



TOP

貿易業

年度排行榜



台灣在2016年第四季出口低基期和蘋果iPhone7的出貨挹注下，全年經濟成長率「保一」成功。

300大貿易業有望否極泰來？

打破衰退魔咒 六大成長撥雲見日

在全球景氣持續回穩的趨勢下，雖然台灣總體進出口表現仍不盡理想，但是2016年300大貿易業卻創造了「六大成長」的佳績，由此可發現本土貿易商在經營策略的轉變，以及注入創新思維，讓企業轉型升級；另外，貿易商也開始向海外擴張版圖，瞄準東協市場，蓄勢待發創造新商機。

◎撰文／劉任（中華徵信所總編輯） 圖片提供／路透社、美聯社、法新社

去年全球原油及煤、鐵砂礦、黃金等貴金屬大宗期貨商品價格陸續回升，美國經濟表現穩定，歐洲在德國、法國、

日本穩住復甦腳步的情況下，也支撐了全球經濟的小幅成長。台灣在歷經出口連17個月衰退後，於2016年5月打破出口衰退魔

咒，第四季在出口低基期和蘋果iPhone7的出貨挹注下狂飆，全年經濟成長率「保一」成功，回升到1.48%。

不過，台灣整體出口仍呈現衰退，全年出口金額下滑至2,803.20億美元，較2015年的2,853.44億美元衰退1.76%。其中，對中國大陸及香港、美國、日本、東協出口均呈小幅衰退，僅對歐洲出口成長1%，顯示出口疲弱。進口金額則衰退2.8%，也是除了自歐洲進口成長1.5%外，對其他主要地區進口也都衰退。

六大成長表現 貿易業豐收

令人驚喜的是，整體進出口同步下滑並未對300大貿易業的整體營運帶來衝擊；相反的，300大貿易業擺脫2015年的「五個衰退」，並以「六大成長」的表現，創造亮眼成績。

成長1》 營收總額成長值得關注

2016年300大貿易業營收總額達5,134.46億元，雖較2015年的4,973.28億元小幅成長3.24%，但卻是營收總額連續4年衰退後的首度成長，因而更值得關注。

尤其2012年到2015年，表面上是受到台灣東芝國際採購營收持續衰退的影響，造成300大貿易商連續4年營收衰退；然而，若扣除台灣東芝國際採購，300大貿易商由2012年依序分別衰退1.07%、5.04%、4.33%、5.57%，連續衰退期竟超越金融海嘯期間的連續3年（2007~2009年），

顯示300大貿易商在這4年中營運確實較為辛苦。

因此，當2016年在進出口貿易同步衰退下，300大貿易業營收卻意外出現成長，至少有2點值得觀察：一是初步確立300大貿易業的競爭力優於其他貿易商；二是300大貿易業營收雖初見反轉向上，但仍遜於2014年的5,221.26億元，故此一小幅成長，我們只能視為站在一個有利的轉折點上，是否為300大貿易業新一輪營收成長的起點，則要等待300大貿易業營收總額站上5,500億元之上，突破過去5年平均總營收（不含台灣東芝國際採購），才能確立重回上升軌道。

成長2》 營收成長家數開始增溫

2016年300大貿易業的營收成長家數由2015年的124家，回升到148家，為近5年的次高家數，成長家數的增溫意味著300大貿易業經過4年摸索，開始找到新的成長策略。值得注意的是，前100大貿易商只有46家貿易商營收成長；營收達10億元的大型貿易商雖小增至114家，但其中僅有52家營收成長，兩者均少於2015年的49家及57家，可見大型貿易商的反彈步調不一，成長趨勢雖在醞釀，但遠景並未明朗。

成長3》 取決點的成長 中堅貿易商具競爭力

由第10大貿易商、第100

大貿易商及第300大貿易商的取決點，分別由2015年的74.93億元、11.18億元及3.70億元，回升到75.61億元、12.52億元及4.05億元；且這3個取決點又都是連續3年下滑後的首度回升。由此可發現，第10大貿易商的取決點僅成長0.91%，第300大貿易商取決點成長9.46%，而第100大貿易商取決點則成長11.99%，顯見位居300大貿易商中堅及10億元以上規模的貿易商，比起前10大的超大型貿易商及10億元以下的中小型貿易商更具成長性。這也代表，儘管中國大陸進出口疲弱，與區域經濟整合和貿易保護主義興起，造成我國國際貿易條件惡化，但中堅型貿易商競爭力已承受得起考驗。

成長4》 獲利成長創歷史新高

2016年300大貿易業的稅前純益總額為198.60億元，不僅較2015年的176.51億元大幅成長12.52%，並超越2014年稅前純益的181.48億元，改寫獲利的歷史新高。這也是2011年以來，300大貿易商首度營收與獲利同步成長，平均稅前純益率也由5.5%上升到6.66%，成為1996年以來新高，顯示營收成長帶來的正面獲利效益。不過稅前純益達1億元以上的貿易商僅46家，雖比2015年增加了3家，但占總體比重僅15.33%，顯示高獲利的貿

易商仍居於少數。

成長5》 營收與獲利雙成長的家數增加

2016年營收與獲利雙成長的貿易商家數為53家，較2015年的46家成長15.22%；其次在53家營收與獲利雙成長的貿易商中，有12家為營收與獲利同時成長逾20%，也高於2015年的9家，且其中4家為排名前100名的貿易商（2015年為1家），印證300大貿易業競爭力回升。

成長6》 雇用員工人數連續2年成長

在業務回升情況下，300大貿易業的雇用員工人數由2015年的23,289人成長到24,385人，成長4.71%，也是連續2年雇用員工人數成長。綜合而言，2016年在總體進出口雙衰退情況下，300大貿易業能繳出2011年以來首度六大成長成績單，雖不能稱之

「否極泰來」，但已可看出300大貿易業在高度危機意識下，積極走出傳統貿易型態的企圖，並有「撥雲見日」的跡象。

八大貿易商營收獲利雙成長驚人

至於在300大貿易業表現最優異的，無疑仍以53家營收與獲利雙成長的貿易商最值得關注。尤其是8家排名在前100名的貿易商，連續兩年營收與獲利雙成長，分別為車美仕、南聯國際貿易、佳醫健康、震旦行、台灣荏原精密、德麥食品、友和貿易以及安東貿易（詳見表一），其中，車美仕、台灣荏原精密、德麥食品、安東貿易更為連續3年營收與獲利雙成長，實屬難得。

我們也可發現這8家貿易商，經營的產品均屬於傳統產業商品，而不是當紅的電子產品，顯

示貿易商的成功不僅在於商品本身，更重要的是對產業的掌握。

例如，由第31名上升至27名，原本從事食品、酒品、日用品及大宗物資進口銷售業務的老牌大型貿易商「南聯國際貿易」，近年因大宗物資市場過於競爭，以及相關法規的調整，已不再經營大宗物資買賣業務，重新定位為代理行銷公司，將營運重心放在代理國際品牌及專業物流業務，一方面掌握廣泛通路，一方面利用通路資源優勢引進多元國外產品，雙管齊下開拓新市場。結果在景氣最差的2015年營收及稅前純益各自成長2.98%、31.83%，2016年景氣稍微轉好，業績又趁勝追擊，營收淨額與稅前純益各達35.82億元及4.51億元，各再成長13.48%及16.01%，連續2年雙創2008年以來新高。

再看醫療及保健產品系統整

貿易業300大排行榜分析依據說明

為了解台灣貿易商發展情況，中華徵信所自1973年起，於每年進行「台灣地區大型企業排名」調查時，同時進行進出口貿易業排名。「貿易業300大排行榜」根據每年中華徵信所公布的進出口貿易業（不含生產事業）營收淨額（銷貨收入扣除銷貨退回及銷貨折讓）排名，取其前300名貿易商作為分析基礎。

本排行榜各項財務比率指標的計算公式及說明如下：

財務比率	計算公式	說明
營收成長率	$\left[\frac{2016\text{年營收淨額}}{2015\text{年營收淨額}-1} \right] \times 100\%$	顯示企業銷貨的變動情況及企業經營的成長性，比率愈大表示成長愈高。
純益率	$\left(\frac{\text{稅前純益}}{\text{營收淨額}} \right) \times 100\%$	企業扣除一切費用後繳稅前，剩餘利潤比率情況，即每元營業所得淨利，比率愈大愈好。
每一員工銷貨額	營收淨額 / 員工人數	顯示企業平均每一員工所能貢獻的營收淨額數。
生產力指標 (每一員工純益額)	稅前純益 / 員工人數	顯示企業平均每一員工所貢獻的稅前純益數，此比率又稱「生產力指標」。

合通路商「佳醫健康」，2016年營收與稅前純益分別為34.04億元、4.39億元，各自成長6.77%及11.39%，也雙創2011年以來新高。該公司除致力發展透析、醫療產品，跨足健康家電外，更積極拓展胜肽健髮產業、藥品及多元化醫療產品組合；同時透過轉投資整合醫療市場上下游資源，藉由中國大陸醫美市場擴展東協市場，提升通路布建，延伸獲利來源。在人口老化的趨勢下，長照服務將成為未來成長動力。考量全球處於匯率波動劇烈情況，也藉由承作外幣避險工具來降低匯率風險，是值得效法的觀念。

而從事高純度精確試劑、藥品的服務通路商「友和貿易」，2016年營收與稅前純益各達20.03億元及2.79億元，分別成長10.46%及27.97%，亦創下歷史新高。這家1999年才成立的醫藥貿

易商，在金融海嘯後快速崛起，一方面對內建置符合工業安全衛生存放標準之倉儲空間，並設置低溫且不同溫控之儲存系統，建立專業、全方位的服務以維護客戶忠誠度；另一方面，隨著台灣高科技產業提升，更積極爭取國外知名廠牌代理權，期望在不同領域研發取得領先地位，因而營收淨額由2007年的8.9億元連續成長至2016年，突破20億元大關！

「德麥食品」則在2015年上櫃後，藉由籌資能力同時開拓國內外烘焙市場，以「穩中求勝」戰略，深耕國內既有烘焙客群，海外則聚焦中國大陸「江浙滬經濟區」。2016年經由「調結構」策略，調整存貨端、優化產品組合以提高毛利率，果然營收淨額及稅前純益分別成長5.84%、11.60%，創下22.72億元及5.26億元的歷史新高。今年則強化「個

別客戶、經銷商、工業客戶」為三大目標，透過升級版「商品帶動原物料銷售」的模式，創造成長動力。在新策略方面，開始推動並建立多元化通路，鑑於龐大的網購商機，積極布建網路平台，拓展B2C市場。另外，除了將「德麥芝蘭雅」於5年內打造為「江浙滬經濟區」最大烘焙原料商，德麥食品也將觸角伸至東協，已於香港、馬來西亞及泰國設有轉投資公司。其中香港大型用戶業務量占50%以上，馬來西亞及泰國則致力於開發新戶，評估新南向還有很大發展空間，希望最終成為亞洲烘焙產業標竿。

「五新策略」 為向外擴張利器

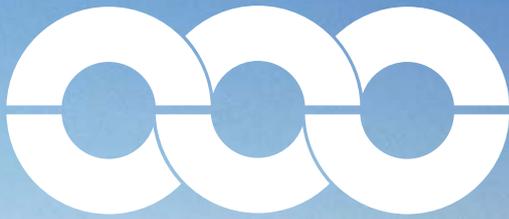
這些表現突出的大型貿易商身上，都有兩種共同趨勢：除了產品研發、創新的基礎，幾乎都是以瞄準新市場、新通路、新南向、新產品組合、新行銷的「五新策略」作為積極向外擴張的模式。同時，誰也不敢忽視互聯網時代的網購經濟，在這「五新策略」中，我們已經嗅到大型貿易商都想藉由網路平台接近終端消費者的「新零售」氣氛。這兩種趨勢顯示，傳統貿易商的存在空間將不斷被壓縮，尤其支付平台在金融科技（FinTech）的百倍速發展下，所有貿易商都要儘快做好準備，以跟上市場變化。■

表一 前100大貿易商中，連續2年營收與獲利（稅前純益）雙成長公司

貿易業排名	公司	營收淨額 (百萬元)	營收成長率 (%)	稅前純益成長率 (%)
18	車美仕*	5,628	3.40	13.57
27	南聯國際貿易	3,582	13.48	16.01
31	佳醫健康*	3,404	6.77	11.39
36	震旦行	3,078	3.32	6.14
42	台灣荳原精密*	2,650	29.48	36.90
55	德麥食品*	2,272	5.84	11.60
61	友和貿易	2,003	10.46	27.97
66	安東貿易*	1,864	41.02	28.50

資料來源：中華徵信所2017年版《台灣地區大型企業排名（TOP5000）》

註：*號為連續3年營收及獲利雙成長



PACIFICLINKS
INTERNATIONAL
太平洋聯盟



太平洋聯盟國際會籍 聯盟球場
TPC快活林球場 (TPC SUMMERLIN)

暢打全世界 18洞60美元

- 上 起源於北美，發揚於太平洋兩岸。國際會籍目前有六百多家聯盟球場
- 上 大陸有近150家球場，台灣地區有12家球場。曾入選全球百佳球場達232家，私人球場近三百家，舉辦過著名賽事的有189家。美巡賽TPC系列32家球場全是太平洋聯盟。會員九千多人。
- 上 太平洋聯盟長期贊助國內男女職業球賽，會員有機會參與職業與業餘配對賽，美國長春巡迴賽的 Pacificlinks Championship連續舉行六年共贊助3600萬美元。在台灣則贊助男子巡迴賽及女子巡迴賽年度獎金王，也贊助青少年比賽。
- 上 國際明星代言人索倫絲坦、艾爾斯為高爾夫新興產業做最佳的見証。
- 上 太平洋聯盟在全球締結111個城市俱樂部，會員在海外從事商務旅行時，可享受各種設施。每月每家有兩次使用權。

太平洋官方網站



FaceBook粉絲團



太平洋聯盟臺灣 PACIFICLINKS TAIWAN

客服專線：0800-090-166 官網：<http://www.pacificlinks.tw/>

TOP



營收淨額前20大貿易商

今年300大貿易業新入榜的貿易商表現亮眼，值得關注的是首度擠進前20大貿易排名，由西藥業轉至貿易業的羅氏大藥廠，業績表現可期；恆隆行貿易朝創新經營及多元化發展，也讓業績持續大爆發。



首度擠進營收淨額前20大貿易商的羅氏大藥廠，專注於西藥銷售，連續3年成長，未來在台發展可期。

在2016年，300大貿易業共有39家新入榜貿易商，也高於2015年的35家新入榜貿易商（詳見表二）。值得注意的是，這些新進貿易商，不是偶然取代營收衰退的貿易商，而是因為抓住全球貿易市場脈動所致。其中得以名列前100大貿易商的則有13家，顯示愈來愈多具實力的新興貿易商角逐前100大貿易商的地位，我們有理由相信，100大貿易商的洗牌效應會因而逐年擴大。

至於300大貿易業營收淨額前20名，除松下產業科技首度蟬聯300大貿易業榜首外，也再度出現洗牌情況。其中台灣東芝國際採購重回榜內，位居第2大貿易商，這也使得原本排名第2大貿易商的台灣豐田通商排名下滑至第3名，不過本土貿易商龍頭特力仍維持第4名，台灣三菱電機則因營收衰退16.24%，排名由第3名下滑到第5名。

另外，值得注意的是首度擠

進營收淨額前20大貿易商，排名第7名的羅氏大藥廠，以及排名由第22名上升至第19名的恆隆行貿易。長期耕耘台灣藥品市場的羅氏大藥廠，為全球前5名的生技製藥公司，因在台已無工廠，專注於西藥銷售，因此首度由西藥業轉至貿易業排名。

1967年即落腳在台灣的羅氏大藥廠，在1990年營收不過4.93億元，並於1999年營收突破10億元，而真正業績爆發則是在近10年，2006年營收突破46億元後，因國人對健康養生更為重視，使業績扶搖直上，2015年營收淨額即站上80億元，2016年營收淨額達83.22億元，較2015年成長2.43%，且連續3年成長，未來在台業務仍大有可為。

由2015年第22名上升至第19名的大型貿易商恆隆行貿易，2002年營收突破10億元，首度擠進第100大貿易商後，營收及排名一路上升；最近3年則在家用電器產品線多元化、掌握自有通路及整合虛實通路並進下，繳出漂亮成績單，連續3年營收維持

兩位數成長。

2014年恆隆行貿易營收成長突破30億元，排名也上升到第30大貿易商，2015年營收再成長至44億元，排名晉升到第22名。2016年因代理品牌持續增加，販

售品項更趨多元，尤其Dyson品牌的吸塵器及乾手機業績表現最為亮眼；此外，該公司也另闢其他經營模式，除透過原有通路將產品售予一般消費者外，亦與建設公司及醫療業者配合，提供批

量電器產品，使其2016年營收成長19.31%，不僅以52.58億元邁入50億元新里程碑，並躍進20大貿易商之列；同時也成為前20大貿易商中，營收成長次高的大型貿易商。

表二 營收淨額前20大貿易商

排名			公司	服務業總排名	營收淨額(百萬元)	進、出口項目
2016	2015	2014				
1	1	2	松下產業科技	38	39,184	揚聲器零件、CD-ROM、DVD、PDP、LCD、電池、自動插入機等進出口
2	-	1	台灣東芝國際採購	103	14,800	半導體、PC等電信、資訊產品等出口買賣
3	2	3	台灣豐田通商	117	13,710	汽機車零件、鋼板及模具、化學品及食品等進出口貿易
4	4	5	特力	130	11,998	手工具、電器、家庭用品、運動器材、電腦週邊及雜貨等進出口買賣業務
5	3	4	台灣三菱電機	131	11,972	電機、電子、電腦、CNC
6	5	6	寶成	147	10,459	運動鞋、休閒鞋、鞋底及運動服等之貿易及生產
7	-	-	羅氏大藥廠	172	8,322	製造及銷售西藥，醫療電子器材之進出口及經銷
8	6	12	美商亞培	174	8,290	幼兒恩美力、心美力、小安素奶水等藥品、奶粉、醫療檢驗儀器、試劑
9	8	7	元禎	189	7,594	工業用化學品、溶劑、塑膠原料、塑膠用添加劑等進出口買賣
10	9	11	中華全球食物	191	7,561	畜產品批發、飼料及農產品零售、糧商業
11	14	9	台灣樂金電器	196	7,165	韓國LG樂金家電總代理
12	10	13	六和化工	200	6,941	化工原料、工業材料、絕緣材料
13	12	10	中紡科技	207	6,708	化纖產品、內衣褲製品等買賣
14	13	15	廣越	210	6,632	羽絨服成衣及相關副料進出口買賣
15	17	16	台灣日立亞太	215	6,548	代理銷售HITACHI品牌電力系統設備、交通系統、產業機器設備、光碟機、光學讀取頭、液晶面板
16	11	8	佳美貿易	219	6,372	溶劑、合成樹脂原料、塑膠粒、泛用樹脂、特殊化學品等進出口買賣
17	15	21	長江化學	239	5,958	環氧大豆油、聚酯可塑劑、PVC用安定劑、抗氧化劑、光安定劑
18	16	22	車美仕	250	5,628	車輛用品、配件、組件買賣（非原車零件）
19	22	30	恆隆行貿易	261	5,258	消費用品及生活家電等進口銷售
20	19	27	立肯	265	5,191	網布、針織布與功能性布料等布疋出口買賣業務

資料來源：中華徵信所2017年版《台灣地區大型企業排名(TOP5000)》

恆隆行貿易 具「新零售」概念

從恆隆行貿易的轉型，我們看到一個老牌傳統相機貿易代理商，歷經傳統相機沒落、數位相機崛起，又被手持行動裝置取代的連續衝擊，不僅仍屹立不搖，更隨著消費電子產品的世代汰換，經過改造、創新蛻變為多元化家電實體、虛擬全通路的大貿易商，顯然已具備「新零售」概念。而台灣貿易商彈性、靈活的優勢，在恆隆行貿易經營上也展露無遺，值得學習。

業績成長之餘，恆隆行貿易仍不忘初衷，將「人本」立為經營定位。董事長陳政鴻在今年接受資誠會計師事務所《台灣企業領袖調查報告》調查，針對「效率驅動到創新驅動的新成長地圖」發展時，表示恆隆行利用數位化科技串接，藉由網路服務了解客戶需求、並不斷優化服務。除此之外，建立客戶對品牌的信任更為重要，而客戶對企業的信任，要從內部員工對同僚、客戶，甚至當前社會環境表達關心做起。恆隆行貿易在數位時代就從人本角度培養內部員工的觀念和氛圍。

特力貿易代理 爆發成長力道

至於台灣本土第一大貿易商特力，2016年營收淨額119.98

億元（係個體財報），雖然呈現小幅衰退，不過稅前純益7.21億元則較2015年成長0.16%，獲利仍保持一貫水準，連續3年維持在7億元以上。倘若以集團合併財報來看，合併營收淨額為354.43億元，僅較2015年衰退1.5%，合併稅前純益8.92億元則較2015年成長3.15%，顯示集團獲利豐盈。

特力指出，雖然2016年集團財務表現持平，但是集團深化人才與客戶關係，為未來成長奠基。值得一提的是，集團架構下有貿易部門、零售部門，而在貿易事業又分為貿易、代理、進口三大業務群，雖然傳統貿易出貨金額僅123億元，微幅衰退0.3%，不過貿易代理採購出貨量呈現100.8%的爆發成長，因此帶動整體貿易出貨量創歷史新高，達235.9億元，成長29.6%，顯示貿易部門仍具重要性。

據了解，特力集團與美國知名五金進口商Hillman締結策略聯盟，以特力集團長期在亞洲商品採購及供應鏈管理能力，為其進行獨家採購管理。在主要客戶的關係維繫上，不僅獲得美國汽車通路O'Reilly之年度最佳供應商殊榮，更重新爭取到全球第一大零售商沃爾瑪（Walmart）手工工具品項中的Category Manager主導地位，與沃爾瑪及各主要客戶的關係更形密切，未來出貨量

可望再提升。由此可看出特力在貿易採購事業的蓬勃發展，不僅有新客戶以及新產品的挹注，更引入全新的商業模式，透過「替客戶進行訂單管理」收取佣金，並可依客戶需求提供「客製化」的服務範疇，這也是大型貿易商的新典範。

根據特力公開之銷售資料顯示，特力在零售事業的電子商務銷售情況，特力屋營收為3.8億元，較2015年衰退8.2%，占其總營收3.2%；和樂（台灣）營收為1.6億元，較2015年成長48.4%，占其總營收2.9%；和樂（中國）營收為919萬元人民幣，占其總營收1.34%，顯示和樂線上營收明顯成長，但特力屋電商吸引力不足。

在因應電子商務應用方面，特力認為「新零售」時代強調打破線上線下的界線，因此特力屋與HOLA除致力於加強消費線上購物之介面便利性，更透過廣大的線下會員基礎，將線下的流量導引至線上，最終希望達到在商品、支付、會員、促銷等「線上—線下」之全通路服務。

值得注意的是，在營收額前20大貿易商中，有12家貿易商營收衰退，且有8家集中在前10大貿易商，甚至營收淨額達100億元以上的超大型貿易商全部衰退，營收額前20大貿易商僅8家貿易商能維持營收成長，可見超



台灣日立亞太不僅名列營收淨額前20大貿易商，近年因具節能、環保意識產品在市場上大行其道，造就其2016年高達23.49%的營收成長。

培育世界級大型貿易商 抗衡韓國、中國大陸

營收淨額前20大貿易商，本土貿易商仍占有12家席次，就家數占有率而言繼續居於主導地位，不過營收淨額超過100億元的超大型貿易仍只有特力和寶成工業（貿易部門），顯示本土超大型貿易商家數與實力不足，難以與美、歐、日、韓、中等跨國貿易商一較長短，如何培育或推動併購，以創造世界級的貿易商，是業界及政府相關部門的課題。尤其國家級投資公司「台彬投資管理股份有限公司」已開始運作，除注資於政府扶植的「5+2產業」，對於貿易商的大型化也應視為投資標的。

其次，日商在營收淨額前20大貿易商中僅占5家，除台灣日立亞太外，全處於營收衰退情況，顯示日系大型貿易商在台營運仍陷困境。聯日抗韓本可以形成一股新勢力，但現在氣勢轉弱，台日合作的地位若動搖，對台灣將造成很大的負面衝擊；尤其是日資大型貿易商對我國代工訂單具關鍵影響，日系貿易商勢力衰退將不只是其進口的競爭力消退，也會影響我國先進技術移轉能量，供應鏈的訂單更會隨之減少。在此狀況，政府不可忽視日系貿易商的衰弱態勢，若成為長期趨勢，政府必須有所因應，降低對國內產業造成的衝擊。■

大型貿易商的營運成長動力相對疲弱。在8家成長的大型貿易商中，除了恆隆行貿易和羅氏大藥廠外，由營收成長幅度排序，依次為營收排名第15名的台灣日立亞太、第20名的立肯、第17名的長江化學、第11名的台灣樂金電器、第18名的車美仕及第10名的中華全球食物。

其中，台灣日立亞太營收淨額為65.48億元，營收成長高達23.49%，是營收淨額前20大貿易商中，營收成長最高的大型貿易商。台灣日立亞太係代理銷售日立（HITACHI）品牌電力系統設備、交通系統、產業機器設備／系統、光碟機／燒錄機、液晶面板、光學讀取頭、表面濾波器、調頻器、高壓半導體／高壓二極體等，並為母公司日立製作所旗下事業，負責在台採購及委外代工各式產品。去年營收大

幅成長的關鍵是主打「節能與環保」的效益發燒，讓空壓機產品銷售呈現成長。

排名第20名的立肯企業，以創造獨特的市場區隔，以及專注於其布疋之研發與創新，國際品牌供應鏈持續增加，因而2016年營收再度成長8.63%，創下51.91億元的營收新高，並為連續5年營收成長。

台灣樂金電器則是小家電產品訂單增加，以及隨著物聯網正夯，帶動智慧家電需求，使其2016年業績回升，以營收71.65億元，由第14名上升至第11名，營收也成長7.58%。據悉，今年台灣樂金電器已推出搭載Wi-Fi功能之家電產品，將可望占全年出貨量5成，並預計冰箱、洗衣機及掃地機器人業績皆可成長，預期在300大貿易業的排名可望持續上升。

TOP



企業經營績效綜合指標前10大貿易商

最佳企業經營績效前10大貿易商由首度晉升榜首的寶隆國際勝出，而蟬聯入榜的貿易商，包括車美仕、南聯國際貿易，以及世強化學製藥，傑出表現值得鼓勵。

在2016年，最佳企業經營績效前10大貿易商（詳見表三），由從事工業用紙代理外銷的寶隆國際摘下王座。2015年曾因營收僅3.21億元被擠出300大貿易商，去年則在工業用紙本業復甦，中國大陸市場需求強勁帶動下，銷售量呈現爆發性

成長，較2015年成長429.69%，營收淨額13.52億元也創下2010年以來的新高；加上出售轉投資寶隆東方休閒事業投資公司獲利9.12億元，以及其他轉投資現金股利的挹注，使獲利高達9.83億元，首度晉升最佳貿易商榜首。

由於寶隆今年已獲得母公司

榮成二林廠100,000公噸之委託代理銷售合約，本業繼續看俏。寶隆指出，隨著全球電商通路蓬勃發展，預期網購商機所衍生的物流包裝用紙箱未來需求看好，電子商務成長，加上寶隆長期投入通路經營，成長動能十足。此外，除了中國大陸市場，寶隆近年也擴大東協國家市場行銷，配合政府新南向政策，朝南亞新興國家延伸銷售版圖。

企業經營績效綜合指標說明

為避免傳統的企業排名大多以「營收淨額」單項指標作依據，僅能比較企業經營規模的大小，而不能有效詳實地評鑑企業全面的經營績效，中華徵信所自民國80年起首創「企業經營績效綜合指標」的企業排名方法，期能建立一套可以客觀反映企業經營體質強弱的指標。

企業經營績效綜合指標的評選過程係採用德爾菲法（Delphi），由各界學者專家自各類財務報表中，挑選出特別足以代表企業經營績效的財務分析指標，並依其重要性給予不同的權數。而根據各企業在各項財務指標的排名高低所換算而得的各單項分數，乘以各項指標的權數後再相加，即可求得各企業的經營績效綜合得分。

今年中華徵信所邀請修訂指標權數的外部機構及專家學者如下：機構單位包括國家發展委員會／經濟發展處、經濟部／研究發展委員會、中華民國銀行公會。學者專家（按姓氏筆畫順序）包括吳中書（中華經濟研究院院長）、林伯豐（中華民國工商協進會理事長）、孫明德（台灣經濟研究景氣預測中心主任）、陳元保（東吳大學會計系教授）、黃博怡（台灣金融研訓院院長）、葉銀華（國立交通大學財務金融研究所教授），連同中華徵信所的研究小組2位研究員，共同參與今年度企業經濟績效綜合指標的決定與權數的修正研究。

最終納入本年評比的8項財務指標（及權數）分別為：代表企業市場規模的「營收淨額」（10.68%）、代表企業成長速度的「營收成長率」（13.02%）、代表企業盈利規模的「稅後純益」（13.09%）、代表企業獲利能力的「純益率」（14.04%）、代表企業投資效益的「淨值報酬率」（13.94%）、代表企業資產運用效率的「資產報酬率」（13.65%）、代表企業員工產值的「每一員工銷貨額」（10.05%）、代表企業員工生產力的「生產力指標」（11.53%）。

桂盟國際南向擴張 決戰東協市場

排名第2名的桂盟國際，為全球最大自行車鏈條供應商，並以自有品牌KMC行銷全球，是全球自行車組裝車市占率第一名，並積極開拓自行車修補市場。該公司是取得上櫃公司康訊科技股權後，納入桂盟企業自行車製造相關事業轉型而成，並進軍中國大陸內需市場，帶動營收成長，去年完成蘇州桂盟之投資，將中國大陸版圖擴及華東地區，建構完整自行車鏈條服務網路，營收成長58.08%，營收更突破16億元，

稅前純益也創新高至8.88億元，純益率高達52.94%因而入榜。

不僅個體財報亮麗，桂盟集團以桂盟國際的全球行銷為核心，2016年合併營收更已突破40億元。桂盟除了藉由中國大陸市場壯大之外，在東協地區的市占率也名列前茅，目前致力開拓機車大廠與修補市場的客戶開發，並在巴基斯坦、菲律賓、緬甸等需求量大新興市場扎根。

桂盟壯大的經營軌跡，自2011年以來一直以「由小而大、由簡而繁、資源整合」原則進行

整合計畫。而桂盟很清楚要創造品牌價值，就要儘可能接近終端消費者，因而透過建立「店中店」鏈條展售專區，讓消費者享有專業的產品選購服務，迅速建立自行車組裝車的品牌知名度。

桂盟的發展歷程也可以視為由「製造導向」轉為「貿易行銷導向」，由小企業製造商轉型為跨國貿易商的典範。自許成為「全球最有價值鏈條品牌」，桂盟將品牌行銷作為核心策略，以研發製造能力打造自有品牌，由台灣起步，藉由中國大陸市場壯

大，再搶占全球市占率，未來東協市場也將是決勝關鍵。

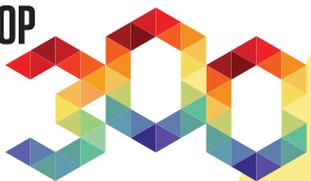
而在2016年最佳10大貿易商中，有3家貿易商蟬聯入榜，分別為排名第3名的車美仕，排名第7名的南聯國際貿易，以及排名第10名的世強化學製藥。其中又以連續10年入榜10大最佳貿易商的車美仕最受矚目。10年來車美仕兩度在最佳貿易商中稱王，是最佳貿易商中的長青樹，尤其營收連續14年創新高，在歷年300大貿易業排名中，可說是絕無僅有的紀錄。■

表三 企業經營績效綜合指標前10大貿易商

排名	公司	綜合得分	營收淨額 (百萬元)	營收 成長率 (%)	稅後純益 (千元)	稅後 純益率 (%)	淨值 報酬率 (%)	資產 報酬率 (%)	每一員 工銷貨額 (千元)	生產力指標 (千元)	服務業 綜合指 標排名	5000大 綜合指標
1	寶隆國際	93.16	1,352.01	321.03	982,872	72.70	30.16	20.70	84,500.50	61,429.50	3	5
2	桂盟國際	89.68	1,618.03	58.08	856,581	52.94	20.81	12.90	24,515.55	12,978.50	8	14
3	車美仕	87.20	5,628.09	3.40	771,752	13.71	38.36	25.20	43,969.48	6,029.31	19	36
4	台灣荏原精密	85.80	2,649.88	29.49	445,907	16.83	29.16	19.12	11,324.26	1,905.59	31	65
5	中貿國際	85.45	4,559.33	33.77	434,733	9.54	17.67	13.99	41,075.01	3,916.51	36	73
6	雙鍵化工	85.32	1,777.43	23.37	316,679	17.82	23.04	14.50	19,532.23	3,479.99	37	74
7	南聯國際貿易	85.05	3,582.17	13.49	428,204	11.95	28.17	16.21	20,124.52	2,405.64	41	81
8	弘帆	82.29	1,451.46	-3.75	373,874	25.76	28.40	21.18	39,228.51	10,104.70	63	145
9	怡業	81.76	493.90	19.88	114,296	23.14	55.66	26.44	16,463.23	3,809.87	68	161
10	世強化學製藥	80.88	985.50	8.03	124,474	12.63	25.14	20.39	54,749.78	6,915.22	75	186

資料來源：中華徵信所2017年版《台灣地區大型企業排名(TOP5000)》

TOP



營收成長率前10大貿易商

2016年前10大貿易商營收成長率皆超過50%以上，成長力道強勁。本土中小型貿易商透過掌握市場趨勢，創新經營策略，帶來龐大商機。

在2016年，營收成長率前10大貿易商（詳見表四）的表現可說是2011年以來最驚人的成長。首先，營收成長率前10大貿易商的營收成長率都超過50%以上，且有兩家排名在100大貿易業之內；其次，前5名貿易商營收成長率皆超過100%，可見這10大貿易商的成長力道十分強勁。

其中，排名第1名的寶隆國際因網購商機需求增加，工業用紙出貨量大增，故而營收成長率飆升到321.02%。排名第2名的定佳國際，為我國成衣大廠台南企業集團在2015年併購的子公司，主要從事成衣及主副料進出口買賣，並在越南及柬埔寨擁有自有針織廠，在台南企業入主之後，以集團資源整合訂單來源，使實力大幅增長，去年在母公司助力下，營收呈現263.72%的跳躍式成長。

排名第3名的上市公司川飛能源，2008年由自行車製造商轉型至能源產品，2015年再轉型為生煤交易公司，去年因煤炭

市場價格上升，使得營收大幅成長127.46%。

排名第4名的合勝貿易，為專業自行車及其零件之出口貿易商，90%以上的產品外銷歐美，且多年來致力開拓行銷網路，並成立自有品牌「stycle」，已連續3年營收成長，表現亮眼。2016年則因三角貿易業務急速增加，故其營收相較於2015年成長115.13%。

排名第5名的百堅貿易從事鋼鐵材料、切削工具、機械設備

之進出口業務，去年則因香港、泰國、馬來西亞、新加坡等東協國家需求旺盛，帶動營收成長106.1%。至於第6名至第10名依次為科林儀器、常榮機械、建誼企業、聚紘貿易及桂盟國際。

在營收成長率前10大貿易商中，除寶隆國際及桂盟國際外，均為本土中小型貿易商，且產業分布也極為廣泛，充分顯示中小貿易商靈活彈性，鎖定市場上具商機的產品，快速應變以造就獲利的特質。■

表四 營收成長率前10大貿易商

排名	公司	營收成長率 (%)	貿易業排名
1	寶隆國際	321.02	90
2	定佳國際	263.72	200
3	川飛能源	127.46	191
4	合勝貿易	115.13	205
5	百堅貿易	106.1	234
6	科林儀器	90.32	217
7	常榮機械	74.06	156
8	建誼企業	66.66	251
9	聚紘貿易	64.94	278
10	桂盟國際	58.08	80

資料來源：中華徵信所2017年版《台灣地區大型企業排名 (TOP5000)》

新書上市預購

4

全面上市
現正預購中!!



本書特色

- 1 第一本婦癌全寶典，問診 14 大專科名醫**
 本書蒐羅婦科癌症與好發病症，問診各大醫院最權威的婦癌專科醫師，提供具說服力的防癌對策，與治療期間需具備的正確觀念，此外，更獨立專章探討癌後的養生與健康觀念！
- 2 實際案例分享解析**
 本書除了有完全癒癒、振奮人心的案例，亦記錄了抗癌未果案例的原因，詳細分析，藉由案例，讓讀者更能感同身受，作為理解該病症的借鏡、參考。
- 3 破解婦癌常見迷思！**
 本書收錄權威醫師的婦癌迷思釋疑，如：子宮頸癌是遺傳性疾病嗎？吃排卵藥、打排卵針會提高卵巢癌風險嗎？爽身粉會提高卵巢癌風險嗎？透過醫師的詳解，破除網路謠言與常見迷思！



掃 預購，即享新書 7 折優惠！（8月2 日前）

原價 ~~380~~ 元 預購特惠價：元

※ 全國博客來、誠品、金石堂、城邦花園網路書店均有販售

團購另有優惠！洽詢電話：
02-2505-6789 #5510 胡小姐

TOP



稅前純益前10大貿易商

2016年稅前純益前10大貿易商連續3年入榜的貿易商仍有7家，同時有高逵8家為本土貿易商，顯示本土大型貿易的獲利能力轉強。

在2016年，稅前純益前10大貿易商（詳見表五）中，連續3年蟬聯入榜的貿易商高達7家，包括排名榜首的震旦行（2015年第1名）、第3名的車美仕（2015年第3名）、第5名的廣越企業（2015年第2名）、第6名的松下產業科技（2015年第4名）、第7名的特力（2015年第5名）、第8名的台灣荏原精密（2015年第9名）、以及第9名的德麥食品（2015年第8名）。顯示這7家貿易商的獲利穩定度相對較高。新進榜的僅有排名第2的寶隆國際、第4名的桂盟國際，以及第10名的中貿國際。

此外，稅前純益前10大貿易商，皆在貿易業排名前100名的行列中，顯示貿易商獲利規模與營收規模的正向關聯，中小型貿易商在獲利規模上難與大型貿易商比較。

值得注意的是，300大貿易業稅前純益總額合計高達82.17億元，較2015年的70.78億元成長15.97%，在300大貿易業中的

總體比重也上升至41.37%，續創新高。其中，除廣越企業、特力及中貿國際之外，其他7家貿易商的稅前純益也都創下歷史新高紀錄。

震旦行以稅前純益13.28億元，再度登上300大貿易業獲利王。其蟬聯稱王不是偶然，專注於兩岸辦公市場產品的震旦行，去年營收雖只成長3.32%，但是獲利卻成長了6.14%，展現產品獲利率高的特質。2016年除了強化現有業務經營外，在「變

革」及「開創」的經營策略驅動下，也同步擴展新事業及新市場，包括兩岸3D列印、辦公室雲應用及本業延伸市場，乃是創下獲利新高的關鍵因素。

此外，稅前純益前10大貿易商中，有高逵8家為本土貿易商，較2015年增加2家，顯示本土大型貿易商的獲利能力逐漸轉強。尤其稅前純益前5名均為本土貿易商所包辦，本土貿易商的獲利能力有逐漸凌駕外商貿易商的趨勢。■

表五 稅前純益前10大貿易商

排名	公司	稅前純益（千元）	貿易業排名
1	震旦行	1,328,108	36
2	寶隆國際	1,086,328	90
3	車美仕	929,693	18
4	桂盟國際	887,922	80
5	廣越企業	840,373	14
6	松下產業科技	821,115	1
7	特力	720,689	4
8	台灣荏原精密	573,741	42
9	德麥食品	526,204	55
10	中貿國際	502,380	22

資料來源：中華徵信所2017年版《台灣地區大型企業排名（TOP5000）》

alive

時刻感受 時刻享受

王者·以茶文心

萬中選一的送禮，才能送到心坎裡，

阿里山黃金海拔緯度，孕育夢幻稀有茶種，

兩岸鬥茶大賽冠軍，獨家限量頂級茶首選，

輔以首席烘焙茶藝，將賞味層次推向極致，

與日本壽司之神品賞冠軍茶。



alive × 崑崙巖韻 DEMETRA 尊榮茶王冠軍禮盒

限量300組



典藏版

優惠價 10,800元 (定價12,000元)

規格：茶王-青心烏龍 150g x 2

+精選台灣梧桐木牡丹雷雕盒



雅緻版

優惠價 4,800元 (定價5,200元)

規格：茶王-青心烏龍 150g

+精選台灣梧桐木盒

尊榮限量專線：02-2510-8888按6 貿易雜誌讀者，8/31前訂購享買五送一優惠

- 限量商品，訂購完成後5個工作天依訂單陸續出貨
- 商品以實物為準，配送區域僅限於台灣本島
- 其他資訊請上www.teaking.tw或來信**bw-reader@bwnet.com.tw**



瞭解更多

TOP



稅前純益率前10大貿易商

走出傳統貿易的框架，稅前純益率前10大貿易商的稅前純益率連續兩年都超過20%，顯示大型貿易商的獲利能力有轉好的趨勢。

在2016年，獲利率（以稅前純益率比較）前10大貿易商（詳見表六），由寶隆國際以稅前純益率80.34%居冠，桂盟國際則以54.87%居於第2。這兩大貿易商也恰為最佳貿易商前兩名，足見其獲利能力強勁。不過寶隆的獲利主要來自於業外挹注，桂盟則是來自本業獲利貢獻。排名第3的獲利王震旦行，稅前純益率也高達43.15%，其關係企業金儀則以稅前純益率36.15%緊追在後，排名第4名。第5名則為全球最大髮飾供應商弘帆，稅前純益率也達27.79%。第6名

至第10名依次為惠興（醫療器材進口買賣）、怡業（手持產品用置物架研發及進出口）、德麥食品、台灣荏原精密及需方國際（肌膚保養品代理）。

稅前純益率前10大貿易商中，寶隆國際、桂盟國際、震旦行、台灣荏原精密及德麥食品，為同時名列稅前純益前10大的貿易商，顯示其獲利規模與獲利率的績效同樣出色。此外，稅前純益率10大貿易商的稅前純益率連續兩年都超過20%，印證大

型貿易商的獲利能力逐漸轉好。

由這10大貿易商的表現，可看出這些貿易商已走出傳統貿易範疇。連小至女性髮飾產品，弘帆都可透過研發和經營的創新賺取高獲利，並且由髮飾供應商轉型為全方位飾品配件供應商。去年，弘帆更併購兩家全球知名的髮飾配件與手工藝供應商芳協與昱匯，取得新客戶及新市場。由弘帆的「變革」，可給予習於「以不變應萬變」的傳統貿易商全新啟發！■

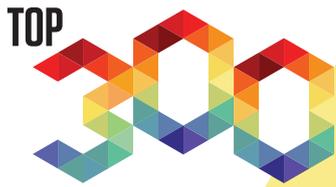


主要業務為進口手術醫療設備的惠興，2016年的稅前純益率有極佳表現。

表六 稅前純益率前10大貿易商

排名	公司	稅前純益率 (%)	貿易業總排名
1	寶隆國際	80.34	90
2	桂盟國際	54.87	80
3	震旦行	43.15	36
4	金儀	36.15	144
5	弘帆	27.79	84
6	惠興	24.66	290
7	怡業	23.26	255
8	德麥食品	23.16	55
9	台灣荏原精密	21.65	42
10	需方國際	21.44	148

資料來源：中華徵信所2017年版《台灣地區大型企業排名（TOP5000）》



每一員工銷貨額 & 生產力指標 前10大貿易商

2016年首次出現每一員工銷貨額前10大貿易商和生產力指標前10大貿易商出現脫鉤的情況，值得明年持續留意此一反向趨勢的發展。



隨著網購發達，無論是阿里巴巴、京東、亞馬遜都朝結合大數據、網路支付工具，以FinTech技術發展「新零售」模式，這也是未來貿易商生存的關鍵。

每一位員工為公司做了多少生意)以及每一員工純益額(平均每位員工為公司賺了多少利潤)，這兩項指標所代表的意義在於檢視員工對企業的貢獻度。在微利時代中，員工生產力與企業競爭力關係只會愈來愈密切。

由於300大貿易業用人相對穩定，因此每一員工銷貨額的排名波動相對較小。以2016年300大貿易業每一員工銷貨額前10大貿易商(詳見表七)來說，仍有6家蟬聯入榜的貿易商，且包辦

前5名。至於新入榜的貿易商分別是第6名的松下產業科技、第7名的總宜實業、第9名的彰京開發及第10名的偉錚金屬。此一排名通常有其延續特性，主因是員工產值高的貿易商，通常不會突然降低，因而排名變化相對其他指標排名來得小。

另外，2016年每一員工銷貨額前10大貿易商的門檻由1.59億元小幅下降至1.37億元，顯示貿易業用人增加，但人力資源尚未完全反映在營收上。至於生產力指標(每一員工純益額)前10大

貿易商(詳見表八)，除了寶隆國際和桂盟國際外，其他8家貿易商均為蟬聯入榜的貿易商，這也顯示員工對獲利的貢獻度表現穩定。

長期以來生產力指標前10大貿易商，與每一員工銷貨額前10大貿易商的連結度高，因為員工產值高的貿易商，其員工對獲利貢獻度也相對較高，但2016年首次出現每一員工銷貨額前10大貿易商和生產力指標前10大貿易商完全不重疊的情況，顯示每一員工銷貨額貢獻較多的貿易商，與獲利成長的貢獻度明顯出現脫鉤情形。每一員工銷貨額與生產力指標的關聯度成反向發展的趨勢如何演變，則有待來年觀察。

未來貿易商將扮演 市場水庫的角色

由總體來看，300大貿易業創造了「六大成長」的佳績，顯示我國大型貿易商力抗區域經濟整合、貿易保護主義興起，以及中國大陸進出口疲弱的能力，值得激賞，也可以對我國大型貿易

商的貢獻有信心。從個別表現優異的大型貿易商來看，老幹新枝兼容，一方面顯示新興大型貿易商的活躍，一方面也能看出老牌貿易商勇於求新求變的企圖心。其中有四點值得借鏡。

第一點是從營收與獲利雙成長的貿易商具備瞄準新市場、新通路、新南向、新產品組合、新行銷的「五新策略」作為積極向外擴張的模式，其實可作為所有貿易商的未來生存策略。

第二點是去年表現優異的大型貿易商，不約而同地將目標瞄準「東協」，無論是工業用紙、鋼品、化工相關產品、自行車相關供應鏈、辦公設備、車用商品、紡織成衣，乃至於烘焙原料、髮飾都朝東協市場推進，這也呼應政府力推的「新南向」政策，顯示東協不是沒有市場，關鍵在於學習成功的大型貿易商如何以直接投資設廠、間接代理，透過網路平台、提供差異化產品，開拓出自己的南向商機。

第三點則是從本土最大貿易商特力的營運策略，可以看到建立採購管理能力、訂單管理能力與供應鏈管理能力，開創了貿易代理的新成長空間，進而帶動整體出貨量，並帶來新的獲利來源。我們可以了解未來貿易商扮演的不再是產品中介的角色，而是利用管理供應鏈的技術，作為市場水庫，達成即時供應產品，

又能保持客戶零庫存管理的最高境界。換言之，貿易商在未來的市場交易中不會被弱化，反而扮演更為積極的重要角色。

最後第四點是「新零售」市場的崛起。無論是阿里巴巴、騰訊、京東、亞馬遜都朝向結合網路平台大數據、全新網路支付工具，結合FinTech、區塊鏈的技

術發展「新零售」模式，這對於不熟悉電子商務的貿易商來說，若不能追趕上此一趨勢，找到自己的新定位，將會面臨生存困境。總括來說，採購管理、訂單管理、供應鏈管理的三大管理，以及線上線下全通路、自有品牌的兩大策略，都是未來貿易商拓展新市場必備的利器。■

表七 每一員工銷貨額前10大貿易商

排名	公司	每一員工銷貨額 (千元)	貿易業排名
1	長江化學	458,271.00	17
2	員通興業	237,825.00	119
3	中華全球食物	222,370.03	10
4	擘華企業	221,687.50	28
5	鑫亞國際	185,118.92	52
6	松下產業科技	163,948.18	1
7	總宜實業	163,333.33	117
8	國際艾歐資訊	140,000.00	30
9	彰京開發	137,923.88	33
10	偉錚金屬	137,007.75	107

資料來源：中華徵信所2017年版《台灣地區大型企業排名 (TOP5000)》

表八 生產力指標 (每一員工純益額) 前10大貿易商

排名	公司	生產力指標 (千元)	貿易業排名
1	寶隆國際	67,895.50	90
2	桂盟國際	13,453.36	80
3	楊龍企業	12,170.56	240
4	弘帆	10,905.49	84
5	長江化學	9,778.92	17
6	世強化學製藥	8,002.67	116
7	大成國際鋼鐵	7,284.47	24
8	車美仕	7,263.23	18
9	中貿國際	4,525.95	22
10	廣越企業	4,265.85	14

資料來源：中華徵信所2017年版《台灣地區大型企業排名 (TOP5000)》

【超人氣講師】106/08/21~106/11/13 週一 19:00~22:00

企業人商務文化精緻日語班

企業人商務文化精緻日語進擊班，真的是精華盡出，不學可惜!!

在「敬語」單元，除了完整優雅的「謙讓語」、「鄭重語」，新加入了企業人必備的柔性語言之寶「緩衝語言」及「日本人中常見的敬語誤用型態」，讓您把敬語說得比日本人更精通且優美。在「商務常用句」單元，除了「打電話」等諸多必背經典句外，更新加入了拜訪公司的禮儀，值得深入學習。此外，每次課程各自精采又能獨立應用，銜接毫無問題，歡迎有興趣的同學前來報名，不必擔心，一定不讓您失望！



高木丹尼 老師主講

2017年國貿學苑近期課程一覽

106/08/10 週四 09:30~16:30

【無敵談判採購術，Cost 不停 Down ~ Down ~ Down】採購談判與議價技巧

106/08/16~106/08/23 週三 09:30~16:30

最新勞基法逐條說明與案例解析基礎入門

106/08/17 週四 09:30~16:30

【自信破表，Hold住全場】王牌主持人

106/08/24 週四 09:30~16:30

【內容紮實，即學即用】非信用狀交易實務與糾紛、詐騙防範

106/08/29 週二 09:30~16:30

打動人心的服務銷售技巧

106/08/30 週三 09:30~16:30

掌握大數據-善用Google Analytics(GA)精準行銷

106/08/30 週三 09:30~16:30

雲端工作術~善用行動工具提升工作力

106/08/31 週四 09:30~16:30

一例一休下的組織瘦身與人力盤點

106/09/01 週五 09:00~17:00

正面思考 創造美好—正向領導造就樂觀競爭力

106/09/13 週三 09:30~16:30

網路社群行銷培訓班—行銷策略篇

106/09/15 週五 09:30~16:30

賦予商品價值！B2B/B2C定價策略課程

106/09/19 週二 10:00~17:00

職場軟實力up up！國際商務禮儀與外賓接待

106/09/20 週三 09:30~16:30

網路社群行銷—社群經營實戰篇

106/09/27 週三 09:30~16:30

網路社群行銷—大數據分析篇

106/09/28 週四 09:30~16:30

【內容紮實，即學即用】國貿財務規劃與貿易融資

106/10/24~106/11/07 週二 09:00~17:00

決戰一瞬間！談判菁英訓練班(全修班 劉必榮教授親自授課)

106/10/24 週二 09:00~17:00

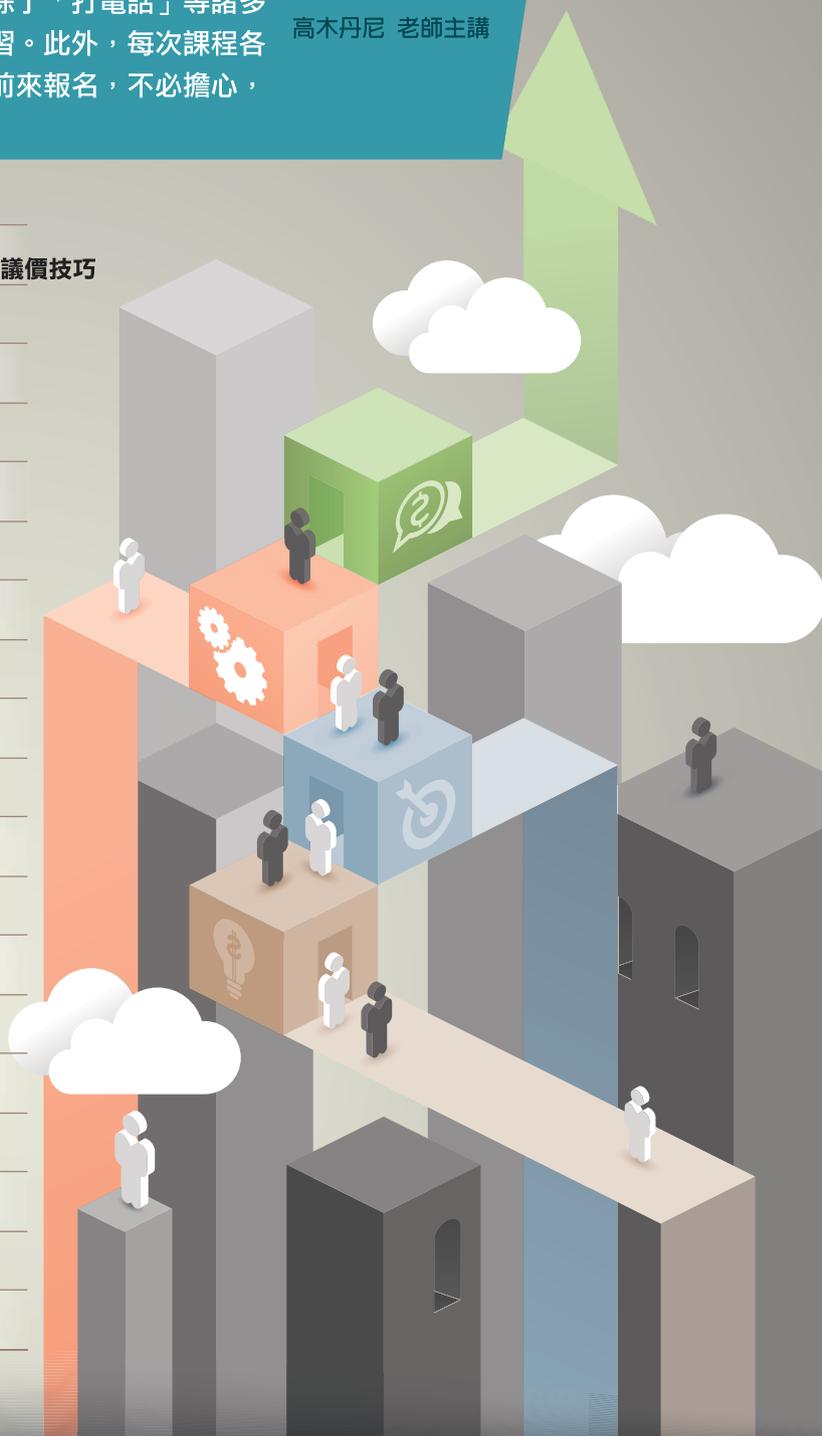
談判技巧 (劉必榮教授親自授課)

106/10/31 週二 09:00~17:00

談判兵法 (劉必榮教授親自授課)

106/11/07 週二 09:00~16:00

跨文化溝通與管理 (國際商業談判 劉必榮教授親自授課)



歡迎加入

國貿學苑粉絲團



進入官網報名



即日起開放網路、傳真或電話報名，額滿為止。

- 網路報名：www.itbs.org.tw
(掃描條碼可直接進到官網)
- 聯絡電話：02-2581-3521分機418 郭先生



國貿學苑

INTERNATIONAL TRADE BUSINESS SCHOOL

您進修的首選！