

港促簽CEPA 陸委會說NO

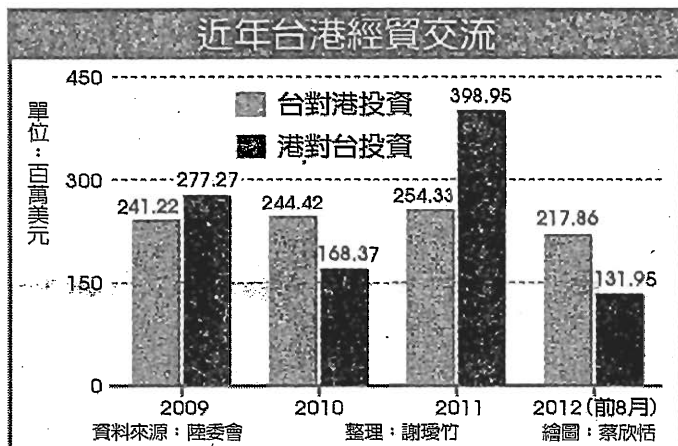
工商時報 101.11.02

認為商界沒提出需求，且CEPA模式不適用於台港

記者謝瓊竹／台北報導

香港行政長官梁振英日前重申，香港希望與台灣訂立更緊密經貿合作安排（CEPA），對此，陸委會昨（1）日表示，目前沒有接到商界提出這方面需求，另外，CEPA是大陸與香港簽訂的經濟合作協議，相關模式不適用中華民國與香港。

針對有評論指出，台灣因談判人手不足，因此香港不是台灣簽訂自由貿易協議（FTA）的優先名單，陸委會副主委兼發言人劉德勳說，「絕對不是這個問題」。陸委會1日的回應與今年9月「台港經濟文化合作策進會（簡稱策進會）」與香港「港台經濟文化合作協進會（簡稱協進會）」在台北舉行第3次聯席會議時，陸委會前副主委高長的回應一致，當時高長即表示，台灣商界尚未表達此意向，因此政府還沒



有相關規畫。

梁振英是29日在世界華商聯合促進會舉辦的「後ECFA兩岸民企經貿論壇」上表示，兩岸三地的差異，是今後調動互補優勢的理想客觀條件，「內地與香港關於更緊密經貿關係的安排（CEPA）」與「海峽兩岸經濟合作架構協議（ECFA）」影響深遠，潛力龐大，用好CEPA與ECFA，可以為三地今後

的經貿和社會發展添加動力。

梁振英指出，港台工商界對兩地簽CEPA已表達清晰意願，港府會跟進與台灣政府溝通，促進港台儘早展開具體磋商。

策協兩會9月召開第3次聯席會議時，協進會榮譽主席、香港財政司司長曾俊華也表達與我簽訂全面經貿合作框架協議的意願，這也是他第2度在策協兩會聯席會議上做此呼籲。

新廠開幕 金洲搶攻歐美市場

記者顏瑞田／高雄報導

大陸昆山廠遷移補償入帳大進補，國內漁網龍頭金洲海洋科技(4417)今年前三季稅後EPS4.39元，年增281%，大陸新廠預定11月10日開幕量產，使得金洲集團漁網平均月產能高達900公噸，董事長陳加仁對未來漁網需求，表示樂觀。金洲今年前三季稅後盈餘

3.12億元，每股盈餘4.39元，年增281.74%。

目前正在大陸昆山新廠準備開張、量產事宜的董事長陳加仁說，最大的貢獻來自大陸舊廠房的補償費用3.49億元，近期已經入帳。

陳加仁指出，大陸昆山新廠正在做最後檢查，並且排定11月10日舉行新廠落成、啟用，

該廠主要還是以尼龍網的生產為主，月產能大約250公噸到300公噸，除了部份內銷大陸，部份產品則外銷歐美國家。

他表示，在大陸昆山新廠11月加入量產行列之後，金洲集團漁網平均月產能，將提高到900公噸，與台灣、大陸及越南等3個廠，構成全球漁網市場的供貨金三角。

資訊服務業 持續國際化

工業局扮推手，將戮力促成至少5項資服產品2020年在目標市場達前3大

【台北訊】經濟部工業局長沈榮津昨(1)日假經濟部會議室召開「資訊服務業國際化」記者會，他表示，今年在多次與業者座談後正式公布，預計2020年促成至少5項資訊服務產品市占率為目標市場前3名，外銷值成長至700億元。

沈榮津指出，為加速提升我國資訊服務業者國際競爭力，

工業局將推動「強化顧問服務能量」及「擴大海外行銷通路」2大精進推動策略，協助業者往價值鏈兩端發展，同時為協助國內資訊服務業者提高產品及解決方案價值，自2002年起即積極推動各種輔導措施；至去(2011)年國內資訊服務業營收已達2,710億元，近5年平均年複合成長率為8.71%，

並成功打進美、日、東南亞等全球12個國家及地區市場。

沈榮津同時指出，近年來，國內面臨產業及出口結構過度集中、附加價值創造能力低，致使我國國際競爭條件惡化等問題。為因應挑戰，行政院「經濟動能推升方案」中，即將推動「製造業服務化、服務業科技化與國際化、傳產業特色

化」之「三業四化」政策，作為國內產業轉型之動力，以落實我國產業結構優化。故工業局為進一步協助資訊服務業成長，亦將強化既有策略，持續推動「資訊服務業國際化」。

沈榮津說，經凝聚業者及專家意見後，工業局決定協助業者提升市場及業務分析、經營評估之領域知識顧問能量，並

深化業者整合以大貿易商的方式拓展海外市場。

工業局預估，在2大策略協助下，2020年資訊服務業外銷值，整體就業人數由9.6萬人成長至12.2萬人，而且至少協助資訊服務業者在大陸、泰國等5個國家或地區成立通路公司，及至少促成5項資服產品在目標市場市佔率達前3名。

美就業改善 消費信心轉強

上周初領失業救濟人數減少9,000人；
10月消費者信心攀4年多來高點

工商時報 10.11.02

記者鍾志恒／綜合外電報導

美國周四公佈多項指標，顯示美國就業持續改善，上周初次申請失業救濟人數意外減少9,000人，民間企業10月還增聘近16萬人。同時，消費者信心也同步走強，10月數據達到4年多來新高。由此也突顯美國經濟復甦趨穩。

紐約經濟諮商理事會周四公布，10月消費者信心指數，從9月的68.4點上升至72.2點，雖不及市場預估的73點，但仍是2008年2月來最高。主要是就業市場好轉，讓民眾對現況更有信心。

勞工部報告，上周（迄至10月27日）初領失業救濟金人數經季調後，下降至363,000人，少於分析師預估的369,000人。前一周（至10月20日），初領失業救濟人數則從原先公布的369,000人上修到372,000人；續領失業救濟總人數增加4,000人至326.3萬人。

較能反映勞動市場現況的上周初領失業救濟4周移動平均值，減少1,500人至367,250人。勞工部表示，上周初領人數並未受颶風影響；預料颶風的影響將在未來數周來反映出來。

就業市場調查機構ADP與穆

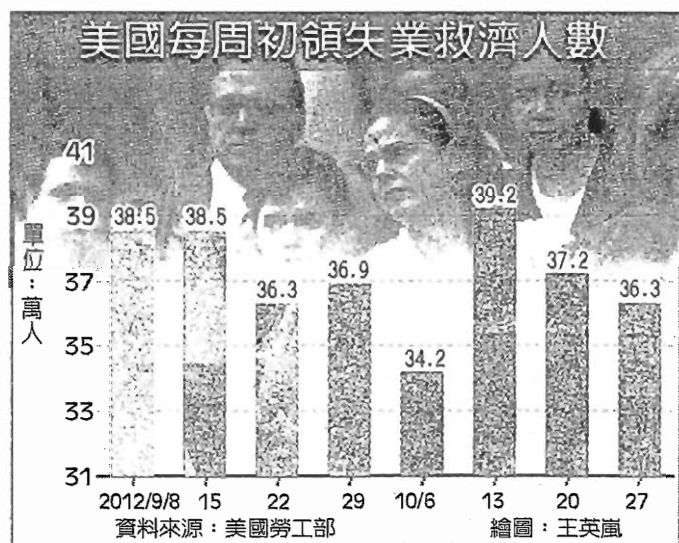
迪Analytics，合作調查的10月民間就業人數增加15.8萬人。這是ADP上周宣布全面調整其收集就業資訊的方法後，首度公佈的每月就業調查。其中，服務業就業人數大增14.4萬人，製造業則減少8,000人。

人力資源顧問機構 Challenger Gray &

Christmas表示，美國企業雇主10月計劃裁員47,724人，較9月的33,816人增加41%，創5個月新高水準。

但10月計劃裁員人數大增主原因，是包含逾1萬名屬福特等美國車商在歐洲裁撤的員工。今年來美國企業計劃裁員數累計433,725人，較去年同期521,823人，減少17%。

商務部公佈9月營建支出年率，經季調後月增0.6%至8,461.7億美元，優於市場預估的月增0.5%，為6個月內第5度成長。



4個月來首見

大陸、歐洲市場需求增、指標企業出口強

南韓10月出口攀升

記者吳慧珍／綜合外電報導

南韓10月出口意外報喜，4個月來首見攀升，主要受惠大陸與歐洲市場需求回升，以及現代汽車和三星電子等指標企業出口強勁的加持，也意味南韓終於擺脫長達1年的出口頹勢，增添景氣反彈希望。

此外，匯豐周四公布南韓10月製造業採購經理人指數由前月的45.7點升至47.4點，儘管是在50點之景氣擴張臨界點之下，但也顯示景氣已經觸底跡象。

南韓知識經濟部周四發布的初估值顯示，10月出口年增1.2%至472億美元，進口年升1.5%為434億美元，貿易順差達38億美元。9月數據經上修後，出口年跌2%，進口年降6.1%，貿易順差31億美元。

10月出口成績優於分析師原

先預測的年增0.8%，而且是今年6月來首度反跌為升。

在歐債危機拖累全球經濟，南韓最大出口市場大陸擴張放緩的劣勢下，南韓出口自2011年底開始走疲。

10月對大陸出口較去年同期勁揚5.7%，對歐盟出口年成長2%，但對美國出口下滑3.5%，這3大市場占南韓總出口的44%。

除受到大陸與歐洲對南韓產品需求升溫拉抬，南韓主要出口企業在全球低迷景氣中展現韌性，繳出亮麗業績，也是南韓出口突破低潮的一大助力。

南韓汽車龍頭現代汽車第3季獲利超出分析師預期。全球最大電視與手機製造商三星電子，拜智慧手機Galaxy熱賣所賜，第3季獲利更是年增91%創新高。



●現代汽車、三星電子出口強勁，為南韓景氣反彈增添希望。
圖／路透

繼南韓統計局周三宣布9月工業生產月升0.8%，4個月來首次攀揚後，10月出口也傳捷報，為這個亞洲第4大經濟體景氣觸底反彈再添佐證。

匯豐控股駐香港分析師曼恩（Ronald Man）指出：「南韓的擴張動能即使尚未到火力全開的地步，也開始向上爬升，

但須持續下去才能推升經濟成長。」

分析師表示，南韓經濟可能已在第3季落底，第4季可望反彈，主要受政府強推刺激措施和大陸經濟有轉好跡象激勵。

南韓第3季GDP僅季增0.2%，勉強躲過衰退，為3年來最慘紀錄。

21家企業節能績優 經部

12所學校獲獎，6個單位獲傑出獎，包括瑞晶電子、中鋼、宏遠興業、台電南部發電廠等

■黃台中

表彰今(101)年度推動節能績優的廠商及推動能源教育的優良學校，經濟部昨(1)日舉行「101年節約能源表揚大會」，21家節約能源績優企業及12所學校公開接受表揚獲獎單位節能效益達8.2萬公秉油當量，相當於每年可節省12.4億元能源成本，減少二氧化碳排放達21.7萬公噸（等同586座大安森林公園碳吸附量）。

今年有6個節能績優單位獲頒傑出獎，勝出單位以獨特的節能技術或方法，為節能減碳繳出亮麗的成績；瑞晶電子全廠走道及無塵室安裝LED照明，辦公室裝設拉式開關，內部網站提供節能小知識，將節能觀念深植員工心中。中鋼公司廠內運輸處以鐵路運輸取代公路運輸，節省能源耗用，以岸電供應船舶用電，在廠內公大樓頂樓設置風牆式風力發電機組，透過各種節能方式，為廠區節能做最佳的規畫。

宏遠興業，藉由熱能回收、煤渣再利用等方式，不浪費任何一項資源，透過創新永續模式的改造，一年節省了2億元的支出。台電南部發電廠訂出推動節能的作法，於年度開始訂定全年節約能源措施，追蹤前一年節約能源之成效，依施工情形按月或按季追蹤。

彰化基督教醫院擴大能源管理系統ISO 50001示範與推廣範疇，藉由能源審查、節能技術診斷、系統建置輔導及種子人員訓練的模式，強化集團企業之能源管理體質。朝陽大學簽署「朝陽科技大學能源政策」，宣示全校持續推動節能減碳的決心，透過節能技術之協助，做

為未來執行減碳成功依據之最大動能。

「節能減碳，從e做起」，能源局表示，未來將透過各種傳播及推廣通路，將相關節能經驗、模式及手法，提供各界交流及學習，加速台灣早日達成低碳經濟與低碳社會之永續發展願景。



● 21家節約能源績優獲獎單位接受行政院長陳冲（前排左四）的頒獎，攜手與政府共同朝向「低碳綠能島」邁進。

圖文／黃台中

表揚

儒鴻：今年兩位數成長

每股獲利上看7.07與8.13元 攻歐有成 首見俄廠下單 登紡織股王

經濟日報 101.11.02

記者柯明寧／台北報導

儒鴻（1476）董事長洪鎮海表示，儒鴻擴增歐洲市場繳出成績單，今年首度出現俄羅斯客戶主動找上門，儒鴻今年營運將優於去年，明年又會優於今年，年年呈兩位數成長，法人估計，儒鴻今、明兩年每股獲利分別可達到7.07元及8.13元。

儒鴻相關權證

標的證券	權證代號	權證名稱	價內外(%)	權證單價(元)	剩餘天數	標的上漲1%、權證相對漲跌幅(%)
儒鴻	056649	群益N5	外8.30	1.8	158	3.94

群益金鼎證券／製表

儒鴻日前召開法說會，在公越聚陽成為紡織股股王，並衝司釋出接單利多後，昨（1）上歷史新高。日股價受到法人追捧，上漲5.3 儒鴻受惠於全球運動風潮興元，收91.7元，昨日股價首度超起，機能性服飾需求成長，加

工商時報

儒鴻 股價新高擠下聚陽

儒鴻（1476）前3季財報表現大放異采，吸引買盤，昨股價在價量齊揚下登上91.7元，創10年來新高並擠下聚陽成為紡織新股王！放量突破前波高點，也讓周線、月線及季線等各短均線趨勢反轉上揚，短線氣勢如虹，在業績持續看好下，股價或將以大漲小回緩步走高。前3季稅後淨利達12.01億元，創新高，年增率高達42.8%。目前全球雖景氣仍處低迷，但公司樂觀看待今年第4季到明年第1季的成衣代工發展，由於本身接單滿載，預估直到明年第2季的產值都有二位數成長。且新廠新產能也在明年開出，營運潛力十足。（袁延壽）

上產能逐步擴大，迎上訂單需求，去年起大幅成長，每股賺進5.6元，創歷史新高，近三年可望再度改寫歷史。

分析師估算，儒鴻今年前三季每股稅後純益5.32元，估第4季單季可賺進2.19元；2012年全年營收130億元，年增20.8%，稅後純益17.4億元，年增47.1%，每股稅後純益7.07元。

據了解，儒鴻今年不僅有新客戶出現，舊客戶GAP集團旗下的運動品牌Athleta，明年向儒鴻下的訂單量更是今年的2倍，法人預估，儒鴻明年在產能陸續開出，加上訂單擴增，預期2013年營收逼近150億元，稅後純益20億元，每股稅後純益8.13元。

另家成衣大廠聚陽，下半年

因ASP（平均單價）年減10%至15%，第3季毛利率出現下滑，由第2季的18.4%，下滑至16.3%，但出貨打數卻是正成長，今年將可出貨930萬打，較原定900萬打還高。

因此有法人對聚陽獲利抱持較高期待，估算今、明兩年聚陽的獲利仍會優於儒鴻。分析師指出，聚陽2012年營收155.6億元、年增2.9%，稅後純益13.06億元、年增17.6%，每股稅後純益7.95元，高於市場預估值7.85元。

聚陽明年隨新產能投產，增添營運動能，預估2013年營收172.4億元、年增一成，稅後純益14.15億元，每股稅後純益8.62元。聚陽昨上漲1.7元，收89.9元。

台廠靠2力

【產業觀測】◎文／閻潔、巫佳宜

鞏固機能性布料訂單

在全球景氣不明、氣候異常、中國大陸工資快速增長等環境背景下，除牽動國際Outdoor品牌發展方向與採購策略，也將影響台灣機能性紡織品供應商的走向，台廠若要鞏固國際訂單，首要提升面對急單的因應能力，以及突破生產製成的能力。

工商時報 101.11.02

台灣身為全球機能性紡織品供應鏈的一環，憑藉多樣性及差異化的產品開發能力，成為國際Outdoor品牌重要合作伙伴。綜觀European Outdoor 2012、Outdoor Retailer

2012等重要國際展覽會，可歸納Outdoor產品發展4大趨勢：

1. 輕量化結合多功能仍為主流
各大Outdoor品牌產品開發重點已達錙銖必較的程度。
日本戶外品牌

Montbell於European Outdoor 2012發表的Tachyon Jacket，採用Toray的7丹尼耐隆纖維，女性款式重41g、男性款式重45g，是目前世上最輕的夾克，並呈現異材質的網狀設計增加透氣性，拼接處縫線平整，是其他品牌超輕量夾克無法達到的境界，因此獲得Outdoor Industry Award 2012的Gold Award。

2. 功能與時尚結合

adidas身為全球第二大運動品牌，近年積極跨入Outdoor領域，並將擅長的色彩及流行元素運用到Outdoor產品，保留品牌既有形象風格，也讓Outdoor產品的外觀更活潑。

3. 專業品牌跨及Lifestyle領域

為擴大消費族群，不少專業Outdoor品牌跨及Lifestyle產品系列。

例如，Arc'teryx今年針對

接下頁



●近年大陸因工資快速增長，品牌商正逐步將生產基地移往其他低成本國家或接近消費市場的國家（如東歐、拉丁美洲）。圖／路透

「24 Lifestyle」系列產品成立專屬設計團隊，其中的「24: Mountain Life」之Detente Hoody產品，以袋鼠口袋、隱藏式拉鍊、拇指孔袖口及腋下部分布料摺疊之設計，布料採棉花混紡，不僅在戶外活動適穿，也可當成一般外出休閒服。

4. 自主研發機能性布料

諸多Outdoor品牌皆有自主研發機能性布料，又以防水布料為主。

例如，Jack Wolfskin自主研發Texapore防水透濕布料；Columbia自主研發Omni-Freezer、Omni-HeatR、Omni-ShieldR、Omni-DryR等專利技術。

國際品牌採購及供應鏈佈局：

1. 布料採購以台、日、韓為主

例如：Vaude的布料採購，80%下單於台灣、日本及韓國等亞洲國家，台灣及日本主要提供成衣用布料，韓國提供背包及帳棚用布料；Marmot在布料採購上也以台灣和日本為主（占比約80%、20%），包括福懋、宏遠、冠霖、織宇及義晟等台廠，均為Marmot長期合作布料供應商，每年供布數量超過百萬碼。

Columbia Sportswear更將台灣視為研發重鎮，在台設有

原料採購辦公室，約68%布料下單於台灣；Jack Wolfskin也將台灣視為長期合作伙伴，目前台灣供應商超過20家。

值得注意的是，近年國際品牌雖有減少下單台灣的趨勢，但現階段到未來短期內向台灣採購中高端機能性布料的策略不會有太大改變，但一般布種採購，將跟隨成衣生產基地之轉變，逐漸轉往東南亞等較低成本國家。

2. 機能性服飾以中、越為主要生产基地，未來逐步轉往其他低成本國家

中國大陸因擁有較先進的生產設備、貼合技術及技術純熟的勞工，為國際Outdoor品牌選擇機能性服飾生產基地的首選。

例如，Amer Sports前五大生產基地（包含成衣及鞋品）為中、越、泰、台及印尼等5國，以中國大陸占比最大；Jack Wolfskin生產基地亦以中、越、泰、孟加拉等地為主；Marmot成衣製造集中在中國大陸及菲律賓，其中台商銘旺實業為Marmot成衣主要代工廠商之一。

值得注意的是，近年中國大陸因工資快速增長及缺工問題，導致品牌商面臨成本增加及交期延遲的風險，正逐步將生產基地移往其他低成本國家（

如柬埔寨）或接近消費市場的國家（如東歐、拉丁美洲）。

台廠永續競爭力

綜合國際Outdoor品牌近期的採購策略及發展策略可發現，降低亞洲地區採購比重是必然趨勢，但應以成衣及鞋類等終製品為主。預估台灣在中高端Outdoor機能性材料（指紗線、布料、防水透濕膜等）受影響程度不大，但低階布料（一般性布料）下單數量將逐漸降低。

面臨歐美市場不景氣、中國大陸市場成長力道減弱之下，國際Outdoor品牌下單台灣機能性紡織品的訂單雖還能維持穩定，甚至持續成長，但供應商面對急單的因應能力需提升，同單位時間的產能亦需能彈性調整，才能夠符合品牌商的需求。

此外，基於機能性紡織品發展日趨成熟，台灣業者目前在掌握機能性布料優勢之餘，更應設法建立其他新優勢，維持永續競爭力。目前國際品牌客戶除要求供應商進行「素材」突破，還需進行「生產製程」突破，因此今後針對環保設備（如：無水染色、無水/減水/無氟撥水等設備）投資，可能成為台灣供應商維持競爭力的關鍵。（本文作者為紡織所ITIS計畫產業分析師）