



由國際競爭力評比 論我國貿易努力方向

經濟部國際貿易局

107年8月14日



報告大綱

- 研究緣起與範圍
- 國家競爭力評比介紹
- 貿易指標評比結果
- 當前我國貿易面臨之挑戰
- 貿易努力方向之策略及作法
- 政策建議



壹、研究緣起與範圍



✓ 研究緣起

- 國家必須不斷提升綜合競爭力，才能在全球生產鏈佔據有利位置及保有穩固地位。如何有效強化國家整體競爭力，已成為各國所關注之課題。
- 臺灣經濟發展高度仰賴對外貿易，維持高度的貿易競爭力，可達成以下目標
 - 1) 促進經濟繁榮，強化臺灣企業競爭力
 - 2) 提高臺灣國際知名度與人民對國家的認同感
 - 3) 有利吸引外資來臺投資
 - 4) 營造臺灣經濟永續成長動力

✓ 研究範圍^註

- 瑞士洛桑國際管理學院（IMD）的《World Competitiveness Yearbook》
- 瑞士世界經濟論壇（WEF）的《The Global Competitiveness Report》
- 瑞士世界經濟論壇（WEF）的《The Global Enabling Trade Report》

註：由於最具代表性及公信力的競爭力評比機構為WEF及IMD，兼且當前許多國家在制定政策及企業在進行產業佈局時，大多以WEF及IMD所發布之競爭力報告作為決策之參考資訊，故本研究採用WEF及IMD之國際競爭力評比指標作為研究標的；另也將進一步探討WEF的貿易便利指數，以瞭解我國在國際區域經濟整合上的進度。



一、IMD世界競爭力指標

總體競爭力

支柱1

經濟表現

支柱2

政府效能

支柱3

企業效能

支柱4

基礎建設

國內經濟

國際貿易

國際投資

就業

價格

財政情勢

租稅政策

體制架構

經商法規

社會架構

生產力及效率

勞動市場

金融

經營管理

行為態度及價值觀

基本建設

技術建設

科學建設

醫療與環境

教育

另

含

8

5

個

背

景

資

訊

指

標

二、WEF全球競爭力指標

全球競爭力指數

基本條件

支柱1：體制
支柱2：基礎建設
支柱3：總體經濟環境
支柱4：健康與基礎教育

要素驅動關鍵

效率強度

支柱5：高等教育與訓練
支柱6：商品市場效率
支柱7：勞動市場效率
支柱8：金融市場成熟度
支柱9：應用新技術程度
支柱10：市場規模

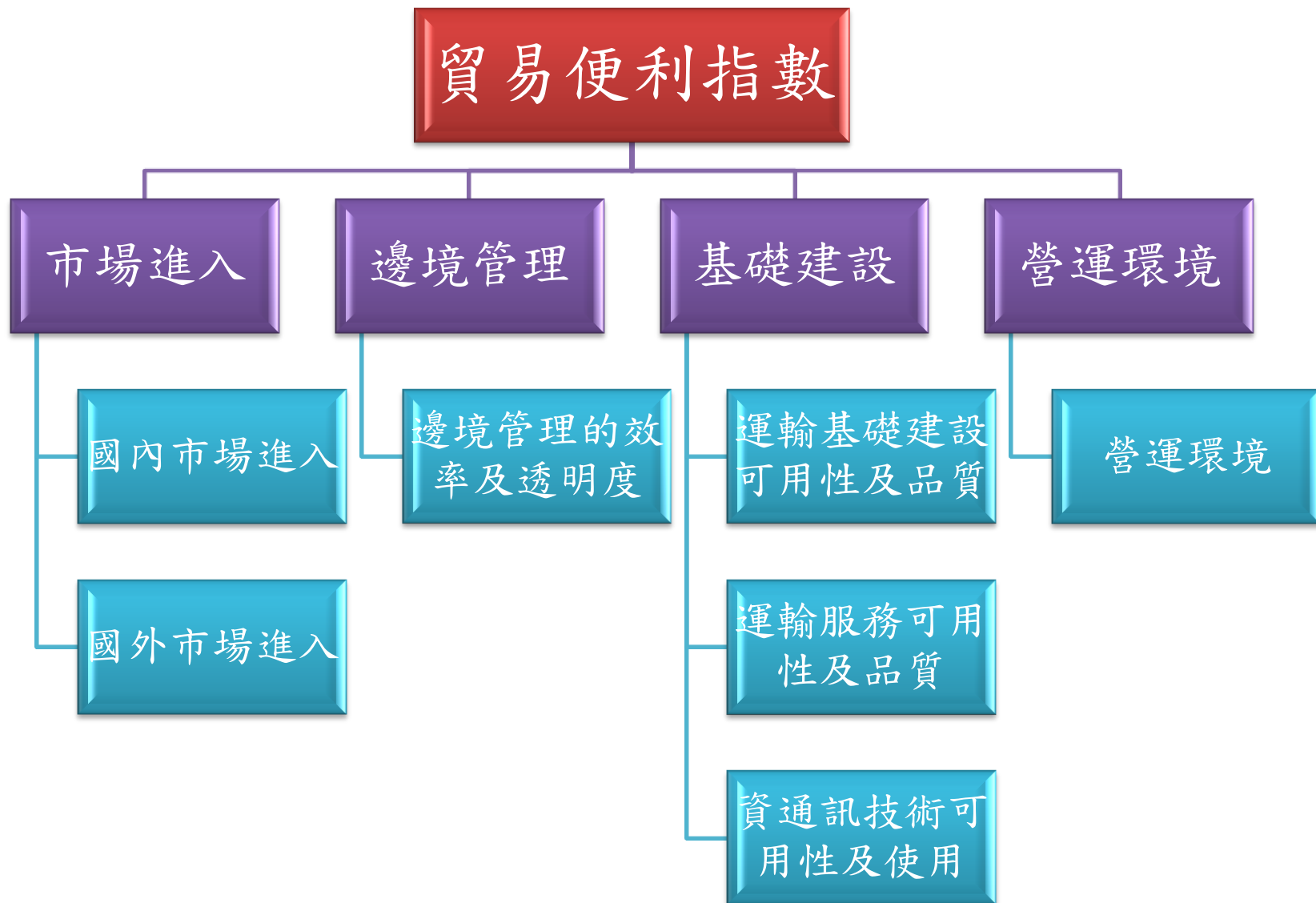
效率驅動關鍵

創新與成熟度

支柱11：企業成熟度
支柱12：研發創新

創新驅動關鍵

三、WEF貿易便利指數



叁、貿易指標評比結果^(1/3)

一、我國在IMD世界競爭力與貿易相關的評比指標排名

貿易細項指標 \ 年份	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
我國總體排名	6	7	11	13	11	14	14
商品出口							
總額	16	16	16	19	19	17	18
占GDP比例	10	13	14	14	15	13	13
成長率	8	57	31	37	18	21	34
消費服務出口							
總額	24	24	26	25	23	23	23
占GDP比例	29	27	30	30	28	28	29
成長率	2	19	18	35	6	8	14
前五大貿易夥伴出口集中度	-	-	-	-	33	48	57
前五大出口產品集中度	-	-	-	-	53	37	48
貿易占GDP比例	15	15	16	17	17	17	18
貿易條件	35	49	46	42	41	5	7
平均進口關稅	40	40	41	41	43	45	47
高科技產品出口							
總額	8	8	8	8	8	6	5
比例	4	3	1	2	3	4	3



叁、貿易指標評比結果^(2/3)



二、我國在WEF全球競爭力與貿易相關的評比指標排名

貿易細項指標 \ 年份	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
我國整體排名	13	13	12	14	15	14	15
非關稅貿易障礙之多寡 ^註	55	55	32	21	17	20	30
進口平均關稅	69	73	72	70	68	69	71
商品及勞務進口占GDP比例	31	32	37	42	42	41	44
本國出口市場規模	11	10	12	11	13	15	15
商品及勞務出口占GDP比例	-	-	23	23	23	20	22
國際通路掌握	22	22	21	28	38	37	39

資料來源：WEF, The Global Competitiveness Report；各年期。

註：上述非關稅貿易障礙之多寡(Prevalence of non-tariff barriers)為2015年正式改名，2011-2014年原為貿易障礙的普遍度(Prevalence of trade barriers)。

三、我國在WEF貿易便利指數與貿易局相關的評比指標排名

細項指標 \ 年份	2012	2014	2016
我國整體排名	29	24	35
關稅障礙	67	68	69
關稅指數複雜度	76	82	90
免稅進口比重	65	71	70
面對國外市場關稅	130	136	135
目標市場優惠關稅差距	130	134	126

資料來源：WEF, The Global Enabling Trade Report；各年期。

一、出口成長動能趨緩^(1/2)

WTO全球貿易統計我國排名

單位：10億美元；%

年份 \ 項目	出口			進口		
	金額	世界排名	比重	金額	世界排名	比重
2006	224	16	1.9	203	16	1.6
2007	247	16	1.8	219	17	1.5
2008	256	18	1.6	240	18	1.5
2009	204	17	1.6	174	18	1.4
2010	275	16	1.8	251	17	1.6
2011	308	18	1.7	281	18	1.5
2012	301	18	1.6	270	18	1.5
2013	305	20	1.6	270	18	1.4
2014	314	20	1.7	274	19	1.4
2015	285	17	1.7	238	18	1.4
2016	280	18	1.8	231	18	1.4
2017	317	18	1.8	259	19	1.4

一、出口成長動能趨緩^(2/2)

我國商品貿易依存度

單位：百萬美元；%

年份 \ 項目	國內生產毛額	進出口總額	貿易依存度
2008	416,961	502,518	120.5
2009	392,065	383,260	97.8
2010	446,105	534,282	119.8
2011	485,653	600,985	123.7
2012	495,845	583,733	117.7
2013	511,614	589,438	115.2
2014	530,519	601,942	113.5
2015	525,562	522,563	99.4
2016	530,532	510,889	96.3
2017	572,767	576,515	100.7

資料來源：行政院主計總處新聞稿2017年5月26日，本研究整理。

二、出口產品過度集中

67.9%

73.7%

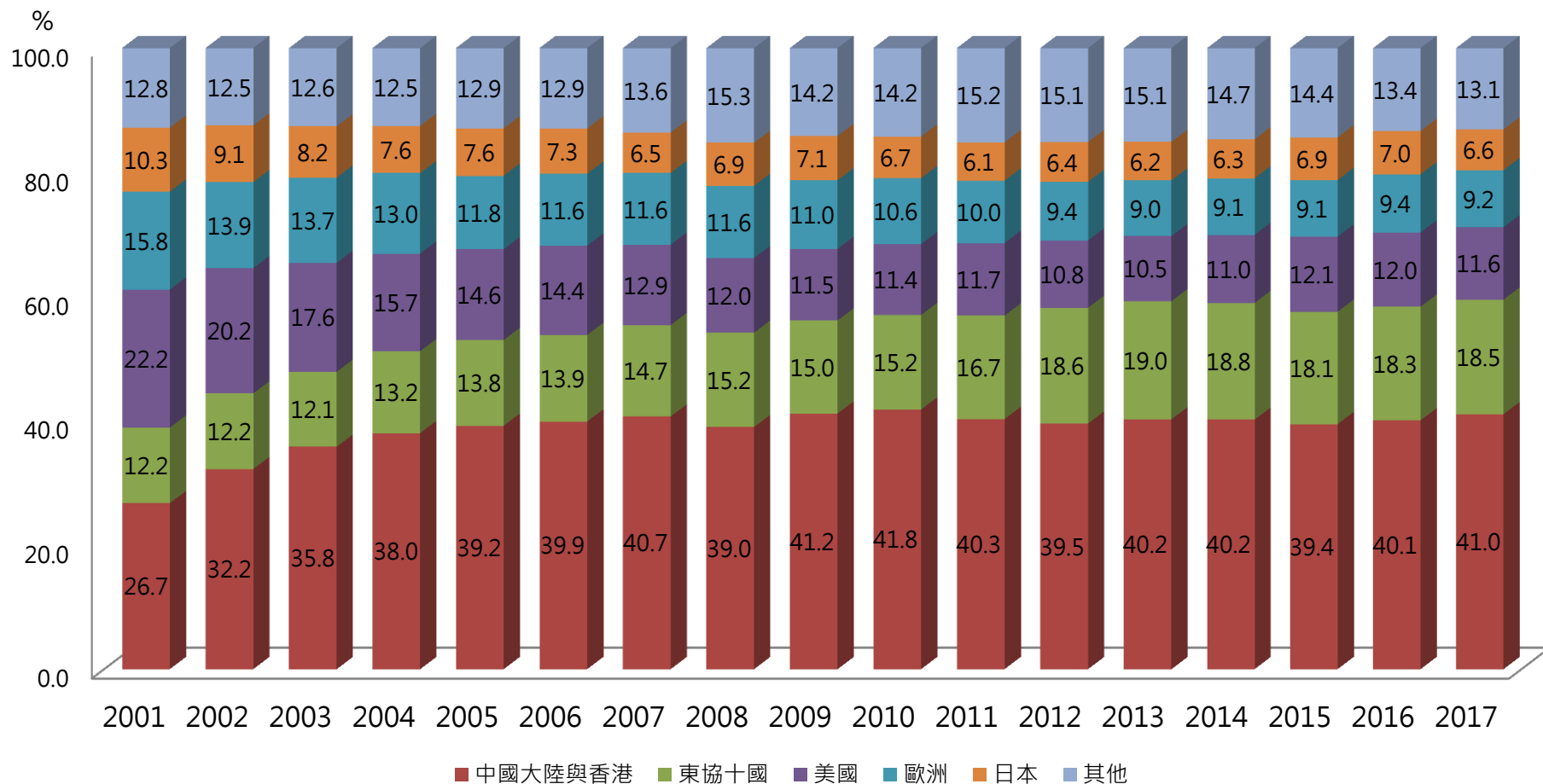
貨品別	2009		2010		2011		2012		2013		2014		2015		2016		2017	
	金額	比重	金額	比重	金額	比重	金額	比重	金額	比重	金額	比重	金額	比重	金額	比重	金額	比重
全部產品合計	2056.6	100.0	2780.1	100.0	3129.2	100.0	3064.1	100.0	3114.3	100.0	3200.9	100.0	2853.4	100.0	2803.2	100.0	3172.4	100.0
電機設備(HS85)	753.9	36.7	1033.4	37.2	1125.5	36.0	1090.3	35.6	1142.8	36.7	1233.7	38.5	1181.2	41.4	1240.5	44.3	1413.0	44.5
機械設備(HS84)	198.2	9.6	279.4	10.0	317.6	10.2	298.4	9.7	295.2	9.5	314.6	9.8	290.2	10.2	302.0	10.8	366.0	11.5
塑膠 (HS39)	146.2	7.1	196.5	7.1	219.4	7.0	210.6	6.9	219.6	7.1	213.9	6.7	185.3	6.5	175.7	6.3	202.8	6.4
化學品 (HS28~38)	139.3	6.8	192.3	6.9	224.6	7.2	207.9	6.8	212.8	6.8	216.6	6.8	178.8	6.3	171.5	6.1	193.8	6.1
光學製品(HS90)	158.1	7.7	233.2	8.4	235.6	7.5	230.0	7.5	222.7	7.1	205.6	6.4	159.0	5.6	148.3	5.3	163.9	5.2
礦(HS25-27)	117.0	5.7	148.5	5.3	179.2	5.7	220.7	7.2	236.9	7.6	204.5	6.4	119.2	4.2	109.6	3.9	118.0	3.7
汽機車(HS87)	62.9	3.1	78.8	2.8	90.2	2.9	97.9	3.2	98.0	3.1	103.7	3.2	102.2	3.6	93.3	3.3	97.2	3.1
鋼鐵 (HS72)	79.3	3.9	100.7	3.6	117.6	3.8	103.6	3.4	101.1	3.2	105.8	3.3	79.7	2.8	77.1	2.8	96.5	3.0
紡織 (HS50~60)	84.0	4.1	102.7	3.7	116.5	3.7	107.9	3.5	107.1	3.4	105.9	3.3	98.9	3.5	90.8	3.2	92.1	2.9
鋼鐵製品(HS73)	43.9	2.1	63.1	2.3	75.3	2.4	73.5	2.4	72.5	2.3	77.7	2.4	72.3	2.5	67.1	2.4	76.9	2.4

資料來源：財政部關務署，本研究整理。
 註：全部產品稅則號列為HS01-HS97。



三、出口市場過度集中

2001-2017年我國出口國家(地區)結構



資料來源：財政部關務署，本研究整理。

四、企業於國際間通路競爭時仍趨於劣勢

年份 指標	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
家數	1,232,025	1,247,998	1,279,784	1,306,729	1,331,182	1,353,049	1,383,981	1,408,313
比率	97.91	97.68	97.63	97.67	97.64	97.61	97.69	97.73
成長率	-0.22	1.30	2.55	2.11	1.87	1.64	2.29	1.76
銷售額	9,189,463	10,709,005	11,226,933	11,381,770	11,321,842	11,839,868	11,803,115	11,764,677
比率	30.65	29.55	29.64	30.23	29.44	29.42	30.36	30.71
成長率	-12.17	16.54	4.84	1.38	-0.53	4.58	-0.31	-0.33
內銷額	7,873,111	9,088,972	9,567,948	9,633,690	9,897,617	10,345,095	10,325,260	10,340,886
比率	35.50	34.67	34.51	34.66	34.58	34.46	35.41	35.85
成長率	-10.72	15.44	5.27	0.69	2.74	4.52	-0.19	0.15
出口額	1,316,352	1,620,033	1,649,985	1,748,080	1,424,225	1,494,773	1,477,855	1,423,791
出口貢獻	16.87	16.16	16.29	17.74	14.48	14.62	15.21	15.04
出口傾向	14.32	15.13	14.70	15.36	12.58	12.62	12.52	12.11
成長率	-19.96	23.07	1.85	5.95	-18.53	4.95	-1.13	-3.66

資料來源：節錄至經濟部中小企業處《2017年中小企業白皮書》，頁55。

註：1.表中比率為中小企業占全部企業的百分比。

2.出口貢獻= (中小企業出口額 / 全部企業出口額) ×100%。

3.出口傾向= (中小企業出口額 / 中小企業銷售額) ×100%。

五、區域經濟整合進度緩慢

亞洲主要國家洽簽FTA情形(已簽署+已生效+洽簽中)

	韓國		日本		新加坡 ^{註5}		臺灣 ^{註3}	
	國家	占其貿易額%	國家	占其貿易額%	國家	占其貿易額%	國家	占其貿易額%
已簽署	共57國 (16個FTA)	67.03%	共19國 (16個FTA)	25.1%	共63國 ^{註2} (24個FTA)	87.55%	共9國 (8個FTA)	9.90%
已生效	共51國 (15個FTA)	65.72%	共16國 ^{註1} (15個FTA)	23.22%	共32國 (21個FTA)	76.44%	共9國 ^{註3} (8個FTA)	9.90%
洽簽中	1.陸日韓	30.44%	1. 韓國	5.95%	1.加拿大	0.3%	1.中國大陸	18.91% ^{註4}
	2. RCEP	50.47%	2. 海灣合作理事會	6.08%	2.巴基斯坦	0.15%		
	3.海灣合作理事會(GCC)	6.22%	3.哥倫比亞	0.14%	3.烏克蘭	0.02%		
	4. 墨西哥	1.47%	4.歐盟	11.37%	4.墨西哥	0.48%		
	5.南方共同市場(MERCOSUR)	1.06%	5.陸日韓	27.57%	5. RCEP	54.67%		
	6.歐亞經濟聯盟(EAEU)	1.96%	6.RCEP	32.99%				
	7.以色列	0.23%	7.加拿大	1.51%				
	8.厄瓜多	0.07%	8.土耳其	0.28%				
	合計 (已扣重複國)	86.19%	合計 (已扣重複國)	73.08%	合計 (已扣重複國)	87.71%	合計 (已扣重複國)	28.80%

註1:日本 - 東協整體經濟夥伴協定中，印尼尚未生效，惟日-印尼雙邊EPA業於2008年7月生效。

註2:包含已簽署尚未生效之星歐盟FTA。

註3:貿易額占比與中國大陸貿易方面僅計入與中國大陸ECFA早收清單部分。並已計入統計期間內巴拉圭貿易統計(臺巴經濟合作協定於2017年11月22日生效)。

註4:係以2017年1-10月我國對中國大陸貿易總額扣除ECFA早收清單部分計算得出。

資料來源：Global Trade Atlas Navigator資料庫2017年1-11月統計數據整理。(臺灣部分來自我國海關統計)



肆、當前我國貿易面臨之挑戰^(7/7)



- 出口成長動能趨緩：我國出口雖仍極具競爭優勢，惟出口競爭力已逐漸放緩，亦即我國的貿易成長潛力略顯不足。
- 出口產品過度集中：我國出口易受他國影響程度較高，亦即臺灣出口項目過度集中，整體出口容易受到少數幾個出口項目消長影響而波動，不利於總體經貿之穩定性。
- 出口市場過度集中：我國出口受部分國家影響程度持續增加，不利於我國提升長期出口動能。
- 企業於國際間通路競爭時仍趨於劣勢：臺灣中小企業較不擅於國際行銷網絡與全球布局，在面臨國際間大廠競爭往往趨於劣勢。
- 區域經濟整合進度緩慢：我商面臨國外嚴重之關稅障礙，代表我國在推動區域經濟整合進度上也相對較為緩慢。

一、提升出口成長動能^(1/2)

我國整體出口拓銷策略

推動目的	維持對外貿易穩定且均衡的成長，進而帶動我國經濟成長	
推動策略	促進出口市場與產業多元化	
推動目標	市場	產業
	出口多元 均衡並重	強化產業國際競爭力 厚植出口新動能
具體方向	已開發國家市場、新興市場(擴大新南向市場出口)、中國大陸市場。	鞏固主力產業、加強優勢產業及5+2創新產業拓銷。

一、提升出口成長動能^(2/2)

主要推動工作	具體作法
強化貿易推廣工作	➢ 協助開發國際市場 ➢ 提供商情資訊服務 ➢ 擴展海外據點服務 ➢ 國際行銷人才培訓
結合民間力量拓展市場	組團赴國外拓展貿易、參加商展、邀請國外貿易團體來訪、舉辦或參加國際性經貿會議、舉辦出口商機座談會、辦理貿易人才訓練及編印經貿資料等。補助個別公司或商號參加海外國際展覽。
推動多項專案計畫	➢ 臺灣產業形象廣宣計畫 ➢ 補助業界開發國際市場計畫 ➢ 優質平價新興市場精進方案
促進會展產業發展	辦理「推動臺灣會展產業發展計畫」，包括「會展產業整體計畫」及「會展人才培育與認證計畫」。
提供貿易金融支援	➢ 強化貿易金融貸款方案 ➢ 轉融資促進出口方案 ➢ 加強輸出保險準備計畫 ➢ 優惠外銷貸款信用保證方案

二、多元化產品拓銷

鞏固主力優勢產業	培植潛力出口產業	系統整合產品服務輸出
➤ 透過國際專業展，推廣優勢產業，並運用跨媒體及創新行銷作法，提升臺灣優勢產業國際知名度，布建海外行銷通路。 ➤ 持續執行「工具機暨零組件整合行銷計畫」及「紡織品整合行銷與商機開發計畫」等。	掌握市場需求，適地化精準行銷，推廣消費產品，如推動「臺灣美粧品牌行銷聯盟」；客製化行銷輔導綠色產品，提升出口競爭力。	成立系統整合平臺，積極推動以整體系統產品輸出取代中間財或單一零組件出口，以期帶動我出口模式轉型，打造整廠/系統整合出口旗艦。



三、分散出口市場

面向	拓銷作法
行銷拓展	➢ 擴大買主來臺採購：放寬補助買主來臺標準，吸引更多專業買主來臺。 ➢ 「國際行銷諮詢中心」：針對企業拓展海外市場面臨問題，連結政府資源，建立客製化、一站式、專業化諮詢服務窗口，並量身推薦拓銷資源予廠商運用。 ➢ 加強新興市場拓展，如持續營運非洲市場推動辦公室、成立日本專案小組。 ➢ 持續辦理土耳其「臺灣機械買主聯盟」，並擴大於越南、泰國、印尼、馬來西亞、菲律賓及印度辦理：厚植我機械業者與當地機械代理商、相關公協會及潛力買主關係、深化售後服務並提供我國產業最新資訊。 ➢ 拓展終端消費品：精準掌握新興市場之總體環境及消費者與通路商需求，並以創新行銷手法示範，協助廠商拓展終端消費產品。 ➢ 強化台灣經貿網服務廠商功能及增強跨境電商之行銷效能。 ➢ 與新南向貿易推廣機構之電子商務官網策略聯盟。 ➢ 成立臺灣清真推廣中心、印度中心。
能量建構	➢ 持續辦理貿易金融支援。 ➢ 開辦企業拓展新南向人才儲備專班：充實貿易人才供給(加強培育新南向市場特殊語言人才、建立人才資料庫媒合廠商聘用、選送學生赴新興市場企業實習)。 ➢ 營運資訊及數據中心，以精準掌握市場機會，強化出口拓銷效益。 ➢ 成立新南向國家企業家聯誼會。
海外服務	➢ 除印度外，增設印尼雅加達及馬來西亞吉隆坡「臺灣商品行銷中心」，提供客製化行銷服務。 ➢ 續於杜拜營運「中東市場行銷育成中心」，提供廠商布局中東一條龍服務。 ➢ 擴大於胡志明市、雪梨及達卡成立「海外商務中心」，提供廠商作為開拓市場之橋頭堡或籌設據點臨時辦公使用。
形象提升	➢ 以台灣精品作為推廣標的，聚焦重點市場及我優勢產業加強推廣，精耕臺灣產業國際形象。 ➢ 創新於新南向市場辦理臺灣形象展暨臺灣週活動，強化推廣臺灣在醫療、教育、文化、觀光、農業科技、產業之整體實力，並以洽談會、研討會、形象推廣等多元系列活動，整體展現我國在該等領域的解決方案，以及深化雙邊經貿、人才、文化之交流，進而帶動我國產業及產品出口。 ➢ 提升臺灣機械產業形象，培訓新南向國家使用我國工具機技術人員。

四、協助企業及產業布建海外市場通路

作法	內容
短期	➤ 參加各項展團及洽談會活動 ➤ 參加台灣精品獎選拔推廣其品牌
中期	➤ 提供國際行銷諮詢服務 ➤ 國際企業人才培訓與媒合 ➤ 建立數位行銷管道
專案客製化措施	➤ 以專案輔導方式，鼓勵廠商以多元、創新及整合之行銷手法赴海外布建行銷通路。 ➤ 加強消費產品拓展新南向市場，持續提供廠商目標市場深度調查資訊、出口客製輔導、辦理創新海外聯合行銷活動，安排業者與當地通路進行精準媒合等，以促成業者與目標市場通路或代理商建立合作夥伴關係或商品進入通路上架銷售。

五、提升對外經貿格局與多元經貿關係

具體策略	作法	內容
積極參與國際經貿組織與活動	世界貿易組織 (WTO)	➢ 參與杜哈回合談判 ➢ 參與貿易政策檢討會議 ➢ 「資訊科技協定」(ITA) 擴大 ➢ 參與「環境商品協定」(EGA) 複邊談判 ➢ 參與「服務貿易協定」(TiSA) 複邊談判 ➢ 協助廠商因應外國實施之貿易救濟措施
	亞太經濟合作會議 (APEC)	➢ 積極參與APEC相關會議及活動 ➢ 我國將持續積極參與亞太自由貿易區(FTAAP)、茂物目標暨2020年後願景、服務業競爭力路徑圖、全球價值鏈、供應鏈連結行動計畫、微型及中小企業國際化、下世代貿易及投資議題(如：數位貿易)等相關領域之討論及工作計畫
	經濟合作暨發展組織 (OECD)	我國已成為競爭委員會、鋼鐵委員會及漁業委員會之觀察員，並持續獲得參與方資格延續
強化雙邊經貿關係	召開局長級或以上經貿對話 籌組或邀請經貿訪問團 推動洽簽BIA及租稅等其他貿易協定 排除各種貿易障礙	
推動洽簽經濟合作協定	積極爭取加入區域經濟整合 採「堆積木」策略，奠定ECA談判基礎	

✓ 強化我國未來貿易努力方向

策略	相關作法
強化協助廠商出口拓銷	➤ 擴大辦理新南向臺灣形象展 ➤ 擴大推廣產業及國家層面交流以促進產業鏈結
開拓雙邊對話降低貿易障礙	持續透過雙邊經貿對話會議排除貿易障礙，爭取市場商機，並努力促成新的對話機制。
持續強化機關交流及合作	加強與經濟部各單位交流及合作，以使資源更有效運用發揮整體綜效。
加強運用電子數位科技等技術進行臺灣產品國際行銷	加強運用AR/VR技術結合ICT產品進行臺灣產品之國際行銷；並可積極在臺灣各項國際展場使用AI技術之機器人介紹台灣精品來推動貿易拓展。



簡報完畢

感謝聆聽

