

後疫情時代 國際經貿新局與貿易趨勢

外貿協會 秘書長 林芳苗
2020年10月6日

1. 全球經濟指標觀測
2. 國際供應鏈的競合
3. 新經濟新常態趨勢
4. 數位鏈結海外市場

全球經濟指標觀測

2018年起國際局勢動盪不安

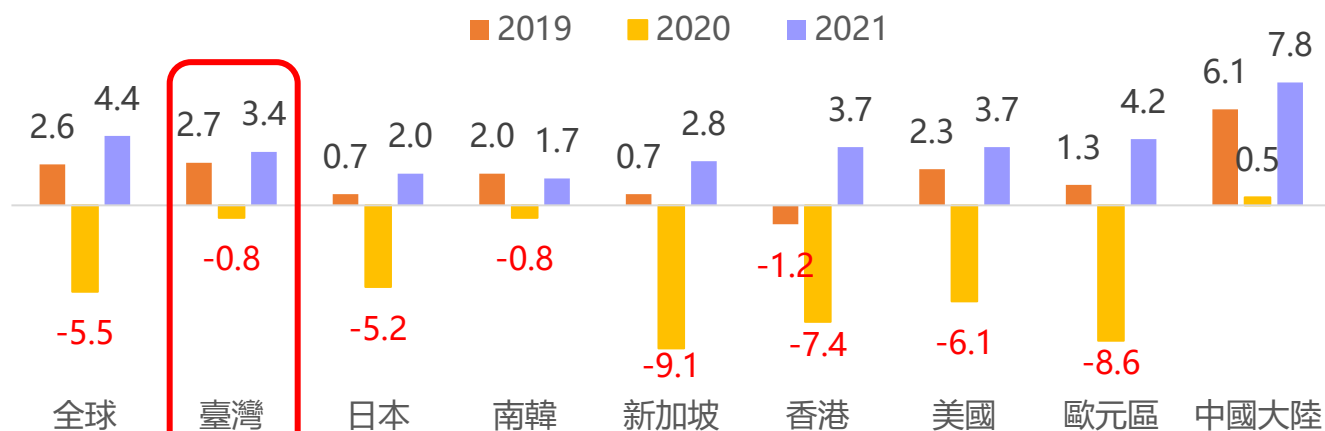
2018年美中貿易摩擦

2019年底 新冠肺炎疫情

2020年~ 持續延燒

- 國際機構IHS Markit預測，今年臺灣經濟成長率為**-0.8%**，與韓國相當，優於日本、新加坡、香港、美國及歐元區，並預測**2021年臺灣經濟成長率為3.4%**。
- 行政院主計總處8/14公布我今年上半年經濟成長率為**0.78%**，並預測我國今年經濟成長率為**1.67%**。疫情紛擾下，國際經濟悲觀預測下，我國仍可望維持正成長。
- 出口方面，相較於亞洲其他先進國家如日本、南韓與新加坡2020上半年出口皆為負成長，我國1-8月總出口年成長率達到**+1.5%**，係受到**國際對於半導體產業以及資通訊產業的需求**，帶動臺灣出口成長的正能量。

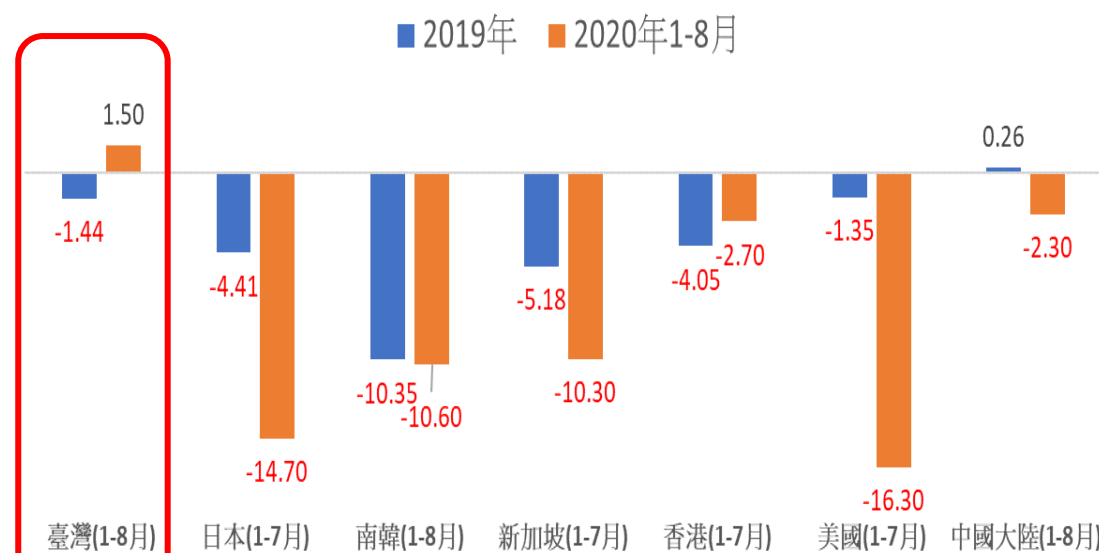
2019-2021年 IHS Markit 對主要經濟體之經濟成長率預測



我主計總處預測我國今年經濟成長率為**1.67%**

- 投資：1.35%、消費：-0.41%
- 國外淨需求：0.62%

2019與2020年1-8月主要經濟體對全球出口增減率



抗疫同時拚經濟 台灣排名全球第一

- 牛津馬丁學院 (Oxford Martin School) 「Our World In Data」比較38國的COVID-19染疫死亡率及2020 Q2的GDP

台灣排名全球第一

- 經濟：2020 Q2 GDP僅比2019年同期萎縮0.6%
- 死亡率：只有百萬分之0.29

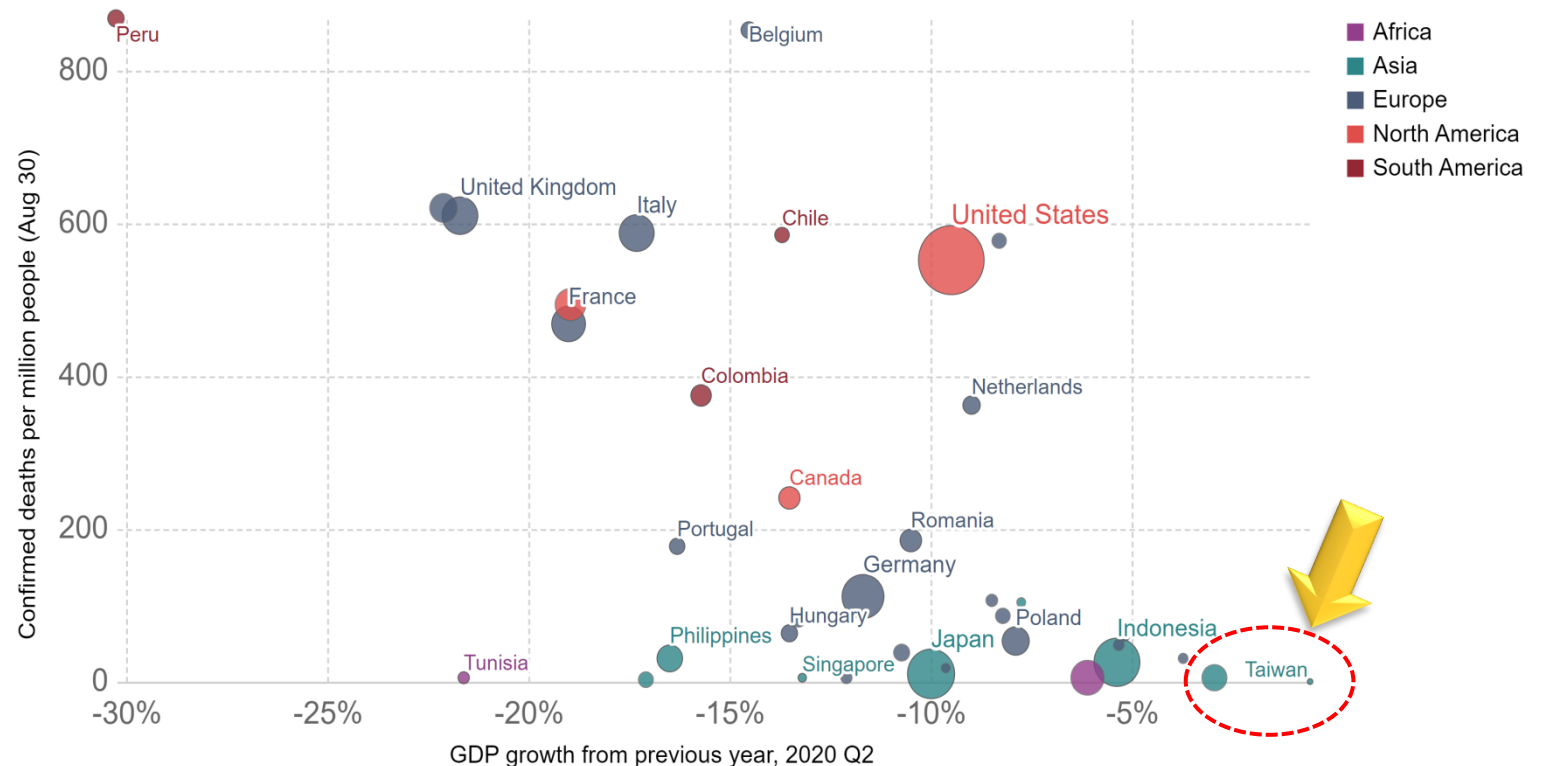
vs. 英國

- 經濟：2020 Q2 GDP (-21.7%)
- 死亡率：百萬分之620.49

資料來源：牛津馬丁學院《Which countries have protected both health and the economy in the pandemic?》by Joe Hasell · 2020年9月。

Economic decline in the second quarter of 2020 vs rate of confirmed deaths due to COVID-19

The vertical axis shows the number of COVID-19 deaths per million, as of August 30. The horizontal axis shows the percentage decline of GDP relative to the same quarter in 2019. It is adjusted for inflation.



Source: European CDC, Eurostat, OECD and individual national statistics agencies

Note: Limited testing and challenges in the attribution of the cause of death means that the number of confirmed deaths may not be an accurate count of the true number of deaths from COVID-19. Data for China is not shown given the earlier timing of its economic downturn. The country saw positive growth of 3.2% in Q2 preceded by a fall of 6.8% in Q1.

持續成長

大型科技股
資通訊產業
宅經濟商機



收入驟降

傳統產業
服務業
基層勞工

諾貝爾經濟學獎得主克魯曼：
美國經濟將呈現「K型復甦」
兩樣情

- 頂層的人望著股價與個人財富升高眉開眼笑
- 底層的人則看著收入陡降愁眉苦臉。



全球經濟預期也將呈現
「K型復甦」兩樣情

WTO：全球貿易「L型復甦」可能性大 不若原先預期的2021年可望「V型復甦」



- ◆ WTO指出，各國政府抗疫措施已逐步減緩經濟衰退情勢，2020年貿易表現可望避免4月預測的悲觀假定。
- ◆ 但2021年仍面臨許多不確定性，可能還無法達到原樂觀期望2021年的「V型復甦」。

全球貿易：

2020 Q1：-3%，

2020 Q2：-18.5%，

2020 Q3及Q4：預測若分別能成長2.5%，
則可達到全年僅衰退-13%的情況

WTO 4月預測2020年全年：-13%~-32%

- 即使受疫情衝擊，今年1-8月我國對前十大出口市場當中，中國大陸及香港、美國、日本、新加坡仍維持出口成長。

臺灣前十大出口市場

	2019年			2020年1-8月		
	出口額 (百萬美元)	比重 (%)	增減率 (%)	出口額 (百萬美元)	比重 (%)	增減率 (%)
全球	329,194.1	100.0	-1.4	217,382.4	100.0	1.50
1. 中國大陸及香港	132,148.3	40.1	-4.2	93,882.7	43.2	12.0
2. 美國	46,242.9	14.0	17.1	31,970.8	14.7	6.2
3. 日本	23,281.8	7.1	2.1	15,325.6	7.1	1.1
4. 新加坡	18,186.4	5.5	5.0	12,210.3	5.6	3.9
5. 南韓	16,917.0	5.1	7.5	9,535.0	4.4	-15.0
6. 越南	10,772.4	3.3	0.0	6,411.5	2.9	-10.3
7. 馬來西亞	9,400.3	2.9	-11.3	5,899.5	2.7	-7.1
8. 德國	6,522.4	2.0	-7.6	3,936.9	1.8	-11.8
9. 菲律賓	6,156.5	1.9	-31.2	3,791.2	1.7	-7.1
10. 荷蘭	5,863.5	1.8	0.1	3,810.4	1.8	-1.9

No.	2019年10大出口產業
1	電子零組件 34%
2	資通與視聽產品 13%
3	基本金屬及其製品 9%
4	機械 7%
5	塑橡膠及其製品 7%
6	化學品 6%
7	礦產品 4%
8	光學器材 4%
9	運輸工具 3%
10	電機產品 3%

2020年1-8月臺灣主要出口成長產業

5G商機發酵：在5G通訊、高效能運算等新興需求推升下，**積體電路、印刷電路板、交換器及路由器、與手機用光學鏡頭**出口成長

宅商機：COVID-19疫情發酵，促進遠距會議、教學、NB及資料中心等需求，帶動**伺服器及NB等電腦及網路相關產業**出口成長

不織布產業表現佳：口罩、防護衣的重要原料**不織布**，在此波COVID-19疫情之下，是少數**由負轉正**的產業，成長動能主要集中在**亞洲、新南向及紐澳**等市場。

我國不織布主要出口(單位：百萬美元)

洲別	2019年1-8月			2020年1-8月		
	出口額	占比	成長率	出口額	占比	成長率
全球	260.3	100.0%	-8.64%	310.4	100.0%	19.24%
亞洲	196.1	75.4%	-6.65%	246.7	79.5%	25.78%
新南向	74.9	28.8%	-0.55%	100.8	32.5%	34.68%
北美洲	28.7	11.0%	-2.64%	26.3	8.5%	-8.19%
歐洲	17.3	6.7%	-38.73%	14.7	4.7%	-15.44%
大洋洲	5.0	1.9%	9.70%	11.5	3.7%	129.64%

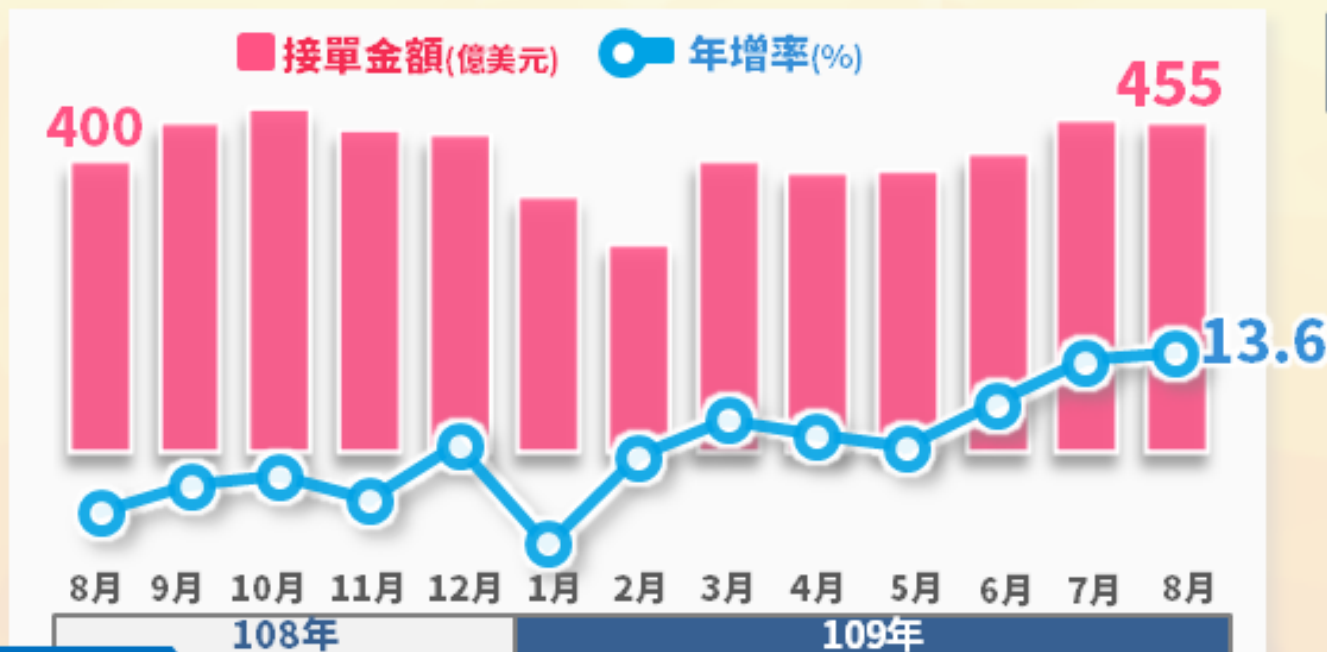
資料來源：財政部

產業	2019		2020年1-8月	
	出口額 (億美元)	成長率	出口額 (億美元)	成長率
總額	3,291.9	-1.44%	2,173.8	1.54%
電子零組件	1,125.2	1.58%	841.5	19.39%
積體電路	1003.2	4.60%	760.2	21.63%
印刷電路板	52.8	-5.49%	35.2	5.20%
資通與視聽產品	426.4	20.71%	305.9	12.88%
交換器及路由器	46.4	58.11%	36.7	30.18%
伺服器	34.4	205.12%	30.5	33.95%
筆記型電腦	17.4	17.25%	12.0	26.76%
電腦零附件	101.0	36.52%	73.2	16.67%
石化產業	287.0	-16.39%	156.3	-20.17%
基本金屬及其製品	278.6	-11.79%	164.3	-12.66%
機械	234.8	-8.15%	140.6	-11.27%
工具機	30.7	-16.14%	14.4	-31.92%
半導體、IC、面板用製程設備	32.2	2.92%	21.1	3.89%
橡塑膠及其製品	225.8	-10.66%	132.7	-13.04%
化學品	186.7	-15.71%	107.1	-15.49%
礦產品	140.4	-3.38%	54.3	-43.98%
光學器材	112.7	-3.47%	73.2	-1.08%
手機用光學鏡頭	19.7	17.43%	12.2	0.63%
電機產品	107.4	-0.54%	69.1	-3.46%
運輸工具	112.6	0.14%	68.4	-5.36%
紡織品	91.8	-8.90%	47.9	-22.43%
不織布	3.9	-8.42%	3.1	19.24%
醫療器材	33.1	0.69%	21.8	-1.07%
體育用品	21.2	9.24%	13.5	-0.61%

2020年外銷訂單已連6紅

- 1-8月外銷訂單3,137.2億美元，較上年同期增加102.8億美元或增3.4%。
- 8月外銷訂單為455億美元，年增13.6%，已連6紅。由於高度仰賴海外生產之資訊通信產品接單成長，導致外銷訂單海外生產比回升。

109年8月外銷訂單年增13.6%



貨品別年增率(%)

電子產品	28.2
資訊通信	26.4
機械	7.0
光學器材	5.4
基本金屬	-2.0
塑橡膠製品	-3.0
化學品	-20.1

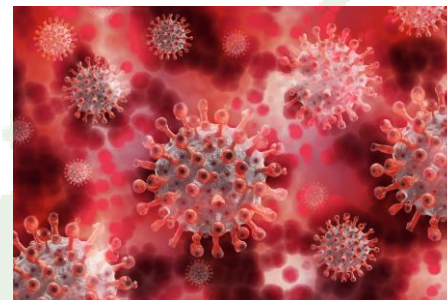
全文閱讀

小結：國際經貿動態發展

- **COVID-19疫情衝擊國際實體經濟活動**：受到疫情影響，國際實體經濟活動減少，加以原油為首的國際原物料價格震盪走低，使非ICT產品出口普遍疲弱，僅檢測設備等少數產品出口成長。
- **國際經濟衝擊我國下半年出口壓力**：COVID-19疫情衝擊，2020上半年主要經濟體的貿易表現普遍衰退，但是臺灣於1-8月的出口成長1.5%。惟COVID-19疫情未歇，又有美中貿易關係之變數，我國上半年出口空間受限，下半年出口仍將承受壓力。
- **臺灣出口成長動能來自ICT產業**：2020年1-8月出口成長主因受惠5G 通訊、高效能運算、人工智慧等新興科技應用持續推展，遠距會議、教學等零接觸經濟商機快速崛起，廠商調升在臺灣的產能配置，支撐電子零組件與資通訊產品的出口力道。
- **疫情影響下我國對美日等國出口仍成長**：2020年1-8月臺灣對美國、日本、中國大陸與香港等市場出口上揚，而且臺灣對中國大陸與香港、美國、日本的出口規模皆創歷年同期新高，其餘市場出口普遍走弱。

國際供應鏈的競合

美中貿易摩擦與新冠肺炎衝擊造成市場萎縮



供應鏈重組加速

- ✓ 成本增加
- ✓ 斷鏈或出局的風險升高
- ✓ 「臺灣接單，大陸出口」模式改變
- ✓ 疫情爆發加速美中經濟脫鉤，各國採取的封城措施，造成產業的斷鏈危機，更加速跨國企業重塑供應鏈以取代原本向中國傾斜的國際分工型態，轉由增加其他新興市場投資。

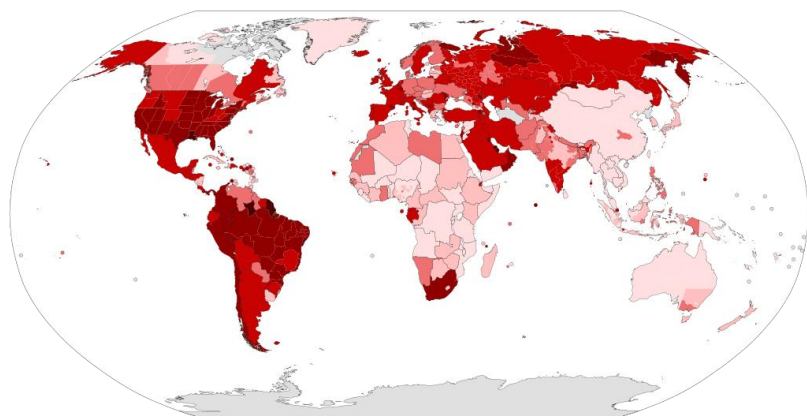
全球市場萎縮

- ✓ WTO預期今年全球貿易將下跌13%。
- ✓ 預期第二波疫情爆發，可能導致貿易擴張低於預期
- ✓ IHS Markit將2020年全球經濟成長率調降至**-5.54%**，預估全球經濟全面復甦仍需要長達3年的時間。



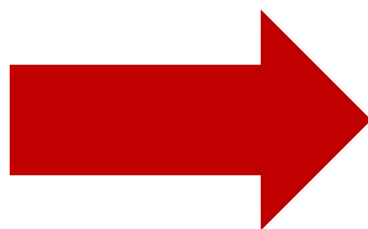
封城措施造成全球產業斷鍊危機

★經濟影響比SARS嚴重4倍：澳洲國立大學經濟學教授麥克奇賓（Warwick McKibbin）估算，SARS疫情使世界經濟損失400億美元，意味著新型冠狀病毒疫情對全球經濟衝擊可能達1,200億至1,600億美元。



新型冠狀病毒疫情

- 疫情已影響全世界，促使台商加速回流
- 加速企業在中國大陸以外市場布局，分散風險
- 各國展覽、大型活動延期或取消
- 全球各行各業受牽連



產業界衍生斷鏈危機

- 封城、延遲開工、人員隔離
- 交通物流運輸停頓，原物料短缺斷鏈
- 陸廠停工影響全球供應鏈
- 復工後，面臨招工問題

□ 中國大陸為全球中間財 (intermediate goods) 主要供應者，尤其是在電子產品、汽車、機器設備領域。

□ 臺灣的製造業自中國進口中間財占附加價值的比重超過**16%***，明顯高於全球及其他主要國家。

*附加價值：一國的產業產值扣除其自他國購入的中間投入成本，得出該國產業在所屬生產階段所創造的價值，即為附加價值。

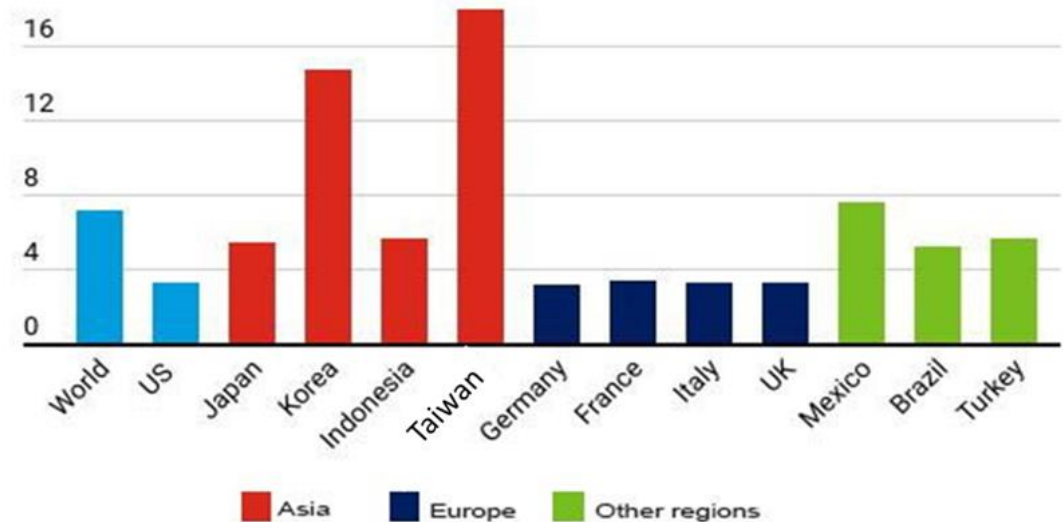
中國大陸為全球中間財的主要供應者

(各國製造業自中國大陸進口中間財占附加價值的比重，單位%)

Key link in global value chains

China is a major supplier of intermediate goods to the rest of the world.

(imports of intermediate goods from China in manufacturing, percent of value added)



Source: IMF staff calculations using 2014 World Input-Output Database.

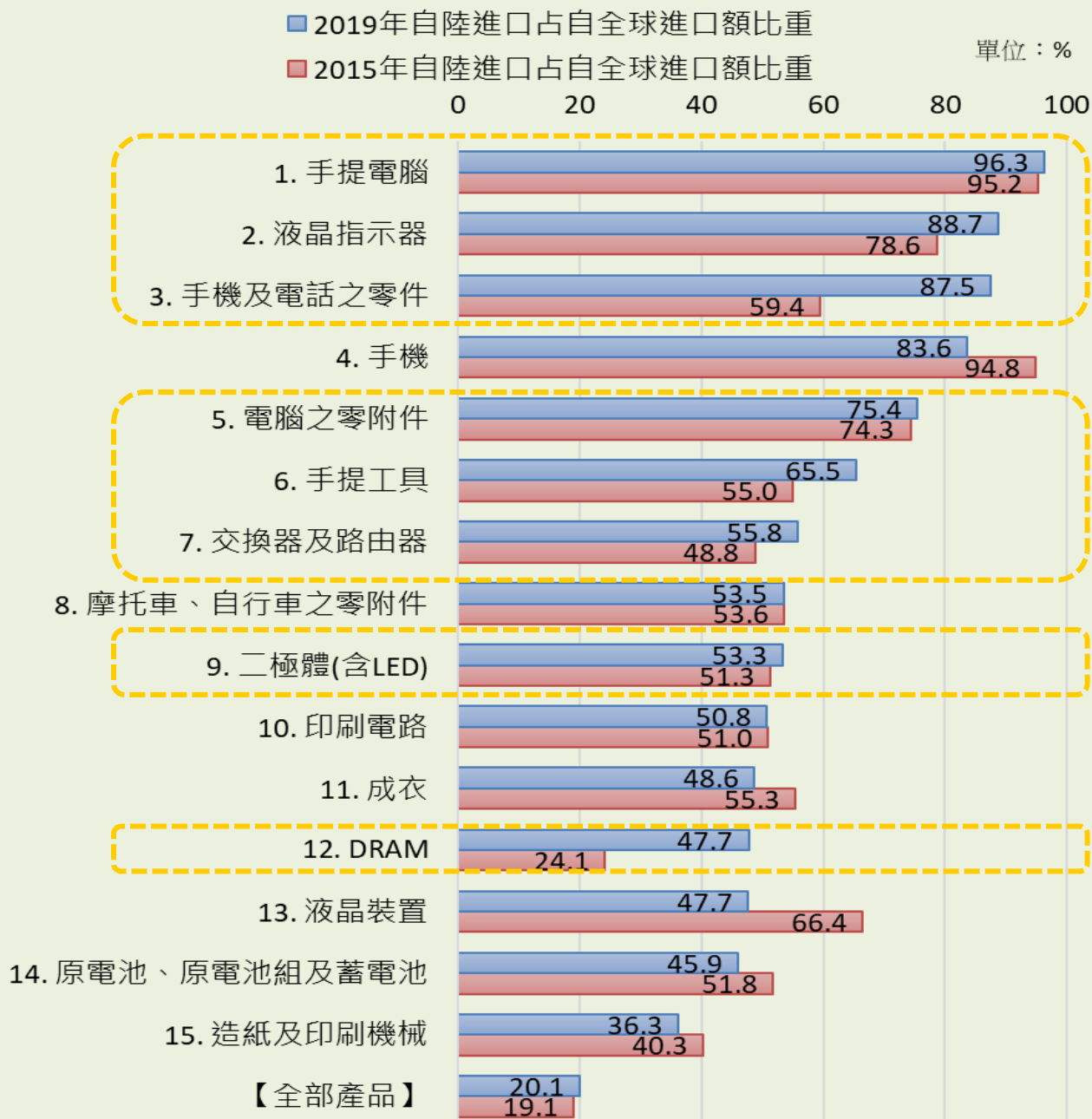
對臺灣產業供應端的影響

- ❑ 臺灣最依賴中國製造的**10**大進口品項，依賴程度均達**50%**以上
- ❑ 若擴大到觀察前**15**大產品的依賴程度，則各產品依賴程度也均達**30%**以上。
- ❑ 8項產品依賴程度加深(右圖黃框處)。
- ❑ 疫情讓台灣相關產業經歷斷鏈危機。



新冠疫情突顯**異地備援**的重要性，
調整供應鏈布局須加快腳步

臺灣最依賴中國製造的15大進口產品



國際情勢及趨勢影響全球經貿拓展-供應鏈布局重組為例

2018年

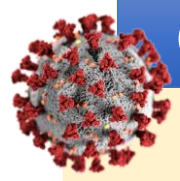
美中貿易戰



全球供應鏈轉移

2019年

COVID-19



加速全球供應鏈
重新布局

隔離政策

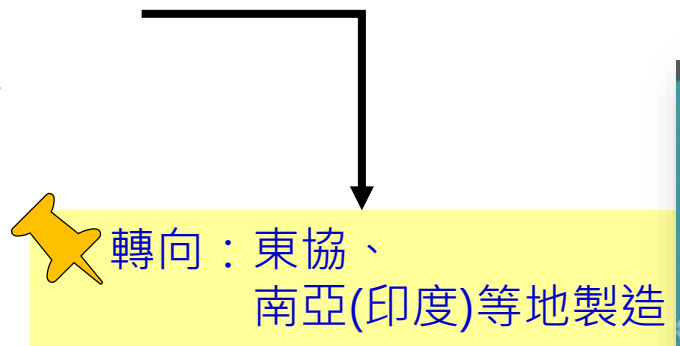
未來經濟趨勢

短鏈供應
(區域製造中心)

低體溫經濟



轉向：墨西哥、
中東歐等地製造



轉向：東協、
南亞(印度)等地製造



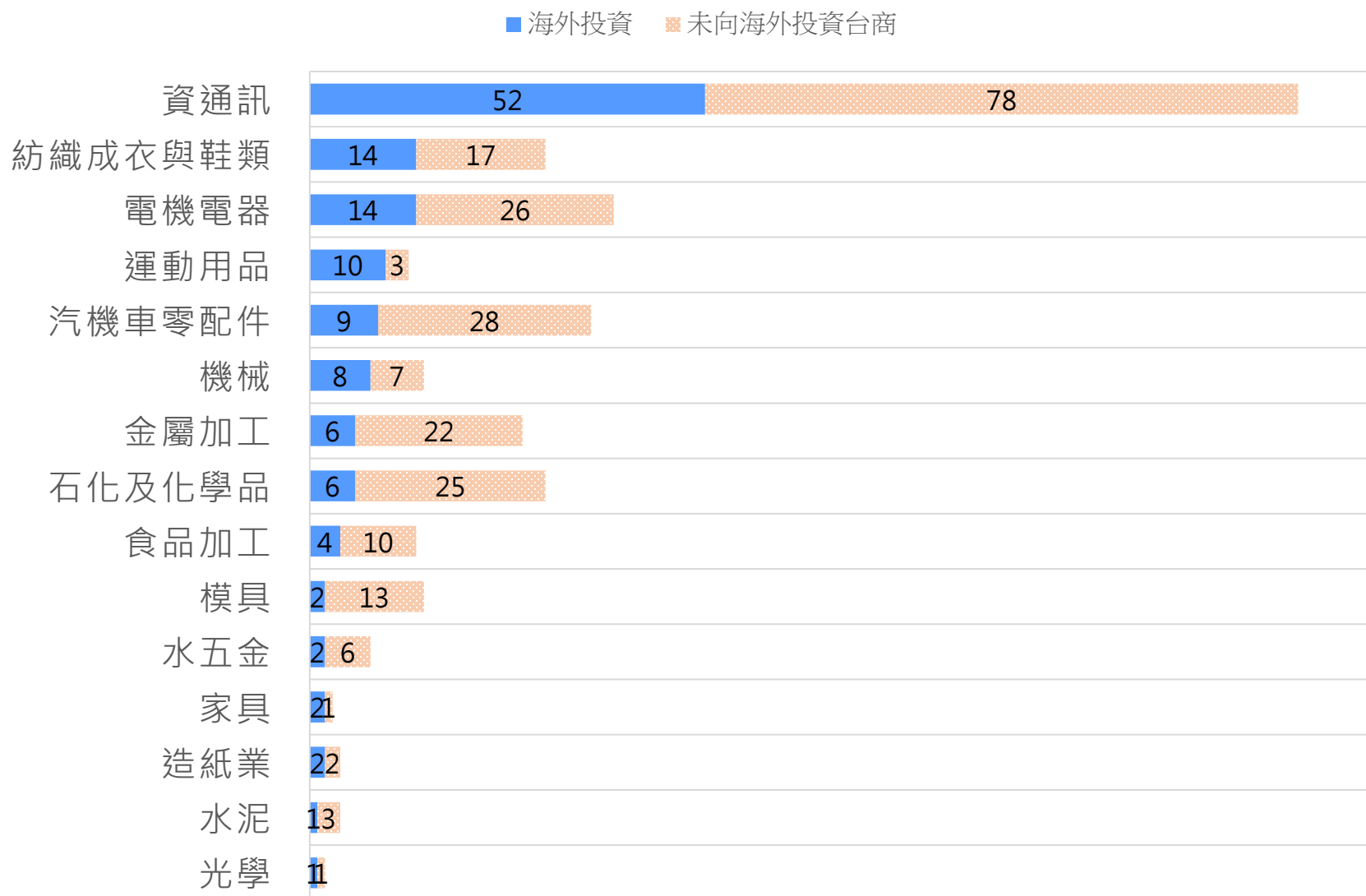
供應鏈重組：主力消費市場成為全球區域製造中心布局重點



📌 未來消費市場，將驅動供應鏈轉型模式：

- 模式一：供應鏈靠近消費市場
- 模式二：多元化的供應鏈

中國大陸台商近年海外(含臺灣)投資 以ICT、紡織及電機等產業領頭



- **超過3成台商往海外投資布局：**依中華徵信所「2020年大陸台商1000大」，排除服務業、重覆業者共380家，其中108家+本會駐外單位回報26家，共134家往海外投資布局，**分散美中貿易戰之風險**
- **臺商海外地區投資：**主要以資通訊為主、其次為紡織、電機電器、運動用品、汽配等業者
- **回臺投資：**資通訊業者為大宗，其次依序為汽配、電機電器、石化及化學品、金屬加工等產業

中國大陸台商近兩年海外投資地區 主要以越南與臺灣等地為主

- 因應美中貿易戰與COVID-19後業者分散供應鏈的趨勢，大陸台商紛紛朝海外布局。主要往**臺灣回流(59家)**、**新南向國家(越南22家)**為主，除了提升生產技術與擴展產能外，亦考量就近供應中國大陸需求，開發新南向國家消費市場。
- 另外，基於歐美市場的消費需求，並因應生產供應鏈的群聚效應，部分業者亦更貼近市場，往**中東歐**及**美、墨**等國投資

【美洲地區】

- 美國：4家
- 墨西哥：7家

【歐洲地區】

- 台泥：土耳其、葡萄牙、象牙海岸
- 巨大機械工業：台灣、匈牙利、荷蘭
- 國巨：匈牙利
- 信邦電子：匈牙利
- 劍麟：波蘭

新南向國家，共54家

【亞洲地區】

- NO.1 台灣(59家)
- NO.2 越南(22家)

供應鏈重組：分散投資風險、進行數位轉型-以健身器材業者為例

【模式一】分散投資風險， 發展高值化與自動化

- 貿協調查1,727家臺商，約50%本地臺商擬擴大在臺投資；大陸臺商33%回臺、34%移至新南向國家分散生產風險

【案例：喬山】

- 因美中貿易戰與降低生產成本考量，喬山分散生產風險，轉往越南設廠，及回臺擴大投資



【模式二】積極數位轉型，布局電商平台

- 疫情造成時間與空間的限制，而不受限的電商平台與數位工具，成為企業克服疫情的關鍵點

【案例：岱宇國際】

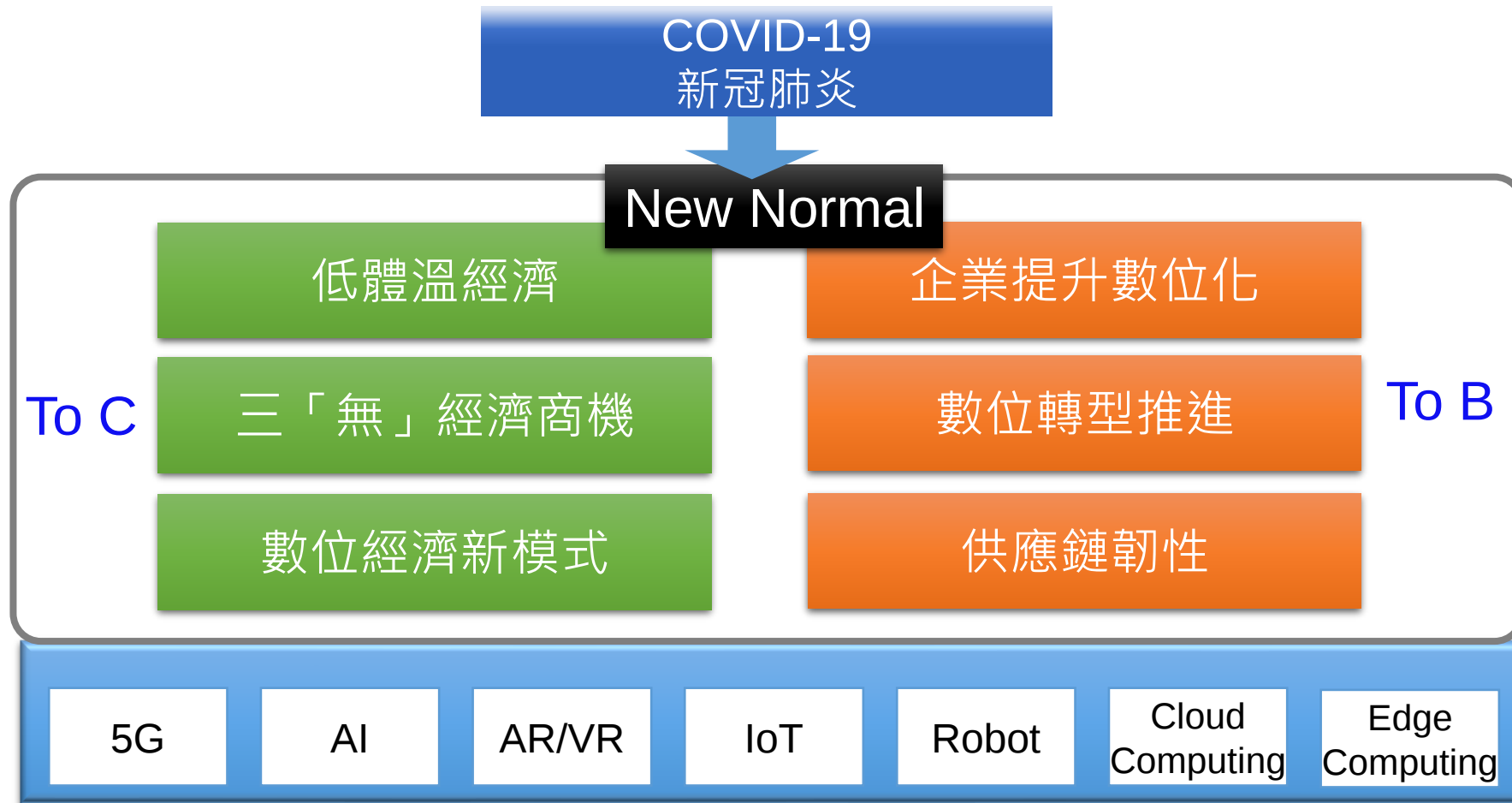
- 岱宇併購北美電商健身品牌SOLE，搶佔Amazon、Walmart及北美知名健身器材通路商DICK'S的線上訂單，2020年1~7月成長56%



新經濟新常態趨勢

科技應用帶動新常態生活模式 疫後步入新經濟時代

- 2018年美中貿易戰造成全球供應鏈大轉移，再加上COVID-19，造成全球供應鏈危機；疫情使得各國祭出社交隔離政策，也造成人與人產生社交距離的生活新型態
- 總體環境變化的衝擊，未來運用5G、AI、IoT、雲端運算等科技，帶動市場(To C)與產業(To B)面進入新經濟模式的新生活型態(New Normal)，發展全球新經濟趨勢



To B：數位能力決定未來競爭力

數位化

數位優化

數位轉型

數位轉型的關鍵在數位情境的思維
不只是把實體的活動轉到線上





“ We saw 2 years of digital transformation in 2 months. ”

Microsoft CEO Satya Nadella

加速啟動

2020 Asia Pacific SMB Digital Maturity Study

IDC-CISCO (July, 2020)

亞太區14個經濟體(含台灣, 中國, 東協, 印度等)

1400家中小企業

製造業+服務業

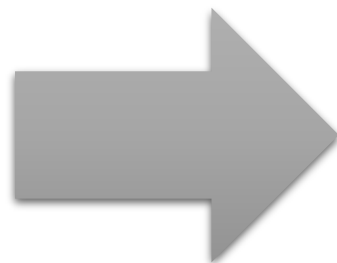
- ◆ COVID-19: 亞太區及台灣都有 **70%** SMB加速數位轉型
- ◆ 至2024年：亞太區 GDP +3.1兆 美元
台灣 GDP +270億美元



圖片來源: AffairsCloud.com

To B : 全球布局重點轉向—供應鏈韌性

全球工廠



區域製造/戰略製造



To B：決勝關鍵—提高供應鏈韌性

①繪製供應鏈地圖， 分類風險

- 將供應商分為低、中、高風險等級。
- 不能只著眼於第一層或第二層供應商，須包括運輸集散中心，供應鏈地圖必須完整。
- 越集中、越依賴、越危險。

②運用二大方式， 降低風險

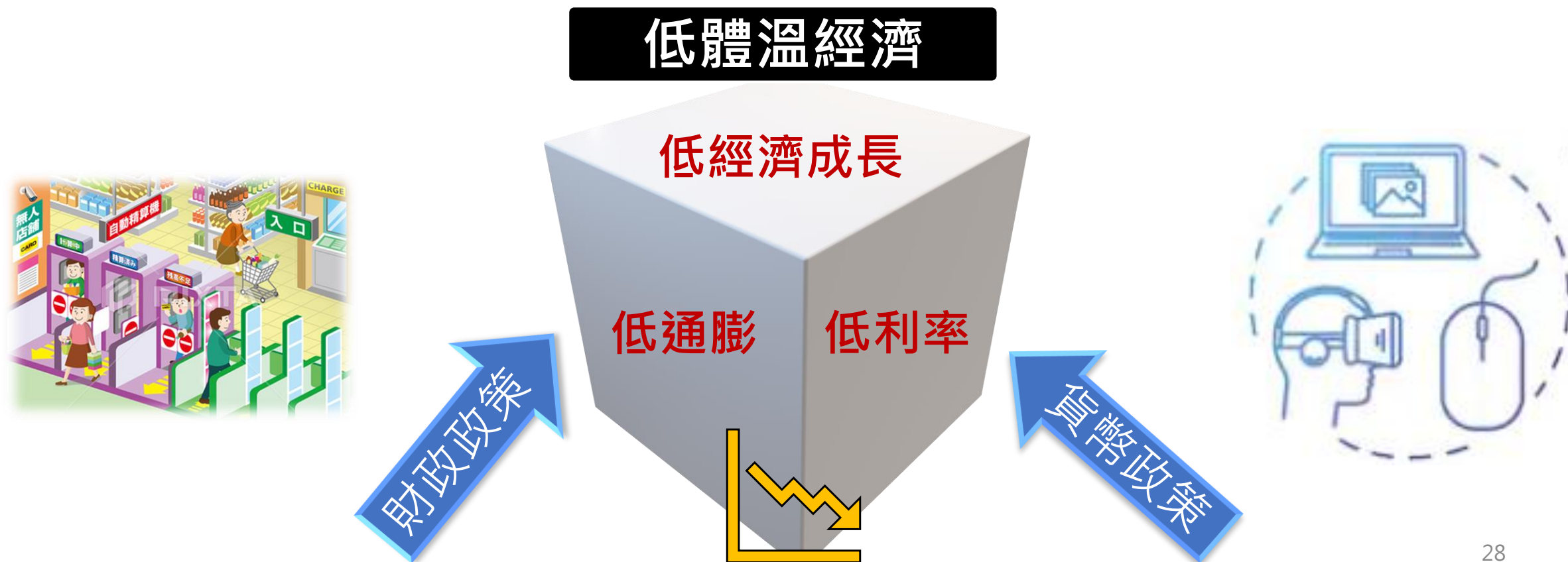
- 加強用替代供應來源
 - 將關鍵品項(如：原物料及零組件)於消費地區生產
 - 難以把中國完全排除在供應鏈之外，取得市場情報很重要
- 彈性的庫存策略：維持半成品存貨

③檢討產品策略， 善用彈性及新技術

- 抓緊變動時機，進行流程優化：搬遷或新建生產線是好時機
- 引進具彈性及復原力的新技術：**小工廠網絡**取代世界大工廠
- 檢視產品策略：「產品多樣」與「產能彈性」的取捨

To C：低體溫經濟對全球經貿影響

- **低體溫經濟將成新常態**：後疫時代，各國勞動力市場逐步復甦、金融活動緩和、貨幣寬鬆量化與財政政策刺激之下，市場經濟、通貨膨脹的成長力道依然反應不足，需求呈現疲弱，再加上供應鏈斷鏈危機等因素衝擊下，形成**低經濟成長、低通膨、低利率的低體溫經濟**



To C：後疫情時代催生「三無」經濟商機

新生活模式創造新商機

零接觸經濟

遠距醫療
數位課程
遠端辦公...

無人化生產

自動化生產
機器人倉儲與物流
智慧製造...

無極限應用

精準醫療
人工智慧
智慧城市與交通...

#遠距醫療

#5G

#宅經濟

#人工智慧(AI)

#AR/VR

To C：「三無」經濟—以零接觸經濟服務模式為例

- 疫情拉長人們生活相處距離，改變活動模式，以防疫為優先的應用考量，以科技應用創造各式零接觸服務廣泛興起
 - 現實環境：以人工智慧結合物聯網(AIoT)，透過自動化感應裝置控制硬體，在實體環境活動，零接觸也可享受各式服務，如無人商店、人機協同互動服務(聲控、詢問、點餐...)等
 - 虛實整合：結合線上與線下(O2O)，導入VR/AR、AIoT、Edge Computing(邊緣運算)、Cloud Computing等科技發展應用服務，如線上外送、線上展覽、視訊直播等

實體環境



人機協同

Bluetooth, RFID, AIoT,
PaaS, Edge Computing...



無人商店

虛實整合



線上展覽

Cloud Computing, VR/AR, Online
Meeting, Video Streaming...



視訊直播

To C：科技應用與零接觸商機 帶動新數位經濟崛起

疫情減少人們接觸

居家辦公、電商、外送需求暴增

數位科技應用更多元更廣泛

個人

零售電商



餐飲外送



商務

遠距辦公



視訊會議



加速數位經濟崛起

未來的新經濟、新常態—「經濟」與「病毒」共存

- ❑ **發展創新數位化新經濟商業模式**：受到疫情控制未知定期，與經濟全球化的發展背景下，國際間已無法鎖國自行發展，疫情已經直接**改變「產業結構」**，如何與病毒共存的新經濟模式，將是近年來國際間經濟發展關鍵
- ❑ **可朝新興經濟體移動，分散市場風險**：美中貿易戰帶來供應鏈移轉、COVID-19供應鏈斷鏈的經濟危機，促使全球重新布局，舊有國際秩序將逐漸瓦解
 - 例如：新南向國家擁有廣大內需的消費市場，充沛且薪資較低的勞動力，以及生產供應鏈等條件，臺商應掌握地緣經濟優勢，重塑供應鏈、在地化深耕，發展經商策略



數位鏈結海外市場

因應疫後經貿新常態 數位鏈結拓銷海外市場



- ❑ 疫情影響「見不到老客戶、找不到新客戶」，
貿協以「數位優化」協助業者數位轉型

➔ 帶你跨越疫境，開拓商機

- ✓ 線上拓銷團
- ✓ 線上小型機動團
- ✓ 線上市場報告會
- ✓ 線上形象展

貿協全球63個
辦事處線上洽談



貿協駐外單位查詢



線上拓銷團/線上小型機動拓銷團

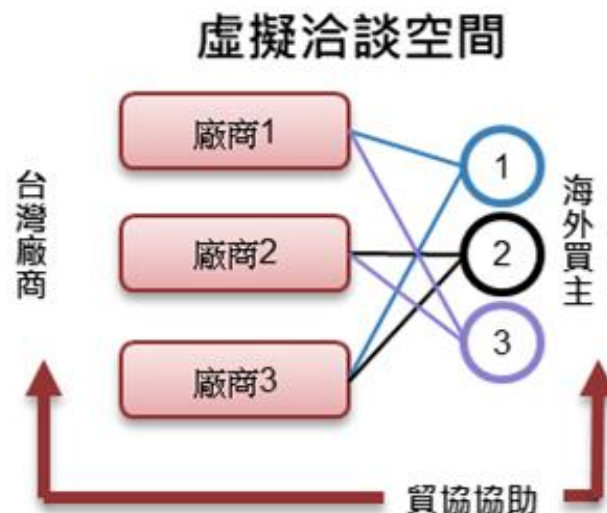
突破疫情限制，運用科技，零接觸洽談

1. 活動前1周以線上產品發表會暖身，邀請買主上線觀看。
2. 活動日運用線上會議軟體，建置虛擬會議大廳及洽談桌，提供廠商及買主一對一洽談服務，並安排線上小幫手，協助翻譯或技術支援。
3. 針對活動建置網站專區，廠商可在專區放置產品圖片或型錄供買主瀏覽。

案例

受疫情影響，臺商無法前往來東京進行實體洽談。

貿協服務風雨無阻，切換模式，直接敲門拜訪廠商，在日商公司內架設電腦，替代實體模式，直接進行線上洽談！





實體展覽數位化，2大服務暢通雲端貿易管道

展期線上洽談

網頁行銷曝光

新南向旗艦展覽，3大宣傳模式洽邀專業買主



印度
12/16-12/18



馬來西亞
11/25-11/27



泰國
11/4-11/6



印尼
10/14-10/16



越南
10/6-10/8

成立行銷團隊

在當地成立行銷團隊，根據您的產業，篩選最適合的買主

在地單位協作

透過人脈請當地政府部門、公協會宣傳，找專業買主洽談

廣告宣傳曝光

在當地買平面、數位廣告，遍佈大街小巷，搜出潛在買主

海外市場調查線上報告會

- ❑ 為協助廠商了解各重點國家消費與零售市場、中國大陸採購策略，以及北美產業供應鏈的轉變現況，貿協自10月開始以線上發表會方式舉辦海外市場商機調查說明會，協助台商了解全球市場後疫情時代商機。



報名連結

重點市場與國家

- 10/15 美國通路市場調查
- 10/22 中國大陸跨國企業IPO採購策略調查
- 10/29 菲律賓零售市場調查
- 11/05 印度消費零售市場調查
- 11/12 越南消費零售市場調查
- 11/19 印尼消費零售市場調查
- 11/26 墨西哥產業供應鏈轉變及美墨市場連結布局調查
- 12/03 埃及發展新首都衍生商機探索
- 12/10 馬來西亞消費零售市場調查



市場線上報告會請至外貿協會頻道觀看。

<https://www.youtube.com/channel/UCdSWvaI3Wva-A6G5wLD0HRQ>



YouTube

強化數位貿易及電子商務措施

協助中小企業
直擊所需

- 提供每家企業輔導金上限2萬元
- 已逾4,800家中小企業申請，邁向數位轉型
- **13種多元方案**，滿足企業所需
- 申請期限：即日起至 2021/03/31

強化數位貿易及電子商務措施

在家也能拓商機

台灣經貿網客服

0800-506-088

數位貿易輔導： 廠商首選前4項服務

1 虛擬實境影片拍攝服務	2 專業拍照服務	3 產品上架so easy
3 AI產品影片製作服務	1 Martech精準全球數位推廣	4 平台上架輔導
7 數位行銷輔導-社群平台曝光	8 數位行銷輔導-國際新聞稿曝光	9 數位行銷輔導-影音行銷方案
10 數位行銷輔導-焦點專區曝光	11 數位行銷輔導-數位雜誌曝光	12 數位行銷輔導-廣告稿製作
13 運用亞洲網紅口碑行銷服務		



謝謝聆聽 敬請指教