

P.32 SOLIS以繽紛色彩躍國際舞台



貿易

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

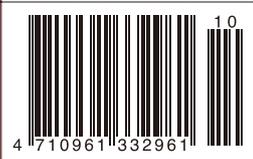
雜誌

No. 328
2018年10月



全球貿易新勢力

定價：99元



黑色大陸翻紅崛起
非洲力拚經濟轉型
成新投資天地

不只省錢更能賺錢
未來10年
創新營收就靠AI

我們賣的不只是產品 是價值！
價值行銷
引發消費者共鳴

2018 TAIPEI 101 WATCH & JEWELRY SALON

台北101頂級珠寶腕錶大賞

台北 101 購物中心擁有全球最完整頂級珠寶腕錶品牌

今年「台北 101 頂級珠寶腕錶大賞」匯聚 17 家國際珠寶腕錶品牌，以及來自 5 個國家藝術家作品共同展演 2018 年最具話題的年度新作。

時光美術館

時間成就經典，藝術是人生中最美麗的感受



2018/9/7(五)至10/7(日)
4F都會廣場

瑞士時光之旅

你的完美瑞士時光之旅，從台北101開始



2018/9/7(五)至10/10(三)
1F松智入口及松智、信義長廊



專人導覽服務
採事先報名制
歡迎預約體驗

TAIPEI 101 會員獨家專屬 瑞士頂級雙人自由行抽獎活動



週年慶期間（即日起至10/10），台北101會員於「時光美術館」及「瑞士時光之旅」參展品牌之101專門店消費即有機會抽中「瑞士頂級雙人遊」（價值38萬9千元）

arttrue

AUDEMARS PIGUET
Le Brassard

BLANCPAIN
WATCHES BY THE SWISS

Breguet
Depuis 1775

BVLGARI

CALVIN KLEIN

CHAUMET
PARIS

Chopard

HUBLOT

IWC
SCHAFFHAUSEN

LONGINES

OMEGA

PANERAI

PIAGET

RADO
SWITZERLAND

ROGER DUBUIS

swatcha
SWISS MADE

TISSOT
SWISS MADE SINCE 1854

全球經貿左走或右轉 牽動台灣經貿發展

1979年主張「新自由經濟主義」英國女首相柴契爾上任，全力推動英國經濟自由化；同年，中國大陸國家主席鄧小平推動「開放改革」；隔年當選美國總統的雷根，同樣走在自由貿易的路線上，修正政府干預經濟的方向。中西幾大經濟強權走向自由經濟之路以來，全球迎向近50年的蓬勃發展，台灣也跟上浪潮，以關鍵供應鏈的角色，在全球市場占有一席之地。

儘管近年來由美國總統川普掀起的貿易保護主義火苗，引來全球經貿走向逆全球化的可能。然而，2018年3月由日本主導的「跨太平洋夥伴全面進步協定」（CPTPP）完成簽署，最快將於明年上半年生效，為被美國打亂的全球自由貿易之路，注入一劑強心針。

本期封面故事特以「CPTPP 全球貿易新勢力」為題，探討台灣在逆全球化與全球化的兩面衝擊下，應如何因應挑戰，並從五大面向觀察CPTPP對全球經貿帶來的影響，不僅許多國家有意願加入CPTPP，它的締結也促使中國大陸主導的RCEP加速談判進程。由此可見，經貿自由化仍是全球與國家經濟發展的主要途徑。

由於CPTPP會員國占我國對外貿易總額25.25%，加入CPTPP融入全球區域經濟整合，對台灣至關重要；但此協議對國內產業將造成的影響，也不容輕忽。在CPTPP架構下，海外農產品勢必對台灣農業帶來衝擊，食品加工業卻因進口原料成本降低而受惠；此外，家電、重電、整車產業也將面臨他國品牌分食國內市場的局面。如何借力政府輔導措施，以轉型與品牌化提升競爭力，是台灣產業無可迴避的課題。

由經濟學家海耶克倡導的「自由市場」，以及經濟學家凱因斯主張的「政府干預」，過去80多年分成2個經濟學派，兩方論戰不斷。長年來自由市場派看似占上風，然而，當川普以「美國優先」的大旗，把政府干預的手伸入國際市場後，再一次對全球經貿掀起波瀾。台灣作為以出口為主的島國經濟體，不管未來全球經濟將走向自由化，或是反轉回貿易保護路線，台灣都將深深受到衝擊與影響。因此，政府必須謹慎以對，儘早提出因應措施；台商則要持續走在轉型升級之路上，才能在劇變中站穩腳步，迎接下一輪的新型態競爭。■

封面故事

Cover Story

全球貿易 新勢力



6



14



22

當美中貿易戰正式進入下一輪攻防，北美自由貿易協定重新搬上談判桌，近年來，貿易保護主義似有捲土重來之勢。而今年3月正式簽署的CPTPP，可望藉跨太平洋區域的自由貿易，為全球經濟燃起新火花。無論是否加入CPTPP，仰賴出口貿易的台灣都無法置身事外，本期特別剖析CPTPP對台灣之影響，盼能在此動盪局勢中，為台商引領出一條前行之路。

總論篇

- 6 五大觀察 預見CPTPP未來
在保護主義下看見自由的曙光

台灣篇

- 14 政府三大措施 產業五大觀察
力拚加入CPTPP 台灣準備好了嗎？

策略篇

- 22 當台灣預見全球區域經濟整合
掌握三大策略 不畏自由經貿競爭

CONTENTS



編輯室報告 Editor's Report

1 全球經貿左走或右轉 牽動台灣經貿發展

名家專欄 Column

4 從夾娃娃機盛行 看台灣的經濟現況

特別企劃 Special Report

不只省錢更能賺錢

26 未來10年 創新營收就靠AI

企業實戰錄 Enterprise

夢想不停 打造百分百台灣製造

32 SOLIS以繽紛色彩躍國際舞台

市場瞭望 Market View

黑色大陸翻紅崛起

36 非洲力拚經濟轉型 成新投資天地

大陸觀察 Mainland Focus

中國大陸AI應用遍地開花

40 AI戰略 全面部署

產業趨勢 Industry Trend

數位醫療發展關鍵盤點

44 大數據與生態系 創造明日醫療場景

創新創業 Innovation

CUBICO憑藉慧眼 以星探之姿締造億元業績

48 小玩意大商機 獨特商品吸買氣

MBA學堂 MBA Class

我們賣的不只是產品 是價值！

52 價值行銷 引發消費者共鳴

品味生活 Life

虹夕諾雅 富士

58 日本究極旅宿 全覽富士山景

貿易線上 IEAT Online

台北市進出口公會與波蘭投資貿易局簽署合作備忘錄

60 啟動台波經貿合作 關鍵里程碑

2018泰國台灣形象展 PChome Thai台北好物館正式上線

62 台北城市主題館曼谷開幕 吸引泰國媒體熱烈關注

2018中藥產業甘肅貿易採購暨參訪團

64 走訪藥材產地 深入認識中藥產業供應鏈

2018年汶萊國際清真展

66 放眼東協清真市場 開啟台汶合作契機

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：林承斌、徐文德、高泉興、柯彥輝

許介立、高 籟、李育家、簡壽宏

社長：黃文榮

策劃：許玉鳳、吳燕惠

審查編輯：蔡馨瑩、李林謙

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：蔡瑜珺、涂曉蝶

美術編輯：李盈儒

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5518

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。



36



60

從夾娃娃機盛行 看台灣的經濟現況

喜歡逛街或逛夜市的人，這兩年可能都會注意到路邊的夾娃娃機增加了許多。依據財政部的統計資料顯示，全台灣的夾娃娃機店數由2013年的169家，快速成長到2018年第一季的4,106家，增加了24.3倍，顯見這兩年夾娃娃在台灣是多麼火紅！

這可能只是一時的興趣，不過由於這幾年台灣所得成長趨緩，導致消費力度也無法增加，而夾娃娃機的盛行，就是一種能代表台灣所得長期不振，所引發的一種低端消費行為。

「夾」出台灣的低端消費力

經濟學在描述人們的消費行為時，把商品區分成「正常財」（normal goods）與「劣等財」（inferior goods），前者指的是當所得增加時，消費力會隨著增加，此時人們消費的商品中大都具有一些特性，因此稱之為「正常財」，例如所得增加時，上餐館吃飯、買車的機率會增加，因此上餐館吃飯和買車都屬於正常財。

若所得較低，通常就會較少上餐館吃飯，或只吃自助餐，同時可能只買自行車代步，因此自助餐及自行車就是「劣等財」。一般而言，從一個國家的人民日常消費商品種類，大約就可看出這

個國家的所得水準和經濟發展狀況。

玩夾娃娃的價格很低，一次只要花費10元，而且無論大人、小孩、所得高或低都可以玩。而夾娃娃機的店家通常擺在夜市或一般路邊，而不會放在高檔的百貨公司裡面，所以它是一個很標準的低端消費行為，或我們可以說是一種標準的劣等財。

另一方面，夾娃娃又是一個具有高度風險的消費行為，同時帶有一些消費上的刺激，對於一些所得較低的消費者而言，要去尋找具有刺激性的消費行為，成本可能太高，於是轉而求其次，找到夾娃娃這種具有高度不確定的消費行為來尋求刺激。

此種低消費又具有高度刺激性的消費行為很容易吸引一些低所得者進行消費。根據統計，購買樂透彩券的消費者中，低所得者的占比較高，這也是一個非常標準的案例。

造成低端經濟的三因素

在了解夾娃娃消費行為的基本背景後，我們可以進一步來說明為什麼這兩年台灣夾娃娃機會這麼風行。

首先，這幾年台灣的經濟成長遲緩，每年的經

林祖嘉

國立政治大學經濟系教授

曾任國家發展委員會主任委員、行政院大陸委員會副主任委員、
台港經濟文化合作策進會董事長



濟成長率維持在2%左右，更重要的是，薪資成長也幾乎完全停滯，從2000年到現在，幾乎每年平均只有1%的薪資成長率。

然而，台灣物價大約也是每年上漲1%，換言之，過去17年台灣人民的薪資成長跟不上物價上漲，這也使得國人的總體消費力完全停滯。正如同先前所說，在所得長期不振的情況下，像夾娃娃這種低端的消費行為自然就愈來愈多。

其次，雖同一期間內的物價趨於穩定，但房價卻大幅增加，過去17年來台北的房價至少漲了3、4倍，而不幸的是，房價並不被計算在一般的消費者物價或躉售物價當中，所以從消費者物價指數上，感受不到整體物價的上漲，但實際上卻讓民眾有龐大的生活支出壓力。

這種情況下，一般民眾只能轉向去消費低價的商品來滿足消費慾望，像是用吃夜市來取代去餐廳、買路邊貨取代上百貨公司。同時，夾娃娃的消費熱潮也因此興盛起來。

第三，過去兩年，新政府推動多方面的政策與改革，對經濟發展與民生消費造成很大變動性，也是助長像夾娃娃這種低端消費快速成長的原因之一。

例如，由於軍公教退休人員原是占國內旅遊

市場中的最大族群，然而當年金改革政策施行後，這些我國內需市場的主力族群首當其衝，自然而然會縮減其消費的力道。再加上年金改革所造成的收入減少是永久性的，因此對於我國內需市場的影響也會是長期性的。

最後，由於國際經貿情勢變化很大，而我國經濟又高度受到國際經濟景氣的影響，因此在近幾年國際情勢不穩的情況下，導致國內經濟情況不佳，而整體民間消費也受到了影響。

以往民間消費每年都能維持在3%到5%的成長水準，現在能達到2%的成長就不錯了。也就是說，這兩年我國的經濟成長大都是靠著表現不錯的進出口貿易來拉抬經濟動能，而國內的消費與投資表現則相對疲軟弱勢，呈現出「外熱內冷」的經濟現況。

總而言之，由於國際經貿情勢不佳，導致國內經濟不振，薪資長期停滯，而房價卻高居不下的情況下，許多國人的消費信心愈來愈低，在大家都不敢花錢的情況下，低端的消費將相對愈來愈多，而高檔支出則相對愈來愈少，夾娃娃機店家也正因此如雨後春筍般出現，很實際地體現出台灣的經濟現況。有鑑於此，期許未來政府能推動改善經濟發展的具體措施，才是大家所樂見的。■



「跨太平洋夥伴全面進步協定」(CPTPP)可望於明年上半年生效上路，為全球自由貿易帶來新契機。

五大觀察 預見CPTPP未來

在保護主義下 看見自由的曙光

力抗全球貿易保護主義的浪潮，「跨太平洋夥伴全面進步協定」(CPTPP)最快可望於2019年上半年生效上路，為全球自由貿易打下一劑強心針。究竟CPTPP與美國掀起的貿易保護主義，彼此之間將如何拉扯，後續全球經貿將向左走向保守，或持續向右走向開放，是台商必須關注的重要趨勢。

◎撰文／劉麗惠 圖片提供／美聯社、路透社

隨著美國總統川普高舉保護主義的大旗，以及於今年7月正式開打的「美中貿易戰」，種種趨勢似乎對全球區域經濟自由化帶來衝擊。不過經濟自由向來是普世價值，因此在逐漸蔓延開的「逆全球化」浪潮中，前身為「跨太平洋夥伴協定」（The Trans-Pacific Partnership，TPP）的「跨太平洋夥伴全面進步協定」（Comprehensive and Progressive Agreement for Trans-Pacific Partnership，CPTPP），於2018年3月正式簽署，預估最快2019年上半年可望正式生效，為全球化自由經濟點燃一株新火花。

「跨太平洋夥伴協定」（TPP）是美國前總統歐巴馬主導推動的區域貿易協定（Regional Trade Agreement，RTA），是美國勢力重返亞洲的重要戰略，一直以來都與「區域全面經濟夥伴關係協定」（Regional Comprehensive Economic Partnership，RCEP）相互抗衡。然而，川普總統在2017年甫上任後旋即宣布退出TPP，原以為將宣告TPP走入歷史，沒想到在日本的斡旋號

召下，反以CPTPP為名完成簽署。然而CPTPP與TPP有何不同？對全球經貿又將帶來什麼影響？接下來透過5個面向進行深入觀察。

觀察1》 美國回歸？短期無望

回顧當年TPP的成立過程，美國為了擴大陣容，軟硬兼施地找來日本當盟友加入陣營。當時日本首相安倍晉三以國際競爭壓力為由，加速推動第三次「開國策略」，為此力抗國內強大的反對聲浪。最後，日本正式於2013年宣布加入TPP。

當美國宣布退出TPP後，反而變成安倍晉三急欲將美國拉回陣營，因此由日本主導的CPTPP，後續許多決策性決定與市場承諾事項，都以美國終將回歸為前提，保有接納未來美國重新加入TPP的架構。

具體而言，CPTPP與TPP的實質內容大致雷同，但暫時凍結不實施22項原依美國要求而納入的條文。不實施的內容涵蓋部分「投資人及地主國爭端解決機制」、「智慧財產權保護」、以及「政府採購」等

議題。另外，CPTPP的11個成員國原本的市場開放承諾，都保持與美國仍在TPP時相同。

就美國立場來看，儘管川普總統一度在推特（Twitter）發文表示：如果獲得「更好的交易條件」，不排除重返TPP，但也很快又變臉說不喜歡這個協定。中華經濟研究院台灣東協研究中心主任徐遵慈觀察指出，川普總統多次強調不參加大型自由貿易協定（Free Trade Agreement，FTA），堅持實施雙邊主義，在其任內參加CPTPP的機會非常渺茫。

惟至下一屆總統大選時，如果CPTPP運作順暢，甚至開放新會員談判，則美國重返CPTPP這件事可能會再度回到大選議題。然而以CPTPP可能生效的時間點2019年上半年來看，CPTPP對美國的吸引力恐怕相當有限。

儘管川普總統的態度看起來並未軟化，但CPTPP的11個成員國仍然持續懷抱希望。今年9月13日的一場地區性世界經濟論壇（WEF）上，日本外務大臣河野太郎仍提出CPTPP對於美國民眾與農業都有很大

圖解 CPTPP

發展歷程

2006年

汶萊、智利、紐西蘭和新加坡簽署協議，取消4國間大部分關稅，承諾在就業、投資和智慧財產權等方面互惠並加強合作，又稱「P4協議」。

2008年

美國加入該協議談判，秘魯、越南和澳洲跟進，P4變成P8。

2010年

TPP協議談判啟動。此後馬來西亞、墨西哥、加拿大與日本依序加入，P8變P12。

2015年

P12達成TPP協議。

2016年

正式簽署TPP。

2017年

美國總統川普簽署行政命令，宣布美國退出TPP。

2018年1月

剩下11國改組為CPTPP，繼續推動環太平洋區域自由貿易。

2018年3月

CPTPP正式簽署。

2018年9月

日本、墨西哥、新加坡已完成國內批准手續。

組成目的

建立一個開放、有規範、多邊的自由貿易體系，以零關稅手段促進會員國經濟成長，提升創新、生產力與競爭力，並以規範提高各國政府施政透明度、反貪腐，達到保障勞工權益及環境保護的目標。至少6個會員國通知已完成國內審議程序後60天，CPTPP便能生效。



CPTPP暫不實施的重點條文



關務行政

不再要求必須定期檢討快遞貨品免徵關稅的門檻金額。



投資人與地主國爭端解決機制 (ISDS)

縮小投資爭議適用ISDS範圍，投資人不得因地主國違反「投資協議」及「投資許可」，而告地主國政府。



透明化及反貪腐

不再要求新藥品及醫療器材核價程序的透明化義務。



金融服務

金融投資人不能因地主國的不公平待遇，而控告地主國政府。



電信服務

任何企業因電信主管機關決定而造成負面影響時，CPTPP不要求會員國政府提供行政救濟管道。



環境

不再要求依犯罪所在地的法律處置非法野生動植物貿易，回歸會員國內法處理。



智慧財產權 (列舉)

1. 不再要求延長著作、表演或錄音的保護期間，至作者終身及其死亡後70年。
2. 不要求給予生物藥品統一的資料專屬保護期限。



政府採購

1. 不需要落實勞工權利作為參與政府採購的條件之一。
2. 對於擴大政府採購範圍的談判，CPTPP將啟動條件由協定生效後3年，延長至5年。



快遞服務

不再禁止郵政服務業者，運用因獨占權如遞送信件、明信片所產生的獲利，來補貼其所經營的快遞服務。

資料來源：行政院經貿談判辦公室 整理：編輯室

的好處，鼓勵美國重返協定。

觀察2》

全球關注

會員國可望攀升

相較於TPP會員國的國內生產總值（GDP）占全球比重高達37%，由澳洲、汶萊、加拿大、智利、日本、馬來西亞、墨西哥、紐西蘭、秘魯、新加坡以及越南等11個國家所組成的CPTPP，影響力較小。不過，這11個成員國的GDP也高達10.2兆美元、占全球GDP比重13.3%；貿易總值約4.7兆美元，占全球14.5%；會員人口規模將近5億，占全球7%，即使美國缺席，仍是一個大型的區域經濟整合。

再加上未來CPTPP在最終完成降稅後，絕大多數的貨品免關稅，服務業除了維持必要的監管措施外，也儘可能相互擴大開放政府採購市場，並將環境、勞工、政府控制事業、透明化與反貪腐、電子商務等新興領域納入協定。從GDP占比、人口數與開放程度來看，CPTPP對全球經貿的影響力不容忽視。

除此之外，包括泰國、韓



美國總統川普一上任就宣布退出由前總統歐巴馬推動的「跨太平洋夥伴協定」（TPP），影響全球自由經濟的發展。

國、印尼、菲律賓、台灣在內的亞洲國家，以及中南美洲的哥倫比亞，甚至是脫歐的英國都在評估是否加入CPTPP。未來一旦有更多國家加入，也將進一步擴大CPTPP的影響力。其中，泰國有鑑於該國與越南、馬來西亞在電子、海鮮與農產品的出口競爭升溫，已經決定在明年即提出加入CPTPP的申請。

根據路透社報導，泰國副總理頌吉（Somkid Jatusripitak）曾經表示，「這是一項重要議題，如果沒有其他問題，我們希望在今年之內加入。」另

外，英國國際貿易部長福克斯（Liam Fox）在先前向英國中小企業聯盟（FSB）演說時，也表示將諮詢社會大眾意見，尋求加入CPTPP的共識。

韓國也於2018年6月15日召開「對外經濟部長會議」，韓國產業通商資源部接著又於2018年7月召開「跨太平洋夥伴全面進步協定（CPTPP）專家論壇」，邀集該國產官學研各界專家學者，謹慎研議加入CPTPP的必要性。由此顯示，就算美國沒有決定重返，未來CPTPP極可能持續吸納其他成員國，來壯大CPTPP的全球



1. 泰國因與越南、馬來西亞在電子、海鮮與農產品的出口競爭升溫，已決定於明年申請加入CPTPP。

2. CPTPP只要求達到6國以上完成國內批准程序即可生效，目前已有3國完成相關程序，秘魯也可望於2018年底前通過國內批准。

GDP占比。

目前，我國也正積極爭取加入CPTPP。行政院院長賴清德已指示各部會機關，從各層面著手進行加入CPTPP的準備，並積極對外爭取現有CPTPP成員國的支持。目前除了就總體經濟、社會、文化、環境等面向進行評估之外，經濟部相關部會也正籌劃具體影響評估報告，力求能搭上這艘經貿大船。

觀察3》

生效運行仍有變數

區域經濟協定從完成簽署到生效，通常需要經年累月的時間，因此為使CPTPP儘速生效，11個會員國特別做出彈性安排。徐遵慈指出，此前TPP

的規範是在協定簽署後，需要6個會員國完成國內批准程序，且這6個國家須占所有會員國GDP的85%以上，協定才正式生效。不過CPTPP僅要求6國以上完成國內批准程序，即可以對這些國家生效，這個條款可避免因單一國家程序延宕而拖累大局。

截至2018年8月底止，包括墨西哥、日本、新加坡都已完成國內批准程序。另外，秘魯外貿觀光部長Rogers Valencia接受外媒訪問時也表示，秘魯可望於2018年底前完成CPTPP國內法定程序。只要再增加2個國家完成相關程序，CPTPP就可進入實際運作階段。

不過，徐遵慈分析，目

前包括越南、馬來西亞、加拿大、紐西蘭、澳洲等國家，國內社會對CPTPP的重要性都傳出雜音，這些國家是否能迅速達成社會共識，仍有待觀察。因此，也有國外智庫、專家研判估計，CPTPP最快要到2019年初，才可能生效。

觀察4》

加速其他經貿協定的完成

事實上，CPTPP的簽署與快速生效，對於全球區域經濟整合的自由化路線，帶來了催化效果。尤其向來被拿來與TPP相提並論的RCEP，也可能因此加速談判腳步。

行政院經貿談判辦公室指出，因RCEP是由印尼、馬來西亞、菲律賓、新加坡、泰國、

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

係，如RCEP或「亞太經濟合作」(Asia-Pacific Economic Cooperation, APEC) 接下來將推動的「亞太自由貿易區」(FTAAP)，都可能對CPTPP的未來發展投下變數。

觀察5》

自由經濟仍插旗全球

從美國重返CPTPP的消極態度，及美中貿易大戰愈演愈烈，顯見川普總統以「美國優先」的保護主義路線沒有改變。自從2018年開始的貿易保護主義煙硝瀰漫，致使延燒20多年的區域經濟談判略微降溫，未來世界經貿是否會往左走向貿易保護主義路線，或是自由經濟路線仍將持續盛行，備受全球矚目。

在貿易保護主義的面向上，目前以美中貿易大戰最受關注。資誠會計師事務所指出，2018年7月，中國大陸與美國展開經濟史上最大規模的經濟貿易戰。先是美國貿易代表署(USTR)依照《301調查》結果，於7月6日向中國大陸輸往美國818項、相當於340億美元的商品加徵25%進口關稅；中國大陸商務部馬上

汶萊、越南、寮國、緬甸、柬埔寨等東協10國，邀請與東協簽有自由貿易協定的日本、中國大陸、韓國、印度、澳大利亞、紐西蘭等6個國家參與。這16個會員國占全球GDP比重達31%，對全球經貿影響甚大，不過由於印度、中國大陸對於關稅、非關稅等議題採取高標準的原規持保守的態度，因此RCEP自2013年開始談判以來，屢屢陷入膠著，原訂於2015年完成的協議，至今仍未完成談判。

然而，隨著CPTPP簽署與即將生效，儘管美國已經宣布退出，但仍不排除重返的可能性，再加上美中貿易戰愈演愈烈，各種因素都將驅使中國大陸在內的RCEP會員國，更想加速推動RCEP的談判進程。2018年7月，RCEP完成第22回合談判，成員國共同宣示將於今年年底前完成實質性談判，不過各成員國對於何謂「實質」目前仍無共識，其中最為關鍵的貨品及服務貿易市場進入，尚在磋商之中。

不過從另一個角度來看，徐遵慈認為CPTPP與其他區域貿易機制間的競合關



「北美自由貿易協定」(NAFTA) 歷時25年，在美國總統川普進行重新談判之後，即將完成協商並修訂相關內容。

進行反制措施，對美國大豆農產品、汽車、水產產品等商品，課徵對等的懲罰性進口關稅25%。對此，美國也加大力度，後續課徵關稅的金額增加到500億美元，川普總統甚至決定向中國大陸2,000億美元商品加徵進口關稅。

根據國際貨幣基金組織(IMF)估算，包括美國與中國大陸在內的國家所掀起的貿易戰爭，將可能導致全球經濟成長率在未來一年半之內下降0.5%，這對於高度依存中美貿易的台資企業而言，將有不小的影響。

不過，深入觀察美國與世界各國間的貿易走勢，儘管中美戰火激烈，但這並不代表未來保護主義的浪潮，會持續席捲全球。行政院政務委員兼經貿談判辦公室總談判代表鄧振中認為，美國與中國大陸貿易逆差每年高達3千多億美元，美國啟動關稅保護措施，只是要把不公平的現象消除，並沒有要把世界經貿引導到保護主義的一端。

誠然，觀察美國與其他國家在貿易談判上的互動，川普總統顯然只想針對美國對外的既有貿易協定，進行重新談判

與協商。像是「北美自由貿易協定」(North American Free Trade Agreement, NAFTA) 的重新談判即將完成，已有25年歷史的NAFTA預計將在修訂後繼續走下去，這也正如同川普總統對於重返CPTPP的態度，先考慮重談再說。

自1990年代後期蘇聯、東歐社會主義國家解體以來，自由經濟發展如日中天，世界各國包括單邊與多邊在內的貿易協議簽訂數量不斷增加，期間雖然偶有貿易保護主義的聲音與舉措，但絲毫抵擋不了自由貿易浪潮。

如今，由全球最大經濟體美國所掀起的貿易保護主義路線，雖然可能導致逆全球化的現象發生。不過從中國大陸、日本等經貿大國，一再強調自由經濟主義的可貴，以及東協10國在內的新興經濟體紛紛加速推動經濟自由化，再加上CPTPP的簽署與即將生效，從這些種種現象來看，「自由經濟」仍是多數國家未來發展經濟的主要路線。高度仰賴出口貿易的台灣，勢必也得持續追求自由經濟，才能維持經濟成長動能。■

穩賺不賠 聰明投資

用英語力佈局全球 輕鬆微笑出爐



國際世界觀

應用零碎時間

投資英語力的微笑曲線

平均每天一杯咖啡的價格，就能名利雙收！



全球競爭力

多元課程 國際意識

量身打造專屬課程

空美名師親自授課



空中美語空中家教多元課程，帶您深入了解各地文化特色、風俗民情、社交禮儀，讓您旅行中也能順利與人建立關係。



嚴選至美、英、加、澳等國家師資，親自互動教學，口音純正，輕鬆打造全美語環境，讓您學習進步快速。

透過1對1英語能力診斷，精確掌握學員英語等級，找出問題根源，為您量身訂製專屬課程計畫表，幫您提升語言品質。

高品質的教學服務 每天一杯咖啡的價格



來電送 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

想知道職升的他
口袋中的秘密？

聽說有貴人相助

有貴人？誰？



就是他！傳說中的語言貴人

空中美語APP 限時免費





若加入CPTPP，台灣產業將因關稅調降面臨競爭壓力，但也可將之視為推動轉型升級、前進全球市場的動力。

政府三大措施 產業五大觀察

力拚加入CPTPP 台灣準備好了嗎？

CPTPP協定是一個規範甚大的區域經濟體，加上其11個成員國與台灣貿易往來甚密，因此台灣從政府到產業都必須高度關注CPTPP未來發展，包括台灣能否順利加入、對產業帶來的影響與衝擊，以及因應經濟自由化的策略思維等，都必須深度掌握。

◎撰文／劉麗惠 圖片提供／美聯社、Shutterstock

由於「跨太平洋夥伴全面進步協定」(CPTPP)除了涵蓋貨品、服務與政府採購的市場開放以外，在各種與貿易相關的規範也都超過世界貿易組織(WTO)。CPTPP議題更擴及環境、勞工、政府控制事業、透明化與反貪腐、電子商務等新興領域，對台灣經濟、產業與社會都具影響力，因此，台灣在追求加入CPTPP的過程中，可持續提供我國與國際接軌及改革的動力。

另一方面，就經貿往來而言，目前CPTPP的11個成員國與我國貿易額，總共占我國對外貿易總額的25.25%，其中進口比例占29%，出口比例占21%。成員國中的日本、新加坡、馬來西亞及越南是我國前十大貿易夥伴，且11個成員國合計占我國對外投資累計值達30.42%，可見加入CPTPP對我國融入全球區域經濟整合，至關重要。

政府推三大措施 力求加入CPTPP

由於加入CPTPP對國家經濟、產業與社會發展等，都將帶來巨大影響，因此政府除

了要在國內形成社會共識，同時還必須調整各種法律規範，以符合CPTPP的標準，進而爭取其他會員國同意，才能成功加入。因此，早在「跨太平洋夥伴協定」(TPP)時代，我國政府就積極叩關；今年3月CPTPP協定完成簽署之後，行政院相關單位又旋即更新加入CPTPP對我國影響的評估，歷經將近半年的了解與審查，目前政府朝三大措施著手，期能在CPTPP協定生效之後，爭取台灣加入第二輪會員國。

措施1) 增修法令調和國內體制

由於CPTPP屬於高標準經貿協議，我國為使國內法令規範符合CPTPP的規定標準，正積極修訂現有相關法令或新增法規。行政院政務委員暨經貿談判辦公室總談判代表鄧振中指出，因應加入CPTPP，行政院已向立法院提出12項修法草案，目前已經完成7項，分別為：完成修訂《漁業法》、《投資經營非我國籍漁船管理條例》、《藥事法》、《化粧品衛生安全管理法》、《植物品種及種苗法》、《農藥管理法》部分條文修正，以及新訂



為達到CPTPP規定標準，政府修訂《漁業法》和《投資經營外國籍漁船管理條例》，並新訂《遠洋漁業條例》。

《遠洋漁業條例》等。

鄧振中說明，為了符合CPTPP智慧財產權領域的要求，我國修改《藥事法》以強化藥品測試資料的保護機制，平衡專利藥商與學名藥商的權益；也修改《農藥管理法》，把農藥的試驗資料保護期，延長為自上市開始起算10年，鼓勵新農藥的創新研發。另外，為達到CPTPP環境專章對於保護漁業永續發展，以及減少過度漁撈的目標，我國修改《漁業法》和《投資經營外國籍漁船管理條例》，並新訂《遠洋漁業條例》等。再者，透過修改《化粧品衛生安全管理法》，可減少不必要的進口化粧品標示。還有修改《植物品種及種苗法》，讓植物品種



新加坡是政府推動新南向政策的國家之一，近來台灣與新南向國家的互動緊密，剛好成為爭取這些國家支持我們加入CPTPP的推動力。

的保護範圍與國際接軌。諸此積極作為，可看出台灣加入CPTPP的決心。

未來，我國還有5個法案需要新訂或修訂，以使國內體制更符合CPTPP的規範，包括：新訂《數位通訊傳播法草案》，以及對《商標法》、《專利法》、《著作權法》與《郵政法》等4個法律的部分條文進行修正。鄧振中也表示，行政院院長賴清德期許立法院可以在今年年底前，對以上5個法案完成審議。

措施2》 強化產業溝通凝聚共識

另外，由於加入CPTPP可能對部分產業帶來衝擊，也會對社會發展帶來影響，因此

行政院各部會正全面透過各種廣宣活動，對台灣加入CPTPP之後相關的利害關係人進行溝通，期能加速在國內凝聚共識。同時也深入了解產業可能面對的挑戰，並以政府的角度採取相對應的救濟與輔助措施，協助可能受到影響的產業因應衝擊。

措施3》 對外遊說爭取國際支持

追求國內形成共識的同時，也要積極向外遊說，爭取國際的支持，才能跨過加入CPTPP的最後一哩路。根據CPTPP協定第5條接納新成員的內容指出：「未來任何國家或個別關稅區，如果取得成員國的同意之後，就可以加

入CPTPP。」顯示台灣要加入CPTPP，必須取得成員國的共識同意。

對此，我國政府正持續透過既有的雙邊年度經貿會議，以及參與亞太經濟合作（APEC）等國際場域，爭取會員對我參與的支持。「台灣也正以新南向政策，厚植台灣加入CPTPP的基礎。」鄧振中強調，目前我國正積極推動新南向政策，透過人才、資金、技術、文化、教育等各層面的深入交流，拉近與南向國家的關係。而CPTPP成員國之中，包括澳洲、汶萊、馬來西亞、紐西蘭、新加坡與越南等都是新南向國家，近兩年來台灣與以上諸國互動頻繁，剛好成為未來爭取會員國支持的推動力。

五大觀察 台灣加入CPTPP剖析

假設未來台灣順利加入CPTPP，產業將出現利弊兩樣情現象。根據行政院經貿談判辦公室檢視現階段CPTPP成員國的承諾，再比較我國目前貨品貿易關稅結構，可以發現，假設台灣加入CPTPP，將有一些高關稅的產品會面臨自由化

的衝擊，但有更多出口型產業，因為關稅障礙的降低進而受惠，利弊皆有。

觀察1》 農產業利弊並存

由於我國自CPTPP成員國進口的農產品金額，約占全球總進口的30%，出口到CPTPP成員國的農產品金額約占出口到全球的34%，進出口比例都不小的情況之下，可見加入CPTPP對於我國農業影響甚鉅，不過是利是弊？得視不同情況而論。

因我國屬於小農國家，生產成本較高，未來加入CPTPP必須取消或降低關稅，因此，部分受保護的農業，勢必受到衝擊。行政院經貿談判辦公室的資料顯示，目前我國仍有1,535項、涵蓋83.5%的農產品，對外課徵進口關稅，而且平均稅率高達19.04%，其中稻米、花生、紅豆在內的16項重要農產品，實施部分進口貨物可享較低關稅的關稅配額（TRQ）；另有雞肉、豬腹脅肉等14項農產品實施特別防衛措施（Special Safeguard，SSG），即我國如發現進口商品大增導致國內產業受嚴重損

害時，可採取緊急救濟手段。

從既有規範來看，我國對於農業採取保護措施仍多，未來如果加入CPTPP，不僅關稅得逐年降低，TRQ或SSG也面臨調整壓力。由於越南、馬來西亞等都是農業大國，加入CPTPP可能對台灣農業內需市場造成相當影響。

儘管農業將面臨衝擊，但我國食品加工產業非常興盛，生技醫藥創業趨勢普及，這些產業都經常需要向海外採購農產品做為原物料，因此未來台灣如加入CPTPP，有助於降低我國進口農業原料成本，對食品加工產業帶來利多，也有利於以創新技術開發利基型產品的生技新創。

另外，我國未來若可以與CPTPP成員國之間享有優惠關稅，對於蝴蝶蘭、毛豆、香蕉、馬拉巴栗及菇類等多項出口導向的農產品，以及農業資材、種苗與農業機械等，都可望帶來更大的外銷契機。

「面對受衝擊的農產業，我國可以效法日本加強農業轉型，目前政府也正採取各種協助產業轉型的措施。」鄧振中指出，為因應台灣加入CPTPP對農業帶來的影響，政府正加強啟動各種產業升級轉型的措施，如「推動進擊型農業，拓展國際市場」、「推行地產地消，促進市場區隔」、「加速結構調整，推動對地綠色環境直接給付措施」、「發展六級



台灣如與CPTPP成員國之間享有優惠關稅，對於蝴蝶蘭、毛豆、香蕉及菇類等出口農產品，可望帶來外銷契機。

化產業，提高農業收益」，以及「強化檢疫檢驗，維護優質環境」等項目。

觀察2》 出口至越、澳、馬、墨具利多

雖然部分內需型與體質較弱的產業，將因國內市場競爭加劇受到影響，但由於我國多數產業以全球出口為主，因此加入CPTPP後，包括紡織成衣、石化塑橡膠、建材、紙類、化粧品、生技醫藥、家電、電子資訊、運輸工具、鋼鐵、機械、汽車零組件、自行車等產業，都將帶來利多。行政院經貿談判辦公室指出，包括越南、澳洲、馬來西亞與墨西哥等CPTPP成員國，在上述

產業商品皆課徵較高關稅，未來台灣若進入CPTPP，關稅可望大幅調降，提高我國產品競爭力。

以紡織業毛衣產品的關稅障礙為例，CPTPP成員國的墨西哥、加拿大、澳洲與智利，都是我國毛衣產品的主要出口市場，且上述幾個國家對我關稅仍偏高，如墨西哥關稅最高達25%。因此未來我國如能加入CPTPP，毛衣產品將有機會大幅出口到這四大市場。

另外，汽車零組件與自行車品牌廠，也都將因此而受惠。雖然占我國汽車零組件最大出口國的美國已退出協定，但是其他成員國如日本、澳

洲、加拿大及墨西哥等，也都是我國汽車零組件主要出口市場。目前除了日本之外，其他3國對台灣仍課高關稅，顯示我國如能加入CPTPP，有助汽車零組件產品出口到這些國家，提升出口價格競爭力。

再者，由於台灣、日本彼此之間產業供應鏈連結甚深，目前我國汽車或自行車許多關鍵零組件，都自日本進口。因此未來台灣加入CPTPP，台商從日本進口零組件的成本可望降低，包括巨大機械在內的企業都將因此受惠。

觀察3》 內需型產業較易受衝擊

農業之外，國內較屬於高關稅且內需型之產業，需留意因關稅調降致國外分食國內市場的局面。例如在整車產品部分，由於我國整車產品品牌知名度向來不高，近年來我國國產汽車在國內市場的市占率又逐漸降低。根據車輛公會數據顯示，我國汽車廠產能利用率也僅約6成，顯示我國整車產業競爭力偏低。

而由於CPTPP成員國中有許多汽車品牌大國，例如日本即為其一，因此未來台灣加入



台灣許多自行車關鍵零組件來自日本，因此未來台灣若加入CPTPP，台商從日本進口零組件的成本可望降低。

CPTPP，若需降低日本進口汽車的關稅，則需積極輔導國內汽車業者提升自身競爭力，並且加強拓銷其他因CPTPP而降關稅的利基市場。

觀察4》 不容忽視的原產地規則

值得一提的是，CPTPP與TPP都針對紡織業採取嚴格的「從紗開始」(yarn-forward)「原產地規則」(rules of origin)：即紡織成品必須使用CPTPP會員國內當地生產的紗線與布，並在會員國內完成剪裁與縫合，才能享受出口到CPTPP會員國的免關稅優惠。因此，我國原本在越南等CPTPP會員國設廠的紡織業者，將可能減少從台灣進口紗線等原物料，因而影響台灣原物料出口。

對此，台灣紡織業在過去TPP談判期間，就以台灣沒有加入該協定為前提，積極採取因應之道。包括遠東集團、台塑等都積極投資越南，在越南布建完整的供應鏈體系。因此，儘管CPTPP的原產地規範與TPP相同，由於紡織廠此前都已做好海外布局，未來就算台灣沒有加入CPTPP，一樣可



CPTPP與TPP都針對紡織業採取嚴格的「原產地規則」，遠東集團、台塑等台灣紡織廠已在越南布建供應鏈體系，可望降低CPTPP帶來的影響。

降低衝擊。

觀察5》 條文凍結對跨境電商影響

近年來電子商務蓬勃發展，跨境電商蔚為風潮，因此TPP協議也特別對電子商務相關事務提出具體規範。其中關務行政類別中，TPP要求會員國必須定期檢討快遞貨品免徵關稅的門檻金額，期能透過每年不斷提升小額寄送的免關稅金額，藉以暢通會員國之間的跨境電商往來。

對此，行政院經貿談判辦公室特別表示，由於CPTPP凍結此一條文，導致這個較符合數位經濟的規則暫時將不會實施。我國業界表示原本預期

加入TPP有助於台商發展跨境電商，但在CPTPP協定中，跨境電商將無法獲得這項利多。不過從另一個層面來看，假設在台灣還未加入CPTPP的情況下，會員國之間的電商業務往來較弱，對經營跨境電商的台商來說，也算是爭取到一些喘息空間。

綜觀來看，一國推動經濟自由化，往往是利弊互見，然而自由競爭帶來的壓力，也是推動廠商轉型升級的動力。因此台灣不能置身全球區域經濟浪潮外，必須採取正面思維，不斷追求創新，才能將自由化的壓力轉為助力，在全球市場開拓更大的商機。■



今年中秋，
預約我與家人的感動時刻

用服務，創造旅人
感動的世外桃花源

過去這幾年，台灣的觀光因為民眾熱情又好客的性格，成為媒體間津津樂道「台灣最美的風景是人」。而其中，人文休閒服務產業的The One南園人文客棧就秉持一期一會的款待服務精神，全心為旅人每一次的相聚，創造超乎期待的體驗，寫下旅人豐盈美好的記憶。



身心靈饗宴的感質 服務訓練

生活風格品牌The One相信人文精神的價值是透過人才、文化與美學的日常訓練所創造，因此，將文創業師與關注美好文化的耕耘者跨界整合，共同激盪多元文化的創價。對於The One南園東方人文管家的培育，The One以每年舉辦一種文化通識課程，薰陶同仁對美的感知並提升內在氣質、儀態。

與茶文化工作者李瑾瑜老師學習茶席文化及茶道禮儀，邀請旅人在天地間品茗；與人文花道王國忠老師學習花藝，用信手拈來的花草增添生活中的雅趣；與阿波羅畫廊跨界共好，將台灣年輕藝術家作品置入客棧四意廂

房打造文人雅集的生活美學，陶冶管家對藝術的生活想望；同仁之間不定期舉辦大地瑜珈，讓身體接觸與大地的連結，透過心呼吸的引導，達到深度放鬆與喜悅，進而做更有品質的服務。The One期盼藉由同仁的人文訓練，實踐「每個人對美好生活的想望」。

山中靜心， 體驗精緻行旅的美好假期

The One團隊經營南園，以東方人文為底蘊，融入在地文化精粹，提倡定點放鬆的旅行，推出雅敘南園一日遊的旅程與兩整日的幸福住宿體驗，打造山中歇心之境。東方人文管家以款待



服務為志業，為每位遠道而來的旅人迎賓奉茶，洗去都市繁忙塵囂；以不旬不食為概念，提供旅人當季、在地的佳餚品賞；透過管家細膩的園林導覽，一窺華人世界最大山中園林之美；離塵前更貼心與旅人送客道別，讓每趟相聚的假期，都成為旅人心中最別具意義的禮物。

唯一時刻， 與親友相聚美好的時光

時序將近中秋佳節，順著九降風的吹拂，The One南園也將在最美山中園林掀起一股清新而雋永的風潮。為了盈盈月光下一年一度的美好相聚，管家邀請台灣第一支以A Cappella為職業的VOX玩聲樂團，在國際大地藝術「風

檐」下與四方旅人輕鬆搖擺，或與珍愛爸媽輕柔吟唱經典民謠《望春風》、或與多年知己舉杯歡唱時下流行的《告白氣球 × 飄向北方》，來一場最浪漫的天地和鳴。

The One提倡五感六覺的行旅體驗，從日落到月昇在無邊緣草地上不只有玩聲樂團的天籟美聲，管家精心準備多款色彩繽紛的飲品與吮指美味的finger foods，為美好相聚揭開燦爛序幕；演唱會中場，廚藝團隊為中秋準備無負擔的健康佳餚，現場碳烤各種當令水果與十色蔬菜；演唱結束、夜幕低垂後，更有用心飼養的香草雞肉串、舒康豬肉串和在地艾草包與秋季的桂花、五穀堅果飯糰等鹹食，最後

誠邀旅人自行碳烤棉花糖，盡情享受鼓腹而遊的樂趣，在觥籌間體驗The One的美好生活風格。

東方人文管家的極致 款待服務

The One不斷發掘台灣文化中的好人、好事、好物、好風景，以共好為念，發揮文化創意產業的價值，讓The One南園人文客棧成為台灣第一座榮獲日本Good Design Award的人文休閒園區，不只愛好東方文化的旅人，也吸引來自香港、日本與韓國的國際旅人紛紛前來度過美好的歇心假期。The One透過東方人文管家的款待服務，用另一種美好生活風格的演繹方式，讓世界認識台灣最美的風景。





除了政府提供輔導措施，企業也須思考轉型升級之道，強化自身實力來因應瞬息萬變的國際情勢。

當台灣預見全球區域經濟整合

掌握三大策略 不畏自由經貿競爭

台灣在每一次全球化經濟發展開放過程中，始終都能透過各種策略措施與轉型升級，成功開拓一片天。這一切除了有賴政府的產業計畫輔導與貿易救濟外，更得依靠廠商以技術創新與品牌經營追求轉型升級，同時輔以精準的全球投資布局眼光，才能不斷突圍，建立台商的全球競爭優勢。

◎撰文／劉麗惠 圖片提供／商周圖庫、Shutterstock

根據行政院經貿談判辦公室提出的數據顯示，2014年東協十國間彼此的貿易往來約為35%。爾後隨著「東協經濟共同體」（ASEAN Economic Community, AEC）於2016年正式上路，東協各國加快相互開放腳步，到了2018年，東協十國的貿易往來已經達到60%。

照理來說，東協各國之間的貿易互動增加，應該會降低台灣與東協的貿易往來，但實際上並沒有因此而受到影響。由此可見，全球經濟自由化過程中，台灣始終能夠找到自己的定位，而政府輔導與救濟措施，產業轉型升級，精準的全球投資布局眼光等，是台商因應全球區域經濟整合的關鍵方程式，也是未來應對CPTPP的重要戰略。

戰略1》 政府輔導與貿易救濟措施

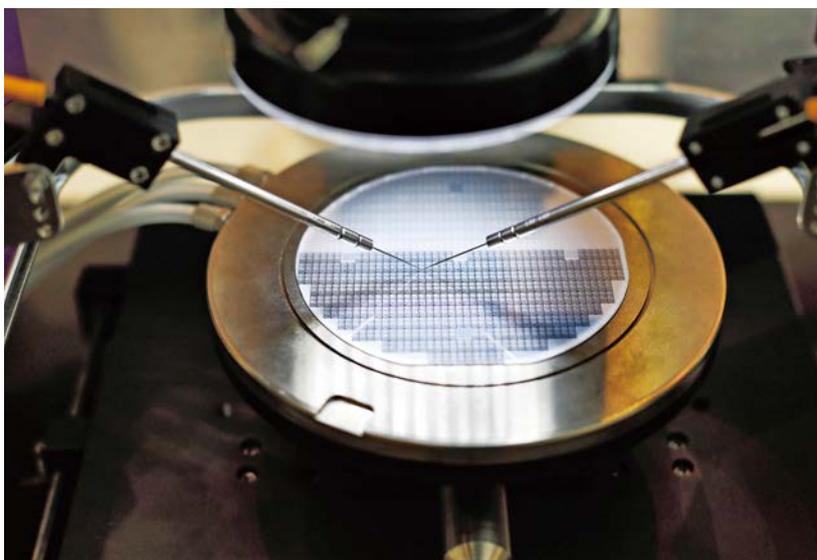
行政院政務委員兼經貿談判辦公室總談判代表鄧振中指出，逐一談判的雙邊貿易協定，對台灣而言相當辛苦，因此像CPTPP這種區域經貿協定，是台灣很好的機會。例如過去台灣透過加入世界貿

易組織（WTO）下的資訊科技協定（Information Technology Agreement, ITA），帶領台灣資訊科技業站在全球競爭的公平線上，是以台灣若能加入CPTPP，競爭力可因此躍升。

然而，加入這類協定難免會衝擊部分產業，政府必須採取各種措施因應。對此，鄧振中強調，此前行政院已核定「因應貿易自由化產業調整支援」方案，編列新台幣982億元減緩國內高關稅及內需型農工產品可能受到的衝擊。另外，立法院也通過「因應貿易自由化調整支援條例」，對受到自由化衝擊的個別企業或勞工提供救濟，協助產業因應並爭取未來商機。

而為了幫助內需型、競爭力較弱、易受貿易自由化衝擊的產業如家電業，深厚內外銷市場的競爭力。我國經濟部多年前已推動「台灣製產品MIT微笑標章」及「台灣製MIT微笑產品驗證制度」，除藉此取得國人對台灣家電產品的信任，藉由政府標章認證的肯定，也有助於提升海外市場的品牌知名度。

未來，在行政院院長賴清德的指示之下，政府各部會後續仍將積極協助產業轉型升級，尤其透過推動「5+2」產業創新加強對中小企業輔導，以及優化產業發展環境等，以因應台灣加入CPTPP對產業帶來的衝擊。



WTO的ITA協定將科技產品逐步降到零關稅，台灣半導體產業因此受惠。



廣隆光電在台商大舉西進時選擇投資越南，如今AEC正式上路，CPTPP也即將生效，精準的布局眼光為其帶來更大利多。

戰略2》 追求創新致力轉型升級

仰賴政府協助產業創新的同時，台商也要持續進行轉型升級，如追求技術與應用的創新，或是投入品牌經營，厚植實力以面對經濟自由化帶來的挑戰。巨大機械前執行長羅祥安表示，企業只要能不斷追求創新，甚至朝品牌經營之路，就不會畏懼市場開放的競爭，反而會樂觀其成。

事實上，不僅大型企業可透過技術創新與品牌經營，

因應全球經貿開放浪潮。我國中小企業也可積極推動品牌策略，力抗開放之後更加激烈的市場競爭。

例如，牛肉進口商金煜實業，近年來不僅投入產品創新，開發多元化產品，同時也致力推廣自有品牌「湯瑪仕肉舖」，逐漸在國內建立品牌知名度。相信，儘管未來國內肉品市場將因開放而帶來嚴峻挑戰，金煜實業也能以湯瑪仕肉舖的品牌力，成為力抗競爭的利器之一。

戰略3》 精準的全球投資布局眼光

面對全球化時代，不僅大型企業，中小企業更要走向跨國經營之路。對此，經營者的全球投資與布局眼光必須精準，才能讓企業站在對的位置，建立跨國經營競爭優勢。台灣鉛酸電池廠商廣隆光電就是很好的案例。

廣隆光電指出，1990年代台商大舉西進中國大陸，然而當時廣隆看準越南市場加速開放腳步，具備發展潛力，再加上當地競爭者不多，因此選擇前往越南投資，長年來已設置多個廠房與龐大產能，成為越南最大的鉛酸電池廠商。因此，當AEC正式上路，CPTPP也即將生效，越南深度融入區域經濟體的現況，為廣隆光電帶來更大利多。可見精準的全球布局眼光，對於企業營運成長與競爭力提升，至關重要。

綜觀來看，市場開放勢必會有更激烈的競爭與挑戰，但同時也為台灣帶來新機會。因此台灣面對自由經濟應該抱持無所畏懼的態度，積極做好準備以及相關策略措施，正面迎向開放自由的經貿挑戰。■

商業談判年度唯一課程

談判

克敵制勝！ 商業談判系列課程

《談判》的戲碼是時時刻刻都上演著。尤其在商業談判桌上，大家無不卯足全力捍衛自己的利益，但要怎麼「談」才能殺出重圍，進而達成雙贏境界，這才是一門大學問。本課程由享譽海內外的**談判權威劉必榮教授親自指導**，劉教授將引領您如何在攻防戰中取得先機贏得最終勝利。本課程將讓您終身受用、無往不利。

可三堂全修或單選

11/27 課程1：孫子兵法與談判謀略
何時是談判最佳時機？如何終結纏鬥並收尾？

12/4 課程2：領導的謀略與智慧
領導該如何建立及管理團隊？該如何做決策？

12/11 課程3：國際商業談判
什麼是文化智商？如何跨文化談判？



為提供學員尊榮學習場域，本課程特別於本會「哈佛式」講堂授課，除課程內容精實外，另提供精緻茶點，促進學員間交流。

談判權威 劉必榮 教授

東吳大學政治系教授
台北談判研究發展協會理事長

歡迎加入
國貿學苑FB粉絲團



進入官網報名



- 傳真報名專線：(02) 2536-3328；
- 洽詢電話：(02) 2581-3521 (分機439) 郭阿賓 專員



國貿學苑

INTERNATIONAL TRADE BUSINESS SCHOOL

您進修的首選！

不只省錢更能賺錢

未來10年 創新營收就靠AI

近一年來，不管在哪一個產業，人們必談人工智慧（AI），AI也確實正逐步走入人們生活的各項領域。究竟，未來10年AI對於銷售、消費行為、商業行為乃至商業模式的影響，將產生什麼樣的變革？台商應在這一波破壞性革新全面來襲之際，掌握AI未來趨勢，才能迎向新未來。

◎撰文／劉麗惠 圖片來源／法新社、Shutterstock

未來AI的四大應用領域

製造端

量產工業機器人，使無人工廠遍地開花，作業人力將被取代。



物流端

智慧物流+邊緣運算，逐步走向無人物流時代，物流人力將被取代。



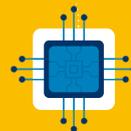
服務端

AI聊天機器人持續進化成為無AI虛擬代理人，能處理基礎行政事務，基層白領員工將被取代。



營運端

透過AI進行自動化決策，優化商業與行政流程，達到節省人力成本，同時也能創新營收項目。



以《人類大歷史》一書暢銷全球的以色列歷史學家哈拉瑞（Yuval Noah Harari），2017年再出版《人類大命運》（*A Brief History of Tomorrow*），進一步從歷史學、生物學、政治學各層面探討人類的未來，其中一項重要論述是：當生物醫學工程、半機械人工程、無機生命工程持續進展，人類從「智人」位階躍升為「神人」（Homo Deus），終極命運會是如何？影響人類未來最重要的科技之一，就是人工智慧（AI）。

《人類大命運》一書中，不管是談到以「圖靈測試」（Turing test）判斷電腦是否具備心靈；或是Google、特斯拉（Tesla）正在測試的自駕車；以及哈拉瑞認為新興科技宗教的數據主義（Dataism）興起，未來人們所崇拜的不是神祇，也不是人類，而是敬拜資料數據等，這些都與AI有關。

三大訴求 用AI來運籌帷幄

事實上，AI對人類生活與商業模式的影響已全面啟動，往後10年的影響力勢必更為劇

烈。國際調查機構Gartner研究副總裁John-David Lovelock指出，未來10年，AI將成為突破性創新程度最高的技術類別，其中又以「顧客體驗」、「降低成本」與「新增營收」成為未來企業導入AI的三大關鍵訴求，這也是AI商業價值的主要來源。

John-David Lovelock分析，在AI發展的前幾年，「顧客體驗」是主要的商業價值來源，這時企業會使用AI技術來提升與顧客互動，目標是增加來客數和留客率。緊追在顧客體驗之後的是「降低成本」，即運用人工智慧來提升行政流程效率，藉此改善決策並推動更多任務的自動化。然而，預計2021年左右，「新增營收」將成為AI最主要商業價值，企業將利用AI來增加既有產品及服

務的銷售，並為新產品及服務發現商機。因此就長期來看，AI最重要的商業價值，在於為企業帶來新增營收的可行性。

別錯過！

未來AI的四大應用場域

綜合目前研究機構與專家對於AI未來發展的看法，可以發現，AI正逐步滲透在這種應用領域中，不僅取代人類工作，同時也創造出新的商業價值。可以預見，未來AI將在各行各業遍地開花，其中又以四大應用領域，值得台灣企業加以著墨。

製造端》 無人工廠指日可待

毫無疑問，AI工業機器人取代工廠作業人員的事實已經發生，而且未來10年還將愈演愈烈，未來的無人工廠，可能

AI的商業價值



顧客體驗

增加客數和留客率



降低成本

改善決策並推動更多任務的自動化



新增營收

為企業帶來新增營收

發展初期

發展中期

發展後期

是製造業維持競爭力的關鍵。

2018年7月，德國運動用品品牌愛迪達（adidas）在倫敦發表第一雙由無人工廠「Speed Factory」製造出來的特製鞋款，機器可以全自動生產作業複雜的鞋子，代表工業機器人的進展又往前推進一大步。場景移到日本，日本工業機器人製造大廠發那科（FANUC）位於富士山下的無人製造工廠中，一台台機器人透過智慧系統Robot Cell，在沒有預先輸入程式指令下，可以每天24小時的進行智慧運作，凸顯機器人不再只是工廠協作的角色。

而在發那科工廠之中，每天由自動化機器人生產出的智

慧機器人，不斷地運往世界各國的製造工廠中，又打造出更多的無人工廠。隨著發那科不斷擴增產能，增加其工業機器人的生產量，顯見全球製造業對於自動化生產機器人的需求愈來愈大，也讓人預見，無人工廠時代的來臨指日可待。

誠然，近年來在工業4.0的浪潮下，以機器人取代傳統人力進行智慧製造，已是必然趨勢。根據TrendForce旗下拓璞產業研究院預估，全球智慧製造產值將在2020年達到3,200億美元，不僅意法半導體、IBM、發那科、西門子等國際大廠積極投入相關解決方案的研發，製造業也紛紛導入自動化設備。

不過，無人工廠的全面智慧製造並非一蹴可幾，企業想導入AI工業機器人，必須具備循序漸進的思維。拓璞產業研究院分析師劉耕睿認為，企業利用AI與物聯網等科技邁向智慧製造，一開始會利用設備連網、資料擷取，踏入數位轉型的第一步，之後再進一步透過智慧平台串聯各層面數據，並利用人工智慧與各式演算法，讓數據在現實應用中能夠發揮最佳效用。而近年崛起的邊緣運算（edge computing），將以數據為核心建立智慧架構，並結合各式新興載具落地於實際場域，強化企業製造流程的穩定與效率。

物流端》 機器人送貨也不奇怪

想像一下，當AI無人工廠智慧化製造出商品後，商品要往外運送，同樣可以透過AI，以智慧物流的方式，降低物流成本與人力，未來甚至連無人物流都有可能實現。

儘管無人物流尚未出現，但AI已使許多企業的物流環節，變得更加盡善盡美。此前，中國大陸科技巨擘百度透



adidas的無人工廠「Speed Factory」已可全自動生產作業複雜的鞋子。

過導入英特爾的AI邊緣運算解決方案，在百度旗下的運輸業務服務上，達到改善運輸服務營運的目標。例如，透過AI實時（事物發生過程中的實際時間）視訊分析系統，運輸單位可以無時無刻監控卡車狀態，然後即時向總部匯報運輸過程中的異常狀況。

在過去，即使運輸車配備視訊系統，但因不具備實時監控，只能在事後透過視訊回放，觀察異常狀況。如今透過AI實時功能，一旦監測到任何意外事件，如商品從卡車掉落等，便可立即通報總部。

雖然智慧物流到無人物流，尚有一段路要走，但也有企業積極藉由AI技術，開展無人物流的可能性。日前，中國大陸電商巨擘京東商城透過智慧配送機器人與自駕車，進行商品運送，智慧配送機器人透過AI科技的相關運用，不僅可以辨識紅綠燈、避開障礙物，還可自動規劃路線、自駕、自動停車，到達貨物地點則自動發送訊息給消費者，請消費者到門前取貨，幾乎取代送貨員的運送工作。



在智慧物流的趨勢下，倉儲管理已採用大量搬運機器人。

《服務端》 讓機器人擔任您的助理

除了製造與物流端還不夠，隨著AI技術的成熟，企業為提升顧客體驗或降低人力成本，在服務端也開始導入AI。

事實上，過去廣泛應用於服務業的聊天機器人，大多以提升顧客服務體驗為主。如今，隨著AI語音助理的科技持續往前推進，AI聊天機器人已經進化為AI虛擬代理人（virtual agent），未來這樣的代理人將在許多領域取代白領工作，並為企業帶來降低成本的商業價值。

在2018年微軟全球開發者大會（Microsoft Build）上，微軟全球執行副總暨微軟人工

智慧及微軟研究事業部負責人沈向洋指出，微軟的數位助理及對話機器人技術「Bot Framework」，已經可以像真人一樣自然地與人交流，至今已有超過30萬個開發者參與嘗試利用「Bot Framework」開發對話式聊天機器人，徹底實現「對話式AI」（Conversational AI）的創新應用。

基於技術不斷趨於成熟，Gartner也預估未來虛擬代理人的商業價值，將使企業的人力成本從2018年的46%降至2022年的26%。John-David Lovelock分析，虛擬代理人因為可取代客服中心、櫃台一些簡單的人工服務，還能協助員工排定行

國內AI方案與案例

開發單位	工研院 巨量資訊科技中心	凌群電腦
產品名稱	AI Clerk	服務型機器人Ayuda
功能與優勢	<ol style="list-style-type: none"> 1.提供搜尋與導流的智慧應用服務。 2.透過語意推論分析與語意聯想，能理解多樣消費者的口語化提問模式。 3.能進行個人化推薦。 4.目前此技術已經與Mobile01合作，並推動與各大電商平台、直播平台或各廠牌機器人進行合作。 	<ol style="list-style-type: none"> 1.內建的機器人移動平台、機器人零組件、語音辨識、語音交談、機器人自動學地圖及導航、視訊等。 2.只要說出想去的診間，機器人就能帶領前往，解決病人找尋診間的痛點。 3.目前已導入國軍花蓮總醫院，透過整合醫院健保卡讀卡機，連結至醫院管理系統。 4.未來將進一步開發推出「雲端藥歷功能」，只要掃描藥袋，就能知道藥品相關資訊。

資料來源：編輯室整理

事曆、行程和其他行政工作，這些功能都能讓企業組織降低人力成本。

營運端》最佳化的提高營收

無論是製造、物流或服務端，企業對於AI的應用，最後都要回歸到公司營運領域。目前對於許多企業而言，利用AI應用減少人力、降低成本都只是基本功，更多企業在思考的是：如何透過AI創新服務，提高營收，進而創造更高的附加

價值。

對此，以AI為基礎的自動化決策系統，將在未來廣泛受到企業的採用，Gartner預估，未來決策自動化占全球AI相關領域的商業價值，將由2018年的2%增至2022年的16%，凸顯企業使用AI增加營收的比例將愈來愈高。

John-David Lovelock分析，自動化決策系統會使用AI自動執行任務或優化商業流程。具體應用包括：語音文字

轉換、手寫格式或圖像處理，或是將其他傳統系統還無法存取的資料內容分類等，這將使現在企業環境中充斥非結構化資料（unstructured data）與歧義（ambiguity）資料的問題獲得解決，為企業組織帶來極大的商業價值。

談起以AI創新營收的作為，中國平安保險公司正將AI落實於旗下的保險、銀行、醫療等領域業務，例如，該集團旗下的平安醫生「AI Doctor」，以AI為基礎開發智慧輔助診斷與治療系統，以及創新健康狀態智慧設備，然後透過龐大數據提供一般民眾在線上進行健康諮詢服務，同時增加服務項目來創造新營收。

綜觀來看，AI已開始滲透到人們的各項生活領域，在為人類食衣住行育樂帶來智慧化的同時，也徹底改變商業的競爭模式，愈來愈多的職業將被AI取代，但也將有新的機會產生。因此，台商必須走在潮流之前，掌握AI所帶來的變革與影響，才能站在時代的浪潮之巔，掌握由AI開啟的下一個黃金10年。■

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！

【熱門課程】

定價6,000元

國際貿易實務班第204期

107年10月17日~12月7日(週三、五晚上7:00~10:00,共48小時)

本課程以實務面為主，解說國際貿易流程與操作，帶領國際貿易初學者及新進人員成功跨入國際貿易領域。課程師資陣容堅強，政策面、學理面與實務面環環相扣，內容充實完備，即學即用，內容包含：國際貿易作業流程、貿易條件解說運用、進出口報價及訂約技巧、信用狀&非信用狀解析、信用狀押匯實務、貿易單據解說及專有名詞介紹等15個主題，預期學員上完課後能具備實務操作之能力。

【強化外貿關鍵】

定價3,200元

貿易融資實務研討班

107年10月17日~11月2日(週三、五晚上7:00~10:00,共18小時)

國際交易市場危機四伏，因此在接單的同時，風險就一直跟著你，為使企業做好事先防範之道，降低被詐騙的風險，本課程由最專業的講師，提供最新、最實務的貿易法規與專業新知，正確掌握國貿條規各項條件規定，應如何防範與處理，及做好風險管控，降低貿易風險，提升學員貿易營運資金管理與貿易融資規劃之能力。

108年度四大領域課程搶先報

精心設計，業界名師，商貿人必上，即學即用，提升您職場競爭力，歡迎踴躍報名參加，提前報名繳費享早鳥優惠價！

證照輔導

國際貿易大會考輔導班、國貿業務(丙級)技術士技能檢定輔導班、專責報關人員考證輔導班、保稅工廠保稅業務人員班、保稅倉庫免稅商店及物流中心自主管理專責人員班、優質企業供應鏈安全專責人員班等。

貿易語文

商用貿易英文班、貿易英文書信與電子郵件書寫技巧班、會展實用英語班、商用貿易西班牙語班、阿拉伯語初級班、印尼語進階班、泰語初級班、越南語初級班、商用貿易日文班、商務日文應用班、商用貿易韓語班等。

國際貿易

國際貿易實務講習班、國際貿易專精實作講習班、國貿實務分析與操作應用班、進出口通關實務班、進出口通關實務解析與案例分享、進出口報關操作實務班、貿易會計稅務講習班、基礎會計入門實務、國際貿易採購實務與談判技巧班、貿易融資實務研討班等。

電商實務

參展行銷與電商整合實務班、電商物流實務班、網路行銷操作實務班等。

※ 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FB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



以家族紡織背景奠定基礎功，SOLIS從OEM發展為ODM，並成功站上海外伸展台。

夢想不停 打造百分百台灣製造

SOLIS 以繽紛色彩躍國際舞台

從傳統紡織加工業出發，鄭文宏累積了20多年代工生產經驗，自創品牌SOLIS，以高難度印花技術及自身長年出差經驗，不斷修正產品舒適度，用百分百來自台灣的繽紛後背包，刷新世人眼界。

◎撰文／楊子懿 攝影／翁挺耀

回顧1960、70年代，那是個台灣輕工業加工出口發達的時代，舉凡歐美知名運動鞋、雨傘、袋包，乃至成衣品牌，多由台灣中小企業代工再出口至全球各地，不僅替台

灣締造驚人的出口貿易額，博得如「雨傘王國」、「製鞋王國」等美名，養活數十萬個家庭，而SOLIS執行長鄭文宏，也在這樣的背景下成長。

來自台南的鄭文宏，家族

長年經營全業紡織，是adidas、Nike、Under Armour等知名運動品牌運動布料的前三大供應商。從輔仁大學資管系畢業後，鄭文宏被叔叔找進全業紡織負責架構公司資訊管理系

統，而當時的他卻沒想到一年後的自己，將一頭栽進與所學完全無關的布料世界。

熱愛布料 理工男跨紡織

「我在1995年入全業工作，叔叔是主要經營者。一開始，我主要負責架構管理資訊系統與工廠的企業資源計畫，與大學所學的電腦相關專業有關。但我的個性喜歡和人接觸互動，要我每天面對電腦真的很煩，後來跟叔叔討論了一下，他說好，那你去當業務吧！」鄭文宏說。

鄭文宏雖是家族裡的「皇親國戚」，但踏入全然陌生的紡織業，也得從基層歷練起。

「從研發、生產、包裝到測試，每個部門、單位我都待過。有時候要去推布車、操作染色機，貨櫃車來了也要跟大家一起上櫃，把一支支的布疊進去。那時候真的很操，但也滿好玩的。」坐在SOLIS位於台北八德路上的概念店受訪，回憶起那段在台南新營工業區下鄉的歷練，鄭文宏說得口沫橫飛。在基層汲取養分一年後，他回到台北總部從業務出發。

鄭文宏形容，「那是台

灣紡織輝煌的時代，淡季我們出去找訂單，旺季則都在躲客人。訂單太多了、消化不掉，客人來找就躲，電話都不敢接。」時值台灣紡織業的黃金年代，鄭文宏常常拿下年度業務冠軍。

紡織業興旺，鄭文宏卻苦笑，「這一行很辛苦，加上傳統產業薪水較低，外人知道我在賣布都很詫異。很多年輕人根本不願意進傳統產業，像我這一輩的堂兄弟、表兄弟姊妹全閃得遠遠的，最早只有我在家族企業上班。」鄭文宏大學畢業之時，正是台灣電子資訊行業起飛階段，讓人不禁好奇，他為何20出頭就甘願放棄人人稱羨的電子業高薪，回到

被喻為「黃昏產業」的傳統紡織業？

「我發現我對布料還滿有興趣的。」鄭文宏解釋，「布料是有溫度的東西，不像電腦是冷冰冰、很制式的東西；布料每天都在變化，甚至同一塊布料，今天摸跟明天摸就不一樣，顏色、手感和厚度都有差異，這些各式各樣的不一樣雖然很擾人，但也很好玩，後來我就待了下來。」

不甘寂寞 離舒適圈創業

在全業紡織工作12年，鄭文宏從基層業務，一路升任業務處長，不時帶兵出外參展、拿訂單，好不風光。這段說長不長、說短不短的日子過得順



SOLIS推出多款色彩繽紛包款，受到年輕族群的喜愛。

風順水，卻也讓鄭文宏萌生倦意，「我在全業紡織做了12年，日子滿好玩的，但也會有疲乏的時候，便想試著跳出舒適圈。」

因為時常在海外參展，鄭文宏的視野隨之被打開。「在國外展覽，看到日本、義大利很多新的東西，包括紡織、紋路。你會覺得人家可以做到這樣，那我的產品能不能有一些改變？」

2007年，自嘲是「不甘寂寞」才創業的鄭文宏，獲得

叔叔與父親支持，決定離開家族底護的羽翼，創立明興紡織。他以生產極限運動使用的高端功能性布料起家，大膽玩顏色，推出難度較高、色彩斑斕的印花布，頗受國外廠商青睞，並從傳統的代工生產（OEM），逐步走向代工設計（ODM）。

切入高端功能性運動布料市場，讓明興的布料平均單價較過去拉高一倍之多，加上鄭文宏歷練多時的業務經歷，明興紡織很快便從草創時期的3人小公司，逐漸站穩市場，陸續拿下多家知名運動品牌訂單。

不滿殺價 玩笑話創品牌

創立明興紡織獲得成功，原以為創業之路就此順遂，但一次鄭文宏和同事到香港出差，遭客戶惡意殺價後，卻意外促成他在2011年決定走上品牌之路。

鄭文宏說，「那次出差前我就知道是被叫去殺價的，但又不得不做出讓步，會議結束後同事的心情忿恨不平，我的心情也忿恨不平。同事問我，賣布這麼辛苦，老闆你幹嘛不自己弄個品牌？」一句無心插

柳的玩笑話，讓鄭文宏創業的心再度蠢蠢欲動。他開始思索，是否真的要嘗試創立自己的品牌。

「那一年是2011年，剛好是中華民國建國100年，到處都是國旗意象的產品。我就在想，不如設計一個國旗相關產品來試試看？」拿起一件SOLIS著名的國旗後背包，鄭文宏笑說，「這是我們品牌的第一個產品，第一年就賣進機場免稅店和中正紀念堂，很受陸客與觀光客歡迎，後來我們陸續推出夾克、保溫杯、徽章等衍生商品，一直到今天都還是品牌的暢銷商品。」

自創品牌是許多台灣代工廠的終極夢想，但發展品牌何其容易？不僅需要長期、穩定的合作廠商及資金挹注，後端的行銷、品管和倉儲費用更是驚人，一路走來全是「燒錢」的工作。而鄭文宏創立SOLIS，也是家族中的第一人，問他家人的反應，他大笑說，「我爸爸跟叔叔告訴我，你要小心一點，不要把錢燒完了。但其實一開始我沒有想那麼多，反正要做就做嘛！」

國旗背包的成功讓鄭文宏



SOLIS品牌創立之初，第一個產品國旗後背包大受消費者喜愛，此後陸續推出國旗夾克、保溫杯、徽章等衍生商品，一直到今天都還是品牌的暢銷產品。

對自創品牌滿腔熱血，他利用明興紡織生產特殊印花布料的技術，推出多款色彩繽紛、搶眼的後背包，頗受年輕族群的喜愛。但是，隨著SOLIS的產品線逐漸擴張，他在找尋穩定的合作廠商配合時，也碰了不少軟釘子。

「我在紡織這個圈子待了十幾年，每一次去外面找工廠，大家都已熟悉我是全業紡織的第二代、明興紡織的創辦人。對他們來說，你今天來我這裡，肯定是要挖我的技術，或拿到打樣後，就回到自己工廠生產。」這個問題困擾鄭文宏很長一段時間，也令他相當沮喪，但他並沒有因此放棄，而是選擇放下身段，拿出誠意、逐一拜訪合作廠商、交際應酬，這才打破同業間相互猜忌的藩籬。

擴張產品 品牌全力衝刺

自2011年創立SOLIS以來，經過6年多的養成，目前除了位於台北八德路上，結合餐飲、酒吧的品牌概念店，他也打入台灣及中國大陸四川、重慶等地的百貨公司實體櫃位，準備積極擴張。

「我們只會前進，不會後退。」說起SOLIS下一階段的規劃，鄭文宏相當興奮，「今年我們的產品推出了進階版、專業版跟入門版等3種不同類型背包，用以培養消費者的忠誠度。鄭文宏進一步說明，早期SOLIS不敢做高單價產品，「3年前最貴的包包一個只賣3千元，價錢一旦往上漲，你會很怕賣不掉，貴的包包只能偶爾推出、打游擊戰。」

但仔細觀察消費者需求，鄭文宏發現商務人士出差經常需要放電腦、充電器，對於背包的載重與舒適程度也更為重視。「我自己也是一天到晚出差，可說非常了解商務人士的需求。SOLIS嘗試增加產品附加價值，設計很多夾層用以放筆電、平板電腦，加上安全設計

放置護照，但背起來的同時卻可兼顧舒適。而這樣的進階版包包，售價一個便可以拉到8千多元。」這一個突破性的嘗試，打破過去其不敢做高單價產品的限制。

回首6年多的創業路，鄭文宏一路走來角色歷經多次轉換，從單純的電腦理工男跳進紡織傳產的世界，再從基層業務跨足高端功能性布料創業及自創品牌SOLIS。我們問對自創品牌是否曾後悔過？他語氣堅定地說，「若再重來一次，我相信自己還是會選擇自創品牌。」SOLIS的下一步，將瞄準海外市場，除了實體櫃位外，也開始強化中國大陸的電子商務市場。他將用百分之百台灣製造的產品，刷新世人對包包的定義。■

PROFILE

SOLIS 小檔案

- 成立時間：2007年公司成立
2011年品牌成立
- 資本額：新台幣725萬元
- 營業額：2018年新台幣2.8億元
- 主要業務：自有品牌SOLIS商品製造及銷售
- 產品項目：後背包、夾克



執行長 鄭文宏



非洲積極營造友善投資環境，吸引外資進駐，成為台商投資新沃土。

黑色大陸翻紅崛起

非洲力拚經濟轉型 成新投資天地

非洲是全球經濟成長最快速的地區之一，根據IMF報告顯示，過去十年非洲的整體經濟成長率幾乎年年都高於全球平均水準。近年為尋求持續性的經濟發展與突破，許多非洲國家也正積極營造更友善的投資環境以吸引外資進駐，無疑成為台商前進新南向國家外的另一個投資新契機。

◎撰文／林丞閱 圖片提供／商周圖庫、Shutterstock

非洲有55個國家、12億人口，整體GDP曾連續多年以5%的速度穩定成長，而在未來五年內，IMF也預估該地區的經濟成長率將會持續超越全球平均水準。

與此同時，非洲的人口也以驚人的速度增長，根據聯合國報告顯示，目前全球人口總數約為76億人，預計2050年將增加至98億人，其中非洲將貢獻全球超過一半的人口成長數

量，屆時這塊黑色大陸的人口數預估將翻倍成長，來到25億人大關，也就是說，每4個地球人，就有一位來自非洲。

在上述經濟成長與人口紅利的雙重誘因下，非洲早已是

各國投資者競相逐利的戰場。近年來，儘管非洲總體經濟情勢不時有所震盪與衰退，但如衣索比亞、象牙海岸、莫三比克、摩洛哥、坦尚尼亞、塞內加爾、迦納、肯亞、盧安達等國家，在經濟上的表現卻依舊穩定成長。

究竟這些國家有哪些與眾不同之處？本文鎖定近幾年積極轉型且經濟表現亮眼的衣索比亞與莫三比克兩國，為台商的非洲拓展之路，先行探索其最新的市場特性與投資商機。

衣索比亞》 製造業的優良海外基地

衣索比亞在2017年甫晉升為東非第一大經濟體，十多年來GDP幾乎以年均10%的驚人速率成長，不同於其他依靠能源出口的非洲國家不斷受全球經濟波動的左右，衣國政府以穩健的腳步，在經濟成長的目標下輔以適當、開放的社會政策，如已經步入第二期的「成長及蛻變計畫」（Growth and Transformation Plan II），來解決食物安全、環境與教育等國家發展問題，由上至下，從社會整體層次的提升，培養經濟

成長與轉型的動能。

衣索比亞擁有相對穩定的政治、社會環境，而政府也極力推動教育普及化，根據世界銀行的資料顯示，從2000年至今，衣索比亞挹注在教育建設的經費幾乎翻倍成長，不僅讓國內失學兒童比率降低了60%以上，也使得衣索比亞這個擁有非洲第二多人口的國家，得以擁有優良的人口紅利兌換環境。

衣索比亞目前擁有約一億人口，但其中勞動人口就占了半數。根據世界銀行數據顯示，衣索比亞的總勞動人口在2017年已突破5,000萬大關，是僅次於奈及利亞的非洲第二大勞動力人口國家。雖然人口數

量上不是非洲最多，但衣索比亞有著比奈及利亞更為完善的水、電、鐵路與道路等基礎設施，同時勞動成本低廉（日薪約3美金），比許多東南亞國家來得便宜，加上勞動人口因教育普及而素質日漸提高，整體勞動力極具競爭性，被稱為是「製造業最後一塊淨土。」

衣國政府以相對穩定的政經環境、較高的勞工素質與較低的勞動力成本做為自身優勢，傾全力發展勞力密集型製造產業，透過國家的政策擊劃，提供優惠的關稅、具競爭優勢的投資環境以吸引外資進駐設廠，企圖成為未來的新世界工廠。



非洲人口以驚人的速度增長，在未來，每4個地球人就有一個來自非洲，因而成為各國投資者競相逐利的戰場。



衣索比亞擁有充沛且受過教育的勞動人口，加上新法令的鬆綁與優惠的實施，成為台商拓展事業版圖的新選項。

勞力優+獎勵優+稅負優 台商投資紛傳捷報

台灣紡織成衣廠商「旭榮集團」與「宏遠興業」看中衣索比亞的勞動力潛能與相關的優惠獎勵措施，在這幾年內紛紛選擇在衣索比亞投資設廠。另外，台灣知名的製鞋廠「兆琪實業股份有限公司」也看準衣索比亞的投資優勢與經濟潛力，在2013年投資約5千萬美元於衣索比亞Bole Lemi工業區設立製鞋工廠。設廠2年後，兆琪又於2015年開始打造新投資案，這次預計花5年時間，投入約1億2千萬美元在首都東南方的Mojo市建造新生產基地，並計劃帶來更多台灣與中國大陸等地的新投資者。對於衣索

比亞政府在兆琪投資設廠過程中，無不竭力提供各項優惠與幫助，兆琪也表示會努力將「Made in Ethiopia」的標籤，行銷至世界各地。

綜觀衣索比亞的投資環境優勢，除了擁有充沛且受過教育的勞動人口，該國也在國內法規和國際貿易法案的層面提供了許多鬆綁與優惠，如2014年衣索比亞政府頒布新法令，規定大部分用於加工服裝的原料及副料進口免賦稅，一解過去衣索比亞服裝及衣著附件進口關稅稅率高達35%的投資者困境，藉此鼓勵外商投資紡織成衣行業。

而衣索比亞同時身兼美國「非洲成長暨機會法案」

(AGOA)、歐盟「武器除外的全面優惠安排」(Everything but Arms)與非洲「東部和南部非洲共同市場」的成員身分，不僅讓在該國投資設廠的外商享有商品銷往美國、歐盟免關稅，同時還能以優惠關稅出口至共計3億人口的23個非洲國家，行銷潛力無窮。台灣的勞力密集型產業可積極把握衣索比亞的生產、稅負優勢，同時參考當地的台商經驗，勇敢前進開拓事業新版圖。

莫三比克》

南部非洲的資源寶庫

莫三比克位處非洲東南部，比鄰印度洋，擁有豐富煤礦、天然氣國家，亦是東南非

洲內陸國的重要出海口。莫三比克的政治與社會環境穩定，加上天然資源豐富與政府長期努力改善投資環境，使得其外資吸引力不斷提升。

根據莫三比克投資促進中心的統計，這幾年莫三比克的外國直接投資持續快速增長，投資來源國從10國左右新增至60多國，光是2009年至2013年4年間，就通過了1,400個外國直接投資項目，總額約180億美元，其市場的價值與潛力逐漸受到世界矚目。

莫三比克政府非常鼓勵外資投入礦業、農林漁及綠能等產業，目前礦物與天然氣的開採在莫三比克的外國直接投資總額中占很大一部分。而農業的外國直接投資雖比不上礦業，但作為莫三比克重要經濟基礎之一，其貢獻了目前該國總GDP的21%，農業勞動人口更是占了該國總勞動力的75%，因此莫國政府也希望外資能多投入農業領域，增進生產效率，從而改善糧食自給率不足的問題。

綠能產業則是莫國鼓勵外國投資的另一亮點，近幾年莫三比克積極推動「政府電力收購制度」（Feed-in Tariff），

希望能吸引本地與外國對綠能產業的投資。目前，莫國東南部的Quelimane市已被非營利組織碳揭露計畫（CDP）認定為綠能城市，未來莫三比克希望投資者可以更有效率利用該國豐沛的天然資源，如境內的Zambezi河可發展水力發電，Quelimane市則可深耕生質能源領域，特別是稻殼氣化發電。另外，莫國南部可建構風力發電，北部則有地熱發電的潛能，而莫國全境更是太陽能發電的最佳試驗場。

台灣機械設備口碑佳 成為下個搶進契機

台灣的飲料包材龍頭廠商「宏全國際」，透過莫三比克駐台經貿辦事處的引介，經2年考察，認為莫三比克的政經穩定、地理位置優越，除了鄰近南非這個廣大消費市場，產品也可享有銷往南部非洲發展共同體（SADC）市場免關稅優惠。加上該國為鼓勵外商投資，提供非常多稅務優惠，對外資非常友善，在在讓宏全集團決定先到莫三比克設廠，作為前進其他非洲國家的基地。

宏全於2016年至莫三比克



台灣的飲料包材龍頭廠商「宏全國際」於2016年至莫三比克設廠，於投資建設完成後，當年度即開始獲利。

南部的馬托拉市（Matola）設廠，總投入金額為5,000萬美元，投資建設完成後，當年度即開始獲利，2017年貢獻營收1.2億元、成長41%，今年預估可達1.5億元以上，可謂台商前進莫三比克的成功典範。

在去年由外貿協會籌組的莫三比克貿易洽談會上，莫國廠商皆對台灣機械設備的質量印象深刻。在未來，隨著莫三比克的礦業、農林漁業和綠能產業的發展，其相關的機械設備與維修需求也勢必愈來愈高，對此，台商除了可趁勢切入該國農林漁業與綠能產業的建設外，也可以經營如採礦維修器材、產業機電器材、農業與綠能等工作設備，充分發揮我國的科技優勢，隨莫三比克的經濟發展快車，再創事業新高峰。■



為了與美國一別苗頭，中國大陸投入國家資源積極推動AI技術與應用。

中國大陸AI應用遍地開花

AI戰略 全面部署

當美國Google、Facebook、微軟（Microsoft）、亞馬遜（Amazon）等美國科技巨擘加強創新AI技術與應用，中國大陸科技廠商阿里巴巴與騰訊也大舉投入AI創新，還有新創公司「雲天勵飛」、「智器雲」、「科大訊飛」也有嶄新技術與應用，讓中國大陸AI可與美國一別苗頭。

◎撰文／劉麗惠 圖片提供／法新社、Shutterstock

去年，台灣政府喊出「台灣AI元年」，針對人才扶植、技術研發、應用創新等各方面，大舉投入資源，進行各項發展；同時，中國大陸AI也在國家政策與企業資金的投入下，如火如荼向前推進。研究調查機構IDC指出，2017

年是中國大陸AI基礎建設年，又稱「AI元年」，至今中國大陸AI應用逐漸遍地開花，不僅阿里巴巴（Alibaba）、騰訊（Tencent）等科技巨頭全面啟動AI戰略，更有一批新創公司聚焦AI，發展相關技術與推動AI在各行各業的應用，以拉進

中國大陸與美國之間科技創新距離。

基礎設施趨完備 各行業進入數位化轉型期

仔細探究中國大陸AI發展進程，圖形處理器（GPU）作為AI發展的核心技術，於2017

年在中國大陸有爆發性成長。根據IDC《2017年中國AI基礎設施市場跟蹤報告》顯示，2017年中國大陸GPU伺服器市場規模為5.65億美元，並預測未來5年GPU伺服器市場仍將保持高速成長，而提供「人工智慧即服務」（Artificial Intelligence as a Service, AIaaS）的公有雲服務提供商與AI解決方案供應商，將成為未來驅動市場成長的新動力。

該份報告發現，從市場趨勢來看，中國大陸幾乎所有網路平台與大量的AI新創公司都開始採購GPU伺服器，搭建自己的AI平台，而主流的公有雲廠商也先後推出自有AIaaS服務；從AI生態系統建設來看，輝達（NVIDIA）具有明顯優勢，其特斯拉（Tesla）系列產品在AI基礎建設市場占據主導地位，尤其在線下訓練場景中幾乎壟斷市場。

IDC中國服務器市場高級研究經理劉旭濤認為，在國家政策與資本的推波助瀾下，中國大陸也出現大量的AI新創企業，加速AI在產業應用的迅速落地。

劉旭濤進一步指出，未來

在線推理的應用更加廣泛後，除了GPU，「現場可程式邏輯閘陣列」（Field Programmable Gate Array, FPGA）、「特殊應用積體電路」（ASIC）晶片等加速計算技術，甚至基於ARM架構的一些新專用AI晶片，都會迎來新發展機遇，使AI基礎設施市場朝快速發展、百花齊放的新時期。屆時除了網路公司，包括金融、製造、醫療、零售等傳統行業也將加速導入AI，進行數位化轉型。可預見，AI將成為中國大陸各產業創新商務的新引擎。

多元AI應用遍地開花

觀察中國大陸AI應用發展

現況，以AI為基礎的智慧語音、人臉辨識、機器人等智慧科技，已融入中國大陸人民生活的各領域，其中包括家庭、商場或飯店、城市安防、醫療等智慧應用，都愈來愈加成熟。

動口不動手 讓服務隨Call隨到

當亞馬遜以Alexa打造Amazon Echo智慧音箱，Google在技術大會上展示最新擬人智慧語音技術，中國大陸對話式的AI智慧語音技術也正往前推進。例如，阿里巴巴人工智能實驗室（阿里A.I. Labs）開發的智能語音助手天貓精靈已廣泛應用於家居場景，更為飯店旅客提升住房體驗。

阿里巴巴指出，旺旺集團



輝達（NVIDIA）目前在AI生態系統建設方面，具有明顯的市場優勢。

旗下的神旺酒店便已導入「天貓精靈」，旅客可透過語音對天貓精靈下達指令，智慧操控房中的窗簾、燈光、電視等電器設備。此外，旅客也可語音指示向天貓精靈提出飯店服務需求，如：「你好天貓，我要冰塊。」天貓精靈就會透過智慧系統，通知服務人員及時滿足住客需要。此外，亦可讓天貓精靈幫忙我們查詢早餐時間、呼叫酒店用車以及酒店週邊資訊查詢等；甚至也可與天貓精靈做一些不一樣的互動，例如：「你好天貓，跟我講一個笑話吧。」天貓精靈都能迅速針對需求進行反應。

騰訊人工智慧實驗室（騰訊AI Lab）也正以WeChat AI，

致力發展為語音識別、自然語言處理等AI技術，讓人與機器間進行最自然、便捷的溝通。除了整合騰訊雲平台與微信，將智能語音服務應用在餐飲、娛樂、教育、金融等各產業中，今年4月，騰訊也推出旗下首款智慧音箱「騰訊聽聽」，加入智慧音箱市場的行列。

「語音識別和語義理解技術的對話式AI正悄然改變我們的對話模型。對話式AI的普及，已成為現在進行式。」

IDC中國研究經理劉迪指出，AI已成為數位化轉型中的重要組成部分，尤其對話式AI將在企業提升運營管理效率、降低成本，以及提高消費者生活質量等方面，都有顯著的表現。在

未來，人與機器、人與設備的交談將成為生活常態，如何抓住機遇，加速創新，贏得對話式AI時代的紅利，成為企業的重要習作。

《雲天勵飛、智器雲》 AI警察布下天羅地網保衛城市安全

在中國大陸，「刷臉」已成為日常，從門禁、支付到城市安全的監控，都能透過人臉辨識進行身分確認。尤其在城市安全的應用上，更深入中國大陸各大城市。

創立於2014年的「雲天勵飛」，便在AI安防領域上已有非常成熟的應用。名為「深目」的系統就具備了「秒掃萬人」的影像能力，過去2年已在深圳設置監控攝影機，協助深圳政府破獲4千多起案件。其作為包括行人穿越馬路時，可用臉部辨識技術比對資料庫，找出違規者。這樣的機制目前已複製導入在中國大陸20多個城市中。

另外，同樣創立於2014年的江蘇南京新創「智器雲」公司，亦聚焦大數據與AI創新智慧應用，其所開發的AI機器人「福爾摩斯」，可綜合時間、空間、地理的各種資訊關聯性



旺旺集團旗下的神旺酒店，目前已導入阿里巴巴人工智慧實驗室開發的智能語音助手「天貓精靈」，提升飯店旅客的住房體驗。



「刷臉」已成為中國大陸的生活日常，從門禁、支付到城市安全的監控，都能透過人臉辨識進行身分確認。

進行推理分析，目前此技術已應用於犯罪查緝當中。

智器雲的大數據情報認知分析平台「天羅地網」，結合機器智能與AI等科技，可充分挖掘隱含在不同系統內的海量數據，彼此之間各類關係，從而準確、高效地進行情報分析。如天羅地網的CC-BAE預警預測系統便可根據數據分析進行預防預警，實現多元預警和治安防控工作，並能利用可配置的戰法模型和大數據演算，挖掘異常現象和趨勢，對重點人員、群體和事件進行可視化預警分析。

科大訊飛 擁有醫師執照的機器人問世

除了智慧安防外，AI應用也將更廣泛擴散到其他領域。如2010年推出「智慧語音交互

平台」的科大訊飛，在過去8年來不斷發展出更新的AI技術，導入於教育、醫療、汽車、智慧城市等各種領域。

在「AI+醫療」上，2016年起科大訊飛與安徽省立醫院成立「醫學人工智能聯合實驗室」，將科大訊飛的各種AI技術產品，包括智能導診導醫機器人「曉醫」、人工智能醫學影像輔助診斷系統、門診語音電子病歷、口腔／超聲語音助理、雲醫聲移動醫護工作站等，在醫院中廣泛應用。

取得醫療知識與數據後，科大訊飛的AI系統透過不斷學習，順利於2017年底打造出AI機器人「小易」，並通過中國大陸2017年臨床執業醫師綜合筆試評測，號稱全球第一個考取執照的機器人，目前已導入醫院，

擔任起智醫助理的工作。

在「AI+教育」領域中，科大訊飛的智慧教育產品也已推廣到全中國大陸的各省市及海外市場新加坡，每年服務師生超過1千5百萬人；在「AI+汽車」領域，科大訊飛的汽車應用產品累計裝車量突破1千5百萬台，為90%以上的中國大陸自主品牌汽車導入智能汽車交互系統「飛魚2.0」，如同幫汽車裝上了「能理解、會思考」的大腦。

顯然，除了阿里巴巴、騰訊等號稱人工智慧七大黑洞的科技巨擘外，中國大陸新創在AI科技的創新上也出現眾多突破，充分顯示出科技大廠之外，一般企業在AI領域中也有贏得市場的機會，同時讓人看到中國大陸AI技術與應用的快速發展。■



透過數位科技發展精準醫療，打造智慧醫療服務，成為近年來科技大廠積極發展的方向。

數位醫療發展關鍵盤點

大數據與生態系 創造明日醫療場景

過去10年來，人口老化導致醫療照護人力短缺，再加上全球人均壽命提升，醫療與照護體系負擔更是逐年加重，因此，透過數位科技發展精準醫療，打造可取代人力的智慧醫療服務，成為IBM、微軟、Google、宏達電等科技大廠積極發展之方向，數位醫療應用將陸續出籠！

◎撰文／劉麗惠 圖片提供／法新社、Shutterstock

數位科技正引領人們進入嶄新的醫療時代。未來，由微軟劍橋實驗室以AI開發出的「EmpowerMD智能抄寫員」，可根據醫生與患者的對話

內容，直接輸入資料，為醫生省去記錄病情的程序，讓醫生可以更專注與病人互動問診；此外，智能抄寫員還能根據對話關鍵字，以自動注釋的方式給予醫生

建議，提升醫院問診服務品質。

看完未來可能發生的應用，將場景轉回今天的台灣，各種數位醫療服務已經是現在進行式。萬芳醫院一台AI醫療

服務聊天機器人—萬小芳，民眾輸入症狀後，萬小芳會依據內容建議看診科別，並且提供掛號及其他的醫療服務，營造全人化的優質醫療照護。還有宏達電與疾病管制署合作開發的「LINE@聊天機器人—疾管家」，民眾若遇到流感疫苗接種等相關疑問，只要動一動手指，就能快速得到解答。

除了以上應用，數位醫療後續還能朝哪些方向發展？資誠聯合會計師事務所會計師林玉寬在「2018生技大未來高峰會」演講時指出，在科技的推波助瀾之下，醫療體系逐漸從被動且回應式的醫療，轉為貼近個人需求的預防式醫療，未來將會有三大關鍵議題，牽動數位醫療的後續發展趨勢，分別為：健康大數據、AI機器學習與醫療生態系。

導入區塊鏈技術 打造有用大數據

首先來看大數據對數位醫療帶來的驅動力。全世界醫院擁有巨量龐大的醫療資訊，但是過去受限於資料的不完整性、安全性與隱私性等問題，數據無法被有效利用。如今，

藉由導入區塊鏈技術，利用其去中心化、無法竄改、低成本，以及可進行複雜智能契約管理等特性，將使醫院的巨量資料可被有效利用。

因區塊鏈技術有助於醫療院所整合大數據，相關新創陸續萌芽。例如，以區塊鏈為核心技術的健康醫療數據新創BurstIQ，自2015年成立以來，成功利用區塊鏈、大數據，協助醫療院所管理各種健康資訊，同時降低醫療成本。因發展前景看好，BurstIQ在今年獲得一筆多達500萬美元的融資。

2014年創立的台灣區塊鏈新創「薩摩亞商數金融科技」，目前也與臺北醫學大學附設醫院合作，以區塊鏈打造分布式

資料記錄系統phrOS (Personal Health Record OS)，強化病歷資訊安全。過去傳統中央式資料庫需要設立多道防火牆，當醫護人員取用資料時，系統無法完全封閉，若是遭到駭客攻擊或是病毒入侵，就會影響所有資料的取用。此外，中央式資料庫目標明確，容易成為病毒軟體綁架的目標。而區塊鏈分散儲存的特性，讓駭客難以下手，提高醫院資訊及資料系統自我防護機制。

薩摩亞執行長李亞鑫解釋，駭客攻擊機率降低，病人的隱私保護就得以提高，phrOS的區塊鏈架構還能促進資訊互通性，只要醫院、醫療人員與就醫民眾擁有個別區塊鏈帳



區塊鏈可協助醫療數據整合與傳輸，進行醫藥品溯源、提供患者便利服務、降低人為錯誤、減少藥品浪費、強化存貨管理等。

戶，文件、資訊就能藉由平台更快速地互通有無。例如，醫院為民眾開立個人健康資訊帳戶，再將健康檢查報告、門診資料輸出至該帳戶，使民眾累積個人健康資訊。民眾握有完整的就醫歷史，就可將資料授權給其他醫師看診，或提供給保險公司進行理賠作業；甚至可連結穿戴式健康裝置，導入生活型態、運動紀錄、環境資訊等，形成完整的個人健康醫療資訊。

此前，薩摩亞也鎖定生技醫療產業的區塊鏈應用，早在2016年與台灣研發型生技新藥協會TRPMA共同開發BioIPSeeds平台，是領先全球採用區塊鏈架構的生醫智慧財

產權交換平台，已於去年正式上線運作，獲得國內外研究機構與藥廠支持。

導入AI技術 提升醫藥產業品質

隨著AI關鍵技術不斷突破，不管是圖像辨識、深度學習與神經網路等，這一波AI發展將對於醫療領域的改進有顛覆性的成長，根據市場調查公司MarketsandMarkets預估，人工智慧應用於醫療市場的規模，已將從2016年的6.671億美元，提高到2022年的79.888億美元，年均複合增長率為52.68%。

林玉寬指出，目前AI落地應用的智慧醫療模式非常多，

AI的高準確性與效率，就能用來分析患者病理與醫學影像資訊，並做出判斷，讓醫生能投注更多時間在患者身上。例如，目前IBM超級電腦Watson已能在15秒閱讀4,000萬份病歷資料、影像檔案、研究期刊，協助醫生增進診斷準確性及效率，並有更多時間和患者相處，提升醫療品質。

此前，臺北醫學大學引進IBM人工智能癌症治療輔助系統（Watson for Oncology），作為醫生的「助手」。臺北醫學大學校長閻雲指出，透過這套輔助系統，未來，醫師問診後會將病歷報告、理學和影像學檢查數據等，載入電子病歷，再從雲端連結到IBM Watson for Oncology，系統會立即判讀及分析，同時依序提出各種治療建議，最後再由醫師依個人專業及經驗做出決定。

另外，AI能更準確預測新藥開發過程中的化學反應，也有助新藥開發。研究機構TrendForce生技產業研究副理劉適寧，嗅到這股趨勢，歐美大藥廠包括Pfizer、Sanofi、Merck & Co等紛紛投入這塊領域，而標榜以AI輔助新藥開發的新創



IBM開發的超級電腦Watson能在15秒閱讀4,000萬份病歷資料、影像檔案等，進一步提升醫師診斷準確性及效率。

公司也如雨後春筍般創立，如 Exscientia、Atomwise、Insilico Medicine等。反觀台灣，目前AI在生醫領域的應用尚在起步階段，一方面AI產業對新藥探索階段著墨少，一方面需要結合扎實的基礎研究知識、AI演算法開發等，門檻不低，但由於AI是提升台灣新藥產業實力的利器，台商應加快腳步趕上。

跨界整合 建構醫療健康生態系

事實上，不管是為醫療服務導入區塊鏈或AI技術，都有賴醫療與科技產業的跨界整合，甚至必須納入保險、健康照護機構、營養學等各領域專家。因此，建構數位醫療生態系，成為加速創新應用發展、打造可行商業模式的關鍵。

林玉寬指出，跨界結盟能為患者帶來更完善的健康照護。因此，全球高達73%醫療業者與50%醫療保險機構，正以跨界結盟提供整合醫療服務，體系中包括養生保健服務、醫療院所、醫藥與醫材業者、支付者與保險機構、與數位平台等。

為搶攻智慧醫療與健康照護商機，宏碁在打造aBeing



數位科技將原本被動式的醫療，轉為貼進個人需求的預防式醫療，像是民眾透過智慧穿戴裝置，可檢測自己的生理量測數值。

Wellness智雲健康管理平台後，也積極串聯醫療機構。宏碁aBeing Wellness主要應用於「預防職場代謝症候群」、「慢性病管理」與「員工健康促進」等範疇，如督促員工進行自我健康日常管理，並協助尚未罹患慢性病、但身體代謝開始出現異常的員工，有效監測並降低罹病風險，達到增進職場健康的目標。此外，企業員工可以透過血壓計、血糖機與智慧穿戴等量測裝置，檢測自己的生理量測數值，持續記錄並觀察監測，再透過aBeing Wellness宏碁智雲健康管理平台進行資料蒐集和數據分析，最後經由雲端送交醫療服務機構。

此前，宏碁也宣布攜手台灣3家智慧醫療標竿醫院－彰化

基督教醫院、高雄醫學大學附設醫院和臺北醫學大學附設醫院，藉由導入宏碁的智雲健康管理平台，打造智慧城市雲端健康照護服務。

綜觀來看，數位科技正顛覆傳統醫療模式，但要具體落實到應用上，仍有問題正待克服，包括商業模式的建立、安全性與隱私性、以及政策法規等。台灣不管在科技創新與醫療體系數位化，都走在世界前端，如過去電子病歷的建立，即能成為未來發展區塊鏈的基礎。如果能盡快建構出數位醫療生態系統，再複製應用模式輸出海外，台灣甚至有望成為亞太數位醫療新創中心，勢必可以贏得全球龐大的數位醫療商機。■



CUBICO憑藉慧眼 以星探之姿締造億元業績

小玩意大商機 獨特商品吸買氣

CUBICO創辦人蔡騰賢，宛如星探一般，用獨特眼光到處挖掘讓人眼睛一亮的文具、玩具等特色商品。創業迄今短短4年，這間僅4人的公司，靠著磁鐵球、永恆筆、自我推進模型等明星商品，創造破億元的年營業額。

◎撰文／張煥鵬 攝影／賴建宏

可寫、可玩的磁鐵筆，還在預售階段就已賣完半數貨品。磁鐵筆的正式名稱是「Polar Pen磁極筆」，從剛開始銷售至今近4年，仍然是CUBICO官網的熱賣商品。除了

磁極筆外，來自烏克蘭的木製模型「Ugears」，也是非常受歡迎的商品；這一個不需要電力就可以運轉的模型，平均每個月賣出1千多個，旺季的月銷售量約2千多個，一年就能創造

千萬元業績。

「我想要創業，可是不知道要賣什麼東西。」蔡騰賢擁有鹿特丹管理學院MBA學位，一直希望將學校所學的專業應用在實務上。回台灣後，他和

一位朋友合夥，每人出資10萬元創業，在網路上銷售一款可將手機和平板電腦隨意黏貼在牆面的手機殼，但商品上架後卻乏人問津。「在網路上賣東西其實沒那麼容易。」蔡騰賢說，網路上有千萬種商品，想要被消費者看見其實不簡單。

為了消化庫存的手機殼，蔡騰賢在PTT上寫開箱文，用搞笑的方式介紹商品，貼文獲得熱烈回響，手機殼也賣得不錯。賣完手機殼後，蔡騰賢繼續在網路上搜尋具潛力的商品，然後有了磁鐵筆、磁鐵球、永恆筆等。2014年中旬，蔡騰賢成立CUBICO，挖掘出不少明星商品。創業第一年，公司營業額達到3千萬元，隔年業績成長60%。2017年，CUBICO年營業額已突破一億元。

發現獨特性 每件商品都有亮點

「不賣大家需要的，只賣大家想要的。」蔡騰賢說，大家需要的東西，很難做出差異化，免不了會削價競爭。所以他在挑選商品時，格外重視商品獨特性，而且至少要具備一個亮點。「永恆筆不需要墨

水；磁力便利貼隨貼隨撕，靠靜電可貼在任何地方；Ugers不需要電就具有自我推進功能……。」蔡騰賢介紹著精心挑選的各式商品，每件商品都有獨特性和吸睛之處。

因為磁極筆的銷售成績很好，於是廠商向蔡騰賢推薦另外一款熱賣的磁鐵球。名叫「Nanodots奈米點」的磁鐵球，由一顆顆細小的球狀磁鐵組成，它可以組成千變萬化的造型，曾經被時代雜誌譽為「21世紀的樂高」。蔡騰賢說，看見廠商寄來的Nanodots樣品時，其實沒有太多驚奇，內心甚至質疑這種商品會賣得好嗎？「第一次玩磁鐵球，不知不覺就玩了6個小時。」蔡騰賢一玩上癮，覺得其他人一定也會喜歡。磁鐵球引進台灣後，果然獲得消費者喜愛。

沒有好賣不好賣 全看你怎麼賣

CUBICO官網中有很多搞怪商品和趣味小物。蔡騰賢最自豪的就是這些看起來應該不會有人想買的商品，其實銷售成績都不俗。「這個看起來不好賣，卻賣出好幾萬個了。」蔡騰賢把「手指小手」套在手指上，看來平凡的小物，卻可為生活帶來一些小小樂趣。「最近很多人瘋世足賽，這個小腳就很應景。」幾個朋友一起套上手指小腳，就可來場桌上足球賽。

「挑選商品時，第一關就是先選自己喜歡的。」蔡騰賢說，商品沒有好賣或不好賣，全看你怎麼賣。有了商品就去找通路，有了通路再去找更多商品。「記得和通路的窗口維持良好的關係。」蔡騰賢說，如果窗口對你有好印象，就會



CUBICO猶如星探，透過網路尋找潛力商品，從事進口代理，創銷售佳績，年營業額破億元。

把你的商品放在好的位置或是網站首頁。蔡騰賢對自己挑選的商品有熱情、有信心，只要有一個好的通路，他就有把握賣得好。「歐洲很多國家的面積比台灣還小。」曾經在歐洲留學的蔡騰賢說，台灣市場不算小，別害怕商品賣不出去。

創業靠衝勁 勇敢做不怕犯錯

「創業需要一點衝勁，有了想法就去做，不要怕犯錯。」蔡騰賢說，創業前要有想法，但是不能天馬行空，因為無法執行的創意就是爛點子。有了想法後，要勇敢地去，過程中一定會碰到困難和錯誤。他認為創業者不要怕犯

錯，在錯誤中學習，謹記不要犯相同的錯誤。

剛開始在網路上販賣商品時，蔡騰賢身邊的親友總會提供不同的意見，有人會擔心商品不好賣，有人會分析創業的難度和風險。「不要聽太多的意見，也不要想太多。執行的過程中就會知道市場的實際需求。」蔡騰賢說，如果一直擔心風險和成敗，永遠都不能跨出創業的第一步。

CUBICO今年邁入第四年，創業過程每個階段都有不同的困難需要克服。如創業初期的蔡騰賢對於進出口規定並不熟悉，曾讓某些商品卡在海關好長一段時間。在每一次的錯誤中尋找學習的機會，現在他已

“大家需要的東西，很難做出差異化，所以我不賣大家需要的，只賣大家想要的。”

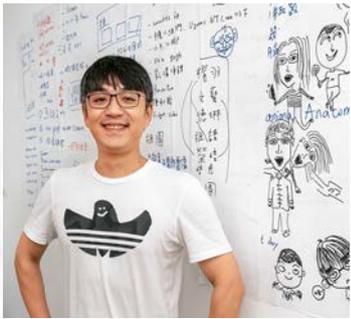
—CUBICO創辦人 蔡騰賢

PROFILE

CUBICO

小檔案

- 成立時間：2014年
- 創辦人：蔡騰賢
- 資本額：新台幣220萬元
- 主要業務：進口代理、電子商務



創新創意教戰秘方

TIP 1 賣大家想要的東西

開發商品時消費者所「想要」比「需要」更重要，掌握其「想要」便能從價格藍海勝出。

TIP 2 喜歡自己的商品

要對自己的商品保有熱情，擁有自信心，才能進一步將商品介紹給消費者。

TIP 3 和通路保持好關係

若通路對你有好印象，商品便有機會放在好的販售位置，進而帶動商品買氣。

非常熟悉海關規定與流程，凡事按照規矩辦理，也不再遇到卡關的問題。

「現階段的挑戰是人。」三十歲出頭就當老闆，蔡騰賢的工作經驗不多，如何帶領員工成最大挑戰。他認為，無論是老闆或員工，在思考事情的時候都很容易都以自我中心，忽略他人的感受。「創業者剛開始都想當一個好老闆，但是要滿足每個人不同的需求其實難度很高。」隨著業務不斷成長，員工數慢慢增加，蔡騰賢開始學習從各種角度看事情，努力成為一個好老闆。■

107/11/27~107/12/11 週二 09:30~16:30

決勝一談！商業談判系列課程 (全修班，亦可單選)

不管在職場或生活上，《談判》戲碼時時刻刻都在上演著，尤其在商業談判桌上，大家無不卯足全力捍衛自己的利益。但要怎麼「談」才能殺出重圍，進而達成雙方都滿意的雙贏境界，這才是一門大學問。本課程由享譽海內外的談判權威劉必榮教授親自指導，劉教授將引領您瞭解孫子的千古智慧，如何在攻防戰中取得先機贏得最終勝利，進而應用於國際商業談判。本課程將讓您終身受用、無往不利。

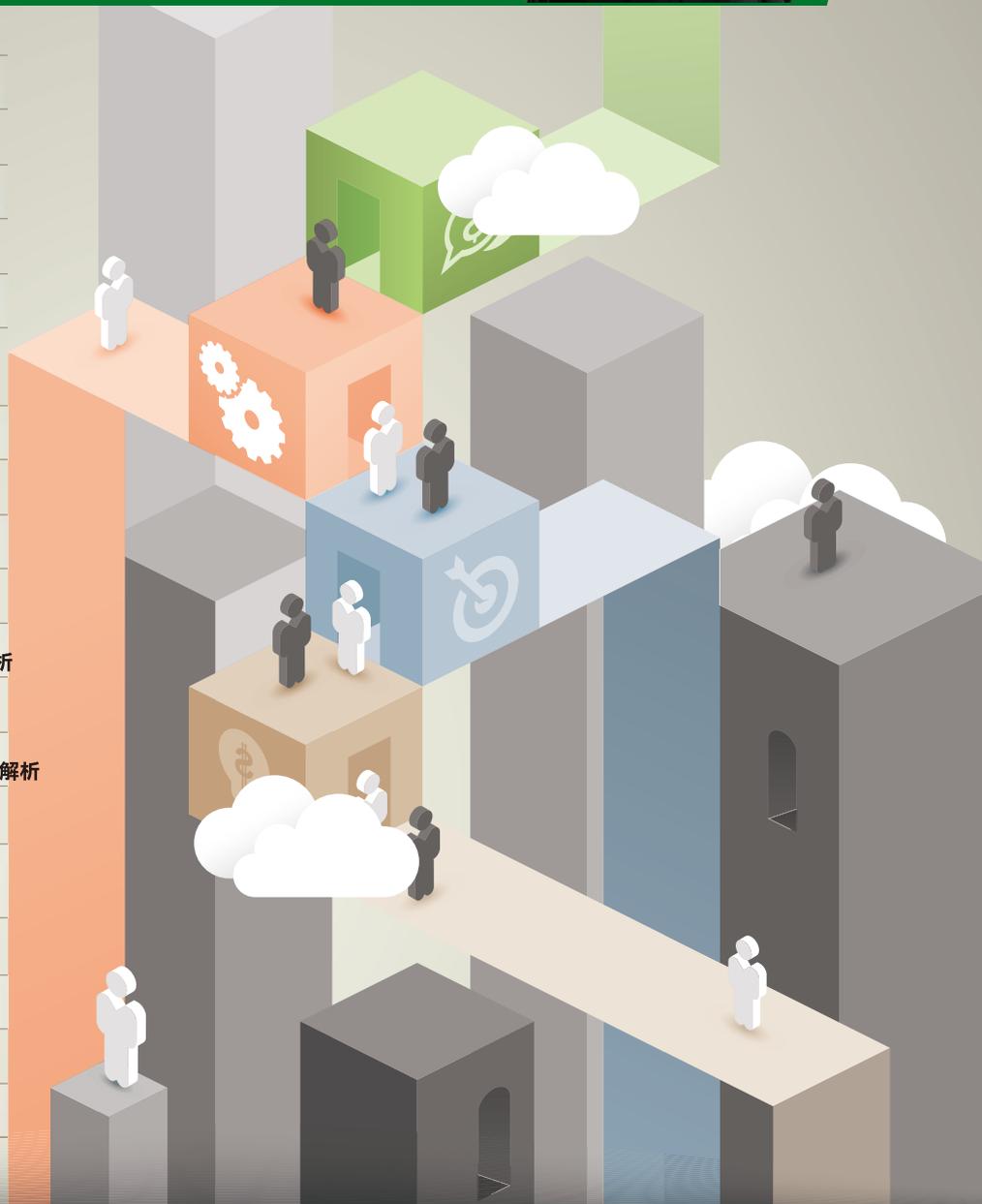
為提供學員尊榮學習場域，本課程特別於本會「哈佛式」講堂授課，除課程內容精實外，另提供精緻茶點，促進學員間交流。



談判大師 劉必榮 主講

2018年國貿學苑近期課程一覽

107/10/03 週三 09:30~16:30
國際行銷開發海外通路工具應用
107/10/04 週四 09:30~16:30
雲端工作術~善用行動工具提升工作力
107/10/09 週二 09:30~16:30
最新工作規則擬定與報備實務班
107/10/11 週四 09:30~16:30
企業租稅規劃與2018稅制改革解析
107/10/19 週五 09:30~16:30
發展顧客關係~讓顧客say Yes之定價策略
107/10/26 週五 09:30~16:30
【網站診療師 SEO深層診斷】 搜尋引擎優化(SEO)策略規劃與實務操作
107/10/31~107/11/23 週三、五 19:00~22:00
國貿函電寫作速成班
107/10/31 週三 09:30~16:30
開啟銷售的服務技巧
107/11/01~107/11/29 週四 19:00~22:00
社群行銷研究室【平台/心法/臉書/微影片/IG】
107/11/09 週三 09:00~17:00
改變說服力的簡報心法與技巧
107/11/15週四 09:30~16:30
指尖下的大數據~善用Google Analytics (GA) 網站分析
107/11/21 週三 09:30~16:30
A+專業行政管理及顧客服務養成班
107/11/22 週四 09:30~16:30
「國貿充電-向名師挖寶去！」非信用狀交易風險與案例解析
107/11/27 週二 09:30~16:30
孫子兵法與談判謀略
107/11/30 週五 09:30~16:30
【看數字 作分析 訂決策】 非財務人員必學之財務報表閱讀與分析
107/12/04 週二 09:30~16:30
學會EXCEL實用工作術 工作效率再翻倍
107/12/04 週二 09:30~16:30
領導的謀略與智慧
107/12/05 週三 09:30~16:30
「內容攻略」~2019內容行銷策略規劃實作班
107/12/06 週四 09:30~16:30
美中貿易戰及大陸海關改革對台商影響
107/12/11 週二 09:30~16:30
國際商業談判



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！



customer
value

我們賣的不只是產品 是價值！

價值行銷 引發消費者共鳴

行銷最重要的功能在於「價值創造」，企業要了解顧客使用產品的用途、在什麼情境下使用，以及可以從你的產品與服務中得到哪些利益？唯有提供顧客差異化、功能化、價值感與共鳴，才能建立讓競爭對手無法輕易超越的優勢。

◎撰文／張鴻 圖片提供／Shutterstock

炎炎夏日，T君想要買台氣泡水機，自己在家調製飲品。他開始上網搜尋，選了價格較高但由知名貿易商代理的P牌；而同樣產品中又有新、舊型之分，新型的功能更多、也更易操作，但價格高出三分之一。如果是你會如何選擇？

消費者通常會根據心中所認定的「價值」來決定購買行為，而這個價值是經過一連串的分析、選擇，以及購買使用後評價的過程，價值可能是產品價格、功能或附加價值，也可能是心理層面上對品牌的信賴或認同感。

行銷學大師菲利普·科特勒（Philip Kotler）曾說，「行銷並不是用聰明的方法將產品賣掉，而是為顧客創造價值。」行銷最重要的功能就在於「價值創造」，透過行銷的規劃、策略與一系列活動的執行與包裝，讓客戶及潛在客戶

感受到公司所提供的價值。

從「用途」的角度 了解顧客需求

如何創造價值？相信大多數人的答案是「了解並滿足顧客需求」，要如何了解顧客需求？以往多是透過市調、焦點團體訪談以及各種數位工具發掘，然後針對尚未被滿足的需求或潛在需求，推出相應產品或服務。不過這段過程往往耗費許多資源，市場反應卻不如預期。

創新管理大師克雷頓·克里斯汀生（Clayton M. Christensen）認為，「我們購買產品時，基本上就是『雇用』某個東西來完成某個任務。如果任務大功告成，未來又面臨同樣的任務時，就會再度雇用同樣的商品；萬一那個產品無法達成任務，則會『淘汰』它，再找其他可解決問題的商品。」換句話說，顧客想要的不是你的產品或服務，而是解決問題的方案，因此不只需要了解顧客需求，更要了解顧客使用產品的用途、在什麼情境下使用，遠勝過拚命改善產品功能。

例如近年興起的廉價航空，就是發現不少旅客希望能快速、安全地到達目的地，但不需要免費餐點、飲料、娛樂系統或寬敞的座位等較高級的服務，因此將機內服務簡化，也只提供1種客艙等級，再將省下的成本反映在票價上，讓旅客能以更低廉的票價完成旅程。

又如創造共享模式的優步（Uber），將有乘車需求的使用者和有閒置車輛的駕駛人利用雲端平台連結，使用者可透過手機App指定要去的地點、事先查看價格（通常比普通計程車費要低），同時能看到合作駕駛的相片與車輛詳細資訊，並追蹤車輛抵達進度，在搭乘完成後可給予評價；甚至當使用者有不同用途時，Uber也依

車款等級提供不同級距的搭乘體驗。

從顧客痛點與獲益 找出價值主張

然而競爭對手也可能提供類似的產品或服務，這時就需有明確的「價值主張」（Value Proposition），告訴消費者為什麼「雇用」你的產品？

《Value Proposition Design》作者亞歷山大·奧斯瓦爾德（Alex Osterwalder）提出的「價值主張圖」，能有效協助企業創造出吸引顧客的利益。價值主張圖分成2部分，第一張圖是「顧客素描」（Customer Profile），也就是將顧客需求進一步拆解為顧客的任務、痛點、獲益；第二張圖是「價值地圖」



Uber依車款等級提供不同級距的搭乘體驗，讓乘客能依自身需求選擇對應的乘車服務。

(Value Map)，陳述你將如何為顧客創造價值。當價值地圖與顧客素描吻合，就達到「價值適配」，進而找出適切對應的價值主張。

例如宜家家居 (IKEA) 對於顧客的素描，不是由年齡、性別、學歷、收入水準等人口特質界定，而是根據消費者進駐新環境時想要完成的任務來設計產品。於是，不管是購物體驗、店面布局、產品設計、包裝方式等，都是針對顧客痛點與獲益來進行精細設計。

舉例來說，不少人認為採買家具是件麻煩事，不僅要跑遍各賣場才能湊足整套家具，有時還須把孩子帶在身邊。IKEA採用一次購足的大賣場

經營方式，設立倉儲並讓顧客自行選購；同時在店裡設計托兒區，你可以放孩子在那裡玩耍，再進入商場採購家具。此外店內還有餐廳及飲料吧檯，購物結束後還可在此休息。

即使IKEA的家具比其他地方還貴，仍有不少人決定雇用IKEA，因為它比其他選項更能幫助消費者達成任務。以運送、組裝來說，商品採平整包裝，讓消費者能方便地把產品帶回家，或是可委由IKEA協助運送；對於需要組裝的商品，包裝都附有組裝指南說明，部分商品更附加工具，輕鬆就能組裝完成，若消費者需要幫忙，IKEA也提供組裝服務。

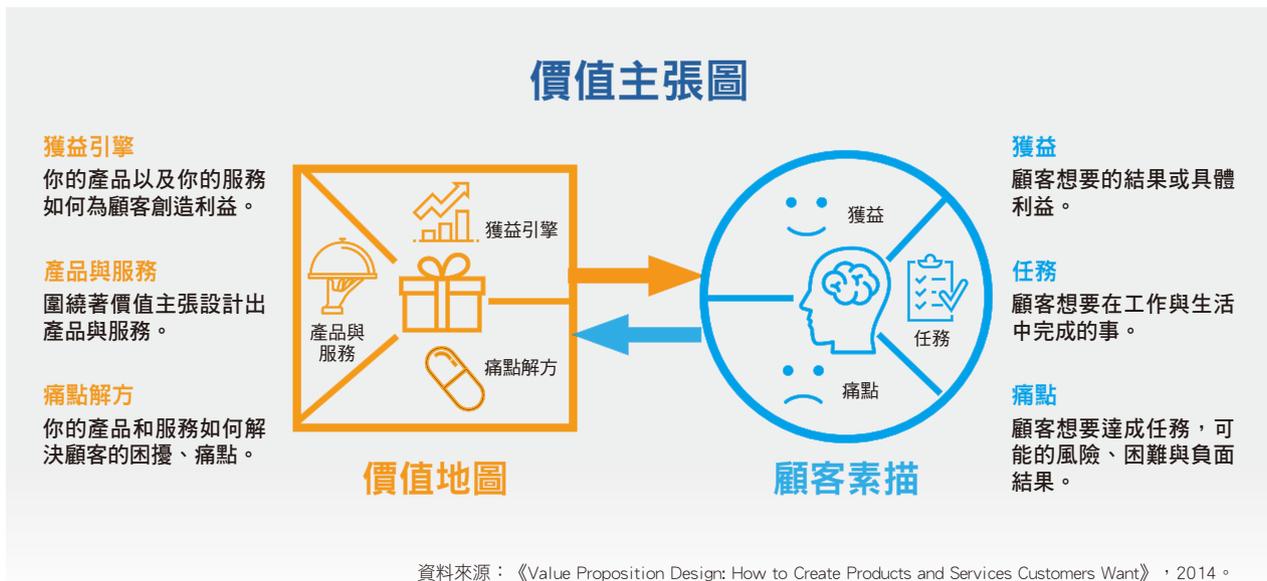
當你把顧客的需求考慮周

全時，顧客很樂於為此付出高價，因為你比其他對手更能幫他達到目的，而價值主張就成為品牌行銷的最佳催化劑。

善用4V行銷 將價值傳達給消費者

「價值主張」是企業承諾提供給顧客的利益，這個利益可以是功能面、情感面，也可以是社會面的，例如Google Drive的「無論身在何處，都能立即存取檔案。」就是以產品功能作為價值主張；至於情感面的價值則展現在如Airbnb「歡迎回家」；而社會面的價值則如歐萊德 (O'right)「堅持為地球做美好的事」。

然而，這個價值要如何



傳達給消費者？學者勞特波思（B. Lauterboum）認為，行銷組合必須從顧客觀點出發，透過4V（Variation、Versatility、Value、Vibration）行銷，建立起讓競爭對手無法輕易超越的價值。

差異化（Variation）：現今企業所面臨的問題就是企業形象與產品太相似。因此，要實施差異化與競爭對手做出區隔；另一方面也使消費者相互區別，滿足其個人化的需求。

例如好市多（Costco）採付費會員制，與其他賣場消費者做出區隔，一方面能夠找出有消費能力的客群，同時也塑造出到Costco消費是種身分象徵的滿足感。此外，Costco賣場裡約有25%的商品為不定期更換商品，並不定時輸入特殊商品，如LV、Tiffany等，透過持續引進新奇並有特色的進口商品增加變化性，吸引消費者購買。由於一開始收取會員費，會員也會為了攤平會費而增加到Costco消費的頻率，加上其採取大包裝的出售方式，不僅可壓低商品單價，讓消費者獲利，也為其帶來高額營業利潤。

功能化（Versatility）：

一般而言，產品除了有基本功能，還會有延伸功能（如手機的拍照功能）及附加功能（如美學功能）。企業提供不同功能的系列化產品，讓消費者得以根據使用習慣與消費能力，選擇相應產品。

例如TourTalk（譯遊）是一個真人影音翻譯與旅遊管家平台，除了提供基本的真人視訊／語音即時翻譯，還延伸出文字功能的旅遊管家，提供諸如訂飯店、旅遊行程建議及交通資訊等。另外，考量到旅行的突發狀況，像是丟失護照、迷路、搭錯地鐵等，此時旅客即可使用TourTalk旅遊管家功能，開啟真人影音翻譯，解決旅途中的疑難雜症。

價值感（Value）：顧客所需要的既不是單純的「價廉物美」，也不是產品本身的特色，而是以他能獲得的最佳「價值」。對此，企業更應重視產品或服務的無形要素，滿足消費者情感需求。

例如由台大獸醫師阿嘉成立的鮮乳坊，原本是希望作為消費者和小農的橋樑，由獸醫團隊實地在牧場把關，掌握牛隻健康狀況與生產品質，並以高於市場

行情價格向優質酪農收購生乳，然後將成分無調整、高品質的鮮乳透過網路銷售給消費者。因食安事件延燒到鮮乳產業，鮮乳坊以「白色的力量：自己的牛奶自己救」為號召，引發消費者情感認同，並給予支持。

共鳴（Vibration）：過去企業在開發商品、服務，或改良商品時，會透過量化或質化的市調來理解消費者心聲。在社群媒體時代，只傾聽顧客心聲是不夠的，必須讓消費者積極參與企業活動，產生共鳴。

如無印良品為從消費者觀點開發商品，在網站上成立「商品製造社群」，消費者能在此發表設計點子，再由會員票選，最後開放會員預約購買。當預約超過一定數量，無印就會將其正式商品化，「懶骨頭沙發」、「壁掛家具」等暢銷商品都是由此方式誕生。

多年來，行銷的演進經歷3個階段，從行銷1.0「產品導向」，進入行銷2.0的「消費者導向」；面對犀利消費者，企業需要邁向行銷3.0「價值導向」時代，要能傳遞引起顧客心靈共鳴的價值，打動人心，才是致勝關鍵。■



你可能無法看完網路所有資訊，但你一定能讀完一本商業周刊，擇優訂閱！

”
知識，
源自肯定的質量
“

第四十二屆金鼎獎 三大榮耀與你共享

專題報導獎：假新聞撕裂歐洲

攝影獎：八百根煙囪的家

主編獎：郭奕伶





被自然美景環繞的「虹夕諾雅 富士」，讓住客以五感體會四季遞嬗之美。

虹夕諾雅 富士

日本究極旅宿 全覽富士山景

日本人最景仰喜愛的富士山，於2013年6月登錄為世界文化遺產，峰頂常年積雪的美麗姿態令人嚮往。如果能在壯麗山景中醒來，是多麼美好的體驗！星野集團旗下的「虹夕諾雅 富士」以露營為主題，打造頂級「Glamping」假期，與大自然親密接觸。

◎撰文／廖靜清 圖片提供／星野集團

位在日本山梨縣的「虹夕諾雅 富士」，隔著河口湖與富士山相望，擁有廣達6公頃的廣闊森林，彷彿一座隱世於山林間的露營天堂。在歐美盛行已久的「Glamping」是將露營「Camping」加上意指優雅的「Glamorous」，讓

戶外生活遊憩結合現代時尚品味，又能保有旅宿的自在舒適。「虹夕諾雅 富士」所提供的露營住宿並非一種奢華度假帳篷，而是一間間在水泥牆表面添加木痕設計的Cabin，空間小巧但五臟俱全，跳脫一般對於Glamping的印象。

坐擁無敵湖光山色美景

走進大廳check-in，櫃台後方的牆面掛滿各色露營背包，任由賓客挑選一款，裡頭放了望遠鏡、墊子、羽絨毯、頭燈、區域地圖、口糧零食以及可以帶回家紀念的水壺，在入住期間，隨時能揹起包包到森

林小徑漫步探險。從大廳處搭乘吉普車上山到客房區，或是沿著步道至下榻房間，水泥牆建築融入滿山綠意。整個園區共有40間客房，狹長房型面向湖光山色，放眼望向玻璃窗外的美景，廣大的河口湖和氣勢磅礴的富士山映入眼簾，感受聖山魅力洗禮。

室內裝潢純白簡約、乾淨俐落，大面開窗引入戶外光線，散發自然清新氛圍。在設計師的巧思下，處處留白的佈置梳理出溫暖氤氳，一切都以窗外的富士山景為視覺焦點。走出露台，放置一張大型戶外沙發，各種角度自在躺臥，沐浴在大自然的懷抱裡；到了晚上，露台還會點燃溫暖的爐火。浴室窗景也是一絕，住客能慵懶地泡在浴缸裡、一邊眺望富士之國的明媚風光。

翠綠樹林中的幽靜時光

星野集團旗下虹夕諾雅系列的設計，皆出自日本知名女建築師東利惠之手，40間客房造型極簡，錯落在繁茂林木間。深秋漫天楓紅，為頂級旅宿增添幾許繽紛色彩。飯店針對各個季節安排戶外活動，例



1. In-Room Dining 早餐盒精巧別緻，以美景佐餐無比奢侈。



2. 天氣晴朗時，有機會在「逆富士」的倒影中愜意地划獨木舟。

如空中瑜珈、手沖咖啡教學、天文觀星等。

來到河口湖，千萬別錯過獨木舟行程，跟著專業教練划行在河口湖上，以另一種角度仰望富士山，天氣晴朗時，還有機會看到攝影集裡的「逆富士」，目睹富士山倒影映在清澈的湖面上。在山間林道騎馬也非常過癮！嚮導沿路解說地質環境及動植物生態，身體配合馬兒的律動協調身心，大口呼吸富士山麓滿滿的芬多精。

開心大啖在地極上美味

以露營為主題的旅宿，餐廳區也很露營風！「虹夕諾雅富士」有燒烤餐廳、荷蘭鍋料理晚餐選擇，或是隨你喜愛的時間及地點預訂精緻早餐。主廚運用鑄鐵荷蘭鍋烹調料理，提供各種野趣美饌，並使用原

木餐具造型盛裝食物。在森林裡野餐更加美好，只要向飯店人員預約，就會變出一整桌野餐輕食，精心搭配餐墊與餐具，滿足視覺和味蕾。

清晨，在富士山景中醒來，身心靈都得到了撫慰。預約好的In-Room Dining早餐盒，服務人員特地用揹架送進房間裡，這是昔日挑夫運送物資上富士山的工具，別有一番風趣。打開木盒子，一層層排列像珠寶盒般精美，細細咀嚼飯店的用心，當地的天然食材佐以浪漫風景，讓人讚嘆：夫復何求！■

—虹夕諾雅 富士—

電話：+81-50-3786-1144

地址：山梨縣南都留郡富士河口湖町大石1408

網址：www.hoshinoresorts.com/ch/resortsandhotels/hoshinoya

台北市進出口公會與波蘭投資貿易局簽署合作備忘錄 啟動台波經貿合作 關鍵里程碑

為促進台灣與波蘭進行更深化的產業交流與合作，台北市進出口商業同業公會理事王勳聖與波蘭投資貿易局副局長Wojciech Fedko，於107年9月11日簽署合作備忘錄。

王勳聖表示，公會已創立71年，目前擁有6千家會員，是國內會員家數最多的公會，對台灣企業在國際貿易的促進上具有極大的影響力。公會秘書長黃文榮指出，兩單位在締盟後，宣告開啟經貿新契機，未來雙方將透過商情交換、互相協助貿易訪問團及推動資訊產品貿易合作等事宜，積極促進台波產業交流與合作。

Wojciech Fedko則表示，波蘭目前是歐洲第九大、全球第二十二大經濟體，近幾年更是歐洲唯一沒有經歷過經濟衰退的國家。自

2017年起，波蘭更為我國第二十九大出口夥伴及第五十大進口市場。而波蘭投資貿易局積極為波蘭企業尋找可靠的合作夥伴和供應商，目前特別重視亞洲、非洲及南美洲等新興貿易市場。

當天雙方並共同舉行「波蘭投資貿易局台北辦事處」的揭牌儀式以及進行台波投資論壇。當天與談人包括波蘭投資貿易局副局長Wojciech Fedko、經濟部投資業務處經濟參事章遠智、公會資訊產品小組副召集人呂谷清、波蘭Lodz經濟特區董事會副董事Agnieszka Sygitowicz，以及資誠聯合會計師事務所合夥人暨執業會計師謝淑美，針對企業在當前國際投資環境所面臨的機會與挑戰，以及政府如何為企業拓展國際貿易市場等議題，發表精闢見解。

與談時，呂谷清特別分享其投資經驗，他認為相較於投資成本較高的德國企業，波蘭的商業環境與政府的投資獎勵政策，對經營日益困難的台商而言，無疑是一大利多。他也樂見波蘭投資貿易局台北辦事處正式在台成立，相信透過有計畫的推廣，將吸引更多台灣年輕人前往當地工作，也能讓更多企業進軍波蘭，在海外市場一展身手。■（撰文／葉惟禎、攝影／鐘為倫）



王勳聖理事代表公會與波蘭投資貿易局簽署合作備忘錄，開啟貿易合作新契機。（圖右為波蘭投資貿易局副局長Wojciech Fedko）

CPC 63周年感恩回饋論壇

新趨勢 迎未來

—— 與朋友們的知識饗宴 ——

11/14(五)

09:00-17:00

面對新技術的衝擊、新環境的變化，未來注定充滿挑戰與機遇。期藉由國內外各專家的視角，為我們揭露未來的可能樣貌之一，讓企業能提前想像，及早為創造價值做好準備，找出未來發展的新商機。

時間 107年11月14日(三) 09:00-17:00

地點 集思台大會議中心 國際會議廳
(臺北市大安區羅斯福路四段85號B1)

費用 免費



立即免費報名



張寶誠
中國生產力中心總經理



佐佐木 哲也
富士通總研總顧問



陳鼎翰
玩味旅舍設計總監



鄧成連
亞洲大學副校長

報名專線

(02)2698-2989分機2734 潘小姐、分機2877 林小姐、分機2864 陳小姐
或E-mail : 2734@cpc.tw、2877@cpc.tw、2864@cpc.tw

* 主辦單位保留活動議程、講師調整之權利。

2018泰國台灣形象展 PChome Thai台北好物館正式上線

台北城市主題館曼谷開幕

吸引泰國媒體熱烈關注

迎向東南亞市場商機、開拓全球藍海市場，台北市政府產業發展局今年度首推「2018新南向泰Easy商機媒合服務」，結合同樣來自台灣、唯一落戶東南亞的電子商務平台—PChome Thai，開設「台北好物館」優質商品專區，協助北市企業率先在泰國曝光，並配套金、物流方案，企業跨境銷售不再單打獨鬥，透過PChome Thai可以輕鬆上架，前進「東協心臟」泰國市場。

泰國電商市場成長速度迅猛，根據泰國電子交易發展局（Electronic Transactions Development Agency, ETDA）資料，2017年泰國整體電商市場規模為2.8兆泰銖（約856億美元），《曼谷時報》（Bangkok Post）則預測2018年將達到3.06兆泰銖（約941億美元）。另外，行銷顧問公司We Are Social Singapore數據顯示，泰國的總人口約6千9百萬人，網路用戶約5千7百萬人，網路滲透率達82%，顯示泰國電商市場正在崛起，未來商機可期。近年來，泰國政府更大力推動電子商務，即「泰國4.0」政策，期望縮短城鄉數位差距，並且透過電子商務的方式推展現代經濟。

「台北好物館」正式上線

泰國民眾參與踴躍

為了迎向東南亞市場商機、陪伴企業開拓全球藍海市場，首推「2018新南向泰Easy商機媒合服務」，結合同樣來自台灣、唯一落戶東南亞的電子商務平台—PChome Thai，開設「台北好物館」優質商品專區，協助台灣企業以集體的力量率先在泰國曝光，並配套提供物流與金流方案，達成實質跨境銷售目的，也省去業者單打獨鬥與摸索的痛苦，



台北好物館開幕儀式現場眾賓雲集。

可以輕鬆上架，前進「東協心臟」泰國電商市場。

「2018新南向泰Easy商機媒合服務暨招商說明會」於5月10日假本會舉行，邀請PChome Thai營運長蔡文雄說明泰國的市場商機與價值鏈，並主打PChome Thai在地行銷廣宣、方便迅速金物流、雙語客服支援等特色服務。迄今已有100餘家企業將陸續在PChome Thai申請上架。

台北好物館優質商品專區於8月下旬正式上線，並搭接8月30日至9月1日「2018泰國台灣形象展」之台北館辦理啟動儀式與線下推廣。8月30日展覽開幕當天，現場邀請經濟部國貿局李冠志副局長、中華民國對外貿易發展協會葉明水秘書長、泰國台商總會劉樹添會長、泰國大使董振源、台北市政府產業發展局許健輝秘書、台北市進出口商業同業公會黃文榮秘書長及PChome Thai蔡文雄營運長為「台北好物館」剪綵熱鬧開張，亦獲得泰國主流媒體報導，如：POSTTODAY、Daily News、Sanook等。

展會期間現場有2家專業第三方代營運商—永亨國際網購股份有限公司以及樂利數位科技股份有限公司向參展民眾展示台北好物。除實體展品之外，現場更提供QR碼讓民眾直接連接線上「台北好物館」專區，即刻感受台灣商品的真實魅力。台北好物館透過虛實整合、線下精彩展銷活動串聯線上展館，回響熱烈，觀展人潮絡繹不絕，泰國民眾對於現場展出商品亦深感興趣。3天展覽期間內，共有20餘間當地廠商接洽詢問後



台北好物館現場展示MIT優良商品，台灣品牌Funcus Raptor Lamp恐龍燈魅力登場。

續合作相關事宜。

其中，永亨國際公司亦在曼谷台北好物館接洽到1間廠商，該泰國廠商對1支安全帽淨味噴霧有很高的興趣，開發出這支噴霧產品的台灣公司主力商品為空氣清淨機及香氛產品等，看準台灣夏季天氣炎熱、機車族眾多，故研發安全帽淨味噴霧，想不到在氣候相似的泰國一炮而紅，後續與該泰國廠商的合作機率很高，也成功為這間甫合作的新北鶯歌企業帶回好消息。

透過本次商機媒合服務計畫，將持續投入3波線上行銷預算，為台北好物館商品推波助瀾，將看到愈來愈多台灣好物登陸泰國，持續發光發熱。未來也將透過更多元、更全面的企業輔助方式，陪伴台灣外貿企業在國際電商市場開拓更寬廣的路線，更期許為台灣新外貿點燃新一波的成長空間。■

(撰文／楊薪、李柏勳，攝影／Vision Thai、王昭棉)

2018中藥產業甘肅貿易採購暨參訪團

走訪藥材產地 深入認識中藥產業供應鏈

我國每年進口中藥材3.5萬噸，85%來自中國大陸，近年消費者對中草藥來源與品質要求提升，如何兼顧食安及採購優質中藥材為產業重要議題。因此，本會與中華民國中藥商業同業公會聯合會、高雄市進出口商同業公會於9月4日至11日，共同組團前往當歸、黃耆、黨參與花椒的主要種植地—甘肅省定西市、岷縣、隴西、武都等地，實地考察種植基地及中藥材加工處理廠，盼建立產地與市場端源頭管理共識。本團計有37家中藥進口商、45名團員參與。

本團受甘肅省政府高度重視，甘肅省貿促會、台貿中心北京代表處、定西市政府特別舉辦「台灣中藥材採購團商貿對接會」，甘肅省副省長張世珍先生、定西市政府市長

戴超先生以及甘肅省貿促會會長馬學禮先生皆出席。為瞭解雙方中藥材管理模式，分別由我方團長中華民國中藥商業同業公會聯合會馬理事長逸才，及定西市中藥產業發展辦公室代表，就中藥材源頭與台灣管理現況演講。我方提出中藥材查驗標準，供定西、隴南的食藥監督管理部門、種植基地與企業參考。此外，現場有29家定西企業參與對接會，與團員互動熱絡，經統計我方團員洽談供應商家數約90家次、擬合作供應商家數約25家次、預估日後下單約人民幣600萬元。

為實地瞭解當歸、黃耆與花椒實樣，團員們深入種植基地，同時參訪2家中藥材加工處理廠，了解產地到消費端之處理過程。此次參訪也看到中國大陸創新之處，今年1月甫推出之「甘肅中藥材交易中心」，集交易、倉儲、物流、檢驗、融資等服務於一體之現代化供應鏈創新服務平台，提供雲端交易概念、透明化藥材價格與廠商資訊，達到去中間化交易模式。

8天行程於隴南市政府的接待後結束，團員皆表受益良多，也感謝外貿協會與台貿中心北京代表處居中協調，盼明年能再造訪其他中藥材產地，促進雙方商業合作與交流。■（撰文／林雯雯、攝影／馬偉智）



團員參觀甘肅中藥材交易市場，瞭解當地交易方式。



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)

2018年汶萊國際清真展

放眼東協清真市場 開啟台汶合作契機

汶萊是位於東南亞的一個富裕而神秘的國度，因擁有石油及天然氣資源，一躍成為東南亞最高人均所得國家之一。汶萊在2016年2月簽署「跨太平洋夥伴全面進步協定」（CPTPP）後，政府便積極發展與簽署此協定會員國的關係。

「汶萊國際清真展」為汶萊國內最大之清真用品展會，匯集東南亞各國廠商前來推廣各家清真認證商品。台北市進出口商業同業公會配合經濟部國際貿易局，共同組團至汶萊首都斯里巴加灣市共襄盛舉。公會首

次前往汶萊參展，作為響應政府「新南向政策」的具體行動，了解當地市場現況，為台灣廠商進軍汶萊拓銷進行考察。

由於東南亞國家的穆斯林族群持續成長，經清真認證過的產品需求也日益增加，汶萊又恰好屬於石油經濟國家，因此國內多數商品及資本財等皆需仰賴國外進口。台灣非常重視此市場之發展，藉由國貿局和公會共同參加清真展與論壇，實際觀察當地經貿需求，了解汶萊清真認證制度及產品通路，為台灣政府和廠商奠定與汶萊合作方向。

參訪期間，公會也專程前往拜會汶萊經貿相關政府單位、民間團體及汶萊商工總會等，表達台灣參與CPTPP協定的積極態度，商討兩國未來可合作之方向等議題。公會長久以來致力扮演政府與廠商間的溝通橋樑，推廣參展拓銷活動。未來也將繼續深化與汶萊合作關係，創造更多交流機會，並邀請汶萊商工總會來台訪問考察。

此團與我國力倡之「新南向政策」有相當重要的關聯，如今台汶直航也將於今年12月正式啟動，解決兩國間的交通問題，相信定能為雙方帶來更多的經貿活動與交流，共同開創東南亞市場榮景！■（撰文、攝影／金省吾）



汶萊國際清真展匯集東南亞各國清真認證商品，得以實際觀察當地經貿需求，從而了解汶萊清真認證制度以及產品通路。



科技創新 | 智慧生活 | 兩岸攜手 | 共享發展

2018 XE SHOW

海峽兩岸(襄陽)電子信息博覽會

7-9 NOV. 襄陽體育館 襄陽市長虹北路9-113號

五大展區：汽車及新能源汽車區、零部件及電子資訊技術區、機器人及智慧裝備區、
資通訊及雲端應用區、智慧生活及消費電子區

攤位費免費！

強力徵展中！



主辦單位 | 湖北省人民政府台灣事務辦公室
湖北省經濟和信息化委員會
襄陽市人民政府

承辦單位 | 襄陽高新技術產業開發區管委會
台灣區電機電子工業同業公會

台灣區電機電子工業同業公會
電話：02-87926666
聯絡人：莫宗諺先生 #333 / evanmo@teema.org.tw
蔡育仁先生 #277 / arlen@teema.org.tw

讀者問卷調查

填問券
抽
六福皇宮住宿券
及好禮

掃描以下QRCode，
3分鐘完成問卷！



- 1 您對《貿易雜誌》的封面視覺設計：
非常滿意 滿意 普通 不滿意 非常不滿意
- 2 您對《貿易雜誌》內頁的編排形式：
非常滿意 滿意 普通 不滿意 非常不滿意
- 3 您對《貿易雜誌》內頁的图片挑選：
非常滿意 滿意 普通 不滿意 非常不滿意
- 4 您對《貿易雜誌》的文章內容：
非常滿意 滿意 普通 不滿意 非常不滿意
- 5 您最喜歡的單元（可複選）：
名家專欄 封面故事 特別企劃 名人講堂 企業實戰錄
跨境電商 大陸觀察 寰宇聚焦 市場瞭望 產業趨勢
產經線上 創新創業 文創藝術 MBA學堂 創新設計
品味生活 貿易線上 文化交流道
- 6 您期待哪些單元內容可增加報導頁數（可複選）：
名家專欄 封面故事 特別企劃 名人講堂 企業實戰錄
跨境電商 大陸觀察 寰宇聚焦 市場瞭望 產業趨勢
產經線上 創新創業 文創藝術 MBA學堂 創新設計 品味生活 貿易線上 文化交流道
- 7 您通常花多少時間閱讀本刊：
10分鐘內 10~30分鐘 30~60分鐘 1小時以上
- 8 您是否曾經閱讀數位版《貿易雜誌》文章（經由公會網站、國貿學苑FB）？
是 否
- 9 您是否曾將《貿易雜誌》的數位版報導連結分享給其他人？
是 否
- 10 您是否從事進出口貿易相關行業？
是 否，我從事_____
- 11 您如何獲得《貿易雜誌》：
贈閱 訂購 零買 電子書平台 公司傳閱
其他：_____
- 12 您對本刊的其他建議：

誠摯邀請讀者針對《貿易雜誌》內容，提供您的寶貴意見，只要於**10月15日**前填妥數位版問卷，或將填寫完成的紙本問卷傳真至**02-2507-6773**，我們將抽出幸運讀者致贈大獎，獎品有**六福皇宮住宿券1張（價值19,000元，使用時間至2018/12/31）與Glasslock玻璃保鮮盒50份（每份價值約400元）**

本活動聯絡人：胡小姐
聯絡電話：（02）2505-6789分機5510



個人
資料

聯絡人姓名：_____ 公司名稱：_____

贈品寄送地址：_____（請清楚填寫）

聯絡電話：_____

年齡：20歲以下 21~30歲 31~40歲 41~50歲 51歲以上

職務屬性：企業主 主管 職員 自由業 學生 其他_____

Email：_____



工總「貿易發展委員會」

掌握國際經貿資訊與趨勢

協助排除出口貿易障礙

提出台灣產業健全發展之建言

力促國際經貿政策應與產業政策結合

重新定義你的春季旅行

萊茵河河輪之旅

為自己預約一趟前所未有的旅行
季節限定團 2019/4/13~4/24

- 德國：全世界最棒的【白蘆筍產區】，品嚐歐洲珍饈的多元風味
- 法國：探訪最美酒鄉小鎮 —【阿爾薩斯明珠】
- 荷蘭：歡饗【鬱金香花海野宴】；重返【荷蘭黃金時代】，一睹當年北海盛世風光
- 直入五個世界遺產，深訪日耳曼文化搖籃



早鳥禮遇

請洽02-2510-8888按6 www.followalive.com

alive

ENERGY EXPRESS
大腳逛地球
交觀甲字第1608號



了解更多