

財團法人中華民國對外貿易發展協會

中華民國109年度決算書



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

中 華 民 國 109 年 度 決 算 書

財團法人中華民國對外貿易發展協會編

# 目 次

|                 | 頁次 |
|-----------------|----|
| 工作報告 .....      | 1  |
| <b>財務報表</b>     |    |
| 一、收支營運決算表 ..... | 44 |
| 二、現金流量決算表 ..... | 45 |
| 三、淨值變動表 .....   | 46 |
| 四、資產負債表 .....   | 47 |

財團法人中華民國對外貿易發展協會  
工作報告  
中華民國 109 年度

壹、109 年度 1 月至 12 月重要工作成果統計如下：

| 工 作 項 目             | 109 年<br>累計完成量 | 單位  |
|---------------------|----------------|-----|
| 甲、國際市場開發工作          |                |     |
| 一、籌組專業展參展團          | 20             | 展   |
| 服務我商                | 954            | 家次  |
| 洽談外商                | 16,761         | 家次  |
| 爭取商機                | 27,295.35      | 萬美元 |
| 二、籌組拓銷/貿訪團          | 18             | 團   |
| 服務我商                | 261            | 家次  |
| 洽談外商                | 1,820          | 家次  |
| 爭取商機                | 10,654         | 萬美元 |
| 三、國際市場開發外商來臺採購      | 1,216          | 案   |
| 服務我商                | 10,025         | 家次  |
| 來臺買主                | 1,963          | 家次  |
| 爭取商機                | 94,525.3       | 萬美元 |
| 一對一洽談會              | 10,313         | 場次  |
| 四、其他專案活動            |                |     |
| (一)辦理各項產業開發活動       |                |     |
| 1. 辦理市場報告會及研討會      | 46             | 場   |
| 服務我商                | 5,909          | 家次  |
| 2. 協助公、協會團體辦理海外推廣活動 | 90             | 案   |
| 3. 產業調查             | 6              | 案   |

| 工 作 項 目                 | 109 年<br>累計完成量 | 單位   |
|-------------------------|----------------|------|
| (二)辦理各項市場開發活動           |                |      |
| 1. 杜拜杰貝阿里「中東市場行銷育成中心」   |                |      |
| 服務我商                    | 4              | 家次   |
| 2. 臺日共同拓展第三國市場          |                |      |
| 辦理研討會                   | 3              | 場次   |
| 辦理媒合洽談會                 | 1              | 場次   |
| 3. 新南向市場行銷拓展協助方案        |                |      |
| 服務我商                    | 74             | 家次   |
| 爭取商機                    | 6,190          | 萬美元  |
| (三)辦理食品行銷及其他專案推廣活動      |                |      |
| 1. 辦理外商來臺研討會            | 13             | 案    |
| 參加人數                    | 817            | 家次   |
| 2. 與進口商及通路商合辦「臺灣食品節」    | 14             | 案    |
| 爭取商機                    | 322.08         | 萬美元  |
| 3. 協助國人辦理阿拉伯及印度 2 國商業簽證 | 49             | 件    |
| 4. 臺灣商品行銷中心             |                |      |
| 服務我商                    | 27             | 家次   |
| 5. 清真產業推廣               |                |      |
| 清真認證業者證書申請及參展減免優惠       | 94             | 家    |
| 認證說明會                   | 13             | 場    |
| 服務我商                    | 682            | 家次   |
| 刊登臺灣清真產業相關報導            | 24             | 則    |
| (四)推動發展服務貿易專案活動         |                |      |
| 1. 維運臺灣服務貿易商情網          | 833,797        | 瀏覽人次 |
| 商情商機                    | 2,259          | 則    |
| 2. 推動國際策略聯盟合作計畫         |                |      |
| 開發潛在案源                  | 60             | 案    |

| 工 作 項 目              | 109 年<br>累計完成量 | 單位  |
|----------------------|----------------|-----|
| 促成外商來臺考察             | 21             | 家   |
| 辦理國外產業商機說明會          | 3              | 場   |
| 3. 服務業辦理研討會          | 7              | 場   |
| 服務我商                 | 1,045          | 家次  |
| 4. 印度商用華語推廣活動        | 4              | 班   |
| 5. 辦理貨品暫准通關證業務       |                |     |
| 國內發證                 | 61             | 件   |
| (五)客製化諮詢及陪伴式國際行銷專案服務 |                |     |
| 1. 廠商諮詢服務            | 498            | 家次  |
| 2. 國際市場開發專案 Plus     | 40             | 案   |
| 潛在買主                 | 804            | 家次  |
| (六)線上活動              | 58             | 場次  |
| 服務我商                 | 788            | 家次  |
| 洽談外商                 | 36,071         | 家次  |
| 爭取商機                 | 186,034.5      | 萬美元 |
| (七)協助廠商成功打入海外通路      |                |     |
| 服務我商                 | 153            | 家次  |
| 五、國內據點業務拓展-桃、竹、中、南、高 |                |     |
| (一)辦理經貿市場研討會/報告會及研習班 | 79             | 場次  |
| 培訓我商                 | 3,909          | 家次  |
| (二)拜訪國內廠商及公會         | 5,546          | 家   |
| (三)貿易資料館服務           | 13,945         | 人次  |
| 乙、商情資訊服務工作           |                |     |
| 一、商情研析及服務            |                |     |
| (一)中文媒體              |                |     |
| 1. 經貿透視雙周刊           | 27             | 期   |
| 2. 經貿透視網路瀏覽          | 268,566        | 人次  |

| 工 作 項 目             | 109 年<br>累計完成量 | 單位        |
|---------------------|----------------|-----------|
| 3. 處理及發布商情資料        | 16,878         | 則         |
| 4. 下載全球經貿 e 指通 App  | 2,103          | 新下載<br>人次 |
| (二)蒐集貿易資料           |                |           |
| 1. 採編圖書             | 903            | 冊         |
| 2. 採編期刊             | 2,112          | 冊         |
| 3. 採編非書資料           | 6              | 種         |
| (三)提供資訊服務           |                |           |
| 1. 實體資料服務           |                |           |
| 現場資料查詢及電腦資料列印       | 861            | 人次        |
| 2. 數位資料館            | 278,379        | 人次        |
| 貿協全球資訊網路            | 260,035        | 人次        |
| 資料館網站               | 18,344         | 人次        |
| 3. 訂購中國大陸相關商情及企業資料庫 |                |           |
| 服務我商                | 3,604          | 人次        |
| (四)市場調查及商情提供        |                |           |
| 1. 新南向國家市場調查        | 5              | 案         |
| 新南向國家市場調查發表會        | 5              | 場         |
| 2. 歐美日國家市場調查        | 1              | 案         |
| 歐美日國家市場調查發表會        | 1              | 場         |
| 3. 新興國家市場調查         | 2              | 案         |
| 新興國家市場調查發表會         | 2              | 場         |
| 4. 中國大陸市場調查         | 1              | 案         |
| 中國大陸市場調查發表會         | 1              | 場         |
| 5. 國際商情研析及發表        | 40             | 篇         |
| 二、其他商情資訊支援計畫        |                |           |
| (一)營運台灣經貿網          |                |           |
| 1. 網站瀏覽人次           | 32,649,165     | 人次        |

| 工 作 項 目            | 109 年<br>累計完成量 | 單位  |
|--------------------|----------------|-----|
| 2. 預估促成採購商機        | 138,850        | 萬美元 |
| 3. 發行台灣經貿網電子報      | 263            | 期   |
| 4. 買賣旺線上小額貿易       | 302            | 萬美元 |
| (二)網路行銷輔導          |                |     |
| 1. 累計服務企業網頁會員      | 4,000          | 家   |
| 2. 參與電商培訓課程        | 3,302          | 人次  |
| 3. 參加會員教育訓練        | 1,419          | 人次  |
| 4. 客服中心服務          | 2,063,374      | 家次  |
| 5. 產學合作協助廠商        | 200            | 家   |
| 6. 發行台灣產品雜誌        | 10             | 期   |
| 電子書瀏覽              | 73,517         | 人次  |
| 7. 潛力產業聚落雲         | 202            | 萬美元 |
| 辦理行銷研討會            | 3              | 場   |
| 8. 台灣經貿網影音產品介紹     | 402            | 支   |
| 9. 輔導標竿會員          | 20             | 家   |
| 10. 輔導廠商運用數位行銷導航服務 | 5,569          | 家次  |
| (三)網路商機開發          |                |     |
| 1. 國內專業展參展行銷       | 20             | 案   |
| 2. 國外專業展參展行銷       | 6              | 案   |
| 爭取商機               | 1,200          | 萬美元 |
| 3. 客製化採購媒合         | 875            | 案   |
| 服務我商               | 2,376          | 家   |
| 服務買主               | 875            | 家   |
| 預估採購商機             | 66,898         | 萬美元 |
| 4. 臺灣優勢產業在地語系行銷網站  |                |     |
| 專區瀏覽               | 1,030,888      | 人次  |
| 爭取商機               | 600            | 萬美元 |

| 工 作 項 目                                 | 109 年<br>累計完成量 | 單位   |
|---|----------------|------|
| 5. 台灣經貿網新南向市場數位行銷計畫                     |                |      |
| 導入買主訪客                                  | 626,456        | 人次   |
| 採購商機                                    | 5,350          | 則    |
| (四) 電子商務推廣                              |                |      |
| 1. 辦理 2020DATE SUMMIT 數位商務大趨勢<br>- 國際匯壇 | 6,460          | 人次   |
| 2. 跨境電商服務說明會暨媒合會                        | 3              | 案    |
| 服務我商                                    | 531            | 家次   |
| 洽談會                                     | 256            | 場次   |
| 3. 輔導廠商運用跨境電商全球展店                       |                |      |
| 商品數                                     | 10,038         | 項    |
| (五) 客戶資料維運                              |                |      |
| 1. 建置及維護國內供應商資料                         | 303,460        | 家次   |
| 2. 建置及維護國外買主資料                          | 210,055        | 家次   |
| (六) 全球貿易大數據分析                           |                |      |
| 1. 建置全球貿易大數據平台                          | 30,319         | 瀏覽訪次 |
| 2. 傳播貿易大數據研究成果                          |                |      |
| 辦理說明會                                   | 37             | 場    |
| 3. 客製化服務廠商                              | 39             | 案    |
| 4. 客製化服務公協會                             | 31             | 案    |
| 丙、國際企業人才培訓                              |                |      |
| 一、國際企業經營班                               |                |      |
| 新竹班                                     | 287            | 學員   |
| 臺中班                                     | 77             | 學員   |
| 高雄班                                     | 65             | 學員   |
| 二、國際企業人才媒合工作                            | 3,855          | 工作機會 |
| 三、在職訓練                                  |                |      |
| 辦理班次                                    | 95             | 班    |

| 工 作 項 目                 | 109 年<br>累計完成量 | 單位 |
|-------------------------|----------------|----|
| 培訓人次                    | 1,747          | 人次 |
| 四、東部國際人才特訓班             | 243            | 人次 |
| 五、新南向人才儲備專班             | 140            | 人次 |
| <b>丁、海外據點業務拓展</b>       |                |    |
| 一、配合國際市場開發業務，促成採購商機     |                |    |
| 1. 協辦參展團、貿訪團等貿易推廣活動     | 96             | 案  |
| 2. 國際市場開發專案 Plus        | 40             | 案  |
| 3. 協助公、協會團體辦理海外推廣活動     | 90             | 案  |
| 4. 邀請外商對臺採購             | 3,642          | 家  |
| 5. 海外商務中心               | 359            | 家次 |
| 6. 臺灣機械買主聯盟             | 12             | 場  |
| 洽邀買主                    | 470            | 名  |
| 拜訪買主                    | 338            | 家次 |
| 二、配合商情資訊服務提供商情報導和商機     |                |    |
| 1. 徵集 Taiwan Trade 國外會員 | 11,028         | 家  |
| 2. 蒐集貿易機會               | 20,045         | 則  |
| 3. 規劃性產業及專業報導           | 684            | 則  |
| <b>戊、其他計畫</b>           |                |    |
| 一、執行國內展覽業務              |                |    |
| 舉辦臺灣國際專業展               |                |    |
| 1. 辦理專業展                | 22             | 展  |
| 2. 國內外參展廠商-家數           | 2,190          | 家  |
| -使用攤位                   | 4,372          | 攤位 |
| 3. 國內參觀人數               | 118,536        | 人  |
| 4. 國外買主人數               | 1,303          | 人  |

| 工 作 項 目              | 109 年<br>累計完成量 | 單位  |
|----------------------|----------------|-----|
| 二、營運管理台北世界貿易中心展覽大樓業務 |                |     |
| 1. 世貿中心展覽館場地外借-外借展   | 55             | 展   |
| -專業展                 | 7              | 展   |
| 2. 展覽大樓二至七樓交易市場出租    | 1,018          | 間   |
| 3. 會議室出租             | 571            | 間天數 |
| 三、營運台北國際會議中心業務       |                |     |
| 1. 承接各項會議場次          | 581            | 場   |
| 2. 國際會議場次            | 4              | 場   |
| 3. 參加人數              | 209,483        | 人   |
| 四、營運南港展覽館 1 館業務      |                |     |
| 1. 承接辦理各項展覽          | 35             | 展次  |
| 2. 承接辦理各項大型活動        | 19             | 場次  |
| 3. 展場年度使用率           | 26.76          | %   |
| 4. 會議室出租             | 581            | 間天數 |
| 5. 使用展館服務            | 155 萬          | 人次  |
| 五、營運南港展覽館 2 館業務      |                |     |
| 1. 承接辦理各項展覽          | 16             | 展次  |
| 2. 承接辦理各項大型活動        | 25             | 場次  |
| 3. 展場年度使用率           | 14.72          | %   |
| 4. 會議室出租             | 117            | 間天數 |
| 5. 使用展館服務            | 120 萬          | 人次  |

## 貳、辦理「經濟部 109 年度推廣貿易工作計畫」整體績效

109 年度「嚴重特殊傳染性肺炎 (COVID-19)」疫情延燒，對全球經濟造成重大衝擊，往昔傳統赴海外組團拓銷、商機媒合、展覽等商務活動面對此一前所未有之變局幾近停擺。為協助我國廠商於疫情降溫後快速因應，減少對我國經濟之影響，本計畫在疫情之初迅速調整拓銷活動，跳脫傳統框架，改以推動「數位貿易」打破因疫情帶來的困局，協助廠商

與國外買主順利進行洽談及交流，掌握商機。

全年透過辦理國際市場開發、商情資訊服務、國際企業人才培訓及海外據點業務拓展等四項工作，總計完成 96 項拓銷活動，包括 20 項實體及線上參展團，18 項實體及線上拓銷團，58 項線上拓銷活動，服務我商逾 5 萬家次，促成接洽國外有效買主逾 5 萬家次，辦理 19 場大型採購會及商機日，促成 3,642 家買主對臺採購，其中洽邀新興（含新南向）市場買主共 1,932 家，協助布建通路 153 家次，廠商滿意度逾 9 成，共計爭取商機美元 53 億 3,073.23 萬元，促成廠商成功案例 217 案，培訓企業人才 2,559 人次。

## 參、受託執行「經濟部 109 年度推廣貿易工作計畫」總說明

### 甲、國際市場開發工作

#### 一、市場面：

拓銷活動規劃以「全方位拓展國際」為執行方針，輔以大數據分析技術，蒐集多元經貿數據資料，分析全球市場脈動與輿情資訊剖析，作為規劃各項拓銷作法之依據。除各項整合行銷活動拓銷歐美日、新興及中國大陸，同時配合政府新南向政策，強化推動新南向市場。

#### (一)新南向市場：

109 年新南向旗艦型展覽平台「臺灣形象展」，因應嚴重特殊傳染性肺炎疫情改以線上展覽模式，搭配線上洽談、線上研討會等活動，繼續深耕新南向越南、印尼、泰國、馬來西亞與印度市場，依據各國適銷產業及消費市場需求規劃展出主軸。

雖 109 年受疫情影響，東協及澳紐買主無法來臺採購，仍有相關地區買主於疫情期間採購需求不減，特別是資通訊品項詢問度相當高。5 月辦理的東南亞線上拓銷團，有 12 家我商與 58 家買主進行 143 場次一對一洽談，促成商機達美元 67 萬元。

東協在「美中貿易摩擦」與「後 COVID-19」後成為臺商自陸遷廠力促「供應鏈多元化」布局目標。於 8 月辦理之「東協澳紐線上商機日」，共有 98 家臺灣廠商與 9 國 30 家採購商共同上線進行 138 場採購洽談，商機逾美元 2,997.8 萬元，買賣雙方涉及產業多元，主要聚焦於資通訊類產品，包含物聯網、智慧產業（農業、醫療影像、交通運輸）、網通、電腦及周邊產品等。針對刻正雷厲風行推動數位貿易的東協，舉辦「新南向行銷拓展協助方案：東協買主視訊採購洽談會」，力邀泰國、菲律賓及越南 3 國 180 家採購商與 37 家臺灣業者進行線上視訊洽談 250 場，促成交易逾美元 1,177 萬元。

南亞地區也是全球疫情重災區之一，疫情影響實體商務活動進行，爰「2020 年印度線上拓銷團」、「2020 年環孟加拉灣線上拓銷團」、「2020 年印度一線城市線上拓銷團」等各項海外拓銷活動均改採線上模式進行，拓銷地點包括印度、巴基斯坦、孟加拉、斯里蘭卡等國，計有 37 家我商、237 家買主參與，辦理一對一採購洽談 339 場次，促成商機美元 2,068 萬元。

另為建立南亞地區買主與我國供應商之鏈結，「南亞商機日」改以實體結合虛擬模式辦理，邀請印度、巴基斯坦、孟加拉、斯里蘭卡及尼泊爾等國共 54 家買主與 141 家臺灣供應商進行視訊採購洽談，完成 232 場一對一洽談，創造美元 3,886 萬元商機。採購項目包含汽車及電動汽機車零配件、自行車零配件、螺絲扣件、醫療器材及耗材等。

## (二)新興市場：

非洲擁有豐富天然資源及勞動力，與我國貿易互補性高。為掌握非洲商機，本會在經濟部指導下成立非洲市場推動辦公室，並將非洲市場區分為主力市場、潛力市場以及邦交國市場。

109 年籌組 3 個非洲市場線上拓銷團，服務我商達 46 家，活動

創造商機達美元 1,575 萬元。涵蓋非洲東、西、南、北四大區域，並辦理非洲商機日，邀請非洲共 11 國 32 家買主。另辦理 4 場研討會分享非洲地區拓銷經驗及商機，出席廠商人數達 200 家，線上觀看人數近 8,000 人。

而為擴大臺史 ECA 成效，分別於 10 月、11 月及 12 月邀請史國廠商提供展品於「2020 年高雄國際食品展」、「2020 年台北國際禮品暨文具展」及「2020 年台北國際食品展」展出，協助史國業者參展，並獲媒體訪問。

中東地區幅員廣大，人口總數約 4 億，總 GDP 約美元 3 兆元，因人口成長率僅次於非洲地區，且擁有能源和地緣優勢，造就轉口、基建、重建、製造業及清真食品等龐大商機，是深具市場潛力的新興市場之一。針對中東市場，辦理 2 場線上拓銷團與 1 項商機日，主要鎖定伊拉克、土耳其、科威特、巴林與沙烏地阿拉伯等重點市場，聚焦汽車零配件、資通訊、綠能、資通訊與智慧方案等產業。

拉丁美洲幅員遼闊，擁有超過 6 億人口，礦產儲藏量和農牧業的產量都非常大。儘管受疫情影響嚴重，但 IMF 預計 110 年將成長 3.6%，為協助我業者掌握中南美洲商機，109 年辦理 1 項實體拓銷團、1 項線上拓銷團及 1 項線上商機日，涵蓋拉丁美洲主要國家及部分邦交國，包含墨西哥、巴西、秘魯、智利、哥倫比亞、瓜地馬拉等，共服務我國廠商 99 家次，與拉丁美洲地區買主完成逾 624 場次洽談。

除此之外，針對邦交國，109 年於 5 項自辦專業展(2020 年台中國際茶、咖啡暨烘焙展、2020 年高雄國際食品展、2020 年台北國際禮品文具暨文創展、2020 年臺灣漁業展、2020 年台北國際食品展)中設置「拉丁美洲館」，徵集我拉美友邦外商寄送展品參展及徵集相關代理商代表參展，計外商 78 家次、代理商 16

家次，吸引 642 家進口商及經銷商洽談，並有 5,740 人次參觀攤位。

### (三)歐美日先進市場：

在美中貿易摩擦及嚴重特殊傳染性肺炎疫情影響下，全球供應鏈進行重組及移轉，美國成為疫情最嚴重之國家，經濟表現衰退。

本計畫於 108 年底成立臺美商務交流中心，並進一步於 109 年成立臺美企業聯盟，積極推動臺美雙邊交流及合作，除建立網站平台活絡線上互動外，亦與 AIT 共同辦理以資通訊及醫療為主軸之供應鏈重組論壇，發表聯合聲明，盼協助我商於全球及臺美供應鏈中扮演重要角色。

美國商機日因疫情改為實體及線上模式辦理，仍不減美方及買主參與度，邀集 16 家買主與 57 家我商進行 57 場次視訊洽談，買主數不亞於去年，採購品項為資通訊、汽配零件、醫療產品、機械及文具禮品等，其中買主更包含全球零售龍頭 Amazon，顯見臺美經貿將持續透過活動建立更多實質合作。

歐洲地區各國自 109 年 3 月起因嚴重特殊傳染性肺炎疫情肆虐，影響歐洲整體經濟甚鉅，拓銷活動爰採線上辦理，包含歐洲線上商機日及中東歐線上拓銷團，商機日邀得 9 國 23 家買主對臺採購，與 98 家我商洽談 128 場次，採購品項集中在資通訊、扣件及自行車等產業；拓銷團邀集 33 家我商參團，與中東歐 7 國共 125 家買主進行線上洽談 300 場次。109 年 8 月底捷克參議院議長韋德齊率企業團訪臺，本會為 34 家捷商辦理臺捷企業媒合會，安排與 105 家我商進行 178 場次的洽談，商機總計近美元 9,000 萬元，在符合防疫規定下係 109 年唯一一場實體媒合會，獲我商與捷商正面肯定。

此外，透過「歐洲經貿網 (EEN)」平台，促進我商與歐盟中小

企業進行商務及技術交流，除了平台內 5,000 多筆線上資料庫供我商爭取媒合，109 年因疫情無法透過國內外專業展辦理展中洽談會，增加線上活動包含 EEN 線上工作坊、資通訊及醫療論壇。

針對日本市場舉辦「臺日企業商機線上媒合大會」，邀請 13 家日商進行線上洽談，其中包含年營業額超過美元 43 億元電子業者 Restar Holdings、品牌產品超過 80 萬種的機械工具用品批發商 TRUSCO 中山，共有包括大同、德淵、技嘉科技、中騰融通、百塑企業、華懌精密、鎂鑫、鳳記等 43 家臺灣供應商參加，與日商進行 54 場次貿易洽談，採購商機計美元 1,000 萬元。

#### (四) 中國大陸市場：

受嚴重特殊傳染性肺炎疫情影響，中國大陸規模最大的綜合性國際展覽「中國進出口商品交易會（春、秋兩季廣交會）」取消實體展覽，改為線上展出。「2020 中國大陸商機日」市場說明會由本會駐中國大陸北京、上海、廣州及成都等 4 位主任以線上直播方式主講轄區各省疫後市場策略及商機。

另於 11 月參加「2020 中國國際進口博覽會」，共 10 家廠商參展，使用 198 平方公尺面積，分別為：「食品及農產品區」、「消費品區」，爭取商機美元 975 萬元。

#### 二、產業面：

受疫情影響，全球景氣趨緩，貿易衰退，再加上國際情勢多變，如美中貿易摩擦、美國總統大選、地緣政治風險、各國採行貿易救濟措施等影響，國際機構多預測全球貿易成長持續低迷，臺灣業者面臨嚴峻考驗，本計畫 109 年除持續推動臺灣產業，並以「鞏固出口主力產業」、「優勢產業虛實整合行銷」、「線上與線下的全通路服務」為主要拓銷策略，並且推出「龍頭計畫」、「線上新產品發表會暨洽談會」等新作法，結合產業公協會及

臺灣各產業知名業者進行產業行銷座談會，協助廠商打破時空  
間限制、接觸國外潛在買主進行線上洽談、交流國際市場動態。

(一)鞏固出口主力產業：

109 年因疫情之故，計執行 7 項實體海外專業展參展團，包括  
「拉斯維加斯消費電子展」、「日本國際醫療產業展」、「德國嵌  
入式電子及工業電腦應用展」等，並辦理「墨西哥投資貿易布  
局團」及「以色列 Industry 4.0 創新技術參訪團」2 項貿訪團，  
其後國際大展陸續取消或延期，加以邊境管制，廠商無法赴海  
外拓銷，即時因應推出線上活動、安排國外線上視訊洽談，協  
助業者爭取商機。

(二)優勢產業虛實整合行銷：

我國防疫成效卓著，生技醫療產業實力也受全球矚目，為展現  
整體產業優勢，盤點相關業者組成「防疫產業國家隊」，並辦理  
17 場「市場說明會」、8 場「線上研討會」；此外，推動「臺灣  
機械買主聯盟」專案、協助廠商布建發展通路，了解國際情勢，  
爭取商機。

(三)線上與線下的全通路服務：

受到疫情影響，臺灣業者面臨嚴峻考驗，許多產業國際大展紛  
紛延期或取消，但市場對新產品還是有所需求，因此本計畫推  
出 27 場「線上新產品發表會暨洽談會」其中主題包含 AI 物聯  
網、醫療防護產品等，不僅讓世界各地的買家即時獲取臺灣新  
的產品跟技術，不與世界脫節，輔以「展團行銷 2.0」，整合線  
上型錄、影音行銷等功能，讓我商資料持續曝光，透過影音模  
式生動進行產品宣傳，不用出國門也能有效掌握國際商機。另  
辦理 7 場實體與線上並行的「產業行銷座談會」，瞭解廠商的需  
求，作為未來規劃推廣活動的方向。

(四)推動農產食品行銷推廣活動：

為協助我國業者於疫情期間仍能掌握海外市場資訊，規劃一系列海外食品市場採購說明會，邀請新南向市場、日本、韓國及香港等 6 國買主辦理 7 場線上說明會，掌握市場新商機。

為強化我國農產食品業者數位貿易能力，故特別規劃在臺南、高雄、花蓮及臺東等地舉辦農產食品國際貿易行銷研習會，以期培養業者數位行銷的 know-how，並蓄積數位國際貿易之能量。積極推廣臺灣珍珠奶茶手搖飲業海外行銷，除辦理全球視訊採購會外，籌劃首屆臺灣珍珠奶茶國際論壇，以直播邀請全球買主線上觀看，現場聚集 122 家臺灣主要廠商與會。

109 年 6 月世界動物組織宣布臺灣成為「不施打疫苗口蹄疫非疫區」，為協助我業者了解海外市場提前布局，特辦理港澳及新加坡海外市場線上座談會。

(五)促進外銷商機：

為與我外銷業者共同拓銷海外市場，規劃「數位臺灣食品展」推廣我熱門外銷食品及服務臺灣指標廠商共 258 家；3 場線上發表會以 Global G. A. P. 食品安全、有機及居家食品等主題緊扣全球食品趨勢及消費者採購需求，安排 22 家臺灣優質業者參與；安排水產及冷凍食品大型洽談會、國際漁業展採購會等，加強洽邀漁水產國際買主線上採購洽談，強化臺灣農漁產品國際商機。

此外，推動臺北及高雄兩大線上食品國際採購日，同時以提高我商與各國買主商談機會為重點，分別安排超過百場個別線上採購洽談會；辦理全年海外臺灣食品節，於 10 國零售通路，拉近我農產食品與當地消費距離，有效增進臺灣食品於當地市場知名度。

(六)推動與發展服務業貿易：

依據國家發展委員會（前為行政院經濟建設委員會）訂定的 12 項服務業範圍，並配合行政院「新南向」及經濟部「商業服務業」發展政策，本計畫針對健康、數位內容、文化創意及連鎖加盟等核心產業，加強協助業者拓展國際市場，並帶動相關商品出口之新動能。

針對前述核心產業，配合新南向政策及重點拓銷市場如馬來西亞、印尼、越南、菲律賓、中國大陸、美國等加強線上推廣，行銷推廣活動搭配洽談會及協助搭建線上合作交流平台；在國內辦理產業座談、研討會及論壇，瞭解廠商拓銷需求並引介國際最新趨勢，增強我業者的國際競爭力；協助業者進行跨業或同業交流，共同合作開拓海外客源；為國外重要通路商安排客製化採購洽談媒合會及線上推介會，精準媒合需求，協助我商爭取商機。

109 年推動服務業拓展，實體及線上海外推廣活動總計辦理 5 項專業展參展團，於國內辦理 15 場採購洽談會、12 項專案工作及 26 場線上/線下研討會。

(七)國際行銷諮詢服務：

109 年國際行銷諮詢廠商服務持續成長，共計 498 件諮詢案，全年執行率達 118.6%（全年目標 420 案）。另協助 40 家具拓銷執行力廠商，透過國際市場開發專案（IMD Plus）開發海外買主。經由客製化諮詢服務，全年度共促成 11 家廠商分別布建海外通路、取得訂單或與海外買主對接，建立密切洽商關係。此外，為持續落實諮詢服務在地化，結合本會地方辦事處及地方工商協會，於桃園、新竹、臺中、彰化、嘉義、臺南及高雄等地陸續舉辦 15 場諮詢洽談會，深入了解地方業者拓銷需求，共計輔導 152 家地方廠商。

因應貿易數位化變革，為協助廠商提升數位行銷應用能力，及搭配推廣數位貿易紓困方案等服務，本計畫配合經濟部國際貿易局政策，自 8 月起辦理全臺 12 場「數位行銷服務團」，結合新北、宜蘭、桃竹苗、中彰投、雲嘉屏等 12 個縣市政府及 58 家地方公協會共同合辦，全臺共計 1,471 人參加，線上直播累計逾 1 萬 8,600 人次觀看，對外媒體露出共計 84 則。針對各地產業特性，規劃業者適用之數位行銷專題，包含社群行銷、跨境電商經營、google 數位工具、網紅行銷、影音行銷、文案撰寫等內容。廠商對整體活動安排滿意度平均約 92.3%，其中，「課程整體內容」滿意度達 94.3%。

## 乙、提供商情資訊服務

### 一、經貿情勢分析：

- (一)辦理全球市場趨勢線上報告會，分為東協、東北亞、南亞、中東、中東歐、北美、中南美、中國大陸、非洲、歐盟等共 12 案。
- (二)辦理海外市場調查系列報告會（線上）共 9 案，包括「美國通路市場商機調查」、「中國大陸跨國企業 IPO 採購策略調查」、「菲律賓零售市場調查」、「印度消費零售市場調查」、「越南消費零售市場調查」、「印尼消費零售市場調查」、「墨西哥產業供應鏈轉變及美墨市場連結布局調查」、「埃及發展新首都衍生商機探索」、「馬來西亞消費零售市場調查」。辦理產業調查共 6 案，包括「臺灣工具機產業面對美國製造業回流新契機」、「全球限塑政策影響下橡塑膠及包裝機械未來展望」、「後疫時代歐洲遠距醫療市場趨勢分析與應用實例」、「緬甸工業循環經濟市場調查」、「印度電動車市場調查」、「新冠疫情下口罩及防護衣全球市場概況」。
- (三)全年辦理 21 場線上報告會，共吸引 5,090 名在線人數觀看。
- (四)國際商情研析及發表：針對最新國際經貿情勢及新興市場拓銷商機等重要議題，進行相關研析，全年共計研析及發表 40 篇。

## 二、出版及發行中英文刊物，提供市場脈動及產業趨勢資訊：

(一)中文出版：《經貿透視》雙周刊每年出版 25 期，每期深入探討市場與產業最新趨勢、發掘潛力商機、分享成功企業經營秘訣。

(二)提供廠商密集資訊服務：處理及發布商情資料 1 萬 6,878 則，蒐集貿易圖書 903 冊、期刊 2,112 冊、非書資料 6 種，9 大重點拓銷市場蒐集圖書 84 冊、期刊 174 冊。

(三)營運數位資訊服務中心：實體資料服務現場資料查詢及電腦資料列印 861 人次，數位資料館 27 萬 8,379 人次（含本會全球資訊網路 26 萬 35 人次、資料館網站 1 萬 8,344 人次），全球經貿 e 指通 App 新增下載 2,103 人次，累計下載 1 萬 4,610 人次。

## 三、營運貿易總入口網站-台灣經貿網：

透過多元管道的數位行銷，全年網站瀏覽人次達 3,264 萬次，促成商機達美元 13 億 8,850 萬元。109 年 10 月針對會員進行台灣經貿網滿意度調查，整體滿意度為 97.98%，廠商對於台灣經貿網協助提升公司形象及知名度滿意度大幅提升，協助會員找到買主比例逐年攀升。

廠商期望台灣經貿網提供付費服務項目中，最多人選擇「關鍵字廣告代刊」服務，其次依序為「社群廣告輔導服務」、「數位國際新聞連播投放」、「產品拍攝服務」等，評估納入台灣經貿網會員服務，以符合廠商期待。另本次因應疫情新增調查台灣經貿網推出之因應服務滿意度，以「線上採購洽談會及產品發表會」對會員開發公司業務最有效益，顯示協助會員線上促成交易為最有感服務。

## 四、VR 虛擬展館創新應用：

為提供買主嶄新體驗，導入虛擬實境 (Virtual Reality, 簡稱 VR) 體驗，打造不同風格展示間，配合海外展覽，使買主得以透過 VR 技術，不受時空限制與臺灣優質產品互動，解決因時

間、人力、成本等考量而無法實地參展困境。總計設置台灣經貿網織襪眼鏡時尚虛擬展館、台灣經貿網工業主題館、台灣經貿網醫療 VR 虛擬館、台灣經貿網眼鏡產業雲線上 3D VR/AR 展館等 4 個台灣經貿網虛擬展館，並搭配多管道數位行銷，瀏覽量逾 2 萬 9,000 人次。

#### 五、強化廠商電商戰力：

##### (一)電子商務培訓課程：

透過 Facebook Go Digital Taiwan 課程、與 Google 合作辦理數位貿易菁英培訓班、數位影音製作實戰班等協助廠商強化電商行銷能力。

##### (二)產學合作培訓電商人才：

以「跨境電商實戰營」協助中小企業廠商優化台灣經貿網企業網、充實產品型錄內容，期能提升廠商網站競爭力、曝光度與訂單數。總計媒合 25 校 363 位師生及 78 家廠商共同參與，新增型錄 2,937 張。

##### (三)台灣經貿網標竿會員培育計畫：

為擴散會員使用台灣經貿網成功模式，計遴選 20 家潛力廠商作為「台灣經貿網標竿會員」，包含機械、電子、汽機車零配件、五金等產業，透過導入電商輔導顧問、辦理總裁見面會、會員親訪、加強企業網品質等客製化服務，期能培育為「台灣經貿網的最佳代言人」，透過標竿會員口碑宣傳，更具說服力。輔導期間已協助優化產品 1,100 項，網站總流量較輔導前成長 35%，每月平均來訪國家增加 10 家。

##### (四)數位行銷健檢列車：

台灣經貿網規劃整合相關電商服務提供者，協助我國中小企業廠商進行一對一「數位健檢」，提供包含：數位行銷微診斷、跨境電商健檢、台灣經貿網營運健檢等類型健檢，讓廠商了解自身拓銷全球的行銷狀態，賣向全球電商市場，總計辦理 170 場視訊健檢。

(五)台灣經貿網磐石計畫：

為維繫並吸引更多績優廠商加入台灣經貿網，透過關懷廠商、協助優化型錄以爭取更多商機、親訪與電訪挖掘廠商需求並運用會內資源提供解決方案等方式提升廠商完善網路通路，並新設立「績優影音專欄」(topexporter.taiwantrade.com)以協助廠商運用影音創造流量增加曝光，總計放置 70 家廠商影片，廠商對本服務相當滿意。

(六)2020 DATE SUMMIT 數位商務大趨勢-國際匯壇：

9月17日至9月18日辦理，以「後疫情時代數位新生活」、「超前部屬數位轉型生態鏈」及「雲經濟數位應用新風貌」3大主題，集結美國、英國、德國、義大利、日本等6國共20位重量級數位經濟產業巨擘接力開講。首度與 iStaging 合作建置線上虛擬論壇 (Virtual Summit)，透過 VR 技術重現實體論壇場境。2日活動累計線上觀看人次達 6,460 人次。

六、輔導廠商運用跨境電商平台：

協助臺灣廠商運用跨境電商平台擴展新南向市場，於台灣經貿網買賣旺、越南 Tiki、印尼 blibli 及 PChome Thai、澳洲 eBay 等電商平台成立臺灣館，累計逾 28 萬 5,000 項商品。

於越南、印尼及泰國等3個臺灣形象展線上展設立電商館，並精選館內亮點商品以 VR 展館方式呈現，輔以導購至商品買賣旺頁面加強與台灣經貿網之串聯度，109 年線上跨境電商館總計展出 33 家廠商 130 項商品，於展前、中、後投放廣告全方位行銷跨境電商館，導入逾 230 萬次曝光，另於展覽期間為加強參展廠商曝光度，加碼投放廣告至廠商之台灣經貿網企業網。

七、客戶資料維運及行銷：

(一)營運維護 EBS 系統，整合本會之客戶資料及外部開放資料(財政部、經濟部國際貿易局、經濟部商業司及經濟部工業局等)，並強化重要業務流程，隨時更新活動參與者資料，提升同仁行銷績效及業務效率。國內廠商資料維護 30 萬 3,215 筆。

(二)整合駐外單位商機處理與買主服務流程，包含買主訪談、數位商機媒合、買主來臺補助、視訊採購洽談、國外展團等業務流程，提昇商機媒合及買主服務品質，並定期進行資料清整。國外買主資料維護 20 萬 1,862 筆。

#### 八、商情資訊系統開發及維護：

##### (一)EBS 優化：

配合 Microsoft Dynamics 365 版本升級進行使用者介面優化與相關程式調整，俾提供更安全資料傳輸機制與更好的使用者體驗。

##### (二)資訊安全管理、維護及認證：

為符合 ISO 27001 資安規範，彙整及統合資通安全法、委辦計畫契約及經濟部及經濟部國際貿易局對資通安全之要求，以全組織為範圍進行資安規劃及執行資安防護、機房定期設備維護等，另以單一登入服務 (SSO) 提供會員廠商便利性，免除於各網站重複註冊及登入和記錄多組帳號密碼之困擾。

#### 九、全球貿易市場大數據分析：

##### (一)數據分析服務：

因應低接觸經濟，運用線上會議室與線上諮詢，協助廠商便捷運用「全球貿易大數據平台 iTrade」([itrade.taitra.org.tw](http://itrade.taitra.org.tw)) 與「客製化數據分析服務」，透過線上說明會推廣與案例操作，幫助廠商與公協會運用貿易大數據洞察產業前景，解析臺灣進出口情勢與經貿數據，進而尋找潛力市場，輔助國際行銷決策。

##### (二)客製化服務成果：

完成 40 家廠商及 31 案公協會客製化數據分析服務，包含全球進出口情勢分析、海外潛力市場篩選、主要國家的產品關稅比較、競爭對手國分析等，並提供客製化、關鍵數據分析之「潛力市場分析懶人包」予廠商，內容包含產品貿易市場情勢、潛力市場分析，前十大進口國貿易表現、前 20 大進口市場貿易數據、臺灣出口情勢分析。

### (三)iTrade 持續優化：

為強化網站安全性，完成導入 SSL 憑證相關作業，並修復 Weak Cipher 加密弱點；此外，為提升使用者體驗及提供最新資料，將網頁程式流程優化，網站瀏覽流暢度增加，並透過駐外單位，收集多國關稅網站，統一彙整至各國關稅清單，提供便捷查詢之關稅稅率。

### (四)海外參展決策輔助平台 (TSP)：

前已透過「全球展覽曝光計畫」試行與五家展覽公司合作提供展覽資料，為便利展覽公司自行新增資料，已完成英文版後台介面增修，並函請本會各駐外據點協助聯繫各國展覽公司加入「全球展覽曝光計畫」，增加平台資訊即時性、正確性及完整性，進而協助臺灣廠商獲得更全面展覽資訊。

## 丙、國際企業人才培訓

### 一、國際企業經營班：

至 109 年 12 月底在校培訓人數計 429 人，包含新竹校區 287 人、臺中校區 77 人及高雄校區 65 人。109 年共計 273 名結業生，1,333 家企業前來徵才，提供 3,855 個職缺，經追蹤學員就業情況，109 年度結業學員至 11 月底就業率為 78%。另有 265 名新生於 7 月份入學，學員來自 86 所國內外大專院校，平均年齡 25.2 歲，具商管科系背景佔 41%，非商管背景者佔 59%；有工作經驗者佔 55%，無工作經驗者佔 45%。

### 二、國企班人才媒合：

自 3 月起陸續辦理國企班人才媒合系列活動，總計 1,333 家企業提供 3,855 個工作機會。其中於 3 月份辦理之 3 場企業人才媒合會，包括億光電子、上銀科技、宏全國際、華碩電腦、鴻海集團、微星科技、特力屋、大潤發等 75 家績優企業及中堅企業，以及 12 家台灣精品得獎廠商到場徵聘國企班優秀人才。

### 三、國企班新南向人才培訓：

109 年持續辦理越語、印尼語及泰語等東南亞語言人才培訓，東南亞語組共計結訓 26 人（越語 18 人、泰語 4 人、印尼語 4 人），在校培訓共計 37 人（越語 24 人、泰語 8 人、印尼語 5 人）。另於新竹、臺中、高雄校區分別開辦泰語、越語、印尼語等東南亞語言選修課程及新南向市場講座共計 64 場，全年度共累計培訓 2,182 人次。

#### 四、短期經貿及語言專題班：

在職訓練包括貿易實務、國際行銷、財務金融、業務技巧、品牌經營及網路行銷等專題經貿課程，上課時數為 3~36 小時。並配合新南向政策，開辦越語、印尼語、泰語、緬甸語等短期語言班，協助廠商訓練人才進軍東協市場；另於新竹辦理夜間商務英語班，提供新竹在職人士進修。109 年亦推出線上經貿及商英課程，提供在職人士線上進修服務。專題班全年合計開辦 96 班，培訓 1,735 人次。

#### 五、新南向人才儲備專班：

針對印尼、越南、印度、馬來西亞、泰國、緬甸、新加坡等新南向目標市場，介紹當地文化、經商環境、稅務法規、市場拓展與布局實務等層面，進行重點養成教育，課程著重經驗及案例分享，協助廠商培訓新南向業務布局人才。原規劃辦理 5 班，部分課程受疫情影響取消，共於臺北、臺中、高雄辦理 3 班，總計培訓 136 人次。

#### 六、東部國際人才特訓班：

為協助東部地區培訓國際企業人才，109 年規劃於花蓮及臺東辦理「東部國際人才特訓班」，課程包含產業行銷與包裝、保鮮增值技術、參展行銷、掌握 B2B 動脈與人脈等國際行銷課程及專業外師全英語教學之商務英語課程，時數 12~18 小時。7 月至 10 月分別於花蓮及臺東共辦理 3 班，累計培訓 243 人次。

## 丁、海外據點業務拓展

### 一、配合國際市場開發業務辦理或協助各項進出口推廣活動：

- (一)協辦參展團、貿訪團等貿易推廣活動，計辦理 96 案。
- (二)推動國際市場開發專案 (IMD Plus)，計辦理 40 案。
- (三)協助公、協會團體辦理海外推廣活動，計辦理 90 案。
- (四)邀請外商對臺採購，計邀請 3,642 家。
- (五)臺灣機械買主聯盟，計洽邀買主 470 家，拜訪買主 338 家。

### 二、配合商情資訊服務提供商情報導及商機：

- (一)徵集 TaiwanTrade 國外會員 1 萬 1,028 家。
- (二)蒐集貿易機會 2 萬 45 則。
- (三)規劃性產業及專業報告 684 則；其中，9 國重點拓銷市場商情資訊 278 則，(中國大陸 112 則 (不含香港)、印尼 21 則、越南 17 則、印度 22 則、德國 22 則、美國 48 則、馬來西亞 18 則、菲律賓 14 則、泰國 23 則)，新南向 18 國 106 則。

### 三、海外商務中心：

- (一)109 年起海外商務中心原 35 國 45 處提供付費租賃及免費借用商務辦公桌，自 109 年第二季起，因海外據點營業執照限制，僅 5 國 8 處繼續提供長期租用服務，惟廠商仍可免費借用在 全球 63 個海外據點之會議室，鼓勵我商運用海外商務中心資源，拓展海外市場。
- (二)總計於 42 國 63 個城市提供免費使用一周服務。於大阪、新德里、加爾各答、孟買、清奈、德黑蘭、雪梨、墨西哥市等 8 個點長期租用以優惠價格收費。109 年共服務 359 家次廠商，其中 268 家使用獨立辦公室(共 369 間/使用率 72.63%)、33 家次使用商務辦公桌(共 168 桌次/使用率 19.64%)，另 58 家次廠商使用免費會議室。109 年因嚴重特殊傳染性肺炎疫情致使用率驟降。

## 肆、其他【政府委辦計畫及補助計畫執行概況】

### 甲、政府委辦計畫

#### 一、辦理經濟部國際貿易局委辦「109 年度綠色貿易推動方案」

##### (一)組團參展：

原規劃於新加坡綠色環保精品建材展、美國 SPI 國際太陽能展及泰國建材展設置「臺灣綠色產品館」，預估爭取商機美元 6,000 萬元，惟因疫情影響，取消辦理。

##### (二)加值活動：

與臺灣電池協會合作於 2020 日本智慧能源週辦理「2020 年臺灣綠色能源解決方案產品發表會」，分享臺灣綠色能源及儲能電池之產業現況與未來展望，計 31 位日商與會。包含日本七大商社之一丸紅株式會社、日本最大電信公司 NTT Communications、沖繩電力公司、OMRON 等知名日商。

##### (三)辦理形象專區：

於美國 IBS 建材展、馬來西亞 APEC 貿易展(線上)設置專區，協助 17 家廠商，爭取綠色商機近美元 508 萬元。

##### (四)辦理主題拓銷活動：

##### 1. 臺菲綠能永續商機線上研討暨媒合會：

邀請菲國參議員、亞太大學社會責任中心執行長及臺灣綠色科技產業聯盟等產官學專家代表分享臺菲綠能永續產業發展趨勢與未來機會，吸引近百位菲籍企業代表參與；計協助 11 家業者與菲國廠商進行共 62 場一對一商機媒合，爭取商機美元 1,041 萬元。

##### 2. 健康綠建築整合示範行銷：

徵集 16 家綠建築業者，鏈結綠建材產業聯盟、成功大學、內政部建築研究所，應用閒置在成大歸仁校區的貨櫃屋，合作設置「健康綠建築行銷場域」，於成功大學歸仁校區展示 2 年。

(五)海外市場行銷通路布建：

原規劃於越南、馬來西亞、泰國臺灣形象展設置「臺灣綠色產品館」，預估爭取商機美元 6,000 萬元，惟因疫情影響，取消辦理。

(六)綠色窗口及綠色顧客精耕專案計完成 12 案。

(七)於印度、印尼、泰國、馬來西亞、越南、波蘭等 6 國各聘請一名專任人員執行綠色顧客精耕專案，計完成萬年清(印尼、越南/工業廢水處理技術)、順亮電機(越南/變壓器)及力技科技(馬來西亞/空汙設備技術服務)等 12 案綠色顧客精耕專案。

(八)線上產品發表會：

因應疫情影響，以創儲能應用、綠建材、水處理解決方案、離岸風電、新乾淨能源解決方案等主題，協助 42 家綠色廠商與國外買主對接，計達 1,355 位買主，預估爭取商機美元 2 億 2,957 萬元。

## 二、辦理經濟部國際貿易局委辦「109 年度智慧機械海外推廣計畫」

(一)109 年原規劃於墨、德、俄、波、越、美、日、印尼及中國大陸等 9 個目標市場辦理 13 場次海外整合行銷活動，因應嚴重特殊傳染性肺炎疫情影響，多數展覽及活動延期或取消；為持續協助我機械產業出口拓銷，新增籌設 6 國線上臺灣形象館，共邀請 64 家廠商展示 109 件工件，線上瀏覽人次達 1 萬 3,821 人次；辦理 8 場次產業機械線上產品發表會，共邀請 45 家業者發表，累計共吸引 1,077 位買主及 160 位媒體參與、YouTube 直播累計 1 萬 9,751 位觀看人次。

(二)因應疫情影響，國際媒體無法來臺參訪，改以線上專欄方式辦理；配合國際重要時事及議題，邀請國際專業媒體線上專訪我業者，共計採訪 37 家廠商、19 篇海外報導露出，媒體報導價值逾美元 69 萬元，觸達 20 國 83 萬讀者。

(三)蒐集 12 國 80 筆海外買主及代理商資料庫、16 國 150 筆海外影響力人士、意見領袖及社群資料。維運及推廣臺灣智慧機械整合行

銷網站，網路瀏覽量累計 9 萬 7,000 人次。

### 三、辦理經濟部國際貿易局委辦「爭取全球政府採購商機(GPA 專案)」

- (一)辦理美國、菲律賓及非洲、歐銀、亞銀等說明會共 8 場，實體及線上參與共計 794 人次。
- (二)提供客製化諮詢與輔導，協助 18 家我商了解如何參與政府採購、TAA 規範及政府採購趨勢等服務。
- (三)輔導 4 家業者申請美國聯邦總務署 GSA Schedule 供應商資格。
- (四)洽邀 71 家國外業主單位或潛在合作單位參加實體或線上採購洽談活動，洽談商機美元 5 億 9,293 萬元。
- (五)辦理 6 場政府採購線上產品發表會，參與我商計 32 家，線上參與買主 725 人次。
- (六)籌組「緬甸自來水廠」、「哈薩克醫院 PPP 顧問案」及「以色列醫療手套整廠輸出案」計 3 案競標團隊。
- (七)辦理「歐銀臺灣線上智慧交通發表會」開拓國際金融組織商機。
- (八)協助我商取得政府採購案 7 案成功，爭取商機美元 1 億 1,414 萬元。
- (九)完成「全球政府採購商機網」網站 2.0 升級案；充實我業者海內外實績及我國顧問公司介紹電子書。「全球政府採購商機網」累計會員 542 位。
- (十)總計協助廠商爭取政府採購商機美元 7 億 707 萬元。

### 四、辦理經濟部國際貿易局委辦「109 臺灣產業形象廣宣計畫 (IEP 計畫)」

於目標市場辦理 33 場次行銷活動、32 場次記者發表會，及刊登臺灣產業形象廣告及宣傳影片，共獲國內外媒體報導 4,502 篇，觸達 17 億 6,000 萬人次；促成 643 家次國內企業將產品入駐目標市場通路，並辦理 56 場短期促銷活動，藉以提升銷售金額；企業對本

計畫整體滿意度達 98.24%。具體成果摘要如下：

(一) 辦理「台灣精品」之選拔與頒獎活動：

1. 辦理第 29 屆台灣精品選拔，計 609 家廠商、1,167 件產品報名參選，選出 252 家廠商 433 件商品獲台灣精品獎。其中中小企業表現卓越，獲獎比例達到 58.33%。
2. 完成第 29 屆台灣精品獎表揚活動及台灣精品金銀質獎頒獎典禮，選出 10 件台灣精品金質獎，20 件台灣精品銀質獎。

(二) 因應疫情，運用線上發表會提升產業形象：

針對醫療、電子資通訊、運輸金屬、智慧機械、運動產業，辦理 30 場線上發表會，服務 145 家精品企業。觀看人數達 5 萬 6,155 人次，媒體報導 1,421 篇，觸達 6,469 萬人。

(三) 協助品牌企業布建海外通路：

於印度、越南、印尼、菲律賓、馬來西亞、泰國、日本、臺灣與中國大陸設置台灣精品通路專區共 24 案，其中 10 案為實體通路、14 案為虛擬通路，共引入 643 家次企業上架，並進行 56 場短期促銷活動，為品牌業者創造近新臺幣 4 億元之銷售業績。

(四) 網站社群行銷：

營運官網、Facebook 及 YouTube，提供 2B 及 2C 傳播訊息，官網全年總瀏覽頁數達 435 萬 712 頁次，Facebook 新增粉絲數 1 萬 3,920 人，總互動數 31 萬 6,952 次；YouTube 影片觀看數達 348 萬 2,867 次，累積 10 萬 9,000 小時觀看時間。並透過經營 Line@及台灣精品企業社團，進行分眾溝通。

## 五、辦理經濟部國際貿易局委辦「推動臺灣會展產業發展計畫－會展產業整體計畫」

(一) 會展行政服務：

1. 爭取國際會議活動來臺辦理：

- (1)促成協會型國際會議來臺舉辦 103 場；企業會議暨獎旅活動來臺舉辦 10 場。
- (2)辦理「MEET TAIWAN 商機交流會」、「NGO DAY」各 1 場及 6 場大專院校說明會，宣傳 MEET TAIWAN 計畫提供之服務並促進 170 家次會展業者及公協會交流。
- (3)舉辦「國際會議大師營 (Taiwan-ICCA Meeting Master Camp)」，提升 PCO 競標實力。
- (4)配合新南向政策參加越南、印尼、泰國、馬來西亞及印度「臺灣形象展」線上展進行推廣並透過洽談機制開發案源，5 場形象展總計洽邀 25 家業者參與，完成 172 場次洽談。

## 2. 整合中央與地方資源，協助地方發展會展城市：

- (1)贊助臺東「臺灣國際熱氣球嘉年華活動」，於各項海外推廣活動協助宣傳地方會展特色活動。
- (2)邀請 30 位在臺歐美日商會及重要產業公協會之代表參加體驗之旅，並與臺東縣政府攜手辦理臺東縣商品展示交流會，推廣臺東縣會獎活動特色及在地產業商品。
- (3)於 11/1-11/3「2020 年 ICCA 年會」期間，於高雄展覽館設置臺灣會展城市互動體驗區 (Taiwan Cities Showcase)，展現我國地方城市特色及資源，並透過 ICCA 官方直播主持人向 ICCA 全球會員直播；經濟部陳正祺次長亦蒞臨互動體驗區，為會展產業加油打氣。

## (二) 行銷與溝通：

### 1. 強化國際行銷，提升知名度：

- (1)於 8 項會議專業媒體刊登 63 則廣編稿及廣告露出。
- (2)組團參加「2020 年國際獎勵旅遊及大會博覽會 (IT&CM China)」、「亞洲區會獎旅遊博覽會 (M&C Asia Connections)」及「2020 年亞洲會議暨獎勵旅遊展 (IT&CM Asia)」等線上展覽，共徵集 42

家次國內會展相關業者參展，以「數位臺灣會展形象館」展出。發掘日本 Event Services 公司、印尼 Smile Holiday 旅行社、印度 Dove Travels 公司、美國 The Johnson Meetings Group and DMC、墨西哥 Planners DMC、義大利 Univer SRL 等多項潛力案源。

(3)辦理第 7 屆「亞洲超級團隊競賽 (Asia Super Team)」活動，邀請新、馬、泰、印尼、越、菲、日、韓等國大型企業參加競賽，計吸引來自 8 國 7,129 位海外企業代表報名。由日本隊 JTB GMT 公司獲得總冠軍，日本駐臺副代表亦蒞臨致詞，頒獎典禮於 11 月 26 日舉行。於 8 國目標市場新聞露出共 647 篇，社群媒體宣傳數據較疫情前提升 20%。

(4)發布「後疫情時代獎勵旅遊目的地意向大調查報告」，蒐集 3,939 份海外企業代表有效問卷；99%受訪者肯定臺灣防疫成果，對來臺獎旅感到安心。

(5)整合搜尋引擎 Facebook、Instagram 等數位平台，於各媒體投放關鍵字、多媒體聯播網廣告，以提升臺灣會展網之訪客流量及曝光度。Facebook 粉絲專頁維持超過 13 萬 2,000 名粉絲，貼文總觸及人數超過 1,000 萬人次；Instagram 粉絲數量達到 2 萬名，貼文總觸及人數超過 100 萬人次；臺灣會展網流量達 167 萬訪次，相較 108 年同期 110 萬次，成長超過 45%。

2. 引領會展科技化，提高服務品質：

(1)臺灣會展網流量 167 萬訪次，Alexa 排名亞洲第 2。

(2)協助會展業者免費建置會展活動 APP 或網站服務 2 案。

(3)提供業者 QR code 網站報名及現場報到服務 3 案。

3. 建立我國會展永續綠色形象：

(1)修訂 109 年綠色會展指南 1 案，因疫情影響綠色會展獎暫停辦理。

(2)協助南港展覽館 2 館取得 ISO 20121 國際認證。

(3)協助新板希爾頓酒店取得碳盤查認證。

(三) 產業研究：

1. 進行「109年會展產業調查與會展產業規模評估」案。
2. 進行「109年臺灣國際會展美食企劃」研究案。
3. 維護「我國會展產業資料庫」。

**六、辦理經濟部國際貿易局委辦「109年度加強提升我國展覽國際競爭力方案」**

(一) 配合產業需要開發及強化展覽：

因疫情影響，「臺灣國際遊艇展」延期至111年、「臺灣國際扣件展」延期至110年辦理，「臺灣國際照明科技展」取消辦理，「高雄國際食品展」如期辦理，總計有229家國內外參展商，使用335個攤位，國內及國外參觀買主分別為1萬8,708及60人次。

(二) 加強洽邀買主來臺觀展及採購：

1. 全年協助57項展覽洽邀計64名國外買主。
2. 因疫情邊境管制國外買主無法來臺，全年提供25名買主來臺觀展採購之交通、住宿等優惠服務。另帶動39名國外買主自費來臺觀展採購，辦理採購洽談會1,618場次。年度受邀買主現場商機美元281萬元，後續預估商機美元165萬元。

(三) 擴大辦理重要展覽推廣及造勢活動：

1. 協助資通訊、自行車、生技醫療、化學及製品、機械及零組件、綠能科技、循環經濟等15項產業超過26家產業公協會、10個專業PEO所主辦之國際專業展共51展，辦理國內外專案行銷活動計20案。另辦理4項產業暨展覽國際論壇及3場產業公協會主辦展覽國內推廣研討會。
2. 展覽專案輔導工作計7項新展。

(四) 臺灣國際專業展科技化服務及網站推廣：

網站流量達416萬訪次、提供買主預先登記服務達4萬3,203人

次、服務 1 萬 309 家參展廠商、廠商型錄上載率達 95.1%、於 Google 關鍵字、Facebook、Twitter 帳號、國際網站聯盟及 LinkedIn 等平台協助公協會 30 展進行網路行銷，並提供 25 項展覽買主聯合採購洽談會系統服務，計服務 820 家參展廠商及 531 名國外買主，一對一洽談會達 1,618 場次。

## 七、辦理經濟部國際貿易局委辦「推動臺灣會展產業發展計畫－會展人才培育與認證計畫」

(一)辦理會展人才培訓：辦理校院及在職培訓、職涯輔導、中央與地方政府會展研討、中高階主管培訓、新南向政策目標國家會展系列課程、國內及國際認證班等計 82 班，共計 3,504 人次參訓。

(二)推動會展專業人才認證：

1. 舉辦「會議展覽專業人員認證考試」計 1,199 人報考。

2. 109 年通過國際認證者計有 CEM 42 名、CMP 5 名、CIS 25 名。國內累計 274 位 CEM、49 位 CMP 及 100 位 CIS。

(三)人才媒合：委辦實習完成短期 371 人次、長期 53 人次。

(四)E 化學院：

1. 完成網站資安需求、學習平台系統、資料庫與程式語言升級。

2. 完成執行知識庫 25 則、數位學習 6 門及更新行動學習 APP 2 項功能、上架 3 門題庫。

(五)推動國際交流。

(六)輔導參與國際組織活動：109 年度共 2 位通過申請。

(七)為協助國內會展專業人才交流，辦理 2 場菁英營。

(八)專業幕僚：

1. 職能基準建置：109 年度更新場地業業務人員、場地業場館服務人員、場地業工程人員、獎勵旅遊業活動企劃人員、獎勵旅遊業業務人員，共 5 種職務別的職能基準。

2. 新編會議展覽專業人員認證教材 2 冊。

3. 完成蒐集 Events Industry Council (EIC) 及 Meeting Professionals International (MPI) 等組織辦理之會展人才培訓與認證制度。

**八、辦理經濟部國際貿易局委辦 109 年度「受嚴重特殊傳染性肺炎影響之紓困振興案－強化數位貿易及電子商務措施」委辦案(本計畫為跨年度計畫：109 年 4 月 16 日至 110 年 6 月 30 日)**

全球受嚴重特殊傳染性肺炎疫情衝擊，造成實體貿易趨緩，受託執行本案，提供每家出進口廠商上限 2 萬之數位貿易輔導額度，包括產品素材(專業拍照、翻譯等)、數位廣告、跨境電商平台上架等輔導方案，廠商可視自身需求自由選擇抵用，至 109 年底計完成輔導 2,838 家次廠商。另開設數位貿易學苑，提供跨境電商、數位轉型、數位行銷、數位商務 4 類主題，實體、線上、及操作體驗 3 大授課方式，提升廠商數位拓銷能力，至 109 年底計培訓 2 萬 2,957 人次。

**九、辦理經濟部國際貿易局委辦 109 年度「受嚴重特殊傳染性肺炎影響之紓困振興案－加強數位貿易及電子商務進階輔導措施」委辦案(本計畫為跨年度計畫：109 年 10 月 30 日至 110 年 6 月 30 日)**

鑒於疫情影響未減，另針對營業額衰退達 15% 之出進口廠商，提供每家出進口廠商上限 6 萬元之數位貿易輔導額度，涵蓋創新數位行銷(微電影等)、全球數位行銷、潛在買主開發、跨境電商助攻等 4 大類服務之輔導方案，廠商可視自身需求自由選擇抵用，至 109 年底計完成輔導 12 家次廠商。

**十、辦理經濟部國際貿易局委辦 109 年度「經濟部對受嚴重特殊傳染性肺炎影響之展覽主辦單位於我國舉辦展覽補助」(本計畫為跨年度計畫：109 年 8 月 13 日至 110 年 6 月 30 日)**

經濟部為協助受疫情影響之我國會展產業振興，以增進舉辦展覽活動能量，依據「經濟部對受嚴重特殊傳染性肺炎影響發生營運困難產業事業紓困振興辦法」，對受嚴重特殊傳染性肺炎影響之展覽主辦單位於我國舉辦展覽者進行補助。109年8月25日及31日分別於臺北及高雄各辦理1場補助申請說明會，總計超過105名展覽業者出席。臺北場由經濟部國際貿易局張淑逸組長主持，高雄場則由經濟部國際貿易局賴國星處長主持，於簡報後偕同本會長官聽取業者反饋意見及建議，經濟部國際貿易局於9月9日函知中華民國展覽暨會議商業同業公會及中華國際會議展覽協會維持本案補助款相關回饋機制，並請其轉知會員。

截至109年12月31日止，總計受理92件申請案件，申請金額新臺幣1億80萬元，91案已提報經濟部國際貿易局，其已核定88案，核定金額新臺幣9,680萬元。

#### **十一、辦理經濟部國際貿易局委辦109年度「經濟部辦理專業國際貿易服務業受嚴重特殊傳染性肺炎影響之艱困事業薪資及營運資金補貼案」（本計畫為跨年度計畫：109年9月1日至110年6月30日）**

嚴重特殊傳染性肺炎疫情蔓延全球，貿易拓銷活動幾乎停滯，且國外買主訂單驟減，為協助我國專業國際貿易服務業者、保障員工就業及協助業者度過難關，受經濟部國際貿易局委託執行對專業國際貿易服務業之補助事宜。

- (一)109年第3季:自受理日9月1日至受理截止日11月2日止，共計受理373案申請，核准354案，駁回19案。累計撥款金額達新臺幣3億365萬元，受惠員工達7,432人。亦於110年1月18日及19日配合經濟部國際貿易局向38間申請業者進行實地稽查作業。
- (二)109年第4季：自受理日109年11月16日至受理截止日110年2月1日，共計受理217案申請，核准212案，駁回5案。累計撥款

金額達新臺幣 7,404 萬元，受惠員工達 2,805 人，補助款項陸續核定撥付中，撥款總額預計將達到新臺幣 1 億 4,000 萬元，受惠員工將達到 3,600 人。

## 十二、辦理經濟部投資業務處委辦「109 年度產業人才海外網路鏈結暨延攬計畫」

- (一) 海外專業攬才展 1 場次，總計吸引 28 位登錄成為人才會員。
- (二) 僑外生在臺就業媒合會 3 場次，計 112 家廠商 381 位人才與會，洽談 1,076 場次，估計可促成 252 件媒合案。
- (三) 「2020 年臺灣赴日攬才團」前往大阪及東京辦理「企業與人才一對一媒合會」2 場。共計 35 家廠商參與，255 位人才到場、舉行 350 人次洽談及估計促成 63 件媒合案件。
- (四) 「2020 臺灣企業美加攬才視訊媒合會」，計有 67 位人才進行線上面談，總洽談 98 場次，收取履歷 551 份，估計約可促成媒合 24 位。
- (五) 營運及管理 Contact TAIWAN 網站
  - 1. 透過線上 Contact TAIWAN 網站進行媒合，累計協助海外人才與我國企業媒合達 7,148 人次。
  - 2. 針對企業會員發送之人才快訊，共計發行 24 期會員電子報。
  - 3. 網站後端管理機制優化，總計完成 15 個優化項目。
- (六) 2020 年經濟部攬才媒合平台，累計掌握海外人才需求計 3,265 人，累計人才供給計 2,545 人。109 年度透過經濟部人才網及各項國內外攬才活動，已成功延攬海外人才達 677 位。

## 十三、辦理外交部委辦「109 年度參加（舉辦）國外綜合商展」

共辦理 24 項展覽，其中實體 1 展、觀展團 1 展、線上 22 展，線上發表會及實體推廣活動 8 場，現場成交金額美元 3,567.6 萬元，後續商機美元 1 億 2,385.9 萬元。

## 十四、辦理外交部委辦「臺灣歐銀業務發展辦事處」

- (一) 主辦「臺灣歐銀廠商視訊座談會」、「與外貿協會駐外單位視訊會

議」、「利用貿易金融工具拓展海外市場-歐銀貿易促進計畫」臺北、臺中及臺南 3 場活動及「歐洲復興開發銀行中小企業國際顧問招募說明會」共計 6 場活動。

- (二)協辦「歐銀臺灣智慧交通線上發表會」、「永續城市論壇-臺灣會員城市大會暨永續城市論壇」、「歐銀顧問標案工作坊-歐銀採購商機說明」、「歐銀顧問標案工作坊-歐銀綠色顧問案商機」、「永續城市論壇-綠色經濟」及「歐銀資通訊線上採購洽談會」等 6 場活動。

#### 十五、辦理科技部新竹科學園區管理局委辦「109 年竹科醫療器材產業國際合作與商機鏈結採購案」

- (一)COVID-19 暨生物基因檢測方案線上發表會：7 家竹科園區生技醫療業者進行發表會宣傳短片拍攝以及線上發表會直播，吸引超過 20 國 1,400 人次專業醫療買主觀看，促成後續美元 300 萬元潛在商機。
- (二)診斷醫材新科技發表會。
- (三)8 家竹科園區醫療器材業者進行發表會宣傳短片拍攝以及線上發表會直播，吸引超過 17 國 700 人次專業醫療買主觀看，促成後續美元 103 萬元潛在商機。

#### 十六、辦理教育部青年發展署委辦「109 年度新南向商機拓展暨新創人才交流計畫」

因疫情影響，提前解約（109 年 2 月 21 日至 109 年 6 月 20 日）。

#### 十七、辦理行政院衛生福利部補助 109 年度「新南向國家國際健康產業服務推廣平臺計畫」

- (一)參加「臺灣國際醫療暨健康照護展」、「泰國臺灣形象展」及「馬來西亞臺灣形象展」，設置「臺灣健康產業形象館」，共辦理 3 場線上研討會、服務我商 27 家次、促成國內外媒體曝光報導約 170 篇、44 場次一對一洽談。

- (二)辦理臺灣特色醫療線上行銷宣傳活動印尼、泰國及馬來西亞共 3 場次，全球僑臺商健康講座共 2 場次，以及台灣國際醫療再出發座談會 1 場，共服務我商共 52 家次、媒體露出 72 篇、線上瀏覽人數超過 5,283 人次。
- (三)於越南、馬來西亞、印尼及緬甸 4 國各設置 1 個國際醫療諮詢服務中心持續營運並提供國際醫療諮詢服務。
- (四)針對國際醫療服務之發展與趨勢，提供臺灣國際醫療行銷推廣策略報告 1 篇。蒐集彙整 2021 年於新南向國家辦理之健康醫療展資訊，共計蒐集 10 個國家、32 場次國際型醫療相關展覽資訊。

#### 十八、辦理行政院農業委員會委辦「2020 年臺灣蔬果節計畫」

協助國產優質蔬果開發新興市場及深耕既有成熟市場，與我蔬果出口業者及目標市場蔬果進口商和通路業者合作，分別在韓國、中國大陸、香港、馬來西亞、新加坡及美國等國辦理 10 場「臺灣蔬果節」促銷活動，推廣鳳梨、芭樂、愛文芒果、菇類、苦瓜及地瓜等 30 餘種臺灣蔬果，促成採購金額新臺幣 1 億 2,022 萬 6,124 元。

#### 十九、辦理經濟部智慧財產局委辦「2020 年台灣創新技術博覽會」

本展分為發明競賽區及三大主題館，總計 461 家廠商參展（含加拿大、阿拉伯聯合大公國等計 10 國之外商），使用 956 個攤位。展期總參觀人次達 5 萬 9,421 人，其中包括 32 名國外買主及 1,871 位國內業者換證參觀。

#### 二十、辦理國家發展委員會委辦「雙語國家政策行政法人籌備專案辦公室委託辦理計畫案」（本計畫為跨年度計畫：109 年 9 月 30 至 110 年 9 月 29 日）

##### （一）雙語國家政策專案辦公室之成立：

於 109 年 9 月 30 日成立，10 月 20 日全體人員進駐國家發展委員會寶慶聯合大樓辦公，並於 10 月 28 日正式掛牌。

(二) 辦理「2030 雙語國家政策」諮詢會議：

1. 已於 109 年 11 月至 12 月完成 4 場諮詢會議，會議由國家發展委員會龔明鑫主任委員及教育部潘文忠部長共同主持，蔡英文總統、賴清德副總統蒞臨指導，邀請業界與教育界等領域專家學者進行交流討論。
2. 本辦公室負責聯繫洽邀諮詢代表、布置會場、會議流程安排、製作會議簡報、撰寫會議紀錄、逐字稿及摘要等。

(三) 辦理雙語國家政策各項推動工作：

1. 每日提報雙語國家政策相關新聞及外界關切議題。
2. 就立委關於雙語國家政策問題提供擬答及逐字稿。
3. 各項雙語國家政策內容發想：擴充英語檢測量能、專業領域英語能力檢測、電視節目提供雙語字幕選擇、社會系統輔助英語學習、英語友善標章等。

(四) 整備雙語國家政策行政法人成立各項前置工作：

1. 規劃行政法人之成立目的、業務範疇及董監事成員。
2. 草擬行政法人設置條例草案：已於 109 年 10 月完成，並向各部會徵詢意見後，預告版之設置條例草案業經國家發展委員會奉核並於 109 年 12 月 25 日完成公告。
3. 草擬行政法人成立所設法規命令，以及相關人事、財務、會計等內部規章。

**二十一、 辦理臺北市政府觀光傳播局委辦 109 年度「2020 臺北市 MICE 短期執行計畫委託服務勞務採購案」(本計畫為跨年度計畫:109 年 4 月 11 日至 110 年 12 月 31 日)**

(一) 會展服務：辦理會展補贊助申請 142 案，成功爭取會展案源 30 案及提供行政協助 20 案。

(二) 臺北市 MICE 短期執行計畫：

1. 辦理 1 場臺北市特殊秘境旅遊課程。
2. 辦理 1 場國內 MICE 業者體驗學習之旅。
3. 建置「臺北市會展安全服務鏈」及「臺北市綠色會展服務鏈」。
4. 建置臺北市 MICE 業者資料庫。
5. 建置特色場地資料庫（280 筆）、MICE 旅遊資料庫（75 筆）及多元遊程資料庫（90 筆）。
6. 經營 Taipei MICE Facebook 粉絲頁，辦理 2 場次社群媒體活動。
7. 發行 18 篇 Taipei MICE 中英文電子報。

(三) 行銷推廣：

1. 參加 2 場次線上國際 MICE 展覽及推廣活動。
2. 辦理 2 場會展公協會與業者領袖會議及 1 場競標經驗分享會。
3. 辦理 3 場次補贊助說明會。

(四) 產業研究：

1. 進行目標市場意見調查，俾洞察臺北市作為獎勵旅遊城市的優勢與劣勢，訪談國內 10 家獎勵旅遊業者，撰寫質化研究報告。
2. 撰寫臺北市 2020 及 2021 年度行銷計畫。

## 二十二、辦理臺北市政府委辦「109 年度臺北市經貿拓銷計畫」

(一) 辦理線上經貿拓銷團：109 年 7、8、9 月連續辦理 3 場的「2020 臺北市線上經貿拓銷團」，網上連線亞太區的 10 個國家，分別為 7 月份：新加坡、馬來西亞、印尼；8 月份：泰國、菲律賓、越南與 9 月份：日本、韓國、紐西蘭與澳洲，總計 101 家次臺北市廠商參加活動，吸引超過 500 家海外買主，逾 540 洽談場次，創造美元 5,356.4 萬元的潛在商機，約新臺幣 16 億元。

(二) 三場活動重要成果分述如下：

1. 7 月 23 日：新加坡、馬來西亞、印尼，共徵集 28 家國內業者，吸引超過 116 位買主洽談，促成後續美元 3,252.2 萬元商機。
2. 8 月 28 日：越南、泰國、菲律賓，共徵集 34 家國內業者，吸引

超過 170 位買主洽談，促成後續美元 1,544.6 萬元商機。

3.9 月 15 日：日本、韓國、紐西蘭、澳洲，共徵集 39 家國內業者，吸引超過 215 位買主洽談，促成後續美元 559.6 萬元商機。

### **二十三、辦理臺北市政府產業發展局委辦 108 年度「產業投資服務計畫」 (本計畫為跨年度計畫：108 年 5 月 1 日至 109 年 4 月 30 日)**

- (一)宣傳臺北市經貿環境，吸引國外企業投資臺北。建立專人專責單一諮詢窗口，提供一站式服務。
- (二)蒐集整理投資基礎資訊、產經動態、研提招商產業策略、串連交流平台（如不動產業者、會計師、駐臺國際商會、國內其他招商單位），增加服務深度及廣度。
- (三)營運及優化 ITO 網站、運用數位媒體（LinkedIn、YouTube 等）及編修臺北 Index 2019 手冊加強廣宣。
- (四)109 年成功開發 45 件案源並促成 11 件來臺考察案。

### **二十四、辦理桃園市政府經濟發展局委辦「2020 年桃園國際採購商機大會」**

- (一)洽邀包括自歐、美、日、新南向國家等 46 家國外買主，與我 86 家業者進行採購洽談，計 159 洽談場次。
- (二)辦理 1 場記者會與 1 場大會講座，總計邀請 106 位業者、媒體與各界代表參加，新聞稿露出 50 則，另刊登 2 則平面媒體。

### **二十五、辦理臺中市政府委辦「2019 臺中市創新產業出口拓銷計畫委託專業服務案（越南、泰國、印度）」**

因嚴重特殊傳染性肺炎疫情影響，臺中市政府終止全部契約，獲臺中市政府補償新臺幣 25 萬 4,794 元。

### **二十六、辦理臺中市政府經濟發展局委辦「2020 臺中市創新產業出口拓銷計畫委託專業服務案（土埃阿聯）」**

因嚴重特殊傳染性肺炎疫情影響，臺中市政府終止全部契約。

## 乙、政府補助計畫

### 一、辦理經濟部國際貿易局補助「2020年臺灣國際漁業展」

109年全臺唯一漁產業國際專業展「2020年臺灣國際漁業展(TIFSS)」於12月3日至5日舉辦，3天展期吸引逾近5,000名專業人士進場參觀，除實體展獲商機捷報，同時間舉行的線上媒合採洽(10/19~12/6)，計來自美國、巴西、中國大陸、香港、越南及新加坡6國7位買主，與我11家參展商進行11場次媒合洽談，透過本次展覽串連疫情後智慧漁業、養殖創新生產、新型船體等趨勢，後續商機可期。

### 二、辦理行政院農業委員會補助「2020年臺灣農漁畜產品香港行銷計畫」

辦理「臺灣優質夏季水果特賣會」、「臺灣優質料理食材暨冷凍食品展售會」、「臺灣優質冬季水果特賣會暨特選手信快閃活動(糕餅、豬肉製品)」、「臺灣特選手信暨優質冬季水果特賣會」共4場短期促銷活動及2場假日快閃活動。109年全年銷售額計港幣1,015萬526.1元(約新臺幣3,826萬7,483元)，共引進148項新品項；4家展售商全年自臺採購總計港幣8,525萬4,209.47元(約新臺幣3億2,396萬元)。

### 三、辦理行政院農業委員會補助「109年鳳梨釋迦新南向市場試銷計畫」

為分散臺灣鳳梨、釋迦出口高度集中中國大陸市場之風險，在新南向國家辦理試銷推廣活動，補助宜捷威行銷經費，於馬來西亞AEON、Jaya Grocer和Isetan超市，及新加坡NTUC Farprice超市辦理73場次鳳梨釋迦試銷活動，輸銷馬星兩國計28.116公噸。

### 四、辦理行政院農業委員會補助「109年臺灣鳳梨中國大陸市場促銷計畫」

為減少疫情衝擊鳳梨外銷情形，鼓勵業者出口臺灣鳳梨至中國大陸市場，由臺灣蔬果輸出業同業公會受理9家業者申請，與當地通路合辦實體或線上促銷活動，獎勵200場活動，獎勵金新臺幣400萬元；另依業者於活動執行期間出口重量發放績效獎勵金，總計出口7,263.178公噸，獎勵金新臺幣726萬3,178元，本案獎勵金總額為

新臺幣 1,126 萬 3,178 元，促進業者於當地通路促銷及宣傳臺灣鳳梨。

**五、辦理行政院農業委員會補助「109 年臺灣番石榴首輸美國行銷計畫」**

協助臺灣芭樂把握首波商機拓展美國市場，委託台灣設計研究院規劃設計番石榴形象並輸出相關 B2B 及 B2C 文宣資料，並轉請本會駐美轄區台貿中心協助轉發相關業者宣傳，促進美國市場認識臺灣芭樂。

**六、辦理行政院農業委員會及臺南市政府農業局補助之「2020 年臺南熱帶水果及加工品國際採購日計畫」**

因疫情全球蔓延，無法邀請國際買主來臺，改採以視訊方式辦理，共邀請日本、韓國、中國大陸(含香港)、新加坡、荷蘭、澳洲、馬來西亞及加拿大等 8 個國家共 24 家買主與我國 37 家供應商進行 108 場一對一視訊洽談，促成未來一年採購商機美元 1,305 萬元。

## 伍、109 年度本會與大陸民間團體簽署合作行為

| 計畫名稱                             | 本會簽署名稱 | 大陸簽署單位                           | 執行單位  |
|----------------------------------|--------|----------------------------------|-------|
| 第 127 屆中國進出口商品交易會<br>(春季廣交會)一期   | 台灣貿易中心 | 海峽兩岸經貿交流協會(海貿會)                  | 市場拓展處 |
| 第 128 屆中國進出口商品交易會<br>(秋季廣交會)一期   | 台灣貿易中心 | 海峽兩岸經貿交流協會(海貿會)                  | 市場拓展處 |
| 2020 年中國國際進口博覽會                  | 台灣貿易中心 | 海峽兩岸經貿交流協會(海貿會)                  | 市場拓展處 |
| 2020 年全球自有品牌產品亞洲展                | 台灣貿易中心 | 跨采(上海)廣告有限公司                     | 產業拓展處 |
| 2020 年福州海峽兩岸經貿交易會 <sup>註 1</sup> | 台灣貿易中心 | 福州海峽兩岸經貿交易會組委會                   | 行銷專案處 |
| 海峽兩岸自行車展 <sup>註 2</sup>          | 台灣貿易中心 | 海貿會/貿促會                          | 展覽業務處 |
| 海峽兩岸體育用品展 <sup>註 2</sup>         | 台灣貿易中心 | 中展海外展覽有限公司(貿促會)                  | 展覽業務處 |
| 海峽兩岸電腦展 <sup>註 2</sup>           | 台灣貿易中心 | 海貿會/貿促會                          | 展覽業務處 |
| 海峽兩岸食品展 <sup>註 2</sup>           | 台灣貿易中心 | 海貿會                              | 展覽業務處 |
| 海峽兩岸電子信息暨自動化設備展 <sup>註 2</sup>   | 台灣貿易中心 | 中國機電產品進出口商會                      | 展覽業務處 |
| 海峽兩岸高雄食品展 <sup>註 2</sup>         | 台灣貿易中心 | 海貿會                              | 展覽業務處 |
| 海峽兩岸扣件展 <sup>註 2</sup>           | 台灣貿易中心 | 海峽兩岸經貿交流協會(海貿會)及海峽經濟科技合作中心(經科中心) | 展覽業務處 |
| 海峽兩岸塑橡膠工業展 <sup>註 2</sup>        | 台灣貿易中心 | 貿促會                              | 展覽業務處 |

備註：

1. 因嚴重特殊傳染性肺炎疫情影響，取消參展。
2. 因嚴重特殊傳染性肺炎疫情影響，而未辦理。



## 財團法人中華民國對外貿易發展協會

## 收支營運決算表

中華民國109年度

單位：新臺幣元

| 上年度決算數        | 項 目         | 本年度預算數<br>(1) | 本年度決算數<br>(2) | 比較增(減)            |                      | 說 明  |
|---------------|-------------|---------------|---------------|-------------------|----------------------|--|
|               |             |               |               | 金額<br>(3)=(2)-(1) | %<br>(4)=(3)/(1)*100 |  |
| 7,848,876,960 | 收入          | 8,087,360,000 | 4,759,334,870 | (3,328,025,130)   | (41.15)              |  |
| 7,612,139,446 | 業務收入        | 7,862,051,000 | 4,573,075,898 | (3,288,975,102)   | (41.83)              |  |
| 5,397,636,477 | 勞務收入        | 5,559,816,000 | 3,284,105,425 | (2,275,710,575)   | (40.93)              |  |
| 3,544,576,959 | 政府委辦計畫收入    | 3,581,464,000 | 2,859,957,696 | (721,506,304)     | (20.15)              | 受疫情影響，海外實體拓銷活動幾近停擺，雖改為運用線上洽談、視訊採購等數位貿易作法服務業者，因線上、視訊等方式所需成本仍較實體活動降低，致決算數較預算數減少。 |
| 18,413,320    | 政府補助計畫收入    | 6,950,000     | 8,085,887     | 1,135,887         | 16.34                | 新增辦理「109年鳳梨釋迦新南向市場試銷計畫」、「109年臺灣番石榴首輪美國行銷計畫」等政府補助計畫。                            |
| 1,834,646,198 | 服務收入        | 1,971,402,000 | 416,061,842   | (1,555,340,158)   | (78.90)              | 受疫情影響，多數自辦專業展覽未辦理，致收入減列。   |
| 2,214,502,969 | 其他業務收入      | 2,302,235,000 | 1,288,970,473 | (1,013,264,527)   | (44.01)              | 受疫情影響，展場租借衰退約4成至5成，致收入減列。  |
| 236,737,514   | 業務外收入       | 225,309,000   | 186,258,972   | (39,050,028)      | (17.33)              |  |
| 231,634,224   | 財務收入        | 225,309,000   | 185,623,470   | (39,685,530)      | (17.61)              | 投資性不動產收入減少及投資收益不如預期。降息銀行利率亦調降影響，致利息收入減少。                                       |
| 5,103,290     | 其他業務外收入     | 0             | 635,502       | 635,502           | -                    | 主係保管款逾期未領轉列收入等。  |
| 7,786,050,784 | 支出          | 8,185,243,000 | 5,604,996,494 | (2,580,246,506)   | (31.52)              |  |
| 7,735,755,915 | 業務支出        | 8,162,768,000 | 5,578,514,505 | (2,584,253,495)   | (31.66)              |  |
| 5,161,964,715 | 勞務成本        | 5,553,936,000 | 3,495,976,889 | (2,057,959,111)   | (37.05)              |  |
| 3,544,576,959 | 政府委辦計畫支出    | 3,581,464,000 | 2,859,957,696 | (721,506,304)     | (20.15)              | 受疫情影響，海外實體拓銷活動幾近停擺，雖改為運用線上洽談、視訊採購等數位貿易作法服務業者，因線上、視訊等方式所需成本仍較實體活動降低，致決算數較預算數減少。 |
| 18,413,320    | 政府補助計畫支出    | 6,950,000     | 7,925,887     | 975,887           | 14.04                | 新增辦理「109年鳳梨釋迦新南向市場試銷計畫」、「109年臺灣番石榴首輪美國行銷計畫」等政府補助計畫。                            |
| 1,598,974,436 | 服務支出        | 1,965,522,000 | 628,093,306   | (1,337,428,694)   | (68.04)              | 受疫情影響，多數自辦專業展覽未辦理，致支出減列。   |
| 339,006,750   | 管理費用        | 369,109,000   | 322,789,893   | (46,319,107)      | (12.55)              | 擲節經費節省支出，故較預算減少。   |
| 2,234,784,450 | 其他業務支出      | 2,239,723,000 | 1,759,747,723 | (479,975,277)     | (21.43)              | 1. 受疫情影響，權利金獲減繳50%。<br>2. 部分硬體維修暫緩施作，致支出減列。                                    |
| 33,264,926    | 業務外支出       | 22,475,000    | 26,481,989    | 4,006,989         | 17.83                |  |
| 32,298,845    | 財務費用        | 17,445,000    | 25,727,289    | 8,282,289         | 47.48                | 主係匯率變動造成兌換損失及投資性不動產支出增加。   |
| 966,081       | 其他業務外支出     | 5,030,000     | 754,700       | (4,275,300)       | (85.00)              | 受疫情影響，展場活動使用率降低，原預計本年度報廢之不動產、廠房及設備仍得堪用，延後報廢，致支出減列。                             |
| 17,029,943    | 所得稅費用(利益)   | 0             | 0             | 0                 | 0.00                 | 本年度為短絀，故無所得稅費用。  |
| 62,826,176    | 本期賸餘(短絀)    | (97,883,000)  | (845,661,624) | (747,778,624)     | 763.95               | 本年度預算及決算皆為短絀，故增減百分比為正數。  |
| 上年度決算數        | 項 目         | 本年度預算數        | 本年度決算數        | 比較增(減)            |                      |  |
|               |             |               |               | 金 額               | %                    |  |
|               | 本期其他綜合餘絀    |               |               |                   |                      |  |
| 55,138,194    | 確定福利計畫之再衡量數 | 0             | 36,312,175    | 36,312,175        | -                    |  |
| 55,138,194    | 本期其他綜合餘絀合計  | 0             | 36,312,175    | 36,312,175        | -                    |  |

財團法人中華民國對外貿易發展協會  
現金流量決算表  
中華民國109年度

單位：新臺幣元

| 項 目                       | 本 年 度<br>決 算 數 | 說 明                    |
|---------------------------|----------------|------------------------|
| <b>營業活動之現金流量</b>          |                |                        |
| 繼續營業單位稅前賸餘(短絀)            | (845,661,624)  |                        |
| 本期稅前賸餘(短絀)                | (845,661,624)  |                        |
| 調整非現金項目：                  |                |                        |
| 折舊費用                      | 51,802,678     |                        |
| 攤銷費用                      | 3,985,164      |                        |
| 利息費用                      | 39,588         |                        |
| 採用權益法之關聯企業及合資損失(利益)之份額    | 11,324,704     | 係投資世貿公司及國貿大樓採用權益法投資損益。 |
| 處分及報廢不動產、廠房及設備損失(利益)      | 693,651        |                        |
| 與營業活動相關之資產／負債變動數          |                |                        |
| 應收票據(增加)減少                | (3,469,119)    |                        |
| 應收帳款(增加)減少                | 157,816,948    |                        |
| 預付款項(增加)減少                | 73,674,325     |                        |
| 其他流動資產(增加)減少              | (8,198,265)    |                        |
| 其他金融資產(增加)減少              | 613,796,378    |                        |
| 其他應付款項增加(減少)              | (185,823,876)  |                        |
| 其他流動負債-預收款項增加(減少)         | (311,326,968)  |                        |
| 其他流動負債-暫收款增加(減少)          | 67,291,664     |                        |
| 其他流動負債-代收款增加(減少)          | 498,160,327    |                        |
| 淨確定福利負債增加(減少)             | 45,390,219     |                        |
| 支付之利息                     | (39,588)       |                        |
| 營業活動之淨現金流入(流出)            | 169,456,206    |                        |
| <b>投資活動之現金流量</b>          |                |                        |
| 取得不動產、廠房及設備               | (76,419,978)   |                        |
| 處分不動產、廠房及設備               | 86,994         |                        |
| 取得無形資產                    | (4,894,614)    |                        |
| 其他非流動資產-預付設備／工程款(增加)減少    | 37,670,043     |                        |
| 其他非流動資產-存出保證金(增加)減少       | (5,890,208)    |                        |
| 其他非流動資產-淨確定福利資產-非流動(增加)減少 | (38,208,381)   |                        |
| 其他非流動資產-質押定期存款-非流動(增加)減少  | (29,554,926)   |                        |
| 投資活動之淨現金流入(流出)            | (117,211,070)  |                        |
| <b>籌資活動之現金流量</b>          |                |                        |
| 其他非流動負債-存入保證金增加(減少)       | (47,575,600)   |                        |
| 其他非流動負債-保管款增加(減少)         | (143,009)      |                        |
| 籌資活動之淨現金流入(流出)            | (47,718,609)   |                        |
| 本期現金及約當現金增加(減少)數          | 4,526,527      |                        |
| 期初現金及約當現金餘額               | 2,723,754,053  |                        |
| 期末現金及約當現金餘額               | 2,728,280,580  |                        |

## 財團法人中華民國對外貿易發展協會

## 淨值變動表

中華民國109年度

單位：新臺幣元

| 項 目           | 本年度<br>期初餘額<br>(1) | 本年度        |             | 本年度<br>期末餘額<br>(4)=(1)+(2)-(3) | 說 明            |
|---------------|--------------------|------------|-------------|--------------------------------|----------------|
|               |                    | 增 加<br>(2) | 減 少<br>(3)  |                                |                |
| <b>基金</b>     | 5,264,638,162      |            |             | 5,264,638,162                  |                |
| 創立基金          | 40,000,000         |            |             | 40,000,000                     |                |
| 其他基金          | 5,224,638,162      |            |             | 5,224,638,162                  |                |
| <b>公積</b>     | 2,000,259,821      |            |             | 2,000,259,821                  |                |
| 其他公積          | 2,000,259,821      |            |             | 2,000,259,821                  |                |
| <b>累積餘絀</b>   | 1,918,326,263      |            |             | 1,072,664,639                  |                |
| 累積賸餘          | 1,918,326,263      |            | 845,661,624 | 1,072,664,639                  | 109年度短絀轉入累積賸餘。 |
| <b>淨值其他項目</b> | 46,460,236         | 36,312,175 |             | 82,772,411                     |                |
| 確定福利計畫之再衡量數   | 46,460,236         | 36,312,175 |             | 82,772,411                     | 確定福利計畫之精算損益。   |
| <b>合 計</b>    | 9,229,684,482      | 36,312,175 | 845,661,624 | 8,420,335,033                  |                |

財團法人中華民國對外貿易發展協會  
資 產 負 債 表  
中華民國109年12月31日

單位：新臺幣元

| 項 目            | 本年度決算數<br>(1)         | 上年度決算數<br>(2)         | 比 較 增 ( 減 )          |                      |
|----------------|-----------------------|-----------------------|----------------------|----------------------|
|                |                       |                       | 金額<br>(3)=(1)-(2)    | %<br>(4)=(3)/(2)*100 |
| 流動資產           | 8,499,994,417         | 9,329,088,157         | (829,093,740)        | (8.89)               |
| 現金及約當現金        | 2,728,280,580         | 2,723,754,053         | 4,526,527            | 0.17                 |
| 其他金融資產-流動      | 4,854,310,015         | 5,468,106,393         | (613,796,378)        | (11.23)              |
| 應收票據淨額         | 4,647,407             | 1,178,288             | 3,469,119            | 294.42               |
| 應收帳款淨額         | 759,529,775           | 917,346,723           | (157,816,948)        | (17.20)              |
| 預付款項           | 139,143,915           | 212,818,240           | (73,674,325)         | (34.62)              |
| 其他流動資產         | 14,082,725            | 5,884,460             | 8,198,265            | 139.32               |
| 非流動資產          | 2,599,750,001         | 2,550,345,128         | 49,404,873           | 1.94                 |
| 以成本衡量之金融資產-非流動 | 20,000,000            | 20,000,000            | 0                    | 0.00                 |
| 採用權益法之投資       | 682,582,846           | 693,907,550           | (11,324,704)         | (1.63)               |
| 不動產、廠房及設備      | 682,376,658           | 697,991,915           | (15,615,257)         | (2.24)               |
| 投資性不動產         | 208,128,865           | 168,676,953           | 39,451,912           | 23.39                |
| 無形資產           | 13,066,265            | 12,156,815            | 909,450              | 7.48                 |
| 其他非流動資產        | 993,595,367           | 957,611,895           | 35,983,472           | 3.76                 |
| <b>資產合計</b>    | <b>11,099,744,418</b> | <b>11,879,433,285</b> | <b>(779,688,867)</b> | <b>(6.56)</b>        |
| 流動負債           | 2,442,441,911         | 2,374,140,764         | 68,301,147           | 2.88                 |
| 其他應付款          | 740,176,681           | 926,000,557           | (185,823,876)        | (20.07)              |
| 當期所得稅負債        | 38,927,774            | 38,927,774            | 0                    | 0.00                 |
| 其他流動負債         | 1,663,337,456         | 1,409,212,433         | 254,125,023          | 18.03                |
| 非流動負債          | 236,967,474           | 275,608,039           | (38,640,565)         | (14.02)              |
| 遞延所得稅負債        | 19,136,405            | 10,058,361            | 9,078,044            | 90.25                |
| 其他非流動負債        | 217,831,069           | 265,549,678           | (47,718,609)         | (17.97)              |
| <b>負債合計</b>    | <b>2,679,409,385</b>  | <b>2,649,748,803</b>  | <b>29,660,582</b>    | <b>1.12</b>          |
| 基金             | 5,264,638,162         | 5,264,638,162         | 0                    | 0.00                 |
| 創立基金           | 40,000,000            | 40,000,000            | 0                    | 0.00                 |
| 其他基金           | 5,224,638,162         | 5,224,638,162         | 0                    | 0.00                 |
| 公積             | 2,000,259,821         | 2,000,259,821         | 0                    | 0.00                 |
| 其他公積           | 2,000,259,821         | 2,000,259,821         | 0                    | 0.00                 |
| 累積餘絀           | 1,072,664,639         | 1,918,326,263         | (845,661,624)        | (44.08)              |
| 累積賸餘(短絀)       | 1,072,664,639         | 1,918,326,263         | (845,661,624)        | (44.08)              |
| 淨值其他項目         | 82,772,411            | 46,460,236            | 36,312,175           | 78.16                |
| <b>淨值合計</b>    | <b>8,420,335,033</b>  | <b>9,229,684,482</b>  | <b>(809,349,449)</b> | <b>(8.77)</b>        |
| <b>負債及淨值合計</b> | <b>11,099,744,418</b> | <b>11,879,433,285</b> | <b>(779,688,867)</b> | <b>(6.56)</b>        |

主辦會計：



董事長：



財團法人中華民國對外貿易發展協會

監察人監察報告書

本會 109 年度決算書(含工作報告及財務報表)，其中財務報表業經立本台灣聯合會計師事務所許坤錫會計師查核簽證，並於 110 年 4 月 22 日出具無保留意見之查核報告書。上開決算書復於提請董事會通過後送本監察人查核竣事，認為尚無不符，爰依財團法人法第 25 條第 2 項規定備具本監察報告書。

監察人 尤瑞彬

尤瑞彬

中 華 民 國 110 年 5 月 3 日

# 財團法人中華民國對外貿易發展協會

## 監察人監察報告書

本會 109 年度決算書(含工作報告及財務報表)，其中財務報表業經立本台灣聯合會計師事務所許坤錫會計師查核簽證，並於 110 年 4 月 22 日出具無保留意見之查核報告書。上開決算書復於提請董事會通過後送本監察人查核竣事，認為尚無不符，爰依財團法人法第 25 條第 2 項規定備具本監察報告書。

監察人 王榮周 王榮周

中華民國 110 年 4 月 28 日

# 財團法人中華民國對外貿易發展協會

## 監察人監察報告書

本會 109 年度決算書(含工作報告及財務報表)，其中財務報表業經立本台灣聯合會計師事務所許坤錫會計師查核簽證，並於 110 年 4 月 22 日出具無保留意見之查核報告書。上開決算書復於提請董事會通過後送本監察人查核竣事，認為尚無不符，爰依財團法人法第 25 條第 2 項規定備具本監察報告書。

何宏哲

監察人 何宏哲

中 華 民 國 110 年 4 月 28 日

財團法人中華民國對外貿易發展協會

監察人監察報告書

本會 109 年度決算書(含工作報告及財務報表)，其中財務報表業經立本台灣聯合會計師事務所許坤錫會計師查核簽證，並於 110 年 4 月 22 日出具無保留意見之查核報告書。上開決算書復於提請董事會通過後送本監察人查核竣事，認為尚無不符，爰依財團法人法第 25 條第 2 項規定備具本監察報告書。

監察人 林清池

林清池 

中 華 民 國 110 年 5 月 6 日

# 財團法人中華民國對外貿易發展協會

## 監察人監察報告書

本會 109 年度決算書(含工作報告及財務報表)，其中財務報表業經立本台灣聯合會計師事務所許坤錫會計師查核簽證，並於 110 年 4 月 22 日出具無保留意見之查核報告書。上開決算書復於提請董事會通過後送本監察人查核竣事，認為尚無不符，爰依財團法人法第 25 條第 2 項規定備具本監察報告書。

監察人 孫 慧 孫 慧

中 華 民 國 110 年 4 月 29 日

財團法人中華民國對外貿易發展協會

監察人監察報告書

本會 109 年度決算書(含工作報告及財務報表)，其中財務報表業經立本台灣聯合會計師事務所許坤錫會計師查核簽證，並於 110 年 4 月 22 日出具無保留意見之查核報告書。上開決算書復於提請董事會通過後送本監察人查核竣事，認為尚無不符，爰依財團法人法第 25 條第 2 項規定備具本監察報告書。

監察人 莊義隆

莊義隆  
2021-4-28

中 華 民 國            年            月            日

財團法人中華民國對外貿易發展協會

監察人監察報告書

本會 109 年度決算書(含工作報告及財務報表)，其中財務報表業經立本台灣聯合會計師事務所許坤錫會計師查核簽證，並於 110 年 4 月 22 日出具無保留意見之查核報告書。上開決算書復於提請董事會通過後送本監察人查核竣事，認為尚無不符，爰依財團法人法第 25 條第 2 項規定備具本監察報告書。

監察人黃烈啟

黃烈啟

中華民國 110 年 5 月 12 日