

計畫名稱：辦理國際市場開發工作

因新冠肺炎疫情趨緩，全球經濟持續復甦，面對疫後形塑的貿易交易新常態、區域型供應鏈重組、減碳永續、產業升級轉型等產經變化挑戰，加以 5G、AI 等數位科技發展、數位經濟重要性提高，本計畫將持續配合政府政策，強化與新南向、歐美、新興市場鏈結，並加強推動我國數位貿易發展，持續協助我國業者開發國際市場、加速數位轉型、接軌國際合作，積極爭取商機，布局全球。

隨著國際經貿局勢轉變及我國業者貿易拓展需求，不斷轉型提供創新服務，運用數位科技精進服務廣度及深度，透過虛實併進多元拓銷方式，協助廠商開發海外市場，111 年以兼顧全球市場、掌握產業趨勢為目標，因應數位科技浪潮及發展趨勢，分就數位貿易、市場、產業、行銷通路、人才培訓等不同面向制定策略，協助業者布建行銷通路、強化國際產業與經貿合作，積極拓展海外市場，進而帶動我國出口成長。

（一）111 年度預算及工作內容：

預算 7 億 4,459 萬 9 仟元，主要工作內容為：

1. 全方位拓展全球市場，針對新南向、北美、中南美、歐洲、中東及中亞、非洲、日本及中國大陸等區域，以及我國優勢或具潛力產業，如電子資通訊、智慧機械、電動車及汽車零配件、醫療器材、綠色減碳、運動用品及消費品、農產食品及清真等產業，辦理海外推廣活動及整合性專案計畫。
2. 掌握產業趨勢爭取疫後商機，擴大邀請外商對臺採購，協助廠商爭取商機，辦理新產品發表會、外商來臺採購服務計畫、採購大會等活動。
3. 聚焦推廣具國際競爭力之服務產業，就健康、文化創意及連鎖加盟等服務業，以及具發展潛力的冷鏈物流產業，加強國際行銷推廣，辦理海外拓銷展團活動、研討會、產業論壇及商務洽談媒合會，創造商機。
4. 提供業者客製化諮詢服務，協助創新產業或中小企業行銷海外市場。
5. 協助業者爭取國外政府採購商機，提供輔導資源，依據業者所需能力、資訊、人脈、行銷、資金等需求辦理相關活動。
6. 掌握國際淨零排放趨勢，爭取全球減碳新商機，加強廠商減碳意識、

充實碳相關知識、輔導進行碳足跡盤查，提升我國綠色產業國際競爭力。

(二) 績效說明

主要項目	年度目標		第 1 季完成量		累計完成量	
	案數	商機	案數	商機	案數	商機
1.辦理海外參展團活動（含形象展）	66 展	10 億 7,483 萬美元	7 展	5,648 萬美元	7 展	5,648 萬美元
2.籌組海外拓銷團／貿易訪問團活動（含小型機動拓銷團）	49 團	3 億 6,268 萬美元	2 團	1,112 萬美元	2 團	1,112 萬美元
3.邀請外商對臺採購	洽邀買主 1,536 家次	30 億 5,353 萬美元	洽邀買主 366 家次	5 億 4,933.6 萬美元	洽邀買主 366 家次	5 億 4,933.6 萬美元
4.線上產品發表會	服務我商 15 家次	1 億 3,566 萬美元	-	-	-	-
5.協助臺灣食品業者布建國內外行銷通路	1. 市場說明會 4 案 2. 臺灣食品節 10 案	100 萬美元	1. 市場說明會 1 案	-	1. 市場說明會 1 案	-
6.清真產業推廣	1. 清真認證說明會 10 場次 2. 臺灣產	20 萬美元	1.5 場說明會	-	1.5 場說明會	-

主要項目	年度目標		第 1 季完成量		累計完成量	
	案數	商機	案數	商機	案數	商機
	品節 2 案 3. 清真驗 (認)證 減免優 惠 50 家次					
7.推動發展 服務貿易 業專案計 畫	1. 座談會 /論壇/ 研討會 6 場次 2. 個案研 究 3 篇	-	1. 座談會 /論壇/ 研討會 2 場次	-	1. 座談會 /論壇/ 研討會 2 場次	-
8.客製化諮 詢、陪伴 式國際行 銷專案服 務	1. 廠商諮 詢服務 450 家 次 2. 國際市 場開發 專案 Plus 40 案 3. 國際行 銷諮詢 加值專 案 10 案	-	1. 廠商諮 詢服務 113 家 次 2. 國際市 場開發 專案 Plus 10 案 3. 國際行 銷諮詢 加值專 案 3 案	-	1. 廠商諮 詢服務 113 家 次 2. 國際市 場開發 專案 Plus 10 案 3. 國際行 銷諮詢 加值專 案 3 案	-
9.協助業者 爭取國外 政府採購 商機	1. 說明會 或研討 會 3 場 2. 輔導 2 家申請	-	1. 說明會 或研討 會 3 場	-	1. 說明會 或研討 會 3 場	-

主要項目	年度目標		第 1 季完成量		累計完成量	
	案數	商機	案數	商機	案數	商機
	美國聯邦共同供應契約供應商資格					
10.綠色產品國際鏈結推動方案-提升產業綠色能量	1.服務我商 340 家次 2.綠色貿易資訊網站點擊 290 萬次 3.國際鏈結拓展活動 2 案 4.企業交流活動 2 場次 5.減碳工作坊 12 場次	1,000 萬美元	1.服務我商 92 家次 2.綠色貿易資訊網站點擊 157 萬次 3.減碳工作坊 1 場次	-	1.服務我商 92 家次 2.綠色貿易資訊網站點擊 157 萬次 3.減碳工作坊 1 場次	-
11.減碳及綠色商機即時議題研析規劃	商情 50 則	-	商情 12 則	-	商情 12 則	-
12.其他國際市場開發專案	1.臺日共同拓展第三國市場發		1.非洲市場研討會/論壇 1 場		1.非洲市場研討會/論壇 1 場	

主要項目	年度目標		第 1 季完成量		累計完成量	
	案數	商機	案數	商機	案數	商機
	掘案源 10 案 2. 非洲市場研討會/論壇 5 場 3. 臺美商務交流中心服務 200 家次 4. 歐洲經貿網服務廠商 280 家次 5. 臺灣商品行銷中心協助廠商 25 家次		2. 歐洲經貿網服務廠商 215 家次 3. 臺灣商品行銷中心協助廠商 24 家次		2. 歐洲經貿網服務廠商 215 家次 3. 臺灣商品行銷中心協助廠商 24 家次	

計畫名稱：辦理工情資訊服務工作

為協助廠商掌握國際市場脈動與貿易商情，有效拓展海外市場，運用多元管道提供國內外經貿資訊。並維運臺灣貿易總入口網站-台灣經貿網，提供海外買主便利搜尋臺灣供應商的最佳管道。另經營臺灣產業數位行銷平台，為廠商打造專屬數位行銷服務。透過操作線上媒體及社群平臺，協助廠商行銷內容觸達國際產業買主，促成接洽目標買主。

（一）111 年度預算及工作內容：

預算 4 億 874 萬 3 千元，主要工作內容為：

1. 提供專業化經貿資訊服務，供國內業者掌握全球經貿脈動。
2. 營運全球貿易大數據平台（iTrade），提供視覺化貿易觀測資訊，協助廠商快速掌握貿易動態。
3. 營運台灣經貿網（TaiwanTrade），以臺灣廠商跨境電商進駐首選及買主尋找臺灣廠商第一選擇為首要目標，將持續強化網站功能提升使用體驗創造轉換。
4. 網路拓銷輔導，強化廠商運用數位拓銷能力，透過針對產業代表性廠商專屬優惠專案，提供專屬增值服務，鎖定市場與產業行銷，結合台灣經貿網數位平台資源來強化品牌國際聲量。並辦理各式電商研討會與電商數位課程，協助提升其數位工具在跨境貿易上的應用技能，及利用台灣經貿網進行數位拓銷。
5. 擴大電子商務產業合作交流及國際推廣，與全球知名電商平臺合作設立臺灣館，輔導廠商進駐上架開店或委請代營運商。
6. 經營臺灣產業數位行銷平台，為廠商打造專屬數位行銷服務。產製符合趨勢議題之數位內容暨運用數位科技行銷工具與目標族群深度溝通。

（二）績效說明

1. 商情資訊服務

主要項目	年度目標	第 1 季完成量	累計完成量
1.產業及市場調查	1. 市場調查 7 案 2. 產業調查/產業地圖 5 案	產業調查/產業地 1 案	產業調查/產業地 1 案
2.發行經貿透視雙周刊	25 期	5 期	5 期
3.營運貿協全球資訊網	28 萬瀏覽人次	70,575 瀏覽人次	70,575 瀏覽人次
4.營運臺北貿易資料館網站	19,500 瀏覽人次	4,446 瀏覽人次	4,446 瀏覽人次
5.營運貿協書廊及提供數位化資訊服務	服務 1,300 人次	137 人次	137 人次
6.全球經貿 e 指通	預計 111 年新增 2,200 下載人次	新增 569 下載人次	新增 569 下載人次
7.全球市場趨勢報告會	服務 3,000 家次	3,150 家次	3,150 家次
8.處理及發布商情資料	16,000 則	4,230 則	4,230 則

2. 網路貿易推廣服務

主要項目	年度目標	第 1 季完成量	累計完成量
1.營運台灣經貿網	1. 網站瀏覽 3,250 萬人次 2. 促成採購商機 13 億 8,656 萬美元 3. 發行台灣經貿網電子報 260 期 4. 買賣旺線上小額貿易交易金額 280 萬美元	1. 網站瀏覽 830 萬 7,918 人次 2. 促成採購商機 3 億 340 萬美元 3. 發行電子報 64 期 4. 買賣旺線上小額貿易交易金 67 萬美元	1. 網站瀏覽 830 萬 7,918 人次 2. 促成採購商機 3 億 340 萬美元 3. 發行電子報 64 期 4. 買賣旺線上小額貿易交易金 67 萬美元

主要項目	年度目標	第 1 季完成量	累計完成量
2.數位拓銷輔導	1.服務台灣經貿網會員 4,200 家。 2.強化廠商運用數位拓銷能力服務 3,300 人次。 3.潛力產業聚落雲辦理 2 場專業研討會，預估採購金額 100 萬美元。 4.數位行銷導航服務協助 5,500 家次廠商查詢資料。 5.會員教育訓練參加人數 1,350 人次。 6.一對一健檢服務輔導 500 家廠商。	1.服務會員 3,830 家。 2.強化數位拓銷能力 294 人次。 3.潛力產業聚落雲預估採購金額 18 萬美元。 4.數位行銷導航 1,266 家次廠商查詢資料。 5.會員教育訓練 226 人次。 6.健檢輔導 80 家廠商。	1.服務會員 3,830 家。 2.強化數位拓銷能力 294 人次。 3.潛力產業聚落雲預估採購金額 18 萬美元。 4.數位行銷導航 1,266 家次廠商查詢資料。 5.會員教育訓練 226 人次。 6.健檢輔導 80 家廠商。
3.網路商機開發	1.國內專業展參展行銷 17 案，預估採購商機 400 萬美元 2.線上採購媒合服務 482 案，預估採購金額 4 億 9,500 萬美元。 3.台灣經貿網在地語行銷網站推廣預計網站瀏覽 100 萬人次。 4.新南向市場數位廣告行銷導入買主訪客 60 萬人次。	1.國內專業展參展行銷 1 案，預估採購商機 93 萬美元 2.線上採購媒合服務 140 案，預估採購金額 1 億 4,380 萬美元。 3.在地語行銷網站瀏覽 22	1.國內專業展參展行銷 1 案，預估採購商機 93 萬美元 2.線上採購媒合服務 140 案，預估採購金額 1 億 4,380 萬美元。 3.在地語行銷網站瀏覽 22

主要項目	年度目標	第 1 季完成量	累計完成量
		萬 5,230 人次。 4. 新南向市場數位廣告行銷導入買主訪客 14 萬 8,365 人次。	萬 5,230 人次。 4. 新南向市場數位廣告行銷導入買主訪客 14 萬 8,365 人次。
4. 電子商務推廣	1. DATE SUMMIT 數位商務大趨勢－國際匯壇邀請 2,000 人次與會者參加。 2. 辦理跨境電商服務說明會暨媒合會參加廠商 336 家次，安排 250 場次洽談。 3. 協助 1.1 萬項商品於跨境電商平台展售。	協助 2,337 項商品於跨境電商平台展售	協助 2,337 項商品於跨境電商平台展售

3. 貿易數據分析服務

主要項目	年度目標	第 1 季完成量	累計完成量
建置全球貿易大數據平台	1. 網站瀏覽達 1 萬 9,000 訪次 2. 辦理 22 場次說明會 3. 客製化服務廠商 50 案 4. 客製化服務公協會 26 案	1. 網站瀏覽 6,145 訪次 2. 辦理 2 場次說明會 3. 客製化服務廠商 20 案	1. 網站瀏覽 6,145 訪次 2. 辦理 2 場次說明會 3. 客製化服務廠商 20 案

4. 創新數位行銷服務

主要項目	年度目標	第 1 季完成量	累計完成量
------	------	----------	-------

1.自製產業影片	1.自製英文影片 12 支 2.產業買主鏈結計畫 30 支 3.臺灣產業趨勢影片 9 支	1.英文影片 2 支	1.英文影片 2 支
2.輔導廠商於網路社群行銷	1.產業買主鏈結計畫輔導 30 家次 2.透過影片協助推廣 60 家次 3.舉辦社群行銷講座或課程輔導 20 家次	1.產業買主鏈結計畫輔導 10 家次 2.影片協助推廣 9 家次	1.產業買主鏈結計畫輔導 10 家次 2.影片協助推廣 9 家次

計畫名稱：辦理海外據點業務拓展工作

外貿協會在全球各重要市場設立及營運逾 60 個海外辦事處及據點，可密切支援海外業務，積極協助業者拓展海外市場。

(一) 111 年度預算及工作內容

預算 8 億 7,458 萬 1 千元，主要工作內容為：

1. 協助辦理參展團及貿訪團
2. 邀請外商來臺觀展及採購，並主動開發各產業龍頭買主、接洽駐地具影響力公協會領袖，促成對我國產業之合作
3. 辦理小型機動拓銷團及國際市場開發專案 Plus 等客製化行銷專案
4. 蒐集及撰寫商情、經貿年報、貿易機會，蒐集潛在買主資料
5. 設立海外商務中心，作為我商拓銷市場前進基地。
6. 營運孟買、新德里、雅加達、吉隆坡及金邊臺灣商品行銷中心。
7. 加強與駐地工商團體、進出口業者及他國海外貿易推廣單位聯繫互動，提升服務廣度及深度等聯繫與合作

(二) 績效說明

主要項目	年度目標	第 1 季完成量	累計完成量
1. 協辦參展團、貿訪團等貿易推廣活動	115 案	9 案	9 案
2. 協辦國際市場開發專案 Plus	40 案	10 案	10 案
3. 協助公、協會辦理國外推廣活動	400 案	13 案	13 案
4. 邀請外商對臺採購	2,768 家次	668 家次	668 家次
5. 海外商務中心	200 家次	75 家次	75 家次
6. 徵集 TaiwanTrade 會員及線上買主	1 萬 1,000 家	2,749 家	2,749 家
7. 蒐集貿易機會	2 萬則	4,993 則	4,993 則
8. 規劃性產業及專業報告	600 則	170 則	170 則

計畫名稱：辦理國際企業人才培訓工作

為配合業界對國際行銷及國際企業經營人才之殷切需求，及有意從事國貿工作者之轉業期望，採對外公開招考方式，甄選素質良好之大專畢業青年進入國企班受訓，完訓後輔導就業進入職場。另針對中小企業需求，提供短期在職訓練，課程包含：國貿實務、數位行銷及語言等。

（一）111 年度預算及工作內容

預算 2 億 1,507 萬 7 千元，主要工作內容為：

1. 辦理新竹、臺中、高雄及數位跨域國際企業經營班，並提供北中南企業人才媒合。
2. 配合新南向政策，加強培訓東協、南亞市場人才。
3. 就花東當地業者需求，規劃短期農產食品國際市場趨勢、數位行銷、線上拓銷等東部國際人才特訓班課程，並規劃工作坊，強化實作訓練。
4. 針對貿易業者及一般在職人士，辦理專業在職訓練班、新南向人才儲備專班和產業英語人才特訓班等課程。

（二）績效說明

主要項目	年度目標	第 1 季完成量	累計完成量
1.國際企業經營班（數位跨域）	48 人次	46 人次	46 人次
2.國際企業經營班（新竹）	116 人次	158 人次	158 人次
3.國際企業經營班（臺中）	57 人次	76 人次	76 人次
4.國際企業經營班（高雄）	59 人次	57 人次	57 人次
5.國際企業人才媒合工作	2,800 個工作機會	919 個工作機會	919 個工作機會
6.辦理專業在職訓練班	1,600 人次	179 人次	179 人次
7.東部國際人才特訓班	150 人次	-	-
8.新南向人才儲備專班	140 人次	-	-
9.產業英語人才培訓班	105 人次	-	-