



整理／
玆聿

台商經營與活動

兩岸企業家峰會 達成 29 項協議

據經濟日報11月6日報導，「2017兩岸企業家紫金山峰會」11月6日在南京登場，這是中國大陸19大之後，兩岸首場民間重大交流活動。出席的兩岸企業界代表超過千人，創歷年最多。

本次以「兩岸產業融合發展：新形勢新商機新思路」主題，以各產業合作推進小組為單位舉辦專題論壇，如宏觀經濟交流小組、能源石化裝備產業合作推進小組、金融產業合作推進小組等7個小組進行專題論壇。經2天熱烈討論，達成了多項合作共識，簽署了29項合作協議，除敲定古雷年底前動工外，最引人注目的是力倡兩岸合資在南京開第一家台商銀行，為兩岸經濟融合再向前跨出一大步。

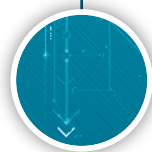
另外，今年峰會，台企聯與各地台商協會在11月7日至9日共同舉辦「大陸台資企業產品展銷會」，這是台資企業首次大規模、多角度的集中展示，有近700家台商參展，規模遠勝2016年南京台灣名品交易會的450家廠商參展。

首屆海峽兩岸企業家紫金山峰會於2008年辦理，之後又於2010年、2011年、2012年舉辦過3屆，並在兩岸政經產學界人士共同倡議下，於兩岸分別設立兩岸企業家峰會社團，輪流在台灣與大陸舉行年會，以推動兩岸產業合作與交流。經雙方理事會商定，2018年兩岸企業家峰會年會將於明年下半年舉行。

第 14 屆湖北·武漢台灣周圓滿落幕

據旺報11月9日報導，第14屆湖北·武漢台灣周於11月7日至11日舉辦。本屆台灣周以「擴大交流、開放共用、融合發展」為主題，安排了主體活動、經貿文化與基層交流、青年交流、分會場活動等4大板塊，共23項活動。其中，主體活動設在武漢，分會場活動設在襄陽、宜昌、黃石、孝感、荊門、黃岡、咸寧等7市。

本屆的經貿文化和基層交流活動包括：中部台資企業合作發展討論版、漢台產業合作發展推介會、鄂台產業工人技能交流會、鄂台家庭教育討論版、首屆海峽兩岸殘障人士文創交流會、台灣農業嘉年華、苗栗縣村里長進武漢社區交流



活動和湖北文史兩岸交流座談會等。其中，台灣農業嘉年華，台灣8縣市分別派員參展。其中，花蓮縣長傅崐萁、苗栗縣長徐耀昌親自出席，推廣台灣農產品特色。

據統計，本屆台灣周共簽訂各類合同、協定50多個，涉及金融、電子、醫藥、食品、環保、機械、生物科技和生態、觀光、精緻農業等多個行業和領域。

第10屆海峽兩岸文博會 台商參展踴躍

據今日新聞11月9日報導，第10屆海峽兩岸文化產業博覽交易會（文博會）11月3日至6日在廈門舉行。

本屆文博會主展館設有工藝藝術、創意設計、數位內容與影視、文創旅遊4大板塊12個展廳，合計3,406個展位，總展位面積7.3萬平方公尺，共有境內外1,010家文化企業和機構參展。另外主展館舉辦了對接會、評選推介、簽約交易、創意活動等33項活動；分佈廈門5個區的27個分會場共94個專項活動同步登場，涵蓋兩岸各大文化創意產業園區基地和藝術機構。

在歷屆文博會中，台灣特色的工藝精品總能驚艷眾人，本次法藍瓷、玲瓏窯、天冠銀帽等台灣工藝精品集體展現了台灣地區精工佳作；台灣知名收藏家許伯夷首次在主展館設展，展示成吉思汗畫像在內的42件珍藏，讓兩岸業界與市民大飽眼福。

在文創旅遊板塊部分，引進了淡水小鎮、鶯歌小鎮等台灣特色小鎮，同時設置了台東、南投、金門、嘉義等主題展館，將台灣各地特色文創產品及特色文化旅遊資源一一展示；由台商協會組織的台灣青年文創館參展成效卓越，前來洽商合作的客商絡繹不絕。

本屆文博會投資簽約項目共120個，總簽約額320.29億元（人民幣，下同）；現場交易額10.83



大陸二胎商機誘人，出版商瞄準早教市場，推出家庭智能陪護機器人，具有人機互動、親子教育等功能。

億，其中訂單額10.26億；展會期間參觀人數始終保持了旺盛的人流，總參觀人數達27.87萬人次。

19大後商機 台商搶攻教育醫療

據經濟日報11月3日報導，中國大陸19大報告中，多次提到「健康中國」與「美麗中國」。專家學者和台商認為，大陸為全面推動小康社會，在教育、醫療、環保等產業都將日漸受到重視，也成為台商未來可以發展的方向。

資策會產業情報研究所資深總監陳子昂指出，大陸積極推動「健康中國」與「美麗中國」，研判未來5年至10年，台灣領先的環保、醫療照顧等產業，在大陸將有很大商機。

環保產業方面，資誠永續發展服務公司董事長朱竹元表示，自2016年「巴黎協議」上路後，都看到全球積極減碳、轉型綠色商機趨勢，尤以大陸發展最積極。朱竹元分析，聯合國在2016年發布17項「永續發展目標」，其中的「責任消費與生產」是台商能參與綠色商機的切入點，台商可以先從生產過程中，導入節能設備，從綠色生產出發。進一步，導入循環經濟的思維，從源頭設計、產品功能

思考如何對消費者、對環境更綠。

在上海從事教育業的台商袁亮天認為，大陸推動全面「二胎」已2年，新的一批小孩長大自然會產生更大需求，隨著經濟的發展，大陸中產階級越來越來重視健康和教育議題，無論老中青三代的相關商機都至關重要。袁亮天指出，例如大陸當紅紀錄片「我在故宮修文物」，讓民間藝術成為親子教育的重點。像帶領小朋友製作萬聖節南瓜燈、學習油畫等親子教育活動都深受家長歡迎，顯示大城市家庭對比較有個性的東西感興趣，教育客製化的需求相當大。玩劇島董事鍾俊彥解讀，大陸實體賣場競爭因壓力大，對他們提供的情境式體驗等模式有興趣，看好兒童和教育等相關議題。

有台商指出，大陸的托兒所跟幼兒園是歸大陸教育部管理，但0至3歲嬰幼兒製教育的產業政策仍是空白。如台商能夠想到合適的商業模式，並且打通政府管理的環節，未來會有很大的商機。

中國大陸雙 11 垃圾災難 台商搶綠色包裝商機

據中央社11月11日報導，今年雙11購物節期間，中國大陸有超過10億件快遞。快遞造成的巨量垃圾，讓綠色包裝成為商機，台商也計劃搶攻市場。

根據大陸電商物流綠色包裝統計分析報告，2016年大陸電商物流消耗了141億個包裝箱、230億公尺膠帶、117億個塑膠袋和42億個包裹內部緩衝物。其中，膠帶的長度可繞赤道425圈。今年11月初，大陸官方10部門聯合公布有關推進快遞業綠色包裝的指導意見，提出到2020年，可分解的綠色包裝材料應用比例將提高到50%，平均每件快遞包裝耗材減少10%以上。

根據陸媒報導，蘇寧、京東及菜鳥網路等物流業者已開始推出可重覆使用的共享快遞盒、標榜可分解的包裝袋、免膠帶快遞箱等，在政策鼓勵下，未來這些包裝使用範圍可能擴大。

永豐餘集團下的包裝設計公司捷比達新品開發經理蔡宏隆表示，捷比達以往都將生產的秸稈漿紙箱賣給品牌商，主要作為消費性電子產品的包裝盒；在大陸政策支持及龐大的市場下，未來有可能就賣紙箱給天貓購物網站。

但蔡宏隆表示，雖然公司今年沒有投入雙11的快遞市場，但已和物流相關業者接洽中，未來目標不只是與物流業合作，也將積極延伸到與電商平台。秸稈是廢棄的農業麥稈、稻稈，好處是隨植物收成每年都有，在紙漿中增加秸稈比例可以減少砍伐樹木的需求。目前秸稈箱都是在江蘇揚州製做。

大陸禁止海外廢料進口，造成紙價上漲、瓦楞紙箱成本上升，蔡宏隆說，綠色包裝的成本其實沒有比較貴。他認為，只要大陸快遞業訂出不同大小的包裝規範，加上能平穩運送，其實包裝可以更精準，包裝箱內的填充物也不需太多，可更節約成本。

中國大陸電商崛起 台商須加速轉型

據旺報11月11日報導，今年雙11讓兩岸電商競逐戰全面開打，背後反映的更是大陸電商巨頭搶灘台灣市場的壓力加劇。有大型事務所會計師



逐年攀升的雙 11 購物節交易量，其快遞物流造成的巨量垃圾，讓綠色包裝成為商機。

坦言，台灣本土電商業者過去幾年缺乏危機感，進步發展空間有限，但隨著大陸電商規模本就優於台灣的先天條件，加上阿里巴巴、京東等巨頭壯大之下，台灣電商已錯過西進機遇，迫使業者須加速轉型升級，才能力守本土市場。

勤業眾信會計師事務所（Deloitte）消費產業負責人柯志賢認為，大陸電商雖然挾帶資本規模等優勢，但就台灣市場而言，本土業者理應更了解台灣消費者的需求，建議應從包含user friendly（顧客友善）、貼近在地需求的服務，做出不同於大陸電商的差異化優勢，才能牢牢抓住台灣客群心理。

最初由阿里巴巴集團發起的「雙11」光棍節，如今已經成為全球跟隨的網購盛典，也讓台灣近期包含露天拍賣、PChome、松果購物等台商業者，大打促銷方案投入雙11商機熱潮。但在砸出大錢流血

搶商機過後，電商營利根本仍舊在於消費者的使用習慣，終須回到平台本身的經營體質與服務水準。

柯志賢表示，阿里巴巴以旗下天貓、淘寶的電商起家之後，如今發展已不只用「電商」兩個字可以包含，更涉及到線上線下（O2O）、運輸物流、金融支付等上下游的全生態鏈。觀察台灣電商至今的發展，坦言要去大陸發展搶市場，已沒有優勢空間，除非能找到一個專屬利基商品、市場做深度耕耘。

依日前資策會（MIC）從確定參加雙11網購網友的海內外電商選擇調查顯示，雖然多數網友偏好國內平台，但實際占比也僅有44%；另有29.8%要比較過後才會選定，更有10.9%偏好海外平台，更凸顯無國界跨境電商中，業者不努力，消費者要走比想像中還容易。🌀



圖／東莞台協提供

11月16日，東莞台商協會舉行24周年慶典活動，各區幹部大合唱「向前走」。