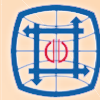




貿易

TRADE MAGAZINE <http://www.iatepe.org.tw>

雜誌



No. 321
2018年03月

2018全球重要暨新興市場貿易環境與發展潛力調查報告

新南向價值鏈

布商機

Opportunities from
**Value Chain Integration by
New Southbound Policy**



定價：99元



名家專欄：
程天縱
上一代的態度
決定下一代的成就

智慧家庭情節
從電影進入生活
AI、物聯網加持
智慧家庭市場起飛

金融與能源企業發展強勁
資通訊及生化產業仍偏弱
從財星世界500大
看中國大陸產業最新發展

封面故事

Cover Story

新南向價值鏈 布商機

在全球政經局勢不斷變化的2018年，如何訂定企業經營方針，成為經營者的必修學分。為協助台商精準布局，台北市進出口商業同業公會在今年所提出之《全球重要暨新興市場貿易環境與發展潛力調查報告》中，聚焦「新南向價值鏈布商機」主題，帶領讀者一同掌握2018全球市場趨勢。



總論篇

- 06 景氣回暖 全球經貿走出低谷
2018《IEAT調查報告》為台灣經濟找出新航道

精華篇

- 10 從全球價值鏈看貿易競爭力表現
新南向國家競爭力躍進 透視趨勢精準布局

記者會篇

- 24 新連結、新謀略 打造南向新價值鏈

台北市進出口商業同業公會發行

每月1日出刊

發行所：台北市進出口商業同業公會

地址：台北市松江路350號

電話：(02) 2581-3521~7

網址：www.ieatpe.org.tw

發行人：黃呈琮

主任委員：李友青

副主任委員：潘偉景

編輯委員：林承斌、高 甯、高泉興、廖伯祥、王建昌
簡壽宏、謝孟璋

社長：朱為正

策劃：邱柏青、許玉鳳、吳燕惠

審查編輯：蔡馨瑩、高立婷

編輯所：商周編輯顧問股份有限公司

總經理：李國榮

顧問：林秋實

專案經理：董育君

資深編輯：涂曉蝶、蔡瑜琄

美術編輯：王聖荃

地址：104台北市中山區民生東路二段141號6樓

電話：(02) 2505-6789 分機5521

傳真：(02) 2507-6773

印刷：鴻嘉彩藝印刷股份有限公司

總經銷：聯合發行股份有限公司

客服專線：(02) 2668-9005

中華郵政台北誌字第179號執照登記為雜誌交寄

本刊訂閱全年12期1,000元(含郵資)

雜誌同步刊載於MagV、Hami電子書平台，可線上購買

劃撥戶名：台北市進出口商業同業公會

帳號：0113726-6

本刊圖文非經同意不得轉載



國貿學苑FB粉絲團



《貿易雜誌》電子書

數位化《貿易雜誌》讓閱讀更方便了！
掃描以上QR Code，即可線上瀏覽本期
精選文章，隨時隨地獲取新知、掌握趨勢脈動。

CONTENTS

編輯室報告 Editor's Report

1 掌握局勢透析趨勢 啟動經濟成長的引擎

名家專欄 Column

4 上一代的態度 決定下一代的成就

特別企劃 Special Report

智慧家庭情節 從電影進入生活

30 AI、物聯網加持 智慧家庭市場起飛

企業實戰錄 Enterprise

YES, I DO; YES, I CAN

36 台灣日邦樹脂的「正道」、「利他」經營之道

大陸觀察 Mainland Focus

金融與能源企業發展強勁 資通訊及生化產業仍偏弱

40 從財星世界500大 看中國大陸產業最新發展

產經線上 Economics Online

新觀念×新方法×新視野

44 創新產學合作機制 孕育國際貿易尖兵

產創條例修正+金融監理沙盒+外國人才專法

48 三法通過 健全創新創業環境

MBA學堂 MBA Class

把握節日消費力 另類思維贏得粉絲心

54 搶攻節慶商機四大策略

品味生活 Life

老饕天堂

60 法國人心目中的美食首都：里昂

文創藝術 Cultural Arts

復興苦茶油基地 發揚苦茶籽文化

62 從土地出發 茶籽堂找回品牌價值

文化快譯通 Cultural Language

避開溝通誤區 建立跨國界的長遠關係

66 美國商務社交技巧



36



160



2018《IEAT調查報告》指出，包括印度、中國等四大極具成長潛力國家，值得台商多加關注與著力。

景氣回暖 全球經貿走出低谷

2018《IEAT調查報告》 為台灣經濟找出新航道

全球經濟走過10年低谷，2017年終甩開陰霾加速回溫，預期2018年將更快速成長。台北市進出口商業同業公會每年針對全球經貿情勢所發表的《IEAT調查報告》於今年邁入第10年，在2018年，因應時局提出六大轉向、七大挑戰、四大板塊、四大時代布局與五大產業商機，作為台商迎向未來的參考。

◎撰文／劉麗惠 圖片提供／路透社、美聯社、商周圖庫

全球經濟自2008年發生金融風暴以來，歷經長達10年的詭譎不明，使台商經營面臨諸多挑戰。台北市進出口商業同業公會（後簡稱公會）自2009年提出的《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《IEAT調查報告》），於每年針對全球54個貿易地區進行調查，並以宏觀的角度解析全球經濟局勢，10年來不曾間斷，為台商在變動的經貿格局中，找出新航道。

甫於今年1月31日發表的2018《IEAT調查報告》，以「新南向價值鏈布商機」為主題，計畫主持人呂鴻德表示，全球經濟局勢已逐漸回春，預期2018年將以更強勁的態勢復甦。儘管經濟前景樂觀，卻仍不能輕忽各種風險與挑戰，台商必須更審慎觀察全球競爭新局，採取符合時局的策略，迎向未來。

迎向全球經貿未來的 關鍵重點

全球經貿的光明時代翩然到來，但全球經濟的六大轉向，仍將帶來七大挑戰，不容

忽視。

六大轉向》 2018是值得期待的一年

呂鴻德首先提到，2018年全球經濟表現受到美國及新興市場的影響，綜合發生六大轉向。即從「溫和復甦」轉向「強勁復甦」、從「脆弱慢增長」轉向「穩健快成長」、從「成長不均」轉向「同步擴張」、從「金融風險」轉向「政治風險」、從「需求側」轉向「供給側」、從「割裂保護」轉向「協同發展」。

基於經濟六大轉向現象，全球十六大經濟研究機構普遍對2018年抱持樂觀審慎的態度。如經濟合作暨發展組織

（OECD）追蹤的45個國家在2017年經濟皆有所成長，其中更有多達33個國家的成長優於一年前。

七大挑戰》 台商應加強駕馭風險能力

在全球經濟趨勢轉向的同時，免不了產生難以預測的風險，尤其地緣政治、貿易保護主義、民粹主義在內的部分風險最不可小覷，這也讓台商面對未來，挑戰仍多。對此，2018《IEAT調查報告》具體提出「美國重啟301條款」、「全球產業鏈在地化」、「跨境電商平台崛起」、「區域整合反對浪潮」、「多極體系時代來臨」、「金融科技不斷演



美國重啟301條款，為中美貿易戰開了第一槍，這是2018《IEAT調查報告》提出的七大挑戰之一，台商應正視此一舉措所帶來的風險。

進」、「物聯網創造新衝擊」等七大挑戰，帶領台商掌握關鍵情勢。

全球市場競爭激烈 台灣加強軟實力因應

《IEAT調查報告》發現，2018年全球貿易成長審慎樂觀，因此政府與產業應藉此全球景氣回溫機會，積極布建新南向價值鏈創新商機，同時提升台灣貿易競爭力。

2018《IEAT調查報告》提到，影響台灣競爭力的主因，包括台灣未能提供有活力的經貿環境、貿易仍然高度依賴中國大陸、軟實力落後、以及長期低薪環境所導致的人才斷層等。

台北市進出口公會理事長黃呈琮抱持樂觀態度指出，從《IEAT調查報告》長達10年的歷程可發現，2008年台灣年出口總值為2,580億美元，一路成長到2017年的3,173億美元。歷經金融海嘯風暴、歐洲債務危機，更創下連續17個月有史以來最長出口衰退的全球景氣寒冬，不過最後產業界仍挺過來。從2016年10月以來出現連續15個月正成長的紀錄，



非洲經貿表現亮眼，包括肯亞和南非等國家將有機會成為經濟發展重鎮，可望帶動全球經貿動能。

展現台灣外貿產業的彈性與韌性，及過去的深厚經貿實力。

經濟部次長王美花表示，全球各國競爭激烈，台灣很多產業仍表現優異，如半導體產業，但台灣應加強發展更多軟實力，未來我們必須團結、團結再團結，多方關注世界經貿走勢，同時培養新一代中流砥柱，從各方面著手，加強台灣經濟成長力道。

台商迎戰未來的 三大經營思路

2018《IEAT調查報告》也從全球潛力市場與商機，提出台商全球布局的新謀略，其中「四大板塊市場」、「四大時代布局」與「五大產業商

機」，可以作為台商攻略全球市場時的經營參考。

經營思路1》四大板塊市場 開啟台商成長動能

呂鴻德認為，面對各種挑戰，台商應該著力於具備成長潛力的市場，大抵上有四大板塊值得布局。首先，中國大陸、印度兩國極具成長潛力，其未來經濟將領銜全球；其次，東協經濟共同體具人口紅利、低勞力成本及內需市場等優勢，使經濟崛起；再者，中南美在墨西哥與巴西的帶領下，可望成為新區域經濟體與投資熱點，預計將吸引大量企業前往投資；最後，包括南非與肯亞在內的非洲經貿也將表現亮眼，成為經濟發展重鎮，

可望帶動新一波經濟躍升。

經營思路2》四大時代布局策略 大格局要有大智慧

掌握潛力市場外，面對全新經貿競爭，2018《IEAT調查報告》則提出四大時代布局策略。首先，台商要因應中國大陸環境改變與新興市場興起，從「中國唯一」向「中國加一」轉進；其次，台商須深耕當地市場與在地企業結盟，而從「傳統南向」向「新型南向」轉變；再者，台商應從「價值獲取」朝向「價值整合」轉念；最後是由「規模經濟」向「綜效經濟」轉升，從創新經營思維切入。

「大時代需要大格局，

大格局需要大智慧。」呂鴻德引述彼得·杜拉克的話指出，每個企業都應有一套經營理論，這套理論必須與時俱進，否則公司會停滯不前；又或者從「價值獲取」朝向「價值整合」思考，即抱持著壯大別人，後創造利益共享的思維，成為價值整合者，攜手夥伴共創價值。

經營思路3》五大產業商機 迎向數位經濟時代

秉持四大時代布局的新思維，台商也應迎合數位經濟時代的來臨，挹注資源於人工智慧（AI）、物聯網（IoT）、5G、擴增實境／虛擬實境（AR/VR）、大數據（Big

data）等，才能乘著科技的大浪為台灣打造新一代貿易競爭力，馳騁全球。

呂鴻德進一步分析指出，不管是美國數位科技巨擘亞馬遜（Amazon）、蘋果（Apple）、Google、臉書（Facebook）與微軟（Microsoft），或是中國大陸百度、阿里巴巴、騰訊、京東等科技大廠，都以數位科技打造自己的生態系統，未來台灣必須懂得善用數位科技結合營運模式，搶攻新板塊市場。

就政府角度來看數位科技對經貿的變革，王美花次長指出，目前政府帶頭從政策推動台灣AI產業的發展，如科技部已經打造AI產業學院，加強人才培育與創新力，相信對於台商迎向數位經濟時代將有所助益。

綜觀來看，儘管劇烈變動的經貿格局看似逐漸走向明朗，但台商絕對不能固守原地，或是維持過往孤軍奮戰的習慣，而是要串聯各方資源，連結國內外經貿合作夥伴，以策略聯盟的群體戰思維，以及平台串聯的生態系概念，開啟嶄新未來。■



因應數位時代的到來，台商應多投入資源於人工智慧（AI）等科技力之提升。



台灣日邦樹脂富深厚的企業文化底蘊，用「正道」、「利他」的經營理念，站上世界舞台。

YES, I DO; YES, I CAN

台灣日邦樹脂的 「正道」、「利他」經營之道

台灣日邦樹脂董事長張世華從貿易公司起家，一路秉持「正道」、「利他」的精神，取得與日本大集團公司的合作，同時養成負責、堅強的企業人才，不斷創新產品並開拓全球市場，使台灣日邦成為品牌廠商不可或缺的熱熔膠與複合材料供應商。

◎撰文／劉麗惠 攝影／賴建宏

走進熱熔膠與複合材料製造商台灣日邦樹脂（Li bond）位於嘉義大埔美的企業總部，映入眼簾的「敬天愛人、榮神益人」8個大字，是台灣日邦董事長張世華創業

以來，經營企業的中心思想；另一旁又見「YES, I CAN; YES, I DO」與「顧客成功、獲利、當責者」2個語錄，則是張世華力促自己與台灣日邦員工應秉持的人生與工作態度。

就是這種「正道」與「利他」的經營思維與理念，讓台灣日邦走過了30個年頭。儘管歷經製造業供應鏈轉移、科技對產品需求所帶來的變化，日邦依然持續成長茁壯，成為許多領域之

廠商的重要供應鏈合作夥伴，也使台灣日邦成為台日產業攜手合作的最佳典範。

貿易轉製造 攜手日商成為技術型公司

1979年，張世華看準接著劑市場商機龐大，儘管資源有限，仍勇敢投入創業成立慶邦公司。

一開始，因創業資本與人力不足，張世華凡事親力親為，曾為引進知名品牌公司Bostik的接著劑產品，在下雨天騎著一台小機車從台北市區到淡水，最後卻沒有見到客戶。即便如此，張世華仍秉持著台灣牛的精神，不放棄的多次造訪，終成功取得Bostik Japan熱熔膠產品的代理權，開啟成功的第一步。

之後，慶邦公司又陸續引進來自世界各國的接著劑產品，其進口業務也逐漸穩定並邁向獲利。但張世華體悟到，單純進口商品至國內銷售，不僅成長空間有限，當客戶需要專業技術服務時，慶邦得先把問題傳到原廠，等待原廠回報解決方法後才能回覆客戶，無法提供客戶即時快速的售後服

務之困境，有礙企業發展。於是其決定轉型，成為技術服務與製造商。

談起轉型過程時，張世華回憶從事進口貿易期間，與各國廠商合作發現，日本企業做事嚴謹、效率佳，早上發信詢問事情，通常下午就能得到回應。更重要的是，每次客戶遇到問題，日商都會真實反應，求真、求美的作為與自己的做人處事方法一致，因此在尋求轉型成為技術型製造商時，張世華便決心鎖定日商作為合作對象，並很快地在1986年即取得與日本「日立化成Polymer株式會社」（HKP）的合作。雙方共同出資創立「台灣日邦樹脂」，成為HKP在台灣的專業接著劑生產製造商公司。

跨入複合材研發生產 開啟更大商機

自此，台灣日邦以技術公司為角色定位，立足台灣、放眼全球接著劑市場。30年來跟著日新月異的科技，不斷創新各種符合市場需求的接著劑產品，從1992年開發出的溶劑型接著劑、1993年正式量產的環氧樹脂，再到後來的濕氣反應型熱熔膠、導熱膠等產品，產品項目涵蓋多元。

藉由創新開發符合市場需求產品的同時，台灣日邦也積極進行國際化布局。張世華指出，為開拓龐大的中國大陸市場，台灣日邦於2004年前往中國大陸無錫設立「日邦樹脂（無錫）有限公司」，設置生產廠房，之後即以日本日立化成提供最新技



除了接著劑產品，台灣日邦也陸續推出背膠銅箔、工業級玻纖或碳纖維布等各種複合材，以擴大市場商機。

術、台灣創新研發、中國大陸生產製造的策略方程式，持續開拓全球市場商機。

另一方面，台灣日邦為擴大產品線，進一步將觸角延伸到複合材料產品的開發研究，並於2012年建設嘉義大埔美廠暨研發中心，正式運轉生產各式複合材。台灣日邦樹脂副總經理張尚偉指出，透過創新研發，台灣日邦陸續推出背膠銅箔、工業級玻纖或碳纖維布、熱固型聚醯亞胺複合材料等各種複合材，為企業經營開啟更大的市場商機。

開發高附加價值產品 讓獲利再攀頂峰

隨著產品種類愈來愈多，台灣日邦跨足的應用領域也不斷擴大，包括紡織、汽車、航太、電子電器、建材、包裝、印刷等產業都有企業採用台灣日邦的接著劑產品。台灣日邦產品至今已銷往美洲、越南、東亞、歐洲、中東、中國大陸、印度與紐澳等市場，海外市場銷售於2016年已占公司總體營業額的40%。在成功進軍全球市場的同時，台灣日邦研發團隊也持續開發高附加價值



台灣日邦之所以能夠不斷創新產品，並順利開拓全球市場，與其成功的人才培育機制息息相關。

產品，以提升公司獲利能力，並為該公司迎向智慧裝置市場做好準備。

台灣日邦副總經理張尚偉舉例，透過創新研發反應型熱熔膠技術所開發出的熱塑型接著劑產品，有助於公司切入穿戴裝置市場，目前已有虛擬3D眼鏡領導品牌採用台灣日邦的反應型熱熔膠產品。此外，透過背膠銅箔複合材料開發，亦可滿足汽車與自行車零件的輕量化需求，同樣獲得許多汽車與自行車品牌廠商的青睞。

利用既有資源 結合中日文化精神育人

台灣日邦之所以能夠不斷創新產品，並順利開拓全球市場，與其成功的人才培育機制

息息相關。

以創新產品為例，台灣日邦除憑藉日立化成從日本引進的最新技術，公司也利用台灣既有資源，積極強化自身的創新能量。如2001年結合中山科學研究院，利用其頂尖技術與優秀人才提升技術能量；台灣日邦也透過優渥的薪資福利與可成長的工作環境，吸引人才進入且積極培育。

「21世紀是人才的競爭，人對了，企業的經營才能事半功倍。而建立員工的『正道』思維，是人才培育的第一步。」張世華提到「育才」，念茲在茲地強調「正道」最重要。

張世華表示，中華文化是習得「正道」的最佳教材，關於此方面台灣保留還算完整，

但經歷文化大革命，中國大陸員工對此之意識就顯得更為需要。於是，日邦樹脂無錫公司在6年前開始，所有員工每週一早上8點都修習一堂《論語》課程，至今從不間斷。透過觀念的建立，將正道帶進員工思想中，張世華認為，當態度變得正面、正確，工作與生活也會隨之變得順利、成長、累積。

除了建立人才正確觀念，在人才培育的具體作為上，台灣日邦也效法日本企業人才培育的精神，採取「多元性」、「自律性」與「專業知識」的3步驟策略，為員工創造最佳工作環境。以在職教育模式，讓台灣日邦所有員工都是教育者，也是學習者，彼此間能夠

真誠對話與互動，進而達到互相理解與學習的目的。

員工都是「當責者」 企業勢必堅若磐石

張世華對人才的重視，呼應他期許每一位員工都能成為「當責者」(Accountable)的經營思維。張世華說，「YES, I DO; YES, I CAN」是一個能夠擔負責任的人所必須擁有的態度。如此方能協助顧客成功，幫客戶獲利，同時台灣日邦亦才能跟著客戶的成功，不斷開啟自己的市場機會。

張世華也說道，懷抱著「YES, I DO」的精神對待家庭、同事，會產生得以正面待人的能量，對於事情也能夠不

斷學習精進。所謂活到老、學到老，就是不斷在自己扮演的角色上，做出貢獻；而擁有「YES, I CAN」的思維，則可讓每個人都能在自己的工作崗位上，接受任何挑戰，並且充滿信心地相信，自己可以克服困難、成功為之。

另外，張世華以其「敬天愛人，榮神益人」的中心思想強調，因秉持著敬天愛人的堅持，所以自己不管對客戶、同仁或供應商，都能以尊重、關懷的心與他人互動。加上台灣人埋頭苦幹的拚勁，於是不管遭遇任何挑戰都能勇於突破；也因為榮神益人，所以台灣日邦在業務的拓展與科技的創新上，也努力積極朝向愛護地球的綠色環保之路邁進，同時善盡企業社會責任。

「Touch your life everyday. (感動每一天)」。張世華最後謙虛又感性地說，自己為員工與客戶做得還不夠，至今依然懷抱感恩的心，堅持做對的事。他期盼將來與企業經營的所有關係人一同努力，共創美好未來。而這樣的信念正是台灣日邦一再成長茁壯，最根深蒂固的因子。■

PROFILE
台灣日邦樹脂
小檔案

- 成立時間：1986年
- 董事長：張世華
- 資本額：新台幣1億元
- 主要業務：熱熔膠接著劑、溶劑型接著劑、溶劑及水溶性系列、環氧樹脂、一液或二液型、感敏膠PSA（感壓膠）、雙面膠帶、建築／工程用填縫劑、濕氣反應型熱熔膠（RHM）。
- 產業地位：產品銷售到美洲、越南、東亞、歐洲、中東、中國大陸、印度與紐澳等多國市場，且為日立化成在台重要技術合作夥伴。



董事長 張世華（右）
副總經理 張尚偉（左）



台北市進出口公會整合政府、產業等資源，創建產學合作平台，培養台灣貿易尖兵。

新觀念×新方法×新視野

創新產學合作機制 孕育國際貿易尖兵

因應全球經貿競爭，台北市進出口商業同業公會積極推動多項符合時代的產學合作策略，包括舉辦「國際貿易大會考」、推動「學生海外實習」、開辦「B2B跨境電商種子師資營」與「全國大專院校B2B跨境電商競賽」、接待各校國貿系師生校外參訪、提供暑期實習機會等，並將推出「傑出國貿人才獎學金」，為國家產學合作創造新的可能性，促進貿易業蓬勃發展。

◎撰文／劉家瑜 圖片提供／台北市進出口商業同業公會

台灣以進出口貿易為主要經濟模式，而一國貿易是否具備競爭力，與國際貿易人才充足與否息息相關，因此，台北市進出口商業同業公會（後簡稱台北市進出口公會）作為我國進出口貿易的重要推手，一直積極推動產學合

作，期能為產業界培育並挖掘優秀人才，也為人才尋找好的發展機會，尤其近年來我國產業面對全球供應鏈轉移、國際貿易競爭激烈，公會更肩負起產業與學界的重要橋樑，採取各種創新策略為產學合作盡一份心力，促使台北市進出口公

會成為我國產學合作的重要平台，為我國進出口貿易發展，創造更多往前推進的動能。

公會指出，優秀國貿人才的養成須同時具備理論與實務基礎，但學校教育向來以理論為重，為促使人才具備實務經驗與能力，台北市進出口

公會迎合全球經貿發展，整合政府、產業與國際連結的各種管道資源，提供學校老師與學生創新實務的養分，讓學界接軌產業、產業能夠找到優秀人才，為台灣進出口貿易開啟新未來。

革新變舊 讓產學合作更具效益

回顧台北市進出口公會在產學合作上的努力，早在1974年公會就撥款設立「國際貿易獎學金」，以獎學金存款孳息獎助優秀同學，至今，在國貿領域許多菁英都曾領過國貿獎學金。然而，近十幾年來國內存款利息大幅降低，獎學金獎助金額逐年下降，效益難以彰顯，因此公會理監事會與貿易教育基金會董事會正研議規劃「傑出國貿人才獎學金辦法」，提撥更多資金，補足獎助學金額達每人10萬元，並且擴大開放全國學校學生及外籍生提出申請，希望藉此拋磚引玉，吸引更多元人才投入貿易業，也藉此機會促進國際交流與貿易發展。

同樣為吸引各界人才投入國際貿易業，台北市進出口公

會進一步於2006年攜手國內多個進出口公會，共同舉辦全國第一個貿易專業證照考試—「國際貿易大會考」，每年均吸引約5,000人報名，迄今超過6萬人報考，1萬6千餘人取得合格證書。

「國貿大會考」雖辦理逾10年，但公會在內容及作法上不斷精進與創新，今年更特別規劃專業師資到各大專院校宣傳輔導，讓更多學生了解政府與公會提供的資源而加以運用，例如國貿大會考設有績優獎學金，最高3萬元的獎學金是一般證照考試所沒有的；合格者還可進入公會的「iBANK產學合作與貿易人才庫」，之後就有機會與產業媒合，增加就業機會，並可優先推薦到

公會或企業實習，今年還預定於7月辦理「產學人才媒合會」，讓合格的考生與企業就業媒合、老師與企業產學媒合，預期將引起企業與學生的關注。

值得一提的是，有鑑於國際貿易工作需求多元且數量增加，除國貿相關科系學生之外，非國貿系學生或已經畢業的在職人員，也廣泛參與本項考試，成績不俗，這些都將成為未來跨領域的人才。

加強國際能力 推動學生海外實習

為了替優秀學生打造國際經貿實務經驗的最佳學習管道，公會自2015年起也承接辦理經濟部國際貿易局的「補



台北市進出口公會於2006年攜手國內多個進出口公會，共同舉辦「國際貿易大會考」，是全國第一個貿易專業證照考試，至今已辦理12年，每年逾5,000名學生報考。

助國內公私立大學校院選送學生赴新興市場企業實習計畫」（後簡稱「海外實習計畫」），藉此培養更多學生擁有國際視野與國貿實務經驗，成為台灣貿易小尖兵。

在學生遴選上，為了替產業界找到優秀人才，由各校謹慎遴選實習學生，如果不是國際貿易相關科系學生，必須是通過「國際貿易大會考」等國貿相關證照的大學三年級以上在學學生，此外還需具備2年內TOEIC成績550分以上，或相當於TOEIC成績550分的其他語言檢定證明。

當然，公會也致力於替

學生找到優質實習企業，讓學生在海外實習可以收穫滿滿，配合政府新南向政策，貿易局選定馬來西亞、印尼、越南、泰國、緬甸、菲律賓及印度等重点南向國家企業為主，公會同時也積極整合旗下近5,700家會員廠商，包括信男國際貿易、和成實業、南僑化工、耐德科技、年興紡織、永信藥品、金仁寶集團、PChome、順承企業等知名、績優企業，都提供學習名額供學生海外實習，另也獲得越南及泰國等許多台商的支持。

未來，公會更將進一步串聯海外80餘個姊妹會資源，為

實習學生連結更多全球資源，目前包括希臘、西班牙、日本在內的姊妹會，都表達合作意願，甚至提出雙方學生雙向往來學習的可能性。

「為提高學生海外實習的效益，依據企業提出的需求，今年實習學生若獲得原實習企業或同企業集團超過3個月的實習機會，公會還會提供往返實習國家來回經濟艙機票1張」，公會表示，在2017年海外實習專題競賽暨成果發表活動之中，發現海外實習2至3個月的學生，個個不僅英文程度佳、實習認真，且能與課程相結合，為企業提出許多創新



1



2

1.為培養學生擁有國際視野與國貿實務經驗，公會積極整合知名的企業廠商，提供學生至越南等海外實習機會。

2.2017年台北市進出口公會攜手阿里巴巴共同開辦「B2B跨境電商種子師資營」，讓教師對跨境電商的發展趨勢與實務狀況更加了解。



「全國大專院校B2B跨境電商競賽」讓學生能透過跨境電商實作，補足電商知識。

想法，都將是未來企業可以善用的國際貿易優秀人才。

迎合電商大浪潮 推動新型態產學合作模式

此外，有鑑於數位科技引爆的國際貿易大變革，正對學校老師與學生帶來衝擊，如跨境電商已經徹底改變傳統世界經貿活動模式，因此公會於2016年成立「跨境電商辦公室」後，隨即於2017年攜手電商權威阿里巴巴共同開辦「B2B跨境電商種子師資營」，此師資營主要透過課程講授、平台操作、業師分享、團隊活動等內容，讓教師瞭解

跨境電商的發展趨勢與實務狀況，目前正合力編印教材，如此老師才能進一步於校內開設相關課程，加快腳步培育我國需求孔急的電商人才。

針對學生部分，公會也攜手中華國際經貿研究學會及阿里巴巴國際站，共同辦理「全國大專院校B2B跨境電商競賽」，透過跨境電商實作補足學生的電商知識，為企業弭平電商人才缺口，至今已辦理2屆。為因應跨境電商大浪潮，公會凝聚會員廠商、跨境電商平台業者，及金、物流等相關業者的多方資源，建立最符合趨勢的跨境電商人才培育

機制，從軟到硬，逐步為台灣建立起系統化的電商人才培育制度。

「要把時間與精神用在對的事情上面」，公會秉持讓每一項任務推動都能發揮最大效益，不斷創新產學合作機制，順利為行之有年的舊有產學合作模式穿上新衣，也因應新經貿活動趨勢，打造新型態產學合作機制，將公會的平台角色發揮得淋漓盡致。未來公會將持續結合各方資源，推動前瞻性的產學合作，持續為學界注入更宏觀且具實務的教育思維，也為產業帶入源源不絕的國際經貿人才。■



避開溝通誤區 建立跨國界的長遠關係 美國商務社交技巧

國家與國家間的地理距離，雖然已被日益精進的通訊技術消弭，但文化差異仍為跨國交流的隱形障礙。本單元將解析各國商務互動特色，帶領讀者掌握溝通訣竅、減少誤解，建立友善且長遠的合作關係。

◎撰文／Elsa Ho 圖片提供／Shutterstock

日本人在商場上的溝通相當謹慎且禮節隆重，我在日商任職期間，每封電子郵件都是由「不好意思在百忙之中打擾您」等類似文句開頭，以「真的不好意思打擾了，未來請多多指教。」結尾。向客戶提案時，也會避免把話說得太果斷。例如在不完全確定的狀況下，我們就不會說「這就是最好的方案！」而是以「根據多方考量，我們覺得目前最適合的方案應該是這個，可能可以達成這個成效，但還需進一步確認……」這類方式表達。

當時我非常習慣這種溝通方式，甚至沒注意到它可能僅適用於特定文化，直到前往新加坡工作時，我和來自英國、美國的同事排練提案，事後英國同事私下用微慍的語氣問我：「妳為什麼講話要用這麼多不確定的用詞？這樣客戶怎麼願

本文作者／Elsa Ho

第一份工作任職於日商公司，於東京、台北、上海三地擔任用戶體驗顧問。後來輾轉至新加坡工作，又在華盛頓大學取得人機互動碩士。目前於美國微軟從事用戶研究，專注於跨文化行為觀察，同時為用戶體驗部落格Conversation Lab的共同創辦人。

意買單？」當下我反駁他：「這些提案都是根據假設提出的，未來合作後還需進一步驗證，我認為用斬釘截鐵的語氣並不適合。」

事後我仔細思考，才發現過去習慣的日本溝通方式，在主流西方文化下可能會讓我吃虧。不久後我搬到美國工作，期間觀察台灣、中國和美國人的溝通方式，發現在亞洲文化下成長的我們（包含日本人），和美國人在溝通上有些差異；如果沒認知到這些差異，可能會影響溝通的順

暢。以下分享幾點和美國人商業往來或工作上互動時應注意的事項。

挑對話題 以閒聊拉進距離

過去和日本客戶開會時，打個招呼、換個名片後就快速坐下來討論正事，以免耽誤對方時間。很多人和上司談話時，也會覺得「我要講些有見解的洞察，而不是聊些有的沒的生活瑣事，讓對方對我有好印象。」

但美國人並沒有這麼羞於在工作場合討論私事，剛度假回來、車子壞了，都可以是同事間閒聊的話題，在工作相關的社交場合也是如此，這是他們增進人際連結的一種方式。甚至在星巴克總部，重大會議的前十分鐘都會有個coffee tasting（咖啡品嚐）時間，讓與會者品嚐數款星巴克最新的咖啡，交換意見、討論咖啡的味道，目的是確保來自不同部門的同仁，能建立更好關係。

下次如果有機會和美國人生意往來，試試看拋下「趕快切入正題，專注在商業對話上」的想法，稍微閒聊再切入話題，看看對方會有什麼反應。聊天話題最好選擇休閒、廣泛且無害的，尤其是不熟悉對方背景與經歷時，切記不要聊政治、種族、戰爭等敏感話題。

常見的對話主題包含詢問對方最近生活過得如何？放假去哪裡玩？如果是在研討會、酒會等社交場合遇見對方，可以用「你為什麼會想參加這個活動？」（What brought you here tonight?）、「你覺得今天的會議如何？」（What do you think about the conference?）、「你來的路上交通還好嗎？」（How was the traffic here?）

這些主題破冰。

會議中不說話 小心被邊緣化

在美國的會議中，我觀察到很多來自亞洲的同事（包含我自己），相形之下比較安靜。安靜的原因往往不是因為沒意見，而是我們在等一個沒有人發言的時機，這樣發表自己的看法時才不至於打斷別人。然而，在美國較常發生的情況是，會議室裡的討論你一言、我一語地持續不斷，還沒來得及說出看法，就已有有人搶先發言；在你找到完美時機前，會議早就結束了。

相較之下，台灣或日本會議的發言頻率通常沒那麼踴躍，有時甚至還要會議主持人或主管點名發表看法。在美國開會，很多時候討論不曾中斷，甚至沒有空檔插話，在這種情況下，很難等到發表意見的最佳時機。美國是個人主義極重的社會，如果數次都不發表意見，你的存在感會逐漸削弱，在職場上容易被「邊緣化」，其他同事覺得有沒有你在



在嚴肅的會議前選擇輕鬆的話題與美國人閒聊，有極高機會獲得對方友善的回應。

都沒差，最後甚至也不邀你來開會了。

這並不是要鼓勵不經思考的評論或插話、搶話。如果能找到相對完整時機提出深刻的見解，固然能藉此獲得同事尊敬；然而，根據個人經驗與向專業人士請教的結果，比較好的做法是直接投入對話中：先不要去想自己要做出什麼聰明的評論，當聽到讓你有任何想法或疑問時，對方講完就直接提出。如果發言的時候另一人也正要開口，可以說「不好意思打斷你了，你先說。」

(Sorry that I talked over you. After you.)。等對方說完，與會者也會識相地沉默，留出時間讓你發言。

遠端會議則稍微困難些，因為很多時候遠端會議沒有使用視訊設備，就算有，也很難看清楚肢體語言或眼神的暗示。這時你可以說「我不是想打斷你們，但我想說……」(I didn't mean to interrupt, but I want to say.....)。

直接的話委婉說

避開與美國人溝通的誤區

我曾經聽過一則說法：日本人講日文時很委婉，但講英文時卻又過於直接，甚至可能到粗魯的程度，因為他們以為跟英文系國家的人溝通必須如此直來直往。

根據個人觀察，美國人的「直接」是體現在「指出你覺得不對或不同意的地方」，即便對象比你資深或年長也沒關係。如果對薪水、工時、工作內容等不滿，在健全的工作環境下都可以公開跟老闆討論，這在職場階級較嚴明的台灣或日本等地並不一定適用。

然而，所謂的「直接」並不是指「毫不掩飾地表達看法」。即使美國的工作環境鼓勵個人發表意見，但這不代表可以不顧及對方感受。例如，在工作上給同事或上下級反饋時，相對於直接指出對方哪裡做錯、哪裡需要改善，美國人更常使用「你有沒有想過另一種可能性？」「我覺得你這個提案很好，但如果換成另一種方法呢？」「可能只是我這樣覺得，你不同意的話也沒關係，但我認為……」這類溫和的說法。在傳統日本或亞洲職場常見的高壓指導與責罵，在美國是可能挨告的。

要如何直接指出你認為有問題的地方，但又表達得宜，對方仍感覺良好？除了上述幾種範例，可嘗試不要說對方哪裡不好，而說你期待什麼結果，特別注意不要針對個人。例如你的同事或窗口總是在最後一刻才上傳報告，與其說「你總是這麼晚才交報告，讓我很緊張」，不如說「如果報告都能準時上傳，我會更安心」。同時，不要直接否定對方的行為或意圖，與其直接批評「這設計不好」，詢問「這樣設計是出於特定原因嗎？」會是更友善的方式。

綜合以上3點，與美國人進行商務溝通時，可透過適當的閒聊拉近距離，讓對方對你產生興趣，進而建立友好合作關係。在商務會議中，有想法時便直接表達，避免流於沉默而被邊緣化。最後，注意雖然一般人覺得美國人較為「直接」，但這並不意味著毫不掩飾的批判，而是以委婉、不貶低對方的方式指出錯誤可改善的地方。嘗試用以上這些方式與美國同事、窗口互動，方能避免誤會，締造更良好的關係。■

淬鍊

第四屆將帥班盛大登場

身心靈兼具之精彩課程 為您在新時代開啟新思維

當全球經貿局勢從追求大量生產的「規模經濟」，轉向以雲端、大數據為基礎的平台與生態系統經濟，企業全球布局的策略思維也要跟著轉變，台商須從內觀調整經營思維，同時也要往外透視全球整體經貿新局，才能從內到外帶動企業蛻變求新，持續在市場站穩腳步，追求永續，甚至不斷轉型再造，為企業創造巔峰。

有鑑於經營思維蛻變與綜觀全球局勢至關重要，台北市進出口商業同業公會「國貿學苑」繼成功舉辦三屆「將帥班」後，學員回饋一致表示收穫滿滿，同時亦有許多企業經營者與高層都表明參加課程的意願。有鑑於此，國貿學苑再次緊鑼密鼓於今年4月底開辦第四屆「將帥班」，盼透過課程交流協助更多台商經營高層，開啟嶄新思維與視野，為企業打造征戰未來與全球市場的新策略藍圖。



第四屆「將帥班」即將於今年4月底開跑，透過課程交流為台商開啟新視野。

涵蓋形而下、形而上的 大師講座

今年度即將舉辦的第四屆「將帥班」，邀請來自產官學近30位重量級講師，建立涵蓋6次課程、1次企業參訪、1次雲門太極導引體驗的「6+1+1」模組課程，聚焦「全球布局策略」、「全球經貿新局」、「企業家心修鍊」、「全球經營智慧」、「跨國文化融合」、「數位經濟趨勢」、「智慧·傳承·躍升」與「王道·仁創·責任」等主題，兼具「形而下」與「形而上」的

課程內容，從內到外為學員打開新思想與新視野。

在「形而下」實務教學方面，多位講師將以實際全球經貿趨勢的發展脈絡，為學員注入嶄新經貿知識與視野。內容包括逢甲大學人言講座教授許士軍的「公司統理顯學」、前行政院院長陳冲、國票金控董事長魏啟林與政治大學校長周行一、新光金控副董事長李紀珠、前財政部長劉憶如等，都針對全球金融局勢變革與金融創新發展趨勢，提供精彩的授課，引領學員掌握宏觀



將帥班課程涵蓋6次課程、1次企業參訪、1次雲門結業，豐富內容成為學員身心靈成長的絕佳養分。

局勢，迎向新時代。

在「形而上」思維層次方面，統一集團前總裁林蒼生精彩的「企業家心性練修」、法藍盜董事長陳立恆以自身經驗分享的「企業家文創心路之旅」，或是公益平台文化基金會董事長嚴長壽以心靈教育與永續環境作為改變的起點等課程內容，從心靈層次為其經營策略創造新DNA。

另外，還有眾多企業家的經驗分享，也對於學員帶來很大的幫助，包括巨大集團前總經理羅祥安、富士康集團前總裁程天縱等，其心路歷程與蛻變軌跡，都成為學員的一盞明燈。此外，參訪研華科技與台達電子行程，亦讓學員藉由看見企業成功翻轉躍升的契機，更透徹企業經營之心法。

跳脫舊思維 開啟新視界

第一屆將帥班學員金煜實業總經理曾仲維回憶「將帥班」上課過程說，「將帥班」來自產官學、擁有豐富經歷的講師，帶領

學員拋開舊有思考模式，引導其以不同角度看世界，不僅心靈獲得自由，也更懂得不要急躁決定事情。這樣的體悟讓他回到經營企業時得以跳脫窠臼，站到較高層次面對事情。曾仲維也提到，很高興公會在舉辦三屆將帥班後再成立「將帥會」，讓學員能持續交流。這樣的人脈資源連結將成為自己事業的「人脈存摺」，企業未來經營遇到需要資訊與協助之時，相信將帥會將可帶來莫大幫助。

第三屆「將帥班」學員固緯電子實業董事長特助林彥志則說，「將帥班」師資陣容堅強，課程內容也與其他EMBA偏向理論的課程迥異。課程結束後，「將帥班」獨特的課程內容也為自己帶來3方面的啟發。首先，嚴長壽、林蒼生等講師以自身生命歷程與心法所帶來的分享，開啟其對於生命的新熱情；其次，熊震寰、程天縱等講師經營企業的實戰經驗，則為自己帶來不一樣的企業策略謀略思維；最後，盧希鵬、林之晨、黃河明及管中閔等

講師提到的各種前沿科技，同時也讓自己對新興科技有更深入的了解，而這些科技又將如何影響企業經營，都是企業應加快腳步投入學習的課題。

由第四屆「將帥班」依舊精彩的課程，以及前三屆學員的豐富斬獲，可以看出「將帥班」將持續作為台商經營者的最佳滋養地，為經營者提供最符合新時代的經貿知識與思維。同時，「將帥班」與「將帥會」也將集結最好的導師與征戰全球的夥伴，成為台商蛻變的新契機。■

INFORMATION 報名資訊

第四屆 國貿經營策略管理將帥班

課程時間：

2018.04.28~2018.07.21

報名電話：

(02)2581-3521分機415 卓小姐

(02)2581-3521分機410 吳小姐

將帥班官網：

[www.itbs.org.tw/itbs/
CEO/index.aspx](http://www.itbs.org.tw/itbs/CEO/index.aspx)





美國《財星》(Fortune)雜誌每年以公司的營業額，評選出全球500大的公司，是衡量全球大型公司最具權威性的排行榜。

金融與能源企業發展強勁 資通訊及生化產業仍偏弱

從財星世界500大 看中國大陸產業最新發展

《財星》(Fortune) 2017年公布的全球500大公司排行榜，其中有109家為中國大陸企業，足見企業發展力道強勁。透過排行不僅可一窺2017年中國大陸強勢企業坐落、聚焦產業，同時更能藉由企業營收、盈餘及虧損狀況，了解中國大陸最新發展趨勢，作為台商布局的參考依據。

◎撰文／楊迺仁 圖片提供／法新社、路透社

「財星世界500大」(Fortune Global 500, Global 500)，是指美國《財星》(Fortune)雜誌每年以公司營業額排名，評選出500家全球最大公司的排行榜，一直是衡量全球大型企業最權威的榜單。

2017年世界500大企業以截至當年3月底(或更早)的會計年度營收為基準，相較於2016年榜單，總營業收入、淨利潤總和以及入圍門檻這三個指標均小幅回升。其中，總營業收入小幅成長至27.7兆美元；淨利總和

成長約3%到1.52兆美元；入圍門檻則成長3%，回升到216億美元，顯示全球景氣已復甦。

沃爾瑪營收穩坐龍頭 蘋果獲利居冠

全球零售業龍頭沃爾瑪

(Walmart) 不但以4,858.73億美元營收蟬聯500大排行榜首，較前一年同期成長0.8%，而且大幅領先第二名的中國大陸企業國家電網 (State Grid) 的3,151.99億美元，足證美國消費市場買氣確實已回升。中國石油化工和中國石油天然氣則分別名列第三和第四名；豐田汽車 (Toyota) 和福斯汽車 (Volkswagen) 位居第五和第六名；荷蘭皇家殼牌石油 (Royal Dutch Shell)、股神巴菲特領軍的柏克夏海瑟威 (Berkshire Hathaway)、蘋果公司 (Apple) 與美國石油巨擘埃克森美孚 (ExxonMobil) 則分居第七至第十名。

但由於《財星》世界500大的排名是以營收為基準，企業即使虧損，排名仍有可能居前，因此，必須要連企業獲利狀況一併觀察，才能有效觀察全球產業及市場發展趨勢。

如果單看企業獲利狀況，據《財星》的統計顯示，蘋果的獲利高居第一，高達456.87億美元，不但超越居次的中國建設銀行418.84億美元，更大幅領先沃爾瑪的136.43億美元，高居全球最會賺錢公司，

其餘均為中國大陸的商業銀行，分別為工商銀行、建設銀行、農業銀行和中國銀行。

如果從總資產來看，中國工商銀行則排名第一位。員工人數最多的企業是沃爾瑪和中國石油，分別為230萬和151萬名員工。

2017年前50家公司中躍升最快的是亞馬遜 (Amazon)，排名提升了18位。在全部上榜公司中躍升最快的10家公司中有3家來自中國大陸，分別是中國五礦 (上升203位)、海航集

團 (上升183位) 和中國恒大集團 (上升158位)。

在企業虧損方面，義大利的聯合信貸集團 (UniCredit) 虧損130億美元，成為虧損最多的公司。京東集團 (261名) 虧損5.7億美元，在中國大陸上榜企業中居首，中國五礦集團 (120名) 虧損4.47億美元居次，其他如中國鋁業 (248名)、陝西煤業化工集團 (337名)、大同煤礦集團 (430名) 等原料與能源企業，也都出現虧損情形。

2017年《財星》世界500大前十名

2017 排名	公司名稱	營收 (百萬美元)	利潤 (百萬美元)	所屬國家	2016 排名
1	沃爾瑪 (WAL-MART STORES)	485,873	13,643	美國	1
2	國家電網公司 (STATE GRID)	315,198.6	9,571.3	中國	2
3	中國石油化工集團公司 (SINOPEC GROUP)	267,518	1,257.9	中國	4
4	中國石油天然氣集團公司 (CHINA NATIONAL PETROLEUM)	262,572.6	1,867.5	中國	3
5	豐田汽車公司 (TOYOTA MOTOR)	254,694	16,899.3	日本	8
6	大眾公司 (VOLKSWAGEN)	240,263.8	5,937.3	德國	7
7	荷蘭皇家殼牌石油公司 (ROYAL DUTCH SHELL)	240,033	4,575	荷蘭	5
8	柏克夏·海瑟威公司 (BERKSHIRE HATHAWAY)	223,604	24,074	美國	11
9	蘋果公司 (APPLE)	215,639	45,687	美國	9
10	埃克森美孚 (EXXON MOBIL)	205,004	7,840	美國	6

資料來源：《財星》(Fortune)，2017年7月

世界500 2017年《財星》大企業分布產業

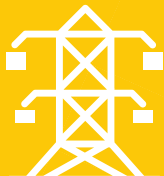
金融

全球總數：118家
美國：27家
中國大陸：25家



能源

全球總數：83家
美國：14家
中國大陸：22家



科技

全球總數：44家
美國：14家
中國大陸：8家



工程建設

全球總數：13家
美國：0家
中國大陸：8家



化工

全球總數：7家
美國：2家
中國大陸：1家



健康醫療

全球總數：27家
美國：15家
中國大陸：2家



運輸物流

全球總數：19家
美國：6家
中國大陸：3家



此次首度進入《財星》世界500大的企業，包括Facebook、從惠普（HP）分拆的慧與科技（HPE）、三星集團控股公司的三星物產（Samsung C&T）、阿里巴巴和騰訊。

中國大陸企業入榜總數首次突破百家

從上榜國家來看，美國企業表現依然強勁，共有132家入榜，其次就是中國大陸，2017

年入榜企業家數達109家，也是首次入榜家數超過百家，不但連續第14年成長，更遙遙領先第三名日本的51家。

金融、能源及科技三大產業是中美兩國企業主要的三大領域，進一步細分中國大陸入榜的企業中，與能源、煉油、採礦有關的企業就多達19家，與房地產、工程與建築有關的企業則有14家，顯然跟中國大陸近年來致力於大規模基礎建

設的國家政策有關，也是中國大陸經濟發展的主要動能。

繼京東集團之後，阿里巴巴、騰訊於2017年首次上榜；美國3家互聯網企業亞馬遜、Google母公司Alphabet、社群媒體巨頭Facebook亦出現於《財星》世界500大。排行中與互聯網服務相關的大企業，中國大陸和美國各占3家，足見互聯網未來勢必仍將扮演中國大陸企業創新的主要動力。

其他首次上榜的中國大陸企業，則分別是安邦保險集團、恒力集團、陽光金控、碧桂園、蘇寧雲商、廈門建發集團、廈門國貿控股集團和新疆廣匯，其中新上榜公司最多的產業為貿易業（蘇寧雲商、廈門建發、廈門國貿控股集團），碧桂園是唯一新上榜的房地產企業。

值得注意的是，在109家



中國大陸進入《財星》世界500大排行榜的企業中，總部位於廣東的企業多達11家，顯見廣州及深圳未來在中國大陸經濟發展的重要性。

汽車及零組件

全球總數：34家
美 國：2家
中國大陸：7家



零售

全球總數：17家
美 國：11家
中國大陸：2家



電信

全球總數：18家
美 國：4家
中國大陸：3家



工業品

全球總數：15家
美 國：4家
中國大陸：6家



航空及國防

全球總數：14家
美 國：6家
中國大陸：6家



材料

全球總數：16家
美 國：0家
中國大陸：7家



貿易

全球總數：28家
美 國：8家
中國大陸：9家



中國大陸上榜企業中，總部位於廣東的企業就多達11家，分別是中國平安保險（深圳）、華為投資控股（深圳）、中國南方電網（廣州）、正威國際集團（深圳）、招商銀行（深圳）、廣州汽車工業集團（廣州）、萬科企業（深圳）、中國恒大（廣州）、美的集團（佛山）、碧桂園控股（佛山）、騰訊控股（深圳）。此外，在股東權益報酬率（ROE）方面，中國大陸公司中排名最高的是華為、美的、騰訊、吉利和萬科，5家中有4家是廣東企業。其中，美的集團是2016年第一次進入《財星》世界500大的中國大陸家電企業，2017年依然是唯一一家該行業上榜公司，執掌該公司的董事長兼總裁方洪波，更在2017年初被財星中文版評為「年度中國商人」，由此可看

出廣州及深圳未來在中國大陸經濟發展的重要性。

資通訊及生化科技 仍是中國大陸弱勢產業

金融、能源、電信、貿易及運輸物流業的表現，往往和國家經濟體的表現密切相關。從《財星》世界500大可看出，中國大陸的汽車及零組件行業已然全面崛起，逐漸取代美日韓3國過去在汽車產業的地位，雖然主要還是拜中國大陸國家保護政策及本土市場的能量所賜，但如同中國大陸手機品牌已開始走向全球市場，中國大陸汽車品牌未來若要保持成長，積極進軍全球市場勢在必行。

但在科技、健康醫療、食品及藥品零售及運輸物流部分，中國大陸就仍落後美國甚多，也是中國大陸未來勢必會持續加強扶植的產業，尤其是

健康醫療、食品及藥品零售，都是屬於「生化科技」領域。黑心食品及醫療品質問題，也一直是中國大陸官方致力解決的重點，許多城市大力推動智慧城市解決方案，也都瞄準醫療及食品市場，加上電商市場大幅起飛，可望帶動運輸物流及智慧交通等相關產業的發展，值得業者關注。

另外，值得注意的是，台灣2017年上榜6家企業，除了國泰人壽（411名）屬於金融業外，包括鴻海（27名）、和碩（296名）、台積電（369名）、廣達電腦（390名）與仁寶電腦（458名）都屬於科技產業，中國大陸的弱項等於是台灣產業的強項，但由於這些企業也相當依賴中國大陸的製造資源及市場，兩岸關係勢必仍會對兩岸科技產業的消長，扮演舉足輕重的角色。■