

經濟部國際貿易署 函

地址：臺北市湖口街1號
承辦人：涂淑釗
聯絡電話：(02)23510271分機388
傳真：(02)23517080
電子郵件：smile626@trade.gov.tw

受文者：

發文日期：中華民國113年2月19日
發文字號：貿展字第1130550290號
速別：普通件
密等及解密條件或保密期限：

附件：如文(請至附件下載區下載<https://att.trade.gov.tw/>，識別碼：i9i8G)

主旨：檢送113年度新南向臺灣形象展規劃資料(如附件)，敬
邀貴單位踴躍報名參展，請查照。

說明：

- 一、為落實新南向政策「以人為本、雙向多元」之目的，深化我與新南向國家交流及合作，本署每年結合政府與民間單位合作於新南向國家舉行臺灣形象展。
- 二、113年臺灣形象展規劃於印尼雅加達、印度新德里、泰國曼谷辦理實體展覽，依據各國政府發展政策、當地市場需求及消費趨勢，並聚焦我國優勢產業規劃策展，將同步於展覽期間辦理由商機媒合會、論壇、研討會等商務交流活動。
- 三、本署將延續過去臺灣形象展成果，透過臺灣形象展平台，持續與新南向國家在資通訊、5G、AIOT、醫療、綠色科技等各項產業合作，推動智慧城市、智慧製造、低碳經濟及智慧醫療等產業應用升級，並與各國進行觀光文化及人才



教育等領域雙向交流，洽邀當地龍頭企業前來觀展加深雙邊經貿交流，為臺灣廠商爭取商機及提升參展效益，同時提高我國整體國際形象與能見度。

四、113年度新南向臺灣形象展由外貿協會辦理後續徵展事宜，請貴單位持續給予支持並參與展出，請逕洽各展聯絡窗口報名。

正本：教育部、環境部、僑務委員會、文化部、交通部觀光署、原住民族委員會、國家科學及技術委員會、衛生福利部、農業部、外交部、財政部、金融監督管理委員會、勞動部、經濟部能源署、經濟部產業發展署、經濟部中小及新創企業署、經濟部商業發展署、經濟部投資促進司、經濟部產業技術司、臺北市政府、新北市政府、基隆市政府、桃園市政府、新竹市政府、新竹縣政府、苗栗縣政府、宜蘭縣政府、臺中市政府、彰化縣政府、南投縣政府、雲林縣政府、嘉義市政府、嘉義縣政府、臺南市政府、高雄市政府、屏東縣政府、臺東縣政府、花蓮縣政府、文化內容策進院、全國各地公協會

副本：駐印尼代表處經濟組、駐印度代表處經濟組、駐泰國代表處經濟組、本署雙邊貿易一組（均含附件）、財團法人中華民國對外貿易發展協會

2024/02/19
14:38:57
電文
交換
印章

署長 江文若

2024 年新南向臺灣形象展規劃

國家	印尼雅加達	印度新德里	泰國曼谷
展覽日期	5/16-18	7/8-10	11/21-23
參展家數	110	80	120
攤位數	120	160	220
展覽地點	雅加達會議中心 Assembly Hall, Jakarta Convention Center	新德里國際展覽會議中心 Pragati Maidan Hall 2(新館)	詩麗吉王后國家會議中心 Hall 5, QSNCC
展覽主軸	智慧製造 智慧醫療 綠色永續 清真 智慧樂活	智慧製造 智慧城市 智慧生活 健康樂活 綠色永續	智慧製造 智慧醫療 綠色永續 數位經濟 智慧樂活
展區規劃 (展區規劃將 依實際徵展情 況調整)	台灣精品館 健康產業館 淨零碳排館 清真主題館 臺灣商品行銷中心 台北主題館 台南主題館 保健用品區 農產食品區 時尚生活區 電子資通訊及機電 設備區	台灣精品館 淨零碳排館 智慧製造形象館臺灣連鎖品 牌館 臺灣永續紡織館 臺灣商品行銷中心 智慧生活區 電子製造區 智慧城市區 綠色永續區 食品與生技區	台灣精品館 智慧醫療館 淨零碳排館 減碳包裝館 數位科技館 運動健康產業區 電子資通訊及機電 設備區 美妝美容區 農產食品區
聯絡窗口 外貿協會	杜先生 (02) 2725-5200 分 機 1808 IDN@taitra.org.tw	闕小姐 (02) 2725-5200 分機 1842/1823 indiacenter@taitra.org.tw	杜先生 (02) 2725-5200 分 機 1808 IDN@taitra.org.tw



印尼臺灣形象展

展覽介紹

2024

主辦單位：



經濟部國際貿易署
International Trade Administration



中華民國對外貿易發展協會
TAITRA Taiwan External Trade Development Council



1

2024年展覽規劃

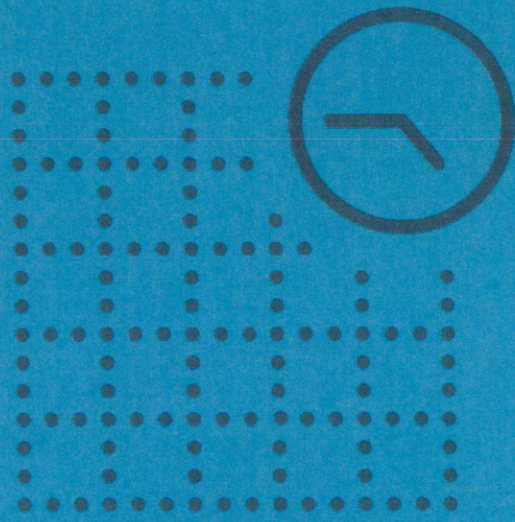
2

展覽主軸及
展區規劃

3

報名資訊

2024年 展覽規劃



Why Taiwan Expo?

TAIWAN EXPO



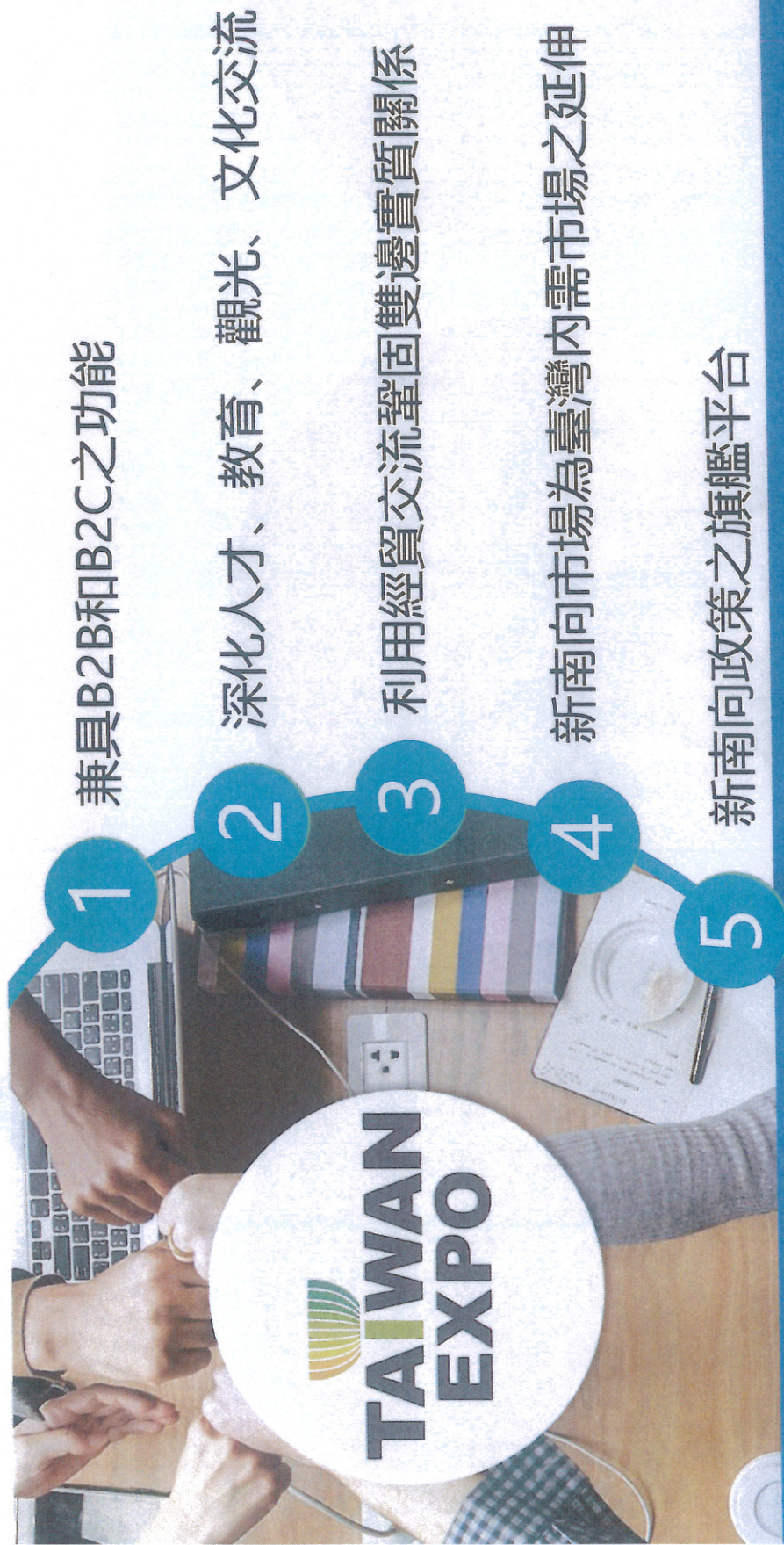
世界經濟成長的動能在
東協及印度



臺灣是新南向國家
產業升級的最佳
合作夥伴



臺灣的軟硬體實力在
供應鏈轉移中發揮
關鍵力量



文化創意



人才觀光



智慧城市



綠色科技



農業科技



健康醫療



樂活消費

臺灣形象展的3大優勢



優質臺灣形象提升買主興趣



以臺灣形象為主體協助廠
商開拓陌生市場



參觀形象展的買主目的性
高，對臺灣產品有興趣

INDONESIA



全球第16大市場

未來3年經濟成長率5%以上

全球清真最大市場

東協人口紅利最大的市場

全球鋰電池製造重鎮

東南亞最大經濟體 內需市場強勁

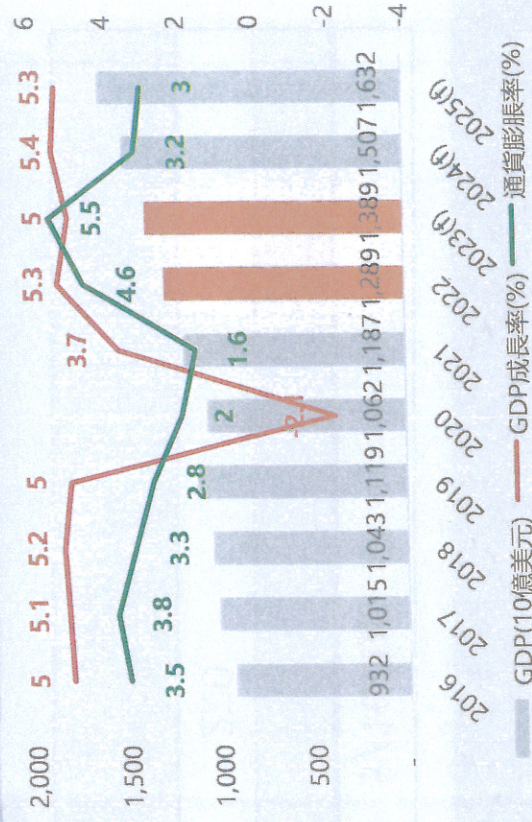
GDP 1.39 兆美元：東南亞最大經濟體

人口2.78億人：東南亞第 1 大人口國

人均GDP 5,085美元：中高收入國家

2023年 GDP 成長率：5%

2023年通貨膨脹率：4.4%



展覽簡介

TAIWAN
EXPO

展覽日期	5/16-18
參展家數	150
攤位數	220
展覽地點	Assembly Hall, Jakarta Convention Center



我們如何宣傳臺灣形象展?

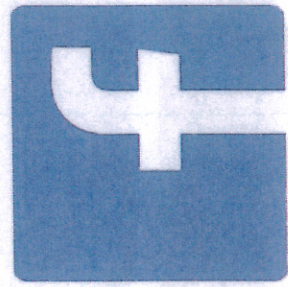
社群



twitter



YouTube



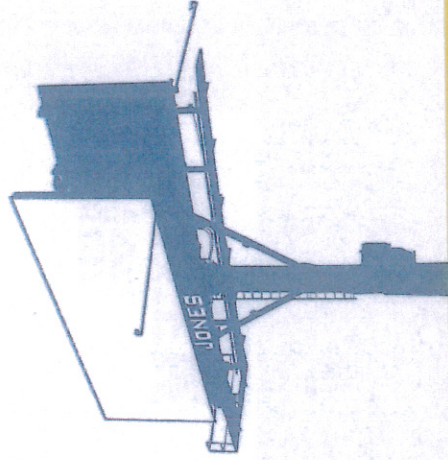
臉書



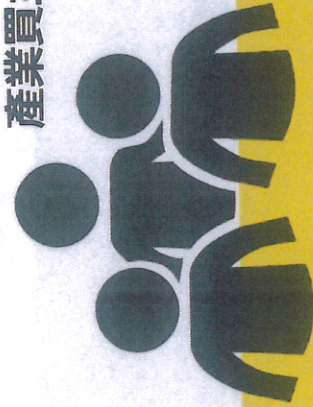
實體



新聞報導



產業買主



官方與公協會

一般民眾

周邊活動

產業交流
論壇



買主媒合
洽談

TAIWAN
EXPO



貴賓及大型
買主導覽



開幕及
文化表演
活動

2024年 臺灣形象展 展覽主軸及 展區規劃



印尼基本資料

人口 **2.78億** (2022年)
生育率 **2.24** (2021年)
年齡中位數 **29.4** (2021年)

面積 **1,904,569** 平方公里
(由超過17,000個島嶼組成)

首都 **雅加達**



產業結構(2022年)



12.8%
第一級



40.3%
第二級



46.9%
第三級

貨幣 **印尼盾(IDR)**

1美元=15,145印尼盾
(2023.02.07)



政治制度

總統制/民主共和

現任總統

佐科威(Joko

Widodo)

官方語言 **印尼語**

民族 **馬來系民族過半**

約300個種族，爪哇族約占42%、
華裔印尼人約占1%

宗教

伊斯蘭教約87%

及天主教、基督教、印度教、
佛教、孔教等

名目GDP

1.29兆美元 (2022年(e))

人均GDP

4,690美元 (2022年(e))

關鍵字掌握印尼

#得鐮者得天下

#礦產出口禁令

#齋戒月

開齋節2024/3/10-4/9

#2024年遷都計畫

遷至東加里曼丹，
新首都命名努山塔拉

#2024年全國大選
(2024/2/14)

#有望重回中高收入國家

高收入：新加坡

中高收入：馬來西亞、泰國



發展現況



製造業發展潛力巨大

- 印尼具備大量的勞動力，在供應鏈重組的趨勢下，成為外資遷移供應鏈的目標之一。
- 印尼積極發展「工業4.0」，創造以科技為基礎的就業及投資活動。



綠能需求創造商機

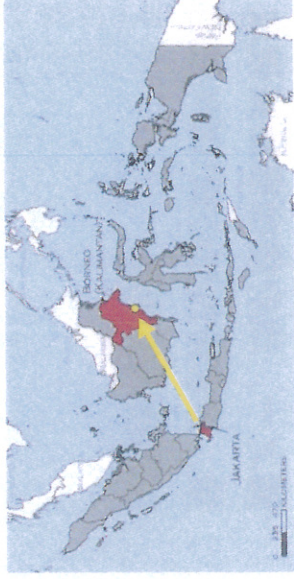
印尼是世界上最大的煤炭生產國之一，政府積極推動減碳政策，要求新首都必須100%使用乾淨及再生能源。



建立國家清真認證制度架構

- 印尼政府施行法案33號「清真認證」正式納入法令規範，由清真產品認證局（BPJPH）為專責機構。
- 食用產品進口認證朝向國有標準化與制度化。

印尼國家發展計畫



國家中程計畫

期程：2020-2024年

政策：改善經濟體質，包括基礎建設、人力資源、法規鬆綁，以吸引外資及推動經貿動能。

2024年遷都計畫

地點：東加里曼丹省

新首都：命名為「努山塔拉」(Nusantara)

領域：設立新的政府辦公室、150 萬名公務員住所、現代化城市建設等。

100個智慧城市計畫

地點：25個優先發展城市，以雅加達、萬隆發展最快；萬隆發展數位資訊產業，成為「印尼的矽谷」。

領域：智慧城市、人才、生活、運輸、經濟及環境。

圖片來源：由左至右為Construction Plus、ResearchGate、Construction Plus



醫療產業

印尼政府鼓勵發展在地醫療產業，通過新的健康方案(The New Health Act)：

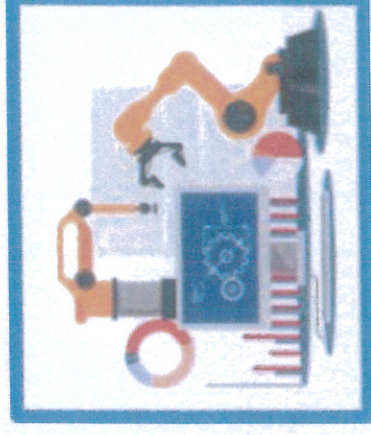
- 放寬醫療器材註冊申請
- 符合規範的外籍醫師及醫療工作者可在印尼執業
- 放寬外國投資者可在印尼設立醫院



減碳與電動車

印尼機動車輛產業振興方案：

- 2025年，電動機車自製率達100%，並開始具有出口新興市場的產能
- 2030年達成電動車可以100%在地生產與裝運
- 2035年，電動車產能量目標250萬輛；電動機車目標1,300萬輛



印尼製造4.0

- 優先推出5項優先發展項目，分別是：食品 and 飲料、紡織與服裝、汽車、電子、化工。
- 2030年GDP規模躍居全球第10的國家總目標。



愛美大流行

- 美容保養品市場規模達到70億美元。
- 化妝保養品市場年均複合成長率為11.9%。
- 各大品牌也開始高度關注男性美妝產品市場。



INDONESIA

清真Must

分階段強制產品清真認證：

- 2024年-食品及飲料產品
- 2026年-傳統藥品、保健食品、化妝品、化學品、基改食品、穿戴裝置、家電產品及A類醫療器材
- 2029年-非處方藥及B類醫療器材
- 2034年-處方藥及C類醫療器材



民以食為天

- 食品及飲料市場將以年成長率5%至2030年，市場規模將達1,940億美元。
- 加工食品市場、食品科技如食品機械、自動化餐飲服務等市場潛力巨大。

聚焦5大主軸

★ 把握印尼產業脈動趨勢
規劃展出5大主軸

智慧製造

食品機械館

電子資訊及機電設備區
金屬及橡膠加工區

智慧醫療

智慧醫療館
保健用品區

綠色永續

淨零碳排館

智慧樂活

台灣精品館

食品區
時尚生活區

清真

清真主題館

HALAL
INDONESIA

2024年 臺灣形象展 報名資訊



3

攤位費

早鳥報名可享攤位費9折優惠
 公協會、政府單位租用10攤以上可享攤位費9折優惠
 上述優惠可合併使用，最多享81折優惠



標準攤位：新台幣4.5萬元/攤

TAIWAN
EXPO



空地攤位：新台幣4萬元/攤(至少4個以上)

TAIWAN EXPO

徵展日程及聯絡資訊：

12/15

開始徵展

2/7 3/1

早鳥截止 報名截止

印尼展
5/16-18

掃描報名



聯絡人：林致緯 / 杜耀羽 先生

電話：02-2725-5200 #1484/1808

Email: IDN@taitra.org.tw

報名網址：

<https://events.taiwantrade.com/IDN2024>



印度臺灣形象展

展覽簡報

市場拓展處 南亞組

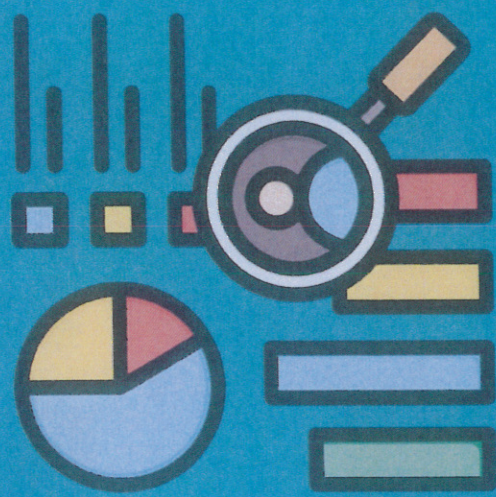
2024

大綱

- 印度市場暨北印度簡介
- 印度臺灣形象展簡介
- 2024年印度覽規劃



印度市場簡介



經貿概況與市場趨勢

印度經濟成長快速、受惠供應鏈移轉



全球成長最快的經濟體

經濟發展最快的新興市場

- 印度股市市值於2023年12月突破4兆美元，與香港股市爭奪全球股市第四
- IMF預測印度將在**2026年**成為世界**第四大經濟體**
- 標普全球評級最新報告指出，印度

2030年前可望躋身全球**第三大經濟體**



韌性供應鏈商機

受惠供應鏈移轉，逐漸成為新世界工廠

- 全球供應鏈多元化
- 受惠於中美貿易戰、成為「中國加1」最大受惠國



人口結構優勢

人口持續擴張，中階及強勁成長

- 高科技人才濟濟
- 中高所得人口快速增加，消費力強
- 大量年輕族群進入勞動市場



經商便利度提高

政府政策支持，國家及產業升級

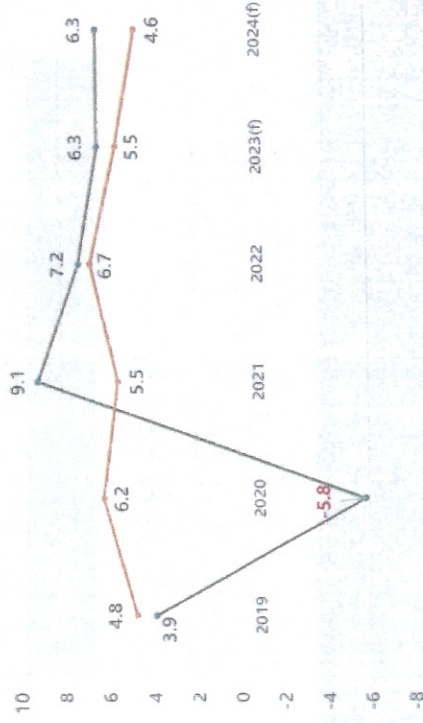
- 印度政府積極進行投資，公共支出、基礎建設與企業資本支出將為印度成長新動力
- 地緣政治效應，政策轉趨友台
- 積極招商、改善投資環境

印度經貿現況與政策商機

全球、世界前5大經濟體2019-24(f)經濟成長率
印度以**6.3%**領先其他經濟體

	2019	2020	2021	2022	2023(f)	2024(f)
全球	2.8	-2.8	6.3	3.5	3	2.9
美國	2.3	-2.8	5.9	2.1	2.1	1.5
中國	6	2.2	8.4	3	5	4.2
日本	-0.4	-4.2	2.2	1	2	1
德國	1.1	-3.8	3.2	1.8	-0.5	0.9
印度	3.9	-5.8	9.1	7.2	6.3	6.3

印度2019-24(f) 經濟成長率、通膨率



資料來源：IMF

印度政策商機



印度製造

- 帶動自主製造汽機車、生醫等指標產業。
- 台商產業鏈分工良好、產品設計與創新、關鍵零組件製造及高效能生產能力，與印度製造優勢互補。



綠色印度

- 加速油電混合車輛製造計畫進入第二階段，對電動二輪、三輪車的需求可觀。
- 台灣電動車、動力系統關鍵零件出色，電芯技術與電池模組經驗佳。



智慧城市

- 目標打造100座智慧城市，涵蓋資通訊網路布建、智慧運輸、智慧醫療、能源管理等面向。
- 台灣在資通訊建設、智慧運輸、監控、智慧健康及水資源管理等具優勢。



數位印度

- 手機使用率高，已銷售12億手機門號，及近6億網路用戶。
- 台灣可滿足從筆電、手機等使用者端設備，到光纖電纜等網路設備需求。

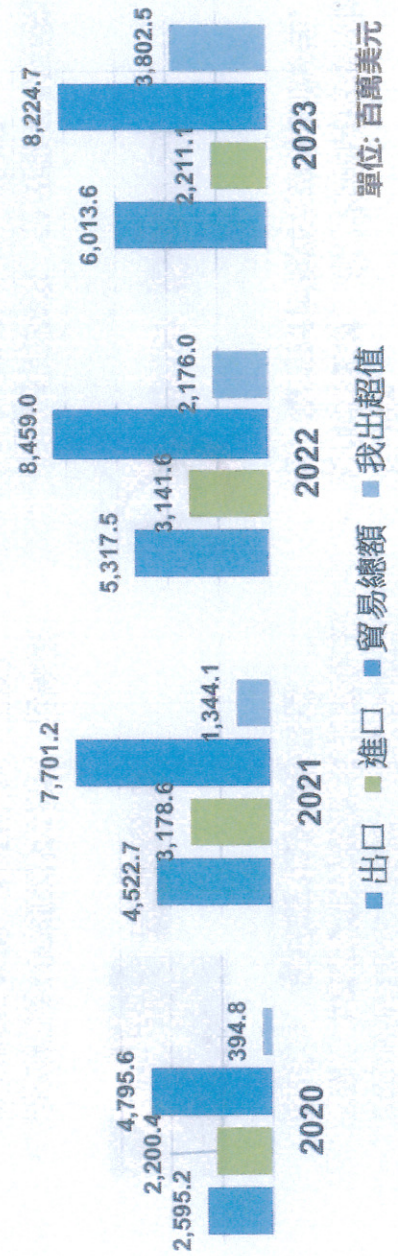


印度是臺灣第16大貿易夥伴， 為臺灣對外貿易第12大出口國，第25大進口來源

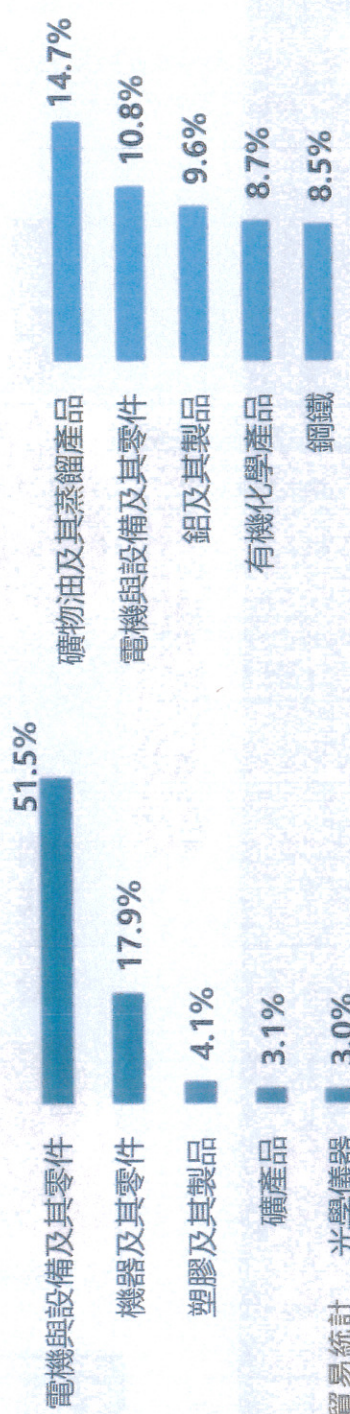
2023年全年臺灣對全球出口普遍多負成長狀況下，我對印度出口為正成長**13.1%**

國家(地區)	出口額	增減比(%)
全球	4,324.9	-9.8
中國大陸及香港	1,522.5	-32.1
東協10國	762.8	-5.4
美國	762.4	1.6
歐盟27國	404.0	1.8
日本	314.4	-6.5
韓國	182.1	-17.9
印度	60.1	13.1
南亞6國	76.3	-4.7

台印度近年雙邊貿易趨勢

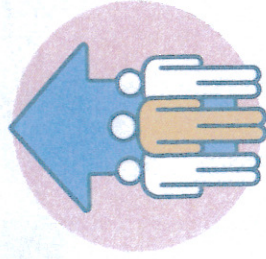


2023年全年台印雙邊貿易主要品項比重



資料來源：經濟部國際貿易署進出口貿易統計

印度市場趨勢



內需市場潛力大

- 產業製造能力提升
- 多元文化創造各式產品需求
- 私人消費占GDP逾6成，是印度經濟推手



數位轉型

- 打造完善數位公共基礎設施
- 透過數位技術促進良政
- 發展新創企業生態體系
- 發展在地電信產業5G、6G能力



減碳需求迫切

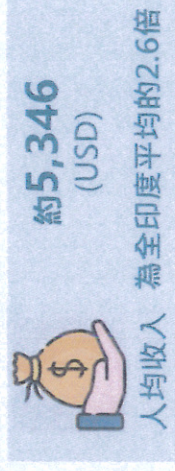
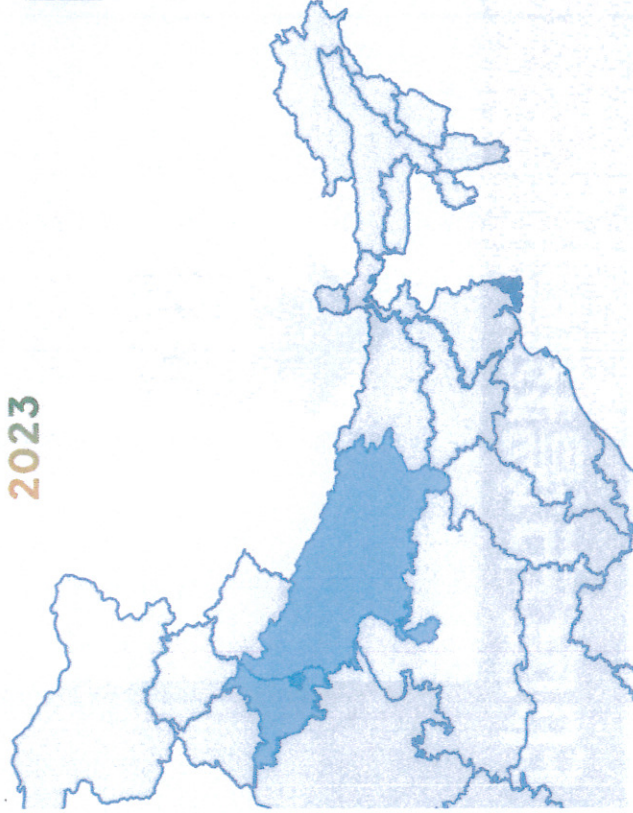
- 第四電力消費國
- 燃煤發電逾50%、可再生能源僅26%
- 世界第三大CO2排放國，車輛碳排放占交通碳排放逾90%

Delhi、北印度市場概況

德里/新德里

- 印度政治、文化中心
不僅為印度首都，也是印度政府所有部門所在地
- 國際重要貿易會議、重要展覽選址
2023 G20峰會於新德里舉辦

G20 SUMMIT
2023



Haryana/古爾岡

- 印度最大汽車中心之一
哈州生產全印度2/3客車、50%拖拉機及60%摩托車
- 全球BPO 勞動力最集中的地區
古爾岡雇用了全球5%的BPO人口
- 哈州政府-2023電動車政策
設立補助措施，大力推廣電動車普及率



Uttar Pradesh/諾伊達

- 印度經商便利度排名第2
- 生產印度手機總數40%、手機零組件55%
- 印度糧食產量排名第1的州



►►北印度-亮點產業





智慧城市

- 德里-印度重要科技中心之一
微軟、Google、甲骨文等軟體公司皆設立據點
- 哈州-第三大軟體出口城市
全球最集中的外包勞動力
IT-BPM產業對該州出口貢獻達54%
超過400家資訊服務公司集中於Gurgaon地區



綠能、電動車

- 德里-電動車政策延長
2024年-25%新車需為電池動力車輛
公車電動化-政府承諾僅購買電巴取代退役公車
- 哈州-印度最大車輛製造中心
  **HONDA SUZUKI**
轎車、機車產量占全國50%及39%
鈴木汽車、本田汽車等大廠均在此投資、設廠
- 北方邦-目標2026-2027實現22,000兆瓦
太陽能發電計畫



紡織

- 哈州-印度紡織中心、第四大棉花生產
成衣每年出口30億美元，占總產量6%
- 哈州2022紡織政策
透過中小型企業(MSME)促進紡織業發展
2025前-投資400億盧比、提供2萬個就業機會
- 北方邦-最大紡織和手搖紡織機市場
絲綢產量印度排名第三



智慧製造(電子及資訊產業)

- 2022-2027德里電子系統設計與製造政策
(ESDMIR)
推動建立電子城
未來五年創造8萬個電子製造業就業機會
提供即插即用製造中心
- 北方邦-印度最大消費性電子產品出口地
196間ESDM公司
生產40%手機及55%手機配件



食品加工

- 德里-亞洲最大蔬果市場所在地
- 北方邦-印度糧食產量排名第一、印度第二
大牛奶生產地
- 哈州-擁有3000多個食品加工單位
印度香米出口量占全國60%；乳製品產量占5%；
雞蛋生產量全國第4；肉類產量全國第8

展覽亮點 活動規劃



臺灣形象展



7年成果

8國
32場
臺灣形象展

4,984
家臺灣參展商

94%
參展商
滿意度

20億
美元商機

印度臺灣形象展簡介

經濟部支持－臺印經貿、人才雙向交流旗艦平台

印度臺灣形象展自2018年至2023年，共吸引**超過700家企業**參展，並協助我商與**超過7,000家買主**接洽，線上瀏覽及到場的參觀者共計**超過16.5萬人次**，無論是展會現場或線上展覽皆大受歡迎，成為臺灣以及南亞國家企業間開拓商機的最佳平臺。



▶▶ 周邊活動

開幕及文化表演活動

- 結合臺印文化的精彩開幕表演，邀請臺印雙邊貴賓參與



企業產品發表會

- 貿協主辦，精選參展業者介紹拓銷印度主力產品



商機媒合會

- 由駐外單位協助媒合合適買主，與參展企業進行商務洽談



台日第三地洽談會

- 媒合臺、日企業各自發揮所長，共同開發印度市場，共創雙贏



巡場導覽

- 促進當地工商界及公協會領袖與我商交流互動



2023活動亮點

- 開幕式特別邀請孟買所在之馬哈拉施特拉州副州長 Mr. Devendra Fadnavis 出席並致詞。
- 展覽期間，共計61位印度媒體記者出席並報導，包括印度重要電視台 DD News、India News 等，大篇幅刊登。
- 極具影響力、全印度最大的 Marathi 語報紙媒體 Lokmat 亦特別專訪本展。



 [印度臺灣形象展精彩回顧影片\(按此觀看\)](#)

- 2023年度形象展參展企業與買主滿意度高達100%，其中有約30%的參展商首度至印度拓銷，於展覽期間認識大量潛在買主，好消息不斷。

2023活動亮點



馬州副州長出席



現場洽談熱絡



廠商新品發表會



印度媒體爭相報導



產品試用、洽談



知名網紅推廣



現場參觀人潮踴躍

宣傳效果顯著



- ✓ 7 大宣傳手法
- ✓ 數位 + 報章雜誌 + 戶外廣告
- ✓ TA鎖定印度在地買主

2023印度臺灣形象展社群、google聯播網

共累積超過1,500萬次曝光

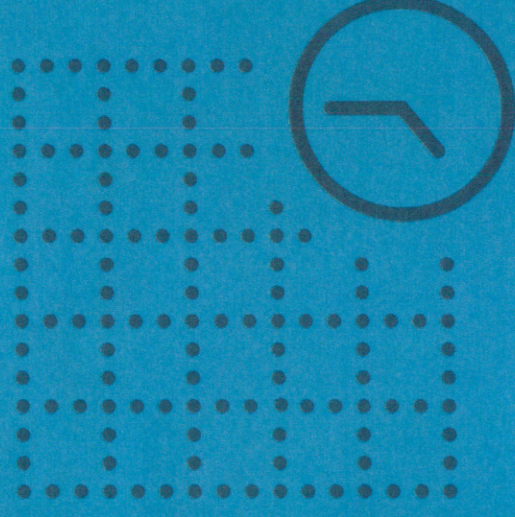
報紙廣告曝光超過97萬5千人次

截至2023年10月17日統計，印度媒體針對本展之報導共計311則露出。包含印度重要媒體、電視台：Financial Express、Lokmat、Sakal、India News等。

截至10月12日，獲台灣媒體49則報導，包含中央社、自由財經、聯合新聞網等



2024年 印度臺灣形象展 展覽規劃



2024年印度臺灣形象展覽規劃

國家	印度新德里			
展覽日期	7/8-10			
參展家數	80			
攤位數	160			
展覽地點	Pragati Maidan Hall 2 (新館)			

展覽主軸、展區規劃

2024年度・鎖定5大主軸-聚焦臺印產業合作與印度市場趨勢





2023年亮點參展商



台塑企業
FORMOSA PLASTICS GROUP



PHISON
群聯電子股份有限公司

AHAMANI



中興電工



MASTER
成運汽車製造股份有限公司



TRON



D-Link
TECO

攤位費

※早鳥優惠：分攤費 8 折、單一企業 6 攤位以上享 7 折優惠



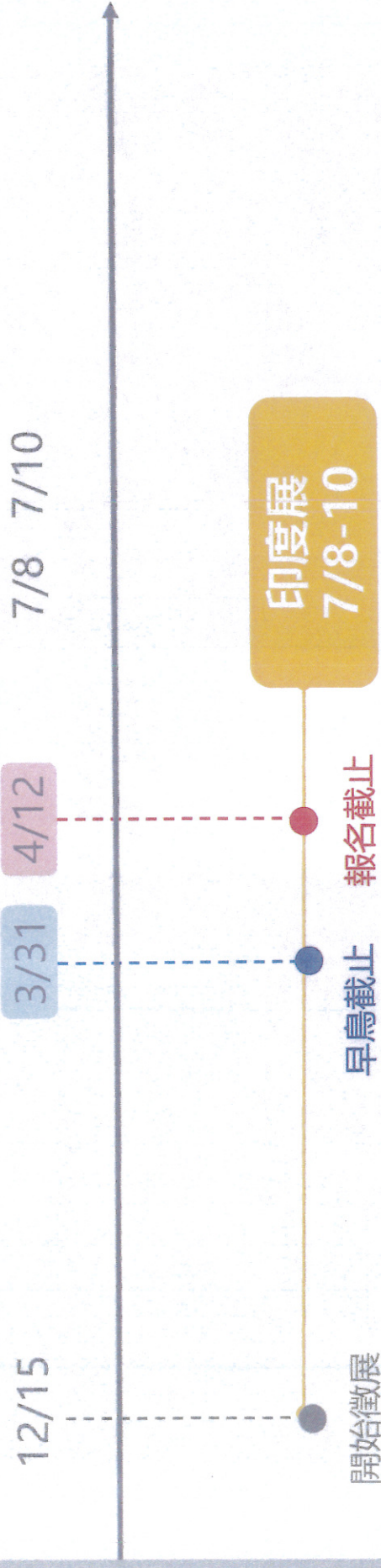
標準攤位：新台幣 4.5 萬元/攤

TAIWAN
EXPO



空地攤位：新台幣 4 萬元/攤 (至少 4 個以上)

2024年印度臺灣形象展徵展日程規劃



See You in 2024



請掃描報名!



泰國臺灣形象展

展覽介紹

2024

主辦單位：



經濟部國際貿易署
International Trade Administration



中華民國對外貿易發展協會
TAITRA Taiwan External Trade Development Council



1

2024年展覽規劃

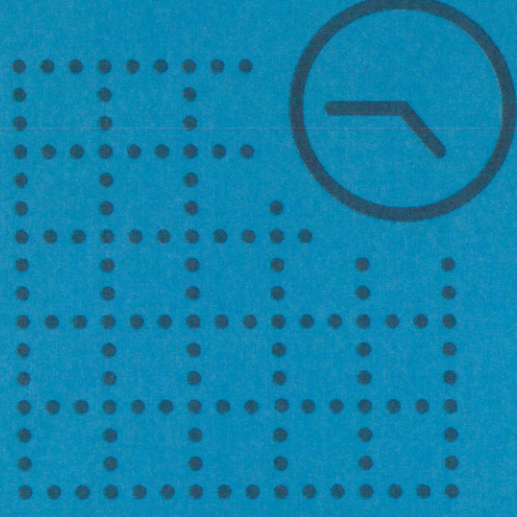
2

展覽主軸及
展區規劃

3

報名資訊

2024年 展覽規劃

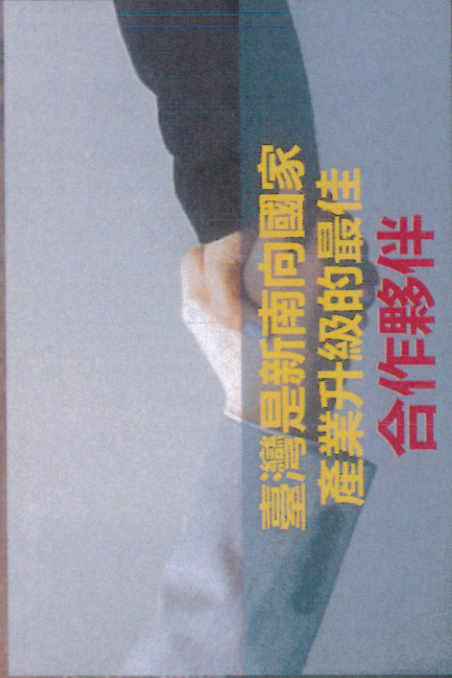


Why Taiwan Expo?

TAIWAN EXPO



世界經濟成長的動能在
東協及印度



臺灣是新南向國家
產業升級的最佳
合作夥伴



臺灣的軟硬體實力在
供應鏈轉移中發揮
關鍵力量



1 兼具B2B和B2C之功能

2 深化人才、教育、觀光、文化交流

3 利用經貿交流鞏固雙邊實質關係

4 新南向市場為臺灣內需市場之延伸

5 新南向政策之旗艦平台



文化創意



人才觀光



智慧城市



綠色科技



農業科技



健康醫療



樂活消費

臺灣形象展的3大優勢



優質臺灣形象提升買主興趣



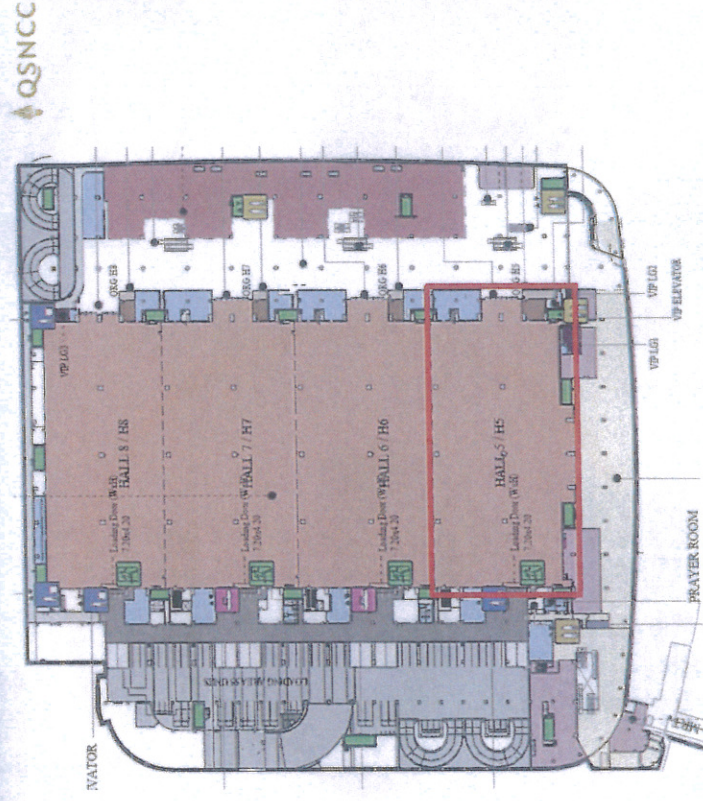
以臺灣形象為主體協助廠
商開拓陌生市場



參觀形象展的買主目的性
高，對臺灣產品有興趣

泰國臺灣形象展——展出地點規劃

國家	泰國曼谷
展覽日期	11/21-23
參展家數	120
攤位數	220
展覽地點	Queen Sirikit National Convention Center (QSNCC)
使用面積	5,588 sqm



我們如何宣傳臺灣形象展？

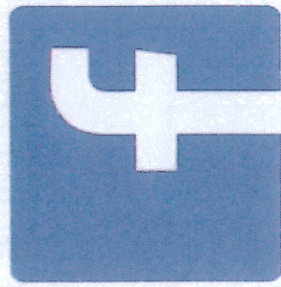
社群



twitter



YouTube



臉書

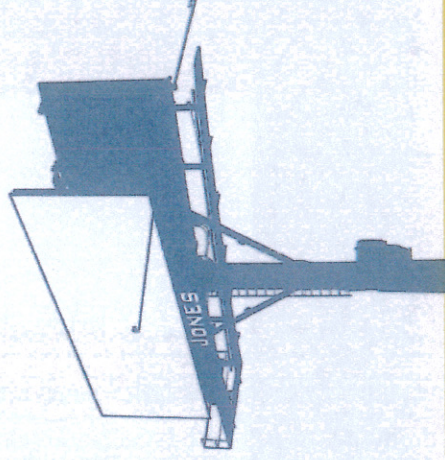
實體



新聞報導



8



產業買主



一般民眾

官方與公協會

TAIWAN
EXPO 2018
MALAYSIA
25th-27th Oct.

周邊活動

產業交流
論壇



買主媒合
洽談



貴賓及大型
買主導覽



開幕及
文化表演
活動

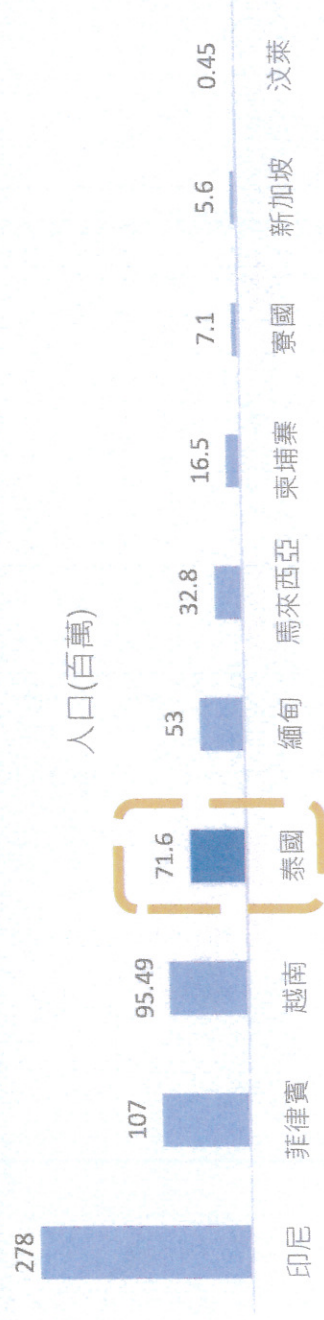
2024年 臺灣形象展 展覽主軸及 展區規劃



泰國在東協地位



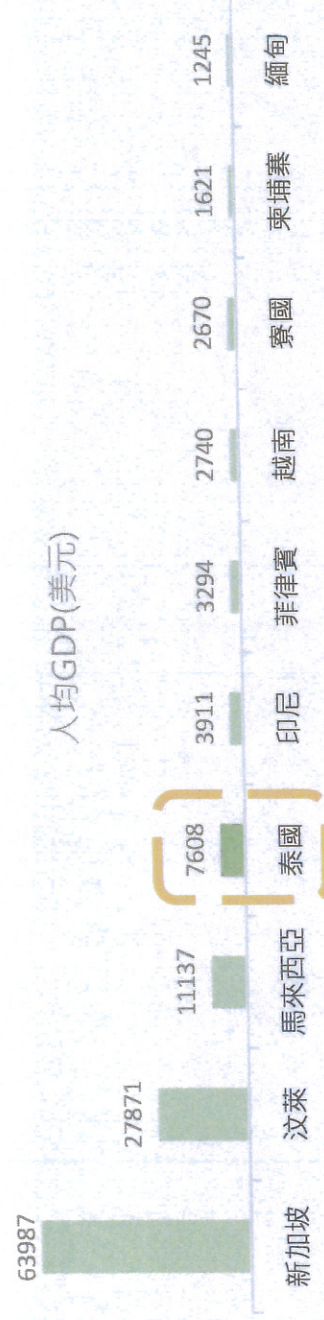
- 人口 7,160萬
- 排名東協第四



- GDP 5,234億美元
- 排名東協第二



- 人均GDP 7,608美元
- 排名東協第四

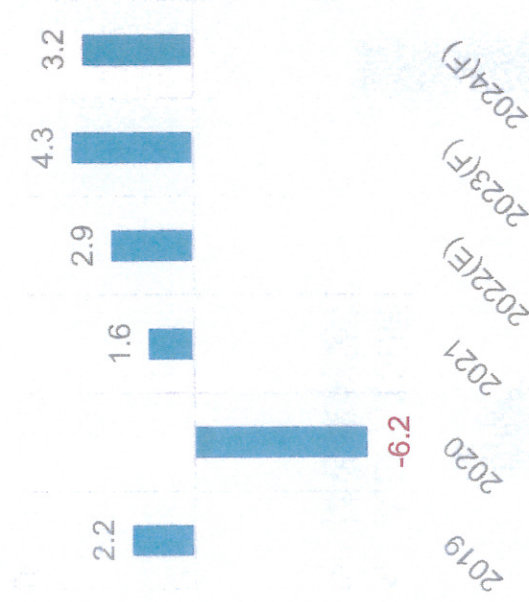


資料來源：經濟部



泰國經濟成長與貿易分析

經濟成長預測



■ 經濟成長率 (World Bank預測)

貿易結構分析(2023年1-11月)

國家別	出口金額 (百萬美元)	占比(%)	國家別	進口金額 (百萬美元)	占比(%)
1. 美國	43,814	17.04	1. 中國	65,524	24.26
2. 中國	31,179	12.13	2. 日本	29,012	10.74
3. 日本	22,663	8.81	3. 美國	17,963	6.65
4. 澳洲	10,762	4.19	4. 臺灣	15,250	5.65
16. 臺灣	4,708.46	1.66	6. 阿拉伯	15,211	5.63

出口產品		占比(%)	進口產品		占比(%)
1	電機及其設備	18	1	電機及其設備	20
2	機械及零配件	14	2	礦物燃料	19
3	車輛及其零配件	12	3	機械及其零配件	11
4	橡膠製品	6	4	車輛及其零配件	5
5	珠寶	5	5	珠寶	5

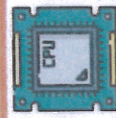
資料來源：GTA

臺泰貿易關係

泰國是臺灣第14大貿易夥伴、第15大出口對象、第4大進口來源

2023年1-11月泰國與臺灣雙邊貿易主要產品

臺灣是泰國第15大出口國
42.66億美元



電機電子設備 30.18%



機械及其零組件 15.71%



車輛及其零配件 6.49%

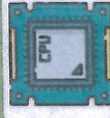


塑膠及其製品 3.42%



糖與糖果 3.34%

臺灣是泰國第4大進口來源
152.5億美元



電機電子設備 30.18%



機械及其零組件 15.71%



塑膠及其製品 6.49%



鋼鐵 2.60%



鋼鐵製品 1.65%

泰國產經政策與趨勢



數位泰國，智慧城市



泰國數位經濟發展局推動智慧城市計畫，針對智慧能源、智慧生活、智慧經濟、智慧環境、智慧行動、智慧居民及智慧管理等7大面向進行規劃建設

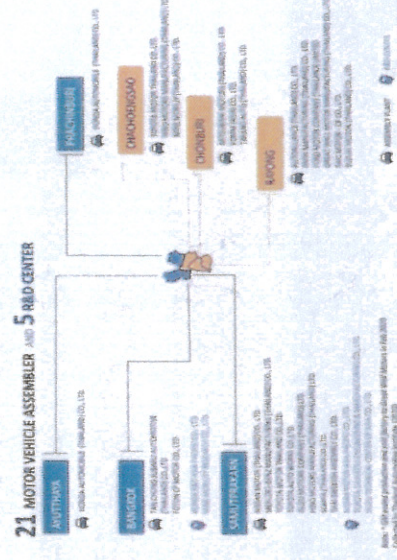
BCG經濟



- 策略1：推動自然資源的永續性，在保護及利用之間取得平衡
- 策略2：引入高科技及創意，結合各種資源打造高附加價值產業
- 策略3：藉由循環經濟提升永續競爭力，增加產業效率並減少廢棄物
- 策略4：打造經濟韌性應對全球局勢變化

亞洲汽車製造樞紐

泰國擁有21個世界級汽車生產商設立24個生產據點，包含豐田、日產、本田、三菱、福特、BMW、賓士等，另有5個研發中心



泰國政策商機：數位轉型 & 數位經濟



透過人工智慧完善數位經濟發展

泰國政府於2022年7月通過《泰國國家人工智慧戰略和行動計劃（2022-2027）草案》，以「針對人工智慧應用於社會/道德/法規方面的準備」、「發展人工智慧基礎建設」、「提升國民能力及改善人工智慧教育」、「強化人工智慧技術及創新發展」、「促進公私部門人工智慧應用」為五大戰略，著重於食品及農業、政府服務、健康及醫藥、製造業、旅遊等領域。目的在於在未來5年內成為IMD世界數位競爭力排名前30的國家，以及國內數位經濟占整體GDP 30%。

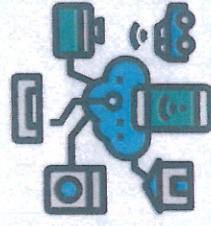
2023-2030年電子商務迅速成長

《2023年東南亞數位經濟報告》(e-Conomy SEA 2023)於近日發布，以網站成交總金額(GMV)來看，預期泰國2023年至2030年期間將穩坐東南亞第二大數位經濟體寶座，2023年GMV規模為360億美元，至2030年時將擴張到1000億美元以上，這其中最主要的動能是來自於電商。

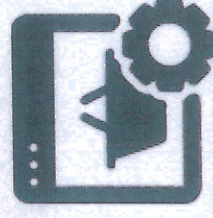
臺灣可爭取商機



智慧製造



大數據、雲端、IoT、5G



電子商務基礎建設



零售業

泰國政策商機：

電動車產業



國家電動汽車政策委員會 (EV Board) 公布「30@30電動車發展政策」

泰國是東南亞地區中電動化轉型最積極的國家，並制定電動汽車路徑圖。喊出到2030年前達成電動汽車占國產汽車30%之目標；在充電基礎設施方面，目標2030年達到全國布建12,000個直流公共充電樁，2035年達到36,500個

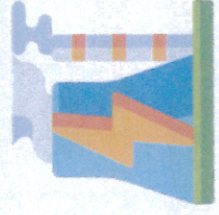


- ✓ 我國電動車輛業者近期與泰國廠商合作緊密，如鴻海全資子公司利億國際與泰國國家石油集團 (PTT) 合資成立Horizon Plus，斥資370億泰銖興建電動汽車組裝廠，預計2024年投產，初期產能每年5萬輛
- ✓ 電動巴士業者創奕能源亦與泰國Somboon集團成立合資公司STRON，目前已有電動巴士以及自駕車在曼谷試運行。

臺灣可爭取商機



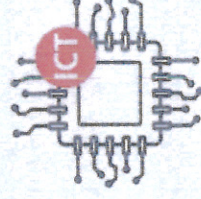
發電設備



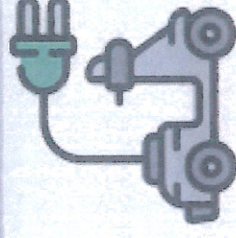
智慧電廠建置
與營運



綠電憑證



ICT製造與技術



電動車/機車/巴士

泰國政策商機：智慧醫療



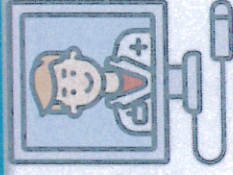
潛力巨大的泰國醫材市場

- 泰國政府計劃在將泰國打造為國際醫療中心，並提供外國投資者相關投資獎勵，包括投資X光、磁共振影(MRI)、電腦斷層(CT)等高風險或高科技設備製造，以及政府支持之研究案者均有資格申請為期8年之公司稅豁免優惠。此外，在境內經濟特區或東部經濟走廊(EEC)之投資亦可申請相關稅收減免。
- 泰國在醫療旅遊產業佔據世界領先地位，此得益於高品質之護理服務，以及針對心臟病、骨骼疾病、癌症、不孕症及高齡照護等疾病設立之專科治療中心，這些因素將提振醫療器材之需求。
- COVID-19疫情促使對醫療器材創新及研發之投入，醫療器材產業將受益於創新、高科技醫療產品之持續開發。泰國公、私部門及研究機構刻攜手開發新醫療器材，有助強化醫療器材產業發展基礎及降低泰國對高階醫療器材之進口依賴，如新建立的King Mongkut Chaochun Thahan政府醫院即為泰國首間綜合性研究暨創新醫院。

臺灣可爭取商機



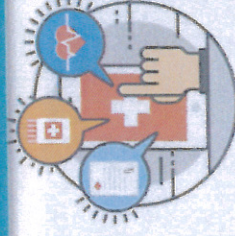
智慧醫院



遠距醫療



智慧病房



智慧醫療軟硬體

泰國消費趨勢



電商市場

泰國的B2C電子商務市場目前價值已超過 277 億美元，預計將以 7.7% 的複合年增長率繼續增長，預計2025年總交易金額可以達到180億美元。



食品

泰國人對各國文化的接受度高，喜愛嘗試新的事物，更喜歡美食，並自詡為「世界廚房」，泰國食品占泰國家庭支出的36%，預估2023年食品業營收達700億美元，並以年複合成長率5.23%繼續成長。



社交化消費

泰國人均花費在社交媒體的時間是3小時11分鐘，屬於世界之最，51%的線上用戶直接通過社交媒體進行商品購買，這一比例世界排名第一。



永續性偏好

越來越多泰國消費者在購物時將環保永續的概念加入決策思考，並偏好對環境友善的產品。

泰國臺灣形象展—展覽主軸



2024年 臺灣形象展 報名資訊

3



攤位費

早鳥報名可享攤位費9折優惠
 公協會、政府單位租用10攤以上可享攤位費9折優惠
 上述優惠可合併使用，最多享81折優惠



標準攤位：新台幣4.5萬元/攤

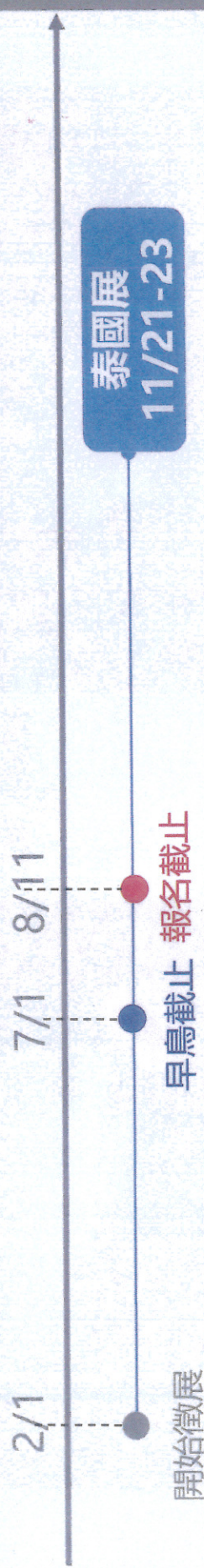
TAIWAN
EXPO



空地攤位：新台幣4萬元/攤(至少4個以上)

TAIWAN EXPO

徵展日程及聯絡資訊:



聯絡人: 楊心如 小姐 / 杜耀羽 先生

電話: 02-2725-5200 #1481/1808

Email: THAI@taitra.org.tw

報名網址:

<https://events.taiwantrade.com/THAI2024>