

■ 陳 添 枝

美國賓州州立大學經濟學博士。

現任台灣大學經濟系教授。

曾任中華經濟研究院院長。專業領域為國際貿易、經濟發展。

著作有《生產配額與生產效率：台灣洋菇、蘆筍、鳳梨罐頭聯合產銷的實證分析》、

《進口替代與出口擴張：相容或相斥》等中、英文著作。



「或許有人會說，現在的知識分子怎麼都不發聲了，但我覺得這並沒有什麼特別值得擔心的，」陳添枝說，時代不同了，社會對知識分子角色的期待也會有所不同吧，「在威權時代，知識分子要言人所不敢言，去衝破體制的限制，因為除了這樣，普羅大眾的心聲無從表達，現在呢，有很多其他方式可以表現出人民的意向，」他說：「投票，不就是一個！人民的心中自有一把尺，不一定什麼都要知識分子去說吧。」

陳添枝認為，不是知識分子噤聲或者冷漠，而是民主多元，人人都有表達意見的空間；再加上媒體環境的改變，使得某些類型的人在媒體、特別是電子媒體發言的機會特別多，「當你看到某些人在電視上一直講、一直講，你還會想講嗎？不會嘛，因為你懶得跟他們一樣。」

但知識分子當然仍然持續關注著社會的發展與變化。談到台灣的發展與走向，長期關注兩岸經濟關係的陳添枝認為，台商在中國大陸的角色已進入第三階段，「做法必須改變。」第一階段，台商進入中國，在尋求較低生產成本的同時，也幫助了彼時還未面向國際的中國大陸與世界接軌；第二階段，台商開始大舉對中國投資，並將在台灣已發展成熟的資訊產業，移往中國大陸，發揮產業群聚效應，使中國大陸迅速成為僅次於美國和日本

的資訊產品第二大生產國。

在這兩個階段，很多台灣人，包括政府的政策，看到的是：台灣的工廠過去了，人過去了，技術過去了，資金過去了：……這些都讓人感到憂慮和緊張，在「零合遊戲」的思維下，對台商前進中國大陸，總要想辦法「擋」。

如今，中國大陸已成為一個成長中的市場，台商要思考的是如何服務那裡的消費者，「需要的本事已不同於前兩階段，台商得在那裡經營品牌。」陳添枝認為，對台商來說，中國大陸是一個很好的「練兵」的機會，但這並不表示台商從這裡出發、走向國際市場是理所當然的，「全世界的頂尖企業都來到中國了，這裡的競爭其實是最慘烈的」，無論是原本走成本效益（cost-saving）路子的台商，還是打算發展自有品牌的台商，「經營挑戰都極高」。但無論如何，台商在中國還是有機會，畢竟消費偏好還沒有形成，品牌的進入障礙還不算太高，總可試試。

陳添枝說，就經濟層面而言，中國大陸與台灣在生產面上的替代關係已逐漸轉變，在政策上，台灣或許也該跳脫「防堵思維」，思考怎麼樣透過在中國大陸的發展，進一步擴大經營幅員與規模，為台灣企業創造出更多機會。

全球化下的兩岸經濟關係

回顧與展望

——
陳添枝

一、歷史

台灣自十七世紀以來即是全球化的一環，不論貿易與生產均和全球密切結合。相對的，中國自十六世紀以來，即採取鎖國政策和全球化脫節。當中國和全球隔絕時，台灣扮演著中國通往世界的一道後門，並由此角色取得巨大的利益。在一六二四—一六六二年間，當明朝進行鎖國時，荷蘭人佔領台灣，以安平港做為東亞貿易的中繼站，大做中國、日本、歐洲商品的轉口貿易。一六六二年鄭成功驅逐荷蘭人，在台建立「反清復明」的基地，也是以轉口貿易作為經濟活動的主軸。郁永和在「偽鄭記事」一書中這樣說：「（鄭）成功以海外島嶼，交通內地，遍買人心，而財用不匱者，以有通洋之利也。本（清）朝嚴禁通洋，片板亦不得入海，而商賈壟斷，厚賂守口之官，潛通鄭氏，

以達廈門，然後通販各國，凡中國諸貨，海外之人皆仰結焉。於是通洋之利，為鄭氏獨操之，財用益饒。」當時鄭成功的艦隊，北達日本、浙江沿海，南達印尼，在太平洋上縱橫無阻，無疑是東亞海上最大的貿易船隊。

及至清朝將台灣納入版圖，初期（一六八三—一八五八年間）採取鎖國政策，不許台灣與外國貿易，只准和大陸內地貿易，而且對貿易數量有嚴格限制。兩岸間的船隻往來，也僅限於特定的口岸間。最早開放的是安平和廈門間的航線，其次開放的是鹿港和蚶江（泉州）間的航線，第三個開放的是八里和福州及蚶江間的航線。這種「定點直航」的規範和今天兩岸航線的設計如出一轍。

清政府的鎖國政策直到一八五八年的「天津條約」後才改變。因英法聯軍而簽訂的這個條約，清廷被迫開放安平港對外國貿易，其後又增加了淡水、高雄和基隆三個港口。開港以後的台灣迅速成為茶葉出口的基地，因為茶葉出口的興盛，全島生產的型態也大幅變容。根據英人所作《英國領事報告》的記載：「年復一年，漢人不斷向山區開發，一山占過一山，砍下了樹木，種下了茶。」（林滿紅一九九七）當時台灣出口到美國的烏龍茶，是美國市場的第一品牌。

一八九五年日本據台之後，台灣對外貿易轉向日本，出口的產品以米、茶、糖及樟腦為大宗，早期時出口商品較為分散，一九一〇年以後糖占出口的比率經常在一半以

上。這是日本政府刻意設計的台灣和日本本土的分工策略。直到一九四一年太平洋戰爭爆發以後，日本把台灣定位為「北守南攻」的基地，才開始進行少量的工業發展。

自一九四五年台灣歸入中華民國版圖到一九八〇年之間，台灣以「海外加工基地」的定位為西方多國籍公司進行代工的業務，配合著戰後世界貿易的大開放，達成了工業化的初期目標，並取得奇蹟式的經濟成長。

因此自有史可考的一六二四年到一九八〇年的近四百年間，中國均處於「與世隔絕」的狀態，台灣則以其優越的地理位置，充分接受全球化的洗禮，接觸現代文明，包納多元文化，享受貿易的利益。這種情況會因為一九七九年後中國的突然覺醒和積極參與全球化而有所改變嗎？

二、中國參與全球化

中國自一九七九年實施「改革開放」政策以來，逐步融入全球的經濟體系。迄今為止，中國參與全球化的歷程可以大分為三個階段：第一個階段是貿易全球化，第二階段是資金全球化，第三階段則是制度的全球化。茲分述如下：

在第一階段（一九七九—一九九三年），中國政府改革對外貿易體制，取消國營企

業對貿易的壟斷權，鼓勵出口，並且開放進口以創造出口的能量。在這段期間，鄉鎮企業利用鄉村的剩餘勞動力所生產的勞力密集產品成為中國出口的主力。祛除了「自立更生」的魔咒後，中國在短短的十四年間，在貿易量甚小的基礎上，快速發展成為一個貿易大國。在這段期間，貿易發揮了資源重配置的作用，使農村剩餘的勞動力得到有效的利用。從經濟發展的型態上看，這段期間基本上是一種「部門轉移」型的經濟成長模式。

在第二個階段（一九九四—二〇〇一年），中國政府以「招商引資」為主軸，提供各種優惠政策，放寬外人投資的部門及地區，減少外資企業的所有權限制、外銷限制、「外匯平衡」限制等等，使外資企業成為經濟成長的主力。這種政策執行相當徹底，使中國很快成為吸引外人投資的大國，二〇〇〇六年吸引外資六百九十五億美元，居全球第一位。外資企業不僅帶來資金，有助於固定資本形成，而且帶來新技術和新市場，使中國的生產能力和出口機會均大幅增加。招商引資的政策也使外資企業成為中國出口的主力。這段期間基本上是一種「資本累積」型的經濟成長模式。

在第三個階段（二〇〇〇一年迄今），中國加入WTO，一方面開放國內的市場，一方面進行經濟制度的改革，以便和國際接軌。重要的制度改革包括資本市場的建制、金融監理的強化、公司治理的強化、減少對私人企業的歧視、增強對私人產權的保護，同時強調科技興國、提升經濟發展質量。這一階段改革的主要目標是透過制度的接軌，使中

國能更有效利用世界的資源，例如全球資本市場的資源，促成以技術推升的經濟成長。

在中國改革開放的過程中，台商在第一及第二階段均扮演關鍵性的角色，但到第三階段以後則逐漸的邊緣化。茲說明如下：

在改革的第一階段，中國尋求和國際市場接軌，但缺乏管道和外銷的生產體制。台商一方面將其長期累積的出口網路帶到中國，使中國順利和國際市場掛鉤，一方面以綿密的產業鏈支援中國的「三來一補」、「兩頭在外」等初級的出口加工體系，使勞力密集產品的出口在短期內大幅成長，台商則將成衣製鞋等產業移至中國。

在改革的第二階段，台商響應中國各地方的「招商引資」，大舉對中國投資。在一九九五年之後，對中國投資總額占台灣每年對外投資總金額的一半以上，使台商直接成為中國出口的生力軍。尤其在二〇〇一年政府開放資訊業對中國投資之後，在短短數年內，中國迅速成為全球資訊產品生產的第三大國（僅次於美國及日本），而台商也成為中國資訊產品出口的最大力量。以二〇〇五年為例，在中國出口的前二十大企業中，台商即占了十家，清一色是資訊業。

但到第三階段以後，台商在中國改革開放中的地位便逐漸起了變化。二〇〇一年中國加入WTO以後，西方的大型多國籍企業紛紛進駐中國，國際資本市場的資金也大量投入中國的股市、借貸和購併的市場，中國企業主動赴海外（包括香港、美國、日本）上

市，使台灣資金相形見絀。在此同時，中國自一九七九年以來實施的「出口導向」成長策略開始出現破綻，沿海地區的工資上漲，人力開始出現短缺的現象，台商被迫轉移到東南亞低工資地區投資。另一方面，中國的每人所得在二〇〇〇五年達一千七百五十五美元（一萬四千零四十人民幣），內需市場急速成長，台商因欠缺品牌與行銷能力，在內銷市場的競爭，乏善可陳。在這段期間中國與全球市場結合最快的是金融市場，但因我國政府的自我設限，廠商失去掌握先發優勢（first-mover advantage）的契機。

三、中國全球化對台灣的影響

對全世界而言，中國參與全球化的最大意義是使世界忽然增加了十三億人口和約莫七億的勞動力。假使我們把世界分成兩塊，一塊是中國與和中國生產形態相似的國家，另一塊是和中國生產形態不同的國家。借用貿易文獻的用語，姑且把前者稱為南方，後者稱為北方。當南方的勞動力突然增加時，勞力密集財的產出增加，資本密集財的產出減少；在北方產出組合不變的情形下，勞力密集財的相對價格下跌，資本密集財的相對價格上升。明顯屬於南方集團一員的台灣，受到勞力密集財相對價格下跌的影響，貿易條件惡化，若無其他改變，實質GDP將減少，而且商品價格的變化，將帶動國內實質工

資的下跌，造成所得分配的不均。換言之，台灣若對中國的全球化無所因應，將被「颱風尾」掃到，成為無辜受害者。也就是說，若對中國的全球化採取「以不變應萬變」的策略，將被全球化犧牲。

台商應變的方法有兩種：一種是積極的參與中國的全球化，成為中國全球化的一員，分享中國全球化的果實，以彌補在台灣方面遭受的損害；另一種是設法轉移陣營，由南方集團跳到北方集團，以獲取貿易條件改善的利益。我們姑且把前者稱為「抬轎者」，後者稱為「跳車者」。

「抬轎者」就是自一九七九年以來積極在中國投資，協助中國出口的廠商。這類廠商利用中國廉價而豐富的勞動力，擴大了在全球出口市場的占有率，成為全球最大的「代工廠」，藉由其龐大的產能，鞏固在全球生產網路的地位。這些廠商在中國雇用大量的勞工，成為世界有數的大雇主，且經由擴大生產的挹注，台灣本土的營收不但不減少，反而增加。它們在台的雇用人數則有增有減，因產業而異，但幾乎沒有例外的是：它們在台灣雇用結構中，技術性勞工的比例上升，非技術性勞工的比例下降（Chen and Ku 2003）。換言之，這類廠商引發的就業調整，使技術性勞工的需求增加，非技術性勞工的需求減少，其引發之相對工資變化，使所得分配的不均度上升。

「抬轎者」利用生產規模的擴大，可以進行垂直整合，投入上游材料和零組件的生

產，也可以投入研究發展（R&D），強化產品開發能力，由OEM廠轉化為ODM廠，使其在全球生產網路的地位更為鞏固。此外也有些廠商進行平行的多角化生產，介入新興的生產領域，以分散產業的風險，取得企業成長的新力道。多角化的領域中也有部分可能在台灣生產。

「抬轎者」一方面和中國結盟，另一方面卻十分擔心自己的代工地位被取代，因此在生產的安排上，儘量少和中國廠商往來，寧可和台商或者外商進行合作，因此在中國的營運是一種飛地（enclave）的狀態。它們除了大量利用中國本地的勞工外，無論是上游和下游都是和國際生產網路串連，而和本地生產網路隔絕。這種飛地型的生產形態需要地方政府熱烈的支持才能成功，因此「抬轎者」也都集中在某些特定的區域，它們所形成的產業聚落，往往也是中國產業最快速發展的地區。這些聚落不只台商集結，而且常常和日商、韓商等相毗鄰，把國際生產網路的優勢集體移植到中國去。它們和地方政府密切合作，以克服中央政府的政策束縛，抑低勞動的成本（Wu 2006）。

「抬轎者」一方面從中國大量出口下游產品到世界各地，一方面由台灣大量進口上游的材料和零組件，使台灣對外的出口在下游萎縮後，中上游反而大幅成長，而維持了出口成長的力道，不致因產業外移而中落。由於他們的努力，中國自二〇〇〇二年已取代美國成為台灣最大的出口市場，台灣對中國的貿易順差在二〇〇〇六年時達六六四億美

元，「抬轎者」的貢獻不可謂不大。

另一方面，「跳車者」的策略是避開中國所擅長生產的商品，避免與其爭鋒，轉而跳車到北方的舞台，生產中國不具相對優勢的產品。這類產品大都有資本密集和技術密集的特性，需要長時間的錘練，才能擁有生產的優勢。最典型的產品就是材料和關鍵性零組件，這些產品也是中國加工出口產業所不可或缺的，因此中國加工出口業的快速發展也升高了對這些產品的需求，形成一種共生互補的關係。有些「抬轎者」也同時具有「跳車者」的身份，「抬轎者」和「跳車者」的密切合作，使台灣雖然把電腦出口大國的地位讓予中國，但卻也同時成為半導體和液晶面板出口的大國。

無論「抬轎者」和「跳車者」都是由台灣原始的加工出口產業演化而來，他們利用中國改革開放後所散發的新能量（勞動力），擴大原有的生產規模，並達成部分垂直整合的目的，使台灣原本「淺碟」型的工業增加了一些厚度。他們介入新的領域（材料和關鍵零組件）的生產，使產業結構得以轉型。如果把兩岸的生產體系合併考量，台商在取得中國的資源以後其實是壯大了，不只是企業規模變大，市場占有率提高，而且技術力增強，上下游整合更完備。但在中國進入改革開放的第三階段以後，這種「以出口為網」和中國共生連結的生產體系，正面臨嚴峻的挑戰。

四、新階段的挑戰

中國自一九七九年實施改革開放以來，自農村釋出約兩億人口，成為工業生產的生力軍（以二〇〇〇五年鄉村的非農業勞動力估計為二億零四百一十二萬人）；目前估計在農村的剩餘人口仍有一億以上（中國科學院 二〇〇五），但中國政府基於政策的考量，不希望他們繼續流往都市。如果這個政策有效執行，則中國對全球工業生產所貢獻的勞動力將到此為止，中國未來工業勞動力的增加將來自人口的自然成長，而非源自部門別的移動，因此中國參與全球化對世界生產所造成的「板塊移動」大抵到此可以告一個段落。中國迄今所造成的最大影響是使勞力密集商品的相對價格下跌，非技術性勞工的工資停滯不進，甚至下跌，原本生產勞力密集商品的國家均面臨長期結構性失業的困擾。

中國第三階段的全球化有完全不同的取向：它企圖以制度的改革和全球市場接軌，尤其著力於金融市場改革，並且鼓勵企業「走出去」，赴外國直接投資或者到海外上市。這一階段的目標是取得海外策略性的資源，包括資金、市場、技術、能源等等。對於這些策略性目標，台商所能貢獻者甚少，因此它們逐漸受到冷落。在資金的取得方面，中國著眼於紐約、倫敦、香港等金融市場或外國投資機構的資金，以支援本土企業

的「走出去」站到世界的舞台；在市場方面，以國企或準國企為主力軍，積極拓展海外市場，建立自有品牌（因此有品牌中國之運動）；在技術方面，除延續過去「以市場換技術」的策略外，也藉由併購國外企業以及建立自有技術標準等方式，企圖取得關鍵性的自主技術；而在能源確保方面，則配合外交手段，積極投資海外油源的礦權和參與開發。這些作為，在在顯示「大國興起」的企圖，已經無須台商的牽線和奧援。中國政府反而藉由區域優惠性的協定（如ASEAN和中國自由貿易協定），使台商出口導向的跨國營運布局面臨困境。

在新的策略下，台商甚至被視為中國經濟發展的障礙。它們逐漸被取消出口優惠，被要求繳交更高的營利事業所得稅，提供更多的勞工福利，甚至遷出靠近城市的生產地點，以協助「騰籠換鳥」政策的實現。台商協助創造的貿易順差，變成通貨膨脹的種子；台商雇用的來自農村的大量勞工變成城鎮政府的社會福利夢魘；台商生產所需的大量能源和排放的廢棄物變成節能和減廢的對象。在第一階段和第二階段全球化所累積的負債，逐漸的受到清算。

在這一階段，中國被迫開放內部市場，而隨著所得的提高，內需市場急速擴大。台商因為缺乏品牌和行銷能力，除少數產業（如食品），在中國市場的拓展幾乎寸步難行。例如近年在中國市場成長最為快速的汽車、家電、手機等產品，台商的能見度都很

低，遠遠不如我們的競爭對手韓國。目前在中國市場銷售的台商產品，也大半是當地製造的商品（包含食品在內），對台灣出口的貢獻微乎其微。這使得台灣在中國進口市場的地位節節敗退。在這一階段中少數成功的案例，除食品業外，就是某些能提供高階技術有助於中國技術自主的企業（如手機晶片）。

五、結語

中國在成為「世界工廠」的過程中，台商確實扮演了關鍵性的角色，中國的「出口擴張」型成長的機制，也大部分延續台灣的經驗，在這段過程中，台商無論是「抬轎者」或者「跳車者」都獲得相當的利益。台灣的產業結構經過這段時期的上沖下洗，也已經徹底轉型，國內的就業結構丕變。一般而言，產業結構的轉型使高技術勞工受益，低技術勞工受害（他們的工資幾乎停滯不動），結構性失業迄未弭平。過去在台灣出口中扮演要角的中小企業繁華落盡，產業集中度升高。無論是就業結構和企業結構的變化，均不利於所得分配的平均。

現在這個「世界工廠」正在蛻變中，勞力密集型的產業正面臨被淘汰的壓力。中國正在轉型為一個「世界的市場」。這個「世界市場」對能源、原料、大宗物資的大量需

求也正衝擊著全球資源的配置。但對台灣而言，最值得我們警惕的，是我們面對這個迅速崛起的市場，似乎「看得見，吃不到」。這是我們在兩岸開放貿易二十年後看待雙邊關係所應關切的最重要課題。

參考文獻

- 中國科學院(2005)《新機遇與新發展：中國二十年戰略機遇期的「三農」與發展》。
- 林滿紅(1997)《茶、糖、樟腦業與台灣之社會經濟變遷》，台北：聯經出版社。
- 陳添枝(2003)全球化與兩岸經濟關係，《經濟論文叢刊》第31輯第3期，第331-345頁。
- Chen, Tain-Jy and Ying-Hua Ku, 2003, 『The Effects of Overseas Investment on Domestic Employment,』 NBER working paper, December 2003, No. w10156.
- Wu, Jieh-Min, 2006, 『State and Capital in the Making of Chinese Migrant Citizenship Regimes,』 working paper.

