

BRAND TALKS

BRANDING TAIWAN  
台灣品牌耀飛計畫



# 放眼 2021

## 洞察經濟局勢 與未來展望

台灣經濟研究院

張建一 院長

2020

品牌X機械論壇  
Win the fight  
台灣CNC品牌之戰

2020.11.09





一 當前全球經濟主要風險

二 未來發展、影響與轉變

三 產業升級轉型政策方向

四 結論

# Outline



# 一 | 當前全球經濟主要風險

BRANDING TAIWAN  
台灣品牌耀飛計畫



美中衝突  
再度升溫

COVID-19  
疫情復發



新興國家主權  
債務風險

長期低利率  
影響金融穩定





■ 世界主要機構均預測在疫情影響下，全球GDP將出現**負成長**  
但國內預測機構普遍認為**台灣GDP仍能保持正成長**

### 2020年**全球GDP**預測



國際貨幣基金組織

**-4.4%**



經濟合作暨發展組織

**-4.5%**



THE WORLD BANK  
IBRD • IDA | WORLD BANK GROUP

世界銀行

**-5.5%**

### 2020年**台灣GDP**預測



IHS 環球透視

**0.50%**



中華經濟研究院

**1.76%**



台灣經濟研究院

**1.91%**



主計總處

**1.56%**



中央銀行

**1.60%**

## 二 | 未來發展、影響與轉變

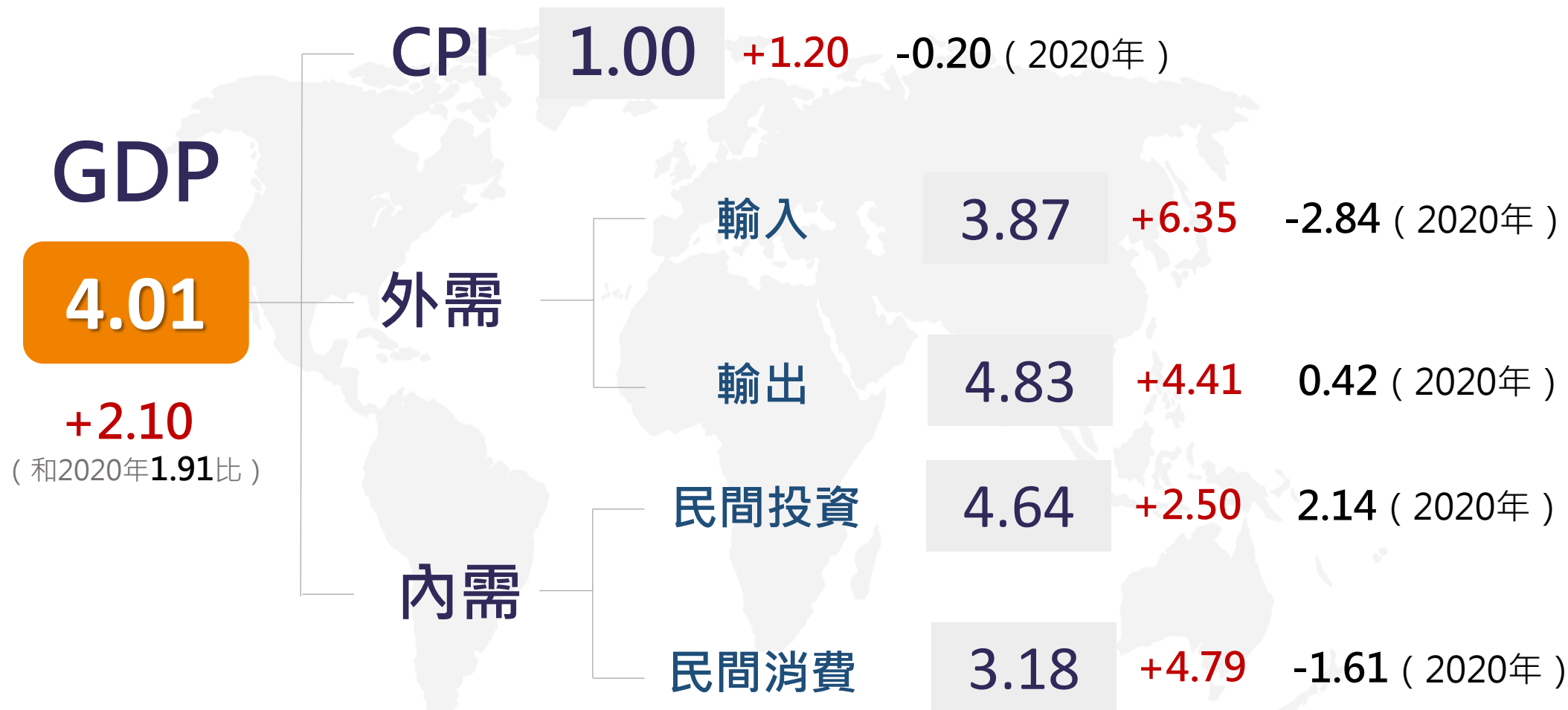
	IMF 2020.10 (2020.06)		UN 2020.05 (2020.01)		IHS Markit 2020.10 (2020.09)		OECD 2020.09 (2020.06*)		EIU 2020.09 (2020.08)		WB 2020.06 (2020.01)	
	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021
Global	-4.4 -4.9	5.2 5.4	-3.2 2.5	4.2 2.7	-4.5 -4.8	4.4 4.3	-4.5 -6.0	5.0 5.2	-5.2 -5.1	4.5 4.6	-5.2 2.5	4.2 2.6
USA	-4.3 -8.0	3.1 4.5	-4.8 1.7	3.9 1.8	-3.5 -4.0	3.7 3.5	-3.8 -7.3	4.0 4.1	-5.3 -5.3	4.0 3.7	-6.1 1.8	4.0 1.7
JAPAN	-5.3 -5.8	2.3 2.4	-4.2 0.9	3.2 1.3	-5.6 -5.7	2.2 2.2	-5.8 -6.0	1.5 2.1	-6.4 -5.2	1.7 1.7	-6.1 0.7	2.5 0.6
EURO	-8.3 -10.2	5.2 6.0	-5.8 1.4	2.9 1.5	-8.1 -8.5	4.3 4.4	-7.9 -9.1	5.1 6.5	-8.6 -8.7	5.4 5.5	-9.1 1.0	4.5 1.3
CHINA	1.9 1.0	8.2 8.2	1.7 6.0	7.6 5.9	1.9 1.7	7.3 7.1	1.8 -2.6	8.0 6.8	1.7 1.7	7.3 8.0	1.0 5.9	6.9 5.8
TAIWAN	0.0 -	3.2 -	- 2.5	- 2.4	0.5 0.1	3.2 3.2	- -	- -	-0.2 -0.3	1.5 1.4	- -	- -
WORLD TRADE	-10.4 -11.9	8.3 8.0	-14.6 2.3	9.4 3.2	- -	- -	- -9.5	- 6.0	-16.2 -18.3	9.2 9.5	-13.4 1.9	5.3 2.5

資料來源：IMF、UN、IHS Marit、EIU、WB、OECD 註：\*假設疫情不會再度爆發



## 二 | 未來發展、影響與轉變

BRANDING TAIWAN  
台灣品牌耀飛計畫



資料來源：台灣經濟研究院 2020/11/03



### 短期

製造活動中斷

國外轉單效應

加速產業鏈結構轉變

1

美中  
貿易戰

2

COVID-19



全球  
供應鏈重組

邁向  
數位化經濟

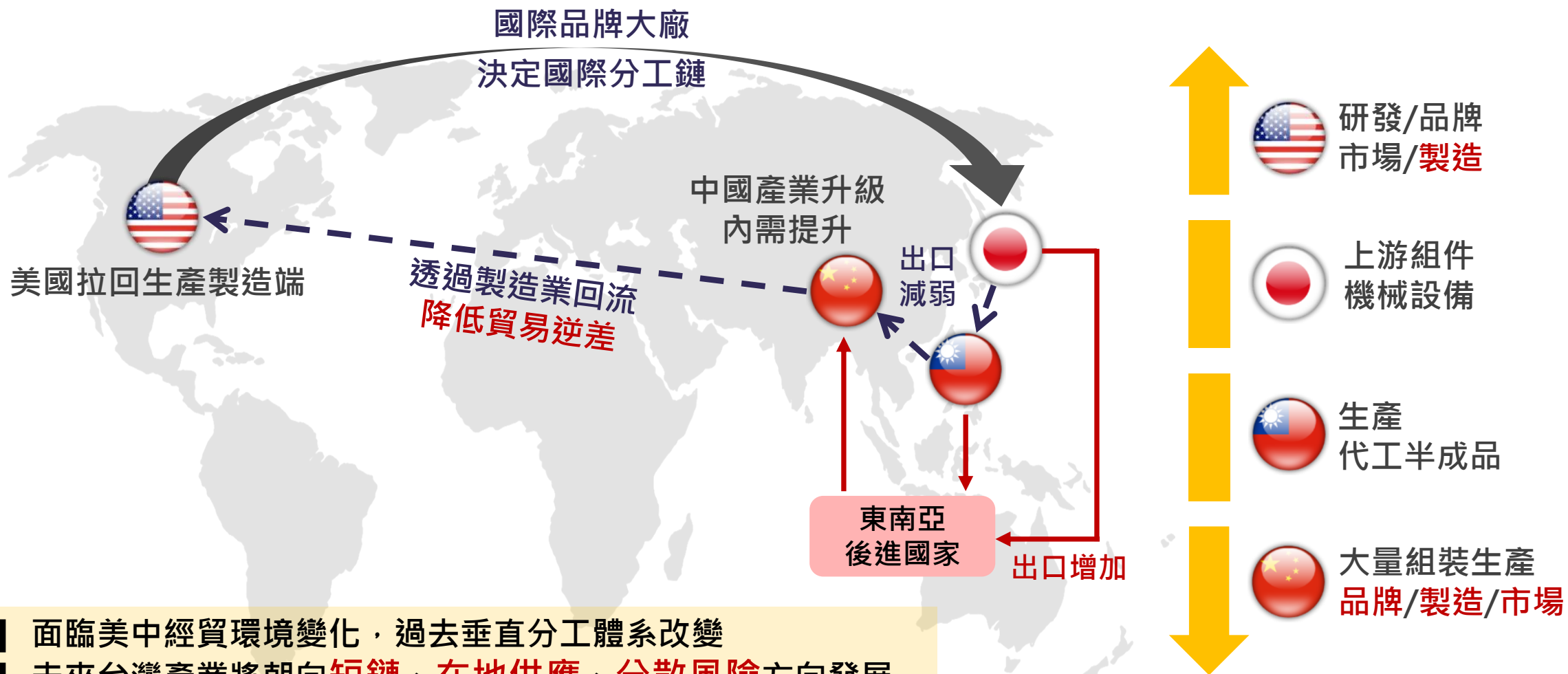
### 中長期

全球產業鏈結構性改變



## 二 | 未來發展、影響與轉變

BRANDING TAIWAN  
台灣品牌耀飛計畫



- 面臨美中經貿環境變化，過去垂直分工體系改變
- 未來台灣產業將朝向**短鏈**、**在地供應**、**分散風險**方向發展





### ► 供應鏈**多元化**，全球分散風險

1

國際企業思考國際布局  
分散風險、促進產業鏈多元化

- 疫情突顯生產銷售**過度依賴中國**，各國面臨多項產業供應斷鏈、企業倒閉等經濟危機，次使企業警覺**供應鏈必須多元化**，分散經營風險，並提升未來應變大規模外部衝擊的能力。

2

重視供應鏈穩定關係，拉近供應  
鏈或產業自給率的提升

- 除轉向東南亞等成本較低的國家，也傾向拉近供應鏈與國家距離，**生產成本並非選擇供應鏈唯一考量**，廠商**尋求更穩定關係**。
- 歐洲疫情後開始檢討產業自給率的議題（民生基本相關、生技醫藥相關）

3

未來國際供應鏈將有分流趨勢

- 加速全球產業鏈的多元布局
- 日本與歐洲推出供應鏈改革計畫，到歐美跨國企業的動向，降低**中國製造與中國市場**依賴程度成為未來國際趨勢。



### ► 企業數位轉型，產業智慧轉型



#### 更彈性的企業經營與運作模式

新興科技（物聯網、雲端計算平台）的普及，遠距辦公、線上會議、溝通與檔案傳輸平台使用，皆有助於企業經營成本節省、員工提升生產力與工作彈性  
帶動筆電、顯示器、網通、電腦相關設備（網路攝影機）、影像安全監控系統的需求

#### 推進產業智慧數位化，落實台商回台投資

落實台商回台投資方案要求廠商須具雲端、大數據、人工智慧等智慧技術元素或智慧化功能，大幅提升生產效率，有助往智慧製造方向邁進，加速台灣既有產業轉型速度

#### 帶動戰略性防疫產業規劃

2003年SARS經驗讓台灣建構完整防疫物資系統，如今台灣的防疫供應鏈逐步成熟，包含口罩、抗病毒藥物、檢驗試劑、疫苗及智慧醫療等相關產品，適合跨國機構合作



## 二 | 未來發展、影響與轉變

BRANDING TAIWAN  
台灣品牌耀飛計畫



■ 過往以製造業外銷出口賺取外匯，疫情期間受國際外貿動能衝擊；國內疫情相對和緩，內需消費力道強勁，考慮維持經濟與安全前提下，未來發展可兼重內需產業的重要性，發展跨域整合，增擴服務國內消費需求與提升民眾幸福感



1 消費習慣開始轉變  
數位消費趨勢開始發酵

電商與實體商店整合趨勢更加確立  
民眾數位消費能力明顯提升



2 生產供給端面臨新消費需求  
產品結構需與時俱進

產業結合科技與防疫趨勢進行轉型  
傳產加值產品功能，再創事業第二春



3 把握消費模式改變契機  
建構智慧生活與數位消費生態系

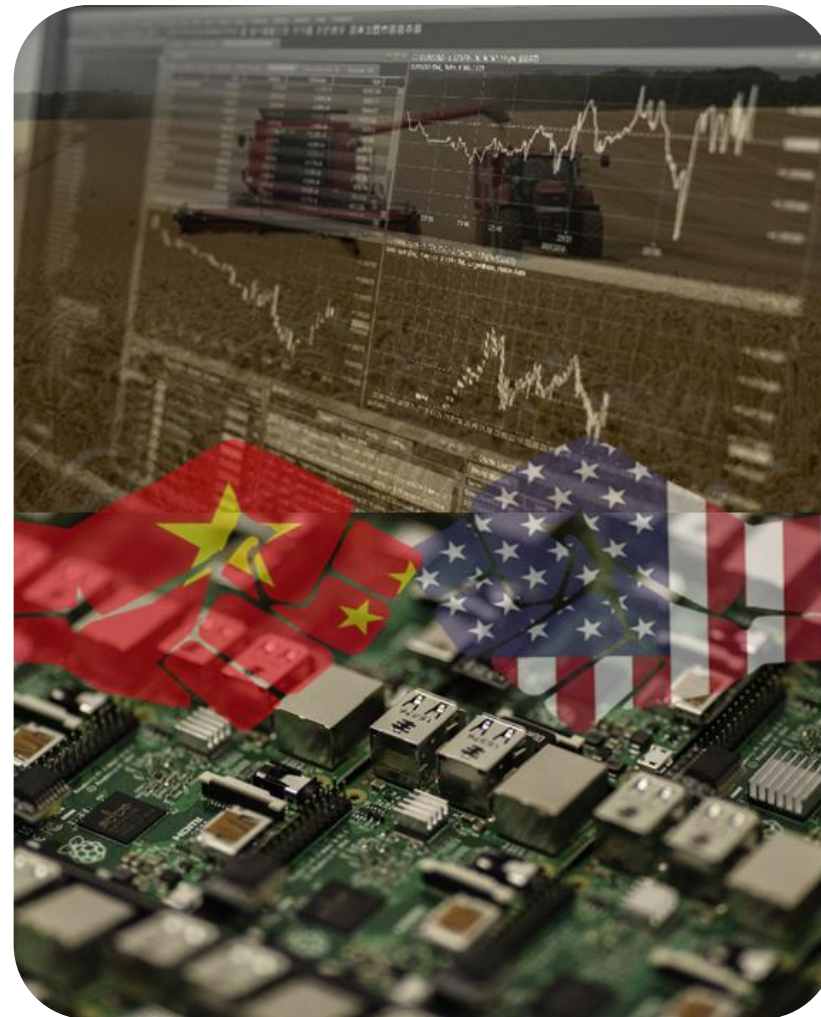
智慧生活帶來更多體驗和應用發展  
滿足不同消費族群客製化需求





### 產業政策規劃方向

- **新思維** — 分化全球系統性風險與穩定產業供給之權衡下，國際供應鏈移轉的新思維
- **新策略** — 各國企業數位轉型之挑戰下，台灣產業結構與生產模式調整的新策略
- **新商機** — 結合智慧科技應用趨勢下，掌握新興產業跨域合作發展的新商機







► 國際局勢充滿不確定性與後疫情時代下，將加速**智慧化**與**數位轉型**發展

#### 企業加速**數位轉型** 浮現商機

- 零接觸商機
- 導入科技應用(AI辨識技術、機器人)
- 遠距設備需求提升 ( 影響工作方式、人才延攬、教育體系、軟體產業發展 )

#### 疫情後產業發展關鍵

1.遠距應用加速**數位化**    2.供應鏈**重組**與**在地化**

► 政府早已 **超前部屬**

新南向政策 ( 2016 )

台廠東南亞布局已搶得先機

投資台灣三大方案 ( 2019 )

引導大批台商返台擴廠



打造**六大核心戰略**  
與**四大中心**





#### 打造六大核心戰略產業

5+2  
產業創新

##### 資訊 數位產業

利用半導體和資通訊優勢，成為下世代資通訊基地，促進物聯網和人工智慧的發展

##### 資安 產業

結合 5G、數位轉型和國家安全，打造保護自己、全球信賴的資安系統與產業鏈

##### 生物醫療 科技產業

具備足夠能力，接軌全球頂尖技術

##### 國防和 戰略產業

推動軍民整合國防戰略產業，激發民間製造能量，進軍航太產業

##### 民生戰略 物資產業

確保國內關鍵民生戰略物資生產，轉化為產業發展動能，建立國家隊打造國家品牌

##### 綠電再生 能源產業

未來 4 年  
打造成為亞太綠能中心



## 四 | 疫情後產業升級轉型方向

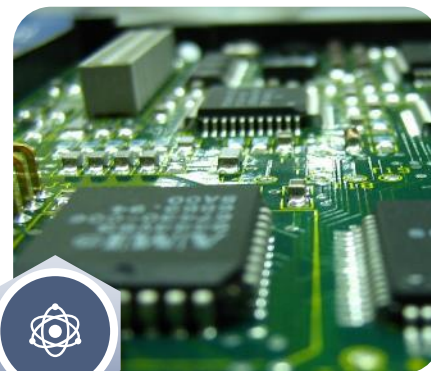


### 高科技研發中心

攜手技術領先國際大廠，  
深化我國前瞻技術研究能量

高成長、高價值  
高關聯

新興半導體、人工智慧  
新世代通訊



### 半導體先進製程中心

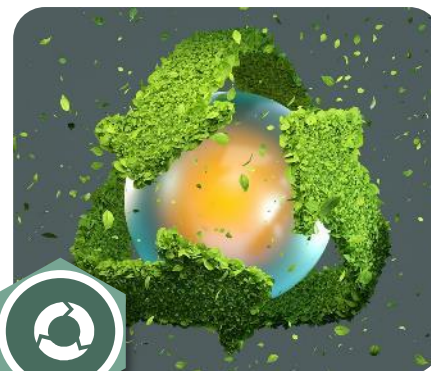
利用半導體產業發展需求，  
扶植材料與設備產業



### 高階製造中心

加速導入5G、AI應用

- 深化製造業軟硬整合，帶動產業智慧化、數位轉型、創新應用
- 集結產業公協會，齊力實現產業鏈智慧化



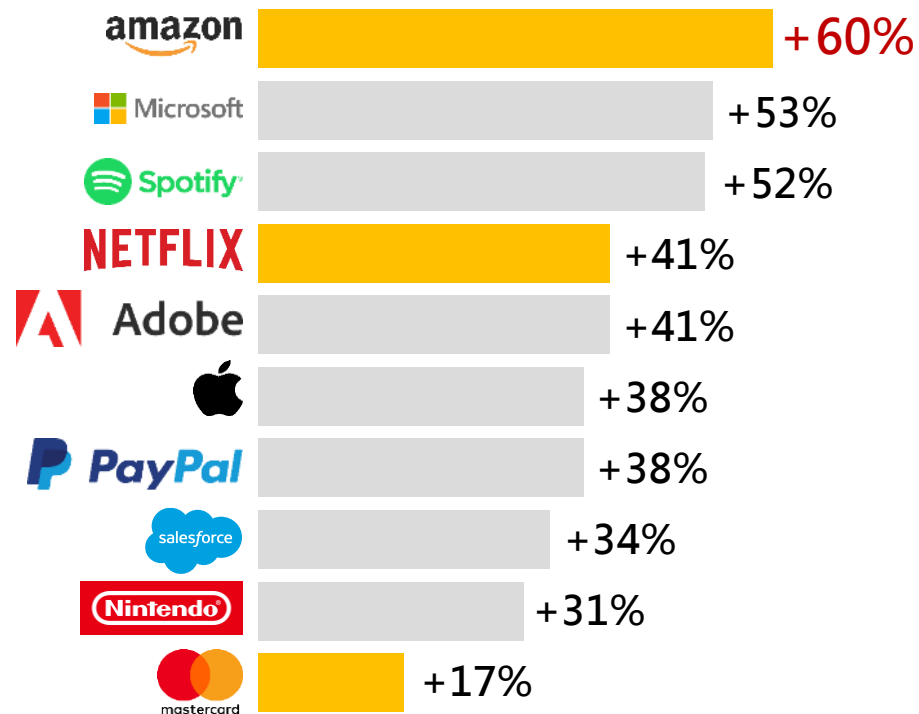
### 綠能研發中心

- 擴大綠能目標，讓廠商長期投資台灣
- 加速智慧電網、支援綠能發展
- 打進國際綠能供應鏈，把台灣產品賣到全世界

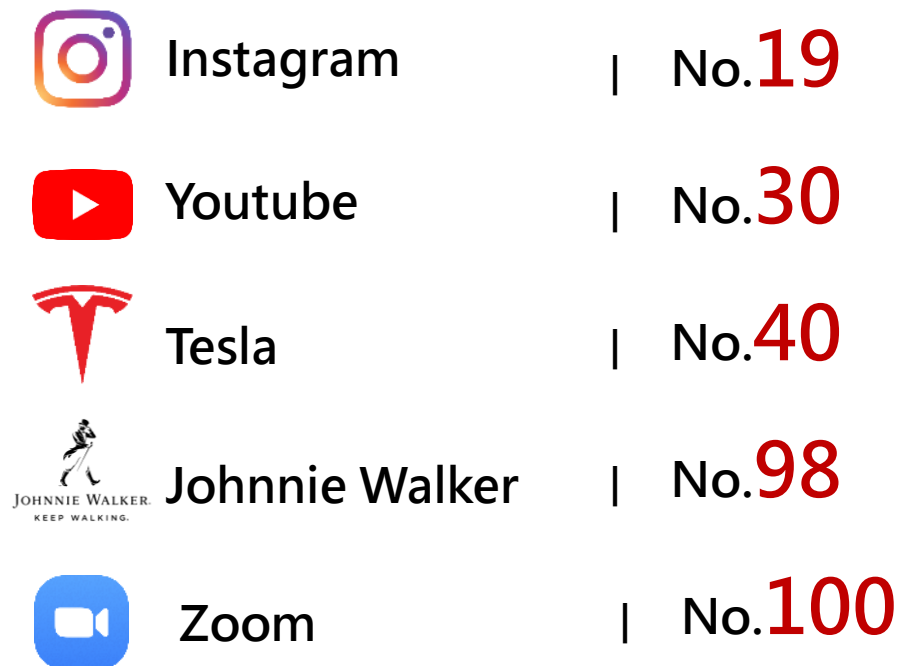
## Interbrand

- 強勢品牌因疫情更加強大，也加速智慧化與數位化轉型速度，順應新興科技對品牌價值成長具關鍵作用
- 疫情使全球焦慮動盪，但台灣則保有餘裕，未來政府將持續協助企業推動創新，以自有品牌展現企業價值

### 百大品牌價值高成長幅度者



### 百大品牌首次入榜







# 數位轉型

Digital  
Transformation

X

# 設計加值





### ▶ 習慣短鏈

### ▶ 適應多鏈

### ▶ 避免斷鏈

#### 台灣OK

投資高、成長高（相對於他國）、關注程度高

#### 企業

維持**舊鏈**、加入**新鏈**

#### 注意動向

提高對國際局勢變化的敏感度

#### 融入當地

降低世界工廠思維，開發當地需求

#### 數位轉型

啟動智慧管理及製造的評估及導入

#### 未來人才

盤點轉型所需人才及其他資源



2020

THANK YOU !

敬請指教

品牌X機械論壇  
Win the fight

台灣CNC品牌之戰