

質勝於量」的觀念，努力發展高品質高單價的鞋類，以提高競爭能力。

人力培育不容再牛「步」化

我國鞋業一般規模不大，缺乏培養市場與專業人才的訓練，實應以生產技術、教育訓練與經營管理等課程，使人力升級，以表現台灣鞋特有的風格和品味。

師「步」義大利精研百年鞋

以專家投入改善工廠，朝生產自動化及精密化發展，以取代不斷上漲的工資成本。再則可成立CAD/CAM設計中心，利用電腦繪圖使技術升級，維持一定的設計水準。

搶攻陣地須「步」步為營

業者宜加強開發中南美洲、中東及歐洲市場，以分散過度集中的美國市場。尤其這一年多來美國保護主義一再升高，對未來我國鞋業輸美，仍有潛在的壓力，分散美國市場，雖是老調重彈，但衡諸事實，業者實應未雨綢繆。

扶桑小脚大「步」走

加強拓展日本市場。日本現有一億人口。國民所得高居亞洲第一位，平均每人每年消耗五雙鞋，因此日本也是世界主要的鞋類消費市場。日本國內向有堅強的製鞋工業，多能自行供應，僅有少數進口。近年來日本工資日漸上升，自國外進口鞋類以供市場需要已有增加趨勢。國內業者應配合中日雙方政府推動平衡貿易逆差的契機，以及日幣大幅升值購買力增強的時刻，積極拓展日本市場。

(林秀香)

鋼鐵業投資計畫 風起雲湧

鋼鐵業經過一年來的復甦，逐漸脫離了景氣低迷的狀態。由於世界鋼鐵產量減少5%及部分大鋼廠歲修減產，加上廢鋼原料進口關稅減半，實施加值型營業稅，台電離尖峯及時間電價的研擬實施等，在在形成鋼鐵業的有利環境，導致去年平均成長率可達15~20%。