

篇名

韓國主力產業分析

作者

沈奐恩。私立曉明女中。二年己班

壹◎前言

近年來，人們對於「韓國」這個國家可說是日趨熟悉。不管是電視上充斥的韓劇，韓劇帶動的韓國觀光業，近年來聲勢高漲的韓國電影，甚至手機業品牌 Samsung、LG，都讓人們在腦中烙印下對韓國的深刻印象，媒體界紛紛用「『韓』流來襲」來形容這股熱潮。事實上，這些都只是對韓國的淺顯印象罷了。其實韓國在二十世紀六零年代是個貧窮國家，但透過高儲蓄率和高教育水準，不到四十年的時間裡，經濟迅速起飛，以西元 2005 年 GDP（國內生產總值）為基準，已躍升為世界第十二位的經濟大國。而韓國經濟發展的重要關鍵就是產業，韓國產業在六零年代以紡織、紡織品加工、玩具等輕工業起步，逐步發展起汽車、鋼鐵、造船、石化等重工業。西元 1997 年金融危機時，汽車，造船，半導體等國家主力產業經過大規模的結構調整，大刀闊斧地整理了虧損企業，恢復了國家競爭力，再次掌握世界市場的主導權。而近年韓國在亞洲四小龍中已漸漸佔有一席之地，反觀台灣正慢慢退居四小龍之末，台灣雖然擁有技術，卻老是只能做代工，而韓國不但擁有許多大企業，且正迅速發展成世界級企業。韓國為了成為二十一世紀亞洲經濟圈的中心，正付諸全力不斷開發未來戰略產業。本文便要探討韓國主力產業，看看這個在即將到來的泛太平洋時代中扮演著重要角色的國家，如何利用產業發展帶動經濟旋風。

貳◎正文

韓國產業其實有非常多種類，但真正影響韓國經濟的有幾個主力產業，而這幾個產業都是韓國經濟發展迅速起飛的關鍵。我們將探討並分析這四項主力產業，分別是電子、汽車、造船、影視文化產業：

一、電子產業

21 世紀，走過亞洲金融危機衝擊的韓國，將電子產業推向了引領經濟發展的至高地位。電子產業如今已是韓國第一大生產和出口產業。2002 年是韓國電子產業最具代表性的一年，金融風暴才剛過，電子產業成為韓國經濟療傷止痛的特效藥。韓國電子產業的產值，占當年國內生產總值的 12.5%；電子產品附加值達到 65.4 萬億韓元，占製造業生產總值 177.7 萬億韓元的 36.8%；韓國出口總額為 1 千 624 億美元，而電子產品出口高達 611 億美元，占其中的 37.6%。韓國是繼美國、日本和大陸之後，世界上的第四大電子產品大國。

1970 年代，韓國政府以行政指導督促其電子業。推動各公司擴展業務，設定期限，最重要的是政府部門為研究及開發列出大筆預算，支出龐大費用，直接帶動產品日新又新。而在過去 30 年來，韓國電子業如三星集團，以其開發新產品能力與高度集中的資源，運用到業務多元化，積極進軍電子次產業，並吃下市占率，市場與資源再經整合後，競爭力大增，推展新產品風險相對減弱。

1970 年代，是韓國電子產業起飛的年代，韓國政府策定發展方向，依循著 1970 年代日本發展的同一軌跡，揚棄電視機、電冰箱等勞力密集產品，向電腦等精密產品進軍，以政策配合，朝目標大步邁進。（註一）

二.汽車產業

其實韓國的汽車製造歷史很短（僅 50 多年），但如今已經發展成爲世界第五大汽車製造國，第六大汽車出口國。在汽車工業起步初期，韓國僅是將從美日進口的汽車零件組裝爲成品，但在 1988 年時，它國內汽車產量已經超過 100 萬台。在二十世紀九十年代，韓國已經能夠生產出眾多帶有本國特色的車型，不僅展示出了它在汽車設計、產品性能、生產技術方面的雄厚實力，而且標誌著韓國汽車產業走向成熟。韓國汽車持有量已經超過 1500 萬台，幾乎每個家庭都擁有一輛，韓國已經步入汽車應用的成熟時代。

韓國汽車以優秀的品質，良好的性能越來越受到本國及海外用戶的擁護。例如韓國汽車遠銷美國、歐洲，僅去年（2006 年）就出口了 260 萬台。

在未來的幾年，韓國汽車製造商將在混和動力、燃料電池等環保車輛的科技研發與開發等方面投入力量，不僅單企業，就連韓國政府也將對相關產業科研開發進行支援。（註二）

三.造船產業

從上世紀九十年代開始，隨著世界經濟和海運業的恢復和發展，船舶需求和建造量迅速增加。韓國造船業在世界上處於領先地位，特別是在近年來，韓國造船業已超過日本，位列世界第一。

01. 韓國造船業現況

從 2003 年開始，韓國造船業在接受訂單量、建造量、待處理訂單量三大指標中均列世界第一位。

	訂單量 (%)			建造量 (%)			待處理訂單量 (%)		
	韓國	日本	中國	韓國	日本	中國	韓國	日本	中國
2003 年	42.9	28.1	13.9	32.0	30.3	11.4	37.7	27.3	13.5
2004 年	33.2	30.2	14.3	33.5	32.2	12.5	37.3	28.2	14.8
2005 年	32.4	22.6	15.8	34.8	29.4	14.6	35.6	26.5	15.8

從 1990 年起 15 年來，造船業一直是韓國五大出口產品之一。在持續保持出口增長的同時，高技術含量、高附加值船舶的訂單量和出口量逐年增加，截至到 2006 年 6 月，全世界 LNG 運輸船待處理訂單量 145 艘，韓國就有 106 艘，佔總量的 73%。

2006 年上半年，韓國在全世界船舶訂單量、待處理訂單量和建造量的佔有率均達到 35%以上，超過日本、中國，仍居世界第一。

	訂單量 (%)	建造量 (%)	待處理訂單量 (%)
韓國	41.9	35.8	36.4
日本	19.2	28.3	23.9
中國	18.5	14.0	16.6

另外，韓國 2006 年海外船舶訂單量也創下歷史新高，截至 2006 年 9 月末，海外訂單額達到 127 億美元，同比增加 60%。韓國造船工業協會分析，由於受到「共同結構規範」等影響，海外船主集中向技術領先的韓國發出訂單，使韓國的訂單量持續增加。另一方面，韓國通過生產工藝的改進增加了建造量。近期內，韓國造船業的領先地位暫時不會動搖。

02.韓國造船業近期動向

爲了鞏固和進一步提高韓國造船業的競爭力，韓國政府、燃氣公司、造船公司共同投資 117 億韓元（約合 1200 萬美元），開發韓國型 LNG 貨物儲藏庫，提高 LNG 運輸船自有技術量。其中，韓國政府出資 49 億韓元（約合 510 萬美元），佔到近一半。

爲了今後實現歐洲、中南美等訂單地區的多元化，韓政府計劃進一步加強財政支援和建設外交，韓國建設交通部將明年的造船業新市場支援費從原來的 10 億韓元（約合 104 萬美元）增加到 20 億韓元（約合 208 萬美元）。（註三）

四.影視文化產業

近 10 年來，韓國影視業異軍突起，風靡國際市場，成爲韓流文化的佼佼者。去年，韓國影視產品出口額在逐年遞增的基礎上，又創佳績，電影出口額達 6700 萬美元，增長近 15%，電視劇出口額近 1 億美元。令人關注的是，韓國影視產品已經登陸歐洲和北美市場，並確保佔有一席之地。

01.「文化立國」見成效

韓國影視業的飛速發展，是韓國確立「文化立國」戰略取得的豐碩成果。1998 年，韓國爲實施「文化立國」戰略，先後頒布了「國民政府新文化政策」、「文化產業發展五年計劃」、「文化產業推進計劃」、「文化產業振興基本法」等十幾部法律法規，並於 2001 年成立了「韓國文化產業振興院」。

在「文化立國」戰略中，影視業被視為「重中之重」。為此，韓國政府採取了一系列行之有效的措施，如大力支持影視業按市場經濟規律辦事、設立文藝振興基金等專項基金、財政支持在國家預算中提高到 1% 以上…等等。套一句韓國 KBS 電視台編導聯合會對外合作局長任南柱說的話：「政府為影視業的振興創造了一個寬鬆的環境」。

除此之外，政府還通過文化登記制度、稅收政策等鼓勵企業向文化事業投資，以實現文化投資主體的多元化。例如，凡投資影視等文化項目的企業，皆可享受 3% 的稅收優惠。各大企業紛紛慷慨解囊投資影視業。

02. 導入市場競爭機制

隨著政策的放開，韓國影視業積極導入市場競爭機制，把作品的市場性、收視率、藝術性和倫理道德作為衡量標準，極大地調動了廣大影視從業人員的創造性和競爭意識。一位知名導演認為，韓劇成功主要靠「四大要素」：

- A. 按市場經濟規律辦事，提升競爭力。
- B. 韓國影視作品大都以家庭故事為主線。
- C. 作品中貫穿儒教思想所倡導的人性和文化精髓。
- D. 劇情內容體現了東方文明和東方人的喜怒哀樂，能讓觀眾產生對生活和愛情的憧憬。

三. 形成產業互動共贏鏈

韓國影視產品走出國門的突出特點之一是影視產業與其他產業形成了共棲、融合和衍生的互動關係，其連帶和波及效益是無法用銷售額來估價的。由韓國最知名電視劇製作公司 MBC 製作的《冬季戀歌》、《大長今》、《藍色生死戀》等電視連續劇，就是在發揮「影星效應」的同時，充分吸收和演繹「時裝、美容、美食」等文化元素，從而推動了這些行業在海外的發展，形成了韓國「時裝熱」、「美容熱」以及「美食熱」。以 2004 年為例，僅這一年就有 71 萬人次的海外遊客是直接或間接受到韓國影視劇的影響赴韓國旅遊的，這些「影迷」給韓國帶來了 7.8 億美元的收入。最近，韓國的 12 家海外文化院、26 家觀光公社海外分社以及 4 家文化信息振興院海外事務所的負責人雲集首爾，集中商討韓國文化產品進軍海外和加強「韓流」影響的方案。與會者一致表示，要重組韓

國海外文化宣傳和旅遊等機構，為擴大韓國文化產品的出口提供「一條龍」服務。據預測，到 2007 年，韓國文化產品的出口額將達到 100 億美元，約占世界文化市場 5% 的份額，屆時，韓國將躍居為世界文化產業前 5 強。(註四)

參◎結論

韓國在各方面都盡心盡力，在金融風暴中置死地而後生就能看出韓國的堅韌度。韓國擁有許多大企業，且各個有強大的企圖心，政府也願意提供政策與制度來配合企業家們的企圖心。加上韓國人的民族性非常強烈，他們非常支持自己的國家與政府，從愛用國貨就能明顯察覺出來。台灣人民不敵韓國人的就是強大的民族性與團結心，當我們不斷往自己的世界鑽研時，韓國正在抬頭挺胸的向前走。近年來韓國不斷搶走新聞的頭條版面，例如：台灣經濟奇蹟已被韓國超越、南韓人均所得領先台灣排名世界第 29... 等都看的出韓國正慢慢的超越台灣。當我們沉迷於「韓流」的同時，是否該回頭看看台灣？看看台灣應該如何在政府的政策、人民的團結、完善的教育等方面進行改變，才能朝國際邁向另一步，讓全世界看到台灣。

肆◎引註資料

註一. 贏家雜誌社 http://winner.1111.com.tw/v16_p096.htm (檢索日期：八月二十四日)

註二. 韓國汽車產業發展概況
<http://big5.mofcom.gov.cn/gate/big5/mep128.mofcom.gov.cn/mep/yjfx/182937.asp> (檢索日期：八月二十四日)

註三. 韓國造船產業最新動向
<http://big5.mofcom.gov.cn/gate/big5/mep128.mofcom.gov.cn/mep/yjfx/165865.asp> (檢索日期：八月二十四日)

註四. 人民網 <http://world.people.com.cn/BIG5/14549/4371920.html> (檢索日期：八月二十四日)

