

# 新南向臺灣形象展

## 規劃簡報



國際貿易局



TAITRA

中華民國對外貿易發展協會

# 2023



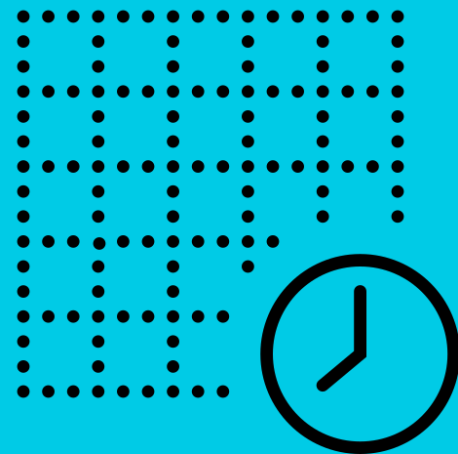
1

2023年臺灣形象展  
展覽規劃

各展主軸及  
特色展區介紹

2

# 2023年 臺灣形象展 展覽規劃



1

# 2023年臺灣形象展展覽規劃

國家	 泰國 曼谷	 馬來西亞 吉隆坡	 印度 孟買	 日本 東京
展覽日期	7/20-22	8/24-26	10/5-7	11/9-11
參展家數	120	110	80	150
攤位數	220	220	160	130
展覽地點	Hall 100, BITEC	Hall 1&2, KLCC	Hall 2, Bombay Exhibition Centre	Shinjuku Sumitomo Building Triangle Square
				

# 展覽平台

產業交流  
論壇



買主媒合  
洽談



同步  
線上展覽



開幕及  
文化表演  
活動



# 周邊活動 - 新南向市場台日供應鏈合作論壇

## 目標對象

當地投資設廠日商&線上日商  
當地投資設廠台商&參展我商

泰國  
汽車產業

+

馬來西亞  
電子產業

+

印度  
汽車產業

14:00-14:10

台日貴賓致詞

14:10-14:25

當地知名台商 台灣製造業的應變作法(暫)

14:25-14:40

當地知名日商 採購習慣與政策、關注議題與合作機會(暫)

14:40-14:55

當地知名台灣 台日企業於第三國的合作經驗及優勢(暫)

15:00-

台日共同拓展第三國洽談會



特別做法：諳日文同仁擔任VIP日商買主觀展秘書，導覽參觀形象展並依需求介紹我商洽談



TAITRA



JETRO

Japan External Trade Organization

# 攤位費

※早鳥9折、組團10攤以上單位9折 = 最多可享81折優惠

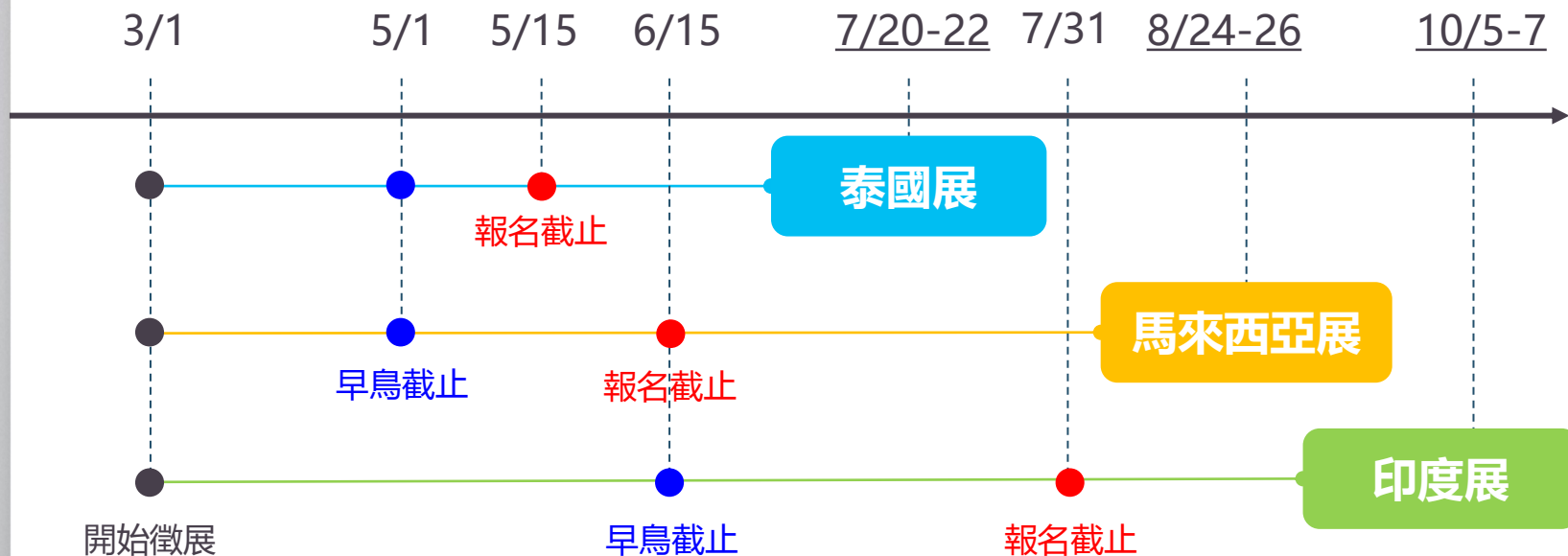


標準攤位：新台幣4.5萬元/攤



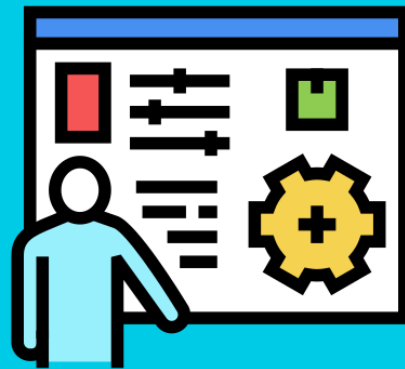
空地攤位：新台幣4萬元/攤(至少4個以上)

# 2023年臺灣形象展徵展日程規劃





# 2023年 臺灣形象展 各展主軸及 特色展區介紹



# 2

# 新南向國家重要議題

## 氣候變遷

- 減少對化石燃料依賴、減少CO2排放
- 發展過渡階段能源安全

## 資源稀缺 & 永續未來

- 循環技術及材料
- 創新研發
- 能資源整合
- 產業共生
- 綠色消費與交易

## 健康升級

- 疫後從疾病治療到健康管理轉型
- 泰、馬高齡化



## 地緣政治

- 友岸外包
- 供應鏈重組

## 人口紅利

- 新興市場人口紅利
- 中產階級消費驅動力

## 快速都市化

- 2050年亞太地區將新增12億城市居民

## 數位轉型

- 科技預測需求、追蹤供給、保護資料
- 加速發展自動化技術，因應薪資高漲和供應問題

# 新南向市場趨勢 探究臺灣產業合作機會

供應鏈重組



數位轉型



都市化



淨零碳排



健康升級



消費趨勢



Mobility、  
資通訊、  
智慧製造



智慧城市



循環經濟



智慧醫療



智慧時尚  
生活



泰國

# 泰國經貿情勢 Key Figures



人口

6,980萬人



都市化

52.9%人口



年齡  
中位數

39歲



生育率

1.34  
新生兒/女性



識字率

93.8%



GDP

5,060億美元  
(2021)



人均GDP

7,066美元  
(2021)



通貨膨脹

5.55%  
(Nov.22)



失業率

1.23%  
(Sep.22)

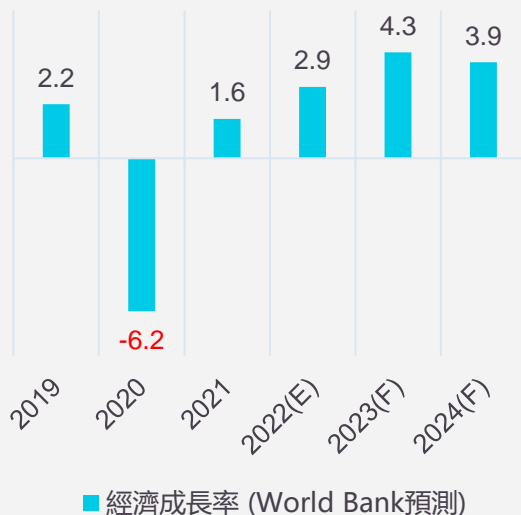


製造業  
PMI

54.5%  
(Jan.23)

# 泰國經濟成長與貿易分析

## 經濟成長預測



## 貿易結構分析(2022)

國家別	出口金額 (百萬美元)	占比(%)	國家別	進口金額 (百萬美元)	占比(%)
1. 美國	47,526.80	16.54	1. 中國	71,014.37	23.42
2. 中國	34,389.91	11.98	2. 日本	34,584.11	11.41
3. 日本	24,669.06	8.59	3. 美國	18,025.94	5.95
4. 越南	13,235.08	4.61	4. 阿聯	17,403.99	5.74
16. 臺灣	4,708.46	1.64	6. 臺灣	11,847.68	3.91

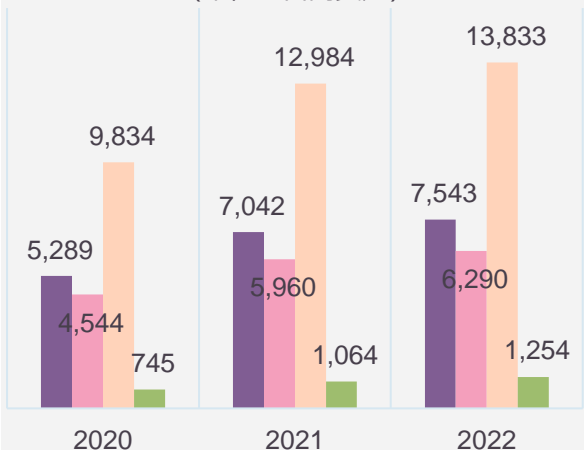
出口產品		占比(%)	進口產品		占比(%)
1	汽車及其零配件	9.83	1	原油	12.33
2	自動化機械及零配件	7.20	2	化學品	6.93
3	珠寶及貴金屬製品	5.26	3	機械及其零配件	6.85
4	橡膠製品	4.83	4	電機及其零配件	6.68
5	乙烯、丙烯聚合物	3.72	5	積體電路	6.28

# 臺泰貿易關係

泰國是臺灣第14大貿易夥伴、第13大出口對象、第16大進口來源

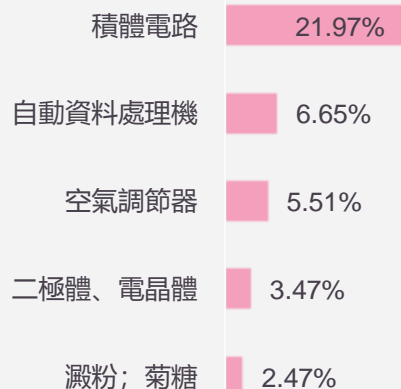
## 臺泰近年雙邊貿易趨勢

■ 出口 ■ 進口 ■ 貿易總額 ■ 貿易逆差  
(單位：百萬美元)

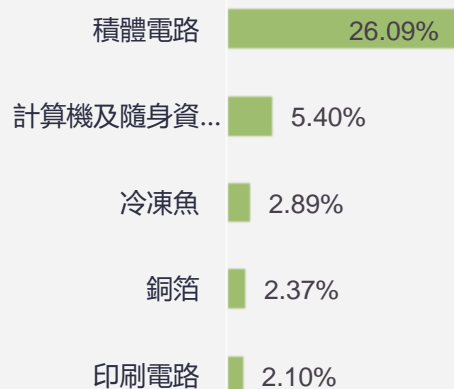


## 臺泰雙邊貿易主要產品(2022)

### 臺灣自泰國進口



### 臺灣出口泰國



# 泰國經濟面臨的挑戰



## 老齡化社會

據聯合國定義，泰國是亞洲第6個步入老年化社會的國家；

推估至2030年將成為與日本一樣的超高齡化國家，老年人口超過20%



## 過度仰賴觀光業

泰國央行統計，觀光業貢獻泰國2019年GDP達11%；

泰國約20%的勞動力受雇於觀光產業，因此COVID疫情對泰國經濟的破壞遠高於其他東協成員國家



## 推動永續發展社會

泰國出口大量廉價食品，但國內藥品卻有70%仰賴進口；

泰國2019年觀光業收入3兆泰銖，卻集中在8個省份，且多數為低預算的旅客；

政府正積極透過永續發展提高產業競爭力





# 泰國消費趨勢



## 電商市場

泰國的B2C電子商務市場目前價值已超過 277 億美元，預計將以 7.7% 的複合年增長率繼續增長，預計2025年總交易金額可以達到180億美元。



## 食品

泰國人對各國文化的接受度高，喜愛嘗試新的事物，更喜歡美食，並自詡為「世界廚房」，泰國食品占泰國家庭支出的36%，預估2023年食品業營收達700億美元，並以年複合成長率5.23%繼續成長。



## 社交化消費

泰國人均花費在社交媒體的時間是3小時11分鐘，屬於世界之最，51%的線上用戶直接通過社交媒體進行商品購買，這一比例世界排名第一。



## 永續性偏好

越來越多泰國消費者在購物時將環保永續的概念加入決策思考，並偏好對環境友善的產品。

# 泰國臺灣形象展-展區規劃

關鍵發展產業

## 智慧城市

智慧家居  
智慧交通  
資料處理設備  
資訊安全方案

智慧醫療設備  
儲能設備  
基礎建設

## BCG經濟

儲能、節能產品  
廢棄物再利用方案  
生質材料

再生能源解決方案  
製造業減碳方案  
創意經濟  
低碳旅遊業

## 電動車

電機整合系統  
電源管理解決方案  
充電設備  
汽車晶片與感應器

## 服務業轉型

數位零售解決方案  
數位金融、物流

## 零售升級

美妝、食品、資通訊



展覽主軸

# 馬來西亞



# 馬來西亞經貿情勢 Key Figures



人口

3,387萬人



都市化

78.7%人口



年齡  
中位數

29.2歲



生育率

1.82  
新生兒/女性



識字率

95%



GDP

3,730億美元  
(2021)



人均GDP

11,109美元  
(2021)



通貨膨脹

3.8%  
(Dec.22)



失業率

3.6%  
(Nov.22)

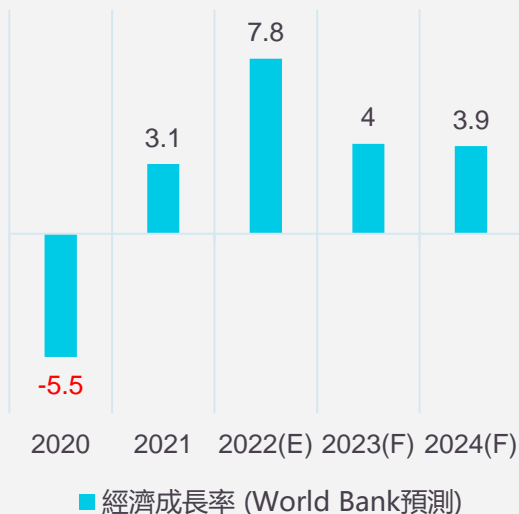


製造業  
PMI

46.5%  
(Jan.23)

# 馬來西亞經濟成長與貿易分析

## 經濟成長預測



## 貿易結構分析(2022)

出口總額：1.55兆令吉

進口總額：9,873.4億令吉

出口國家別	占比(%)
1. 新加坡	15
2. 中國大陸	13.6
3. 美國	10.8
4. 日本	6.3
5. 香港	6.2

進口國家別	占比(%)
1. 中國大陸	21.3
2. 新加坡	10.5
3. 臺灣	8.2
4. 美國	7.7
5. 日本	6.4

出口產品	占比(%)
1 電機電子產品	38.2
2 石油	10.5
3 棕梠油	6.2
4 化學產品	5.2
5 液化天然氣	4.4

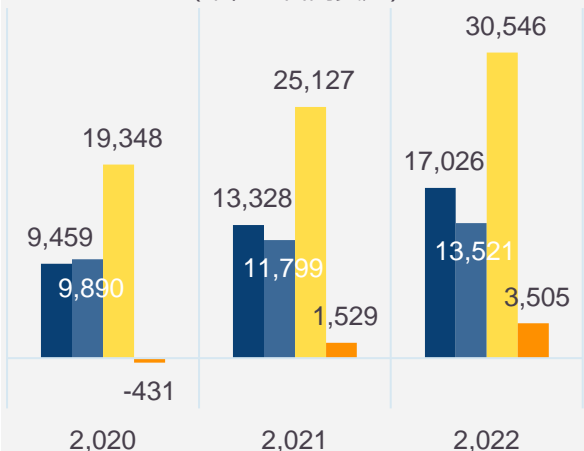
進口產品	占比(%)
1 電機電子產品	30.4
2 石油	11.5
3 化學產品	8.5
4 機械及其零配件	6.9
5 金屬製品	4.9

# 臺馬貿易關係

馬來西亞是臺灣第8大貿易夥伴、第7大出口對象、第8大進口來源

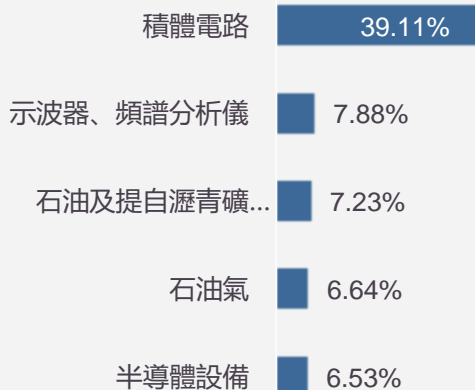
## 臺馬近年雙邊貿易趨勢

■ 出口 ■ 進口 ■ 貿易總額 ■ 貿易逆差  
(單位：百萬美元)

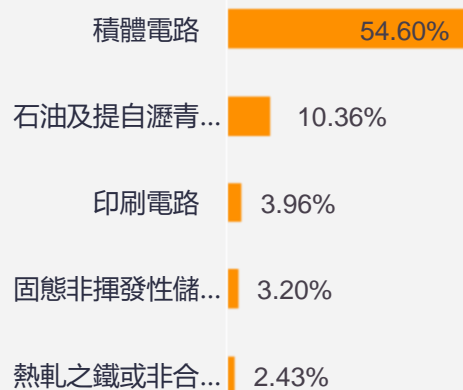


## 臺馬雙邊貿易主要產品(2022)

### 臺灣自馬國進口



### 臺灣出口馬國



# 馬來西亞現況與挑戰



## 回教人口近70% 對清真認證產品要求 日趨嚴格

馬來西亞回教人口佔70%，日趨嚴格要求食品及飲料產品需取得清真認證，方能上架至超商及超市通路



## 2025減排承諾

馬來西亞身為巴黎協定簽署國之一，政府承諾**2050年要減少45%溫室氣體排放量**，促進馬國能源轉型是當務之急



## 缺工問題嚴重 企業轉型自動化

馬來西亞缺工120萬，人力短缺情況嚴峻，企業為交付訂單，紛紛轉型自動化及智慧化，以科技解決缺工問題



# 馬來西亞政策商機



## 清真產業生態系

- 馬來西亞政府制定「2030年清真產業計畫」
- 積極推動清真食品、清真美妝及清真醫療，致力打造全球清真產業生態系的關鍵地位



## 綠色科技當道

- 馬來西亞政府制定「2050年淨零碳排架構」
- 承諾2030年前將減少45%溫室氣體排放量，並完成再生能源發電量達30%的目標



## 企業智慧化浪潮

- 馬來西亞政府制定「國家工業4.0政策」，馬國企業已紛紛轉型升級
- 為保持競爭力，企業轉型數位化及智慧化已勢不可擋

# 馬來西亞消費趨勢



## 價格敏感

因通膨高漲，消費者對價格敏感，但對高CP值及高質感產品十分買單



## 多元通路消費

受疫情洗禮，馬來西亞企業全力發展數位化及電子商務化，線上線下都能購買



## 環保意識抬頭

人民綠色環保意識抬頭，崇尚天然及環保產品，全國禁用塑膠吸管及塑膠袋，綠色產品消費量增加

# 馬來西亞臺灣形象展-展區規劃

關鍵發展產業

展覽主軸

## 工業4.0

自動化設備  
高效能綜合加工機  
輸送、搬運機械



工業  
4.0

## 智慧醫療

手術專用醫療器材  
檢測光學儀器  
物理治療儀器  
遠距醫療之軟硬系統  
清真醫療保健



智慧  
醫療

## 綠色科技

節能ICT產品  
LED智慧燈具  
自行車



循環  
經濟

## 零售服務

連鎖加盟、食品  
運動休閒、美妝  
手機遊戲、旅遊  
網購服飾、家飾



清真

## 新科技服務

- 資訊與專業服務  
軟體開發/系統整合  
科技平台/研發測試
- 新科技應用服務  
零售、金融、物流



智慧  
時尚  
生活



印度

# 印度經貿情勢 Key Figures



人口

14.2億人



都市化

36.4%人口



年齡  
中位數

28.7歲



生育率

2.05  
新生兒/女性



識字率

74.4%



GDP

3.176兆美元  
(2021)



人均GDP

2,257美元  
(2021)



通貨膨脹

6.4%  
(Oct.22)



失業率

7.1%  
(Jan.23)



製造業  
PMI

55.4%  
(Jan.23)

資料來源：IMF, CIA Factbook, CMIE, IHS Markit

# 印度經濟成長與貿易分析

## 經濟成長預測



## 貿易結構分析(2022)

出口國家別		占比(%)	進口國家別		占比(%)
1.	美國	17.7	1.	中國大陸	14.2
2.	阿拉伯聯合大公國	6.9	2.	阿拉伯聯合大公國	7.4
3.	荷蘭	4.0	3.	美國	7.0
4.	中國大陸	3.4	4.	沙烏地阿拉伯	6.1
5.	孟加拉	3.2	5.	伊拉克	5.3

出口產品		占比(%)	進口產品		占比(%)
1	礦物油及其蒸餾產品	21.6	1	礦物油及其蒸餾產品	36.8
2	貴重金屬或寶石	8.9	2	貴重金屬或寶石	11.1
3	機械和機械設備與零件	6.0	3	電機設備及其零件	9.7
4	電機設備及其零件	5.7	4	機械和機械設備與零件	7.5
5	有機化學品	4.8	5	有機化學品	4.1

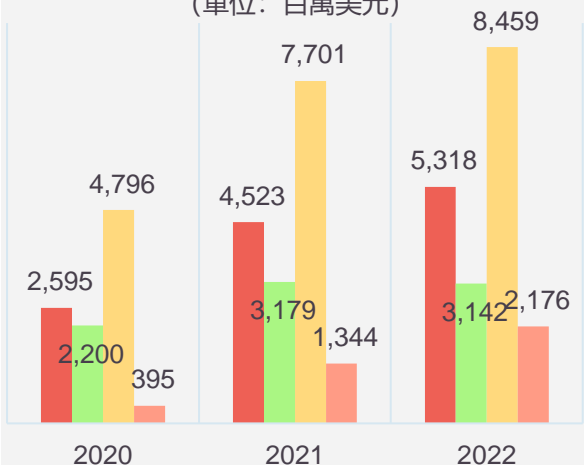
資料來源：World Bank, IHS Markit, 印度海關統計

# 臺印貿易關係

印度是臺灣第17大貿易夥伴、第14大出口對象、第21大進口來源

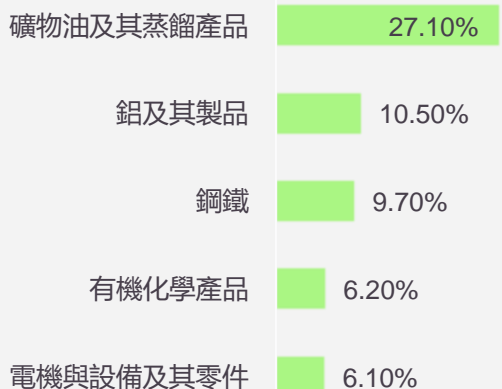
## 臺印度近年雙邊貿易

■ 出口 ■ 進口 ■ 貿易總額 ■ 貿易逆差  
(單位：百萬美元)

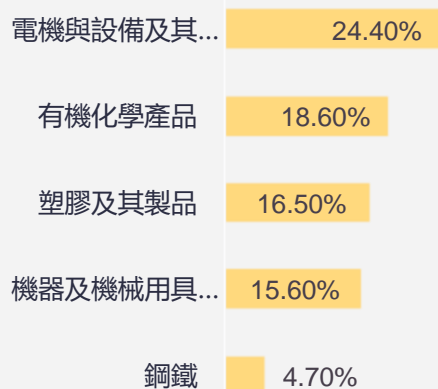


## 臺印度雙邊貿易主要產品(2022)

### 臺灣自印度進口



### 臺灣出口印度



資料來源：貿易局我國進出口貿易統計

# 印度經貿情勢與機會

## 印度地緣位置

歐亞海運節點+供應鏈移轉目的地+美國牽制中國的「可信的」夥伴+有機會取代中國大陸內需市場規模

## 韌性供應鏈商機



電信設備、積體電路、電腦及周邊零配件、半導體、電子通訊設備、電源供應器、汽機車零配件  
(印度自臺灣進口，取代中國產品)

## 減碳需求迫切

- 第四電力消費國
- 燃煤發電逾50%、可再生能源僅26%
- 世界第三大CO2排放國，車輛碳排放占交通碳排放逾90%



## 適銷產業



電動車、儲能/電池產品、再生能源相關產品

## 內需市場潛力大

- 產業製造能力提升
- 充沛的勞動力與科技人才
- 逐漸完整的供應鏈
- 政府釋出利多政策



## 適銷產業

(臺灣取代自中國進口的品項)



資訊設備



機械設備



化學品



塑膠產品



汽車零件



醫療設備



鋼鐵製品

## 數位轉型是新驅動力

- 數位ID卡(Aadhaar)
- 客戶識別(eKYC)
- 加密統一支付(UPI)



## 數位轉型

(身份、支付、其他服務)

例：2020-2022年透過數位化的福利系統向民眾發放2,000億美元



## 適銷產業



資通訊基礎建設、智慧城市、智慧生活



# 印度臺灣形象展-展區規劃

經濟課題

基礎建設不良、缺乏技術勞工、製造業信用不足等



Make in India政策希將製造業GDP占比(目前14%)提升到25%



配合打造韌性供應鏈之國際趨勢，推廣適合印度取代中國之進口產品



可再生能源發電量比重低、碳排大國、空污嚴重



在COP26承諾+國家電動汽車任務計劃(NEMMP)等



電動車、儲能/電池產品、再生能源相關產品詢問度高



2023全球第一大人口國(半數為千禧年+Z世代)，消費潛力大



(2023年預算)鼓勵私人消費、投資和創造就業的政策措施，通過預算促進經濟增長



內需(資訊、機械、化學、塑膠、汽車零配件、醫療設備)潛力大



2020-22年間身分認證、數位支付在疫情封城期間發生困難



數位ID卡(Aadhaar)、客戶識別(eKYC)、加密統一支付(UPI)



資通訊基礎建設、智慧城市、智慧生活等產品商機

關鍵發展  
產業



智慧製造



智慧行動



智慧醫療



智慧城市



智慧農業



智慧生活

# +1我挺你

TAIWAN EXPO

TAITRA CAN TECH

坐等訂單，不如主動+1!

即刻手刀報名臺灣形象展!



泰國  
7/20-7/22

馬來西亞  
8/24-8/26

印度  
10/5-10/7

日本  
11/9-11/11

邁入第7年的臺灣形象展是以臺灣形象為整體規劃的旗艦型展覽平台，累積超過4,000家臺灣企業參展、超過70萬參觀人次！歷年亮眼的商機數與實際合作案不勝枚舉！今年選定泰國曼谷、馬來西亞吉隆坡、印度孟買及

日本東京辦理，結合虛實整合的展覽設計，前往當地參展與買主面對面爭取訂單，更能透過完善的線上平台訂單諮詢不漏接！快跟著買協一起搶占潛力無限的全球商機！



形象展參展查詢資訊

詳情請洽詢 ☎ 02-2725-5200 # 1808 杜先生

主辦單位



經濟部國際貿易局



中華民國對外貿易發展協會

國際貿易局廣告





**報告完畢**

**泰國臺灣形象展**

**馬來西亞臺灣形象展**

承辦人：林致緯 #1484

[wesleylin@taitra.org.tw](mailto:wesleylin@taitra.org.tw)

**印度臺灣形象展**

承辦人：李士勛 #1840

[mrchrisli@taitra.org.tw](mailto:mrchrisli@taitra.org.tw)