

檔 號：

保存年限：

財團法人中華民國對外貿易發展協會 函

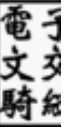
地址：11012臺北市基隆路1段333號6樓

傳真：02-2757-6653

承辦人：市場拓展處 林致緯

電子郵件：wesleylin@taitra.org.tw

聯絡電話：02-2725-5200 分機：1484



受文者：財團法人台灣觀光協會

發文日期：中華民國112年3月13日

發文字號：外研字第1122400488號

速別：普通件

密等及解密條件或保密期限：

附件：如主旨(112D001996_112D2002352-01.pdf、112D001996_112D2002353-01.pdf)

主旨：本會於本（112）年恢復實體辦理「2023年新南向臺灣形象展」系列活動，協助企業拓銷泰國、馬來西亞及印度等市場，請協助轉發展覽資訊（如附件）予貴單位會員企業，請查照。



說明：

- 一、旨揭展覽由經濟部國際貿易局主辦，旨在促進我國與新南向國家的產業合作及經貿往來，本年選定泰國、馬來西亞及印度辦理，請周知有意願拓銷新南向市場的會員企業踴躍報名參加。
- 二、貴單位亦可組織會員企業以設立專館的方式參展，團體報名10個以上攤位另享團體報名優惠。

正本：中華民國工業區廠商聯合總會、中華民國進出口商業同業公會全國聯合會、中華民國農會、台中市工業區廠商協進會、台中市針車商業同業公會、台中市進出口商業同業公會、台中市農會、台灣工具機暨零組件工業同業公會、台灣縫紉機輸出業同業公會、南投縣工商發展投資策進會、南投縣工業會、南投縣南崗工業區廠商協進會、南投縣商業會、南投縣進出口商業同業公會、南投縣農會、雲林縣工商發展投資策進會、雲林縣工業會、雲林縣斗六工業區廠商協進會、雲林縣商業會、雲林縣進出口商業同業公會、雲林縣農會、彰化縣工商發展投資策進會、彰化縣工業會、彰化縣商業會、彰化縣進出口商業同業公會、彰化縣農會、臺中市工商協進會、臺中市工商發展投資策進會、臺中市工業會、臺中市五金商業同業公會、臺中市金手獎得獎廠商協進會、臺中市商業會、臺中市精密機械科技園

區廠商協進會、臺中市潭雅神工業廠商協進會、臺中市總工業會、臺中縣進出口商業同業公會、中華民國南臺灣汽機車暨研發聯盟、台南科技工業區廠商協進會、社團法人台南市億載會、社團法人臺灣區螺絲貿易協會、社團法人臺灣精密機械與模具策略聯盟、社團法人臺灣蘭花產銷發展協會、南臺灣紡織研發聯盟、財團法人臺南市企業經理協進會、國立成功大學產學創新總中心、嘉義市工商發展投資策進會(嘉義市中小企業服務中心)、嘉義市工業會、嘉義市五金商業同業公會、嘉義市企業經理協進會、嘉義市商業會、嘉義市進出口商業同業公會、嘉義縣工商發展投資策進會(嘉義縣中小企業服務中心)、嘉義縣工業會、嘉義縣化粧品商業同業公會、嘉義縣商業會、嘉義縣進出口商業同業公會、臺南市工商發展投資策進會(臺南市中小企業服務中心)、臺南市工業會、臺南市化粧品商業同業公會、臺南市文化觀光伴手禮產業發展協會、臺南市皮革製品商業同業公會、臺南市府城文化觀光產業協會、臺南市直轄市商業會、臺南市茶商業同業公會、臺南市商業會、臺南市進出口商業同業公會、臺南市塑膠製品商業同業公會、臺南市電腦商業同業公會、臺南市總工業會、臺南縣進出口商業同業公會、臺灣生技產業聯盟、臺灣汽機車研發暨策略聯盟、臺灣流行時尚產業聯盟、臺灣區車體工業同業公會、臺灣區塑膠製品工業同業公會南部辦事處、臺灣智駕測試實驗室(科學城D區)、臺灣農產食品生技聯盟、臺灣綠色科技產業聯盟、臺灣蘭花生物科技園區、中華民國中南美經貿協會、台灣精品品牌協會、台灣優良設計協會、中華民國工商協進會、中華民國全國工業總會、中華民國全國中小企業總會、中華民國全國商業總會、中華民國銀行商業同業公會全國聯合會、台北市銀行商業同業公會、台灣省進出口商業同業公會聯合會、台灣區針織工業同業公會、台灣區塑膠製品工業同業公會、台灣區蔬果輸出業同業公會、台灣製鞋工業同業公會、台灣橡膠暨彈性體工業同業公會、高雄市進出口商業同業公會、臺北市進出口商業同業公會、製衣公會、中華民國電器商業同業公會全國聯合會、中華民國養殖漁業發展協會、台灣區冷凍蔬果工業同業公會、台灣區蜜餞工業同業公會、台灣區製茶工業同業公會、台灣區釀造食品工業同業公會、台灣智慧自動化與機器人協會、台灣糖菓餅乾麵食工業同業公會、社團法人台灣蘭花產銷發展協會、財團法人食品工業發展研究所、臺灣工具機暨零組件工業同業公會、臺灣化粧品工業同業公會、臺灣區米穀工業同業公會、台北市酒類商業同業公會、台灣蔬果輸出業同業公會、台灣區冷凍食品工業同業公會、臺灣區飲料工業同業公會、中國生產力中心、中華民國製藥發展協會、台灣冷鏈協會、台灣服務業發展協會、台灣連鎖加盟促進協會、財團法人國家生技醫療產業策進會、財團法人醫藥工業技術發展中心、國立臺灣工藝研究發展中心、台灣角色品牌授權協會、台灣虛擬網紅協會、社團法人台灣虛擬及擴增實境產業協會、社團法人台灣遊戲產業振興會、社團法人動畫特效協會、臺灣中藥工業同業公會、SEMI國際半導體產業協會、中華民國展覽暨會議商業同業公會、中華民國商用車技術發展協會、中華民國傑出發明家總會、中華民國醫療器材商業同業公會全國聯合會、世界發明智慧財產聯盟總會、台北市電腦商業同業公會、台北市醫療器材商業同業公會、台北市體育用品商業同業公會、台灣太空產業發展協會、台灣生技醫療照護輔具協會、台灣區車輛工業同業公會、台灣區航太工業同業公會、台灣區遊艇工業同業公會、台灣區電機電子工業同業公會、台灣區複合材料工業同業公會、台灣國際發明得獎協會、台灣發明協會、時代基金會、臺灣自行車輸出業同業公會、台灣機能水協會、台灣環保暨資源再生設備工業同業公會、台灣罐頭食品工業同業公會、臺灣醫療暨生技器材工業同業公會、台灣設計研究院、財團法人中小企業聯合輔導基金會、國際醫療衛生促進協會、台灣水產工業同業公會、中華民國能源技術服務商業同業公會、台灣LED照明產業聯盟、台灣太陽光電產業協會、台灣光電暨化



裝



訂

線



合物半導體產業協會、台灣區照明燈具輸出業同業公會、台灣資源再生協會、台灣綠建材產業發展協會、台灣氫能與燃料電池夥伴聯盟、台灣風力發電產業協會、臺灣風能協會、臺灣電池協會、臺灣環保暨資源再生設備工業同業公會、台灣生物產業發展協會、台灣醫療暨生技器材工業同業公會、財團法人生物技術開發中心、經濟部生技醫藥產業發展推動小組、中華民國五金商業同業公會全國聯合會、台灣手工具工業同業公會、台灣毛衣編織工業同業公會、台灣針織工業同業公會、台灣區人造纖維製造工業同業公會、台灣區不織布工業同業公會、台灣區手套工業同業公會、台灣區毛巾工業同業公會、台灣區毛紡織工業同業公會、台灣區羽毛輸出業同業公會、台灣區玩具暨兒童用品工業同業公會、台灣區金屬品冶製工業同業公會、台灣區紡紗工業同業公會、台灣區絲織工業同業公會、台灣區製衣工業同業公會、台灣區織布工業同業公會、台灣智慧型紡織品協會、台灣塑膠製品工業同業公會、台灣鋼鐵工業同業公會、台灣螺絲工業同業公會、台灣織襪工業同業公會、社團法人台灣螺絲貿易協會、財團法人中華民國紡織業拓展會、財團法人紡織產業綜合研究所、彰化縣水五金產業發展協會、臺灣體育用品工業同業公會、台灣包裝協會、台灣流體傳動工業同業公會、台灣食品暨製藥機械工業同業公會、台灣軸承暨傳動件輸出業同業公會、台灣電子設備協會、財團法人精密機械研究發展中心、臺灣木工機械工業同業公會、臺灣機械工業同業公會、台灣區模具工業同業公會、社團法人台灣智慧自動化與機器人協會、財團法人車輛研究測試中心、臺灣智慧移動產業協會、台灣安全設備與服務產業協會、台灣車聯網產業協會、台灣區電線電纜工業同業公會、台灣電路板協會、光電科技工業協進會、台灣電子連接產業協會、台灣半導體產業協會、苗栗縣工業會、新竹市工業會、新竹市企業經理協進會、新竹縣工業會、中華國際會議展覽協會、財團法人台灣觀光協會、台灣區眼鏡工業同業公會、中華民國糕餅商業同業公會全國聯合會

副本：電 2023/03/13 文
交 19:37:52 章

財團法人中華民國對外貿易發展協會

新南向臺灣形象展

規劃簡報



國際貿易局



TAITRA

中華民國對外貿易發展協會

2023



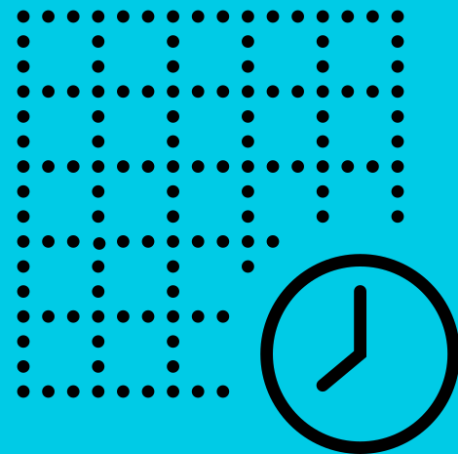
1

2023年臺灣形象展
展覽規劃

各展主軸及
特色展區介紹

2

2023年 臺灣形象展 展覽規劃



1

2023年臺灣形象展展覽規劃

國家	 泰國 曼谷	 馬來西亞 吉隆坡	 印度 孟買
展覽日期	7/20-22	8/24-26	10/5-7
參展家數	120	110	80
攤位數	220	220	160
展覽地點	Hall 100, BITEC 	Hall 1&2, KLCC 	Hall 2, Bombay Exhibition Centre 

展覽平台

產業交流
論壇



買主媒合
洽談



同步
線上展覽



開幕及
文化表演
活動



周邊活動 - 新南向市場台日供應鏈合作論壇

目標對象

當地投資設廠日商&線上日商
當地投資設廠台商&參展我商

泰國
汽車產業

+

馬來西亞
電子產業

+

印度
汽車產業

14:00-14:10

台日貴賓致詞

14:10-14:25

當地知名台商 台灣製造業的應變作法(暫)

14:25-14:40

當地知名日商 採購習慣與政策、關注議題與合作機會(暫)

14:40-14:55

當地知名台灣 台日企業於第三國的合作經驗及優勢(暫)

15:00-

台日共同拓展第三國洽談會



特別做法：諳日文同仁擔任VIP日商買主觀展秘書，導覽參觀形象展並依需求介紹我商洽談

 TAITRA  JETRO
Japan External Trade Organization

攤位費

※早鳥9折、組團10攤以上單位9折 = 最多可享81折優惠



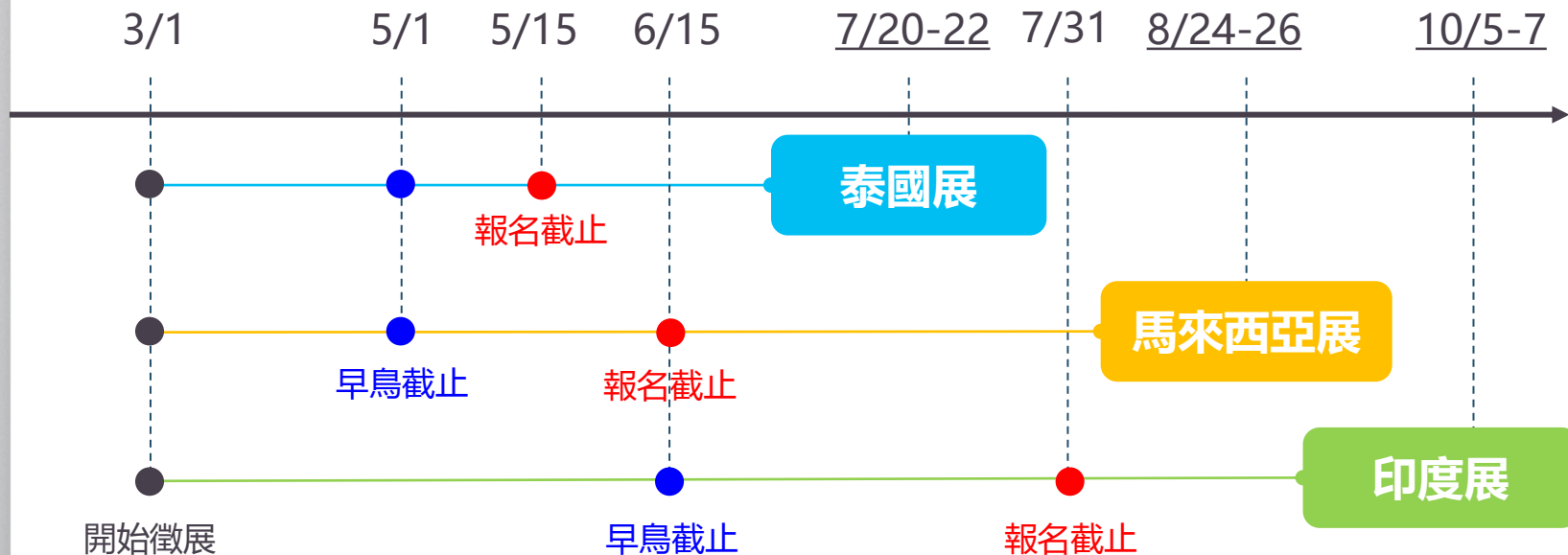
標準攤位：新台幣4.5萬元/攤

TAIWAN
EXPO

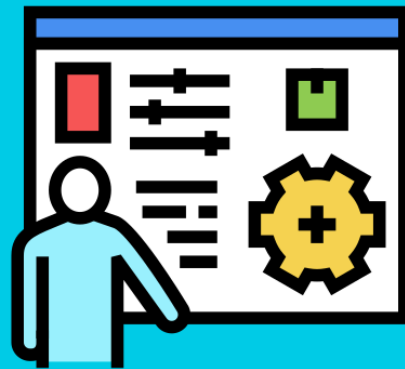


空地攤位：新台幣4萬元/攤(至少4個以上)

2023年臺灣形象展徵展日程規劃



2023年 臺灣形象展 各展主軸及 特色展區介紹



2

新南向國家重要議題

氣候變遷

- 減少對化石燃料依賴、減少CO2排放
- 發展過渡階段能源安全

資源稀缺 & 永續未來

- 循環技術及材料
- 創新研發
- 能資源整合
- 產業共生
- 綠色消費與交易

健康升級

- 疫後從疾病治療到健康管理轉型
- 泰、馬高齡化



地緣政治

- 友岸外包
- 供應鏈重組

人口紅利

- 新興市場人口紅利
- 中產階級消費驅動力

快速都市化

- 2050年亞太地區將新增12億城市居民

數位轉型

- 科技預測需求、追蹤供給、保護資料
- 加速發展自動化技術，因應薪資高漲和供應問題

新南向市場趨勢 探究臺灣產業合作機會

供應鏈重組



Mobility、
資通訊、
智慧製造

數位轉型



智慧城市

都市化



循環經濟

淨零碳排



智慧醫療

健康升級



智慧時尚
生活

消費趨勢





泰國

泰國經貿情勢 Key Figures



人口

6,980萬人



都市化

52.9%人口



年齡
中位數

39歲



生育率

1.34
新生兒/女性



識字率

93.8%



GDP

5,060億美元
(2021)



人均GDP

7,066美元
(2021)



通貨膨脹

5.55%
(Nov.22)



失業率

1.23%
(Sep.22)

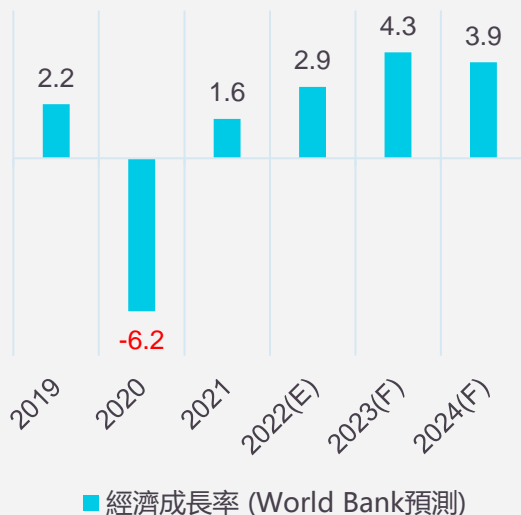


製造業
PMI

54.5%
(Jan.23)

泰國經濟成長與貿易分析

經濟成長預測



貿易結構分析(2022)

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	47,526.80	16.54	1. 中國	71,014.37	23.42
2. 中國	34,389.91	11.98	2. 日本	34,584.11	11.41
3. 日本	24,669.06	8.59	3. 美國	18,025.94	5.95
4. 越南	13,235.08	4.61	4. 阿聯	17,403.99	5.74
16. 臺灣	4,708.46	1.64	6. 臺灣	11,847.68	3.91

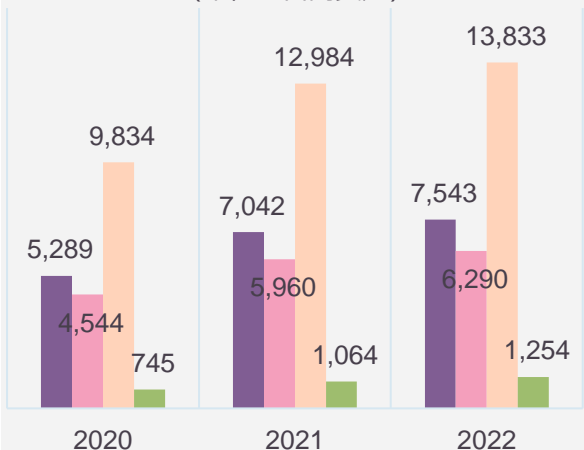
出口產品		占比(%)	進口產品		占比(%)
1	汽車及其零配件	9.83	1	原油	12.33
2	自動化機械及零配件	7.20	2	化學品	6.93
3	珠寶及貴金屬製品	5.26	3	機械及其零配件	6.85
4	橡膠製品	4.83	4	電機及其零配件	6.68
5	乙烯、丙烯聚合物	3.72	5	積體電路	6.28

臺泰貿易關係

泰國是臺灣第14大貿易夥伴、第13大出口對象、第16大進口來源

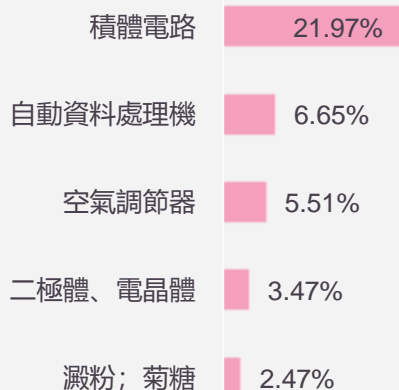
臺泰近年雙邊貿易趨勢

■ 出口 ■ 進口 ■ 貿易總額 ■ 貿易逆差
(單位：百萬美元)

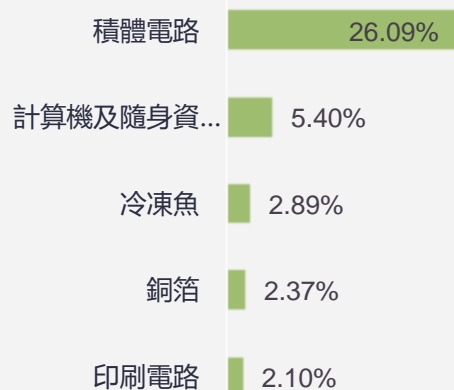


臺泰雙邊貿易主要產品(2022)

臺灣自泰國進口



臺灣出口泰國



泰國經濟面臨的挑戰



老齡化社會

據聯合國定義，泰國是亞洲第6個步入老年化社會的國家；

推估至2030年將成為與日本一樣的超高齡化國家，老年人口超過20%



過度仰賴觀光業

泰國央行統計，觀光業貢獻泰國2019年GDP達11%；

泰國約20%的勞動力受雇於觀光產業，因此COVID疫情對泰國經濟的破壞遠高於其他東協成員國家



推動永續發展社會

泰國出口大量廉價食品，但國內藥品卻有70%仰賴進口；

泰國2019年觀光業收入3兆泰銖，卻集中在8個省份，且多數為低預算的旅客；

政府正積極透過永續發展提高產業競爭力

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

Driving Thailand with
the BCG Economic Model

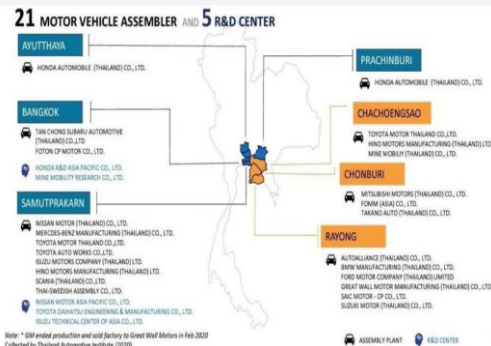
(2021-2027)



- 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-展區規劃

關鍵發展產業

智慧城市

智慧家居
智慧交通
資料處理設備
資訊安全方案

智慧醫療設備
儲能設備
基礎建設

BCG經濟

儲能、節能產品
廢棄物再利用方案
生質材料

再生能源解決方案
製造業減碳方案
創意經濟
低碳旅遊業

電動車

電機整合系統
電源管理解決方案
充電設備
汽車晶片與感應器

服務業轉型

數位零售解決方案
數位金融、物流

零售升級

美妝、食品、資通訊



展覽主軸

馬來西亞



馬來西亞經貿情勢 Key Figures



人口

3,387萬人



都市化

78.7%人口



年齡
中位數

29.2歲



生育率

1.82
新生兒/女性



識字率

95%



GDP

3,730億美元
(2021)



人均GDP

11,109美元
(2021)



通貨膨脹

3.8%
(Dec.22)



失業率

3.6%
(Nov.22)

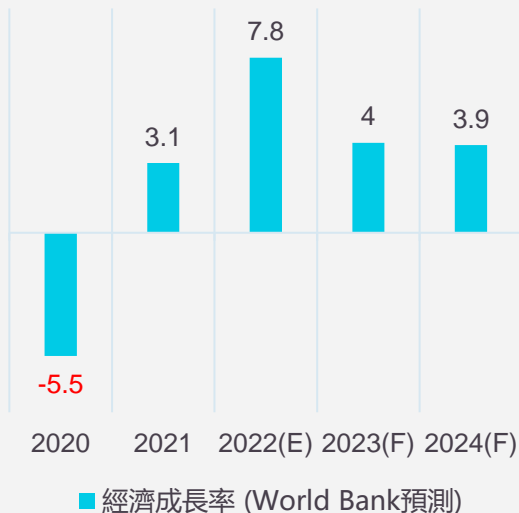


製造業
PMI

46.5%
(Jan.23)

馬來西亞經濟成長與貿易分析

經濟成長預測



貿易結構分析(2022)

出口總額：1.55兆令吉

進口總額：9,873.4億令吉

出口國家別	占比(%)
1. 新加坡	15
2. 中國大陸	13.6
3. 美國	10.8
4. 日本	6.3
5. 香港	6.2

進口國家別	占比(%)
1. 中國大陸	21.3
2. 新加坡	10.5
3. 臺灣	8.2
4. 美國	7.7
5. 日本	6.4

出口產品	占比(%)
1 電機電子產品	38.2
2 石油	10.5
3 棕梠油	6.2
4 化學產品	5.2
5 液化天然氣	4.4

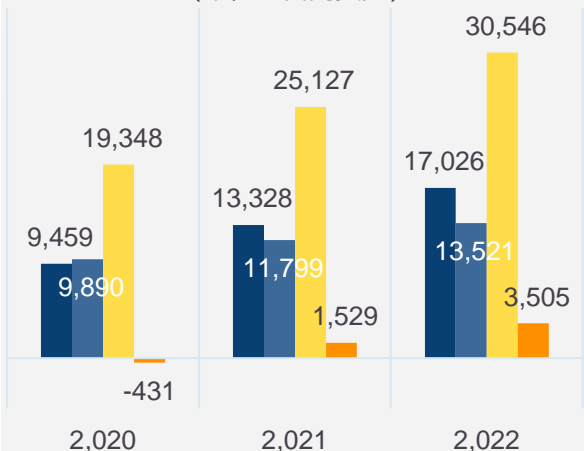
進口產品	占比(%)
1 電機電子產品	30.4
2 石油	11.5
3 化學產品	8.5
4 機械及其零配件	6.9
5 金屬製品	4.9

臺馬貿易關係

馬來西亞是臺灣第8大貿易夥伴、第7大出口對象、第8大進口來源

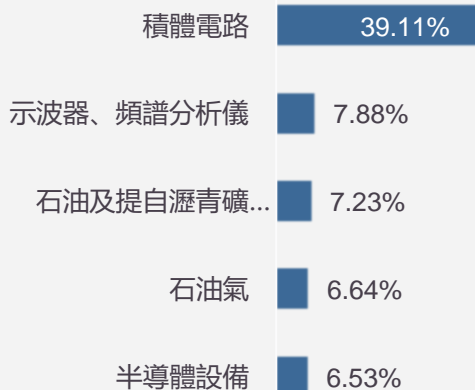
臺馬近年雙邊貿易趨勢

■ 出口 ■ 進口 ■ 貿易總額 ■ 貿易逆差
(單位：百萬美元)

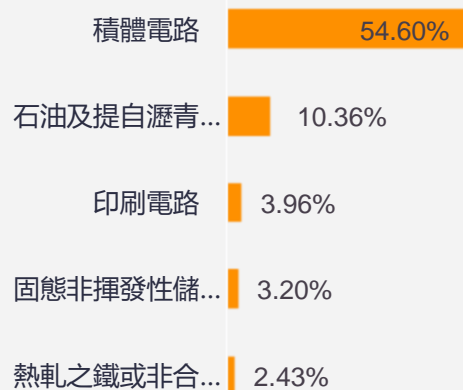


臺馬雙邊貿易主要產品(2022)

臺灣自馬國進口



臺灣出口馬國



馬來西亞現況與挑戰



回教人口近70% 對清真認證產品要求 日趨嚴格

馬來西亞回教人口佔70%，日趨嚴格要求食品及飲料產品需取得清真認證，方能上架至超商及超市通路



2025減排承諾

馬來西亞身為巴黎協定簽署國之一，政府承諾**2050年要減少45%溫室氣體排放量**，促進馬國能源轉型是當務之急



缺工問題嚴重 企業轉型自動化

馬來西亞缺工120萬，人力短缺情況嚴峻，企業為交付訂單，紛紛轉型自動化及智慧化，以科技解決缺工問題

馬來西亞政策商機



清真產業生態系

- 馬來西亞政府制定「2030年清真產業計畫」
- 積極推動清真食品、清真美妝及清真醫療，致力打造全球清真產業生態系的關鍵地位



綠色科技當道

- 馬來西亞政府制定「2050年淨零碳排架構」
- 承諾2030年前將減少45%溫室氣體排放量，並完成再生能源發電量達30%的目標



企業智慧化浪潮

- 馬來西亞政府制定「國家工業4.0政策」，馬國企業已紛紛轉型升級
- 為保持競爭力，企業轉型數位化及智慧化已勢不可擋

馬來西亞消費趨勢



價格敏感

因通膨高漲，消費者對價格敏感，但對高CP值及高質感產品十分買單



多元通路消費

受疫情洗禮，馬來西亞企業全力發展數位化及電子商務化，線上線下都能購買



環保意識抬頭

人民綠色環保意識抬頭，崇尚天然及環保產品，全國禁用塑膠吸管及塑膠袋，綠色產品消費量增加

馬來西亞臺灣形象展-展區規劃

關鍵發展產業

展覽主軸

工業4.0

自動化設備
高效能綜合加工機
輸送、搬運機械



工業
4.0

智慧醫療

手術專用醫療器材
檢測光學儀器
物理治療儀器
遠距醫療之軟硬系統
清真醫療保健



智慧
醫療

綠色科技

節能ICT產品
LED智慧燈具
自行車



循環
經濟

零售服務

連鎖加盟、食品
運動休閒、美妝
手機遊戲、旅遊
網購服飾、家飾



清真

新科技服務

- 資訊與專業服務
軟體開發/系統整合
科技平台/研發測試
- 新科技應用服務
零售、金融、物流



智慧
時尚
生活



印度

印度經貿情勢 Key Figures



人口

14.2億人



都市化

36.4%人口



年齡
中位數

28.7歲



生育率

2.05
新生兒/女性



識字率

74.4%



GDP

3.176兆美元
(2021)



人均GDP

2,257美元
(2021)



通貨膨脹

6.4%
(Oct.22)



失業率

7.1%
(Jan.23)



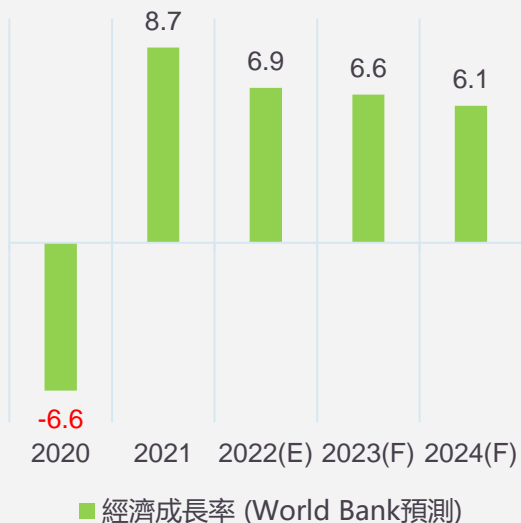
製造業
PMI

55.4%
(Jan.23)

資料來源：IMF, CIA Factbook, CMIE, IHS Markit

印度經濟成長與貿易分析

經濟成長預測



貿易結構分析(2022)

出口國家別	占比(%)
1. 美國	17.7
2. 阿拉伯聯合大公國	6.9
3. 荷蘭	4.0
4. 中國大陸	3.4
5. 孟加拉	3.2

進口國家別	占比(%)
1. 中國大陸	14.2
2. 阿拉伯聯合大公國	7.4
3. 美國	7.0
4. 沙烏地阿拉伯	6.1
5. 伊拉克	5.3

出口產品	占比(%)
1 礦物油及其蒸餾產品	21.6
2 貴重金屬或寶石	8.9
3 機械和機械設備與零件	6.0
4 電機設備及其零件	5.7
5 有機化學品	4.8

進口產品	占比(%)
1 礦物油及其蒸餾產品	36.8
2 貴重金屬或寶石	11.1
3 電機設備及其零件	9.7
4 機械和機械設備與零件	7.5
5 有機化學品	4.1

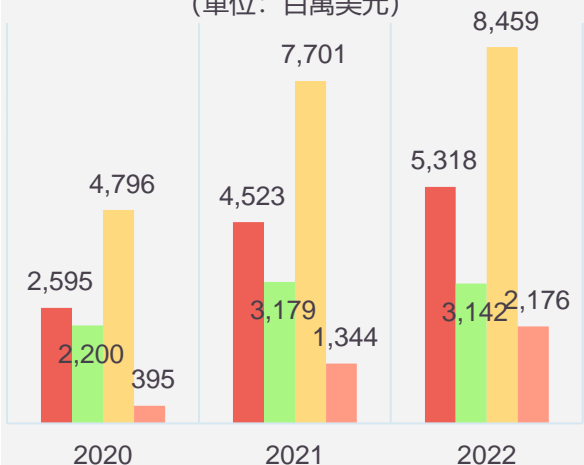
資料來源: World Bank, IHS Markit, 印度海關統計

臺印貿易關係

印度是臺灣第17大貿易夥伴、第14大出口對象、第21大進口來源

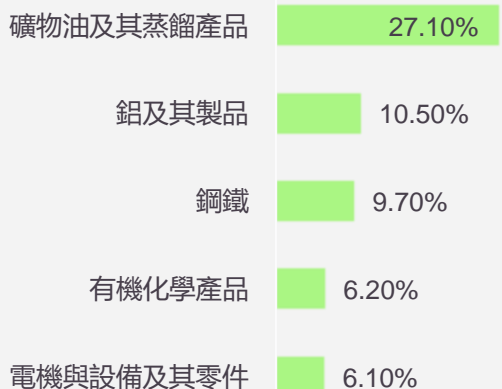
臺印度近年雙邊貿易

■ 出口 ■ 進口 ■ 貿易總額 ■ 貿易逆差
(單位：百萬美元)

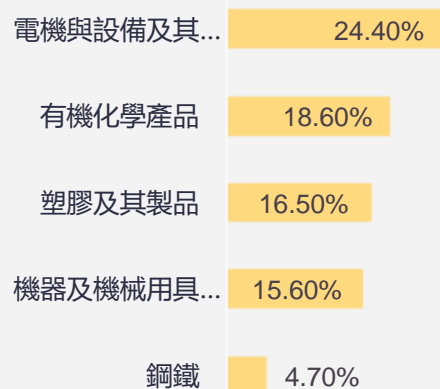


臺印度雙邊貿易主要產品(2022)

臺灣自印度進口



臺灣出口印度



資料來源：貿易局我國進出口貿易統計

印度經貿情勢與機會

印度地緣位置

歐亞海運節點+供應鏈移轉目的地+美國牽制中國的「可信的」夥伴+有機會取代中國大陸內需市場規模

韌性供應鏈商機



電信設備、積體電路、電腦及周邊零配件、半導體、電子通訊設備、電源供應器、汽機車零配件
(印度自臺灣進口，取代中國產品)

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%



適銷產業



電動車、儲能/電池產品、再生能源相關產品

內需市場潛力大

- 產業製造能力提升
- 充沛的勞動力與科技人才
- 逐漸完整的供應鏈
- 政府釋出利多政策



適銷產業

(臺灣取代自中國進口的品項)



資訊設備



機械設備



化學品



塑膠產品



汽車零件



醫療設備



鋼鐵製品

數位轉型是新驅動力

- 數位ID卡(Aadhaar)
- 客戶識別(eKYC)
- 加密統一支付(UPI)



數位轉型

(身份、支付、其他服務)

例：2020-2022年透過數位化的福利系統向民眾發放2,000億美元



適銷產業



資通訊基礎建設、智慧城市、智慧生活

印度臺灣形象展-展區規劃

經濟課題

基礎建設不良、缺乏技術勞工、製造業信用不足等



Make in India政策希將製造業GDP占比(目前14%)提升到25%



配合打造韌性供應鏈之國際趨勢，推廣適合印度取代中國之進口產品



可再生能源發電量比重低、碳排大國、空污嚴重



在COP26承諾+國家電動汽車任務計劃(NEMMP)等



電動車、儲能/電池產品、再生能源相關產品詢問度高



2023全球第一大人口國(半數為千禧年+Z世代)，消費潛力大



(2023年預算)鼓勵私人消費、投資和創造就業的政策措施，通過預算促進經濟增長



內需(資訊、機械、化學、塑膠、汽車零配件、醫療設備)潛力大



2020-22年間身分認證、數位支付在疫情封城期間發生困難



數位ID卡(Aadhaar)、客戶識別(eKYC)、加密統一支付(UPI)



資通訊基礎建設、智慧城市、智慧生活等產品商機

關鍵發展
產業



智慧製造



智慧行動



智慧醫療



智慧城市



智慧農業



智慧生活

+1我挺你

TAIWAN
EXPO

TAITRA CAN TECH

坐等訂單，不如主動+1!

即刻手刀報名臺灣形象展!



泰國
7/20-7/22

馬來西亞
8/24-8/26

印度
10/5-10/7

日本
11/9-11/11

邁入第7年的臺灣形象展是以臺灣形象為整體規劃的旗艦型展覽平台，累積超過4,000家臺灣企業參展、超過70萬參觀人次！歷年亮眼的商機數與實際合作案不勝枚舉！今年選定泰國曼谷、馬來西亞吉隆坡、印度孟買及

日本東京辦理，結合虛實整合的展覽設計，前往當地參展與買主面對面爭取訂單，更能透過完善的線上平台訂單諮詢不漏接！快跟著買協一起搶占潛力無限的全球商機！



形象展參展查詢資訊

詳情請洽詢 ☎ 02-2725-5200 # 1808 杜先生

主辦單位



經濟部國際貿易局



中華民國對外貿易發展協會

國際貿易局廣告





報告完畢

泰國臺灣形象展

馬來西亞臺灣形象展

承辦人：林致緯 #1484

wesleylin@taitra.org.tw

印度臺灣形象展

承辦人：李士勛 #1840

mrchrisli@taitra.org.tw

+1 我挺你

TAITRA CAN TECH

坐等訂單，不如主動+1!

即刻手刀報名 臺灣形象展!

			
<p>泰國 7/20-7/22</p>	<p>馬來西亞 8/24-8/26</p>	<p>印度 10/5-10/7</p>	<p>日本 11/9-11/11</p>

邁入第7年的臺灣形象展是以臺灣形象為整體規劃的旗艦型展覽平台，累積超過4,000家臺灣企業參展、超過70萬參觀人次！歷年亮眼的商機數與實際合作案不勝枚舉！今年選定泰國曼谷、馬來西亞吉隆坡、印度孟買及

日本東京辦理。結合虛實整合的展覽設計，前往當地參展與買主面對面爭取訂單，更能透過完善的線上平台訂單諮詢不漏接！快跟著貿協一起搶占潛力無限的全球商機！



形象展報名網址

詳情請洽詢 ☎ 02-2725-5200 # 1808 杜先生

主辦單位



經濟部國際貿易局



中華民國對外貿易發展協會

國際貿易局廣告