

# 經濟特別收入基金（推廣貿易基金）102 年度預算評估 報告目錄

頁次

一、雖辦理相關貿易拓銷措施，惟我國整體出口表現仍欠佳，宜儘速研謀改善之道 -----	217-1
二、開發新興市場以分散我國出口市場風險，惟市場多元化效益仍有待提升	217-3
三、推動加入跨太平洋夥伴協定(TPP)相關經費核屬公務範疇，卻由基金支應，與預算編製規範未符，且政策推動缺乏整體性規劃，允宜改善 ---	217-6
四、辦理興建國家會展中心(擴建南港展覽館)計畫，應加強執行進度與預算控制之管理效率，避免重蹈進度落後與經費暴增之覆轍 -----	217-8
五、連年投入資源協助我國企業提升國際品牌價值，但 2012 年之 20 大台灣國際品牌價值卻下滑，輔導成效仍有待加強 -----	217-9
六、基金用途屬自辦業務比率偏低，業務應回歸編制內職員辦理，卻另進用聘僱人員 49 人，其合理性與效率性均有待審酌 -----	217-12
七、國外旅費逾半數支出屬公務預算範疇，卻由該基金支出，與預算法未盡相合 -----	217-14
八、廠商積欠推廣貿易服務費情形加速惡化，呆帳損失逐年提高，允宜加強催收 -----	217-16

# 經濟特別收入基金（推廣貿易基金）102 年度預算評估報告

## 一、雖辦理相關貿易拓銷措施，惟我國整體出口表現仍欠佳，宜儘速研謀改善之道

推廣貿易基金 102 年度預算案之基金用途計 74 億 4,339 萬 9 千元，其中「貿易推廣工作計畫」經費為 54 億 3,992 萬 5 千元，較上年度預算案增加 6 億 9,137 萬 7 千元(增幅 14.56%)，主要為辦理拓展貿易及支援各項貿易活動業務。經查：

### (一) 101 年我國整體出口表現欠佳，主力產品出口多為負成長

依據國貿局網站之貿易統計資料(詳附表 1)，我國對主要出口市場，如中國大陸、美國、歐洲及東協 10 國等，自 100 年起出口成長率均呈現逐年下滑，101 年甚至轉為負成長，尤其對美國市場之衰退幅度更高達 12.5%，我國整體出口呈現疲弱現象。雖財政部最新公布我國 101 年 1 月至 9 月份出口貿易統計，9 月份出口成長率由負轉正，但 1 月至 9 月出口成長率為-3.9%，迄未轉正。

另參據國貿局提供 101 年 1 月至 8 月我國出口前 15 大產品之出口成長率情形(詳附表 2)，其中負成長者 11 項，包括：液晶裝置(-10.8%)、手持行動裝置(-24.7%)、LED 及太陽能光電(-22.1%)、印刷電路(-5.6%)、錄音用空白媒體(-4.1%)、資訊產品零附件(-18.9%)、苯乙烯(-12.6%)、苯二甲酸(PTA)(-36.2%)...等；正成長者僅 4 項，包括：積體電路及微組件、提煉油、機動車輛零附件、電音響或視覺信號器具等。其中重點發展產業，如液晶面板、智慧型手機、LED、太陽能光電、電腦資訊產業及石化等，出口全為負成長；若以出口市場分析之，以美國及歐盟之降幅較大，如智慧型手機在美國市場

之出口成長率為負 62.5%、提煉油與苯二甲酸(PTA)在歐盟市場之出口成長率分別為負 79.7%及負 79.6%，出口衰退甚深。該局分析我國出口衰退主因係國際經濟景氣欠佳所引發對資通訊及電子產品之需求不振所致，加上我國出口產業結構及出口市場過度集中，欠缺其他主力項目支撐，均影響我國出口表現。

**(二)針對我國出口衰退主因，再推出「振興出口精進作法」，成效有待檢視**

國貿局為提振我國出口動能，除持續推動新鄭和計畫，於 101 年上半年執行「搶單續航計畫」，並接續 5 月起推動「101 出口龍騰計畫」至該年底，惟 101 年整體出口表現仍欠佳。該局復針對我國出口衰退主因：出口產品結構集中、中間財比重過高、出口市場不夠分散等問題，再推出「振興出口精進作法」，內容包括：擴大外商來台採購、增設據點、密集出動貿易尖兵、海外據點展觸角、客製化找買主、全力推廣消費財出口、加碼補助 10 大出口產業公會拓展外銷、擴大台灣製品產品出口等 8 大項，期能提振我國出口動能，其成效仍待檢視。

綜上，我國出口貿易自 100 年起出現衰退下滑之現象，101 年更出現負成長率，雖國貿局陸續推動多項拓銷貿易措施，惟未見顯著成效，該局允宜持續檢討研謀改善之道，俾使出口動能早日復甦。

**附表 1**：97 年度至 101 年度我國對主要貿易夥伴之出口情形一覽表

單位：億美元；%

國家別	項目	97 年度	98 年度	99 年度	100 年度	101 年 (01-07)
總出口	金額	2,556.2	2,036.7	2,746.0	3,082.5	1,716.9
	增減比% (同期)	3.6	-20.3	34.8	12.2	-5.8
中國大陸 (含香港)	金額	995.7	836.9	1,147.4	1,240.4	668.7
	增減比% (同期)	-0.8	-15.9	37.1	8.1	-9.1
東協 10 國	金額	389.3	305.9	419.6	515.4	316.5

	增減比% (同期)	7.2	-21.4	37.2	22.8	4.3
美國	金額	307.9	235.5	314.7	363.6	189.0
	增減比% (同期)	-4.0	-23.5	33.6	15.6	-12.5
歐盟 27 國	金額	280.6	213.2	293.0	285.5	154.6
	增減比% (同期)	3.9	-24.0	28.1	4.6	-8.9

※註：1. 資料來源，整理自國貿局貿易統計網站資料。

**附表 2**：101 年 1 月至 8 月我國前 15 大主力產品之出口成長率彙整表

單位：%

品名	全球	中國大陸	東協 10 國	美國	日本	歐盟
總額	-5.6	-8.7	6.5	-11.9	-2.9	-10.0
01. 積體電路及微組件	0.4	-0.3	6.1	-19.5	-16.3	13.5
02. 提煉油	11.7	18.7	22.5	-15.0	104.6	-79.7
03. 液晶裝置	-10.8	-11.3	79.6	-44.2	-8.6	-33.4
04. 手持行動裝置	-24.7	31.4	72.6	-62.5	55.0	-0.2
05. 太陽能光電、發光二極體	-22.1	-17.2	5.9	3.2	19.5	-50.1
06. 印刷電路	-5.6	-2.7	-15.3	7.0	-9.0	0.5
07. 錄音用空白媒體	-4.1	-2.4	-10.8	14.1	-1.3	6.0
08. 資訊產品零附件	-18.9	-25.9	-20.9	-9.6	-12.5	-18.1
09. 聚縮醛、環氧樹脂等	-0.4	-2.7	8.5	43.8	8.1	-26.3
10. 苯乙烯	-12.6	-14.3	2.7	8.5	44.2	-37.5
11. 機動車輛零附件	8.7	18.7	9.7	10.5	14.3	-5.6
12. 螺釘、螺栓、螺帽	-4.9	-13.4	-16.6	5.7	-3.3	-13.6
13. 電腦及周邊產品	-4.1	23.5	-14.2	-33.7	14.7	-25.1
14. 電音響或視覺信號器具	0.5	27.5	-55.8	-20.1	-38.2	-49.8
15. 苯二甲酸(PTA)	-36.2	-35.2	-4.7	-14.4	-19.1	-79.6

※註：1. 資料來源，國貿局提供。出口至中國大陸部分，包含香港之統計數。

## 二、開發新興市場以分散我國出口市場風險，惟市場多元化效益仍有待提升

推廣貿易基金 102 年度預算案之年度關鍵績效指標為「促進出口市場多元化」，將擴大新興市場(東協 10 國、中東及近東、中南美洲、南亞 7 國、東歐、非洲)出口比率提升至 26.6%，較上年度績效指標目標值(24%)再提升 2.6%；並編列委託辦理「優質平價新興市場推動方案」7,000 萬元及「新興市場整合行銷傳播專案」4 億 9,000 萬元，加強拓銷新興市場。經查：

**(一)雖開發重點新興國家市場，惟其占我國出口市場比率未見顯著提升，分散市場風險效益有限**

國貿局近年來積極拓銷、開發新興市場，擴大新興市場之出口比重，以促進出口市場多元化，選定之重點新興目標國家包括：中國大陸(含香港)、印度、印尼、越南、土耳其、俄羅斯、中東及近東、巴西、南非等國，除中國大陸(含香港)外，其餘國家占我國出口市場比率均有大幅成長空間。依據該局提供 98 年度至 101 年截至 7 月底止我國重點拓銷新興市場之出口比率變化情形(詳附表 1)，除印尼、土耳其及中東微幅增加外，各新興市場占我國出口總額比率未有顯著提升，部分市場(如印度、巴西、南非等)甚有衰退情形，致使我國出口市場風險仍無法有效分散，相關新興市場開發策略容有加強空間。

**(二)專案計畫主力開發 4 大新興市場，惟優質平價產品之出口績效仍有大幅改善空間**

該基金自 99 年度起委託辦理「優質平價新興市場推動方案」及「新興市場整合行銷傳播專案」，主要鎖定 4 個新興國家：中國大陸(含香港)、印度、印尼及越南，102 年度將新增菲律賓。前項計畫係從市場需求、創新研發、生產設計及國際行銷等 4 大面向，產品清單包括食品飲料、服飾配件、美妝保養品、汽機車及配件、自行車及其他車輛、通訊器具、家具家飾、家電、家務維護用品、遊樂運動器材、影音設備、文具禮品、醫療器材等 13 類(計 416 項產品)，協助廠商切入新興市場，推廣台灣優質產品品牌形象；後項計畫則就選定屬於消費者終端產品、民生用品且具競爭優勢之相關品牌產品，以「創造美好優質之居家生活」為主題，針對各目標市場消費特性，透過創新整合行銷手法，傳遞台灣精品「平價奢華、高貴不貴、物超所值」

形象。惟參據我國優質平價產品 99 年度及 100 年度出口情形(詳附表 2)，優質平價產品占總出口比率僅由 14.8%微幅增加至 15.33%，4 大新興市場之優質平價產品占總出口比率僅增加 0.63 個百分點，其中越南甚至為減少 1.73 個百分點，主力開發市場-中國大陸(含香港)僅提高 0.65 個百分點，開發優質平價產品之新興市場成效難謂良善；且 4 大新興市場仍以中國大陸(含香港)為主(其占 4 國優質平價產品出口總額比率為 86.02%)，其餘 3 個市場之銷售比率僅 13.98%，仍有市場高度集中化風險，計畫執行允宜再加強市場分散效益。

綜上，國貿局為分散我國出口市場風險，積極開發新興國家市場，並於推廣貿易基金項下編列多項專案計畫經費，惟多元化市場效益仍未顯著，且主力開發 4 大新興市場之優質平價產品銷售亦未有明顯績效，顯示拓銷新興市場之各項措施允有改進空間。

**附表 1**：98 年度至 101 年度重點拓銷新興市場占我國總出口比率表

單位：%

年度	印尼	越南	印度	巴西	俄羅斯	土耳其	南非	中東
98	1.6	2.9	1.2	0.7	0.3	0.5	0.3	1.4
99	1.6	2.7	1.3	0.7	0.4	0.5	0.3	1.4
100	1.6	2.9	1.4	0.8	0.5	0.5	0.4	1.6
101(1-7)	1.7	2.9	1.2	0.7	0.5	0.6	0.3	1.8

※註：1. 資料來源，國貿局提供。

**附表 2**：99 年度及 100 年度我國優質平價產品出口至 4 大新興市場情形表

單位：億美元；%

地區	100 年全部產品出口總金額(A)	100 年優平產品出口總金額(B)	100 年優平產品占總出口比率(B/A)	99 年優平產品占總出口比率
全球	3,082.90	472.60	15.33%	14.8%
中國大陸(含香港)	1,240.53	76.31	6.15%	5.5%
印尼	48.38	3.80	7.85%	7.1%
印度	44.27	4.71	10.65%*	8.0%
越南	90.27	3.85	4.27%*	6.0%
4 國合計	1,423.45	88.68	6.23%	5.6%

※註：1. 資料來源，優質平價新興市場推動方案行動計畫(101 年度)，海關進出口

資料庫，商業發展研究院整理，2012/02。

2.\*表列為計畫書所列數字，與 B/A 所得數據有異，係因尾數誤差所致。

### 三、推動加入跨太平洋夥伴協定(TPP)相關經費核屬公務範疇，卻由基金支應，與預算編製規範未符，且政策推動缺乏整體性規劃，允宜改善

推廣貿易基金 102 年度預算案編列推動加入跨太平洋夥伴協定(Trans-Pacific Partnership, 簡稱 TPP)<sup>1</sup>相關業務經費包括：  
1. 旅運費：出席 TPP 國家舉辦之 TPP 會議及相關研討會 8 人次 7 天 120 萬 2 千元。  
2. 印刷裝訂與廣告費：TPP 說帖及文宣製作經費 100 萬元。  
3. 委託國外智庫蒐集 TPP 進展並遊說 TPP 國家支持我國加入 TPP 經費 200 萬元，其中蒐集 TPP 進展 100 萬元、遊說 TPP 國家支持我國加入 100 萬元。  
4. 委託國內智庫對內研擬經貿進一步自由化戰略經費 300 萬元，其中赴日、韓請益自由化戰略 80 萬元、洽邀 TPP 成員國來台提供自由化戰略建議 60 萬元及針對國內敏感議題研擬配套措施並舉辦因應市場衝擊座談會 160 萬元。經查：

#### (一)推動加入 TPP 為國貿局年度施政目標之一，相關經費應屬公務範疇，卻由基金支應，與預算編製規範未符

按預算法第 37 條：「各機關單位預算，歲入應按來源別科目編製之，歲出應按政事別、計畫或業務別與用途別科目編製之，各項計畫，除工作量無法計算者外，應分別選定工作衡量單位，計算公務成本編列。」同法第 6 條第 2 項前段：「稱歲出者，謂一個會計年度之一切支出。…」暨 102 年度中央及地方政府預算籌編原則第五、(六)點規定：「…。非營業特種基金

<sup>1</sup> TPP 係一個區域貿易協定，目前成員國共 11 國，包括美國、新加坡、紐西蘭、澳洲、智利、秘魯、汶萊、越南、馬來西亞、墨西哥及加拿大。

預算編列應與公務預算明確劃分，符合基金設置目的及基金用途者，始得於基金編列預算。…。」

又依國貿局 102 年度預算案所列，施政目標之一為「持續推動執行與歐、美、非地區經貿工作綱領，以加強雙邊關係及拓展市場」，具體工作包含：「加入跨太平洋夥伴協定(TPP)」；另經濟部為推動加入 TPP，成立 TPP 專案小組，由國貿局局長擔任召集人、副局長擔任副召集人，貿易局各業務組派員組成。按其業務性質與運作方式應屬公務預算領域，惟該局利用所管轄推廣貿易基金之便，將 TPP 相關經費移編至該基金項下，致不利於通盤瞭解該局業務支出全貌，除違反預算編列規範，亦不利本院審議預算。

#### **(二)未針對我國加入 TPP 作全面性效益影響評估，即逕編經費進行遊說與宣導**

依據國貿局說明，TPP 係一高品質、高標準之區域貿易協定，未來協定中大多數產品關稅將降為零，且所有貨品項目均須納入談判，比許多傳統 FTA 對自由化要求程度更高，對我國經濟之影響層面將更為廣泛。而政府在宣示推動加入 TPP 後，迄未針對加入該協定，做相關可行性研究，亦無全面性評估其可能對我國經濟產生之影響及效益，尤其是對國內農業、服務業、勞動市場...等可能造成之衝擊，致使民眾與廠商無法充分了解我國加入 TPP 之必要性，亦未能讓相關機關提前研擬因應調整及配套措施，政策推動欠缺整體性規劃。且前揭 TPP 相關經費，多為政策說帖、宣傳及出國遊說...等經費，似有本末倒置之嫌，政策規劃允宜再妥適研究。

綜上，推廣貿易基金 102 年度編列多項 TPP 業務經費，辦理政策宣導與出國遊說，惟該業務性質屬公務領域，卻由該基金支

應，與預算規範未盡相符；且未先完備我國加入 TPP 之效益影響分析，即擬逕行宣導與遊說，政策推動容有調整空間。

#### **四、辦理興建國家會展中心(擴建南港展覽館)計畫，應加強執行進度與預算控制之管理效率，避免重蹈進度落後與經費暴增之覆轍**

推廣貿易基金 102 年度基金用途新增編列「興建國家會展中心(擴建南港展覽館)計畫」預算 16 億 1,163 萬 7 千元，支應工程施作等經費，係依行政院訂定之「自償性公共建設預算制度實施方案」辦理，其中具自償性部分 43 億 6,710 萬元由推廣貿易基金負擔，非自償性部分 28 億 9,930 萬元由國貿局公務預算負擔。計畫執行期程為 97 年度至 104 年 11 月底止，總經費 72 億 6,640 萬元，累積至 101 年度公務預算已編列 10 億 2,148 萬 3 千元，加計 102 年度由推廣貿易基金編列數 16 億 1,163 萬 7 千元，未來尚需經費 46 億 3,328 萬元，其中 103 年度至 104 年度由該分基金負擔 27 億 5,546 萬 3 千元，104 年度另由公務預算負擔 18 億 7,781 萬 7 千元。經查：

##### **(一)業因執行進度嚴重延宕致 2 次修改計畫，導致工程期程延長 35 個月，應加強計畫執行進度控管機制，避免重蹈覆轍**

該計畫原係行政院 97 年 7 月 3 日院臺經字第 0970023506 號函核定自 97 年度至 101 年度分 4 年辦理，並委託台電公司營建處代辦。惟計畫執行期間連年進度落後，致該局於 100 年間 2 次提報修正計畫，將完工期限先後各延長 27 個月及 8 個月，較原訂期程延長達 35 個月(近 3 年)，工程進度延宕十分嚴重。值此政府積極扶持我國會展產業發展之際，擴建南港展覽館規劃為展覽規模 2,350 個標準攤位、可容納 2,400 人大會議室及中小型會議室各數間之展覽會議中心，對會展產業之拓展極具重

要性，為使該展覽館能如預定期程(104年11月底止)完工，該局應與受委辦單位加強執行進度控管機制，避免重蹈工程延宕之覆轍。

**(二)總經費已較原核定額度增加 8.99 億元，為避免再增加政府財政負擔，應加強預算控管，俾於核定額度內完成工程**

該計畫於 97 年間核定之總經費為 63 億 6,700 萬元，100 年 2 月間第 1 次修正計畫未增加總經費額度，但於 100 年 12 月第 2 次修正計畫時，以物價上揚、申辦建照相關外部審議期程延長與額外新增諸多要求等因素，將興建成本修正為 72 億 6,640 萬元，增加 8 億 9,940 萬元(調幅達 14.13%)。為避免再因計畫執行延宕而增加政府財政負擔，該局應加強各工作要項之預算控管效率，俾於核定額度內完成工程施作。

綜上，推廣貿易基金 102 年度預算案新增編列「興建國家會展中心(擴建南港展覽館)計畫」經費 16 億 1,163 萬 7 千元，惟該計畫自 97 年起辦理迄今，業因執行延宕致 2 次修改計畫內容，導致計畫期程延長 35 個月及經費暴增 8.99 億元。為免重蹈覆轍，國貿局應加強對於工程進度管理及預算控制之效率，俾工程能於核定期程及經費額度內完竣。

**五、連年投入資源協助我國企業提升國際品牌價值，但 2012 年之 20 大台灣國際品牌價值卻下滑，輔導成效仍有待加強**

推廣貿易基金 102 年度預算案編列委託辦理「協助品牌企業拓展國際市場計畫」經費 9,500 萬元<sup>2</sup>、委託辦理自有品牌推廣海

---

<sup>2</sup>該計畫之工作要項包括：1. 辦理規劃及健全我國國際品牌企業發展環境 1,000 萬元。2. 辦理我國企業國際品牌價值評價及推廣 1,000 萬元。3. 辦理國際品牌戰略研究所 1,000 萬元。4. 辦理品牌管理人才培訓 3,000 萬元。5. 協助企業提升品牌管理 3,500 萬元。

外市場貸款財務診斷經費 35 萬元及投資品牌創投基金(智玖公司)之投資後管理委辦費 25 萬元，主要為輔導及協助我國企業提升國際品牌價值。另編列委託辦理「提升台灣產業國際形象計畫」經費 4 億 9,000 萬元<sup>3</sup>，主要為加強台灣產業在國際市場之形象與品牌廣宣。經查：

#### (一) 2012 年之 20 大台灣國際品牌價值較上年度總值下滑

國貿局自 92 年起年年委託財團法人中華民國對外貿易發展協會、英國品牌顧問公司 Interbrand 及巨思文化公司《數位時代》共同辦理「20 大台灣國際品牌價值調查」，參據 2010 年至 2012 年我國 20 大國際品牌價值調查結果(詳附表 1)，2012 年之 20 大國際品牌價值總值 124.13 億美元，較上年度減少 6.9 億美元(減幅 5.3%)，其中排名第 1 之 HTC 品牌價值由 2011 年 36.05 億美元遽減至 2012 年 27.53 億美元，衰退幅度高達 23.63%，更由原列全球品牌價值第 98 名，退出全球百大品牌排行榜名單；排名第 2 之 Acer 品牌價值亦較上年度減少 13.61%，我國主要品牌浮現價值下滑危機。

#### (二) 20 大台灣國際品牌價值大幅集中於前 5 大品牌，後 10 大品牌價值未見顯著成長態勢

依據 2008 年至 2012 年 20 大台灣國際品牌價值分析表(詳附表 2)，國際品牌價值發展主要集中於前 5 大公司，包括：HTC(宏達國際電子)、Acer(宏碁公司)、Asus(華碩電腦)、Trend Micro(趨勢科技)、Master Kong(康師傅控股)等，占 20 大國際

---

<sup>3</sup>該計畫之工作要項包括：1. 辦理各項調查及台灣精品國內廣宣活動 3,000 萬元。2. 於重要出口市場辦理台灣產業形象推廣及台灣企業海外行銷 1 億 2,500 萬元。3. 加強運用國際媒體、雜誌、數位傳播及名人代言 1 億 2,000 萬元。4. 配合政府部門、駐外機構及國際會議辦理推廣活動 1,500 萬元。5. 於國際重要機場、機上頻道及大都會加強廣宣 2 億元。

品牌價值總值之比率由 2008 年 64.65% 增至 2012 年 70.52%，且近 3 年國際品牌價值超過 10 億美元之公司仍僅為前揭 5 家，顯示國際品牌價值突破 10 億美元門檻對我國企業具有相當大之挑戰性。相較之下，排名 11 至 20 大之國際品牌價值總值則由 2008 年 16.04 億美元下滑至 2012 年 15.73 億美元，占 20 大國際品牌價值總值比率亦由 2008 年之 17.55% 降至 2012 年之 12.67%，排名 11 至 20 大之國際品牌價值未見顯著成長態勢，反映該局輔導我國企業提升品牌價值之成效仍有加強空間。

綜上，近年推廣貿易基金積極投入資源，輔導及協助我國企業提升國際品牌價值，惟 2012 年之 20 大台灣國際品牌價值總值較去年下滑，HTC 更退出全球百大品牌排行榜，且我國 11-20 大國際品牌價值近幾年未見顯著提升，國貿局輔導成效仍有加強空間。

**附表 1**：2010 年至 2012 年 20 大台灣國際品牌價值一覽表

單位：億美元

排名	2010 年		2011 年		2012 年	
	品牌	價值	品牌	價值	品牌	價值
1	Acer	14.01	HTC	36.05	HTC	27.53
2	HTC	13.71	Acer	19.40	Acer	16.76
3	Asus	12.85	Asus	16.37	Asus	16.62
4	Trend Micro	12.28	Trend Micro	12.17	Trend Micro	13.55
5	Master Kong	10.66	Master Kong	11.90	Master Kong	13.08
6	Want-Want	4.82	Want-Want	7.39	Want-Want	8.02
7	Maxxis	3.91	Giant	3.37	Giant	3.42
8	Giant	2.91	Maxxis	3.35	Synnex	3.39
9	Synnex	2.76	Synnex	3.17	Maxxis	3.31
10	Transcend	2.40	Advantech	2.41	85°C	2.72
11	Uni-President	1.97	85°C	2.19	Advantech	2.60
12	Advantech	1.97	D-Link	2.01	Merida	2.10
13	D-Link	1.67	Merida	1.87	D-Link	2.02
14	Zyxel	1.59	Transcend	1.46	Uni-President	1.53
15	Merida	1.46	CyberLink	1.40	Zyxel	1.41
16	Johnson	1.36	Zyxel	1.40	Johnson	1.40
17	Gigabyte	1.06	DELTA	1.39	CyberLink	1.38
18	CyberLink	1.04	Uni-President	1.37	Transcend	1.30
19	Genius	0.68	Johnson	1.37	DELTA	1.17
20	Depo	0.50	KGI	0.99	WowPrime	0.82

合計	-	93.61	-	131.03	-	124.13
----	---	-------	---	--------	---	--------

※註：1. 資料來源，本研究整理自品牌台灣網站資訊。

**附表 2**：2008 年至 2012 年 20 大台灣國際品牌價值分析表

單位：億美元；%

項目	2008 年	2009 年	2010 年	2011 年	2012 年
1-20 大國際品牌價值總值	91.41	86.74	93.61	131.03	124.13
1-5 大國際品牌價值總值	59.10	58.21	63.51	95.89	87.54
1-5 大國際品牌價值比率	64.65%	67.11%	67.85%	73.18%	70.52%
1-10 大國際品牌價值總值	75.37	73.26	80.31	115.58	108.4
1-10 大國際品牌價值比率	82.45%	84.46%	85.79%	88.21%	87.33%
11-20 大國際品牌價值總值	16.04	13.48	13.3	15.45	15.73
11-20 大國際品牌價值比率	17.55%	15.54%	14.21%	11.79%	12.67%
品牌價值超過 10 億美元家數	4	4	5	5	5

※註：1. 資料來源，本研究整理自品牌台灣網站資訊。

## 六、基金用途屬自辦業務比率偏低，業務應回歸編制內職員辦理，卻另進用聘僱人員 49 人，其合理性與效率性均有待審酌

推廣貿易基金 102 年度預算案之用人費用計編列 4,259 萬元，較上年度預算案數增加 50 萬 1 千元(增幅 1.19%)，較前年度決算數增加 448 萬 8 千元(增幅 11.78%)，員額總計 76 人，包括兼任人員 21 人(管理會委員)及專任人員 55 人(聘用人員 32 人、約僱人員 17 人及工友 6 人)。經查：

### (一)基金用途中屬自辦業務之比率偏低

該基金 102 年度基金用途計 74 億 4,339 萬 9 千元，其中專業服務費 40 億 2,494 萬 1 千元(占總經費比率 54.07%)，為 24 項委外辦理業務、聘請專家、顧問及律師等費用；捐助、補助

與獎助經費 13 億 1,336 萬 9 千元(占總經費比率 17.64%)，係捐助國內相關協會、團體或學校辦理各類型推廣貿易活動與人才訓練課程；另委託台灣電力公司營建處代辦之「興建國家會展中心(擴建南港展覽館)計畫」經費 16 億 1,163 萬 7 千元(占總經費比率 21.65%)，前揭 3 項費用占基金用途比率高達 93.36%，其餘為基金自辦業務之比率偏低。

**(二)基金收支保管及運用辦法未有專職人員配置之規範，卻編列 55 名專任人員預算，其合理性與效率性均有待審酌**

按推廣貿易基金收支及保管運用辦法第 9 條規定：「本會設置執行秘書 1 人，副執行秘書 1 人，組長 3 人，組員 10 人至 12 人，均由本部就本部國際貿易局人員派兼之。」該基金之收支及保管運用辦法未有配置專職聘僱人員之相關規範。且本院於審議 100 年度中央政府總預算案附屬單位預算營業及非營業部分案審查總報告，對於經濟部主管部分做有通案決議：「現行部分非營業基金收支保管及運用辦法中有關聘僱人員之規定，實應回歸編制內職員辦理，行政院應責成相關單位檢討各基金人員聘用情形，並自 101 年度起，各機關辦理非營業特種基金業務若確有聘用人員之需，應依中央行政機關組織基準法、聘用人員聘用條例等相關規定辦理，不得再以收支保管及運用辦法作為非營業特種基金聘僱人員之依據。」國貿局應衡酌基金自辦業務需求，並依前揭決議，確實檢討推廣貿易基金配置 55 名專任人員之合理性與效率性。

綜上，推廣貿易基金 102 年度預算案編列 55 名專任人員之用人費用，惟該基金自辦業務之比率偏低，且基金收支及保管運用辦法並未有配置專職聘僱人員之規範，國貿局應依據本院決議，確實檢討該基金配置專任人員之合理性與效率性。

## 七、國外旅費逾半數支出屬公務預算範疇，卻由該基金支出，與預算法未盡相合

推廣貿易基金 102 年度預算案編列國外旅費計 2,662 萬 2 元（詳附表 1），較上年度預算數 2,134 萬 1 千元，增加 528 萬 1 千元（增幅 24.75%），其中新增編列：加強赴新興市場或具市場潛力地區訪問拓銷團、赴東南亞及南亞高層多功能訪問團、參加跨太平洋夥伴協定(Trans-Pacific Partnership，簡稱 TPP)國家舉辦 TPP 會議及相關研討會、參加經濟合作協議（Economic Cooperation Agreement，簡稱 ECA）座談會或說明會等經費。經查：

(一)按預算法第 37 條：「各機關單位預算，歲入應按來源別科目編製之，歲出應按政事別、計畫或業務別與用途別科目編製之，各項計畫，除工作量無法計算者外，應分別選定工作衡量單位，計算公務成本編列。」同法第 6 條第 2 項前段：「稱歲出者，謂一個會計年度之一切支出。…」暨 102 年度中央及地方政府預算籌編原則第五、(六)點規定：「…。非營業特種基金預算編列應與公務預算明確劃分，符合基金設置目的及基金用途者，始得於基金編列預算。…。」經濟部本部或所屬單位預算，均應按計畫或用途別編製全年度之歲出。復依預算法第 4 條規定，有特定收入來源而供特殊用途者，為特別收入基金。推廣貿易基金既為特別收入基金，實不宜將該基金用途移為普通公務所用。

(二)查該基金 102 年度編列之國外旅費，多為政府代表參加例行性之國際經濟會議，如 APEC、WTO、OECD 相關會議（經費 891 萬 4 千元，占國外旅費總額 33.48%）；或推動洽簽自由貿易協定之相關會議，如 TPP 會議及 ECA 說明會（經費 516 萬 9 千元，占國

外旅費總額 19.42%)，該等費用已逾國外旅費總額半數，其餘如參加中南美洲國家經貿會議、貿易往來國之雙邊經貿諮商會議；或派員查核、考察經濟部駐外單位財務收支及人力運用等，亦屬經濟部本部或所屬機關公務預算範疇，理應由各該機關編列相關預算，但卻由該基金編列預算支應，與前揭規範未盡相符。

綜上，推廣貿易基金為特別收入基金，供特殊用途使用，惟經濟部本部及所屬機關卻將應由普通公務預算編列之出國計畫經費，部分編列於該基金項下支應，與預算法規範未盡相合，允宜改善。

**附表 1**：推廣貿易基金 101 年度及 102 年度國外旅費明細一覽表

單位：新台幣千元

項次	出國緣由	101 年度 預算案數	102 年度 預算案數
1	參加 KP 機制 2013 年全體大會	480	461
2	參加台日鋼鐵對談會議	136	132
3	參加戰略性高科技貨品貿易管制諮商或研討會	853	808
4	協助國際商展等主要貿易推廣活動	367	321
5	參加紡織品國外市場拓銷展示會	130	100
6	參加會展國際組織會議	300	294
7	觀摩考察歐美地區會展產業發展及推動情形	190	170
8	考察外貿協會組團參加海外專業展	320	320
9	考察台灣產業與品牌形象海外宣傳推廣情形	155	100
10	參加國際重要綠色貿易相關會議或展覽	100	-
11	參加全球政府採購商機重要會議或展覽	100	-
12	參加政府間半導體會議(GAMS)	1,200	780
13	參加 WTO 貿易政策研習班	515	515
14	參加 OECD 研討會及派員處理 OECD 總部聯繫合作事宜	908	908
15	參與 APEC 等國際會議	1,449	789
16	參與 WTO 相關會議	6,900	6,702
17	赴東南亞、南亞及中東地區參加雙邊經貿諮商會議	894	996
18	赴東北亞出席台日、台韓雙邊經貿諮商相關會議	432	361
19	籌組赴較少經貿往來地區或具市場潛力地區訪問拓銷團	315	-
20	加強赴新興市場或具市場潛力地區訪問拓銷團	-	938
21	出席台紐澳經貿諮商會議	645	778
22	赴東北亞進行市場拓銷活動	134	101
23	赴東南亞及南亞高層多功能訪問團	-	1,169
24	參加台美加研討會議	359	359
25	參加中南美洲國家經貿會議	108	108
26	赴非洲地區出席會議	400	400
27	台加貿易諮商會議	781	781

28	歐洲雙邊經濟合作及諮商會議	864	864
29	參加一般性關貿諮商會談及出席國際會議	287	287
30	籌組歐、美、非洲經貿訪問團	795	795
31	赴貿易對手國考察經貿活動以促進貿易及關務發展	205	205
32	出席 TPP 國家舉辦之 TPP 會議及相關研討會	-	1,202
33	參加 ECA 座談會或說明會	-	3,967
34	參加無紙化貿易相關會議及研討會	640	626
35	考察經濟部駐外單位辦理貿易推廣活動人力運用情形	134	101
36	查核經濟部及外貿協會駐外單位辦理貿易推廣活動財務收支業務	245	184
	合計	21,341	26,622

※註：1. 資料來源，經濟特別收入基金 101 年度及 102 年度預算案書。

## 八、廠商積欠推廣貿易服務費情形加速惡化，呆帳損失逐年提高，允宜加強催收

按貿易法第 21 條第 1 項規定：「為拓展貿易，因應貿易情勢，支援貿易活動，主管機關得設立推廣貿易基金，就出進口人輸出入之貨品，由海關統一收取最高不超過輸出入貨品價格萬分之四・二五之推廣貿易服務費。但因國際條約、協定、慣例或其他特定原因者，得予免收。」除其他情形外，進出口商品廠商應依法繳納推廣貿易服務費，作為推廣貿易基金主要收入來源。查推廣貿易基金 102 年度基金來源計 69 億 2,011 萬 2 千元，較上年度增加 7 億 6,560 萬 1 千元（增幅 12.44%），其主要收入來源為推廣貿易服務費 63 億 7,551 萬元，較上年度增加 7 億 6,118 萬 8 千元（增幅 13.56%），係就出進口輸出入貨品總值預估收取推廣貿易服務費約 85 億元，惟部分輸出入貨品依貿易法規定得免收取，及因應國際經濟情勢與匯率變動等情形，爰以實收率 75% 估列，較上年度增加係依據國際經濟情勢，預估出進口輸出入貨品總值增加所致。

依據國貿局提供該基金 97 年度至 101 年 9 月底止之推廣貿易服務費積欠及實際呆帳損失情形（詳附表 1），各年度積欠金額呈逐年攀升趨勢，由 97 年度 310 萬元迅速暴增至 100 年度 2,911 萬

2 千元，增加 8.39 倍；累積欠繳之推廣貿易服務費總額，由 97 年度 1,735 萬 5 千元增至 101 年 9 月底止之 8,790 萬 2 千元，增幅達 406.5%，顯示廠商積欠推廣貿易服務費問題日益嚴重。據該局分析近年暴增原因係因少數出口高價貨品(如黃金等貴金屬)出口人積欠高額推廣貿易服務費所致，涉嫌利用該費用於出口放行後始由海關按季收取之漏洞，以公司擅自歇業、他遷不明或解散登記，且無所得、財產可供執行等方式，規避繳納費用。對此問題，該局已召開 2 次「研商解決出口廠商滯欠推廣貿易服務費相關事宜會議」，決議調整出口黃金廠商之推廣貿易服務費繳納規範<sup>4</sup>，期能改善此現象。另外，各年度實際呆帳損失亦逐年提高，由 98 年度 81 萬 2 千元快速增加至 100 年度 618 萬 7 千元，呆帳損失愈形惡化，國貿局允宜加強相關催收作業，提高積欠帳款之回收成效。

綜上，按貿易法第 21 條規定，進出口商品廠商除特別情形外，有繳交推廣貿易服務費之義務，惟近年積欠費用情形快速累積，呆帳損失逐年提高，國貿局應加強該費用徵收機制並提升催收欠款效率，減少呆帳產生，俾維護基金權益。

**附表 1**：97 年度至 101 年度廠商積欠推廣貿易服務費情形一覽表

單位：新台幣千元

年度	當年度積欠推廣貿易服務費金額	累積積欠推廣貿易服務費總額	實際呆帳損失
97	3,100	17,355	2,292
98	15,051	32,405	812
99	20,436	52,841	2,316
100	29,112	81,953	6,187

<sup>4</sup>廠商出口黃金條塊之推廣貿易服務費須於貨物放行後 14 日內繳納，並由代收行庫於 5 日內彙整傳輸對帳資料後予海關銷案，如廠商仍未於期限內繳納，則由海關通報國貿局停止其輸出入貨品。相較一般貨物出口後，由海關按季累計開具出口貨物代收費用繳納證，並自海關開立繳納證之日起，14 日內至代收銀行繳納。其繳納規範較為嚴格。

101	5,948	87,902	3,244
-----	-------	--------	-------

※註：1. 資料來源，國貿局提供。101 年度數據為截至 9 月底止之統計數。

(分機：1929 吳昀雲)