

決勝新興市場論壇 分享關鍵策略



●決勝新興市場論壇開幕，經濟部次長卓士昭（右五）、經濟部國貿局副局長江文若（右四）、商發院董事長徐重仁（左五）以及企業與專家代表共同站台，象徵政府結合智庫、企業一同航向新興市場新商機。

圖／業者提供

■黃志偉

新興市場商機蓬勃發展，為協助企業掌握新興市場商機，經濟部國際貿易局與財團法人商業發展研究院日前在台大醫院國際會議中心連兩天舉辦「2013決勝新興市場論壇」，會中在新興市場經營有成的企業與專家學者對拓展亞洲新興市場分享關鍵策略。

經濟部次長卓士昭開幕時致詞指出，面對全球的經濟整合，尤其是亞洲的區域整合，為避免被邊緣化，必須透過貿易自由化以突破瓶頸，因此，在我國政府各單位通力合作之下，已完成與紐西蘭簽署「臺紐經濟合作協定」（ANZTEC）及台

星經濟夥伴協定（ASTEP）也在11月7日正式簽署，此兩項協定將對我國總產值及就業均有正面效益。

他指出，優質平價新興市場推動方案第一階段鎖定區域包括中國大陸、印度、印尼、越南，第二階段將加碼菲律賓，這五個地區總計人口近30億，對優質平價產品需求力相當強，而優質平價產品為台灣的競爭強項，因此今年度經濟部更將擴大新興市場出口比重的年度目標值訂為28.5%，並以擴大產業出口、促進企業成長、打造亞洲品牌及厚植創新能量為目標。

商發院董事長徐重仁認為，臺灣拓展新興市場的關鍵策略，不是只

賣產品，還可以輸出臺灣文化、通路服務技術、臺灣創業人才和臺灣都市化經驗。

根據商發院的研究報告顯示，近年來新興市場的商機包括紡織成衣、民生消費、醫療醫材、美妝保健、便利科技與3C娛樂等多元產業，皆為經濟起飛國家之中產階級的消費目標。

同時，這些產業，也都是台灣企業的強項，值得台灣企業進軍該市場。今年入選的示範廠商包括聚陽實業、康揚、華仕德科技、花仙子與智高實業等，在新興市場的開拓都大有斬獲。

102.11.28
工商時報

看好服貿 會展業登陸卡位

經濟日報

【特派記者陳致奮／深圳27日電】台灣會展業者看準兩岸服貿協議簽署後，將開放大陸廣大市場，可跨境設立公司，並在大陸辦理展覽，紛卡位大陸市場拚商機。

外貿協會27日在深圳舉行「兩岸展覽業說明會及商機交流會」，共有11家台灣業者與珠三角100多家展覽業

者，洽談合作商機。在場業者指出，近來到大陸洽談的台灣會展業者大量增多，因為看準服貿協議簽署後，將可邁開腳步擴大規模。

中華民國展覽會議同業公會理事長林茂廷表示，透過洽談會可讓企業在兩岸合辦展覽，相互代理行銷兩岸展覽，亦或是籌組買家團參觀

會展等，進一步合作空間巨大。

他說，兩岸服貿協議簽署後，雙方一次性承諾市場開放144個項目，由此釋出的市場空間，將為兩岸服務業帶來無限商機，特別在會議展覽服貿行業，未來兩岸會展業者將可跨境設立公司，並可在廣東辦展覽，合作潛

力前景可期。

搶先設於杭州的台灣泓順展會經理甘明仁表示，台灣的展覽業特別擅長服務，結合大陸業者的規模，及兩岸共同的語言與文化背景，相信經由彼此合作，一定可以創造很多機會，把餅做大。

貿協副秘書長葉明水強調，全球會展業重心正由歐美

向亞洲移動，大陸在全球展覽業地位更顯舉足輕重，更是全球展覽業者積極爭取目標，大陸與台灣既存在競爭也有合作，台灣能以服務建立差異、以產業帶動展覽。

此次組團赴大陸洽談商機，由台灣11家業者組成，包含大展、上聯國際、車輛公會、外貿協會、展昭、博思達、揆眾，及經濟日報等八家展覽籌辦公司；光陽波斯特、泓順等兩家周邊服務業者，以及展館營運者—高雄展覽館公司。

解悶 專家觀點 製造業遇瓶頸 非變不可

聯合報

【記者林毅璋／台北報導】今年國內經濟成長開高走低，內外需欠佳，景氣依舊悶。綜合學界與政府的觀察，國內製造業現已走到瓶頸，到了非改變不可的地步。

經建會主任秘書高仙桂表示，國內經濟與國際景氣連動的主因，就是我國經濟成長主要依賴出口，但10月亞鄰國家的出口表現卻比台灣好。

經建會分析發現，我國競爭對手國南韓的出口產品結構較台灣多元，而歐美景氣復甦後，對汽車及相關產品需求增加，南韓因有汽車工業，出口表現就不錯。

相反的，國內出口的主力產品之一是面板產業，但面板近來外銷表現不好，這與中國大陸自己開出產能，以及國內競爭力未相對提升有關。

中經院經濟展望中心主任劉孟俊也認為，我國外銷訂單表現不差，起伏也不大，但實際出口表現卻很差，原因就是中國大陸開始進行「進口替代」，台廠也將生產線與供應鏈都搬去對岸，使得生產當地化，是造成此現象的主因。

高仙桂認為，台灣以ICT（資訊通訊）產業中間材為主力出口產品，相關產業結構需要改變，經建會未

來會提出相關論述。

劉孟俊建議，政府能採取的政策有限，各界應開會凝聚共識，是否政府應提高舉債上限以擴張公共建設支出。

他也認為，改變產業政策需要時間，政府現在能做的是加強服務業輸出的能力與力道，藉以彌補逐漸衰退的製造業。

102.11.28

流行服飾 平價時尚、虛實整合

根據商發院研究報告，目前流行服飾業的消費趨勢朝向「平價時尚」。商發院研究員劉峰旗博士指出，流行服飾業為了符合「平價時尚」，在要顧及品質情況，只能在流程上進行成本管控。鑑此，大型時尚平價服飾店品牌無不朝國際市場大量展店，而且以虛實整合模式發展網路銷售。

劉峰旗以法國服飾從2007至2012年的通路銷售情況分析，實體店的銷售狀況有逐年下滑的趨勢，而無店面的銷售狀況則是逐年上升，其中又以網路零售的比例最大。礙於快速時尚特點，國際大型平價服飾品牌會透過顧客行為分析進行新

品設計之參考，而且，他們透過網路及店面的顧客資訊分析與管理，應用在商品開發，以降低滯銷與庫存的壓力。

劉峰旗認為台灣的流行服飾業規模較小的情況下，不必一定要將市場放在主流時尚，反而可以注意一下新興市場，例如印度。商發院研究員康耕輔

則建議流行服飾業者可以透過對目標市場的分析，掌握顧客型態，以利商品開發之參考。康耕輔分析，每一個流行服飾市場都有6種不同型態的消費族群：C1為品牌流行務實消費族；C2為質感品味族；C3為流行情報族；C4為換季折扣衝動購買型；C5為換季折扣精打細

算族；C6為流行穿搭族。康耕輔說明，供應商針對目標客群不同來進行商品開發、行銷活動、訂價等策略的擬定。

台灣服飾業者如何才能掌握顧客行為？康耕輔建議可以從POS系統、店內顧客調查等方式獲得相關資訊，而若是網路通路業者則可以透過網路口碑

進行分析。康耕輔也提供降低庫存之策略，他認為，由於流行元素商品雖具有行銷效果，但在生產量上不能比例太高，反而實用性強的商品則可以佔比較高的進貨比例。

商發院研究員何介人以英國流行服飾零售網站ASOS進行分析，該公司分析出他們的目標市場為16至34歲，他們除了引進歐美知名品牌外，該公司也會在時尚發表會後仿做當年度之時尚款，以自有品牌自行開

發出同款商品，透過多品牌、快速時尚操作及提供顧客最好的線上時尚商品消費經驗，在成立短短8年時間即成為英國第二大時裝零售店，目前則是英國最大時尚購物平台，並成為全球前五大消費者最愛造訪的時尚網購平台。

何介人認為台灣具有時尚設計、製造能力佳優勢，可以思考創建跨業整合的Taiwan Fashion Collection平台，打造出全球流行服飾網購平台。

工商時報

102.11.28

經濟部國際貿易局 國際行銷成果亮眼

提供客製化輔導措施 協助廠商品牌行銷 促成逾6,300萬美元商機

金榮萊／撰稿 圖／紡拓會提供

經濟部國際貿易局為延續「輔導紡織業專業貿易商計畫」執行成效，102年度續規畫「紡織品整合行銷與商機開發計畫」，並委由紡拓會執行，以協助紡織業者開拓國際市場，本計畫於11月26日在紡拓會17樓會議室盛大舉辦102年度成果發表會，展現亮眼的成果，除特別邀請興采及台灣百和分享其寶貴的行銷經驗外，並邀請真理大學教授龔春生就紡織品的「品牌行銷」與「兩岸服務貿易協議」進行精彩的專題演講。

三大輔導措施

創佳績拓商機

本計畫透過多元的三大輔導措施：「國際行銷諮詢與診斷」服務、「客製化國際行銷輔導」服務，以及「系列性之整合行銷與商機開發」活動，創下逾6,300萬美元商機，其中包括邀請美國、法國、瑞士、德國、俄羅斯、巴西、中

國大陸等七國的品牌商來台進行商洽，並組團到美國、法國等地區拓銷，且於國際重要紡織展覽設立台灣紡織品形象專區等拓銷活動，向國際傳遞台灣的優質紡織品形象。

本計畫目標市場除中國大陸以及歐美重點市場外，紡拓會首次組團前往南美的巴西以及東歐的俄羅斯開拓新興市場，並前進甚受矚目的東南亞地區印尼雅加達及越南胡志明市拓展市場。

紡拓會秘書長黃偉基表示，紡織品整合行銷與商機開發計畫主要是以整體台灣紡織業國際拓銷為規畫方向，協助業者開拓市場，本年度能夠交出如此亮麗的成績單，都是憑藉著台灣紡織廠商共同努力的成果。

夢與果奏鳴曲

分享輔導成果

本計畫在政府大力推動下，協助紡織產業將台灣的優質紡織品拓銷至國際，

為讓業界深入了解計畫內容及成果，以及瞭解本年入選的儒鴻企業、集盛實業、台灣富網、晶安、興采實業、台灣百和、薛長興工業、聚隆纖維、佳和實業、織登企業、台元紡織、得力實業等12家受輔導廠商的經營理念及行銷經驗。

紡拓會特別出版「穿越邊界-夢與果的奏鳴曲」成果彙編乙書，與各界共同分享，其中儒鴻董事長洪鎮海、聚隆董事長周文東、集盛總經理蘇百煌、佳和董事長特助翁偉翔於受訪時皆肯定本計畫的成效及感謝政府對此計畫的大力推動。

經濟部國際貿易局明年度將繼續推動「紡織品整合行銷與商機開發計畫」，規畫遴選12家受輔導廠商，輔導金額調高至每案至少為新台幣100萬元，預計於明年1月開始受理申請，歡迎業者踴躍參與提案。

(經濟部國際貿易局廣告／紡拓會執行)

整合行銷與商機開發計畫 成果發表



國際行銷諮詢與診斷 整合行銷與商機開發
經濟部國際貿易局貿易發展組副組長張淑逸(左)、紡拓會秘書長黃偉基全力支持紡織業拓展國際貿易。



紡拓會秘書長黃偉基開場致詞時鼓勵紡織業者加強創新研發能力，只要產出有專業特質，不易被取代，不必太憂心高關稅，這次參加計畫廠商有2家有位數的成長，明年希望更多隱形冠軍業者加入。



工業局力推資訊服務業國際化

藉由產業輔導、行銷推廣及人才培訓 協助業者提升國際行銷能量

吳德興／撰稿
圖／工業局提供
為落實行政院「三業四化」政策，協助資訊服務業國際化，工業局今年透過產業輔導、行銷推廣及人才培訓等工作，積極協助業者提升

國際行銷能量，以促成我國成為亞太特定領域之資訊服務主要供應者。

在產業輔導方面，推動BEST輔導計畫，協助國內具拓展外銷市場企圖心之資訊服務業者整合互補資源、

成立合資公司，共同發展創新解決方案或營運模式拓展外銷市場。目前除分別協助羽冠電腦及大同世界科技，與合作夥伴合資成立產聯國際及大世科技（上海）外，亦協助倍力資訊與精誠資訊

整合國內業者解決方案成立合作聯盟，共同拓展市場商機。

另因應國際會計準則（IFRS）實施，今年亦輔導國興資訊等6家業者開發IFRS解決方案，並協助倍力資訊等

6家業者，提供18家不同行業別企業IFRS諮詢診斷服務。其中國興資訊更因具備連鎖流通業的IFRS解決方案，而爭取到馬來西亞連鎖超市的系統建置案。

在行銷推廣方面，工業局今年多管齊下，協助業者拓展大陸、美國、日本、泰國及印尼等地市場，預估促成商機共15.65億元以上。在大陸市場方面，整合業者組成Best整合行銷服務團，於鄭州、南京等6個城市舉辦論壇和對接交流會；及組成產業e化拓銷團，以台灣營

運模式顧問形象切入重慶及長沙市場。在東南亞方面，鎖定泰國和印尼，與當地組織舉辦ICT Road Show暨現場商洽媒合會。此外，針對資訊服務應用相對成熟的美日市場，也協助國內業者與二地業者藉由共同開發大型系統及軟體在地化研發合作，提升自身的服務與顧問能量，並整合產品、共同行銷，以切入當地市場。

在人才培訓方面，持續舉辦全國大專校院資訊應用服務創新競賽，吸引創新人才進入資訊服務產業，總計全

國有98校982隊5,500人次報名參賽，並促成產學合作76案；且針對中高階資訊應用服務人才，更結合北中南各地專業培訓機構開設課程，協助其提升技術與管理顧問能力。總計今年開設資訊架構與平台、資訊服務與應用、資訊管理與顧問等92班，培訓1,358位企業人才。

在政府與業界共同努力下，國內資訊服務業者已朝著大型化與國際化發展，工業局表示，將持續推動各項輔導計畫，把我國資訊服務產品及解決方案推向國際。

經濟日報

102.11.28

禦寒冬 儒鴻聚陽機能衣熱銷

儒鴻機能性服飾需求旺，Q4獲利仍維持高檔；聚陽代工發熱衣，今年出貨量預估較去年成長逾15%

記者楊穆郁／台北報導

受惠寒冬旺季效應，紡織族群股價創1990年以來新高，國票證看好今年漲幅甚鉅的紡織股股王儒鴻（1476）及成衣大廠聚陽（1477），以及相關權證。

儒鴻今年來股價已漲逾260%，不僅為上市以來新高，更帶領紡織族群創23年新高。其研發創新能力被全球知名品牌肯定，基本面優異，第三季單季稅後獲利突破7億元，EPS 2.88元，累計前三季EPS 7.77元，輕鬆擊敗以往獲利數字。

儒鴻由於機能性服飾需求續旺，第4季業績與獲利仍可維持高檔，產能方面，不僅明年柬埔寨新廠將加入營運，越南仁澤成衣廠區新產線也陸續在明年第2、3季完工；未來擴增56條產線，1年可增產120萬打，仁澤廠區最多年產240萬打，明年業績也有把握再往上攀高，屆時股價有機會再求表現。

聚陽今年來漲幅也有81%，第3季獲利年增一成到3.6億元，EPS為2.18元，基本面依舊亮眼。今年聚陽在出貨量增加之下帶動營收同步

成長，預估獲利也可望創歷史新高，而且在中國大陸聚酯產能供過於求下，成衣外銷股較不受影響。國內需求方面，聚陽替統一超商代工的發熱衣，今年出貨量預估會比去年的百萬件還要增加1成5以上，挹注部分獲利來源。

總結而言，受惠大陸三中全會一胎化鬆綁，再加冬季紡織旺季，紡織股連日走強，若QE不退場、台幣有可能維持升值，資產題材吸引買

盤持續入主紡織股，股價也搭上順風車勁揚。未來越南和柬埔寨新成衣廠產能增加後，更順利搭上越南TPP題材，持續發酵。

國票證券新金融商品部表示，此兩檔股票氣勢如虹，技術面而言儒鴻股價已連月高檔鈍化，券資比約達67%居高不下，有望持續軋空行情，宜順勢操作；聚陽近日則處高檔震盪，適逢產業旺季投資人可參考已回落的KD指標做逢低布局。

投資人可在認購權證中選擇高行使比例、買賣價差小的權證進行多方操作，如可留意國票01（070354）、CE元富（070334）、國票LK（068171）及日盛HV（069389）等。

102.11.28

工商時報

好消息 亞洲五國景氣好轉

OECD國家領先指標連升13個月，經建會樂觀看台灣出口及明年經濟

記者于國欽／台北報導

經建會昨(27)日表示，亞洲五國景氣領先指標在連跌7個月之後首見回升，而OECD國家領先指標則連升13個月，兩區域分道揚鑣的走勢在9月又呈同步上揚，顯示全球景氣正逐步復甦中，這對台灣經濟而言，是一項好消息。

經建會主任秘書高仙桂指出，台灣的經濟高度依賴出口，當全球景氣復甦，將可以帶動台灣出口，明年台灣的經濟料將審慎樂觀。

全球景氣自去年第4季之後，走勢出現分歧，OECD所屬的先進國家領先指標持續回升，但中國大陸、日本、南韓、印度、印尼等亞洲五國的領先指標則呈下滑，這個分歧走勢讓全球景氣陷於混沌不明。

高仙桂表示，這個分道揚鑣

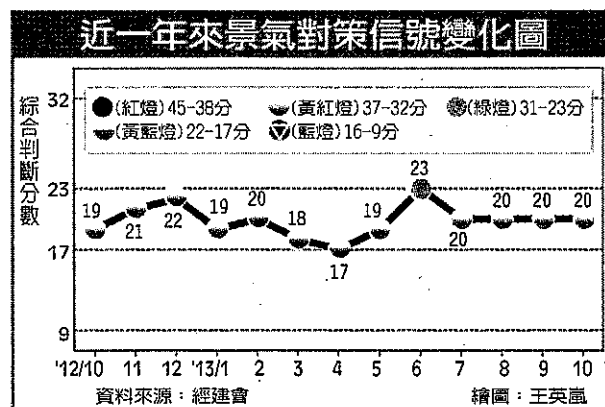
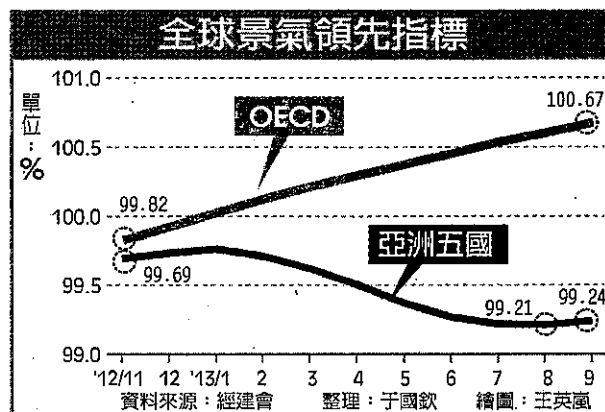
的走勢在9月趨於明朗，亞洲五國的景氣領先指標終於止跌回升，OECD國家與亞洲五國的景氣恢復同步上升的走勢，她說：「這對台灣而言，是一項好消息。」

經建會官員表示，OECD景氣領先指標已連續13個月回升，9月較前一個月回升0.07%，先進國家的景氣持續改善；而亞洲五國也在連跌7個月後於9月止跌回升0.03%。另外，美、歐、日各國發布的領先指標

也都呈穩健上升。

高仙桂進一步表示，除了領先指標回升，主要國家的採購經理人指數(PMI)也連續數個月超過50，另依環球透視(Global Insight)最新預測，明年全球經濟成長率3.3%，比今年的2.4%來得好，顯示全球經濟正持續復甦，有助於維繫我國出口動能，據此研判明年台灣經濟，可以審慎樂觀。

雖然OECD、亞洲五國領先指標、PMI已同步上揚，明年的經濟成長率也可望比今年高，但全球經濟仍有若干不確定因素，經建會在樂觀看待未來景氣走勢之餘，也指出：「美國待解的財政僵局、歐元區嚴峻的就業情勢，仍必須密切關注。」



經濟部國際貿易局「紡織品整合行銷與商機開發計畫」

台灣優質紡織品行銷國際 創下 6,300 萬美元商機

經濟部國際貿易局為延續「輔導紡織業專業貿易商計畫」執行成效，於本（102）年度續規劃「紡織品整合行銷與商機開發計畫」，並委由紡拓會執行，以協助紡織業者開拓國際市場。該計畫於 26 日假紡拓會舉辦本（102）年度成果發表會，展現年度亮眼的成績單，除特別邀請興采公司及台灣百和公司分享其實貴的行銷經驗外，並邀請真理大學龔春生教授就紡織品的「品牌行銷」與「兩岸服務貿易協議」進行精彩的專題演講。

三大創新輔導措施

創造逾 6,300 萬美元商機

該計畫透過多元的三大輔導措施：「國際行銷諮詢與診斷」服務、「客製化國際行銷輔導」服務，以及「系列性之整合行銷與商機開發」活動，創下逾 6,300 萬美元商機，其中包括邀請美國、法國、瑞士、德國、俄羅斯、巴西、中國大

陸等 7 國的品牌商來台進行商洽，組團赴美國、法國拓銷，並於國際重要紡織展覽設立台灣紡織品形象專區等拓銷活動，向國際傳遞台灣的優質紡織品形象。該計畫目標市場除了中國大陸以及歐美重點市場外，紡拓會首次組團前往南美的巴西以及東歐的俄羅斯開拓新興市場，並前進甚受矚目的東南亞地區印尼雅加達及越南胡志明市拓展市場。紡拓會秘書長黃偉基表示：「紡織品整合行銷與商機開發計畫主要是以整體台灣紡織業國際拓銷為規劃方向，協助業者開拓市場，今年度能夠交出如此亮眼的成績單，都是憑藉著台灣紡織廠商共同努力的成果。」

受輔導廠商肯定政府輔導措施 明年將延續推動專案計畫

該計畫在政府大力推動下，協助紡織產業將台灣的優質紡織品拓銷至國際，為讓業界深入了解計畫內

容及成果，以及瞭解今年入選之儒鴻企業、集盛實業、台灣富綢、品安公司、興采實業、台灣百和、薛長興工業、聚隆纖維、佳和實業、織登企業、台元紡織、得力實業等 12 家受輔導廠商的經營理念及行銷經驗，紡拓會特別出版「穿越邊界～夢與果的奏鳴曲」成果彙編書，與大家共同分享，其中儒鴻董事長洪鎮海、聚隆董事長周文東、集盛總經理蘇百煌、佳和董事長特助翁偉翔於受訪時皆肯定該計畫之成效及感謝政府對此計畫的大力推動。

經濟部國際貿易局明年度將繼續推動「紡織品整合行銷與商機開發計畫」，規劃遴選 12 家受輔導廠商，輔導金額調高至每案至少為新台幣 100 萬元，預計於明年 1 月開始受理申請，歡迎業者踴躍參與提案。

經濟部國際貿易局廣告 紡拓會執行

整合行銷與商機開發計畫 成果發表

象 國際行銷諮詢與診斷

整合行銷與商機開發

國際貿易發展局 執行單位：中國紡織品貿易發展會

▲經濟部國際貿易局貿易發展組副組長張淑逸（左）與紡拓會秘書長黃偉基合影



▲紡拓會秘書長黃偉基致詞



▲興采公司經理江柏威分享受輔導之成果及心得

