

美中貿易摩擦 之衝擊與因應

外貿協會

2019年10月31日

簡報大綱

I

美中貿易戰的發展

II

美中貿易的現況

III

美國進口的影響

IV

臺灣出口的影響

V

買主與廠商動向

VI

因應之道

貿協行動方案

VII

貿協海外據點

VIII

結語



2019年5月
美中貿易談判破裂導致美對中全面加徵關稅



2019年10月11日
美中貿易談判達成第一階段的部分協議

- 美中在智慧財產權、金融服務與農產品採購方面達成協議。中國同意採購400到500億美元美國農產品，雙方也就貨幣與匯率議題達成共識。
- 美方同意暫停對原定於15日生效的2500億美元中國商品加徵關稅，但預定12月中旬針對1560億美元中國進口商品實施的15%關稅加徵措施，尚不確定。



原本預定11月智利APEC峰會的川習會取消，美中貿易簽署首階段協議增變數。

美中貿易戰的預定加徵關稅進度

美自中國大陸進口約5,500億美元商品

第一波

2018/7/6

340億美元 (818項)商品加徵 25 %關稅
機械、工具機、汽機車、飛機、船舶

25%

第二波

2018/8/23

160億美元 (279項)商品加徵 25 %關稅
航太、ICT、機器人、工業機械等

25%

第三波

2018/9/24

2,000億美元 (5,745項)商品加徵 10 %關稅
紡織、工具機、路由器、網通設備、自行車

10%

2019/5/10

2,000億美元 (5,745項)商品加徵關稅調
升至25%

25%

第四波

2019/9/1

3,000億美元 (3,798項) 其中的3,243項
商品約1,440億美元加徵15%關稅
ICT(智慧手錶、藍芽耳機)、鋼鐵及製品、
機械、農牧礦、玩具、鞋類、成衣紡織

25%

15%

2019/10/15

2,500億美元 (818項+279項+5,745項)
商品加徵關稅調升至30%

30%

15%

暫緩

2019/12/15

3,000億美元 (3,798項) 其中的555項商
品約1,560億美元加徵15%關稅
智慧手機、筆電、遊戲機、特定玩具

30%

15%

15%

美中貿易戰加徵關稅現況

第一波

美自中國大陸進口約5,500億美元商品

2018/7/6

340億美元 (818項)商品加徵 25 %關稅
機械、工具機、汽機車、飛機、船舶

25%

第二波

2018/8/23

160億美元 (279項)商品加徵 25 %關稅
航太、ICT、機器人、工業機械等

25%

第三波

2018/9/24

2,000億美元 (5,745項)商品加徵 10 %關稅
紡織、工具機、路由器、網通設備、自行車

10%

2019/5/10

2,000億美元 (5,745項)商品加徵關稅調
升至25%

25%

第四波

2019/9/1

3,000億美元 (3,798項) 其中的3,243項
商品約1,440億美元加徵15%關稅
ICT(智慧手錶、藍芽耳機)、鋼鐵及製品、
機械、農牧礦、玩具、鞋類、成衣紡織

25%

15%

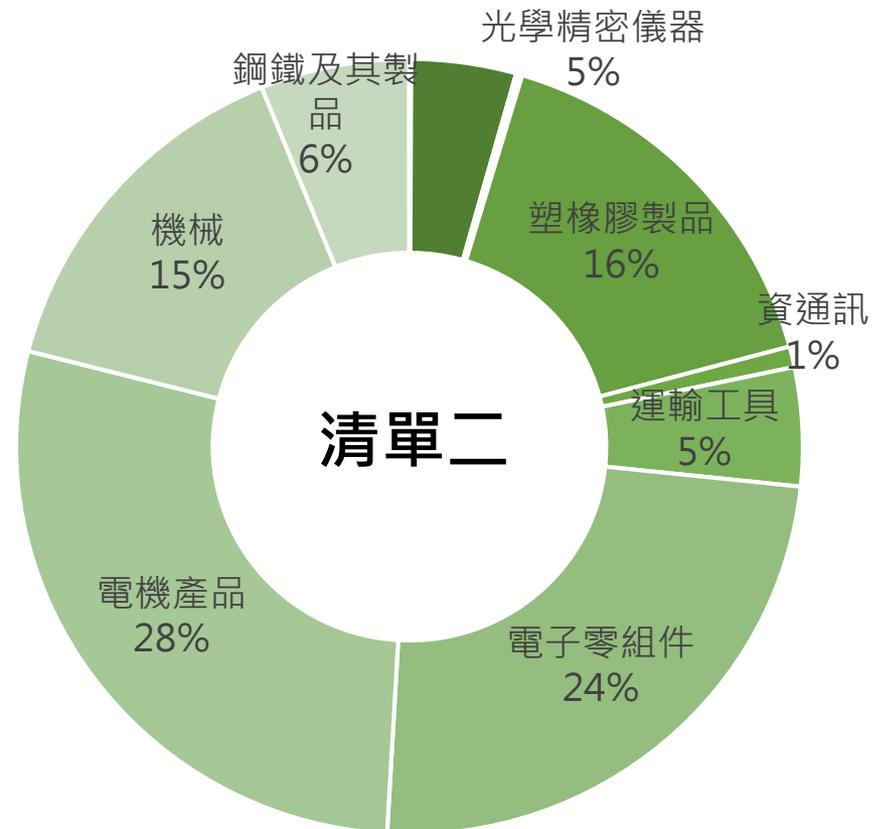
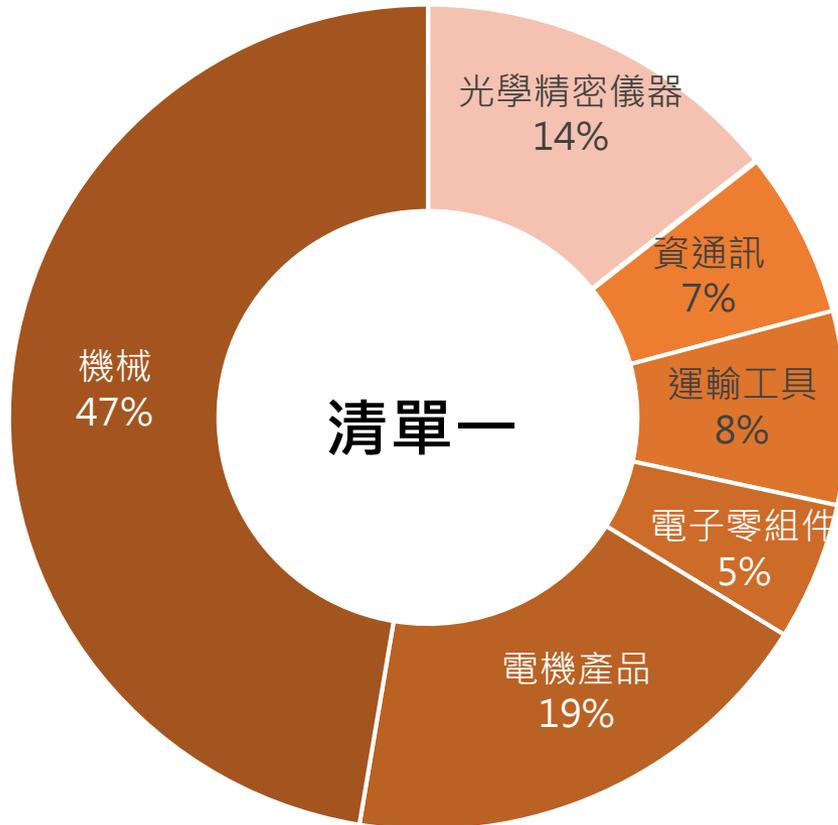
已加徵的關稅並未取消

10月中加徵關稅暫緩，12月中不確定

加徵關稅的主要類別 (清單一&清單二)

清單一：340億美元 (818項)商品
 2018年7月6日加徵 25 %關稅
 機械、工具機、汽機車、精密儀器

清單二: 160億美元 (279項)商品
 2018年8月23日加徵 25 %關稅
 航太、ICT、機器人、工業機械等



資料來源: USTR 第一波與第二波課稅清單多為工業設備產品

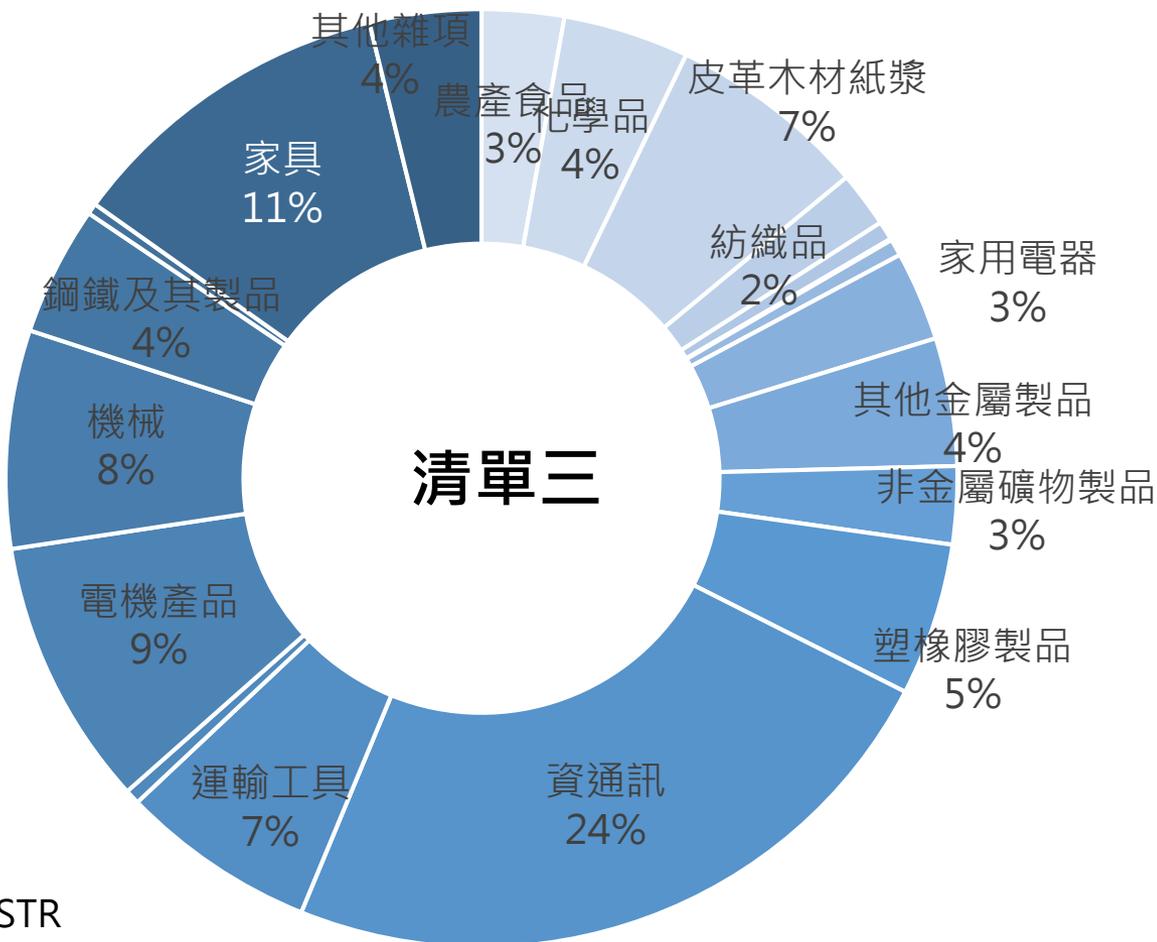
加徵關稅的主要類別 (清單三)

清單三: 2,000億美元 (5,745項)商品

2018年9月24日加徵 10 %關稅，2019年5月調高至25%

紡織、工具機、路由器、網通設備、自行車

第三波課稅清單擴及至民生消費品
資通及視聽產品占最大宗



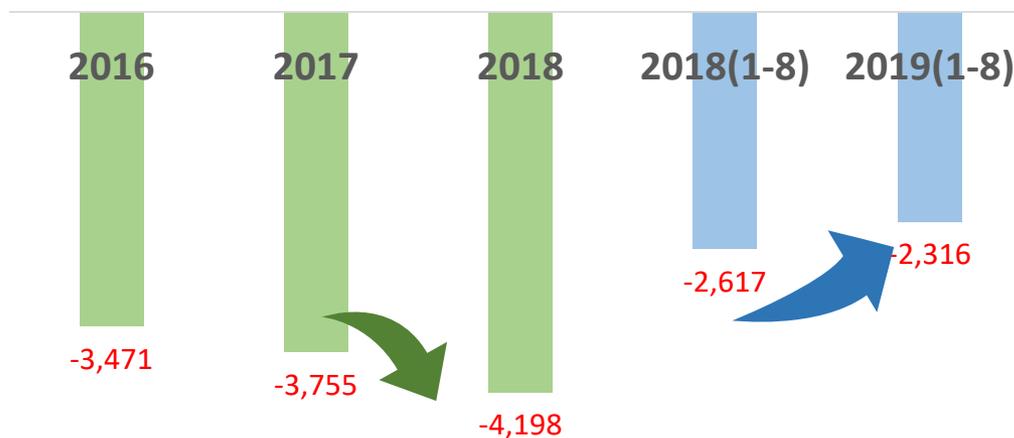
2007年 中國大陸成為美國最大進口來源

2015年 中國大陸成為美國最大貿易夥伴

2018年 美中貿易逆差創新高

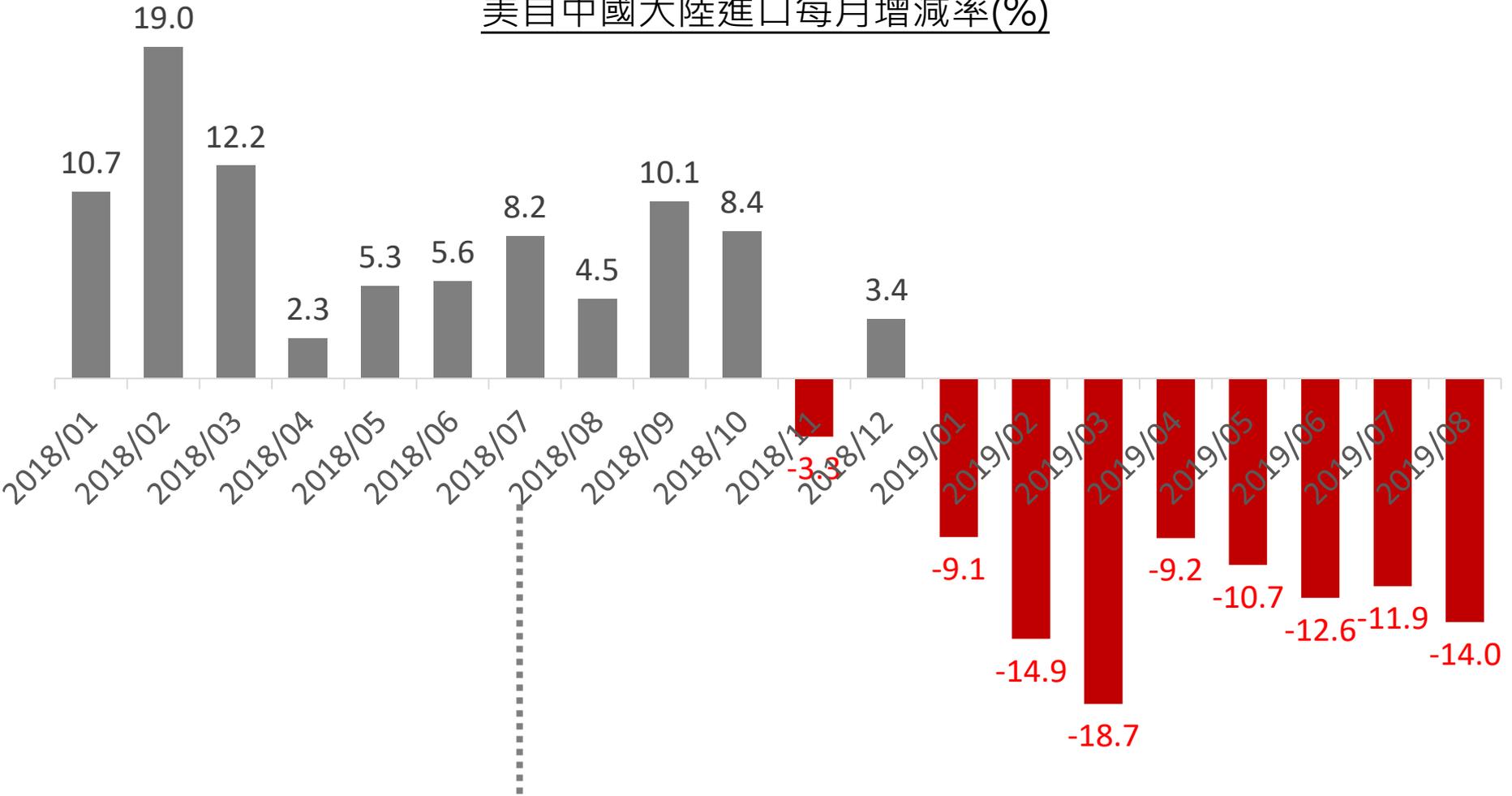
2019年1-7月

美中貿易逆差縮減
中國大陸落居美國第三大貿易夥伴



美國自中國大陸進口概況 (全部商品)

美自中國大陸進口每月增減率(%)

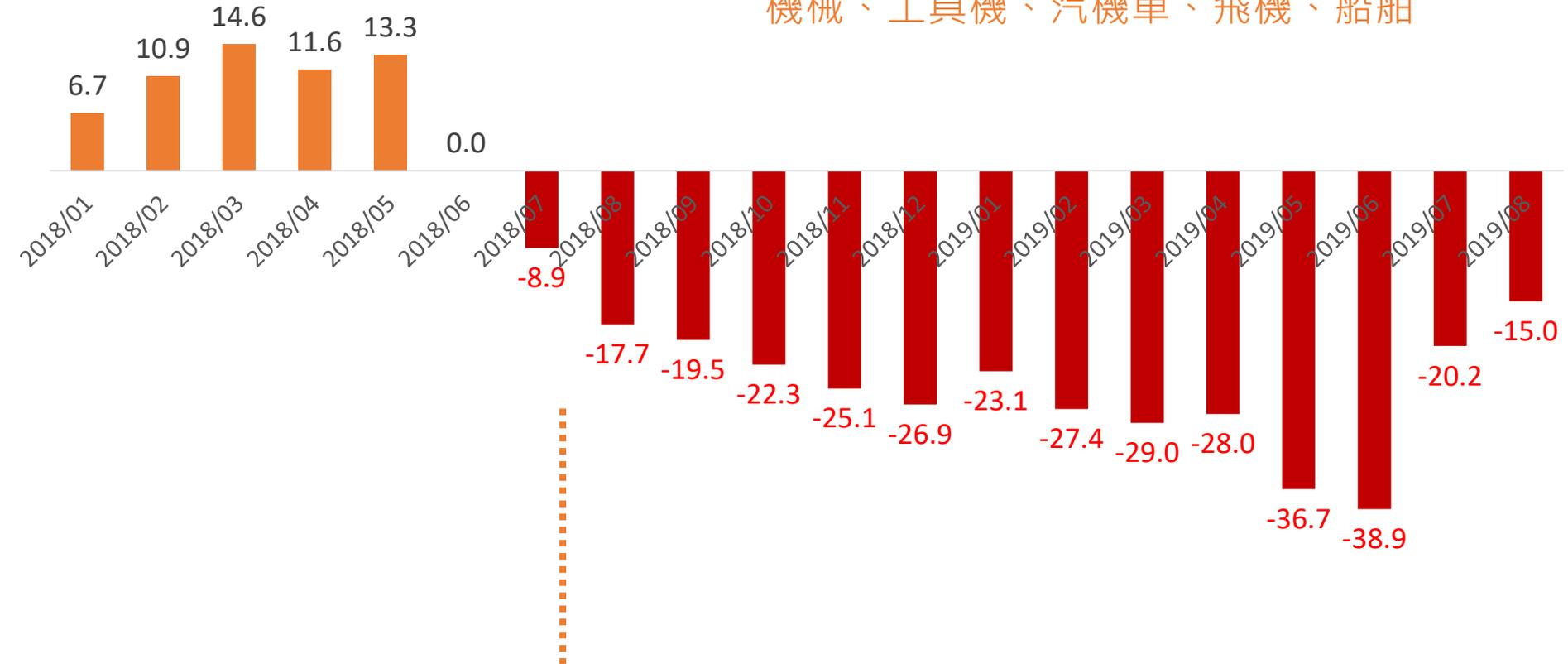


美中貿易戰開始加徵關稅

美國自中國大陸進口概況 (清單一)

美自中國大陸進口清單一商品每月增減率(%)

機械、工具機、汽機車、飛機、船舶



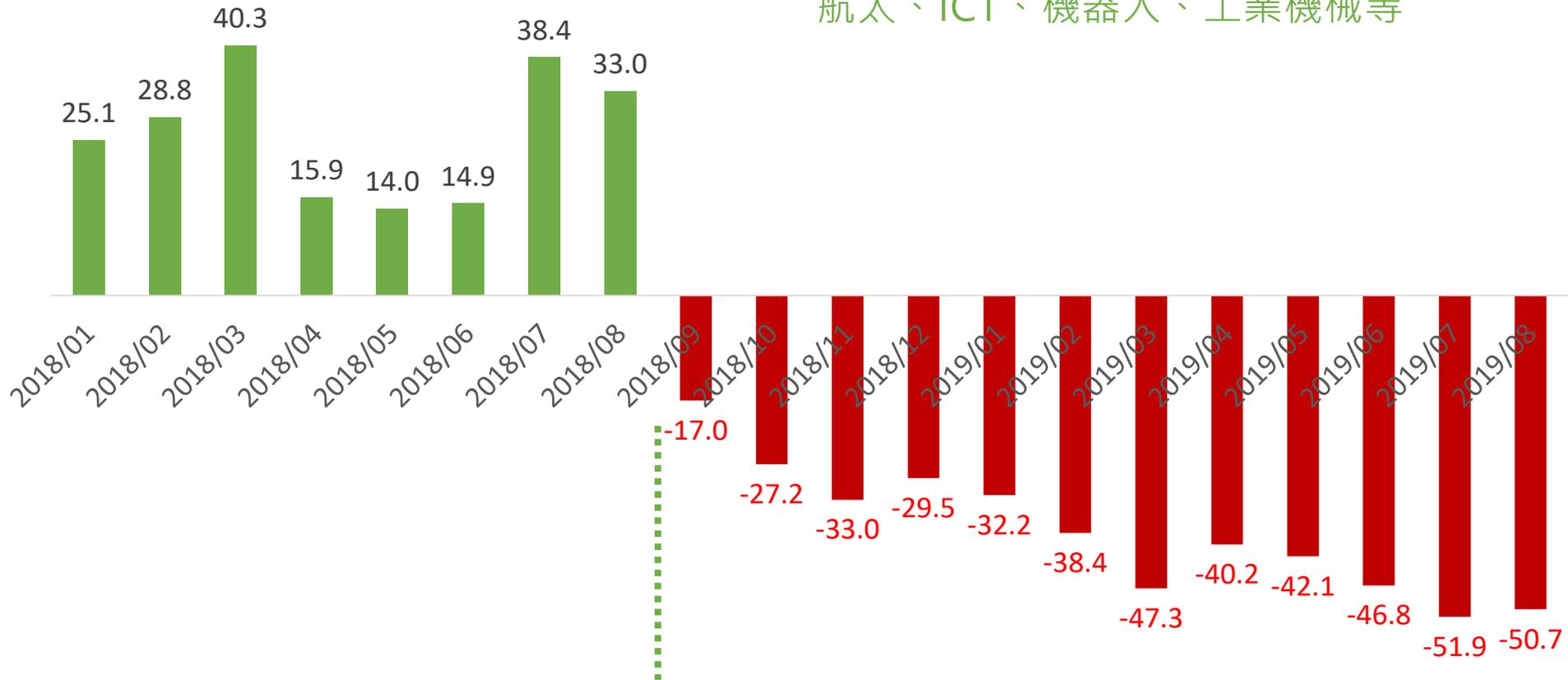
清單一(340億美元) 加徵關稅25% 於 2018年7月6日生效

原本預定2019年10月15日加徵關稅提高到30%(暫緩實施)

美國自中國大陸進口概況 (清單二)

美自中國大陸進口清單二商品每月增減率(%)

航太、ICT、機器人、工業機械等

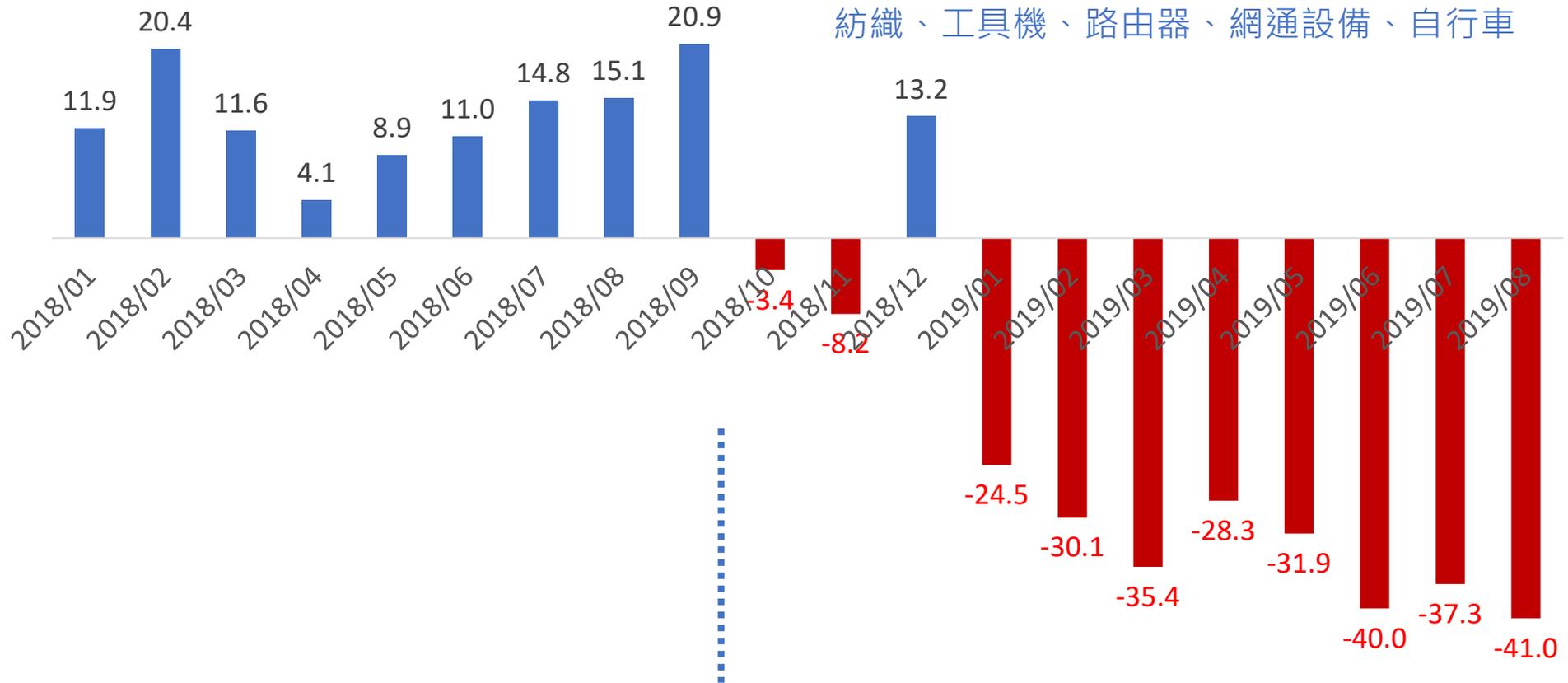


清單二(160億美元) 加徵關稅25% 於 2018年8月23日生效

2019年10月15日加徵關稅提高到30%(暫緩實施)

美國自中國大陸進口概況 (清單三)

美自中國大陸進口清單三商品每月增減率(%)

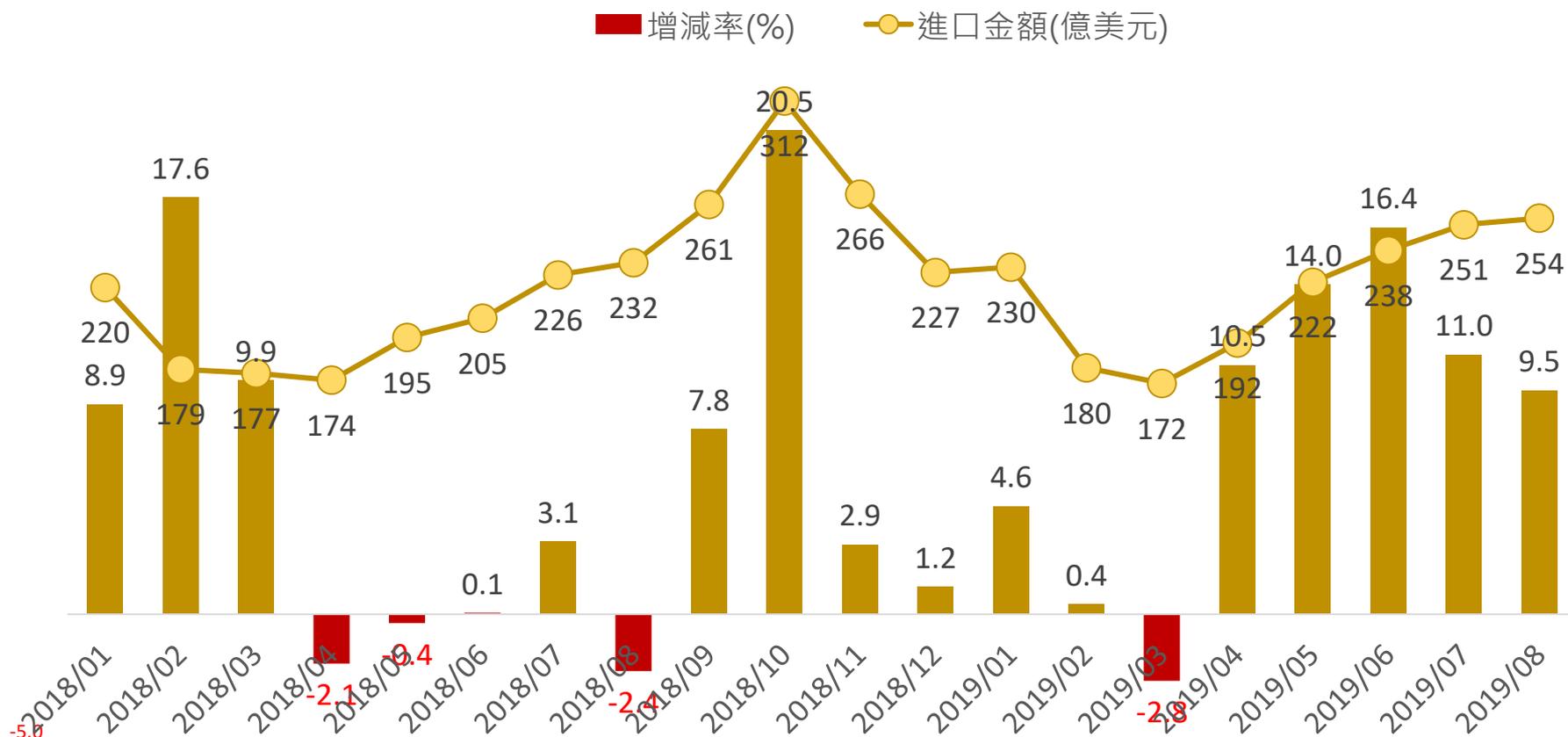


清單三(2,000億美元) 於 2018年9月24日起加徵關稅10%

2019年5月10日加徵關稅提高到25%，原本預計10月15日提高到30%(暫緩實施)

美國自中國大陸進口概況 (清單四)

美自中國大陸進口**清單四商品** 每月進口金額(億美元)與增減率(%)



清單四List A 於2019年9月1日加徵關稅15%

ICT(智慧手錶、藍芽耳機)、鋼鐵及製品、
機械、農牧礦、玩具、鞋類、成衣紡織

**原本預計List B 於2019年12月15日起
加徵關稅15%暫緩實施**

智慧手機、筆電、遊戲機、特定玩具

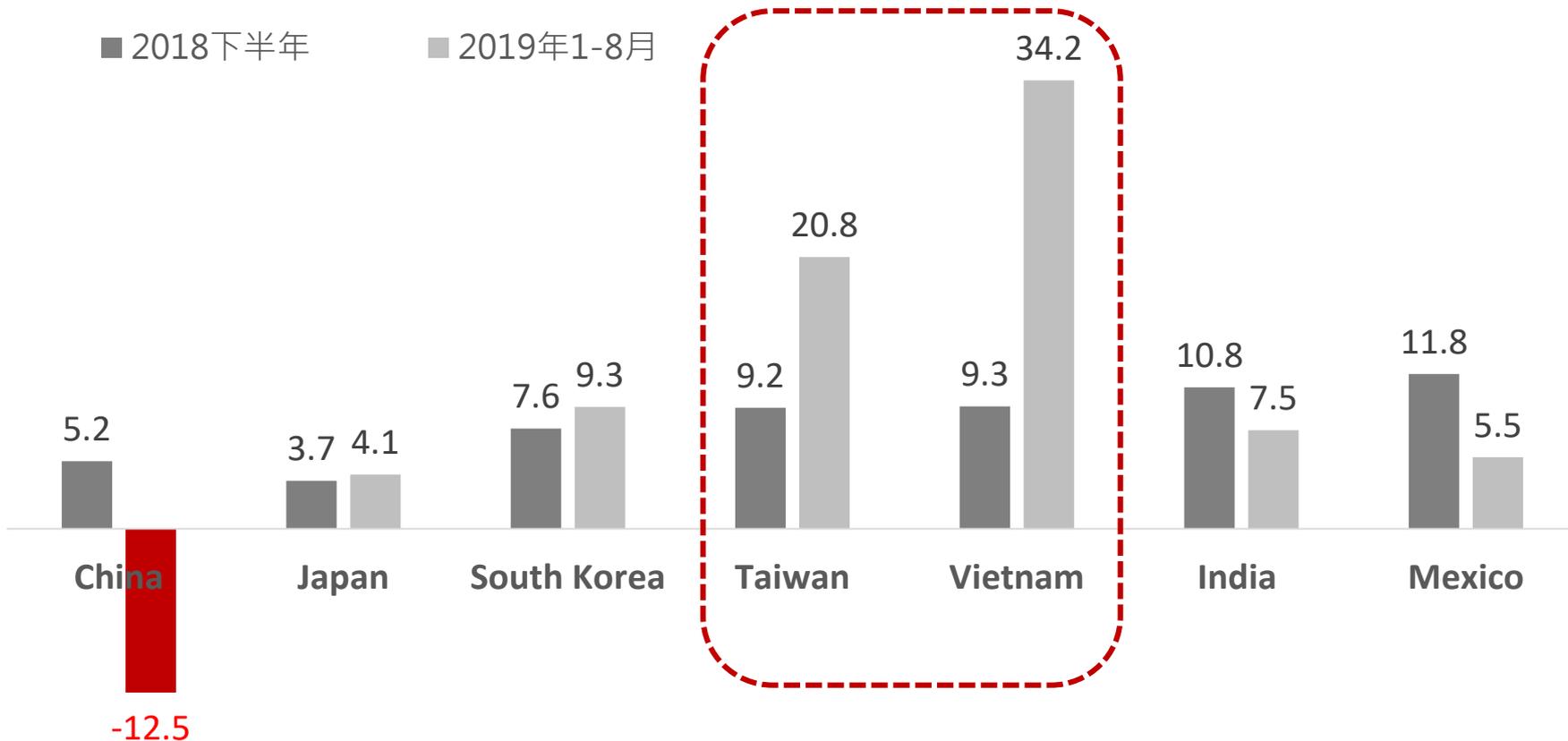


美中貿易萎縮 誰取代



美國自貿易夥伴進口概況 (全部商品)

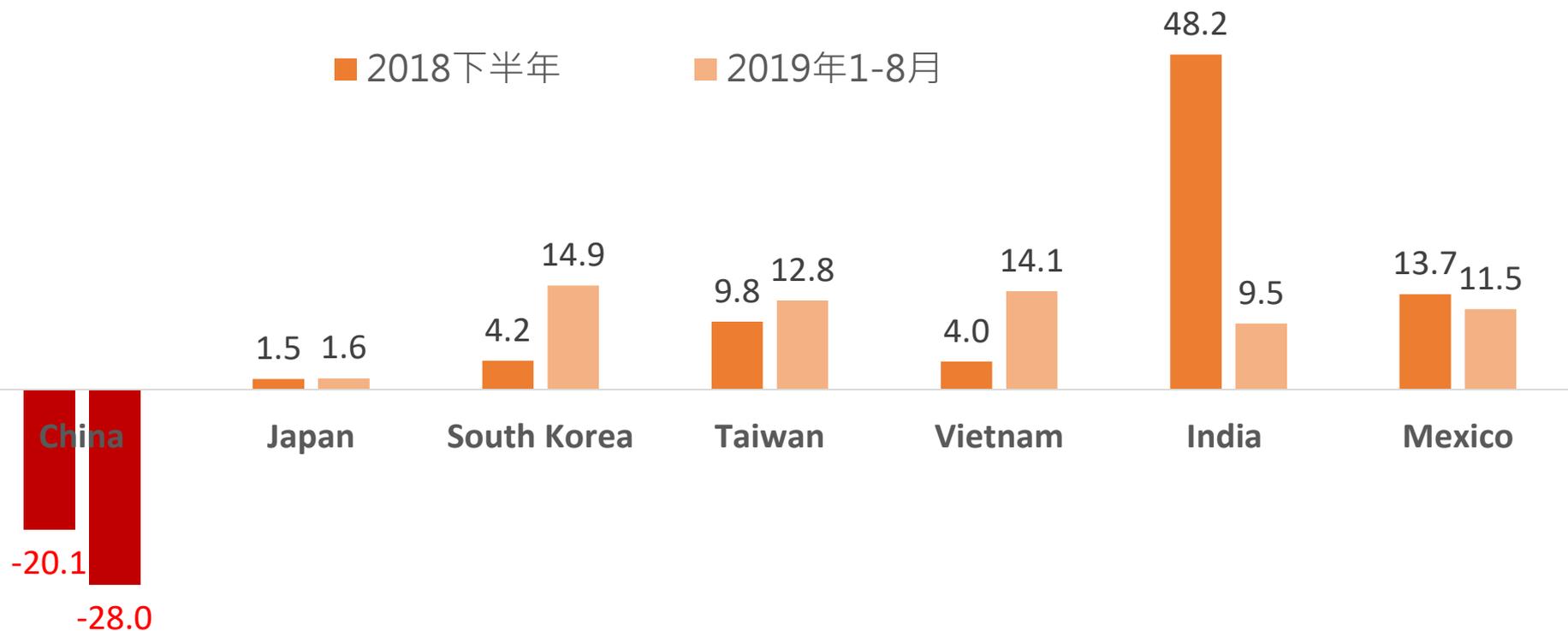
美自貿易夥伴進口商品金額增減率(%)



	自中國大陸進口金額	自日、韓、臺、越、印、墨進口金額
2018下半年	2,896億美元	3,662 億美元
2019年1-8月	3,017億美元	5,091 億美元

美國自貿易夥伴進口概況 (清單一)

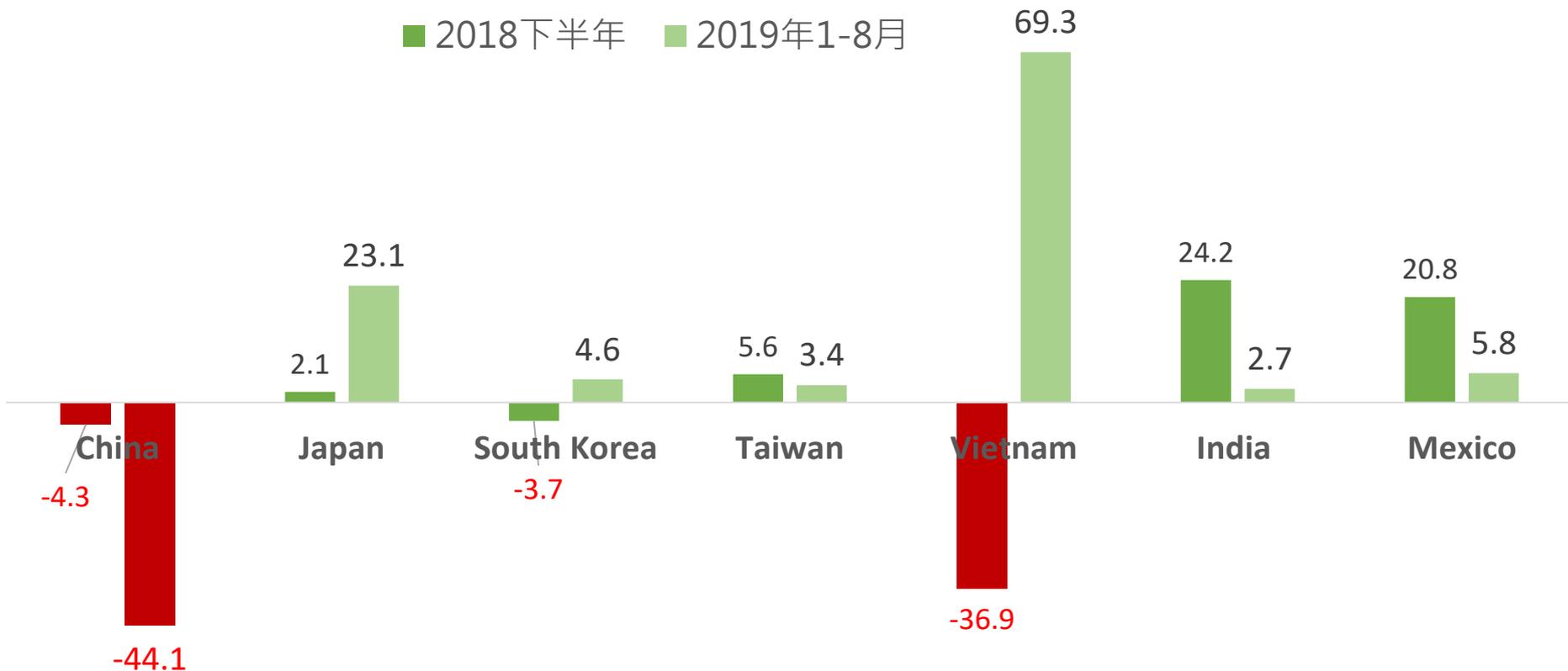
美自貿易夥伴進口清單一商品金額增減率(%)



	自中國大陸進口金額	自日、韓、臺、越、印、墨進口金額
2018下半年	132.8 億美元	1,069 億美元
2019年1-8月	160.2 億美元	1,464 億美元

美國自貿易夥伴進口概況 (清單二)

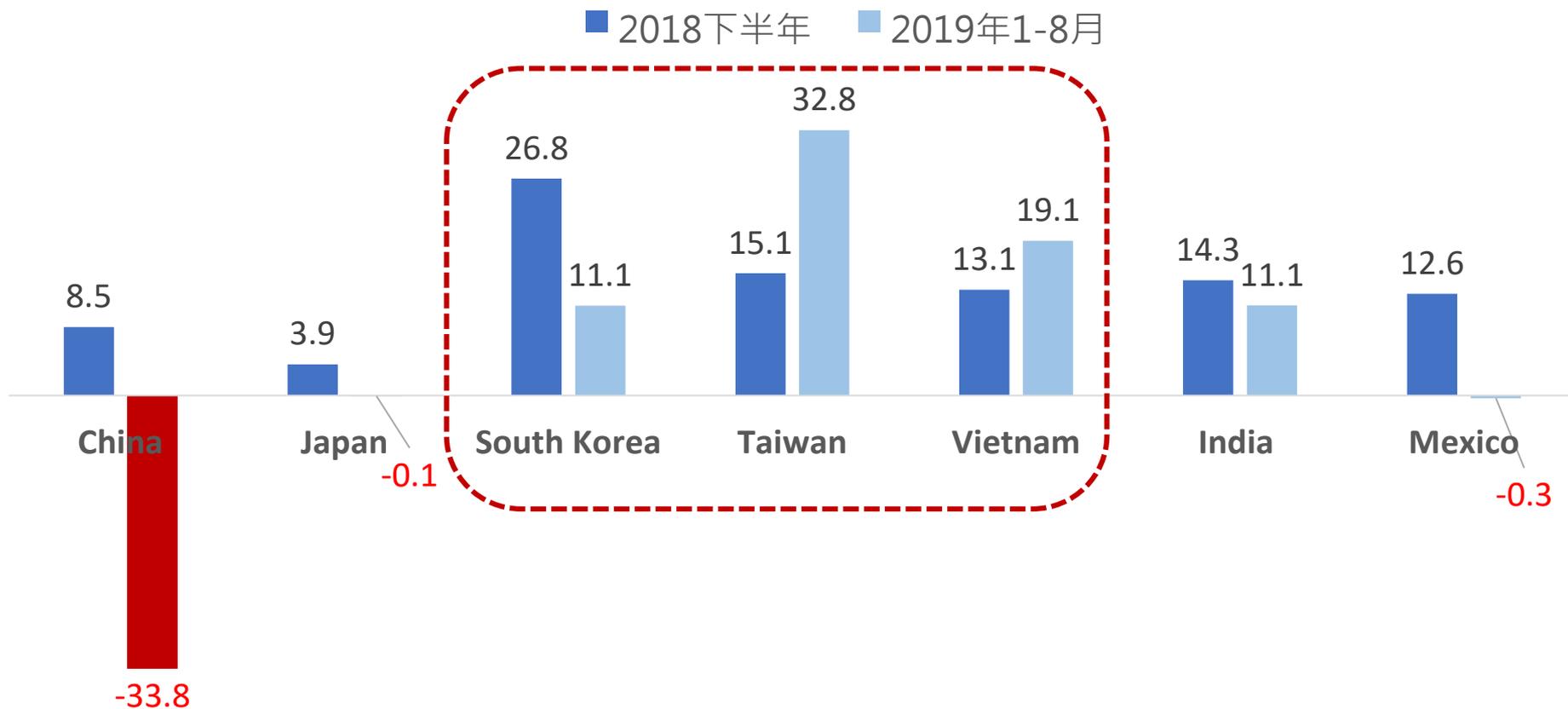
美自貿易夥伴進口清單二商品金額增減率(%)



	自中國大陸進口金額	自日、韓、臺、越、印、墨進口金額
2018下半年	70.4 億美元	240 億美元
2019年1-8月	60.7 億美元	337 億美元

美國自貿易夥伴進口概況 (清單三)

美自貿易夥伴進口清單三商品金額增減率(%)



	自中國大陸進口金額	自日、韓、臺、越、印、墨進口金額
2018下半年	1,069 億美元	1,390 億美元
2019年1-8月	916 億美元	1,899 億美元

臺灣對全球主要市場出口

	2018年			2019年1-9月		
	金額億美元)	成長率(%)	占比(%)	金額億美元)	成長率(%)	占比 (%)
全球	3,340	5.9		2,423	-2.5	
中國大陸加 香港	1,379	6.1	41.3	955	-5.5	39.4
新南向市場	681	1.4	20.4	419	-7.1	19.6
東協10國	581	-0.7	17.4	356	-7.9	16.6
美國	395	7.4	11.8	341	17.7	14.1
歐盟	292	8.8	8.7	208	-5.4	8.6
日本	228	10.8	6.8	172	1.5	7.1
韓國	157	9.2	4.7	124	8.3	5.1

臺灣主要產品對全球出口

	2018年			2019年1-9月		
	金額億美元)	成長率(%)	占比(%)	金額億美元)	成長率(%)	占比(%)
電子零組件	1,108	3.3	33.2	808	-1.0	33.4
資通與視聽產品	353	3.6	10.6	308	21.4	12.7
電機產品	108	3.3	3.2	80	-0.8	3.3
機械	256	7.3	7.7	177	-8.0	7.3
塑橡膠及其製品	253	10.0	7.6	170	-10.8	7.0
鋼鐵及其製品	190	9.6	5.7	127	-11.7	5.2
化學品	222	14.3	6.6	142	-15.0	5.8
光學器材	117	-6.7	3.5	84	-4.8	3.5
紡織	101	0.0	3.0	69	-8.6	2.9
運輸工具	112	3.4	3.4	82	-4.2	3.4
汽車零配件	72	0.99	2.2	52	-2.85	2.2

臺灣主要產品對美國出口

	2018年			2019年1-9月		
	金額億美元)	成長率(%)	占比(%)	金額億美元)	成長率(%)	占比 (%)
電子零組件	23	10.7	5.8	17	0.3	5.0
資通與視聽產品	95	0.4	24.0	107	60.5	31.4
電機產品	30	8.4	7.5	25	17.5	7.5
機械	46	18.2	11.8	35	3.2	10.4
塑橡膠及其製品	28	2.9	7.0	22	5.2	6.4
鋼鐵及其製品	39	5.7	10.0	28	-5.8	8.2
化學品	13	4.3	3.3	8.7	-13.7	2.6
光學器材	4.1	9.7	1.0	3.0	-1.4	0.9
紡織	7	-1.1	1.8	5.4	-0.2	1.6
運輸工具	34	9.7	8.7	26	2.9	7.8
汽車零配件	32	3.3	8.3	25	2.9	7.4

美中貿易戰

對我整體產業影響(一)



 TAITRA
外貿協會研析報告

美中貿易戰引發的連鎖效應對臺灣外銷出口、產業發展、整體經濟產生全面性的衝擊。本報告以國際、區域層面、全球層面分析現況與作法！

調查時間: 2018年10月至11月

調查對象: 美國買主與美商IPO共71家

臺灣廠商472家、大陸臺商113家

東協印度臺商144家、日、韓商49家

供應商778家，合計共849家

調查方式: 面訪、電訪

 經濟部國際貿易局
中華民間對外貿易發展協會


美中貿易戰

對我整體產業影響(二)



 TAITRA
外貿協會研析報告

美中貿易戰發展至今已逾一年，全球產業供應鏈及企業佈局的調整已經浮現。本報告提供讀者最新經營情報，同時持續觀察買主層面對臺灣產業的深層影響，提供業者最佳策略建議！

調查時間: 2019年3月至6月

調查對象: 海外買主879家

臺灣廠商1,727家

合計共2,606家

調查方式: 貿協國內外拓銷活動之書面問卷

(海外拓銷團、海外參展團

國內專業展、採購大會)

 經濟部國際貿易局
中華民間對外貿易發展協會


買主的
衝擊

北美買主衝擊大

價格不確定、對貿易戰的恐慌心理

- 879家受訪買主之中，22%認為受到貿易戰的衝擊
- 88家北美地區買主之中，58%認為受到貿易戰的衝擊

買主採
購策略

採購來源多樣化

尋找替代來源

- 2018年10-11月調查，84%-85% 買主採購來源為中國大陸
- 2019年3-6月調查，64%-69% 買主採購來源為中國大陸
- 在亞洲其他地區建立新的供貨基地

買主的
因應

智慧採購

短鏈轉型

少量多次

- 買主希望直接向製造商採購，而非透過貿易商
- 依據產品周轉率充分規劃下單，並且積極尋找品質好、價格有競爭力的新產品

全在臺灣
生產製造廠商
961家

在臺灣大陸有
工廠之廠商
397家

全部在大陸生
產之廠商
180家

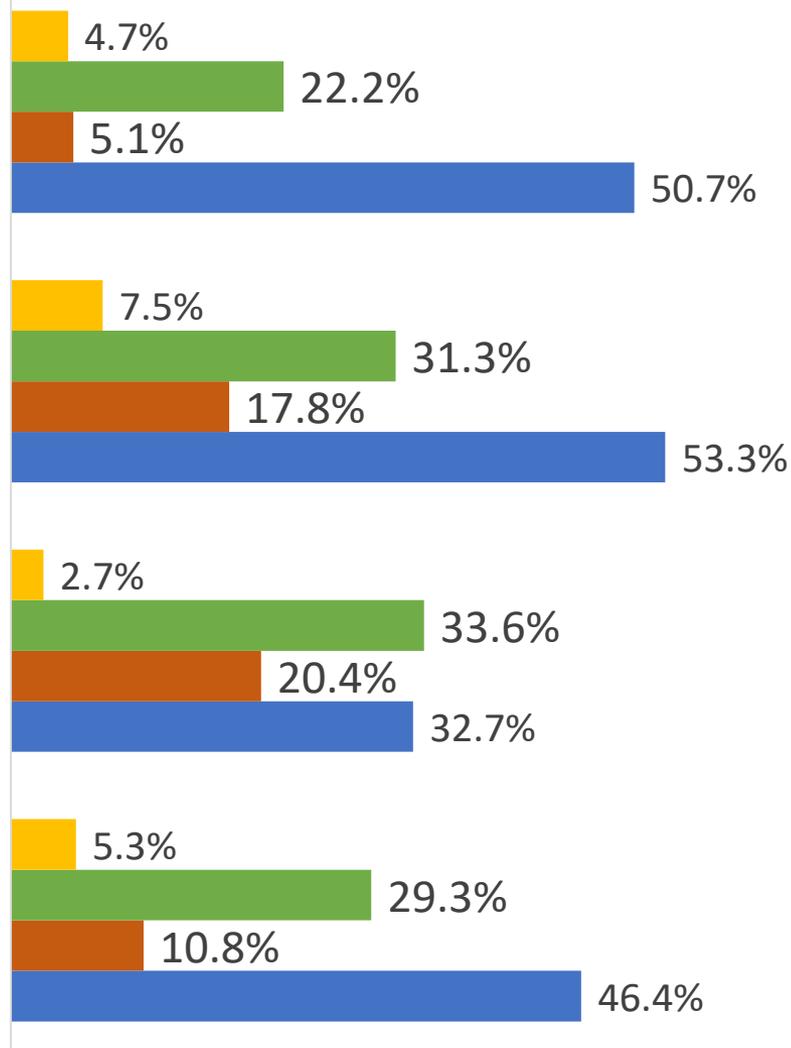
第一類廠商調整投資布局者
473家

第二類廠商調整投資布局者
214家

第三類廠商調整投資布局者
113家

所有廠商調整投資布局者907
家

■ 印度 ■ 東南亞 ■ 中國 ■ 臺灣

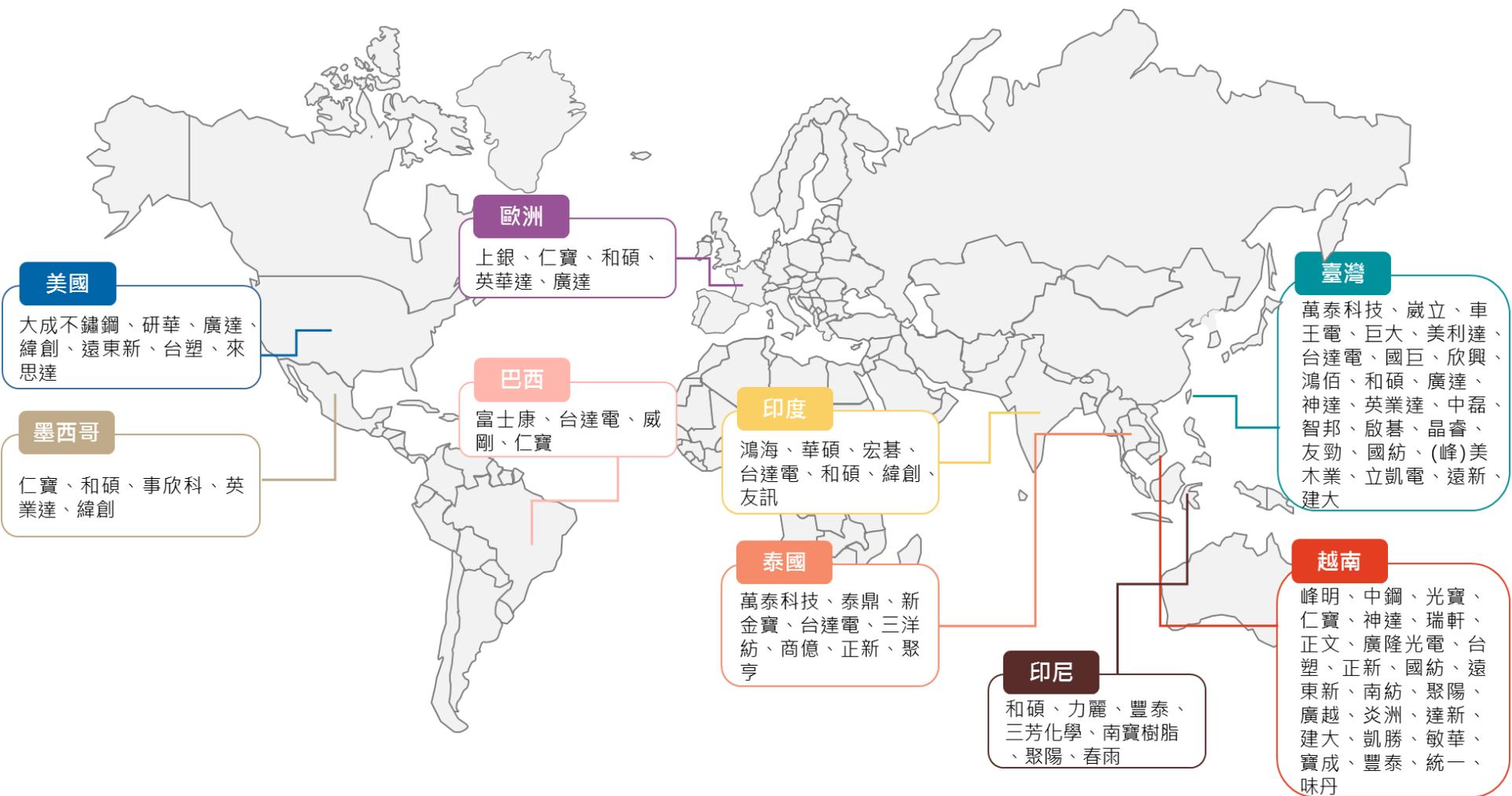


受訪廠商主要出口市場布局



美中貿易戰衝擊下受訪廠商調調整的市場布局





掌握買主
採購動向

- 趁此機會積極開發新客戶，調整出貨地點、方式與時程
- 配合買主採取智慧採購的趨勢，提供更多智慧解決方案。
- 配合「短鏈轉型」趨勢，以產業「垂直轉型」取代以往的「水平轉型」

電子資通訊
掌握優勢

- 電子資通訊產業在北美市場具有相當大的優勢，可趁此優勢加強拓展與鞏固北美市場。
- 未來AIoT發展趨勢，在美中兩強在5G、AI的爭霸中，臺灣廠商可藉此機會加強拓銷電子資通產品。

機械產業布
局設備採購

- 機械製造的版圖移轉分散至越南、印度、墨西哥等新市場，新工廠需要新的設備，而且是朝自動化、智慧化等方向採購設備。

汽車零配件
北美拓展

- 北美汽車零配件市場持續成長，我商宜擴大產業供應鏈，掌握北美市場轉單效應，分散對中國大陸市場的依賴度。

107年 **608** 項推廣工作
(**2.3**項/工作日)

國外

- 新南向臺灣形象展
- 參展團、拓銷團
- 臺灣產業形象推廣
- 臺日合作拓展第三地
- 公協會、大型企業合作

國內

- 國際專業展
- 產業聚落採購、商機日
- 產業論壇、市場研討會
- 數位行銷
- 客製化服務
- 人才培育

拓銷全球市場海外活動

107年**317** 個
(**1.2**項/工作日)



新南向市場 (活動數:151)

- 5場臺灣形象展(印尼、印度、越、泰、馬)
- 印尼橡塑膠、包裝、印刷及製藥設備展
- 新加坡食品展、泰國食品展
- 2018年臺灣養殖漁業赴南亞拓銷團
- 2018年菲律賓及馬來西亞貿易與布局訪問團
- 菲律賓水資源案源開發團、斯里蘭卡基礎建設案源開發團



新興市場 (活動數:43)

- 沙烏地橡塑膠暨印刷包裝工業展
- 2018年拉丁美洲拓銷團
- 2018年通訊建設及聯網應用商機開發團
- 台土綠能及智慧城市產業論壇
- 中東綠能案源開發團
- 俄羅斯金屬加工展
- 中美洲海鮮產業採購團



歐美日等先進市場 (活動數:87)

- 組團參加拉斯維加斯消費電子展、慕尼黑電子展、科隆五金展、全美五金展、東京食品展、巴黎食品展、東京電玩展等國際專業展或設置台灣精品館
- 辦理精密零組件赴日拓銷團、日本共拓新南向市場案源開發團



中國大陸市場 (活動數:33)

- 香港國際授權展
- 中國進出口商品交易會(春、秋季廣交會)
- 2018年臺灣健康產業赴中國大陸拓銷團
- 2018年東北亞貿易與布局訪問團
- 於中國南亞博覽會、中國-東盟博覽會、中國國際高新技術成果交易會等設置台灣精品館

※註：另有跨市場之海外拓銷活動3個。

拓銷全球市場國內活動

107年國內採購洽談**14,047**場次(**56** 場次/工作日)
 服務廠商**5萬2,663**家次(**211** 家次/工作日)



新南向市場

- 全球供應鏈採購大會暨新南向國家行銷夥伴大會
- 南亞商機日暨商機研討會
- 東協與澳紐商機日
- 新南向暨中國大陸電商市場商機媒合會



新興市場 & 中國大陸市場

- 拉丁美洲商機日
- 亞西商機日
- 非洲商機日暨採購洽談會
- 中國大陸IPO商機媒合會



歐美日等先進市場

- 美國商機日
- 歐盟商機日
- 臺日企業商機媒合大會



跨市場 & 產業聚落日

- 全球供應鏈採購夥伴大會(高雄)
- 產業聚落採購日-汽配
- 產業聚落採購日-手工具
- 產業聚落採購日-綠能科技
- 國際食品通路商採購大會(臺北&高雄)

新南向 臺灣形象展

新南向大平台 臺灣形象展

106年至108年10月於印尼、印度、越南、泰國、馬來西亞及菲律賓共辦理**13場**臺灣形象展

展覽成果

- ✓ 累計創造**9.9億**美元商機
- ✓ 吸引近**27.7萬**人次參觀

展覽主軸

107年



智慧城市



綠色科技



健康醫療



清真臺灣



時尚臺灣



遨遊臺灣

108年



文化創意



人才觀光



智慧城市



綠色科技



農業科技



健康醫療



樂活消費

馬來西亞臺灣形象展

推廣**臺灣清真產業**，與馬來西亞Mydin超市合作，布建清真產品海外通路。

邀請檳城知名廚師以臺灣清真食材烹調娘惹風情美食

臺灣清真暨珍奶產品分享會

清真暨珍奶主題館

農業館



與馬來西亞Mydin超市合作，布建清真產品海外通路

Mydin超市辦理臺灣清真產品節

Mydin 來臺採購洽談會

- ✓ 吉隆坡、檳城 6 家門市
- ✓ 上架27家廠商，97項產品。
- ✓ 銷售額：96萬馬幣(約22萬美元)

✓ 商機：141萬美元



越南臺灣形象展

拜會越南河內交通廳、當地最大電信商及IT服務公司，協助我業者**開拓智慧解決方案**市場

智慧交通館：越南最大電信商Viettel Group 參觀智慧交通館



徵集7家業者參團

- 交通計畫
- 交控系統
- RFID智慧交通解決方案
- 共同票證系統
- 智慧路燈
- AI網路攝影機

智慧交通案源開發團
由河內交通廳長親自接待



拜訪單位：

- 河內交通廳
- Viettel Group
(越南最大電信商)
- FPT Group
(越南最大IT服務公司、東協最大資訊系統整合商)
- VNPT
(擁有越南2大電信品牌)

印尼臺灣形象展

推廣**臺灣健康產業**，透過Reliance Holding Group，與泗水醫院及醫材通路合作，提升當地醫療水準。

臺灣健康產業形象館+泗水醫衛交流參訪團



MOU簽署

台大、北醫、秀傳、敏成、
寶健、承鑒(6家)

MOU

Universitas Airlangga Hospital



北醫將赴印尼提供25名唇額裂病童免費手術治療，
並在臺協助訓練印尼醫師

參展團
拓銷團

連鎖加盟、農產食品產業拓銷

瞄準新南向市場，前往馬來西亞及澳洲推廣，協助我商布建國際通路。

馬來西亞
國際連鎖加盟展



成功於檳城展店

澳洲墨爾本
連鎖加盟展



入駐澳洲華人超市



✓ 合計服務我商：20家

✓ 合計促成買主洽談：> 1,000位買主

農產食品：參加重要國際食品展

雅加達食品展

澳洲食品展

馬來西亞食品展

✓ 合計服務我商：63家次

✓ 合計促成買主與我商洽談：> 2,125位買主

辦理市場/產業拓銷團

為業者**爭取訂單、技術合作**：促成A智慧能源公司簽署2份代理合約、B環境工程公司取得技術合作機會

南亞貿易訪問團(二)

巴基斯坦(拉合爾)、印度(孟買、加爾各答)

- ✓ **簽署代理合約**：
A智慧能源公司與拉合爾、印度當地企業
- ✓ **技術合作**：
B環境工程公司與拉合爾知名環境工程公司

「2019新南向綠色科技商機開發團」

與台灣區照明燈具輸出業同業公會共同籌組

LED照明、智慧能源管理系統、儲能系統

- ✓ A光電公司：洽談泰國足球場燈光設計案
- ✓ B光電公司：洽談馬來西亞公部門單位室內10萬盞LED燈案
- ✓ C綠能科技公司：與馬來西亞公司洽談獨家代理權



拉丁美洲拓銷團(祕魯站)

臺灣產業
形象推廣

台灣精品選拔

國內外活動廣宣，提升臺灣產業形象

聚焦重點產業及市場

企業服務
形象推廣

- 產業形象推廣活動
 - ✓ 指標性展覽設置台灣精品館
 - ✓ 因地制宜及運動行銷
 - ✓ 消費者體驗活動
- 媒體廣宣
 - ✓ 辦理記者會，促成獲刊報導
 - ✓ 於國際媒體合作來臺或專題報導
 - ✓ 刊登形象廣告
- 協助企業布建通路
 - ✓ 設置實體及電商展售專區
- 數位行銷
 - ✓ 數位廣告、社群及KOL推廣

- 1993年起推動「台灣精品」選拔，為臺灣產業最高榮譽，選出具創新價值的優秀品牌企業，共同提升臺灣產業形象，歷年來，累計獲獎產品達**9,424件**。
- 近年來，結合AI、AIoT、大數據等應用的**智慧醫療、智慧製造及物聯網資通訊解決方案**，成為參選重要趨勢，產業創新動能持續提升。
- 持續鼓勵輔導中小企業參選，參選比例已高於**7成**，獲獎比例亦超過**5成**。



台灣精品推廣成效

精品選拔
企業服務

1. 537家報名台灣精品選拔，中小企業獲獎成長**7%**

2. 獲獎企業台灣精品標誌使用比例達**100%**

協助企業
海內外行銷

1. 12目標市場
辦理**150**場行銷活動
2. 協助476家次布建通路，成長**19%**
3. 對226家台灣精品獲獎公司調查，廠商滿意度**96%**

提升臺灣
產業知名度

1. 全年**6,670**篇報導，觸達超過**10.7**億人
2. 全球台灣精品數位社群粉絲數達**272**萬人，成長**14.89%**
3. 根據尼爾森調查，台灣精品國際知名度達**47%**，共成長**6%**

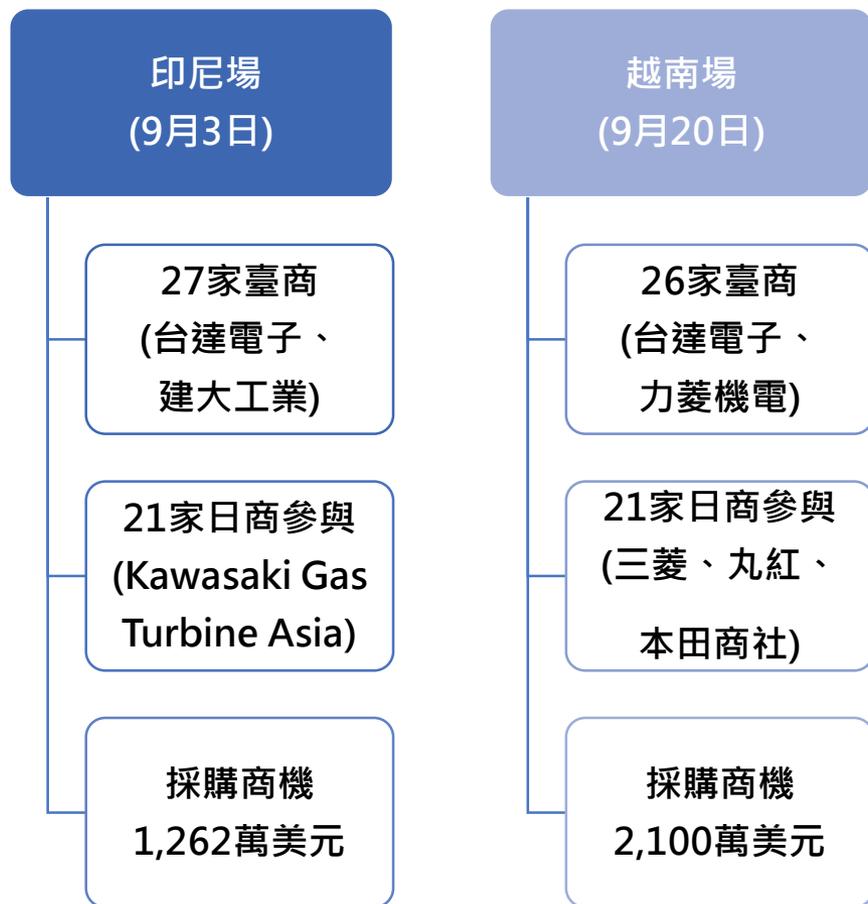


107年目標市場：國內及歐盟、美國、印度、印尼、馬來西亞、越南、泰國、菲律賓、中國大陸、緬甸及日本。

臺日合作 拓展第三地

臺日合作拓展第三地計畫

辦理印尼、越南臺日企業合作媒合會，未來推廣至菲律賓及緬甸



三大亮點

1. 臺、日企業上台簡報，加強交流
2. 瑞穗銀行、三菱集團說明臺日合作好處
3. 臺日企業一對一洽談



公協會、
大型企業合作

大型企業、機構交流

拜訪越南最大民營企業Vin Group，促成臺越**汽車產業供應鏈**合作
拜訪越南工商部貿易促進局局長，未來將合辦展覽。

拜訪越南最大民營企業Vin Group



拜會越南工商部貿易促進局洽談合作

與越南各地臺商會長進行座談

- ✓ 臺越合辦展覽
- ✓ 相互協助雙方組織參展團、貿訪團
- ✓ 協助人才培訓



臺灣
專業展

多元會展業務



辦理**41**項國際知名大型臺灣專業展



台北國際電腦展

全球第**2**，亞洲第**1**
獲UFI認證



台灣國際扣件展

全球第**3**大、亞洲第**2**大



台北國際自行車展

全球第**2**，亞洲第**1**
獲UFI認證



台北國際工具機展

全球第**3**大、亞洲第**2**大

獲UFI認證



台北國際汽車零配件5展

亞洲第**2**大

獲UFI認證



台北國際食品5展

亞洲第**3**大、全球食品產業重要採購平台

產業聚落採購大會

針對北、中、南部不同產業，辦理全球零售通路大會(北部)及產業聚落大會(北/中/南部)，廠商不用出國就可簽到訂單。

產業聚落採購、商機日

★ 北部：聚焦美妝、消費品、運動用品、電商、通訊、綠循環、智慧城市

★ 中部：聚焦機械、手工具、自行車

★ 南部：聚焦汽配、扣件、橡塑膠機械



成果



市場商機日

邀請國外重量級買主來臺採購，為廠商爭取市場商機



- 美國商機日
- 拉丁美洲商機日
- 亞西（中東中亞及土耳其）商機日
- 非洲商機日
- 東協澳紐商機日
- 以色列商機日



東協澳紐商機日



拉丁美洲商機日

產業論壇、
市場研討會

中國大陸市場通路觀測及媒合

邀請重要買主來臺、分享市場通路模式及消費趨勢，透過視訊會議討論拓展市場作法。

邀請重要買主來臺
「走入中國大陸新世代消費商機媒合會」

- ✓ 參與業者：66家
- ✓ 洽談場次：84場次
- ✓ 商機：5,010萬美元

分享市場通路模式及消費趨勢
「中國大陸市場通路觀測發表列車」

南京、青島、成都、廈門

與大陸駐點視訊會議，討論拓展市場作法

10個駐點



數位行銷

數位行銷研習營

提升中小企業數位行銷能力



facebook

Google

【Taiwantrade 數位行銷研習營】

攜手Facebook及Google合作講師，以台灣經貿網跨境電商平台為例，分享實戰經驗。

- ★ 350人次企業家及行銷人才與會
- ★ 大獲好評，追加5場

擴大與跨境電商平臺合作

電商合作版圖橫跨四大洲，累計逾**27萬項**商品上架銷售



❖ 舉辦跨境電商說明會暨洽談會



❖ 新南向國家臺灣形象展設立「電商館」

線上

實體

客製化服務

提供國際行銷諮詢服務



107年



宣傳推廣

客製化行銷
諮詢服務國際市場
開發專案Plus

配合本會或外部單位活動宣傳推廣諮詢服務共65場約5,300人次

- 辦理378件諮詢案
- 協助13家廠商成功取得訂單、建置通路及媒合海外買主

完成46案國際市場開發

人才培育

經貿人才培訓

依企業人才需求，培育國際行銷及經貿人才

專業培訓

- 國際企業經營班 (國企班)
(新竹光復、東山、台中、高雄)

二年期：英語組、日語組、
歐語組(德、西、葡)
東南亞語組(越、泰、印尼)
一年期：英語組、越語組、經貿組

- 國際企業特訓班 (特訓班)
(台北校區半年期)

在職訓練

- 企業高階主管實戰班
- 新南向人才儲備專班
- 東部國際人才特訓班
- 國際企業在職班
- 經貿專題及短期語言班

- 會展人才培育

每年培育近7千人

國際企業人才媒合服務

工作機會 國企班 **12.8**個/人特訓班 **9.9**個/人

- 人才媒合會
- 企業到校徵才說明會
- 網路徵才(ITI 線上人力銀行)

班別	企業家數	職缺數
國企班	800	3,918
特訓班	90	1,188
會展人才	66	584
合計	956	5,690





駐外單位是臺灣企業的海外尖兵

貿協駐外單位
資料查詢





創新 · 永續

全球拓展 貿協相伴



歡迎加入
TAITRA LINE@
(搜尋Line ID : @taitra)