

後金融海嘯 台灣產業發展

杜英儀 副研究員

中華經濟研究院

台灣經濟研究所

內容

- 一、台灣產業發展現況
- 二、經濟復甦進程的隱憂
- 三、未來展望

一、台灣產業發展現況

➤ 金融海嘯衝擊下2009年的發展

◆ 服務業受創小於製造業

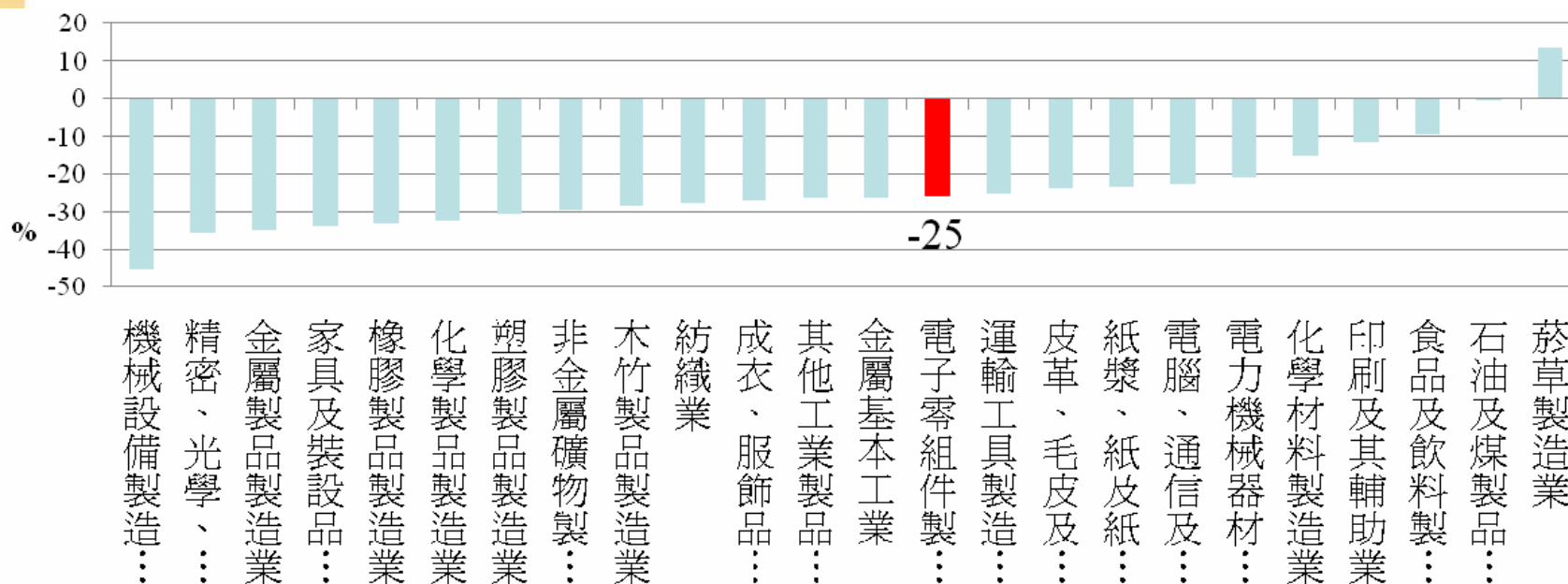
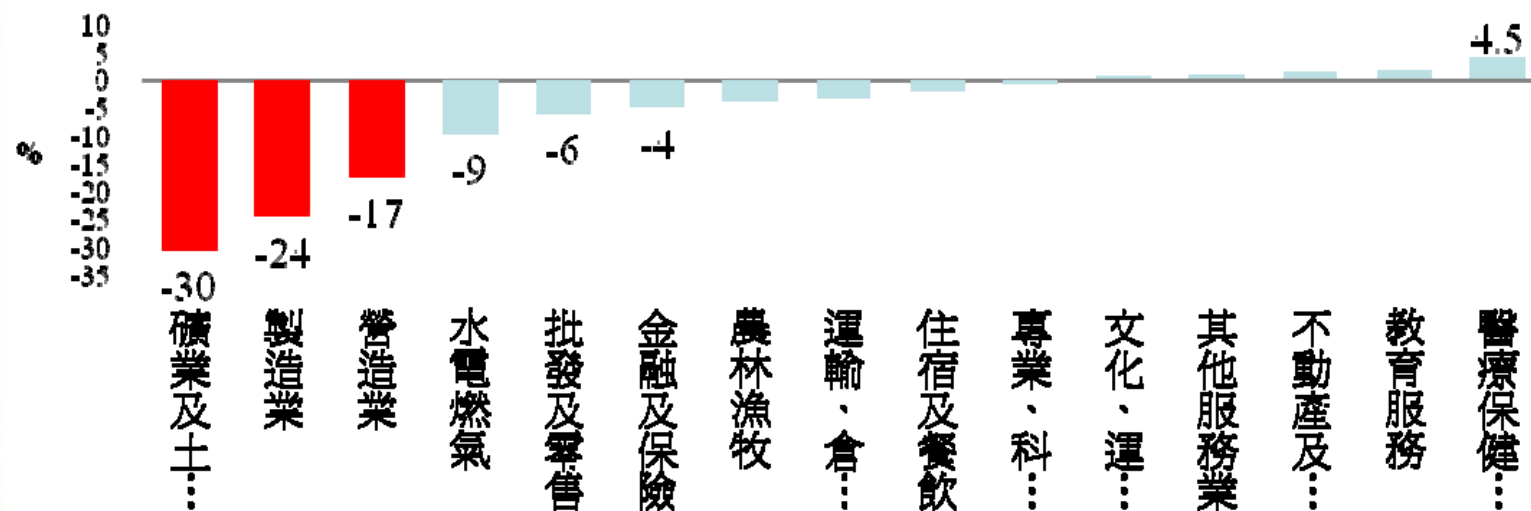
◆ 多數製造業都呈現大幅衰退

➤ 2004~2008年的發展概況

◆ 產業結構呈現集中化

◆ 服務業成長動能不及製造業

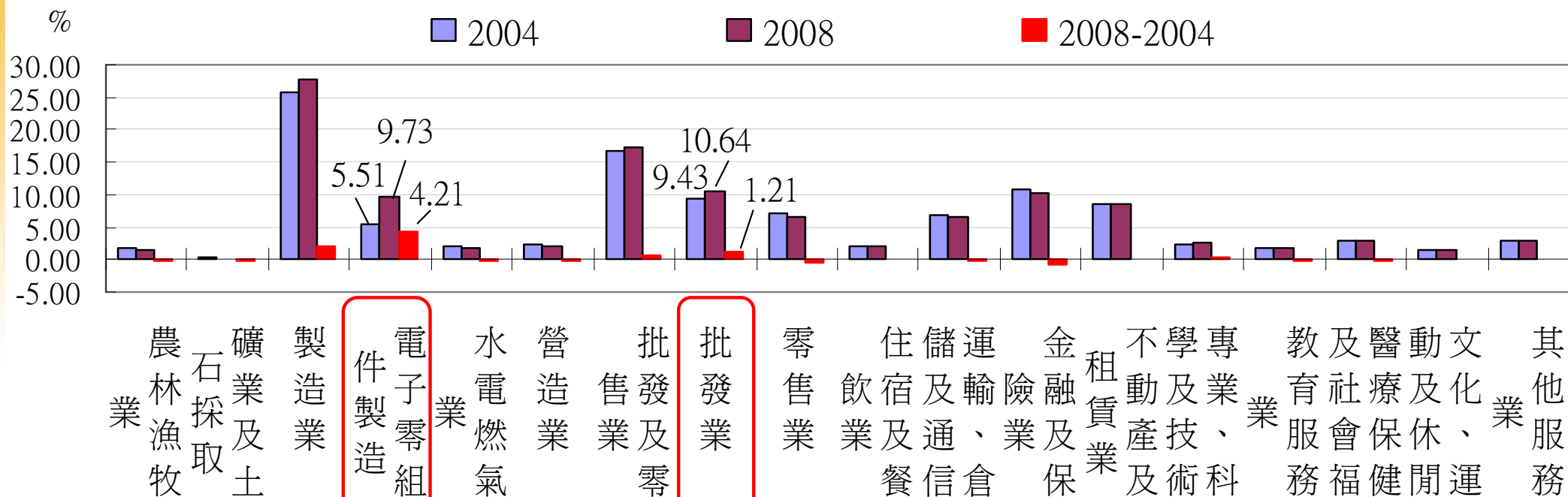
2009(Q1-Q2)實質GDP與去年同期比



2004~2008年產業發展(1/2)

➤ 產業結構向電子零組件製造業及批發業集中

各行業實質GDP占我國實質GDP的比率



2004~2008年產業發展(2/2)

► 服務業成長動能不及製造業

◆ 製造業平均成長率6.64%，成長較高業別：

電子零組件製造業、3C電子產品製造業

機械設備業

◆ 服務業平均成長率3.53%，成長較高業別：

批發業、證券業、不動產業、租賃業、

專業科學及技術服務業

二、經濟復甦進程的隱憂

➤ 高失業率的復甦

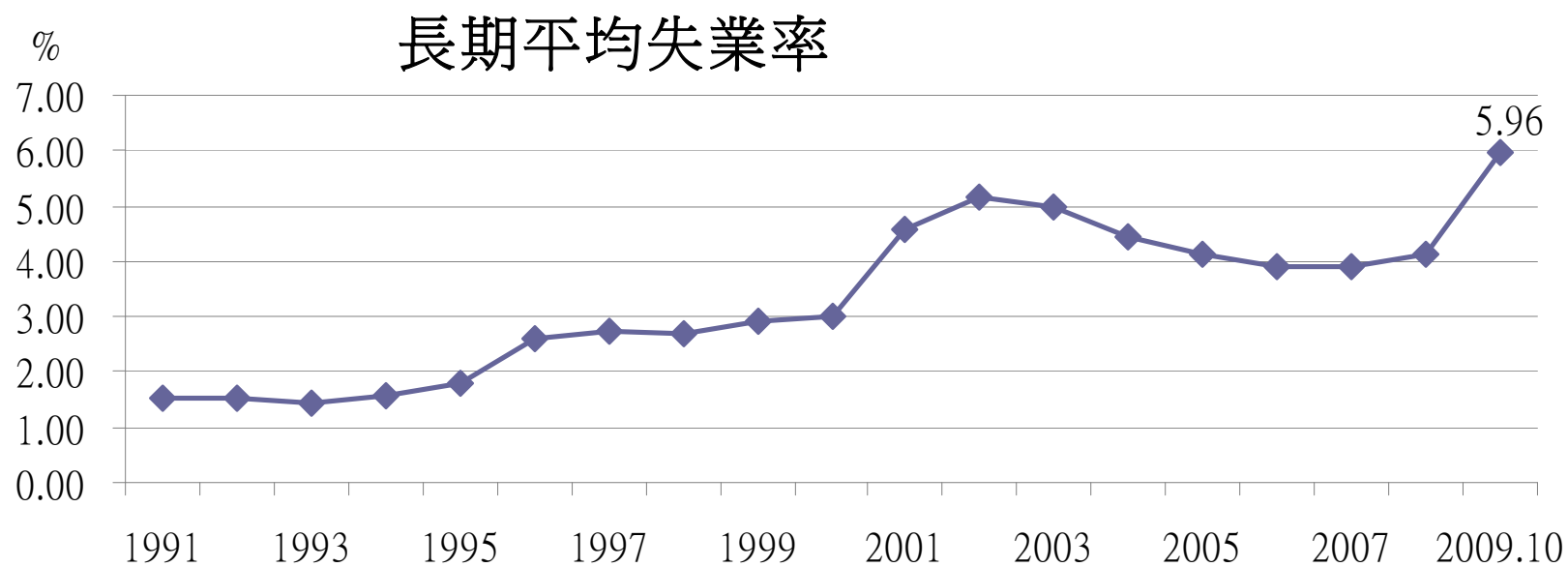
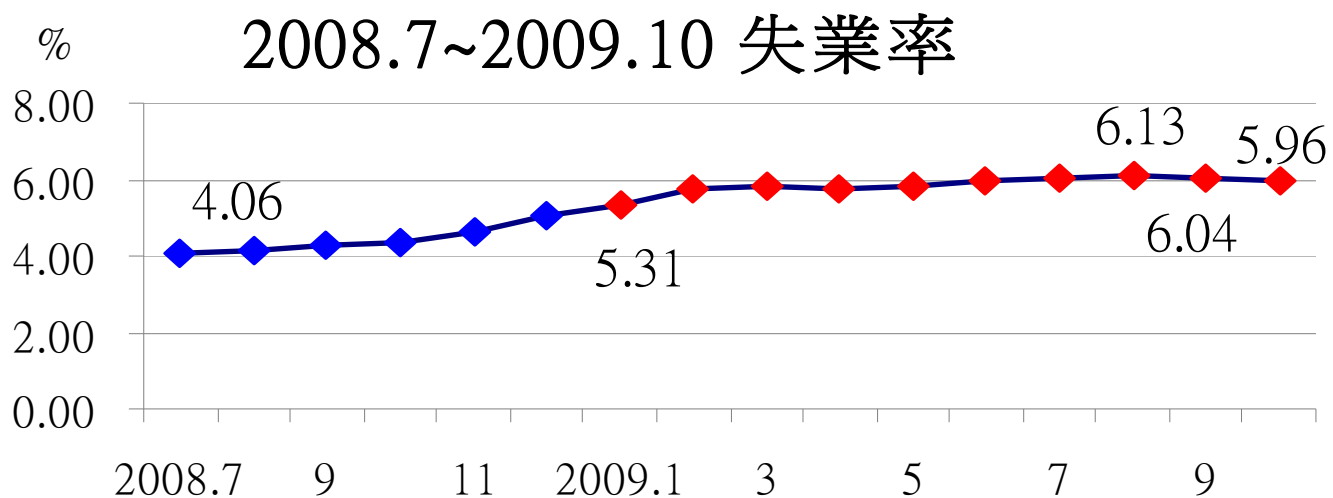
◆ 經濟成長/復甦就業效果不佳

◆ 勞動力未充分被產業吸收

➤ 平均薪資長期停滯與下滑

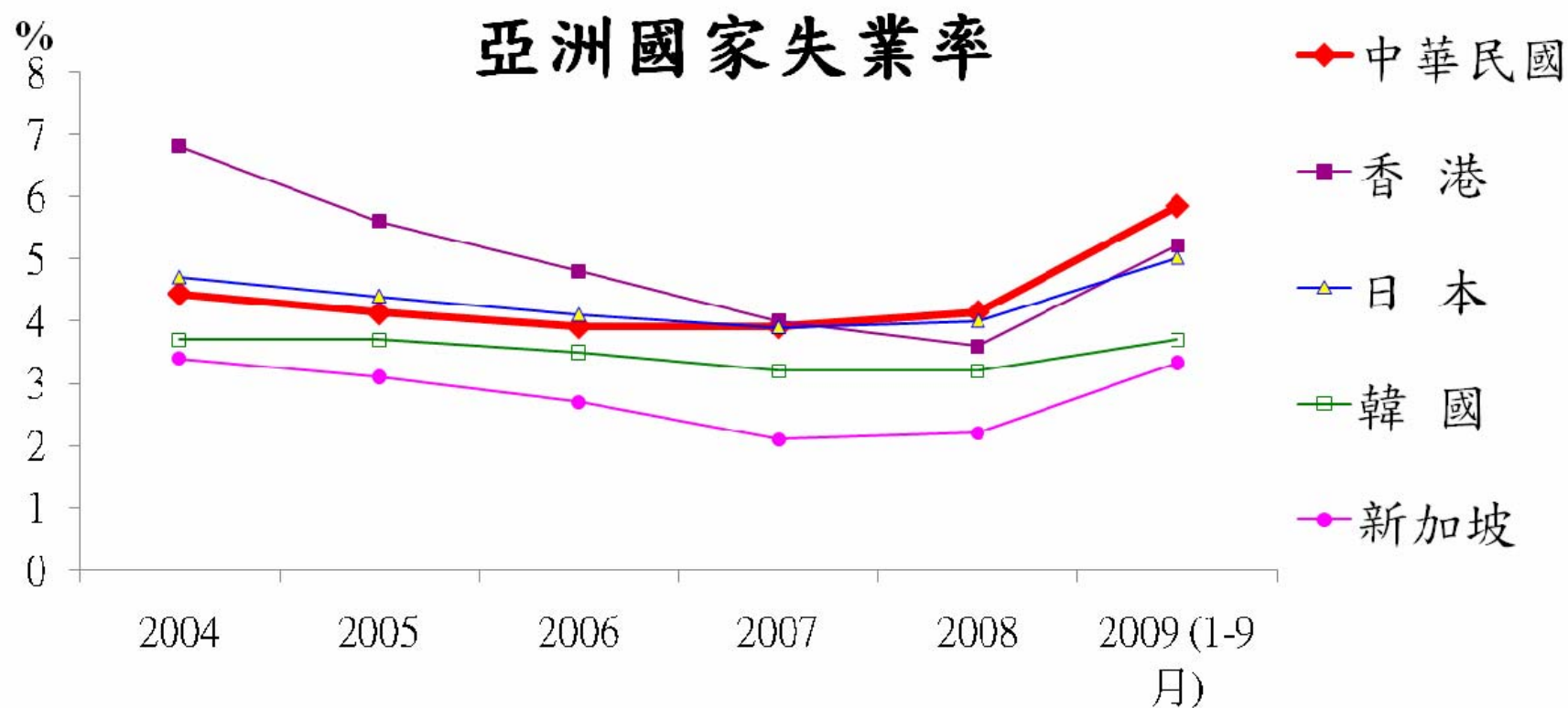
➤ 所得M型化

台灣失業率上升趨勢

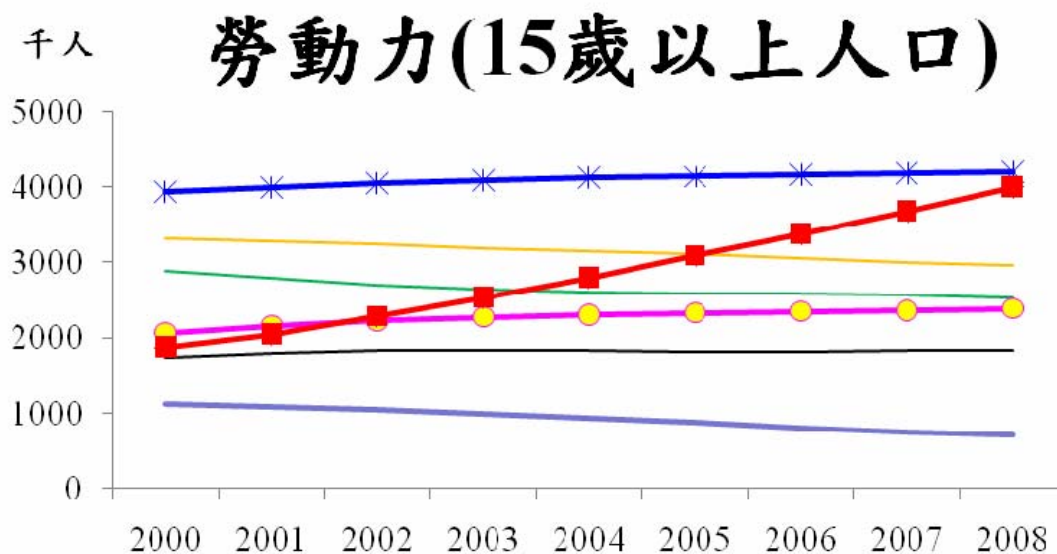


經濟成長/復甦就業效果不佳

▶ 我國失業率下降較亞洲國家慢，但上升卻較快

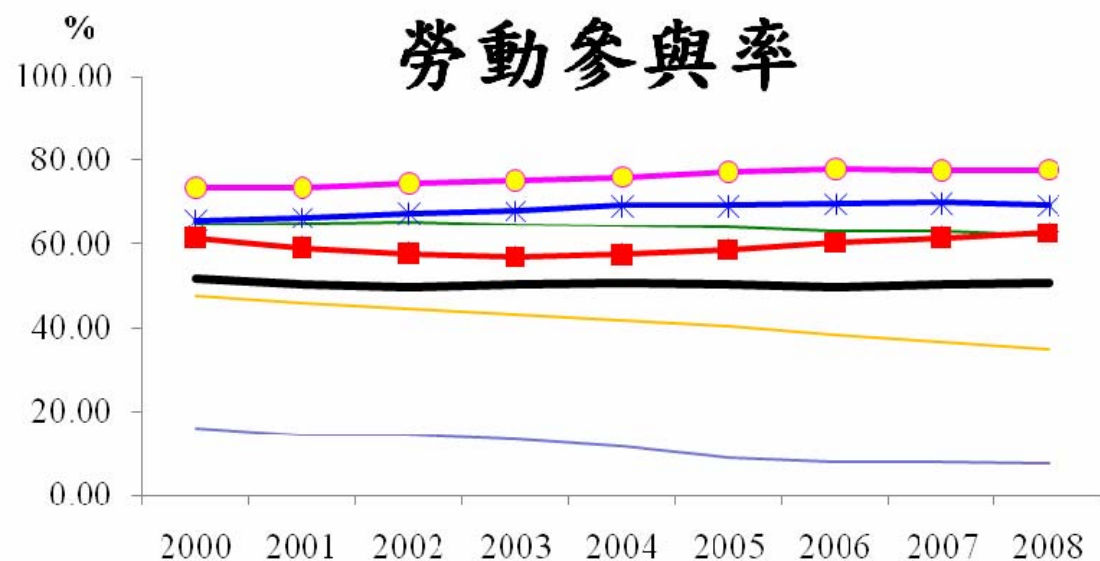


高等教育與產業需求有落差



- 不識字及自修
- 國小
- 國中
- 高中
- * 高職
- 專科
- 大學及以上

▶ 大學以上勞動力大幅增加，參與率卻低於高職與專科



- 不識字及自修
- 國小
- 國中
- 高中
- * 高職
- 專科
- 大學及以上

勞動力未充分被產業吸收

➤ 產業需求面問題

- ◆ 服務業成長動能不足
- ◆ 發展模式：重科技研發與設備投資，輕服務創新

➤ 人力供給面問題

- ◆ 人力資源品質有待提升

➤ 勞動政策與法規面問題

- ◆ 勞動政策社會福利化

- ◎ 衝擊就業意願
- ◎ 衝擊雇用意願

經濟成長率
回升
依然存在較
高失業率

平均實質薪資停滯、下滑

環境面問題

- 全球化
- 勞動法規

需求面問題

- 產業結構改變
- 服務業成長動能不足
- 非典型僱用型態 ↑

供給面問題

- 大學以上新增勞動力供給 ↑
- 人力品質不符需求

- 金融海嘯衝擊，
無薪假、失業率 ↑

平均實質薪資
停滯

平均薪資 ↓

所得M型化



➤ 失業率升高

5.86(2009年1-10月平均)，較去年同期**+1.85%**

➤ 失業人口增加

63萬9千人(2009年1-10月平均)，較上年同期增加**20萬5千人**

➤ 工業及服務業每人月平均薪資下滑

43059元(2009年1-9月平均)，較去年同期**-6%**

➤ 台北股市加權指數大幅上漲

7582.21 (2009年11月底收盤指數)，較去年同期**+70%**

三、未來展望

國內經濟隱憂

- 服務業成長動能不足
- 失業率升高
- 實質薪資停滯、下滑
- 所得M型化日益明顯

國際競爭壓力升高

- 全球化、區域整合趨勢明顯
- 金融海嘯後亞洲成為重要競爭市場
- ECFA的機會與挑戰

未來展望

- 提升產業競爭力，加強服務創新
- 提升人力資本，以支援產業發展
- 市場重新洗牌，掌握後進者商機

提升競爭力，加強服務創新

➤ 建立專屬、持久性競爭力：各產業都需要創新

- ◆ 因應全球化競爭、區域整合，及ECFA下的必然趨勢
- ◆ 不僅止於新技術的研發（過去的產業升級概念）
- ◆ 特別需要促進各業的服務創新與價值創造能力

➤ 競爭力與就業 ↑ ：技術研發 + 服務創新

➤ 薪資與所得 ↑ ：鼓勵價值創造的服務創新

品牌、國際行銷、文化創意、品質提昇、新產品與服務開發、設計、創新概念、創新營運模式等

➤ 研發與創新資源：不應獨厚科技產業

➤ 服務業主管機關：管理→發展

提升人力資本，以支援產業發展

- 大學以上新增勞動力供給↑，技能有待提升
- 技職人力供給↑
- 勞動政策更致力於人力資本品質提升
 - ◆ 高級實務技能的培訓與認證
 - ◆ 外國業界專家來台指導的補助或所得稅的優惠
 - ◆ 員工海外短期訓練的補助
 - ◆ 服務品質提升的培訓補助
- 勞動政策與社會福利政策脫鉤
 - ◆ 謹慎使用社會福利政策
 - ◎ 企業成本↑
 - ◎ 財政負擔↑
 - ◎ 勞動就業意願↓

市場重新洗牌，掌握後進者商機

➤ 新興市場崛起

- ◆ 金磚四國、東南亞國協等國內需市場機會↑(如ECFA 機會)
- ◆ 新技術與創新領域市場成熟度↑(如綠能、環保、生技)

➤ 台灣的品牌市場發展機會提升

- ◆ 不景氣下，台灣商品出現商機：高品質 + 價格相對合理
- ◆ 逆境下的競爭與成長策略：擴大既有市場市佔率
- ◆ 景氣復甦初期，大幅推廣台灣品牌、通路與行銷
- ◆ 競爭之外，得思考合作策略（策略聯盟）

➤ 掌握網際網路躍升為主流媒體與通路時機

- ◆ 網路互動營運模式逐漸成熟
- ◆ 社群經營 + 口碑與病毒式行銷 + 市場資訊與創意收集

報告完畢
敬請指教

