



台灣區玩具暨孕嬰童用品工業同業公會官方網站  
www.TCMA.com.tw

12月號

2019 年 3 月 27-29 日  
CBME 印尼國際孕嬰童展  
熱烈徵展中！！  
報名請洽本會 呂小姐！

收件人 / 無法投遞請退回

中華民國 81 年 5 月創刊 · 每月 15 日出版  
理事長：陳國棟 · 發行人：簡淑超  
出版者：台灣區玩具暨孕嬰童用品工業同業公會  
地址：台北市 10446 民生東路一段 42 號 6 樓  
美術編輯：呂宛真 · 編輯：李怡璇  
郵撥帳號：01110902  
服務電話：02-2571-1264 轉 35  
E-mail：tcma@tcma.org.tw  
【經濟部國際貿易局廣告】  
中華郵政台北雜字第 1956 號執照登記為雜誌交寄



## 展望 2019 年拓銷玩具孕嬰童用品國際市場

本會精選 2019 玩具 / 孕嬰童用品國際展，會員廠商參加本會籌組的台灣團區，將可獲攤位補助經費！

近年來，台灣玩具與孕嬰童用品產業已逐步轉型、升級，產品的研發設計實力大大提升，許多廠商自創品牌，創造更高附加價值的產品，因此，如何做好品牌行銷是目前產業界最首要的目標。

公會為協助會員廠商開拓市場，除了每年舉辦內銷玩具展，為廠商增加銷售通路外，也向國際貿易局申請補助經費，積極運用資源，組團參加國際重要展會，在展場中打造「Taiwan Pavilion」整體形象，增加 MIT 產品的知名度，以吸引重要的國際買家前來參觀採購。

本會為提升國貿局參展補助的效益，於 2019 年精選了六項重要的國際玩具與嬰幼兒用品 B2B 專業展，籌組台灣團區，敬請會員廠商把握機會，參加公會籌組的台灣團區將可獲得攤位補助經費！

以下介紹 2019 年本會擬組團參加的六項國際展覽之相關資訊：

(以下按全年度展覽時間先後排序)

### 香港玩具展

2019/1/7-10 香港會議展覽中心

- 2019 年為第 45 屆，重要性僅次於德國紐倫堡玩具展，為全球第二大玩具展、亞洲最大玩具展。與香港嬰兒用品展、文具展、授權展同期展出。
- 展出產品涵蓋玩具業所有範疇，從兒童玩具到成人玩具、傳統與高科技玩具都有。

- 2018 年參觀買家 49,504 人次 / 120 國，買家地區分析：香港地區佔 44%、亞洲地區佔 77%、歐洲地區佔 11%、北美佔 5%。
- 2018 年參展商 2,100 家 / 45 國，參展商數量 / 國別排名：中國 (810 家)、台灣 (177 家)、南韓 (38 家)、英國 (25 家)、美國 (16 家)。

### 香港嬰兒用品展

2019/1/7-10 香港會議展覽中心

- 從香港貿發局香港玩具展分拆出來的獨立展覽會，與香港玩具展同期展覽，2019 年為第 10 屆，規模逐年擴大中，已成為亞洲主要的嬰兒用品展覽會之一。
- 2019 年的展區規劃有品牌廊、孕婦用品 (新展區)、嬰兒寢具及家具、育嬰及保健產品、嬰兒時尚坊、嬰兒護膚及沐浴產品、嬰兒玩具、遊戲及教育用品、嬰兒消耗用品、智能嬰兒產品、嬰兒手推車及嬰兒椅等多元類別。
- 2018 年參觀買家 32,839 人次，買家地區分析：亞洲 75%、歐洲 12%、北美 5%、中東 3%。
- 2018 年參展商 585 家，參展商數量 / 國別排名：中國 (304 家)、台灣 (58 家)、南韓 (31 家)、英國 (13 家)、泰國 (12 家)。

### CBME 印尼孕嬰童展

2019/3/27-29 印尼雅加達 Jakarta 國際展覽館

- CBME 印尼孕嬰童用品展是印尼地區唯一 B2B 性質的展會，展覽面積 4,000 平方米，規劃有 120 家參展商、200 個品牌共同展出，預計可吸引

4,000 位專業買家到訪參觀。

- 亞洲博聞此次和印尼當地領先的展覽公司 Pamerindo 合作，Pamerindo 至今在雅加達、泗水、巴里島等地已舉辦超過 180 場國際貿易展會，辦展經驗相當豐富，此外 Pamerindo 公司也是隸屬於亞洲最大的展覽集團 UBM 公司旗下一員，UBM 公司目前在全球 25 個城市設有辦公室，無論是全球買家資源或是宣傳實力都相當豐厚。

### 台北國際禮品暨文具展

2019/4/18-21 台北世貿一館

- 國內唯一國際性 B2B 禮品展，展區包括：一般禮品、文具及辦公用品、科技瘋潮、印刷暨包裝設計、品牌授權、創意設計、文創新秀、寵物禮品 (新展區)、潮流眼鏡 (新展區)，以及玩具、教育用品、手提包、織襪、手套、鐘錶等公會團區。
- 本會籌組玩具與孕嬰童用品專區。
- 2018 參展商 374 家 / 9 國，以來自亞洲和中美洲的國家為主。
- 2018 參觀總人次 12,829 人，國外買主 1,000 人次、國內買主 7,205 人次。
- 前五大國外買主國：中國、日本、香港、馬來西亞、加拿大。

### CBME 中國孕嬰童展

2019/7/24-26 上海虹橋國家會展中心

- 為中國大陸地區規模最大的專業 B2B 孕嬰童用品展，主辦單位 CBME (亞洲博聞公司) 至 2018 年為止已經有 16 年的辦展經驗，每年都在世界各地舉辦 4~5 場 B2B 性質的專業孕嬰童用品展。
- 2018 年參展商展出的商品類別有

「車床、汽座及傢俱」、「童裝、嬰裝童鞋及配飾」、「玩具教育及紀念品 / 品牌授權展品」、「流行服飾專區 / 孕哺裝」、「孕嬰童食品及保健品」、「母嬰用品」等六大類，主辦單位另外也針對非傳統孕嬰童用品規劃了五大亮點展區：「樂活美媽」、「活色生鮮」、「樂享戶外」、「樂教體驗」及「智慧家居」，針對孕產婦美容美體、寶寶早教、親子戶外娛樂、智慧居家生活，以迎合新世代年輕父母的新型態需求。

- 2018 年參展商 3,065 家。
- 2018 年參觀買家 95,518 人次。

### 德國科隆國際嬰幼兒用品家具展

2019/9/19-22 德國科隆展覽中心

- 是極少數同時包括軟硬體的嬰、幼、童專業貿易展會，規模廣大，是全世界第一大嬰童用品展，舉辦至 2018 年為止，已有 58 年歷史，產品鎖定在 4 歲以下之嬰童用品，由於參展商數目及展品多且齊全，加上規模又大，在業界的地位舉足輕重。
- 2018 年的科隆國際嬰幼兒用品家具展，展出產品多元，包括：安全座椅及配備、嬰兒車、學步車、幼兒玩具、幼兒遊戲、嬰兒電子產品、兒童家具、家飾配件、嬰兒用毛巾品、衛生用品、嬰兒及兒童時尚用品服飾、孕婦裝等，產品類別豐富。
- 2018 年買家 24,700 人，75% 來自德國以外的地區，國際化程度高。
- 2018 年參展商 1,217 家 / 49 國。

想瞭解更多國際專業展覽的訊息，歡迎來電本會洽詢！

## 改版啟示

玩具暨孕嬰童用品通訊月刊 自 2019 年 1 月起改以電子刊物發行

說明：為因應政府環保節能政策，並提升產業資訊傳播的時效性和便利性，本月刊自 2019 年 1 月起改以電子刊物發行 (PDF 檔格式)，以 Email 寄送給會員廠商，並上傳於本會官方網站供線上閱讀及下載。版面設計也會全面採適合手機及電腦舒適閱讀的編排。

PS. 會員廠商若近 1-2 年內有更動 Email 聯絡窗口，或是很久未收到公會寄發的 Email 信件，請聯絡本會李專員 (分機 16) 做聯絡資料校正 (每家會員廠商可留兩個 Email 信箱)，謝謝！

## 2019 年 CBME 印尼孕嬰童用品展 攤位即將額滿，報名從速！！

時間：2019 年 3 月 27-29 日

地點：雅加達 Jakarta International Expo

B2B 專業展

本會籌組台灣團區參加 2019 CBME 印尼孕嬰童展，拓銷

印尼孕嬰童用品市場，並已向國貿局申請參展補助經費，會員廠商參加本會籌組的台灣團區，將可獲攤位補助！非會員歡迎申請入會，可享有第一年會費優惠折扣。詳情請洽本會 呂小姐 (02-2571-1264 分機 33)。

# 12/7 起兒童玩具汽車等 42 項進口土耳其產品課徵 5-30% 附加關稅

土耳其經濟組來函通知（土經字第 1070000345 號函）：

土耳其政府 2018 年 12 月 10 日第 416 號政府公報：自公告日起，對非與土國簽訂自由貿易協定之國家（包含臺灣）課徵 10%-30% 附加關稅，公告日前已裝船將運往土耳其之產品，最遲應於公告日起「45 天內」以「報關文件」取得登記，則該產品免徵本案附加關稅。

其中涉及到玩具與兒童用品的產品類別包括：

稅號	產品敘述	第 8 類國家附加關稅稅率 (%)	第 8 類國家現行稅率 (%)	土國入 WTO 承諾關稅 (最高 %)
9503.00.21.00.00	玩偶	25	4.7	33.2
9503.00.29.00.00	其他玩偶零件及附件	15	0	33.2
9503.00.30.00.00	電動火車（包括鐵軌、標誌及其他附件）；縮減尺寸（比例）之模型組合套件	30	0	33.2
9503.00.35.00.00	塑膠製電動玩具火車之零件；軌道、號誌及其他附件	25	4.7	33.2
9503.00.39.00.00	其他材料製電動玩具火車之零件；軌道、號誌及其他附件	30	0	33.2
9503.00.41.00.00	縮減尺寸（比例）之遊戲模型組合套件	25	4.7	33.2
9503.00.49.00.00	遊戲模型組合套件之零件及附件	30	0	33.2
9503.00.55.00.00	玩具樂器	30	0	33.2
9503.00.61.00.00	木頭製玩具	30	0	33.2
9503.00.70.00.00	其他玩具（套件）	25	4.7	33.2
9503.00.75.00.00	塑膠製玩具	25	4.7	33.2
9503.00.79.00.00	其他材料製玩具	30	0	33.2
9503.00.81.00.00	玩具槍	30	0	33.2
9503.00.85.00.00	模具製成之金屬模型玩具	25	4.7	33.2
9503.00.87.00.00	為兒童設計之攜帶式電子教育設備	25	4.7	33.2
9503.00.95.00.00	塑膠製玩具	25	4.7	33.2
9503.00.99.00.00	其他成套玩具或裝有馬達之玩具，其零件及附件	30	0	33.2

## 土耳其政府進口相關附加公告重點節錄

- 台灣為公告項目中第 8 類國家（如中國大陸、日本、臺灣皆屬之）。
- 「附加關稅」、「海關當局稅收」、「進口關稅」等稅收，係各為獨立稅收項目。
- 進口產品真實產地之申報權責在於進口商。
- 案繫產品之進口再出口情形不在本規定範圍。

備註：本案已於 12 月 11 日收到國際貿易局電子公文後，以 Email 轉知會員。

# 高齡玩具大商機，歡迎參加台灣國際醫療暨健康照護展

時間：2019 年 6 月 27-30 日 地點：台北世貿一館  
性質：B2B 國際商貿展

MEDICAL TAIWAN 為台灣唯一醫療器材及健康照護產業外銷專業商務平台，因應全球醫療產業趨勢，外貿協會將原有的「台灣國際醫療展 (Medicare Taiwan)」及「台灣國際銀髮族暨健康照護產業展 (SenCARE)」整併轉型，打造全新 B2B 專業交易平台「台灣國際醫療暨健康照護展 (MEDICAL TAIWAN)」展覽將環扣「健康」、「醫療」及「照護」三大主題，構築完整的醫療照護生態體系。

樂齡玩具對於預防失智、安撫情緒、情感交流、鍛鍊手眼協調等等的輔助功能，日漸受到重視，看準了全球高齡人口激增，隨之而來醫療與照護產品商機看漲，許多玩具及運動用品廠商也開始發展樂齡玩具市場。本會體察業者的新需求，特與外貿協會合作，於本展規劃了一個「高齡玩具專區」，號召玩具廠商共同參展，運用整合行銷包裝吸引買家的目光，因此歡迎業者踴躍報名參展，開拓玩具新商機。

樂齡玩具專區報名詳情，請洽本會 李嘉哲專員 02-2571-1264 分機 16。

# 11/14 本會舉辦「歐美貿易展覽之老兵帶新兵座談會」成果

本會於 11 月 14 日舉辦「歐美貿易展覽之老兵帶新兵」座談會，廣邀有經驗的業者、展覽合作夥伴、旅行社業者，以及對歐美市場有興趣之會員廠商，以協助廠商了解歐美地區的展覽訊息及參展注意事項，以下是本次座談會重點節錄：

## 1. 歐亞樞紐 - 土耳其市場介紹（亞洲博覽展覽公司介紹）

土耳其是一個高潛力的嬰童玩具市場，是除了印度以外全球人口成長率第二高的國家。

(1) 每年出生人口高達 125 萬人；(2) 0-5 歲人口超過 750 萬人；(3) 嬰童產品年平均消費超過 800 美元；(4) 未來五年嬰童產業市場的年複合成長率超過 5%，以上四點讓土耳其成為適合我國嬰童用品廠商發展的新興市場之一。

當地成長率最高的孕嬰童產品品項前五名是：嬰兒護理與清潔用品、嬰幼兒家具、托育用品、哺餵用品、玩具及教育用品，年成長率達 7-10%。

零售市場年增長率為 10%。找尋合適的銷售通路為進入土耳其市場最有效率的方式。僅有服飾類品項才有較多的廠商願意代理。

土耳其有相當大的比例公司都屬於家族經營，因此培養良好的關係與信任為長期合作的要點。當地的文化相當多元，但大多數人民的信仰以伊斯蘭教為主。提出符合清真認證的商品會有助於當地的銷售。

## 2. 參加歐洲商展注意事項（科隆展覽公司介紹）

專利及智慧財產權：歐洲重視產品原創，參展時展出的商品需要有專利證書，並於展覽時攜帶產品的專利證書對廠商比較有保障。

GEMA 影音播放版權：參展商在歐洲參展時公開播放的音樂（包含公司簡介的背景音樂）也需要申請取得 GEMA 協會（德國音樂著作公開演出與重製權團體）通過同意播放，以免展後受罰。

## 3. 全球最大嬰兒用品家具展 KIND+JUGEND（科隆展覽公司介紹）

本展觀展買主 75% 為德國以外歐洲國家地區之專業買主，加上全球第七大展覽公司 - Koelnmesse 德國科隆國際展覽公司主辦，其強大的媒體行銷配套方案，近幾年參觀買主的參觀票已導入公司資料，利用 QR-Code 可掃得拜訪的買主資訊，並有徵求代理商的申請媒合，這許多的媒體行銷有助於展覽成效的擴大及延伸。

Kind + Jugend 創新大獎：只有 Kind + Jugend 的參展商才有資格參加創新獎。規則簡述：參賽產品僅開放新開發的產品和精進產品參賽，這些產品和產品的上市時間不超過一年（自前一年度 9 月 1 日起），且以未參加過 Kind + Jugend 展展示過的新產品為限，一家廠商可報名多項產品，參賽第一個產品的報名費用為 190 歐元，第二件以上參賽產品報名費用為 300 歐元 / 每一件。而如果產品被提名，則每件產品將再支付 100 歐元專業評審費。但對於首次參展商，報名費用是免費的。

## 4. 美洲最大玩具展概況及美國商貿倉儲服務事項（開翔展覽公司介紹）

美國是玩具的最大消費國，玩具銷量佔世界總銷量的 30%。紐約玩具博覽會（紐約玩具展）是美洲最大的玩具 B2B 專業展。

展會特色：布幕式展示裝潢，需要先加入美國玩具產業協會成為會員，才能參展。

美國商貿發展的痛點：(1) 無法彈性接單；(2) 大單壓價嚴重；(3) 小批量物流費高；(4) 無海外倉庫，無法即時發貨。據 eBay 及 Amazon 等美國線上購物平台統計，買家的滿意度及信任度與物流送貨的速度成正比。亞洲供應商最大的痛點 - 無海外倉儲並即時發貨，運輸問題成商貿阻礙。美國消費型商貿現象為訂單量少但返單快速，在此商貿情勢下，也正是海外倉儲日漸受賣家或企業青睞的關鍵所在。

攻佔美國市場之契機點：

- 中美貿易戰將成為亞洲除了中國大陸之其他國家與美國商貿發展的絕佳機會。（大倫氣球游士毅主委分享）
- 在美國成立公司 -- 澳生威攻佔美國市場方式，此方式為目前可解決美國地方消費稅法問題，但貿易方式在改變，公會將密切觀察，將資訊提供會員，服務會員。（澳生威黃玲玲總經理分享）
- 2020 年美國紐約國際玩具展公會將調查會員參展意願，以期藉由公會及開翔展覽合作組成參展團，讓公會會員亦透過參展成為美國玩具產業協會會員，取得會員服務，協助會員促成美國商貿推廣。（大倫氣球游士毅主委分享）

## 5. 全球最大玩具展 -- 紐倫堡玩具展（百音展覽公司介紹）

紐倫堡玩具展為全球玩具產業指標性大展，至今已舉辦 69 屆（2019 年將為 70 屆），佔地面積達 17 萬平方公尺，共分為 12 種不同產品類別，使用 18 個館別，每年吸引包括知名玩具大廠、新創公司、專業製造商、大型通路商及各國玩具專業零售業者與會。2018 年數據統計，參展商共為 2,748 家，來自 61 個國家，其中有 1951 家為海外展商；訪客高達 75,888 人，來自 122 個國家，其中有 56% 為海外人士，主要訪客來自歐洲，佔訪客人數的一半以上。

紐倫堡玩具展以往要參加專業館展覽申請較困難，建議新參展廠商可由外貿協會組團團區參展，藉由共同國家館形象設計、共同行銷計畫，對於首次參加的新廠商

及新創公司來說，是更為安全的參展平台。（大倫氣球游士毅主委分享）

## 6. 展覽公司和廠商參展經驗分享

再次宣導展前接洽裝潢、運輸注意時間流程及資料回傳的規定期限，以避免過了最後期限，增加費用。（亞洲博覽林佑亮先生分享）

出展時請一起攜帶先前與裝潢公司的接洽圖稿，以利糾紛產生時，作為釐清，保障權益。（大倫氣球游士毅主委分享）

了解客人的需求，而不只是介紹或展現自己的產品，才能找到長期商貿合作夥伴。（樂富禮社保興理事分享）

參加國際展覽前可多利用主辦單位線上或軟體的服務，先做功課，可先查詢參展其他公司商品或公司型態，也可找到當地長期商貿合作夥伴。（陳國棟理事長分享）

初次參展盡量可以跟著旅行社行程，不管針對當地民情風俗的了解或安全顧慮都較有利，也可跟同團其他公司參展商交流，意外得到未來商貿合作機會。（陳國棟理事長分享）

每日更換重點展示商品，每日分析來客型態及喜愛商品，並學習分辨「誰才是真正的客人」；廣發舊有暢銷產品 DM，不須吝嗇，或許可意外得到商貿接洽機會；以本公司產品為例，紐倫堡玩具展展期結束贈送展品給喜愛公司產品的素人（網紅爸爸），意外得到曝光產品機會。（陳國棟理事長分享）

歐洲商貿展有許多被告侵權的狀況，專業旅行社還提供了暫借金援的協助，以順利暫解突發狀況。（大倫氣球游士毅主委及汎歐旅行社周瑩妮小姐分享）

## 7. 國際展覽差旅注意事項：商貿參展團及觀光旅行團有很大的差異

商貿展覽更需要借助旅行社更多的危機處理及商貿展出協助，例如單獨參展之民生需求。

商貿展覽廠商的行李極多需要借助專業旅行社的協助，例如印尼商務簽證申請，而不能以觀光簽證申請，以避免展品扣押狀況。

哈薩克玩具展參觀訪問團，由於中國一代一路的影響，哈薩克的經濟有明顯的崛起，組團觀展此新興市場，提供廠商商貿發展參考。

旅行社可以為您量身訂製商務行程，讓參展商體力精力用於商貿洽談接單上。旅行社猶如參展商保母，透過專業旅行社領隊服務，以讓參展商得以全力衝刺商貿。

這次的座談會總計有 30 人參加，非常感謝合作伙伴：中華民國對外貿易發展協會、百音展覽公司、開翔展覽公司、科隆展覽公司、亞洲博覽展覽公司、汎歐旅行社、德旺旅行社的支持與協助。

# 全球玩具市場調查：2018 年 1-9 月銷售冠軍榜 L.O.L. Surprise!、WowWee 並列

根據全球知名的市調公司 NPD 於 11 月 1 日發布的全球玩具市場調查統計指出，從 2018 年 1 月到 9 月，全球玩具行業的銷售額增長了 4.09 億美元，達到了 274 億美元，比去年同期增長了 1.5%。

NPD 進一步分析，增長的主要原因可能是美洲的銷售額增長了 3.3%。歐洲和澳大利亞分別下降 1.6% 和 1.9%。

這份 NPD 的全球玩具零售市場調查，涵蓋地區有：澳大利亞、比利時、巴西、加拿大、法國、德國、意大利、墨西哥、荷蘭、俄羅斯、西班牙、英國和美國。

從玩具分類品項的業績來看，最強勁的銷售業績來自玩偶（Dolls），增長了 14%，達到 38.4 億美元，成長率最高的類別則是青少年電子玩具（Youth Electronics），增長 16%，達到 5.28 億美元。

在 Dolls 這個類別中，業績最高的是「L.O.L. Surprise!」這個品牌的洋娃娃，業績成長最快的是銷售 Bratz 娃娃的公司 MGA Entertainment property 公司，比前一年成長 5 倍之多。

在青少年電子玩具中，生產互動玩具 Fingerlings（手指猴）的 WowWee 是銷售業績最好的品牌，業績遙遙領先其他品牌。

NPD 分析師表示，像 L.O.L. Surprise! 和 Fingerlings 這類玩具能持續熱賣，一部分的原因是消費者持續追蹤他們感興趣的「社交媒體」和「開箱視頻」，因此新產品一推出即透過以上管道發布，因此能迅速並持續的引發關注。

本次調查顯示，銷售量下滑的玩具類別中，最大的銷售額跌幅來自戶外及運動玩具（Outdoor & Sports Toys），下滑 2.9%（- 1.58 億美元），而衰退比率最高的類別是填充玩具（Plush），下跌 5.4%（- 8100 萬美元）。

【資料來源：2018.11.01 根據美國玩具協會官方發布新聞〈NPD: Global Toy Sales Remain Strong Going into the Holiday Season〉一文編譯】

## 2019 台北國際禮品暨文具展 早鳥優惠報名至 2018 年 12 月 31 日！

時間：2019 年 4 月 18-21 日 地點：台北世貿一館

本展已申請 2019 年經濟部國貿局參展補助經費（謹限報名參展會員運用）

本會援例協助外貿協會辦理，並協助會員廠商爭取國內外商機，自即日起接受 E-mail（或郵寄通訊）報名，攤位有限，敬請把握機會。

廠商若於 2018 年 12 月 31 日前報名者，享 early bird 空地攤位 85 折優惠（會員廠商報名「公會專區」享 75 折優惠）

貴公司若有意參展，請速向本會報名登記，並繳交訂金，每一個標準攤位訂金 NT\$15,000（含稅）。

報名詳情請洽本會 李專員 02-2571-1264 #16

service@ttcma.org.tw / ttcma@ttcma.org.tw

## 2019 婦幼用品大展暨兒童博覽會 檔期（內銷展售會）

本會與揆眾展覽公司聯合舉辦之婦幼用品大展暨兒童博覽會，於 2019 年預計的檔期及地點如下，歡迎踴躍報名參加。

1	02/15 - 02/18	春季展	台北・南港展覽館
2	05/31 - 06/03	中部唯一檔	台中・大台中國際會展中心
3	07/12 - 07/15	夏季展	台北世貿一館
4	09/13 - 09/16	秋季展（暫定）	圓山爭豔館
5	10/25 - 10/28	南部為週年慶檔期	高雄巨蛋
6	12/27 - 12/30	冬季展	台北世貿一館

## 經濟部標準檢驗局公布市售「兒童雨鞋」檢測結果

鑑於市售兒童雨鞋琳瑯滿目，若雨鞋中含有塑化劑、重金屬等有害物質，兒童穿脫後沒有洗手就直接拿取食物，恐對兒童健康有所影響。為確保市售兒童雨鞋之品質安全，經濟部標準檢驗局於 107 年上半年間於鞋店、雨衣行、百貨商行等實體販售通路及網路販售平台，隨機購買 15 件兒童雨鞋進行檢測，檢測結果「品質項目」之「8 種鄰苯二甲酸酯類塑化劑含量」計 3 件不符合規定，「中文標示」經初步查核計有 6 件不符合「鞋類商品標示基準」規定。

### 壹、檢驗標準

標準檢驗局表示，本次兒童雨鞋購樣檢測係依據國家標準 CNS 15503「兒童用品一般安全要求」檢測「8 種重金屬（鎘、砷、鉍、鎘、鉻、鉛、汞、硒）」及「8 種鄰苯二甲酸酯類塑化劑（DEP、DMP、DEHP、DBP、BBP、DINP、DIDP 及 DNOP）」等品質項目。「中文標示」則依據「鞋類商品標示基準」查核。

### 貳、檢測結果

#### 一、品質項目：

- （一）「8 種重金屬」：全數符合國家標準要求。
- （二）「8 種鄰苯二甲酸酯類塑化劑」：有 3 件，超過國家標準 0.1% 限量值規定。分別是大陸桃源牌總量 50.4%、日本 staple 牌總量 378.6%、日本 Goocha 牌總量 37.5%。

#### 二、中文標示初步查核：

計 6 件不符合「鞋類商品標示基準」規定，不符合情形包括：(1) 未標示商品名稱、(2) 未標示進口商廠商資訊、(3) 未以中文標示生產國別、(4) 未標示鞋面及大底材質，或未以中文標示材質等，四種情況。

#### 參、不符合規定後續處置事項

標準檢驗局說明，「兒童雨鞋」非屬該局公告應施檢驗商品，本次檢測不符合規定者處置如下：

- 「品質項目」不符合之商品：依「消費者保護法」相關規定通知銷售者辦理下架，並請製造商或進口商進行回收改善。屆期不改正者，將依據該法第 58 條處新臺幣 6 萬元以上 150 萬元以下罰鍰，並得按次處罰。
- 「中文標示」經初步查核不符合「鞋類商品標示基準」規定者，移請經濟部中部辦公室依「商品標示法」規定處置。

【資料來源：2018.11.15 標準檢驗局網站】

## 因應美國 301 條款產證管理

美中貿易戰升級，許多新的貿易保護措施和規定應運而生，也讓許多產業都受到波及，為避免廠商在出口美國海關時發生貿易糾紛或觸犯違規轉運貿易，經濟部國際貿易局於 2018 年 12 月 12 日舉辦「因應美國 301 條款產證管理」說明會。由貿易局貿易服務組 黃澗萱組長主講以下內容：

### 前言

1. 申請產證的目的：證明產品的「原產地」在哪裡。
2. 產品進口會涉及關稅，關係到產品原產地是否適用進口國的「關稅減免」或「貿易管制措施」等不同的稅則標準。
3. 目前廠商大都是因為被客戶 / 進口商要求，才來申請。美國官方目前並沒有要求進口廠商提供產證。
4. **進口產品的原產地是由「進口國的海關」來認定。**以美國 301 條款為例，它的課稅對象是「原產地為中國大陸的產品」，當美國海關針對從臺灣進口的產品去判定原產地，如果被認定原產地是中國大陸，可能就要針對 301 條款的稅則課徵 10-25% 的稅，如果認定原產地為臺灣，當然就不需要。所以廠商若有產品出口到美國，有必要了解美國對原產地認定的原則及相關規定為何。

### 一、國際上原產地認定通則

(一) 依可否適用關稅減免，分成 2 類：

1. **優惠性**：判定進口產品原產地國是否適用優惠關稅措施，例如：自由貿易協定 (FTA)、普遍性優惠關稅措施 (GSP)。
2. **非優惠性**：判定產品是否遭受貿易救濟措施 (如反傾銷稅、美國 301 條款) 及禁止進口、產地標示是否正確等。

(二) 原則性規範：

1. 完全取得：農牧產品大多屬於此類。
2. 最終實質轉型：產品原料來自多國 (臺灣製造產品大多屬於這一種情況)，有三個認定標的，按順序先後為 (1) 稅則的變更、(2) 附加價值率、(3) 重要製程。

(三) 進口產品原產地：由進口國認定，每個國家都有自己的標準和定義。

### 二、美國的非優惠性原產地規則

(一) 美國對非優惠性進口產品原產地認定：**沒有一體適用的標準**，由美國海關暨邊境保護局 (CBP) 以個案認定「**最終實質轉型**」。

(二) 美國 CBP 對於最終實質轉型的判定：產品加工後是否改變其 (1) 名稱 name、(2) 特性 character、(3) 使用 use，以及 (4) 加工程序複雜程度、(5) 附加價值等，以上 (1) 至 (5) 由美國 CBP 全權做「綜合判定」。

(三) 判例舉例：

1. 如果從 A 國進口蘋果酒至 B 國，在 B 國將蘋果酒製成蘋果西打，名稱雖然改變，但美國會判定「沒有實質轉型」，原產地會判為 A 國。
2. 如果由臺灣出口太陽能電池到大陸，在大陸組裝成太陽能電池模組，美國會判定「沒有實質轉型」，所以原產地判為臺灣。
3. 自日本進口鏡片，裝在臺灣製造的眼鏡框中，再出口至美國，雖然產品的使用改變了，但沒有實質轉型，原產地會判定為日本。
4. 從國外進口手電筒的原料到臺灣，在臺灣以每支 4 分鐘的製程組裝成手電筒，因為加工程序不複雜，所以沒有實質轉型，原產地不算是臺灣。
5. 臺灣出口至美國的自行車，各部零件來自多國，美國依「車架」在哪裡製造來判定。

### 三、美國原產地認定相關資訊

由於美國海關暨邊境保護局 (CBP) 對於非優惠性關稅進口產品的原產地認定，沒有一體適用的標準，也很嚴格，且美國並未要求進口產品提供產地證明，也未採信由出口國家開立的產證，因此，提供以下美國原產地認定資訊，供廠商做查詢。

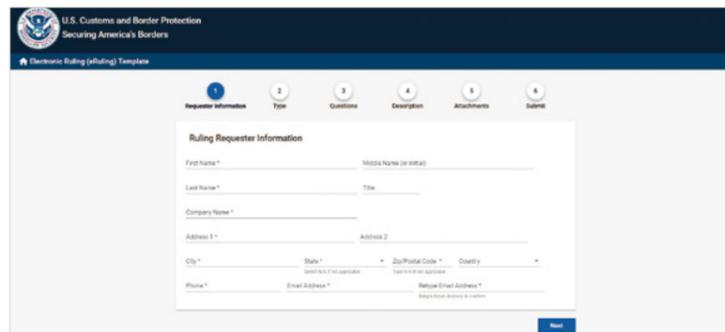
出口到美國的產品，也可以利用線上登錄系統向美國 CBP 申請「原產地及稅則分類預審」(Requirements for Electronic Ruling Requests)。

#### ◆申請美國原產地及稅則分類預審

美國海關暨邊境保護局 (U.S. Customs and Border Protection, CBP) <a href="https://www.cbp.gov/">https://www.cbp.gov/</a> [CBP 首頁 → Trade → Rulings & Legal Decisions → Ruling Requests]
預審相關規定說明 (線上申請說明) Requirements for Electronic Ruling Requests <a href="https://www.cbp.gov/trade/rulings/eruling-requirements">https://www.cbp.gov/trade/rulings/eruling-requirements</a>
預審申請系統 Electronic Ruling (eRuling) Template <a href="https://erulings.cbp.gov/wizard/requesterinformation">https://erulings.cbp.gov/wizard/requesterinformation</a>
美國海關裁決案例線上搜索系統 (CROSS) <a href="https://rulings.cbp.gov/home">https://rulings.cbp.gov/home</a>

#### ◆美國優惠性原產地認定標準及規定 (19 CFR 102)

美國政府出版局 (U.S. Government Publishing Office, GPO) <https://www.gpo.gov/fdsys/granule/CFR-2012-title19-vol1/CFR-2012-title19-vol1-part102/content-detail.html>  
說明：美國對優惠性原產地認定標準及規定是最嚴格的，所以非常有參考的價值。



▲ 美國 CBP 稅則分類預審申請系統頁面

### 四、我國預防違規轉運作為

- (一) 建立貿易監測機制：觀測美增稅清單項目在美中貿易消長情形。
- (二) 強化進出口管理：加強查驗產地標示、違規者依嚴重性予以警告、罰鍰、停止輸出入或廢止進出口廠商資格。
- (三) 強化產證管理。
- (四) 廠商支援協助：

1. 財政部建立諮詢窗口及提醒機制：

- (1) 我國財政部關務署所轄的四個海關 (基隆關、台北關、台中關、高雄關) 可以提供出口產品的諮詢，依過去的經驗及國際通則，協助廠商在出口前預先判斷可能的產地判定。
- (2) 對出口至美國，且屬對中國大陸 301 調查案課稅清單產品之產證，簽發單位會特別提醒廠商，一定要符合我國「原產地證明書及加工證明書管理辦法第 3 條至第 5 條」對於原產地的規定。(註：即使產品檢附我國的產證，美國還是會調查，仍有可能判定是非臺灣製造)

2. 貿易局建置網頁專區協助：

經濟部國際貿易局經貿資訊網 / 美國 301 措施專區 / 美國原產地認定規定相關資訊

<https://www.trade.gov.tw/Pages/Detail.aspx?nodeID=2879&pid=650137>

### 五、輸出貨品申請以我國為原產地之認定條件

依產證管理辦法第 3-5 條，進口和出口適用的標準相同。

- (一) 在國內完全取得：大多為農、牧、漁業產品。
- (二) 在我國境內完全生產：工業製造、加工產品。
- (三) 在我國境內產生最終實質轉型 (自外國進口原料，在我國加工製造而產生實質轉型)：

1. **實質轉型 -- 稅則前 6 碼號列相異** (前 6 碼中，只要有一碼改變就算實質轉型)：例如 - 進口國外原物料：鋁錠 CCC 7601.20.20.11-1 → → → 於國內加工製造 → → → 出口成品：鋁製輪胎圈 CCC 8708.70.20.20.00-0
2. **實質轉型 -- 附加價值率超過 35%**：

$$\frac{\text{貨品出口價格 (FOB)} - \text{直接、間接進口原材料及零件價格 (CIF)}}{\text{貨品出口價格 (FOB)}} \geq 35\%$$

\*說明：自台灣貿易商購入之國外製材料及零件，不算台灣製造。

3. **實質轉型 -- 重要製程在我國境內**：特定貨品符合我國貿易局公告之重要製程。
4. **簡單加工不得認定為實質轉型**：產品只要符合以下情況之一，即使符合前 3 項，仍不能算是實質轉型。
  - (1) 運送或儲存期間所必要之保存作業。
  - (2) 貨品為銷售或裝運所為之分類、分級、分裝、包裝、加作記號、或重貼標籤等作業。
  - (3) 貨品之組合或混合作業，未使組合後或混合後之貨品與被組合或混合貨品之特性造成重要差異。
  - (4) 簡單之切割或簡易之接合、裝配或組裝等加工作業。
  - (5) 檢測、簡單之乾燥、稀釋或濃縮作業而未改變其性質。

### 總結

1. 美中貿易衝突之際，貿易轉單對我國廠商是個機會。在把握機會的同時，應注意產品須符合美國對原產地認定的規定。
2. 切勿轉運中國大陸製產品且偽報產地為臺灣，規避美國 301 額外關稅，這可能引起美國對我國產品展開調查，或課徵額外關稅。
3. 歐盟和美國都有所謂「關務詐欺調查」，調查的對象是個別的廠商，他們會針對任何不實的產地標示、數據、資料、陳述、稅則申報等等...做調查，尤其美國海關本身就有調查的權限，若是調查不法屬實，不但要補繳稅，還要罰款，還涉及嚴重的刑罰。若是因為個別廠商的違法，進而導至該國針對我國特定產業做反規避調查，將讓整體產業都受到影響和損失。
4. 保護主義及區域整合興起，原產地認定的規則對進出口廠商來說日益重要。廠商應事先了解、準備，例如平時就要將進 / 出貨的「物料清單」做得很清楚，萬一面臨到輸出國家的反規避調查，才能快速提出證明。