

出國報告(出國類別：業務推廣)

## 參加「2015 年臺灣優勢產業赴馬來西亞及緬甸拓銷團」出國報告

服務機關：中國輸出入銀行

姓名職稱：吳佳臻 中級辦事員

派赴國家：馬來西亞、緬甸

出國期間：104 年 8 月 2 日至 104 年 8 月 9 日

報告日期：104 年 10 月 30 日

## 公務出國報告提要

出國報告名稱：參加「2015年臺灣優勢產業赴馬來西亞及緬甸拓銷團」出國報告  
頁數：23

出國計畫主辦機關：中國輸出入銀行

出國人員：中國輸出入銀行吳佳臻輸出保險部辦事員

出國類別：業務推廣

出國期間：104年8月2日至104年8月9日

出國地區：馬來西亞、緬甸

報告日期：104年10月30日

近十多年來，隨著東協共同體（ASEAN Community）、東協加三（ASEAN Plus Three）以及區域全面經濟夥伴協定（Regional Comprehensive Economic Partnership, RCEP）之推動，東協已逐步發展成為亞太區域經貿合作的重要核心角色。東協各國領袖於2013年11月第23屆東協高峰會決議，將研擬東協「後2015願景」(Post-2015 Vision)，以實現政治一致、經濟整合、社會負責、和以人民為本、以規範為基礎之東協。「後2015願景」呈現東協積極的態度與遠見的視野，同時反映東協下一世代之抱負，也意欲維持區域整合之動力，強化為成立東協共同體所作之努力。

其中馬來西亞為東南亞第三大經濟體，2014年經濟成長率為6%，為我國第九大出口國，我國對其出口值達86.12億美元；緬甸自2010年開放後，經濟持續成長，預估2015年經濟成長率為7%，當地對於基礎建設及民生需求增加，是我國可以積極把握之商機，2014年我國對其出口值僅有2.25億美元，成長空間廣大。

職奉派參加「2015年臺灣優勢產業赴馬來西亞及緬甸拓銷團」，由中華民國對外貿易發展協會主辦，參加廠商共計7家，產業類別主要為發電機、電線、電纜、太陽能及建材等。行程自民國104年8月2日起至民國104年8月9日止，共計8日。本行為我國協助對外貿易的唯一專業銀行，背負政府拓展外銷政策之推動者角色，行程目的為隨團服務參團之出口廠商，向其介紹可供運用之融資、保證以及輸出保險內容，以增進業務往來機會，並使出口商對於中華民國政府一同在海外與其並肩作戰之有感度提升，亦於當地舉辦貿易洽談會，推銷台灣產業並訪問當地企業主，進而增進了解與提升友誼。

# 目 錄

	頁數
壹、前言-----	3
貳、行程簡介-----	4
參、地理位置與主要經濟指標-----	5
肆、馬來西亞-----	7
伍、緬甸-----	12
陸、參訪廠商及貿易洽談情形-----	16
柒、結論與建議-----	18
捌、附件-----	20

## 壹、前言

東南亞國協(ASEAN)宣布將在 2015 年 12 月 31 日在十個成員國（印尼、馬來西亞、菲律賓、新加坡、泰國、汶萊、越南、寮國、緬甸及柬埔寨）間成立單一共同市場，ASEAN 國內生產毛額（GDP）合計約 2.4 兆美元，人口約 6 億 2 千萬人，是僅次於中國和印度的第三大勞動力，再加上成長的消費階級，ASEAN 僅次於中國和印度，成為第三股支撐亞洲成長的力量。

馬來西亞為東南亞第三大經濟體，據統計，2005 年至 2013 年投入基礎建設之金額，從 60 億美元增加 1.67 倍至 160 億美元，其基礎建設預算名列東協國家第四位；而緬甸自 2010 年開放一來，成長潛力不容小覷，據 IMF 以及亞洲開發銀行(ADB)預測，緬甸 2015 之經濟成長率為 7%，其中基礎建設中需求最迫切為完善的電力系統。因此，在廠商積極拓展外銷找尋商機時，這些市場皆為很有機會的目標。

自 2010 年開放以來，緬甸成長的腳步從未停歇，根據 IMF 預測(2014-15)財年 GDP 增長率 7.8%，目前緬甸之基礎建設與民生需求，如：電信、交通和物流方面仍是全球最落後的國家之一，道路密度是東協國家平均水平的五分之一，故商機潛力無窮，已成為外資接踵而至的市場。

我國為政府採購協定（Agreement on Government Procurement，簡稱 GPA）之成員，GPA 於 1993 年關稅暨貿易總協定（簡稱 GATT）烏拉圭回合談判議定，屬一非強制性之協定，係規範政府採購權利義務之國際框架，目的在降低對國內產品及供應商的保護，減少對外國產品及供應商的歧視。締約會員包括美國、加拿大、歐盟 28 個會員國、瑞士、冰島、挪威、日本、韓國、新加坡、香港及以色列等 44 個締約體。全世界的政府採購商機估計約佔全球 GDP 的 15~20%；據 WTO 統計，美、加、歐、日、韓等 GPA 締約國開放之政府採購市場總規模每年約 9,603 億美元，約為我國國內開放市場規模的 150 倍。政府採購不僅金額龐大，且常為長期合約，違約風險較一般買主小，實屬我國廠商可以積極爭取之優良訂單。

鑑於 ASEAN 市場具有成長潛力，又東協政府採購商機大，中華民國對外貿易發展協會乃籌組「2015 年台灣優勢產業赴馬來西亞及緬甸拓銷團」，率領國內廠商前往爭取東協政府採購商機。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。

## 貳、行程簡介

本次重點市場拓銷團參加團員共 9 人，行程於 104 年 8 月 2 日自台北出發，於 8 月 9 日返抵國內，主要行程如下：

- 8 月 2 日（星期日） 團員自台北飛往馬來西亞吉隆坡
- 8 月 3 日（星期一） 於 Prince Hotel Kuala Lumpur 舉辦貿易洽談會
- 8 月 4 日（星期二） 市場考察(參訪 Ban Lee Hin Group)
- 8 月 5 日（星期三） 前往緬甸曼德勒、拜會雲南商會
- 8 月 6 日（星期四） 拜會瓦城商公會、前往緬甸仰光
- 8 月 7 日（星期五） 拜會仰光商工總會、於 MiCasa Hotel 舉辦貿易洽談會
- 8 月 8 日（星期六） 因氣候因素返台班機延誤，等待班機返台
- 8 月 9 日（星期日） 抵達台灣

## 參、地理位置與經濟數據



### 一、基本國情(2014)

	馬來西亞	緬甸
首都	吉隆坡(Kuala Lumpur)	納比都(Nay Pyi Taw)
人口(萬人)	3,000	5,575
面積(平方公里)	338,252	676,578
貨幣名稱	Ringgit Malaysia	Kyat
匯率(一美元)	3.2715RM	960 Kyat
主要種族	馬來人、華人、印度人	緬族
主要宗教	回教	佛教
語言	馬來語及英語	緬甸語
與台灣時差	0 小時	-1.5 小時

## 二、 各國主要經濟指標(2013)

	馬來西亞	緬甸
S&P (2014)	A-	N.A.
國內生產毛額(億美元)	2,497	594.3
外匯存底(億美元)	1394	N.A.
貿易收支(億美元)	224	16
平均每人 GDP(美元)	16,000	1,700
經濟成長率%	4.7	7.2
CPI 年增率%	2.1	5.7
失業率%	3.1	5.2
外債(億美元)	1009.5	54
基本利率%	4.61	13

## 三、 本行對馬來西亞及緬甸之輸出保險業務量表

馬來西亞							單位新臺幣：仟元
	2012		2013		2014		
	件數	金額	件數	金額	件數	金額	
信用狀	41	90587	34	133,184	22	61291	
D/P D/A	19	24729	4	6,761	34	68368	
O/A	59	117376	61	79,114	73	116869	
全球通	1	643375	1	791,166	1	761461	
合計	120	876,067	100	1,010,225	130	1,007,989	

緬甸							單位新臺幣：仟元
	2012		2013		2014		
	件數	金額	件數	金額	件數	金額	
信用狀	0	0	0	0	0	0	
D/P D/A	0	0	0	0	0	0	
O/A	0	0	0	0	0	0	
全球通	0	0	0	0	1	2019	
合計	0	0	0	0	1	2019	

## 肆、馬來西亞

### 基本國情

馬來西亞土地面積遼闊，面積 33 萬 252 平方公里，約為台灣之 9 倍，人口約 3,000 萬，人口密度低，其交通系統完善，縱橫向皆有高速公路連貫，鐵路北上可到泰國，南下可達新加坡，北中南皆有港口。購買力因城市與鄉村間之發展差距大而有相當大的差異；華人與印度人多數聚居於城市，馬來人則居住於鄉村為多。首都吉隆坡及附近之城市人口近 200 萬，為該國工商業之中心，附近也有主要港口巴生港，幫助進出口的貿易與運輸；其他主要城市如檳城、馬六甲、新山等，居民購買力亦高。境內天然資源豐富，盛產棕櫚油、橡膠、木材，是全世界最主要棕櫚油生產地，同時，其亦有石油、天然氣、錫、鐵等礦產資源。經濟結構以服務業和工業為主軸，分別佔 2014 年 GDP 比重 52.7%與 34.8%。

### 經濟情勢

2014 年，馬來西亞經濟成長 6%；據國際貨幣基金組織預測，2015 年及 2016 年之馬來西亞經濟成長率分別為 5.2%及 5%。另根據馬來西亞中央銀行資料，2014 年馬來西亞的主要成長動力來自建築業(成長 11.6%)、服務業(6.3%)、製造業(6.1%)及礦業(3.1%)；建築業成長係因住宅領域及非住宅領域發展計劃，服務業則受惠於通訊、批發及零售業的優越表現，而礦業成長之主因為原油與天然氣產量增加 9.6%。

值得一提的是，2014 年批發與零售業同比增長 9.3%，表現較整體服務業更為突出。馬來西亞之零售業先前以小型傳統商店為主，但近年外商及當地廠商紛紛引進外國管理技術，各型連鎖超商、百貨公司、便利商店、大型量販店及購物中心如雨後春筍般設立，帶動馬國零售業發展，並且直接衝擊傳統商店，一改以往多由本地華商經營之舊式批發零售體系。目前國際大型零售集團已在馬國占有一席之地，這些跨國企業(Carrefour 家樂福、Tesco 特易購、Jusco、Giant 等)為馬國目前主要通路商，另便利商店如 7-11、屈臣氏、Guardian 等小型零售商亦有逐漸增多的趨勢，涵蓋不同區域，價格稍高。隨著國民所得逐漸提高，馬國人民生活素質與消費能力隨之提高，對於貨品品質之要求相對重視，消費者保護意識亦逐漸抬頭，高消費族群逐漸成長，因此可以看到越來越多高價位的產品專賣店或專櫃設立。



根據馬來西亞國際貿易暨工業部之統計資料顯示，馬國 2014 年之總貿易額為 1.4491 兆馬幣（約合 USD 4,072.79 億），出口總額為 2,340 億美元，成長 6.4%；製造業產品佔總出口約三分之二，而電器及電子產品的出口增加，推升出口上升 7.6%。另對印度、香港、台灣、澳大利亞、美國及新加坡出口增加，分別成長 23.94%、18.46%、14.3%、12.8、11%及 8.56%。進口總額為 2,090 億美元，增加 5.3%。進口主要是中間產品，包括電子、機械及石油產品，主要來源地包括中國、新加坡、日本、美國及泰國。

	2012	2013	2014
出口總額(增減%)	2,150 億美元(+0.6)	2,200 億美元(+2.4)	2,340 億美元(+6.4)
進口總額(增減%)	1,850 億美元(+5.9)	1,980 億美元(+7.0)	2,090 億美元(+5.3)
匯率	3.06	3.15	3.27

SOURCE: IMF, 馬來西亞統計部, 馬來西亞國家銀行

根據我國統計資料，2014 年我國與馬來西亞之雙邊貿易計 173.97 億美元，較 2013 年增加 6.68%，台灣屬馬來西亞第七大貿易夥伴，次於中國、美國、日本、香港、新加坡及韓國。其中馬來西亞自台灣進口 86.12 億美元，較 2013 年成長 5.23%，主要進口項目為電子電機產品，佔從台灣進口總額 42.96%，其餘包括礦油、機械及零件、鋼鐵、塑膠製品、雜項化學產品、光學設備、有機化學品、橡膠製品及紙製品。馬來西亞出口至台灣 87.85 億美元，較 2013 年提高 5.23%，主要出口項目為天然氣，佔出口至台灣總額 36.93%，其餘包括電子電機產品、光學設備、機械及零件、木材產品、雜項化學產品、有機化學品、油脂產品、塑膠製品及銅製品。

匯率方面，2013 年底受美國量化寬鬆政策逐漸退場，馬幣兌美元匯率從 2012 年底之 3.06 貶至 3.28 兌 1 美元，全球資金流動明顯暴增衝擊馬幣匯率，再加上投資人認為馬國最大貿易夥伴－中國之經濟成長趨緩，將會影響馬來西亞之經濟，故資金外流導致馬幣呈現貶值，2014 年底，馬幣兌美元匯率貶至 3.5 兌 1 美元。然鑑於馬來西亞持續之經常帳盈餘以及穩健之經濟成長，經濟學人雜誌仍預期 2015 年底馬幣兌美元匯率將回升至 3.48：1。

## 政府政策

馬來西亞政府於 2010 年推出「經濟轉型計劃」(ETP)，列出最有潛力促進整體

經濟增長的 12 個全國重點經濟領域，包括石油、天然氣及能源產業、棕油業、金融服務業、觀光事業、電子與電器業(專注發展半導體、太陽能、LED)、批發與零售業、教育、醫藥保健業、農業(開發養燕業、稻米種植、草藥產品及商業化生產海藻)、通訊業、創意產業及大吉隆坡等；目標致力在 2020 年前推動馬來西亞成為人均收入至少達 15,000 美元的高收入經濟體。2014 年檢討該計劃成果：馬來西亞 GDP 成長高達 6%，較 2013 年之 4.7% 優越；平均每人國民所得，提升至 3 萬 4,123 馬幣(約合 1 萬 426 美元)，高於 2013 年之 3 萬 1,844 馬幣；私人企業投資額增加至 1,460 億馬幣，創造 180 萬個新工作機會。估計 ETP 至 2020 年可為馬國創造國民總收入 1,440 億馬幣及 43 萬 5,000 個就業機會，推動國內經濟活動連鎖效應。

馬來西亞政府希冀營造優質商業環境，以利吸引更多外資進駐，許多跨國已選擇在此設立區域與全球營運中心。美國為馬來西亞最大外來投資國，金額達 19.27 億美元；其次為韓國(16.7 億美元)、新加坡(13.79 億美元)、日本(10.95 億美元)、中國(9.2 億美元)、荷蘭(7.26 億美元)及德國(5.23 億美元)；其中柔佛州為馬來西亞最熱門投資地點，投資金額為 44.04 億美元。馬來西亞貿工部長慕斯達法表示，2013 年外部經濟環境低迷，馬來西亞 58% 之外來資金源自亞洲。2013 年馬來西亞電子與電器產品吸引 29.92 億美元之投資金額，較 2012 年 13.03 億美元成長 1.3 倍，顯示外資對此供應鏈有樂觀的期待。同年台商累計在馬來西亞投資金額為 3,994 萬 5,122 美元，較 2012 年下跌 23.64%，居馬來西亞外人投資第 16 位。惟以金融業的角度看來，馬來西亞原規定外資在回教銀行、投資銀行、回教保險及保險業等金融業之股權限制為 49%，2009 年雖提高到 70%，但對於其他現有外資持有馬來西亞商業銀行最高股權限制仍維持 30% 不變，對於我國金融業欲在當地設立分行服務台商的理想不易實現。

馬來西亞屬世界貿易組織(WTO)之一員，施行自由貿易制度：2013 年平均適用關稅稅率是 6%，非農產品關稅介於 0-50%，約 65% 的非農產品進口享有免關稅待遇；原材料、機械和基本食品多數免徵關稅或按較低稅率徵稅，直接使用在生產過程中的原材料、零部件、設備及機械之進口關稅亦已取消。馬來西亞亦已與日本、巴基斯坦、紐西蘭、印度、智利和澳洲簽定雙邊自由貿易協定，並同時積極參與各種自由貿易協定，現正與土耳其和歐盟進行雙邊談判。

此外，馬來西亞同時也是東南亞國家聯盟(ASEAN)會員國，與 ASEAN 會員國共有優惠關稅計劃：ASEAN 所有工業產品貿易最多只徵收 5% 之進口關稅，現行

馬來西亞現已對其他 ASEAN 國家實行 95%免關稅政策。ASEAN 與馬來西亞一起先後與多個貿易夥伴簽署協定，分別是中國(中國－東盟自由貿易協定 CHINA-ASEAN Free Trade Area，2002 年 11 月簽署)、韓國(2004 年 11 月)、巴基斯坦(2007 年 11 月)、日本(2008 年 4 月)、澳洲及紐西蘭 (2009 年 2 月)和印度(2009 年 8 月)。根據中國－東盟自由貿易協定和東盟－韓國自由貿易協定，自 2010 年 1 月 1 日起，90%的有關產品豁免關稅。

另外，馬來西亞已於 2014 年 10 月簽署成為亞洲基礎建設投資銀行(Asian Infrastructure Investment Bank, AIIB)意向創始成員國。馬國首相納吉並於 2015 年博鰲亞洲論壇指出，亞投行受到眾多亞洲及歐洲國家支持，獲得巨大迴響，充分顯示亞洲發展實力，亦認為該銀行將創建一個龐大資金，用於發展亞洲基礎設施，特別是東南亞。

不過，國際評等機構 Standard & Pool 分析，國際原油價格暴跌會對馬國財政赤字造成影響，因政府營收依然高度仰賴能源產業，預測 2015 至 2018 年，政府每年債務將上漲至 GDP 的 2.8%。然此情勢沒有影響馬來西亞政府長期減少財政赤字目標，馬國政府於 1 月 20 日宣布重新修正 2015 年財政預算案，包括削減行政開銷 55 億馬幣(約合 15.48 億美元)等措施，以因應國際油價暴跌及馬幣貶值影響。S&P 繼續維持馬國外幣及本幣長期與短期「A-/A-2」及「A-/A-1」信貸評等展望，係因大馬強勁外部資產地位及彈性貨幣平衡適中赤字表現，展現趨向穩定。

## 市場情形

世界經濟論壇公告「2014-2015 全球競爭力報告」資料顯示，馬來西亞的競爭力排名在全球 144 個參評經濟體中排名第 20 位，上年為第 24 位。另依國際透明組織 (Transparency International) 公布的「2014 年貪腐印象指數 (Corruption Perceptions Index 2014)」報告，馬來西亞在 175 個國家或地區當中排名第 50 名，與喬治亞、薩摩亞列同一等級。

馬來西亞非政府採購協訂 (GPA) 會員國，關於其政府採購資訊不透明，官方網站以馬來文顯示，且為馬國政府為保護當地主著，亦規定在馬來西亞設立之公司，方能參與政府採購案投標，因此外資公司無法與馬來西亞在同一起跑點競爭，僅能透過與當地馬來公司合作才能參與競標。

馬來西亞是一個由多元種族組成之國家，其中土著(含馬來人)約占 62.2%，其次為華人占 22.5%，印度人占 6.8%，其他少數民族占 1.2%，及外籍人士占 7.3%。其立國以來以馬來文化為主體，在語言、文化、教育及經濟政策上都對馬來族特別保障。馬來西亞之國教雖為回教，惟各種族仍有其信仰，馬來人信奉回教，華人多數信奉佛教與道教，印度人則篤信印度教，且各有其生活及飲食上之忌諱，例如：馬來人忌吃豬肉，而印度人禁忌吃牛肉。其官方語言為馬來語以及英語，但華人多數可通曉華語，首都吉隆坡之華人多以廣東話交談，北部檳城州之華人多以福建話溝通，英文則普遍為不同種族間溝通之工具。由於各種族之宗教、文化、生活習慣各異，其消費特性亦呈多元化，我國廠商在開拓該國市場，應注意其市場區隔及其零售市場特色。

近期，馬來西亞全力發展為國際清真食品中心，目前馬來西亞伊斯蘭教發展署(JAKIM)核發之清真認證已獲得 22 個國家 42 個回教協會成認，若取得該認證，等同於擁有回教國家的通行證，對於在全球 16 億人口之清真市場拓展，有很大的助力。而馬來西亞之哈拉食品認證標章已在回教世界普遍取得信任，反觀我國食品業自動化生產及管理技術皆較馬國成熟，如能結合該食品認證之優勢，不僅能進入馬國多元化之市場，亦可同時開發國際回教市場。

## 伍、緬甸

### 基本國情

緬甸國土面積約 67.65 萬平方公里，排名世界上第 40 大國家、東南亞第二大國，位居中國、印度、東協各國三大新興經濟體之中心位置。人口約 5,575 萬，世界排名第 24 位；首都為納比都，2005 年以前設於最大城市仰光。其擁有豐富的天然和農業資源，農漁林業佔 GDP 約 40%，製造業約 20%，其餘為服務業。近年，緬甸的 GDP 增長穩定，受惠於天然氣生產、商品出口以及外商直接投資增加，據國際貨幣基金組織估計 2012 年 2013 年及 2014 年分別增長 7.2%、8.3% 及 8.5%，且認定緬甸是增長潛力優厚的國家，未來 4 年可以保持或超越 8% 的增長水平。

### 經濟情勢

根據緬甸海關表示，財政年度 2013 年 4 月至 2014 年 3 月，緬甸總出口增長 25% 至 112 億美元；主要出口市場為中國(63.0%)、泰國(15.8%)、印度(5.7%)、日本(3.5%) 及南韓(2.3%)，出口產品包括燃料、礦物、農產品和服裝。同時間，緬甸總進口增長 52% 至 138 億美元；主要進口來源地為中國(42.6%)、泰國(19.1%)、新加坡(10.9%)、日本(5.4%) 及印度(4.0%)，進口產品主要是機械、運輸設備、普通金屬及其製品。

與我國貿易方面，2014 年我國對緬甸總出口值為 2.25 億美元，總進口值為 1.04 億美元，貿易順差為 1.21 億美元，出口以機器及機械工具(19.92%)、未列名動物產品-鳥羽羽絨(14.53%)、塑膠及其製品(8.67%) 及鋼鐵(8.80%) 為主，進口以木材及木製品(60.75%)、雜項穀粒、種子(14.27%)、食用蔬菜(11.25%) 為主。

緬甸過去匯率一直維持官方匯率與黑市匯率並行的狀態，2011 年官方匯率為 5.35 kyat 對 1 美元，而同期平均之黑市匯率約 815 kyat 對 1 美元，通常僅有國營企業進行國際貿易時才採用官方匯率，其餘外匯交易多參照黑市行情，不利於經商或旅遊，對外資來說大大降低投資吸引力。2012 年 4 月 1 日新政府上任，始實施重大經濟改革措施，匯率改為管理浮動制，訂參考匯率為 818 kyat 對 1 美元，使緬甸幣匯價向市場行情趨近，以期促進貿易與投資。自實施匯率改革以來，緬甸幣 kyat 兌美元大幅貶值，2014 年底匯率為 1,026 kyat 對 1 美元，緬甸央行陸續透過降低美元提取限額，新增馬幣及泰銖為可兌換外幣方式，以緩解緬幣匯率下行壓力，預估 2015 年底將會續貶至 1,052.68 kyat 對 1 美元。

根據香港貿發局研究顯示，緬甸 2014 年估計 0~24 歲人口約 2,491 萬人，對於未來數十年經濟成長有貢獻潛力，惟龐大又低廉的勞動人口背後，隱藏教育水準低落的問題，雖政府當局近年來已加強小學基礎教育，但仍缺乏高等技職教育，可能影響勞動人口品質。另外，根據亞洲開發銀行 ADB 2015 年亞洲發展展望報告，目前緬甸政府正在規劃 2016-2020 國家教育部門計畫，計畫中預計改善中學教育環境、增加中學教育完成率，並接軌中學教育至技職教育訓練，期待改善緬甸年輕勞工教育不足及技術缺乏的問題。

世界經濟論壇公佈最新「2014-2015 全球競爭力報告」指出，緬甸的競爭力在全球 144 個參評經濟體中排名第 134 位，較上年度進步 5 名。另依國際透明組織（Transparency International）公布的「2014 年貪腐印象指數（Corruption Perceptions Index 2014）」報告，緬甸在 175 個國家或地區當中排名第 156 名，較 2013 年進步 1 名，與柬埔寨及辛巴威等國列同一等級。

## 政府政策

由於緬甸政府近年推行政治及經濟改革，西方國家已暫停大部分對緬甸實施的經濟制裁。美國於 2012 年 5 月暫停對緬甸實施投資禁令，惟與軍政府有關的企業除外；此舉鼓勵美國公司與緬甸通商。2013 年 2 月，美國財政部向 4 家緬甸銀行發出一般許可證，允許銀行與美國機構進行金融交易，與緬甸進行貿易的美國公司可以取得信用狀，在緬甸的美國投資者亦可透過當地銀行轉賬。此外，歐盟亦於 2013 年 4 月通過撤銷對緬甸的經濟制裁（軍火銷售除外），同年 7 月，歐盟將緬甸納入普及特惠稅制度，除了軍火外，緬甸出口貨品到歐盟可享有免關稅待遇，亦免受配額限制。

2012 年 11 月 2 日，緬甸頒布「緬甸外人投資法」，外商投資該國可以採取獨資或合資形式，允許外資投資包括：電力、石油和天然氣、礦業、製造業、飯店和旅遊業、房地產等；此外，在營運的前 5 年，外商可享有免稅及其他形式的稅務寬減，提供外人投資許多優惠。據緬甸國家計劃與經濟發展部表示，截至 2014 年 8 月，外商於緬甸的直接投資累計達 494 億美元，主要投資來源為中國(145 億美元，佔總額 29.3%)、泰國(102 億美元，佔 20.7%)、香港(66 億美元，佔 13.3%)和新加坡(65 億美元，佔 13.1%)；而外商於緬甸直接投資總額中，約 70%和能源及油氣有關，製造業佔 9%，飯店和旅遊業佔 4%。現階段投資緬甸的主要外商來自亞洲，隨著緬甸持續開放市場，預期吸引更多其他地區的外商直接投資。

緬甸稅法規定不甚完善，且缺乏有效率的稅務系統，故政府稅收入不敷出的情況為常態。2012 及 2013 年之財政赤字占 GDP 之比率分別為 4.8% 及 4.6%，2014 年財政赤字占 GDP 比率之估計值為 4.0%。由於緬甸以往透過央行增加貨幣發行的方式融通財政缺口，易造成通膨升高的效果。IMF 建議執政當局可以透過擴大稅基、加強依法納稅及減少稅賦豁免等方式來增加政府收入，以控制財政赤字占 GDP 比率在 5% 以下為目標。2015 年 1 月緬甸政府改以透過拍賣國庫券的方式，以市場決定國庫券利率來支應財政缺口，除了有利於推動利率市場化改革外，亦可避免造成通膨上升的隱憂。

2014 年 10 月，緬甸央行批准九家外資銀行在緬甸從事規定的銀行業務，每家銀行可以在緬甸設立一家分行及向外資公司提供貸款，但僅可提供外幣貸款服務。這是 50 年來首次允許外資銀行在緬甸提供服務。日前，玉山銀行、第一銀行及國泰世華銀行已在緬甸設立辦事處，目的在於蒐集資料、瞭解當地的金融情況，以評估未來發展策略；其中第一銀行於 2013 年 3 月開業，為我國首家赴緬甸設立據點之銀行業者。2015 年 6 月，緬甸央行核准我國 8 家銀行於當地申設辦事處，包括兆豐、中信銀、新光、台銀、合庫、台新、台企銀及元大銀行。

緬甸自 1995 年 1 月起加入世界貿易組織(WTO)，對進口農產品實施的最惠國關稅率平均達 8.6%，逾半農產品的關稅率低於 15%；而非農業產品的最惠國關稅率平均為 5.1%。1997 年加入東南亞國協(ASEAN)，同時也是中國—東盟自由貿易區(CAFTA)的一部分；以人口計，這是全球最大的自由貿易區。據 CAFTA 協定，中國對緬甸產品實施的平均進口關稅率，由 2005 年的 8.3% 逐漸降至 2012 年的 0.6%，其中，中國對緬甸紡織品及服裝徵收的關稅，由 2005 年平均 15% 到 2012 年降至為零。同樣的，緬甸亦逐漸降低中國產品的關稅率，例如中國家具平均關稅率由 2010 年的平均 9% 下降至 2015 年的 0.02%。

## 市場情形

緬甸的官方語言為緬甸語，預估全國 95% 人口皆使用緬甸語，商務活動仍以仰光及曼德勒 2 大都市為主。其城鄉落差及貧富差距過於懸殊，估計整個消費市場的實際有效消費規模應為 1,000 萬人左右，由於長期受到國際制裁及軍政府管制，消費市場屬於賣方市場，消費者的選擇空間不大，相較於其他東南亞發展中國家，目前消費者欲獲得品質較佳的產品與服務，仍需支付偏高的價格取得。

在緬甸估計超過 80%人口篤信佛教，當地人在佛教思想的長期影響下，普遍認為此世樂善好施，下一世將有福報；此外，在緬甸有屬不清的寺廟和佛塔，都是緬甸人民捐款修建，而寺廟亦具有社會保險的功能，三餐不繼者可前往寺廟寄宿或出家。由於樂於布施，民眾多沒有理財規劃，故儘管想消費，但常常沒有多餘的收入可以支出，故不少緬甸商人會利用法會期間銷售產品，或是在農產品剛收成時，農民有所得可以消費時期。

目前，緬甸仍以現金交易為主流，信用卡仍未普及，ATM 的功能僅限於提領現金，很多周邊金融服務功能仍待發展。在買賣交易方式，基本上 50%為預付訂金，尾款則在出貨前支付或貨到付款，瑕疵品的申訴，則視購買價格及商家承諾而定。總體而言，社會治安穩定且民風純樸，但在全球化的影響下，中高端的消費群亦跟其他國家之中產階級同步，販售二手貨或是退流行之商品已不適合。

緬甸華僑人口（包括華僑及華裔人口）約 200 萬人，當地的工商業屬華人的天下，而華僑在當地的人脈以及對台灣特殊的情感，是台商在緬甸立足的重要助力；惟華人被迫排除在公職體系外，現緬甸仍屬偏重人治的政府，再加上多數台商不熟悉緬甸語，故皆需依賴華僑與緬甸官員的政商關係運作。根據與緬甸華僑表示，在緬甸經商絕對要信守誠信，做不到的事情勿輕率允諾，因緬甸企業家的社交圈很小，消息傳播迅速，若有不誠信形象將不易生存。

在緬甸切記勿以貌取人，許多工商要人經常打扮隨意、居家檢樸，不易從外觀判定，雖然該國缺乏資金，但工商界人士的資產雄厚，遠非外界所能想像。而當地之傳統風俗與宗教與禁忌台灣習俗大有不同，例如：不可以摸任何人的頭、不能用左手取食等以及進入廟宇要脫鞋、不能穿著襪子（絲襪亦不可）等，應在前往該國前就先了解，避免製造不必要的誤會。此外，在緬甸的衛生條件不佳，從飲水到用餐都應注意衛生，避免食用生冷食物，很可能因為水土不服而生病，台商前往應多準備常用藥品。

由於緬甸商業資訊傳播管道不多，當地消費者對國際品牌的認知常來自於街道兩旁的大型廣告看板，在仰光及曼德勒，除了當地與泰國產品廣告及少數日本化妝品外，就是韓國三星的大型 T 霸廣告，如台商欲打入緬甸市場，在品牌行銷方面應再多著墨。



## 陸、參訪廠商及貿易洽談情形

### 一、參訪 BAN LEE HIN GROUP

透過吉隆坡台灣貿易中心安排，此次行程有機會參訪馬來西亞當地公司—BAN LEE HIN GROUP，其成立於 1974 年，業務範圍涵蓋建築，機械，物流，五金，產業，室內裝潢，發展商等，企業精神著重於勤勞、專業、專注；其集團主席為拿督 Tony Looi，為在地華人。由於該集團對於自身的企業文化很自豪，故很樂於分享其精髓，歡迎其他企業可以複製或交流，下列為其企業文化幾項要點：

1. 每位員工都有屬於自己的記事本，裡頭註記了自身的工作計劃、讀書計劃以及當天的心情紀錄。每天早上的晨會會檢查是否完成記事本註記，如沒有如期完成，將會有採連坐法的伏地挺身的處罰。主管可以藉由翻閱記事本，了解員工的工作狀況給予建議或關注。
2. BAN LEE HIN GROUP 注重與員工的互動關係，除了每年例行的年會聚餐，平時亦會找機會聚餐聯絡感情，以及一同參與社區活動，不僅回饋社會，亦讓員工感到公司就是自己的另一個家，且每次活動都以相片記錄並印製成精裝本，公司內外部都可以分享，員工皆以在此公司工作為豪。
3. 該集團宏願是建立屬於自己的一個城市，該城市除了所有的建築物都是綠建築外，出入的交通工具均採用綠色能源，追求成為一個無碳城市。城市中除了該集團的辦公大樓，亦有住宅區、醫院、娛樂場所等，希望員工皆能在該城市生活感到健康、方便且快樂。

### 二、馬來西亞貿洽會

8 月 3 日於馬來西亞吉隆坡舉辦貿洽會，藉此機會與當地金融同業交流並提供同團團員金融諮詢服務，其中富邦金控駐馬來西亞代表牛先生因與當地台商的關係密切，當其了解本行執行政府拓展外銷之經濟政策後，對於本行之轉融資業務很有興趣，積極的表示可以協助本行與當地具規模的銀行接洽，希冀本行能與當地銀行建立合作關係，讓當地台商有機會利用轉融資業務取得資金來源。已將其聯絡方式轉知本行相關業務單位接洽，關於與 Public Bank Berhad 簽定合作計劃正在洽談中。

此場貿洽會，遇到本行承保的馬來西亞買主 FORMALCHEM SDN BHD，該買主為長駐在馬國之台灣廠商，長期向台灣上緯企業股份有限公司進貨，日前 FORMALCHEM 因有資金需求，希望台灣出口商能以放帳方式進行交易，上緯企業

因本行同意承保該馬來西亞買主，能將風險移轉至本行，故同意買方之付款條件以放帳方式進行承做，買主表示，很感激本行的輸出保險，不僅協助台灣出口商拓展外銷，亦間接幫助了在海外不易取得資源的台商，進而助長馬來西亞與台灣之雙邊貿易。

### 三、緬甸貿洽會（雲南商會、曼德勒商會、仰光貿洽會）

在緬甸舉辦之貿洽會，呈現的方式有別以往的形式，由於此團的目的係協助國內廠商爭取國外政府採購訂單，再加上團員人數不多，故此次係由各團員先以簡報方式向雲南商會、曼德勒商會以及仰光商工總會介紹自家產品及特有優勢，用以吸引台下之潛在買家，待簡報結束後，再請買家自行前往感興趣的攤位進行後續洽談，以期更有效率媒合買賣雙方。

職亦利用此次機會介紹本行，希冀增加本行曝光率。由於台下的聽眾為外國買主，故僅針對轉融資以及輸出保險介紹，期待外國商人能透過本行提供的金融服務，直接或間接解決其資金上的困難：直接利用本行資金向當地銀行融資，購買台灣商品，或是利用放帳交易方式與台灣商人做生意，降低資金壓力；進而增進我國與緬甸間之雙邊貿易。

簡報結束後，緬甸商人對於本行轉融資業務表達強烈興趣，皆前來表示在當地資金籌借不易，希望能向本行直接融資，惟本行在執行轉融資業務時，是否融資予該買主取決於當地合作銀行的考量，本行無法介入，僅在撥款時，需要買主提示向台灣進口商品之相關文件；已向前來詢問之買主解釋上述情形，建議其向主要往來銀行推薦與本行簽訂合作契約，進行轉融資業務，或是直接請台灣的賣家向本行申請保險額度，以放帳方式進行交易，不僅賣家的資金問題解決了，台灣出口商亦在風險沒有增加的狀況下，成功與緬甸生意人達成交易。

## 柒、結論與建議

### 一、 參加貿訪團有助於提高本行曝光度

本行的員工、分行據點都不多，很多民眾仍因為本行名稱有「中國」二字，而誤認本行非屬臺灣本國銀行，故提升本行知名度實屬迫切達成的目標，此次行程，職長時間與同團團員相處，不僅有充分的時間與出口廠商介紹本行業務，亦能更佳了解出口商的需求，感受到參加貿訪團對於提高本行的曝光度有相當大的效益，不同於舉辦研討會或是拜訪客戶的結果，很多團員從對本行完全陌生到可以向他人簡單介紹本行業務，且因行程中互動頻繁，雙方皆尋求日後可以一起合作的機會。

### 二、 馬來西亞重行銷

透過團員分享在馬來西亞的經驗以及參訪 Ban Lee Hin Group 後，了解到在馬來西亞就算是華人的企業，與本國企業文化亦不盡相同；馬來西亞的商業文化很注重行銷，我國出口商欲向其銷售商品時，可以多考量品牌行銷的策畫，譬如在展覽會場擺攤，針對攤位佈置或是舉辦一些活動製造噱頭，吸引參展者目光、媒體的採訪，增加曝光度，不要被「Cost Down」的觀念所侷限。

### 三、 馬來西亞商機－淨水器

在馬來西亞當地觀察，該國居民傾向擁有自家之淨水器，因當地自來水有雜質混濁係屬正常現象，儘管煮沸飲用仍可能造成身體不適，故職認為家用淨水設備相關產業在當地的商機很大，也許馬國政府日後亦會有淨水場相關政府採購案釋出，我國相關產業之廠商可積極爭取。

### 四、 馬來西亞商機－清真產業

全球目前有 15 至 16 億穆斯林，約佔世界總人口的四分之一，而穆斯林市場的年產值估計在 8000 億到 1.2 兆美元之間，是一個舉世矚目的重要新興市場。凡是教法上許可的，稱為 Halal（阿拉伯文 **حلال** 之音譯），意指「合法」或「許可」，國人俗稱「清真」，特指合乎教法、為穆斯林可食之食品。

以往加工食品較少，一般穆斯林由外觀即可判斷食物是否清真或合法，對於成分不明之食品，均盡量避免。惟隨著加工技術日新月異，冷凍設備進步與交通運輸發達，各地均有來自各國產製之加工食品，為日常生活不可避免之消費品。清真認證產品係依據伊斯蘭教法訂出之食品原料成份、加工製造、

清潔衛生管理及包裝儲運等規範而產製，過程中非常嚴謹地排除使用不合乎教法，或受其污染、不適合穆斯林使用之成份。故當一個產品透過清真認證後，將可確定此產品從頭到尾的製程都符合穆斯林的教義。

職認為，此種認證，與在國內常見的"全素"或"奶蛋素"的標示有異曲同工之妙，同樣的食品，如多了素食的標示，變多了茹素者的消費者。同理，一樣的產品，如標上清真認證的標示，且該標示屬國際間認可的認證，該產品便多了擁有廣大人口的穆斯林消費者。舉凡農漁畜產、食品加工、食品調味、生技醫藥、美妝保養、食材設備技術等產業，均是一個重要之新商機。

#### 五、 緬甸商機－基礎建設

由於緬甸缺乏電力、資金及技術導致基礎建設嚴重不足，造成經商成本及生活費偏高。例如，從機場到市區的交通，不一定有路燈，路亦多不平整。其中基礎建設中最急迫之項目為電力系統的擴充與改善，因缺少完善的電力系統，供電不易穩定，在飯店與餐廳仍常會遇到停電的狀況。預計在未來十年內，緬甸為了解決經常性停電問題，將持續大量投資於發電系統。

#### 六、 我國行銷策略的省思

緬甸入境大廳左側可看到獲得「台灣精品獎」之商品的廣告看板高掛，隨後映入眼簾的是擺在入境櫃檯的「Samsung」空氣清淨器之展示品，相較之下，「Samsung」的品牌使看到的每個人都記住了，台灣精品的廣告卻涵蓋過多品牌，乍看之下沒有深刻印象，亦無法聯想那些產品都屬於台灣，僅知道看板要廣告這些商品，感覺我國在品牌行銷策略上還需再加強。除此之外，緬甸人樂於捐獻，如欲在該國行銷，建議在行銷規劃上可與公益活動結合，應能吸引媒體報導增加品牌曝光度，亦能獲得當地人的認同。

#### 七、 充實國際知識

可能礙於我國新聞媒體不著重報導國際新聞，且我國習於偏重學習先進國家之文化，對於東南亞國家，雖其地理位置離台灣近，多數台灣人對於他們的了解仍很是缺乏，然根據此次職與當地人接觸的經驗，發現當地人對於其他鄰近國家，甚至對於台灣，都有一定程度的認知，正所謂「知己知彼、百戰百勝」，當我們國人不是很了解東南亞文化商情，但他們了解我們的時候，我國的競爭力不一定會較他們突出。所以職認為加強國際知識是很重要的，而國際知識應該是包括世界各地，不是僅針對先進國家，如此一來，我們才能有機會在競爭激烈的國際市場，尋找擁有長期優勢的生存之道。

## 附件一、2015 年臺灣優勢產業赴馬來西亞及緬甸拓銷團

	公司名稱	產業類別
1	瑞元勝國際貿易有限公司 GREATEK GLOBAL TRADING CO., LTD.	汽機車零組件
2	和高行銷管顧有限公司 HOGO ( Yangon) business consulting co., Ltd.	汽機車零組件
3	華群益企業有限公司 HUA CHIUN YI ENTERPRISE CO., LTD.	汽機車零組件
4	捷仕佳實業有限公司 LUCKWELL CO., LTD.	汽機車零組件
5	非石實業股份有限公司 NON-STONE CO., LTD.	建材、五金、手工具
6	台一國際股份有限公司 TAI-I ELECTRIC WIRE & CABLE CO., LTD.	建材、五金、手工具
7	岳峰精密化學股份有限公司 UFON NANO-CHEMICAL CORP.	建材、五金、手工具
8	中國輸出入銀行 THE EXPORT-IMPORT BANK OF THE REPUBLIC OF CHINA	
9	外貿協會行銷專案處 TAITRA	

## 附件二、業務活動照片

參訪 BAN LEE HIN GROUP



馬來西亞貿洽會





向曼德勒商會簡報



與曼德勒商會合影



向仰光商工總會簡報



向緬甸商人解釋本行業務

