中華民國對外貿易發展協會

110 年 度 預 算 書

中華民國對外貿易發展協會 編

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、110 年度預算表 P.9

中華民國對外貿易發展協會

中華民國 110 年度工作計畫

一、計畫重點

（一）掌握產業趨勢，議題行銷臺灣，達出口產業多元化。

（二）全方位拓展國際市場，加強協助業者開拓重點與新興市場，擴大出口。

（三）針對新南向政策的東協與南亞市場特性與需求，結合我國法人及智庫研究能量，採取差異化創新行銷模式。

（四）擴大邀請外商來臺採購，以各項客製化拓銷專案，協助廠商爭取商機。

（五）營運「國際行銷諮詢中心」，建立客製化、一站式、專業化諮詢服務窗口，提供業者中長期培訓建議案或短期立竿見影的拓銷方案。

（六）客製化服務協助中堅企業行銷全球。

（七）聚焦具國際競爭力之服務業，加強國際行銷推廣活動。

（八）推動國際策略聯盟合作、全球布局計畫及延攬海外人才，增加廠商之市場競爭力。

（九）執行經濟部「推動臺灣會展產業發展計畫—會展產業整體計畫及會展人才培育與認證計畫」，強化台灣會展品牌國際形象、產業經營能力及國際競爭力，達到台灣會展國際化、綠色化、科技化與精緻化的目標。

（十）提升展會國際競爭力，辦理臺灣國際專業展，協助業者爭取商機。

（十一）提供專業化經貿資訊服務，協助國內業者掌握全球經貿脈動。

（十二）營運台灣經貿網 TaiwanTrade，配合政策推廣電子商務，發揮網路行銷效益。

（十三）建立整體網路工作環境。

（十四）培訓貿易實務與國際行銷專業人才。

（十五）落實本會桃園、新竹、台中、台南、高雄等國內據點服務在地化推廣，協助地方業者拓展對外貿易。

（十六）提升本會駐外單位功能，積極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	2,227,029
2. 廠商配合款收入	281,589
收入合計	**2,508,618**
支出部分	
1. 國際市場開發工作計畫	1,044,080
2. 商情資訊服務工作計畫	352,622
3. 國際企業人才培訓工作計畫	260,625
4. 海外據點業務拓展工作計畫	851,291
支出合計	**2,508,618**

（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	1,246,527
2. 政府及其他單位補助撥入款	7,280
3. 非政府單位委辦撥入款	17,842
4. 廠商配合款收入	35,296
5. 其他收入	504,731
收入合計	**1,811,676**
支出部分	
1. 國際市場開發工作計畫	1,131,550
2. 商情資訊服務工作計畫	64,844
3. 國際企業人才培訓工作計畫	27,225
4. 海外據點業務拓展工作計畫	48,402
5. 加強提升我國展覽國際競爭力工作計畫	307,715
6. 推動臺灣會展產業發展計畫	146,533
7. 其他工作計畫	442,964
支出合計	**2,169,233**
結餘（短絀）	**(357,557)**

（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	1,805,339
2. 營運南港國際展覽中心 1、2 館	1,173,493
收入合計	**2,978,832**
支出部分	
1. 營運展覽中心及會議中心	1,893,916
2. 營運南港國際展覽中心 1、2 館	1,142,410
支出合計	**3,036,326**
結餘（短絀）	**(57,494)**

三、預期績效

（一）籌組參展團、拓銷團及貿易訪問團，赴開拓重點與新興市場，拓展商機，爭取交易機會。

（二）辦理新南向臺灣形象展，除商業活動，亦透過文化、觀光、科技等展出內容，藉以提升臺灣多面向的國際能見度。

（三）由具海外市場拓銷經驗的顧問團隊，串連政府輔導資源，依據中小企業對於國際行銷的需求，提供中小企業改善體質、強化競爭力的中、長期行銷建議案、或提供能馬上立竿見影的短期拓銷方案。

（四）協助更多臺灣中小企業與國際買主接軌及商談，依據新南向市場、歐美日、中國大陸及新興市場辦理區域市場商機日，或依據產業特性辦理產業聚落採購日及全球採購夥伴大會等活動，降低廠商遠赴海外拓銷成本，並促進產業發展及升級，協助我商爭取更多訂單。

（五）撰寫專題研析並辦理海外重點市場調查；定期分析我國對主要及重點市場出口狀況、各市場進口情形與我競爭國市占率消長，提供我商拓銷所需市場分析與資訊。

（六）聚焦具國際競爭力之服務業，以推動健康產業、長照產業、生技醫藥、特色醫療系統、文化創意產業、連鎖加盟、綜合服務為核心服務產業，針對目標市場辦理產業市調，提供拓銷參考，據以辦理國際行銷推廣活動。

（七）與駐外單位合作，除開發策略聯盟合作案源及協助安排來臺考察行程外，亦透過駐地相關活動，開發人才會員，並配合參加攬才展或辦理攬才說明會、攬才團等相關活動。

（八）強化培訓會展新南向及高階人才，配合地方政府發展培育會展所需人才，以及推動國際接軌及會展青年培育工作。

（九）協助業者及國內 NGO 爭取國際會議及獎旅活動來臺辦理，包括開發案源、輔導競標、建構資源庫，以及提供諮詢暨協助。另組成個案輔導小組，提供各種諮詢輔導服務，提升整體素質，厚植會展業者競爭力。

（十）規劃辦理 40 項專業展，同時在新南向國家辦理 3 項國外專業展。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。

（十一）強化 Taiwantrade 台灣經貿網機制，提升平臺順暢度增加互動意願，並加強網站經貿商情及商機內容，提供完整電子市集服務。提供客

製化台灣經貿網電子報，可依據訂戶偏好產業與關鍵字接收商情、商機、活動、產品等資訊。

（十二）買賣旺線上交易服務，導入 Google 購物廣告，即時顯示商品資訊，多元管道提升我商產品曝光量，近而促進轉單率。

（十三）辦理主題式電商研討會、專業電商課程及會員教育訓練，導入分級認證機制，以協助我商強化電商能力，提供台灣經貿網為實作平台，增加實作工作坊辦理次數，並布建線上及線下「數位學習教室」，提升廠商運用網路行銷能力。

（十四）地方辦事處擴大服務各地中小企業，協助台灣廠商轉型數位貿易，快速拓銷海外市場，同時與地方政府、工商團體及群聚產業公協會合作辦理經貿相關活動。

（十五）駐外單位除積極配合會本部執行各項推廣業務，協助辦理參展團及貿訪團等活動，爭取大型外商來臺採購外，亦加強外館自主開發重大商機案源，掌握海外政策衍生商機。蒐集及撰寫商情，提供規劃性產業及專業報告等商情資訊服務；推廣臺灣經貿網服務、協助辦理視訊採購洽談會；推廣臺灣國際專業展，邀請國外買主觀展採購及徵集國外廠商來臺參展等工作。

四、110 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		
7,848,877	收入	7,299,126	8,087,360
7,612,139	業務收入	7,097,334	7,862,051
236,738	業務外收入	201,792	225,309
7,786,051	支出	7,714,177	8,185,243
7,735,756	業務支出	7,692,246	8,162,768
33,265	業務外支出	21,931	22,475
17,030	所得稅費用(利益)	0	0
62,826	本期賸餘(短絀)	(415,051)	(97,883)
	資產負債		
11,879,433	資產	11,341,908	11,732,367
2,649,749	負債	2,625,158	2,600,566
9,229,684	淨值	8,716,750	9,131,801

備註：110 年收支預算為本會規劃之目標，含政府委辦收入 3,473,556 千元，政府補助計畫收入 7,280 千元。