

壹、調查概要

一、調查依據

依據統計法第 3 條及統計法施行細則第 36、37 條之規定辦理。

二、調查目的

為了解製造業投資動向及營運變動趨勢，按季蒐集經營狀況資料，以補充非普查年之製造業基本統計數據，提供政府釐訂經濟決策、編算國民所得統計及景氣預測需要之參據，並作為業者訂定經營方針及拓展業務之參考。

三、調查範圍及對象

- (一)調查週期：按季定期辦理。
- (二)調查範圍：凡在台閩地區從事製造業之公民營企業均屬調查範圍。
- (三)調查對象：凡在台閩地區從事上列調查範圍之公司行號，且設有固定營業場所之企業單位均為調查對象。

四、調查項目

- (一)103 年第 3 季營業收入。
- (二)103 年第 3 季固定資產增購。
- (三)製造業服務化概況。
- (四)製造業研發創新概況。
- (五)製造業經營困境。

五、調查表式及結果表

根據上列調查項目，擬定「製造業投資及營運概況調查」及結果表式。

六、調查資料時期與實施期間

- (一)凡靜態資料以各該季底情況為準，動態資料則以各該季營運合計數或調查項目所標列之時期為準。
- (二)調查實施期間：自 103 年 10 月 15 日至 103 年 11 月 15 日止。

七、抽樣方法及樣本家數

(2)

(一)抽樣母體：以工商普查之製造業母體檔為抽樣母體，並依產業之差異性及重點產業(產值大者)訂定各副母體，共分成 38 個副母體。

(二)抽樣方法：以企業為抽出單位，依各業之營業收入為分層標準，採分業分層隨機抽樣法抽樣。

(三)抽樣家數：約 3,000 家。

八、資料處理方法

採電腦處理為主，人工整理為輔，配合進行。

(一)人工整理部分：調查資料之註號、鍵入、審核及分析等工作。

(二)電腦處理部分：調查資料之檢誤修正、結果表之編製及調查報告之編撰等工作，均以電腦為之。

九、資料統計方法

(一)按樣本屬性分類

依受查之製造業廠商所從事之最主要經濟活動屬性，按「中華民國行業標準分類」將其分類至製造業的第 2 碼中分業，並另依受查廠商員工人數多寡及所歸屬之 2 碼行業代號，給予企業規模、四大行業等 2 種複分類。

1.企業規模分類

(1)大型企業：凡員工人數達 200 人以上之企業均屬之。

(2)中型企業：凡員工人數 100 人至未滿 200 人之企業均屬之。

(3)小型企業：凡員工人數未滿 100 人之企業均屬之。

2.四大行業分類

(1)金屬機電工業：凡從事基本金屬製造業(24)、金屬製品製造業(25)、電力設備製造業(28)、機械設備製造業(29)、汽車及其零件製造業(30)、其他運輸工具及其零件製造業(31)、產業用機械設備維修及安裝業(34)等均屬之。

(2)資訊電子工業：凡從事電子零組件製造業(26)、電腦、電子產品及光學製品製造業(27)等均屬之。

(3)化學工業：凡從事皮革、毛皮及其製品製造業（13）、紙漿、紙及紙製品製造業（15）、印刷及資料儲存媒體複製業（16）、石油及煤製品製造業（17）、化學材料製造業（18）、化學製品製造業（19）、藥品及醫用化學製品製造業（20）、橡膠製品製造業（21）、塑膠製品製造業（22）等均屬之。

(4)民生工業：凡從事食品製造業（08）、飲料製造業（09）、菸草製造業（10）、紡織業（11）、成衣及服飾品製造業（12）、木竹製品製造業（14）、非金屬礦物製品製造業（23）、家具製造業（32）、其他製造業（33）等均屬之。

(二)推估方法

採基準環比連鎖法推估。即以相同樣本特徵值之變動比率，乘以母體特徵值估計值，即得當季之母體估計值。其公式如下：

$${}_t Y_i = {}_{t-1} Y_i \times \frac{{}_t S_i}{{}_{t-1} S_i}$$

${}_t Y_i$ ：第 i 中業第 t 季特徵值推估值

${}_{t-1} Y_i$ ：第 i 中業第 t-1 季特徵值推估值

${}_t S_i$ ：第 i 中業第 t 期相同樣本特徵值

${}_{t-1} S_i$ ：第 i 中業第 t-1 季相同樣本特徵值

十、調查結果報告

編製「製造業投資及營運概況調查報告」（電子書）。

十一、辦理機關

經濟部統計處。

十二、調查工作進度

(一)調查規劃設計期間：103 年 1 月 31 日前完成。

(二)調查、審核及複審期間：103 年 10 月 15 日至 103 年 11 月 15 日止。

(4)

(三)資料處理統計期間：103年11月16日至103年11月30日止。

(四)調查報告公布期間：103年12月30日。

十三、統計內容說明

(一)－：無數字或無意義。

(二)0：數字不及1單位。

十四、使用上注意事項

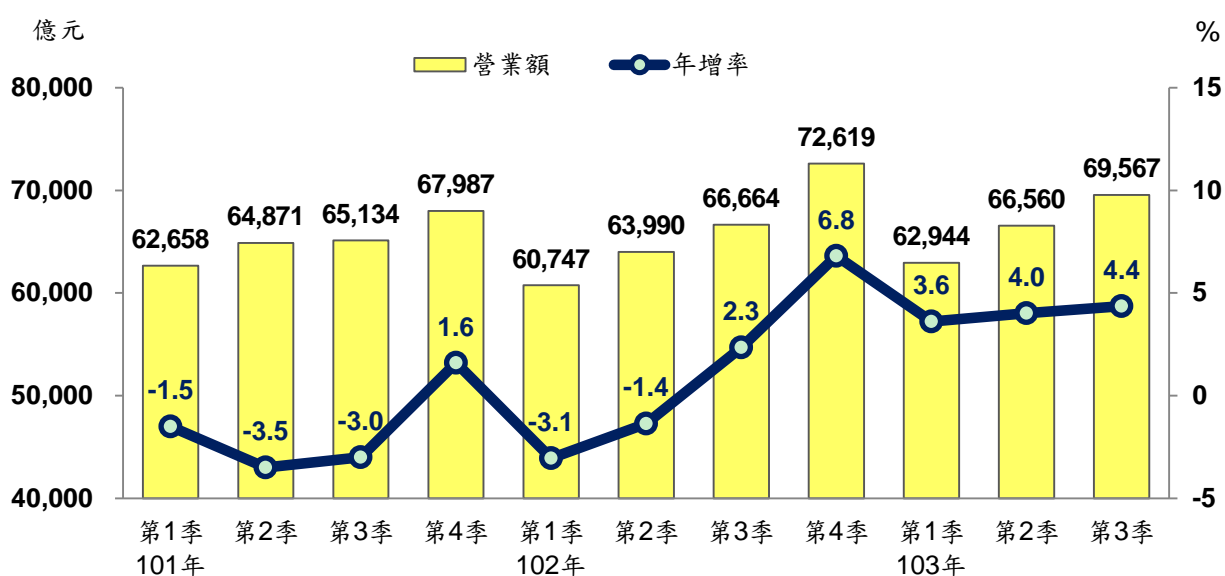
營業收入及固定資產增購金額採統計推估，意向調查問項係根據回收樣本統計，未作推估。

貳、提要分析

一、103 年第 3 季營業收入

- 1.與上季及上年同季比較：第3季國內製造業營業收入6兆9,567億元，較上季增加4.5%，較上年同季亦增4.4%。
- 2.累計前3季與上年同期比較：製造業營業收入19兆9,071億元，增加4.0%。

圖 1 製造業近年各季營業收入及年增率



3.按中行業分：

- (1)電腦電子及光學製品業：營業收入 2 兆 1,801 億元，年增 0.3%，主因智慧型手持裝置產品出貨成長，加上筆電市場回溫，抵銷平板電腦銷售衰退。
- (2)電子零組件業：年增 10.9%，主因行動通訊晶片需求強勁及國內晶圓新產能開出，帶動晶圓代工、IC 封測、印刷電路板等生產熱絡。
- (3)石油及煤製品業：年增7.2%，主因石化上游原料市況穩健活絡，加上夏季用油利多加持，原油煉製量增加。
- (4)化學材料業：年增3.5%，主因亞洲輕裂廠邁入密集歲修潮，帶動上

(6)

- 游石化原料及下游泛用樹脂需求同步升溫，加以新三輕復工挹注。
- (5)基本金屬業：年增7.2%，主因國際鎳價持續走高，加上汽車、機械等下游產業景氣增溫，帶動鋼品銷量大增。
- (6)機械設備業：年增 9.5%，主因全球景氣穩定復甦，帶動半導體、汽車零組件及模具相關產業投資擴產機台及添購設備。
- (7)食品製造業：年增 3.0%，主因肉品價格上揚，加上節慶商機帶動休閒食品銷售增加。
- (8)飲料及菸草製造業：年增 5.9%，主因天氣炎熱，加上有新品挹注。
- (9)成衣及服飾品業：年增 8.2%，主因夏季涼感衣熱賣及冬季服飾備貨訂單增加。

103 年第 3 季製造業營業收入

單位：億元

	103 年			103 年	
	第 3 季	季增率 (%)	年增率 (%)	1-3 季	較上年同 期年增率 (%)
總計	69 567	4.5	4.4	199 071	4.0
電腦電子及光學製品業	21 801	10.7	0.3	61 023	1.3
電子零組件業	13 879	4.2	10.9	39 093	8.3
石油及煤製品業	5 892	8.5	7.2	16 801	4.0
化學材料業	5 507	0.2	3.5	16 204	2.2
基本金屬業	3 482	-3.6	7.2	10 405	7.3
機械設備業	2 597	1.0	9.5	7 374	5.2
食品製造業	1 584	3.8	3.0	4 553	2.8
飲料及菸草製造業	388	10.9	5.9	1 046	-0.5
成衣及服飾品業	357	9.5	8.2	1 022	5.1

註：營業收入係指母公司在本期內因經常營業活動而銷售商品或提供勞務等所獲得收入（內含三角貿易銷貨收入）。

二、103 年第 3 季固定資產增購

- 1.與上季比較：第3季國內製造業固定資產增加2,345億元，季減1.2%。

2.與上年同季比較：製造業者持續擴充新廠，並投資產能、調整生產線，致年增 5.3%。

3.累計前 3 季與上年同期比較：製造業固定資產增購減少 4.8%，其中金屬機電工業減少 17.4%最多。

103 年第 3 季製造業固定資產增購金額

單位：億元

	103 年	季增率	年增率	103 年	較上年同
	第 3 季	(%)	(%)	1-3 季	期年增率
					(%)
總計	2 345	-1.2	5.3	6 938	-4.8
按固定資產型態分					
房屋及其他營建	347	37.1	23.6	842	-13.0
交通運輸設備	21	-24.5	-0.8	65	12.4
機械及雜項設備	1 977	-5.5	2.7	6 031	-3.6
按四大行業別分					
金屬機電工業	338	12.0	-5.1	896	-17.4
資訊電子工業	1 424	-6.9	4.0	4 456	-7.5
化學工業	423	10.5	19.9	1 142	17.8
民生工業	160	1.1	7.3	444	7.2
按主要中行業分					
電子零組件業	1 348	-7.7	4.5	4 248	-6.7
化學材料業	194	-3.1	15.5	600	23.9
基本金屬業	130	44.1	-10.2	308	-41.0
石油及煤製品業	88	79.3	2.9	176	-7.0

4.按固定資產型態分：第 3 季製造業固定資產增購額中，以增購機械及雜項設備金額 1,977 億元，占總增購額之 84.3%最多，較上年同季則增加 2.7%；其次為房屋及營建工程 347 億元，增加 23.6%；交通及運輸設備 21 億元，減少 0.8%。

5.按四大行業別分：以資訊電子工業投資金額達 1,424 億元，占全體製造業固定資產增購之 60.7%最多，較去年同季則增加 4.0%；其餘依

序為：化學工業 423 億元、金屬機電工業 338 億元及民生工業 160 億元。

6.按主要中行業分：以電子零組件業因佈建高階產能，固定資產增購 1,348 億元位居各業之冠，年增 4.5%；化學材料業因興建營運據點及擴充產線，增購 194 億元次之，年增 15.5%；基本金屬業增購 130 億元，石油及煤製品業增購 88 億元，分居第三、第四；以上四者合計 1,760 億元，占全體製造業固定資產增購之 75.1%。

三、製造業服務化概況

▲為追求差異化與創新營運，近 4 成製造業已進行或有意願跨足服務領域

所謂「製造業服務化」，意指製造業者不僅供應產品，並提供一系列滿足客戶需求的服務，以突顯產品差異化，並創造更高的附加價值。

製造業服務化概況

單位：%

	樣本數 (家)	總計	已進行	尚未進行 但有意願	無
總計	2,916	100.0	34.2	5.4	60.5
按員工人數分					
大型企業	1,081	100.0	45.8	6.6	47.6
中型企業	634	100.0	37.1	6.2	56.8
小型企業	1,201	100.0	22.2	3.8	73.9
按四大行業分					
金屬機電工業	1,011	100.0	35.4	4.5	60.1
資訊電子工業	616	100.0	43.0	4.2	52.8
化學工業	611	100.0	34.5	5.7	59.7
民生工業	678	100.0	24.0	7.4	68.6

根據調查資料顯示，在 2,916 家製造業者中，已進行或有意願進行服務化比率占近 4 成，其中大型企業之業者比率逾 5 成，小型企業則僅 2 成 5。

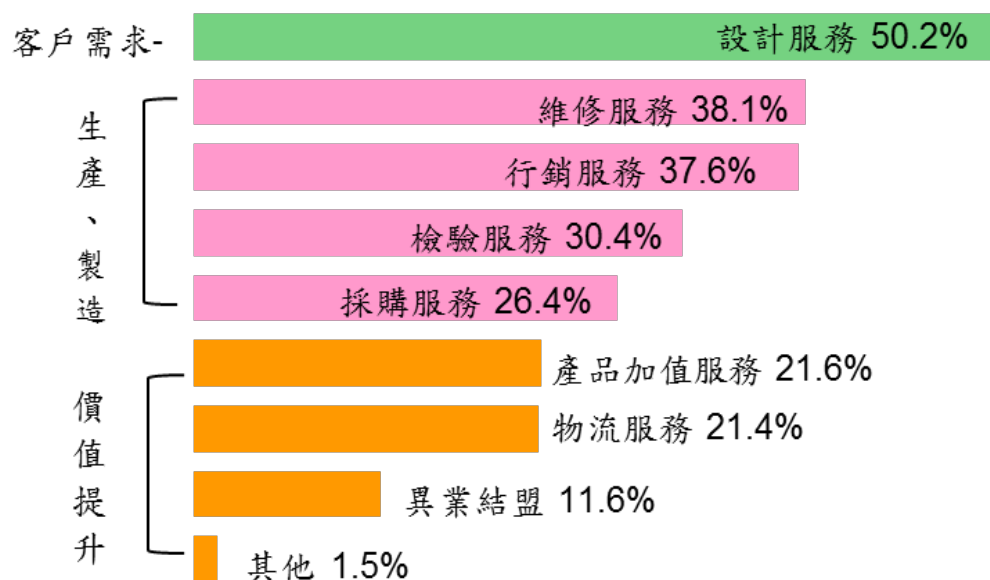
按四大行業觀察，資訊電子工業進行服務化之業者比率達47.2%最高，化學工業與金屬機電工業各約4成左右，民生工業則為31.4%。

按中業別觀察，進行服務化以菸草製造業、化學製品製造業、電腦電子及光學製品製造業，及機械設備製造業均過半數較高，而木竹製品製造業、石油及煤製品製造業與家具製造業，服務化之企業均不及2成，比率相對較低。

▲製造業服務化方式以滿足客戶需求之設計服務居多

針對已進行或有意願進行製造業服務化業者進行分析，業者進行服務化方式以滿足客戶需求之設計服務居首，占達5成，而生產製造階段之服務，如維修、行銷、檢驗及採購服務，約占2成5至4成，另外提升企業價值的服務，則以產品增值服務與物流服務比率較高，均占約2成，異業結盟占11.6%。

已進行或有意願進行製造業服務化方式之比率—複選



按員工人數規模觀察，大型企業提供設計服務比率達52.7%，高於中小型企業；中型企業在行銷、產品增值，及異業結盟服務比率明顯較高，而小型企業，則在維修與檢驗服務比率較高。

按四大行業觀察，資訊電子工業在提供前端顧客需求的設計服務，金

屬機電工業在進行維修服務，民生工業則在行銷服務、產品增值服務、物流服務及異業結盟服務，均較其他業別高逾 10 個百分點。

已進行或有意願進行製造業服務化方式－複選

單位：%

	總計	按員工人數分			按四大行業分			
		大型企業	中型企業	小型企業	金屬機電工業	資訊電子工業	化學工業	民生工業
設計服務	50.2	52.7	48.5	47.3	48.6	63.2	43.5	43.2
維修服務	38.1	37.8	35.4	40.9	56.3	46.1	13.4	21.1
行銷服務	37.6	35.9	42.0	37.1	28.8	29.2	43.5	59.2
檢驗服務	30.4	30.0	29.2	32.3	34.7	33.0	29.3	20.2
採購服務	26.4	28.1	26.6	23.0	28.3	29.6	19.9	25.8
產品增值服務	21.6	21.7	25.9	17.6	18.1	19.2	20.7	32.4
物流服務	21.4	23.7	21.5	17.3	15.9	19.9	22.4	32.9
異業結盟	11.6	11.8	14.6	8.6	9.9	10.3	8.9	19.7
其他	1.5	2.1	0.7	1.0	0.7	1.0	4.5	0.0

▲未進行服務化的主要原因為業務不需要

製造業者未進行服務化的原因，除「業務不需要」占 63.1%外，「相關人才不足」、「缺乏相關知識及技術」與「沒有相關的顧問服務及輔導措施」等之占比均逾 2 成，另「無學習對象及缺乏成功企業範本」則占 14.5%。

未進行製造業服務化的原因－複選

單位：%

	總計	按員工人數分		
		大型企業	中型企業	小型企業
業務不需要	63.1	57.3	59.4	68.3
相關人才不足	22.1	20.3	23.8	22.5
缺乏相關知識及技術	21.6	25.3	23.8	18.4
沒有相關的顧問服務及輔導措施	20.1	24.4	24.3	15.5
無學習對象及缺乏成功企業範本	14.5	18.9	17.3	10.5
資金不足	8.9	4.3	7.5	12.4
其他	4.0	4.6	3.8	3.6

按員工人數規模觀察，「業務不需要」均為未進行服務化主要原因，大型企業在「缺乏相關知識及技術」及小型企業在「資金不足」之業者比率，明顯較高。

▲業者冀望政府提供服務項目，以深入了解各企業需求居首

製造業者希望政府提供服務項目，以「實際了解企業需求」居首，占43.6%，「提供補助金額」、「提供相關顧問及諮詢服務」與「協助人才的培訓」，皆占逾3成，另「提供成功範本供學習參考」、「加強政策措施說明及宣導」與「建構企業合作交流平台」之占比均逾2成。

按業者是否服務化觀察，有意願進行服務化者，逾5成業者希望政府提供「協助人才培訓」及「提供相關顧問及諮詢」兩項服務；無意願進行服務化業者，約4成5業者希望政府「實際了解企業需求」；已進行服務化之廠商，逾4成希望政府在「提供補助金額」、「實際了解企業需求」與「協助人才的培訓」方面提供協助。

希望政府協助進行製造業服務化的方式－複選

單位：%

	總計	依進行服務化情形分		
		已進行服務化者	尚未進行但有意願進行服務化	無意願進行服務化者
實際了解企業需求	43.6	42.3	41.7	44.5
提供補助金額	38.4	44.7	48.7	33.9
提供相關顧問及諮詢	37.9	37.2	53.9	36.8
協助人才培訓	37.4	42.3	55.1	33.0
提供成功範本供學習參考	26.0	25.8	37.2	25.2
加強政策措施說明及宣導	22.9	22.0	25.0	23.2
建構企業合作交流平台	20.4	28.2	34.6	14.7
加強企業研發能量	17.8	28.8	19.9	11.5
協助建置資通訊技術設備	14.6	17.4	24.4	12.1
其他	7.1	3.7	0.6	9.5

四、製造業研發概況

▲製造業設立研發部門比率逾6成，較上年提升6.1個百分點

受查的2,916家製造業者中，有6成1業者擁有研發部門，較上年提升6.1個百分點，顯示業者漸重視研發部門之設立；按員工人數規模觀察，大型企業設置率逾8成，小型企業設置比率不及4成；按四大行業分，以資訊電子工業設置率最高，達81.7%，其中在國內、外均設有研發部門者占23.1%，明顯高於其他各業，而民生工業有研發部門者逾9成設於國內。

有無成立研發部門

單位：%

	有研發部門		國內		國外		國內外都有		無研發部門	
	102年	103年	102年	103年	102年	103年	102年	103年	102年	103年
總計	55.1	61.2	80.9	84.7	2.3	1.4	16.8	13.9	44.9	38.8
按員工人數分										
大型企業	84.5	85.8	78.8	83.2	0.9	0.9	20.4	16.0	15.5	14.3
中型企業	68.5	67.8	84.9	86.5	1.2	0.7	13.9	12.8	31.5	32.2
小型企業	31.8	35.6	81.7	86.2	5.5	3.3	12.8	10.5	68.2	64.4
按四大行業分										
金屬機電工業	44.3	54.1	81.4	84.8	3.7	1.5	14.9	13.7	55.7	45.9
資訊電子工業	71.8	81.7	73.5	75.1	2.2	1.8	24.4	23.1	28.2	18.3
化學工業	55.1	58.8	86.2	88.9	0.7	1.7	13.0	9.5	44.9	41.2
民生工業	50.9	55.5	92.0	93.4	1.6	0.5	6.4	6.1	49.1	44.5

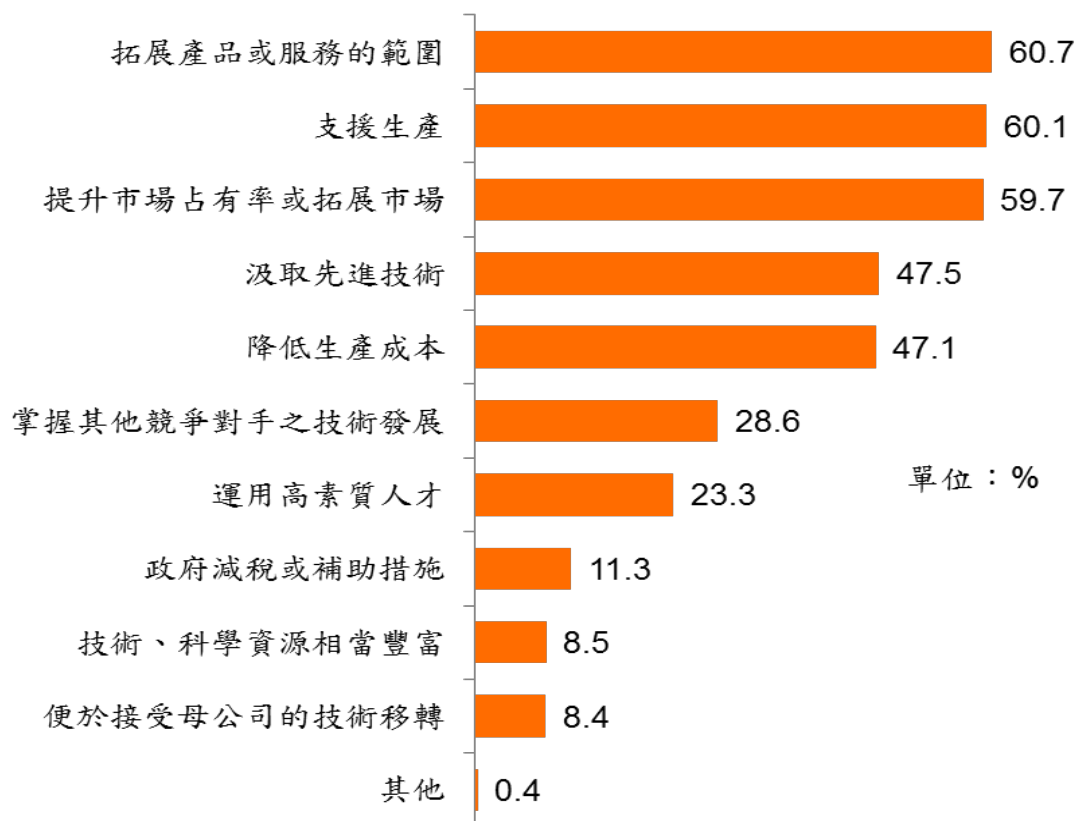
▲設立研發部門的動機以拓展產品或服務的範圍居首，支援生產次之，提升市場占有率或拓展市場再次之

觀察製造業設置研發部門動機，前三者依序為：「拓展產品或服務的範圍」（占60.7%）、「支援生產」（占60.1%）、「提升市場占有率或拓展市場」（占59.7%），「汲取先進技術」與「降低生產成本」則分占4成7。

按四大行業觀察，金屬機電工業設置研發部門動機在「降低生產成本」，資訊電子工業在「拓展產品或服務的範圍」、「汲取先進技術」、「運用高素質人才」與「政府減稅或補助措施」，化學工業則在「支援生產」與「提升

市場占有率或拓展市場」之業者比率高於其他行業。

設置研發部門的動機—複選



觀察製造業設置研發部門動機，前三者依序為：「拓展產品或服務的範圍」(占 60.7%)、「支援生產」(占 60.1%)，「提升市場占有率或拓展市場」(占 59.7%)，「汲取先進技術」與「降低生產成本」則分占 4 成 7。

按四大行業觀察，金屬機電工業設置研發部門動機在「降低生產成本」，資訊電子工業在「拓展產品或服務的範圍」、「汲取先進技術」、「運用高素質人才」與「政府減稅或補助措施」，化學工業則在「支援生產」與「提升市場占有率或拓展市場」之業者比率高於其他行業。

▲對研發人才基本要求以相關領域專業經驗最高，學習意願次之

製造業對研發人才基本要求，以「相關領域專業經驗」占 76.6%最高，學習意願 64.4%次之，再次為「工作穩定度」、「抗壓性」，及「工作配合度」均占逾五成。

另外對「學歷要求」及「外語能力」，大型企業要求比率高於小型企業逾 10 個百分點以上，資訊電子及化學工業亦非常重視此兩項能力。

對研發人才的基本要求—複選

單位：%

	總計	按員工人數分			按四大行業分			
		大型企業	中型企業	小型企業	金屬機電工業	資訊電子工業	化學工業	民生工業
相關領域專業經驗	76.6	78.4	77.7	71.5	75.3	80.1	74.9	75.3
學習意願	64.4	65.2	63.7	63.6	69.3	62.2	62.1	62.5
工作穩定度	54.5	55.5	51.2	55.8	55.4	56.7	52.1	52.7
抗壓性	52.4	54.8	50.9	48.6	52.3	56.9	47.4	51.3
工作配合度	50.5	51.1	52.1	47.4	53.9	55.1	44.9	44.7
學歷要求	38.2	44.3	37.4	25.5	35.8	42.5	46.8	27.4
專業證照	29.5	32.2	30.9	22.4	30.0	27.6	25.1	35.6
電腦能力	29.0	30.0	27.9	27.8	37.3	27.2	22.6	25.3
外語能力	27.9	32.5	27.9	18.0	28.7	30.6	30.4	20.7
其他	0.3	0.1	0.7	0.5	0.6	0.4	0.0	0.3

▲技術研發人才不足、研發產品生命週期短為製造業在研發上遇到的前二大困難

製造業進行研發創新主要面臨的困難為「技術研發人才不足」（占 58.6%），其次為「需求變化快速，研發產品生命週期短」（占 42.9%），「缺乏技術資訊或技術無法突破」及「研發人員流動率高」亦占 2 成以上。

在四大行業，研發所遇到的主要困難較其他業別高者，金屬機電工業為「技術研發人才不足」，資訊電子工業為「需求變化快速，研發產品生命週期短」、「競爭者已先投入或已建立專利障礙」，化學工業為「缺乏技術資訊或技術無法突破」及「研發成功比率偏低」，民生工業則為「資金短缺」。

研發上所遭遇的困難－複選

單位：%

	總計	按企業規模分			按四大行業分			
		大型企業	中型企業	小型企業	金屬機電工業	資訊電子工業	化學工業	民生工業
技術研發人才不足	58.6	58.1	61.2	57.0	65.6	57.3	52.4	56.1
需求變化快速，研發產品生命週期短	42.9	47.0	36.5	40.2	30.9	58.1	37.1	45.5
缺乏技術資訊或技術無法突破	29.1	28.7	32.1	26.9	31.6	22.7	35.7	27.7
研發人員流動率高	24.8	26.3	24.2	22.2	29.6	26.8	18.9	20.7
競爭者已先投入或已建立專利障礙	16.5	20.0	15.1	10.5	14.3	22.1	15.6	13.3
研發成功比率偏低	13.1	14.2	10.9	12.6	10.8	8.2	18.4	17.8
資金短缺	11.3	9.9	11.2	14.3	11.9	10.3	10.6	12.2
其他	3.8	4.2	3.3	3.3	4.0	2.8	4.2	4.3

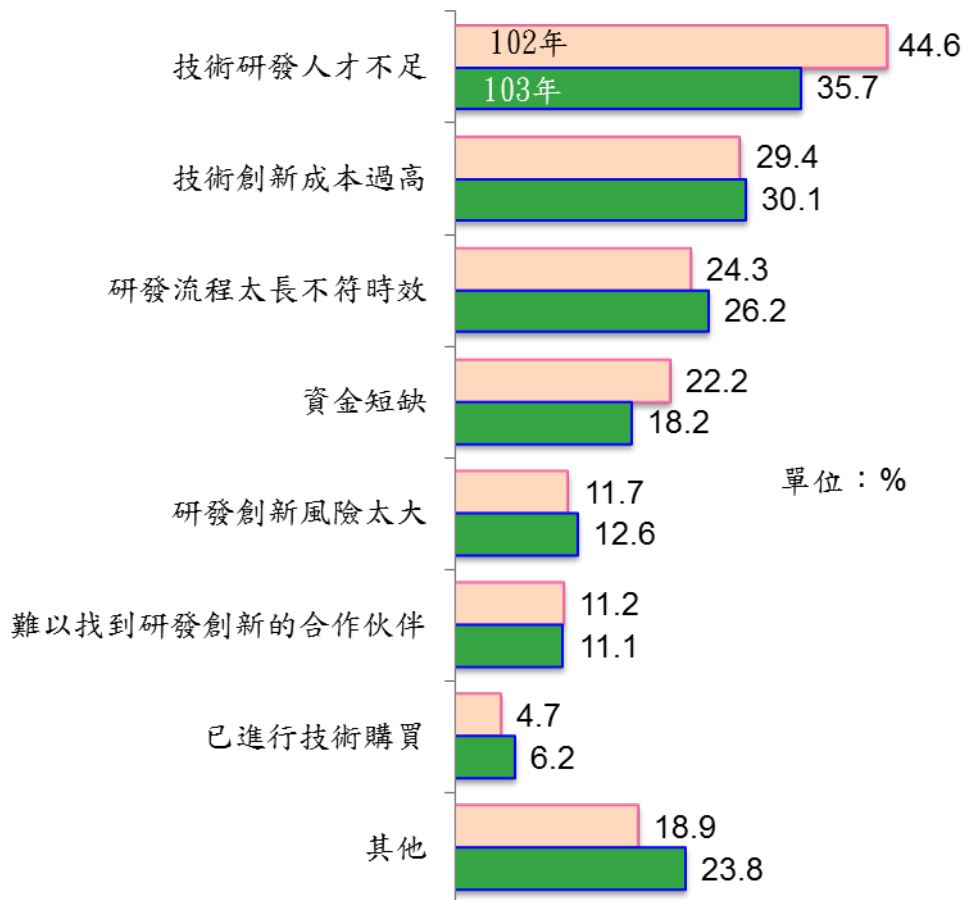
▲我國製造業廠商無進行研發原因，主要為技術研發人才不足，及技術創新成本過高

製造業廠商未進行研發的原因，主要為「技術研發人才不足」（占 35.7%）、「技術創成本過高」（占 30.1%），以及「研發流程太長不符時效」（占 26.2%）。

按四大行業觀察，金屬機電工業無進行研發的原因在「技術研發人才不足」及「技術創新成本過高」均占逾 3 成；資訊電子工業則以「資金短缺」、「已進行技術購買」，與「研發創新風險太大」比率相對較高；民生工業在「技術研發人才不足」比率最高，占近 4 成。

與去年相較，未進行研發的主要原因均未改變，其中「技術研發人才不足」、「資金短缺」之比率已下降，「研發流程太長不符時效」、「已進行技術購買」則呈微幅上升現象。

無進行研發的原因－複選



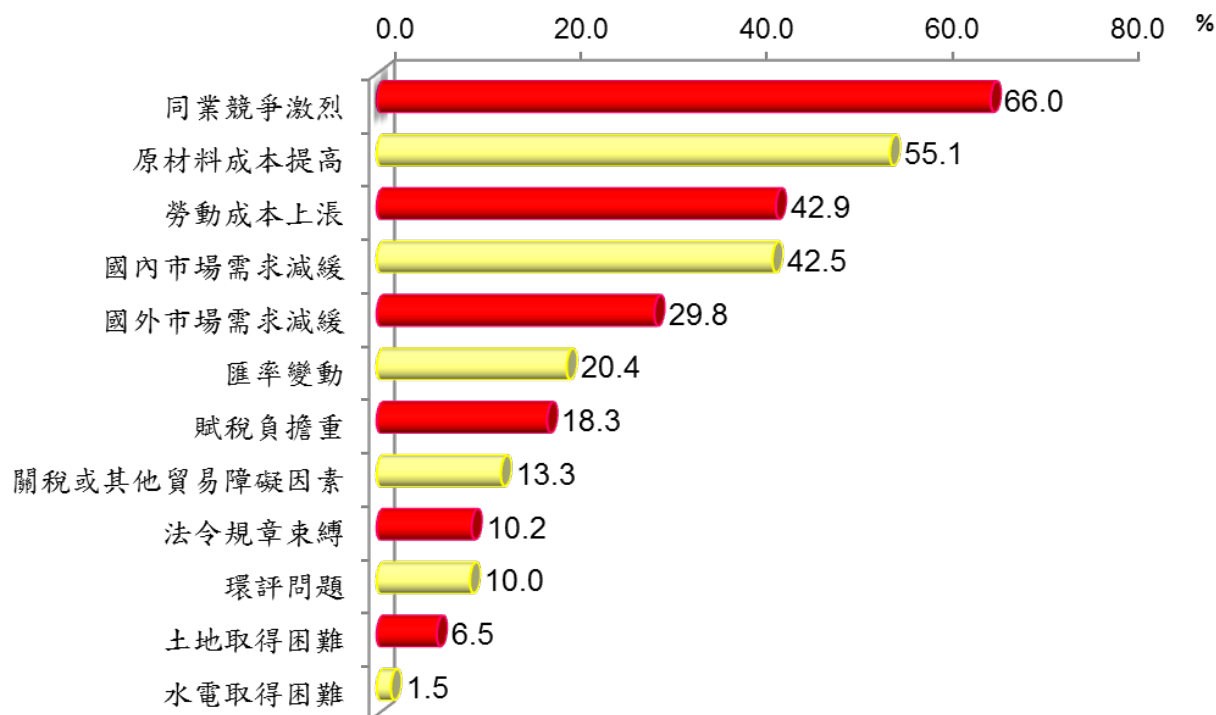
五、製造業經營所面臨的困境

▲我國製造業經營所面臨的外部困境，主要來自同業競爭激烈與原材料成本提高

製造業者在經營上所面臨的外部困境，主要因素為「同業競爭激烈」（占逾六成），「原料成本提高」次之（占 55.1%），第三則為「勞動成本上漲」（占 42.9%）。

以四大行業觀察，除民生工業主要外部困境為「原材料成本提高」（占 64.5%）外，其餘各業別面臨首要困難均為「同業競爭激烈」，尤以資訊電子工業最高，達 75.0%，另資訊電子工業面臨「國外市場需求減緩」之業者比率亦達 41.1%，明顯高於其他業別 10 個百分點以上。

經營所面臨的外部困境—複選



▲我國製造業經營所面臨的內部困境，以新業務開拓不易占逾6成居首

製造業者在經營上所面臨的內部困境，以「新業務開拓不易」占逾6成居首位，「欠缺基礎人力、專業人力」占31.1%次之，「產品創新不足」、「人員流動率高留才不易」亦占2成以上。

按四大行業觀察所面臨的內部困境，均以「新業務開拓不易」為首，金屬機電工業之困境在「欠缺基礎人力、專業人力」與「生產製造效率低」，資訊電子工業在「無法控管品質」、「產品創新不足」與「品牌形象及知名度有待建立」，民生工業則在「無法掌握市場需求」、「人員流動率高留才不易」與「營運調度資金」之比率較其他業別高。

與去年相較，「欠缺基礎人力、專業人力」、「人員流動率高留才不易」、「產品創新不足」、「品牌形象及知名度有待建立」之困境比率上升3個百分點以上；「新業務開拓不易」、「無法掌握市場需求」則呈微幅下滑。

經營所面臨的內部困境—複選

