

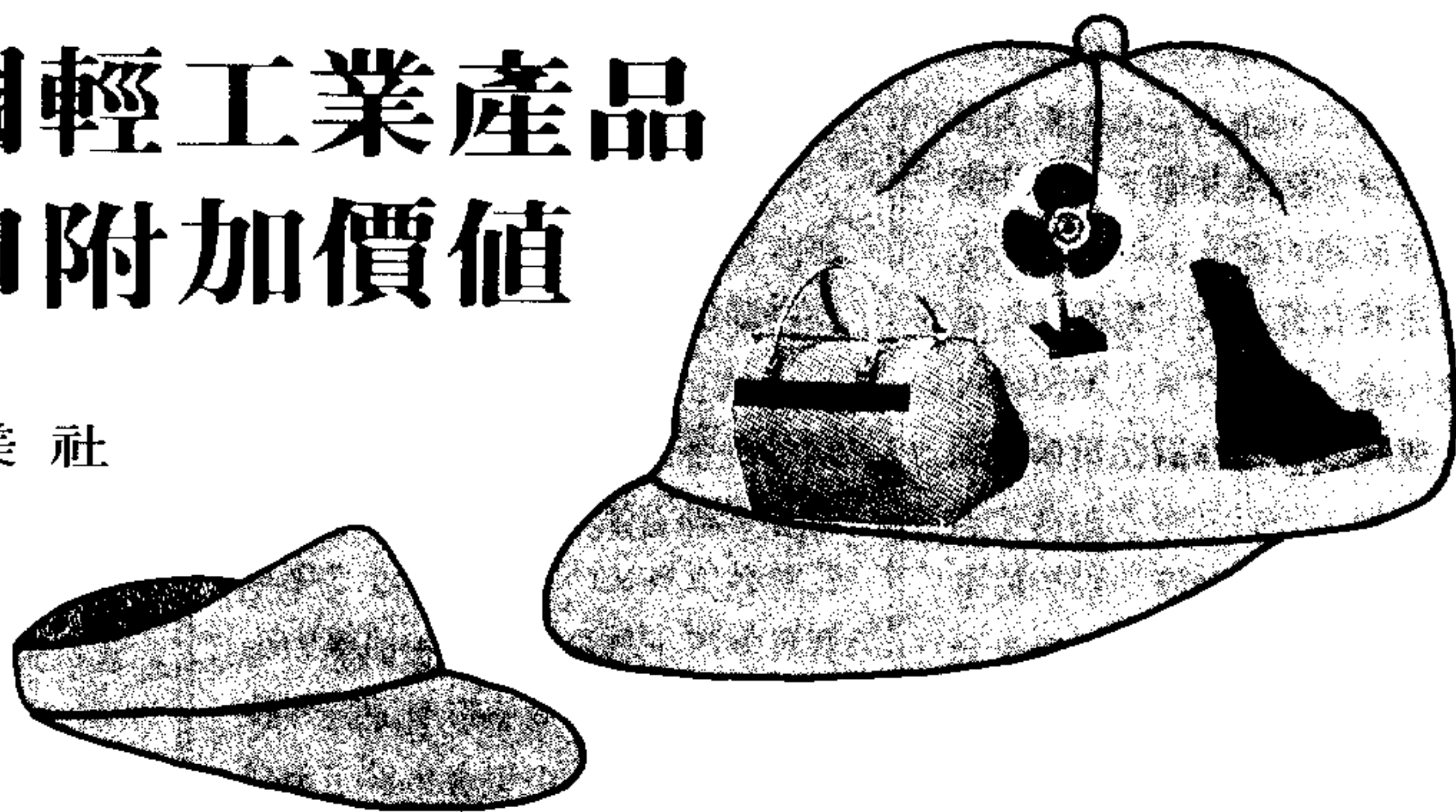
從

談

對美出口帽類

我國輕工業產品 出口附加價值

■ 羅 美 社



貿易週刊第 1171 號陳榮輝先生大作『從綜合貿易法案談美國保護主義趨向』，分析指出美國國會一旦通過該案，勢必對中美貿易（實指我對美出口貿易）產生許多惡果；同時寄望企業界對出口貿易積極改進：加強產品應用研究以提高產品品質，俾保持對外出口持續增長。多年來國內學者專家已不只一次提出改善生產結構以提高生產效率的建議，尤其是台灣經濟研究所負責人，曾再三向企業界呼籲改進產品附加價值的投資工作。提高附加價值是指以資本密集和技術密集的生產品態取代勞力密集的生產品方式，對於以出口為導向的經濟型態之出口產品，無形中可以有效地因應外國貿易保護政策和非貿易性的種種障礙。

開拓國際市場並謀求我國出口持續增長的兩個法寶是（一）分散出口的國際市場以降低各種風險，（二）改進生產結構以提高產品品質及其附加價值；這兩點根本道理是國內有識之士盡人皆知的事，然而營運出口貿易的企業界似乎未能跟進，因此我國輕工業產品出口

地區依然集中於北美，故遭受種種貿易上障礙，出口產品品質也有待改進；如若以我國近年出口貿易在油價危機下還有增加而自滿，乃是大錯特錯的事，蓋我國輕工業產品的競爭對手越來越多，且其產業結構越來越逼近我國水準，南韓是盡人皆知的勁敵，故我國產業界不得不以產業升級為因應辦法，否則日後難以對付南韓以外的東南亞各國。

數年來我國輕工業產品出口在國際間已打出不可低估的知名度，除紡織品外，其中最早在歐美出現的聖誕燈，在東南亞推出的縫衣機、電風扇、電鍋和腳踏車等，但隨之而來並氾濫於世界各國市場的鞋類（以運動鞋為主，拖鞋為副）、燒陶、傘類（包括雨傘和陽傘）、提包（包括旅行提包和運動提包）、一般工具（包括汽車修護用工具和家庭用普通手工具）和零組件（包括汽車和家庭用音響電組件）等產品比比皆是，以上產品是目前充斥於西方消費社會的一般 MIT（Made in TAIWAN）產品，在法國也不例外；上述產品品質不高，也就是說附加價值不高，附加