

出國報告（出國類別：考察）

「越南臺灣形象展」報告

服務機關：經濟部國際貿易局

姓名職稱：何莉芬組長、涂淑釗專員、林佩璇科員

派赴國家：越南胡志明市

出國期間：107年7月25日至7月29日

報告日期：107年9月11日

摘要

越南人口約 9,658 萬人，為東協國家第 3 名，全球第 15 名，平均年齡 27.4 歲，人口紅利顯著，人均 GDP 超過 2,000 美元，年均可支配所得達超過 800 美元，中產階級更逾 700 萬人。2017 年經濟成長高達 6.81%。我為第 4 大外資，僅次於韓、日、星、越，越南重視我國經濟發展經驗，我商在越南亦具投資潛力，為加深臺越雙邊經貿交流，並促進產業合作，本(107)年度新南向臺灣形象展第二度前往越南胡志明市辦理。

第二屆越南臺灣形象展於本年 7 月 26 日至 29 日在胡志明市西貢會展中心 SECC 舉辦，暨 106 年於越南市場成功展出後，本年形象展依據臺越產業合作方向，配合越南政府六大產業轉型策略、當地內需，規劃六大主軸、7 個形象館及 8 個產業區，帶來 190 家廠商，展出逾 5500 項商品，包括環境綠能、智慧城市、健康醫療、臺灣蘭花、新創電商、樂活消費等主題臺灣優勢產業展現臺灣產業亮眼實力，盼能促成更多經貿、產業來往。

為考察越南臺灣形象展辦理情形，爰藉由本次參加形象展及周邊活動，與參展商及當地台商互動，了解廠商拓展越南需求，作為未來規劃相關推廣活動之參考。

目錄

摘要	2
一、行程表：	4
二、工作紀要	5
(一)展覽簡介	5
(二)參觀台灣精品展售專區.....	5
(三)出席開幕典禮.....	6
(四)形象展系列活動.....	6
(五)參展廠商訪談.....	7
(六)展覽成效	8
三、心得及建議.....	9
四、活動剪影	11

一、行程表：

2018 年越南臺灣形象展貿易局考察團行程表

日期	時間	行程	備註
7 月 25 日 (三)	09:20-11:40	搭乘長榮航空 BR391 前往胡志明市 啟程：桃園機場第二航廈 抵達：胡志明市新山一機場	
	13:00	午餐	下榻飯店：Capri
	14:00-16:00	Crescent Mall 設置「台灣精品展售專區」	Crescent Mall
	19:00	經濟組晚宴	地點
7 月 26 日 (四)	10:00-10:50	參加 Taiwan Expo 開幕典禮	地點：SECC, Hall A2 舞台區
	10:50-11:30	貴賓巡場	地點：SECC, Hall A2
	11:30-12:00	臺灣媒體團記者會	地點：SECC
	12:00 14:00	與外貿協會及參團單位午宴	地點：怡寶餐廳
	15:00-17:00	參加台灣精品智慧城市論壇、與 Taiwan Expo 參展廠商交流	地點：SECC
	18:00	與越南臺商總會晚宴	地點:NIKKO Hotel 三樓
7 月 27 日 (五)	09:00	參加臺越環境論壇開幕	地點：SECC 三樓貴賓室
	10:00	參加越南親子輔導拓銷聯盟 Opening-專家分享交流	地 點：Merperle Crystal Palace Royal Hall
	12:00	午餐	
	13:00-17:00	與 Taiwan Expo 參展廠商交流	地點：SECC, Hall A2
7 月 28 日 (六)	10:00	出發前往機場	
	12:50 17:15	搭乘長榮航空 BR392 返臺 出發：胡志明市新山一機場 抵達：桃園機場第二航廈	

二、工作紀要

(一)展覽簡介

第二屆越南臺灣形象展瞄準越南經濟強勁發展機會，由經濟部結合環保署、衛福部、教育部、交通部觀光局等單位及臺灣優質企業展出，由於廠商拓銷需求殷切，規模也較上屆大幅提升。

本年度展覽自本(107)年 7 月 26 日至 28 日於西貢會展中心 SECC 連展三天，190 家臺灣企業、250 個攤位，分別較去(106)年成長 26.7%及 47%。展覽依據越南推動的政策以及產業發展所需，共規劃 7 個形象館、8 個產業區，搭配周邊的研討會、拓銷團及媒合會活動，多元展現臺灣經貿與人文實力，此外，展覽現場也同時搭配臺灣新潮文化表演、花藝表演等，讓越南民眾親自體驗臺灣的潮文化。

主題	項目
7個形象館	台灣精品館、臺灣綠色產品形象館、臺灣智慧城市館、臺灣健康產業形象館、臺灣新創電商館、臺灣觀光形象館、臺灣珍珠奶茶館
8個產業區	運動健康、美妝美容、家居生活、電子資通訊、機電設備、農產食品、環境科技、教育及工商服務
配合活動	1. 3 場研討會: (1) 台灣精品研討會－科技臺灣・智慧生活 (2) 臺灣健康產業日 (3) 環境保護與管理論壇 2. 3 個拓銷團: (1) 2018 年臺灣健康產業赴越南拓銷團 (2) 泰國、印尼、越南環保市場商機佈建團 (3) 2018 年越南「臺灣新創電商參訪團」 3. 1 場展前記者會: (7/19@越南胡志明市樂天飯店) 4. 2 項媒合會: 商機媒合會

(二)參觀台灣精品展售專區

為提供越南消費者長期體驗及購買台灣精品，本局委託外貿協會執行的臺灣產業廣宣計畫(IEP)，在去年 9 月 23 日於胡志明市 Crescent Mall 設置「台灣精品展售專區」，目前進駐鐵碳、華仕德、友荃、童心園、永勝光學、佳樂電子、億觀生技、督洋、龍泉、冠馳 10 家廠商 40 件品牌產品。

本次在駐胡志明市經濟組陪同下也參觀該展售專區，由於參訪日為平日下午，購物中心未出現明顯的人潮，本局代表團在當地銷售人員熱情的簡介下，瞭解當地民眾對於台灣精品雖然價格定位較高，但接受度也相當高。

出國主題：「越南臺灣形象展」報告

為充分發揮該專區之推廣成效，配合 IEP 計畫各項推廣活動、當地重要節慶及購物旺季等，辦理品牌行銷推廣與促銷，促成實際購買行動，期透過消費者的美好使用經驗，創造口碑傳播，以提升台灣精品整體形象及知名度。例如：本年 1 月胡志明市馬拉松路跑、6 月越南國際資通訊大展等。目前該專區成效截至本年上半年銷售總額約新臺幣 120 萬元，其中以鐵碳(FECA)掛勾、冠馳(Saeko)泳鏡最受歡迎，詢問度高且回購意願大。

(三)出席開幕典禮

本展於本年 7 月 26 日上午 9 時於越南胡志明市西貢會展中心開展，展館剛開放即湧入大批越南當地民眾參觀，開幕典禮現場邀請駐越台北經濟文化辦事處石大使瑞琦、外貿協會黃董事長志芳、越南台商聯合總會總會長許玉林等我方貴賓，及越南工商部亞非市場司蘇副司長玉山、工商總會武主席進祿等貴賓、當地民眾及臺商等近 200 位出席。

首先由外貿協會黃董事長致詞表示臺越雙方經貿交流緊密，雙方人民都具備勤奮努力共同特質，因此再度選擇越南市場辦理形象展，尋求潛在的合作機會。越方則由工商總會武主席致詞，渠感謝臺灣廠商到越南分享成功發展的經驗與先進技術，並提及臺灣為越南在現代化、工業化、服務業化進程中的重要典範，未來盼以 Smart Cooperation、Happy Family 深化臺越合作。

最後由外貿協會黃志芳董事長與有越南蔡依林之稱的歌手 Minh hang 合唱越語版「愛拚才會贏」，並邀請現場嘉賓一同合唱，展覽在台語與越語各種歌聲融合下，共同揭開序幕。

典禮結束訪視廠商，並續召開臺灣媒體記者會，外貿協會黃董事長邀立法院鍾佳濱委員及本局向出席的媒體說明舉辦臺灣形象展目的，以及雙方在經貿、人才、醫療、環保等領域交流情形。

(四)形象展系列活動

本次形象展周邊活動眾多，本次代表團除參加論壇活動(台灣精品研討會－智慧生活、環境保護與管理論壇、臺灣健康產業日)外，亦出席商研院辦理之親子輔導拓銷聯盟通路洽談會。

1. 環保論壇：由於越南市場對於環保設備具有龐大需求，本次除於展中設置環保專區外，也在立法院吳焜裕委員極力地促成下，由本局與環保局及財團法人環境資源研究發展基金會合作辦理本次論壇，會中邀請各領域專家就跨區環境議題與合作、越南環境政策現況與未來展望發表專題演講，並透過探討臺灣與越南空氣品質保護、廢水處理、工業廢棄物處理、環境監測、土壤監測與分析、環保技術交流，以及探討現階段臺灣可以提供的環境保護技術等議題。總計共有 125 位越南環境廠商、專業產業人士與會。
2. 台灣精品研討會：論壇係透過臺灣智慧科技技術，藉由串連雲端、手機 app、物聯網等臺灣的資通訊創新研發能量來達成的各產業解決方案，將服

出國主題：「越南臺灣形象展」報告

務距離無限延伸、服務品質更加精確、提升服務效率。會中提供與會民眾一人一機，讓民眾透過即時演說的中越翻譯，瞭解雙方可合作的領域。總計 68 人參加，包括越南系統整合商、增值服務商、終端用戶及國內外媒體等。

3. 臺灣健康產業日:邀請臺灣肝臟移植權威臺大醫院胡瑞恒教授等 10 位臺灣健康產業專家介紹臺灣最新醫療科技，包括肝臟移植、心臟醫學、眼科疾病、整形外科、新生兒/銀髮智慧照護系統、光療儀、細胞新藥等資訊，現場還有曾前往臺灣進行肝臟移植成功的病友分享經驗，現場並提供免費醫師健康諮詢。總計 87 人參加，包括國內外媒體、越南醫療院所代表及相關業者等。
4. 外貿協會與胡志明市電腦公會簽署合作備忘錄 (MOU)：

為推動臺越間智慧城市相關產業之交流，外貿協會與胡志明市電腦公會簽署合作備忘錄 (MOU)，越南將引進臺灣智慧城市的技術與經驗，未來雙方可以在農業、教育、家庭、交通等領域加強合作。

由於越南規劃未來將胡志明市打造成新的「亞洲矽谷」，而臺灣擁有資通訊、ICT 產業的優勢，在智慧城市的建設上擁有相當的經驗，台灣重要城市如台北市、台中、桃園、台南等，在智慧城市的表現深受國際肯定。未來外貿協會將邀請胡志明電腦公會組團參與明年的台北國際電腦展，強化雙方的交流。

本局代表團一行人見證雙方在外貿協會黃志芳董事長與越南胡志明市電腦公會胡志明市電腦公會會長林阮海龍 (Lam Nguyen Hai Long) 共同簽署智慧城市合作備忘錄，象徵臺越雙方科技產業合作更上一層樓。

5. 親子輔導拓銷聯盟之通路洽談會：本局委託商研院執行之「優質平價新興市場精進方案」，本次特別結合形象展帶領 15 家廠商赴越南，透過邀請當地專家分享市場及產品認證資訊，並同時安排當地逾 30 家通路商與廠商進行洽談，以及辦理網路意見領袖體驗分享活動等，為廠商開拓市場機會。

(五) 參展廠商訪談

本次展出之多數廠商為第一次參展，對於外貿協會規劃之活動，以及安排買主洽談情形，大多予以肯定。其中台灣精品館以及珍珠奶茶館，吸引越南民眾前往體驗，交流熱絡。代表團拜訪多家業者，包括台灣中油、台耘工業、友泉企業、勝群實業、蕾納國際有限公司、磐旭智能、承恩食品、綠能奈米科技、台灣蘭花產銷發展協會等，就拓銷越南市場及對形象展看法進行見交流。

為響應政府新南向政策，第一次參加越南臺灣形象展的中油公司表示近年積極布局海外市場，本次參展係展出研發成果，包括「環保可塑劑」、「海洋紅藻」及「高性能聚氨酯生質彈性材料」等研發產品，並獲取市場資訊、尋求與當地廠商合作機會，加速相關產品研發與拓銷。

出國主題：「越南臺灣形象展」報告

整體而言，廠商認為越南市場商機無窮，對於美妝保養品、珍珠奶茶、環保設備、醫療器材及蘭花種苗等，均有龐大的市場需求，而且越南消費者對於較高價的臺灣產品，例如美妝保養品，接受程度亦相當高。本次訪談廠商對於本局及外貿協會辦理臺灣形象展，能夠協助廠商以團體戰之方式，前進新南向市場均表達滿意及支持之意，希望未來形象展可以擴大規模。

有關參展廠商對於政府之建議事項，包括珍奶聯盟廠商(國哲公司)反映進口關稅問題，由於越南進口泰國珍奶原料免關稅，但臺灣原料進口到越南達40%，此外，亦有曾參加過本年度外貿協會所籌組東南亞拓銷團的參展廠商反映，該會於泰國曼谷辦理洽談會的飯店地點不佳，希望日後改進等。另渠等亦盼政府能夠提供在新南向市場投資資訊，及協助導引廠商前往布局。

(六)展覽成效

越南臺灣形象展自本年7月26日至28日展出3天，共吸引近2.6萬人次參觀，促成9800萬美元商機，廠商整體滿意度達94%，且高達9成以上廠商已表達繼續參展意願。各展區均有不錯表現，分述如下：

1. 觀光：本次觀光局主要推廣臺灣城市觀光，吸引越南民眾洽詢旅遊行程。
2. 教育：國立暨南大學以越南臺灣教育中心推廣華文教育，獲得數十組學生及社會人士諮詢。
3. 綠色科技：
 - (1) 從事污水處理之旋天環保設備公司接獲越南環保工程公司處理醫院餐廳油類污水之工程設計案，並約定將實地勘查場址。另外也獲得越南環保公司詢問龍蝦加工廠的生物性有機廢水處理方法，有意採購工業除臭試劑，後續商機可期。
 - (2) 參展商納諾科技旗下的鴻超光電公司與越南西貢電信集團簽署合作備忘錄，將啟動在越南工業區廢水、空汙處理領域的實質合作。
4. 智慧城市：展出室內定位系統、智能照明的富欣公司與河內知名樓宇、門禁系統整合商NEXTVN洽談代理事宜，並將協助富欣規劃設立融合智慧門鎖、智慧照明、智慧聲控等產品之智慧家庭體驗館。展出教室數位講桌與多媒體教學整合設備的控智應用系統有限公司與越南Saomai及Savis洽談代理事宜，Savis積極爭取希望能獲獨家代理，另外Saomai已與控智公司約好下周拜訪接續洽談合作事宜，有望近期能進入越南市場。
5. 醫療：越方工商部亞非市場司蘇副司長對今年有7家醫院參展予以肯定，盼日後能藉由臺灣良好的醫療管理系統協助越方發展。展期也有參展的高醫附院及臺北榮民總醫院與當地醫院簽署合作備忘錄，後續將針對越南病患赴臺就醫的轉介、兒童醫院醫護人員的代訓，以及臺灣醫療器材的引進等事項，進行密切合作。
6. 樂活消費：本次國內珍珠奶茶業者以聯盟方式，展出珍奶產業六大領域，包含茶葉、原物料、包材容器、食品機械、經營管理、連鎖品牌等，在展期也獲當地通路商的青睞，越南第一大台灣食品進口商美研公司將於高島屋百貨公司開立珍奶店，該公司代表特別前來臺灣珍奶館尋訪，發現所需

出國主題：「越南臺灣形象展」報告

的機台及原物料一應俱全，當場即向元揚企業購買漩茶機、向桔揚公司購買茶葉原物料、向原祥公司購買特殊造型容器，珍奶形象館廠商收穫滿載。

三、心得及建議

越南人口 9,500 萬，GDP 超過 2,000 億美元，未來五年經濟成長率預估超過 6%。越南除了具備有人口年輕與經濟成長兩項活力指標外，也是我國廠商對外投資的主要目標國，投資帶動貿易的效果相當顯著。越南也是臺灣在新南向國家重要的夥伴之一，臺灣對越南的投資居東協國家之冠，占臺灣對東協地區整體直接投資的 37%，累積金額已逾 309 億美元。此外，臺灣為越南第 5 大貿易夥伴，臺越雙方去年的貿易總額達到 136 億美元，較 105 年成長 10.8%，顯見雙方經貿交流之熱絡。

本次藉由臺灣形象展的平台，加深雙方經貿與人文間之交流，讓雙方合作關係更為密切，未來將透過各種官方及民間會議，以及推廣活動，持續深化合作關係。針對本次考察行程提出建議如下：

- (一)**研議擴大形象展辦理規模**：鑒於多數參展廠商多表達參加形象展有助於增加臺灣產品曝光度、瞭解市場及買主資訊，且參考本年度辦理之印尼、印度及本次越南展，無論在參展家數、展出規模及辦理成效均較去年明顯成長且獲廠商熱烈反應，建議明年度應延續展出成效，依廠商參展需求擴大規模或前往新市場辦理。
- (二)**持續加強深化越南當地產業發展所需之領域**：依據工研院研究指出 2017 年越南的醫療支出總額為 150 億美元，醫療支出占整體 GDP 比例為 7.5%，為東協國家最高。根據 BMI Research 的統計數據分析，2017 年越南醫療器材市場規模為 10.4 億美元，隨著人民生活水準提升，民眾健康與醫療意識的逐漸抬頭，與越南既有的醫療基礎建設汰舊更新和升級，預估 2020 年醫療器材市場規模可達 14.0 億美元，2016-2020 年複合成長率高達 9.3%。越方對我國醫療產品服務及綠能科技等需求殷切，亦表達願與我國加強產業間之合作，建議明年度可針對該等領域加強徵集相關單位或廠商參展，並深化展出亮點。
- (三)**台灣精品研討會活動須再加強推廣**：本次論壇在外貿協會的規劃下，邀請 6 家精品得獎廠商發表智慧方案，除提供現場民眾即席翻譯服務，並於場外搭配精選台灣精品的展示，但整場活動參與情況不熱絡，可再強化活動辦理之內容，建議廠商發表內容可搭配產品展示影片，並增加與聽眾之交流互動，以及加強推廣及邀請，以強化研討會辦理之內容。

出國主題：「越南臺灣形象展」報告

(四)各展區可相互串連宣傳，以吸引民眾參觀：綜整而言，本次各展區均吸引相當多民眾與買主參觀，其中以珍珠奶茶館提供各式飲品試喝吸引大批排隊人潮，建議日後亦可將各展區之活動串連，例如參加精品的體驗活動或至觀光旅遊館參觀的民眾即可獲得台灣美食兌換卷等，藉以相互宣傳各展區特色並強化聚客效益。此外，各展區仍可加強辦理互動體驗、試吃等活動，讓民眾對於臺灣產品與服務留下深刻的印象。

(五)線上線下推廣活動相互串連，以持續展覽效益：本次活動外貿協會搭配實體廣告(LED 看板、FB、電視、計程車、路旗及簡訊)並結合數位媒體(Skype 及 YoutubeBanner、ZALO(越南版 Line)及網站)等廣告，未來可再加強網紅及社群媒體行銷，例如由越南台灣精品代言人於展前製作網路直播節目宣傳並推廣，展後亦可透過網站及社群媒體向當地買主及消費者推介臺灣產品，以延續展出效益。

(六)事前提供充分之進口產品相關訊息：為讓廠商充分獲得參展效益，外貿協會應做好完整之市場資訊調查，並於徵展時將當地之相關產品進口資訊，如有特殊產品進口關稅較高或進口程序複雜等情事，應及時告知廠商作為是否參展之評估。

四、活動剪影



參觀 Crescent Mall 台灣精品常設專區



開幕典禮臺越貴賓合影



貿協黃董事長與越南商公會武主席巡場試飲臺灣飲品



臺灣媒體聯訪記者會



台灣精品智慧城市發表會



西貢會展中心 SECC 展館

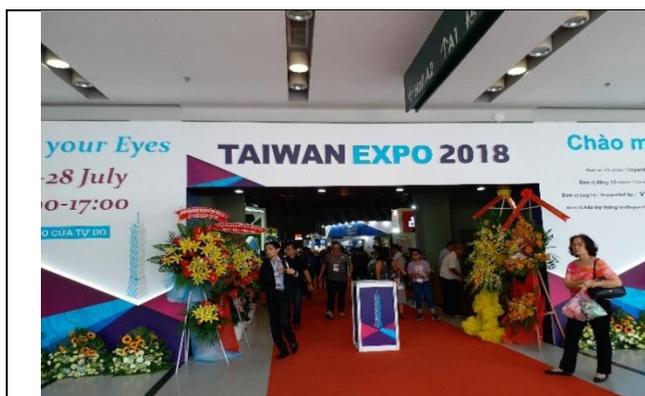


展覽辨識系統互動展示



臺越環境論壇

出國主題：「越南臺灣形象展」報告



TAIWAN EXPO 展覽大門



蘭花花藝表演與現場民眾互動



珍奶形象館吸引大排長龍民眾試飲



外貿協會與胡志明市電腦公會簽署 MOU



臺灣健康醫療日開幕合影



與綠色產品形象館參展商台耘工業合影



智慧城市論壇場外的台灣精品展示



推廣台灣城市行銷吸引民眾駐足

出國主題：「越南臺灣形象展」報告



健康產業形象館七家國內醫療院所參展



參加商研院親子輔導拓銷聯盟之洽談會



與參展商鐵碳公司交流



與當地臺商交流餐會



蘭花主題館鮮豔吸睛



美妝美容區現場體驗廠商眾多