

113 年新北市國際採購商洽會統計分析

經濟發展局招商科

一、前言

新北市政府為行銷新北市優質產品、協助業者搶攻國際訂單，自 108 年起每年辦理出口拓銷、國際採購商洽會、參展補助及研討會等活動，以不同形式協助新北企業拓展海外市場，讓國內外潛在投資者更瞭解新北市整體產業投資環境。

其中，「國際採購商洽會」(以下或稱採洽會)係針對新北市指標性產業如資通訊 (ICT)、金屬機械、生技醫療、綠色能源，以及近年趨勢如 AI、5G、電動車、智慧長照等議題，邀請相關領域之國際買家透過視訊或實際前來，讓新北市境內企業可直接向國際買家展示優質產品，並洽談有關產品採購、技術移轉及行銷整合等項目，期能協助企業開發潛在商機、促成雙邊合作及增加新北產品於國際能見度，進而創造產業新動能。

本次統計分析內容將先自國際採購商洽會於 108 年至 113 年間辦理情形進行呈現，另針對 113 年活動成果進行說明。108 年至 113 年活動之國際買家國家別與當年度產業主題資訊如表一所示。

表一 108 年至 113 年國際採購商洽會之國際買家國家別及產業主題

年度	國際買家國家別	產業主題
108	美國、義大利、奧地利、波蘭、希臘、日本、韓國、新加坡、印度、泰國、斯里蘭卡、香港及中國大陸等 13 國 (地區)	ICT、生技銀髮、金屬機械
109	第 1 場次： 美國、義大利、希臘、日本、韓國、新加坡、越南、泰國、斯里蘭卡、印度、中國大陸等 11 國	防疫產品、健康促進與保健、智慧醫療、智慧居家及照護
	第 2 場次： 加拿大、德國、荷蘭、日本、香港等 5 國 (地區)	5G、AIoT、智慧城市 (智慧建築與生活、智慧能源與監控、智慧醫療、智慧工廠)
110	美國、巴西、英國、希臘、義大利、澳洲、日本、韓國、新加坡、越南、印度、斯里蘭卡及中國等 13 國	運動科技、防疫科技、5G/AIoT、綠色能源
111	立陶宛、義大利、巴西、日本、韓國、新加坡、印尼、越南、印度及斯里蘭卡等 11 國	5G、AIoT、智慧觀光與零售、智慧車聯與電動車、智慧工廠、智慧健康、金融科技
112	奧地利、義大利、美國、印度、越南、韓國、新加坡、泰國、澳洲、印尼、日本、中國大陸等 12 國	AI、電動車、智慧長照、ESG 綠色能源
113	美國、義大利、比利時、土耳其、韓國、日本、中國、印度、新加坡、香港、越南、印尼、泰國、馬來西亞等 14 國 (地區)	5G/AI、電動車與智慧車聯、智慧工廠、綠色能源、智慧長照與醫療

資料來源：經發局招商科。

二、採洽會數據分析

(一) 108年至113年各地區國際買家數量及潛在採購金額分布

為追求最大化採購效益，近年國際採購商洽會致力邀請與該年度主題產業相關且具有一定採購規模的外國企業參加。有關 108 年至 113 年間之採洽會國際買家之來源地區、家數及潛在採購金額如表二。

表二 108 年至 113 年採洽會國際買家之來源地區、家數、潛在採購金額

年度	國際買家之來源地區、家數 (潛在採購金額，單位：新臺幣億元)						
	亞洲			歐洲	美洲	非洲、大洋洲	合計
家數 (金額)	東北亞	東南亞	其他				
108	5 (1.56)	6 (5.08)	2 (13.49)	5 (6.88)	2 (15.14)	0	20 (42.12)
	13 (20.12)						
109	23 (3.11)	16 (4.79)	2 (5.13)	5 (1.36)	4 (4.64)	0	50 (18.95)
	41 (13.03)						
110	17 (15.22)	10 (3.12)	3 (0.64)	3 (0.28)	2 (0.06)	1 (0.08)	36 (19.30)
	30 (18.97)						
111	24 (6.82)	27 (9.19)	2 (1.53)	2 (0.78)	2 (0.11)	0	57 (18.43)
	53 (17.55)						
112	16 (6.18)	9 (13.79)	1 (2.72)	2 (0.84)	2 (3.38)	1 (1.28)	31 (28.18)
	26 (22.69)						
113	16 (4.70)	14 (12.78)	3 (0.76)	2 (0.42)	1 (16.64)	0	36 (36.17)
	33 (19.11)						

資料來源：經發局招商科。

從表二可知，於 108 年至 113 年間之採洽會，國際買家以來自亞洲地區之數量為最多，總潛在採購金額亦以亞洲地區之數據為最高。

(二) 108年至113年實體洽談與視訊洽談成效比較

於 108 年採洽會，市府為展示智慧城市與物聯網應用領域產品，首度試辦視訊洽談；109 年至 111 年間，則因新冠疫情嚴重國際經貿活動，為協助買賣雙方突破限制，爰擴大辦理視訊洽談場次，並於兼顧防疫之前提下續辦實體洽談；112 年疫情趨緩後採洽會亦同時採用實體洽談與視訊洽談方式，提供買賣雙方自行選擇合適之洽談形式。有關 108

年至 113 年間採洽會之實體洽談與視訊洽談成效如表三。

表三 108 年至 113 年採洽會實體洽談與視訊洽談成效

年度	實體洽談			視訊洽談		
	創造商機 (億元)	洽談 場次	商機/場次比 (億元/場)	創造商機 (億元)	洽談 場次	商機/場次比 (億元/場)
108	42.12	441	0.096	-	12	-
109	3.55	108	0.033	15.40	296	0.052
110	-	-	-	19.30	252	0.077
111	2.83	65	0.044	15.60	296	0.053
112	24.64	249	0.099	3.54	95	0.037
113	33.80	370	0.091	2.37	97	0.024

資料來源：經發局招商科。

備註 1：108 年視訊洽談為試辦性質，無商機金額。

備註 2：受國內新冠疫情升溫影響，110 年採洽會採全視訊模式辦理。

從表三可得知，除 108 年視訊洽談僅為試辦，仍以實體洽談為主，於 109 及 111 年因疫情影響，視訊洽談商機/場次比皆優於實體洽談之表現；112 年疫情趨緩後，實體洽談之商機/場次比優於視訊洽談之表現。

(三) 113 年活動國際買家家數及潛在採購金額排序

113 年有來自 14 個國家或地區的國際買家，合計創造 36.17 億元之潛在採購金額。各個國家或地區國際買家之總潛在採購金額詳如表四。

表四 113 年採洽會各國家地區國際買家之總潛在採購金額

排序	國家/地區	總潛在採購金額 (新臺幣億元)
1	美國	16.64
2	新加坡	9.09
3	韓國	4.08
4	越南	1.93
5	印尼	1.74
6	香港	0.87
7	土耳其	0.64
8	義大利	0.42
9	日本	0.35
10	中國大陸	0.28
11	印度	0.12
12	泰國	0.02
13	比利時	未透露
14	馬來西亞	未透露
	合計	36.17

資料來源：經發局招商科。

備註：表格內潛在採購金額數據均取至小數點後第 2 位。

由表四可得知，113 年採洽會各國家地區的總潛在採購金額前 3 高者分別為美國（16.64 億元）、新加坡（9.09 億元）及韓國（4.08 億元），該 3 國買家之總潛在採購金額合計值（29.81 億元）約占 113 年活動總金額之 82.42%，且美國買家之總潛在採購金額高於新加坡及韓國買家金額之合計值（13.17 億元）。

(四) 113年活動國際買家採購趨勢

113 年採洽會共有 5G/AI 產業鏈、電動車與智慧車聯、智慧工廠、綠色能源、智慧長照與醫療等 5 大產業主題，各主題相關領域之主要採購買家數及總潛在採購金額詳如表五。

表五 113 年採洽會各產業主題之主要採購買家數及總潛在採購金額

排序	產業主題	以該產業主題作為主要採購領域之國際買家數	總潛在採購金額 (新臺幣億元)
1	5G/AI 產業鏈	13	27.92
2	智慧長照與醫療	8	3.47
3	電動車與智慧車聯	6	3.39
4	綠色能源	7	1.22
5	智慧工廠	2	0.17
	合計	36	36.17

資料來源：經發局招商科。

備註：表格內潛在採購金額數據均取至小數點後第 2 位。

由表五可得知，113 年採洽會以 5G/AI 產業鏈領域作為買賣雙方最熱門的洽談項目，總潛在採購金額（27.92 億元）亦為最高；智慧長照與醫療以及電動車與智慧車聯的洽談熱門情形相當，總潛在採購金額（3.47 億元及 3.39 億元）亦相當接近；綠色能源領域雖主要洽談買家與前述 2 者相當，惟總潛在採購金額（1.22 億元）未達相近程度。整體來看，活動中的洽談趨勢主題與總潛在採購金額高低大致呈現正相關。

三、結語

經上述分析內容可得知，於 108 年至 113 年間，採洽會的國際買家以來自亞洲地區之數量為最多，總潛在採購金額亦以亞洲地區之數據為最高；至於在實體洽談與視訊洽談的成效比較上，疫情期間以視訊洽談表現較優，疫後則是以實體洽談表現較佳。113 年活動成果部分，總潛在採購金額以美國、新加坡及韓國位居前 3；於各產業主題部分，亦是以 5G/AI 產業鏈之洽談熱門程度與總潛在採購金額為最高。

承上，有關採洽會未來的辦理方針，除了考量新北產業結構、近年國際主流趨勢等，還須加上全球爆發 AI 浪潮、美國對世界各國宣布諸多關稅政策等突發因素。在經過綜合評估後，或可朝以下方向進行規劃：

(一) 加強邀請亞洲以外地區之國際買家

雖然採洽會於亞洲地區的國際買家參與數量及潛在採購金額已有一定規模，但在亞洲以外地區，國際買家之平均潛在採購金額表現時常不亞於亞洲地區。對此，應將亞洲以外地區國際買家列為主要加強邀請對象，除有助新北企業拓展當地市場及提升雙邊經貿合作層次，亦可透過全球布局以分散風險，降低美國關稅所帶來衝擊。

(二) 視訊洽談仍為必要模式，未來亦將持續辦理

雖然視訊洽談於疫情後之商機/場次比表現並未優於實體洽談，然考量買賣雙方透過視訊方式出席洽談之支出成本低於實體洽談（無需規劃住宿、機票等），如規劃邀請亞洲以外地區國際買家參與採洽會，視訊洽談場次仍有其必要，未來亦將持續辦理。

(三) 持續結合國際趨勢進行活動主題規劃

依據 113 年採洽會結果可知，透過觀察每年全球趨勢，邀請合適外國買家與新北企業進行洽談，將有助於把不同面向的新北優良產品推向國際，拓展多元市場，也可讓更多外國買家瞭解，我國各項產業皆有令人驚豔之處。