

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



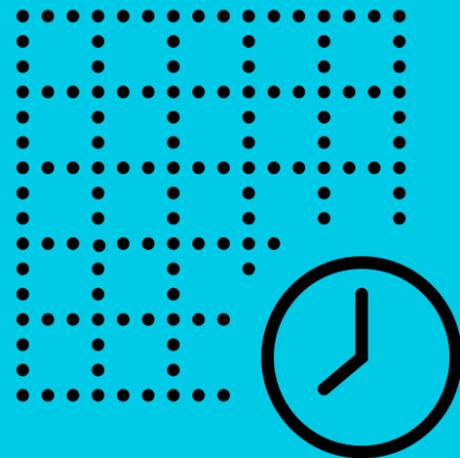
1

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 - 台日共同拓展第三國市場合作論壇 & 台灣精品產業趨勢發表會



泰國
汽車產業論壇



馬來西亞
通路產業論壇



印度
汽車產業論壇



泰國
目前徵集宏碁智新、
廣積科技等廠商共
16家企業業



馬來西亞
昕力資訊、博晟
生醫、美科實業
等10家企業



印度
智捷科技、兆
勤科技及微笑
單車等6家企
業

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



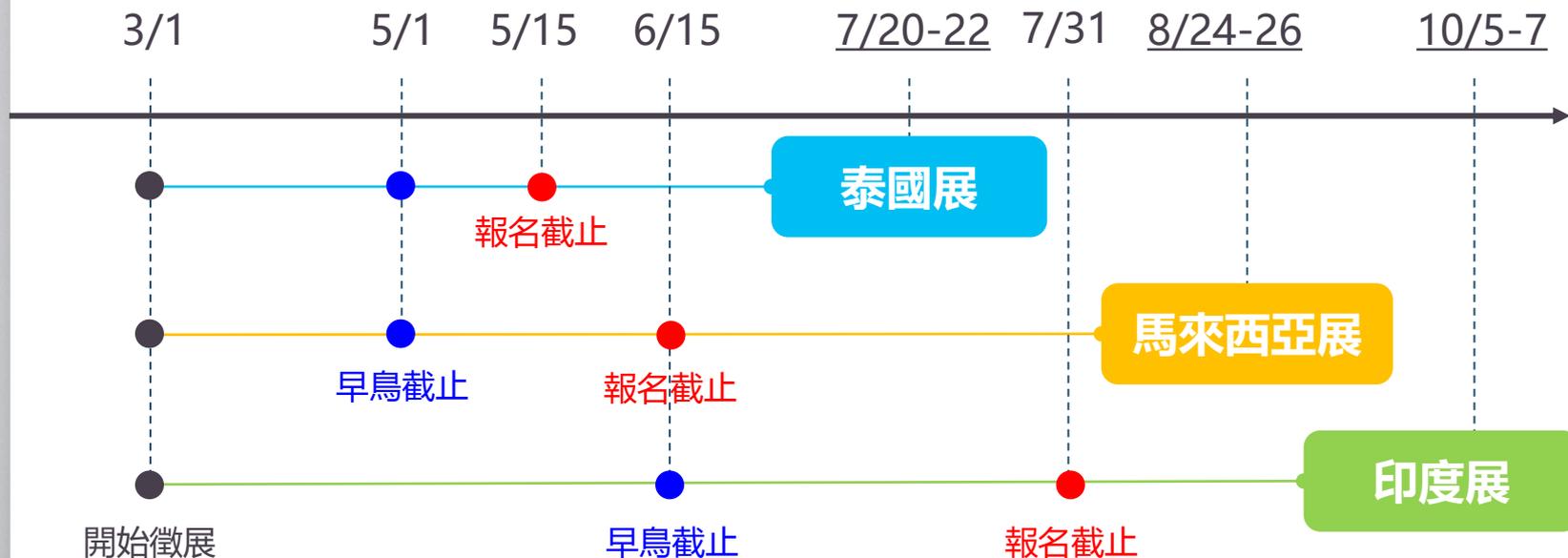
標準攤位：新台幣4.5萬元/攤

TAIWAN
EXPO

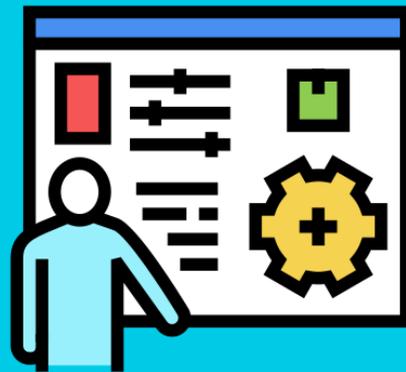


空地攤位：新台幣4萬元/攤(至少4個以上)

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

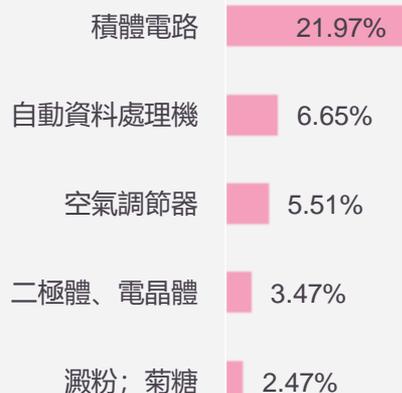
臺泰近年雙邊貿易趨勢

■ 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

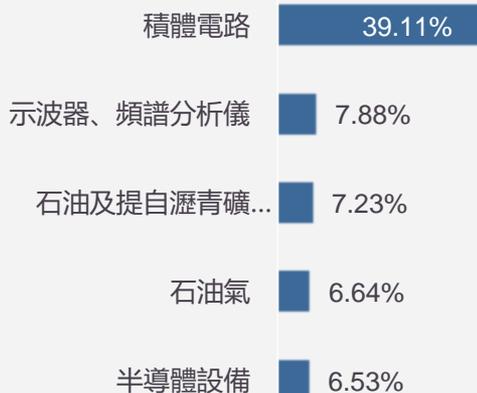
臺馬近年雙邊貿易趨勢

■ 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(%)	進口國家別		占比(%)
1.	美國	17.7	1.	中國大陸	14.2
2.	阿拉伯聯合大公國	6.9	2.	阿拉伯聯合大公國	7.4
3.	荷蘭	4.0	3.	美國	7.0
4.	中國大陸	3.4	4.	沙烏地阿拉伯	6.1
5.	孟加拉	3.2	5.	伊拉克	5.3

出口產品		占比(%)	進口產品		占比(%)
1	礦物油及其蒸餾產品	21.6	1	礦物油及其蒸餾產品	36.8
2	貴重金屬或寶石	8.9	2	貴重金屬或寶石	11.1
3	機械和機械設備與零件	6.0	3	電機設備及其零件	9.7
4	電機設備及其零件	5.7	4	機械和機械設備與零件	7.5
5	有機化學品	4.8	5	有機化學品	4.1

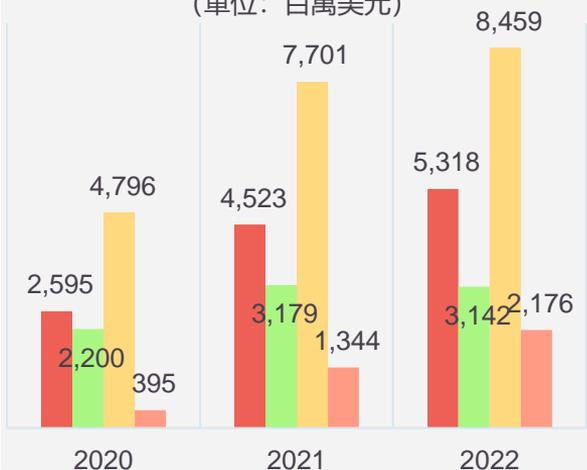
資料來源: World Bank, IHS Markit, 印度海關統計

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

TAIWAN EXPO 2023

臺灣形象展



帶您前進新南向國家搶占商機

泰國 曼谷
THAILAND
07/20-07/22

馬來西亞 吉隆坡
MALAYSIA
08/24-08/26

印度 孟買
INDIA
10/05-10/07

主辦單位  經濟部國際貿易局

執行單位  中華民國對外貿易發展協會

策展主軸



展出費用

	標準攤位 9m ² Standard Booth	空地攤位 9m ² Raw Space
定價	NT\$45,000	NT\$40,000
	提供基本設備及整體形象裝潢	需租用4個以上整數之空地攤位
早鳥優惠	9折 早鳥優惠截止日: 泰/馬5月1日·印度6月30日	

各展席位有限 立即+1報名



形象展參展意願調查

詳情請洽詢

02-2725-5200

1808 杜先生

1484 林先生 (馬/泰)

1840 李先生 (印度)

國際貿易局廣告

TAIWAN EXPO



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