

新北市「全球商貿網」統計分析

經發局招商科

壹、計畫概述

傳統貿易經營模式受限於地理環境的區隔，促使企業間的聯繫與銷售互動複雜繁瑣，耗費諸多資源於溝通聯繫上，藉由「新北全球商貿網」的建立，不僅提高企業產品供應鏈之透明度以及產品於市場上能見度，進而降低生產成本及囤貨造成的資源浪費，再者，透過虛擬資訊傳播打破地理環境區隔，使得企業可隨時更新產品市場資訊，了解消費者需求，以提高市場競爭力。

本計畫去(104)年辦理 2 場次「新北跨境電子商務 B2B 媒合洽談會」，會中透過專題演講、跨境電商業者成功經驗分享，協助企業初步瞭解電子商務的未來趨勢，並透過媒合會協助企業和電子商務平台直接互動以瞭解自身所需及各電子商務平台優劣，以找尋未來合作之電子商務平台。2 場媒合洽談會共吸引 305 家企業參與，並辦理 376 場媒合洽談會。

為協助新北企業初步瞭解及使用電子商務平台，結合台灣經貿網、阿里巴巴以及臺灣集品網建置「新北專區」，串接 5 萬 5,576 項產品及 5,086 家新北企業，並由新北市政府建置「新

北全球商貿網」新北型錄中心免費供新北市企業使用，目前已有 3,173 項商品，及 1,403 家新北企業登錄使用，並創造 53 萬多筆瀏覽量。

貳、新北全球商貿網數據分析

一、商品類別數據分析

本計畫執行至今，本計畫主要推動之新北型錄中心共有 3,173 件商品於「新北全球商貿網」上傳登載，如表 1 所示，登載商品以「機械(12.73%)」、「電子零組件(11%)」、「消費性電子及電器產品(10.18%)」、「汽、機車零配件(6.49%)」以及「農產品及食品(6.43%)」為主要商品來源，此分類亦可反映出新北市 104 年工廠登記家數前 5 大行業類別依序為「金屬製品製造業」、「機械設備製造業」、「塑膠製品製造業」、「電腦電子產品」及「光學製品製造業」與「電子零組件製造業」，佔整體工廠家數 60% 呼應(如圖 1)。

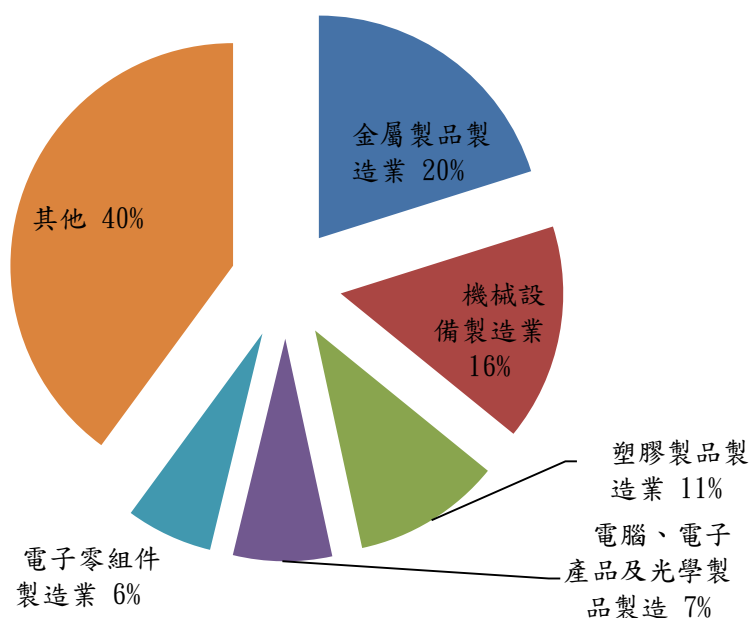
產品類別	比例	產品類別	比例
機械	12.73%	廚房及家用品	2.93%
電子零組件	11.00%	化妝及盥洗用品	2.58%
消費性電子及電器產品	10.18%	文具及辦公用品	2.30%
汽車、摩托車及零組件	6.49%	手工具	2.05%
農產品及食品	6.43%	包裝材料及容器	1.86%
電腦軟、硬體及週邊設備	5.26%	運動休閒用品	1.39%
禮品、藝品及新奇品	4.63%	建材及衛浴設備	1.10%
金屬材料及五金製品	4.51%	光學與照相器材	1.07%
化學原料及製品	3.84%	服飾品及家用紡織品	1.01%
醫療器材	3.69%	家具	0.79%
電力、電機設備	3.25%	玩具、嬰幼兒及寵物用品	0.72%
通訊產品	3.25%	自行車及零配件	0.44%
紡織品、成衣及零配件	2.99%	鞋類	0.35%
安全、消防器材	2.96%	皮箱、手提包及袋類	0.19%

表 1 新北全球商貿網商品類別分布

資料來源:本局招商科

圖 1 新北市工廠登記家數分布圖-依產業別

資料來源:本局招商科



二、 網站瀏覽量分析

「新北全球商貿網」從 104 年 9 月 1 日上線至今已創造 53 萬多瀏覽筆數，其中以歐洲國家為最大來源(如圖 2)，針對全部瀏覽量分析，可以發現「機械」和「汽車、摩托車及零配件」為主要被瀏覽類別(如表 2)，另針對歐洲國家及產業別行交叉分析，可以發現主要歐洲來源國分布於東歐等國家，而其瀏覽產業別主要為「汽車、摩托車及零配件(18.53%)」、「消費性電子及電器產品(8.61%)」、「電腦周邊產品(7.89%)」、「自行車零件及產品(7.73%)」及「電子零組件(7.21%)」為主(如表 3)，後續將針對東歐國家產業發展作進一步分析。

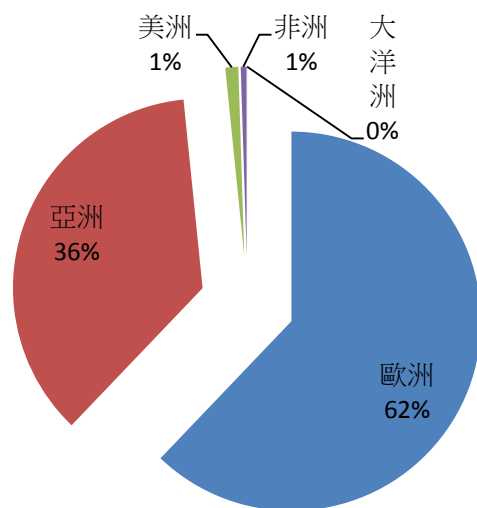


圖 2 新北全球商貿網瀏覽量-依洲別

資料來源:本局招商科

產品類別	比例	產品類別	比例
機械	12.88%	紡織品、成衣及配件	2.84%
汽車、摩托車及零配件	11.50%	塑料/橡膠、化學原料及製品	2.55%
消費性電子及電器產品	7.34%	廚房及家用品	2.52%
電子零組件	6.91%	運動休閒用品	2.49%
電腦周邊產品	5.31%	服飾品及家用紡織品	2.38%
食品及農產品	4.85%	藝術及新奇禮品	2.25%
醫療器材	4.18%	安全及消防設備	1.44%
通訊軟體	4.13%	鞋業	1.37%
金屬及五金製品	3.78%	包裝材料和容器	1.34%
電力及機械電器設備	3.64%	手動工具	1.21%
自行車零件及產品	3.62%	光學、光學子產業	1.16%
建材及衛生設備	3.53%	家具及家飾	0.62%
紡織品及化妝品	2.95%	玩具、嬰幼兒及寵物用品	0.35%
文具及辦公室設備	2.84%	皮箱、手提包及袋類	0%

表 2 新北全球商貿網被瀏覽商品類別分布

資料來源:本局招商科

產品類別	比例	產品類別	比例
汽車、摩托車及零配件	18.53%	塑料/橡膠、化學原料及製品	1.66%
消費性電子及電器產品	8.61%	醫療器材	1.66%
電腦周邊產品	7.89%	金屬及五金製品	1.61%
自行車零件及產品	7.73%	紡織品及化妝品	1.30%
電子零組件	7.21%	紡織品、成衣及配件	1.19%
通訊軟體	6.80%	文具及辦公室設備	1.14%
建材及衛生設備	6.75%	運動休閒用品	1.09%
機械設備	6.59%	包裝材料和容器	0.99%
食品及農產品	4.36%	手動工具	0.88%
服飾品及家用紡織品	3.53%	家具及家飾	0.78%
鞋業	2.65%	玩具、嬰幼兒及寵物用品	0.57%
藝術及新奇禮品	2.13%	光學、光學子產業	0.31%

廚房及家用品	1.97%	電力及機械電器設備	0.31%
安全及消防設備	1.76%	皮箱、手提包及袋類	0%

表 3 新北全球商貿網東歐國家瀏覽產品類別分布

資料來源:本局招商科

參、東歐國家產業發展

2004 年至 2013 年波蘭、捷克、匈牙利等東歐 13 國陸續加入歐盟，東歐各國擁有相對於西歐等先進國家充沛且相對廉價的高素質勞動力，東歐成了汽車製造廠在歐洲建廠的首要選擇，依據經濟分析師指出，中東歐國家成為汽車業發展迅速主要有以下三原因：

1. 外資(FDI)的大量注入：現階段目前西歐、美國和亞洲汽車巨頭皆在中東歐國家進行投資。
2. 當地汽車配件工業基礎良好：冷戰結束後，西方公司將中東歐汽車配件業作為扶持行業之一，利用當地傳統的汽車製造實力和相對廉價的勞動力，建立自己的汽車配件保障基地。經過十多年的發展，汽車配件業已在許多中東歐國家經濟中佔據重要地位。
3. 龐大的市場潛力：中東歐人口眾多、收入增長迅速、石油資源豐富等使該地區未來汽車市場有巨大的發展空間。再者，有專家指出目前中東歐國家汽車製造業呈現出的跨國化趨勢

正在使捷克、斯洛伐克、波蘭、匈牙利等國所在的中東歐地區逐步發展成為一個稱為新底特律的世界汽車製造中心，未來甚至有可能會成為世界最重要的汽車製造中心之一。

肆、新北企業市場拓銷意願分析

為瞭解新北企業本身對於市場拓銷意願，以下透過問卷調查分析各產業廠商有興趣拓銷之國家。

- 一、 問卷發送對象：曾參與本局「出口拓銷團、擴大採購、103年參展補助、i 點通」廠商，及「新北全球商貿網、台灣經貿網、阿里巴巴、臺灣集品網」會員，共計發放 6229 封，回覆 439 封，回覆率約 7%。

前 10 大產業		前 5 大有興趣拓銷國家
1	消費性電子及電器產品、電腦周邊產品、通訊產品、電子零組件	美國、德國、日本、馬來西亞、英國
2	金屬及五金製品、手工具、建材及衛生設備	德國、日本、印尼、美國、泰國
3	機械設備、電力及機械電器設備	印尼、馬來西亞、越南、菲律賓、印度
4	紡織品、成衣及配件、服飾品	美國、日本、英國、法國、新加坡
5	汽車、摩托車及零配件	美國、德國、泰國、馬來西亞、日本
6	食品及農產品	馬來西亞、日本、新加坡、香港、阿拉伯聯合大公國
7	塑料、橡膠、化學原料及製品	美國、日本、印尼、馬來西亞、越南
8	綠產節能設備及產品	馬來西亞、日本、阿拉伯聯合大公國、伊朗、美國
9	醫療器材	日本、馬來西亞、美國、印尼、伊朗
10	化妝品	泰國、馬來西亞、印尼、越南、新加坡

表 4 前十大產業之廠商有興趣拓銷之國家

資料來源:本局招商科

備註：其餘產業類別包括藝術及新奇禮品、廚房及家用品、安全及消防設備、玩具、嬰幼兒及寵物用品、運動休閒用品、文具及辦公室設備、家具及家飾、包裝材料和容器等。

二、各產業廠商有興趣拓銷之國家分析:依據問卷回收結果，各產業最想拓銷的國家大致上以美國、德國、日本及東協國家為主。上述國家和新北全球商貿網瀏覽量分析所得國家別有所不同，猜測可能受限於網路行銷曝光區域，以及東歐地理環境隔閡等因素，導致企業對於東歐瞭解程度較為薄弱，致使廠商欲出口國家大多為台灣以往之貿易夥伴國，或為鄰近的東協國家。

伍、結論

- 一、 由於我們和歐洲受限於地理環境的區隔，致使實體拓銷成本相對高昂，且受限於歐盟對外所施行之貿易保護措施及產品規格限制，致使本國產品進入歐洲市場所需進入門檻較高，故透過新北市政府統籌辦理網路行銷，透過網路無遠弗屆且成本費用較為低廉之特性，協助企業開拓、探索歐洲市場，作為未來實體拓銷之依據，以減少開發未知市場上所耗費之支出。透過電子商務模式探索未知市場，再結合實體通路拓銷深化與買主合作關係，以建立網實整合拓銷模式。
- 二、 另今年由新北市政府辦理「新北企業南進-拓銷旗艦團」帶領企業前往馬來西亞、印尼以及菲律賓等東協國家進行實體拓銷，透過與當地企業一對一媒合模式，協助新北企業於當地建立合作關係，其餘美、日等國市場拓銷將搭配「新北市政府經濟發展局鼓勵民間團體或本市廠商組團參展補助計畫」以鼓勵企業參與各項展售活動。
- 三、 綜上，新北市政府經濟發展局透過網實整合方式，針對不同市場採用不同行銷管道，以協助企業攻打不同市場，建立企業之全球市場。