



在七大利基市場中評比第一的國家，是台灣在迎接經貿新時代考驗中值得參考的借鏡。

擘劃新時代大格局

穩占利基 開創貿易新動能

因應全球嶄新局勢，台北市進出口商業同業公會發布的2015《IEAT調查報告》，透過對全球經貿格局的研判、針對54個經濟體的綜合貿易競爭力分析、以及7大利基市場的深入解讀，為政府與台商提供全球經貿最新趨勢，協助台商掌握新脈動、新商機。

◎撰文／劉麗惠 圖片提供／黃鼎翔、法新社、商業周刊

台灣經濟在2014年內外挑戰不斷之下，繳出不錯的成績，經濟成長率超過3%，然而，面對2015年全球經濟情勢依舊充滿各種不確定性，台灣經濟能否持續向上成長，產業是否能夠順利轉型升級，依舊考驗著政府與台商的智慧。

為協助政府與台商面對持續不斷挑戰與激烈競

爭，台北市進出口商業同業公會（以下簡稱台北市進出口公會）做為國內進出口產業最具影響力的民間組織，延續累積6年的調查研究能量，發表《2015全球重要暨新興市場貿易環境與發展潛力調查報告》（後簡稱「2015《IEAT調查報告》」），透過全球經貿新格局、策略布局思維、利基市場探索等眾多面向，



希望能成為政府推動經濟發展政策的重要依據，也期盼為台商在顛覆的時代，掌握全球脈動，重新找到市場契機與新的角色定位。

2015《IEAT調查報告》4大典範轉移

「台北市進出口公會自2009年開始，每年發表《IEAT調查報告》，自今已經進入第7年，調查對象從最初的34個貿易地區逐年擴大到54個經濟體。」台北市進出口公會理事長黃呈琮指出，每一年的《IEAT調查報告》都會針對當時經濟環境與全球趨勢，進行調整，由於今年全球經貿局勢變化更為巨大，全球重要市場與新興市場勢力進入此消彼長的激烈變化之中，因此2015年《IEAT調查報告》進一步在主題、調查方式與結構上，做出調整，以滿足台商經營全球市場的最新需求。

2015《IEAT調查報告》可以歸納出4大典範轉移，**第一、從「類化資訊」到「殊象資訊」**，主要是對綜合貿易競爭力的評價方式進行改變。計畫主持人呂鴻德解釋，過去《IEAT調查報告》偏重於透過市場特性，將市場分類，然後以「國家競爭力」、「貿易自由度」、「貿易便捷度」、「貿易難易度」、「貿易風險度」的「一力四度」評量標準，提供較為廣泛、宏觀的見解。然而隨時代演變，如今「利基」成為全球關注焦點，而「利基市場」極具特殊性、獨有性，因此過於宏觀的觀察難以將「利基市場」特性及商機概括表達，因此2015《IEAT調查報告》評價標準進一步加入「貿易趨勢度」，變成以「一力五度」來進行綜合評比。

第二、從「大眾市場」到「利基市場」。追求市場規模已經不適合作為主要發展策略，而應朝向做「精」、做「價值」來布局，因此2015《IEAT調查報告》從過去注重大眾市場，轉為針對具有「高附加值、高感性、高品質、高感動、高利潤、高心靈、高隱形、高專注、高聚焦」等特性的7大利基市場進行升入探討，希望讓台商更聚焦的進行策略布局。



台北市進出口商業同業公會理事長黃呈琮表示，各種政經因素高度波動，增加貿易商經營風險，也讓未來經濟發展充滿變數。

第三、從「供給導向」到「需求導向」。企業面對龐大市場需求，已從生產導向走向需求導向，因此2015《IEAT調查報告》也做此轉移，讓更多企業可從情感上更貼近消費者心理，掌握市場潛在需求。

第四、從「預測未來」到「創造未來」。管理學大師彼得·杜拉克曾說，預測未來的最好方法就是創造未來，充分闡述出現在企業發展應該著重在創造市場，是以2015《IEAT調查報告》也以此為方向，希望促成台商主動出擊，尋找未開發的新商機與市場，創造屬於自己的新藍海。

台灣綜合貿易競爭力連續兩年下滑

值得關注的是，2015《IEAT調查報告》的綜合貿易競爭力評比中，台灣繼2014年首度掉出10名榜外，今年又從第12名，下滑至14名；反觀新加坡從2011年迄今，在5年內，4次名列第一。

從綜合貿易競爭力連續兩年下滑，可見台灣儘管經濟成長率已經恢復一定的力道、近日失業率也下降到3.7%，表現優於全球許多國家，但是與台灣過往的經濟表現，或是與經濟不斷突飛猛進的新加坡相

較，台灣經貿發展與產業競爭力仍然還有很大的改善空間。

台灣綜合貿易競爭力的下滑，2015《IEAT調查報告》指明6大因素，分別為兩岸貿易協議延宕削弱台灣競爭力、FTA簽署進程受阻威脅國家生存力、產業結構單一降低台灣外銷獲利力、過度布局中國削弱企業避險力、附加價值偏低衝擊製造業增值力，以及國際化不足影響服務業輸出力。

針對服貿延宕與FTA簽署受阻等議題，經濟部次長卓士昭在2015《IEAT調查報告》記者發表會上致詞時表示，在全球經濟區域整合趨勢之下，加速與他國簽定經濟合作協議，並進入跨太平洋夥伴協定（TPP）與區域全面經濟夥伴協定（RCEP）等區域經濟組織，才能讓台商在全球市場與競爭對手站在公平的立足點上，進而更順利的布局市場、搶攻商機。

對於台灣產業結構過於單一、過度布局中國大陸與產品附加價值低的情形，經濟部工業局局長吳明機強調，台灣產業應積極朝向升級轉型邁進。台商應追求發展高值化產品，進而塑造品牌形象、加強發展新興市場。在國際化不足上，呂鴻德提到，近年來台灣人過於喜愛享受小確幸，缺乏大格局的思維，不僅導致國人努力度降低、出國深造的人大幅減少，導致國際化人才愈來愈不足，顯示小確幸的風氣已經相當程度影響台灣經濟與產業發展，建議所有台灣人都應該拋開尋找小確幸的情懷，轉而擁抱大格局，才能



綜合貿易競爭力連年評比第一的新加坡，經貿實力不容小覷。

創造大未來與強而有力的經濟發展。

台商積極搶攻7大利基市場

進一步探討2015《IEAT調查報告》首度發表的7大利基市場發展潛力與進入策略，值得注意的是，台灣在運籌管理潛力市場項目中排名第10，顯示在此項目，台灣深富潛力，值得產業深耕並發揚。除此之外，在7大利基市場排名取得第一的國家市場中，也都有成功切入的台商，值得做為借鏡。

首先來看研發創新潛力市場獲選第一名的美國，台塑公司在進入該市場，透過策略聯盟創造優勢以及價值鏈整合，成功贏占市場。在勞動力及製造力潛力市場獲得第一名的印度，光群雷射公司以獨資方式進入該國，然後專注研發領先技術，建立品牌站上市場制高點。而在內銷內貿潛力市場第一名的中國大陸，寶成工業則看上該市場充沛勞動力及政策轉向發展內需，採取規模造就競爭優勢，再透過綿密的通路布局滲透市場，成功贏得眾多國際品牌大廠的訂單。

而在服務貿易潛力市場第一名的新加坡，晶華酒店集團不畏競爭激烈進入市場，透過併購與異業結盟提升服務的雙重策略，不僅讓新加坡海外分店成為亞太地區最佳商務酒店，連動帶領國內事業體的提升，一舉榮登觀光股王寶座。在資源及原物料潛力市場，大成集團看好養殖業在印尼市場的發展，採取跨業合資的策略前進該市場，之後再透過垂直整合擴大規模，成為產量豐富且搶手的水產公司。

再看清真貿易潛力市場第一名的印尼，三皇生技公司自1998年起即以「生活飲料」為其主力產品，並以藏文祝福之語「提拉佛羅」為商標，於2010年成立「國際業務部」及「Halal專案小組」，追求全產線取得Halal認證，成功深耕伊斯蘭市場。

而在運籌管理潛力第一名的荷蘭，巨大機械公司早於1986年考量避開各大自行車品牌，競逐主要市場，進入素有「歐洲門戶」之稱的荷蘭，然後善用荷蘭地理位置鄰近高收入國家、物流體



STAY TRUE

LEAVE AN IMPRESSION

百齡罈 真我本色

品酒會暨 GOLF 講座



講 題：如何打好高爾夫及高爾夫規則禮儀

主講人：高育薇教練

美國PGCC職業高爾夫球學院 中華民國高爾夫協進會認證合格教練
高爾夫雜誌台灣50大名師 世界認證美國教練聯盟專業教練

百齡罈【真我本色】品酒會精選酒款

百齡罈金璽12年蘇格蘭威士忌 / 百齡罈17年 /

百齡罈17年格蘭道契爾特色酒廠限量版 / 百齡罈21年

現場提供：精製茶點、百齡罈迷你酒、高球教練指導、VOLVO賞車

時 間：104年3月27日（五）PM 7:00~9:00（6:30開始入場）

地 點：VOLVO新凱汽車仁愛展示中心3F

(台北市新生南路一段125號)仁愛新生路口加油站旁

免費報名，席次有限，額滿為止

報名方式：3月18日前請將以下報名表相關資料

E-MAIL: bwereader@bwnet.com.tw或傳真到：02-2507-6773

本公司將於3月20日前電話通知報名成功與否

活動諮詢：商周編輯顧問公司 TEL：(02)2505-6789 分機 5506曲小姐、或5510沈小姐

公司名稱：	職稱：
姓名：	手機：
E-MAIL：	

◎主辦單位：商周編輯顧問股份有限公司

◎贊助品牌：百齡罈蘇格蘭威士忌、VOLVO新凱汽車

禁止酒駕  酒後不開車 安全有保障



1



2

1. 第三方支付與電子商務崛起，業者應研擬因應的策略思維。
2. 清真貿易市場值得關注，台商應積極布局。

系完善、人力素質優質、境內自行車盛行等因素，加速捷安特成長茁壯。

策略進擊 突破貿易困境

展望未來，呂鴻德表示這是一個顛覆的時代，傳統企業成長動力已由「規模經濟」、「範疇經濟」，走向以網際網路、大數據、雲端原動力的新時代，傳統貿易業者因此受到許多衝擊，面對大時代的來臨，要有大格局，而大格局需要大智慧，大智慧的來源，就是對可能出現的新趨勢與新衝擊，進行深入探索，研擬出最符合時代的精準策略思維。

對此，2015《IEAT調查報告》特別提出6大新時代來臨對貿易業者帶來的衝擊，藉此給予台商因應新時代的新思維，成功迎向新未來。第一、行動網路興起對時代的衝擊：行動網路趨勢衍生出許多種新業態，而沒有跟上時代潮流的企業，都面臨被淘汰的命運，當APP已經成為驅動新商業契機與潛力的關鍵要素，企業應該積極因應來自行動網路的威脅，發展創新產品、應用與服務，搶攻商機。

第二、跨界競爭時代的衝擊：在全球競爭環境日益激烈之下，產業間的疆界日益模糊，跨界競爭時代已全面來臨，在此趨勢，企業可以採取多角化策略

布局，發展跨界異業的策略聯盟，嚇阻潛在敵人也強化顧客黏著度。第三、虛實整合時代的衝擊：隨著科技快速演進，第三方支付與電子商務快速崛起，虛實整合已成趨勢，如今虛實通路業者都積極尋求跨入彼此領域，以虛實整合服務提供消費者更完善的體驗。

第四、巨量數據時代的衝擊：隨著資訊科技發達，各類數據資料都較過往更容易收集，巨量數據分析技術漸成為市場焦點，未來創造資料整合、分析將可創造龐大潛在商機。第五、雲端服務時代的衝擊：「後PC時代」以來，以PC為核心延伸的「PC+」多螢幕作業已成常態，未來企業應該透過雲端平台、雲端服務，因應資訊科技環境變遷的挑戰。第六、新常态化時代衝擊：舊時代產品生命週期長且競爭優勢可以維持較久，新時代則不然，面對產品與企業生命週期變短的情況下，企業將面臨更嚴峻的威脅與挑戰。

綜觀而論，2015《IEAT調查報告》除了帶給讀者最新的全球經貿趨勢與利基市場所在，同時也藉由許多成功台商的策略布局，探討台商如何在詭譎多變的全球競爭局勢之中，迎上趨勢潮流，然後不斷調整企業體質、邁向升級轉型，進而成為在國際市場上與競爭對手崢嶸頭角的一流公司，為台灣發展新一波經濟成長力道，創造動能。■