

經濟部長序

再創台灣文具產業發展的高峰

文具用品和民眾生活息息相關，試想在職場、學校、家中如果沒有文具用品，會發生什麼樣的情況？身上若沒有帶枝筆及記事本，便會覺得不自在，可見文具在民眾生活中的重要性。

一九六〇年代我國文具產品開始外銷，此後近三十年由於受到高進口關稅（44%）保護、台幣匯率貶值，以及業者快速反應能力強的優勢與努力，使文具產業蓬勃發展，並奠定了相當的基礎。惟自一九九〇年代起，自從進口關稅降低、台幣升值，且二〇〇二年台灣加入世界貿易組織（WTO）後，國外質優且設計精美的文具產品相繼進口，加以影印機、電腦（含PDA掌上型電腦）等科技產品的日新月異與日漸普及，對筆類、紙類及油墨印刷等文具產品的需求驟減，文具產業面臨前所未有的競爭壓力。為因應變局，部分業者紛紛採取「台灣研發、海外製造」之全球布局策略，並積極自OEM轉型為ODM與OBM，以掌握競逐國際市場之核心競爭力。此次台灣區教育用品工業同業公會特別編撰《台灣文具史——海外奮鬥篇》專書，介紹二十家赴海外布局的台灣文具用品廠商克服布滿荊棘的曲折路程，並獲致成功的經驗，供各界參考，格外顯得意義深遠。

隨著國民所得的逐漸提高，消費者對文具用品的需求，已不只是考量實用性，對於創新性、設計感與高質感的需求已成為吸引消費者購買的重要因素；具有獨特性的經典文具用品，甚至成為收藏家的最愛（如具個性化或紀念性的限量筆或造型文具等）。因此，在競爭日益激烈的無疆界市場趨勢下，必須發揮創新設計與品質的優勢，強化核心競爭力，才能再創台灣文具產業發展的高峰。

從這本專書中，看到國內文具用品產業在轉型升級過程的典範傳承，個人對這些業者為企業永續經營所作的努力感到由衷的敬佩，未來政府與文具用品產業將以更宏觀的視野與創新的思維，共同攜手開創新局，立足台灣，馳騁國際。

經濟部部長

陳瑞隆 謹誌

2006年12月