

傳產傾銷大戰 台灣人兄弟閱牆

(中央社記者曹宇帆台北二十九日電)這場與中國的反傾銷戰，打得台灣業者氣喘吁吁，但最強的敵人卻不見得來自中國，而是一場場「蕭牆之禍」。

台灣鞋業製造商才剛遞案，要求調查中國鞋類傾銷台灣，專營鞋類代理的台灣貿易商就傳出想組「反反傾銷自救委員會」，並透過各種不同管道施壓、遊說製造商撤案，雙方角力不斷。



毛巾業者自力救濟打贏對中國進口毛巾課徵反傾銷稅，下一步如何提升競爭力，正是雲林縣毛巾產業科技發展協會理事長賴炎州等業者思索的問題。

中央社記者李明宗雲林攝 九十六年六月二十九日

製鞋業者毛信喬很感嘆地說，傾銷大戰說穿了，不過是自己人為中國貨打自家人。

中國經濟起飛磁吸效應驚人，本土業者搶赴中國卡位；也有人憑藉著對台灣相關產業的瞭解，做起代理商，專營中國貨低成本、高利潤的回銷生意。

以陶瓷衛浴設備為例，台灣大廠和成、電光牌等，早在中國佈局成熟，量產的馬桶與臉盆等衛浴用品，也銷往台灣市場。陶瓷部分業者原本打算跟進毛巾業，提出反傾銷案，但在公會討論時，馬上遭到在中國設廠的大廠反彈，只好喊停。

因工資成本有差異，美方同意台灣貨進口可享較高報價，以鞋品為例，台灣鞋一雙可報1美元，中國貨僅9毛，但不少台商卻腳踏兩條船，把中國低成本的製品運回改台灣製標籤後再外銷，以致不僅台灣內需市場遭中國貨傾銷，連台灣自己的外銷市場也面臨假扮台灣產品的中國貨傾銷危機。

以往，貿易商進口中國棉紗給台灣業者，再把毛巾製品交貿易商轉銷，雙方獲利合作愉快，但自從這些貿易商開始代理廉價中國毛巾傾銷台灣後，兩造關係

急轉直下。毛巾協會總幹事林國隆去年帶著雲林虎尾毛巾業者打反傾銷，即遭貿易商恐嚇查稅，甚至遭惡意中傷「雲林業者也賣中國毛巾。」

一場場蕭牆之禍打得兇，貿調會先前辦毛巾、紙類與鞋類傾銷案聽證會，台灣本土業者與貿易商為了要不要進口廉價中國貨唇槍舌劍，毛巾案首次聽證會時，中國派出的四位商務部官員，掛名中國紡織品進出口商會，幾乎全程壁上觀。之後的聽證會，中國官方未再出席。

紙廠與出版業的戰況也很激烈。台灣六家紙廠不滿中國廉價傾銷文化產業需求量大的「非塗佈道林紙」，共同提出反傾銷申請案，引發出版業強烈反彈，大動作召開記者會，強調教科書將被迫調漲 5 成。與會的家長代表也抗議政府保護少數業者，將成本轉嫁消費者。

但造紙業者估算，非塗佈紙目前行情 1 磅新台幣 12 元，一本 240 頁書籍約 0.77 磅、9.24 元，以售價 250 元計算，9.24 元僅佔 3.7%，怎會漲 5 成？質疑出版業界藉機哄抬書價，誤導家長與學生。雙方各說各話。

面對台灣可能接連祭出的反傾銷措施，武漢台商會長余明進認為，台商在中國生產的產品當然有回銷台灣，這是正常現象，但台灣資源短缺、工資貴，生產成本一定高，應該努力提高產品水準，市場自然就可切割了，別老怪中國傾銷。

專營兩岸鞋業代理的徐偉皓不看好反傾銷可保護本土業者，他說，以到中國設廠的寶成為例，早已完成全球佈局，即使政府打算對中國製鞋品課徵反傾銷稅，寶成也可改從越南廠出口產品，反傾銷措施不見得能保護台灣傳產。

貿易戰常來自於產業上下游分工，台灣製造商與外移到中國的新興台商，甚至中介兩岸進出口的貿易商之間，本來就可能存在零合競爭的問題。但對這些留在台灣耕耘的傳統產業業者而言，他們不但要面對中國廉價勞工貨品的傾銷，還需接受這群熟悉台灣產業鏈的老戰友挑戰，處境既尷尬又艱難。960629

傳統文化產業蕭條 正視薪傳危機

(中央社記者許雅靜台北二十九日電)「現在雕刻這個區塊不好經營，看不到未來，就算有人要來學，我也不敢教，這樣會害了別人！」十多年前從台北到三義闖天下的雕刻師傅林進昌，一語道盡木雕產業的蕭條。

他悲觀地認為，長此以往，這項傳統技藝終究會斷。

三義木雕遠近馳名，這幾年和其他傳統產業一樣，受到中國貨低價傾銷，生意一落千丈。「三義鴨箱寶」老闆娘李冠說，鼎盛時期，全台有一百家的木頭鴨子店，現在全台只剩她這一家。



台灣傳產遭逢中國低價傾銷，台灣勞工們辛苦工作，靠著多年累積的技術，以品質取勝。

中央社記者許雅靜攝

九十六年六月二

產業沒落，木雕師傅們為了生計，有的只好兼差，等著不穩定的零星訂單；有些捨棄老本行，轉行當警衛；有人到工廠做工；還有人全台奔波幫人挖芋頭，論袋計酬。一雙雙具備本土文化技藝的巧手，埋沒在田埂和一間間四四方方的警衛室裡。

李冠曾經為找不到木雕師傅苦惱不已，透過介紹，才在南部找到沒工作的雕刻布袋戲偶師傅來做鴨子，但刻人像和刻動物還是不同，作品被退了三次後，負責轉型輔導的人員還質疑她，這真的是開了三十年的老工廠嗎？

木雕師傅大多逾知天命之年，四十歲的林進昌是少數的年輕師傅，刻神像出身的他，五年前小孩出生，迫於經濟壓力，開始兼作民宿。

他感嘆，比他年輕的師傅幾乎沒有了，現在台灣廟宇的神像都是到中國訂做、來台組裝，台灣負責組裝的工匠，地位還比雕刻師傅高。

玻璃產業的狀況和木雕大同小異，都面臨人才流失的危機，甚至還有人才外流的問題，不少廠商帶著台灣師傅到中國打天下。

剛卸任的竹塹玻璃協會理事長黃寶雪說，幸好這幾年，慢慢看到一些師傅回來了，希望這些師傅和大家一起好好奮鬥下去。

「燒玻璃得忍受攝氏一千度以上的高溫火炬，很多人受不了、收入不穩定，人才已斷層」，黃寶雪看到傳承的問題，曾請學校直接為國中生開班授課，但幾年過去了，還沒看到學生回到這產業，「我真的很遺憾。」

旅居美國二十幾年的知名陶藝家劉峰雄也疾呼，因應人才斷層的問題刻不容緩，這兩、三年一定要做。

劉峰雄打算在結束美國工作後，回台找塊地，結合工業界和藝文界支援，打造一所純粹藝術訓練的學府，從做模、捏陶、上釉、設計樣樣都學，一套完整的課程，由師傅帶領，一步步傳承下去。

文化工作者意識到產業存活和薪火相傳問題，默默地為延續香火努力，黃寶雪就是不忍見到二十幾年來的心血無人承繼，在不給小孩經濟壓力的前提下，成功遊說兒子踏入玻璃的世界。

在經濟發展掛帥的趨勢下，文化產業經常被忽略，但政府對於經濟發展不應只停留於數字競逐，也應有更深的文化考量，面對大環境不利的現實下，業者對於文化技藝的傳承，經常心有餘力不足，政府這時候總被寄予厚望。

國立台灣工藝研究所所長林正儀說，五年來政府推動文化產業的經費約新台幣三、四億元，未來四年，預計將再投入二十億元，扶植傳統工藝產業，透過設立育成中心輔導業者，將是重點工作。

不過，在培訓人才和符合市場需求上，確實有兩難，林正儀說，訓練再多的人才，市場沒有需求，還是無法生存下來。面對傳產文化的危機，除致力於薪傳，政府還得費思量，如何輔導讓文化產業在保留原有文化的精神下，求新求變，開創更廣的道路。960629

逆境掌創意 走出傳產生命力

(中央社記者李明宗台北二十九日電)
做絲襪的魏芳達不與中國競爭傳統絲襪市場，卻藉由一體成型的性感內衣褲襪走出一片天；做陶瓷的呂兆炘將文化藝術結合畫在自己的陶瓷上，也畫出屬於台灣陶瓷業的質感，在逆境中走出傳統產業的活路。

彰化縣社頭鄉曾是襪子的故，世界上百分之八十以上的絲襪產自該地，但近幾年來，台灣的絲襪市場持續萎縮，加上中國的大量生產吃掉利潤，「現在只做素色絲襪，根本撐不住公司。」永貴織襪公司董事長魏芳達說。



六十五歲的魏芳達，設計令人臉紅心跳的一體成型性感內衣絲襪，外銷美國，為沒落的傳統絲襪產業開創另一個春天。

中央社記者許雅靜彰化攝 九十六年六月二十九日

魏芳達左思右想，希望能為自己的事業找出路，「我走在路上，看到現在辣妹越來越多，就想，何不結合絲襪與性感內衣，做一體成型的褲襪，專給年輕夫妻情趣用。」至於男襪市場，改訴求健康功能，用產品的分殊性與中國的傳統襪做區隔。

醫學院藥學系畢業的魏芳達，畢業後本已規劃出國留學深造，卻因緣際會經親友介紹進入織襪產業。現年六十五歲的他，翻開一冊冊經他研發製造，令人臉紅心跳的絲襪性感內衣型錄。他說，年紀這麼大還搞這些，「我（研發）全部都是被逼出來的」。

他說，台灣的優勢在於我們的創新、研發與品質好，接到訂單，十五天內就可以出貨，以他們自創的 NEWWOMAN「現代女性」品牌為例，每款十幾、二十元美元的性感絲襪內衣，一年出口量都在一萬打左右，不但切割出不同於中國製造的傳統絲襪市場，也在國外市場大受好評。

創新研發才能走出自己的路，台華陶瓷有限公司總經理呂兆炘，做了幾十年的陶瓷，這幾年同樣飽受中國廉價陶瓷傾銷之苦。他說，產業一定要放入文化與國際技術，否則只是代工，很快被取代，不能永續。

早年勞力密集時代，台灣的生活陶大量生產，同樣重量不重質，不但供應國內市場，還可外銷。但這幾年，中國這個「世界工廠」崛起後，代工市場很快就被吃掉了。

走一趟鶯歌陶瓷老街，一件件特價五十元的陶瓷品就擺在店門口，這些宣稱是日本進口的生活陶品，背面清楚印著「Made in China」字樣。

中國貨不斷傾銷，呂兆炘表示，產業自覺是最重要的，自己的產品提升，就不怕對方大量生產，「當我們做的產品有內涵與國際概念，根本不怕中國競爭。」

為了與中國產品拉出差距，呂兆炘亟思在傳統生活陶中注入藝術元素，包括請水彩畫家直接在陶瓷上揮灑，「本來，這些一貫化生產的工業產品附加價值很低，甚至是論斤秤兩賣的，但一旦畫家畫上去，價值就出來了，與中國貨也有了市場區隔。」

呂兆炘的台華窯，結合文化與傳統產業，開創出一片別有洞天的市場，產品多次獲選為國宴指定餐具。呂兆炘指出，多元的技術可以開創出多元的產品，多元的產品能夠區隔出多元的客戶，只要掌握創意，未嘗不能在量產市場上與中國一較高下。

台華窯承製行政院文化建設委員會的「天圓地方」國宴餐具案，就榮獲 2005 年「亞洲最具影響力設計大獎」及 2005 年香港設計師協會產品設計類「銀牌獎」，至今仍量產不衰，成為生活陶量產的「異數」。中國貨傾銷已是擋不住的趨勢，但壓力與逆境，其實也是激發創意與研發的素材，魏芳達與呂兆炘各自走出自己的產業困境，是最佳的寫照。960629

他山之石 歐盟美國反傾銷經驗

(中央社記者李明宗台北二十九日電) 2004年9月，西班牙發生一起居民抗爭中國鞋業傾銷，火燒中國鞋廠的犯罪事件，促使歐盟歷經9個月調查，對中國鞋業課徵反傾銷稅；同樣地，走上街頭抗議的台灣毛巾業者，整整花了14個月，才盼來政府對中國毛巾課徵反傾銷稅。

一樣加入WTO，一樣都是勞工，一樣的中國產品傾銷衝擊，台灣採取防衛性貿易措施的步調整整慢了歐盟近半年。

他山之石，可以攻錯。英國與美國早於1916年相繼制訂反傾銷措施，超過一世紀的法律制訂，讓美國與歐盟廠商嫻熟反傾銷運作機制。

始終以出口貿易為導向的台灣，過去因為沒有反傾銷的問題，直到1987年才開始著手制訂反傾銷相關法令，包括貿易法及其他施行細則、關稅法等，遲於2001年10月才由財政部修正公佈「平衡稅及反傾銷稅課徵實施辦法」。

法律制訂時程比歐美晚，缺乏經驗，在與WTO規定接軌時，台灣立法過程又不夠細膩，難以真正保護廠商。

以反傾銷調查發動方式為例，WTO規定應根據國內產業或其代表的書面申請，才能展開調查，但在特殊情況下，若無業者申請，但主管機關握有傾銷、損害及因果關係的充分證據時，也可展開調查。

歐盟就是參照這項規定制定相關條文，反觀台灣，僅以「平衡稅及反傾銷稅之課徵，由財政部依職權、申請或其他機關之移送，於調查、認定後，公告實施」一語帶過，政府的角色過於被動消極。

在廠商與政府互動，及政府執行力部分，WTO規定，除特殊情況，各項調查應於展開後一年內完成，且在任何情況下，都不得超過18個月的反傾銷協定，歐美與台灣實務運作結果確實有差別。

以歐盟對中國鞋業課徵反傾銷稅為例，從廠商申請到完成反傾銷調查程序，並課徵反傾銷稅，歷時僅9個月。

再從美國案例分析，美國於 2004 年 4 月與今年 4 月分別針對中國進口的彩色電視與聚酯棉課徵反傾銷稅，雖然歷經冗長的調查與聽證程序，仍分別以 11 個月及 9 個月就完成維持公平商業競爭環境的目的。

反觀具指標意義的中國進口毛巾案，早在 2004 年 10 月，毛巾業者就已組自救會開公聽會，當時未能喚醒政府主動介入調查。

2005 年 8 月，毛巾業者向政府提出「進口救濟」申請案，盼透過會員國與會員國談判，啟動特別保護措施，但政府不屬意走特保談判的途徑，由財政部遲於 2006 年 3 月才自行展開反傾銷調查，並於同 9 月課徵反傾銷稅，歷時超過 14 個月。

世新大學法學院客座教授黃維幸分析，美國反傾銷工作已做了一世紀，歐洲國家從關稅及貿易總協定（GATT）就累積不少反傾銷案例，業界熟悉自己權益，政府嫻熟運作機制，與 WTO 接軌才沒出現問題，但台灣入世前後較少宣導，以致結構較弱的台灣產業，根本不知入世與自身有什麼關係。

值得注意的是，同樣是面對中國產品傾銷，美國至少曾對中國十次希望援引特保條例，啟動既可調整關稅，又可設定輸入配額的進口救濟措施，雖在政治利益考量下，都在美國總統辦公桌上鎊羽而歸，但已顯示美國為保護廠商，不畏貿易戰爭的積極態度。

反觀台灣在毛巾案例上，雖然業者提出希望援引讓中國極緊張的特保條例，但政府最後卻決定走反傾銷措施，只能讓業者徒呼負負。

台灣加入 WTO 已四年，從法律制訂、廠商與政府互動，及政府執行力與態度，都在毛巾案凸顯出應變機制不足，如何盡速補強，從立法院立法、政府宣導，甚至廠商的自覺，都應借鏡歐盟與美國經驗。960629

策略性提升競爭力 夕陽產業也能變黃金

(中央社記者李明宗、許雅靜台北二十九日電) 很多人覺得奇怪，台灣現在已是高科技產業當道，傳統產業的產值逐年創新低，在全球化的大趨勢下，反正這些傳產對台灣的經濟產值影響有限，市場決定該淘汰就淘汰，「要救這些夕陽產業做什麼？」

這個問題，走訪雲林毛巾廠、社頭絲襪廠、玻璃廠等地，就可以得到解答；襖熱高分貝的工作環境、通宵趕工的日夜顛倒生活，他們分享不到台灣走向「高科技」的成就，甚至家無恆產改種田養活家人，這份外人眼中的「夕陽產業」，就是他們的一切。



台華陶瓷有限公司總經理呂兆忻認為，陶瓷要結合人文與藝術，才能創新市場，再創傳統產業生機。

中央社記者李明宗攝

九十六年六月二十九日

台灣為了加入 WTO，努力了十幾年，「入會」成了最高指導原則，必須多點讓步，若干傳統產業在入世談判時被迫降關稅、門戶洞開，在台灣邁向全球化的過程中，他們成為被犧牲的一群，若置之不理，關廠後衍生的社會問題，如何處理；於情於理，台灣社會都該正視傳統產業目前所面對的困境。

加入 WTO 已是事實，市場經濟也不留情，很多傳統產業無法要求政府再保護他們，他們所企求的，不過是一個公平正義的經營環境而已。

入世以來，從毛巾業到寢具業，從製鞋業到陶瓷業，中國廉價貨藉走私、高價低報、第三地轉運、偽冒產地標章等手段，傾銷的案例在台灣市場可說不勝枚舉，還沒打反傾銷官司之前，業者幾乎已在政府的消極態度及違法的中國貨品傾銷下，奄奄一息。

廉價的勞力與遼闊的土地，中國早已是世界工廠，在大量生產以及一貫化作業下，台灣的傳統產業除了不斷的升級，提高附加自己的附加價值以外，別無活路。

展現堅韌生命力的毛巾業者，即便來自雲林鄉下，他們援引入世議定書的特別保護條款，逼迫政府正視產業困境，最後啟動台灣反傾銷戰的毅力。陶瓷業者在方寸陶瓷裡揮灑彩繪，絲襪業者求新求變，研發一體成型性感內衣褲襪，走出新市場的作法，同樣令人動容。

相較於民間社會展現的生命力，政府面對中國大量傾銷，幾乎摧毀台灣傳產業的態度一開始有欠積極。世新大學法學院客座教授黃維幸分析，毛巾業者原先希望啟動特保條例，但政府卻因沒做過、不懂，不敢做。

全國工業總會執行秘書邱碧英期許政府，在貿易自由化的過程，應該更有作為，讓貿易防衛措施可以做得更好、更積極。

事實上，要讓傳統產業再生，政府的態度依舊是關鍵，淡江大學國際貿易學系主任林宜男表示，政府要制訂政策，讓業者追隨，最重要的是帶著業者提升技術，如果再加上台灣業者比別人強的市場嗅覺，不僅不怕大量傾銷的中國貨品打進內銷市場，還能在國際市場與大廠商競爭。

熟悉國際貿易的前行政院長蕭萬長指出，台灣是開放市場，不可能處處管制、規範，政府應輔導廠商提升品質、訓練人才，做得愈好就愈不怕外來競爭。對業者而言，國際經貿環境多變，台灣不得不跟著變，傳統產業與高科技產業都要懂得如何調整經營策略與模式，「人家都在變，你不變就被淘汰。」

中華經濟研究院台灣 WTO 中心執行長林聖忠則提醒，除非是掠奪式的傾銷行為，否則課徵反傾銷稅也只是一定期限的救濟措施；傳統業者在喘息之餘，還是要改變行銷策略與提高產品附加價值，開拓出更好的市場。

兩岸的反傾銷戰雖然開打，但想要走出傳統產業的另一個春天，政府與業者都還有一大段路要走。（本系列完結）960629