

國立台灣師範大學

政治學研究所

碩士學位論文

中國大陸對台採購之政治經濟分析

指導教授：魏 艾 教授

范世平 教授

研究生：林文正

中華民國 101 年 6 月

National Taiwan Normal University
Graduate Institute of Political Science

**The Political Economy of Mainland China's
Procurement Policies to Taiwan**

Advisor : Wei, Ai Ph.D.

Fang, Shih-Ping Ph.D.

Graduate Student : Lin, Wen-Cheng

June 2012

Taipei, Taiwan, Republic of China

國立臺灣師範大學政治學研究所
碩士論文通過簽名表

所別：政治學研究所碩士班

姓名：林文正 學號：697100104

論文題目：中國大陸對台採購之政治經濟分析

經審查合格，特予證明

論文口試委員

曲兆祥

曾喜娘

魏艾

(指導教授)

范世平

(指導教授)

所長簽章：

范世平

中華民國 101 年 01 月 12 日

題目：中國大陸對台採購之政治經濟分析

摘要：

本研究旨在關注中國大陸在 2009 年與 2010 年對台灣進行政策性採購的事件。兩岸在 2008 年 5 月正式開展經濟制度化的合作之後，同時中國大陸也積極的對台灣進行採購活動，以表達其協助台灣經濟發展的善意。但是，政策性採購屬於非制度性的經濟政策，也往往受到政治力量的左右，並兼具「強制性」與「交易性」的經濟策略術性質。是此，兩岸既然要走向制度化的經濟合作，中國大陸為什麼要對台灣進行採購？是基於經濟合作的目的？還是在經濟議題上進行統戰？抑或是累積經濟制約的能量？

近年來，既有文獻對於政策性採購的研究主要分為兩個面向：第一、以國內經濟發展為主。其目標為發展國內的經濟能力，並透過採購先進國家的設備與技術，進而提升國內產業在國際上的競爭力；第二、拓展政治影響力。其目標為：提升在國際上的正面形象、增加在國際組織內的影响力，以及提高對其他國的交叉利益。因此，政府透過採購政策的制定，在經濟上有助於國家內部的經濟發展並擴展國際市場；在對外政治上則具有外交政策的延伸效果。而本研究認為，在特殊的兩岸關係背景下，中國大陸政府為兼顧政治目標與國內經濟發展，在採購政策的執行過程中，會依照其政經目標的改變而調整採購政策的經濟策略術性質，有效的將政治與經濟議題連結與分離進一步達成其特定的目標。

關鍵字：採購、經濟策略術、經濟合作、經濟統戰、經濟制約

Title of Thesis: The Political Economy of Mainland China's Procurement Policies to Taiwan

Abstract:

This thesis aims to discuss the China's Procurement Policies to Taiwan in 2009 and 2010. Since Taiwan and Mainland China launched economically institutionalized cooperation in May 2008, Mainland China has been active with procurement to Taiwan in order to provide friendly assistance for Taiwanese economic development. However, institutionalized procurement also means "non-institutionalized" economic policy, which is frequently influenced by political power and meanwhile includes economic strategies, "coercive" and "exchange". Therefore, why does China Mainland adopt activities of procurement to Taiwan since Taiwan and China are aiming to institutionally economic cooperation? Is it because of a purpose of economic cooperation, united front in economic issues or accumulating the energy of economic restriction?

In recent years, the current literatures toward research of policy procurement basically divide into two dimensions: one mainly targets on the development of domestic economy, which aims to develop economic capability in the country and strength competence of domestic industries in the globe by purchasing facilities and techniques in Western countries. The other is to build up the political influence, which aims to promote positive image on international, increase influences among international organizations and enhance cross-profits to other countries. Hence, the government formulates procurement policies would be helpful to develop economy in the country as well as to expand international market. This causes extending effects in diplomatic policies when it comes to foreign politics. The study reckons, under the unique political circumstance between Taiwan and China Mainland, Chinese government will adjust procurement policies according to changes of political and economic goals, in order to give consideration to political goals and economic development in the country when executing the whole process of procurement policies, which will effectively leads political and economic issues to reach a specific goal.

Keywords: Economic Statecraft, Economic Cooperation, Economical United Front, Economic restriction.

中國大陸對台採購之政治經濟分析

目 錄

第一章 緒 論	1
第一節 研究動機與目的	1
第二節 研究問題與架構	3
第三節 文獻探討	10
第四節 研究設計與方法	20
第五節 研究範圍與限制	22
第六節 章節安排	24
第二章 中國大陸對外採購策略的發展與演變	27
第一節 中國大陸對外採購的發展脈絡	28
第二節 採購策略與經濟策略術:解釋與運用	39
第三節 比較的角度	52
第四節 小結	59
第三章 是採購?還是統戰?: 中央、地方各異其趣	63
第一節 中國大陸對台採購策略的發展	65
第二節 來台採購團的組成:構成與特色(2009 年至 2010 年)	76
第三節 對台採購策略的操作: 案例的建立與解釋	82
第四節 小結: 經濟合作、統戰與制約?	94

第四章 對台採購的執行與成效：台灣的視角	97
第一節 訪談資料的建構.....	98
第二節 中國大陸對台採購的執行面	102
第三節 中國大陸「惠台政策」的影響.....	111
第四節 中國大陸對台採購的成效評估.....	118
第五節 小結.....	126
第五章 結 論	129
第一節 研究發現.....	129
第二節 研究限制與未來展望.....	137
參考文獻	139
附件一	149
附件二	150
附件三	156
附件四	161

圖目次

圖 1-1 本文研究架構圖.....	9
圖 1-2 本文研究設計圖(個案研究法).....	20
圖 2-1 採購策略流程圖.....	45
圖 2-2 採購策略的複合性質.....	46
圖 2-3 中國大陸商務部組織採購團的流程圖.....	49
圖 2-4 中國大陸飛機採購流程圖.....	72
圖 3-1 中國大陸商務部組織對台採購團的流程圖.....	51
圖 3-2 2009 年中國大陸赴台採購金額(含意向書).....	80
圖 3-3 2010 年中國大陸赴台採購金額(含意向書).....	80
圖 3-4 中國大陸對外採購決策架構圖.....	83
圖 4-1 中國大陸商務部組織對台採購團的流程圖.....	105
圖 4-2 台灣對中國大陸貿易順差統計圖(1998 年至 2007 年).....	113
圖 4-3 台灣對中國大陸貿易占我外貿之比重(1998 年至 2007 年)....	114
圖 4-4 中國大陸對台灣貿易占中國大陸外貿之比重(1998 年至 2007 年)	114
圖 4-5 台灣民眾認知大陸政府對我不友善態度(2002 年至 2007 年)	115
圖 4-6 台灣民眾對於兩岸交流開放速度的看法(2002 年至 2007 年)	116
圖 4-7 台灣民眾對於統一與獨立的看法(2002 年至 2007 年).....	117
圖 4-8 2005 年至 2010 年台灣的經濟成長率.....	119
圖 4-9 兩岸貿易金額統計(2005-2010 年).....	119
圖 4-10 台商對大陸(地區)投資金額(2006 年~2010 年).....	124
圖 4-11 台商對大陸(地區)投資件數(2006 年~2010 年).....	125

表目次

表 1-1 與本研究相關博(碩)士論文一覽表.....	10
表 1-2 本文研究範圍一覽表.....	23
表 2-1 台美貿易統計表.....	30
表 2-2 中美貿易統計表.....	35
表 2-3 經濟策略術正面與負面獎勵的比較表.....	44
表 2-4 2009 年 2 月份中國大陸赴歐採購概況表.....	55
表 2-5 採購策略的操作:以「對象」為主.....	58
表 2-6 採購策略的操作:以「時間點」為主.....	59
表 2-7 採購策略的操作:以「契約履行」為主.....	59
表 3-1 中國大陸赴台農業採購概況表(緊急採購).....	66
表 3-2 2009 年中國大陸赴台採購團概況表.....	73
表 3-3 2010 年中國大陸赴台採購團概況表.....	74
表 3-4 台採購次數分佈表(2009 年至 2010 年).....	77
表 3-5 來台採購團層級統計表(2009 年至 2010 年).....	78
表 3-6 採購團團長層級統計表(2009 年至 2010 年).....	79
表 3-7 2009 年至 2010 年對台採購新聞內容分析表.....	90
表 3-8 對台採購的宣傳時機:中央與地方的交叉分析表.....	92
表 3-9 對台採購策略的目標:中央與地方的交叉分析表.....	93
表 4-1 訪談對象一覽表.....	99
表 4-2 訪談問題大綱.....	101
表 4-3 馬英九的兩岸政策對台灣經濟影響次數分佈.....	121
表 4-4 台灣民眾的統獨立場次數分佈.....	121

第一章 緒論

本章主要分為五個部分，分別闡述本研究的研究動機與目的、問題與架構、相關文獻探討、研究的方法以及研究範圍與限制。藉以描繪本文的研究整體輪廓與架構內容。

第一節 研究動機與目的

2008年12月31日的紀念「告台灣同胞書30年」座談會上，中國大陸國家主席胡錦濤對於兩岸政策的發展進行演說。其中，關於兩岸的經濟合作議題，他表示：「兩岸同胞要開展經濟大合作，擴大兩岸直接三通，厚植共同利益，形成緊密聯繫…歡迎並支持台灣企業到大陸經營發展，鼓勵和支持有條件的大陸企業到台灣投資興業…期待實現兩岸經濟關係正常化，推動經濟合作制度化…兩岸可以為此簽定綜合性經濟合作協議，建立具有兩岸特色的經濟合作機制…有利於台灣經濟提升競爭力和擴大發展空間，有利於兩岸經濟共同發展，有利於探討兩岸經濟共同發展同亞太區域經濟合作機制相銜接的可行途徑。」¹這同時也呼應了2008年4月在博鰲論壇中與台灣兩岸共同市場基金會代表團所達成的兩岸經濟合作共識，使得兩岸的經濟「正常化」與「制度化」合作勢在必行。²似乎正如自由主義者所言，在經濟全球化的發展下，區域之間合作議題的廣度與深度不斷增加並朝向互賴合作的脈絡發展。

¹ 在這場會議之中，胡錦濤提出了六點對台原則，分別為：一、恪守一個中國，增進政治互信；二、推進經濟合作，促進共同發展；三、弘揚中華文化，加強精神紐帶；四、加強人員往來，擴大各界交流；五、維護國家主權，協商對外事務；六、結束敵對狀態，達成和平協議。基本上，仍然維持著「告台灣同胞書」的原則。對於經濟合作的部分，則強調加強兩岸正常化與制度化的目標，本文主要關注於第二點的經濟合作的部分，兩岸經濟合作議題為本文討論的重點。請參照：中評網(2008)，〈紀念告台灣同胞書 胡錦濤重要講話〉，【線上資料】，2008/12/31，中評網，http://www.chinareviewnews.com/doc/1008/4/4/7/100844796_2.html?coluid=7&kindid=0&docid=100844796&mdate=1231165416，檢索日期，【2009/05/16】。

² 黎珍珍(2008)，〈博鰲胡蕭會 看老蕭跨出第一步〉，【線上資料】，2008/4/15，中時電子報，http://forums.chinatimes.com/report/news_homerun/970415/03-1.htm，檢索日期，【2009/04/16】。

但是，2009 年年初，美國金融市場所引發的金融海嘯危機，使得各國的經濟保護主義蠢蠢欲動。在此之中，中國大陸適時的利用政策性採購消解其壓力並進一步增加對外的政治影響力；³同年六月，大陸海峽兩岸經貿交流協會派出「兩岸經貿促進考察團」來台灣進行採購，首發團團長李水林更說出「上不封頂」的豪語，展現出大陸雄厚的採購實力，這對於受到金融海嘯衝擊的台灣無疑是一項利多。⁴但是，這種由政府所推動的經濟交往模式並非屬於本文前面所描述的經濟正常化或是制度化的合作模式，反而是以強烈的政治力量作為背後推手。

中國大陸自改革開放以後，對外經濟策略的運用日益重視並發展以經濟建設為中心的外交戰略。在 2004 年的「中國外交」一書中正式提出經濟外交的概念，並於 2009 年所出版的文中更加明確指出「大力開展經濟外交，因應國際金融危機」的目標。中國大陸在經濟與外交兩個領域的相互作用之下，已經成為密不可分的狀態(中華人民共和國外交部，2009：25)。⁵而這類的觀點正符合現實主義者的看法，國家重視權力(經濟)手段的運用並以增強國家權力、財富與安全作為主要目標。中國在經濟快速發展的過程中，積極透過經濟策略來拓展與新經濟體之間的關係，使得經濟策略的操作不但扮演對西方國家政治與經濟風險的「減壓器」，更可能進一步轉變成為政治衝突中的「加壓器」(蔡東杰，2008：114)。其中，策略性採購便是中國大陸對外經濟策略重要的一環。採購計畫不但可以減少與發達國家之間的貿易差距，也能與發展中國家形成互惠互補的交流合作，更能以援助的姿態對貧困國家進行協助。然而，採購計畫涉及一連串的過程，包含採購對象的選擇、採購的時間點、採購項目的種類多寡、採購金額的大小，以及契

³ 中國大陸國務院總理溫家寶赴歐訪問表示，即將組織採購團赴歐洲，採購中國所需要的設備、商品和技術。其認為德國、西班牙、瑞士、英國紛紛陷入了嚴重的經濟衰退，貿易保護主義正在形成。使得來自中國的貿易合作顯得更重要。強調中國是「堅決反對貿易保護主義的、言行一致的、負責任的大國」。請參照。中央社(2009)，〈溫家寶：中國將迅即組織採購團赴歐採購〉，【線上資料】，2009/2/2，中央社，<http://www.cna.com.tw/SearchNews/doDetail.aspx?id=200902020244>，檢索日期，【2010/02/03】。

⁴ 中評網(2009)，〈李水林：有需要就從台灣買 採購金額上不封頂〉，【線上資料】，2009/6/1，中國評論網，<http://www.chinareviewnews.com/doc/1009/8/4/8/100984813.html?coluid=158&kindid=6013&docid=100984813&mdate=0611173022>，檢索日期，【2009/07/01】。

⁵ 「中國外交」由中國各地區業務司所撰稿，中國外交部政策規劃司主編，每年出版一卷，其目的在於比較並準確的闡述中國的外交政策與中國對國際情勢的看法。相關介紹請參考「中國人民共和國外交部網站」，<http://www.fmprc.gov.cn/chn/pds/wjb/zfxxgk/xxgknb/>。

約履行的程度，這些採購過程逐漸發展成為中國大陸對外政治與經濟議題的談判籌碼（bargaining counters）。

然而，在國際上也不時傳出中國大陸企圖透過採購計畫的操作作為談判籌碼的相關看法。⁶因此，兩岸在經濟制度合作尚未明朗化的情況下，中國大陸對台灣的採購計畫將會使得兩岸未來的經濟合作朝向正面或是負面發展？基於以上的論述，歸結出本文的研究動機：「兩岸既然要走向制度化的經濟合作，中國大陸為什麼要對台灣進行採購計畫？其目的又為何？面對中國大陸一連串的採購團攻勢對於台灣的政治與經濟又會有什麼影響？」。根據以上論點整理出本文的研究目的：「透過中國大陸對外相關的採購事件與 2009 年到 2010 年對台的採購事件進行比較，以了解大陸對台採購策略的運作與執行以及採購政策對台灣的影響，進而對於未來兩岸經濟合作的進程提出建議與檢討」。

第二節 研究問題與架構

壹、交易性與強制性策略的並行：「採購策略」的重要性

中國大陸在社會主義和共產主義理論的意識形態基礎上發展中國特色社會主義，雖然引入了資本主義的經濟概念，但本質上仍然是以社會主義為的計畫經濟模式為主。⁷而中國大陸在經濟轉型的初期同時面臨經濟發展與對外關係的困境(如，中蘇關係惡化、美國與歐洲國家對中圍堵策略)。於是，有策略的將計畫經濟與政策性採購結合，進而成為中國大陸突破外部封鎖的重要手段，使得「採

⁶ 國際媒體經常以中國大陸對法國空中巴士的訂單數量與履約狀況為分析案例。其認為法國空中巴士的訂單經常受到中國大陸政治力量的影響，間接表達中國政府在某項議題(如：接見達賴喇嘛、奧運聖火)上的抗議與不滿。相關報導請參考：中評網(2009)，〈中國取消空客訂單 外媒指薩科齊損失慘重〉，【線上資料】，2009/3/1，中評網，<http://www.chinareviewnews.com/doc/1009/0/0/7/100900771.html?coluid=7&kindid=0&docid=100900771>，檢索日期，【2009/10/01】。

⁷ 「中國特色社會主義」，是鄧小平自十二大開幕詞所提出的概念，主要內容為將資本主義的概念帶入中國社會主義的運作中。相關內容請參照：新華網(2007)，〈十七大詞典：中國特色社會主義〉，【線上資料】，2007/10/16，新華網，http://news.xinhuanet.com/newscenter/2007-10/16/content_6889438.htm，檢索日期，【2010/4/01】。

購團」的運作以及動向成為外界觀察中國大陸政經動向的焦點。以下將分述中國大陸對外採購概念的形成以及中國大陸採購團的特色，以說明研究中國大陸對外採購政策的重要性。

一、中國大陸對外採購概念的形成

皮爾遜 (Pearson, 1991: 112-13) 認為中國大陸雖然在 1979 年改革開放以後走向市場經濟的發展，但是在經濟發展的過程中仍脫離不了社會主義的運作方式，而最具代表性的經濟政策為五年一次的計畫，其透過計畫經濟有效的控制外來投資以及對外採購(包含輸入技術與設備的項目)的運作方向。以中國大陸第七次的五年計畫為例，其計畫內容的任務以經濟發展為主，提升基礎建設、產業技術以及人力資源等。其中，對全社會固定資產投資 (Total Investment in Fixed Assets) 12,960 億元，全民所有制單位的固定資產投資總額五年為 8,960 億元，(包含基本建設投資 5,000 億元，更新改造投資 2,760 億元，其他投資 1,200 億元) 五年新增固定資產 6,000 億元。⁸由於，此時工業發達國家的資金、技術與人才大量過剩，中國大陸對於固定資產的投資在政府的引導下形成進行一波波對外的採購計畫並創造難以估算的利益，進而使得各國企業競相爭取進入中國大陸的採購名單之中。

其中，採購計畫不但成為中國大陸發展內部經濟的來源，也逐漸發展成為重要的對外經濟交往政策。以 1990 年 10 月中國大陸赴美國採購為例：中美經貿關係在 80 年代快速發展，但是受到 1989 年六四天安門事件的影響之後使得中美關係停滯。隔年，中國大陸隨即派出大型的採購團，採購 7 億美金的商品、技術以及設備，不但受到美國的肯定，也對中美關係產生正向的幫助 (何中順，2007：

⁸ 第七次五年計畫期間的主要任務為：一、進一步為經濟體制改革創造良好的經濟環境和社會環境，努力保證社會總需求和總供給的基本平衡，使改革更加順利地開展，力爭在五年或更長一些時間內，基本上奠定有中國特色的新型社會主義經濟體制的基礎；二、保持經濟持續穩定增長，在控制固定資產投資總額的前提下，大力加強重點建設、技術改造和智力開發，在物質技術和人才方面為九十年代經濟和社會的繼續發展準備必要的後續能力；三、在發展生產和提高經濟效益的基礎上，繼續改善人民生活。相關內容請參照：新華網 (2005)，〈第七個五年計畫 (1986-1990)〉，【線上資料】，2005/10/7，新華網，http://news.xinhuanet.com/misc/2005-10/07/content_3590245.htm，檢索日期，【2011/02/01】。

181-84)。在此之中，中國大陸在「以經濟促外交」基本發展模式下，持續的透過採購策略來拓展與其他國家政治與經濟的交流，使得派遣採購團執行採購計畫成為常態的交流模式，不但促成國內外的經濟連結，更提升國家在國際上正面的形象。

二、中國大陸「採購團」的特色

政治經濟學學者指出：「雖然政治與經濟是兩個不同的實體 (realities)，卻相互牽動，並成為汲取社會資源(權力與利益)兩種不相悖的方法與手段」(宋鎮照，2005：6)。這種政治與經濟相互配合的運作形式，對於發展中國家而言更是如此(如，亞洲四小龍)。由於，發展中國家的政策運作多以「國家」的利益作為主要決策核心，而在政治與經濟的互動下，則經濟政策便可能成為遂行國家意志的工具。克諾爾和克雷格 (Knorr and Trager, 1977) 認為大國可以透過經貿的援助或制裁，可以促使 (或是逼迫) 目標國改變對內或是對外的政策。對於經濟政策手段運用的研究，包含經濟制裁 (sanctions)、經濟援助 (assistance)、經濟滲透以及經濟誘勸 (inducement) 等。進一步將策略分類，則可分為強制性策略 (coercive statecraft) 與交易性策略 (exchange statecraft) 兩類。然而，中國大陸「採購團」的經濟政策卻難以歸類，因為其採購團具有「複合式」的經濟策略術性質。由於，採購計畫涉及一連串的運作過程，從一般的採購技術分析，其包含採購的時間點、採購對象的選擇、採購項目的種類與數量多寡、採購金額的大小，以及契約履行的程度，最終目標是將有限的資源做最有效的配置以達利益最大化 (王忠宗、許成，1991：30-57；許振邦，2004：4-7)。⁹而中國大陸政府便可以在這些採購的過程之中進行操作以獲取國家利益，以下將進一步說明其特色：

(一) 採購對象與項目皆受到計畫經濟的影響

中國大陸對外的採購計畫並非漫無目標的採購，而是由中央政府主導重要的經濟運作。其中，最具代表性便是中國的全國人民代表大會每五年所決議一次的計畫經濟，而計畫經濟的內容將會牽動國內相關產業的發展並成為跨國企業的重

⁹ 形成採購的要素共有五項：供應商、時間、價格、數量與品質。其原則為適時適當，以利企業資源有效的降低成本以及有效率的運用，已獲取最大獲益 (王忠宗、許成，1991：30-57；許振邦，2004：4-7)。而筆者認為在這一連串的過程，若政府透過技巧性的政策操作可以有效影響被採購方的利益，進而使得被採購者在不同議題上妥協。

要投資標的。

(二) 重大的採購項目多為國營企業(或準國營企業)所承攬

由於，中國的國營企業擁有龐大的資金並掌控國家重要的專營事業，所以大型的採購案，尤其是配合國家政策發展的採購案，都是由國營企業所主導簽訂(如：華為、中國聯通、海航集團、中國航空技術進出口總公司、南方航空等航空和中國移動通信集團公司...等)¹⁰而國營企業對政府政策的配合度高也容易管理，況且一般民間的採購團能力有限，無法有效承接額度與規模較大的採購案，不同於國營企業有政府作為經濟支持的後盾。

(三) 採購計畫受到中國大陸政府部門的指導

在對外投資資訊不對稱的情況之下，政府部門對於國內資金的流動方向有重要的引導功能，而中國大陸重要的商會皆受到政府的監督與指導，再加上中國大陸重要的採購計畫主要由國營企業所承攬，因此對外採購計畫受到政府部門的影響效果較大，而私營企業亦可伴隨這些大型的企業進行投資採購而從中獲取利益，進而集結形成龐大的採購集團。

(四) 重視採購團採購目的與成果的宣傳

在進行採購活動之前，由政府機關事前發布訊息並說明採購的目的、項目與金額，事後便積極的宣傳簽定的狀況並關注簽訂的合作案與經濟效益，藉以突顯中國大陸的經濟實力以及反對貿易保護主義的態度。

在上述四項的特色，可以看出中國大陸採購團受到政府力量左右的影響大。中國大陸的採購團不但受到政府主導與操控，也擁有國家龐大資源與資金作為後盾，若是在採購計畫過程中利用政治力量的影響並依其政經目標而進行不同的調

¹⁰ 中國大陸大部分的國營企業直屬於中央部門之下，如中國核工業集團公司、中國航太科技集團公司、中國石油化工集團公司、中國鐵路工程總公司、中國移動通信集團公司、中國五礦集團公司等約 120 家企業。相關內容請參照：國務院國有資產監督管理委員會，〈中央企業名錄〉，<http://www.sasac.gov.cn/n1180/n1226/n2425/index.html>。

整，將使得中國大陸的採購計畫兼具強制性與交易性的效果。

貳、研究問題：經濟合作還是經濟制約？

雖然經濟議題在政治學領域中屬於低階政治 (Low Politics)，但在兩岸互動的過程中，經濟議題往往成為政治角力的重要場域(或稱為，經濟問題政治化)，因此，兩岸經濟互動便為兩岸關係的核心議題。經濟合作的政策往往會伴隨強制 (constraint) 或是轉化 (transformative) 的效果，並進而改變目標 (對手) 的行為或是雙邊貿易的狀態 (Kahler, 2006: 523-24)。¹¹ 在全球化的進程中，各個國家積極尋求「共向」的發展。尤其，特別重視經濟議題的整合與分工 (如，世界貿易組織〈World Trade Organization，簡稱 WTO〉)。¹² 而兩岸經濟發展似乎也受到全球化的趨使，也正走向區域經濟整合的路途 (張亞中，2003：70-2)。但是，台灣學界對於兩岸經濟合作的看法仍大相逕庭，正面的看法，諸如經濟互賴和平論、整合的功能論等，而負面的看法則有經濟吞併、經濟制約等，而這些論點皆重視**經濟力量影響政治運作的過程**。因此，本研究欲釐清兩岸關係的互動過程中，中國大陸對台採購政策的本質，是基於兩岸經濟交流必然的發展歷程？還是在經濟議題上進行統戰？抑或是累積經濟制約的能量。在此之中，中國大陸對台灣進行的採購政策又扮演了何種角色？對於台灣的政治與經濟又會產生什麼影響？是此，本文提出以下研究問題：

第一、中國大陸對外採購策略發展脈絡為何？在改革開放以後，中國大陸同時面對經濟改革與修補對外關係的難題，卻能有效的透過採購計畫將經濟發展與對外政策結合，使其同時達到政治與經濟目標。本文首先回顧中國大陸對外採購策略的發展與其演變輪廓。其次，透過比較的方法分析中國大陸對外經濟策略的異同之處，期望透過能從其他中國大陸對外採購發展的經驗中尋找借鏡，作為他

¹¹ 卡勒 (Kahler, 2006) 認為經濟合作 (economic engagement) 會將經濟與國家政策網綁 (tie) 在一起，進而改變對手的行為與雙邊貿易關係，經濟合作的影響將成為國際關係學者的關注重點。

¹² 世界貿易組織的基本原則為：一、消除貿易歧視；二、自由貿易；三、透明度原則；四、公平競爭原則；五、鼓勵經濟改革。相關內容請參照 WTO 網站，http://www.wto.org/english/thewto_e/whatis_e/tif_e/fact2_e.htm，檢索日期，【2010/10/01】。

山之石，以了解中國大陸的對外採購經濟策略是否具有其獨特的模式。

第二、中國大陸對台採購計畫的操作與目的為何?由於，中國大陸政府對於新聞宣傳工作的重視，使其新聞內容的發佈係以官方態度為主，具有相當程度的代表性，而官方的新聞資訊對於研究中國大陸的學者而言也是重要的資料來源。因此，筆者透過內容分析法，以「台灣」、「採購」以及「採購團」作為篩選新聞資料的標的，對中國大陸對台採購的新聞資料進行分析，並切入不同分析單位進行比較，藉以了解中國大陸對台採購政策的運作與目標。

第三、台灣內部對於中國大陸採購團的看法為何?中國大陸對台採購首要接觸的群體為台灣相關的組織與企業，而這些群體的感受與看法對於本研究有相當程度的代表性。對於這個部分的研究問題，本文對相關單位的專家進行訪談，透過訪談資料從中整理其相關看法與意見，一方面與既有資料進行對話，另一方面補足新聞內容分析資料所不足之處，進一步對各方的看法進行比較與整理，藉以了解台灣內部對中國大陸採購團的看法與反應。

第四，評估中國大陸對台採購是否產生實質影響?最後，為本文的研究重心。在特殊的兩岸關係脈絡下，中國大陸的對台採購策略是否有其獨特的模式?對於台灣的政治與經濟是否有產生實質影響?是正面、是負面、或是成為潛在的隱憂?這些將是未來兩岸關係發展的重要研究議題。

透過以上研究問題的呈現，本文主要從中國大陸對外(台)採購的「手段」、「目標」以及「結果」三個面向進行觀察，並藉以分析中國大陸改革開放以來對外採購策略的發展，進而了解影響中國大陸對外採購計畫運作的背後邏輯，最後透過台灣各群體專家的回應來評估其採購的成效與影響。

參、研究架構

本文的研究架構分為五個部分（圖 1-1），第一部分為本文的研究問題；第二部分為中國大陸對外採購策略的發展，透過文獻回顧中國大陸對外經濟策略的發展與演變，以比較的方法從其他中國大陸對外採購的經驗中尋找借鏡，作為他山之石；第三部分以現有的新聞資料與訪談的資訊進行對話，藉以描繪中國大陸對台採購操作的輪廓；第四部分，透過總體與訪談資料評估中國大陸對台採購策略是否產生政治與經濟上的影響；第五部分為本文結論，提出其研究成果以及相關研究建議。

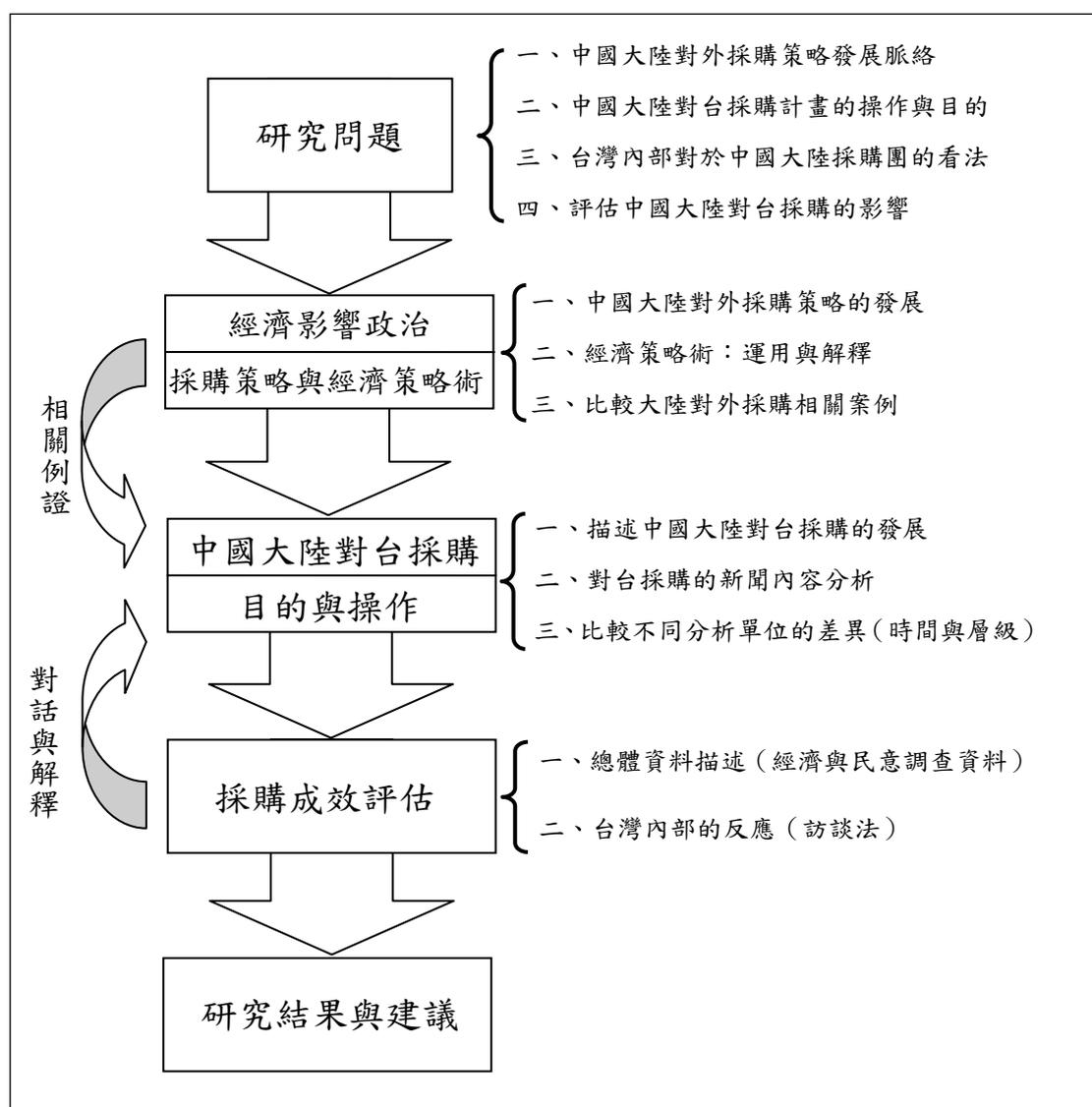


圖 1-1 本文研究架構圖

資料來源：作者自繪

第三節 文獻探討

本節回顧近年來國內博(碩)研究生對於以經濟作為對外交往的相關研究。筆者從台灣博碩士論文知識加值系統中進行資料整理，透過與經濟交往相關的關鍵字篩選出的文章約有九篇(表 1-1)。¹³從整理資料中發現與本研究相關的國際關係理論應用分為新自由主義與現實主義兩派，而經濟手段的運用策略大多從經濟外交與經濟策略術出發，對於經濟交往的行為研究則以國與國之間的外交案例為主，其目標主要有四種：一、追求國家經濟發展；二、增加國家在國際上的地位(如，國際組織、區域地位)；三、改變國家負面形象；四、提升對於其他國家的交叉利益。

筆者將在本節從「經濟影響政治」的角度來回顧既有的研究文獻，可分為五個部分，國際關係理論的觀點、經濟外交與經濟策略術的概念，相關經濟外交案例的評估，以及兩岸關係理論的適用性，最後對於這些研究成果進行評述。

表 1-1 與本研究相關博(碩)士論文一覽表

年度	論文名稱	作者	論文摘要
1991	戰後日本的經濟外交	周昌葉	研究日本如何藉由經濟外交方針，促進貿易輸出，確保資源輸入，以經濟協力方式，發展經濟、參與國際事務、擴大國際市場、增加國力。
1993	貿易政策在戰後日本經濟外交中的角色研究	朱俊彥	日本的外交是一種經濟外交的型態推展，而經濟復興、累積財富、拓展雙邊關係抑或是追求政治地位的提昇，貿易因素考量及貿易政策工具都是經濟外交上不可或缺的角色。
2000	我國對馬其頓經濟外交之研究	蘇嘉琛	探討台灣對建交國馬其頓共和國經濟外交策略之運用，包括對外援助、對外直接投資、及雙邊貿易，檢視其實施情形及成效，藉此評估

¹³ 篩選論文標題的關鍵字分別為「經濟」、「外交」、「經濟外交」、「經濟策略術」。台灣博碩論文加值系統為國家圖書館的資料庫之一，主要收錄全台灣博(碩)生的論文資料，透過此資料庫可以搜尋其相關議題並了解相關的研究趨勢。論文相關內容請參考台灣博碩士論文知識加值系統，<http://ndltd.ncl.edu.tw/cgi-bin/g32/gswweb.cgi/ccd=nesVMU/webmge>，檢索日期，【2010/10/01】。

			及預測台灣經濟外交之前景。
2004	日本對中共的經濟外交：ODA 之研究	石原忠浩	日本對中共的雙邊政府開發援助（ODA），從對外政策觀點和經濟外交的觀點進行分析，即日本如何實施對中共雙邊 ODA，包括其理念、制度、政策過程、行動者等。
2007	北京對英國布萊爾政府經濟外交	吳明儒	北京以經濟推動與英國布萊爾政府雙邊外交關係主要因為：1、在各領域的合作獲得經濟利益；2、經貿關係的時間點與雙邊外交關係及各領域發展分佈呈現正面關聯性。
2007	胡錦濤時期中國大陸經濟外交之研究	何秉浩	中國大陸的經濟外交政策，與貿易金額度較高的國家，保持合作，提升其經濟利益；與貿易金額度較低的國家，為中國大陸帶來部分經濟利益，並增加對中國大陸的信任。
2009	中華民國對中南美洲邦交國經濟外交之研究－以榮邦計畫為例（1988-2007）	俞介凡	中華民國與中南美洲友邦的關係是屬「交叉利益」，因為前者尋求政治支持，而後者則是為了發展經濟。兩者關係的強度與方式，乃是取決於雙方滿足對方需求的能力。
2009	俄羅斯經濟外交與俄德能源關係之研究	李孟融	俄羅斯利用能源的出口為手段，打進歐洲各國的能源市場，藉此創造對俄羅斯友好的國際環境。
2010	中國的東亞經濟外交政策（2003~2009）	林雅慧	論述在全球化下，所發展的區域主義，如何反映中國近年來充分體現透過區域經濟合作的強化，來構建區域整合的經濟外交行動，與其經濟外交策略的思維與實質轉變。

資料來源：作者自行整理。請參考「台灣博碩士論文知識加值系統」網站，<http://ndltd.ncl.edu.tw/>。

壹、經濟影響政治：新自由主義與現實主義的觀點

新自由主義者認為權力制衡不再是維持和平的唯一必要條件，在全球的社會、經濟、環境等共同議題的快速發展下，使得國際組織、非政府國際組織與個人等行為者的角色不斷被突顯，國際之間合作的廣度與深度不斷增加進而相互依賴。其中，以基歐漢與奈伊（Keohane & Nye, 2001）所提出的「複合式相互依賴」（complex interdependence）概念最受到重視，其認為在全球化的發展下，將會形成不同國家行為體之間相互依賴的特徵，並受到國際交流、代價（costs）與限制（constraints）狀態的影響。¹⁴基歐漢與奈伊更進一步提出敏感性（sensitivity）

¹⁴ 複合式相互依賴具有三個特徵，第一、多元管道連結不同社會並建立關係；第二、議題之間

與脆弱性 (vulnerability) 的概念，建構政治與經濟指標來計算各個國家之間相互影響的狀況。¹⁵但是，國家之間的相互依賴並不代表爭議性問題可以有效解決，其認為非對稱的相互依賴 (asymmetries in dependence) 可將權力視為控制結果的能力，依賴性較小的一方將相互依賴作為權力的來源，並藉由互賴程度的大小來影響其他議題的運作，進而從中獲取利益或是達成國家在政經上的目標 (Keohane & Nye, 2001: 8-10)。

同樣在全球化的過程中，現實主義同時面臨了新自由主義 (neoliberalism) 與建構主義 (constructivism) 的挑戰，因而形成了攻勢現實主義 (offensive realism) 和守勢現實主義 (defensive realism) 的辯論。¹⁶兩者對於國際無政府狀態的性質 (國際結構)、反應 (合作與競爭) 以及獲取安全 (安全與權力) 的方法等問題上有所差異 (鄭端耀, 2003: 14)。前者，認為國際處於無政府狀態並缺乏強而有力的中央政府存在，衝突與競爭是常態，國家在無法確認彼此意圖的狀態下，為了安全必須尋求自身的權力最大化 (Mearsheimer, 2001:33)。因此，要衡量一國的行為必須先檢視相對實力與外部環境，以決定何種對外政策可獲取最大利益 (Rose, 1998: 149)；後者，則認為國際結構是良性的，由於國家經歷過歷史經驗的教訓，採取擴張或是侵略將會受到其他國家的制衡，將採取自制的政策，而衝突與戰爭只會發生在認知 (perception) 錯誤的時候 (Gilpin, 1983: 51; Evera, 1999: 6)。兩者皆同意權力是確保國家生存的方式並以安全作為主要目標，但是對於權力需求的多寡看法有所不同，攻勢現實主義著重攻擊性策略，守勢現實主義強調自我防禦策略 (Yuan-kang Wang, 2004: 177; 鄭端耀, 2003: 14-17)。

筆者觀察新自由主義與現實主義的概念之後發現，兩者皆認為國家仍是國際

沒有層級關係但是會相互影響；第三、軍事能力成為次要手段。相關內容請參照 (Keohane & Nye, 2001: 20-32)。

¹⁵ 敏感性的概念為「在某種政策架構下，某國發生變化而導致另一國反應的速度快慢與付出代價的大小 (costly effect from outside)，可能是經濟、社會或政治方面的」；而脆弱性指的是「行為者選擇替代性選擇方案後的承受能力與代價」。因此，政策調整的成本和意願 (willingness) 成為為國家評估政策的依據 (Keohane & Nye, 1977: 11-4; 許淑敏, 2004: 204-05)。

¹⁶ 現實主義的基本假定為：一、國家中心論，國家為國際政治主要的行為者，而國際組織、跨國企業與個人的影響力來自政府力量的支持；二、國際處於無政府狀態，國際上缺乏一個強權來維持秩序；三、國家尋求權力與安全的最大化，以實現生存和發展的目標；四、國家會透過武力確保自身的利益與安全目標的達成；五、國際結構的權力分布會影響國際政治的運作與國家對外關係 (Goldstein, 2008: 43-8)。

間重要的行為者，而國家之間的互動無法忽略權力運作的影響。然而，在全球化的發展下，特別是經濟的全球化的影響，使得權力的概念不再限縮於傳統所認知的外交、領土、軍事武器等。而經濟力量成為國家權力的重要來源，並形成「非對稱相互依賴」（或權力大小不均等）的常態，但是這種不均等的常態並非完全與傳統權力形成正比，反而是在經濟議題上佔有優勢的行為者具有較大的權力。另外，全球化也使得各領域廣泛連結成為「全球性議題」無法再由單一強權所獨力承擔，相對的，若是有單一國家想在某一項議題上獨攬利益將會受到其他國家的制衡，因此，國家之間必須透過權力的互動來保障自身的利益與安全目標。在此之中，全球性的經濟議題不斷擴張，從經濟領域外溢到政治領域，經濟力量成為國家行為者互動的重要來源，不但是政治與軍事之外的衍生力量，也是一種協調國家之間糾紛的工具，更擴展成為左右國際政治與經濟議題的重要手段。

貳、經濟外交與經濟策略術的概念

貿易政策與國家對外行為有密切的關係，不但是國家獲取財富的手段，也是國家間交往的方式。外貿可能成為一種外交手段用來獎勵與酬謝友好國家，或是和非邦交國家建立單向的貿易依賴關係，進而將經濟轉化成為政治力量來影響對手國在特定議題或是外交政策上的合作（林碧炤，1987）。由此可見，經濟外交與經濟策略術的概念是一體兩面的，其相關研究主要有三位代表學者，分別為赫希曼（Albert Hirschman）、鮑德溫（David A. Baldwin），以及克諾爾（Klaus Eugen Knorr）。

赫希曼（1969:13-52）從對外貿易政策出發，將對外貿易做為國家力量的展現，並利用貿易工具達成對外政治的目標，以德意志帝國透過經貿槓桿來操作小國內政的案例進行分析。¹⁷其認為在二次大戰前，德意志帝國利用經貿實力的優勢，在經貿往來的過程中，以各種形式的整合和滲透手段與中東諸歐小國形成不對等的經貿依賴狀態。主要採用兩個方法：第一、強調貿易供給面。擴大經貿往

¹⁷ 赫希曼認為德意志帝國的貿易手段有兩種特色：一、貿易供給面效應（supply effect）；二、貿易的影響效應（influence effect）。其方法為，增加與貿易夥伴國的經濟利益以提升其經貿策略調整的困難、在貿易夥伴國內創造與德國親近的利益團體、進口替代性高的產品並出口替代性低的產品（Hirschman, 1945: 21-35）。

來，以高於國際市場的價格購買「高替代性」農產品，成為小國農產品的主要出口市場，以壟斷小國與其他國家的貿易往來；第二、出口中間財、戰略物資以及替代性低的壟斷性商品。透過進出口結構的操控，鞏固與小國之前不對等依賴的貿易結構，造成產業高度集中與資源配置的移動困難，進而使得小國屈服之（Hirschman, 1945:21-35；耿曙、林宗盛，2005：18-9）。

鮑德溫（1985:39-42）以國家戰略的角度研究，重視經濟手段的運用，將經濟政策視為達成政治外交目的的工具。鮑德溫主要針對經濟策略術的運用，其認為有三個構成要素：政策工具的類型、企圖影響的領域、企圖影響的範圍，並將經濟外交的概念分為四個部分：一、強調手段的運用更重於目的；二、目標可能是政治也能可是經濟的；三、政策工具的所有權概念；四、經濟策略術的技術定義。其特別重視經濟策略術手段的運用，將經濟手段分為正面獎勵與負面獎勵兩類，對於「貿易往來」與「資金運用」兩個貿易策略來進行操縱。

克諾爾（1975:169-70）透過國際關係理論，分析經濟援助與制裁手段所能達成的政治與經濟目標。克諾爾對於採取經濟援助所能達成預期效果的研究，分為短期利益與長期利益兩個時間點：一、短期利益：刺激國內生產與出口、消耗國內剩餘物資、維持投資友好關係、建立軍事同盟、鞏固國家的軍事地位，以及建立國家正面形象等；二、長期利益：提升受援國的經濟發展、建立雙方穩定關係、輸出國家政治經濟制度等；而對於經貿制裁預期結果的研究，則以二次世界大戰後採用貿易制裁手段的 25 個國家作為研究案例，其發現採取制裁手段達成目標的機率較低，主要原因有三個：無法排除其他國家的援助、制裁的能力與效果有限，以及受制裁國內的民族主義壓力。

透過相關資料的整理，發現經濟外交與經濟策略術的研究主要可以分為兩個部分，一、以經濟問題為主要的對象，以實現國家各種經濟利益為主要「目的」；二、以經濟做為外交工具，透過經濟援助與制裁的「手段」來達到外交目的。而「以經濟議題作為對象的外交」與「以經濟手段作為工具的外交」兩個概念是可以相互引用的（石原忠浩，2004：3-4）。所以，經濟外交的概念較重視何種「目的」的達成，而經濟策略術的概念則是採取「手段」的類型。因此，經濟外交與

經濟策略術的研究焦點在於，國家透過主導對外的經貿活動，以國家利益作為考量，限制與某些特定國家進行經貿往來，尋求提升國家產業的國際競爭力，使得無論何種形式的經貿政策，本質都是以「政治考量」介入國際經貿的比較利益法則，亦即「以國家力量與市場機能相抗衡，企圖達到預期的政治與經濟目的」(冷則剛，1998：17)。

參、經濟外交的案例評估

關於經濟外交案例的研究對象主要有兩個國家，分別是美國與日本。對於美國經濟外交的研究以「經濟制裁(管制)」作為主要的研究主題。依美國憲法規定經濟制裁的規劃與執行是總統的專屬權力(Ovenden, 1985: 82)。其相關立法有「與敵國貿易法」(Trading with the Enemy Act)、「國際緊急經濟權力法」(International Emergency Economic Power Act)、「國際安全與發展合作法」(International Security and Development Cooperation Act)、「聯合國參與法」(United Nations Participation Act)等，也另外對個別案例與個別國家制定專屬制裁法規(包含進出口管制、投資限制、貸款限制等)，負責執行貿易制裁的機構為外國資產管制辦公室、美國海關與聯邦調查局。關於美國採用制裁的經濟外交政策，以美國對南非的「廣泛反種族隔離法」最受到關注，美國國務院在制定相關法條時，結合了有關人權的政治考量來管制業界的投資規範，並透過一連串的制裁策略，最終使得南非的人權問題有顯著的改變(冷則剛，1998：19-23)。

日本的經濟外交研究則是以「政府開發援助」的策略(Official Development Assistance, 簡稱ODA)為主。在二次世界大戰之後，日本以促進經濟發展為國家首要目標，隨著經濟力量的成長與中美關係的改變，日本的總體目標從內向經濟型轉變成為政經並行。其中，東南亞國家對於日本而言，象徵了資源與市場以及經濟重建與擴張的必需品，而日本透過經濟上的優勢，對東南亞國家採取經濟援助的外交政策(Mendl, 1997: 7)。主要有三個目標：一、短期目標，在G8高峰會議塑造東亞領導國家或是代言人的形象；二、中程目標，緩和或減低東南亞國家的反日情緒並透過技術移轉的計畫復甦援助區域的經濟以深化雙邊的關係；三、長程目標，塑造「適切的安全角色」將日本朝向普通國家的目標奠基，

藉以恢復合理的國際地位（柯玉枝，2000：71-87）。而對於日本 ODA 政策的研究案例則是以中國大陸為主，其經濟援助的形式包含：請求主義、無償資金合作、技術合作、有償資金合作四類。日本對中的 ODA 政策主要目標為：一、使中國大陸持續改革開放的政策，維持既存的國際秩序；二、透過經援促進中國大陸經濟與社會的發展，進而促使中國大陸的民主化發展；三、具有戰爭賠償（補償）的內涵。然而，即便經援促進中日兩國的互信關係，但是遇到台灣、歷史、人權等有關中國大陸合法性問題時，日本的經援並沒有任何的抑制力，反而成為化解中日僵局的「妥協」策略，進而發現日本對中國大陸的經濟策略術的效果受到不同議題的限制（石原忠浩，1998：56-8；61-2）。

根據上述資料，對於經濟外交的案例分析，各案例想要達成目標主要有四項，分別為：追求國家經濟發展、增加國家的國際地位、改變國家負面形象、提升對於其他國交叉利益。若更進一步將經濟外交的目標進行歸納則可以分為四類：一、改變特定事件中目標國的行為；二、改變目標國的政治領導、政治制度與軍事能力；三、國內的政治要求；四、國際上的意識形態、規範與價值的影響（Kuo Cheng Tian, 1994: 83）。本節將在下一部分，透過上述文獻的回顧與檢閱對於兩岸關係理論進行補充與對話，以說明經濟策略的運用對於兩岸關係理論的適用性。

肆、兩岸關係理論的適用性

由於台灣與中國大陸長期以來「政冷經熱」的基本發展模式，使得兩岸的經濟連結日益緊密，卻又形成經濟不均等互賴的狀況。這對於台灣政府而言，經濟議題將可能會受到中國大陸政府的主導，甚至有可能擴展到敏感的政治議題，進而使得台灣的兩岸經貿政策的互動過程舉步維艱。

兩岸關係學者也從經濟影響政治的角度提出一些看法。¹⁸高朗(1999:43-53；

¹⁸ 兩岸關係的相關研究，諸如：整合理論、分裂國家理論、權力不對稱關係、美中台戰略三角等。而本文主要說明的是前面三項以政治經濟角度切入的相關研究。特別說明，即便是從外部因素的研究角度切入，同樣也可以得出經濟影響政治的解釋。以美中台戰略三角關係為例，中國大陸透過經濟議題的操作（如，2008年的金融海嘯），將使得美國在對台軍售的議題中逐漸減低了對抗的意圖，以獲取中國大陸在經濟議題上的協助，而台灣方面在缺乏外在力

62-71) 從整合理論的角度出發，分別論述功能主義 (functionalism)、新功能主義 (neo-functionalism) 與聯邦主義 (federalism) 三個派別的論述。¹⁹ 功能主義論者以「功能」作為主要取向，認為整合的策略必須先從爭議性較小、非政治性的經濟與社會領域合作，然後再擴及到政治領域；新功能主義者認為經濟與科技因素將會產生「擴散效應」(spillover effect) 並形成國家之間普遍性的壓力，而問題的解決必須透過政治力的互動，進而發展成政治領域的整合；聯邦主義者則重視「政治體制」的設計與建立 (如，鄧小平所提出的一國兩制)，希望藉由制度的設計使不同政治體之間的心理、社會與經濟進行連結，並逐步的進行整合。自 1988 年以後兩岸經貿快速發展，並透過經濟的連結走向功能整合的過程，但是在政治上的互動始終緩慢。由於兩岸在心理、社會與政治菁英之間的認知仍有差距，因此兩岸在政治上未達成共識之前，即便在經濟議題上進行整合，台灣民眾也不見得完全的信任中國大陸政府，反而會對兩岸經濟的過度整合感到威脅。

張五岳 (1999: 79-81; 103-05) 觀察二次世界大戰以後的四個分裂國家 (德、韓、越、中國) 發展其「分裂國家模式」。主要以東、西德和南、北韓對於主權問題的處理進行討論，共有六項相同的特徵。²⁰ 其中，透過第五項的「特殊性質的內部關係」與第六項建立「制度化」與「法治化」關係的原則，發展出分裂國家特殊的經濟模式。以東西德的經貿往來為例，兩德在 1951 年簽訂柏林條約之後，在明確的規範下，發展出獨特的貿易型態，西德將東德視為內部的交易行為，以突顯不同於國際貿易的規範 (如，營業稅法、貨幣結算單位)，而這種經貿方式最大的受益者卻是東德。然而，兩德之間的特殊交易方式得以維持的主要原因，在於西德期望憑藉著自身強大的經貿實力，從政治層面作為考量給予東德各

量的支持則有可能選擇傾向中國大陸的經濟策略。相關論點可參考包宗和 (1999: 339-63)；吳釗燮 (2009: 1-32)。

¹⁹ 關於功能主義論、新功能主義論，以及聯邦主義論的討論，請參考各派代表學者的研究，分別為 David Mitrany (1966)、Hass (1964)、Daniel (1964)。

²⁰ 東西德與南北韓兩個分裂國家的共同特徵有六項，分別為：一、正視國家分裂狀態；二、雙方遵守聯合國憲章所揭櫫的和平解決爭端原則；三、相互承認與尊重對方的對等地位；四、雙方在外交上接受雙重承認與雙重代表；五、雙方關係屬於一種「特殊性質的內部關係」；六、在上述基礎，雙方透過制度化的溝通協商，在正常化的基礎上建立「制度化」與「法治化」的關係 (張五岳，1999: 103-05)。

項優惠條件，藉由密切的經貿關係克服兩德日益加深的疏離感。東德雖然了解其意圖，但是在實質利益的制約下，卻不願意破壞此種經貿交易的方式，而這種形態的貿易關係為兩德關係正常化的過程中提供了穩固的基礎，進而促成兩德經貿往來快速發展，也使得東德無法擺脫對西德在經貿上的依賴（張五岳，1992：375-77）。同樣的，中國大陸對於台灣的經濟政策安排也有濃厚的政治因素考量。一方面，希望透過兩岸經貿往來獲取台灣的技術與資金以推動其國內經濟改革；另一方面，藉由經濟交流爭取台灣內部的認同，以期望台灣走向一國兩制的統一道路。

吳玉山（2009：32-7；52-4）從「權力不對稱」的角度來討論兩岸關係的研究。中國大陸在改革開放後轉變發展策略，使得兩岸的差距逐漸縮小，不但在外匯存底以及 GDP 的快速成長，而軍事能力上的發展也是如此，因此不論從何種角度觀察兩岸之間的情勢都必然會得出權力不對稱的結論。文中首先處理權力不對稱的吳本立開始，再逐步討論非權力因素的吳玉山與蘇軍璋，最後是走向政策的下游討論唐欣偉對於小國政策和互動結局之間的關係，並說明對於兩岸關係的適用性與優缺點，進而將權力不對稱的因素和幾個主要的兩岸關係理論結合，分別探討權力不對等對於各種理論途徑所產生的影響。²¹其中，對於政治經濟學理論途徑的補充，其表示權力不對等的關係是驅動兩岸關係與台灣大陸政策的重要因素，兩岸的經濟差距將是構成理論預測方向轉變的重要因素。當中國大陸經濟快速發展與台資大舉登陸，經濟利益便會驅使工商團體要求更進一步的開放大陸政策。在這樣劇烈的趨勢之下，台灣在經濟上更為依靠對岸，雙方經濟實力的消長驅使台灣更進一步的融入大中華的經濟圈，也迫使政府不斷調整大陸政策。然

²¹ 概述以上學者對於權力不對等的觀點：一、吳本立強調大小國間力量懸殊的事實決定了雙方關係的發展，認為國家之間會透過地理區位和力量大小發展出不同的關係，使得大小兩國對於彼此的關注程度不同；二、吳玉山透過不同大小國的案例進行比較，認為在權力不對稱和大國對小國有主權要求的情況下，大國的政策是確定的，意圖屈服小國的意志，而小國對於大國可能採取抗衡和扈從兩種不同策略；三、蘇軍璋參考張啟雄的「名分秩序論」，認為小國不是只有抗衡和扈從兩個政策選項。在正統理念下，小國會不斷的執行這個選項，無法從現實主義的架構中獲得理解，它不是權力大小、經濟發展程度或是外援有無等物質變項所能決定，而是歷史和理念所產生的影響；四、唐欣偉認為，一旦特定政策被選擇，則將會產生一定的結果，其歸納了歷史資料，討論在強鄰威脅下的小國如何應對，最終的發展結果為三個雙元變項：大國侵犯性主權要求的種類、小國有無堅強盟友、小國的回應方式，並依此建立了八個發展路徑和小國的五種結局。請參考吳玉山（2009：31-54）。

而，權力不對稱是兩岸關係中結構性的常態，為探討兩岸關係的關鍵因素。因此，在了解兩岸關係和發展兩岸關係理論時，權力不對稱的因素是不可輕忽的。

伍、文獻評論與小結

回顧上述研究，筆者發現不論是從國際關係理論、經濟外交與經濟策略術以及經濟外交的相關案例中，國家對於經濟議題的操作是不可忽視的。以中國大陸為例，其透過經濟策略的運用，增加本身在經濟性議題上的地位，也直接提升了影響政治性議題的能力，並有效的對與自身相關的政治與經濟議題進行「調整」使其達成預期的目標。特別是，經濟策略要發揮效用的先決條件在於雙方的「經濟連結」(economic linking)或是「經濟互賴」(economic interdependence)程度。而這些以經濟影響政治作為出發點的概念或是案例，正與兩岸關係發展的脈絡相符合，對於兩岸關係的研究也相當適用。尤其是中國大陸是經濟力量強勢的一方，經濟手段的操作也較多元；而台灣則是處於弱勢的一方，能回應的策略選擇也有限。

然而，在文獻的回顧中，筆者也發現本文研究所必須關注的重點。首先，中國大陸經濟策略的發展與演變。以美日兩國為例，其發展脈絡截然不同，美國注重人權與自由的普世價值，也成為與其他國家經濟交往的準則與規範，進而重視經濟「制裁」的手段；日本則是積極追求經濟發展、區域地位的提升，以及扭轉亞洲侵略者的形象，而主要採取經濟「援助」的策略。同樣的，發展脈絡的差異也會影響中國大陸經濟策略的「目標」與「手段」的發展方向；其次，中國大陸對台經濟策略術的操作與目標。相較於中美、中歐關係，兩岸關係仍然有其特殊性，而這些相異之處是否會使的中國大陸對台的經濟策略更有獨特之處？其操作的手段是否會更多面向與細緻？欲達成目標會不會更具爭議性；最後，中國大陸對台採購的成效評估。透過兩岸關係學者的相關研究，筆者發現中國大陸的經濟策略主要的接收對象為政府，但是影響兩岸政策的重要群體卻是台灣內部的民眾。因此，除了評估整體政治與經濟層面的效應之外，台灣民眾的看法與意見是相當重要的。根據上述研究重點，筆者將在下一節說明本文的研究設計與方法。

第四節 研究設計與方法

「研究設計的功能在於讓我們能使用蒐集到的證據來盡可能的清楚回答原始提問」(Vaus, 2006: 11)。

本文欲解決的研究問題主要有四個部分：一、中國大陸對外採購策略發展脈絡；二、中國大陸對台採購計畫的操作與目的；三、台灣內部對於中國大陸採購團的看法；四、評估中國大陸對台採購是否產生實質影響。根據上述問題，本文採取個案研究法的設計(圖 1-2)，欲透過不同的個案研究之間進行比較，觀察其個案之間的差異，並對個案的結果進行評估，進而透過個案建立其運作理論(Gerring, 2007: 17-32；Vaus, 2006: 242-43)。

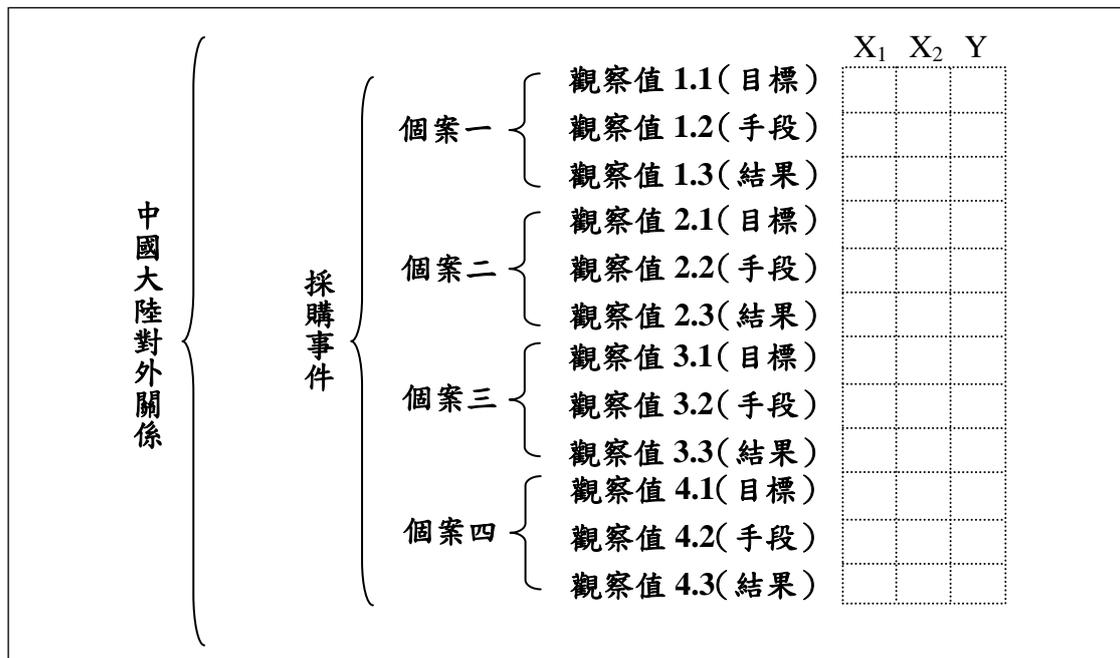


圖 1-2 本文研究設計圖 (個案研究法)

資料來源：作者自繪。²²

²² 參考自格連 (Gerring, 2007: 23) 的「兩個案研究設計」。從圖 1-2 可以發現與格連的個案設計有些不同，其原因在於本文期望透過相同的觀察值進行分析，藉以尋找中國大陸採購策略的操作邏輯，因此將分析的個案數目增加。圖說明：Population=中國大陸對外關係；Sample=採購事件；Case=採購策略的操作；Observations=採購的過程；Variables=X1 X2 Y。

然而，受到研究材料的限制，所能蒐集到資訊有限，因此期望透過不同層次的資料進行互補，以有效的解決本研究所提出的研究問題，本文主要採用以下四個研究方法：

壹、文獻分析法

文獻分析法是進行社會科學研究重要的基礎，從既有的文獻與歷史資料進行分析，主要分為兩種整理方法，分別為回顧（review）與分析（analysis），而本研究法的重點在於透過分析的過程來釐清所關注事件的發展脈絡。而本文便期望藉由文獻分析法尋找中國大陸在經濟開放過程中，其對外採購策略的定位與功能，以找尋其相關案例的共同點與成效的評估，形成他山之石，作為本文研究個案的參考例證，並進一步尋求其異同之處。

貳、內容分析法

受限於研究成本的考量與限制，作者無法直接與中國大陸採購的行為者進行訪談，以及有效獲取正確與詳細的數據資料。然而，所幸中國大陸對於新聞資訊傳播的重視，使得本文對於中國大陸對台採購的操作與目的分析有了另一個途徑。這一部分的研究主要採取「內容分析法」（content analysis），透過各種傳播紀錄，觀察研究所需的相關成分與集合（資料來源，如書本、雜誌、報紙、演講、繪畫、信件等）。而內容分析是一種對傳播內容進行客觀、系統、量化的研究技術（Berelson, 1952: 18）。可以透過規則擬定類目與分析單位，將研究所關注的「符號」和「特定文字」以數字的方式呈現，運用科學的方式作系統的歸納，以了解類目之間的關係（王石番，1991：135-39）。其優點為：一、經濟性：不需要大量的研究人員以及特殊設備，只要能獲取有效的資料就可以進行分析；二、安全：即使發現研究所獲取的資訊未符合預期或是效果不佳，內容分析法相較於其他研究方法更容易重覆進行分析；三、可跨時：可以跨時研究事件發生的過程；四、

非介入性研究：減低對研究對象的干擾（Rubin& Babbie, 1997: 333-44）。本文對於中國大陸採購團的研究，主要透過中國大陸方面的新聞資料進行分析，並採用不同的分析單位進行檢測，透過量化的方法進行質化的分析與討論。

參、訪談法

上述的研究方法主要是釐清中國大陸採購策略的操作與目的，而本文所採取的訪談法主要是針對中國大陸對台採購的過程與效果，透過半結構式問卷分別針對相關單位進行訪談，一方面了解中國大陸對台採購策略的實際運作情況，另一方面了解台灣內部的看法，藉以補充文獻分析與內容分析資料所不足之處，進而有效評估中國大陸對台採購的成效，而訪談的相關內容（如：訪談名單與訪談問題）筆者會在文中詳細說明。

肆、次級資料分析法

由於本文欲探查的採購數據資料涉及商業機密不易取得，以及在成本的限制之下無法進行調查研究，因此另外透過總體資料進行補充（包含經濟資料、民意調查資料等），藉以更詳盡的了解中國對台採購策略的效果。其中，民意調查資料的運用是為了更有效的解釋台灣內部對於中國大陸採購策略的反應，故本文採用具公信力的政大選舉研究中心（Taiwan's Election and Democratization Study，簡稱 TEDS）的調查資料以有效的代表台灣內部民眾的看法。

第五節 研究範圍與限制

壹、研究範圍

本文的研究範圍總共包含三個部分，中國大陸對美國採購、中國大陸對歐洲採購、中國大陸對台灣採購。中美、中歐採購個案的研究主要目的在於釐清中國

大陸採購策略的發展，並作為中國大陸對台採購的策略的參考。是此，所橫跨研究的時間點較長，而本文主要觀察起始點是在 1990 年的中國大陸的六四天安門事件之後，由於中國大陸在此時轉變的國家發展的策略，突顯了對外採購策略的重要性，詳細的發展將會在文中進一步討論。

中國大陸對台採購的研究範圍則是著重在 2008 年金融海嘯以後的採購事件作為分析的重點。雖然，中國大陸對台採購策略已行之有年，但是相關的資料都是集中在農業產品的緊急採購，其採購的廣度及深度都不及 2009 年與 2010 年的採購團（表 1-2），如此密集的採購策略在兩岸關係上的發展更是少見的，而這段期間兩岸的經濟交流也正快速的發展，中國大陸對台採購的策略將會對兩岸未來的政經關係發展產生何種影響？

表 1-2 本文研究範圍一覽表

分析時間	中國大陸對台採購計劃
2009 年	來台採購團(全國城市農貿中心聯合會、廣西團、海貿會-首發團、海貿會-第二團、海貿會-第三團、中國百貨商業協會、四川省醫藥品採購團、吉林團、四川團、廣州團、江蘇團、河南團、2009 年面板團、北京環保團)
2010 年	來台採購團(上海團、陝西電子協會、湖北團、福建團、山東團、四川團、河北團、吉林團、廣西團、吉林團、2010 面板團、湖南團、大連團、廣東團)

資料來源：作者自行整理

貳、研究限制

本文的研究限制主要分為兩個部分，第一、研究成本的侷限，本文的研究對象橫跨兩岸，即是採購供需雙方的關係。如：中國大陸對台採購的相關受訪者層次較高，因此預期研究所能訪談的對象層次有限。另外，對於採購需求方的訪談勢必更加困難，而訪談對象僅能著重在採購供給方。然而，如何有效的選擇訪談對象將是本研究的重要挑戰；第二、研究主題的敏感性較高，採購的內容包含了政治爭議以及商業機密(例如：採購廠商清單、金額明細、合約內容)，故能獲取的內容較有限，難以評估其整體效果。雖然受到諸多研究上的限制，本文仍然希

望藉由不同的研究方法進行互補以減低研究內容的不足，進而有效的回答本文所提出的研究問題。

第六節 章節安排

本研究主要分為兩大部分，第一部分是透過相關個案的分析，來描繪中國大陸對外採購策略的發展脈絡，以瞭解哪些關鍵因素將會影響中國大陸對於採購策略的操作，是否有其一致的邏輯？或是有其差異？第二部分則是觀察中國大陸對台採購的操作，其內容包含，對台採購策略的發展、來台採購團的基本特徵、赴台採購新聞事件的內涵，透過以上不同的視角進行觀察，進而描繪中國大陸對台採購的運作。最後，說明中國大陸對台採購的執行效果。是此，本文的研究目的著重於釐清中國大陸對外採購的原則與目標，在對台採購的策略之中有什麼異同之處？而這樣的差異又會對台灣的政治與經濟產生什麼影響？

本文共分為五章。第一章為本研究的綱要，分別說明研究動機與目的、研究問題與架構、文獻探討與研究設計與方法，以建構本文欲探求的研究問題與回答研究問題的方法；第二章主要描述中國大陸對外採購策略的發展，並闡述採購策略對於中國大陸經濟外交發展的重要性。其次，說明採購策略與經濟策略術的操作與運用，進一步解釋採購策略為何具有複合式的經濟策略術性質，並將其概念套用至相關案例進行分析，藉以說明採購策略的運用不再只是傳統的「胡蘿蔔與棒子」二分概念。最後，針對中國大陸的採購案例進行比較，以尋找其異同之處。

第三章透過中國大陸對來台的「採購團」與採購的「新聞事件」進行觀察，並透過內容分析法來描繪其對台採購的操作與目的。主要分為四個部分：第一、回顧中國大陸對台採購的發展並說明其採購策略的基本定位與目的；第二、針對

中國大陸來台採購團進行基本特徵的描述，藉以了解其組成與特色；第三、建構內容分析法所需的相關指標並進行相關檢證，並透過不同分析單位進行觀察與比較；第四、說明中國大陸對外（台）採購的操作的異同之處。

在分析與檢證中國大陸對台採購策略的操作之後，第四章則是關注台灣內部的反應作為研究的焦點，其主要分為三個部分：首先，說明兩岸政經發展的概況，包含總體經濟的變化，以及台灣內部民眾對中國大陸觀感的轉變；其次，分別透過總體的資料與訪談的內容進行對話，進一步分析中國大陸赴台採購所產生的政治與經濟影響；最後，則是檢視既有的中國大陸對台採購的看法與本章研究發現的差異。

第五章為本文結論。在第二章至第四章的研究基礎上，統整本研究分析結果與發現，也進一步說明中國大陸對台採購的可能影響，並在最後說明其研究貢獻、限制，以及未來的研究建議。

第二章 中國大陸對外採購策略的發展與演變

在分析中國大陸對台採購策略的影響之前，本章首先透過歷史文件與相關研究資料，觀察中國大陸以採購策略作為經濟外交工具的發展過程。²²自鄧小平在十一屆四中全會提出改革開放的概念以後，中國的外交戰略也發生了轉變，其對外關係的主軸環繞著「以經濟建設為中心」的基本路線發展經濟外交。但是，在1989年的六四天安門事件之後，再次使得西方國家對中國大陸實施不同程度的經濟制裁，對其人權問題進行抵制與抗議。而中國大陸為了改變被國際孤立的困境，透過多種手段與對外關係進行修補。其中，以赴美採購的經濟交往策略最受到國際的關注，此舉不但有效改善了中美之間的僵局，也改變了國際之間對中國大陸負面的看法。

隨著時間的發展，中國大陸對外採購的策略逐漸成為其特殊的經濟交往模式，也對於其他國家產生不同程度的政治與經濟影響。如第一章所描述，採購的經濟交往策略具有強制性與交易性的複合式效果，若在政府刻意的操作之下，將成為達成對外政經目標的手段與工具。是此，本章將回顧中國大陸透過採購策略影響對外關係的相關案例進行分析以了解其演變與發展脈絡。

本章主要分為四個部分，第一、回顧中國大陸對外採購的相關歷史文件與研究資料，藉以建構其對外採購策略的發展概況；第二、將經濟策略術與採購學的

²² 本章的歷史文件包含大量的新聞資料。由於，近年來的大陸研究並沒有針對中國大陸的對外採購資料進行系統性的分析與整理，使得本文所能獲取的研究資料有限。而筆者在蒐集資料的過程中發現，台灣的「聯合知識資料庫」與「中國時報全文報紙影像資料庫」有系統的蒐集與整理中國大陸與台灣近五十年的新聞資料，早期的資料也較中國大陸「新華搜尋」與「人民數據」的內容更加豐富（台灣的報導內容包含國外學者的意見）。因此，筆者主要透過這4個新聞資料庫篩選有關中國大陸對外採購議題的新聞資料進行分析，藉以補充研究資料的不足，並有系統描繪中國大陸採購策略發展的輪廓。資料內容請參考「新華搜尋」，<http://search.news.cn/>，檢索日期，【2011/08/31】；「人民搜尋」，<http://www.oriprobe.com/>，檢索日期，【2011/08/31】；「聯合知識資料」，<http://udndata.com/>，檢索日期，【2011/08/31】；「中國時報全文報紙影像資料庫」，<http://news.ncl.edu.tw/>，檢索日期，【2011/08/31】。

概念進行整理，進而描述採購與經濟策略術的運用與解釋；第三、從比較的角度觀察中國大陸對外採購策略是否有相似的運作邏輯，以作為他山之石；第四、對於本章研究發現進行評述與分析。

第一節 中國大陸對外採購的發展脈絡

回顧中國大陸對外採購策略的發展脈絡，筆者發現中國大陸與台灣皆有以採購團作為對外經濟交流的模式並有相互角逐的意味，使得本文對中國大陸對外採購發展策略分為兩個觀察面向：第一、台灣對外採購策略的觀察面向。雖然台灣在外交上遭遇許多重大挫折，但是透過以經濟交流為主的外交策略來適應中國大陸的壓力而有效的獲取國際生存空間。其中，赴美國採購的善意表現受到美國內部的支持，促使美國政府在經濟與軍事議題上持續與台灣連結；第二、中國大陸採購對外採購策略的觀察面向。此一時期中國大陸正受到六四天安門事件的影響以及台灣的地位受到國際上其他國家普遍的支持，同時挑起中國大陸在人權與主權議題的敏感神經，中國大陸為了改變孤立的情勢和維持詮釋主權的主導權，同樣採取了以採購為主的經濟交流模式，並在強大的政府力量與經濟資源的協助之下，逐漸在國際上的政治與經濟議題取得主導優勢。其相關內容將在以下章節分別討論之：

壹、台灣對外採購策略的觀察面向：示範的作用

70年代台灣正處於被中國大陸積極打壓國際空間的困境之中，特別是聯合國在1971年10月25日的2758號決議文對於台灣在國際地位上的打擊最為嚴重，此決議文成為中華人民共和國主張「唯一中國合法代表權」的重要依據。²³

²³ 聯合國的2758號決議文，在1971年7月15日，由17個聯合國成員國提出將「恢復中華人民共和國在聯合國組織中的合法權利」問題納入第26屆聯合國大會的議事日程的提議，並聲稱中華人民共和國為「聯合國的創始國和安理會的常任理事國依法應佔有席位」。相關決議文

另一方面，美國總統尼克森在 1972 年 2 月訪問時與中國大陸國務院總理周恩來簽署「上海公報」，使得台美關係呈現極度不穩定狀態。此時，台灣的領導者蔣經國認為在國際政治挫敗的逆境下，除了穩定國內政治運作之外，維持台灣的經濟發展將是首要之務 (Taylor, 2000: 335-45)。在此之中，台灣在對外關係上主要有三個策略：一、強化與現有國家的外交關係；二、鼓勵台灣內部對外貿易以及外國企業對台灣進行投資；三、採行「全面外交」與選定的國家進行經濟、技術、文化和教育交流。嘗試以經濟發展作為推力，加深與其他國家和國際組織貿易關係的連結，以補救日益艱困的外交關係 (Bellows, 1976:598; Wei, 1981:645-6)。

台灣採行以經濟發展為主的策略之後，有效的在 80 年代和 150 個國家建立經貿關係，而美國和日本也成為台灣最大的進出口貿易國。但是，台灣主要還是以加強對美經濟關係作為重點策略，即便日本或其他國家的產品較便宜，台灣仍然利用大量的貿易順差對美國進行採購貿易，期望透過加強台美雙邊貿易關係以獲取美國內部相關利益團體的支持 (Bellows, 1976:600)。²⁴

台灣在加強對美經貿關係的政策主軸下，70 年代以前美國是台灣的主要進口國，而 70 年代以後轉變成為重要出口國與貿易順差的來源，從進出口比率來看，美國佔台灣的進口比率從四成減少為兩成，而出口比率增加到四成左右；貿易差額的方面則是呈現倍速的正向成長 (表 2-1)。根據 1977 年 1 至 10 月台美貿易的統計，台灣對美國的貿易順差達到 12 億 5 千 8 百萬元，僅次於日本、西德，成為美國對外貿易逆差的第三個國家 (聯合報，1977)。但是，台灣大量的貿易

的內容請參考聯合國網站，<http://www.un.org/documents/ga/res/26/ares26.htm>。

²⁴ 在此說明，台灣政府的採購重心放在美國並不代表台灣沒有對其他國家進行採購的經濟交流策略。此期間也有透過公營事業對其他先進國家以及未開發的國家進行政策性政府採購交流。對先進國家主要採購工業材料、資本設備與軍事武器 (如，荷蘭的潛水艇、歐洲國家的煉油、發電、電信與運輸等設備)，而未開發的國家則是以農產品採購和天然資源為主 (如，烏拉圭的牛肉罐頭、菲律賓的沙丁魚、中東國家的石油等) 相關資料可參考王麗鳳 (2006) 與中央信託局 (1995)。然而，筆者觀察台灣對外採購的面向，仍以赴美採購為主，主要原因有二，第一、台灣對於其他國家採購的資訊較少以及效果難以有效評估；第二、台美關係仍是影響中國大陸政策的重要因素。

順差也引起美國政府的不滿，台灣政府為了平衡對美的貿易差距，首次在 1978 年 1 月透過採購的「非官方關係」赴美進行實質經濟交流，由國貿局局長邵學錕帶領公民營事業組成採購團，主要由兩個單位組成，第一、國營事業單位，諸如：中國石油公司、台灣電力公司、菸酒公賣局、中央信託局、交通部電信局、公路局等單位；第二、民營企業單位，主要由公會帶領，包含：台灣進口區玉米聯合工作委員會、台灣區進口黃豆聯合工作委員會、台灣區麥片公會等。其主要採購品項為，菸酒、大宗農產品、汽車以及工業原料，採購金額約為 2 億 6 千萬美元（聯合報，1977；中央信託局，1995：181）。

表 2-1 台美貿易統計表（單位：千美元）

年度	台灣進出口貿易狀況		美國佔台灣		貿易差額
	進口	出口	進口額(%)	出口額(%)	
1954	211,433	93,299	46.4	5.4	-93,059
1961	322,116	195,158	40.6	21.9	-88,064
1966	622,361	536,270	26.7	21.6	-50,450
1971	1,843,938	2,060,393	22.1	41.7	451,041
1976	7,598,931	8,166,340	23.7	37.2	1,241,159
1981	21,199,551	22,611,197	22.5	36.1	3,397,336
1986	24,181,460	39,861,504	22.5	47.7	8,207,056

資料來源：作者擷取自相關研究。請參考：張晉芬（1996），〈核心與依賴經濟產業結構的關係及影響〉，《歐美研究》，第 26 卷第 2 期，頁 13。

台灣政府分別在 1 月與 7 月兩次特別赴美採購以後，獲取許多美國企業以及各州代表的迴響，並在台美雙邊貿易第二回合談判中獲得美方正面的回應，其主動減讓農產品項目 1,500 項，降低關稅百分之 35 左右。因此，在採購成效顯著之下，為了進一步平衡台美貿易差距，隨即在 11 月派遣了第三個赴美採購團（聯合報，1978）。但是，仍然無法挽回中美關係快速發展的情況，美國在 1978 年 12 月與台灣正式斷交之後，隨即在隔年 1 月正式宣布中美兩國建交並簽署建交公報，首次承認「中華人民共和國是中國唯一合法的政府並認知（acknowledge）

只有一個中國，台灣是中國的一部分」(Taylor, 2000: 345)。²⁵

即便如此，台灣政府仍持續在 1980 年 3 月派遣第五次的赴美採購，以「因應石油危機的影響，為了能充分掌握國內能源的供應」作為採購目標，由台灣電力公司與美國燃煤供應商簽訂了十年契約與 2 千 6 百萬噸燃煤；中華航空公司採購兩架波音 747、一架 767 飛機；中國石油、中國鋼鐵公司採購高科技技術，藉此減低美國對台設立貿易壁壘的意圖(聯合報，1980)。更在 1980 年至 1984 年之間加大籌組赴美採購團(包含，農業原料設備、阿拉斯加、百貨業、高科技等)，進而期望透過擴大赴美採購團達到宣傳與實質並重的效果(聯合報，1984)。根據中央信託局統計，台灣從 1978 年至 1990 年，總共籌組了 18 次赴美採購團，採購金額共計 114 億 2 千萬美元(中央信託局，1995: 181)。

本段在觀察台美貿易互動的過程中，發現台灣的赴美採購策略不但沒有得到實質的政治支持，還必須對美國的國家政策處處妥協。但是從另一個角度來看，美國政府也並沒有完全的倒向支持中國大陸，反而在 1979 年中美建交的同一年，美國國會通過「台灣關係法」來規範台美之間的關係，維持其「非正式的外交關係」並比照其他主權國家來維持台美的經貿關係與義務提供台灣防衛性武器。²⁶雖然，本文無法證實台灣的採購策略是否有直接影響美國的對台政策，但卻無法忽視採購策略使得台灣與美國內部經濟連結不斷加深的發展趨勢(從表

²⁵ 中國大陸與美國所簽署的三個聯合公報是冷戰時期中美關係正常化的重要基礎，分別為 1972 年 2 月的上海公報、1979 年 1 月的中美建交公報、1982 年 8 月的八一七公報，並成為美國政府兩岸政策的原則。

²⁶ 台灣關係法的內容：「本法乃為協助維持西太平洋之和平、安全與穩定，並授權繼續維持美國人民與在臺灣人民間之商業、文化及其他關係，以促進美國外交政策，並為其他目的。」其主要內容有六項：1、維持及促進美國人民與臺灣之人民間廣泛、密切及友好的商務、文化及其他各種關係；並且維持及促進美國人民與中國大陸人民及其他西太平洋地區人民間的同種關係；2、表明西太平洋地區的和平及安定符合美國的政治、安全及經濟利益，而且是國際關切的事務；3、表明美國決定和「中華人民共和國」建立外交關係之舉，是基於臺灣的前途將以和平方式決定這一期望；4、任何企圖以非和平方式來決定臺灣的前途之舉，包括使用經濟抵制及禁運手段在內，將被視為對西太平洋地區和平及安定的威脅，而為美國所嚴重關切；5、提供防禦性武器給臺灣人民；6、維持美國的能力，以抵抗任何訴諸武力、或使用其他方式高壓手段，而危及臺灣人民安全及社會經濟制度的行動。台灣關係法更詳細的內容，請參考美國在台協會網站，<http://www.ait.org.tw/>。

2-1 可以觀察到相同現象)，並有效促進與加快台灣經濟快速發展。然而，台灣對先進國家採用的採購經濟交流策略在國際上是少見的，不僅為其他新興亞洲國家示範不同的經濟交往策略，也展現許多正面的附加效果，如：有效減緩貿易差距的爭議、加強國內與國外企業的合作並提升產業技術、宣傳國內待開發的市場以及塑造正面的國際形象（如，反對保護主義）等（Bellows, 1976:601-05）。而使得台灣在經濟成就上獲取國際的認同與生存的空間，並得到美國在軍事力量上的協助。相較之下，這對於中國大陸維護其主權正統的原則而言無疑是一大挑戰。

貳、中國大陸對外採購的觀察面向：政經並行

鄧小平在中共十一屆三中全會以後，根據國際情勢的變化提出了和平與發展是世界主要問題的論點，其認為中國大陸應該抓緊時間發展「四個現代化」（工業現代化、農業現代化、國防現代化、科學技術現代化）並實行改革開放的政策。在改革開放的初期，中國大陸經濟外交主要的目標是吸引外部的資本和技術，發展與西方國家關係以獲取國內建設和經濟發展所需的技術和援助（吳白乙，2009：15）。其中，特別強調「外交工作服務於國家經濟建設的中心任務」，內容包含：對外招商引資、鼓勵年輕人出外留學、發展與西方資本主義國家的經貿關係等策略。在此之中，民族國家的經濟外交主要有兩個目標，運用經濟槓桿來實現政治目的，或是利用外交資源來達到經濟目標（吳白乙，2009：15）。可以發現中國大陸期望建構「為經濟戰略的實行而推進的外交戰略」，也就是將外交重心朝向經濟外交的策略移轉，並認為對外貿易是國際交往中最重要的組成部分，而這項策略在改革開放的初期也獲取顯著的成果（王逸舟，2009：14-5，34-5；張幼文，2009：3；吳白乙，2009：15）。

中國大陸對外採購的經濟外交策略的運用主要出現在 80 年代末期。由於 1989 年 6 月 4 日的天安門事件，使得其再次面臨以美國為首的圍堵策略，無疑

是實行改革開放以後的重大挫折。然而，中國大陸為了突破西方國家在政治上的孤立，一方面積極的利用經濟槓桿以換取在國際政治上的空間，另一方面透過額外的資源來採購大量的美國商品來緩和中美之間最惠國待遇的爭論，以維持穩定的經濟發展（吳白乙，2009：16）。是此，本節將分別透過中美最惠國待遇與人權政策的爭辯與法國對台軍售，兩項重要採購議題的操作來討論中國大陸對外採購策略的發展脈絡。

一、中美最惠國待遇與人權政策的爭辯：政治分離、經濟合作

雖然六四事件的人權問題造成中美關係的僵局，但是美國對於最惠國待遇問題採取了「低調處理，變相放行」的政策，使得中美關係保有轉圜的餘地（楊中美，1999：171-72）。然而，中國大陸的人權問題與最惠國待遇政策相矛盾的爭議仍然是美國國會每年辯論的重要議題。六四事件後，在1990年10月中國大陸派出第一個赴美採購團，由中國大陸人大常委會常委王潤生擔任採購團團長，其說明採購的目的與政治無關，主要是配合中國大陸生產結構的改變、推動現代化以及擴大對美貿易（聯合報，1990）。但是，中國大陸對外經濟貿易部美大司司長孫振宇卻另外表示，此行採購團是中國大陸向美國市場表達非常重視美國出口的訊息，將會持續鼓勵民眾購買美國貨以及擴大對美國的進口，以減少美國貨進口到大陸的總值持續下降（聯合報，1991b）。更在1991年5月美國國會議員提出取消或有條件延長中國大陸輸往美國商品的最惠國待遇（Most Favored Nation Treatment，簡稱MFN）法案之際，隨即由中國大陸國家計畫委員會副主任甘子玉在19號率領赴美大型採購團展開19天的訪問，期望能夠透過中國大陸國內計畫經濟的需求來減緩中美在經濟議題上的摩擦，更進一步促使美國考慮延長最惠國待遇的問題（聯合報，1991c；中國時報，1991；人民日報，1991a）。²⁷

²⁷ 甘子玉此行表示：「中國大陸的經濟經過兩年的治理整頓，需求和生產速度都在增長，今年開始執行的八五計劃和十年發展規劃，對於農業、能源、交通通訊、原材料等重點建設將有計劃地展開，為中國大陸進一步擴大對外經貿合作提供了保證，而中美兩國在經濟貿易方面的互補

另一方面，中國大陸官方卻一反常態的表示：「失去美國的最惠國待遇固然可惜，但會改向他國購買產品因應」。²⁸並預計在同年的 6 月由中國大陸前對外經濟貿易部副部長魏玉明帶領 22 人採購團（包含三個中央部會以及上海市、天津市、福州市與廣州市）赴歐採購產品。²⁹將訪問比利時、荷蘭、義大利、西班牙、法國、英國和德國，以突顯歐洲市場對中國大陸的重要性，同時強化工業的發展（如：石油化工、紡織、礦冶、通訊、電力等），此舉則被視為向美國國會施加壓力的舉動（聯合報，1991d，中國時報 1991b；人民日報，1991c）。

然而，此壓力的來源正是日益加快的中美經貿關係。根據中國大陸官方統計（表 2-2），中美的貿易額自 1979 年到 1993 年從逆差轉為順差（順差金額約為 63 億美元），可以發現中美進出口貿易快速發展。以中國大陸對美國出口為例，自 1979 年中美建交後出口貿易持續增加，在 1990 年以後快速的發展，出口金額在 1990 至 1996 年之間增加了 5 倍左右。

性很強，中國需要美國的技術、資金和市場；美國需要中國的市場、勞動力和物美價廉的商品。因此，發展合作對雙方都有利」。由此可見，中國大陸積極的利用計劃經濟來刺激國內需求，並形成巨大的對外採購能量（人民日報，1991b）。

²⁸ 中國大陸總理李鵬表示：「相互給予最惠國待遇是中美兩國經貿關係的核心，為一種互惠互利的關係。中國的基本態度是向最好的方向努力，同時做最壞的打算。如果取消最惠國待遇的狀況發生，也沒有什麼了不起，可以更坦率的說，中國經濟照樣發展，改革開放照樣進行」（聯合報，1991e；何中順，2007：351）。

²⁹ 魏玉明表示：「歐洲共同體是中國大陸第三大的貿易夥伴，僅次於香港和日本，因此中國大陸非常重視同與歐洲共同體的經濟和貿易合作關係。中國大陸目前正在實施八五計劃，有很多具體的項目需要從外國引進，因此歡迎歐洲商人和投資者向中國出口商品或投資，推進雙邊經貿合作向更廣闊、更多樣化的方向發展」（聯合報，1991d；人民日報，1991c）。

表 2-2 中美貿易統計表（單位：萬美元）

年份	進出口總額	中國出口 至美國總額	中國自美國 進口總額	貿易差額
1979	245,160	59,501	185,659	-126,158
1980	481,284	98,263	383,021	-284,758
1981	1,052,256	257,682	794,574	-536,892
1982	1,144,412	333,489	810,923	-477,434
1983	886,010	339,731	546,279	-206,548
1984	1,454,882	537,536	917,346	-379,810
1985	744,235	235,216	509,019	-273,803
1986	734,844	263,175	471,669	-208,494
1987	786,845	303,747	483,098	-179,351
1988	1,001,111	338,003	663,108	-325,105
1989	1,225,439	439,101	786,338	-347,237
1990	1,176,779	517,946	658,833	-140,887
1991	1,416,634	615,851	800,783	-184,932
1992	1,749,358	859,373	889,985	-30,612
1993	2,765,206	1,696,400	1,068,806	627,594
1994	3,535,460	2,146,103	1,389,357	756,746
1995	4,083,179	2,471,350	1,611,829	859,521
1996	4,284,073	2,668,549	1,615,524	1,053,025

資料來源：作者整理自繪。請參考「中國統計年鑑」，中國與各國（地區）海關進出口總額，自 1981 年至 1996 年。

由此可見，中美之間的貿易量不但持續增加，而經濟的連結也日益加深，也直接形成美國國會對於中國最惠國待遇問題的壓力。顯而易見的例子，就是在 1993 年 5 月由美國 298 家公司與 37 個貿易團體負責人，聯署要求當時的美國總統柯林頓無條件延長中國大陸的最惠國待遇的情況，可見中國大陸與美國的經濟連結已經密不可分（楊中美，1999：191-92；何中順，2007：350）。另外，中國大陸持續透過採購策略的運作，分別在 1993 年 4 月向美國採購了 8 億 21 架七三七與 1 架七五七的噴射客機（同時波音公司同意將部分零件移至中國大陸製造）和美國三大汽車公司價值 1.6 億美元的 1.4 萬輛各型汽車，以及 1994 年 4 月由前

外經貿部部長吳儀率領中國經貿代表訪團訪問美國，簽署了 62 項的採購與投資協議與 134 項的合作意向書，展現了中國大陸龐大的經濟能量與內需市場（聯合報，1993；人民日報，1993）。³⁰而使得柯林頓時期的美國政府在內外的壓力下，正式在 1994 年 5 月 26 日宣布將中國大陸的人權議題與最惠國待遇脫鉤，並實行務實的對中政策，從人權外交轉向以進入中國市場為目標的經濟外交（周林，2009：39-42）。

二、法國對台軍售的爭議：一個中國原則

中國大陸與美國在爭論最惠國待遇的同時，美國與歐洲各國對台軍售的爭議成為另一項關注的議題。在 1992 年 9 月美國總統布希宣布即將向台灣出售 150 架 F16-A/B 型戰鬥機以及 12 架 SH-2E 型反潛直升機，立即受到中國大陸方面的強烈抗議，同時宣布具體的報復措施，如立即停止進口美國小麥以及擱置進口美國八千輛汽車的計畫等，但是阻擋的成效不佳（楊中美，1999：182-83）。在此之中，法國也趁勢在 1992 年 1 月提出對台灣出售 2000-5 型的幻象戰鬥機的議題。

中國大陸政府為了阻止法國對台灣軍售採取了一系列的措施，除了在外交上提出嚴正交涉以外，也在經濟議題上採取積極合作的態度，以回應法國所提出的「中國對法國貿易嚴重不平衡的問題」。中國大陸與法國交涉的過程中明確表示，如果法國願意放棄對台軍售，中國大陸將會立即派遣採購團赴法採購，並現匯購買 20 億美元法國商品以及簽訂總額高達 154 億美元的合作計畫，但是法國仍然堅持其立場，認為對台軍售的利益將會高於中國大陸所提出的條件（錢其琛，2004：265-66；聯合報，1992c；中國時報，1992a）。

³⁰ 甘子玉在 1993 年 4 月赴美採購的期間表示：「中美雙方互予最惠國待遇是雙邊貿易關係發展的基石，如果這一基石受非貿易因素的影響而動搖，對兩國都會造成損害。現在有許多美國大公司都在同中國做生意，到中國投資，它們都不希望最惠國待遇問題受非貿易因素的影響」（人民日報，1993）。

於是，在 1992 年 6 月 19 日由中國大陸國家計畫委員會副主任甘子玉所率領赴歐採購團行程中，便將法國排除在採購名單之外。藉此抗議法國對台軍售的不滿，並期望透過經濟的施壓促使台法軍購交易破裂，進而嚇阻其他歐洲國家不要企圖透過軍售與台灣接觸。(錢其琛，2004：267；聯合報，1992a；聯合報，1992b；中國時報，1992b)。但是，法國仍然在 11 月正式與台灣簽訂 60 架幻象戰鬥機的合約，中國大陸認為法國對台軍售的行為違反了「一個中國原則」並隨即做出強硬回應。³¹ 在 1992 年 12 月宣布撤銷中法大型合作項目（廣州地鐵、大亞核電廠二期工程），並不再與法國商談重大經貿合作項目等經濟抵制措施。法國政府在受到中國大陸強烈的經濟抵制之後，經濟利益明顯受到影響，而為了表達與中國大陸和解的善意，法國國會隨即取消授權波恩（Bonn）與海牙（Hague）兩間公司在 1993 年對台出售潛水艇與護衛艦的計畫（Mengin, 2002: 144），並分別在 1993 年的 7 月和 12 月積極的與中國大陸政府進行協商，希望能夠改善中法關係的問題，最終在 1994 年 1 月中法雙方正式發表聯合公報，明確表示：「法國政府承諾今後不會批准法國企業參與武裝台灣」（錢其琛，2004：269-70）。³²

本節主要透過兩個不同的觀察面向回顧中國大陸對外採購策略的發展。首先，從台灣的面向來觀察，其透過對外採購的經濟外交策略獲得國際上的認同與經濟方面的豐碩成果，也同時展示不同於其他新興亞洲國家的外交策略。特別是透過採購形式的交往加強與被採購國的經濟連結，不但能增加其內部利益團體的支持，更能在經濟功能上相互補充以利採購國的發展，這對於受到許多貿易限制的中國大陸而言是拓展與歐美國家貿易關係的最佳示範；從另一個面向觀察，中

³¹ 在 1992 年 11 月中中國大陸外交部副部長田曾佩表示：「中國大陸強烈要求法國政府恪守中法建交原則，拒絕批准有關公司同台灣簽訂的出售戰鬥機的合同。如果法方不顧中方的強烈反對，一意孤行，中方將要作出強烈反應，由此產生的一切嚴重後果，法國政府必須承擔全部責任」（人民日報，1992）。

³² 中法政府聯合公報的內容為：「中法關係從此恢復正常，副部長級以上的人員開始重新往來；法國企業可與其他外國企業一樣，在中國市場上參與競爭；一些因法售台戰鬥機而受到影響的大型合作專案也得以繼續進行；對直接參與售台武器的四家法國公司，中方將實行嚴格的制裁措施」（錢其琛，2004：269-70）。

中國大陸的對外採購策略有效的突破國際上的圍堵與制裁並與世界經濟連結，使其國家的經濟力量快速發展，更進一步的透過對外採購策略的運作促使被採購國在重要議題上的讓步（也就是本節所討論的中美最惠國待遇爭議以及法國對台軍售的兩項議題）。總的來說，中國大陸的採購策略雖然強調「政治分離、經濟合作」以經濟發展為主的目標，但面對政治與經濟爭議的同時，採購策略卻轉向維護其「一個中國原則」的政治基礎，因此中國大陸的採購策略實際上仍是「政經並行」的操作。

在此之中，台灣與中國大陸同時在國際上進行採購的策略勢必會面臨短兵相接的情形，尤其是以台灣採購軍事武器（或是相關技術）的問題最受到中國大陸政府的強硬的抵制，其認為對台軍售涉及侵犯中國主權的問題。本文以法國對台軍售為例，中國大陸透過採購抵制的手段最終獲取法國政府不再對台軍售的承諾。在相互較勁的過程中，台灣在各國進出口貿易的重要性也逐漸被中國大陸取代，其對外採購的策略不論是在採購的金額與數量大小以及內容項目都不及中國大陸龐大的經濟需求，使得台灣在對外採購領域上的力量快速減弱（聯合報，1994）。同時，筆者發現對台軍售議題的重要主導者並不是法國而是美國（受到台灣關係法的影響）。³³美國在法國對台軍售之前已經對台灣出售了數十架戰鬥機，中國大陸也對此進行了採購策略的操作，並沒有達到制止美國對台軍售的效果，卻影響美國政府在最惠國待遇與人權政策的爭議上進行脫鉤。由此可見，中國大陸對外採購的策略在不同議題與對象上的「結果」也會不同。

當然，不論是在最惠國待遇問題或是對台軍售的問題，中間都涵蓋了很多政治力量的運作過程，但若是將所有的因素同時放入觀察的脈絡之中，對外採購策略運用的效果可能會被稀釋。因此，本文主要的觀察的焦點主要集中在中國大陸

³³ 美國在 1980 年的卡特政府時期已核准的將近 3 億美元的對台軍售案，包含船艦空防用飛彈、反坦克飛彈與發射器等防衛性武器，分別在 1983 年正式軍售台灣 66 架 F104，以及 1984 年的 12 架 C130 軍用運輸機（Taylor, 2000: 401）。

對外採購策略的操作過程。因此，筆者在下一節將進一步說明採購與經濟策略術的運用與解釋。

第二節 採購策略與經濟策略術：解釋與運用

本節首先說明採購的基本概念與不同類型的採購定義，並說明政府「政策性採購」的重要性。其次，將採購策略與經濟策略術兩個概念進行連結，進而解釋採購策略為何同時具有「強制性」與「交易性」經濟策略術的性質，並描述中國大陸政府對採購政策的操作過程。

壹、採購學的基本概念

採購的行為普遍的存在政府與民間之中，傳統的採購功能侷限於狹義的購買行為（purchasing），也就是買賣雙方發生所有權（ownership）的移轉，屬於銀貨兩訖的概念；而廣義的採購行為（procurement）還可以包含租、借、徵、收、交換等方式（王忠宗、許成，1991：5-16）。³⁴依採購目的還可分為「零售或轉售」與「消耗或轉換」兩類。前者以滿足消費者的需求為首要目標，其購買消費者所需的商品加上必要的利潤與服務之後再販賣給消費者，採購的範圍多為可以直接販賣給消費者的商品，而這類型的採購又稱為貿易商（Merchants），主要的行為者為百貨業與量販業；另一類型的採購目的則是為了生產所需的消耗或轉換（或稱為工業採購），以公司所生產的產品以及內部需求作為主要滿足對象，此一方法適用於製造業、服務業、學校與政府機關（許振邦，2009：2-3）。若以國內生

³⁴ 採購的英文用字主要有兩種，分別為 Purchasing 與 Procurement。Purchasing 的主要功能是取得企業組織所需的材料、服務，以及設備；而 Procurement 則具有廣義以及狹義兩種定義：廣義來說，採購工作內容包含規格的制定、價值分析、供應商市場調查、議價談判、採購（Purchasing）、合約管理、甚或庫存管理、貨物運送、點收、入庫。而狹義通常用於與政府相關的活動，只包含事前合約制定過程，而非事後合約執行經過。而本文主要採用廣義的 Procurement 定義，因為其涉及了管理的概念，較符合本文分析的重點。相關內容請參考社團法人中華採購與供應管理協會網站，http://www.smit.org.tw/ugC_Noun_Detail.asp。

產總值 (Gross Domestic Product, 簡稱 GDP) 來評估整體的採購市場, 一般民間採購約佔 GDP 的 10 至 15%, 而政府採購更達到 GDP 的 20%, 可以發現採購市場擁有難以忽視的經濟潛力 (Weiss & Thurbon, 2006: 703)。對於採購學的研究, 基本上可以分為一般採購以及政府採購兩類, 以下將分別說明之:

一、一般採購

一般採購的研究主要著重在企業的採購與供應管理, 其採購功能的發展主要分為四個階段: 簿記階段 (Clerical)、機械作業階段 (Mechanical)、事先準備階段 (Proactive)、策略供應管理階段 (Strategic Supply Management)。簡而言之, 就是從傳統單純被動採購轉變成為主動的採購策略, 更加的重視採購流程, 要求正確的供應商在適當的時間內, 以合理的價格取得正確數量並符合品質要求的商品與服務 (許振邦, 2009: 24-6)。其中, 又以第四階段的策略供應管理的發展最為重要, 特色為: 企業將採購視為對外競爭的武器、供應策略的整合形成組織的團體戰、重視供應環境與需求環境的變化、強調採購的附加價值、成本的最佳化、與供應商形成的結盟關係以及綠色採購 (Dobler & Burt, 1996: 37)。

其中, 在策略供應管理的發展階段之中最受到重視的採購策略, 就是透過談判 (negotiation) 的方式與供應方建立緊密的合作關係。傳統的採購談判以經濟為主要考量, 較重視合約的具體細節, 諸如: 價格、品質與運輸成本, 而現今則是更注重建立高度信任的夥伴關係 (如, 供應鏈的建立)。其中, 可進行談判的時機為: 合約的價值較大、缺乏供應商的競爭、特殊的價格、品質與服務需求、非標準化合約, 以及建立合作夥伴關係等。對於採購需求方而言, 若在談判時機上的進行操作將有利於談判籌碼的增加, 進而形成主動性的採購策略 (許振邦, 2009: 230-33)。

二、政府採購 (Government Procurement)

政府採購的性質不同於一般的採購活動，其定義為「國家機關利用政治權力所汲取而來的資源（人民的納稅金），經由預算程序，透過必要的消費活動，向民間社會、外國政府、民間企業、非營利組織或是個人進行經濟交易行為，已達成符合國家整體利益的施政目標之價值與資源分配的過程，故屬於一種公共資源的策略性運用」（王麗鳳，2006：23）。

政府採購的總體目標在於優化國家基礎建設、服務公共利益與提升國家經濟競爭力，如：台灣的十大建設、中國大陸的五年計劃；另一項功能則是作為政策工具，將稅賦有效返還給民眾以及創造國內就業機會（Miyagiwa, 1991: 1320）。然而，即便是國家汲取大量的民間資源，資源的分配仍然有限。因此，國家在採購政策選擇之中，各種政策之間便具有相互影響或排擠的關聯性，勢必造成「經濟發展」與「政治需求」相互的折衝，更包含了不同層級行為者之間互動的複雜過程（蕭全政，2001：15；王麗鳳，2006：24-6）。

在此之中，政府面臨經濟發展與政治需求衝突的採購決策中，以「政策性採購」的研究最為重要，係主要是為了配合政府之間的貿易協定，以及外交關係的運作等相關國家政策所從事的採購行為，卻同時影響了一般採購與政府採購的決策方向。雖然，政策性採購有利於政府對外關係的擴展，但有可能會犧牲採購過程中所要求的品質、價格及交貨要素等重要的採購要素，進而使得外交籌碼跟經濟效益之間產生矛盾（王忠宗、許成，1991：167-69）。然而，政府對於政策性採購的介入並不是完全負面的。若以國家經濟發展作為主要目標，可以在採購的過程中，加入「互惠或對等採購」（reciprocal or compensation purchasing）的交換形式，要求對方購買等值的商品或者是在生產技術上進行合作與移轉，以促進國內的經濟發展和產業技術的提升（王忠宗、許成，1991：169-70）。另外，也可

以透過採購策略來扶植國內產業向外擴展市場或是建立國家領導廠商 (national champions)，進而增加國內產業在國際市場上的優勢(Weiss & Thurbon, 2006: 703)；但若是將採購政策作為國家外交籌碼，則是以建立合作關係或是在特定議題上達成共識為主要目標。³⁵此種採購策略通常出現在經濟發展不對等的國家中，經濟發展較好的國家對經濟發展落後的國家以援助的姿態進行採購，藉以形成經濟上的不對等依賴，並在關鍵時刻透過經濟制裁的威脅，迫使經濟落後國在某些議題上採取順從與妥協的策略。

根據上述說明，可以發現國內採購市場不但擁有的龐大經濟能量 (特別是政府採購)，同時也能作為政府在政治性與經濟性議題上的政策工具。而政府透過採購政策的制定，在經濟上有助於國家內部的經濟發展並擴展國際市場；在對外政治上則具有經濟策略術的效果。在接下來的部分，本文則是關注採購策略所具有的特性，以及政府的操作過程，藉以說明採購為何同時具有「強制性」與「交易性」的經濟策略性質。

貳、經濟策略術的適用性

經濟策略術的研究主要分為手段、目標，以及結果三個部分，而本節則是著重於採購策略的「手段」描述。³⁶採購策略近來被視為平衡貿易差距的重要槓桿政策 (如，台灣與中國大陸的對外採購政策)。在採購策略的發展過程中，採購的內容與範圍不斷的擴展，使其從短期性的經貿活動發展成為長期性的經貿合作，甚至是擴充到政治領域上的合作。特別是由政府所主導的政策性採購計畫最受到重視，其內容涵蓋著一般採購與政府採購，所擁有的經濟利益更是無法估算。其中，美國亦將政府採購政策視為一種貿易戰略，積極的透過 WTO 制定

³⁵ 以貿易政策進行經濟滲透的策略，可以參考赫希曼 (1969) 對於德意志帝國案例的相關研究。

³⁶ 在本文文獻探討的部分已回顧經濟策略術相關代表學者的理論，請參考赫希曼 (1969)、鮑德溫 (1985)、克諾爾 (1975)。

GPA 的自由開放的競爭機制（政府採購協定，Agreement on Government Procurement，簡稱 GPA），要求各國開放政府採購的限制，但是其協定所規範的出價清單與開放範圍屬於多邊協議，由各個國家自行訂定與逐步實行，使得採購市場開放的效果有限（特別是中國大陸始終未將國有企業放入開放範圍之內）（Weiss & Thurbon, 2006: 706）。³⁷ 由此可見，政府政策將會左右採購計畫的運作方向。是此，本文將在以下分別說明採購策略的性質與操作，以說明經濟策略術對於採購策略的適用性。

一、採購策略的性質：複合式的效果

首先，引述鮑德溫（1985）對於經濟策略術的研究，其主要透過國家戰略的角度研究，將經濟政策視為達成政治外交目的的工具，特別重視經濟策略術手段的運用，將經濟手段分為正面獎勵與負面獎勵兩類，並對於「貿易往來」與「資金運用」兩個貿易策略來進行操縱（表 2-3）。若更明確的進行分類，主要有兩種形式：第一類為「強制性」策略術（coercive statecraft）屬於負面獎勵的形式。受援國（Target Country）對援助國（Sender Country）有高度的經濟依賴，援助國透過打擊的經濟貿易政策，迫使受援國在某項議題上讓步；第二類則為「交易性」策略術（exchange statecraft）則屬於正面獎勵的形式。援助國提供貿易上的優惠措施，使得受援國願意進行談判與妥協（Kuo Cheng Tian, 1993:20-21）。

³⁷ GPA 主要目的為建立非歧視性的政府採購，如第三條所闡述的「國民待遇及不歧視原則」，內容為：就本協定適用範圍內關於政府採購之一切法律、規章、程序及實務，各締約國應立即且無條件對提供締約國之產品或服務之其他簽署國之產品、服務及供應商，賦予不低於下述之待遇：1、賦予國內產品、服務及供應商之待遇；2、賦予任何其他締約國之產品、服務及供應商之待遇。就本協定適用範圍內關於政府採購之一切法律、規章、程序及實務，各簽署國應確保；3、其機關不得基於外國分支關係或外國所有權之程度，而對一本地設立之供應商，賦予較低於另一本地設立之供應商之待遇；4、其機關不得基於所供應貨物或服務之生產國，而對在本地設立之供應商予以歧視；但以該生產國依第四條規定該生產國屬本協定締約國為限。相關條文請參考：行政院工程會網站，<http://www.pcc.gov.tw>。

根據表 2-3 的整理，可以發現經濟手段的運用比較偏向傳統權力所描述的「胡蘿蔔與棒子」二分的概念，國家政治權力採取直接干預經濟政策的方式，逼迫經濟策略術的接受方只能選擇同意或不同意的「零和賽局」。但是，在全球化的時代，國家雙方的經濟的交流大多建構在雙邊的協議之上，若是貿然採取毀約或是限制的行為，將會損害國家形象與商業信譽。另外，經濟交流也不再限縮於傳統的國與國之間的貿易，現今的貿易交流已擴展至全球的範疇下，進而使得單一國家更難有效的運用經濟策略術達到其政經上的目標。

表 2-3 經濟策略術正面與負面獎勵的比較表

正面獎勵（交易性）		負面獎勵（強制性）	
貿易往來	資金運用	貿易往來	資金運用
平等關稅	提供資金援助	貿易禁運	凍結資產
最惠國待遇	投資協議保證	貿易抵制	進出口控制
降低關稅	鼓勵私人資金投資	關稅差別待遇	停止援助
直接購買	外國投資稅賦減讓	撤銷最惠國待遇	沒收資產
進出口貿易補貼	個別承諾	傾銷或停購	額外稅負
給予許可證	-	列入黑名單	藉由國際組織施壓
承諾提供上述獎勵	承諾提供上述獎勵	威脅動用上述手段	威脅動用上述手段

資料來源：作者整理自繪。參考自 David A. Baldwin (1985), *Economic Statecraft*. Princeton, N.J.: Princeton University Press, p. 42；耿曙（2009），〈經濟扭轉政治？中共「惠台政策」的政治影響〉，《問題與研究》，第 48 卷第 3 期，頁 6。

在此之中，採購策略發展成為經濟策略術的另一種更有效的手段。由於採購策略涉及一連串的選擇過程（圖 2-1），其包含採購的時間點、採購對象的選擇、採購項目的種類、採購金額大小，以及契約履行的穩定程度等（林文正 a，2010：7-8）。另外。透過採購需求方所擁有的採購籌碼多寡，如：合約價值較大、缺乏供應商的競爭、特殊的價格、品質與服務需求、非標準化合約，以及建立合作夥伴關係等，進而使得採購策略在每個過程皆具備經濟策略術的特性。



圖 2-1 採購策略流程圖

資料來源：作者自繪

然而，為何採購策略同時具有經濟策略術的交易性與強制性的性質？以下將透過採購的過程說明之（圖 2-2）。第一、「時間點」的採購策略。若是採購的時間點在採購供給方處於供過於求的時期，將能快速拉近採購供需雙方的信賴關係。反之亦然，若是將採購的時間點推遲則會造成採購供給方的壓力；第二、採購「對象」的採購策略。此策略對於缺乏供應商的競爭市場（買方市場）影響較大，由於賣方商品所擁有的技術水準以及販售的金額較高，例如：高速鐵路、衛星系統、大型客用飛機等，使得能採購的需求方也較少，而賣方為了爭取訂單，則有可能會出現賣方皆向買方妥協的結果；第三、「項目與種類」的採購策略。採購的目的主要有「零售或轉售」與「消耗或轉換」兩類，若是採購的項目與種類僅限於零售或轉售，其經濟效益時間較短。而採購消耗或轉換的項目則有助於提升採購供給方的長期經濟利益；第四、採購「金額大小」的採購策略。合約價值的大小，將會直接影響採購談判的籌碼多寡；第五、「契約履行」的採購策略。契約履行的過程是否穩定，將會直接影響採購供給方的經濟利益，若是履約的時間越長，則採購交易的風險越大，但是採購需求方對於契約履行的操作必須謹慎，否則會損害自身的信譽。由此可見，採購策略是一體兩面的，同時具有交易性與強制性的特性，而談判的籌碼越多越能有效運用採購策略，也越能靈活的將交易性與強制性兩種經濟策略術交互使用。

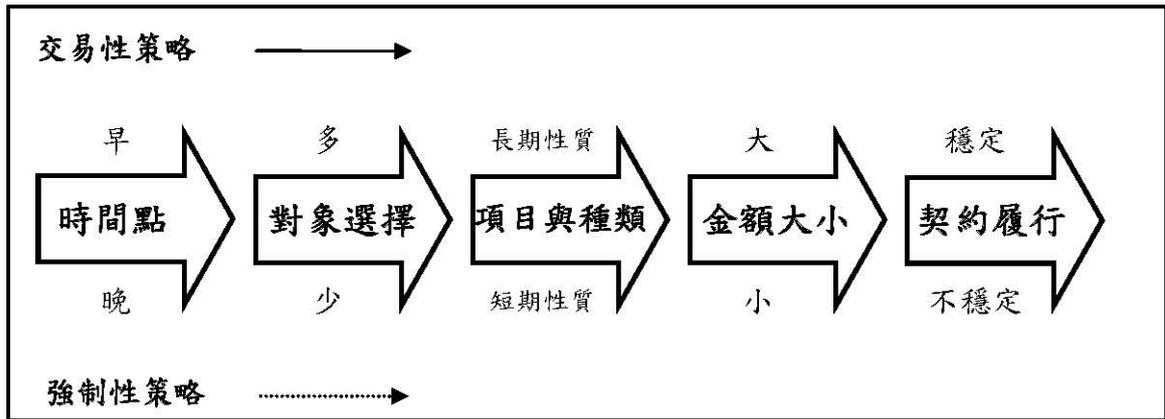


圖 2-2 採購策略的複合性質

資料來源：作者自繪

二、採購策略的操作

政府對採購策略的操作，主要是透過相關政策的制定、政府機構的引導，與國營企業採購的形式。更明確的說，就是政府機關透過其政策工具或是行政上的干預進而影響國內企業採購的方向。³⁸例如，「非關稅壁壘」(nontariff barrier)的貿易政策，措施內容包含：行政限制、國營事業與地方政府的採購政策、關稅稅率、安全標準或環境保護等限制等，或是透過官方部門(如：台灣的經濟部、大陸的商務部)或半官方部門(如：台灣的對外貿易發展協會、中國大陸的七大商會)引導企業選擇投資標的(Goldstein& Pevehouse, 2008:287-89)。

而本文係主要以中國大陸作為分析案例，其計畫經濟具有政策性採購的性質，政府透過政策制定的權力(如，預算的審核分配、投資開發的優惠政策、進出口關稅...等決定權)建立重點產業穩定的投資環境，並引導國內各個產業集中資本進行採購投資。另外，透過官方機構的職權進行採購策略的操作，主要介入

³⁸ 此段對於採購策略操作類似於國家中心論(State Centered Approach)的描述，相關理論分別為「新重商主義」(neo-mercantilism)、「國家資本主義」(state capitalism)、「發展型國家」(developmental state)。其理論重視國家自主性(state autonomy)與能力(capacities)的差異，並影響著國家機關主導國家經濟成長的方式，而採購策略屬於何種國家中心論的形式則需要更進一步的發展，故本文未討論之(林文正 a, 2010: 8-10)。

單位為商務部與所屬的工（商）會，以及大型的國營企業。然而，中國大陸官方是如何介入與操作這兩個單位的採購決策？以及在採購過程中的角色為何？以下將分述之。

（一）商務部與所屬工（商）會

商務部所屬的七大商會，分別為：中國紡織品進出口商會、中國五礦化工進出口商會、中國機電產品進出口商會、中國對外承包工程商會、中國輕工工藝進出口商會、中國食品土畜進出口商會、中國醫藥保健品進出口商會，並接受商務部的直接監督。³⁹而根據各大商會的組織章程來觀察，如：商會會長、副會長（兼職副會長）必須由國家主管部門推薦，或是由三分之一以上會員企業共同推薦並經國家主管部門批准；或是財務收支的年度預算和決算須由經由理事會審議，批准後上報國家主管部門備案，使得各大商會的運作具有相當程度的官方色彩並受到官方直接的監督。

而在採購團組成的過程中，主要經由商務部以其標準來選定採購團的企業成員所組成，其各大商會的成員企業將擁有優先入選採購團的資格。⁴⁰因此，官方部門便能有效主導採購策略的操作（如，採購的時間點、採購對象、採購項目的種類等），為了更詳盡的說明中國大陸對採購策略的操作，以下將進一步說明商務部組織採購團的流程。

本文從商務部所發佈「組團貿易促進活動的通知」的文件進行分析，並以中國機電產品進出口商會 2009 年所發佈的「關於組團赴歐洲進行機電產品貿易促進活動的通知」來觀察。其內容為：「為配合胡錦濤主席訪問俄羅斯、斯洛伐克、

³⁹ 中國商務部下所屬商會詳情請參照「中華人民共和國商務部」，<http://big5.mofcom.gov.cn/mofcom/shanghai.shtml>，檢索日期，【2009/5/21】。

⁴⁰ 沈雁飛（2009）〈商務部長陳德銘率赴歐採購團今啟程 一對一談判簽約〉，【線上資料】，2009/2/24，東方早報，http://epaper.dfdaily.com/dfzb/html/2009-02/24/content_114340.htm，檢索日期，【2009/5/21】。

克羅地亞等國，落實我領導人關於推動中歐雙邊貿易平衡發展的指示精神，商務部擬由部領導帶隊，分別組織中國貿易投資促進團...此次活動由商務部統一協調，各商會分別組織對應領域的企業參加。其中機電產品貿易促進活動由產業司負責指導，機電商會具體承辦...同時請各企業提供可以與上述 7 國企業進行簽約的進口、出口合同（或意向）及雙向投資意向，商務部將在各國安排簽約儀式，以擴大我與上述國家的雙邊經貿合作」。⁴¹可以發現有四項重點：一、表示此行採購團目的主要是配合領導人的外交；二、歐洲國家為重點採購對象；三、說明具體承辦與指導的單位；四、要求參與採購的單位提供既有的投資合作資料，以及預期的採購意向書（筆者認為這可能是審核是否組團的資格之一）。

透過以上採購通知的內容，可以大致描繪出商務部組織採購團流程的輪廓（圖 2-3）。首先、國務院交由商務部發佈相關的採購資訊，並說明採購的目的與對象與承辦單位；其次，商務部透過地方層級的商務部門，以及所屬工（商）會單位兩個部分集合採購活動，並要求回饋既有的投資合作資料，以及預期的採購意向書；⁴²最後，分別進行資格審核與採購分組，並下達任務通知書。其中，我們發現商務部特別蒐集既有的投資合作資料與合作意向書，由此可以推論中國大陸的採購團的操作目的有兩個面向：**第一、透過既有的投資合作，以展現的中國大陸的採購策略是實質的經濟交流；第二、蒐集各產業的採購需求，說明中國大陸內需市場仍具有龐大的商機潛力。**

⁴¹ 詳細內容請參考本文附件一。

⁴² 筆者在地方層級的商務部單位也找到相同的貿易促進活動的通知，因此推斷中國大陸採購團的組成不僅透過七大商會也包含地方商務部。由於相關文件內容相似度高，僅發佈對象的名稱不同，因此文中不再贅述，請參考附件二。

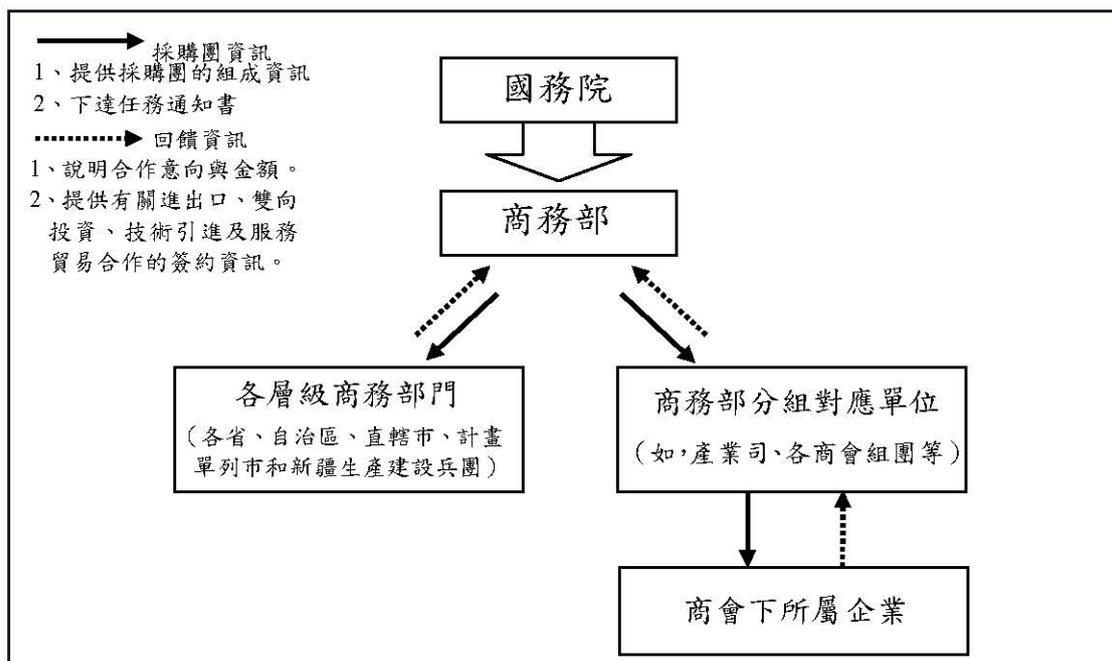


圖 2-3 中國大陸商務部組織採購團的流程圖

資料來源：作者整理自繪。請參考中國大陸商務部辦公廳所發佈的組團貿易投資促進的活動通知（附件一、二）。

（二）國營企業

中國大陸國營企業的採購目標主要集中在國內大型公共工程的採購案（如，鐵路交通、航空運輸、郵電事業，與能源技術等）。而國營企業皆有對應的國務院部門進行管理，分別為鐵道部、交通運輸部、工業和信息化部以及國家發展和改革委員會。因此，中國大陸的國營企業直接受到國務院部門的管束，對於政府政策的配合度較高而且較容易管理。相較之下，一般的採購團能力有限，無法有效承接額度規模較大的公共採購案，不同於國營企業有政府作為經濟支持的後盾。

其中，本文以中國大陸的飛機採購為例。⁴³由於，國際上的飛機供應商係以

⁴³ 在研究資料的限制之下，本文無法對所有的國營企業採購運作進行通則性的分析。但是，中國大陸對飛機的採購相當重視，也經常利用飛機訂單進行操作，故而相關的分析資料較多。因此，筆者對於國營企業的分析主要以飛機採購作為代表，藉以描繪中國政府對國營企業採購的操作。

美國的波音飛機（Boeing）和法國的空中巴士（Airbus）兩家航空公司為主（飛機產業也是這兩個國家重要的戰略性企業），在缺乏供應廠商的競爭下，形成了以需求方為主的「買方市場」（Top, 2008: 8-12）。進而使得中國大陸購買飛機設備的決策過程受到各方研究的關注，包含：政府和航空公司的角色與定位為何？是政治因素還是經濟因素左右飛機採購訂單？以下將進一步說明中國大陸飛機採購的流程（圖 2-4）。

首先，由中國大陸國內的航空公司與國外飛機製造公司直接進行接觸與協商，在預計購買的機型、數量與履約方式等意見達成一致後簽訂採購意向書；其次，向國務院交通運輸部下屬的中國民航局提出採購飛機的申請；⁴⁴再者，中國民航局批准後提交至國家發展與改革委員會就國家整體計畫經濟的布局進行評估，並向外交部徵求其他相關方面的意見（如，國際政治情勢、各國貿易關係、黨中央與國務院外交政策等考量），進一步將外交部的意見加入採購決策的過程之中；然後，國家發展和改革委員會將申請提交國務院審查；最後，通過國務院批准後，航空公司才能正式和國外飛機製造公司簽署合作的框架協議（何中順，2007：302）。

在此之中，筆者發現中國大陸在飛機的採購過程中，採購的供需雙方必須先行接洽與簽訂採購意向協議書，並將採購計畫送至國務院直屬部門進行逐步審查，而同時要接受發改委（計劃經濟）與外交部（政治考量）的檢驗，最後再由國務院進行定奪，使得越大型的公共採購所需要的時間越長，而在採購清單的審核過程中，政府部門則可以有效的進行操作，包含採購時間點的控制、採購對象的選擇、採購數量與金額等。

⁴⁴ 中國民用航空局在 1988 年改稱中國民用航空總局，隸屬於國務院的直屬「正部級」機構，並組建六個國家骨幹航空公司。而在 2008 年 3 月國務院撤銷中國民航總局，成立中國民航局，改隸交通運輸部，交由中央直接管理；中國民航局下轄 7 個地區管理局，機場實行屬地管理的改革（中國大陸綜覽，2008：55；115）。

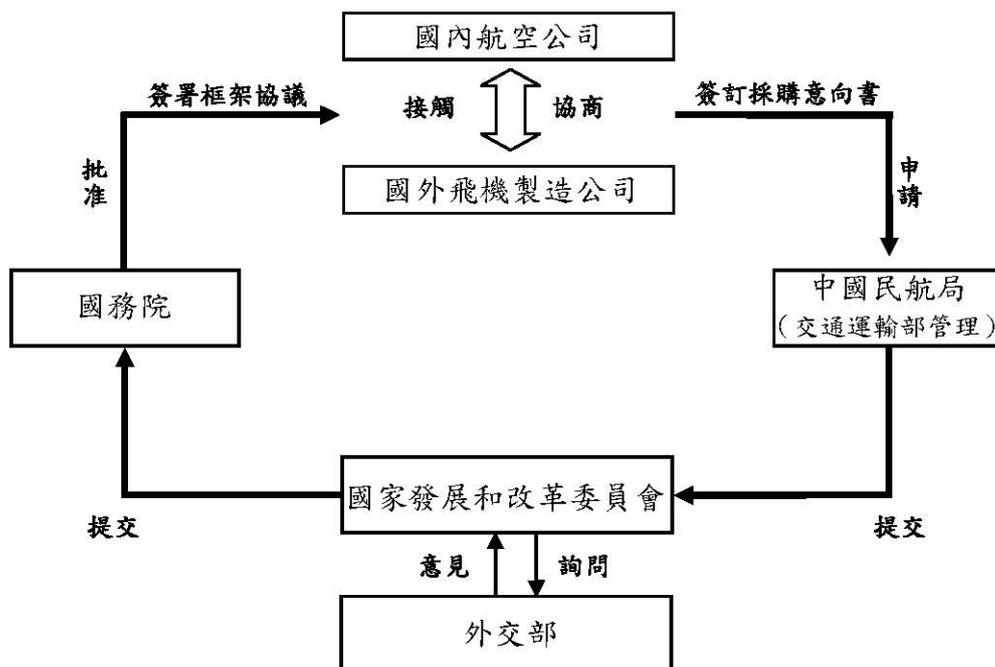


圖 2-4 中國大陸飛機採購流程圖

資料來源：作者整理自繪。請參考何中順（2007），《新時期中國經濟外交：理論與實踐》，北京：時事，頁 302；王豐等（2005），〈左右中國購買波音空客訂單之秘〉，【線上資料】，2005/2/24 財經雜誌，<http://finance.sina.com.cn/review/observe/20050224/11491380934.shtml>，檢索日期，【2009/04/16】。

本節根據上述資料的整理與描述，可以更清楚經濟策略術對於採購策略的適用性，也可以瞭解到採購策略為何同時具有「交易性」與「強制性」的經濟策略術性質。另外，對於中國大陸政府採購策略操作的分析，更可以瞭解到政府在採購策略中舉足輕重的角色。因此，本文前段所建構「中國大陸政府可以透過採購策略的操作來獲取政治或經濟利益」的概念是可行的。

在下一節，本文將要透過中國大陸對外採購的案例進行分析，一來作為解釋採購策略運用的例證；二來是從例證中尋找影響採購策略性質的中介變數，藉以建構其採購策略運作脈絡。

第三節 比較的角度

學者認為中國大陸的經濟外交可以分為以經濟為手段謀求政治與外交目標、以經濟利益為目標、經濟和外交相互扶持三個時期並與經濟發展的策略相關（耿向東，2010：24-5）。⁴⁵但是，本章在回顧中國大陸對外採購的發展中，發現其對採購策略的操作仍是「政經並行」，而不同的政經目標將促使採購策略進行「交易性」與「強制性」轉換的重要因素。因此，本節從採購策略的「目標」與「手段」進行分析。

其中，對於採購策略目標的界定，筆者透過文獻回顧的資料將其重新歸納成五類，分別為：一、改變特定事件中目標國的行為。如，侵犯人權、沒收外國財產、軍事侵略等；二、改變目標國的政治領導、政治制度與軍事能力。如，透過經濟制裁要求獨裁或共黨國家改變現況；三、因應國內的政治要求。如，美國對以色列的支持；四、國際上的意識形態、規範與價值的影響。如，反恐怖主義、民主自由等；五、因應國內經濟發展的需求（Kuo Cheng Tian, 1994:83）。前面四類目標具有政治屬性，皆受到政治性因素驅使。但是，第五類的經濟性因素最常被忽略，由於以往的經濟策略術的基本假設，皆是建立在經濟發展程度較高的國家所採行的策略，而經濟發展程度較低的國家只能採取防禦性的經濟策略。然而，對於本文分析的中國大陸案例而言，卻是從經濟發展程度較低的一方出發，因此，在採購策略的目標中補充「國內經濟發展需求」這一類。

另外，本文採用「最具相似性系統設計」（most similar systems design），其概念為「在一組特徵相似的對象中，找出重要的相異點，而這些相異點能夠解釋

⁴⁵ 王義桅表示經濟外交是經濟與外交的辯證統一。與過去不同的是，中國已從「以經濟促外交」進入「以外交促經濟」的時代。請參照王義桅（2004），〈經濟外交展現魅力 中國聲音越來越響亮〉，【線上資料】，2004/12/3，環球時報，<http://www.people.com.cn/BIG5/paper68/13544/143173/index.html>，檢索日期，【2009/3/10】。

所觀察到的政治結果」(Landman,2003: 39-44)。以下將透過採購策略的手段與目標對中國大陸對外採購的個案進行整理與分析來建立相關例證，並進一步透過最大相似法尋找其異同之處，藉以建構中國大陸對外採購策略的運作脈絡。

壹、建構中國大陸採購策略的例證

中國大陸對外採購的個案研究大多集中在歐美國家，而為了更有效的進行系統性的比較，本文將對採購策略的操作進行分類，以構成不同的比較案例。關於採購策略的操作，主要分為「對象」、「時間點」、「項目與種類」、「金額大小」、「契約履行」五種方式。但是，「項目與種類」和「金額大小」這兩項採購策略的分析的內容較為細緻，而且詳細採購清單也不易掌握。因此，在資料的限制之下，**本文係以建構「對象」、「時間點」、「契約履行」這三類採購例證為主。**

一、以採購「對象」為主的操作

以中國大陸赴美採購為例。隨著中美經貿關係的發展，雙邊貿易逆差加速擴大，中國大陸為了解決貿易不平衡問題以及配合政治外交的需要，經常進行大規模的對美採購計畫。對外採購策略的政治屬性日益增強，使得中國大陸對於石油、大豆等戰略性物資商品的需求逐漸淡化，而將主要的採購對象轉向於通用汽車 (General Motors)、波音飛機、摩托羅拉 (Motorola) 等，由於這些跨國公司重視中美關係的發展，而且在美國政府高層也具有重要影響力，這將利於擴大中國大陸鞏固美國國內支持中美關係發展的社會基礎 (何中順，2007：349)。

其中，以中美最惠國待遇的爭議為例，中國大陸在 1990 年持續的派出以購買美國貨為主的採購團，以積極的維護中美經貿關係的基礎。同時，中國大陸在也將採購對象擴展至歐洲國家，無形之中形成了對美國的經濟壓力。由於，中國大陸持續進行的改革開放，在計劃經濟的運作下，對外採購的需求日與俱增，而

採購對象的增加也意味著競爭的壓力也會提高。最後，美國在內外的經濟壓力下，宣布將最惠國待遇與人權議題脫鉤。爾後不論是在中國大陸領導人訪美或是進行中美戰略與經濟對話，在重要談話之前中國大陸赴美採購交流成為常態。

另外，以中國大陸赴法採購的操作為例。中法政府分別在 1991 年與 1992 年在對台軍售的議題上談判無效之後，便將法國排除在採購的名單之外。在此之中，以中國大陸對美國的波音飛機與法國的空中巴士採購為例。從操作採購對象的觀點切入，其產生的壓力效果更加明顯。由於，飛機的採購市場缺乏供應商競爭形成了買方市場。而法國政府受到中國大陸採購的抵制策略之後，經濟狀況明顯受到影響，透過多次中法談判之後，其表明不再同意對台軍售。由此可見，中國大陸政府若是對採購對象進行干擾，勢必會大幅度的影響賣方的經濟利益。

二、以採購「時間點」為主的操作

2008 年年底金融海嘯爆發，中國大陸政府為因應歐美各國的保護主義浪潮，在中國大陸總理溫家寶的指示下，商務部隨即在隔年的 2 月組織了赴歐採購團來平衡與歐洲國家的貿易逆差，並表明堅決反對保護主義的立場，採購對象的順序分別為德國、瑞士、西班牙、英國（表 2-4）。從採購的名單可以發現缺少了法國，以及受損最嚴重的美國，而這將會對美法兩國產生極大的經濟壓力，也代表了不同的政治意涵。

表 2-4 2009 年 2 月份中國大陸赴歐採購概況表

領導人或組織	出訪國家	採購計畫
國務院總理 溫家寶	英國	國務院總理溫家寶提議組織赴歐採購團，採購中國所需要的設備、商品和技術，並表示德國、西班牙、瑞士、英國紛紛陷入了嚴重的經濟衰退，正醞釀著貿易保護主義。在這樣的背景下，來自中國的貿易合作顯得特別重要。展現中國「堅決反對貿易保護主義、言行一致、負責任大國」的態度。
商務部部長 陳德銘	德國	機械、通訊、電子、汽車製造、紡織、造紙、醫療技術和服務業等，重點合作的產業為通訊產業與磁浮列車技術。
	瑞士	大型製造業、諮詢業、建築業、航空業、環保業以及迴圈能源(風能發電)等。
	西班牙	銀行業、電信技術與服務、航空交通控制系統。
	英國	飛機(起)發動機、汽車產業、生態城。

資料來源：作者整理自繪。請參考林文正 b (2010)，〈十年河東，十年河西：中共赴歐採購之政治經濟分析〉，發表於 2010 年台灣政治學會年會暨學術研討會，台北：東吳大學。

在 2009 年金融海嘯持續爆發的同時，美國參議院於 2 月 10 日通過經濟刺激計劃案，強化了眾議院所通過的經濟刺激計劃中關於「買美國貨」的條款。而根據此條款，任何美國國內的基礎設施項目要獲得相關方案的補助，所使用的鋼鐵材料需為「美國製」，而且工程之中所需要的相關製成品也必須是「美國貨」，而此一政策無疑是變相的保護主義。⁴⁶相較之下，中國大陸赴歐採購刺激內需的計畫與美國的刺激經濟計畫形成強烈的對比。中國大陸在第一時間趕赴歐進行採購，同時表達了善意形象與反對保護主義，也為美國帶來了國內外的輿論壓力，進而提升中國大陸在倫敦二十國集團金融高峰會(G20)的重要性。⁴⁷在此之中，中美形成並立的 G2 格局，雙方也一致同意建立「中美戰略與經濟對話」的機制，

⁴⁶ 師子奇 (2009)，〈對比購買美國貨與赴歐採購 中國逆勢舉動三大意義〉，【線上資料】，2009/3/2，中國日報，http://big5.ce.cn/gate/big5/intl.ce.cn/specials/zxxx/200903/02/t20090302_18366481.shtml，檢索日期，【2009/7/19】。

⁴⁷ 中評社 (2009)，〈英媒稱 G20 實質是 G2 中美峰會今登場〉，【線上資料】，2009/4/1，中評網，<http://www.chinareviewnews.com/doc/1009/2/9/5/100929541.html?coluid=7&kindid=0&docid=100929541>，檢索日期，【2009/7/19】。

並在預計在同年進行首輪的對話，而 G20 會議結束後中國大陸隨即在 4 月底赴美進行採購訪問。⁴⁸

中國大陸赴歐採購的環法之行，則被視為是表達對法國在北京奧運和達賴喇嘛議題上的不滿。⁴⁹因此，法國持續的透過政府高層向中國大陸政府邀請採購團赴法訪問並表達其經濟合作的善意。⁵⁰在 4 月的時候，由中法兩國的外交部對中國大陸的西藏政策共同發表「中法新聞公報」，其內容為：「法國充分認識到西藏問題的重要性和敏感性，重申堅持一個中國政策，堅持西藏是中國領土不可分割的一部分。這一由戴高樂將軍做出的決定沒有也不會改變。本著這一精神，並根據不干涉內政的原則，法國拒絕支持任何形式的西藏獨立。」⁵¹而中國大陸最後終於在 2009 年 11 月正式組團赴法進行採購訪問。⁵²

三、以採購「契約履行」為主的操作

中國大陸對於採購「契約履行」的操作，首次出現在 1989 年六四事件之後，主要針美國的經濟制裁（人權問題）提出的報復性措施，諸如：中止與美國汽車企業洽談其在中國大陸的投資、提高美國進口消費品的關稅、中止與國際知識產權聯盟和商業電腦軟件聯盟的貿易關係、取消波音飛機採購等。之後，則是以「對台軍售」的議題作為操作的目標，分別針對美國與法國進行無限期延長或取消契約履行的策略。

⁴⁸ 林庭瑤 (2009),〈中國採購團赴美簽約逾百億〉,【線上資料】,2009/4/28,經濟日報,http://udn.com/NEWS/FINANCE/BREAKINGNEWS6/4874112.shtml,檢索日期,【2009/7/19】。

⁴⁹ 國務院總理溫家寶在接受香港媒體採訪時表示,中國赴歐採購團在歐洲之行中繞過了法國的原因「眾所周知,責任不在中國」。人民網 (2009),〈法前總理重申反藏獨 中國或向法派採購團〉,【線上資料】,2009/4/10,環球時報,http://xz.people.com.cn/GB/139199/9107621.html,檢索日期,【2009/8/20】。

⁵⁰ 張穎 (2009),〈法國高官力邀中國採購團〉,【線上資料】,2009/4/23,東方早報,http://financenews.sina.com/sinacn/000-000-107-114/202/2009-04-23/16571077678.html,檢索日期,【2009/5/19】。

⁵¹ 王宇丹 (2009),〈法國拒絕任何形式的西藏獨立〉,【線上資料】,2009/4/1,新華網,http://Tibet.news.cn/gdbb/2009-04/01/content_16135204.htm,檢索日期,【2009/7/19】。

⁵² 林庭瑤 (2009),〈攜百億大單 中國採購團月底赴法〉,【線上資料】,2009/11/25,中國日報,http://dailynews.sina.com/bg/chn/chinesedaily/20091125/0804904251.html,檢索日期,【2010/7/19】。

採購契約履行的操作屬於直接干涉。然而，其效果不但會因為對象的不同而有所差異，也有損於國家在國際採購市場上的信譽。再者，中國大陸長久以來積極的想要消除「中國威脅論」負面印象。因此，對於發達國家採取經濟合作的措施，並希望透過經濟實力的累積，進而影響國際格局；而發展中國家是以平等互助為原則，透過經濟互助促進共同發展；對於貧困國家則是給予經濟援助，通過技術合作與直接投資協助其擺脫貧困（耿向東，2010：24）。而中國大陸在國家經濟發展與國家形象的權衡下，將使其對於採購契約履行的操作，改由其他間接的採購策略所代替。

貳、中國大陸採購策略的運作邏輯

透過上述案例觀察，發現中國大陸對於採購策略的操作是相當靈活的，而本文欲透過這些相關例證進行比較，以尋找其異同之處，並建構中國大陸對外採購策略的運作邏輯。採購例證（表 2-4、表 2-5、表 2-6）的比較主要分為五個項目：一、採購對象，係以國家作為比較的單位；二、採購策略的差異，說明採購策略的轉變；三、採購策略的性質，分為「交易性」與「強制性」兩類；四、策略目標，共五類分別以代號標示之；五、結果，評估採購策略所達成的效果。⁵³

從表 2-4 至表 2-6 中，可以發現中國大陸採購策略的操作分為兩個部分，採購的「對象」與「時間點」的操作（表 2-4 與表 2-5）屬於採購策略的前置作業（選擇的階段），而後半部分「契約履行」（表 2-6）屬於執行的階段。從不同案例來看，在採購前置作業的階段中，中國大陸越早決定的採購對象，並設立專門

⁵³ 策略目標的編號分別為：1、改變特定事件中目標國的行為。改變目標國的對外行為，如：對台軍售、接見藏獨人士、抵制北京奧運等；2、改變目標國的政治領導、政治制度與軍事能力。要求目標國改變內部的制度或政策，如：人權問題的貿易制裁、損害中國大陸貿易利益的政策等；3、國內的政治要求。基於國內要求而採取的措施，如：對台採購；4、國際上的意識形態、規範與價值的影響。廣泛的國際價值，如：反對保護主義、維持自由市場機制；5、國內經濟發展的需求。如：擴大內需市場、經濟發展、計劃經濟等。

的採購團隊，其採購的執行越穩定，而採購策略的目標越趨向於「國際上的意識形態、規範與價值的影響」與「國內經濟發展的需求」這兩類，而這兩類要求較不具侵略性，也是各個國家願意接受與遵循的目標。因此，本文假設「越早列入中國大陸的採購名單，而且有專責的採購團體，其採購策略的性質越傾向於交易性」。

相對而言，若是策略目標趨向於「改變特定事件中目標國的行為」與「改變目標國的政治領導、政治制度與軍事能力」這兩類。採購策略的性質則有可能趨向強制性。根據相關例證發現，促使中國大陸採購策略發生改變的議題有兩種：第一、政治議題集中在中國大陸的主權問題，如：人權問題、對台軍售、台灣、西藏獨立、一中原則等；第二、在經濟議題上損害中國大陸經濟利益的政策，如：中美最惠國待遇的爭議、美國的刺激經濟方案等。是此，本文將中國大陸主權爭議與經濟利益視為採購策略轉變的重要變項，進一步假設「進行採購交流的過程中，若是在主權或是經濟議題上損害到中國大陸的利益，其採購策略的性質則會傾向於強制性」。

表 2-5 採購策略的操作：以「對象」為主

採購對象	美國	歐洲各國
採購策略的差異	增加採購對象的數目	
採購策略的性質	交易性	強制性
策略目標	5	2
結果	中美最惠國待遇與人權問題脫鉤、增強中歐經濟的交往	

資料來源：作者整理自繪。

表 2-6 採購策略的操作：以「時間點」為主

採購對象	德國、瑞士、西班牙、英國	美國、法國
採購策略的差異	即時採購 V.S 延遲採購	
採購策略的性質	交易性	← 強制性
策略目標	4、5	1、2
結果	降低國際間貿易保護主義的氛圍、增加與各國的經貿連繫、增強國際經貿與人權議題的主導性	

資料來源：作者整理自繪。

表 2-7 採購策略的操作：以「契約履行」為主

採購對象	美國、法國
採購策略的差異	推遲履行時間、取消契約
採購策略的性質	← 強制性 →
策略目標	1、2
結果	強制性效果因目標而有所差異

資料來源：作者整理自繪。

第四節 小結

在全球化的進程下，跨區域的經濟合作已成為必然的發展趨勢。但是，經濟政策在政治與經濟力量的相互作用之下，經濟合作似乎不是全然單純的經濟議題，經濟合作的協定往往會連結其他政治經濟性的附加條件。本章回顧中國大陸在改革開放的過程中，透過數次採購策略的操作有效獲取其政經目標。其中，以「計劃經濟」發展模式所產生的採購效益最受到矚目，由於計劃經濟能夠同時將一般採購與政府採購結合，進而形成龐大的採購市場。⁵⁴

⁵⁴ 國家計畫委員會副主任甘子玉表示：「中國大陸預計在八五計畫期間（91-95年）對外採購數十億的產品」。（中國時報，1993）

在此之中，筆者將經濟策略術的概念帶入採購策略的操作。我們可以發現採購策略同時具有「交易性」與「強制性」的經濟策略術的性質。以交易性的性質來看，其不但能減少中國大陸與發達國家之間的貿易摩擦，也能與發展中國家形成互惠互補的交流合作，更能以援助的姿態對貧困國家進行協助。反之，在適當的時機下，將能有效的轉換成為打擊對手經濟的強制力量，其影響時機包含：對象多寡、時間長短、項目與種類、金額大小、契約履行。另外，在採購的決策過程中，中國大陸並沒有國內政治力量的阻礙，主要通過政府的運作而使得中國企業能比西方競爭者以更快的速度達成協議，不同於自由民主的國家必須持續不斷的協調國內企業界和議會中的利益團體（Halper, 2010: 124-26）。再者，中國大陸所挾帶的政治條件相較於西方國家的社會改革要求，其條件較有限度且不具侵略性，主要集中在人權爭議、台灣問題、西藏獨立、一個中國原則等維護主權的議題，進而使得其他國家更願意接受中國大陸的經濟援助與合作。

而本章在回顧中國大陸對外採購策略發展與演變的過程中，發現只要不要違反其主權與經濟發展的基本原則，中國大陸便不會偏向採取強制性的經濟策略，係主要採取「以鄰為善」（以經濟交流為主）的交往方式。然而，一旦面臨違反中國對外關係的基本原則的情況，將會使其轉向維護國家利益的目標。事實上，中國大陸對外採購是一種「政經並行」的策略。因此，本文對於中國大陸對外採購策略的運作邏輯提出兩項假設：

假設一：「越早列入中國大陸的採購名單，而且有專責的採購團體，其採購策略的性質越傾向於交易性」。

假設二：「進行採購交流的過程中，若是在主權或是經濟議題上損害到中國大陸的基本原則，其採購策略的性質則會傾向於強制性」。

那麼，隨著兩岸經濟快速發展，中國大陸也將採購策略的操作轉向台灣。早期採購的目標主要著重在台灣農產品的緊急採購，而近年來受到兩岸情勢和緩的影響，使得兩岸經濟合作的內容快速擴展。然而，在 2009 年金融海嘯的期間，中國大陸卻連續的派遣採購團赴台訪問，並開出一連串難以估算價值的採購清單。但是，這種採購策略的操作在中國大陸對外採購的案例中是相當少見的，因此本文將要在下一章分析中國大陸對台採購政策的操作，並從中觀察中國大陸對外（台）採購策略的操作是否有差異？其中是否有其不變的基調？

第三章 是採購?還是統戰?: 中央、地方各異其趣

中國大陸在 1979 年進行改革開放之後，對外貿易的發展逐漸熱絡。在此之中，兩岸的貿易也逐漸的開通，係透過香港以「間接貿易」與「轉口貿易」的形式進行經濟交流（邵宗海，2006：503）。然而，隨著兩岸的領導者的更迭，以及政經議題不斷的折衝之下，形成了兩岸之間「政經分離」、「政冷經熱」或是「政治疏離、經濟融合」的基本關係，進而使得經貿議題成為兩岸政治相互角力的重點（吳玉山，1999：171-173；高朗，1999：62-71；耿曙，2009：1-2）。

兩岸關係發展的過程中，自 2003 年胡錦濤主政以後，對台的基本方針發生轉變，其提出「四點意見」（或稱，胡四點）與「三個凡是」的對台工作原則，突顯了「寄希望於台灣人民」與「和平發展」的政策主軸。⁵⁵更在「反分裂國家法」中，明確表示中國大陸將會加強兩岸人員交流的相關措施，以維護臺灣海峽地區和平穩定和發展兩岸關係。⁵⁶因此，即便是在 2004 年至 2008 年兩岸政治關係正處於低潮的時期，仍然分別在 2005 年、2006 年與 2007 年三次「連胡會」，以及 2005 年的「宋胡會」後，持續的對台灣釋出五十四項的優惠措施，更顯的中國大陸以經濟為主的柔性對台策略（胡聲平，2007：4）。

特別是，在 2006 年 4 月 15 日兩岸經貿論壇的閉幕式上，中台辦授權所宣

⁵⁵ 「胡四點」的內容為：第一、堅持一個中國原則決不動搖。第二、爭取和平統一的努力決不放棄。第三、貫徹寄希望於台灣人民的方針決不改變。第四、反對台獨分裂活動決不妥協；「三個凡是」：凡是有利於台灣人民的利益、凡是有利於祖國的統一、凡是有利於中華民族偉大復興，我們都要全力推動。請參考：新華社（2005），〈胡錦濤：貫徹寄希望於台灣人民的方針決不改變〉，【線上資料】，2005/3/4，人民網，<http://politics.people.com.cn/GB/1024/3219970.html>，檢索日期，【2009/3/2】。

⁵⁶ 「反分裂國家法」第六條（一）鼓勵和推動兩岸人員往來，增進了解，增強互信；（二）鼓勵和推動兩岸經濟交流與合作，直接通郵通航通商，密切兩岸經濟關係，互利互惠；（三）鼓勵和推動兩岸教育、科技、文化、衛生、體育交流，共同弘揚中華文化的優秀傳統；（四）鼓勵和推動兩岸共同打擊犯罪；（五）鼓勵和推動有利於維護台灣海峽地區和平穩定、發展兩岸關係的其他活動。請參考：人民網（2005），〈反分裂國家法〉，【線上資料】，人民網，2005/3/14，<http://tw.people.com.cn/BIG5/135848/135916/8406701.html>，檢索日期，【2009/5/17】。

布的十五項惠台措施，首次將「採購」的貿易方式納入基本的對台政策之中，而採購的時間點則設定在台灣特定農產品滯銷的時期，更顯得拉攏台灣內部民意的支持是中國大陸首要目標。⁵⁷然而，中國大陸此種透過積極的經濟讓利，進而促使台灣人民改變大陸印象的策略，則被台灣方面視為「以經促政」、「以經促統」或是「經濟統戰」，係以經濟影響政治的行為（吳玉山，1999：170）。是此，本章欲釐清兩岸經濟的互動過程中，中國大陸對台採購政策的本質，是基於兩岸經濟交流必然的發展歷程？還是在經濟議題上對台進行統戰？抑或是累積經濟制約的能量？在此之中，中國大陸對台採購政策又扮演了何種功能與角色？

本章內容分為四個部份，第一節觀察近年來中國大陸對台採購的概況與發展，並區別「緊急採購」與「政策性採購」的差異；第二節針對2009年至2010年中國大陸赴台採購團的概況進行初步分析，透過相關的基本資料來描繪中國大陸對台採購團的特徵，以呈現中國大陸來台採購團的構成與特色；第三節說明本文進行內容分析的方法，包含新聞資料的取樣、研究與分析單位、分析類目的建構、內容編碼與資料分析等，在建立有效的分析樣本後，以不同分析單位進行比較，以尋找中國大陸對台採購策略的特殊性；第四節為小結，對於本章的研究資料進行整理與說明。

⁵⁷ 在兩岸經貿論壇閉幕式上，由中台辦宣佈15項惠台政策**措施**。經國務院批准的有3項政策**措施**，內容為：一、對台灣水果檢驗檢疫準入品種由18種擴大到22種。二、為幫助解決台灣產蔬菜豐產季節出現的銷售困難，開放11種台灣主要蔬菜品種檢驗檢疫準入，並實行零關稅。三、為擴大台灣捕撈和養殖的水產品在大陸銷售，對台灣部分鮮、冷、凍水產品實行零關稅優惠**措施**和檢驗檢疫便利；另外，經國務院有關部門批准的12項政策**措施**，分別為：一、在現有五個海峽兩岸農業合作試驗區的基礎上，設立兩個海峽兩岸農業合作試驗區，以及設立兩個台灣農民創業園；二、適時組織農產品採購團赴台採購；三、在福建省廈門市建立台灣水果銷售集散中心，給予進口台灣水果經銷商免交使用費，以及場地免一年租金的**優惠**；四、開放台灣農產品運輸綠色通道；五、正式認可台灣教育主管部門核准的台灣高等學校學歷；六、制定與公佈《大陸居民赴台灣地區旅遊管理辦法》；七、持續增加新的口岸簽注點；八、開放台灣同胞參加報關員考試；九、在台灣同胞較集中的地區指定診區，為同胞提供醫療服務；十、為台灣同胞在大陸就醫後回台灣報銷醫療費用提供便利；十一、鼓勵台灣醫療機構與大陸合資合作興辦醫院；十二、准許符合規定條件的台灣同胞在大陸申請職業註冊和短期行醫。相關內容請參考，「中國大陸國務院台灣辦公室網站」，http://www.gwytb.gov.cn/speech/tbldjh/201101/t20110123_1724287.htm。

第一節 中國大陸對台採購策略的發展

兩岸早期的採購活動大多是透過第三地（以香港為主）的仲介公司進行交流，主要採取間接貿易的模式，但基本上仍受到台灣政府相當程度的限制。⁵⁸直到 2006 年的兩岸經貿論壇之後，中國大陸首次將對台灣農業產品進行採購納入基本的對台政策之中，而此種採購的性質屬於「緊急採購」，其目的是為了緩解台灣農產品滯銷的問題；之後，在 2009 年金融海嘯爆發的期間，中國大陸隨即擴展對台的採購的項目，係以配合中國大陸拓展內需市場政策所採取的「政策性採購」。然而，緊急採購與政策性採購皆屬於政府採購的例外。⁵⁹由於，這兩種採購的方式也同時受到政府力量的指導與掌控，並作為國家的政策工具以應付國內外特殊的情勢（如：天災、國家安全、秘密採購、外交關係等），但是這兩種採購方式的適用時機與方法卻又不太相同。因此，本節將中國大陸對台的採購策略分為兩個時間點進行觀察：第一、2006 至 2008 年對台的「緊急採購」。此時期的採購目的具有強烈的政治因素，並將採購對象專注在台灣中南部的農產品，藉以拉攏台灣內部民眾的認同；第二、2009 年以後的「政策性採購」。此舉則是為了因應中國大陸擴大內需市場的政策，結合其基本的對台政策，所採行的採購策略，進而形塑兩岸經濟合作的氛圍。相關內容將在以下分別說明之：

壹、2006 年至 2008 年對台的「緊急採購」

在 2006 年兩岸經貿論壇閉幕式上，中台辦授權宣布了十五項惠台政策。其中，由國務院相關部門所批准的政策措施，特別提到：「為幫助臺灣農民解決水果、蔬菜豐產時出現的銷售困難，供銷總社等將根據臺灣農民和農民組織反映的

⁵⁸ 此時的採購交流主要是透過相關的仲介組織或公司，諸如：陳特企業、海峽兩岸商務（經貿）協調會、亞太企業家中國市場促進會。（聯合報，1991a）。

⁵⁹ 緊急採購與政策性採購皆為政府採購的例外。相關條文請參考「中華人民共和國採購法」第九章附則第八十五條：「對因嚴重自然災害和其他不可抗力事件所實施的緊急採購和涉及國家安全和秘密的採購，不適用本法」。

情況與要求，適時組織由有實力的農產品供銷企業和行業組織組成的臺灣農產品採購團，赴臺採購」。此後，中國大陸持續的從 2006 年到 2008 年對台進行四次的農業緊急採購（如表 3-1），從中可以發現中國大陸採取主動的態度，也就是台灣方面一旦提出農產品滯銷的問題，將立即採取積極的採購動作並加以宣傳，以塑造中國大陸惠台的形象。

表 3-1 中國大陸赴台農業採購概況表（緊急採購）

時間	來台採購團	採購起因	採購概況
2006 6/14	福建超大集團	為落實中臺辦在兩岸經貿論壇上受權所宣佈的十五項惠台政策。	與臺灣省農會在臺北簽訂香蕉緊急採購合同，共採購 16,667 箱，價值 125 萬元(人民幣)，總計 200 噸的臺灣香蕉。
2006 10/21	福建超大集團 中華供銷總社(北京) 上海果品有限公司	主要是回應 2006 年 10 月 19 日，國民黨榮譽主席連戰在廈門參觀海峽兩岸農業合作成果展時，所提及的臺灣香蕉滯銷問題。	中台辦主任陳雲林隨即宣布對台進行緊急採購，係針對高雄、屏東和南投等香蕉產地，以高於市場價格，每箱 12 公斤 300 至 330 元(新台幣)進行收購。其中，超大集團採購 150 噸；中華供銷總社(北京)和上海果品有限公司各採購 75 噸。
2007 1/12	福建超大集團 中華供銷總社(北京) 上海果品有限公司 南京農貿中心	1 月 11 日國民黨主席馬英九在雲林縣進行座談時，表示將協助柳橙運往大陸銷售，並透過國共交流平台提出協助採購的要求。	隨即國台辦經濟局長何世忠在同日表示，將立即組織兩岸購銷單位協商並簽署協議，預計向臺灣採購 1,200 噸柳橙，價值約 700 萬元(人民幣)，分批從臺灣運至廈門港、上海港和天津港。
2008 12/9	福建超大集團	陳雲林率領海協會人員訪台時，其表示了解台灣中南部的柳橙滯銷的情況，即將啟動第四次對臺緊急採購。	超大集團與臺灣有關單位簽署了協議，分批採購產自臺灣的雲林、嘉義、南投等地豐產滯銷的柳橙 1,200 噸。

資料來源：作者整理自繪。請參考新華網新聞。⁶⁰

⁶⁰ 相關新聞請參考：余瑛瑞、雷劉（2006），〈首批為島內果農解困緊急採購的台灣香蕉運抵廈

相較於陳水扁總統，在此時期對於兩岸政治議題所採取的強硬政策（如：終止國統會、國統綱領、三要一沒有等），中國大陸政府反而是透過積極的惠台政策強調中國市場與台灣經濟發展互補的重要性，並在政治問題上與在野黨（主要為國、親兩黨）達成以「九二共識」、「反對台獨」作為兩岸進行協商的重要基礎。⁶¹此後，只要是中國大陸與台灣在野黨進行協商或是提出需求（表 3-1 的採購起因可以觀察到相同現象），勢必會立即得到中國大陸善意的回應，進而塑造不同政黨支持者在兩岸經濟議題上的落差感。是此，筆者認為這屬於以「對象」為主的採購策略，由於緊急採購的協商皆是透過國共交流的平台等非官方單位，特別是以論壇的形式所進行的交流，也提供了台灣內部的相關團體與中國大陸建立關係的特殊管道（胡聲平，2007：24）。

但是，水果的緊急採購政策通常使用在一國之內的範圍，其主要的功能在於短期內調節國內水果市場的供需狀態，以穩定國內供需市場的價格水準為目標。而中國大陸積極透過地方國有企業（如：福建超大集團、上海果品有限公司）或是官方農業組織（如：中華供銷總社）對台灣農會或產銷合作社進行採購活動，此舉則被視為將台灣「地方化」（地方對地方）的策略（胡聲平，2007：23）；另外，甚至以高於市場價格的方式進行採購，正如赫希曼（1969）在相關研究中所描述的「德意志帝國利用經濟利誘的貿易政策，在貿易夥伴國內創造與其親近

門》，【線上資料】，2006/6/26，新華網，http://news.xinhuanet.com/tai_gang_ao/2006-06/26/content_4749982.htm，檢索日期，【2010/3/10】；新華網（2006），〈大陸方面再次緊急採購台灣 300 噸滯銷香蕉〉，【線上資料】，2006/10/21，新華網，http://news.xinhuanet.com/tai_gang_ao/2006-10/21/content_5232892.htm，檢索日期，【2010/3/10】；茆雷磊（2007）〈大陸緊急採購台灣滯銷柳橙 1,200 噸〉，【線上資料】，2007/1/12，新華網，http://news.xinhuanet.com/tai_gang_ao/2007-01/12/content_5599703.htm，檢索日期，【2010/3/10】；許雪毅（2008），〈福建超大集團採購 1,200 噸台灣柳橙〉，【線上資料】，2008/12/9，新華網，http://news.xinhuanet.com/newscenter/2008-12/09/content_10478208.htm，檢索日期，【2010/3/10】。

⁶¹ 胡連會談新聞公報的內容說到：兩黨共同體認到，堅持「九二共識」、「反對台獨」，謀求兩岸關係發展，維護兩岸同胞利益，是兩黨共同主張；宋楚瑜也在宋胡會後表示：親民黨始終堅持三個基本立場。第一、堅定「九二共識」的基本原則；第二、反對「台獨」的立場。第三、主張兩岸和平。請參考：人民網（2005），〈胡錦濤與連戰會談新聞公報〉，【線上資料】，2005/4/29，人民網，<http://tw.people.com.cn/BIG5/26741/47107/47312/3360547.html>，檢索日期，【2010/3/10】；人民網（2005），〈胡錦濤會見宋楚瑜：秉持一中 為兩岸謀福祉〉，【線上資料】，2005/5/12，人民網，<http://tw.people.com.cn/BIG5/26741/47108/47528/3385362.html>，檢索日期，【2010/3/10】。

的利益團體」的情境相似，使得中國大陸對台灣特定農業團體進行「統戰」的看法油然而生，更加深了非既得利益者的抵抗心理與行為，所以我們可以預期中國大陸的緊急採購政策所能促成惠台形象的效果有限。

是此，筆者透過陸委會 2006 年與 2007 年的「年度綜合分析報告」研究資料，對此時期的全體民意調查進行觀察。⁶²在 2006 年的報告中，台灣民眾對於兩岸談判的看法，六成五的民眾認為兩岸協商不應以「一中原則」作為前提（此調查只有一中原則的問題，並無提及九二共識與一中各表），有六成的民眾表示兩岸的經濟協商應該透過政府單位進行管理，中共當局不應該只與台灣的在野黨接觸，更有高達八成六的民眾認為兩岸農業交流應透過「政府對政府」來進行協商談判才能保障農民的權益。而 2007 年的報告結果與 2006 年相當一致，有七成的民眾認為兩岸的經貿交流應採取「積極管理」的措施，國共論壇所達成的協議有六成五的民眾認為兩岸協商應該由政府來主導，民眾表示不能接受一中原則的共識提升至七成二。

上述內容主要針對在野黨（特別是國民黨）進行兩岸協商的看法，根據調查資料可以發現，大多數的民眾並不贊同「一中原則」，惠台政策並沒有明顯的改變民眾對於兩岸關係的基本立場；而在經貿協商的部分，民眾則認為應該透過政府單位進行對等的協商與有效的管理，才能確保台灣民眾的利益。**總的來說，以上的調查資料正與筆者所預期的現象相符，透過總體的資料來觀察，即便是中國大陸針對特定對象所進行的惠台政策，仍然無法有效的改變台灣整體民眾對於中國大陸既有的不信任感。**

⁶² 筆者認為透過相關的調查研究，可以有效的推論台灣整體的民意概況。關於陸委會 2006 年至 2007 年的「年度綜合分析報告」請參考陸委會網站，<http://www.mac.gov.tw/lp.asp?CtNode=6333&CtUnit=3934&BaseDSD=7&mp=1>，檢索日期，【2011/10/10】。

貳、2009 年以後對台的「政策性採購」

2008 年 5 月 28 日國民黨主席吳伯雄和中共總書記胡錦濤，在北京進行兩岸執政黨的高峰會上，達成在九二共識的基礎上「擱置爭議、追求雙贏」，以及在「先經濟、後政治」的原則，恢復海基會與海協會的交往與協商，雙方皆同意兩岸應先從最沒有爭議的問題上先行跨出合作的第一步。⁶³隨即，在同年的 11 月 3 日，海協會會長陳雲林帶領相關人員正式訪台，並與海基會董事長江丙坤在台北正式簽署四項兩岸合作協議（空運、海運、通郵，以及食品安全）之後，兩岸在政經關係上明顯的獲得改善。⁶⁴

隔年，在國際金融海嘯爆發期間，中國大陸立即派遣商務部在 2 月趕赴歐洲國家（德國、瑞士、西班牙、英國）進行採購訪問。同年 4 月，中國大陸國務院總理溫家寶隨即在「博鰲亞洲論壇」中提出：「推動大陸企業赴台投資、擴大對台產品採購、鼓勵台資企業到大陸開拓市場、增加大陸遊客赴台旅遊、協商建立符合兩岸經濟發展需要、具有兩岸特色的經濟合作模式」等五項對台政策，並特別表示將會擴大對台灣採購的計畫。⁶⁵隨後，中國大陸國台辦主任王毅在 5 月

⁶³ 國民黨主席吳伯雄在會議中表示：「由衷期盼，兩岸在九二共識的基礎上，擱置爭議、追求雙贏，更簡單的說，就是先經濟、後政治，從最沒有爭議，可以立即實現互惠、互利、雙贏的部份，先行著手，跨出重要的一步」；中共總書記胡錦濤強調：「國共兩黨和兩岸雙方應該共同努力，建立互信、擱置爭議、求同存異、共創雙贏。首先要建立互信，這對推動兩岸關係和平發展至關重要。反對台獨、堅持九二共識，是雙方建立互信的根本基礎。只要在這個核心問題上立場一致，其他事情都好商量。」。請參考：李仲維（2008），〈吳胡閉門會談 吳伯雄主席談話（全文）〉，【線上資料】，2008/5/28，中評網，<http://3g.cnrn.tw/doc/1006/5/8/2/100658298.html?coluid=7&kindid=0&docid=100658298&mdate=0528205049>，檢索日期，【2010/3/10】；中評社（2008），〈胡錦濤：核心立場一致，其他好商量〉，【線上資料】，2008/5/28，中評網，<http://3g.cnrn.tw/doc/1006/5/8/3/100658313.html?coluid=7&kindid=0&docid=100658313&mdate=0528215603>，檢索日期，【2010/3/10】。

⁶⁴ 中評社（2008），〈陳江簽四大協議 台北會談大功告成〉，【線上資料】，2008/11/4，中評網，<http://www.chinareviewnews.com/doc/1007/8/9/5/100789579.html?coluid=125&kindid=3942&docid=100789579&mdate=1104152633>，檢索日期，【2010/3/10】。

⁶⁵ 中國大陸國務院總理溫家寶在博鰲亞洲論壇的期間所提出的五項對台舉措：一、推動大陸企業赴台投資；二、擴大對台產品採購；三、鼓勵和支持有條件的台資企業拓展大陸市場並參與大陸擴大內需的基礎設施和重大工程建設；四、增加大陸居民赴台旅遊；五、推動協商建立兩岸經濟合作機制；六、進一步向台灣居民開放專業技術人員資格考試項目；七、加強兩岸農業合作平台建設；八、許可台灣地區律師事務所在福州、廈門兩地試點設立分支機構，從事涉台民事法律諮詢服務。請參考：茆雷磊、張勇、周正平（2009），〈兩岸攜手走出危機—博鰲亞

17 日的海峽論壇大會上正式宣佈八項惠台新政策，其包括推動大陸企業赴台投資、擴大對台產品採購、加強兩岸農業合作平台建設等內容。⁶⁶其中，我們可以發現前三項惠台措施構成了中國大陸對台灣「政策性採購」的重要來源，其內容為：

- 一、**推動大陸企業赴台投資**。商務部、國務院台辦將正式發布《關於大陸企業赴臺灣地區投資或設立非企業法人有關事項的通知》，明確大陸企業赴臺灣地區投資的辦理程序。大陸主管部門近期將有序組織電子、通訊、生物醫藥、海洋運輸、公共建設、商貿流通、紡織、機械、汽車製造業等行業的骨幹企業赴台投資考察，依據雙方確定的優先領域，進行企業洽商與項目對接，推動赴台投資取得實際進展。我們還將鼓勵和支持符合條件的大陸機構、企業單獨或與台資企業合作，在台灣舉辦培訓會、洽談會、展覽展銷會、商務合作等活動。
- 二、**擴大對台產品採購**。大陸主管部門將組織農產品採購團，於今年上半年和下半年兩次赴台採購水果、蔬菜、水產品及農產加工品。大陸還將由有實力的企業組成採購團，於今年 5 月、6 月、7 月三次赴台，洽商採購台灣工業消費品、日常生活用品、食品深加工產品和特色工藝商品。另外，將支持和幫助台灣在大陸舉辦促銷活動。
- 三、**鼓勵和支持有條件的台資企業拓展大陸市場並參與大陸擴大內需的基礎設施和重大工程建設**。大陸各地台辦將會同有關主管部門為台資企業提供協助，推薦符合資質的台資企業參與當地基礎設施和重大工程建設。大陸主管部門也將盡快提出參與企業資質和台灣相關專業人士資格認定的具體辦法。

筆者認為在 2009 年中國大陸的惠台新政策的內容中，確定了採購對象、採

洲論壇內外的熱點話題》，【線上資料】，2009/4/19，新華網，http://news.xinhuanet.com/fortune/2009-04/19/content_11217409.htm，檢索日期，【2010/3/10】。

⁶⁶ 國台辦所公布的八項惠台新政策：一、推動大陸企業赴台投資。商務部、國務院台辦今天將正式發佈《關於大陸企業赴臺灣地區投資或設立非企業法人有關事項的通知》，明確了大陸企業赴臺灣地區投資的辦理程式；二、擴大對台產品採購；三、鼓勵和支持有條件的台資企業拓展大陸市場並參與大陸擴大內需的基礎設施和重大工程建設；四、增加大陸居民赴台旅遊；五、推動協商建立兩岸經濟合作機制；六、進一步向台灣居民開放專業技術人員資格考試項目；七、加強兩岸農業合作平台建設；八、許可台灣地區律師事務所在福州、廈門兩地試點設立分支機構，從事涉台民事法律諮詢服務。新華網（2009），〈王毅宣布落實溫家寶五項重要對台舉措八項方案〉，【線上資料】，2009/5/17，新華網，http://big5.xinhuanet.com/gate/big5/news.xinhuanet.com/tw/2009-05/17/content_11388723.htm，檢索日期，【2010/3/10】。

購時間，以及擴大採購項目，並透過其他政策目標直接的加強了對台採購團的功能，諸如：來台投資與招商，尋求兩岸在不同的經濟領域上合作；開放中國大陸的採購市場，除了來台進行重點採購之外，也開放中國大陸的公共工程的採購市場。使其採購目標從解決短期特定對象的問題（農業滯銷），提升至長期的兩岸經濟合作議題，也更符合中國大陸對外的採購策略的操作與目標。

另外，本節同樣透過「組團貿易促進活動的通知」的相關文件來描繪商務部組織對台採購團的流程。以 2009 年廣州市經貿委員會的「關於組織有關企業赴台採購的通知」為例，其內容概述：「根據商務部會議安排，近日商務部將分批組織部分省（市）企業集中赴台採購台灣商品，包括採購台灣特色日用品、工藝品和工業品、零部件、原材料...由於本次組織採購活動時間緊、任務重、務必請有關單位抓緊落實...」（附件三）。是此，中國大陸對外（台）採購的組織流程基本上是一致的，對外採購皆由商務部進行統籌與規劃。但是，在不同省份的赴台採購通知中，筆者發現有其相異之處，以 2009 年 11 月河南省的「關於組織企業赴台採購的通知」為例，內容為：「根據省委、省政府主要領導指示精神，我省將於 12 月中旬在臺灣舉辦大型經貿活動，作為總體活動的重要組成部分，將組織有關企業作為採購分團參加活動。現將有關事項通知如下：一、各市商務局對轄區內主要進出口企業，特別是與臺灣有經貿往來的企業進行一次摸底調查...。二、本月 24 日前將有關企業的有關情況填寫附表報省商務廳（對外貿易處）...。三、臺灣對為我省有優勢的產品主要有 LED 類、平面顯示器類...請積極動員有關企業加大對這些產品，特別是對高粱酒和水果等農副產品的採購力度」（附件四）。⁶⁷從中觀察到此次的採購團是由地方（河南省）自行主導，不但加強地方企業與台灣企業既有的貿易關係，也要求相關企業特別採購台灣的農產品。由此可見，中國大陸對台採購的組成模式基本上可以分成兩部分（圖 3-1），

⁶⁷ 河南省的「關於組織企業赴台採購的通知」，請參考河南省商務廳網站，<http://henan.mofcom.gov.cn/>

第一部分由商務部（中央）經由各地方商務部系統所籌組，並由「海峽兩岸經貿交流協會」帶領赴台採購；⁶⁸第二部分則是由地方省領導要求而自行組成（虛線部分）。然而，這兩種採購團組成模式卻有可能使得地方相關企業（含商、協會）與商務部下所屬商會之間的採購團組成有其重覆性。

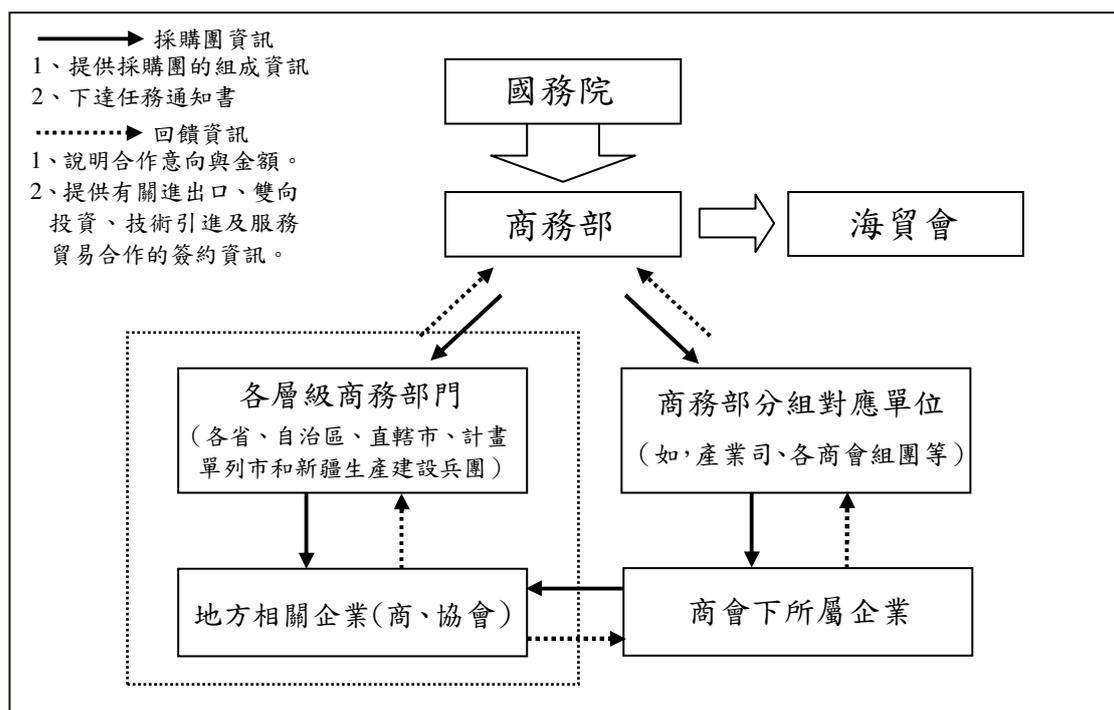


圖 3-1 中國大陸商務部組織對台採購團的流程圖

資料來源：作者整理自繪。請參考中國大陸商務部辦公廳，以及省政府所發佈的組團貿易投資促進的活動通知（附件三、四）。

最後，在確立對台採購的政策目標後，5月22日由廣西壯族自治區主席馬飆率先行赴台進行採購訪問。隨後，在5月31號由中國大陸商務部下屬的「海峽兩岸經貿交流協會」（簡稱，海貿會），所籌組的兩岸經貿促進考察團來台進行採購，訪問期間海貿會會長李水林更表示：「只要台灣生產的、大陸有需要的、

⁶⁸ 海峽兩岸經貿交流協會，其成立於2004年1月6日，由中國大陸商務部所主管，在民政部登記註冊，具有社團法人地位的非贏利性社團組織。由全國經貿界有代表性的、從事和熱心於海峽兩岸經貿交流的機構、企事業單位和知名專家學者組成。相關資料請參考「海峽兩岸經貿交流協會網站」，<http://aetats.mofcom.gov.cn/>。

能夠從台灣買、就從台灣買，而且採購金額上不封頂」。⁶⁹不但展現了中國大陸龐大的內需市場，也表明來台採購團的舉動是為了展現兩岸即將簽訂「海峽兩岸經濟合作框架協議」(Economic Cooperation Framework Agreement，簡稱 ECFA)的兩岸經濟合作利多。⁷⁰而從表 3-2 與表 3-3 中觀察，可以發現從 2009 年至 2010 年短短兩年之內，中國大陸緊密的來台進行採購訪問，大約有 29 個團次(以國貿局提供的採購團資料為主、本文整理的新聞資料為輔)，採購金額(包含意向書)總共達到 270 億美元左右，其採購的目標更涵蓋了台灣全體的農業與工業產品，而這種持續且密集的採購形式在中國大陸對外採購策略上是少見的。是此，筆者將在下一節針對 2009 年與 2010 年來台採購團的基本特徵進行描述性的分析，藉此進一步了解中國大陸來台採購團的構成與特色。

表 3-2 2009 年中國大陸赴台採購團概況表

時間	採購團名稱	團長	職位	採購的目標商品 (新聞與貿協資料)	採購金額 (預估商機)	採購目的 (新聞資料)
4/11~ 4/16	全國城市農貿 中心聯合會	N/A	12 家 會員廠商	農漁牧產品。	0.87 億 (美金)	兩岸經貿合作
5/22	廣西團*	馬 飆	廣西壯族 自治區主席	農產品。	1.7 億 (美金)	應對金融危機 兩岸經貿合作
5/31~ 6/5	海貿會 (首發團)	李水林	海貿會會長	電視、電腦、面板。	22.27 億 (美金)	家電下鄉政策 展現 ECFA 利多
6/01~ 6/08	2009 年 面板團	白為民	大陸電子視像行 業協會秘書長	面板。	44 億 (美金)	大陸面板需求
6/23	吉林團	叢紅霞	吉林省政府 副秘書長	食品、百貨物流。	0.58 億 (美金)	經貿合作與招商
7/12~ 7/18	海貿會 (第二團)	門曉偉	商務部商貿 服務司副司長	食品、農產品、日用品、 工藝品。	7.48 億 (美金)	兩岸經貿合作 展現 ECFA 利多
8/19~ 8/25	海貿會 (第三團)	唐 燁	大陸商務部 台港澳司司長	機械、化工、電子、汽 車零組件、紡織品。	56.45 億 (美金)	汽車下鄉政策 展現 ECFA 利多
8/27	中國百貨 商業協會	楚修齊	中國百貨商業 協會會長	服飾、家庭用品。	1.02 億 (美金)	經貿合作

⁶⁹ 資料來源：同前註 4。

⁷⁰ 中評網(2009)，〈大陸採購團再度入台 為 ECFA 掃除障礙〉，【線上資料】，2009/6/2，福建日報，http://www.fj.xinhuanet.com/hxla/2009-06/02/content_16688469.htm，檢索日期，【2010/3/10】。

11/1~11/8	四川團	李崇禧	四川省委副書記	電子、化工、工程機械設備、農產品、日用品	3.70 億 (美金)	經貿合作與招商
11/3~11/8	廣州團	李榮燦	廣州市政府副市長	電子、輕工、汽車配件、農產品、醫藥、軟體。	0.72 億 (美金)	兩岸合作與招商
11/4~11/10	全國城市農貿中心聯合會	N/A	N/A	N/A	0.02 億 (美金)	N/A
11/5~11/11	四川省醫藥品採購團	N/A	四川省醫藥行業協會 9 家企業	西藥製劑及醫療器材等相關產品。	0.16 億 (美金)	兩岸經貿合作
11/9~11/14	江蘇團	梁保華	江蘇省委書記	機械、電子、化工、食品、電子設備、LED、面板。	9.40 億 (美金)	經貿合作與招商
12/14~12/21	河南團	徐光春	(前)河南省委書記	食品農產品、電子元件、機電設備、紡織品。	5.6 億 (美金)	經貿合作與招商
12/21~12/25	北京環保團	N/A	N/A	N/A	0.14 億 (美金)	N/A

資料來源：作者整理自繪。⁷¹請參考林文正 c (2010)〈經濟影響政治?以中共對台採購為例〉，發表於 2010 年中國研究學會年會暨學術研討會，台北：中國研究年會籌備小組、政治大學東亞研究所。

表 3-3 2010 年中國大陸赴台採購團概況表

時間	採購團名稱	團長	職位	採購的目標商品 (新聞與貿協資料)	採購金額 (預估商機)	採購目的 (新聞資料)
4/6	上海團	韓正	上海市市長	百貨、農產、電子零組件。	1.07 億 (美金)	經貿合作與招商
4/7	陝西電子行業協會	N/A	11 家大陸企業	相關電子產品。	0.22 億 (美金)	N/A
4/21	湖北團	羅清泉	湖北省委書記	IT、日用消費品、農產品。	1.10 億 (美金)	經貿合作與招商
5/4	福建團	黃小晶	福建省省長	農產品、民生用品、機械零配件、紡織原料、化學、面板、LED。	7.66 億 (美金)	經貿合作與招商

⁷¹ 中國大陸對台採購資料來源除了筆者自行整理的新聞資料之外，還包含中華民國對外貿發展協會的資訊，請參考「大陸內需市場採購資訊網」，<http://mainlandchina.taiwantrade.com.tw/>，檢索日期，【2010/12/31】；另外，關於中國大陸採購的預估商機的計算，以及來台採購團的數量，經由中華民國經濟部國貿局提供相關數據資料之後已進行補充與修正，在此感謝相關人員的協助。(說明 1：促成商機係由採購洽談會現場買主填報資料統計，含括現場商機金額及未來商機金額；說明 2：「N/A」係指資料不全與缺漏；說明 3：採購團上若標註「*」符號表示為筆者自行整理的新聞補充資料)。

5/18	山東團	才利民	山東省副省長	農產品、日用品、纖維材料、化工產品、電子零配件、機械設備。	5.68 億 (美金)	經貿合作與招商
5/24	四川團	劉奇葆	四川省委書記	農產品、機器設備、資訊產品、纖維材料、化工產品及建材、面板。	13.21 億 (美金)	經貿合作與招商
5/24	河北團*	楊崇勇	河北省副省長	生物科技、太陽能。	10 億 (人民幣)	經貿合作與招商
7/5	吉林團	陳偉根	吉林省副省長	農產食品、百貨、民生用品、工藝品、家電。	0.26 億 (美金)	促進兩岸經貿與招商
7/7	廣西團	郭聲琨	廣西壯族自治區 黨委書記	汽車零配件、食品、LED、農產品。	1.75 億 (美金)	經貿合作與招商
7/13	2010 面板團	白為民	大陸電子視像 行業協會秘書長	面板。	53 億 (美金)	經貿合作
8/2	湖南團*	梅克保	湖南省委 副書記	農產品。	1 億 (人民幣)	經貿合作與招商
8/6	大連團	戴玉林	大連市副市長	農產品、食品包裝設備、電子產品、汽車零配件、紡織品。	0.23 億 (美金)	經貿合作與招商
8/17	廣東團	黃華華	廣東省省長	工業產品、農業產品。	29.30 億 (美元)	經貿合作與招商
9/14	陝西團	趙正永	陝西省省長	電子產品、新材料、農產品。	0.47 億 (美元)	經貿合作與招商

資料來源：作者整理自繪。⁷²請參考林文正 c (2010)〈經濟影響政治?以中共對台採購為例〉,發表於 2010 年中國研究學會年會暨學術研討會,台北:中國研究年會籌備小組、政治大學東亞研究所。

在本節裡,我們將中國大陸對台採購策略的發展分為 2006 年至 2008 年的「緊急採購」、2009 年以後的「政策性採購」兩個觀察點,回顧相關背景的描述之後,我們發現這中國大陸對這兩種採購策略雖然都是以「政治因素」作為其核心考量而影響其國內採購的方向,但是在採購的「手段」與「目標」仍有相當程度的差異。緊急採購的主要目標在於優惠台灣內部特定對象或團體,藉以拉攏特

⁷² 資料來源與說明：同前註 69。

定對象對中國大陸的支持，但是所能造成的影響範圍較小；政策性採購的目標著重在全面性的惠台形象，係以「兩岸經濟合作，共同應對金融危機」的名義來台進行採購，在採購內容與合作的項目則涵蓋大多數台灣的產業，故本文預期所能影響的範圍也可能較大。而後者的採購模式與操作大致上與中國大陸對外採購的策略相同，因此本文欲將中國大陸對台採購的策略視為相似的案例並透過相同的假設進行檢證與比較，藉以了解其差異。

第二節 來台採購團的組成：構成與特色(2009 年至 2010 年)

從上述資料可以發現到，自 2009 年以來中國大陸密集對台灣進行全面性的採購，而這種持續的採購策略是相當少見的。是此，筆者以下將透過表 3-2 與表 3-3 針對 2009 年至 2010 年中國大陸赴台採購團的概況進行初步分析（本文採購團的統計數據係以國貿局提供的資料為主、新聞資料為輔，至於各採購分團的資訊不足，故不在本節的分析範圍之內），分別以中國大陸採購團的「來台採購次數分布」、「採購團層級」、「採購團團長層級」、「採購金額（含意向書）」等資料來描繪其基本特徵，以呈現中國大陸來台採購團的構成與特色。

首先，從中國大陸來台採購次數的分布來看（表 3-4）。2009 年中國大陸來台採購總共 15 次，採購的時間平均分布在 4 月份至 8 月份之間，此時期平均來台採購 1.6 次，而來台次數最多的時間出現在 11 月份，當月來台採購高達 5 次（分別為：四川團、廣州團、全國城市農貿中心聯合會、四川省醫藥採購團、江蘇團）。另外，在 2010 年中國大陸來台採購總共計 14 次，採購的時間也大致集中在 4 月份至 8 月份之間（除 6 月份之外），此時期來台採購平均提高至 3.25 次，而來台次數最多的時間則是在 5 月份，當月來台採購 4 次（分別為：福建團、山東團、四川團、河北團）。然而，根據來台採購次數分布的觀察，這些採購團來

台的時間點正好介於兩岸簽定重要經濟合作協定的期間，例如：2009年4月26日的「第三次」江陳會、2009年12月21日的「第四次」江陳會、2010年6月29日的「第五次」江陳會（同時正式簽署兩岸經濟合作框架協議）。可以發現中國大陸在簽定合作協議的過程中派遣採購團進行採購是常態的行為，而且通常會藉由採購團來表現其龐大的經濟實力，並說明與對手國之間經濟連結的緊密程度，進而製造經濟合作利多的氛圍。

表 3-4 來台採購次數分布表（2009 年至 2010 年）

時間	4 月	5 月	6 月	7 月	8 月	9 月	11 月	12 月	總和
2009 年	1 次	2 次	2 次	1 次	2 次	-	5 次	2 次	15 次
2010 年	3 次	4 次	-	3 次	3 次	1 次	-	-	14 次
總和	4 次	5 次	2 次	4 次	5 次	1 次	5 次	2 次	29 次

資料來源：作者整理自繪。⁷³

接下來說明，在來台採購團層級方面（表 3-5），2009 年赴台採購團屬於中央層級的有 3 團（包含：海協會或商務部相關領導層級）、商（協）會與地方層級則各有 6 團，而這些採購團組成的層級，正符合 2009 年中國大陸國務院所發布惠台新政的內容，由中央主管機關組織農業採購團、企業所組織的大型採購團，以及由地方台辦所籌組的採購團等三類所組成。但是，在 2010 年的資料中，來台採購團的層級卻只有商（協）會，以及地方層級這兩類，而且地方層級的採購團是商（協）會的 6 倍之多，可以發現 2010 年中國大陸對台採購的層級以地方為主。即便如此，筆者仍然認為商（協）會採購團的重要性還是無法忽視的，以大陸電子視像行業協會為例，其受到中國大陸國務院下屬機構「民政部」的監督與管理，而中國大陸多數重要的商（協）會情況亦是如此（如第二章所提及的商務部下屬的七大商會）。⁷⁴所以，大陸電子視像行業協會連續在 2009 年與 2010

⁷³ 說明 1：符號「-」表示此月份無中國大陸採購團來訪；說明 2：以採購團赴台次數計算。

⁷⁴ 中國電子視像行業協會章程第一章總則第四條說明其接受「登記管理機關中華人民共和國民政部和業務主管單位中華人民共和國工業和資訊化部的業務指導和監督管理」。相關協會章程

年赴台進行面板採購，顯示了台灣面板廠商受到大陸中央主管機關特別的優惠，而面板業是台灣重要的高科技產業之一。是此，筆者認為可以將商（協）會層級的採購團視為中央層級採購團的一種。

表 3-5 來台採購團層級統計表（2009 年~2010 年）

採購團層級	中央層級	商（協）會	地方層級	總和
2009 年	3 (20%)	6 (40%)	6 (40%)	15 (51.72%)
2010 年	-	2 (14.29%)	12 (85.71%)	14 (48.28%)
總和	3 (10.71%)	8 (28.57%)	17 (60.71%)	29 (100%)

資料來源：作者整理自繪。⁷⁵

其次，在採購團團長層級方面（表 3-6），可以分為 5 類。2009 年採購團由中央部會領團的有 3 位、地方書記（正、副）3 位、地方領導（正、副）2 位、商（協）會領導 2 位、其他層級則有 5 位。⁷⁶在此之中，以「其他」的類別較多，此分類除了吉林團團長叢紅霞的身份是吉林省政府副秘書長之外，其餘皆為中國大陸企業以相關公會的名義自行組團來台採購訪問。⁷⁷可以發現中國大陸各個產業主動配合對台新政的措施，積極來台進行投資並尋求進一步的合作機會。而 2010 年來台的採購團團長層級則是集中在地方書記（正、副）4 位、地方領導（正、副）8 位，共 12 位地方領導。⁷⁸其中，廣西團、吉林團以及四川團，這三團連續

資料請參考「中國電子視像行業協會」網站，<http://211.144.136.2:9080/jsp/forepart/index.jsp>。

⁷⁵ 說明 1：符號「-」表示無此層級採購團來訪；說明 2：中央層級包括商務部、海貿會；商（協）會包含大陸電子視像行業協會、中國百貨商業協會、四川醫藥行業協會等；地方層級係以地方為採購團組成單位。

⁷⁶ 關於「廣州團」的歸類，由於廣州市是中國大陸五個「國家中心城市」之一，故具有其地區代表性，因此筆者將 2009 年的廣州團其視為「廣東省」的代表，並將廣州市副市長李榮燦歸入地方領導的層級。

⁷⁷ 叢紅霞的簡歷為：吉林省政府副秘書長，其職責為協助分管副省長處理商務、外事、旅遊、開發開放、經濟協作、台灣事務、貿易促進、長白山保護開發等方面工作。相關簡歷請參考「吉林省人民政府」網站，<http://www3.jl.gov.cn/zwx/zfld/szfld/chx/>。

⁷⁸ 關於「大連團」的歸類，大連市是中國大陸的 15 個副省級城市之一，也是擁有省一級經濟管

兩年赴台進行採購訪問，而且來台採購團團長的層級明顯較 2009 年提高（廣西的省委書記郭聲琨、吉林省的副省長陳偉根、四川的省委書記劉奇葆）。由此可見，各地方領導相當重視中央的對台新政的執行，更顯現了中國大陸中央的政策有效的影響各層級單位的採購決策。

表 3-6 採購團團長層級統計表（2009 年~2010 年）

團長層級	中央	地方書記 (正、副)	地方領導 (正、副)	商(協) 會領導	其他	總和
2009 年	3 (20%)	3 (20%)	2 (13.33%)	2 (13.33%)	5 (33.33%)	15 (51.72%)
2010 年	-	4 (28.57%)	8 (57.14%)	1 (7.14%)	1 (7.14%)	14 (48.28%)
總和	3 (10.34%)	7 (24.14%)	10 (34.48%)	3 (10.34%)	6 (20.69%)	29 (100%)

資料來源：作者整理自繪。⁷⁹

最後，在採購金額（包含意向書）方面（圖 3-1 與圖 3-2），2009 年中國大陸赴台採購的總額約為 154 億美元（本文估算金額），其採購金額最高的前三名分別為：海貿會首發團的 22.27 億美元、2009 年面板團的 44 億美元、海貿會第三團的 56.45 億美元；而 2010 年中國大陸赴台採購的總額約為 115 億美元（本文估算金額），而採購金額最高的前三名則分別為：四川團的 13.21 億美元、2010 面板團的 53 億美元、廣東團的 29.3 億。根據上述資料，將 2009 年採購金額的前三名進行加總，其採購的總合佔採購總額 79% 左右，而從採購團的組成以及採購金額可以發現中國大陸 2009 年的對台採購的重點放在中央層級的採購團（本

理許可權的「計畫單列市」，而有其地區的代表性，因此筆者將其視為「遼寧省」的代表，並將大連副市長戴玉林歸類為地方領導的層級。

⁷⁹ 說明 1：符號「-」表示無此層級採購團團長來台；說明 2：中央層級包括商務部各部會領導與海貿會會長；地方書記（正、副）若兼任地方領導則以較高的職務計算；地方領導（正、副）若兼任書記則以較高的職務計算；商（協）會的領導；其他包括非列入計算的職務層級，以及資料不全與缺漏的部分（標記 N/A 的部分），雖然資料缺漏但仍可判斷是中國大陸的企業所組成的採購團。

文將面板團也視為中央層級)。同樣的，也將中國大陸 2010 年對台採購金額的前三名進行加總，採購的總合佔採購的總額 82%。雖然，中央層級採購團（2010 年面板團）的採購金額仍然是最高的，但可以發現，地方層級採購團的來台的數量明顯較 2009 年增加，顯現地方領導越來越重視來台採購的政策。

(單位：億美元)

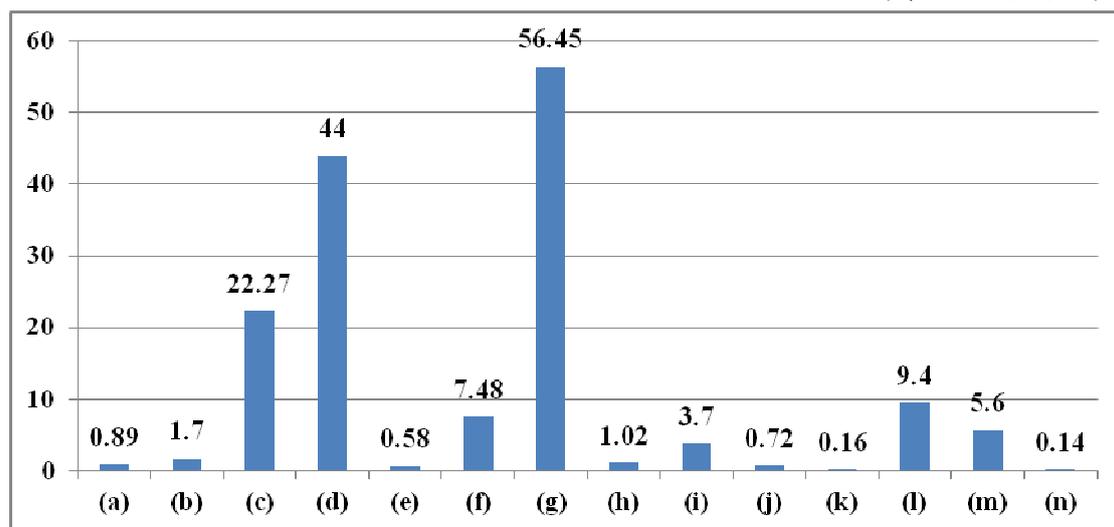


圖 3-2 2009 年中國大陸赴台採購金額 (含意向書)

資料來源：作者整理自繪。⁸⁰

(單位：億美元)

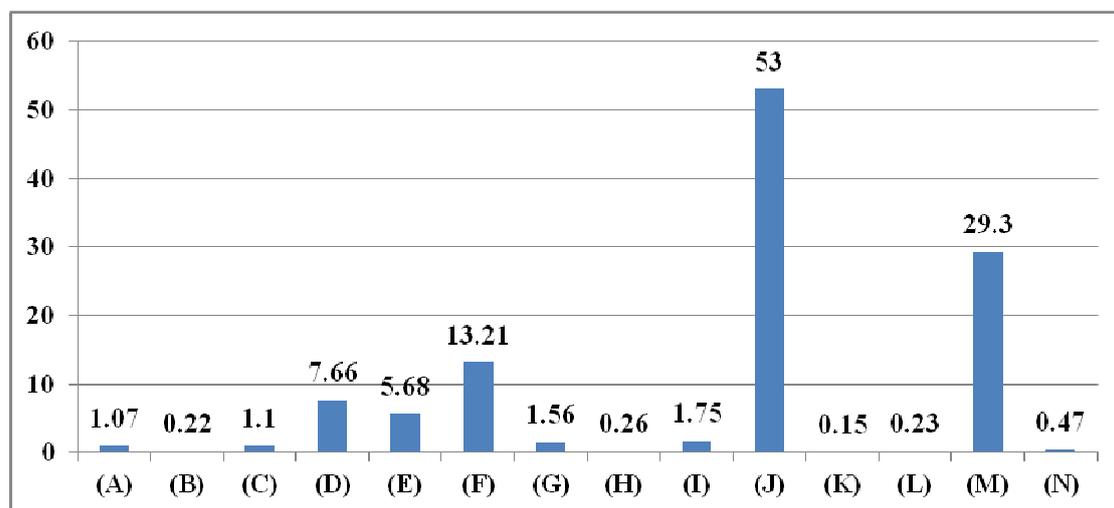


圖 3-3 2010 年中國大陸赴台採購金額 (含意向書)

資料來源：作者整理自繪。⁸¹

⁸⁰ 說明 1：(a) 全國城市農貿中心聯合會；(b) 廣西團；(c) 海貿會（首發團）；(d) 2009 年面板團；(e) 吉林團；(f) 海貿會（第二團）；(g) 海貿會（第三團）；(h) 中國百貨商業協會；(i) 四川團；(j) 廣州團；(k) 四川省醫藥品採購團；(l) 江蘇團；(m) 河南團；(n) 北京環保團；說明 2：本文將全國城市農貿中心聯合會的採購金額 4 月份與 11 月份金額合併計算，共 0.89 億美元。

在本節中，筆者分別對採購團的基本資料進行描述之後，我們發現中國大陸來台採購的時間點正處於兩岸簽訂重大經濟協議期間，突顯了中國大陸對於兩岸簽訂協議的重視。另外，2009年與2010年來台採購團的層級以及採購團的領導人層級明顯的發生轉變，證實了中共中央對各層級單位的採購決策影響力大。而採購金額（包含意向書）雖然還是以中央層級採購團的金額為最高，但是地方層級採購團的採購金額也持續增加，可以發現中國大陸地方領導相當重視中央的對台新政的執行。總的來說，從來台採購團的構成與特色可以觀察到，中國大陸中央對台採購具有強烈的「政治因素」（創造兩岸經濟合作的氛圍），並有效的影響其相關單部門的採購意願與行為。其中，筆者也發現中國大陸對台採購團的組成基本上可以分為「中央」與「地方」兩個層級（與前一節觀察到採購團的組織流程相同），而將這兩個層級分開對外採購的策略是少見的，通常中央與地方採購團會將採購的金額與項目進行協調與整合藉以增加採購過程的議價能力。是此，地方執行中央對台採購策略的過程中，其採購的操作與目標是否能一致？是否有其差異？下一節將針對中國大陸對台採購策略進行案例的建構，並在分析的類目中加入「中央與地方」的新聞分類做為自變數進行分析，藉以詳盡的描繪中國大陸對台採購的操作輪廓。

⁸¹ 說明：(A) 上海團；(B) 陝西電子行業協會；(C) 湖北團；(D) 福建團；(E) 山東團；(F) 四川團；(G) 河北團；(H) 吉林團；(I) 廣西團；(J) 2010 面板團；(K) 湖南團；(L) 大連團；(M) 廣東團；(N) 陝西團。

第三節 對台採購策略的操作：案例的建立與解釋

在第二章中，筆者爬梳了中國大陸對外採購策略的發展與演變，輔以採購策略與經濟策略術的理論，並建立了數個對外採購策略的例證。在鄧小平提出「外交工作服務於國家經濟建設的中心任務」對外關係的主軸下，對外貿易成為中國大陸國際交往中最重要的組成部分。特別是採購策略的操作，其不但是國內經濟發展的重要措施，也是對外關係的重要政策。具體而言，即便中國大陸以經濟建設為中心作為發展對外關係的目標，一旦面臨不利於國家發展的情勢時，將會立即轉向維護國家利益作為其基本原則。在此原則下，中國大陸對外採購的操作基本上是屬於「政經並行」的經濟策略術，而本文檢證數個案例之後，這樣的現象已經成為中國大陸對外採購策略的基本運作邏輯。

因此，中國大陸在對台採購上理應具有相同的運作邏輯與趨勢。若是採購策略的操作可以解釋其經濟策略術的運用與轉換，那麼就符合本研究兩項假設所預期：**中國大陸對外採購的操作同時含有交易性與強制性的經濟策略術性質，在採購過程的同時，與對手國產生衝突，其將會透過採購抵制的方式來影響對手國的政治行為。**而本節主要焦點是建構中國大陸對台採購的案例，包含了運作與邏輯的解釋、研究樣本的建立以及分析類目的建立，最後則是進一步檢視中國大陸對台採購的操作，並透過不同的分析單位（中央與地方）的差異進行檢證與比較。

壹、對台採購策略：邏輯的適用

根據本文的研究觀點，採購策略能夠同時作為政府在政治性與經濟性議題上的政策工具，在經濟上有助於國家內部的經濟發展並擴展國際市場；在對外政治上則具有經濟策略術的效果。而對於經濟策略術而言，採購策略是另一種更有效的手段，其涉及一連串的選擇過程（其包含採購的時間點、採購對象的選擇、採購項目的種類、採購金額大小，以及契約履行的穩定程度等），並透過採購需求方所擁有的採購籌碼多寡，進而使得採購策略在每個「選擇」的過程皆具備經

濟策略術的特性（圖 3-3）。

本文在第二章透過，以採購「對象」為主的操作、以採購「時間點」為主的操作、以採購「契約履行」為主的操作等三種形式，作為中國大陸對外採購的例證並進行分析之後，得出了以下兩項假設：

假設一：「越早列入中國大陸的採購名單，而且有專責的採購團體，其採購策略的性質越傾向於交易性」。

假設二：「進行採購交流的過程中，若是在主權或是經濟議題上損害到中國大陸的原則，其採購策略的性質則會傾向於強制性」。

而本節將透過上述假設，對中國大陸對台採購的新聞樣本進行觀察與分析，並檢證其對台採購策略是否有相同的運作與邏輯，進而切入不同分析單位（中央與地方）以了解中國大陸對台採購是否具有其特殊性。

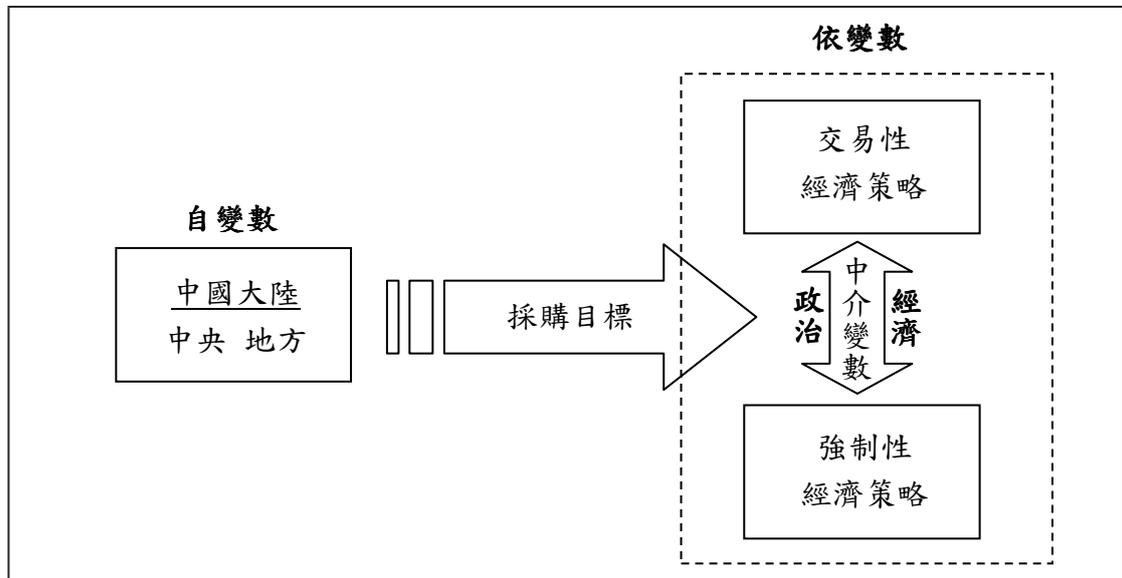


圖 3-4 中國大陸對外採購決策架構圖

資料來源：作者自繪。

貳、樣本的建立：母體與抽樣

以下將說明本節如何建立研究的樣本，其處理過程包含：資料來源、資料的擷取與篩選等，進而使得本節的研究樣本更有效性與代表性。

一、樣本來源：新華網

本文內容分析的新聞資料取自於中國大陸「新華通訊社網站」(簡稱，新華網)。新華網由中國人民共和國國家通訊社所管理，而新華社同時也是國務院所授權行使行政職能的「正部級」國務院直屬單位，其功能為：黨和人民的耳目喉舌、國家的通訊社、消息的總匯、世界性的通訊社。前中國大陸領導人江澤民更在1995年1月12日的中央政治局常委會中表示：「新華社播發的新聞不僅對國內輿論產生很大的影響，而且對世界輿論也產生重要的影響。中央要求把新華通訊社建設成為世界上最大最強的、有中國特色社會主義的、現代化的世界性通訊社，使之同我們國家的地位和名望相適應。」⁸²由此可見，新華社所發表的新聞內容相當程度的代表國家的意見與看法，而新華網的內容也是其他新聞的重要引用來源，因此我們將新華網的新聞視為最原始的資料，以及中國大陸官方態度的重要代表。

再者，整理本文資料的過程之中，筆者發現透過新華網資料庫的「新華搜尋」系統(<http://search.news.cn/>)將能有效的索引近十年的中國大陸新聞，而且內容資料也較性質相近的人民日報資料庫(<http://www.oriprobe.com/>)更有系統性。因此，在研究成本的限制之下，筆者認為透過新華網將能有效的建立本研究所需要的樣本，並採用「全查」的抽樣方法進行新聞資料的整理，進而完整的描繪中國大陸對台採購的操作與運作。

⁸² 關於新華社基本資料與歷史背景的介紹請參考新華網的「新華社簡介」，<http://203.192.6.89/xhs/lsg.htm>。

二、分析單位與時間

進行內容分析之前，我們必須確立欲進行分析的基本單位，本節以每則中國大陸對台採購的「新聞事件」作為基礎的分析單位，係以「對象」與「行為」作為新聞全文篩選的主要來源，其關鍵詞分別為「台灣」、「採購」與「採購團」。以台灣為中國大陸首要的採購對象，而採購與採購團視為中國大陸對台採購的行為與方式。新聞資料擷取時間點則設定在本研究所聚焦的2009年1月1日至2010年的12月31日的研究範圍之內，並將全球資源的「定址器」(Uniform Resource Locator, 簡稱 USL) 限定在新華網(xinhuanet.com)的網域中。最後，篩選出來的對台採購新聞資料總共有171篇(2009年的108篇與2010年的63篇)，並將內容與本研究無關的資料排除，以及標題與內容重覆的資料進行刪除與整理。最後，2009年篩選出的相關新聞樣本共有48篇，而2010年所篩選的新聞樣本則有20篇(附件三)。

參、建構分析類目

內容分析的前置工作為先行制定類目系統(分類標準)以利新聞樣本的觀察與分析，而本文的觀察類目主要是依據經濟策略術的「目標」與「手段」進行建構，以及中國大陸對台採購的資料進行補充，其分析類目共有四項：新聞事件的層級、對台採購的宣傳時機、經濟策略術的性質、採購策略的目標。詳細內容以下將分別說明之：

一、新聞事件的層級

本文在第二節針對中國大陸來台採購團進行描述性分析之後，將採購團的層級分為中央層級、商(協)會、地方層級這三類。在此之中，筆者整理其採購團的特色與構成的時候發現，中國大陸商(協)會皆受到中央部門的管理與監督，而為了更有效描述中國大陸對於採購團的操作，我們將商(協)會層級的新聞事

件併入中央層級的新聞樣本之中。因此，在本節的分析裡，我們主要關注「中央」與「地方」層級對於赴台採購事件的看法。

- (一) 中央層級：係指新聞事件的內容是說明中國大陸中央部會對於來台採購的看法與態度，如：國務院、商務部、海貿會等。而本文特別將商（協）會層級的新聞也納入中央層級之內（如：全國城市農貿中心聯合會、中國百貨商業協會）。
- (二) 地方層級：係指新聞事件的內容是說明中國大陸地方省（市）對於來台採購的看法與態度，如：廣西團、四川團、廣州團等。另外，新華網經常引用台灣外貿協會的發言作為新聞來源，而內容大多為台灣內部稱頌採購團的效益，因此本研究將其視情況將其歸類至地方層級的新聞事件。

二、宣傳時機

新聞宣傳是中國大陸對外採購策略重要的環節之一，不但可以在事前宣傳採購目標以展現其善意的態度，也可以在事後說明採購的落實與成效，進而塑造正面的惠台形象，本節透過新聞事件「時間點」的界定，將其分為「事前宣傳」與「事後宣傳」兩個部分：

- (一) 事前宣傳：在事前宣告中國大陸「預計」來台採購的時間與次數、組成團體、購買項目等，以說明來台採購的善意（正當）理由。
- (二) 事後宣傳：在來台灣採購的期間（包含結束之後），將採購的金額與合作協議進行整合與加總，以展現來台採購所促成的經濟效益與成果。

三、採購的目標

根據文獻回顧的整理，筆者將中國大陸對外採購的經濟策略術目標重新整

理成五類（第二章已說明原因），藉以更符合中國大陸對外採購的目標。其內容詳述如下：

- （一）改變特定事件中目標國的行為：係指改變採購目標（如：領導人、相關反對團體等）的對外行為與態度，如：對台軍售、接見藏獨人士、抵制北京奧運等。
- （二）改變目標國的政治領導、政治制度與軍事能力：要求採購目標改變內部的制度或政策，如：最惠國待遇與人權的爭議、人權問題的貿易制裁、抵制中國大陸貿易的政策等。
- （三）因應國內的政治要求：係指因應國家內部的要求而採取的措施，但是中國大陸在此一目標上難以界定是國家政策還是國家內部的意見。然而，在對台採購的方面，可以從新聞樣本中明顯的觀察到中國大陸是基於「兩岸同胞共同的願望」、「支援與協助台灣」、「兩岸人民共克時艱」等用語，因此筆者將中國大陸主導的對台採購政策視為因應國內的政治要求。
- （四）國際上的意識形態、規範與價值的影響：指廣泛的國際上共同的價值與目標，如：反對貿易保護主義、維持自由市場機制。
- （五）國內經濟發展的需求：國內的經濟發展。如：產業合作與升級、地區的經濟發展、五年計劃的經濟政策等。

四、經濟策略術的手段

由於，中國大陸政府對於採購團的運作有相當程度的影響力，使其採購的過程同時具有複合式經濟策略術的性質，進而透過政治力量的操作而靈活轉換其性質，因此本文將觀察中國大陸對台採購的過程中是否出現採購策略性質發生轉變的現象。

(一) 交易性的性質：採取大量的優惠經貿政策，使採購供給方願意進行合作與妥協。係指在採購的過程中沒有受到其他因素的干預與影響，而完成的採購計畫。

(二) 強制性的性質：採取打擊性的經貿政策，迫使採購供給方在某項議題上讓步。與交易性的性質相反，若是在採購的過程中受到其他的因素影響而造成採購計畫的推遲或中斷，本文將其視為強制性的經濟策略術。

肆、樣本的檢證與解釋

在建構研究樣本與類別項目之後，以下我們將要針對 2009 年至 2010 年中國大陸對台採購的全體樣本進行系統性的分析，並另外加入中央層級與地方層級的新聞事件作為自變項進行比較，以有效描繪中國大陸對台採購策略的操作。

一、全體樣本的檢證

首先，就新聞事件的層級（報導內容描述的對象）來看（表 3-7）。2009 年中央層級新聞事件的比例高於地方層級將近 3 倍左右（72.9%與 27.1%），但是 2010 年地方層級新聞事件的比例反而高於中央層級（55.0%與 45.0%），可以發現不同年度的新聞樣本組成有所差異，與前一節本文對中國大陸來台採購團所描述的現象相符，也就是 **2009 年與 2010 年來台採購團的層級，從以中央層級轉變成以地方層級為主，而且地方層級的主導性較高。**

其次，對於 2009 年與 2010 年宣傳時機的觀察，皆顯示中國大陸較重視事後的宣傳（62.5%與 60.0%），以展現其言行一致的採購成果。事前的宣傳主要由中國大陸國台辦、地方政府，或是台灣的外貿協會所發佈，其內容為來台採購團的時間、數量、採購項目與採購目的等，藉以吸引台灣內部的關注與相關產業的

參與；事後的宣傳除了官方發表言論之外，也會採用台灣方面的新聞，以及引用相關專業人士為對台採購政策的看法進行背書。其中，以「綜述：大陸採購團接連赴台成果豐碩反響熱烈」、「對台採購演繹兩岸經貿新的傳奇」這兩項報導作為代表（附件五），其**透過兩岸「官、產、學」專業人士的說法來宣傳中國大陸對台採購所產生的政治與經濟效果。**⁸³

再者，從經濟策略術的性質來看。我們可以發現 2009 年與 2010 年中國大陸對台採購策略的性質以「交易性」為主軸（95.8%與 100%）。在 68 個觀察樣本中，僅在 2009 年出現過 2 次強制性的性質，而這兩個新聞樣本的標題分別為「台媒：達賴赴台已對兩岸關係產生實質不利影響」、「吳敦義：邀達賴充滿政治算計大家一眼就看穿」。內容主要是引述台灣媒體的報導，說明民進黨邀請達賴喇嘛赴台進行訪問已經造成兩岸關係實質的影響，其包含：降低兩岸交流層級、推遲兩岸交流活動、對台的發言加壓。不但，在政治態度上，**透過台灣執政黨高層人士（國民黨秘書長吳敦義）的發言來表達其抵制意見；也在經濟政策上，表示將有可能影響 2009 年下半年度中國大陸赴台採購的計畫。**

最後，在採購策略的目標方面。從樣本資料中，筆者觀察到採購策略的目標主要為「因應國內的政治要求」與「國內經濟發展的需求」這兩類。其中，在 2009 年赴台採購的目標以因應國內的政治要求為主（81.2%），而國內經濟發展的需求為輔（37.5%）；2010 年的目標則是以國內經濟發展的需求為主（65%），因應國內的政治要求為輔（45%）。是此，我們可以證實「**在採購前置作業的階段中，中國大陸越早決定的採購對象，並設立專門的採購團隊，其採購的執行越穩定**」的假設，而在採購目標上對台灣則是趨向「因應國內的政治要求」與「國

⁸³ 在「綜述：大陸採購團接連赴台成果豐碩反響熱烈」的新聞樣本所提到的專業人士分別為：國家發改委對外經濟研究所所長張燕生、TCL 集團股份有限公司副總裁賀成明、台灣淡江大學大陸研究所長張五岳等人；「對台採購演繹兩岸經貿新的傳奇」的新聞樣本所提到的專業人士分別為：廈門大學台灣研究院經濟所所長鄧利娟、台灣華聚產業共同標準推動基金會董事長陳瑞隆等人。

內經濟發展的需求」，與對外採購策略「國際上的意識形態、規範與價值的影響」的目標有所不同；另外，在「改變特定事件中目標國的行為」這一類目標出現2次，而這2個新聞樣本正好與強制性經濟策略性質的新聞樣本一致，皆是針對達賴來台事件進行抵制。由此可見，中國大陸對於達賴赴台訪問的議題上進行抵制，將會使得經濟策略的性質傾向於強制性，而正符合本文的第二項假設「進行採購交流的過程中，若是在主權或是經濟議題上損害到中國大陸的原則，其採購策略的性質則會傾向於強制性」。

表 3-7 2009 年至 2010 年對台採購新聞內容分析表

分析類目	2009 年		2010 年		總計
	次數	百分比	次數	百分比	
新聞事件的層級					
中央	35	72.9%	9	45.0%	44
地方	13	27.1%	11	55.0%	24
宣傳時機					
事前宣傳	19	39.6%	8	40.0%	27
事後宣傳	29	60.4%	12	60.0%	41
經濟策略術性質					
交易性性質	46	95.8%	20	100%	66
強制性性質	2	4.2%	-	-	2
採購策略的目標					
(一) 無	46	95.8%	20	100%	66
有	2	4.2%	-	-	2
(三) 無	9	18.8%	11	55.0%	20
有	39	81.2%	9	45.0%	48
(五) 無	30	62.5%	7	35.0%	37
有	18	37.5%	13	65.0%	31
樣本數	N=48		N=20		

資料來源：作者整理自繪。⁸⁴

⁸⁴ 說明：符號（一）表示改變特定事件中目標國的行為，符號（三）表示因應國內的政治要求，符號（五）表示國內經濟發展的需求，符號「-」表示類目分析無此歸類。

根據上述資料，我們初步的分析中國大陸對台採購的操作。整體而言，中國大陸對台採購的政策中央所主導，而實際的執行則逐漸交由地方負責，並重視事後的對台採購成果宣傳，除了塑造中國大陸言行一致的正面形象，也直接展現相關單位有效的執行中央所交付的對台政策。另外，經濟策略術的性質以交易性的「惠台」政策為主，而採購策略以「因應國內的政治要求」與「國內經濟發展的需求」為主要目標。然而，中國大陸在面對達賴訪台的議題上，其態度轉變成為強制性性質，而採購目標隨即轉向「改變特定事件中目標國的行為」。因此，**我們發現中國大陸對外（台）的基本運作邏輯是相當一致的。**然而，在分析的過程中，我們可以觀察到 2009 年與 2010 年中國大陸對台採購的主導層級明顯發生改變，而為了更詳盡的描繪採購策略操作，在下一部分筆者將以中央與地方層級的新聞事件進行比較以檢視其來台採購團運作的差異。

二、中央與地方差異的檢證：交叉分析

在檢證中國大陸對台採購的全體樣本之後，本節接著透過交叉分析來呈現 2009 年與 2010 年中央與地方的新聞事件層級在「宣傳時機」與「採購策略的目標」上，是否如本文所預期而有其差異與變化?表 3-8 為「中央與地方」和「宣傳時機」的交叉分析，結果顯示中央與地方的新聞宣傳在 2009 年與 2010 年中皆沒有顯著的關聯性($p > 0.5$)。在 2009 年的資料中，顯示著中央(34.3%與 65.7%)與地方(46.2%與 53.8%)各別主導宣傳工作，而中央的事後宣傳比例高於事前宣傳；2010 年的資料同樣顯現中央(44.4%與 55.6%)與地方(36.4%與 63.6%)各自負責其宣傳作業，中央的宣傳比例達成均衡的狀態，而地方的事後宣傳的比例則高於事前宣傳。因此，可以解釋 2009 年與 2010 年對台採購工作所主導的層級不同，也可以說明採購團組成有所差異的原因。**更進一步來看，也就表示中國大陸政府並沒有統一宣傳工作的負責層級，分別由中央與地方各自宣傳其採購目標與成效，而地方採購團也藉由新聞的宣傳，一方面展現地方與台灣經濟合作熱**

絡的情況，另一方面向中央傳達其執行惠台政策的「績效」。

表 3-8 對台採購的宣傳時機：中央與地方的交叉分析表

	2009 年		2010 年	
	中央	地方	中央	地方
宣傳時機				
事前宣傳	12 (34.3%)	6 (46.2%)	4 (44.4%)	4 (36.4%)
事後宣傳	23 (65.7%)	7 (53.8%)	5 (55.6%)	7 (63.6%)
	$\chi^2 = .570$; df=1		$\chi^2 = .714$; df=1	
樣本數	N=37	N=11	N=9	N=11

資料來源：作者整理自繪。⁸⁵

對台採購策略目標的部分，在全體資料的分析下，我們發現中國大陸對台經濟策略術的性質以「交易性」為主軸，而採購策略則以「因應國內的政治要求」與「國內經濟發展的需求」這兩類作為目標。是此，本段主要針對這兩項採購策略的目標進行檢證。在進行交叉分析之後，2009 年與 2010 年的「中央與地方」和對台「採購策略的目標」皆出現顯著的關聯性 ($p < 0.01$)。2009 年中央在「因應國內的政治要求」的比例明顯較高 (94.3%)，對於「國內經濟發展的需求」目標的比例較低 (20.0%)。相對而言，地方對「因應國內的政治要求」的比例較低 (46.2%)，而對於「國內經濟發展的需求」目標的比例較高 (86.4%)；2010 年的資料則顯現中央更傾向「因應國內的政治要求」的目標 (100%)，而地方也更傾向「國內經濟發展的需求」的目標 (100%)。

⁸⁵ 說明 1：***表示 $p < .001$ ，**表示 $p < .01$ ，*表示 $p < .05$ 。

表 3-9 對台採購策略的目標：中央與地方的交叉分析表

	2009 年		2010 年	
	中央	地方	中央	地方
採購策略的目標				
(三) 無	2 (5.7%)	7 (53.8%)	(- %)	(100 %)
有	33 (94.3%)	6 (46.2%)	9 (100 %)	(- %)
	$\chi^2=14.415$; df=1***		$\chi^2=20.000$; df=1***	
(五) 無	28 (80.0%)	22 (15.4%)	7 (77.8%)	(- %)
有	7 (20.0%)	11 (84.6%)	2 (22.2%)	11 (100 %)
	$\chi^2=16.886$; df=1***		$\chi^2=13.162$; df=1***	
樣本數	N=35	N=13	N=9	N=11

資料來源：作者整理自繪。⁸⁶

是此，我們再次檢視「因應國內的政治要求」與「國內經濟發展的需求」的採購目標，可以發現前者樣本的內容比較趨向於建立一種「協助」或「援助」台灣的態度，而且是基於「兩岸同胞的情誼」做為出發點，進而希望促成台灣民眾改變對中國大陸既有的負面印象，也就是我們所關注的「對台統戰」工作；⁸⁷至於後者，則是比較注重經濟層面的合作，不但透過簽訂契約的儀式與預估的採購金額來展現對台採購的實質交流，也簽署大量的合作意向書來說明對於各種產業的需求，以達成招商引資進而發展地區經濟的目標。⁸⁸總的來說，透過本節的分析，我們可以發現對台採購策略受到中國大陸「政策性採購」的影響，使得中央與地方的對台進行採購行動有其一致性，而且在面對與中國大陸基本原則相牴觸的事件（達賴赴台訪問）也將會影響其採購計畫的執行。然而，本文將中央與地方層級的新聞事件分別觀察時，卻又發現其對台採購的目標有所差異，中央層級

⁸⁶ 說明 1：***表示 $p < .001$ ，**表示 $p < .01$ ，*表示 $p < .05$ ；說明 2：符號（三）表示因應國內的政治要求，符號（五）表示國內經濟發展的需求，符號「-」表示類目分析無此歸類。

⁸⁷ 「因應國內的政治要求」作為採購目標的新聞樣本，如：王毅宣布落實溫家寶五項重要對台舉措八項方案、大陸首個大型採購團 5 月 31 日正式啟程赴台、國台辦：大陸本月將向台灣簽約採購 50 億美元面板、指責大陸說法誇大 互釋善意才是兩岸相處之道（附件四）。

⁸⁸ 「國內經濟發展的需求」作為採購目標的新聞樣本，以廣西百餘家企業 5 月赴台採購、粵已著手籌備赴台採購團 零售批發企業反應最積極、大陸赴台採購招商再掀高潮 黔鄂爭先、台灣關注韓正訪台帶來巨大商機等作為代表（附件四）。

較重視「因應國內的政治要求」的採購目標，地方層級則重視「國內經濟發展的需求」的採購目標，而 2009 年與 2010 年的新聞樣本的分析結果更是如此。所以，我們可以進一步推論「在採購策略的執行上，中央與地方具有其一致性，但是在採購目標上，中央的採購目標著重於對台灣內部民眾的統戰效果，而地方則重視地區的經濟發展與合作」。

第四節 小結：經濟合作、統戰與制約？

在前一章，筆者整理了數個中國大陸對外採購的案例後，發現其採購策略出現「政經並行」的具體現象，並有效透過經濟策略術性質（手段）的轉換來達到其政治與經濟的目標。那麼，對於台灣的採購策略是否也具有相同的運作邏輯？首先，本章回顧中國大陸對台採購策略的發展，並比較不同採購政策的差異。在此之中，筆者認為中國大陸在 2009 年金融海嘯的期間對台灣所採取的「政策性採購」與其對外採購的操作相似，但是在實際執行上卻又有些不同（採購團的組成），然而這些差異是否會塑造其獨特的對台採購政策？因此，本文試圖透過比較的方式來驗證其運作邏輯，進而尋找中國大陸對台灣採購的特殊性（手段與目標）。最後，除了統整分析的結果，並同時說明中國大陸對台經濟合作、經濟統戰與經濟制約的關係。

第二節，本文描述了中國大陸來台採購團的構成與特色。雖然，受到研究資料上的限制而無法詳盡的針對 2009 年與 2010 年所有的來台採購團進行分析，但透過相關單位提供的資料，筆者認為本文所整理的採購團仍有其代表性，係以這 29 個採購團（表 3-2 與表 3-3）進行描述性分析。在來台採購次數的分布方面，可以觀察到來台採購的時間正好界於兩岸洽簽經貿合作協議之間，其目的在於展現兩岸經貿合作利多的氛圍；從採購團層級、採購團團長，以及採購金額（包含意向書）則可以看出地方雖然受到中共中央的政策影響而組團赴台採購，但是卻

出現分庭抗禮的現象，從 2009 年與 2010 年的資料比較來看，採購團的組成更是趨於「中央」與「地方」兩種分類。是此，筆者在第三節進一步透過中國大陸對台採購的新聞事件來描繪其採購策略的操作與目標，從全體的資料觀察到中國大陸對外（台）採購的運作邏輯是一致的。但是，在加入中央與地方層級事件進行交叉分析之後發現，中央與地方的採購目的卻又有些差異。

然而，以往我們將中國大陸對台的經濟政策目標劃分為三個觀點，分別為經濟合作、經濟統戰，以及經濟制約。首先，就經濟合作的觀點，相關論述主要為整合理論與經濟互賴理論，其內容強調兩岸透過緊密的經濟合作將會促使兩岸在政治與經濟議題上趨於和緩或是合作；而經濟統戰的觀點，主要的內涵是承襲中國大陸統一戰線策略的脈絡，其透過優惠的經濟政策在對手國內部創造親中的利益團體（或是國與國之間的夥伴關係），以影響對手國的行為或是內部的政策制定，在相關研究中稱之為「經濟誘勸」或視為「柔性權力」的一種；經濟制約的觀點，其內容與經濟合作的假設對立，相關論述認為兩岸經濟越趨於緊密則台灣的經濟越容易被中國大陸政府所箝制，進而使得台灣必須在政治議題上向中國大陸妥協。在本章的檢驗過程中，雖然出現中國大陸的赴台採購計畫受到達賴訪台的爭議而出現南京團推遲採購的「抵制」行為（強制性的經濟策略術），但這並不完全意味中國大陸對台採購政策是一種累積經濟制約能力的觀點。因為，在抵制的過程中南京團另外表示將會分別組織「政治團」與「商業團」赴台訪問，而此爭議延續至兩岸洽簽經濟合作協定的期間，其他的地方採購團也持續的赴台進行採購活動（表 3-4 的 11 月與 12 月）。⁸⁹由此可見，**即便中共中央的基本政治原則對地方有其一致性的影響力，但是地方仍會依照自身的發展需求而調整採購策略以符合其發展目標。**因此，就短期而言中國大陸並沒有出現實質的採購抵制手段，所以我們可以暫時排除中國大陸對台採購是累積經濟制約能量的觀點。本

⁸⁹ 聯合報（2009），〈受達賴來台影響 南京採購團政商分離〉，【線上資料】，2009/9/2，海峽資訊網，<http://www.haixiainfo.com.tw/68501.html>，檢索日期，【2010/12/10】。

章也發現，中國大陸中央層級的採購，主要呈現「因應國內政治的政治要求」的目標；而地方層級則是以「國內經濟發展的需求」為主。很顯然的，中央層級較注重經濟統戰的效果，而地方則是注重經濟的發展與合作。因此，在中國大陸中央與地方分開赴台採購的操作策略，表面上地方是執行中共中央所交付的採購政策，但是在手段與目標上卻呈現各異其趣的現象。

那麼，在中國大陸的採購攻勢下台灣的內部又會產生什麼影響？是否實質的協助台灣經濟發展？或是扭轉了台灣人民對中國大陸的既有印象？在第四章的分析裡，我們將透過總體資料與訪談資料進行對話，對中國大陸採購團所產生的影響提出更深刻的說明。

第四章 對台採購的執行與成效：台灣的視角

在第三章中，筆者整理了近年來中國大陸對台採購政策的發展概況、2009年與2010年來台採購團的構成與特色，以及透過相關的新聞事件來描繪中國大陸對台採購策略的操作。在此之中，我們發現中國大陸對外（台）的採購策略的運作相當一致，皆是透過「政策性採購」來影響其國內採購的方向，進而達到「政經並行」的效果。另外，在來台採購團的分析過程中，觀察到其採購訪問的時間點集中在兩岸洽簽經貿合作的關鍵時期，雖然可以證實中共中央有效引導採購團的採購計畫，卻也發現中央將採購任務移轉至地方，甚至出現以地方為主的採購現象，而這在中國大陸對外採購策略的操作中是罕見的。筆者在針對相關新聞事件進行內容分析後，認為中央與地方的採購目標有其差異性。地方一方面執行中央所交付的採購工作，另一方面調整其採購策略以提升其地方的經濟發展，而這樣的差異造成了中央與地方分別對台採購的特色。

然而，以上的分析僅能描繪出中國大陸對台灣採購策略的基本輪廓與其特殊性，但仍不足以深刻描繪其採購的運作過程。舉例而言，我們可以觀察到中國大陸中央與地方組織赴台採購團的流程（圖3-1），但是卻無法說明其對台實際的採購執行過程。雖然，赴台採購看似由中國大陸政府所主導的「惠台政策」，但事實上有如此的優惠台灣嗎？實際的運作又是如何？而在中國大陸持續的採購攻勢下，對於台灣將會產生什麼實質影響與成效？不同於第二、三章以不同的採購事件作為分析的焦點。接下來在第四章中，本研究將要從台灣（採購供給方）的角度觀察，並透過總體資料與訪談資料進行對話，以說明中國大陸對台採購的執行與成效。⁹⁰

⁹⁰ 由於本文大部分的訪談對象為各單位的主管，為了避免訪談內容引起爭議，在此聲明本文訪談內容僅代表訪談人個人的專業意見與看法而非各單位的立場。筆者感謝各位受訪者給予的寶貴意見，使得本文更具參考價值。另外，本文部分的民意調查資料採自「2009年至2012年『選

本章內容分為五節。第一節說明本章訪談資料的建構，包含訪談名單的建立與訪談問題的確證，以呼應在前面章節所討論的研究重心。第二節主要探究中國大陸對台採購的「執行面」，透過訪談資料再次深刻討論來台採購團的組織與接洽過程，藉以說明台灣方面在此過程中的角色。而本文為了更突顯中國大陸對台採購所造成的影響，在第三節的部分先回顧中國大陸近年來「惠台政策」所造成的影響，其內容在說明 2003 年在胡錦濤主政以後，採取惠台政策對台灣總體面所造成的影響，以作為本研究對於採購成效的比較標的；第四節則是評估中國大陸對台採購的「成效面」，藉由總體資料與訪談資料的對話，以有效說明中國大陸對台採購所造成政治與經濟的影響；第五節為本章評述與小結。

第一節 訪談資料的建構

訪談法的重要工作為尋找「適當」的訪談對象與「明確」的訪談問題，以增加本研究的可信度與有效度。是此，本節將分別針對訪談名單的建立與訪談問題的確證進行說明，藉以有效說明本研究訪談資料的來源與內容。

壹、訪談對象名單的建立

筆者在整理中國大陸對台採購的相關資料之後，初步設定訪談的對象為：行政院大陸委員會、行政院農委會、地區農會（嘉義、台南、高雄）、經濟部國際貿易局、財團法人海峽交流基金會、中華民國對外貿易發展協會、中華民國商業總會、中華民國工業總會，以及參與採購的相關台商等單位。首先，筆者透過電子郵件與電話詢問的方式，詢問各單位接受訪談的意願，其中表示願意接受訪問

舉與民主化調查』三年期研究規劃(II):2010年直轄市市長選舉面訪案」(TEDS2010C)(NSC 99-2420-H-031-002)。TEDS2010C 主要針對台灣 2010 年直轄市市長選舉之年度計畫，計畫主持人為黃秀端教授。相關內容請參考 TEDS 網頁：<http://www.tedsnet.org>。也感謝上述機構單位及人員提供相關資料。當然，一切疏漏皆為作者的責任。

的單位為中華民國商業總會與中華民國工業總會，農委會透過信件的方式回應其意見，其他單位則是以「單位不接受訪談的基本政策」、「訪談內容涉及商業機密」與「敏感性議題」等事由拒絕訪談。其次，筆者以人際網絡再次進行聯繫與溝通，順利對財團法人海峽交流基金會的一位主管、兩位地區農會代表(台南縣玉井鄉、高雄市彌陀鄉)、兩位大陸台商(糧食中盤商、LED 廠商)進行訪談，而行政院大陸委員會、經濟部國際貿易局、中華民國對外貿易發展協會仍然表示拒絕接受訪問。最後，在研究成本的限制之下，本文完成的訪談對象總共有 7 位(表 4-1)，而以行政院農委會回覆的意見作為補充資料。另外，本文並沒有限定受訪者的職級，主要以「曾經與中國大陸來台採購團進行交流互動」作為進行訪談的要件。

表 4-1 訪談對象一覽表

訪談單位	受訪人編號	訪談時間	受訪人職責
財團法人海峽交流基金會	海 1104	2011/4/30	任職於經貿服務處，主要職務為：提供安全急難救助、兩岸經貿糾紛協調、經營專業諮詢、台商聯繫服務。
中華民國全國商業總會	商 1104	2011/4/6	任職於大陸事務處，主要職務為：進行商業情勢調查提供台商投資資訊，兩岸經貿糾紛協調，以及建立兩岸商業交流平台。
中華民國全國工業總會	公 1104	2011/4/1	擔任全國工業總會特聘秘書，主要職務為：大陸經貿政策之研究與建議、赴大陸投資諮詢與協助、配合政府辦理兩岸交流活動。
台南縣玉井鄉農會	玉 1108	2011/8/19	主要職責是代表玉井鄉農會與中國大陸的水果經銷商接洽，並積極推廣多種的農特產品。
高雄市彌陀鄉區公所	彌 1108	2011/8/23	代表彌陀鄉農會到中國大陸各省拓展行銷其農漁產品。
華嘉企業股份有限公司	糧 1105	2011/5/5	為糧食的中盤商，農民收購糧食之後，轉賣至中國大陸。
大峽谷光電(LED)	電 1105	2011/5/5	在中國大陸上海設廠，專職生產 LED 等相關零組件。

資料來源：作者整理自繪。

貳、訪談問題的確認

訪談問題的建立主要是依據本文在第二章節所討論的採購策略與經濟策略術作為建構主軸(頁 53-57)。其中，關於採購策略的操作，可以分為「對象」、「時間點」、「項目與種類」、「金額大小」、「契約履行」五種方式。但是，「項目與種類」和「金額大小」這兩項採購策略的分析的內容較為敏感(這兩項問題也是被拒絕訪談的重要原因之一)並不容易得到明確的回應，所以筆者採取較模糊的題項，期望能從中獲取一些相關資訊(表 4-2)。因此，基於上述理由，本章同樣以「對象」、「時間點」、「契約履行」這三類採購策略作為本文訪談的主要重點，而以「項目與種類」和「金額大小」作為輔助。

本文採用「半結構式」的問卷，其目的在於讓受訪者實際了解本研究的概況與內容，並讓受訪者可以事前進行準備，以避免達非所問的情況。表 4-2 為訪談問題的大綱，總共有四個問題。前三題內容涵蓋了前面所討論的五項採購策略的操作，而第四題則是針對受訪者的個人看法，分為經濟與政治的面向，並以受訪者的觀點作為意見代表與總體資料進行比較與互補。另外，問卷主要有兩個版本，受訪者所收到的版本僅只有左欄訪談問題，而右欄的問題意涵則是提醒筆者進行訪談時所要注意的方向，以減少訪談過程中對於重要資訊的遺漏。

表 4-2 訪談問題大綱

編號	訪談問題	問題意涵(本研究的主題)
一	中國大陸在 2009 年與 2010 年陸陸續續的派出數十個採購團赴台進行採購。請問貴單位(受訪者)是如何與中國大陸的採購團進行接洽?(或是如何被採購?)	● 採購對象/時間點的選擇 訪談內容主要討論台灣方面在採購活動的過程中是主動還是被動的,以及採購交流的相關經驗。
二	從 2009 年與 2010 年的經濟成長率來觀察,台灣的經濟似乎受到大陸採購團的影響而呈現正成長。因此,根據貴單位(受訪者)的了解,中國大陸對台採購的落實情況如何?	● 項目與種類/金額大小 以模糊的方式進行了解實際落實情況,並以採購金額或項目是否較為「增加」或「減少」的方式進行詢問。
三	(追問)國際上不乏中國大陸在簽定合作協議的過程中,透過採購團進行「經濟影響政治」的報導,請問貴單位(受訪者)是否有聽說過(或是親身經歷)中國大陸採購團受到兩岸政治因素的影響而改變既有的採購計畫?	● 採購對象/時間點/契約履行 透過中國大陸對外採購經驗作為對照,以達賴喇嘛來台、台灣的三中團體(中下階層、中小企業、中南部)等採購爭議問題進行詢問。
四	請問貴單位(受訪者)是否贊同中國大陸持續對進行台採購的經濟交流模式?(主要以受訪者的個人意見發表看法)	● 經濟面:了解中國大陸對台採購政策是否有助於對台灣的經濟發展? ● 政治面:是否會產生經濟影響政治的情況,如改變統獨立場、經濟制約等。

資料來源：作者整理自繪。

在本節中，筆者主要描述本文訪談名單與訪談內容的建構，期望可以更明確的說明本研究的研究重點，進而將第二、三章的研究成果與第四章的內容相互連結與呼應。在下一節我們將要透過訪談資料來進一步描述中國大陸對台採購的執行過程，包含採購團組織過程中台灣的角色，以及中國大陸來台採購的概況與採購策略的運用，藉此補充本文第二、三章所不足之處。

第二節 中國大陸對台採購的執行面

在第三章中，筆者透過中國大陸商務部與各地方商務局所發佈「組團貿易促進活動的通知」的相關文件，描繪出中國大陸組團來台採購的運作輪廓(圖 3-1)。從中我們可以發現，中國大陸國務院主導了對外採購的政策方向，實際運作則是交由商務部統籌與執行，而商務部也透過相關的對應單位以及各地方層級的商務部門匯集相關資訊，並從這些資訊中篩選出適當的企業組團進行赴台採購訪問。其中，筆者發現地方(省、市)也在中央政府對台政策的影響下，自行組團赴台進行採購活動，而出現中央與地方分別對台採購的現象。實際上，這樣的描述卻忽略了台灣方面在中國大陸採購團組成過程所扮演的角色。

另一方面，筆者在討論經濟策略術對於採購策略的適用性時發現到，由於採購策略涉及一連串「選擇」的行為，其包含採購的「時間點」、採購「對象」的選擇、採購「項目與種類」、採購「金額大小」，以及「契約履行」的穩定程度等，而這些選擇的過程使得採購策略同時具有經濟策略術「強制性」與「交易性」的複合式性質。在此之中，雖然筆者透過內容分析法對相關的新聞事件進行整理比較後，得出中國大陸的對台採購政策係主要以「交易性」性質的經濟策略術(表 3-7)，但是這些選擇的行為的實際運作狀況又是如何？

是此，本節從兩個面向進行觀察中國大陸對台採購的執行。第一個觀察面向，主要是說明中國大陸在採購團的組織過程中，台灣方面所扮演的功能與角色。第二個觀察面向則是分析採購團對於採購策略操作的概況，其內容分別為採購「對象」的選擇、採購「時間點」的劃分、採購「契約」的簽訂與履行等三種操作方式，並檢證中國大陸來台採購的過程中是否出現政治因素介入的現象。

壹、中國大陸採購團的組織過程：台灣的角色

在第二、三章，本文透過數個採購案例進行分析時，發現中國大陸組織採購團的過程中均受到中共中央商務部門所統籌與規劃。然而，筆者在整理表 3-2 與表 3-3 的過程中發現大部分的採購團都是應台灣的外貿協會的邀請而來台灣進行採購訪問，也有一部分是台灣的工商業界團體所邀請，由中國大陸中央部會主動籌組的採購團卻是少數（表 3-5 有進一步的整理）。這樣的情況跟我們前面所推論的運作模式有些落差，採購團的組成似乎不完全是由中央主導或是地方政府主動運作。台灣的官方更表示中國大陸來台採購的活動完全是民間自由貿易的行為，其角色只是協助審查民間邀訪單位所提出的申請案。⁹¹然而，台灣外貿協會董事長王志剛在商業週刊的專訪中說到：⁹²

其實，早在 2001 年，外貿協會就已經開始在中國大陸的北京設點，不過以往礙於兩岸政治，並不積極。而在上任後，正好政黨輪替，兩岸關係大幅改善，便立即督促貿協駐大陸人員趕快「搭橋」。但是，這樣的布局計畫，若找不到適當的對口單位，一樣難以成事。在搭橋的過程中一度找上中國大陸的貿促會，但因為雙方沒啥交情，一度反應冷淡。⁹³後來中國擴大內需、家電下鄉政策陸續出台，貿協在大陸的工作人員以為機會來了，馬上一家一家拜訪搭橋，這些廠商都笑笑說好，實際上並沒有反應。然而，「政不離商」，商不離政，透過關係直接找上中國商務部副部長姜增偉。王志剛表示：「現在我們倆，拿起手機就可以直接對話。」而有了中南海這層高層關係，中國大陸的貿促會也開始買單。

從這段內容我們可以觀察到，兩岸在經濟合作上的互動仍然受到相當程度的

⁹¹ 筆者於 2011 年 3 月詢問行政院農委會中國大陸對台採購的問題時所得到的回覆。其內容為：「中國大陸採購團都是民間協會或企業自行邀請前來，我們官方多未介入，官方角色只是協助審查民間這些邀訪單位所提出的申請案。再者，採購團來台採購基本上是民間自由貿易行為，只要是訂單能夠真正成交，即對農民有助益，官方均會樂觀其成。」

⁹² 由於受到人際網絡的限制，以及外貿協會的既定政策。因此，在研究限制之下，筆者並未對外貿協會相關人士進行相關議題的訪問，但為了使本研究更具可讀性，因此作者遂轉引自商業週刊專訪外貿協會董事長王志剛的內容，以代表其專業意見（楊之瑜，2009：80）。

⁹³ 中國國際貿易促進委員會，其成立宗旨為：「根據中華人民共和國的法律、法規，參照國際慣例，開展促進中國與世界各國、各地區之間的貿易、投資和經濟技術合作活動，增進中國人民同世界各國、各地區人民和經濟貿易界的相互瞭解與友誼。」請參考「中國國際貿易促進委員會」網站，<http://www.ccpit.org>。

政治力量所管控，除了中國大陸由中央既定的籌組採購團計畫之外（國台辦八項惠台政策所提及的部分），即便是中共中央提出了許多惠台舉措，在落實執行上必須與「適當」的官方單位接洽才能獲得回應，因此台灣方面必須扮演「主動」的角色。⁹⁴另一方面，由台灣工商業團體所邀請的地方採購團，則是透過地方台商的人脈關係來聯繫的，而地方赴台訪問的過程中，採購活動卻往往都是附帶的，有些地方採購團並不是真正要來台灣採購。⁹⁵主要的目的有兩個：一、建立人脈關係並表達地方與台灣交流的意願；二、提供地方相關的投資優惠訊息給台商或是台灣內部有興趣的產業。⁹⁶海基會的專業人士表示：

譬如說，江蘇省委書記來的時候，他主要的目的是來看看朋友，來辦個江蘇周介紹江蘇的狀況，希望台灣同胞能夠了解江蘇，增進雙方之間的關係，而不是打著採購來台採購的名義，你是說他是配合的國家政策，這應該不是吧!!（海 1104）

然而，即便如此，台灣方面找到適當的對口單位或是透過台商的人脈關係進行聯繫，中國大陸來台採購團的組成也不完全是自主的行為，而是受到中國大陸中央政府相當程度的管理，也有採購團是按照中央的政策分配來台進行採購活動。所以，實際上中國大陸中央政府的政策仍然會影響來台採購團的運作與否。⁹⁷

⁹⁴ 作者於 2011 年 5 月訪問大峽谷光電（LED）的訪談資料。

⁹⁵ 作者於 2011 年 4 月訪問海基會的訪談資料。

⁹⁶ 作者於 2011 年 4 月訪問全國工業總會的訪談資料。

⁹⁷ 作者於 2011 年 4 月訪問全國商業總會的訪談資料。

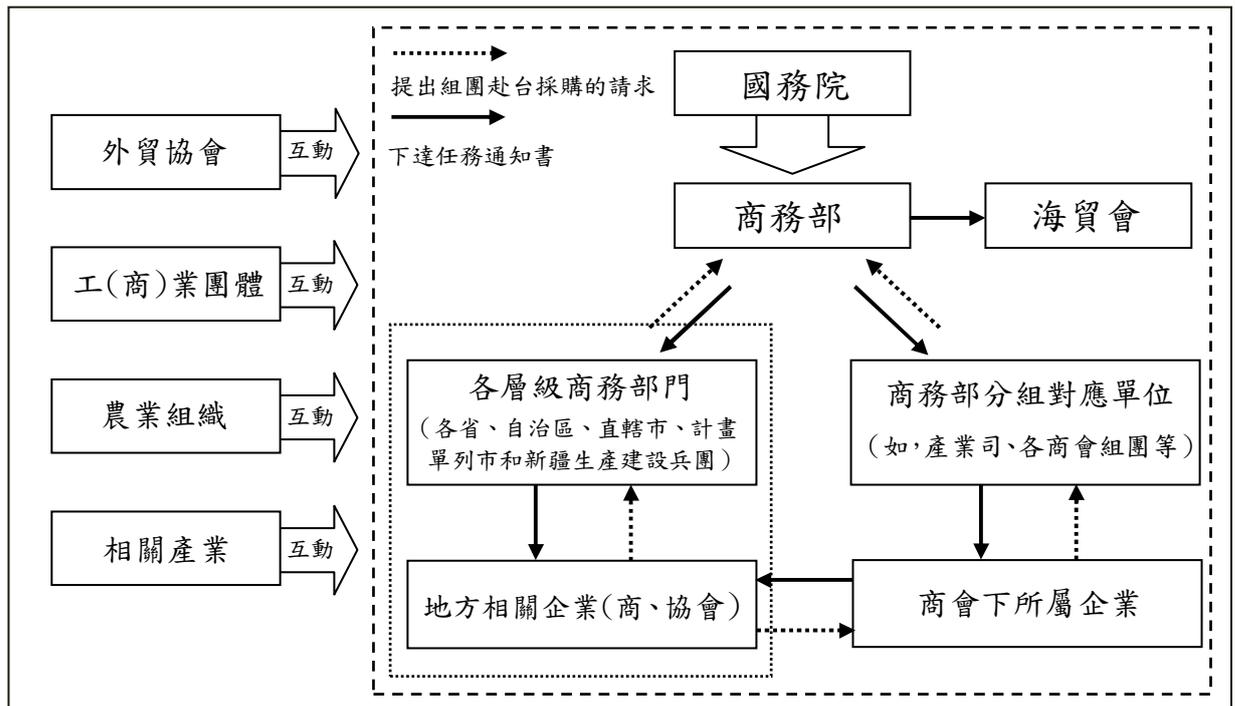


圖 4-1 中國大陸商務部組織對台採購團的流程圖

資料來源：作者整理自繪。

因此，我們綜觀以上專業人士的看法。雖然，本文在第三章提出了「中共中央的基本政治原則對地方有其一致性的影響力，但是地方仍會依照自身的發展需求而調整採購策略以符合其發展目標」的觀點。但在實際的交流過程中，採購策略的調整卻是台灣相關團體與各層級採購團互動的成果。另外，在向中國大陸各單位提出採購需求之後，採購團的組成還必須獲得中央政府的同意並正式委任其採購任務（圖 4-1），而中央政府的影響力便在最後的審查過程中體現。**總的來說，中國大陸赴台採購的執行與運作，除了中央層級的採購團是由中央政府掌控之外，其他層級採購團在組織過程與台灣方面有相當程度的互動，進而影響其採購策略的調整，但是採購團的成形與否還是受到中央政府的管制。**

貳、來台採購的概況：採購策略的運用

以下將透過採購策略的運用來分析中國大陸來台採購的概況，與第二章建構採購例證的方式相同，同樣分成三個部分來論述分析：一、來台採購團與採購「對象」的選擇，觀察中國大陸來台採購是否有鎖定或優惠特定的群體、產業，以及地區等目標；二、來台採購團與採購「時間點」的劃分，本文在來台採購次數的統計中(表 3-4)，發現中國大陸來台採購的時間點正好在兩岸洽簽經濟合作協議的期間，而採購團的來訪時間是否有受到特定的因素影響?；三、來台採購團與採購「契約」的簽訂和履行，採購團契約的簽訂與履行一直是各界關注的議題，在這個過程中是否有受到其他外在力量的介入，進而使的採購契約發生變化則是必須關注的現象。

一、來台採購團與採購「對象」的選擇

中國大陸惠台政策的目標是經濟合作、制約還是統戰的爭議，一直是台灣學界所關注的焦點。但不變的是，這些目標皆企圖透過「經濟手段」來影響對手國的政治運作，進而達到其政治與經濟的目標。雖然，本文在第三章已經初步排除中國大陸派出採購團的短期目的是在內累積經濟制約能量的假設。但是，最難以釐清的是經濟合作與經濟統戰的概念劃分，由於這兩種經濟手段的運行皆是不相悖的方法與手段。然而，中國大陸在胡錦濤上任之後將其對台政策的目標轉向至台灣內部的民眾，並期望以大量的經濟補貼與優惠政策來影響台灣的民意。而在相關研究中指出，中國大陸對台讓利的主要對象主要有四類，分別為：基層農民、青年學生、台資企業，以及全體民眾(耿曙，2009：11-2；胡聲平，2007：14-20)。而 2010 年中國大陸國務院總理溫家寶在對台「讓利說」中，更表示：「必須充分考慮到兩岸經濟規模和市場條件的不同，充分照顧臺灣中小企業和廣大基層民眾的利益，特別是廣大農民的利益。在這些方面，我們可以做到讓利，其實道理很

簡單，因為臺灣同胞是我們的兄弟。」⁹⁸強調了台灣「三中」群體（中南部、中下階層、中小企業）是中國大陸對台政策進行經濟讓利的首要目標。是此，在中國大陸對台採購的相關新聞報導中似乎也有鎖定特定群體（農民與特定台商）的現象。然而，對於採購團優惠某些台商的看法，全國工業總會的專業人士表示：

可是有的時候這種事情就是這樣，譬如說我跟你我不熟，我不知道要怎麼跟你買。台灣的情況我更不清楚，我也不知道要跟誰買，我也很難直接找到那個廠商。所以有時候必須透過台商代理或牽線，譬如說，以貿易性質為主的公司，我來委託他，只不過我不清楚他的細節，但是他原本就有既定的關係，我要買東西總是會找比較信的過的人，到時候有貨款的問題或品質的問題，也比較能有效解決。（工 1104）

另外，對於中國大陸鎖定台灣中南部農業族群的看法，台南縣玉井鄉農會的專業人士表示：

採購團來採購水果不可能跑到台北買嘛!!如果要採購橘子，台北沒橘子要怎麼買？以茶葉為例，並不是說採購團就刻意一定要到南部去買，台灣茶葉很好喝，而茶葉主要集中在台北的坪林或是中部的埔里鹿谷那一帶，另外就是台東有一點茶，台南大概是沒什麼茶，高雄大概也沒什麼茶，要買茶就不可能到高雄去，就看哪邊有賣茶就在哪裡買。（玉 1108）

再者，中國大陸國務院溫家寶對台灣三中族群所提出的讓利說，海基會的專業人士則認為：

我覺得中國大陸還是著重在產業分布的因素來做決定的。你想想看電子產品主要集中在哪裡，還是在竹科嘛!!另外，台灣的工具機都集中在台中，在簽署 ECFA 關稅一降之後，大陸很多廠商都來買工具機，那當然馬上促進了中部對大陸的接觸。那面板的最大廠商就是在南部，奇美電子就是在南部。所以說，不是因為中國大陸專門要到中南部採購，因為台灣那些生產的廠商本來就在中南部，那農產品也是一樣啊!!北部沒生產農產品，農產品都在中南部，那他要採購石斑魚虱目魚那些都是屏東

⁹⁸ 新華網（2010），〈溫家寶：台灣同胞是兄弟 我們可以做到讓利〉，【線上資料】，2010/02/27，新華網，http://big5.xinhuanet.com/gate/big5/news.xinhuanet.com/politics/2010-02/27/content_13063169.htm，檢索日期，【2010/3/2】。

那一帶，所以這就是因為我們產業分不因素來決定哪個區域接受他的採購量多寡這樣子。(海 1104)

最後，根據上述專業人士的意見，我們可以發現中國大陸對於採購對象的選擇並不是全然獨厚某些特定群體、地區或是產業，基本上是受到理性的經濟利益考量而進行採購活動，例如十二五計畫、家電下鄉、汽車下鄉等。⁹⁹另一方面，台商在中國大陸採購活動的運作中是重要的中介角色，而使得採購團與台商的關係密切。¹⁰⁰是此，筆者進一步推論，以台灣方面的角度來看，即便中國大陸有意圖對台灣某些群體進行統戰，整體而言還是會被視為正常的經濟活動，進而使得統戰的效果與目標難以突顯。

二、來台採購團與採購「時間點」的選擇

在第三章中，本文透過來中國大陸來台採購次數分布的觀察，發現到中國大陸採購團來台的時間點正好介於兩岸洽簽重要經濟合作協定的期間，例如：2009年4月26日的「第三次」江陳會、2009年12月21日的「第四次」江陳會、2010年6月29日的「第五次」江陳會。然而，實際的採購時間又是怎麼安排的呢？全國工業總會的專業人士表示：

其實雙方都有訊息上的溝通。譬如說，作為台灣方的邀請單位，我作為客人，而我想要到你這邊來，那我問你說5月你方不方便我到你家去好不好，一樣的道理，你可能剛有什麼事情有點忙，要不然6月，還是7月？當然有這樣溝通的過程，對方也有一定的主導性。然而，當然還可以進一步延伸，透過採購時間的宣傳把原本的交易行為儀式化，進一步推廣讓更多人知道。(工 1104)

其次，對於採購時間的安排是否會影響到兩岸洽簽經濟協議的過程，進而形成中國大陸對台的談判籌碼？海基會的專業人士表示：

⁹⁹ 筆者於2011年5月訪問大峽谷光電(LED)的訪談資料。

¹⁰⁰ 筆者於2011年8月訪問高雄市彌陀鄉的訪談資料。

這應該沒有太大的相關性，因為 ECFA 所討論的議題就只有降低關稅與排除非關稅的貿易障礙兩個部分，至於採不採購就是依照雙方產業的需求，這跟簽不簽署 ECFA 並沒有太大的關聯性。而簽署 ECFA 只是贏在兩岸貿易與投資比較便捷而已。至於說，台灣的企業要不要到大陸投資，或是大陸商要不要來台採購，那完全是看個人的商業利益。(海 1104)

在這項問題上，全國商業總會的專業人士也同樣認為：

我覺得應該沒有特別的相關性，中國大陸來台採購是中央的政策，而 ECFA 的簽署則屬於兩岸貿易制度的建立。若是有影響的話，基本上相關性也是只有一點點。(商 1104)

是此，根據以上專業人士的意見，我們可以得知中國大陸對於來台採購的時間有相當程度的自主性。然而，是否會影響兩岸洽簽經濟協議則持保留的態度。由於，在此時期兩岸所洽簽的合作協議仍然是爭議性較小的經濟議題，即便中國大陸想要以採購團作為談判的籌碼，實際上的影響也不會太大。然而，若是未來兩岸政經互動的更加緊密，並走向更進一步政治或經濟的合作議題，則無法避免中國大陸採購策略所造成的經濟壓力。¹⁰¹

三、來台採購團與採購契約的簽訂和履行

採購團契約的簽訂與履行是採購策略重要的觀察面向，本研究在第二章特別提到，採購契約的簽訂和履行與否，將會直接影響國家在國際市場上的信譽。然而，台灣與中國大陸採購團契約簽訂和履行的實際狀況又是如何？首先，在簽訂契約的方面，全國工業總會的專業人士表示：

與大陸採購團所簽訂的內容，大多是意向書、備忘錄、合作框架，或者是什麼...大概都不會脫離這些名詞，其重點都是在於建立友好的關係。至於，是否可以加強交流的力度。我們也希望內容也不要太具體，至少不是那種定期的互訪，例如活動舉辦一年在台灣一年在大陸之類的。因為那樣子聽起來沒有什麼實質效果，即使是那樣我們都不太希望落實成

¹⁰¹ 作者於 2011 年 4 月訪問全國工業總會的訪談資料。

文字，換句話說就是。若是要簽約的話，我們可以配合的部分我們來配合，雖然主管機關的看法覺得要更謹慎一點。陸委會也希望內容可以更抽象一點，其重點是表達雙方的善意，我想這跟我們的政府立場是一致的。(工 1104)

另外，筆者在整理資料的過程中發現大多的採購契約都是在事前簽訂，而來台灣則是再簽訂一次並同時履行採購項目。¹⁰²台南縣玉井鄉的專業人士表示：

就我知道的來說，這些大企業已經是定期跟台灣採購，只是在這個時候把整年的合約重新定一次。以玉井鄉為例，中國大陸與我們已經在事先談好要採購的水果種類以及數量，而大陸採購團來台舉行簽約儀式之後，馬上就將水果運到對岸點交，並採取貨到付款的交易方式。(玉 1108)

對於這個問題，全國工業總會的專業人士進一步表示：

大多數情況，一定是有個先前洽商。然而，中國大陸的企業也不完全是純民間的，有些是國有企業，有些則是私有企業。政府部門有一個方向上的安排，最後誰跟誰簽，他們自己內部再自行匯總，而農產品採購更多是透過既有的網絡來聯繫。(工 1104)

然而，在事前洽談的採購契約在執行上仍有可能會出現問題。全國商業總會的專業人士表示：

真正到底買了多少，沒有人知道，中國大陸把原本在今年度既定的採購金額，也算在採購團的採購金額裡面，我們雖然感覺到數字很大，但其實有些部分本來就在談，在談判的過程中也不一定有確定的金額，就算有確定了，還是有可能以分批、分層、分次的方式來進貨，而且在這個過程中，還有可能因為貿易往來等的其他因素，最後不了了之。(商 1104)

根據上述訪談資料，筆者發現來台採購團所簽訂的內容，其主要的目的是在建立一種兩岸互動與交流的關係，契約的簽訂則是居於次要地位。進一步來說，對於台灣方面而言，建立穩定的關係是更重要的目標，並藉由這層關係獲得未來

¹⁰² 作者於 2011 年 5 月訪問華嘉企業股份有限公司的訪談資料。

實質的經濟合作機會。然而，對於中國方面來說，地方政府的採購活動有更大的一部分是為了展現執行中央對台政策的績效，以及地方政府與台灣經濟緊密的連結。¹⁰³

在本節裡，我們透過訪談資料再次的檢視中國大陸對台採購的概況，可以發現在來台採購團的組成過程中，台灣方面扮演了「主動」的角色，並影響了中國大陸各層級採購團的對台採購目標與策略，但是重要的主導權還是受到中國大陸中央政府的掌握。另外，本節也針對採購策略的操作來分析中國大陸來台採購的概況，觀察到「即便中國大陸對台採購操作有其政治考量，但是在實際運作上仍然有其限制」。總的來說，從「執行面」來觀察中國大陸來台進行採購訪問活動其形式上的交流意義大於實質的經濟意義。是此，在本章的三、四節的部分我們將要討論中國大陸來台採購團所產生的「成效面」。而在第三節將要先回顧中國大陸實行「惠台政策」後的影響，以作為比較採購成效的對照。

第三節 中國大陸「惠台政策」的影響

在第三章中，筆者提到中國大陸國家主席胡錦濤在2005年，正式提出了「四點意見」與「三個凡是」的對台工作原則，突顯了「寄希望於台灣人民」與「和平發展」的政策主軸。在此之中，台灣學者認為胡錦濤採取惠台政策的原因，主要是為了承接「台灣問題與中國的統一」的政府白皮書目標，以「防獨為主，促統為次」的戰略佈局，其主要戰略目標為「防獨」。¹⁰⁴而中國大陸的對台政策又屬於「專制權力」(despotic power)使其執行與貫徹力相對較強。因此，胡錦濤

¹⁰³ 作者於2011年8月訪問台南縣玉井鄉農會的訪談資料。

¹⁰⁴ 「台灣問題與中國的統一」白皮書，由中國大陸國務院新聞辦公室所發佈，其內容總共有五項：一、臺灣是中國不可分割的一部分；二、臺灣問題的由來；三、中國政府解決臺灣問題的基本方針；四、臺灣海峽兩岸關係的發展及其阻力；五、國際事務中涉及臺灣的幾個問題。其中，在第四項內容裡面有提到對於台灣內部反獨與促統的目標，並表示1993年的辜汪會談所促成的兩岸經貿合作有利於兩岸和平統一的發展。相關內容請參考，中華人民共和國國務院新聞辦公室(1993)，〈台灣問題與中國的統一〉，【線上資料】，2005/5/25，中國政府網，http://big5.gov.cn/gate/big5/www.gov.cn/zwgk/2005-05/25/content_661.htm，檢索日期，【2011/3/2】。

在對外政策上集中於「台灣問題」至少可獲得兩項效益，第一、解除內部強硬派的壓力；第二、為即將召開的十七大做政績上的鋪路（王信賢，2005）。另外一方面，由於台灣的政治運作屬於民主體制，若是能夠影響台灣內部的民意，也就能有效的左右台灣政府的大陸政策，並以「寄希望於台灣人民」來塑造不同以往的柔性態勢，使得台灣民眾願意接受兩岸在政經議題上的互動（吳玉山，1999：192-210）。是此，在定調基本的對台方針之後，胡錦濤便以「利益」作為發展兩岸關係的主要訴求，期望透過對台灣民眾大舉讓利（主要為經濟上的優惠）的政策，進而促使台灣民眾對於「兩岸統合」選項的支持與認同（耿曙，2009：11-2）。

而胡錦濤更在2007年的十七大政治報告中再次強調：「凡是對台灣同胞有利的事情，凡是對維護台海和平有利的事情，凡是對促進祖國和平統一有利的事情，我們都會盡最大努力做好。我們理解、信賴、關心臺灣同胞，將繼續實施和充實惠及廣大臺灣同胞的政策措施，依法保護臺灣同胞的正當權益，支持海峽西岸和其他台商投資相對集中地區經濟發展。兩岸同胞要加強交往，加強經濟文化交流，繼續拓展領域、提高層次，推動直接三通，使彼此感情更融洽、合作更深化，為實現中華民族偉大復興而共同努力。」¹⁰⁵由此可見，中國大陸在執行惠台政策之後，不但獲得了預期效益，也成為胡錦濤重要的政績之一，更使得惠台政策的目標與手段不斷的擴展。根據以上論述，我們可以發現中國大陸「惠台政策」的重要手段為擴大對台經濟交流，其主要目的為改變台灣內部民眾既有的負面印象，以下本文將透過總體資料進行分析，一方面展示惠台政策對於兩岸經貿關係的影響，另一方面觀察台灣內部民意變化的概況，以說明近年來中國大陸惠台政策的執行與成效。

首先，筆者從經濟的面向來觀察中國大陸惠台政策的成效。從圖 4-1 發現台灣對中國大陸的貿易順差逐年增加，自 1998 年起至 2007 年的貿易順差總共增加了 2.9 倍左右，每年平均增長 3,000 百萬美元。其中，若是以每年貿易順差增加

¹⁰⁵ 胡錦濤（2007），〈高舉中國特色社會主義偉大旗幟 為奪取全面建設小康社會新勝利而奮鬥——在中國共產黨第十七全國代表大會上的報告〉，【線上資料】，2007/10/15，全國人大網，http://www.npc.gov.cn/npc/xinwen/szyw/zywj/2007-10/25/content_373528.htm，檢索日期，【2010/3/2】。

的幅度來看，其貿易順差增加最快的時間為 2002 年，特別是 2006 年至 2007 年之間增加的幅度最大。更進一步，我們從中國大陸貿易占台灣外貿的比重（圖 4-2）來觀察，也可以發現同樣的趨勢，台灣在出口貿易之大陸的比重方面從 2001 年開始快速增加至 20%，在 2003 年增加至 25%，而 2007 年更達到了 30%。相對的，我們若以台灣貿易占中國大陸外貿之比重來看（圖 4-3），中國大陸自台灣進口的比重持續的下降，在 2007 年的進口比重僅剩 7% 左右，而出口的比重也始終維持在 2% 至 3% 之間。

總體來看，胡錦濤以「利益」作為對台關係的主軸，有效的增加台灣對中國大陸經濟的依賴，使得中國大陸成為台灣重要的貿易順差來源。而在貿易比重上也是出現同樣的現象，更進一步可以觀察到台灣與中國大陸不對稱的貿易關係。然而，這種現象是否會如胡錦濤所預期，透過經濟的優惠將會間接影響台灣民眾對於中國大陸看法，甚至會影響到個人的身分認同與統獨立場呢？

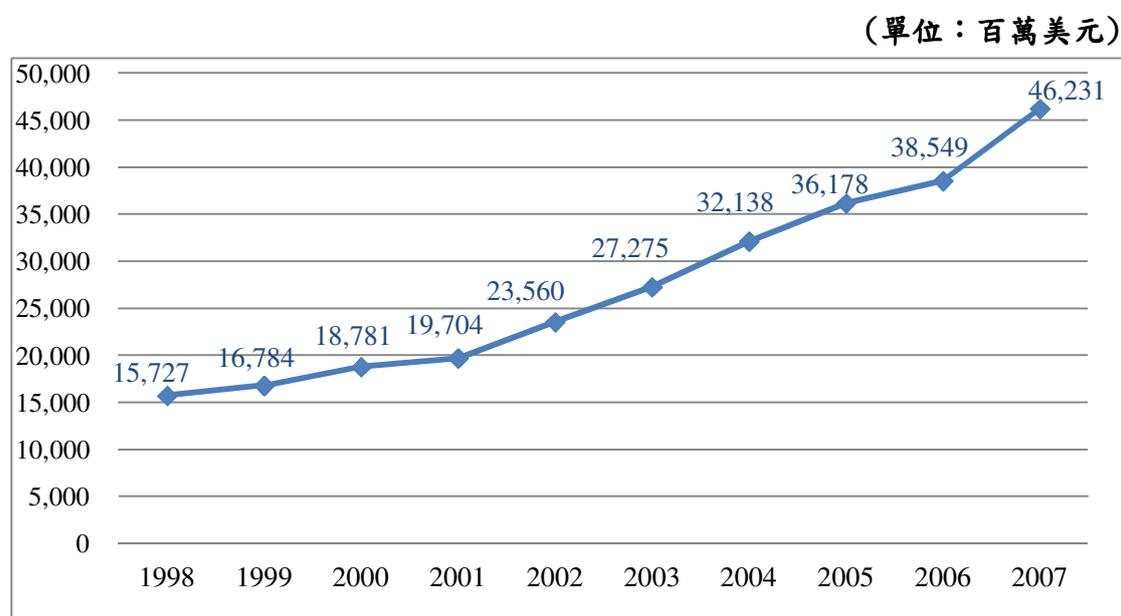


圖 4-2 台灣對中國大陸貿易順差統計圖（1998 年至 2007 年）

資料來源：作者整理自繪。請參考「行政院大陸委會」網站，台灣對中國大陸、香港及全球的貿易順差統計(陸委會估算)，第 223 期，<http://www.mac.gov.tw/>。

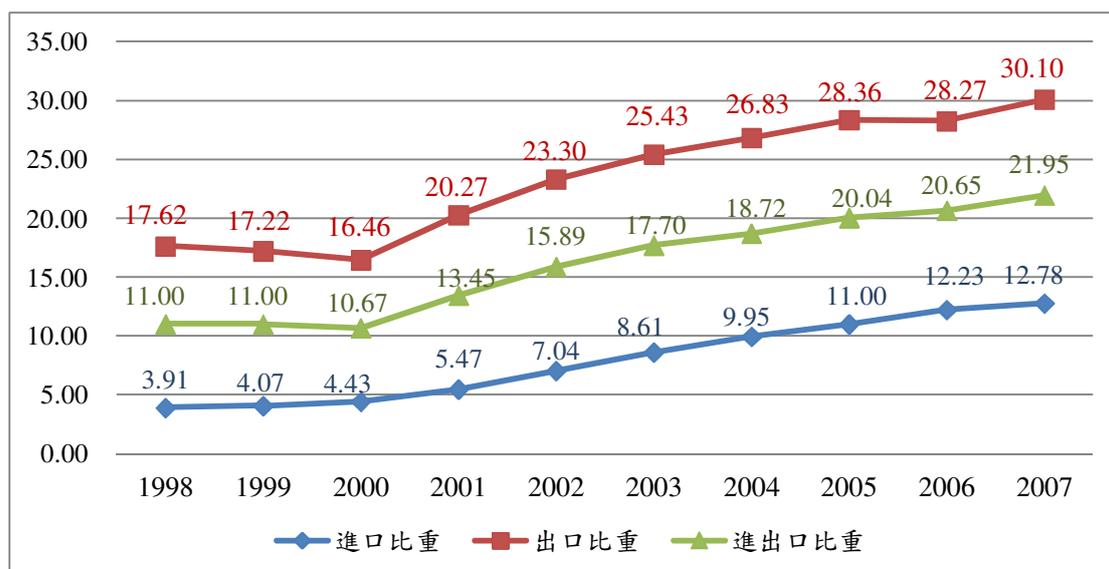


圖 4-3 台灣對中國大陸貿易占我外貿之比重 (1998 年至 2007 年)

資料來源：作者整理自繪。請參考「行政院大陸委會」網站，台灣對中國大陸貿易占我外貿之比重(陸委會估算)，第 223 期，<http://www.mac.gov.tw/>。

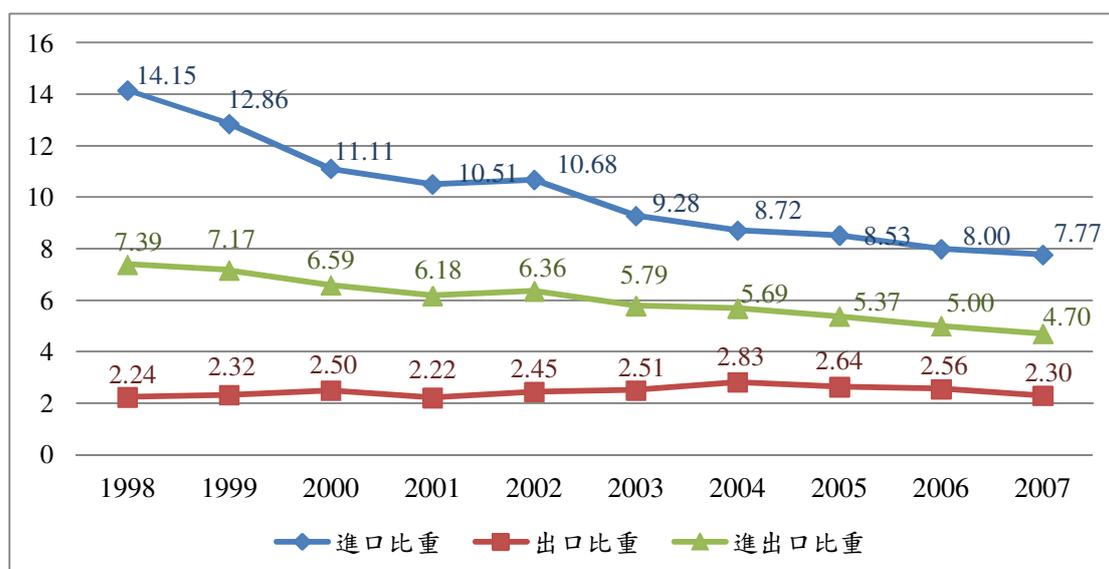


圖 4-4 中國大陸對台灣貿易占中國大陸外貿之比重 (1998 年至 2007 年)

資料來源：作者整理自繪。請參考「行政院大陸委會」網站，中國大陸對台灣貿易占中國大陸外貿之比重(陸委會估算)，第 223 期，<http://www.mac.gov.tw/>。

根據以上論述，我們透過陸委會「台灣民眾對於兩岸關係之看法」的調查資料進行分析。就大陸政府對我不友善態度方面，其問題分為兩個部分：第一部分為大陸政府對我們政府不友善態度；第二部分為大陸政府對台灣人民不友善態度。

從圖 4-4 可以發現，大陸政府對我們政府不友善的態度，以及大陸政府對台灣人民不友善態度在 2005 年 5 月出現大幅度的降低。從總體的趨勢來看，認為大陸政府對於台灣政府不友善的態度始終維持在六成左右，對台灣人民不友善的態度則維持在四成。因此，我們可以推論中國大陸以「利益」作為兩岸交流的訴求，有效的將大陸政府對台灣人民不友善的態度維持在一定的程度，並形成大陸政府對台灣政府與台灣人民態度的差異性。

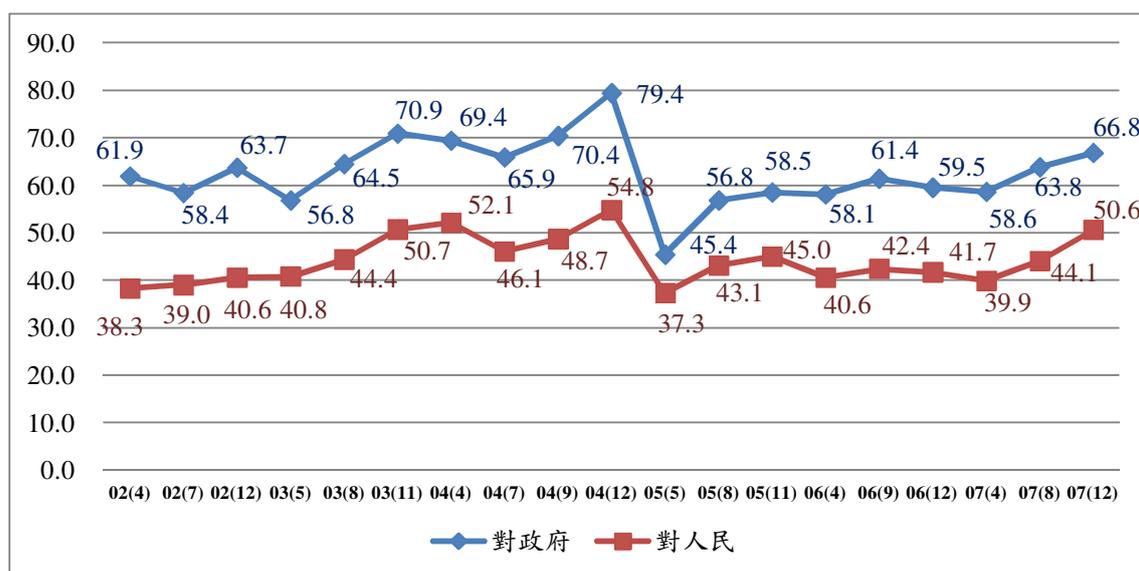


圖 4-5 台灣民眾認知大陸政府對我不友善態度（2002 年至 2007 年）

資料來源：作者整理自繪。請參考「行政院大陸委會」網站，民眾對當前兩岸關係之看法，<http://www.mac.gov.tw/>。

台灣民眾對於兩岸交流開放速度的看法方面（圖 4-5），認為兩岸交流速度太慢與太快的比率在 2005 年 5 月之後產生交叉點，認為兩岸交流速度太慢的比率持續增加，相對的認為兩岸交流速度太快的比率則是持續減少，而認為兩岸交流速度剛剛好的比率也持續向上調整。在 2007 年 12 月認為兩岸交流速度剛剛好的比率已達到 40.7%，但是認為兩岸交流速度太慢的比率也達到 32.3%，這樣的趨勢說明台灣民眾仍然認為兩岸交流的速度不夠快。所以，我們同樣可以推論，在中國大陸的惠台政策的運作下，台灣民眾對於大陸既有的負面印象發生轉變，進而提高與中國大陸交流的意願。

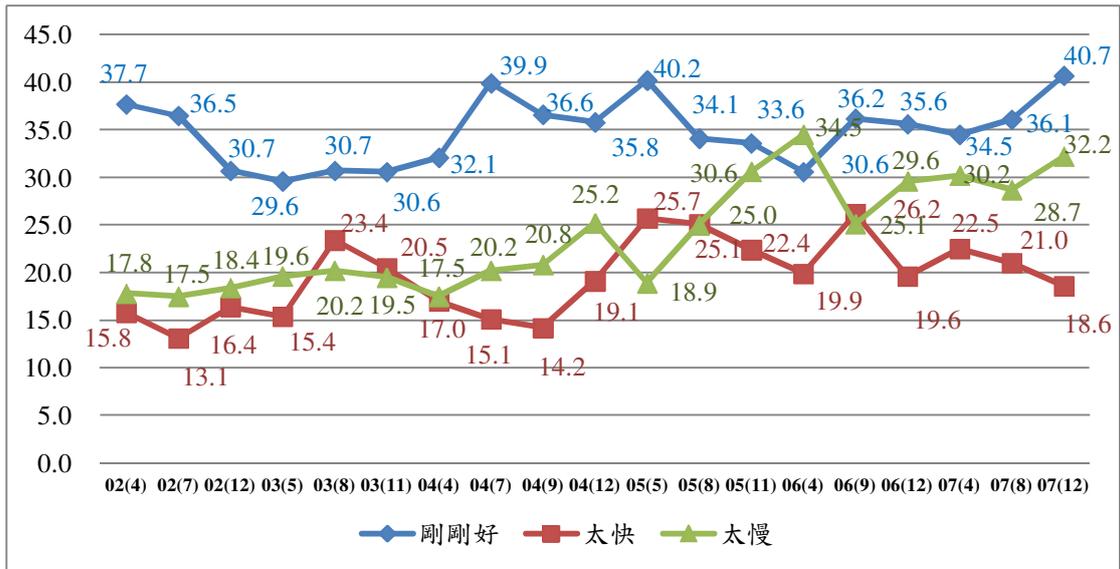


圖 4-6 台灣民眾對於兩岸交流開放速度的看法 (2002 年至 2007 年)

資料來源：作者整理自繪。請參考「行政院大陸委會」網站，民眾對當前兩岸關係之看法，<http://www.mac.gov.tw/>。

台灣民眾對於統一與獨立的看法方面 (圖 4-6)，在這個部分我們先從中國大陸反獨的目標來看，盡快宣布獨立與維持現狀以後獨立的比率在 2005 年 5 月有降低的現象。從整體趨勢來看，盡快宣布獨立的比率在 2005 年 11 月與 2007 年 8 月出現過兩次波動之外，基本上都維持在 7% 上下，而維持現狀以後獨立的比率則相對穩定，卻在 2007 年 12 月降至 11.8%，同時盡快宣布獨立的比率也下降至 7.3%；另一方面，盡快宣布統一與維持現狀以後統一的比率並沒有出現明顯的上升或下降的趨勢，而維持現狀以後統一的比率卻在 2007 年 12 月突然下降至 9.2%。長期來看，台灣民眾的統獨立場並沒有太大的變動，但是在短期內 (2007 年 12 月) 有可能會受到其他因素影響而出現明顯變動。是此，我們可以推論在中國大陸的惠台政策的運作下，長期來看台灣民眾統獨立場的變化較小，而短期變化較大。

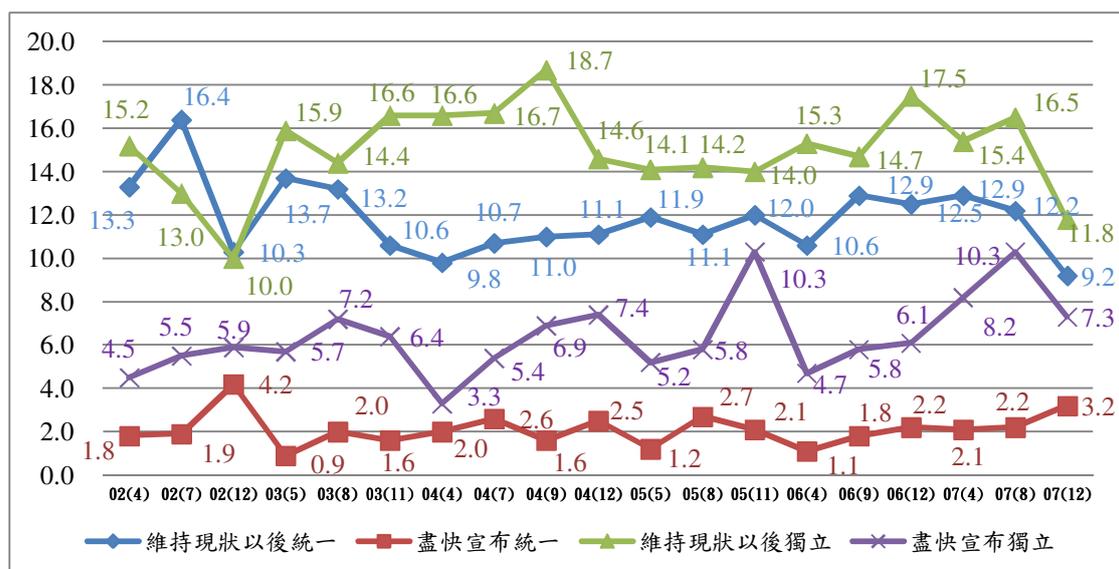


圖 4-7 台灣民眾對於統一與獨立的看法（2002 年至 2007 年）

資料來源：作者整理自繪。請參考「行政院大陸委會」網站，民眾對當前兩岸關係之看法，<http://www.mac.gov.tw/>。

在本節中，我們認為中國大陸政府認知到，兩岸長期的對峙與疏離感，造成了台灣人民對中國大陸政府的陌生與反感，特別是兩岸政治對立讓台灣人民認為中國大陸政府對台是不友善的、充滿敵意的，因而降低了台灣內部民眾對於大陸的政治認同(許志嘉，2009：39-74)。是此，本節試圖在胡錦濤以「利益」作為兩岸交流的主軸之後，評估對台政策所產生的影響。筆者透過總體資料進行描述，可以觀察到在惠台政策的影響下，台灣與中國大陸之間的貿易比重極度的不平衡，而中國大陸變成為台灣重要的貿易順差來源，而這樣的情況的確間接影響到民眾對於兩岸關係的態度。總的來說，我們發現自 2005 年之後台灣民眾對於中國大陸政府的正面觀感明顯提升，而且也願意與其進行互動交流，但在台灣民眾的認同上卻沒有出現顯著的改變。

第四節 中國大陸對台採購的成效評估

本研究在文獻回顧的部分，將採購策略的目標設定成五類：一、改變特定事件中目標國的行為；二、改變目標國的政治領導、政治制度與軍事能力；三、因應國內的政治要求；四、國際上的意識形態、規範與價值的影響；五、國內經濟發展的需求。而在第三章進行採購新聞事件的分析後發現，中國大陸對台灣採購的目標主要有兩類，分別為「因應國內的政治要求」、「國內經濟發展的需求」，而本節將進一步評估這兩類目標所達成的成效。

壹、赴台採購團與因應國內的政治要求

在第三章中，筆者將「因應國內的政治要求」的採購策略目標，視為中國大陸對台進行「統戰」的工作，其主要訴求是基於「兩岸同胞的情誼」做為出發點，希望透過經濟上的協助進而促成台灣民眾改變對中國大陸既有的負面印象。是此，我們首先從幾個經濟指標來觀察中國大陸對台採購的效果。從經濟成長率的面向來看（圖 4-7），台灣在 2008 年的經濟成長率僅有 0.73%，而 2009 年受到國際金融海嘯的影響更是呈現負成長，但在 2010 年卻大幅升至 10.88%，中國大陸的對台採購政策似乎發生的明顯的效果。然而，從經濟成長率來判斷太過武斷了採購團的效果，接下來將從兩岸貿易的金額統計進行觀察，根據圖 4-8 資料顯示 2009 年較 2008 年台灣對大陸的出口額減少，而在 2010 年的出口額明顯增加似乎可以肯定採購團帶來的經濟效果。但必須特別說明的是，即便進出口額有明顯的增加，我們仍然無法有效說明這完全就是採購團所造成的效益，我們僅能推論中國大陸對台灣採購的效果可能在 2010 年的出口額中顯現。¹⁰⁶更進一步來說，相較於在出口總額上做宣傳，採購團透過短期利多的宣傳更能有效的展現與台灣熱絡互動

¹⁰⁶ 作者於 2011 年 4 月訪問全國商業總會的訪談資料。

的情況，也就表示宣傳效果重於實質的經濟效果。¹⁰⁷

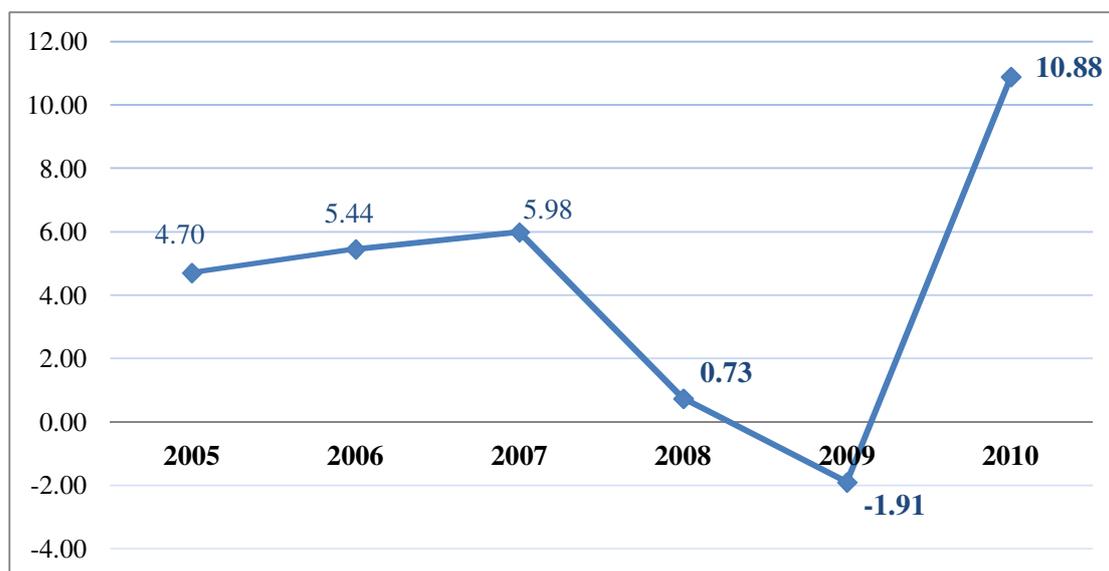


圖 4-8 2005 年至 2010 年台灣的經濟成長率(%)

資料來源：作者整理自繪。相關統計資料請參考「行政院主計處」網站，國民所得及經濟成長，<http://www.dgbas.gov.tw/>。

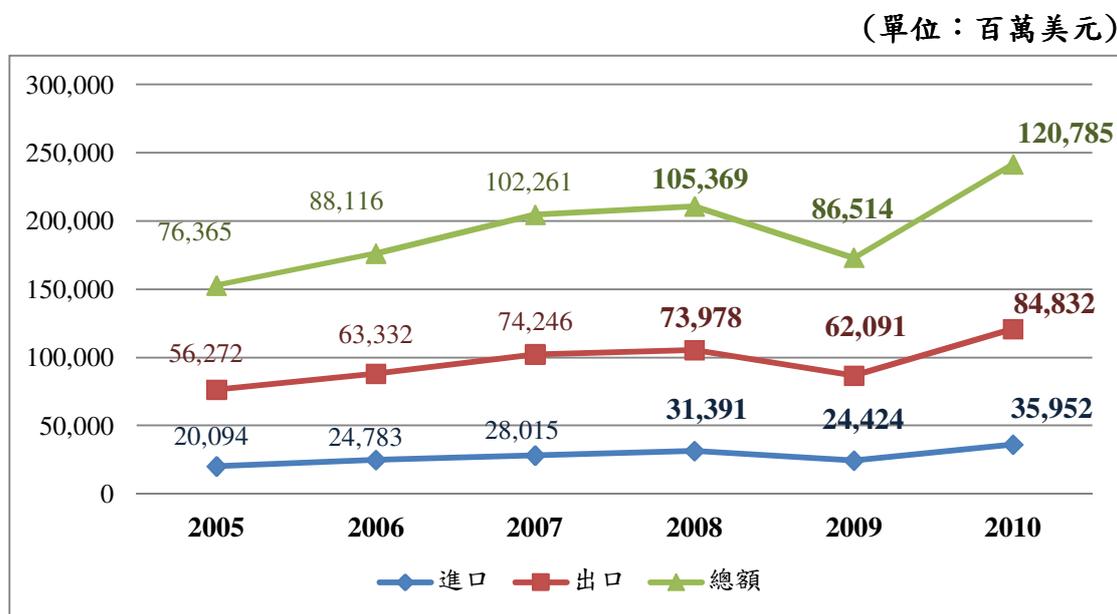


圖 4-9 兩岸貿易金額統計 (2005-2010 年)

資料來源：作者整理自繪。請參考「行政院大陸委會」網站，兩岸貿易金額之各種統計(陸委會估算)，第 223 期，<http://www.mac.gov.tw/>。

¹⁰⁷ 作者於 2011 年 4 月訪問全國工業總會的訪談資料。

其次，中國大陸採購策略對台灣民眾政治態度的影響，筆者則是採用 TEDS2010C 的資料進行評估，由於此筆資料的調查期間正好介於採購團來台訪問的時間點，主要調查區域為，台北市、台中市，以及高雄市三個城市，而筆者將其視為台灣北、中、南地區的代表，希望藉由橫斷面的調查資料來觀察台灣民眾在此時期對於兩岸關係的態度變化。

就經濟評價來看，表 4-3 透過三個城市的民眾來評估馬英九的兩岸政策對台灣經濟的影響，內容為對台灣總體經濟的影響，以及對地區經濟的影響。¹⁰⁸ 總體經濟的影響的方面，可以觀察到認為馬英九的兩岸政策使得台灣經濟變好的比率，在台北市、台中市以及高雄市皆超過四成，所以這三個城市的民眾大多認同馬英九的兩岸政策所帶來的總體經濟效益。但是，在地區經濟的影響方面，除了台北市覺得變好以外，台中市與高雄市認為沒有改變的比率較高。因此，我們可以觀察到這三個城市整體認為馬英九的兩岸政策會使得台灣總體經濟變好，但是這三個地區的民眾感受到經濟變好的程度卻不相同。有趣的是，即便是中國大陸強調對台灣三中族群的採購策略，但是在總體的資料並沒有反應正面的經濟評價。

另外，表 4-4 是三個城市民眾的統獨立場，筆者將盡快宣布統一與維持現狀以後統一的比率，以及盡快宣布獨立與維持現狀以後獨立的比率，分別合併成統一與獨立兩種類型。可以發現台北市統一的比率較其他的城市高，而高雄市獨立的比率也較其他城市高。然而，基本上這三個城市統獨比率的變動並沒有特別異常，仍然維持在一定的比例之中（圖 4-6）。所以，我們可以推論此時期的統獨立場並沒有因為中國大陸的採購策略而發生變動。

¹⁰⁸ TEDS2010 對於馬英九兩岸經貿政策的看法：

K7. 請問您認為臺灣整體的經濟情況，有沒有因為馬英九的兩岸經貿政策而變好、變壞還是沒有改變？

K8. 那台北市呢？（台中市、高雄市）

表 4-3 馬英九的兩岸政策對台灣經濟影響次數分佈

	變好	變壞	沒有改變	無意見	總和
台北市 (N=1131)					
總體經濟的影響	606(60.1%)	115(11.4%)	279(27.7%)	8(0.8%)	1008(100%)
地區經濟的影響	527(52.9%)	88(8.8%)	372(37.3%)	10(1%)	997(100%)
台中市 (N=1168)					
總體經濟的影響	452(46.7%)	139(14.4%)	371(38.3%)	6(0.6%)	968(100%)
地區經濟的影響	293(31.6%)	87(9.4%)	539(58.2%)	7(0.8%)	926(100%)
高雄市 (N=1177)					
總體經濟的影響	416(42.0%)	208(21.0%)	363(36.7%)	3(0.3%)	990(100%)
地區經濟的影響	258(27.0%)	161(16.8%)	532(55.6%)	6(0.6%)	957(100%)

資料來源：TEDS2010C

表 4-4 台灣民眾統獨立場次數分佈

	統一	獨立	暫時維持現狀	永遠維持現狀	總和
台北市 (N=1131)					
統獨立場	175(16.2%)	217(20.1%)	421(39.0%)	266(24.7%)	1079(100%)
台中市 (N=1168)					
統獨立場	137(12.7%)	224(20.8%)	375(34.9%)	340(31.6%)	1076(100%)
高雄市 (N=1177)					
統獨立場	120(10.9%)	299(27.1%)	359(32.5%)	326(27.7%)	1104(100%)

資料來源：TEDS2010C

對於採購是否會造成對台民眾的統戰效果的觀點，海基會的專業人士對此表示：

你認為是統戰才是統戰，我們認為不是統戰就不是統戰，我們認為把東西賣給你，把你的錢賺回來這個雙方關係就到此為止了，商人就是這樣子，商人不會因為我跟你買了東西，我關係就跟你很好，你要求什麼我又要答應你，沒有那種回事，商人他絕對不講這一套的，通常國家之前的經濟利益也是這樣子，我們跟他買了什麼東西或是他買了我什麼東西，

你就說他和我們關係特別密切嗎？那只是經貿上的關係密切，跟其他關係完全沒有相關。所以統不統戰決定在台灣人的心中，而不是決定在大陸的手中。(海 1104)

全國工業總會的專業人士在相同問題上表示：

大陸方面也慢慢理解這個事情，他也覺得說他要下更多的功夫，買更多的東西或者是說要拿更多的錢出來。但有些事情講白了，說不定會適得其反。譬如說，陳光標來台高調行善有人會反彈，灑錢這個事情我相信接到錢通常是蠻開心的，但改不改立場是另外一回事。(工 1104)

總和以上總體資料與專業人士的資料，可以觀察到採購團所造成的經濟效益不必然就會反映在經濟指標上面。對於中國大陸政府而言，更重要的是短期對台採購的宣傳效果，以顯現與兩岸經濟熱絡的情況，至於是否產生實際的經濟效應則需要更長的時間來進行觀察。另外，對於台灣政治面的影響，在改變台灣民眾對與兩岸關係看法的目標上，我們可以發現民眾相當支持兩岸持續的經濟交流，也認同中國大陸政府對台讓利的政策，但是不同區域對於中國大陸經濟讓利的政策上感受程度並不一致，更多比例是認為沒有差別的。另外，在統獨的立場上似乎沒有發生太大的改變，以高雄市為例，其贊同台灣走向獨立的立場仍然是三個觀察城市裡面最高的，同樣的專業人士們也認為僅透過數次的採購活動是無法輕易的改變民眾自身的立場，個人的統獨立場更是難以改變的。¹⁰⁹因此，筆者認為中國大陸的惠台政策雖然有效的影響台灣民眾支持政府制定傾向大陸的經濟政策，但是民眾的統獨立場卻是難以透過經濟讓利來影響的，而這樣的現象與本章第三節的評估是相當一致的。

貳、赴台採購團與國內經濟發展的需求

在第三章的分析中，「國內經濟發展的需求」的採購目標比較注重經濟層面

¹⁰⁹ 7位受訪者皆表示同樣的看法。

的合作，不但透過簽訂契約的儀式與預估的採購金額來展現對台採購實質的經濟交流，也簽署大量的合作意向書來說明對於各種產業的需求，以達成招商引資進而發展地區經濟的目標。然而，相較於其他國家的技術，中國大陸為何要對台灣進行採購活動？海基會的專業人士表示：

主要是大陸各地方為了配合家電下鄉的政策，有一些政策是為了挽救他們的經濟，而一下子多出了很多產量，需求量出現他必須要有一些原料的供應，這對於他是有利益關係的，所以才跑來台灣做一些專門的採購，所以這也不是為了配合什麼政策的問題，是為了要實施他們的家電下鄉政策，必須要跟台灣採購一點東西，我覺得商業目的占絕大多數，他不得不跟我們買，由於部分廠商已經跟我們買了20年了，所以他通路也有，廠商的關係也好，所以當大陸家電下鄉政策一推出來的時候，第一個想到就是跟台灣來採購，他不可能跑到中南美洲或東南亞，東南亞沒有產這種東西，你怎麼去採購呢？所以這純粹還是因為我們台灣產品好，還有就是兩岸經貿關係密切。然而，更重要的是透過採購活動，建立一個聯繫的平台，很重要是因為很多台灣企業根本就不認識大陸的廠商，如果他原來沒有賣到大陸廠商，賣東西到大陸的話，他根本就不曉得賣到大陸要賣給誰，所以重要的是他們現在來了，其實是建立雙方的關係，我知道你的存在我知道你賣什麼東西，將來如果我有需要的話再打電話給你，我絕得這是比較重要的。(海 1104)

在此之中，筆者發現有些台商也在採購團的名單中，也另外形成台灣下單，大陸生產的情況。¹¹⁰全國商業總會的專業人士認為：

同樣的，即使其他的採購商採購了很多零組件，也都是帶回大陸自行生產，也是在大陸出貨，其實這樣的採購模式可以直接帶動他們自己的市場，對他們也是非常有力的，而這也跟台灣的產業延伸到大陸去的型態是脫不了關係的。(商 1104)

至於，採購團來台招商引資的部分，筆者透過陸委會台商對大陸（地區）

¹¹⁰ 筆者於2011年5月訪問大峽谷光電(LED)的訪談資料。

投資金額與投資件數來觀察。從圖 4-9 與圖 4-10 中，在 2009 年至 2010 年投資的金額與件數明顯增加，其中增加幅度最高的前四名分別為江蘇省、廣東省、上海市，以及福建省，這四個地方在 2009 年與 2010 年都曾赴台進行採購訪問，想當然爾，採購團來台採購的重要任務之一便是招商引資。

總結以上資料，中國大陸採購團在「國內經濟發展的需求」的採購目標上，所獲得的效益較多，相較於前面所討論「因應國內的政治要求」的採購策略目標，似乎更重視兩岸經貿的合作。在此之中，台商是扮演穿針引線的角色，其同時具有投資者與聯繫人等身分，而更重要的目標透過採購團建立與中國大陸企業聯繫的管道。

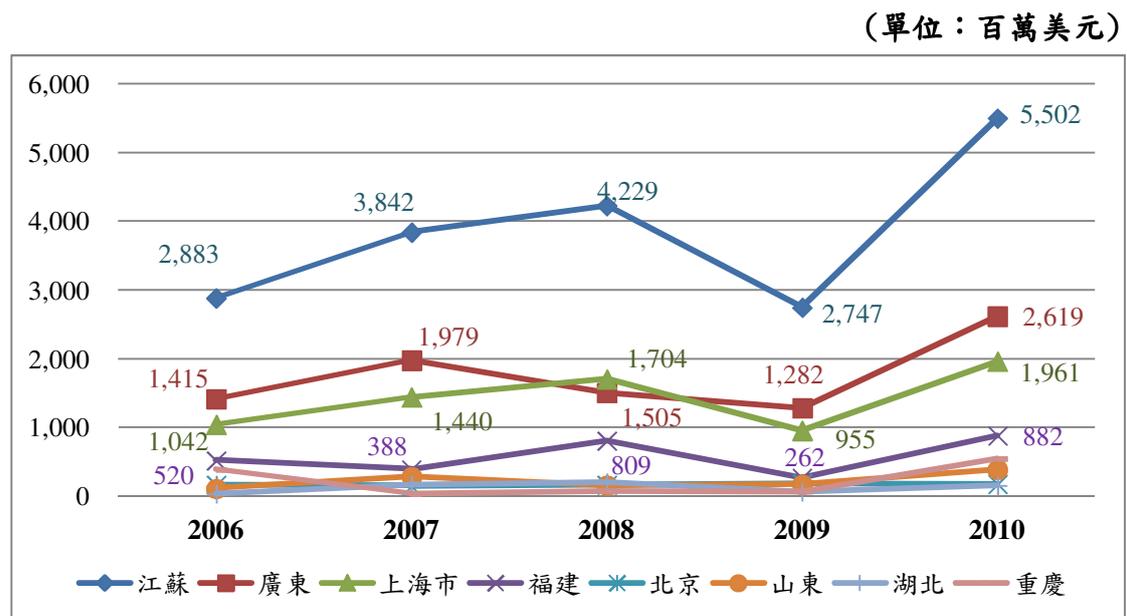


圖 4-10：台商對大陸（地區）投資金額（2006 年～2010 年）

資料來源：作者整理自繪。相關統計資料請參考「行政院大陸委員會」網站，台商對中國大陸投資統計（金額），第 169 期、第 181 期、第 193 期、第 205 期、第 217 期，<http://www.mac.gov.tw/>。

(單位：件數)

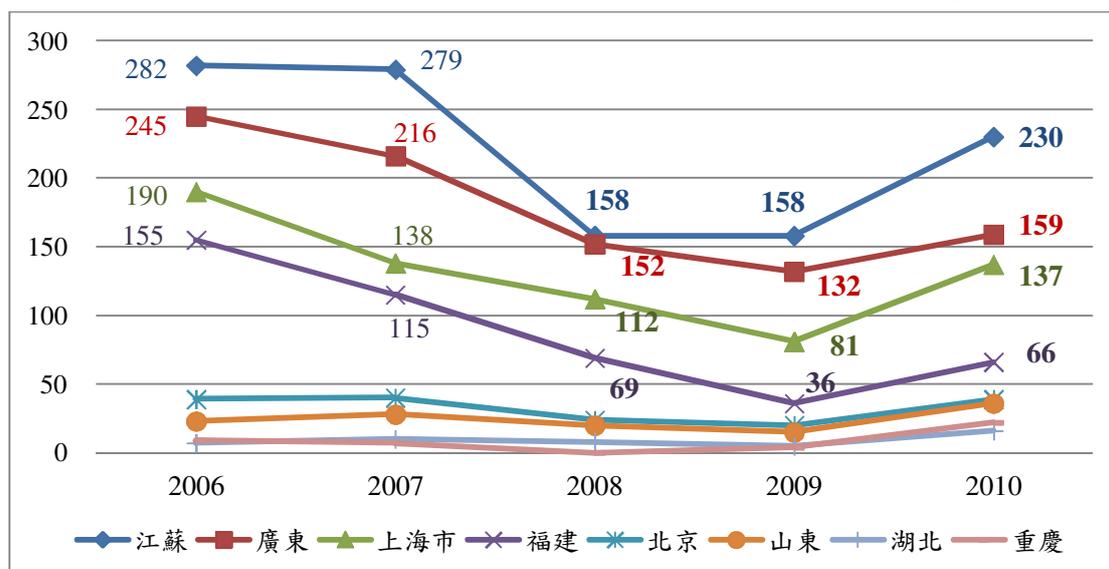


圖 4-11：台商對大陸（地區）投資件數（2006 年～2010 年）

資料來源：作者整理自繪。相關統計資料請參考「行政院大陸委員會」網站，台商對中國大陸投資統計（件數），第 169 期、第 181 期、第 193 期、第 205 期、第 217 期，<http://www.mac.gov.tw/>。

在本節中，筆者分別透過「因應國內的政治要求」與「國內經濟發展的需求」兩種經濟策略的目標來評估中國大陸對台採購的「成效面」。總的來說，在因應國內的政治要求方面，我們可以發現中國大陸希望透過採購交流來達成「援助」台灣面對金融海嘯的衝擊，進而影響台灣民眾對於兩岸關係的看法（如，兩岸政策、統獨立場）。然而，在總體經濟方面無法有效的評估採購團所帶來的經濟利益，反而是在著重在對台灣採購的宣傳效果上面；而政治面，台灣民眾兩岸關係的看法則是越認同兩岸走向經濟開放的政策，統獨立場則沒有太大的變化。在國內經濟發展的需求方面，台灣與中國大陸在某些產業上有其互補的關係，以及受到台商大陸布局的影響，中國大陸來台的採購訪問促成了兩岸企業進行交流的機會，其成效展現在 2010 年台商對大陸投資的統計資料之中。

第五節 小結

在本文二、三章，筆者透過採購策略的目標與手段針對中國大陸對台採購事件進行分析，雖然得出了「中共中央的基本政治原則對地方有其一致性的影響力，但是地方仍會依照自身的發展需求而調整採購策略以符合其發展目標」的結果，但是卻無法說明其對台實際的採購執行過程。

是此，本章透過總體資料與訪談資料進行對話，來補足其研究內容的不足之處。第二節主要分為兩部份，我們藉此重新檢視中國大陸來台採購團組成的過程。從中可以觀察到台灣方面扮演了「主動」的角色，而除了中央層級的採購團是由中央政府掌控之外，其他層級採購團在組織過程與台灣方面有相當程度的互動，進而影響其採購策略的調整，但是採購團的成形與否還是受到中國大陸中央政府的管制。另一方面，是檢視採購策略的運用，包含採購「對象」、「時間點」，以及「契約履行」三個面向，發現到中國大陸對台採購操作即便有政治考量，但是在短期的操作上仍然有限制，其效果也不顯著。

第三節則是觀察胡錦濤執政以後，施行惠台政策對台灣的影響。從總體經濟面向來看，中國大陸的惠台政策有效的將台灣的經濟與中國大陸的經濟聯繫在一起，並形成不對稱的經貿關係，而在持續的惠台政策下中國大陸成為台灣重要的貿易順差來源。然而，這樣的優惠政策會不會影響台灣民眾對於兩岸關係的看法？筆者透過相關的總體資料進行評估，發現即便台灣民眾對於大陸的負面觀感有所改變，也願意和大陸進行交流，但是統獨立場在長期的趨勢中卻沒有顯著的變化。

第四節針對「因應國內的政治要求」與「國內經濟發展的需求」兩種經濟策略的目標來評估中國大陸來台採購團的成效。因應國內的政治要求的目標是透過經濟利益來影響台灣民眾對於兩岸關係的態度，筆者透過訪談資料與大型調查資料來進行分析，可以發現台灣民眾認為開放的兩岸政策將會幫助台灣的經濟發展，但是不同地區對於區域經濟發展的評價有所差異，而統獨立場基本上沒有什

麼變化；在國內經濟發展的需求方面，招商引資的成果明顯的展現在統計資料上面，「國內經濟發展的需求」的成果較顯著。

綜觀以上資料，我們可以發現中國大陸來台採購團的組成不完全是由中央或是地方自行決定，有一部分是與台灣方面進行互動協調的結果，而來台採購團最主要的目的是建立關係而採購活動是次要的。是此，筆者認為中國大陸對台採購的短期目標是積極的建立互動關係；中期目標是更緊密的經濟合作；而長期的目標則是兩岸在政治與經濟上的整合。

第五章 結論

第二章對相關的歷史文件與研究資料的整理，建立了中國大陸對外採購的基本運作邏輯後，在第三章筆者以中國大陸對台採購事件進行檢證，以說明其對台採購的特殊性，而第四章則是透過總體資料與訪談資料進行補充，藉以梳理中國大陸對台採購的操作方式，以及其對台灣政治與經濟方面的影響。在本章裡，我們將要統合這幾章分析的結果，說明中國大陸在「政經並行」的原則下，如何透過採購策略與經濟策略術手段的操作，來達到經濟影響政治的效果。首先，統整本研究的主要論點與研究發現，同時也藉由研究的發現對兩岸關係未來的發展提出說明與看法。最後，說明本文的研究限制與未來可能的研究方向。

第一節 研究發現

本研究的重要課題，在於探討中國大陸對外採購策略的運作模式。主要目的在於釐清中國大陸在何種情況之下，其將會透過採購策略作為經濟影響政治的手段，並比較中國大陸對外與對台採購操作的差異。本節將統整本文的研究發現，包含中國大陸如何將採購策略與經濟策略術連結，以及其對台採購操作的特殊性，並說明中國大陸對台採購政策未來對於兩岸關係的影響。

壹、採購策略與經濟策略術的連結

在採購策略的基本運作邏輯下，使其本身經濟效益最大化將是最重要的任務。在此之中，政府「政策性採購」的目標也大致相同，以國家的經濟發展為首要目標，透過採購活動增加與其他國家的經濟交往與互補，進而提升國家整體的產業發展。在第二次世界大戰結束之後，經濟發展成為各國亟欲追求的首要目標。中國大陸則是經歷了數次政治動盪之後，在 1979 年正式走向經濟開放的目標，並在「以經濟建設為中心」的原則下，要求其他工作都必須服從於經濟建設

的目標。在對外關係上同樣也以「外交工作服務於國家經濟建設的中心任務」作為對外關係的發展重心。因此，中國在與美國採購互動的過程中不斷強調美國的外交原則應與經濟活動脫鉤，並強調以經濟交往為主的「政經分離」原則。

然而，採購策略並非單純的買賣活動，而是涉及一連串的經濟選擇行為。是此，本研究以經濟策略術的角度切入，討論中國大陸如何透過採購策略與經濟策略術的連結，進而作為對外關係互動的重要策略。在 1990 年代，中國大陸透過計劃經濟的引導，挾帶著大量經濟資源向國外提出投資需求，逐漸成為世界各國所關注的重要投資標的。在此之中，透過政策性採購向歐美國家採買成套設備與技術上的合作，無形之中深化了中國大陸與其他國家內部的經濟連結，而緊密的經濟連結成為中國大陸影響各國對中政策的重要籌碼。

因此，筆者透過中國大陸對外採購的檢證之後，發現中國大陸在採購的過程中，一方面透過既有的採購合約簽訂來展現與被採購方之間經濟連結的情況，另一方面則是宣傳中國大陸所具有的龐大市場，藉以塑造中國大陸在經濟合作上的重要性。再者，進一步連結較不具爭議性的政治性條件（如：人權爭議、台灣問題、西藏獨立、一個中國原則等維護主權的議題）使得其他國家願意接受中國大陸的政策性採購。其中，以近期金融海嘯之後，中國大陸赴歐採購的案例來看，可以發現中國大陸提倡反對貿易保護主義的國際意識形態，間接與美國的保護主義政策形成對比，反而促進了中國大陸在國際上的正面形象。在此之中，中國大陸也藉由採購時間點與採購名單的操作影響了法國對西藏議題的政策目標。因此，就中國大陸對外採購的案例來看，雖然其不斷強調以經濟發展為主的對外採購策略，但是實際上，在面對政治與經濟爭議的同時，採購策略仍是維護其「一個中國原則」的政治基礎，使得中國大陸的採購策略是一種「政經並行」的工具性政策。

貳、對台採購策略的特殊性

根據上一部分梳理，我們可以發現中國大陸的對外採購政策兼具有政治性與經濟性的政策效果。那麼，在這樣的脈絡下，中國大陸對台採購是否也有同樣的現象？本研究蒐集 2009 年與 2010 年中國大陸對台採購的相關資料，分別從對台採購團的構成與特色、對台採購新聞事件，以及採購的執行與成效來描繪其運作樣貌，本研究發現的摘述，可見以下表 5-1。

表 5-1 研究發現摘述

研究發現					
中國大陸對外採購策略的運作邏輯	中國大陸的採購策略雖然強調「政治分離、經濟合作」以經濟發展為主的目標，但面對政治與經濟爭議的同時，採購策略卻轉向維護其「一個中國原則」的政治基礎，因此中國大陸的採購策略實際上仍是「政經並行」的操作。				
中國大陸對台灣採購的操作	運作邏輯的假設	前置階段 (假設一)	越早列入中國大陸的採購名單，而且有專責的採購團體，其採購策略的性質越傾向於交易性。		
		執行階段 (假設二)	進行採購交流的過程中，若是在主權或是經濟議題上損害到中國大陸的基本原則，其採購策略的性質則會傾向於強制性。		
	採購事件分析	採購團的構成與特色	<ol style="list-style-type: none"> 1.採購次數的時間分布：介於兩岸洽簽經濟合約的敏感時期。→創造合作利多氛圍 2.來台採購團層級：以中央與地方為主的組成。→並逐漸轉由地方為主。 3.採購團團長層級：產業組團與地方首長。→配合中共中央的對台政策目標 4.採購金額(含意向書)：中央與地方採購的意向持續的增加。→中央與地方皆重視對台的採購政策。 		
		對台採購策略的操作：中央地方各異其趣	<table border="1"> <tr> <td>全體樣本的檢證 (假設一)</td> <td> <ol style="list-style-type: none"> 1.分別由與地方採購團組成專門採購團。 2.事前與事後分別透過兩岸「官、產、學」專業人士的說法來宣傳中國大陸對台採購所產生的經濟效果。→交易性策略 </td> </tr> <tr> <td>全體樣本的檢證 (假設二)</td> <td> <ol style="list-style-type: none"> 1.在政治態度上，透過台灣執政黨高層人士的發言來表達其抵制意見。 2.在經濟政策上，表示將有可能影響 2009 年下半年度中國大陸赴台採購的計畫。→強制性策略。 </td> </tr> </table>	全體樣本的檢證 (假設一)	<ol style="list-style-type: none"> 1.分別由與地方採購團組成專門採購團。 2.事前與事後分別透過兩岸「官、產、學」專業人士的說法來宣傳中國大陸對台採購所產生的經濟效果。→交易性策略
全體樣本的檢證 (假設一)	<ol style="list-style-type: none"> 1.分別由與地方採購團組成專門採購團。 2.事前與事後分別透過兩岸「官、產、學」專業人士的說法來宣傳中國大陸對台採購所產生的經濟效果。→交易性策略 				
全體樣本的檢證 (假設二)	<ol style="list-style-type: none"> 1.在政治態度上，透過台灣執政黨高層人士的發言來表達其抵制意見。 2.在經濟政策上，表示將有可能影響 2009 年下半年度中國大陸赴台採購的計畫。→強制性策略。 				

			中央與地方的交叉檢證	在採購策略的執行上，中央與地方具有其一致性，但是在採購目標上，中央的採購目標著重於對台灣內部民眾的統戰效果，而地方則重視地區的經濟發展與合作。 →整體來看以交易性策略為主。
採購的執行與成效	對台採購的執行	<ol style="list-style-type: none"> 1.台灣方面扮演主動的角色，但是採購團的成形與否主要還是受到中共中央的影響，並非完全中央與地方二分。 2.採購對象的選擇：主要目標為經濟利益的配置。 →統戰的效果有限。 3.採購時間點的選擇：中國大陸採購團有相當程度的自主性。→兩岸合作的議題敏感性低，影響不明顯。 4.採購契約的簽訂與履行：以模糊的合作意向為主。 →重視關係的建立，增加未來合作的可能性。 		
		對台採購的成效	政治面	<ol style="list-style-type: none"> 1. 因應國內政治的要求，重視以經濟影響政治的宣傳目標。 2. 台灣民眾整體接受與中國大陸進行經濟合作的選項。 3. 不同區域對於兩岸經濟互動成效的感受程度不一致。 4. 台灣民眾的統獨立場從長期與短期面來看並沒有發生變動。
	經濟面		<ol style="list-style-type: none"> 1. 以台灣方面來看：無法直接說明中國大陸的採購活動短期內為台灣帶來的實質效益，需要更長期的評估。 2. 從中國大陸方面來看：來台招商的效果明顯，採購活動有效的促進兩岸經濟合作。 	

資料來源：作者整理自繪。

首先，就中國大陸來台採購團的構成與特色來看。我們可以發現，中國大陸採購團來台時間集中在兩岸洽簽經濟合作協議的期間，而且中央層級的採購團將採購的任務交由商會組織和地方進行採購交流，可見得執行中共中央的對台政策有其重要性。其次，以中國大陸對台的採購新聞事件進行分析，其宣傳的作法與對外採購的方式相當一致，利用既有的採購合約與未來的合作意向，展現兩岸合作利多的氛圍，其中本文針對達賴來台訪問的事件進行分析，雖然中國大陸官方有展現其不滿的意見，但卻沒有出現正式經濟抵制的情況，也沒有影響兩岸進行經濟合作的洽簽過程。因此，可以發現中國大陸對台採購策略的操作以交易性策

略為主。另外，更進一步筆者透過中央與地方的交叉檢證，發現中央與地方的採購目標有所差異，中央較注重統戰的效果，而地方則是著重經濟合作的目標。最後，筆者透過總體資料與訪談資料對採購事件進行補充分析，來觀察到中國大陸對台採購的執行面與成效面的特殊之處：

一、**中國大陸對台採購的執行面**。除了中國大陸中央所組成的採購團之外，其於採購團的組成必須由台灣方面「主動」的邀請，而在採購的過程是台灣與中國大陸互動的結果並非由中國大陸方面完全主導。然而，與國外案例相同，採購團的成形與否還是受到中國大陸政府的影響。另外，中國大陸對台採購策略的操作，本文從採購的「對象」、「時間點」與「契約履行」三方面來討論：

(一) 採購對象的選擇與統戰的效果：

不同於以往的農業緊急採購，此次中國大陸的採購範圍較大，而採購策略的操作主要是以台灣國內產業作為主要目標。因此，即便中國大陸政府提出優惠某些群體的統戰政策（如：中下階層、中南部、中小企業），但實際上的統戰效果仍限於特定產業的區域分布。然而，此種策略首要的影響對象為總體層次的政府與產業，至於是否會影響個人層次的台灣內部民眾統獨立場，並進一步達成「寄希望於台灣人民」的目標，從相關資料的觀察中，筆者認為這是相當困難的。

(二) 採購時間點的影響力：

透過相關資料，發現中國大陸方面對於採購時間點具有相當程度的選擇權力，而透過時間點的操作是否會影響台灣政府對於某些政策進行妥協，在短期內觀察並沒有出現這樣的情況，這可能是兩岸目前所簽訂的協議爭議性較低，以及配合中國大陸政府擴大對台採購的政策。但是，仍然無法排除採購時間點的操作在未來兩岸在簽訂重要政經協議過程中的影響力。

(三) 契約簽訂與履行的操作：

採購供需雙方短期皆趨向於模糊的合作意向書，台灣方面的專業人士表示，即便簽訂了正式的採購協定或是實際內容，在過於倉促的情況下，實際

的執行上仍有可能會受到不同的外在因素影響而造成契約履行的不穩定，而無法將其完全歸類於政治力量的影響。相對的，透過模糊的合作協定建立穩定的交流關係，則更有利未來雙方的經濟合作。至於，中國大陸政府是否透過採購契約的簽訂來影響台灣政府的大陸政策，就短期來看似乎沒有出現實際抵制的情況。

二、中國大陸對台採購的成效。以下本文將從政治面與經濟面來評估中國大陸對台採購的成效：

(一) 政治面的效果：

中國大陸以因應國內政治要求（如：兩岸同胞的情誼）作為對台採購的主要訴求，期望能在金融海嘯的情勢下，以協助的姿態獲取台灣人民的認同。就整體面而言，我們可以觀察到訪談資料與調查資料皆認同台灣政府與中國大陸合作的經濟政策。然而，本文進一步將資料分成北、中、南三個區塊進行觀察的時候，各區民眾對於與中國大陸經濟合作的感受程度有明顯的落差，更進一步證實中國大陸政府對於特定群體的統戰效果有限也沒有獲得認同，而在台灣統獨立場方面，則沒有受中國大陸整體的惠台政策而出現顯著的變動。因此，我們可以發現台灣人民認知到台灣政府與中國大陸經濟合作的政策是重要的，但是北、中、南區域的民眾對於經濟成果的感受程度不一致，而統獨立場短期內也沒有出現波動，這對於中國大陸而言，採購策略所達成的政治效果有限。

(二) 經濟面的效果：

1. 台灣方面的經濟效果：中國大陸對台採購是否對台灣產生實質的效果？

筆者從總體的經濟資料進行評估，觀察到兩岸經貿的交流的確產生正面的成長。然而，卻無法有效的計算中國大陸對台採購政策與台灣經濟成長的連結，即便筆者對相關單位進行訪談，所獲得的回應仍然是模糊不清的（這或許是涉及了商業機密）。但可以確認的是，各方面的資料都同意中國大陸對台採購為台灣的經濟帶來正面的效果。

2. 中國大陸方面的經濟效果：根據本文觀察，中國大陸對台灣採購反而獲得更多的經濟成效，從統計資料中可以發現台灣對中國大陸的投資是持續增加的。由於，台灣與中國大陸在某些產業上有其互補的關係，以及受到台商大陸布局的影響，中國大陸來台的採購訪問促成了兩岸企業進行交流的機會，其成效展現在 2010 年台商對大陸投資的統計資料之中。因此，我們可以發現目前中國大陸來台採購團的主要目的是建立關係而採購活動是次要的。

參、對台採購的影響：兩岸關係未來的發展

在統整本文的研究發現之後，可以觀察到中國大陸對台採購的特殊性。但是，仍然無法忽略其對外採購政策「政經並行」的本質。那麼，在採購政策的操作下，將會對於兩岸關係的未來產生什麼影響？在此，筆者以本文所提出「經濟制約」與「經濟合作」的兩個觀察面向，來評估兩岸未來發展的可能走向。

一、對台經濟制約的可能性

根據本文的觀察，我們可以發現在金融海嘯之後，中國大陸透過大量的採購交流，快速累積與台灣之間的經濟合作關係，並且積極的塑造協助台灣經濟穩定的氛圍。然而，這樣不均等的經濟依賴關係，是否會出現中國大陸利用採購抵制的政策進行「經濟制約」的情況？從本研究來看，中國大陸對台採購的政策基本上延續了胡錦濤「寄希望於台灣人民」與「和平發展」的政策主軸，採取以惠台為主的經濟交往策略，並將施惠的目標設定在台灣內部的民眾身上，而這樣的政策有效穩定兩岸關係。因此，我們可以預期，除非台灣的領導者或是內部民眾達成獨立的共識或目標，否則中國大陸將不會輕易的採取採購抵制的手段。

舉例來說，同樣在面對達賴喇嘛的問題上，中國大陸對法國與台灣的態度截然不同。法國在達賴喇嘛的爭議中遭受到中國大陸在採購政策上的抵制，包含採

購合約的延期，以及在金融海嘯中刻意被排除在首次的採購名單之外，而法國在經濟抵制的壓力下，發表聲明支持一個中國政策並拒絕支持任何形式的西藏獨立。反觀，台灣雖然受到中國大陸官方的譴責，卻沒有出現實質的抵制行動，或是將既有的採購契約推遲，反而是持續增加來台採購交流的數量。**根據以上事件的觀察，本文認為短期內在兩岸先經後政的互動模式下並不會觸碰到敏感的政治問題，與台灣內部也不會因此產生嚴重的統獨意識形態對峙。是此，中國大陸政府將不會輕易的採取經濟制約的策略。**

二、兩岸經濟合作的持續發展

除了中國大陸透過採購政策對台進行經濟制約的可能性之外，根據本文的研究發現，我們可以觀察到地方層級的採購團相當重視與台灣經濟合作的目標（雖然有一部分的原因是向中央傳達其執行惠台政策的績效），筆者認為採購交流的互動結果有助於兩岸經濟的合作。特別是，在台灣對中國大陸投資的統計上在2010年明顯的增加，由此可見台灣對中國大陸的經濟發展仍有其重要性，並非是總體數據上所呈現的不對稱經濟依賴關係。換句話說，兩岸經濟合作並不是由中國大陸方面完全的主導的結果。

從經濟影響政治的角度來看兩岸關係，根據本文的文獻回顧，主要有三個理論：分別為整合理論、分裂國家理論、權力不對稱理論。前者重視經濟合作領域的外溢效果，而後面兩者則是重視經濟實力不對等而形成依賴的關係。在兩岸相互貿易之後，進出口的比重始終維持極不均等的狀態，這樣的情況似乎就像分裂國家理論與權力不對等理論所描述的情況，台灣的經濟能力受到中國大陸政府的掌控，此種觀點所關注的重點是大國經濟的總量，而不是整體經濟的能力。事實上，兩岸經濟關係的競合比較偏向整合理論所描述的發展，**更進一步來說，兩岸在經濟上是一種互補的關係，而在這樣的關係下台灣也可以建立與中國大陸新的互動模式(如：制度化的經濟協定、共同建立合作機制)。**然而，透過經濟關係上

的互補，建立台灣在中國經濟發展中不可取代的重要性，也是預防中國大陸對台灣採取經濟抵制的重要策略。

第二節 研究限制與未來的研究建議

本文以「經濟影響政治」作為研究主軸，探討中國大陸對台採購策略的操作與特殊性，最後，筆者將說明本文研究限制，同時探討相關主題未來的可能研究方向。

壹、以「採購事件」作為分析單位

在本研究的第三章，筆者以中國大陸對台灣採購的新聞事件作為分析的單位，藉此描繪中國大陸對台採購操作的整體脈絡，同時也將不同層級的採購團作為比較標的，而得出了中央與地方採購團採購目標的差異。然而，中國大陸採購團的組成相當複雜，中央層級的採購團可能包含著各地方重點企業，地方層級的採購團也可能包含著直屬中央機關的企業，而商會層級的採購團則有可能包含中央與地方的企業，甚至有可能出現相同企業重覆採購的情況。然而，本研究為了有效描繪中國大陸對台採購的操作，將採購團的層級化約成為中央與地方進行比較，這樣或許會高估了地方層級採購團皆以「地方經濟發展」作為主要的採購目的，而忽略了中央層級的企業在地方採購團內的影響力。

在有限的資料下，筆者僅描繪出中國大陸對台採購的有限樣貌，而未來希望透過更多統計資料與研究資料的公開，乃至於更多的訪談資訊的補充，可以進行更深入的分析，並更有效的解釋中國大陸對台採購的操作策略。

貳、研究設計的修正：由小處著手

本文在研究設計的過程中，以中國大陸來台的「採購團」作為觀察對象，但是卻無法完整說明其內部的組成。由於，採購團本身是一個複雜的集合體，其包含了台灣與中國大陸的地方、中國大陸的地方與中國大陸中央政府的互動過程。筆者認為應該將研究的範圍縮小至地方層級，並關注在中國大陸地方與台灣地方產業的互動過程，以了解台灣產業「如何」被中國大陸採購的問題。在訪談的過程中，筆者發現除了各產業自行到中國大陸拓展市場之外，台灣各地方的立法委員在兩岸經濟交流中也扮演著重要的角色，其帶領著各領域的廠商到中國大陸拓展市場。是此，未來的研究可以將觀察的焦點集中在兩岸地方與地方之間的互動，藉以更詳細的描繪兩岸採購交流的運作模式。

參、量化技巧的補充：區位推論

本研究在第四章透過調查資料與訪談資料進行互補，得出了台灣北、中、南地區的民眾皆認同馬英九的大陸政策對台灣總體經濟有幫助，但是在各別區域的經濟感受上北部高於中部、中部高於南部，而統獨立場也呈現同樣的趨勢，北部的統一比率較高、南部的獨立比率較高。但是，我們不能因此推論中國大陸的惠台政策北部的民眾感受度較高，由於僅透過全國性的調查資料來觀察區域間的差異會有個案數不足的問題，也有可能會出現區位謬誤(ecological fallacy)的現象。於是，未來可以透過集體資料(如：中國大陸在台灣各地區的投資比率、或是在台灣各地的採購數量)並以適當的區位推論技術以減低其誤差，進而有效推論中國大陸惠台政策對於台灣民眾的影響程度。¹¹¹

¹¹¹ 區位推論的研究請參考：黃紀(2001)、黃信豪(2007)。

參考文獻

中文專書：

- 中央信託局（1995），《中央信託六十年》，中央信託局：台北。
- 中國大陸綜覽（2008），《中國大陸綜覽》，台北：法務部調查局展望與探索雜誌社。
- 中華人民共和國外交部政策規畫司（2009），《中國外交》，北京：世界知識出版社。
- 王石番（1991），《傳播內容分析法：理論與實證》，台北：幼獅。
- 王忠宗、許成，（1991），《採購學》，台北：空大。
- 王逸舟、譚秀英（2009），《中國外交六十年》，北京：中國社會科學出版社。
- 王麗鳳（2006），《我國政府採購的政治經濟分析》，台北：黎明。
- 何中順（2007），《新時期中國經濟外交理論與實踐》，北京：時事出版社。
- 吳玉山（1999），〈台灣的大陸政策：結構與理性〉，吳玉山、包宗和主編，《爭辯中的兩岸關係》，頁 153-210，台北：五南。
- 吳玉山（2009），〈權力不對稱與兩關係研究〉，吳玉山、包宗和主編，《重新檢視爭辯中的兩岸關係》，頁 43-75，台北：五南。
- 吳白乙（2009），〈中國經濟外交：與外部接軌的持續轉變〉，張幼文、劉光曙主編，《中國經濟外交論叢》，頁 14-34，北京：經濟科學出版社。
- 宋鎮照（1995），《發展政治經濟學》，台北：五南。
- 周林（2009），〈中美經濟外交分析〉，張幼文、劉光曙主編，《中國經濟外交論叢》，頁 37-50，北京：經濟科學出版社。
- 邵宗海（2006），《兩岸關係》，台北：五南。
- 耿向東（2010），《當代中國外交》，香港：中華書局。
- 高朗（1999），〈從整合理論探索兩岸整合的條件與困境〉，吳玉山、包宗和主編，《爭辯中的兩岸關係》，頁 43-75，台北：五南。
- 張五岳（1992），《分裂國家互動模式與統一政治之比較研究》，台北：業強。
- 張五岳（1999），〈分裂國家模式之探討〉，吳玉山、包宗和主編，《爭辯中的兩岸關係》，頁 43-75，台北：五南。
- 張幼文（2009），〈世界經濟環境的變化與中國的經濟外交〉，張幼文、劉光曙主編，《中國經濟外交論叢》，頁 3-13，北京：經濟科學出版社。
- 張亞中（2003），《全球化與兩岸統合》，台北：聯經。
- 許振邦（2009），《採購與供應管理》。台北：智勝。
- 陶涵著，(Taylor, J.)，林添貴譯（2000）《台灣現代化的推手：蔣經國傳》(The

Generalissimo' s son: Chiang Ching Kuo and the revolutions in China and Taiwan), 台北: 時報。

黃秀端, (2010), 《2009 年至 2012 年『選舉與民主化調查』三年期研究規劃(II): 2010 年直轄市市長選舉面訪案》, 台北: 行政院國家科學委員會。

楊中美 (1999), 《中共外交教父錢其琛》, 台北: 時報文化。

蔡東杰 (2008), 《當代中國外交政策》, 台北: 五南出版社。

蕭全政 (2001), 〈台灣威權體制轉型中的國家機關與民間社會〉, 中央研究院台灣研究推動委員會主編, 《威權體制的變遷, 解嚴後的台灣》, 台北: 中央研究院台灣史研究所籌備處。

錢其琛 (2004), 《外交十記》, 香港: 三聯書店。

戴福斯(David A de Vaus)(2001), 莊靜怡譯(2006)《社會研究法的設計》(Research Design in Social Research), 台北: 韋伯。

蘭德曼 (Landman, Todd) (2003), 周志杰譯 (2007) 《最新比較政治的議題與途徑》(Issues and Methods in Comparative Politics: An Introduction), 台北: 韋伯。

中文期刊：

石原忠浩 (1998), 〈日本『政府開發援助』政策之研究〉, 《問題與研究》, 第 37 卷第 10 期, 頁 53-70。

冷則剛 (1998), 〈從美國對南非的經貿管制探討我對大陸的經貿政策〉, 《中國大陸研究》, 第 41 卷第 4 期, 頁 17-38。

林碧炤 (1987), 〈經濟外交的理論與實際(上)〉, 《問題與研究》, 第 28 卷第 2 期, 頁 71-82。

柯玉枝 (2000), 〈日本對東南亞國家的經濟外交從「內向經濟」至「政經並行」問題與研究〉, 第 39 卷第 5 期, 頁 71-88。

徐淑敏 (2004), 〈互賴理論中「敏感性與脆弱性」概念應用於兩岸互動關係的操作化分析〉, 《遠景基金會季刊》, 第 5 卷第 4 期, 頁 189-217。

耿 曙 (2009), 〈經濟扭轉政治? 中共「惠台政策」的政治影響〉, 《問題與研究》, 第 48 卷第 3 期, 頁 6。

耿 曙、林琮盛 (2005), 〈屠城木馬? 全球化背景下的兩岸與台商〉, 《中國大陸研究》, 第 48 卷第 1 期, 頁 1-28。

張晉芬 (1996), 〈核心與依賴經濟產業結構的關係及影響〉, 《歐美研究》, 第 26 卷第 2 期, 頁 1-32。

- 黃信豪 (2007),〈區位推論的統計模型：發展、比較與評估〉,《人文及社會學集刊》,第 19 卷第 4 期,頁 529-562。
- 黃 紀 (2001),〈一致與分裂投票：方法論之探討〉,《人文及社會學集刊》,第 13 卷第 5 期,頁 541-574。
- 鄭端耀 (2005),〈國際關係新古典現實主義理論〉,《問題與研究》,第 44 卷第 1 期,頁 115-140。

學位論文：

- 石原忠浩 (2004),《日本對中共的經濟外交：ODA 之研究》,國立政治大學東亞學研究所博士論文,未出版。
- 朱俊彥 (1993),《貿易政策在戰後日本經濟外交中的角色研究》,東海大學政治學研究所碩士論文,未出版。
- 何秉濤 (2007),《胡錦濤時期中國大陸經濟外交之研究》,台北市立教育大學社會科學教育系碩士論文,未出版。
- 吳明儒 (2007),《北京對英國布萊爾政府經濟外交》,東吳大學政治學研究所碩士論文,未出版。
- 李孟融 (2009),《俄羅斯經濟外交與俄德能源關係之研究》,國立政治大學俄羅斯研究所碩士論文,未出版。
- 周昌葉 (1991),《戰後日本的經濟外交》,淡江大學日本研究所碩士論文,未出版。
- 林雅慧 (2010),《中國的東亞經濟外交政策(2003~2009)》,淡江大學國際事務與戰略研究所碩士論文,未出版。
- 俞介凡 (2009),《中華民國對中南美洲邦交國經濟外交之研究-以榮邦計畫為例(1988-2007)》,淡江大學拉丁美洲研究所碩士論文,未出版。
- 蘇嘉琛 (2000),《我國對馬其頓經濟外交之研究》,淡江大學歐洲研究所碩士論文,未出版。

研討會文章：

- 王信賢 (2005),〈中共新一代領導人對台政策：『四化』策略與聯結分析〉,「2005 年兩岸關係之展望學術研討會」,台北：台北大學。
- 林文正 a (2010),〈是統戰?還是互賴?中共對台採購之政治經濟分析〉,發表於 2010 年中國政治學年會暨「能知的公民?民主的理想與實際」學術研討會,高雄：中山大學。

林文正 b (2010),〈十年河東,十年河西 中共赴歐洲採購之政治經濟分析〉,發表於 2010 年台灣政治學年會暨「重新思考國家:五都之後,百年前夕!」學術研討會,台北:東吳大學。

林文正 c (2010)〈經濟影響政治?以中共對台採購為例〉,發表於 2010 年中國研究學會年會暨學術研討會,台北:中國研究年會籌備小組、政治大學東亞研究所。

胡聲平 (2007),〈胡錦濤主政下中共對台策略與成本評估〉,「2007 年台灣政治學年會暨學術研討會」,台北:台灣政治學會。

報章雜誌:

人民日報,〈中國赴美採購團團長強調 中美貿易應排除非貿易因素〉,《人民日報》,1993. 4. 19, 版 7。

人民日報,〈努力擴大自美進口 加強中美經貿關係 中國大型採購團將赴美〉,《人民日報》,1991. 5. 11, 版 1。

人民日報,〈我赴美採購團團長甘子玉在華盛頓指出 中美經貿合作前景寬廣〉,《人民日報》,1991b. 5. 24, 版 7。

人民日報,〈我國政府組織採購團 前往歐共體國家訪問〉,《人民日報》,1991c. 06. 01, 版 4。

人民日報,〈改善鉅額貿差 爭取續享最惠國待遇:大陸赴美採購團昨日啟程〉,《人民日報》,1991c. 5. 19, 版 9。

人民日報,〈強烈要求法國政府恪守中法建交原則 拒絕批准有關向台灣出售戰鬥機的合同〉,《人民日報》,1992. 11. 20, 版 1。

中國時報,〈中共赴歐採購團決將法國除名 幻象機售台計畫傳出 中共取消與法卅億美元貿易 間接對境內法國企業施壓 惟法國評估與台灣交易利多〉,《中國時報》,1992a. 6. 24, 版 4。

中國時報,〈由外貿公司和十三省市代表組成 尋求貿易機會並引進技術:中共赴歐市採購團 下月初啟程〉,《中國時報》,1991b. 5. 27, 版 9。

中國時報,〈緩和美國實施貿易制裁壓力 擬擴大技巧購買大陸赴美採購團 下月底啟程〉,《中國時報》,1991. 4. 29, 版 7。

中國時報,〈雙邊關係惡化聲中 大陸赴美採購團定十八日啟程中共官員否認與貿易最惠國問題有關 但不諱言希望產生正面效果〉,《中國時報》,1991e. 5. 15, 版 9。

尹乃菁，〈中共對外經貿部發言人表示中共赴歐採購團未去法國 就是抗議軍售台灣〉，《中國時報》，1992b. 7. 25，版 2。

王遠弘，〈國貿局莊正元 口頭交換意見不算報備〉，《聯合報》，1991a. 10. 6，11 版。

商業週刊，〈王志剛復出 帶進六千億採購大軍〉，1130 期，頁 80。

傅依傑，〈中共赴美採購團以農工務資為主〉，《聯合報》，1990. 10. 20，版 10。

華英惠，〈經建會：不再組赴美採購團〉，《聯合報》，1994. 9. 18，版 19。

聯合報，〈下半年決擴大覆美採購 密集籌組四團突破作法〉，《聯合報》，1984. 06. 12，版 1。

聯合報，〈中共大型採購團今赴歐 外交界指不會到法國〉，《聯合報》，1992a. 6. 20，版 2。

聯合報，〈中共赴歐採購團不去法國〉，《聯合報》，1992c. 6. 24，版 13。

聯合報，〈中共將派團赴歐採購〉，《聯合報》，1991b. 4. 27，版 9。

聯合報，〈中共簽約向波音訂購 21 架客機〉，《聯合報》，1993. 04. 11，版 10。

聯合報，〈中美雙邊貿易談判 今天在台北舉行〉，《聯合報》，1978. 08. 17，版 2。

聯合報，〈今年中美貿易額 將逾 110 億美元〉，《聯合報》，1980. 03. 14，版 2。

聯合報，〈抗議對台出售幻象機案〉，《聯合報》，1992b. 6. 24，版 10。

聯合報，〈國貿局決組採購團下月赴美採購物資〉，《聯合報》，1977. 12. 02，版 2。

聯合報，〈敏感時刻「精心設計」向美施壓〉，《聯合報》，1991d. 5. 27，版 9。

聯合報，〈最惠國待遇若中斷 中共估計損失慘重〉，《聯合報》，1991c. 5. 2，版 9。

網路資料：

人民網（2005），〈反分裂國家法〉，【線上資料】，人民網，2005/3/14，<http://tw.people.com.cn/BIG5/135848/135916/8406701.html>，檢索日期，【2009/5/17】。

人民網（2005），〈胡錦濤會見宋楚瑜：秉持一中 為兩岸謀福祉〉，【線上資料】，2005/5/12，人民網，<http://tw.people.com.cn/BIG5/26741/47108/47528/3385362.html>，檢索日期，【2010/3/10】。

人民網（2005），〈胡錦濤與連戰會談新聞公報〉，【線上資料】，2005/4/29，人民網，<http://tw.people.com.cn/BIG5/26741/47107/47312/3360547.html>，檢索日期，【2010/3/10】。

人民網（2009），〈法前總理重申反藏獨 中國或向法派採購團〉，【線上資料】，2009/4/10，環球時報，<http://xz.people.com.cn/GB/139199/9107621.html>，檢索日期，【2009/8/20】。

- 中央社 (2009),〈溫家寶：中國將迅即組織採購團赴歐採購〉,【線上資料】, 2009/2/2, 中央社, <http://www.cna.com.tw/SearchNews/doDetail.aspx?id=200902020244>, 檢索日期,【2010/02/03】。
- 中華人民共和國國務院新聞辦公室 (1993),〈台灣問題與中國的統一〉,【線上資料】, 2005/5/25, 中國政府網, http://big5.gov.cn/gate/big5/www.gov.cn/zwgk/2005-05/25/content_661.htm, 檢索日期,【2011/3/2】。
- 中評社 (2008),〈胡錦濤：核心立場一致,其他好商量〉,【線上資料】, 2008/5/28, 中評網, <http://3g.cnrn.tw/doc/1006/5/8/3/100658313.html?coluid=7&kindid=0&docid=100658313&mdate=0528215603>, 檢索日期,【2010/3/10】。
- 中評社 (2008),〈陳江簽四大協議 台北會談大功告成〉,【線上資料】, 2008/11/4, 中評網, <http://www.chinareviewnews.com/doc/1007/8/9/5/100789579.html?coluid=125&kindid=3942&docid=100789579&mdate=1104152633>, 檢索日期,【2010/3/10】。
- 中評社 (2009),〈英媒稱 G20 實質是 G2 中美峰會今登場〉,【線上資料】, 2009/4/1, 中評網, <http://www.chinareviewnews.com/doc/1009/2/9/5/100929541.html?coluid=7&kindid=0&docid=100929541>, 檢索日期,【2009/7/19】。
- 中評網 (2008),〈紀念告台灣同胞書 胡錦濤重要講話〉,【線上資料】, 2008/12/31, 中評網, http://www.chinareviewnews.com/doc/1008/4/4/7/100844796_2.html?coluid=7&kindid=0&docid=100844796&mdate=1231165416, 檢索日期,【2009/05/16】。
- 中評網 (2009),〈大陸採購團再度入台 為 ECFA 掃除障礙〉,【線上資料】, 2009/6/2, 福建日報, http://www.fj.xinhuanet.com/hxla/2009-06/02/content_16688469.htm, 檢索日期,【2010/3/10】。
- 中評網 (2009),〈中國取消空客訂單 外媒指薩科齊損失慘重〉,【線上資料】, 2009/3/1, 中評網, <http://www.chinareviewnews.com/doc/1009/0/0/7/100900771.html?coluid=7&kindid=0&docid=100900771>, 檢索日期,【2009/10/01】。
- 中評網 (2009),〈李水林：有需要就從台灣買 採購金額上不封頂〉,【線上資料】, 2009/6/1, 中評網, <http://www.chinareviewnews.com/doc/1009/8/4/8/100984813.html?coluid=158&kindid=6013&docid=100984813&mdate=0611173022>, 檢索日期,【2009/07/01】。
- 王宇丹 (2009),〈法國拒絕任何形式的西藏獨立〉,【線上資料】, 2009/4/1, 新華網, http://Tibet.news.cn/gdbb/2009-04/01/content_16135204.htm, 檢索日期,【2009/7/19】。
- 王義桅 (2004)〈經濟外交展現魅力 中國聲音越來越響亮〉,【線上資料】, 2004/12/3, 環球時報, <http://www.people.com.cn/BIG5/paper68/13544/143173/index.html>, 檢索日期,【2009/3/10】。
- 王 豐、袁江萍、康理誠、曹海麗、樓 夷 (2005),〈左右中國購買波音空客訂單之秘〉,【線上資料】, 2005/2/24, 財經雜誌, <http://finance.sina.com.cn/review/observe/20050224/11491380934.shtml>, 檢索日期,【2009/04/16】。

- 余瑛瑞、雷 劉(2006),〈首批為島內果農解困緊急採購的台灣香蕉運抵廈門〉,【線上資料】,2006/6/26,新華網,http://news.xinhuanet.com/tai_gang_ao/2006-06/26/content_4749982.htm,檢索日期,【2010/3/10】。
- 李仲維(2008),〈吳胡閉門會談 吳伯雄主席談話(全文)〉,【線上資料】,2008/5/28,中評網,<http://3g.cnrn.tw/doc/1006/5/8/2/100658298.html?coluid=7&kindid=0&docid=100658298&mdate=0528205049>,檢索日期,【2010/3/10】。
- 沈雁飛(2009),〈商務部長陳德銘率赴歐採購團今啟程 一對一談判簽約〉,【線上資料】,2009/2/24,東方早報,http://epaper.dfdaily.com/dfzb/html/2009-02/24/content_114340.htm,檢索日期,【2009/5/21】。
- 林庭瑤(2009),〈中國採購團赴美簽約逾百億〉,【線上資料】,2009/4/28,經濟日報,<http://udn.com/NEWS/FINANCE/BREAKINGNEWS6/4874112.shtml>,檢索日期,【2009/7/19】。
- 林庭瑤(2009),〈攜百億大單 中國採購團月底赴法〉,【線上資料】,2009/11/25,中國日報,<http://dailynews.sina.com/bg/chn/chinesedaily/20091125/0804904251.html>,檢索日期,【2010/7/19】。
- 胡錦濤(2007),〈高舉中國特色社會主義偉大旗幟 為奪取全面建設小康社會新勝利而奮鬥-在中國共產黨第十七全國代表大會上的報告〉,【線上資料】,2007/10/15,全國人大網,http://www.npc.gov.cn/npc/xinwen/szyw/zywj/2007-10/25/content_373528.htm,檢索日期,【2010/3/2】。
- 茆雷磊(2007)〈大陸緊急採購台灣滯銷柳橙 1,200 噸〉,【線上資料】,2007/1/12,新華網,http://news.xinhuanet.com/tai_gang_ao/2007-01/12/content_5599703.htm,檢索日期,【2010/3/10】;
- 茆雷磊、張 勇、周正平(2009),〈兩岸攜手走出危機—博鰲亞洲論壇內外的熱點話題〉,【線上資料】,2009/4/19,新華網,http://news.xinhuanet.com/fortune/2009-04/19/content_11217409.htm,檢索日期,【2010/3/10】。
- 張 穎(2009),〈法國高官力邀中國採購團〉,【線上資料】,2009/4/23,東方早報,<http://financenews.sina.com/sinacn/000-000-107-114/202/2009-04-23/16571077678.html>,檢索日期,【2009/5/19】。
- 許雪毅(2008),〈福建超大集團採購 1,200 噸台灣柳橙〉,【線上資料】,2008/12/9,新華網,http://news.xinhuanet.com/newscenter/2008-12/09/content_10478208.htm,檢索日期,【2010/3/10】。
- 新華社(2005),〈胡錦濤:貫徹寄希望於台灣人民的方針決不改變〉,【線上資料】,2005/3/4,人民網,<http://politics.people.com.cn/GB/1024/3219970.html>,檢索日期,【2009/3/2】。
- 新華網(2005),〈第七個五年計畫(1986-1990)〉,【線上資料】,2005/10/7,新華網,http://news.xinhuanet.com/misc/2005-10/07/content_3590245.htm,檢索日期,【2011/02/01】。

- 新華網 (2006),〈大陸方面再次緊急採購台灣 300 噸滯銷香蕉〉,【線上資料】, 2006/10/21, 新華網, http://news.xinhuanet.com/tai_gang_ao/2006-10/21/content_5232892.htm, 檢索日期,【2010/3/10】。
- 新華網 (2007),〈十七大詞典：中國特色社會主義〉,【線上資料】, 2007/10/16, 新華網, http://news.xinhuanet.com/newscenter/2007-10/16/content_6889438.htm, 檢索日期,【2010/4/01】。
- 新華網 (2009),〈王毅宣布落實溫家寶五項重要對台舉措八項方案〉,【線上資料】, 2009/5/17, 新華網, http://big5.xinhuanet.com/gate/big5/news.xinhuanet.com/tw/2009-05/17/content_11388723.htm, 檢索日期,【2010/3/10】。
- 新華網 (2010),〈溫家寶：台灣同胞是兄弟 我們可以做到讓利〉,【線上資料】, 2010/02/27, 新華網, http://big5.xinhuanet.com/gate/big5/news.xinhuanet.com/politics/2010-02/27/content_13063169.htm, 檢索日期,【2010/3/2】。
- 黎珍珍 (2008),〈博鰲胡蕭會 看老蕭跨出第一步〉,【線上資料】, 2008/4/15, 中時電子報, http://forums.chinatimes.com/report/news_homerun/970415/03-1.htm, 檢索日期,【2009/04/16】。
- 聯合報 (2009),〈受達賴來台影響 南京採購團政商分離〉,【線上資料】, 2009/9/2, 海峽資訊網, <http://www.haixiainfo.com.tw/68501.html>, 檢索日期,【2010/12/10】

英文文獻：

- Baldwin, David A. (1985), *Economic Statecraft*. Princeton. N.J.: Princeton University Press.
- Bellows, Thomas J. (1976), "Taiwan's Foreign Policy in the 1970s: A Case Study of Adaptation and Viability." *Asian Survey*, 16(7): 593-610.
- Berelson, B. (1952), *Analysis of Communication Content*. Glencoe, IL: The Free Press.
- Dobler, Donald W. and David N. Burt. (1996), *Purchasing and Supply Management: Text and Cases* (6th ed.). Singapore: McGraw-Hill Press.
- Gerring, John. (2007), *Case Study Research Principles and Practices*. New York: Cambridge University Press.
- Goldstein, Joshua S. and Jon C. Pevehouse. (2008), *Readings in International Relations*. New York : Pearson Longman.
- Hirschman, Allber O. (1969), *National Power and the Structure of Foreign Trade*. Berkeley & Los Angeles: University of Californis Press.

- Kahler, Miles and Scott L. Kastner. (2006), Strategic Uses of Economic Interdependence: Engagement Policies on the Korean Peninsula and Across the Taiwan Strait, *Journal of Peace Research*, 43(5): 523-541.
- Keohane, Robert O. and Joseph S. Nye. (1977), Power and Interdependence: World Politics in Transition. Boston: Little , Brown and Company.
- Knorr, Klaus and Frank Trager. (1977), Economic Issues and National Security, Lawrence, Kans.: University Press of Kansas.
- Knorr, Klaus. E. (1975), The Power of Nations: the Political Economy of International Relations. New York: Basic Books.
- Kuo, Cheng Tian. (1993), "Economic Statecraft Across the Taiwan Strait." *Issues & Studies*, 29: 19-38.
- Mendl, Wolf. (1997), Japan's Asia Policy: Regional Security and Global Interests. London and New York: Routledge.
- Mengin, Françoise. (2002), "A Functional Relationship: Political Extensions to Europe-Taiwan Economic Ties." *The China Quarterly*, 169: 136-153.
- Miyagiwa, Kaz. (1991), "Oligopoly and Discriminatory Government Procurement Policy." *American Economic Review*, 81: 1320-8.
- Ovenden, Keith. (1989), Apartheid and International Finance. Victoria: Penguin Books.
- Pearson, M. Joint. (1991), Ventures in the People's Republic of China: The Control of Foreign Direct Investment under Socialism. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Rubin, Allen. and Earl R. Babbie. (1997), Research Methods for Social Workers. Pacific Grove, CA: Brooks/Cole.
- Top, B. J. (2008), States Can Create Exceptions to the Dominant Mode of Their Political Economies : Improving the Varieties of Capitalism Theory : Case US Boeing and EU Airbus. University of Twente Student Theses.
- Wei, Wou. (1981), "New Trends in the Republic of China's External Economic Policy." *Asian Survey*, 21(6):645-650.
- Weiss, Linda and Elizabeth Thurbon. (2006), "The Business of Buying American: Public Procurement as Trade Strategy in the US." *Review of International Political Economy*, 13(5): 701-724.

參考網站：

- WTO 網站，<http://www.wto.org/>。
- 人民搜尋，<http://www.oriprobe.com/>。
- 大陸內需市場採購資訊網，<http://mainlandchina.taiwantrade.com.tw/>。
- 中國人民共和國外交部網站，<http://www.fmprc.gov.cn/>。
- 中國大陸國務院台灣辦公室網站，<http://www.gwytb.gov.cn/>。
- 中國大陸國務院國有資產監督管理委員會網站，<http://www.sasac.gov.cn/>。
- 中國時報全文報紙影像資料庫，<http://news.ncl.edu.tw/>。
- 中國國際貿易促進委員會網站，<http://www.ccpit.org/>。
- 中國統計年鑑，<http://www.stats.gov.cn>。
- 中國電子視像行業協會網站，<http://211.144.136.2:9080/jsp/forepart/index.jsp/>。
- 中華採購與供應管理協會網站，<http://www.smit.org.tw/>。
- 台灣博碩士論文知識加值系統，<http://ndltd.ncl.edu.tw/>。
- 吉林省人民政府網站，<http://www3.jl.gov.cn/zwx/zfld/szfld/chx/>。
- 行政院工程會網站，<http://www.pcc.gov.tw/>。
- 河南省商務廳網站，<http://henan.mofcom.gov.cn/>。
- 美國在台協會網站，<http://www.ait.org.tw/>。
- 海峽兩岸經貿交流協會網站，<http://aetats.mofcom.gov.cn/>。
- 陸委會網站，<http://www.mac.gov.tw>
- 新華社簡介，<http://203.192.6.89/xhs/lisyg.htm>。
- 新華搜尋，<http://search.news.cn/>。
- 聯合知識資料，<http://udndata.com/>。
- 聯合國網站，<http://www.un.org/>。

中国机电产品进出口商会

机电商国字[2009]023号

机电商会关于组团赴欧洲进行机电产品贸易 促进活动的通知

各有关企业：

为配合胡锦涛主席访问俄罗斯、斯洛伐克、克罗地亚等国，落实我领导人关于推动中欧双边贸易平衡发展的指示精神，商务部拟由部领导带队，分别组织中国贸易投资促进团于6月中旬访问俄罗斯、斯洛伐克、克罗地亚等三国，6月下旬访问法国、瑞典、芬兰和意大利等四国，开展项目洽谈活动，促进项目合作和签约成交，推动中国与上述各国的经贸关系持续稳定发展。

此次活动由商务部统一协调，各商会分别组织对应领域的企业参加。其中机电产品贸易促进活动由产业司负责指导，机电商会具体承办。为做好此次活动的组织工作，我会特邀请对在上述国家开展业务感兴趣的企业参团随访，同时请各企业提供可以与上述7国企业进行签约的进口、出口合同（或意向）及双向投资意向，商务部将在各国安排签约仪式，以扩大我与上述国家的双边经贸合作。两个团组初步安排如下：

一、访问俄罗斯、斯洛伐克和克罗地亚贸易投资促进团

（一）贸易促进活动时间、地点

- 1、2009年6月12-22日，在外11天。
- 2、出访国家：俄罗斯、斯洛伐克、克罗地亚。

（二）在外主要工作内容

- 1、举办签约仪式，由中外方企业签署进出口合同、投资合作协议或意向等。
- 2、与国外政府、中介机构等共同举办经贸合作论坛、企业

中华人民共和国商务部办公厅

商办厅函[2009]127号

商务部办公厅关于组团赴欧洲 进行贸易投资促进活动的通知

各省、自治区、直辖市、计划单列市和新疆生产建设兵团商务(外经贸)主管部门,各有关企业:

为配合有关双边互访活动,我部拟由部领导带队,于6月下旬访问法国、芬兰和意大利等国。贸易投资促进团将在到访国家开展项目洽谈活动,促进项目合作和签约成交,推动中国与上述各国经贸关系持续稳定发展。

为做好此次活动的相关组织工作,请各商务主管部门协助了解、收集拟与上述3国企业签约的进出口、双向投资、技术引进及服务贸易合同(意向)信息,同时,邀请上述企业以及寻求国际贸易合作机会的企业参团随访。现将有关事项通知如下:

一、初步安排

(一)贸易投资促进活动时间和国别

访问法国、芬兰、意大利等国,时间为6月底至7月上旬,约12天。具体访问时间另行通知。企业可根据业务需要,选择出访国别。

(二)在外主要工作内容

1. 举办签约仪式,由中外方企业签署进出口合同、投资合作协议或意向等。
2. 与国外政府、中介机构等共同举办经贸合作论坛、企业对口贸易洽谈会等活动。
3. 部分企业代表参加领导出席的会见活动。
4. 考察所在国的企业。
5. 调研欧洲市场需求,寻求合作机会。
6. 其他贸易投资促进活动。

二、报名办法

(一)因此次组团时间紧,出访国别多,请你单位尽快确定参团人员,并填写报名回执(附件1)。

(二)如有合作项目,请根据实际情况填写贸易或投资签约项目情况表(附件2)。

(三)为加强宣传,代表团将印制团组手册,请参照附件3格式拟写参团企业简介。

请将上述3个附件于5月20日前反馈商务部外贸发展局。

联系人:罗妍妍 杨皓

电话:010-85226419 010-85226430

传真:010-65123228 010-85226454

邮箱:tdbmarket@gmail.com

附件二

- 附件：1. 报名回执
2. 采购及合作项目情况表
3. 参团企业中英文介绍样稿



二〇〇九年五月八日

商务部办公厅关于组织赴欧洲

采购及合作项目情况表

附件 2

单位名称 (中英文): 填表人: 手机: 传真: 电子邮件: 联系电话:

编号	贸易合作目的地/投资目的地	项目名称	涉及商品或技术 (中英文)	数量	金额 (万美元)	外方合作单位 (含联系人、联系方式)	项目进展情况	签约方式	
								合同	意向
1									
2									
3									
4									

附件 1

报名回执

单位名称 (中英文)				
地址及邮编 (中英文)				
联系人		公司网址		
电话		所在部门		
传真		手机		
电子信箱				
出访国别				
参团人员信息				
姓名(中英)	职务(中英)	性别	出生日期 出生地	护照号 (暂无护照需身份证号)
电话	手机	飞机舱位	拟住房间	护照种类
		公务 / 经济	单间 / 双间	公务 / 因公普通 / 因私
姓名(中英)	职务(中英)	性别	出生日期 出生地	护照号 (暂无护照需身份证号)
电话	手机	飞机舱位	拟住房间	护照种类
		公务 / 经济	单间 / 双间	公务 / 因公普通 / 因私
出国任务通知书主送单位 (公务或因公护照)				
单位主管领导签字	单位公章			

附件 3 参团企业中英文介绍样稿

厦门华侨电子企业有限公司

厦门华侨电子企业涉及视听、通讯、IT 等领域，已形成了以彩电为核心，以显示器、传真机、手机、电视导航器、社区网络服务为主导，计算机、车载视听系统、信息家电、系统集成、微波通信设备、电子商务等齐头并进的产业格局。公司创办于 1985 年，现拥有 1 家控股上市公司、22 家合资企业及 5 个配套厂，是厦门经济特区最大的工业企业、福建省最大的电子企业和中国最大的彩电出口企业之一，公司系列产品的行销网络遍及世界五大洲六十多个国家和地区。厦华是国务院确定的首批“中国机电产品出口基地”，并获得了“中国驰名商标”、“中国名牌产品”等多项荣誉。

Xiamen Overseas Chinese Electronic Co., Ltd.

Xiamen Overseas Chinese Electronic Co., Ltd. (abbreviated as "XOCECO") was founded on Dec. 19, 1985. It is a professional color TV manufacturer which bends herself to LCD TV, PDP TV and HDTV.

Today, XOCECO is building up the world's biggest panel TV manufacturing base with an annual capability of 800-1000 sets, turning XOCECO to be one of the top five suppliers of Panel TV in the world.

Add: No. 22 HuliDadao, Xiamen361006, China

广东省厦门市湖里大道 22 号

Tel: +86-592-6021091

Fax: +86-592-6021331

Website: www.xoceco.com.cn

Email: samuel@primaamerica.com

Contact: Mr. Samuel Zhu

报名回执

单位名称 (中英文)	
地址及邮编 (中英文)	

广州市经济贸易委员会

急件

穗经贸函〔2009〕354号

转发省经贸委组织有关企业 赴台采购的通知

各区、县级市经贸部门、各有关行业协会（商会）：

近期，商务部将分批组织部分省（市）企业集中赴台采购商品。现将省经贸委《关于组织有关企业赴台采购的通知》（粤经贸流通〔2009〕369号）转发给你们，请你们认真组织，抓紧落实，并于5月15日（星期五）前将《2009赴台采购企业推荐表》直接报省经贸委，同时抄报我委（经贸合作与会展处）。



（联系人：黄林莉，电话：83123961，传真：83123962）

股 227
2009 58

广东省经济贸易委员会文件

粤经贸流通〔2009〕369号

关于组织有关企业赴台采购的通知

各地级以上市经贸局（经贸委、贸工局），各有关行业协会（商会），省属集团公司（资产经营公司）：

根据商务部会议安排，近日商务部将分批组织部分省（市）企业集中赴台采购台湾商品，包括采购台湾特色日用品、工艺品和采购工业品、零部件、原材料、电子元器件、高新技术产品等。由于本次组织采购活动时间紧，任务重，务必请有关单位抓紧落实。现将有关事项通知如下：

一、重点采购企业范围：广东省内注册的工业企业、商贸流通企业（合资企业除外），装备制造业重点培育企业、装备制造业骨干企业和流通龙头企业、民营百强企业。

二、其他事项

（一）推荐企业数量没有限制；

（二）请在5月13日前将推荐表（见附件）传真省经贸

委；

(三)省经贸委将会同省外经贸厅将各地、各单位推荐的名单汇总上报商务部,由商务部正式下达任务通知书,统一办理有关手续。

附件: 2009 赴台采购企业推荐表



(联系人: 范依萍, 黄紫华, 电话: 83178119, 传真: 83178120)

主题词: 经济管理 采购 通知

广东省经济贸易委员会办公室 2009年5月8日印发

附件:

2009 赴台采购企业推荐表

填报单位:

填表人及电话:

单位: 美元

企业名称	企业性质	拟采购品种	拟采购额度	联系人及电话	备注

注: 1. 企业性质请填写“工业企业”、“商贸流通企业”、“装备制造业重点培育企业”、“装备制造业骨干企业”、“流通龙头企业”、“民营百强企业”或“其他”。

2. 请附所推荐企业的简介(不超过1页纸)。

附件三

主题词：经济管理 订货 通知

广州市经济贸易委员会办公室

2009年5月13日印发

附件四

2009 年中國大陸對台採購新聞

編號	新聞標題	新聞發佈時間
1	廣西百餘家企業 5 月赴台採購	2009/04/13
2	王毅宣布落實溫家寶五項重要對臺舉措八項方案	2009/05/17
3	大陸擴大對台產品採購將惠及更多臺灣民眾	2009/05/17
4	粵已著手籌備赴台採購團 零售批發企業反應最積極	2009/05/19
5	臺灣代表歡迎大陸最新惠台舉措	2009/05/21
6	國台辦：5 至 9 月最少 7 個大陸採購團赴台採購	2009/05/27
7	大陸首個赴台採購團將於 5 月 31 日正式啟程	2009/05/28
8	王毅：爭取下半年啟動兩岸經濟合作框架協定商談	2009/05/28
9	國台辦：5 至 9 月大陸採購團將赴台考察並採購	2009/05/28
10	重慶將組建採購團赴台採購 意在探路	2009/05/29
11	將建 10 平方公里台資資訊產業園 電子產品為主	2009/05/29
12	大陸企業採購首發團抵台 開啟擴大對台採購大幕	2009/05/31
13	大陸首個大型採購團 5 月 31 日正式啟程赴台	2009/05/31
14	吳伯雄結束訪問大陸行程離寧返台	2009/06/01
15	家電下鄉 成赴台採購熱點	2009/06/02
16	大陸採購團再度入台 為 ECFA 掃除障礙	2009/06/02
17	大陸採購團將在台採購 4000 萬美元紡織品	2009/06/02
18	大陸彩電企業將落實 22 億美元對台採購	2009/06/02
19	大陸採購首發團 已落實逾 22 億美元對台訂單	2009/06/04
20	綜述：大陸採購團接連赴台成果豐碩反響熱烈	2009/06/05
21	對台採購：大訂單 大市場 大作為	2009/06/08
22	國台辦反駁大陸採購團有政治目的說法	2009/06/10
23	大陸近期三次赴台採購金額預計超 68 億美元	2009/06/10
24	第二批大陸採購團七月赴台 商貿流通企業為主	2009/06/16
25	團購面板大單撬動液晶價格	2009/06/17
26	從以大陸為工廠到以大陸為市場	2009/06/18
27	大陸擴大對台採購一石三鳥	2009/06/18
28	專家訪談：海西經濟區對兩岸交流與合作的影響	2009/06/25
29	LED 產業 200 億商機饕餮大餐！台媒：好看不好吃？	2009/07/02
30	臺灣外貿協會舉辦論壇協助台商拓展大陸市場	2009/07/15
31	兩岸題材有望成下半年台股主軸	2009/07/15
32	供銷總社向臺灣受災農民同胞捐款 100 萬元	2009/07/15
33	臺灣貿協預計大陸 4 個採購團總採購金額可達百億美元	2009/07/27
34	權威人士：家電下鄉為台企帶來實實在在的利益	2009/07/30
35	第三批兩岸經貿促進考察團赴台採購額將超 12 億美元	2009/08/04

附件四

36	陳德銘：大陸採購團將關注臺灣少數民族農特產品	2009/08/19
37	高金素梅：總書記給了我們溫暖的擁抱	2009/08/20
38	台媒：達賴赴台已對兩岸關係產生實質不利影響	2009/09/01
39	吳敦義：邀達賴充滿政治算計大家一眼就看穿	2009/09/01
40	陳武：發揮區位優勢 進一步深化桂台經貿合作	2009/09/09
41	5000 餘採購商雲集 2009 南京臺灣名品交易會	2009/09/15
42	大陸近期對台採購金額已逾 100 億美元	2009/09/16
43	四川省、廣州市 11 月初將組團赴台採購	2009/10/23
44	四川赴台採購團為臺灣創造 3.7 億美元商機	2009/11/02
45	大陸省市大團接連訪台 兩岸交流天冷人不冷	2009/11/10
46	國台辦：大陸智庫將首次赴台探討政治等議題	2009/11/11
47	大陸地方對台交流大有可為	2009/11/12
48	對台採購演繹兩岸經貿新的傳奇	2009/12/29

2010 年中國大陸對台採購新聞

編號	新聞標題	新聞發佈時間
1	大陸赴台採購招商再掀高潮 黔鄂爭先	2010/01/07
2	台外貿協會：擴大對大陸出口仍是今後主要目標	2010/01/11
3	新華網直播 國務院新聞發佈會	2010/01/13
4	國台辦：大陸本月將向臺灣簽約採購 50 億美元面板	2010/01/13
5	指責大陸說法誇大 互釋善意才是兩岸相處之道	2010/02/03
6	王毅主任接受臺灣《旺報》專訪（全文）	2010/03/30
7	臺灣關注韓正訪台帶來巨大商機	2010/04/07
8	湖北大型採購團抵台 台民眾可觀賞荆風楚韻	2010/04/20
9	臺灣企業實施「展會加賣場」策略進軍大陸市場	2010/04/22
10	廈門經貿文化交流考察團赴台	2010/05/04
11	青島欲建臺灣水果大陸北方集散地 降低銷售成本	2010/05/18
12	國台辦：爭取第五次兩會會談簽兩岸經合協定	2010/05/27
13	川企臺灣「下單」採購額超 80 億元人民幣	2010/05/27
14	高雄市議長希望兩會領導人會談能到高雄舉行	2010/06/20
15	廣西在台採購 400 萬元水果 希望建立長效採購機制	2010/07/03
16	世貿中心董事長：幫助中小企業在大陸建立行銷通路	2010/07/08
17	臺灣水果「青睞」上海中秋禮品市場	2010/09/21
18	臺灣貿協擬 3 年在大陸舉辦 20 場商展	2010/09/28
19	大陸對台採購見效 台灣對大陸出口由負轉正	2010/10/22
20	兩岸簽 ECFA 動能初顯 服務中心成立首日諮詢不斷	2010/12/31