

兩岸水泥業市場 與分工模式

徐
淑
美

根據統計，1992年我國與大陸地區每人水泥平均消費量分別為1,121.6公斤及248公斤。此情況不但顯示出大陸水泥內需市場極具開拓價值，且此頗具消費潛力的市場亦正是我國業者赴大陸投資重要誘因之一。有關兩岸水泥業市場概況、優劣勢比較及未來分工模式，本文有詳實報導……

前言

隨著臺灣地區投資環境的變遷，兩岸經貿交流的日益頻繁，我產業大舉至大陸投資，根據經濟部投資審議委員會統計資料顯示，主要業別包括食品及飲料、紡織、成衣服飾、皮革、製鞋、塑膠製品、橡膠製品、金屬製品、電機、電子及電器製品、車輛……等產業，此一風潮造成臺灣產業空洞化的隱憂，水泥業雖然尚未正式赴大陸投資，但也計劃進軍彼岸。

在無法阻止業者紛赴大陸投資的情形下，為了使根留臺灣、促進產業升級、達成互補互利的目標，經

濟部工業局乃研擬「兩岸產業分工模式」，藉以協助兩岸產業進行適當的分工。水泥業為其中產業項目之一，本文即就該產業的市場情況及分工模式作一探討，藉以瞭解我水泥業擬赴大陸投資的主要原因，以及未來兩岸水泥業分工的型態。

兩岸水泥業市場概況

(一)臺灣地區

近年政府積極推動六年國建計畫，帶動水泥業快速成長。根據臺灣地區水泥工業同業公會統計資料顯示，民國81年國產水泥業產量高達2,145萬公噸，內銷量達2,036萬公噸，皆創下歷年來最高峯（見附圖

），該年度國內水泥使用量達2,333萬公噸，每人年平均消費1,121.6公斤，亦創下新紀錄。

水泥內銷可分為軍用、公用及民用等三大類，其中以民用所佔比例最高，公用次之，茲以81年為例，民用水泥約佔內銷總量的85%；公用水泥約佔13%；軍用水泥僅佔2%。外銷方面，由於國內市場水泥需求強勁，使得業者無力外銷，加上政府政策限制，水泥外銷量由78年的223萬公噸減少至81年的116萬公噸。根據政府規劃之「水泥工業長期發展方案」，水泥生產係以內銷為主，外銷僅為調節供需平衡，為充分供應國內所需並平衡產銷