

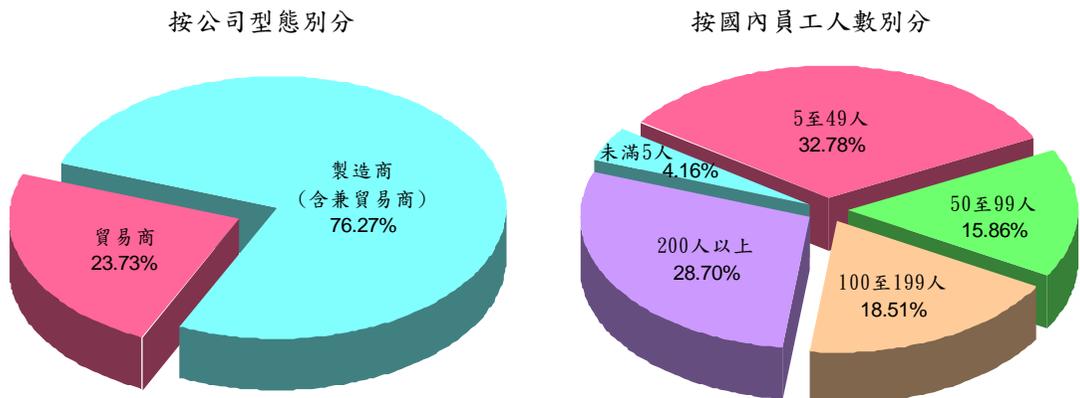
100 年外銷訂單海外生產實況調查報告

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

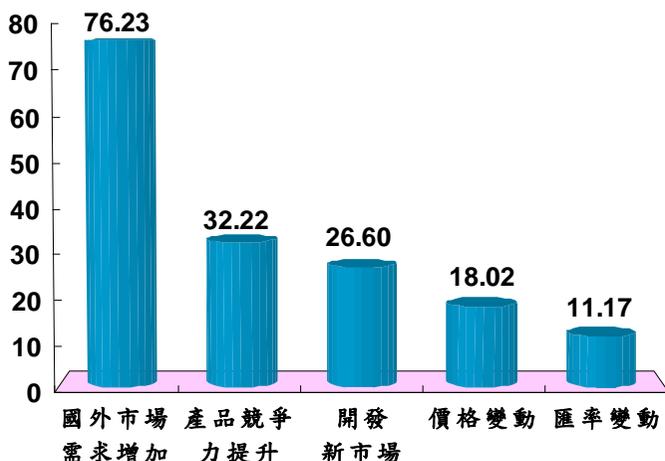
(一) 外銷訂單金額變動原因

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%

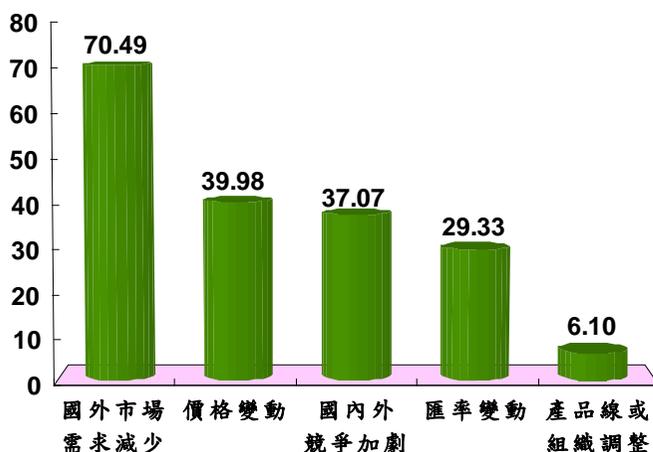
居首，其次「產品競爭力提升(開發新產品或改良產品)」占 32.22%，「開發新市場」占 26.60%再次之，「價格變動(原物料或成品價格)」與「匯率變動」分居第四、五位，所占比率分別為 18.02%及 11.17%。

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

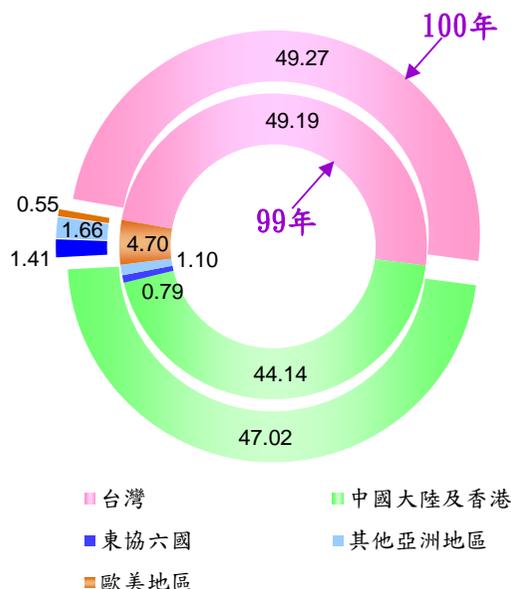


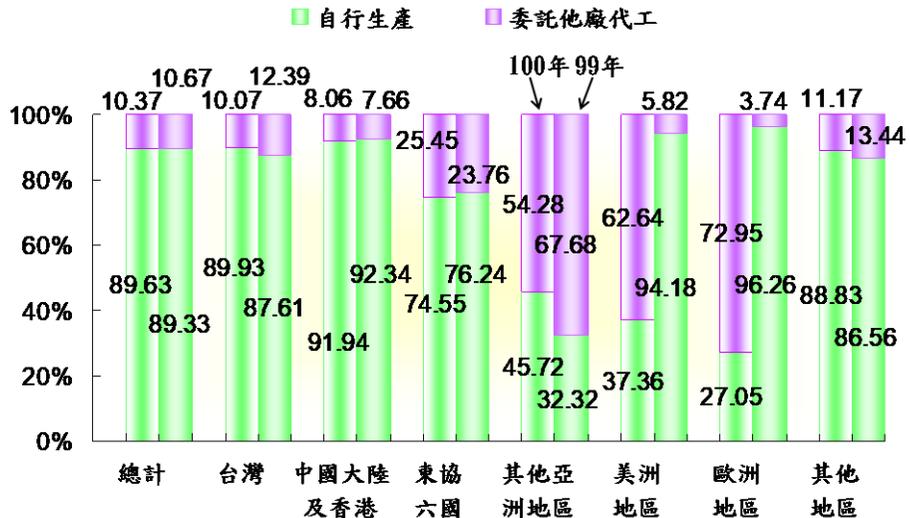
表 2 外銷訂單各地生產比率—按生產方式分配比

	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

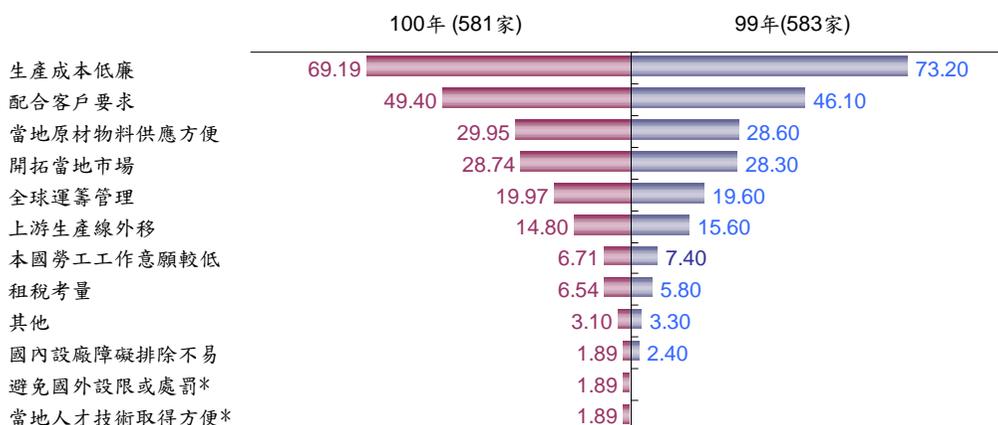
		100 年						單位：%
		總計	台灣	中國大陸 及香港	東協六國	其他亞 洲地區	美洲地區	歐洲地區
11	電子產品							
	有效樣本(家)	312	278	149	23	26	9	3
	最主要競爭對手							
	台灣同業	71.15	72.66	30.87	34.78	26.92	22.22	0.00
	99 年	72.39	74.58	37.01	28.57	35.00	40.00	50.00
	海外台商	15.71	4.68	24.83	13.04	3.85	11.11	0.00
	99 年	10.82	0.85	21.26	0.00	5.00	0.00	0.00
	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)



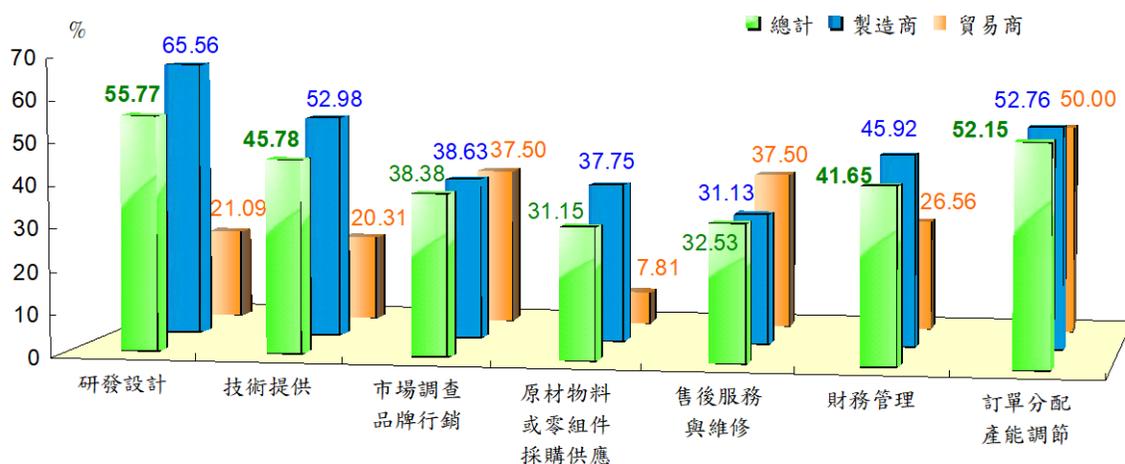
說明：*表101年調查新增之選項。

(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。

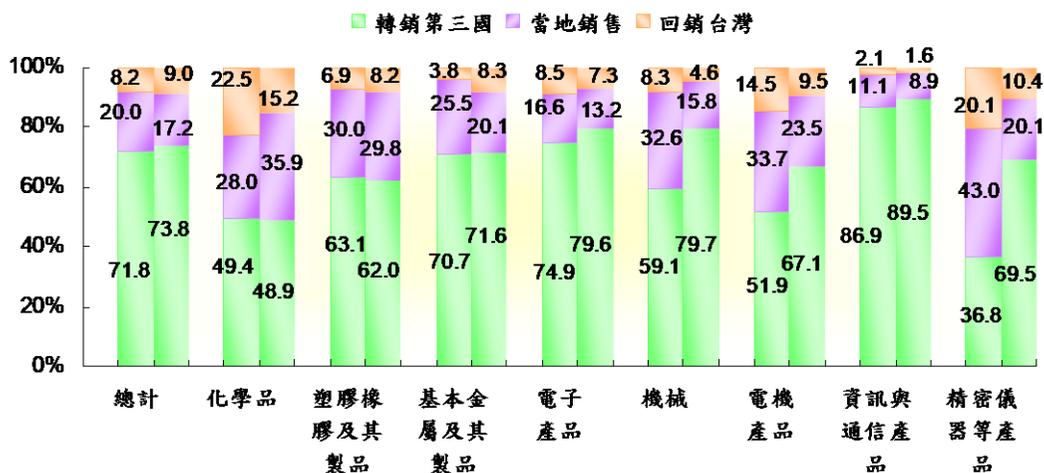
表 6 國內接單海外生產，其海外產品銷售方式之比率

		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

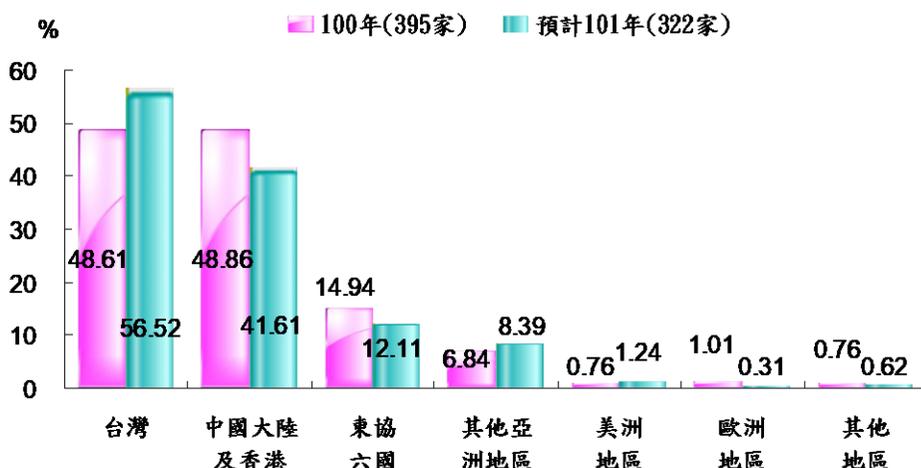
根據 2,718 家有效樣本顯示(表 9)，外銷訂單廠商 101 年計劃增加生產地之家數計 322 家，占 11.85%，較上年略降 3.68 個百分點。若以公司型態別分，製造商(含製造兼貿易商)占 13.51%，貿易商占 6.51%；若按國內員工人數別分，200 人以上占 16.92%，未滿 5 人占 8.85%，顯示計劃增加生產地之廠商家數隨著廠商規模愈大而遞增。

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

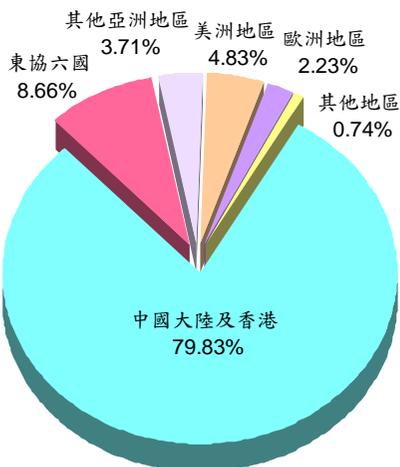
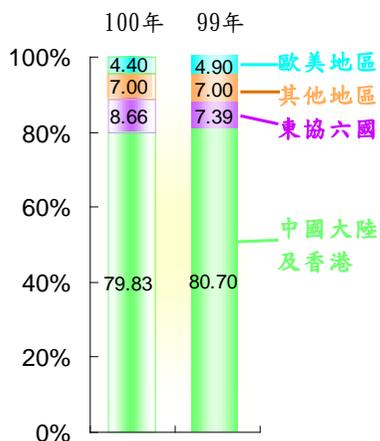
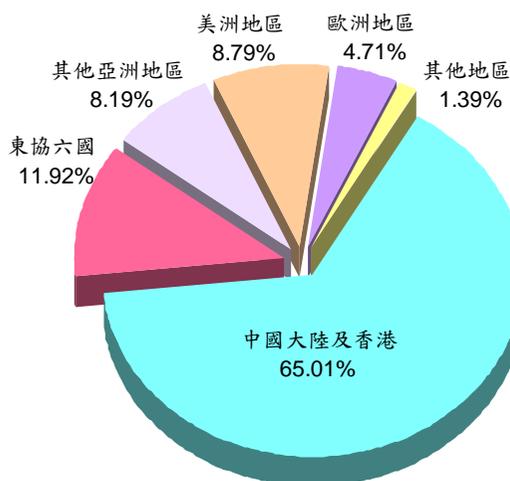


圖 11 最主要海外投資地比率兩年比較



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。

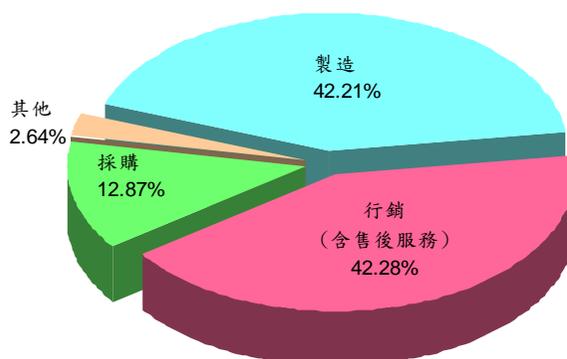
若按海外投資地別分，「中國大陸及香港」與「東協六國」投資地之最主要功能以「製造」居首，分占 70.25%與 67.08%；而「美洲地區」及「歐洲地區」投資地之最主要功能則以「行銷(含售後服務)」為主，各占 80.74%及 84.81%。「其他亞洲地區」投資地「製造」與「行銷(含售後服務)」並重，分占 45.45%及 46.97%。

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。