

課後重點整理

1. 工業類型：根據產品的特徵以及產業發展主要依賴因素的差異而分類。

類 型	產品特色	發展條件	舉 例
輕 工 業	體積小、重量輕	密集的勞力	食品加工、紡織、造紙工業
重 工 業	體積大、重量重	龐大的資本	鋼鐵、機械、石油化學工業
高科技工業		①資本需求較大 ②先進的科學技術	資訊、生物科技、奈米科技工業

2. 工業區位

- (1) 定義：指工廠或工業區設置時，考量的地點和位置條件。
- (2) 重要性：工廠或工業區必須位於合適的地點和位置，才能降低生產成本、提高利潤。
- (3) 影響工業區位選擇的主要因素包括動力、勞力、原料、市場、交通和政策。
- (4) 工業區位要素

工業區位	定 義	舉 例
動 力	需要利用大量動力的工業，選擇靠近動力供應地或動力廉價之處設廠	煉鋁廠
勞 力	需要大量勞動力的工業，選擇在人口密集的地方設廠 部分高科技工業選擇在大學或研究機構附近設廠，以便獲得具有特殊技術的人力資源	玩具工廠、紡織廠 資訊工業、生物科技工業
原 料	工業所使用的原料過重、過大、易於腐爛或損壞，為了減低運輸成本及避免原料耗損，工廠設置時以靠近原料產地為考量	水泥廠
市 場	產品的運費較高，或產品易碎、易腐，不利久運，工廠的設置宜接近市場	汽車工廠下食品工廠
交 通	在其他因素相似的情況下，為了降低運輸成本，工廠或工業區宜設置在運費低、運輸便利之地	高雄港工業區
政 策	為促進工業發展而設立工業區，並以優惠稅率或良好的設施環境，吸引企業設廠	高雄加工出口區、新竹科學工業園區

3. 國際分工

- (1) 方式：不同的國家具有不同的區位優勢，企業因此將產品的生產環節或零組件的製造分置於兩個或兩個以上的國家中進行，以降低成本。
- (2) 舉例：美國波音公司 737 客機的發動機和尾翼，即由勞力較為廉價的中國製造。

4. 臺灣的工業發展與分布

(1) 工業發展四個階段

民國 40 年代 至民國 50 年 代中期	農業相關的工業	在既有的農業生產基礎上獲得良好發展，如製糖工業
	進口替代的輕工業	可減少民生用品對進口的依賴而利於累積資本，如家電製造工業
民國 50 年代 中期至民國 60 年代	以出口為導向的勞力 密集工業	利用勞力密集的優勢，透過加工出口區的設置促進工業 成長
	重工業	政府推動「十大建設」，強化交通、電力等基礎建設， 發展鋼鐵、造船、石化等重工業
民國 70 年代	技術、資本密集工業 、具有價值優勢	勞工工資上揚、環保意識高漲，臺灣工業開始轉型，發 展高科技電子產業，新竹科學工業園區即在此環境背景 下設立
民國 80 年代 後	持續以資本與高科技 技術為導向	為求降低生產成本，勞力密集工業以及部分對勞力品質 需求較低的電子產業，大多將工廠移往工資低廉的地區 ，如東南亞國家或中國。臺灣本身強化產品競爭力，積 極朝向工業研發與決策基地發展

(2) 工業類型

類 型	原 因	分 布
輕工業（製糖 工業為例）	做為原料的甘蔗體積大、重量重、運輸成本高 ，故糖廠設置在甘蔗產區內	北回歸線以南的平原地區
重工業	臺灣大部分的重工業原料仰賴進口，海運繁盛 的高雄港提供優勢的交通區位	鋼鐵、造船、石化重工業以南 部地區分布最為密集
	晚近為因應既有石化工業遷廠與未來石化工業 建廠的需求	中部地區有雲林離島式基礎工 業區之闢建
高科技產業	高度發展的北部區域，利於獲得資金與技術	初期以新竹科學工業園區為分 布核心
	中、南部相關區位條件漸趨成熟	臺中、臺南等地設立科學工業 園區

(3) 工業集中地區

區 域 位 置	性 質	
西部工業集中地帶	臺北 — 新竹工業帶	兼具輕、重工業
	臺中 — 彰化工業帶	綜合性的輕工業
	臺南 — 高雄工業帶	重工業居重要地位
東部地區（工業發展程度低）	花蓮水泥工業及大理石工業較具規模	

5. 服務業的型態

(1) 商業活動的型態

批發	中盤商向生產者或製造者購買較大量的商品，再轉賣給零售商	較少與一般消費者直接交易
零售	將批發來的商品以較小的量賣給消費者	與一般消費者直接接觸
量販	兼具了零售與批發的性質	可與一般消費者直接接觸

- 在今日，因郵購、電視購物、網路購物等消費型態，商業活動已不再局限於實體店面。

(2) 國際貿易：國際貿易為國家與國家之間的商業行為，在今日的世界經濟體系中，是各國產業活動不可或缺的一部分。

出超	出口總值大於進口總值
入超	進口總值大於出口總值

6. 臺灣的服務業發展

(1) 產值逐年成長

- ① 原因：便利的網際網路與運輸系統。
- ② 占總產值的 70% 以上。
- ③ 日漸邁向國際市場，部分資訊通路和連鎖便利商店企業更進行跨國投資。

(2) 國際貿易的依賴度極高

原因	缺乏天然資源，工業發展必須仰賴進口原料或零組件，再製成產品銷往海外
現況	多呈現出超狀態：自民國六十五年起，工業產品的出口金額及其比例逐年增加。出口產品中代工的高科技產品或零組件，供應許多國際企業的需求，讓臺灣在國際分工體系中扮演著重要的角色
加入 WTO	臺灣與世界各國的貿易互動更加密切，美國、日本和中國為主要貿易對象

(3) 積極發展觀光

發展條件	豐富的自然與文化景觀是臺灣發展觀光產業的基礎
活絡	① 週休二日的實施，國民從事休閒旅遊活動的風氣日盛 ② 每年造訪臺灣的外國遊客數量亦呈上升的趨勢

多元評量教學設計

教學主題	第二、三級產業	學習領域	社會學習領域～地理
教學對象	七年級	教學時間	一節（45分鐘）
評量活動目標	一、認識工業類型 二、了解工業區位條件 三、認識臺灣工業發展歷程		
相對應能力指標	7-4-4 舉例說明各種生產活動所使用的生產要。 3-4-8 利用數據、坐標和其它資訊，來描述和解釋地表事象及其空間組織。 7-3-5-6 了解產業與經濟發展宜考量本土的自然和人文特色。		
教學準備與教材教具運用	1. 課本、電子書、學習單 2. 音響（播放器）、歌曲：「孤女的願望」		
作業檢核與評量方式	從「孤女的願望」認識臺灣工業發展的歷程學習單 60%、專心聆聽音樂並填入「孤女的願望」正確歌詞 40%		
教學活動		評量活動	
一、工業類型的區分 （一）輕工業的定義與舉例。 （二）重工業的定義與舉例。 （三）高科技工業的定義與舉例。 二、說明各種工業區位條件 （一）說明工廠選址的最佳區位考量。 （二）分析各種工業類型因應各種營運成本不同使得區位選擇不同。 （三）各工業區位條件總複習。 三、說明臺灣不同時期的工業發展歷程 （一）民國初期的農業至40年代的手工業。 （二）民國50年代以輕工業為發展重心。 （三）民國60年代開始發展基礎建設與重工業的發展。 （四）民國70年代已逐漸轉型發展高科技工業。 （五）民國80年代臺灣產業的技術升級與部分產業的外移。		一、了解工業區位條件 （一）將各區位條件舉例應用選出各工業區位。 （二）比較工廠營運各項成本後選出最佳區位。 （三）懂得分析不同工廠營運所需的各項成本不同。 （四）知道工廠選址需考量在總成本最低地方設廠。 二、認識臺灣不同時期的工業發展歷程 （一）分析各時期工業發展歷程轉變的原因。 （二）比較各時期不同的工業發展重心。 （三）能依序說出臺灣不同年代的工業發展。 （四）知道臺灣有不同時期的工業發展歷程。	

孤女的願望

歌曲背景簡介

這首歌發行的那年臺灣人民年所得年約 160 美元（折合當時臺幣 4,000 多元），從歌詞中可以了解許多中低收入的家庭很難讓孩子升學讀書，家中的長兄、長女為了維持家庭生計或讓弟妹有機會讀書而進入工廠工作。反映臺灣社會從農業過渡到工商，人民離鄉背井之情，歌詞是透過一個初入社會的少女為主角，表露她對繁華都市、未來的希望。

填入正確的歌詞（每格十分，請專心聆聽與感受）

詞：葉俊麟 曲：米山正夫

請借問播田的田庄阿伯啊，人塊講繁華都市 臺北 對叨去，阮就是無依偎可憐的女兒，自細漢著來離開父母的身邊，雖然無人替阮安排將來代誌，阮想要來趕都市做著 女工 度日子，也通來安慰自己心內的歎微。

請借問路邊的賣煙阿姐啊，人塊講對面彼間工廠是不是，貼告示要用人阮想要來去，我看你猶原不是幸福的女兒，雖然無人替咱安排將來代誌，在世間總是著愛自己打算恰合理，青春是不通耽誤人生的真義。請借問門頭的辦公阿伯啊，人塊講這間工廠有要採用人，阮雖然也 少年 攏不知半項，同情我地頭生疏以外無希望，若是 少錢 也要忍耐三冬五冬，為將來為著幸福甘願受苦來活動，有一日總會得著心情的輕鬆。

歌曲延伸學習，從「孤女的願望」認識臺灣工業發展的歷程（每題十五分）

1. 歌詞中，「阮」這位女主角所生活的時代背景，最有可能是處於臺灣工業發展哪一年代？

答：民國 50~60 年代。

2. 主角想要到都市找工作機會，歌詞中提到「借問門頭的辦公阿伯啊，人塊講這間工廠有要採用人」，請依照當時的年代背景判斷此工廠類型可能是哪些？

答：紡織、製鞋、製傘、食品加工等輕工業。

3. 女主角相當年輕就外出找尋工作機會，從歌詞中「攏不知半項，同情我地頭生疏以外無希望…為將來為著幸福甘願受苦來活動，有一日總會得著心情的輕鬆」。代表她就業工廠的工作性質應該為何？

答：以勞力密集為主的加工業、勞工薪資成本較低。

4. 聯結課文學習，臺灣發展工業初期階段，為了鼓勵外資與技術的投入，以哪一縣市為重心發展規劃設置「加工出口區」以進口原料，擴大產品出口，增加資本的累積？

答：高雄市（參考課本圖 1-3-14）。

臺灣紡織工業

配合課本第 31 頁

臺灣紡織工業走過了一條「恢復重建——進口替代——出口擴張——轉型」的發展歷程，這正是臺灣經濟發展的縮影。其中，八十年代中期開始，臺灣紡織工業產值與出口值在工業中的冠軍寶座地位讓給電子產品，開始進入轉型期，但直至目前，紡織工業仍是臺灣最重要的產業與出口創匯產業之一。依據 WTO 所公布的資料顯示，2007 年臺灣為全球第五大紡織品暨第三十一大成衣出口國，也是全球高級人纖布料主要供應國之一。

臺灣鋼鐵工業

配合課本第 31 頁

鋼鐵工業有「重工業之母」之稱，對整個工業發展影響甚大，也是衡量一個國家或地區，其工業發達程度的重要指標之一，故被臺灣列為重點發展工業。臺灣鋼鐵工業生產量遠跟不上市場的需求量，因此進口量大。九十年代末，臺灣粗鋼年產量只有 1,200 萬噸左右，2000 年為 1,550 萬噸，而年消費量超過 2,000 萬噸，因此臺灣每年仍需要大量進口。

臺灣石化工業

配合課本第 31 頁

石化工業是臺灣一支龐大的工業，形成了較為完整的上、中、下游生產體系，在臺灣經濟發展中占有重要地位。廣義的石油化學工業包括了石油煉製、化學材料（石油化學、塑膠原料與人造纖維等）、化學製品業、橡膠製品業與塑膠製品業。狹義的石化工業是指以石油與天然氣為原料、製造各種化學品的工業，其產品即為石油化學產品。

區位的選擇與轉變

配合課本第 32 頁

隨著工業性質的改變，企業家面臨更複雜的區位問題，工業區位的選擇不是單一因素所能決定的，如雲林縣麥寮的臺塑六輕廠（位於離島式基礎工業區）、南部科學工業園區，其設廠地點

是各種區位要素整體考量下的結果。

最佳區位會隨時間而轉變，如臺灣早期以工資低廉條件吸引外商來臺投資，今日這些勞力密集的工業已轉往中國、東南亞發展。

要素的重要性也隨時間不同而發生變化。以鋼鐵工業為例，十九世紀初，製造 1 公噸的生鐵需要 4 公噸的煤和 2 公噸的鐵砂，因此早期的鋼鐵工業大多設在煤產地，以節省運費。到了 1990 年代技術進步，製造 1 公噸的生鐵只需 1 公噸的煤和 1.5 公噸的鐵砂，大幅降低原料的運輸成本。同時，許多新設的鋼鐵工廠大量使用廢鐵，導致工廠多設於市場附近。而鋼鐵工業又是許多工業的重要原料來源，其分布的地區，往往容易吸引機械、金屬、運輸工具等工業聚集。

註：臺灣的鋼鐵工廠，因原料須自國外進口，所以交通區位是設廠區位的主要考量。

工業區位

課本第 32 頁

工廠地點的選擇，影響生產發展，故須慎重選擇適當地點，此即工業區位：

1. 動力

若工業需要消耗大量動力（能源），故宜設在動力價格便宜之區，如煉鋁業、電解化學業。

2. 勞力（工）

某地工資的高低、勞工來源的可靠性、穩定性以及勞工的生產效率等條件，均是廠址區位選擇考慮的要件。如果勞力成本在產品總成本中占有重要比例時，則勞力因素應予優先考慮，如紡織業、製鞋業。

3. 原料

若原料笨重或易腐壞，不利於長途運輸，工廠常設於原料產地，例如：水泥廠設在石灰石產地，水產罐頭廠設在漁港附近。

4. 市場

產品的銷售需要市場，廠址如果接近市場，可降低運費，減少損耗。基於下列條件，工廠的設立均以市場為宜：(1)產品運費成本大於原料運費成本；(2)經製造程序後，體積增大的產品；(3)產品含大量水分；(4)產品容易腐爛；(5)產品具時效性。

5. 交通

原料輸入、產品輸出，均賴交通。故為減低運輸產品的成本，工廠宜設在運費低廉、運輸量高的河運、海運、鐵路或公路線附近。

工業區位	產業	說明	廠址
動力	煉鋁	消耗大量能源（電力）	能源便宜的地點
勞力	紡織、成衣、製鞋工業	需要大量勞工	人口密集之地（工資低廉）
	玩具製造、電子裝配業		
	高科技工業、鐘錶業	特殊技術的人員	大學或研究機構附近（素質高）
原料	水泥工業	原料重量重、體積大	原料產地
	農、漁業食品加工業	原料易腐爛或破壞	
市場	汽車工業	產品運費高（體積大）、不易運送（易碎）	①人口密集的地點（消費市場大）
	紙盒、家具、玻璃業	產品容易腐壞，不利久運	②購買能力較強的地點（具有消費能力）
	麵包、鮮乳等食品業		
交通	臺灣的鋼鐵、石化業	在其他條件相似的情況下，為使運輸成本降低	運費低、運輸便利的地點，如港口（高雄港周邊地區）

6. 資本

資本是工業發展的先決條件，購買廠地及原料、裝置機器、技術養成、銷路推廣、薪資等都需要資本。都市資本易於集中，又可吸收外資及僑資，因此工廠往往設在都市附近。

7. 政策

政府欲使一地發展工業，可利用法令給予各項優惠而達到目的。臺灣於民國五十年代開發的高雄、楠梓、臺中三個加工出口區均屬此例。

加工出口區

配合課本第 33 頁

1. 成立背景

- (1)政府財政困難，外匯短缺、人口遽增、失業率偏高，亟待發展外銷產業。
- (2)歐、美、日等工業化國家製造業外移。
- (3)政府陸續公布施行外國投資人條例、華僑回國投資條例及獎勵投資條例，以期吸引僑外資金，並促進臺灣工業的發展。

2. 加工出口區的成立：高雄、楠梓、臺中。

民國五十五年十二月三日成立臺灣第一個加工出口區——高雄加工出口區，不僅是臺灣第一個加工出口區，也是世界上首創此類型的加工出口區，是一兼具自由貿易區與工業區兩者之長的綜合園區（八十家投資廠商）。民國六十年楠梓加工出口區及臺中加工出口區兩區分別建成，吸引更多國內外業者入區投資經營（分別有九十五家及四十七家投資廠商）。

3. 加工出口區轉型：加工出口區締造「臺灣經濟奇蹟」頗有貢獻。隨著勞工、土地成本上升，加工出口區管理處為執行行政院「發展臺灣成為亞太營運中心計畫」，積極推動加工出口區的轉型。

(1)中港加工出口區：民國八十六年十二月設置港口型倉儲轉運專區，開發位於臺中市梧棲區，緊鄰臺中港的中港加工出口區，建構以市場及速度導向的倉儲轉運專區。

(2)臨廣加工出口區：為了加速加工出口區的轉型，民國八十八年二月五日奉經濟部核定將原由工業局委託中華工程公司興建完成的高雄臨海工業廣場交由加工出口區管理處接管，並於同年八月二十二日更名為臨廣加工出口區；民國八十九年十二月高雄軟體科技園區動土，計畫成為高科技、高附加價值中心，並朝全球運籌的物流、行銷中心發展，提供南部地區最完善與先進的軟體研發環境。

(3)小港空運物流園區、成功物流園區：為達成「亞太營運中心計畫」、「境外航運中心」及「全球運籌中心」政策，使南臺灣成為亞太地區空運轉運中心，加工出口區又分別計畫開發位於高雄國際機場北側的小港空運物流園區，以

及位於高雄市前鎮區的成功物流園區。

(4)屏東加工出口區：為了平衡臺灣南北產業結構，結合中央與地方資源，開創區域繁榮，以朝向高科技附加價值產業中心發展，而開發屏東加工出口區，期使加工出口區的成功經驗擴及全臺灣。

(參見：加工出口區管理處
<http://portal.epza.gov.tw/index.jsp>)

臺灣產業政策

配合課本第 34 頁

過去四十多年來，隨著經濟發展階段的不同，以及國內外經濟情勢的演變，政府自民國四十二年起到八十六年的 45 年間，推動十二期國家建設中期計畫，因應不同的問題，擬定不同的對策。

1. 四十年代（民 42-49 年）

以推動勞力密集工業的「進口替代」為產業政策發展重點。這段時間，政府致力改善整體經濟環境，除了積極輔導民營企業發展外，並採取關稅保護、鼓勵出口、獎勵外資及僑資等措施，使工業發展朝進口替代方向發展，以建立勞力密集產業，達成節省外匯之目的。

2. 五十年代（民 50-59 年）

以推動勞力密集工業的「出口擴張」為產業政策發展重點。這段時間由於國內市場趨於飽和，進口替代工業成長趨緩；農村中隱藏大量失業人口，加上資本設備及原料進口大幅增加等經濟情勢的變化，因此政府採取「外匯貿易改革方案」，簡化匯率、放寬進口限制、實施「十九點財經改革方案」，實施獎勵投資條例及加工出口區設置管理條例，透過現代化財經行政體系與優良投資環境的建立，來發展勞力密集出口產業。

3. 六十年代（民 60-69 年）

以推動「重化工業進口替代」為產業政策發展重點。政府發展重化工業，自行生產化學纖維、塑膠、橡膠、鋼鐵等基本原料，一方面掌握中下游出口工業加工所需原料供應的自主性；另一方面，則藉既有原料的需求規模，發展重化工業，帶動工業的升級，並達到減少外匯開銷的目的。

4. 七十年代（民 70-83 年）

以「推動技術密集、高科技工業」的發展為產業政策重點。進入民國六十年代後期，基層勞工漸感不足，工資開始明顯上揚，加上七十年代中期以來，新臺幣大幅升值，以及民眾環保意識高漲，工業用地取得困難，勞力密集產業在國內已失去生產利基。政府為維持出口競爭優勢，遂以技術密集度高、產業關聯度高、附加價值率高、能源密集度低的策略性工業，如機械、資訊、電子、電機、運輸工具等工業為發展重點。這段期間，政府完成與擴建新竹科學工業園區，積極發展電子資訊產品、積體電路、新材料及自動化設備；制定促進產業升級條例，來鼓勵民間企業研發創新，帶動產業升級。

過去，臺灣曾是紡織、雨傘、玩具、鞋子等王國，在面臨中國與東南亞國家的追趕壓力，及其自身環境條件的改變，不得不尋求升級轉型之道。臺灣勞工薪資提高、土地取得困難、環保意識高漲，一些低附加價值與嚴重污染性的產業，已不適合在此生存發展，取而代之的是強調知識與技術密集的高附加價值產業。

在全球經濟走向國際化貿易與區域化組織的同時，臺灣必須積極參與國際性活動或加入國際性組織，如關稅貿易總協定（GATT）、世界貿易組織（WTO）或東南亞國協（ASEAN）等全球區域性組織。隨之而來的各種條文與規定，也是必須面對的問題與挑戰。

(參見：行政院經濟部 <http://www.moea.gov.tw>)

臺灣經濟發展

配合課本第 34 頁

1. 經濟重建時期

(1)時間：民國三十八年至四十二年。

(2)概況：臺灣社會雖然在政治上相對穩定，但經濟上卻面臨困局。

(3)經濟貧困的主要原因有：

- ①臺灣在二次世界大戰後期遭到美國轟炸，半數以上的工廠遭到摧毀，工業資源極為缺乏。
- ②戰後中國的惡性通貨膨脹影響到臺灣，貨幣濫發造成物價飛漲。
- ③國民黨自中國撤退來臺時，一百多萬人隨之前來，爆增的人口為臺灣社會帶來沉重壓力。

④與中共的軍事對抗造成軍事支出居高不下，政府幾乎無力從事投資性支出。

(4)重大措施：重建臺灣經濟。

①民國三十八年六月進行幣制改革，發行新臺幣。

②民國三十八至四十二年，陸續推動土地改革，如三七五減租、公地放領及耕者有其田等政策，增加農業生產。

③善用中國來臺人士中的經濟技術人才，填補了日本技術人才的空缺。

④美援的介入：民國三十八年韓戰爆發，美國決心防堵共產勢力擴張，對臺灣展開大規模援助。自民國三十九至五十四年，援助臺灣14.8億美元，為臺灣經濟發展提供了莫大的助力。

(5)改善結果：經濟穩定下來，通貨膨脹受到控制，民眾的基本生活所需也得以維持。

2. 進口替代時期

(1)時間：民國四十二年至四十八年。

(2)背景：軍事費用高，人口急速成長，農產品出口占總出口80%以上，呈現農業國家面貌。

(3)重要措施：

①發展農業，並透過肥料交換、擴大農工差價方式，將農業所得引導到工業。

②民國四十二年實施第一期經濟建設計畫，發展勞力密集輕工業，以替代進口商品。

③採取提高關稅、限制進口、外匯管制方式，扶植民營企業，尤以紡織業為重。

④民國四十八年，對生產過盛的紡織業採取促進出口政策，並改革外匯管制，增加產品競爭力。

(4)改善結果：到民國四十八年左右，民眾生活已有改善，工業以每年10%以上的成長率快速發展。

3. 出口擴張時期

(1)時間：民國四十八年至六十二年。

(2)背景：美國等先進國家正要將勞力密集產業外移，政府為吸引外人投資，決定採取自由開放、鼓勵出口等政策，由出口帶動生產，工業發展的重點則逐漸轉移至需要資本較多、技術較高、加工層次也較多的耐久消費品工業，如電

冰箱、洗衣機、電視機、機車等裝配工業。

(3)重要措施：

①民國四十八年底制定「十九點財經改革措施」，採取較自由的經貿政策、降低關稅、放寬進口、單一匯率等改革。

②民國四十九年公布獎勵投資條例，以減免租稅方式吸引外資來臺。

③民國五十五年在高雄成立加工出口區，而後在楠梓、臺中也相繼設立，外人投資大幅增加。

(4)結果：

①臺灣成為美、日兩國的加工基地，兩國來臺投資額占總投資額60%以上，也形成臺灣對日本的巨大入超與對美國的大額出超。

②自民國五十四至六十三年平均經濟成長率超過10%，被稱為「黃金十年」。

③臺灣逐漸由農業社會轉為工業社會，電器、紡織、塑膠等輕工業快速成長。

4. 第二次進口替代時期

(1)時間：民國六十二年至六十八年。

(2)背景：民國六十二年與六十四年爆發石油危機，全球經濟不景氣。臺灣生產成本劇增、出口大幅下降及退出聯合國等因素，導致投資意願下降。

(3)重要措施：

①發展重工業、石化業，建立自主經濟體系，進行大規模公共投資。

②民國六十二年，推動十大建設，包括交通、電力等基礎工程，及鋼鐵、石化、造船工業。

(4)結果：使臺灣所得成長持續提高，也為臺灣石化業與重工業打下良好基礎。

5. 產業升級與國際化時期

(1)時間：民國六十八年至今。

(2)背景：民國六十八年臺灣又受到石油危機影響，因而轉以發展耗能少、低汙染、高附加價值產業。

(3)措施：

①民國六十八年制定「十年經濟建設計畫」，將機械、電子、電機、運輸工具列為「策略性工業」。

②民國六十九年設立新竹科學工業園區，以優

惠鼓勵投資高科技產業。民國八十六年再成立南部科學工業園區。

③民國七十三年「十四項建設」與民國七十九年「國家建設六年計畫」，以公共投資促進產業發展。

④民國七十九年公布產業升級條例，發展通訊、資訊等十大新興行業。

⑤自由化與國際化：民國七十二年放寬進出口與投資限制；民國七十六年新外匯條例實施，人民可自由持有及運用外匯；民國七十八年開放民間設立新銀行；逐步推動公營企業民營化。

(4)結果：臺灣所得不斷提高，七十年代末期已開始受世人矚目，八十年代末已成為經濟大國。(參見：維基百科 <http://zh.wikipedia.org>)

十大建設

配合課本第 34 頁

民國六十二年，政府推動以交通運輸和重工業為主的十大建設，包含南北高速公路、臺中港、桃園國際機場、鐵路電氣化、北迴鐵路及蘇澳港等六項交通；煉鋼廠、造船廠、石油化學工業等三項重工業；核能發電廠一項核能發電，是動力工業。十大建設的實施，不但便利了交通運輸，創造了許多就業機會，也提升了工業建設的技術水準，帶動臺灣經濟建設的發展。以下是「十大建設」的簡介：

1. 中山高速公路

北起基隆，南到高雄，全長 373 公里，民國 67 年 10 月全線通車，大大縮短西部走廊的通車時間，使南北交通更加順暢。

2. 北迴鐵路

全長 88 公里，民國 62 年開工，至 68 年完工。為使東部鐵路幹線能與西部接通，於是興建花蓮至蘇澳新站的鐵路線，以充分開發利用東部的人力、礦產及土地資源，也讓東西部的交通往來更加便利。

3. 鐵路電氣化

民國 64 年 3 月開工，至 68 年 7 月完工，軌道里程電車線 1153 公里，使列車的平均速度提高，運輸量提高三成，行車時間減少 1/3，對

於節省國家能源、運輸大宗產品與經濟發展甚有益處。

4. 核能發電廠

第一核能發電廠位於新北市金山附近，民國 59 年 11 月開工，兩組機組分別於民國 67、68 年開始商業運轉。

5. 中正國際機場

於民國 68 年 2 月啟用，其位置位於桃園縣大園鄉，為東北亞、東南亞航線必經之路，也是國內航線的樞紐。此機場於民國 95 年 10 月更名為臺灣桃園國際機場。

6. 石油化學工業

在高雄開發仁大（仁武、大社）和林園等兩處石化工業區。此工業區的興建對於塑膠、合成橡膠、合成纖維及化學品工業等國內工業，減少了對外的依存性，也增加了下游加工產品的外銷競爭力。

7. 大煉鋼廠

為了防止過度依賴外國鋼品、減輕外匯負擔，並解除因鋼源不一，影響產品精度的缺點，決定興建一貫作業煉鋼場，於是興辦中國鋼鐵公司，並建於高雄臨海第四工業區，濱臨高雄第二港口，節省運費與轉運成本。

8. 大造船廠

民國 62 年 7 月設立，位於高雄第二港口旁，具有建造百萬噸船隻與油輪的實力，並擁有世界上最大造船廠房。

9. 蘇澳港

原為小型港口，因其具備國際港口功能，且為了拓展海上交通與運輸，於民國 63 年 7 月開始擴建，並於 72 年 6 月完成。

10. 臺中港

為國際港，包括商港、工業港及漁港三部分，位於臺灣西海岸中央，解決了中部無國際港口問題，民國 62 年 10 月開工，至 72 年 6 月全部完成。

臺灣電子產業發展軌跡 配合課本第 35 頁

五十年代與六十年代臺灣的經濟發展是以紡織、塑膠、鋼鐵和水泥等所謂的「火車頭工業」

來帶動。但自七十年代起，則逐漸轉由電子業所取代，先從消費性電子的下游裝配業開始耕耘，諸如收音機、錄音機、電話機、掌上型電子計算機、電視遊樂器等，然後再進入到八十年代的個人電腦，一路辛苦發展到今天。

電子業的長足發展，要歸功於 1948 年美國貝爾實驗室的三位工程師發明的電子元件——電晶體（transistor）。電子裝置原本使用的真空管（vacuum tube），自此，被電晶體所取代。電晶體後，緊接出現積體電路（IC-Integrated Circuit）的應用，才是真正開啟個人電腦新紀元的大功臣。

整個電腦工業的發展歷程，大致是依循下列軌跡：首先是 1946 年在美國問世的全球第一部電子計算機，叫 ENIAC（Electronic Numerical Integrator And Calculator），是由 18,000 支真空管和 7,500 個繼電開關（relay switch）所構成，重達 30 公噸，耗電 140 瓩的龐然大物，一秒鐘可進行數萬次的演算，但其功能卻只及後來的單片微處理機（single board micro processor）而已。到了 1956 年時，應用電晶體技術所開發出來的 CDC6600 電腦，每秒可進行 100 萬次的浮動小數點（floating point）演算。1976 年，世界第一臺超級電腦 Cray-I 問世，1 秒鐘可以演算 1 億次。爾後的電腦發展就一日千里了。1990 年時，電腦的演算速度已高達每秒百億次；1997 年時更突破每秒 1 兆次。到了 2005 年 11 月時，全世界最高速的電腦 Blue Gene，每秒的演算能力已達到 280 兆次，其功能是 1946 年開發出來的 ENIAC 計算機的 100 億倍。換句話說，自從應用電晶體技術到電腦之後，大約每隔 10 年，速度就增快 100 倍，著實驚人。

臺灣在八十年代的個人電腦產業，其實只不過是一個下游的裝配業而已，關鍵軟硬體的中央處理器（CPU）、晶片組（Chip Set）、軟體操作系統（OS）、基本輸出入系統（BIOS）等都須自美國進口。我們只有發展出電腦的周邊工業如主機板（Motherboards）、介面卡（Interface Cards）、電源供應器（Switching Power Supply）、輸入裝置的鍵盤（Keyboard）和掃描器（Scanner）、輸出裝置的監視器（Monitor），以及電腦機殼與電源線等。

雖然如此，臺灣還是成功地發展出傲人的個人電腦工業，包括早期的桌上型和後期的筆記型個人電腦，臺商掌控了電腦裝配和周邊產品的全球供應，直到今天無人能敵。主要原因是，微薄的利潤封鎖了新進者的空間。

目前，臺灣的個人電腦工業所面對的是價格競爭所導致的利潤微薄問題。下游的大型裝配業「以量制價」削價取單的趨勢，逼使小型企業已無發展餘地，而中游的供應鏈廠商，也因無利可圖而逐漸被收購，形成「大者恆大」的局面，逐漸演變成集團和集團之間的競爭。目前電子業的發展，就像滾雪球一樣，營運規模愈來愈大，資金動用愈來愈多，企業家已被迫將最適規模（optimal size）的經營理念拋諸腦後。現在，臺灣正發揮資本的力量，全力朝向上游材料與關鍵零組件的製造領域發展，半導體與液晶面板兩項工業的成敗，將攸關未來臺商在電腦、通訊與消費電子方面的競爭力。

自九十年代起，臺灣電子業又進入另一個新局面，即筆記型個人電腦的大量代工生產，以及電腦網路與通訊手機的長足發展。這個新局面繼續延伸到 2000 年之後的現在，仍無多大改變。所不同的是，電子下游工業大量西移中國，讓臺灣長期累積的資金、人才與生產管理的經驗與知識，不斷流入中國，造成臺灣內部次級產業的逐漸空洞化。



圖 1-3-1 臺灣電子產業發展簡圖

未來，臺灣電子業似乎只有朝向發展上游工業、強化硬體和軟體的研發能力、掌握訂單與市場通路的三條路可走了。

(參見：劉國棟 (2006)。《電子產業，懂這些就夠了！》。臺北：大是文化有限公司。頁 21-24)

電子產業結構

配合課本第 35 頁

電子產業的結構，表面上是上、中、下游的三層結構，其實，它應是九層的結構才對，因為無論是上游、中游或下游，它都還有本身的上、中、下游結構，所以形成九層的供應鏈。要了解電子業，必須把九層的供應鏈結構弄清楚。

1. 電子產業上下順著看

上游電子業是材料與關鍵零組件的製造。電子零組件包括主動零件、被動元件和機構零組件三者，而製造上所需的材料與生產測試設備，還得仰賴上游廠商來供應。除此之外，研發公司 (design house) 位於中游的助力也不可或缺，這就是上游電子業的三層結構。

電子業上游，屬資本密集 (capital-intensive) 和技術密集 (technology-intensive) 的領域，進入的門檻較高。資本密集的部分，主要在於生產設備的投資；而技術密集的部分，則是技術快速演進所造成的衝擊，包括設備的更新、生產成本高低所導致的價格競爭力。

過去，上游電子業是臺灣最弱的一環，材料與生產測試設備都得靠美、日廠商供應。如今，由於下游裝配業須靠上游零組件來支援，一則藉以提高利潤，再則用以保證貨源，所以臺灣的電子業被迫非力爭上游不可。儘管如此，臺灣的上游電子業所需的生產測試設備，目前還是依靠美、日兩國的廠商，我們的設備自製率，基本上還不到兩成。換言之，一座耗資 800 億新臺幣的 12 吋晶圓廠，所需的生產測試設備之中，八成以上還得靠別人。

上游電子業的供應鏈結構如此，中游與下游的電子業也是一樣。比方說，下游裝配業用量最大的電子零件高速插件機 (SMD-Surface Mounting Device)，一直以來，都是歐、美、日等廠商的天下。南韓後來是稍微趕上了，但仍非主流，而臺灣在這一塊區域，則完全付諸闕如。

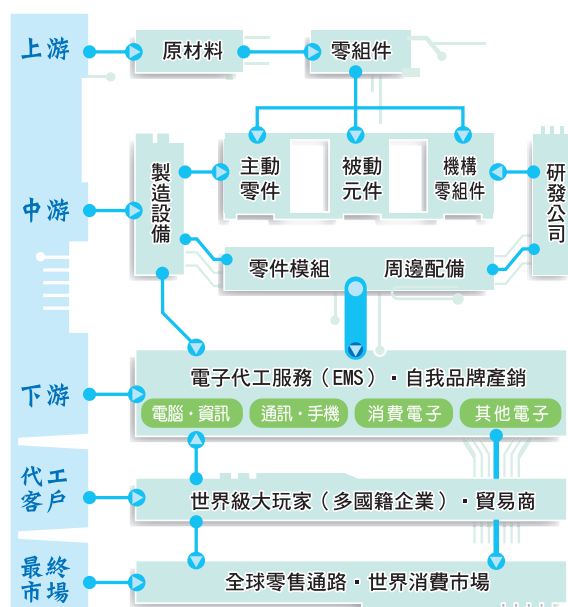


圖 1-3-2 電子產業結構簡圖 (一)

圖 1-3-2 旨在說明，一個完整的電子業圖像，除了電子業本身的上、中、下游結構外，還必須將眼光與思維延伸到代工客戶與最終市場的層次，如此才能清楚了解電子業的營運是怎麼一回事。

2. 電子股頭尾倒著讀

臺灣電子產業中，下游的八大電子代工集團營運之興衰。世界級大玩家 vs. 八大電子代工集團之間的互動關係，必然牽動電子業中、上游的營運。最終市場的情況不佳，世界級主要代工客戶所下的訂單自然減少；八大電子代工集團的業績下滑，中、上游的供應鏈廠商就跟著受影響。這就是為什麼電子股需要頭尾倒著讀的基本觀點 (圖 1-3-3)。

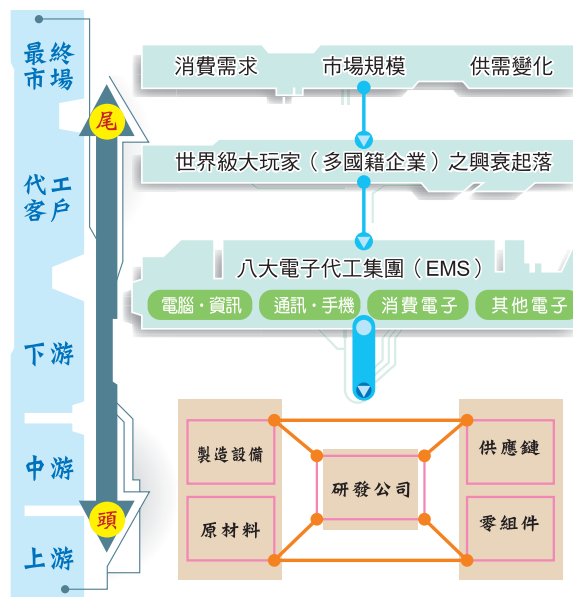


圖 1-3-3 電子產業結構簡圖 (二)

世界級大玩家			
電腦資訊	通訊·手機	消費電子	其他電子
NB電腦 (2005)	手機 (2005)	液晶電視 (2005)	科技企業
1 Dell戴爾	1 Nokia諾基亞	1 Sharp夏普	1 Microsoft微軟
2 HP惠普	2 Motorola摩托羅拉	2 Philips飛利浦	2 Intel英特爾
3 Toshiba東芝	3 Samsung三星	3 Sony新力索尼	3 Vodafone
4 Acer宏碁	4 LG樂金	4 Samsung三星	4 IBM
5 Legend聯想	5 Sony Ericsson索尼愛立信	5 Panasonic	5 Cisco思科
(資料來源：IDC)	(資料來源：IDC)	(資料來源：Display Search)	(資料來源：Business Week)
LCD監視器 (2005)		DSC數位相機 (2005)	
1 Dell戴爾		1 Canon佳能	
2 Samsung三星		2 Sony新力索尼	
3 HP惠普		3 Kodak柯達	
4 Acer宏碁		4 Olympus奧林巴斯	
5 LG樂金		5 Fuji富士	
(資料來源：Display Search)		(資料來源：Bloomberg)	

圖 1-3-4 3C 領域的世界級大玩家

圖 1-3-4 是從電腦、通訊和消費電子所組成的 3C 的三個領域來看 Who's Who on the market。世界級大玩家幾乎都是歐、美、日的跨國大企業，這些大企業之所以能夠縱橫天下，主要因為他們握有三樣法寶：一為技術專利 (IP) 與產品的規格標準；二為品牌知名度和全球銷售通路；三為企業信賴度和財務運作能力。

獨占事業為法律所禁止，美國的反托拉斯法 (Antitrust Law) 的目的即在遏止獨占的企業損害消費者的利益。但是，獨占卻是「大者恆大」的自然趨勢。

- (1)電腦與周邊的領域：經過二十餘年的汰弱存強競爭，如今，大玩家只剩下美國的戴爾 (Dell) 與惠普 (HP)、日本的東芝 (Toshiba)、臺灣的宏碁 (Acer) 和中國的聯想 (Legend)。
- (2)通訊領域：主要的大玩家則是芬蘭的諾基亞 (Nokia)、美國的摩托羅拉 (Motorola)、韓國的三星 (Samsung) 與樂金 (LG)，以及日本的索尼愛立信 (Sony Ericsson)
- (3)消費電子產品中的液晶電視 (LCD TV) 與數位相機 (Digital Camera)：此為日本廠商的天下，這是得力於日本過去所累積的研發實力和品牌知名度。至於遊戲機方面，軟體開發實力扮演關鍵性角色，美國微軟公司 (Microsoft)

的 Xbox、日本新力索尼公司 (Sony) 的 Play Station，以及任天堂的遊戲軟體，幾乎獨占了全球的市場。



圖 1-3-5 八大電子代工集團一覽表

這些世界級大玩家，都是臺灣八大電子代工集團的主要生意夥伴。缺了他們的訂單，營運就會頓失力道。圖 1-3-5 所列出的就是臺灣的八大電子代工集團，年度業績都是臺幣千億級的企業。目前，能與世界級大玩家周旋、具備電子代工條件 (包括企業規模與財務運作能力) 的企業，主要有鴻海、廣達、華碩、金仁寶、泛宏碁、明基、光寶科、大同等八家。此外，還有英業達與神達、臺達電與宏達電等較大型的代工企業。各企業集團的營運興衰，將與世界級大玩家對誰青睞，具有重大的關係。

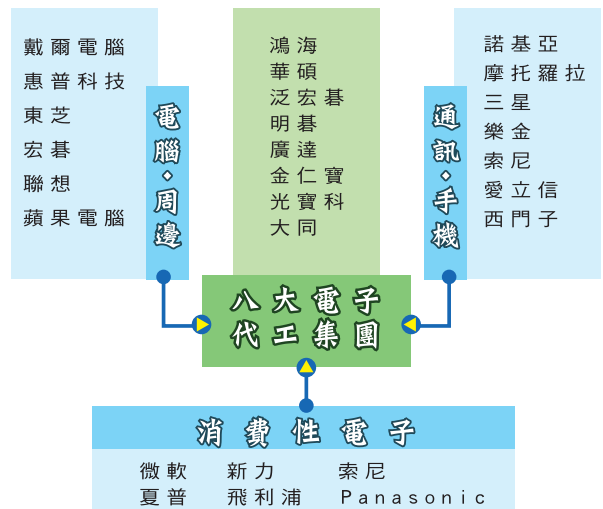


圖 1-3-6 世界級大玩家 vs. 八大電子代工集團

圖 1-3-6 清楚勾勒出，臺灣八大電子代工集團與世界級大玩家之間的周旋，最主要的籌碼是降低成本（Cost-down）的能力。現在，世界級大玩家所要求的降低成本範圍，不再只限於產品本身製造成本的降低，還包括了研發成本的轉嫁與分擔，以及全球運籌（Global Logistics）成本的降低。換句話說，誰能與世界級大玩家充分配合，願意（或不得不）在微利下發展，就有機會在電子代工的舞臺表演。

臺灣八大電子代工集團之間，競相降價搶單的結果，會出現兩種情況：退場或轉向。退場者有可能是被併購或不支倒閉；而轉向者有兩條路可走，一是放棄代工，轉而去建立自己的品牌行銷；另一是與世界級的零售巨人直接掛鉤，如沃爾瑪超市系統（Wal-Mart / Sam's Club）、家樂福（Carrefour）等，形成產銷共生體，拋開世界級大玩家的剝削。

（參見：劉國棟（2006）。《電子產業，懂這些就夠了！》。臺北：大是文化有限公司。頁 25-31）

國際分工

配合課本第 35 頁

1. 定義

國際分工是指世界上各國（地區）之間的勞動分工，是國際貿易和各國（地區）經濟聯繫的基礎。它是社會生產力發展到一定階段的產物，是社會分工超越國界的結果，也是生產社會化向國際化發展的趨勢。國際分工的發生和發展，主要取決於兩項條件：一是社會經濟條件，包括各國的科技和生產力發展水平、國內市場的大小、人口的多寡和社會經濟結構；二是自然條件，包括資源、氣候、土壤、國土面積的大小等。生產力的發展是促使國際分工發生和發展的決定性因素，科技的進步是國際分工得以發生和發展的直接原因。

2. 目的

國際分工的目的是為了整合全球各地的比較利益（生產能力優勢），建構最具競爭力的基礎。可分為：

(1) 水平分工：

①相同產品的分工。兩個不同國家生產不同型式或品質的產品，其品質、品牌卻有高低區別。

②性質相近產品的分工。如甲地生產電視，則乙地生產不同的家電產品，透過貿易讓產品流通兩地。

③不同產業的分工。不同地區生產完全不同的產品，透過貿易達成產業分工。

(2) 垂直分工：

將產品的前後製程分別在不同處進行，如產品零組件與產品裝配的分工。目的是善用不同地區對不同製程階段所提供的成本優勢，以降低整體的生產成本，提高產品的價格競爭力。

3. 國際分工的發展大致可以分為三個階段

(1) 十八世紀開始的第一次科技革命，由於機器的發明及其在生產上的應用，生產力空前提高，分工空前加深。這次科技革命首先在英、法等國進行，它們發展為工業國，而其他廣大國家則處於農業國、原料國的地位，這是資本主義國際分工的形成階段。

(2) 十九世紀末至二十世紀初的第二次科技革命，特別是發電機、電動機、內燃機的發明及其廣泛應用，生產力更加提高，分工更精細。這次科技革命是在英、美、德等國進行，其他國家在引進技術與機器設備的推動下，某些基礎設施與某些輕工業和採礦業有一定發展，但仍不同程度處於初級產品供應國的地位。這是資本主義國際分工的發展階段。

(3) 二十世紀 1940 年代和 1950 年代開始的第三次技術革命，它導致了一系列新興工業部門的誕生，如高分子合成工業、原子能工業、電子工業、宇航工業等。對國際加工的型號深化產生了廣泛的影響，使國際加工的形式和趨向發生了很大的變化，也使國際加工的形式從過去的部門間專業分工，轉向部門內專業化分工方向迅速發展。

傳統的國際分工將第三世界視為已開發國家的原料供應地，新的國際分工則認為這些過去的邊陲國家，由於核心國家產業外移而成為製造業基地。

（參見：中國出口網 <http://www.china-18.net/>）

wmzs/10.htm。南 e 網高中教師專區地理
http://www.nani.com.tw/big5/content/2002-03/
19/content_13963.htm)

新竹科學工業園區 配合課本第 36-37 頁

1. 設立：民國六十九年成立，是臺灣第一個科學園區。
2. 主要產業：半導體、電腦、通訊、光電、精密機械，及生物科技等產業。
3. 意義
 - (1)新竹科學工業園區是全球半導體製造業最密集的地區。
 - (2)按《國家發展計畫》擴大基地，擴充計畫包括苗栗銅鑼園區、桃園龍潭園區、竹北生醫園區，以及宜蘭園區。
 - (3)政府利用其成功經驗，分別設立南部科學工業園區，及中部科學工業園區。

中部科學工業園區 配合課本第 36-37 頁

1. 範圍：臺中市及雲林縣。
2. 位置
 - (1)臺中園區位於臺中市西屯區與大雅區之間的大肚台地上，占地 413 公頃。主要產業以光電、精密機械、半導體產業為主。
 - (2)虎尾園區位於雲林縣虎尾鎮西北側，占地 96 公頃。主要產業以光電、生物科技產業為主。
 - (3)后里園區位於臺中市后里區都市計畫區的南、北兩側，涵蓋臺糖后里、七星兩農場，面積 246 公頃。主要產業以光電、半導體及精密機械為主。

南部科學工業園區 配合課本第 36-37 頁

1. 範圍：高雄市及臺南市。
2. 位置：
 - (1)臺南園區位於臺南市新市、善化及安定三區之間，面積 1,038 公頃。
 - (2)高雄園區位於高雄市路竹、岡山及永安三區之間，面積 570 公頃。
 - (3)高雄生物科技園區位於高雄市楠梓區，園區面

積大約 8.5 公頃。

雲林離島式基礎工業區

配合課本第 36-37 頁

1. 位置：北起濁水溪南岸，南迄牛挑灣大排水北岸，包含雲林縣麥寮、臺西、口湖及四湖外海淺海地區。
2. 園區：規劃為麥寮區、新興區、臺西區以及四湖區。在機能規劃上，包含了工業區、住宅區、環保設施、道路及公園綠地等公共設施，另設置麥寮及四湖兩工業專用港，以因應工業區龐大的貨運需求。
3. 目標：
 - (1)引進煉油、煉鋼、石化等基礎產業及其中、下游工業。
 - (2)提供國內基礎資源型工業及關聯產業的生產用地。
 - (3)有效管制工業汙染，樹立環保與工業兼容的典範。
 - (4)提供就業機會，促進地方繁榮，均衡區域發展。
(參見：97 年中華民國統計年鑑)

生醫園區

配合課本第 36-37 頁

生醫園區為「知識創新與培育型」科學園區，將扮演生物醫學產業化與臨床試驗重鎮的角色，主要設施區分為：

1. 育成研發區
含園區營運管理與會展中心、育成中心、園區計算中心、生醫產業技術結構整合中心、園區知識管理中心、簡便生活支援設施及其他育成研發相關設施(如產官學研共同研發中心、精密儀器中心、實驗動物暨細胞培養中心、人才教育中心教室及共用會議設施等)。
2. 生醫產業區
供國內外產業、政府行政及研究單位等進駐，本區含生技標準廠房。
3. 公共設施
含公用管線、道路、景觀、環保、停車場、污水處理、寬頻資訊網路…等設施。為吸引企業遷入園區，在軟體面應制定獎勵措施，鼓勵醫學

人才、企業界及投資人，結合臨床醫療、教學、生技研發，共創新的企業模式。

新竹生物醫學園區 配合課本第 36-37 頁

1. 基地位置

「新竹生物醫學園區」基地在新竹縣竹北市「高速鐵路新竹站特定區計畫」已編定為產業專用區 38.1 公頃之土地街廓內，西南距離新竹市區約 8 公里，西北距離竹北市公所及新竹縣政府約 3 公里，北側 120 號縣道為目前基地附近對外聯絡的主要交通幹道。鄰近有縱貫鐵路竹北站，中山高、北二高分在兩側，由北二高竹林交流道下約 10 分鐘即可到達本基地。

在高鐵通車後，園區距臺北的高速鐵路車程時間大幅縮短，北可連接中正國際機場、臺北都會區；南可藉由高鐵連接臺中都會區及臺灣中、南部，交通非常方便。

「新竹生物醫學園區」鄰近臺大竹北分校、交通大學、清華大學、工研院等學研機構及新竹縣政府和新竹市區，並與新竹科學園區及以國家衛生研究院為主的竹南基地生技產業專區連成「生物科技發展帶」，將可創造一個國際化的醫學中心與亞洲生物醫學科技發展之重鎮。

2. 園區定位

(1)本計畫為挑戰 2008 年國家發展重點計畫，為國家重大建設計畫之一；此園區以引進生物醫學產業為主，為我國生醫產業發展標竿計畫。

(2)新竹生物醫學園區為國科會所屬之科學工業園區，其營運管理悉由科學工業園區管理局（以下稱科管局）依「科學工業園區設置管理條例」及其施行細則與相關辦法辦理之。

3. 園區機能

生醫園區為知識創新與培育型科學園區，將扮演生物醫學產業化與臨床試驗重鎮的角色，除提供一般園區機能外，尚提供事業種子規劃、指導研究（研究設施與人才）、臨床試驗用對象、研究及臨床試驗硬體設施與人才、工商、法務服務及產業進駐之機能，以藉由事業化平臺、資源共享、知識交流與臨床試驗的提供，有效大幅降低產業研發成本，大幅提高生技公司的成功率，

確保我國生物醫學產業的形成。

4. 基地配置

(1)園區之規劃用地共約 38.1 公頃，土地使用擬採中央綠帶型的配置方式，其最大特徵為具備有綠帶貫穿整體園區，造成景觀上強烈的視覺效果，足以成為當地非常醒目的地標。

(2)整體配置將來仍以細部規劃為準。此外，附近農業區可做為未來發展腹地。

服務業 配合課本第 38 頁

服務是一種經濟活動或勞動過程，就此角度而言，服務也是生產，服務過程所生產的是服務產品。依臺灣行業標準分類，可分為金融保險、批發零售、運輸通訊及其他（貿易、仲介等）。

如依功能導向分類，可分為以下四類：

1. 生產性服務業

滿足企業生產需要的服務業，包括金融、保險、資訊、顧問服務等，服務對象多是工商企業。

2. 消費性服務業

滿足個人消費需要，包括飲食、娛樂、家事、修理服務等，服務對象多為消費者個人。

3. 分配性服務業

滿足人類需要，或增加產品價值而移動區位的服務業，包括批發、零售、貿易、運輸服務。

4. 社會性服務業

滿足社會公共需要，提供服務的部門，包括公共事務、環境衛生、醫療保健、社會福利服務。

量販業 配合課本第 38 頁

經濟部商業司稱量販店：

1. 擁有數千坪的大型賣場，附近可停放數百輛汽車的停車場，貨品種類齊全，多達數萬種，可滿足一次購足。

2. 自助性質高，現場服務人員少，除部分專櫃外，多由顧客自行挑選貨品，再至收銀臺結帳。

3. 店內或倉庫即是高功能的加工中心。

大型量販店之定義如下：

大型量販店為採倉庫型式的大賣場，不重視裝潢，產品種類繁多，包括食品、日用品、家電用品、服飾…等，產品銷售型態以「量大便宜，

式樣齊全」為重點，重視商品迴轉率，購物者自行採購，提供免費停車空間，讓消費者方便一次購足。其商品除由國內廠商提供外，也有自國外自行進口，並重視自有產品，以委託代工方式開創自有品牌。

目前臺灣量販店尚未明確區分大型零售商店的概念性產業，而在此產業概念之下，可以「賣場面積」與「銷售對象」概分為以下兩種：

1. 專門量販店

約 300~1,500 坪左右如專賣水果、南北貨、家具、玩具、3C（資訊、通訊、家電）、汽車百貨、家電用品等之零售商，代表業者包括水果、家具或南北貨之大型零售商、特立屋 B&Q（五金建材 DIY）、IKEA（家具家飾）、玩具反斗城（玩具）、全國電子、燦坤、泰一電器等，此種量販店面積較小。

2. 綜合商品量販店

約 10,000 ~ 10,000 坪左右銷售各式日常用品，代表廠商如家樂福、萬客隆等，面積較大。此即一般社會大眾語意上所認知之量販店，又可以商店所在區位之「法定允許銷售對象」分為兩種類型：

(1)零售型量販店：不需要會員卡進場，(hypermarket)，以一般消費者為主要對象，為便利消費者採購而設立於市區住宅區或商業區。銷售商品種類與批發型量販店一樣，且不強迫消費者加入會員，售價比批發型量販店略高一點，較常有促銷的活動，以單件銷售為主。即所謂的大賣場，代表廠商如家樂福（藍店）、遠東愛買、高峰、興農等。

(2)批發型量販店：以機關團體或零售業為主要銷售對象，但亦擴及一般消費者。由於要降低成本，以郊區為主要設立地點，即所謂批發倉庫（Warehouse）銷售商品種類食品占 50% 左右，其他包含五金用品、服飾、家電、汽車用品、書籍、運動用品、鞋子、皮包…等，通常採會員制，需辦理會員卡，售價較低，促銷活動較少，銷售的商品通常是以整箱銷售為主。代表廠商如萬客隆、好市多、家樂福（綠店）、中興等。

量販在商品從製造商移轉到消費者的流程：

從生產→批發→零售→消費的過程當中，縮短了流程的長度，也就是說，量販店可以直接向製造商或物流中心進貨，然後上架直接賣給最終消費者，因為流程環節的減少，讓消費者可以較低的價格購買商品。

①**產品特性**：量販店所重視的是提供齊全的商品，因此講究的是商品的多樣與豐富，同時兼具產品線的長度、廣度、深度。

②**價格考慮**：量販店最大的特質在於其提供低價商品給消費者，由於通路的減少及大量的採購，促使量販店在成本上具有優勢，因此能提供消費者較低的價格。

③**消費者服務**：在量販店中，消費者是採『自助』的購物方式，大多數的商品均由消費者自行從架上拿取，偌大的賣場僅配置少數的服務人員，因此相較於百貨公司或專門店，量販店的服務程度是相當低的。

④**消費者溝通**：由於量販店所提供的服務很少，因此與消費者的溝通自然較不頻繁，自助的購物方式，使消費者必須自行去瞭解商品。

⑤**設備**：量販店所提供的設備有停車場、購物推車、寄物櫃、托兒設備等。

⑥**商店地點**：由於量販店所提供的商品相當多，需要大面積的賣場，因此在地點的尋找多往市郊發展。

⑦**商店形象、設計、氣氛**：量販店並不在裝潢上著墨，其內部商品的擺設是以堆棧的方式，高大的鐵架上放置大量的商品；由於消費者是以購物推車購物，因此量販店的走道較寬敞。因此，量販店的商店氣氛及形象與明亮、精緻、重視裝潢的百貨公司、精品店、專門店迥然不同。

（參見：國立虎尾科技大學，產業分析報告，量販業）

國際貿易

配合課本第 39 頁

又稱為通商、世界貿易，是指不同國家、地區之間的商品、服務和生產要素交換的活動，也就是跨越國境的貨品和服務交易。國際貿易是各國之間分工的表現形式，反映了世界各國在經濟

上相互依存。而此貿易主要是由進口貿易與出口貿易兩部分所組成，因此也可稱為進出口貿易。對很多國家來說，國際貿易是國民生產總值一個很重要的部分，不僅可調節國內生產要素的利用率，也可調節國際間的供需關係、經濟結構與增加財政收入等。

國際貿易的形成是在一定的歷史條件下發展起來的，且須基於兩個條件：一為社會生產力，一為國家的形成。當一個國家利用其國內的資源生產出商品後，除了可供本國使用外，還有剩餘的部分可供外銷，並在國與國之間作交換，於是就產生了國際貿易。

國際貿易對參與國家乃至世界經濟的發展具有重要作用，具體表現在以下幾個方面：

1. 調節各國市場的供需關係

世界各國由於受生產水平、科學技術和生產要素分布狀況等因素的影響，生產能力和市場供需存在著一定程度的差異。各國國內市場依不同的商品同時存在供不應求與供過於求的現象，而透過國際貿易不僅可以增加其短缺產品的市場供給量，而且還為其過剩產品提供了新的出路，在一定程度上緩解了市場供需的矛盾。

2. 促進生產要素的充分利用

勞動力、資本、土地、技術等生產要素在各個國家的分布是不平均的，為了不受到其短缺生產要素的制約，透過國際貿易，採取國際勞務貿易、資本轉移、土地租賃、技術貿易等方式，將國內富餘的生產要素與其他國家交換國內短缺的生產要素，使各個國家的生產要素都得以充分利用，進而擴大生產規模，加速經濟發展。

3. 發揮比較優勢，提高生產效率

利用比較利益原則進行國際分工，可以擴大優勢商品與縮小劣勢商品的生產，並出口優勢產品從國外換回本國居於劣勢的商品，從而可在社會生產力不變的前提下提高生產要素的效能，並提高生產效率，獲得更大的經濟效益。

4. 提高生產技術，優化國內產業結構

各國普遍透過國際貿易引進先進的科學技術和設備，以提高國內的生產力，加快經濟發展。同時，透過國際貿易，使國內的產業結構逐步協調和完善，促使整個國民經濟協調發展。

5. 增加財政收入，提高國民福利

一些國家而言，尤其是開發中國家，透過國際貿易所收的稅是財政收入的重要來源。國際貿易還可提高國民福利，透過進出口貿易來獲得更多元、更新穎、更低廉的商品。此外，國際貿易的擴大，特別是勞力密集型產品出口的增長，可為國內提供更多的就業機會。

6. 加強各國經濟聯繫，促進經濟發展

透過國際貿易，不僅將已開發國家互相聯繫起來，也把開發中國家捲入國際經濟生活中。國際市場的競爭，不僅促進已開發國家經濟的進一步發展，也促進開發中國家和地區的經濟發展。

臺灣主要進出口貿易國家（2013）

配合課本第 39 頁

1. 主要出口貿易國家

名次	國家	金額 (美元)	比重 (%)
1	中國	81,787,644,881	26.78
2	香港	39,433,129,161	12.91
3	美國	32,564,069,698	10.66
4	新加坡	19,517,866,856	6.39
5	日本	19,222,084,180	6.29
6	韓國	12,077,385,671	3.95
7	菲律賓	9,773,810,878	3.20
8	越南	8,925,783,196	2.92
9	馬來西亞	8,184,333,019	2.68
10	泰國	6,336,254,163	2.07
11	德國	5,624,984,626	1.84
12	印尼	5,148,684,002	1.69
13	荷蘭	4,444,674,098	1.46
14	英國	4,321,553,550	1.42
15	澳大利亞	3,767,194,372	1.23
16	印度	3,422,915,347	1.12
17	加拿大	2,409,890,301	0.79
18	巴西	1,835,079,553	0.60
19	沙烏地阿拉伯	1,816,134,977	0.59

20	墨西哥	1,785,910,195	0.58
----	-----	---------------	------

2. 主要進口貿易國家

名次	國家	金額 (美元)	比重 (%)
1	日本	43,161,084,994	15.99
2	中國	42,588,412,443	15.78
3	美國	25,201,019,152	9.34
4	韓國	15,767,973,076	5.84
5	沙烏地阿拉伯	15,598,494,841	5.78
6	新加坡	8,542,599,364	3.17
7	科威特	8,407,497,156	3.12
8	德國	8,253,223,317	3.06
9	馬來西亞	8,123,747,704	3.01
10	澳大利亞	7,898,520,499	2.93
11	印尼	7,150,762,109	2.65
12	卡達	6,218,530,178	2.30
13	荷蘭	4,662,339,694	1.73
14	阿拉伯聯合大公國	4,587,341,239	1.70
15	安哥拉	3,862,140,319	1.43
16	泰國	3,752,306,083	1.39
17	阿曼	3,525,501,456	1.31
18	俄羅斯	3,244,282,838	1.20
19	巴西	2,754,900,411	1.02
20	印度	2,751,344,655	1.02

跨國企業

配合課本第 40 頁

跨國企業意指藉由國外直接投資、控制及管理母國基地之外，在數國中的子公司企業，其特徵有二：

- 營業範圍至少包括兩個或兩個以上的國家，通常母公司設於一國，分公司或子公司則設於其他國家。
- 公司整體事業部門當中，海外事業部門占有相當的比重，其營業額占該企業總營業額達 25% 以上。

跨國企業的運作是經濟全球化過程的中心，其貿易額占了世界貿易的 2/3，其中同一家企業中不同子公司之間的企業內貿易，最高達到 1/3 的世界貿易量。

ECFA

配合課本第 40 頁

政府推動簽署兩岸經濟合作架構協議（Economic Cooperation Framework Agreement, ECFA）。

- 對象：中國。
- 目的：
 - (1)減少兩岸經貿限制。
 - (2)避免我國在區域經濟整合體系中被「邊緣化」。
 - (3)促進我國經貿投資「國際化」。
- 內容：包括商品貿易（排除關稅和非關稅障礙）、服務貿易、經濟合作等。
- 定位：兩岸特殊性質的經濟合作協議。
- 正面效益：
 - (1)提升總體經濟。
 - (2)減免關稅，對中國出口的產品競爭力提升。
 - (3)改善投資環境，有助於產業供應鏈根留臺灣，並吸引外人來臺投資意願等。
- 負面影響與因應之道：

負面影響	因應之道
加深對中國的經貿依賴	積極推動與主要貿易夥伴洽簽自由貿易協定（FTA），如美、日、星、東協、歐盟等
爭取保留、不開放國內較易受中國進口產品衝擊之產業	①協商時爭取有利的條件，例如：不進一步開放中國農產品進口及中國勞工來臺工作 ②促進產業升級與轉型，以及提升產業技術水準

註：架構協議：是指簽署正式協議之前所擬訂的綱要，僅先訂定架構及目標，並對於雙方最急迫且共識的產品爭取減免關稅（早期收穫），具體內容日後再協商。如東協與中國、韓國、日本、印度等國簽有架構協議。

此方案最早於民國 96 年開始規劃，於民國 98 年經行政院通過後開始施行，配合政府推動的兩岸三通與直航班機增加的政策，開放大量大陸觀光客來臺之際，且以提高國際競爭力、提升國內旅遊品質、增加外匯收入為重點，加速臺灣觀光產業的發展。此方案當初規劃為 4 年（98-101 年），預計編列新臺幣 300 億元的觀光發展基金，並以「觀光旅遊」、「醫療照護」、「生物科技」、「綠色能源」、「文化創意」、「精緻農業」等六大新興產業為推動方向。民國 100 年時，政府檢討此方案所發揮的效益，了解觀光市場的趨勢之後，除了修正一些政策的方向與目標外，也將此方案的推動期程延長至 103 年，持續發展觀光事業。

此方案所規劃的觀光施政，是以建構質量並進的觀光榮景為目標，提出了五大工作重點：

1. 美麗臺灣

透過「點」、「線」、「面」的套裝旅遊路線及舊景點的風華再現來建構。作法為規劃 13 條環島的重點旅遊線，並整建沿線的景點；另外，透過補助方式與地方政府合作，讓熟悉的舊景點呈現新意象。

2. 特色臺灣

包裝具國際觀光競爭力的多元觀光產品，如登山、民俗節慶、溫泉、美食、自行車、追星等活動來呈現。作法為將相關部會主導的旅遊產品包裝為優勢旅遊產品，並篩選出臺灣有競爭力的主題，鎖定並開發相關族群。

3. 友善臺灣

建置全方位旅遊服務網絡，全方位地營造友善觀光環境。作法為從旅客的角度思考，提供便利的導覽解說資訊與產品。

4. 品質臺灣

利用輔導產業、培訓人才與評鑑等方式來確保。作法為從服務品質著手，透過各項輔導、訓練與評鑑，提升一般旅館的品質與觀光從業人員的水準。

5. 行銷臺灣

以多元開放、全球布局的核心理念來行銷。作法為針對各種目標市場研擬不同的策略，以多

元創新宣傳、大型公關及促銷活動、開發新通路等方式開拓新市場與創造話題凝聚焦點，且積極參與國際旅展及推廣活動。

此外，依照各區域不同的資源與特色，規劃出各區域發展主軸與發展重點：

1. 北部地區

生活及文化的臺灣，以華人文化藝術重鎮（時尚設計、流行音樂）、時尚都會、自行車休閒、客家及兩蔣文化等為發展重點。

2. 中部地區

產業及時尚的臺灣，以茶園、咖啡、花卉、休閒農業、林業歷史、森林鐵道、自行車休閒、文化創意等為發展重點。

3. 南部地區

歷史及海洋的臺灣，以開臺歷史、舊城古蹟、宗教信仰、傳統歌謠、原住民文化等為發展重點。

4. 東部地區

慢活及自然的臺灣，以鐵馬+鐵道旅遊、有機休閒農業、南島文化、鯨豚生態、溫泉養生等為發展重點。

5. 離島地區

特色島嶼的臺灣，澎湖定位為國際度假島嶼與海洋生態旅遊，而金馬以戰地風情、民俗文化、聚落景觀等為發展重點。

6. 不分區

多元的臺灣，以 MICE、美食小吃、溫泉、生態旅遊、醫療保健等為發展重點。

除了以上的五大工作重點與區域特色發展主軸之外，此方案還提出了三個執行策略與三個行動方案。首先是三個執行策略：

1. 深化老市場老產品，開發新市場新產品

為開拓國際市場，必須了解目前給國際旅客看什麼？如何吸引國際旅客？因此，將重新檢視資源面與市場面課題，以及各區域旅遊資源特色；為增加旅客人數（come more）、延長停留天數（stay longer）、提高每人每日消費（spend more），將積極檢討深化老市場老產品，以吸引更多的遊客，並開發新市場、新產品，以吸引新客源。

2. 立竿見影的旅遊產品包裝

找出各個觀光市場可發展的旅遊產品後，將運用由上到下（top-down）之執行機制，依分區觀光發展重點，發展出區域觀光特色，篩選出可立竿見影的旅遊產品，再加以整合包裝，以吸引目標客源市場來台旅遊，進而帶動觀光外匯收入大幅提升。

3. 旅遊支撐系統改善

重新檢視市場面、資源面、產業面及人力面等旅遊支撐系統現有的發展課題，將運用由上到下（top-down）及由下到上（bottom-up）之雙軌執行機制，提出對應策略加以改善，以突顯觀光特色及吸引力、提升旅遊服務介面友善化，並促進觀光從業人員素質優質化。

接著是三個行動方案，在各個不同的行動方案中提出了不同的施行主軸，分述如下：

1. 拔尖（發揮優勢）行動方案

(1)魅力旗艦：採用「由上而下」及「由下而上」的雙軌執行機制，推出「區域觀光旗艦計畫」，打造 5 大區域觀光特色，並推動「競爭型國際觀光魅力據點示範計畫」及「觀光景點無縫隙旅遊服務計畫」，以創造具國際魅力的獨特景點、無縫隙旅遊資訊及接駁服務，營造國際觀光魅力旗艦景點及高品質的旅客服務。

(2)國際光點：為深化臺灣觀光內涵，並找出具國際級、獨特性、長期定點定時、每日展演可吸引國際旅客之產品，供旅行社包裝或由交通部觀光局辦理國際宣傳推廣；另依區域特色，舉辦或邀請國際知名賽會、活動外，更與 2010 年國際花卉博覽會、2011 年世界設計大會、建國 100 年等大型活動結合，行銷台灣，以收立竿見影之效。

2. 築底（培養競爭力）行動方案

(1)產業再造：為協助觀光產業轉型、改善並提升軟硬體服務設施達到國際水準，規劃推動「振興景氣再創觀光產業商機計畫」、「觀光遊樂業經營升級計畫」、「輔導星級旅館加入國際或本土品牌連鎖旅館計畫」、「獎勵觀光產業取得專業認證計畫」及「海外旅行社創新產品包裝販售送客獎勵計畫」，以營造有利的經營環境，促進觀光產業加速升級與國際接軌。

(2)菁英養成：為培訓優秀觀光人才，除持續協調

教育部鼓勵觀光相關科系及特殊語文科系在學學生，積極參與觀光產業實習、國際觀光活動推廣及接待等工作外，並持續加強觀光從業人員職前培訓與在職職能精進訓練，而為導入國際觀光產業經營管理職能，規劃推動「觀光從業菁英養成計畫」，推薦優秀觀光從業人員及國內大專院校觀光相關科系現任專任教師赴國外受訓，增進國際觀光人才專業素質與國際視野，並邀請重量級專家學者參與國際專題研習營或論壇座談，以及補助開辦觀光產業高階領導課程，以提升觀光產業國際競爭力，並強化臺灣觀光品質形象。

3. 提升（附加價值）行動方案

(1)市場開拓：為運用兩岸三通之契機，讓臺灣成為東亞觀光交流轉運中心，將積極拓展國際觀光市場，並延聘及培養優秀行銷、研發等國際觀光專業人才，積極拓展國際市場。

(2)品質提升：為營造友善旅遊環境，確保旅遊品質與安全，在既有的預算內，持續以「顧客導向」思維，加強規範業者提供質優服務，除推動「旅行業交易安全查核制度」、「旅行購物保障制度」等措施，保障旅客消費權益外，亦將推動「星級旅館評鑑計畫」及「好客民宿遴選計畫」，以提供高品質且具保障的旅遊服務。

旅行臺灣・感動 100 配合課本第 41 頁

為慶祝臺灣建國 100 年而規劃辦理「旅行台灣・感動 100」的計畫，以「催生與推廣百大感動旅遊路線」、「體驗臺灣原味的活動」及「貼心超值服務」為計畫的三大主軸，並連結「觀光拔尖領航方案」相關計畫內容，呈現臺灣最令國內外旅客感動的服務與活動。三大重點工作如下：

1. 催生與推廣百大感動旅遊路線

結合政府與民間資源與力量，以發展臺灣觀光品牌的 10 大旅遊元素（民俗宗教、在地文化、當代文化、創新、追星、生態、溫泉、登山健行、單車及原住民）及結合國際花卉博覽會推動主題旅遊，整合路線上的美食、購物、交通、住宿、伴手禮及旅遊資訊等服務，串連百大旅遊路

線，並從旅遊當中，發掘感動元素。

2. 體驗臺灣原味的活動

結合各項感動旅遊主題，以深具臺灣特色之「四大主題系列活動—臺灣燈會（春）、臺灣美食節（夏）、臺灣自行車節（秋）、臺灣溫泉美食嘉年華（冬）」為經，「年度創意活動」（包含迎曙光系列活動、幸福旅宿·百種感動、臺灣挑 Tea、情定臺灣等活動）為緯，創造無所不在「臺灣好好玩·感動百分百」的體驗環境，並輔導旅行業者針對個別客源市場需求推出套裝旅遊產品，豐富旅遊行程深度。

3. 貼心加值服務

建置專屬網站，提供百條路線與各項旅遊資訊，讓旅客在「旅行前」完成旅遊行程規劃；輔導縣市政府推動辦理「臺灣好行（景點接駁）旅遊服務」，利用大眾交通運輸，讓旅客在「旅行

中」可以體驗這項友善、平價、便利且符合環保潮流的旅遊服務；於專屬網站建置活動平台，提供旅客在「旅行後」透過共享，與各地網友分享在臺經驗，期營造庶民旅遊環境，爭取國際旅客來臺觀光。

透過這三大主軸的執行，希望可以達到將臺灣打造為東亞觀光交流轉運中心與國際觀光重要旅遊目的地的目標。另外，此計畫的預期效益包含了質化與量化效益：質化效益方面，希望全民可以配合政府的政策一起參與臺灣建國百年的活動，一同營造庶民旅遊環境，活絡地方經濟，且以感動旅客、貼心服務吸引國際旅客來臺觀光，打造臺灣成為友善觀光環境的國家；量化效益方面，希望打造 100 條感動旅遊路線供旅客選擇，使觀光人數突破 650 萬人次。

教學札記 Note

臺灣民眾，可以一天無政府，不能一天沒超商

在臺灣，人們可以一天不和政府打交道，卻不能一天不去便利超商！臺灣超商密度居世界之冠，平均 2,500 人即有一家超商，估計逾 850 萬人每天都要到便利商店報到。臺灣便利超商的經營奇蹟，就連被喻為「新興市場教父」的世界級投資大師莫比爾斯（Mark Mobius），都砸了新臺幣 30 億元來投資。

根據日前出爐的「2009 臺灣連鎖年鑑」，去年臺灣四大便利超商系統：統一超商、全家便利、萊爾富、OK 便利，店數共有 9,184 家，目前最新數據則又增加 99 家，達到 9,238 家。業者估計，今年底臺灣地區的便利超商數最高可衝到 9,480 家左右，已逐漸接近破萬店紀錄。

全家便利商店董事長潘進丁認為，2000 年時，臺灣便利超商有五大品牌，處於百家爭鳴，一年市場可增加 600 多家新店。但至去年，便利超商年增店數降到 150 多家，營收總額年增率也從火紅的兩位數，到去年 1.18%，顯示「臺灣超商業態的市場真正進入飽和期。」

臺灣超商密度高居世界之冠，平均 2,500 人即有一家超商，估計超過 850 萬人每天都要到便利商店報到。尼爾森先前一份「消費者購物行為調查」也顯示，愛消費的臺灣人，每月平均到便利商店購物次數達 15 次，等於二天就會到便利商店買東西。便利商店滲透你我生活，對便利商店的依賴越來越深。

不過，臺灣便利超商的發展奇蹟，並不在數量，統一超商營運長謝健南指出，「關鍵在了解現代人的需要、解決人們的不便。」謝健南舉例

，統一超商發現人們繳費的不便，在 1999 年首先開發中發電信電話帳單繳費業務，之後這項代收繳費服務衍生出十大類項服務，包括目前有電信、水電、停車、瓦斯、加值卡、分期付款、信用卡、交通費、金融壽險金、有線電視等，一年有超過 1,600 筆代收服務，代收金額高達 1,000 億元。

2000 年臺灣網路泡沫化，但無線虛擬的生活趨勢卻是一股無法擋潮流。便利超商中的萊爾富首先在 2004 年引進一臺「Life-ET」多媒體機，剛推出時，還有許多人質疑：這臺機器好像是來占地方的！

沒想到 2004、2005 年網路快速發展，接著統一超商也導入 ibon 機、全家也建構 FamiPort 多媒體終端機，這小小一臺機器，可以整合票券、網路服務，將虛擬消費與實體販售有了整合連結。統一超商透露，ibon 導入駕照換發服務後，目前已經有超過三成民眾改在統一超商換駕照，因為省時又方便。

潘進丁在「便利商店產業動態分析」中指出，資策會估算 2008 年線上購物金額可達 2,430 億元，便利超商挾網路之便，與網路通路形成虛實互應，便利超商可提供更有競爭力價錢。

「在 250cc 瓶子中，思考如何能裝進 500cc 容量」謝健南說，臺灣便利商店產業已進入到「質」的時代，目前一家便利商店販售商品大約有二、三千項，要持續獲利進步，他認為關鍵在回到「了解顧客需要」而給予深化互動。

世界新七大自然奇景揭曉，臺灣玉山未列名前七

歷時 3 年 11 個月的馬拉松式選拔——世界新七大自然奇景票選活動，獲選名單于臺灣時間 2011 年 11 月 12 日凌晨揭曉，獲選景點包括亞馬孫森林（南美洲）、下龍灣（越南）、伊瓜蘇瀑布群（阿根廷、巴西）、濟州島（韓國）、科莫多（印尼）、公主港地下河（菲律賓）、桌山（南非），臺灣玉山並未名列其中。

內政部營建署表示，瑞士七大奇景基金會自 98 年開始舉辦「世界新七大自然奇景」票選活動，玉山代表臺灣參選，從最初的 440 個候選景點，歷經民眾票選、專家評選等 3 階段的嚴格考驗，入圍最後 28 名決選名單。然而進入決選後，面對各大知名景點的強大挑戰及臺灣人口數相對較少之劣勢，玉山排名無緣再向前挺進。

分析世界新七大自然奇景之獲選者，其中不

乏世界知名景點或國家人口眾多者，臺灣玉山在國際知名度上相對處於劣勢。即使在最後關頭以新聞媒體、廣播、網路動畫、電子郵件等方式大量釋放票投玉山訊息，甚至民間單位如環保團體、藝文雜誌主動幫忙宣導或免費刊登文宣向民眾拉票，但在強大競爭對手的挑戰下，仍然功敗垂成。

瑞士七大奇景基金會舉辦此活動之目的，是希望藉由票選活動，喚起全球民眾對自然環境的關懷——「如果想要保留，我們必須先學會真正的珍惜」。即使玉山未能順利當選世界新七大自然奇景，但在參與的過程中，確實已經讓全球上億個參與投票的公民看見臺灣，玉山參選世界新七大自然奇景的歷程著實已將臺灣成功的行銷全世界。

教學札記 Note

參考書目

1. 交通部（2011）。《觀光拔尖領航方案行動計畫（修訂本）》。行政院交通部。
2. 劉國棟（2006）。《電子產業，懂這些就夠了！》。臺北：大是文化有限公司。
3. 沈宗瑞等譯（David Held 等著，2004）。《全球化大轉變：全球化對政治、經濟與文化的衝擊》。臺北：韋伯文化事業出版社。
4. 黃衛平，朱文暉著（2004）。《走向全球化》。臺北：韋伯文化事業出版社。
5. 陳正茂（2003）。《臺灣經濟發展史》。臺北：新文京開發出版股份有限公司。
6. 瞿宛文（2003）。《全球化下的臺灣經濟》。臺北：臺灣社會研究雜誌社。
7. 顏朕國編（2003）。《麥當勞傳奇——成功者背後奮鬥事蹟》。臺北：大步文化出版社。
8. 鄧國雄、張政亮、陳翰霖等編著（2002）。《臺灣地理》。臺北：大中國圖書公司。
9. 張國雄譯（Charles W.L. Hill 著，2001）。《國際企業》。臺北：滄海書局。

教學媒體

1. VCD：《臺灣的工業》（2003）。臺北：光國文教資訊有限公司製作。
2. VCD：《臺灣的經濟發展》（2003）。臺北：光國文教資訊有限公司製作。
3. VCD：《高科技工業的競爭趨勢》（1997）。臺北：社會大學文教基金會。

網站資源

1. 行政院主計處 <http://www.dgbas.gov.tw/>
2. 經濟部 <http://www.moea.gov.tw/>
3. 國際貿易局 <http://cweb.trade.gov.tw/mp.asp?mp=1>
4. 行政院經濟建設委員會 <http://www.cepd.gov.tw/>
5. 工業園區管理局 <http://www.sipa.gov.tw/>
6. 臺灣工業用地供給與服務資訊網 <http://idbpark.moeaidb.gov.tw/index.asp>
7. 經濟部中小企業處 <http://www.moeasmea.gov.tw>
8. 交通部全球資訊網 <http://www.motc.gov.tw/mocwebGIP/wSite/mp?mp=1>
9. 投資臺灣入口網 <http://investintaiwan.nat.gov.tw/index.html>
10. ECFA 兩岸經濟合作架構協議 <http://www.ecfa.org.tw/index.php>
11. 世界貿易組織 http://www.moeaboft.gov.tw/global_org/wto/wto_index.htm
12. 奈米科技大未來 http://www.bcc.com.tw/all_net/news/nimi/allnimi.htm

教學札記
Note