

2011年台灣紡織產業回顧與展望

前言

紡織綜合所 產服部

鄭凱方、閻潔、李信宏、王淑婷、劉育呈、巫佳宜、陳宣輔、林雅雯

2010 年以來，天然棉花由於產量以及供應不足，導致全球棉製品產業供應鏈極端吃緊，刺激國際棉價不斷上揚，屢創新高；另外美國為刺激內需，實施量化寬鬆政策，加劇原物料價格的大幅上漲，促使棉花、以及 PTA、EG、CPL、AN...等化纖原料價格呈現大幅狂飆。雖歷經原物料價格高漲的影響，2010 年台灣紡織產業仍延續 2009 年底的成長趨勢，表現卓越。在 2010 年台灣紡織業登記營運中廠商家數達到 4,339 家，受雇人數為 163,678 人，產業總產值達到 4,823 億元台幣，較 2009 年大幅成長 28.7%，主要是全球景氣的復甦，及原物料價格上漲，帶動整體產業產值的高成長。

台灣紡織產業累積數十年的產業發展經驗並積極推動產業轉型與升級，在政府與業界、學界、研究機構等相關單位的整合下，已推動將一般用衣著紡織品朝向高附加價值產品的方向發展，並積極發展家飾用與產業用紡織品。順利將台灣衣著用：家飾用：產業用的紡織產業結構由 2006 年的 61：10：29，轉變到 2010 年的 58：10：32 的產業結構比例，並預期在 2020 年時達到 46：12：42 的產業結構目標。

於此轉變期間，台灣人造纖維業不只轉型生產細丹尼、機能性纖維，同時在生產量也達到一定程度的規模經濟；2010 年台灣聚酯絲、聚酯棉生產量分別達到 111 萬噸和 60.2 萬噸，皆位居為全球第 3 大生產國，僅次於中國大陸和印度；耐隆纖維的生產量為 39 萬噸，位居全球第 3 大，僅次於中國大陸和美國；碳纖維的年產能達到 7,450 公噸，位居全球第 3 大，僅次於日本和美國。台灣紡織業上游具備充裕且多樣化的人纖產品供應，並且擁有完整的產業價值鏈及供應體系，在面對全球經濟景氣的動盪及新興國家的競爭壓力時，更需投入創新產品的研發、產品品質的改善，並加強提升對下游消費市場的技術與生產服務品質，由生產製造業轉向製造業服務化的營運模式，積極朝向客製化產品生產方式前進，提高產業國際競爭力；並促請政府相關單位積極與其他國家洽簽 FTA，整合台灣紡織業的技術與產品創新能量，以聯合業界方式共同開發國際市場，已是台灣紡織業各界共同努力的方向。

全球紡織產業貿易指標

一、全球紡織品及成衣出口金額變化

據 WTO 資料顯示，2010 年全球紡織品與成衣出口總金額為 6,021 億美元（參見圖 1），較 2009 年成長 14.62%，是 1990 年起，第二高出口總金額（僅次 2008 年的 6,183 億美元）。就細項觀察，2010 年全球紡織品與成衣出口貿易，在 2010 年皆有大幅成長；2010 年紡織品出口值為 2,507 億美元，較前一年度成長 19.46%，也是 1990 年起，成長率最高的一年；2010 年成衣出口值為 3,515 億美元，較前一年度成長 11.39%。

二、全球紡織品及成衣前 10 大出口地區

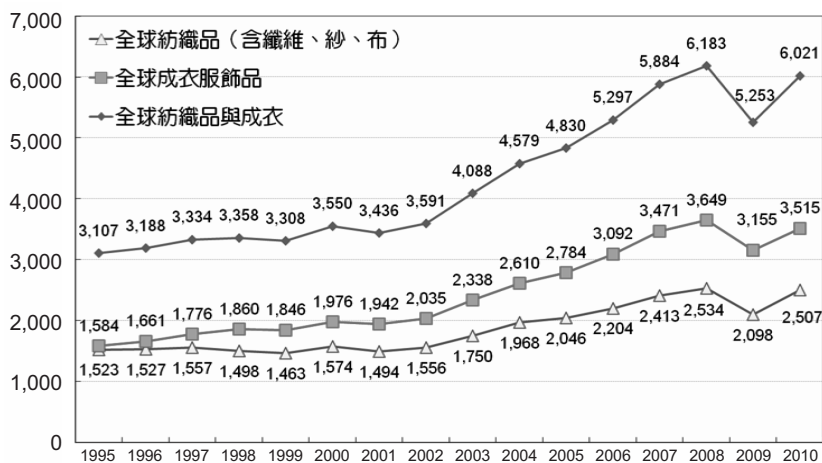
（一）全球紡織品前 10 大出口地區

觀察 2010 年全球紡織品前十大出口地區

出口金額（參見表 1），前三名為中國大陸、歐盟及印度。若觀察各地區出口值佔全球出口總額比例的變化，則可看出亞洲新興國家的崛起，中國大陸紡織品出口金額在 2000 年佔全球比例僅 10.4%，到了 2010 年其比重已成長為 30.7%，印度及土耳其的比重，也分別由 3.6%及 2.4%提高到 5.1%及 3.6%，反觀歐美等已開發國家的出口比重則都呈現下滑。

相對於前一年全球紡織品出口的衰退景象，2010 年全球前十大紡織品出口地區呈現一片榮景，其中印度更大幅成長 41.3%，其出口排名也提升至全球第三大，其餘超過 20% 成長幅度的有中國大陸、台灣、美國和巴基斯坦，成長幅度最小的為歐盟。

以台灣和韓國相較，台灣出口金額 9.8 億美元，維持與前一年相同的排名，是全球第七大出口地區，佔全球比例 3.9%；韓國則是 11 億美元，位居第六大出口地區，較前一年衰退一個名次，佔全球比例 4.4%。就成長率來看，台灣成長 23.6%，高於韓國的 19.8%。



資料來源：WTO；紡織綜合所 ITIS 計畫整理（2011/12）

圖 1 全球紡織品與成衣出口金額

表 1 全球紡織品前十大地區出口金額變化情形

單位：10 億美元

國別	2010 出口金額	占全球比例 (%)		較前一年成長率 (%)	
		2010	2000	2010	2009
1 中國大陸	76.9	30.7	10.4	28.5	-8.5
2 歐盟 ^(註1)	20.7	8.3	10.1	10.0	-22.1
3 印度	12.9	5.1	3.6	41.3	-12.2
4 美國	12.2	4.9	7.1	22.5	-20.5
5 香港 ^(註2)	11.3	4.5	7.2	13.3	-18.6
6 韓國	11.0	4.4	8.2	19.8	-11.7
7 台灣	9.8	3.9	7.7	23.6	-14.7
8 土耳其	9.0	3.6	2.4	16.1	-17.8
9 巴基斯坦	7.8	3.1	2.9	20.6	-9.4
10 日本	7.1	2.8	4.5	16.0	-16.8

註 1：此處金額不含區域內貿易，歐盟包含區域內貿易之出口金額為 671 億美元。

註 2：此處金額包含轉運，香港本土出口金額僅 2.5 億美元。

資料來源：同圖 1

(二) 全球成衣前 10 大出口地區

觀察 2010 年全球成衣前十大出口地區出口金額（參見表 2），前三名為中國大陸、香港及歐盟。若觀察各地區出口值佔全球出口總額比例的變化，可以看見中國大陸的出口成長力道驚人，其成衣出口金額在 2000 年佔全球比例 18.3%，到了 2010 年其比重已成長為

36.9%。反觀美洲地區如美國及墨西哥的比重則都呈現下滑。

2010 年全球成衣前十大出口地區中，成長幅度皆超過 20% 的有越南、孟加拉和中國大陸，其中孟加拉在前一年度也有 14.7% 的成長，可見其成衣業仍蓬勃發展；印度則一改 2009 年的正成長態勢，成為前十大出口地區中唯一衰退的地區。

表 2 全球成衣前十大地區出口金額變化情形

單位：10 億美元

國別	2010 出口金額	占全球比例 (%)		較前一年成長率 (%)	
		2010	2000	2010	2009
1 中國大陸	129.8	36.9	18.3	21.0	-10.9
2 香港 ^(註1)	24.0	6.8	12.2	5.4	-18.2
3 歐盟 ^(註2)	22.3	6.3	6.6	2.3	-21.3
4 孟加拉	15.7	4.5	2.6	25.0	14.7
5 土耳其	12.8	3.6	3.3	10.4	-15.0
6 印度	11.2	3.2	3.0	-6.3	9.5
7 越南	10.8	3.1	0.9	26.9	-2.1
8 印尼	6.8	1.9	2.4	15.3	-5.9
9 美國	4.7	1.3	4.4	12.1	-5.9
10 墨西哥	4.4	1.2	4.4	6.1	-16.3

註 1：此處金額包含轉運，香港本土出口金額僅 4 億美元。

註 2：此處金額不含區域內貿易，歐盟包含區域內貿易之出口金額為 989 億美元。

資料來源：同圖 1

三、全球紡織品及成衣前 10 大進口地區

(一) 全球紡織品前 10 大進口地區

觀察 2010 年全球紡織品前十大進口地區進口金額，歐盟仍為全球紡織品最大之進口地區，其次為美國和中國大陸（參見表 3）。

2010 年全球紡織品前十大進口地區進口金額皆為正成長，成長最多的前三個地區皆有超過 30% 的成長，分別是土耳其、孟加拉和韓國，成長幅度較小的則分別是日本和越南。2010 年韓國紡織品進口金額為 48 億美元，成長了 36.7%，是成長幅度第三大的地區，全球排名第十，占全球比例 1.8%。

(二) 全球成衣前 10 大進口地區

觀察 2010 年全球成衣前十大進口地區進口金額，前三名為歐盟、美國及日本，其進口值之總額及占全球比重的 5 成以上（參見表

4）。若觀察各地區進口值佔全球進口總額比例的變化，美國由原 2000 年居第一位的 33.1% 下滑至 2010 年第二位的 22.3%，歐盟則由原 2000 年居第二位的 19.8% 上升至 2010 年第一位的 23.8%。

全球成衣前十大進口地區中，成長幅度最大的是土耳其，其次是韓國，成長幅度皆超過 30%。僅有俄羅斯小幅衰退 0.8%，其前一年也大幅衰退了 39.7%。2010 年韓國成衣進口金額為 44 億美元，成長了 31.5%，是成長幅度第二大的地區，全球排名第九，占全球比例 1.2%。

2010 年全球景氣回升，全球紡織產業貿易幾乎均呈現成長的狀態，前十大進、出口地區中，僅印度的成衣出口和俄羅斯的成衣進口為負成長。台灣與韓國在全球紡織品出口上，歷年來皆維持著不相上下的地位，台灣紡織產業也在此波景氣助益之下，紡織品和成衣的進出口皆為正成長，其中紡織品出口成長了 23.6%，而韓國也有 19.8%，皆高於全球紡織品成長幅度（19.46%）。

表 3 全球紡織品前十大地區進口金額變化情形

單位：10 億美元

國別	2010 進口金額	占全球比例（%）		較前一年成長率（%）	
		2010	2000	2010	2009
1 歐盟 ^(註 1)	26.7	10.1	9.9	17.9	-19.1
2 美國	23.4	8.8	9.8	21.7	-16.9
3 中國大陸	17.7	6.7	7.8	18.2	-8.3
4 香港 ^(註 2)	11.3	4.5	7.2	13.1	-19.1
5 日本	7.2	2.7	3.0	6.7	-2.7
6 土耳其	6.5	2.5	1.3	38.6	-16.4
7 越南	6.0	2.3	0.8	9.6	-4.1
8 墨西哥	5.1	1.9	3.6	22.7	-21.8
9 孟加拉	5.0	1.9	0.8	37.6	135.5
10 韓國	4.8	1.8	2.0	36.7	-14.0

註 1：此處金額不含區域內貿易，歐盟包含區域內貿易之進口金額為 730 億美元。

註 2：此處金額含香港本土保留之進口金額 2 億美元。

資料來源：同圖 1

表 4 全球成衣前十大地區進口金額變化情形

單位：10 億美元

國別	2010 出口金額	占全球比例（%）		較前一年成長率（%）	
		2010	2000	2010	2009
1 歐盟 ^(註1)	87.6	23.8	19.8	2.9	-8.9
2 美國	81.9	22.3	33.1	13.7	-12.6
3 日本	26.9	7.3	9.7	5.1	-0.9
4 香港 ^(註2)	16.6	4.7	8.4	7.3	-16.4
5 加拿大	8.3	2.3	1.8	9.9	-8.4
6 俄羅斯	7.2	2.0	1.3	-0.8	-39.7
7 瑞士	5.3	1.4	1.6	0.8	-9.7
8 澳洲	4.8	1.3	0.9	19.1	-5.2
9 韓國	4.4	1.2	0.6	31.5	-20.0
10 土耳其	2.8	0.8	0.1	32.1	-3.1

註 1：此處金額不含區域內貿易，歐盟包含區域內貿易之進口金額為 1,642 億美元。

註 2：此處金額含香港本土保留之進口金額。

資料來源：同圖 1

2000年台灣紡織品出口占全球比重 7.7%（參見表 1），韓國則是 8.2%，相差 0.5%，2010 年台灣紡織品出口占全球比重 3.9%，韓國則是 4.4%，相差 0.5%。但在紡織品與成衣的進口金額，韓國大約是台灣的 3.7 倍，故在紡織產業創匯上，台灣仍較韓國具優勢。

▶ 台灣紡織產業發展指標

一、產業及附加價值率

2005~2011 年期間台灣紡織產業的「生產總值」與「附加價值」約有 10%左右的變動，而附加價值率的變動相對穩定，短期而言，附加價值率的變化不大，約在 20.2~17.7%之間變動。2008 年因金融海嘯重創全球經濟，導致全球消費需求減少，台灣紡織產業出口及生產皆受到嚴重的影響，2008 年附加價值為新台幣 1,082 億元，2009 年再創新低為 1,031 億元，2010 年附加價值亦創

歷年來的新低為 17.7%，預期 2011 年將略微回升（參見表 5）。

2005~2011 年台灣紡織次產業平均附加價值率由小到大依序為：人造纖維業、紡織業及成衣業，因附加價值包含員工薪資，而紡織次產業依賴人力程度由大到小依序為成衣業、紡織業及人造纖維業，反應在附加價值的計算中。紡織產業次產業其生產總值與附加價值分析如下：

（一）人造纖維業

人造纖維業 2005~2011 年附加價值率維持在相對穩定的比率上，在 10.4~12.2%之間，變動範圍較小，2008 及 2009 年因金融海嘯及長鞭效應，生產總值受衝擊會較大，在景氣復甦、棉價高漲及新台幣升值之下，2010~2011 年因原物料價格全面高漲，人造纖維業成本轉嫁能力較強，可提升產品價格，附加價值率再度攀升。

表 5 2005~2011 年台灣紡織產業生產總值與附加價值

單位：百萬新台幣

年度	附加價值	生產總值	附加價值率
2005	130,788	647,788	20.2%
2006	122,551	641,150	19.1%
2007	124,696	656,044	19.0%
2008	108,152	580,065	18.6%
2009	103,135	516,095	20.0%
2010	116,248	656,459	17.7%
2011 ^(預)	123,752	688,576	18.0%

註：行政院主計處對生產總值定義為係指本國內所有生產機構或單位，在某一單位時間中，生產的所有最終商品和勞務的市場價值。

資料來源：行政院主計處（中華民國統計資訊網）；紡織綜合所 ITIS 計畫整理（2011/12）

（二）紡織業

台灣紡織次產業紡織業 2005~2009 年附加價值率約維持在 21.5~18.9%之間，2010 年由於棉價高漲，進而帶動人造纖維、紗線全面高漲，價值鏈處於中段的紡織織布業，必須接受高價的原料，但無法把成本轉嫁給下游品牌商，導致附加價值率跌至 17.6%，預估未來在原物料價格穩定的情況下，可維持在 20% 以上的水準。

（三）成衣業

從附加價值率來觀察成衣業，2005~2010

年之間附加價值率有微升的趨勢，從 2005 年的 28.7%~2011 年 34.3%，提升了 5.6%，在各次產業中其升幅最大。具規模的成衣業在 70、80 年代早已移轉至中國大陸或東南亞國家，現存在台灣的成衣業通常是具設計加值、產品差異化的產業，仍具競爭力的一群，預測未來附加價值率可維持在 34% 以上。

二、進出口及創匯

紡織產業為台灣主要創匯產業之一，根據財政部統計處資料，2010 年台灣紡織產業出口值為 113 億美元（參見表 6），進口值為 29 億美元，創匯金額為 84 億美元，佔全國創

表 6 2006~2010 年台灣紡織產業及全國創匯統計

單位：億美元

年份	紡織產業			全國		
	出口額	進口額	創匯	出口額	進口額	創匯
2006	117.9	27.3	90.6	2,240.2	2,027.0	213.2
2007	116.2	26.7	89.5	2,466.8	2,192.5	274.3
2008	109.0	27.0	82.0	2,556.3	2,404.5	151.8
2009	93.4	21.9	71.5	2,037.7	1,743.7	293.0
2010	113.0	29.0	84.0	2,746.4	2,514.0	232.5

資料來源：財政部統計處；紡織綜合所 ITIS 計畫整理（2011/12）

表 7 2011 年 1~11 月台灣紡織產業進出口統計

單位：億美元；%

進出口貿易	出口		進口		創匯	成長率
	出口值	成長率	進口值	成長率		
整體貿易	2,843.5	13.4%	2,599.9	13.5%	243.6	11.9%
紡織產業	117.7	13.9%	32.9	25.9%	84.8	9.9%
紡織產業 佔整體比重	4.1%	--	1.3%	--	34.8%	--

資料來源：財政部統計處；紡織綜合所 ITIS 計畫整理（2011/12）

匯總數之 36%，2010 年創匯金額一掃逐年下降的趨勢，較 2009 年增加創匯 12.5 億美元，成長了 36.1%。

根據財政部統計處新聞稿海關進出口貿易概況資料顯示，2011 年 1~11 月份台灣紡織品出口值達到 117.7 億美元（參見表 7），較 2010 年同期增加近 15 億美元，成長 13.9%；進口值亦較 2010 年同期成長 25.9%，為 32.9 億美元；創匯金額為 84.8 億美元，較 2010 年同期增加 9.9%。預計 2011 年全年台灣紡織業的出口值可以超過 90 億美元。

三、產業結構

近年來台灣紡織產業整體之發展，在政府與業界、學界、研究機構等相關單位整合推動下，調整一般用衣著紡織品朝向高附加價值方向發展，並積極發展家飾用與產業用紡織品，已順利將產業結構由 2004 年的 63：12：25 轉變到 2006 年的 61：10：29，至 2008 年則達到 59：11：30 的結構比例，而 2010 年進一步達到 58：10：32，並持續努力朝向 2020 年的轉型目標 46：12：42 結構比例邁進。

（一）消費量分析台灣紡織產業結構

2010 年台灣纖維的消費量總計為 183.5 萬噸，包括：人造纖維的內銷量 144.6 萬噸、天然纖維的進口量 26.2 萬噸，和人造纖維的進口量 12.7 萬噸，從分析纖維消費量的應用比例，來說明台灣紡織產業結構狀況。

2010 年台灣人造纖維的內銷量為 144.6 萬公噸，外銷則為 117.8 萬公噸，內銷與外銷比為 55%：45%。其中內銷量的 144.6 萬噸，分別在衣著用的纖維消費量是 90.7 萬噸，在家飾用是 10.5 萬噸，產業用是 43.4 萬噸，總計人造纖維的內銷量在衣著用、家飾用、產業用的應用比例為 63：7：30。

至於纖維進口量方面是 38.9 萬公噸，其中天然纖維進口量為 26.2 萬公噸，占纖維總進口量 67%；人造纖維進口量為 12.7 萬公噸，占纖維總進口量 33%。

天然纖維的進口量，最主要是棉花 24.3 萬噸，占天然纖維進口量的 93%，是台灣最主要的進口天然纖維；國內進口棉花使用於衣著、家飾與產業用紡織品的狀況，仍大多應用於衣著類產品，如棉製上衣、T 恤、襯衫、棉製長短褲等，比例約占 50%。

此外，棉花亦有相當比例應用於家飾用途上，如製成窗簾、椅套、寢具等家飾用產品，比重約 25%。在產業用途方面，也約占 25% 的應用比，主要作為醫療用棉等。其他進口天然纖維尚包括有羊毛 1.2 萬噸，以及麻、絲等共 0.7 萬噸，總計進口天然纖維在衣著用、家飾用、產業用的應用比例為 50：25：25。

至於人造纖維的進口量，主要包括有聚酯纖維、耐隆纖維、亞克力棉、嫫縐棉、玻璃纖維、碳纖維，以及其他人造纖維等，共 12.7 萬噸。其中玻璃纖維進口量 4.2 萬噸和碳纖維的 200 噸屬於產業用途，加上聚酯纖維、耐隆纖維等其他進口人造纖維應用於衣著、家飾與產業用紡織品的比例，估計在衣著用途上比重約占 34%，家飾用途 9%，而在產業用途方面，因為包括有玻璃纖維的進口量，所以大幅提高應用比重達到 57%。

然而，我國紡織產業上游端的使用原料除纖維業外，並未涵蓋直紡型不織布，尤其直紡型不織布主要應用在：衛生、醫療、鞋材、衣袋、過濾材等，終端用途屬於產業用紡織品的一部份，加入直紡型不織布的統計數據，更能夠真實反映台灣產業用紡織品的使用比例。台灣直紡型不織布產品包括紡黏不織布和熔噴不織布，2010 年紡黏不織布的總生產量為 10,045 公噸，熔噴不織布為 5,283 公噸；其中紡黏不織布內銷量 8,000 公噸，熔噴不織布則大多數供應內銷市場使用，內銷量將近 5,000 公噸，因此合計台灣直紡型不織布使用量為 13,000 公噸。

彙總台灣人造纖維的內銷量、天然纖維和人造纖維的進口量，以及直紡型不織布的內銷量，台灣在衣著用、家飾用及產業用紡織品的消費量分別達到 108.1 萬噸、18.3 萬噸，及 58.5 萬噸，消費量總計是 184.9 萬噸。再根據調查與訪談結果，分析纖維應用於衣著、家飾與產業用途之比例，可得 2010 年台灣紡織產業結構狀態為 58：10：32。

觀察 2010 年台灣紡織產業結構轉變的過程，消費需求與成本結構的改變，例如：消費市場對機能性運動休閒服的需求明顯增加、產業用紡織品的需求成長、原物料成本上漲壓力等，皆是引起產業轉型的主要動因；其次是國際產業環境的變化，例如：環保相關產品的市場需求增加、全球經濟景氣的回穩等，造成廠商必須升級轉向發展高值化產品。而更重要的是支持與推動產業轉型及變化發展的原動力是整體產業在技術提升與研發投入；包含政府政策輔助，如：推動科技專案計畫、紡織工業國家政策，並且積極支援學界、研究單位在研發的投入與人才方面的培育，加上台灣紡織業者自己的努力，才能持續推動台灣紡織產業往高值化產業發展。

四、就業人口

就工廠家數與員工人數而言，近十年台灣紡織產業的規模逐漸縮小，至 2010 年底工廠家數為 4,235 家、員工人數 16 萬人，2010 年較 2000 年工廠家數減少 1,560 家，負成長 26.9%，受雇員工減少 97,006 人，負成長 37.2%（參見表 8）。

表 8 台灣紡織業營運工廠家數及受雇人數

產業/年份	營運中工廠家數（家）			受雇員工數（人）		
	2000	2005	2010（註）	2000	2005	2010
紡織業	4,105	3,565	3,102	159,476	124,517	106,427
成衣業	1,629	1,244	1,085	76,877	54,270	46,736
人纖業	61	49	48	24,331	13,683	10,515
總計	5,795	4,858	4,235	260,684	192,470	163,678

註：2010 年營運中工廠家數為以 2009 年資料與 2010 年新登記及歇業家數計算而來。

資料來源：經濟部統計處；行政院主計處；紡織綜合所 ITIS 計畫整理（2011/12）

► 2012 產業發展趨勢與展望

以下分別從政治、經濟、產業的角度分析紡織產業重要課題：

一、政治面

（一）兩岸紡織品優勢互補

台灣紡織業者向以全球運籌、與國際品牌直接溝通、產品研發及品質控管見長，在 2010 年兩岸簽訂 ECFA 的推波助瀾之下，較韓國、日本等國家更具備切入中國大陸內需市場的利基點，但伴隨中國大陸工資、物價、土地及租金等各方面的快速上漲，台灣過去以中國大陸廉價勞動力從事加工出口的經營模式已逐步調整，今後台灣將以與中國大陸品牌建立供應鏈合作伙伴關係，或者以自有品牌進入中國大陸通路市場，來掌握中國大陸內需市場的商機。

針對衣著用紡織品部分，雖然兩岸同文同種，但中國大陸幅員廣大，各地區的氣候、體型、偏好、文化上仍有不小的差異，因而如何掌握中國大陸當地市場需求與消費者生活型

態，並快速反應消費者新需求成為致勝關鍵。此外，因台灣品牌企業資金有限，切入中國大陸通路市場如能採取與中國大陸當地代理商合作，運用代理商的資金、人力、人脈等資源，將可加快佈局中國大陸各區域市場的腳步。

針對產業用紡織品部分，兩岸能否密切合作，端賴產業合作平台的建置及共識的建立，在共識建立之前宜注意三大方向：（1）兩岸合作之前應先了解兩岸差異，適時尋求異業合作或策略聯盟，建立長期合作關係，在形式上可以為上中下游供應鏈式的同業聯盟，或水平分工的跨異業聯盟，技術上共同研發、產品共同開發、市場共同行銷，發揮合作的綜效，為雙方創造利益；（2）合作標的方面，中國大陸在計劃經濟與市場經濟相結合環境下，利用台灣自有競爭優勢，跟隨中國十二五規劃政策發展，順勢而為將可事半功倍，如台灣推動六大新興產業、中國大陸推動七大新興戰略產業，對於未來成長性、具利基性領域，結合異業快速帶動成長；（3）堅持台灣精神—精緻文化、人文素質，以品質、服務為尊，打造企業品牌。

（二）台日搭橋

日本企業一向擁有品牌及研發優勢，台灣企業則擅長量產技術及成本控制，面對中國大陸市場，台商有兩岸同文同種的優勢，加上台灣企業在中國大陸佈局已久，經營已相當在地化，在銷售管道或原料採購等方面也具有成本上的優勢。此外，台商還擅長於推出適合當地需求的產品，利用技術改良來擴大市場占有率，因此台日企業合作將可發揮彼此優勢，擴大對中國大陸的投資。

近年來日本商社積極佈局台灣企業，除三井商社入股台南企業外，伊藤忠商社所屬的DESCENTE也在2011年8月入股滿心集團，期待能共同開發中國大陸市場。針對台日搭橋的預期效益，紡織產業推動辦公室於2011年10月12日舉辦福井商工會議所紡織業者團媒合餐會，邀請國內在中國大陸擁有通路的成衣業者參加。2011年11月6~12日則由行政院尹啟銘政務委員率經濟部各局處代表，包括工業局、技術處、投資業務處與中小企業處等組成「台日產業合作訪問團」赴日本北九州、福井、神戶與東京地區。此次參訪成

果在紡織產業部分，將有紡織產業綜合研究所與日華化學株式會社合作在台設立國際研發中心及市場拓展、以及華懋生技(股)公司與株式會社華東聯合有限公司合作開發機能性紡織品與拓展市場通路等。

二、經濟面

（一）歐債對全球景氣發展的影響

歐債風暴是繼2008年金融海嘯後，規模最大的全球金融危機，從表9可知，在2011~2016年間歐豬五國（PIIGS，代表葡萄牙-Portugal、愛爾蘭-Ireland、義大利-Italy、希臘-Greece與西班牙-Spain等五個南歐較小或體質較差的經濟體）所到期的歐債，將在2012年達到最高峰5,780億歐元，該金額將是2011年的1,550億歐元的將近四倍，更使得2012年的全球景氣更加驚心動魄。目前除了歐豬五國之外，德國、法國、荷蘭、芬蘭、奧地利等歐盟國家的國債殖利率均已升至金融海嘯後之高點，雖然12月9日歐盟高峰會有所成果，除英國外，其餘26個會員國同意起草「跨政府條約」，籌措7,000億歐元（約28.3

表9 歐豬五國2011~2016年到期債務及債務總和

單位：10億歐元

年度 國別	2011	2012	2013	2014	2015	2016	債務總和
希臘	15	49	38	40	29	22	438
葡萄牙	11	25	15	20	15	13	202
愛爾蘭	6	10	10	15	3	13	143
西班牙	48	152	100	91	60	54	858
義大利	75	342	201	160	181	109	2,099
總和	155	578	364	326	288	211	3,738

資料來源：徐士泓（2011），《2012年投資展望》投影片，花旗投顧

兆元台幣) 紓困基金，以緩解歐債危機。

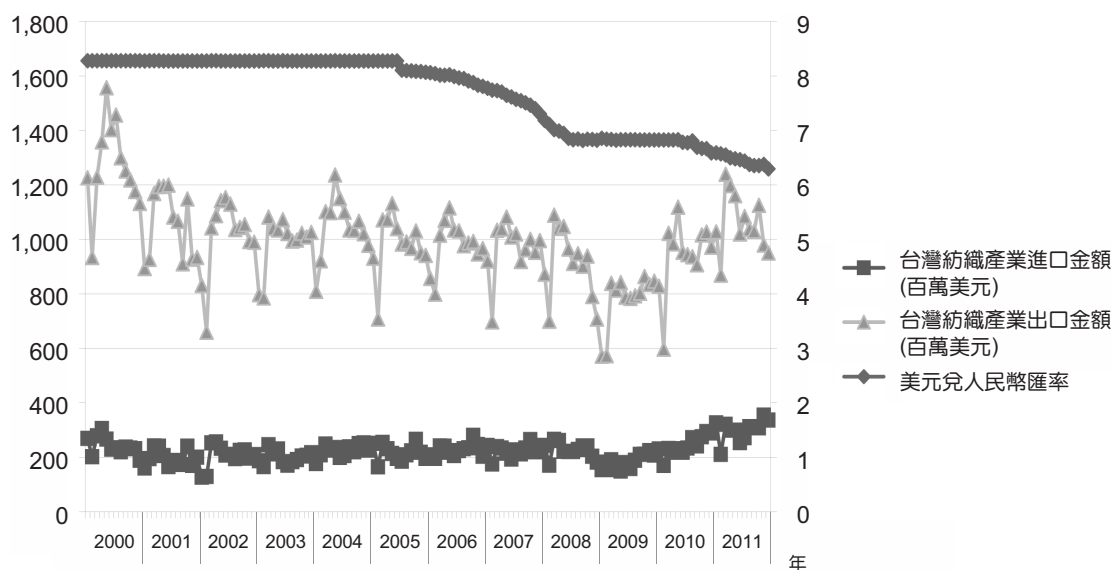
新條約草案主要內容，更包括預算赤字須低於 GDP 的 3%、相關財政規範明載於各國憲法，由歐洲法庭查核。唯最終實際效果，仍有賴歐盟各國能否共同遵守該約章，否則未來歐債問題恐將愈演愈烈，衝擊消費信心，進而影響台灣紡織產業出口。

(二) 人民幣走勢的影響

中美匯率爭端，已有多年歷史，而美國國會參議院於 2011 年 10 月 11 日投票通過《2011 年貨幣匯率監督改革法案》，更被各界輿論稱為人民幣法案。一旦此法案最後正式上路，將迫使人民幣升值，不免對中國大陸出口產生衝擊，分析近 10 年人民幣匯率、新台幣匯率與紡織品 (HS 50~63 章) 進出口金額變化趨勢，台灣紡織產業之紡織品進出口值，

出口金額除了在 2008 年因為金融海嘯顯著下跌外，其他時間點主要隨淡、旺季波動，進口金額約略每月 2~3 億美元左右波動，台灣紡織產業之紡織品進出口金額並未因人民幣升值而顯著提高或降低 (參見圖 2)。

台灣紡織產業受到影響的廠商，仍以投資中國大陸的台商紡織業者為主，尤其對於「主要從中國大陸以外的地區進口原料，在中國大陸加工，再出口至美國」這類型投資中國大陸的台商紡織業相當不利。除非美方並未執行此法案，否則此類業者如果沒有調整經營策略，屆時將受到沉重打擊。對此，建議「出口至美國」這類型投資中國大陸的台商紡織業者逐步調整經營策略，例如為品牌商代工的台商業者，可以爭取從原本的出口美國，改為在中國大陸交貨，以降低此法案衝擊。



資料來源：紡織綜合所 ITIS 計畫整理 (2012/01)

圖 2 2000 年 1 月 ~2011 年 12 月台灣紡織產業進出口金額及人民幣兌美元走勢

後金融海嘯時代，歐美因經濟不景氣與失業率攀升等因素影響消費力道復甦，相形之下，近年來中國大陸紡織產業蓬勃發展，從過往的世界工廠，逐漸轉型為世界市場的角色，人民幣更被認為是保值貨幣。台灣紡織產業在後 ECFA 時代，應從過往以歐美出口導向為主的市場，逐步找尋新的著力點，以避免歐美訂單下降（如 2011 年 Q4）的衝擊，中國大陸內需市場值得關注。台灣紡織產業若能以更積極的心態，調整經營策略吻合「十二·五規劃」方向，並且從 ODM 轉型 OBM 在中國大陸內需市場，甚至於其他亞洲新興國家推動自有品牌，則可降低此法案對於台灣紡織業者的影響。

三、產業面

（一）ODM 與 OBM 的整合

紡織業在台灣向來是主要創匯產業，其背後也代表龐大 OEM 與 ODM 能量的累積。然而從代工的角度來看，不但要面對原物料價格波動的風險，訂單還受到消費端景氣的左右，終端產品的價值絕大多數落在品牌商手中。國內紡織業雖不乏自創品牌，但受限於內需市場規模，很難在國際上建立知名度。即便近年以中國大陸、印度、印尼、越南為代表的新興市場受到關注，業者在缺乏國際市場的歷練下，對於進軍新興市場不免仍感「心有餘而力不足」。在過去的代工歷史下，國內 ODM 業者擁有生產及品質管控上的豐富能量；OBM 業者則累積和消費者對話的經驗，擅長市場行銷

並掌握國內消費者需求。若能透過整合 ODM 的資源及 OBM 的創新，則有機會挾二者的優勢進軍國際市場。

從 easyoga® 的發展歷程，可以看到台灣製造業轉型的縮影，也是 OEM 與 OBM 結合的最佳範例。2009 年 easyoga® 獲台灣知名布廠旭榮集團入股，在結合製造能量後，更於華山藝文特區及上海等地成立旗艦店，在產品供應無後顧之憂後，下一步正朝向品牌融入生活的 Lifestyle 方向發展，成為消費者生活的一部份。這樣的 OEM 與 OBM 合作模式，或許是台灣紡織產業下一個階段的發展契機。

結論

面對歐美景氣復甦不易，新興國家市場已成為國際品牌商積極佈局的對象。歐美品牌的切入策略是先建立品牌知名度，再透過和供應商的合作降低生產成本。台灣的優質平價產品雖然擁有同樣堅強製造實力，若欲在新興市場擁有一片天，仍須面對市場行銷的問題，以及同樣來自國際品牌的競爭，現階段爭取以供應商的身份搭配品牌商進入是較務實的作法。但若想要發展自有品牌，整合國內外 OBM 和國內 ODM 的能量是值得思考的模式。事實上長期為國際品牌代工的台灣業者已開始自創或透過併購的方式建立品牌，如宏遠以庫存布料再製成服飾的自創品牌「EverSmile」、力麗集團併購的戶外休閒通路品牌「go-hiking」等，在國內市場初試啼聲即有不錯的成績。期待台灣紡織業藉由上述模式發展出創新之路，擴大國際市場版圖。