

臺灣形象展前進馬國 六大超吸睛

記者陳瓊如／台北報導
2022年線上馬來西亞臺灣形象展盛大開幕，並同步在馬來西亞知名購物中心辦理實體展示，以吸引馬國買主精選優質的臺灣產品，活動相當熱鬧。

這是今年度針對新南向國家舉辦的第一個大型臺灣形象展，以「智慧醫療」、「工業+綠色經濟」、「智慧農業」、「清真產品」、「消費生活」及「人才、觀光及金融服務」等六大主題，並設立二個形象館在線上展示，總計有160家廠商參展，吸引超過200家馬來西亞買主與我商洽談。

展期從8月2日起至8月7日，展出如臺灣優質的美妝保養品、文創禮品、工業電腦、手工具、醫療器材、食品包裝機、居家用品等，讓馬國當地民衆親身體驗兼具科技及時尚的臺灣產品。

貿易局表示，臺馬雙邊產業具互補性，希望透過形象展平臺為臺馬兩國創新經濟建立產業價值鏈，特別在資通訊零組件之生產及智慧城市發展解決方案等。兩國貴賓代表透過VR技術以虛擬分身共同進入元宇宙互動合影，象徵臺馬共創未來商機。駐馬來西亞臺北經濟文化辦事處洪慧珠代表、馬來西亞友誼及貿易中心何瑞萍代表、馬來西亞對外貿易發展局副執行長 Ms Shamimah Mat

Siti等貴賓均出席本次活動開幕典禮。

除了線上形象館外，今年為參展商辦理客製化的一對一產業合作媒合會，另外，8月6日亦將在購物中心現場辦理清真暨植物肉廚藝大賽，由當地清真烹飪學校吉蘭丹大學學生組隊參賽，運用來自臺灣10種食材製作創意料理，並邀請馬國網紅名廚莫哈末喬哈里埃德斯(Chejo)擔任評審，藉以行銷我國清真及植物肉產品。

國際貿易局表示，線上形象館將持續開放至12月底，有興趣的業者可以上網觀看及搜尋產品網址：<https://mysonline.taiwanexpo.com/zh-tw/index.html>，共創合作商機。

IMF再次下調兩年世界經濟增長預期

記者李錫銘／台北報導
國際貨幣基金組織(IMF)再次調降今年明兩年世界經濟增長預期。

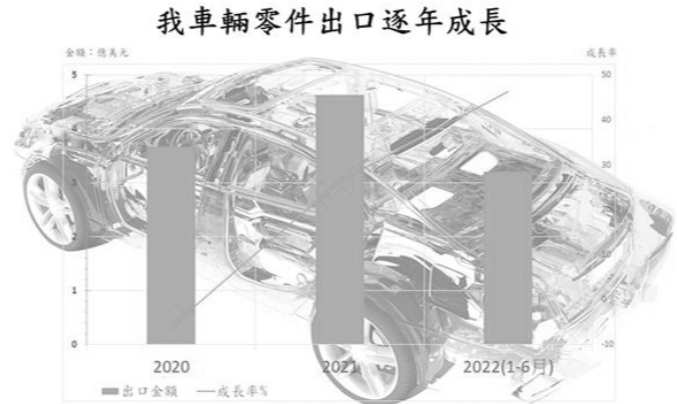
IMF近期將2022年和2023年世界經濟增長預期分別下調至3.2%和2.9%，此係該機構繼今年四月調降世界經濟增長預期之後的再次下調。

據IMF發佈《世界經濟展望報告》更新內容，預計世界經濟增長率將由去年的6.1%放緩至今年的3.2%，比四月預測低零點四個百分點；預計2023年世界經濟增長率則為2.9%，比四月預測亦低零點七個百分點。

IMF認為，全球範圍內尤其是在美國和歐洲主要經濟體高於預期的通貨膨脹引發金融環境收緊，烏克蘭危機的負面溢出效應等進一步衝擊世界經濟。具體來看，美國2022年和2023年經濟增長預期分別為2.3%和1%，分別比四月預測下調1.4和1.3個百分點。歐元區今年明兩年經濟增長預期分別為2.6%和1.2%，較四月預測分別下調0.2和1.1個百分點。

IMF指出，世界經濟面臨多重重滑風險，包括烏克蘭危機導致歐洲突然停止從俄羅斯進口天然氣、通膨比預期更難控制、全球金融環境收緊加劇新興市場和發展中經濟體債務問題等。如果這些風險成為事實，通膨進一步加劇，世界經濟增長在2022年和2023年將分別下降至2.6%和2.0%。

維修需求增我車輛零配件出口成長



記者陳瓊如／台北報導
經濟部表示，維修、車

膨等因素，使得歐美消費潮、通車

在AMV及電動車市場雙引擎的拉動下，將為我相關產業注入更多出口動能與商機。

電需求車輛使用，對於車輛耗損零件維修需求增加，此外，電動車興起帶動車電零件需求，2021年至2022年上半年車輛配件出口分別成長26.3%及46.3%。

美歐為主要出口市場：2021年該2市場合計占我國整體車輛零件出口比重達68.4%，2022年比重更上升至77.5%，其中以美國為最大出口市場，2022年上半年出口比重65.8%，成長高達85.9%。

電動車蓬勃發展也為我業者帶來商機：在持續耕耘傳統AMV市場的同時，臺灣車輛零件產業發展配合全球淨零碳排趨勢逐步轉型，以及資通訊業者積極切入電動車應用，透過整合我ICT優勢，投入智慧化零件、車用電子零件的研發與生產，並具客製化零件之能力，成功切入電動車國際供應鏈，未來在AMV及電動車市場雙引擎的拉動下，將為我相關產業注入更多出口動能與商機。