

P.48 愈挫愈勇 微細科技擁抱「微晶木」天命

貿易

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

雜誌



No. 326
2018年08月



貿易業年度排行榜

定價：99元

4 710961 332961 08

名家專欄：劉必榮
面對強人時代的
國際新秩序

物聯網大未來的
關鍵通訊技術
科技新氧氣－5G

貿易禁令再起
相關產業恐受衝擊
美國恢復對伊朗制裁
與伊朗貿易往來須謹慎

WORCLOUD
行動辦公解決方案 IT for SME

打造行動辦公最佳利器
滿足一日工作所需

限時狂推

數位66包

即日起至 2018/12/31 止

WORCLOUD

信件 - 討論串輕鬆追蹤
行事曆 - 共用分類管理
行動打卡 - 人性記錄管理
雲端檔案 - 安全快速存取
打卡記錄管理
企業公告管理

Office 365

雲端檔案 共享共編
多方 HD 視訊會議
協同合作 工作平台
電子郵件 超大空間
Office 應用程式



即日起至 2018/12/31 買 WORCLOUD 行動辦公解決方案，即可享三大好禮

好禮 1

數位轉型導入諮詢

好禮 2

雲端郵件搬家服務

好禮 3

WORCLOUD
行動辦公 APP

加購 2,800 再享無限制郵件備份空間

聯絡請洽

蘇小姐 (02) 2658-1910 轉 3202 | Email: journeysu@pershing.com.tw



WORCLOUD 行動辦公解決方案
最低 NT\$ 1,400 / 年起
詳情請參閱官網

Gold
Microsoft
Partner
Microsoft

北祥股份有限公司

www.worcloud.tw

用新思維 迎接新經貿時代

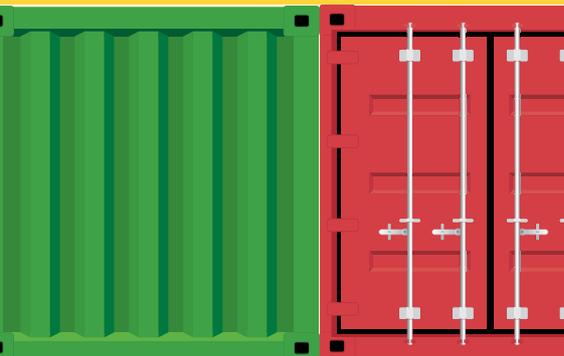
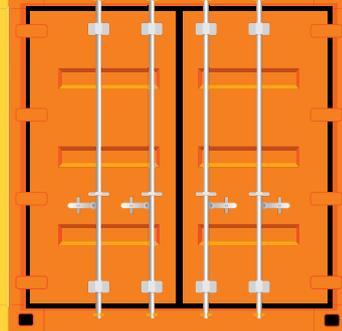
中國大陸與美國山雨欲來的「中美貿易戰」持續激化，大國對峙的「新冷戰時代」來臨。只是不同於當年美蘇冷戰主要聚焦在軍事上的抗衡，如今中美新冷戰時代，則以全面性的經濟與產業大戰為焦點。稍有差池就可能對全球產業帶來嚴重衝擊與影響。是以世界各國企業無不繃緊神經，觀察這場貿易戰可能帶來的變革。

於此之際，由台北市進出口商業同業公會所進行的「貿易業300大排行榜」也在今年8月公布。令人慶幸的是，2017年在美國經濟持續復甦、中國大陸經濟回穩，再加上原物料價格穩定情況下，帶動全球景氣走高，因此儘管2018年全球貿易戰升溫，但是在整體經濟局勢穩健之下，衝擊還在可控制的範圍之中。

進一步回顧2017年台灣進出口貿易情勢，上半年出口數字持續升溫直至下半年度，全年出口成績更創下歷史次高，樂觀經濟發展態勢帶動消費，各產業營業額及經濟成長率皆創下新高，總體經濟表現可說是相當出色、亮眼。不僅300大貿易商營收總額成長，營收成長貿易商家數更達到185家，創3年來新高，連續2年獲利的企業數也再創新高，凸顯全球總體經濟環境與台灣貿易商腳步，都仍在穩健中前行。

不過展望未來，全球貿易保護主義大肆興起，台商除了專注於當下的經營與布局，亦需將眼光放在未來的貿易局勢上。因為唯有掌握未來，才能憑藉既有競爭優勢與利基，找出貿易保護主義戰火蔓延的最佳出路，甚至找到機會，藉此開拓新商機。

日本經營管理大師大前研一在最新著作《大前研一「從0到1」的發想術》中提到：「這是個憑個人之力就能改變世界的時代。」誠然，不管是川普政治強人啟動的全球貿易戰，或是蘋果創辦人史提夫·賈伯斯、微軟創辦人比爾·蓋茲、亞馬遜創辦人傑夫·貝佐斯等創新者，都以強大創新力為世界帶來改變。足見，一個人的思維一旦開啟無限之門，其力量將大到難以想像。於是，不管全球經貿格局如何轉移與劇烈變動，台商經營者都要從心靈出發，由內而外打造嶄新的經營思維，把個人力量放大到影響整個組織，正面迎接新經貿時代的新競爭格局。■



封面故事

Cover Story

貿易業

TOP 300
年度排行榜

2017年在美國經濟持續復甦，中國大陸經濟回穩，原物料價格穩定等情況下，台灣貿易商也創下2011年以來首度連續兩年營收與獲利雙成長的佳績。本期透過2017年「300大貿易業」的整體發展表現、排名變化以及傑出企業經驗分享，帶領台商尋找企業成長關鍵。



總論篇

- 06 300大貿易商大放異彩
四大亮點 貿易商獲利營收雙成長

分享篇

- 30 稅前純益第2名
創新商品與服務組合 震旦行穩健前行

- 32 營收淨額第14名
穩據中高階羽絨衣市場 廣越成長大突破

排行篇

- 34 2017年台灣地區大型企業排名
貿易業300大排行榜

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：黃振進

主任委員：林小明

副主任委員：潘偉景、林正誠

編輯委員：許介立、徐文德、高泉興、高 彙、柯彥輝
李育家、簡壽宏、林承斌

社長：黃文榮

策劃：許玉鳳、吳燕惠

審查編輯：蔡馨瑩

編輯所：商周編輯顧問股份有限公司

總經理：李國榮

顧問：林秋寶

專案經理：董育君

資深編輯：涂曉蝶、蔡瑜琄

美術編輯：張堃宇

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、HyRead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。



48



52

CONTENTS

編輯室報告 Editor's Report

1 用新思維迎接新經貿時代

名家專欄 Column

4 面對強人時代的國際新秩序

特別企劃 Special Report

物聯網大未來的關鍵通訊技術

42 科技新氧氣—5G

企業實戰錄 Enterprise

專注開發環保材料

48 愈挫愈勇 微細科技擁抱「微晶木」天命

名人講堂 Celebrity Talk

找到新競爭局勢中「對」的立足點

52 以「跨國」布局為錨 航向全球市場

產經線上 Economics Online

貿易禁令再起 相關產業恐受衝擊

60 美國恢復對伊朗制裁 與伊朗貿易往來須謹慎

貿易線上 IEAT Online

締約香港 攜手開拓第三地市場

64 一日雙會 台港經貿結盟

借鏡中國大陸電商平台 台灣航向B2B新版圖

66 新北新外貿 電商新首都

台北市大專院校跨境電商產學合作競賽

67 今日埋下一顆電商種子 明日台灣新外貿遍地開花

面對強人時代的國際新秩序

綜觀國際情勢，一個新的現象值得我們關注，那就是強人時代的興起。不分國家大小，隨著民粹浪潮的拍岸，政治強人乘勢而起，捲起千堆雪。

從美國的川普、俄國的普京、中國大陸的習近平，到北韓的金正恩、菲律賓的杜特地、馬來西亞的馬哈地、土耳其的厄爾多安，每一個都是強人。這些強人都想按照自己的藍圖打造國內外的秩序。有時成功，有時遭到大小不等的阻力，但都有一個共同的特色，那就是堅強的意志與政策的獨斷。

川普與金正恩的川金會，是大小兩個強人聯手打造東北亞秩序的表現。金正恩是強人，在整肅異己與全力發展核武之後，180度轉彎以和平笑臉面對世界，變化幅度之大與速度之快，一般國家領導人難望其項背。而川普也在國內對北韓仍有懷疑的情況下接招，跟著一起下棋，譜出在新加坡的川金會。這時習近平再加入，成為美中朝三方棋局。東北亞秩序會不會完全改變，還要看美朝在棄核問題上如何推進，但敏感的人已可嗅出北韓可能開放所帶來的商機。

打亂世界局勢 後貿易戰爭新秩序

美中貿易戰則是川普打造國際貿易秩序的另一

場大戲。貿易戰當然不是純貿易問題，扼制「中國製造2025」的發展，是一個主要目的。在貿易戰之下，美國限制中國併購高科技公司，也不賣先進科技給中國，因此一般才會把這場對峙稱為美中的「科技冷戰」。中國大陸在貿易戰的炮火下，猛然發現原來自己基礎科學上輸給美國這麼多。所以中國大陸會做的，一是從別處取得所需的科技（對擁有這些科技的公司，自然也是商機）；另一是加緊自己的研發腳步，並趁此機會調整自己產業結構的體質。

但許多人更想知道的是，美國與中國誰能承受更大損失，藉此推測貿易戰會打多久。各種不同的統計數字也因此紛紛出籠，半主觀半客觀地提出完全不同的結論。其實，真正重要的不是單一產業的損失，而是背後整個供應鏈所受到的衝擊與重整。這是對我們比較大的影響。

川普的貿易戰炮火四射，也掃到傳統的盟友—歐盟與日本，讓人看不出其中的邏輯。有評論說川普的目的就是攪亂一盤棋，摧毀現有的貿易秩序，讓資金在恐慌之下流入美元避險，從而炒高美元，並讓新興市場的貨幣崩盤，所以這是一場貨幣戰爭。可是真要如此，美元炒高後又會傷到美國出口，從而拉大貿易赤字，其中的平衡怎麼拿捏就很值得觀察。

劉必榮

東吳大學政治系教授、台北市談判研究發展協會理事長
曾任《中國時報》總主筆、中華民國行政院顧問



貿易秩序被攪亂後，等塵埃落定，會出現什麼樣的秩序，大家也很想預測。歐盟和日本簽訂了大型自貿協定，就是一個新秩序；中國大陸和歐盟要攜手強化WTO，也是一個新秩序。這些「後貿易戰爭」的秩序安排會以什麼樣貌出現，我們都要緊密觀察，才不會錯過任何先機。

美俄峰會 牽動中東權力板塊重組

俄國普京也是一個強人。和川普舉行峰會，拉抬俄國的國際地位，這是他的成功。但美俄關係有沒有好到可以聯手打造世界秩序的地步，仍是個問號。其中的問題不在川普沒有意願，而是美國國內還沒形成從「制裁俄國」到「與俄國聯手打造世界」這種180度外交轉軌的共識，這讓轉軌變得相當吃力。可是即便美國這邊吃力，普京還是可以根據自己的想法，去追求他的俄國夢。

為建立敘利亞內戰後的東地中海秩序，他聯合了土耳其與伊朗2個利害關係國共同努力；但另一方面為了石油的產量該增該減，又和OPEC最重要的國家沙烏地建立良好的關係。而遜尼派的阿拉伯人沙烏地，和什葉派的波斯人伊朗又是死對頭，這讓俄國在沙伊之間有了左右逢源的空間。

如果美國和俄國達成諒解，美國當然會要求在敘利亞新秩序中有個位子。中國因為「一帶一路」

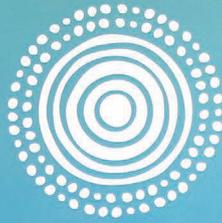
的發展，必須要從中東走過，所以也加大對阿拉伯國家的外交力度。普京、川普、習近平，3人將在中東怎麼博弈，將牽動中東權力板塊的重組。

馬哈地再任首相 大馬政經結構產生改變

最後還有一個區域強人必須關注，那就是93歲再度拜相的馬哈地。馬哈地就任後，推翻了前任首相納吉的政策，表示東部鐵路造價太高，叫停，要和中國重新砍價之後再看建不建。新加坡到吉隆坡的新隆高鐵也不建了，因為造價太高，要和新國重談。這些談判的姿態，讓人感受到馬來西亞的改變。

馬哈地政府也在考慮是否順應華人要求，承認獨立中學統考的分數，讓獨中畢業生能在馬來西亞念大學。但消息一出，立刻引起前執政黨「巫統」反彈，認為這會傷害到行之有年的政策「馬來人優先」。華巫關係一下緊張起來，弄得聯邦蘇丹在國會開幕演講上還大聲疾呼，要求族群和諧與團結。無論馬來人優先的政策是否持續，馬來西亞的社會與經濟結構都已開始變化，是我們在規劃新南向時必須列入考量的因素。

強人的出現，讓國際政治變化得更快，掀起的波濤更大。無論是否帶來新的秩序，我們都不能掉以輕心。■



ASEAN-AUSTRALIA SPECIAL SUMMIT 2018



南向布局策略的成功，使得2017年台灣對東協地區出口成長14.2%，為經濟收益帶來顯著的成長。

300大貿易商大放異彩

四大亮點 貿易商獲利營收雙成長

在中國大陸經濟持穩、出口回升的態勢下，台灣對中國大陸（含香港）出口成長達16%，創下1,302.13億美元的歷史新高，而新南向政策的完美助攻，使得東協地區出口成長達14.2%，拉抬經濟成長率。整體經濟的出色表現，反映在300大貿易業的總體營運上，也呈現出2011年以來首度連續兩年營收與獲利雙成長的佳績。

◎撰文／劉任（中華徵信所總編輯） 圖片提供／商業周刊、法新社、路透社

台灣去年上半年出口回溫，基本面激勵了台股站上萬點大關，下半年出口持續暢旺，全年出口創下3,172.49億美元歷史次高，僅次於2014年的3,200.92億美元，加上消費回升，新車掛牌數創下44.46萬輛的10年新高，而零售業及餐飲業營業額也同步創新高，經濟成長率回升到2.89%，較2016年的1.41%，翻升一倍。

營收獲利雙成長 四大亮點看貿易業

2017年在美國經濟持續復甦、中國大陸經濟回穩，且原物料價格穩定情況下，全球景

氣走高，尤其美股不斷攀升，讓股市跟著飆漲，將美國升息的負面影響降至最低，使得台灣2017年300大貿易業表現現了「四大亮點」。

亮點1》 營收總額大成長

2017年300大貿易業營收總額達5,362.22億元，較2016年4,998.73億元成長7.27%¹，刷新2011年以來的最高成長率，也是繼2016年由負成長轉為成長後，更上層樓的表現。

亮點2》 營收成長貿易商達到185家

營收成長貿易商數量在今年達到185家，為近3年營收成

長家數的新高，同時也是近3年首度營收成長家數超過五成（成長家數達61.67%），顯示300大貿易商處於新一輪成長趨勢。雖營收達10億元的大型貿易商只小增至118家（較2016年增加4家），但前100大貿易商中有多達64家營收成長，遠高於2016年的46家，顯示大型貿易商在景氣復甦時，也是最大獲益者。

亮點3》 獲利連續兩年創新高

300大貿易商獲利連續兩年創新高，去年再度以270.57億元刷新2016年所創下的稅前純益198.60億元新高，不僅為

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	$\frac{2017\text{年營收淨額}}{2016\text{年營收淨額}-1} \times 100\%$	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	$\frac{\text{稅前純益}}{\text{營收淨額}} \times 100\%$	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	$\frac{\text{營收淨額}}{\text{員工人數}}$	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)	$\frac{\text{稅前純益}}{\text{員工人數}}$	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」。

註1：由於台灣東芝國際採購自2011年營收淨額登上5,017億元後，即因筆記電腦產業生態改變，使得其身為東芝集團採購中心的角色深受影響，營收自2012年起逐年持續衰退，不僅影響近年300大貿易業的總體營收消長，並造成貿易業營收成長受其大幅衰退而失真，且該公司分別在2015年及2017年因集團本身因素兩度缺席排名，因此本次統計過去五年300大貿易業營收總額時已將其排除，並遞補301名貿易商，補足300家。

300大貿易業首度稅前純益總額突破200億元，並且已有直逼300億元大關的架式。

亮點4》

54家貿易商稅前純益破億

在這次統計中，稅前純益達1億元以上的貿易商有54家，稅前純益達5,000萬元以上的貿易商有81家，同步創下歷史新高，凡此種種都是300大貿易業總體業績令人刮目相看之處。

上游原物料貿易豐收 創下營收新高峰

由於原物料價格回升，使得鋼鐵、金屬及石化等貿易商普遍出現營收較大成長，例如中鋼集團旗下的中貿國際、以及鑫亞國際營收成長都超過50%，大成不銹鋼鐵集團旗下的大成國際鋼鐵營收成長也超過40%；再如穩鼎石化等公

司營收成長也達到70%。另外，由於景氣回穩，工業需求增加，部分機械設備相關貿易商的需求也有明顯成長，例如新武機械貿易營收成長就達到70%以上。

我們這幾年一直密切觀察300大貿易業的獲利提升趨勢，即便2012年至2015年，連續4年300大貿易業營收總額呈現衰退（無論是否加計台灣東芝國際採購），整體稅前純益的表現都可圈可點。例如2015年稅前純益總額雖較2014年略為衰退2.74%，但也仍較2013年成長16.99%，連續5年300大貿易業稅前純益總額都保持在150億元以上（詳見表一），這也是前所未有的成績。

如果以2017年300大貿易業的稅前純益總額270.57

億元與2012年的稅前純益總額144.51億元相較，6年來300大貿易業的稅前純益總額成長了將近九成（實際成長87.23%），這個獲利成長數字令人驚艷。再由300大貿易業2013年至2017年的稅前純益率來看，分別是2.78%、3.47%、3.55%、3.73%一路成長，2017年的純益率更一舉衝上5.05%，這也是300大貿易業獲利率的歷史高峰。

儘管總體營收及獲利表現亮眼，不過企業總員工數僅24,137人，反而較2016年的24,385人，微幅衰退1.02%，顯示在一例一休情況下，300大貿易商的用人政策趨於保守，另一方面也可能與向「新零售」轉型有關。

九大貿易商 破紀錄雙成長

今年300大貿易業中營收及獲利雙成長貿易商高達75家，其中營收淨額排名前100名的大型貿易商就占了33家，也是4年來新高；同時有佳醫健康、德麥食品2家貿易商為連續4年入榜、營收及獲利雙成長的貿易商。

表一 近5年300大貿易業營收總額成長比較

年度	營收總額 (億元)	營收成長率 (%)	稅前純益總額 (億元)	稅前純益成長率 (%)
2017	5,362.22	7.27	270.57	36.24
2016	4,998.73	0.51	198.60	12.52
2015	4,973.28	-4.82	176.51	-2.74
2014	5,225.01	-3.76	181.48	20.28
2013	5,429.29	-5.18	150.88	4.41

資料來源：中華徵信所2018年版《台灣地區大型企業排名(TOP5000)》

至於營收成長與稅前純益同步成長20%以上的貿易商則有15家，也高於2016年的12家，且其中有9家為排名營收淨額前100大貿易商，刷新了300大貿易商的紀錄，這9家分別是中貿國際、大成國際鋼鐵、恆隆行貿易、翰可國際、昊漢企業、裕賀食品、欣意企業、漢旭股份及日商台灣富士通將軍國際，其中，中貿國際更是唯一連續兩年營收與獲利雙成長20%以上的貿易商。

中貿國際》 策略性布局成贏家

隸屬中鋼集團旗下的中貿國際，2017年在國際鋼價上漲的助力下，營收成長65.66%，營收淨額達到75.53億元，創下2006年以來的新高；稅前純益6.25億元，則創下僅次於2004年7.17億元的歷史次高。

該公司專營鋼鐵製品、鋁製品、非鐵材料、鋼鐵工業用材料等商品進出口業務，其貨源除了由關係企業中國鋼鐵、中鴻鋼鐵、中鋼鋁業及中龍鋼鐵供應外，亦向唐榮鐵工廠（股）採購不鏽鋼捲，而進口則視客戶需求，向日本、中國大陸、俄羅斯及東南亞等地業

者採購。在行銷領域，除供貨予國內鋼鐵廠使用外，亦有銷往中國大陸、東北亞、東南亞及歐美等地，銷售版圖甚廣。

由於透過直接或間接之策略性布局，不只在香港、日本、中國大陸、新加坡等地設有銷售據點，更在中國大陸、泰國、越南、印尼設有裁剪工廠，從事相關產品之加工生產作業，因此能緊抓這波鋼價上漲商機，同時也成為新南向政策的贏家。

大成國際鋼鐵》 併購策略創佳績

大成國際鋼鐵為專業扣件零組件供應商，該公司產品主要係應用於工業及機械產業。由不鏽鋼產銷大廠大成不鏽鋼工業（股）轉投資成立，因併購美國Brighton-Best Socket Screw Mfg, Inc成為全球最大六角形合金鋼螺絲通路商，且在全球機械產業快速發展基礎下，除了發展實體銷售通路，更在虛擬通路布局上不遺餘力，快速擴張，尤以北美市場為銷售大宗。2017年一方面受惠於鋼價上揚帶動，以及美國景氣回溫、基礎建設需求浮現與不鏽鋼扣件出貨成長，使該

公司訂單量維持高檔，加以鋼價漲價效益挹注，促使該公司營收及獲利呈現大爆發。

此外，2018年初新設子公司大成帝國鋁業（股），為母公司大成不鏽鋼工業（股）負責採購鋁材的相關業務，並已在2018年第二季開始貢獻營收及獲利。有鑑於美國對多國鋼鋁進口課徵關稅，這舉措將改變美國鋼鋁供需結構，因此大成不鏽鋼集團規劃成立美國新公司，將透過併購或當地建廠的方式，結合通路優勢，進一步強化鋁板採購業務。未來將積極發展扣件本業、深耕北美市場，如此努力擴大產品線，可望提升該公司之營收成長，尤其美國聯邦企業稅率由35%降至21%，預期將大幅減少該公司所得稅費用，獲利表現值得期待。

恆隆行貿易》 「新零售」的實踐者

連續兩年坐穩前20大貿易商的「恆隆行貿易」，因代理品牌持續增加，加上販售產品更趨多元，使其近年業績持續呈現成長態勢，其中DYSON品牌系列產品在與銷售通路搭配促銷活動得宜下，整體買氣

暢旺，挹注公司不少業績及獲利，因而2017年再度創下60.16億元的營收淨額新高及7.97億元稅前純益新高。

該公司是很早就洞悉實體加虛擬通路的零售業者，為掌握消費者喜好，恆隆行貿易早期就毅然決然從批發商轉型精耕經銷商，進而開拓更多現代化的零售通路，除了自行經營百貨專櫃之外，早在2010年就已經建立線上服務平台，2017年更開發「恆隆行智能管家APP」優化線上線下消費者接觸點，成為了「新零售」的實踐者。

翰可國際》 三角貿易開拓版圖

「翰可國際」是綜合電子批發代理業者，旗下產品分為印刷電路板、太陽能產品（如逆變器、模組）、機能材料製品部（如：平面顯示器用光學膠片、包裝材料、光學用貼合的機器、燃料電池用材料）及IT材料製品（如：塑膠原料、鐵氟龍）四大事業部門；其中又以印刷電路板佔營收比重70%~75%為大宗，且目前經營多以三角貿易方式出貨，約占營收七成。主要出口至日

本、中國大陸、馬來西亞、墨西哥等地區。

近年手機遊戲需求雖持續增加，但因百家爭鳴競爭加劇，一度造成日本大客戶所推出的家用電子遊樂器產品需求不如預期，導致該公司業績下滑，但2017年在新產品推出、及客戶訂單回升下，營收及獲利大有展獲，雖然陸續在中國大陸設置昆山、深圳、蘇州、煙台等事務所，但是日本、中國大陸及美國則同為其業務拓展及服務多元發展的三大地區。

吳漢企業》 多元化經營成優勢

「吳漢企業」從事化工原料、塑膠原料之進口銷售業務為主，主要客戶則包括台塑集團旗下南亞塑膠工業、台灣化學纖維、長春石化集團，但也有部分產品開始銷往東南亞、中國大陸及香港。產品多元化及進口來源廣泛為其最大優勢，去年則在石化景氣復甦下，營收與獲利同步創新高，且受惠於產品利差擴大，使得稅前純益成長近一倍。

裕賀食品》 結合虛實通路掌握客戶

「裕賀食品」主要從事冷

凍肉品之進口銷售業務，銷售肉品涵蓋雞、豬、羊及牛等，前身為「伸格食品」，2011年改為現名。深耕美國、紐澳等地的供應商，進而成為國內觀光飯店、量販業者及餐廳的主要供應者，其品項以冷藏、冷凍高級牛、羊排相關產品為主，從原料到加工均以低溫作業完成，除了進口批發、零售，更依客戶需求進行肉品加工之切排、切片、整修、成型、包裝及客製化服務，也進一步推動實體與網路通路的結合，提供更完善的物流服務，成為其營運特色。目前客戶群當中，包括晶華國際酒店、國賓大飯店，而量販店代表性客戶則有家樂福、大潤發流通事業、全聯實業、遠百企業等。

欣意企業》 製造商轉型站穩醫療耗材市場

前100大貿易商營收淨額與稅前純益雙成長20%以上貿易商中，「欣意企業」是很特別的一家貿易商，主要以醫療用手術衣、手術帽及耗材之貿易為主，也是一次性無紡布醫療器械的供應商。

成立超過四十年的欣意本為製造商，是少數很早就於中

從事貿易，是否常遇到
變幻莫測的經濟景氣？

掌握先機， 拓展市場！

全球通帳款保險

●您拓展全球市場的好夥伴，提供您

◎承保 O/A、D/A、D/P 交易

◎保障買主信用風險、國家政治風險

◎作業快速簡便

◎賠償比率高，保障大



新南向國家
優惠措施進行中

詳情請洽

中國輸出入銀行

服務專線：

總行 (02) 2394-8145 (02) 2393-4401

新竹 (03) 658-8903

台中 (04) 2322-5756

台南 (06) 593-8999

高雄 (07) 224-1921

<http://www.eximbank.com.tw>

中國輸出入銀行

及化學原料貿易商，其中又以化學原料與動物飼料添加物產品為大宗，西藥約占總產品銷售10%，近年亦委外生產慢性病用藥，以自有品牌「KHS」透過全省藥局通路銷售。

1999年加強中國大陸市場的擴展，在上海設辦事處，因在銷售產品毛利偏低，故於2011年間已裁撤上海辦事處，該公司出口以三角貿易方式交易約占營收比重的50%。儘管近年在食安風波的影響下，政府針對相關產品交易的審核與手續更為繁瑣，但2017年旭漢以開發南美墨西哥、委內瑞拉、巴西，以及中東敘利亞和東協越南等國家市場及自有品牌銷售，營收較2016年成長28.49%，稅前純益更翻升超過一倍，成長高達139.11%之多。

富士通將軍國際》
日商改組成績亮眼

「富士通將軍國際」是日商富士通在台轉投資所成立之企業。原本為製造商，但因台灣生產成本升高，轉赴泰國投資設立生產基地，2002年之後重新改組，以同名成立新公司，負責日本母公司及泰國、中國大陸上海海外廠電器產品

國大陸投資設廠並轉型的貿易商。設立了浙江欣意企業（平湖）及東莞欣意醫療保健製品兩家公司，採取三角貿易方式，少部分由其關係企業欣邦（有）在台製造供應或自美國進口。外銷比重約占整體營收70%~80%，銷售地區包括歐洲、美國市場為主，其他地區銷售則包括澳洲、東南亞、日本、香港等地。

在2003年SARS疫情過後，欣意企業（平湖）曾被中國大陸衛生部藥監局列為第一批國家緊急事務應急中心醫療器械備案企業。2016年因一項產品檢驗標準測試未過，影響主要客戶訂單，營收因而衰退，但2017年在檢測通過認證後，主要客戶訂單蜂擁而來，加上東南亞市場熱度升高，營收出現爆發性成長（108.10%），營收淨額及稅前純益也雙雙創下26.05億元及6,287萬元新高，300大貿易業營收排名也由2016年的第100名遽升至第49名。

漢旭股份》
揮軍中南美讓營收翻倍

「漢旭股份」為專業動物飼料添加物、農藥、西藥原料

之經銷業務。其在2014年起，開始積極開拓台灣空調市場，致力於家用及商用空調機節能和冷媒技術研發，營收淨額也呈現連續成長，並大膽邀請我國旅日棒球國手陽岱鋼為其產品代言，使得2017年營收淨額及稅前純益因而分別突破10億元及1億元關卡，創下2002年改組以來營收及獲利新高。

開發新南向 穩定布局獲取高收益

由2017年前100大貿易商營收淨額與稅前純益雙成長20%以上的9家大型貿易商的傑出表現，可歸納出這些貿易商具有4個共同特質。第一是以有效率的方式開拓及衝刺新市

場，如中貿國際和大成國際鋼鐵、翰可國際、昊漢企業均增加產品線完整性。第二是強化專業性及差異化服務，如裕賀食品、欣意企業在同業中具有產品客製化及獨特性。第三是向新零售進行快速轉型奏效。利用虛擬通路與實體通路的互補，建立線上系統及大數據分析運用，包括大成國際鋼鐵、恆隆行貿易及裕賀食品都深耕虛擬通路。第四則是開發新南向、中東及南美市場，包括中貿國際、翰可國際、漢旭及欣意企業都受惠於新南向布局，這4種特質，使這9家大型貿易不約而同締造了營收及獲利的雙成長。

同時在今年的300大貿易業

排名中，統計發現300大貿易商中有73家貿易商已向南向市場進軍，占300大貿易商比重近四分之一（24.33%），其中，更有31家貿易為營收淨額前100大貿易商，占73家南向貿易商的比重達到42.66%，占100大貿易商的比重也達三成，顯見大型貿易商對南向市場的重視程度。

值得注意的是，在這73家南向貿易商中，只有11家貿易商在印度開拓市場，顯示300大貿易商對印度這個未來潛力市場缺乏布局。不過，在11家南向布局印度的貿易商中，有9家為營收排名前100名的大型貿易商，顯見大型貿易對布局印度的重視程度較高。■

表二 100大貿易商營收淨額與稅前純益雙成長20%以上貿易商

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 (%)
11	中貿國際	7,553	65.65	24.43
16	大成國際鋼鐵	6,617	47.45	109.74
20	恆隆行貿易	6,016	22.61	119.08
34	翰可國際	3,259	26.20	37.20
38	昊漢企業	2,830	43.25	94.02
42	裕賀食品	2,718	21.56	185.78
49	欣意企業	2,605	108.08	96.19
81	漢旭股份	1,642	28.49	139.11
91	台灣富士通將軍國際	1,311	31.47	59.32

資料來源：中華徵信所2018年版《台灣地區大型企業排名(TOP5000)》



營收淨額前20大貿易商

2017年300大貿易業僅有24家新入榜的貿易商，遠低於2016年的39家，且足以排名於營收淨額前100大貿易商只有3家，這意味著新進大型貿易商固然數量不足，但也顯示中型貿易商的表现仍然活躍。



台灣三菱電機在2017年度營收淨額排行榜中，依舊保持不凡水準，同2016年排名第5。

在300大貿易商的排行中，同時有8家貿易商為2016年排名300名以外的貿易商，這些新進貿易商、或是擠進前300大的貿易商，雖然目前規模不大，約在4億元至10億元之間，但營收成長可觀。包括新利虹科技、奇郁國際、一澤貿易、瑩久、必丞、芳協的營收成長率都超過20%。其中芳協營收成長高達111.44%，瑩

久營收成長80.02%，新利虹科技營收成長64.09%，必丞營收成長54.09%，都代表成長空間很大。

至於300大貿易商營收淨額前20名，除了松下產業科技以營收淨額416.76億元二度蟬聯300大貿易商榜首外，也出現了洗牌情況。由於台灣東芝國際採購再度缺席排名，使得本土貿易商龍頭特力在營收淨

額大幅成長30.74%，以營收淨額156.87億元，刷新2007年以來的營收新高，並且由2016年的第4名躍升至第2大貿易商，也是特力歷年來的最佳排名成績。

第3名為台塑集團旗下台灣化學纖維轉投資的台化出光石油化學，這也是該公司繼2011年排名第8大貿易商後，首度參加排名即因營收成長12.62%，以營收淨額153.60億元擠下台灣豐田通商坐上第3大貿易商地位，台灣豐田通商則因營收淨額小幅衰退，以127.21億元退居第4大貿易商。

台灣三菱電機、寶成工業（貿易部門）、羅氏大藥廠、美商亞培及元禎，則與2016年相同維持第5名至第9名的排名位置沒有變動。至於第10名則為營收成長70.84%，營收創下75.72億元的營收新高的新武機械貿易，這也是該公司自

2014年後，首度重回前20大貿易商排名，且為第一次擠進前10大貿易商。

至於在營收淨額第11名至第20名貿易商中，中貿國

際以營收成長65.65%、營收淨額75.53億元排名第11名，並為2010年以來首度重回前20大貿易商。排名第16名的大成國際鋼鐵，則以營收成長

47.45%，創下營收淨額66.17億元歷史新高後首度進入前20大貿易商，也成為2017年營收淨額前20大貿易商中最亮眼的新生力軍（詳見表三）。

表三 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
2017	2016	2015				
1	1	1	松下產業科技	34	41,676	揚聲器零件、CD-ROM、DVD、PDP、LCD、電池、自動插入機等進出口
2	4	4	特力	97	15,687	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
3	-	-	台化出光石油化學	100	15,360	聚碳酸酯樹脂買賣、進出口
4	3	2	台灣豐田通商	121	12,721	汽機車零件、鋼板及模具、化學品及食品等進出口貿易
5	5	3	台灣三菱電機	146	9,936	電機、電子、電腦、CNC
6	6	5	寶成	152	9,600	運動鞋、休閒鞋、鞋底及運動服等之貿易及生產
7	7	-	羅氏大藥廠	158	8,967	製造及銷售西藥、醫療電子器材之進出口及經銷
8	8	6	美商亞培	167	8,693	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	9	8	元禎	171	8,493	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	25	23	新武機械貿易	185	7,572	切割加工機具
11	22	28	中貿國際	187	7,553	鋼、鋁製品、工業材料、化學品、礦產、紡織品等進出口業務
12	12	10	六和化工	191	7,408	化工原料、工業材料、絕緣材料
13	13	12	中紡科技	194	7,324	化纖產品、內衣褲製品等買賣
14	14	13	廣越	195	7,321	羽絨服成衣及相關副料進出口買賣
15	10	9	中華全球食物	212	6,850	畜產品批發、飼料及農產品零售、糧商業
16	24	21	大成國際鋼鐵	218	6,617	合金鋼等材質螺絲螺帽產品買賣及相關投資業務
17	16	11	佳美貿易	221	6,520	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
18	17	15	長江化學	225	6,255	環氧大豆油、聚酯可塑劑、PVC用安定劑、抗氧化劑、光安定劑
19	11	14	台灣樂金電器	233	6,073	韓國LG樂金家電總代理
20	19	22	恆隆行貿易	235	6,016	消費用品及生活家電等進口銷售

資料來源：中華徵信所2018年版《台灣地區大型企業排名(TOP5000)》

特力》

重回150億元營收成績

前20大貿易中最受矚目的，當推坐上第2大貿易商的特力。在睽違10年後特力營收淨額終於重回150億元（個體財報營收）之上，雖然距離2005年的176.90億元，還有一小段差距，但是營收成長30.74%卻是23年以來營收成長幅度最大的一年，僅是這一點就值得關注；其稅前純益8.48億元，也創下2005年以來的新高。同時特力的合併營收也同步創下369.63億元的亮眼成果，實不愧為我國第一大貿易集團。

整個特力集團的現況與早期起家的傳統貿易商已不可同日而語，特力已經成為新零售及新貿易的綜合集團。在整體合併營收369.63億元中，台灣零售事業營收達167.43億元，占比45.3%為最高；若合計中國大陸零售事業營收，則高達194.52億元，占比則上升到52.6%，超過集團合併營收逾半。

而貿易業務營收161.44億元，占集團合併營收43.7%；倘若加上代理事業佣金則合計貿易營收為164.88億元，占比

則可提升至44.6%，可見「零售事業」與「貿易事業」是特力的兩大營運支柱。特力集團指出2017年貿易事業大幅成長25.8%，其中對全球第一大零售商Walmart（沃爾瑪）出貨金額成長4.5%，坐穩手工工具品類主導地位，其代理採購事業出貨金額120億元，也成長了11%，進而帶動整體貿易出貨金額成長19.4%，創下281.6億元的出貨金額新高。雖然台灣零售事業的營收小幅衰退4.8%，顯示台灣的零售大環境正面對嚴峻挑戰，不過特力自有品牌銷售仍然讓整體毛利率提升了0.4%。

特力的中國大陸零售事業表現不盡理想，營收衰退24.4%，因此特力採取淘汰績效不佳門市，提高店坪效及營運效率的策略，2017年共關閉中國大陸7間門市。不過特力也指出中國大陸零售市場在2017年大改變，是線上電商紛紛將戰場延伸到線下，諸多概念如「新零售」、「無界零售」成為主流，體驗與服務取代了傳統以產品為主的行銷模式。

因此特力在商品採購、通路及店鋪經營經驗上，汰弱留

強後的現存門市，將是未來競逐中國大陸市場的最大資本。截至2017年底，特力集團在整個大中華區的銷售據點為特力屋實體通路27間、和樂台灣25間及和樂中國26間；Crate&Barrel則保有2間實體門市。

特力表示，集團不斷找尋成長機會，2017年品牌代理事業成長28.1%；電商銷售金額更大幅成長59.2%，其中官網銷售金額成長高達106.2%。電商銷售金額占特力屋及和樂台灣合計占營收4.6%，比重雖然不高，但在年底「特力家購物網」上線後，結合兩通路資源，可望成為零售事業的成長引擎。

另外，2017年底特力與工研院產經中心IEK聯手建立全台灣第一個樂齡友善生活平台，打造單一入口讓消費者能直接預約維修服務，進行線上勘估、報價與結帳，並透過智能派工快速提供服務，這也是被看好的未來智慧生活的業務。特力集團以雄厚實力走向全方位的貿易結合零售的發展模式，雖然不見得適合所有的貿易商，但仍然值得傳統貿易商作為學習轉型的成功案例。

《羅氏大藥廠》 展現全球醫藥實力

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，目前在台已無工廠，僅專注於西藥銷售上，因此2016年即由西藥業轉至貿易業排名。

1967年即落腳在台灣羅氏大藥廠，在1990年營收不過4.93億元，在1996年營收突破10億元大關，而其中真正業績爆發則是在最近10年，2006年營收突破46億元後，因國人對健康養生更為重視，使該公司業績扶搖直上，2015年營收淨額即站上80億元大關，雖然2017年的貿易業排名沒有

變動，但2017年營收淨額達89.67億元，又較2016年成長7.74%，連續4年營收成長，並創造在台的最佳業績。

羅氏大藥廠專營母公司處方藥之進口銷售，旗下藥品種類多元，諸如精神安定劑、抗巴金森氏症製劑、抗生素、心臟血管治療劑、干擾素、紅血球生成素、減肥藥、抗愛滋病製劑、器官移植抗排斥劑等。在行銷上以醫院通路為其主力，但也涵蓋藥局、診所等通路，由於其母集團的全球醫藥實力堅強，加上台灣老年人口比重持續攀升，預期對於藥品之需求量將有增無減，同時，集團另外一家在台關係企業台灣羅氏醫療診

斷設備，則負責醫學及醫療儀器之進口銷售，雙方進行互補，未來前景令人期待。

《六和化工》 油價回升營收翻紅

排名第12名的六和化工，在歷經2015及2016年的連續小幅衰退後，2017年在油價回升的助力下，營收淨額也轉為正成長6.73%，營收淨額回升到74.08億元，相當貼近2014年高峰的75.73億元，同時在產品利差擴大情形下，稅前純益更是創下11.65億元新高。

該公司商品種類包含化學產品、工業材料、建築材料、電子材料、食品、橡膠、塑膠、化妝品等原料，貨源主要來自海外地區，其中以歐洲地區為大宗，占整體進貨量比重約45%，其次為中國大陸；其他地區德國、美國、法國、瑞典、日本及東南亞等地另有少量化工原料向國內廠商進貨。儘管台灣化工原料業者受外商與中國大陸廠商夾攻，經營頗為不易，但該公司長年在國內保持市場重要地位，尤其是2017年獲利超過過去3年獲利總和，顯見其獲利能力極強。



羅氏大藥廠除了挾帶母集團的全球醫藥實力橫掃市場外，也涉足醫療器材經營，雙管齊下的策略讓其未來前景倍受期待。

培養超大型貿易商 大數據分析能力

營收淨額前20大貿易商，本土貿易商雖占有13家席次，較2016年又增加一席，就家數占有率而言，持續居於主導地位，不過在寶成工業（貿易部門）營收衰退情況下，營收淨額超過100億元的超大型貿易商就只剩下特力一家。

目前較具發展超大型貿易商的本土業者包括寶成工業（貿易部門）、元禎、中貿國際、六和化工、中紡科技、廣越企業、中華全球食物、大成國際鋼鐵、佳美貿易、易長江化學及恆隆行貿易。

雖然這些大型貿易商多半具有集團背景，然而，政府政策對於考量如何提升大型貿易商至國際競爭水準，進入超大型貿易商水平，目前並沒有一套完整策略。

我們以為政府固然沒有必要介入個別大型貿易的營運，但相較於對製造產業的政策多如牛毛，政府長期對產業大型貿易商的關切相對過少，台灣既然以發展貿易為經濟的根本，應比照日、韓、中國大陸的貿易發展模式，進行大型貿



大數據是未來的產業趨勢，也是企業整合通路、拓展市場上不可迴避的挑戰與機會。

易商產業整合的評估。

以特力和大成國際鋼鐵來說，雖然兩個集團產業以及產品的屬性不同，但都提出對本身大型貿易商全球運籌管理的模式與產業網絡的整合趨勢。

前者強調國際通路產業朝全球運籌，尤其以全球之跨國大型「原廠委託製造代工」領導廠商為甚。

OEM端用戶為因應全球競爭，將其內部資源專注於核心事業，非核心事業則轉包予外部專業通路業處理，將原本眾多之供應商予以縮減，並將材料或零配件等非核心採購項目，選擇單一或少數之優良專

業通路商，以統包方式簽訂長期供應合約，這個趨勢將不利於國內眾多中小型貿易商。

後者則認為，在通路日趨競爭的環境中，企業必須更快速回應上、下游顧客所需，在追求最大競爭力的驅動下，許多企業開始在各個商業流通機能上整合，透過聯合規劃與作業，互相交流營運面及策略面之資訊，形成高度整合的供應鏈通路體系，盼使通路整體績效提升；並導入資訊管理系統來提升產品附加價值之新營運方式。由此可知，大數據分析能力將是超大型貿易商必須具備的基本能力。■



企業經營績效綜合指標前10大貿易商

最佳企業經營績效10大貿易商由台化出光石油化學摘下榜首，主要在於營業與獲利大幅成長，連帶純益率、資產報酬率及淨值報酬率同步提升。

2017年最佳企業經營績效10大貿易商（詳見表四）中，排名第2名的桂盟國際，連續兩年穩坐最佳企業經營績效貿易商第2名的地位。2017年也是全球最大自行車鏈條供應商桂盟集團成立滿40週

年，更是他們開展新一輪10年黃金計畫的第一階段。

為了使營運更多元，桂盟完成科恩斯工業、深圳市全仕通及深圳市科恩斯的股權併購，使得鏈條本業技術得以應用在汽車工業，及家用傳動市

場領域。看中汽車零配件或傳動系統之產值遠大於目前從事的自行車與機車行業，此次的併購將可讓桂盟在中國大陸及全球，建構完整的自行車、汽機車零配件及傳動市場鏈條事業版圖。著眼實踐工業4.0的目標，桂盟率先建立自動化研發部門，藉由自主研發提升產能與品質，為桂盟再創下第二年的佳績。

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）、林建甫（台灣經濟研究院院長）、陳元保（東吳大學會計系教授）、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」（10.66%）、代表企業成長速度的「營收成長率」（12.77%）、代表企業盈利規模的「稅後純益」（12.94%）、代表企業獲利能力的「純益率」（14.13%）、代表企業投資效益的「淨值報酬率」（14.09%）、代表企業資產運用效率的「資產報酬率」（13.96%）、代表企業員工產值的「每一員工銷貨額」（10.20%）、代表企業員工生產力的「生產力指標」（11.25%）。

《彰京開發》

受惠物聯網及AI產業

排名最佳企業經營績效第6名的彰京開發，為資深半導體、LCD等相關生產設備，以及不鏽鋼、銅等配管管件及閥件等進口代理商。受惠於半導體產業需求強勁，帶動該公司2017年營收達新台幣35.11億元，較2016年成長6.06%。

展望未來，物聯網及人工智慧應用之快速崛起，可望繼

續推動半導體產業成長。隨著半導體材料、設備大廠已相繼投入研發高效率及更穩定的替代材料，將有助提升其未來營運績效。該公司以國內市場為導向，客群則遍及半導體、面板廠等領域，代表性客戶如台灣積體電路製造、帆宣系統科技、宸沅國際等，同時外銷至中國大陸、新加坡等地。

在2017年最佳10大貿易商中，除桂盟國際外，另有3家貿



代理Dyson之恆隆行於2017年企業經營績效綜合指標排行中，榮獲第5名。

易商也蟬聯入榜，分別為排名第3名的中貿國際、排名第7名的車美仕、以及排名第8名的雙鍵

化工。其中又以連續11年入榜10大最佳貿易商的车美仕，為最具長期績效的大型貿易商。■

表四 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	台化出光 石油化學	93.79	15,359.63	12.62	3,215,726	20.94	57.43	44.57	1,023,975.13	214,381.73	3	4
2	桂盟國際	87.72	1,806.32	11.64	1,042,893	57.74	23.14	12.90	27,368.48	15,801.41	20	41
3	中貿國際	87.71	7,552.95	65.66	548,270	7.26	26.74	16.75	65,677.83	4,767.57	21	42
4	六和化工	86.14	7,408.05	6.73	979,656	13.22	27.63	19.59	29,165.54	3,856.91	29	66
5	恆隆行	85.67	6,015.60	22.61	665,131	11.06	42.85	23.35	13,989.77	1,546.82	34	74
6	彰京開發	83.48	3,511.06	6.06	416,383	11.86	23.36	11.98	117,035.33	13,879.43	49	115
7	車美仕	82.85	5,392.57	-4.18	774,874	14.37	34.62	22.82	40,243.04	5,782.64	54	129
8	雙鍵化工	82.54	1,994.50	12.21	330,948	16.59	19.67	13.38	20,352.04	3,377.02	56	136
9	關中	82.48	1,377.27	5.5	236,784	17.19	30.20	16.11	49,188.11	8,456.57	57	137
10	大成 國際鋼鐵	81.12	6,616.80	47.45	697,613	10.54	10.00	5.63	90,641.10	9,556.34	62	165

資料來源：中華徵信所2018年版《台灣地區大型企業排名（TOP5000）》



營收成長率前10大貿易商

2017年營收成長率前10大貿易商表現搶眼，各自突破60%，與2016年的成績相比，則又創新高。探究這10大貿易商，發現本次入榜以本土中小企業為主，其產業分布極廣，足見台灣中小企業之動能充沛。

在2017年，營收成長率前10大貿易商（詳見表五）的表現可以說是2011年以來最是驚人的成長。首先，營收成長率前10大貿易商的營收成長率都超過了60%以上，並且有4家為排名在100大貿易業之內。

其中，排名第1名的芳協股份，從事園藝小工具、小五金、髮飾品、聖誕裝飾等家用五金製品之進出口買賣，在景氣復甦以及強化行銷與開發新客戶有成情況下，營收淨額得以翻倍成長，故而營收成長率飆升到111.44%。

排名第2名的欣意企業，則在新產品通過驗證後訂單大增，營收也呈現108.08%的巨幅成長。排名第3名的瑩久企業，以從事銑鐵進口及廢鐵買賣業務為主，2017年受惠鋼鐵業復甦，鑄造業及機械業需求增加，營收成長率也高

達80.02%，營收淨額更創下2011年以來的最佳成績。排名第4名及5名的新武機械貿易及穩鼎石化，也各在景氣回春及策略性行銷下創造超過70%的營收成長率。

至於第6名至第10名依次為圭信企業（鋅錠、廢銅、鋁錠、鉛錠、黃銅等非鐵金屬及橄欖油、紅酒買賣業務）、博瑞達應用材料（合成橡膠、天

然橡膠、石油化工原料、塑膠原料等進出口）、中貿國際、承茂股份（工程塑膠之代理銷售）及新利虹科技。

在營收成長率10大貿易商中，除新武機械貿易、中貿國際、欣意企業及穩鼎石化外，均為本土中小型貿易商，且產業分布也極為廣泛，充分展現本土中小貿易商靈活彈性，快速瞄準商機的特質。■

表五 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	芳協股份	111.44	278
2	欣意企業	108.08	49
3	瑩久企業	80.02	254
4	新武機械貿易	70.84	10
5	穩鼎石化	70.10	24
6	圭信企業	69.24	111
7	博瑞達應用材料	66.66	190
8	中貿國際	65.65	11
9	承茂股份	64.73	120
10	新利虹科技	64.09	221

資料來源：中華徵信所2018年版《台灣地區大型企業排名（TOP5000）》

跨國界的歐洲新玩法

多瑙河河輪之旅



奧地利·瓦豪河谷

經典重現·坐享歐洲四國美景 2018/10/24~11/05

- 奧地利：漫遊瓦豪河谷—多瑙河最美的35公里；體驗世界最美湖畔小鎮—哈修塔特
- 匈牙利：獨攬世界遺產最美夜景，尊享布達佩斯皇家饗宴
- 斯洛伐克：深訪世界唯一與兩國相接的布拉提斯拉瓦
- 德國：走訪中世紀老城與多瑙河上第一座古橋
- 入住河輪私密艙房：唯獨悠遊享樂沒有舟車勞頓



完銷倒數

請洽02-2510-8888按6 www.followalive.com

alive

大腳逛地球
交觀甲字第1608號



了解更多



稅前純益與稅前純益率前10大貿易商

2017年，稅前純益前10大貿易商的稅前純益總額合計高達129.09億元，較2016年成長57.10%。至於稅前純益率10大貿易商的稅前純益率已連續3年超過20%，顯示大型貿易商的獲利能力持續轉好。



震旦行連續4年在稅前純益排行中榜上，於2017年排行第2。

在2017年，稅前純益前10大貿易商（詳見表六）中，連續4年蟬聯入榜的貿易商高達3家，包括排名第2名的震旦行（2016年第1名）、第5名的車美仕（2016年第3名）、第6名的特力（2016年第7名），顯示這3家貿易商的高獲利穩定度高。連續兩年入榜的則包括排名第4名的桂盟國際及第10名的中貿國際，其名次則沒有變動。另新進榜的

則有5家貿易商，分別為排名榜首的台化出光石油化學、第3名的六和化工、第7名的寶僑家品、第8名的大成國際鋼鐵及第9名的恆隆行貿易。

此外，稅前純益前10大貿易商，稅前純益都達6億元以上，較2016年的門檻提高了超過1億元，且均為貿易業排名前100名的貿易商。其中除了桂盟國際外，均為營收25億元以上、排名前40名的大型貿易

商，仍然反映貿易商的獲利規模與營收規模的正向關聯，中小型貿易商受限於營收規模不足，難以在稅前純益前10大貿易商出線。

值得注意的是，稅前純益前10大貿易商之稅前純益總額合計高達129.09億元，較2016年的82.17億元成長57.10%，在300大貿易商總體比重上升至47.17%，續創下新高。究其主因，來自稅前純益前4名都超過11億元，而其中台化出光石油化學稅前純益更高達38.74億元，最具關鍵影響。

此外，稅前純益前10大貿易商中，有高達9家為本土貿易商，較2016年增加1家，顯示本土大型貿易的獲利能力轉強。尤其稅前純益前6名均為本土貿易商所包辦，本土貿易商的獲利能力轉強趨勢不容小覷。

至於2017年獲利率（稅前純益率）前10大貿易商（詳



1. 2017年稅前純益新進榜的貿易商包括恆隆行貿易等共5家企業。

2. 桂盟國際去年度稅前純益率以63.86%的傑出表現，搶下前十大貿易商之第2名次。

見表七)，由順益貿易以稅前純益率64.54%居冠，桂盟國際以63.86%居於第2名，第3名震旦行稅前純益也達62.66%，顯示其獲利能力強勁。而稅前純益率前10大貿易商中，除了順益貿易及第7名的台化出光石油化學為新入榜外，其他8家貿易商均為蟬聯入榜，足見高獲利率貿易商表現可謂相當穩定。

稅前純益率前10大貿易商當中，桂盟國際、震旦行、台化出光石油化學，為同時列名稅前純益前10大的貿易商，顯見其獲利規模與獲利率的績效可說是同樣出色。此外，稅前純益率10大貿易商的稅前純益率連續3年都超過20%，也再度印證了大型貿易商的獲利能力轉好的趨勢。■

表六 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	台化出光石油化學	3,874,368	3
2	震旦行	1,888,302	35
3	六和化工	1,165,032	12
4	桂盟國際	1,153,551	70
5	車美仕	932,165	22
6	特力	848,108	2
7	寶僑家品	815,610	21
8	大成國際鋼鐵	809,778	16
9	恆隆行貿易	796,857	20
10	中貿國際	625,135	11

資料來源：中華徵信所2018年版《台灣地區大型企業排名(TOP5000)》

表七 稅前純益率前10大貿易商

排名	公司	稅前純益率(%)	貿易業排名
1	順益貿易	64.54	207
2	桂盟國際	63.86	70
3	震旦行	62.66	35
4	金儀	36.60	145
5	弘帆	30.87	110
6	寶隆國際	26.69	69
7	台化出光石油化學	25.22	3
8	惠興	24.63	281
9	怡業	23.90	237
10	德麥食品	23.34	56

資料來源：中華徵信所2018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

近年來，每一員工銷貨額前10大貿易商與生產力指標前10大貿易商重疊性降低，過去連動性高的2個指標，在2017年同樣朝反向趨勢發展。

每一員工銷貨額（平均每
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2項指標所代表的意義在於檢視員工對企業的貢獻度，因在微利時代中，員工生產力幾乎可反映出企業的競爭力。

由於300大貿易商用人相對穩定，因此每一員工銷貨額的排名波動相對也不大。以2017年300大貿易業每一員工銷貨額前10大貿易商（詳見表八）來說，仍有7家蟬聯入榜的貿易商，且包辦前5名中的4名。至於新入榜的貿易商分別是第1名的台化出光石油化學、第6名的穩鼎石化及第10名的厚生化學工業。

此一排名通常有其延續性，主因為員工產值高的貿易商，通常不會突然降低，因而排名的變化幅度相對其他指標

表八 每一員工銷貨額前10大貿易商

排名	公司名稱	每一員工銷貨額（千元）	貿易業排名
1	台化出光石油化學	1,023,975.13	3
2	長江化學	481,149.92	18
3	偉鐸金屬	215,361.63	76
4	員通興業	212,500.00	151
5	中華全球食物	201,483.15	15
6	穩鼎石化	192,849.93	24
7	松下產業科技	164,079.28	1
8	總宜實業	160,000.00	125
9	國際艾歐資訊	152,173.91	32
10	厚生化學工業	151,529.40	172

資料來源：中華徵信所2018年版《台灣地區大型企業排名（TOP5000）》

表九 生產力指標前10大貿易商

排名	公司名稱	生產力指標(千元)	貿易業排名
1	台化出光石油化學	258,291.20	3
2	彰京開發	17,826.67	31
3	桂盟國際	17,478.05	70
4	楊龍企業	13,091.00	251
5	寶隆國際	12,432.10	69
6	大成國際鋼鐵	11,092.85	16
7	長江化學	10,750.31	18
8	弘帆	9,221.09	110
9	關中	8,400.82	87
10	車美仕	6,956.46	22

資料來源：中華徵信所2018年版《台灣地區大型企業排名（TOP5000）》

來得小。另外，2017年每一員工銷貨額前10大貿易商的門檻由1.37億元回升至1.51億元，顯示貿易商用人保守，也反映在提升營收上。

至於生產力指標（每一員工純益額）前10大貿易商（詳見表九），除了台化出光石油化學、彰京開發和關中外，其他7家貿易商均為蟬聯入榜的貿易商，可看出這些貿易商員工對獲利的貢獻度表現穩定。

長期來看，生產力指標前10大貿易商與每一員工銷貨額前10大貿易商的關聯性往往很高，因員工產值高的貿易商，其員工對獲利貢獻度也相對較高。然而，近年來每一員工銷貨額前10大貿易商和生產力指標前10大貿易商重疊性降低，持

續顯示每一員工銷貨額貢獻較多的貿易商，與獲利成長貢獻度出現脫鉤趨勢，部分原因可能是貿易商由於成本控制得宜以及轉型獲利的產品，致使獲利成長高於營收成長所形成。

貿易商掌握六大趨勢 積極南向擴張

總評2017年300大貿易業，由總體部分來看，300大貿易商創造了歷年最高獲利的佳績，一方面顯見我國大型貿易商緊抓住景氣復甦的契機，另一方面也是大型貿易商積極轉型，不盲從追求市占率提升，而以追求最高獲利為目標的轉變。

從表現突出的大型貿易商身上，我們很清楚地看到貿易轉型的幾個趨勢：第1是體驗

式行銷取代傳統的產品行銷；第2是智慧型及自動化產品及智慧化服務時代來臨；第3是供應商必須發展更深更廣的供應鏈策略性聯盟；第4是提升自有品牌商品的獲利能力；第5是強化自行設計能力，轉型為產品公司；第6則是找尋貿易與零售業務的併購機會。同時，在這六大趨勢外，還有一個新方向—持續投入新南向的潛力市場。

以中華徵信所在2017年所做的統計，顯示華人居多且東協與台灣關係長期良好情況之下，在抽樣統計投入新南向的2,382家企業之獲利性都高達90%以上（詳見表十），充分地顯示出新南向將是大型貿易商的最佳擴張機會。■

表十 從徵信看南向貿易現況及風險

國家	出口企業家數	獲利家數	獲利家數占比	虧損家數	虧損家數占比
新加坡	452	418	92%	25	6%
印尼	237	220	93%	11	5%
馬來西亞	360	333	93%	20	6%
泰國	426	390	92%	23	5%
菲律賓	194	179	92%	11	6%
越南	364	346	95%	14	4%
緬甸	14	14	100%	0	0%
柬埔寨	39	38	97%	1	3%
汶萊	3	3	100%	0	0%
寮國	3	3	100%	0	0%
印度	290	264	91%	20	7%

資料來源：中華徵信所徵信資料庫統計



掌握新兆元產業——電子零組件批售業

2017年貿易業300大報告，首次特別針對電子零組件業進行分析。其營收總額高達1兆320億元之電子零組件業，已儼然成為一個新兆元產業。

長期以來，電子產業已成為我國出口的最主要產品，由於台灣又是全球電子業的供應鏈重鎮，因此電子零組件業也可說是位居電子業最前線之產業。

不過，台灣電子業的出口多為大型製造商自行製造兼出口，因此貿易商反而涉足不深，但是許多關鍵零組件又多由海外地區進口，包括美國、歐洲、日本，乃至於近年來的韓國都是我國電子零組件的進口來源地。

也由於電子零組件的進出口金額非常高，且有其迥異於貿易業的獨特性，因此2002年起中華徵信所便將電子零組件批售業（俗稱電子通路商）自進出口貿易業獨立出來，排除進出口貿易業排名，並形成一個獨立的產業排名。

在中華徵信所2018年版《台灣地區大型企業排名

（TOP5000）》中，電子零組件批售業共有150家企業入榜，其2017年營收總額高達1兆320億元，較2016年成長5%，儼然已是一個新兆元產業。不過經過二十年以上的整合，電子零組件批售業也已由傳統居間仲介的通路業者，轉型成為具附加價值的專業技術服務性質之科技產業的一環，加上電子零組件批售業者居於上游製造商和下游的組裝業者間的中游，承上啟下對產業需求的冷熱也最具敏感性。

同時電子零組件雖然種類繁多，但我國電子零組件批售業多以半導體零組件進出口為主體，並以行動通訊、汽車電子、工業電子三大領域為市場主流。至於電子及半導體生產設備，並沒有獨立的行業別，而是依附在電子零組件批售業的範圍內。

眾所周知台灣最大半導體

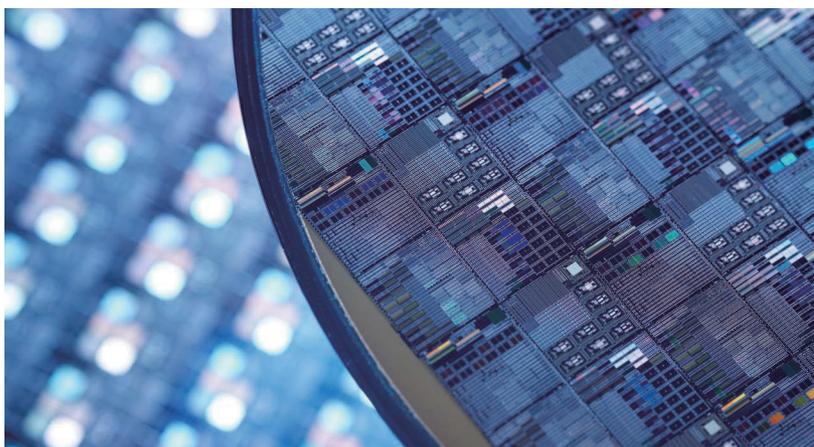
通路商是大聯大控股集團，其集團2017年合併營收達到5,325.09億元之多，為全球最大的電子通路業者。不過大聯大投資控股公司本身乃是屬於投資控股業，且中華徵信所5000大企業排名，係以個體財報而非合併財報為基礎，因而在電子零組件批售業中並不會有大聯大投資控股公司，僅有其子公司入榜排名。

以2017年我國電子零件批售業營收前10大企業來看（詳見表十一），合計營收淨額高達6,307.26億元，占全體入榜營收總額比重的61.12%之多，同時營收淨額前10名，其營收淨額均在260億元之上，足見電子零組件批售業是大者恆大的產業。

此外文曄科技雖居於榜首，但大聯大控股集團子公司卻占有4席，這4家子公司合計營收額達2364.11億元，已接近

獨大，但尚不至寡占的勢態。

2016年文曄科技營收突破1,000億元大關（係指個體財報營收），以1,137.04億元首度超過世平興業，晉升為我國第一大電子零組件批售業者，2017年繼續蟬聯第1名並不令人意外。回顧2017年文曄各產品應用分別皆呈現大幅成長趨勢，其中通訊領域在新增產品代理線貢獻下半年成長達33%、個人電腦業務因併購宣昶之挹注年成長32%、消費性電子業務受惠於物聯網趨勢增強年成長26%、工業用產品由於自動化業務強勁需求年增長30%、汽車電子持續受惠於半導體內容增加年成長23%，加上Skyworks產品線之營運效益發酵，帶動整體營收



台灣半導體等電子零組件業，營收總額於2017年創1兆320億元高峰，成為新兆元產業。

成長29.27%。展望未來，各產品應用分別受惠於網通基礎建設需求回溫、資料中心強勁成長、智能家居需求爆發、工業自動化滲透率提升與汽車電子內容持續增加，對文曄科技來說都是營運利多。尤其文曄科技連續2年營收成長都逼近30%，以這樣的高速成長率來看，已具備未來挑戰2,000億

元的資格。

觀察電子零組件批售業，在半導體市場應用持續成長情況下，仍然有很好的發展，而大型業者的國際競爭力，在於提供加值型供應鏈管理服務、具競爭力之零件及整機解決方案，協助客戶開發及投資未來市場，與供應商、客戶共創三贏局面。■

表十一 2017年我國電子零組件批售業營收淨額前10名

排名	公司	服務業排名	營收淨額（百萬元）	隸屬集團
1	文曄科技	6	146,987	文曄科技
2	世平	13	101,754	大聯大控股
3	台灣東芝電子零組件	15	82,341	日本東芝
4	益登科技	20	71,876	益登科技
5	品佳	21	68,239	大聯大控股
6	至上電子	35	40,380	至上電子
7	詮鼎科技	38	35,724	大聯大控股
8	友尚	50	30,694	大聯大控股
9	華立	58	26,391	華立
10	威健	59	26,340	威健

資料來源：中華徵信所2018年版《台灣地區大型企業排名（TOP5000）》



The One 行旅 是一趟美好生活的延伸

原創於台灣的生活風格品牌 The One 以東方人文為底蘊，從原創的生活設計品為開始，在二〇〇八年接手經營南園之後，注入文化與創意涵養於華人世界最大山中園林之中，提供宿旅、遊園與會議服務，成為台灣第一座榮獲日本 Good Design Award 的人文休閒園區。

這樣新東方 人文思維的企業理念，逐漸受到四方來客信賴，特別是這幾年以來到訪 The One 南園達二十次的生機美學實踐家「陸府建設」。在不斷追求美好生活的策動下，安排同仁見學之旅外，也熱情邀請陸府家族住戶們共享歌心之旅、自然之感。



讓生機在生活中延續

無論是生態、生活、生命，陸府建設一路走來始終堅持三生相環，與 The One 同樣相信著「人天共好」的精神，在同一塊土地上持續努力創造出與自然共存的美好。

陸府這觀念起源於創辦人陳國欽董事執行長在二〇〇〇年時帶領團隊到德國漢諾威參觀「永續建築博覽會」，其中荷蘭館的主題—認為建築佔用多少綠地，就該還給地球多少綠地，讓他們有了改變的動機和方向，進而研發出百分百綠覆的生機住宅，打造都市綠色山谷，並成立專業園藝團隊照護，讓住戶體現親近自然的美好與感動。

從綠色體驗中豐厚住戶間的敦睦生活，邀請陸府家族們一同走入最美山中園林，獨享體驗兩整日的自在歇心之旅，企盼在人文客棧場域中能與The One共同實踐五感六覺的美，找回建築裡的人文風景。

用豐盛雅興，植深企業軟實力、住戶生活之美

有別於傳統建築業著眼於「蓋房子」，陸府建設更將觸角擴及為「過好生活」，成立生活美學教育基金會，舉辦展覽、講堂與生活美學之旅等來涵養心靈的深度；讓枯燥的同仁教育課程走出戶外變成情境體驗、行動式參與，陸府建設多次到The One南園舉辦同仁見學之旅，因為相信同仁的品味學習與分享是企業未來的軟實力。



若問陸府家族住戶都如何享受隱於山林的The One南園？相信每位參與的人一定會大力推薦您親炙國際弱建築大師隈研吾先生在台灣的第一個大地藝術創作「風檐」。風檐地景藝術是從地方風土中，提出以層層相疊的九重山為基礎，融入九降風吹拂大地的意象，更以檜木樺接的方式，來承襲漢寶德教授設計的南園檜木建築群，風檐因而造就了新舊園林之間的有趣對話。

The One從大地編輯者的角度出發，在風檐下展開二十四節氣的生活風格饗宴，邀請大家走入自然山林中享受人天共好的獨特體驗，成為陸府人最喜歡的「風檐下的約會」，在天地間靜心細品手沖咖啡的美好風味；而燦爛星光初上時，The One管家則會帶領大家提燈走訪風檐，體驗「風檐展書讀，古道照顏色」

的東方人文情懷，獨享古典園林的幸福時光。

超乎期待的管家款待服務

無獨有偶，不只The One南園的管家為每一位到訪的君子美人們從迎賓、洗塵、奉茶、品鑄、導覽到送客道別，一連串精心安排讓大家身心徹底放鬆，感受在地的文化風情；而陸府建設將旅居的美好感受植入社區之中，由會館秘書、生機秘書、樂活秘書與生活管家四合一的貼心團隊，為陸府家族們提供精緻完善的服務。

從最根本的「心」出發奠下企業價值觀的根基，全心尊重自己的專業與努力付出，讓服務成為最直接的感染力，與顧客傳遞美好生活的希望，讓旅行不再是旅途的停滯點，而是一趟美好生活的獨特提案。



稅前純益第2名

創新商品與服務組合 震旦行穩健前行

◎撰文／魏茂國 圖片提供／震旦行

提到辦公設備與家具，許多人浮現在腦海中就是「震旦行」3個字。這家在1965年創立、至今已超過半世紀的企業，最早是從代理打卡鐘、打字機等辦公事務商品起家；並且隨著產業發展與辦公需求的變化，多年來持續引進日本品牌的影印機等各式辦

公設備，同時自行開發辦公家具和雲端系統等軟硬體、行銷兩岸市場，包括在台灣就有近150個直銷據點，也成為震旦行的主力貿易項目。

因此，近年來震旦行的貿易狀況也相當平穩，以去年來看，除了以30.14億元的營收排名第35、和過去幾年的差異

不大；但以18.88億元的稅前純益、以及62.66%的稅前純益率，卻分別高居第二與第三，成績相當亮眼。震旦行發言人馬志賢表示，在台灣辦公設備與家具市場趨於成熟穩定之下，震旦行更著重改善管理、提升服務效率，是其持續創高獲利、維持市占的關鍵。

以創新服務滿足顧客

辦公設備與家具，和工作成果可說是息息相關；換句話說，如果設備或家具故障損壞，或是使用便利性不足，就會直接影響企業的生產力與獲利。震旦行深知這一點，也希望從這個角度出發，為客戶創造價值。然以過去震旦行提供的售後服務，通常是由顧客來電通報，再由震旦行派員前往現場查看維修，整個服務流



震旦行致力於讓辦公生活更美好，持續引進新商品，行銷兩岸市場。

程耗費時間長，不僅客戶必須苦苦等待，也造成工作延遲。

但現在，透過震旦行設置的智能化客服中心，若只是機器設備操作疑問，或簡易故障排除等，都可由客服人員立即在線上指導或協助解決，可更快速地排解客戶問題、恢復機器運作，並提升服務品質與效率。同時為因應數位與科技應用的普及，震旦行還不斷地從辦公設備及家具本業延伸，持續推出新產品或服務，以滿足客戶新興、多元的工作需求。

針對資訊化的辦公作業，震旦行提供雲端辦公的商品服務，例如自行開發ERP（企業資源規劃）系統；人資系統還能根據法令更新版本，讓無法自行研發、或預算有限的中小企業客戶，仍可透過租賃方式，以較低成本來使用企業級的雲端系統。

震旦行也開發並代理3D列印設備，不只有助於學校開設相關課程，也可供產業界用來製作客製化或個人化的產品；像是在醫療產業中，量身訂做隱形牙套、醫療輔具等，也對汽車、電子、製造等產業發展有極大幫助。



震旦行

成立時間：1965年

董事長：袁蕙華

全球員工：6,000人

營業項目：辦公家具、辦公自動化設備系統、通訊、3D印表機、雲端、空氣淨化器等

整合商品資源發揮效益

這也顯示震旦行因應各個產業的工作環境，依其需求提供不同辦公設備與家具。現在的震旦行更擺脫過去單品銷售模式，強調整合軟硬體、提供整體性的辦公解決方案，盡可能地讓客戶一次購足所有需要。例如在辦公設備與機器本身整合軟硬體；或是在辦公環境當中，從家具的選用配置、到空間規劃等，都由震旦行提供服務，目的也是為了讓使用者獲得最完善的工作體驗。

馬志賢提到，一般人每天至少有三分之一的時間會在辦公場所中度過，也凸顯出辦公環境的設計核心，來自對使用者的了解，並從有形與無形層面來考量、納入商品銷售組合中。好比網路世代的年輕人陸續進入職場，如何建構人性化的資訊環境就更加重要。或是

在物聯網等創新趨勢下，即使是辦公家具也能具有智慧化功能；像是座椅就能提醒長坐的使用者起身活動，或是辦公桌可因應使用情境來調整高低和型式等。

因此不論是智能化的客服中心，或是雲端辦公系統、3D列印設備等，震旦行都持續代理並開發新商品服務，使辦公環境更富彈性與創意，進而提升員工的工作情緒及效率。相對於台灣，腹地廣袤的中國大陸市場成長速度更快，除了辦公設備，震旦行也以自有品牌拓展當地行銷通路；辦公家具等產品也同時在兩岸設置工廠，並以整合雙邊生產資源的方式，彼此互補、達到最高生產效率。震旦行甚至還引進韓國、義大利等品牌的家具，讓產品選擇更多樣化，為客戶創造美好的辦公生活。■

營收淨額第14名

穩據中高階羽絨衣市場 廣越成長大突破

◎撰文／陳玉鳳 圖片提供／廣越

台灣的紡織產業攻佔全球市場，身為產業尖兵之一，廣越企業的主攻領域是中高階羽絨服飾、樹脂棉服飾及機能型服飾。近年為掌握上游原料，為避免羽絨原料價格波動過大影響營收，2014年廣越創建中國大陸羽絨原料廠。此外，繼中國大陸及越南之後，陸續併購東歐羅馬尼亞和中東約旦生產基地。

透過產業垂直整合及生產基地拓點的領先優勢，廣越的客戶群日漸龐大，廣越總經理吳朝筆指出，「我們是以代工模式與全球知名運動品牌、戶外休閒品牌，以及高檔奢侈品牌等三大類客戶群合作。」廣越的客戶各個來頭不小，包括Nike、Adidas、Puma、The North Face、Arc'teryx、

Patagonia，以及羽絨衣之王Moncler等，今年更一口氣新增Under Armour、New Balance、Mammut、Norrone、Helly Hansen等5家新客戶。

掌握四大優勢 與品牌客戶互利共生

廣越為何能廣受全球知名品牌客戶的青睞？吳朝筆進一步說明，「這些國際客戶非常重視企業社會責任（CSR）的落實，因此我們在勞工管理及員工福利方面皆達到客戶要求；且對於客戶要求的品質、交期更是使命必達。此外，在技術及產品開發方面，我們已建立其他競爭對手難以超越的門檻。」除了CSR、產品品質與技術研發，價格是廣越的第四大競爭優勢，不過，吳朝筆始終堅持：便宜的產品不做、不賺



廣越在勞工管理及員工福利方面都落實企業社會責任，因此獲得眾多國際知名品牌肯定。

錢的產品不做。

基於以上四大優勢，廣越與前十大客戶關係，早就從以往的客戶與供應商模式，昇華成為依存度高的長期互利共存關係，吳朝筆表示：「許多想加入的業者不得其門而入，畢竟這個產業的入門障礙多，還要能達到各大品牌的要求，難度實在太高。」因此，目前全球中高階羽絨服飾代工龍頭業者除廣越外，僅有韓國Youngone稱得上是同級業者。

在幾近市場寡占的局勢下，廣越成立21年來年年賺錢，事業版圖愈做愈大，從公司成立之初的25萬件一路成長，到現在每年出貨量高達1,100萬件，銷售額則在去年突破百億台幣大關，產品出口地遍布歐洲、北美及中南美洲、中國大陸與亞洲地區。

美中貿易戰開打 利多再添一筆

廣越穩健成長，即使面對美中貿易戰開打；服裝被列入美國新一波課稅產品清單中，廣越的訂單卻不減反增，甚至有機會成為中國轉單潮的受惠者，原因何在？廣越目前

在中國大陸的75%產量是內銷中國，25%以外銷日韓為主、少數銷往歐洲，「在沒有成衣產品出口至美國市場的情況下，廣越接單不會受到衝擊，相反地，歐美客戶出於關稅的考量，可能會把訂單從中國移往東南亞，我們在越南布局多年，可望受益。」吳朝筆說。

二十餘年以前，與其他大多數台商優先選擇於中國大陸設廠不同，考量當年在中國大陸的紡織配額多由與中共關係良好的企業所占據，因此廣越首先落腳於越南胡志明市郊區，之後順應2005年起WTO正式取消紡織品配額制度，廣越於2003年先行於中國浙江設立嘉興廠。不過，在中國大陸薪資水準不斷提升下，台灣紡織企業多隨著客戶要求及全球紡織工業趨勢，移往東南亞或是其他人力資源充沛的低度開發

國家，目前越南更是鞋廠跟成衣廠的生產重鎮。

配合各主力客戶的要求，廣越的越南前江旗艦廠及越南新廠隆安廠將持續推動自動化機器設備的投入；去年初新併入集團的羅馬尼亞BSP工廠專營奢侈品牌，預計將於今年底或明年初動工建設新廠；此外，今年5月甫併入集團合併營收的金漢公司越南金漢廠及金鴻廠，也預計為廣越帶來58條產線產能。

展望未來，廣越積極推動戶外休閒產品，希望將營業比重由去年的47%，提升至超過50%；再來則是藉由針織及平織產品的互補效應，改善淡旺季的銷售落差。透過各項布局，繼去年營收首度破百億台幣後，廣越今年營收可望較去年成長20%~25%，再拉出一波向上的成長曲線。■



廣越企業

成立時間：1995年
總經理：吳朝筆
全球員工：20,000人
營業項目：成衣與羽絨外套的
加工、製造及買賣

2017年台灣地區大型企業排名

貿易業300大排行榜

排名	公司名稱	營收淨額 (百萬元)	營收成長率 (%)	員工人數 (人)	生產力指標 (千元)	服務業 總排名
1	松下產業科技	41,676	6.36	254	-	34
2	特力	15,687	30.74	402	2,109.72	97
3	台化出光石油化學	15,360	12.62	15	258,291.20	100
4	台灣豐田通商	12,721	-7.21	174	-	121
5	台灣三菱電機	9,936	-17.01	207	1,834.52	146
6	寶成	9,600	-8.2	-	-	152
7	羅氏大藥廠	8,967	7.74	280	1,439.53	158
8	美商亞培	8,693	4.85	338	902.00	167
9	元楨	8,493	11.82	95	2,546.07	171
10	新武機械貿易	7,572	70.84	148	-	185
11	中貿國際	7,553	65.65	115	5,435.96	187
12	六和化工	7,408	6.73	254	4,586.74	191
13	中紡科技	7,324	9.17	321	364.91	194
14	廣越	7,321	10.39	224	2,758.19	195
15	中華全球食物	6,850	-9.39	34	1,508.35	212
16	大成國際鋼鐵	6,617	47.45	73	11,092.85	218
17	佳美貿易	6,520	2.31	100	1,784.02	221
18	長江化學	6,255	4.99	13	10,750.31	225
19	台灣樂金電器	6,073	-15.23	201	79.57	233
20	恆隆行貿易	6,016	22.61	430	1,853.16	235
21	寶僑家品	5,970	-5.59	146	5,586.37	240
22	車美仕	5,393	-4.18	134	6,956.46	258
23	台灣日立亞太	5,209	-20.43	62	-	261
24	穩鼎石化	5,207	70.1	27	515.70	263
25	立肯	4,802	-7.48	99	-	281
26	臺灣阿斯特捷利康	4,558	-0.99	274	481.93	292
27	山富貿易	3,837	20.64	68	-	332
28	鑫亞國際	3,658	52.01	42	-	349
29	法徠麗國際	3,657	3.78	531	856.06	350
30	佳醫健康	3,561	4.6	187	2,402.53	356
31	彰京開發	3,511	6.06	30	17,826.67	358
32	國際艾歐資訊	3,500	0	23	-	359
33	台灣伊藤忠	3,300	-11.76	-	-	47
34	翰可國際	3,259	26.2	80	1,125.15	376
35	震旦行	3,014	-2.08	984	1,919.01	400
36	肯友	2,962	4.83	41	144.98	409
37	南聯國際貿易	2,903	-18.96	178	-	414
38	昊漢	2,830	43.25	25	3,621.08	421
39	台灣荏原精密	2,792	5.36	261	2,122.49	425

排名	公司名稱	營收淨額 (百萬元)	營收成長率 (%)	員工人數 (人)	生產力指標 (千元)	服務業 總排名
40	永聖貿易	2,730	12.9	75	-	432
41	伊士肯化學	2,728	6.92	55	1,580.80	434
42	裕賀食品	2,718	21.56	150	604.08	436
43	葆旺	2,714	-18.61	35	508.91	438
44	杏昌生技	2,713	6.87	227	1,294.57	439
45	味丹	2,702	-9.56	-	-	440
46	全弘國際	2,701	1.16	165	-	441
47	中國鋼鐵結構	2,697	22.95	-	-	443
48	新永和	2,608	7.03	67	4,462.69	455
49	欣意企業	2,605	108.08	25	2,514.72	456
50	穗擘	2,588	6.17	116	1,154.97	459
51	擘華	2,519	-28.98	17	782.35	465
52	金仕達國際開發	2,500	0	80	-	466
53	欣臨	2,500	2.93	200	-	467
54	台灣漢高	2,390	-7.86	101	2,633.66	481
55	高吉貿易	2,307	-1.43	72	-	491
56	德麥食品	2,301	1.27	291	1,845.65	493
57	同興	2,153	3.29	46	2,811.09	509
58	城偉	2,153	-6.62	21	315.29	510
59	友和貿易	2,101	4.88	200	1,619.38	516
60	台歐	2,095	12.93	39	625.59	519
61	富貿	2,029	13.33	30	1,520.53	534
62	雙鍵化工	1,995	12.21	98	3,887.08	539
63	泉盛	1,906	13.5	70	1,696.17	551
64	強全	1,900	5.55	27	-	555
65	德鎂	1,883	62.96	22	3,116.86	561
66	羅昇	1,862	13.63	124	1,741.07	566
67	智友	1,836	8.94	57	3,048.54	569
68	全興國際	1,820	19.34	42	2,512.69	574
69	寶隆國際	1,816	34.31	39	12,432.10	575
70	桂盟國際	1,806	11.63	66	17,478.05	578
71	詩肯	1,805	10.21	410	647.60	579
72	德記洋行	1,802	-9.34	94	303.32	583
73	安東貿易	1,782	-4.06	164	645.41	593
74	賀華	1,767	18.55	108	1,374.90	597
75	臺灣麥茲柯	1,734	-15.61	54	310.81	602
76	偉錚金屬	1,723	57.18	8	-	603
77	台灣千旺	1,700	-15	40	-	608
78	中華機械	1,700	-38.62	175	-	607
79	萬寶	1,700	4.29	12	-	609
80	曜良	1,649	-5.66	69	1,251.62	620
81	漢旭	1,642	28.49	22	1,772.91	621
82	瑞滬	1,615	-14.2	30	-	629
83	凱迪貿易	1,500	6.38	12	-	666

排名	公司名稱	營收淨額 (百萬元)	營收成長率 (%)	員工人數 (人)	生產力指標 (千元)	服務業 總排名
84	順承	1,500	2.73	28	-	667
85	優仕咖啡	1,493	15.13	72	1,125.00	669
86	騰華能源	1,378	51.42	12	-	696
87	關中	1,377	5.51	28	8,400.82	697
88	高林	1,360	-18.64	-	-	513
89	宜福	1,342	4.17	270	591.19	710
90	信春	1,327	21.13	15	2,320.00	715
91	台灣富士通將軍國際	1,311	31.47	69	1,935.23	719
92	祥圃	1,305	14.87	200	-	723
93	丞聯農產	1,300	0	12	-	725
94	協京貿易	1,268	26.8	30	-	735
95	馨昌	1,260	-30	29	-	740
96	崑印	1,240	4.2	100	-	748
97	美商貝克曼庫爾特	1,222	5.76	78	990.76	754
98	崇皓貿易	1,200	-4.87	42	-	764
99	台灣波律	1,200	-10.55	119	-	765
100	上威國際	1,200	6	18	3,166.67	769
101	穩衛	1,200	-	35	-	767
102	鉅晶國際	1,200	33.33	98	-	768
103	英商帝仕德	1,192	8.77	52	-	772
104	旭優	1,119	39.42	78	1,002.46	794
105	皓晟	1,107	20.81	75	1,326.65	799
106	瑞剛科技	1,100	26.43	8	687.50	804
107	利洲	1,081	2.75	35	478.09	812
108	嘉儀	1,077	-13.94	272	4.24	813
109	京永	1,050	5	85	-	819
110	弘帆	1,045	-27.81	35	9,221.09	821
111	圭信	1,036	69.24	10	1,739.60	823
112	上登	1,017	32.68	16	-	834
113	喬集應用材料	1,013	35.9	20	-	836
114	揚博科技	1,009	-9.54	-	-	838
115	邦泰貿易	1,006	17.92	40	384.10	840
116	需方國際	1,005	22.73	495	367.81	841
117	正暉	1,003	10.95	49	-	844
118	力福	1,000	-25.4	135	-	851
119	利商	991	7.96	24	731.75	854
120	承茂	989	64.73	39	-	856
121	昶茂貿易	979	17.61	50	-	862
122	貝泰	979	-2.79	65	-253.49	863
123	友源貿易	975	-0.51	28	-	865
124	怡昌貿易	960	33.33	50	-	872
125	總宜	960	-2.04	6	-	873
126	友誠	959	15.6	31	1,978.58	874
127	利百美	950	-	142	-	880

排名	公司名稱	營收淨額 (百萬元)	營收成長率 (%)	員工人數 (人)	生產力指標 (千元)	服務業 總排名
128	巨圓紙業	950	0	98	-	878
129	橡木桶洋酒	950	0	180	-	879
130	馥農	945	1.06	26	1,153.85	884
131	國住橡膠	938	1.82	41	2,394.17	889
132	香港商加和國際	933	39.24	140	-	890
133	台灣亞瑟士	920	2.22	107	-	898
134	環綺國際貿易	912	4.1	42	1,315.62	901
135	大力卜	910	1.11	150	-	903
136	長捷士科技	908	7.59	9	558.67	906
137	飛泰貿易	900	12.5	170	-	913
138	刷樂國際	890	9.87	65	-	917
139	丞曜	889	9.73	53	-	919
140	首立	884	16.25	60	2,320.13	922
141	太立	878	11.47	50	2,400.00	929
142	合勝貿易	875	37.14	40	-	931
143	東芳貿易	866	14.74	42	1,483.71	937
144	台灣三豐儀器	865	1.55	68	-	939
145	金儀	862	1.99	297	1,062.10	943
146	三崧貿易	860	-	60	-	944
147	見欣	856	15.71	35	612.40	947
148	達達國際	853	-6.64	71	-	952
149	旺德電通	851	-10.34	140	531.03	953
150	章和貿易	850	0	38	-	955
151	員通	850	-10.64	4	-	954
152	斐樂	844	7	230	61.43	958
153	信意	842	7.45	38	-	960
154	中厚	806	14.05	43	-	982
155	其利國貿	801	10.53	76	-13.36	987
156	大統貿易	800	-3.61	102	-	991
157	天義	800	11.11	180	488.89	990
158	新睦豐建材	800	-	55	-	989
159	光和貿易	800	-	60	-	988
160	寶民貿易	797	-8.5	14	-	993
161	三千貿易	797	4.59	60	126.93	994
162	巨研科技	791	6.65	101	104.60	1003
163	震豐	790	13.71	44	916.02	1005
164	貴理	787	17.42	18	-6,002.06	1006
165	川飛能源	781	14.25	13	1,284.62	1012
166	澤洲	780	-	10	-	1015
167	瀚文	775	-13.27	23	962.78	1019
168	科林儀器	770	28.43	131	152.60	1023
169	慶同貿易	767	11.64	63	1,111.11	1024
170	乾雄	760	4.1	22	-	1029
171	高選	759	0.79	56	-335.20	1031

排名	公司名稱	營收淨額 (百萬元)	營收成長率 (%)	員工人數 (人)	生產力指標 (千元)	服務業 總排名
172	厚生化學	758	-	5	1,236.00	1034
173	台灣美聲	756	-29.21	32	-	1035
174	台新餐飲設備	753	16.12	107	-	1036
175	麗茂	750	14.6	25	-	1042
176	台灣兼松	742	-0.2	40	-	1045
177	願景國際	739	0.37	28	181.61	1046
178	歐美嘉	739	1.97	36	1,337.22	1048
179	晟品	736	11.33	12	2,358.67	1049
180	固昌通訊	730	-18.43	60	-	1055
181	台灣綠源	729	4.11	28	4,359.39	1056
182	瑜寧	720	1.4	28	-	1060
183	星誼	718	-4.78	45	552.96	1062
184	虎記	716	-4.25	123	-	1066
185	景明化工	710	0.44	90	1,390.78	1070
186	台灣恩慈	710	2.89	100	-	1071
187	康律	710	1.42	6	-	1072
188	三多士	706	3.91	97	163.70	1075
189	中國軸承展業	700	-	120	-	1084
190	博瑞達應用材料	700	66.66	40	-	1087
191	恒洲	700	-2.49	48	428.81	1089
192	泛台	691	2.31	105	241.45	1096
193	信成	690	-1.42	80	-	1099
194	國軒科技	690	-	30	-	1098
195	聯策科技	680	27.83	84	759.46	1105
196	台灣利豐	678	4.78	290	53.96	1108
197	濃盛	676	7.14	40	505.23	1111
198	山發	667	11.8	12	-	1121
199	帛眾	667	0.26	44	647.91	1122
200	豪仁貿易	666	11.45	50	1,046.02	1123
201	隆福行	664	9.24	92	267.35	1129
202	永日建設機械	656	13.79	46	1,578.30	1140
203	今日儀器	655	-11.57	122	517.01	1143
204	尊賢化學	650	28.65	10	1,374.80	1147
205	皇泰冷凍食品	650	-	240	-	1151
206	橋華	645	2.38	35	-	1155
207	順益貿易	643	-79.66	62	6,693.55	1158
208	寶華貿易	643	16.83	56	1,040.88	1159
209	國興水泥	640	-25.55	7	3,540.00	1164
210	劍麟	636	-11.06	-	-	1166
211	鼎大	630	-10	40	-	1176
212	肯夢國際	630	-0.7	330	64.42	1177
213	力誠	630	-18.4	30	356.83	1178
214	友信行	621	13.38	170	-	1183
215	老豐利	621	-9.9	11	1,812.91	1184

排名	公司名稱	營收淨額 (百萬元)	營收成長率 (%)	員工人數 (人)	生產力指標 (千元)	服務業 總排名
216	悅群電子	620	-22.5	10	-	1185
217	柏瑞克	620	3.33	18	-	1186
218	凱立	619	40.03	8	-	1187
219	勤裕	615	9.82	52	612.04	1189
220	允傑	615	-6.86	20	-223.95	1190
221	新利虹科技	614	64.09	31	-8,724.87	1191
222	進昌貿易	611	11.09	33	-	1196
223	新鮮貿易	607	-19.65	21	250.05	1201
224	豪揚	606	-0.07	36	-	1202
225	安普新	600	20	27	-	1210
226	旗艦貿易	600	15.08	200	-	1214
227	台于	600	-25	15	-	1217
228	麗光科技	600	1.96	50	1,140.00	1215
229	震旦國際	600	-	30	-	1208
230	臺灣新吉美碩	600	12.99	82	-	1213
231	年農貿易	593	-1.2	25	-	1223
232	台灣科友貿易	590	-4.11	15	1,198.00	1225
233	強地	589	14.81	18	-	1226
234	督洋生技	588	5	240	-	1227
235	王鼎貴金屬	587	38.46	6	34.17	1229
236	瑪里士	587	6.01	85	-	1230
237	怡業	583	18.08	31	4,497.65	1233
238	立霖	583	5.49	31	-	1234
239	台北貿易	578	7.11	89	175.21	1239
240	凱傑國際	573	-5.47	23	788.87	1247
241	金果貿易	571	-15.83	21	174.86	1250
242	鎧蔚	570	16.08	28	-	1251
243	台灣麥克賽爾	569	3.51	13	1,785.62	1252
244	倉和	565	-34.62	334	-73.84	1255
245	康萊	561	5.51	31	-	1259
246	耐斯國際開發	557	-2.3	6	3,172.17	1263
247	華聿	556	-2.61	101	336.09	1264
248	環中國際	556	-18.02	12	419.92	1265
249	常榮機械	555	-29.41	64	114.11	1266
250	玆瓏	553	-0.04	35	181.46	1270
251	楊龍	551	1.39	9	13,091.00	1271
252	懋銓鋼鐵	550	10	12	-	1275
253	和瑞科技	550	-	35	-	1276
254	瑩久	549	80.02	12	3,793.42	1277
255	正官庄	545	-	50	-	1283
256	達雅	545	-5.34	85	532.35	1284
257	先鋒	536	-9.61	42	-	1294
258	福馨國際	530	-41.41	45	28.04	1297
259	凱督國際	522	-1.6	327	-	1310

排名	公司名稱	營收淨額 (百萬元)	營收成長率 (%)	員工人數 (人)	生產力指標 (千元)	服務業 總排名
260	一澤貿易	516	47.42	100	-	1317
261	日遠科技	509	13.15	30	-	1328
262	榮勝	508	5.4	58	17.24	1329
263	康合國際貿易	505	-6.44	7	6,169.14	1332
264	世強化學製藥	503	-48.99	18	6,007.78	1338
265	聚紘貿易	493	11.72	34	1,034.56	1352
266	嘉冠自行車	490	5.51	94	198.65	1358
267	恆新	487	1.23	30	-	1360
268	沂慶貿易	486	-17.09	24	-	1363
269	德山貿易	480	-	20	-	1368
270	福桑聯合	480	0.3	36	104.86	1369
271	翔億冷凍水產	474	-0.54	12	369.92	1373
272	鐵甲	472	-2.43	49	-	1374
273	亞健貿易	470	2.62	13	-	1378
274	伯寶行	468	-6.14	57	169.44	1379
275	匯威	468	-12.55	15	293.33	1380
276	漢威冷凍水產	467	3.19	14	557.64	1381
277	元慶國際貿易	465	-0.86	36	121.33	1382
278	芳協	460	111.44	38	318.00	1387
279	邁達斯	460	-0.7	21	-3,342.19	1389
280	喜利得	457	-2.85	100	-	1392
281	惠興	453	8.72	59	1,891.15	1397
282	亞塑機械	452	7.84	7	-	1399
283	碩勇	452	11.3	25	-	1400
284	雙緯	451	-19.39	24	231.92	1403
285	西合	450	-24.14	50	566.86	1405
286	建誼	450	-10	28	-	1412
287	光明海產	450	-5.26	35	-	1411
288	翔景國際	450	7.14	10	-	1413
289	合一	445	4.89	20	764.35	1418
290	鏘盟	441	-7.06	27	890.19	1421
291	國際貿易	440	-	42	-	1423
292	必丞	440	54.09	15	402.20	1424
293	盛德竹科技	434	-20.1	60	353.42	1428
294	碩鴻貿易	433	6.85	20	611.10	1429
295	和之合	432	9.99	30	1,666.67	1430
296	同福貿易	430	10.25	20	-	1437
297	松怡	430	5.91	4	-	1436
298	奇郁國際	427	20.13	105	290.14	1440
299	德貿	427	8.85	41	812.63	1441
300	艾倫比亞	420	-	150	-	1451

資料來源：中華徵信所2018年版《台灣地區大型企業排名(TOP5000)》

註：- 表示資料無法取得或是無資料。

空中美語®
空中家教

經理人!

擁有一口好英語 進攻客戶跨國際
空中美語®空中家教 線上真人全英語學習
善用零碎時間學英文 分秒也能創造事業奇蹟



跨國會議 罩得住

空中美語空中家教模擬情境的教學方式，讓您在冷靜面對會議上的突發問題，成為全場會議上亮點！



國際資訊 不漏接

空中美語空中家教課程多元，不管是職場商務英語，或是最新熱門新聞議題，都要讓您與世界接軌！

培養口音 國際化

空中美語空中家教嚴選來自英、美、加、澳等專業師資，就要教會您最道地的口音、最流利的英語力！



▶ 空中美語®空中家教 要您靠英語進攻全世界！



02-2363-1555

專業家教1對1
英文實力落點分析

完成線上試聽
就送英語會話課程

2000 堂

空中美語空中家教

搜尋

或掃描QR CODE前往官網



物聯網大未來的關鍵通訊技術

科技新氧氣 — 5G

5G，這個看不到、摸不到的通訊技術革新，就像最新鮮的氧氣，將充滿我們的生活空間，讓萬物皆可連網，讓我們每天都與上百台電腦互動，卻完全不必按鍵盤、用滑鼠。它，將成為創造物聯網世界，最不可或缺的「科技氧氣」。

◎撰文／商周編輯顧問採訪組 圖片提供／商周圖庫、Shutterstock

5G推動六大產業革命

零售》

無人商店啟動

將提升商品、人臉辨識、集體結帳準確度的需求；自動倉儲需求更高。



醫療》

遠距開刀成真

借助機器人延長優秀外科醫師職業壽命，偏鄉不再擔心醫療資源不足。



娛樂》

AR更普及

AR、VR搭配的應用，顛覆娛樂業的內容製作及定價模式。



製造》

智慧製造升級

互聯產品所產生的大數據，催生工業企業轉型做服務。



交通》

車聯網遍地開花

自駕車上路，共享商機爆發，帶動雷射雷達等產業快速成長。



教育》

一對一教學免排隊

跨越時空限制，一個老師可同時進行多個一對一、保有隱私的教學。



資料來源：商業周刊

舉世矚目的2018年世界盃足球賽，於7月15日的總決賽落幕。可以想像，在莫斯科盧日尼基體育場決賽現場，緊張刺激的賽況正牽動著場內8萬名觀眾的神經，他們一邊看著場上球員奔馳，一邊忙著在手機上發訊息、拍照上傳、分享影音直播，向全世界的親朋好友傳遞第一手現場動態。這應該是全世界連網通信密度最高的地方，對網路的負載，必然是一大挑戰。

幸好，俄羅斯已經做了最充分的準備。

從「量變」到「質變」 5G實現物聯網世界

為了確保通訊品質，俄羅斯兩大電信營運商在全國11座城市的12個場館，部署了歐洲最大規模的巨量天線（Massive MIMO），也就是5G（第五代行動通訊技術）系統的主要設備，讓所有資料同步傳遞順暢無阻。而賽事中的球員追蹤系統（EPTS），搭配追蹤攝影機及球員球衣上裝置的微電子系統，就可讓教練、分析師或醫療團隊透過平板電腦，察看球員的傳球、速度以及心率數據

等即時資料，協助球隊調整戰術；就連今年的官方用球，也是內嵌晶片、可與手機連線讀取各式數據的「智慧足球」。

這些彷彿物聯網雛型的設計，讓12場館總計數百萬觀眾，參與了這場5G新科技應用實驗。如果沒有5G，台積電創辦人張忠謀口中所說的「Next big thing」—物聯網，將不可能實現。5G厲害在哪？為什麼5G的到來，備受重視？

5G的下載速率是4G的10到1,000倍，最高可達10Gbps，網路延遲時間不到0.01秒，新材料及新技術也讓傳輸成本下降；尤其5G通訊可支援點對點的傳送，也就是裝置間可直接傳送而不須透過基地台。這引發了一場從量變到質變的革命。

命，它所影響的層次，不僅是連網速度而已，當所有產業都能以低成本、物物相聯而不塞車時，不僅將改變你我的生活，從製造到服務的所有產業，更將有翻天覆地的轉變。

翻轉娛樂醫療產業 客製化銷售將成主流

當5G普及的那一天，世界會變成什麼樣子？

未來，你在家看球賽，就可立即隨選視角、從360度欣賞每記精彩進球。聽演唱會時，透過高解析虛擬實境（VR）裝置，偶像臉上的汗水清楚可見；甚至可以透過混合實境（MR），上舞台跟偶像一起飆歌。「你可以在全世界任何地方，都賣出好位子的票……，



俄羅斯在世足賽場館部署5G設備，讓觀眾無論發訊息、拍照上傳或影音直播都順暢無礙。



5G的低延遲特性，讓車與車或周圍環境的資訊互通無秒差，將能促進自駕車普及化。

剩下來的問題是如何計價、誰來收費。」英特爾5G行銷總監普洛斯（Ciricia Proulx）說，5G將會改變銷售模式、以及人們對內容的期待。例如，當5G結合VR、擴增實境（AR）應用，零售電商透過網路，也可進行一對一的客製化體驗行銷。

而除了物聯網，網通設備大廠愛立信（Ericsson）更提出「技聯網」（Internet of Skills）的觀念：各種擁有專業知識、技能的人，將能跨越空間限制，在更多地方為需要的人服務。想像一下這個畫面：3個專業醫師分別在3個城市，同時透過眼前螢幕中清晰的影像，及超低延遲的網路連線，操作著遠端的手術機器人，聯手為遠在地球另一端的某位重

大病患開刀；而且病人將更有機會請到全球最專業的醫生來為他治病。有了這種遠距手術，醫療資源就可跨越城鄉差距，嘉惠更多病患。而一般人也可透過配戴式裝置，自動記錄健康數據，隨時監控，醫生因此能更準確的診斷和治療。

目前，國際科技大廠無不投入自駕車的研發。而5G的低延遲特性，讓車與車或周圍環境的資訊互通無秒差，是自駕車普及化的一大關鍵。而針對自駕車上的乘客，更可透過5G拓展更多行動服務。又例如，當挖土機也裝上感測器時，就可即時知道每輛車的閒置或使用狀態，業主就能機動調度，使得產業機械也能開發共享模式。

網通設備大廠思科（Cisco）

估計，未來將有高達500億件以上的5G連網設備和裝置，換算全球平均每個人身邊就有7件。也就是說，5G將為每個人打造隨時連網的小宇宙。到那時，你只要4秒就能下載一部超高畫質電影；你每到一處，就會看到或聽到自動跳出的文字資料或影音，為你導覽解說、提供購物指南。

第四次工業革命 藉5G正式啟動

5G的高容量與高品質，能降低客製化成本，滿足多樣性需求，而其應用，將在各行各業大爆發。一份去年10月底公布的《5G潛在商機》（*The 5G business potential*）報告估計，5G的潛在商機近3.5兆美元。拓璞產業研究院通訊暨終端研究協理謝雨珊指出，未來5G商機最大重點，其實不在消費者身上，而是各垂直產業的應用。

例如，知名球鞋品牌Nike和Adidas，就正搶先讓工廠內的機台，透過物聯網互相連結，加速自動化。Adidas在德國開設的機器人造鞋工廠Speedfactory，已在去年底開始投產。而Nike合作的代工對

象，早已不是傳統的鞋廠，而是全球電子代工大廠偉創力（Flex），5G衝擊產業之深，由此可見一斑。未來，Nike還可以在鞋子裝置感測器，透過5G蒐集消費者跑步的姿勢與各種數據，藉此將可提供教練服務，鎖住運動社群，讓競爭層次從賣球鞋，變成賣服務。

而在危險的挖礦場中，作業員將能待在冷氣房中，遠端操控挖礦機器人，不必親冒風險；在田裡，可由廣布於農田的感測器，自動偵測作物的水分與肥料狀況，再由無人機補給，平常也由無人機代勞「巡田」，讓生產更有效率。

當自動化、物聯網越來越能取代大量人力與資訊溝通成本，5G將成為未來世界最不可或缺

的「科技氧氣」。國際研調機構IHS直指，5G就像當初的蒸氣與電力一樣，將是關鍵「新動力」。而未來的工業史，很可能記錄著：「第四次工業革命，藉由5G而正式啟動。」

隨著5G技術成形，從英特爾、高通、愛立信、諾基亞，到華為、中國移動等大廠及電信商，也都開始開發垂直產業的應用及商業模式。諾基亞近幾年致力網路業務Nokia Networks，它的一項有趣應用，是當人在甲地操作乙地的機器時，乙機器觸摸到的材質觸感，例如金屬、木板突起的紋路等，甲地的操作人員也能直接感受到；這項應用可讓遠端的設備操作人員，更進一步確認機械手臂操作是否適當。

而華為則推出一輛「Fly Taxi」小飛機，可透過遠端操控搭載乘客，一次可飛行41公里。

卡位新應用商機 5G大餅台灣吃得到

當各國大企業如火如荼投入5G與物聯網，卡位下一波產業洗牌時，台灣的立足點在哪裡？

5G，其實是台灣產業升級以及發揮創新力的大好機會！從上游的台積電、聯發科等半導體與晶片業，到下游的終端裝置廠商，都有機會受益。還有以新科技結合既有的製造業優勢，例如讓工具機加上感測IC，成為有蒐集數據能力的「智慧型工具機」，打入工業4.0生態鏈；而台灣網通製造大廠，則應從消費性的終端設備，跨入技術門檻更高、商機更大的小型基地台市場。台灣不但能成為5G關鍵零組件的供應者，未來軟體應用、服務開發的新市場，擁有許多科技、創業人才的台灣，也要積極投入。

例如，目前還是台灣一家80人小公司的「佐臻」，專精於無線模組技術。今年3月首度參加世界行動通訊大會（MWC），靠著一款MR眼鏡，



配備感測器的Nike運動鞋可透過5G蒐集運動數據，藉此提供教練服務，鎖住運動社群。

就與中興、三星等國際大廠同時入圍「最佳消費型連網裝置獎」。這款眼鏡跟Google眼鏡一樣輕巧，可透過即時定位，建構出周遭環境與物件的空間地圖。搭配對未來5G應用的想像，目前亞馬遜、高通、華為、聯想等，到2年後即將到來的東京奧運，都找上佐臻合作。佐臻董事長梁文隆說，佐臻將從代工走向自己做軟硬體及服務，目前其自行開發的智慧眼鏡，已有超過一百個產業客戶在進行測試，用於醫療、工業、倉庫管理等。佐臻還有一套用於駕駛人的防瞌睡和突發健康狀況的方案，裝置能夠偵測駕駛的心跳，在偵測異常狀況時能即時處理。

另一家專業開發影像分析

軟體的「創意引晴」，他們的「拍照搜索購物」技術，可以讓人拍下感興趣的物品，透過雲端搜索比對。一旦有了5G，影像辨識的應用潛力就可以完全釋放出來，不必為頻寬所限。用戶需求能即時上傳雲端，在海量資料庫中比對分析，找到需要的資訊，例如推薦商品的購買連結。

5G的技術到位，將讓佐臻和創意引晴這樣的台灣企業，挾著技術與創意，有機會在新的應用領域崛起卡位，搭上一波經濟成長的高速列車。

大小企業百花齊放 創新應用將洶湧而來

事實上，在世足賽開幕的同一天，6月14日，全球第

一個5G標準技術，也在聖地牙哥的3GPP（3rd Generation Partnership Project，第三代合作夥伴計畫）大會上正式出爐。這意味著，無人機、VR、自駕車、AI、物聯網、機器人，這些不斷被描繪的願景，真正可以朝2020年商用的目標邁步前進。我們未來世界的「引擎」：5G，真的要來了。

不久後，5G這個「科技氧氣」將充滿周圍，你我的生活可能因此再度被改變，而且沒有一個行業能避開這項新科技的衝擊。當應用的場域無所不在，從工業4.0到客製化消費與服務，也都因5G而加速降低成本，同時翻轉出全新商業模式時，未來的商機，將不再由大企業通吃，中小企業、小創業者，也都有百花齊放的機會。

「若你知道5G帶來的可能性，你的想像力會更開放，」英特爾副總裁暨全球事業群行銷總監茱莉·卡本諾（Julie Coppennoll）說，「創新會洶湧而來。」只是，這些都跟3G、4G時代做生意的模式截然不同，誰能結合最好的技術和創意應用，誰就有機會成為5G時代的贏家。■



看準5G發展前景，亞馬遜、高通等科技大廠，都找上開發智慧型眼鏡的佐臻合作。

【Top Sales業務主動出擊】 107/8/15 週三 09:30~16:30

從0到1 新客戶及新商機開拓

想成為Top Sales業務員？您對新客戶開發感到畏懼嗎？在市場緊縮下，越是需要主動出擊，主動開發客戶才能拓展新商機。如何讓客戶主動為你累積口碑，持續擁有源源不絕的新客戶與新商機、提升客戶介紹率、順利締結成交等，為Top Sales業務必備技能。有鑑於此，本課程邀請擁有30年業務經驗的講師為您傳授主動出擊並順利成交的新客戶開發技巧、選定與設定目標、行動項目、成功六大心法，靈活運用「客戶分級」方式與「顧客關係管理」的5-4-3-2-1路徑等，讓您用對方法、放對力氣、一擊中的，變身成為超級業務員！

聶繼承 主講



2018年國貿學苑近期課程一覽

107/08/02~107/08/16 週四 09:30~16:30
網路社群行銷培訓班(全修班)

107/08/02 週四 09:30~16:30
網路社群行銷培訓班-行銷策略篇

107/08/09 週四 09:30~16:30
網路社群行銷-社群經營實戰篇

107/08/16 週四 09:30~16:30
網路社群行銷-大數據分析篇

107/08/16 週四 09:30~16:30
最新工作規則擬定與報備實務班

107/08/17 週五 13:30~16:30
企業軟實力-公關宣傳與媒體運作

107/08/24 週五 14:00~17:00
大陸金稅三期一運用大數據嚴管下的徵收管理與稽查

107/09/12 週三 09:30~16:30
發展顧客關係~讓顧客say Yes之定價策略

107/09/13 週四 09:30~16:30
大陸台商應認識的稅務與外匯實務

107/09/25~107/12/25 週二 19:00~22:00
用西語~交流溝通零阻礙！

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！



從研究人員到創業者，史瑞生投入材料開發、運用領域，期待以微晶木改變家具產業。

專注開發環保材料

愈挫愈勇 微細科技擁抱「微晶木」天命

從研發100%TPE（熱可塑性橡膠）材料出發，微細科技利用此環保材料所生產的瑜珈墊行銷全世界，締造國內外銷量第一的亮眼成績。以瑜珈墊站穩腳步後，創辦人史瑞生啟動新一波事業布局，積極投入「微晶木」開發生產，矢志以微晶木取代木頭，減少樹木砍伐，為全人類及地球留下美好未來。

◎撰文／陳玉鳳 攝影／林韋言 圖片提供／微細科技

微細科技董事長史瑞生是交大應用化學博士，畢業後在工研院化工所任職，投入高分子材料研發，做了13年的上班族後，由於看好環保材料TPE（熱塑性彈性體）的應用趨

勢，於是和2名夥伴一起離開工研院，於1999年7月創立微細科技。回想創業歷程，史瑞生不得不承認自己當初真是「初生之犢不畏虎」，膽量就是來自於叔叔史鴻堯（艾美特電器創辦人）資

金支持。在完全不了解創業艱險的情況下，展開「苦」遠多於「甘」的創業歷程。

創業之初，史瑞生和夥伴不知道該投入哪個應用領域，「從這點就可以看出，我們以為有技

術就能有市場，這是錯的。」幾經摸索，微細科技決定投入TPE材料領域，針對需求質輕、吸振、隔音、高剛性、高彈性、抗靜電等不同功能的材料開發，供應運動器材、半導體以及資訊業所需的避震材，以及建築材、玩具材、醫療材、音響材等。

失去瑜珈墊大客戶 未必不是福

目標確立，投入研發，但這並不代表從此一帆風順，3年的研發工作燒了6,000萬元，即使親如叔叔，也無法再無條件投注資金。從此，面對自負盈虧的壓力，史瑞生不能只埋首研發，他開始投入更多心力學習公司經營。為了省成本，不顧公司總部位於新竹，將工廠遷移到叔叔已不使用的台南工廠，「當時沒有高鐵，我總是在一天之內開車來回新竹、台南，3年內累積了25萬公里里程。」為了公司資金，他更第一次向外人開口「募資」，對象為以前在工研院協助技術開發的廠商「歐都納」。

歐都納成為微細股東後，引薦史瑞生到台中的耐吉(Nike)介紹產品，雖然對方僅願意給史瑞生幾分鐘介紹



TPE瑜珈墊讓微細成為Nike供應商，奠定公司發展初期的營運基礎。

TPE，但卻已足夠讓Nike驚覺這就是他們已尋覓10年，可用以替代PVC瑜珈墊的材料。之後，史瑞生遠征美國Nike總部說明材質的特性。在2006年，微細終於接到訂單，成為Nike唯一TPE瑜珈墊供應商，生產出全球第一片環保及彩色瑜珈墊。

「原以為這是一場美夢的開端，沒想到最後以惡夢做收。」史瑞生萬分感嘆，「我和Nike談價錢時，只考慮到材料成本，未考量經營營銷與產品良率，導致訂單量愈大，虧損就愈大。」於是，史瑞生重新與Nike議價，對方卻在3個月後全面停止下訂單給微細。

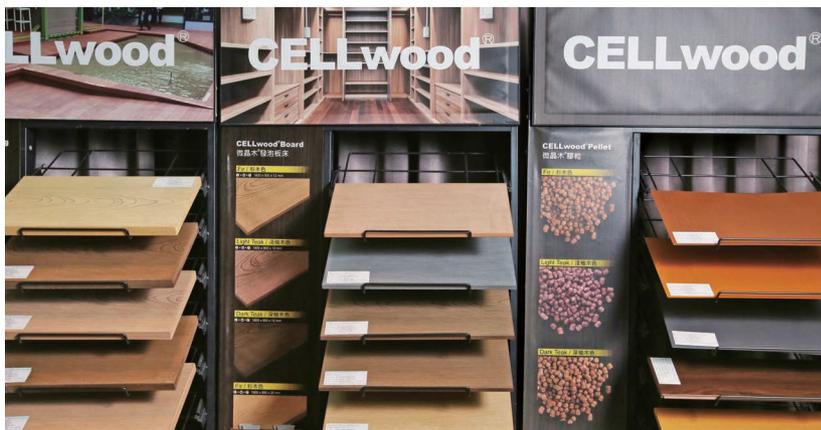
「我們失去了Nike这个大客戶，更糟的是，和Nike做生意2

年下來，反而虧損了2億元。」失去資金支援、失去大客戶訂單，公司眼看就要結束。

就在此時，一位貴人帶著「微晶木」訊息現身了。

開發微晶木 從此視為一生使命

談起微晶木(CELLwood®)的開發過程，史瑞生始終感謝上天的眷顧，「為了Nike的訂單，我們幾乎有2年時間完全停下了其他的研發工作，我不知自己該何去何從。」就在他極度灰心喪志時，一位貿易公司客戶為他捎來了「微晶木」創新材料的訊息，「經過了解，我要求對方提供資金，讓我能投入研發，還堅信這不只是公



剛性與韌性皆備且不易變形，讓微晶木可取代實木，做成各式各樣的「木製」產品。

司的一項業務，是上天交給我的使命。」史瑞生堅定說著。

「微晶木」是什麼材料？為何讓史瑞生如此「傾心」？基本上，微晶木是利用高科技環保材料TPE，結合創新發泡技術做出的材料，質感與觸感最像真實木頭，乾淨且環保。

相較於其他塑木採用木粉加塑膠的混合材料，微晶木使用的材料是純塑料，所以不像一般塑木在長期使用後容易發生熱脹冷縮、吸水變形等情況。再者，由於微晶木使用高壓發泡技術生產製成，可設計成幾乎與木頭一樣的密度，這是一般塑木所無法做到的。最值得強調的，就是微晶木無毒、沒有甲醛和化學揮發物，是百分之百可回收再利用的環保材料。

「我們利用獨創的材料配方與高壓發泡技術，做出具有木頭質感的創新材料，微晶木的各種特性就像是真的木頭一般，它可鋸、可刨、可切，適用各種木工加工設備。」同時，還具有易熱塑加工的特性，可彎曲成各種形狀，這點更優於真正的木材。

「我們正積極以微晶木為核心來拉動台灣的家具產業供應鏈，就像IKEA之於瑞典，誰說我們不可能為台灣建立微晶木家具產業？」

耐用性更勝實木 海外高級旅店也採用

由於同時具備剛性與韌性，材質穩定不易變形，加上防滑又防水，所以除了家具外，微晶木可以做成各式各樣的「木製」產品，室內及戶外的應用範圍非常

廣泛，包括建築景觀裝修工程，室內外棧道和地板，衛浴、廚房、泳池、海邊等位於潮濕環境的相關設施，以及其他像是家飾用品、「木質」玩具、「木工」藝品、模具工業使用的成型模具等。由於微晶木適用溫度範圍為-30°C至90°C，因此適用於寒帶、熱帶等各種氣候地區。

「我們的微晶木已經有許多應用實例，例如新加坡金沙酒店游泳池棧道就是採用我們的微晶木，七股鹽山的廠區圍籬也是採用微晶木，從此可以擺脫鹽分侵蝕的問題。」史瑞生說。他花費無數心力投入微晶木的研發、生產、推廣，「只要市場能廣泛以微晶木取代木材，就不用再砍樹了，讓我們把樹木留給大自然，把森林還給地球。」

在公司財務有待振作情況下，仍然毅然投入新材料的研發，史瑞生的支援之一，是來自瑜珈墊市場的營收挹注，這讓史瑞生更有餘裕投入「微晶木」的開發。

瑜珈墊市場重啟 擴大微晶木布局

失去了Nike這位重量級客

戶，且公司面臨重大虧損，史瑞生原以為公司再無生機，之後的際遇卻再度驗證「天無絕人之境」雖是老話，卻也是真理。史瑞生從自己長期參加的「全國中小企業經營領袖協會」，邀請到來自中山大學EMBA的陳素蓁擔任總經理。陳素蓁回想當初的辛苦：「我原本是行銷人，空降進入微細後，不只要管理營運、親自開發客戶，還得打理工廠，員工看我每天穿著高跟鞋走在產線間，他們都打賭我撐不過3個月。」

然而，優雅嬌弱的外表下藏著的是堅毅的意志和無窮的勇氣，為了開拓瑜珈墊客戶，她沒日沒夜地工作，曾在等紅燈的空檔睡著，更成為史瑞生口中的「7-11」。憑著好強和拚勁，她度過業務部員工集



成為微細科技總經理後，堅毅的陳素蓁一肩扛下開拓海外市場的使命。

體離職的危機，爭取到包括Manduka在內的歐美國際品牌客戶，瑜珈墊業績蒸蒸日上，至今已累積數百家瑜珈墊客戶。

「我原本設定僅在微細幫忙6個月，但總覺得既然外界看衰，我應該要做出一番成績，別讓別人看扁了。」陳素蓁說。

就為了出一口氣，陳素蓁待在微細至今已超過10年，其

實，她在進入微細的第一年，透過調整人力，裁撤不必要的開銷降低成本，就已協助微細財務轉為零負債。微細並在2008年進行減資及溢價增資，加上瑜珈墊等產品業績轉好，公司營收在2009年成長36%，正式轉虧為盈，而這一年全世界迎來金融海嘯，在全球一片哀嚎聲中，微細科技卻絕地逢生。

瑜珈墊業績持續成長，現有60萬片的產能已無法滿足客戶需求，陳素蓁指出，「得將現有產能擴充3倍才能應付，現在的廠房產線已經不夠了。」此外，微晶木經過數年開發及市場推廣，史瑞生評估已經到了市場需求快速增加的階段。他期待自己能透過「微晶木」的推廣，為這個世界貢獻更多力量。■

PROFILE

微細科技

小檔案



- 資本額：新台幣1億元
- 營業額：2018年新台幣1億6千萬元（預估）
- 主要業務：開發及製造精密的高分子材料以提供各產業所需，並同時進行特殊發泡加工技術的開發。
- 產品項目：微晶木、膠粒、發泡板材、瑜珈墊

董事長 史瑞生

找到新競爭局勢中「對」的立足點

以「跨國」布局為錨 航向全球市場

因台灣內需市場小，台商必須推展全球，才能邁向永續經營。由國貿學苑精心籌畫的「第四屆將帥班」第五、六堂模組課程，為學員規劃造訪上銀科技與喬山集團兩家跨國企業，透過成功經驗分享，讓學員對於跨國經營有更深入的认识，並開啟學員的國際之眼，進而建立航向全球市場的最佳策略。

◎撰文／劉麗惠 圖片提供／台北市進出口商業同業公會

世界盃足球賽瘋全球，一場跨國際的運動賽事渲染力，彷彿讓所有人都連結在一起，也道出跨國文化融合已是全球趨勢。全球商業競

爭、地球村時代在現今並行，加上數位科技全面來襲，台商更需戴上「全球布局」的眼鏡，以國際化的戰術應戰，無縫串接各國市場。



然而，全球布局競爭多、挑戰重重，台商透視各國經貿發展與文化的同時，也必須了解隨著數位科技而來的種種影響。

為讓台商找到跨國布局的策略方程式，台北市進出口商業同業公會國貿學苑「第四屆將帥班」於日前完成的第五、六模組課程，其中第五

模組課程參訪跨國企業，以其成功經驗為台商做案例典範，而第六模組課程則進一步以「跨國文化融合」為題，揭露全球兩大經濟體日本與美國的產業與金融格局，同時以「數位科技」與「品牌形塑」兩大策略，為台商點出提升競爭力的經營心法。

淬鍊 參訪跨國企業的傳承之旅

6月15日登場的第五模組課程以「智慧・傳承・躍升」為主題，安排學員參訪上銀科技與喬山集團，一同窺見這兩家企業如何走上「科技創新」及「跨國布局」之路，建立起自身強大的競爭優勢。

上銀科技利用AI開創企業新思維

早上10點，「將帥班」學員們一群人走進上銀科技企業總部大廳，向每個人耳際傳來的，是陣陣曼妙音樂聲。這旋律可不是從廣播傳來，而是由展示在大廳的AI機器手臂所敲打出來的音符。伴隨美妙歌曲深入探訪，上銀科技從醫療用的下肢康復機器人、沐浴水療系統，再到工業用機器手臂，以及生活食衣住行育樂各種設備都會使用的滾珠螺桿等，讓人看見上銀科技創新十足的產品力。

迎向未來，上銀科技正致力於將人工智慧（AI）融合應用在各種機器設備中。上銀科技研發部門助理總經理屈岳陵為「將帥班」學員以

「數位經濟時代・人工智慧發展」為題進行演說時指出，2011年「工業4.0」概念加速AI、大數據科技融入製造業，企圖有效降低製造成本，同時卻提升產品品質，從而增進工廠生產效率。直至今日，大家仍不斷探索製造業應如何善用AI，創造更好的智慧製造。

屈岳陵強調，在工業1.0至3.0的時代中，機械設備是賣產品賺錢，如今除了賺載具的錢，還賺取服務的錢，因此不管是德國工業4.0、日本提出的智慧製造，都重新以「服務」為概念，發展



上銀科技致力將人工智慧（AI）融合應用在各種機器設備中，走在智慧科技的最前端。



透過參訪，學員得以一窺喬山的開創過程，看其如何善用國際人才、深入在地市場，開拓全球版圖。

機械設備產業，於是，產業亦須隨之以具備客戶思維為導向。然而，客戶的想法不斷變動，在創新產品時不可能一次到位，必須不斷沙盤推演，才能發展協同式的客戶服務。

屈岳陵指出，不同於服務業得看天吃飯，製造業可為國家經濟與就業帶來很大的貢獻。一個沒有發展製造業的國家無法在全球生存，反之，一國製造業根基穩固，國家經濟就能穩定。而機械設備又是工業之母，更具重要性，上銀科技作為全球精密機械大廠，正積極利用AI讓其產品更具價值，也期許能為台灣機械設備業帶來幫助。

「如果你想打造一艘船，別忙著號召人馬，而是要激起大家對海洋的渴望。」最後屈岳陵引述世界名著《小王子》裡的這段話指出，企業面對AI與智慧製造亦然，必須激起人們對智慧時代的渴望，企業上下就會形成共識，群策群力，利用AI為製造業開創服務新思維。

喬山集團整合全球資源邁向國際品牌

下午來到喬山集團，喬山健康科技集團董事長羅崑泉親自分享開創喬山的過程，使我們看見一家跨國企業如何筆路藍縷的起步，又如何以文化融合思維、善用國際人才、深入在地市場，開拓喬山的全球版圖。

「有願就有力，勇敢逐夢。」羅崑泉回憶，自己出生於1940年的嘉義佃農家庭，身為家中唯一一個可以去念書的小孩，認真讀書當上老師。

二十幾歲為了家計帶著4個弟弟上台北，在幾乎沒有資金的狀況下買了零組件組裝成電器，一家家敲門兜售，累積做生意的經驗後，於1975年創辦喬山。

羅崑泉創業之初，連續6個月每天寄出20封



ITBS CEO

上銀科技研發部門
助理總經理

屈岳陵

面對AI與智慧製造，企業必須激起人們對智慧時代的渴望，企業上下就會形成共識，群策群力。



ITBS CEO

喬山健康科技集團
董事長

羅崑泉

喬山國際化發展策略以整合全球資源的思維，貫徹全球專業分工，逐步建立全球品牌邁向國際。

信，寫著「I can do anything.」，幾千封信都石沉大海，最後終於收到一張回信，向喬山下一張200美元的啞鈴製造訂單，就此開啟喬山的康莊大道，3年後喬山成為世界主要啞鈴供應商，並慢慢開拓出產品線。

為開拓全球市場，羅崑泉以10萬美元買下美國一家品牌公司，並於1996年自創品牌。

善用美國人才的喬山，很快就打開美國的健身器材市場，而在全球各市場的行銷策略，也都

採取建構在地化的自有通路，至今，喬山在全球已擁有327家自有零售通路，成為健康醫學科技產業國際舞台上的佼佼者。

「喬山國際化發展策略以整合全球資源的思維，貫徹全球專業分工，建立全球品牌邁向國際。」羅崑泉說道，喬山集團以健康價值共享的理念，讓全球在地的每一位員工，都發揮其無限的潛能，凝聚龐大的人才力，一同打造喬山成為世界最好、最大、最幸福的健身集團。



掌握全球經貿的發展脈動

第六堂模組以「跨國文化融合」為題，邀請重仁塾塾長徐重仁、前行政院院長暨東吳大學法商講座教授陳冲、台灣麥肯集團執行長張志浩、交通大學經營管理研究所教授唐璿彰4位重量級講師，以宏觀思維挖掘各國經貿發展趨勢，以及透視數位科技的發展現況，為台商找出成為全球化跨國企業的策略方程式。

從日本通路變革看未來零售

關於零售，徐重仁以「經營智慧與價值創新」為題，透過日本各種品牌通路的變革，深入為學員講解通路布局心法，讓學員深入掌握日本通路發展新格局的同時，也看到通路產業的未來趨勢。

「世界的進展雖然快速，但今日狀況不會到

明天就截然不同，因為所有進化都有一定的進程。」徐重仁以通路產業為例，通路型態從柑仔店走到超商、從實體通路走向電子商務，再到虛實融合，每一階段的改變都有脈絡可循。同理，未來無人商店時代的來臨，也會有其進程，台灣應深入了解變化的緣由與趨勢，才能精準採取相對應的策略。

以阿里巴巴、亞馬遜投入無人商店為例，徐重仁說，通路商發展無人商店有幾個原因，除了要節省人力成本，還要瞭解客戶消費習慣，掌握數據才能創造更多新服務，黏住消費者；更重要的是，無人商店是實體與虛擬世界的整合，透過這樣的整合可以擴大客戶群，大小通吃，增加商業效益。

「很多事情的發生不能只看表面，背後一定有其背景、動機與因素。」徐重仁具體說明，一個「生活型態」(Life Style)的改變，會導致市場秩

序的重新排列，是以便利商店、超級市場、量販店等通路界線越趨模糊、業務互相融合，一如無印良品切入生鮮銷售，超市裡面也有餐廳一樣。

「當超市不再只是超市，書店不再只是書店，美好生活體驗變成消費者的主要訴求。」徐重仁呼籲，通路商若無法滿足顧客更佳消費體驗，就會逐步失去機會，流失市場與地位，慢慢被競爭對手所取代。

面對變革，企業必須跟著市場需求變化進行轉型，但所謂的轉型不是貿然跳到另一個經營領域，而是要從企業既有核心領域，延伸出更具附加價值的商業模式。

從美國金融體系看經貿競爭

由陳冲所授之「全球金融變局與未來發展趨勢」課程，從美國長期主導世界經濟發展談起，深入分析以美元為主的金融體系，如何牽動全球經貿的競爭格局。

陳冲強調，美國作為世界強國，過去幾十年來儘管有最大軍事對手—俄羅斯、經貿對手—日本、最強金融對手—歐盟，但仍能持續保持其領導地

位。直至近十年來中國大陸崛起，其強大軍事能力，以及別具競爭力的金融、經貿能力，對美國帶來很大挑戰，也因此扭轉全球經貿的格局。

陳冲進一步指出，一直以來，以美元為中心的金融體系，是世界最重要的金融體系，深刻影響全球經濟發展，這使得美國可以採取金融制裁手段，維持其在全球經貿地位優勢。直至2016年，人民幣正式納入國際貨幣基金（IMF）特別提款權（SDR）貨幣籃子，美國政府相關官員開始擔憂世界其他國家脫離美元體系，將對美國利益帶來衝擊。

至於，數位化對金融體系所帶來之影響，陳冲進一步分析，過去全球發生多次金融危機，但每次銀行發生擠兌，銀行尚有足夠時間安撫顧客。不過如今世界進入到數位金融時代，假設再發生金融危機，銀行顧客只要線上就可以把錢領出，使銀行倒閉風險增高許多。再加上非傳統的金融科技業者進入市場，對金融業帶來新威脅，然金融科技業者的風險管理又不如傳統金融業者來得嚴密，因此未來全球一旦發生新金融危機，對全球經貿體系造成的衝擊，風險之大恐難以估計。



ITBS CEO

重仁塾塾長
徐重仁

當超市不再只是超市，書店不再只是書店，美好生活體驗變成消費者的主要訴求。



ITBS CEO

前行政院院長暨
東吳大學法商講座教授
陳冲

數位金融的時代，加上非傳統金融科技業者的投入其中，金融科技業者的風險管理更須提高警覺。

名額
20

[成功銷售必修]

如何讓客戶不能沒有您？

2018 極峰業務創新實戰班

名師不藏私 6小時精準掌握銷售/成交祕訣與心法



賈伯斯曾說：「創新是決定能成為領導者或更隨者的區別」，
而**業務創新能力**更成為與他人差異化的重要戰力。

關於課程

從提升自我創新思維、提高工作效率、提升業務績效攻略到成功銷售的黃金定律，以主題研討、情境演練學習、實務案例操作及實際案例分享等方式，協助業務銷售、行銷、企劃從事者，突破傳統銷售的框架與困境，對業務創新有全方位完整的學習軌跡，有效地應用於工作實務，促使銷售業績快速翻倍。



贏銷的創新思維

- › 創新思維發想方式
- › 創新思維vs.業務協議
- › 問題的分析與解決
- › 如何讓客戶不能沒有你
- › 藍海的經營思維與價值創新
- › 實際案例探討與分享



提升業務績效攻略

- › 提高工作效率的方法
- › 如何做好時間管理
- › 成功銷售的黃金定律
- › 如何提升業務績效
- › 實際案例探討與分享

報名資訊

地點：台北承德學習中心 (台北市大同區承德路二段81號B1)

第一梯次

07/27 (五)
09:30-16:30



我要報名

第二梯次

08/24 (五)
09:30-16:30



我要報名

第三梯次

09/21 (五)
09:30-16:30



我要報名

原價：NT\$ 3,600 元

早鳥價：NT\$ 3,000 元 (含稅及餐點，每梯次開課前一個月完成報名並完成繳費者)

團體同行價：3人(含)以上，每人NT\$ 2,900元

★【企業專班】本課程針對同公司15人以上開班，歡迎洽詢：潘小姐 (02) 2698-2989轉2734

講師簡介

任家治

現職：臺北電子零件商業同業公會 資深講師/企業顧問
品牌創新策略發展聯盟 產業發展主任委員
深圳睿職培訓公司 專任講師

經歷：大聯大控股集團(友尚)事業群副總、日商晶選企業公司
總經理、利傑科技公司總經理、勞動部勞動力發展署
北基宜花金馬 在地輔導委員



課程洽詢：(02)2698-2989分機2734 潘小姐 E-mail：2734@cpc.tw

主辦單位保留講師、課程、日期等相關內容調整之權利。若因招生人數不足或不可預期之因素，主辦單位保留課程更改或停辦權利。中國生產力中心 廣告



從數位行銷策略看品牌形塑

數位科技對金融業帶來影響，事實上只是冰山一角。未來整個世界都將因數位科技，帶來新樣貌。

「面對數位變革，企業必須掌握『品牌數位化、數位品牌化』的兩大關鍵。」張志浩指出，其實大數據、AI就是電腦加上感測器與軟體分析科技，是一種數位工具，但是現在誰不跟大數據、AI沾上邊，似乎就落後了。意味著數位化已是趨勢，企業在打造品牌之時，亦必須將數位化納入布局環節，倘若缺少數位科技，行銷品牌便可能窒礙難行。

值得注意的是，當企業著手進行數位化，必須保持品牌意識，若導入數位科技而沒納入品牌思維，企業終究還是上不了檯面。

「品牌是核心，數位化是工具，兩者相輔相成，才能走得長遠。」張志浩進一步以「短期與長期策略的交融」為論調指出，在未來的商業時代中，企業必須利用數位平台推動銷售，利用大數據進行有效行銷，但長期而言，則必須建立品牌知名度。

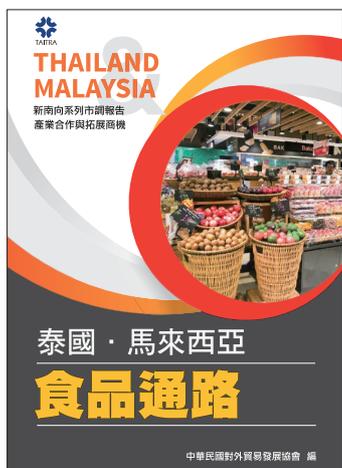
同樣高度強調品牌經營的唐櫻彰指出，台灣企業經營品牌至今，仍然遠遠落後於世界其他國家。以品牌價值來看，2010年台灣最具價值的品牌宏達電、宏碁、華碩、趨勢科技等，總和起來的品牌價值金額是77億美元，到了2017年台灣品牌企業的總價值增加到87億美元；反觀鄰近的韓國，光三星一家公司的品牌價值，從2010年的190億美元增加到2017年的560億美元，就已是台灣總品牌價值的7倍。

面對品牌形塑的能力有待加強，唐櫻彰強調，企業形塑品牌的目的在於：「讓消費者看到品牌企業想讓消費者看到的樣子。」因此同樣一個產品掛上擁有品牌知名度的企業標示，消費者看到的就是優質產品。於是，企業更應積極推動有效的行銷策略，形塑品牌。而善用數位科技，同時也是未來台灣企業打造品牌的重要手段。

全球化、科技化已讓全世界深度融合，並促使世界經貿進入新競爭階段，台商必須更具全球布局的策略思維，透視全球經貿最新發展趨勢，掌握數位工具與具備品牌思維，才能站在對的立足點，成功迎向世界、迎向未來。■



貿協市調報告 最專業的拓銷祕笈



購買 2 本(含)以上，每本 400 元 (8 折優惠)



立即訂閱 **《經貿雙周刊》** 一年 25 期！

即享 **市調叢書** 一年 期無限閱讀！

加購價 **NT\$199** 訂閱 **經貿透視** 電子雜誌一年 (原價 1,500 元)



更多資訊：<https://www.trademag.org.tw/>

E-mail: bookstore@taitra.org.tw Tel: 2725-5200#1827/1828

主辦單位： 經濟部國際貿易局、 外貿協會

(購書未滿 500 元，須加 40 元運費，海外地區郵費另計)



在川普宣布退出JCPOA後，伊朗與英、法、德、俄、中國協商，5國聲明將繼續與伊朗維持貿易關係。

貿易禁令再起 相關產業恐受衝擊

美國恢復對伊朗制裁 與伊朗貿易往來須謹慎

原本因2016年國際正式解除制裁，與伊朗之間的貿易成為我國有機會掌握的商機，卻因美國決定徹底執行對伊朗的貿易制裁而再度拉警報，台商應避免涉入美國相關制裁項目或規定，以免因無法透過台伊清算機制取款，並注意與伊朗交易時美國禁令，以免誤觸美方制裁影響自身權益。

◎撰文／楊迺仁 圖片提供／法新社、Shutterstock

自2003年伊朗宣布成功提煉出鈾以來，伊朗發展核武的議題，就一直是聯合國安理會關切的重點。由於安理會自2006年起陸續通過7項制裁伊朗發展核武之決議，要求

所有會員國凍結協助伊朗發展核武之個人或公司之資產，並限制出入境，嚴重影響伊朗的經濟成長及貿易行為。

美國則是進一步提出更嚴格的限制規定，除部分農業、醫療

及人道考量外，禁止境內及海外之美國人（含自然人、法人、及在海外擁有或控制之公司）與伊朗進行交易及提供相關金融服務，即不得透過美國金融市場進行美元交易。

而在2015年與美國、中國大陸、俄羅斯、英國、德國、法國6國經過漫長談判後，就限制伊朗發展核武及解除對伊朗的制裁問題，終於達成聯合全面行動計畫（Joint Comprehensive Plan of Action，JCPOA）協議，包含解除能源（石油）禁運、不再限制外國金融機構及銀行與伊朗進行正常交易等，伊朗在海外的數百億美元資產也得以解凍，讓伊朗產業不但將因制裁解除而迅速發展，許多國家包括我國在內，也視伊朗市場成為未來的重要商機。

但早在美國總統川普競選期間，就對JCPOA頗有微言，批評該協議實際上成了伊朗發展核武器的保護傘，於是就在

川普上任之後，於2018年5月8日宣布，美國將退出JCPOA，並將實施可行的「最高層級經濟制裁」。

白宮官員強調，根據川普簽署的制裁命令，企業即日起不得與伊朗簽訂涉及生意的新合約。

雖然歐洲各國領導人和伊朗總統羅哈尼（Hassan Rouhani）都表示，就算美國退出，他們還是會試著保持核協議的完整性，但難度頗高。因為繼續與伊朗有生意上往來，意味著會與美國關係疏遠，且可能面臨制裁。

台伊貿易往來 需靠台伊清算機制

由於聯合國的制裁措施，直接影響伊朗與國際之通匯往

來，再加上伊朗採取嚴格外匯管制，造成我部分廠商出口伊朗後無法取得貨款。

為協助廠商順利取得貨款，且避免國內承辦銀行遭受國際制裁，我國自2011年10月3日建立「台伊貿易金融管理措施」，貿易管理（物流）由經濟部國際貿易局配合發布「核發輸出伊朗證明書作業要點」，金融管理（金流）由銀行公會配合公布「銀行辦理伊朗貿易款項清算作業要點」，也就是「台伊清算機制」。

如廠商須從該管道取得貨款，應向國貿局申請「輸出伊朗貨品證明書」後向承辦銀行取款，貨款收付皆不得使用美元做為收付款幣別，且全部交易之金流均不得涉及美國金融體系。

事實上，早在聯合國安理會解除對伊朗的制裁前，台灣與伊朗就已有貿易往來。伊朗有7,000萬人口，人均GDP達12,800美元，該國「石油」及「天然氣」蘊藏量均高居全球第二位，其中石油產量高居全球第四，是該國的經濟命脈。

此外伊朗也盛產鐵礦砂，鋼鐵工業為伊朗重要工業。汽



美國總統川普於2018年5月8日宣布美國將退出JCPOA，並對伊朗實施可行的「最高層級經濟制裁」。

車工業亦有多年發展經驗，現有七成自製率，2008年伊朗汽車生產量突破百萬，農業亦發達，如開心果、葡萄乾、椰棗及番紅花為出口大宗。

由於伊朗為我國中東地區第三大貿易夥伴，雙邊貿易額僅次於阿拉伯聯合大公國及沙烏地阿

拉伯，我國對伊朗出口產品以塑膠原料、橡塑膠加工機、合成纖維、不銹鋼扁軋製品、資通訊產品、濾水器、運動用品、汽機車零件、螺絲帽等為大宗，一旦美國恢復對伊朗的經濟制裁，相關產業勢必也會受到衝擊，必須及早因應。

經濟部國際貿易局為維護「台伊清算機制」正常運作，提醒凡涉入違反美國相關制裁項目或規定者將無法透過台伊清算機制取款；另提醒廠商與伊朗交易仍需注意美國相關禁令，避免誤觸遭美方制裁影響自身權益。■

提醒業者與伊朗交易注意事項

資料來源：經濟部國際貿易局貿易安全與管控小組

壹、目前美國對伊朗之制裁措施

- 一、凍結資產及限制出入境：由於伊朗發展核武，安理會自2006年起陸續通過7項制裁伊朗發展核武之決議，內容略以：要求所有會員國凍結協助伊朗發展核武之個人或公司之資產，並限制出入境。
- 二、限制美國人的交易行為：除部分農業、醫療及人道考量外，禁止境內及海外之美國人（含自然人、法人、及在海外擁有或控制之公司）與伊朗進行交易及提供相關金融服務（即不得透過美國金融市場進行美元交易）。

貳、美國認為伊朗未遵守全面聯合行動計畫（Joint Comprehensive Plan of Action, JCPOA）協議，於2018年5月8日宣布退出JCPOA，恢復對伊朗制裁，並公布恢復伊朗制裁之間答集¹，重點如下：

- 一、90天緩衝期（即2018年8月6日）後，美國將對下述活動進行制裁：
 - （一）限制伊朗政府購買美元；
 - （二）限制伊朗進行黃金或貴金屬交易；
 - （三）禁止與伊朗進行金屬原礦或半成品交易（如鋁、鋼、煤等）及取得工業用軟體；
 - （四）禁止以伊朗幣進行重大交易或持有境外帳戶；
 - （五）禁止購買或協助發行伊朗政府債券；
 - （六）制裁伊朗汽車產業。

二、180天緩衝期（即2018年11月4日）後，美國政府將對下述活動進行制裁：

- （一）制裁伊朗港口經營、船運及造船等業者；
- （二）禁止向National Iranian Oil Company (NIOC) 等公司購買石油、石化等相關產品；
- （三）對外國金融機構與伊朗央行及依2012年美國國防授權法（National Defense Authorization Act, NDAA）法案指定之金融機構的交易進行制裁；
- （四）禁止提供金融資訊服務給伊朗央行及受美制裁之伊朗金融機；
- （五）禁止提供承保、保險或再保險服務；
- （六）制裁伊朗能源產業。

參、2018年8月7日起美國禁止與伊朗交易物品摘要

- 一、依據美國法典（U.S. Code）第95章伊朗自由及反武器擴散法案（IRAN FREEDOM AND COUNTER PROLIFERATION, IFCA）第8804條規定²：任何人於知情下，出售、供應或移轉（含轉售、再移轉或其他方式供應）下列物品至伊朗或自伊朗輸出，美國將施予制裁：
 - （一）貴金屬；
 - （二）石墨、金屬原礦或半成品（如鋁、鋼、煤）及整合工業流程之軟體；另

1.不得使用該物品作為以物易物，交換或任何其他交換之媒介。

2.不得讓伊朗政府將該類物品認為伊朗資產負債表之資產。

(三) 其他非屬上開規範之物品，惟：

1.用於伊朗能源、航運、造船產業或任何直接或間接受伊朗革命衛隊控制之經濟產業 (economy sector)。

2.出售、提供或移轉至或自美國財政部制裁名單所列名之對象。

3.用於伊朗核、軍事及導彈計畫。

二、貴金屬：依據美國財政部針對伊朗制裁公布之FAQs 299³，IFCA定義如下：

(一) 銀 (包含鍍金或鍍白金之銀、未鍛造或半成品形式、或粉末狀)。

(二) 黃金 (包含鍍白金之黃金、未鍛造或半成品形式、或粉末狀)。

(三) 鍍黃金之銀或卑金屬 (指黃金、銀等貴金屬以外之金屬統稱)，加工程度未超過半成品。

(四) 白金，未鍛造或半成品形式、或粉末狀。

(五) 鈹、鐵、鈮、銻、鈳。

(六) 鍍白金之銀、黃金或卑金屬，加工程度未超過半成品。

(七) 貴金屬廢料或碎屑，或包覆貴金屬之一般金屬。

(八) 主要作為回收貴金屬用之廢料或碎屑，其中含有貴金屬或貴金屬化合物。

三、石墨、金屬原礦或半成品：依據美國財政部針對伊朗制裁公布之FAQs 298⁴，IFCA定義如下：

(一) 鋼。

(二) 鋁金屬及其合金。

(三) 具單或多硼化鈦的卑金屬。

(四) 鈹金屬及其合金。

(五) 硼金屬及其合金。

(六) 鈷金屬及其合金。

(七) 銅浸滲鎢金屬。

(八) 銅-鈹金屬。

(九) 鎢金屬及其合金。

(十) 石墨。

(十一) 哈氏合金 (Hastelloy)。

(十二) 英高鎳合金 (Inconel)。

(十三) 鎂金屬及其合金。

(十四) 鈾金屬及其合金。

(十五) 鐮-237金屬及其合金。

(十六) 鎳金屬及其合金。

(十七) 鋁化鎳金屬。

(十八) 鈮金屬及其合金。

(十九) 鈮-鈦絲。

(二十) 鈾金屬及其合金。

(二十一) 多孔鎳金屬。

(二十二) 銀浸滲鎢金屬。

(二十三) 鈾金屬及其合金。

(二十四) 碲金屬及其合金。

(二十五) 鋁化鈦金屬。

(二十六) 鈦金屬及其合金。

(二十七) 鎢金屬。

(二十八) 碳化鎢金屬及其合金。

(二十九) 鈾鈦合金。

(三十) 鎢金屬及其合金與化合物。

四、禁止汽車產業

依據第13645號行政命令⁵，汽車產業定義為於伊朗境內生產或組裝，包括客車、貨車、巴士、迷你巴士、小貨車 (pick-up truck) 及機車等輕重行交通工具，以及於伊朗境內為製造前述交通工具之原廠進行代工生產 (original equipment manufacturing) 及售後維護之零組件 (aftermarket parts)。限制範圍：

(一) 凡可提升伊朗有關輕重型交通工具與零組件之研發、製造、組裝能力之商品或服務。

(二) 有助於伊朗汽車產業生產或組裝原廠設備 (original equipment) 及售後維護之零組件 (aftermarket parts)。

註1：「恢復伊朗制裁之問答集」原文網址https://www.treasury.gov/resource-center/sanctions/Programs/Documents/jcpoa_winddown_faqs.pdf

註2：「伊朗自由及反武器擴散法案第8804條規定」原文網址<https://www.law.cornell.edu/uscode/text/22/8804>

註3：「FAQs 299」原文網址https://www.treasury.gov/resource-center/faqs/Sanctions/Pages/faq_iran.aspx

註4：「FAQs 298」原文網址https://www.treasury.gov/resource-center/faqs/Sanctions/Pages/faq_iran.aspx

註5：「第13645號行政命令」原文網址<https://www.treasury.gov/resource-center/sanctions/Programs/Documents/13645.pdf>

締約香港 攜手開拓第三地市場

一日雙會 台港經貿結盟

台灣對香港進出口額自今年1月到5月皆較去年同期成長超過17%，貿易合作愈來愈緊密，台灣為香港第二大進口市場，以及香港第五大出口市場，是競合關係密切的經貿合作夥伴。台北市進出口商業同業公會（以下簡稱公會）與台港經濟文化合作策進會於7月18日至20日共同籌組「2018年香港經貿訪問團」，積極提升台港互動交流。

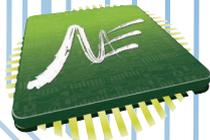
此團由公會名譽理事長李棟樑先生擔任團長，黃振進理事長於7月19日展開本會拓展台港經貿合作的首發行動，在香港與「香港中華廠商聯合會」吳宏斌會長以及「香港物流商會」鍾鴻興主席簽署合作備忘錄，陸委會香港事務局嚴重光局長、港澳處杜嘉芬處長、公會2位重量級名譽理事長李棟樑與黃呈琮親臨現場參與見證！三方期盼藉由企業交流、組團互訪、資訊分享等方式，促進台港雙邊經貿往來。

黃振進理事長於簽約致詞時表示，本次締盟為公會第一次與香港工商團體簽署合作備忘錄，希望任內能深耕台港兩地合作，並進一步指出香港與東協FTA剛於今年1月正式生效，此議題與我政府力倡的「新南向政策」高度關聯，希望透過本次締盟共同開拓第三地市場。港方訂於今年9月再次組團回訪台灣，雙方將再進行更多合作計畫。三方皆表示這次簽署合作備忘錄將深化彼此合作強度，台港各有不同貿易優勢，除了能夠學習彼此強項，台港兩地年輕人思維相近，合作容易，定能開創更多企業合作商機。

本團也拜會香港第二大零售超市「百佳超市」，實地了解通路零售市場。另外也拜會香港四大商會之一「香港總商會」，該商會會員人數近四千家，並有157年歷史。此行訪港收穫豐富，未來台港將有更多經貿合作契機！■（撰文、攝影／陳可真）



香港廠商會吳宏斌會長（前排左9）、香港立法會吳永嘉議員（前排左8）、公會黃振進理事長（前排右7）、陸委會香港事務局嚴重光局長（前排右5）、台港策進會李棟樑召集人（前排右6）、港澳處杜嘉芬處長（前排右3）及貴賓於締盟後合影。



ME SHOW

海峽兩岸(馬鞍山) 電子信息博覽會

MAANSHAN | 2018 10.26-10.29
ELECTRONIC EXPO | 安徽省馬鞍山市會展中心



資通訊及
智能生活區



新能源及
節能環保區



零組件及
電子信息技術區



機器人及
自動化區

開放聯動謀發展
合作共贏譜新篇

www.meshow.biz

- 主辦單位：台灣區電機電子工業同業公會、馬鞍山市人民政府
- 聯絡人：台灣區電機電子工業同業公會 林佳駿先生 / 莫宗諱先生
- TEL: +886-2-8792 6666 ext. 336 / ext. 333
- Email: charlie@teema.org.tw / evanmo@teema.org.tw

借鏡中國大陸電商平台 台灣航向B2B新版圖

新北新外貿 電商新首都

於7月20日盛大展開的「2018新北跨境電商系列說明暨媒合洽談會」，新北市政府、阿里巴巴國際交易市場、亞馬遜全球開店、eBay、Qoo10等4家全球跨境電商平台聯袂出席，藉由巨大皮箱變身為超大筆電，多平台共同插旗全球外貿市場之啟動儀式，象徵新北市企業將一改過去傳統貿易，進化升級成由網際網路主導的跨境電子商務時代。

市調預測，2020年全球B2B跨境電商市場規模將達到6.7兆美元（約新台幣206兆元）、B2C電商市場則為2.9兆美元（約新台幣89兆元）。新北市長朱立倫表示，新北市擁有20萬家企業、超過二萬家工廠，是台灣的製造重鎮，新北市政府看好企業發展潛力，端出多項輔導轉型升級計畫，希望善用新北市既有的豐沛能量，搖身一變成為全台「電商新首都」。

新北市政府觀察到中小企業近年來競爭愈來愈激烈、行銷成本攀升、訂單碎片化、交易信用難建立，以及貿易環境瞬息萬變等瓶頸，看準跨境電商能幫助企業脫穎而出、直面全球市場、有效掌握小筆訂單與客戶、輕鬆累積透明的網路信用，還能使用電商大數據的反饋，找到變動環境中的成功之路。新北市經發局表示，中小企業是大多數國家經濟主體，而台灣中小企業占整體97.73%，出口額卻僅占14.23%，假使中小企業能好好把握這股新貿易的全新趨勢，善用電商平台融入新型態的國際貿易，就能快速打入全球化的隊伍，獲取跨境電商帶來的無限商機。

本次活動由在新北市也擁有近千家會員的台北市進出口商業同業公會承辦，出席外貿企業達四百多人。在啟動儀式後的「借鏡中國大陸電商發展，掌握全球跨境商機」說明會，特邀阿里巴巴B2B跨境貿易事業部營運總監郭奕麟，分享全球B2B的國際策略與行業運營的祕密，並邀請多位電商顧問專家與成功企業主，無私分享經驗，會後並提供在場企業免費大數據諮詢服務，讓所有新北市企業開始找尋自己的成功電商路。8月起至10月也將陸續舉辦東南亞、日本及歐美市場免費專場活動，歡迎企業詢問報名，我們邀請你一起走在台灣電商的未來趨勢之路。

■（撰文／曾君儒、攝影／郭阿賓）



記者會上由皮箱變身筆電的啟動儀式，象徵新北市企業將一改過去的傳統貿易，進化升級成由網際網路主導的跨境電子商務時代。

台北市大專院校跨境電商產學合作競賽 今日埋下一顆電商種子 明日台灣新外貿遍地開花

「台北市大專院校跨境電商產學合作競賽」於6月22日熱鬧展開，參與本年度台北市大專院校跨境電商產學合作計畫的5所大專院校（國立台北商業大學、中國文化大學、德明財經科技大學、銘傳大學、台北海洋科技大學）共30隊電商小尖兵、30家台北市企業、150位學生，齊聚台北市進出口商業同業公會1樓演講廳，為3個月來的辛苦耕耘成果進行分享與展演。

競賽前一週，同學的實作報告陸續出爐，實作成果訴諸文字，字字句句詳實紀錄操作電商平台的點滴心血。厚厚的報告，看得出同學深深的用心。經過評選會議，「網路銷售組」及「網店貿易組」共有7組電商小尖兵脫穎而出，在決賽的舞台上同台競演，而其他同學也不吝於掌聲與尖叫，著實傳達大學生的青春與活力。

商品行銷展巧思

SPARK尋求網紅合作爭取曝光

B2C「網路銷售組」最後由德明財經科技大學SPARK隊勝出。SPARK的實作廠商為星毅股份有限公司，其主力商品是充滿設計美感的玫瑰金色居家小物收納盒，夢幻般的设计，席捲歐美女性消費者的心。

SPARK隊員表示，透過這次的產學合作計畫，實際操作Amazon電商平台，並學習到怎麼下產品標題以及關鍵字，成功透過「得關鍵字者得天下」的心法提高商品的曝光度，也為公司爭取到銷售實績。另外，星毅設計也提供學生每日廣告投放費用，讓隊員熟悉如何在站內手動投放廣告，也是一次難能可貴的經驗。

「這次產學合作中印象最深刻的事，」SPARK隊長黃同學在賽後受訪時回憶，「應該是我們利用赴國外體驗學習的時間，在韓國釜山的廣安海水浴場為產品拍攝情境照片吧！」SPARK隊員們雖然不是專業攝影師，但是在能力所及的範圍內盡力調色、修圖，



台北市產業發展局副局長吳欣珮（左5），與跨境電商產學合作競賽評審與參加學校老師合影。

把產品照片做最好的呈現。

「我們除了學習拍產品照片外，還嘗試尋找全球的YouTuber合作。」SPARK隊員認為網紅銷售是目前正夯的電子商務營銷方法，於是她們精挑細選出10位全球粉絲數在2至3萬之間的網紅，透過跟這些當紅YouTuber合作，讓產品曝光度提升，也為未來媒體導流鋪路。

努力帶來美麗

Les Grace打造MIT精緻醫美品牌

B2B「網店貿易組」的頭籌則由國立台北商業大學Les Grace隊奪得，實作廠商為沅宥企業有限公司，主力商品是與隊伍同名的保養精品品牌，瞄準歐洲、美國、東南亞市場的醫美診所市場。

Les Grace隊長張同學表示，全球美妝品市場成長速度迅猛，未開發國家如東南亞、非洲，在化妝品上的開銷依然驚人。隊員們都是女孩子，能配合到醫美廠商，產品品質又很堅強，從一開始隊員們就十分雀躍，充滿希望。

Les Grace的實作從提高電商平台上產品評分開始。網店上產品的資訊愈完整，評分就愈高，4.5分（滿分為5分）以上的產品，電商平台便會將其列為「精品」等級，也愈容易取得未曾謀面的買家的信任感，增加客戶下單的機會。經過實作，Les Grace發現系統評分與商品圖片品質、主圖跟商品數有很大的關係，也就是說，愈是用心在完善網店商品描述、上傳高品質圖片、在圖片中加

上品牌logo等操作，就越容易取得高系統評分。隊員亦在賽後採訪時說，看到商品評分經過一次次優化慢慢增加，直到最後一次按下送出，從4.3分跳到4.7分，達到精品等級的那一瞬間，成就感真的不言可喻。

沅宥企業陳經理表示，由於企業之前在阿里巴巴平台上的經驗幾乎可以說是一張白紙，所以放手讓隊員嘗試，也盡力給予協助。「人家都說年輕人是草莓族，但是這些大學生的抗壓性之高，連我都好驚訝！我常常看到隊員在凌晨更新網店資訊，對同學的投入真的很感動。」因為互動良好，Les Grace隊員跟實作廠商間也建立起堅強的革命情感。

「網店貿易組」競爭激烈，24組中僅有4組進入決賽，有機會上台展演的隊伍無不全力以赴。點點滴滴，交織出同學們對於最好結果的執著跟努力，經過沉澱和努力，一定會在未來綻放更搶眼的光芒。

產官學三方齊步攜手

穩步培育跨境電商軟實力

台北市政府產業發展局吳副局長欣珮於賽後勉勵時表示，全球商貿的變化快速，尤其面對數位化的全球跨境電商浪潮，是所有外貿企業的挑戰。跨境電商領域人才缺乏的問題，北市府從去年就已認知，是故連年逐步推動跨境電商在職培訓專班、校園人才培訓，明年更規劃開辦轉業職訓的課程區塊，希望協助北市企業多方面進行跨境電商人才補強。■（撰文／楊薪、攝影／郭阿賓）

國貿實務精選課程

本會課程獲經濟部國際貿易局補助，價格優惠，內容扎實，協助您奠定國貿基礎

提升您職場競爭力

重點課程推薦，提前繳費另享優惠！

【超級品牌】

精緻基礎日本語-強勢登場

107年8月28日~12月11日（每週二晚上7:00~10:00，共48小時）

107年9月27日~11月19日（每週一、四晚上7:00-10:00，共48小時）

今夏，特別邀請旅日30多年的高木丹尼老師，為學員量身打造基礎日本語課程，用經歷與智慧所淬煉出來的精華內容，史無前例將推出「超級道地精確·超級時短績效·超級實用動人·超級高CP值」的基礎日本語，讓您在入門學習日語時，不再刻意模仿日本幼稚園或小學生簡易且脫離現實的教學方案，在歡樂氛圍中學會坊間課程學不到的靈活日語，您一定要來親自體會。

定價6,000元

【精準行銷-網住錢潮】

網路行銷操作實務班

107年8月28日~9月20日（週二、四晚上7:00~10:00，共24小時）

全球瘋電子商務、跨境電商，你是不是也想透過網路銷售，為你的企業帶來營收增長？或是為自己帶來更多的收入。本課程包含網路行銷最新趨勢、網路社群行銷規劃執行等內容，全方位考量產品力、平台力、業務力及管理力，傳授跨境電商必備技能，讓您學會分析產品市場定位及賣點、低成本高效益的關鍵字操作及訂單成交轉化秘訣，有系統地帶領您學會關鍵技巧，精準打通全球市場！

定價3,800元

國際貿易實務班 熱門課程

本課程以實務面為主，解說國際貿易流程與操作，帶領初學者及新進人員成功跨入國貿領域。

107年8月8日~9月28日（每週三、五晚上7:00~10:00，共48小時）

定價6,000元

越南語初級班 越說越有趣，越語嘎嘎叫

從字母發音開始介紹，以主題情境式的引導方式，進而輔以商業上、生活上常用之對話，讓您輕易開口說越語。

107年8月13日~9月17日（每週一、五晚上7:00~10:00，共33小時）

定價4,200元

貿易英文契約速成班 老闆、員工一定要上的專業課程

清楚認識英文契約結構、法律用詞，再以個案做重點分析，讓您也可以晉級為英文契約專家。

107年8月23日~9月17日（每週一、四晚上7:00~10:00，共24小時）

定價5,000元

進出口通關實務班 通關一點通

介紹進出口通關法規與實務，讓您完整了解通關各環節，本課程特別安排半日搭船參訪基隆港及貨櫃場行程。

107年9月10日~10月29日（每週一、五晚上7:00~10:00，共42小時）

定價5,400元

107年優質企業供應鏈安全專責人員班 海關認證合格證書

本課程聘請專業關務人員授課，內容精實，講習經測驗合格可取得海關認證之「優質企業供應鏈安全專責人員證書」。

107年9月18日~9月20日（週二、三、四早上8:30~17:30，共24小時）

定價4,500元

※本表如有異動，依實際上課日期及定價為準

※ 更多詳情課程內容，歡迎來電洽詢或上網站查詢

電話：02-25813521分機412、415、419

網址：<http://www.tefnet.org.tw> 或 <http://www.itbs.org.tw>

地址：台北市松江路350號4樓 上課地點：9、10樓

近新蘆線捷運行天宮站4號出口左轉，夜間可供停車，停滿為止

進入官網報名



基金會粉絲團



台北市進出口商業同業公會
Importers and Exporters Association of Taipei



財團法人中華民國貿易教育基金會
Republic of China Trade Education Foundation



IEAT 會議中心

便利、多元、優質、平價的專業會議空間，是您會議、研討、教學、展示活動的最佳選擇！



便利

捷運蘆洲(迴龍)-南勢角線「行天宮站」4號出口旁，迎接您來自各方的來賓與學員。

Convenient



多元

從20到230人，17間各式會議、活動場地，滿足您各類活動模式需求。

Variety



優質

極簡與奢華的空間設計，文創的環境氛圍，充分體現您的會議尊榮與質感。

Quality



平價

媲美飯店的環境與規格，但平實的服務價格，完全符合您的預算需求。

Affordable



台北市進出口商業同業公會
Importers and Exporters Association of Taipei

IEAT會議中心服務詳情，請查詢 www.ieatpe.org.tw/meeting
或電洽服務窗口：02-25813521分機616傅小姐、611楊先生。

