

The Key Factors Influencing the Investment Inflow into Taiwan from Taiwan-based Firms in Mainland China: A Case Study of

吳耀昌、張景旭；賴其勳

E-mail: 9223151@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

Due to the high production costs in Taiwan and the deterioration of domestic investment environment, a large number of Taiwanese businesspeople have rapidly expanded their investments in Mainland China, hoping to take the advantage of its cheap labor force and land, and to utilize its huge market. The ever-increasing fervor for investment in the mainland, also fueled by the vigorous promotion campaigns of the mainland authorities, has occurred to the detriment of our local manufacturing industries. Over the past few years, our government has been taking positive steps to improve domestic investment environment in order to save Taiwan's economy from worsening. The central government has coordinated closely with local governments to persuade those who have investments in Mainland China to maintain a Taiwan-based operation. Chang-hua Coastal Industrial Park (CHCIP) is a case in point. Using this huge and well-designed industrial park as one of the incentives, Chang-hua County has taken concrete actions to attract entrepreneurs to invest in the Park, hoping the County's prosperity can be enhanced. Using the CHCIP's promotion program as a case study, this research explores the pivotal factors influencing the decisions of Taiwan-based firms in the mainland on their planning to invest in Taiwan. The author hopes that the results of the study will be useful for CHCIP's promotion efforts. Being an exploratory and qualitative research, the study uses depth interview as an instrument for analysis. The data collected from the interviews are used to analyze the intentions of the Taiwan-based firms in the mainland in terms of investing at CHCIP under CHCIP's current situation. This research also identifies the crucial factors affecting these firm's CHCIP investment plans. The findings of this research are as follows. First of all, when doing business in Mainland China, Taiwanese are most troubled by the huge expenditures on public relations, followed by excessive taxes and forced donations, unfair competitions from mainland's local enterprises, and tough punishments for tax evasion. As regards the decision-making of investing at CHCIP, the respondents are being asked, under current investment environment, whether and why they choose to invest in Chang-hua. Their answers are two kinds. Those who decide not to return to CHCIP show that they are most attracted by the special treatments Mainland China give to early investors and the cheap labor and land offered by the mainland authorities. Those who are willing to return to CHCIP make their decisions based primarily on the considerations for their own family members and on the confidence in Taiwan's high quality employees and products. The next factor in importance is CHCIP's being adjacent to Taichung Harbor, which they consider will benefit their business operation once the ban on direct cross-strait transportation is lifted. Finally, in terms of the incentives offered by CHCIP, most businesspeople consider the following factors crucial: (1) lowering the initial capital expenditures in building factories; (2) designing CHCIP as a medium and small enterprises-based industrial park exclusively for traditional industries; (3) establishing a consulting office to help upgrade the operation of medium and small enterprises. Other important factors include designating Taichung Harbor as a free trade area which include CHCIP, and implementing the policy of direct cross-strait transportation.

Keywords : Chang-hua Coastal Industrial Park ; Taiwan-based firms in Mainland China ; medium and small enterprises ; industrial park ; traditional industry ; Taichung Harbor

Table of Contents

第一章 諸論 第一節 研究背景與動機.....	1	第二節 研究目的.....	
.....4		第二章 文獻探討 第一節 台商投資中國大陸概況.....	6
.....13		第二節 大陸台商回台投資意願之影響因素.....	13
.....39		第三節 彰濱工業區概況.....	27
.....63		第四節 態度.....	39
.....63		第五節 政府行銷.....	52
.....72		第三章 研究方法 第一節 研究工具.....	63
.....72		第二節 研究流程.....	69
.....82		第三節 研究設計.....	72
.....82		第四節 研究範圍與研究限制.....	80
.....127		第四章 研究資料分析結果 第一節 現存條件下，大陸台商回彰濱工業區投資決策之優缺點.....	82
.....127		第二節 改變條件下，促使大陸台商回彰濱工業區投資之影響因素.....	127
.....155		第三節 綜合分析.....	155
.....168		第五章 結論與建議 第一節 結論.....	168
.....176		第二節 政府部門應如何增加彰濱工業區的優勢.....	176
		第三節 政府部門應如何改善彰濱工業區劣勢.....	

的重點工作.....	192	第四節 改善台商對彰濱工業區之態度的策略.....	200
第五節 從行銷的觀點去擬定彰濱工業區的招商策略.....	204	第六節 未來研究建議.....	213
參考資料.....	214	圖目錄 圖2.1 態度的三個組成要素圖.....	
.....	42	圖2.2 認知、情感、行為意圖與行為間之關係圖.....	43
.....	44	圖2.4 Fishbein模式.....	46
.....	48	圖2.6 民間企業與政府機構交換關係的比較圖.....	56
關係圖.....	57	圖2.8 政府行銷規劃的流程.....	58
之研究流程圖.....	67	圖3.2 研究流程圖.....	71
研究前架構圖.....	73	圖4.1 研究後架構圖.....	
.....	156	表目錄 表2.1 台商在中國大陸投資概況.....	9
表2.2 台商在中國大陸投資所遭遇之困難因素整理表.....	21	表2.3 彰濱工業區各區土地使用分配表.....	30
表2.4.1 彰濱工業區（鹿港區）土地出售概況.....	32	表2.4.2 彰濱工業區（線西區）土地出售概況.....	33
表2.5 彰濱工業區開發情況.....	35	表2.6 彰濱工業區廠商產業別統計表.....	37
表3.1 本研究受訪者基本資料.....	75	表4.1 現存條件下大陸台商在認知上認為回彰濱工業區投資之優點.....	83
表4.2 現存條件下大陸台商在認知上認為回彰濱工業區投資之缺點.....	91	表4.3 現存條件下大陸台商在認知上認為不回彰濱工業區投資之優點.....	106
表4.4 本研究所發現之台商在大陸投資所遭遇之困擾因素與文獻所發現的因素之異同比較表.....	113	表4.5 大陸台商在認知上認為在大陸投資最感困擾的不利因素彙整表.....	126
表4.6 大陸台商在認知上希望增加彰濱工業區優點的有關意見.....	129	表4.7 大陸台商在認知上希望改善彰濱工業區缺點的有關意見.....	139
表4.8 大陸台商在認知上認為不回彰濱工業區投資之優點已逐漸降低的有關意見.....	149	表4.9 大陸台商在認知上認為不回彰濱工業區投資之缺點已逐漸增加的有關意見.....	152
表4.10 現存條件下，台商回彰濱工業區投資的意願與關鍵因素.....	162	表4.11 改變條件下，促使台商回彰濱工業區投資的關鍵因素.....	165
表5.1 彰濱工業區租售價格與其他工業區、科學園區比較表.....	194		

REFERENCES

- 一、中文書目 1. 王淮（1994），中小企業大陸市場進入模式之研究，國立政治大學企業管理研究所碩士論文。 2. 王綽中(2002)，中共統計1995以來台商投資大陸增幅創新高，中國時報，4月5日。 3. 中國國家統計局(1995)，中國統計年鑑。 4. 中華民國經濟部統計處（2002），製造業對外投資實況調查，中華民國經濟部統計處調查報告。 5. 中華工程彰濱工業區服務中心網站 <http://www.besland.com.tw/land/cb/cb.htm> 6. 方進呈（2003），我國現階段製造業投資環境之政治經濟分析 以台南縣為例，國立中正大學政治學研究所碩士論文。 7. 石再添(1980)，台灣西部海岸線演變及海埔地開發，台灣師大地理研究報告，第六期，頁1-36。 8. 古永嘉譯（1996），企業研究方法，台北市:華泰文化事業公司。 9. 台南水工試驗所(1991).彰濱工業區整體開發規畫調查研究，第一部分第三冊，經濟部工業局。 10. 朱美珍（1992），社會科學研究中有關質得探討，質化研究在社會工作界的應用 論見彙編，社會工作員訓練叢書之四十六，頁64-87，許臨高主編，中華民國社區發展研究中心。 11. 李旭東（1994），台商投資大陸的策略選擇與經營之研究，國立台灣大學商學研究所碩士論文。 12. 李麗珍（1999），大陸投資環境區域風險評估，兩岸經貿通訊，第八十七期。 13. 李煥仁（2002），創新育成模式對協助中小企業全球化的啟示，台灣經濟研究月刊，第25卷第5期（5月號），頁64-69。 14. 李誠（2002），台灣的憂與喜-憂在公部門，喜在民間的創新能力，遠見雜誌，2002年8月號，頁206-208。 15. 吳啟禎（2001），中國大陸加入世界貿易組織之宏觀分析，國立成功大學政治經濟研究所碩士論文。 16. 吳錦文（1999），兩岸投資環境之比較，國立中山大學大陸研究所碩士論文。 17. 何雍慶（1993），台商大陸投資動機與行為之探討，投資大陸市場，中華民國管理科學學會出版，頁3-65。 18. 林賢光（2002），探討台商企業赴大陸投資之環境與遭遇困難 以長江三角洲科技產業為例，國立交通大學科技管理學成碩士班碩士論文。 19. 林東泰（1996），社會行銷的理論與實務，社會教育學刊，國立台灣師範大學社會教育學系，頁49-74。 20. 林建煌（2002），消費者行為，台北:智勝文化。 21. 邱振森（1999），兩岸通航的「境外轉運中心」問題，共黨問題研究，第25卷第6期，頁18-36。 22. 柯元達（1994），台商派駐大陸經理人適應問題研究，中山大學企業管理研究所碩士論文。 23. 高孔廉、黃銘章(1999)，台灣上市公司赴大陸投資型態與經營成效之研究，第一屆台灣管理學術國際研討會論文集，頁300-340。 24. 高長、王文娟（1999），大陸經營環境變遷對台商投資影響之研究，台北:中華經濟研究院，頁152。 25. 高長（2002），大陸外資政策的演變，大陸經改與兩岸經貿關係，台北市:五南圖書公司。 26. 粘百豐（2002），外人來台直接投資 集中程度與影響因素之分析，國立政治大學國際貿易學系碩士論文。 27. 陳俊宏（2002），中小型台商於中國大陸投資關鍵因素與組織績效之關聯研究，國立雲林科技大學企業管理系碩士論文。 28. 陳麗瑛（1993），港、韓、台商大陸投資之比較，經濟前瞻，第31號。 29. 陳溪清（1990），中國大陸投資環境之研究，文化大學三民主義研究所碩士論文。 30. 陳雅慧（2003），一千大CEO調查:三成企業主考慮舉家移居大陸，天下雜誌，第274期，頁68-77。 31. 黃建銘（2000），公部門行銷模式與策略之探討，人力發展月刊，第75期，頁29-38。 32. 黃俊英（1996），行銷研究 - 管理與技術，台北:華泰書局。 33. 黃俊英、楊必立、陳定國、劉水深、何雍慶（1999），行銷學，台北市:華泰文化事業公司。 34. 程永明（2002），中國大陸市場進入模式

權變模型建構之研究 台灣製造業之實證分析, 國立成功大學企業管理學系博士班博士論文。 35. 賀國城 (1996), 企業國際化策略之研究 台灣製造業的實証研究, 大葉工學院事業經營研究所碩士論文。 36. 張紹勳(2001), 研究方法, 台中市:滄海書局。 37. 張景旭 (2002), 質性方法課堂筆記。 38. 經濟部投資業務處網站: <http://www.idic.gov.tw/spring.html> 39. 經濟部投資審議委員會 (2002), 台商在大陸投資現況, 網址 40. 經濟部工業局(1996), 彰濱工業區開發簡介。 41. 經建會法協中心:何俊輝、陳松造 (2002), 自由貿易港區規劃之評析, 兩岸經貿月刊, 第一二九期, 頁2-17。 42. 黃崇哲、何彩滿、許素鳳(2002), 強化中小企業全球佈局能力之可行做法, 台灣經濟研究月刊, 第25卷第6期, 頁23-27。 43. 賴昌澤 (2001), 台灣製造業海外直接投資決定因素之探討, 私立銘傳大學經濟學研究所碩士論文。 44. 賴其勳譯 (2000), 消費者行為, 台北市:麥格羅 希爾。 45. 裴俊凱 (2002), 大陸資稅優惠政策對台商外移關聯性之研究, 國立政治大學財政研究所碩士論文。 46. 劉東皋 (2001), 台商大陸經營之政治風險認知與因應策略研究 以自行車產業為例, 私立朝陽科技大學企業管理系碩士論文。 47. 蔡宏明 (2002), 兩岸加入WTO後之台商投資發展趨勢, 經濟情勢暨評論, 第7卷第4期, 頁44-70。 48. 蔡敦浩 (1985), 策略決策過程之研究, 國立政治大學企業管理研究所未出版博士論文。 49. 鄭伯璦編譯 (1994), 消費者心理學, 台北: 大洋出版社。 50. 顏慶章 (1999), 租稅法, 台北:實用稅務出版社。 51. 戴育祥 (2000), 台商對外直接投資的區位選擇分析 Conditional Logit Model 的應用, 國立政治大學財政研究所碩士論文。 52. 嚴勝雄 (1996):彰化地區之發展及其課題---以彰濱工業區為例, 台灣省高中教學輔導團85學年度地理科教師研習活動研習手冊, 頁14-22。 53. 蕭育鎮 (2002), 企業海外投資進入模式影響因素之研究 以台商投資大陸實證探討, 私立大葉大學國際企業所碩士論文。 二、英文書目 1. Allport, G. W. (1935) Attitudes. Inc. Murchison eds., A handbook of social psychology. Worcester, Mass: Clark University Press. 2. Assael, H.(1992) Consumer Behavior and Marketing Action., 4th ed.,PWS-KENT Publishing Company. 3. Ajzen, I and M. Fishbein (1977) Attitude-behavior relations: a theoretical analysis and review of empirical research. Psychological Bulletin 84 (Septmber 1977):pp.888-918. 4. Churchill, G. A. (1995) Marketing Research:Methodological Founddations, 6th ed , Texas:Dryden Press. 5. Coffman, L.L. (1986) Public-Sector Marketing : A Guide for Practitioners, New York : John Wiley & Sons, Ins. 6. Cooper ,D. R. and C.W. Emory(1995),Business Research Methods , Richard D.Irwin Inc. 7. Crompton, J.L. and C.W.Lamb Jr. (1986) Marketing Government and Social Services, New York:John Wiley & Sons,Inc. 8. Engel, J. F., R. D. Blackwell, and P. W. Miniard (1995) Consumer Behavior, 8th edition, Dryder Press. 9. Ferber, R. (1970) The expanding role of marketing in the 1970 ' s. Journal of Marketing , vol.34 , pp.29-30. 10.Fishbein, M. and I. Ajzen.(1975) Belief, Attitude, Intention, and Behavior:An Introduction to Theory and Research. Reading., MA:Addison-Wesley. 11.Freedman, J. L. and S. C. Fraser (1966) Compliance without pressure: the foot-in-Door technique. Journal of Personality and Social Psychology, 4 , August, pp.195-202. 12. Harrison, D.A., P.P. Mykytyn Jr. and C.K. Riemenschneider, (1997) Executive decisions about adoption of information technology in small business: theory and empirical tests. Information Systems Research, Vol.8: 2, pp.171-195. 13. Hawkins, D. I., Roger J. B. and Kenneth A. C.(1998) Consumer Behavior: Building Marketing Strategy, 7th ed. MacGraw-Hill Companies, Inc. 14. Hughes, D. G. (1973), Demand analysis for marketing decision. In D. A Aaker and A.L. Biel, Eds., 1993. Brand equity and advertising, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Hillsdale. 15. Katz,D. (1975) The functional approach to the study of attitudes. Public Opinion Quarterly 24 (Summer 1960) , pp.163-204. 16.Kotler, P. and G. Zaltman (1971) Social marketing :an approach to planned social change. Journal of Marketing , Vol.35, Jul.,pp.5. 17. Kotler, P. and E. L. Roberto(1989) Social Marketing:Strategy for Changing Public Behavior , New York:The Free Press, A Division of Macmillan. 18.Kotler, P.(2000) Marketing Management, 10th ed. Prentice-Hall International, Inc. 19. Lamb, C.W.Jr (1987) Public sector marketing is different. Business Horizon ,July-August,pp.56-60. 20. Miller, W. L. and B. F. Crabtree (1992) Primary care research :a multimethod typology and qualitative research map. In Crabtree & Millers (eds) , Doing Qualitative Research, Newbury Park CA:Sage 3-28. 21. Mokwa ,M.P.and S.E.Permut ed (1981) ,Government Marketing:Theory and Practice, New York:Praeger Publishers. 22. Mowen, J. C. and C.Robert (1980) On implementing the door-in-the-face compliance strategy in a marketing context. Journal of Marketing Research, 17, May, pp.253-258. 23. Ritzer, George (1996) Modern Sociological Theory , New York: McGraw-Hill Companies,Inc. 24. Rindfleisch, A. and J. B. Heide (1997) Transaction cost analysis past, present, and future applications. Journal of Marketing , 61, (October) ,pp. 30-54. 25. Rosenberg, M. J. and C. I. Hanland.(1960) Cognitive, affective, and behavior components of attitude. in Attitude Organization and Change: AnAnalysis of Consistency among Attitude Components. Eds. M. J.Rosenberg et al. New Haven, CT: Yale University Press. 26. Schiffman, L. G.and L. L. Kanuk (1994), Consumer Behavior 5 thed. Singapore :Prentice Hall. 27. Schiffman,L. G. and L. L. Kanuk (1997) Comsumer Behavior, 6th ed. 28. Sheth, J. N., B. Mittal and B. I. Newman (1999) Consumer Behavior. Orlando: The Dryden Press. 29. Shappard, B.H., J. Hartwick and P.R. Warsaw (1998) The theory of reasoned action: a meta-anaysis of past research with recommendations for modifications and future research. Journal of Consumer Research, Vol.15, pp.325-343. 30. Snavelly, K. (1991) Marketing in the government sector:a public policy model. American Review of Public Administration, Vol.21, No.4.