

掌握趨勢 提升貿易競爭力

# 七大利基市場 開創全球經貿新格局

2015《IEAT調查報告》，今年度針對「七大利基市場」進行深度剖析，協助貿易商在研判全球市場趨勢與布局策略上，能夠精準搶得先機。本文摘錄該報告精華內容，讓讀者掌握本調查的重點分析與關鍵經貿趨勢。

撰文／編輯部 圖片提供／法新社、商業周刊

**自** 2009年開始辦理至今已邁入第7個年頭的《IEAT調查報告》，除延引2014年所採用的「一力四度」（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）評估構面之外，更新增「貿易趨勢度」為「一力五度」，並針對54個貿易地區進行評比，2015年度全球國家綜合競爭力排名如下頁表1。

## 2015 IEAT調查報告結論彙整

2015《IEAT調查報告》以「七大利基市場發展潛力與進入策略」為主軸，從台商觀點與經驗，進行54個重要與新興市場調查，整合產、官、學多元思考面向與實務，傳承與分享台商布局全球的經驗。

### 樣本基本特性

從2,088份有效回卷中，整理貿易商基本經營特性：（1）取得市場優勢的關鍵能力；（2）貿易經營主要困擾問題；（3）貿易拓展需政府協助需求；前十排名彙整如表2（見P.16）所示。

### 最適貿易地區評價

在2015《IEAT調查報告》中，特別針對台灣

貿易業者進行「最適貿易地區」評價，如表3（見P.17）所示，其排名結果分述如下：（1）主要進出口貿易地區：中國大陸、美國及香港地區，仍舊承續2014《IEAT調查報告》之排名，並從中發現台灣貿易商進出口貿易，多數以已開發國家為主，而第八名的馬來西亞與第九名的印尼於2015《IEAT調查報告》中突破重圍，進入前十名，可見新興市場的崛起與潛在商機不可忽視。（2）主要競爭貿易對手：中國大陸、韓國及香港仍位於前三名，中國大陸近年發展快速，本身具有充沛勞動力及生產成本等優勢，因而成為主要的競爭對手；而香港則是與中國大陸簽署《內地與香港關於建立更緊密經貿關係安排》（Closer Economic Partnership Arrangement；CEPA），因此與中國大陸間的貿易往來更為頻繁；韓國則是積極與世界各國簽訂FTA，自2003年8月提出FTA發展戰略藍圖，至目前已簽定且生效的自由貿易協定（FTA）計有九個，涵蓋範圍擴及48個國家，不但成功拓展經貿版圖，亦降低關稅障礙，進出口成效明顯，2013年貿易總額將近4,000億美元。（3）最具發展潛力貿易地區：中國大陸、印尼及印度依舊位居前三名，與2014《IEAT調查報告》之排名相同，可見台灣貿易業者看中新興市場崛起潛力。此



表1 2015 IEAT 54個貿易地區「綜合貿易競爭力」排名

排名	貿易地區	一力 (20%)		五度 (80%)										綜合貿易競爭力	2015 推薦等級
		國家競爭力		① 貿易自由度		② 貿易便捷度		③ 貿易難易度		④ 貿易風險度		⑤ 貿易趨勢度			
		評分	排名	評分	排名	評分	排名	評分	排名	評分	排名	評分	排名		
1	新加坡	85.808	2	3.694	1	3.864	2	3.716	2	3.704	4	3.659	1	97.634	A01
2	美國	87.058	1	3.562	3	3.877	1	3.494	4	3.812	1	3.634	2	97.066	A02
3	加拿大	84.4	3	3.668	2	3.722	3	3.774	1	3.762	2	3.599	3	96.826	A03
4	澳洲	82.322	6	3.413	5	3.636	4	3.59	3	3.748	3	3.464	7	93.007	A04
5	英國	81.903	7	3.357	7	3.588	6	3.383	5	3.694	5	3.53	5	91.506	A05
6	德國	83.997	4	3.348	8	3.492	9	3.347	7	3.622	6	3.557	4	90.702	A06
7	香港	83.431	5	3.337	9	3.591	5	3.35	6	3.536	9	3.409	10	89.636	A07
8	紐西蘭	73.446	15	3.359	6	3.583	7	3.297	8	3.54	8	3.475	6	88.214	A08
9	阿聯大公國	73.72	14	3.301	11	3.521	8	3.189	10	3.549	7	3.424	8	86.988	A09
10	沙烏地阿拉伯	69.422	20	3.414	4	3.46	12	3.195	9	3.455	10	3.418	9	85.808	A10
11	荷蘭	77.716	10	3.192	16	3.469	10	3.103	12	3.448	11	3.248	15	84.68	A11
12	韓國	79.373	9	3.237	13	3.39	13	2.994	18	3.346	13	3.194	17	83.27	A12
13	法國	74.737	12	3.218	14	3.361	14	2.988	20	3.247	17	3.385	11	82.423	A13
14	台灣	75.665	11	3.2	15	3.284	18	3.007	15	3.314	14	3.326	12	82.333	A14
15	阿曼	58.649	38	3.323	10	3.467	11	3.142	11	3.355	12	3.326	13	82.02	A15
16	日本	81.48	8	3.15	19	3.283	19	3.003	17	3.162	18	3.313	14	81.715	A16
17	卡達	68.82	22	3.237	12	3.36	15	3.03	14	3.116	20	3.164	18	79.453	B01
18	南非	60.448	35	3.191	17	3.269	21	3.056	13	3.278	16	3.158	19	78.634	B02
19	巴西	62.114	31	3.167	18	3.27	20	2.934	23	3.291	15	3.111	24	78.181	B03
20	捷克	67.91	23	3.121	21	3.302	17	2.993	19	3.081	21	3.146	20	77.794	B04
21	印尼	64.248	28	3.135	20	3.324	16	3.003	16	3.145	19	3.117	22	77.781	B05
22	土耳其	64.588	27	3.099	23	3.147	28	2.884	25	3.047	22	3.211	16	75.914	B06
23	以色列	70.024	17	3.109	22	3.08	32	2.96	21	3.039	24	3.036	32	75.81	B07
24	中國大陸	69.715	19	2.967	30	3.207	23	2.873	28	2.994	27	2.957	38	74.537	B08
25	約旦	58.142	41	3.045	26	3.201	25	2.957	22	3.041	23	3.037	31	74.121	B09
26	墨西哥	66.75	25	3.065	25	3.169	26	2.823	34	2.895	31	3.04	30	73.853	B10
27	馬來西亞	72.803	16	2.971	28	3.105	30	2.843	30	2.882	34	3.005	34	73.754	B11
28	哈薩克	61.064	34	3.074	24	3.203	24	2.924	24	2.858	35	3.114	23	73.604	B12
29	泰國	70.017	18	2.922	36	3.039	34	2.831	33	2.934	28	3.064	27	73.326	B13
30	波蘭	67.284	24	2.942	34	2.971	37	2.877	27	3.001	26	2.987	35	72.901	B14
31	印度	58.212	40	2.986	27	3.157	27	2.789	37	3.018	25	3.046	29	72.782	B15
32	俄羅斯	64.207	29	2.923	35	3.043	33	2.88	26	2.841	36	3.128	21	72.155	B16
33	斯洛伐克	58.304	39	2.897	38	3.268	22	2.782	38	2.814	43	3.063	28	71.323	B17
34	科威特	53.151	44	2.97	29	3.103	31	2.85	29	2.904	30	3.096	25	71.115	B18
35	哥倫比亞	61.54	32	2.958	31	3.141	29	2.78	39	2.83	40	2.884	41	70.691	B19
36	羅馬尼亞	59.572	36	2.918	37	2.981	36	2.779	40	2.834	39	2.978	37	69.77	B20
37	菲律賓	57.248	42	2.866	42	2.96	39	2.775	42	2.814	42	2.983	36	68.816	B21
38	西班牙	69.417	21	2.823	45	2.834	43	2.723	44	2.792	44	2.757	49	68.348	B22
39	智利	74.43	13	2.791	48	2.813	44	2.658	48	2.709	48	2.791	45	68.158	B23
40	秘魯	63.95	30	2.868	40	2.7	52	2.777	41	2.883	33	2.801	44	68.101	B24
41	匈牙利	61.31	33	2.801	47	2.952	40	2.671	47	2.82	41	2.769	48	67.606	B25
42	越南	54.303	43	2.887	39	2.852	42	2.797	36	2.739	46	2.953	39	67.154	B26
43	義大利	64.937	26	2.801	46	2.798	46	2.69	45	2.733	47	2.805	43	66.922	B27
44	烏克蘭	48.593	45	2.866	41	2.877	41	2.765	43	2.837	37	2.945	40	66.838	B28
45	奈及利亞	35.406	52	2.944	33	2.961	38	2.836	31	2.885	32	3.017	33	66.569	B29
46	緬甸	30.925	53	2.947	32	2.986	35	2.831	32	2.913	29	3.073	26	66.47	B30
47	巴林	58.663	37	2.83	44	2.746	49	2.801	35	2.625	51	2.748	50	64.986	C01
48	阿根廷	46.389	46	2.84	43	2.802	45	2.688	46	2.834	38	2.654	51	64.043	C02
49	柬埔寨	39.976	51	2.782	49	2.734	50	2.643	49	2.767	45	2.772	47	62.175	C03
50	埃及	44.404	47	2.713	52	2.728	51	2.597	50	2.708	49	2.783	46	61.911	C04
51	肯亞	41.595	49	2.757	51	2.563	53	2.536	51	2.549	53	2.838	42	59.564	D01
52	孟加拉	42.891	48	2.775	50	2.797	47	2.52	52	2.347	54	2.644	52	58.474	D02
53	安哥拉	28.844	54	2.646	53	2.755	48	2.426	53	2.646	50	2.573	53	56.805	D03
54	巴基斯坦	41.466	50	2.339	54	2.464	54	2.185	54	2.608	52	2.552	54	54.22	D04

註：1.綜合貿易競爭力 = 【國家競爭力 × 20%】 + 【五度貿易實力 × 80%】。

2.五度貿易實力 = 【貿易自由度 × 20%】 + 【貿易便捷度 × 20%】 + 【貿易難易度 × 15%】 + 【貿易風險度 × 30%】 + 【貿易趨勢度 × 15%】。

表2 2015 IEAT調查樣本「基本特性」重點剖析

排名	①取得市場優勢關鍵能力	②貿易經營主要困擾問題	③貿易拓展需政府協助需求
1	顧客維繫力強 (1)	同業競爭加劇 (1)	提供市場資訊 (1)
2	貿易產品力優 (2)	缺乏貿易專才 (2)	鼓勵異業聯盟 (5)
3	品質具競爭力 (4)	匯率波動頻繁 (3)	整合聯盟夥伴 (3)
4	價格具競爭力 (3)	知識產權保護 (5)	整合同業平台 (2)
5	企業信用良好 (6)	客戶付款能力 (4)	取得資金融通 (4)
6	售後服務優 (5)	原物料價格漲 (7)	國外貿易商情 (6)
7	公司財務穩健 (7)	資金融通困難 (9)	專業能力培訓 (7)
8	物流配送優 (8)	國際環保規範 (6)	提升商務能力 (9)
9	供應鏈管理強 (9)	貿易資訊取得 (10)	提供會展資訊 (8)
10	貨源搜尋廣 (10)	全球削價競爭 (8)	調解貿易糾紛 (10)

註：( ) 內數字代表該指標於2014年調查排名。

外，非洲地區國家的南非躍進第十名，備受關注。

(4) 最應洽簽自由貿易協定貿易地區：前五名分別為美國、區域全面經濟夥伴協定 (RCEP)、跨太平洋戰略經濟伙伴關係協定 (TPP)、日本及馬來西亞。區域貿易板塊不斷整合，簽署自由貿易協定有利會員國的貿易往來，因此，台灣若能與前五名貿易地區簽署自由貿易協定，將有助在國際上與他國競爭。(5) 最具價值鏈整合貿易地區：中國大陸、美國與德國仍為前三名。中國大陸近年經濟發展轉型，已從「世界工廠」轉型至「世界市場」，其轉變過程中，衍生出新貿易機遇，台灣靠著優越管理等經驗，加上兩岸貿易往來頻繁，使中國大陸於價值鏈整合項目中奪冠。

### 評價最佳前十個貿易地區

從表4 (見P.18) 中可知，綜合貿易競爭力評價前十名貿易地區分別為：(1) 新加坡；(2) 美國；(3) 加拿大；(4) 澳洲；(5) 英國；(6) 德國；(7) 香港；(8) 紐西蘭；(9) 阿聯大公國；(10) 沙烏地阿拉伯。其中可發現美國、新加坡、加拿大等三個貿易地區，以強勢亮眼的經貿表

現，在「一力五度」評估構面與綜合貿易競爭力等七項排名中，都位居前五名。在2015《IEAT調查報告》中，可發現台灣於「一力五度」評價分析中，已經被擠出前十名之列，原因可能為台灣與其他國家自由貿易協定的簽署進程緩慢、太陽花學運等因素，導致經貿發展受到衝擊。此外根據美國智庫卡托研究所 (Cato Institute) 與加拿大支持自由市場智庫佛瑞塞研究所 (Fraser Institute) 發布《2014世界經濟自由報告》指出：「台灣經濟自由度全球排名第18名，其成績雖勝過日本、韓國與中國大陸，但較2013年退步三個名次，此外，台灣在政府規模、司法體制及財產權、健全貨幣等評量指標上表現退步。」由上可知，台灣各方面經濟發展仍須加強。

### 綜合貿易競爭力 九大重要發現

2015年《IEAT調查報告》針對歷年「綜合貿易競爭力」變遷提出九大發現，茲分述如下：



**發現 金磚四國除俄羅斯，其他三國推薦等級上升**

在金磚四國評價中，僅有俄羅斯在綜合貿易競



表3 2015 IEAT調查樣本認為「最適貿易地區評價」剖析

排名	主要進出口貿易地區	主要競爭貿易對手	最具發展潛力貿易地區	最應洽簽自由貿易協定地區	最具價值鏈整合地區
1	中國大陸 (1)	中國大陸 (1)	中國大陸 (1)	美國 (1)	中國大陸 (1)
2	美國 (2)	韓國 (2)	印尼 (2)	R C E P (3)	美國 (2)
3	香港 (3)	香港 (3)	印度 (3)	T P P (5)	德國 (3)
4	日本 (4)	美國 (4)	美國 (5)	日本 (-)	加拿大 (4)
5	新加坡 (5)	日本 (5)	土耳其 (4)	馬來西亞 (6)	英國 (5)
6	韓國 (6)	越南 (6)	巴西 (7)	泰國 (8)	印尼 (6)
7	德國 (7)	印尼 (8)	越南 (6)	土耳其 (9)	印度 (9)
8	馬來西亞 (11)	新加坡 (7)	阿聯大公國 (10)	澳洲 (10)	澳洲 (7)
9	印尼 (12)	馬來西亞 (9)	沙烏地阿拉伯 (9)	歐盟 (-)	香港 (10)
10	印度 (8)	泰國 (10)	南非 (13)	印度 (-)	俄羅斯 (8)

註：( ) 內數字代表該貿易地區於2014年調查排名。

爭力推薦等級呈現動盪不穩，逐年下降的趨勢，原因是俄羅斯與烏克蘭之間的政治衝突，導致經貿競爭力受到衝擊。中國大陸方面，習李新政帶動新一波經濟改革，例如建立上海自貿區，以引領中國大陸開創新潮流。中國大陸國務院總理李克強（2014）即表示：「希望藉由建立上海自貿區，進一步擴大開放市場，營造及完善上海開放型經濟體制。」由此可知，中國大陸對經貿環境的改善與開放，有助綜合貿易競爭力之提升。此外，巴西綜合貿易競爭力逐年上升，巴西舉辦2014世足賽與2016里約奧運會後，背後隱藏的龐大運動商機，吸引諸多企業加速布局。此外，巴西政府亦投入2.5兆美元改善當地基礎設施，諸如：修建運動場、機場、道路、通訊等，亦成為台灣貿易業者下一波布局商機。

B18，而阿曼則從2014年的B02擠進極力推薦等級的A15，可知中東地區表現亮眼。阿聯大公國是中東地區最大貿易中心，具有多個自由貿易區，貿易障礙低，近年來更積極打造成為國際金融中心，採行自由寬鬆的經貿政策以及高度的國際化發展，使其轉口貿易樞紐地位日益提升。而沙烏地阿拉伯近年來致力於加速經改計畫及市場開放政策，進口稅率低，一般貨品平均進口稅率為5%，且買賣外匯沒有限制，使其在貿易自由度獲得貿易業者較高評價。而阿曼為中東地區較為開放之經濟體，具備寬鬆的貨幣政策與法規限制、賦稅自由度高發展優勢，使其首次列入「極力推薦」等級，且根據卡達「2030願景（Vision 2030）」計畫指出：「未來將強化經貿多元發展，諸如：發展中小企業、設立卡達金融中心、開放外資投資等。」



**2 發現 中東地區國家推薦等級皆上升**

阿拉伯聯合大公國從2014年的A15上升至2015年的A09、沙烏地阿拉伯從2014年的A13上升至2015年的A10、卡達從2014年的B05上升至2015年的B01、科威特從2014年的B27上升至2015年的



**3 發現 非洲地區除南非、埃及外，其他三國推薦等級皆下降**

在非洲地區的綜合貿易競爭力推薦分析中，除南非與埃及兩國推薦等級上升，其餘安哥拉、肯亞及奈及利亞等三國之推薦等級皆下降。其中埃及



更從「暫不推薦」躍升到「勉予推薦」等級，安哥拉與肯亞從「勉予推薦」降至「暫不推薦」等級。根據世界經濟論壇（World Economic Forum）發布《2014-2015年全球競爭力報告》（*The Global Competitiveness Report 2014-2015*）（2014）指出：「在144個經濟體中，南非排名第56名，於非洲國家排名第2名。」可知南非全球競爭力排名位居中上水準，於世界列強中尚有努力空間，然南非同時鄰接南大西洋及印度洋，具重要交通樞紐地位，且南非為「南部非洲發展共同體」（Southern African Development Community）之領導國，為進入南部非洲各國市場之重要門戶，基礎建設完備，使得貿易業者視南非為重要拓銷市場。

#### 4 發現 邊境八國除奈及利亞，其餘推薦等級均上升

根據施羅德（Schroder）投資新興市場股票團隊副主管Field（2014）表示：「由於邊境市場受關注度低，其投資效益較低，但只要深入研究，還是有機會取得超額報酬。」在2015《IEAT調查報告》綜合貿易競爭力推薦等級中，除奈及利亞外，其他邊境國家的推薦等級均呈上升現象，如阿曼（B02→A15）、斯洛伐克（B18→B17）、科威特

（B27→B18）、緬甸（C03→B30）、約旦（B09持平）、巴林（C01持平）、阿根廷（C02持平），這些邊境市場除了大力改革經貿環境外，亦具備尚待開發的天然資源、年輕的人口結構、廉價的勞動成本及潛在的技術進步等優勢，貝萊德邊境投資信託公司（2013）曾指出：「過去被孤立的經濟體現正走向自由化，正以驚人的速度成長，進而創造新一代的消費者。」顯示邊境市場正成為下一波布局標的，貿易業者應思索如何布局這些貿易地區，以取得先占優勢。

#### 5 發現 政治動盪貿易經濟體競爭力均下滑

根據2015《IEAT調查報告》可發現，政治情勢動盪的貿易地區，其綜合貿易競爭力均呈現下滑現象，諸如：泰國前總理盈拉因違法濫權調動國安會秘書長而引發政治風波，遭逼退下台，進而影響泰國政府政策發展，產生極大的不確定性。越南因反華浪潮掀起一連串的罷工行動，中國大陸外交部發言人洪磊（2014）表示：「越南在多處發生毀壞國外企業的嚴重暴力事件，造成中國大陸人民傷亡及損失，破壞中越交流與合作的氣氛。」可知中國大陸當局指出當地經貿環境的不穩定性，間接影響到國與國之前營造

表4 2015 IEAT調查「評價最佳前十名貿易地區」

排名	①國家競爭力	②貿易自由度	③貿易便捷度	④貿易難易度	⑤貿易風險度	⑥貿易趨勢度	貿易綜合競爭力
1	美國	新加坡	美國	加拿大	美國	新加坡	新加坡
2	新加坡	加拿大	新加坡	新加坡	加拿大	美國	美國
3	加拿大	美國	加拿大	澳洲	澳洲	加拿大	加拿大
4	德國	沙烏地阿拉伯	澳洲	美國	新加坡	德國	澳洲
5	香港	澳洲	香港	英國	英國	英國	英國
6	澳洲	紐西蘭	英國	香港	德國	紐西蘭	德國
7	英國	英國	紐西蘭	德國	阿聯大公國	澳洲	香港
8	日本	德國	阿聯大公國	紐西蘭	紐西蘭	阿聯大公國	紐西蘭
9	韓國	香港	德國	沙烏地阿拉伯	香港	沙烏地阿拉伯	阿聯大公國
10	荷蘭	阿曼	荷蘭	阿聯大公國	沙烏地阿拉伯	香港	沙烏地阿拉伯



俄羅斯占領克里米亞半島，導致與烏克蘭的軍事衝突，影響國際經濟發展。

的合作發展氛圍，推薦等級隨之下降。土耳其方面，推薦等級從2014年的B03降至2015年的B06，因土耳其政府內閣貪腐問題嚴重，包括內政部長、經濟部長等多位重要內閣部長貪汙，致使土耳其緊急改組內閣，造成其經貿環境變得動盪不安。

## 6 發現 軍事衝突貿易經濟體競爭力均下滑

2014年為全球軍事動盪的一年，軍事衝突的引發，不只影響該國經濟，更影響該國與他國平常的貿易往來，如俄羅斯與烏克蘭衝突，經濟環境動盪不安，促使綜合貿易競爭力推薦等級下降。以色列與巴基斯坦的衝突不斷，聯合國（UN）（2014）指出：「在加薩走廊約有42萬多人因戰爭流離失所，占加薩總人口數25%。」以巴軍事衝突規模之大，造成眾多人民因戰無家可歸，進而影響經貿環境的

發展。此外，在俄羅斯與烏克蘭方面，也因克里米亞半島的領土受俄羅斯侵占，引發強烈的衝突反抗。法新社（2014）指出：「俄羅斯軍隊與親俄民兵聯手，占領烏克蘭在克里米亞半島的海軍總部和一處海軍基地，因此兩國陷入軍事衝突。」由於克里米亞半島地理位置優越，有助於軍事布局，且半島內的俄羅斯人占大多數，因此俄羅斯攜手當地親俄民兵占領半島，不僅是引發兩國軍事衝突的導火線外，更破壞兩國長期以來的關係，此地情勢緊張亦影響國際經濟發展。

## 7 發現 美國經貿復甦力道強，競爭力上升

經過全球金融海嘯及美國債務危機後，全球陷入經濟的黑暗期，然隨著各國力挽狂瀾，美國經貿遂有復甦跡象。根據國際貨幣基金（IMF）



(2014)指出：「美國經濟已從首季萎縮中強勢復甦，2014年經濟成長率從1.7%上調至2.2%，且預測2015年經濟成長率將達3.1%。」《經濟學人》(The Economist) (2014)亦表示：「在美國經濟持續回暖下，已帶動全球經貿發展，使美國再度成為全球經貿復甦的領航者。」可知美國正從先前金融風暴所陷入的低潮期，邁向前景光明的康莊大道，經濟環境趨好、進出口貿易活動回溫、貿易逆差縮小、消費者信心提升、貿易障礙降低，加之美國積極推動TPP，營造良好的貿易環境，使得美國於2015《IEAT調查報告》綜合貿易競爭力提升，從2014年的A06上升至2015年的A02。

## 8

### 發現 日本安倍經濟學失靈，競爭力下降

自從日本發生311大地震之後，為日本長久低迷不振的經濟局勢，投下經濟惡化的震撼彈，為此，日本首相安倍晉三為振興日本經濟，提出安倍經濟學的概念，將日圓貶值以促進日本產品的國際競爭力，但隨著全球經濟局勢改變，安倍經濟學隨之失靈。凱投宏觀公司(Capital Economics) (2014)表示：「沒有跡象顯示日圓貶值的走弱，使日本的出口競爭力提升；儘管日圓重貶，日本於全球出口所占比重幾乎不變，主因為出口商不願降低價格。」可知日圓貶值無助於日本商品出口。

根據復旦大學經濟學院副院長孫立堅(2014)表示：「日本經濟下滑是『意料之中』，這是『安倍經濟學』強刺激後所帶來的副作用，而經濟下滑的主因為消費稅提振效應提前結束、產業空心化問題長期存在、日圓持續貶值及日本股市低迷狀態等四大原因。」道出日本經濟出現多頭危機，儘管首相安倍晉三持續提出改善方針，如未多元擬定解決措施，將無助經貿環境改善。不過安倍晉三亦指出：「安倍政府的成長政策沒有限制，亦沒有不可侵犯的地方，只有堅強的意志，要將政府政策實踐到底。」這句話闡明

了，安倍晉三對日本經濟改革的決心。

## 9

### 發現 馬來西亞、越南、奈及利亞競爭力逐年下降

馬來西亞經濟研究院(MIER) (2014)表示：「馬航MH370事故及沙巴擄人案，已使2014年第二季的旅遊市場指數(TMI)，從2010年以來首次跌破100點的水準，重創馬來西亞旅遊業。」馬來西亞兩起飛安事件重創整體的旅遊業的發展，且在治安不佳的情況下，擄人案不斷上演，種種不利情勢下，已嚴重影響企業前往馬來西亞拓銷布局之意願，從歷年《IEAT調查報告》中可知，其綜合貿易競爭力推薦等級的變化，從2011年至2015年年年下滑。而越南是東協國家中最常發生罷工事件的國家，越南勞動社會榮軍部副部長范明勛(2014)表示：「自2006年開始，越南共發起超過5,000件罷工事件，沒有一起是按法律程序進行。」可知越南罷工事件頻傳。

越南勞動力扶持發展中心主任阮夢強(2014)指出：「非法罷工的五大原因是，政府部門與用人企業未能有效協調、工會組織無法代表工人就勞動關係與用人企業協商、未提出有效預防及解決罷工的方法、勞動者與用人企業間的對話及簽訂的集體協議流於形式、勞動者之物質和精神生活無法為勞動關係的良好發展產生影響。」由上可知，越南在勞資雙方無法有效協調下而產生矛盾，使罷工事件不斷發生，其綜合貿易競爭力推薦等級逐年下降。奈及利亞則受伊波拉病毒所擾，影響到經貿活動正常發展，在綜合貿易競爭力推薦等級變化逐漸下滑。

## 2015 IEAT七大利基市場評估研析

2015《IEAT調查報告》延續綜合貿易競爭力排名外，特別將年度研究主題訂為《七大利基市場發展潛力》，針對：(1)研發創新優勢；(2)勞動力及製造成本優勢；(3)內銷內貿優勢；(4)服務貿易優勢；(5)清真貿易優勢；(6)資源及原物料競爭



表5 2015 IEAT七大利基市場評比

利基市場	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
	研發創新潛力市場	勞動力及製造成本潛力市場	內銷內貿潛力市場	服務貿易潛力市場	資源及原物料市場	清真貿易潛力市場	運籌管理潛力市場
1	美國 【⑩·24】	印度 【⑦·19】	中國大陸 【⑧·11】	新加坡 【⑦·26】	印尼 【⑨·32】	馬來西亞 【⑦·17】	荷蘭 【⑨·28】
2	荷蘭 【⑩·53】	美國 【⑥·26】	日本 【⑦·38】	美國 【⑦·28】	中國大陸 【⑨·36】	印尼 【⑦·29】	新加坡 【⑨·32】
3	德國 【⑨·39】	日本 【⑥·43】	俄羅斯 【⑦·48】	英國 【⑦·39】	印度 【⑥·26】	土耳其 【⑦·31】	德國 【⑨·36】
4	英國 【⑨·48】	印尼 【⑤·17】	美國 【⑥·11】	荷蘭 【⑦·50】	美國 【⑥·26】	沙烏地阿拉伯 【⑥·23】	法國 【⑨·64】
5	日本 【⑦·28】	巴西 【⑤·26】	印度 【⑥·17】	德國 【⑥·35】	俄羅斯 【⑥·28】	阿聯大公國 【⑥·27】	英國 【⑧·52】
6	新加坡 【⑦·38】	中國大陸 【④·10】	法國 【⑥·44】	香港 【⑤·25】	泰國 【⑤·28】	卡達 【⑥·39】	香港 【⑧·29】
7	加拿大 【⑦·40】	德國 【④·16】	英國 【⑥·46】	法國 【④·17】	馬來西亞 【④·25】	埃及 【⑤·34】	日本 【⑦·35】
8	韓國 【⑥·33】	墨西哥 【④·18】	巴西 【⑤·32】	西班牙 【④·27】	墨西哥 【④·30】	新加坡 【④·22】	加拿大 【⑤·33】
9	法國 【⑤·34】	英國 【④·18】	印尼 【⑤·38】	日本 【④·32】	阿聯大公國 【③·13】	巴基斯坦 【④·30】	美國 【⑤·19】
10	澳洲 【⑤·42】	韓國 【③·23】	墨西哥 【⑤·42】	中國大陸 【③·11】	澳洲 【③·21】	巴林 【③·20】	台灣 【③·21】

註：○內數字代表該貿易地區於「七大利基市場」評比排名中列入的總次數，後面數據則代表該貿易地區於2015《IEAT調查報告》前十排名的名次合計總分。

優勢；(7) 運籌管理優勢等，七個項目進行評選。

有關七大利基市場評選方式，主要以2015《IEAT調查報告》中54個貿易地區作為研究對象（意即54個貿易地區外的國家，不納入排名），根據國際知名研究機構調查排名，加上IEAT受訪廠商評比的「最適貿易地區」排名，進行綜合排序，最後，統計出貿易地區列入前十排名總次數，再針對該貿易地區在每項機構排名進行加總，進而歸納出七大利基市場（見表5）。

## 對台灣貿易業者建議

2015《IEAT調查報告》最終依據問卷分析結果，針對台灣貿易業者歸納出六項建議：



### 1 建議 預應「虛實整合模式」研擬「平台戰略」

隨著電子商務蓬勃發展，商務模式除B2B、B2C、C2C之外，O2O（Online to Off）消費模式已漸漸在市場上竄起，連接線上訂單系統及線下實體店面，創造出讓消費者在線上支付即可購買線下商品的商業服務模式，使企業能節省店租及人事成本，讓供應鏈效率提升，並且透過線上互動掌握消費者的需求。Yahoo奇摩電子商務事業群總經理王志仁表示：「接下來將是O2O結合APP服務的時代，如此一來，電子商務才能有更大幅度的成長」，由此可知O2O只是個開始，在電子商務與實體店面不斷融合





越南因反華浪潮掀起罷工行動，中國大陸指出當地經貿環境的不穩定性，間接影響國與國營造的合作發展氛圍。

趨勢下，發展虛實整合的O2O平台將是企業未來發展方向。

早在2012年時，阿里巴巴創辦人馬雲與萬達集團董事長王健林便以一億元人民幣作為賭注，預測十年內網路銷售額是否會超過傳統零售額？經過一段時間發現，網路零售與傳統銷售模式日趨融合，諸如：經營傳統家電通路的蘇寧電器，其網路通路蘇寧易購已成為中國大陸前五大網購廠商；而阿里巴巴與騰訊則是積極開拓線下的應用市場例如支付工具，馬雲更是跨界布局傳統物流業。中國商業趨勢觀察家肖明超（2014）指出：「未來是一個虛實整合的年代，不論線上購物再怎麼便利發達，人們終究還是會回到最基本需求，諸如逛街、體驗都需要實體店面；雖然網路能打破傳統行業的壟斷，但傳統行業也能因網路而產生其他新商機，因此企業應思索如何整合，而非相互取代。」越來越多產業開始採用整合線上網路與線下資源的平台戰略，這不僅能擴大商品市場，更能直接提高企業銷售營收，而這股趨勢將蔓延到各行各業，帶來巨大的商機。



## 2 建議

### 預應「互聯網新浪潮」研擬「白地戰略」

美國《連線》（WIRED）雜誌主編Kelly（2014）表示：「互聯網重新定義人類自身存在的目的」。互聯網的出現打破空間上種種限制，資訊的傳遞隨著互聯網延伸無遠弗屆，締造人類新的生活方式，而生活方式的改變也帶動新一代產業的發展，宣告互聯網時代來臨。海爾集團首席執行官張瑞敏（2012）表示：「沒有成功的企業，只有適應時代的企業，處在互聯網時代，企業必須跟上互聯網」互聯網儼然成為新興的商業模式，是任何企業未來發展中不可或缺的必要路徑。

根據《白地策略：打造無法模仿的市場新規則》一書作者Mark Johnson的定義，市場白地指為：「企業核心以外的活動範圍，即是指企業現有商業模式外的潛在領域」，換句話說，白地策略的本質便是「商業模式的創新」。中國大陸近期出現新一波世界級企業，從這些企業中發現它們都擁有一項共同特色，就是「互聯網思維」。阿里巴巴集團董事會主



席馬雲（2014）表示：「公司創始人在草創之初，就渴望創立一間由中國人創辦，但屬於全世界的公司」。阿里巴巴不僅是一家電子商務公司，更是一個商業生態系統，它成功的建立全新市場，掌握市場外部白地。新興互聯網時代的來臨，帶來前所未有的產業轉型新氣象，台灣貿易業者應抓住產業變動機會，進入市場新白地。



### 3 建議 預應「清真貿易興起」研擬「藍海戰略」

現今全球伊斯蘭教擁有16億人口，而且由於穆斯林生活中的言行舉止、衣食住行皆須遵守《古蘭經》與伊斯蘭教條，因而衍生出具特殊性、跨地域性的清真貿易商機，諸如：伊斯蘭金融、清真食品、清真美妝等獨特業態，且因過去主流文化對伊斯蘭世界之需求並不重視，清真貿易仍具發展潛力，其中又以清真美妝市場發展最晚。商業發展研究院董事長徐重仁（2013）指出：「由於穆斯林注重社群生活，同儕推薦常是其選購的重要參考指標，因此產品口碑行銷將是企業進軍伊斯蘭世界的重要推廣路徑。」可見企業若能搶占先機樹立口碑，不但有利拓展伊斯蘭市場，亦對後進者形成一定的進入障礙。

商業發展研究院副所長林谷合（2013）指出：「任何一種清真認證（Halal認證），其產品從原物

料到完成品，皆須通過層層檢測，且在物流倉儲過程亦須避免遭違反教義的物品『交叉污染』」，一語道出，若想取得Halal認證，不但需要嚴控各項原料、製作流程，其物流倉儲亦須與非清真物品區隔，無疑須打造獨立物流倉儲體系，導致企業營運成本提高，進而成為清真貿易市場的自然進入障礙。然而Halal認證亦因其認證嚴格，漸成為部分非穆斯林族群對於商品「安全、衛生、品質」的選購參考指標。有鑒於此，台灣企業具備高科技研發整合能力、物流倉儲經驗、生產製造基礎，因此，建議台商企業應趁清真市場仍具開發潛力之際，積極爭取Halal認證、接觸當地通路業者、了解市場民情和商情，伺機樹立優質清真品牌形象，進而打開台商於清真貿易的藍海軌跡。



### 4 建議 預應「文創經濟崛起」研擬「紫牛戰略」

隨時代變遷，同質性商品市場競爭激烈，而文化意涵、設計和創意漸成為左右消費者購買意願的指標，為此，國際行銷大師賽斯·高汀（Seth Godin）（2003）提出「紫牛策略」，認為在一群差異不大的白牛之中，若出現一頭紫牛，勢必能吸引消費者目光。有鑒於此，文化部（2013）表示：「台灣文創業者若能與產業界互相合作，不但能使產品附加價值倍增，亦有助台灣企業走向國際市



1. 台灣文創業者與產業結合，能使附加價值倍增，有助於台灣企業走向國際市場。
2. Apple系列產品結合美學與創意，體現產品額外的文化內涵或創意，進而帶動品牌價值提升。





場」，而經濟部長杜紫軍（2013）亦表示：「全球產業的競爭態勢已漸跳脫成本導向思維，進而升級到美學經濟。其中，美感體驗、文化體驗、科技創新等元素現已成為企業競爭力的決勝關鍵」，足以顯示文化創意的概念漸普及，若產業界能與文創業者合作，將旗下產品與品牌融入文創元素，預期將可提升企業品牌附加價值。

許多企業在設計產品時常面臨「美學文盲」的窘境，且「設計美學」亦常被業界視為錢坑，然在台灣積極推動文創產業下，企業與文創業者合作已遠較過往容易，而「產品文創化」的概念遂隨之興起。法藍瓷總裁陳立恆認為：「賈伯斯時代的Apple系列產品，是當今最廣為人知的『產業文創化』典範，透過人文、藝術和科技的整合，並結合產品設計美學和產品細節、細微要求，創造出高度附加價值」，顯示產品須結合美學與創意，並賦予產品額外文化內涵或創意體現，使產品在激烈的競爭環境中脫穎而出，進而帶動企業品牌價值提升。因此，企業應積極與文創業者合作，將文創元素融入產品和企業文化，並提

出願景、故事賦予品牌文化意涵，進而推動「產品文創化」之紫牛戰略，以期在與同質產品競爭中脫穎而出，最終提升企業競爭力。

## 5 建議 預應「行動網路時代」研擬「動量戰略」

動量戰略的最終意涵在於透過「質量（產品價值）」×「速度（市場靈敏度）」×「方向（品牌願景）」以維持企業品牌的「動量（忠誠度）」，從而提升企業生存力度。近年來全球局勢瞬息萬變，不但企業興衰頻繁，產業疆界日漸模糊，面對產品生命週期逐漸壓縮，且難以預應競爭對手從何而來的競爭環境下，企業品牌形象更顯重要。有鑒於資訊科技日新月異及智慧型手機日漸普及，行動網路時代來臨，企業應積極切入社群網站、行動APP、善用巨量數據分析等作為，貼近消費者並增加與消費者的互動，一面強化品牌願景，一面提高企業對市場變化的靈敏度，並割捨不重要之事業，集中企業資源提高產品核心價值，順應市場調整策略，維持顧客的品牌忠誠度。此



台灣2014年因與他國自由貿易協定簽署緩慢、太陽花學運等因素，導致經貿發展受到衝擊。





徵展中

VBS  
VENERABLE BRANDS SHOW

# 2015年昆山國際老字號精品展

## 一文創、食品、伴手禮、觀光旅遊、醫美保健

2015年7月17日(五)-20日(一) 昆山花橋國際博覽中心

### ◆結合專業展、電子商務、交易中心，搭建台商專屬兩岸製造及商貿服務三合一平台！

昆山市為台商加工出口業重鎮，及台商大陸投資最活躍密集地區，近年來結合兩岸多元文化交流優勢，已由製造業為主轉向服務業。

昆山市政府強力扶持企業應用電子商務、建立電子商務平台、推動跨境貿易電子商務發展、激勵示範企業和示範基地建設，並提供政策支撐，許多電商皆落戶昆山，如：亞馬遜、阿里巴巴、京東商城等。本展是拓銷中國大陸、建立品牌、通路全新管道。

### ◆連結昆山市政府優惠政策！

昆山是台商最多，對台商支持力度最大的城市，近年推動「深化兩岸產業合作試驗區」，提供通關、檢驗、產品認證、技術標準、金融、服務業等優惠及商貿服務便利措施，台商透過本展會結合昆山當地優惠措施，幅射中國大陸市場。

### ◆鎖定優質上海江蘇地區客群！

組織大陸在地採購團，邀約華東、長三角地區買主，創造兩岸商機。規劃有上海軌道交通11號花橋站、昆山市區至展館之完善接駁專車，以提供買家、消費者搭乘。

### ◆昆山兩岸青年創業園！

昆山看準當地台灣青年創業風氣崛起，打造兩岸青年創業平台，投入千萬基金來扶持新台商，透過新血加入，帶動更多產業發展。

### ◆坐擁上海、江蘇交通樞紐之便！

展館西距昆山市中心16公里，東離上海市中心人民廣場20公里，距上海虹橋國際機場、高速鐵路虹橋樞紐25公里，同三高速公路在此交匯。

### ◆特別企劃：「中秋訂貨會」、「十一長假遊台灣」

#### 歡迎來電洽詢

台北市進出口商業同業公會 展覽組 電話:(02) 2581-3521 傳真(02)2523-8782

李柏勳 分機571 frankie@ieatpe.org.tw

李宏杰 分機575 andylee@ieatpe.org.tw

江孟儒 分機572 mengju@ieatpe.org.tw

主辦單位：台北市進出口商業同業公會

承辦單位：台北華亞國際會議展覽股份有限公司、昆山華亞會議展覽服務有限公司

昆山花橋經濟開發區管理委員會

索取展會報名詳細資料，請填寫以下表格回傳，謝謝。

公司名稱		統編		電話		分機	
聯絡人		職稱		傳真			
E-mail				手機			

外，若傳統企業已錯過電子商務平台崛起的時代，則可藉行動網路商機興起，透過開發APP、與行動電子商務業者合作等，更貼近消費者的虛擬通路與舊有品牌形象，一面喚醒既有消費者的品牌知覺度，一面開拓新客源，從而強化企業競爭力。

PIXNET DIGITAL MEDI數位公司（2014）公布《PIXNET網路關鍵報告》指出：「在快速變遷的電子商務狂潮中，致力經營企業品牌形象的後進電子商務品牌以及傳統實體通路店家，其使用者關注度遠高於經營已久且APP下載量領先的電子商務企業」，由此可見，即使是後進的新興電子商務品牌或傳統實體店家，藉由充分發揮「動量策略」，專心經營品牌形象、提高對消費者市場動向的靈敏度以及持續強化產品核心價值，才可在競爭激烈的商戰中殺出重圍，此亦凸顯在變動幅度越大且環境變遷越迅速的環境下，企業維持顧客品牌忠誠度的能力，將是企業生存的重要因素。



## 6 建議 預應「產業結構調整」研擬「換軌戰略」

隨著科技日新月異，面對全球環境變動幅度和速度加劇，各式新興商業模式如雨後春筍般崛起，導致全球產業分工布局、產業結構面臨調整，然而，許多頂尖的成功企業容易因其企業體質仍然優異，事業布局無短期危機，仍沉浸於過往的成功事蹟和營運模式，從而忽略潛在危機。有鑒於此，高科技行銷策略大師Moore（2012）提出「換軌策略」，並提出結合「品類力」（Category Power）、「公司力」（Company Power）、「市場力」（Market Power）、「產品或服務力」（Offer Power）與「執行力」（Execution Power）的「新五力分析」，希望引導企業擺脫過去成功的慣性，隨時注意環境變化，適時轉換以及發展成長軌道，搶先於競爭者布局下一波具爆炸性成長潛力的新軌道，避免企業因時空變遷而遭到淘汰。

台灣經濟研究院副院長龔明鑫（2014）表示：「未來全球將發生主流市場與新興市場的變革，既有價值鏈與供應鏈亦會產生變化，過往的統一格局將不復見，因此，台灣企業更應思考以新思維、新結構等方式順勢調整，以因應各種挑戰」，如同美國蘋果公司已先於業界之思維、眼光，在傳奇執行長賈伯斯（Jobs）回歸後，一面調整企業布局和資源，一面持續有系統性的執行換軌策略，從一電腦與軟體開發企業，轉向投入隨身聽市場，並在2001年研發出iPod產品，不但一舉擊敗Sony的領導地位，亦奠定蘋果重返榮耀的基礎，其後更藉由iTune布局數位串流累積生態系用戶與經營經驗，進而挾其生態系經驗開發Apple store和ios系統推出iPhone切入智慧型手機市場，一舉擊潰早已布局智慧型手機市場卻對市場不敏銳的龍頭企業Nokia，成為當今最成功且引領趨勢的消費性科技商品品牌。因此，企業需戒慎恐懼，不被過往成功經驗綁架，保持對市場趨勢的敏銳性，並伺機積極採取換軌策略，以避免企業遭到時代淘汰。

## 對政府貿易政策的六大建言

2015《IEAT調查報告》除了希望能為台灣貿易商提供重要暨新興市場的貿易資訊，並且協助他們拓展新興市場外，亦希冀政府能夠察納雅言、諳諷善道，研擬出有利於台灣貿易商於全球布局的貿易拓銷政策。

2015《IEAT調查報告》對政府貿易政策提出包括：（一）加速自由貿易協定簽署，爭取最惠關稅優惠；（二）協助業者國際精準行銷，專注精耕利基市場；（三）研擬文創貿易，協助品牌價值創新；（四）完善第三方支付機制，協助業者掌握跨境商機；（五）協助成立對外經貿大學，解決缺才育才困境；（六）強化投資保障窗口諮詢，確保業者權益。

■（本文摘要整理自台北市進出口商業同業公會出版之《七大利基市場繪商機》一書）