

當今國際間企業興起的工業戰或是商業經濟貿易戰，是各國政府致力謀求因應的大問題，參加七國高峯會議的各國首領更重視這一問題。工業戰或是商業經濟貿易戰，無論所用名詞如何，無非是各國產品綜合性競爭力的競賽；時下不分經濟強勢國家或經濟落後地區的當政人士無不多方設法加強或改善各自產品在國際市場上的競爭力。

工業產品在國際間的競爭已不再是單純的物美價廉問題，而且還牽涉到各國經濟、工業、政治、文化和科技等各方面的綜合性問題。若以共同市場範圍內論產品的競爭力，則似限於兩大因素：硬幣與低度通貨膨脹，即貨幣強勢國家和低通貨膨脹率國家的產品競爭力強，如西德；反之產品競爭力弱，如法國；若

以全球性市場範圍內論產品的競爭力，則所牽連因素要涉及教育與科技水準、活絡的商業政策、商業攻勢和商業行銷網等。

根據上述，則「競爭力」(Compétitivité)的內涵有所延伸，過去10年甚至20年間，競爭力這一名詞在企業界未見重視。在當時掛在人們口上的字眼是「生產率」和「成本」，換言之，企業家只要這兩項比競爭對象強就可以打出天下、如今，生產率「高」和「低」成本固然仍是產品競爭的要因，但尚有賴於其他因素，才能使產品競爭力處於常勝不敗之地。換言之，除產品生產率高和低成本外，尚要周詳和嚴密的商業政策、攻勢和行銷網。否則，其競爭力最多不過是防守而已。當前西歐人士似乎在日本與美國工業

—巴黎航稿—

歐洲各國工業產品 競爭力面面觀

羅美社

產品的洗鍊下已有所覺醒，不僅注意日、美人士的所為，而更領悟到自己之所未為。過去西歐人士默守產品競爭力建立於原料成本等財務基礎之上，如今也深深體會到產品的推陳出新、經理員工的勤惰、生產設備與技術的改善、售後服務與廣告宣傳的加強和恰當適中的推銷技術（商業政策、攻勢和行銷網）等因素的重要性，甚至於重視政治與社會的穩定氣氛。

過去 OECD 組織出版刊物中比較工業產品的競爭力，僅以單位工資為憑據，而未包括上述各項內容；近日西方人對於構成產品競爭力的因素作出綜合性的搜集與整理，諸如歐洲委員會 (Lo Commission européenne)、歐洲經濟合作聯盟 (Ligue européenne de coopération économique) 和歐洲企管論

壇 (Forum européenne de management) 等機構紛紛分析構成產品競爭力的重要因素；並指出日本產品的競爭力雄居世界各國之冠，緊隨其後者為瑞士、美國、西德和荷蘭等國的產品。

根據初步觀察，貨幣強勢國家的產品競爭力強，但生活水準高、企業的社會財稅負荷較重，不一定會削弱產品的競爭力。按日本與美國企業的社會財稅負荷不重，英國的情形亦復如此，但英國工業產品的競爭力未見得強勁；反之荷蘭與瑞典兩國企業的社會財稅負荷遠超出各國之上，結果其產品的競爭力反名列前茅，故產品的競爭力強或弱，不可以企業財稅負荷（成本之一）而概括一切。以下就西方人對於產品競爭力所作分析，綜合十點略述於下。