

# 經濟貧血 基本工資難調漲

今年Q4 GDP大砍至2.83% 明年要連2季達3%很困難 惟CPI上漲達報稅調整基礎 明年綜所稅可望少繳

中國時報 10月11日

洪凱音、沈婉玉／台北報導

對廣大基層勞工來說，最關心的是行政院何時給「茶葉蛋」，調高基本工資，但主計總處昨對今年第四季經濟成長率預測值，從原先的四．二三％大砍一．四個百分點，下修至二．八三％，再加目前景氣呈「貧血式成長」，明年要「連續兩季經濟成長率達三％」，學者認為，非常不樂觀，勞工期望明年調漲基本工資的希望，恐會落空。

主計總處昨日也公布，今年消費者物價指數（CPI）為一．九三％，財政部賦稅署昨晚表示，截至八月止，CPI已較上次綜所稅免稅額、扣除額及課稅級距調整基礎上漲超過三％。

若CPI變化不大，明年五月報稅時「非常有可能」調高綜所稅相關課稅級距，全民可少繳點稅，稍稍減輕民眾的經濟壓力，算是壞消息中的好消息。若以累計CPI上漲二．一七％來估算，適用十二％稅率的雙薪家庭，明年報稅可省稅約三千元。

行政院日前指示，要調高基本工資，必須連續兩季經濟成長率要達二％，或者失業率連續兩季低於四％；由於失業率為景氣落後指標，且長期維持在四％以上，勞工多寄望季經濟成長率及早回到三％以上的水準。

主計總處預估，明年全年經濟成長率為三．〇九％，台大國發所副教授辛炳隆表示，明年第一季有過年消費旺季的加持，經濟成長率有機會突破三％，但第二季又落入傳統淡季，換言之，勞工朋友寄望明年一、二季經濟成長率「連續」達成三％目標，是有困難的。

辛炳隆分析，由於基本工資調幅僅一．四二％，對基層勞工來說，每月只增加兩百六十七元月薪，要靠調升基本工資來帶動國內消費，實際幫助不大，但卻對社會造成「信心衝擊」。

辛炳隆進一步指出，台灣經濟成長率若連續兩季超過三％、基本工資如期調漲，將帶動國內賺錢企業替員工全面加薪，在這種正面循環的氛圍下，民眾消費信心增加後，自然帶動國內消費及景氣循環。

反之，明年全年凍漲基本工資，辛炳隆表示，上班族調薪也同樣無望，民間消費更趨保守，這對國內景氣來說，無疑是雪上加霜。

值得慶幸的是，近來天公作美，降低先期油、電雙漲衝擊，主計總處預估，今年消費者物價指數（CPI）上漲一．九三％，今年物價「保二」有望，先前颱風侵襲、蔬果價格大幅上漲，目前批發價格每公斤約二十元，較第二季三十元下跌許多，回跌速度超乎預期。

# 九度下修 GDP 暫保1

## 出口、內需持續低迷；今、明年經濟成長率均降至1.05%、3.09%

記者于國欽／台北報導

行政院主計總處昨（31）日發布經濟預測，由於第3季GDP表現不如預期，加上國際景氣低迷，全球貿易動能不足，預測第4季台灣經濟消費、出口依然疲弱，在當前經濟呈淡定式復甦，有氣無力狀態下，主計總處九度調降101年經濟成長預測至1.05%，勉強保一。102年也同步調降至3.09%。

**工商時報 101.11.01**

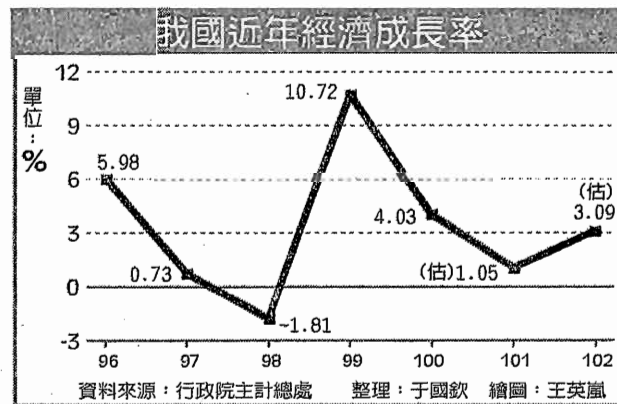
主計總處完成101年第3季GDP概估統計，統計結果較原預測為差，第3季經濟成長率為1.02%，民間消費更僅成長0.37%，出口衰退2.23%，資本形成的年增率1.24%，這四

項重要總體數據皆不如8月的預測。

台灣第3季除了出口衰退，民間消費年增率0.37%，更創下98年第3季以來最低，顯示國內經濟內外皆冷。

主計總處表示，當前台灣經濟雖仍有成長，但非常微幅，近期包括世銀、IMF分別以「貧血式成長」、「淡定式復甦（tepid recovery）」形容全球景氣走勢，由於台灣經濟和國際景氣高度聯動，因此近期的成長也呈現「有氣無力」狀態。

這位官員強調，台灣的輸出和國際景氣聯動性極高，當國際景氣不佳，台灣出口就不好，出口不好就會衝擊就業，並影響消費信心。



雖然9月台灣出口表現不錯，但這是因為去年比較基期偏低所致，主計總處因此將第四季出口成長調降至1.77%（原預測4.45%），另外也下修第四季民間消費成長率至0.95%（原預測2.47%）。

至於資本形成，雖然，半導體業者持續擴增高階製程投資，可望使第四季資本形成加快腳步（年增率由9.2%上修至12.2%），惟上半年衰退一成，因此，全年資

本形成仍衰退2.13%，較前次預測僅小幅上修0.6個百分點。主計總處官員表示，因為消費、出口難以樂觀，預測第4季經濟成長僅2.83%（原預測4.23%），全年經濟成長預測由1.66%下修至1.05%。

主計總處自去年8月開始預測101年經濟成長以來，由4.58%一路下修至目前的1.05%，連續九度下修，明年也由原預測3.67%下修至3.09%。

# 陳冲：拚經濟 半年內見成效

因應GDP九度下修 強調將腳踏實地 針對各元素一項一項努力 加速促進投資

經濟日報 101.11.01

【記者蘇秀慧、葉小慧／台北報導】主計總處下修今年經濟成長率預測值至1.05%，行政院長陳冲昨(31)晚表示，政府唯一能做的就是腳踏實地，針對GDP成長的幾個元素一項一項努力，正努力促進投資，希望半年之內會有效果，景氣會完全不一樣。

陳冲指出，各種不同的批評

政府都虛心受教，但國際貨幣基金在10月9日對台灣明年景氣預估相當樂觀，GDP是3.9%在亞洲國家排名位於前面，國際貨幣基金肯定我們，我們自己要掌握。

行政院政務委員管中閔認為，主計總處相關數字應重新檢討，是否由過去習慣的「跨年」方式，採更專業的「跨

季」方式，若就「跨季」而言，數字是逐季上揚。行政院發言人鄭麗文表示，行政院對明年景氣審慎樂觀。

鄭麗文指出，提升GDP成長，投資是重要部分，所以行政院提出台商回台投資方案，及加強吸引外資來台投資，目標2015年前達成300家外商在台成立區域總部，希望對GDP

成長對症下藥。

馬總統昨日也對台商喊話，「要做決定趕快做，兩年內能回來，就能享受優惠！」

可成董事長洪水樹對於景氣表達悲觀的態度說，「明年都不見得會落底」。

經濟部長施顏祥表示，國際經貿情勢相當嚴峻，在可預期的一段時間內經濟部「不敢樂

觀」，但政府部門沒有悲觀的權利，只有努力的責任，將努力和企業界合作開拓商機。

媒體問及美東發生颶風對台灣出口的影響，施顏祥說，美東發生颶風災害，可能會影響消費品銷售，也有可能產生重建商機，對台灣出口影響有利有弊，需要時間觀察。

## 中研院：破1機率很高

【記者林安妮、李怡男／台北報導】中研院經濟研究所研究員周雨田昨(31)日表示，全年經濟成長率(GDP)「破1」機率很高，主因是美國、歐洲與中國大陸所面臨的最大經濟風險未過，台灣經濟景氣自然也難稱脫離谷底。

主計總處昨天九度下修GDP至1.05%，外界推估將在11、12月公布GDP預測的台灣經濟研究院與中研院經濟所，可能接棒宣布「破1」。中研院經研所7月中曾預估全年

GDP為1.94%，是國內首家預估GDP「破二」的學術預測機構。

周雨田指出，歐債問題一時無解，傷口只會繼續潰瘍，不論明年初美國財政懸崖危機能否解除，因這個危機產生的不確定性，已足夠打擊當前實體經濟。大陸經濟逐季下滑，目前是不是谷底，還很難說，台灣經濟也就難稱景氣脫離谷底了。

周雨田上周在紐約出席聯合國一場全球景氣會議，該

年度會議邀約全球主要預測機構經濟學家共聚一堂。現場包括國際貨幣基金(IMF)、世界銀行與經濟合作暨發展組織(OECD)在內等近70位代表，無人對全球景氣表示樂觀。

不過，渣打銀行首席經濟學家符銘財昨天表示，台灣經濟已於上半年觸底，明年可望溫和反彈；由於通貨膨脹壓力仍在，他預期，年底央行將維持利率1.875%不變。

### 主計總處最新經濟預測

預測時間	10月31日	8月7日
經濟成長率	1.05	1.66
第一季	0.40	0.40
第二季	-0.18	-0.18
第三季	1.02	1.99
第四季	2.83	4.23
2012年 全年	0.88	1.58
民間消費	0.48	0.75
政府消費	-2.13	-2.81
資本形成	-2.50	-1.72
海關出口	-2.92	-1.50
海關進口	1.93	1.93
消費者物價指數	3.09	3.67
2013年	1.25	1.08
消費者物價指數		

資料來源：主計總處

單位：年增率%

林安妮／製表

# 亞太經濟 烏雲逐漸消散

台、韓、星、澳、紐數據報佳音

學者：已經觸底 但短期不會強勁復甦

編譯葉亭均 / 彭博資訊31日電

台灣上季國內生產毛額（GDP）恢復成長，南韓9月工業生產4個月來首見攀升，以及新加坡失業率下滑，顯示亞太地區經濟最糟的頹勢可能正在趨緩。

經濟日報

101.11.01

台灣第3季經濟較去年同期成長1.02%，擺脫第2季萎縮0.18%的頹勢；南韓因汽車與電子產品銷售轉強，9月工業生產較前月成長0.8%；新加坡失業率減緩至1.9%，為2011年首季來最低。

中國經濟也展現回溫跡象，提振亞太地區出口前景。亞股31日走揚，但成長復甦可能因日本經濟持續下滑與歐美擴張有限而受抑制，一些亞太國家仍有推出刺激措施的壓力。

渣打銀行駐新加坡經濟學家愛德華·李（音譯）表示：「我們可能看見亞洲觸底，但由於全球環境的因素，短期內不會強勁復甦。全球經濟依舊坑坑疤疤，明顯影響亞洲。在某些地區，我們仍呼籲決策者讓貨幣政策更為寬鬆，包括南韓與泰

國。」

澳洲9月營建許可連續第2周攀升，顯示澳洲央行降息後，房市需求攀升。報告顯示，獲得許可營建或整修的房子與公寓數量較8月攀升7.8%。紐西蘭9月營建許可數也攀升至逾4年來最高水準。

此外，日本9月薪資連續第2個月沒有變化，泰國的9月經常帳順差達17.7億美元，為去年7月來最大。不過台灣第3季經濟年增率卻低於彭博訪調20名分析師平均預估的1.5%。

新加坡星展銀行經濟學家馬泰英（音譯）表示：「以季度相比而言，經濟已有改善，因此稱為觸底是合理的。不過民間消費情況令人失望。我們需看到出口大幅提升，才是有意義的進展。」

# 台商回流 增8.2萬就業機會

行政院公布「加強推動台商回台投資方案」，工商產業界大老出面力挺

記者呂雪慧／台北報導

行政院昨(31)日正式公布「加強推動台商回台投資方案」，工商產業界大老出面力挺，據估計，整體方案可增本國勞工8.2萬人就業機會，2年內促進投資2,000億元，創造整體產值3,037億元，出口產值2,278億元，民國102年及103年GDP規模平均提高0.31%，減少失業率0.8%。

行政院昨天特地舉行記者會，邀請辜成允及世界台商總會理事長李芳信、電電公會副理事長鄭富雄、可成董事長洪水樹、建大工業總經理張宏德等人出席。

工總副理事長辜成允表示，行政院正面回應了台商長期以來訴求缺工、土地取得和龍頭產業回台投資等三大方向，令業界振奮。大陸台商可成及建大也現身響應擴大對台投資。

經長施顏祥昨天響應企業呼籲，宣布成立服務一條龍的單一窗口，且台商今天起申請經核准投資後，3年內要完成投資計畫，就可享受到：外勞鬆綁可在3K5級制下附加15~20%外勞，最高40%；5年豁免繳交增額就業安費；銀行提供專案貸款100億元；貸款利率依郵儲金2年期定期儲蓄計以2.375%為上限，視企業本身條件提供低利融資等等優惠。

辜成允肯定政府提出此方案，鬆綁外勞令人振奮，他建議，若有效將高端龍頭產業引回台灣，才能保持整個產業競爭性。鄭富雄建議融資要簡便快速，才能促進廠商快速回流。

洪水樹指出，台灣人口結構呈倒三角形，嚴重失衡，勞動力減少萎縮，年輕人撐不起台灣經濟負擔。10年來電子業全球成長很多，台灣卻原地踏步，相對變微小，「這是非常危險的事」，有必要及早逆轉人

、投資及就業流失的現象，因為產業規模不夠因應風險能力會變弱。

洪水樹說，「回台投資絕對不會是小的金額」，以基礎機殼廠為例，一個有規模的廠，至少2億美元以上。

工商時報

102.11.01

宏德表示，3年前回台投資迄今至少20億元，台灣有勞力、土地、資金及技術人才不足問題，當初要回台投資公司內部引起很大激辯。這次政府推出台商回流方案，他有信心在董事會力爭擴大投資規模。

## 經濟動能提升方案

### Economic Power-Up Plan



加強台商回台效益

●行政院舉行經濟動能提升方案「台商回流投資台灣」記者會，圖為與會人員一建大總經理張宏德(左起)、可成董事長洪水樹、經濟部長施顏祥、經建會主委尹啓銘。

圖／洪錫龍

項目	內容
吸引對象	自有品牌、國際供應鏈前五大供應商、高附加值產品及關鍵零組件產業、台資跨國公司在台新設研發中心營運總部
實施期間	101/11/1日至103/12/31日止
響應台商	機殼大廠可成、建大輪胎、萬國行李箱等

製表：呂雪慧

## 台商回台投資情形

年份	件數	創造就業(人)	金額(億台幣)
2007年	74	4,255	141
2008年	127	5,937	204
2009年	106	4,137	362
2010年	107	6,853	409
2011年	62	-	469

資料來源：經建會

製表：于國欽

# 加強經貿 台美簽 合作意向書

鼓勵美國企業運用台灣作為商貿樞紐平台，  
拓銷亞太與大陸市場

記者張佩芬／台北報導

為促進台美雙邊經貿關係、擴大拓展貿易合作，外貿協會董事長王志剛與美國商務部主管國際貿易事務次長桑傑士（Francisco Sanchez）昨（31）日共同簽署「太平洋商貿合作計畫」意向聲明書，鼓勵美國企業運用台灣作為商貿樞紐平台，拓銷亞太地區以及中國大陸市場。

工商時報 101.11.01

王志剛指出，貿協及美國商務部海外商務服務處（USFCS）都以協助本國企業拓展海外市场為目標，這次簽訂合作意向書，將更強化台美雙邊之貿易及經濟合作，同時也是繼美國國務卿希拉蕊宣布重啟台美貿易暨投資架構協定（TIFA）談判，及自今（1）日起台灣正式納入美國免簽證計畫中後，台美關係另一重大突破。

桑傑士代表USFCS與貿協簽署合作意向書，不只是對台灣各項發展的肯定，且將更進一步提升台美雙邊的經貿關係及互動，我方也感謝美國總統歐巴馬對包括簽署ECFA等兩岸對

話交流的支持。

簽約典禮由美國在台協會商務組黃海蘭組長及經濟部國際貿易局陳銘師副局長見證，為兩地企業提供一條連接太平洋兩岸的商貿橋樑。雙方主要合作方向包含：貿協將與USFCS合作辦理貿易推廣活動，推動台灣成為美國廠商拓展台灣、亞太地區及中國大陸市場之樞紐中心。

USFCS將籌組美國商貿訪問團來台訪問。雙方將運用USFCS的認證展覽計畫，推介運用「台灣國際專業展」成為美國企業與亞洲企業合作之平台。此外，雙方將共同分享網

路、媒體宣傳資源。主要合作產業面涵蓋再生能源、環保、旅遊、資通訊、出版、教育、醫療及生物科技等多個領域。

王志剛分析，台灣地理位置位居亞太中心，是美商拓展亞太市場的絕佳樞紐，美商只要來台投資，就可以台灣出口商身分參加貿協在大陸舉辦的台灣名品展等推廣活動，同時也鼓勵美國廠商經由台灣及參加台灣國際專業展，拓展亞太及中國大陸市場，提昇台灣專業展國際知名度，帶動我國會展產業及我服務業輸出。

桑傑士主管國際貿易事務，是近10年來訪台的最高層級商務部官員，他這次亞洲行是為推廣美國總統歐巴馬的美國出口擴增計畫。他表示美方將宣傳推廣台灣為區域商務中心，鼓勵美國企業來台參加商展，運用雙方組織資源促進台美商務關係。



# 台北紡織展商機湧現 創新紡織品買主驚豔

■吳寶安

由經濟部國際貿易局支持，紡拓會主辦的第16屆台北紡織展(Taipei Innovative Textile Application Show, TITAS)已於10月18日圓滿閉幕。本屆有台灣、印度、韓國、日本、德國、美國、英國、新加坡、瑞士、中國大陸及香港等11個國家的333家廠商參展，展出規模達684個展位，較2011年成長18%。為期三天的展期，共有來自41個國家超過27,000人次專業買家到場參觀採購，並有80個國際品牌應紡拓會邀請來台採購。在全球景氣陷入低潮之際，紡拓會預估本屆展覽可為參展商帶來超過6,000萬美元的商機。

工商時報 101.11.01

TITAS 2012以功能、環保及流行為訴求，標榜全方位服務精神，匯集纖維、紗線、布料、成衣及輔料、配件等產品，是全球買家最佳的創新紡織品採購平台。今年共有20個國家的80個國際品牌之151位採購代表受邀來台，進行850個場次的一對一採購洽談會。

## 全球買家矚目的創新紡織品

台北紡織展以創新紡織品著稱，擁有前瞻的紡織科技技術，亦是全球買家必到訪的展會。本屆創新紡織品除推出各類因應季節變化的功能性布料、超輕薄布料，以及以低碳為訴求的環保紡織品，亦延伸至流行布種，利用纖維的特性、組織的變化，以及後加工整理等技術將布料的時尚與功能結合，提高產品本身附加價值，備受專業買家青睞。此外，今年眾多參展商推出自創品牌，提供等同國際知名品牌的優質功能性環保服飾。

今年台灣重點參展商包括：台塑集團(台化、南亞、福懋、台塑)、遠東、力鵬、宏遠、儒鴻、興采、聚紡、紡慶、旭榮、三洋、大愛、永光、台灣百和、銘陞，及由南台灣紡織研發聯盟及紡紗、毛紡織、絲織、織布、針織、絲綢印染、棉布印染、製衣、毛衣、織襪、手套、毛巾、不織布等14個公協會所帶領的上、中、下游業者齊聚一堂，熱烈響應支持。

## 最具效益的採購洽談會

今年台北紡織展採購洽談會依然是全展亮點，有鑑於台北紡織展採購洽談會已在國際買主圈中享有聲譽，本屆展覽有不少首度應邀來台的品牌，包括：美國加州的運動品牌K-Swiss，挪威專營戶外用品品牌Norrna，美國專業自行車服品牌Castelli，瑞典滑雪服裝品牌Peak Performance等，並紛紛讚賞台灣創新紡織品的品質頂尖且價格合理。

## 國際品牌採購代表佳評如潮

英國Berghaus公司表示，近年來，高功能性專業戶外用品設備使用者，開始希望在產品上增加一些流行元素，為因應這樣的市場需求，特地來台灣尋求創新靈感，希望能為下一季，甚至2014年冬季，找到具有市場性的材質。

美國Castelli公司表示，對於紡拓會的安排十分滿意，每一場次有30分鐘可與廠商進行有效率的溝通，讓買主能節省更多時間，大幅提升觀展效益。

美國的Hyalite Equipment公司首次來台參加TITAS採購洽談會。他們主要想找尋最佳品質與功能性紡織品，台灣高技術功能性布料極具優勢。

瑞典Peak Performance也是第一次來台參加TITAS。他們認為，近10年來，台灣廠商技術大幅增進，再加上價格具相當競爭力，大



▲創新展品吸引專業買家目光



▲紡織品一對一採購洽談會

接下頁

幅增加國際買主合作意願。

代表Sierra Designs公司首次來台參加TITAS的創意總監表示，台灣廠商在合成纖維領域方面，無論技術與品質，均具有高度競爭優勢，價格及生產進度的配合，相當符合客戶需求，創新程度亦與世界潮流同步，這些優勢，使其他國家紡織廠難以匹敵。

首次代表英國公司Snicker Workwear來台的採購對於TITAS抱持著高度的期待。Snicker致力製造高品質與高功能性工作服，對於TITAS中的產品，深表高度興趣。

美國的VF集團視台北紡織展為他們每年必定造訪的展覽盛事，VF Asia代表表示，他們很高興再度參加TITAS，並已在台灣找到需求的功能布料。

來自南京的Leysin公司，其代表是第二次來台參加TITAS，對於洽談會的安排，他們表示非常滿意紡拓會作法，有充裕時間與供應商洽談細節。而對於台灣紡織業的印象，則讚不絕口地說，台灣的廠商



▲紡拓會葉義雄董事長及郭紹儀副董事長與福懋謝式銘總經理合影

提供許多高品質布料供客戶選擇，增加經濟效益。

首次來台的上海聯亞公司表示，透過主辦單位安排與有意願合作之廠商一對一洽談，讓他們感受到TITAS是一個相當專業的展覽。

## 專業研討會聚焦紡織產業發展趨勢

台北紡織展主辦的專業研討會，提供業界瞭解全球產業動態，促進業者與國際接軌。TITAS 2012辦理13場專業研討會，吸引將近1,500人次參與，議題涵蓋環保趨勢、創新研發、市場行銷及新產品開發。舉例來說：

遠東新世紀就因應氣候環境變化所研發的持續性冷熱纖維 - TopCool+ & TopHeat +，以及全球唯一寶特瓶再生防水透濕功能薄膜 - FETretch®，進行產品發表及推廣。

美國國際流行網站 Stylesight2013秋冬面料流行預測

及 Pantone 2013/14 秋冬流行色展望，亦吸引許多業者參加。

Euroglobal Trading SARL 講述歐洲功能性紡織品市場行銷策略。全國公證檢驗解析紡織品相關綠色化學法規 - 國際最新消費者保護法案趨勢。香港商立德國際商品試驗有限公司主講機能性紡織品的原理與應用。

## 2013年台北紡織展將再創新頁

2013年台北紡織展將於10月15-17日假台北世貿中心南港展覽館舉行，紡拓會表示，在政府及業界鼎力支持下，台北紡織展將持續茁壯成長，期待TITAS 2013再共創佳績。

TITAS 2013相關資訊請上 [www.titas.tw](http://www.titas.tw) 網站查詢，或洽紡拓會市場拓展處電話：(02) 2341-7251 分機 2331 馮科長，Email: [n645@textiles.org.tw](mailto:n645@textiles.org.tw)。

經濟部國貿局廣告，紡拓會執行



▲宏遠葉清來總經理向新光合織吳東昇董事長介紹展出產品



# 紡織業 前三季上瘦

賣原料的遠東新及新纖等上游業績，不如下游做平價成衣代工的儒鴻及聚陽

# 下肥

記者袁延壽／台北報導

景氣低迷、油價高檔，消費緊縮，紡織業前三季營運呈「上瘦下肥」；賣原料的遠東新(1402)及新纖(1409)等上游業績欠佳，輸給下游做平價成衣代工的儒鴻(1476)及聚陽(1477)。

工商時報 101.11.01

雖然原料價格上漲，聚酯粒、加工絲終端產品第3季跟漲；但因需求回溫速度緩慢，市場對調漲價格的接受度不高，主要營項是紡織業上游產品的遠東新累計前三季的稅後淨利73.5億元，年衰退達28.4%。

新纖累計前三季稅後淨利8.05億元，EPS0.46元，年衰退36.1%。

油電雙漲也讓遠東新前三季的營益率下滑；新纖第3季的毛利率更跌破3%，是近三年來單季的低點。

法人表示，市場原預期紡織上游廠第3季營運會因產品漲價出現成長。

不過，從遠東新、新纖第3季獲利衰退，且大陸對上游原料需求仍處於低迷，法人對上游廠第4季業績多已持保守態度。

反過來說，景氣低迷，歐美、日本服飾終端市場訂單平均價格雖比去年同期低；但，對平價成衣的需求反而增加，這也讓成衣代工廠今年前三季的業績大放異采。

儒鴻累計前三季的稅後淨利12.01億元，創新高，年增率高達42.8%；聚陽前三季稅後也有9.7億元，年成長16.1%。

面對不景氣，儒鴻仍樂觀看待今年第4季到明年第1季成衣代工的發展；儒鴻本身接單滿載，預估直到明年第2季的產值都有二位數成長。

聚陽則認為，景氣低迷，下半年的ASP雖較去年同期下滑12~13%；但，單價降低其實有利於接單。

市場預估，雖然聚陽下半年接單毛利小幅下滑，但生產數量夠多，因此仍能維持不錯成長；預估聚陽前三季出貨694萬打，年增12%，合計全年可達930萬打到940萬打，都比年初預期的還要好許多。

●受消費緊縮及大陸原料需求仍處低迷影響，紡織上游業績不如下游成衣代工。

圖／本報資料照片



## 權證商品資訊

標的	權證代號	名稱	價內外(%)	剩餘天數	槓桿倍數
遠東新	054444	大華1W	外 6.5	84	5.55
遠東新	055757	43富邦	外13.57	138	4.43

權證為具有一定風險之投資工具，購買者應事先了解相關法令，並詳閱公開說明書。

# 工業局掌舵

經濟日報

10.11.01

# 助紡織業創新升級

## 局長沈榮津親自出馬 與百餘位紡織業者面對面溝通 聆聽建言制定推動政策

李炎奇 / 撰稿、攝影

為落實產業結構優化，使業者瞭解政府政策，經濟部工業局局長沈榮津親自出席10月30日在紡織產業綜合研究所舉辦的「三業四化亮點產業-創新時尚紡織產業座談會」，與百餘位紡織相關業者面對面溝通，聆聽產業建言，作為政策推動方向參考。

沈榮津表示，行政院「經濟動能推升方案」五大政策方針之一「推動產業多元創新」，包含政府全力推動的「三業四化」，即製造業服務化、服務業科技化與國際化、傳統產業特色化，經濟部已選定智慧生活、工具機、物流產業、資訊服務、創新時尚紡織等五大亮點產業做為第一階段輔導重點。

### 發展品牌拓通路 帶動產業鏈升級

以時尚紡織為例，台灣紡織業過去一直以品牌代工為主，但辛苦複雜的製程生產，最多只有36%獲利率，遠不及品牌通路帶來的64%高獲利率。沈榮津說，我國機能性紡織品深具競爭力，只是現階段在設計與品牌端的能量相對較弱，未來會加強輔導廠商運用ICT技術，以快速設計打樣中心為後盾，支援產業轉型，並導入時尚美學及流行趨勢，鼓勵業者發展高附加價值的品牌與通路，帶動紡織產業鏈全面升級。

座談會中，工業局民生化工組紡織科科長林俊輝以簡報說明工業局

「創新時尚紡織產業」計畫，分析品牌通路對產業價值鏈的重要性。目前國內部分紡織業界已逐步朝向建立自有品牌，發展行銷通路，提升產業附加價值方向邁進。但創立品牌或通路，是需要投入資源，進一步分析後發現，廠商發展品牌所面臨最重要問題就是設計打樣的缺口。

### 強化設計、打樣 補足產業鏈缺口

為此，經濟部去（100）年成立「4+1快速設計打樣中心」，包含西園29服飾創作基地、台北服飾快速設計打樣中心、台中鞋類及袋包箱快速設計打樣中心、彰化織襪快速設計打樣中心、雲林毛巾快速設計

打樣中心等，協助廠商加強品牌設計及打樣能力，補足產業鏈缺口。

為讓與會業者能更瞭解如何將傳統產業特色化，座談會特別安排裕隆集團台享公司總經理溫筱鴻分享如何推動品牌、培育國內設計師，以及聚陽實業總經理王泰昌分享品牌經營與通路布局上的豐富經驗。

座談會上，台灣優質內衣聯盟秘書長岳朝宗建議政府出面整合跨區人才訓練問題；毛衣公會總幹事張茂修希望政府主動調查市場通路和消費者習性，幫助業者掌握商機；製衣公會秘書長駱春梅提出由政府牽線，引入歐洲二線品牌商與國內業者合作的構想，並建議政府主導成立類似上海世貿商城的聯合展示中心，作為業者長駐據點。

接下頁

## 培訓高階人才 促進投資增產值

關於人才培訓，工業局民生化工組組長洪輝嵩強調，目前已請法人單位加強培訓高階人才，並和台南科大設計學院合作，開班訓練3D打版人才；紡織所董事長汪雅康表示，業者如有需求，紡織所可以協助代訓員工。

汪雅康呼籲業者應努力朝微笑曲

線的兩端發展，重視研發與品牌通路。

會後，沈榮津針對業者建言，責成法人單位與公會進一步了解需求，提供必要支援，期許政府與業界一同運用「設計」與「品牌」帶動產業價值鏈升級，到2020年能達成下列目標：促進投資100億元，增加產值1,500億元，建立5個國際性品牌、10個網路品牌和2家通路品牌。（經濟部工業局廣告）



經濟部舉辦「創新時尚紡織產業座談會」，左起為創代協會理事長余鴻煥、台享公司總經理溫筱鴻、紡織所董事長汪雅康、工業局局長沈榮津、製衣公會理事長黃華德、聚陽實業總經理王泰昌。



座談會現場廠商發言踴躍。

# 台享公司支持台灣設計師 創品牌拓通路 傳產業轉型典範

就在經濟部努力推動紡織產業發展品牌與通路，成為創新時尚的亮點產業之際，裕隆集團旗下台元紡織投資的台享公司自創品牌「InDesign，因為設計」第一家時尚概念店日前開幕，成了經濟部「傳統產業特色化」政策的最佳範例。

台享公司由時尚CEO溫筱鴻擔任總經理，第一家「InDesign，因為設計」時尚概念店已有50位設計師進駐，全部來自國內。溫筱鴻感謝工業局長期支持舉辦設計新人

獎，培植新銳設計師，輔導紡織產業與時尚結合，「InDesign，因為設計」則用行動支持台灣設計師。

溫筱鴻說，目前國內有27所大學院校，48個紡織設計相關科技，去年1年培訓出3,800位設計師，這些設計師有很好創意點子，卻缺乏商品化能力與市場概念，

「InDesign，因為設計」概念店成立目的就在營造一個新商業模式，幫助年輕設計師不再單打獨鬥，而能擁有一個創意空間與行銷通路。

50位設計師包括享譽華人時尚舞台的時裝設計師潘怡良、在「Taipei InDesign台北映時尚」節目中獲得超級設計師冠軍的吳日云，以及由陳奕良領軍的11位設計師：李長益、白玉萱、簡國彥、簡婉君、謝松霖、黃若凡、葉昱呈、何宜、藍翊銘、蔡浩天、林昕等。

溫筱鴻說，這些新銳設計師以具有個人特色的創意設計，詮釋時尚潮流，帶給消費者耳目一新的印象，而精緻化量產更顯示出這些設計師商品的獨特價值。



# 本田汽車從顧客感動出發

## 豪紳纖維兼具美感與功能性



← 企業啓動感質元素，打造觸動消費者感動的感質商品。

當決定權落在消費者，誰能取得消費者認同才能從商戰中勝出，也才是企業生存的



市毛弘之

王道。日本車廠本田汽車（Honda）5年前啟動感質創新，希望出廠汽車都能讓顧客感動，歷經短短5年，今年在北美IQS來自顧客滿意度調查中，本田汽車躍居第一，展現革新成果。

本田汽車品質技術總監市毛弘之來台表示，本田汽車2002年布局海外時為了不斷提高生產量，卻忽略了品質管理，引發顧客大量抱怨，為了解決顧客抱怨，本田最高經營階層決定重新徹底落實優良品質，於是從製造部門開始革新、

執行。

市毛弘之進一步說明，要生產出顧客滿意的車種就必需從製造端去落實品質，於是公司內部開始設計各項品質管理基準讓各流程都有明確的規範，務必讓產品一出生就進入完美品質的狀況。市毛弘之認為企業文化很重要，他說本田汽車一直保有自由、開放的工作環境，高層可以忍受年輕人提出構想，雖然失敗也不放棄的文化，因為本田的經營階層相信「成功取決於失敗的次數」。

不僅日本企業力行感動品質創新，繼日本之後，我國經濟

部中小企業處也從民國98年起推動「感質中小企業推動計畫」，成為全球第二個以政策支持感質發展的國家，其中，看準這股趨勢的豪紳纖維也加入該計畫，原本僅重視紡織材料創新，致力開發功能性紡織品，在加入計畫後，融入感質觀念於產品開發之中，開發出感質抱枕、加熱墊、LED造型燈飾等商品。

豪紳纖維創立於1973年，歷經台灣從紡織王國榮景到出走海外設廠尋求廉價勞工的低潮，豪紳纖維也從一般紡織廠轉型為機能性纖維的提供者，開

發出無塵衣、防火布料、醫療服等智慧型紡織品。不過，豪紳纖維分析，機能性紡織品已經發展到較成熟階段，消費者對於紡織產品要求已從基本穿著需求提升到具有功能性或其它附加價值。

有感於紡織產業的轉變，豪紳纖維啟動另一階段的創新，希望以極快腳步轉型，除了致力讓材料技術突破帶來規模生產，也強調感質元素，由於機能性衣服太過強調功能，缺乏設計美感，豪紳纖維已著手補強內外美感設計，讓消費者產生共鳴。

記者袁延壽／台北報導

不景氣中，紡織族群有新兵到！即將在11月26日掛牌上櫃的成衣代工廠銘旺實業（4432），昨公布前3季財報，第3季合併營收5.48億元，季增17%、創單季歷史新高；銘旺總經理呂清裕指出，手中訂單能見度已到明年第2季，因第4季還將續旺，對全年獲利成長性樂

觀看待。

依銘旺的財報顯示，第3季的合併毛利率18.4%；累計今年前3季合併獲利1.18億元，年增6.4%，EPS3.37元。

呂清裕指出，銘旺實業為專業成衣代工廠商，為美國、歐洲品牌代工各式運動、休閒及戶外機能性服飾，其歐洲與美國營收比重約為6:4，歐洲地

區又以英國為第一大市場，今年倫敦奧運大幅增強運動機能性服飾需求，客戶的庫存量比預想中還要提前銷售完畢，追加出貨使得今年第3季營收創下新高。

據了解，銘旺主要客戶，包括英國第一大運動用品品牌通路商SPORTSDIRECT旗下的Slazenger、Karrimor等；美國則有Champion、Brooks等。

銘旺指出，交給歐洲客戶的衣服會集中在11、12月出貨，單量將高於第3季，因此對第4季營運樂觀看待。法人預估，銘旺實業第4季營收、獲利至少可與第3季持平或小幅走高，2012全年EPS上看4.6元，將超越去年的4.22元，再創年度新高。

展望明年，呂清裕表示，目前接單能見度已看到明年第2季，雖

說整體經濟景氣不佳，但銘旺實業的歐洲客戶是走量大、平價路線，銷售穩定成長，而在美國、歐洲、澳洲也都有爭取到新客戶，將從今年12月起陸續出貨，在舊客戶穩健、新客戶加入下，對明年業績仍十分樂觀。銘旺實業即將在11月26日掛牌上櫃，目前暫訂承銷價為每股33元，昨〈31〉日與櫃收盤價為40.7元。

## 龍子潮 嬰幼童裝業擴大營運規模

記者李麗滿／台北報導

今年龍年新生兒出生率創11年新高，將上看23萬人次，嬰幼童裝與用品瞬間爆發，除了前9月包括麗嬰房、儀大等銷售額仍有5-10%成長，10月百貨周年慶旺季，前半月嬰幼童裝與嬰兒用品銷售量就大幅成長2成之多，除了UNIQLO擴大童裝銷售店舖，本土童裝麗嬰房、二分之一等均擴大嬰幼童用品營業面積，業界預期此波龍年商機至少有7年好光景。

麗嬰房去年起即陸續開出ibaby嬰幼童用品大店，並自創嬰兒訂製鞋品牌等，緊接著今年自有品牌les elephants則

擴大商品線，除了強調時尚設計，也與學學文創合作推出派對型服飾系列；麗嬰房強調，新生兒規劃嬰幼童用品從0歲到7歲為購買期，且因少子化所致，客單相對提升，步入學齡前嬰幼童都是麗嬰房的忠誠客。

而儀大的百事特童裝則主攻學齡後6年童裝市場，麗嬰房也代理經銷知名運動品牌包括NIKE等童裝銷售，相對亦提供更大兒童的童裝需求，麗嬰房強調，今年龍年出生率大幅提升，不僅所有品牌都在擴大嬰幼兒商品需求，也相對轉型為娛樂型童裝店舖。

黃色小鴨即準備在明年於中國開出以黃色小鴨為名的餐飲複合式大店，主要是從父母即開始培養忠誠客，再進一步延續至培養下一代新童，特別在龍年之後新生兒大量出生推出，就是看準未來7-12年嬰幼童童裝與用品的銷售高峰。

而在百貨通路舖點廣的Why and 1/2童裝，則在百貨開出大坪數櫃位，並強化嬰幼童最需要的看書休閒專區，讓媽媽們也可以安心購物，並透過專區或遊戲區活動，建立忠誠家庭，相對亦拉長消費端。

百貨業者指出，台灣少子化，好不容易等到龍年出生潮，



●龍年新生兒大增逾23萬人次，商機上看7年好光景。  
圖／麗嬰房提供

不少精品業者早在2-3年前即陸續引進童裝系列，其中不乏Dior、Burberry、Gucci等，微風廣場就準備引進Gucci童裝，藉此擴大精品商品線，衝高客單價，而像是中價位休閒

運動品牌如加拿大Roots等亦引進童裝櫃位，即使平價時尚ZARA、UNIQLO等也在台擴大童裝櫃位數，就是為搶食商機而來。