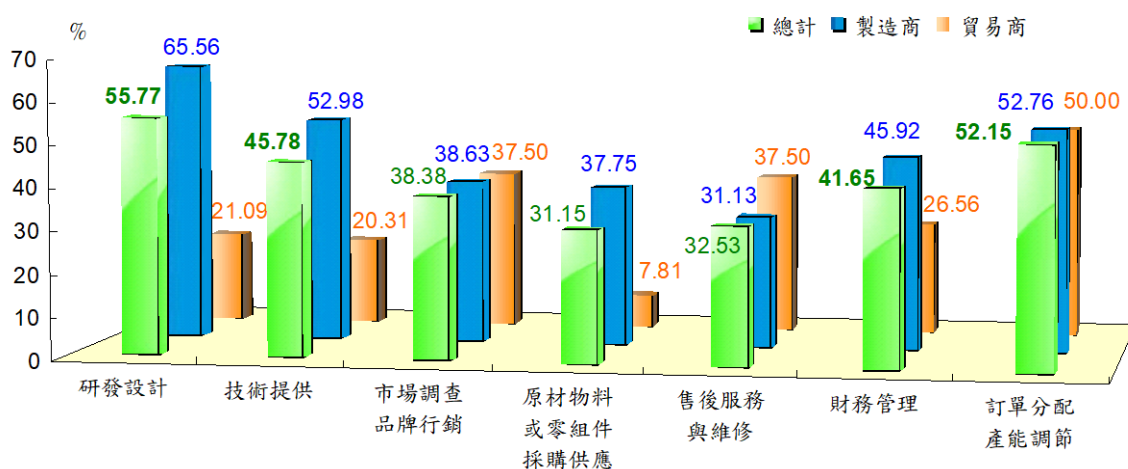
說明：*表101年調查新增之選項。

(二) 國內接單海外生產，台灣母公司主要負責之活動或角色

根據 581 家有效樣本顯示(圖 7)，台灣母公司主要負責的活動或角色，以「研發設計」(製造商主要角色)占 55.77%、「訂單分配與產能調節」(貿易商主要角色)占 52.15%為主，再次為「技術提供」占 45.78%與「財務管理」占 41.65%，顯示對於海外生產之營運管理及研發創新仍由台灣母公司所主導。其次「市場調查與品牌行銷」占 38.38%、「原材物料或零組件採購供應」占 31.15%與「售後服務與維修」占 32.53%。惟負責「技術提供」及「市場調查與品牌行銷」比率分別較上年下降 9.45 及 11.88 個百分點。

若以公司型態別分，製造商(含製造兼貿易商)以「研發設計」占 65.56%為主，「技術提供」及「訂單分配與產能調節」分居第二、三位，分別占 52.98%及 52.76%；貿易商則以「訂單分配與產能調節」占 50.00%為主。

圖 7 國內接單海外生產，台灣母公司主要負責的活動或角色(複選)



(三)海外生產所需原材料、半成品或零組件由國內供應情形

根據 581 家有效樣本顯示(表 5)，其海外生產所需原材料、半成品或零組件由國內供應計 239 家(占 41.14%)，100 年供應金額達 392.39 億美元，占國內接單海外生產之外銷訂單金額比率 22.05%，均較上年之供應金額 398.81 億美元及比率 24.71%略降，顯示海外生產廠商當地取材型態漸增。若按貨品類別分，以「資訊與通信產品」由國內供應金額達 246.40 億美元最高，占海外生產之外銷訂單金額比率 28.67%，意即海外生產之「資訊與通信產品」中近 3 成原材料及零組件仍由國內供應。此外，由國內供應金額相較於 99 年以「化學品」及「機械」各增加 12.25 及 7.17 個百分點最多。

表 5 海外生產所需原材料、半成品或零組件有無由國內供應情形

100 年

| | 國內接單海外生產家數 | 由國內供應原物料 | | | |
|-----------------|------------|-----------|-------------|-------------|----------------------|
| | | 家數 (家) | 金額 (億美元) | 家數比率 (%) | 占外銷訂單海外生產金額比率 (%) |
| 總計 | 581 | 239 | 392.39 | 41.14 | 22.05 |
| 01 動植物及其產品 | 11 | 1 | * | * | * |
| 02 調製食品、飲料及菸酒類 | 2 | 0 | - | - | - |
| 03 化學品 | 32 | 12 | 1.98 | 37.50 | 22.19 |
| 04 塑膠、橡膠及其製品 | 62 | 24 | 2.24 | 38.71 | 11.62 |
| 05 皮革、毛皮及其製品 | 7 | 3 | 0.05 | 42.86 | 4.81 |
| 06 木材、木製品及編結品 | 4 | 0 | - | - | - |
| 07 紡織品 | 90 | 39 | 6.62 | 43.33 | 24.05 |
| 08 鞋帽傘等製品 | 11 | 4 | 0.16 | 36.36 | 9.99 |
| 09 石料水泥、陶瓷玻璃等製品 | 8 | 3 | 0.02 | 37.50 | 1.08 |
| 10 基本金屬及其製品 | 80 | 26 | 1.13 | 32.50 | 8.12 |
| 11 電子產品 | 150 | 72 | 32.16 | 48.00 | 9.37 |
| 12 機械 | 80 | 30 | 4.63 | 37.50 | 21.29 |
| 13 電機產品 | 97 | 59 | 14.38 | 60.82 | 19.28 |
| 14 資訊與通信產品 | 61 | 36 | 246.40 | 59.02 | 28.67 |
| 15 家用電器 | 15 | 6 | 0.14 | 40.00 | 3.98 |
| 16 運輸工具及其設備 | 21 | 8 | 0.16 | 38.10 | 4.38 |
| 17 精密儀器、鐘錶、樂器 | 58 | 31 | 63.20 | 53.45 | 28.32 |
| 18 家具 | 12 | 2 | * | * | * |
| 19 玩具、娛樂用品及體育用品 | 34 | 12 | 2.11 | 35.29 | 19.67 |
| 20 其他 | 107 | 49 | 16.99 | 45.79 | 10.47 |

說明：部分廠商有 2 種以上貨品別。

(四) 國內接單海外生產，其海外產品銷售方式之比率

根據 581 家有效樣本顯示(表 6)，其海外產品銷售方式之比率，以「轉銷第三國」占 71.84%為主，其次「當地銷售」占 20.01%，「回銷台灣」僅占 8.15%再次之，其中當地銷售比率較 99 年上升 2.82 個百分點。若以公司型態別分，製造商(含製造兼貿易商)與貿易商皆以「轉銷第三國」為主，分占 71.18%與 83.35%；其中貿易商「轉銷第三國」較上年上升 25.83 個百分點。

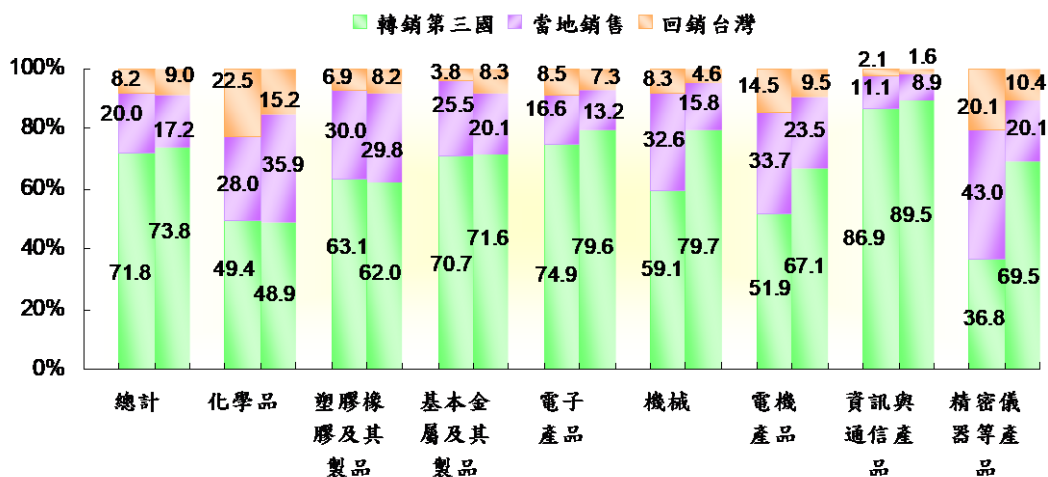
表 6 國內接單海外生產，其海外產品銷售方式之比率

| | | 100 年 | | | |
|------------------|-------|---------------------|-------|-------|-----------|
| | | 國內接單 海外生產 (家) | 當地銷售 | 回銷台灣 | 轉銷 第三國 |
| 總計 | 100 年 | 581 | 20.01 | 8.15 | 71.84 |
| | 99 年 | 583 | 17.19 | 9.01 | 73.80 |
| 按公司型態別分 | | | | | |
| 製造商 (含製造兼貿易商) | 100 年 | 453 | 20.52 | 8.30 | 71.18 |
| | 99 年 | 457 | 16.97 | 8.55 | 74.49 |
| 貿易商 | 100 年 | 128 | 11.10 | 5.55 | 83.35 |
| | 99 年 | 126 | 22.47 | 20.01 | 57.52 |

註：依接單金額加權計算。

若按主要貨品類別觀察(圖 8)，「資訊與通訊產品」轉銷第三國的比率達 86.87%，較上年略降 2.60 個百分點。「精密儀器等產品」、「電機產品」及「機械」當地銷售比率分別為 43.03%、33.68%及 32.63%，較 99 年各上升 22.90、10.23 及 16.88 個百分點，顯示廠商海外生產產品與當地銷售市場結合的趨勢益加明顯。

圖 8 主要貨品海外產品銷售方式比率—兩年比較



三、外銷廠商經營動向

(一) 設立研發中心之比率

根據 2,718 家有效樣本顯示(表 7)，截至 100 年底外銷訂單廠商有設立研發中心者占 39.59%，較上年略降 0.64 個百分點，幾乎都設於國內，約有一成廠商設於國外；若以公司型態別分，製造商(含製造兼貿易商)占 49.06%、貿易商占 9.15%；若按國內員工人數別分，200 人以上占 65.26%最多、未滿 5 人占 5.31%最少，顯示廠商規模愈大，有設立研發中心的比率愈高，但海外設立研發中心比率則以員工未滿五人居首。

表 7 設立研發中心之比率

| | 有效 樣本 (家) | 100 年已設立研發中心 (複選) | | |
|--------------|-----------------|----------------------|-------|-------|
| | | (%) | 國內(%) | 國外(%) |
| 總計 | 2,718 | 39.59 | 96.38 | 9.94 |
| 按公司型態別分 | | | | |
| 製造商 | 2,073 | 49.06 | 96.46 | 10.03 |
| 貿易商 | 645 | 9.15 | 94.92 | 8.47 |
| 按國內員工人數別分 | | | | |
| 未滿 5 人 | 113 | 5.31 | 66.67 | 66.67 |
| 5 人至 49 人 | 891 | 15.38 | 93.43 | 8.76 |
| 50 人至 99 人 | 431 | 36.89 | 95.60 | 6.92 |
| 100 人至 199 人 | 503 | 52.68 | 96.23 | 9.43 |
| 200 人以上 | 780 | 65.26 | 97.84 | 10.81 |

(二) 101 年計劃在台新增設立營運總部之比率

根據 2,718 家有效樣本顯示(表 8)，外銷訂單廠商 101 年有計劃在台新增設立營運總部者占 2.94%；若以公司型態別分，製造商(含製造兼貿易商)占 3.52%、貿易商占 1.09%；若按國內員工人數別分，200 人以上占 4.23%最多、未滿 5 人則無增設計劃，顯示增設比率與員工規模呈正向關係，且企業規模愈大，愈有計劃在台新增設立營運總部。

表 8 101 年計劃在台新增設立營運總部之比率

| | 有效 樣本 (家) | 101 年計劃在台 新設營運總部 | |
|--------------|-----------------|---------------------|-------|
| | | 家數(家) | 比率(%) |
| 總計 | 2,718 | 80 | 2.94 |
| 按公司型態別分 | | | |
| 製造商 | 2,073 | 73 | 3.52 |
| 貿易商 | 645 | 7 | 1.09 |
| 按國內員工人數別分 | | | |
| 未滿 5 人 | 113 | 0 | 0.00 |
| 5 人至 49 人 | 891 | 15 | 1.68 |
| 50 人至 99 人 | 431 | 14 | 3.25 |
| 100 人至 199 人 | 503 | 18 | 3.58 |
| 200 人以上 | 780 | 33 | 4.23 |

(三)101 年計劃增加生產地

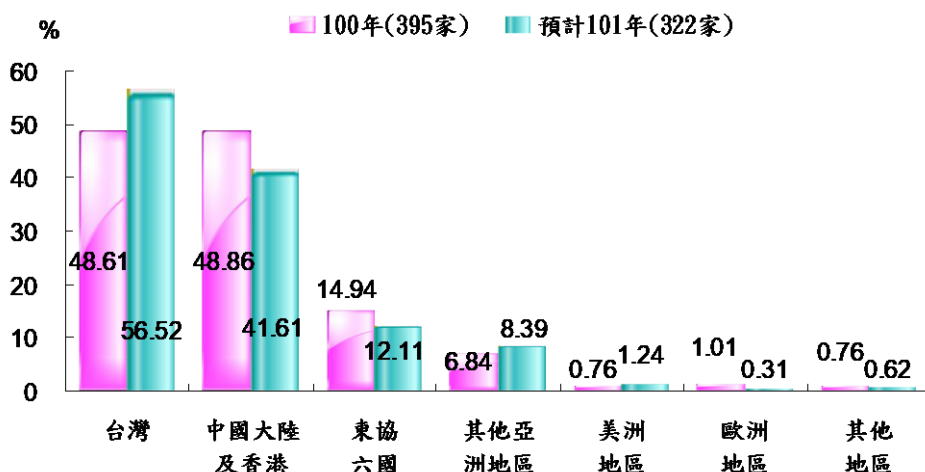
根據 2,718 家有效樣本顯示(表 9)，外銷訂單廠商 101 年計劃增加生產地之家數計 322 家，占 11.85%，較上年略降 3.68 個百分點。若以公司型態別分，製造商(含製造兼貿易商)占 13.51%，貿易商占 6.51%；若按國內員工人數別分，200 人以上占 16.92%，未滿 5 人占 8.85%，顯示計劃增加生產地之廠商家數隨著廠商規模愈大而遞增。

表 9 101 年計畫增加生產地之比率

| | 有效樣本 (家) | 計劃增加生產地 | |
|--------------|-------------|---------|-------|
| | | 家數(家) | 比率(%) |
| 總計 | 2,718 | 322 | 11.85 |
| 公司型態別分 | | | |
| 製造商(含製造兼貿易商) | 2,073 | 280 | 13.51 |
| 貿易商 | 645 | 42 | 6.51 |
| 按國內員工人數別分 | | | |
| 未滿 5 人 | 113 | 10 | 8.85 |
| 5 人至 49 人 | 891 | 76 | 8.53 |
| 50 人至 99 人 | 431 | 38 | 8.82 |
| 100 人至 199 人 | 503 | 66 | 13.12 |
| 200 人以上 | 780 | 132 | 16.92 |

就外銷訂單廠商 101 年計劃增加生產地之各地比率觀察(圖 9)，以「台灣」占 56.52%，明顯高於各地區，較 100 年增加 7.91 個百分點；「中國大陸及香港」占 41.61%次之，相對較 100 年減少 7.25 個百分點；「東協六國」占 12.11%再次之。

圖 9 計劃增加生產地之各地比率(複選)——兩年比較



(四)外銷訂單廠商海外主要投資地

根據 808 家有效樣本顯示(圖 10)，外銷訂單廠商海外「最主要」投資地之比率，以「中國大陸及香港」占 79.83%為大宗，「東協六國」占 8.66%次之，較 99 年上升 1.21 個百分點(圖 11)，升幅高於其他地區。「美洲地區」與「其他亞洲地區」分居第三、四位，其所占比率分別為 4.83%及 3.71%。

圖 10 外銷訂單廠商最主要海外投資地比率

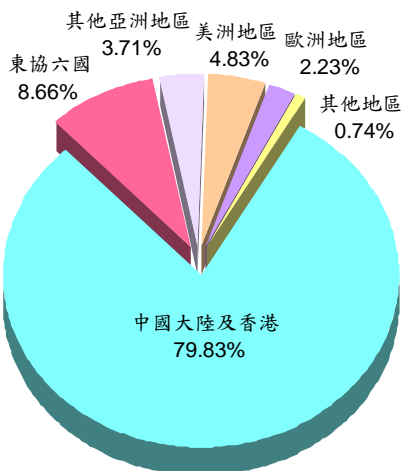
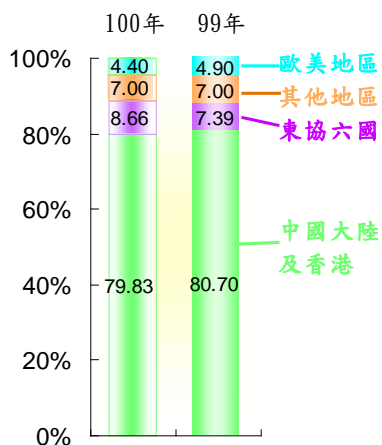
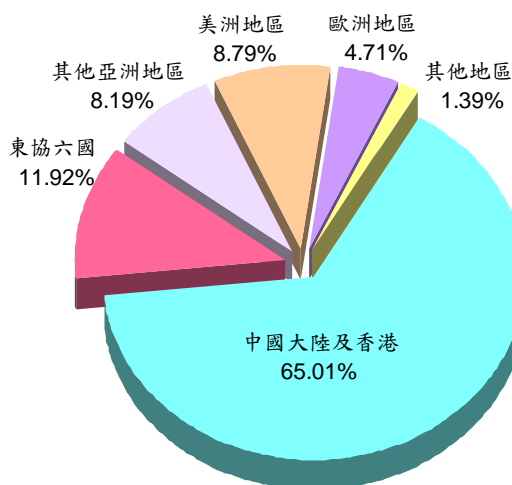


圖 11 最主要海外投資地比率兩年比較



若依重要性程度(最主要 3 分、次要 2 分、再次要 1 分)加權計算(圖 12)，各地區順位與「最主要」相同，其比率依序為 65.01%、11.92%、8.79%及 8.19%。

圖 12 外銷訂單廠商海外投資地比率(加權^註)



註：依重要性程度(最主要 3 分、次要 2 分、再次要 1 分)加權計算。

(五)外銷訂單廠商海外投資主要功能

根據 808 家有效樣本顯示(表 10)，外銷訂單廠商海外投資「最主要」功能之比率，以「製造」占 69.55%最多，「行銷(含售後服務)」占 38.86%次之，「採購」占 4.83%再次之。若以公司型態別分，製造商(含製造兼貿易商)以「製造」功能占 74.65%為主、貿易商以「行銷(含售後服務)」功能占 60.47%為主。

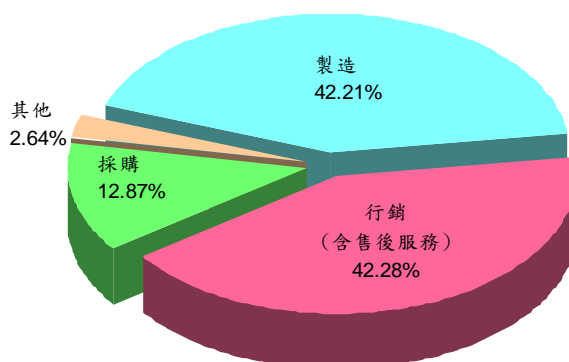
若按海外投資地別分，「中國大陸及香港」與「東協六國」投資地之最主要功能以「製造」居首，分占 70.25%與 67.08%；而「美洲地區」及「歐洲地區」投資地之最主要功能則以「行銷(含售後服務)」為主，各占 80.74%及 84.81%。「其他亞洲地區」投資地「製造」與「行銷(含售後服務)」並重，分占 45.45%及 46.97%。

表 10 外銷訂單廠商海外投資功能比率—最主要

| | | 100 年 | | | | | 單位：% |
|-----------|-------------|--------|-------|---------------|-------|-------|------|
| | 有效樣本 (家) | 總計 | 製造 | 行銷 (含售後服務) | 採購 | 其他 | |
| 總計 | 808 | - | 69.55 | 38.86 | 4.83 | 1.86 | |
| 按公司型態別分 | | | | | | | |
| 製造商 | 722 | - | 74.65 | 36.29 | 3.32 | 2.08 | |
| (含製造兼貿易商) | | | | | | | |
| 貿易商 | 86 | - | 26.74 | 60.47 | 17.44 | 0.00 | |
| 按海外投資地別分 | | | | | | | |
| 中國大陸及香港 | 716 | 100.00 | 70.25 | 24.86 | 4.33 | 0.56 | |
| 東協六國 | 161 | 100.00 | 67.08 | 29.81 | 1.86 | 1.24 | |
| 其他亞洲地區 | 132 | 100.00 | 45.45 | 46.97 | 6.06 | 1.52 | |
| 美洲地區 | 135 | 100.00 | 16.30 | 80.74 | 0.00 | 2.96 | |
| 歐洲地區 | 79 | 100.00 | 12.66 | 84.81 | 0.00 | 2.53 | |
| 其他地區 | 25 | 100.00 | 28.00 | 44.00 | 8.00 | 20.00 | |
| 上年調查總計 | 798 | - | 62.78 | 43.61 | 6.02 | 2.51 | |

若依重要性程度(最主要 3 分、次要 2 分、再次要 1 分)加權計算(圖 13)，加權後以「行銷(含售後服務)」占 42.28%最高，「製造」占 42.21%次之，「採購」占 12.87%居第三。

圖 13 外銷訂單廠商海外投資功能比率(加權^註)



註：依重要性程度(最主要 3 分、次要 2 分、再次要 1 分)加權計算。

四、結語

- (一) 台灣母公司於國內接單海外生產中負責訂單分配、產能調節與財務管理占有相當比重，顯示廠商在海外生產布局漸居營運管理者角色。未來除鼓勵廠商再強化可提高產品附加價值之生產環節，提升技術提供與品牌行銷優勢外，應加速輔導轉型為營運總部，以因應全球化挑戰。
- (二) 中國大陸及香港已為我海外主要生產地，生產比率直逼台灣，且產品當地銷售比率同步攀升，顯示廠商海外生產產品與當地銷售市場結合趨勢明顯，雖享有大陸近年經濟快速成長之果實，惟存在海外生產地過度集中之風險。未來宜積極拓展其他海外優勢生產地，或促進回流投資國內生產，除分散風險外，亦可強化我與其他區域性組織之貿易關係，或增加國內就業機會之功效。
- (三) 調查顯示預計於 101 年新增台灣為生產地之廠商比率較上年增加，亦高於中國大陸及香港之比率，顯示外銷業者對於新增生產地的選擇有回流台灣的傾向，政府宜利用此機會輔導廠商回台，吸引資金及人才回流，進一步引進先進技術或管理，以提升我國廠商國際競爭力。