

# 經濟民族主義的全球化：從中東歐台商 檢視台灣銀行業的海外布局\*

張國慶\*、張家銘\*\*

\*實踐大學社會工作學系副教授

\*\*東吳大學社會學系教授

## 【摘要】

在經濟發展的全球化趨勢下，企業組織不但要視全球為市場，也要把全球競爭條件當成重要指標。台商前進中東歐布局正是一種生產全球化、服務全球性顧客，以及資本全球化的運作，而台灣銀行業也隨著台商的全球化腳步進行海外布局。本文的主要問題有二，一是過去研究認為台灣銀行業的海外布局是步台商後塵，本文欲以中東歐台商作為分析對象，來檢視這個假設是否也適用於當地？二則進一步追問台灣銀行業的全球化是如何進行？從此出發，我們嘗試利用「全球化」與「經濟民族主義」的概念，切入分析中東歐台商、日本銀行業與台灣銀行業於全球布局的差異。藉此，本文欲彰顯台灣銀行業的海外布局，確實是跟隨台商進行全球化布局，但卻帶有濃厚的經濟民族主義性格。除試圖從中東歐台商與台灣銀行業間的關係運作來彰顯，並指出此性格是受到國家政策、經濟全球化、社會條件等因素的影響。由此來重新思考，對於一個後進國家的銀行組織而言，其進行全球布局時的困難與可能發展途徑。

**關鍵字：**全球化、經濟民族主義、中東歐台商、台灣銀行業

---

\* 本文為東吳大學中東歐研究中心受台灣金融研訓院委託計畫之部分成果，在此感謝台灣金融研訓院的經費支持，以及東吳大學中東歐研究中心團隊的協助。

# **Economic Nationalism in the Context of Globalization: Using Taiwanese Firms in the Central and Eastern Europe as an Example to Examine How Taiwanese Banks Use Strategies in Global Expansion**

**Kuo-Ching Chang<sup>\*</sup>、Chia-Ming Chang<sup>\*\*</sup>**

<sup>\*</sup> Associate Professor, Department of Social Work, Shih Chieh University

<sup>\*\*</sup> Professor, Department of Sociology, Soochow University

## **【Abstract】**

In terms of global economic trends these days, corporations not only must learn to see the world as an entire market, but have to view global competitiveness as a key indicator of economic development. The fact that Taiwanese firms try to use global strategies to expand their businesses in the Central and Eastern Europe can therefore be seen as a mechanism of global manufacturing, international customer service, and globalization of capital. Taiwanese banks also follow in the footsteps of Taiwanese firms in global competition. To clarify this situation, this paper proposes two questions. First, considering that past research believed that Taiwanese banks emulated Taiwanese firms' efforts in global expansion, this paper is intended to use Taiwanese firms in the Central and Eastern Europe as a subject for analysis and check the validity of this assumption. Secondly, this paper tries to figure out how these Taiwanese banks have employed their global strategies overseas, and then compares different strategies used by Taiwanese companies and

Taiwanese banks in their attempt to expand globally. We then make an attempt to use two concepts: “globalization” and “economic nationalism” to identify the differences among the global strategies used by Taiwanese companies in the Central and Eastern Europe, Japanese banks, and Taiwanese banks. In so doing, the present paper aims to demonstrate Taiwanese banks have followed in the footsteps of Taiwanese businesses in their global expansion, and that economic nationalism has played a major role in it. This paper stresses this phenomenon by clarifying the relationship between Taiwanese banks and Taiwanese firms in the Central and Eastern Europe, and points out this inclination toward economic nationalism is also affected by national policies, economic globalization, and a range of social conditions. From here, this paper reexamines the difficulties faced by banking organizations of a less developed country, and reconsiders possibilities in the near future.

**Keywords:** globalization, economic nationalism, Taiwanese firms in the Central and Eastern Europe, Taiwanese banks

## 壹、前言

全球資本市場從 1980 年代後，進入新的快速流動與全球整合階段。金融投資的快速成長和全球資本市場的複雜性已經改變各國的管制，這種市場結構也替政府和企業透過資本市場進行發展，也更進一步促進全球金融資本的流動（Held, 1999；Sassen, 2005）。而各國金融體制在面對全球資本主義體系運作下，不得不採取愈來愈新的措施，以面對金融市場的全球流動（Cetina, 2012）。另一方面，1980 年代起，當時國內總體產業經濟條件急劇變動，台幣快速升值增加了出口成本，勞工短缺使得勞動成本升高，以及工業用地不足，加上政府大幅開放國內金融、外匯等市場，促使部分台灣企業開始向外投資（王文娟，2007）。台灣企業投資目的地除了少數為西歐、北美、日本、中美洲、非洲及紐澳等，多數集中於鄰近的東南亞以及中國大陸市場（張家銘，2006）。

1989 年初開始，中歐諸國包括波蘭、匈牙利、捷克與斯洛伐克，成功地開啟了「絲絨革命」（Velve Revolution/Sametová revoluce/nežná revolúcia），正式宣告了東歐共黨集團統治的終結（Goldman, 2001）。這樣的轉變所帶來的國家變動是全面性的，不僅是政治與經濟面向，更複雜的是社會的變革與發展，還有強大的全球化、區域整合的外部衝擊（石川晃弘、張家銘，2010）。

中東歐地區的民主化與市場化發展，曾經歷過經濟重大轉型的過程，隨後也進一步實施經濟均衡的發展策略（洪美蘭，2002、2008），但不管各國的狀況如何，這都同時帶來了大量的外來直接投資（Foreign Direct Investment），除了歐、美、日等地的跨國企業進駐之外，也提供台商布局中東歐的可能性與發展性。1990 年代起，台商進入中東歐的布局，有因應區域化發展、全球代工協力網絡或尋找新商機，而陸續進入中東歐投資新場域。其中台商在維謝葛拉德集團（Visegrad Group）四國（波蘭、捷克、斯洛伐克及匈牙利）的投資大於其他中東歐國家，投資的項目至少包括

電子製造業、資訊服務業、進出口貿易、飲食業、文化觀光業等，有投資的大廠如鴻海、友達與華碩等企業。

表 1 台商中東歐投資概況

國家	投審會統計 (累計至2020年)		當地國投資統計 <sup>1</sup> (累計至2020年)	
	件數 (件)	金額 (百萬美元)	件數 (件)	金額 (百萬美元)
捷克	30	160	30	767.52
波蘭	7	20	N/A	25.7
匈牙利	9	14	N/A	391.5
斯洛伐克	1	4	N/A	N/A

資料來源：整理自經濟部投資業務處 (2020 年 3 月)。

最早台商多數布局在西歐國家，主要是因為其作為歐洲主要的消費市場，但隨著西歐國家的生產成本趨高，促使許多台商結束生產或轉移投資地。捷克在中東歐國家中的發展最健全，捷克的區域優勢不只吸引台商更吸引全球的投資者 (卓瑞瑩, 2014)。台商自 1995 年開始前赴捷克投資，多為電子產業，包括鴻海、友達、華碩、宏碁、和碩、群光、合勤、大同、英業達、達方、緯創、微星、奇偶及正文等企業。從 1995 年至 2020 年台商至中東歐投資金額與件數來看 (表 1)，台商投資捷克的金額明顯高於波蘭、匈牙利與斯洛伐克等國。另外，捷克與匈牙利當地對於台商投資金額的統計數據明顯高於我國經濟部投資業務處的統計金額 (表 1)，經濟部投資業務處 (2016) 的說明是許多台商對大陸地區之外的投資並未辦理報備，因此，

1 依據經濟部投資業務處統計說明，台商對中國大陸以外地區投資，依據「公司國外投資處理辦法」，投資金額逾新台幣 15 億元者應於投資前向本部投審會申請核准，投資金額在新台幣 15 億元以下者，可於投資前申請核准或於實行投資後 6 個月內向本部投審會報備，但許多台商對外投資並未辦理報備，因此，對外投資金額與當地國投資統計金額有差距 (經濟部投資業務處, 2016:7)。

對外投資金額與當地國投資統計金額有差距，但這仍彰顯台商有其他的融資管道，本文將進一步探討這部分資料的差異。

我國銀行至海外投資主要仍是跟隨台商腳步，提供台商在海外的相關金融服務，因此台灣銀行業的海外投資是台商海外投資的延伸（鄭貞茂等，2013）。而從我國銀行於國外的分支機構區域分布來看（圖 1），以台商投資最多的亞洲地區最多有 424 家，而歐洲僅有 10 家，分支機構主要設立於英國、法國、荷蘭、比利時與德國等國家。對於近年台商投資金額較多的捷克、匈牙利、波蘭與斯洛伐克等中東歐國家卻未見有我國銀行之分支機構。總體而言，中東歐國家在市場化改革過程中，大部份的國營企業，包括銀行業，都是民營化的改革對象。尤其是金融體系，面對市場經濟的改革，必須先活絡資本以進行金融自由化。捷克、波蘭、匈牙利與斯洛伐克府也歡迎外國企業投資，中東歐國家政府對於金融服務業的發展多採取開放政策的態度。

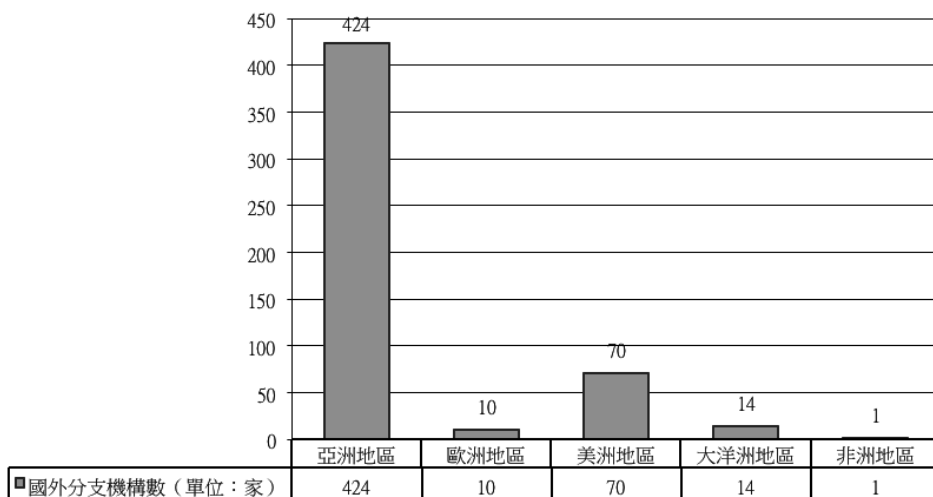


圖1 我國銀行在國外設立分支機構地區別統計

資料來源：整理自金管會銀行局金融統計資料（至 2020 年 9 月）。

1970 年代以來，全球金融市場一直快速增長，因此，當代全球資本的流量和網路的廣度、強度和影響力都是巨大的。國內金融市場和世界主要的金融中心日益根植於同一全球金融體系之中 (Davis,1994)。金融全球化的發展，使金融業實際上呈現出無國界的發展，導致國際金融市場的重新調整，從而推動和促進了國內和跨國之間金融業的大規模併購。對把業務侷限於在地 (local) 的傳統金融機構來說，最大的挑戰是面對全球市場，這個市場不僅有來自國內的競爭，而且有來自國外的競爭，金融業的全球化發展已經成為金融機構必須面對的現實。因此，台灣銀行業如何在全球化的架構下形構其海外布局，則是本文探討的主題。

從台商隨著經濟全球化的發展趨勢下，其海外布局投資也逐漸增加。台商的發展不但視全球為市場，也把全球競爭條件當作重要指標，而全球化的目的是要能有效利用全球分工與國際資源提升競爭力 (張家銘, 2006)，因此，台商的海外布局主要是依循全球化架構進行。依據以上的背景脈絡，本文的主要問題有二，一是過去的研究 (鄭貞茂等, 2013) 認為台灣銀行業的海外布局是跟隨台商腳步，本文欲以捷克、波蘭、匈牙利與斯洛伐克等四國之中東歐台商<sup>2</sup> 作為分析對象，檢視這個假設是否適用於中東歐？二是台灣銀行業的全球化是如何進行？是否僅需要以台商作為基礎進行海外布局？本文欲以中東歐台商來思考這個問題。

金融社會學的知識脈絡包括全球資本市場 (Sassen,2005)、金融市場的社會行動 (Cetina, 2012)、金融市場的效率社會學 (Zuckerman, 2012)、金融危機 (Jacobs, 2012) 與金融社會學的歷史 (Carruthers, 2012) 等路徑。在此，本文嘗試從「全球化」與「經濟民族主義」 (economic nationalism)<sup>3</sup> 的概念，切入比較中東歐台商與

---

2 本文對於中東歐分析，關於台商生產、集資與中東歐金融市場的資料呈現，由於受到文章篇幅的限制，將無法所有資料都全部涵蓋四個國家，故個別資料將以國家個案方式呈現。

3 過去對於經濟民族主義的討論多擺置於國家政策、民族主義的層次，但其也未有單一性的界定 (Burnell, 1986)。本文於第二節將說明對於「經濟民族主義」的運用與看法。

台灣銀行業海外布局的差異，即是扣住「台灣銀行業的海外布局是跟隨台商的腳步」此一命題，來分析中東歐台商與台灣銀行業發展間的關係，並將二者間的全球化布局進行比較。本文欲彰顯二個主軸是，台灣銀行業的全球化布局帶有濃厚的經濟民族主義性格，以及這種性格對於台灣銀行業的全球化具有什麼樣的侷限與影響。

本文將以中東歐台商與台灣銀行業的海外布局作為研究對象，第二節分析台灣銀行業的海外布局，以彰顯經濟民族主義的發展特質；第三節探討中東歐台商的全球化布局、中東歐金融市場與日本銀行業的布局；最後是結語。

## 貳、文獻回顧與討論：台灣銀行業的全球布局

### 一、台灣銀行業的海外布局

銀行在進行國際化，赴海外設立分支機構，除應遵守本國相關金融制度外，也要符合地主國政府的相關法令與限制條件，來決定適當的組織型態。依「國銀設立國外分支機構應注意事項」第二條之規定<sup>4</sup>，可分為下列四種組織形態：首先是「代表人辦事處」（representative office），主要對總行客戶進行聯絡與延攬業務，其設立是為了將來設立分行和子銀行做準備；其次是「分行」（branch），是台灣總行之分支機構，並非地主國當地之獨立法人組織，僅代表總行在當地營運。如 1984 年第一銀行於英國倫敦設立分行；再次是「子銀行」（subsidiary），係指總行所投資之附屬銀行，或透過購買當地國銀行之股權。如 2014 年中國信託商銀收購日本「東京之星銀行」（Tokyo Star Bank）100%股權；最後是「合資銀行」（joint venture）通常是為了因應當地對於制度管制而採取的措施，合資對象是當地的銀行。我國銀行業在國外設立分支機構總計 519 家，主要設立於亞洲地區（表 2）。

---

4 參閱銀行法法令彙編編輯委員會編（2006），《銀行法法令彙編》，台灣金融研訓院。

表 2 我國銀行在國外設立分支機構地區別、國家統計 單位：家

		總計	分行	代表人辦事處	其他分支機構
總計		519	147	52	320
亞洲地區	計	424	98	48	278
	中國大陸	87	24	4	59
	日本	48	9	—	39
	印尼	17	—	5	12
	印度	4	2	2	—
	柬埔寨	53	3	1	49
	香港	71	20	2	49
	泰國	11	—	6	5
	馬來西亞	9	3	3	3
	菲律賓	34	6	1	27
	越南	57	12	12	33
	新加坡	12	12	—	—
	寮國	3	3	—	—
	緬甸	13	1	12	—
	澳門	3	3	—	—
韓國	2	—	—	2	
歐洲地區	計	10	7	1	2
	比利時	1	—	—	1
	法國	1	1	—	—
	英國	6	5	—	1
	荷蘭	1	1	—	—
	德國	1	—	1	—
美洲地區	計	70	28	2	40
	美國	60	23	2	35
	加拿大	9	4	—	5
	巴拿馬	1	1	—	—
大洋洲地區	計	14	13	1	—
	澳大利亞	14	13	1	—
非洲地區	計	1	1	—	—
	南非	1	1	—	—

資料來源：整理自金管會銀行局金融統計資料（至 2020 年 9 月）。

1980 年代之後，台灣原具有競爭力的產業，在失去國際比較利益的競爭優勢情況下，紛紛轉移至中國大陸與東南亞地區（如紡織、鞋業、成衣等產業）。產業外移在 1980 年出現成長，第一階段外移的產業是屬於勞動密集產業，其中的產業類別包括成衣與服飾，以及橡膠及塑膠製品等（高士欽，1999）。總之，1980 年代以來，台灣產業的西進也受到政府制度性的規範，使得企業只能往東南亞進行投資，直到 1993 年行政院通過「在大陸地區從事投資或技術合作許可辦法」之後，台商開始大量地移往中國大陸（王振寰，2002）。根據經濟部投審會 2016 年統計，台商於亞洲地區投資最多共有 46,676 件，其中中國大陸有 41,766 件，歐洲地區為 911 件(圖 2)。

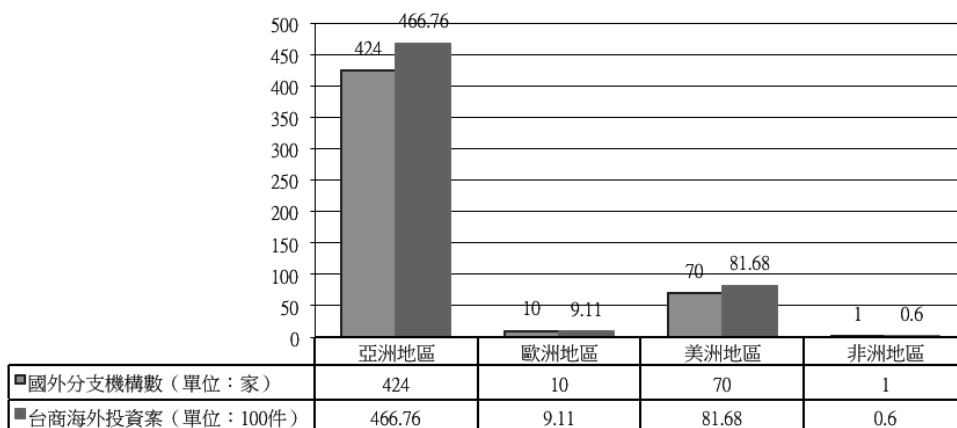


圖 2 我國銀行海外分支機構與台商海外投資概況

資料來源：整理自金管會銀行局（至 2020 年 9 月）、經濟部投資業務處統計資料。

我國銀行至海外投資主要仍是跟隨台商腳步，提供台商在海外的相關金融服務，因此我國銀行業是台商海外投資的延伸（鄭貞茂等，2013）。從我國銀行海外分支機構與台商海外投資統計（圖 2），大致可以彰顯二者間的關係。

## 二、歐洲分支機構與布局考量

1988 年財政部放寬我國銀行業至海外設立分支機構，以及 1994 年發佈「國銀設立國外分支機構應注意事項」，鼓勵營運健全銀行赴海外設立據點（鄭貞茂等，2013:8）。至 2020 年 9 月止，我國銀行業之海外分支機構已有 519 家，亞洲 424 家、美洲 70 家、歐洲 10 家與非洲 1 家。我國銀行在海外共有 147 家分行、52 家代表人辦事處及 302 家其他分支機構（子銀行、子銀行之分行與財務公司）。我國銀行業於歐洲地區，共有 8 家分行、1 家子銀行與 1 家代表人辦事處（表 3）。

表 3 我國銀行於歐洲設立分支概況

設立時間	銀行	設立方式	國別	設立城市	主要業務
1980	上海商銀	分行（倫敦分行）	英國	倫敦	-
1984	第一銀行	分行（倫敦分行）	英國	倫敦	國際聯貸、存款、房貸、企業貸款與外匯
1986	兆豐銀行	分行（巴黎分行）	法國	巴黎	匯款、存款、房屋抵押貸款、國際聯貸、進出口金融業務
1990	兆豐銀行	分行（阿姆斯特丹分行）	荷蘭	阿姆斯特丹	企業授信、貿易服務、存款與國際匯款
1992	合作金庫	子行（台灣聯合銀行）	比利時	布魯塞爾	匯款、證券投資、企業金融、進出口金融、貸款
1993	彰化銀行	分行（倫敦分行）	英國	倫敦	-
1998	華南銀行	分行（倫敦分行）	英國	倫敦	-
2004	台灣銀行	分行（倫敦分行）	英國	倫敦	匯款、進出口貿易、存款、貸款
2007	兆豐銀行	分行（倫敦分行）	英國	倫敦	存款、放款、外匯、承兌業務
2018	台灣銀行	代表人辦事處	德國	法蘭克福	-

資料來源：整理自金管會銀行局金融統計資料（至 2020 年 9 月）、各銀行網站資料。

從我國銀行至歐洲設立分支機構的發展歷程來看，主要設立於英國倫敦 6 家、法國巴黎 1 家、荷蘭阿姆斯特丹 1 家、比利時布魯塞爾 1 家與德國法蘭克福 1 家（圖 3）。從歐洲設立據點分布來看，大多集中在倫敦，顯示當時銀行業海外分支機構多聚集於國際金融中心，主要目的在於向國際金融機構學習、累積新金融商品之操作經驗以及提高銀行之國際地位（鄭貞茂等，2013:10）。但從具體運作的金融業務來看，第一銀行倫敦分行、兆豐銀行巴黎分行與阿姆斯特丹分行，均提到協助台商、服務台商與加強服務歐洲台商等服務宗旨。

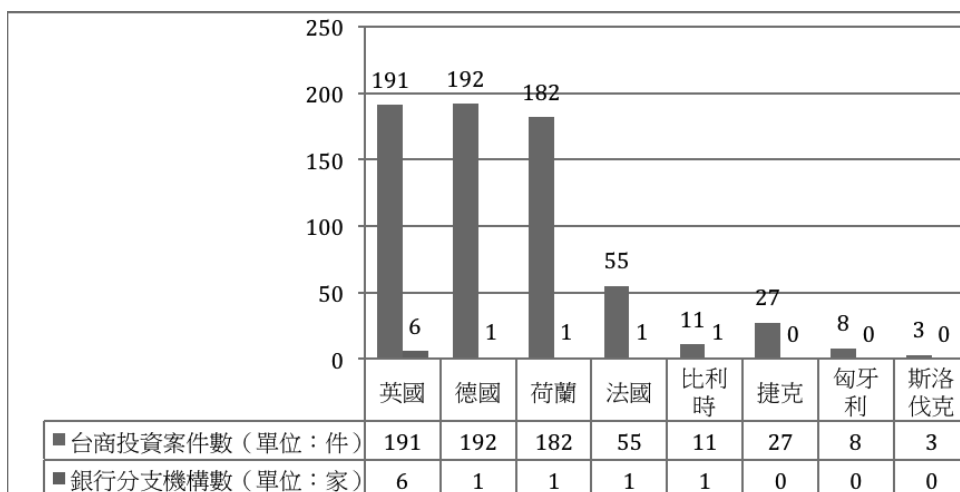


圖3 我國銀行歐洲分支與台商於歐洲投資概況

資料來源：整理自經濟部投資業務處統計資料、金管會銀行局（至 2020 年 9 月）。

如果整合我國銀行於歐洲分支機構與台商於歐洲投資案件之區域分布來看，台商投資案件數超過 100 件以上有德國 192 件、英國 191 件與荷蘭 182 件，但僅有英國、荷蘭與德國有國銀分支機構。投資案件數介於 50-100 件有西班牙 76 件、法國 55 件，僅法蘭西有國銀分支機構。而投資案件數介於 20-50 件有葡萄牙 40 件、捷克 27 件、義大利 25 件、挪威 23 件、瑞士 23 件，這些區域皆無國銀分支機構。而其

他國家皆為 20 件以下，僅比利時有我國銀行設立分支機構。顯示在歐洲地區，銀行分支與台商投資案件間的關係是值得探討的問題。

從我國銀行至歐洲設立分支機構的發展歷程來看，主要設立於英國倫敦 6 家、法國巴黎 1 家、荷蘭阿姆斯特丹 1 家、比利時布魯塞爾 1 家與德國法蘭克福 1 家。如果整合台商的投資案件來看，西班牙 76 件、葡萄牙 40 件、捷克 27 件、義大利 25 件、挪威 23 件、瑞士 23 件，這些區域皆無我國銀行之分支機構。顯示於歐洲地區，銀行分支機構與台商投資案件數並沒有絕對的關係。而國銀多數選擇於倫敦設立分支機構的主要考量在於金融中心的因素，如一位銀行的經理人所提到：

「我們在倫敦設立分行的考量，主要是因為它是世界的金融中心，就像很多國內銀行也在亞洲的香港、東京、新加坡設立分行，在歐洲選擇據點當然會在倫敦設立分行，所以在亞洲設立分行與在歐洲設立分行的考量可能會不太一樣。」（訪談記錄，B01T01：1）

我國銀行業至倫敦設立分行，以銀行業的角度是考量它是世界的金融中心，能夠提升銀行的國際能見度，也要熟悉國際金融商品的操作。在金融中心能夠提供的服務比較周全，很多外商銀行聚集，有一些區域優勢。但是相對於西歐，中東歐也有一些台商設立據點，也對於資金有所需求，但是為何我國銀行業沒有前往設立分行？其考量的因素為何？台灣銀行業是如何看待於中東歐發展金融業務，如一位銀行經理人所談到：

「中東歐設分行，主要還是要考慮市場的潛力與規模，如台商數量要夠多、當地經濟狀況、金融法規等。目前來看，商機好像不大，主要是台商數少，然後台灣政府跟那邊的政府也沒有什麼合作，當地的經濟狀況也是要觀察的地方。」（訪談記錄，B01T01：7）

因此，從我國銀行業於中東歐設立分支機構的思考角度來看，台商的數量、市場潛力與規模仍是主要的考量。

### 三、經濟民族主義的性格

上述已針對我國銀行於歐洲布局進行分析，在此從我國銀行於亞洲的布局狀況進行分析。依據金管會銀行局的資料顯示，我國銀行業於亞洲設立分支機構家數較多的地方分別為中國大陸 87 家、香港 71 家、越南 57 家、柬埔寨 53 家、日本 48 家與菲律賓 34 家。而分行數較多的地方為中國大陸 24 家、香港 20 家、越南及新加坡 12 家、菲律賓 6 家與柬埔寨及馬來西亞的 3 家（圖 4）。顯示我國銀行分別在亞洲設立據點，而分支機構與分行數也較其他區域較多。因此，從我國銀行於亞洲的布局狀況來看，顯示我國銀行除了跟隨台商、服務台商金融業務外，也與政府鼓勵國銀「走出台灣、布局亞洲」的政策有關。

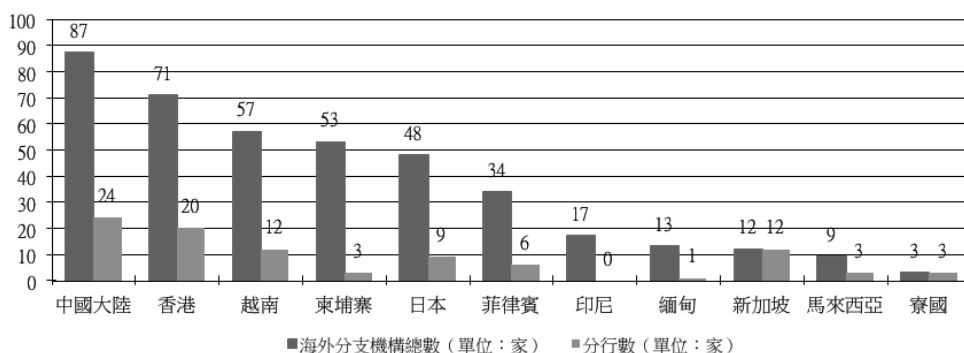


圖 4 我國銀行於亞洲區域設立分支機構概況

資料來源：整理自金管會銀行局金融統計資料（至 2020 年 9 月）。

我國銀行布局亞洲，依照金管會的資料顯示，以國泰世華、兆豐與中國信託等三家銀行布局國家數最多，分別在 10 個國家設立據點。其中國泰世華銀行於東協、印度、中國大陸、日本與香港均有設立據點。兆豐銀行除布局東協外，並於泰國設立子行。而中國信託則在菲律賓、印尼與日本設立子行（圖 5）。因此，顯示我國銀行於亞洲區域的布局較積極。

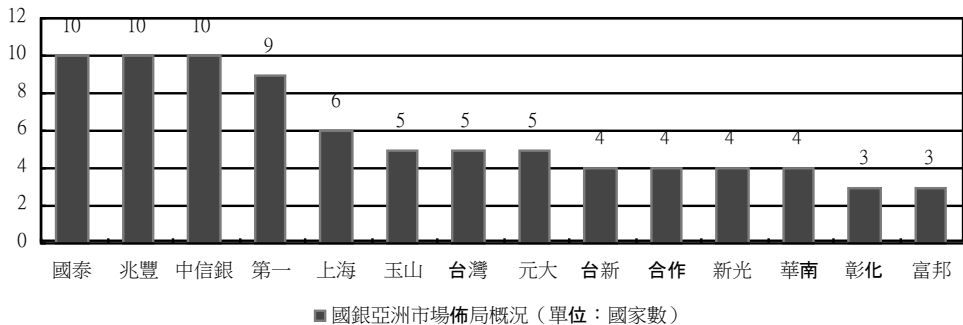


圖5 我國銀行於亞洲市場布局概況

資料來源：整理自金管會銀行局金融統計資料（至 2017 年 6 月）。

從我國銀行的海外併購歷程來看，1997 年「華信銀行」（現為永豐銀行）併購美國加州遠東國民銀行（FENB），為我國銀行業第一家於海外進行併購銀行的案例，且為於亞洲區域之外的銀行併購案。之後併購案以亞洲區域為主，「國泰世華銀行」併購越南世越銀行（2000 年）、柬埔寨新加坡銀行（2012、2013 年）與菲律賓中華銀行（2014 年）、「玉山銀行」併購柬埔寨聯合商銀（2013 年）、「中國信託」併購日本東京之星銀行（2014 年）、「元大銀行」併購韓國新儲蓄銀行（2016 年）。從我國銀行海外併購的經驗來看，銀行業海外布局除了設立分行、子行外，還積極併購亞洲區域的當地銀行，藉以加速海外市場的擴張。

從台灣銀行業的海外布局來看，的確是跟隨台商腳步（鄭貞茂等，2013），從亞洲、美洲、歐洲與非洲的布局顯示二者的布局是趨於一致。本文更進一步從捷克、

波蘭、匈牙利與斯洛伐克等四國之中東歐台商作為分析對象，檢視這個假設也適用於中東歐。我國銀行業於歐洲多設立倫敦，主要考量在於金融中心的因素，而沒有前往中東歐投資主要在於台商數量與規模的考量，本文認為台灣銀行業的海外布局，是跟隨台商進行全球化布局，但卻帶有濃厚的「經濟民族主義」（*economic nationalism*）性格。

過去對於經濟民族主義的討論多擺置於國家政策的層次，但其也未有單一性的界定（Burnell,1986）。經濟民族主義的研究途徑包含，一是從政治、經濟、社會、乃至於個人層次的因素，來看經濟民族主義政策的形成條件，二是從歷史與文化的條件，來看民族認同和經濟政策相互建構的過程（左正東，2011:82）。本文並非欲套用經濟民族主義的概念，而是重新思考對於一個後進國家（*less developed countries*）的銀行組織而言，是如何進行全球布局，其布局的特質為何？對後續學習創新的影響又是什麼？過去的研究（鄭貞茂等，2013）雖看到銀行跟隨台商發展的樣態，但卻未說明這種關係的特質。從上述的分析來看，台灣銀行業的海外布局的確受到國家政策、經濟全球化、社會條件等因素的影響。因此，本文認為台灣銀行業是隨著台商進行全球化的布局，但是卻帶有經濟民族主義的性格。以下將進一步探討台商全球化的策略，並以中東歐金融市場作為分析對象，探討日本銀行業的布局策略。

## 參、分析與討論：中東歐台商的全球布局

1989年中東歐社會產生巨大變遷，許多國家走向政治民主化及經濟市場化的路徑，吸引世界各國前往投資。2004年歐盟東擴，打破歐洲之東西歐分界的局面，因此，台灣企業在面對歐盟東擴時，除了積極尋找貿易商機外，並企圖進入歐盟內部設立生產與營運中心，藉此進入歐盟市場以進行全球化布局。中東歐國家因其相對低廉的土地與勞動成本，使其成為近年台灣企業進入歐洲的替代性場域（王素鸞，2005；高曉川，2010。）

## 一、台商的生产全球化

台商前赴捷克投資，多為資訊科技產業，包括鴻海、友達、宏碁、華碩、和碩、合勤、英業達、大同、緯創、達方、奇偶與正文等上市公司。根據投審會資料顯示，迄 2020 年 3 月，台商赴捷克投資金額為 1.6 億美元，共 30 件投資案。鴻海於 2000 年收購了捷克帕爾杜比采市 (Pardubice) 的 HTT-Telsa 廠，為捷克第三大出口商 (經濟部投資業務處，2015)。帕爾杜比采市工廠生產的產品主要銷往歐洲、中東與非洲各地。隨著鴻海集團於捷克設廠投資，許多科技公司也陸續於捷克投資。華碩於 2004 年投資 2,400 萬美元，在捷克 Ostrava 設廠，設廠的主要原因是便利接單，為與客戶有更直接聯繫，除設立廠房外，也在捷克設置客戶服務中心。英業達也於 2004 年於捷克 Brno 設廠投資 1,000 萬美元，設廠主要是因為接近市場、成本與銷售端等三個因素 (表 4)。如一位台商企業經理人提到：

表 4 台商赴捷克投資歷程

台商	投資產業別	時間	投資金額	投資方式
鴻海	電腦組裝	2000	3 億美金	收購了捷克帕爾杜比采市的 HTT-Telsa 廠
華碩	電腦業	2004	2,400 萬美元	在捷克的 Ostrava 設廠，主要以系統組裝為主
英業達	電子業	2004	1,000 萬美元	在捷克 Brno 設廠
大同	電子業	2005	625 萬美元	於捷克 Plzen 的 Borska 工業區，生產電腦、電視
達方	面板零組件	2006	-	於捷克設廠
奇偶科	智能監控系統	2006	-	於捷克設立辦事處
友達	面板、太陽能	2008	1,400 萬美元	在捷克 Brno 投資面板廠、電視組裝廠與太陽能模組廠

資料來源：整理自經濟部投資業務處統計資料 (至 2016 年 4 月)、各公司年報與證基會「海外發行可轉債與存託憑證申請書」(2003-2008)。

「我們公司是從蘇格蘭遷到這裡的，客戶是 HP，我們生產伺服器，5、6 年前一些大客戶考量成本及全球運籌的原因。我們主要是負責歐洲區，其他品牌公司負責代運送，我們只負責交貨，我們主要負責地區是德國和法國的市場。在這裡廠房租金都比英國便宜三分之一，人工便宜二分之一左右，電力成本沒有什麼差，水費不用。供應成本的節省，我們可以維持訂單的穩定性，第三個考量是銷售端，可以整合成一個生產鏈，歐盟產業基金及捷克有補助大型廠商，這些都是大型企業考量的原因。」（訪談記錄，CZTW005：1）

我國與斯洛伐克於 2003 年開始互設經濟與文化辦事處，因此台商於斯洛伐克設廠投資數較少，目前有台達電、鴻海與友達三家於當地投資或設有營運據點。台達電於 2003 年透過泰國子公司（Delta Electronics Thailand），併購位於 Trenčín 之瑞士 Ascom 公司能源系統部門、2006 年增資 3,300 萬歐元在 Trenčín 市東北郊之 Dubnica nad Váhom 鎮另建新廠、2011 年再增資 2,050 萬歐元擴建廠房。鴻海 2010 年透過香港富士康（Foxconn Technology）投資 4,500 萬歐元，併購日商新力（鴻海持股 90%，Sony 持股 10%）於斯洛伐克的 Nitra 廠及歐洲配銷中心，代工生產 Sony 品牌液晶電視，深化鴻海在歐洲之投產布局（經濟部投資業務處，2015）。友達於 2012 年投資 1 億歐元在斯洛伐克西部 Trenčín 市建廠，生產液晶顯示器後端模組（經濟部投資業務處，2015）（表 5）。

表 5 台商赴斯洛伐克投資歷程

台商	產業別	時間	投資金額	投資方式
台達電	科技 (能源、電源系統)	2003	5,350 萬 歐元	併購位於 Trenčín 之瑞士 Ascom 公司能源系統部門
		2006	3,300 萬 歐元	在 Trenčín 市東北郊之 Dubnica nad Váhom 鎮另建新廠
		2011	2,050 萬 歐元	擴建廠房

台商	產業別	時間	投資金額	投資方式
鴻海	液晶電視	2010	4,500 萬 歐元	併購日商新力斯國 Nitra 廠及歐洲配銷中心，鴻海持股 90%，新力持股 10%。
友達	面板 (轉型代工汽車零 組件)	2012	1 億歐元	在斯洛伐克西部 Trenčín 市建廠

資料來源：整理自經濟部投資業務處統計資料（至 2016 年 4 月）、各公司年報與證基會「海外發行可轉債與存託憑證申請書」（2003-2012）。

台商於 2000 年開始赴匈牙利投資，主要為科技、音響與自行車產業，包括東亞科、國巨、鴻海、合勤、建興電與盛捷等公司。根據投審會資料顯示，迄 2016 年 3 月，台商赴匈牙利投資金額為 3.91 億美元，共 8 件投資案。新加坡台商東亞科於 2000 年投資 1,500 萬美元，設廠生產音響及音箱，但已於 2009 年進行清算。國內被動元件大廠國巨於 2001 年投資 500 萬美元，併購荷蘭飛利浦公司被動元件事業部（位於匈牙利 Szombathely 市之飛利浦匈牙利分公司）。鴻海於 2003 年在匈牙利 Komaron 市投資設廠（Foxconn Hungary Gyarto Kft.），共投資 1.11 億美元，以組裝製造行動電話與零組件為主（經濟部投資業務處，2015）。

2005 年合勤科技於匈牙利設立分公司，建興電 2006 年併購飛利浦車用光碟事業（DVD）（包括該公司在匈牙利久爾市之光碟機廠），購併金額約 4,320 萬歐元，另支付約新台幣 2.6 億元予台灣明碁電通（BenQ）公司，取得飛利浦明碁儲存科技股份有限公司（明碁電通與飛利浦之合資公司）之 49% 股權（經濟部投資業務處，2015）。華碩 2007 年於匈牙利設有分公司，從事電腦等產品銷售。鴻海集團之子公司 PCE Paragon Solutions Kft. 於 2008 年 6 月購併 Sanmini-SCI Corp. 位於匈牙利 Szekesfehervar 工業區之電腦組裝廠，以代工生產伺服器、電腦、存儲器及網絡產品為主，就近供應歐洲及非洲市場，總投資額約 2 億美元（經濟部投資業務處，2015）。

從台商赴中東歐的投資方式，基本上可以區分成「直接設廠」與「併購」(Merger & Acquisition, M&A)<sup>5</sup> 二種模式。二種投資模式可以再區分為直接投資或透過海外子公司投資。「直接設廠」如華碩、英業達與大同於捷克直接設廠投資，友達於斯洛伐克設廠，鴻海透過子公司富士康於匈牙利設廠投資。而「併購方式」如鴻海直接收購了捷克帕爾杜比采市的 HTT-Telsa 廠，國巨也直接併購飛利浦於匈牙利的被動元件部門，而台達電透過泰國子公司泰達電併購位於 Trenčín 之瑞士 Ascom 公司能源系統部門。由上述分析顯示，中東歐台商所彰顯的是一種依據生產全球化所進行的布局，所面對的顧客並非以在地為主，而是與國際大廠、全球性銀行建立網絡關係。

## 二、台商的資本全球化

台商所採取的融資管道有所差異，基本上可以區分成「大型企業」與「小型貿易商」二種規模。大型上市企業因為已是上市公司，對籌措資金的需求越來越多，廠商籌措資金的方式也越來越靈活，不單只是銀行貸款或是股票就可以滿足，而且伴隨著全球金融市場的開放與自由化，融資的管道也愈多元。捷克台商中的「大型企業」如鴻海於 2000 年發行海外可轉換公司債 (ECB)<sup>6</sup>、華碩與英業達於 2004 年

---

5 所謂「併購」(Merger & Acquisition, M&A)，其乃是合併 (Merger) 與收購 (Acquisition) 兩種財務活動之總稱。「合併」是指由兩家或兩家以上之公司結合為一，若被合併公司 (稱為消滅公司) 申請解散並由存續公司申請變更登記，稱為吸收合併或存續合併；若兩家以上之公司同時消滅而形成另一家新公司，則稱為新設合併或設立合併。至於「收購」，則可分股權收購 (Stock Purchase) 與資產收購 (Asset Purchase) 兩種。前者以直接或間接方式購買目標公司部分或 (全部) 股權，使目標公司成為收購者之轉投資事業；後者則是僅購買目標公司部分之資產，故其並不承受目標公司之債務。相反地，股權收購者則將成為目標公司之股東，必須承受目標公司所有之權利與義務 (謝劍平，2001：206)。

6 可轉換債券 (Convertibility Bond) 讓投資人在特定一段時間可以依約定的轉換價格，將公司債券轉換成公司的普通股票，若企業發行此債券於海外募集 (以外幣計價)，則稱為海外可轉換公司債 (ECB)。

發行海外可轉換公司債 (ECB)、大同公司於 2005 年發行海外可轉換公司債 (ECB) 與全球存託憑證 (GDR)<sup>7</sup>以解決海外併購與設廠的資金需求 (表 6)。

表6 台商赴捷克投資之籌資方式

台商	時間	投資金額	投資方式	籌資方式	籌資地點
鴻海	2000	3億美金	併購	發行海外可轉換公司債 (ECB)	盧森堡
華碩	2004	2,400萬美元	直接設廠	發行可海外轉換公司債 (ECB)	盧森堡
英業達	2004	1,000萬美元	直接設廠	發行可海外轉換公司債 (ECB)	盧森堡
大同	2005	625萬美元	直接設廠	發行海外可轉換公司債 (ECB) 發行全球存託憑證 (GDR)	盧森堡

資料來源：整理自經濟部投資業務處統計資料 (至 2016 年 4 月)、各公司年報與證基會「海外發行可轉債與存託憑證申請書」(2000、2004、2005)。

於斯洛伐克投資的台商三家都屬於「大型企業」，如台達電於 2003 年開始的三次併購與投資案，都是透過泰國子公司泰達電 (Delta Electronics Thailand) 增資。鴻海是透過香港富士康 (Foxconn Technology) 籌資併購廠商，而友達是到美國發行存託憑證 (ADR)。因此三家大型企業都是透過海外籌措資本以解決中東歐併購或設廠的資金需求 (表 7)。因此，可以說明為何前面所述表 1 資料中，斯洛伐克的投資記錄沒有顯示於國內投審會的資料上。

7 存託憑證是由國銀 (一般稱之為存託銀行；Depositary Bank) 所發行的一種可轉讓憑證，所表彰的是一定數量的國外有價證券。存託憑證依其發行地區的不同而冠其名稱，目前主要在美國發行流通的美國存託憑證 (American Depository Receipt; ADR)，以及同時在二個市場以上發行的全球存託憑證 (Global Depository Receipt; GDR)，外國公司在台灣發行的存託憑證即為台灣存託憑證 (Taiwan Depository Receipt; TDR)。

表7 台商赴斯洛伐克投資概況

台商	時間	投資金額	投資方式	籌資方式	籌資地點
台達電	2003	5,350 萬歐元	併購	泰國子公司泰達電 (Delta Electronics Thailand)	泰國
	2006	3,300 萬歐元	直接設廠	泰國子公司泰達電增資	泰國
	2011	2,050 萬歐元	直接設廠	泰國子公司泰達電增資	泰國
鴻海	2010	4,500 萬歐元	併購	透過香港富士康 (Foxconn Technology)	香港
友達	2012	1 億歐元	直接設廠	發行美國存託憑證 (ADR)	美國

資料來源：整理自經濟部投資業務處統計資料（至 2016 年 4 月）、各公司年報與證基會「海外發行可轉債與存託憑證申請書」（2012）。

而匈牙利台商也多屬於「大型企業」的籌資方式，如國巨透過國外投資銀行發行海外可轉換公司債（ECB），鴻海透過香港富士康投資設廠，而華碩則是發行全球存託憑證（GDR）的方式於匈牙利設立分公司。從台商籌資的方式來看，大型企業較傾向以全球資本與債券市場籌措資本，以解決中東歐併購與設廠的資金需求。而全球性籌資過程主要是透過投資銀行<sup>8</sup>進行承銷，這些大型券商都具有百年以上的專業能力，但當要爭取案件時，長期所建構出的關係網絡則相當重要。

中東歐台商的全球化布局，除了面對生產全球化之外，對於金融業務的需求，也進行了資本全球化。資本全球化的展現，其實與前面分析的籌資方式與網絡有很大的關係，大型的企業透過全球資本與債券市場籌資，面對的金融機構可能是全球性的投資銀行。

8 現今的投資銀行業務由原來的證券業務逐漸發展擴大到包括合併與購併諮詢、外匯與衍生性金融商品的操作、聯貸、專案融資、創業投資、投資管理、風險規劃等項目（謝劍平，2001）。

### 三、中東歐金融市場、全球化與後進者發展的思考

根據世界經濟論壇 (WEF) 的「全球競爭力報告」(2016-2017) 評比, 歐盟中東歐地區國家的金融市場與整體表現之排名 (表 8)。首先, 捷克的金融市場在全球受評的 138 個國家中, 排名第 27 (整體排名 31)、指標分數 4.7, 僅次於愛沙尼亞。其次, 斯洛伐克金融市場排名第 33 (整體表現排名 65)、指標分數 4.6, 顯示捷克與斯洛伐克的金融市場全球排名大概在前四分之一強。而波蘭金融市場排名 46 (整體表現排名 36)、指標分數 4.2。最後, 匈牙利金融市場排名 70 (整體表現排名 69)、指標分數 4, 顯示其金融市場之發展相對落後於捷克、斯洛伐克與波蘭。

表8 歐盟中東歐地區國家金融市場與整體發展表現評比

國家	金融市場		整體表現 <sup>9</sup>	
	全球排名	指標分數	全球排名	指標分數
愛沙尼亞	22	4.8	30	4.8
捷克	27	4.7	31	4.7
斯洛伐克	33	4.6	65	4.3
拉脫維亞	52	4.2	49	4.4
波蘭	46	4.2	36	4.6
羅馬尼亞	86	3.7	62	4.3
立陶宛	60	4.1	35	4.6
保加利亞	59	4.1	50	4.4
匈牙利	70	4	69	4.2
克羅埃西亞	95	3.6	74	4.1
斯洛維尼亞	118	8.2	56	4.4

資料來源：整理自 WEF (2016) “The Global Competitiveness Report” 2016–2017。<sup>10</sup>

9 世界經濟論壇的全球競爭力指標 (GCI) 包含 12 個基本要素：制度、基礎設施、宏觀經濟環境、健康與初等教育、高等教育與培訓、商品市場效率、勞動力市場效率、金融市場發展、技術條件、市場規模、商業成熟度與創新等。

10 資料來源：<http://reports.weforum.org/global-competitiveness-index/competitiveness-rankings/>。

根據世界經濟論壇（WEF）的「全球競爭力報告」（2016-2017）評比來看，捷克的金融市場發展較為成熟與穩定，具有銀行健全度高、金融法規環境相對健全與企業發展資金成本低廉等優勢。斯洛伐克企業透過創投與股票市場籌資的難度較高，但總體金融市場表現與捷克相似也屬成熟。至於匈牙利信貸管道暢通仍有改善空間，且總體金融市場表現則落後於多數中東歐國家。

依據 Bankscope 資料庫（2017）顯示，從這四個國家前十大銀行的股權結構來看，多已經被比利時、奧地利與義大利等歐系外資銀行所主導。以捷克為例，Ceskoslovenska Obchodni Banka A.S.- CSOB 的主要控股股東為 KBC Group NV/ KBC Group SK-KBC Group(比利時)、Komerčni Banka 的主要控股股東為 Société Générale SA（法國）、Unicredit Bank Czech Republic and Slovakia AS 的主要控股股東為 UniCredit SpA（義大利）與 Raiffeisenbank akciová spoločnosť 的主要控股股東為 Raiffeisen Bank（奧地利），從前十大銀行的所有權結構來看，捷克銀行業多為外資所主導（表 9）。

表9 捷克前十大銀行概況

	主要控股股東 (Controlling shareholders)	資產 (mil USD)	淨利 (mil CKZ)	分支數 (家)
Ceska Sporitelna a.s.	ERSTE Group bank AG	38,586	14,295	621
Ceskoslovenska Obchodni Banka A.S.- CSOB	KBC Group NV/ KBC Group SK-KBC Group	38,524	13,989	417
Komerčni Banka	Société Générale SA	35,915	13,132	442
Unicredit Bank Czech Republic and Slovakia AS	UniCredit SpA	21,061	4,361	173
Raiffeisenbank akciová společnosť	Raiffeisen Bank	10,137	2,070.00	119
Hypotecni banka a.s.	Ernst & Young bank	9,738	3,078	28

	主要控股股東 (Controlling shareholders)	資產 (mil USD)	淨利 (mil CKZ)	分支數 (家)
Ceskomoravska Stavebni Sporitelna as-CMSS as	KBC Group NV/ KBC	7,227	1,160	n.a.
GE Money Bank as	n.a	6,312	4,279	n.a.
J&T Banka as	J&T Banka as	5,860	1,342	n.a.
Ceskomoravska Zarucni a Rozvojova Banka a.s.-Czech Moravian Guarantee and Development Bank	n.a	5,581	256	5

資料來源：整理自Bankscope (2017)。

儘管中東歐銀行業多為歐系外資主導，但是近年來中國大陸<sup>11</sup>於中東歐匈牙利、捷克設立銀行，並開拓人民幣結匯等業務，已成其國際金融發展趨勢，中東歐諸國或許可成為國際金融新興區域中心，而國銀亦可重新思考其全球化的布局策略。另外，日本三菱 UJF 金融集團 (Mitsubishi UFJ Financial Group) 於波蘭設立分行，主要業務是企業金融貸款及服務，面對波蘭金融市場的激烈競爭，除了服務日本企業外，也積極開拓當地市場。如一位三菱銀行波蘭分行經理人提到：

「波蘭的金融市場競爭相當激烈，除了必須面對外來銀行的挑戰之外，例如 ING 銀行及 City Bank，當地銀行也是不可忽視的競爭對手，譬如波蘭銀行。我們目前正逐漸開拓其他亞洲來的企業客戶，特別是韓國及台灣的企業，當然也需要當地的一些企業，實際上已經有所斬獲。當前標定幾家大企業，積極爭取為客戶，如台灣鴻海精密工業企業剛才併購日本 Sharp 公司，就是我們努力的對象。」（訪談記錄，B01J01：1）

11 中國大陸多家銀行與中東歐金融機構合作，如中國建設銀行、中國工商銀行、中國銀行、中國國家開發銀行，以及中國進出口銀行等已於中東歐設立分支機構與代表處。

日本銀行業於中東歐的布局，並非完全以日商企業為主，而能積極開拓波蘭當地的企業，以及來自亞洲的企業，顯然是能跳脫經濟民族主義的思維。

自 1980 年代以來，全球化（globalization）的議題與發展趨勢受到廣泛的注意，但也產生不同的觀點與論述。全球的世界具有一個單獨的社會與文化形式，全球化（globalization）是指「在一社會過程中，地理區域上的社會與文化環境的限制逐漸降低，而於其中的人也意識到這樣的情境轉變」（Waters, 1998 : 3）。從經濟社會學的角度來看，全球化這個名詞被用來指稱現代資本主義在全世界擴展的速度（Swedberg, 2007）。過去，生產、分配以及消費是在同一個國家，全球化則意味著國家之間邊界對於資本主義的運作逐漸變得不重要了。生產、分配、消費與利潤投資已經進行全球性的運轉，從台商於中東歐布局來看，正進行著生產全球化、服務全球性顧客，也進行著資本全球化的運作。因此，就台商與台灣銀行業的全球化布局，是進行著不同的運作邏輯，也顯示了可能存在不同類型的全球化過程。

從中東歐的金融市場來看，儘管中東歐銀行業多為歐系外資主導，日本銀行業，也能逐步跳脫對於日系企業的依賴，開始拓展中東歐地區的當地企業以及來自亞洲的企業。但是台灣銀行業於中東歐金融市場的發展，則仍侷限於經濟民族主義的性格。顯示同為銀行組織，它們卻選擇了不同的發展策略，以致於可能進入不同的發展路徑。歐美大型銀行組織之所以能維持主導地位，是因為他們在金融技術、管理、行銷與組織網絡上進行長期的投入，取得了先行者的優勢（first mover advantage），在組織內累積了難以模仿複製的組織能力（Chandler, 1990）。

台灣銀行業身為金融市場發展的後進者（late comer），從全球化的發展策略來看，國外成熟的市場是需要更多心力經營，除了資金與人力資源外，還要適應國外的文化因素，以慢慢建立出在地顧客的信任。面對全球化的金融市場，以及全球資本主義的形成（Allen and Gale, 2001），企業組織本身的國際競爭力，無法再從國家力量的扶持，取得長久的優勢，而必須依賴企業組織本身發展組織能力

(organizational capability)<sup>12</sup>。面對金融全球化的時代，銀行業不僅有來自國內的競爭，而且有來自國外的競爭，全球化策略應該是一種透過學習來追趕 (catch up) 的發展路徑。

## 肆、綜合討論與建議

在全球經濟發展的趨勢下，企業組織不但要視全球為市場，也要把全球競爭條件當成重要指標。台商企業在面對歐盟東擴時，積極進入歐盟內部設立生產線並藉此進入歐盟及其他鄰國市場，進行全球布局。從台商於中東歐的布局來看，正進行著生產全球化、服務全球性顧客，也進行著資本全球化的運作。而台灣銀行業也隨著台商的全球化進行全球布局，從亞洲、美洲、歐洲與非洲的布局顯示二者的布局是趨於一致，主要是以服務在地性客戶為主。因此，就台商與台灣銀行業的全球化布局，是進行著不同的運作邏輯，也顯示了可能存在不同類型的全球化布局過程。

從台灣銀行業的海外布局來看，的確是跟隨台商腳步，本文以中東歐台商作為分析對象，檢視這個假設也適用於中東歐。我國銀行業於歐洲多設立於倫敦，主要考量在於金融中心的因素，而沒有前往中東歐投資主要在於台商數量與規模的考量，本文認為台灣銀行業的海外布局，是跟隨台商進行全球化布局，但卻帶有濃厚的「經濟民族主義」(economic nationalism) 性格。本文從中東歐台商與台灣銀行業間的運作關係來彰顯這種特質，而這性格的確是受到國家政策、經濟全球化、社會條件等因素的影響。本文欲透過此來重新思考對於一個後進國家的銀行組織而言，其進行全球布局時的可能發展途徑。

從中東歐的金融市場來看，儘管中東歐銀行業多為歐系外資主導，日本銀行業，也能逐步跳脫對於日系企業的依賴。但是台灣銀行業於中東歐金融市場的發展，則仍侷限於經濟民族主義的性格。本文認為台灣銀行業的經濟民族主義性格，將會為其全球化布局帶來限制。只跟隨服務台商的心態與布局策略，可能會放慢學習與創

---

12 參見 Chandler (1990) 與 Lazonick and Mass (1995)。

新的速度，以及喪失進入全球金融市場的機會。面對金融全球化的時代，台灣銀行業的海外布局應該重新思索新的學習與追趕的發展模式，因此，逐步擺脫經濟民族主義性格的發展路徑，應當可以成為台灣後進銀行組織發展的可能學習模式。

## 參考文獻

- 王文娟 (2007)。台商海外投資與貿易結構變動。發表於 10th Academic Forum on East Asian Economy, 2007 年 3 月 1 日 NIRA, Tokyo。
- 王素鸞 (2005)。全球台商經貿網絡競爭力研究。行政院經濟建設委員會。
- 王振寰 (2002)。東亞「世界城市」的不同路徑：漢城與台北。台灣社會研究季刊，第 47 期。
- 左正東 (2011)。國際政治經濟學的典範問題與經濟民族主義的再檢視。國際關係學報，第 32 期。
- 石川晃弘、張家銘主編 (2010)。中歐政治與社會發展。台北：書林。
- 高士欽 (1999)。生產網絡與學習型區域——台中工具機產業轉型分析。東海大學社會學研究所博士論文。
- 高曉川 (2010)。陸台企業在東歐投資評析。俄羅斯中亞東歐市場，2010 年第 11 期。
- 卓瑞瑩 (2014)。台資企業投資區域之區域優勢分析——以捷克共和國為例。南華大學歐洲研究所碩士論文。
- 洪美蘭 (2002)。經濟激進轉型策略：中東歐之經驗與啟示。台北：翰蘆圖書。(2008)。經濟均衡發展策略：歐洲轉型國家之案例與啟示。台北翰蘆圖書。
- 張家銘 (2006)。台商在蘇州：全球化與在地化的考察。台北：桂冠。
- 鄭貞茂等 (2013)。我國銀行業發展海外市場與國際業務之研究-以俄羅斯、波蘭、南非、印度、柬埔寨及緬甸為例。台灣金融研訓院研究結案報告。
- 謝劍平 (2001)。現代投資銀行。台北：智勝。
- 金管會銀行局統計資料，106 年第二季 (2017)、109 年第三季 (2020)。
- 銀行法法令彙編編輯委員會編 (2006)。銀行法法令彙編。台灣金融研訓院。
- 經濟部投資業務處 (2016)。海外台商投資概況。
- 經濟部投資業務處 (2015)。捷克投資環境簡介。
- 經濟部投資業務處 (2015)。斯洛伐克投資環境簡介。

- 經濟部投資業務處（2015）。**匈牙利投資環境簡介**。
- 證券基金會（2000-2008; 2012）。**發行海外可轉債與存託憑證申請書件**。
- Goldman, Minton F.（2001）著，楊淑娟譯。**中、東歐的革命與變遷——政治、經濟與社會的挑戰**。台北：鼎文書局。
- Waters, Malcolm .（1998）著，徐偉傑譯。**全球化**。台北：弘智。
- Allen, F. and D. Gale. (2001). *Comparing Financial System*. Cambridge, MA : The MIT Press.
- Burnell, Peter. (1986). *Economic Nationalism in the Third World*. Boulder :Westview Press.
- Carruthers, Bruce G. (2012). Historical Sociology of Modern Finance. In Cetina, K. Knorr and Alex Preda (eds.). *The Oxford Handbook of the Sociology of Finance*. Oxford University Press.
- Cetina, K. Knorr. (2012). What is a Financial Market? Global Markets as Microinstitutional and Post-Traditional Social Forms. In Cetina, K. Knorr and Alex Preda (eds.). *The Oxford Handbook of the Sociology of Finance*. Oxford University Press.
- Chandler, Alfred D. (1990). *Scale and Scope: The Dynamics of Industrial Capitalism*. Cambridge: Harvard University Press.
- Davies, Glyn. (1994). *A History of Money: From Ancient Times to the Present Day*. Cardiff: University of Wales Press.
- Held, David. (1999). *Globalization Transformation: Politics, Economics, and Cluture*. Stanford University Press.
- Jacobs, Mark D. (2012). Financial Crises as Symbols and Rituals. In Cetina, K. Knorr and Alex Preda (eds.). *The Oxford Handbook of the Sociology of Finance*. Oxford University Press.

- Lazonick, William and William Mass (eds.). (1995). *Organizational Capability and Competitive Advantage*. Edward Elgar Publish Company.
- Sassen, Saskia. (2005). The Embeddedness of Electronic Markets: The Case of Global Capital Markets. In Cetina, K. Knorr and Alex Preda (eds.) *The Sociology of Financial Markets*. Oxford University Press.
- Swedberg, Richard. (2007). *Principles of Economic Sociology*. Princeton University Press.
- Zuckerman, EZRA W. (2012). Market Efficiency : A Sociological Perspective . In Cetina, K. Knorr and Alex Preda (eds.). *The Oxford Handbook of the Sociology of Finance*. Oxford University Press.

Bankscope 資料庫

<http://reports.weforum.org/global-competitiveness-report-2016-2017>

### 訪談基本資料表<sup>13</sup>

編號	訪談日期	受訪者服務單位類別	訪談機構所在地
CZTW005	2010/8/18	台商（電子業）	捷克
B01J01	2016/4/18	日商（金融業）	波蘭
B01T01	2016/7/14	台灣（金融業）	台灣

13 基於研究倫理，本文不列受訪者姓名與服務機構名稱。



# 女性體態美的文化差異： 台、美、巴西與俄羅斯的比較

張榮富\*、彭莉惠\*\*

\*國立臺北教育大學社會與區域發展學系教授

\*\*淡江大學未來學研究所助理教授

## 【摘要】

過去有關身材與吸引力的關係的研究多是以歐美人士為樣本，甚少有東方人觀點的研究。本研究採用 Doug Jones 在 1996 所用的女性身材側面剪影圖，以問卷調查方式要男女大學生對圖像的胸、腰、臀、大腿、小腿、腿長等進行增幅或減幅度的調整。研究結果與 Jones 的研究比較後顯示，台灣年輕男性對女性胸部的偏好類似美國人（喜歡再大一點），對臀部的偏好類似巴西人（喜歡再大一些），而對大腿的偏好則與俄羅斯人類似（喜歡再細一點）。綜合四國比較，本文認為體態美的偏好雖有其演化基礎，但也可能受文化、人種或媒體渲染的多元因素影響，期後續有研究者能進一步釐清。

**關鍵字：**體態美、身材、胸、臀、腿

# Culture Difference of Physical Attractiveness of Female Body Shape: A Comparison of Taiwanese, American, Brazilian and Russian

Jung-Fu Chang<sup>\*</sup>、Li-Hui Peng<sup>\*\*</sup>

<sup>\*</sup> Professor, Department of Social and Regional Development, National Taipei University of Education

<sup>\*\*</sup> Assistant Professor, Department of Graduate Institute of Futures Studies, Tamkang University

## 【Abstract】

Most previous studies on the relationship between body shape and physical attractiveness use the samples of European and American. The purpose of this study is to repeat Doug Jones' study (1996) but use Taiwanese sample. By using a picture of a woman's body silhouette (the same with Jones' study in 1996), the results show that gender difference on the attractive preference of female body shape. Comparing with Jones' study, there are also culture differences. Taiwanese students feel the most attractive woman's breast should larger than the silhouette (similar with American), the buttocks should be larger (similar with Brazilian), and the thighs should be smaller (similar with Russian). The results will be discussed from evolutionary theory, social and cultural perceptive.

**Keywords:** physical attractiveness, body shape, breast, buttock, thigh

## 壹、前言

過去有關女男身材 (body shape) 的研究常見的有兩大類。第一類為「身體意象」(body image) 的研究。第二類是「身材吸引力」(physical attractiveness) 的研究。本文屬於第二類研究。

過去國外女性身材吸引力的研究多以歐美人士為樣本，然而女性身材與吸引力的關係似乎存有跨文化或種族上的差異。令人遺憾的是，此類研究少有東方人樣本的研究。因此本文第一個研究目的乃是：以 Jones (1996) 的女性身材側面剪影圖，得出台灣男女對女性身材各部位的偏好，並與 Jones 研究中三個西方國家（美國、俄羅斯與巴西）男女偏好做比較，以了解種族或社會文化的不同是否會造成男女對女性身材偏好存有差異？

其次，過去歐美對身材偏好的研究也顯示，男女欣賞同一性別者的身材時，欣賞的「角度」（偏好的部位或比例）有明顯的性別差異。例如 Singh (1993)、Fallon 和 Rozin (1985) 的研究皆顯示，女性欣賞的女性體型比男性所偏好的女性體型更為纖細。這個命題（身材偏好的性別差異）也少有台灣本土樣本的研究，因此本文的第二個研究目的是以本文台灣樣本的結果，比較台灣與 Jones 研究中的三個西方國家中年輕男女對女性身材各部位偏好的性別差異。

## 貳、文獻回顧與討論

### 一、性擇與體態

達爾文的演化論 (Darwin, 1871) 分為天擇與性擇兩大部份。天擇說 (natural selection) 主張不俱適應環境優勢的個體容易滅絕。同一物種的族群可能因為種種原因被分隔，由於不同的環境，使得不同身體與心理特徵的個體容易在特定環境中生存與繁殖，族群之間的特徵差異便越來越大，天擇說因此可以解釋大量不同生物特

質的形成。但是天擇說卻不能解釋有一些看來缺乏環境適應性而且也會阻礙個體生存的性狀（traits，例如雄孔雀的大尾巴）卻也同樣在演化的過程中存留下來。

達爾文以性擇說（sexual selection）解釋，他認為雄孔雀大尾巴上的豔麗羽毛是因為雌孔雀的擇偶偏好與篩選配偶而產生的。性擇說認為同性之間為了競逐與異性交配的機會，而進行同性競爭與異性選擇，結果是具有某些屬性的雄性或雌性會較受異性的青睞，從而獲得繁衍後代的優勢。

適應器（adaptation）是指物種為了成功解決各種天擇與性擇的考驗（適應性問題）而演化出的「相對應的」解決機制（生理特徵或心理特徵）（Buss, 2004）。就天擇而言，馬的蹄、豹的紋、魚的鰭都是解決環境適應性挑戰之下演化而出的生理特徵。就性擇而言，適應器是為解決「繁衍成功」（reproductive success）（Symmon, 1979）而演化出的機制。達爾文把性擇分為以下兩大類。

第一類為「同性競爭」（intrasexual competition）是指：同一性別成員之間為爭取與異性交配機會而競爭。競爭勝出者較具有某些足以擊敗對手的生理或心理特徵，這些特徵也因此易遺傳於後代特定性別之中。例如，雄海獅（相對於雌海獅）的超大體型以及公鹿的超大鹿角都是「同性競爭」之下的生理特徵（適應器）。

第二類為「異性選擇」（intersexual selection）（或稱為「擇偶偏好選擇」）指的是：同一性別成員一致認為異性的某些特徵是他/她們所想要的（對他/她們有一致性的吸引力），而且與具有這類特徵的異性交配能增加他/她們繁衍後代的優勢。「異性選擇」最著名的例子即是前述孔雀的大尾巴。雄孔雀華麗的大尾巴在性擇中被認為是雌孔雀「擇偶偏好」（異性選擇）之下的產物。<sup>1</sup>

---

1 達爾文對此僅止於理論上的推測，後來的演化論者對此有實際的驗證。其中最有名的是 Petrie 與 Sanders（1991）的論文。對他們論文的簡略介紹可參考柯若寧（Cronin，1997）所寫的《螞蟻與孔雀》一書上冊。

綜合上述可知，天擇與性擇皆可能使物種或性別在演化中產生某些生理或心理特徵（適應器）。然而，只有是由性擇中的「異性（擇偶偏好）選擇」因素而產生的特徵才具有對異性的「吸引力」。不過，反論不必然成立。亦即一個對異性有吸引力的特徵不必然單單只是因為異性選擇因素而演化出來。例如，女性的腰臀比（waist-to-hip ratio）與女性的健康狀態有關（天擇因素），但也因此對異性產生吸引力（異性選擇因素）。又例如，男性的高大與生存環境有關（天擇因素），但也與男性之間的爭奪權力與配偶有關（同性競爭因素），也是女性所偏好的對她自己與後代的保護能力的象徵（異性選擇因素）。

由於兩性對異性需求的「繁衍成功」的要素不同，擇偶時對異性的身材特徵偏好也不盡相同。就男性對女性的擇偶偏好而言，女性的年齡、健康與生育能力同為男性「繁衍成功」需求下的重要擇偶偏好。<sup>2</sup> 由於遠古時代既無身份証也無健康檢查，原始男性必須藉由外在的生理特徵（例如腰臀比）來判斷女性的年齡、健康與生育能力。如果女性的某項生理特徵與年齡、健康或生育能力有強烈的相關，則該項生理特徵的狀態就能成為原始男性相當有用的「判斷線索」。根據前述性擇說中的「異性選擇」理論，該項生理特徵的狀態對男性將具有吸引力，亦即男性將受該項生理特徵的特定狀態所吸引。相對的，擁有該項生理特徵的「特定狀態」的女性也將有較高的獲選機會而有較多的子孫。

進一步而言，如果某一性別對某項生理特徵的「特定狀態」比另一性別更偏好（例如，男性比女性更偏好腰臀比小的異性），或是對「特定狀態」的重視程度高於另一性別者（例如，男性在擇偶時對異性具「小腰臀比」狀態的重視程度高於女性），則演化的結果將產生該項生理特徵（例如腰臀比）的「同種異形」（sexual

---

2 由於本文實証只分析女性身材的吸引力，故文獻討論時多以單一性別舉例說明。

dimorphism)。<sup>3</sup> 例如，女性的腰臀比明顯小於男性。所以人類男女生理特徵的「同種異形」以及這些生理特徵對異性的高吸引力常是相伴發生的。

## 二、女性體態特徵與傳訊機制

根據上一節的文獻討論可知，演化論認為女性身材受性擇（異性偏好選擇）的影響很大。「同種異形」較大的幾個生理特徵對男性尤其具有吸引力。這些身材各部位的特徵是用以傳遞年齡、健康與生育能力的可靠線索。以下本節將針對與本文實証中較有關係的幾個女性身材特徵略做說明。

### （一）WHR 與女性生育能力

腰臀比（the waist-to-hip ratio），簡稱 WHR，是腰與臀比例的測量指標。其計算方法是以腰圍除以臀圍，台灣女性的標準 WHR 為 0.7 至 0.8。高 WHR 代表腰粗，低 WHR 則代表腰細。

WHR 可顯示出女性的健康狀態。較高的 WHR 可以預測到女性的血漿內脂肪量高，有罹患糖尿病、高血壓、心臟疾病、中風、膽囊疾病、以及子宮癌、卵巢癌和乳癌的傾向（Furnham, Dias, and McClland, 1998）。

WHR 也與女性生育力有密切關係。相較於高 WHR 的女性，低 WHR 的女性有較理想的性荷爾蒙且月經週期較規律、排卵較頻繁，子宮頸內的 PH 較低，比較容易讓精液穿透，因此也較容易懷孕（Jasienska, Ziomkiewicz, Ellison, Lipson, and Thune, 2004）。

依據前述演化論中性擇論的說法，「同種異形」與「異性選擇」是相伴發生的。由於人類 WHR 「同種異形」的現象明顯，男性擇偶時對「較小的 WHR」的重視程

---

3 「同種異形」（sexual dimorphism，亦被譯為「雌雄異體」）為同一物種的雄性與雌性在外顯的體態上的差別，常被演化論者用以論証為是性擇的結果。有些猿類的同種異形非常明顯（例如大猩猩），人類男女的同種異形雖不若大猩猩明顯，但身體的大小、身形輪廓、各部分的比例、皮下脂肪量等仍有顯著差異。

度應高於女性。換言之，男性比女性更偏好「較小的 WHR」的異性。身材吸引力的研究實証也顯示，男性的確偏好較小 WHR 的女性。以不同社會人口為樣本的跨文化研究皆顯示，較小 WHR 的女性對男性的吸引力確實較高 (e.g., Dixon, et al., 2007; Furnham, Swami, and Shah, 2006; Henss, 2000; Singh, et al., 2010; 張榮富、溫鳳鈴、王麗雪, 2013)。

## (二) 女性腿長對男性的吸引力

近年來已經証實腿身比 (leg-to-body ratio) 是女性身材吸引力的重要來源之一。腿身比 (LBR) 是指下身與上身比例。<sup>4</sup> 就演化的角度來看，腿身比也是傳遞健康狀況的忠實信號之一 (Gangestad and Scheyd, 2005; Swami, Eion, and Furnham, 2006)。不少研究顯示，高腿身比 (腿長) 者有較低的罹患心臟病、糖尿病、低血壓等疾的風險 (e.g., Smith, et al., 2001; Gunnell, et al., 2003)

根據 Swami 與 Tove'e (2005) 的文獻回顧，腿身比與女性的生育能力有關。不少研究顯示，高腿身比的女性比低腿身比的女性擁有較寬的骨盆，因此較容易生出嬰兒 (生產風險較低)，也較有機率成功的生出更高更重的嬰兒 (Rey et al., 1995)。因此在遠古時期的男性選擇高腿身比的配偶將可增加自己的繁殖成功率。

由上述可推知，依據「異性選擇」與「吸引力」的說法，高腿身比的女性應會對男性有較大的吸引力。近期 Swami、Eion 與 Furnham (2006)、Sorokowsk 與 Pawlowski (2008) 以及張榮富、李惠閔、盧維娜、劉建珠 (2012) 的實証研究皆顯示，女性的腿身比對男性有相當一致性的吸引力，腿身比 1.3 的女性對男女皆最具吸引力。

---

4 下身是從腳的底部到骨盆頂 (在腰下面至臀部上方之間) 之間的距離；上身則為頭頂到骨盆頂之間的距離。

### （三）女性胸部的大小對男性的吸引力

女性的胸部是吸引男性的重要外貌特徵。有研究顯示，女性胸部大小對男性的吸引力甚致超過臀部大小（Furnham and Swami, 2007）。近期 Dixson 等人（2011）運用電腦眼睛追蹤（eye-tracking）技術所得出的結果顯示，不論是觀看的次數或停留的時間，男性注視女性胸部的程度都較女性身材的其他部位來得高。

如前所述，透過健康與生育能力的關係，演化論可以解釋為什麼女性的低 WHR 與高 LBR 會對男性具有吸引力，而且出現明顯的「同種異形」現象。由於女性的胸部較男性明顯的豐滿，也有明顯的「同種異形」，同理也應對男性具有吸引力，故應也是與性擇論中的「異性選擇」有關（張榮富、吳秀娟、楊晴、盧家琪，2015）。

大部份的研究顯示男性認為等於或大於平均值的胸部較吸引人（Dixson et al., 2011）。<sup>5</sup> 值得注意的是，若干研究結果顯示女性胸部大小對男性的吸引力存有文化或社會差異。例如，Furnham 和 Swami（2007）的研究顯示男性認為小胸最迷人；Horvath（1981）的研究則是中等胸部最迷人。同一研究中比較跨文化樣本的結果亦顯示，男性所偏好的女性胸部的絕對大小似乎頗受文化差異的影響。例如，面對 Jones（1996）所使用的女性身材側面剪影圖，美國男大學生與俄羅斯男大學生都認為圖中女性的胸部要再大一些會更美，巴西男大學生則認為應再小一些。

## 參、研究架構與程序

### 一、研究設計

如前述文獻討論所見，近期以不同文化樣本的比較性研究也顯示，男性對女性身材偏好可能會因社會文化而有所差異。然而過去身材對異性吸引力的研究多是以

---

5 這類研究很多，Zelazniewicz and Pawlowski（2011）以及 Dixson 等（2011）論文中更有更詳細的文獻回顧。

歐美人士為樣本，較少有東方人樣本的研究。本文實證研究則試圖補充過去實證研究缺少東亞人種樣本的缺憾。

本文以受測者在問卷中的自述性回答以及對 Jones (1996) 側面剪影圖的調整結果，試圖了解下列兩類問題：

- (一) 以台灣年輕男女對 Jones 側面剪影圖的調整結果，比較台灣與 Jones 研究中的三個西方社會（美國、俄羅斯與巴西）的年輕男女對女性身材各部位的偏好差異。
- (二) 台灣年輕男女對女性完美身材的看法上的差異。測驗中將包括兩類差異，第一，對女性身材各部位的重視程度上的差異。例如，男性是否重視女性的胸部甚於腿長？女性是否也如此？。第二，對 Jones 側面剪影圖的調整結果上的差異。例如，男性與女性是否皆贊成圖中女性的胸部要再大一些會更美？

## 二、研究方法

### (一) 身材側面剪影圖相關研究方法介紹

本文以問卷為研究工具，分兩類題型。第一類題目是由受測者回答對女性身材部位的主觀認知偏好。第二類是用 Jones (1996) 研究中的女性身材側面剪影圖，進行類似的影像調整問答，以備與 Jones 的研究結果比較。

本文所用女性身材側面剪影圖，在研究方法上屬於影像調整法，但以輪廓法的問卷的形式呈現。Jones 的研究中要求受測者對女性身材側面剪影圖（為「輪廓圖」參見本文圖 1）勾選「增大一些」、「適當」或「縮小一些」中的一項以表達心中完美女性的體形。之後在統計時，「增大一些」以 3 分計，「適當」以 2 分計，「縮小一些」以 1 分計。Jones 此法雖不能如影像調整法般可以讓受測者自由調整變項的幅度，但可同時觀測多個變項，又可以問卷的方式進行，不失為一個簡便的研究方法。

(二) 本文研究工具

由於要以台灣人的樣本與 Jones (1996) 的結果相比較，故延用 Jones 的女性身材側面剪影圖。研究問卷除受測基本資料填答之外包括兩題。第一題為單選題，請受測者「想像一位最吸引你的女性，請問她各部分身材中對你最有吸引力的部位是什麼？」，附有的勾選項目有六項：胸、腰、臀、大腿、小腿、腿長。

第二題，先附 Jones 的女性身材側面剪影圖（見圖 1）。並請受測者對此圖進行正向或負向的調整。勾選方式及提示語如下：



圖 1 女性身材側面剪影圖 (取自 Jones, 1996)

- 胸：可再豐滿一些 剛好 可再縮小一些
- 腰：可再粗一些 剛好 可再細一些
- 臀：可再豐滿一些 剛好 可再縮小一些
- 大腿的粗細：可再粗一些 剛好 可再細一些
- 小腿的粗細：可再粗一些 剛好 可再細一些
- 整體腿長度：可再長一些 剛好 可再短一些

本研究以台北某國立大學的大學生為研究母群體，分發問卷 400 份，問卷回收 350 份，回收率約 87.5%。無效問卷 15 份，有效樣本數為 335 人。男性 174 人，女性 161 人。樣本平均年齡 21.43 歲。由於 Jones (1996) 的研究也是以此圖測驗美國、巴西與俄羅斯三國男女大學生為樣本，與本文的樣本結構類似，具可比較性，故本文結果將可與 Jones 的結果做一比較。

### 三、研究結果

#### (一) 女性身材部位吸引力的性別差異

根據表 1 的內容，最能夠吸引男性的女性身材部位，排名前三名依序為胸部、小腿、腿長。然而最能夠吸引女性的身材部位，排名前三名依序為腿長、小腿、腰部。由此可知，男女對女性身材最欣賞部位的偏好的部位差異性很大。男性最欣賞的是女性的胸部，女性則回答最能夠吸引她們的是同性的腿長。不過腿部顯然仍是吸引男女的重點，小腿與腿長分列為吸引男性目光的二、三名及女性目光的一、二名。美腿仍為吸睛的重點。

有趣的是，本研究的這一部份結果（男性最注意女性的胸部）雖然只是來自於一個非常簡單的問題，卻與近期 Dixon 等人（2011）運用先進電腦眼睛追蹤（eye-tracking）技術所得出的結果有相似之處。該研究顯示，不論是觀看的次數或停留的時間，男性注目女性胸部的程度都較女性身材的其他部位來得高。女性胸部對年輕男性的吸引力似乎不容小覷。

值得一提的是，男性最欣賞的美胸與美腿也是近期媒體影歌星性感妝扮的重點：不是露胸就是露腿。男性欣賞女性身材的這兩個重點，可能源於男性自發性的審美觀（依演化論的觀點而言），亦即影歌星們的露胸露腿只是迎合男性的審美觀。但是也可能是受媒體的渲染的影響（依社會建構論的觀點而言），亦即大量曝光的露胸露腿美女影像形塑了男性審美觀。

本題的結果只能知道男女欣賞女性身材的重點及差異，但並無法回答上述問題：男女差異的根本原因為何？由於國內大量有關身體意象的研究多只注重於單一性別者對自己身材的滿意度，本文的發現雖然簡略，但或許可提供有興趣者未來可研究的方向。例如，釐清天性與社會性在男性欣賞女性身材的自述性偏好中所扮演的角色與份量？

表 1 男女性認為最能吸引自己的女性身材部位偏好

部位	男性回答 (174 人)		女性回答 (161 人)	
	百分比	排名	百分比	排名
胸	31.03	1	9.32	4
腰	12.64	4	14.29	3
臀	11.49	5	6.21	5
大腿	8.62	6	3.73	6
小腿	19.54	2	19.88	2
腿長	16.67	3	46.58	1

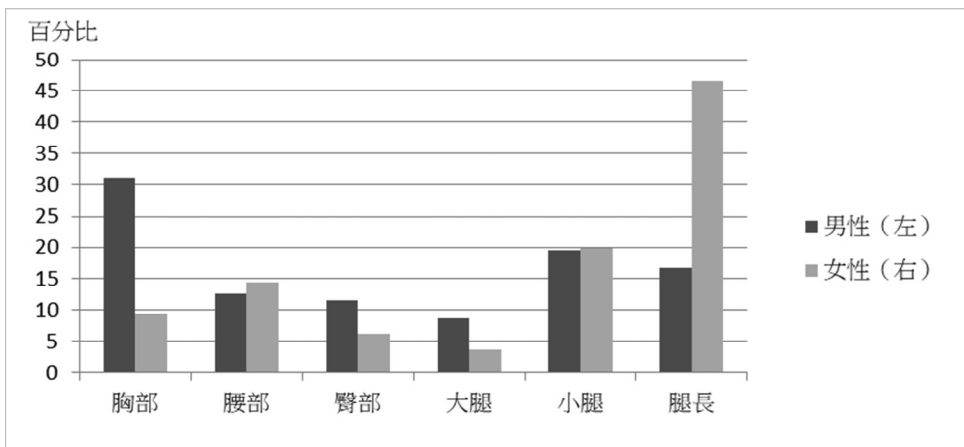


圖 1 男女性認為最能吸引自己的女性身材部位偏好的性別差異

(二) 女性側面圖各部位調整值的性別差異

因為前述統計處理時須把文字提示語換算為分數（延襲 Jones 的做法），故表 2 中的平均值如果是「2」表示受測者覺得圖中女性的身材部位大小剛好，大於「2」表示希望大一些，小於「2」表示希望小一些。

表 2 顯示，對於女性身材側面剪影圖（圖 1）各部位的調整值，男女平均數 t 檢定顯示，在胸部、臀部與腿長三個部位的調整值上存在顯著的性別差異。分述如下：（1）男性希望圖中女性的胸部可再大一些，而女性卻覺得可再小一些。這一點差異似乎也符合前一題的結果，亦即在自述偏好之下男性格外重視女性胸部。（2）男女雖然都偏好圖中女性的臀部再增大一些，但是女性比男性要求增大的幅度更高。（3）男性認為圖中女性的腿長剛好，而女性則偏好更長一些。這一點差異似乎也又符合前一題的結果，亦即在自述偏好之下女性格外重視女性的腿長。

t 檢定顯示，在腰部、大腿、小腿三個部位上，男女的偏好沒有顯著差異。男女皆偏好女性的腰部、大腿與小腿都可以再細一些。配上前一段的結果（男女皆希望女性的臀部再增大一些）可知，細腰與豐臀兩項男女共識代表男女皆偏好 WHR 更小的女性，這一點符合前述文獻討論所提到的性擇與體態偏好的關係，也與各國過去實証研究所顯示的「WHR 較小的女性較具吸引力」的結果一致。

表 2 男女性對於女子側面圖各部位的調整值

部位	男		女		t 值	p
	平均數	標準差	平均數	標準差		
胸	2.20	0.64	1.94	0.57	-4.46*	.00*
腰	1.77	0.49	1.80	0.50	-.72	.56
臀	2.20	0.75	2.48	0.62	3.96*	.00*
大腿	1.71	0.54	1.67	0.51	-.73	.47
小腿	1.72	0.48	1.76	0.48	.16	.38
腿長	2.00	0.54	2.15	0.49	2.42*	.01*

\*代表  $P < .05$

### (三) 女性身材側面圖的四國差異

表 3 為比較台灣、美國、巴西與俄羅斯四國男女對女性身材側面剪影圖中各部位的調整值。美、巴、俄的調整值為 Jones 於 1996 年的研究結果。由於其研究中只有胸、臀與大腿的調整值，故四國比較時只能比較此三項。

就胸部的大小而言，台灣、美國與俄羅斯的觀點類似。男性都希望圖中女性的胸部能再大一些，女性則希望胸部能再小一些。唯獨巴西例外，男女都希望圖中女性的胸部能再小一些（而且調整值低於其他三國很多）。值得注意的是，四國女性的審美共識皆是「胸部略比圖像小一些會更美」，而且四國男性的理想「美胸」都大於四國女性的看法。

就臀部的大小而言，台灣與巴西的觀點類似。男女都希望圖中女性的臀部能再大一些。反之，美國與俄羅斯的觀點類似。男女都希望圖中女性的臀部能再小一些。

就大腿的粗細而言，台灣、美國與俄羅斯再度站在同一觀點。男女都希望圖中女性的大腿能再細一些。但是可能令台灣人訝異的是，巴西男女都希望圖中女性的大腿能再粗一些。

**表 3 四國男女對於女子側面圖胸、臀、大腿調整之比較**

	男性平均數			女性平均數		
	胸	臀	大腿	胸	臀	大腿
台灣	2.20	2.20	1.71	1.94	2.48	1.67
美國	2.15	1.70	1.96	1.96	1.53	1.83
巴西	1.73	2.37	2.37	1.56	2.21	2.40
俄羅斯	2.08	1.89	1.89	1.83	1.86	1.78

資料來源：美、巴、俄的調整值為 Jones (1996) 研究結果，台灣的調整值為本研究結果。

## 肆、綜合討論

跨文化樣本結果雖易出現差異，但解釋其差異的成因卻不容易。本文屬「研究筆記」，雖不是設計來「解釋」女性身材偏好的跨文化差異，但在此「事後」提出下列幾點意見以供參考：

- (1) 各族群人種間（台、美、巴、俄）女性身材的不同可能會影響對女性身材側面剪影圖各部位調整的方向與幅度。例如，如果巴西女性大腿的平均數較其他三國女性或剪影圖中女性的大腿更粗，則巴西男性可能因此覺得剪影圖中女性的大腿太細，而認為再粗一些會更美。作者認為族群身材差異應有其影響力，建議未來跨文化身材吸引力的研究能把此一變項考慮進去。但是，這個「族群身材差異論」的說法並不能完全解釋上述身材偏好的跨文化差異。例如，本文作者的猜測，台灣女性的胸部平均數不太可能大於剪影圖中女性的胸部，但是台灣男性卻偏好更大胸部的女性。
- (2) 各國媒體渲染的女性身材與剪影圖中女性的身材差異度有別（或渲染成效有異）。例如，如果台灣媒體渲染的女性胸部比剪影圖中的女性胸部更大，或渲染的成效比他國更顯著，則可以解釋雖台灣女性的胸部平均數較美國女性小，但台灣男性卻也如美國男性一樣偏好比圖中女性更大的胸部。作者建議，未來的身材吸引力的跨國研究，如果要驗證這一類「媒體渲染論」的說法，則須要加入各國「媒體渲染女性身材的差異度」與「媒體渲染的強度或成效」等變數，才能更有效檢測此一說法。
- (3) 必須提醒的一點是，由於沒有 Jones（1996）研究的樣本，表 3 只能把 Jones 的三數值加入台灣數值，無法做四國數值的顯著性檢驗。此為本文的研究限制。建議未來的研究者能在同一研究中以同一圖片做跨國樣本的問卷調查，以補本文之不足。

## 參考文獻

- 張榮富、李惠閔、盧維娜、劉建珠 (2012)。腿長在健康與外貌吸引力上的影響。發表於由國防醫學院通識教育中心主辦之「第十屆性別與健康研討會」。台北市：國防醫學院三軍總醫院內湖區 B1。
- 張榮富、吳秀娟、楊晴、盧家琪 (2015)。胸部挺立與吸引力：Marlowe 女性適育假說的檢驗。發表於「2015 溝通、健康、美與創新教育國際研討會」。彰化縣：建國科技大學圖文大樓七樓國際會議廳。
- 張榮富、溫鳳鈴、王麗雪 (2013)。台灣女性對男性的身材偏好以及男性錯估女性偏好的傾向。發表於「第二屆性別研究與社會革新學術研討會」。高雄：高雄醫學大學性別研究所。
- Buss, D. M. (2004) *Evolutionary psychology: The new science of the mind* (2rd ed.). Pearson Education, Inc.
- Darwin, C. (1871) *The descent of man, and selection in relation to sex*. New York: D. Appleton.
- Dixson, B. J., Dixon, A. F., Morgan, B., & Anderson, M. J. (2007). Human physique and sexual attractiveness: Sexual preferences of men and women in Bakossiland, Cameroon. *Archives of Sexual Behavior*, 36, 369 - 375.
- Dixson, B. J., Grimshaw, G., Linklater, L. W., & Dixon, A. F. (2011) Eye-tracking of men's preferences for waist-to-hip ratio and breast size of women. *Archives of Sexual Behavior*, 40, 43-50.
- Dixson, B. J., Vasey, P. L., Sagata, K., Sibanda, N., Linklater, W. L., & Dixon, A. F. (2011). Men's preferences for women's breast morphology in New Zealand, Samoa, and Papua New Guinea. *Archives of Sexual Behavior*, 40 (6), 1271-9.
- Fallon, A., & Rozin, P. (1985). Sex differences in perceptions of desirable body shape. *Journal of Abnormal Psychology*, 94, 102-105.

- Furnham, A., Dias, M., & McClelland, A. (1998). The role of body weight, waist-to-hip ratio, and breast size in judgments of female attractiveness, *Sex Roles*, 39, 311-326.
- Furnham, A., & Swami, V. (2007). Perception of female buttocks and breast size in profile. *Social Behavior and Personality*, 35, 1-8.
- Furnham, A., Swami, V., & Shah, K. (2006). Body weight, waist-to-hip ratio and breast size correlates of ratings of attractiveness and health. *Personality and Individual Differences*, 41, 443-454.
- Gangestad, S., & Scheyd, G.J. (2005). The evolution of human physical attractiveness. *Annual Review of Anthropology*, 34, 523-548.
- Gunnell, D., Davey S., G., Frankel, S., Nanchahal, K., Braddon, F.E., Pemberton, J., et al. (1998). Childhood leg length and adult mortality : Follow up of the Carnegie (Boyd Orr) survey of diet and health in prewar Britain. *Journal of Epidemiology and Community Health*, 52, 142-152.
- Henss, R. (2000). Waist-to-hip ratio and female attractiveness. Evidence from photographic stimuli and methodological considerations. *Personality and Individual Differences*, 28, 501-513.
- Horvath, T. (1981). Physical attractiveness: The influence of selected torso parameters. *Archives of Sexual Behavior*, 10, 21-24.
- Jasienska, G., Ziomkiewicz, A., Ellison, P. T., Lipson, S. F., & Thune, I. (2004) Large breasts and narrow waists indicate high reproductive potential in women. *Proceedings of the Royal Society of London B*, 271, 1213-1217.
- Jones, Doug (1996) *Physical Attractiveness and the Theory of Sexual Selection*. Ann Arbor: University of Michigan Museum of Anthropology.
- Rey, H., Ortiz, E., Fajardo, L., & Pradilla, A. (1995). Maternal anthropology: Its predictive value for pregnancy outcome. *Bulletin of the World Health Organisation*, 73,70-71.

- Singh, D. (1993). Adaptive significance of female physical attractiveness: role of the waist-to-hip ratio. *Journal of Personality and Social Psychology*, 65 (2), 292-307.
- Singh, D., Dixon, B. J., Jessop, T. S., Morgan, B., & Dixson, A. F. (2010). Cross-cultural consensus for waist-to-hip ratio and women's attractiveness. *Evolution and Human Behavior*, 31, 176-181.
- Sorokowsk, P. & Pawlowski, B. (2008). Adaptive preferences for leg length in a potential partner. *Evolution and Human Behavior*, 29, 86-91.
- Symons, D. (1979). *The evolutionary of human sexuality*. New York: Oxford University Press.
- Swami, V., Einon, D. & Furnham, A. (2006). The leg-to-body ration as a human Aesthetic criterion. *Body Image*, 3, 317-323.
- Smith, G., Greenwood, R., Gunnell, D., Sweetnam, P., Yamell, J., & Elwood, P. (2001). Leg length, insulin resistance, and coronary heart disease risk: The carephilly study. *Journal of Epidemiology and Community Health*, 55, 867-872.

