

# 「一帶一路」劇本 好戲在後頭

黃兆仁

(商業發展研究院商業發展與政策研究所所長)



中國大陸於九〇年代末期正式啟動「走出去戰略」，以國家宏觀優惠政策和經濟鼓勵措施支持陸企赴海外投資，獲取海外市場的資源、技術、設備和人才，提升企業競爭力並達轉型升級目的。

一三年九月習近平首次提出「絲綢之路經濟帶」，同年十月在印尼發表「二十一世紀海上絲綢之路」倡議，隨後分別成立四百億美元「絲路基金」與一千億美元「亞洲基礎設施投資銀行」。今年十月在北京舉行中共十九屆全國代表大會也將「一帶一路」寫入黨章。

這意謂北京已為下世代的全球經濟戰略進行布局，作法上以貫穿中國大陸、亞洲、中東非洲及歐洲的新絲綢之路，為陸企重構世界新市場，主宰商品與服務遊戲規則。

我們看到「一帶一路」沿線六十五國加上中國大陸，總人口數超過四十六億，占世界總人口的六二·一%，呈現出人口結構年輕

化、人均國民所得低於世界平均水平、中亞及南亞城鎮化的程度低等情形。一五年中國大陸對「一帶一路」沿線國家的投資已達一八九·三億美元，較前年增加三八·六%，後續投資力道不斷加大，其中更以「信息傳輸、軟件和信息技術服務業」成長最快速。

這說明中國大陸藉由區域國家在網路通信等基礎建設的改善，已滲透各地資通訊之軟硬體與互聯網市場。實際案例則有電商類的全球速賣通(AliExpress)與敦煌網，建立完整產業價值鏈，包括支付、電子商務、物流、海外倉儲、直接投資或併購，進行國際化布局。另外，獨角獸企業滴滴出行，以資本與技術輸出的方式進行海外投資，與戰略企業伙伴合作，在一五年更以二千五百萬美元投資印度最大計程車公司。

「一帶一路」已加速陸企的國際化發展。從過去的第一道推力：陸

企能憑藉自身創新優勢，進行資本與技術海外輸出。然後抓住現在第二道推力，循中國大陸政府政策走出去。「一帶一路」是「走出去」的進化版，內涵則進入互聯網與各產業結合的創新服務輸出，特別表現在科技領域與新零售的結合，預期未來會有更多陸企運用自身的成長優勢快速擴張。對中國大陸而言，藉由上述作法可以達到「一石多鳥」的政策效果，特別是處理「去產能化」與進行「產業重構」，避免走進「中所得國家陷阱」的障礙。

最後，要提醒臺灣企業，應注意陸企已利用自身創新力與龐大資金，再結合中國大陸政府的宏觀經濟政策，進行全球市場的投資與併購，擴大市場主導權。如何因應上述挑戰已是我國必須正視的嚴肅問題，提出新世代的產業發展策略與宏觀政策已是當務之急，重新檢討新南向政策與作法是必要，正視臺灣國際競爭力逐步流失的危機。■