

財團法人中華民國對外貿易發展協會



中華民國110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 110 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 .....	40
二、現金流量決算表 .....	41
三、淨值變動表 .....	42
四、資產負債表 .....	43

財團法人中華民國對外貿易發展協會  
工作報告  
中華民國 110 年度

壹、110 年度 1 月至 12 月重要工作成果統計如下：

工 作 項 目	110 年 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	44	展
服務我商	1,100	家次
洽談外商	35,784	家次
爭取商機	40,619.93	萬美元
二、籌組拓銷/貿訪團	62	團
服務我商	948	家次
洽談外商	37,770	家次
爭取商機	30,580.76	萬美元
三、國際市場開發外商對臺採購	1,301	案
服務我商	9,050	家次
洽談買主	3,939	家次
爭取商機	182,357.36	萬美元
一對一洽談會	9,712	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	32	場
服務我商	8,223	家次
2. 協助公、協會團體辦理海外推廣活動	55	案
3. 線上產品發表會	17	案
服務我商	88	家次

工 作 項 目	110 年 累計完成量	單位
接洽買主	1,892	家次
爭取商機	21,899.75	萬美元
4. 智慧城市客製行銷計畫	3	案
服務我商	22	家次
接洽買主	618	家次
爭取商機	240	萬美元
5. 綠色產品國際鏈結推動方案		
服務我商	237	家次
爭取商機	21,610	萬美元
製作主題式我國英文綠色產品型錄	5	項
進行產業深度調查	3	篇
6. 維運產品驗證檢索平台		
優化並維運驗證檢索平台	3	項
產品驗證諮詢	291	家次
企業個案行銷輔導	15	家次
7. 國際驗證諮詢輔導		
企業國際驗證輔導	35	家次
協助企業遞件並辦理成果發表	20	家次
籌組綠色生態圈前往海外進行系統整合輸出	5	國
成功開發案數(含 1 案新南向國家)	2	案
(二)辦理各項市場開發活動		
1. 辦理市場報告會及研討會	23	場次
服務我商	2,107	家次
2. 臺日共同拓展第三國市場		
辦理研討會	2	場次
辦理媒合洽談會	1	場次
專案網頁平台發掘案源	10	案

工 作 項 目	110 年 累計完成量	單位
(三)辦理食品行銷及其他專案推廣活動		
1. 辦理外商對臺研討會	6	案
參加人數	367	家次
2. 與進口商及通路商合辦「臺灣食品節」	19	案
爭取商機	292.76	萬美元
3. 協助國人辦理阿拉伯及印度 2 國商業簽證	72	件
4. 臺灣商品行銷中心		
服務我商	23	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	103	家
認證說明會	11	場
服務我商	941	家次
刊登臺灣清真產業相關報導	12	則
馬來西亞超市通路臺灣食品節	1	案
爭取商機	16.5	萬美元
6. 協助業者爭取國外政府採購商機		
說明會或研討會	6	場
籌組實體或線上商機開發團	5	項
7. 線上產品發表會	2	案
服務我商	6	家次
(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	888,506	瀏覽人次
商情商機	2,165	則
2. 推動國際策略聯盟合作計畫		
開發潛在案源	64	案
促成外商對臺考察	21	家
辦理國外產業商機說明會	3	場

工 作 項 目	110 年 累計完成量	單位
3. 服務業市場調查	4	案
4. 服務業辦理研討會	21	場
服務我商	51	家次
5. 印度商用華語推廣活動	4	班
6. 辦理貨品暫准通關證業務		
國內發證	40	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	459	家次
2. 國際市場開發專案 Plus	40	案
潛在買主	691	家次
(六) 協助廠商成功打入海外通路		
服務我商	173	家次
(七) 協助廠商成功案例	210	案
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	87	場次
培訓我商	5,868	家次
(二) 拜訪國內廠商及公會	5,825	家
(三) 貿易資料館服務	12,892	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	25	期
2. 經貿透視網路瀏覽	276,282	人次
3. 處理及發布商情資料	16,926	則
4. 下載全球經貿 e 指通 App	2,215	新下載 人次

工 作 項 目	110 年 累計完成量	單位
(二)蒐集貿易資料		
1.採編圖書	469	冊
2.採編期刊	1,826	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	599	人次
2.數位資料館	289,187	人次
貿協全球資訊網路	270,099	人次
資料館網站	19,088	人次
3.訂購中國大陸相關商情及企業資料庫		
服務我商	2,003	人次
(四)市場調查及商情提供		
1.新南向國家市場調查	4	案
新南向國家市場調查發表會	4	場
2.歐美日國家市場調查	3	案
歐美日國家市場調查發表會	3	場
3.新興國家市場調查	3	案
新興國家市場調查發表會	3	場
4.全球市場報告會		
服務我商	13,079	家次
5.產業調查	5	案
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	32,658,729	人次
2.爭取商機	138,803	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	303	萬美元

工 作 項 目	110 年 累計完成量	單位
(二)網路行銷輔導		
1. 累計服務企業網頁會員	4,203	家
2. 參與電商培訓課程	3,385	人次
3. 參加會員教育訓練	1,350	人次
4. 客服中心服務	2,103,594	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	100,000	人次
7. 潛力產業聚落雲	102	萬美元
辦理行銷研討會	3	場
8. 台灣經貿網影音產品介紹	400	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	5,575	家次
(三)網路商機開發		
1. 國內專業展參展行銷	21	案
爭取商機	405	萬美元
2. 客製化採購媒合	618	案
服務我商	1,391	家
服務買主	618	家
爭取商機	63,101	萬美元
3. 臺灣優勢產業在地語系行銷網站		
專區瀏覽	1,019,950	人次
4. 台灣經貿網新南向市場數位行銷計畫		
導入買主訪客	605,497	人次
採購商機	5,187	則
(四)電子商務推廣		
1. 辦理 2021DATE SUMMIT 數位商務大趨勢 -國際匯壇	6,783	人次

工 作 項 目	110 年 累計完成量	單位
2. 跨境電商服務說明會暨媒合會		
服務我商	446	家次
洽談會	257	場次
3. 輔導廠商運用跨境電商全球展店		
商品數	10,014	項
(五)參加海外推廣活動		
服務我商	77	家次
爭取商機	2,435	萬美元
(六)客戶資料維運		
1. 建置及維護國內供應商資料	306,067	家次
2. 建置及維護國外買主資料	202,456	家次
(七)全球貿易大數據分析		
1. 建置全球貿易大數據平台	27,150	瀏覽訪次
2. 傳播貿易大數據研究成果		
辦理說明會	40	場
3. 客製化服務廠商	93	案
4. 客製化服務公協會	26	案
丙、國際企業人才培訓		
一、國際企業經營班		
數位跨域	46	學員
新竹班	160	學員
臺中班	76	學員
高雄班	57	學員
二、國際企業人才媒合工作	2,865	工作機會
三、在職訓練		
辦理班次	76	班
培訓人次	2,507	人次

工 作 項 目	110 年 累計完成量	單位
四、新南向人才儲備專班	130	人次
五、產業英語人才培訓班	53	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	134	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	51	案
4. 邀請外商對臺採購	3,939	家
5. 海外商務中心	329	家次
6. 臺灣機械買主聯盟	27	場
洽邀買主	585	名
拜訪買主	173	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	11,013	家
2. 蒐集貿易機會	20,048	則
3. 規劃性產業及專業報導	688	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	17	展
2. 國內外參展廠商-家數	2,547	家
-使用攤位	5,118	攤位
3. 國內參觀人數	131,917	人
4. 國外買主人數	996	人
二、營運管理台北世界貿易中心展覽大樓業務		
1. 承接辦理各項展覽	53	展

工 作 項 目	110 年 累計完成量	單位
2. 展覽大樓二至七樓交易市場出租	1,018	間
3. 會議室出租	493	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	607	場
2. 國際會議場次	4	場
3. 參加人數	133,084	人
四、營運南港展覽館 1 館業務		
1. 承接辦理各項展覽	33	展次
2. 承接辦理各項大型活動	4	場次
3. 展場年度使用率	20.92	%
4. 會議室出租	321	間天數
5. 使用展館服務	1,200,000	人次
五、營運南港展覽館 2 館業務		
1. 承接辦理各項展覽	19	展次
2. 承接辦理各項大型活動	4	場次
3. 展場年度使用率	8.84	%
4. 會議室出租	99	間天數
5. 使用展館服務	300,000	人次

## 貳、辦理「經濟部 110 年度推廣貿易工作計畫」整體績效

110 年全球仍籠罩在嚴重特殊傳染性肺炎疫情的威脅下，然而後疫情時代，儘管疫情大流行仍具有高度不確定性，但運用線上視訊的新形態工作模式及數位行銷作法已逐漸成形，而疫苗接種亦帶來經濟復甦所需的動能。

為協助我商拓展全球市場，減少對我國經濟之影響，本年持續積極推動數位貿易，運用視訊採購等數位行銷作法，安排廠商與國際買主進行線上洽談，讓商務交流不停擺，並將於疫情降溫後快速因應，全力推動實體活動，並持續透過線上行銷，積極拓銷全球市場，並加強洽

邀國際買主來臺。

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 134 項實體及線上拓銷活動，包括 44 項參展團、62 項拓銷團、19 項新品發表會與 9 項虛擬展館，服務我商逾 7 萬家次，促成接洽國外有效買主逾 9 萬家次，辦理 31 場大型採購會及商機日，促成 3,939 家買主對臺採購，協助布建通路 173 家次，廠商滿意度逾 9 成，共計爭取商機美元 50 億 8,801.66 萬元，促成廠商成功案例 210 案，培訓企業人才 3,029 人次。

## 參、受託執行「經濟部 110 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：

110 年臺灣形象展因應疫情延續線上展覽模式，搭配線上洽談、線上論壇等活動，持續深耕越南、印尼、泰國、馬來西亞與印度市場，並依各國適銷產業及消費市場需求規劃展覽主軸，在電動車、防疫零接觸、工業 4.0、生活消費、綠色產業、清真等產業面提供解決方案與優質產品，以協助當地相關產業發展，達成雙邊共同成長願景，提升我國產業升級動能。

6 月辦理「線上印泰馬貿易及布局拓銷團」，共徵集 31 家我商與 199 家來自印尼、泰國和馬來西亞買主進行 276 場次線上洽談，促成商機達美元 1,371 萬元。此外，為彌補線上拓銷團無法親自拜訪當地買主與通路的缺憾，特別由本會外館訪談相關

買主，透過線上將在地第一手商情分享給廠商。

6月29日辦理「東協暨紐澳商機日」，共有114家臺灣廠商與9國49家次採購商共同上線進行141場採購洽談，商機逾美元2,500萬元。本次參加活動之買主採購品項多元，集中於電動車產業、自行車、智慧居家、環保設備及醫療防疫等相關產品。在嚴重特殊傳染性肺炎疫情延燒下，南亞地區也是全球疫情重災區之一，110年度南亞地區共辦理「南亞線上拓銷團」、「環孟加拉灣線上拓銷團」、「印巴線上拓銷團」、「臺灣工業產品拓銷印度線上團」等4場拓銷團，拓銷地點包括印度、巴基斯坦、孟加拉、斯里蘭卡等國，總計安排57家我商與517家南亞地區買主，辦理806場次一對一視訊採購洽談會，促成約美元4,369.5萬元商機。

另為建立南亞地區買主與我國供應商之鏈結，「南亞商機日」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買主以線上模式對臺採購。共有77家南亞買主與240家臺灣供應商進行視訊採購洽談，完成602場一對一洽談，創造近美元6,582.65萬元商機。

## (二)新興市場：

### 1. 拉丁美洲

拉丁美洲幅員遼闊，擁有超過6億人口，為協助我國業者持續不間斷地掌握中南美洲商機，110年辦理2項線上拓銷團，以及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、阿根廷、瓜地馬拉及巴拉圭等，共服務我商139家次，與拉丁美洲地區買主完成逾644次場次洽談。其中6月2日至10日首度推出進階版中南美洲拓銷團，以「拉美拓銷列車臺灣週」系列活動方式呈現，以行銷臺灣為出發點，除辦理媒合洽談會外，亦舉辦商機論壇，

並設置數位平台展示我商利基與潛力產品，呈現我國產業優勢、文化特色、觀光精華等，促進拉丁美洲與我國多方位之互動。

## 2. 非洲地區

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。

110 年共籌組 3 個線上拓銷團，涵蓋非洲東、西、南、北四大區域，並於 11 月辦理 1 場非洲商機日，邀請非洲共 10 國 29 家買主。貿訪團服務我商達 54 家，活動創造商機達美元 2,265 萬元。另辦理 4 場研討會等活動分享非洲地區拓銷經驗及商機，計出席廠商人數約達 250 家，線上觀看人數近 3,000 人。

而為擴大臺史 ECA 成效，另分別於 4 月、10 月及 12 月邀請史國廠商提供展品於「臺北國際禮品暨文具展」、「臺灣國際美容展」、「高雄國際食品展」及「台北國際食品展」展出，本會協助史國業者參加之展覽吸引許多業者訪問。

## 3. 中東地區

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，以線上方式辦理 2 項拓銷團與 1 項商機日，主要鎖定中亞、土耳其、沙烏地阿拉伯等重點市場，聚焦汽車零配件、綠能、資訊及通訊科技與智慧方案等產業。另鎖定產業發展多元化商機的沙烏地阿拉伯，首次舉辦臺灣週系列活動，於「臺沙企業論壇」中亮相的「沙烏地阿拉伯臺灣週」網站，匯集 88 家我國廠商線上展出臺灣產品。

### (三)歐美日先進市場：

在美中貿易戰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，隨著臺美關係持續升溫，本會於 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 共同辦理以資訊及通訊科技以及醫療為主軸之供應鏈重組論壇，發表聯合聲明，協助我商於全球及臺美供應鏈中扮演重要角色。

110 年 10 月辦理「臺美經貿論壇」，邀請美國愛達荷州、蒙大拿州、羅德島州的州廳長連線分享該州優勢產業與投資優惠，也請到拓連科技及特力集團，現場分享爭取美國基礎建設商機之經驗與秘訣。

歐洲各國雖疫情仍未緩解，國際商務已逐步解封放寬，區域經濟穩健復甦。惟鑒於疫情發展仍採取嚴格邊境管制措施，拓銷活動規劃以線上辦理，5 月 25 日辦理「中東歐貿易暨布局線上拓銷團」，邀集 29 家我商與中東歐 7 國共 83 家買主進行線上洽談 178 場次。9 月辦理「歐洲商機日」，邀得 14 國 35 家買主對臺採購，與 83 家我商洽談 87 場次，採購品項集中在資訊及通訊科技、自行車及五金等產業；西歐線上論壇暨媒合會邀集 25 家我商，與西歐 6 國 50 家買主進行視訊洽談 53 場次，論壇計 78 人次參與。

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。平台內 5 千多筆線上資料庫，提供我商與歐洲業者商務及技術合作交流的機會。110 年仍因疫情無法透過國內外專業展辦理展中洽談會，因而增加線上活動包含 EEN 線上工作坊、資訊及通訊科技、環境及醫療論壇暨媒合會；線上洽談會除參加以往 EEN 歐洲專業展線上洽談，另配合我國對中東歐經貿整體發展規劃，於 10 月參與我國赴中東歐

三國經貿投資考察團的 OMO 企業媒合會籌辦工作，透過 EEN 網絡，開發歐盟重點國家經貿關係。

針對日本市場，7 月舉辦之「臺日企業商機線上媒合大會」，邀請 19 家日商進行線上洽談，總計安排 57 家臺灣供應商參加，與日商進行 71 場次貿易洽談，採購商機計美元 1,450 萬元。9 月 29 日至 30 日辦理「2021 年日本消費產品線上拓銷團」，徵集 37 家臺灣業者，與來自東京、大阪及福岡等地共 86 家日本企業進行共 340 場次洽談，促成商機近美元 1,500 萬元，其中以創意巧思設計日用品及空氣清淨機等防疫相關產品最受日商青睞。

#### (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」自 109 年起改為線上展覽。本會於 110 年第 129 屆春季廣交會共籌組 12 家廠商線上參與，總體商機達美元 784 萬元。「中國大陸商機日」於 5 月及 9 月分別舉辦 2 場市場說明會，分享中國大陸產業政策主軸、經濟新情勢及臺商經營佈局等議題，另由本會中國大陸 6 個駐點洽邀 58 家買主同步舉辦視訊洽談會，與 151 家我商完成逾 273 次洽談場次並促成潛在商機美元 7,713 萬元，買主採購品項集中在醫療生技、休閒食品、汽車零組件與智慧機械，其餘少部份為綠色環保、大健康、美容生技及文創產業。11 月 5 日至 10 日「中國國際進口博覽會」徵集 6 家廠商參展，爭取商機美元 900 萬元。

#### 二、產業面：

110 年以「掌握產業趨勢、運用數位科技、開發全球商機」為拓銷策略，因應數位科技潮流及發展趨勢，採「實體與數位行銷並進」推廣作法。

(一) 電動車產業：

1. 製作電動車英文產業地圖網站。
2. 安排我商與國際車廠／一階供應商高階對話。
3. 於新南向形象展設置 E-Mobility 主題館。
4. 辦理線上研討會，邀請國外專家剖析電動車商機。
5. 辦理電動車採購大會及洽談會。

(二) 淨零碳排：

1. 於綠色貿易資訊網設置「淨零碳排專區」。
2. 辦理 2 場淨零碳排系列線上研討會。
3. 因應淨零碳排趨勢，辦理 4 場企業交流會。
4. 辦理論壇 X 碳健檢(諮詢攤位)，提供一站式服務平台。
5. 製作臺灣潔淨技術科技產業地圖。

(三) 農產食品產業：

1. 籌組 OMO 參展團，參加 4 項國際食品展。
2. 辦理 19 案臺灣食品節活動。
3. 產業簡易市調 5 案。
4. 線上市場商機說明會 6 場。

(四) 健康產業：

1. 辦理 15 場健康產業系列座談會/研討會。
2. 籌組 8 場線上拓銷團。
3. 辦理 3 場線上參展團。
4. 於新南向臺灣形象展中設置臺灣健康產業形象館。

(五) OMO 虛實整合參展團/拓銷團：

疫情下以線上及 OMO 方式參加國際重要專業展，以國家整體概念及主題形象區方式，推廣臺灣食品及產品並提升產業形象。另以線上拓銷團及發表洽談會形式，透過大會或自有平台，與國際代理商、經銷商洽談媒合，提升臺灣產品市場能見度，促

進採購意願。

(六)線上新產品發表會暨洽談會：

挑選優勢及具潛力發展之產業，如電動巴士、智慧醫療器材、AI、5G、植物性食品產業，辦理線上新產品發表會暨洽談媒合會，110年共計辦理19場新產品發表會，服務我商94家次，接洽買主1,892家次。

(七)國際行銷諮詢服務：

提供客製化諮詢服務協助我商具有潛力中小企業拓銷海外市場。110年度共執行459件廠商諮詢案，執行率102%(年度目標量為450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。此外，為強化中南部地區廠商對數位行銷的應用認知，於4月至5月間前往南投、彰化、臺東、高雄等縣市，採小班制實作操作課程；另原訂苗栗、雲林及宜蘭場次則因應疫情升溫，改以線上直播進行，共計辦理7場次。

## 乙、提供商情資訊服務

### 一、經貿情勢分析：

(一)辦理疫後全球電子商務發展市場調查系列及全球區域製造中心布局市場調查系列共10案。

(二)辦理10場市調發表會，其中新南向市調4場、歐美日市調3場、新興市調3場。

(三)針對環保、運動、醫療器材及電動車產業辦理市場調查共5案。

(四)110年全球市場報告會以Podcast形式辦理，1月至12月累計收聽次數1萬3,079人次。

### 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：110年計蒐集全球市場商情1萬6,926

則，並於「經貿透視雙周刊」及「經貿透視網」發布。

(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 599 人次、數位資料館 28 萬 9,187 人次；全球經貿 e 指通 App 新增下載 2,215 人次，累計下載 1 萬 6,825 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 3,265 萬次，預估促成商機達美元 13 億 8,000 萬元。

四、線上 VR 虛擬展館：

設置整合型 TaiwanTrade VR 虛擬展館，匯集汽配、工業、醫療、災防、眼鏡、織襪、跨境電商、循環經濟、資訊及通訊科技等 9 大核心 VR 產業館。累積瀏覽量逾 36 萬人次。

五、強化廠商電商戰力：

透過電子商務培訓課程、產學合作培訓電商人才、台灣經貿網標竿會員培育計畫、數位行銷健檢列車等方案，強化廠商數位商務實力。

六、2021 DATE SUMMIT 數位商務大趨勢-國際匯壇：

110 年 9 月 16 日至 17 日辦理，以「未來金融」、「創新實驗」、「5G」及「虛實新零售」4 大主題，共邀請 CISCO、Refinitiv、Pinkoi、MIH、LINE TAXI 等 10 國 25 位講師接力開講。首創全臺運用 Unreal Engine 3D 技術打造擬真動態場景，並同步於台灣經貿網 VR 虛擬園區 TaiwanTrade MEGA EXPO 辦理 VR 虛擬論壇，活動兩日累計 6,783 觀看人次。

七、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 Qoo 10、Tiki、bilibili、PChome、eBay 等電商平台成立臺灣館，為提高各臺灣館曝光度與銷售量，配合於形象展電商館辦理期間及年末銷售旺季等重要檔期辦理行銷活動，提升臺灣產品能見度。

#### 八、客戶資料維運及行銷：

- (一)營運維護 EBS 系統，整合本會客戶資料及外部開放資料（經濟部國際貿易局、經濟部商業司、財政部及經濟部工業局等），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。國內廠商資料維護逾 30 萬筆。
- (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。國外買主資料維護逾 20 萬筆。

#### 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 93 家廠商及 26 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。
- (三)海外參展決策輔助平台（TSP）：因應疫情取消實體展，110 年度持續更新最新展覽並新增「線上展」資訊，以符合平台資訊使用需求性、即時性及完整性，進而協助臺灣廠商獲得更全面展覽資訊。

#### 十、數位影音及社群行銷：

- (一)協助 100 家中小企業進行網路社群行銷。
- (二)經營數位影音行銷平台及產製 27 支影片。
- (三)協助其他單位提升網路影音行銷力道，吸引國內外受眾，協

助 27 支影音製作。

(四)臺灣產業數位行銷平台：發掘觸達國外潛在買主 358 家次。

## 丙、國際企業人才培訓

### 一、國際企業經營班：

至 110 年 12 月底，在校培訓人數計 339 人，包含臺北校區 46 人，新竹校區 160 人、臺中校區 76 人及高雄校區 57 人。110 年共計 283 名結業生，經追蹤學員就業情況，110 年度結業學員至 12 月底就業率為 78%。另有 218 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 24.5 歲，具商管科系背景佔 38%，非商管背景者佔 62%；有工作經驗者佔 56%，無工作經驗者佔 44%。

### 二、國企班人才媒合：

110 年計 833 家企業前來徵才，提供 2,865 個職缺，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、特力集團等 81 家績優企業及中堅企業，以及 11 家台灣精品得獎廠商到場徵聘國企班優秀人才。

### 三、產業英語人才培訓班：

110 年首度開辦產業英語人才專班，全程英語授課，並以產業中高階主管、業務或專案經理等為主要培訓對象，課程包含產業專業知識及產業英語力。自 110 年 1 月起，針對不同產業，以短期班方式開辦全英文課程，計辦理生物科技暨醫療器材產業、智慧機械產業專班、綠能產業專班、民生產業專班及「AI 人工智慧技術趨勢及應用專班」等 5 班，培訓 53 人次。

### 四、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，全年共辦理 8 班課程，培訓 130 人次。

#### 五、短期經貿及語言專題班：

110 年計辦理 76 班，培訓 2,507 人次(包含臺馬數位貿易人才培訓 349 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 134 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 51 案。
- (四)邀請外商對臺採購，計邀請 3,939 家。
- (五)臺灣機械買主聯盟，計洽邀買主 585 家，拜訪買主 173 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 1,013 家。
- (二)蒐集貿易機會 2 萬 48 則。
- (三)規劃性產業及專業報告 688 則。

#### 三、海外商務中心：

為鼓勵我商運用海外商務中心資源，拓展海外市場，廠商可免費借用本會海外據點之會議室，另有 5 國 8 處辦公室可提供長期租用服務。

### 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「110 年智慧機械海外推廣計畫」

##### (一)數位科技行銷

1. 拍攝 8 部短影音，包括工具機-電動車、木工機、橡塑膠機、工具機-航太、自動化機器人影片及 3 部買主證言影片。影片已置

於官網、YouTube、線上館，並搭配展覽活動露出及提供公協會推廣運用，總計 YouTube 觀看次數達 20 萬次。110 年首次建立智慧機械 LinkedIn 社群頻道，累計上架社群貼文 45 則，主題以臺灣廠商之新產品、解決方案及新技術為主。

2. 營運並優化官網，完成電子報發布 15 萬 5,655 家；累計網路瀏覽次數 16 萬 3,158 次。

## (二)商機媒合

1. 在越南、美國、土耳其、德國、馬來西亞、俄羅斯、日本及印尼等 8 國目標市場，辦理 8 場海外展推廣活動(含替代活動)，並運用社群媒體行銷及 360 度環景影音體驗辦理 OMO 發表會，總計協助 206 家廠商透過線上、線下整合行銷推廣。
2. 針對不同市場及機種，共辦理 7 場拓銷媒合活動，總計洽邀 162 家買主與 234 家我商洽談。藉由與當地公協會合作，洽邀會員參加洽談，總計協助 20 家我商與 26 家海外公協會會員鏈結。
3. 完成 10 家國際專業媒體採訪，包含俄羅斯、東協、日本等專業雜誌等。產出 10 篇報導觸達 23 國 112 萬讀者。
4. 累計蒐集海外買主及代理商資料庫共 15 國 100 筆以及蒐集目標市場之智慧機械相關產業影響力人士、意見領袖、社群等資料庫共 16 國 200 筆。

## 二、辦理經濟部國際貿易局委辦「110 年臺灣產業形象廣宣計畫(IEP 計畫)」

於目標市場辦理 40 場次行銷活動、26 場次記者發表會，以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 3,830 篇，觸達 10.4 億人次；促成 880 家次國內企業將產品入駐目標市場通路，並辦理 62 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 94.2%。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 30 屆台灣精品選拔，計 598 家廠商、1,179 件產品報名參選，選出 210 家廠商 355 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 49.5%。
  2. 完成第 30 屆台灣精品獎金銀質獎決選及頒獎典禮，選出 10 件台灣精品金質獎，20 件台灣精品銀質獎。
- (二) 針對全球重視的永續發展議題，推出「愛無界台灣精品公益活動」，提升臺灣產業形象的作法，受到台灣精品企業支持，在經濟部、外交部及本會駐外單位共同宣傳下，收到全球 61 國 781 件公益提案，達到讓國際社會認識瞭解臺灣企業關懷世界的初步目標。
- (三) 與專業產業顧問合作，協助台灣精品企業開發買主，例如與德國醫療顧問公司 Sananet、新加坡資通訊商務平台 GATES、法國資通訊商務平台 Channel Hub 合作，善用平台掌握業界生態與人脈，提供精準的媒合服務。
- (四) 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、中國大陸、法國與土耳其設置台灣精品通路專區共 23 案，其中 9 案為實體通路、14 案為電商通路，共引入 880 家次企業上架，並進行 62 場短期促銷活動，為品牌業者創造新臺幣 5 億 9,415 萬元之銷售業績。
- (五) 網站社群行銷：營運官網、Facebook 及 YouTube，提供 2B 及 2C 傳播訊息，台灣精品官網 110 年度總瀏覽頁數達 459 萬 7,224 頁次，共經營 18 案社群行銷平台，新增粉絲數達 46 萬 6,872 人次；YouTube 影片總影片觀看數 455 萬 9,068 次；並透過經營 Line@及台灣精品企業社團，進行分眾溝通。

### 三、辦理經濟部國際貿易局委辦「110 年推動臺灣會展產業發展計畫-會展產業整體計劃」

#### (一) 行銷與溝通

## 1. 強化國際行銷，提升知名度

- (1)於國際財經及國際會展專業媒體刊登 78 則廣告及廣編稿，觸及率近 150 萬人次。
- (2)參加 5 場國際會議暨獎勵旅遊展，商機洽談計 1,215 場次，開發潛力案源 387 筆。
- (3)參加 5 場臺灣形象展線上展。
- (4)協助勵馨基金會榮獲「ICCA Incredible Impacts AWARD」。
- (5)完成「臺灣會展活動防疫安全指南」及「臺灣會展活動防疫安全評估模型」各 1 案。
- (6)MEET TAIWAN Channel 共上架 15 支宣傳影片。
- (7)辦理亞洲超級團隊競賽共吸引 7,158 位海外企業參與。
- (8)辦理 3 場 Taiwan Incentive Talk，共計 51 家國內業者與會，449 位國際買主線上參與，促成 530 場次一對一洽談。
- (9)發布「獎勵旅遊目的地意向大調查報告」，蒐集 3,962 份海外企業有效問卷。

## 2. 國內宣導

- (1)編撰「Taiwan MICE Directory」及「Destination Report」。
- (2)宣傳經濟部轄下國際會展專業展館，於高鐵臺中站刊登廣告 2 則及遠見雜誌刊登廣編稿 1 則。

## 3. 營運臺灣會展網

- (1)Facebook 發布 95 則貼文，觸及 345 萬 276 人次，粉絲數 13 萬 9,903 人次，粉絲數估計成長 9.4%。Instagram 發佈 36 則貼文，觸及 48 萬 5,214 人次，粉絲數 2 萬 1,819 人，粉絲數估計成長 9.6%。
- (2)提供雲端會議服務 3 案、APP 及網站 2 案、QRcode 報到 3 案。
- (3)網站流量達 168.5 萬訪次。

## 4. 推廣綠色會展

- (1)完成修訂永續會展指南。
- (2)輔導巨蛋展覽股份有限公司完成撰寫會展業者企業永續報

告書。

(3)輔導臺北新板希爾頓酒店成功導入 ISO 50001 能源管理系統。

## (二)會展行政服務

1. 促成國際會議及企業會議在臺舉辦

(1)成功協助爭取 7 場國際會議來臺辦理。

(2)協助提供來臺獎勵旅遊資訊予潛在買主。

2. 整合中央與地方資源，協助地方發展會展城市

(1)連絡更新會展 5 都及其他會展相關縣市政府資料。

(2)贊助臺東熱氣球嘉年華活動，共吸引 15 萬 4,476 人次參與。

## (三)產業研究

完成「建置我國廠商參加海外展之線上國家館公版之可行性研究」、「會展風險管理研究」及「我國會展產業規模評估與會展產業調查研究」等 3 項研究案。

## (四)專業幕僚

1. 完成辦理 2 場補捐助核銷說明會、85 場受補助案件實地稽核作業、33 件補捐助案件核銷作業。

2. 完成 109 年第四季第 2 階段及 110 年前三季紓困作業。

3. 辦理會展產業發展政策研商會議共 6 場次分場及 1 場次總結場。

4. 榮獲 M&C Asia Stella Awards「亞洲最佳會議及展覽目的地」及「2021 年度亞洲最佳會展局」兩項大獎。

## 四、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」

### (一)會展人才培育

1. 在職培訓

辦理綠色會展、新型會展活動人才培訓及新南向國家會展培訓等在職培訓課程計 32 班，共計 1,370 人次參訓。

2. 校院培訓

辦理校院培訓課程等計 13 班，共計 586 人次參訓。

### 3. 會展人才媒合

- (1)更新媒合平台，建立主動媒合機制。
- (2)10月26及28日分別於臺南及臺中辦理實習職前講座，共計54人參加，同日辦理集思徵才說明會。
- (3)委辦實習完成短期126人次、長期6人次。

### 4. 建立完整會展產業專業類別、職能基準、培訓課程與教材及認證機制。完成更新展場設計師、展場會場設計業務、展場工務人員、活動專案經理、活動專案人員等5項職能基準研究，以及「會展緒論」和「獎勵旅遊與活動管理」教材初審。

#### (二)會展人才認證

1. 10月17日舉辦國內會展專業人員認證檢測，計有1,009人報名，558人通過。開設國內認證培訓課程及衝刺班共4班，共計85人次參訓。
2. 共辦理11科國際展覽CEM認證課程，共237人次參訓，本年新增24位通過CEM者。辦理國際會議CMP認證先修班及衝刺班，2班共25人參訓，另有6人報名考試。

#### (三)會展人才國際交流

1. 辦理國際大專院校會展城市行銷競賽，國內11隊、國外6隊報名，共計5國17隊參賽。
2. 110年度共2位國內會展菁英申請參與IAEE年會。
3. 分別於9月3日及17日邀請新南向國家會展人才擔任課程講師，在線上與學員交流最新趨勢。
4. 12月12日辦理菁英營，參訪「瓶蓋工廠台北製造所」及「臺北流行音樂中心」，共25人參加。

#### (四)會展E化學院：

重新建置網站與新的數位學習平台，以提高網站使用率、改善使用者體驗。優化前後臺使用者體驗重點如下：

1. 網站架構重整。
2. 設計全新使用者界面 UI。
3. 減少網站讀取載入時間。
4. 簡化註冊報名流程。

## 五、辦理經濟部國際貿易局委辦「110 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，「台灣國際扣件展」延期至 111 年辦理；「台灣國際健康樂活展」亦取消辦理，僅「高雄國際食品展」實體展如期辦理，並搭配線上展，協助參展商持續拓銷國際。總計有 185 家國內外參展商，使用 270 個攤位，國內及國外參觀買主分別為 1 萬 1,536 及 143 人次(含線上展 110 位)。

### (二)加強洽邀外商人士來臺觀展及採購

1. 全年協助 52 項展覽洽邀計 800 位外商人士。
2. 因疫情未見趨緩，110 年依據經濟部國際貿易局指示緩辦本項工作，改以提供展覽期間論壇國外講師費優惠服務，共 2 案申請並獲核准，惟因疫情影響，兩案皆取消辦理。
3. 辦理 4 場專業展海外產品展示會暨視訊洽談會，共服務 6 項展覽，協助 60 家參展商展出 94 件產品，洽談 126 場次，促成美元 397 萬元商機。另辦理視訊採購洽談會，協助 20 項展覽，促成 963 場次。

### (三)擴大辦理重要展覽推廣及造勢活動

1. 協助資訊及通訊科技、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 33 家產業公會、8 個專業 PEO 所主辦之國際專業展共 44 展，辦理國內外專案行銷活動計 20 案。另辦理 9 項產業暨展覽國際論壇(包含亞洲會展產業論壇及展覽國際大師營)。

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 702 萬訪次、提供買主預先登記服務達 8 萬 6,482 人次、台灣國際專業展單一整合平台 APP 下載 8,263 次、服務 8,923 家參展廠商，於 Google 關鍵字、Facebook、LinkedIn、Google GDN、YouTube 及 Instagram 等平台協助公協會 50 項展覽進行網路行銷，並提供 20 項展覽買主聯合採購洽談會系統服務，計服務 458 家參展廠商及 350 名國外買主，一對一洽談會達 963 場次。TTS 線上展公版共計服務 21 項展覽、2,912 家參展商，訪客數總計達 65 萬 6,179 次。

**六、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 9 月 9 日）**

全球受疫情衝擊，造成實體貿易趨緩，本會受託執行本案，提供每家出進口廠商上限新臺幣 2 萬元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，110 年完成輔導 1,005 家廠商。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，110 年培訓 2 萬 4,814 人次。

**七、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 9 月 9 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，提供每家廠商上限新臺幣 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，110 年完成輔導 1,412 家廠商。

**八、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。

本案自 109 年 8 月 13 日至 110 年 6 月 30 日止，總計受理 112 件申請案件，申請金額新臺幣 1 億 2,000 萬元，112 案已提報經濟部國際貿易局，並經核定 112 案，核定金額新臺幣 1 億 2,000 萬元，除台北紡織展及新創生活展主辦單位表示不申請補助外，已完成 110 案核銷，核銷金額新臺幣 1 億 1,600 萬元。

**九、辦理經濟部國際貿易局委辦「110 年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」**

**(一)110 年度第 1 季專業國際貿易服務業紓困案：**

共計受理 121 案申請、核准 119 案，共 2,258 名員工受惠，補助金額總計新臺幣 9,388 萬元；薪資補貼新臺幣 9,220 萬元、一次性營運補貼新臺幣 168 萬元。

**(二)110 年度第 2 季專業國際貿易服務業紓困案：**

共計受理 600 案申請、核准 588 案，共 1 萬 1,657 名員工受惠，補助金額總計新臺幣 4 億 2,191 萬元；薪資補貼新臺幣 3 億 8,124 萬元、一次性營運補貼新臺幣 4,067 萬元。

**十、辦理經濟部投資業務處委辦「110 年度產業人才海外網路鏈結暨延攬計畫」**

- (一)推廣經濟部 Contact TAIWAN 攬才媒合平台，累計刊登 1,576 筆職缺，掌握海外人才需求計 3,602 人。
- (二)開發海外人才供給 2,009 人。
- (三)結合經濟部中小企業處、工業局、各縣市工策會、科技社團、產研機構、產業公協會及大專院校等單位，推廣攬才服務共計 46 場次，發送文宣資料逾 3,800 人次。
- (四)結合駐外單位推廣海外攬才活動，共計 46 場次。
- (五)辦理國內企業攬才說明會 10 場次，共計 751 人次參加。
- (六)辦理線上企業攬才共識營，180 家企業參與，直播觀看共計 700 人次。
- (七)參加海外專業攬才展 3 展。
- (八)辦理海外攬才說明會 4 場次。
- (九)僑外生在臺就業媒合會 3 場次，計 95 家企業 788 位人才與會。
- (十)洽簽海外知名學府攬才合作備忘錄 5 家。
- (十一)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 7,861 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 26 個優化項目。
  - 4. 強化網站 AI 功能 3 項。
  - 5. 攬才諮詢服務共計 446 案件。
  - 6. 撰寫成功案例 3 則。

#### **十一、辦理經濟部投資業務處委辦「110 年度推動創新產業人才來臺計畫」**

- (一)辦理線上企業攬才服務說明會 5 場次，計 200 家企業參與，直播觀看共計 746 人次。
- (二)辦理海外線上媒合會 3 場次，計 116 家企業參加，人才報名 717 人。

- (三)辦理海外線上校園職涯媒合會 5 場次，計 20 家次企業參加，直播觀看共計 755 人次。
- (四)辦理國內大學合作校園職涯媒合講座 20 所，計 27 家次企業參加，人才參加共計 276 人次。
- (五)辦理僑外生求職工作坊，計 64 位僑外生參與活動。
- (六)與海外新創團隊交流 4 組。

## 十二、辦理外交部委辦「110 年度參加（舉辦）國外綜合商展」

共辦理 18 項活動，其中實體 5 展、線上 1 展、線上發表會及實體推廣活動 12 場，現場成交金額美元 4,382.5 萬元，後續商機 1,358.4 萬美元。媒體露出篇數 601 則。

## 十三、辦理外交部委辦「台灣歐銀業務發展辦事處」

- (一)主辦「GEFF FORUM: Access Green Finance and Technology Webinar」、「歐銀土耳其線上商業論壇」共計 2 場活動。
- (二)協助「永續城市論壇活動」、「國合會綠色金融論壇」、「COMPUTEX: 歐銀資通訊技術訪問團 ICT BMT 線上洽談會」共計 3 場活動。
- (三)110 年度與 35 家業者、銀行進行 40 次業務拜訪及討論。並蒐集歐銀聯貸、共同融資及貿易促進計畫 TFP 訊息，連結我國企業、金融機構與歐銀各單位。

## 十四、辦理科技部新竹科學園區管理局委辦「110 年竹科醫療器材產業國際合作與商機鏈結採購案」

- (一)線上泰國臺灣形象展-竹科醫材館：  
14 家竹科園區生技醫療業者進行泰國臺灣形象展線上參展，吸引超過 2,000 人次專業醫療買主上線觀展，促成後續美元 30 萬元潛在商機。
- (二)竹科醫療器材線上採購洽談會：

14 家竹科園區醫療器材業者進行宣傳短片拍攝以及線上洽談媒合，吸引 20 國 2,500 人次專業醫療買主觀看，並促成 12 國 34 位買主，共計 82 場商機洽談，促成後續美元 100 萬元潛在商機。

#### 十五、辦理行政院農業委員會委辦「2021 年臺灣農產節行銷計畫」

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，分別在日本、韓國、中國大陸、香港、馬來西亞、新加坡及美國等國辦理 12 場「臺灣農產節」促銷活動，推廣蔬果、畜產品、水產品及花卉等臺灣農產品，促成採購金額新臺幣 1 億 854 萬 8,511 元。

#### 十六、辦理經濟部智慧財產局委辦「2021 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，實體展共計 246 家廠商參展，使用 363 個攤位；線上展共計 443 家廠商參展，使用 957 個攤位，線上展外商來自 10 國 103 家廠商。展期實體總參觀人次達 1 萬 3,184 人，線上展總參觀人次 7 萬 5,314 人。

#### 十七、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)對外溝通

1. 製作對外溝通專家說帖、問答集等文案素材資料，並協助辦理對外溝通相關事項及各式政策推動相關圖文稿撰擬。
2. 各項雙語國家政策內容發想：擴充英語檢測量能、研析目前在臺重要英文檢定測驗類別與差異、專業領域英語能力檢測、教育體系外之數位英語學習及政策推動策略發想與規劃。
3. 輿情蒐集：每日上下午提報 2 次雙語國家政策相關新聞摘要重點查找、每周及每雙周提報雙語國家政策外界關切議題；蒐集外界回應意見並即時更新 KOL 名單，且以淺顯易懂方式與外界溝通，

爭取民眾支持。

(二)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於 110 年 3 月陳報行政院。
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。
4. 處理行政法人預算編列、人員招募及辦公廳勘選。

(三)辦理雙語國家政策各項推動工作及專案管理

1. 立委質詢紀錄：立法院會期期間每周一、四就立委質詢雙語國家政策提供擬答；每週二、五或不定期就立委質詢雙語國家政策提供逐字稿及摘要。
2. 與相關雙語國家政策會議：提供談參資料、致詞稿、議程、逐字稿及會議紀錄等行政相關作業協助。

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

- (一)營運 Taipei MICE 粉絲頁及中英文電子報發行 (110 年 1-3 月)。
- (二)參加 3 場次線上國際 MICE 展覽及推廣活動。
- (三)製作臺北市會展專刊。
- (四)辦理海外媒體廣宣。

**十九、辦理臺北市政府產業發展局委辦「110 年度臺北市經貿拓銷計畫」**

辦理 3 場「全球視訊採購媒合會」以及 2 場「線上形象展」，5 個場次累計成果如下：

- (一)徵集臺北廠商家數：總計 133 家。
  1. 辦理 3 場全球視訊採購媒合會徵集 78 家(已達本專案 75 家 KPI)。
    - (1)6 月 16 日辦理臺北市線上經貿拓銷團-歐洲：徵集 27 家。

(2)8月30日至9月3日辦理臺北市線上經貿拓銷團-拉丁美洲:  
徵集25家。

(3)10月12日至14日辦理臺北市線上經貿拓銷團-中東非洲:徵  
集26家。

2.辦理2場「線上形象展」:徵集55家(已達本專案40家KPI)

(1)7月21日至23日辦理線上越南臺灣形象展:徵集27家。

(2)8月4日至6日辦理線上馬來西亞臺灣形象展:徵集28家。

(二)潛在商機:美元7,801萬元,約新臺幣21.8億元(已達本專案美  
元7,000萬元KPI)。

(三)洽談買主家數:496家。

(四)洽談場次:819場。

(五)整體活動滿意度:95%滿意、5%普通,無不滿意者。

(六)廠商日後繼續參加本活動之意願:100%願意繼續參加。

## 二十、辦理桃園市政府委辦「2021年桃園國際採購商機大會」

(一)一對一視訊採購洽談會:共邀請121位國際買主,106家臺灣企  
業參與,洽談328場次,達成新臺幣9.6億元商機。今年分為兩  
項活動辦理:

1.全球買主採購:邀請42位國際買主,媒合79家臺灣企業參與,  
計洽談132場次,達成新臺幣4.9億元商機。

2.桃園產業拓銷:徵集27家桃園企業參加,與全球79位買主洽  
談,計洽談196場次,達成新臺幣4.7億元商機。

(二)開幕活動由桃園市長鄭文燦致詞,計有89位公協會及桃園企業  
貴賓參與,並辦理會前講座及新南向論壇,洽邀台灣經濟研究院、  
工業技術研究院專家及神通資科、飛宏科技、華廣生技等企業,  
分享111年全球經濟概況、電動車趨勢商機及印度、菲律賓、越  
南市場環境與拓銷策略,共計54位業者出席與會。

(三)活動期間共6家媒體出席,電子及紙本媒體露出計38則。

## 二十一、辦理桃園市政府委辦「2021 桃園市國外招商委託專業服務案」

(一)辦理日本企業線上招商說明會，由本會黃志芳董事長、桃園市長鄭文燦及日台交流協會副代表星野光明，擔任座談會嘉賓，闡述臺灣及桃園之投資競爭優勢；並訪問在台日商瀧澤科技、台鈴工業、台灣華可貴建材、橫濱八景島及東急房地產等五家業者，分享桃園投資經驗。影片播放當天吸引 106 家日本企業上線觀看，總觀看 746 人次。新聞媒體露出總計 25 則，日本當地 3 則、臺灣地區 22 則。

(二)安排桃園市政府與 3 家國際企業一對一視訊會議：

1. Prime Road Power：為泰國上市公司，年營收約為美元 1,700 萬元，專注於亞太地區之綠色能源投資事業，於泰國、日本、臺灣和柬埔寨皆有投資案。
2. Bio-Rad Laboratories：為英國企業，年營收約美元 23 億元。該公司為全球前 10 大生醫設備公司，於財星雜誌全球 1000 大企業排名第 829 強。
3. ST Engineering Ltd.：為新加坡上市公司，屬淡馬錫旗下企業，年營收約美元 53.5 億元。

## 二十二、辦理臺南市政府經濟發展局委辦「109 年度臺南市全球經貿合作拓展輔導補助計畫」(本計畫為跨年度計畫：109 年 12 月 22 日至 110 年 6 月 30 日)

(一)該案以拓銷團方式辦理，計辦理 6 場次集體視訊採購洽談會及個別洽談，協助 44 家臺南業者與 28 國 239 家買主進行 534 場次視訊洽談。各場次細項如下：

1. 5 月 5 日辦理優勢產業視訊採購洽談會，安排 23 家業者與 66 家買主進行 2,016 場次洽談。
2. 5 月 9 日辦理珍珠奶茶前進法國線上說明會，安排 1 家業者與 23 家買主進行 23 場次洽談。

3. 5月12日加辦中日韓視訊洽談會，安排18家業者與11家買主進行23場次洽談。
4. 5月17日加辦孟加拉、日本、俄羅斯視訊洽談會，安排15家業者與8家買主進行22場次洽談。
5. 5月20日加辦杜拜視訊洽談會，安排6家業者與1家買主進行6場次洽談。
6. 5月28日辦理新興產業優勢洽談會，安排21家業者與117家買主進行241場次洽談。
7. 個別洽談會，安排9家業者與13家買主進行25場次洽談。

(二)輔導20家業者使用數位電子商務平台進行網絡行銷。

(三)協助市政府辦理活動開幕儀式1場次。

### 二十三、辦理臺南市政府經濟發展局委辦「110年度臺南市全球經貿合作拓展輔導補助計畫」(本計畫為跨年度計畫：110年10月至111年5月31日)

規劃執行111年度洽談會之前置作業。

## 乙、政府補助計畫

### 一、辦理行政院農業委員會補助「2021 年強化臺灣鳳梨及加工品國外行銷計畫」

為協助我國鳳梨及加工品業者減少因疫情影響及中國大陸暫停我鳳梨進口所造成之衝擊，提升臺灣鳳梨及加工品國際知名度，俾帶動臺灣鳳梨水果鮮果及加工品出口外銷量，特於日本辦理「臺灣鳳梨及加工品發表暨記者會」。會中向當地生鮮水果業者介紹臺灣鳳梨生產過程、外銷水果產銷供應鏈，並邀請 2 家日本業者簡報臺灣鳳梨於當地市場的商機與展望，共計 83 人出席，包含媒體 17 位及買主 66 位。指標性媒體包括 NHK、東京電視台、日本電視台、TBS 電視台、日本產經新聞及食糧新聞等。

### 二、辦理行政院農委會及臺南市政府農業局補助「2021 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。共邀請美國、加拿大、日本、韓國、新加坡、中國大陸(含香港)、俄羅斯及土耳其等 8 國 29 家買主與我國 50 家供應商進行 110 場一對一視訊洽談，預估促成採購商機美元 1,242 萬 9,000 元。

### 三、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」(本案為跨年度計畫：109 年 1 月 15 日至 110 年 2 月 28 日)

工作項目中除參加香港美食場域宣傳臺灣食品廣場及推廣臺灣農產品外，全數工作均於 109 年度執行完畢。參加香港美食場域宣傳臺灣食品廣場及推廣臺灣農產品因「香港美食博覽會」主辦單位香港貿易發展局考量疫情，自 109 年 8 月延至 110 年 1 月底及最終取消辦理，爰該計畫執行截止日亦展延至 110 年 2 月 28 日。另針對該活動徵集之我商產品型錄及樣品轉送港商參考，協助我商推廣；香港行銷計畫全案因階段性任務達成，農委會已停止補助，香

港永安百貨展售據點亦全數撤除完畢。

#### **四、辦理臺北市政府觀光傳播局補助「110年台灣國際智慧移動展」**

首屆台灣國際智慧移動以虛實並進方式辦理，並以建構全球智慧移動生態系為定位，匯集三電系統、ADAS、IOV、人車溝通服務軟體、共享平台等相關業者參與展出，完整呈現電能驅動(Move)、智能駕駛(Autonomous)、聯網科技(Connect)、共享服務(Share)及人車互動(Interaction)五大展覽主軸。

實體展總計有 48 家國內外廠商參展，使用 184 個攤位，其中國內參展商有 39 家包含多家指標性業者，如台灣車輛移動研發聯盟(mTARC)、財團法人 MIH EV 研發院、台達電子、光寶科技、華德動能、成運汽車、勤崑國際、公信電子、為升電裝、東元電機、健和興端子等；9 家國外參展商為來自以色列、加拿大及美國之 Global Demo Day 獲勝新創公司。實體展三天展期(110 年 10 月 20 日至 22 日)吸引 4,501 位國內外專業人士及 311 位一般民眾，共 4,812 位參觀者到場參觀。線上展總計有來自 13 國 71 家國內外業者參展，其中國內 47 家、國外 24 家；線上展為期一個月(110 年 10 月 20 日至 11 月 20 日)，總計 2 萬 3,460 參觀訪次。

#### **五、辦理臺北市政府觀光傳播局補助「110年台北國際食品展」**

110 年台北國際食品展為台北國際食品系列展(台北國際食品展、台北國際食品加工機械展、臺灣國際生技製藥設備展、台北國際包裝工業展及台灣國際飯店暨餐飲設備用品展)之一。展覽劃分綜合食品區、茶酒咖啡飲品區、冷凍及調理食品區、中央地方政府館以及國家館等展區，實體展共計 333 家廠商參展，使用 722 個攤位；線上展共計 336 家廠商參展。國外參展商來自 28 國共計 141 家廠商。台北國際食品系列展為展場互通，實體展總參觀人次五展合計達 1 萬 5,986 人，台北國際食品展線上展總參觀人次約 1 萬

9,647 人次，五展合計約達 5 萬 7,767 人次。

#### **六、辦理臺北市政府觀光傳播局補助「110 年台北國際包裝工業展」**

110 年台北國際包裝工業展為台北國際食品系列展(台北國際食品展、台北國際食品加工機械展、臺灣國際生技製藥設備展、台北國際包裝工業展及台灣國際飯店暨餐飲設備用品展)之一。展覽劃分包裝材料及包裝機械等展區，實體展共計 41 家廠商參展，使用 134 個攤位；線上展共計 41 家廠商參展。台北國際食品系列展為展場互通，實體展總參觀人次五展合計達 1 萬 5,986 人，截至 111 年 1 月 19 日止，台北國際包裝工業展線上展總參觀人次約 1 萬 1,302 人次，五展合計約達 5 萬 7,767 人次。

#### **七、辦理臺北市政府觀光傳播局補助「110 年台北國際食品加工機械展暨臺灣國際生技製藥設備展」**

110 年台北國際食品加工機械展暨臺灣國際生技製藥設備展為台北國際食品系列展(台北國際食品展、台北國際食品加工機械展、臺灣國際生技製藥設備展、台北國際包裝工業展及台灣國際飯店暨餐飲設備用品展)之一。展覽劃分食品加工機械區、零組件設備及配套區及生技製藥設備等展區，實體展共計 72 家廠商參展，使用 193 個攤位；線上展共計 76 家廠商參展。台北國際食品系列展為展場互通，實體總參觀人次五展合計達 1 萬 5,986 人，台北國際食品加工機械展暨臺灣國際生技製藥設備展線上展總參觀人次約 1 萬 2,367 人次，五展合計約達 5 萬 7,767 人次。

### 伍、110 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
2021 年上海國際養老輔具及康復醫療博覽會	台灣貿易中心	上海國展展覽中心有限公司	產業拓展處



## 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110年度

單位：新臺幣元

上年度決算數	項 目	本年度預算數 (1)	本年度決算數 (2)	比較增(減)		說 明
				金額 (3)=(2)-(1)	% (4)=(3)/(1)*100	
4,759,334,870	收入	7,299,126,000	4,605,880,724	(2,693,245,276)	(36.90)	
4,573,075,898	業務收入	7,097,334,000	4,406,275,322	(2,691,058,678)	(37.92)	
3,284,105,425	勞務收入	5,150,249,000	3,323,400,321	(1,826,848,679)	(35.47)	
2,859,957,696	政府委辦計畫收入	3,473,556,000	2,893,679,120	(579,876,880)	(16.69)	受疫情持續影響及各國防疫邊境管制，海外實體拓銷活動取消或延期，多改為線上或OMO(虛實併行)等數位貿易作法服務業者，因線上洽談或視訊採購等方式所需成本較實體活動降低，致決算數較預算數減少。
8,085,887	政府補助計畫收入	7,280,000	3,921,100	(3,358,900)	(46.14)	受疫情影響，原規劃辦理之海外活動刪減，致決算數較預算數減少。
416,061,842	服務收入	1,669,413,000	425,800,101	(1,243,612,899)	(74.49)	受疫情影響，多數自辦專業展覽未辦理，整體衰退幅度約9成，致決算數較預算數減少。
1,288,970,473	其他業務收入	1,947,085,000	1,082,875,001	(864,209,999)	(44.38)	受疫情影響，展場租借衰退約4至5成，致決算數較預算數減少。
186,258,972	業務外收入	201,792,000	199,605,402	(2,186,598)	(1.08)	
185,623,470	財務收入	201,792,000	198,931,300	(2,860,700)	(1.42)	
635,502	其他業務外收入	0	674,102	674,102	-	係保管款逾期未領轉列收入等。
5,604,996,494	支出	7,714,177,000	5,482,448,959	(2,231,728,041)	(28.93)	
5,578,514,505	業務支出	7,692,246,000	5,413,185,436	(2,279,060,564)	(29.63)	
3,495,976,889	勞務成本	5,118,479,000	3,451,820,278	(1,666,658,722)	(32.56)	
2,859,957,696	政府委辦計畫支出	3,473,556,000	2,893,679,120	(579,876,880)	(16.69)	受疫情持續影響及各國防疫邊境管制，海外實體拓銷活動取消或延期，多改為線上或OMO(虛實併行)等數位貿易作法服務業者，因線上洽談或視訊採購等方式所需成本較實體活動降低，致決算數較預算數減少。
7,925,887	政府補助計畫支出	7,280,000	3,921,100	(3,358,900)	(46.14)	受疫情影響，原規劃辦理之海外活動刪減，致決算數較預算數減少。
628,093,306	服務支出	1,637,643,000	554,220,058	(1,083,422,942)	(66.16)	受疫情影響，多數自辦專業展覽未辦理，致支出減列。
322,789,893	管理費用	364,960,000	269,034,750	(95,925,250)	(26.28)	受疫情影響，擲節相關經費支出，致決算數較預算數減少。
1,759,747,723	其他業務支出	2,208,807,000	1,692,330,408	(516,476,592)	(23.38)	1. 受疫情影響，權利金獲減繳50%。 2. 部分硬體維修暫緩施作，致支出減列。
26,481,989	業務外支出	21,931,000	69,263,523	47,332,523	215.82	
25,727,289	財務費用	16,701,000	68,572,163	51,871,163	310.59	主係匯率變動造成兌換損失。
754,700	其他業務外支出	5,230,000	691,360	(4,538,640)	(86.78)	原預計本年度報廢之不動產、廠房及設備仍堪用，延後報廢，致支出減列。
0	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。
(845,661,624)	本期賸餘(短絀)	(415,051,000)	(876,568,235)	(461,517,235)	111.20	本年度預算及決算皆為短絀，故增減百分比為正數。

本年度決算數	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				
36,312,175	確定福利計畫之再衡量數	0	69,487,545	69,487,545	-
36,312,175	本期其他綜合餘絀合計	0	69,487,545	69,487,545	-

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110年度

單位：新臺幣元

項 目	本 年 度 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)	(876,568,235)	
本期稅前賸餘(短絀)	(876,568,235)	
調整非現金項目：		
折舊費用	56,555,445	
攤銷費用	4,954,272	
透過損益按公允價值衡量金融資產(負債)之淨損(益)	(5,645,779)	
利息費用	26,199	
股利收入	(1,267,932)	
採用權益法之關聯企業及合資損失(利益)之份額	(3,929,679)	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)	895,003	
與營業活動相關之資產/負債變動數		
持有供交易之金融資產(增加)減少	(108,610,361)	
應收票據(增加)減少	4,346,849	
應收帳款(增加)減少	298,624,134	
預付費用(增加)減少	2,093,328	
預付款項(增加)減少	(2,531,093)	
其他流動資產(增加)減少	9,325,733	
其他金融資產(增加)減少	991,414,389	
其他應付款項增加(減少)	231,265,665	
預收款項增加(減少)	(59,372,030)	
其他流動負債增加(減少)	(322,661,821)	
淨確定福利負債增加(減少)	86,859,431	
收取之股利	1,267,932	
支付之利息	(26,199)	
退還(支付)之所得稅	(3,042,083)	
營業活動之淨現金流入(流出)	303,973,168	
<b>投資活動之現金流量</b>		
取得不動產、廠房及設備	(30,373,398)	
處分不動產、廠房及設備	144,706	
存出保證金(增加)減少	15,631,553	
其他非流動資產(增加)減少	(140,394,253)	
預付設備/工程款(增加)減少	(3,029,353)	
投資活動之淨現金流入(流出)	(158,020,745)	
<b>籌資活動之現金流量</b>		
存入保證金增加(減少)	(4,472,265)	
其他非流動負債增加(減少)	28,808	
籌資活動之淨現金流入(流出)	(4,443,457)	
本期現金及約當現金增加(減少)數	141,508,966	
期初現金及約當現金餘額	2,728,280,580	
期末現金及約當現金餘額	2,869,789,546	

## 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110年度

單位：新臺幣元

項 目	本年度 期初餘額 (1)	本年度		本年度 期末餘額 (4)=(1)+(2)-(3)	說 明
		增 加 (2)	減 少 (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>	1,072,664,639			196,096,404	
累積賸餘	1,072,664,639		876,568,235	196,096,404	110年度短絀轉入累積賸餘。
<b>淨值其他項目</b>	82,772,411	69,487,545		152,259,956	
確定福利計畫之再衡量數	82,772,411	69,487,545		152,259,956	確定福利計畫之精算損益。
<b>合 計</b>	8,420,335,033	69,487,545	876,568,235	7,613,254,343	

## 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110年12月31日

單位：新臺幣元

項 目	本年度決算數 (1)	上年度決算數 (2)	比 較 增 (減)	
			金額 (3)=(1)-(2)	% (4)=(3)/(2)*100
流動資產	7,452,486,183	8,499,994,417	(1,047,508,234)	(12.32)
現金及約當現金	2,869,789,546	2,728,280,580	141,508,966	5.19
透過餘絀按公允價值衡量 之金融資產-流動	114,256,140	0	114,256,140	-
其他金融資產-流動	3,862,895,626	4,854,310,015	(991,414,389)	(20.42)
應收票據淨額	300,558	4,647,407	(4,346,849)	(93.53)
應收帳款淨額	460,905,641	759,529,775	(298,624,134)	(39.32)
預付款項	139,581,680	139,143,915	437,765	0.31
其他流動資產	4,756,992	14,082,725	(9,325,733)	(66.22)
非流動資產	2,699,295,705	2,599,750,001	99,545,704	3.83
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	686,512,525	682,582,846	3,929,679	0.58
不動產、廠房及設備	661,027,150	682,376,658	(21,349,508)	(3.13)
投資性不動產	202,256,617	208,128,865	(5,872,248)	(2.82)
無形資產	8,111,993	13,066,265	(4,954,272)	(37.92)
其他非流動資產	1,121,387,420	993,595,367	127,792,053	12.86
<b>資產合計</b>	<b>10,151,781,888</b>	<b>11,099,744,418</b>	<b>(947,962,530)</b>	<b>(8.54)</b>
流動負債	2,288,631,642	2,442,441,911	(153,810,269)	(6.30)
其他應付款	971,442,346	740,176,681	231,265,665	31.24
當期所得稅負債	35,885,691	38,927,774	(3,042,083)	(7.81)
其他流動負債	1,281,303,605	1,663,337,456	(382,033,851)	(22.97)
非流動負債	249,895,903	236,967,474	12,928,429	5.46
遞延所得稅負債	36,508,291	19,136,405	17,371,886	90.78
其他非流動負債	213,387,612	217,831,069	(4,443,457)	(2.04)
<b>負債合計</b>	<b>2,538,527,545</b>	<b>2,679,409,385</b>	<b>(140,881,840)</b>	<b>(5.26)</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	196,096,404	1,072,664,639	(876,568,235)	(81.72)
累積賸餘(短絀)	196,096,404	1,072,664,639	(876,568,235)	(81.72)
淨值其他項目	152,259,956	82,772,411	69,487,545	83.95
<b>淨值合計</b>	<b>7,613,254,343</b>	<b>8,420,335,033</b>	<b>(807,080,690)</b>	<b>(9.58)</b>
<b>負債及淨值合計</b>	<b>10,151,781,888</b>	<b>11,099,744,418</b>	<b>(947,962,530)</b>	<b>(8.54)</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 110 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 111 年 4 月 25 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 111 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 110 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 111 年 4 月 25 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 何宏哲

何宏哲

中華民國 111 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 110 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 111 年 4 月 25 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 朱興華



中 華 民 國 111 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 110 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 111 年 4 月 25 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 雷仲達 

中 華 民 國 111 年 5 月 4 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 110 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 111 年 4 月 25 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 111 年 5 月 1 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 110 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 111 年 4 月 25 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 111 年 5 月 4 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 110 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 111 年 4 月 25 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



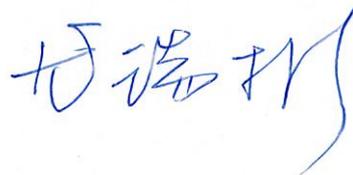
中 華 民 國 2022 年 5 月 5 日

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 110 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 111 年 4 月 25 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



中 華 民 國 111 年 5 月 6 日