

新北市國際採購商洽會統計分析

新北市政府經濟發展局

一、前言

新北市政府為協助在地業者拓展海外市場及提升國際能見度，並促進潛在投資者了解本市產業環境，自 108 年起建構多元海外市場開拓機制，透過出口拓銷、國際採購商洽會及參展補助等措施，提供企業相關支援。

其中，「國際採購商洽會」以整合產業資源、促進產業交流及拓展商機為主要目的，邀請國內外買家參與，涵蓋資通訊 (ICT)、金屬機械、生技醫療、綠色能源等產業領域，提供本市業者進行產品展示及洽談合作之機會，合作內容包含產品採購、技術交流及行銷合作等。114 年另納入傳統產業(陶瓷及茶)，呈現地方產業特色並擴展相關合作機會。

本次統計分析內容就 108 年至 114 年間國際採購商洽會之辦理情形進行說明，並進一步分析 114 年活動成果。各年度買家來源國家及產業主題整理如表一。

表一 108 年至 114 年國際採購商洽會之買家國家別及產業主題

年度	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、智慧製造)
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、智慧製造、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
114	斯里蘭卡、義大利、斯洛伐克、波蘭、捷克、越南、泰國、中國、香港、韓國、日本、印尼、土耳其等 13 國 (地區)，以及國內買家	5G/AI、電動車與智慧車聯、智慧製造、綠色能源、智慧長照與醫療、傳產—陶瓷及茶

資料來源：新北市政府經濟發展局。

二、採洽會數據分析

(一)108 年至 114 年各地區買家數量及潛在採購金額分布

為追求最大化採購效益，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 114 年間買家之來源地區、家數及潛在採購金額如表二。

從表二可知，於 108 年至 113 年間之採洽會買家以及採購金額以來自亞洲地區為主，114 年歐洲買家數及採購金額大幅提高。

表二 108 年至 114 年採洽會買家之來源地區、家數、潛在採購金額

年度 家數 (金額)	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
	東北亞	東南亞	其他	臺灣				
108	5 (1.56)	6 (5.08)	2 (13.49)	0	5 (6.88)	2 (15.14)	0	20 (42.15)
	13 (20.13)							
109	23 (3.11)	16 (4.79)	2 (5.13)	0	5 (1.36)	4 (4.64)	0	50 (19.03)
	41 (13.03)							
110	17 (15.22)	10 (3.12)	3 (0.64)	0	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)	0	2 (0.78)	2 (0.11)	0	57 (18.43)
	53 (17.55)							
112	16 (6.18)	9 (13.79)	1 (2.72)	0	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)	0	2 (0.42)	1 (16.64)	0	36 (36.17)
	33 (19.11)							
114	7 (3.68)	12 (2.82)	13 (9.52)	8 (0.14)	13 (37.46)	0	0	53 (53.61)
	40 (16.15)							

資料來源：新北市政府經濟發展局。

備註 1：表格內潛在採購金額數據均採四捨五入取至小數點後第 2 位，故致合計數與各項加總略有尾數差異。

備註 2：本統計分析報告所列之採購金額，係依買家洽談後填報之採購需求、合作意向及預估採購金額統計，主要作為後續商機評估參考，並非實際成交金額，實際合作內容須視後續雙方洽談進度而定。

(二)114 年活動買家家數及潛在採購金額排序

114 年有來自 13 個國家或地區的國際買家及 8 位國內買家，合計創造 53.61 億元之潛在採購金額。各個國家或地區買家之總潛在採購金額詳如表四。

由表三可得知 114 年採洽會各國家地區的總潛在採購金額前 3 高者分別為斯洛伐克（30.35 億元）、波蘭（6.42 億元）及斯里蘭卡（4.20 億元），該 3 國買家之總潛在採購金額合計值（40.97 億元）約占 114 年活動總金額之 76.42%，且斯洛伐克買家之總潛在採購金額高於波蘭及斯里蘭卡買家金額之合計值（10.62 億元）。

表三 114 年採洽會各國家地區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	斯洛伐克	30.35
2	波蘭	6.42
3	斯里蘭卡	4.20
4	韓國	3.68
5	中國	3.52
6	泰國	2.67
7	香港	1.51
8	義大利	0.52
9	土耳其	0.30
10	捷克	0.17
11	印尼	0.15
12	越南	0.00
13	日本	未透露
國內買家		0.14
合計		53.61

資料來源：新北市政府經濟發展局。

備註：表格內潛在採購金額數據均採四捨五入取至小數點後第 2 位，故致合計數與各項加總略有尾數差異。

(四)114 年活動買家採購趨勢

114 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、智慧長照與醫療級傳產—陶瓷及茶等 6 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。

整體而言，5G/AI 產業鏈為洽談案件較多之領域；電動車與智慧車聯相關產業之潛在採購金額則主要由少數買家帶動，總額達新臺幣 30.52 億元。

表四 114 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買家數	總潛在採購金額 (新臺幣億元)
1	5G/AI	19	11.82
2	智慧長照與醫療	13	4.18
3	智慧製造	7	6.97

續表四114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買家數	總潛在採購金額（新臺幣億元）
4	電動車與智慧車聯	3	30.52
5	綠色能源	3	0.001
6	傳統產業	8	0.14
合計		53	53.61

資料來源：新北市政府經濟發展局。

備註：表格內潛在採購金額數據均採四捨五入取至小數點後第2位，故致合計數與各項加總略有尾數差異。

(四)108年至114年實體洽談與視訊洽談成效比較

108年採洽會首次導入視訊洽談模式。109年至111年間受新冠疫情影響，國際經貿往來受限，爰擴大採行視訊洽談方式，以維持買賣雙方交流。112年起疫情趨緩，活動改採實體與視訊並行之方式，由參與者依需求選擇洽談形式。相關成效如表三所示。

從表三可得知於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，114年實體洽談成效平均每場達0.12億元商機。

表三 108年至114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	42.15	441	0.10	-	12	-
109	3.55	108	0.03	15.40	296	0.05
110	-	-	-	19.30	252	0.08
111	2.83	65	0.04	15.60	296	0.05
112	24.64	249	0.10	3.54	95	0.04
113	33.80	370	0.09	2.37	97	0.02
114	46.95	390	0.12	6.67	97	0.07

資料來源：新北市政府經濟發展局。

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。

備註3：表格內商機/場次比數據均採四捨五入取至小數點後第2位。

三、結語

綜合分析結果顯示，本市採洽會歷年參與之國際買家以亞洲地區為主要來源。114 年整體潛在採購金額達新臺幣 53.61 億元，較前一年度增加。

其中，114 年部分國家及產業之潛在採購金額較高，主要係受到少數大型買家或大型專案需求帶動，例如斯洛伐克及電動車與智慧車聯領域，因涉及電動車、充電設備及零組件等大型供應鏈合作，單一案件採購規模通常較高，因此即使買家家數少，仍可能形成較高之潛在採購金額。

基於上述觀察，未來採洽會之規劃，除考量本市產業結構外，亦可參酌國際產業發展趨勢及經貿環境變化（如數位轉型及關稅政策等因素），作為調整方向之參考。

（一）建立重點國家深耕策略

在既有亞洲市場基礎上，持續拓展歐洲及其他區域之潛在買家來源，並鎖定高潛在採購金額之國家，透過建立長期買家名單、商會合作及駐外單位聯繫機制等方式，提高重點市場之持續參與度與媒合成功率。

（二）視訊洽談仍為必要模式，未來亦將持續辦理

雖然疫情後視訊洽談之商機／場次比未高於實體洽談，惟考量其參與成本較低（如無需負擔交通及住宿費用），對於邀請亞洲以外地區買家仍具實務效益，故未來將持續辦理，作為實體洽談之輔助方式。

（三）動態接軌國際趨勢，精準對接產業商機

依據 114 年採洽成果及全球數位轉型趨勢，持續邀請符合產業需求之外國買家與本市企業對接，並滾動調整主題產業（如資通訊、機械、生醫等），以提升媒合精準度並促進產業對接國際市場需求。

（四）傳統產業朝特色化及品牌化方向推動

針對陶瓷、茶等傳統產業，現階段主要仍以國內飯店、伴手禮、電商平台及生活選品店等通路買家為主。雖短期潛在採購金額有限，但有助於提升地方特色產業之品牌能見度及市場曝光度。

未來可透過會場展示、體驗區及情境布置等方式，增加產品曝光，並作為企業及公部門出國洽商、接待外賓或參展時之伴手禮選項，進一步帶動通路合作及品牌推廣機會。