

## 由「鳳梨事件」談國家經濟安全

資料來源：法務部調查局清流雙月刊七月號

作者：行政院環境保護署政風室科長 — 李志強

摘要：

大陸海關總署公布自 110 年 3 月起暫停我國鳳梨輸陸後，被媒體稱為「鳳梨事件」的話題開始不斷延燒；看似單純兩岸貿易往來事件，亦涉及到國家經濟安全。

### 國家經濟安全概念

首先，國家安全 (National Security) 是大家耳熟能詳之名詞，但隨著時代變遷，它有很多不同定義，傳統思維對於如何確保國家安全，相信軍事武力是最佳保障，因此，也就將國防與國家安全劃上等號，現隨著資訊化、全球化所帶來的影響，國家安全之意義與範圍已逐漸擴大。

綜整學者對於國家安全之定義：為維持國家長久生存與發展，確保領土、主權及國家利益，進而提升國家在國際上之地位，以保障國民福祉，所採取對抗任何威脅之措施。申言之，國家安全包括以下幾點：一、確保國家之生存不受威脅。二、維持國家領土的完整，不受任何侵犯。三、確保政治獨立與主權完整，維持政府運作與國家發展。四、經濟制度持續運作與正常的發展。五、保護國民生活方式，不受外力干涉與控制。

再者，所謂國家經濟安全 (National Economic Security)，是指在經濟全球化時代，一個國家能夠保持其經濟發展所需資源之有效供給、經濟體系獨立穩定運作、整體經濟不受外力惡意侵害及不可抗力損害的狀態與能力。國家經濟安全的範圍相當廣泛，就我國而言，可分成境內、境外兩部分，境內部分如環境安全、用電安全、用水安全、糧食安全、醫療保障、公共衛生、經濟成長、土地資源、所得分配、金融穩定等；境外部分則如疫疾傳染、進口資源、出口市場、匯率變動、國際運輸、兩岸關係等，上述每個項目看似獨立，但實際上卻是彼此緊密相連且互相影響。

由於我國經濟高度仰賴對外貿易，一旦國際競爭優勢不再，即無法維持一定之貿易能量，勢必會影響經濟成長及國家安全，由此可證國家經濟安全之重要性。

### 借古鑑今——談管仲經濟戰

根據我國 105 年國家安全報告，在財經安全的威脅部分，分別有「國際競爭壓力之升高」、「農業改革所面臨的壓力」、「能源之自主與穩定」、「金融體系未臻健全」、「財政赤字」、「中國磁吸效應」、「國際經貿活動空間受到擠壓」

及「中國封鎖臺灣經濟」等 8 種面向，其中又以大陸為最大之威脅。我國自與大陸簽訂「海峽兩岸農產品檢疫檢驗合作協議」、與大陸簽署「兩岸經濟架構協議（ECFA）」以來，大陸已迅速取代日本成為國產水果輸出最大市場，如農委會統計，大陸市場即占臺灣鳳梨外銷出口的 9 成以上，可見鳳梨事件又再次驗證中共對我國的威脅不只是軍事還有經濟。

談到經濟戰（Economic Warfare）之始祖，非春秋時期的管仲莫屬，他不僅是歷史上著名的思想家，亦為諸子百家法家的主要代表人物。當時農業生產為國民經濟之支柱，管仲不僅重視農業生產，也十分重視工商業。他把富民放在首位，不僅解決人民的基本生存，同時以軟實力控制周邊諸侯，使齊國成為最富有的國家，也奠定了經濟雄厚的基礎。

管仲「重金買鹿制楚」堪稱是世界上最早的經濟戰。有一次管仲派了許多商人到楚國去買鹿，當時這種動物在其他地方是較為稀少的。管仲派去的商人在楚國到處揚言，因為齊桓公愛吃鹿肉，所以不惜重金前來收購，楚國商人一見有利可圖，便四處採購進貨，然後再賣給齊國的商人，導致楚國人放棄耕種，紛紛以捕鹿為業，並同時大量向其他國家採購糧食，導致糧價飆漲。待楚國農田荒廢後，管仲便封鎖楚國購糧管道，引發楚國飢荒，最後利用齊桓公是諸侯霸主的身分，向各國發出禁令，不准與楚國通商及買賣糧食。管仲見時機成熟，組織聯軍討伐楚國，楚成王沒辦法只好求和。管仲僅靠著經濟，不動一兵一卒就讓楚國不得不俯首稱臣。

管仲的經濟謀略不僅如此，他以類似的手法，對外宣稱齊國貴族喜愛魯國的絲綢，並使齊桓公及王公大臣們紛紛換穿魯國製造的絲綢，致使絲綢價格大漲，魯國人民便紛紛棄農織布，此時管仲再炒高糧食價格，待魯國農田荒廢後，封鎖該國購買糧食的途徑，魯國就只能臣服於齊國。同樣地，管仲故意向以鑄造兵器聞名的衡山國大量購買兵器，同時大肆採購他國糧食，其他國家誤以為齊國準備發動戰爭，也紛紛向衡山國購買兵器，致使衡山國農民競相轉業製造兵器，管仲遂忽然取消採購兵器，此時的衡山國雖有兵器卻無糧食，齊國便輕鬆地將衡山國併入版圖。

### 創造臺灣鳳梨之優質品牌形象

政府現階段透過大眾媒體、網路新聞等媒介呼籲企業及民眾用愛國行動買鳳梨挺農民，但此恐非長久之計。由於我國農業乃小農經濟，在國際上本較不具競爭優勢，外銷市場主要在大陸的原因是零關稅、距離近較易保存等，若以公共行政理論的替選方案分析，建議可行政策如下：

#### 一、拓展其他市場

政府可以協助排除不必要的貿易障礙，以及在國際談判上創造更多有利於我方的市場經營空間，藉此可以外銷至鄰近國家，如日本、韓國。

#### 二、提高附加價值

鳳梨除了作為鳳梨酥的內餡外，可以開發當作原料，例如果醬、手搖杯、製作氣泡飲料等，有助搶攻國外飲料市場。

### 三、落實品質把關

110年3月間，臺灣鳳梨出口新加坡被投書不甜及黑心，農委會宣布，提供圖卡幫助果園採到夠甜果實、調整到貨儲運溫度維持品質，且出口7天前通報藥檢不合格不得出口，以形塑品牌形象，可見訂定藥檢規範仍有不足，還需嚴格把關始為良方。

### 四、建立品牌形象

若從紐西蘭奇異果品牌 Zespri 的經營管理模式可知，要創造出一個成功的國際水果品牌，所需投入之品質管理、品牌行銷之資源是非常可觀的。展望未來，如何做出區隔化差異（如菲律賓亦是鳳梨生產大國），如何在競爭激烈的國內外農產品牌中走出自己的生存之道，是政府當局及臺灣農民必須正視且精進之學問。

## 掌握經濟優勢 加強國際合作

當今世界各國領袖莫不把經濟發展當作重要政策，主要是因為貿易國際化的影響，誰能掌握經濟優勢，誰就可以發揮影響力，進而擴展國家勢力。國內現正面臨疫情（COVID-19）及電力吃緊等困境，經濟的衝擊與影響自不容小覷。正所謂危機就是轉機，面對種種威脅，當務之急是重新思考並研擬國家經濟安全政策，持續經濟轉型與調整資源分配，因為在經濟全球化情況下，使世界各國體認到我國之經濟地位與不可取代性，進而加強安全合作，應是生存之道。