

主旨：檢送112年度臺灣形象展規劃資料（如附件），敬邀貴單位踴躍報名參展。



說明：

- 一、為落實新南向政策「以人為本、雙向多元」之目的，深化我與新南向國家交流及合作，本局每年結合政府與民間單位合作於新南向國家舉行臺灣形象展。
- 二、鑒於全球疫情趨緩，112年臺灣形象展規劃於泰國曼谷、馬來西亞吉隆坡、印度孟買辦理實體展覽，並首次前往日本東京舉辦，搭配線上展覽輔助實體展出，以虛實並進方式提升廠商參展效益。
- 三、本局將透過臺灣形象展平台，推動我國與新南向國家在資通訊、物聯網、智慧醫療、智慧城市、綠色科技等各項產業合作，以及與日本之供應鏈夥伴關係，並與各國進行觀光文化及人才教育等領域雙向交流，洽邀當地龍頭企業前來觀展加深雙邊經貿交流，讓當地民眾更瞭解我國實力，提高我國整體國際形象與能見度。



2023 年臺灣形象展規劃資料

更新日期：112 年 3 月 21 日

市場別	泰國	馬來西亞	印度	日本
展覽日期	7 月 20 至 22 日	8 月 24 至 26 日	10 月 5 至 7 日	11 月 9 至 11 日
辦理模式	實體展 + 線上展			
展覽主軸	智慧城市 智慧醫療 循環經濟 電動車 智慧時尚生活	工業 4.0 智慧醫療 循環經濟 清真產品 智慧時尚生活	智慧製造 智慧行動 智慧醫療 智慧城市 智慧農業 智慧生活	智慧移動 新創合作 智慧醫療 她經濟 文化觀光
形象館 (暫定)	1. 台灣精品館 2. Mobility 館 3. Meet Taiwan 4. 數位科技館 5. 健康產業形象館	1. 台灣精品館 2. 健康產業形象館 3. 潔淨能源館 4. 清真產業形象館 5. 臺灣商品行銷中心 6. Meet Taiwan	1. 台灣精品館 2. 健康產業形象館 3. 淨零碳排館 4. 臺灣商品行銷中心 5. Meet Taiwan	1. 台灣精品館 2. 生技醫療館 3. 她經濟館 4. 觀光旅遊 + Meet Taiwan 5. Mobility 館 6. 臺灣文化館 7. 新創館 8. 農產形象食品 展示區
早鳥優惠 截止日	5 月 1 日	5 月 1 日	6 月 30 日	日本展採邀展制
徵展 截止日	5 月 15 日	6 月 15 日	7 月 31 日	日本展採邀展制
貿協窗口	林致緯 分機 1484	林致緯 分機 1484	李士勛 分機 1840	嚴麗婷 分機 1820
電話：02-2725-5200 電子郵件：taiwanexpo@taitra.org.tw				
報名網站連結： https://events.taiwantrade.com/2023-TWExpo				
費用 (單位：新台幣)				
1. 攤位費：標準攤位 4.5 萬元、空地攤位 4 萬元。				
2. 保證金：2 萬元				
3. 優惠方案：早鳥優惠享 9 折、組團單位承租 10 個以上攤位可享組團優惠 9 折。早鳥優惠及組團優惠可合併使用。				

1

2

3

4

5

TAIWAN
EXPO

新南向臺灣形象展

規劃簡報

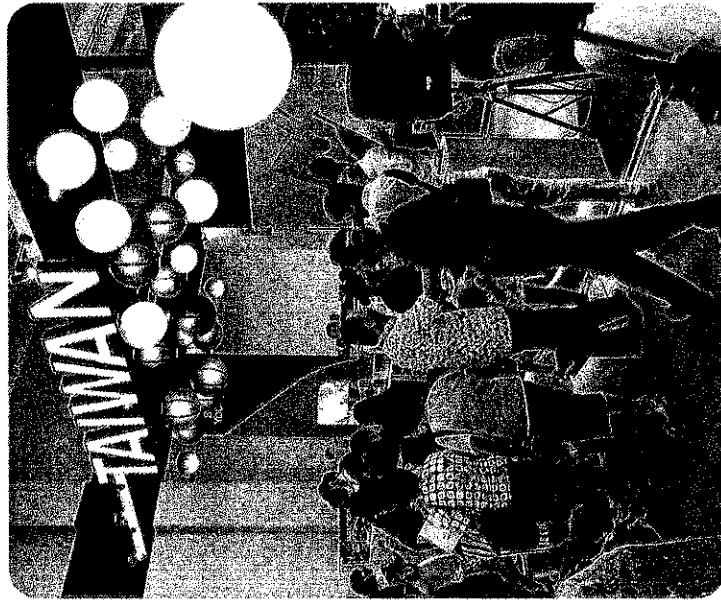
2023



國際貿易局



中華民國對外貿易發展協會



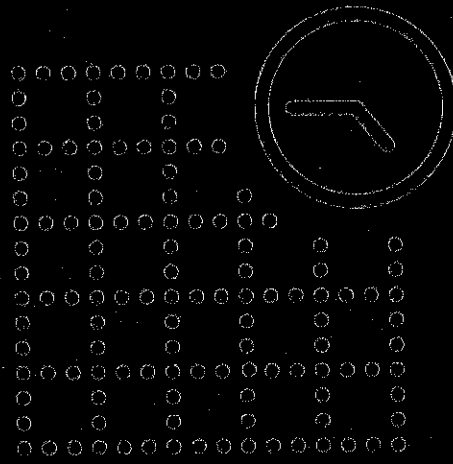
1

2023年臺灣形象展
展覽規劃




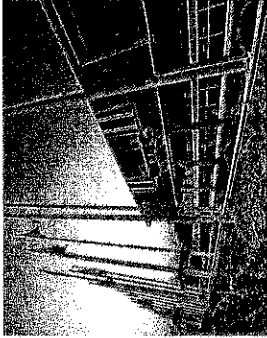
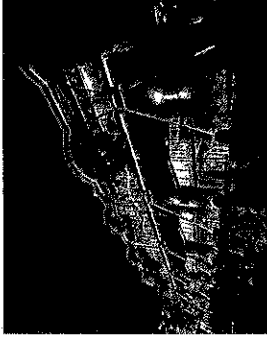
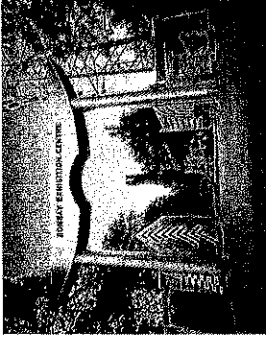
2

各展主軸及
特色展區介紹

2023年 臺灣形象展 展覽規劃

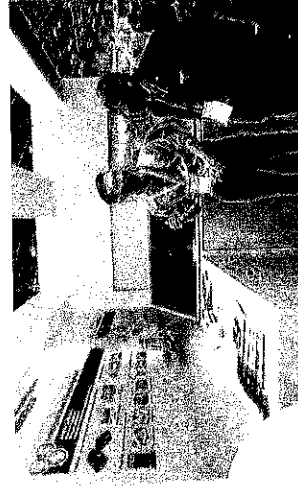


2023年臺灣形象展覽規劃

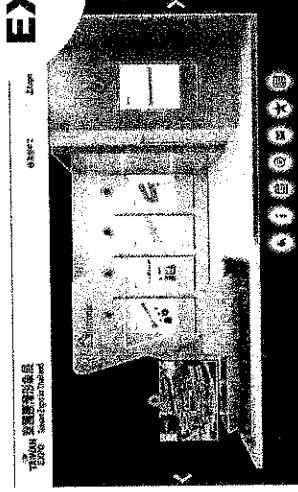
國家	 泰國 曼谷	 馬來西亞 吉隆坡	 印度 孟買
展覽日期	7/20-22	8/24-26	10/5-7
參展家數	120	110	80
攤位數	220	220	160
展覽地點	Hall 100, BITEC 	Hall 1&2, KLCC 	Hall 2, Bombay Exhibition Centre 

展覽平台

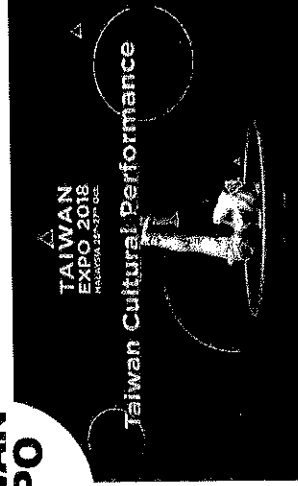
產業交流
論壇



TAIWAN
EXPO



同步
線上展覽



買主媒合
洽談

開幕及
文化表演
活動

周邊活動 - 新南向市場台日供應鏈合作論壇

目標對象

當地投資設廠日商&線上日商
當地投資設廠台商&參展我商

泰國
汽車產業

+

馬來西亞
電子產業

+

印度
汽車產業

14:00-14:10

台日貴賓致詞

14:10-14:25

當地知名台商 台灣製造業的應變作法(暫)

14:25-14:40

當地知名日商 採購習慣與政策、關注議題與合作機會(暫)

14:40-14:55

當地知名台灣 台日企業於第三國的合作經驗及優勢(暫)

15:00-

台日共同拓展第三國洽談會



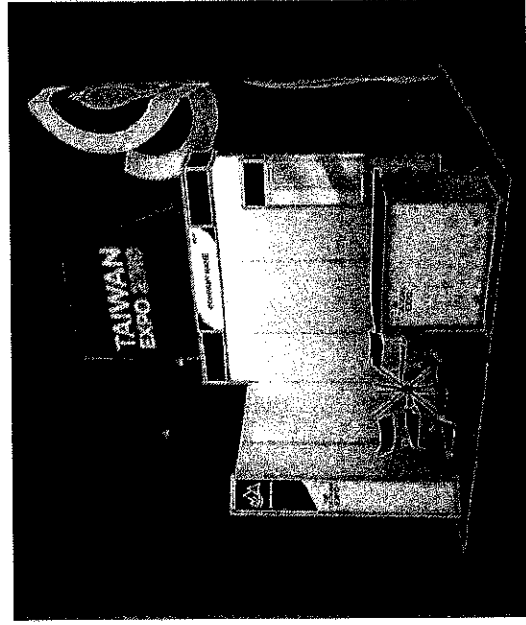
TAITRA X JETRO

Japan External Trade Organization

特別做法：請日文同仁擔任VIP日商買主觀展秘書，導覽參觀形象展並依需求介紹我商洽談

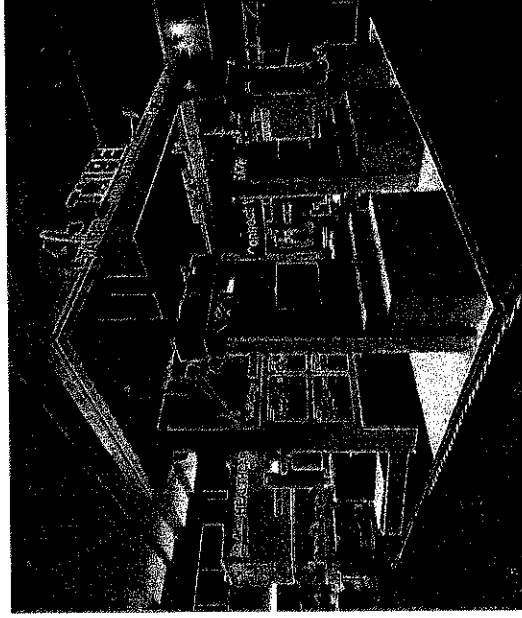
攤位費

※早鳥9折、組團10攤以上單位9折 = 最多可享81折優惠



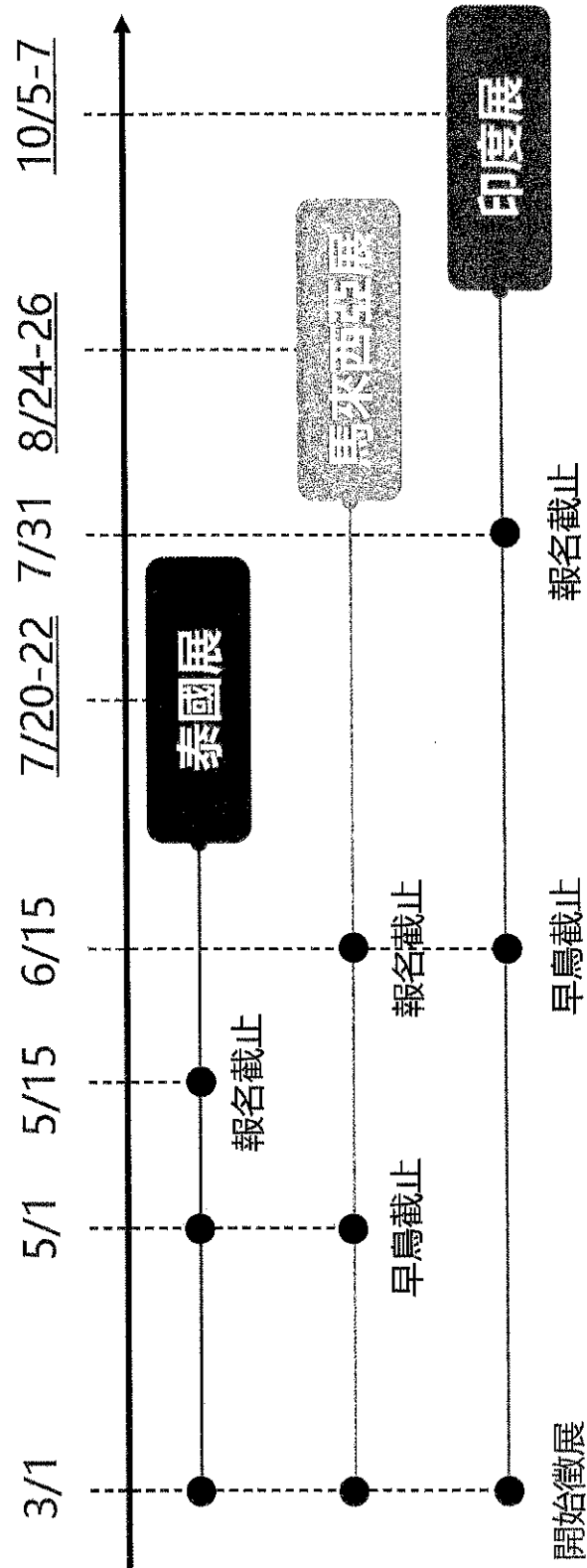
標準攤位：新台幣4.5萬元/攤

TAIWAN
EXPO



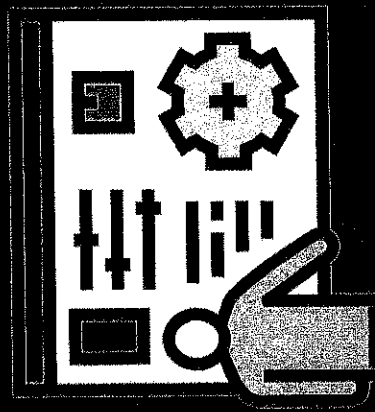
空地攤位：新台幣4萬元/攤(至少4個以上)

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



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

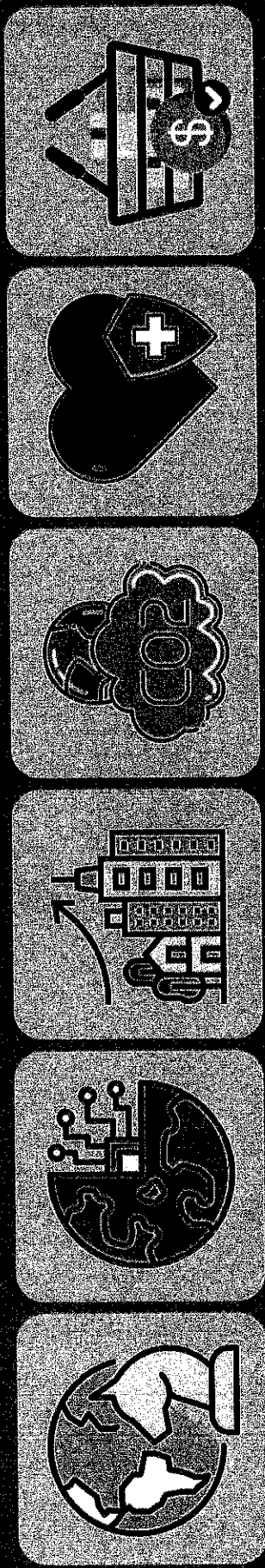
- 2050年亞太地區將新增12億城市居民

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 數位轉型 都市化 淨零碳排 健康升級 消費趨勢



Mobility、
資通訊、
智慧製造

智慧城市

循環經濟









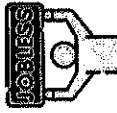

智慧醫療

智慧時尚
生活



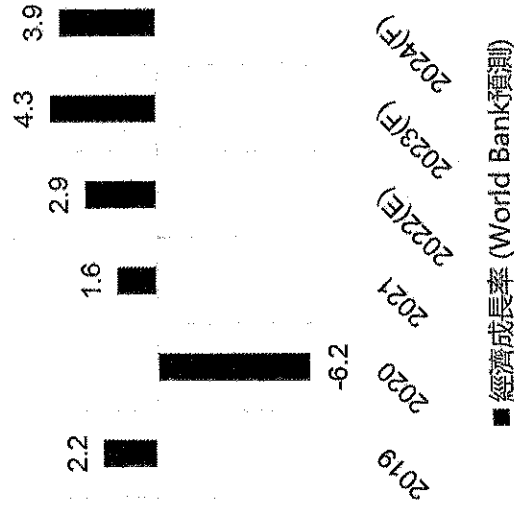
國際

泰國經貿情勢 Key Figures

	人口		都市化		年齡 中位數		生育率		識字率
6,980萬人	52.9%人口	39歲	1.34 新生兒/女性	93.8%					
	GDP		人均GDP		通貨膨脹		失業率		製造業 PMI
5,060億美元 (2021)	7,066美元 (2021)	5.55% (Nov.22)	1.23% (Sep.22)	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)

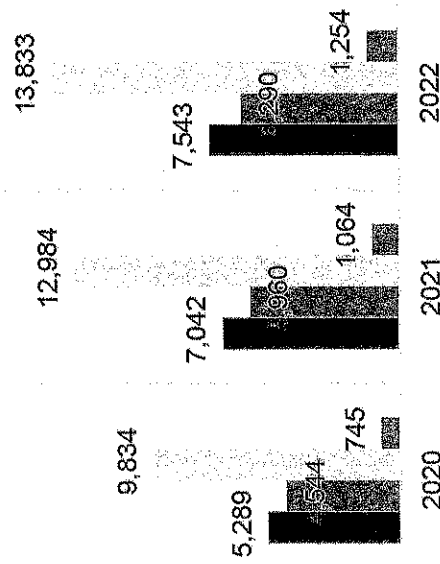
國家別	出口金額 (百萬美元)	占比(%)	國家別	進口金額 (百萬美元)	占比(%)
1. 美國	47,526.80	16.54	1. 中國	71,014.37	23.42
2. 中國	34,389.91	11.98	2. 日本	34,584.11	11.41
3. 日本	24,669.06	8.59	3. 美國	18,025.94	5.95
4. 越南	13,235.08	4.61	4. 阿聯	17,403.99	5.74
16. 臺灣	4,708.46	1.64	6. 臺灣	11,847.68	3.91
出口產品			進口產品		
1 汽車及其零配件		9.83	1 原油		12.33
2 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

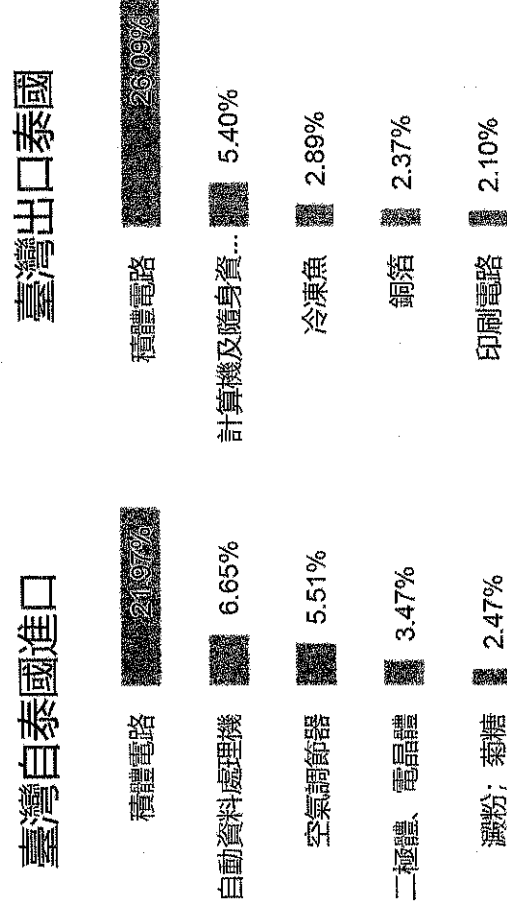
泰國是臺灣第14大貿易夥伴、第13大出口對象、第16大進口來源

臺泰近年雙邊貿易趨勢

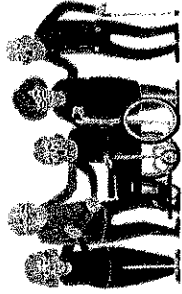
■ 出口 ■ 進口 ■ 貿易總額 ■ 貿易逆差
(單位: 百萬美元)



臺泰雙邊貿易主要產品(2022)

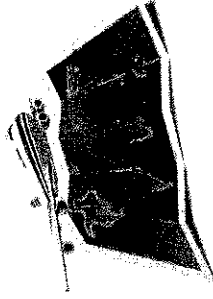


泰國經濟面臨的挑戰



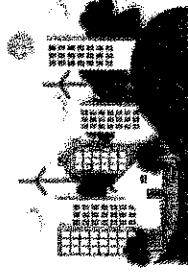
老齡化社會

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%的勞動力受僱於觀光產業，因此COVID疫情對泰國經濟的破壞遠高於其他東協成員國家

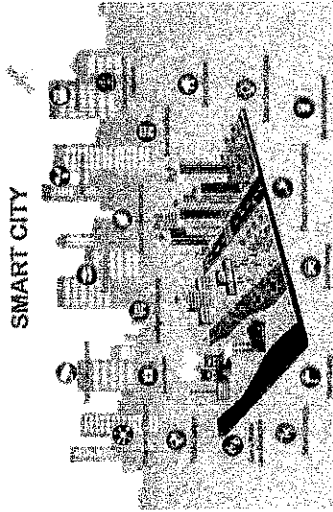


推動永續發展社會

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

泰國產經政策與趨勢

數位泰國，智慧城市



泰國數位經濟發展局推動智慧城市計畫，針對智慧能源、智慧生活、智慧經濟、智慧環境、智慧行動、智慧居民及智慧管理等7大面向進行規劃建設

BCG經濟

Driving Thailand with the BCG Economic Model

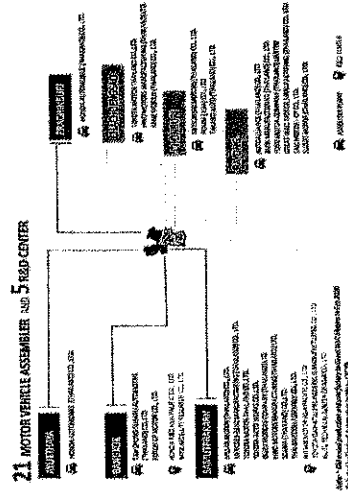


(2021-2027)

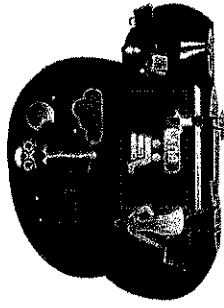
- 策略1：推動自然資源的永續性，在保護及利用之間取得平衡
- 策略2：引入高科技及創意，結合各種資源打造高附加價值產業
- 策略3：藉由循環經濟提升永續競爭力，增加產業效率並減少廢棄物
- 策略4：打造經濟韌性應對全球局勢變化

亞洲汽車製造樞紐

泰國擁有21個世界級汽車生產商設立24個生產據點，包含豐田、日產、本田、三菱、福特、BMW、賓士等，另有5個研發中心

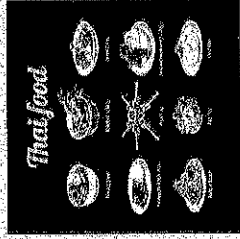


泰國消費趨勢



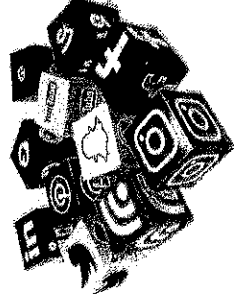
電商市場

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，並自認為「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

展覽主軸

智慧城市

智慧家居
智慧交通
資料處理設備
資訊安全方案



智慧城市

BCG經濟

儲能、節能產品
廢棄物再利用方案
生質材料



智慧醫療

再生能源解決方案
製造業減碳方案
創意經濟
低碳旅遊業



循環經濟

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



電動車

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、資訊













智慧時尚生活

馬來西亞

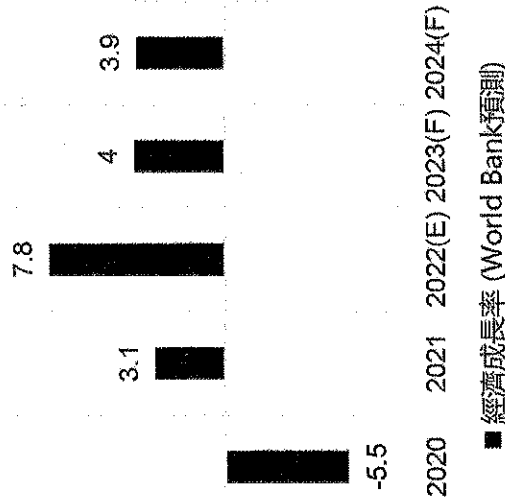


馬來西亞經濟情勢 Key Figures

	人口		都市化		年齡 中位數		生育率		識字率
3,387萬人	78.7%人口	29.2歲	1.82 新生兒/女性	95%					
	GDP		人均GDP		通貨膨脹		失業率		製造業 PMI
3,730億美元 (2021)	11,109美元 (2021)	3.8% (Dec.22)	3.6% (Nov.22)	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

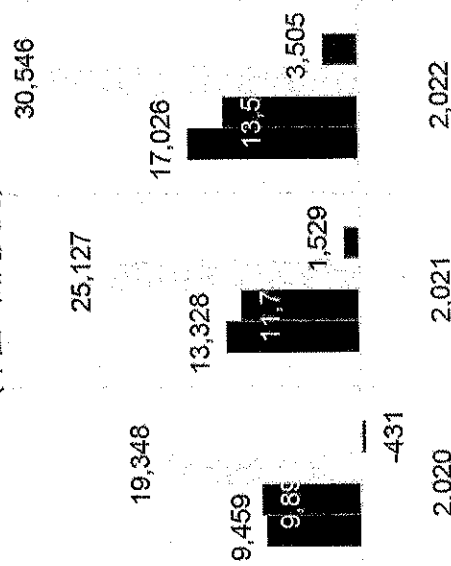
臺灣貿易關係

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

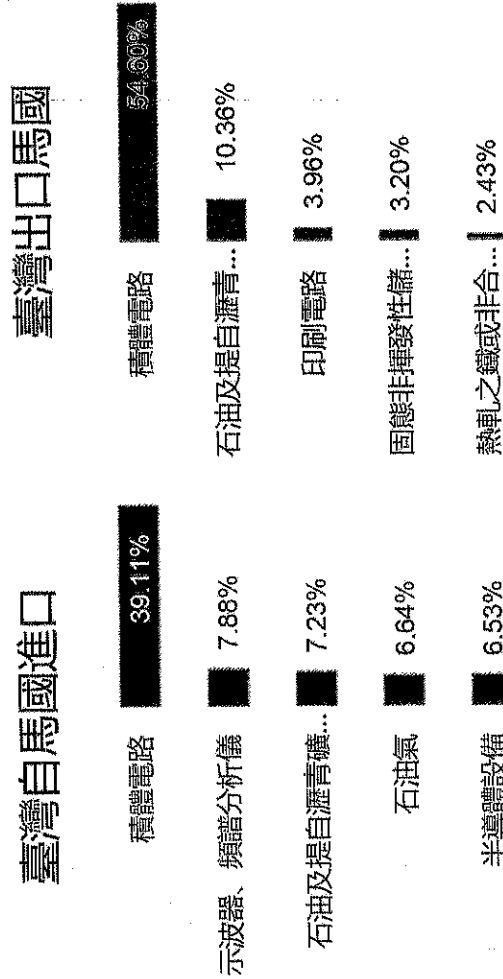
臺灣近年雙邊貿易趨勢

■ 出口 ■ 進口 ■ 貿易總額 ■ 貿易逆差

(單位: 百萬美元)



臺灣雙邊貿易主要產品(2022)



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



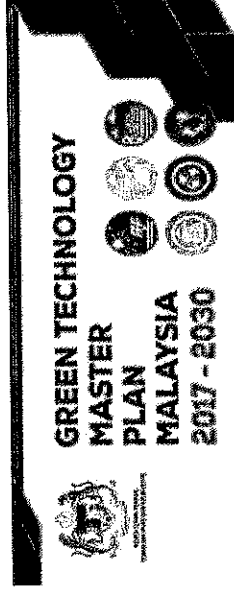
缺工問題嚴重 企業轉型自動化

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



HALAL INDUSTRY MASTER PLAN 2030



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

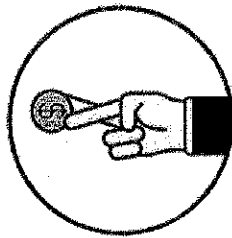
綠色科技當道

- 馬來西亞政府制定「2050年淨零碳排放架構」
- 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

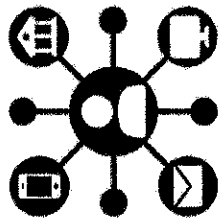
- 馬來西亞政府制定「國家工業4.0政策」，馬國企業已紛紛轉型升級
- 為保持競爭力，企業轉型數位化及智慧化已勢不可擋

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

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
清具醫療保健



智慧
醫療

綠色科技

節能CT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

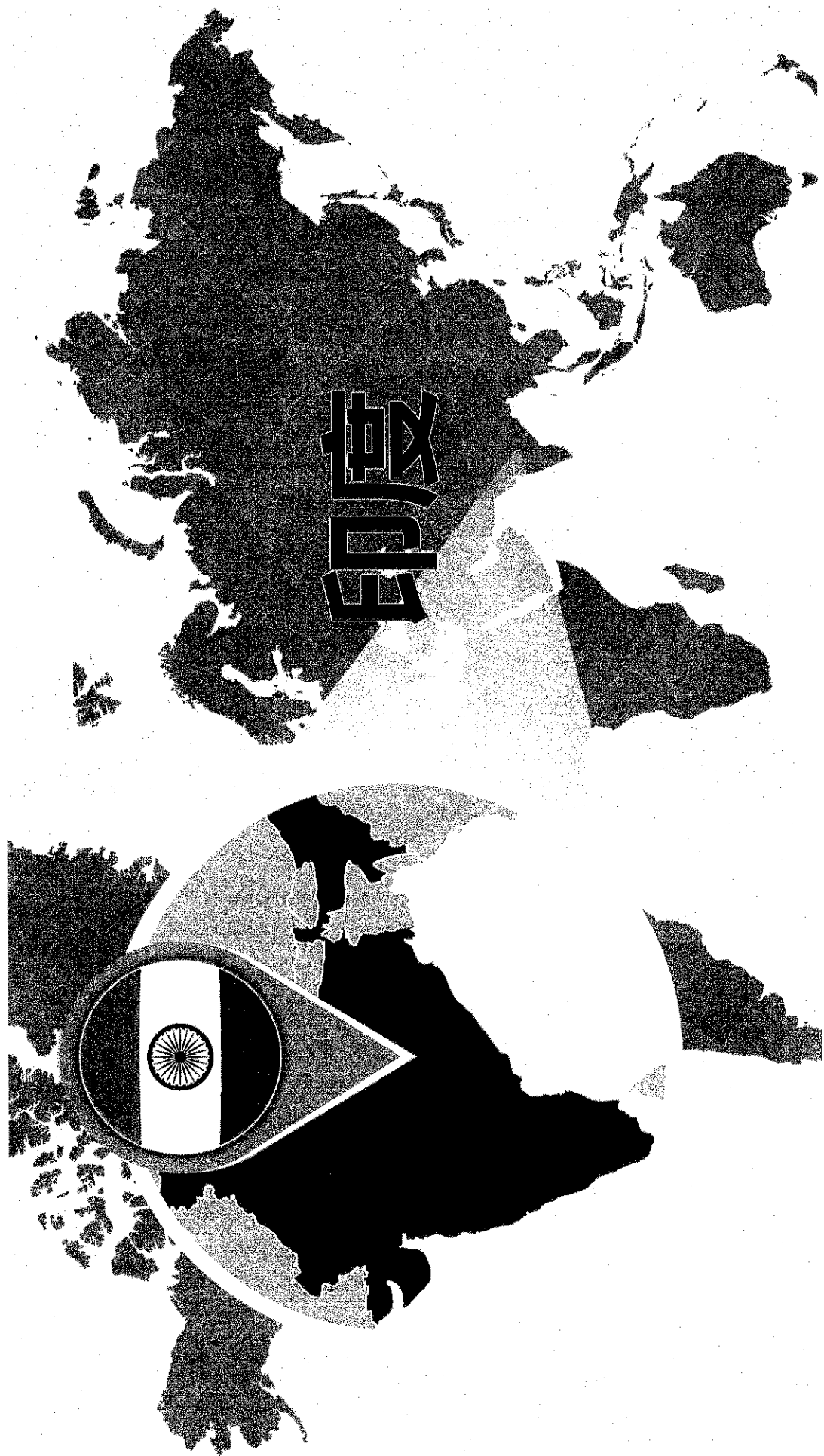
新科技服務

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

展覽主軸



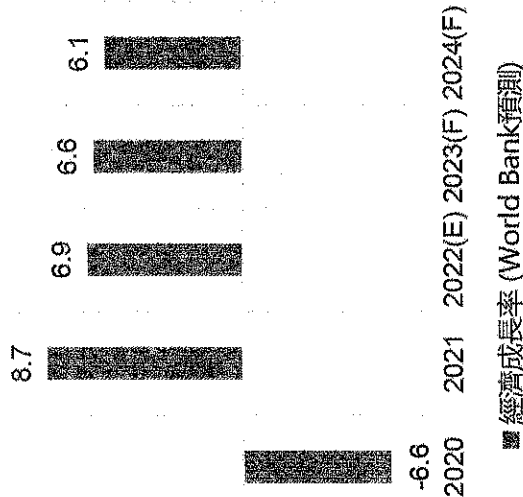
印度經濟情勢 Key Figures

	人口		都市化		年齡 中位數		生育率		識字率
14.2億人		36.4%人口		28.7歲		2.05 新生兒/女性		74.4%	
	GDP		人均GDP		通貨膨脹		失業率		製造業 PMI
3.176兆美元 (2021)		2,257美元 (2021)		6.4% (Oct.22)		7.1% (Jan.23)		55.4% (Jan.23)	

資料來源: IMF, CIA Factbook, CMI, 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, HS 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

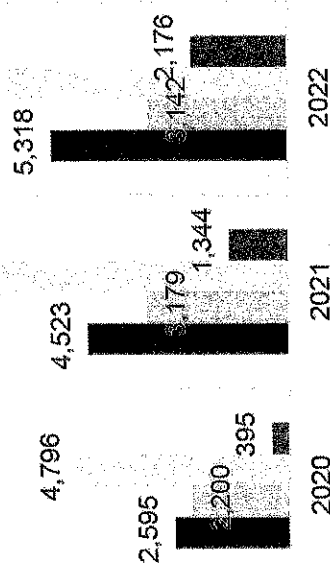
臺印度近年雙邊貿易

■ 出口 ■ 進口 ■ 貿易總額 ■ 貿易逆差

(單位: 百萬美元)

8,459

7,701



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	
礦物油及其蒸餾產品	27.10%	電機與設備及其...	24.40%
鋁及其製品	10.50%	有機化學產品	18.60%
銅鐵	9.70%	塑膠及其製品	16.50%
有機化學產品	6.20%	機器及機械用具...	15.60%
電機與設備及其零件	6.10%	銅鐵	4.70%

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

解決政策

產業
關鍵發展

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、碳排放大國、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



智慧製造



智慧行動



智慧醫療



智慧城市



智慧農業



智慧生活

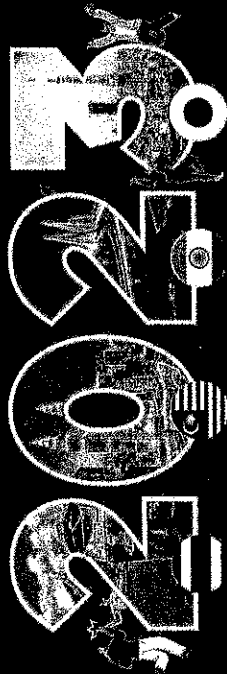
TAIWAN
EXPO

+1我挺你

TAITRA CAN TECH

坐等訂單，不如主動+1！

即刻手刀報名臺灣形象展！



泰國

7/20-7/22

馬來西亞

8/24-8/26

印度

10/5-10/7

日本

11/9-11/11

是入商7年的臺灣形象展，更是以臺灣形象為主題的國際貿易平台，展期超過4,000家臺灣企業參展，超過70國參展人次！歷年亮眼的商展商機，貿合平台不容錯過！今年鎖定泰國、馬來西亞、印度、菲律賓及

日本東京辦理，結合貿易協會的展覽設計，前往當地參展與買主面對面爭取訂單，更能透過完善的線上平台訂單，絕對不虛度！快跟著貿合平台一起盡展實力無限的全域商機！



詳情請洽 02-2725-5200 #1808 莊先生

主辦單位 中華民國對外貿易發展局

協辦單位 貿合平台



貿合平台



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

1

1

1

2

1

2

台灣エキスポ

新宿住友ビル三角広場

2023.11.9-11

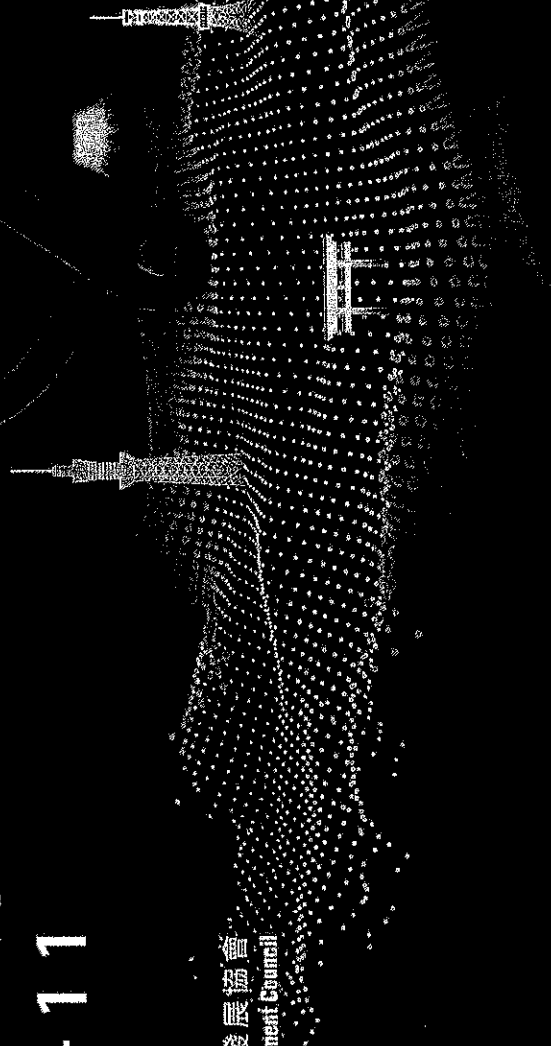


Organizers: 經濟部國際貿易局
Bureau of Foreign Trade, MOEA



中華民國對外貿易發展協會
Taiwan External Trade Development Council

TAIWAN
EXPO
JAPAN 2023



01. Why Japan?

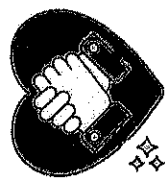
02. 日本經貿現況 及市場趨勢

03. 辦理方式及 展出內容

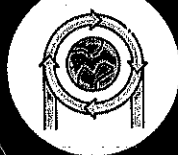
04. 場地及辦理時間

05. 收費方式

Why Japan?



臺日關係
是世界友好關
係的最佳典範



全球供應鏈重組
臺日產業更緊密



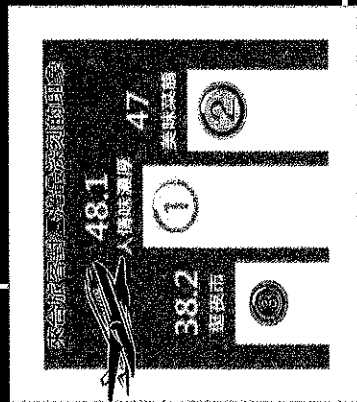
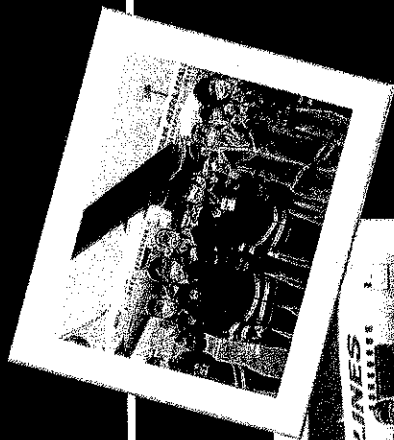
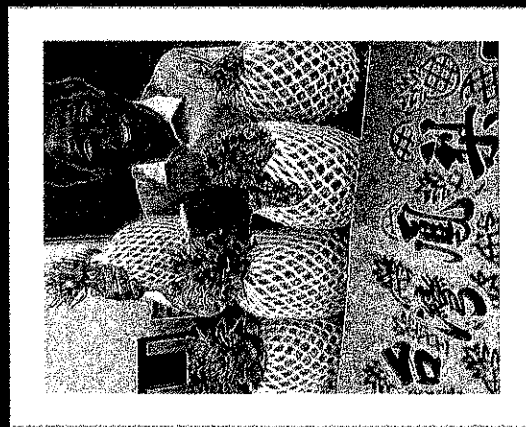
臺日產業
從垂直分工
到水平互補



現在是到日本辦理臺灣形象展的最佳時刻

臺日關係是世界友好關係的最佳典範

臺日友好、惠贈疫苗、
力挺臺灣農產品...



臺日產業從垂直分工到水平互補

產業為垂直分工



生產技術、
生產設備、原料



加工再出口

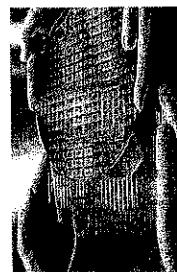


逐步走向水平互補

經過幾十年發展後，台灣在半導體、資訊產業等
都有突出的進步與發展

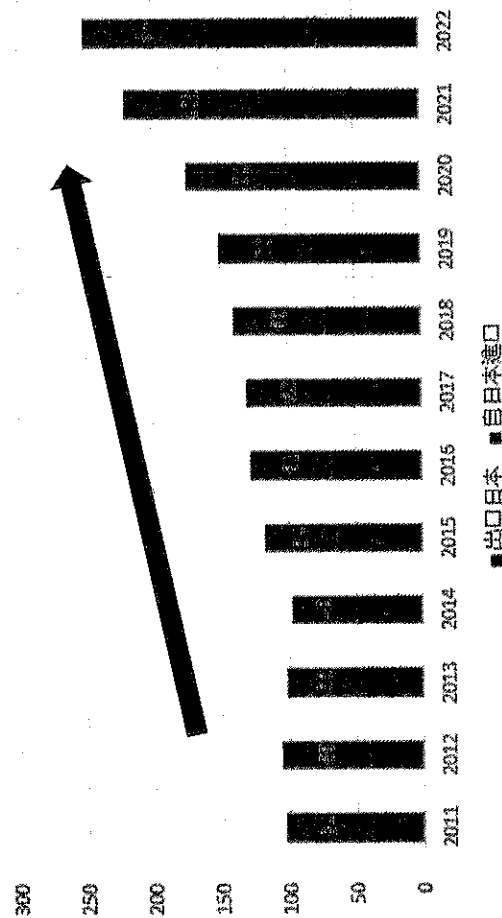


元太科技聯手伊藤忠電子紙筆記本



臺日主要貿易品項IC
呈水平互補趨勢

積體電路



全球供應鏈重組

臺灣扮演重要角色

日本供應鏈重組 策略方向

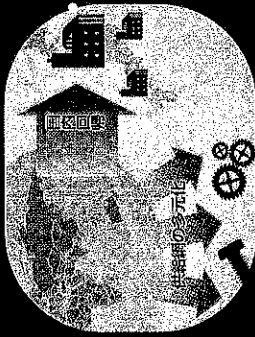
地緣政治

供應鏈重組

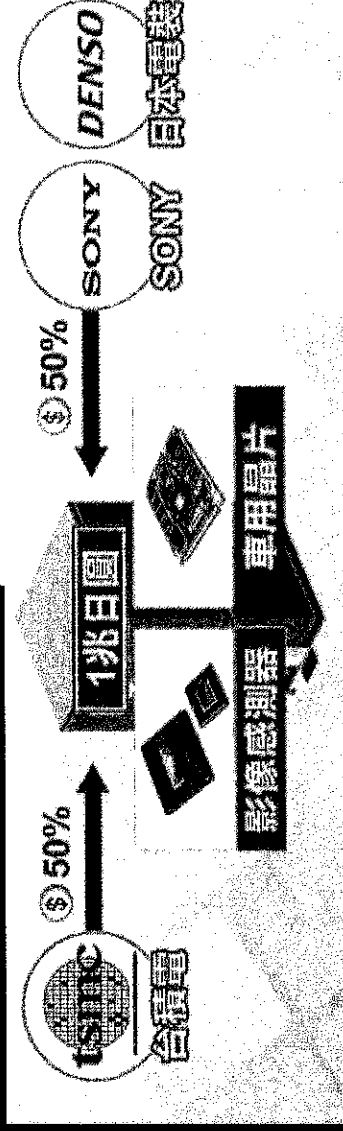
戰略性產業

成本非重要考量

可信賴合作夥伴



因應美中衝突、地緣政治風險、新冠封控等因素，日本供應鏈重新布局，2022年日本在中國大陸登記的企業，比10年前大幅減少

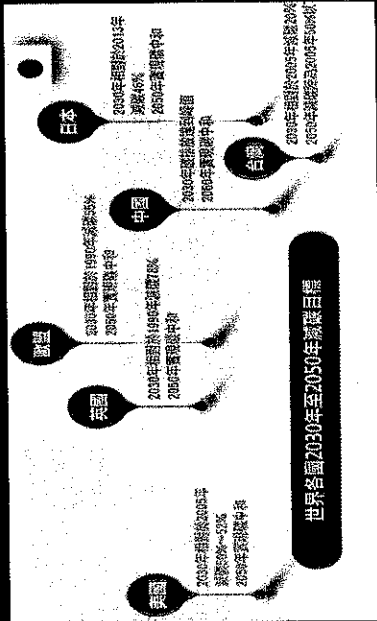


2022年台積電與SONY合資於九州設廠，2024年量產

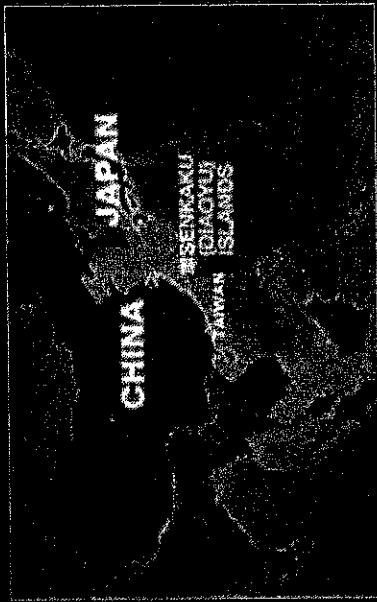
從日本市場趨勢 探究臺日產業合作與機會



DX (Society 5.0)



GX (碳中和)



地緣政治

5G、低軌衛星
智慧醫療

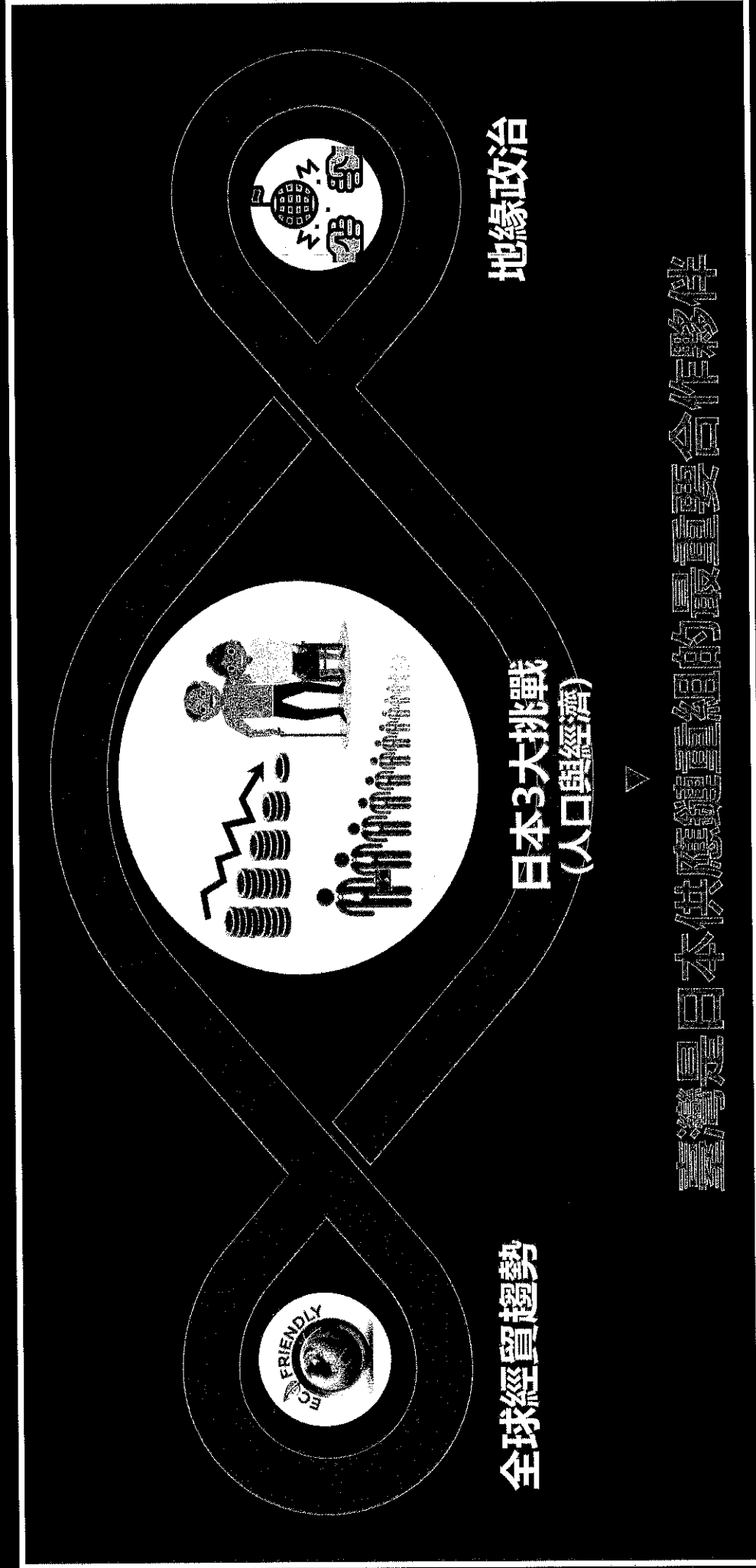
電動車、綠色美粧、
環保產品(電子紙、紙吸管)

供應鏈重組、
數位資安

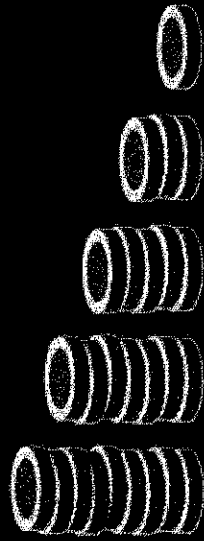
日本經貿現況 及市場趨勢



日本目前面臨問題

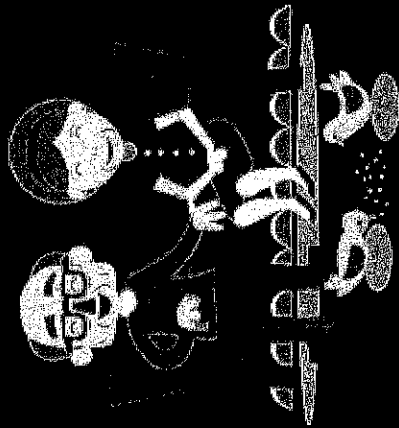


日本面臨的3大挑戰



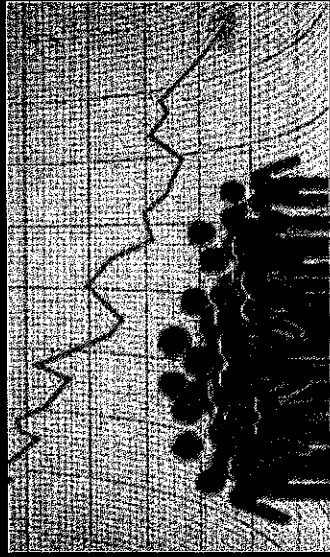
GDP下滑危機

據世界銀行統計，1995年日本人均GDP達4.3萬美元，遠遠超過美國2.8萬美元，但此後一路下滑。2017年美國人均GDP約5.9萬元，新加坡也有5.7萬美元，日本僅3.8萬美元。



高齡化挑戰

2019年日本65歲以上人口達28.1%，2030年將達31.2%。根據日本經產省統計，光是年金給付，就從1990年78.4兆日圓，飆升至2017年的120.4兆日圓，還不含醫療與照護費用。

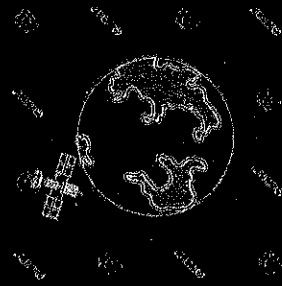


人口消失

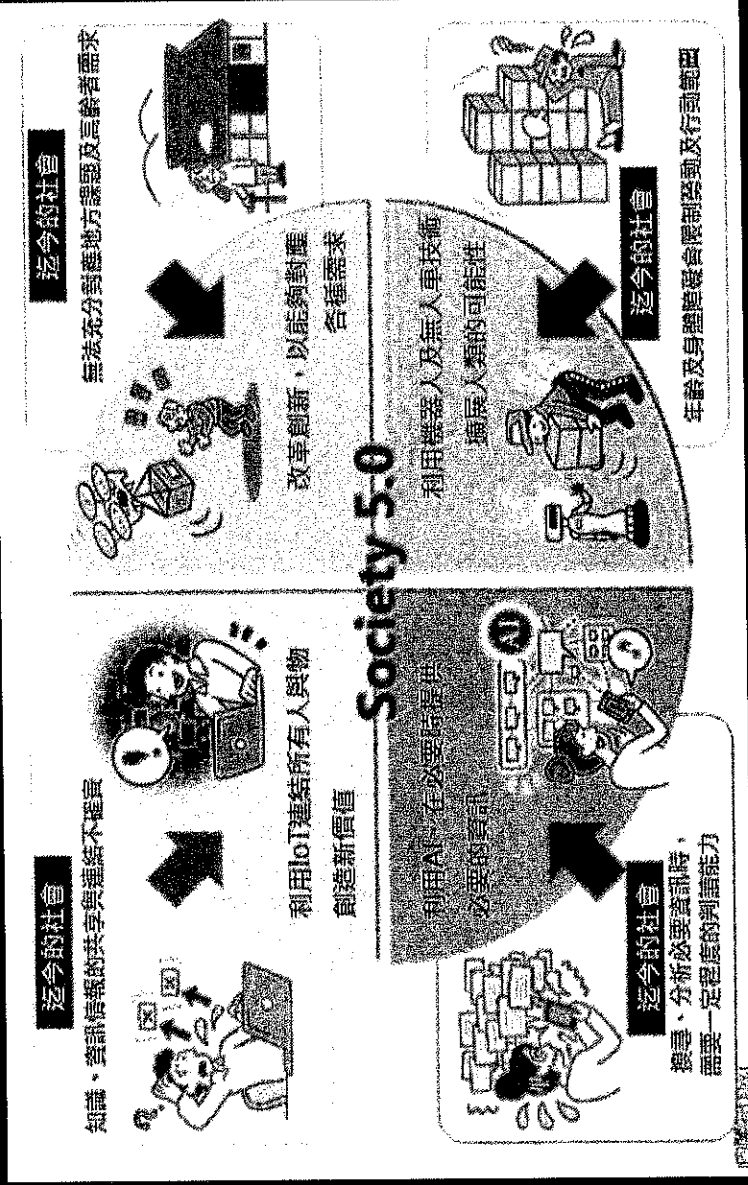
2010年日本人口由正轉負，推估40年後，將從1億2000多萬人到僅剩9000萬人。因人口減少，人才供給不足，根日本經產省統計，日本IT人力需求在2019年爆發後，2030年，IT人才缺口將達79萬人，恐連維持社會基本運作都有困難。

Society 5.0 超智能社會

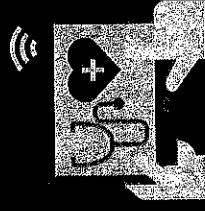
IoT、AI人工智慧
大數據



5G、AI 貫通 DX (數位轉型)



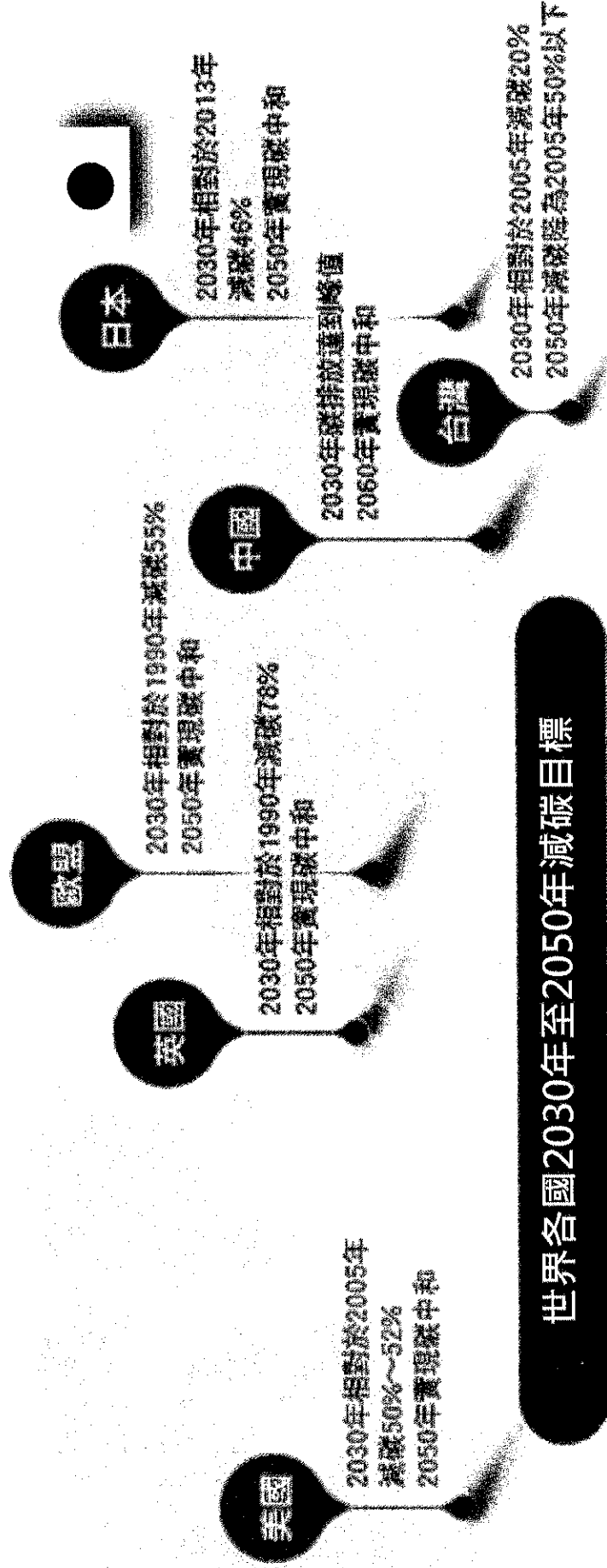
智慧醫療照護



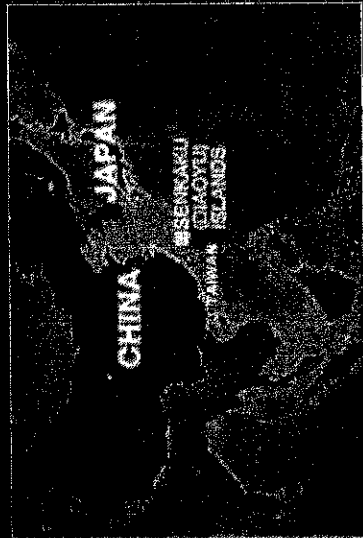
電動車自駕



日本宣布2050年達到碳中和目標 (GX)



地緣政治



日本經濟安全保障法

- 1.強化穩定重要物資供應鏈
對日本安全造成威脅的外國製造產品、設備或系統，全面禁止使用，尤其是中國製商品
- 2.確保關鍵基礎設施安全性與可靠性
- 3.促進公私部門合作開發技術
- 4.推動專利非公開化

日本供應鏈重組 策略方向

地緣政治

供應鏈重組

戰略性產業

成本非重要考量

可信賴合作夥伴



因應美中衝突、地緣政治風險、新冠封控等因素，日本供應鏈重新布局，2022年日本在中國大陸登記的企業，比10年前大幅減少



臺灣通訊產業供應鏈

台灣 5G，全球最強供應鏈

台灣 5G 網路建置最速，全球唯一連續 5G 覆蓋全境，5G 手機出貨量全球第一，5G 晶片出貨量全球第一，5G 網路設備出貨量全球第一，5G 網路設備出貨量全球第一

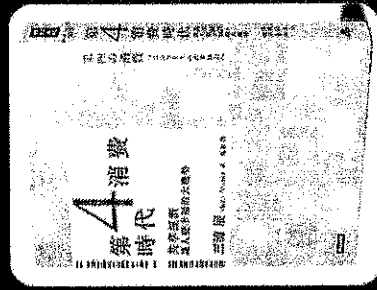


台灣 5G 網路建置最速，全球唯一連續 5G 覆蓋全境，5G 手機出貨量全球第一，5G 晶片出貨量全球第一，5G 網路設備出貨量全球第一，5G 網路設備出貨量全球第一

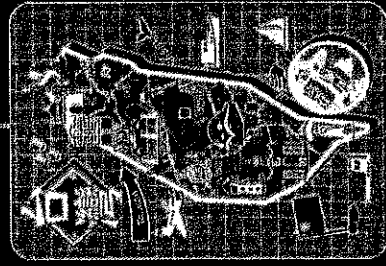
台灣低軌衛星供應鏈分布



臺灣為日本最佳供應鏈重組最佳夥伴

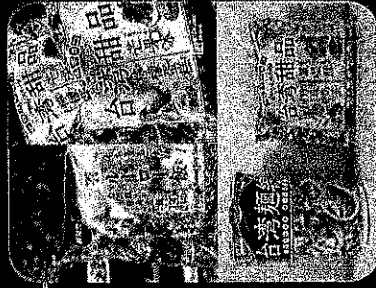


第4消費時代
從物質富足到
內心自在與舒
適，追求消費
全過程



疫後最想旅遊的國家
臺灣No.1

臺灣美食
魅力不減



TAIWAN LOSS
臺灣失落症

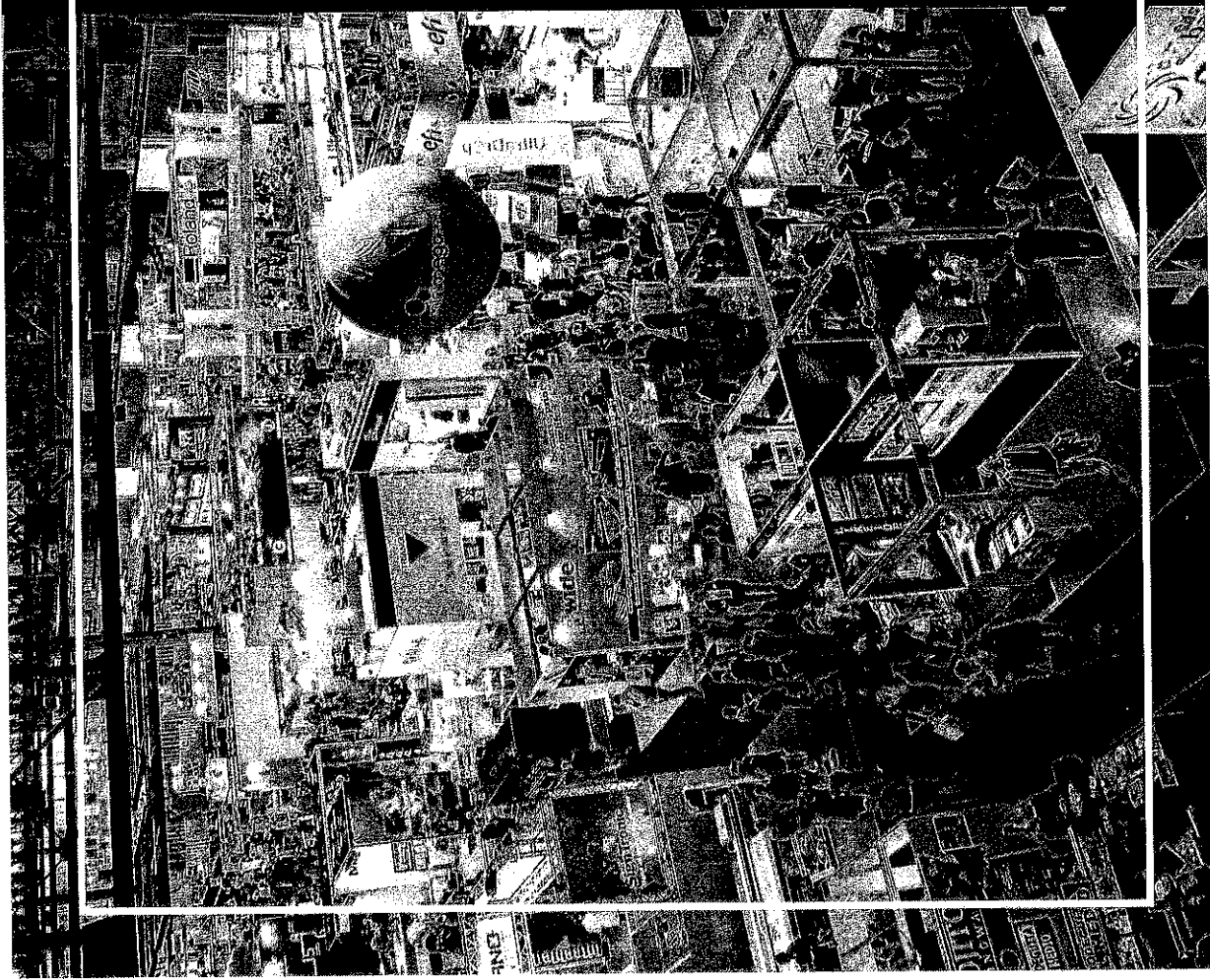
體驗行銷

觀光旅遊

農產食品

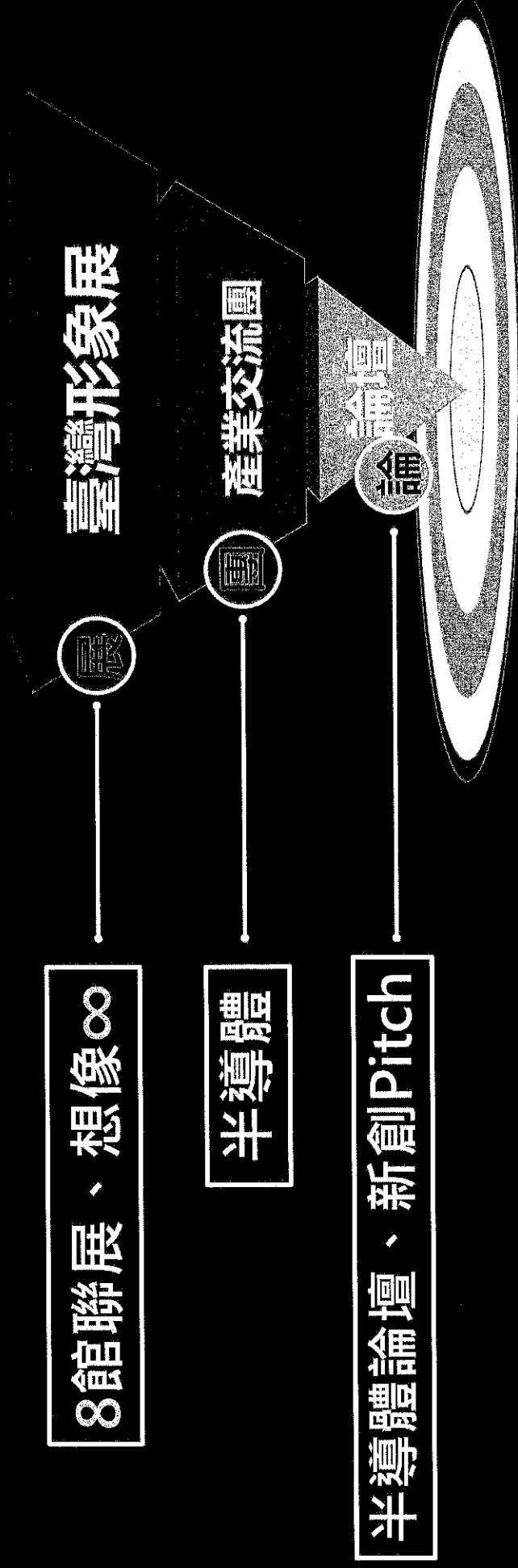
她經濟

辦理方式及 展出內容



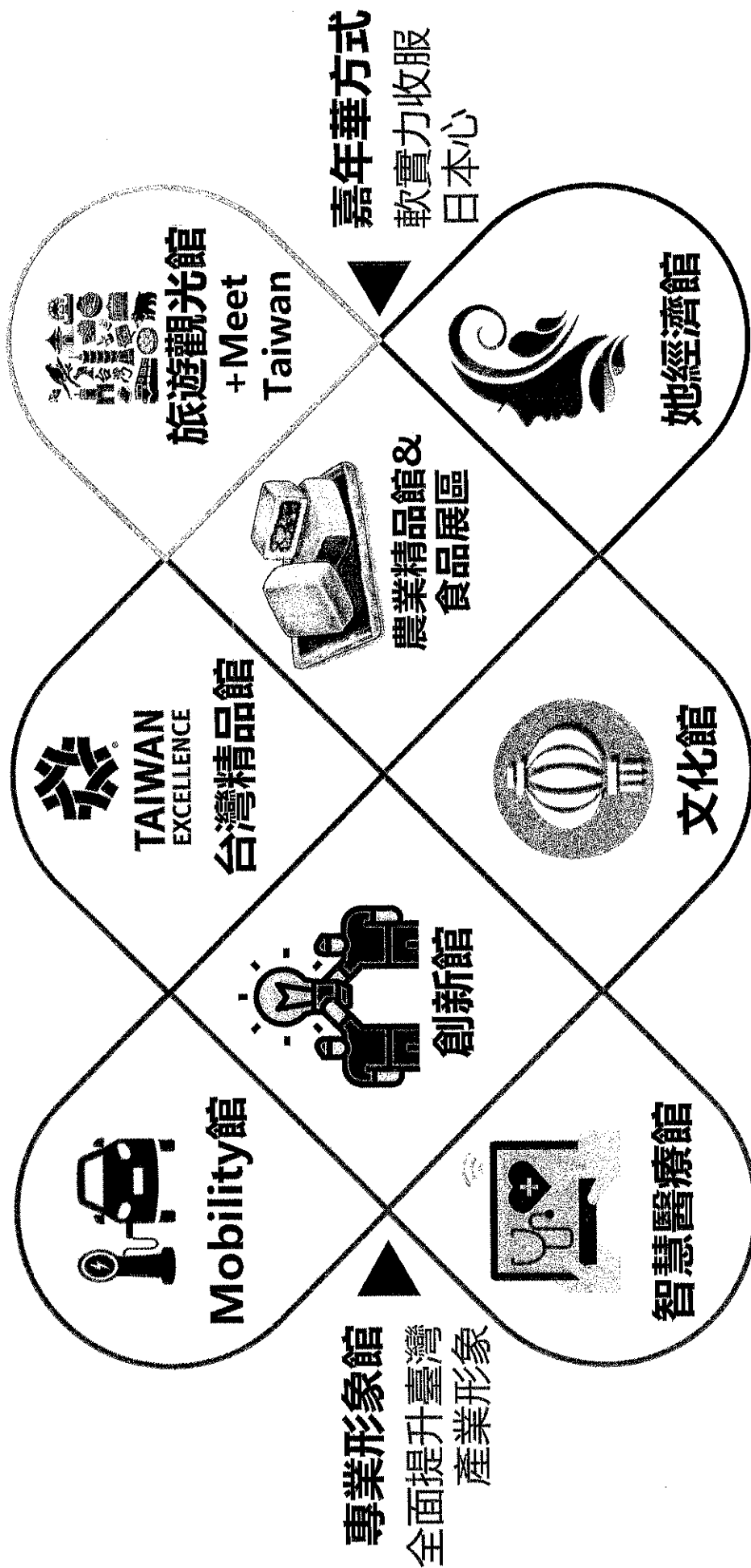
2023年日本臺灣形象展行銷策略 三箭齊發

團配合展覽・同時辦理國際論壇・吸引|買主



全面提升臺灣整體形象+多元整合行銷宣傳

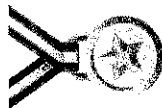
8館聯展 想像∞



日本臺灣形象展效益

提升臺灣整體形象

展現臺灣智慧科技的硬實力及觀光文創產業的軟實力，塑造臺灣產品在日本民眾心中智慧與創新兼備之形象



強化韌性供應鏈合作

美中貿易戰影響，日本發生轉單效應，可加速臺日供應鏈合作，達到互補雙贏



深耕日本內需市場

透過展出，實際了解日本內需市場，迅速調整符合日本需求之策略

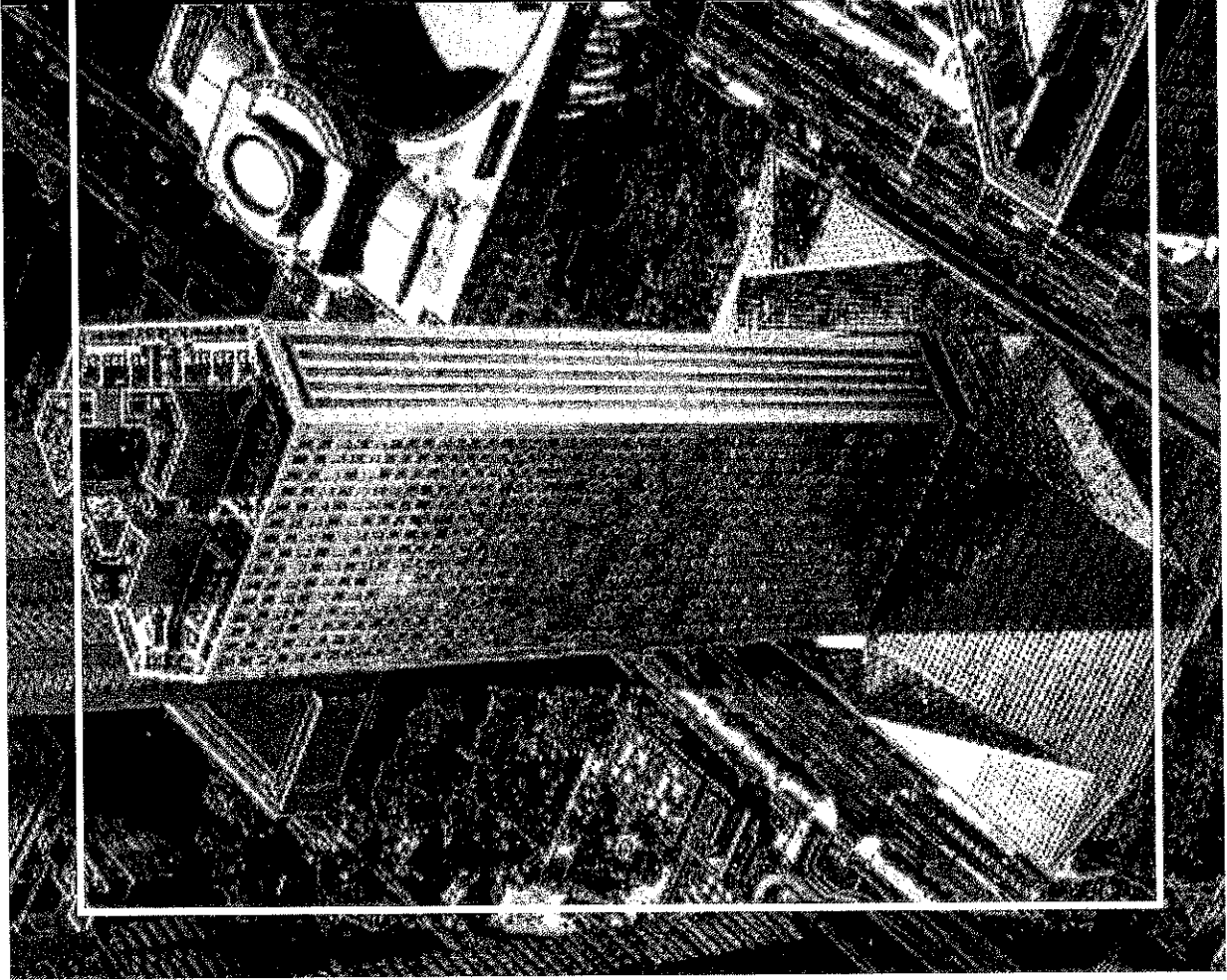


掌握政策商機

辦理數位轉型、淨零碳排等論壇活動，及時掌握政策商機



場地及 辦理時間





2023/11/9~11(週四~六)

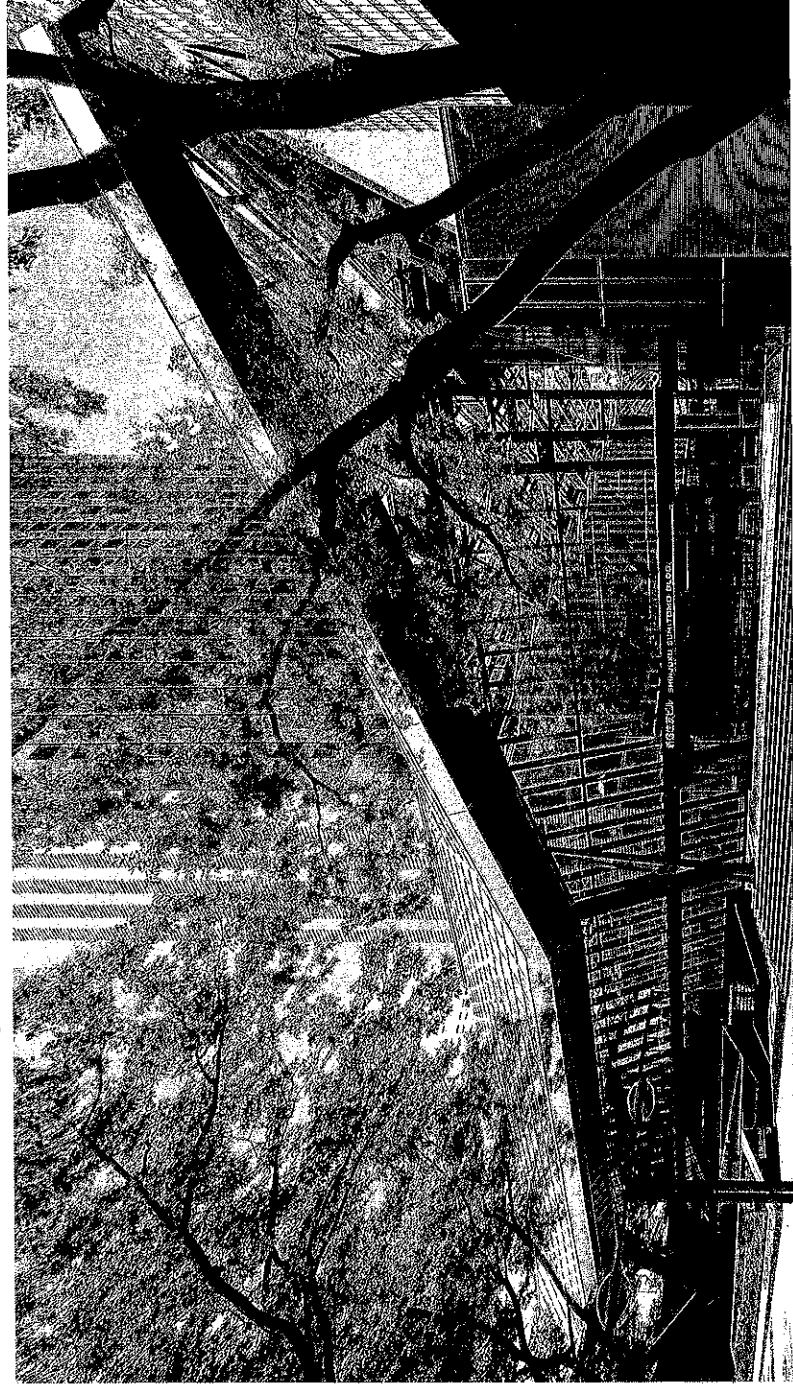
愛在日本 秋高氣爽時

時值季節交替，代表臺灣與日本共同迎接秋高氣爽的季節，迎向新階段的來臨

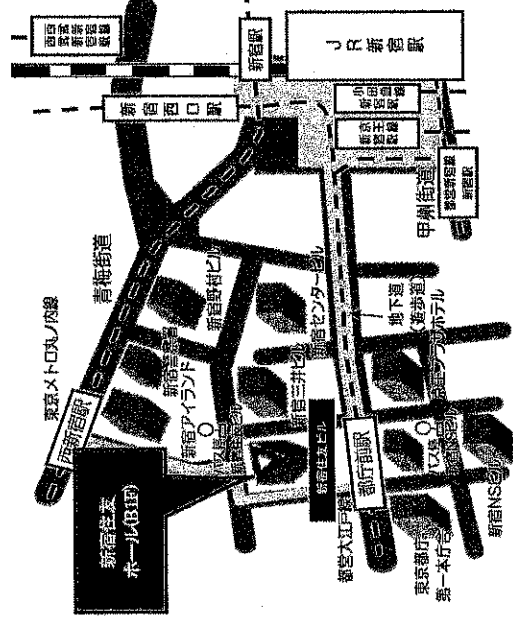
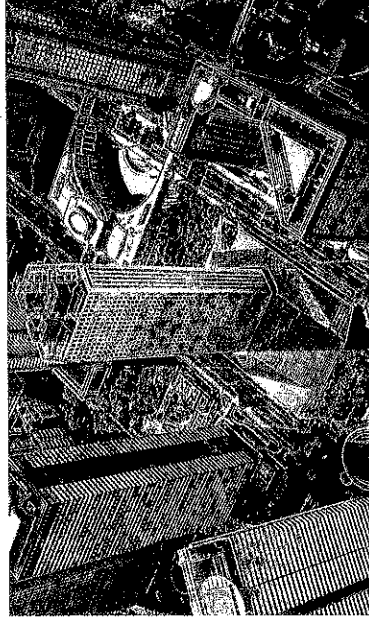


東京新宿三角廣場

Shinjuku Sumitomo Building Triangle Square



Add: 2 Chome-6-1 Nishishinjuku, Shinjuku City, Tokyo 160-0023 Japan

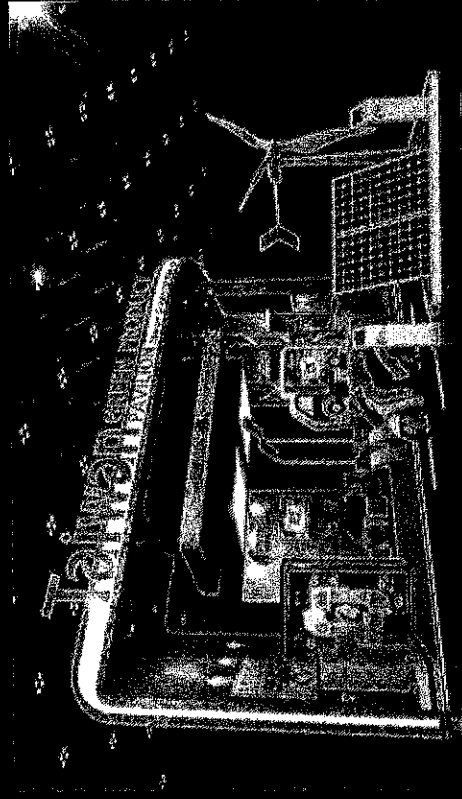


分攤費收費標準

■ 標準攤位：

新臺幣4萬5,000元
(攤位面積由本會決定大小)

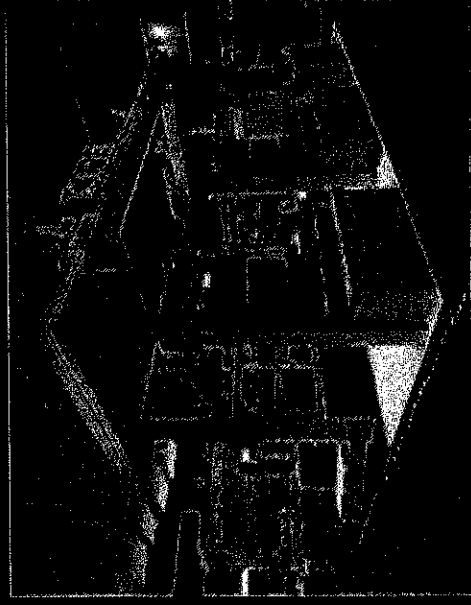
提供展覽整體形象裝潢



■ 淨地攤位：

新臺幣4萬元

單一企業或單位一次
須租用4個空地攤位(36平方公尺)以上(雙數)



感謝聆聽
敬請指教

