

財團法人中華民國對外貿易發展協會

112 年 度 預 算 書

財團法人中華民國對外貿易發展協會 編

財團法人中華民國對外貿易發展協會

目 次

壹、工作計畫	
一、計畫重點	P.3
二、經費需求	
(一)推廣貿易基金委辦計畫	P.4
(二)自辦及接受其他單位委辦計畫	P.5
(三)展會營運	P.6
三、預期效益	P.7
貳、112 年度預算表	P.9

工作計畫

中華民國 112 年度

一、計畫重點

- (一) 分散出口市場，加強全球布局
- (二) 掌握產業趨勢，開創新商機
- (三) 聚焦具國際競爭力之服務業，加強國際行銷推廣
- (四) 依業者需求客製化提供拓銷市場服務
- (五) 執行多元拓銷專案，協助廠商進入國際市場
- (六) 爭取國外政府採購商機
- (七) 執行臺灣產業形象廣宣計畫
- (八) 配合政府推動加入區域經濟體政策，加強貿易交流
- (九) 布建農產食品海外通路
- (十) 會展服務軟硬升級，帶動產業發展
- (十一) 加強提升我國展覽國際競爭力
- (十二) 推動臺灣會展產業發展計畫
- (十三) 籌備臺中國際會展中心營運
- (十四) 提供經貿資訊服務，協助業者掌握全球經貿脈動
- (十五) 配合政策推廣電子商務，發揮數位行銷效益
- (十六) 運用 AI 與大數據分析產業及市場發展趨勢，輔助精準拓銷
- (十七) 維運客戶管理暨業務系統及客戶資料
- (十八) 維運整體網路工作環境
- (十九) 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
- (二十) 培訓貿易實務與國際行銷專業人才
- (二十一) 貿協國內據點服務在地化，協助地方業者拓展對外貿易
- (二十二) 發揮駐外單位功能，協助業者拓展海外市場

二、經費需求

(一) 推廣貿易基金委辦計畫

單位：新臺幣千元

項目	年度預算數
收入部分	
1. 推廣貿易基金撥入款	2,128,085
2. 廠商配合款收入	230,502
收入合計	2,358,587
支出部分	
1. 國際市場開發工作計畫	923,993
2. 商情資訊服務工作計畫	409,721
3. 國際企業人才培訓工作計畫	175,658
4. 海外據點業務拓展工作計畫	849,215
支出合計	2,358,587

(二) 自辦及接受其他單位委辦計畫

單位：新臺幣千元

項目	年度預算數
收入部分	
1. 政府單位撥入款	1,050,598
2. 政府及其他單位補助撥入款	280
3. 非政府單位委辦撥入款	9,685
4. 廠商配合款收入	38,363
5. 其他收入	481,588
收入合計	1,580,514
支出部分	
1. 拓銷國際市場相關委辦及自辦計畫	951,667
2. 提供商情數位服務相關委辦及自辦計畫	96,019
3. 培育國際企業人才相關委辦及自辦計畫	32,174
4. 拓展全球據點業務相關委辦及自辦計畫	27,320
5. 加強提升我國展覽國際競爭力工作計畫	249,012
6. 推動臺灣會展產業發展計畫	141,556
7. 其他工作計畫	403,985
支出合計	1,901,733
結餘(短絀)	(321,219)

(三) 展會營運

單位：新臺幣千元

項目	年度預算數
收入部分	
1. 營運展覽中心及會議中心	1,067,081
2. 營運南港國際展覽中心 1、2 館	1,583,438
收入合計	2,650,519
支出部分	
1. 營運展覽中心及會議中心	1,262,478
2. 營運南港國際展覽中心 1、2 館	1,447,524
支出合計	2,710,002
結餘 (短絀)	(59,483)

三、預期績效

- (一) 採用虛實併進拓銷作法，籌組參展團、拓銷團及貿易訪問團，協助廠商赴海外拓展商機，提升全球布局能力，並帶動出口成長。
- (二) 辦理臺灣形象展、臺灣週，除為貿易拓銷外，亦透過文化、觀光、科技等展出交流，並以線上線下整合辦理，擴大展覽效益，呈現臺灣多面向風貌以提升國際能見度。
- (三) 舉辦區域市場商機日，或依據產業特性辦理產業聚落採購日等集體式採購洽談活動，降低廠商遠赴海外拓銷成本，協助業者與國際買主接軌及商談，爭取海外訂單。
- (四) 延聘領域涵蓋行銷、金融、電商、物流、法務及數位行銷之客座諮詢顧問，搭配本會海外市場專家，提供業者全方位國際行銷諮詢服務。
- (五) 辦理市場或產業主題研討會、論壇，提供最新國外市場訊息，以利廠商拓展海外市場。
- (六) 輔導及提供相關資源予業者爭取各國政府採購標案。
- (七) 協助臺灣品牌企業拓銷國際市場及行銷宣傳，強化臺灣產業專業可信賴之形象，加強與出口鏈結，媒合品牌企業與目標市場通路布局合作，在目標市場建立實體通路及電商平台，協助廠商進駐通路，擴大國際市場佔有率及提升出口實績。
- (八) 維繫我國和友邦邦誼，以及深化與我國簽訂有經濟合作協定 ECA 或自由貿易協定 FTA 的邦交國間貿易。
- (九) 規劃辦理近 30 項專業展，同時以 Online & Offline Hybrid 虛實整合方式辦理，亦營運南港國際展覽中心 1 館、2 館、臺北世貿中心展覽大樓及台北國際會議中心，提供國內會展活動所需之優質場所。
- (十) 協助我國展覽產業發展，提升我國展覽國際競爭力，並協助展覽業者降低疫情衝擊、加速數位轉型，創造可持續經營的商業模式。
- (十一) 以服務專業化、軟硬體設施科技化、經營國際化等全方位發展，打造各館成為最佳國際級會展場所。透過數位行銷等方式，強化海內外宣傳推廣力道，積極爭取國際會議與企業會議暨獎勵旅遊來臺辦理，為我國會展業者搭建國際交流平台。
- (十二) 辦理產業及市場調查，以利業者掌握個別產業之潛力地區及當地市場最新發展商機及掌握市場脈動，據此提出市場拓銷建議，並辦理市調發表會。
- (十三) 強化 Taiwantrade 台灣經貿網機制，強化網站機制提升平台順暢度

及客製化服務，提升買賣雙方互動進而促進商機，並加強網站經貿商情及商機內容，提供完整電商服務。

- (十四) 整合本會客戶資料及介接公開資料(Open Data)，建構訪談記錄、展團、採購洽談之作業系統，持續蒐集與更新客戶資料，加強客戶關係維運與精準行銷
- (十五) 以業務中台整合本會各業務單位流程，透過各類型活動流程分析，加強活動流程整合與數位化，並納入預算管控流程，達成各項業務規劃、籌辦、執行與績效彙整的一條龍作業。
- (十六) 鎖定智慧移動、智慧醫療、智慧製造三大產業，打造專屬數位行銷服務完整解決方案，協助業者與國際買主建立鏈結。
- (十七) 協助企業培養全方位國際企業經營人才，並配合國家雙語政策加強產業專業領域全英語授課，培養通曉外語及數位能力並熟稔經貿實務之跨領域人才，及產業英語人才。
- (十八) 地方辦事處擴大服務各地中小企業，配合政府政策、地方產業需求以及會本部業務單位，執行貿易推廣活動、強化數位轉型以提升競爭力、協助推廣農特產品、蒐集及撰寫商情資訊及辦理市場研討等重點工作，並與地方政府、工商團體及公協會合作辦理經貿相關活動。
- (十九) 駐外單位積極配合會本部執行各項推廣業務，包括：協助執行參展團及貿訪團，亦積極開發各產業龍頭買主、與接洽駐地具影響力公協會領袖建立良好關係，加強雙邊產業之合作；推動小型機動拓銷團及「國際市場開發專案 Plus (IMD+)」，根據業者需求尋找客戶；洽邀外商來臺採購；推廣台灣國際專業展；設立「海外商務中心」；協助爭取國際性及指標性會議活動赴臺舉辦；蒐集及撰寫商情、蒐集潛在買主資料等工作。

四、112 年度預算表

單位：新臺幣千元

前年度決算數	項目	本年度預算數	上年度預算數
	財務收支		
4,605,881	收入	6,589,620	6,623,345
4,406,275	業務收入	6,385,079	6,416,212
199,606	業務外收入	204,541	207,133
5,482,449	支出	6,970,322	7,172,852
5,413,185	業務支出	6,937,504	7,142,183
69,264	業務外支出	32,818	30,669
0	所得稅費用(利益)	0	0
(876,568)	本期賸餘(短絀)	(380,702)	(549,507)
	資產負債		
10,151,782	資產	9,278,451	9,716,031
2,538,528	負債	2,595,406	2,652,284
7,613,254	淨值	6,683,045	7,063,747

備註：112 年收支預算為本會規劃之目標，含政府委辦收入 3,178,683 千元，政府補助計畫收入 280 千元。