

2014 金屬製品業新興市場特輯  
— 水五金越南篇  
MIRDC-103-A10E



作者：黃自啟



中華民國 103 年 10 月

財團法人金屬工業研究發展中心

# 文 目 錄

## 水五金越南篇

### 重點摘要

|                        |       |
|------------------------|-------|
| 第一章 產業總論 .....         | 5-1   |
| 第一節 產品定義與產業特性 .....    | 5-1   |
| 第二節 全球產業概況 .....       | 5-5   |
| 第二章 越南水五金市場現況與趨勢 ..... | 5-9   |
| 第一節 產業概論 .....         | 5-9   |
| 第二節 市場分析 .....         | 5-13  |
| 第三節 產業前瞻 .....         | 5-25  |
| 第三章 重要議題影響剖析 .....     | 5-29  |
| 第一節 貿易自由化之衝擊與機會 .....  | 5-29  |
| 第二節 營運面議題分析 .....      | 5-32  |
| 第四章 結論與建議 .....        | 5-35  |
| 第一節 結論 .....           | 5-35  |
| 第二節 建議 .....           | 5-38  |
| 附錄：產業統計 .....          | 5-41  |
| 參考資料 .....             | 5-117 |

圖目錄

水五金越南篇

|         |                                   |      |
|---------|-----------------------------------|------|
| 圖 5-1-1 | 越南水五金產業關聯圖 .....                  | 5-4  |
| 圖 5-1-2 | 2008~2013 全球廚衛用水龍頭及配件全球產值 .....   | 5-5  |
| 圖 5-2-1 | 2010~2013 年越南 GDP 變化統計 .....      | 5-9  |
| 圖 5-2-2 | 2008~2013 年越南進出口總額變化 .....        | 5-11 |
| 圖 5-2-3 | 2010~2013 年越南水五金國內需求 .....        | 5-12 |
| 圖 5-2-4 | 2008~2012 年越南水五金進口值變化 .....       | 5-15 |
| 圖 5-2-5 | 2008~2012 年越南水五金出口值變化 .....       | 5-19 |
| 圖 5-2-6 | 2010~2013 年台灣越南水五金貿易值分析 .....     | 5-23 |
| 圖 5-2-7 | 2009~2013 年越南消費者物價指數(CPI)變化 ..... | 5-26 |
| 圖 5-2-8 | 越南水五金主要生產地區 .....                 | 5-27 |

表 目 錄

水五金越南篇

|           |                                   |      |
|-----------|-----------------------------------|------|
| 表 5-1-1   | 水五金分類及定義 .....                    | 5-2  |
| 表 5-1-2   | 水五金海關進出口碼 .....                   | 5-3  |
| 表 5-1-3   | 2013 年全球全球廚衛用水龍頭及配件市佔率 .....      | 5-6  |
| 表 5-1-4   | 全球前五大衛浴品牌國際大廠營運概況 .....           | 5-8  |
| 表 5-2-1   | 2008~2012 年越南水五金市場供需分析 .....      | 5-14 |
| 表 5-2-2   | 2008~2012 年越南水五金產品進口統計 .....      | 5-16 |
| 表 5-2-3   | 2012 年越南水五金業前五大進口國家貿易表現 .....     | 5-17 |
| 表 5-2-4   | 2008~2012 年越南水五金產品出口統計 .....      | 5-20 |
| 表 5-2-5   | 2012 年越南水五金業前五大出口國家貿易表現 .....     | 5-21 |
| 表 5-2-6   | 2010~2013 年我國水五金對越南貿易量分析 .....    | 5-24 |
| 表 5-3-1   | 越南與東協體系自由貿易協定簽訂情形 .....           | 5-29 |
| 表 5-3-2   | 越南與非東協體系自由貿易協定簽訂情形 .....          | 5-30 |
| 表 5-4-1   | 越南 10 大外資投資國家 .....               | 5-36 |
| 附表 5-1-1  | 2009~2013 年印尼水五金產業進出口貿易統計 .....   | 5-41 |
| 附表 5-1-2  | 2012~2013 年印尼水五金產品進口變化分析 .....    | 5-42 |
| 附表 5-1-3  | 2012~2013 年印尼水五金產品出口變化分析 .....    | 5-43 |
| 附表 5-1-4  | 2009~2013 年泰國水五金產業進出口貿易統計 .....   | 5-44 |
| 附表 5-1-5  | 2012~2013 年泰國水五金產品進口變化分析 .....    | 5-45 |
| 附表 5-1-6  | 2012~2013 年泰國水五金產品出口變化分析 .....    | 5-46 |
| 附表 5-1-7  | 2009~2013 年馬來西亞水五金產業進出口貿易統計 ..... | 5-47 |
| 附表 5-1-8  | 2012~2013 年馬來西亞水五金產品進口變化分析 .....  | 5-48 |
| 附表 5-1-9  | 2012~2013 年馬來西亞水五金產品出口變化分析 .....  | 5-49 |
| 附表 5-1-10 | 2009~2013 年菲律賓水五金產業進出口貿易統計 .....  | 5-50 |
| 附表 5-1-11 | 2012~2013 年菲律賓水五金產品進口變化分析 .....   | 5-51 |
| 附表 5-1-12 | 2012~2013 年菲律賓水五金產品出口變化分析 .....   | 5-52 |
| 附表 5-1-13 | 2009~2013 年寮國水五金產業進出口貿易統計 .....   | 5-53 |

## 2014 金屬製品新興市場特輯

|           |                                  |      |
|-----------|----------------------------------|------|
| 附表 5-1-14 | 2012~2013 年寮國水五金產品進口變化分析 .....   | 5-54 |
| 附表 5-1-15 | 2012~2013 年寮國水五金產品出口變化分析 .....   | 5-55 |
| 附表 5-1-16 | 2009~2013 年柬埔寨水五金產業進出口貿易統計 ..... | 5-56 |
| 附表 5-1-17 | 2012~2013 年柬埔寨水五金產品進口變化分析 .....  | 5-57 |
| 附表 5-1-18 | 2012~2013 年寮國水五金產品出口變化分析 .....   | 5-58 |
| 附表 5-1-19 | 2009~2013 年印度水五金產業進出口貿易統計 .....  | 5-59 |
| 附表 5-1-20 | 2012~2013 年印度水五金產品進口變化分析 .....   | 5-60 |
| 附表 5-1-21 | 2012~2013 年印度水五金產品出口變化分析 .....   | 5-61 |
| 附表 5-1-22 | 2009~2013 年土耳其水五金產業進出口貿易統計 ..... | 5-62 |
| 附表 5-1-23 | 2012~2013 年土耳其水五金產品進口變化分析 .....  | 5-63 |
| 附表 5-1-24 | 2012~2013 年土耳其水五金產品出口變化分析 .....  | 5-64 |
| 附表 5-1-25 | 2009~2013 年俄羅斯水五金產業進出口貿易統計 ..... | 5-65 |
| 附表 5-1-26 | 2012~2013 年俄羅斯水五金產品進口變化分析 .....  | 5-66 |
| 附表 5-1-27 | 2012~2013 年俄羅斯水五金產品出口變化分析 .....  | 5-67 |
| 附表 5-1-28 | 2009~2013 年新加坡水五金產業進出口貿易統計 ..... | 5-68 |
| 附表 5-1-29 | 2012~2013 年新加坡水五金產品進口變化分析 .....  | 5-69 |
| 附表 5-1-30 | 2012~2013 年新加坡水五金產品出口變化分析 .....  | 5-70 |
| 附表 5-1-31 | 2009~2013 年匈牙利水五金產業進出口貿易統計 ..... | 5-71 |
| 附表 5-1-32 | 2012~2013 年匈牙利水五金產品進口變化分析 .....  | 5-72 |
| 附表 5-1-33 | 2012~2013 年匈牙利水五金產品出口變化分析 .....  | 5-73 |
| 附表 5-1-34 | 2009~2013 年捷克水五金產業進出口貿易統計 .....  | 5-74 |
| 附表 5-1-35 | 2012~2013 年捷克水五金產品進口變化分析 .....   | 5-75 |
| 附表 5-1-36 | 2012~2013 年匈牙利水五金產品出口變化分析 .....  | 5-76 |
| 附表 5-1-37 | 2009~2013 年波蘭水五金產業進出口貿易統計 .....  | 5-77 |
| 附表 5-1-38 | 2012~2013 年波蘭水五金產品進口變化分析 .....   | 5-78 |
| 附表 5-1-39 | 2012~2013 年波蘭水五金產品出口變化分析 .....   | 5-79 |
| 附表 5-1-40 | 2009~2013 年烏克蘭水五金產業進出口貿易統計 ..... | 5-80 |
| 附表 5-1-41 | 2012~2013 年烏克蘭水五金產品進口變化分析 .....  | 5-81 |
| 附表 5-1-42 | 2012~2013 年烏克蘭水五金產品出口變化分析 .....  | 5-82 |
| 附表 5-1-43 | 2009~2013 年哈薩克水五金產業進出口貿易統計 ..... | 5-83 |
| 附表 5-1-44 | 2012~2013 年哈薩克水五金產品進口變化分析 .....  | 5-84 |
| 附表 5-1-45 | 2012~2013 年哈薩克水五金產品出口變化分析 .....  | 5-85 |

|           |                                   |       |
|-----------|-----------------------------------|-------|
| 附表 5-1-46 | 2009~2013 年羅馬尼亞水五金產業進出口貿易統計 ..... | 5-86  |
| 附表 5-1-47 | 2012~2013 年羅馬尼亞水五金產品進口變化分析 .....  | 5-87  |
| 附表 5-1-48 | 2012~2013 年羅馬尼亞水五金產品出口變化分析 .....  | 5-88  |
| 附表 5-1-49 | 2009~2013 年巴西水五金產業進出口貿易統計 .....   | 5-89  |
| 附表 5-1-50 | 2012~2013 年巴西水五金產品進口變化分析 .....    | 5-90  |
| 附表 5-1-51 | 2012~2013 年巴西水五金產品出口變化分析 .....    | 5-91  |
| 附表 5-1-52 | 2009~2013 年智利水五金產業進出口貿易統計 .....   | 5-92  |
| 附表 5-1-53 | 2012~2013 年智利水五金產品進口變化分析 .....    | 5-93  |
| 附表 5-1-54 | 2012~2013 年智利水五金產品出口變化分析 .....    | 5-94  |
| 附表 5-1-55 | 2009~2013 年墨西哥水五金產業進出口貿易統計 .....  | 5-95  |
| 附表 5-1-56 | 2012~2013 年墨西哥水五金產品進口變化分析 .....   | 5-96  |
| 附表 5-1-57 | 2012~2013 年墨西哥水五金產品出口變化分析 .....   | 5-97  |
| 附表 5-1-58 | 2009~2013 年阿根廷水五金產業進出口貿易統計 .....  | 5-98  |
| 附表 5-1-59 | 2012~2013 年阿根廷水五金產品進口變化分析 .....   | 5-99  |
| 附表 5-1-60 | 2012~2013 年阿根廷水五金產品出口變化分析 .....   | 5-100 |
| 附表 5-1-61 | 2009~2013 年南非水五金產業進出口貿易統計 .....   | 5-101 |
| 附表 5-1-62 | 2012~2013 年南非水五金產品進口變化分析 .....    | 5-102 |
| 附表 5-1-63 | 2012~2013 年南非水五金產品出口變化分析 .....    | 5-103 |
| 附表 5-1-64 | 2009~2013 年埃及水五金產業進出口貿易統計 .....   | 5-104 |
| 附表 5-1-65 | 2012~2013 年埃及水五金產品進口變化分析 .....    | 5-105 |
| 附表 5-1-66 | 2012~2013 年埃及水五金產品出口變化分析 .....    | 5-106 |
| 附表 5-2-1  | 大事記與影響剖析 .....                    | 5-107 |

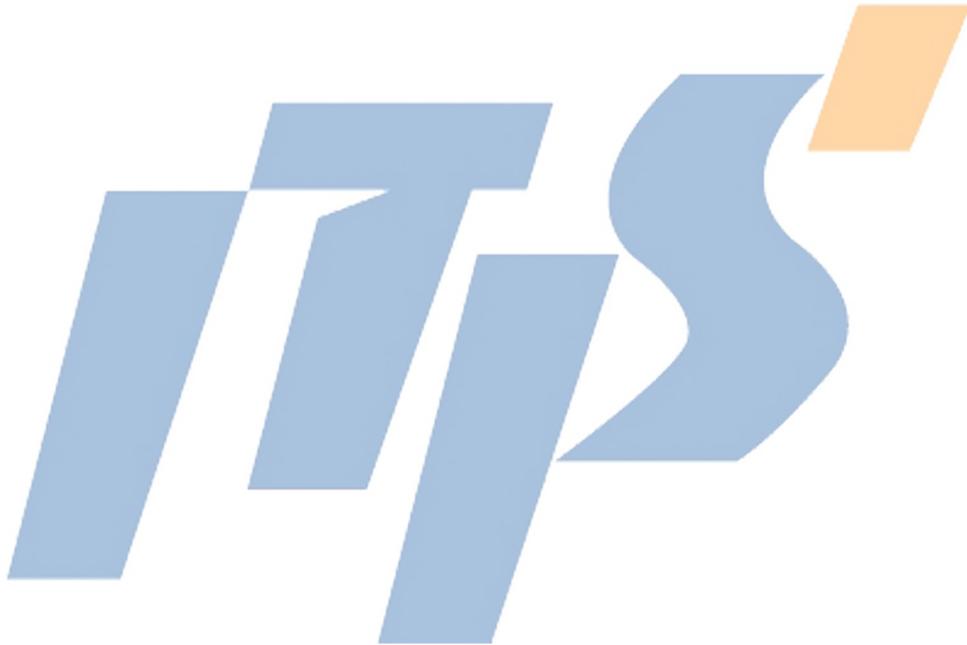
水五金越南篇重點摘要

|         |                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                            |
|---------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 現況      | <p>◀◀市場▶▶</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 2013 年全球全球廚衛用水龍頭及配件全球產值達到 39 億美元，較 2012 年增加 1.3 億美元。全球最大的水五金市場為亞洲，市場規模為 13.7 億美元，其次為中東與歐洲地區，市場規模為 11.6 億美元，北美與加勒比海地區合計排名第三，市場規模為 8.5 億元美元。</li> <li>✓ 2008 年至 2012 年越南水五金每年國內需求平均約為 6 億元美金。</li> </ul> | <p>◀◀廠商▶▶</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 2012 年北美新屋開工與銷售數字有逐漸回溫的趨勢，使得衛浴設備及相關五金產品市場逐漸擺脫谷底，漸漸恢復至金融海嘯前水準，分析前五大品牌廠商，德國杜拉維特(Duravit)、德國高儀(Grohe)、西班牙樂家(Roca)、日本東陶(TOTO)在 2012 年的營收皆已恢復成長，但是日本伊奈(INAX)的營收則依舊呈現衰退的狀況。</li> </ul>                    |
|         | <p>◀◀產品與技術▶▶</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 越南的水五金產品主要供應國內市場，出口產品較少，大部分都是替其他品牌代工，進口依存度高。</li> <li>✓ 產品朝向智慧化發展，智慧控制水龍頭，目前已成市場上受歡迎的產品。</li> </ul>                                                                                                 | <p>◀◀產業前瞻▶▶</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 越南水五金廠商眾多，部分小企業模仿知名品牌和市場流行的產品外觀設計，並採取低價競爭的方式，加劇了產業競爭。</li> <li>✓ 越南水五金產業水五金市場主要受到兩大因素影響。第一，產品同質化嚴重，產品創新不足；第二，越南政府為控制物價，政策性打壓房市，也影響了水五金的需求，加上勞動力、產品成本上漲，通貨膨脹、同業的激烈競爭等因素，使得水五金產業面臨許多的挑戰。</li> </ul> |
| 水五金競爭分析 | <p>◀◀優勢▶▶</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 越南本國勞動力價格較低，相比較進口產品，越南本國生產的產品具有明顯的價格優勢。</li> <li>✓ 越南為東協會員國，亦將加入跨太平洋夥伴關係(TPP)，享有會員國間之優惠關稅。</li> </ul>                                                                                                  | <p>◀◀劣勢▶▶</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 高額的通貨膨脹率、以及鉅額之貿易逆差為越南經濟發展隱憂。</li> <li>✓ 缺工及罷工日益嚴重、基礎建設不足、勞動成本激增、土地取得成本上揚、政府行政效率不彰。</li> </ul>                                                                                                       |
|         | <p>◀◀機會▶▶</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 越南經濟的持續發展帶來人民收入水準的提升，加上國家鼓勵民間消費、拉動內需的經濟政策，以及城市化進程加快等因素，均為水五金產業的發展提供了良好的環境和龐大的市場空間。</li> </ul>                                                                                                          | <p>◀◀威脅▶▶</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 國際品牌大廠在中國大陸生產水五金與衛浴產品，然後透過品牌的優勢，將產品出口至越南，利用國際品牌知名度搶占市場。</li> </ul>                                                                                                                                  |

## 2014 金屬製品新興市場特輯

建議

- ✓ 台灣廠商外銷以美國為主，應積極開發歐洲、亞洲市場，降低風險。
- ✓ 目前越南水五金產品仰賴進口，市場具高度發展潛力。
- ✓ 我國業者欲切入越南內需市場者要注意品牌廠由中國大陸出口至越南的產品競爭，強化對通路的掌握程度才能夠搶占越南衛浴五金產品的國內市場。



## Outline of Key Points of Plumbing Industry

|            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Status quo | ◀◀Market▶▶                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | ◀◀Manufacturers▶▶                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|            | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ The global output value of water taps and accessories for kitchen and bathroom reached USD 3.9 billion in 2013, with an increase of USD 130 million compared to that in 2012. The largest plumbing market in the world is Asia with a market size of USD 1.37 billion, followed by the Middle East and Europe with USD 1.16 billion, and North America and the Caribbean countries take the third place with USD 0.85 billion.</li> <li>✓ The annual average for plumbing demand from 2008 to 2012 in Vietnam reached about USD 0.6 billion.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ With the reviving trends in new house construction and sale number in North America in 2012, devices for bathroom and related plumbing products gradually rebounded from the bottom and returned to the level before the financial crisis. The analysis shows that among top five manufacturers, Germany's Duravit and Grohe, Spain's Roca and Japan's TOTO had all resumed their growth in revenue in 2012 while Japan's INAX remained declined.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                            |
| Outlook    | ◀◀Products and Techniques▶▶                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | ◀◀Industrial Outlook▶▶                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|            | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ With a small amount of export, Vietnamese plumbing products mainly supply its domestic market, most of which are manufactured on contract for other brands. It still heavily relies on import.</li> <li>✓ With the intellectualized development, smart water taps have become a favorable product in the market.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Among numerous plumbing manufacturers in Vietnam, some small enterprises imitate products of famous brands and popular appearance design and use low-price competitive strategy, which has aggravated the competition.</li> <li>✓ The plumbing market in Vietnam is mainly influenced by two factors. Firstly, products tend to be homogeneous and lack innovation; secondly, Vietnamese government suppressed the real estate market with policies in order to control price, which had limited the demand for plumbing products. With increasing cost of labor and products, inflation and severe horizontal competition, the plumbing industry faces rigorous challenges.</li> </ul> |

2014 金屬製品新興市場特輯

|                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|-------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Competitive Analysis of Plumbing Industry | ◀◀Strength▶▶                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | ◀◀Weakness▶▶                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|                                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ With the relatively low labor cost, products made in Vietnam have an obvious advantage in price compared to imported products.</li> <li>✓ Vietnam, as an ASEAN member, is going to join TPP and then enjoy preferential tariff for member states.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ High inflation rate and huge trade deficit have become potential threats to Vietnam's economic development.</li> <li>✓ Other weaknesses include increasingly severe labor shortage and strikes, insufficient infrastructure, sharply increased labor cost, soaring costs of land acquisition, and low efficiency in government administration.</li> </ul> |
| Competitive Analysis of Plumbing Industry | ◀◀Opportunity▶▶                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | ◀◀Threat▶▶                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|                                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Promoted income level due to the continual economic development in Vietnam, national policies that stimulate civilian consumption and domestic demand, and accelerated urbanization have all created a good environment for the development of plumbing industry and a large market.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Manufacturers of international brands produce plumbing products and devices for bathroom in China and export their products to Vietnam through the advantage of brand effect and occupy its market with international brand awareness.</li> </ul>                                                                                                         |
| Suggestion                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Taiwanese manufacturers, used to focus on the market in USA, shall actively explore markets in Europe and Asia in order to reduce risks.</li> <li>✓ At present, Vietnam's plumbing products highly rely upon import, suggesting that its market has high potential for development.</li> <li>✓ Taiwanese enterprises that plan to enter Vietnamese market shall be aware of the competition from products produced in China by brand manufacturers, and strengthen the control of channels in order to seize a market share of plumbing products in Vietnam.</li> </ul> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |

# 第一章 產業總論

## 第一節 產品定義與產業特性

### 一、產品定義與範疇

水五金產業意指水用五金相關產業，譬如衛浴設備用水龍頭、閥、栓、水錶、灑水器、自來水用止回閥、減壓閥、金屬製衛生設備及其零件，包括污水槽及洗面盆、浴盆其他零配件以及衛浴五金配件。依據北美 NAICS 的分類，水五金產品包含：二三孔浴用水龍頭、淋浴用黃銅配件、防燙傷水龍頭、花灑及分流器等。從前的水龍頭僅只具備單獨給水功能，今日的水龍頭不僅已成為居家設計的重要元素，甚至在各大建築中，都能見到結合各式高科技的產品，像是電子感應式、恆溫控制等高功能與高附加價值的水龍頭，若依我國行業標準分類，水五金行業可歸類為「泵、壓縮機、活栓及活閥製造業」。產品最大宗為水龍頭、止回閥、減壓閥以及各式金屬製衛生用品，主要產品為廚房衛浴設備。水五金的零配件分類詳見【表 5-1-1】所示。

## 第二章 越南水五金市場現況與趨勢

### 第一節 產業概論

#### 一、總體經濟

越南 2013 年 GDP 成長率為 5.42%，如【圖 5-2-1】所示。其中，第一季成長 4.76%，第二季成長 5%，第三季成長 5.54%，第四季成長 6.04%。2013 年 GDP 成長雖低於預期目標(5.5%)，但高於 2012 年的 5.25%，釋放出經濟復甦的訊息。

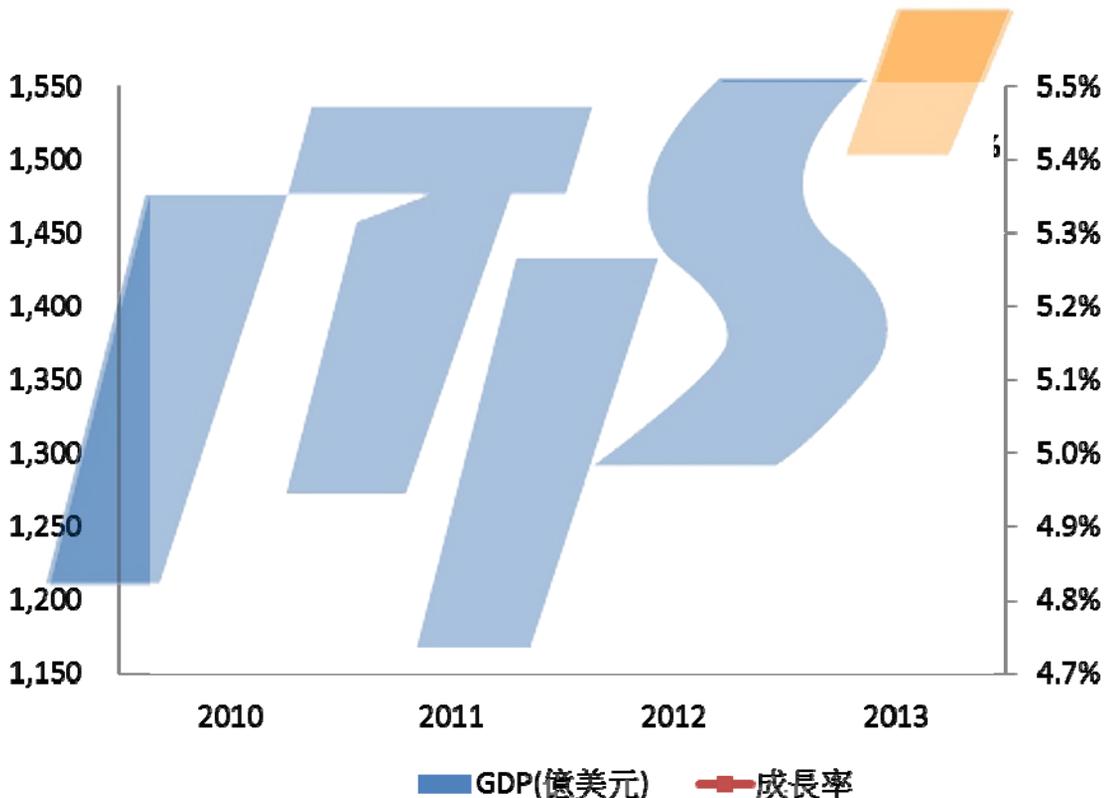


圖 5-2-1 2010~2013 年越南 GDP 變化統計

資料來源：越南統計局/金屬中心 MII-ITIS 計畫整理

## 第三章 重要議題影響剖析

### 第一節 貿易自由化之衝擊與機會

越南目前已簽署 8 個自由貿易協定如【表 5-3-1】及【表 5-3-2】，包括越南－東盟(ASEAN)FTA、越南－東盟+(印度、澳洲－紐西蘭、韓國、日本、中國大陸)FTA、越南－智利 FTA、越南－日本 FTA。目前正在談判其他 6 個自由協定，包括 越南－歐盟(EU)FTA、越南－歐洲自由貿易協會(EFTA)FTA、越南－韓國 FTA、越南－俄國、白俄、哈薩克海關聯盟 FTA、東南亞區域全面經濟夥伴協定(RCEP)。

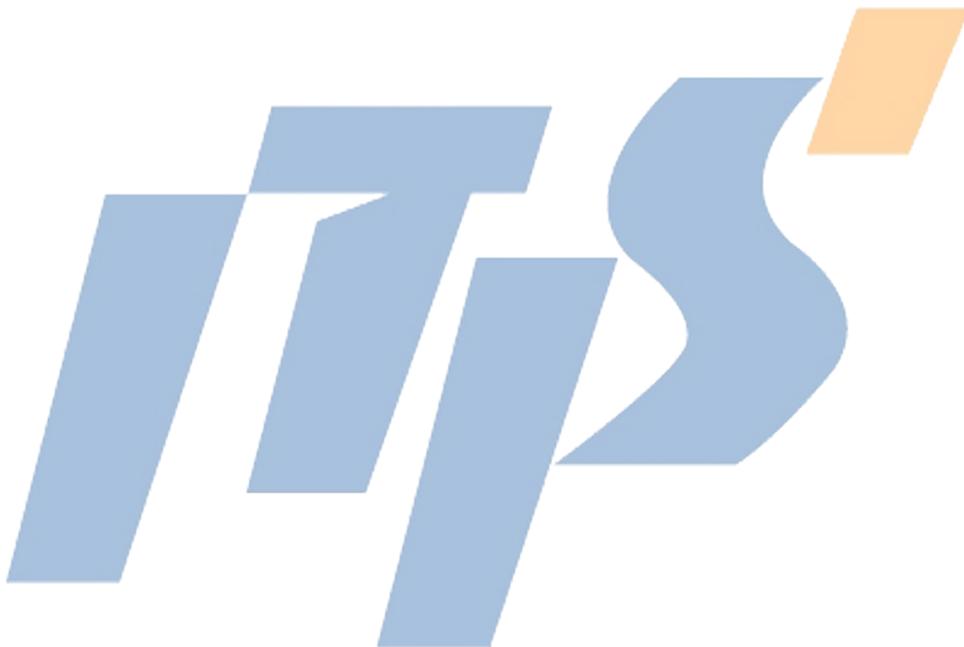
表 5-3-1 越南與東協體系自由貿易協定簽訂情形

| 名稱                                                                            | 進展 | 簽署時間 | 生效時間 |
|-------------------------------------------------------------------------------|----|------|------|
| ASEAN Free Trade Area<br>東協自由貿易區                                              |    |      |      |
| ASEAN-Australia and New Zealand Free Trade Agreement<br>東協－澳洲、紐西蘭自由貿易協定       |    |      |      |
| ASEAN-India Regional Trade and Investment Area                                |    |      |      |
| ASEAN-Japan Comprehensive Economic Partnership                                |    |      |      |
| ASEAN-Korea Comprehensive Economic Cooperation Agreement                      |    |      |      |
| ASEAN-People's Republic of China Comprehensive Economic Cooperation Agreement |    |      |      |

< 續下表 >

## 第四章 結論與建議

### 第一節 結論



# 《2014 金屬製品業新興市場特輯- 手工具俄羅斯篇》

全本電子檔及各章節下載點數，請參考智網公告

電話 | 02-27326517

傳真 | 02-27329133

客服信箱 | itismembers@micmail.iii.org.tw

地址 | 10669 台北市敦化南路二段 216 號 19 樓

劃撥資訊 | 帳號：01677112

戶名：財團法人資訊工業策進會

匯款資訊 | 收款銀行：華南銀行-和平分行

(銀行代碼：008)

戶名：財團法人資訊工業策進會

收款帳號：98365050990013 (共 14 碼)

服務時間 | 星期一~星期五

am 09:00-12:30 pm13:30-18:00



如欲下載此本產業報告電子檔，

請至智網網站搜尋，即可扣點下載享有電子檔。

ITIS 智網：<http://www.itis.org.tw/>