



貿易業是驅動台灣經濟成長的主要動力，近年因全球景氣不佳，也連帶影響我國貿易業的發展。

## 《貿易業十年回顧與展望》特輯

# 十年報告揭露 透析貿易業興衰

貿易是驅動台灣經濟的關鍵力量，從近10年「300大貿易商」的發展脈絡，可以發現我國貿易商面臨許多挑戰，然而，唯有透過剖析過往十年軌跡，掌握全球局勢，才能找出讓台灣貿易動能再起的新契機。

◎撰文／劉任 圖片提供／商業周刊、路透社

**根**據經濟部商業司截至今年9月的統計，台灣企業約150萬家，在貿易局登記具進出口權的公司則為287,604家（含製造商兼貿易商），相當於每5家公司中就有1家從事進出口貿

易，顯示進出口貿易對我國經濟的重要性。

進出口貿易是台灣經濟成長的動力，觀察過去10年（2006年～2015年）的發展，2010年是台灣經濟表現最好

的一年，台灣經濟成長率達10.63%，不僅為亞洲四小龍之首，甚至超越中國大陸；這一年，台灣出口成長率達35.2%、進口成長率更達44.3%，寫下當時的歷史新高（如表1）。反觀

2009年，受到金融海嘯甩尾影響，台灣出口及進口成長率分別為-20.3%及-27.4%，經濟成長率也創下-1.57%的負成長成績，由此可看出進出口貿易牽動著我國經濟。

## 貿易商家數逐年提升 新興貿易商活絡

首先，從整體台灣貿易商的家數變化來看，10年來，由2006年的231,706家，增加到2015年283,130家，成長幅度達22.19%，顯示從事貿易活動的企業仍保持活躍。其中，僅2008年因金融海嘯風暴，當年新設的貿易商家數較2007年減少。

不過，2012~2015年間，國內貿易商的新增家數逐年提升，這4年的新設貿易商家數分別為15,144家、18,214家、19,208家及19,942家，持續創

新高；相反的，註銷貿易家數則呈現下降，這4年的註銷貿易商家數分別為9,820家、9,622家、8,385家及8,706家，尤其過去兩年新設家數都超過註銷家數達1萬家數以上，顯示出新興貿易商的蓬勃發展。

對此，經濟部國際貿易局貿易服務處第一科長劉素沫表示，這與貿易局推動廠商登記線上申辦，讓商業登記更便利有關。不過劉科長也表示，貿易商家數逐年攀升的原因很多，「線上申辦」只是其中一環，整體貿易業的發展趨勢也必須考量在內。

從另一方面來看，每年註銷的貿易商家數約8千餘家，根據貿易局的統計，2006年及2007年實際有進出口實績的貿易商各約為32.03%及30.31%（此後無公開此資料），若以此來估計，目前實際營運的貿易商家數約9

萬家。

過去10年，我國貿易曾歷經3次衰退，分別在2009年（金融風暴後）、2012年及2015年（表1）。另外，由300大貿易商近10年的進口、出口及進出口的分佈來看（表2），2006年進出口貿易商占比為61%，專業進口商為28%，專業出口商僅為11%，此後進出口貿易商的家數和占比逐年上升，2015年比重也提升至69%，專業進口商占比下滑至24%，而專業出口商占比則下降至7%，此一演變，凸顯我國因屬海島經濟進出口並重的特質，而非只重出口、輕進口。

## 從外商到本土商 電子通路商崛起

300大貿易商在過去10年中，有5年總營收呈現衰退，顯見這10年貿易業的營運相當艱

表1 近10年台灣經濟成長率與進出口貿易表現

年度	經濟成長率 (%)	貿易總額 (百萬美元)	年增率 (%)	出口總額 (百萬美元)	年增率 (%)	進口總額 (百萬美元)	年增率 (%)
2006	5.62	432,346	12.2	225,904	13.1	206,442	11.3
2007	6.52	471,907	9.2	248,792	10.1	223,115	8.1
2008	0.70	502,518	6.5	258,051	3.7	244,467	9.6
2009	-1.57	383,260	-23.7	205,663	-20.3	177,598	-27.4
2010	10.63	534,282	39.4	278,008	35.2	256,274	44.3
2011	3.80	600,985	12.5	312,923	12.6	288,062	12.4
2012	2.06	583,733	-2.9	306,419	-2.1	277,324	-3.7
2013	2.20	589,438	1.0	311,428	1.6	278,010	0.2
2014	3.92	601,942	2.1	320,092	2.8	281,850	1.4
2015	0.65	522,563	-13.2	285,344	-10.9	237,219	-15.8

資料來源：經濟部

### 表2 近10年「300大貿易商」進口、出口及進出口商結構

單位：新台幣億元

年度	進口貿易商			出口貿易商			進出口貿易商		
	家數	占比	營收	家數	占比	營收	家數	占比	營收
2006	85	28%	1,724.04	33	11%	281.02	182	61%	6,122.34
2007	86	29%	1,226.53	33	11%	2,505.75	180	60%	4,253.66
2008	81	27%	1,041.66	37	12%	3,493.14	182	61%	3,773.78
2009	81	27%	885.17	30	10%	4,469.10	189	63%	3,441.00
2010	87	29%	1,114.90	28	9%	5,241.61	185	62%	4,337.86
2011	84	28%	1,229.14	27	9%	5,299.09	189	63%	4,272.36
2012	75	25%	1,314.49	25	8%	4,784.05	199	66%	4,132.65
2013	78	26%	1,209.03	31	10%	4,324.18	190	63%	3,952.27
2014	72	24%	1,083.77	26	9%	3,725.86	202	67%	3,892.15
2015	71	24%	1,028.65	21	7%	221.36	208	69%	3,695.84

資料來源：中華徵信所大型企業資料庫

辛。以下就從300大貿易商近10年的營運軌跡中，歸納出3個產業特性，並從中找尋我國貿易業的未來發展趨勢。

#### 特點1》本土商貿易崛起外商退位 日系貿易商為最

首先，由300大貿易商的本土商與外商結構來看（表3），本土貿易商的入榜家數由2006年的233家一路向上攀升至264家；相反的，外資貿易商則由2006年的67家下滑到2015年的36家，僅為2006年全盛時期的53.73%，顯示這十年來，大型外資貿易商逐年被本土貿易商取代，這也可解讀為台灣產業的進口替代成熟度提升，外資貿易商提供的產品功能逐漸被本土企業取代。

由表3營收總額來看，2006年300大貿易商中，本土貿易商營收總額為2,993.87億元，僅占300

大貿易商營收總額的36.84%，外資貿易商營收總額則高達5,133.53億元，占300大貿易商營收總額63.16%；然而到2015年時，本土貿易商家數增加，營收總額創下3,455.12億元的歷史新高，占300大貿易商營收總額比重達69.86%，反之，外資貿易商在家數持續流失之下，營收總額由2011年高峰的7,475.42億元，占300大貿易商的69.21%，下降至2015年的1,490.72億元，占300大貿易商營收總額的30.14%，創下歷史新低。深入探討其原因，除了「進口替代成熟度」之外，也與2011年以來，國內整體產業需求不振有所關聯。

若再由前20大貿易商的10年排名變化來看，其變化亦是極其明顯。2006年，前20大貿易商中有13家外資貿易商，本土貿易商

僅為7家，其中，日系貿易商就占9家之多；但到了2015年，外資貿易商家數僅剩8家，本土貿易商則居於多數的12家，如此轉折，可以明顯發現大型外資貿易商在台勢力的消退。

尤其是日系大型貿易商的勢力下滑最為顯著，2006年的前10大貿易商中，日系貿易商占了一半；2012年，台灣、日本簽署「台日投資協定」，2013年日系貿易商更在前10大貿易商中占有過半的6席，但到了去年，日系貿易商在前10大貿易商僅剩3席，且前3大日系貿易商營收均衰退，充分顯示台灣進口衰退對日系大型貿易商影響最大。

長期以來，日本是台灣最大的進口國，2004年，日本進口貿易額占我國進口比重達25.8%，2006年下降至22.7%，其後更是

表3 近10年「300大貿易商」本土／外資消長變化

年度	家數		營收總額 (新台幣億元)		稅前純益 (新台幣億元)	
	本土貿易商	外資貿易商	本土貿易商	外資貿易商	本土貿易商	外資貿易商
2006	233	67	2,993.87	5,133.53	75.35	55.07
2007	237	63	2,860.93	5,130.31	84.97	42.56
2008	238	62	3,018.46	5,290.13	63.90	30.59
2009	241	60	2,578.27	6,217.00	61.95	28.26
2010	244	56	3,239.88	7,453.49	108.67	41.18
2011	248	52	3,325.18	7,475.42	101.06	41.51
2012	249	51	3,182.41	7,072.81	103.17	41.34
2013	254	46	3,337.31	6,174.09	117.94	33.18
2014	258	42	3,447.67	5,254.11	137.85	43.63
2015	264	36	3,455.12	1,490.72	137.51	39.00

資料來源：中華徵信所大型企業資料庫

逐年下降，2013年日本進口比重降至15.7%，同年，中國大陸首度超越日本成為台灣最大進口國。另外，2012年至2015年，日本對我國進口貿易額罕見呈現連4年衰退，成為日系貿易商衰退主要關鍵。不過，我國對日本長期逆超的態勢並沒有改變，近10年來我國對日本逆超由303億美元持續下降至193億美元，推測有兩個因素，一是日本把進口中國大陸的倉儲由台灣移到中國大陸當地，另一是日本3C電子消費產品缺乏競爭力。此一情況固然與日圓升值不利出口有關，但也與日本產品為其他國家取代，以及與近兩年我國進口本身需求不振有關。

#### 特點2》大型本土貿易商發展鈍化電子通路商崛起

整體而言，本土貿易商崛起

固然可喜，但大型貿易商家數卻「原地踏步」，也凸顯出貿易業發展嚴重停滯。以2006年的前20大貿易商營收規模比來看，2006年與2015年都各只有兩家貿易商營收達到新台幣100億元以上，以前5名貿易商的營收比較來看，這10年前後幾乎沒有差異性，第8名至第10名貿易商的營收規模，才有較為明顯的差異（表4）。

簡單來說，2006年300大貿易商中營收規模超過50億元的本土貿易商為7家，成長到今年變成10家，10年來僅增加了3家，而2006年排名前3大貿易商的特力、寶成工業（係指貿易部門）、元禎企業，在10年後的2015年仍盤據前3名，在在反映出本土大型專業貿易商「發展鈍化」的情況。

另外，從表5我們發現以進出口為主的前10大本土電子通路商（指電子零組件批發業）的變化，2006年本土最大電子通路商友尚的營收規模，在2015年僅能排名第5名，且2006年只有前4大電子通路商規模達200億元以上，但是，2015年的前9大電子通路商營收都已超過200億元，其中排名第一的電子通路商世平興業的營收規模已達977.66億元，直逼1,000億元大關。

同時2015年的前10大電子通路商中，包括世平興業、品佳、友尚、詮鼎科技、昱博科技、振遠科技同屬於大聯大控股集團，世平興業與品佳在2005年11月合組大聯大控股公司，並在2008年起陸續併購凱梯、詮鼎科技、友尚、大傳、捷元等上市櫃電子通路商，讓大聯大控股集

### 表4 2006與2015年前10大本土貿易商營收比較

2015年排名	公司名稱	營收淨額 (新台幣百萬元)	2006年排名	公司名稱	營收淨額 (新台幣百萬元)
1	特力	12,679	1	特力	16,692
2	寶成工業	12,235	2	元禎企業	10,856
3	元禎企業	7,848	3	寶成工業	8,990
4	中華全球食物	7,538	4	商真	7,776
5	六和化工	7,493	5	三商福寶	7,141
6	佳美貿易	7,134	6	佳美貿易	6,501
7	中紡科技	7,069	7	順發電腦	6,432
8	廣越	7,015	8	東森國際	4,988
9	長江化學	5,531	9	燁宏企業	4,730
10	車美仕	5,436	10	味丹企業(註)	4,611

資料來源：中華徵信所大型企業資料庫 註：味丹係指其貿易部門

團在2015年全球合併營收突破5,000億元，其中超過4,000億元營收是由海外銷售的貢獻，成為全球最大、亞洲第一的半導體零組件電子通路商，開創台灣貿易業史上的新頁。

今天如果不區分一般貿易商和電子通路商，而以專業貿易商（非製造兼貿易商）角度來看，世平興業可說是我國最大的單一貿易公司，而大聯大集團則是最大專業貿易集團。

誠然電子通路商在過去10年的擴張速度，遠比300大貿易商的擴張快速許多，這也正是300大貿易商不及之處。而究其原因，則應歸於台灣長期致力於半導體產業的研發生產，同時又是全球電子代工重鎮，對於電子零組件進出口需求龐大，提供電子通路商極大的發展機會，因而衍

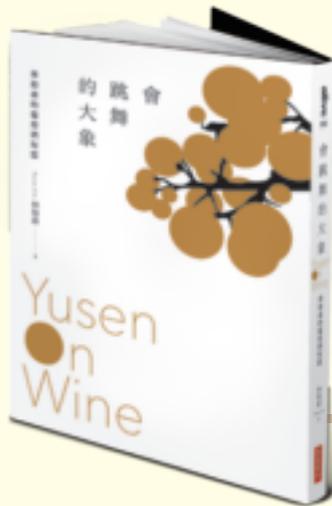
生形成貿易業的另一種專業業種生態。為了因應此一新興發展態勢，中華徵信所在2002年把電子通路商，由一般貿易業獨立出來成為一個新興行業的原因所在。

若將300大貿易商與100大電子通路商的營收合併，那麼也將成為另一個營收規模達1.5兆元的兆元產業，並不遜於半導體製造業或光電製造業的產業規模。換言之，電子通路商自成一箇貿易業的業態，也是我國貿易業由傳統貿易業轉型升級的一個重大轉變。

這個轉型不只是貿易產品的不同，而是將進出口代理買賣的仲介身分，轉變為一個串聯產業上、下游的中樞，除了提供一次購足服務外，更提供技術應用服務及各種解決方案，並結合後勤、倉儲、物流系統，具有高附加價值的供應鏈管理能力，整合轉型更是近10年來我國貿易商努力的方向。



大聯大控股集團自2008年起陸續併購上市櫃電子通路商，至2015年，已成為全球最大、亞洲第一的半導體零組件電子通路商，將台灣貿易業推寫下新的一頁。



## 會跳舞的大象——消暑的紅酒

以修行者般的執著精神，林裕森遍訪世界各地的葡萄酒產區，用敏銳的味蕾品嚐風各自精采的葡萄酒。優雅輕盈的文字，映照風土、品種、釀造、風潮等，也精準傳達了豐富多彩的滋味。

作者：林裕森 288頁／420元

本文摘自《會跳舞的大象》

**盛**夏時節，即使冷氣可以開得再強，還是該多準備些清涼一點的白葡萄酒跟氣泡酒，或者是幾乎是為夏季而生的粉紅酒，而高酒精度的濃厚紅酒，從初夏就該換季收藏起來。但在我們這個特別愛喝紅酒的亞熱帶島上，任何時節，紅酒都是主角，適合冰鎮，消暑止渴的紅酒也許才正是夏日飲酒的最佳解答。

對葡萄酒稍有涉獵的人，都知室溫不超過二十°C時，紅酒不需冰鎮就可開瓶品嚐。適飲的酒溫比白酒高，除了可讓酒香更易散發，最關鍵的原因是紅酒中常含有許多的單寧，一種會在口中產生收斂與澀味感覺的物質，酒溫若太低，紅酒的收斂性會被放大加強，讓酒喝起來顯得硬澀難飲。特別是一些昂貴的頂級紅酒，如波爾多的列級酒莊所生產的菁英紅酒，為了要能耐久，需有堅實的酒體架構，常選用皮厚多澀的葡萄，加強萃取釀造；即使風格高雅，但單寧多，仍屬最不適冰涼著喝的紅酒。

但只需稍稍遠離頂級紅酒的世界，就常能找到一些不以堅固耐久為目的的美味紅酒，有著奔放的果味，沒有太多單寧，喝來如不帶甜味的葡萄汁液，即使酒溫降到十二到十三°C，也不會有澀得難以入口的擔憂。倘若酒精度能低一些，酒體能清淡一些，酸味多一點，那就會是完美的夏季紅酒，可以輕易地搭配夏季餐桌最常出現的冷盤、沙拉與輕食。

許多知名的平價國民酒，如義大利的Badolino、Vapolicella、西班牙的Rioja Joven、法國羅亞爾河的Cabernet Franc，和薄酒來的加美（Gamay）等等，全都是唾手可得，可以冰著喝，可以大口暢飲的消暑紅酒。

皮薄色淡的黑皮諾（Pinot Noir）因單寧不多，且質地

滑細，酸味清爽迷人，更是極佳的夏日紅酒。產自法國布根地的黑皮諾，一直是我夏天最常喝的紅酒。不過，絕非等級最高，動輒數千或上萬元的特級園與一級園，甚至也不是村莊園，而僅只是那些最卑微的地區級紅酒，以布根地「Bourgogne」為名，常常千元有找，口味最清淡的黑皮諾。

例如Vincent Dancer產的二〇一〇年Bourgogne雖看似簡單易飲，冰涼了，大口喝確實頗有清涼解渴之效，但酒中也暗藏著精細變化，亦非淡而無味，其實頗為耐喝。在我還是學生的年代，這些最低價的布根地紅酒，常因葡萄沒有完熟而顯得酸瘦難飲，甚至帶有草味，若受細菌感染還會有牛糞般的不潔怪味。但地球暖化與種植釀造技藝的精進，現在卻成了最值得在夏天喝的，紅色的清涼美味。



### 開瓶小講堂 | 單寧

為葡萄皮與梗中所含的酚類物質，具有抗氧化的特性，在釀造時經泡皮的過程被萃取到酒中，除可讓酒較不易氧化，具久存潛力，單寧也會和口水中的蛋白質結合成較大的分子，降低口水的潤滑性，產生收斂感和澀味。

出版社：商業周刊

團購另有優惠，購買及更多資訊請電

02-2510-8888 或上網搜尋「商周閱讀」



營收單位：新台幣百萬元

表5 2006年與2015年本土前10大電子通路商營收比較

2006年 排名	公司名稱	營收淨額 (新台幣百萬元)	2015年 排名	公司名稱	營收淨額 (新台幣百萬元)
1	友尚	43,727	1	世平興業	97,766
2	世平興業	39,383	2	文晔科技	87,511
3	至上電子	34,145	3	益登科技	70,275
4	文晔科技	29,604	4	品佳	58,547
5	增你強	19,928	5	友尚	39,179
6	豐藝電子	19,235	6	詮鼎科技	31,251
7	益登科技	18,941	7	昱博科技	27,671
8	建智	16,921	8	華立企業	27,522
9	威健實業	14,826	9	振遠科技	22,132
10	品佳	13,970	10	威健實業	18,863

資料來源：中華徵信所大型企業資料庫

### 特點3》大型貿易商資本化緩慢 制約擴張速度

另一方面，從表6可見，近10年來300大貿易商上市櫃及公開發行公司的家數變化來看，由2007年的15家增加至2015年的22家，僅增加7家，平均一年增

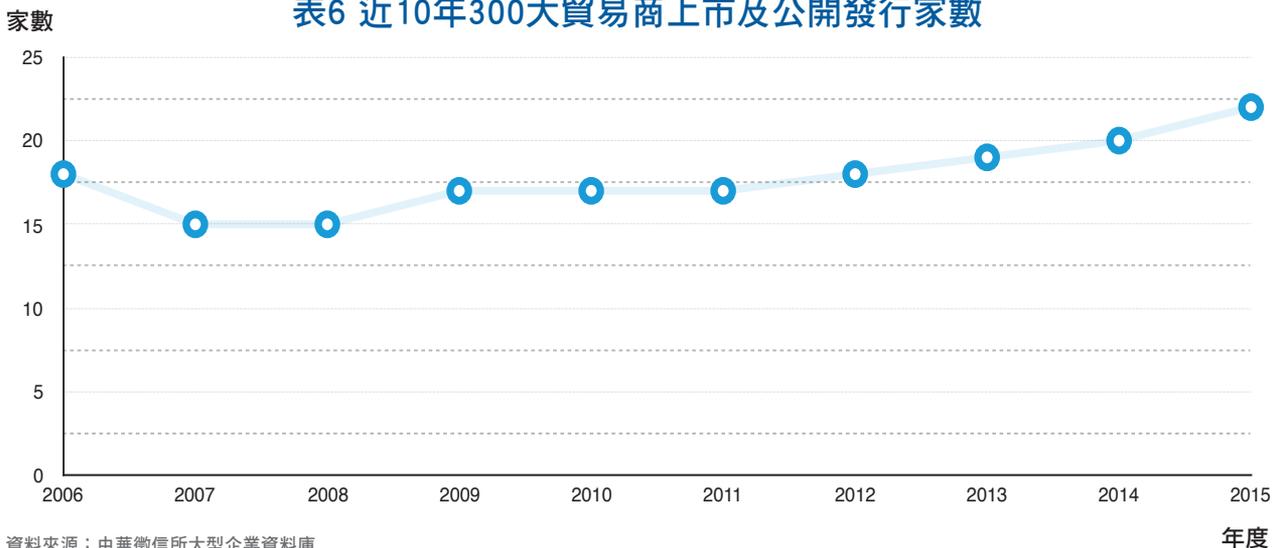
加不到1家，顯示出大型貿易商利用資本市場來擴張營運的腳步遲緩，這也是造成我國大型貿易商家數難以增加的原因之一。

若與近年的飯店業、餐飲業、旅行社積極投入資本市場爭取掛牌，募集資金以向外擴

張的態度比較，300大貿易商顯然相對保守。然而，由近5年的弘帆、德麥食品、廣越企業、需方國際等貿易商先後公開發行、登入興櫃、轉上櫃進入資本市場，對於增強企業財務體質、厚植營運實力、開拓國際市場能力來看，均有正面效應，顯示政府應鼓勵大型貿易商投入資本化市場。

綜觀來看，從近10年300大貿易商的發展經驗顯示，面臨全球大環境的不景氣，各區域經濟體的勢力彼此消長，雖然歷經幾次的衰退，台灣本土貿易商仍努力因應，透過轉型升級尋求經營契機，同時，政府也應進一步正視產業困境，透過相關政策措施，積極扶植貿易商，如此才能順利開創貿易業另一個嶄新的10年。■

表6 近10年300大貿易商上市及公開發行家數



資料來源：中華徵信所大型企業資料庫