

P.30 優秀傳統做後盾 利百代勇敢跨入新天地



貿易

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

雜誌  IEAT

No. 351
2020年9月



贏接後疫情 攜手美歐日創新局

定價：99元



4 717702 096328



《貿易雜誌》電子書

防堵中製商品洗產地
維護MIT商譽
原產地認定必修學分

延續會展平台效益
不受距離限制
線上會展當道



封面故事

Cover Story

贏接後疫情 攜手美歐日創新局



10

從美中貿易戰到科技戰，產業、供應鏈無不受到衝擊，在這世界經貿秩序重整之際，台灣產業必須在兩強爭霸之際加強與世界各國的合作，才能提升產業競爭力。本期封面故事將從台灣視角，尋找與美、歐、日合作的未來藍圖，以堅強實力創造新時代戰力。

總論篇

06 貿易戰、疫情後的試煉
迎戰新局 擘劃台灣貿易新藍圖

台美篇

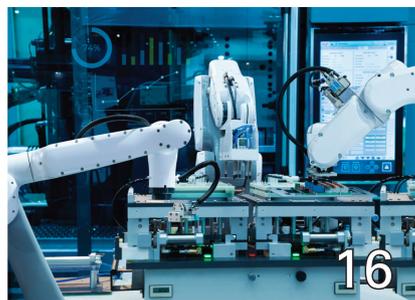
10 共創AI、5G競爭力
台美新契機 聚焦科技、人才合作

台歐篇

16 加強雙方交流力道
台歐創雙贏 共拚工業4.0、能源轉型

台日篇

20 材料、健康福祉、數位內容
台日優勢互補 結合科技實力拚綜效



16



20

CONTENTS

編輯室報告 Editor's Report

1 跨國產業合作 因應G2爭霸時代

國際視窗 News Digest

4 疫情下的異軍突起 電玩產業再掀商機

特別企劃 Special Report

防堵中製商品洗產地

24 維護MIT商譽 原產地認定必修學分

企業實戰錄 Enterprise

文具和紙類產品求新求變

30 優秀傳統做後盾 利百代勇敢跨入新天地

名人講堂 Celebrity Talk

生命之美來自於生命的不美

34 單煒明分享藝術與生活

跨境電商 E-commerce

《IEAT跨境電商關鍵報告2》

38 讀故事 學電商—— 台灣10大跨境電商企業致勝關鍵

進口最前線 Import Frontline

專訪 加拿大駐台北貿易辦事處代表芮喬丹

42 加拿大創新能量 數位應用潛力無窮

專訪 墨西哥駐台辦事處處長Mr. Martin Torres

44 豐富文化與農產品 激發台墨新商機

寰宇聚焦 Global Focus

延續會展平台效益

46 不受距離限制 線上會展當道

創新創業 Innovation

開發創新玩具 「塊樂方程式」推廣親子共玩

50 磁力積木方塊 砌出創業之路

文創藝術 Cultural Arts

台灣女孩用漢方進軍日本市場

54 DAYLILY把中藥變成美的品牌

MBA學堂 MBA Class

掌握消費旅程 將人流轉為商機

58 迎接戶外廣告挑戰 關鍵四大策略

貿易線上 IEAT Online

中華民國輸出入相關同業公會聯誼會會員大會

64 後防疫時代 台灣全球貿易新布局

公會協助會員廠商抗疫

66 首辦台灣好物暨進口品牌推廣會

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、林簡文瑩

編輯所：商周編輯顧問股份有限公司

副總經理：吳修辰

專案經理：董育君

資深編輯：廖珮君、許資晏

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5531

傳真：(02) 2500-1932

製版：王子彩色製版企業有限公司

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



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。

國貿學苑FB粉絲團



34



58

迎戰新局

擘劃台灣貿易新藍圖

貿易戰、疫情後的試煉

從美中貿易戰開打到引爆科技戰，世界兩大經濟強國的經貿戰火煙硝瀰漫，全球經貿秩序進入重整新階段。國與國間往來更加詭譎多變，台灣產業必須在強國爭霸之際，加強與世界更多國家合作，描繪出台灣國際貿易的未來發展藍圖，進而提升產業競爭力。

◎撰文／劉麗惠 圖片提供／Shutterstock



自 2019年以來，全球經濟與國際貿易局勢因美中貿易戰呈現緊張態勢，2020年又爆發新冠肺炎肆虐全球，不僅造成經濟大幅衰退，美中更因疫情導致激烈的對抗，貿易戰愈演愈烈不說，兩國間科技戰火也持續擴大，美中關係的拉鋸戰愈來愈緊張，國際競合新時代正式到來。

美對中展開全面性壓制

繼2020年5月15日美國商務部工業和安全局（BIS）公布針對中國大陸華為出口管制新規範，包括台積電在內的美國與全球半導體相關設備與晶片製造商，陸續停止對華為供貨，凸顯美中貿易戰延伸到科技戰不說，戰火之劇烈全球有目共睹。



在美中兩大強經濟強國拉鋸下，國際經貿局勢難測，台灣產業必須以實力，開創貿易新局。

不僅貿易戰、科技戰令全球產業感到莫大壓力，2020年7月21日，美國政府指控中國大陸將駐休士頓總領事館作為情報中心，要求關閉該館；很快地中國大陸做出反制，下令關閉美國在四川省成都市的總領事館，美中衝突可能進一步導致全球走向國際競合新局。

紐約城市大學（The City University of New York）政治學教授夏明接受採訪時指出，美國華府在2020年5月發布的《對華戰略報告》中指出，美國將在政治、經濟、軍事等領域牽制中國大陸，此舉標誌著美中雙方已進入全方位對抗階段。

中華經濟研究院WTO及RTA中心副研究員顏慧欣指出，美中貿易戰從關稅延燒至科技戰，美國除以「禁止聯邦機構採購中國受管制產品與服務」，對華為、中興通訊及其子公司關係企業提供的電信設備或服務進行管制，另祭出許多管制措施，包括提高對外資的國安審查、出口管制措施、保護資通訊與服務供應鏈而限制特定交易等，藉此防止高科技技術外流，保護美國高科技產業。另外，為提高美國科技「自給率」、降低對中國大陸的依賴，美國也要求台積電到美設廠，雙方建立更緊密的合作。

中國大陸推動內循環經濟

當美國對中國大陸祭出各種政治與經濟壓制時，中國大陸作為全球第二大經濟體，也採取各種因應措施，除對美課徵關稅，同時以其龐大市場作為籌碼，對蘋果（Apple）等極度仰賴中國大陸市場的美國大廠，施加壓力。雖然Apple供應鏈移轉生產基地，但Apple為避免中國大陸市場的銷售受影響，也積極將中國大陸廠商納入供應鏈體系，預期未來供應鏈將分成中國與非中體系。

當中國大陸加速啟動「去美化」政策，在2020年5月全國人民代表大會會議及中國人民政治協商會議全國委員會會議（兩會）期間，中國大陸主席習近平指出，中國大陸將「逐步形成以國內大循環為主體，國內國際雙循環相互促進的新發展格局」。此一戰略將成為中

國大陸《第十四個五年規劃》的主旋律，更加可見，中國大陸經濟發展將從過去「世界工廠」的對外戰略，轉向內部發展內循環經濟戰略。

隨著中國大陸推動內循環經濟，兩會中正式通過財政預算的「新基建」，預計至2025年底，新基建直接投資額高達人民幣10兆元，聚焦5G、人工智慧、數據中心、工業互聯網、新能源汽車、特高壓（超過2萬2,800伏特供電用電場所）及城際高鐵與軌道交通七大基礎建設發展經濟。隨著新基建將成為中國大陸經濟動能，這塊內需市場大餅也將成為中國大陸經貿戰略的重要籌碼。

新北美自由貿易協議的影響

美中紛爭除對全球經貿格局帶來劇烈影響外，2020年7月1日美國、加拿大、墨西哥3國簽署、生效的新北美自由貿易協定（USMCA），也是台商發展全球布局戰略時不容忽視的焦點議題。相較1994年簽訂的舊版北美自由貿易協定（NAFTA），舊版只有22個章節，新版有34個章節、附件及附函，議題廣泛，包含汽車及零配件的原產地及勞動價值要求、爭端解決機制、智慧財產權、數位貿易、勞工、貨幣、日落條款及防止締約方與非市場經濟體洽簽FTA機制等，堪稱21世紀高標準協定的貿易協定新典範。

從USMCA上路對產業的影響來



中國大陸政府全力推動《第十四個五年規劃》，跳脫過去世界工廠的經濟戰略，朝內循環經濟邁進。

看，汽車產業受到極大矚目。根據協定規範，汽車7項主要零組件車台、引擎、車軸、變速器、緩衝器、方向盤感知器、EV電池等，其中只要有1項不在美加墨境內生產，就不屬境內汽車。此外，高達75%零組件須在美加墨生產，比舊版協定的62.5%還要嚴苛，此一條款勢必加速世界品牌汽車廠與零組件廠商移往墨西哥設廠，因此將帶來新一波汽車產業供應鏈移轉。

在電子商務方面，雖然USMCA致力於促進電子商務發展，全力降低任何阻礙，但強調在個人資料保護上應具電子商務個資保護相關法律，針對電子交易，則要求加拿大及墨西哥的監管規範須符合聯合國國際貿易法委員會的電子商務示範法，凸顯美國積極推動數位貿易與電子商務的決心，並看見在疫情凍結實體貿易的關鍵時刻，未來電子商務在全球經貿的重要地位。

台灣調整國際角色定位

不論美中貿易糾紛持續升溫，或中國大陸擴大內循環經濟發展，還是新北美貿易協議簽訂，在在凸顯全球經貿活動改變將持續加劇，再加上疫情至今仍未有看到退場終點，世界主要經濟體都受嚴重衝擊，各大國際預測機構都高聲大喊，2020年經濟將創1930年代大蕭條以來最大衰退。

值此之際，台灣做為全球供應鏈重



USMCA規定，7項主要汽車零組件只要有1項不在美加墨生產，就不屬於境內汽車，大幅提升各國汽車大廠前往墨西哥設廠的誘因。

要一環無法置身事外，必須加速調整布局戰略，一如總統蔡英文就職典禮發言，美中貿易戰與疫情正使全球政治與經濟歷經重大結構性轉變，台灣須重新思考並調整自身在國際、區域的角色定位；工研院院長劉文雄也表示，台商應深化「台灣智慧價值」思維，將高階製造、研發與新興產業投資留在台灣。

以台灣總部價值的思維框架，台商對內尋求產業鏈上下游的合作，以國家隊的形式攜手邁向世界，同時也要建立「國與國」產業合作的新觀念，鞏固台灣產業地位。

綜觀來看，不管未來美中拉鋸是否有機會趨於緩和，台商都應尋找跨國產業合作的各種可能性，不論台美、台歐、台日產業合作，相信都可透過優勢互補，加強拓展全球市場的能力。■

台美新契機

聚焦科技、人才合作

共創AI、5G競爭力



過去幾十年來，美國在臺灣產業發展上一直扮演重要角色，如今美中科技戰打得激烈，台美雙方在AI、5G、物聯網等前瞻科技的合作更為緊密，不僅微軟、Google、AWS全球三大雲端服務商搶駐台灣，台美也由經濟部、美國在台協會主導下，共同培育數位人才，共創台美在科技產業的新競爭力。

◎撰文／劉麗惠 圖片提供／人才循環大聯盟、台達電、Google FB、美聯社

台灣自二戰後開始發展工業以來，從輕工業、重工業、資訊工業，一直到今日的智慧工業，美國一直透過投資、提供技術、培育人才與市場等，協助台灣產業發展。輕工業到重工業時期，美國看中台灣便宜的人力資源與素質，積極協助台灣紡織業、食品業、汽車工業、鋼鐵業等發展；1970年代台灣

開始資訊工業發展，美國看上台灣企業優異技術能力，積極協助發展高科技產業，進一步使台灣蛻變成為科技大國。

美中關係弱化 台美關係緊密

不過，隨著中國大陸於1990年走向開放，台灣製造業大量西移，30年來台美中經貿走向「台灣接單、中國大陸製



台美雙方近年在科技產業互動頻繁，台灣的科技實力成為兩國產業的一大動能。

造、出口美國」的三角貿易關係，即台灣接單後，出口中間財到中國大陸組裝生產，再從中國大陸出口到美國。

其後美中貿易關係愈來愈緊密，許多美國廠商直接前往中國大陸設立分公司或工廠，台美產業合作關係不免趨於弱化。不過，2016年美國總統川普上任後，川普跳脫親中路線，美中關係走向緊繃，台灣再次成為美國鞏固亞太經濟戰略地位重要的合作夥伴，台美在政策、貿易到產業的合作愈來愈密切。

在政治上，美國不僅於2018年通過「台灣旅行法」，2019年通過「台灣保證法案」，2020年川普簽署的「台灣友

邦國際保護及加強倡議法案」(Taiwan Allies International Protection and Enhancement Initiative Act, TAIPEI Act)，簡稱《台北法案》也正式生效；在貿易往來上，2018年台美貨品貿易總額近726億美元，成長11.4%，2019年進一步攀升到810億美元，占台灣整體貿易金額比重達14%，台灣重回美國第十大貿易夥伴。今(2020)年在疫情衝擊下，1至5月台灣對美出口仍成長13.3%、達326.4億美元，其中出口額為189.4億美元、成長14.5%；進口額為137億美元、成長12.0%。

在產業上，美中科技戰讓台美科技

產業間的合作更加緊密。隨著產業朝自動化、智慧化、數位化、高值化和科技化發展，台美產業合作的範疇從過去的貿易、技術取得、代工，進一步擴大到共同研發、創新產業化、雙向投資、併購及專業人才交流，而AI、5G、物聯網等牽動國家未來產業競爭力的重要科技，更是台美產業合作的關鍵所在。

台美多個聯盟 深化合作

既然是國與國間的產業合作，兩國政府的相互支持與往來，是彼此產業可順利合作的關鍵。對此，我國政府、產業公協會一直積極推動台美產業往來與合作的相關計畫。

為因應AI、5G等前沿科技的技術與應用創新，近年來數位人才需求大增。

我國為打造2030年台灣數位國際人才發展藍圖，積極與美國就數位人才培育攜手合作。

台美共同啟動「人才循環大聯盟」

自2019年開始，美國在台協會（AIT）就與經濟部工業局鏈結雙方政府與產業界資源，共同發展「人才循環大聯盟（Talent Circulation Alliance, TCA）計畫」，並從2020年起，極力推動人才交流循環機制，透過台美雙向開放企業實習、交流的實際行動，預計5年內將促成425位產業人才海外見習，以發展我國重要人力資產與擴大國際影響力。

2020年6月美國在台協會、立法院數位國力促進會與經濟部共同發表「數位國力人才循環大聯盟白皮書」，總統蔡英文在發表會上致詞指出，政府將爭取與培育國際上最頂尖的技術、研發和管理人才，讓台灣產業的團隊能夠更加國際化，擁有全球競爭的視野和能力，藉此強勁的產業實力，建立與世界更緊密連結的台灣。

美國在台協會處長鄺英傑期許人才循環大聯盟能培養更多精通數位科技的國際人才，未來將擴大把台美產業同盟成功的合作模式，推廣到全世界，讓更多志同道合的國家能一起加入產業國際合作生態鏈，透過提升台灣人才資產，帶動全國產業成長升級，提升台灣國際影響力。



人才循環大聯盟計畫希望透過實習、交流等，讓各國人才才能學習彼此的優勢，打造強勁產業實力。

微軟、Google、AWS 三大雲端服務商搶駐台灣

進一步觀察台美產業合作，由於台灣具領先全球的半導體完整供應鏈、長期與國際大廠合作建立的信任與默契、以及健全的製造業與醫療資料庫，具發展AI的多重優勢，因此吸引國際科技大廠尋求合作。

繼2018年初微軟宣布在台成立「人工智慧研發中心」，目標在5年內培育超過200人的AI研發團隊；同年3月Google啟動「智慧台灣計畫」，將台灣作為Google亞洲最大研發基地；2019年3月亞馬遜網路服務（Amazon Web Services, AWS）也宣布在林口創新園區打造「亞馬遜AWS聯合創新中心」。

自從微軟在台灣設立AI研發中心後，2年多來微軟與台灣產業在AI領域的合作甚為緊密。例如，為開拓我國AI創新應用及前瞻技術合作，台達電、鈺創科技、英業達、神通電腦、工研院單位，攜手微軟積極針對AI晶片開發、AI邊緣運算、物聯網晶片安全等議題進行互動與交流，期能推動台美雙方在AI晶片設計軟體及晶片端系統保護方面的合作，進而開發更多AI晶片應用。

由於微軟是「台灣人工智慧晶片聯盟」成員之一，因此台灣可以鏈結微軟長期投入雲端運算、物聯網與AI能量，整合跨界工程，從晶片、系統、應用到服務，促進AI技術開發與應用發展。微



Google早已在台成立「人工智慧研發中心」，將台灣視為亞洲最大研發基地。

軟全球總部物聯網事業群解決方案總經理Carl Coken表示，透過與「台灣人工智慧晶片聯盟」合作，將讓微軟進一步在Azure Sphere平台上，提供具備最高度安全保護的AI開發能力，廠商所開發的AI IP得以得到最大的保護，加速AI與物聯網晶片開發，開展AI與AIoT商業應用的各種可能。

大廠之外，台灣新創也紛紛搭上微軟這艘大船，加速創新與提升競爭力。例如，專注於發展3D可視化管理平台及應用系統的杰悉科技，透過建構在微軟Azure平台上的NADI Smart Factory，可協助製造業建立多維度的智慧製造與指揮管理平台，打造真正的智慧工廠。

另外，AWS也積極鏈結台灣新創。「亞馬遜AWS聯合創新中心」以新創加速器、中小企業數位轉型加速器、雲端人才培育、國際合作、新創基金、新創



台達電針對產業升級需求，開發出智能製造解決方案，以及整合式的edgeMES製造營運管理系統，圖為電子組裝行業的六軸機器人精細打磨方案。

競賽等六大板塊架構，預計於3年內培育150家以上新創公司、協助至少45家企業進行業務轉型以及升級優秀潛力人才。此前，AWS鎖定AI應用在製造、零售、醫療、城市、生活等五大生態系，邀請潛力新創進駐其创新中心。

聚焦5G應用 激盪產業動能

AI之外，隨著全球開啟5G技術應用與政策逐漸到位，台灣因具資通訊產業發展練就出的製造彈性競爭優勢，積極攜手美商加速科技產業轉型。

此前，美國網通科技大廠思科就以「Open Networking, Taiwan Amazing」為核心價值，與台灣網通設備廠商智邦、明泰、智易、亞旭、中磊、正文、伸波通訊、台灣可億隆、優達科技等，以及系統整合商華電聯網，在桃園的智慧創新應用示範中心打造全

台首座5G開放網路驗測平台，一起全力搶攻5G電信設備兆元商機。

經濟部長王美花表示，台灣高科技產業競爭力傲視全球，5G作為驅動台灣經濟發展重要引擎之一，由政府領軍與思科聯手建置5G開放式架構網路實驗平台，將作為台灣網通業者進軍國際的絕佳練兵場域。透過這次合作，期許思科與台灣網通產業打造出具高度彈性、開放性和相容性的5G開放網路驗測平台，為台灣網通設備廠提供全新5G電信架構服務。

另外，就5G應用上，遠傳電信、台達電子也與微軟宣布攜手共同打造全國第一個5G智慧工廠。對此，遠傳將以「大人物」（大數據、人工智慧、物聯網）專長，搭配5G 80MHz連續頻寬，結合台達創新智慧設備以及微軟雲端實力，於台達桃園龜山廠生產線導入AGV無人搬運車、AOI瑕疵檢測設備、微軟雲計算、物聯網與混合實境科技三大應用，三方優勢整合展現跨界綜效。

一直以來，美國都是台灣重要技術來源國，長久以來雙方在全球供應鏈上具深厚合作基礎，如今隨著科技推陳出新，台美產業合作模式也開始出現轉變，除原有的資通訊與半導體產業，利用AIoT等數位科技進行智慧創新，將成為目前很重要的環節，雙方產業的合作也正緊鑼密鼓進行中，相信將為台美科技產業激盪出燦爛的火花。■

防堵中製商品洗產地 維護MIT商譽 原產地認定必修學分

美中貿易衝突不斷，「關稅大戰」成為進出口業最大噩夢。對此許多業者紛紛將中國大陸貨品運至台灣，試圖以「台灣製造」之名再輸出。但為維護台灣貨品商譽與正當經營廠商權益，經濟部貿易局修法消除其中灰色地帶，如何確實符合「實質轉型」的認定標準，成為時下貿易商必修學分。

◎撰文／葉惟禎 圖片提供／Shutterstock

取得台灣製產品
MIT 微笑標章者



在我國境內完全取得
或完全生產者

在我國境內產生最終實質轉型者

- 稅則前 6 位碼號列相異
- 特定貨品符合貿易局公告重要製程
- 附加價值率超過 35%

MADE IN
TAIWAN
什麼商品符合
MIT原產地認定?



貿易局為配合進口國規定之
需要者



資料來源：財政部關務署台北關

自從美國總統川普正式對總值約2,000億美元的中國大陸商品課25%重稅後，防止「洗產地」成為許多國家的重要課題。所謂「洗產地」是指，進口國外原料或產品來台加工，未達「實質轉型」取得台灣原產地證明書。原產地證明書是為證明貨物產地或製造地的文件，因此產地標示攸關原產地認定。在國際貿易頻繁的今日，無論輸出入規定、課徵反傾銷平衡稅、關稅優惠、差別待遇等，或基於「維護台灣製造（MIT）」聲譽考量，海關根據相關規定查核及認定貨物原產地，至關重要。

美中貿易戰以來，貿易局屢屢查獲業者將台灣原產地證明書用於中國大陸貨品，企圖規避他國對中國大陸貨品課徵反傾銷稅，以及美國對中國大陸貨品課徵的額外關稅。導致歐盟等國對台灣廠商及多項貨品皆展開調查，影響國際貿易秩序及台灣貨品商譽。

長久下來，他國政府會認為台灣是中國大陸商品洗產地的來源，加強反規避的調查，而此調查不會只針對特定公司，而是整個產業，影響將不



自從美中貿易戰開打後，全球進出口在「洗產地」上開始嚴格把關。

只是個人，更會損及其他合法業者權益，因此務必謹慎為之。對此，經濟部貿易局在去（2019）年12月27日推出修正《貿易法》中有關商品產地標示的新規定，廠商及產證簽發單位違反《貿易法》禁止行為的罰鍰，從過去最高新台幣30萬元提升至300萬元，藉由法規與罰鍰遏止業者遊走於原產地認定的灰色地帶。

MIT認定 法規三大重點

根據《貿易法》第二十條規定，原產地證明書及加工證明書管理辦法明訂政府認定是否為台灣製造有三大重點。

■重點1》完全取得

貨品從原料到生產，完全

在台灣境內取得的原料，例如農、林、漁、牧、礦產品。

■重點2》完全生產

在台灣境內完全取得的貨品，如取得台灣養殖的豬隻後，並在台灣工廠加工為肉類製品，就屬完全生產。並非進口他國原物料，在台灣工廠生產就是完全生產，仍須依據原料進口來源及工廠所在地，才能認定是否為完全生產。

曾有業者雖持有泰國進貨廠商提供的產證，卻被判斷為違規情事。原因是，泰國製造商將持有產證的原料銷售給泰國貿易商，泰國貿易商再將這批貨物銷售給台灣業者，但泰國製造商實際上是偽造產證，該原料實則從中國大陸進口，

進出口原產地認定法源

項目	原產地認定—進口	原產地認定—出口
法律	關稅法第28條	貿易法第20條之2第4項
法規命令	進口貨物原產地認定標準	原產地證明書及加工證明書管理辦法
產地認定原則及定義	<p>原產地認定標準第5條：進口貨物已完全取得、完全生產、最終實質轉型之國家為原產地。</p> <p>原產地認定標準第6條：完全生產之貨物定義。</p> <p>原產地認定標準第7條：貨物實質轉型定義。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1、原材料經加工或製造後所產生貨物與原材料歸屬的海關進口稅則前6位碼號列相異者。 2、貨物的加工或製造雖未造成前款稅則號列改變，但已完成重要製程或附加價值率超過35%以上者。 	<p>產證管理辦法第3條：在台灣完全取得、完全生產、最終實質轉型、取得微笑標章之出口貨物認定台灣為原產地。</p> <p>產證管理辦法第4條：完全取得、完全生產之貨物定義。</p> <p>產證管理辦法第5條：貨物實質轉型定義。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1、原材料經加工或製造後所產生貨品與其原材料歸屬的我國海關進口稅則前6位碼號列相異者。 2、貨品的加工或製造雖未造成前款所述號列改變，但附加價值率超過35%或特定貨品已符合貿易局公告的重要製程者。

資料來源：財政部關務署台北關

關務署查驗該批貨物時，發現隨貨裝箱上為中國大陸成都某企業的中文裝箱單，且貨物外箱上亦有中文字樣。關務署在確認泰國製造商與泰國貿易商彼此無投資關係後，要求廠商更正產地，並依據進口人向國貿局申請專案輸入許可結果，依法裁處。

■重點3》實質轉型

倘若出口的貨品原料與製程非上述二者，生產涉及多國，但在台灣境內製造加工為商品，只要符合以下三者中的其中1項，即符合實質轉型條件：

■**稅則前6碼號列相異。**也就是最後成品的稅則號列6位碼，只要任何一個數字與進口

的材料不同，就是實質轉型。例如，從A國進口鉛錠的稅則前6碼號列是「7601.20」，於國內加工製造成鉛製輪胎圈，出口稅則前6碼變成「8708.70」，即符合條件。如果僅部分位碼改變，例如從國外進口PE塑膠粒的稅則前6碼號列是「3901.20」，於國內加工製造為PE塑膠板，出口的稅則前6碼變成「3920.10」，第3、4、5位碼改變，亦符合實質轉型條件。但若是第7位碼才開始改變，就未達實質轉型條件。

■附加價值率超過35%。

附加價值35%的計算方式是，「貨品出口價格（FOB）」減掉「直接或間接進口原材料及

零件價格（CIF）」後，除以「貨品出口價格（FOB）」，得出的附加價值率超過35%即可被認定為台灣製造。在計算直接或間接進口原材料及零件價格（CIF）時須留意，自台灣貿易商購入國外製材料及零件不等於台灣製，屬於間接進口，在計算時必須列入CIF中。

許多廠商常自認附加價值率已超過35%，而於貨上標示 Made in Taiwan，但經海關核算後實質低於35%，未達實質轉型標準。例如某公司報運出口自行車及零件至捷克，經盤查後發現該企業向A公司購買70%自行車車架組及其他零件，再送至B公司組裝成車，自

行設算後，自認該批貨品附加價值率已超過35%，就在貨品外箱標示台灣製造字樣。再經查驗，其貨源為中國大陸，並從其進口單號發現貨品分類號列、數量及重量與出口報單完全相同，幾無加工之實，與其所稱事實不符。

此外，該公司早已有標示不實的「前科紀錄」。因歐盟對中國大陸自行車課徵高額反傾銷稅，此公司卻已3次將中國大陸製自行車及零件標示台灣產製出口，成為歐盟反詐欺局（OLAF）查訪的重點廠商。最後，該公司以不正當方法擾亂貿易秩序，且嚴重損害台灣商譽，被處以重罰。

■重要製程。特定貨品須

符合國貿局公告的重要製程，而基本上只有「太陽能級矽晶棒」及「太陽能級矽晶錠」須以重要製程進行產地認定申請。但經濟部國貿局強調，即使符合稅則前6碼相異、附加價值率逾35%這2項標準，只要出口貨品的製程僅進行以下5種工序，亦會被認定為「簡單加工」，而無法做為實質轉型進行認定：

- 1、運送或儲存期間的必要保存作業。
- 2、貨品為銷售或裝運所做分類、分級、分裝、包裝、加作記號或重貼標籤等作業。
- 3、貨品的組合或混合作業，未使組合後或混合後貨品與被

組合或混合貨品特性造成重大差異。

- 4、簡單切割或簡易接合、裝配或組裝等加工作業。
- 5、檢測、簡單的乾燥、稀釋或濃縮作業而未改變性質。

曾有廠商由國外進口鋁捲母材，依客戶需求進行裁切，並以國貨辦理出口，卻被海關認定該貨品僅從事簡單的切割，非屬實質轉型，涉及產地標示不實。該廠商不服向國貿局提出異議表示，進口鋁捲1捲約為5,000至7,000公斤不等，依客戶需求，在歷經兩道專業大型設備切割後，將鋁捲製作成表面PE保護膜之平坦鋁片，絕非簡單裁切作業；又進口價每公斤為2.62美元，出口價每公斤為4.55美元，附加價值率達42.4%，已超過35%之標準。最後國貿局接受廠商的申訴，撤銷原處分。

今年《貿易法》修法後，只要以虛偽不實方式申請產業認定就視為違規。而《貿易法》修正條文第17條，主要是因國際貿易情勢改變，藉提高罰鍰額度，達到加強管理及提升嚇阻效果。



要掛上「MIT」的名號，須嚴格查核原產地認定，以免有魚目混珠的產品影響聲譽。

其中違規行為包括：違法輸出戰略性高科技貨品至非管制地區、產地標示不實（洗產地），以及使用不實貿易證明文件等。

國貿局強調，只要與ECFA有關，罰鍰都會較重，相關單位或申請業者須特別留意申請事項是否觸犯法規。

標示不實 謹慎檢視認定標準

為防範中國大陸產製貨物借道台灣違規轉運出口，關務署除加強查核進出自由貿易港區、物流中心及保稅倉庫的貨物產地，亦針對課稅區通關案件，實施進出口報單比對機制，近2年已查獲逾上百起出口

貨物產地標示不實案件。

曾有企業出口報單的相關資訊全部標明為國貨，但將產地標示撕開後，卻發現原產地是中國大陸，分裝地是台灣，明顯為兩者不相符情況；或有廠商在出口時，在貨品本身及內外包裝上均無產地標示，也被認定是違法。

若廠商不服裁罰，也可提出申訴。然經常有業者自陳因自身疏忽而誤犯產地標示等過失，表明以後不會再犯，請求撤銷處分後，卻又在下次誤觸雷區。對此，國貿局建議業者可透過網路查詢相關法規資料內容，且既然是以進口為常業之廠商，對於出口標的之相關法規，本就應負相當注意的義務。若因此疏忽錯誤標示產地，就必須擔負責任。

關務署強調，受美中貿易戰的影響，部分廠商將產品部分製程拉回台灣，卻未必符合美國原產地認定標準。主要是美國對產品的原產地認定，未有一體適用標準，當產品原料涉及多個國家時，美國海關暨邊境保護局（CBP）將依個案認定是否具「最終實質轉型」來判定原產國，建議廠商在事

國貨出口產地正確標示



1. Products of Taiwan
2. 中華民國台灣製造 / Made in Taiwan R.O.C
3. 中華民國製造 / Made in R.O.C
4. Country of origin: Taiwan
5. 台灣製造



1. FROM TAIWAN
2. 產地：台灣省彰化縣
3. 產地：中國台灣

資料來源：財政部關務署台北關

前可向CBP申請原產地預先審核，以確保自身權益。

此外，原產地名稱也要正確標示，若撰寫方式為中國台灣或台灣省彰化縣此等字眼，亦不符合國內規定，在他國判定上更可能被課以中國大陸商品的額外稅則。

時下國際局勢難測，企業每天都要面對新挑戰，各國法令也持續修正，當大多數業者都在「摸著石頭過河」時，唯有謹慎小心步步為營，才能在危局中抓緊時機掌握商機。■



美國海關認定標準是依據「最終實質轉型」來判斷，建議廠商先申請預先審核。



利百代憑藉著優異的市場洞察力，將過往的失敗化為成長動力，持續創造成長高峰。

文具和紙類產品求新求變

優秀傳統做後盾 利百代勇敢跨入新天地

利百代走過70年，公司發展史猶如台灣戰後輝煌年代的縮影。在兵荒馬亂年代，利百代幾位創業者穿梭於台灣、中國大陸及日本之間，憑藉優異的市場需求洞察力，在文具進出口領域打下堅強基礎。時至今日，利百代已從小規模的文具貿易商號，成長為業務多元的跨國企業。

◎撰文／陳玉鳳 攝影／賴建宏

「我」接任時的最大挑戰，在於我不知道利百代接下來還能做什麼。」侯震育於2000年接下利百代公司總經理一職，他是利百代創辦人之一

侯憲東之子。

侯震育的困惑其來有自，畢竟在經過數十年的發展，利百代在文具、紙類的經營品項已包山包海，產品皆已齊備，

還能做些什麼呢？所幸利百代歷來經營者對於市場趨勢及需求皆有敏銳嗅覺，侯震育也不例外，且公司擁有深厚研發能力，總能挖掘並開發出值得投

入的新領域。

感熱紙，就是侯震育的代表作之一。其用途多，包括航空公司名條、統一發票等，市場需求量極大且產品技術門檻高，利百代平鎮廠是國內唯一具感熱塗佈技術生產線的工廠。感熱紙的成功研發及銷售，為2000年後的利百代帶來另一波成長高峰。

從進口到研發生產 跟緊時代脈動

從進口貿易到研發生產，利百代的經營歷程轉變，與台灣的經濟發展變遷緊密相連。隨著台灣經濟政策從遷台時期的進口替代到鼓勵在地生產，利百代的經營方針，也從進口貿易，逐步轉向自行生產，同時積極研發先進產品。

成立於1948年的利百代，於1954年啟用了第一處工廠，廠址位於當時還是一片稻田的台北市南港路，是台灣第一家綜合文具製造工廠。延續前期進口鋼板蠟紙的熱賣，利百代第一個生產的產品便選擇鋼板蠟紙，之後陸續生產複寫紙、鉛筆、各式油墨、打印台、印泥、水彩、蠟筆、粉蠟筆、廣

告顏料、原子筆及各種高級橡皮擦等。

小天使鉛筆誕生 經典不敗

從進口、代理日本品牌文具起步，利百代逐步發展自有品牌，隨著台灣文具產業從講求實用性，轉而開始重視產品設計，利百代也花費更多心力於產品的設計並迭有佳作。例如於1972年推出小天使鉛筆，就是台灣好幾代人的共同記憶，時至今日仍是不敗的經典商品。

在小天使鉛筆出現前，市面上的鉛筆筆桿用色以素色為主，如利百代的88號黃桿鉛筆，為吸引兒童這群高度使用

者，利百代在鉛筆桿印上天使、愛心與箭，在此設計下，無論旋轉到哪個角度，都能看到可愛的圖案。

在利百代的巧思下，鉛筆除實用性，也成為令人莞爾一笑的文創商品，例如2018年推出的「台灣小吃抗菌三角塗頭2B鉛筆」，就是將最具有台灣味、台灣特色的小吃美食，包括滷肉飯、豬血糕、小籠包、臭豆腐、肉圓、珍珠奶茶等印在筆桿上，大受歡迎。

記取計算尺失敗經驗 愈挫愈勇

不僅鉛筆產品推陳出新，利百代也嘗試開發其他領域新產品，大多數研發創新都有良



利百代公司總經理侯震育接下領導重擔後，致力於為利百代尋找下一個利基點。



利百代經歷時代的考驗，除了推出世代台灣人都使用的文具商品，更推出符合時下文創當道市場的新產品。

好成果，業界一度盛傳「利百代賣什麼都能大賺」。然而，在求新求變過程中，挫折仍難免，「銷售計算尺」（Slider Ruler）就是失敗案例。

1969年，利百代與日本專門製造計算尺的逸見（Henmi）合資成立「台灣逸見」，於桃園設廠生產計算尺，計算尺是一種上面標有多組刻度的計算工具，移動游標後、對準數值即可得到答案。當時理工科學生幾乎人手一支計算尺，且計算尺售價昂貴，不料，工廠生產不到2年半的時間，電子計算機一上市，計算尺隨即被打入冷宮，「台灣逸見」前後僅維持3年又4個月。

這是時代的眼淚，卻也為利百代帶來禮物。利百代是台灣第一家生產機用連續性報表紙的文具廠商，隨著電腦資訊業起飛，對於連續性報表紙的需求急速成長，營收也隨著產業趨勢水漲船高。

看準環保趨勢 非碳複寫紙大發利市

之後，基於環保、便利的需求，電腦報表紙從傳統的一次使用複寫紙，演進為非碳複寫紙，「我們長期經營傳統複寫紙市場且市場占有率領先，因此得以率先察覺到傳統複寫紙的銷量正逐年減少，非碳複寫紙則逐漸崛起，因此利百代

在1987年斥資設廠生產非碳複寫紙，又搭上了一波產業熱潮。」侯震育分享前人的經營智慧。

從傳統複寫紙跨入非碳複寫紙，技術難度並不低。傳統複寫紙是在薄紙上塗佈一面或雙面的顏料，非碳複寫紙的原理則是在紙張的一面塗佈含有色素、約只有3微米到6微米大的膠囊（CB），在另一面則塗佈顯色劑（CF），使用時CB面與CF面對應，當紙張受壓時，CB面微膠囊破裂，色素溢出與CF面之顯示劑反應而發色，因而達到複製效果。

發展至今，利百代的產品線包括紙類、文具、生活用

品、電腦周邊等，其中仍以紙類及文具對營收貢獻最大，紙類約占6成、文具約占4成，不過就毛利來看，「文具的利潤較紙類好上許多，約是7比3。」侯震育說。

從鉛筆到眉筆 勇闖美妝領域

承襲優良傳統，融合多元創新思維，這是侯震育的經營風格，他不僅在利百代老本業文具和紙類產品的開發擴展上頗有建樹，且勇於帶領團隊跨入相對「陌生」的新領域—美妝產品。

利百代要做美妝，聽聞者無不感到驚訝，然而少有人知道的是，文具與美妝的距離其

實不如想像中遙遠。利百代有一款色鉛筆產品，雖然在用途設定上並未包括眉筆，卻被發現非常適用於化妝教學上，廣受特定市場歡迎。以此產品為基礎，利百代精心改進，預計今年正式推出眉筆產品，進攻美妝市場，後續並將推出唇筆、眼影筆等。

在通路拓展上，利百代也已建立網路商城，提供消費者更多的採買方式選擇。值得一提的是，利百代在2017年斥資新台幣6.3億元重建桃園工廠，這座廠房除了建置先進設備生產新產品外，也引入文創概念，結合觀光工廠和餐廳，跨出貿易商身分，為桃園增添一處休閒好去處。

鼓勵新嘗試

確保基業長青

侯震育以開放心態接受各種可能性，這或許與他的成長過程有關。他15歲即赴美讀書，大學攻讀與家業完全無關的語言學及藝術史，畢業後至美術館負責策展工作，十分愉快，然而年歲漸長，他開始思考回到台灣，出發點並非事業考量，而是想陪伴父母，「我在外面太久了，我很想回來好好認識及陪伴父母。」

於是，即便父母希望他能繼續做自己喜歡的事，他還是選擇在1988年回到台灣，進入自己最熟悉的利百代工作，「難過的是，父親在我回台3年後逝世，還好我回來了，才能陪伴他這最後的時光。」侯震育說。

侯震育勇於做出改變，反映在他的經營方式上，他非常鼓勵公司內的年輕人提出新計畫，「我幾乎都會同意，我希望年輕一代能勇於嘗試。」走過70年，利百代藉由持續注入新血，開拓更多元的創新事業，更以不斷吸收新事物的開闊姿態，透過不斷地嘗試，確保基業長青。■

PROFILE

利百代 小檔案

- 成立時間：1948年
- 董事長：門田明輝
- 總經理：侯震育
- 員工人數：約250人
- 資本額：約新台幣 3億2,000萬元
- 主要營業項目：各類文具生產銷售、進口文具代理銷售、進口紙品加工銷售
- 精選品牌：利百代(台灣)、斑馬(日本)、美克司(日本)、施奈德(德國)、慕那美(韓國)、威思卡(美國)、駱駝(日本)
- 海外據點：中國總經銷上海辦事處、日本總經銷大阪辦事處



利百代總經理 侯震育



今年第二場「將帥咖啡時間」邀請有廣播人、藝術家和作家等多重身分的單煒明擔任此次講師。

生命之美來自於生命的不美

單煒明分享藝術與生活

今年首場公會「將帥咖啡時間」登場後，獲得一致好評與肯定。第二場活動邀請具有廣播人、藝術家和作家等多重身分的單煒明擔任本次講師，他分享在藝術學習中，所領悟到的生命之美，其實來自於生命的不完美。

◎撰文／張煥鵬 攝影／陳正國

突如其來的夏季午後陣雨，無法澆熄將帥班學長姐的熱情，8月12日舉行的「咖啡時間」座無虛席。曾獲廣播金鐘獎藝術文化節目主持人獎的單煒明以充滿磁性的嗓音，暢談美學與生活。將帥會顧問林蒼生總裁、呂鴻德教授

及將帥學院院長、副會長、執行長等人受邀出席。此次講座由將帥會幹部鄭鈴珠用心安排，身為將帥班學姐的她，讓與會的學員滿載而歸。

「記憶」會避險或引發焦慮

單煒明自澳洲伍倫貢大學

(University of Wollongong) 取得藝術創作博士學位 (Art Doctor of Creative)，目前是教育廣播電臺「藝術單飛」節目主持人，同時在大學教書，工作之餘持續繪畫和寫作。因從事藝術相關工作，因此許多人都會邀請他談藝術、談生活

美學。

「藝術欣賞在感動之餘，是否也能讓人們獲得平靜？」單煒明提起以前念書時，有一門藝術生理學與藝術心理學的課程，以心理和生理層面探討藝術家創作的心態，同時試著理解人們內心在思考什麼？這門課讓他體悟到不要違背內心的想法，應該順著心思去尋找一條開闊的道路。因此，單煒明以「生命之美來自於生命的不美」做為本次演講題目，並且從一場隔離開始說起。

「有一位認識近20年的朋友，當年從美國獲得學位返台後，開始從事教職、結婚生子，2年前退休後又轉戰至中國大陸教書。無論事業或家庭，各方面幾乎無可挑剔。」單煒明說，這位看似人生勝利組成員，卻是特別容易焦慮的人。

對於排課時間和內容能否盡如人意，他總感到焦慮；近年來，因為少子化學校招生困難，他也非常焦慮。今年因疫情的關係，他從台灣返回中國大陸教書時，須自主隔離14天，隔離的過程讓他顯得更焦慮，甚至覺得快要喘不過氣。

「人類演化過程中，大腦

留下2種非常重要的功能，分別是記憶和想像。」單煒明說，原始人行經某個地點時遇到了狼群，好不容易逃離現場後，下一次行經同樣的地點前，他就會思考會不會再一次遇到狼群。在經過99萬年甚至199萬年的演化過程中，「記憶」變成人類腦中非常重要的避險功能，但也造成許多不好的記憶特別難以忘記，或許這就是現代人容易焦慮的原因之一。

人生必要的4種「食物」

「我時常在思考，在談藝術和藝術欣賞，除提供對方美學感動外，是不是也能讓他們獲得更多的平靜。」單煒明認為只靠單方面是不夠的，必須要對方一起努力，因此他提出人生必要的4種食物，分別是「食物」、「睡眠」、「目標」以及「找到一個可以長期從事，使自己心平氣和的事情」，藉由這4種食物，也許能夠讓人們知道何謂生活美學。

人要活得好，最重要的就是吃好的食物，喝好的水，有愈來愈多人重視健康養生，吃有機食物；好的睡眠和好食物同樣重要。繪畫和寫作是單煒明

工作之餘長期且持續從事的一件事，在畫畫和寫文章的過程中，得到心靈的滿足與平靜。

「目標」，也是單煒明認為人生中不可或缺的食物。他分享某一年到法國自助旅行的故事，從一盤義大利麵獲得啟示。為節省旅費，單煒明住在一個台灣留學生的租屋處，客廳的沙發就是睡床，一晚只需20歐元，比青年旅館還要便宜。另一個小房間裡住著另外一個台灣人，一個20幾歲的年輕廚師。「那一位小廚師在一間4星飯店實習，每天早上6點出門，晚上12點才回家。」直到有一天，小廚師放假的時候，單煒明才有機會和他正式



此次講座由將帥會幹部鄭鈴珠用心安排，讓與會的學員滿載而歸。



呂鴻德表示，IQ和EQ之外，時下更看重的是AQ，也就是「美學商數」。

打照面。

從聊天的過程中，得知小廚師從高職餐飲科畢業後，沒有繼續升學而是去餐廳工作，花了7年存了200萬後，來到法國學習廚藝。到了中午，小廚師進廚房做起2人的午餐，半小時過後，廚房似乎一點聲響和動靜也沒有。單煒明好奇走進廚房，一股濃郁的蒜香撲鼻而來，小廚師眼神犀利盯著平底鍋，慢慢地熬煮蒜頭。

「是不是瓦斯爐壞了？爐火好像太小了。」單煒明熱心地想要上前開大火，卻被小廚師阻止了。「蒜頭就是要慢熬，如果是在飯店廚房，至少要熬上2小時。」到了下午1點半，小廚師終於把義大利麵

端上桌，飢腸轆轆的單煒明正要大快朵頤時，小廚師說再等一下，因為還差了一味。只見小廚師從廚房拿出香料，撒在麵上，再將盤子的周圍擦拭乾淨，才讓單煒明開動。

「當天晚上，我寫了一篇3,000字的文章歌頌這盤義大利麵。」單煒明說，小廚師口中隨便做一做、隨便吃一吃的午餐，竟是如此美味，而且他從端上桌的每一個步驟，都是那麼專業。「他沒有漂亮的學歷，卻有明確的目標，從17歲開始就找到自己的方向。」單煒明說，小廚師返台後在高雄的五星飯店擔任主廚，相較許多沒有方向，只追求學位的大學生來說，這位小廚師讓單煒明由衷佩服。

過程就是一種收穫

「音樂人羅大佑曾說過，美是抓不到的。」所以許多創作人不斷地在旅行，不斷地接受各種訊息，希望從中獲得創作能量和靈感。單煒明說，美的事情不太容易解釋，也不容易表達。於是，他將學習藝術過程的點點滴滴，都寫成一篇文章。單煒明說：

「即使最後沒有走到彼岸，過程就是一種收穫。」

「日本有一詞為侘寂，侘是指簡單樸素中的寧靜，寂是放下執著的平靜胸懷。」將帥會顧問林蒼生總裁在會後交流過程中，建議將帥班學員閱讀相關書籍，從日本的古老智慧和美學中，獲得人生的啟發。

「IQ和EQ之外，現在更重要的是AQ，也就是美學商數。」將帥會顧問呂鴻德教授表示，每天和金錢打交道的同時，別忘了提升心靈，在心靈悟道的過程中，美學是很重要的關鍵。他期許台灣能夠慢慢培養全民美學、全民創作的風氣，讓每個人都能用心去體會生命中的每個不完美。■

將帥班報名資訊

授課期間：

- ◎每年開班次
- ◎每次授課6小時，共8次。
- ◎第四週安排企業參訪、第八週安排結業式及雲門劇場參訪。

課程資訊：

www.itbs.org.tw/CEO/index.aspx

報名：優先預付

諮詢專線：02-2581-3521

分機416林小姐、410吳小姐



掃描QR Code
獲得完整課程資訊

WWW

《I E A T 跨境電商關鍵報告2》

讀故事 學電商

台灣10大跨境電商企業致勝關鍵

台北市政府推廣跨境電商不遺餘力，並首創「新貿獎」的評選活動，也是台灣第一次有機會把國內跨境電商企業具體的標示出來，讓我們不再只是霧裡看花或憑空想像，對此公會特別企劃並採訪廠商，將其典範圖像完整勾勒在《讀故事，學電商》專刊裡，希望拋磚引玉，在別人的經驗中找到大步邁前的決心與勇氣。

◎撰文／蔡順達 圖片提供／跨境電商辦公室

當台北夜深，美國東岸則是剛過中午，新手媽媽 Jenny 才把小 baby 哄入睡，就急著上網為家裡添購一台寶寶攝影機，她習慣性地在網路搜尋產品及評價，當她瀏覽過諸多網紅媽咪對 Lollipop 的開箱或分享後，對它可愛的棒棒糖造型深深著迷，還有強大的語音辨識功能，更是她目前最需要的育兒科技功能，所以便打開 Amazon 頁面立即下單。此間，位於台北南港的 Lollipop 總部、鴻華國際的辦公室還在沉睡，但透過全球網紅們的推播，經過這一夜，亞馬遜物流（Fulfillment by Amazon，FBA）又要為它遞送數十個貨件到世界各地去關照每一位可愛的新生兒。

時間來到早上9點的台北，忠孝東路已經車水馬龍，場景

換到隔壁街、人車少、台北車站旁的北平東路上，一棟不高、外表素樸的辦公樓房裡，數十個貨架上擺放著層疊如山、各個耳熟能詳的國際品牌球鞋，看似凌亂擺放但工作人員透過無線射頻辨識卡，卻迅速、有序地取出所要的鞋款與尺寸進行檢整與打包，再貼上與快遞公司系統連線的託運單，一過下午門口就有十幾輛的貨車把累積1個晚上的訂單載送到物流中心，並快遞發往全球30幾個國家的消費者手上，這就是 eBay 在台灣的大賣家「奇正網際」，每個上班日的忙碌場景。

鴻華國際、奇正網際這種銷售日常，正是全球新型態貿易、跨境電商競賽的縮影，企業可以透過網路平台與社群媒體的操作，24小時全球線上零

售不斷電；也可以把數以萬計的品牌球鞋，以台灣為發貨基地，透過全球數十個電商平台站點接單，並在1週內完成遞送，這些也正是他們能夠在首屆台北新貿獎十大網商中脫穎而出的主要原因。

首屆新貿獎十大網商的成功啟示

首屆台北新貿獎由台北市政府主辦，從跨境電商平台商、網商企業及專業服務商等3個領域評選出10家優質金獎企業得主，領域橫跨電子商務平台、產品銷售及大數據與數位工具應用，呈現出台灣在跨境電商領域的發展已有多元面貌。

根據台北新貿獎評審團主席、國立中山大學電子商務中心主任梁定澎教授指出，台灣的跨境電商發展已從「流量取勝」的1.0時代，走向訴求「品牌塑造」的2.0時代，而未來更需要開創「串聯整合」的3.0格局，才有機會站穩台灣在全球新貿易的舞台。

綜合對首屆10家獲獎電商企業的觀察，廠商們正以四大

關鍵策略，創造新市場價值，運用新的手法打一場有別於傳統模式的新貿易戰。

關鍵1》合作、共贏的拓銷思維

電子商務更重要是面對個別市場的產品運營能力，尤其是直接面對多變的C端市場。

樂利數位科技成立於13年前，不僅在台灣成立知名的HerBuy母嬰購物平台，並很早就布局中國內需市場，創辦人施凱文看準全球跨境電商的浪潮，整合跨境電商生態資源，打造企業進入亞洲電商零售市場的一站式代營運商。至今，樂利數位科技兩岸用戶已累積超過700萬人，並利用平台消費數據塑造市場進入策略，也成為新商品開發的重要依據。至今，樂利數位科技已是兩岸跨境電商的第一把手、亞洲知名的專業服務商品牌。

談到歐美跨境電商市場，善恩創新絕對是台灣的先行者，創辦人黃啟哲看上電商浪潮於2010年在美國建立銷售網站，並同時進駐Amazon及



《讀故事，學電商》收錄十大跨境電商企業精彩案例，欲獲取完整內容，請掃描QR Code於粉絲專頁按讚、留言索取。



eBay電商平台。2015年，再推出DRS跨境電商整合服務，提供專業化協銷、國際化代營運，以及客製化的顧問服務，截至2019年底，DRS已經協助品牌商在Amazon銷售超過24萬件商品。

這2家企業以其深厚的賣家與市場經驗，化身為電商管家，以共生、共贏角度切入代運營服務市場，降低門檻與風險，已成功協助諸多國際品牌或MIT產品一起出海，締造快速而穩健的進入市場模式。

關鍵2》創新科技工具， 打造智慧運營

在電商領域的操作，尤其是在C端市場，常有客服、評論管理或調價的需求，再加上多品項、多站點的上架與庫存管理問題，科技化的運營工具已是成功經營者的基礎要件。

奇正網際早期只是拍賣平台上的小賣家，專門蒐集經典品牌球鞋做拍賣，經過13年來隨著電商產業的成長，自主建立從上架、出貨、庫存管理，到優化服務的資訊系統，不但克服規模化的管理瓶頸，還做到多平台一次上架、多平台共用庫存，並利用數據分析即時調價，大大提升顧客的消費體驗。站在奇正網際的作業倉間，看著年輕的工作人員透過感測技術很輕易的為每一個盒子賦予身分，或檢整、封裝出貨，心中原本對月出貨萬雙球鞋的疑惑也獲得解答。

此外，以專業服務商身分獲獎的台灣視宇則提供eBay賣家大數據智能分析工具，包括前期市場分析、中後期的調價分析等運用，大大提高價格調

整彈性，即時增加市場銷量。另外，同樣獲獎的還有葳騰科技，專門提供Amazon賣家運營管理系統工具，包括：訂單管理、智慧調價、自動電郵回覆以及評論管理等，一個系統就抵得過好多人工。這2家企業目前都廣獲中國、台灣及歐美地區電商賣家們的青睞，其協助賣家的成效也受到電商平台方的重視。

關鍵3》品牌是電商的魂、 市場的記憶

不管是B2C或B2B的跨境電商市場，品牌是在茫茫網海中突圍利器、被記憶的標記。本文前述的鴻華國際以光學檢測軟、硬體服務與製造能力，首次跨界進入母嬰用品市場即抱持做品牌的決心，利用跨境電商與社群行銷就將智慧嬰兒監視器Lollipop銷售到美國市場，不只成為亞馬遜全球開店北美站年度賣家新秀，更透過官網與全球各地網紅將Lollipop賣到全世界。

另外，也以網商企業身分獲獎的意碩整合行銷雖採用

B2B商業模式，但一樣信奉品牌為市場長久的生存之道，他們以eFox品牌銷售記憶卡、隨身碟產品，在已經殺成紅海、全球品牌大廠領銜的記憶體（USB）市場，它繞過歐美主流地區，且不用到海外參展，僅靠B2B跨境電商的曝光、引流、轉單的全網營銷能力，再搭配把海外經銷商當成分公司來經營的利潤共享模式，已成功開拓30個國家市場。誰說小蝦米一定要對抗大鯨魚，在新興市場運用品牌策略也可成為區域市場裡的鯨魚。

過去以傳統商業或通路模式，打造品牌是何等的難事。但在現今網路與社群化的世界，以小槓桿也能撐起一個企業的品牌大夢，而其關鍵就在於說故事能力。新貿獎以專業服務商類獲獎的睿博數位行銷就是箇中好手，提供從0到1的一站式品牌跨境電商服務，從市場調查、品牌識別設計、開箱體驗等，給予獨一無二的品牌育成服務，讓企業更專心產品生產與迭代優化，相輔創造品牌在國際市場的續航力。

首屆台北新貿獎10大金獎得主

類別	企業名稱	產品	電商領域
跨境電商企業	奇正網際有限公司	國際品牌球鞋	eBay
	鴻華國際科技股份有限公司	嬰兒監視器	Amazon
跨境電商平台	意碩整合行銷有限公司	MIT記憶體	全網營銷
	香港商果翼科技股份有限公司台灣分公司	文創產品平台	Pinkoi
	湛天創新科技股份有限公司	數位出版平台	Pubu
跨境電商專業服務商	樂利數位科技股份有限公司	電商管家	天貓、京東、小紅書等
	善恩創新股份有限公司	跨境電商整合服務	Amazon
	台灣視宇股份有限公司	大數據智能分析工具、代運營	eBay
	睿博數位行銷有限公司	一站式品牌行銷服務	Amazon
	葳騰科技股份有限公司	SaaS平台、顧問服務	Amazon

關鍵4》打造在地化與個人化服務

在台北新貿獎平台類獲獎的Pinkoi，秉持著把設計融入生活的核心價值，以線上銷售平台加上品牌顧問服務的完整藍圖，集結來自台灣、日本、泰國、中港澳等地區1.6萬個設計品牌，將文創類商品銷售到全球93個國家，亮眼的成績使Pinkoi成為亞洲最具知名度的設計商品跨境電商平台。

另一家平台類獲獎廠商湛天創新科技則致力於推廣數位閱讀生活，早在10年前即在國內市場推出Pubu電子書城，以B2C及C2C為定位，讓個人知識或實體出版都能透過數位平台，把作品提供給更多人閱

讀。Pubu已建立一套友善的數位上架出版流程，避免太過繁瑣耗時的程序，削減素人作家的出版熱情。Pubu目前以台灣、香港、東南亞、美國、日本為主要市場，海外營收已超過5成以上。

觀察這2家跨境電商平台業者，共同的特點在於重視消費者體驗與在地化服務。Pinkoi運用數據分析掌握消費者偏好，將使用介面個人化，並打造消費者與設計師面對面的線下體驗活動；同樣的，Pubu花很多時間去優化網站與App，並建立多國語系環境，讓海外用戶對平台使用環境感到友善，並利用大數據推出個人化推薦服務，在金流及數位內容

供應部分則更朝向在地化，以取得消費者對平台的信賴。

典範值得借鏡

一起向跨境電商前進

時間又一秒一秒的過去，Amazon、eBay全球各站點、台灣賣家的商品又一件一件的被售出，快遞貨機、車輛又把一個一個貨箱、包裹在國家與城市之間遞送者；因美中貿易戰、供應鏈重組，透過Taiwantrade、globalsource、Alibaba.com送出的B2B詢單，又一封一封塞進台灣外貿廠商信箱裡。

身為外貿廠商的你，是否已為這大時代的跨境電商浪潮做好準備呢？■

專訪 加拿大駐台北貿易辦事處代表芮喬丹

加拿大創新能量 數位應用潛力無窮

台灣與加拿大雙方在先進科技研發已有超過20年的合作經驗，近年更大幅拓展新領域。加拿大致力發展傲視全球的創新能量，結合台灣製造技術與能力後即可實現更多商機與就業機會。

◎撰文／陳德怡 攝影／賴建宏

台灣是加拿大在全球第十二大、亞洲第五大貿易夥伴。雙方貿易在過去20年成長近4成，於2019年達到80億加元的里程碑（2019年加國出口至台灣200萬加元、台灣出口至加拿大600萬加元）。目前，台灣是加拿大在亞太地區成長最快速的出口市場，主要輸入

商品包括礦物原料、藥品、肉類（牛、豬肉）、電子機械元件及林業產品。

在2014到2019年的短短5年內，加拿大出口至台灣的商品成長46%，速度遠高於加國在中國大陸、香港、南韓、日本、菲律賓等亞洲市場出口量；而台灣出口至加拿大出口

量也不容小覷，過去5年成長率達29%。

加拿大主打創新能量 台灣專業製造強項

加拿大駐台北貿易辦事處芮喬丹代表（Mr. Jordan Reeves）指出，加拿大一直是台灣最大的豬肉產品及木材進口國，近年來在高科技及創新方面的合作大幅增加，簡單說就是「加拿大的軟體（設計與創新）+台灣的硬體（製造能力與技術）」。芮代表信手拈來就是好幾個加拿大解決方案與台灣工程師及製造商共同合作，為兩國創造新商機的實例，像是廣達和宏碁生產的筆電搭載加拿大蒙特婁Immervision公司的360度沉浸式光學成像技術，



芮喬丹代表（Mr. Jordan Reeves）認為，將加拿大的軟體與台灣硬體結合，將可創造強大的數位應用潛力。

以及加拿大新創公司捷易科技（GenerationsE）與台灣4間醫院（高雄醫學大學、馬偕醫院、臺北榮民總醫院、臺北醫學大學）合作開發AI技術輔助癌症診斷。

台加企業夥伴關係同時為台灣產業鏈創造新商機，像加拿大北陸電力（Northland Power, NPI）公司來台協助發展台灣離岸風力。這個加拿大企業在台最大的投資案將帶入其他夥伴的最新技術，同時可促成台灣在地的風機元件製造供應鏈。加拿大企業也計畫以台灣作為進入亞洲出口市場的據點。在他們眼中，台灣產業的強項在於製造專業，有能力做出符合企業需求的商品或實現加拿大廠商的概念和設計。

加國政策態度開放 鼓勵創新吸引人才

加拿大支持自由貿易，目前簽有14個貿易協定，囊括51個國家及15億位消費者。加國政府廣納百川開放態度，促成很多招攬及留下國際人才的政策，譬如全球人才策略（Global Skill Strategy, GSS）提供技術工作者數種管道進

入加拿大，而且核准率高達92%。此外，加拿大擁有全球第一個人工智慧方面的國家級政策—泛加拿大人工智慧策略（Pan-Canadian Artificial Intelligence Strategy），目標是要吸引留住高技術研究人才以增進加國研究能量，同時鞏固加拿大在多項AI領域中的國際領導地位。

台加政府建立多方合作 積極促成雙方新商機

有鑑於加拿大與台灣的產業互補性很強，加拿大駐台北貿易辦事處也促成很多雙方政府間的合作及協議，包括有機產品貿易同等效力協定（Organic Trade Equivalence Agreement）、金融科技合作協議（FinTech Cooperation Agreement）及專利審查高速公路MOU（Patent Prosecution Highway, PPH），目的都是推廣台加雙方研發合作。

此外，2018年在台北啟動的加拿大新創科技加速器（CTA），可以說是加拿大全球事務部目前在台灣最大的單一注資計畫，這個為期5年的

台加產業互補合作 善用創新開創商機

TIP
01

雙方優勢的互補

加國具創新動能，結合台灣優異的製造技術創造更大效益。

TIP
02

優惠鼓勵政策

推出政策鼓勵赴加台商研發，鼓勵創新、吸引更多人才。

TIP
03

多元交流促進商機

創造雙方企業接觸媒合的平台與管道，找到藍海商機。

計畫目標是將加拿大企業介紹給台灣廠商，已成功舉辦數場virtual pitch遠端線上簡報，串聯雙邊資通訊及高科技產業的廠商代表，直接對話。此合作案亦深受台灣科技部、經濟部、國發會以及台灣加速器夥伴的支持。

台灣與加拿大也宣布今年為「加台創新交流年」。雖然疫情打亂前期計畫，9月將於台南正式揭開序幕，積極推動雙邊經貿與文化合作。芮喬丹指出，辦事處未來會繼續積極促成雙向投資，相信在既有的合作默契下，未來雙方可發展出更多元創新的商機。■

專訪 墨西哥駐台辦事處處長Mr. Martin Torres

豐富文化與農產品 激發台墨新商機

雖然墨西哥對台灣長年貿易逆差，但墨國境內有大量台灣企業進駐，帶入大量資金與工作機會。相較下墨西哥產品在台灣市場中能見度較低，期許後續透過文化宣傳，可激發更多潛在商機與需求市場。

◎撰文／陳德怡 攝影／賴建宏



墨西哥駐台辦事處處長Mr. Martin Torres希望透過藝術與文化的活動，加深台灣民眾對墨西哥的了解，激發潛在市場。

大量原油出口，讓當年逆差降至約25億美元，異軍突起的原油出口，改變了台墨雙邊貿易狀態。除了原油，墨西哥更是幫世界各大車廠代工的主力，汽車與汽車零件成為墨西哥最大宗出口商品。

優異貿易條件 吸引大量台灣企業

雖然台墨雙方貿易逆差很大，但Torres處長對此指出，目前在墨西哥有超過300家台灣企業設廠進駐，現階段不僅有台灣高科技廠商在墨國設廠，另有汽車、玩具、網球鞋、家具及布料等製造產業廠商。對台灣廠商來說，墨西哥是進入北美市場及供應鏈的門戶。北美3國2020年7月1日才剛啟動新《美墨加貿易協定》，此為高

探究墨西哥與台灣的經貿脈絡，墨西哥長久以來對台灣都是貿易逆差，墨西哥駐台辦事處處長Mr. Martin Torres指出，主要原因可能是墨國境內有許多台灣企業，進而促成對台灣商品的大量需求。墨西哥官方數據顯示，2017年墨國對台灣的出口額為4

億2,500萬美元，同年台灣對墨西哥出口額高達近75億美元；到了2018年，台灣對墨西哥的出口額更上升至83億美元。

特別的是，2019年墨西哥出口額大幅增長至67億美元，其中超過93%來自原油出口（63億美元）。因台灣決定從墨西哥進口原油，使墨西哥有

標準貿易協定新典範，對於北美洲三個國家的企業或想進入此市場的企業有很大的幫助。而墨西哥也與46個國家簽有自由貿易協定，要進入全球自由貿易協定體系相對容易許多。

台墨企業合作 進口更多農產品

墨西哥對世界各國出口豐富多樣的農產品，但當下在台灣市面上能找到的墨西哥產品卻非常有限，大概僅限於蘆筍、少量綠花椰菜和芝麻籽。Torres處長特別分享，2017年6月底走馬上任時，墨西哥農產品出口方向行政院農委會動植物防疫檢疫局提交相關申請與證明，卻遲遲等不到回應。

Torres處長便主動求見當時的局長，直接面談並釐清相關事宜。會晤後發現，當時申請進度最快的品項是鮮食葡萄，於是便決議先聚焦此品項的審核，當時動植物防疫檢疫局非常幫忙，而目前審核進度暫時停滯是因檢疫局代表團因疫情無法到墨西哥鮮食葡萄產地（索諾拉州）完成認證。

除與官方單位交涉，辦事處也積極尋找與台灣企業合作

機會。例如，墨西哥在台辦事處與義美食品公司合作，洽談後，雙方共識是日後可討論多樣產品從墨國進口，再進行產品開發及行銷。此外，辦事處在介紹進口產品的方式會參考日本市場的成效，「因台日關係緊密，通常只要是日本市場能接受的商品，在台灣市場的表現也會不錯。」Torres處長希望接下來能在台灣市場推廣墨西哥優質酪梨，但必須先讓更多民眾了解酪梨及相關食品——在台灣廣受歡迎的酪梨莎莎醬就是很好的推廣例子。

著重文化推廣 開拓潛在商機

目前，台灣企業往往對如何進入墨西哥市場較感興趣，來辦事處詢問的資訊多半是如何進入墨西哥市場或尋找當地合作夥伴等事宜；至於主動諮詢將墨西哥商品進口至台灣市場的通常不是台商，而是對墨西哥產品極為熟悉的外國及墨西哥廠商。不過，隨著愈來愈多台灣企業在墨西哥落地生根，他們可將經驗傳承給後進。辦事處帶領台灣參訪團時，墨西哥當地台商簡報效果

深入認識墨國商品與市場 共同開創新產品與商機

TIP
01

善用墨國當地的台灣廠商資源
墨國境內台商社群擁有豐富經驗可傳承。

TIP
02

官方企業互相支援
與政府保持聯繫以完成申請，並與在地企業合作開發產品。

TIP
03

宣傳墨西哥特色，開發市場與新商機
激發企業的興趣，開發潛在需求市場。

往往比辦事處宣傳還要好。

至於如何吸引更多台灣企業對墨西哥的興趣，Torres處長認為，從文化角度宣傳效果最佳。「透過藝術與文化能展現你的內在本質，等於是讓對方看到你的靈魂，才知道該怎麼進一步地認識並欣賞你。」他強調，台墨雙方文化有很多相似處，都有悠長的歷史脈絡。而墨西哥國內重大傳統節慶——亡靈節更充分展示墨西哥兼容並蓄的文化特色。

Torres處長希望透過熱鬧多元的文化藝術活動，進而激發台灣企業與墨西哥廠商攜手開發新商機。■



北美重要的新創大會Collision Tech Conference每年都會吸引大批人潮聚集，2020年因疫情取消。

延續會展平台效益

不受距離限制 線上會展當道

為了突破疫情衝擊，延續會展平台效益，卻又不至於造成疫情蔓延，許多策展單位大量導入各類科技，加速布建整合式線上服務，帶領業者線上拚商機，不僅為後疫情時代的會展產業帶來曙光，更可能為全球會展活動的舉辦方式，帶來關鍵性的變化。

◎撰文／楊迺仁 圖片提供／Shutterstock、仁美FB、法新社、Collision Conf

受到新型冠狀病毒疫情（COVID-19）的影響，各國政府紛紛採取封城、鎖國或限制集會人數等措施，以降低病毒蔓延的風險，也因此直接衝擊到會議、展覽及獎勵旅遊產業，包括台北國際電

玩展、台北國際書展、台北國際自行車展、SEMICON Korea 2020等都陸續宣布取消或延期，需透過會展平台創造的商機及交流也連帶遭到重創。此時，直播、線上服務成為產業曙光，甚至再創商機。

數位化時代

線上會展加速成長

國際展覽協會（UFI）早在2015年會即提出「展覽產業4.0」的概念，揭示會展活動數位化的時代來臨；國際會議協會（ICCA）也在2020年3月25

日舉辦的ICCA Webinar中，以「Global Conversations on Current Challenges」為題，指出在疫情快速擴散下，線上會議的重要性，顯示會展活動須朝數位化發展。

網路速度遽增、遠端視訊傳輸品質大幅提高的今日，以遠距視訊召開會議的需求提高，COVID-19疫情更成為強而有力的推手，如3月舉辦的「2020透析通路國際研討會暨透析通路專家聯盟年會」，即藉由數位科技服務，連結美國、中國大陸、印尼、韓國、台灣等多國專家成功舉辦。

北美新創大會Collision Tech Conference也已宣布取消原訂於6月舉辦之年會，改以虛擬方式（virtual format）

進行「Collision from Home in 2020」。主辦單位為強化參與者之離線體驗（offline experience），在會議前即建構應用軟體，讓參與者可以進行聯網、連結、聊天、在線觀看演講，在疫情突如其來之際，反而成為最佳利器。

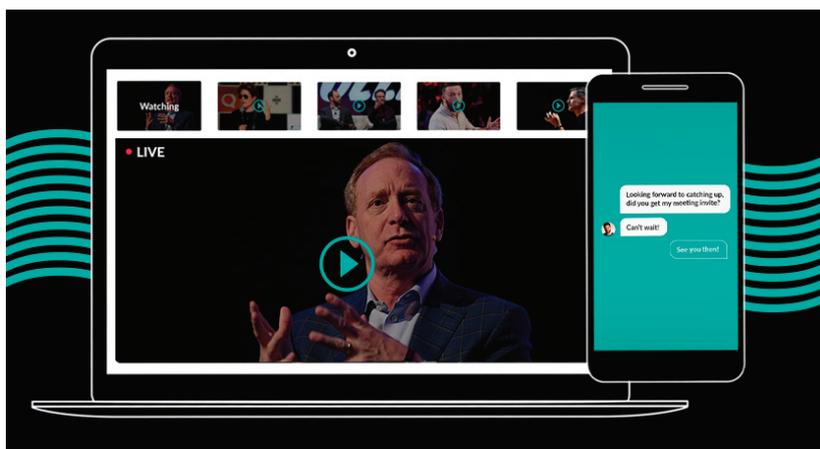
Collision from Home也因此重新定義全球科技產業人員與企業聚集的方式，有超過600位科技總裁、國際政策制定者及全球文化領袖，以直播方式演講，參與者透過該軟體便可輕鬆與這些來自世界各地具影響力的企業及人士互動，預估吸引逾3萬位新創菁英參與。

但對於須面對面溝通或直接接觸商品的商務洽談，若只是將產品照片或數位型錄上

網，可能還是不足。如參與經濟部國際貿易局「109年度紡織品整合行銷與商機開發計畫」的仁美商標工業，因主力產品為專業緹花織造技術製作的織標與鞋材，需透過觸摸才能感受到產品品質及特色，原本希望能透過買家採購會或參加國際時尚展覽，展示最新研發產品，以提高客戶詢問率及創造接單機會，卻因疫情而無法執行原計畫，仁美便結合貨運，先將產品樣品寄送到客戶手中，再透過視訊會議軟體引導客戶了解產品特色，成功開拓商機。

廣交會首次舉行線上展 成效將成指標

但線上會展真的能夠有效



（左）北美重要的新創大會Collision Tech Conference因疫情取消大會，改舉辦「Collision from home」，將所有座談改為線上模式舉行。
（右）仁美產品需透過觸摸才能感受到產品品質及特色，雖受疫情展會延期影響，但結合貨運與視訊會議，成功開拓商機。

彌補實體會展無法舉辦的貿易缺口嗎？自1957年來，中國進出口商品交易會每半年舉行1次的廣州廣交會，一向是中國大陸貿易活動的重頭戲。2019年10月舉行的廣交會，有來自214個國家和地區，計有超過18萬名買家參與，創造的出口成交額高達2,071億人民幣。

但受疫情影響，全球貿易活動遭到重創，世界貿易組織（WTO）預計2020年全球貿易將下降13%~32%，中國大陸當然也是損失慘重，2020年前5個月中國大陸商品對外貿易額與同期相比下降4.9%至11.54兆人民幣，第127屆廣交會原本會在2020年4月舉行，也因疫情延期，在中國大陸出口產業下滑的壓力下，也不得不嘗試線上舉行，成為線上會展的成效指標，對傳統會展舉辦方式帶來革命性的改變。

第127屆廣交會是由中國電信為展播商提供5G+4K超高清直播一整套服務，包括4K高畫質、VR、MR（混合實境）等多種產品展現形式，騰訊更是派出上千人團隊提供全方位的技術支持。據相關負責人宋可心介紹，騰訊雲在全球部署



線上直播為展覽帶來全新運作模式，廣交會今年就以直播進行，成效十分可觀。

1,300餘加速節點，支持全球數十萬展商和採購商網上參加廣交會。騰訊並指出，數位化技術能夠提高辦展的靈活性、穩定性以及效率，降低人工成本，這類以雲端技術為基礎的會展方式將成為外貿新途徑。

在展覽成效方面，廣交會新聞發言人、中國對外貿易中心副主任徐兵指出，展會共規劃16種商品類別、50個展覽區，成功吸引來自217個國家和地區的境外採購商註冊觀展，吸引近2.6萬家境內外參展企業，透過照片、影音和3D等各種媒體展示180萬種產品和服務，並提供24小時讓買賣雙方溝通交易的直播平台。

徐兵表示，今年廣交會每天上線十幾場直播，有的企業不僅以VR形式呈現產品展廳、

企業全景等，還即時直播自動化生產線，全方位展現企業實力。有的企業根據客戶分布特點，劃分美洲、歐洲、亞太、中東和非洲四大直播時區，無縫對接來自全球的採購商。

據廣交會官網資料顯示，第127屆廣交會已與75個國家和地區的133家機構簽署合作協議。相較於第126屆境外採購商18.6萬人次，本屆境外登錄20萬人次，參與人數不減反增。中國銀行官網披露，展會期間，中行累計為346家展商投放貸款達人民幣數十億元，為6,067家展商辦理國際結算業務合計人民幣191億元，顯示線上會展成效確實可觀。

但據《日經新聞》實際使用情況回報，雖有超過8,000家廠商使用串流影音展示商品，

使用者還可在廣交會網站點擊按鈕，發送訊息給感興趣的公司或安排洽商。但線上會展免不了會出現技術問題，如有賣家抱怨技術故障，直播到一半畫面當機，或參展商展示完商品後，忘記關麥克風等狀況百出，展覽第一天的客戶出席率較低也是被抱怨的重點。

此外，由於線上會展平台帶來的不確定性，馬來西亞部分參展商因此退出展覽。《路透社》採訪參加線上會展的英國工具採購主管就指出，直播對了解供應商的幫助有限。

但新的展覽技術也帶來不同的銷售創意，有毛巾生產商在鏡頭前藉由洗髮展示產品，一家節日裝飾品生產商為參觀者提供虛擬導覽，介紹數十種裝飾不同的聖誕樹。還有機械設備製造商表示傳統展會只能展示小型設備，但虛擬展會沒有這個限制。

線上／線下會展同時舉行 將是趨勢

線上會展雖然可以彌補部分展會活動的貿易損失，但舉辦會展活動帶動的周邊效益，包括交通、住宿、飲食及觀光

活動，就無法透過線上會展獲益，僅靠線上會展似乎很難找到能支撐其持續發展的營利模式，仍需依靠線下實體展覽的強大資金和資源的哺育。

此外，為了強化線上會展的展示效果，VR、AR技術也加速進入各界視野，但這些可能需要5G頻寬才能滿足的技術，相關基礎建設是否完備，也會影響線上會展的展示品質，境外採購商母國的網路建設，也可能會有影響，否則就算台灣的線上會展能夠提供高畫質內容，送到當地的採購商時，卻因當地的網路頻寬塞車而無法觀看，依然無法有效展現線上會展的價值。

但線上會展可以打破時空距離限制，吸納更多來自不同地區的參與者，減少交通移動造成的碳排放，以及活動中食物、塑料與紙張等浪費，帶來正面的環境效益價值，確實也不可忽視。

未來的會展活動，勢必將會加強線上會展活動的力道，即使疫情趨緩，實體會展活動恢復舉行，相信線上／線下會展同時舉行，必然會是未來的會展活動趨勢。■

 中國輸出入銀行

The Export-Import Bank of the Republic of China

攜手
深耕
創未來
新南向


融資及保證 轉融資 輸出保險

總行專線

分行專線

總機：(02)2321-0511	高雄分行：(07)224-1921
授信：(02)2392-5235	臺南分行：(06)593-8999
輸出保險：(02)2394-8145	臺中分行：(04)2322-5756
轉融資：(02)2397-1505	新竹分行：(03)658-8903

泰國曼谷代表人辦事處

+66-2-286-2896 +66-2-286-1038

強化貿易金融 協助對外貿易

www.eximbank.com.tw



廣告