

# 臺灣與臺商形象 越南調查計畫

The Image of Taiwan and  
Taiwanese Businesses in Vietnam

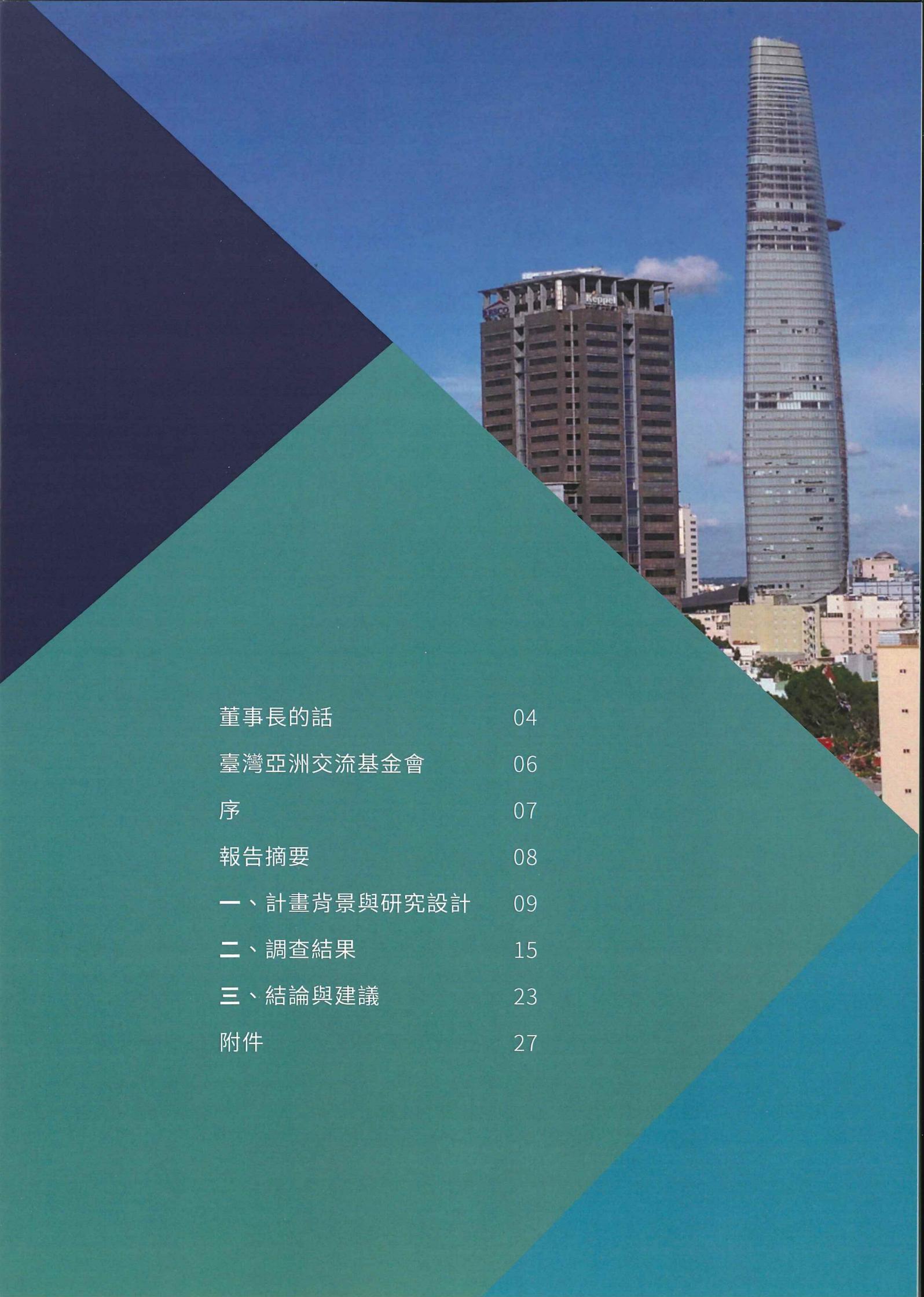
TAEF Research Series 001

2019年12月

## 臺灣與臺商形象越南調查計畫

The Image of Taiwan and Taiwanese Businesses in Vietnam

- 發行人 蕭新煌  
總編輯 楊昊  
主編 徐遵慈  
執行編輯 童成家  
調查委任 台灣趨勢研究股份有限公司  
行政團隊 吳玉函、陳盈潔  
封面設計 葉恬伶  
照片提供 Trungyandang、Tuderna  
內頁排版 顏麗家  
發行年月 2019年12月  
出版者 財團法人臺灣亞洲交流基金會  
地址 106臺北市大安區仁愛路三段136  
號11樓1107室  
電話 (02)2700-2367  
傳真 (02)2700-2379  
E-mail service@taef.org  
網址 www.taef.org  
印刷 大安影印



董事長的話	04
臺灣亞洲交流基金會	06
序	07
報告摘要	08
一、計畫背景與研究設計	09
二、調查結果	15
三、結論與建議	23
附件	27

## 董事長的話

臺灣亞洲交流基金會（簡稱台亞基金會）於 2018 年 5 月成立，為我國第一個聚焦於東南亞及南亞交流與合作的先導型行動智庫，致力於推動新南向政策的全面化和多元化。

「臺灣與臺商形象越南調查計劃」是我國首次針對「臺灣」與「臺商」在外國的總體形象所做的調查。國家與企業的整體形象對於經營夥伴關係與開拓海外市場有關鍵性的影響，良好的國家形象將能促進本國產品在國外的擴展，而建立優質的國家形象與商業品牌形象，將更有助於我國企業與公民社會團體深耕在地社會。日本外務省在東南亞長期且定期辦理對日本的好感度調查，韓國也有中央或地方政府定期投入資源研究韓國在他國的整體形象，並善用調查結果擬訂或重新調整該國的海外宣傳策略。隨著新南向政策推動邁入第三年，臺灣已進一步深化與新南向夥伴國家在經貿、社會、文化與人際的交流，瞭解當地社會如何看待與評價臺灣與臺商形象就益顯重要。

在新南向夥伴國家中，越南是臺灣在東南亞最大投資國。臺商自 1990 年投資與經營越南市場至今已近 30 年。傳統產業、食品加工、電子業以及鋼鐵業大廠相繼前往越南設廠，在越南形成密集的臺商聚落，也間接促進了臺越政府、業界以及民間社會密切的交流，臺灣與越南之間形成密不可分的夥伴關係。隨著近年美中貿易衝突升高，國際大廠與臺商紛紛回臺或擴大在越南生產基地，將使越南在全球產業鏈持續扮演更重要角色，因此持續深化臺越夥伴關係成為政府推動新南向政策的重要目標之一。

本會於今（2019）年4月啟動臺灣與臺商形象調查計畫，希望藉由本計畫，以客觀的調研方式，掌握越南社會對於臺灣整體形象和臺商形象的看法，並藉此提供我國政府未來推動臺越關係與新南向政策後續計畫之參考。從調查結果中，我們發現受訪的 120 位與臺灣企業有業務往來的越南企業管理階層，對臺灣與臺商抱持頗為正面的整體形象，在越南十大投資國中居於第二位，僅次於日本，勝過第三名的美國及第九名的中國。同時，我們也觀察到臺商企業在「提升員工福利」、「落實環境保護政策」、「保障平等升遷管道」、「善待勞工」上還是不如經濟貢獻受到肯定，這應該是臺商在提升和改善形象上需要努力的項目。

為發揮本調查對政府單位與臺商社群的效益，本會已於本（2019）年度「玉山論壇：亞洲進步與創新對話」上舉行媒體發佈會，向業界與媒體簡報調查結果，也獲得各界關注與多則新聞報導。期望如今藉由出版完整的研究報告書，「臺灣與臺商形象越南調查計劃」的效益能持續擴大。

在此，特別感謝台亞基金會兼任資深研究員暨臺灣與臺商形象越南調查計劃主持人徐遵慈帶領台亞基金會團隊，不辭辛勞規劃與執行本計畫，也感謝臺商先進提供寶貴的諮詢意見。在各界的正面回饋與支持下，台亞基金會將持續努力推動更多先導型專案，在新南向政策下為臺灣擘劃新世代的區域夥伴關係。



蕭新煌  
臺灣亞洲交流基金會董事長

## 臺灣亞洲交流基金會

「財團法人臺灣亞洲交流基金會」（簡稱台亞基金會）於 2018 年成立，為我國第一個聚焦於東南亞及南亞交流與合作的先導型行動智庫，2019 年獲得美國賓州大學公民社會與智庫研究計畫的肯定，與其他 26 個智庫同時入選 2018 年「全球最佳新興智庫」（2018 Best New Think Tank）。

台亞基金會的主旨為偕同夥伴機構推進新南向政策相關計畫中尚未被全面推進的先導型專案，作為檢視新南向政策成果與勾勒下一階段路向的重要參照。

在落實「新南向政策」精神下，台亞基金會宗旨為推動臺灣與東協 10 國、南亞 6 國及紐澳地區的全方位交流，透過三大領域深度合作——包含智庫、非政府組織與青年領袖——以促進亞洲發展共同體意識，並建立長期合作夥伴關係。

台亞基金會致力於打造亞洲民間社會的區域合作新機制，透過五大行動計畫的推進密切發展區域對話，深耕臺灣與東協及南亞地區的共同政策藍圖，並經由具體的合作倡議，來凸顯臺灣對亞洲發展的承諾與貢獻。台亞基金會的五大行動計畫分別是：亞洲青年領袖倡議、公民社會鏈結計畫、智庫交流合作網絡、亞洲區域韌性計畫、以及文化藝術交流倡議。

台亞基金會舉辦各項國際會議，以及每年的旗艦活動「玉山論壇：亞洲進步與創新對話」系列，推動加強臺灣與新南向夥伴國家及社會的雙邊關係，並進一步邀請其他理念相近的國家參與區域對話。

## 序

國內研究東南亞或與東南亞交流的智庫、學者、民間組織等，一直以來都在探索一個問題：臺灣自 1980 年代開始前進東南亞，至今已超過 30 餘個年頭，臺商腳步已深入東南亞的每一個角落，然而東南亞社會及人民是否認識臺灣？如何看待臺商？如何評價臺灣產品？相關的客觀調查卻始終付之闕如。

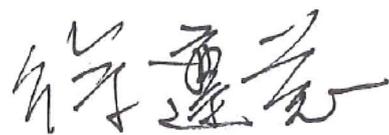
隨著政府自 2016 年推動「新南向政策」，帶動臺灣與東南亞新一波的投資、商務、觀光、以及人民間的往來，如何正確認識在東南亞社會的臺灣整體形象與對臺商印象，成為政府擬訂政策，提高施政準確性與效率的重要參考基礎。無數的企業亦企盼了解東南亞民眾眼中的臺灣印象，以便擬定行銷或企業營運策略。至此，我國應該以客觀、量化方式調查臺灣與臺商形象的呼聲逐漸升高，最終促成台亞基金會蕭新煌董事長決定率先執行本項計畫，並選擇臺灣在東南亞最重要的投資國——越南，執行這次首開風氣的問卷調查計畫。

執行本次「越南臺灣與臺商形象調查計畫」，主要的困難在於調查問題的設計、調查對象的決定，以及如何克服地理位置差異或調查對象可能根本對臺灣或臺商毫無印象的問題。對此，本次調查決定以與臺商已進行業務往來的越南企業管理階層為主，以避免對臺灣毫無認識的問題；並為了解調查對象心中的比較性印象，以越南前 10 大投資國比較其對於臺灣與臺商的印象。此外，為能較正確解釋問卷調查結果，執

行團隊與問卷調查公司亦在 10 月間親訪越南北兩大城市——胡志明市與河內市——舉行調查對象之質性訪談。

此次問卷調查結果對多數熟悉越南國情的專家及越南臺商而言，大致符合其期待，並無令人訝異的調查結果。不過，雖然總體調查結果認為臺灣及臺商在越南形象優於周邊其他國家，包括韓國、東協國家、中國等，但調查結果亦指出值得臺商深思及重視的問題，包括臺商在環保、企業社會責任、善待員工等方面形象相對較差，都將是我政府與企業界未來必須迎頭趕上的重點。臺灣各界對於近年我國在越南發生嚴重汙染或環保事件，仍然記憶猶新，許多越南人民亦迄今無法釋懷。本次形象調查指出的弱點或不足，恰如當頭棒喝，提醒政府與企業必須更加努力扭轉印象。

此次調查計畫是一項重要嘗試，希望能夠拋磚引玉，帶領國內學術界、產業界執行不同國家、目的、規模的調查計畫。更重要者，形象調查計畫應該持續進行，才能真正有助掌握我國在東南亞國家民意中的變化，以適時調整政府施政或企業營運對策。



徐遵慈

台亞基金會兼任資深研究員  
臺灣與臺商形象越南調查計劃主持人

## 報告摘要

本調查計畫聚焦於臺灣與臺商在越南的整體形象，並以問卷訪問 120 位與臺灣企業有業務往來的越南企業管理階層，調查問題主要分為四大部分，分別為「對臺灣、臺商之認知」、「對臺灣之印象」、「對臺商之印象」、「合作意願及其他意見」。整體而言，調查結果呈現出臺灣與臺商正面進步的整體形象。臺灣與臺商總體形象在越南十大投資國居於第二位，僅次於日本，勝過第三名的美國及第九名的中國。多數受訪者皆認為「友善」、「科技進步」、「自由民主」最能代表「臺灣」的整體形象，而「注重信用」、「遵守當地法規」、「具國際化實力」是受訪的越南管理階層普遍對「臺商」的印象。在詢問其透過經貿交流中對臺灣產品的印象，眾多受訪者皆對臺灣的電子、資通訊與機械產品印象深刻，也對這些產品持有良好的評價。調查結果是對臺灣在電子、資通訊與機械產業的實力與臺商長期在越南殷實耕耘的肯定。

另一方面，我們也發現，受訪者認為臺商企業在「提升員工福利」、「落實環境保護政策」、「保障平等升遷管道」、「善待勞工」上較不如經濟貢獻受到肯定，顯示臺商在越南應加強企業社會責任、強化照顧勞工福利、加強參與社會活動，以及注重企業形象宣傳。臺商主管應強化與越籍員工的溝通管道，並在適度的範圍內參考其意見，調整員工福利。臺商在環境保護的印象仍可能受到過去環境汙染案例的報導影響，因此除落實環境法規，臺商也需針對環境保護的負面新聞，研擬標準流程加速對社會大眾回應的機制，在短時間內調查、澄清與檢討。最後，臺商應積極投入、加強曝光企業社會責任的作為。

越南是臺灣重要的經貿夥伴，臺灣與臺商在電子、資通訊、機械等產業與農業技術的優勢，多為越南企業肯定，約 86% 的越南受訪企業表示樂意與臺商加強合作。展望未來，臺商應善用越南企業夥伴的信任與高合作意願，加強產業與價值鏈的合作，引領技術創新，帶動產業轉型，為當地社會創造更多經濟發展機會，展現臺灣科技進步的形象，並應結合我國軟實力及提高臺灣在當地整體宣傳，針對臺商形象較弱的部分加強改善。



# 計畫背景 與研究設計

# 1 計畫緣起

隨著新南向政策推動邁入第三年，臺灣與新南向夥伴國家在經貿、社會、文化與人際交流的幅度與深度已顯著強化。我國與東南亞各國開展經貿交流已超過 30 年，尤其近年臺灣企業積極至東南亞投資布局，臺灣社會亦頻繁與各國互動交流，實有必要透過客觀方式，瞭解當地社會如何看待與評價臺灣與臺商形象，做為我國未來加強交流之參考。基此，本會於 2019 年 4 月啟動「臺灣與臺商形象調查計畫」，選定越南執行我國首次在海外調查當地對於臺灣與臺商印象的計畫。本會希望藉由客觀了解越南社會對於臺灣的整體形象、臺商形象的看法，提供我國政府未來推動臺越關係與新南向政策後續計畫之參考。

越南在 1986 年改革開放以來，迅速吸引臺灣企業前往投資，現已成為繼中國之後臺商在亞洲地區最重要的投資目的國。據越南政府投資統計，臺灣企業在越南投資金額累積約 312 億美元，其中又以金屬製造業、紡織業、電子製造業、食品製造業、成衣及服飾品製造業等為大宗。<sup>1</sup> 最早進入越南的臺商企業以勞力密集的傳統產業為主，如製鞋、紡織、食品加工產業等。隨著越南經濟發展與投資環境變化，自 2000 年後，電子業、鋼鐵業成為新一波前往越南的臺商企業。根據越南發展與投資部（Ministry of Planning and Investment）統計，2018 年越南前三大外資來源依序為日本、韓國、中國（含香港），臺灣名列第七；如依累積投資金額計算，臺灣則排名第四大外資來國。<sup>2</sup> 近年因越南積極參加區域經濟整合，再加上美國與中國貿易衝突升高，不僅吸引更多臺灣企業前往投資布局，跨國企業陸續將供應鏈移至越南，將使越南在全球產業鏈的地位更形重要。

2016 年新南向政策上路後，臺越關係逐漸擴及經貿以外的領域。2018 年臺越兩國貿易總額為 145 億美元，在新南向國家中排名第三，僅次於我國與新加坡、馬來西亞的貿易金額。<sup>3</sup> 2018 年越南來臺灣旅遊的旅客人次接近 50 萬，較 2017 年成長近 30%，<sup>4</sup> 顯示臺越社會接觸與交流愈趨廣泛，已進入全面交往的階段。

1 Brief on foreign direct investment of 2018, Ministry of Planning and Investment of the Republic of Vietnam, accessed November 5, 2019, <http://www.mpi.gov.vn/en/Pages/tinbai.aspx?idTin=41941&idcm=122>

2 Brief on foreign direct investment of 2018, Ministry of Planning and Investment of the Republic of Vietnam, accessed November 5, 2019, <http://www.mpi.gov.vn/en/Pages/tinbai.aspx?idTin=41941&idcm=122>

3 「我國對新南向市場貿易統計」，新南向政策專網，2019 年 11 月 5 日瀏覽，<https://boftcms.trade.gov.tw/ckfinder/connector?command=Proxy&type=Files&currentFolder=%2f&fileName=%e6%96%b0%e5%8d%97%e5%90%9118%e5%9c%8b-+2018%e5%b9%b4%e6%95%b8%e6%93%9a%e4%bf%ae%e6%ad%a3%e5%be%8c.pdf&cache=31536000>。

4 「交通部觀光局觀光統計資料庫」，交通部觀光局，2019 年 11 月 5 日瀏覽，<https://stat.taiwan.net.tw/inboundSearch>。

## 2 計畫目的

日本外務省在東南亞長期、定期辦理對日本的好感度調查，韓國也有國家或地方政府定期投入資源研究本國於他國的形象，並善用調查結果擬定或重新調整該國的海外宣傳策略。參考日、韓的做法，本調查計畫以客觀及量化方式，調查越南當地人士如何看待與評價臺灣與臺商形象。

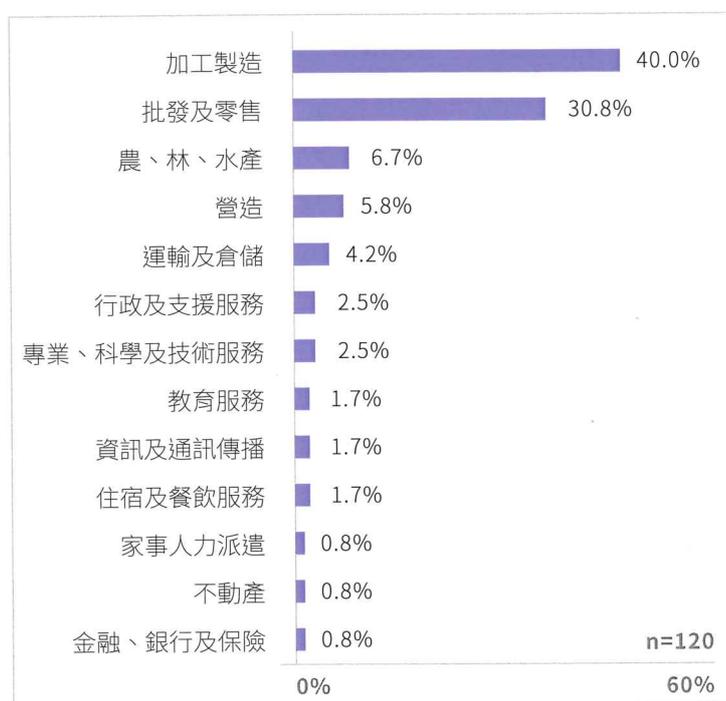
本研究藉由問卷調查，蒐集與臺商往來之越南企業主管的觀點，理解越南當地企業主管如何看待臺灣與臺商、有關臺灣與臺商形象的特徵、內涵、意義與評價。本計畫盼能經由客觀、量化方式，理解臺灣和臺商在越南之形象，並透過越南的視角，客觀檢視臺越經貿交往 30 年來臺灣與臺商對越南之影響、貢獻、及未來可加強的方向，以提供未來臺商在越南經營企業之參考，及政府研擬新南向政策後續工作之調整方向。

## 3 調查方法

本計畫將採立意抽樣方式進行，由越南執行單位依據我方開立條件建立樣本名單，進一步訪問之過程中，若發現受訪者不符合訪問條件，即刪除該筆名單，以其他樣本名單取代之。量化問卷以面對面訪問方式為主，再輔以電話、電子郵件問卷、傳真等方式催收問卷。在聯繫受訪者過程中，將配合受訪者需求進行面訪，或以電話訪談、電子郵件或傳真問卷等方式，由受訪者自填問卷，待問卷回收後，再逐一檢視問卷填答狀況，由研究人員針對填答有疑義之處，進行電話補卷工作。

## 4 調查對象

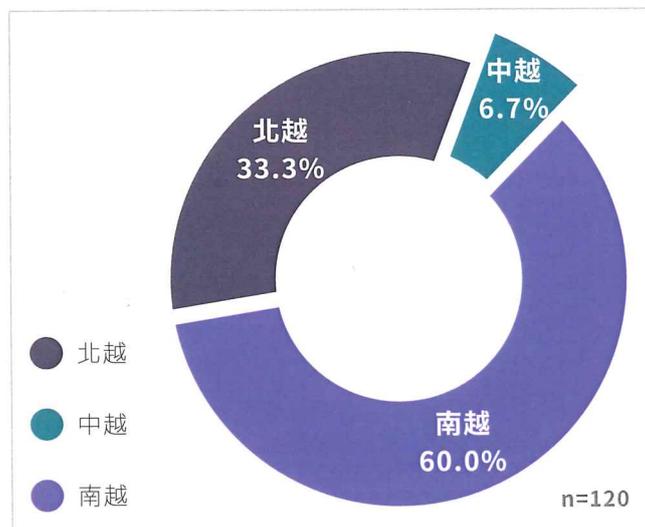
本調查計畫的對象為「與臺商有業務往來之越南企業主管」，以便瞭解越南企業如何看待臺灣與臺商形象的特徵、意義等內容。基此，本調查於今年7月5日至8月16日間，以越南全國「與臺商有商業往來之企業經營者與高階主管」為對象，完成120份有效問卷。



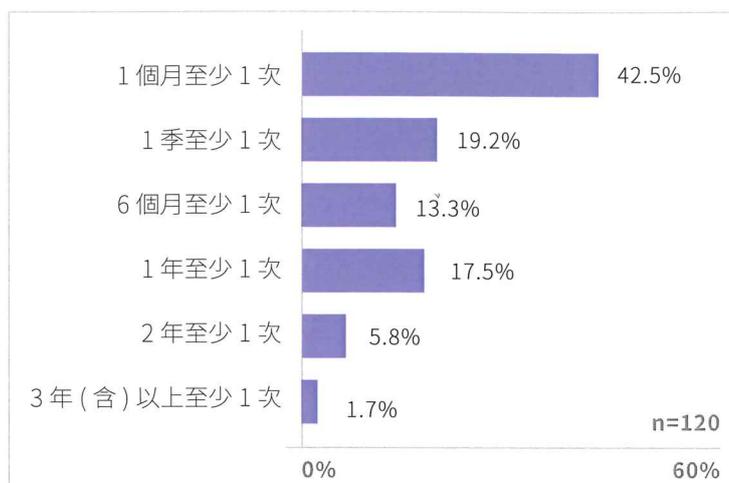
圖一：產業細分類類別

以受訪者任職之企業所在地區區分，多數受訪企業位於「南越」，比例占60.0%，其次則為「北越」(33.3%)，僅有6.7%的受訪企業位於「中越」(詳圖二)。若以行政區分，位於「胡志明市」的企業最多(48.4%)，其次則為「河內市」(20.1%)、「海防市」(6.7%)，其餘行政區的比例皆低於5.0%。員工人數上，受訪者任職之公司員工規模在「11-50人」比例最高，占44.2%，其次為「101人以上」(23.3%)。

本次受訪對象之職務層級中，47.5%屬於企業負責人，52.5%屬於高階主管。多數受訪者為男性(83.3%)，年齡約30-49歲(82.7%)，具有大學學歷(72.5%)。以受訪對象的企業類型分類，以民營企業占比最高，為85.0%。在產業類型方面，以「加工製造」占比最高，達40.0%，其次為「批發及零售」(30.8%)，其他業別皆未達一成(詳圖一)。



圖二：企業所在地地理區域



圖三：與臺商業務往來的頻率

與臺商的商業合作關係而言，61.7% 的企業與臺商的往來頻率 1 季至少 1 次以上（詳圖三）。臺商在受訪企業的產業鏈中的角色以「供應商」比例最高，占 39.2%，其次依序為「合作商」（32.5%）與「下游廠商及通路商」（28.3%）。

## 5 問卷內容

本次調查問卷主要包含以下幾個部份：「篩選題」、「對臺灣、臺商之認知」、「對臺灣之印象」、「對臺商之印象」、「合作意願及其他意見」、「基本資料題」，茲將各部份之大綱整理於下表一。

表一：越南對於臺商與臺灣形象訪問問卷大綱（接後頁）

構面	問卷題目大綱
篩選題	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 企業類型</li> <li>· 職務層級</li> <li>· 與臺商之業務 / 工作接觸經驗</li> </ul>
對臺灣、臺商之認知	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 常接收之臺灣消息類型</li> <li>· 有印象之臺灣生產 / 製造產品</li> <li>· 印象較好之臺灣產品類型</li> <li>· 對臺灣 / 臺商印象最深的事物</li> </ul>

表一：越南對於臺商與臺灣形象訪問問卷大綱（接前頁）

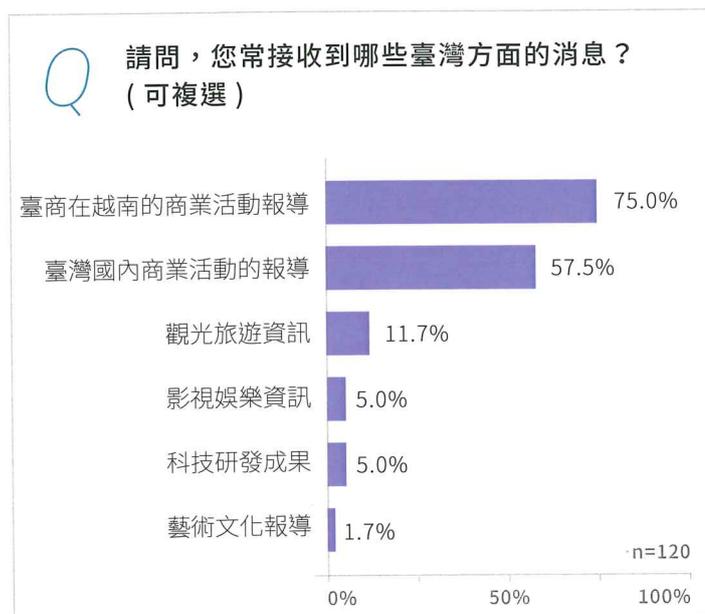
構面	問卷題目大綱
對臺灣之印象	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 對臺灣之整體印象：6題相對形容詞評比 (富裕、開放、友善、科技進步、自由民主、慷慨)</li> <li>· 臺灣與其他主要投資國家形象之相對比較</li> <li>· 臺灣表現突出之處</li> </ul>
對臺商之印象	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 對臺商形象之印象：6題相對形容詞評比 (誠信、創新、國際化、遵守法規、善待勞工、環境保護)</li> <li>· 臺商總體形象觀感</li> <li>· 臺商對越南經濟發展之貢獻</li> <li>· 臺商與其他主要投資國家企業形象之相對比較</li> <li>· 臺商在越南表現值得肯定之處</li> </ul>
合作意願及其他意見	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 目前臺越兩國關係看法</li> <li>· 加強與臺商合作關係之意願</li> <li>· 認為臺越兩國應加強合作之面向</li> <li>· 對新南向政策之看法</li> </ul>
基本資料	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 主要接觸臺商之管道</li> <li>· 與臺商業務往來頻率</li> <li>· 業務往來之臺商類型</li> <li>· 公司所在地區</li> <li>· 公司員工人數</li> <li>· 公司產業類別</li> <li>· 受訪者性別</li> <li>· 受訪者年齡</li> <li>· 受訪者教育程度</li> </ul>



二、

# 調查結果

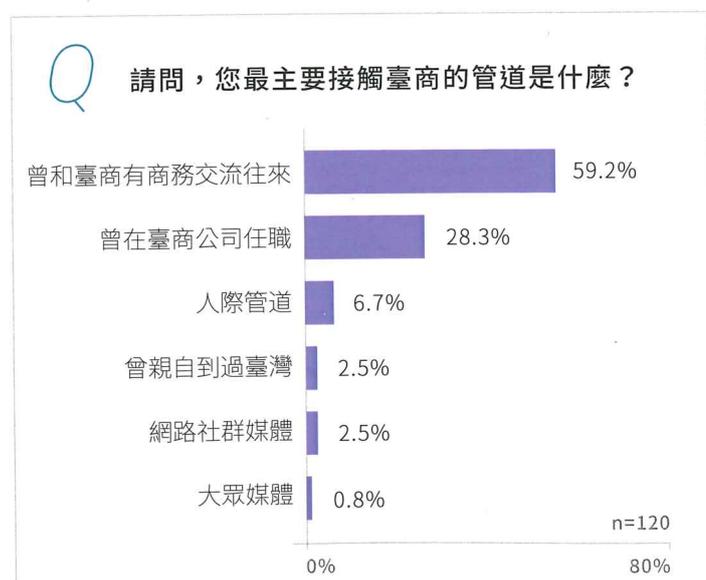
# 1 對臺灣與臺商之認知： 商業活動報導和商務交流為認識臺灣、臺商的主要管道



圖四：常接收到的臺灣消息

第一部分主要探究越南商界獲得對臺灣、臺商認知的主要管道（如媒體或生意往來）及對臺灣最有印象的產品與事物。本調查發現受訪者主要獲得臺灣相關訊息的管道為「臺商在越南的商業活動報導」（75.0%）與「臺灣國內商業活動的報導」（57.5%）（詳圖四）。

就最具有印象的臺灣生產或製造產品，「機械設備」（25.68%）、「電子／3C 產品」（19.12%）與「食品」（16.39%）被提出的比例最高。關於印象較好的臺灣產品也呈現相同的趨勢，「機械設備」（33.99%）被提出的比例最高，其次是「電子／3C 產品」（24.18%）。

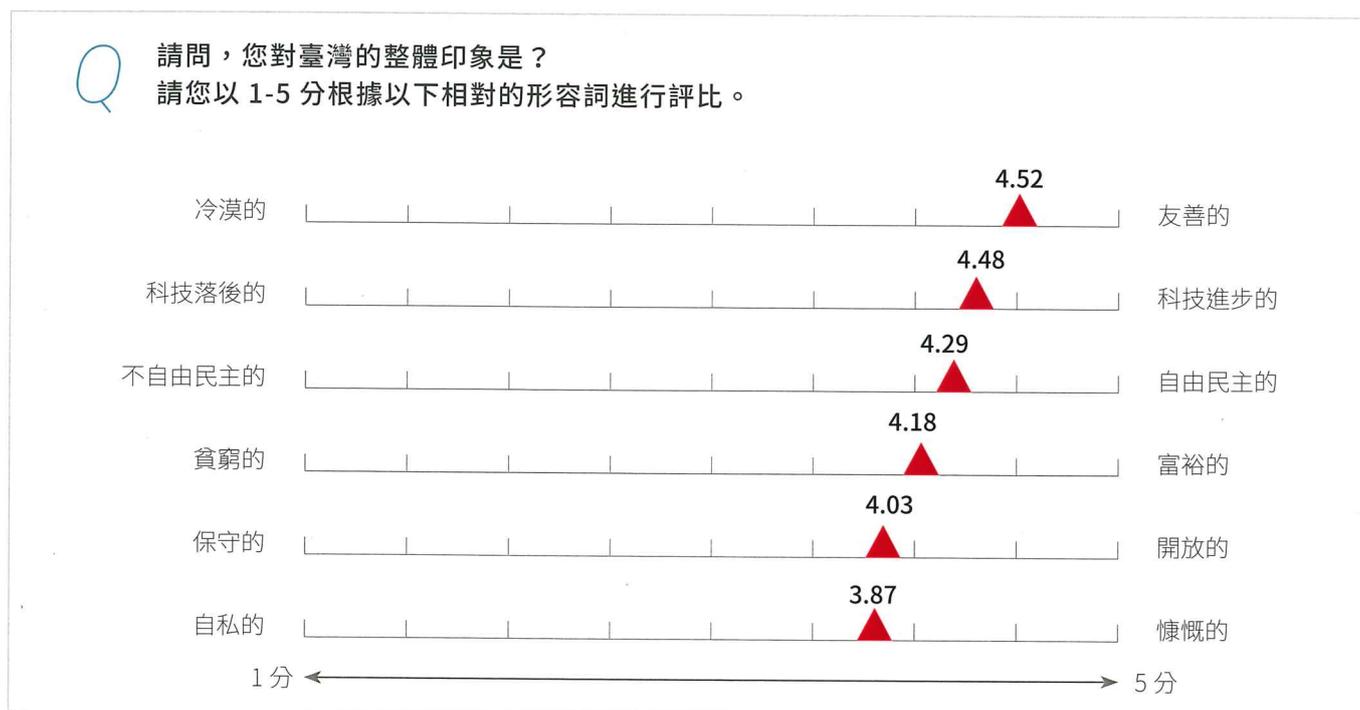


圖五：主要接觸臺商的管道

藉由開放問題，調查結果發現，與臺商有業務往來的越南企業主管對臺灣印象最深的是「臺灣人很友善」和「臺灣產品／商品品質好」，對臺商印象最深刻的則是「臺商值得信賴，有信用」與「臺商工作很專業」。

受訪者接觸臺商的管道最主要是「曾和臺商有商務交流往來」，比例占 59.2%，其次則是「曾在臺商公司任職」（28.3%），而經由其他管道與臺商接觸的比例皆低於一成（詳圖五）。

## 2 對臺灣之印象： 整體形象超越美、韓，呈現友善、科技進步的良好形象 以經濟貿易的表現最受肯定



圖六：對臺灣的整體印象評分

第二部分反應臺灣在越南商界的整體印象，其中以六大主要價值，以五分位法表現對臺灣之印象，並將臺灣的整體形象與對 2018 年越南前十大投資國（不含香港）進行比較，最後詢問臺灣表現較突出的領域，以瞭解臺灣的優勢。

本研究羅列六組形容詞，包含「貧窮的 - 富裕的」、「保守的 - 開放的」、「冷漠的 - 友善的」、「科技落後的 - 科技進步的」、「不自由民主的 - 自由民主的」與「自私的 - 慷慨的」，請受訪者就對臺灣之印象評 1 至 5 分，1 分代表最負面評價，5 分代表最正面評價。調查結果顯示，受訪者對臺灣印象分數最高的是「友善的」，平均得 4.52 分，其次依序為「科技進步的」（4.48 分）、「自由民主的」（4.29 分）、「富裕的」（4.18 分）、「開放的」（4.03 分）與慷慨的（3.87）（詳圖六）。

Q

請問，在以下國家中，您對哪些國家較有好感？  
請根據您對以下國家的好感程度依序選出前五名。

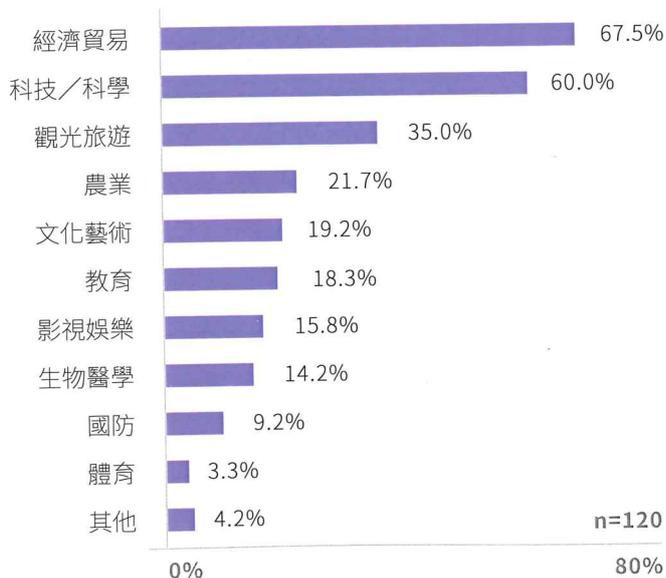


圖七：十大投資國好感度排序

為比較受訪者對於臺灣和其他與越南有密切經貿關係的國家的好感度，本調查羅列越南前十大投資國，請受訪者在十個國家中，依序選擇前五名較有好感的國家，排序第一名國家以 5 分計算，第二名以 4 分計算，依此類推，未獲選入前五名排序之國家則計 0 分，最後加總平均各國家之好感分數。結果顯示受訪者對「日本」最有好感，平均分數為 3.65 分，其次依序為「臺灣」（2.68 分）、「美國」（1.88 分），中國則排名第 9（0.42 分）（詳圖七）。

Q

請問，您認為臺灣在以下哪些方面的表現較突出？  
(可複選)



圖八：認為臺灣表現較突出的領域

為更進一步瞭解臺灣在越南具優勢的領域，並從中獲得構成臺灣形象的代表性產業，本調查請受訪者選擇認為臺灣表現較突出的領域。其中，「經濟貿易」（67.5%）與「科技/科學」（60.0%）領域表現最受肯定，其次則為「觀光旅遊」（35.0%）與「農業」（21.7%）（詳圖八）。

### 3 對臺商之印象： 整體形象超越美、韓企業，具有注重信用、遵守法規的良好形象，對當地經濟貢獻備受肯定



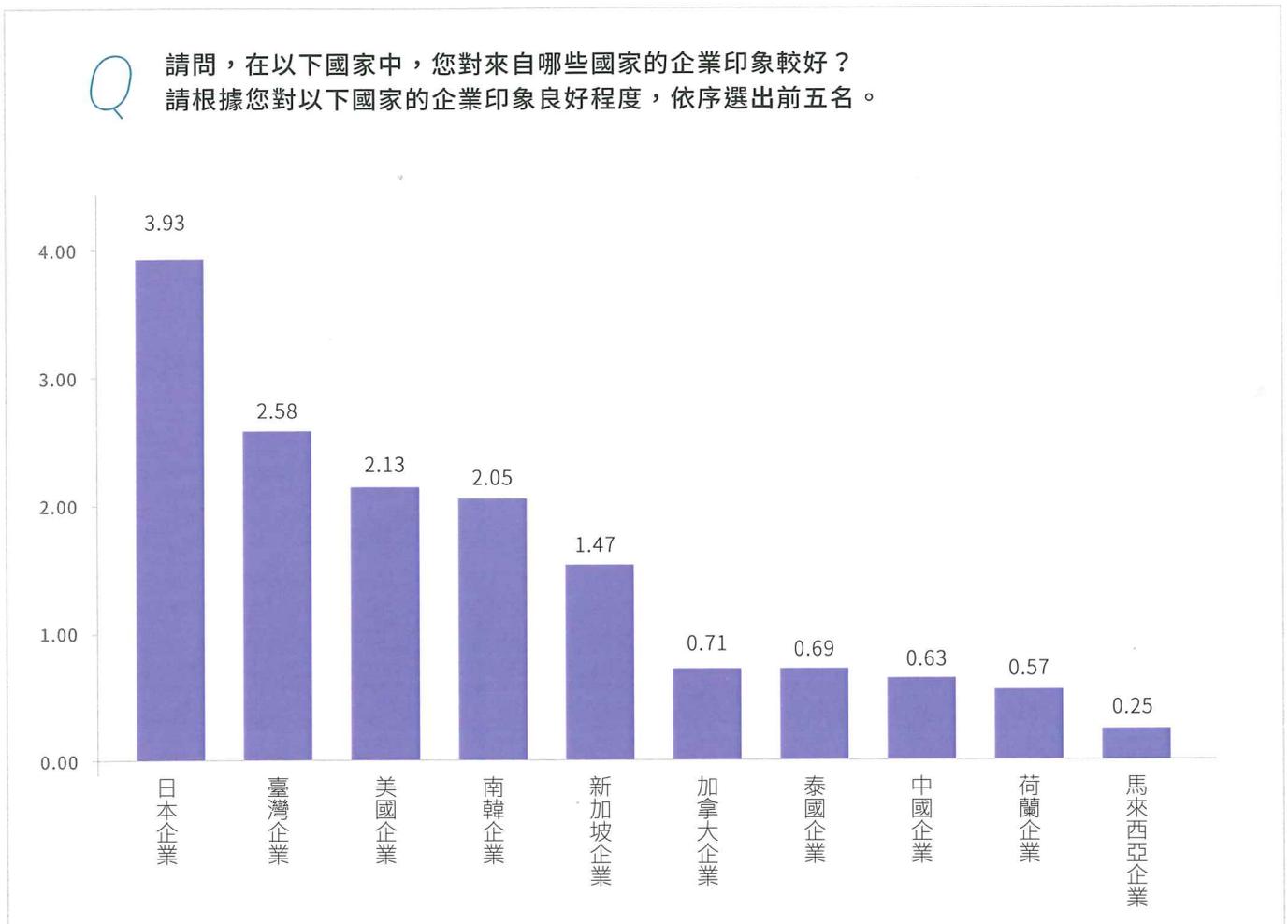
圖九：對臺商印象評分

第三部分主要探究臺商在越南的總體形象及其內涵、特徵、意義。調查結果顯示，有 81.7% 的受訪者表示「好」，表示「普通」的比例為 18.3%，沒有受訪者認為臺商形象「不好」。

為分析臺商形象的內涵，本調查羅列六組形容詞，包含「不注重信用的-注重信用的」、「不創新的-創新的」、「不國際化的-國際化的」、「不遵守法規的-遵守法規的」、「不善待勞工的-善待勞工的」與「不重視環境的-重視環境的」，請受訪者就對臺商之印象評 1 至 5 分，1 分代表最負面評價，5 分代表最正面評價。調查結果顯示，受訪者對臺商印象分數最高的是「注重信用的」，平均分數為 4.55 分，其次依序為「遵守法規的」(4.39分)、「國際化的」(4.34分)、「創新的」(4.09分)，印象分數相對較低的項目則為「重視環境的」(3.72分)與「善待勞工的」(3.61分) (詳圖九)。

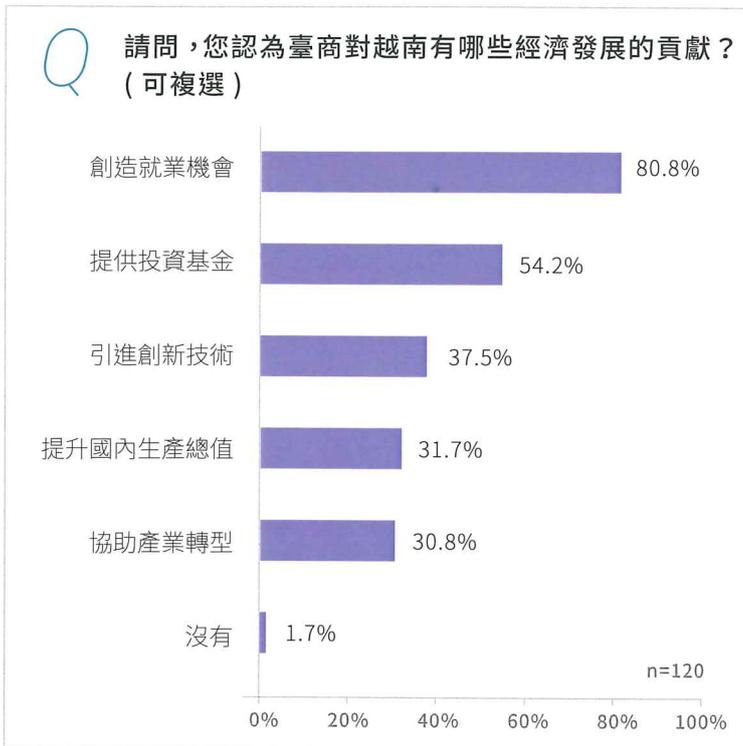
Q

請問，在以下國家中，您對來自哪些國家的企業印象較好？  
請根據您對以下國家的企業印象良好程度，依序選出前五名。



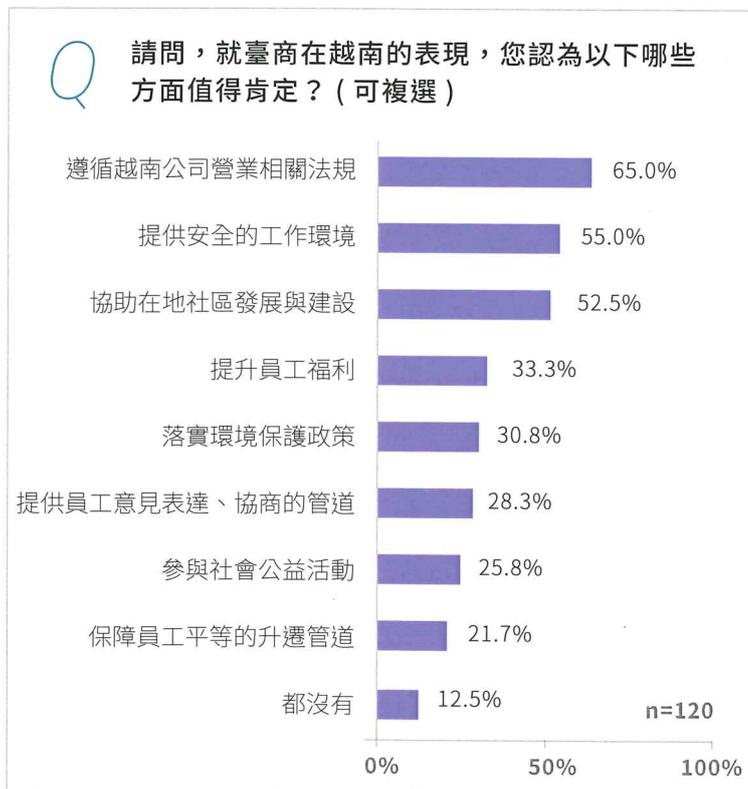
圖十：十大投資國企業好感度排序

為比較與受訪的越南企業主管對於臺商與其他國家企業的好感度，本調查請受訪者在十大投資國的企業中，依序選擇前五名印象較好的企業，排序第一名者以 5 分計算，第二名以 4 分計算，依此類推，未獲選入前五名排序則計 0 分，最後加總平均各國企業之印象分數。結果顯示受訪者對「日本企業」印象分數最高，分數為 3.93 分，其次依序為「臺灣企業」（2.58 分）、「美國企業」（2.13 分）、「南韓企業」（2.05 分），中國企業則排名第 8（0.63）（詳圖十）。



圖十一：臺商對越南經濟發展的貢獻

為瞭解構成臺灣正面形象的主要因素，本調查進一步研究臺商當地社會的經濟貢獻與公司經營管理的優點。受訪者認為臺商對越南經濟發展的貢獻，最主要是「創造就業機會」，比例占 80.8%，其次依序為「提供投資資金」(54.2%)、「引進創新技術」(37.5%)、「提升國內生產總值」(31.7%)與「協助產業轉型」(30.8%) (詳圖十一)。



圖十二：臺商在越南值得肯定之表現

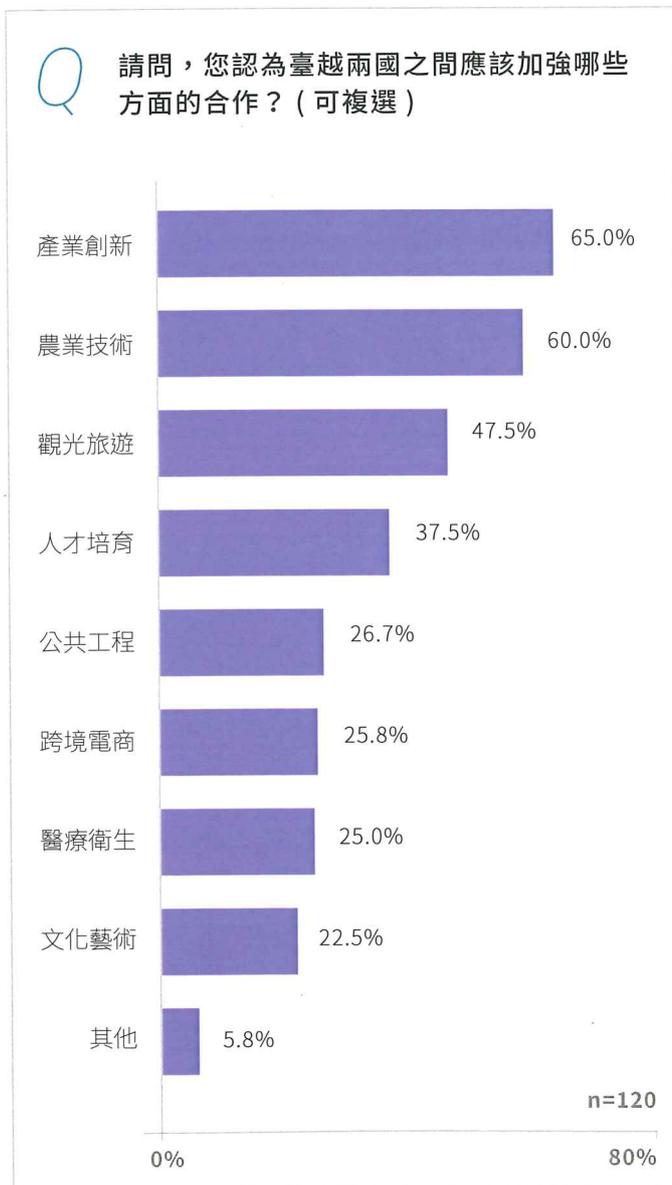
就臺商公司的經營管理而言，65.0%的受訪者認為臺商在「遵循越南公司營業相關法規」值得肯定，其次依序為「提供安全的工作環境」(55.0%)與「協助在地社區發展與建設」(52.5%) (詳圖十二)。

## 4 合作意願及其他意見： 臺越關係良好，產業、農業、經貿合作最受支持

為未來推進臺越夥伴關係提供構思方向及參酌，本調查研究與臺商有業務往來的越南企業主管對臺越關係、新南向政策、臺越合作意向與應加強合作領域的看法。調查結果顯示，高達 63.30% 的受訪者表示臺越關係為「好」，其中從事工業領域的受訪者認為臺越關係好的比例達 69.10%。此外，與臺商 1 個月至少 1 次業務往來的受訪者，認為臺越之間的關係好的比例為 74.5%，相對高於其他頻率的受訪者。

進一步詢問受訪者是否願意其所屬企業與臺商加強合作關係，表示願意的比例有 85.9%。進一步交叉分析發現，與臺商 1 個月至少 1 次業務往來的受訪者有 92.2% 願意加強與臺商的合作關係，比例相對高於其他頻率的受訪者。

針對臺越應加強的合作面向，以「產業創新」的比例最高，為 65.0%，其次依序為「農業技術」(60.0%)、「觀光旅遊」(47.5%) 與「人才培育」(37.5%) (詳圖十三)。經開放式提問，受訪者回饋意見對新南向政策持正面肯定的態度，反應受訪者認為新南向政策對兩國經濟發展有益的回應佔 43.9%，包括：「此政策將有益於兩國的社會和企業」、「此政策將有利於促進臺灣與越南在經濟、情感方面的互助、支持與發展」、「感覺這項政策可促進越南的經濟發展」等。



圖十三：認為臺越之間應該加強的合作項目



三、

結論與建議

「臺灣與臺商形象越南調查計劃」以問卷訪問 120 位與臺灣企業有業務往來的越南企業管理階層，多數受訪者任職於民營企業（85.0%），業別以從事加工製造占比最多（40.0%）。以受訪者任職之企業所在地區分，多數受訪企業位於「南越」，比例占 60.0%，其次則為「北越」（33.3%），僅有 6.7% 的受訪企業位於「中越」。若以行政區分，位於「胡志明市」的企業最多（48.4%），其次則為「河內市」（20.1%）、「海防市」（6.7%），其餘行政區的比例皆低於 5.0%。調查結果顯示，臺灣與臺商總體形象在越南前十大投資國中居於第二位，僅次於日本，勝過第三名的美國及第九名的中國。多數受訪者皆認為「友善」、「科技進步」、「自由民主」最能代表「臺灣」的整體形象，而「注重信用」、「遵守當地法規」、「具國際化實力」是受訪的越南管理階層普遍對「臺商」的印象。

本次調查成果呈現越南企業管理階層對臺灣及臺商形象的肯定，反應出臺灣在電子、資通訊與機械產業的實力。受訪的越南企業主管高度肯定臺商長期在越南殷實耕耘，認為臺商的貢獻依序為「創造就業機會」、「提供投資資金」、「引進創新技術」，但臺商企業在「提升員工福利」、「落實環境保護政策」、「保障平等升遷管道」、「善待勞工」上較不如經濟貢獻受到肯定，這是臺商形象須進一步努力的部分。

對於未來合作意向，85.9% 的受訪者表示願意任職之公司與臺商進一步合作，顯示臺越企業間合作關係深厚，是臺越兩國經貿關係的基石。就兩國未來合作面向而言，以「產業創新」的比例最高，為 65.0%，其次依序為「農業技術」（60.0%）、「觀光旅遊」（47.5%）與「人才培育」（37.5%）。藉由開放題詢問受訪者對新南向政策的看法，受訪者認為新南向政策有助於兩國經濟發展的回應佔所有回應的 43.9%。調查結果顯示出，受訪者對於臺越未來在經濟合作的重視與期待。

總結本次調查結果，台亞基金會分別針對「臺灣形象與新南向政策」與「臺商形象與未來工作方向」兩大部分，提出更進一步的分析與政策建議。

# 1 臺灣形象與新南向政策： 合作深化雙邊關係

綜合上述調查發現，在越南前十大投資國的印象排序中，越南企業對日本印象最佳，其次是臺灣，超越美國、南韓、新加坡，更遙遙領先中國。

在對臺灣印象之評價中，評價分數最高的兩個項目為友善、科技進步，另從本調查開放意見中，受訪者亦多提及臺灣人民友善，以及對電子產品、機械設備或技術等印象較佳，顯示對越南企業而言，臺灣有著友善、科技進步之形象。

從調查結果可發現，受訪的越南企業主管認為臺灣表現突出的領域為經濟貿易、科技／科學、觀光旅遊、農業，肯定臺商在越南創造就業機會、提供投資資金等方面之貢獻。受訪者也指出臺越應加強合作領域，包含產業創新、農業技術、觀光旅遊、人才培育等。藉由新南向政策推動上述領域的合作將能更有效回應當地社會的需求，且深化、強化臺灣既有的友善、科技進步的形象。

關於新南向政策，越南受訪者最重視其經濟層面，認為臺越加強經貿關係將有利於臺越社會與企業交流。部分受訪者亦期待更多的教育合作，讓越南學子至臺灣留學，學習先進技術、語言，協助越南培育新生代人才，展現臺灣對人的重視。

新南向政策應持續推動產業合作與創新、農業技術、觀光旅遊、人才培育合作，及加強軟實力與臺灣形象宣導，以便更有效的回應當地社會的需求，且深化、強化臺灣既有的友善、科技進步的形象。

## 2 臺商形象與未來工作方向： 企業社會責任

在越南前十大投資國企業的印象排序中，臺商名列第二，僅次於日本，超越美國、韓國等，同樣亦遙遙領先中國。在越南商業合作夥伴的印象中，臺商是注重信用、遵守法規、國際化的，但在善待勞工、重視環境、企業創新方面，則尚有加強空間。

展望未來，在與十大投資國（企業）比較排名，呈現出臺灣的形象與臺灣企業的形象高度相關，顯示臺灣形象的提升與臺商形象的改善密不可分，必須攜手並進。此外，調查結果顯示超過85%的受訪越南企業主管願意加強與臺商的合作關係，臺越企業間合作關係深厚，是臺越兩國經貿關係的基石。

然而，臺商在保障員工平等的升遷管道、提升員工福利、參與社會公益活動、重視環境保護等方面，相對印象較不鮮明，顯示臺商在越南應加強企業社會責任、強化照顧勞工福利、加強參與社會活動，以及注重企業形象宣傳。臺商應善用越南企業夥伴的信任與高合作意願，加強產業與價值鏈的合作，引領技術創新，帶動產業轉型，為當地社會創造更多經濟發展機會，展現臺灣科技進步的形象。臺商主管應強化與越籍員工的溝通管道，減少對於中階幹部的依賴，直接瞭解基層員工的意見，並在適度的範圍內參考其意見，調整員工福利。

臺商在環境保護的印象仍可能受到過去環境污染案例的報導影響。因此，臺商除落實環境法規，亦可以引入環境污染處理技術與環保產業，同時強化獲利與塑造環境保護的形象。對於環境保護的負面新聞，臺商也需研擬標準流程加速回應社會大眾的機制，在短時間內調查、澄清與檢討。最後，臺商應積極投入、加強曝光企業社會責任的作為。

## 附件

### 臺灣投資越南統計資料

單位：百萬美元

2018 年 投資金額	歷年投資 金額累計	件數 總計	廠商家數
901.411	10,064.683	627	<p>北越：約 300 家，投資金額比重 10%，產業以資訊電子、水泥、製鞋、金屬加工、金融等。</p> <p>中越：47 家，投資金額比重 40%，以台塑位於河靜省鋼鐵廠最具代表性，其餘為食品、電子與金融等。</p> <p>南越：1763 家，投資金額比重 50%，業別多元性高，包括紡織、成衣、製鞋、汽機車零組件、鋼鐵、食品加工、石化、輪胎、金融等。</p>

資料來源：經濟部投資審議委員會、駐越南代表處經濟組

### 越南至 2018 年累計前十大投資來源國及投資金額

單位：百萬美元

排序	國別	當年總註冊金額	各國累計金額	核准投資計劃數
1	日本	8,598.95	57,018.359	3,996
2	韓國	7,212.09	62,566.980	7,459
3	新加坡	5,071.02	46,623.075	2,159
4	臺灣	1,074.15	31,444.371	2,589
5	中國	2,464.88	13,348.762	2,149
6	馬來西亞	435.54	12,478.229	586
7	泰國	762.44	10,439.454	528
8	荷蘭	387.04	9,358.395	318
9	美國	550.48	9,334.903	900
10	加拿大	85.79	5,097.465	174
	總計	35,465.56	340,159.445	27,353

資料來源：整理自越南計劃與投資部（MPI）外人直接投資局



財團法人臺灣亞洲交流基金會出版

Taiwan-Asia Exchange Foundation (TAEF)  
Room 1107, No. 136, Section 3, Renai  
Road, Daan District, Taipei City, Taiwan

Tel: 02-2700-2367

Fax: 02-2700-2379