

99 年度國際經貿事務研究及培訓中心計畫
子計畫一：專題研究（8）

由「服務業發展方案」研析我國服務業
國際化（含 WTO 服務業談判）之具體策略

執行成果報告書

委託單位：外交部／經濟部國際貿易局

研究單位：中華經濟研究院（台灣 WTO 中心）

民國 99 年 12 月

99 年度國際經貿事務研究及培訓中心計畫
子計畫一：專題研究（8）

由「服務業發展方案」研析我國服務業
國際化（含 WTO 服務業談判）之具體策略

計畫主持人：靖心慈

研究人員：靖心慈、吳佳勳、林長慶、方立維、
張嘉芬、舒靈玉

研究助理：鄭明潔、鄭俊豪

委託單位：外交部／經濟部國際貿易局

研究單位：中華經濟研究院（台灣 WTO 中心）

民國 99 年 12 月

目 次

目 次	i
表 次	v
圖 次	ix
第一章 緒論.....	1
第一節 計畫緣起與目的	1
第二節 研究方法與內容	7
第二章 高等教育服務業發展現況與拓展分析	11
第一節 發展政策與現況	12
第二節 推動國際化分析	28
第三節 目標市場之市場開放與障礙.....	41
第四節 有利拓展出口之創新服務模式研究	54
第五節 小 結	59
第三章 醫療照護服務業發展現況與拓展分析	63
第一節 發展政策與現況	64
第二節 推動國際化分析	78
第三節 目標市場之市場開放與障礙.....	88
第四節 有利拓展出口之創新服務模式研究	96
第五節 小 結	105

第四章 連鎖加盟批發零售服務業發展現況與拓展分析	109
第一節 發展政策與現況	110
第二節 推動國際化分析	123
第三節 目標市場之市場開放與障礙.....	133
第四節 有利拓展出口之創新服務模式研究	159
第五節 小 結	167
第五章 結論與建議	169
第一節 結 論	169
第二節 建 議	175
參考文獻	187
附錄一 期初報告審查意見回應一覽表.....	193
附錄二 期中報告審查意見回應一覽表.....	197
附錄三 參訪敏盛綜合醫院（經國總院）會議記錄	202
附錄四 參訪財團法人長庚紀念醫院（桃園分院）會議記錄	204
附錄五 參訪義守大學會議記錄.....	206
附錄六 參訪中國大陸台資企業協會聯誼會會議記錄	208
附錄七 參訪北京台商協會會議記錄	211
附錄八 參訪社團法人台灣服務業發展協會會議記錄	215
附錄九 參訪衛生署醫事處會議記錄	218
附錄十 參訪中國生產力中心會議記錄.....	220

附錄十一	參訪財團法人高等教育國際合作基金會會議記錄	226
附錄十二	參訪國立台灣大學會議記錄.....	228
附錄十三	參訪世新大學會議記錄	230
附錄十四	參訪銘傳大學會議記錄	232
附錄十五	參訪聯新國際醫療集團會議記錄	234
附件十六	期末報告審查意見回應一覽表	236

表 次

表 1-1	亞洲四小龍及中國大陸服務出口值比較	4
表 1-2	2008 年亞洲四小龍及中國大陸之服務出口值與 GDP 比較	4
表 2-1	五年五百億計畫分項計畫預算	14
表 2-2	2000 至 2009 年我國高等教育校數變動	21
表 2-3	1998 至 2009 年高等教育學生人數	22
表 2-4	2008 至 2009 年高等教育畢業生人數	23
表 2-5	2009 年高等教育科系數	23
表 2-6	2000 至 2009 年大學院校學生就讀類科	24
表 2-7	2000 至 2009 年我國整體教育經費支出及占 GDP 之比重	26
表 2-8	1998 至 2007 年我國高等教育經費	26
表 2-9	1991 至 2009 年教育服務業核備對中國大陸投資件數與金額	28
表 2-10	2004 至 2009 年國內學校與外國學校學術交流合作簽約情形	30
表 2-11	我國大學院校設立境外專班之分佈情形	32
表 2-12	台灣教育中心設立情形	33
表 2-13	高等教育經費占 GDP 比重之國際比較	35
表 2-14	高等教育學雜費占平均每人 GDP 比重之國際比較	35
表 2-15	2008 年高等教育粗在學率之國際比較	36
表 2-16	SCI 各國論文發表篇數及排名	36

表 2-17	SSCI 各國論文發表篇數及排名.....	38
表 2-18	EI 各國論文發表篇數及排名.....	39
表 2-19	各國留美學生人數及排名	40
表 2-20	中、越、馬於 WTO 教育服務業相關業別模式 1 至 3 之入會承諾	42
表 2-21	中國大陸對台灣開放高等教育服務業市場相關法規	50
表 2-22	越南對外人投資教育服務業法規	51
表 3-1	中華民國標準行業分類第八版－醫療保健及社會工作服務業	65
表 3-2	我國個人醫療照護服務支出（依醫療機構結構）	72
表 3-3	我國醫療院所家數（依型態別）	73
表 3-4	長照主管部會相關法令及服務項目	74
表 3-5	2008 年機構式長照服務資源.....	74
表 3-6	2009 年我國老人長期照顧、安養機構家數	76
表 3-7	2004 至 2009 年我國老人長期照顧、養護及安養機構工作人員數	77
表 3-8	醫療照護服務產業國際化類型	78
表 3-9	1994 至 2009 年醫療保健及社會工作服務業核備對外投資件數與 金額	81
表 3-10	1952 至 2009 年醫療保健及社會工作服務業核備對外投資地區 ..	82
表 3-11	歐美與亞洲重要國家及我國平均每人每年醫療保健支出比較.....	85
表 3-12	我國與美、澳等國醫療品質（重症治療術後存活率）比較	87
表 3-13	美、中、日於 WTO 醫療照護服務相關業別模式 1 至 3 之入會 承諾	89

表 4-1	中華民國標準行業分類第八版－批發及零售業	110
表 4-2	2009 至 2010 年經濟部輔導批發零售服務業之相關措施	115
表 4-4	2004 至 2009 年台灣零售服務業營業額及成長率	118
表 4-5	台灣地區連鎖店發展趨勢.....	119
表 4-6	2010 年商業發展趨態	121
表 4-7	1993 至 2009 年批發零售業核備對外投資件數與金額.....	124
表 4-8	1991 至 2009 年批發零售業核備對中國大陸投資件數與金額	125
表 4-9	1952 至 2009 年批發零售業核備對外投資地區	127
表 4-10	2010 年全球二十大零售城市	130
表 4-11	中、日、越、馬於 WTO 配銷服務業模式 1 至 3 之入會承諾....	134
表 4-12	目前台資企業在中國大陸從事批發業相關市場進入障礙訪談 摘要	144
表 4-13	目前台資企業在中國大陸從事特許事業相關市場進入障礙訪談 摘要	145
表 4-14	日本勞資關係法說明	149
表 4-15	日本企業相關稅賦說明	151
表 4-16	越南投資設立企業相關規定	155

圖 次

圖 1-1	服務業國際化發展概念	2
圖 1-2	主要國家服務業研發經費占企業研發經費之比例	5
圖 2-1	大學院校設置發展教師教學專業知能專責單位情形	18
圖 2-2	大學院校設置發展教師教學專業知能專責單位受益教師數	18
圖 2-3	2006 年公私立大專院校經費補助情形	19
圖 2-4	2007 年公私立大專院校經費補助分布情形	20
圖 2-5	1989 至 2009 年高等教育學生人數變動情形	22
圖 2-6	2000 至 2009 年大學院校生修讀類科人數	24
圖 2-7	2000 至 2008 年任職大專院校之高等教育專任教師人數 (不含助教)	25
圖 3-1	2006 年歐美與亞洲重要國家及我國醫療保健支出占 GDP 比例	86

第一章 緒論

第一節 計畫緣起與目的

一、計畫緣起

隨著產業結構的改變，全球產業分工的興起，加上服務所創造附加價值的提高，全球經濟近年來已轉型為服務業為主體之經濟型態。全球服務業產值占全球經濟之 62%，約 31.5 兆美元；根據行政院主計處統計¹，2008 年我國服務業產值約為新台幣 8.62 兆元，占我國國內生產毛額（GDP）比重已達 68.66%，顯示服務業已然成為我國主流產業，對我國經濟發展的重要性與日俱增。

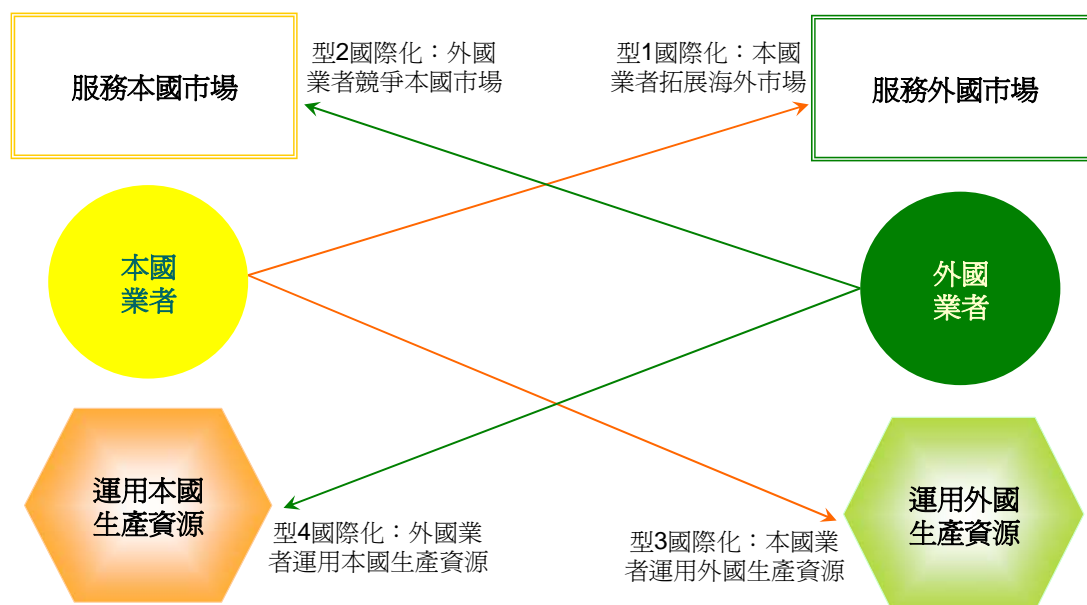
在 1995 年 WTO 成立後，世界商業與服務業的國際化趨勢即急遽加速，各國服務業者以各種模式將其觸角伸向其他市場。由於服務業牽涉到之業種廣泛、業態繁多，且亦隨著時間與消費者需求而不斷衍生發展出的新業種與業態，故服務業之國際化趨勢也可能依特定業種、業態而產生出其特有之國際化趨勢；然而，廣泛而言，近期世界各國商業之國際化發展，主要有以下五大趨勢²，包括：（1）大型化、資本密集化；（2）跨國連鎖與在地連鎖並進的全球統籌；（3）深度依賴資訊與電腦系統；（4）整合或搭配不同服務以提供新的更便捷的服務；（5）多樣化的策略聯盟，包括聯合品牌的創立、不同服務互相引介、服務技術的互相支援、國際合作網路的建立、資訊網路的相互合作、整合彼此間服務以創造新的服務等。

何謂一國服務市場之國際化？根據經濟合作暨發展組織（Organisation

¹ 中華民國統計月報 2010 年 10 月第 537 期。

² 引述自周添誠等人，「台灣服務業國際化發展策略之研究－以餐飲服務業為例」，行政院經濟建設委員會委託計畫，2006 年 12 月。

for Economic Co-operation and Development, OECD) 2006年公佈之文件³指出，服務市場國際化是指提高經濟體間相互依存性（interdependency）之資本、人員、技能（know-how）及其他資源之流動。對於與服務國際化之相關情形，OECD 統計處主要蒐集三大類型資料來進行衡量，分別是（1）資本移動，特別以外國直接投資（Foreign Direct Investment, FDI）為主；（2）國際服務貿易（International Trade in Services）；及（3）附加價值、就業情形等經濟全球化指標與跨國企業角色（Economic Globalisation Indicators and role of multinational enterprises）等。



資料來源：經濟部產業發展諮詢委員會綜合審議會99年度第1次委員會議題背景資料，2010/4/22。

圖 1-1 服務業國際化發展概念

因此與非本國所進行之服務進出口交易、直接投資之資金移動、業者交流合作或結盟之自然人移動等皆可視為服務國際化之環節，而若以「市場」和「資源」兩層面加以區分服務業國際化⁴，在市場層面有「本國業者拓展

³ 文件編號：STD/NAES/TASS/SERV（2006）14。

⁴ 參考楊家彥，「服務業國際化發展策略」，經濟部產業發展諮詢委員會綜合審議會99年度第1次委員會議題背景資料，2010年4月22日。

海外市場」與「外國業者競爭本國市場」，在資源層面有「本國業者運用外國生產資源」與「外國業者運用本國生產資源」四種類型，此四種服務業國際化類型間之交互關係見圖 1-1。就服務進出口交易效果來看，服務貿易進口將產生對本國服務業需求之排擠現象，但亦可能對本國服務業產生競爭壓力而提升本國業者之競爭力，而服務貿易出口會增加對本國服務之需求，對我國之國內生產毛額與就業有較直接之效果。就服務資金移動效果來看，服務內向投資（inward investment）短期內雖將衝擊本國業者，但長期而言也將帶動資金及技術向本國擴散，而服務外向投資（outward investment）若可帶動國內相關產業產品與服務之需求，則將有助於本國之經濟成長。

檢視我國在服務業之國際化，分別從服務出口值、服務出口值占 GDP 比重、核准對外投資和服務業研發投入比重四方面來分析。首先是服務出口值，根據 WTO 國際貿易統計資料⁵顯示，2009 年台灣之服務出口排名全球第 27，出口值為 306.4 億美元，較 2008 年減少 38.5 億美元，成長率為-11.2%；與其他亞洲四小龍國家與中國大陸相較，我國之服務出口值排名最低，不僅未達 2009 年全球服務出口總額 3.35 兆美元之 1%，且 2008 年成長幅度落後於中國大陸、韓國與新加坡，2009 年表現也不如香港與新加坡，顯示我國服務出口現況與國際競爭力仍待加強（見表 1-1）。

從服務出口及經濟表現來看，2008 年服務出口值占我國 GDP 之 8.56%，在全球僅排名第 30 位，而同為亞洲四小龍之新加坡與香港，其同年度之服務業出口值分別占該國 GDP 之 45.58%、44.51%，為世界第二和第三強；我國雖領先鄰近的韓國與中國大陸，但若與以服務業見長的新加坡與香港相比，仍有長足之進步空間，顯示我國應持續加強國內服務業發展並促進其邁向國際化，同時積極拓展我國服務出口（見表 1-2）。

⁵ WTO 服務貿易統計係將 IMF 國際收支（Balance of Payment）的服務（services）總值扣除政府服務（government services）部分後，得到服務（commercial services）貿易項目之統計值，其涵蓋了運輸服務、旅遊以及其他服務等之貿易統計值。為避免與 W120 分類第一項的「商業服務（Business Services）」產生混淆，本研究將以「服務」代表 commercial services 統計分項之中譯名稱。

表 1-1 亞洲四小龍及中國大陸服務出口值比較

	服務出口值（億美元）			2009 年出口值表現		
	2007	2008	2009	占全球服務出口總額	全球排名	成長率 (2009/2008)
中國大陸	1216.5	1464.5	1286.0	3.8%	5	-12.2/20.4%
新加坡	814.5	973.1	878.1	2.6%	11	-9.8/19.5%
香港	846.4	920.5	863.1	2.6%	13	-6.2/8.8%
韓國	617.3	759.7	573.0	1.7%	19	-24.6/19.5%
台灣	310.2	344.9	306.4	0.9%	27	-11.2/11.2%

資料來源：International Trade Statistics 2009, World Trade Organization.

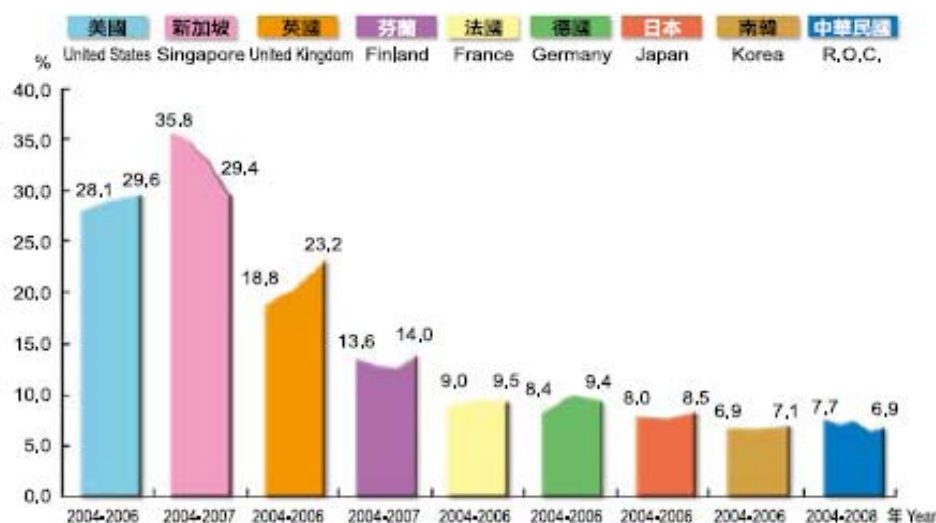
表 1-2 2008 年亞洲四小龍及中國大陸之服務出口值與 GDP 比較

國別	2008 年服務出口值與該國 GDP 間之比較	
	出口值占該國 GDP 比重	出口值占 GDP 比重之全球排名
新加坡	45.58%	2
香港	44.51%	3
台灣	8.56%	30
韓國	7.97%	32
中國大陸	3.38%	48

資料來源：International Trade Statistics 2009, World Trade Organization.

就核備對外投資來看，依據經濟部投資審議委員會統計，2009 年共申報 251 件，較 2008 年同期減少 35.14%，投資金額為 30.06 億美元，亦較 2008 年同期減少 32.71%；其中服務業申報 177 件，投資金額為 20.97 億美元，約占核備對外投資之 69.78%。就核備對外投資業別而言，以金融及保險業 10.38 億美元（占整體對外直接投資之 34.54%）、金融控股業 3.57 億美元（11.88%）、電子零組件製造業 3.50 億美元（11.65%）、批發及零售業 2.86 億美元（9.53%）及化學材料製造業 1.45 億美元（4.82%）分居前 5 名。而 2009 年我國核准僑外直接投資之件數為 1,711 件，較 2008 年同期減少 7.26% 核准投（增）資金額計 47.98 億美元，亦較 2008 年同期減少 41.75%；其中服務業申報 1,399 件，投資金額為 38.12 億美元，約占核備僑外直接投資之

79.46%。就業別而言，僑外投資以金融及保險業 16.89 億美元（占整體僑外投資之 35.20%）、批發及零售業 6.61 億美元（13.77%）、金融控股業 5.47 億美元（11.39%）、金屬製品製造業 3.21 億美元（6.69%）及不動產業 2.51 億美元（5.24%）及分居前 5 名。由以上資料可觀察到，目前無論對內或對外之投資情形，確實以服務業為主要投資標的，然目前仍集中於金融保險、金融控股與批發零售等服務業。



資料來源：行政院國家科學委員會，科學技術統計要覽（2009年版）。

圖 1-2 主要國家服務業研發經費占企業研發經費之比例

就服務業研發投入比重來看，我國服務業產值占 GDP 比例已逐年提升至接近七成，然而根據行政院國家科學委員會出版之科學統計要覽（2009 年版）顯示，近 5 年我國服務業研發經費僅占企業研發經費之 6.9% 至 7.7% 之間（見圖 1-2），服務業研發稍顯不足；雖各國目前對於企業研發主要仍集中於製造業，但美國、新加坡及英國等先進國家之服務業研發經費比例已達兩成以上，且其他國家之服務業研發占比亦有逐年增加之現象，顯示服務業研發之重要性也日益受到各國重視。此外，未納入以上研發經費統計範圍之服務業創新活動，包括由非技術創新（non-technological innovation）、無正式研發型態（non-formal R&D）等無形資本的持續累積，皆應該是政府主管機關或企業須正視的加強提升重點。

爲更有效協助我國服務業業者朝國際市場拓展，政府亦應清楚掌握業者拓展出口實際面臨之障礙以及國際市場目前開放情形，方能於參與國際雙邊及多邊談判時，以有效策略要求他國開放市場；因此，如何將我國加強發展之新型態服務業規劃與國際談判策略做有計畫的結合，成爲具一致性與發展性之拓展服務業國際化執行具體策略，爲本研究之動機。

二、計畫目的

爲提升服務業附加價值、創新能力及出口競爭力，2009年7月9日行政院已於第3151次會議通過「服務業發展方案」，配合六大新興產業政策之觀光、文創、醫療照護服務業及精緻農業中之樂活農業，另外納入物流、電信及技術服務業並列入該方案第一階段推動重點；該方案中之服務業主要發展策略及措施爲以下六項：（1）強化服務業國際競爭力、（2）加強研發創新、（3）創造差異化服務、（4）強化人才培育與引進、（5）健全服務業統計、（6）發展新興服務業。期望透過推動可迅速複製經營模式之服務業出口、加強國際推廣、建立長期性法規鬆綁機制，結合異業合作、製造業服務化與服務業科技化、培養與吸引服務業專才，協助我國業者進行服務業整體提升轉型，創造我國服務業出口優勢。

而由於我國部份服務業別之內需市場已逐漸飽和，且拓展服務貿易出口亦面臨國外市場現存競爭對手之強大競爭壓力，因此本研究擬由「服務業發展方案」延伸研究出具有拓展出口利基之創新服務模式或型態，協助業者以不與國外現存競爭對手搶食相同需求客群之新服務模式或型態攻佔市場，並擬定整體配套措施，應爲有利於帶動長期服務貿易動態效應之具體執行方向。

本研究主要研析高等教育、醫療照護與連鎖加盟批發零售三服務行業之國內發展政策與現況，以及該業別現行之國際化運作模式，並結合該產業於拓展出口時所遭遇障礙、國際市場開放程度分別進行研究；之後藉由國內外個案研究該產業以服務業科技化或異業合作等方式提升轉型之現況與創新

模式，並從中鎖定有利於我國服務業拓展出口及國際化之新型態。

除此之外，為了解業者拓展出口實際需要之協助，並深入了解各業別在國際化之實際運作狀況與其開發出有利基之創新服務型態/模式，擬依照業別分別拜會相關主管機關、公/協會或業者，最後再就新型態/模式服務業出口拓展及國際化之方向與具體策略進行深入探討，俾利提出連結國內服務業發展規劃與國際談判策略之建言。

第二節 研究方法與內容

一、研究方法

為達成本計畫之目的，本研究所採行之研究方法包括：

1. 依據行政院「服務業發展方案」之重點業別，以及配合我國於 WTO 服務業談判中連署要求之業別，延續 2009 年經濟部國際貿易局委託中經院研究團隊進行之「拓展我國服務貿易出口目標市場與特定項目之研究」，選出擬研究之服務行業，目前以高等教育、醫療照護與連鎖加盟批發零售三服務行業為主，並與委託單位經濟部國貿局初步研商對以上三業別擬瞭解之特定方向。
2. 就選定之服務行業，蒐集國內外相關文獻與資料進行研讀、整理和分析，以利瞭解各服務行業之政策以及其國際化發展與現況，並研究分析該業別各目標市場於 WTO 入會承諾之情形與現制措施。
3. 以國內外創新服務模式之個案研究（Case Study）與業者經驗分享，從中找出拓展出口之可能利基，並初步擬定整體配套措施。
4. 拜會主管機關、特定公協會或業者，以研析該服務行業業者於拓展出口所遭遇之障礙，以及目前該業別於國際市場之開放情形；並研究歸納出具有拓展出口利基之創新服務模式，同時釐清目前該服務

行業業者實際所需之協助。

5. 連結國內服務業之現行發展規畫、國際市場開放情形與具發展性之創新服務模式，針對我國未來於國際談判時要求對方開放市場之項目以及未來服務業國際化之方向與內容，提出整體建言。

二、研究內容

本研究參酌「服務業發展方案」著重之觀光、文創、醫療照護服務業、精緻農業中之樂活農業、物流服務、電信服務及技術服務業等重點行業，以及總統府財經諮詢小組所篩選出包括國際醫療、國際物流、音樂及數位內容、會展、美食國際化、都市更新、WiMAX、華文電子商務、教育以及金融服務等 10 大重點服務業發展項目，最後配合 2008 年 7 月 WTO 服務業部長級「宣示性會議」之 27 會員宣示擬開放業別為基準，最後挑選出三服務行業，包括（1）高等教育服務業；（2）醫療照護服務業；（3）連鎖加盟批發零售服務業，作為本計畫之研究對象。

延續去（2009）年國貿局委託中經院研究團隊之「拓展我國服務貿易出口目標市場與特定項目之研究」，由於醫療服務業不僅是近年政府持續推動的重要項目，且為我國業者認為富有潛力與國際競爭力的行業，因此已針對醫療服務業進行過研究，然去年之研究主軸延著政府推動之政策方向，著重在 WTO 承諾下的模式 2—國外消費服務提供模式，即讓外國人來台灣接受各項醫療服務之方式進行深入探討。由於醫療產業國際化之發展模式非常多元，像是到海外投資設醫院、或是遠距醫療等，都包括在內，但限於現有的醫療人才和醫療資源有限，因此建議現階段國際醫療的發展，我國應以吸引海外人士來台就醫為首要選擇，同時並重觀光健檢與重症醫療之發展，其效益除了醫療本身的商機之外，同時亦可帶動國內其他相關產業的需求與發展。至於對我國而言，未來較有潛力的目標市場，依序為華僑、中國大陸、日本、東南亞、再來則是歐美國家，而其中台灣對於華僑及中國大陸因為文化及語言相通的特點而能夠佔有最大優勢。在資源集中於重要發展方向及目

標市場之上，我國仍須視醫療為一個產業來塑造「台灣醫療」品牌，加強國際行銷及廣告訴求，以增強國際上之可見度。

而醫療與照護服務實乃息息相關，且在目前許多國家皆面臨社會結構趨於高齡化、國民生活品質提高之情形下，除醫療相關服務外，照護服務之需求亦大幅增加，醫療照護服務發展之重要性更是不容小覷。故本次計畫仍選擇醫療相關服務作為研究對象，但將探討範圍由醫療服務擴展為醫療照護服務，並納入服務提供的其他三種模式，即跨境提供服務、商業據點設立及自然人移動三種方式作為研究範圍，以期對醫療照護產業整體進行更全面且深入之研析。至於，高等教育服務業和連鎖加盟批發零售服務業是我們首次進行國際化之研究，所以我們將會根據國內產業之特性，進行相關服務提供模式之分析。

本研究主要研析三業別之國內發展政策與現況及該業別現行國際化模式，針對各業別之目標市場開放程度分別進行研究，並研究歸納出具有拓展出口利基之創新服務模式；之後透過拜會主管機關、特定公協會或業者，以研析該服務行業業者於拓展出口所遭遇之障礙，同時釐清目前該服務行業業者實際所需之協助，最後連結國內服務業發展規劃與國際談判策略，對我國未來於國際談判時，要求對方開放市場之項目以及未來服務業國際化之方向與內容，提出整體建言。由於服務業國際化牽涉協助消除我國業者赴目標市場經營之障礙以及鬆綁國內本身之限制兩大部分，然本研究鎖定之研究方向以前項為主，即協助我國服務業者向外拓展出口；並配合國內高等教育與醫療照護服務短中期以吸引外人到我國接受服務之相關政策規劃，在該兩項服務業國際化之研究內容與建議融入破除我國相關限制之討論。

第二章 高等教育服務業發展現況與 拓展分析

由於社會變遷，產業更新及經濟建設之發展，各類專門人才之需求量不斷增加，政府極力籌設大專院校，亦開放私立大專院校之設立，並自 1974 年起，陸續增設公私立大專院校。根據教育部出版之《中華民國教育統計（民國 99 年版）》，相較於 1950 年高等教育學生人數 6,665 人，2009 年我國接受高等教育的學生人數已攀升至 1,336,592 人，成長將近 200 倍；大專院校校數也由 7 所（大學院校 1 所、獨立學院 3 所、專科學校 3 所）及大學附設之研究所 3 所，增加到 164 所（大學院校 71 所、科技大學 41 所、技術學院 37 所、專科學校 15 所）；而 2000 年我國高等教育粗在學率⁶僅 56.14%，然至 2008 年已達到 83.18%，顯示我國高等教育普及程度已有長足之進步。

台灣高等教育在近 10 年內蓬勃發展，學校的快速擴充降低了入學門檻，也提高學生的就學機會，但因近年來政府財政困難，無法相對擴充高等教育經費，造成校際間經費預算相互排擠的問題嚴重，為解決政府財政日漸窘困的處境，改造公立高等教育的組織運作，便成為政府施政的重要考慮。

另外，少子化問題也可能衝擊台灣的高等教育體制。近 20 年來，台灣地區出生人口逐年下滑，國內新生兒人數在 2000 年達到 30.5 萬人之後，便一路直線下降。據統計，2009 年新生兒人數為 19 萬人⁷，經建會推估台灣人口將在 2022 年後開始負成長⁸，這已可預見高等教育人口市場的供需將嚴重失衡，學校將無法招收足夠學生而倒閉；面對如此嚴峻的考驗，政府應如何訂定高等教育政策的走向，值得進一步探討。

⁶ 高等教育教育學齡（18-21 歲）人口粗在學率=高等教育學生人數/高等教育相當學齡人口x100。

⁷ 數據來源：內政部統計處。

⁸ 引自自由時報，2010年8月17日。

第一節 發展政策與現況

本節針對我國高等教育產業之政策發展與產業現況進行分析，首先對「高等教育產業」做一定義說明，根據「WTO 服務業分類表 (MTN.GNS/W/120, W/120)」，教育服務業是分類於十二大類服務的的第五大類「教育服務」部門別，而高等教育服務 (Higher education services) 為該大類服務的子項目之一，其所對照之「聯合國中央產品分類暫行版 (Provisional Central Product Classification, CPC)」為 CPC 923。而台灣在 2002 年 1 月加入 WTO，在教育服務承諾四項業務開放，包括外國人可來台「設立高中技職、高等、成人與其他未列名教育私立學校與教學機構」，提供「跨國遠距教學服務」、「設立短期補習班」及「教育留學服務」⁹，台灣進入一個開放的全球市場，同時也受到 WTO 原則的規範，必須在非歧視原則下與其他國家公平競爭。

另外，根據我國行政院主計處 2006 年編定之「中華民國行業標準分類 (第八次修訂)」，教育服務業被分類於第 P 大類，而高等教育則對應至細類編號 8550 之「大專院校教育服務業」，其被定義為：凡從事提供大專院校教育程度之教育服務並授予畢業證書之公私立學校均屬之。我國提供高等教育服務之學校統稱為大專院校，涵蓋包括大學院校、科技大學、技術學院與專科學校等四類型；其中因提供之教育類型之不同，又將科技大學、技術學院與專科學校統稱為技專校院，而除技專校院以外之一般公、私立大學，則稱為大學院校。

一、產業發展政策

在全球化的衝擊之下，不僅各國政府尋求因應之道，高等教育機構也需要重新尋求定位，尤其是在學術資本與新經濟制度概念的引領之下，人力資

⁹ 黃美珠，「台灣加入世界貿易組織之後高等教育國際化的方向」，文教新潮，第七卷，第一期，2002年。

源的素質高低與品質良劣扮演著關鍵性之角色，因而世界主要國家的政府無不積極鼓勵或提供獎勵，希望高等教育機構能夠強化投入人才培育的行列。

台灣爲了因應全球化時代的競爭與衝擊，不僅強調高等教育參與人才培育的急迫性，也制訂相關的人才培育計畫與政策，同時亦提供各種獎勵措施與誘因，鼓勵高等教育機構參與人才培育事業。

目前，在高等教育服務業之重要政策與措施方面，主要包含追求卓越發展、人才培育計畫、總量發展方案、多元入學、強化經營績效、弱勢助學措施、大專院校評鑑、強化大專院校產學合作成效、高教資源整合等諸多項目；以下爲近年教育部對高等教育之重大政策。

（一）五年五百億計畫

1. 計畫簡介

「五年五百億計畫」是教育部撥款 5 年 500 億新台幣用以補助重點大專院校成爲世界一流教育中心、研究中心的計畫，期望達成“5 年內至少有 10 個頂尖研究中心或領域居亞洲一流，10 年內至少 1 所大專院校躋身國際一流大學之列”。

培養高級人才是台灣能躍升國際的最重要資產。學術創新整合如不能與現今國際競爭趨勢整合，非僅台灣於亞洲之學術優勢將被鄰近國家（如韓國的漢城大學、成均館大學；香港的香港科技大學、香港大學、香港中文大學；中國大陸的北京大學、清華大學等）所取代，亦將錯失進一步追求卓越的契機，如超越澳洲之澳洲國立大學、墨爾本大學以及日本之大阪大學、名古屋大學等；因而可能導致在 21 世紀知識經濟的時代，國家競爭力之快速流失而逐漸面臨邊緣化。

因此依據行政院高等教育宏觀規劃委員會所提之「高等教育宏觀規劃報告」，提升高等教育競爭力，建立競爭性經費之建議，以及行政院經建會「新十大建設」之規畫提出「五年五百億」計畫。「五年五百億」計畫係參照國

際一流大學之相關教研人才及設施水準為規劃標的，而以輔導國內大專院校依優異領域建立特色為基礎；旨在透過競爭與績效責任機制，對受獎助單位設備、人力、研究經費的補助，在台灣培育出國際一流大學與頂尖研究中心，提升國家競爭力與高等教育表現。整個計畫共分成兩個部分，一是發展國際一流大學計畫，另一是頂尖研究中心計畫；而執行期間亦分為兩期，第一期為 2006 到 2010 年，第二期為 2011 到 2015 年，每年之預算為 100 億元（見表 2-1）。

表 2-1 五年五百億計畫分項計畫預算

單位：億元

第一期	2006	2007	2008	2009	2010	總計
預算總數	100	100	100	100	100	500
國際一流大學計畫	35~60	35~60	35~60	35~60	35~60	175~300
頂尖研究中心計畫	40~65	40~65	40~65	40~65	40~65	200~325
第二期	2011	2012	2013	2014	2015	總計
預算總數	100	100	100	100	100	500
國際一流大學計畫	35~60	35~60	35~60	35~60	35~60	175~300
頂尖研究中心計畫	40~65	40~65	40~65	40~65	40~65	200~325

資料來源：教育部。

（1）發展國際一流大學計畫

國際一流大學計畫旨在選取具發展潛力之大專院校 1 至 2 所，給予教學、研究資源之補助，並透過學校本身機構體質（如法人化、規模化）的改進，整合人才資源、改進經營管理策略、建立健全之組織運作制度，並適度地發展其規模，使得政府所投注的補助，獲致可長可久的效果。該計畫之具體目標是在 10 年內，我國至少有 1 所大專院校得躋身國際一流大學（如全世界大學排名進入前 100 名，或比照美國大學排名進入前 80 名），並在 15 至 20 年內排名達到世界前 50 名。

（2）發展頂尖研究中心（領域）計畫

頂尖研究中心計畫以大學內的研究中心（或領域）為發展特色，以學校為申請單位，輔導各類型之優異大專院校，依其教學研究之需要，與其他學校研究中心或研究機構建立合作關係，在人力物力上整合，進行重點領域的發展，不論在研究發展、教學創新、產學合作或技術移轉的績效上，都能獲致一流的表現。該計畫並依照國際評比標準訂定參照指標，目標是於 5 年之內至少有 10 個優異領域系所或研究中心達到亞洲排名第一名，並於 10 年內培養出具有可與該領域世界前 50 名相互比擬之潛力。

總結來說，整體計畫是以競爭為運作機制，而以績效責任為稽核機制，希望透過機構的轉型與躍升，使高等教育成為國家競爭力的重要推手。

2. 執行成效

（1）國際競爭能力提昇

台灣自 2006 年開始推動「五年五百億」計畫，在執行 4 年多以來，已獲補助之頂尖大專院校與研究中心共計有 15 所¹⁰；受補助學校在教學、研究、國際化、產學合作等方面均有明顯之成長，在世界大學排名亦大幅提升。根據教育部統計處資料顯示，2005 至 2009 年間獲補助之學校，其產學合作金額共增加 44 億元、招收弱勢學生新生人數成長 160%、就讀學位之國際學生數成長 41%、國際論文數成長 51%。

根據英國泰晤士高等教育增刊（The Times Higher Education Supplement, THES）的「世界大學百大排行榜」，台灣在 2009 年首度有國立台灣大學進入第 95 名，是近年表現最佳，其餘大學排名也同步提升，共 7 所大學進入前 500 名。而上海交通大學所做世界前 500 大學評比，2006 年台灣共有 5 校進榜，2009 年共有 7 校進榜，且名次皆多有進步；其中國立臺灣大學排名第 150 名，是兩岸三地大學表現最佳，顯見本計畫對提升我國高等教育之

¹⁰ 台大、中山、中央、中興、成功、交大、長庚、政大、清華、陽明、台科大、中原大學薄膜技術研究中心、元智大學燃料電池研究中心。

水準，已呈現具體成效。

以台灣地區 2009 年基本科學指標（Essential Science Indicators, ESI）論文數排名觀之，台灣在電腦科學、工程、材料科學、生態學/環境學、化學、臨床醫學、藥理學與毒物學、物理學及農業科學等 9 個領域，均有學校進入世界前 100 名，而高教評鑑中心今（2010）年 5 月 1 日公布台灣各大學 2010 年 ESI 論文統計排名，國立台灣大學的論文數和論文被引次數，蟬聯兩岸三地第一。

（2）學生素質提升

在教學改革上，不論是在通識教育改革、或因應產業跨領域人才需求所開設的跨領域課程的方面，頂尖大專院校亦相當積極參與。學校依本身教學、研發能量及發展重點，以學術研究及產業應用兩者並重，並配合國家未來發展所需之重點服務業、六大新興產業，以及雲端運算、智慧電動車、智慧綠建築、專利產業化等新興智慧型產業之發展趨勢擇定專精領域提出申請，使大專院校的研究中心/重點領域，得以配合產業及社會需求發展，促進學校教師帶領學生從事跨領域技術相關研究，配合產業及社會需求，培育跨領域頂尖人才。據統計，跨領域學程的參與人數已成長 77%。另一方面，弱勢學生的就學機會也相對提升，總人數成長 117%，由 1,500 人成長至 3,300 多人¹¹。

在第一期計畫執行完畢後，第二期計畫之執行方向，將以強化各大專院校頂尖研究中心或重點領域方式推動，用以獲補助學校之研究中心或重點領域做平台，協助學校整合各界資源，全面提升教學研究能量，並強化與國際知名大學合作及交流，並汲取先進國家經驗，提升國家競爭力。

¹¹ 教育部，2009年發展國際一流大學及頂尖研究中心計劃成果展。

(二) 獎勵大學教學卓越計畫

1. 計畫簡介

近年來，台灣的大專院校數量急速擴充，高等教育已由傳統的菁英教育轉型為大眾教育。此一轉型改變了高等教育的性質，學校不能如同研究機構一樣僅專注於研究，而必須同時兼具教學、研究及服務之多元化功能，以負起人才培育之責任。

因此，教育部於 2005 年起訂頒「獎勵大學教學卓越計畫」係為引進學校分類發展並提升整體教學品質，因該計畫獲得各界的支持及肯定，2006 到 2008 年間再追加編列預算，由原本的 10 億元增加到以 3 年 150 億元繼續推廣，補助範圍並擴及教育、體育及技專校院¹²；期望藉此能逐漸強化學校對“教學核心價值”的認知，提昇教師教學專業能力及對教學之投入，並完善課程規劃及建立教學評鑑制度，以增強學生學習之意願與成效，同時強化就業競爭力，進而提升整體國家競爭力。

2. 執行成效

(1) 教師師資提升

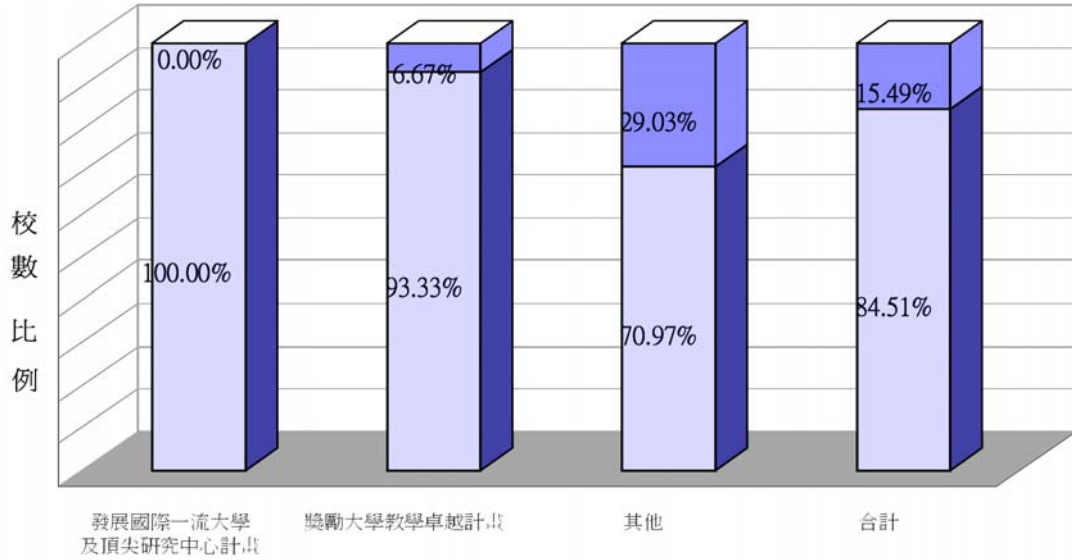
為提升大專院校教師對教學價值的認知，各大專院校特成立發展教師教學知能專責單位，以有效提供教師教學支援。以大學院校¹³為例，據教育部 2008 年公佈之成果，台灣共計有 71 所大學院校，目前已有 60 所學校成立協助教師提升品質之專責單位，占全數大學院校的 84.5%（見圖 2-1），並共計有 24,973 名專任教師受益，占全數專任教師人數的 92.5%（見圖 2-2）。

另一方面，該計畫也依大學法第 21 條規定，要求獲補助的學校訂定教師評鑑辦法；目前已完成教師評鑑辦法訂定的學校，占 71 所大學院校的

¹² 技職院校係指科技大學、技術學院與專科學校。

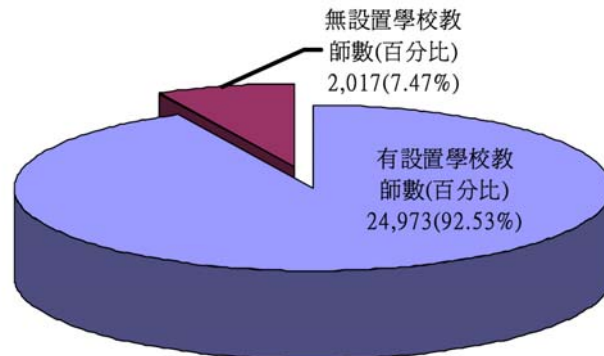
¹³ 大學院校係指一般公、私大學，但不包括技職院校，如科技大學、專科學校與技術學院。

71.8%。因教師評鑑辦法內容包含教學、研究及輔導等項目，其中就有 25 所學校用以作為教師升等之參考依據，此現況反映出各學校已改變傳統僅注重研究的觀念，提昇教師投入教學的意願。



註：各組之上端數字表示無設置之校數占整體校數比重，而下端數字表示有設置比重。
資料來源：教育部第二期獎勵大學教學卓越計畫書。

圖 2-1 大學院校設置發展教師教學專業知能專責單位情形



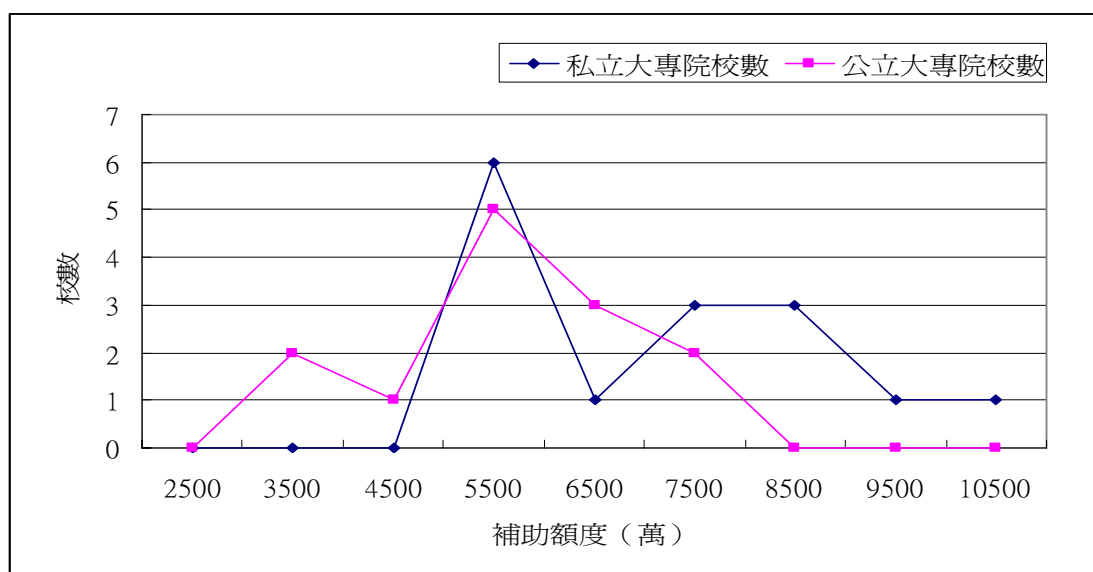
資料來源：教育部第二期獎勵大學教學卓越計畫書。

圖 2-2 大學院校設置發展教師教學專業知能專責單位受益教師數

(2) 高等教育資源整合

以往公、私立大專院校因學校性質的不同，在接受政府經費補助的額度上有著明顯的差異，此分配方式缺乏競爭機制，導致資源過度分散，使得無法引導各校依其專長建立特色，影響教學品質；因此，為使經費能更有效的被使用，在「獎勵大學教學卓越計畫」中以“競爭性”經費機制來確保“獎勵性”經費之效果，並建立績效責任。

據教育部公佈之資料顯示，該計畫於推動期間（2006-2007 年），獲補助之私立大專院校在校數及總補助經費額度上，均多於公立大專院校（見圖 2-3 與 2-4），且部分私立學校的成效普遍獲得各界極大的肯定，這將對於公立學校產生正面的刺激效果，亦將逐漸減少傳統對公、私立學校的刻板印象。藉由競爭性經費之挹注，逐漸發展大專院校績效責任機制，用以改善公立學校長期以來倚賴政府補助的心態，同時有助於私立學校競爭力的提升。

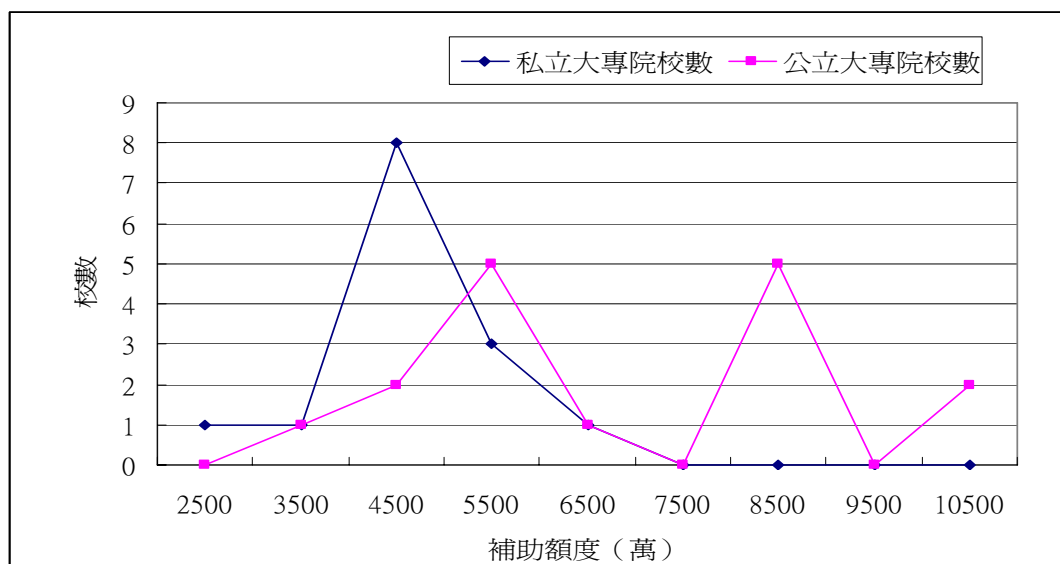


資料來源：教育部第二期獎勵大學教學卓越計畫書。

圖 2-3 2006 年公私立大專院校經費補助情形

另外，為使高等教育資源能更有效整合，獎勵計劃亦以成立區域教學資源中心及建置公共資源分享平台的方式，將經費轉化為學校共享機制；目

前，台灣已成立 7 個區域教學資源中心，並建設大學圖書、通識教育課程資源平台等，此效益將擴散至全國大專院校。



資料來源：教育部第二期獎勵大學教學卓越計畫書。

圖 2-4 2007 年公私立大專院校經費補助分布情形

而將經費轉化為學校共享機制的做法也將引導學校依其自身的資源、特色、條件等，自發性的逐漸地發展其特色，並依其條件、特色定位分類，促進高等教育的多元定位、多元特色及提昇競爭力。

二、產業發展現況

(一) 學校數與學生數

1. 高等教育學校校數

為使更多學子有就讀大專院校的機會，我國高等教育學校數量呈現逐年增長之趨勢，高等教育已漸趨普及化。據教育部統計¹⁴顯示，我國高等教育粗在學率於 2008 年已高達 83.18%，在亞洲僅次於南韓（98%），而與美國

¹⁴ 教育部，中華民國教育統計（民國 99 年版），2010 年 3 月。

相當（83%）。

另根據教育部統計處之資料顯示，2000年我國設有大學院校65所、技專院校85所，其中包括專科學校23所，共計150所；而至2009年，大學院校數增加至71所，技專院校增加至93所，其中專科學校減少為15所（不包含9所軍警學校及2所空中大學），共計164所（見表2-2）。代表過去10年，我國共計已增設14所大專院校校數，校數成長幅度約為1成。

表 2-2 2000 至 2009 年我國高等教育校數變動

單位：家數

	大學院校	科技大學	技術學院	專科學校	總計
2000	65	11	51	23	150
2001	68	12	55	19	154
2002	68	15	56	15	154
2003	70	17	55	16	158
2004	70	22	53	14	159
2005	70	29	46	17	162
2006	70	32	45	16	163
2007	71	37	41	15	164
2008	69	38	40	15	162
2009	71	41	37	15	164

資料來源：教育部統計處。

2. 在學（畢業）生人數與科系分配

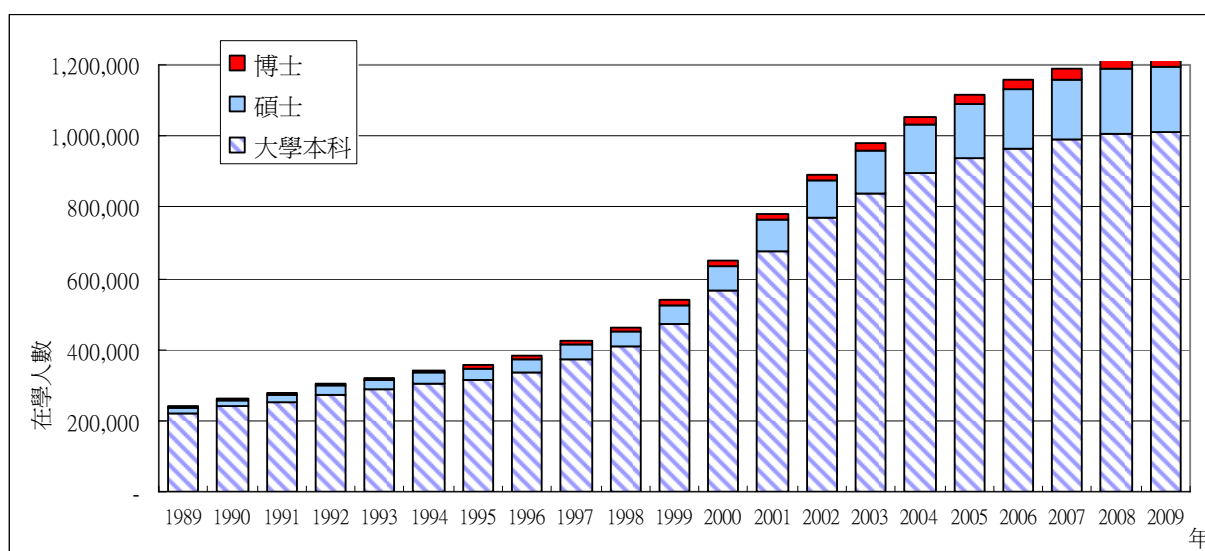
在社會期待與政府政策的鼓勵下，學校的校數增加，大大提升錄取率，使得學生人數有大幅的倍數成長。以接受大學以上教育程度之人數來看，從1998至2009年，大學生（學士）人數由409,705人成長至1,010,885人，增加約146.7%；碩士生人數由43,025人成長至183,401人，增加約326.3%；博士人數也由10,845人成長至33,751人，增加約211.2%（見表2-3）。近10年來，接受高等教育之學士、碩士及博士班學生皆呈現成長趨勢，其中以碩士班學生增加速度最快（見圖2-5）。

表 2-3 1998 至 2009 年高等教育學生人數

單位：人數

	大學生（學士）	碩士	博士
1998	409,705	43,025	10,845
1999	470,030	54,980	12,253
2000	564,059	70,039	13,822
2001	677,171	87,251	15,962
2002	770,915	103,425	18,705
2003	837,602	121,909	21,658
2004	894,528	135,992	24,409
2005	938,648	149,493	27,531
2006	966,591	163,585	29,839
2007	987,914	172,518	31,707
2008	1,006,102	180,809	32,891
2009	1,010,885	183,401	33,751

資料來源：教育部統計處。



註：上圖之數據不包含技專校院修讀副學士學位學生人數。

資料來源：教育部統計處。

圖 2-5 1989 至 2009 年高等教育學生人數變動情形

至於畢業人數方面，相較於 2008 年，2009 年專科及學士畢業人數皆有下滑；專科畢業生減少較大，為 7,801 人，學士畢業人數減少人數較少，為 2,613 人，碩士與博士畢業生人數則是呈現上升的趨勢（碩士畢業人數成長約 6%）。

表 2-4 2008 至 2009 年高等教育畢業生人數

單位：人數

		專科	學士	碩士	博士
2008	公立	3,597	60,097	35,614	2,645
	私立	32,218	170,101	18,773	495
	總計	35,815	230,198	54,387	3,140
2009	公立	3,038	59,660	37,577	3,023
	私立	24,976	167,925	20,097	566
	總計	28,014	227,585	57,674	3,589

資料來源：教育部統計處，本研究整理。

3. 科系分配

根據教育部最新的統計，目前台灣大專院校共 164 所，總共有 4,479 個學系，571 個學科，在學科的分配上可說是種類繁多。2009 年之高等教育科系數概況如下（見表 2-5）。

表 2-5 2009 年高等教育科系數

單位：科系數目

	國立		私立	
	大學院校、科技大學、技術學院	專科學校	大學院校、科技大學、技術學院	專科學校
校數	51	3	98	12
學系數（系）	1,247	-	3,232	-
學科數（科）	47	21	359	144

註：國立包括直轄市立。

資料來源：教育部統計處，本研究整理。

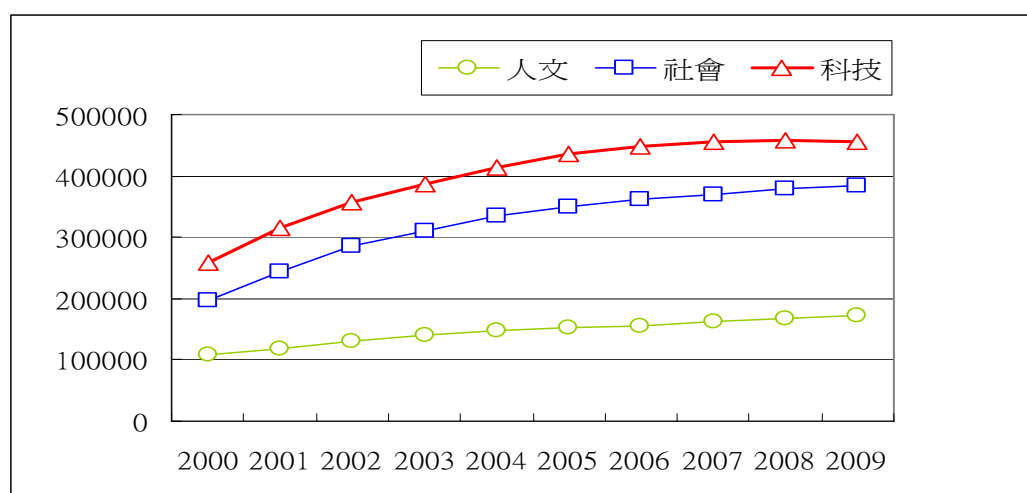
由表 2-6 與圖 2-6 得知，接受高等教育之學生於大學院校修讀“人文”、“社會”及“科技”這三類科的人數，大致維持固定比例，並以“科技”類科占約 4 成 5 為最多、“人文”類科占約 1 成 7 者為最少，且近 10 年修讀此三種類科之人數皆呈現穩定而緩慢的成長。

表 2-6 2000 至 2009 年大學院校學生就讀類科

單位：人數、%

學年	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	
人文	人數	107,699	118,666	129,660	139,341	147,041	152,594	155,915	161,611	166,953	171,656
	%	19.09	17.52	16.82	16.64	16.44	16.26	16.13	16.36	16.59	16.98
社會	人數	197,151	243,647	284,991	311,265	334,332	350,540	361,896	369,771	380,479	384,707
	%	34.95	35.98	36.97	37.16	37.38	37.35	37.44	37.43	37.82	38.06
科技	人數	259,209	314,858	356,264	386,996	413,155	435,514	448,780	456,532	458,670	454,522
	%	45.96	46.5	46.21	46.2	46.18	46.39	46.43	46.21	45.59	44.96

資料來源：教育部統計處。



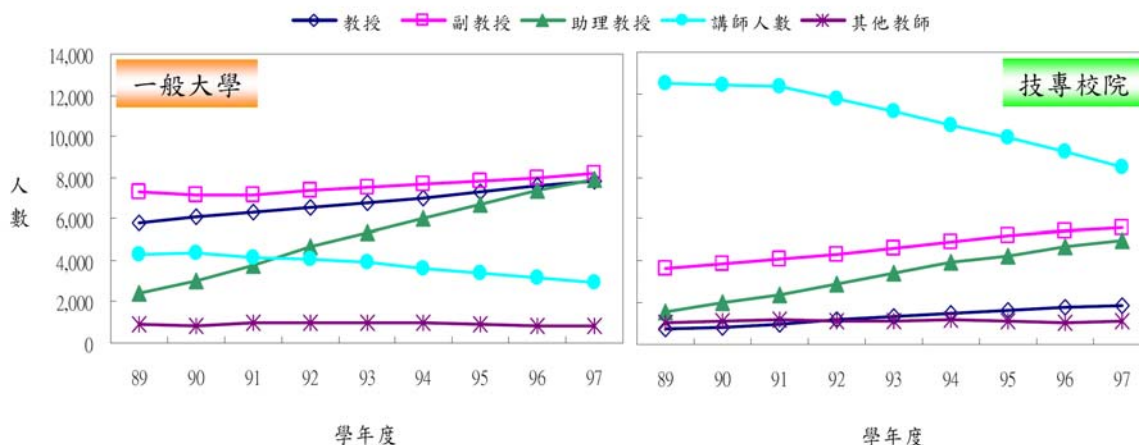
資料來源：教育部統計處，本研究整理。

圖 2-6 2000 至 2009 年大學院校生修讀類科人數

(二) 師資結構

近年來，任職於我國大專院校之高等教育專任教師人數呈現穩定的成

長；專任教師依等級區分為教授、副教授、助理教授、講師及其他（不包含助教）。據統計數據，2000 至 2008 年間教授、副教授及助理教授人數為正成長，而講師人數則大幅減少（見圖 2-7）。



註：圖中的一般大學係指公、私立大學之大學院校；技專校院係指科技大學、技術學院、專科學校。
資料來源：立法院教育及文化委員會第7屆第4會期第6次全體委員會專案報告。

圖 2-7 2000 至 2008 年任職大專院校之高等教育專任教師人數（不含助教）

另外，從專任教師學歷方面觀察，大學院校專任教師具博士學位的比重出現正成長的趨勢，反觀具碩士及學士學位的教師比重則是逐年下降。技專校院的專任教師的博士與碩士學位者則呈現前者漸強、後者漸弱的趨勢。

（三）教育經費

從教育經費來看，近 10 年來，我國整體教育經費支出約占 GDP 之 5-6%，比重大致呈現先降後回升走勢，其中公私部門的教育經費比約為 3：1（見表 2-7）。

而整體教育經費用於高等教育上之情形，確有逐年成長之趨勢。因為高教政策之改變，專科學校數已大為降低，故大學院校、科技大學與技術學院占經費結構比，從 1998 年的 19.93%，上升至 2007 年的 37.42%（見表 2-8）。

表 2-7 2000 至 2009 年我國整體教育經費支出及占 GDP 之比重

會計年度	教育經費支出（新台幣千元）				教育經費占 GDP 比重（%）		
	總計	公部門		私部門	總計	公	私
		政府經費	自籌經費*				
2000	548,761,350	381,934,938	26,620,594	140,205,817	5.39	4.01	1.38
2001	590,424,785	406,867,565	32,526,330	151,030,890	5.95	4.42	1.52
2002	618,334,216	424,298,127	35,492,380	158,543,709	5.94	4.42	1.52
2003	642,759,949	431,578,597	41,717,832	169,463,520	6.01	4.42	1.58
2004	665,946,870	443,956,707	46,766,712	175,223,451	5.86	4.32	1.54
2005	690,978,055	458,928,403	51,575,230	180,474,422	5.89	4.35	1.54
2006	711,003,907	471,678,049	53,949,669	185,376,189	5.81	4.29	1.51
2007	717,795,237	477,766,196	56,389,268	183,639,773	5.56	4.14	1.42
2008	741,158,046	491,484,402	53,236,033	196,437,611	5.84	4.29	1.55
2009	798,449,880	545,671,829	56,586,718	196,191,333	6.37	4.81	1.57

說明：1.89 會計年度起公部門中之政府經費以教育經費編列與管理法定義範圍計列。2.私部門僅含私校。3.GDP 資料為 99 年 2 月 22 日行政院主計處發布數。

註*：自籌經費包括國立大學院校校務基金自籌、國立大學附設醫院作業基金自籌與教學及研究相關之支出、國立高中職校務基金自籌及代收代付暨地方教育。

資料來源：教育部統計處。

表 2-8 1998 至 2007 年我國高等教育經費

學年度	專科學校		大學院校、科技大學、技術學院		總金額 (新台幣千元)	占各級學校經費總支出 (%)
	金額 (新台幣千元)	占各級學校經費總支出 (%)	金額 (新台幣千元)	占各級學校經費總支出 (%)		
1998	37,837,699	7.83	9,626,0602	19.93	134,098,301	27.76
1999	20,378,857	3.81	156,185,464	29.22	176,564,321	33.03
2000	10,314,042	1.95	167,354,182	31.61	177,668,224	33.55
2001	9,713,177	1.87	168,698,089	32.45	178,411,266	34.32
2002	6,670,771	1.24	187,974,664	35.01	194,645,435	36.26
2003	7,231,164	1.30	196,618,129	35.37	203,849,293	36.67
2004	5,061,887	0.88	206,332,204	35.81	211,394,091	36.69
2005	4,992,393	0.84	218,137,099	36.64	223,129,492	37.48
2006	4,065,979	0.67	224,197,996	36.91	228,263,974	37.58
2007	4,539,582	0.72	236,350,934	37.42	240,890,516	38.14

資料來源：行政院主計處。

高等教育院校雖急速擴充，但政府投入的資源並沒有相對增加，實際上每生分攤的經費並未逐年增加，政府對大學教育預算之成長不如新設立大專院校的大量成長與學校規模快速的擴充，且各級各類學校多項基本教育需求導致資源分散，並對高等教育資源造成排擠效應。

(四) 產業發展趨勢

未來台灣教育產業發展之趨勢，以少子化問題對台灣高等教育之影響最為深遠，以下就少子化議題進行闡述。

1. 現況問題

以 2009 年為例，大學招生缺額數為 6,802 名，教育部針對 18 歲淨在學學齡人口、高等教育招生名額及註冊人數等 3 項指標進行綜合分析；由教育部的推估數據顯示，招生缺額不斷擴大，而學生來源亦無增加。以近 2 年為例，高等教育的招生情況更為嚴重，若每年以調降 2% 之幅度調整，預估 10 年後約有 7.1 萬的缺額，此一趨勢將導致部分學校經營面臨招生不足之困境，也影響教育資源運用的效益。

2. 因應對策

- (1) 研議開辦彈性多元之教育：放寬修業彈性，落實學校終身學習功能、發展轉型社會教育，如社區大學等。
- (2) 教育部使用循序漸進之方式，成立緊急應變小組，針對經營困難之學校給予輔導及協助，以妥善維護師生權益。

第二節 推動國際化分析

一、高等教育之服務貿易概況

(一) 對外投資概況

從我國對外教育投資方面來看，據經濟部投資審議委員會統計資料顯示，1952~2009 年間僅核准 2 件對外（不含中國大陸）投資，分別為 2003 年投資 100 萬美元及 2008 年投資 10 萬美元，投資地點均為美國，金額共計 110 萬美元，僅占累計對外投資總金額之 0.0014%；而 1991~2009 年教育服務業核備對中國大陸投資之件數共計有 20 件，投資金額共 230.88 萬美元，占累計對中國大陸投資總金額之 0.03%（見表 2-9）。

表 2-9 1991 至 2009 年教育服務業核備對中國大陸投資件數與金額

單位：件、千美元

年份	對中國大陸投資總計		教育服務業對中國大陸投資	
	件數	金額	件數	金額
1991	237	174,158	0	0
1992	264	246,992	0	0
1993	9,329	3,168,411	1	2,560
1994	934	962,209	0	0
1995	490	1,092,713	0	0
1996	383	1,229,241	0	0
1997	8,725	4,334,313	0	0
1998	1,284	2,034,621	1	575
1999	488	1,252,780	0	0
2000	840	2,607,142	0	0
2001	1,186	2,784,147	0	0
2002	3,116	6,723,058	1	250
2003	3,875	7,698,784	3	756
2004	2,004	6,940,663	1	220
2005	1,297	6,006,953	0	0
2006	1,090	7,642,335	4	471

年份	對中國大陸投資總計		教育服務業對中國大陸投資	
	件數	金額	件數	金額
2007	996	9,970,545	3	5,673
2008	643	10,691,390	1	5,430
2009	590	7,142,593	5	7,153
合計 (教育服務占比)	37,771	82,703,049	20 (0.05%)	23,088 (0.03%)

註：括弧內數字代表教育服務業占整體對中國投資之比率。

資料來源：經濟部投資審議委員會。

由上述統計得知，我國對外與對中國大陸之投資件數相當少，投資金額也非常小；然而自 2002 年開始，除 2005 年外我國每年均有業者對中國大陸教育服務進行投資，每年投資金額也從數十萬美元增加至數百萬美元，可見近年我國對中國大陸之教育服務投資意願，有逐漸提升之趨勢。

(二) 國際化模式

1. 強化國際學術合作交流

為強化台灣高等教育與國際接軌，增進國際學術合作與交流，以因應全球化帶來之衝擊與挑戰，進而培養具備全球移動能力之人才及延攬國際人才，提升國家整體競爭力，教育部近年來努力推動大專院校國際化，鼓勵國內學校與外國學校建立學術合作關係。根據教育部國際文教處的統計資料¹⁵顯示，從 1966 年至 2010 年 5 月，我國累計共有 155 所學校與全世界 94 個國家 2,529 所學校簽訂 6,034 件學術交流協定合約，其中 2006 年更締造了歷年簽約總數最高紀錄，計有 137 所國內學校與 614 所國外學校建立合作關係，並簽訂 1,081 件學術交流協約。在簽約的國家數中，交往最頻繁的前五名國家，分別是美國、日本、越南、韓國與法國。

有鑒於國際學術交流日益頻繁，為有效掌握國內大專校院與外國學校或

¹⁵ 資料來源：下載自http://www.edu.tw/files/site_content/B0005/2010學術交流合作.xls

學術機構簽署教育學術交流合作協約情形，教育部於 2007 年建置「國內大專校院學術交流調查系統」，由各校隨時透過網路系統自行填報簽約的國內學校與國外學校名稱、協約名稱、協約是否包含學術研究、姊妹校締結等相關資料，透過此一系統未來將更能有效掌握學術交流的實際動態。

近 3 年來，每年在簽約件數、國內簽約學校數及國外學校數等雖較 2006 年較為減少，但綜合觀察國內外大專校院簽訂學術教育交流協定件數均穩定成長；2004 至 2009 年國內外學校進行學術交流合作之統計資料見表 2-10。

表 2-10 2004 至 2009 年國內學校與外國學校學術交流合作簽約情形

單位：件

年度	簽約總數	國內學校總數	國外學校總數	姊妹校總數
2004	343	92	267	232
2005	642	115	465	444
2006	1081	137	614	595
2007	796	141	568	467
2008	878	132	619	624
2009	767	121	510	559

資料來源：教育部國際文化教育事業處。

2. 簽訂雙聯學制

雙聯學制為教育部於 2004 年開始推行的一種國際學術交流模式，這種是比姊妹校或交換學生更高一層的國際性校際合作關係。雙聯學制是為方便國內外學生交流，藉以改善國外留學生來台以新生為主等條件限制。

所謂的雙聯學制即是指兩校間簽有合作協定的大學生或研究生，可免考如托福(Test of English as a Foreign Language, TOEFL)、多益(Test of English for International Communication, TOEIC)、GRE (Graduate Record Examinations) 等相關的入學測驗，並在原本學校修業滿至少兩個學期後可直接到有合作協定的學校繼續研修剩下的相關學分，而學生只要符合雙方學校的畢業資格即可在較短的時間內取得兩校的學位。雙聯學制不只提供國外

學生來台留學的管道，國內學生也可以循此管道到國外留學。

目前雙聯學制有 1+2+1 學士、2+2 學士、1+1 碩士和 3+2 學碩士及博士雙聯等模式。由於雙聯學制與一般交換學生僅能選修學分的大不相同，其學制涉及學位的授予，因此所合作之國外學校必須是外國政府機關及台灣教育部認可之大專院校，在學生程度認定上需要有極高的信賴度，而這也增加國內學校與國外學校簽訂雙聯學制的困難度。

根據教育部統計，2006 年至 2010 年與國內大學院校（共 48 所）簽訂雙聯制的合作案數有 198 件，其合作國家共有 21 個¹⁶，其中以北美洲的美國、歐洲的法國、亞洲的東南亞國家居多。2008 年本國選擇雙聯學制的學生人數為 308 位，對方學校學生人數為 67 位；已取得雙聯學位的本國學生有 178 位，對方學生有 17 位，相對於外國學生，台灣學生有較高的意願出國取得學位，這也顯示台灣大學在吸引外國學生方面還需再加強。

3. 設立境外專班

為推動台灣高等教育輸出，教育部於 2005 年開放本國大學院校至他國設立境外專班，並於 2008 年 11 月修正「大學推廣教育實施辦法」¹⁷有關境外教學與遠距教學之相關辦法。針對大學推廣教育實施辦法，大學院校境外教學場地應洽借當地學校的現有場地，並且當地學校須能提供足夠的教學圖書、儀器等軟、硬體設備。此外，為能維持教學與學習的品質，每學分班應有 1/3 以上時數由本校專任教師授課，以 18 個小時為原則，並不得採取短期密集授課方式。各學分班次開班計畫書及開班計劃表須於開班前三個月交付至教育部審核。另外，針對大學院校至中國大陸開設境外專班，教育部也特別規定授課內容及教材之中文部分須以正體中文為原則。

¹⁶ 美國、英國、法國、荷蘭、瑞典、奧地利、波蘭、瑞士、義大利、比利時、捷克、西班牙、新加坡、日本、韓國、澳大利亞、俄羅斯、越南、泰國、馬來西亞、印尼。

¹⁷ 大學推廣教育實施辦法第五條之二：大學辦理推廣教育境外教學；第五條之三：大學於大陸地區辦理推廣教育境外教學。

表 2-11 我國大學院校設立境外專班之分佈情形

年度	越南	馬來西亞	泰國	新加坡	中國大陸
2006	高雄大學	--	台灣師範大學	暨南國際大學 ¹	--
2007	高雄大學	--	台灣師範大學	--	--
2008	高雄大學	彰化師範大學 ²	台灣師範大學	暨南國際大學	--
2009	義守大學、 開南大學、 高雄大學	--	--	--	--
2010	義守大學	銘傳大學、 彰化師範大學	--	--	世新大學、 高雄大學、 台灣大學、 中興大學

註：1.國立暨南國際大學輔導與諮商研究所碩士在職專班採隔年招生。2. 國立彰化師範大學華文獨立中學教師在職進修學校行政碩士學位班採隔 2 年招生。

資料來源：教育部。

繼教育部 2006 年開放大學院校在外設立境外專班後，國立高雄大學、國立台灣師範大學與國立暨南國際大學¹⁸分別於同年在越南、泰國、新加坡開設碩士在職專班，除招收當地台商外也吸引當地的學生就讀。根據教育部最新境外設班情形統計（見表 2-11），於 2009 年後陸續有增加學校至越南、馬來西亞、泰國等東南亞國家設立境外專班，而隨著兩岸間逐步開放交流，大學院校到中國大陸設立專班也有增加的趨勢。從 2006 年至 2010 年，目前總計有 10 家大學院校在他國設立境外專班，一方面期望推廣高等教育國際化，另一方面期望讓國內高等教育機構面對少子化趨勢找到一個解決問題的出口。

4.設置境外台灣教育中心

有鑑於許多先進國家均在世界重要國家設有海外教育中心，如「英國教育中心（British Council）」、「德國學術交流總署（Deutscher Akademischer Austausch Dienst）」、「加拿大教育中心（Canadian Education Centre）」

¹⁸ 國立高學大學：IEMBA，國立暨南國際大學：輔導與諮商研究所，國立台灣師範大學：華語文教學。

與「法國文化協會（Alliance Francaise）」，海外教育中心提供有意前往留學學生之相關諮詢服務，同時亦開設各類語言課程、辦理各級「語言能力測驗」，協助外國學生於行前妥善具備語言能力，在延攬優秀國際學生前往留學上扮演重要角色。

為提升國際競爭力，呼應教育產業國際化的需求，教育部於 2007 年 2 月 8 日正式發布「教育部補助國內大學境外設立台灣教育中心要點」，以執行行政院擴大招收外國學生來台留學方案及推動對外華語文教學政策。設立台灣教育中心設立之目的，除了藉由參加當地教育展、在當地辦理台灣教育展及各項宣傳活動，增進該國教育界及學生對台灣高等教育的認識，也需在該處舉辦各類學術領域教育研討會或座談會，增加學校能見度，促使雙方對研究合作及各項可能之學術交流有面對面深談之機會，以協助國內大學院校於世界各國發展國際合作關係與招收國際學生。除此之外，在當地開辦華語文課程、舉辦華語文能力測驗、華語教學能力認證考試、或與國內大專校院合設專業課程均是日後發展重點。

目前台灣教育中心是由教育部所委託之高等教育國際合作基金會負責推動相關的事宜；台灣教育中心由國內大學院校赴海外重點國家設立「臺灣教育中心」，現階段已在泰國、越南、馬來西亞、韓國與蒙古等地設立 7 個據點（見表 2-12）。

表 2-12 台灣教育中心設立情形

承辦學校	設立地點
國立台灣師範大學	泰國曼谷
國立中興大學	泰國清邁
文藻外語學院	越南河內
國立暨南國際大學	越南胡志明市
國立彰化師範大學	馬來西亞吉隆坡
銘傳大學	韓國首爾
銘傳大學	蒙古烏蘭巴托

資料來源：高等教育國際合作基金會。

台灣教育中心除提供外國學生到我國大學院校留、遊學簡介資料，辦理招生說明會及參加海外教育展外，也提供有意來台之外國學生直接及完善的諮詢服務。另外，配合教育部對外華語教學政策，在海外開設華語課程，並辦理華語能力測驗等相關事務。

二、高等教育競爭優勢

台灣高等教育國際化的程度，離歐美等先進國家確實還有一段距離，但與東南亞國家及中國大陸相比較，台灣的高等教育資源在亞洲具有優勢。台灣大專院校與西方接軌較早，師資普遍都具有博士學位，且軟硬體設備齊全，相較東南亞國家及中國大陸之學校，以上皆可視為我國高等教育學校之相對優勢。此外，台灣技職體系完整，當中所提供的產學合作及就業銜接，對提升就業能力也有很大的幫助，包括傳授使用台裔的機器、學習台式的管理經營模式等，這些都是吸引東南亞學生及陸生來台的誘因。尤其現在各國正吹起一陣中國風，提高學習華語的意願，而台灣比起其他使用華語的地區更具有文化上相對的優勢，對拓展華語海外市場相對占據有利的位置，且台灣在基本生活品質上也高於中國大陸，這使得台灣在文化教育學習上更占有領先的地位。除此之外，台灣的國際競爭優勢亦可從以下幾個客觀性的國際指標來探討。

（一）國際評比

1. 高等教育經費占國內生產毛額之比重

依教育部統計處今（2010）年公佈高等教育經費之國際比較數據顯示，台灣高等教育經費占 GDP 之比重為 1.9%，高教投資不如美國 2.9% 及南韓 2.5%，但高於澳洲 1.6%、日本、荷蘭與紐西蘭 1.5%、英國與法國 1.3%、德國 1.1% 以及義大利 0.9%，高於 OECD 平均之 1.5%（見表 2-13）。由此可知在高等教育投資方面，台灣的投入雖不如美國及南韓，但仍高於 OECD 國家之平均值，顯示台灣政府對於高等教育經費之投入不餘遺力。

表 2-13 高等教育經費占 GDP 比重之國際比較

單位：%

國家別	高等教育經費占 GDP 比重	國家別	高等教育經費占 GDP 比重
南韓	2.5	紐西蘭	1.5
日本	1.5	英國	1.3
美國	2.9	義大利	0.9
台灣	1.9	法國	1.3
荷蘭	1.5	德國	1.1
澳洲	1.6	OECD 國家平均	1.5

說明：GDP 資料為 2010 年 5 月 20 日行政院主計處發布數

資料來源：教育部統計處「教育統計指標之國際比較〈2010年版〉」，本研究整理。

2. 高等教育學雜費占平均每人國內生產毛額之比重

台灣公立學校學雜費占平均每人 GDP 比重為 10.96%，低於南韓 29.27%、日本 20.55%與美國 15.27%，但卻高於德國 2.42%、法國 0.55%。而台灣私立學校學雜費占平均每人 GDP 比重為 20.22%，低於美國 63.79%、南韓 42.82%與日本 32.90%；以此為基準比較之下，顯示台灣高等教育之學費不比先國家昂貴（見表 2-14）。

表 2-14 高等教育學雜費占平均每人 GDP 比重之國際比較

單位：%

國家別	公立學校學雜費占平均每人 GDP 比重(%)	國家別	私立學校學雜費占平均每人 GDP 比重(%)
南韓***	29.27	美國*	63.79
日本***	20.55	南韓***	42.82
美國*	15.27	日本***	32.90
台灣	10.96	台灣	20.22
德國	2.42	法國**	...
法國**	0.55	德國	...

說明：1.美國：公立指州立綜合大學；私立指私立綜合大學。

2.法國及德國：由政府負擔學雜費，學生僅負擔其他費用。

3.南韓公、私立學校學雜費占平均每人 GDP 比重為人文與社會類、自然類、工學類、藝術與體育類、醫學類之五類平均值。

附註：*：資料為 2006 年；**：資料為 2007 年；***：資料為 2008 年。

資料來源：教育部統計處「教育統計指標之國際比較〈2010年版〉」，本研究整理。

3. 高等教育粗在學率

近幾年台灣在廣設大學政策下，大專院校數量快速增加，據最新統計數據顯示，台灣接受高等教育之學齡人口已高達 83.18%，小幅超越美國 83%，且僅次於韓國 98%。而高於日本 58%、英國 57%、中國大陸 23%，顯示台灣在高等教育的發展速度上並不亞於世界其他國家（見表 2-15）。

表 2-15 2008 年高等教育粗在學率之國際比較

單位：%

國家別	粗在學率
南韓	98
台灣	83.18
美國	83
日本	58
英國	57
中國大陸	23

資料來源：教育部統計處。

4. SCI 論文發表篇數及名次

依 2009 年科學引用文獻索引（Science Citation Index, SCI）論文發表篇數排名，發表篇數最多的國家為美國，2009 年達到 362,331 篇，其次為中國大陸 123,148 篇，第 3 名為英國 99,486 篇，第 4 名為德國的 98,368 篇及第 5 名日本 82,019 篇。台灣在 2004 至 2009 年間，SCI 論文發表篇數排名在 16 至 18 名左右，發表篇數在 2009 年已達 23,558 篇（見表 2-16）。

表 2-16 SCI 各國論文發表篇數及排名

國家別	2004 年		2005 年		2006 年		2007 年		2008 年		2009 年	
	篇數	排名	篇數	排名	篇數	排名	篇數	排名	篇數	排名	篇數	排名
美國	271,546	1	306,852	1	304,572	1	297,911	1	332,916	1	362,331	1
大陸	54,794	5	73,384	5	83,037	2	89,793	2	112,318	2	123,148	2
英國	71,787	3	80,666	2	79,988	3	80,384	3	88,824	3	99,486	3

國家別	2004 年		2005 年		2006 年		2007 年		2008 年		2009 年	
	篇數	排名	篇數	排名	篇數	排名	篇數	排名	篇數	排名	篇數	排名
德國	69,111	4	78,990	4	77,256	4	75,434	4	86,112	4	98,368	4
日本	73,419	2	80,536	3	76,533	5	73,469	5	79,388	5	82,019	5
法國	48,826	6	56,063	6	54,662	6	53,232	6	63,321	6	68,693	6
加拿大	37,626	7	44,698	7	45,740	7	45,911	7	52,257	7	56,290	8
義大利	37,297	8	42,010	8	42,229	8	43,332	8	49,841	8	57,578	7
西班牙	27,330	9	31,473	9	33,400	9	33,837	9	41,362	9	45,854	9
印度	21,583	13	26,027	12	27,713	12	29,497	10	38,366	10	39,701	10
澳大利亞	24,231	11	28,243	10	29,216	10	29,280	11	36,111	11	38,753	12
南韓	22,662	12	27,754	11	28,269	11	27,241	12	35,391	12	39,433	11
巴西	14,940	17	17,640	17	19,223	15	19,439	15	30,021	13	30,498	14
荷蘭	21,286	14	24,835	14	24,730	13	24,522	14	28,083	14	31,869	13
俄羅斯	24,764	10	25,874	13	21,970	14	25,565	13	27,605	15	26,454	15
台灣	13,621	18	16,721	18	17,846	17	18,571	16	22,509	16	23,558	17
瑞士	15,496	16	17,673	16	17,964	16	18,189	17	20,845	17	24,720	16
土耳其	12,428	20	15,045	19	14,890	19	15,883	19	20,563	18	22,020	18
波蘭	13,384	19	14,609	20	14,694	20	13,582	21	19,362	19	18,831	20
瑞典	15,764	15	17,970	15	17,371	18	17,414	18	18,947	20	20,122	19
比利時	11,799	21	13,669	21	13,478	21	13,603	20	15,853	21	17,768	21
以色列	10,223	22	11,037	22	11,106	22	10,773	22	12,086	22	11,654	26
伊朗	3,368	35	4,814	34	5,937	32	7,681	27	11,577	23	14,608	22
奧地利	8,346	24	9,293	24	8,996	24	9,250	24	10,964	24	12,773	23
丹麥	8,396	23	9,486	23	9,351	23	9,495	23	10,775	25	12,048	24
希臘	6,888	26	7,990	26	8,743	26	9,111	25	10,453	26	12,039	25
芬蘭	7,965	25	8,709	25	8,814	25	8,621	26	9,686	27	9,670	27
墨西哥	6,399	27	7,357	27	7,225	27	7,471	28	9,294	28	9,037	30
挪威	5,713	28	6,684	28	7,178	28	7,274	29	8,633	29	--	--
捷克	5,392	30	6,331	30	6,373	31	6,730	30	8,510	30	9,126	29

資料來源：國研院科技政策中心。

5. SSCI 論文發表篇數及排名

以 2009 年社會科學引用文獻索引 (Social Science Citation Index, SSCI) 論文發表篇數排名，位居第 1 的是美國，於 2009 年發表篇數為 78,832 篇，

第 2 名為英國的 23,241 篇，名列第 3 名是加拿大的 10,941 篇，澳洲、德國及荷蘭則依序緊追在後，而台灣近 6 年的 SSCI 論文發表篇數與排名有逐年進步之趨勢，從 20 名上升至 16 名，發表篇數從 2004 年 785 篇增加至 2009 年的 2,442 篇（見表 2-17）。

表 2-17 SSCI 各國論文發表篇數及排名

	2004 年		2005 年		2006 年		2007 年		2008 年		2009 年	
	篇數	排名	篇數	排名	篇數	排名	篇數	排名	篇數	排名	篇數	排名
美國	66,825	1	71,041	1	72,676	1	78,390	1	82,211	1	78,832	1
英國	17,362	2	18,474	2	20,334	2	22,346	2	23,427	2	23,241	2
加拿大	7,900	3	8,373	3	9,012	3	10,330	3	10,678	3	10,941	3
澳大利亞	5,390	5	5,941	5	6,633	5	7,513	5	9,396	5	9,933	4
德國	5,896	4	6,827	4	7,458	4	7,984	4	10,476	4	8,844	5
荷蘭	3,849	6	4,310	6	4,841	6	5,390	6	6,279	6	6,396	6
西班牙	1,826	12	2,202	9	2,886	8	4,083	7	5,548	7	5,138	7
法國	2,797	8	2,960	7	3,095	7	3,644	8	4,301	8	4,408	8
中國大陸	3,227	7	1,683	12	1,993	11	2,665	10	3,877	9	3,973	9
義大利	1,973	10	2,229	8	2,756	9	3,230	9	3,695	10	3,767	10
瑞典	1,899	11	2,063	10	2,277	10	2,659	11	3,005	11	3,051	11
巴西	711	22	870	21	1,125	20	2,072	14	2,981	12	2,723	12
日本	2,058	9	1,730	11	1,949	13	2,420	12	2,927	13	2,547	13
瑞士	1,423	14	1,645	13	1,952	12	2,116	13	2,607	14	2,504	14
台灣	785	20	1,031	18	1,226	17	1,601	17	2,239	15	2,442	15
比利時	1,270	15	1,349	15	1,507	15	1,771	16	2,092	16	2,185	16
以色列	1,498	13	1,498	14	1,647	14	1,781	15	2,033	17	1,878	17
挪威	982	18	1,043	17	1,165	19	1,480	19	1,721	18	1,791	18
南韓	683	24	743	24	921	23	1,171	24	1,550	22	1,707	19
土耳其	574	27	703	25	902	24	1,250	21	1,641	21	1,664	20
紐西蘭	1,083	16	1,198	16	1,358	16	1,536	18	1,688	19	1,618	21
芬蘭	1,028	17	956	20	1,195	18	1,378	20	1,537	23	1,591	22
丹麥	912	19	958	19	1,121	21	1,245	22	1,410	24	1,587	23
南非	750	21	807	22	974	22	1,201	23	1,663	20	1,475	24
奧地利	630	26	755	23	768	26	937	25	1,245	25	1,104	25
印度	667	25	689	26	818	25	928	26	1,145	26	1,100	26
愛爾蘭	533	29	581	27	707	27	797	27	1,010	27	1,038	27
新加坡	476	30	475	30	590	30	700	30	897	31	996	28
墨西哥	471	31	444	31	542	31	708	29	998	28	903	29
希臘	542	28	510	29	611	29	715	28	913	30	881	30
葡萄牙	236	35	305	32	411	33	481	34	861	32	679	31
俄羅斯	706	23	540	28	654	28	619	31	962	29	613	32
波蘭	325	32	298	33	436	32	491	32	766	34	583	33

資料來源：國研院科技政策中心。

6. EI 論文發表篇數及排名

2009 年工程資訊 (Engineering Information, EI) 論文發表篇數第 1 名的是中國大陸，達到 132,694 篇，第 2 名為美國的 102,560 篇，第 3 名為日本 30,003 篇，第 4 名為德國的 23,546 篇，第 5 名為英國 19,490 篇，法國 18,318 篇則名列第 6 名，而台灣近 6 年之 EI 論文發表篇數及排名約在第 9 至 11 名之間，2009 年發表篇數達 14,788 篇 (見表 2-18)。

表 2-18 EI 各國論文發表篇數及排名

年份	2004 年		2005 年		2006 年		2007 年		2008 年		2009 年	
	篇數	排名	篇數	排名	篇數	排名	篇數	排名	篇數	排名	篇數	排名
中國大陸	58,344	2	69,911	2	83,718	2	106,164	1	137,153	1	132,694	1
美國	118,976	1	113,156	1	87,641	1	76,945	2	101,130	2	102,560	2
日本	39,769	3	41,767	3	41,831	3	39,422	3	37,154	3	30,003	3
德國	23,806	4	25,307	4	24,147	4	25,112	4	26,327	4	23,546	4
英國	21,858	5	22,572	5	22,866	5	23,172	5	23,738	5	19,490	5
法國	17,033	6	18,203	6	18,847	6	19,756	7	21,484	6	18,318	6
南韓	13,677	9	15,326	8	17,713	7	20,247	6	20,515	7	16,387	7
加拿大	15,715	7	16,737	7	15,827	8	17,864	8	17,940	8	14,845	9
印度	9,783	12	11,046	12	13,185	10	15,347	11	17,891	9	16,075	8
台灣	10,980	11	11,661	11	13,076	11	16,657	9	17,483	10	14,788	10
義大利	13,811	8	13,383	9	13,888	9	15,903	10	16,390	11	14,046	11
西班牙	9,655	13	10,980	13	11,757	12	13,793	12	13,938	12	13,027	12
俄羅斯	11,018	10	13,171	10	10,096	13	10,945	13	10,830	13	8,678	13
澳大利亞	7,340	14	7,255	14	8,084	14	9,503	14	9,951	14	8,053	14
巴西	5,438	17	5,611	17	5,865	16	6,711	15	7,485	15	6,228	16
伊朗	2,160	30	2,615	29	3,498	24	4,983	22	7,181	16	7,025	15
荷蘭	6,020	15	6,509	15	6,203	15	6,636	16	6,785	17	5,916	18
波蘭	5,740	16	5,676	16	5,796	17	6,244	17	6,522	18	5,079	19
土耳其	4,458	20	4,357	20	5,067	18	5,846	18	5,914	19	5,947	17
新加坡	5,043	18	4,239	21	4,598	21	5,029	20	5,300	20	4,000	22
瑞士	4,442	21	4,532	19	4,754	20	5,026	21	4,894	21	4,421	20
瑞典	4,998	19	4,847	18	4,888	19	5,085	19	4,798	22	4,143	21
比利時	3,859	22	3,851	22	3,808	22	4,179	23	4,333	23	3,695	23
希臘	2,902	25	3,097	24	3,547	23	4,099	24	4,250	24	3,515	24
葡萄牙	2,472	28	2,604	30	2,780	28	3,413	26	3,928	25	3,379	25
以色列	3,267	23	3,356	23	3,407	25	3,454	25	3,557	26	2,890	26
芬蘭	2,953	24	2,919	25	2,961	26	3,324	27	3,378	27	2,813	27
墨西哥	2,575	27	2,689	27	2,936	27	3,041	29	3,330	28	2,573	29
奧地利	2,377	29	2,654	28	2,614	29	3,095	28	3,260	29	2,723	28
馬來西亞	769	43	131	62	996	41	1,620	39	2,832	30	--	--

資料來源：國研院科技政策中心。

7. 各國留美學生人數及排名

留美學生人數排名第 1 名的是印度，該國留美人數於 2008 年 9 月達 103,260 人，第 2 名為中國大陸的 98,235 人，第 3 名為南韓的 75,065 人，而台灣近 6 年的留美人數排名一直維持在第 5 至第 6 名上下；依美國國際教育研究所（Institute of International Education）之統計數據資料顯示，2008 年 9 月台灣留美學生人數為 28,065 人，全球排名第 6 名，僅次於印度、中國大陸、南韓、加拿大及日本等 5 個國家（見表 2-19）。

表 2-19 各國留美學生人數及排名

時間	2003/04		2004/05		2005/06		2006/07		2007/08		2008/09	
	人數	排名	人數	排名	人數	排名	人數	排名	人數	排名	人數	排名
印度	79,736	1	80,466	1	76,503	1	83,833	1	94,563	1	103,260	1
中國大陸	61,765	2	62,523	2	62,582	2	67,723	2	81,127	2	98,235	2
南韓	52,484	3	53,358	3	58,847	3	62,392	3	69,124	3	75,065	3
加拿大	27,017	5	28,140	5	28,202	5	28,280	6	29,051	5	29,697	4
日本	40,835	4	42,215	4	38,712	4	35,282	4	33,974	4	29,264	5
台灣	26,178	6	25,914	6	27,876	6	29,094	5	29,001	6	28,065	6
墨西哥	13,329	7	13,063	7	13,931	7	13,826	7	14,837	7	14,850	7
土耳其	11,398	8	12,474	8	11,622	8	11,506	8	12,030	8	13,263	8
越南	3,165	-	3,670	-	4,597	-	6,036	20	8,769	13	12,823	9
沙烏地阿拉伯	3,521	-	3,035	-	3,448	-	7,886	12	9,873	9	12,661	10
尼泊爾	4,384	-	4,861	23	6,061	-	7,754	13	8,936	11	11,581	11
德國	8,745	11	8,640	9	8,829	9	8,656	10	8,907	12	9,679	12
巴西	7,799	13	7,244	13	7,009	14	7,126	16	7,578	17	8,767	13
泰國	8,937	9	8,637	15	8,765	10	8,886	9	9,004	10	8,736	14
英國	8,439	12	8,236	10	8,274	11	8,438	11	8,367	14	8,701	15
香港	7,353	16	7,180	14	7,849	12	7,722	14	8,286	15	8,329	16
印尼	8,880	10	7,760	11	7,575	13	7,338	15	7,692	16	7,509	17
法國	6,818	18	6,555	17	6,640	16	6,704	18	7,050	18	7,421	18
哥倫比亞	7,533	14	7,334	12	6,835	15	6,750	17	6,662	19	7,013	19
奈及利亞	6,140	-	6,335	18	6,192	20	5,943	-	6,222	20	6,256	20

說明：由於各年參加排名之前20名國家並不一致，故排名係以2008年9月為主。

資料來源：美國國際教育研究所（Institute of International Education），本研究整理。

（二）綜合分析

綜合以上觀察，我國政府與各大專院校近年來均致力於發展國際化，並

逐步增加資源；台灣整體高等教育經費占 GDP 比重，雖高於 OECD 平均 1.5%，但政府所投入之資源仍有成長之空間；由於在高等教育校數量蓬勃發展下，2008 年台灣高等教育粗在學率已高達 83.18%，遠高於美國、日本、英國以及中國大陸等國家，台灣似須同步提高高等教育經費，使高等教育可質量並重，以追求更高的教育品質。另一方面而言，台灣整體學費相對較為低廉，對國內學生的就學與吸引外籍生均有助益。

至於在學術水準方面，台灣高等教育不僅在理、工、醫學研究領域已有一些到達世界一流水準，在人文社會科學領域知識與研究具有獨特的「在地特色」；近 6 年 SCI、SSCI 以及 EI 論文發表篇數排名在 11 至 17 名左右，但仍不及美國、英國、日本及中國大陸，顯示學術水準仍有進步空間。而國際化方面，以留學美國人數為例，近 6 年留美人數維持在 5 至 6 名左右，明顯不及印度、中國大陸、南韓和日本等亞洲國家，顯示台灣高等教育應努力發展國際化人才以提升國家之競爭力。

第三節 目標市場之市場開放與障礙

針對高等教育服務業，研究團隊就所蒐集之資料，另拜會業者與電訪主管機關後，彙整出目前我國高等教育服務業於海外推廣國際化之目標市場，包括中國大陸、越南與馬來西亞。因此，以下將針對該三個目標市場進行 WTO 承諾開放情形之研析，並透過與業者實際訪談後，歸納出之現行障礙整理與分析。

一、WTO 承諾開放情形之研析

為瞭解特定目標市場國在高等教育服務業之開放情形，本研究初步將中國大陸、越南、馬來西亞等三個高等教育服務業特定目標市場國，在加入 WTO 時對教育服務相關之子業別特定承諾進行整理與研析。

(一) 特定部門模式 1 至 3 之入會承諾情形研析

教育服務業相關服務於 WTO 服務業分類表 (W/120) 中，主要列於第 5 大類「教育服務」部門，以下就教育服務業相關之 5 項服務子業別，將中、越、馬於模式 1 至 3 (模式 1 為跨境提供服務、模式 2 為境外消費、模式 3 為設立商業據點) 之 WTO 入會承諾之概要情形於表 2-20 呈現；而「高等教育服務」為教育服務業之第 C 項子業別，故以下將針對三目標市場國在該服務業子項目之承諾情形進行研析。

表 2-20 中、越、馬於 WTO 教育服務業相關業別模式 1 至 3 之入會承諾

W/120		中國大陸 ¹	越南 ²	馬來西亞
5.教育服務				
C	高等教育服務(CPC 923)	市場開放	市場開放	市場開放
		(1) ○	(1) ○	未填入承諾表
		(2) ●	(2) ●	
		(3) ◐	(3) ●	
		國民待遇	國民待遇	國民待遇
		(1) ○	(1) ○	未填入承諾表
(2) ●	(2) ●			
(3) ○	(3) ◐			
D	成人教育服務(CPC 924)	市場開放	市場開放	市場開放
		(1) ○	(1) ○	未填入承諾表
		(2) ●	(2) ●	
		(3) ◐	(3) ●	
		國民待遇	國民待遇	國民待遇
		(1) ○	(1) ○	未填入承諾表
(2) ●	(2) ●			
(3) ○	(3) ◐			
E	其他教育服務(CPC 929)	市場開放	市場開放	市場開放
		(1) ○	(1) ○	未填入承諾表
		(2) ●	(2) ●	
		(3) ◐	(3) ●	
		國民待遇	國民待遇	國民待遇
		(1) ○	(1) ○	未填入承諾表
(2) ●	(2) ●			
(3) ○	(3) ◐			

○：未開放 / ●：完全開放 / ◐：部份開放 / 未填入承諾表：該教育服務相關子項目完全未出現在承諾表之中。

註¹：其他教育服務承諾中包括英語訓練。

註²：其他教育服務承諾中包括外語訓練。

資料來源：本研究整理。

由表 2-18 來看高等教育服務業之開放情形，越南在 WTO 入會承諾之開放程度稍高、中國大陸次之，但兩國之開放程度相近，且不論是在市場開放亦或國民待遇，模式一皆不予承諾；而馬來西亞則是在入會時未將教育服務業納入，不做任何承諾。針對高等教育服務業，各國之承諾與開放情形與限制措施概要如下：

1. 中國大陸

中國大陸針對高等教育服務業市場開放部分，模式 1 不予承諾，模式 2 完全開放、模式 3 則有部分限制；在國民待遇方面，模式 1 及模式 3 不予承諾，模式 2 則是完全開放。

從限制措施來看，中國大陸承諾的教育服務業不包括特種教育，即軍事、警察、政黨政治學校教育皆排除在外。而在市場開放模式 3 中，中國大陸僅承諾外資可設立合資學校，並且外資可持有大多數股權。

2. 越南

越南針對高等教育服務業市場開放部分，除模式 1 不做承諾外，其餘模式皆完全開放；而國民待遇部分，模式 1 不予承諾，模式 2 完全開放，模式 3 部份開放。

從限制措施來看，越南之教育服務業承諾僅限於技術、自然科學與科技、商業管理與商業學、經濟學、會計學、國際法與語言訓練等範圍；高等教育服務業在市場開放部分，越南政府限制外資以合資之形式投資，可持有大多數股權，越南政府並承諾在入會後三年開放此模式¹⁹。越南政府另承諾於 2009 年 1 月 1 日開放允許外資 100% 投資教育機構；在國民待遇部分，模式 3 限制在外資學校工作之外國老師須有至少 5 年的教學經驗，其資歷須經主管機關認可。高等教育服務業之教學內容包括需經過越南教育暨訓練部

¹⁹ 越南於 2007 年 3 月 19 日加入 WTO。

(Ministry of Education and Training) 認可。

3. 馬來西亞

馬來西亞在入會時則未對教育服務業做出任何承諾。

(二) 特定部門模式 1 至 3 於杜哈回合之進一步承諾情形

於杜哈回合初始清單或修正清單中，中國大陸未針對教育服務業有進一步開放，而越南因入會較晚則未有提出其杜哈回合初始或修正清單。反觀馬來西亞因在入會時未對教育服務業有開放，所以在杜哈回合修正清單中有進一步開放承諾高等教育服務之子業別「其他高等教育服務 (CPC 92390)」¹。馬來西亞在其他高等教育服務業僅開放完全私有資金設立之教育機構，公立或接受國家政府資助之教育機構不包含在內。

市場開放部分，模式 1 不做承諾，但外國機構與馬來西亞教育機構間之特許經營和雙聯安排 (twinning arrangements) 除外；模式 2 不做承諾，但排除特許經營和結對安排之下之海外學生；模式 3 僅開放合資形式，投資限額不超過 49%，並必須經過經濟需求測試。在補充承諾中，馬來西亞針對外國投資超過 49% 要求在以下項目中做進一步的經濟需求測試，包括：(1) 對馬來西亞有重大影響之課程，包括醫藥學、牙醫、工程學、商業學、科學與科技；(2) 以研究為基礎之課程；與 (3) 當地機構合作並有外國學生參與之研究。

至於國民待遇部分，馬來西亞在修正清單對模式 1 至模式 3 則不做承諾。

(三) 水平承諾與特定部門模式 4 之入會承諾情形研析

除前述之教育服務相關特定部門模式 1 至 3 的入會承諾情形，以下另根據中、越、馬三國之水平承諾及特定模式 4 (以自然人移動之方式提供服務) 之入會承諾，加以整理與分析；而下文中以斜體字顯示之內容，表示杜哈回合初始清單或修正清單中之進一步承諾。

1. 中國大陸

中國大陸在模式 3 市場開放水平承諾（不適用於任何在中國大陸加入 WTO 後列入的新項目別或子項目別）主要為：中國大陸境內的外國投資企業包括外資企業（即外資獨資企業）與合資企業，而合資企業又分為股權合資與合作經營兩類，其中股權合資企業的外資比例不應少於該合資企業註冊資本的 25%；除非在特定部門承諾中另有規定，外國公司不得在中國大陸境內設立分公司，但允許外國企業在中國大陸境內設立從事非營利性活動之代表辦公室；中國大陸之土地為國家所擁有，企業和個人之土地使用依照用途而有不同使用年限之限制：住宅用途為 70 年；工業用途為 50 年；教育、科學、文化、公共健康與體育等用途為 50 年；商業、旅遊及娛樂用途為 40 年；綜合性使用或其他用途為 50 年。

而對模式 4 之市場開放與國民待遇水平承諾主要為：在中國大陸已設立代表處、分公司或子公司的 WTO 成員國公司之經理、高級管理人員和專家等高級雇員，於公司內部的調任人員臨時調動應允許其入境首期停留 3 年；在中國大陸的外商投資企業，聘僱從事商業活動的 WTO 成員國公司之經理、高級管理人員和專家等高級雇員，應按有關合約條款規定給予長期居留許可或首期停留 3 年，以時間短者為準；不在中國大陸領土內常駐、不從中國大陸境內的來源獲得報酬、從事與代表一服務提供者有關的活動並為銷售該提供者的服務進行談判的人員，若此類銷售不向公眾直接進行，且該銷售人員不從事該項服務的供應，則入境期限為 90 天。

另就入會承諾之自然人移動限制，中國大陸在高等教育服務業市場開放除水平承諾及外國個人教育服務業提供者，可在中國大陸學校或其他教育機構之邀請或聘用下，進入中國大陸地區提供教育服務，其他皆不予承諾，而國民待遇需具有學士或以上之學位及相關專業職銜或執照，並有 2 年專業經驗。

2. 越南

越南在模式 3 市場開放水平承諾主要為：除各服務部門和分部門特別指出外，允許外國服務提供者以 100% 全外資、與越方合作夥伴合資或透過商業合作契約之形式設立據點；允許外國企業在越南設立從事非直接營利經濟活動之代表辦公室；除非在特定部門承諾中另有規定，針對外國企業在越南設立分支機構暫不做承諾；經主管當局許可，外資企業可以租賃土地以運作其投資項目，土地租賃期必須與該企業的運作期限一致，並在投資許可證中註明；允許外國服務提供者透過購買越南企業股份的形式持股，外資持股比例無限制，但若為購買合資商業銀行股份以及本承諾表未涉及的部門股份的出資方式，則任一企業中外國投資者擁有的總股份不能超過註冊資本的 30%，只有經越南法律許可或經越南主管當局批准，允許例外。而在模式 3 國民待遇水平承諾主要是：獲得補貼的資格僅限於授予越南服務提供者，即在越南境內設立的法人；以促進或保證公平為目的的一次性補貼不違背本承諾，但對研究和開發領域、致力於促進少數民族/種族福利及就業以及健康、教育和視聽部門的補貼，不做承諾。

對模式 4 之市場開放水平承諾主要為：針對（1）跨國公司內部調動人員、（2）在越南境內已建立商業存在的外資公司在越南境外已聘雇的、不能被越南公民替代的、即將參與越南境內外資公司業務活動的經理、執行主管和專業人員、（3）服務銷售人員、（4）負責設立商業據點的人員、（5）約聘服務提供者等五類型自然人，分別有適用之不同資格要求、申請條件、入境許可及居留期限限制。而對模式 4 國民待遇水平承諾主要為：除市場開放之承諾外不做承諾。

另就入會承諾之自然人移動限制，越南在高等教育服務業市場開放與國民待遇模式 4 的部分，除水平承諾之內容外，皆不做承諾。

3. 馬來西亞

馬來西亞就企業併購和接管方面，在模式 3 市場開放水平承諾主要為：在收購之馬來西亞公司或企業資產或權益之投票權或價值超過上限、收購將導致所有權或控制權外移、透過各種協議安排控制馬來西亞企業等狀況下，進行併購和接管須經核准。就企業併購和接管方面，在模式 3 國民待遇水平承諾主要為：收購、出售或交易之任何土地或產權，若基於投機性或非生產性之目的、抑或可能有利益衝突之目的，將可能無法通過核准；就獎勵與優惠方面之模式 3 國民待遇水平承諾主要為：獎勵僅限於符合資格、且從事政府推廣的服務業部門之由馬來西亞人擁有的公司，而針對向符合特定政策目標之族群、公司、信託公司與機構提供之優惠措施不做承諾。

而對模式 4 之市場開放主要為：針對跨國公司內部調動人員、專業人士與商務旅客等類型之自然人，分別有適用之不同資格要求及入境許可限制；且規定跨國公司內部調動人員與專業人士之居留期間應不得超過五年，商務旅客居留期間應不得超過 90 天。對模式 4 國民待遇水平承諾主要為：除市場開放之承諾外，不做承諾。

另就杜哈回合進一步開放承諾之自然人移動限制，馬來西亞在高等教育服務業市場開放與國民待遇模式 4 的部分，除水平承諾之內容外，皆不做承諾。

二、業者訪談分析

台灣在加入 WTO 後，教育逐漸成了服務產業，並由國內市場擴大為全球市場，而須面對全球化的競爭。因此，台灣學校除了進行整併合作、提升教學品質、加強國際交流以及與國外學校校際合作等作法之外，更應該積極規劃本國教育輸出，一方面吸引外國學生來台留學，一方面至國外設校、招生。為更加了解我國業者對外拓展高等教育國際化所遇之障礙，因而先與教育部高等教育司聯繫，廖高賢科長表示，在少子化情況下，學校教育經費來

源是逐漸改變，已透過推廣教育自籌部分經費；部分學校已經邁出國門，例如師大和泰國的朱拉隆功大學合作；教育部要求各學校都減少部分招生，使各學校仍能維持基本的學生數量；民國 97 年通過私校法開放外國人可當校長、班主任、董事長，董事會三分之二人士必須是國人的要求也去除；僑委會已付出經費推動對外提供教材和送出老師。他並提供我國已推行高等教育服務國際化且具成效之業者名單，由研究單位實地拜訪數名業者，希望能藉此評估未來台灣高等教育進軍國際市場之機會；以下針對我國高等教育服務業之目標市場－中國大陸、越南與馬來西亞，分別進行更深度之障礙與現況分析。

（一）中國大陸

隨著經濟上的改革開放，中國大陸的教育也走向改革。現在中國大陸的高等教育分為三個層次：專科生教育、本科教育²⁰以及研究生教育，而在十一五計畫以及和平發展的國家發展方針下，高等教育也配合作出相當大的變動如下：

1. 擴大招生：面臨全球化的時代，中國大陸為因應新的挑戰，使高等教育普及化來培養各方面的人才。
2. 聯合辦學：為整合國內資源，提升教學品質，中國大陸將許多大學合併，重點投資少數大學。
3. 持續提高學費：反應教學成本，此政策應用在研究生教育上最為明顯。
4. 重視國際交流：中國大陸自改革開放以來，就一直希望吸收外國的技術與知識，所以開放留學生，包括公費生與自費生，是一項重要的政策。

²⁰ 等同台灣的四年制大學教育。

5. 鼓勵民辦大學：在加入 WTO 後，中國大陸通過《民辦教育促進法》鼓勵民間創辦學校，以減輕國家辦理高等教育的負擔。
6. 211 工程計畫：此計畫為中國大陸教育部期望再 21 世紀初見售出一百所可以與先進國家媲美的高等教育學校。政府除投入龐大的資金之外，學校還積極邀請名師講學，設置高科技設備器材，希望可以擺脫以往外界對中國大陸高等教育負面的印象。

目前，中國大陸在高等教育國際化的發展上，主要包括校際合作的國際化，以及學生的國際化兩部分。從校際合作國際化來看，當中被視為重要方式之一的是中外合作辦學模式；通過中外合作辦學引進國外資金及借鏡國外先進辦學經驗，並引進國際上先進專業課程設置，加強師資培訓，以彌補高等教育投入的不足，是較快促進高等教育國際化的一種重要形式。目前中國大陸本科教育中外合作辦學機構與項目之地區有 19 個；碩士級以上教育中外合作辦學機構與項目之地區則有 16 個，其中以北京、上海、天津等地為主。

在學生國際化方面，以招收外籍學生為主。根據中國大陸教育部最新統計，2008 年外國留學生在校人數有 106,870 人，較 2007 年增長 15.5%，其中以本科生最多，占 46.7%。若以地區來看，來自亞洲地區最多，占 74%；其次為歐洲地區，占 11.9%。以經費來源區分，自費學生占最多數，達 82.1%；其次為中國大陸政府資助之學生，占 11.5%，因此資料顯示，目前已有越來越多的外籍留學生以中國大陸為主要目標。

中國大陸與台灣均在加入 WTO 時承諾開放教育服務，而根據國際法準則和 WTO 非歧視原則，中國大陸和台灣均應向對方開放境內的教育服務市場，履行 WTO 項下的承諾義務，但由於兩岸的政治現實和影響，兩岸在高等教服務貿易方面的進展不盡如人意。

在加入 WTO 後，中國大陸除制定及實施了《民辦教育促進法》和《中外合作辦學條例》，亦另針對台灣明訂相關法則，開放其高等教育服務業市

場（見表 2-21）。

表 2-21 中國大陸對台灣開放高等教育服務業市場相關法規

法規	說明	相關單位
《關於普通高等學校招收和培養香港特別行政區、澳門地區及台灣省學生的暫行規定》	明確訂定招收台灣學生的相關政策	教育部、國務院台灣事務辦公室、國務院港澳事務辦公室、公安部印發
《台灣學生獎學金管理暫行辦法》	積極鼓勵台灣學生赴中國大陸求學	財政部、教育部
《大陸普通高校和科研院所招收臺灣地區學生收費標準及有關政策問題的通知》	在各項收費標準方面對在中國大陸求學的臺灣學生給予和中國大陸學生同等的待遇	教育部、國家發展和改革委員會、財政部、國務院台灣事務辦公室聯合發佈

資料來源：本研究整理。

《中外合作辦學條例》第 59 條明確規定，香港特別行政區、澳門特別行政區和台灣的教育機構與中國大陸教育機構舉辦合作辦學專案，應參照該條例執行；而且，所有法律規範和政策中的海外留學均包括到香港、澳門和台灣接受教育服務業之學習與培訓活動。由此看來，中國大陸對台灣按照 WTO 承諾開放了教育服務業中的商業存在（模式三）和境外消費（模式二）兩種服務提供模式。

目前，台灣還沒有明確的政策和立法去履行在 WTO 承諾下對中國大陸平等開放教育服務業。雖然國內的教育部計畫承認中國大陸「985」重點大學共 41 所，並開放 1,500 至 2,000 名中國大陸學生來台攻讀本科、碩士、博士等學位，但這兩個計畫之審核過程皆較嚴格，且台灣還未承認中國大陸學歷。而與業者訪談中發現，近來兩岸的往來頻繁，陸生短期來台的人數暴增，陸生來台的學習與交流反倒對台灣的學生帶來正面的刺激與影響，對於未來是否對中國大陸進一步開放我國高等教育服務業，值得探討。

（二）越南

越南教育制度原效法前蘇聯及東歐模式，近年來因為開放改革需要，教

育制度及內容有相當大變革。為提高大學教育水準，政府整合各大學院校成立河內國家大學、胡志明市國家大學及順化、峴港、太原等區域大學，並規定自 1997 年起各大學入學考試增加外文項目、開放私人興學，積極鼓勵公職人員學習外語特別是英語以做為升遷參考依據。

越南推行「革新」政策迄今，在提升就學率、教學方式多元化、鼓勵弱勢族群就學、及改善教學設施等領域取得逐步成效，此外，越南以往偏重公立學校，近來逐漸重視私立學校之教學品質，另採行開放教學、通訊教學、遠距教學、雙聯學制、鼓勵與外國學校聯營，在加入 WTO 後也大幅度放寬其教育服務業限制，開放外國人士來越南設校，藉以提昇越南教育競爭力。在政府預算方面，教育支出比重逐年提升(1990 年教育預算佔全國預算 8%、2000 年提升至 15%、預計於 2005 年提升至 18%、2010 年 20%)²¹，由此可見越南政府高度重視教育投資。

在高等教育國際化上，越南政府以留學生政策、學術交流合作及結合國內外合辦高等教育來提高越南國內高等教育品質及與國際接軌。有關越南對於外人投資教育服務所制定之相關法規(見表 2-22)。

表 2-22 越南對外人投資教育服務業法規

法規	說明
《投資法》	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 發展教育事業為投資優惠之產業項目〈第 27 條〉 ➢ 發展教育訓練事業²²為限制投資之產業項目〈第 29 條〉 ➢ 大學訓練單位之成立、獨立科學就單位之成立，須由越南總理核准投資案〈第 37 條〉
《營利事業所得稅法》	新投資事業項目為培訓教育、職訓、文化、體育等領域或特別貧困地區、經濟特區、高科技園區，投資者可享有自獲利起 4 年內免繳營利業所得稅，後續 9 年減半之優惠〈第 14 條〉

資料來源：本研究整理。

²¹ 2001-2010越南教育發展戰略報告。

²² 教育訓練事業可分為2類：1.為企業內部各領域專長之教學；2.為針對人性本質與潛能去設計的相關課程或系統工具〈林芊貝，2006〉。

雖然越南政府積極改善國內投資環境，制定各項重要政策及措施，以吸引外商投資，然越南境內仍存在許多不確定因素和瓶頸，而形成阻礙我國業者在越南發展之障礙。

1. 基礎建設不足：越南土地均歸國有，而政府稅收少、公共建設能力薄弱，且近年全部資源集中在首都河內，其他地區進步的相當有限。此外，交通建設的不足，導致運輸所耗費的時間、成本都相對提高。
2. 電力不足：由於越南以水力和火力發電為主，發電量原本不足，雖然從 2004 年起已向中國大陸進口電力，但在夏季時仍會嚴重缺電，經常得靠輪流停電來度過。
3. 土地成本提高：因供需失衡，越南土地及房租飆漲，相對提高經營成本。
4. 政府行政改革速度緩慢：以教育為例，越南教育品質仍較落後、競爭力低、教學無法迎合市場需求、教師數量不足且水準參差不齊、進修管道缺乏、教學設施老舊、課程設計及教學方法落伍、偏重大學文憑而忽視技職教育、教育資源城鄉差距大、學校管理缺乏效率等。整體而言，越南教育體系仍無法跟上經濟快速發展所帶來之社會期待與人才需求。

我國業者表示，越南教育品質低落引發中高階人才不足是在越南發展最大的障礙。因此，已有國內教育業者配合其背後支持之集團企業，與越南當地學校合作辦學，招收當地學生，自我培育人才，建立產學合作。

（三）馬來西亞

馬來西亞政府於 1970 年所頒佈的「新經濟政策（New Economic Policy）」，雖保障了馬來人在教育與經濟上的權益，但也因此大幅削減華人與印度人在馬來西亞受高等教育的機會，增加海外留學人數。根據我國業者表示：馬來西亞目前仍有排華的情況，以及經濟上的考量導致馬來西亞的

華人不容易就讀當地的大學，使得馬來西亞來台留學的居多，並以大眾傳播媒體科系為主。

馬來西亞政府為改善大量出國留學人數，造成的嚴重的外匯損失，終於一反過去反對私人設立大學的立場，在 1996 年修正《私立高等教育法》允許國外大學前來設置分校、支持私立高等教育機構、與國外大學合作開設 3+0 的課程²³，但此課程必須受「全國認可學會（Lembaga Akreditasi Negara, LAN）」核准。雖然馬來西亞在加入 WTO 承諾事項中並未開放教育服務業，但馬來西亞政府在有關私立高等教育的法律上並沒有刻意區分本國和國外學校；其政府希望透過私立學院的設立和跨國課程的開設，除了消滅留學海外所需的鉅額外匯，更希望 2020 年馬來西亞可以由留學生母國變成留學生地主國。

馬來西亞雖鼓勵外人投資高等教育，但對私立大專院校的設立及跨國課程的開設仍有一些限制及規範如下：

1. 私立大學或國外大學的馬來西亞分校之設立，必須由教育部邀請方能申請。
2. 國外投資者必須在馬來西亞成立公司，教育部得規範其股份持有及董事會成員。
3. 在教育部獲准設立後，該學校必須另向私立教育司申請註冊。
4. 私立學校註冊後，其所開授的每一門課都必須向教育部核備，以確定其符合最低標準。
5. 私立學校之畢業生沒有資格申請政府機構的工作，除非該校的課程經過嚴格的認證程序。
6. 規範跨國高等教育之教學內容與教學媒介，以課程內容為例，若就

²³ 3+0的課程係指完全不需離境的外位內修。

讀私校及跨國高等教育課程且要或去文憑的馬來西亞學生，就必須選修包括馬來西亞研究、伊斯蘭研究、道德課程等，並通過馬來語考試，但外國學生則不受此限制。

7. 馬來西亞政府於 2003 年重新規範其私立學校，即若有招收國際學生者，就必需重新向教育部申請註冊並獲得執照。在獲取執照的資格上，學校必須設有國際事務處，專門處理國際生的相關事務，且必須向移民局、內政部、警察局定期繳交季報。
8. 1996 年《私立高等教育法》也規定，教育部長有權在任何時候撤回以英語或阿拉伯與授課的許可，並要求以馬來語授課。

縱然有上述之規定，但在高等教育國際化的考量之下，私立學校的主要授課語言還是英語。目前，馬來西亞有 5 所國外大學在馬來西亞設立之分校，包括澳洲蒙那許大學分校、英國諾丁漢大學分校等。

第四節 有利拓展出口之創新服務模式研究

在瞭解上述章節對於我國高等教育的發展現況、產業政策、國際競爭力與目標市場的相關障礙後，本節將探討國內外高等教育已經成形或正在發展中的產業創新服務模式，以及針對這些創新模式的成功案例中，嘗試歸納有利我國高等教育服務業出口之模式。

一、高等教育服務創新模式之成功案例

(一) 建立跨國高等教育交流合作

根據長期關注跨國高等教育發展的英國「跨境高等教育觀察中心（The Observatory on Borderless Higher Education, OBHE）」指出，國際學生的競爭是全球趨勢之一，而各國為因應全球化與知識經濟來臨的衝擊，除了擴充高等教育外，也在政策上鬆綁允許其他國家前來設置高等教育的分校或課程

等跨國高等教育。

歐盟在區域的整合下，針對高等教育領域發起了歐盟大學生流動行動計劃（European Regional Action Scheme for the Mobility of University Students, ERASMUS）。此計畫的具體行動內容包括兩個方面：鼓勵各大學之學生與教師出國交流與學習，以促進學生交流和提高師資能力，並相互承認適用各會員國之學歷證件。在促進學生交流方面，學生可以到另外一個歐盟國家學習 3-12 個月，學成回國後其學習成績根據歐洲學分體系得到承認；而在教師培訓方面，則採用包括：教師交流、聯合備課、強化集訓計畫、專題聯網等幾種方式。ERASMUS 計畫實施至 2003 年，教師和學生的跨國流動數量已經達到師生總量的 10% 左右，幾乎覆蓋了歐盟所有的大學和其他高等院校。為將歐洲打造成高等教育的卓越典範，歐盟延續 ERASMUS 的計畫在 2003 年 12 月發起 ERASMUS MUNDUS 計畫，其宗旨於全球化發展 ERASMUS 計畫，增加與世界各國在學術上的合作，由至少三個歐盟國家的至少三所大學合作提供共同的碩士課程。Erasmus Mundus 的 103 個國際碩士課程為歐洲和非歐洲學生而設計，目的在打造學術卓越性並推動知能的發展，同時亦提供獎學金給歐盟國家以外的學生，使學生獲取豐富的國際經驗。

近年，亞太國家均積極提升國際學生數，並策略性地運用跨國高等教育進行教育輸出，而各國在設置跨國高等教育的模式也相當多元。新加坡以課程流動為主、與本地大學多有合作關係，而與國外大學合作領域多為專門領域，如醫學、商管、工程，並且聯合開設研究學程；馬來西亞採用國外大學提供跨國高等教育課程或分校的傳統，提供 2+1、1+2 或 3+0 的課程來或取國外大學文憑；南韓則是以獎勵政策吸引國外知名的學術與研究機構來設置學位課程及進行研究之合作計畫。

目前，台灣在跨國高等教育上，除雙聯學制，在雙學位及學分認證上，亦有相當大的突破。銘傳大學已於今（2010）年 10 月通過美國 MSCHE 認證，MSCHE 為美國「中部各州校院高等教育評審會（Middle States

Commission on Higher Education, MSCHE) 」，負責評鑑在美國中西部各州地區學位授予的學院和學校，亦接受美國國境以外的學校申請；凡獲得該機構認證的學府，等同獲得全美各州的機構認可，即以後包括今年畢業之銘傳學生，將取得台灣及美國教育部認可之畢業證書，而未來學生在申請進入此同一認證體系的大學就讀，原修讀學分可望獲得高度承認。

（二）打造區域教育樞紐之教育城

1. 卡達

卡達是亞洲西南部的一個阿拉伯國家，面積只有 11,437 平方公里，人口約 74 萬人，因地下蘊藏豐富的石油而致富。卡達政府重視國民教育，該國原僅有 1 所卡達大學，但近 10 年間陸續引進 6 所美國著名大學於卡達首都杜哈「教育城（Education City）」設立分校，迅速地將其高等教育體制與國際接軌。

卡達教育城位於杜哈西南郊區，由卡達基金會（Qatar Foundation）投資興建校舍、提供設備，該基金認為有受過良好教育的專業人才，才能成為國家未來的棟樑，因此企圖以世界級的標準改造及教育年輕人。

教育城校園約 1,000 公畝，整個校園為開放空間和多棟代表性的建築物組成，而 6 個世界著名大學的分校亦皆擁有其獨特的建築設計。此外，卡達基金會支付所有學校的軟、硬體設備、營運所需的費用，而這也是吸引國外大學願意來此設立分校的主要誘因。現階段所進駐的學校包括，維吉尼亞聯邦大學（Virginia Commonwealth University）、康乃爾大學醫學院（Weill Cornell Medical College）、德州農工大學（Texas A&M University）、卡內基美隆大學（Carnegie Mellon University）、喬治城大學（Georgetown University）與西北大學（Northwestern University）。

教育城是卡達基金會的旗艦計畫，被視為教育及研究卓越中心。卡達政府期待以教育城將卡達打造成知識研發基地，將創新想法轉換成商業化階

段，以協助經濟產業多元化發展，引領卡達成爲一個先進的知識經濟型社會。

2. 阿拉伯聯合大公國—杜拜

杜拜臨近波斯灣，爲阿拉伯聯合大公國 7 個邦國之一，人口約 180 萬人，但外籍人士占 7 至 8 成。近年來，杜拜積極發展經濟，已成爲中東地區重要的商、觀光旅遊及交通中心。除此之外，該國亦致力於教育、醫療及科技產業發展，陸續規劃學術教育城、醫療城以及科技城，吸引世界各地著名團隊進駐。

杜拜國際學術教育城（Dubai International Academic City, DIAC）爲杜拜政府控股公司所有，其主要扮演吸引國外大學前來杜拜投資，設立高等教育機構及統籌經營管理者的角色。目前已有來自歐洲、美國等多所知名大學來此設立分校。

教育城的面積約爲 1 千 8 百萬平方英尺，由進駐的學校付租金，共同使用餐飲設施，但目前尚未興建宿舍；現階段開設的課程以提供杜拜及附近地區就業市場所需之專業、管理及技術爲主，並以美國波士頓爲其教育產業發展目標。目前當地較需要的科系包括生物科技、餐飲、觀光及醫療等。

3. 馬來西亞

馬來西亞在面臨來自新加坡策略性地規劃吸引國外大學設置亞洲分校的強大壓力，爲能成爲區域教育輸紐，有 2 項值得關注的計畫。其一是吉隆坡教育城（Kuala Lumpur Education City, KLEC）在 2008 年宣布，預計以 12 年來發展，並於 2030 年由馬來西亞的大學與國外大學在此區域招收當地及國際學生達 11 萬名。另一個爲馬來西亞伊斯干達特區（Iskandar Malaysia）經濟區的發展計畫。馬來西亞政府預計在 2018 年完成設置 5 個樞紐²⁴，其中一個樞紐即是馬來西亞教育城（Edu City），擬將大力吸引國外知名大學前

²⁴ 教育、軟體、港口、貿易與金融中心。

來，尤其是中國大陸與香港。此外，大學前來設置分校或學校者，將可享 10 年免企業稅，並可以自由地僱用外籍員工；若馬來西亞能成功吸引中、港知名學府前來設置分校，將會提升馬來西亞的地為與競爭力（姜麗娟，2010）。

亞太國家除馬來西亞外，南韓政府也開始向外尋求自我高等教育轉型，設置「仁川自由經濟區（Incheon Free Economic Zone, IFEZ）」，預計至少 40 個研究機構將入駐，並且至少有 7 所國外大學來此設置分校；韓國政府期望能藉此吸引更多亞洲區域的學生，成為區域的高等教育樞紐。而近年來，香港也以成為區域教育樞紐為目標，積極發展規劃。

二、如何運用高等教育服務創新模式帶動高等教育服務國際化發展

由於網路與電腦科技的突破，使全球化時代迅速到來，對高等教育服務業來說，全球化意味著以往大學的知識壟斷已經改變，學習不再被限制在一定的時間和空間裡。根據 Knight²⁵在 1999 年將高等教育國際化定義為：面對全球化的潮流，人們必須致力於國際面向或跨文化面向教學、研究、服務的整合，並鼓勵大學機構的變革，進而往國際化邁進。

面對全球化的浪潮，高等教育已被視為全球經濟市場的一種服務性、企業性的產品或生產性組織，成為一種驅動國家經濟發展的新興產業。而網路科技的發達也加速改善大學學術的環境品質，大幅度的提升學校在研究、教學及服務的速度，全球的學術研究網絡也因此被建造起來，跨國性課程、教育機會與跨領域的研究已是各國高等教育機構未來發展的重要方向，此外上述之服務創新模式將更帶動高等教育服務業國際化。

²⁵ “Quality and internationalization in higher education” Knight, J (1999)。

（一）教師、學生與課程國際化

跨國性的高等教育機制，不僅促進了教授、學生的學術交流機會，也讓課程更多元，更國際化。經研究發現，教授是整合國際面向的主要人物，他們的學術經驗、國際視野、國際學術合作與參與國際活動等，能將大專院校與國際接軌，因此大專院校在國際化過程中必須要倚重教授的積極參與。而學生為學校國際化之主體，學生可透過國際化的課程，了解不同文化的觀點，提升自我知能與國際觀。

（二）提高國際能見度

各大專院校向國際發展的主要機制包括，招收國際學生、建立海外分校、提供遠距教學和國外機構成立策略聯盟等，這些機制與大專院校在國際上的能見度有著密切的關係，而教育城的國際化模式更加將國家的能見度提高，進而成為教育樞紐。教育城的推動不只能與國際接軌，更能依照國家未來產業的發展趨勢，邀請符合其特色的國際知名大學設立分校，透過學校整體團隊的進駐，將有助於產學合作交流與產業創新。

第五節 小 結

隨著全球高等教育市場的擴張，以及日趨激烈的人才競爭，各國都開始高等教育的改革歷程，美國、日本、英國、歐洲、紐西蘭及韓國等，都先後檢視本國教育的缺失，並尋找新的教育方式和做法。以往看來是教育輸入的國家，例如新加坡與馬來西亞也更進一步地透過跨國高等教育進行教育「輸出」，其模式包括以輸入國外課程與國外分校吸引國際學生，以及強化境內高等教育機構的競爭及實力輸出教育服務。

而國際學生的流動也不再只是從東方至西方（從非英語系國家至英語系國家），也出現東方至東方的流動情形。在過去的 10 年間，中國大陸、新加坡、馬來西亞與日本等亞太國家雖仍是國際學生主要的來源國，但卻也成

為新興的留學國家。

近年來我國因少子化問題，使高等教育機構招生不足逐漸嚴重，98 學年度大專校院招生缺額逼近 7 萬人，平均缺額率超過兩成。大學招生問題在民國 105 年時，因民國 87 年出生人數較前一年驟減 5.5 萬人，將使招生來源雪上加霜。教育部過去要求各學校減少部分招生，使各校仍能維持基本學生數量之做法，已經無法面對學生來源嚴重不足的問題；如果考慮教育機構退場機制，又擔心會產生後續效應。所以，教育部決定修改僑外生管理辦法，同意招不到本國生的名額，全數可用來招外籍生或僑生，從 99 學年度開始實施；教育部並且將陸生來台相關法案列為最優先推動法案。無論是推動我國教育單位吸引外來學生以補學生來源不足問題，或是鼓勵教育單位朝外設班設校發展，政府都認為推動目標就是要教育機構朝向國際化和產業化發展。

在此目標之下，我國政府鼓勵台灣高等教育機構積極參與國際交流，走向國際。在政府以特別預算支應之「發展國際一流大學及頂尖研究中心計畫」中，亦強調學校國際化之重要性。計畫執行迄今，各校在國際化及國際學術交流合作方面皆有所進展，各校透過增加簽約姊妹校、設立境外專班、與國外學校簽訂雙聯制、參與國際認證評鑑、獎勵碩博士生出國研習及加強參與國際學術組織等方式，來營造校園學術國際化之環境。此外，藉由師生組團參訪國外一流大學、參與國外教育展宣傳、赴海外國家頂尖學府招生及協助國際知名大學在台招生活動等，以增進國際交流合作管道並擴展國際能見度。

我國高等教育服務業於海外拓展出口之主要目標市場，包括中國大陸、越南與馬來西亞。入會承諾市場開放方面，馬來西亞最少，中國大陸其次，越南最多，不過在提供服務方面，模式一跨境提供服務和模式三設立商業據點保留之限制仍多。業者反應之障礙涉及基礎建設不足、電力不足、土地成本提高、政府行政改革速度緩慢、私立學校或國外大學院校的分校設立須受

邀方能申請、國外投資者必須成立公司對於股份及董事會有規範、開授每一門課都必須向教育部核備、私立學校畢業生沒有資格申請政府機構工作、規範跨國高等教育之教學內容與教學媒介、有權撤回以英語或阿拉伯與授課的許可。

在有利拓展出口之創新服務模式方面，成功案例採取方法有建立跨國高等教育交流合作、打造區域教育樞紐之教育城。面對全球化的浪潮，高等教育已被視為全球經濟市場的一種服務性、企業性的產品或生產性組織，成爲一種驅動國家經濟發展的新興產業。

第三章 醫療照護服務業發展現況與 拓展分析

台灣的醫療服務產業產值龐大，服務技術與水準在亞洲也居於領先地位；但由於我國國內市場有限，且已成立之醫療院所眾多，因此，政府亦積極鼓勵醫療服務產業邁向國際化。醫療服務產業國際化具有之優點，包括(1)彰顯醫療普世化價值，創造經濟及社會福利的極大化；(2)突顯台灣加入世界衛生組織（World Health Organization, WHO）的必要性；(3)分擔健保負擔，協助政府解決財務困境；(4)創造產值誘發投資及創造就業人口，故值得予以推動²⁶。另外，醫療照護服務業為「服務業發展方案」重點推動項目，在行政院所主導的六大新興產業發展方案中，醫療照護亦為其中項目之一²⁷，而這幾項關鍵產業的未來發展，已然成為國家所冀望能夠帶動整體經濟發展之原動力。

且隨著台灣近年來人口與社會結構的變遷，老年人口所占比例逐年增加²⁸，整個社會對於醫療照護的需求也勢必隨之提高，醫療體系所包含的治療和照護必須並重發展，且隨著人民經濟能力與識能的提升，大環境及數位網路同時帶動了國際化的發展，因此民眾對於自身健康意識的維護與日俱增，不但比以往更重視醫療保健的重要性，對醫療健康服務的消費意願更是大幅增加，除了對境內的醫療消費支出有所提升外，跨國界的醫療服務需求也已成爲常見的消費模式。

有鑑於此，此種新型態的消費需求勢必帶動全球醫療照護產業的蓬勃發展，成爲各國莫不積極發展的明星產業，而我國因具有相對有利的發展環境

²⁶ 王健全，「台灣醫療服務產業的國際化即其展望」，台灣服務業聯盟電子報，2009/2/11。

²⁷ 六大新興產業項目包括：生物科技、綠色能源、醫療照護、精緻農業、觀光旅遊、文化創意。

²⁸ 依主計處人口統計調查資料顯示：台灣2010年年初之65歲以上老年人口比例爲10.68%。老化指數（老年人口／幼年人口之百分比）爲65.05%，二個指標均創歷史新高，其中台灣人口老化指數在亞洲國家中位居第二，僅次於日本。

與利基，包括每年有計畫性地培育出一定數量的優秀醫事人員，使得在醫療品質和技術上能居於領先，再搭配其他具競爭力產業的支持，如生物科技及電子資訊等技術的投入，我國在醫療照護服務業上應能具有相當優良的國際競爭力。

基於 2009 年已延著政府推動之政策方向，著重在 WTO 承諾下的模式 2—國外消費服務提供模式，即讓外國人來台灣接受各項醫療服務之方式進行深入探討。故本章將研究對象由醫療服務擴展為醫療照護服務，並納入服務提供的其他三種模式，即跨境提供服務、商業據點設立及自然人移動三種方式作為研究範圍，以期對醫療照護產業整體進行更全面且深入之研析。

因此本章將針對醫療照護產業之發展現況及其拓展契機進行分析，內容包括一、對於國內醫療照護產業之現況與政策進行說明；二、針對醫療照護產業目前國際化的模式進行分析，並嘗試討論現行模式的國際競爭力優勢為何；三、分析該產業於拓展出口時所遭遇障礙與國際市場開放程度；四、探討該產業應如何拓展其具有發展前景之創新競爭模式，以提高國際化服務程度，最後並提出相關具體性建議。

第一節 發展政策與現況

本小節將針對我國醫療照護產業之政策發展與產業現況進行分析，但首先應對所謂「醫療照護產業」做一定義說明：根據「WTO 服務業分類表」，醫療照護相關服務業主要是分類於十二大類服務的第八大類「健康相關及社會服務」部門別，其中包括醫院服務（Hospital services）（CPC 9311）、其他人體健康服務（Other human health services）（CPC 9319，93191 除外）、社會服務（Social services）（CPC 933）與其他；除上述幾類外，亦分屬於第一大類「商業服務」部門別中專業服務業之醫藥與牙醫服務（Medical and dental services）（CPC 9312）、獸醫服務（Veterinary services）（CPC 932）以及由助產士、護士、物理治療師、醫療防護人員提供之服務（Services

provided by midwives, nurses, physiotherapists and para-medical personnel)
(CPC 93191) 等三個服務子部門別。

另外，再依據我國行政院主計處 2006 年編定之「中華民國行業標準分類（第八次修訂）」，醫療保健及社會工作服務業被分類於第 Q 大類，其中包括醫療保健服務業、居住照顧服務業、其他社會工作服務業等 3 項中類、5 項小類與 13 項細類，詳細分類與定義請見表 3-1。

表 3-1 中華民國標準行業分類第八版－醫療保健及社會工作服務業

分類編號				各類名稱、定義及細類內容
大類	中類	小類	細類	
Q				醫療保健及社會工作服務業 凡從事醫療保健及社會工作服務之行業均屬之。
	86			醫療保健服務業 凡從事醫療保健服務之行業均屬之，如醫院、診所、醫學檢驗服務等。經合法認定可治療病人之其他醫事輔助服務亦歸入本類。
		861	8610	醫院 凡設有病房收治病人之醫院均屬之。醫學院校、宗教組織、國防機構、監獄等附設之醫院及衛生機關所設慢性病防治局等亦歸入本類。 不包括： • 獸醫服務應歸入 7500 細類「獸醫服務業」。 • 為戰場上軍人提供的醫療保健服務應歸入 8320 細類「國防事務業」。 • 救護車運送服務應歸入 8699 細類「未分類其他醫療保健服務業」。
		862	8620	診所 凡從事門診服務之診所均屬之。機關、學校、事業單位附設之醫務室、健康中心以及衛生機關所設性病防治所、慢性病防治所、診療所等亦歸入本類。 不包括： • 依醫師處方從事齒模製作應歸入 3329 細類「其他醫療器材及用品製造業」。 • 居家護理、接生、物理治療、職能治療、針灸、營養諮詢等其他醫療保健服務應歸入 8699 細類「未分類其他醫療保健服務業」。
		869		其他醫療保健服務業 凡從事 861 及 862 小類以外醫療保健服務之行業均屬之，如醫學檢驗服務及其他醫療保健服務。
			8691	醫學檢驗服務業 凡從事醫學檢驗服務，以協助醫師診斷之行業均屬之，如血液分析、X 光檢驗等。 不包括： • 物理、化學等檢測及分析服務應歸入 712 小類「技術檢測及分析服務業」之適當細類。 • 獸醫檢驗服務應歸入 7500 細類「獸醫服務業」。
			8699	未分類其他醫療保健服務業

分類編號				各類名稱、定義及細類內容
大類	中類	小類	細類	
				<p>凡從事 8691 細類以外之其他醫療保健服務之行業均屬之，如居家護理、接生、物理治療、職能治療、針灸、營養諮詢、救護車運送等服務。捐血機構、臍帶血銀行及精子銀行亦歸入本類。</p> <p>不包括：</p> <ul style="list-style-type: none"> • 依醫師處方從事鏡片研磨應歸入 3321 細類「眼鏡製造業」。 • 依醫師處方從事整形外科或復健科專用之義肢輔具製造應歸入 3329 細類「其他醫療器材及用品製造業」。 • 不具備救生設備及醫學專業人員之病人運送服務應按運輸工具分別歸入 49 中類「陸上運輸業」、50 中類「水上運輸業」及 51 中類「航空運輸業」之適當類別。
	87	870		<p>居住照顧服務業</p> <p>凡結合健康照顧及社會工作，從事提供住所並附帶住宿者所需之護理、監管或其他形式照顧服務之行業均屬之。其服務過程中最重要的是提供住所，而健康照顧主要係指護理服務。</p>
			8701	<p>護理照顧服務業</p> <p>凡對需要長期護理照顧之病人，從事提供住所及護理照顧服務之行業均屬之。其中護理服務主要係由護理專業人員協同其他人員提供。</p> <p>不包括：</p> <ul style="list-style-type: none"> • 居家護理服務應歸入 8699 細類「未分類其他醫療保健服務業」。 • 精神復健機構應歸入 8702 細類「心智障礙及藥物濫用者居住照顧服務業」。 • 老人之家應歸入 8703 細類「老人居住照顧服務業」。
			8702	<p>心智障礙及藥物濫用者居住照顧服務業</p> <p>凡對智能障礙、心理疾病及藥物濫用者，從事提供住所、膳食、保護、監管、諮詢及部分健康照顧等居住照顧服務之行業均屬之。</p> <p>不包括：</p> <ul style="list-style-type: none"> • 精神科醫院應歸入 8610 細類「醫院」。
			8703	<p>老人居住照顧服務業</p> <p>凡對老人從事提供住所、膳食、管理及日常生活協助等居住照顧服務之行業均屬之。</p> <p>不包括：</p> <ul style="list-style-type: none"> • 不具社會工作性質，僅從事不動產經營及管理應歸入 68 中類「不動產經營及相關服務業」之適當類別。 • 對需要長期護理照顧的病人提供住所及護理照顧服務應歸入 8701 細類「護理照顧服務業」。
			8709	<p>其他居住照顧服務業</p> <p>凡對 8701 至 8703 細類以外其他對象從事居住照顧服務之行業均屬之，如孤兒院、未婚媽媽之家、遊民收容所等。智能障礙、心理疾病以外之其他身心障礙者居住照顧機構亦歸入本類。</p> <p>不包括：</p> <ul style="list-style-type: none"> • 不提供住所，僅居間協助辦理收養之服務應歸入 8801 細類「兒童及少年之社會工作服務業」。
	88	880		<p>其他社會工作服務業</p> <p>凡從事居住照顧服務以外之社會工作服務均屬之。</p>
			8801	<p>兒童及少年之社會工作服務業</p> <p>凡對兒童及少年從事居住照顧服務以外之社會工作服務均屬之，如協助辦理收</p>

分類編號				各類名稱、定義及細類內容
大類	中類	小類	細類	
				養、協助社會資源轉介及諮詢等服務。日間托兒服務亦歸入本類。 不包括： <ul style="list-style-type: none"> 對兒童及少年提供教育服務應歸入 85 中類「教育服務業」之適當類別。 對兒童及少年從事居住照顧服務應歸入 8709 細類「其他居住照顧服務業」。
			8802	老人之社會工作服務業 凡對老人從事居住照顧服務以外之社會工作服務均屬之，如訪視、日間照顧、協助社會資源轉介、居家服務、諮詢等服務。 不包括： <ul style="list-style-type: none"> 對老人從事居住照顧服務應歸入 8703 細類「老人居住照顧服務業」。
			8803	身心障礙者之社會工作服務業 凡對身心障礙者從事居住照顧服務以外之社會工作服務均屬之，如訪視、日間照顧、職業重建、協助社會資源轉介及諮詢等服務。 不包括： <ul style="list-style-type: none"> 對身心障礙者提供正規教育體制內（學前至高中）連貫性教育服務應歸入 8560 細類「特殊教育事業」。 對身心障礙者從事醫療保健服務應歸入 86 中類「醫療保健服務業」之適當類別。 對智能障礙、心理疾病者從事居住照顧服務應歸入 8702 細類「心智障礙及藥物濫用者居住照顧服務業」。 對智能障礙、心理疾病以外之其他身心障礙者從事居住照顧服務應歸入 8709 細類「其他居住照顧服務業」。
			8804	婦女之社會工作服務業 凡對婦女從事居住照顧服務以外之社會工作服務均屬之，如協助社會資源轉介及諮詢等服務。 不包括： <ul style="list-style-type: none"> 對婦女從事居住照顧服務應歸入 8709 細類「其他居住照顧服務業」。
			8809	未分類其他社會工作服務業 凡對 8801 至 8804 細類以外之對象，從事居住照顧服務以外之社會工作服務均屬之，如家扶中心、社區活動中心、社區調解中心及更生保護機構等。 不包括： <ul style="list-style-type: none"> 提供強制性社會安全計畫之資金及管理應歸入 8330 細類「強制性社會安全」。

資料來源：中華民國統計資訊網，中華民國行業標準分類（2006.05第八次修訂）。

一、產業發展政策

針對促進醫療照護服務相關產業發展與國際化，政府持續以多項方案與計畫支持，2004 年行政院會通過之「服務業發展綱領與行動方案」，以及 2006 年《大投資、大溫暖-2015 年經濟發展願景》三年衝刺計畫的五大套案中的「產業發展套案」，有關醫療服務之產業發展計畫，包括推動醫療服務業國際化、推動醫療機構品質提升、各類醫事人員服務品質提升訓練、發展

醫療 e 化產業等皆列為其具體措施，且執行成效不俗；近年來，國內醫療服務產業發展已逐漸趨於成熟，產業年創造之產值龐大且在許多領域具有相當之國際競爭力，在某些專業醫療領域於亞洲或全球皆居於領先地位。

2007 年 11 月我國正式啓動醫療服務國際化專案管理中心，完成醫療服務國際化平台之建立，並將肝臟移植、顱顏手術、心血管外科、人工生殖及關節置換手術等五項列為首要推動項目，將我國精良之醫療服務與技術向國際推展出去，現階段以促進醫療服務模式二之吸引外國人來台就醫為主，外交部亦配合同意核發「醫療簽證」，視醫療項目療程長短決定簽證時間；初步鎖定東南亞、海外華僑（包括大陸人士）為目標族群，涉及兩岸人民關係條例部分，陸委會自 2007 年 8 月 1 日起只要中國大陸人民罹患目前當地醫院無法醫治之重症，即可向台灣醫院申請來台就醫，我政府採「專案許可」核定。

2009 年行政院核定之「六大新興產業方案」及同年度 7 月份院會通過之「服務業發展方案」中，醫療照護服務業更再度被政府視為主力發展之服務產業。而推展新興服務業之「健康照護升值白金計畫」²⁹，主要因應人口社會結構、醫療環境、科技創新及健康照護費用成長與管理式醫療之興起等全球醫療照護發展趨勢，計畫提升醫療服務之效率與品質以完善醫療照護服務以促進國民健康外，推動醫療服務國際化、智慧台灣醫療服務更被視為其重點目標，期望打造台灣醫療服務品牌、提升台灣國際形象與國際能見度、藉異業結盟活絡醫療服務產業、開創醫療產業新財源，以促進醫療產業永續經營。

同時，基於上述六大新興產業發展及愛臺 12 建設等政策，經濟部為提升國內投資商機，乃積極尋找具投資潛力的外商或在臺外商，進行國內外洽訪與招商，希望藉由國內外廣宣，以及舉辦國際招商論壇、籌組招商團等活

²⁹ 該方案之規劃過程：2009 年 4 月 30 日由行政院第 3142 次院會通過，並於同年 9 月 8 日由行政院核定該方案之行動計畫。

動，吸引外商來臺投資；並在 2009 年 10 月 7 日至 8 日舉辦「2009 年國際招商論壇」³⁰，主題定位包括綠色能源、車用電子、休閒觀光及健康照護等四項核心產業，由此可知，健康照護實為政府未來十分重視且積極持續推動的重要關鍵產業。

「健康照護升值白金計畫」自去（2009）年推動以來，已成為現今國內醫療照護產業最首要政策推動之依據，依照衛生署之官方規劃，政府將在 4 年內增加投資金額 864 億元，預計至民國 101 年，健康照護相關產業的整體產值將增加 3,464 億元，就業機會將增加 31 萬人次³¹。

「健康照護升值白金方案」主軸可分為三個部分，簡述內容為：

1. 發展醫療服務型產業，主要包括醫療照護及長期照護兩個層面，其目的是提高醫療資源的有效利用。
2. 發展醫療加值型產業，所謂加值型產業，內容包含健康促進產業、智慧醫療服務、國際與兩岸醫療；及國家衛生安全等四項。其中「智慧醫療服務」特別值得一提，其具體作法包括將實施相關的示範計畫，完備醫療照護的法令與標準，並預計 2 年內建立影像交換中心，5 年內完成醫療機構病歷電子化以及病歷交換系統。
3. 發展醫療製造型產業，即將醫療搭配我國優良的生技研發能力，目的是期盼帶動我國生技醫藥產業之發展。

在此由行政院所帶領規劃的總體政策方案的架構下，基本的政策主軸可進一步分成二個層面來看，首先對於醫療服務體系的政策方面，為配合推動現今國際或兩岸醫療服務業的發展，行政院院會已於今（2010）年 2 月 25

³⁰ 引述自行政院新聞局，2010.03.17。 <http://info.gio.gov.tw/ct.asp?xItem=19902&ctNode=2846>。

³¹ 引述自行政院六大新興產業主題網：<http://www.ey.gov.tw/policy/3/index.html>。

日通過由衛生署所提出之「醫療法」第 4 條、第 90 條和第 115 條³²之修正草案，將送請立法院做進一步審議，此次醫療法修正，其目的主要係為營造一個有利於國際醫療產業發展的環境，並透過資源整合，創造群聚效果，有助於建立我國醫療品牌。

因此在未來醫療法修正通過後，在指定國際醫療專區內所設置的私立醫療機構，將得以公司化，亦可發行股票，但是不得加入健保，僅可對國內、國外病患提供自費醫療服務。屆時將可開放外資投資，以公司設立的專辦國際醫療機構，可望吸引更多外國病人，並提升國內醫療水準。同時，此次修法亦將授權衛生署指定國際醫療專區，對此，衛生署表示第一個指定專區內的國際醫療醫院，將是新竹生醫園區，另外，目前亦有部分財團法人醫院、跨國商業醫療保險公司，表示有意爭取設立專辦國際醫療醫院，可能地點在南部地區、桃園航空城等地，衛生署將採專案方式來進行審核³³。

其次，政策主軸的第二個層面是長期照護方面的政策，亦即近年來有鑑於台灣人口老化所帶來的長期照護需求，政府一直積極推動長期照護的相關方案。據此，我國政府包括行政院經建會、衛生署及內政部，已自 2008 年 12 月起，即積極進行長期照護保險之規劃。

根據衛生署去（2009）年所完成並公布之「長期照護保險規劃報告」內容指出，為推動長期照護保險制度，應研提「長期照護保險法」及「長期照護服務法」二項法案，以做為制度的法源依據。在長照保險計畫開辦之前，

³² 醫療法第四條、第九十條、第一百五十五條修正草案說明：醫療法（以下簡稱本法）係於七十五年十一月二十四日制定公布，其後曾修正七次。茲鑒於我國之醫療服務極具國際競爭優勢，為便於推動國際及兩岸醫療業務，就專辦國際醫療之私立醫療機構，有於本法明文規範並予以適度管理之必要，爰擬具「醫療法」第四條、第九十條、第一百五十五條修正草案，其修正要點如下：

- 專辦國際醫療之醫療機構，為私立醫療機構，並得以公司設立。（修正條文第四條）
- 中央主管機關得限制專辦國際醫療之私立醫療機構設立於指定之區域，並得專案核定其設置之病床數；該醫療機構不得為全民健康保險醫事服務機構，其提供本國人自費醫療服務者，應經中央主管機關專案許可，並限於一定範圍。（修正條文第九十條）
- 增訂本法所定之罰鍰，於以公司設立之私立醫療機構，處罰公司；於醫療法人設立之醫療機構，處罰醫療法人。（修正條文第一百五十五條）

³³ 引述自自由電子報，2010/02/26。http://www.libertytimes.com.tw/2010/new/feb/26/today-life8.htm。

我國政府其實已長期持續在推動「長期照顧十年計畫」³⁴，並為現今的長照保險制度奠下基礎，其服務項目包括居家服務、日間照顧、家庭托顧、居家護理、社區及居家復健服務、輔具購買（租借）及居家無障礙環境改善服務、老人營養餐飲服務、喘息服務、交通接送服務以及長期照顧機構服務等，各項服務並享有來自內政部或衛生署的費用補助。

參考該份報告對於國內實施長照計畫的困難和調整建議來看，可大致瞭解國內現行照護體制的基本問題所在，其困難主要可歸納為：各縣市照顧管理制度的執行能力差異、城鄉差距以及服務資源不一等；照護管理人力不足以及民眾服務使用意願未能建立等問題。

總體言之，醫療照護產業隨著民眾對健康意識的追求而顯得日益重要，已成為目前各國積極發展的產業及競爭的市場，我國除了既有醫療照護的優勢外，其他諸如生技產業（包括診斷治療、晶片、中草藥、幹細胞、健康食品等）或電子或資訊平台的技術投入，也在在都對台灣的產業競爭優勢有所幫助，然而我國之內需市場有限，因此對於產業政策方向而言，除了以照顧國人健康為優先考慮外，仍應放眼於國際市場，並致力在全球化中取得先機。

二、產業發展現況

根據行政院衛生署公布之「我國醫療保健支出統計」資料，2007 年我國醫療保健總支出較前一年度增加 4.75 個百分點，共 7,638.95 億元新台幣，其最終用途主要為個人醫療，占總支出之 89.26%；分別佔我國 GNP 與 GDP 之 5.89% 與 6.05%，而平均每人每年醫療保健支出為 33,332 元新台幣，較上一年度增加 4.32%。隨著台灣人口結構轉變，人口老化問題使得醫療需求日益龐大，也因而帶動了國內醫療相關產業的蓬勃發展；依照民間消費型態分類，近 10 年我國醫療保健消費佔整體民間消費之比重，由 1999 年之 7.87%

³⁴「長期照顧十年計畫」為 2007 年 3 月 14 日由行政院所通過，當時預計十年內將投入 817 億元，被列為「大溫暖社會福利套案」的旗艦計畫。

逐年穩定成長至 2008 年之 9.29%，為我國第 4 大民間消費類別。

依行政院衛生署最新統計資料顯示，於 2003-2007 年間我國民眾個人醫療服務總支出金額由新台幣 4,740 億元大幅增長至 5,859 億元（見表 3-2），5 年間醫療照護服務之增長幅度為 23.6%，顯示目前我國民眾就醫情形已顯著增加，使用醫療照護服務之花費亦提高。

表 3-2 我國個人醫療照護服務支出（依醫療機構結構）

	2003	2004	2005	2006	2007
合計（金額：億元）	4,740	4,970	5,251	5,540	5,859
醫院（%）	59.15	60.07	60.59	62.19	61.57
西醫診所（%）	17.19	16.96	16.90	16.10	16.29
牙醫診所（%）	12.42	11.82	11.21	11.56	11.68
中醫診所（%）	3.95	3.76	3.59	3.54	3.57
其他專業機構及全民健保境外給付（%）	7.29	7.40	7.71	6.61	6.89

資料來源：行政院衛生署，國民醫療保健支出統計（2007）。

截至 2008 年底，我國醫療院所共計有 20,174 家，其中占最多數者為西醫診所共 10,326 家，而中、西醫醫院共 515 家，較 2007 年減少 15 家；2008 年 515 家醫院中，評鑑合格醫院占 91.1%³⁵，而醫院評鑑制度已與健保給付相結合，有助於醫療品質與水準之持續提昇。2008 年評鑑為醫學中心者有 17 家，地區醫院 208 家，精神專科醫院 3 家，新制醫院評鑑優等 51 家、新制醫院評鑑合格 146 家、新制精神科醫院評鑑優等 7 家及新制精神科醫院評鑑合格 30 家（見表 3-3）。

長期以來醫院與診所家數變動多呈反向變化，醫院減少者多以小型、非評鑑醫院為多，整體而言，近年來醫療院所之變動，醫院續朝大型化發展，診所朝普及化發展，對醫院、診所間之醫療資源之配置互受影響。

³⁵ 餘者均為非評鑑醫院，包括以下兩部分：（1）評鑑不合格、（2）未參加評鑑。

表 3-3 我國醫療院所家數（依型態別）

年度	家數 總計	總家數 增減%	醫院			診所				
			家數小計 (增減%)	西醫 醫院	牙醫 醫院	中醫 醫院	家數小計 (增減%)	西醫 診所	牙醫 診所	中醫 診所
2004	19,240	2.47%	590 (-0.67%)	556	-	34	18,650 (2.57%)	9,819	5,979	2,852
2004	19,433	1.06%	556 (-5.76%)	531	-	25	18,877 (1.22%)	9,948	6,029	2,900
2006	19,682	1.28%	547 (-1.62%)	523	-	24	19,135 (1.37%)	10,064	6,065	3,006
2007	19,900	1.11%	530 (-3.11%)	507	-	23	19,370 (1.23%)	10,197	6,104	3,069
2008	20,174	1.38%	515 (-2.83%)	493	-	22	19,659 (1.49%)	10,326	6,173	3,160

資料來源：行政院衛生署，民國97年度衛生統計動向。

我國之護理機構截至 2008 年底共有 927 家，其中護理之家 347 家占 37.4%，精神護理之家 19 家占 2.1%，居家護理 487 家占 52.5%，產後護理 74 家占 8.0%；與 2004 年比較，護理機構 5 年間共計增加 170 家，其中護理之家增加 95 家（37.7%）、居家護理增加 35 家（7.7%）、產後護理增加 41 家（124.2%）。近年來，護理之家及居家護理等護理機構設立成長迅速，對於老人安養、居家護理、身心障礙及醫療復健輔具服務等，更臻完善建構老人照顧網絡。

而 2008 年醫療機構及其他醫事機構執業醫事人員共 223,623 人，換算成每萬人口醫事人員數為 97.1 人。其中每萬人口醫師數、藥事人員數、護產人員數、醫事檢驗人員數分別為 23.2 人、12.5 人、51.7 人、3.4 人；與 2003 年比較，每萬人口醫事人員數增加 19.9%，其中以護產人員增幅 21.9% 較為顯著，其次為醫師增加 13.7%，而藥事人員與醫事檢驗人員分別增加 12.6%、9.7%，顯示我國醫事人員數整體仍持續成長。

再者我國擬於 2008 年年底開始進行長期照護保險之規劃，因此對於國內長期照護產業型態展開諸多研究，茲引用 2009 年 12 月由經建會、衛生署、

勞委會、原委會及退輔會等單位共同提出的一份「長期照護保險規劃報告」中，對於現行的照護服務資源做了清楚的整理，包括了居家式、社區式與機構式服務，並分屬內政部、衛生署、退輔會等單位主管，其法規也各異，請參考表 3-4 所示。

表 3-4 長照主管部會相關法令及服務項目

類別	主管部會	法令名稱	服務項目		
			居家式	社區式	機構式
社政	內政部	《老人福利法》 《身心障礙權益促進法》	<ul style="list-style-type: none"> ● 居家服務 ● 家庭托顧 ● 居家護理 ● 居家復健 ● 喘息服務 	<ul style="list-style-type: none"> ● 日間照護、 ● 社區關懷據點 ● 輔具、餐飲 ● 無障礙環境改善 	<ul style="list-style-type: none"> ● 護理之家 ● 安養護機構 ● 榮民之家
衛政	衛生署	《護理人員法》 《精神衛生法》 《全民健康保險法》 《醫療法》			
退輔	退輔會	《國軍退除役官兵輔導條例》			

註：灰色區域表該服務項目所隸屬之主管部會業務範圍。

資料來源：行政院經濟建設委員會、行政院衛生署、內政部、行政院勞工委員會、行政院原住民族委員會、行政院國軍退除役官兵輔導委員會，長期照護保險規劃報告。本研究重新整理。

表 3-5 2008 年機構式長照服務資源

服務資源類別		家數 (家)	立案床數 (床)	入住人數 (人)	入住率 (%)	每萬人床數 (現有立案床數/總 人口數*10000)	每萬老年(身障) 人口床數 (現有立案床數/老 年人口數*10000)	每萬老年(身障) 失能人口床數 (現有立案床數/失 能人口數*10000)
社政	養護	947	39,946	29,252	73.2	17.3	166.3	1714.3
	長照	48	2,370	1,459	61.6	1.00	9.9	101.7
衛政	護理之家	347	21,539	16,600	77.1*	9.30	89.7	924.4
退輔	榮家	14	8,488	6,878	81.0	3.70	35.3	364.3
長照小計		1,356	1,356	72,343	54,189	74.9	31.4	301.2
身障	住宿	141	12,358	9,171	74.2			
身障小計		141	12,358	9,171	74.2			
總計		1,497	84,701	63,360	74.8			

註*：護理之家一般使用占床率，公式=當年度服務使用人數/(機構供床數*365天)。

資料來源：行政院經濟建設委員會、行政院衛生署、內政部、行政院勞工委員會、行政院原住民族委員會、行政院國軍退除役官兵輔導委員會，長期照護保險規劃報告。

護理之家再由內政部的統計資料來看，根據 2009 年全國老人長期照顧及安養機構數目與型態（詳見表 3-6 所示），目前國內的老人照護機構多數屬於小型機構，其次則是由財團法人所設置的機構，相對公立機構或公設民營的機構，所占比例明顯較低。接著同樣是內政部所調查的全國老人長期照顧及安養機構之工作人員數目（見表 3-7），照護工作人員最多的縣市，依序是台北縣、台北市、高雄市、和台南縣，而這些工作人員的國籍，屬於外國籍的比例約為 2 成左右，比較民國 93 年至民國 98 年的資料顯示，外國籍的照護人員比例有微幅提高的現象，唯變動幅度並不大。但未來隨著國內人口老年化比例提高，照護需求日增的情況下，是否需要計畫性地引入外國籍照護人力則需進一步審慎評估。

大致說來，目前台灣的照護機構仍多屬於居家式、機構式以及社區式照護性質，而機構人員的照護能力不一而足，整個照護產業的發展仍有待整合，並應再多引進民間資源，納入更多周邊產業以因應未來需求。

表 3-6 2009 年我國老人長期照顧、安養機構家數

		長期照護機構			養護機構			安養機構			社區安養堂			老人公寓		
		機構數	可供進住人數	實際進住人數	機構數	可供進住人數	實際進住人數	機構數	可供進住人數	實際進住人數	所數	可供進住人數	實際進住人數	所數	可供進住人數	實際進住人數
總計	公立機構	—	—	—	1	360	331	15	4,567	3,298	9	344	64	1	397	39
	公設民營	—	—	—	7	1,598	1,244	1	51	—	—	—	—	4	449	331
	財團法人	7	829	480	70	8,758	6,282	24	4,683	3,081	—	—	—	—	—	—
	小型機構	24	868	721	767	26,565	21,038	—	—	—	—	—	—	—	—	—
	合計	31	1,697	1,201	845	37,281	28,895	40	9,301	6,379	9	344	64	5	846	370
內政部直轄	公立機構	—	—	—	1	360	331	5	1,571	1,274	—	—	—	—	—	—
	公設民營	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
	財團法人	—	—	—	9	2,230	1,625	9	1,669	1,217	—	—	—	—	—	—
	小型機構	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
	合計	—	—	—	10	2,590	1,956	14	3,240	2,491	—	—	—	—	—	—
臺灣省	公立機構	—	—	—	—	—	—	5	1,490	799	9	344	64	1	397	39
	公設民營	—	—	—	4	624	434	1	51	—	—	—	—	2	274	194
	財團法人	7	829	480	47	5,632	3,970	14	2,965	1,832	—	—	—	—	—	—
	小型機構	20	745	619	577	20,610	16,027	—	—	—	—	—	—	—	—	—
	合計	27	1,574	1,099	628	26,866	20,431	20	4,506	2,631	9	344	64	3	671	233
臺北市	公立機構	—	—	—	—	—	—	2	922	839	—	—	—	—	—	—
	公設民營	—	—	—	3	974	810	—	—	—	—	—	—	2	175	137
	財團法人	—	—	—	12	655	507	1	49	32	—	—	—	—	—	—
	小型機構	3	76	72	130	3,527	3,097	—	—	—	—	—	—	—	—	—
	合計	3	76	72	145	5,156	4,414	3	971	871	—	—	—	2	175	137
高雄市	公立機構	—	—	—	—	—	—	1	424	278	—	—	—	—	—	—
	公設民營	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
	財團法人	—	—	—	2	241	180	—	—	—	—	—	—	—	—	—
	小型機構	1	47	30	60	2,428	1,914	—	—	—	—	—	—	—	—	—
	合計	1	47	30	62	2,669	2,094	1	424	278	—	—	—	—	—	—

註：凡依據 96 年 1 月 31 日修正公布前之老人福利法規定及 87 年 6 月 17 日修正施行之老人福利機構設立標準等規定成立之老人長期照顧、養護、安養機構，社區安養堂及老人公寓。

資料來源：內政部「2009 年內政統計年報」，本研究整理。

表 3-7 2004 至 2009 年我國老人長期照顧、養護及安養機構工作人員數

	2009 年底			2008 年底			2007 年底			2006 年底			2005 年底			2004 年底		
	計	本國籍 (%)	外國籍 (%)	計	本國籍 (%)	外國籍 (%)	計	本國籍 (%)	外國籍 (%)	計	本國籍 (%)	外國籍 (%)	計	本國籍 (%)	外國籍 (%)	計	本國籍 (%)	外國籍 (%)
全年合計	18,904	79.80%	20.20%	17,633	78.09%	21.91%	16,698	80.87%	19.13%	14,919	79.31%	20.69%	13,538	79.89%	19.86%	12,689	81.25%	18.69%
內政部直轄	1,658	89.20%	10.80%	1,610	88.14%	11.86%	2,244	100.00%	0.00%	1,608	87.69%	12.31%	1,550	87.87%	12.13%	1,503	88.89%	11.11%
臺灣省	13,163	79.01%	20.99%	12,009	77.21%	22.79%	10,647	78.23%	21.77%	9,731	78.34%	21.66%	8,428	78.82%	20.78%	7,680	80.21%	19.70%
臺北縣	3,350	77.91%	22.09%	2,855	79.44%	20.56%	2,462	79.61%	20.39%	2,277	79.18%	20.82%	1,899	83.20%	16.80%	1,738	83.49%	16.11%
宜蘭縣	650	77.69%	22.31%	535	78.88%	21.12%	504	80.16%	19.84%	395	79.75%	20.25%	325	78.46%	21.54%	325	80.92%	19.08%
桃園縣	952	78.26%	21.74%	795	76.35%	23.65%	760	71.58%	28.42%	768	78.39%	21.61%	645	69.15%	30.08%	687	72.63%	27.37%
新竹縣	286	69.23%	30.77%	290	76.21%	23.79%	233	72.96%	27.04%	225	68.44%	31.56%	177	71.75%	28.25%	169	75.74%	24.26%
苗栗縣	307	78.50%	21.50%	251	71.71%	28.29%	179	73.18%	26.82%	172	73.26%	26.74%	172	56.40%	26.74%	114	71.05%	28.95%
臺中縣	561	100.00%	0.00%	542	76.20%	23.80%	513	75.44%	24.56%	434	72.12%	27.88%	385	77.92%	22.08%	322	79.19%	20.81%
彰化縣	836	73.68%	26.32%	811	73.74%	26.26%	733	74.62%	25.38%	647	72.49%	27.51%	578	73.88%	26.12%	486	74.69%	25.31%
南投縣	218	82.11%	17.89%	233	79.40%	20.60%	225	77.78%	22.22%	247	79.76%	20.24%	225	80.89%	19.11%	225	80.00%	20.00%
雲林縣	419	74.70%	25.30%	368	73.91%	26.09%	317	73.19%	26.81%	298	71.81%	28.19%	264	69.70%	30.30%	221	79.19%	20.81%
嘉義縣	417	80.10%	19.90%	406	74.88%	25.12%	370	73.78%	26.22%	365	70.68%	29.32%	330	74.85%	25.15%	298	79.53%	20.47%
臺南縣	1,209	78.00%	22.00%	1,165	77.25%	22.75%	849	90.93%	9.07%	732	93.17%	6.83%	690	92.17%	7.83%	604	91.72%	8.28%
高雄縣	792	77.02%	22.98%	709	78.00%	22.00%	660	76.97%	23.03%	550	79.45%	20.55%	436	80.96%	19.04%	411	79.56%	20.44%
屏東縣	717	84.94%	15.06%	703	79.66%	20.34%	609	82.76%	17.24%	559	83.01%	16.99%	511	90.02%	9.98%	468	87.18%	12.82%
臺東縣	239	87.03%	12.97%	218	83.49%	16.51%	217	88.02%	11.98%	166	84.94%	15.06%	153	74.51%	25.49%	120	89.17%	10.83%
花蓮縣	263	82.13%	17.87%	241	80.08%	19.92%	213	77.46%	22.54%	196	80.61%	19.39%	173	84.97%	15.03%	164	84.76%	15.24%
澎湖縣	11	72.73%	27.27%	11	72.73%	27.27%	10	80.00%	20.00%	8	100.00%	0.00%	—			—		
基隆市	455	78.24%	21.76%	428	76.17%	23.83%	393	75.83%	24.17%	362	78.45%	21.55%	311	75.56%	24.44%	299	81.27%	18.73%
新竹市	154	70.13%	29.87%	139	73.38%	26.62%	128	71.88%	28.13%	130	66.92%	33.08%	118	59.32%	40.68%	100	60.00%	40.00%
臺中市	623	75.28%	24.72%	640	72.81%	27.19%	597	73.87%	26.13%	587	74.11%	25.89%	514	75.10%	24.90%	472	72.25%	27.75%
嘉義市	199	78.39%	21.61%	178	73.03%	26.97%	200	76.00%	24.00%	170	69.41%	30.59%	163	68.10%	31.90%	110	71.82%	28.18%
臺南市	505	82.18%	17.82%	491	77.80%	22.20%	475	78.95%	21.05%	443	80.81%	19.19%	359	79.67%	20.33%	347	77.81%	22.19%
臺北市	2,808	78.63%	21.37%	2,785	77.95%	22.05%	2,736	77.89%	22.11%	2,718	77.89%	22.11%	2,670	78.16%	21.84%	2,643	79.08%	20.92%
高雄市	1,222	77.41%	22.59%	1,176	72.62%	27.38%	1,018	73.38%	26.62%	826	78.21%	21.79%	852	80.40%	19.60%	827	83.19%	16.81%
福建省	53	100.00%	0.00%	53	100.00%	0.00%	53	100.00%	0.00%	36	100.00%	0.00%	38	100.00%	0.00%	36	100.00%	0.00%
金門縣	43	100.00%	0.00%	45	100.00%	0.00%	47	100.00%	0.00%	30	100.00%	0.00%	32	100.00%	0.00%	31	100.00%	0.00%
連江縣	10	100.00%	0.00%	8	100.00%	0.00%	6	100.00%	0.00%	6	100.00%	0.00%	6	100.00%	0.00%	5	100.00%	0.00%

資料來源：內政部「2009年內政統計年報」，本研究整理。

第二節 推動國際化分析

本節將針對目前國內醫療照護服務業的國際化模式進行探討，所謂醫療服務行業的國際貿易，主要可以透過兩個層面來達成，第一就是台灣醫療院所業者透過網際網路、對外投資、專業自然人向外移動等不同方式，提供他國人民所需要的服務；第二就是吸引他國人民到台灣享受國內醫療院所業者所提供之醫療或照護服務（靖心慈，2008），以下即分別論述之。

一、醫療照護之服務貿易概況

關於醫療照護服務在國際化模式的展現，若依服務地點來區分，主要可分為在境內或者在境外提供服務二大類別；再依服務型態或服務目的來看，又可再細分為以養生保健、健康照護等以健康促進為主要目的之服務，以及以疾病治療為主要目的的傳統醫療行為等。因此整個醫療照護服務產業國際化的展現模式，可以表 3-8 來加以分類。以下即逐一針對各個國際化模式加以分析，並搭配現行國內產業推行狀況輔助說明之。

表 3-8 醫療照護服務產業國際化類型

提供地點/服務型態 (目的)	境內 (吸引外籍人士來台消費)	境外 (到他國直接投資)
健康促進	<ul style="list-style-type: none">● 觀光醫療（觀光為主）● 醫學美容、健檢● 休閒養生	<ul style="list-style-type: none">● 設置養生文化村● 設置照護機構● 遠距健康管理
疾病治療	<ul style="list-style-type: none">● 重症醫療● 各項外科手術醫療	<ul style="list-style-type: none">● 設置分院● 與他國醫院合作

資料來源：參考王健全（2009）一文及本研究修改而成。

（一）以吸引外籍人士來台消費模式

首先以吸引外籍人士來台消費的境內醫療照護行為來看，若來台就醫是以治療疾病為主，則主要會利用到的資源將是國內的醫療體系（即醫療院

所），包括各種重症醫療或外科手術治療（如心臟外科、骨髓移植、膝關節置換等），而之所以能吸引外籍病患來台就醫的原因，包括台灣醫療在技術上領先國際，但在價格上卻較歐美國家相對低廉，目前台灣已成立醫療服務國際化專案管理中心，計有 30 家醫療機構共同參與合作，並集結了跨部會資源，籌組醫療服務國際化整體規劃小組³⁶。

目前以此種方式進行國際化的模式，乃是以台灣優質的醫療水準為基礎，國際市場和兩岸市場客源的爭取為其發展二大目標；根據 2009 年行政院衛生署公佈之「健康照護升值白金方案推動情形」顯示，大陸地區人民正式申請來台接受醫療服務的人次，由 2008 年的 29 人成長了 2 倍，而外籍人士正式申請醫療簽證的人數，則由 2008 年的 192 人成長了 1 倍³⁷。另外，特別針對兩岸醫療，政府將新建金門醫院醫療大樓，以因應金門地區人口成長和小三通台商、旅客等醫療之需。

另外，我國多家大型醫院近年來為了推動國際醫療，吸引外國人士來台就醫，紛紛積極取得國際聯合委員會的 JCI 認證（Joint Commission International (JCI) Accredited），所謂的 JCI 認證是一個過程，在這個過程中，會由一個獨立於醫療機構的實體（通常為非政府組織）對醫療機構進行評估，以確定該機構是否達到了一整套旨在提高醫療質量的標準條件。當通過 JCI 的評審和認證後，代表該家醫療機構評審和/或認證該自願流程提供由某機構所制定的明確承諾，持續確保患者和醫護人員的環境安全，也就是當取得此 JCI 認證後，可使該醫院取得與國際社會相聯繫的各種資源和服務³⁸，國內截至去年（2009）年底，已有諸如台北市立萬芳醫院、童綜合醫院、義大醫院等共 9 家醫院順利取得認證資格，有助於提升歐美地區人士來台就醫之意願，為其醫院國際化之推動往前邁進一步。

³⁶ 引述自「健康照護升值白金方案」，《新興產業的發展、政策及願景》，行政院衛生署，2009 年 4 月 30 日。

³⁷ 引述自「健康照護升值白金方案推動情形」，行政院衛生署，2009 年 10 月 1 日。

³⁸ 引述自國際聯合委員會官方網站，網址：

<http://www.jointcommissioninternational.org/JCI-Accredited-Organizations/>

而除了傳統模式以疾病治療為主的國際醫療外，為了促進健康而引申出的相關服務需求也是現在相當熱門的國際化產業發展模式，包括以觀光為主醫療為輔的休閒觀光醫療，或為了追求健康、美麗而來台進行的健檢、醫學美容等，也是目前在國際醫療上各國競相發展的重要產業，因為除了醫療行為本身產值的提升外，更能有效結合週邊產業，提高旅遊、觀光、美食、文化等產業的效益。

參考 2007 年 11 月所成立之「台灣觀光醫療發展協會」，推行至今已近三年，由該協會網站上可查詢到的相關套裝服務方案，包括：以心理治療（如失眠、憂鬱）為主的心靈之旅；以溫泉保健為主的所謂 Medical SPA；以及強調微整形美容的花樣年華之旅；進行高級健檢的健康之旅；從事人工植牙、牙齒美白的晶鑽白玉之旅；還有近視雷射都會幻象之旅等等。由這些套裝行程的規劃中，可發現其中包含了許多異業結盟的精神，包括旅行社業者在行程上的規劃、醫療院所醫事人員所提供的醫療服務，以及專業的行銷人員在套裝商品上的包裝促銷等等。

另外，在境內以健康促進為主的醫療照護產業，亦可延伸至以休閒養生為目的的 Long Stay 產業，其客源對象包括他國已退休、健康、年齡介於 55 至 65 歲海內外銀髮族，以健康管理、生活照護及銀髮休閒等之服務及管理作為產業發展主軸，希望能夠吸引國外高齡者來台投資及定居，由於此種吸引他國健康人士來台消費醫療的國際化模式，其所能帶動的產業週邊價值成效良好，預期將為未來推動國際醫療的主流方式之一。

（二）到他國直接投資模式

至於醫療照護服務產業第二種型式的國際化模式，即到海外地區設置分支機構服務他國民眾的方式；以醫療機構來看，多以在他國設置分院，或透過和當地醫院合作，並派遣自己醫院員工進駐服務的方式來提供服務。同理，以健康照護產業而言，目前常見的服務提供模式，包括結合了 ICT 技術導入居家照護，並藉由新的技術與器材，來滿足高齡化社會的慢性疾病照護

需求，這種健康照護服務通常以遠距方式為之，主要照護服務包含生理訊號量測與傳送、用藥評估指導、藥事諮詢服務、遠距生活協助服務、居家與健康資訊提供、定位與異常通報及緊急救援服務、安全通報、走失協尋、用藥提醒與劑量控制等（經濟部投資業務處，2008）。

表 3-9 1994 至 2009 年醫療保健及社會工作服務業核備對外投資件數與金額

單位：千美元

年度	各業別投資合計		醫療保健及社會工作服務業	
	件數	金額	件數	金額
1994	324	1,616,844	1	100
1995	339	1,356,878	1	1,500
1996	470	2,165,404	0	0
1997	759	2,893,826	1	3,200
1998	896	3,296,302	0	0
1999	774	3,269,013	1	1,418
2000	1,391	5,077,062	5	32,084
2001	1,387	4,391,654	2	4,700
2002	925	3,370,046	5	1,900
2003	714	3,968,588	0	2,000
2004	658	3,382,022	4	3,758
2005	521	2,447,449	2	1,217
2006	478	4,315,426	1	1,488
2007	464	6,469,978	6	2,852
2008	387	4,466,491	6	7,654
2009	251	3,005,554	0	9,232
合計* (醫療服務投資所佔比率)	12,602	62,774,134	35 (0.28%)	73,102 (0.12%)

註*：該合計數之統計年度為 1952~2009，但不含中國大陸地區的投資金額。

資料來源：經濟部投資審議委員會。

醫療服務產業近幾年來對外投資概況，部份資訊可參考自經濟部投資審議委員會的統計資料，本研究將 1994 年以來醫療保健及社會工作服務業對外投資之件數及投資金額（但不含中國大陸地區）整理於表 3-9。由此表可看出，我國在醫療保健及社會服務業的對外投資項目（中國大陸地區除外）並不多，金額相對其他產業而言也是相當的少，若從與整體投資之比例來

看，醫療保健及社會服務產業佔總業別對外投資金額的比例僅為 0.12%，但從此表也可發現，近兩年（2008-2009 年）醫療服務產業在中國大陸以外的其他地區投資額，相較往年有明顯增加的趨勢；特別是相對總體對外投資金額並未顯著提高的情況下，其後續的對外投資趨勢變化，值得進一步觀察。

其次，醫療服務產業對外投資地點的選擇整理如表 3-10 所示，由此表可看出，自 1994 至 2009 年以來，我國醫療服務業對外投資金額最高的國家在中國大陸，總投資金額近 1 億 5 千萬美元，件數約有 49 件，遠遠高於世界其他國家，其次為美國，約有 4 千多萬美元的投資金額，再來是加勒比海英國屬地，擁有 2 千多萬美元的醫療服務投資，在亞洲地區除中國大陸外，以香港最多，約有近 8 百萬美元的投資額。由此投資分布統計表也可發現，我國醫療服務產業的投資地點相當集中，其中約有 67% 的金額投資在中國大陸，而美國則佔了 18.65%，二者合計已達醫療服務對外投資金額的八成五以上。

表 3-10 1952 至 2009 年醫療保健及社會工作服務業核備對外投資地區

單位：千美元

	總業別 投資件數	醫療服務業 投資件數	總業別 投資金額	醫療服務業 投資金額
亞洲地區	41,626	54	101,204,499	157,703
日本	495	1	1,284,503	94
南韓	146	0	498,628	0
中國大陸	37,771	49	82,703,049	149,003
香港	1,077	2	3,312,719	7,988
新加坡	465	0	5,476,132	0
印尼	201	0	623,643	0
馬來西亞	314	2	1,820,494	618
菲律賓	176	0	775,708	0
泰國	392	0	1,961,757	0
越南	401	0	2,345,896	0
印度	30	0	49,151	0
亞洲其他地區	158	0	352,818	0
北美地區	5,076	24	12,142,916	41,433
加拿大	69	0	359,937	0
美國	5,007	24	11,782,979	41,433
歐洲地區	651	2	2,712,420	995

	總業別 投資件數	醫療服務業 投資件數	總業別 投資金額	醫療服務業 投資金額
英國	167	0	524,054	0
法國	40	0	28,732	0
德國	154	0	177,779	0
荷蘭	156	1	1,355,814	145
捷克	24	0	112,836	0
歐洲其他地區	110	1	513,204	850
中南美洲	2,386	3	27,276,771	20,974
百慕達	99	0	2,765,173	0
加勒比海英國屬地	1,994	3	22,504,143	20,974
巴拿馬	68	0	1,201,806	0
巴西	18	0	85,109	0
薩爾瓦多	25	0	50,693	0
尼加拉瓜	29	0	131,821	0
中南美洲其他地區	153	0	538,025	0
大洋洲地區	466	0	1,666,537	0
澳大利亞	59	0	172,370	0
紐西蘭	8	0	6,295	0
薩摩亞	370	0	1,166,265	0
大洋洲其他地區	29	0	321,607	0
非洲地區	168	1	474,040	1,000

註：中國大陸部分的投資資料係整理自「核准對中國大陸投資分區分業統計表」。
資料來源：經濟部投資審議委員會及本研究整理。

因此透過上述分析，可以瞭解國內的醫療照護產業於境外發展國際化的實際案例部分，在境外投資地區的選擇上，以中國大陸比例為最高；特別是自中國大陸開放外資投資醫療服務後，已有多家中外合資的醫療機構產生，其主要投資地點的選擇分布，集中在經濟相對發達的沿海地帶。目前在中國大陸投資醫療機構的外資，超過六成來自美國和香港，比重分別為 30.5% 和 29.3%；其餘則是來自日本、澳洲、南韓、台灣和澳門等地³⁹。

除上述原因外，近年來我國醫療照護產業境外投資集中於中國大陸之核心理由尚包括：（1）我國企業赴中國大陸投資金額逐年遞增，中國大陸台

³⁹ 引述自拓墾產業研究所，「拓展中國大陸內需市場之研究」，行政院經濟建議委員會委託計畫，2010年2月。

商人數約已達 80 餘萬人⁴⁰，包括企業負責人、經理人、技術專家（不含眷屬）等自然人移動，逐漸形成一股巨大的醫療照護服務需求；（2）中國大陸之醫療照護水準相較我國之水準仍有一段差距，台商在當地就醫時難免有所顧慮，但若考慮回台就醫亦屬不便，因而帶動中國大陸台商企業或國內醫療照護機構在中國大陸投資經營醫療照護機構之趨勢，以服務台商健康。

目前具有台資背景而在中國大陸設立的醫院共有 14 家，其中真正符合中外合資規定的所謂台商綜合醫院，只有湖南旺旺醫院、廈門長庚醫院、南京明基醫院、昆山宗仁卿紀念醫院等 4 家，其餘的醫院經營型態多為由台資參股等方式來進行投資。比較特別的是，其中有二家的名稱是以「健康管理中心」型態來經營，分別是上海景康健康管理中心，由我國的日月光集團投資興建，並由台北聯安診所經營，已於 2005 年 6 月啓用，其主要經營項目強調健檢和健康管理，其中健康管理部分，著重在抗衰老保養、中醫診療、營養諮詢、心理健康評量、心理諮詢及團療等等。另外還有翔鷺國際健康體檢中心，2007 年在廈門開幕，為台灣的翔鷺集團所投資，除了進行各項健檢服務外，也設有門診部⁴¹，其名為國際健檢中心，乃是該中心具有 UCSF（美國加利福尼亞大學三藩市分校醫學中心）在中國大陸指定的合作機構的資格。

由上述發展經驗可知，目前境外投資的標的，除了以疾病治療為主的醫療機構外，強調健康促進及醫學養生的照護機構亦漸漸受到重視，著名的案例還包括台灣台塑集團在廈門長庚醫院所進行投資案，其規劃除了綜合醫院區，教育研究區外，還包括了養生文化區，其構想來自台灣位於林口的「長庚養生文化村」，乃是為了充份結合醫療保健和長期照護，將台灣長庚醫院完整的健康管理模式應用於境外投資的具體展現。

⁴⁰ 資料來源：經濟部國際貿易局提供（2010 年 12 月）。

⁴¹ 李素芳（2007），「台商在中國大陸投資醫療服務業之經營策略研究—以湖南旺旺醫院為例」，國立政治大學行政管理系碩士論文。

二、醫療照護之競爭優勢

我國醫療照護產業是否在國際上具競爭優勢？可從幾個客觀的國際指標上來加以分析，2000 年英國經濟學人（Economist Intelligence Unit，EIU）公布之「世界健康排行榜」中，台灣排名全球第 2 位，僅次於瑞典，而領先加拿大、日本等先進國家。另外，2007 年瑞士洛桑國際管理學院（IMD）之「世界競爭力評比」中，我國之醫療保健基礎建設亦獲評為全球 55 個受評國中之第 13 名，顯示我國之整體醫療環境與水準已逐漸受國際間肯定。

而以國家整體環境來看，我國自 1985 年逐步實施醫療網、精神醫療網與緊急醫療網政策，奠定了國內醫療資源分布均衡，且就醫可近性大幅提高的利基，再加上 1995 年實施全民健康保險以來，國人納保率高達 99%，更進一步讓國人能夠享受到的醫療水準大幅提高。

然而健保制度固然對國人健康之維護大有助益，但是對國內醫療照護產業的發展卻多少有所限制，首先與其他國家相比，我國不論每人每年醫療保健支出（見表 3-11）或醫療保健支出占 GDP 之比率（見圖 3-1）皆仍稍為偏低。

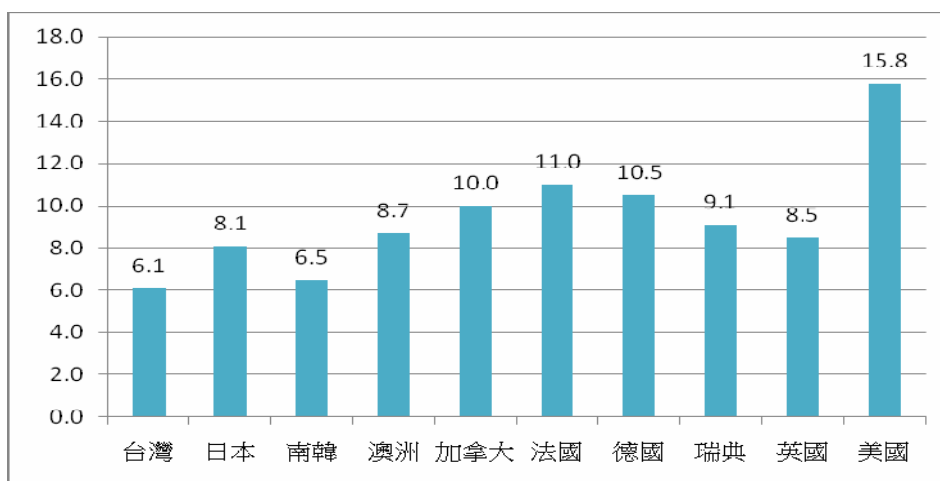
表 3-11 歐美與亞洲重要國家及我國平均每人每年醫療保健支出比較

單位：美元

	台灣	日本	南韓	澳洲	加拿大	法國	德國	瑞典	英國	美國
2007	1,015	--	1,688	3,357	3,895	3,601	3,588	3,323	2,992	7,290
2006	982	2,581	1,491	3,167	3,696	3,423	3,464	3,124	2,885	6,933
2005	954	2,474	1,296	2,979	3,464	3,303	3,348	2,958	2,693	6,558

資料來源：世界經濟與合作發展組織，OECD Health Data 2010, February 07、行政院衛生署，民國 97 年度國民醫療保健支出⁴²。

⁴² 我國匯率資料來源：中央銀行全球資訊網，新台幣兌美元銀行間成交之收盤價一年資料。



資料來源：世界經濟與合作發展組織，OECD Health Data 2010, February 07、行政院衛生署，民國97年。

圖 3-1 2006 年歐美與亞洲重要國家及我國醫療保健支出占 GDP 比例

顯示我國可能在全民健康保險的支持下，相對低廉的保費雖然有助於提升國人就醫福利，卻也同時讓醫療產業的利潤空間大幅降低，因此未來應思考如何兼顧國人就醫權利與福利，但又能夠維持醫療合理的利潤水準，建立產業發展的誘因，如此才能確保醫療品質的持續提升。

談到國內的醫療品質，確實亦為我國得以有利發展醫療照護產業的優勢之一，以重症醫療為例，比較台灣與美國、澳洲的癌症或器官移植的存活率，台灣在肝、腎器官移植以及癌症治療的存活率已經相當具有國際級水準（見表 3-12），除此之外，台灣擁有東南亞第一個顱顏中心，對於唇顎裂修補成功率達 100%，該中心每年並培訓 50 多名自世界各國來台學習的種子醫師。而在心血管治療方面，在冠狀動脈心導管支架放置術成功率也高達 99%，併發症則小於 1%，其他諸如關節置換術亦為台灣外科手術強項之一，每年有近 2 萬例的人工關節置換臨床經驗，利用微創技術，不但傷口小，且具有恢復快速之成效⁴³。

⁴³ 中華民國僑務委員會（2009），「本會推動台灣醫療服務國際化說明資料」。可下載自：www.ocac.gov.tw。

表 3-12 我國與美、澳等國醫療品質（重症治療術後存活率）比較

單位：相對存活率（%）

	癌症 5 年存活率			器官移植後 3 年存活率				
	肺癌	結直腸癌	乳癌	腎臟	心臟	肝臟	肺臟	心+腎
台灣 (2001-2006)	13	15	84	92	66	84	19	71
美國 (1996-2004)	15-16	64-65	89	88-94	79	78-79	62	78
澳洲 (1998-2004)	12-13	61-62	88	--	--	--	--	--

資料來源：行政院衛生署（2009）。

另外，台灣醫療服務產業的另一重要優勢，在於擁有深厚的 IT 產業技術能力做為基礎，同樣依據 2008 年英國經濟學人(The Economist Intelligence Unit, EIU) 對全球產業競爭力的表現評比，台灣 IT 產業競爭力於全球 66 個國家中排名第二，僅次於美國，並領先英國、瑞典及丹麥等國，這些優秀的 IT 產業技術表現，也充份展現在我國的醫療器材產業上，目前我國已是全球電子血壓計、醫療用電動代步車、體溫計、血糖計等產品的重要供應商。

因此總體言之，我國在發展醫療照護服務業上，其主要優勢在於擁有訓練精良的醫事人才，能夠提供具國際水準的醫療術後品質，且較先進國家醫療價格低廉，再結合高科技電子資訊產業的發達，醫院管理制度的完善，這些均可成為我國發展國際化醫療服務的利基所在。

但相對的，我國現今環境亦存在若干對醫療服務產業國際化發展不利的因子，需要逐步去克服，相關限制包括：首先，雖然我國醫事人員的技術優良，但普遍來說醫療環境乃至於社會整體的外在環境，對於外國語文的訓練是相對缺乏，此點將是造成外籍人士（特別是歐美日語系國家）來台意願的最大阻礙。但相對來說，台灣的華語環境與中華文化特質，也使得我國在華語系國家佔了世界其他國家短期間無法超越的競爭優勢，如此如何善用優勢，並轉化劣勢，是我國維持國際競爭力的重要關鍵。

其次，我國的勞工薪資成本相對較高，而整體照護人力仍為不足。特別是對於一個走向老年化社會的國家來說，未來對於長期照護的需求勢必與日俱增，同時照護產業又是相當倚賴人力資源的服務產業，因此在我國勞工雇用成本相較其他發展中國家的人力相對較高的情況下，有可能會降低我國照護產業的競爭力，故在無法以價格競爭的前題下，我國應思考如何培養素質良好的照護人才，以高品質的照護水準來加強競爭力，並引入科技化的管理模式，讓整體醫療照護品質能夠更精準，更有效率。

第三節 目標市場之市場開放與障礙

針對醫療照護服務業，研究團隊就所蒐集之資料，另拜會業者與主管機關進行訪談後，彙整出目前我國醫療照護服務業於海外拓展出口之目標市場，包括美國、中國大陸與日本。因此，以下將針對該三個目標市場進行 WTO 承諾開放情形之研析，並透過與業者及主管機關實際訪談後，歸納出之現行障礙整理與分析。

一、WTO 承諾開放情形之研析

為清楚瞭解特定目標市場國在醫療照護服務相關子業別之開放情形，本研究初步將美國、中國大陸、日本等 3 個醫療照護服務業特定目標市場國，在加入 WTO 時之水平承諾以及對醫療服務相關子業別之特定承諾情形，進行整理與研析。

（一）特定部門模式 1 至 3 之入會承諾情形研析

醫療照護服務相關服務於 WTO 服務業分類表（W/120）中，主要列於第一大類「商業服務」部門中之專業服務業以及第八大類之「健康相關及社會服務」部門，以下針對醫療照護相關之 6 項服務子業別，將美、日、中於模式 1 至 3（模式 1 為跨境提供服務、模式 2 為境外消費、模式 3 為設立商業據點）之 WTO 入會承諾概要情形於表 3-13 呈現。

表 3-13 美、中、日於 WTO 醫療照護服務相關業別模式 1 至 3 之入會承諾

W/120		美國	中國大陸	日本
1. 商業服務 A. 專業服務				
h	醫療和牙科服務 (CPC 9312)	市場開放	市場開放	市場開放
		未填入承諾表	(1) ● (2) ● (3) ●	未填入承諾表
		國民待遇	國民待遇	國民待遇
		未填入承諾表	(1) ● (2) ● (3) ●	未填入承諾表
i	獸醫服務 (CPC 932)	市場開放	市場開放	市場開放
		未填入承諾表	未填入承諾表	未填入承諾表
		國民待遇	國民待遇	國民待遇
		未填入承諾表	未填入承諾表	未填入承諾表
j	助產士、護士、物理治療師與醫事輔助人員提供之服務 (CPC 93191)	市場開放	市場開放	市場開放
		未填入承諾表	未填入承諾表	未填入承諾表
		國民待遇	國民待遇	國民待遇
		未填入承諾表	未填入承諾表	未填入承諾表
8. 健康及社會服務 (1.A h~j 除外)				
A	醫院服務 (CPC 9311)	市場開放 ¹	市場開放	市場開放
		(1) ○ (2) ● (3) ●	未填入承諾表	(1) ○ (2) ● (3) ●
		國民待遇 ¹	國民待遇	國民待遇
		(1) ○ (2) ● (3) ●	未填入承諾表	(1) ○ (2) ● (3) ●
B	其他人類健康服務 (CPC 9319, 93191 除外)	市場開放	市場開放	市場開放
		未填入承諾表	未填入承諾表	未填入承諾表
		國民待遇	國民待遇	國民待遇
		未填入承諾表	未填入承諾表	未填入承諾表
C	社會服務 (CPC 933)	市場開放	市場開放	市場開放
		未填入承諾表	未填入承諾表	未填入承諾表
		國民待遇	國民待遇	國民待遇
		未填入承諾表	未填入承諾表	未填入承諾表

○：未開放 / ●：完全開放 / ●：部份開放 / 未填入承諾表：該醫療服務相關子項目完全未出現在承諾表之中。

註¹：僅針對透過付費服務直接擁有及經營管理之醫院與其他健康照護中心。

資料來源：本研究整理。

由表 3-13 可知，美、中、日 3 國皆未在 WTO 入會承諾中，針對「獸醫服務」、「助產士、護士、物理治療師以及醫事輔助人員服務」、「其他人類健康服務」以及「社會服務」等服務子業別進行任何承諾，嚴格來說即對外基本上不予開放；由此可推知在談判時，前述 4 項服務子業別應屬於該三

國之較敏感產業，可能傾向相對保護國內產業。除以上業別外，針對其他醫療相關子業別，各國之承諾與限制情形概要如下：

1. 美國

美國針對醫院服務業（CPC 9311）市場開放承諾部分，於模式 1 認為技術上不可行故不做承諾，對模式 2 則承諾完全開放、模式 3 部份開放；國民待遇承諾部分，針對模式 1 方面認為技術上不可行故不做承諾，另對模式 2 部份開放、模式 3 完全開放。而醫療和牙科服務（CPC 9312）於美國入會時，並未被填入該國之承諾表中。

從限制措施來看，美國就醫院服務僅針對透過付費服務直接擁有及經營管理之醫院與其他健康照護中心承諾開放，另有關市場開放模式 3 的部分，規定成立醫院或其他健康照護中心、採購特定種類的醫療器材、或提供特定類型的醫療程序可能受到以需求為基準的數量限制（needs-based quantitative limits），另於特定州別對設立醫療院所之限制規定；而就國民待遇模式 2 的部分則規定，聯邦政府或州政府醫療費用的報銷僅限於在經美國或某些特定州授權認證之院所。

2. 中國大陸

中國大陸對於醫療和牙科服務（CPC 9312）之市場開放以及國民待遇承諾部分，模式 1 和 2 皆為完全開放，模式 3 則皆為部份開放。而針對醫院服務業（CPC 9311），中國大陸於加入 WTO 時並未被填入該國之承諾表中。

從限制措施來看，醫療和牙科服務市場開放模式 3 僅允許外國服務提供者與中方合作夥伴一起設立中外合資醫院和診所，且外資比例不得超過 70%，即限制外方可控股但不可獨資，且根據中國大陸的實際需要，有數量限制；而對國民待遇模式 3 的部分，要求合營醫院或診所中，醫生和醫務人員的大多數為中國大陸公民。

3. 日本

日本針對醫院服務業（CPC 9311）之市場開放以及國民待遇承諾部分，於模式 1 皆認為技術上不可行故不做承諾，而對模式 2 則承諾完全開放、模式 3 則為部份開放。除此之外，醫療和牙科服務（CPC 9312）於日本入會時，並未被填入該國之承諾表中。

從限制措施來看，日本對醫院服務之市場開放與國民待遇模式 3 的部分，除無外資參股限制之外，其他不做承諾。

（二）特定部門模式 1 至 3 於杜哈回合之進一步承諾情形

研究發現，美國、中國大陸與日本等 3 個醫療照護服務特定目標市場國，於杜哈回合初始清單（Initial Offer）或修正清單（Revised Offer）中，皆未有進一步之承諾開放。

（三）水平承諾與特定部門模式 4 之入會承諾情形研析

除前述之醫療照護服務相關特定部門模式 1 至 3 的入會承諾情形，以下另根據美、中、日三國之水平承諾及特定模式 4 之入會承諾，加以整理與分析；而下文中以斜體字顯示之內容，表示杜哈回合初始清單或修正清單中之進一步承諾。

1. 美國

美國在水平承諾部分，主要分為以下四方面：

（1）就土地獲取方面，美國在市場開放模式 3 的部分為完全開放；而國民待遇模式 3 承諾主要為：聯邦政府限制將歸政府所有的土地首次出售給美國公民，且該限制不適用於在美國任何州成立的外國公司；僅允許美國公民取得政府用聯邦資金回收之土地/沙漠地；在某些特定州對非美國公民擁有土地、或不居住於美國的非美國公民購買土地有所限制，另有特定州不允許非美國公民購買或競價公開出售之土地。

(2) 就自然人短暫進入與居留方面，美國在模式 4 市場開放水平承諾主要為：針對服務銷售人員 (Services Salespersons) 與跨國公司內部調動人員 (Intra-corporate Transferees) 之自然人，分別有適用之不同資格要求、申請條件及入境許可，且規定服務銷售人員之居留期間以 90 天為限，跨國公司內部調動人員居留期間則以 3 年為限、到期可展延 2 年；而對國民待遇模式 4 部分，不做承諾。

(3) 就稅收措施方面，美國在市場開放模式 1 至 3 的部分為完全開放。而國民待遇模式 1 至 3 之承諾，主要分為以下兩部分：(1) 有關於直接所得稅之部分，在美國創立或組織成立的機構、與不在美國創立或組織成立的機構以及相關受益人，可能受到不同的稅收待遇，該項規定亦會影響機構或者相關受益人的所得稅、對機構作出貢獻而獲得的稅收減免以及其他稅收管理要求，這些規定條款包括對外國雇員計畫進行收入確定和稅收減免。當美國的某個國民、居民或公司由於歧視性稅收或不在美國管轄範圍內的稅收政策條件下，有可能提高稅率或者擴大聯邦收入稅；(2) 有關於直接所得稅以外之部分，美國公民或居民或國內實體 (公司、合夥企業、不動產或基金) 在將產權轉移給國外實體時，可能被徵收執照稅，而由私人創辦的外國組織，在美國獲得投資收入時亦可能被徵收執照稅。

(4) 就補貼方面，美國在市場開放與國民待遇之模式 1 和 2 皆不做承諾；而就模式 3 在市場開放沒有限制，在國民待遇之承諾主要為：聯邦海外私人投資公司 (The Federal Overseas Private Investment Corporation, OPIC) 保險和貸款保證不適用於外國公民、企業或在美國成立的由外資控制的企業，貿易與發展局 (Trade and Development Agency) 對於個人或在美國註冊之公司分別有適用之不同資格要求，且在某些特定州另有其他限制，對於研發補貼不做承諾；就模式 4 市場開放部分，除水平承諾之內容外不做承諾，而國民待遇部分，則為完全開放。

另就入會時納進特定承諾表之醫院服務部門，美國在模式 4 方面，市場

開放部分除水平承諾之內容外，不做承諾；而國民待遇部分，則為完全開放。

2. 中國大陸

中國大陸在模式 3 市場開放水平承諾（不適用於任何在中國大陸加入 WTO 後列入的新業別或子業別）主要為：中國大陸境內的外國投資企業包括外資企業（即外資獨資企業）與合資企業，而合資企業又分為股權式合資企業與契約式合資企業，其中股權式合資企業的外資比例不應少於該合資企業註冊資本的 25%；除非在特定部門承諾中另有規定，針對外國企業在中國大陸設立分支機構暫不做承諾，但允許外國企業在中國大陸設立從事非營利性活動之代表辦公室；中國大陸之土地為國家所擁有，企業和個人之土地使用依照用途而有不同使用年限之限制。而在模式 3 國民待遇水平承諾主要是：就醫療服務方面，對於目前給予國內服務提供者的補貼不做承諾；且針對所有在中國大陸入會後列入的新業別或子業別給予當地服務提供者之補貼，亦不做承諾。

而對模式 4 之市場開放與國民待遇水平承諾主要為：在中國大陸已設立代表處、分公司或子公司的 WTO 成員國公司之經理、高級管理人員和專家等高級雇員，於公司內部的調任人員臨時調動應允許其入境首期停留 3 年；在中國大陸的外商投資企業，聘僱從事商業活動的 WTO 成員國公司之經理、高級管理人員和專家等高級雇員，應按有關合約條款規定給予長期居留許可或首期居留 3 年，以時間短者為準；不在中國大陸領土內常駐、不從中國大陸境內的來源獲得報酬、從事與代表一服務提供者有關的活動並為銷售該提供者的服務進行談判的人員，若此類銷售不向公眾直接進行，且該銷售人員不從事該項服務的供應，則入境期限為 90 天。

另就入會時特定承諾表之醫療和牙科服務部門，中國大陸對模式 4 方面之市場開放部分除水平承諾外，僅允許具有本國頒發的專業證書的外國醫生在獲得中國大陸衛生部許可後，在中國大陸提供短期的醫療服務，短期醫療服務的時間為 6 個月，並可以延長至 1 年；而國民待遇除水平承諾中的內容

外，不做承諾。

3. 日本

日本在模式 3 國民待遇水平承諾主要為：對於研發方面之補貼，不做承諾。

而對模式 4 之市場開放主要為：針對跨國公司內部調動人員、獨立之專業人士、商務旅客 (*Business Visitors*)、約聘服務提供者 (*Contractual Service Suppliers*)，分別有適用之不同資格要求、入境許可及居留期限限制。對模式 4 國民待遇水平承諾主要為：除市場開放之承諾外不做承諾；對於研發方面之補貼，不做承諾。

另就入會時特定承諾表之醫院服務部門，日本在市場開放與國民待遇模式 4 的部分，皆不做承諾。

二、業者訪談分析

在業者訪談分析部分發現，目前醫院或其他醫療照護產業(如健檢中心)對外投資的情況，事實上占總體對外投資額的比例非常的低，合計百分比只占對外總投資額的 0.12% (見前表 3-9)，而以投資地點來看，截至 2009 年資料顯示，醫療服務業的投資金額主要集中在中國大陸，約達 1.5 億美元，其次則是美國，投資金額約為 4 千萬美元，其他地方的醫療服務產業投資金額幾近於零，像是日本，歷年來投資金額僅有 9 萬美元 (見前表 3-10)。

由以上歷史資料可知，我國醫療服務產業對外投資的情形相對少見，因此本研究在進行業者訪談時，所詢問醫療服務國際化的情形，多半仍以吸引外國人士來台就醫為主，而對外投資的資訊相對有限。因此下文所述之訪談醫院，是以至中國大陸投資興建醫院為例，進行說明。

以台商進軍中國大陸醫療產業市場所遇問題來看，中國大陸存在許多公立醫院，且對外人投資醫院有所設限，台商在中國大陸當地設立醫院，除了

必須面臨與公立醫院的競爭之外，在聘用醫事專業人員方面也遭遇許多困難，同時醫院能否順利加入當地的醫療保險，也會直接影響當地居民就診意願，若無法順利取得，恐怕對於醫院的經營上就會相對困難許多，整體而言，以業者觀點來看，目前中國大陸在醫療服務方面，尚未能提供外人一個合理的投資環境。

另外再針對醫療服務國際化—邀請外國人士來台就醫部分的業者訪談觀點，大致說來，本年度計畫所訪談的業者回饋意見，事實上對於政府近年來在推動醫療服務國際化的努力與重視，及所提供的政策輔助，都抱持著相當肯定且支持的態度，某些問題也許在過去的確是造成外國人士來台就醫的種種限制，不論在法規面或制度面上，政府都已逐步進行調整與法規的鬆綁，以發放醫療簽證為例，時效性已明顯提高，最長不超過三天即可取得，比起過去的發放效率自不可同日而語，現在如果仍有國際病患在取得醫療簽證上有困難，問題多出現在該病患自己的國家及法令限制，而不是台灣這邊，因此醫療簽證已不再是推動國際醫療的主要障礙。

但是業者亦有表示：目前國際醫療要吸引外人前來台灣就醫，其最主要的問題仍在於如何行銷台灣的醫療，如何行銷台灣的醫院？雖然有部份業者對此表示希望政府在整體醫療行銷上給予協助，或者在每年例行對外招商的國外行程上給予補助，但也有部份業者認為：要行銷國際醫療，關鍵在於這家醫院是否擁有最優秀頂尖的醫療人才，特別是學術無國界，這些優秀的醫師每年所發表的國際醫學期刊，就是提高該家醫院國際能見度最好的行銷廣告，尤其是現在網路資訊非常發達，對於罕見疾病或是特殊重症患者⁴⁴，往往在就診之前會先進行充份的資訊收集，因此只要發表自台灣的醫學文獻國際知名度高，就能自動吸引許多慕名而來的國際病患。除此之外，醫療服務是非常需要建立口碑的，因此也有業者建議，如能將過去所進行過的幾個成

⁴⁴ 在此係指該病患之治療不具時效急迫性，但又需要進行精密且重大手術者，例如顱顏重建、顯微重建等手術。

功國際醫療案例，透過適當的包裝與媒體報導（特別是針對目標國進行報導），這種實際案例的推廣效果，成效非常顯著。

第四節 有利拓展出口之創新服務模式研究

在瞭解上述章節對於我國醫療照護產業的發展現況、產業政策，國際競爭力分析後，本研究進而整理了我醫療照護產業出口目標市場的相關限制，並藉由業者訪談收集業界在經營面上所遭遇的困難為何。接著本節將探討我國醫療照護產業已經成形或正在發展中的產業創新服務模式，以及針對這些創新模式的成功案例中，嘗試歸納出有利該產業拓展出口的利基所在。

一、醫療服務創新模式之成功案例

（一）雲端科技有利遠距醫療服務之發展

雲端科技近年來隨著網路化的普及，已經成為最熱門的前瞻科技發展項目之一，所謂的「雲端運算」（Cloud Computing），參考美國國家技術標準局對雲端運算的定義：「雲端運算是一個模式，能便利地隨需要透過網路存取設定好的共享運算資源池（如網路、伺服器、儲存裝置、應用程式與各類服務）。可以用最少的管理工作或服務供應商互動，進行快速、配置和發佈。」⁴⁵

而此項雲端技術近年來在醫療照護產業上的運用愈來愈普遍，其原因主要係為了因應社會人口老年化時代的來臨，對於醫療照護的需求也愈來愈高，世界各國政府莫不亟思如何降低醫療成本，同時又能提高醫療照護的品質，加上科技不斷進步，資通訊產業發達，也逐漸應用到醫療照護的體系上，在結合科技網路的應用後，未來所謂的「醫療雲端資訊平台」勢必逐漸普及

⁴⁵ “The NIST Definition of Cloud Computing”，Version 15，P. Mell and T. Grance，2009. 可下載自：<http://csrc.nist.gov/groups/SNS/cloud-computing/>

化，並取代現有的醫療照護經營模式。

現今民眾所熟悉的醫療照護模式，不外是生病之後才會進入醫療系統，而醫師給予治療的方式也可能相當片段，多半僅能針對病患就醫當時所出現病症給予診療，屬於症狀治療或解除的階段，但對於先前的罹病原因，及治療後應注意的療癒照護，往往就不屬於現今醫療行為所能涵蓋的範圍之中。正因為如此，曾有醫師感嘆表示：他一個人所能照護到的病患，只有「伸手可及」的範圍（**Within arm's reach**），意味著一旦病患離開診間或離開醫院後，醫師就無法再掌握病患的行為和身體狀況。

但是這種醫事行為模式，卻可能藉由醫療雲端科技而有所改變，亦即透過將現有的醫療體系「雲端化」，包括建立起醫療資源與就醫資料記錄的「共享性」，例如將民眾的就醫記錄、健康情況，甚至生活起居、日常飲食等資訊，藉由手機或家中的電腦上傳至「醫療雲端」的共通平台上，即可整合民眾就診記錄、醫生醫囑、藥房買藥記錄、再加上民眾的心跳、血壓、體重、體脂肪、平日飲食的規則與餐點的種類等，這些資訊經過專業人士判讀後，再依個人需要量身打造出個人專屬的健康諮詢建議，並由此建立起醫護人員和民眾之間互動溝通的橋樑。

而隨著全球人口老化，慢性病患的人數勢必也會快速成長，民眾的健康管理將會成為各國所面臨的重要問題，在結合網路服務、IT 技術，電信、電子設備進入醫療照護體系後，不但有助於醫院與民眾的互動，更可能進一步銜接不同醫療院所間的資訊交流，可有效促進醫療效率，降低醫事成本，讓社會整體的醫療資源和服務，能夠更加整合。

而這種創新醫療照護模式的發展，亦能有效吸引或帶動異業間的合作空間，工研院（**Industrial Economics & Knowledge Center, IEK**）曾在「2020 台灣願景：生活型態的先驅者系列報告」中指出，醫療資訊的應用與民眾的健

康管理，將是台灣發展雲端服務的先趨⁴⁶。再如國際大廠 IBM 去年（2009）即看中台灣優良的醫療環境和整體 IT 產業發展，決定在台灣成立「IBM 智慧生活前瞻研究中心」，其概念即是運用雲端科技，在台灣推動「全人醫療照護（Holistic Health Care）」⁴⁷的服務模式。依據 IBM 的規劃，該研究中心將與台灣政府所推動的「智慧生活科技運用計畫」（i236 計畫）配合，將 IBM 在雲端運算、行動技術與深度分析的研發資源與經驗，應用在遠距醫療及長期照護等領域⁴⁸。而該中心的發展目標，即是協助台灣發展出全球第一個雲端健康醫療服務的成功案例，未來也能希望能夠將此成功經驗，透過商業管理模式輸出至其他國家。

檢視國內已引入此種創新醫療照護模式的醫院，也許目前在經營方式各異，所推動的進展和方向也可能有所不同，但基本的策略則仍可歸在引入 ICT 科技及網路技術，朝著建立醫療雲端資訊平台方向發展且已有初步成果者，包括例如彰化秀傳，在今（2010）年與中華電信合作，利用雲端技術及 iPad 應用服務，推出健康醫療雲，此將為國內首朵健康雲之案例，中華電信也是國內第一家推出 iPad 服務的電信公司⁴⁹。

再如台北醫學大學，目前正與資策會合作，發展下一代醫院資訊系統「雲端運算醫院資訊系統」（Cloud-Based Health Information System，CHIS）該計畫將推動國家標準化的電子病歷格式，預計開發不論是在醫院內門診、住院、急診或是醫院外的遠距照護系統，均可藉由雲端運算技術，進行醫療的

⁴⁶ 引述自天下雜誌特刊，『雲端革命』，「打造一朵醫療雲實現全人照護」第31期，2010年2月4日。

⁴⁷ 所謂「全人醫療照護」的用法，源自衛生署2005年提出「全人健康照護計畫」之概念。其意涵為醫療不僅強調在生病前，應提供正確有效的預防方法、生病時要提供以病人為中心之醫療照護，同時也強調生病後要有正確、有尊嚴的復健及支持。而「全人健康照護」將秉持「全人」、「細緻」及「公平」的原則，期望對病患的照顧達到深度及廣度兼顧的境界。

⁴⁸ 引述自：IBM新聞網頁，「實踐「智慧台灣」IBM在台成立全球首座「智慧生活前瞻研究中心」」，<http://www.ibm.com/news/tw/zh/2009/12/21/o010761175304f95.html>。

⁴⁹ 引述自秀傳醫療體系網頁資料，「中華電、秀傳結盟，首推 iPad 服務切入醫療雲」，http://www.show.org.tw/headline_detail.asp?no=2882。

整合與延展⁵⁰。由於臺北醫學大學目前有三家附屬醫院：北醫附設醫院、萬芳醫院以及雙和醫院，該計畫之目的即在能同時整合三家附屬醫療的 IT 資訊系統，其效益在於無須另行投資三組大型電腦主機設備與空間、三組人力維護。只要運用此雲端服務之技術，即可將各院所內之軟硬體合而為一，可以有效降低成本，同時更符合節能減碳之環保要求。

另外如桃園敏盛醫院，其所推動的 SMART CARE 遠距照護服務、去機構化之高齡者照護服務平台計畫、出院病患之智能化創新照護服務建置計畫等，其計畫內容均是希望透過網路平台，請病患持續性地上傳所需資料，再由醫院之專業照護服務小組人員，監測平台使用者的生理資料並提供適當諮詢及醫療提醒。

從上述國內幾家大型醫院積極發展雲端科技的現象，可以觀察出此種結合 IT 技術、網路平台發展趨勢的創新管理模式，將是未來醫療照護服務產業的重要發展趨勢，而透過雲端技術也能有效解決醫療服務具有區域侷限性的發展限制，遠距醫療服務的可行性將大幅提高，這對於我國醫療照護產業的國際化發展，例如提供跨境服務、亦或醫療照護服務管理模式輸出，都將是一項重大利基。

（二）基因檢測技術打造個人化健康管理新模式

我國醫療產業的創新發展，除了呈現在上述整體醫療資訊整合的雲端技術上，整體生物醫學產業技術的不斷提升，也是我國相當重要的產業發展成果之一，其中基因與資訊科技的整合，尤其將對我國未來醫療服務產業帶來重大影響力。

與雲端科技的影響類似，基因檢測技術也將徹底改變現在傳統的醫療行為模式，在現行的醫療行為模式下，醫師診斷多以症狀治療為主，對於藥物

⁵⁰ 引述自台北醫學大學網頁資料，“本校與資策會合作，醫療體系雲端服務”，<http://www.tmu.edu.tw/v3/news/news.php?Sn=24>。

施用也是採均一化的醫療行爲⁵¹。但事實上，同樣的疾病症狀施以相同的藥物治療，對不同的人而言往往會有不同的效果，特別對於癌症或者各種慢性病來說，往往發現疾病均為時已晚，因此對於如何防範疾病於未然，也就是如何發展「預防醫學」，愈來愈受到醫界的重視。

要發展預防醫學的先決條件，在於能夠清楚掌握造成疾病的原因或危險因子，進行早期檢測並採取適當方式管控，以達到健康管理的目標。進行疾病預防的方式，則非常多元，過去對於致病因子的研究，常常關注在外在環境因素的探討上，例如傳染病源，有毒化學物質、放射性物質等，再如生活飲食習慣如抽菸、喝酒、高糖高脂食物等也常導致各種慢性疾病的發生，然而過去數十年來大量的流行病學研究都發現：這些外在環境因子皆僅能解釋部份的疾病成因，其他部分主要與家族史有關連，尤其在諸如癌症、心血管疾病、糖尿病等常見慢性病上更是明顯。

而與家族史病因有關；且最重要的決定因子，即落在人類的遺傳基因上，因此進行所謂的基因檢測，或者稱為預測性或預防性的基因檢測，已經成為新興類型的基因檢測模式，這種具預測性的基因檢測，目的是希望能夠提供民眾更具有科學基礎的健康管理模式，能夠在疾病發生前，甚至出生前，就提供個人的先天體質資訊，並依此進行個人化的預防性健康管理；同樣的在藥物使用上，也期望可依個人體質，於用藥前即預測療效及副作用，而這樣的一種預測性基因檢測技術，最可貴的地方在於隨著研究研究成果大量且快速的累積，其正確性、可預測性都將大幅提高，其背後隱含的市場商機將是不可限量，而經過普及和推廣後，也將使得商業運作模式得以成型，這些發展趨勢，都將對現今的醫療及健康管理模式及其產業生態造成重大改變。

此種預測性基因檢測技術的發展，對於未來醫療照護服務產業的意義，

⁵¹ 藥物施用均一化，指的是藥廠研發藥物時，必然會尋找可消解表面症狀，對大部份人而言是有效的，且無嚴重毒害的藥物為主，但卻無法確保這些藥是否對特定體質人員具有副作用。

在於具有開創新的商業模式及開發新市場的契機。以目前在歐、美、日等地的發展現況來看，除了有官方或半官方醫療研究機構提供預測性基因檢測服務之外，已經陸續出現有私人公司提供此方面的服務，如歐洲之 Gendia，在美國較早期有 Myriad、Sciona、GeneLink、InterGenetic 等，最近則新增了包括 Prevention Genetics、SorensonGenomics、LapCorp、Navigenics、DNA Direct、及 23andMe 等生技公司，日本則有 Bioreplace、DNA BANK、及 Matrixdiet 等公司⁵²。

台灣的發展現況部分，像是世基生醫、優質基因、賽亞基因、台灣基因等公司，均有進行相關研發或提供檢測之服務。同時也有多家私人健診中心亦在健診內容中，加入基因檢測的服務。我們茲以轉述報載台灣基因公司總經理郭東源之看法⁵³：「此種保健檢測模式在日本推出不到一年，就創下台幣約十億元收益的市場，我們預估未來幾年內仍會持續成長。」同時若以美國為例，這種基因檢測採集棒，通常可在一般的超級市場內販售，取得非常容易。因此台灣未來將可透過便利商店的通路，來販售基因採集棒，甚至可以結合超商的便利性，提供符合個人基因條件的參考飲食菜單建議，營養補充品等，整體可能帶動的市場商機將是不可限量。

二、如何運用醫療服務創新模式帶動醫療服務國際化發展

近年來台灣醫療照護服務在國際上已逐漸打下知名度，尤其是我國的全民健保及其執行成效，更是享譽全球。但是過去以來我國醫療照護的國際化發展，卻是相對保守，依據過去文獻對所謂「醫療國際化」的範圍界定，包括國際學術交流、人才交流與訓練、醫療外交援助、國際疫病共同防治、生

⁵² 參考自創新發現誌，「預防醫學大趨勢---邁向個人化健康管理新紀元」，<http://newideas.cc/magazine/article.php?AKEY=532>。

⁵³ 參考自台灣基因科技股份有限公司網頁，「基因檢測預知未來」，<http://www.tgs.com.tw/news20060220-1.htm>

醫產業國際化等⁵⁴，但本研究對於醫療服務國際化的定義，則較著重最後一項，偏向商業行為交流的部分。

而要推動醫療服務的國際化商業交流，如何突破現有的醫療照護發展瓶頸，並從中創造價值，引進創新元素，為原有產業注入新的原動力，將是該產業能否永續發展的關鍵因素。也就是對於醫療照護產業，我們要如何提升服務品質？提升消費者的效用和滿足，甚至激發出客戶新的需求來創造新的商機，都是醫療照護產業要邁向國際化時首要考量的重點。

面對醫療照護產業經營環境的變化趨勢，過去那種片段式的、缺乏整合性的傳統醫療模式，人們只有在身體或心理上出現疾病症狀時，才會進到醫院診所就醫；而醫師僅能就病情予以診斷，然後施予藥物或者手術治療，以舒緩或消除疾病症狀，例如頭痛時給予止痛劑，發現腫瘤時開刀切除，這些模式的重點，僅在於表面症狀的處理，讓患者暫時回復正常的生理和心理功能，但是最重要的疾病發生原因，就不在一般療程中可以得到答案，而這樣的傳統模式，事實上不論對民眾或是對醫療照護人員來說，都已無法滿足，再加上科技與資訊產業的發展，已直接或間接改變民眾日常生活方式，醫療照護產業自然也無可避免地也會隨著科技進步，而改變了既有的醫事行為。

如前所述，雲端科技與基因檢測技術的逐漸成熟，已深切地影響了各國醫療照護服務的供給方式，也可能改變未來醫病之間的互動模式，整體說來，不論是雲端科技或是基因檢測技術，都是在既有的醫療照護體系下，引入了新的元素，結合 IT 技術、生物科技、以及透過網路的系統化管理，建構出以資訊為基礎的平台，因此未來醫師能夠掌握的病人資訊將更具系統性，除了表面的病症外，包括病患的日常生活習慣、飲食內容、或者治療後的復原情況追蹤等等，將有助於讓醫療行為更具整體性，也才能夠將醫療和照護緊密的連結在一起，並從而建構出完整的醫療照護產業。而基因檢測技

⁵⁴ 蔡素玲，「讓顧客走進來 醫療走出去」，台灣經濟論衡，第五卷，第十期，2007。

術的成熟，則有助於將我國的生醫產業和醫療產業正式掛勾，同時一旦生醫產品得以透過有形商品化來發展，並普及到民眾日常生活之中，將能帶動龐大商機，且可能將完全改變現有消費行為，舉例而言，未來民眾可能就近到住家附近的任何一家超商，購買適合自己的基因檢測劑或一般健康生理量測劑，測試之後資料即可上傳到個人專屬健康中心，民眾即能立即獲知自己現時的健康情況，推斷罹病機率，並可由超商提供量身打造的個人化健康飲食建議，甚至提供就醫掛號診療服務等等，種種新的就醫行為模式於是成形。

未來我國應如何運用上述創新模式來帶動醫療照護產業的發展？此問題之關鍵即在於我國應如何鎖定並提升核心能力；也就是如何掌握其中的關鍵資訊和技術。由於我國 IT 產業十分發達，技術也相對成熟，擁有相當多優秀 IT 設計研發人才，但人力成本卻相對先進國家低廉，因此要發展醫療雲端科技，可說是將我國二大最具競爭力的產業合而為一，達到一加一大於二的加乘效果。

至於我國發展基因檢測技術的核心優勢則在於，我國的生醫產業技術優良，在基因檢測技術上已有多數基礎，早於 2006 年開始即展開台灣生物資料庫計畫 (Taiwan Biobank) 的前期規劃，建立這個屬於台灣本土生物資料庫的重要性在於：事實上人類基因是具有種族特性，歐、美先進國家所進行的基因工程，不見得能適用於我們東方民族，因此建置屬於我國本土性的基因資料庫乃是相當必要。同時台灣屬於小型國家體，人口多元且集中，加上我國實施全民健康保險多年，並配合主政機關定期進行的國民健康調查，這些種種條件，造就了我國現今對於國人健康資訊的掌握程度遠遠超過世界其他國家。而我國建置基因資料庫的另一重大意義在於，台灣和中國大陸民眾幾乎同文同種，未來由台灣人民所建置出來的基因資料，商品化之後的產品將可望以中國大陸為行銷市場，其試測之準確性將遠遠超過世界上其他國家，這將是我國發展基因檢測技術無人能及的龐大優勢。

再談到服務業的創新理論，參考 Rob Bilderbeek 與 Pim Den Hertog 等

學者⁵⁵在 1998 年 8 月所發表關於創新架構的四個構面為基礎，以我國醫療照護服務業之創新模式為例，進行逐項分析如下：

（一）新的服務概念（New Service Concept）

首先在新的服務概念部分，由於服務業有別於製造業，對於創新產品或創新生產方式是明顯可見的，但服務業的創新方式，有些可以是具體的，但有些則是抽象的概念。而在醫療照護服務方面，本研究所列舉的雲端科技及基因檢測技術的引進，則是介於二者之間，長期下來雖然將會大幅改變現有的醫療照護服務方式，在短期間內卻需要醫病雙方慢慢接受這種模式的改變。惟可確定的是這樣的創新模式，確實將會為此服務業引入新的服務概念，改變過去傳統相對較為狹隘的醫療觀念，而轉化成「全人醫療照護」模式，將疾病發生前的預防，疾病產生時的治療，以及治療後的照護，完整性地納入醫療照護體系之中，具有整合性的醫療服務產業才得以成形。

1.新的客戶介面（New Client Interface）

醫療照護服務的創新模式，確實也將改變現有客戶介面，過去醫病之間唯一能提供服務的管道，只有病患主動進入醫院、診所之後，才能獲得該項醫療服務，但在擁有雲端資訊平台之後，醫病之間的互動將大幅提高，民眾在家即可隨時透過手機或網路上傳資料，並即時獲得醫師醫囑或健康管理師所給予的照護指引。而基因檢測技術的商品化普及後，民眾不需再定期安排健檢，即可快速藉由試劑取得檢測資料，醫院不再是唯一的客戶交流管道，新的客戶介面將透過網路或實體商店，將醫療照護服務深入到民眾的生常生活之中。

⁵⁵ “Services in Innovation: Knowledge Intensive Business Services (KIBS) as co-producers of Innovation”, Bilerbeek R. and P. D. Hertog (1998)。

2.新的服務傳遞系統（New Service Delivery System）

同樣的，醫療照護服務中關於雲端科技及基因檢測技術的創新，除了改變原有醫病交流的客戶介面外，也會衍生新的服務傳遞系統，其中網路將扮演相當重要的服務傳遞角色，而經過訓練後的健康管理師，也可能派駐在各個街角的超商或是連鎖藥妝店，依照每一位客戶的需求、生理條件、心理狀況等等，隨時提供個人化健康諮詢與醫藥使用建議。

3.新的技術（科技）選項（Technological Options）

儘管技術選項並非服務創新的必要選項，但是擁有新技術（或科技）的投入，卻能有效提高服務品質及提升服務效率。對於醫療照護服務產業來說更是如此，不論是雲端科技或是基因檢測技術，都有賴持續性的 IT 技術研發，以及生醫產業的推陳出新，才能搶得市場先機，並開發新的商業價值。

綜上所述，由於我國內需市場有限，未來醫療照護服務產業要有發展空間，勢必要走向國際化，而要走向國際化，就應思考如何將醫療服務市場商業模式化，雲端科技運用在醫療照護服務資訊平台的運用，有助於醫病資訊的公開與透明，並將醫療行為與前段預防、後段照護做系統性連結，完整的醫護資訊，更有利未來遠距醫療的發展，假以時日技術成熟之後，醫療照護產業的跨國提供服務有可能成為常態。而在基因檢測技術的創新方面，則讓個人化的健康管理往前邁向一大步，特別是醫療和生技產業的結合，正可讓醫療服務順利轉化成有形商品，進而行銷全球，對於我國醫療服務的國際化發展，將是相當重要的關鍵角色。

第五節 小 結

醫療照護產業近年來隨著民眾對健康意識抬頭，已逐漸成為各國積極發展的產業；針對促進醫療照護服務相關產業發展與國際化，政府持續以多項方案與計畫支持，從「醫療服務國際化旗艦計畫」、「健康照護白金計畫」、

「台灣醫療服務國際化行動計畫」、去（2009）年總統府財經諮詢小組將國際醫療列為十大重點服務業之一等等，足見政府對於該產業之重視。

針對我國推動醫療照護服務國際化發展所提供之看法，根據本研究訪談之國內衛生主管機關指出：國內推動醫療服務產業國際化，具有幾個重要性：一是現有國內醫事人員（包括醫師、護士、藥師、醫檢師等）均已過度飽和，當這些人力供給出現剩餘時，就會出現二種選擇，一是失業，二是輸出。但是人民失業是政府所最不樂見的情況，因為政府培育一位專門技術人員所投入的成本相當高，專業人才的失業將帶來嚴重的社會問題，因此如何將有餘的人才輸出，即為現階段不得不思考的一個解決方案。另一個重要原因，是我國實施全民健保多年，健康保險對民眾來說是一項重要福利，但是對整個醫藥產業未來發展來講，卻是相當不利，尤其為了控制整體醫療支出，制定了總額給付的限制，同時健保局也對健保給付用藥層層把關，在這樣的制度和管理模式下，我國的新藥研發、新的醫療技術引進都變成困難重重，而為了破除這些限制，也為我國醫療照護產業打開新的活路，將醫療照護產業推向國際化就變成相當重要的一件事。因此，唯有將國內部份醫療活動與國際正式接軌，這個產業才會有新的元素進來，整個產業有了外界的刺激，才會有新的動力向前推進。

也正因為如此，醫療服務照護產業的國際化，以政府主管單位的觀點看來，重點不在於醫療營利行為的提升，因此過去若干文獻所述，可藉由國際醫療增加額外收入來彌補年年虧損的健保支出，事實上也並非推動醫療服務國際化的主要目的。有鑑於此，我國積極推動醫療服務產業國際化，除了消弭已經過剩的醫事人力此種不得不然的因素外，更重要的是如何藉由醫療服務國際化來帶動我國醫療產業的永續發展；從這個觀點出發，國際醫療中的觀光醫療，對於現有醫療技術的刺激與提升是相對有限，且需要國家整體大環境的配合，結合觀光、文化等因素才有條件發展，但是重症醫療就完全具備了達成上述目的的相關條件，加上我國醫療技術精良，但人力成本相對低廉，因此醫療價格上具備了國際競爭力，再加上全球華人市場的重要性愈來

愈高，這些因素都對我國要推動重症國際醫療帶來利基。

針對吸引外人來台接受我國醫療照護業者服務之國際醫療項目，現階段在政府協同跨部會主管機關共同協助推動下，發展已逐漸開始趨於順利，然而我國醫療照護業者到境外投資、設立據點或以與當地業者合作之方式，以結合 ICT 技術導入居家照護、遠距醫療等方式服務他國民眾的另一面向之國際化模式，目前我國則相對發展較少；若依我國醫療服務業對外投資投資情況來看，截至去（2009）年底之累計投資額占整體對外投資的比例甚低，如以投資地點而言，則主要集中於中國大陸、其次為美國。

有關未來進一步拓展我國醫療照護服務市場，訪談業者多認為由於醫療服務高度仰賴醫病間之溝通及信任，且考量到我國醫療技術水準與品質在該市場的知名度，故目前均傾向以同文同種之中國大陸為近期內首要發展之目標市場，特別是集中在經濟相對發達的沿海地帶；然而對美、日等醫療品質與我國相當但價格較高的國家，或醫療品質與價格較低但需要較高端服務的族群（如落後地區的華僑），亦被業者視為未來具發展性之目標市場。

針對美、中、日等 3 個醫療照護服務目標市場於 WTO 對相關業別之承諾，美、日兩國僅針對醫院服務業之承諾模式 2 完全開放、模式 3 部分開放，兩者開放情形相當，而中國大陸方面則僅針對醫療和牙科服務承諾模式 1 與 2 完全開放、模式 3 部分開放，另由於醫療照護產業多被各國視為敏感性較高之產業，以上三國均亦對於模式 3 設有限制措施；另根據業者赴中國大陸投資興建醫院之經驗，訪談業者表示在與當地公立醫院競爭、聘用醫事專業人員以及申請加入當地醫療保險等方面，仍多方面臨障礙與困難。然若以外國人士來台就醫之方面而言，業者認為目前我國政府已逐步在法規與制度面上進行調整或鬆綁，發放醫療簽證等之時效性亦已明顯提高，因此目前醫療簽證已不再是我國推動國際醫療的主要障礙。

如何推動醫療服務的國際化商業交流，為原有產業注入新的原動力，同時提升服務品質與消費者的效用和滿足，甚至激發出客戶新的需求來創造新

的商機，則為未來醫療照護產業要邁向國際化時首要考量的重點。因此本研究認為，未來透過雲端科技運用在醫療照護服務資訊平台的運用，有助於醫病資訊的公開與透明，並將預防、治療至照護的醫護資訊做系統性連結，將更有利未來遠距醫療的發展；此外，基因檢測技術的創新則讓個人化的健康管理向前邁進一大步，透過與生技產業的結合，即可使醫療服務轉化為有形商品，進而行銷全球，對於我國醫療服務的國際化發展，將扮演相當重要的關鍵角色。

第四章 連鎖加盟批發零售服務業發展 現況與拓展分析

連鎖加盟體系的商店須具備兩家以上類似的商店，由總公司提供倉儲、採購、廣告和行銷策略，目的是發揮經濟規模和經營效率。連鎖店實為一組織運作系統，藉由制度規章之約束，將標準化作業程序複製至各連鎖分店，以達到一致的形象及管理上的效率。因此，連鎖加盟被視為「知識經濟」的展現，透過經營模式上累積之經驗管理機制，搭配專業知識與技術的應用，由總部輔導而有效率的複製成功經驗。我國商業發展是以中小企業為主體，連鎖加盟運作模式可以整合資源以提升參與者之整體競爭力，因此在我國也獲得成功的發展。

近年來，台灣零售業的發展日新月異，風起雲湧，各種不同的零售型態相繼出現，零售店經營的手法也不斷進步，為因應不同的環境變化，經營上也面臨到許多的問題，包括成本的膨脹、土地取得困難、同業競爭激烈、顧客消費型態更重視精神及情緒上的滿足，以及消費者保護主義更受重視等。

為了能夠永續生存，零售業逐漸朝向大型化，並依賴良好的經營管理以強化競爭利基。雖然零售業經營並不是非要大規模不可，但對於消費者一次購足的心理，在大型零售店中較易得到滿足。所以從大型零售業的面向來看，除經營多元化外，也會因擴大營業據點，而以連鎖經營的型態來展店，提升其經濟規模，另也可為企業作知名度的廣告。目前，在連鎖加盟批發零售產業中，因國內需求市場有限，眾多的同業競爭之下，業者向外拓展出口走向國際化成為明顯趨勢。業者如何在競爭激烈之國際市場中，以創新模式來掌握優勢，係值得深入進一步探討。

是故，在本章中將針對連鎖加盟批發零售國內發展現況與政策規劃進行研析，然後探討該產業於拓展出口時目標市場所可能遭遇之之市場開放與貿

易障礙問題；之後研究有利於我國拓展出口利基之創新服務模式，最後提出相關具體性建議。

第一節 發展政策與現況

根據 WTO 服務業談判參考分類表，批發零售相關之服務主要屬於十二項服務分類的第四項配銷服務（Distribution Services），其中包括經銷商服務（Commission agents' services）（CPC 621）、批發交易服務（Wholesale trade services）（CPC 622）、零售服務（Retailing Services）（CPC 631+632, 6111+6113+ 6121）、特許經營（Franchising）（CPC 8929）與其他未列名配銷服務。

依我國行政院主計處 2006 年編定之「中華民國行業標準分類（第八次修訂）」，批發及零售業被分類於第 G 大類，其中包括 3 項中類、26 項小類，詳細分類請見表 4-1。其被定義為：凡從事有形商品之批發、零售、經紀及代理之行業均屬之，銷售商品所附帶不改變商品本質之簡單處理，如包裝、清洗、分級、運送、安裝、修理等亦歸入本類。另外，根據經濟部商業司之定義，批發、零售業與餐飲、物流共同屬於「商業」之範疇。

表 4-1 中華民國標準行業分類第八版—批發及零售業

大類	中類	小類	行業名稱及定義
G			批發及零售業 凡從事有形商品之批發、零售、經紀及代理之行業均屬之。銷售商品所附帶不改變商品本質之簡單處理，如包裝、清洗、分級、運送、安裝、修理等亦歸入本類。
	45-46		批發業 凡從事有形商品批發、經紀及代理之行業均屬之，其銷售對象為機構或產業（如中盤批發商、零售商、工廠、公司行號等）。
		451	商品經紀業 凡以按次計費或依合約計酬方式，從事有形商品買賣居間說合而收取佣金之行業均屬之。經由網際網路從事商品經紀亦歸入本類。 不包括： • 以本身商號進行之批發交易應歸入 452 至 469 小類之適當細類。

大類	中類	小類	行業名稱及定義
			<ul style="list-style-type: none"> • 無店面零售代理服務應歸入 4879 細類「未分類其他無店面零售業」。 • 保險經紀服務應歸入 6551 細類「保險代理及經紀業」。 • 不動產經紀服務應歸入 6812 細類「不動產經紀業」。
		452	綜合商品批發業 凡以非特定專賣形式從事多種系列商品批發之行業均屬之。
		453	農產原料及活動物批發業 凡從事未經加工處理之農業初級產品及活動物批發之行業均屬之，如穀類、種子、含油子實、花卉、植物、未加工菸草、生皮、生毛皮、動物飼料用之農產原料、廢料、殘渣與副產品等農業初級產品及家畜、寵物等活動物批發。 不包括： <ul style="list-style-type: none"> • 農業加工食品及不須加工處理即可直接販售給零售商轉賣之可食用農產品（如新鮮蔬果、蛋、肉類）批發應歸入 454 小類「食品、飲料及菸草製品批發業」之適當細類。
		454	食品、飲料及菸草製品批發業 凡從事食品、飲料及菸草製品批發之行業均屬之，如蔬果、肉品、水產品等不須加工處理即可販售給零售商轉賣之農產品及冷凍調理食品、食用油脂、菸酒、非酒精性飲料、茶葉等加工食品批發。寵物飼料批發亦歸入本類。
		455	布疋及服飾品批發業 凡從事布疋、服飾品批發之行業均屬之，如成衣、鞋類、服飾配件批發。行李箱（袋）及縫紉用品批發亦歸入本類。
		456	家庭器具及用品批發業 凡從事家庭器具及用品批發之行業均屬之，如家庭電器、家具、家飾品、家用攝影器材與光學產品、鐘錶、眼鏡、珠寶、清潔用品等批發。
		457	藥品及化粧品批發業 凡從事藥品、醫療用品及化粧品批發之行業均屬之。
		458	文教、育樂用品批發業 凡從事文教、育樂用品批發之行業均屬之，如書籍、文具、運動用品、娛樂用品、樂器等批發。
		461	建材批發業 凡從事建築材料批發之行業均屬之。 不包括： <ul style="list-style-type: none"> • 地毯、壁紙、窗簾批發應歸入 4563 細類「家飾品批發業」。
		462	化學原料及其製品批發業 凡從事化學原料及其製品批發之行業均屬之。
		463	燃料批發業 凡從事石油製品、煤及煤製品等燃料批發之行業均屬之。
		464	機械器具批發業 凡從事電腦、電子與電力設備、產業專用機械與通用機械及其相關配備、用品批發之行業均屬之。

大類	中類	小類	行業名稱及定義
		465	汽機車及其零配件、用品批發業 凡從事汽機車及其零件、配備、用品批發之行業均屬之。
		469	其他專賣批發業 凡從事 453 至 465 小類以外單一系列商品專賣批發之行業均屬之。
	47-48		零售業 凡從事透過商店、固定或流動攤販、郵購公司、消費者合作社等向一般民眾銷售全新及中古有形商品之行業均屬之。零售代理商、零售拍賣公司亦歸入本類。 不包括： <ul style="list-style-type: none"> • 穀類、礦石（砂）、原油、工業用化學品、鋼鐵、工業機械設備之銷售應歸入 45-46 中類「批發業」之適當類別。 • 調理並銷售供現場或外帶消費之食品、飲料應歸入 56 中類「餐飲業」之適當類別。
		471	綜合商品零售業 凡從事以非特定專賣形式銷售多種系列商品之零售店均屬之，如超級市場、百貨公司等。 不包括： <ul style="list-style-type: none"> • 銷售單一系列商品之零售店應歸入 472 至 485 小類之適當細類。
		472	食品、飲料及菸草製品零售業 凡從事食品、飲料、菸草製品之專賣零售店均屬之，如蔬果、肉品、水產品、米糧、蛋類、飲料、酒類、麵包、糖果、茶葉等零售店。
		473	布疋及服飾品零售業 凡從事布疋、服飾品之專賣零售店均屬之，如成衣、鞋類、服飾配件零售店。行李箱（袋）及縫紉用品零售店亦歸入本類。
		474	家庭器具及用品零售業 凡從事家庭器具及用品之專賣零售店均屬之，如家庭電器、家具、家飾品、鐘錶、眼鏡、珠寶、家用攝影器材與光學產品、清潔用品等零售店。
		475	藥品及化粧品零售業 凡從事藥品、醫療用品及化粧品之專賣零售店均屬之。
		476	文教、育樂用品零售業 凡從事文教、育樂用品專賣零售店均屬之，如書籍、文具、運動用品、娛樂用品、樂器等零售店。
		481	建材零售業 凡從事漆料、塗料及居家修繕等建材、工具、用品之專賣零售店均屬之。
		482	燃料零售業 凡從事汽油、柴油、木炭、桶裝瓦斯等燃料之專賣零售店均屬之。
		483	資訊及通訊設備零售業 凡從事資訊及通訊設備之專賣零售店均屬之，如電腦及其週邊設備、通訊設備、視聽設備等零售店。
		484	汽機車及其零配件、用品零售業

大類	中類	小類	行業名稱及定義
			凡從事全新與中古汽機車及其零件、配備、用品之專賣零售店均屬之。
		485	其他專賣零售業 凡從事 472 至 484 小類以外單一系列商品之專賣零售店均屬之。
		486	零售攤販業 凡從事商品零售之固定或流動攤販均屬之。
		487	其他無店面零售業 凡從事 486 小類以外無店面零售之行業均屬之，如透過廣播電視等傳播媒介宣傳、自行印製郵購或電子購物目錄、直接登門拜訪、在家展示等方式零售商品。

資料來源：中華民國統計資訊網，中華民國行業標準分類（2006.05第八次修訂）。

根據「2009年台灣連鎖店年鑑」中「2008年台灣連鎖店普查分析報告」之調查對象分類，連鎖店主要經營類別有流通、零售和連鎖服務業，亦可區分為綜合零售、一般零售、餐飲服務、生活服務等四大業態。綜合零售類包括購物中心、百貨公司、量販店、超級市場與便利商店等五個項目；一般零售類區分為食品零售、流行時尚、服飾專賣、藥妝精品、居家修繕與數位科技六項；餐飲服務類包含速食店、咖啡簡餐、餐廳與休閒飲品四項；生活服務類包括休閒娛樂、家居服務、美容美髮與其他生活服務四項。

依照連鎖加盟方式不同，其連鎖分店經營權與經營模式有所差異，我國之連鎖加盟體系大致可區分為以下四類：

1. 直營連鎖：由總公司直接經營，分店經營權屬於連鎖總部，總部掌握絕對的指揮控制權；
2. 自願加盟：依照加盟主與連鎖總部之契約規定，使用相同商標、裝潢以及選擇性使用商品、服務及經營模式，該分店之設立，分店設立所需之資金與人力皆由加盟主負責，店家所有權屬於加盟主；
3. 委託加盟：透過連鎖總部或區域加盟公司和加盟主簽署契約，委託加盟主經營該分店，使用相同商標、裝潢、商品、服務與經營模式，分店所需人力由加盟主負責，資金由總部負責，分店所有權屬於總公司；

4. 特許加盟：加盟主與總公司或區域加盟公司締結契約後，依約規定使用商標、裝潢、商品、服務與經營模式，加盟店設立所需資金大部分由加盟主負責，所有權為加盟主與總公司共有，但以前者為主。

一、產業發展政策

自 2004 至 2007 年，經濟部商業司推動「連鎖加盟服務事業推動 4 年計畫」，其中包含：「優良服務 GSP（含連鎖加盟）認證輔導及宣導計畫」、「連鎖加盟商業人才認證培育推廣 3 年計畫」、「連鎖加盟導入數位學習計畫」、「連鎖加盟服務事業行銷拓展 3 年計畫」、「連鎖加盟總部商業設計大賽計畫」、「健全連鎖加盟總部機制計畫」等 6 項計畫，綜合以上實施成果，發現台灣服務業仍有企業體質不足、國際品牌行銷人才不足、服務流程標準化及簡單化不徹底、經營管理制度化不夠等共通問題。

經濟部商業司遂於 2007 年 7 月核定 2008-2011 年為期四年之「提升商業服務品質計畫」，著重環境發展、營運總部、人力資源、品牌平台與服務品質五大策略，主要目的是持續深耕及擴大過去實施計劃之相關效益，同時改善執行後所面臨之問題，徹底健全國內體系以迎接國際之挑戰，將開拓海外市場視為終極目標；藉由推動商業邁向健全的服務經營發展，打造台灣成為「行銷國際連鎖加盟商業之運籌總部」及「亞洲新商業文化及風格之創造園地」。

自 2009 年迄今，政府陸續以各項政策推動輔導我國商業服務業發展，吸引外資投入商業服務業，鼓勵國內零售服務業以連鎖加盟方式進行海外投資，藉以帶動國內產業出口，提升零售服務業競爭力。現今連鎖業經營環境愈來愈複雜，競爭愈來愈激烈，2009 年有些業種呈現成長，卻也有些業種呈現衰退現象，故連鎖業者應隨時掌握環境變化，蒐集有用資訊，配合時代潮流，才能在流通與連鎖市場中，立於不敗之地。

我國連鎖加盟業者在面臨國際化（尤其是中國大陸在既有市場優勢及相

關產業逐漸吸收台灣及外資之經驗後），所面臨的競爭將日益激烈，但同時也代表未來趨勢將朝向以維持創新拓展國際市場、經營資訊電子化、創造品牌差異性、新思維、整合管理及運作模式等基本經營模式之方向改革。由於過去我國加盟業在群集力量上遠較其他外資及中國大陸之現有集團企業為之分散，因此，如何整合既有國內各批發、連鎖、加盟業者之現有資源，進而提升企業整體競爭力，朝向連鎖加盟高值化、經營資訊電子化、多元業態及國際化等目標發展，以創造相關競爭優勢，為當前所必須面對之課題。

而為因應金融海嘯造成全球景氣衰退之負面影響，商業司配合經濟部 2009 年度施政重點，提出「商業服務，提振消費：以連鎖加盟業者為主，推動『開店大補帖計畫』」，鼓勵以連鎖加盟型態開店，提供法規鬆綁、諮詢診斷、資金貸款協助、創業服務經營輔導、人才培訓、創業服務行銷推廣等措施。

經濟部配合行政院揭示 2010 年為「就業促進年」，促進就業亦為 2009 年度施政重點，由於商業活動涵蓋批發、零售、餐飲業，以及與食、衣、住、行、育、樂等民生需求息息相關，在促進消費與創造就業方面更具指標性意義，因此，經濟部從進入門檻相對較低之商業服務業著手，積極創造就業機會、緩和失業問題。經濟部商業司藉由 2009 年全國商業發展會議凝聚共識、積極勾勒出 2012 年希冀達成的「全球華人連鎖加盟運籌總部」、「華人電子商務亞太營運中心」及「亞太物流增值基地」之三大願景，以更多元的商業發展策略，加強推動零售暨加盟展店、美食連鎖世界布局、商圈優化、物流及電子商務發展等，帶動就業機會。為此，經濟部於 2009 至 2010 年陸續推動相關政策及措施輔導提升我國批發、連鎖及加盟業者之優勢與競爭力（詳見表 4-2）。

表 4-2 2009 至 2010 年經濟部輔導批發零售服務業之相關措施

年度	措施項目	說明
2009 年	推動法規鬆綁	廢除公司設立登記最低資本額制度。 廢止營利事業統一發證。

年度	措施項目	說明
		成立工作圈，因應環境不定時檢討不合時宜法規，以提升企業競爭優勢。
	推動諮詢服務	成立開店諮詢服務團。 投資抵減規劃。
	自助貸款資金優惠與商業服務經營輔導	促進服務業發展優惠貸款。 流通服務業及餐飲業優惠貸款。 青年創業貸款。 微型創業鳳凰貸款。 辦理提升商業服務品質之輔導。 開店補助輔導:補助業者從事新服務商品、新經營模式、新行銷模式或新商業應用技術之開發。 培養店家資訊應用:針對店家經營者，訓練電腦基本知識，養成其上網與資訊蒐集能力，提升業者經營競爭力。 開店 e 化補助輔導:補助店家導入 e 化應用能力，增進店務營運管理效能、提升作業效率、降低營運成本及拓展行銷通路等。 人力資源輔導:促進產學合作機制與聯合徵才、建構數位學習平台 e 學苑、商業人才培訓、品牌鑑價人才培訓及連鎖加盟店長認證。 商圈 ICT 應用增值輔導:以科技創新、活化商圈營運，促進商圈升級，推動增值服務應用，提升商家營收與獲利。 國民旅遊卡特約店資格輔導:協助業者取得國民旅遊卡特約店資格，以提升業者服務品質與經營績效。 節能減碳概念輔導:推動成立商業服務業節能輔導團隊;提供現場節能技術輔導，建立能源資料庫;宣導表現良好者推動計畫競賽獎勵。
	創業服務行銷輔導	網路行銷推廣：辦理網路行銷專案。 行銷活動推廣：透過現有計畫協調各大公協會與媒體或電子商務、各大網站等合作發行連鎖企業之折扣券、優惠券，以促進消費；結合量販店、輔導之商圈、傳統市集辦理團購優惠措施活動，並透過百貨業、量販店、輔導之商圈、傳統市集進行各項促銷活動(如週年慶、嘉年華或折扣優惠等方式)。以增加買氣；並持續辦理「經濟部鼓勵企業投資及刺激民間消費作業要點」。 由於連鎖加盟是標準的「知識經濟」的展現，因此它能累積經營管理的機制，透過總部輔導的模式，快速複製成功經驗。
2010 年	推動連鎖加盟服務事業發展	為因應零售業大型化、連鎖化的趨勢，經濟部已推動提升商業服務品質計畫，希望透過數位學習的導入、連鎖總部營運機能之健全、商業人才培育認證，乃至連鎖總部之國際化等，協助業者解決環境、人才、經營、行銷等四層面的經營問題。2009 年辦理商業人才認證培育 940 人次；輔導及追蹤企業取得優良服務（GSP）認證計 6,000 店；並舉辦連鎖加盟總部評鑑、商業服務業優良品牌選拔以及兩岸流通服務產業合作及交流會議。
	推動電子商務	經濟部推動「新網路時代電子商務發展計畫」，辦理電子商務信賴機制、安全付款機制研議及推動，發展企業創新營運模式，如創新營運模式構想發掘、創新營運模式示範輔導、創新營運典範落實；推動國際化營運，進行國際化營運基礎研究、國際化潛力商品發掘與輔導、國際化行銷營運平台輔導，以協助業者快速的累積成功經驗，並鼓勵業者持續不斷的進步，以強化營運能量及參與國際市場佈局。2009 年國內

年度	措施項目	說明
		電子商店約近 2 萬 5 千家，B2C 電子商務市場規模 2,076 億元，較 2008 年成長 22%，因此，若能有效利用此一通路，勢必可以為企業開拓商機。
	促進商業投資	自 2008 年 4 月 13 日起廢止營利事業統一發證制度，大幅簡化及縮短企業開創事業申設程序與時程，並廢除公司設立登記最低資本額制度。此兩項制度變革，使開辦企業成本大幅降低，也使台灣在深受各國企業重視的世界銀行「2010 年全球經商環境報告」中，總排名大幅躍進 15 名，更提升了投資台灣的吸引力。此外，為有效促進創新及技術發展，增進資訊擴散與應用能力，經濟部已提供租稅優惠獎勵及優惠貸款，透過營所稅抵減，獎勵批發零售業購置設備或技術，自 2001 年至 2009 年底累計已核定投資抵減案件 6,600 件，投資金額計 118 億元。
	強化創業創新	提供創業諮詢服務、e 化補助、優惠貸款與經營輔導，截至 2009 年度完成 557 家業者創新研發補助、2,850 家新開店商家導入 e 化應用能力，開店數成長 4,600 家、創造 38,000 個就業機會，對整體經濟、促進投資及創造就業，發揮乘數效果。自 2005 年 10 月起，更將研發補助由製造業擴大至商業領域，依據「商業研究發展輔導辦法」，補助開發新服務商品、新經營與新行銷模式，或新商業應用技術之業者，鼓勵批發零售等服務業者創新，邁向永續經營，2009 年度補助案件數為 255 案，帶動業者投入 4.66 億研發經費，增加營業額 38.5 億元，新增就業人數 1,434 人。

資料來源：經濟部商業司、台灣連鎖加盟協會、2010年台灣連鎖店年鑑、2009年台灣連鎖店年鑑。

二、產業發展現況

服務業為帶動我國經濟發展與成長之一環，2008 年我國服務業產值約新台幣 8.8 兆元，其中佔服務業產業核心比重最高之商業服務業佔其中之 53.4%。2008 年服務業更佔我國 GDP 比重達 68.59%，以批發、零售、餐飲等行業為主體之商業服務業更佔服務產業比重達 20.46%，而商業服務業中又以批發零售加盟等為核心產業，零售服務業就業人口佔服務業就業人口約 11%。2009 年隨全球及我國景氣回溫，帶動零售服務業成長，從表 4-4 可以看出，2009 年台灣零售服務業營業額為 3.28 兆元，較 2008 年成長 1.56%。就成長率來看，自 2004 年起台灣零售服務業營業額每年逐漸成長，除 2008 年受金融海嘯影響有些下降，其餘年份均為正成長。

經濟部統計處之批發、零售及餐飲業動態調查資料顯示，2008 年我國批發、零售業與餐飲業營業額約為新台幣 3.55 兆元，推估其中連鎖加盟產業之貢獻達新台幣 1.7 兆元，貢獻度約為 48%；顯示連鎖加盟已逐漸形成零

售業與餐飲業之主要趨勢，藉由連鎖加盟可使連鎖總公司拓展企業版圖，加盟主亦可透過複製總公司經營模式之優勢，有效降低創業成本及風險，此外，在增加就業機會、提升品牌效益、增進服務價值等方面，皆有顯著之影響。

表 4-4 2004 至 2009 年台灣零售服務業營業額及成長率

年度	營業額（新台幣億元）	較前一年增減
2004	2.93	8.39%
2005	3.09	5.66%
2006	3.15	1.72%
2007	3.26	3.68%
2008	3.23	-1.00%
2009	3.28	1.56%

資料來源：經濟部統計處，本研究整理。

根據台灣連鎖暨加盟協會出版之「2010 台灣連鎖店年鑑」，2009 年台灣地區連鎖體系調查共分四大類，分別為綜合零售類、一般零售類、餐飲服務類，以及生活服務類。統計調查登錄之連鎖總部共有 1,563 家，較 2008 年 1,386 家成長 177 家（成長率 12.8%），總店數達 80,944 店，成長 3,522 店（成長率 4.5%），其中直營店成長 9.5%，加盟店 1.9%，平均店數規模（總店數/總家數）由 55.9 店降至 51.8 店，顯示連鎖規模呈現縮減，而直營店與加盟店的相對比重，直營店略呈上升趨勢（35% 上升至 36.7%），加盟店則略呈下降趨勢（65% 下降至 63.3%），見表 4-5。

綜合零售類的總部為 88 家，較 2008 年增加 2 家（成長率 2.3%），總店數 10,903 店，較 2008 年則增加 154 店（成長率 1.4%），平均店數減少 1.1 店（成長率 -0.8%），變化不大；而直營店比率由 26.5% 降為 24.6%，加盟店比率由 73.5% 升為 75.4%。

一般零售類總部為 640 家，較 2008 年增加 63 家（成長率 10.9%），總店數 22,379 店，較 2008 年則增加 1,649 店（成長率 8.0%），平均店數減少

0.9 店（成長率-2.5%），變化不大；而直營店比率由 67.2% 升為 70.3%，加盟店比率由 32.8% 降為 29.7%。

餐飲服務類的總部為 425 家，較 2008 年增加 78 家（成長率 22.5%），總店數 25,005 店，較 2008 年則增加 4,481 店（成長率 21.8%），平均店數略為減少 0.3 店（成長率-0.5%），變化不大；而直營店比率由 18.4% 略升為 18.7%，加盟店比率則由 81.6% 略降為 81.3%。

生活服務類的總部為 410 家，較 2008 年增加 34 家（成長率 9%），總店數 22,657 店，較 2008 年幅減少 2,762 店（成長率-10.9%），平均店數減少 12.3 店（成長率-18.2%），直營店比率由 25.6% 略增為 28.9%，加盟店比率由 74.4% 略降為 71.1%。

表 4-5 台灣地區連鎖店發展趨勢

金額單位：件、%

		2008 年	2009 年	成長家數 (2009-2008)	成長率% (2009-2008)
綜合零售	家數	86	88	2	2.3
	總店數	10,749	10,903	154	1.4
	直營店	2,850 (26.5%)	2,679 (24.6%)	-171	-6.0
	加盟店	7,899 (73.5%)	8,224 (75.4%)	325	4.1
	平均店數	125.0	123.9	-1.1	-0.8
一般零售	家數	577	640	63	10.9
	總店數	20,730	22,379	1,649	8.0
	直營店	13,926 (67.2%)	15,739 (70.3%)	1,813	13.0
	加盟店	6,804 (32.8%)	6,640 (29.7%)	-164	-2.4
	平均店數	35.9	35.0	-0.9	-2.5
餐飲服務	家數	347	425	78	22.5
	總店數	20,524	25,005	4,481	21.8
	直營店	3,777 (18.4%)	4,674 (18.7%)	897	23.7
	加盟店	16,747 (81.6%)	20,331 (81.3%)	3,584	21.4
	平均店數	59.1	58.8	-0.3	-0.5

		2008 年	2009 年	成長家數 (2009-2008)	成長率% (2009-2008)
生活服務	家數	376	410	34	9.0
	總店數	25,419	22,657	-2,762	-10.9
	直營店	6,519 (25.6%)	6,543 (28.9%)	24	0.4
	加盟店	18,900 (74.4%)	16,114 (71.1%)	-2,786	-14.7
	平均店數	67.6	55.3	-12.3	-18.2
合計	家數	1,386	1,563	177	12.8
	總店數	77,422	80,944	3,522	4.5
	直營店	27,072 (35.0%)	29,635 (36.7%)	2,563	9.5
	加盟店	50,350 (65.0%)	51,309 (63.3%)	959	1.9
	平均店數	55.9	51.8	-4.1	-7.3

註：括弧內數字代表其連鎖型態店數佔總店數之比率。

資料來源：台灣連鎖暨加盟協會，「2010年台灣連鎖店年鑑」。

就我國零售服務業發展現況言之，具有「市場競爭激烈」⁵⁶與「運用資訊科技，實虛通路整合」⁵⁷兩大表現我國零售服務業發展趨勢與機會之特徵，其中商業服務業發展之趨勢由於國際化之競爭與兩岸經貿交流之逐漸密切，逐漸呈現整合與競爭之趨勢⁵⁸。其中批發業由於現代自動化商品批發物流中心之有效降低物流成本成爲批發業之主要商業發展態勢⁵⁹，爲當前我國批發業發展與強化之重點。而在零售業發展趨勢方面，隨著全球化的發展趨勢，電視及網路購物逐漸成爲零售業發展通路之主流方式之一，未來零售業發展趨勢包括多重零售網路、複合型商店、有機健康食品商店、智慧型商店、宅配銷售服務、行動商店、無店銷售及更細分場間隔商店等模式。因此，目前政府在政策相關制訂上亦朝將科技運用導入創新經營模式。商業服務業之

⁵⁶ *Ibid.*, p.15.

⁵⁷ 「...此外，經濟部委託中國生產力中心研究（2007）發現台灣未來 3 年新興零售業創新經營模式，較具潛力的包括:多重零售通路、複合型商店、有機健康食品商店、智慧型商店、宅配銷售服務、行動商店、無店鋪銷售及更細分的市場區隔商店等 8 種業態。因此，零售業未來將朝向科技應用與導入及創新經營模式方向發展。...」，*Id.*, p.15-16.

⁵⁸ 杜巧霞，98 年度國際經貿事務研究及培訓中心計畫，子計畫一：專題研究（10）中華經濟研究院，兩岸經濟整合^{談判}中我方應爭取之重要利益研究系列－中國大陸內銷市場與台商經濟利益之研析，頁 25。

⁵⁹ *Ibid.* p.17.

發展逐漸強調異業結盟、品牌塑造、網路行銷、通路創新、服務品質升級與國際化發展等趨勢⁶⁰。

另一顯著之趨勢則為零售服務業逐漸走向整合。在過去具有廣大實體通路之零售業者，在近年因網路、電視購物等虛擬通路之興起，逐漸改變過去消費者之消費習慣；加上實體零售通路之成本遠高於虛擬通路所需之管銷成本，使得許多零售服務業逐漸走向「多重通路型態零售企業」，零售服務業必須透過 IT 技術以控制其效率及成本，以更有效地掌控其既有資源與市場。另外，射頻識別技術（RFID）之加強也成為未來零售服務產業發展之重點，將多功能消費平台及工具藉由 RFID 技術加以整合，提供消費者更便利的消費方式。除此之外，大型量販店電子平台之建立與物流相關管道之整合的有效性，也成為零售服務業如何產生更大附加價值的考量因素之一⁶¹。

在加盟餐飲業發展趨勢方面，未來將訴諸消費者選擇為主，以及強調加盟產業別特徵。由於消費意識逐漸抬頭，消費者對於消費標的的選擇，開始產生自我主張，基於消費者不同的需求，業者可從「功能性」出發或是訴諸「文化性」主題，亦可導入科技應用以強化企業管理，提供更親切與方便的服務，並且發展連鎖化經營型態，並以消費需求為出發點，朝向異業結盟或複合式經營（見表 4-6）。

表 4-6 2010 年商業發展趨態

	重點態勢	說明
批發業發展趨勢	<ul style="list-style-type: none"> ● 零售業向上整合現代物流中心興起 ● 結合上下游通路提供更有效率之服務 ● 利用科技縮短物流成本 	由於零售業的向上整合以及現代物流中心的興起，已產生排擠現有傳統型態批發商生存空間的現象，現代批發業除了扮演傳統商品批售的角色外，也要提供上、下游業者經營及管理協助，提供快速有效的供貨服務，降低零售庫存成本。因此，提高行銷效率、集結各家產品、單品量大的聯合配送、自動化商品批發配送中心的成立，以及透過專業化、系統化與效率化的科技作業縮短流流通路降低

⁶⁰ 台灣連鎖暨加盟協會，2009 年台灣連鎖店年鑑，2009 年 4 月，頁 16。

⁶¹ Ibid. note1, p.23-24.

	重點態勢	說明
		成本等，都是當前批發業者發展與強化的重點。
零售業發展趨勢	<ul style="list-style-type: none"> ● 零售業服務精緻化 ● 將科技及新型態通路結合導入 	零售業在多數先進國家服務業產值上占了相當大的比重，舉凡各種民生用品的販賣銷售都免不了與零售業息息相關，然而隨著全球化趨勢潮流，大環境持續不斷的變遷，像是消費者需求越來越傾向多樣與多元性；消費者由僅重視商品價格與品質的觀念，開始朝向服務的體驗、感覺與享受。其次，透過電視或網路購物的經營方式是有效的行銷手法之一。購物網站提供電子型錄供消費者選購產品或服務，直接完成訂單處理，並結合物流配送到家或指定的便利商店。
加盟餐飲業發展趨勢	<ul style="list-style-type: none"> ● 訴諸消費者選擇為主 ● 強調加盟產業別特徵 	隨著民眾生活品質日益提高，消費意識逐漸抬頭，消費者對於消費標的的選擇，開始產生自我主張，基於消費者不同的需求，餐廳主題可從「功能性」出發，例如：講求健康養生的素食、輕食、生機飲食、藥膳等，或是訴諸「文化性」主題，提供分眾化、小眾化或目的性消費服務；其次，導入科技應用以強化企業管理，提供更親切與方便的服務，以爭取消費者的青睞與認同，提升企業競爭力；此外，發展連鎖化經營型態，並以消費需求為出發點，朝向異業結盟或複合式經營，以共同開發市場，建立品牌以降低營運成本，並擴大市場占有率，達到經營規模經濟優勢。

資料來源：台灣連鎖暨加盟協會，「2010年台灣連鎖店年鑑」；本研究整理。

我國連鎖加盟由於面臨國際金融危機對消費市場之影響，連帶使批發、零售及加盟業者面臨遠較過去更艱困之商業環境。商業市場環境發生了以下現象：（1）價格破壞與價值革命之爭議，企圖在整體消費市場力道疲弱之情況下，帶動消費者買氣；（2）市場區隔細分化與跨區格的爭議，在消費市場中必須以改革與再次連鎖企業以新行銷手段確立企業之核心能力是否適合跨區隔之延伸；（3）經營模式創新的驅動，帶動連鎖加盟業者必須以差異化的創新經營，除借鏡先進國家業者之經驗外，亦引入資通訊科技以達成服務創新之商業經營模式；（4）成熟市場之集中壟斷趨勢，顯現在近年來國際間各主要消費市場上之批發、零售、加盟業者間的收購與合併等商業競爭行為上，使商業服務業在國際化之趨勢逐漸呈現集中壟斷之情況；（5）自有品牌之開發也成為商業服務業在面對國際競爭時必須面對的課題，因自有品牌的建立與其他同質業者之差異性外，對同業間之「全國性品牌」

(national brand) 也形成另一競爭優勢；(6) 網購與多樣化通路的興起，帶動虛擬與實體通路間的相互結合，進而形成另一通路模式；(7) 連鎖加盟業體質的強化，是商業服務業克服面臨全球化消費市場疲弱之經營方式，藉由強化整體服務體質，以樹立其不同之特色；(8) 由於擴大複式授權加盟 (multiunit franchising) 型態之比例逐年上升，因此創造了中年白領族群投入加盟創業行列；(9) 由於商業服務業出現壟斷集中和逐漸朝國際化集團佈局發展，業者尋求銷售及通路成本之降低及市場佔有率之擴大，再加上國內加盟產業已呈現飽和，更加速加盟業者向海外發展的步伐。

綜上言之，在整體消費趨勢改變下，業者跟隨情勢做轉變，帶動了商業服務業經營模式的轉型。

第二節 推動國際化分析

「國際零售活動」之定義，即是「為滿足國內或國外市場中不同的特殊需求，以跨國的商品管理、營運活動方式來進行的一種活動」⁶²。而世界各國連鎖店快速發展過程中所遭遇之共同問題，包括自我品牌形象與企業知名度建立的困難、店面人才招募與培養的煩惱、居高不下的租金成本壓力、消費者的消費能力仍為有限、如何在有限的店面空間內，創造更多的利潤、加盟者與總公司之間、加盟者與服務員工與總公司之間的難解題、各國及各地方政府對連鎖業發展的配合度不盡理想及如何邁向國際化及建立全球策略之基礎等因素。而解決上述之問題之主要方式取決於企業數位化之程度，以台灣連鎖、流通服務業而言，商業流通活動為國內重要的服務型態，其中以批發零售業為面對最終消費者的主要經營業者，物流業則扮演製造業、批發業與零售業等上下游產業之間運輸倉儲的後勤支援角色，流通服務業可協助廠商縮短垂直整合的流通過程，降低水平擴充上的成本，流通服務業之能力

⁶² Via <http://www.rapidigger.com/.../mandre-andre-lewis-1977-mandre-rar-2489615/> last laiew at 2010/06.26.

強化實為提升台灣產業競爭力不可或缺的關鍵要素。

一、連鎖加盟批發零售之服務貿易概況

(一) 對外投資概況

從批發零售的對外投資方面來看，經濟部投資審議委員統計資料顯示，1952~2009 年間共有 1,946 件核准批發零售業對外投資，金額共計有 48.5 億美元。自 1993~2006 年間，除 1994 與 1995 年件數少於 100 件外，其餘年份都超過 100 件。惟自 2007 年開始，件數又小於 100 件，2009 年件數為 83 件。整體而言，批發零售業件數占整體件數約 15.4%（不含中國大陸）；在投資金額方面，僅有 1994、1997、1999、2006 年投資金額超過 3 億美元，特別在 1997 年時，投資金額超過 5 億美元，而最近 2 年（2008 與 2009 年），投資金額分別為 3.3 億美元與 2.9 億美元。整體而言，批發零售業投資金額占整體投資金額約 7.7%（見表 4-7）。

表 4-7 1993 至 2009 年批發零售業核備對外投資件數與金額

單位：件、千美元

年份	對外投資總計		批發零售業對外投資	
	件數	金額	件數	金額
1993	326	1,661,046	118	195,579
1994	324	1,616,844	89	373,427
1995	339	1,356,878	94	173,017
1996	470	2,165,404	119	219,355
1997	759	2,893,826	135	503,984
1998	896	3,296,302	155	290,191
1999	774	3,269,013	130	380,795
2000	1,391	5,077,062	120	248,770
2001	1,387	4,391,654	166	210,994
2002	925	3,370,046	104	292,695
2003	714	3,968,588	115	274,202
2004	658	3,382,022	107	250,853
2005	521	2,447,449	117	178,801

年份	對外投資總計		批發零售業對外投資	
	件數	金額	件數	金額
2006	478	4,315,426	150	476,192
2007	464	6,469,978	64	169,818
2008	387	4,466,491	80	328,544
2009	251	3,005,554	83	286,416
合計 (批發零售占比)	12,602	62,774,134	1,946 (15.4%)	4,853,633 (7.7%)

註：對外投資總計不含中國大陸資料；括弧內數字代表批發零售占整體對外投資比率。
資料來源：經濟部投資審議委員會。

若以中國大陸來看，1991~2009 年批發零售業核備對中國大陸投資之件數共計有 2,131 件，投資金額有 33.3 億美元（見表 4-8）。從 1991~2009 年來看，1993、1997、2001~2007 等年份，其投資件數均超過 100 件，特別在 2004 年有 320 件，整體而言，批發零售業件數占整體件數比重約 5.6%。從投資金額來看，自 2001 年起投資金額均超過 1 億美元（之前僅有 1997 年超過 1 億美元），且自 2005 年開始投資金額超過 2 億美元，之後每年均有 2 位數的成長，特別在 2009 年成長約 48%，達 7.4 億美元。批發零售業投資金額占整體投資金額比重約 4.0%。另外，也發現 2009 年件數僅有 82 件，投資金額卻高達 7.4 億美元，顯示投資的案件整體規模相較於過去已擴大許多。

表 4-8 1991 至 2009 年批發零售業核備對中國大陸投資件數與金額

單位：件、千美元

年份	對中國大陸投資總計		批發零售業對中國大陸投資	
	件數	金額	件數	金額
1991	237	174,158	1	200
1992	264	246,992	0	0
1993	9,329	3,168,411	170	70,755
1994	934	962,209	31	21,136
1995	490	1,092,713	32	56,190
1996	383	1,229,241	23	30,285
1997	8,725	4,334,313	287	124,902

年份	對中國大陸投資總計		批發零售業對中國大陸投資	
	件數	金額	件數	金額
1998	1,284	2,034,621	47	85,370
1999	488	1,252,780	26	19,748
2000	840	2,607,142	45	57,916
2001	1,186	2,784,147	110	117,211
2002	3,116	6,723,058	199	146,957
2003	3,875	7,698,784	255	175,404
2004	2,004	6,940,663	320	183,070
2005	1,297	6,006,953	143	274,288
2006	1,090	7,642,335	150	312,778
2007	996	9,970,545	138	411,902
2008	643	10,691,390	72	499,106
2009	590	7,142,593	82	743,150
合計 (批發零售占比)	37,771	82,703,049	2,131 (5.6%)	3,330,368 (4.0%)

註：括弧內數字代表批發零售占整體對中國投資之比率。

資料來源：經濟部投資審議委員會。

另外，從對外投資的區域別來看（見表 4-9），據經濟部投資審議委員統計資料顯示，1952~2009 年批發零售對外投資區域中，以亞洲地區占最多，件數有 2,893 件，金額為 46.8 億美元，件數占整體批發零售業 35.6%，金額占整體批發零售業 28.7%；其中又以中國大陸最多，在 2,893 個投資件數中有 2,131 件是投資中國大陸，投資金額為 33.3 億美元，而中國大陸一個國家即在件數上占整體批發零售業的 26.2%，投資金額則占整體批發零售業的 20.4%。另外，在其他投資地區上，投資金額超過 10 億美元的有北美地區與中南美洲，分別為 11.9 億美元（其中美國有 11.8 億美元）與 18 億美元（其中加勒比海英國屬地有 15.4 億美元）。

表 4-9 1952 至 2009 年批發零售業核備對外投資地區

單位：件、千美元

地區	總業別 投資件數	批發零售業 投資件數	總業別 投資金額	批發零售業 投資金額
亞洲地區	41,626	2,893	101,204,499	4,684,479
日本	495	116	1,284,503	84,622
南韓	146	26	498,628	9,736
中國大陸	37,771	2,131	82,703,049	3,330,368
香港	1,077	371	3,312,719	647,967
新加坡	465	93	5,476,132	345,655
印尼	201	16	623,643	33,539
馬來西亞	314	25	1,820,494	18,620
菲律賓	176	11	775,708	4,358
泰國	392	37	1,961,757	110,137
越南	401	29	2,345,896	55,551
印度	30	8	49,151	3,341
亞洲其他地區	158	30	352,818	40,584
北美地區	5,076	458	12,142,916	1,185,812
加拿大	69	5	359,937	9,783
美國	5,007	453	11,782,979	1,176,029
歐洲地區	651	202	2,712,420	303,965
英國	167	40	524,054	33,465
法國	40	17	28,732	12,097
德國	154	59	177,779	75,263
荷蘭	156	55	1,355,814	150,892
捷克	24	5	112,836	3,387
歐洲其他地區	110	26	513,204	28,860
中南美洲	2,386	366	27,276,771	1,802,245
百慕達	99	2	2,765,173	32,794
加勒比海英國屬地	1,994	319	22,504,143	1,538,094
巴拿馬	68	8	1,201,806	90,751
巴西	18	4	85,109	27,924
薩爾瓦多	25	2	50,693	1,430
尼加拉瓜	29	3	131,821	22,832
中南美洲其他地區	153	28	538,025	88,421
大洋洲地區	466	128	1,666,537	140,177
澳大利亞	59	15	172,370	11,829
紐西蘭	8	1	6,295	1,051
薩摩亞	370	111	1,166,265	124,398
大洋洲其他地區	29	1	321,607	2,900
非洲地區	168	30	474,040	67,322
合計	100,578	8,124	290,480,323	16,300,678

註：中國大陸部分的投資資料係整理自「核准對中國大陸投資分區分業統計表」。
資料來源：經濟部投資審議委員會及本研究整理。

（二）國際化模式分析

台灣早期受日本零售業影響較大，其中尤以百貨公司、超級市場最為顯著。近十餘年跟隨歐美系統成爲主流，如法商家樂福（Carrefour）、瑞典商宜家（IKEA）與美商好市多（Costco）等紛紛進駐台灣，其他也有港系零售業者積極開發台灣市場。過去，台灣零售業的國際化一直是接受的一方，但近年來台灣零售業也踏上海外市場，並取得了不錯的成績。

隨著國際化腳步的來臨，愈來愈多的國內連鎖加盟品牌紛紛進軍海外，將台灣連鎖加盟經驗輸出海外，連鎖加盟品牌國際化已是台灣發展的必然趨勢。目前，台灣約有 1,750 多個連鎖總部及品牌，接近一成左右的企業已在海外拓展，而且持續增加中，海外店數約 2 萬家以上。而台灣連鎖品牌海外布局及拓展的主要地區爲亞太市場，其中以中國大陸爲主，目前已有五十家以上的連鎖加盟品牌進軍中國大陸，其他地區包括日本、東南亞、美國、澳洲等。從目標市場來看，以亞太市場爲主要考量係與生活文化接近、語言相通、距離較近、具備當地關係等因素有相關。

由於連鎖店屬於內需市場，因此，連鎖加盟品牌國際化，產品一定要本土化、當地化，經營技能（Know-How）一定要稍加修正，通常來講，其技能約有 70% 可以照單全收，20% 必須稍加修正才適用當地，另外 10% 可能完全無法適用。因此，連鎖加盟品牌國際化還是必須稍加本土化，才能適應當地消費者的消費習性。

在「通路爲王」的時代，能夠占有最多通路的，便能具備主導市場的力量，因此當市場規模到達一定程度時，業者就會想要跨向國際市場。以目前連鎖企業進軍海外市場進行國際化大致有四種模式。第一種是直接投資的方式，亦即是直接在當地設立門市據店，例如麗嬰房、三商行、統一康是美、阿瘦皮鞋、信義房屋、曼都等。第二種是採取區域授權的方式，授權當地合作夥伴來經營並提供相關經營技能、商品服務、行銷推廣及創新研發等協助，例如 7-Eleven、全家、摩斯漢堡、漢堡王等。第三種爲與當地業者合資，

亦即是與當地合作夥伴共同成立新公司來經營，例如居家醫療、大潤發等。第四種為人才引進，即是赴海外投資並直接在當地國挑選優秀人才至企業服務，例如上海 7-Eleven、上海星巴克等。而不論是採取上述那一種方式，均是運用台灣的成功經驗，並輔以本土化的方式進行發展，同時運用品牌並結合當地社會資源來推展。

二、連鎖加盟批發零售之競爭優勢

在探討台灣連鎖加盟批發零售之競爭優勢前，我們先從幾個客觀國際指標來分析。首先是瑞士洛桑管理學院（IMD）2010 年公佈之「世界競爭力報告」來看，我國總體排名第 8 名，其中與科技分項相關的指標包括「技術基礎建設」（Technological Infrastructure）與「科學基礎建設」（Scientific Infrastructure）二項，我國排名從第 8 名和第 11 名進步到第 5 名和第 5 名。在創新細項指標中，我國優勢項目包括技術開發的資金充裕性（排名第 2 名）、高科技出口占製造業出口比重（排名第 3 名）、專利生產力（排名第 3 名）、有效專利數（排名第 4 名）等，均為我國重要的競爭優勢。顯示出我國經濟成長已邁入創新驅動階段，技術研發與創新將成為我國產業持續發展之主要動能。

其次，世界經濟論壇（WEF）2010 年「全球競爭力排名報告」指出，在 139 個受評比的國家中，台灣排名第 13 名。WEF 的「全球競爭力指標」是由三大類指標組成，包括基本需要、效率增強及創新因素，以下又再分成 12 個中項，以及 110 個細項指標。其中，台灣在創新因素的表現最好，排名第 7 名，其中台灣擁有專利權數（排名第 1 名）、當地市場競爭度（排名第 1 名），以及產業群聚發展（排名第 3 名）。由於台灣是全球高科技產業發展的重鎮，政府不論在研發、人力及租稅上都給予相當大的支持，企業本身也重視創新研發的能力，因此台灣一直以來在創新因素上都有較好的排名。

第三，全球領先的房地產顧問世邦魏理仕 2010 年公佈的「零售業全球

化進程」報告顯示，台灣是名列全球二十大零售城市，位居第 17 位，進駐零售商百分比為 36%（見表 4-10），顯示台灣零售市場仍是外資企業青睞之地。特別值得一提的是，2010 年中國大陸有三個城市位居十大零售城市之列，分別為香港（排名第 5 名）、北京（排名第 6 名）和上海（排名第 8 名），顯示中國大陸城市正吸引著越來越多的國際零售商，並同時與現有的全球零售業中心爭奪最具吸引力的零售業目的地。

表 4-10 2010 年全球二十大零售城市

排名	城市	進駐該城市零售商百分比
1	倫敦	56%
2	杜拜	55%
3	巴黎	46%
4	紐約	44%
5	香港	43%
6	北京	41%
7	東京	40%
8	上海	40%
8	莫斯科	40%
10	馬德里	39%
11	米蘭	39%
11	洛杉磯	39%
11	新加坡	39%
14	利雅得	38%
15	吉達	38%
16	柏林	37%
17	台北	36%
17	科威特城	36%
17	巴塞隆納	36%
17	拉斯維加斯	36%

資料來源：世邦魏理仕最新發佈的「零售業全球化進程」報告。

第四，台灣連鎖休閒生活服務業很亮眼，可以從便利商店分布密度與量販店分布密度均在全世界排名第 1 名略見其實力。在便利超店方面，若以全台灣 2,300 萬人來看，至 2009 年底止，便利商店家數有 9,204 家，密度高達

每 2,500 人就有 1 家便利商店。在量販店方面，至 2009 年底止，量販店家數有 130 家，密度也高達每 17.7 萬人就有 1 家量販店。顯示台灣連鎖加盟批發零售體系創造了許多銷售奇蹟，也使人民的生活更加地便利。

由上述國際評比相關指標及台灣經驗來看，我們可以歸納出幾個台灣連鎖加盟批發零售服務業之競爭優勢。

（一）具有優異的創新能力

由於市場上激烈的競爭，使得同業間的模仿、抄襲和跟進的速度愈來愈快，若是企業與競爭者間沒有明顯的差異，消費者就無從分辨，因此業者只有不斷地創新，才是企業永續生存之道。一直以來，創新能力是台灣產業突破發展之新動能。創新所涵蓋之層面很廣，包括可結合文化創意產業之能力予以創新、可以在專業知識上創新、也可將所致力服務與在地文化元素相結合等，雖然並不是每一次創新都會成功，但是藉由不斷地創新，企業可以培養出創新的習慣、創新的人才，創新的失敗率也會隨著創新的次數增加而降低，創新的速度也會越來越快，企業領先競爭對手的距離也就會越拉越遠了。

（二）機制成熟且具複製營運模式能力

台灣連鎖加盟機制已發展多年且相當成熟，業者有複製營運模式的能力，且已具備跨國經營所需的電子化基礎與供應鏈管理能力。因此，台灣連鎖加盟業者必須善以連鎖併同加盟方式進入國際市場，因為連鎖機制可有效發揮經濟規模之綜效，而加盟方式可讓當地業者取得合作機會，又可降低直營建置成本。因此，若以連鎖併同加盟方式進入市場，當可降低進入國際市場（含中國大陸市場）之門檻。另外，連鎖加盟的在地化營運，其重點除了當地的營運之外，分店與總部之間的聯繫與溝通，以及各店供應鏈的集中管理等議題，都需先考量，並且需建立在現有電子化基礎之上。

（三）經營管理能力佳

台灣業者在連鎖加盟的經營能力很好，其所採取的連鎖併同加盟模式，除了具備上述連鎖經營的好處之外，尚有加盟總部與分店經營成本分攤以及充分分工的優點，此能力若能善用，於拓展國際化輸出方面，將更具優勢。尤其以中國大陸市場而言，大陸連鎖加盟機制雖已成形，但在經營管理方面，如商品標準化、食材配送、連鎖加盟管理與督導、連鎖培訓、品牌經營等，均未及台灣，因此若能協助台灣業者以嫻熟的連鎖通路管理能力，謹慎進入中國大陸市場，必可搶佔先機⁶³。

（四）資訊科技協助實虛通路之整合

隨著資訊科技與網路的快速普及，透過企業內部的資訊化及企業外部的電子商務發展，業者能夠改善生產流程庫存管理，又可快速反應市場之需求。資策會 2009 年 FIND 調查研究顯示，台灣具連鎖體系的流通業者（如超級市場、便利商店、量販百貨等）已普遍做到產業電子化與企業連網，電子化是國際輸出的前提，也是建立競爭優勢的基礎。另外，2009 年電子商務年鑑調查統計，2009 年我國 B2C 電子商務市場規模為 2,076 億元，較 2008 年成長 22%，約占整體零售市場規模 6.4%；而 C2C 市場規模為 1,469 億元，較 2008 年成長 39%，顯示電子商務的發展仍有相當的成長，因此若能運用資訊科技來整合實虛通路，將可大力帶動連鎖加盟批發零售產業之發展。

綜上，雖然台灣連鎖加盟批發零售產業具有相當之競爭優勢，但就中國大陸市場來看，大陸幅員及消費能力都遠大於過去台灣連鎖加盟業於台灣經營之情況，也突顯台灣業者規模普遍較小，資金規模不高，難以在中國大陸延伸經營戰線。況且部分台灣連鎖加盟業者在中國大陸獨資創業者居多，於國內經營良好的業者也多缺乏國際化經驗，跨出國際經營時，常需單打獨

⁶³ 以上內容經訪談皇冠集團江永雄董事長、北京前門天和商業管理有限公司總經理魏明維於中國大陸經營連鎖加盟之相關經驗彙整。

鬥；且在中國大陸諸多國際知名的連鎖加盟品牌多已發展數十年，論規模及營運能力均優於台灣業者，將造成資本與經營方面的進入門檻。

另外，台灣連鎖加盟業者於進入國際市場（含中國大陸）之前，必須先規劃足夠的資金規模，以免進入市場後，才發現資金方面捉襟見肘。並應事先蒐集當地相關資訊，避免進入不熟悉的市場，畢竟就當地國在文化、市場環境、消費習慣等都有著相當大的差異。而目前台灣連鎖加盟業者大都進入大陸市場，若是業者已於中國大陸取得相當績效，更應致力於品牌知名度之建立，就品牌忠誠度、品牌知名度、顧客感受的品質、品牌聯想、專有之品牌資產著手，以建立全球化與在地化兼具的品牌特色。

第三節 目標市場之市場開放與障礙

根據所蒐集之資料，業者和公協會之訪談等，彙整出目前我國連鎖加盟批發零售服務業於海外拓展出口之目標市場，包括中國大陸、日本、越南與馬來西亞。因此，以下將針對該四個目標市場進行 WTO 承諾市場開放及限制研析，以及探討實際訪談業者所歸納之現行障礙整理與分析。

一、WTO 承諾開放情形之研析

因批發零售服務業於 WTO 服務業分類表（W/120）中係屬配銷服務業之一環，為清楚掌握批發零售服務業之開放程度，故本研究納入所有配銷服務業之承諾概況，使讀者更瞭解整體配銷服務之情況。

（一）特定部門模式 1 至 3 之入會承諾情形研析

在 WTO 服務業分類表中，有關配銷服務業之分類項有（1）經銷商（CPC 621）；（2）批發交易（CPC 622）；（3）零售（CPC 631,632,6111,6113,6221）；（4）特許經營（CPC 8929）；（5）其他。本研究針對上述之配銷服務 5 項服務子業別，將中國大陸、日本、越南與馬來西亞等四國於模式 1 至 3（模

式 1 為跨境提供服務、模式 2 為境外消費、模式 3 為設立商業據點) 之入會承諾概要情形於表 4-11 呈現。

表 4-11 中、日、越、馬於 WTO 配銷服務業模式 1 至 3 之入會承諾

W/120	中國大陸 ¹	日本	越南	馬來西亞	
4. 配銷服務					
A	經銷商 CPC 621	市場開放	市場開放	市場開放	市場開放
		(1) ○ (2) ● (3) ◐	621, 61111, 61130, 61210: (1) ● (2) ● (3) ●	621, 61111, 6113, 6121: (1) ◐ (2) ● (3) ◐	未填入承諾表
		國民待遇	國民待遇	國民待遇	國民待遇
		(1) ○ (2) ● (3) ●	621, 61111, 61130, 61210: (1) ● (2) ● (3) ◐	621, 61111, 6113, 6121: (1) ◐ (2) ● (3) ●	未填入承諾表
B	批發交易 CPC 622	市場開放	市場開放	市場開放	市場開放
		(1) ○ (2) ● (3) ◐	622, 61111, 61130, 61210: (1) ● (2) ● (3) ●	622, 61111, 6113, 6121: (1) ◐ (2) ● (3) ◐	未填入承諾表
		國民待遇	國民待遇	國民待遇	國民待遇
		(1) ○ (2) ● (3) ●	622, 61111, 61130, 61210: (1) ● (2) ● (3) ◐	622, 61111, 6113, 6121: (1) ◐ (2) ● (3) ●	未填入承諾表
C	零售 CPC 631, 632, 6111, 6113, 6121	市場開放	市場開放	市場開放	市場開放
		(1) ◐ (2) ● (3) ◐	631, 632, 61112, 61130, 61210: (1) ● (2) ● (3) ●	631 + 632, 61112, 6113, 6121: (1) ◐ (2) ● (3) ◐	未填入承諾表
		國民待遇	國民待遇	國民待遇	國民待遇
		(1) ◐ (2) ● (3) ●	631, 632, 61112, 61130, 61210: (1) ● (2) ● (3) ◐	631 + 632, 61112, 6113, 6121: (1) ◐ (2) ● (3) ●	未填入承諾表
D	特許經營 CPC 8929	市場開放	市場開放	市場開放	市場開放
		(1) ● (2) ● (3) ●	(1) ● (2) ● (3) ●	(1) ● (2) ● (3) ◐	未填入承諾表
		國民待遇	國民待遇	國民待遇	國民待遇
		(1) ● (2) ● (3) ●	(1) ● (2) ● (3) ◐	(1) ● (2) ● (3) ◐	未填入承諾表
E	其他	市場開放	市場開放	市場開放	市場開放
		(1) ● (2) ●	未填入承諾表	未填入承諾表	未填入承諾表

W/120	中國大陸 ¹	日本	越南	馬來西亞
	(3) ●			
	國民待遇	國民待遇	國民待遇	國民待遇
	(1) ●	未填入承諾表	未填入承諾表	未填入承諾表
	(2) ●			
	(3) ●			

○：未開放 / ●：完全開放 / ◐：部份開放 / 未填入承諾表：該配銷服務相關子項目完全未出現在承諾表中。

註¹：中國大陸之經紀商、批發交易係不包括鹽、煙草；零售不包括煙草；其他項目為不在一固定地點之批發及零售貿易服務。

資料來源：本研究整理。

1. 中國大陸

在中國大陸部分，經銷商、批發交易（均將鹽與煙草除外）市場開放模式 1 不予承諾，模式 2 完全開放，模式 3 為部分開放；國民待遇模式 1 亦為不開放，模式 2 與模式 3 完全開放。零售方面，市場開放模式 1 與模式 3 為部分開放，模式 2 完全開放；國民待遇模式 1 為部分開放，模式 2 與模式 3 為完全開放。至於特許經營及其他（不在一固定地點之批發及零售貿易服務）之市場開放與國民待遇的模式 1 至模式 3 均為完全開放。

從限制措施來看，只要是部分開放，即有相關限制措施，若是完全不開放或未填入承諾表，則為其禁止類服務項目，故完全不開放或未填入承諾表即不討論其限制措施，僅討論部分開放之限制措施。在中國大陸入會承諾表中較特別之處，係其在利用漸進式之開放方式，即入會多少年後將取消相關限制。故因中國大陸入會為 2001 年 12 月，至今也有近 9 年，因此大部分承諾表中之限制也陸續取消。在經紀商與批發交易市場開放模式 3 中，在中國大陸之外國業者可以建立合資企業，從事經紀商及批發交易服務，可從事項目包括有書籍、報紙、雜誌、藥物、殺蟲劑、根籬產品、化肥、石油及原油產品配銷之代理業務。允許外資持有大多數股權，並取消地域及數量限制，化肥產品、石油及原油產品也取消股權比例限制。在零售服務方面，市場開放與國民待遇模式 1 限制為除郵購服務，不予承諾。市場開放模式 3 中，入會 3 年後已取消地域、數量、股權比例及設立型態之限制（入會後 5 年已開放化肥產品），但以下除外，包括（1）對超過 30 的連鎖店，經營從多數不

同供應商取得不同型態及品牌產品銷售；（2）對超過 30 家之連鎖店，經營機動車輛（入會後 5 年取消對外資經超過 30 家連鎖店銷售機動車輛之股權比例限制）及列入中國大陸入會議定書附錄 2a 之所有產品者。外國連鎖店經營者可自由選擇依據中國大陸法律規定設立的企業作為合作對象。

2. 日本

在日本方面，在經銷商（含 621、61111、61130、61210）市場開放模式 1 至模式 3、國民待遇模式 1 至模式 2 均為完全開放。批發交易（含 622、61111、61130、61210）、零售（含 631、632、61112、61130、61210）及特許經營（8929）之市場開放與國民待遇承諾同經銷商。其他項目則未填承諾表。

從限制措施來看，經銷商（含 621、61111、61130、61210）、批發交易（含 622、61111、61130、61210）、零售（含 631、632、61112、61130、61210）及特許經營（8929）之國民待遇模式 3 限制為除水平承諾不開放外，其餘均開放。

3. 越南

在越南方面，經銷商（含 621、61111、6113、6121）、批發交易（含 622、61111、6113、6121）、零售（含 631、632、61112、6110、6121）之市場開放模式 1 與模式 3 為部分開放，模式 2 為完全開放；國民待遇模式 1 為部分開放，模式 2 與模式 3 為完全開放。特許經營中，市場開放與國民待遇模式 1 與模式 2 為完全開放，模式 3 為部分開放。其他項目則為未填入承諾表。

從限制措施來看，對於經銷商（含 621、61111、6113、6121）、批發交易（含 622、61111、6113、6121）、零售（含 631、632、61112、6110、6121）之市場開放與國民待遇模式 1 限制為不予承諾，除兩種情況外，一為個人使用之配銷產品；二為個人與商業用途，且為正版電腦軟體之配銷。市場開放模式 3 限制為，須與越南企業合資，且外資股權比例不得超過 49%，

但其已於 2009 年 1 月 1 日起取消。且自入會後，外資除水泥與水泥渣、輪胎（不包括飛機輪胎）、書本、拖拉機、汽車、汽車和摩托車、鋼鐵、視聽設備、葡萄酒和烈性酒，及肥料外，其餘均可以從事所有合法進口與國產產品之經銷、批發及零售業務。但在 2009 年 1 月 1 日起，已可允許拖拉機、汽車、汽車和摩托車；且入會 3 年後，已可從事所有合法進口與國產產品之經銷、批發及零售業務。惟設立超過一個之零售服務據點，將須符合經濟需求測試（ENT）後才准允許。

4. 馬來西亞

在馬來西亞方面，該國於入會時並未針對配銷服務業做出任何承諾。

（二）水平承諾與特定部門模式 4 之入會承諾情形研析

除前述之配銷服務模式 1 至 3 的入會承諾情形，以下另根據中、日、越、馬等四國之水平承諾及特定模式 4 之入會承諾，加以整理與分析；而下文中以斜體字顯示之內容，表示杜哈回合初始清單或修正清單中之進一步承諾。

1. 中國大陸

中國大陸在模式 3 市場開放水平承諾（不適用於任何在中國大陸加入 WTO 後列入的新業別或子業別）主要為：中國大陸境內的外國投資企業包括外資企業（即外資獨資企業）與合資企業，而合資企業又分為股權式合資企業與契約式合資企業，其中股權式合資企業的外資比例不應少於該合資企業註冊資本的 25%；除非在特定部門承諾中另有規定，針對外國企業在中國大陸設立分支機構暫不做承諾，但允許外國企業在中國大陸設立從事非營利性活動之代表辦公室；中國大陸之土地為國家所擁有，企業和個人之土地使用依照用途而有不同使用年限之限制。而在模式 3 國民待遇水平承諾主要是：就醫療服務方面，對於目前給予國內服務提供者的補貼不做承諾；且針對所有在中國大陸入會後列入的新業別或子業別給予當地服務提供者之補貼，亦不做承諾。

而對模式 4 之市場開放與國民待遇水平承諾主要為：在中國大陸已設立代表處、分公司或子公司的 WTO 成員國公司之經理、高級管理人員和專家等高級雇員，於公司內部的調任人員臨時調動應允許其入境首期停留 3 年；在中國大陸的外商投資企業，聘僱從事商業活動的 WTO 成員國公司之經理、高級管理人員和專家等高級雇員，應按有關合約條款規定給予長期居留許可或首期居留 3 年，以時間短者為準；不在中國大陸領土內常駐、不從中國大陸境內的來源獲得報酬、從事與代表一服務提供者有關的活動並為銷售該提供者的服務進行談判的人員，若此類銷售不向公眾直接進行，且該銷售人員不從事該項服務的供應，則入境期限為 90 天。

另就中國大陸入會時，其特定承諾表之配銷服務的所有項目，包括經銷商、批發交易、零售、特許經營及不在一固定地點之批發及零售貿易服務，其市場開放與國民待遇之模式 4 承諾均為除水平承諾外，不予承諾。

2. 日本

日本在模式 3 國民待遇水平承諾主要為：對於研發方面之補貼，不做承諾。

而對模式 4 之市場開放主要為：針對跨國公司內部調動人員、獨立之專業人士、商務旅客 (*Business Visitors*)、約聘服務提供者 (*Contractual Service Suppliers*)，分別有適用之不同資格要求、入境許可及居留期限限制。對模式 4 國民待遇水平承諾主要為：除市場開放之承諾外不做承諾；對於研發方面之補貼，不做承諾。

另就日本入會時，其特定承諾表之配銷服務的所有項目，包括經銷商、批發交易、零售及特許經營，其市場開放與國民待遇之模式 4 承諾均為除水平承諾外，不予承諾。

3. 越南

越南在模式 3 市場開放水平承諾主要為：除各服務部門和分部門特別指

出外，允許外國服務提供者以 100% 全外資、與越方合作夥伴合資或透過商業合作契約之形式設立據點；允許外國企業在越南設立從事非直接營利經濟活動之代表辦公室；除非在特定部門承諾中另有規定，針對外國企業在中國大陸設立分支機構暫不做承諾；經主管當局許可，外資企業可以租賃土地以運作其投資項目，土地租賃期必須與該企業的運作期限一致，並在投資許可證中註明；允許外國服務提供者透過購買越南企業股份的形式持股，外資持股比例無限制，但若為購買合資商業銀行股份以及本承諾表未涉及的部門股份的出資方式，則任一企業中外國投資者擁有的總股份不能超過註冊資本的 30%，只有經越南法律許可或經越南主管當局批准，允許例外。而在模式 3 國民待遇水平承諾主要是：獲得補貼的資格僅限於授予越南服務提供者，即在越南境內設立的法人；以促進或保證公平為目的的一次性補貼不違背本承諾，但對研究和開發領域、致力於促進少數民族/種族福利及就業以及健康、教育和視聽部門的補貼，不作承諾。

而對模式 4 之市場開放水平承諾主要為：針對（1）跨國公司內部調動人員、（2）在越南境內已建立商業存在的外資公司在越南境外已聘雇的、不能被越南公民替代的、即將參與越南境內外資公司業務活動的經理、執行主管和專業人員、（3）服務銷售人員、（4）負責設立商業據點的人員、（5）約聘服務提供者等五類型自然人，分別有適用之不同資格要求、申請條件、入境許可及居留期限限制。而對模式 4 國民待遇水平承諾主要為：除市場開放之承諾外不做承諾。

另就越南入會時，其特定承諾表之配銷服務的所有項目，包括經銷商、批發交易、零售及特許經營，其市場開放與國民待遇之模式 4 承諾均為除水平承諾外，不予承諾。

4. 馬來西亞

馬來西亞就企業併購和接管方面，在模式 3 市場開放水平承諾主要為：在收購之馬來西亞公司或企業資產或權益之投票權或價值超過上限、收購將

導致所有權或控制權外移、透過各種協議安排控制馬來西亞企業等狀況下，進行併購和接管須經核准。就企業併購和接管方面，在模式 3 國民待遇水平承諾主要為：收購、出受或交易之任何土地或產權，若基於投機性或非生產性之目的、抑或可能有利益衝突之目的，將可能無法通過核准；就獎勵與優惠方面之模式 3 國民待遇水平承諾主要為：獎勵僅限於符合資格、且從事政府推廣的服務業部門之由馬來西亞人擁有的公司，而針對向符合特定政策目標之族群、公司、信託公司與機構提供之優惠措施不做承諾。

而對模式 4 之市場開放主要為：針對跨國公司內部調動人員、專業人士與商務旅客等類型之自然人，分別有適用之不同資格要求及入境許可限制；且規定跨國公司內部調動人員與專業人士之居留期間應不得超過五年，商務旅客居留期間應不得超過 90 天。對模式 4 國民待遇水平承諾主要為：除市場開放之承諾外，不做承諾。

此外馬來西亞於入會時，並無針對配銷服務業做出承諾。

二、業者訪談分析

為更加了解業者對外拓展連鎖加盟批發零售市場所遭遇之障礙，過去曾與主管機關－經濟部商業司負責零售業、批發業、連鎖餐飲業之第七科進行討論，其表示該單位關於國際化具體作法包括：國際化人才行銷、輔導，協助目標市場的調查、當地法律之瞭解、合作對象之協尋等；因為台灣企業規模均較小，而政府的資源在整合上也較困難，亦即單位與單位間之合作較小，因此都是以個別單位之方式來輔助業者，故在預算有限下，對業者之幫助深度尚可能有不足之處，因此希望政府未來能夠積極投入更多資源，以協助流通服務業之貿易推廣⁶⁴。研究團隊透過拜會業者與公協會之訪談，針對本研究所定之目標市場相關現況與障礙進行分析如下：

⁶⁴ 原預計於 10 月份拜會主管單位－經濟部商業司，但因故未成功進行訪談。

（一）中國大陸

在中國大陸零售市場中，以特許經營的零售加盟在近幾年快速成長，至2008年底，中國大陸特許經營品牌約3,500個，加盟店數約30萬家，涉及產業超過60個。根據中國大陸連鎖經營協會統計，2008年中國大陸「特許經營連鎖百強」銷售額達到2,199億元人民幣，百強企業展店數約為85,316，較2007年大幅成長367%，其中加盟店數69,729，占零售企業家數81.7%，單店平均投資金額為78萬人民幣，直接帶動中國大陸社會投資200億人民幣，創造約100萬個工作機會⁶⁵。根據中國大陸連鎖經營協會分析，2008年中國大陸零售業加盟主要成長產業為超市/便利商店、服裝、乾洗店連鎖、餐飲、文教業（培訓教育）、連鎖旅館、美容產業等。2008年，零售企業銷售收入較2006年成長32%，展店率成長28%，其中又以連鎖旅館和文教業加盟的成長速度最快，連鎖酒店年平均收入較2006年成長63%，展店率較2006年成長87%，文教業年平均收入較2006年成長52%，展店率較2006年成長43%⁶⁶。

受訪者認為在中國大陸推展批發、零售、加盟業務，其主要障礙在於中國大陸相關法律適用上的困難，比如特許經營管理條例中關於營業點數量審批上的限制等，都成為台商在大陸推動批發、零售、加盟等內銷通路業務時所面臨到的障礙。從2010年中國大陸頒佈一系列擴大內需政策及隨著兩岸經濟合作架構協議（ECFA）簽訂生效後，因受到中國大陸龐大內需市場誘因的吸引下，外資與台商進入中國大陸內需市場亦日益積極。2009年中國

⁶⁵ 2007年中國大陸零售日用品銷售總額達到2.9億元人民幣，根據中國大陸國家統計局之數據，中國大陸在全球金融危機影響下，2008年上半年，中國大陸零售額與去年同期成長21.9%，2008年全年零售額更成長21.6%。根據中國大陸社會科學院經濟學部課題組與技術經濟研究所於2009年所發佈之《中國經濟形勢分析與預測》，預計2009年到2010年中國大陸經濟年成長率將可達到8%，預估至2020年零售銷售總額將達20兆元人民幣。雖然中國大陸已在2004年12月11日根據其對WTO之承諾，開放其國內零售市場，根據中國大陸連鎖經營協會統計，截至2007年止，外資企業於中國大陸共計開設3,956家零售企業，占中國大陸全國零售企業家數約17%（百強企業展店數約為25,376）。

⁶⁶ 參見[陸]中國連鎖經營協會 2008年中國特許連鎖經營百強，頁16。

大陸 GDP 成長率創下 8.7% 之記錄，批發零售業績總額也保持高度成長，達 10.5 兆人民幣（較同期成長 15.5%）。外資企業其實在中國大陸 2001 年 11 月入世前，便已積極佈局中國大陸批發、零售市場，因此就現狀言之，現有中國大陸國有批發市場、民營批發企業、外資批發企業間之競爭可以說是相當激烈⁶⁷。

目前中國大陸截至 2008 年統計，中國大陸境內從事食品及日用品的批發企業大約 1 萬 9 千家。其中中國大陸國有企業比例超過 50%，民營企業約 45%，外資企業僅佔 5%。以台商因應未來在中國大陸批發業競爭環境下之主要發展策略言之，未來主要將搶攻中國大陸低溫（冷藏、冷凍）商品物流，主要原因在於目前中國大陸從事食品物流之中國大陸國有企業多半擅長於長距離之恆溫物流（約 90% 之中國大陸企業從事恆溫物流），而台商以其過去在台灣之經濟則較擅長於短距離之低溫物流。

中國大陸台商協會企業聯誼會（簡稱台企聯）之非正式統計，目前中國大陸約一萬九千家批發企業中，從事食品批發約佔整體之 70%，主因在於隨著中國大陸內需市場在飲食習慣的西化、高度化、食品消費不斷成長下，且食品批發行業相較其他進入門檻低，雖然該領域競爭激烈，但台商之投入意願亦相當大。目前台商在大陸進行批發業務，尤於受限於資金、人力等各項投資能力及大陸幅源廣闊之影響，目前仍主要以沿海重點城市為主要發展目標，在沿海地區交通基礎設施較為健全的情況下，對於運輸及保管成本上較為容易控制，在進入一定狀況後在採取以大城市為中心向外拓展的經營策略。根據訪談台企聯針對台商於中國大陸發展低溫物流部分可得知台商投資於此包括大榮、統一等國內知名物流企業，其所採取之方式主要以與外資企業（主要以日資企業）共同成立外資物流合資公司方式在中國大陸推動低溫物流市場。其目前在經營上，在中國大陸 2009 年發生之三聚氫氨事件後，中國大陸國有物流企業在原先長期把持國內一般物流通路的情況下，因屢屢

⁶⁷ 參見中國日本商會 2010 年中國白皮書，北京，中國日本商會，2010 年 8 月，頁 298。

發生的食品安全事件逼使中國大陸大型國有物流企業在近年紛紛投入大量資金發展低溫物流，這對從事短距離物流的台資合資企業帶來相當壓力。另外，台資合資物流企業面臨到的壓力，亦包括中國大陸國有物流公司在面臨到中國大陸境內食品運輸上對食品安全的掌握，而積極發展低溫物流而紛紛採取以資金（包括合作及合資等方式）換取非台資之其他外資企業之相關技術，而相關外資在企圖進入中國大陸長距離低溫物流市場之因素下，而紛紛將相關技術提供給中國大陸業者，這些都是對目前在中國大陸從事低溫物流配送之台資企業造成相當的競爭壓力。

另外在中國大陸零售業部分，中國大陸為履行對外資開放零售領域之入世承諾，於 2004 年 6 月 1 日公布外商投資商業領域管理辦法。根據本研究對台企聯之訪談得知，目前於中國大陸發展零售業表現最為亮麗之台商，在量販店部分以大潤發（康成投資）為主，其 2009 年中國大陸零售業市佔率為全中國大陸排名第七（前六名分別為中國大陸國美電器有限公司、中國大陸蘇寧電器集團、中國大陸華潤萬家有限公司、中國大陸大商集團有限公司、法商家樂福（Carrefour）），根據中國大陸國家統計局資料，大潤發於中國大陸地區 2009 年銷售額達 33 億 567 萬人民幣，較前年成長 31.1%，通路數 101 家，展店數較前年成長 18.8%。雖然大潤發在中國大陸表現亮眼，但其同樣面對到中國大陸國有零售企業與外資零售企業的壓力，由於中國大陸國有零售企業在近年紛紛採取合併（以中國大陸華潤萬家有限公司為主）或收購方式（以中國大陸國美電器有限公司、中國大陸蘇寧電器集團為主），積極拓展其市佔率。以及外資零售企業（以法商家樂福與美商沃爾瑪為主）紛紛採取低價營銷戰略與低成本經營戰略手段，積極拓展市佔率的壓力，同時也面臨到中國大陸在近年政府積極打擊物價導致物價下滑趨勢逐漸增強的情況下，價格競爭也日益激烈，促使大潤發必須透過裁員、數位化等經營方式以降低經營成本維持既有利潤，以因應未來中國大陸在零售市場上面臨

到的挑戰⁶⁸。至於在百貨公司及超商通路部分，這部分發展便不如量販店來的亮眼，目前台資百貨公司主要以太平洋 SOGO 與新光三越為主，其皆係採取以日資企業與台資企業入股名義與陸資企業為主要合作合資方式為主，太平洋 SOGO 之日方合資對象為日本伊藤洋華堂（Ito Yokado）在大陸之相關企業，而新光三越之合作對象為日本三越伊勢丹與大陸北京華聯集團。其中太平洋 SOGO 因採取以日資為主要多數股東方式進入中國大陸且合資對象也係以在大陸之陸資為主，因此在經營上之糾紛較小，但市場拓展則相較其他中外合資百貨不利。雖新光三越採取以與陸資零售業合資進入中國大陸市場，但由於其受到 2008 年北京新光三越投資糾紛案影響，導致迄今其於中國大陸其他一級城市之展店計畫亦受到影響，比如其計畫於 2010 年於重慶市展店，但因受先前北京事件影響，中國大陸商務部僅改批准其於四川成都市設立新據點。

表 4-12 目前台資企業在中國大陸從事批發業相關市場進入障礙訪談摘要

項目	說明
經營範圍的許可	企業在經營新領域的商品之前，必須向當局申請擴大經營範圍。不過有時花費時間太多，對應視窗人員不同，要求的檔數量、內容也不相同。各企業苦於對應，因此希望儘快改善。
通行證問題	從事北京市內物流業務前，必須取得通行證。雖然可以向當局申請，但外資企業申請時，很少所有申請件數都得到許可（如申請 10 件，僅許可 3 件）。希望考慮給外資企業施展拳腳的機會。
發展低溫物流	為擴大低溫商品的市場需求以及貫徹確保食品安全性，培養具有低溫物流專業知識和技術的人員成為當務之急。希望政府把握現狀，促進人才培養。
開放行業重組	目前食品批發企業規模小，無力進行低溫物流中保管配送所需要的設備投資。希望通過與具有核心技術的外資企業合作等，推進行業重組。

資料來源：本研究整理。

中國大陸在零售服務業方面，儘管 2006 年 2 月中國大陸商務部已頒佈《國家經濟及技術發展區通知》，准許外（台）資配銷公司及國際代理商進

⁶⁸ 以上內容係參考針對台企聯某不願具名理事之訪談紀錄。

入中國大陸市場，已大大改進核發零售業者證照之法規，但外（台）資產業依舊面臨某些障礙。首先，2006 年 4 月中國大陸商務部頒布之《注意事項解釋》，在尚未完成大陸網路商務計畫的都市，外（台）資企業可能無法申請核照，然而當地企業卻可以申請。此外，相較於大陸當地零售業者，外（台）資零售業者需承擔更多，例如外（台）資零售業者申請核照，需向中國大陸商務部申請，最終由大陸工商行政管理總局核照，流程需經過大陸當地政府、省政府、中央政府，相反地，當地零售業者可直接向大陸工商行政管理總局申請核發執照。另外當地零售業者不像外（台）資零售業者一樣，需滿足實質要求才可申請。綜上，根據訪談紀錄及相關資料分析後，整理中國大陸目前在批發、零售加盟等行業對台資存在之市場進入障礙，如表 4-12 與 4-13。

表 4-13 目前台資企業在中國大陸從事特許事業相關市場進入障礙訪談摘要

項目	說明
所有權限制問題	根據中國大陸國家發展改革委員會的《外商投資指導目錄》和《商業領域管理辦法》，在中國大陸擁有店鋪數量超過 30 家，銷售藥品、農藥、農用農膜、化肥、精煉油、食品、植物油、糖、棉花或其他來自不同供應商的多種日常用品之零售產業，其外資比率不得超過 49%。但香港、澳門的投資者可完全擁有這類型產業之所有權。
商業分區	根據中國大陸《商業領域管理辦法》規定，外（台）資零售企業申請新的零售網點時，必須出具中國大陸各當地政府所核發之《證明該零售網點之設立符合當地政府城市商業分區發展規劃》之相關證明，如果該網點之設立涉及商業分區發展規劃，依規定需於當地舉辦公聽程序，如加入該公聽程序所需花費的時間，相關審批作業將達三個月以上。

資料來源：本研究整理。

（二）日本

日本向來在零售物價上是一相對穩定的國家，其多數歸功於日本既有的完善的物流體系，在政策上日本政府相當重視批發物流的發展，利用批發物流來控制生產端和消費端間之調節，以達到政府利用批發物流政策活絡市場及穩定物價之目標。由於 90 年代日本泡沫經濟幻滅以後，日本市場狀況長

期維持景氣低迷的狀態，導致過去牢不可破之價格與通路結構無法承受長時間的負荷而紛紛瓦解，使得台灣製造業者所生產價廉物美之產品獲得進軍日本市場的卡位良機，已成為不少日本企業採購人員與消費者所熟悉之標準產品。然而台灣連鎖加盟業者在歷經了數十年學習美系及日系連鎖加盟經營管理的技能後，也希望有朝一日能夠融合美日雙方的優點，發展出獨特的經營模式，進而反攻美日市場。而台灣與日本自古以來民間交流向來頻繁，對於彼此商業習慣及民俗風情已有相當程度之了解，雙方合作一向頗有默契。再加上日本近年來每年來台觀光之旅客均接近百萬人次，日本媒體對台灣之報導亦相當頻繁，不少台灣小吃在日本略有名氣。因此，在台灣連鎖加盟行業發展日漸趨近於成熟的同時，目前是我國連鎖加盟業者進入日本市場的不錯的機會點。

日本是台灣第二大貿易夥伴國，也一直是我經濟部加強協助廠商拓銷的重點市場。雖然大陸已超越美國成為日本最大貿易國，但在近期中日關係較為緊張，及中國大陸人工工資與人民幣高漲等因素影響下，日本企業勢必調整其進口產品地區的比例；尤其在日圓升值的壓力下，日商積極向海外尋找新機會及合作夥伴或直接自國外進口產品，以降低成本，而台灣產品優良的品質在日本市場將大有可為。另外，自兩岸經濟合作協定（ECFA）簽署生效後，兩岸關係大幅改善，以台灣業者甚為熟悉中國大陸市場，倘能與日商合作進軍大陸，將可創造更佳成果；根據一項調查顯示，日本中小企業自行拓展大陸市場之成功率為 52%，倘與台商共同合作開拓大陸市場之成功率則可提高至 78%。一般台灣生產的產品如多功能吹風機架、人工膚料貼布、LED 節能照明、可拆卸式發光拐杖傘在日本市場均有不錯銷售成績，比如大型日商 Trial Company 2010 年已 2 次赴台採購，並於台北設立台採購辦事處，直接採購台灣產品⁶⁹。

日本在相關法令及制度上已相當健全，因此目前台灣業者進軍日本市場

⁶⁹ 經電話詢問外貿協會之相關意見參考撰寫。

所遭遇到的問題，多數並非在國內規章與市場管制上的問題，而是在面對日本消費者在產品品質上的要求與台日消費文化上的差異，由於日本市場具有高度的封閉性及民族優越感，國外企業本身若無強而有力的品牌資產或是優秀的商品及服務品質，很難在日本當地成功獲得消費者的青睞。因此，台灣業者進入日本市場多半採取的是以日本品牌共同合作的方式進入日本市場，比如我知名小吃業者鼎泰豐便是以透過與當地知名企業合作的方式，以授權模式共同經營。一來可借重當地企業較符合民情的行銷模式，順利拓展市場；二來也能夠透過合作的過程，學習到日本經營連鎖加盟產業的相關技能。

鼎泰豐在 1996 年底，應日本高島屋集團力邀而跨出台灣，將小籠包成功登陸日本，於東京新宿店成立日本第一家鼎泰豐，目前在日本共有 11 家分店；鼎泰豐在繼日本之後能夠快速複製順利拓展分店，並拓展其他海外市場，也是因為在與日本合作的過程中，掌握到製程數字化之技術。但也有部分台灣進軍日本市場之我國業者，與合作日資企業產生相關合作上之糾紛亦有所聞；其多半原因在於過去一般日本消費者對台灣印象較為深刻之商品及服務以小吃、茶葉、珍珠奶茶、腳底按摩等具台灣特色之商品和服務居多，但此類服務業產品在確保品質安定上較難以控制，尤於日本當地市場對商品之品質以及服務品質之要求較高，台灣業者往往需要注意商品品質穩定外，在服務人員素質上也需做出相當的要求。

日本雖在相關法律法規上之障礙較少，但其最主要對於台灣赴日進行批發、連鎖、加盟等業務推廣並非在產業方面法律之限制，而主要係在日本對於外國人申請居留之相關限制較為嚴格。以日玉中華食品株式會社⁷⁰董事長楊立寧受僑委會相關邀請對國內業者進行經驗分享時便提及日本對居留簽

⁷⁰ 1983 年赴日創業，以專業知識從事中華點心的製遠與拓銷，十六年來以高品質、低單價的實力打入日本市場，市場佔有率達三成五，並躋身為日本中華點心製造公司前三名。

證之相關限制問題⁷¹。一般而言，日本出入境管理所依據的基本法有《出入國管理及難民認定法》和《外國人登錄法》。在日本以經商等目的長期居住者擬臨時回國後再返回日本需事先向所在地入管局申請「再入國許可」，如未辦理再入國許可就回國，返回日本將變得非常繁瑣。

另外在根據個別法的核可、報備、登記之規定部分也應加以注意，例如以藥事法規範之醫藥品、化妝品的製造、輸入、販賣，依據該法，需取得開業及製造、輸入、販賣之許可。另，酒稅法、保險業法等依貨品別規範業務，須自行確認須否取得許可、進行報備及登記。2007年5月1日起公司法開放外資企業「三角合併」之M&A政策，准予外商在日子公司運用海外母公司之資金或股票換取日本上市公司股權。爲此，經產省爲擴大防杜高科技流出國外，轉供軍事用途與避免被恐怖份子使用，已於5月初，公布增列「特殊鋼、碳素纖維、工作母機、精密量測儀器、機器人與生物技術」等6項行業，規定外資併購日本企業股權10%以上案件，必須經併購及被併購雙方企業提交股東大會審議，並獲得3分之2以上股東同意與事先報經產省核准。違反規定者處3年以下徒刑或科處相當於該併購案投資額之3倍以下罰金。本項規定預定自2007年8月起實施。至於在日本從事營業活動時，適用之相關法規，宜事前加以了解⁷²。

另外一個值得注意的是日本的勞工相關法律，也往往是台資進入日本市場時應注意的，日本調整勞資關係的基本法律是勞動組合法、勞動基準法、勞動關係調整法，這3部法律也常常被統稱爲「勞動三法」，簡述如表4-14。

⁷¹當初楊立寧赴日創業時，並不知道日本政府對外人投資的規定，一年半後日玉已經有二十名雇員，年營業額達二千萬日圓，事業正在起步之初，卻因沒有申請工作居留權，導致日本政府拒發簽證，使他無法從台灣進入日本照顧生意。

⁷² 2009年提升連鎖加盟總部競爭力計畫，連鎖加盟產業商業情報資料庫建置（日本報告），主辦單位：經濟部商業司，執行單位：財團法人中國生產力中心，中華民國98年12月。

表 4-14 日本勞資關係法說明

法律	說明
勞動組合法	<p>勞動組合法是保障勞動者的團結權、團體交涉權和團體行動權的法律。勞動者為僱傭者提供勞務，僱傭者為此向勞動者支付工資。這種從形式上看似平等的法律關係，由於僱傭者擁有強大的經濟優勢，勞動者如果單氣槍匹馬地和僱傭者就勞動條件等進行交涉的話，無疑處於劣勢，其結果往往會對勞動者不利。為打破這種實質上的不平等局面，使勞動者能在真正平等的基礎上和僱傭者就勞動條件等進行交涉，勞動者之間自然地互相團結，並進而形成自己的組織即勞動組合，以期通過整體的力量來和僱傭者進行談判和交涉。勞動組合法的宗旨是用法律的形式對勞動者的這種權利和行為加以確認和保護，並通過這以保護來達到勞資雙方平等的目的。勞動組合法對作為勞動者團體的勞動組合既實行保護，同時也起到規範的作用。該法律還規定，為解決勞資糾紛，設置各級勞動委員會。</p>
勞動基準法	<p>勞動基準法從本質上可以說是勞動者的保護法，它從憲法規定的契約自由的前提下保障勞動者的生存權的觀點出發，規定了工資、工作時間、休息、安全衛生等其他勞動條件的最低標準。並且規定這些勞動條件必須在勞資雙方對等的前提下制定，勞動者和僱傭者雙方均應遵守勞動協約、就業規則和勞動合同的規定，必須忠實地履行各自的義務。勞動基準法規定對違反該法律所明示的最低標準的僱傭者處以刑法。此外，勞動基準法還規定在決定諸勞動條件時，不得以國籍、信仰、身份、性別的不同而區別對待。</p>
勞動關係調整法	<p>勞動關係調整法是以公正地調整勞資關係為目的、預防勞動爭議的發生和當勞動爭議發生時，解決該爭議的諸如調停、仲裁等方面的規定的法律。勞動關係調整法和勞動組合法一起，對勞動組合和僱傭者之間的關係予以調整，預防和解決勞資糾紛，維護勞資間的和平，以有助於國民經濟的發展。勞動關係調整法和勞動組合法在日本被稱為姐妹法。勞動組合法確保公平對等的勞資關係，並為勞資糾紛的妥善解決提供必要的前提條件；勞動關係調整法則是與勞動組合法相呼應，當勞資之間發生爭議時，可使勞資雙方在對等的立場上自主地解決爭議。</p> <p>處於勞動關係調整法的中心部分的勞動委員會，是在發生勞動爭議時，為解決該爭議而進行仲介的機構，勞動委員會從其立場上看是以勸說的方式進行工作的，勞動爭議最終還是以勞資雙方自主解決為原則。在斡旋調停中，調解員的仲介行為和調停案等並不能束縛勞資雙方，所以，當勞資雙方中的一方不願由勞動委員會解決的話，便可結束勞動委員會的工作，而改以訴訟的方式最終做出決斷。</p>

資料來源：本研究整理。

毋庸諱言，對上述基本法的理解是必須的，然而歸根結底它只是企業的人事管理的一般的方針政策。除此以外能對基本法的精神作內容補充、實際

上規定勞資關係的，還有企業社會的勞資之間的慣例、有關勞動法的判例、勞動行政機關發出的通知等。建立在日本式經營基礎上的勞資關係的慣例與歐美國家有著許多不同。比如，歐美國家在不景氣時的勞動者的待崗，在普遍實行終身僱傭制的日本的勞資慣例上，常被認為僱傭者行使不當的解雇權。勞動判例是根據憲法和勞動基本法的規定，就勞資關係的調整給與具體的例示，並且和勞動慣例有著密切的關聯。勞動部的通知是對勞動法的適用和解釋提供具體的基準，並對工作場所的安全衛生等狀況也作了明確的規定。它在人事管理方面具有重要意義。

此外，在日本營業的外資公司、企業還可以考慮充分利用日本的人才派遣公司和時間工制度。所謂人才派遣公司是指那些根據客戶提出的要求，向客戶提供勞務人員的公司。需要勞務人員的公司可委託人才派遣公司向自己的公司派遣勞務人員，並向派遣公司支付包括該勞務人員工資等的諸費用。這些被派遣的勞務人員雖接受就勞公司的管理，但不成為該公司的職工，而是從屬於派遣公司。當然，在工作了一段時間後，如果雙方都有意向，該派遣人員也可和派遣公司中斷關係，直接和就勞公司簽訂就勞合同，正式成為該公司的職工。利用人才交流公司的優點是時間上的靈活，即可根據自己的需要，和派遣公司約定使用被派遣人員的時間，如半年或 1 年。其次是約定時期屆滿後，可根據被派遣人員在這段時間內的具體表現，考慮是否繼續使用或正式錄用其為公司職工。在這種情況下，自然首先必須征得本人的同意。比人才派遣制度更為靈活的是時間工制度。公司企業可以隨時根據實際需要，招聘一些臨時的時間工，來應付一些日常的或突發性的工作。時間工可以是每天工作數小時，也可以是每週數天，條件由招人單位和應招人員商定。上述的數種方式，可以由各公司、企業根據自己公司的實際情況和要求選用一種或數種並用。但是無論是採用何種方式，都會遇到一個選考的問題。

日本的租稅大體上分為國稅和地方稅兩大種稅，見表 4-15。地方稅分為道、府、縣（全國有 47 個道、府、縣一級行政區）稅和市、町、村（全國有約 3400 和市、町、村基層行政區）稅共 6 級。日本經產省為吸引個人資

金投入險性新興特定事業，俾能改善產業結構，繼續提升日本國際競爭力。特別訂定實施本項個人投資獎勵措施。凡個人投資於符合獎勵條件之企業，於取得該事業股權後，享有下列租稅優惠（1）出售該事業股票所獲利潤之75%免稅、（2）投資該事業之虧損，可於3年內自其個人所得扣除。為繼續貫徹擴大吸引投資，遂自2007年4月1日起實施新修正本項投資優惠稅制，其中包括延長本稅制實施期間至2009年3月底，並增列「服務業」為租稅優惠適用對象（條件為：設立未滿兩年，且聘用商品與服務研究開發人員須達員工人數比率10%，至少2人以上）；同時在網路上公佈該省核准之風險性事業清單（特定新興中小企業名單），供個人投資者作為投資評估參考。相對而言，稅目、稅種多樣化，徵稅主體範圍較廣是日本租稅制度的特點。

表 4-15 日本企業相關稅賦說明

分類	說明	註解
企業所得稅、法人所得稅	<p>外國企業的企業收益以及商業利益僅限於可以歸屬於駐日永久性設施範圍內方可徵稅。設立駐在員辦事處無需登記也無需納稅，但不得進行營業活動。日本企業為各種稅的徵稅對象，其中有代表性的稅種是以下幾個：</p> <p>（1）政府徵收的企業法人稅。</p> <p>（2）道、府、縣以及市、町、村等地方政府徵收的居民稅。</p> <p>（3）道、府、縣徵收的營業稅。</p> <p>法人稅一般針對整體收益的3.7%的稅率計算。資本金在1億日元以下的中小企業，則針對其所得中800萬日元之內以25%的稅率徵稅。</p> <p>居民稅、事業稅根據標準稅率計算，事業稅可以在計算公司法人稅的時候作為出資金損失部分處理。</p> <p>納稅前超過800日元部分的，設在東京都內的外國法人的綜合負稅率為53.19%，（其中法人稅34.5%，居民稅7.14%，事業稅11.55%）。因此，實效稅率為47.68%。</p> <p>為了對分公司的利潤適用合理妥當的日本稅率，外國企業應以日元表示其投進的</p>	<p>（一）企業所得稅（法人稅）</p> <p>1、實際稅率</p> <p>在日本，針對法人徵收的所得稅（法人稅）主要包括對法人的應稅所得徵收的國稅（約30%）和地方稅。而地方稅又包括即使沒有應稅所得，也要繳納以公司的規模等為計稅標準的均攤稅。這樣，包含地方稅後的企業所得稅實際稅率約為42%左右。另外，如果以法人稅等的納稅金額除以稅前本期淨利潤算出的實際負擔稅率來看，多數情況下要超過上述的實際稅率。</p> <p>2、均攤稅和外部標準納稅</p> <p>在地方稅中，即使法人沒有應稅所得，也必須繳納法人居民稅的均攤稅和以法人規模等為計稅標準的外部標準納稅。也就是說，即使法人所得為赤字，也發生</p>

分類	說明	註解
	資本。外國資本應將外國企業已交付資本金，於外國企業該會計年度的最終營業日，憑有效外匯牌價折算成日元于各會計年度計算之。	納稅義務。其理由是法人作為該地區的居民，受益于地方政府在公共設施方面的服務，所以必須繳納該地方稅。
地方稅之徵收管理	<p>1、住民稅</p> <p>日本的都、道、府、縣（全國 47 個）以及各個市、町、村所徵收的住民稅如下：根據資本金金額及企業規模計算出均等分割稅率；根據法人稅金額及標準稅率計算出法人納稅部分。</p> <p>（1）均等分割稅。無論虧盈，住民稅的均等分割率部分是必須支付的。</p> <p>（2）法人徵稅。對於法人徵稅，根據子公司或分公司應制服的法人稅稅額而決定都、道、府、縣以及市、町、村稅率。這些稅率根據日本國內的生產地點不同而有微小差異，一般都可掌握在以下數值範圍內：</p> <p>i) 都、道、府、縣稅率為 5%-6%。</p> <p>ii) 市、町、村稅率為 12.3%-14.7%。</p> <p>2、事業稅（相當於企業所得稅）</p> <p>地方的都、道、府、縣有可能將上述事業稅率最大上調至 110%。</p>	<p>3、申報</p> <p>法人稅為申報納稅。在國稅方面，須向所屬的稅務局申報；地方稅則要向都道府縣、市町村長進行申報。對於地方稅來說，如果分公司及營業所與總公司的所在地為不同市町村，則必須向各自所在地的市町村進行申報。另外，在半年結算時也必須繳納一部分稅款，確定申報期限為決算日以後的 2 個月內。</p>

資料來源：本研究整理。

（三）越南

越南於 2007 年 1 月 11 日正式成為 WTO 第 150 個會員國。按照 WTO 切結條文，越南在 2009 年 1 月 1 日以前必須全面開放面開放商外商投資商業領域，允許設立外商 100% 持股的獨資貿易公司，從事進出口買賣服務，所以外商需提前積極籌畫。近年來，越南經濟快速發展，人民生活水準不斷提高，消費能力日益增強，全國商品零售總額逐年上升。據越南零售業協會稱，剔除價格上漲因素，2001-2007 年越南全國商品零售總額年均增長 12.5%，遠高於 GDP 年均增長 7.75% 的水準。

美國 AT Kearney 市場研究和諮詢集團研究報告稱，未來越南在零售市場的吸引力將位居第四，僅次於印度、俄羅斯和中國大陸。越南商品零售和

服務收入總額 1995 年僅為 110 億美元，2000 年 158 億美元，2001 年 166 億美元，2002 年 184 億美元，2003 年 217 億美元，2004 年 253 億美元，2005 年 304 億美元，2006 年 369 億美元，2007 年 452 億美元。2008 年達 553 億美元，同比增長 31%，若剔除價格上漲因素，增長 6.5%。其中，商業仍占大頭，增長 31.5%，約占總額的 82.4%。商品零售和服務收入總額與最終消費比例不斷提高。該比例 1995 年為 64.7%，2000 年上升到 68.5%，2002 年為 73.5%，2004 年為 78%，2006 年為 88.3%，2008 年達 91.6%。說明銷售市場在日益擴大。商品零售和服務收入總額占 GDP 比例不斷擴大。2000 年所占比例為 49.9%，2002 年為 52.4%，2004 年為 55.7%，2006 年為 61.2%，2008 年上升到 64.9%。據有關專家預測，到 2010 年越南 15-64 歲的居民將占總人口的 3/4，居民年輕化和經濟收入的不斷提高，居民消費能力將日益增強，商品零售市場進一步擴大。

越南零售領域的越南內資零售企業快速發展，一些大型零售企業已然逐漸形成，如 Santra、Hapro Mart、Saigon Coopmark、Intimex、Maximart、阮金（Nguyen Kim）和富泰（Phu Thai）等公司；上述大型企業專業性強，分撥系統廣泛，銷售網絡遍及許多省市，如：Saigon Co.op 公司已在全國各地建立了 25 個零售超市，計劃到 2010 年增加到 50 個；Vinatex Mart 公司計劃在未來 4 年內投資 15000 億盾（約合 9375 萬美元），建立 32 個超市、6 個貿易中心和 2 個時裝中心，還擬在越南北部、中部和西部等地區興建商品分銷總庫。越南國有零售企業具有一定資金優勢，並有直屬的生產廠家支持，在經營自產商品中頗具優勢；而民營零售企業一般不參與生產活動，專營分銷零售，廣泛設點，建立自身的銷售網絡。為增強競爭力，越南內資零售企業近期正在加緊聯合，如 2007 年 Santra、Hapro Mart、Saigon Co.op 和富泰（Phu Thai）4 家公司聯合成立了越南分銷系統投資和發展公司；Hapro Mart 公司加強了與 Vinatex Mart 公司的合作等。目前越南當地內資大型流通企業已見雛形，並出現整合趨勢。

近年來越南計劃投資部已經頒發許可證給 3 家經營超市的外資企業，包

括德國的 Metro Cash & Carry 集團、法國的 Big Customer 集團和馬來西亞的 Parkson (Lion Group_Malaysia) 集團；德國的 Metro Cash & Carry 集團投資 1.2 億美元，目前已經在越南興建 8 個商品批發中心，並正準備再於河內市、胡志明市、芽莊市和同奈增建 4 個商品批發中心；法國的 Big Customer 集團在越南經營 4 個超市的零售業務，在河內市和海防市成功興建超市後，更擬在河內市、峴港市、胡志明市和芹苴市陸續增建超市，而其投資 1,200 萬美元的河內市升龍 Big C 超市，已經成為越南最大的零售超市。除以上 3 家企業外，其他外資企業亦開始進入越南市場；2008 年 12 月 18 日，韓國 Lotte Mart 集團在胡志明市投資興建的第 1 個超市正式開張，Lotte Mart 集團聲稱，未來 10 年內將在越南投資 50 億美元興建 30 個超市，而英國 Tesco 集團、法國家樂福及日本 7-Eleven 集團也正在策劃進入越南零售市場。相對於本土企業，外資流通企業資金雄厚、經驗豐富，管理技術先進，具有全球經銷網絡，且商品多元化，因此外資流通企業的進入，一方面對越南內資流通企業形成了壓力，同時，也為越南形成一個良性經營，多元化發展和學習世界現代水平的內地市場帶來了機遇。

目前越南零售企業面臨的困難包括：（1）業務素質不太高：企業專業化程度不高，人力資源專業培訓有待加強；（2）經營資金不太多：大多數零售企業屬於中小型，財力不足；（3）法規政策不太明確；生產經營中的法律法規不完善，政策欠透明；（4）當前消費能力仍然有限：儘管越南人口眾多，消費人群達 6000 多萬；2008 年越南人均 GDP 已達 1000 美元，但收入仍然偏低，有效消費市場有限，零售市場仍然以城市為主，然而無庸置疑的是，現在越南是一個具消費潛力的市場，未來將是一個很有希望的銷售市場。

目前，外商採設立聯營商貿公司進行商品進出口，可享受越南給予本國公司和外資公司雙重優惠政策，但限制外資比例最高為 99%，即外國投資者無法全資擁有公司；越南投資設立企業相關規定，見表 4-16。2008 年 12 月 31 日前，根據 2005 年 11 月 29 日越南通過的第 59/2005/QH11 號法《外國

在越南投資法》、2005年6月14日通過的越南貿易法、2006年1月23日公告的《越南貿易法國際貨品買賣、代理外國買賣及加工貨品，以及貨品過境活動之施行細則》，外商涉足越南貿易領域從事進出口商品買賣，代理進出口等業務，必須與越南當地企業合資，以聯營方式設立聯營貿易公司，外商不可100%控股；其中主要規定如下：

1. 2009年1月1日前，外商涉足越南商品貿易流通領域，只可以設立聯營貿易公司來進行，但外資占股最高比例不超過99%。

2. 聯營貿易公司擁有獨立的進出口權，但貿易領域不得涉及水泥、外輪胎（飛機外輪胎除外）、紙品、拖拉機、機車、汽車、鋼材、視聽器材、酒品、化學肥料產品。

3. 可以開設連鎖店（Franchise），但是必須合資經營。2009年12月1日前，外資占股最高比例不得超過99%。

表 4-16 越南投資設立企業相關規定

項目	說明
設立條件	<p>根據越南投資法，聯營企業是一方或多方通過簽署聯營合約，在越南設立從事投資經營活動之企業。外商投資設立聯營企業一般需採用以下方式：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 境外個人與越南個人合資設立； 2. 境外個人與越南當地聯營公司合資成立新聯營公司； 3. 境外公司與越南當地聯營公司合資成立新聯營公司。 <p>聯營企業依據越南法規具備法人資格,通常采責任有限公司形式設立。聯營各方(境外方與越南當地企業/個人)按其投入法定資金對聯營企業及對方責任。</p>
聯營合約內容	<ol style="list-style-type: none"> 1. 聯營各方之名稱、地址、權責代表人； 2. 聯營企業之名稱、地址、法定代表人； 3. 投資金額，法定資金，法定資金出資比例，出資方式進度，建設進度，經營目標與範圍； 4. 主要產品，產品內外銷比率、企業營運期限； 5. 聯營各方之權益與義務、有關財務原則； 6. 合同修正及終止之方式，轉讓條件，企業營運終止、撤銷之條件、違約責任，糾紛解決原則。
經營範圍	<p>於2009年1月1日前，外商在越南從事國際貿易業務，必須採用與越南當地個人或公司合資的形式設立聯營貿易公司方可涉足商業領域，且外資控股不超過99%，他不僅可享受越南對外商的稅務優惠也可享有越南公司法中的國民待遇。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 獨立進出口權：外商與越南合資設立的聯營貿易公司,可類似於一家內資具有獨立進出口權的貿易公司。

項目	說明
	<p>2. 代理批發商或生產商進出口商品：除屬禁止出口、暫時中止出口、禁止進口暫時中止進口項目外，聯營貿易公司（即貿易商）可擔任其他貿易商/批發商/生產商各種貨品進出口買賣業務之代理，但對須持貿易部許可清單專案貨品，貿易商須得到貿易部許可後，才可簽訂合約。</p> <p>3. 設立連鎖店：越南設立聯營貿易公司可以在越南境內其他城市/地區開設連鎖店。</p>
設立條件及要求	<p>及的主要項目如下：</p> <p>1. 股權比例：只可與越南當地企業、個人設立聯營貿易公司，外商控股最多不得超過 99%。</p> <p>2. 法定資金：根據越南法規，聯營公司並無最低註冊資本的限定，但是法定資金至少為投資額之 30%。合資比率可由聯營雙方自行商定。</p> <p>3. 以土地租金價值投入法定資金：若越方以土地作價投入法定資金，其租金價值需由聯營各方依據越南財政部公佈之土地租金標準而商定。</p> <p>※ 2008 年 3 月 25 日，越南政府頒佈 29/2008/ND-CP 號決定，對在國家經濟開發區、國家級出口加工區、口岸經濟區、高新技術區和工業區內工作的越南人和外國人，減半徵收個人所得稅應納稅額，即稅率最低為 5%，最高為 20%。2009 年 1 月越南實施新的個人所得稅法，越籍與外籍個人適用稅率統一為 5-35%。</p> <p>4. 法定資金出資限制：法定資金可于成立聯營企業時一次投入，或按合同所定法定資金出資方式與進度投入。</p> <p>5. 經營期限：外資在越南經營時限，一般不超過 50 年。</p>
董事會規定	<p>主要規定如下：</p> <p>1. 董事會任期由聯營各方商定，但不得超過 5 年。</p> <p>2. 成立新聯營企業者，正營運之原至少有新聯營企業董事會之 2 位董事，其中至少 1 位越南公民，代表聯營越方。</p> <p>3. 董事長之董事不享薪資，但可享有由董事會決定之相關工作的津貼，其費用可併計於聯營企業管理費來結算。</p> <p>4. 董事會每年至少定期召開一次董事會。</p>
稅收	<p>外商投資設立越南聯營貿易公司所涉及稅項與獨資企業一樣，都牽涉到企業所得稅、增值稅、個人所得稅、消費稅、社會保障稅、關稅、土地稅及各項稅收等，以及企業運營過程中常態性相關費用。</p>
禁止進出口貨品	<p>依據越南政府總理 2006 年 1 月 23 日發佈第 12/2006/ND-CP 號公告規定，本清單上的專案是用於從事貿易及非貿易進出口、與鄰近國家邊境進出口活動，及官方以及非官方援助的貨品。</p> <p>一.禁止出口貨品</p> <p>1.武器、彈藥、爆炸物（工業爆炸物除外）及軍用技術設備；</p> <p>2.全民及社會政治組織所有遺物、古董及國寶；</p> <p>3.禁止在越南境內發行及行銷的各種文化刊物；</p> <p>4.國內天然林圓木及鋸木、各種珍貴水產；</p> <p>5.政府 2002 年 4 月 22 日第 48/2002/ND-CP 號函，公告屬 IA-IB 組之珍貴野生動植物及動植物種苗，及越南對國際承諾「紅皮書」之珍貴野生動植物；</p> <p>6. 國家保密範圍內之專用密碼機械及密碼軟體系統；</p> <p>7. 禁止化學武器公約規定之屬第 1 表的毒害化學物。</p> <p>二.禁止進口貨品</p> <p>1.武器、彈藥及爆炸物（工業爆炸物除外）及軍用技術設備；</p> <p>2.各種鞭炮（交通運輸部規定航海用安全信號鞭。炮除外）及造成檢測交通工具速度擾亂的設備；</p>

項目	說明
	3. 二手消費品、二手設備及物資，包括下列各組貨品： a. 成衣紡品、鞋類、衣服，電子貨品、家電冷電貨品； b. 醫療設備、室內裝潢貨品，陶瓷、玻璃、金屬家貨品； c. 塑膠、橡膠、可塑性等家具貨品，二手科技通訊的產品。 4. 禁止在越南境內發行及行銷的各種文化刊物。 5. 方向盤靠右的運輸工具（包括輸入越境前已拆散或改換為方向盤靠左者），供在小範圍活動內使用方向盤靠右錫吊杆車、溝渠挖掘機、清道車、澆道車、垃圾及日常生活廢棄物運載車、道路表面施工車、機場內客運車、倉庫及港口內用起重車、混凝土貫注車及公園、高爾夫球場內運送筆等專用車，則不在此限； 6. CFC 冷煤設備、廢棄物及含石棉產品； 7. 化學武器公約規定第 1 表之毒害化學物品。

資料來源：本研究整理。

（四）馬來西亞

70 年代以來，馬國政府不斷調整產業結構，使服務業得到了迅速發展，成為國民經濟發展的支柱性行業之一。服務業（包括水、電、交通、通訊、批發、零售、飯店、餐館、金融、保險、不動產及政府部門提供的服務等）是馬來西亞經濟中最大的產業部門，吸收就業人口已超過 50%。馬來西亞政府投資項目基本不對外國公司開放。馬禁止外國投資者在馬從事烈性酒和煙草的生產。馬來西亞鼓勵外國直接投資，特別是對外向型製造業和高科技產業的投資，並允許外資製造業獨資經營。但規定在紙包裝、塑膠包裝、金屬衝擊、金屬成型和電鍍、電線束裝、印刷及鋼鐵等行業的外資股權不得超過 70%。同時，馬來西亞對境外個人投資者對馬投資限制較多，個案處理範圍寬泛，任意性大。另外，馬來西亞有關法律規定，部分行業禁止外商獨資以及必須有 2 名以上馬籍股東。上述規定客觀上對外資進入造成一定障礙。防範措施包括：

1. 客觀評估投資環境。中國大陸投資者赴馬來西亞開展投資合作首先應該客觀評估其投資環境，主要注意以下問題：經濟規模及產業優勢；政府及各界對待外國投資的態度；投資經商的便利化措施；人文、語言及宗教環境；政府部門的執行力及工作效率；經商習慣及民商法律制度；社會治安狀況。

2. 適應法律環境的複雜性。獨立前馬來西亞是英國殖民地，因此其法律

體系受英國影響很深，成文法與判例法在商業活動中都發揮作用。企業到馬來西亞投資首先要注意法律環境問題，要嚴格遵守馬來西亞各項法律規定，密切關注當地法律變動情況；聘請當地有經驗、易於交流的律師作為法律顧問；處理所有與法律有關的事務，涉及投資經營重大問題和合約談判及簽署，事先一定要聽取專業律師的意見。

3.做好企業註冊及申辦各類執照的充分準備。在馬來西亞投資合作的起步階段最大的困難是公司註冊和申辦各類執照。這些執照的申請程式複雜，檔繁多，審批時間較長，需要交涉的事務頭緒紛繁。企業要對馬來西亞關於外國投資註冊的相關法律法規有一定瞭解；聘請專門的秘書公司和專業律師協助處理有關申請事宜；按照要求，提前備齊所需檔，及時履行相關手續。馬來西亞各類申請檔及公司文書均須企業法定代表人親自簽名，並加蓋公司的正式印章。

4.適當調整優惠政策的期望值。馬來西亞政府雖然制定了多項投資優惠政策和鼓勵措施，但是這些政策不能自動獲得，企業必須向政府主管部門提出申請，政府根據企業情況酌情給予一定優惠政策。企業要詳細瞭解這些優惠政策的內容、申請條件及程式，適當調整對優惠政策的期望值，並在專業人士指導下向政府申請有關優惠政策。

5.充分核算稅賦成本。馬來西亞的稅收體系比較複雜，繳納稅務專業要求高。投資者要認真瞭解當地稅收政策，仔細聽取專業會計和稅務人員的意見，充分核算稅賦成本，儘量選擇在能夠獲得所得稅減免的領域或地區投資。

6.有效控制工資成本。馬來西亞沒有最低工資標準，總體工資水準也高，但是企業工薪支出包括工資、公積金及保險和年度花紅等。企業需要瞭解當地勞動法令關於正常工資和加班工資的具體規定，精心核算工資成本，提高勞動生產效率。

馬來西亞國內對外商投資方式的規定，大致又區分為以下三大類型：(1)直接投資設立企業：外商可直接在馬來西亞投資設立各類企業。直接投資包

括現金投入、設備入股、技術合作以及特許權等。(2) 跨國併購：馬來西亞允許外資收購本地註冊企業股份，並購當地企業，但對某些領域，有外資股權限制。一般而言，製造業、採礦業、超級多媒體地位公司等領域外資可獲 100% 股份。(3) 股票收購：馬來西亞股票市場向外國投資者開放，允許外國企業或投資者收購本地上市企業，但須獲得馬來西亞外資委員會 (FIC) 同意。外國投資者在吉隆坡股票交易所購買上市公司的股票，其購買量占上市公司股份 5% 以下的，不需向證券委員會報告；如購買量達到或超過上市公司股份 5%，應通知上市公司秘書，由其向證券委員會報告；購買量達到或超過上市公司股份 33.3%，需要獲得證券委員會的許可，同時還須向公司其他股東公佈收購情況。

第四節 有利拓展出口之創新服務模式研究

一、連鎖加盟批發零售服務創新模式之成功案例

(一) 結合當地市場需求塑造具整體形象與概念之組合式銷售 網絡平台

中國大陸近十年來經濟快速成長，民間消費購買力隨之大幅提升，對於體驗外部文化的需求劇增，北京市場為大陸首善之區，已然成為各國競相投資及品牌進駐的標的。目前兩岸交流進展快速，帶領大陸民眾對台灣商品的新鮮感及好感，然而台灣品牌商過去在進入大陸百貨通路時，常遭遇進退場之風險，一級戰區的北京、上海風險相對高，一般大陸百貨賣場均要求進駐廠商在一定時間內達成一定之業績，未達到其要求之廠商，即被無情的要求撤櫃，對甫進入大陸市場之台灣廠商形成莫大之壓力。為此台灣企業家採取以籌組設立的全新台商銷售網絡平台，專為台灣商品設計規劃、量身打造，縮短台灣廠商進入大陸市場磨合時間；同時，經由結合食、衣、育、樂等方面具代表性台灣商品之品牌與台灣之影視文化娛樂，引領媒體關注，進而吸

引廣大消費者之認同。

《北京前門 台灣映像》是結合北京官方與民間力量籌組設立的一個全新體驗台灣生活及創意的商業園區，以融合多元文化與生活的「台灣魅力」做為一個品牌，並以台灣老街為藍圖，讓大陸民眾有機會在當地直接感受台灣風情。園內各區由知名台灣品牌或經典文化代表進駐之後，將致力於在對岸推廣台灣品牌，以及銷售「台灣製造」及「台灣品牌」為首要目標。該計畫由外貿協會主導，集合以大陸知名台灣品牌企業共同發起所組成的「華聚興盛兩岸物資商貿（北京）有限公司」共同合作，在北京市委市政府與崇文區委區政府的協助下，規畫出前門大街東側約四萬平方米的精華地段為台灣文化創意、時尚精品、農特產品與觀光推廣進軍大陸市場的第一個項目。建立專屬台灣的「台灣魅力區」於北京中心區⁷³；而園區之五大主軸規畫，包括專賣台灣與台商之商品（台灣專賣）、宣傳台灣文化創意產業（文化創意）、台灣地方觀光產業推廣（觀光推廣）、兩岸教育醫療文化交流（教育交流）、兩岸白血病患家庭救治（兩岸公益）。

結合多樣化台灣批發零售商所設立的組合式平台，其中所採用之特殊創新手法與概念，大致有以下幾點：

1. 以抽象「台灣魅力」概念建立台灣特色商品銷售平台

由台商在全球生產製造的台灣商品，不但產品品質優良、樣式新穎，其售後服務的用心，獲得絕大部分的全球消費者肯定。在國際金融海嘯來臨之際，有極大部分全球知名商品是由台灣企業所生產製造，但全球供需發生極大變化，以專業製造起家的台商也受到嚴重波及。於是，由大陸知名台商聯合發起籌組「台灣魅力」，想要在專業製造之外，建立一個銷售平台或網絡，提供「台灣製造」及「台商製造」商品能透過此平台銷向大陸內需市場。

⁷³前門大街東側距天安門廣場南面1200公尺，由天安門步行約15分鐘抵達本區。

2. 創造長期展銷獨特商業模式

製造生產型企業都知道，想打開外銷市場需要四處參展，因為參展可以得到兩類客戶的訂單，一類是國際品牌商，另一類是國際通路商，可惜的是：中國大陸的內需市場，既無有品牌之台商、亦沒有通路商，若要進入大陸內需市場，無法運用 B to B (Business-to-Business) 模式，而須建立 B to C (Business-to-Customer) 模式；但大陸市場的進入門檻較高，原因是各種手續繁雜，且各類商品的銷售手續資訊性不足，容易造成進入大陸市場的障礙，因此提供長期展銷的模式可以解決進入大陸市場之門檻問題，並加強台商的意願與信心。

3. 附帶行銷推廣台灣各地觀光旅遊特色

台灣有二十五個縣市地區，如果以每個地區展銷兩周時間，一年剛好可以將台灣的各地觀光資源與觀光特產推廣給大陸同胞與消費者，未來台灣開放大陸觀光商務行或自由行旅遊，更需要台灣各地的旅遊資訊與特產分佈詳細資料，如果在大陸有固定的資訊提供場所與台灣特產銷售結合，會有事半功倍的效果，這對台灣觀光資源與台灣特色產品是最好的合作模式之一。

4. 結合公益團體以提升「台灣魅力」整體形象

與中國大陸紅十字基金會與慈濟功德會合作，在提供優質的台灣特色商品的同時，將在「台灣魅力」的銷售金額提取一定的比例，來為兩岸的白血病兒童長期提供援助。在目前全球經濟與金融較弱的環境下，如兩岸商業與零售行業能發揮台灣與大陸的各自優勢、取長補短、互利互惠，雙方必定能平安順利度過此一難關，亦對兩岸關係有更好更合諧的方向發展，對大陸民眾對台灣優良的中華傳統文化有更深一層的認識，讓台灣優良的商品能更上層樓在大陸形成品牌來服務大陸消費者。

（二）完備人才培訓策略搭配科技系統以維持一貫品質與口味

鼎泰豐曾被《紐約時報》評為十大美食餐廳之一，更榮獲亞洲最具公信力的「The Miele Guide」選為 2009 與 2010 年的亞洲最佳餐廳；鼎泰豐皮薄、湯多的十八摺手工小籠包的魅力固然讓饕客讚不絕口，然而其所提供的高水準服務品質，同樣為顧客津津樂道；正因為鼎泰豐對於從食材用料、人力培訓到點餐電腦系統各環節的堅持，使其得以以超乎餐飲業界的高品質水準，成功的在台灣發跡、進而揚名國際。本研究認為，鼎泰豐主要透過以下幾點的用心與努力，逐漸打造出一種有別於其他業者的特有自我品質。

1. 開發「五級代理制度」且不計成本進行人才培訓⁷⁴

餐飲服務講究的是服務的溫度與彈性，服務人員能否依照顧客需求而提供最適切的服務，必須透過正面與負面的個案學習，以有效累積服務經驗。鼎泰豐在訓練未來的主管人才上採取「五級代理制度」，即高階主管要將自己在工作所學傳授給後進新人，並透過評鑑基層同仁的表現能力，考核主管是否在工作過程中將經驗傾囊相授。新進的服務人員容易犯錯，因此鼎泰豐的主管也鼓勵員工將工作上犯的錯誤、被客人稱讚及給予建議之處，記錄在工作心得報告與日誌中，並上傳到電子公告欄，一方面給予同仁互相學習的機會，同時也提供主管做為分析管理、解決問題的最好管道。

除此之外，鼎泰豐對員工訓練、獎勵表現的花費相當慷慨，例如人資部門未提升員工的外語能力，針對店面所有職位花費聘請專業外籍教師，規劃模擬客人從近來到離開的過程中，每個層級員工需要會說、會聽的簡單英、日語；若員工考取英日語檢定，可額外領取語文專長獎金，工作表現優異的員工，亦有派駐海外考察加盟店的相關業務的機會，以擴大員工視野。

⁷⁴ 參考自莊安華，「鼎泰豐 不計成本 打造五星級服務人才」，天下雜誌、商業發展研究院，「台灣軟實力 服務業大未來」專刊，2009年12月。

2. 堅持品質不盲目展店

鼎泰豐於 1996 年開始進入海外市場，首先進入的日本市場採授權方式，授權對象為日本高島屋集團中的餐廳高島屋（已易名為 R.T 高島屋公司）。正式開店前，由當地選派廚師到台灣受訓半年以上，通過考試的員工即成為種子教官，再返國教導分店的新進員工。而鼎泰豐總公司也會派廚師赴當地駐地指導，直到確認新店步上軌道。

鼎泰豐堅持口味一致，多年來不變，客人再度光臨品嚐時，猶如原味重現，依然可以獲得相同的滿足感。鼎泰豐總經理楊紀華表示，鼎泰豐是中國飲食，許多東西來自後廚的手工，師傅的功力就是其中很大的關鍵，這也是開分店時要維持品質一致最困難之處，不像麥當勞是西式食物，所有的東西可以量化，分店可以無遠弗屆地開。雖然不斷有人來商討展店事宜，但楊紀華卻為了人力不足，擔心影響品質而陸續拒絕開分店的合作請求。而海外原料供應鏈品質的穩定度，也是讓楊紀華最頭大的問題，而老師傅羅綸標經常飛到當地試過各廠商的原物料，最後還是決定從台灣坐船出口。包括麵粉、黑醋等關鍵性原料，鼎泰豐還是一貨櫃、一貨櫃地往外送⁷⁵。

3. 系統化經營與世界接軌

經營權由第二代楊紀華接管後，就要求全面品質控管與提昇服務效能；將原本小吃店經營模式，轉化為企業經營管理，以達到飲食國際化以及與世界接軌的標準。早年鼎泰豐師傅製做小籠包都是靠經驗，不論是麵粉與水的混合比例，或是小籠包的重量，都沒有精準計算；獲日本區域授權的高島屋在來台學習製程時要求每一項要有數據，由於鼎泰豐沒有提供，高島屋派人來台記錄，學習及測量長達兩、三個月，而讓楊紀華意識到，鼎泰豐的知識一定要數據化。經過多次測量、取出標準值後，鼎泰豐訂出小籠包「皮 5 克、

⁷⁵ 引述自今周刊，「鼎泰豐小籠包奇蹟」，第31期，2008年2月4日。

餡 16 克、打摺 18 次」的標準，開始透過標準產製，以確保食物品質⁷⁶。

楊紀華接手經營鼎泰豐後，最大的改革便是將 e 化的觀念帶進鼎泰豐，鼎泰豐從 2001 年開始進行 e 化，除了充分運用電子商務進行排位、點菜 POS（Point On Sale）系統外，最特別的是鼎泰豐直接採用電腦系統蒸小籠包，精準的掌握小籠包烹煮的時間，更使得食物的品質水準更加提升⁷⁷。

（三）透過雙贏跨市場結盟和開發多元管道發揮企業最大功效

統一速達為台灣統一企業、統一超商及大和運輸分別出資 20%、70% 與 10%，於 2000 年 10 月在台合資設立，資本額為新台幣 10 億元；統一速達同時也成為日本大和運輸首次海外授權的國家。目前統一速達於全台有 171 個營業站所，1 萬 8 千多個代收據點，並在全台擁有包括五堵、林口、台中與高雄共四個轉運中心，未來還有持續拓增新轉運中心的計畫；統一速達在台灣的黑貓宅急便服務擴及台灣本島及離島地區，預計累計寄件量突破 2 億 2 千萬件。

1. 順應趨勢建立雙贏之跨市場同業合作關係

統一速達於今（2010）年 1 月，與日本大和運輸社長木川真簽下大和運輸黑貓宅急便品牌永久授權合約，這也是繼 7-ELEVEN 之後，統一流通次集團第二個取得永久授權的品牌。大和運輸亦於今年 1 月進軍新加坡（大和運輸持股 100%）、上海（大和運輸持股 65%，另 35% 由兩家中資企業持股，主要由中國大陸交通事業的國營企業持有），逐步啟動覆蓋領域更廣的服務；而於今年中，統一速達與大和運輸正式開始合作連結台、日、星、中四地業務，共同進行跨國物流。看準未來亞洲共同市場逐漸形成，貿易必將更加頻繁之趨勢，從去年起由日本大和運輸主導，聯合台灣統一速達、新加坡、

⁷⁶ 引述自林茂仁、黃啓菱，「鼎泰豐的要求 克克計較」，經濟日報，2008年2月29日。

⁷⁷ 引述自工商時報，「鼎泰豐小吃店總經理楊紀華－不靠行銷手法，靠口耳相傳」，工商時報 D2 版，2006年5月22日。

上海等地的黑貓宅急便總部，即著手研擬亞洲區域的國際宅急便服務機制，經過一年的努力，開發串連各國國際包裹資訊的系統平台，可協助國際宅急便帳務系統，也在各國設置國際宅急便專屬客服小組，將宅急便服務推廣至亞洲各城市。

透過台日間的緊密合作，統一速達推出的「新·國際宅急便服務」，在配送模式及配送地點方面，將從以往台到日的單向配送進化至雙向配送，並於今年底將雙向配送服務範圍擴展到新加坡及上海；未來亦可能透過便利商店全年無休的通路優勢，進一步推廣至亞洲各大城市，預計1年目標逾5萬件的國際宅配包裹量。在共同合作之機制結盟下，未來將有利於雙方營收，統一速達預計在台灣之年營收未來可能達到日幣1,500~1,600億元；統一企業集團總裁林蒼生表示，預估統一速達未來每年營收約可有百分比2位數的成長，尤其在簽署ECFA後、取消關稅，營收每年可望倍數成長。⁷⁸

2. 多元管道經營以開發無限商機⁷⁹

統一速達長期經營國內的行李宅配市場，2002年起從寒暑假學生行李、年節返鄉行李、飯店行李、高爾夫宅急便等服務開始，包裹代收服務據點也從飯店、高爾夫球場、車站，擴大到機場。

看準台灣與中國大陸間經貿熱潮，與日漸成形的亞洲共同市場，為滿足大量觀光與商務人士行李服務需求，統一速達於今年9月13日拿下松山機場行李代收的資格，於10月11日正式啓用，推出機場宅急便服務，提供旅客們出國前後行李寄送、暫存與打包服務，預計一年將可達到近2萬件機場宅配包裹的目標。

統一速達表示，因應台灣國際化的需求，松山機場從國內型的機場，一轉為商務型的國際機場。除已直航的上海虹橋，將於今年10月開通日本羽

⁷⁸ 方巧文，「待市場成熟後 統一速達擬佈局亞太物流商機」，MoneyDJ理財網，2010年1月27日。

⁷⁹ 沈培華，「統一速達推宅急便 訂一年2萬件包裹目標」，中時電子報，2010年9月17日。

田航線，未來更計畫擴及南韓首爾金浦，未來一年間松山機場的兩岸、日韓間航線包機、商務需求量的客運量將大幅增加；同時為因應松山機場的商務客流量大的特性，服務據點也將提供免費無線上網與手機充電服務。

二、如何運用連鎖加盟批發零售服務創新模式帶動國際化發展

台灣連鎖加盟批發零售業者近年來成功融合創新概念以特有模式進行國際化，進而拓展服務範圍的努力與成果大家有目共睹；批發零售服務的業務多與生活息息相關，所涵蓋之範圍甚為廣泛，然而如何透過連鎖加盟將其服務做更有效、更貼近顧客需求的傳遞，首先必定確立的即是業者欲傳達的「核心服務概念」，整體概念完整建立後，透過「新客戶介面」的開發，結合科技日益發展伴隨而來的「新服務傳遞系統」與「新技術選項」，打造出一套完整的創新模式得以有效服務顧客、貼近顧客需求。

「核心服務概念」是企業欲藉由服務的提供而傳達的主體，然而這通常可能藉由有形和無形的兩種面向的結合，以提升帶給顧客的感動層面。例如《北京前門 台灣映像》即是藉由提供有形的台灣商品搭配該園區所塑造出無形的「台灣魅力」，滿足當地顧客對台灣商品之好奇與需求的同時，亦得以享受到特殊的台灣氛圍；而又如鼎泰豐的核心服務概念即是堅持口味一致搭配五星級的服務品質，讓上門的顧客隨時到各地的店內均可享受到熟悉的味道和感覺。

開發「新客戶介面」，則使得企業能跳脫原有服務客群框架，以更多元化的管道貼近消費者。以統一速達的宅急便服務為例，從原有的 B-to-B 或 B-to-C 概念的商品宅配業務，逐漸轉變成民眾在便利商店即可交寄包裹、或在百貨商場購物後不需提大包小包可直接配送回家的便民服務，之後更衍伸出在高爾夫球場、在宿舍甚至機場等地的駐點，全面提供消費者最便捷的行李配送服務；配送駐點的普及化，也使得消費者更能隨時隨地省去寄送物品或隨身攜帶重物的困擾。

而隨著科技進步而產生的「新服務傳遞系統」與「新技術選項」，為業者與消費者間建立更為便捷、有效率的雙向關係；李惠琳（2009）提到，釐清企業本身需求、瞭解與企業密切的相關科技下，資訊服務在服務業前端的市場研究、個人化精準行銷，到現場服務流程管理，甚至後端供應鏈的整合，均扮演了不可或缺的角色，亦帶動了服務業效率的提升⁸⁰。服務業導入科技應用的趨勢已然成型，例如鼎泰豐和 7-ELEVEN 等業者，有效的利用 POS 系統記錄消費者習性與需求，除可增加流程的效率，同時亦蒐集、分析顧客消費行為模式，以做為擬訂創新服務策略的參考依據，進而提供高品質的「客適性」服務。

綜上所述，與生活密不可分的連鎖加盟批發零售服務，如何透過創新服務模式的建立提升自我品質與競爭力，進而開拓海外市場，並逐漸邁向國際化，已然形成一股不可抵擋之趨勢；因而未來政府相關單位與業者如何共同合作，協助帶動更多服務業創新模式將我國的服務業價值鏈加以整合，確實為服務業國際化不可忽視的核心議題。

第五節 小 結

針對我國連鎖加盟批發零售服務業，經濟部在政策上，除了推動諮詢服務、自助貸款資金優惠與商業服務經營輔導、創業服務行銷輔導、推動連鎖加盟服務事業發展、推動電子商務、促進商業投資、強化創業創新，也推動 2008-2011 年為期四年之「提升商業服務品質計畫」，著重環境發展、營運總部、人力資源、品牌平台與服務品質五大策略，主要目的是持續深耕及擴大過去實施計劃之相關效益，同時改善執行後所面臨之問題，徹底健全國內體系以迎接國際之挑戰，將開拓海外市場視為終極目標；藉由推動商業邁向健全的服務經營發展，打造台灣成為「行銷國際連鎖加盟商業之運籌總部」

⁸⁰ 參考自李惠琳，「以科技為後盾 服務業者更創新」，天下雜誌、商業發展研究院，「台灣軟實力 服務業大未來」專刊，2009年12月。

及「亞洲新商業文化及風格之創造園地」。

我國在世界競爭力表現優異項目，包括技術基礎建設、技術開發的資金充裕性、高科技出口占製造業出口比重、專利生產力、有效專利權數、當地市場競爭度、產業群聚發展等方面，顯示出我國經濟成長已邁入創新驅動階段，技術研發與創新將成爲我國產業持續發展之主要動能。而我國連鎖加盟批發零售經過多年發展，亦逐漸培養出優異的創新能力、加盟機制成熟且具複製營運模式能力、經營管理能力佳、資訊科技協助虛實通路整合等方面之競爭優勢。

我國連鎖加盟批發零售服務業於海外拓展出口之主要目標市場，包括中國大陸、日本、越南與馬來西亞。入會承諾市場開放方面，馬來西亞最少，日本和越南其次，中國大陸最多，不過在提供服務方面，模式一跨境提供服務和模式三設立商業據點保留之限制仍多。而在有利拓展出口之創新服務模式方面，成功案例採取之方法有結合當地市場需求塑造具整體形象與概念之組合式銷售網絡平台、完備人才培訓策略搭配科技系統以維持一貫品質與口味、透過雙贏跨市場結盟和開發多元管道發揮企業最大功效。

台灣連鎖加盟批發零售業者近年來成功融合創新概念以特有模式進行國際化，進而拓展服務範圍的努力與成果大家有目共睹；批發零售服務的業務多與生活息息相關，所涵蓋之範圍甚爲廣泛，然而如何透過連鎖加盟將其服務做更有效、更貼近顧客需求的傳遞，應先確立欲傳達的「核心服務概念」，待整體概念完整建立後，透過「新客戶介面」的開發，再結合科技日益發展伴隨而來的「新服務傳遞系統」與「新技術選項」，最後方可打造出一套完整成功的創新模式，以有效服務顧客和貼近顧客需求。

第五章 結論與建議

第一節 結 論

本研究剖析我國高等教育、醫療照護與連鎖加盟批發零售三類服務業，從現況分析（含產業政策與現況）、國際化情形（含產業服務貿易概況與競爭優勢）、目標市場之市場開放與障礙（透過該產業於目標市場在多邊之開放情形與業者訪談進行分析）、有利拓展出口之創新服務模式研究，並就各業別之競爭環境與未來發展趨勢，探討其拓展海外進行國際化之可能策略，最後提出具體建議。

針對此三類服務業，本研究亦分別鎖定特定目標市場，包括：（1）以中國、越南、馬來西亞為高等教育服務業目標市場；（2）以美國、中國大陸、日本為醫療照護服務業目標市場；（3）以中國大陸、日本、越南、馬來西亞為連鎖加盟批發零售服務業目標市場。相較於目標市場國開放承諾，我國在這三類服務業之市場開放承諾情形，分別為：

1. 教育服務業（高等教育服務 CPC923、成人教育 CPC924、其他教育服務 CPC929）－（1）學生接受之留學服務（代收學費及授課除外）－市場開放及國民待遇均只有在自然人移動上受水平承諾所列者為限之限制。（2）教育機構－市場開放在設立商業據點有校長/班主任及校董會董事長必須為中華臺北人民、外國人擔任校董會董事者不得超過三分之一且總數不得超過五位之限制；市場開放及國民待遇在自然人移動上均受水平承諾所列者為限之限制。我國比中國大陸、越南、馬來西亞等三個目標市場國，市場開放承諾更多。
2. 醫療照護服務業（專業服務－醫療和牙科服務 CPC 9312、獸醫服務 CPC 932、助產士-護士-物理治療師與醫事輔助人員提供之服務 CPC 93191；醫院服務 CPC 9311、其他人類健康服務 CPC 9319 不含護理-物理療法和

輔助醫事的交付和相關服務、社會服務 CPC 933) — (1) 醫療和牙科 — 持有中華臺北發給之醫療執照者才能提供醫療服務；目標市場之美國及日本完全未承諾開放，但中國大陸部份承諾開放。(2) 獸醫服務 — 市場開放在跨境服務上開處方、診斷及診察相關業務須由取得執業許可之中華臺北獸醫師提供；在設立商業據點上限由已設立非公司型態之獸醫診所之自然人提供服務，獸醫佐須具備擔任獸醫助理四年以上或從事獸醫相關業務五年以上之證明文件；目標市場之美國、日本及中國大陸完全未承諾開放。(3) 助產士-護士-物理治療師與醫事輔助人員提供之服務 — 持有中華臺北發給之醫療執照者才能提供醫療服務；目標市場之美國、日本及中國大陸完全未承諾開放。(4) 醫院服務 — 醫院須由非營利機構設立，外國人擔任董事會董事不得超過全體董事之三分之一，全體董事的三分之一以上必須具有醫療專業資格，持有中華臺北發給之醫療執照者才能提供醫療服務；目標市場之美國及日本部份承諾開放，中國大陸完全未承諾開放。(5) 其他人類健康服務 — 完全未承諾開放；目標市場之美國、日本及中國大陸完全未承諾開放。(6) 社會服務 — 完全未承諾開放；目標市場之美國、日本及中國大陸完全未承諾開放。

3. 連鎖加盟批發零售服務業（經紀商服務 CPC621、批發服務 CPC622、零售服務 CPC631,632,6111,6113,6121、經銷 CPC8929） — (1) 經紀商服務 — 市場開放及國民待遇均只有在自然人移動上受水平承諾所列者為限之限制；目標市場之中國大陸、日本及越南部份承諾開放，馬來西亞完全未承諾開放。(2) 批發服務 — 武器及軍事用品受限，市場開放及國民待遇在自然人移動上受水平承諾所列者為限之限制；目標市場之中國大陸、日本及越南部份承諾開放，馬來西亞完全未承諾開放。(3) 零售服務 — 武器及軍事用品受限，市場開放及國民待遇在自然人移動上受水平承諾所列者為限之限制；目標市場之中國大陸、日本及越南部份承諾開放，馬來西亞完全未承諾開放。(4) 經銷 — 市場開放及國民待遇均只有在自然人移動上受水平承諾所列者為限之限制；目標市場之中

國大陸承諾開放與我國相同，日本及越南部份承諾開放，馬來西亞完全未承諾開放。

由上述比較得知，高等教育和醫療照護這兩項產業與每個國家的人民受教和健康醫療密切關聯，所以過去在 WTO 入會時做出市場開放承諾的程度並不高，而且都伴隨著國內規章和認證方面的限制，因此要進入他國的市場並不容易。但是協助有形商品進行國際貿易的連鎖加盟批發零售，市場開放承諾程度相對高出許多，除了特殊敏感商品和小規模的零售業受到保護之外，其他大多是對外開放的。

有關本計畫所研究探討之三類服務業，首先，研究團隊於去（2009）年之「拓展我國服務貿易出口目標市場與特定項目之研究」中業已針對醫療服務業進行研究，然當時主要考量我國現有醫療人才和醫療資源有限，並著重與政府推動之政策方向相符合，故僅以吸引海外人士來台就醫為建議事項之首要選擇，並重觀光健檢與重症醫療之發展，其效益除醫療本身的商機之外亦可帶動國內其他相關產業的需求與發展；而今年度本計畫將探討範圍由醫療服務業進一步擴展為醫療照護服務業，並考量醫護產業國際化發展之多元型態，因而納入服務提供的其他三種模式，即跨境提供服務、商業據點設立及自然人移動三種方式作為研究範圍。此外，研究團隊亦首次進行高等教育服務業和連鎖加盟批發零售服務業之國際化研究。以下即針對本研究所分析之三類服務業國際化進行總結：

高等教育服務業國際化方面，我國高等教育主要是以繁體中文的方式來訓練學生，在中國大陸經濟崛起之後，加上台商遍布全球，我國高等教育機構在華人世界中是具有相當的重要性和競爭力。

近年來我國政府積極推動國際化，鼓勵台灣高等教育積極參與國際交流，邁向世界。政府除以特別預算支應「發展國際一流大學及頂尖研究中心計畫」，亦強調學校國際化之重要性，並期望因此能夠使國內教育機構招收更多的僑外生，以解決我國因少子化而招生不足之問題，教育部並且將陸生

來台相關法案列為最優先推動法案。無論是推動我國教育機構吸引外來學生以補學生來源不足問題，或是鼓勵教育單位朝外設班設校發展，政府均認為推動目標就是要教育機構朝向國際化和產業化發展。

中國大陸、越南與馬來西亞等我國高等教育服務業拓展出口之主要目標市場，在 WTO 入會承諾市場開放程度，以馬來西亞最低，中國大陸其次，越南最高；據業者反應前往國外之障礙，主要涉及基礎建設不足、電力不足、土地成本提高、政府行政改革速度緩慢、私立大學或國外大學的分校設立須受邀方能申請、國外投資者必須成立公司對於股份及董事會有規範、開授每一門課都必須向教育部核備、私立學校畢業生沒有資格申請政府機構工作、規範跨國高等教育之教學內容與教學媒介、有權撤回以英語或阿拉伯與授課的許可。

在有利拓展出口之創新服務模式方面，成功案例採取方法有建立跨國高等教育交流合作、打造區域教育樞紐之教育城。面對全球化的浪潮，高等教育已被視為全球經濟市場的一種服務性、企業性的產品或生產性組織，成爲一種驅動國家經濟發展的新興產業；網路科技的發達加速改善大學之學術環境品質，大幅提升學校在研究、教學及服務的速度，而有全球學術研究網絡建構，跨國性課程、教育機會與跨領域的研究，已是各國高等教育機構未來發展的重要方向。因此未來應在教師、學生與課程國際化，以及國際能見度提高等方面，不斷提升服務創新模式，方能帶動我國高等教育之國際化。

醫療照護服務業國際化方面，我政府推出一系列措施，如「醫療服務國際化旗艦計畫」、「健康照護白金計畫」、「台灣醫療服務國際化行動計畫」、2009 年總統府財經諮詢小組將國際醫療列為十大重點服務業之一。國內衛生主管機關認為現有國內醫事人員有飽和的情況；我國實施全民健康保險總額給付多年以來，因爲利潤不高，因而造成國內新藥研發與新醫療技術引進受到限制。將醫療照護產業推向國際化，將有助於破除這些限制，並爲我國醫療照護產業開展新動力和方向。

我國醫療照護業者到境外投資、設立據點或以與當地業者合作之方式，以結合 ICT 技術導入居家照護、遠距醫療等方式服務他國民眾的另一面向之國際化模式，目前相對發展有限。有關未來進一步拓展我國醫療照護服務市場，受訪業者多認為由於醫療服務高度仰賴醫病間之溝通及信任，且考量到我國醫療技術水準與品質在該市場的知名度，故短期內應以同文同種之中國大陸為近期內首要發展之目標市場，特別是集中在經濟相對發達的沿海地帶；然而對美、日等醫療品質與我國相當但價格較高的國家，或醫療品質與價格較低但需要較高端服務的族群，亦為未來具發展性之目標市場。

然而，醫療照護產業多被各國視為敏感性較高之產業，美、中、日等三目標市場均針對外人於當地設立醫療照護服務據點訂有限制措施；然整體而言，中國於入會承諾之開放程度相對較高，而美、日兩國開放程度相當。另據業者赴中國大陸投資興建醫院之經驗，在與當地公立醫院競爭、聘用醫事專業人員以及申請加入當地醫療保險等方面，仍多方面臨障礙與困難；然若以外國人士來台就接受醫療照護服務方面而言，業者認為目前我政府已逐步在法規與制度面上進行調整或鬆綁，障礙已有逐漸消除之情形。

近年來我國醫療照護服務水準在國際上已逐漸打出知名度，然而我國醫療照護國際化一直以來卻是採取相對保守的發展；因此未來如何推動醫療服務的國際化商業交流，為原有產業注入新的原動力，同時提升服務品質與消費者的效用和滿足，甚至激發出客戶新的需求來創造商機，皆為醫療照護產業邁向國際化時首要考量的重點。我國未來可考量透過醫療管理、醫療資訊系統、生技醫療等方面，納入推動國際化之新元素，突破我國醫療服務國際化會流失國內優良醫生照顧國民之想法。

連鎖加盟批發零售服務業國際化方面，連鎖加盟一向被視為「知識經濟」的展現，透過經營模式上累積之經驗管理機制，搭配專業知識與技術的應用，由總部輔導而有效率的複製成功經驗；我國商業發展是以中小企業為主體，透過連鎖加盟以達到整合資源、提升經濟規模、增加知名度，進而提升

整體競爭力的運作模式，在我國已擁有成功的發展經驗。連鎖加盟運作模式呈現於台灣零售業方面，已逐漸演變出各種型態與經營手法，以因應環境變化和經營所面臨的問題；然而爲了永續生存，零售業逐漸朝向大型化發展，並依賴良好的經營管理以強化競爭利基，逐漸使批發業生存空間減少；目前，在連鎖加盟批發零售產業中，因國內需求市場有限，且擁有眾多同業競爭之下，業者早已逐步向外拓展出口邁向國際化。

中國大陸、日本、越南與馬來西亞等我國連鎖加盟批發零售服務業拓展出口之主要目標市場，在 WTO 入會承諾市場開放方面，以馬來西亞開放程度最少，日本和越南其次，中國大陸最高，但在跨境提供服務和設立商業據點方面對外人保留之限制仍多；而業者反應朝目標市場拓展之實際遭遇障礙，涉及經營範圍的許可、通行證問題、租稅問題、所有權限制問題、涉及商業分區發展規劃之審批作業、設立條件及要求、董事會規定、禁止進出口貨品等。

我國經濟成長已逐漸邁入創新驅動階段，技術研發與創新將成爲我國產業持續發展之主要動能；而我國連鎖加盟批發零售經多年發展，亦已逐漸培養出優異的創新能力、加盟機制成熟且具複製營運模式能力、經營管理能力佳、資訊科技協助虛實通路整合等方面之競爭優勢。

批發零售服務的業務多與生活息息相關且涵蓋之範圍廣泛，然而如何透過連鎖加盟將其服務做更有效、更貼近顧客需求的傳遞，打造出一套完整成功的創新模式，以有效服務顧客並貼近顧客需求；因此，我國連鎖加盟批發零售服務，未來應繼續朝融合創新概念以特有模式進行國際化之方向努力，以期提升整體服務品質、進而向外拓展其服務市場。

第二節 建 議

一、高等教育服務業國際化之建議

總統府財經諮詢小組 2009 年提出推動我國 10 項重點服務業發展項目，包括醫療和教育，並認為推動目標就是要朝向國際化和產業化發展。這兩項服務業過去受到法規嚴格之規範，例如「醫療法」規定醫院須由非營利機構設立，「教育部主管教育事務財團法人設立許可及監督準則規定」教育法人經辦之業務不得以營利為目的。但是，在我國加入世界貿易組織之後，情況逐漸出現轉變。

其次，「教育部主管教育事務財團法人設立許可及監督準則規定」中明文指出，教育法人經辦業務不得以營利為目的之字眼。在民國 98 年 1 月 7 日發布之「學校財團法人設立辦法」取代上述規定，也移除不得以營利為目的之字眼。但是財團法人必須從事公益為目的者，法院才予以登記。一般認為財團法人可從事某種程度的收益事業或從事附帶的營利事業，但經營之收益一定比例必須使用於公益目的，否則不得享有租稅優惠。民國 97 年 1 月 16 日修正之「私立學校法」又規定，各級、各類私立學校之設立，除法律另有規定外，應由學校財團法人申請之。私立學校法規定中華民國人民為教育其子女，得於國外及香港、澳門設立私立學校。所以，我國對於教育機構的規範限制，使其很難有向國外設分校發展之動能。在此限制之下，加上我國高等教育主要是以繁體中文方式教學，當然是以此吸引學生來台受教會是最有效率和調適成本最低；另外，發展小規模的其他具語言或內容特色之教學，也可以達成吸引學生的效果。有關我國高等教育服務業之進一步國際化，本研究研提幾點建議如下：

（一）支持具有戰略目標之教育政策計畫

推動服務業發展成功的重要因素之一，即是讓國外消費者能夠獲得我國大學和研究中心在國際上有良好評比的資訊，加上透過與國外學者專家不斷

的交流來往，我國教育品質之信譽和品牌就會在國外逐漸生根，而達到吸引外國學生前來求學的目標。所以我們支持政府之發展國際一流大學計畫、發展頂尖研究中心（領域）計畫和獎勵大學教學卓越計畫；但是，政府單位似應深入思考，推動這些計畫的我國真正戰略目標，須朝以創造我國學生更多的競爭機會、培養更具我國國際視野人才、訓練更多全球台商可用的外國人士、吸引更多優秀教育專業人士、提高我國服務教育水準、或研發更多產業界所需要的資訊與人才等面向進行細部規劃，並且確實追蹤調查落實之情形。

（二）規劃吸引國際學生之完整高等教育服務國際化方案

吸引多元國際學生為創造高等教育服務國際化環境相當重要的一環，因此政府未來似應以此為目標，規劃相關之完整方案；方案中首要事項即應為協助大專校院突顯學校特色及教育品質保證，達到吸引國際學生的目標；第二為推動菁英來臺留學非經濟性誘因之建立，例如學研合作延攬與留用國際優秀博碩士生、培訓前往新興市場之企業種子人才；第三為營造國際學生來臺留學友善環境，不僅簡化入學申請、來台就學之簽證，而且促使各校成立務實道到的協助小組；第四為利用境外臺灣教育中心、駐外單位、華僑聯誼會組織和外貿協會共同推動舉辦教育交流活動，利用活動、宣傳等來行銷台灣高等教育服務業，以強化國際學生獎學金、授課國際學程、給予來台專業實習機會來擴大國際學生來源。

（三）強化跨國公協會的學歷認證合作

我國教育部與財團法人高等教育國際合作基金會於今（2010）年 3 月 10 日與「印度大學協會」簽訂合作交流協定，印度已確定將全面承認我國大學學歷，而此項突破將吸引更多優秀外籍生來台留學，對於我國高等教育輸出有極大的助益。然而，現階段仍有部分國家尚未全面承認我國學歷。

目前，新加坡與馬來西亞承認之台灣學歷僅限於科系的認證，而非校對

校的認證。新加坡政府 2009 年 12 月 29 日通過專業工程師法（Professional Engineers Act）的修正，認可台灣通過工程及科技教育認證系所的畢業生學歷，學系畢業生可進一步在新加坡申請專業工程師證照，這項修法打破過去我國高等教育不受新加坡政府承認的局面。而馬來西亞在我國負責東南亞國家工程教育之國際認證後，也表示台灣認證之工程領域學歷，馬來西亞亦會予以承認。此外，馬來西亞目前已承認台灣 8 個醫學系、7 個牙醫系和 3 個醫藥系之學歷。

未來，我國政府可循印度之模式與公協會合作，建立溝通協調的平台，增進交流之機會，並進一步落實雙方學歷採認之目標，以解決部分國家對我國學位的認可問題。

（四）建立教育服務產值評鑑

爲了協助大專校院突顯學校特色及教育品質，除了學術指標外，針對非以學術爲重之大專院校設立評鑑指標，例如以學校創新營運活動所帶來的產值，包括國際學生在校人數、學生停留在台時間、繳交學費金額、畢業學生留台就業數，並且依照此評鑑給予表現好的學校更多的鼓勵。因此政府需有一套機制，協助學校調查各校的優勢與特色。在國際化中，學校有優勢才能吸引到學生，才能產生經濟的產值。因此，評鑑學校的人是要能了解產業的人，可就產業面的方面是協助業者發展，而不是僅單就學術的角度去做評論。

（五）提供外人短期教育訓練課程

台灣的師資優良，學費低廉是我們的優勢。近年，東南亞國家皆積極招攬我國技職人才，如新加坡發展其博弈產業，建立綜合娛樂村，相對帶動新加坡觀光服務業，並積極在挖掘台灣餐旅管理人才。因此，在不考慮學分及學歷的前提下，我國可開放外國人士來台灣接受短期的教育訓練，增加高等教育的輸出。

(六) 強化國際行銷管道以增加台灣華語教學能見度

我國華語師資與中國大陸相較，具備英語能力與教學文化開放、不保守之優勢。因此應善用我國生動活潑的教學特色，研發適用不同語言、國情及客層的教材，並以高品質與高價格之產業路線與中國大陸廉價路線做出區隔。此外，持續擴充華語測驗資料庫，提高可信度與效率，並逐年增加施測地區，增加「華語文能力」測驗知名度與普及度，以吸引更多外國考生受測。

(七) 配合產業發展研議國外大學來台設立分校培育人才

政府可以規劃引進國外著名大學配合我國產業發展，培育所需之人才；然而引進的學校須有其特色領域，並且開設課程應有明顯區隔，設立據點可選擇座落於科學園區附近，並參考卡達教育城以集中設置的方式，將有相輔相成之效。

目前就因應台灣少子化趨勢，充裕高等教育學生生源而言，可以與外國大學合作，開設學位學程，獲得與原校區一樣的課程與文憑，不但可有效降低家長支付學生赴國外留學負擔，負擔的成本相對較低，另亦可作為外國大學在亞洲的據點，吸引東南亞地區之學生來台就讀，提升我國整體教育產業之產值。

二、醫療照護服務業國際化之建議

(一) 短期政策目標以吸引外人來台就醫帶動國內產業發展為主

在推動醫療照護服務產業的國際化模式上，主要可分成吸引外人來台就醫；以及對外投資在他國設置分院二種模式，儘管此二種模式均可納入國際化的範疇之中，但在執行面上卻是完全不同的作法，一是將醫事人員留在本國，靠著醫療口碑與對外宣傳，吸引外人來台灣接受醫療服務，另一則是在他國選擇適當地點進行投資，此種作法也通常會伴隨著部份專業人士的流動，以醫療產業為例，就是醫事人員或醫管人才的輸出。本研究經歸納多次

訪談意見後，對於上述二種國際化模式均抱持肯定態度，但對於政策推展的策略上，則建議應有短、中、長期之區分。在短期內，建議醫療照護之發展重點，應放在吸引外人來台就醫為主，原因是我國醫療照護服務尚未成熟到具備產業規模，短期內建議應將政策重心放在擴大國內市場需求上，一來可帶動國內產業規模，給予整體醫療照護服務產業新的成長動力，二來也可降低國人對於醫療資金外流或是醫事專業人才輸出，可能衝擊國內本土醫療產業發展等之相關疑慮。

除此之外，考量到現階段政府對於醫院對外投資普遍多持保留態度，例如公立醫院或是財團法人醫院，均直接受到政府規範而不得對外投資，使得國內現有規模較大的幾家醫院無法對外投資；餘下的僅有少數的社團法人醫院或是私人醫院不受限制，但普遍規模都相對較小而缺乏國際競爭條件。在這樣的前提下，現階段較不宜鼓勵醫院對外投資，而短期內所推動的「國際醫療」，建議仍鎖定在觀光醫療、重症醫療；或醫學美容健檢等，以吸引外人來台為主，先將國內醫療產業需求的餅做大，為日後進軍國際醫療市場做好準備。

（二）以一條龍方式協助專辦國際醫療服務

總統府財經諮詢小組 2009 年提出推動我國 10 項重點服務業發展項目，包括醫療，並認為推動目標就是要朝向國際化和產業化發展。醫療服務業過去受到法規嚴格之規範，例如「醫療法」規定醫院須由非營利機構設立；但在我國加入世界貿易組織之後，情況逐漸出現轉變。

醫療法於 2004 年修正，增訂醫療法人賦予其明確法律地位，以社員出資方式釐清法人所有權與法人經營權，以解決目前私立醫療機構在傳承與籌資上所面臨之困難，提供永續經營之機會。在經營面，醫療社團法人除可設立醫院或診所外，並得附設護理機構、精神復健機構，醫學研究機構，老人福利法等社會福利法規規定之相關福利機構，提供其經營上垂直整合之機會。私立醫療機構於修正施行後三年內改設為醫療法人，將原供醫療使用之

土地無償移轉該醫療法人續作原來之使用者，不課徵土地增值稅；讓我國在公立醫療機構、財團法人醫療機構之外，得以逐漸產生營利的私立社團法人醫療機構型態。而後，醫療法於 2009 年 5 月 20 日再次修正，開放私立醫療機構得以「公司」型態設立，專辦國際醫療，提供外籍與大陸人士醫療服務，該設立公司的病床數量，不因國內醫療資源均衡分配考量而受限；並可依公司法發行股票、分配利潤，不受財團法人、醫療法人等非營利機構的相關法規限制。所以，在法規上已經開了門，未來應該決定負責之政府單位，由其統籌各政府相關單位協助業者推動該等公司的成立，並且使其茁壯，吸引國際人士來台接受醫療服務、帶動觀光產業發展，進而透過雙邊談判開拓市場，使業者朝向國際進軍。

（三）中長期注入產業思維讓醫護產業與國際更能接軌

長久以來，我國之醫療照護體系提供之服務目的與規劃均以「公共衛生之促進」與「提供國內民眾優質醫療服務」為核心，醫療照護服務持續被視為近似於社會福利的一環，且被以社會主義或計畫經濟思維看待，與其他服務產業發展之環境背景迥異；我國醫護服務發展至今，目前品質已達到國際水準且價格相對其他國家低，對民眾而言可近性亦相當高，然而現階段卻也逐漸出現醫事人力與醫療機構過剩的情形，因此隨著原有之核心目標已達相當成效時，我國對於醫護服務之思維似應與時俱進，開始將其真正視為一項服務「產業」，並重新對整體醫療照護服務之目的與規畫進行調整及定位，協助醫護產業建立商業模式，方能有助於邁向國際化。

然而目前我國法規對於醫療相關機構之資金流動加以限制，不允許非專辦國際醫療之醫療機構以公司化形式經營，使得具競爭力之醫護服務業者若欲向外拓展據點或投資遭遇限制，而產業若無公司化機制存在，即便外商有意投資我國醫療相關機構將僅能以個人名義投資，在考量資金進退場困難的情況下亦將導致外商卻步；法規現存之限制，將使得我國整體醫護服務除可朝辦理國際醫療之面向發展外，於其他面向之國際化發展受阻，未來似應考

量針對限制醫療相關機構公司化或從事營利業務等法條，逐步進行適度鬆綁，以降低業者所面臨之服務貿易障礙。

醫護服務產業化除符合國際趨勢外，透過引入更多人流來台接受醫護服務，並將優質醫護服務出口至海外，將有助於減少我國高齡化和少子化所帶來的市場成長規模限制，並可解決醫療人才供需失衡問題，使我國有餘裕之醫事能量得發揮最大效用；以產業化思維為基礎，亦將使我國醫護服務業之經營環境逐步正常化，同時得與國際接軌，讓業者藉由更多元之管道追尋資源、研究和品質的成長，提升對外進行服務貿易之競爭性和便利性，亦將有利於對國人的醫療照顧。

（四）逐步強化我國醫護服務貿易之政策規畫

我國自 2006 年推動「2015 經濟發展願景第一階段三年衝刺計畫」，已將「醫療服務國際化旗艦計畫」列為重點發展項目，行政院衛生署自 2007 年 10 月委託成立醫療服務國際化之專案管理中心。衛生署 2009 年 10 月又擬定健康照護為我國六大新興產業發展及政策之一，預計政府在四年內增加投資新台幣 596 億元發展服務產業（醫療照護、養生保健-長期照護）、價值產業（國際與兩岸重症醫療及觀光醫療服務、智慧醫療服務、健康促進產業、國家衛生安全）、製造產業（生物科技醫療）三大主軸。其中，醫療服務國際化的具體措施包括完備醫療照護相關法令、技術標準，消除不確定性，促進產業發展；加強各部會署橫向溝通與資源整合，充分應用資源及研究成果，整體規劃與推動；相關法令限制檢討，適度鬆綁。2010 年 6 月行政院核定之「台灣醫療服務國際化行動計畫」，其中以國內民眾就醫服務、協助國際人道救援優先考量事項，其次才是增進國內醫療競爭力與國際接軌，並推動一般產業性的國際醫療；而國際醫療主要則以吸引外人來台接受重症疾病治療，或來台觀光時進行短期非侵入性之醫學美容、健檢等項目。

我國醫護服務品質與成就在國際上均具有競爭力，許多業者認為我國醫療照護服務之潛質絕不僅止於吸引外人來台就醫或接受服務；政府近年來雖

亟欲推廣醫療照護服務國際化，然若以服務貿易四種供應模式（模式 1 為跨境提供服務，模式 2 為境外消費，模式 3 為設立商業據點，模式 4 為自然人移動）來看，截至目前所推出之相關政策、配套措施與法規鬆綁之草案，不難觀察出我國主要僅針對吸引外人來台之模式 2 進行相關規畫，而有關發展跨境服務、吸引外人投資、我國醫事人力出口等其他三種模式，則可能仍因考量排擠國人就醫權利而幾乎完全未有規劃進展。然而實際上，目前許多具競爭力之我國業者早已利用集團轉投資或其他方式赴海外投資、設立據點，若此已然成為未來不可抵擋之趨勢，政府似應即早開始對醫療服務貿易之所有模式均進行重新評估，逐步進行各面向之中長期相關規劃，協助業者未來得以更多元之模式邁向國際。

（五）持續對外談判突破目標市場之市場障礙

醫療照護服務在各國多屬敏感性較高之保護產業，對於外國服務提供者前往投資、設點或進行遠距醫療，仍設有諸多限制，未來政府應積極與目標市場透過雙邊與多邊談判，針對美日、中三目標市場，突破其法規面與經營面現存之限制措施，以協助業者拓展服務貿易市場。以今（2010）年我國與中國大陸簽署之「兩岸經濟合作架構協議」為例，中國大陸於服務貿易早收清單中已針對醫院服務對我國進一步開放，承諾允許我國醫院服務提供者於特定地區以獨資方式設立醫院，顯示中國大陸配合該國國內發展政策（「十二五規劃」）已逐步開放其市場；故未來針對各目標市場，政府應配合瞭解目標市場國之國內醫護相關產業政策走向、國內業者實際欲向外拓展之項目與特定地區等資訊，鎖定協商時進一步應要求目標市場國開放之項目與地區。

由於國際情勢瞬息萬變，醫療服務國際化整體規劃小組亦應肩負隨時掌握目標市場的現況、需求與相關政策之責任，同時須透過專案管理中心、衛生署、駐外單位等配合蒐集外人來台就醫、目標市場國醫療照護相關政策與發展趨勢、目標市場國相關醫療照護投資情形及我國醫療照護服務貿易統計

等相關資料，以支援談判代表事前分析所需；此外，應不定期整合相關領域國內外產官學對與目標市場國開放與障礙情形之意見，與我國談判代表密切配合，以有效藉由談判協助業者取得進入外國市場之優勢。

（六）發展創新醫療服務進軍全球醫療市場

隨著時間推演，現有醫療模式若因各種創新服務的引入，而產生根本性的醫療行為改變，那麼目前具有區域性的醫療照護服務等特質，其限制也必然會被打破。例如雲端技術的發展如果已讓遠距醫療具備普及性，或者基因檢測技術已成熟地發展為商業化商品時，個人化的預防和醫療行為也將跟著改變，各國龐大的醫療照護市場區域壁壘將不復存在，屆時在他國設置醫院或分院，以延伸國內醫療市場的競爭趨勢也必然更加白熱化，因此新的創新科技引入醫療照護服務之後，未來所謂「醫療無國界」的境界也將到來。但對照現今發展情勢來看，我國未來若希望在全球醫療照護產業占有一席之地，科技（IT 產業及生技產業）的領先、有效率的醫事管理、以及優秀的醫事人才，是我國醫療服務產業發展要成功的三大關鍵，因此如何積極輔助此三大領域的持續發展及相互整合，則為我國政府應重視的長期政策方向。

三、連鎖加盟批發零售服務業國際化之建議

連鎖加盟批發零售服務業在我國服務業發展綱領（2004 至 2008 年）和產業發展套案：服務業產業升級轉型(第一階段衝刺計畫：2007-2009 年)都是推動重點，2010 年又有提升商業服務品質計劃、推動電子商務、獎勵購置設備或技術之營所稅抵減、和透過商業研究發展輔導辦法鼓勵創新。由於連鎖加盟經營方式，可以創造資金規模和店舖規模，較好的設店位置和提供較佳的價格，形成後進者較高的進入障礙。對於已經達到相當規模的企業而言，競爭重點在於差異化，要更細緻的研究市場和提供滿足目標消費群之專業定位，所以需要不斷的進行產品創新，建立在消費者心目中的品牌形象。當然，成功的連鎖加盟經營方式，需要重視供應鏈管理，也需要有優秀的物流業搭配支持。目前我國批發零售業核備對外投資是以中國大陸、美

國、香港、新加坡、荷蘭、泰國、日本爲主，不過業者也看好越南和馬來西亞新興市場。在這樣的條件下，本研究研提幾點建議如下：

（一）協商要求目標市場國移除市場障礙

要求中國大陸批發零售之模式三－設立商業據點進一步開放，特別是針對產品別要取消限制，如書籍、報紙、雜誌、藥物、殺蟲劑、根籬產品、化肥配銷代理業務，如同其在杜哈回合修正清單之承諾。我國應透過多邊和雙邊協商要求馬來西亞填寫市場開放承諾，如同該國在與韓國洽簽自由貿易協定所開放之批發零售項目。亦應透過協商，要求日本批發零售之國民待遇模式三進一步開放，如同其在杜哈回合修正清單之承諾；以及可試圖要求越南取消對設立第一個零售店之後店面的經濟需求測試。

（二）結合我駐外單位建立資訊平台以定期協助業者

一般國內加盟、批發業者進軍國際多數是透過與當地知名企業合作的方式，以授權模式共同經營。一來可借重當地企業較符合民情的行銷模式，順利拓展市場；二來也能夠透過合作的過程，學習到當地經營連鎖加盟產業的相關技能。但規模上多以小資本單店經營居多，顯示出當地已有一定程度之市場需求。若能更有系統地以連鎖方式進入當地市場，逐步擴大市場，未來商機可期。業者在進入當地市場之前需花費相當時間成本在此一高度競爭的國際消費市場中經營，相關資訊的收集顯得相當重要，包括相關法律法規、匯率走向、投資資訊、當地競爭對手商情、展會資訊等，都有賴政府運用公領域資源提供給國內業者。如此，將可有效協助國內業者縮短進軍當地市場之時間成本。

（三）增加傳統產業高品質產品之通路

目前國內許多大型通路只販售低價產品，台灣產品品質相較爲高，但價格也相對爲高，導致一般通路不願意販售，而通路要求的貨品保證回收制度，對業者也形成過度負擔；故政府應協助國內傳統產業取得適當地點，建

立傳統產業產品之銷售通路。工業局及相關單位雖已規劃於各量販店及大賣場開闢「台灣精品專區」，不過國內傳產業者普遍認為政府之規劃雖立意良好，但未來恐招致大賣場業者或其他產品業者之反對。因為若是設立「台灣精品專區」，則陳列於非專區內之產品將亦使消費者誤導為「非台灣製造」之產品或是並非「精品」，除易導致消費者誤解外，恐會致使進口業者反彈，對賣場施壓以撤銷該專區。基於上述原因，賣場之「台灣精品」專區在推動上將受到影響，因此從事批發、零售之業者在自有通路上之需求則急需政府給予協助⁸¹。

（四）提升 MIT 標章的識別度以利推動品牌

目前政府在協助國內業者進行通路開展部分，主要輔導作法係以與各縣市既有商圈、農會超市等研擬設立台灣製產品台灣製產品(MIT)展售專區。並同時推動網路及電視購物等通路，協助業者開拓通路。工業局雖輔導產業製作「MIT 標章」，但此一標章目前在認證及防偽功能上仍有所不足，導致市場上出現部分偽 MIT 標章之商品銷售。政府應該就 MIT 產品推出一系列之完善之規畫，以利成為進軍國際之最佳品牌。

（五）增加連鎖加盟業態之統計和市場調查

我國現行之連鎖加盟業態統計和市場調查，是由公協會在經費有限的情況下進行，加上欠缺公權力的介入，所獲得的統計數據不夠完整，也不夠多樣化。透過有效的市場調查，掌握國際情勢的轉變、業者成功經驗和供應鏈研究分析，辦理企業分享座談會、強化台灣經貿推廣連鎖加盟的功能和制定鼓勵業者之有效政策措施。

⁸¹ 2010年全國工業總會白皮書-對政府政策的建言，2010年6月30日，頁11。

（六）除掌握中國大陸「自主創新」與「自創品牌」的政策契機外，政府應持續推出優惠政策協助台商自創品牌發展與推廣

為提供台灣企業經營品牌所需的資金、人才、知識、技術，並營造更有利台灣品牌進軍國際市場的環境，自 2006 年起，經濟部國際貿易局啟動「品牌台灣發展計畫」，並委由外貿協會執行。其中一項子計畫是投注 20 億元成立品牌創投基金，扶植有興趣自創品牌的企業，並提供 1,000 億元融資貸款，協助企業併購通路、發展通路；為期七年之「品牌台灣發展計畫」設定在 2012 年前五個品牌價值跨越 10 億美元門檻的目標，該目標已然於今（2010）年提前達成。

從我國連鎖加盟批發零售業者發展最集中之中國大陸市場來看，近期成功的自創品牌案例包括康師傅的 Master Kan、神通的 Mio、巨大的 Giant、台南企業的 Tony Wear、多普達的 Dopod，均已成為大陸家喻戶曉的品牌。中國大陸的「十一五規劃」核心在於「兩自戰略」，特別強調「自主創新」與「自創品牌」，也就是「微笑曲線」的兩端。目前政府推動台灣品牌行銷全球，為包括王品、仙蹤林、永和豆漿等十多家知名的台商連鎖業，與台灣連鎖加盟促進協會攜手合作，並透過政務委員尹啓銘於 2010 年 9 月 21 日向馬英九總統提出的「兩岸連鎖業發展建言」，希望政府能支持輔導台灣的連鎖品牌國際化，以打造出 50 家台灣的國際連鎖品牌為具體目標；此外，政府應持續協助台商掌握品牌的行銷優勢，使其不需擔心中國大陸成為世界的製造工廠後，相對促使台灣業者失去在世界經濟舞台上所扮演的角色，而會在擁有「地理上鄰近中國大陸」、「與中國大陸同文同種」的優勢下，比其他國家更能運用大陸低廉的製造成本，創建全球性的自有品牌，建立國際連鎖網路。

參考文獻

一、中文部分

1. 中華民國統計資訊網，中華民國行業標準分類（2006年5月第八次修訂）。
2. 中華民國僑務委員會，「本會推動台灣醫療服務國際化說明資料」，2009年。
3. 天下雜誌、商業發展研究院，「“台灣軟實力服務業大未來”專刊」，2009年12月。
4. 王建全，「台灣醫療服務產業的國際化及其展望」，台灣服務業聯盟電子報，2009年2月號。
5. 台灣連鎖暨加盟協會，「2009台灣連鎖店年鑑」，2009年4月。
6. 行政院經濟建設委員會，「服務業發展方案」，2009年7月。
7. 行政院經濟建設委員會，「服務業發展綱領及行動方案」執行成果（民國94-96年），2008年5月。
8. 行政院經濟建設委員會、行政院衛生署、內政部、行政院勞工委員會、行政院原住民族委員會、行政院國軍退除役官兵輔導委員會，「長期照護保險規劃報告」，2010年。
9. 行政院衛生署，「97年度國民醫療保健支出」，2009年12月。
10. 行政院衛生署，「97年度衛生統計動向」，2010年1月。
11. 行政院衛生署，「健康照護升值白金方案」，2009年10月。

12. 行政院衛生署，「健康照護升值白金方案推動情形」，2009年10月。
13. 李欣蓁，「加入WTO對教育服務是危機？還是契機？」，中華經濟研究院台灣WTO中心電子報，2007年10月15日。
14. 李素芳，「台商在中國大陸投資醫療服務業之經營策略研究—以湖南旺旺醫院為例」，國立政治大學行政管理系碩士論文，2007年。
15. 周添誠等人，「台灣服務業國際化發展策略之研究—以餐飲服務業為例」，行政院經濟建設委員會委託計畫。2006年12月。
16. 拓璞產業研究所，「拓展中國大陸內需市場之研究」，行政院經濟建設委員會委託計畫。2010年2月。
17. 林芊貝，「台灣人力仲介行業的商業倫理之探討」，國立中央大學，2006年6月。
18. 林長慶，「中國大陸高等教育正積極往國際化之路邁進」，全球台商服務網，2010年7月22日。
19. 林柏生，「台商醫院在大陸」，兩岸經貿月刊，2009年7月號。
20. 林勝蛟、陳淑娟，「高等教育綜合化的發展與省思」，財團法人高等教育評鑑中心基金會評鑑雙月刊，第12期，2007年11月。
21. 姜麗娟，「亞太國家國際學生流動與跨國高等教育發展之探討與啓示」，教育資料與研究雙月刊，2010年6月。
22. 張瓊方，「台商的越南經」，台灣光華雜誌，2007年9月。
23. 教育部，「立法院教育及文化委員會第7屆第4會期第6次全體委員會專案報告」，2009年10月12日。

24. 教育部，「我國高等教育素質與亞洲鄰近國家之比較」專案報告，2003年11月6日。
25. 教育部，「我國高等教育發展規劃研究專案報告」，2003年1月2日。
26. 教育部，「促進高等教育國際競爭力專案報告」，2003年11月6日。
27. 教育部，「高等教育招收外國學生政策藍圖」，2009年10月23日。
28. 教育部，「教育部第二期獎勵大學教學卓越計畫書」，2007年12月。
29. 教育部高等教育司，「高等教育簡介 2008/2009」，2008年4月。
30. 教育部統計處，「大學教育階段學生人數預測分析報告（96~112）學年度」2007年8月份。
31. 郭朝紅，「國際視野下的跨境高等教育質量監控」，教育發展研究，第12期，2006年。
32. 黃美珠，「台灣加入世界貿易組織之後高等教育國際化的方向」，文教新潮，第七卷，第一期，2002年4月。
33. 黃俊傑編，「二十一世紀大學教育的新展望」，台灣大學出版中心，2005年4月第一版。
34. 新聞專稿，「中外合作辦學：推動高等教育國際化」，香港財經學院，2010年7月3日。
35. 楊家彥，「服務業國際化發展策略」，經濟部產業發展諮詢委員會綜合審議會 99 年度第 1 次委員會議題背景資料，2010/4/22。
36. 楊朝祥、徐明珠，「台灣高等教育指標國際化之比較研究」，國家政策研究基金會，2008年8月。

37. 經濟部投資業務處，「台灣醫療照護產業發展現況」，IEK 研究報告，2008 年 1 月。
38. 經濟部投資業務處，「越南投資環境簡介」，經濟部，2009 年 11 月。
39. 經濟部商業司，推動兩岸經濟合作架構（ECFA）商業服務因應策略與輔導措施，「兩岸經濟合作架構（ECFA）對流通服務產業影響」溝通宣導說明會，2009 年 7 月。
40. 靖心慈，「我國醫療服務國際化之可能發展」，中華經濟研究院台商政策文件電子報，2008 年 2 月。
41. 靖心慈、吳佳勳、林長慶、林毓玲，「拓展我國服務貿易出口目標市場與特定項目之研究」，經濟部國際貿易局委託，中華經濟研究院，民國 98 年 11 月。
42. 靖心慈、徐遵慈、林艾蓉，「加入 WTO 後我國高等教育服務業市場開放之產業利弊分析」，中華經濟研究院/台灣 WTO 中心，中經院編號 940401，2005 年 4 月。
43. 靖心慈等人，即時案 9710—「主要會員國及我國具貿易利益之國家在高等育進入市場之放程度及限制之分析」，中華經濟研究院，2008 年 12 月。
44. 靖心慈等人，諮詢案 970503—「彙整各 WTO 主要會員國及我國具有貿易利益之國家對於高等教育進入市場的開放程度、限制及主要政策之最新資料」，中華經濟研究院，2008 年 6 月。
45. 齊清華，「考察全球化高等教育服務業發展情形」，行政院經濟建設委員會，2009 年 3 月 9 日。
46. 蔡素玲，「讓顧客走進來 醫療走出去」，台灣經濟論衡，第五卷，第

十期，2007。

47. 謝柏輝，「2001～2010年越南教育發展戰略報告」，駐越南代表處，2007年8月24日。

48. 教育部，「教育統計指標之國際比較（2010年版）」，2010年7月。

二、英文部分

1. OECD/Norway Forum on Trade in Educational Services. Managing the internationalisation of post-secondary education. 3-4 November 2003.

2. WTO, International Trade Statistics, 2009.

三、網站部分

1. IMD World Competitiveness Online，
<http://www.worldcompetitiveness.com/online>.

2. 中央健康保險局，<http://www.nhi.gov.tw>。

3. 世界經濟與合作發展組織（OECD），OECD Health Data，
<http://stats.oecd.org/index.aspx>。

4. 台灣國際醫療網，<http://medicaltravel.org.tw/>。

5. 台灣連鎖加盟協會，兩岸連鎖加盟制度及發展研究報告，2002年。
下載自：<http://www.tcfa.org.tw/2002report/index.htm>。

6. 自由電子報，
<http://www.libertytimes.com.tw/2010/new/feb/26/today-life8.htm>。

7. 行政院六大新興產業主題網，<http://www.ey.gov.tw/policy/3/index.html>。

8. 行政院主計處，
<http://www.dgbas.gov.tw/ct.asp?xItem=13213&CtNode=3504>。

9. 行政院新聞局，
<http://info.gio.gov.tw/ct.asp?xItem=19902&ctNode=2846>。
10. 馬來西亞留台校友會聯合總會，<http://www.faatum.com.my/index.php>。
11. 國研院科技政策中心，<http://www.stpi.org.tw/STPI/index.htm>。
12. 國際聯合委員會，
<http://www.jointcommissioninternational.org/JCI-Accredited-Organizations/>。
13. 教育部全國教育統計及資料網，<http://140.122.66.205/>。
14. 教育部技職司傳播資訊網，<http://www.tve.edu.tw/index.asp>。
15. 教育部高等教育司，<http://www.edu.tw/high/index.aspx>。
16. 教育部統計處，<http://www.edu.tw/statistics/>。
17. 經濟部統計處，
<http://210.69.121.6/gnweb/PublicService/wFrmMain.aspx>。
18. 經濟部統計處，<http://210.69.121.6/gnweb/PublicService/wFrmMain.aspx>。

附錄一 期初報告審查意見回應一覽表

審查委員意見	回覆或修正情形
壹、審查委員意見	
世新大學法律系張教授新平：	
一、本篇專題研究及具參考價值，完稿後當可做政府決策之參考。	謝謝指教。
二、報告中引用之統計數據有部分遺漏註明出處，請記得補上。	謝謝建議，已補上。
三、建議修改報告中 p.18 與 p.19 之圖 3-1 與 3-2 圖標題之「世界各國」用語。	謝謝建議，已修正。
四、教育服務是各項服務中最值得重視者之一，尤其在知識經濟時代，如何提高人口素質、如何拓展及創新服務模式，均與教育品質息息相關。在教育服務「供給」大於「需求」時，就會產生「退場」之必要；「退場」之產生來自（一）市場機制與（二）政府管制，後者（政府管制）目前即以大學系所評鑑為主要方式之一。據統計資料顯示，民國 110 年後「18 歲年齡人口」將開始少於「大學招生名額」，屆時是否會如自由時報所預測「民國 110 年，逾 60 所大專院校關門？」值得觀察。我國高等教育目前面對之挑戰包括少子化、特色化、國際化、多元化、數位化、永續化等，唯有在國內高等教育能永續發展且更上層樓時，才有拓展出口之可能。	謝謝說明，將盡可能將以上重點加入報告內容中，相關議題於第二章第一節中探討。
五、對於高等教育服務、醫療照護服務、連鎖加盟批發零售服務三方面，本研究提出許多基本數據，然而如何由這些背景資料推估出我國在此三方面具有出口競爭力，似乎尚有著墨之空間。	謝謝建議，將加強此部分內容。高等教育出口競爭力已在第二章第二節之國際分析中有所闡述。
六、醫療照護服務是否包括美容、體檢等項目結合觀光？	該等項目屬於目前國內稱為「國際醫療」之部分，已納入第三章第二節醫療服務國際化模式分析之範疇討論。
七、數字會說話，本研究各項統計數字呈現的是何種現象？指出之趨勢為何？應如何因應？似均可進一步說明。	謝謝建議，已修正。高等教育統計數據在第一章與第二章有進一步說明。
中華民國全國工業總會林顧問永樂：	
一、本專題所擬研究方法、預訂內容及章節大綱原則可行，惟各業別的研究重心「有利拓展出口之創新服務模式」，是否已能充分涵蓋該業別「國際化」的探討，宜由需求單位確認。	謝謝建議，已重新調整章節大綱，以更適切符合兼具國際化以及委託單位特別要求之拓展出口兩面向之研究內容。
二、各章第一節分析「國內產業發展現況與政策	謝謝建議，已納入部分可蒐集到之出口現狀數

審查委員意見	回覆或修正情形
<p>規劃」，內容僅包括各該業別的規模、產值或支出等，鑒於專題旨在分析國際化及出口拓展策略，誠宜增加各該業別出口現狀的探討。例如，高等教育服務業似應論及外籍學生在台就學之情形，醫療照護服務業提供外國人來台就醫、健檢或休養照護之情形，連鎖加盟批發零售服務業海外投資、授權狀況及收益情形等。</p>	<p>據。高等教育之國際化分析已在第二章第二節有所討論。</p>
<p>三、各章第二節「出口障礙與市場開放情形」，研究單位將進行統括式的分析，或透過選定特定目標市場加以探討，或兩者兼顧？根據期初報告 p. 12 中段文字顯示，執行單位可能從各國 WTO「服務業承諾表找出對我有貿易利益之國家」，以及訪談業者「挑選目前有出口障礙之特定國家」，結合兩者選定研究對象進行出口障礙與市場開放情形的分析。所稱從承諾表找出對我有貿易利益的國家，真正含意為何？是否指市場開放程度較高，限制措施較少，容易進入的國家？或市場開放程度較低，限制措施較多，一旦排除障礙市場發展潛力大的國家？</p>	<p>各業別之「出口障礙與市場開放情形」，除就目前我國業者較為集中拓展之市場進行了解外，擬針對美國、歐盟及亞太地區國家之服務業承諾表進行比較，之後再透過與產官學三方之座談會討論出各業別之目標市場與對我有貿易利益之國家。</p>
<p>四、p.1 第二段引用 WTO 服務貿易統計資料，首次出現「商業服務」一詞時，似宜略加註解，以免誤解。蓋 WTO 服務貿易統計係將 IMF 國際收支服務（services）總值扣除政府服務（government services）部分後的所謂 commercial services。由於國內習慣上已將 GNS/W/120 表第一項的 Business Services 譯為「商業服務」，若將 commercial services 亦以「商業服務」稱之，極易混淆。</p>	<p>謝謝建議，已修正並加上註解。</p>
<p>五、p. 2 第 2 段第 7 行「...推動可複製之服務業出口、...」，雖引自「服務業發展方案」，惟因欠缺上下文夾襯，宜調整為「推動可迅速複製經營模式之服務業出口」，以明其意。</p>	<p>謝謝建議，已修正。</p>
<p>六、p. 3 最後一段「GDP 占比」一詞的用法，應維持 p. 1「佔 GDP 比例」較妥。</p>	<p>謝謝建議，已修正。</p>
<p>七、關於高等教育服務業的產值，除從政府編列的教育經費衡量外，似應兼及國人教育支出（消費面）或大專院校學雜費收入及補助（供給面）的分析；而醫療照護服務業的產值，除觀察國人醫療保健支出（消費面）外，公私立醫療照護院所的營收及補助（供給面）亦不可少。</p>	<p>謝謝建議，將加強此部分內容。在高等教育服務業產值的部分，將於第二章第三節中會有所闡述。</p>
<p>外交部經貿事務司林簡任秘書明誠：</p>	
<p>一、國際化不等於出口拓銷，應適當連結兩者關係。</p>	<p>謝謝建議，已加強該部分。</p>
<p>二、政策建議分析應討論目標市場（國家）在哪裡。</p>	<p>謝謝建議，目前擬將於第二至四章之第三節進</p>

審查委員意見	回覆或修正情形
	行討論。
三、對各產業之主管機關與出口相關之主管機關應進行訪談。	將根據本計畫之研究方法之第五點，下半年度將以座談會方式邀請各服務行業相關政府主管機關、公/協會與學者專家進行意見交換，並視需要進行訪談。
國貿局多邊貿易組江副組長蕙芳：	
一、本研究計畫係延續去（98）年度計畫續予研究重點服務業，研究團隊已於年初與需求單位（國際貿易局多邊組服務科）進行先期溝通。由於去年執行成果獲審查委員讚許，建議本（99）年度研究計畫可參照去年架構，並視評審委員意見與研究需要再予修正。	謝謝建議。
二、去年度已進行過醫療服務產業拓展出口分析，本年度擬就醫療照護服務業研究，有關兩者異同及為何需再研究醫療照護服務業之原因應強化說明。	謝謝建議，已於第一章第二節之研究方法部分加強說明。
經濟部經貿談判代表辦公室：	
建議第二至四章之第一節發展現況與政策規劃，可以盡量強調「國際化」的部分；且未來在最後具體建議的部分，亦可加入對主管機關建議可採行的國際化政策。	謝謝建議，經章節調整後，國際化相關產業政策將置於第一節，而國際化相關之發展現況內容於第二至四章新增之第二節「國際化模式分析」中加強；由於後續將根據研究方法之第五點，以座談會方式邀請各服務行業相關政府主管機關、公/協會與學者專家進行意見交換，未來將納入第二至四章之第五節「具體建議」部分。
貳、決議	
一、本報告之研究方向，應先確定國際化的論述基礎與定義，並以此作為研究基礎	謝謝建議，已加強該部分。
二、於研究內容中應確立目前各業別國際化的問題為何、機會在哪裡，同時定位國際化與拓展出口之間的關連性，方有利未來提出包括體質面改善與拓展策略等有針對性之政策建議。	謝謝建議，遵照辦理。
三、請研究團隊依據各評審委員之意見修正期初報告。	謝謝建議，遵照辦理。

附錄二 期中報告審查意見回應一覽表

審查委員意見	回覆或修正情形
壹、審查委員意見	
世新大學法律系張教授新平：	
<p>一、本項研究討論之服務項目包括：高等教育服務、醫療照護服務、連鎖加盟批發零售服務，共計三項。其中有關醫療照護服務、連鎖加盟批發零售服務，均已闡明優勢何在（p.64、p.86 etc.），唯獨高等教育服務未提及優勢何在。且綜觀第二章高等教育服務之論述，似乎拘限於現況分析以及國家之獎勵政策，至於是否有競爭優勢，甚難窺知，在僑生日益減少、開放陸生來台之際，我國高等教育服務之優勢，宜請研究單位加以探討。</p>	<p>謝謝建議，將加強此部分內容。</p>
<p>二、本項研究主要從 WTO 服務貿易角度討論我國服務業國際化之具體策略，因此建議每章開始時，先行界定該項服務在 WTO 服務貿易之內容，例如第二章「高等教育服務業發展現況與拓展分析」，宜先說明 WTO 高等教育服務之範疇為何，但 p.12 只提及「中華民國行業標準分類」中高等教育之範疇，至於 WTO 中高等教育之內容，則付之闕如，宜請補充說明。</p>	<p>謝謝建議，將加強此部分內容。</p>
<p>三、本項研究列出許多統計數據，是很好的參考依據。但是統計數字必須以有意義的方式呈現，方不致誤解。例如 p.11 首段提及「相較於 1950 年高等教育學生人數 6,665 人，2009 年的在學人數已達至 906,284 人，成長將近 136%；...大專院校數也由 7 所及大學附設的研究所 3 所，增加到 164 所。」然而僅就這類數目的增長，是否即可正確解讀成文內所說：「這些都顯示臺灣的高等教育已經由以前的菁英化轉為普及化。」恐尚有斟酌空間，因為在學人數的增長，部分可歸因於戰後嬰兒潮，因此 p.33 首段之「粗在學率」似乎比較能正確表達出高等教育之擴張，而不是單純以 p.11 之在學人數觀察。 又例如 p.11 末段提及「2009 年新生兒</p>	<p>謝謝建議，已修正並斟酌調整內容。</p>

審查委員意見	回覆或修正情形
<p>人數為 19 萬人；台灣出生率已是世界最低，每位婦女平均生育數一人。」這裡所稱「每位婦女」究何所指？宜予界定。</p>	
<p>四、許多專有名詞，在第一次提及時，宜予完整方式呈現，例如 p.12 之 CPC、p.15 之 THES（應係指泰晤士高等教育增刊 The Times Higher Education Supplement, THES）p.33 之 SCI、p.35 之 SSCI、p.36 之 EI、p.58 之 ICT 等。</p>	<p>謝謝建議，已將該等專有名詞加上完整原文。</p>
<p>五、p.85 二個標題之意義費解：「臺灣連鎖加盟批發零售服務業相較其他國家於中國大陸市場化之優勢」、「連鎖加盟機制相較中國大陸內地企業大陸成熟」。此外，p.87 標題之意義亦頗費解：「案例一、〈北京前門 臺灣映象〉利用經典臺灣品牌與文化代表全進駐滿足大陸民眾對於台灣生活的想像」。</p>	<p>謝謝建議，已修正並斟酌調整內容。</p>
<p>六、若干圖表的「資料來源」未加以說明（例如 p.19 圖 2-3）；若干圖因為係將原始資料複製，以致無法清楚呈現細節（例如 p.17 圖 2-1、p.24 圖 2-6、圖 2-7），尚請酌予修正。</p>	<p>謝謝建議，已修正。</p>
<p>七、p.31 末段提及：「與會人士認為，臺灣高等教育的師資優良、設備完善，具備發展潛力，因此高等教育產業的輸出是未來可以努力的方向，...」此段所述者為「出口」，然而其所承接的標題卻是「b.進口情形與發展」，兩者似乎正好相反？</p>	<p>謝謝建議，已修正並斟酌調整內容。</p>
<p>八、第二章有非常多的統計數字呈現，但是否會有前後不一致之處，宜請注意。例如 p.20 首段第四行謂：「我國高等教育粗在學率逐年上升，於 2007 年已達 85.31%」，然而 p.33 第一行謂：「據最新統計資料顯示，臺灣大專學生粗在學率已高達 84%...」，對應的表 2-13 為「2007 年大專學生粗在學率國際比較表」。既然 p.20 與 p.33 都是論及 2007 年的粗在學率，何以數據有出入？請再查明。</p>	<p>謝謝建議，已斟酌調整內容。</p>
<p>九、第二章論及高等教育時，有時係以「<u>高等教育</u>」為敘述之主體（例如 p.20 首段第二行謂：「我國高等教育（包括大學院校與專科學校）」）；有時將「<u>大學、專科</u>」分別論述（例如 p.20 倒數第二</p>	<p>由於我國高等教育體系下所包含之學校主體種類眾多，以教育部統計處本身就高等教育進行之統計標的亦常有所不同，因此研究分析時亦難以進行統一；故本研究已於第二章第一節的第二段最後，將我國</p>

審查委員意見	回覆或修正情形
<p>行)；有時係以「<u>大專院校</u>」統稱(例如 p.23 第一行)；有時係以「<u>大專院校及技職校院</u>」稱之(例如 p.32 表 2-12 以下第一行)；有時係以「<u>一般大學院校</u>」為觀察對象(例如 p.17 第二段第二行、第三行)。</p> <p>由於論述之主體常變化，易使讀者感到錯綜複雜難以判讀。是否可以請研究單位澄清或統一化？</p>	<p>高等教育之學校主體種類以及提供教育類型之分類進行澄清。</p>
<p>十、無論是高等教育服務或醫療照護服務，都論及到<u>少子化</u>帶來的負面影響，在 p.11 末段甚至提及依照 2009 年之統計，「臺灣出生率已是世界最低」。足見人口問題的確是很嚴重的問題，但是臺灣出生率真的是那麼低以致於不久就會發生人口負成長現象嗎？還是因為女性受教育程度提高、職場貢獻增加，以致生育年齡往後延？台大經濟系林明仁教授的一篇文章(天下雜誌，2010 年 7 月)，似乎也有同樣之看法，謹提供參考。</p>	<p>謝謝建議，已參酌調整內容。</p>
<p>十一、第三章論及醫療照護服務業現況與拓展分析。我國醫師護士的數量大致而言是足夠的，但是醫生護士連為病人翻身都不可能去作，遑論照護長期或短期有需求的病人，由於照護人員非常缺乏，長期照護的需求，遂大都倚賴家中女性或外勞(臺灣女性結婚年齡愈來愈偏高的原因之一！?)。在目前「人口減少、健康知識增加」的情況下，如何使我國醫療照護服務發展出競爭力，p.56 提出「吸引外籍人士來台消費模式」，認為除了以疾病治療為主的國際醫療外，尚可推動休閒觀光醫療。Google 臺灣區總經理從 Google 搜尋透視的資料分析(今周刊 2010.07.19)，以及時代雜誌網站(轉載於聯合報 2010.07.19)都對臺灣整形、美容旅遊、醫療旅遊有正面的評價，謹提供參考。</p> <p>此外，在開放大陸觀光客來台後，目前推動的病歷中文化，是造成種優勢或劣勢？不知研究單位是否認為值得探討。</p>	<p>謝謝建議，已參酌調整內容。</p>
<p>外交部經貿事務司林簡任秘書明誠：</p>	
<p>一、似宜注意研究進度，「教育」、「醫療」第 3、4、5 節尚未完成，故難以評估是否合乎需求單位之要求。</p>	<p>謝謝指教，研究團隊已全力加快進度。</p>

審查委員意見	回覆或修正情形
二、座談會之進度為何？在期中報告似難以看出。	由於主管機關、業者、公協會之時間難以相互配合，故後續已改以個別拜會之方式取代座談會討論之型式。
三、本報告似難看出服務業「出口」是否包括吸引外人來台消費，是否應涉及簽證問題之探討。	服務業之四種供應模式接涵蓋於本研究探討之國際化範圍之內，因此吸引外人來台消費(模式 2)即為國際化的一環；本研究視各業別之不同發展型態，斟酌加入相關情形探討。
中華民國全國工業總會林顧問永樂：	
一、期初審查意見業經研究單位參酌調整，尤以主席裁示應先確定國際化論述基礎及國際化與出口拓展之關連乙節，期中報告已規劃在各章增加第二節加以探討，惟目前各該節呈現之內容並不完整，且陳述之層次號別、標題及文字亦顯凌亂，研究單位應再加補強與調整。另本專題研究重點所涉各節內容目前大多尚未進行，後續進度宜善加掌握。	謝謝建議，已針對以上部分加強與調整。
二、第二章第二節「高等教育服務國際化模式分析」分為「高等教育之服務貿易與資本流動」及「高等教育競爭優勢」兩部分探討，其中「高等教育之服務貿易與資本流動」(pp 28-38)探討內容似與資本流動並無直接關連，以此作為標題之用意為何？p 55 第三章第二節「醫療照護服務國際化模式分析」亦有相同情況，謹請說明。	謝謝建議，已針對以上部分進行內容之調整。
三、p 2，註 2 雖已說明將以「服務」代表“commercial services”但同段第 4 及第 5 行仍出現兩次「商業服務」。	謝謝建議，已針對以上部分進行內容之修正。
四、報告形式雖非專題研究之重點，惟基本要求仍宜維持。第二章之號序為「節一、 1.1-1 a. (a.)」，第三、四章之號序則屬「節 一、(一) 1. (1)」，似宜調整一致。	謝謝建議，已進行調整。
國貿局多邊貿易組張副組長毅凱：	
一、期中報告第 1 頁所提之服務國際化趨勢是否適用所有產業之國際化？是否還可透過其他方式進行國際化？或因不同行業而有所差異？建議可以針對各不同行業納入法規面的考量。	謝謝建議，由於服務業牽涉到之業種廣泛、業態繁多，且亦隨著時間與消費者需求而不斷衍生發展出的新業種與業態，故服務業之國際化趨勢也可能依特定業種、業態而產生出其特有之國際化趨勢，故第一章僅點出近年來各國商業國際化發展趨勢，以供讀者參考。 另在各章中，已包含法規面之研究與探討。

審查委員意見	回覆或修正情形
<p>二、高教和醫療都須申請設立財團法人，若要至國外拓展據點，仍需主管機關同意。高教依照現在教育服務法，目的非為營利，針對法規面臨國際化時是否有什麼是可以考慮改變的？建議可與主管機關共同進行探討。</p>	<p>謝謝建議，已參考主管機關意見，並斟酌納入相關建議。</p>
<p>經濟部經貿談判代表辦公室：</p>	
<p>一、針對「目標市場之市場開放與障礙」一節，如何透過座談會得到資訊？座談會之安排是否已有初步規劃討論議程？建議可與主管機關先行聯繫。</p>	<p>由於主管機關、業者、公協會之時間難以相互配合，故後續已改以個別拜會之方式取代座談會討論之型式。</p>
<p>二、建議高等教育服務業之座談會可邀請教育部國際文教處。</p>	<p>謝謝建議。</p>
<p>貳、決議</p>	
<p>一、為求研究進程與成果合於委託單位之需求與期待，請研究團隊儘速與多邊組進行後續研究方向之商榷，並隨時密切聯繫，俾利本報告之進行。</p>	<p>謝謝建議，謹遵照辦理。</p>
<p>二、請研究團隊依據各評審委員之意見修正期中報告。</p>	<p>謝謝建議，謹遵照辦理。</p>

附錄三 參訪敏盛綜合醫院(經國總院) 會議記錄

由「服務業發展方案」研析我國服務業國際化之具體策略－會議記錄			
會議日期	民國 99 年 9 月 7 日	會議時間	上午 10 時至 12 時
會議地點	敏盛醫院(經國) 21 樓	訪談對象	國際醫療部 陳興漢主任、廖沛宸專員、何頤華(William Hoyois)專員
中經院 與會人員	靖心慈老師、吳佳勳老師、林長慶分析師、張嘉芬輔佐研究員、鐘綉婷研究助理		
會議討論事項			
內容	<p>※目標市場：</p> <p>敏盛醫院目前並未在任何目標市場進行投資，其收受之國際病患主要來自美國，原本有意以中國大陸來台旅遊人士為主，然觀光醫療事實上僅佔少數，其目前所能帶來之效益為曇花一現。</p> <p>※國際化動機：</p> <p>敏盛醫院之創辦人和接班人皆具國際觀，並以泰國康民醫院做為借鏡，聘其委員作為在醫療評鑑上之專業顧問。</p> <p>※未來意願：</p> <p>泰國和新加坡醫療之國際化服務已頗具成效，因而由於地緣關係，東南亞一帶目前之發展可能性已不大，該區域人士大多赴此二地進行國際醫療。</p> <p>因此，日後會著重於台灣以東之區域，針對醫療資源不豐或費用昂貴之區域，包含菲律賓、關島、密克羅埃西亞、夏威夷等太平洋小島國家，以及日本之牙科服務。</p> <p>※現行成效：</p> <p>目前敏盛醫院著重於人才與品質養成，國際醫療部聘用外籍人士，藉其開拓歐美市場，首要作法為與保險公司合作，特別針對在外地無健保者，然此法成效不彰，因為無健保者通常亦較貧窮，參與國際醫療之機會也小，此舉和參與外貿協會參展之成效無異，實益不大，然參與外貿協會活動尚須繳交費用，若無法獲得顯著實效，則難以持續得到院方政策上之支持。因而，為有效解決經費不足之問題，院方近來投資盛弘公司以獲得改善。</p> <p>進而在海外設置業務代表，主動招攬客戶，向其推薦介紹敏盛醫院，使其選擇敏盛醫院，然 99%仍為與台灣有關者。現行上，每個月平均接收 2-3 個非急性病患案例，並以減重手術、骨科、心導管著名。國際病患透過網路與院方聯繫者眾，自境外聯繫安排開始至入境台灣，皆由國際醫療</p>		

部全程服務，包含接機、住宿、特別殘障設施、眷屬安置等等，術後照護得力於 ICT 產業之結合，以線上追蹤為主。

在品質方面，除聘請泰國康民醫院之委員擔任評鑑顧問之外，院方設定三年一期的評鑑程序，經醫策會認證後，再經 JCI 認證，最後參加國家品質獎之評選，期許醫院能以參與評鑑為習慣。院方並加強醫院雙語環境之建置，包含標示和志工等等。

儘管對外廣告之經費和管道有限，目前最具成效者為敏盛醫院在減重醫療上之優秀服務實績，經由新聞媒體不斷轉載，榮登 google 搜尋首位，此乃醫院內部具有共識之努力成果。

※台灣醫療服務業優勢：

台灣的醫療環境好、品質佳，尤其整體醫療水準一致，對於國際醫療病患而言具有保障。此外，ICT 產業與醫療之結合，加速國際醫療服務進展。

外國業者進入台灣，尤其以開放中資而言，資金並非其問題，而是受限於目前台灣人才已趨向飽和，因此，現行上，台灣在醫管方面較具有優勢，應趁著大陸目前在硬體方面已足，但欠缺軟實力之際，及早進入市場服務，方為上策。

※我國本身不足之處：

除產官學之聯繫不足外，醫療服務大致可區分為三階段，前期為尋找國際病患，問題便在於如何使國際客源增加？中期為來台進行醫療服務，依台灣目前水平之上的醫療環境，沒有太大問題；後期為術後照護，問題在於資訊不足，政府應建置系統提供台灣醫療院所相關之國際醫療需求資訊，使醫院可與外國業者合作，使病患可在當地接受後續照護。

建議政府應進行評鑑找出台灣的旗艦醫院，並投注預算，訓練種子教官，打響台灣在國際上之醫療名聲，並應協助引進國際知名之觀光醫療合作院所，由於台灣無法在各地廣設大使館，對外難以聯繫，建議政府可考慮收購當地醫院做為據點，因為境外醫院是行銷台灣的最佳利器，較旗艦醫院更勝一籌；此外，設置外人專區是有助益的，但應依境外規則。

目前台灣醫療法限制醫療廣告和醫療服務價格，深怕台灣本地民之就醫權利受到影響，但除了建議政府應可考慮允許醫院上市之外，應容許醫師於健保額度外進行觀光醫療之自費服務，否則人力閒置也是種成本上的浪費。

附錄四 參訪財團法人長庚紀念醫院 (桃園分院) 會議記錄

由「服務業發展方案」研析我國服務業國際化之具體策略－會議記錄			
會議日期	民國 99 年 9 月 7 日	會議時間	下午 2 時至 4 時
會議地點	長庚醫院桃園分院 2 樓	訪談對象	行政中心經營管理總組 林志宏專 員、國際服務中心 林金蓮專員
中經院 與會人員	靖心慈老師、吳佳勳老師、林長慶分析師、張嘉芬輔佐研究員、鐘綉婷研究助理		
會 議 討 論 事 項			
內容	<p>※目標市場：</p> <p>長庚集團於廈門進行轉投資，此關係企業於去年（2009）開始營業，以急性醫療病患為主，服務我國之相關對象包含退伍國軍人員、海外華僑、以及單身公教退休人員。</p> <p>※國際化動機：</p> <p>長庚醫院中有許多醫護人員自海外學成返國服務，因其私人學術背景關係，接收不少國際病患，因而一直以來在因緣際會下皆有從事國際醫療服務之實績，惟有鑑於近年來提倡服務業國際化之意識升高，在高層決策下，成立國際服務之專責單位，並且在得力於 ECFA 相關政策計畫之加持下，始於中國大陸各地進行多次評鑑訪查，並在與當地政府進行磋商後，決定於廈門進行投資。</p> <p>※未來意願：</p> <p>選定目標市場需要投入龐大的時間和資金，得力於長庚集團在台各地醫療服務院所維持不虧損，其服務成效又具有口碑，因而台灣醫師可適時支援，解決當地人力不足問題，尤其中國大陸近年來較以往開放許多，並有鑑於赴新加坡醫院之國際客源多為印尼和馬來西亞人士，因此，有感於相同歷史背景和地理環境方為吸引客源之上策，目前專心經營中國大陸市場，並先以廈門為主，目前尚無其他地點之投資規劃。</p> <p>※目標市場貿易障礙：</p> <p>中國大陸政府資助公立醫院，對外資進行設限，在人力運用之難題在於由於當地多為公立醫院，因此人力較不易流動，招募不易，若能掌握醫療團隊的領導名醫，便可附帶許多人力進駐。政府政策對外雖為歡迎之詞，但許多細節把關極為嚴格，市場條件並不友善，特別長庚之投資在廈門為首例，萬事起頭難，支援醫師前往當地之核准程序一開始非常審慎緩慢，然亦是一回生二回熟，目前已漸趨順利，此外，當地勞保偏低，並非所有醫療院所皆可獲得申請成為勞保適用對象，無法與當地公立醫院相立足，多維持私人診所型態。</p> <p>我國目前除了對於中國大陸人士來台設限（限二等親內親人）外，</p>		

對於邦交國多免簽證，須簽證者，可由台灣醫院提出非正式醫療說明書，向外交部申請醫療簽證，問題反而多來自病人所在國之當地政府機關在事權上相互推諉，此時可由我國海基會出面與當地機關解決問題。

※現行成效：

台灣與國際上進行學術和實務交流向來頻繁，奠定良好研究基礎，在肝臟移植、整形外科、心臟內科、脊椎骨科、臍帶血移植、神經外科之聲望皆很高，尤其以整形外科為最。因此，優秀醫師實為長庚醫院醫療服務之首要國際化要件，在其所有國際醫療服務中，慕名而來（指定醫師）者佔 6 成，4 成則自行前來，未指定醫師。

長庚醫院過去曾隨台灣私立醫院協會赴海外進行考察與宣傳，此外，以成功案例故事經當地媒體主動報導後引起各界迴響，以及主動發表記者會並經由網路資訊傳遞無遠弗屆，皆獲得極大成效。

※台灣醫療服務業優勢：

醫療服務費用上，我國較香港和新加坡具有競爭力。香港醫院以營利為主，產生服務有錢人之弊病；而對於新加坡，我國雖具有價格優勢，但新加坡之國際化程度在目前而言已經非常高，中東、印尼、和馬來西亞人士大多就近前往當地赴醫。

※我國本身不足之處：

目前台灣對於中國大陸人士來台尚未完全解除限制，因此開放自由行勢必產生極大效益，但政府是否已就國人就醫權利受損想好因應之道？以醫院立場而言，國際化服務須提早申請，對於急診病患一視同仁，也不接受外人臨時預約，因而國人就醫權利並不會受太大影響。至於設立外人專區之建議，因應效益並不大，形同虛設，此外，「醫院設立或擴充許可辦法」中涉及國際化醫療之規定，其立意即為主管機關應主動輔助醫院進行擴充，以免排擠國人看病權益，然而，該規定限制嚴格，例如擴充之床位僅可供外人使用，但此舉似有欠經濟實益。

附錄五 參訪義守大學會議記錄

由「服務業發展方案」研析我國服務業國際化之具體策略－會議記錄			
會議日期	民國 99 年 9 月 10 日	會議時間	上午 10 時 00 分至 11 時
會議地點	義守大學 國際交流處 國際學院大樓 1 樓	訪談對象	國際交流處謝世傑處長、葉建寧組長、推廣教育中心林洲安主任
中經院 與會人員	靖心慈老師、林長慶分析師、張嘉芬輔佐研究員、 舒靈玉輔佐研究員		
會 議 記 錄			
內容	<p>目標市場與模式：</p> <p>義守大學目前主要的國際化目標市場為越南、馬來西亞等東南亞國家，其採用之高等教育國際化推廣模式有：遠距教學、招收外國學生、境外設班、姐妹校、雙聯制、學術合作交流等。目前沒有在國外開設學校、或分校。</p> <p>特色與動機：</p> <p>義守大學為義聯集團創辦人林義守先生所創辦。1990 年開始招生 至今有理工、電機資訊、管理、語文暨傳播學學院、國際學院等五個學院，並已申請籌設醫學院。其中國際學院以全英語教學環境、聘請外籍教師為特色。</p> <p>義守大學國際化具體目標為培育集團需要的人才為核心，因此目前已在越南設有境外專班，培養當地人才滿足集團企業需求，強調產學合作。</p> <p>目標市場障礙：</p> <p>在境外設班方面，學校主要遇到的困難是教師輸出的費用與停留境外的時間。許多老師並不樂意長時間停留在越南，因此多採短期（幾週）輪流授課方式，不過我國政府進行師資控管，要求 1/2 的境外課程須由台灣學校專任教師授課。越南與台灣相近，學校都需要向教育部報部，所以學校在進入越南市場實則無碰到當地的障礙，越南方面的障礙則是由越南學校方面去解決。</p> <p>現行成效：</p> <p>境外設班：與越南學校合作，以「校中校」的模式經營。 1/2 的課程由台灣專任教師授課，主要招攬越南當地學生，以英語教學，亦有提供遠距教學課程，只要詳加說明做法即可為之。目前提供的課程有電子工程、財務金融與企業管理學系碩士在職專班。</p> <p>招收外國學生：學校的國際學院聘請外籍教師，所有課程皆以英語教學，以建立英語環境，吸引外籍學生。 目前提供的課程有商業、財經、與觀光。</p> <p>雙聯制：有與越南、馬來西亞、美國（僅碩士）、澳洲等國提供碩士或博士等雙聯學位。</p> <p>姐妹校：透過海外教育展，並以教育部承認之學校與免費交換學生為前提，締結多元化的姐妹校。 目前與大陸有 47 所姐妹校，其中 41 所是有包括音樂、體育、藝術。</p>		

學術合作交流：提供多國海外研習課程，包括 7-10 天的體育交流、1 個月的學習交流，因教育部有學歷認證的障礙，所以目前沒提供學分課程。另外，學校有提供「學海」、「學文」(針對大陸)等助學獎學金給學生到英國、美國、澳洲、或大陸等地短期留學。

高等教育服務業創新模式與建議：

在高等教育服務創新模式中，義守大學有台灣第一所與大陸學校合作提供學士後中醫課程。建議部會之間的合作，如教育部可與外交部合作仿效澳洲將教育當成產業在經營，建立知識與文化外交。對外援助上所需的教育訓練等，亦應加強與學校之合作。此外因少子化，學校招生不足造成資源過甚，教育部應該協助學校整合資源，與台商合作培養人才，增加產學合作的機會。另外，我國開放外國學校來台設立分校或學校方面，不應採取單獨設校，如此會造成在地學校招生更加困難，建議可採用合作設校（如校中校，具備外籍師資）或雙聯制的作法，將學程時間分為台灣與海外就讀兩個部分，如台灣前兩年，海外後兩年的作法，學生亦可取得國外學歷認證，增加學生國際競爭力，並可降低學校招生的困難與減少學校硬體的費用，充分運用現有資源。

附錄六 參訪中國大陸台資企業協會 聯誼會會議記錄

由「服務業發展方案」研析我國服務業國際化之具體策略－會議記錄			
會議日期	民國 99 年 9 月 10 日		
會議地點	珠海	訪談對象	某不願具名理事
中經院 與會人員	方立維分析師		
會 議 討 論 事 項			
內容	<p>問題一、台企聯在中國大陸扮演何種角色？</p> <p>全國臺灣同胞投資企業聯誼會（簡稱台企聯），是由在大陸批准成立的各地臺灣同胞投資企業協會為主體自願組成的聯合性非營利性的社會團體。該會宗旨是：為會員和台資企業服務，增強會員間聯誼以及會員與政府部門間聯繫，維護會員合法權益，推動兩岸經濟交流與合作，促進兩岸關係和平發展。該會接受業務主管單位大陸國務院台灣事務辦公室和社團登記管理機關民政部的業務指導和監督管理。</p> <p>台企聯的主要業務範圍是：組織會員開展聯誼和交流活動；溝通會員與政府及有關部門的聯繫，反映會員和台商有關生產經營等方面的意見、建議與要求，維護會員的合法權益；為會員提供有關法律、法規、政策以及經濟資訊等方面的諮詢服務，促進台資企業發展，促進兩岸經濟交流與合作；舉辦社會公益活動；推動兩岸關係和平發展。該會實行理事制，吸收單位會員和個人會員，以單位會員為主。其最高權力機構是會員代表大會，由全體理事、特邀理事組成。會員代表大會每屆三年，常務理事會是會員代表大會的執行機構，在閉會期間領導本會開展日常工作，對會員代表大會負責。常務理事會由會長、常務副會長、副會長、秘書長和常務理事組成。該會設立監事會，選舉產生監事長一人，常務副監事長一人，副監事長三人。該會會長、監事長、常務副會長、常務副監事長、副會長、副監事長、秘書長每屆任期三年。會長任期一般不超過二屆，因特殊情況需延長任期的，須經會員代表大會三分之二以上與會理事表決通過，報業務主管單位審查並經社團登記管理機關批准同意後方可任職。</p>		
	<p>問題二、就台企聯瞭解而言，目前台資企業在中國大陸批發、零售及物流發展的大致狀況？</p> <p>目前中國大陸截至 2008 年統計，中國大陸境內從事食品及日用品的批發企業大約 1 萬 9 千家。其中中國大陸國有企業比例超過 50%，民營企業約 45%，外資企業僅佔 5%。以台商因應未來在中國大陸批發業競爭環境下之主要發展策略言之，未來主要將搶攻中國大陸低溫（冷藏、冷凍）商品物流，主要原因在於目前中國大陸從事食品物流之中國大陸國有企業多半擅長於長距離之恆溫物流（約 90%之中國大陸企業從事恆溫物流），而台商以其過去在</p>		

台灣之經濟則較擅長於短距離之低溫物流。

根據中國大陸台商協會企業聯誼會（簡稱台企聯）之非正式統計，目前中國大陸約一萬九千家批發企業中，從事食品批發約佔整體之 70%，主因在於隨著中國大陸內需市場在飲食習慣的西化、高度化、食品消費不斷成長下，且食品批發行業相較其他進入門檻低，雖然該領域競爭激烈，但台商之投入意願亦相當大。目前台商在中國大陸進行發批業務，尤於受限於資金、人力等各項投資能力及中國大陸幅源廣闊影響，目前仍主要以沿海重點城市為主要發展目標，在沿海地區交通基礎設施較為健全的情況下，對於運輸及保管成本上較為容易控制，在進入一定狀況後在採取以大城市為中心向外拓展的經營策略。根據訪談台企聯針對台商於中國大陸發展低溫物流部分可得知台商投資於此包括大榮、統一等國內知名物流企業，其所採取之方式主要以與外資企業（主要以日資企業）共同成立外資物流合資公司方式在中國大陸推動低溫物流市場。

目前於中國大陸發展零售業表現最為亮麗之台商，在量販店部分以大潤發（康成投資）為主，其 2009 年中國大陸零售業市佔率為全中國大陸排名第七（前六名分別為中國大陸國美電器有限公司、中國大陸蘇寧電器集團、中國大陸華潤萬家有限公司、中國大陸大商集團有限公司、法商家樂福（Carrefour），根據中國大陸國家統計局資料，大潤發於中國大陸地區 2009 年銷售額達 33 億 567 萬人民幣，較前年成長 31.1%，通路數 101 家，展店數較前年成長 18.8%。

問題三、認為目前台資批發、零售、加盟業者在中國大陸面臨到的主要問題包括哪些？

其目前在經營上，在中國大陸 2009 年發生之三聚氫氨事件後，中國大陸國有物流企業在原先長期把持國內一般物流通路的情況下，因屢屢發生的食品安全事件逼使中國大陸大型國有物流企業在近年紛紛投入大量資金發展低溫物流，這對從事短距離物流的台資合資企業帶來相當壓力。另外，台資合資物流企業面臨到的壓力，亦包括中國大陸國有物流公司在面臨到中國大陸境內食品運輸上對食品安全的掌握，而積極發展低溫物流而紛紛採取以資金（包括合作及合資等方式）換取非台資之其他外資企業之相關技術，而相關外資在企圖進入中國大陸長距離低溫物流市場之因素下，而紛紛將相關技術提供給中國大陸業者，這些都是對目前在中國大陸從事低溫物流配送之台資企業造成相當的競爭壓力。

比如大潤發在中國大陸表現亮眼，但其同樣面對到中國大陸國有零售企業與外資零售企業的壓力，由於中國大陸國有零售企業在近年紛紛採取合併（以中國大陸華潤萬家有限公司為主）或收購方式（以中國大陸國美電器有限公司、中國大陸蘇寧電器集團為主），積極拓展其市佔率。以及外資零售企業（以法商家樂福與美商沃爾瑪為主）紛紛採取低價營銷戰略與低成本經營戰略手段，積極拓展市佔率的壓力，同時也面臨到中國大陸在近年政府積極打擊物價導致物價下滑趨勢逐漸增強的情況下，價格競爭也日益激烈，促使大潤發必須透過裁員、數位化等經營方式以降低經營成本維持既有利潤，以因應未來中國大陸在零售市場上面臨到的挑戰。至於在百貨公司及超商通路部分，這部分發展便不如量販店來的亮眼，目前台資百貨公司主要以太平洋 SOGO 與新光三越為主，其皆係採取以日資企業與台資企業入股名義與陸資企業為主要合作合資方式為主，太平洋 SOGO 之、日方合資對象為日本伊藤洋華堂（Ito Yokado）在中國之相關企業，而新光三越之合作對象為日本三越伊勢丹與大陸北京華聯集團。其中太平洋 SOGO 因採取以日資為大多數股東方式進入中國大陸且合資對象也係以在中國大陸之陸資為主，因此

在經營上之糾紛較小，但市場拓展則相較其他中外合資百貨不利。雖新光三越採取以與陸資零售業合資進入中國大陸市場，但由於其受到 2008 年北京新光三越投資糾紛案影響，導致迄今其於中國大陸其他一級城市之展店計畫亦受到影響，比如其計畫於 2010 年於重慶市展店，但因受先前北京事件影響，中國大陸商務部僅改批准其於四川成都市設立新據點。這些案例背後所代表的含意都是相當值得台商進入中國大陸市場深思其背後含意的。

問題四、非常感謝理事給予半小時的訪談的機會，但因時間相當有限，可否請理事給予政府和未來進入中國大陸市場的台資企業幾項建議，讓政府能夠更有想法以幫助台商開拓中國大陸市場？

台商從中國大陸改革開放前就進入中國大陸市場，可以說時間相當早，加上兩岸在語言上的差異並不太大，因此都給予了台商相當多的利基。但近年來，如果不去論兩岸間的政治問題，台商所面臨到的主要壓力便在於如何去因應中國大陸同質競爭者的對經營模式、創意的模仿和競爭，以及外資在資金、技術等方面的競爭。當然政府在兩岸關係上的改善是所有台商樂於見到的，同時政府在兩岸政策上的觀念也要有所改變。過去中國因其勞力低廉、土地便宜，被全球企業視為世界工廠，但隨著近 10 年來不斷改革，擴大內需及各項新政的推行，卻讓市場充斥著缺工、漲薪、通膨、升值等問題，面對生產成本不斷提高的台商，比如廣州石頭記董事長蘇木卿就常說，「在中國開工廠的年代已經過去，現在要做的是去開市場。」不只缺工、漲薪、優惠政策改變，企業還得面對查稅、通膨、升值等棘手問題，如此一來，台商在中國還有優勢嗎？我認為，台灣人就像打不死的蟑螂，很有應變能力，其中「創新能力」就是台商很寶貴的資產。

另外「貼近消費者需求，就是一個很重要的創新來源。」「為什麼海爾的洗衣機可以洗蕃薯？」以海爾為例。原來，這幾年中國積極推廣家電下鄉，過程中卻發現農村洗衣機故障率特別高的現象。為此，家電大廠海爾特別派員實地訪查，發現農民不是把洗衣機拿來洗衣服而故障，而是用來洗蕃薯。因為蕃薯剛挖起來都有泥土附著，農民就想，洗衣機既然能把衣服洗乾淨，應該也可以把蕃薯洗乾淨，於是就把整籃整籃的蕃薯倒進去洗衣機洗。經過一攪動，蕃薯上的泥土是脫落了，但因為洗衣機底盤較低，出水管硬是被泥土給阻塞，當然就造成機器故障。發現農民對洗衣機的「另類」用法，海爾並沒有選擇去「教育市場」，告訴農民洗衣機的正确用法，而是根據消費者需求、改良公司產品，研發出真正「可以洗蕃薯」的洗衣機。有些人聽說中國人多市場大、錢比較好賺，就一股腦投入，結果到了當地發現自己的產品沒有特色、沒有競爭力，最後也是碰壁回來。「如果你的產品只是跟別人差不多，那就不用去中國了。」

當然，台商進入中國內需市場也不是這 1、2 年的事，許多企業早已透過連鎖加盟的方式，在中國打下大片江山。比較知名的像是麗嬰房，在中國的零售點將中國已從「世界工廠」走向「世界市場」，如何開拓市場，成為企業最重要的經營課題。近有 1,400 家、永和豆漿也以每年 60 至 100 家的速度快速擴張、象王洗衣有 300 家，其餘還有元祖、85 度 C、呷哺呷哺等廠商。政府應思考該為何這些台商在過去沒有政府的幫助下可以成功，政府要作的不是像過去一樣關注於中國有那些障礙，而是要多想想如何用政府的力量來幫助台商，比如像過去許多縣市長紛紛到中國來推銷農產品、觀光等都有著相當不錯的成績和為台商創造一些商機。政府應該多思考如何將台灣的軟實力帶進中國，而不是老是思考所謂的「讓利」，台資企業在中國面臨到的是國際投資人紛紛進入中國市場的壓力，也過去所打下的優勢也只剩下二、三年的時間，許多的台灣經驗都是相當值得政府利用中國來幫助台商。

附錄七 參訪北京台商協會會議記錄

由「服務業發展方案」研析我國服務業國際化之具體策略－會議記錄			
會議日期	民國 99 年 9 月 13 日		
會議地點	北京	訪談對象	副會長江永雄董事長
中經院 與會人員	方立維分析師		
會議討論事項			
內容	<p>問題一、能否請江董事長說明一下目前批發、零售、加盟業在中國大陸台商所發展的大致情況？以及北京前門大街當初是怎樣構思的和現在、未來的規劃？</p> <p>國際金融大海嘯剛剛退卻，大陸在金融海嘯來襲的狂潮中，雖無嚴重情況發生但也非毫髮無傷，正致力於恢復之際，美國以人民幣嚴重低估之理由，強力譴責大陸操弄貨幣政策，形成中美之間的匯率大戰，不管升值幅度為何，對以出口為主的台商正是進入大陸內需市場的大好機會。</p> <p>大陸地區因廣大的內需市場及改革開放三十年所累積近兩兆四千萬美元的外匯存底，並在大陸政府的推動下，準備將內需市場擴大運轉以保持大陸的高經濟成長勢頭，而以外銷見長的台灣商品與農副產品恰恰正符合大陸擴大內銷的條件，因此為促進海峽兩岸經濟與文化交流更加緊密合作，協助台灣同胞在拓展大陸內需市場，有順暢的管道與良好的商業環境，產生積極作用，也為大陸消費者提供良好與優質的台灣商品與文化創意產業商品，由外貿協會主導集合以大陸知名台灣品牌企業共同發起所組成的『華聚興盛兩岸物資商貿（北京）有限公司』共同合作，在北京市委市政府與崇文區委區政府的協助下，規畫出前門大街東側（見附件）約四萬平方米的精華地段為台灣文化創意、時尚精品、農特產品與觀光推廣進軍大陸市場的第一個項目。</p> <p>問題二、那台灣前門大街在對台灣未來進軍中國大陸相關市場的台商而言，他有什麼特色看經營方式是過去台商所沒有的？</p> <p>目前兩岸關係因在政府的努力下，兩岸交流進展快速亦帶領大陸民眾對台灣商品的新鮮感及好感。而台灣品牌商在進入大陸百貨通路時，常遭遇進退場之風險，一級戰區的北京、上海風險相對高，一般大陸百貨賣場均要求進駐廠商在一定時間內達成一定之業績，未達到其要求之廠商，即被無情的要求撤櫃，對甫進入大陸市場之台灣廠商形成莫大之壓力。</p> <p>『台灣魅力』係由外貿協會全力支持並由董事長王志剛先生主導集合一批台灣企業家籌組設立的全新台商銷售網絡平台，乃專為台灣商品設計規劃、量身打造，縮短台灣廠商進入大陸市場磨合時間；同時，經由結合食、衣、育、樂等方面俱代表性台灣商品之品牌與台灣發達之影視文化娛樂，隨時打造『台灣魅力』之各種話題，引領媒體關注，進而吸引廣大消費者之認同。運作模式由外貿協會主導集合大陸知名品牌台商組織『華聚興盛兩岸物資商貿（北京）有限公司』，目前配合發起單位有：紡拓會（台灣紡織行業）、皇冠企業集團（皇冠）、湯尼威爾服飾公司（湯尼威爾）、歐</p>		

迪芬國際集團(歐迪芬)、達芙妮鞋業集團(達芙妮)、巨大工業(捷安特)、九州橋國際集團(法律協助)、台灣青果商業全國聯合會(台灣水果)、台灣觀光特產協會(台灣特產)、上海齊臨貿易公司(台灣農特產品)、上海茶根食品公司(台灣食品)、呷哺呷哺涮涮鍋食品(呷哺呷哺)…等一批大陸通路行銷資深台商帶領台灣廠商進入大陸內需市場，後續並積極聯繫包括：麗嬰房童裝、夏姿、琉璃工房、法藍瓷、上島咖啡、老牛皮鞋、阿瘦皮鞋、嘉裕西服、鼎泰豐、錢櫃 KTV、仙蹤林、新東陽食品、85°C 咖啡…等(僅列舉部分代表)台灣知名品牌共同合作開展大陸商機，並在台灣成立『海峽兩岸經濟貿易促進協會』，協助台商對大陸市場的了解與認識有更好的服務與方便，以求的更巨大的發展空間。

問題三、可否就「台灣印象」的主要商業經營(business mode)特色給予更為詳細的介紹？

《台灣魅力生活館》的五大主軸包括：

壹、建立台灣特色商品主題百貨：

由台商在全球所生產製造的台灣商品，不但產品品質優良、樣式新穎，其售後服務的用心，也獲得絕大部分的全球消費者肯定，有極大部分的全球知名商品是由台灣企業所生產製造的，在國際金融海嘯來臨之際，全球的供需發生極大的變化，雖然，以專業製造起家的台商也受到嚴重的波及，但也給我們一個新的思考方向：除了專業製造之外，我們需不需要一個銷售平台或網絡？答案是肯定的，由大陸知名台商聯合發起籌組『台灣魅力』，除了整合大陸台商的力量，也為『台灣製造』及『台商製造』的全球台商提供銷售大陸內需市場的平台，團結台灣人的力量，在大陸市場創造另一個台灣奇蹟！

貳、創造長期展銷獨特商業模式：

製造生產型企業都知道，想打開外銷市場需要到處參展，因為參展可以得到兩類客戶的訂單，一類是國際品牌商，另一類是國際通路商，可惜的是：大陸的內需市場，既沒有牌台商亦沒有通路商，如何能進入大陸的內需市場，無法用 B to B 模式，必預建立 B to C 模式，而大陸市場的進入門檻較高，原因是各種手續繁雜，而各類商品的銷售手續資訊性不足，容易造成進入大陸市場的障礙，因此提供長期展銷的模式可以解決降低進入大陸市場門檻，加強台商的意願與信心。

參、推廣台灣各地觀光旅遊特色：

台灣有二十五個縣市地區，我們如果以每個地區展銷兩周時間，一年剛好可以將台灣的各地觀光資源與觀光特產推廣給大陸同胞與消費者，未來台灣開放大陸觀光商務行或自由行旅遊，更需要台灣各地的旅遊資訊與特產分佈詳細資料，如果在大陸有固定的資訊提供場所與台灣特產銷售結合，會有事半功倍的效果，這對台灣觀光資源與台灣特色產品是最好的合作模式之一。

肆、強化兩岸文化創意互動交流：

兩岸大學生學籍認證，是溝通兩岸及未來長期穩定和平發展的最好方式，當大陸孩子到台灣接受四年的大學教育，他們會去了解台灣的多元文化與台灣的政治經濟的運作模式，當他們回到大陸必定會有不

同於在大陸受教育的孩子，而台灣的孩子在四年的相處的過程，也可以了解大陸孩子的思維與生活方式，對未來兩岸的發展只有好處。而提供兩岸的文化創意交流與思維想法撞擊，對多元的台灣社會及改變中的大陸，看不出壞處在哪裡。

伍、奉獻愛心協助社會弱勢族群。

與中國紅十字基金會與慈濟功德會合作，在『台灣魅力』的所有成員及廠商，我們的主要構成都是台商，我們除了提供優質的台灣特色商品，我們還不忘『取之社會用之社會』的社會責任問題，我們將在『台灣魅力』的銷售金額提取一定的比例，來為兩岸的白血病兒童長期提供援助，我們要讓大陸消費者知道，台商是最具有社會責任的一個族群，我們也願意創造和諧的社會在海峽兩岸。

在目前全球經濟與金融較弱的環境下，如兩岸商業與零售行業能發揮台灣與大陸的各自優勢、取長補短、互利互惠雙方必定能平安順利度過此一難關，亦對兩岸關係有更好更和諧的方向發展，我們期望此計畫能順利推展，對大陸同胞對台灣優良的中華傳統文化有更深一層的認識，讓台灣優良的商品能更上層樓在大陸形成品牌來服務大陸消費者，為海峽兩岸人民創造一個更好更優質的生活模式與空間。

問題四、在推動規劃台灣印象時，你認為台灣政府應給給予什麼樣的協助？

台灣方面僅需提供阿里山廢棄小火車頭（當然需要整理來作為陳列之用），拜請林務局或相關單位，為本項目之阿里山情境廣場捐贈或租借阿里山森林小火車一輛，以報廢火車進行適當修繕，在天安門廣場南 500 公尺的前門商圈，展示台灣形象，推廣台灣旅遊。做為北京未來一個宣傳台灣特殊景點地區的地標，我們經多方奔走，終於說服北京市政府同意在此地區的設立，希望政府能盡快提供協助將此事完成，一方面在北京有一個固定宣傳台灣特殊景點地區的地標，另一方面也協助整個台灣概念（台灣魅力生活館）的工作順利推展，幫助台灣中小企業在大陸能有一席之地。但我們透過了立法院等民意代表的幫助，包括尋找了交通部、鐵路局、國家公園管理局、林務局等單位，卻受限於各種法規的限制，阿里山廢棄小火車頭並非古蹟，卻面臨到缺乏配套的法規，比如我們是要用租的還是用廢棄物買賣的方式解決，其實這很可惜，當我們去看的時候，相當多的廢棄零件被放在倉庫，卻因缺乏一個可以的行政程序，官員不知道如何處理？沒有發揮它的價值？

問題五、最後想請江董事長作個總結，做為未來台商進入中國大陸的建議？

在大陸二十餘年，各式各樣的經歷讓我總結出一些心得『同文同種想法不同』。在台灣，如果你能讓投資人拿出總資產的 40% 來投資一個項目，那你基本是一個『募資超人』，因為台灣人從過去『窮怕了』，過去連口飯都吃不上，現在好不容易能吃上一口飯，你叫他回到過去，那是絕不可能的事；而在大陸今天你的項目如果夠好，你猜大陸人會拿多少出來投資？有人說總資產的 80%、有人說 100%、也有人說 200%，告訴各位都不對！大陸人如果資產是 100 萬，他會再去借 200 萬來拼一把，原因居然是與台灣人一樣：窮怕了！『我這一把跟他拼了！贏了就天天吃鮑魚，輸了大不了回去喝粥！』這是同文同種想法不同。另一次我在重慶，與當地最大摩托車生產商『重慶嘉陵摩托車公司』的田總見面時，聊起我們皇冠（CROWN）有註冊『皇冠機車』的商標，當時他非常興奮說如果我們真的有註冊皇冠摩托車的商標，我們可以雙方來合作進軍大陸市場，因為大陸消費者對皇冠汽車的品牌是比較認的，要我趕快把註冊商標的資料先傳過來看看…等等，我一聽也跟著興奮起來，趕快讓公司將註冊商標的資料傳真過來，在資料傳過來的過程中，田總不斷的告訴我他們的生產技術是多麼的先進多麼的優良，彷彿我們已經是合作夥伴了…。等資料傳過來，

我一臉興奮的將資料給嘉陵的田總看，他似乎有點失望的告訴我：『江總您這不是摩托車，這是機車！』『摩托車就是機車，機車就是摩托車！』我說。田總回答：『摩托車是摩托車，機車是機車，這是不同的！』，此時我不能置信的問：『好！摩托車是摩托車，機車是機車，那請問機車是什麼？』，田總沒好氣的說：『火車頭！拉動火車的火車頭……』。在大陸十幾年付了十多年的商標註冊費，原來註冊了一個『皇冠火車頭』商標！

最近我經常在演講場合推銷我的『皇冠火車頭』，不正因為大陸最近在發展四橫四縱高速鐵路嗎？也許不久後我可以把『皇冠火車頭』給賣出去。這又是一個同文同種想法不同的範例。台商在中國大陸從事批發、零售、加盟業，往往採取的方式是將在台灣既有的 **business mode** 直接拉到中國大陸放，卻忽略了兩岸同種不同文的消費、文化等習慣，短時間內要獲利是相當容易，但長期經營卻因缺乏這個認知而面臨到經營的困難，家底厚的台商經得起一時的虧損學習經驗，但一般的台商就往往鍛羽而歸，這是我給要進來台商的最大的建議。

附錄八 參訪社團法人台灣服務業發展協會會議記錄

由「服務業發展方案」研析我國服務業國際化之具體策略－會議記錄			
會議日期	民國 99 年 9 月 16 日	會議時間	下午 4 時 30 分至 6 時 05 分
會議地點	社團法人台灣服務業發展協會	訪談對象	李秘書長培芬
中經院 與會人員	靖心慈老師、方立維分析師、林長慶分析師、張嘉芬輔佐研究員		
會 議 討 論 事 項			
內容	<p>1. 商業服務業要達到規模通常是透過連鎖與加盟兩種方式，另外透過授權可以使服務業更加走向國際化。授權主要有兩種形式：行銷型，例如透過商標、品牌的授權銷售產品；經營管理型，如飯店管理將經營管理模式行銷出去，授權的方式與產業別高度相關。知識授權現今是一種趨勢，但這種無形資產的授權模式卻是台灣服務業的弱點，台灣服務業習於一次賣斷，不習慣之是加值的授權模式。</p> <p>2. 美國的連鎖業多為大型企業，各州都有約束加盟產業的法規，為定型化揭露，但是聯邦貿易委員會新頒布的「美國 FDD 揭露法規」共有 23 項要求，加盟產業必須把多數資訊公開。從此處可以看出立法趨勢，兩岸的「特許經營管理條例」與「加盟業主應揭露事項」是規範加盟企業的法規，但中國的「特許經營管理條例」為法律，我國的「加盟業主應揭露事項」位階則較法律為低，屬於處理原則；加上中國將加盟業主的揭露事項視為公式文件，必須將資料留在公部門，不是僅對當事人揭露，而美國 FDD 的立法趨勢也是如此，可以看出台灣在這方面相對落後。</p> <p>3. 連鎖產業目前的海外市場不可否認的多在大陸，因為與台灣沒有文化上的差異，但仍有些企業總部致力於開發非中國大陸市場，如快可立在美國與歐洲市場的拓銷。大致上，連鎖加盟產業的海外市場以大陸為主、東南亞次之，再來才是紐澳、美加、歐洲。東方連鎖業趁著美國的「東方熱」或許可以在中國以外的地區有所作為。</p> <p>4. 在資源分享方面，國貿局與外貿協會給予的資源似乎不是那麼適用，以馬來西亞為例，「台商協會」、「華商協會」、僑委會下的「華商經貿學員聯議會」等給予我們的資源似乎較切合我們的需求。</p> <p>5. 部分產業如出版品的發行，甚至是透過網路進入中國大陸市場皆存在障礙。其他產業若要在當地設據點，就必須有當地的資源，這是產業進入大陸或者是其他市場的障礙。</p> <p>6. 專賣零售業是台灣服務業的強項，綜合零售業雖然不強，但在大陸的表現尚佳，例如大潤發已取代家樂福成為中國連鎖企業排名第一的外資企業。</p>		

7. 另外，台灣的成衣代工業非常靈活，小型作坊的生產方式雖然可以適應台灣市場，並生產出獨特的商品，但在大陸市場卻無法複製這樣的模式，因為相應的生產量增加太多，不足以對抗大市場，台灣的業者現今都在思考如何改良這樣的模式以利進軍大陸。在當地培養工班的模式在中國亦行不通，包括生產組件，標準化生產、組裝等，工班的時間掌握與品質控管台灣業者皆無法有效管理，最重要的是，大陸工班無法滿足台灣業者對高品質與標準化的要求。
8. 針對發展台灣專賣零售業的策略上，專賣零售業必須調整其國際行銷模式，發展中繼站的概念，由台灣提供知識，大陸負責設廠，並在大陸擁有長期的 OEM 夥伴。專賣零售業行銷的就是品質，必須保障產品品質，才能發展國際市場。
9. 台灣的醫療美容產業非常領先，但是大陸消費者與台灣消費者差異相當大，要求的服務不同，加上大陸消費者醫美知識普遍不足，因此醫美業及其他相關服務業必須客製化，才能有效開拓大陸市場。技術產業無法如專賣零售業一樣當地設廠，產業必須派台灣人才到大陸。例如家一，以連鎖產業的角度看公共服務業，將眼科及牙科整合到其連鎖品牌下。其他諸如洗腎中心、老人照護（安養院）、醫美產業的連鎖化，都可看出服務業有很多面向，並不是有固定的模式。
10. 台灣政府目前擔心的便是連鎖產業都跑到大陸，但是政府可以換個角度思考，商品的流動代表人才也可以流動，需要觀察的是就業機會是留在台灣還是跟到大陸，若就業機會仍掌握在台灣人的手中，如現今很多連鎖企業，例如 85 度 C，仍是仰賴台籍幹部，產業的外移便沒有使台灣吃虧，這也是連鎖業的價值所在。
11. 服務業面臨到的障礙很多，可以說處處皆存在障礙，包括人才、資金、當地商情、財稅、法規等。
12. 「台系連鎖」和「台灣連鎖」是目前台灣企業在中國大陸市場的兩種型式，「台系連鎖」係指台灣人在當地發展出來的連鎖；「台灣連鎖」則是將台灣的知識複製到大陸市場。兩者並不相同。
13. 但是，台灣連鎖服務業大量往中國發展擴散，「台灣可以留住什麼」是我們必須關注的課題，產業的成功不一定要靠許多科技堆砌，產業，包括連鎖業的業態必須因應人的需求改變不斷創新，與消費者產生連結，才能有所發展，例如未來店（future store）的概念便是去了解消費者的需求改變，而後設計並發展出新的業態。
14. 產業往外地拓展，必須了解當地商情與當地的消費者需求才能有效發展。在中國發展的未來店計畫可以在台灣先行設計與製作，因為台灣商業人才在形塑營運模式與業態創新方面，擁有卓越的能力，政府應該思考如何將商業人才留在台灣，創新的營運基地放在台灣的話就會有輸出的效果，其他部分，包括設備或廠房等，都可以在地化，減少產業的營運與運輸成本。
15. 台灣多為小型連鎖業，雖然可能因為資金或其他因素無法持續創新，但趨勢必須使連鎖業不斷必須創新，特別是餐飲業，才能在激烈的市場競爭中存活並發展。
16. 與產業拓展相比，商業活動若在大陸非常熱絡，台灣並沒有辦法得到好處，例如稅收。台灣的商業比大陸進步三十年，成熟的商業環境是我們的優勢，在策略上，業態創新基地可以留在台灣，台灣的「產業創新條例」是一大步，但政府必須盡快訂定配套措施。

17. 此外，台灣多為中小型企業，連鎖業多使用私募基金擴大規模，但成功機會甚少；中國當地的私募基金則是會主動發掘並投資有潛力產業。台灣過去有全球第二大的創投基金，但台灣業者從來沒有接觸的機會，與此相反的是，大陸的國際法人和當地法人會主動找台灣產業投資，兩相比較，大陸的商業環境似乎對台灣企業更加友善。
18. 政府未創造友善的商業環境將對台灣的經貿產生影響，對比香港政府積極拉攏產業往香港拓展，台灣產業是自己打天下，國貿局並未提供任何協助。香港貿易發展局積極挖角台灣的餐飲連鎖業，同時大力宣傳招商的成果，一條龍的招商模式，創造出極友善的商業環境。香港的貿易發展局可以有如此大的作為不可否認有很大原因是因為香港為小政府大企業，很多單位是自給自足，不需要跟政府拿錢，看政府臉色。
19. 台灣存在屬地主義與本位主義，政府重視台灣存在多少就業機會，而非扶植中小型企業。企業長大對國家永遠是利多於弊，台灣孕育了很多連鎖品牌，但皆未深度經營，有許多的企業價值都未被運用。透過連鎖加盟及授權的方式，企業價值可以再被複製一次，販售知識出去，例如非洲要求授權珍珠奶茶，到當地設廠的成本過高，但可以將販售製作珍珠奶茶的方式，不用涉及到公司設計等細節問題也可將產業拓銷出去。在此議題上，可以參考香港對智慧財產授權的思考模式，加強台灣的產業包裝能力。
20. 台灣的企業一定要營造出台灣特色，連鎖品牌愈有特色愈有發展，與其他相似商品的連鎖產業有所區別，才有利基的存在，例如將台灣原有的產品再行創新，例如割包加入寒天和東北角的魚貨，展現出不同於西式漢堡的台灣特色食品。國貿局應該去思考如何將台灣元素提煉出來，並協助企業在外地創造新的文化體驗，同中求異，才能協助產業行銷國際。
21. 對業者來說，最重要的是有生意與訂單，政府要協助產業開拓市場，不要有閉門造車的心態，只以就業機會衡量商業發展情形。
22. 未來國貿局以協助台灣連鎖業拓銷到新市場佈店數作為績效指標，將台灣企業作大對台灣本土一定會產生益處，因為可以形塑讓業者根留台灣的环境。政府的輔導補助機制不要處處存在限制，政府輔導的比例也要兼顧製造業與服務業兼顧。
23. 在資本市場上，我個人反對大陸企業在台灣資本市場掛牌上市，如揚子江。資金也是一種友善商業環境的充分條件，政府要協助讓創投資金與資本市場注意到台灣企業，並製訂鼓勵商業服務業掛牌上市的機制。
24. 幼教產業在大陸發展會產生很大的商業價值，任何國家對教育都會有所限制，包括大陸，但愈嚴密的管制才愈能顯示政府打前鋒的價值。台灣的幼教產業因少子化現象已處於水深火熱中，幼教系統與教師已供過於求，與台灣相反的是，大陸則是供不應求。我認為台灣的幼教業在大陸具有商業優勢。
25. 最重要的是，台灣企業要把研發技術及研發中心留在台灣，進而創造出高質而非量多的就業機會。文化創意產業則應該多發展知識授權，不是只專注在販售商標上。政府應該做的事是盤點台灣品牌而非專利數，並告知業者產業加值的方式與效果，我們不應該再作「工」的部分，而是應該思考如何創造價值。

附錄九 參訪衛生署醫事處會議記錄

由「服務業發展方案」研析我國服務業國際化之具體策略－會議記錄			
會議日期	民國 99 年 9 月 20 日	會議時間	下午 3 時至 5 時
會議地點	衛生署 6 樓會議室	訪談對象	石崇良處長
中經院 與會人員	靖心慈老師、吳佳勳老師、林長慶分析師、張嘉芬輔佐研究員、鐘綉婷研究助理		
會 議 討 論 事 項			
內容	<p>1. 現行我國醫療制度在計畫經濟下，並非完全自由開放；目前國內 90% 以上維健保特約醫療機構，健保為整體醫療架構的基本財務支撐，因此健保需兼顧財務平衡。</p> <p>2. 我國開始發展國際醫療的原因，絕對不是以營利為目的，而是因為我國的醫療體系上出現了以下兩大問題：</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 醫事人力過剩，已呈現飽和狀態：早年我國醫事人力僅有醫師、護士、藥師等少數幾種類型，但現在因醫事人力分工細緻，目前已區分為 14 種類型的醫事人員，每年度由學校培養出的醫事新人力實際上已呈現供過於求的狀態；若不審慎解決此問題，將導致醫事人員面臨失業、減薪或轉業，以上結果將導致培訓醫事人員所花費之資源浪費，因此醫事人力輸出以進行國際醫療，可能將是解決該問題較為經濟之選擇。 ● 醫療機構受健保拘束：在健保制度下，國內醫院在於新醫療技術與新藥發展上受到一定的限制，而欲保留住高技術人才以亦有其困難度，因此若有額外的自費醫療市場能夠吸納以上的研發成本，將有助於維持醫療不斷的發展與進步。 <p>3. 未來醫療的「自動化」將可能使醫事人力過剩的問題更趨嚴重，因為可能多數的醫事工作將逐漸不需由人工處理，可能僅需有人做品管方面的工作，因此未來醫事人力的預估是相當重要的；因考量到醫事人員養成所花費之成本，故目前仍以法律保障醫事人力就業，但長久下來此舉可能不符合經濟效益。</p> <p>4. 目前我國醫院主要分為公立醫院和私立醫院兩個體系，公立醫院約佔整體醫院總數的 1/3~1/4 強，私立醫院體系則分為財團法人醫院、社團法人醫院與私人醫院三類型；在法規上對於以上四種醫院向外投資方面相關之規定，大致歸納如下：</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 公立醫院和財團法人醫院：依法不得分配盈餘、資金亦不可外流。 ● 社團法人醫院：以自然人為其社員，依法可分配盈餘，資金得以自然人名義外流、但不得以「法人」身分進行投資，與一般公司不同。基本上社團法人以類公司化之模式經營，但不以營利為目的。 ● 私人醫院：醫院基本上為院長（醫師）本人之資產，可自由分配盈餘，資金流動亦不受限制。 		

5. 目前我國國際醫療之主要目標項目為重症醫療，而非高級健檢、醫學美容、觀光醫療等有助於 GDP 增加之項目；重症醫療通常涉及的治療較為複雜、技術層面也較高，因此若吸引國際病人前來接受重症醫療服務，增加高人力密集與高技術密集的重症醫療之服務提供量，將可符合解決我國醫療體系目前面臨的兩大問題的目標。重症醫療的目標市場主要是鎖定在吸引（1）技術較落後的國家與（2）技術水準與我國相當，但我國收費相對較為平價的國家。
6. 國際醫療的次要目標為觀光醫療，意即顧客主要是因”觀光”來台，接受醫療服務為次要或額外的需求，例如以觀光搭配醫美、養生等，這些都是要靠整體環境的營造，且較為價格導向，因此該部分的推廣，目前是搭配觀光局執行。
7. 目前中國病人或旅客來台接受國際醫療的入境主要分為以下兩種處理方式，一種為透過「團進團出」管理的觀光醫療、醫學美容病人，另一種則為透過專案申請醫療簽證入境的重症醫療病人。
8. 有關國際醫療專區之成立是否將會排擠國內病人，目前已有相關規劃和規定以防止此種情形產生，相關規範包括：
- 醫院與病床之設置應符合每萬人口 35 床之標準，因此若以台北市為例，目前台北市每萬人口平均已超過標準達到 48 床，則依規定不能再增設醫院及床位。
 - 僅允許一般醫院 10%的床位做國際醫療病人
 - 國際醫療專區醫院依規定不得做健保，但也因此不需經過國內的醫院評鑑，目前規劃該等醫院前期準提供給我國自費病人服務；針對國際醫療專區醫院之家數目前並未加以設限，但規定至少應有 200 床以上，也准以「專科醫院」型態營運。
9. 國際醫療專區雖為「專區」，但專區內之服務提供者（醫院）及工作人員仍應符合我國的法律規範。若未持有我國證照之外國醫師有意來我國提供醫療服務，則其僅能以「指導」的方式參與，將有助於醫療技術移轉至我國；而採自費方式經營之醫療專區，亦可被視為高端醫療技術之 training center，對醫療技術之發展與進步將有正面之影響，亦有機會帶動整體醫療產業鏈，創造更大的效益。
10. 國際醫療的困難點在於，目前國內醫界或一般民眾對於「醫療」多仍認未其與一般產業有所不同，在台灣的醫療目前是沒有「商業模式」也沒有「產業環境」，在不允許廣告、營利的狀況下，市場上缺乏”有利可圖”的中介；因此若要進一步發展醫療產業，勢必需要透過異業結合與中介平台等形式，使合作雙方在共同有利可圖的情形下，或有機會提高產業發展的可能性。
11. 目前中國大陸已將醫院服務納入 ECFA（兩岸經濟協議）之早期收穫清單，允許我國醫院服務提供者在特定省市可以獨資型態設立醫院；未來該部分清單生效後，將有助於我國業者前進大陸發展時，在增資擴展業務方面有更大的彈性與空間。

附錄十 參訪中國生產力中心會議記錄

由「服務業發展方案」研析我國服務業國際化之具體策略－會議記錄			
會議日期	民國 99 年 9 月 27 日	會議時間	上午 10 時至 12 時
會議地點	中國生產力中心	訪談對象	服務業事業部陳弘元協理
中經院 與會人員	靖心慈老師、方立維分析師、林長慶分析師、張嘉芬輔佐研究員		
會 議 討 論 事 項			
內容	<p>問題一、生產力中心過去的話，主要做的事情是否以國內為主，現在是否有承接政府的主力，要往外頭的去處理一些事項，因為我們現在知道政府單位有包括 ECFA 在內各式各樣的雙邊協議，必須要對各個服務業有所了解，才可對政府做決策有所幫助，我先簡單介紹生產力中心。</p> <p>中心有五個地區在台北，在台中、高雄有分公司，目前與服務貿易有關的有兩個部分，有兩個政府案，其一為大陸台商輔導計畫，此為針對中國大陸，另一為全球台商輔導計畫，不限於大陸。此兩個做政府計畫是針對海外的，而大陸台商輔導計畫是針對台商做輔導，輔導有三部分，一部分是幫他們做教育訓練，一個會作研討會，一個做短期諮詢診斷與輔導，長期的輔導要到兩個月到三個月，短期的是一天到兩天，此為大陸台商輔導計畫。</p> <p>問題二、業者這麼多，是如何選擇？</p> <p>大部分是透過公告，先講大陸台商的部分，要來參加要先經過投審會，有些企業不一定經過投審會，以前沒有報備要補報備，現在補報備要罰五萬元，一般早期比較小的台商都沒有報備，但大陸申請的都要有投審會來報備，此為政府計畫的規定，否則未來上市會有問題。</p> <p>第二個計畫是商業司的，剛剛提到的是同質業務處的，在商業司計畫中有一個名為「提升總部競爭力計畫」，提升總部競爭力計畫裡面有一個「搭橋專案」，此專案有三年，今年第二年，第一年在台灣辦，今年在上海辦，明年再回台灣辦，輪流舉辦，此為與大陸有關。此專案主要是讓兩邊流通業的業者，建立平台使業者交流洽談之後，雙方可以合作的項目，海外有此三個計畫在運作。</p> <p>我們也有自己的案子，是很多元化的，第一有考察團，像現在辦的上海世博餐飲投資考察團，此與政府計畫沒有關係，是使用者付費的方式，安排台灣的餐飲業者到大陸公司去簡報、座談、交流；第二也幫大陸企業做培訓、教育訓練，而針對中資大陸企業做輔導的話，目前還沒有此部分，只到教育訓練，地點在大陸，我們的人力要過去。</p> <p>問題三、針對剛剛所提，是哪些部門在處理這些計畫？</p> <p>全球台商與大陸台商輔導計畫執行的是製造業事業部，提升總部競爭力政府計畫是服務業事業部，幫陸資上課與餐飲考察團也是服務業事業部。</p> <p>輔導的話對象已經明確的是「台商」，而且必須是在台灣有經過報備的，來參與的製造業或服務業業者可能散佈在很多不同類型的方式。會散</p>		

佈在不同的城市，且各種形態都有，例如製造業有製造碾米機、衛浴設備的，在兩年前製造業事業部去是看工廠的，包括工廠的流程、績效、管理、製成品質，但是現在製造業提出來，百分之九十都是在談產品如何銷售，製造都已不再談工廠，在談末端的行銷與通路，所以這兩年製造業事業部才有全球台商輔導計畫，這兩年我們派許多人出去，包括新加坡、中南美洲、非洲，製造業這兩年都在談產業和通路，這是最近兩年的現象。

我們中心有兩項收入，其一為政府預算，會有計畫去標案，其二為我們自己辦的，例如台灣有些企業不一定想參加政府計畫，透過我們舉辦教育訓練、輔導，因為有時政府計畫有其目的，但是廠商去輔導不一定能夠與其目的相符合，所以這些廠商會自己付費，我們的收入大約是政府計畫占了七成，企業自行付費大約占三成，收入結構大約是如此。

問題四、剛剛提到不是政府計畫的部分，需要派人過去，是屬於短期還是在那邊有個駐點？

到今天為止我們都沒有駐點，現在有駐點只有一個中衛。一個在上海，一個在東莞，東莞的案子是我們推出的，兩年前有金融海嘯，東莞有三百多的台商因為金融海嘯結束，東莞總共有大約九百多個台商，這樣對東莞市政府就影響很大，因為三百多家台商內遷到東南亞不然就結束，稅收影響很大，我們就幫東莞市政府提了一個案子，我們就把國內類似「創新服務」那個計畫，將其修正提給東莞市政府，可比照此方式來協助台商，於是東莞市政府就編預算來由廠商提案，類似創新補助，由台商自己來提案，提案之後補助給台商企業，一家企業二十萬人民幣，台商自己提案沒有能力寫企劃書，就找了國內的財團法人去，包括中衛，中衛因此在那邊有駐點，緣由為此。故因此是短期的，是沒有長期派人在那邊，因為過去有問題是，有可能沒有案子，或者案子是斷斷續續的，現在均是網路資訊化，有案子就過去，現在連絡方式很方便，例如 skype。

問題五、您剛所說，去教授行銷的事項時，是講技巧方面還是市場方面？

所以我們的講師絕對對大陸市場非常熟悉，可能是外聘顧問，內部有兩到三位，我們的資料庫中都有將講師資料分類，哪些講師的背景、講過課程為何，問題在費用上，知名度高的費用較高，政府計畫預算有限，例如有一個案子請了徐重仁，是相當有知名度的，所以有些必須透過人脈來邀請，

問題六、政府要協助台商進入全球的市場，不限於大陸，大家有共識政府應該提高預算，那在政策有什麼建議？

很多台商為了達到自己的績效它會自費，故在做企業案我們會更加嚴謹，不然若企業出錢但是沒有達到績效或績效不夠，會有糾紛，但目前為止，我們還沒有糾紛，故在企業案我們會將其需求可以作到什麼程度，說明的很清楚。

政府是比較基礎面的，譬如我們在做提升總部競爭力計畫，做政府評鑑，是比較基礎面的，例如門市要乾淨、服務要好，總部評鑑就是總部對加盟店後勤的制約、社會責任、員工福利等，就給予總部認證，給予優質總部。

問題七、台灣服務批發零售在東南亞，目前碰到的問題？

最主要還是法令問題，因為台灣人一出去到各國去投資就變成外商，每個國家的外商都有外商管理條例，有人才的問題，例如八十五度 C 到大陸沒有問題，但到美國去就會碰到問題，所有技術人員、管理人員到美國去拿不到工作證，現已準備開第二家店，去工作就是拿不到簽證。其

他是連鎖加盟碰到的問題，都有法令的問題，如馬來西亞有連鎖加盟的法令，大陸是特許經營管理辦法，必須要合法才能經營，故最主要還是在法令跟人才，管理與商品都不是問題。

問題八、台商在海外銷售製造業、服務業碰到什麼問題？

早期台灣製造業進去都是在各省市的高薪技術開發局，有點類似台灣的加工局，不能夠內銷，所以以前都是外銷，現在外銷訂單減少甚至於沒有，要做內銷，必須要將廠遷出來，但遷廠十分不易，所以必須做內銷，現在製造業碰到的是要如何外銷轉內銷。

零售業碰到的是外資只能占 49%的比例，所以很多人都用人頭，人頭有風險，代表你出錢可是法律上是別人的，錢是台商出的，但名字不是你的，此為碰到的最大問題，但此問題也可以解決，可把風險降到最低，經營管理是第二階段，法律問題沒有解決沒有辦法經營管理，東南亞沒有這個問題，還是偏人才的培育，對外商沒有這個限制。

我們是沒有公司的，但是我們解決很多問題，我們不會介入設備、商品，因為介入的話，顧問的地位會受影響。

問題九、大陸服務業的趨勢，就是先將市占率做出來，外資這這樣做會不會對台商有影響？

外資在拼市佔率都是在省會城市，需要考量自身形態為何，在省會城市中是否有競爭對手，如果競爭對手很多的話，是否要避開競爭對手，還是要正面對決，正面對決的話，要看資金、人才夠不夠，資金人才夠就可以正面對決，萬一不夠的話，不一定要在同一個城市營業。可在不同城市開業，等到勢力壯大時，在進行正面對決。

台灣物流的優勢是在低溫配送，大陸稱為「冷冽」，即為冷凍與冷藏，大陸是服務品質的問題，冷冽的技術的配送就是要有冷凍和冷藏的倉庫，這不見得是技術，車輛也不是技術，全世界有許多公司在做，問題在於服務品質，大陸的冷冽過程中，駕駛開車出去為了省油會把溫度關掉，工廠的問題只要出錢就可以解決，但是行銷和通路不是出錢就可以解決的，打廣告、找代言人產品不一定就可以銷售，但工廠的問題花錢就可以解決，所以工廠其實不需要顧問，以前在二十年前是沒有設備，所以需要輔導，但是現在全自動的從生產到包裝，科技都很發達，故顧問在製造業價值不大。

問題十、在大陸協助服務類型的業者，是以哪些類型居多？

餐飲業居多，但不只是餐飲業者，客戶可以要求我們簽保密協定。大陸的服務業有些是禁止的，有些是部分開放的，所有的網路是屬於禁止類的，所以禁止類的就必須去突破法令，但禁止類並非法令都無法突破，例如教育教育即屬於禁止類，像是吉德堡，傳媒也是屬於禁止類，如電視購物頻道、網購、電影、廣告。如果是部分開放，外資可以有百分之四十九，這種就可以做，但是禁止類完全就沒有辦法做。在大陸有個單位專門在管台商，叫做「國台辦」，若有違法情況均會管理台商。

問題十一、在協助連鎖加盟業時，在中國大陸有無碰到什麼特殊情況？

第一個講到的就是法令問題，其他問題較少，是專業的問題，專業問題我們會去教導他們。我們的商品比中國大陸強，因為每個地方的商品不同，台灣的商品是有特色的，不管是餐飲、烘培或衣服，管理技術也比他們好，服務品質也較佳，這三點我們是贏中國大陸的。

問題十二、貴單位可以協助台商到大陸去經營，然而業者可以透過什麼資訊知道貴單位？

我們沒有特地去推廣，因為是財團法人單位，而且我們大部分在執行政府計畫，政府的目的就是希望用政府的經費去輔導台商，所以我們也不太願意去跟台商收錢，故資訊的取得大部分都由政府計畫，例如我們會跟台商說政府計畫只能做哪一部分，其他部分不在政府計畫裡面，如果真的要做的話，必須付費，但是我們不會主動提，是企業自己提，我們都是被動的。一年中在服務事業部頂多接一到兩個案子，我們大部分都接大案子，小案子會介紹顧問公司。

問題十三、台商除了中國大陸之話，在全球方面進行情況是如何？

越南是製造業，服務業的話就是去新加坡和馬來西亞，新加坡主要在物流，馬來西亞主要在連鎖加盟，新加坡物流主要還是去學習比較多，再來就是泰國，泰國也是在連鎖加盟，去馬來西亞比泰國多，我們認為主要是政治穩定性的考量，馬來西亞政治比較穩定，泰國經常有軍變，印尼幾乎沒有去。比例的話還是以中國大陸最多，亞洲全球佈局的話，大約百分之八十還是在中國大陸。

問題十四、台商到中國大陸去的話，後續需要的資金和人才是由台灣支援嗎？

有些在台灣沒有公司，在新加坡跟馬來西亞比較容易，中國大陸比較困難，因為中國大陸是極權國家，與政府的屬性有關，故管理許多事務包括金融，新加坡是自由國家，到今天為止，台商在中國大陸都借不到錢，台商是相當困難的，但是我們都會教他們如何取得。

問題十五、在研究東南亞的國家有發現比較小型的零售業，是不對其他外資開放的，剛剛講的那些國家有這樣的問題嗎？

這些國家其實對外商都是開放的，包括泰國，但馬來西亞有規定，在員工人數有一定比例要聘用馬來人，這是最大的問題，但是如果聘用馬來人，之後要開除他並不容易，因為馬來人是被保護的種族之一，因為馬來人是弱勢，但馬來西亞種族並非華人，華人不能從事很多事情，在政治上會有限制，每個國家都有他的問題在。

問題十六、您現在接觸到很多貿易上的協助，不管是大陸或全球，大概有什麼型態？

有物流、連鎖加盟、餐飲、服飾、烘培均有，各行各業都有，餐飲例如鼎泰豐，烘培如 85 度 C。

問題十七、那您現在接觸過的企業，有沒有那些企業是您認為有潛力可將其企業推展到海外的？

其實現在服務業很多已經到海外了，只是有些規模較小，看其規模是否可在幾年內擴張。

問題十八、現在市場不斷在開放，尤其現在開放給中國大陸，有何影響？

現在還沒有什麼影響，現在開放進來那些項目我認為還沒有影響，ECFA 是陸續開放的，分為好幾波，通常第一波進來的對國內沒有太大影響，所以是中國大陸讓利比較多，接著讓利會慢慢減少，最後就會是平等的，所謂平等就是妳給我多少我就給你多少，如果之後開放對服務業有影響，服務業會面臨很大的衝擊。但是此種情況對財團法人有利，因為政府預算會很多，政府必須輔導那些受到衝擊的產業，金融海嘯的時期企業不景氣，中國生產力中心業務接不完，因為在不景氣的時候政府要推很多方案出來，推方案出來是財團法人去執行，但國內財團法人家數有限。

問題十九、貴單位的人員是不是會去訪察計畫的廠商，因為廠商有被輔

導，要去看實際狀況？

那是 SBIR，計畫裡面就規定，得標之後就要按照標案要設 PO，通常比較長期的，計畫裡面其中有一個項目就是要去拜會業者。像是台商輔導計畫也有，以前都是拜會製造業，現在是拜會服務業，因為投資業務處的長官要去了解，台商在大陸有什麼問題，要編列計畫去解決這些問題，明年還是有台商計畫，服務業包括永和豆漿、85 度 C、新天地，金錢豹到大陸是去做自助餐的服務，與台灣的模式就不一樣，但是做餐飲就是技術，故在台中就找了新天地，新天地是我指導的，在上海市看不到新天地，是看到金錢豹，金錢豹在大陸是一條龍服務，從婚宴喜宴、幫新人拍婚紗到後面餐飲，金錢豹在大陸是需要成本的，食材控制在三成，所以會賺錢，婚紗成本更低，分店一直在開。

問題二十、餐飲在中國大陸目前有什麼特別的限制嗎？

還是有法令限制，如剛剛所提「外商管理條例」，第二個是關於衛生的規定，中國大陸衛生的規定比台灣嚴格，如餐廳的油煙排煙都有規定，但是中國大陸法令比台灣嚴，執行比台灣鬆，但是收賄情況嚴重，所以什麼都有規定，但什麼都可做，如餐廳規定廚房面積不得小於三公尺、排煙等，開一家便利商店就要十三張執照。

問題二十一、那在這個情況下，業者在那邊還有利可圖嗎？

需用方法，如果是開單體店就有剛剛上述問題，所以要開在商場裡面，商場就可解決這些問題，等到自己有了平台，有營利了，就可以在外面開店，第一家店不要開在外面，要打通所有關節，是很困難的，在大陸開店不是想像的那麼簡單。且與城市有關，上海市還好，愈發達的城市愈守法，愈不發達的城市愈不守法，上海、北京現在已經少收紅包，到二、三線城市就更困難了，所以我有建議台商要去的話最好是一起去，而且是跟百貨公司在一起，大企業的話有些就開在外面，如統一、7-ELEVEN。

問題二十二、有聽說統一在大陸市在山東、濟南那邊有開店？

統一在上海是有開超級市場，量販店在成都，叫做 UNI market，成都的 UNI market 即為統一開的量販店，山東是開超級市場，統一也有開麵包店，在武漢，康是美在廣州。外資投資比例若要超過百分之四十九，核准單位不在各省市，在北京的商務部，只要其核准，外資投資比例即可超過，進入 WTO 之後，有下放到各省，但各市的話還是沒有核准權。

問題二十三、有沒有看到不錯的服務業，卻受困於諸如政府的相關措施等？

台灣要出去目前幾乎都沒有問題，而是要進入哪個國家市場的問題，如資金、人才，資金是企業的問題，人才是可以解決的，台灣政府有在做，但是做的是屬於通識課程，專業的企業要自己做，政府做的一定是所有企業，如果企業有自己的需要會提出來，但不見得是其他企業所需，就會變成內需，要做要自己出錢，企業上完課之後，若有需求會提出來，我們會評估是否所有企業都可以用，我們會建議政府去做。

問題二十四、剛剛所提的例子，如新天地和金錢豹一起結合出去經營，看到這種結合的型態會多嗎？

現在台商多還是單打獨鬥，這是特殊的例子，而且兩者是不同行業，但是我推測金錢豹裡面有餐飲，像錢櫃裡面也有自助餐，在大陸金錢豹有菜色有四百多道，且有歌星駐唱，每家店都有哈根達斯冰淇淋，哈根達斯是銷量最大的。

問題二十五、批發零售業者在既有行銷創新上，現在政府將錢投在此部

分，您的感受是運作如何？

品牌要鑑價必須是第三者，一定要公正，所以應該是政府去鑑價，民間無法做到，但是我認為品牌是企業自身要去做，店數不多如何有品牌，企業有連鎖店，要開始增加店數，製造業、服務業都一樣，製造業的品牌是講市占率，服務業的品牌講的是店數，店數多當然品質要好，店要賺錢，企業品牌做起來，接下來就是政府去做品牌鑑價，這是政府的責任，品牌要做好是企業的責任，此兩者要釐清。政府要幫企業作品牌是不可能的，因為店好不好是企業在做的，加盟之後品質不好，是自身的責任最大。

問題二十六、像是 7-ELEVEN，會劃分區域，每個區域只有一家店，區域擴張商圈就會縮小？

這是總部的責任，商圈沒有固定的範圍，商圈定義是百分之八十的客人到店裡交易，商圈有大有小，品牌度夠大商圈就夠大，不來的就不是商圈，商圈的概念不在於距離。連鎖加盟店做得最好就是，消費者分辨不出是加盟店，7-ELEVEN 有七成是加盟店，但是很難去分辨是直營或加盟。

問題二十七、對於服務業中，政府可以做什麼？

政府現在有一個「創新服務技術」，就是企業來提案，專家很重要，企業可以提出這是內部流程，專家會認定這是可行的，創新有很多種，服務也可以創新，服務比較屬於無形；製造業比較不一樣，製造業有一個實品，而且在市場上看得到其價值，所以專家很重要，專家認定此過程是創新，政府會給予補助，那此服務就必須按此流程進行，如王品有其服務流程，服務創新難以認定，因為服務業的產值很難去評定，因為製造業可以在市場上賣，有其產值，但服務業是無形的，這是評審委員的問題，但是服務如何定義產值，賣冷氣是賣服務還是產品，服務是無形且不可分割的。委員大部分是製造業的，服務業很少。

問題二十八、有申請到創新服務的案例嗎？

有幾個比較大的，如摩斯漢堡、萊爾富，摩斯是用客服中心拿到的，摩斯的客服中心是接訂單，且其客服中心不在台灣，而是在香港；萊爾富是店內現烤麵包，現烤麵包第一個是萊爾富先做的，對店面來講是創新，有產能，有效益，服務沒有產值，但是結合訂單就有，麵包銷售就有產值，這樣就易於評鑑成創新服務。

附錄十一 參訪財團法人高等教育國際合作基金會會議記錄

由「服務業發展方案」研析我國服務業國際化之具體策略－會議記錄			
會議日期	民國 99 年 9 月 28 日	會議時間	上午 9 時 30 分至 11 時
會議地點	高等教育國際合作基金會	訪談對象	陳惠美執行長、薛家明專員
中經院 與會人員	靖心慈老師、林長慶分析師、舒靈玉輔佐研究員、 張嘉芬輔佐研究員		
會 議 記 錄			
內容	<p>1. 目標市場與國際化模式：</p> <p>高等教育國際合作基金會主要職責在於建立台灣高等教育形象與幫助學校建立雙邊關係。每年會招集學校組團參加約 20-30 個教育展，洽談學校間實質的合作機會與計劃，並定期參加加拿大每 2 年一次的高等教育展，目前已參加了 9 次。歐洲教育展第一年是在台灣中山大學舉辦，今年在輔仁大學舉行並有 British Council 的加入，而在明年 3/9-3/12 台灣大學將主辦、高等教育國際合作基金會協辦亞太教育者年會（Asia-Pacific Association for International Education, APAIE）。</p> <p>今年，印度是基金會的重點。清華大學最多印度學生集中在化學系就讀碩士與博士，而在今年以前印度是不承認台灣的學歷。在這樣的前提下，基金會積極拓展雙邊學校之間的關係，邀約印度學校代表來台灣參訪台大、清大、南科大及義大等公、私立大學並與其舉辦座談會。終於在今年與印度簽署協定，兩邊以學校對學校的層次相互承認學歷。</p> <p>此外，基金會亦負責協助國內學校在境外設立「台灣教育中心」，主要目的為協助台灣學校在當地招生及開設華語文學校。目前，台灣教育中心設有 7 所(蒙古、韓國、越南、泰國及馬來西亞)，並由 6 家學校承辦相關的事務，而台灣教育中心設立之據點亦由承辦之學校設定。以蒙古為例，由銘傳大學承辦，藉由媒體傳播的契機下，成功宣傳了台灣的大學並招收當地學生。</p> <p>2. 目標市場貿易障礙：</p> <p>在推廣高等教育國際化方面，學校在單打獨鬥的情況下通常會面臨經費的不足、課程不夠多元等困境，因此國際化會較難去推動。也因此基金會架設了 Study in Taiwan 的英文網頁，希望能藉此整合各校資源，突顯各校的特色與優勢，吸引國外的學校與學生來台。</p> <p>以歐洲國家而言，因歐洲人比較注重人文，因此學校會願意做雙學位、交換學生，而學生也有較高的意願學習中文，所以與歐洲學校在合作上比較沒有障礙。</p> <p>反觀美洲國家，在簽訂雙聯制方面有較高的難度，困難點在於沒有 real time，有時差的限制，因此以雙聯制中的 3+2 或 3+1 最多。又因為美國比較注</p>		

重自我文化，學生願意學習中文的意願低，相對的反映在實際交換學生的人數上。

台灣教育中心是教育部為鼓勵國內學校在境外招生而設立的，主要目的是希望能藉此開設華語文學校，吸引當地東南亞的學生，更進一步能開設境外專班。但基本上，台灣教育中心與境外專班無直接的連結，在經費上亦是完全切割的。設立台灣教育中心其實過程中碰到許多的困難，如設點上的障礙、人事的經費，場地宣傳，與保險等。

3. 我國本身不足之處：

在國際化推廣方面，雖然教育部有金援，但在實際的執行時仍是顯得不足，希望政府能經費上能有再多的補助。

雖然在馬政府的政策下，希望大學能全英語授課，但以台灣目前的教育環境來講，是較難培養出精英式的英語人才。碩士班全英語教學或許 OK，但學士程度上還無法全英語教學。這方面無關老師，台灣大學教授大都有留學的經驗，超過 90% 都能英語授課，問題是台灣的大學生能不能夠聽懂、接受這樣的授課方式，是一個問題，因此如何提升學生的英語能力是一個很大的關鍵，而這也影響台灣高等教育輸出的可能性。

4. 創新模式：

- 聯合指導教授 (Joint Research Co-advisor)

此模式是利用 webcam (視訊) 的方式來做遠距離的教學，兩邊的老師共同指導指導碩、博士生，這樣學生有更多元的學習方式，並依照目前教育部的規定，可承認 1/3 的遠距離教育學分。

- 三聯學制

目前有些國外的學校已由以往的雙聯學制，發展出三聯學制，即是以大學課程為例，2 年在母校、另外兩年各在 1 間姐妹校。如此，對於未來雙學位主流的趨勢，學生有更多的機會可以去不同的國家，有更廣的國際觀，藉此也可吸引更多的學生來就讀，但是這種創新模式對台灣來說經費來源是最大的問題。

附錄十二 參訪國立台灣大學會議記錄

由「服務業發展方案」研析我國服務業國際化之具體策略－會議記錄			
會議日期	民國 99 年 9 月 29 日	會議時間	下午 3 時 30 分至 5 時
會議地點	國立台灣大學 國際事務處 辦公室	訪談對象	國際合作組 林淑靜組長、陳 瓊芬副理
中經院 與會人員	靖心慈老師、林長慶分析師、舒靈玉輔佐研究員、張嘉芬輔佐研究員		
會 議 記 錄			
內 容	<p>1. 目標市場與國際化模式：</p> <p>在晉升世界百大後，台大更是以擠進前 50 為其主要目標。因此在國際化的推廣上更積極參與國際展及增加與歐洲大學締結姐妹校，並已有與法國學校簽訂雙學位計畫（雙聯制）。雙聯制依計畫不同，可能取得單方或雙方之學位，台大土木工程系提供越南河內土木大學學生來台一年取得台大碩士學位之學程，碩一在河內，碩二在台大，僅取得台大學位，亦為雙聯制。與上海復旦大學合作開 EMBA 課程，主要在上海上課，我方也有些課程，但取得學位之詳細情形須請教管院。</p> <p>姐妹校選定的機制，基本上是來自於老師與學生的選擇、國際評比、多元性與學校重點發展方向。老師的選擇在於合作與研究的可能性與發展性，而學生的選擇在於實質的交換學生與參與義工的機會與計畫。國際合作組職掌上係以分區方式進行，注重區域均衡和配合學校重點。</p> <p>在國際化的推廣方面，除了國際合作組的 25 人之外，台大的各系院皆設有國際組，並規劃短、中、長期的計畫，會依據其系所之發展重點項目擬定策略。國合組目前掌握經費，依據各系所往年績效與其未來計畫書後，再由國合組評估後進行資源分配，以避免產生資源排擠效應；此外，國際長會擬定政策方向之白皮書，向校長報告，取得同意後大力推行。本組也設立學院交換計畫機制，提供許多成功範例，各系所皆可藉此平台依其所需妥善運用。本組也配合學校其他委員會落實相關規劃。</p> <p>本組最主要的功能即在於姐妹校之拓展和維繫上之訪賓接待和長官出訪等前置工作；11 個院所簽訂之合約，統一由本組審核，以防損害自身利益或造成資源利用不均；以台大名義加入之國際組織約 10 個左右，本組亦須出席其所舉辦之各項活動，維持合作聯繫，例如參與亞太大學交流會（University Mobility in Asia and Pacific, UMAP），加學生出去交流的機會；學生交換之事務亦由本組負責，並接待國際學人，協助其快速適應新環境。此外，本組也會參與由國科會贊助之歐盟相關計畫（NCP），其區分成幾個領域，台大取得其中三個項目：健康、資訊、人文社科（與中山大學合作）。另外，各系所經常舉辦許多大型國際會議或學術交流活動，本組會擔任諮詢角色，提供其相關食宿訊息和會議用品出借之服務。</p> <p>台大每一年都會選定國外一所大學為其年度指標大學，藉以做為國際化學習及仿效的對象，今年的年度指標大學為美國的 UIUC 大學。年度指標大學是</p>		

由學校高層決定，而 UIUC 也是美國排名前 10 的大學，也有許多校內教授是這間學校的校友，有利雙方拓展長期合作關係。

2. 目標市場貿易障礙：

一般國外的大學比較在乎實質方面的合作，反而不太注重簽訂合約，因此，在擬定與簽訂合約方面就會花較多的時間與對方協調。其次，合作對象不見得資金充裕或重視國際化，例如有些歐洲學校並沒有架設英文的網站或以英文提供學校資訊，因此增加溝通與了解學校的障礙，也降低了學校間合作的機會。

3. 學校或我國本身不足之處：

學校方面：

- 受限於本組內部空間與人力不足，無法提供有效的國際化資源與服務。
- 新成立之部門，在國際化議題上不一定能獲得其他部門的共識，導致一些計畫無法推動。
- 老師與學生的國際化意識很高，但學校的資源有限，無法滿足需求。
- 校園英語化須再加強，如校內指標、網站、學生等英語程度都需要再建置與提昇。
- 一般而言，老師跟學生偏好西方的學校。

政府方面：

- 台灣政府目前沒有把教育當成一個產業在經營，因此學校在推行國際化計畫時往往會受限於國內法令的限制，尤其是人事和會計問題，導致一些創新的跨國合作案最後不了了之。
- 需提升國內整體高等教育品質，政府在推行高等教育國際化的同時需要有一套完整的配套措施，而不是說此時為鼓勵招收外國學生就單單撥一筆經費，如此行反而會浪費資源，而得不到成效，政府應該去思考如何提升整體國內高等教育品質。
- 台灣現在大學林立，導致資源分散，如一些學校英語資源不足無法成立提供有效的英語課程，但如果政府能協助整合各校資源，讓資源能集中這樣便能使其成效發揮更大。
- 台灣能見度低，並且學習方式差異（例如以羅馬拼音學漢文），國際上大多無法接受，因此難以推廣。
- 各校國際事務負責單位規模小，實應進行整合資源，跨校成立國際學院，或根本得從小學起，成為我國第二母語，然而政府對此並無共識。
- 來台受教育之人才若欲留在台灣工作，須經企業支持以及繁複的申請手續，有礙留住優秀人才。

4. 創新模式：

- 產學合作

了解各地台商的產業需求，建立產學合作，亦可提升就業率。例如土木工程系與越南之合作，大部分源自於越南台商企業提供獎學金給越南的學生來台，期待其學成後回越南服務。

- 參與國際性學術組織

歐洲將北、中、南、東的學校（如東華大學、淡江大學）研究的學者、老師整合在一起成立歐盟中心，以此來串連學校資源，定期舉辦活動，提供獎學金，吸引外國學生。例如台大光電所和語言學皆參與此計畫。

- 聯合學程（三地學習）

例如歐盟計畫中，即規定學生須於母校與另外 2 地修課，使學生獲取豐富的國際經驗。

附錄十三 參訪世新大學會議記錄

由「服務業發展方案」研析我國服務業國際化之具體策略－會議記錄			
會議日期	民國 99 年 10 月 1 日	會議時間	下午 3 時 30 分至 5 時
會議地點	世新大學 公共事務處國際交流組	訪談對象	國際交流組易瑋鈴小姐等人、資訊傳播系林芷婷秘書
中經院 與會人員	靖心慈老師、林長慶分析師、舒靈玉輔佐研究員、張嘉芬輔佐研究員		
會 議 記 錄			
內 容	<p>1. 目標市場與國際化模式：</p> <p>本校為配合教育部擴大招生計畫招收的外籍學生來自於三個模式：雙聯制、姐妹校、4 年學制生，其中以雙聯制為大宗且為外籍學生來台意願較高。</p> <p>在雙聯制方面：學士是以 3+1、2+2 的模式，而碩士班則以 1+1 的模式在運作。目前有簽訂雙聯制的國家有馬來西亞 4 所學校與美國 3 到 4 所學校，另有與新加坡南洋理工學院洽談簽訂雙聯制。</p> <p>在姐妹校方面：學校的選定機制主要是依據學校的背景、科系領域與學術連結。大眾傳播科系為世新課程特色之一，因此姐妹校的締結也與傳播科系居多，如與中國傳播學系為姐妹校。而因學校董事與中國人民大學之間的校友關係，也有與之結為姐妹校。今年開始增加不少的陸生來台參加短期交流，時間為學期制，而陸生自費生挑選台灣學校的主要考量是學費及城市。</p> <p>在 4 年學制生方面：主要的招生方式為透過外國學生資料庫評估高中學測分數與定期在春季招生，而東南亞為主要的市場。東南亞國家中又以馬來西亞來台留學的居多，其原因為馬來西亞仍有排華的情況，及經濟上的考量導致馬來西亞的華人不容易就讀當地的大學，使馬來西亞學生都以雙聯途徑為主。因此，相對而言來到台灣讀書的馬來西亞學生也有較高的意願留在台灣。本校亦有以全英文授課的課程，但大多的外籍學生皆有華語基礎，故即使面對本校以中文授課也並無太大問及題障礙。目前本校外籍學生人數約占本校 3%。</p> <p>配合教育部擴大招生外國學生之計畫，學校開始積極拓展姐妹校數、開設中文課程、設立國際化之硬體設施，並利用國外期刊及師大華語文中心對外宣傳，吸引外國學生。</p> <p>此外，今年學校在上海設立了境外專班開設在職碩士課程(上海世新進修學院)，而當地在職台商為主要招生對象，授課教師都為台灣老師，未來也因馬來西亞的雙聯學校提案下考慮在當地開設境外專班。</p> <p>2. 目標市場貿易障礙：</p> <p>在雙聯制方面，有時學分認證的問題會造成延遲畢業等問題，導致學生實際參與的程度不高。</p>		

3. 我國本身不足之處：

隨著陸生短期留學人數增加，簽證手續繁瑣增加學校的負擔。此外，學校曾有向教育部提案「金三角計畫」，但受限於國內法規與學位認證的問題，而被迫取消。教育部補助不足亦是政府可以再加強的地方。

4. 創新模式：

目前學校以打造世新國際村為其主要目標，學校現已有 English Corner、Japanese Corner，並定期舉辦校內國際性活動，增加國內學生與國外學生之間的交流。

附錄十四 參訪銘傳大學會議記錄

由「服務業發展方案」研析我國服務業國際化之具體策略－會議記錄			
會議日期	民國 99 年 10 月 8 日	會議時間	下午 2 時至 3 時 30 分
會議地點	銘傳大學 國際教育交流處	訪談對象	劉國偉處長
中經院 與會人員	靖心慈老師、林長慶分析師、舒靈玉輔佐研究員、 張嘉芬輔佐研究員		
會 議 記 錄			
內容	<p>1.目標市場與國際化模式：</p> <p>國內少子化的問題不應是學校國際化的唯一原因，而是我們需要外國學生來正面的刺激我們國內的學生，這才是學校要國際化的主要目標，而在吸引外國學生方面，學校需要找到其特色。一般而言，外國學生在選擇學校時主要考量的學校幾乎都是集中在城市，因此如果學校沒有特色，又沒有地緣上的優勢，很容易就會被淘汰而面臨倒閉。因此找到學校的特色，就可以吸引到外國的學生，而少子化自然就不是問題了。目前，學校朝向提高校內學生英語素質，並在校區內設立國際學院，為外國學生而做準備，目前多數的外國學生集中在桃園的校區。</p> <p>銘傳在發展國際化的策略上採行先推廣台灣再推廣學校，因為外國學生必需先認同台灣才會認同學校，而招生最好的方式就是藉由口耳相傳。銘傳多數的外學國生皆是由曾經來過的交換生介紹及推薦的。有時透過校友之間關係的連結，會比參加大型教育展的成效來得要大。此外，學校也需要去思考其他國家他們當地的需求是什麼，學校的自我認知要能與市場需求配合上，如此國際化才能被真正推行。</p> <p>因此，在目標市場方面，銘傳在去年的主要市場在馬來西亞。對馬來西亞學生而言，華語媒體人才在當地佔少數，因此台灣的傳播學系對他們有很大的吸引力。今年而言，目標市場還是集中在越南、馬來西亞、韓國及其他亞太地區。銘傳也有參與設立境外台灣教育中心，目前設立的據點在韓國及蒙古。在越南則設有境外專班，主要是招收銘傳在當地的校友。</p> <p>2.目標市場貿易障礙：</p> <p>雖然馬來西亞學生對台灣的傳播學系有著高度的興趣，但是台灣學歷在目前來講還是不被馬來西亞認證的，因此這是需要再去突破的。而受到政治的因素，銘傳在韓國及蒙古設立境外台灣教育中心時也曾碰到學校註冊的問題，但最終有取得解決，不過之後關鍵的問題還是學校最後能不能存活下來。</p> <p>雖然在外拓展有受限於當地市場的限制，但是整體而言學校國際化的障礙還是在校園內而不是校園外，這包括校園的硬體，如標示，和軟體，如學生的國際化程度，學校是不是已經準備好要國際化。</p> <p>3.台灣高等教育優勢：</p> <p>台灣的文化、歷史、語言（華語為主）、飲食等皆是我們的優勢，這也是我們可以吸引外國學生的地方。學費平價也是我們的另一個優勢，這讓收入較低的家</p>		

庭有機會可以接受到高等教育，但這也限制了學校的發展機會。

4.我國本身不足之處：

我國的政府沒有教育產業化的思維，導致國內有許多的法規與限制讓學校沒有辦法自我發展。在學費方面由教育部控管，雖然因此許多低收入戶家庭的小孩有機會可以接受到高等教育，但另一方面也限制了學校發展的機會。對學校而言，政府越少的協助可能也是越大的幫助。

5.創新模式：

目前，銘傳已於今年 10 月取得美國 Middle State 的認證，將被列入美國教育部承認之美國大學，並於 11 月正式對外公佈。此證照為期 5 年，而銘傳也將成為列入美國大學名單中的第一個亞洲大學，即是以後包括今年畢業之銘傳學生，將同時取得台灣教育部與美國教育部核發之畢業證書，而取得美國核發之畢業證書將提升國內學生的國際競爭力。

附錄十五 參訪聯新國際醫療集團會議 記錄

由「服務業發展方案」研析我國服務業國際化之具體策略－會議記錄			
會議日期	民國 99 年 10 月 18 日	會議時間	下午 10 時至 12 時
會議地點	壠新醫院 13 樓	訪談對象	張煥禎 院長/集團負責人
中經院 與會人員	靖心慈老師、吳佳勳老師、林長慶分析師、張嘉芬輔佐研究員、鐘綉婷研究助理		
會 議 討 論 事 項			
內容	<p>※目標市場：</p> <p>聯新集團下之壠新醫院為全國第一家健康促進醫院，以滿足「治病、社區、員工」三大目標之需求為其服務宗旨，全面涵蓋包括醫療、研究、教學與公共事業等各面向；而除在台灣提供醫療相關服務外，聯新集團認為針對海外市場，應先做出 marketing 的區隔，以歐、美等醫療成本較高之國家，或落後地區的華僑等醫療成本較低國家的高端客戶為拓展業務之目標。目前聯新集團已有事業體在中國運作中，另外在密西根設有辦事處，而在英國、澳洲、紐約亦設有聯絡處。</p> <p>※國際化動機：</p> <p>壠新醫院為台灣 15 年來少數 300 床以上規模的私人醫院，相對於其他醫院拓展海外有其能力和可行性；該集團第一個鎖定中國大陸市場，首先主要期望將台灣的醫管經驗有系統的引進中國大陸醫界，另一方面亦希望借由拓展市場使優秀人才得有更多發揮空間，進而留住人才。</p> <p>※未來意願：</p> <p>針對中國大陸市場，集團已投入近 10 年之時間，除現有之發展外，目前正籌劃於上海設立一間 300 床之醫院；另針對其他市場，集團亦計畫近期內在美國紐約成立辦事處，成為引介國外病人之觀光醫療平台，同時希望能於當地招募優秀的醫事人員以供應未來新設立醫院之人才需求。</p> <p>※目標市場貿易障礙：</p> <p>對中國大陸市場，其實有許多障礙是可以用其他方法去突破的，但是根據集團在中國發展近 10 年的經驗，在中國經營最困難的應是：(1) 對中國大陸市場的了解以及 (2) 當地人脈，這兩部分是相當需要時間去摸索與經營的，用錢或其他方式仍相當難以解決。</p> <p>※現行成效：</p> <p>聯新國際醫療集團創立於 1991 年，是台灣首創醫院連鎖經營之醫界團體，由 10 個財務獨立之醫療院所聯合組成，並以 1995 年成立之壠新醫院為主體，旗下所有主治醫師皆來自醫學中心；集團醫療聯盟的 10 家醫療院在招募人才、採購等財務與人事經營上，皆以聯合方式共同進行，在以達到最小經濟規模的目標下，成功克服了個別醫院因知名度不足、規模小</p>		

等情形所造經營方面的問題。聯新集團下除了醫療聯盟外，另外還包含醫療資訊公司、醫院管理顧問公司等關係企業，以及醫管顧問中心、教育訓練暨研究中心、聯合採購中心等事業中心，亦跨及公益團體與醫療相關協/學會等。

集團一直以來皆認為「管理」對醫院是非常重要的，包括行銷、品管等方面都起步很早且著力很深，壙新醫院是台灣第一個成立全職專任品管處的醫院；另一方面，從 10 年前開始「社區醫療」也成為集團非常注重的一部分，其中也包含了與中央研究院、中山大學等進行預防醫學的研究。

集團在 10 年前即已開始朝中國大陸發展，並把對外投資當作公益事業進行，不求盈利及成本回收；2001 年起在中國大陸正式成立事業中心，在中國大陸之醫療聯盟包括集團直營之上海辰新醫院與託管之上海南翔醫院，並由集團的 10 家醫療院所共同投資成立上海聯新醫院有限公司等關係企業，在中國大陸醫界已打出知名度；目前集團在中國大陸總計約有 200 多位員工，其中台籍幹部約 50 位，比例相當高。

※台灣醫療服務業優勢：

若以投資報酬率而言，台灣醫療服務的績效目前在全球排名第二，但我國的醫療的投入實際上是大大於帳面上的統計，因此可以堪稱是全球最高的，且可近性高，因此應該是很有利於輸出，抑或吸引外人來台灣投資醫院是相當有利的。

台灣的醫療服務的實力強、服務好、成本價格也相對較低，但是若與東南亞國家相比在價格方面可能就沒有優勢存在，因此我國醫療服務對於在醫療品質上與我國相當但價格較高的國家、或醫療品質與價格較低但需要較高端服務的族群，仍有其吸引力和開發之空間。

而對大陸市場與新加坡等市場而言，台灣醫管方面的能力和經驗仍領先許多，包括醫療相關的行銷、品管、配套和技能（know-how）等在內的 total solution，應是另一塊有機會發展的領域。

※我國本身不足之處：

（1）台灣目前有機會向外拓展的醫院只有社團法人醫院與私人醫院，其他包括公立醫院和財團法人醫院要向外投資與拓展，在法律上皆不可行；以 200 床以上的規模的醫院而言，社團法人醫院與私人醫院的家數佔整體家數百分比不到 20%，300 床以上的只剩下不到 10%。由此可見有經濟規模、有能力向外拓展的醫療院所佔相當少數，而且這些醫院還並不是台灣最強的醫院，台灣最頂尖的還是公立醫院和財團法人醫院。

（2）只要要向外拓展，現在面對最多的問題即是「對外經營的主體是什麼？」如果要拼產業的話，經營主體都一定要是公司，但台灣的醫療院所是不允許公司化，也許現在健康照護或其他領域方面可以成立公司，但是衛生署規定經營主體都要以「醫院」為基礎；這也造成一般醫院若要和國外公司進行合作時，國外公司如果要對醫院的帳目進行調查，第一個就會面臨醫院帳和公司帳不同的問題。

（3）我國一直以來只注重「醫院」，而非注重「醫療」產業或「健康照護」產業，政府雖欲推廣國際醫療，卻仍沒有把醫療當作產業來經營；政府應建立「台灣醫療」品牌，共同聯合打出知名度，但台灣醫界目前仍不夠團結，很多醫院仍只重視自己的品牌。

（4）發展醫療新技術方面申請補助相當困難，以遠距照護為例，聯新集團在近幾年針對遠距照護花費幾千萬甚至上億元台幣，與上海的醫療事業體間進行遠距醫療，但這方面要申請相關補助有很大難度。

附件十六 期末報告審查意見回應一覽表

審查委員意見	回覆或修正情形
壹、審查委員意見	
外交部林簡任祕書明誠：	
1、第 174 頁孔子學院係中國大陸外團組織，我方無法加以運用。	感謝審查委員之指正，已於本報告第五章中修正高等教育服務業國際化之建議內容。
2、第 175 頁，「…建議多國駐外單位主動與國外政府…」應為「我」國駐外單位。	感謝審查委員之指正，已針對該部分內容進行修正。
3、第 175 頁醫療照護服務業國際化建議(二)之內文中「外國人士」似包含華僑、中國大陸等人士，故應以「外人」表述可能較為適當。	感謝審查委員建議，已遵照修改。
工業總會林顧問永樂：	
1、第 176-177 頁有關醫療照護服務業國際化之建議(二)「逐步強化我國醫護貿易各面向之相關政策規劃」指出，截至目前政府所推出之政策、配套措施與法規鬆綁均係對模式二的規劃，而對其他三種模式則皆無進展，政府應即早重新評估更多元的模式邁向國際。如另一專題審查時所言，部分學者認為模式三及模式四的醫護服務輸出有「掏空台灣」之虞，擔心服務主體可能嚴重流失。研究團隊對此是否持有不同理解？	感謝審查委員建議，誠如審委所言，目前國內朝野氛圍確實均較傾向國際醫療應以促進外人來台就醫為主，而非向外投資方式拓展國際化，本研究在進行業者訪談亦或文獻收集時，亦有觀察到此種趨勢。因此誠如本研究政策建議所述，認為國內醫療政策應有長短期之分，短期內應以促進外人來台就醫之國際醫療推動為主軸，一來符合國人期待，二來亦可避免相關質疑與爭議。但假以時日，倘因科技成長帶動醫療模式轉換，創新的醫療模式使得遠距醫療具可行性，抑或我國醫療「產業」發展更趨完善時，未來多元化的國際化醫療亦應為政策發展重點，此即為我國應有的長遠醫療政策目標。
2、第 174 頁有關高等教育服務業國際化之建議(五)「設立孔子學院，增加台灣的華語教學國際能見度」，論及「目前在美所設之孔子學院，運作模式多仍由中國大陸控管，未必適合美國社會，成為我國利基」，建議內容的陳述方式似欠精確。蓋孔子學院並非華語教學機構的一般泛稱(普通名詞)，而係中國大陸教育部國家漢語國際推廣領導小組辦公室(國漢辦)所創立，總部位於北京，在全球 88 個國	感謝審查委員之指正，已於本報告第五章中修正高等教育服務業國際化之建議內容。

審查委員意見	回覆或修正情形
<p>家與地區設有 282 所孔子學院及 272 間孔子課堂。對於孔子學院正負評價都有，有謂此乃中國大陸用以取悅西方，亦有認係包藏改變西方對中國大陸觀感的政治意圖。莫論在美孔子學院運作由中國大陸控管，其實就是中國大陸的外圍機構，況且主觀上認為不適合美國社會，亦無法導出客觀上成為我國的利基。建議內容似可再加斟酌。</p>	
<p>3、第 2 頁圖 1-1「服務業國際化發展概念」引用 99.4.22 楊家彥「服務業國際化發展策略」ppt 的「產業國際化發展示意圖」，惟因省略部分指示標線及附註小字，而降低圖示解說效果。似可略再修飾。</p>	<p>感謝審查委員建議，已針對該部分做加強。</p>
<p>4、第 10 頁「註 9 參考黃美珠，2002」，經查此註之前的內文或註似未出現黃氏論著，而報告後之參考文獻似亦未經列入。請說明。</p>	<p>感謝審查委員之建議，已加註引用文獻之出處，並列入參考文獻中。</p>
<p>5、第 25 頁關於高等教育占國民生產毛額比率的資料來源係引自 2008 年楊朝祥與徐明珠的論文，然與教育部統計處「重要教育統計資訊」數據卻有相當差異，例如韓國 2.9%(楊)、2.5%(教)，日本 2.6%(楊)、1.5%(教)，美國 2.4%(楊)、2.9%(教)，其餘各國也不一致。請再確認。</p>	<p>感謝審查委員之指正，該部分內容已依據教育部統計處修正統計數據。</p>
<p>6、第 26 頁有關高等教育學雜費所述及的「學校學雜費占 GDP 比率」正確說法似為「學校學雜費占每人平均 GDP 比率」，亦即 Per Capita GDP 概念，另本段及前段「比率」「比例」混用情形不少。請一併查對修正。</p>	<p>感謝審查委員之建議，已針對該部分內容進行修正。</p>
<p>7、第 37 頁「(二)國際分析」內容係針對前一目「(一)國際評比」的摘彙及小結，建議改為「綜合分析」或「我國優勢」。其次，同頁第一段最後一句「另一方面而言，台灣整體學費較為低廉，支付研究生的研究經費也低，對教師之研究與吸引外籍生均有助益。」學費低固可吸引外籍生，但學費低及研究經費低，何以對教師之研究亦有助益？</p>	<p>感謝審查委員之建議，已針對該部分內容進行修正。</p>
<p>8、第 47 頁第四行「…這兩個計畫皆需台灣最高行政機關批准才可通過..」，似非一般表達方式，「台灣最高行政機關」是否即指行政院？</p>	<p>感謝審查委員之建議，已針對該部分內容進行調整。</p>

審查委員意見	回覆或修正情形
<p>9、第 52 頁第三段倒數第二行提及有關雙聯學制下，包括今年畢業的銘傳學生，將同時取得台灣教育部與美國教育部核發之畢業證書。惟據悉目前我國及美國大學畢業證書似均由學校自行頒發？另 p.54 第四行「吸引國外大學社至亞洲分校」，「社至」應為「設置」之誤。</p>	<p>感謝審查委員之建議，已針對該部分內容進行修正與調整。</p>
<p>行政院經建會詹副處長方冠：</p>	
<p>1、本報告係有關服務業國際化之策略，部分內容與主題較不相關，可考慮簡化，如第三章醫療服務業之長照部分、第四章連鎖加盟批發零售業之有關台北市政府相關管理部分等。此外，在高等教育方面，我國 IEET 為東協及太平洋工程教育認證機制之負責機構，有助推動教育輸出，可考慮納入。</p>	<p>感謝審查委員之建議，已針對部分內容進行簡化，然由於長照為今年研究之醫療照護服務業之一部份，故考量研究內容之完整性，故在發展現況部份仍保留相關資訊。有關高等教育之部分，已針對委員建議進行內容調整。</p>
<p>2、本報告各章第四節有關有利出口之創新服務模式部分，期以具體成功案例帶出我國服務業國際化之相關建議，惟二者實際上關連性較弱；此外，所提出之具體案例，如國外之教育城、雲端科技與基因檢測等案例，對政策方向的參考性較弱；此批發零售業方面，也可多參考貿協及國內業者在大陸推展台灣產品之作法。</p>	<p>感謝審查委員之建議，已針對該部分內容斟酌進行適度調整。</p>
<p>3、在第五章結論建議方面</p> <p>(1) 在教育方面，目前行政院已成立專案小組推動國際化，孔子學院部分亦請修正。</p> <p>(2) 在醫療方面，所提有關政策規劃及商業模式方面，政府已推動多項措施，宜先瞭解後再提建議；對外談判之建議方面則無具體內容。</p> <p>(3) 在連鎖加盟方面，180-181 頁內容主要為物流業，不知目的為何？在有關自創品牌之建議方面，因政府已訂有品牌台灣計畫並已推動數年，如能針對該計畫研提相關改進或創新策略，較具體可行。</p>	<p>感謝審查委員之建議。</p> <p>(1) 感謝審查委員之說明，已於本報告第五章中修正高等教育服務業國際化之建議內容。</p> <p>(2) 已針對該部分內容斟酌進行適度調整。</p> <p>(3) 已針對該部分內容斟酌進行適度調整。</p>
<p>經濟部國際貿易局房副組長文英：</p>	
<p>1、報告中，國家數少、規模小，無法提供具體國際化建議之參考價值，且結果恐對參與談判用處不大。</p>	<p>感謝審查委員之建議，然研究方向乃與委託單位共同討論確認，故難以大幅修改，該意見於期末會議中亦已達成共識，故僅針對部分內容斟酌進行調整。</p>

審查委員意見	回覆或修正情形
2、建議應反向思考，提供具體可行之建議。	感謝審查委員之建議，已針對該部分內容進行調整。
經濟部經貿談判代表辦公室吳商務專員建邦：	
1、有關高等教育服務業，對於推行華語需經了解有無其他方式，且可參考國外華語市場如何推動。	感謝審查委員之建議，已針對該部分內容進行調整。
經濟部國際貿易局多邊組第 3 科張專員孫福：	
1、第三章（醫療照護服務業）第二節（推動國際化分析）一、醫療照護之服務貿易概況（二）到他國直接投資模式（第 79 頁），本報告對於國內醫療照護產業在境外投資地區的選擇上，以中國大陸比例為最高，其核心理由除本報告說明之中國大陸開放外資投資醫療服務外，本局亦提供 2 點理由供參考：（1）國內企業赴大陸投資金額逐年遞增，大陸台商人數初估達 80 餘萬人，含負責人、經理人、技術專家（未含眷屬）等自然人移動，形成一股巨大的醫療照護服務需求；（2）相較於我國醫療照護水準，大陸醫療照護水準仍有一段差距，台商普遍不放心在大陸當地就醫，且回台就醫又不便利，因此帶動大陸台商企業或國內醫療照護機構在大陸投資經營醫療照護機構，以服務台商健康。	感謝審查委員之意見提供，並已將此原因說明，納入第三章第二節報告(第 81 頁處)之中，並謹此致謝。
2、第四章第三節一、4.馬來西亞 WTO 承諾開放情形之研析（第 135 頁），馬來西亞完全未承諾開放配銷服務業，似僅能認為該國在 WTO 下無義務開放該業別，但無法認定該國將該業別認定為「禁止類」投資項目，此部分應根據該國國內法之規定是否禁止外人投資，而非 WTO 承諾表。	感謝審查委員之建議，已針對該部分內容進行調整。
3、第五章第一節結論之論述內容不宜重複第二章第五節小結、第三章第五節小結、第四章第五節小結之內容，請更正。至於第五章第二節有關高等教育服務業、醫療照護服務、連鎖加盟批發零售服務等國際化發展之建議，本局建議宜分別放入第二章、第三章、第四章最後小結，形成連結性。另建議本報告之結論或建議部分，宜將整體性地總結本報告所研擬之具體策略，而非分裂式個別作成結論與建議。	感謝審查委員之建議，已針對該部分內容進行調整；然由於服務業各業別之發展情形不同，故目前相關具體建議仍依照各業別分別進行建議。

審查委員意見	回覆或修正情形
4、本報告仍有一些文字繕打錯誤，請更正。	感謝審查委員之建議，已針對該部分內容進行修正。
5、本局對於本報告附錄三至十五等 13 篇參訪會議紀錄，深感具有實質貢獻，亦相當有助於各服務業主管機關對於業者生態之瞭解。盼本報告完成時能函送教育部、衛生署（及內政部、退輔會）、經濟部商業司等相關單位參考。	感謝審查委員之肯定與建議。
6、鑒於本報告分析高等教育服務業、醫療照護服務業、連鎖加盟批發零售服務業等 3 項業別，惟研究單位除參訪衛生署醫事處外，未安排參訪教育部（註：報告第 38 頁提及，拜會業者與主管機關進行訪談，惟除財團法人高等教育國際合作基金會外，未見文中有主管機關教育部之意見或參訪紀錄）與經濟部商業司等單位，請說明未參訪該等單位之理由，爰此部分得以充實該等業別之我國政策面向分析與檢討。除各章之業者訪談分析外，請研究單位將附錄三至十五之參訪會議紀錄整理納入本報告主文中，以充分顯現業界（服務提供者）與政府機關之意見，並具有連結性。	感謝審查委員之建議，研究團隊雖因故未能於今年度拜會教育部與商業司，但已融入過去拜會商業司以及今年度透過電話訪問高等教育司所取得之內容於報告中，並於相關章節中加註此內容。有關參訪會議記錄之內容，原即以適度納入報告當中（各章第三節第二部分「業者訪談分析」）。
7、對於本報告分析之 3 項服務業別，各國除於 WTO 入會承諾表所承諾具拘束力之市場開放外，可能根據 GATS 第 3.3 條透明化規定每年度通知服務貿易理事會之增修法規，或自行開放，而實際上新增開放，或消除限制措施。請研究單位分析有無此等實際上新增開放內容，俾求完整性分析。例如第 38 頁表 2-18，可考量納入馬來西亞實際上之開放情形（詳第 49 頁）。	感謝審查委員之建議，已針對建議事項（GATS 第 3.3 條透明化規定通報事項）進行進一步研究，然目前各目標市場國通報之事項未有與本研究之服務業別相關之資料，故無法列如研究報告中。另有關各目標市場對各業別之實際開放情形，由於涉及各國國內法規、條例、命令等，資料蒐集不易且許多未有英文資料，亦難以確認是否為其最新之實際開放情形，故本研究已將可蒐集到之資料整理於各章第三節第二部分，與業者訪談分析結合。
8、請勘誤： (1) 第 9 頁第 5 行：相較於 1950...6，665 人，2009 年...1，336，592 人，成長將近一倍（應約 200 倍）。 (2) 第 10 頁第 5 行：建議更正為 "Provisional" Central Product Classification 卅 CPC，並譯為「聯合國中央產品分類暫行版」。 (3) 第 60 頁：由助產士、護士、物理治療師、醫療防護人員提供之服務，請更正 CPC 編碼為 CPC93191。	感謝審查委員之建議，已針對該部分內容進行調整。

審查委員意見	回覆或修正情形
<p>(4) 第 93 頁第 2 段第 5 行：修改「中國電信」為「中華電信」。</p> <p>(5) 第 93 頁表 4-1：請修改「4546」為「45-46」。</p> <p>(6) 第 106 頁、第 132 頁：「franchising」中譯文為「特許加盟經銷」或「特許經營」，請統一。</p> <p>(7) 第 132 頁表 4-11：請更正 C.零售 CPC631，632，6111，6113，「6221」為「6121」。</p> <p>(8) 第 140 頁：兩岸經濟貿易合作架構協議（ECFA）。</p> <p>(9) 最後，本報告仍有一些文字繕打錯誤，請更正。</p>	
貳、決議	
<p>1、服務業國際化範圍包括消除業者走出去之障礙與國內本身之限制鬆綁兩部分，本報告當初擬定之研究方向即較為偏重前者，故在前言處應特別說明研究之方向。</p>	<p>謝謝建議，謹遵照辦理。</p>
<p>2、請研究團隊強化建議內容之具體性及見意事項與研析內容之連結性。</p>	<p>謝謝建議，謹遵照辦理。</p>
<p>3、連鎖加盟批發零售業國際化過於集中於中國大陸市場，請放寬視野增加對其他市場（如東南亞）之建議。</p>	<p>謝謝建議，謹遵照辦理。</p>