

出國報告(出國類別：業務推廣)

參加「2013 年中南美洲貿易拓銷訪問團」出國報告

服務機關：中國輸出入銀行

姓名職稱：林子琳 中級辦事員

派赴國家：哥倫比亞、智利、秘魯、墨西哥

出國期間：102 年 3 月 30 至 102 年 4 月 14 日

報告日期：102 年 7 月 10 日

公務出國報告提要

出國報告名稱：參加「2013 年中南美洲貿易訪問團」出國報告

頁數：32

出國計畫主辦機關：中國輸出入銀行

出國人員：中國輸出入銀行林子琳輸出保險部辦事員

出國類別：業務推廣

出國期間：102 年 3 月 30 日至 102 年 4 月 14 日

出國地區：哥倫比亞、智利、秘魯與墨西哥

報告日期：102 年 7 月 10 日

內容摘要：

2012 年 6 月中南美洲哥倫比亞、智利、秘魯及墨西哥四國共同組成了「太平洋聯盟」(Alliance of the Pacific)，主要目的是加深區域經濟體整合，以及擴大與亞太地區的貿易聯繫，並提供投資平台，促進貨品、資本和人才服務貿易的自由化。聯盟的四個會員國是拉丁美洲地區經濟開放程度最高的國家，共有兩億人口，總產值二點五兆美元，經濟規模占拉丁美洲 GDP 的百分之四十，出口金額則占拉丁美洲整體出口總額的百分之五十五，都和美國簽有自由貿易協定，目前是世界第八大經濟區塊、第七大外人投資對象，商機可期。

太平洋聯盟目前還有十六個觀察員國家，美國也有意成為觀察員，聯盟去年在台北舉辦商機研討會，今年有意再度舉辦，我國經濟部認為拉丁美洲天然資源豐富，是成長快速的新興經濟體，具市場潛力，因此經濟部對於太平洋聯盟來台招商，相當樂觀其成。

職奉派參加「2013 年中南美洲貿易訪問團」，係由中華民國對外貿易發展協會主辦，參加廠商共計 60 家，產業類別十分分散，包括汽車零件、建築材料、手工具、服飾配件、LED 照明等。行程自民國 102 年 3 月 30 日起至民國 102 年 4 月 14 日止，共計 16 日。行程目的乃為隨團服務參團之出口廠商以增進業務往來機會並於當地舉辦貿易洽談會，推銷台灣產業並訪問當地企業主及轉融資銀行，增進了解與友誼。

目 錄

	頁數
壹、前言-----	4
貳、行程簡介-----	5
參、各國基本國情與主要經濟指標-----	6
肆、哥倫比亞-----	8
(一)市場情形-----	8
(二)產業環境-----	9
(三)我國商機-----	10
伍、智利-----	11
(一)市場情形-----	11
(二)產業環境-----	12
(三)我國商機-----	13
陸、秘魯-----	14
(一)市場情形-----	14
(二)產業環境-----	15
(三)我國商機-----	16
柒、墨西哥-----	17
(一)市場情形-----	17
(二)產業環境-----	18
(三)我國商機-----	20
捌、貿易洽談情形-----	22
玖、結論與建議-----	28
拾、附件-----	29

壹、前言

2013 年中南美洲貿易拓銷訪問團所拓銷國家為哥倫比亞、智利、秘魯、墨西哥四國，該四國於 2012 年 6 月共同組成「太平洋聯盟」(Alliance of the Pacific)。此一組織在 2009 年由秘魯發起，當時全球金融風暴並未重擊拉丁美洲，創始國希望能夠結合拉美的太平洋勢力，連結亞洲地區豐沛的資本、技術和人才，一起開拓亞太市場。目前太平洋聯盟成員國境內人口超過兩億，總產值二點五兆美元，經濟規模占拉丁美洲 GDP 的百分之四十，出口金額則占拉丁美洲整體出口總額的百分之五十五，目前是世界第八大經濟區塊。

鑑於太平洋聯盟未來市場具有成長潛力，為協助國內廠商拓銷此一新興市場，中華民國對外貿易發展協會乃籌組「2013 年中東歐重點市場拓銷團」，率領國內廠商前往開拓市場商機。本行為我國協助對外貿易的唯一專業銀行，為提供出口廠商更優質的服務，藉由此次參團機會，隨團提供金融服務並拓展本行業務機會。

本次隨團參加的團員計有 60 家廠商、人數共 76 位，廠商產品包括汽車零組件、建築材料及手工具、成衣及紡織纖維、健康醫療用品、傢俱及文具用品、資訊電腦及周邊設備、LED 照明及電子設備、機械設備、運動用品、五金及電子零件等，於 2013 年 3 月 30 日至 4 月 14 日赴哥倫比亞、智利、秘魯及墨西哥等市場拓銷。

哥倫比亞、智利、秘魯及墨西哥等四國人口總計 2 億 5 佰萬人，市場廣大是極具潛力之新興市場；職奉派參加此次 2013 年重點市場拓銷團，為拓展業務尋求商機，除了隨團參與每場貿易洽談會，並訪洽當地配合之轉融融資銀行，尋求建立轉融資合作及加強雙方關係，作為本行進一步強化國際金融業務之參考。

本次參加重點市場拓銷團於貿易洽談期間，除向本次參團廠商介紹本行業務外，並向國外買主推廣本行可供運用之出口貸款及轉融資業務內容，希冀本國廠商與國外買主進行貿易洽談時，有關資金融通問題能立即獲得解決，以幫助國內廠商達成交易，並增加本行商機。

貳、行程簡介

本次重點市場拓銷團參加廠商團員共 76 人，行程於 102 年 3 月 30 日自台北出發，於 4 月 14 日返抵國內，主要行程如下：

- 三月三十日 團員自台北啟程
- 三月三十一日 抵達哥倫比亞首都波哥大
- 四月一日 於 Hotel Sheraton Bogota 舉辦貿易洽談會
- 四月二日 市場考察(當地五金與傢俱產業)
- 四月三日 前往智利首都聖地牙哥
- 四月四日 於 Santiago Marriott Hotel 舉辦貿易洽談會
- 四月五日 後續洽談
- 四月六日 前往秘魯首都利馬市
- 四月七日 市場考察(當地文具用品與健身器材產業)
- 四月八日 於 Swissotel Lima 舉辦貿易洽談會
- 四月九日 後續洽談
- 四月十日 前往墨西哥首都墨西哥市
- 四月十一日 於 Hotel Marquis Reforma 舉辦貿易洽談
- 四月十二日 後續洽談
- 四月十三日 啟程返回台灣
- 四月十四日 抵達台灣

參、各國基本國情與主要經濟指標

一、各國基本國情(2012)

	哥倫比亞	智利	秘魯	墨西哥
首都	Bogota	Santiago	Lima	Mexico
人口(萬人)	4,445	1,657	2,959	11,500
面積(平方公里)	1,138,914	756,626	1,285,215	1,964,375
匯率(一美元)	1,823Peso	480Peso	2.85Nuevo Sol	12.5peso
主要種族	印歐混血	白人	印第安人	印歐混血
主要宗教	天主教	天主教	天主教	天主教
語言	西班牙語	西班牙語	西班牙語	西班牙語
與台灣時差	-13 小時	-12 小時	-13 小時	-13 小時

二、各國主要經濟指標(2012)

	哥倫比亞	智利	秘魯	墨西哥
S&P	BB	A	BB	BBB
外匯存底(億美元)	359.8	395.2	514.5	1,604.1
貿易收支(億美元)	20	84	68.6	1.6
平均每人 GDP(美元)	7,593	15,460	6,291	10,380
實質經濟成長率%	3.7	5.2	5.6	4
CPI 年增率%	3.2	3.1	3.7	4.1
失業率%	10.4	6.4	7.7	4.5
外債(億美元)	799	892.9	496	2,617.8
當地放款利率%	12.6	10.1	19.7	4.7

以上資料來源：

1. 哥倫比亞賦稅暨關務總局 (DIAN)、哥倫比亞國家統計局、哥倫比亞國家計劃署(DNP)、哥倫比亞中央銀行(Banco de la Republica)
2. 智利中央銀行、財政部、海關(Legal Publishing)
3. 駐秘魯代表處經濟組
4. 墨西哥國家統計局、中央銀行、經濟部

三、本行針對中南美洲四國之輸出保險業務量表

墨西哥							單位新台幣：仟元
	2010		2011		2012		
	件數	金額	件數	金額	件數	金額	
信用狀	90	226,383	172	443,023	140	333,223	
D/P D/A	96	164,461	128	195,462	172	265,678	
O/A	81	66,408	42	40,081	63	51,296	
全球通	0	179,749	0	264,606	0	509,996	
合計	267	637,001	342	943,172	375	1,160,193	
秘魯							單位新台幣：仟元
	2010		2011		2012		
	件數	金額	件數	金額	件數	金額	
信用狀	21	47,138	25	71,820	30	76,246	
D/P D/A	16	24,403	3	4,803	5	8,086	
O/A	2	3,507	1	575	11	16,669	
全球通	0	235,693	0	513,369	0	703,499	
合計	39	310,741	29	590,567	46	804,500	
智利							單位新台幣：仟元
	2010		2011		2012		
	件數	金額	件數	金額	件數	金額	
信用狀	28	50,807	18	40,518	11	25,970	
D/P D/A	31	39,621	14	21,278	26	35,566	
O/A	58	26,540	24	19,283	37	29,495	
全球通	0	34,569	0	49,016	0	85,435	
合計	117	151,537	56	130,095	74	176,466	

哥倫比亞							單位新台幣：仟元
	2010		2011		2012		
	件數	金額	件數	金額	件數	金額	
信用狀	14	57,269	11	19,906	7	10,661	
D/P D/A	4	4,298	4	6,247	4	8,352	
O/A	11	19,159	9	9,483	14	19,612	
全球通	0	43,349	0	82,033	0	128,850	
合計	29	124,075	24	117,669	25	167,475	

肆、哥倫比亞

一、市場情況

(一) 由於銀行作業成本高昂，交易習慣以要求放帳交易為居多

哥國銀行作業成本高昂，同時哥國銀行因作業程序與效率緩慢，要求文件及手續亦普遍較其他國家繁瑣，經常造成無法如期發放文件提貨的困擾。哥國廠商為避免管制及節省費用，通常於邁阿密或巴拿馬等國外帳戶電匯貨款，或直接於哥國購買美元支付貨款，也因此進行國際貿易時，習慣要求放帳交易。

(二) 消費品進口走私盛行

由於哥國進口貨品除應繳納進口關稅之外，並即需納增值稅(多數貨品為16%)，因此哥國消費商品除時見高價低報之外，部份以走私或跑單幫方式入境。雖哥國海關稽查高價低報案件嚴格，亦採取措施打擊走私，但短期內效果似尚不彰。

(三) 由仰賴專業進口商與代理商之習慣轉向尋找直接採購管道

哥國廠商傳統上偏好與代理商、代表人或專業進口商進行交易，但受到高進口稅捐之影響，哥國合法進口廠商為尋求降低進口成本之方法，以增強競爭力，因此改變採購方式。過去多數廠商仰賴向專業進口商進貨，現多數廠商改以直接向國外製造商採購方式去除中間成本，部分批發商或經銷商更直接在美國及巴拿馬等地設置採購辦公室或發貨倉庫，此外運用網路或電子郵件進行電子商務者也逐漸增加。

(四) 政府採購必需與當地廠商合作

哥國廠商進行正常商業活動前，須先向商會登記並向稅務機關領得稅籍號碼，但哥國法律特別規定，參與政府招標者，須經由在哥國登記之代表人進行。此外在商會亦有名為「投標登記」之項目，外商凡欲參與政府採購投標者須先完成登記手續，登記時商會有權評估外商公司狀況。另政府各單位標案之投標資格，須先經資格標審核通過建立合格供應商名單，標單僅提供名單內之供應商代表人。

(五) 信用消費逐漸盛行

根據哥倫比亞 CREDIBANCO 銀行表示，受惠於哥國近年來景氣暢旺，2011 年哥國全國總計信用卡及現金卡等之發行較 2010 年成長 16%。CREDIBANCO 另估計表示此成長佳績將持續呈現。信用消費逐漸盛行將助長哥國人之購買力。

(六) 連鎖店成為許多國際公司進入哥倫比亞市場的主要方式之一

美式速食店為外國連鎖店中最先進入哥國市場的國家，目前如 Pizza Hut、McDonald's、Domino's、Taco Bell、Hägggen Dazs、Yogen Fruz、Dunkin Donuts 及 Baskin Robins 等速食店在哥均具有相當知名度。美系連鎖店占哥國連鎖市場約 60%，哥倫比亞本國連鎖店則占 30% 之市場，其他國家占 10%。

二、產業環境

(一) 礦業

哥倫比亞天然資源十分豐富，尤其富含礦藏。石油、天然氣、煤礦、金礦、祖母綠等豐富的礦業資源，近十年來為哥國政府財政貢獻達 240 億披索(約 1,299 萬美元)，其中 8.8% 為核發開採權之權利金收入，9.3% 為營利所得稅。礦業活動占哥國 GDP 經濟規模之 12%。

(二) 石化業

哥倫比亞石化工業龍頭為國營第 1 大企業-Ecopetrol，從開採到煉製油氣、生產石化原料等一貫作業。2011 年平均日產油氣超過 70 萬桶，全年營業額 313 億美元，稅後淨利達 85 億美元(較上年增加 85%)。

Ecopetrol 目前擁有兩家煉油廠，煉油產能約 30 餘萬桶/日，目前 2 廠均在實施擴大計畫中，預計 2015 年前完成。Ecopetrol 除於 2008 年併購 Propilco 石化廠以確立其於石化產業發展之決心，並大舉繼續朝下游垂直整合擴大產能。預計擴廠工程完成之前，亦即未來 4-5 年內，哥國石化原料產能規模將持續增加。然而哥國石化業僅能生產低密度石化原料，高密度石化原料仍十分仰賴進口。

(三) 塑膠及橡膠業

哥國市場需求大、投資門檻低、原料可就地供應。惟哥國尚未發展塑膠機械產業，所需幾全靠進口；另由於哥國原料尚無法自足，因此自美國、委內瑞拉、韓國及我國等進口橡塑膠板、片、軟片等供加工生產鞋類、包裝材料及塑膠製品。塑膠產業中，約 42.7% 係生產基本原料，57.3% 係生產塑膠製品。2010 年外銷值達 22 億美元，較上年成長 14.2%。主要外銷產品為樹脂及其化合物、聚丙烯、聚氯乙烯及丙烯共聚合物，主要外銷市場為美國及鄰近中南美洲國家。至於塑膠製品之外銷市場則以巴西為主。

(四) 紡織成衣業

哥國紡織業有 100 年歷史，鑒於原料不足需進口棉花(美國)及棉紗(印度)。該產業現有工廠約 10,450 家，直接及間接就業人口 88 萬人，佔哥國製造業人口之 21%。2011 年總產值 39 億美元，其中 65% 內銷、35% 外銷，主

要市場為美國、厄瓜多、秘魯、墨西哥。哥國 2011 年國內紡織品市場規模超過 100 億美元，除中國大陸低價貨及仿冒名牌貨之外，尚進口許多中南美洲之名牌服飾。

(五) 咖啡等農牧產品

2011 年哥國農牧產品整體出口創造成長 28.4% 之佳績。咖啡占農牧產品總出口比重 51%、切花占 25%、香蕉占 18%，三大農作物幾乎占哥國農牧產業總出口值之 94%；以創匯金額論，三者分別達 26 億美元、13 億美元、8 億美元；而以出口額成長最速者論，則由冷凍牛肉(成長 515%)與咖啡(39%)居首。咖啡為哥國最重要之農作物，現有栽種面積達 87 萬公頃，全國適合栽種面積則計達 730 萬公頃。

三、我國商機

(一) 哥國 2012 年經濟成長 4%，平均國民所得為 US\$ 7,841，雖因貧富懸殊且有相當地下經濟活動，但中上層社會購買力仍強勁。哥國正值經濟快速發展時期，對於民生工業所需機器、汽機車零配件生產機器、資源再生機器等都顯示相當需求，值得我國機器廠商大力拓銷。

(二) ICT 產品：哥國目前未有本國之資訊製造業，其本土電腦品牌 Compumax、PCK、PC Smart、Argom、IZC 等(市占率約 50%)舉凡微處理器、主機板、顯示卡、機殼、硬碟、記憶體、銀幕等零件皆須進口，並於免稅區(Zona Franca)進行組裝後內銷；通訊設備如網路路由器、手機亦均仰賴進口；ICT 相關之新奇產品在哥國亦頗受中上階層人士歡迎。

(三) 建築材料：哥國隨經濟發展隨處可見大興土木，各項工程所需之外牆磚料、室內裝潢用品等都有相當需求。且因哥國環保意識抬頭，新建物多標榜為環保綠建築。符合國際環保標章之建材可在哥國市場大力拓銷。

(四) 汽機車零配件、腳踏車及配件：哥國汽機車市場成長方興未艾，我國汽機車零配件供應業者耕耘哥國市場已有相當時間，配合哥國未來看好之需求趨勢，我業者可以繼續加強與此間進口商之聯繫及推廣；哥國大城市自行車風氣盛行，我自行車及相關配件供應商應可大力拓銷。

伍、智利

一、市場情形

(一) 進口市場規模有限

智利貧富差距懸殊，2012 年統計資料顯示，智利人口約 1,657 萬人，但家戶月所得在 600 美元以下占全國人口之 47%，其中貧窮人口達 340 萬，導致進口市場規模有限，市場消費以少量、多樣及物美價廉為主要取向。消費市場之產品價位及品質因而呈現兩極化現象，且因信用卡、企業簽帳卡盛行，消費信用大肆擴張，消費人口平均消費負債額高。

(二) 中、小型企業雖多，市場仍由大型業者主導

智利各項產業除礦業、林業及漁業等特殊產業外，多數為中小型(占 10.4%)或微小型(占 88.8%)企業，其中以零售業居多。進口方面，一般小型進口商直接進口販售外亦兼營批發，一般進口商規模不大。近年智利大型財團零售連鎖及量販店急遽擴張，主導五金、電子、居家用品、電腦、建材、藥局等通路，中小企業加速淘汰，更呈良莠不齊，我商對智利中小企業進行交易時，尤應重視其信用及營運狀況，以免遭受無謂損失；具競爭力產品建議直接對大型連鎖店或其相關專業採購商出貨，安全性較高。

(三) 工商界往來慣用西班牙語，國際貿易之交易方式可接受信用狀

智利國際貿易往來英語可通，惟主要仍以西班牙語為主。若與廠商往來使用當地語言，更能拉近彼此間距離，維持長久之貿易夥伴關係。而在國際貿易付款方式上，由於智利經濟多年來表現優異，外貿盈餘增加，外匯不虞匱乏，一般進口商均能接受 L/C 之付款方式或以 T/T 方式交易，或先支付 30%訂金俟我商通知出貨後，再電匯餘款。近年來，付款時間亦逐漸延長，對於我商而言，風險相對提高。

(四) 注重信用調查及商業文件

智利商業界為確實掌握民間商業信用情形，特別設立 DICOM 及 E-CERT 等信用調查公司，依據國民身份證字號及公司稅號等，詳細列名全國個人及公司行號財務信用狀況，資料透明詳盡，可經網路、電話及電傳付費查詢，廠商交易前多數習慣使用此一系統查明交易對象信用，確保安全。此外，智利法令准許攬貨公司、銀行等於相關條件下授權以副本提單報關，為預防意外損失，建議我國廠商對出口文件尤應審慎處理並詳細註明付款放單條件等，以防當地攬貨公司或銀行任意放單由進口商提貨，造成無謂損失。

(五) 大型零售連鎖企業成為市場主流

智利大型零售業自 1990 年代起發展快速，該等零售企業透過併購加速成長，經營領域跨百貨、居家用品、超市、購物中心、旅遊及金融等業別，並挾其龐大財力及集中採購優勢向中南美其他國家加強投資及併購，已然形成特殊經營模式，亦為我國廠商應予重視之情勢。根據智利供應商公會統計

資料顯示 2010 年超市銷售額約 100 億美元，智利 Walmart 集團所屬 Lider 超市為第一大連鎖超市，市占率為 33.4%，第二大為 Cencosud 集團之 Jumbo 及 Santa Isabel 超市，市占率 30.5%，第三大是 SMU 集團的 Unimarc 超市，市占率為 16.8%，第四大是 Southern Cross 集團的 Bigger 超市，市占率 7.1%，第五大是 Falabella 的子公司 Tottus 超市，市占率 6.3%。

二、產業環境

(一) 礦業

智利礦產豐富，盛產銅、金、鐵、鋰、鉬礦及硝石，為智利經濟發展之重要支柱。智利已探得之銅蘊藏量達 2 億噸以上，占全球蘊藏量三分之一，為世界最大銅產國及出口國，亦為世界最大硝石產國及出口國。銻及鋰占世界第 2 位，鉬占世界第 3 位，鉰占第 5 位，銀占第 8 位，黃金占第 9 位，智利礦業出口占 GDP 總額的 22%，堪稱世界礦業大國。

(二) 農、林、漁業

智利因氣候、地理及土壤條件等，天然資源之蘊藏量得天獨厚，在農、林、漁業方面皆占該國產業很大之比重。智利每年約 70% 農產品銷往國外市場，主要出口市場為美國、歐洲、日本、中東、拉丁美洲及亞洲。出口項目包括葡萄、草莓、蘋果、奇異果、梨、桃、檸檬、蘆筍、青椒、洋蔥、南瓜及大蒜等。智利是世界第四大林產品生產國，其國土中 44.7% 屬森林地，林產項目達 400 餘種，其中 63% 供應外銷，傳統以紙漿、木漿片、鋸木及新聞紙為主，而加工木材、厚紙板、家具、包裝箱、木條等則為新近開發項目。且因國土狹長，海岸線長達 4,000 餘公里，漁業資源豐富，其他海產類資源甚豐，魚粉及海產加工業相當發達。

(三) 工業

依智利央行統計，2011 年智利工業產品產值達 295 億 8,300 萬美元。以食品飲料加工 103 億 9,800 萬美元居首，較 2010 年成長 10.4%；其次為金屬產品、機器 41 億 2,544 萬美元，較 2010 年成長 5.8%；化學塑膠產品 40 億 6,448 萬美元，較 2010 年成長 5.4%；木漿及紙業 32 億 9,983 萬美元，較 2010 年成長 10.1%；石化產品 19 億 9,708 萬美元(10.6%)、木材及家具 8 億 6,806 萬美元(7%)、紡織 6 億 5,231 萬美元(-1.3%)。

(四) 運輸業

智利汽車市場近年來穩定成長，2011 年智利汽車銷售數量達 33 萬 4,000 輛，較 2010 年成長 21%。依據智利全國汽車公會(ANAC)統計，智利市面上有來自 23 國 58 個廠牌之汽車，2011 年以雪佛蘭(Chevrolet)(5 萬 6,640 輛)、現

代(Hyundai) (3 萬 5,063 輛)、日產(Nissan) (3 萬 4,597 輛)等廠牌市占率最高。智利汽車零配件 9 成來自進口，一成由當地生產供應。依據智利海關統計，2011 年智利汽車零配件進口總額(以稅則 84、85、87 等 3 類計)為 9 億 2,540 萬美元，較 2010 年成長 25.3%，進口來源為美國(約占 30-40%)、阿根廷、巴西、中國大陸、日本、韓國等國。至於機車部分，根據智利機車進口商會報告指出，2011 年共銷售 4 萬 4,600 台，較 2010 年成長 30%。熱門廠牌為 Honda、Euromot 及 Yamaha。由於智利氣候狀況佳，且摩托車式樣逐漸增多、貸款選擇性佳、售價降低、免除塞車困擾及適合短程代步工具等多重考量因素，預估未來該國摩托車市場仍將逐步成長。

(五) 通訊服務業

根據統計，智利人平均擁有 1,213 支手機，467 人上網，108 人使用寬頻，459 部電腦，480 人使用社交網路，美國為 485 人；平均每人網路採購 169 美元，美國為 580 美元。另外，智利為拉丁美洲國家換機速度最快的國家。手機業者認為智利雖然人口少，國家小，但與其他拉美國家相比，智利人對新科技接受更快，而電話公司提供的良好服務保證了最新技術的手機設備能夠在智利運用，且智利和其他國家簽署的大量的自由貿易協定使進入智利市場的手機價格較為低廉。

三、我國商機

(一) 建議拓銷產品

智利礦業產值占 GDP22%，我國廠商可針對礦業開採所需之相關產品設備拓銷智利。而由於智利市場開放時間早，又與 58 國簽署自由貿易或經濟互補協定，導致國內製造業不強。市場所需製成品端賴進口，配合智利加工製造業逐漸發展，同時農漁牧外銷產業不斷成長，我商可加強向智利銷售農藥、漁牧藥品、紙業加工、木業加工、食品加工、包裝機器及冷凍設備等。另為因應智利推動國家數位發展計畫，積極縮減數位落差政策發展需要，我國廠應可加強推銷網路設備、電腦(包括平價電腦及筆記型電腦)、電腦週邊及無線通訊等相關產品。

(三) 善用自由貿易區轉口功能

由於智利市場的競爭激烈，我國廠商應善用北部伊基給(IQUIQUE)自由區及南部多沙角(PUNTA ARENAS)自由區之地理優勢作為行銷南美鄰近國家(祕魯南部、玻利維亞、阿根廷北部、巴西西北部及巴拉圭東方市)之重要據點。

(四) 善用智利區域營運中心功能

智利市場為一財經穩定、政策透明、市場開放及高度國際化之投資環境，

我國廠商可配合智利積極成為「區域營運中心」之計畫，建立中南美洲之營運、行銷、資訊及電訊服務及管理中心，加強拓銷具有市場競爭優勢及高附加價值的服務或產品，並結合當地具實力之知名廠商，建立合作關係，共同進軍拉美市場。

陸、秘魯

一、市場情形

- (一) 秘魯經濟區依地形可劃分為三區：海岸、山區、叢林區，各區各有其樞紐城鎮，亦有不同之市場特色。首都利馬位於海岸區，人口 800 多萬，是秘魯最重要市場。其他重要市場包括北部之 Chiclayo 市，位於海岸區，因距離亞馬遜地區最近，成為鄰近山區之集散地；南部之 Arequipa 市是秘魯第二大城，亦位於海岸區，擁有百萬人口並以紡織業及金屬機械發達聞名。Pucallpa 市是叢林區內之貨品(特別是木材)集散地、中北部之 Chimbote 市為魚粉產銷重鎮、Trujillo 市則以製鞋聞名，有「鞋城」之稱。
- (二) 秘魯因貧富懸殊，購物中心或專賣店多位於高級住宅區，販售之商品品質較優，價格亦較高。而位於貧民區及利馬市中心舊區則多為低所得者交易場所(polvos)，劣質廉價品及走私貨與贓物多在 polvos 流通。另秘魯市場亦呈群聚現象，例如位於利馬 VICTORIA 區之 GAMARRA 是全國最大最重要之紡織成衣市場，資訊及電腦產品集中於利馬市中心之 WILSON 街，而汽車零配件之大本營則在利馬 IQUITOS 街。
- (三) 秘魯廠商大多為中小企業，國際行銷能力不足，較重視價格，英文使用不普及。秘魯商人信用不佳、付款常不準時，國際貿易時不喜用信用狀交易，原因是銀行手續耗時且費用高，再者不願暴露公司資料給銀行；一般交易是訂貨時先付 30%訂金，貨出(貨上船)時再付 70%。另對秘魯向他國實施反傾銷措施之產品如紡織品等，我出口商需注意原產地證明書之填寫規定；秘魯部分區域治安不佳，到秘魯拓銷產品時，宜防人財兩失。
- (四) 中國大陸與韓國商品在秘魯市場隨處可見
2010 年 3 月秘中(中國大陸)自由貿易協定生效實施後，秘魯與中國大陸雙邊經貿關係更為密切，目前中國大陸已是秘魯第 1 大貿易夥伴國。中國大陸係秘魯第 1 大出口市場，而中國大陸為秘魯第 2 大進口來源國。另拜秘韓(南韓)自由貿易協定生效之賜，秘韓貿易成長迅速，2011 年秘魯對南韓出口總值為 16.96 億美元，較上年大幅成長 89.5%，南韓係秘魯第 8 大出口市場。2011 年秘魯自南韓進口總值為 14.91 億美元，較上年成長 43%，

韓國為秘魯第 6 大進口來源國。現今韓國各大財團如現代、大宇、三星、LG 等在秘均擁有甚高知名度，該等企業之大型廣告在利馬到處可見。

二、產業情況

(一) 農、漁、礦業

秘魯幅員廣大、天然資源豐富，無論在農產品、漁貨蘊藏量與礦藏等都占該國產業之重要位置。2011 年秘魯農產品出口額達到 45.18 億美元，比上一年增長 44%，產品出口到全世界 158 個國家和地區。秘魯種植的農作物中最重要的是咖啡，除此之外還有葡萄、蘆筍、可可、酪梨等。漁業是秘魯經濟成長引擎之一，其產品出口到全球 115 個經濟體，中國大陸是其最大市場，2011 年秘對中國出口漁業產品達 12.20 億美元，占其出口總額的 38.8%。第二大外銷市場是美國，出口額為 1.94 億美元。秘魯礦產資源之蘊藏總量居世界第 7 位。其礦產資源的特點，一是品種多，二是儲量大。已探明的主要礦物有銅、鉛、鋅、金、銀、鐵、鎢、錳、錫、銻等。銀產量居世界第 1 位，銅、鋅產量居世界第 2 位，錫、銻、銻居第 3 位，鉛居第 4 位，黃金居第 5 位(拉美第 1 位)。2011 年秘魯礦產出口總值達 273.61 億美元，較 2010 年成長 26%，占秘魯總出口金額之 59%；最重要之出口礦產為銅、黃金、鉛及鋅，其中黃金及銅之出口金額合計即占全部礦產出口總值之 76%。

(二) 石油及天然氣業

秘魯的天然資源除了農、漁、礦外，另有石油及天然氣。依據秘魯能源和礦業部統計，秘魯 2011 年石油產量約 2,527 萬桶(BLS)，天然氣產量約 1,135 萬立方公尺。秘魯石油產量不足國內需求，致進口大於出口。2011 年秘魯出口石油及其衍生物 3,360 萬桶，出口額達 34.21 億美元，較上年成長 52%；同年進口石油原油金額達 36.64 億美元，較上年成長 36%。秘魯天然氣產量豐富，除約 2 成供應國內需求外，尚有 8 成可出口，2011 年秘魯天然氣出口 896.9 萬立方公尺，出口額達 12.84 億美元，較上年成長 353%。

(三) 紡織業

秘魯為世界最大之羊駝和小羊駝(ALPACA & VICUNA)纖維生產國，亦是重要針織棉織品之出口國，其採用天然原料生產紡織品乃為最大特色。秘魯成衣產業提供 100 萬個以上直接及間接就業機會。成衣廠商達 1,600 家，生產 275 種產品外銷至世界各地。主要出口市場為：美國、委內瑞拉、哥倫比亞、德國及義大利。2011 年秘紡織品和成衣出口額達到 19.79 億美元，

較前一年增長 26.6%。秘魯生產紡織成品除以自產之天然原料外，亦採用人造纖維，每年向我國進口許多聚酯纖維紗、異色紗織成之梭織物、聚酯纖維棉、其他染色梭織物、黏液嫻縈纖維棉、棉異色紗織斜紋梭織物、尼龍加工絲紗及布品等。

(四) 汽機車業

2011 年秘魯進口汽車零配件進口總額為 11 億美元，其中約 40%來自中國大陸。2011 年秘魯進口的主要產品是輕型和重型車輛的輪胎，總進口額為 3.7 億美元，其次是潤滑油，為 2.04 億美元。另 2011 年秘魯摩托車登記數量為 262,126 台，較 2010 年的 144,485 台增長 29%，因該國北部無公共交通系統，農業生產發展和送貨上門服務（宅急便）的增長促使秘魯摩托車和三輪摩托車的銷售持續上升，2012 年已突破 30 萬輛。

(五) 資訊電子業

近年來，拜秘魯經濟迅速發展之賜，智慧型手機、電腦硬體設備及平板電腦等資訊電子產品等已十分普及。2011 年秘魯行動電話及無線上網設備進口額達 5.43 億美元，較上年成長 37.5%。目前，全國有 77%的人口擁有至少一部手機。秘魯消費者喜好追求時尚，因此，近年智慧手機及平板電腦等在秘魯皆有甚高之接受度，顯示秘魯之資訊電子產品市場甚具發展潛力。蘋果公司、三星公司、RIM 公司、摩托羅拉、HTC、惠普及 LG 公司亦十分看好秘魯市場，已於 2011 年在各大商場推出各自平板電腦產品。另外，筆記型電腦在秘魯銷售亦持續成長，平均每月銷售達 8 萬台，其中 70%為家庭使用，30%為商業用途，進口品牌名次排名依續為 HP、TOSHIBA 及 SONY。

三、我國商機

(一) 可投資產業型態或產品項目

秘魯天然資源豐富，投資農、林、漁、牧、礦之生產或加工應可有發展，如各式蔬果加工處理、動物飼料製造、養豬、水產養殖、及多層次金屬礦產加工等；另亦可考慮投資若干服務業如連鎖餐廳、連鎖飲品店。另外，秘魯政府鼓勵發展綠能產業，盼吸引我商太陽能光電產業組裝廠、資訊產品組裝廠、生質能源如棕櫚種植及棕油加工等至秘魯投資，由於秘魯之地理位置佳，上述產業可考量以秘魯作為拓銷南美市場之中繼站。

(二) 可銷當地之我國產品

秘魯工業已在起步，對塑料及農業、建築業、工礦方面之機械與工具機之需求日增。另該國所得逐漸提高，對品牌產品及奢侈品之需求亦漸增。近

年來秘魯汽車進口與消費量逐漸增加，對維修保養所需之相關產品及零配件之需求亦增。再者，秘魯消費者喜好追求時尚，對手提電腦、手機、照相機等資通訊產品之需求亦日增。此外，醫療器材、藥品等亦有很大需求，我廠商可針對上述產品加強對秘之拓銷。基本上秘商較重視價格，英文使用尚不普及，付款方式大多對出口商不利，我國廠商與秘魯廠商交易時，宜加強徵信工作。

柒、墨西哥

一、市場情況

- (一) 對中國大陸部分產品課徵過渡期高關稅至 2012 年 12 月 11 日結束
墨西哥自 2008 年 10 月 15 日起，解除對中國大陸 935 項產品的反傾銷稅，包含：自行車、自行車內外胎、鞋子與零件、掛鎖、嬰兒車、門把鎖、鐵管接頭、拋棄式打火機、氟石、富來頓內服藥(Furazolidone)、手工具、紡織品、玩具、鉛筆、電機產品與零件、巴拉松農藥(Parathion Methyl)、有機化學品、陶瓷餐盤與相關物品、鐵閥、鋼閥、蠟燭；其中 749 項馬上降為一般性關稅，其餘 204 項則分 4 年另課徵低於反傾銷稅的過渡期關稅，稅率仍高於一般關稅，在 2011 年 12 月 12 日期滿恢復為正常進口稅率。
- (二) 降低進口稅
墨西哥政府自 2009 年開始降低消費財及製造業所需產品的進口稅，雖然受到墨西哥部分製造業例如：鋼鐵、成衣、紡織、玩具、製鞋對政府強力抨擊，但 2012 年繼續邁入第四年降稅，1 萬 897 項進口稅號(HS CODE)代表的產品，有 6916 項(占 63.5%)免關稅，其中製造業所需要材料的平均進口稅降到 4.4%，只略高於美國的 3.5%。整體來說，墨西哥進口產品的稅制已簡化為 0%、5%、7%、10%及 15%。
- (三) 連鎖店體系成長快速，美國公司經營最成功
近年來墨西哥內銷市場之消費型態，受到美國消費文化影響，最顯著的改變就是許多消費品透過連鎖店體系銷售，Wal-Mart 是最成功的經營範例，墨西哥 Wal-Mart(Walmex)已經成為全國最大的連鎖零售業，市占率至少 22%。
- (四) 商業習慣
- (1) 連鎖店偏好向進口商或代理商採購
墨國連鎖店偏好向進口或代理商就近採購以減少庫存及避免匯率風險，付款期通常為 60 至 90 天。墨西哥進口商不論規模大小，都不喜歡向貿

易商採購，以目前台灣銷墨主要產品為例，除了汽車零配件、自行車零配件及電工材料，進口商可接受向貿易商採購外，其他行業則認為貿易商賺取差價，所以偏好直接與製造商連絡。墨國進口商普遍通曉英語，但我商如以西班牙文溝通，當可拉近距離。有關機械設備等資本財，我製造商則需對當地進口廠商提供完善之售後維修服務，其行銷才能達到事半功倍之效果；機械買主及代理商希望我商比照歐美國家給予融資，但我商意願不高。

(2) 交易條件

墨西哥銀行開立信用狀條件十分嚴苛，常要求開狀者提供不動產之抵押債權等，降低進口商申請信用狀的意願。在機械資本財交易方面，美國、日本及德國製造商因能獲得其進出口銀行提供輸出融資保險，並給予當地進口廠商展延付款，所以可以增加銷售機會。T/T 為最普遍的付款方式，我出口商與墨商簽約後，要求墨商先支付貨款 30%至 50%，當進口商付清尾款之後，我商再將裝船文件以快遞寄送給進口商提貨；但資本財交易，因受買主特定規格限制，如買主臨時取消訂單，賣方往往轉售不易，故仍以信用狀往來較有保障。

(3) 徵信調查

根據政府統計，墨國全國人口中僅約 20%的國民擁有銀行帳戶，一般企業與銀行往來紀錄無法完全顯示其經營全貌，使得我商擬對墨西哥買主徵信調查頗感困難。

二、產業環境

(一) 汽車組裝及零配件

墨西哥汽車工業近年來蓬勃發展，2011 年汽車產量創紀錄(不含大貨車、大客車)達到 225 萬 7,550 輛，較 2010 年成長 13%，仍保持全球第九大汽車生產國地位；外銷 213 萬 143 萬輛，成長 14.6%，其中出口到美國市場占將近 70%。2012 年 1 月，墨西哥汽車工業大事包含 MAZDA 銷售成長 19%，MAZDA 與 NISSAN 皆於墨西哥設有廠房，正是看好墨西哥汽車產業之潛力無窮。

(二) 原油、天然氣探勘與提煉

墨西哥憲法規定，原油、天然氣探勘與提煉業必須為國有，由墨西哥國家石油公司(Pemex)經營。Pemex 2011 年原油產量 9 億 3,087 萬桶，出口額 564 億 2,607 萬美元，雖有 6 座煉油廠，但無法滿足國內燃油需求，汽油每年需求成長 5%，所以必須進口原油及從美國等地進口汽油以補國產的不足，然而 PEMEX 卻外銷原油到美國，這顯示墨西哥煉油工業的弱勢。墨西哥汽油約有 40%靠進口，2011 年進口原油 427 億 408 萬美元，進口汽油 180

億 2113 萬美元與柴油 64 億 8061 萬美元。若墨國未來無設立新的煉油廠或提高現有煉油廠產能，估計在 2015 年，市場需要的汽油將有 50%仰賴進口。

(三) 龍舌蘭酒(Tequila)

Tequila 是墨西哥最具國際知名度的酒類食品。龍舌蘭之外型與仙人掌及蘆薈極為相似，釀造 Tequila 的材料為龍舌蘭(Agave，過去稱為 Maguey)。墨國有約有 140 家 Tequila 酒廠，1,247 個品牌，其中 251 個品牌有外銷實績。2011 年產量 2 億 6,110 萬公升，較 2010 年成長 1.4%。其總產量的 62.4% 外銷，數量為 1 億 6,326 萬 3,409 公升，對台灣出口量 10 萬 3,402 公升，比 2010 年的 6 萬 7,526 公升增加很多。

(四) 鋼鐵業

墨西哥是中南美洲第 2 大鋼鐵產國，2011 年產量 1,810 萬公噸，較 2010 年成長 7.1%；2011 年出口 590 萬公噸，進口約 700 萬公噸。近幾年的產業規模如下表：

單位：百萬公噸

	2007	2008	2009	2010	2011	2012
墨西哥消費	25.1	24.0	17.1	20.0	20.9	21.8
墨西哥產量	17.6	17.2	14.0	16.9	18.1	19.1
墨西哥產品市占率	70%	72%	82%	84%	87%	88%

資料來源：墨西哥鋼鐵工業公會(CANACERO)

墨西哥鋼鐵工業公會(CANACERO)多次抨擊經濟部的降低進口稅政策，因為 2012 年 1 月起，許多鋼鐵品的進口稅將降為零，而這些項目 90%與墨西哥產品重疊。墨西哥 2010 年鋼鐵需求量約 2,000 萬公噸之中，下游成品為 1,750 萬公噸，以鋼板為例，2010 年墨西哥進口 410 萬公噸，成長 29%，國產只有成長 11%(CANACERO 未公布國產量)，市占率為 26%，而進口平板鋼市占率為 32%，塗層鋼板 57%。CANACERO 強調中國大陸產品因為貨幣低估與政府津貼，嚴重影響墨西哥鋼鐵工業，要求經濟部停止降稅政策，並對中國大陸產品課徵反傾銷稅，目前有 4 種產品列入調查項目，線材及鋼管很有可能成立。

(五) 製鞋

製鞋工業是墨西哥最重要的傳統產業之一，全國有 4,100 家製鞋廠，但具競爭力的大型業者只占 15%，而有出口實績的只有約 250 家。根據墨西哥 Guanajuato 州製鞋工業協會(Cámara de la Industria del Calzado de Guanajuato，簡稱 CICEG)副會長 Humberto Vela 在 2012 年 3 月 31 日表示，2011 年墨西哥約生產 2 億 4,400 萬雙鞋，其中出口 2 億 2000 萬雙，

金額 4 億 800 萬美元，美國市場占 82%、日本 2.7%、加拿大 2.0%、其他國家包含：義大利、巴拿馬、巴西、法國等合占 13.3%。

三、我國商機

(一) 可投資產業型態或產品項目

墨國幅員遼闊，地理位置佳，勞工工資相對低廉，加以農工商業比我國落後，我商可利用自己之優勢，經市場調查後，尋找利基。投資項目方面，目前墨國政府較積極推動之產業包括汽車及其零組件業、電子電機業、航太業、半導體及其他高科技業。另外，交通運輸之公共工程、港口及機場之擴建、石化、天然瓦斯及興建電廠等乃為 Calderón 總統上任以來一直呼籲投資之項目。近年拜墨國經濟成長所賜，建築為成長最高之行業，因此，相關建材亦為可投資的參考項目。此外，廠商亦可至墨西哥設據點以利參與政府採購標案之投標。

(二) 可技術合作項目

近年來，墨國經濟成長快速並積極發展高科技產業，鑒於我國高科技產業技術領先，相關資通產業均可合作。另中小企業、農、漁業之合作亦頗有發展潛力。

(三) 可銷當地之我國產品

(1) LED 照明及太陽光電相關產品

根據墨西哥能源效率委員會(Comisión Nacional para el Uso Eficiente de la Energía)所稱，墨西哥照明用電佔全國總用電的 18%，占全世界平均值的 15%，政府希望在 2030 年降到 12%。墨西哥政府藉由聯合國氣候變遷會議 2010 年年會(CPO16)於 11 月 29 日在墨西哥 Cancun 舉辦，推動再生能源成為熱門話題，期望各國投資此產業。

(2) 食品加工及包裝機：

墨西哥食品及包裝工業相當發達，但台灣的食品加工及包裝機銷墨金額一直不高，參展是最適合的拓銷方式，墨西哥包裝工業展(Expo Pack Mexico)具國際水準，值得我國廠商至墨西哥參展。

(3) 台灣工具機已成氣勢

估計從 2008 年至 2011 年，台灣各類金屬加工機出口到墨西哥成長約 190%，達到近 3,000 萬美元。工具機除了應用在墨西哥的汽車工業、石化工業等，也有許多大型塑膠射出廠自行翻修模具，所以也購買綜合加

工機等。模具工廠的市場規模不如大型塑膠射出廠，但也是潛在客戶。

(4) 安全科技

墨西哥治安不佳，使得保全業得以蓬勃發展。平均每家公司安全防護的支出從 20 年前的 5% 增加到 15% 至 20%，監控器材、防盜裝置等為最重要的投資，我商可利用參展機會多加推廣。

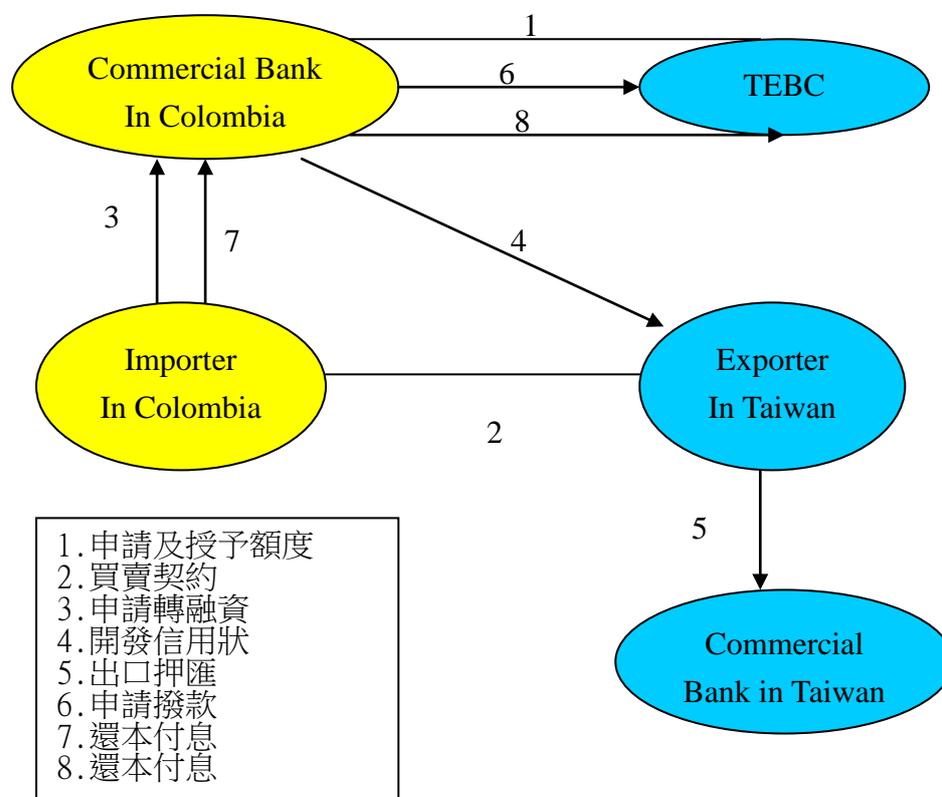
捌、貿易洽談情形

一、美國輸出入銀行於哥倫比亞國之代理商 EFG

EFG 全名為 EXIM FINANCIAL GROUP 主要功能在於哥倫比亞市場端與哥

國進口商聯繫，為美國輸出入銀行推銷轉融資業務。其業務進行模式與本行有所不同，圖一、圖二兩個流程圖用以說明之。

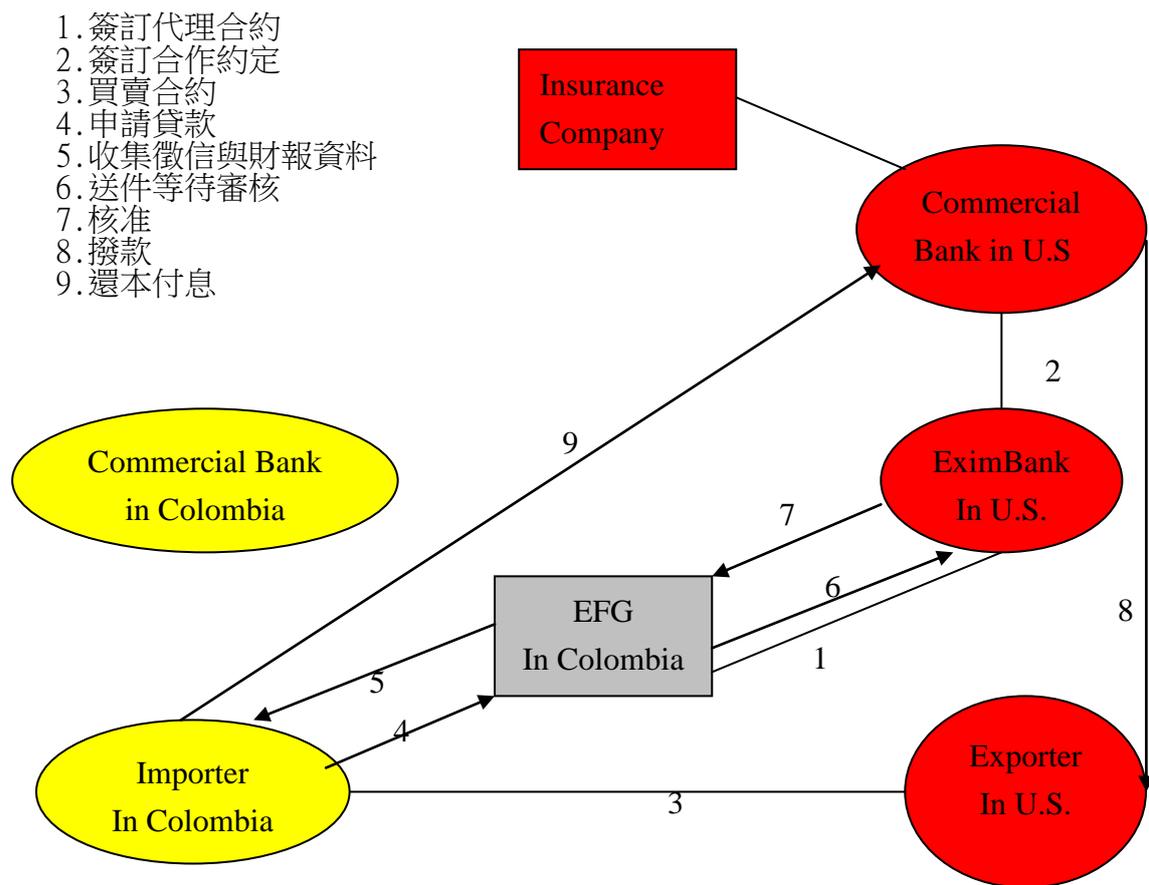
(圖一、本行轉融資作業流程圖)



由圖一可看出，哥國商業銀行與本行簽訂轉融資合約、哥國進口商與台灣出口商間簽訂買賣合約後，由哥國進口商向當地商業銀行申請轉融資，商業銀行同意後開出信用狀給台灣出口商，則出口商備妥裝船文件後向台灣商業銀行押匯。哥國商業銀行於收到文件後向本行申請撥款，爾後哥國商業銀行再分期還本付息給本行，哥國進口商同時還本付息給哥國的商銀。

從本行轉融資業務模式中可看出，本行與哥國商業銀行間乃為合作關係，假設本行提供 2% 年息的資金予哥國商業銀行，雖然哥國目前的市場放款年利率約為 15%~20%，理論上，本行提供的低利資金在當地市場具有相對優勢，但哥國商業銀行卻可能因為想要賺取更大利潤，最後僅以略低於當地市場利率的價格提供給國外的進口商。此情形造成進口商於當地市場取得融資之利率與透過本行轉融資所取得之利率水準相差不大，使得該國進口商利用本行轉融資工具而向我國出口商採購貨品之誘因降低。如此一來，本行原欲透過轉融資業務協助出口商拓展外銷之實質幫忙將因此而大打折扣。

(圖二、美國輸銀的轉融資作業流程圖)



由圖二中可看出，EFG 先與美國輸出入銀行簽訂代理合約，美國輸銀與美國的商業銀行間簽訂合作約定，美國出口商和哥國進口商間簽訂買賣合約。由哥國的進口商向 EFG 申請貸款，EFG 則向哥國進口商收集徵信資料與近三年財務報表相關資料，整理後送件給美國輸銀並等待其審核。美國輸銀核准後，再將所有進口商提供之文件與財報交給配合之商業銀行審核同意後，則商業銀行將於美國廠商出貨後，直接將款項撥給美國的出口商，爾後哥國進口商再分期還本付息給美國的商業銀行。而 EFG 在此過程中扮演的角色是居間聯繫哥國進口商與美國輸銀及商銀、進行第一關文件審核與徵信工作，同時具有主動推銷信貸案、開拓市場等功能。另外，EFG 同時具有貸款到期時督促進口商償還貸款之功能。

美國輸銀之轉融資操作模式與本行模式間最大的不同點在於，美國輸銀與哥國商業銀行間為一競爭關係而非合作關係。因此透過美國當地商業銀行直接貸款予哥國進口商的利率，無需被哥國的商業銀行賺取利率差額，因此，當輸銀母國信利率遠低於市場國之信貸利率時，則此模式可充分運用利差之誘因，為母國之出口商增加競爭力。

舉例來說，鑒於美國信貸市場活絡，信貸年息約為 6%到 9%，此即美國商銀向哥國客戶收取之利率水準，相較於哥國金融市場仍處寡佔狀況，信貸年息約

15%至 20%，此兩國間大幅利差即自然形成增加哥商向美國採購，以享受美國 EXIM BANK 優惠貸款之誘因。

茲將訪談重點整理如下：

- (一) EFG 已成功與 32 個國家的 ECA 簽約，除了美國之外，加拿大、以色列、歐洲各國皆已簽訂合作約定。
- (二) 本案中美國商業銀行僅自行承擔 10% 的信用風險，而另外 90% 風險則由國際保險公司承擔。美國輸出入銀行僅擔任審核把關的角色(同時具有保證的意味)。
- (三) 美國輸銀核准後，其所配合之當地商業銀行將直接將款項匯給美國出口商。
- (四) EFG 收取佣金的時點為：當美國出口商收到款項時，EFG 也同時收到佣金了，爾後即使有呆帳發生，EFG 的佣金也已入袋。
- (五) EFG 與美國輸銀合作至今總計送件數為 47 件，總計金額約為美金 2.15 億，其中經核准通過的承貸案件為 28 件，信貸金額總計約為美金 1.2 億元，迄今未有呆帳發生。
- (六) 中國輸出入銀行與 EFG 合作之可能性

經了解，本行高雄分行前曾辦理對國外進口商提供「買主出口貸款」共 2 案，業務部亦曾辦理買主出口貸款一案，故本行原即可對國外進口商授予出口貸款額度。之所以無法大力推廣此項業務，主要係基於如下之考量：

1. 成本效益考量：上開「買主出口貸款」案，因借款人為外國人，故雙方須簽屬英文貸款合約，製作貸款合約之費用，究係應由借款人負擔？本行負擔？或雙方平均分攤，均容易產生爭議。又，前開英文合約內容是否對借款人有效及有拘束力 (valid and binding)，尚須請公正客觀之律師出具法律意見，另辦理此項業務相關法律費用 (合約製作費用及法律意見等)，所費不貲，是否符合經濟效益，有待商榷。
2. 風險考量：此類貸款案之準據法究係以中華民國法律或借款國法律為準，實務上皆有其困難之處。(1) 倘以我國法律為準據法，雖對我方較為有利，惟因借款人在我國並無資產可供處分，故一旦雙方發生爭議而進行訴訟時，即使我方獲法院勝訴判決，亦無資產可供我方執行，而我國除美國及邦交國外，未與他國簽屬司法互助協議，我國法院之判決，是否可在借款國執行，不無疑義。此一情況下，我方之債權將無法獲得有效之保障。(2) 倘以借款國法律為準據法，因各國法律傾向保護本國國民，故法院較易做出對我方不利之判決，又，即使我方獲得勝訴判決，亦須聘

用當地律師進行追債，不但曠日廢時，花費甚鉅，最後亦恐求償無門。(3) 以美國法為準據法，此類案件雖借貸雙方均非美國公民，惟因交易係在美國進行（美元撥款及還款均係在紐約進行清算），倘雙方同意，可約定以美國法律為準據法。惟此時我方最大之風險乃在一旦貸款發生爭議時，美國法院可能拒絕受理訴訟（該類貸款與美國之聯繫不強，法院有可能不願受理）。

3. 美國輸出入銀行之所以敢直接（或間接）提供貸款予國外進口商，主要理由為該國輸銀為協助廠商拓展外銷以提高就業機會，本即願意承擔進口商不付款之風險。然而在本國現有輸銀體制下，本國政府雖將本行定義為肩負政策性任務之銀行，但主管機關卻又對本行設定業績目標與盈餘目標，本行面對如此相互矛盾之要求，要盡力達成每項目標已十分不易，尤其面對盈餘目標之壓力下，自然對風險避之猶恐不及，如何效法美國輸銀之作法；再者，以美國無人可與匹敵之國力，一旦進口商違約時，該行亦可透過政治運作，對該國政府施壓，要求進口商還款；或者，嗣後進口商從事美元為幣別之交易時（因美元交易均須在美國境內進行清算），美國法院可通令所有美國金融機構對該項交易之款項予以查扣。基於上述理由，美國輸銀自可無所顧慮的提供國外進口商貸款，惟上開各點，本行均無法與美國輸銀相媲美，自然也無法比照美國輸銀辦理對國外進口商直接貸款了。
4. 本行法務組已於多年前製作「買主出口貸款」英文合約範本供參，惟因每一個國家法律規定不盡相同，故各業務單位倘須簽署英文合約時，仍須委請當地律師檢視該份合約是否合用，由此可知，辦理對國外進口商買主出口貸款業務尚有諸多疑慮待釐清與解決。
5. 綜上所述，基於成本效益及風險考量等，本行實難以大力推廣對國外進口商買主出口貸款業務。惟倘進口商國際知名度高且資信良好，則本行可對渠逕行辦理 OBU 貸款，而無須辦理不確定因素較高之買主出口貸款。

二、洽訪哥倫比亞當地商業銀行 HELM BANK

哥倫比亞商業銀行 HELM BANK 於本次貿易洽談會中與我方談論轉融資業務合作事宜，HELM BANK 於本次洽談前曾透過其他管道與本行接洽過，當時經過本行財務部進行評估，發現該行有被智利 CORPBANCA BANK 併購的消息傳出，考量 CORPBANCA BANK 已與本行有轉融資業務往來，而轉融資合約中明訂關於轉融資銀行海外分行的相關規定條文如下：

Eligible Import Transactions. For each purchase deemed an “Eligible Import Transaction”, as further defined in Exhibit B hereof, the Bank's clients located in the Bank's country or in a country in which a branch is located, shall purchase goods from exporters or manufacturers duly registered in the Republic of China ("ROC").

為避免重複建立轉融資契約關係，當時本行予以婉拒。

本次會面，HELM BANK 表示其為 CORPBANCA 之 SUBSIDIARY 而非其 BRANCH。因此於法律上 HELM BANK 具有獨立法人資格，應當另與本行簽訂轉融資合約，而非建構在 CORPBANCA 轉融資合約項下。但該行也表示由於併購程序尚未完成，因此仍需於本次洽談後向該公司法務詢問現階段是否可以 HELM BANK 名義與本行另行簽訂轉融資合約，或需等待與 CORPBANCA 正式完成合併後才得以簽約運作轉融資業務。該行表示待確認併購完成時點與相關法令是否可行後，將再主動與本行聯繫。本案已於回國後轉交本行財務部進行接洽與聯繫。以下提供 BRANCH 與 SUBSIDIARY 相異點供參考：

(一) 分公司(BRANCH)

不具有「法人」資格，不具有「獨立」的法律地位，不「獨立」承擔民事責任，是總公司下的直接從事業務經營活動的分支或附屬機構。分公司沒有自己的獨立財產，其實際佔有、使用的財產是總公司財產的一部分，列入總公司的資產負債表中。其設立不須依照公司法規定設立程序，只要在履行簡單地登記和手續後即可成立。分公司沒有自己的章程，沒有董事會等公司經營決策和業務執行部門。

(二) 子公司 (SUBSIDIARY)

母公司是指擁有另一公司一定比例以上的股份或通過協議方式能夠對另一公司實行實際控制的公司。子公司是指一定比例以上的股份被另一公司所擁有或通過協議方式受到另一公司實際控制的公司。子公司具有法人資格，可以獨立承擔民事責任，此乃子公司與分公司的重要區別。

三、智利簽約之轉融資銀行-CORPBANCA BANK

本行與智利商業銀行CORPBANCA BANK簽有轉融資合約，藉由本次我國廠商到訪智利舉辦貿易洽談會之機會邀請該行前來參觀。CORPBANCA BANK與本行自2009年簽訂轉融資合約，原合約到期日為2013年3月12日，利率乃為1.1939% (LIBOR(6M)+0.75%)。本次拜訪前本行財務部已與CORPBANCA BANK達成一項共識，並於貿易洽談會時交付續約簽署文件正本一份。

本行並藉此洽談機會詢問該行，自2009年與本行簽訂轉融資合約至今未有任何動撥案件之原因。CORPBANCA BANK表示，由於當地取得美元資金成本低廉，放款給當地大型企業之美元利率約為0.7%左右，某些特殊案件甚至僅為維持客戶關係而免收利息。因此，在本行與該行簽訂的轉融資利率水準下，缺乏誘因推動此業務。

經本人於貿易洽談會現場詢問當地台商，智利銀行之美元放款利率水準為何？得到的答案是1%~3%左右，與CORPBANCA BANK告知本行之利率水準相去不遠。由此可知，智利當地美元資金成本甚為低廉。另外，智利幣(PESO)之放款利率則為7%~12%左右。

四、鴻意有限公司(秘魯洽談會)

舉辦貿易洽談會時，也是本行向參團廠商行銷本行產品之最佳時機。鴻意有限公司主要製造各式的服飾配件，外銷到中東、東歐等地，交易方式多為信用狀。該公司有意向本行投保信用狀方式輸出保險，洽談會上該公司徐老闆並當場允諾，若本行開辦遠期信用狀賣斷業務，願意將該項業務移轉至本行承作，為維繫良好客戶關係，本行已於會後進行拜訪。

五、新勝光機械有限公司 vs.秘魯進口商 KBR 公司

「新勝光機械有限公司」生產『廢輪胎回收處理設備』，該設備可將廢輪胎內所含之三大物質（鋼絲、尼龍及橡膠）有效徹底分離，且其所產出之橡膠、鋼絲及尼龍亦堪稱全世界最優質之回收原料。此產品於中南美洲四國之貿易洽談會上，十分受到國外進口商之歡迎。秘魯進口商 KBR 公司，主要生產橡膠、化學膠黏劑等，欲向新勝光機械購買廢輪胎回收處理系統，訂單金額為美金 120 萬元至 200 萬元間，進口商有意願向本行申請轉融資，本案已於會後移交進、出口商名片，交由本行財務部進行聯繫。

玖、結論與建議

- 一、哥倫比亞基礎建設已日趨完善，國際機場各項設施完善，現代化程度不輸本國。該國政府近年來致力於改善貧富差距問題、提升國民生活水平。首都波哥大人民生活水平高，政府甚至在假日固定封閉某幾條道路供民眾騎自行車運動休閒之用，且於一定距離設有補水站，由此可見，該國國民生活水平已大幅提升。
- 二、經查哥倫比亞金融市場之美元信貸利率約為15%~20%，較本國之利率水準高出許多，將有利於本行推動轉融資業務。且若本行能夠仿照美國輸銀與EFG集團合作之模式，直接貸款給哥國之進口商，則將可從中獲得大幅利差，並能為本國出口商增加競爭力。然而受限於成本效益、風險管控等因素而無法大力推動此模式之融資業務，實在可惜。但本行仍可透過與哥國商業銀行簽訂轉融資契約或利用輸出保險方式，協助本國廠商拓展外銷。
- 三、本次參加「2013年中南美洲貿易拓銷訪問團」的廠商計有60家，團員76人，職於四個國家之貿易洽談會中主動聯繫每一攤位，並向國外進口商介紹輸出保險、轉融資之業務，並解說國內外廠商各項詢問，近距離服務廠商，使廠商感受到本行專業與積極主動之服務熱誠，迅速與廠商建立良好互動關係。
- 四、本次到訪中南美洲之四國，正值經濟快速發展時期，基礎建設漸趨完善，民生消費需求大幅提升，本國廠商應可利用此時期大力拓銷本國產品。然而，由於該四國治安不佳，槍枝氾濫，本團於各地點間之交通移動，皆需出動當地員警隨車保護，此乃因當地攔車搶劫之情事時有所聞。建議廠商前往該地區拓銷，宜特別注意安全，並結伴同行。

附件一、2013 中南美洲貿易訪問團廠商名單

	公司名稱	產業類別
1	正昌企業社	汽機車零組件
2	今頂企業有限公司	汽機車零組件
3	泛台實業股份有限公司-2	汽機車零組件
4	親元企業有限公司	汽機車零組件
5	玄妮安全股份有限公司	建材、五金、手工具
6	迪業實業有限公司	建材、五金、手工具
7	承鋒建材股份有限公司	建材、五金、手工具
8	禾鑫事業有限公司	建材、五金、手工具
9	向得行興業股份有限公司	建材、五金、手工具
10	今茂貿易有限公司	建材、五金、手工具
11	金統立工業股份有限公司	建材、五金、手工具
12	立勇實業股份有限公司	建材、五金、手工具
13	龍村實業股份有限公司	建材、五金、手工具
14	美墩國際有限公司	建材、五金、手工具
15	達里實業股份有限公司	建材、五金、手工具
16	泛台實股份有限公司-1	建材、五金、手工具
17	永煦貿易有限公司	建材、五金、手工具
18	適可威國際有限公司	建材、五金、手工具
19	聖進實業有限公司	建材、五金、手工具
20	金袁有限公司	建材、五金、手工具
21	鈦力有限公司	建材、五金、手工具
22	西亞貿易有限公司	服裝飾品
23	恭盟有限公司	服裝飾品
24	鴻意有限公司	服裝飾品
25	環海科技股份有限公司	健康醫療用品
26	元勛國際股份有限公司	健康醫療用品
27	大詳有限公司	健康醫療用品
28	太平洋醫材股份有限公司	健康醫療用品
29	皇鈺有限公司	廚俱、傢俱、文具
30	俞泰工業股份有限公司	廚俱、傢俱、文具
31	大鐘嬰兒用品股份有限公司	廚俱、傢俱、文具
32	晉昌塑膠股份有限公司	廚俱、傢俱、文具

33	亞寰企股份有限公司	廚俱、傢俱、文具
34	綿綸企業有限公司	廚俱、傢俱、文具
35	上昱大興工業股份有限公司	廚俱、傢俱、文具
36	佳龍發展系統股份有限公司	廚俱、傢俱、文具
37	神積國際企業股份有限公司	廚俱、傢俱、文具
38	得實國際股份有限公司	資訊及通訊設備
39	集佳股份有限公司	資訊及通訊設備
40	光鈦國際科技有限公司	LED 照明、電子設備
41	青暘企業股份有限公司	LED 照明、電子設備
42	世勳機電企業有限公司	LED 照明、電子設備
43	洋鑫科技股份有限公司	LED 照明、電子設備
44	凱韋電機股份有限公司	LED 照明、電子設備
45	陸商電子股份有限公司	LED 照明、電子設備
46	昇詠企業有限公司	LED 照明、電子設備
47	旺格照明有限公司	LED 照明、電子設備
48	喜諾沛科技有限公司	LED 照明、電子設備
49	合易機械股份有限公司	機器設備
50	新勝光機械有限公司	機器設備
51	加維國際洋行	運動用品
52	美荷企業有限公司	運動用品
53	嘉偉興業股份有限公司	人造皮革、布料、紗線
54	中翊國際有限公司	人造皮革、布料、紗線
55	隆城企業有限公司	人造皮革、布料、紗線
56	集隆股份有限公司	人造皮革、布料、紗線
57	煜樺興業股份有限公司	人造皮革、布料、紗線
58	億駿實業有限公司	人造皮革、布料、紗線
59	東培工業股份有限公司	其他
60	繼茂橡膠工業股份有限公司	其他

附件二、業務活動照片



與哥倫比亞 EFG 集團洽談合作事宜



與哥倫比亞 HELM BANK 洽談轉融資合作事宜



與智利 CORPBANCA BANK 洽談轉融資事宜



秘魯貿易洽談會上，向本國出口商
「鴻意有限公司」推廣本行輸出保險業務