

出口是台灣服務業發展的關鍵

陳添枝

台灣大學經濟系教授

台灣服務業的產值占 GDP 的 68.7%(2011 年)、占民間就業的 58.6%(2011 年)。如果服務業不能持續成長，則經濟成長將停頓；如果服務業不能提供好的就業機會，失業率就會上升。現在的年輕人比較偏好服務業的工作，如果服務業的薪資不能提升，年輕人也就難以擺脫低薪的苦日子。此外，由於人口老化的速度很快，未來退休年齡勢必不斷延後，老年人留在職場的需求將提高，服務業比較能提供適合老人的工作機會。換言之，不論就台灣的產業結構或人口結構來看，服務業的發展對台灣未來的經濟發展都居關鍵的地位。

可惜台灣近年服務業的發展雖然快速，但品質不高，因此無法提供好的工作機會。在 2000~2011 年間，服務業的平均每月薪資由 44,210 元提高到 47,058 元，十一年間只成長了 6.4%；在同一期間，製造業的薪資成長了 11.9%。在服務業的各行業中，具有專業技術的行業如金融、資訊、醫療、專業服務等，平均月薪都高於 5 萬元；但專業技術不顯著的服務業如批發零售、不動產、娛樂休閒、住宿餐飲等的薪資則普遍低於 5 萬元。初入職場的年輕人最可能進入的行業正是後面這種專業不顯著的服務業，因此低薪的夢魘揮之不去。

經濟學原理告訴我們，薪資取決於勞動生產力；薪資偏低正是勞動生產力低落的表徵。服務業的勞動生產力受兩項重要因素的影響：第一是投資，第二是規模。在投資方面，又可分為研發投資和設備投資兩種。台灣的服務業在研發投資、設備投資和規模三方面均有嚴重不足的現象，因此勞動生產力低迷不振。

首先來談研發投資。台灣產業雖然近年來整體研發投入增加快速，但絕大部分的研發投資發生在製造業，服務業的投資微不足道。根據國科會的資料，台灣的企業部門在 2010 年投資於製造業的研發經費總計為 2,594 億新台幣(不含政府經費)；但投資於服務業的研發經費只有 204 億新台幣，不及製造業的十分之一。服務業的產值在製造業的兩倍以上，但研發投資如此稀少，如何能帶動服務的創新？沒有創新，生產力也就難以提升。

余紀忠文教基金會

Yu Chi-Chung Cultural & Educational Foundation
第 22 期半年刊 2012 年 9 月出版

其次來看設備投資。服務業最重要的設備投資是資通訊(ICT)相關的投資。ICT 投資是增加服務業技術含量、提高勞動生產力最有效的手段。在先進國家，ICT 普遍被應用於運輸倉儲、批發零售、休閒娛樂、住宿餐飲、教育、專業服務(如會計、法律) 等服務業，提高了勞動生產力。我國雖是 ICT 的生產大國，但對 ICT 的投資甚為稀少，對 ICT 的應用甚為落伍；在服務業方面更是如此。

最後是規模的問題。服務業的生產力和規模息息相關，一道美食的創出，如果只讓一人獨享，其價值有限；若能讓百萬人共享，則價值無限。我國因為國內市場規模小，因此服務創新的價值低；小市場侷限了創新的誘因，也侷限了 ICT 的投資。因此研發不足、設備投資不足也可歸咎於規模的不足。

總之，若欲提升台灣服務業的勞動生產力以提高年輕人的薪資，首要之務就是要解決規模的問題。唯有設法擴大服務業的規模，服務業的創新誘因和設備投資的意願才能水到渠成。我國國內市場狹小，若欲擴大服務業的規模，唯一的方法是設法讓服務業出口，走到國際市場上去。過去政府對服務業的市場保護太過，總認為服務業是弱勢產業、是中小企業，不能和國際競爭，因此儘量避免開放國內市場。然而服務業和製造業相同，若不走到國際市場上，只會慢慢萎縮死亡。我們必須要改變產業保護的政策，積極鼓勵服務業的出口，就像 1960 年代台灣的製造業由貿易保護政策勇敢走向世界的舞台一般。一旦走出去，就會發現世界如此寬廣，機會無所不在。最近台灣的中小型美食業者在中國大陸和東南亞市場開疆闢土，展現驚人的活力和魅力，相信可以給尚未走出國門的服務業者很好的鼓勵。

服務業出口不是拚價錢便宜，其實愈便宜的服務(也就愈沒有特色) 愈不易出口。服務業出口拚的是特色和價值，兩者均來自本土的創新。例如台灣美食出口最成功的鼎泰豐，賣的是具台灣特色的小籠包，搭配其自創的餐飲服務模式；既不是麥當勞，也不是港式飲茶。因此服務業是最「愛國」的產業，若無本土的特色，服務業無法行銷世界。

服務業出口以在海外展店提供服務為最主要的模式，也就是文獻上所謂的「商業據點呈現」(commercial presence)。這種出口模式有兩個先決條件：一是複製能力，一是海外人才。服務若無法在海外複製，即無法出口；鼎泰豐若無法在海外複製十分接近台北本店口味的小籠包，出口無法實現。複製能力必須靠人員的訓練和資本(含 ICT) 設備的利用才能實現，因此服務業的國際化必然帶動大量人員訓練的需求。此外，服務的提供必須靠人；在海外提供服務，就需要

余紀忠文教基金會

Yu Chi-Chung Cultural & Educational Foundation
第 22 期半年刊 2012 年 9 月出版

海外的人才。訓練的必要性和海外人才的需求，意味著台灣若要推動服務業的出口必須要有嶄新的人力資源計畫，以培養海外經營的人才，和過去製造業的發展不盡相同。

總之，服務業出口不僅需要在理念上突破，也需要政策的配套。我們目前還在理念爭辯的階段，必須先走過這一關，才可能在政策上耳目一新；正所謂「革命先革心」，觀念不改，政出無門。

余紀忠文教基金會