

## 有文化做後盾才有強大的傳統產業

賀陳弘 清華大學動力機械系教授

九日李家同教授「不要再強調高科技了」一文，對於重視傳統產業的呼籲，點出了許多人心中的納悶之處。為什麼幾年前才虎虎生風的產業，竟然一夕之間歸為「傳統」而一蹶不振？

從台灣的經濟發展軌跡來看，一直走的是「代工製造」的路，要回答上述問題，不妨從這裡切入。台灣擅長以靈活的企業精神，買進生產設備與技術、組合本地人工與資金、開拓外銷市場，這就是代工製造。從過去的成衣、雨傘、自行車、石化產品，以迄電腦週邊的鍵盤、監視器，和主機板、半導體產品……，一路走來，始終如一。代工製造是以追求經利潤與經營效率為第一，建立自有技術是很不切實際的考慮，當企業家可以外購技術而經營獲利時，為什麼要追求高風險的自有技術呢？企業從事研究發展的唯一作用，是加速吸收所購買的生產技術上線（包括設備與製程）。

目前所稱的高科產業相較於傳統產業，一樣是進行代工製造，只是產品不同。所以今天的台積電，依稀是否有著當年台塑的影子呢？張忠謀先生繼承了王永慶成為新的經營之神，代工製造之王。兩者的不同，是台積電進入製造的資本門檻高出許多，一座晶圓廠耗資數百億。這是由於從事代工製造，永遠是處於後有追兵的競爭態勢，因此累積資本從事較高階產品的代工製造，提高門檻，是拉開追兵距離的出路。唯有不斷尋求新的產品與市場，迅速調整企業，才是代工製造的「永續經營」之道。所以台灣的傳統產業一方面外移，一方面競相投資於高科技（稱為轉型），乃是必然的。但是在這個產業替代的模式下，今天的高科技代工製造，亦將成為明日的傳統產業，踵繼出走外移，也會是必然，不過是遲速之別而已。這樣不停地尋覓「次世代代工製造」產業，或可稱為「漂泊的經濟」似乎是台灣的宿命。

該文中提到的日本、瑞士、西班牙的例子，其實描繪的是一個精緻的社會文化。凡在歐洲或日本曾經稍事逗留的人，讀之都會心有戚戚焉。然而這樣的民生工業，殘酷地說，在台灣是沒有土壤存活的。它需要兩種養分：（一）累積多時的自有技術；（二）領導時代的文化品味。第一項是從事代工製造的天

敵，已如前述，既不具有經營效益，且只有極少數具有傻子精神的企業家為之。第二項則是對一個新興經濟體的奢求。以台灣為例，當成衣製造業從盛極一時而又歸於式微之際，成衣設計仍是義大利人的囊中物。從歷史上看，或許可以說，不具備文化後盾的製造業，是必然要轉移的。今日世上的磁器以 China 為名，是因為當年隨同磁器輸往中世紀歐洲的，是中國的藝術典章與生活品味。更早在唐朝，長安近萬名國子監學生之中，外國留學生已達三分之一。後來西方輸出機器工業產品的同時，全世界也聆聽貝多芬的音樂、蒐藏莫內的畫作。日本產品行銷各國之際，西方也流行起茶道、禪與壽司。可以說世界級的製造（張忠謀先生曾說過的名詞），必聯合著世界級的文化力量。

試對台灣做一省思：如果人們不能意識到以薄薄的粉紅色塑膠皮做為餐廳宴客桌巾是一種低俗，那麼此地是不可能製造出可以行銷全世界的磁器的。記得若干年前一位荷蘭菲立浦在科學園區的廠長至本系演講，他認為在台灣追求「世界級製造」，最大的困難是本地員工的文化與行為態度。德國 BMW 在美國市場是以德國的文化來行銷這個傳統機械工業產品。

而台灣嚴重缺乏可以伴隨 Made in Taiwan 輸出的文化意象。值得注意警惕的是，只有文化先進的國家，才有強大的傳統產業，例如歐洲與日本。不幸的是，所有的開發中國家，都必須在產業替代的階梯上，競逐經濟的成長；稍有遲疑，便摔下梯去。傳統產業，是一階一階地依次被淘汰的。在言個全球分工的資本主義經濟席捲的時刻，後進國家只能在言個架構中就範。個別政府如果試圖以財經手段進行干預，扶植傳統產業，將如螳臂擋車而敗。然而台灣如果想要從產業不斷替代的「漂泊經濟」中解放出來，欲求振興傳統產業來固本安邦，則事實上並沒有經濟手段可行，而必須倚仗「非經濟因素」的文化轉變。只有一個文化水準達到一定高度的社會，才能夠哺養產業的根，生長自有的技術與品味。無用之用，此時實為大用。當大家思辯「戒急用忍」與「根留台灣」孰為上策之時，是否應當省思：歷來台灣產業的根究竟在那裡？不論高科技或者傳統產業都是失根的蘭花。

因此政府今後的政策作為，正應從純粹經濟的視野之中向上提升，將「發展文化」做為等同通訊、金融與行政革新的必須基礎建設，給予大力投資。否則如果政府與民間都只見短線的基礎建設投資，自然不可能奢求有根的產業。則今日的高科技業，必然成為明日的傳統產業，一再重演，伊於胡底？「漂泊的經濟」，止於智者。希望李教授的呼籲，不必僅僅換為一聲嘆息。