

場次：建構亞太企業營運總部（第一場）

題目：知識經濟時代台灣的全球佈局

講者：中央研究院 朱敬一副院長

---

## 一、認識知識經濟

首先須釐清知識經濟的定義。知識經濟的研究源於 1990 年代，Lester Thurow 的定義為：「以知識的創新、擴散與應用為主體的經濟」。人類在 1950 年前可說是農業、工業、資本的時代，而 1950 年後為「知識創新」的時代。在此之前，知識創新（例如：蒸氣機、活字印刷）只能說是偶有佳作，但於此之後，知識創新皆由專業的研發機構或單位（例如：大學、Bell Lab）系統性地研發創新知識。

## 二、知識經濟時代的產業特色

### （一）知識創新的特色

知識是「準公共財」，知識創新改變了規模報酬遞減的定律，如擴增廠房不能完全反映在產能上。知識創新雖然是人腦的傑作，但往往需要大量的實體資本財與人力資源做後盾。

知識創新上，歐美較具優勢，因基礎研發較易發生在亂序社會（chaotic society）<sup>1</sup>，以此觀點來看，台灣較不易產生。台灣在基礎創新上雖無法媲美歐美，但許多衍生性的創新表現不俗。除知識創新本身外，還有許多「衍生性創新」（例如 Dell 創造新的線上行銷方式、台灣創造晶圓代工的商業模式），是伴隨新知識刺激而來。此類創新台灣較有機會。

### （二）產業競爭的特色

知識經濟下，應運而生的高科技產業，其最大的特色在於產品週期幾乎快到不存在。這個道理可由圖 1 說明，如將金字塔的底部比成商機、高度為產品生命，寬扁的金字塔正如高科技產業，底層的變動最大、商機最多，而風險也最高；瘦長的金字塔猶如傳統產業，商機少，產品生命週期長。

---

<sup>1</sup> 與會來賓鍾琴、徐小波對於這個論點提出了補充：台灣社會看起來秩序比歐美還要亂，但是這邊的亂序社會是指社會對於創新失敗的包容力。歐美由於包容新的點子，所以培育出創新的環境。講者朱敬一也表示贊同。

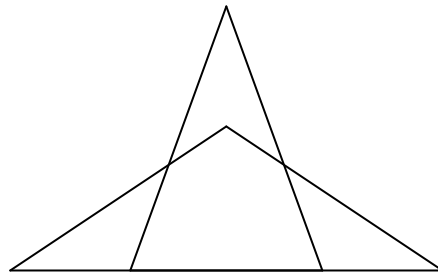


圖 1 高科技產業與傳統產業

由 DRAM 產業變化來看，二十年間，主導企業由美商 Intel 到日商 Toshiba、最後由韓商 Samsung 領先群雄。反觀傳統產業，飲料業、汽車業，變化微乎極微。

### (三) 知識經濟的相關助力

知識經濟時代除知識本身為主導角色，相關助力也強化其形成，其中，網際網路為最佳範例，它使資訊普及、快速而且規格化。如 Dell 的興起，並非全然是因 PC 本身屬性的迅速改變，而是網路普及，進而促成行銷方式的改變。全球化則為另一助力。

### (四) 如何因應知識經濟時代

1. 掌握先機：知識經濟的年代，掌握先機為其首要。為反應此現象，我將老子的話稍作修改「天道無親，常與掌握先機之人」。掌握先機有三種好處：有再創新的基礎優勢、新產品的「擴散」有賴於先佔者的行銷網優勢、先佔者有規格優勢。
2. 新知識或新科技，往往能改變傳統產業的競爭模式：例如 Microsoft 買下名不見經傳的百科全書公司，推出網路版，卻打敗第一品牌大英百科全書，此為運用新知識或新科技的最佳範例。
3. 對資訊反應速度與觀念的改變：由於掌握先機為其首要，而網際網路又加快資訊的速度，為避免機會稍縱即逝，因而常常反應過度，遂而提高風險管控的重要性。
4. 新舊產業互補：在股價表現優異時，AOL 買下 Time Warner，而當獲利大不如前時，傳統產業 Time Warner 反為獲利來源，此為風險迴避的作法之一。

### 三、認識台灣與週邊在世界經濟中的地位

以世界的 GDP 來看：全世界的 GDP 有 30 兆，美國與歐洲各佔 1/3、日本佔 15%、大陸佔 4%、台灣則佔 1%。以世界地圖來看，中國大陸與台灣地緣太接近、語言文化太接近，視而不見太不理性。

大家對中國大陸的看法常常是過份樂觀或悲觀，鮮少客觀分析。台灣在高科技原創性創新的優勢不大，但衍伸性創新(產品、行銷、價值鏈區隔)則大有可為，所以試著掌握中國大陸的擴散通路是較為可能的作法。中國大陸在短期之內，恐仍是傳統產業大本營，正提供台灣嘗試互補 (Business Leverage) 避險的對象。

### 四、台灣的佈局構思

台灣目前有兩大難題。一是兩岸關係，短期內一定要解決 (要掌握先機)。我引述電影「教父」中的一句名言：Close to your friend, but Closer to your enemy。中國大陸是利基或是威脅，存乎一心。第二是內部的金融逾放問題，此為不定時炸彈。