

網球拍產業的聯合外銷與

壹、前言

在看完本月刊針對國產網球拍產業所做的諸篇研究報告後，或許有些讀者會產生兩個問題——聯合外銷之可行性與出口底價制度之優缺點。何以我國網球拍產業近幾年來占美國及日本之進口數量之比率高達70~80%左右，但據多數業者表示却連一點議價能力都沒有，淪於削價競爭，掙扎於成本邊緣生產？而自民國74年3月16日起實施之出口底價制，規定100%碳纖維含量之網球拍（不穿線）出口FOB價格每支28美元，碳複合材料製品每支20美元。在業者捐棄成見下，所做成之君子協定（Gentleman Agreement）却面臨破壞、破裂之局面，個中原因如何，實令人費解。

本文擬就此二問題加以探討。第一節為前言。第二節探討聯合外銷之可行性。第三節分析出口底價制度，說明何以削價競爭普遍存在，進而建議廢除出口底價制度。

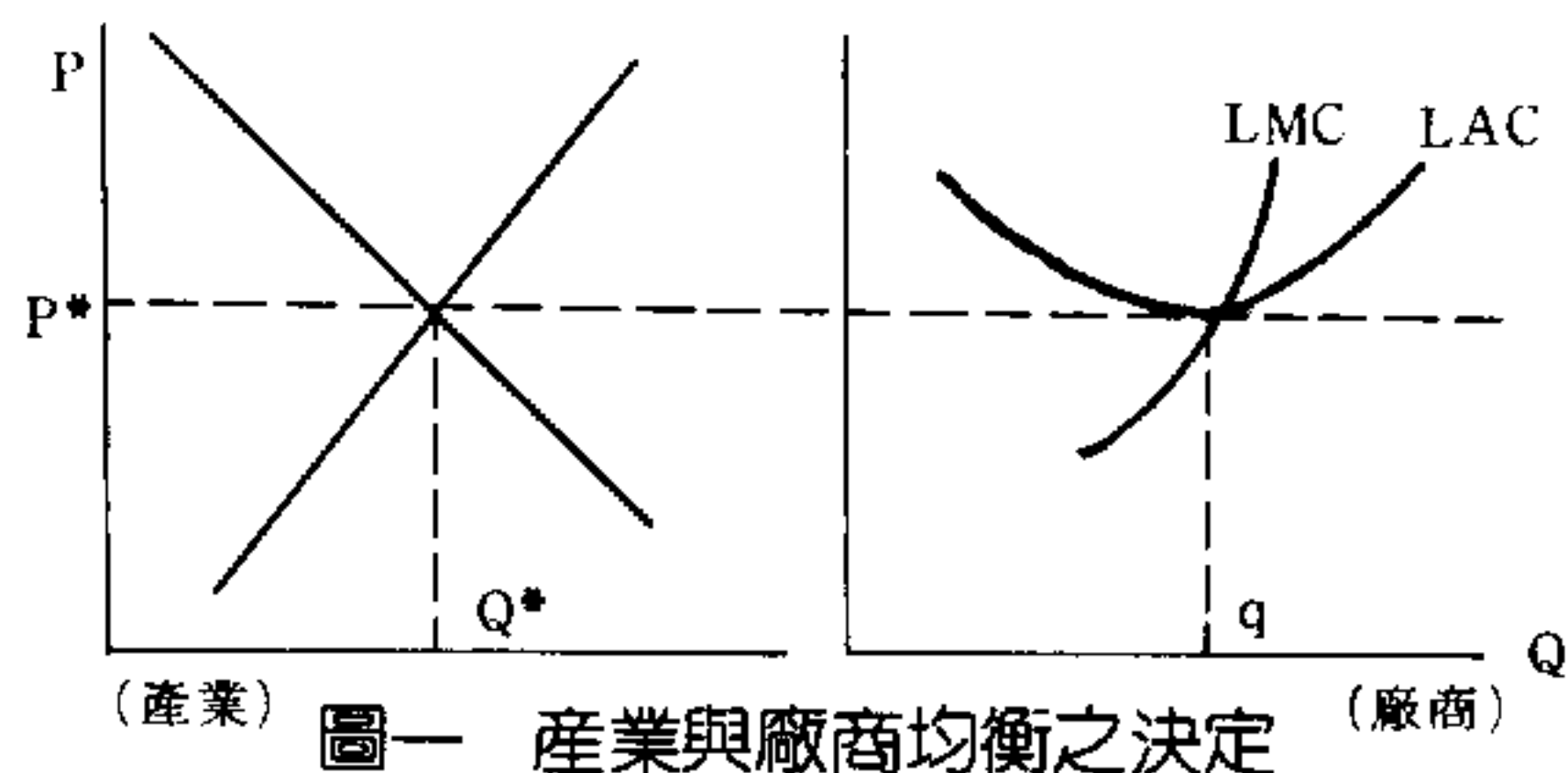
貳、從完全競爭到聯合外銷

近三年來，我國輸美、日兩國之網球拍，占其進口數量之比率穩定地維持於75~80%。我國網球拍產業以如此高之占有率，却無法獲取某種程度之超額利潤，難以決定價格而淪於殺價競爭，其理安在？表面的原因是台灣廠商絕大部份做OEM（代原廠加工）方式，按所接訂單之規格、數量、價格生產，故只是Price-taker而非Price-maker。但更進一步分析則可發現，我整個網球拍產業雖在美、日等市場擁有相當程度之壟斷力量，但個別廠商則無。因為國產網球拍外銷通常是由廠商或貿易商單獨與國外買主洽談，由於國內廠商及貿易商為數眾多，廠商處於完全競爭之

環境，不僅與國外競爭對手（如比利時、墨西哥）比較，更得與國內同業相競爭，故其價格自然趨近於平均成本最低點之水準（已包含合理利潤在內）。

目睹網球拍產業所面臨此一劣勢，有智之士遂主張集合個體力量成為單一之外銷廠商，專務對外競爭而與國外買主議價（Bargain）。姑且不論成立“網球拍產業發展協會”以聯合外銷也罷；責成專業貿易商統一出口也罷；或委由光男公司總代理全國網球拍之外銷（國內其他廠由做國外之OEM改做Pro-Kennex之OEM）；或甚至成立出口卡特爾也罷；都可提高網球拍產業對外之議價能力，由Price-taker變為Price-maker，遂而獲取超額利潤。

因目前網球拍產業有如下之特性：大部份廠商都是Price-taker，情報獲得容易、可自由進出（Free Entry）此一市場，故具有完全競爭市場之特質。由圖一可看出，在完全競爭市場下，產業之長期均衡為 P^* ， Q^* ，而廠商則在 $P=P^*$ 條件下生產，而達到長期平均成本之最低點。



圖一 產業與廠商均衡之決定

設若網球拍產業組成一出口公司（上述四種方法之任何一種），以目前產業所擁有之占有率，市場均衡遂如圖二所示，此一公司必追求利潤最大，使 $MC=MR$ ，故均衡為 P_M ， Q_M ，且 $P_M > P^*$ ， $Q_M < Q^*$ 。