



發行人：高長  
社長：張世泰  
總編輯：姜志俊  
編輯委員：石美瑜 李永然 蔡世明  
林永法 袁明仁 蕭新永  
石賜亮 林中和  
執行編輯：巫毓美  
攝影：黃偉遜  
發行所：臺北企業經理協進會  
地址：臺北市信義區基隆路一段  
149號10樓之6  
電話：(02)2756-3266  
傳真：(02)2756-5518  
E-mail：cpmaot@ms22.hinet.net

設計印刷：瑞明彩色印刷有限公司  
地址：新北市新莊區化成路267  
巷13號  
電話：(02)2991-7945  
(02)2991-7529  
傳真：(02)2991-9113  
E-mail：rayming@so-net.net.tw

行政院新聞局登記證局版北市誌字第875號  
中華郵政北台字第6445號執照登記為雜誌交寄  
本刊圖文均有著作權，未經同意不得轉載、翻印

**稿約：**歡迎惠賜稿件，文章以2-3千字為主，  
文責自負，本刊對來稿有刪改權，不願  
刪改者請預先聲明，並請勿一稿數投；  
不適者不予刊登。

臺商張老師  
諮詢服務申請表



愛滋病防治衛教宣導

ADS 如何預防愛滋病  
★避免性濫交及嫖妓  
★不與人共用針頭、針筒  
★正確使用保險套

ADS 諮詢與檢驗

詳見衛生署疾病管制局  
<http://www.cdc.gov.tw/>  
FB：[www.facebook.com/TWCDC](http://www.facebook.com/TWCDC)  
微博：[weibo.com/u/3963161340](http://weibo.com/u/3963161340)

如需本刊，歡迎洽閱

## 目 錄

本月刊全文均已登上「大陸臺商經貿網」  
網址：<http://www.chinabiz.org.tw>



## 臺商張老師月刊

臺北企業經理協進會發行  
中華民國八十七年五月創刊  
中華民國一〇九年十月十五日出版

### 焦點主題

- |   |                      |     |
|---|----------------------|-----|
| 2 | 近期人民幣兌美元匯率走強的影響與因應   | 高長  |
| 3 | 臺商如何因應人民幣升值與國際化趨勢    | 張明杰 |
| 4 | 人民幣匯率波動與臺商因應策略       | 李孟洲 |
| 5 | 人民幣匯率頻繁波動下臺商如何規避匯兌風險 | 袁明仁 |

### 財稅會審實務

- |   |                         |     |
|---|-------------------------|-----|
| 7 | 環境，社會和治理（ESG）標準與投資關係之解析 | 何淑敏 |
|---|-------------------------|-----|

### 企業經營實務

- |   |                    |     |
|---|--------------------|-----|
| 8 | 清理過時資料以控管網站空間成本之作法 | 林震岩 |
|---|--------------------|-----|

- |   |                       |     |
|---|-----------------------|-----|
| 9 | 臺商如何因應「新業態新模式」佈局中國大陸？ | 洪清波 |
|---|-----------------------|-----|

### 人力資源實務

- |    |                        |     |
|----|------------------------|-----|
| 10 | 中國大陸疫情防控期間稅收協定執行熱點問題解析 | 蕭新永 |
|----|------------------------|-----|

### 諮詢解答

- |    |                         |     |
|----|-------------------------|-----|
| 11 | 貨到港口，客戶不付款也不提貨造成棄貨該怎麼辦？ | 蔡卓勳 |
|----|-------------------------|-----|

- |    |                        |     |
|----|------------------------|-----|
| 12 | 中國大陸文具外貿的中小企業如何轉型品牌行銷？ | 許源派 |
|----|------------------------|-----|

- |    |                       |     |
|----|-----------------------|-----|
| 13 | 中國大陸地區甥兒如何繼承其舅在臺灣之遺產？ | 鄒純忻 |
|----|-----------------------|-----|

- |    |                     |    |
|----|---------------------|----|
| 14 | 有關中國大陸公司健檢資料運用的相關規範 | 倪維 |
|----|---------------------|----|

### 兩岸資訊站

#### ■臺灣地區資訊

- |    |            |        |
|----|------------|--------|
| 15 | 兩岸經濟交流統計速報 | 陸委會經濟處 |
|----|------------|--------|

#### 兩岸重要經濟指標統計速報

陸委會經濟處

#### ■中國大陸地區資訊

- |    |              |     |
|----|--------------|-----|
| 16 | 中國大陸最新法規動態摘要 | 姜志俊 |
|----|--------------|-----|

### 臺商張老師現場駐診活動時間（十一月份）

地點	日期	類別	地點
北部	11/03	產業服務類	臺北企業經理協進會會議室 14：00～16：00
	11/05	法律服務類	
	11/10	財稅會審類	
	11/12	產業服務類	
	11/17	法律服務類	
	11/19	財稅會審類	
	11/24	人力資源類	
	11/26	產業服務類	
北區	11/18	人力資源類	台北內湖科技園區發展協會 14：00~16：00

駐診活動採「預約制」，請先致電本會秘書處(02)2756-3266盧小姐，索取駐診諮詢服務申請單，以利後續安排事宜！



# 近期人民幣兌美元匯率走強的影響與因應

■ 高 長

近期人民幣匯率走勢轉強，離岸人民幣兌美元匯率，9月17日最高升至6.7510，曾創下今年新高，10月2日收在6.7898；從5月份的低點7.1964以來，迄今人民幣兌美元匯率升值幅度已超過5%。這也是自2008年國際金融危機以來，人民幣匯率表現最亮眼的一季，其造成的影響，以及其未來走勢如何，備受國際矚目。

造成近期人民幣持續升值，最主要的原因是美元指數持續下跌，美國經濟復甦預期持續強化。為舒緩疫情惡化衍生的流動性危機，美國聯準會推出無限量QE(量化寬鬆)，向市場投放大量美元，在市場對美元貶值的預期下，美元指數隨即從稍早的高點103持續下跌，9月1日曾創下近期低點91.74，跌幅超過10%；10月2日收在93.81。包括人民幣在內的非美貨幣均呈現升值趨勢。

不久前，美國聯準會主席曾公開表示，將優先穩定就業，長期通膨率目標訂在2%(而不是之前強調的低於2%)，聯準會主席對通膨容忍的表態，暗示貨幣政策將持續寬鬆，市場預期進一步削弱美元。此外，疫情引發的財政赤字擔憂，也是美元呈現弱勢的幕後推手。

## 人民幣持續升值的原因

其次，近期中國大陸經濟基本面的表現，則是支撐人民幣匯率的重要因素。疫情爆發後，中國大陸先後採取促生產、穩外貿、穩外資等措施，經濟成長表現由第一季衰退6.8%，到第二季成長3.2%；製造業採購經理人指數(PMI)也恢復到景氣繁榮臨界點50以上，世界銀行和國際貨幣基金組織都預測，中國大陸將是今年少數能夠實現經濟正成長的國家。

第三是中國大陸與美國的利差擴大，人民幣資產對於國際投資者而言更具投資價值，特別是人民幣債券資產，吸引更多國際資本流入。受到疫情的影響，包括美國在內的全球多國央行紛紛採取降息措施因應經濟下行的風險，而中國大陸央行在疫情期間的貨幣政策表現則相對穩健，因而導致近期中美兩國利差進一步擴大，人民幣資

產的吸引力明顯增強，國際資本持續流入中國大陸，對人民幣升值走勢推波助瀾。

展望人民幣匯率走勢，是否已經進入新一輪升值週期，市場的看法不一。有專家學者認為近期人民幣匯率升值屬於正常雙向波動，尚未形成升值趨勢或預期，且未來美元指數走勢仍存在不確定性；也有部分人士認為，短期來看，由於中國大陸經濟復甦的表現優於歐美地區，國際熱錢持續流入，或將持續推動人民幣升值。

安信證券經濟學家高善文認為，在811匯改五年後，人民幣的貶值已達滿足點，甚至已經跌過頭了。未來人民幣將會進入較長的升值過程。也許很快就會開始。升值時間會相當長。

## 企業應有規避匯兌風險策略

國際投資機構紛紛看多人民幣，譬如，高盛分析師指出，從貿易加權角度來看，人民幣匯率當前仍比今年3、4月間的峰值弱約1%，同時5月以來好於預期的出口也降低了決策層對於人民幣升值的擔憂，因而認為在未來12個月內，人民幣兌美元匯率將升至6.7；匯豐銀行專家持類似看法，將今年底人民幣匯率預測值調到6.7，明(2021)年底調升至6.6，而稍早的預測值都是6.95。

人民幣升值走勢是雙面刃，短期而言，或將吸引外資流入，有助於活絡中國大陸資本市場，對於進口企業來說，或有助於降低進口成本；不過，人民幣升值對出口導向行業不利，或將形成經營壓力。

面對人民幣匯率升值走勢，企業該如何應對呢？在市場化的情況下，匯率的漲跌勿寧是個常態現象，企業應以平常心看待匯率波動；當匯率走升值趨勢時，應該多買外匯，少結匯，反之，多一點結匯，少買一點外匯；同時，注重建立匯率風險中性的財務意識，可以採用避險工具，譬如，用人民幣外匯遠期或是期權來對沖風險，將匯率波動的不確定變成確定性，將風險降至最低。（本文作者高長現為臺北企業經理協進會理事長、臺商張老師）



# 臺商如何因應人民幣升值與國際化趨勢

■ 張明杰

受貿易戰及科技戰影響，離岸人民幣兌美元自 2018 年 3 月之 6.2326 兌一美元走貶至去年 9 月之 7.1963；今年拜美國經濟受疫情衝擊及聯準會直升機灑錢之賜，反向大幅升值 6.48%；不僅引來市場關注、更讓人民幣撼動美元霸權地位再度成市場熱議話題。

## Fed 直升機灑錢才是人民幣升值最主要因素

一般認為，中國大陸經濟率先走出疫情陰霾，成為全球唯一正增長（今年第 2 季 GDP 成長率 3.2%）主要經濟體，經濟基本面和資本市場開放（上半年境外投資者淨增持中國境內債券和股票 729 億美元）支撐了近期人民幣的大幅升值走勢；但嚴格言之，聯準會的直升機灑錢（金融危機前 Fed 資產負債表 0.9 兆美元、2014 年三次 QE 來到 4.5 兆美元，疫情影響一度突破 7 兆美元）才是今年人民幣強勢走升的最主要影響因素。

早在今年 3 月，由歐元、日圓及英鎊等六大非人民幣貨幣所組成的美元指數，即因 Fed 的幾近零利率政策，超越人民幣出現一波從 3 月 20 日最高 102.99 跌至 9 月 1 日最低 91.75、幅度達 10.91% 的強勁升值走勢。強勢美元向來靠的就不是美國的出口貿易表現，國際投資人對美國經濟前景信心，以及系統性風險發生時之避險需求，才是影響美元走升的最主要因素；因此，只要疫情穩定或金融市場動盪，美元就會因資金抽離新興市場反向走升。

展望未來，在 Fed 直升機灑錢、金融市場難免動盪及中國大陸經濟領先復甦與其金融市場加速開放等因素影響下，人民幣兌美元匯率仍將維持 6.5 ~ 7.0 區間內震盪整理。

## 人民幣國際化列車悄然起動

2015 年 10 月，人民幣跨境支付系統開始運行，2016 年間，人民幣正式納入國際貨幣基金特別提款權，人民幣國際化藍圖於焉成型；中國大陸國家外匯管理局副局長陸磊 9 月 26 日在上海峰會上表示，人行和外管局正深入研究未來

五年如何推動資本項目開放。今年 5 月人行率先試點數位人民幣發行，8 月數位人民幣試點擴及全國 28 省市，9 月工、農、中、建四大國行深圳分行員工開始收到人民幣數位貨幣內測邀請碼。另值注意的是，人行數字貨幣研究所與城銀清算公司亦於 9 月 28 日簽署戰略合作協議，為城商等中小銀行開啟數位人民幣互聯互通平臺接點服務，讓人民幣國際化及人民幣撼動美元霸權地位再度成市場熱議話題。

## 人民幣仍無法立即撼動美元霸權地位

IMF 最新數據雖顯示，今年第 2 季，全球官方外匯儲備貨幣人民幣占比來到 2.05% 歷史新高；但迄今為止，美元仍為全球央行最大儲備貨幣、占比 61.26%，排名第二及第三的歐元及日圓占比亦高達 20% 及 5.75%。中國大陸雖積極透過「一帶一路」倡議、大力吸引全球金融機構加入人民幣跨境支付系統（截至今年 7 月底止已有 97 國與地區的 984 家金融機構加入），但迄今為止全球貿易還是以美元及歐元為最主要支付貨幣；SWIFT 資訊顯示，今年 8 月人民幣雖穩居全球第五大支付貨幣地位、但占比僅 1.91%，遠不及美元及歐元的 38.96% 及 36.04%。

## 臺商因應策略

匯率波動本就是一刀兩刃，面對強大升貶值壓力，各國央行即便無法逆勢而為，也會追求動態穩定；以目前情勢觀之，人民幣升值壓力猶存，但亦難期待美國聯準會再採過度寬鬆貨幣政策，因此，短期內對出口導向型臺商而言似不宜採過度避險策略。但就長期發展趨勢觀之，在中國大陸經濟領先復甦、加速金融市場開放、推動國內大循環為主體、國內國際雙循環相互促進及人民幣國際化藍圖已然成型等新發展格局下，臺商亦必需在強勢人民幣的新思維下，嚴肅思考本身的生產基地轉移與產業的升級轉型。（本文作者張明杰現為富拉凱投資銀行首席經濟學家、臺商張老師）



# 人民幣匯率波動與臺商因應策略

■ 李孟洲

今年年中，人民幣匯率走勢由弱逆轉為強，隨即回升過 7 元（兌 1 美元，下同）關卡，且升值動能持續不減，以致到第三季末時，海內外已有部分行家預測，至今年底前後，人民幣匯率水平很可能會升到 6.5 元左右。無論此項預測值是否實現，未來一段時期內，人民幣匯率表現強勢的機率顯示較高。對此，中國大陸上的臺商如何妥適因應？

## 人民幣匯率近期以來的滄桑

近兩年多以來，人民幣匯率的「境遇」可說是「歷經滄桑」。先是 2018 年年中正式開打的美中貿易戰，逼使中國人民銀行採取「弱勢人民幣」政策，以抵銷美方對中國大陸施加懲罰性關稅之衝擊，導致該匯率很快淪於「6 字頭」區間保衛戰。

亦即，瀕臨貶破「7 元關卡」的人民幣匯率，成了美中貿易戰開打以來的常態，且確有一小段時日實際貶破 7 元的表現。即便到 2019 年年尾，美中雙方初步形成貿易協議共識，人民幣匯率仍呈偏弱走勢。以人民銀行逐日公布的中間價為準，2019 年 12 月 31 日，人民幣匯率是 6.9762 元，仍遠不及 2018 年上半年，美中貿易戰開打前常見的 6.2 元至 6.3 元較高幣值水平。

2020 年年初，中國大陸從武漢市爆發嚴重疫情，很快導致中國大陸經濟運作及社會交流幾乎全面停滯，出口創匯活動亦被卡住，因而人民幣匯率表現更弱。原本，今年 1 月 23 日武漢封城當天，人民幣匯率中間價為 6.8876 元；惟春節假期過後即不斷趨貶，並在 2 月 19 日貶破 7 元關卡，掛出 7.0012 元，而這只是新一波貶值的開端。

換言之，今年開春後，人民幣相對於美元的幣值行情更為「走空」。儘管中國大陸官方自 3 月下旬起就強行推動各地復工，但人民幣匯率的貶幅卻仍逐漸擴大。如 5 月最後營業日（29 日），該匯率中間價來到 7.1316 元，貶離 7 元關卡 1 角多，幅度不容小覬。直到 6 月 30 日，上半年

結束當天，該匯率中間價仍是偏弱的 7.0795 元。

上半年人民幣貶值的原因，主要應是：一、中國大陸出口產業受疫情猛烈衝擊，官方刻意以本幣貶值政策來支撐，尤其是想以此協助用工量大的代工出口產業復工，以穩社會就業；二、人民銀行寬鬆貨幣，並調降貸款市場報價利率（LPR），弱化了人民幣對外幣值；三、國際疫情尚未到高峰，美元匯率仍有撐。

不過，到了 7 月，人民幣貶勢即出現拐點，止貶且升回「6 字頭」區間，因而 7 月 31 日的中間價掛出 6.9848 元，比 6 月底價位回升了將近 1 角，而且，此後人民幣持續升值，至 9 月 30 日（第三季末），其中間價已升至 6.8101 元。主要原因，是年中前後中國大陸出口貿易回穩、人民幣利率止跌、美國疫情惡化拖累美元匯率。其中，美元的影響最大；第四季若美元持續疲軟，則人民幣還有升值空間。

## 可採「6.75 兌 1」作出口報價

至於在陸臺商的因應策略，首先應是妥善拿捏出口報價的分寸。人民幣在升值，出口商品價格當然有水漲船高壓力，但在國際疫情下，臺商外銷最好能避免從高定價，以穩住訂單。為此，當前如以 6.75 元（7 和 6.5 的中間值）人民幣兌 1 美元為報價基準，應是比較中性、穩妥的作法。必要時可與海外買主協商共同分攤匯兌風險、加強運用遠期外匯交易等。

其次，臺商宜趁此整理自身債務；儘量以美元債務取代人民幣債務，以減輕還債成本，是合理的操作原則。當然這是以人民幣匯率續強為前提。

另外，臺商可搭人民幣升值便車去擴大當地內銷生意。但要注意，疫情是內需市場的大剋星；在疫情充分受控之前，內銷布局仍須「摸著石頭過河」，審慎管控成本支出為上。（本文作者李孟洲現為報社主筆、臺商張老師）



# 人民幣匯率頻繁波動下 臺商如何規避匯兌風險

■ 袁明仁

2020年上半年，人民幣兌美金匯率呈現：升值一貶值一升值一貶值一小幅升貶盤整之過程，人民幣兌美金匯率中間價貶值了1.5%。接著從6月至9月，人民幣連續4個月升值，升值了約5.3%。對從事外銷為主的臺商企業而言，如同坐雲霄飛車或洗三溫暖。企業接單稍有不慎，就可能面臨匯損的風險。因此，如何出口報價，已成為2020年臺商的重大考驗。

2020上半年人民幣匯率升值階段：在2019年12月31日至2020年1月21日，以及2020年2月24日至3月9日這兩個時期內，人民幣兌美金匯率分別出現1.7%與1.4%的升值。貶值階段：在2020年1月21日至2月24日，以及2020年3月9日至3月20日這兩個時期內，人民幣兌美金匯率分別出現2.4%與2.6%的貶值。小幅升貶階段：在2020年3月20日至6月30日期間，人民幣兌美金匯率在7.03-7.14的範圍內小幅升貶。整體而言，2020年上半年，人民幣匯率呈現大幅波動的走勢。截至6月30日，人民幣兌美金為7.0741，較2019年末的6.9662貶值1.53%。6月以後，人民幣連續4個月一路升值走強，截至10月5日，美金兌人民幣匯率6.791。

## 今年以來人民幣雙向波動頻繁

今年5月底至9月中旬，人民幣呈現大幅升值走勢，美金兌人民幣升值了約5.3%，匯率由7.1455升至6.7613。此階段人民幣匯率升值的主要原因是什麼？是否具有可持續性？

5月29日人民幣對美金匯率中間價為7.1316，9月2日則為6.8376。換匯10萬美金，如果在9月才換，可以省下2.94萬人民幣。資料顯示，人民幣對美金匯率中間價已經升到一年

多的新高。中國外匯交易中心公佈，2020年9月2日銀行間外匯市場人民幣匯率中間價為：1美金對人民幣6.8376元，創下2019年5月14日(6.8365)以來新高。

人民幣匯率為何會突然走強？人民幣憑什麼走強？人民幣升值趨勢是否能夠持續？這些疑問已成為市場關注的焦點。研判人民幣走強的原因主要有3個方面：

- 一、美金指數走弱：資料顯示，今年5月下旬以來，美金指數開始下跌，近期更是一度跌破92，創下2018年5月初以來的新低。一般來說，美金指數強弱與人民幣等非美金貨幣具有反向關係。由於美聯儲大規模貨幣寬鬆政策，在市場對於美金貶值的預期心理下，美金指數持續下跌，包括人民幣在內的非美金貨幣出現了升值的走勢。
- 二、中國大陸疫情基本控制住，經濟也持續恢復改善，宏觀基本面強勁支撐人民幣走強。根據中國大陸國家統計局的資料顯示，7月份商品零售成長速度首次由負轉正，出口成長速度達到兩位數，而最新公佈的中國大陸8月份製造業採購經理指數、非製造業商務活動指數，連續6個月保持在臨界點以上，這些都有助於人民幣的升值。
- 三、中國大陸持續推動金融市場的開放，例如：2020年9月25日，發佈《合格境外機構投資者和人民幣合格境外機構投資者境內證券期貨投資管理辦法》，擴大外資投資範圍，以及2019年9月10日，取消了合格境外機構投資者(QFII)和人民幣合格境外機構投資者(RQFII)的投資額度限制，這些舉措有利於國外資本持續流入中國大陸的資本市場，人民幣資產的吸引力明顯增強。從中國大陸國家外匯管理局7月發



佈的資料顯示，外資淨增持中國大陸境內上市股票和債券規模同比增加 1.4 倍，外匯儲備餘額連續 4 個月正成長，這些因素有利於推動人民幣的升值。

## 2020 年下半年人民幣匯率走勢分析

短期內人民幣匯率走強仍將持續，但需考慮到不確定性的風險，包括中國大陸嚴格的資本項目管制、全球資產避險、中美政治對抗、美國大選對中國政策可能會出現意想不到的突發事件、美國疫情防控、全球疫情是否進入新一輪爆發期、疫苗何時推出、中國大陸或美國誰先上市疫苗。

由於全球疫情尚未得到有效控制，世界其他國家產能供給不足，供需缺口主要由中國大陸出口的商品來填補。同時，秋冬流感季將至，疫情疊加流感的影響，可能會導致全球疫情再次進入爆發期，但要實現疫苗量產至少需要 1 至 2 年的時間。這意味著，在未來 2 年內，全球需求和產能都難以恢復至疫前水準，中國大陸出口有可能繼續填補世界各國產能缺口至少 2 年，這將有助於支撐人民幣的升值。

2020 年下半年人民幣兌美金匯率走勢存在較大的不確定性，主要受以下兩個因素的影響及主導。一、如果匯率走勢主要由經濟面主導，則人民幣兌美金匯率會持續緩慢的升值。二、如果匯率走勢主要受中美政治貿易摩擦所主導，則人民幣兌美金匯率可能出現一定幅度的貶值，那麼在 2020 年下半年，美金指數可能不降反升，重返 100 左右，而人民幣兌美金匯率則可能下跌。

2020 年下半年人民幣匯率的走勢，短期來看，中國大陸經濟回穩，國際投資者看好人民幣資本市場，外資持續流入，這些因素有助於推動人民幣升值。從中長期來看，根據中國大陸央行 8 月份發佈的《2020 年第二季度中國貨幣政策執行報告》，提出深化匯率市場化改革，完善市場供求基礎、參考一籃子貨幣進行調節、有管理的浮動匯率制度，保持人民幣匯率彈性，發揮匯率調節宏觀經濟和國際收支自動穩定器作用。因

此，人民幣匯率會在合理均衡水準上保持雙向波動，人民幣短期走勢會朝升貶雙向走勢，長期則具備升值空間。

## 臺商如何規避人民幣匯率波動風險

今年 6 月至 9 月，人民幣連續 4 個月升值，許多臺商中小企業的利潤大幅下降，都被匯損吃掉了。除非產品調漲價格，否則對中小企業來說，匯率成本難以靠自身化解。疫情後生意不好做，要對客戶漲價也很困難。中小企業臺商如何規避人民幣匯率風險，有哪些方法及途徑？以下六種途徑及方法提供臺商參考：

- 方法一：定價時預留匯率浮動。在產品定價時預留 5% 的匯率浮動空間。
- 方法二：針對原材料進口的部分，進出口相抵，對沖人民幣升值帶來的不利影響。
- 方法三：選擇將人民幣作為跨境結算主要幣種。跨境交易使用人民幣結算，可以規避匯率風險。
- 方法四：合同中約定「風險分擔」條款。臺商在與客戶簽訂出口合同時，確定當前的匯率，以供日後參照，當匯率波動超過一定幅度時，雙方共同承擔因此所引起的匯率價差損失。
- 方法五：約定「結算方式」或「調整價格」條款。在出口貿易合同中，以歐元結算，或者約定當人民幣升值或貶值時，相應地提高或降低出口價格。
- 方法六：採用「遠期結 / 售匯」匯率避險。臺商與銀行簽訂遠期結售匯合約，約定將來辦理結匯或售匯的外幣幣種、金額、匯率和期限。但此一作法不是穩贏的。

## 結論

臺商中小企業一方面應建立匯率風險的觀念，做好匯率風險的規避，但千萬不要預測或對賭匯率走勢，因為這不是臺商所能掌握、控制及承受的。（本文作者袁明仁現為華信統領企業管理諮詢顧問有限公司總經理、臺商張老師）



# 環境、社會和治理（ESG）標準與投資關係之解析

■ 何淑敏

據報載，春燕來了，國發會於 9 月 28 日發布 8 月景氣對策信號綜合判斷分數為 26 分，較上月大幅增加 5 分，燈號轉成代表穩定的綠燈；景氣領先、同時指標持續上升，且增幅逐月擴大，反映國內經濟漸趨回穩，可以樂觀預期國內景氣將步入綠燈階段。國發會指出，這波受新冠肺炎疫情衝擊，景氣燈號自今年 3 月起連續五個月亮黃藍燈，8 月轉為綠燈，可確定今年第 2 季是谷底，「谷底已經發生」。

我國整體景氣有自低點反轉跡象，且愈來愈明顯。值此之際，台商投資策略似乎可從長計議。近年來，環境、社會和治理（ESG）投資蔚為風潮，落實 ESG 的企業，營運績效與資本市場表現更在這波險峻的全球新冠肺炎疫情市場中一枝獨秀，推升 ESG 投資的議題熱度。疫情迫使企業面臨轉型及永續營運的課題，究竟要如何掌握這波趨勢，趁勢迎接永續新時代的轉型契機？

## 環境、社會和治理（ESG）投資已蔚為風潮

環境、社會和治理（ESG）標準究竟是什麼？ESG 標準是針對公司運營的一套標準，具有社會意識的投資者可用來篩選潛在投資。環境標準考慮了公司作為大自然管家的表現。社會標準檢查了它如何管理與員工，供應商，客戶以及其運營所在社區的關係。治理涉及公司的領導層，高管薪酬，審計，內部控制和股東權利。謹將關鍵要點簡要說明如下：

1. ESG 標準是投資者評估他們可能要投資的公司的一種越來越流行的方式。
2. 共同基金，經紀公司和機器人顧問現在都提供採用 ESG 標準的產品。
3. ESG 標準可幫助投資者避免因環境或其他做法而造成更大財務風險的公司。

環境、社會和治理（ESG）標準如何工作？為了根據 ESG 標準對公司進行評估，投資者需要研究各種各樣的行為。ESG 標準可幫助投資者找到具有與其自身價值相匹配的公司如下：

1. 環境標準包括公司的能源使用、廢物、污染、

自然資源保護和動物處理。該標準還可用於評估公司可能面臨的任何環境風險以及公司如何管理這些風險。例如，是否存在與其受污染土地的所有權、危險廢物的處置、有毒物質排放的管理或對政府環境法規的遵守等有關問題？

2. 社會標準著眼於公司的業務關係。它是否與擁有與其聲稱擁有相同價值的供應商合作？公司是否將一定比例的利潤捐贈給當地社區，或鼓勵員工在當地從事志願工作？公司的工作條件是否高度重視員工的健康和安全？是否考慮了其他利益相關者的利益？
3. 治理標準重視投資者可能希望知道公司使用準確和透明的會計方法，並且給股東提供了對重要問題進行投票的機會。他們可能還希望保證公司在選擇董事會成員時避免利益衝突，不要利用政治捐款獲得過度的優惠待遇，當然也不要從事非法行為。

## 企業參採 ESG 標準創造百年企業永續經營

當然，沒有任何一家公司可以通過每個類別的所有測試，因此，投資者需要確定對他們而言最重要的是什麼。在實踐上，遵循 ESG 標準的投資公司還必須確定優先事項。例如，總部位於波士頓的 Trillium 資產管理公司截至 2020 年 3 月管理著 28 億美元的資產，使用了一系列 ESG 因素來幫助確定具有長期良好業績的公司。

在各行各業中，Trillium 的 ESG 標準包括避免使用已知有煤礦開採業務的公司，以及那些收入中一定比例來自核電或武器的公司。它還避免對那些在工作場所歧視，公司治理和動物福利等方面存在近期或正在進行的重大爭議的公司進行投資。例如：英國石油公司 2010 年漏油事件和大眾的排放醜聞，就證明了這兩項動搖了公司的股價，並造成了數十億美元的損失。

台商投資策略從長計議時，可參採環境、社會和治理（ESG）標準以創造百年企業永續經營。（本文作者何淑敏現為智興科技有限公司財務長、臺商張老師）



## 清理過時資料以控管網站空間成本之作法

■ 林震岩

企業獲利不易，近年中國大陸臺商獲利不佳，「毛三到四」幾乎是常態。

獲利等於收入減成本，在收入難以成長的情況下，成本的控管更加重要，其中，除了人工、材料與製造成本，有一項成本常被忽略，那就是e化成本中的網站空間成本。隨著雲端運算的興起，不論企業是採公共雲而租用或私有雲而採購網路空間，皆是一筆不小的開支，但因網路的運作對臺商老闆是個技術黑箱，並沒有能力去瞭解與管控成本的增加，當資訊人員要求增購網路空間時，臺商老闆也只能答應。為了避免成本不斷擴增，清理過時資料所佔用的網路空間非常重要。

底下擬以 Windows NT 來架站、MS SQL Server 資料庫管理系統來建檔，及向電信公司租用網路空間為例來說明。

網路空間可分為「網站檔案資料空間」與「資料庫空間」，當業務從網站上傳產品資料時，除更新資料庫外，還會上傳圖片檔案到硬碟上，而 SQL Server 又分 Mdf ( 資料檔 ) 及 Ldf ( 交易紀錄檔，即 SQL Log) 二種檔案，Ldf 會隨著資料新增 / 修改 / 刪除而自動產生。當任何人瀏覽網站時亦會新增瀏覽紀錄，將存在 IIS Log、AP( 應用程式 ) Log 與 CounterLog 等 Log 檔，這些 Log 檔乃是資料庫異動與網站瀏覽的相關紀錄，主要作為當資料庫或網站出現異常時，可用來恢復與找出入侵者，或統計分析瀏覽人數與次數等用途，但一年以上的 Log 檔已不具價值。

此外，上傳的圖片或下載的 Excel 等檔案亦會一直存在網站上，這些歷史檔案有許多是已過時、無用的垃圾資料或是備份資料，故這些過時的資料必須進行清理，特別是資料庫交易紀錄檔 Ldf 所佔空間遠比實際資料檔 Mdf 及上傳的圖片檔、Excel 檔、Word 檔等來得大，在清理前，Log 檔所佔資料量可高達九成以上。

在清理過時資料前，首先須瞭解各資料類型的儲存架構。

空間計費	資料種類	資料內容與儲存	資料儲取處
SQL Server	SQL 資料檔 Mdf SQL 日誌檔 Ldf	主資料與 Counterlog 各 SQL 對應的 LOG	需透過資料庫 管理 師將 Mdf 轉生 .Bak 檔
檔案 資料 空 間 ( 置 於 雲 端 硬 網 站 程 式 每 日 碟 ) - 非 SQL 檔	圖片下載 / 上傳 Excel 檔 SQL Bak Log、AP Log	SQL Mdf 連結的圖 片下載 / 上傳功能 每月 SQL 的 .Bak 網站前後臺的程式	IIS Webs 目錄 IIS Webs\Excel IIS Database 目錄 IIS Source 目錄 IIS 產生 Log 檔

如此就可讓公司內部人員每月從雲端的 IIS 中，透過 FTP 備份出網站的重要檔案，就可在公司的電腦永久儲存，不需額外再負擔電信公司的雲端網路空間費用，可將每月備份出的 .bak 與 Webs 資料檔保留期為二年，Log 檔為一年。

空間計費	資料種類	清理作法
SQL Server	SQL 資料檔 Mdf SQL Counterlog SQL 交易記錄檔 LDF	皆須透過資料庫管理員清理或設定定期清理作業排程 還可透過後臺維護清理資料庫過時資料 每年可重設起始值，並刪除去年計畫紀錄 需刪除舊資料，保留新年度資料
檔案 資 料 空 間 - 非 SQL 檔	圖片下載 / 上傳 Excel 等 檔 每 日 Log、SQL bak	需人工比對、網站工程師刪除或程 式刪除 設定自動化定期作業排程，刪除一 個月前或一年前過時資料，並將.bak 檔備份出

因許多網站所有與圖片有連結的資料檔，未考慮使用者從前臺或管理者從後臺刪除資料時，皆未做實體刪除 ( 將對應圖片一起刪除 )，而只有邏輯刪除 ( 只有 SQL 檔的該筆資料被刪除 )，此外，請工程師整批刪除資料 ( 如刪除某月前 )，皆可能會造成所對應圖片未刪的問題，而累積了一批過時與失去連結的圖片檔。

總之，企業獲利不易，在當今網路時代，強化控管網站空間成本，可賺取可觀的管理財。臺商老闆無需知道本文的這些細節，但只要知道基本觀念並交代資訊負責人定期清理過時 Log 檔，減少網站硬碟與資料庫空間占用，並需提出刪除前後的使用空間比較表，就可節省下一筆可觀費用，特別是過去從未清理過的企業，需趕快推動此清理作業。( 本文作者林震岩現為中原大學企管系教授兼全球臺商研究中心主任、臺商張老師 )

# 臺商如何因應「新業態新模式」佈局中國大陸？



■ 洪清波

受到疫情的衝擊，今(2020)年中國大陸的民間消費積弱不振；為提升民間消費意願，今年9月初，中國大陸國務院常務會議，提出「新業態新模式加快發展帶動新型消費」的措施。這是繼今年7月中旬，中國大陸發改委頒布【關於支援新業態新模式健康發展，啟動消費市場擴大就業的意見】後，再度就新業態新模式的議題提出討論，引起市場的關注。

國務院常務會議的討論聚焦在五個重點，包括：新型消費擴容提質，創新無接觸消費模式；加快新型消費基礎設施建設；制定促進新業態新模式帶動新型消費的稅收政策，鼓勵金融機構創新措施降低移動支付費用成本；簡化相關證照辦理；致力發揮傳統消費主體作用，增強新型消費能力。

### 「新業態」的類型

根據「中國政府網」的相關資訊，數位經濟下有十五項新業態，包括：在線教育；互聯網醫療；便捷化線上辦公；提升數位化治理水平；培育產業平臺化發展生態；加快傳統企業數位化轉型步伐；打造跨越物理邊界的虛擬產業園和產業集群；發展基於新技術的無人經濟；積極培育新個體，支持自主就業；發展微經濟，鼓勵副業創新；強化靈活就業勞動權益保障，探索多點執業；探索共享生活新空間；打造共享生產新動力；探索共享資料新模式；激發數據要素流通新活力。

中國大陸國務院重申「要推動新型消費擴容提質。創新無接觸消費模式」其實是上述十五種新業態的舊調重提，其中「要加快新型消費基礎設施建設」同時隱含了商機，臺商可視自己的內外及外部的資源，或直接介入十五種新業態的經營，或參與基礎設施建設。

值得一提的是，十五種新業態攸關「互聯網+」政策的落實，以其中「積極發展互聯網醫療」為例，內容包括智慧醫院建設，推進線上預約檢

驗檢查，線上處方信息互相認證及慢性病互聯網複診，遠程醫療護聯網健康諮詢，這些內容，一部份臺灣已有基礎，有些還未實現，臺商可藉助臺灣先進的醫療服務的經驗優勢，量力參與。

此外，關於「加快傳統企業數位化轉型步伐」，對目前還偏重於傳統經營模式的臺商或將造成衝擊；臺商必須加快腳步融入數位經商環境，才能消極免於被淘汰，積極強化競爭力。如何落實數位化轉型，臺商可諮詢臺商張老師團隊。

### 臺商應留意新業態的配套措施仍未臻完善

最後，臺商應注意，十五種新業態的配套措施仍未臻完善。例如第九項「積極培育新個體，支持自主就業」將面臨註冊地限制、房租成本太高與社保三個問題。按照現行的企業和個體工商戶的註冊標準，要有獨立的經營和辦公場所，不允許住宅內註冊企業和個體工商戶。

這一條對絕大多數想自主創業、個體創業的人來說，就麻煩了，畢竟只要有經營，有營收，就有交易往來、發票成為很多單位必不可少的支付憑據。要能開出發票，就必須要註冊實體，或者是小微企，或者是個體工商戶，但這就有註冊地的問題了。正式的實體門面勢必增加房租，員工的醫保社保的成本亦少不了。這些問題不解決，發展新業態就是一句空話。

據報導，當前中國大陸一些中小微企業，在數位化轉型中面臨著「轉型是找死，不轉是等死」的困境。企業數位化上下游協同不夠，單靠自己摸索，投入高、週期長、收益慢，難以形成規模效應和產業鏈協同效應，導致「不會轉、不能轉、不敢轉」。這些都需通過提升數位化轉型公共服務能力，培育數位化轉型生態，提高轉型效益；何時能夠落實，有待時間驗證，臺商之投資行動宜先審慎評估。(本文作者洪清波現為橋投資服務公司執行董事、臺商張老師)



# 臺商如何因應後疫情時代 中國勞動人資管理變化趨勢

■ 蕭新永

自從武漢肺炎疫情爆發以來，中國大陸的經營環境產生了極大的變化，勞動環境、勞動政策，以及勞動人資管理的思維模式，將迥異於從前。

歸納而言，近期中國大陸的勞動人資管理已經產生如下的變化：

## 一、零工經濟的用工（雇傭）趨勢

零工經濟的用工模式變化，例如為「一人服務多家企業或多家企業共用人才」的人力共用帶來機會。同時，伴隨著平台經濟、分享經濟的發展，也促進了「靈活就業」、「自雇型勞動者」等現象的普及，在網約車、物流配送、餐飲外賣的知識技能服務、內容創業等多個領域上已經有了規模化的發展趨勢。

### (一) 從固定用工模式進入靈活用工，未來將是平臺用工的模式

過去中國大陸勞動用工的主流是標準勞動關係，簽訂勞動合同是正規的固定用工模式，在疫情期间，政府鼓勵企業靈活用工、共同用工。後疫情時代，經由網路平臺媒介，一人多家就業、兼職、居家上班等等非主流用工型態，逐漸成為新常態模式。

### (二) 從勞動關係走向合作關係

當零工經濟的用工模式出現變化，平臺用工成為主流用工趨勢時，企業與受雇員工之間的關係將靠一紙契約維持雙方的關係，勞資雙方合作是核心，員工忠誠度將從對雇主的忠誠轉變為對專業或職業的忠誠，後者將產生極高的敬業度。

### 二、人資管理邊界會加快打破

很多企業，人資管理是有邊界的，所有的單位主管都認為人資管理是人資部門的事，與自己無關。這就造成人資管理被侷限於人資部門，很多政策出不了人資部門。如果一位部門主管並不承擔人才之選、訓、用、留等責任，則部門主管就無法領導團隊有效地完成組織目標。

在疫情期间，迫使各部門主管與部屬從線下到線上，例如逐漸學習適應了線上招聘、線上學

習、線上協同辦公（居家辦公），原來經由數位工具，人工智能，非人資部門不想做的人資管理作業，輕而易舉的完成了。

當人資管理數位化操作，不是人資管理部門的獨家絕活時，人資管理知識與操作模式就會成為各部門管理者（主管）的標準配備了。

## 三、人資管理以及人資工具數位化，線上化

在疫情肆虐下，企業被迫執行居家辦公，如此以來，相關的工作項目，例如新人招聘、員工報到、離職、績效考核，都需要在線上執行，所以擁抱科技，人資工具數位化，建立創新的人員管理團隊，將更有能力適應新工作模式的轉變。

這是一個互聯網+的時代，大數據、雲端計算、人工智能等信息技術全面進入人資管理行業，開啟了技術引導人資變革的新時代，不只因應零接觸的需要，而是人資管理的升級與轉型。

## 四、不可抗力因素成為人資管理作業必須考慮的因素

《勞動合同法》並無規定當員工不能於特殊時期上班時，企業可以「中止」合同的執行（但地方的《勞動合同條例》有規定），這給企業帶來極大的麻煩與損失。將來，不可抗力因素會層出不窮，企業應當思考「勞動合同」必須內建不可抗力因素的條款因應之。

最後總結，疫情後人資勞動環境將有很大的改變，例如辦公室辦公與居家辦公的混合模式將持續存在，一些新模式的建立，例如靈活用工、電子合同、線上招聘、數位人資工具等等新的勞動人資管理模式逐漸建立。從事中國大陸勞動人資管理作業的臺商或臺籍幹部，應當有新的思維、新的學習、新的操作，這些在疫情期间培養起來的新模式，未來也將成為新常態。同時勞動合同、人資管理制度程序與內容等等都將跟著改變，才能因應中國大陸當前推動的「內循環」經濟之人資管理需求。（本文作者蕭新永現為遠通國際經營管理顧問公司總經理、臺商張老師）

## 貨到港口，客戶不付款也不提貨 造成棄貨該怎麼辦？

■ 蔡卓勳

### ■ 臺商諮詢問題摘要

我大陸昆山廠有個國外客戶跟我做的貿易條款是 30% 定金，70% 尾款見提單影本提貨。結果現在貨到了目的港已經一個月了，收貨人不提貨、不付款，呈現棄貨狀態，連碼頭費用都找發貨人結算，我們該怎麼處理這個事情，也實在不知道如何向海關申辦，請求指點。

### ■ 臺商張老師諮詢解答

在大部分國家，當進口的貨物抵達港口之後，一旦上岸，進了堆場，那麼這批貨物就在海關的監管範圍之內，海關為了保障買家的利益，不會允許收貨人以外的任何人隨便動這批貨物。如果是客戶直接棄貨，那就更麻煩，面臨著貨物壓在海關，要及時處理的問題。滯留費，倉儲費暫且不說，貨物怎麼處理才是最頭疼的。

一、客人遲遲不去提貨，需注意港口海關規則：

1. 一旦國外客戶確認棄貨，我們要第一時間讓承運人在目的港國家的代理發一份當地棄貨操作的流程。因為不同國家，不同產品棄貨的處理方法和要求都不一樣。
2. 如果我們的產品價值不大，運回成本又高，可以考慮直接在當地轉賣掉，直接更改提單收貨人（貨代可改單的期限約十天）然後賣給他們即可。
3. 如果無法找到其他買家接盤，只能根據貨值高低選擇是否退運。需要注意，在某些國家和地區，即使收貨人棄貨了，發貨人想要退運，也要經過原收貨人的書面授權。未能取得最後會歸類到棄貨處理。
4. 很多港口規定，“長期（也許三個月）無人認領、滯留在港口的無主貨，可由當地海關實施拍賣，且貨物原買家擁有優先競拍權。”

二、那麼要怎麼退運回來？

1. 改提單：如果已經把提單影本發給了客戶，那麼客戶是貨物的持有人，只有他才能操作貨物退運。所以，先找到當地的代理，是否可改提單收貨人，改放單給代理。然後由代理向當地海關提出退運申請，繳齊所有相關費用：滯留費，倉儲費，代理費，海關手續費等，等海關放行，再向船公司訂艙。退運還可能按進口處理，需要交納進口稅。
2. 合規退運：出口商需憑原進口商提供的不要貨證明（大部分國家目的港退運都需要原收貨人棄貨聲明）、有關提貨憑證及出口商要求退貨函電委託船代理在付清港口倉儲費、代理費等合理費用後辦理退貨手續。可以退運到保稅倉庫，有下家客戶下單再重新發出去，這樣不需要交稅，手續簡單最小化減少退運損失；
3. 特殊退運：如果進口商不願給出口商出具不要貨的證明文件，出口商可憑進口商拒絕付款（原收貨人明確的告知賣方拒付貨款）或提貨的函電或由銀行或船代理提供的進口商不付款贖單的函電、有關提貨憑證及賣方要求將貨物退運的函電委託船代理直接向港口海關提出退運要求，並辦理有關手續。
4. 放棄貨物：仍需付清費用，讓目的港海關安排銷毀或拍賣，這是最壞打算。（本文作者蔡卓勳現為 TSAI&TEAM 蔡老師企業經營團隊總經理、臺商張老師）

# 中國大陸文具外貿的中小企業 如何轉型品牌行銷？

■ 許源派

## ■ 臺商諮詢問題摘要

我們是中國大陸從事文具外貿的中小企業，因應這波武漢肺炎疫情，國外外貿市場低迷，我們想要轉型文具品牌行銷，不知道有什麼需要注意事項？雖然現在才開始作品牌是有點晚了一些，但有開始總是不嫌晚。以上就教臺商張老師。

## ■ 臺商張老師諮詢解答

從事外銷貿易現在才要開始轉型為品牌經營，的確是有點晚，不過，真的有開始就不算晚，首先要經營品牌，必須要先有品牌，可以找設計師團隊或內部高層討論，確認公司品牌經營的辨識系統，需要特別注意：

### 一、品牌 logo

這是非常重要的品牌辨識系統，關係著品牌對消費者中的品牌定位及長期辨認對公司品牌的重要指標，坊間有很多品牌書或課程課可以先參考，因為貴公司是要做文具品牌，可以參考一下國外知名文具品牌的 brand logo 辨識，如萬寶隆、派克、CROSS、或者設計師品牌如 LEXON、或臺灣的文具品牌，然後設計出屬於自己的 brand logo，因為品牌孕育需要點時間，但一旦設定好公司 brand logo 就可以開始設計公司一系列 CIS (Corporate Identity System，簡稱 CIS)，CIS 企業識別系統企業形象識別系統是公司或企業向公眾（例如客戶和投資者以及員工）展示自己的方式。企業識別的存在目的是維護和建立符合公司發展的身份，並促進企業長期經營業務目標。而 企業識別系統主要包含三大部分：1. 理念識別 (Mind Identity 簡稱 MI)。2. 行為識別 (Behaviour Identity 簡稱 BI)。3. 視覺識別 (Visual Identity 簡稱 VI 或 VIS)。

### 二、品牌 logo 誤區

品牌 logo 的建立，一般中小企業會有下列幾個誤區：

1. 用公司名稱作品牌：這不是不可以，但是如同貴公司所說是外銷企業，也就是以往是比較偏重製造生產 (OEM) 或設計代工 (ODM)，一旦貴公司用公司名稱作品牌，那客戶或消費者便有品牌辨識困難的問題，到底是製造生產代工公司？還是品牌公司？然後代表以後不再做外銷，完全作品牌嗎？這些問題都要想清楚，因為一旦做了品牌，就是一條不歸路，要有長期經營的打算。
2. 品牌經營很好賺：一般品牌經營雖然看起來比外銷利潤高好幾倍，但要注意品牌經營的隱形成本如通路上架費用、經銷商或通路商折數，消費者退換貨，維修、品牌行銷推廣費用等，這些都是從事外銷廠商沒注意到的成本。
3. 網路品牌與實體品牌不同：網路品牌一般是價格導向，因為價格便宜吸引消費者，而實體通路品牌則是有經銷商及通路商協助經營，所以經營成本會比較高，也因此定價會比較高，需要有不同思維，否則就會淪為價格戰品牌，品牌替代性就會變高。

當然品牌還有其他如品牌定位、品牌經營、品牌行銷、體驗行銷…，因為是從外貿轉換品牌行銷經營模式，還是按部就班，不要操之過急。（本文作者許源派現為派博國際有限公司品牌行銷企劃總監、臺商張老師）

## 中國大陸地區甥兒如何繼承其舅 在臺灣之遺產？

■ 鄒純忻

### ■ 臺商諮詢問題摘要

本人是山東濟南人，並沒有臺灣的戶籍，本人的舅舅是 1949 年來到臺灣，一直沒有婚娶，也沒有小孩，目前已經高齡 85 歲，因為在臺灣沒有其他親戚，因此多次向本人及本人的母親表示，希望把自己名下財產由本人繼承，但舅舅在尚未立遺囑之前，本人的母親已經死亡，而舅舅現已住院，目前意識時而清醒時而不清醒，請問應如何處理？

### ■ 臺商張老師諮詢解答

- 一、按「遺產繼承人，除配偶外，依左列順序定之：1. 直系血親卑親屬，2. 父母，3. 兄弟姊妹，4. 祖父母。」次按「第一千一百三十八條所定第一順序之繼承人，有於繼承開始前死亡或喪失繼承權者，由其直系血親卑親屬代位繼承其應繼分。分別為民法第 1138 條、民法第 1140 條明文規定。
- 二、依上述法律規定，代位繼承僅限於直系血親卑親屬始有適用，兄弟姊妹的繼承人並不適用，因此甥舅之間的關係並無法成為代位繼承人。因此，若要繼承此筆遺產，則仍需由舅舅立下遺囑。
- 三、再按「遺囑應依以下的方式擇一為之：1. 自書遺囑，2. 公證遺囑，3. 密封遺囑，4. 代筆遺囑，5. 口授遺囑。」為民法第 1189 條之規定。又「遺囑人因生命危急或其他特殊情形，不能依其他方式為遺囑者，得依左列方式之一為口授遺囑：1. 由遺囑人指定二人以上之見證人，並口授遺囑意旨，由見證人中之一人，將該遺囑意旨，據實作成筆記，並記明年、月、日，與其他見證人同行簽名。2. 由遺囑人指定二人以上之見證人，並口述遺囑意旨、遺囑人姓名及年、月、日，由見證人全體口述遺囑之為真正及見證人姓名，全部予以錄音，將錄音帶當場密封，並記明年、月、日，由見證人全體在封縫處同行簽名。」為民法第 1195 條之規定。
- 四、由於申請人舅舅的意識時而清楚、時而不清楚，若能在其意識清楚時，以上開方式立下遺囑，則依法當可繼承，但以此方式立下之遺囑，若未能證明立遺囑時意識清晰，該遺囑之效力恐仍會遭受質疑，值得特別注意。
- 五、此外，本件申請人為大陸地區人民，縱然其可依遺囑繼承其舅之臺灣遺產，惟依臺灣地區與大陸地區人民關係條例相關規定，尚應注意下列事項：
  - (一) 其應於繼承開始起三年內以書面向被繼承人住所地之法院為繼承之表示，逾期視為拋棄其繼承權（第 66 條第 1 項）。
  - (二) 其繼承所得財產總額不得逾新台幣（下同）200 萬元，超過部分，如無同為繼承之人，或無後順序之繼承人，則歸屬國庫（第 67 條第 1 項）。
  - (三) 其繼承之遺產中有以不動產為標的者，應將其繼承權利折算為價額 200 萬元；因其舅在臺灣並未結婚，且無子女，故無第 67 條第 4 項但書之適用（第 67 條第 4 項）。

（本文作者鄒純忻現為宏景國際法律事務所所長、臺商張老師）

# 有關中國大陸公司健檢資料 運用的相關規範

■ 倪 維

## ■ 臺商諮詢問題摘要

在中國大陸如果職工健康檢查是公司支付的費用，公司是否有權可以知道職工一些重要健康訊息，以利公司進行後續相關健康管理及適性配工。在臺灣職業安全衛生健康管理有相關規範，但不明白中國大陸是否有相關規定，請提供說明。

## ■ 臺商張老師諮詢解答

中國大陸公司支付費用的職工健康檢查，一般而言，若屬於部分法定要求的健康體檢，公司有權利保存和查閱職工的職業健康體檢報告；若屬於公司福利層面的健康檢查，則依中國大陸國家標準 GB/T 35273-2020《資訊安全技術個人資訊安全規範》，需經過員工明示同意或授權同意，公司才有權保留和查閱員工個人健康生理資訊的體檢報告。茲簡要說明情況如下：

一、中國大陸法定要求的健康體檢，是指法律法規要求用人單位對特定職工組織的體檢，屬於用人單位的義務。這類體檢包括：

### (一) 職業健康體檢

對於職業健康體檢而言，職業健康檢查機構應當將職工的健康檢查報告以書面告知用人單位，且用人單位應當建立職工職業健康監護檔案。因此，用人單位有權利保存和查閱職工的職業健康體檢報告。

### (二) 未成年工體檢

未成年工是指年滿十六周歲未滿十八周歲的勞動者。根據「用人單位應根據未成年工的健康檢查結果安排其從事適合的勞動」的規定，用人單位有權保留或查閱未成年工的健康檢查報告。

### 二、女性員工的健康檢查

各地有不同的女性員工勞動保護規定：如北京市《女職工勞動保護規定》第九條規定，單位應當建立女職工生理衛生保健制度，並與醫務部門聯繫，定期為女職工進行婦科檢查。又《江蘇省女職工勞動保護特別規定》第二十二條規定：「用人單位應做好以下女職工衛生保健工作：……（二）每年至少安排 1 次婦科疾病檢查，對年滿三十五周歲的女職工應當增加乳腺、宮頸等專項檢查。」

根據上述規定，上述地區的公司應當每年安排女員工進行體檢。對於此類體檢，用人單位是否有權保留和查閱女職工體檢報告，未見有明確規定。故，除女員工明示同意或授權同意外，上述體檢屬於對特殊職工群體的保健檢查，與履行勞動合同關聯性不大，且有關內容可能涉及職工隱私，如檢查機構未書面告知用人單位的檢查結果的，用人單位不應強行查閱或要求職工提交體檢報告。

### 三、由公司提供的對部分或全部員工的福利性體檢

依據《勞動法》第三條和第七十六條規定，勞動者享受福利的權利，用人單位應當創造條件，改善集體福利，提高勞動者的福利待遇。然而，由於福利具有較大的用人單位自主性，且法律並無強制性規定。因此除非簽訂的集體合同或勞動合同，或制定的規章制度，明確了福利事項，否則可由用人單位的「公司內部規則」來決定誰有權享有誰無權享有。公司這類體現對員工的關懷，對部分或全部員工提供的體檢福利，員工亦有權自願放棄。除員工明示同意或授權同意外，公司不應強行查閱或要求員工提交此類體檢報告。（本文作者倪維現為海峽兩岸企管顧問股份有限公司資深顧問、臺商張老師）

# 兩岸經濟交流統計速報

109年7月份

大陸委員會經濟處製表

民國109年9月1日

項目	當月統計數	當年累計數	歷年累計數	資料來源
兩岸貿易(億美元)(註1)	109年1月 132.5 (3.6%)	109年1-7月 87.7 (7.3%)	81年~109年7月 19,579.6 (52.3%)	資料來源
對中國大陸出口	81.1 (5.2%)	532.3 (7.1%)	12,586.6 (1.3%)	財政部統計處
自中國大陸進口	51.4 (1.3%)	344.8 (7.5%)	6,993.0 (6.4%)	
出(入)超	29.6 (12.8%)	187.5 (5.9%)	5,593.6 (4.9%)	
企業赴中國大陸投資	109年1月 42 (-27.6%)	109年1-7月 28.7 (-15.6%)	80年~109年7月 44,212 (52.2%)	經濟部投資審議委員會
投資件數	3.7 (49.6%)	35.4 (1.900.5)	1,900.5	
投資金額(億美元)(註2)	—	—	—	
參考數據：中國大陸方面發布*	—	—	—	
投資項目個數	—	5,252 (6.9%)	112,442 (14.1%)	中國大陸「商務部」
實際利用金額(億美元)	—	15.9 (6.9%)	694.1 (5.1%)	
兩岸人員往來	—	108年 613.0 (-0.1%)	76年~108年 11,154.6 (9.7%)	中國大陸「文化部、旅遊部」、「CEIC資料庫」
赴中國大陸旅遊人數(萬人)*	—	109年1-7月 0.1 (99.7%)	76年~109年7月 3,161.2 (95.1%)	內政部移民署
中國大陸人民來臺人數(萬人)	—	—	—	

註1：依上表中兩岸貿易金額，109年1-7月臺灣對中國大陸貿易佔我外貿總額比重25.4%；其中，出口佔我總出口比重28.6%，進口佔我總進口比重21.0%。有關兩岸貿易估計，配合經濟部國際貿易局自100年8月起，不再發布以估算方式統計的兩岸貿易統計，將自101年1月起按財政部每月發佈之「海關進出口貿易統計月報」統計。財政部自105年起由廣義特殊貿易制度改採一般貿易制度，新制資料追溯推估至90年；另108年9月19日發布，配合聯合國「國際商品貿易統計」相關規範，追溯自90年1月起修正資料。

2. 自107年6月起，經濟部投審會公布赴陸投資統計均含補辦案件。

3. 依經濟部統計，截至109年7月底止，企業赴中國大陸投資佔我對外投資總額比重為36.17%。

4. ( )係指較上年同期增減比率。

\*中國大陸自2019年起僅公布年資料。

109年7月份

大陸委員會經濟處製表

民國109年9月1日

項目	臺灣	中國大陸	備註
國內生產毛額(GDP)	45,864.01 (億元新臺幣) 1,532.38 (億美元)	250,110.1 (億元人民幣) 35,328.8 (億美元)	*註3 3.2%
經濟成長率	-0.58%	-8.34%	
物價(年增率)	109年7月 -0.52% -9.15%	109年1-7月 -0.27% -8.34%	
物價	—	—	
消費者物價(CPI)	—	—	
躉售物價(WPI)	—	—	
對外貿易(億美元)	109年7月 510.2 (-3.0%) 282.0 (0.4%) 228.3 (-6.8%) 53.7 (48.8%)	109年1-7月 3,457.0 (-0.4%) 4,129.3 (3.4%) 2,376.3 (7.2%) 1,753.0 (-1.3%) 267.1 (13.0%)	109年1-7月 24,426.3 (-4.8%) 13,363.8 (4.1%) 11,062.5 (-5.7%)
貿易總額	—	—	
出口	—	—	
進口	—	—	
出(入)超	—	—	
核准外人投資	109年1-7月 1,948 (-5.0%) 440 (10.6%)	41年~109年7月 60,017 1,825.3	41年~109年7月 68年~109年7月 —
件數	—	—	
金額(億美元)	—	—	
項目(個數)	—	—	
實際利用金額(億人民幣)	—	—	
外匯存底(億美元)	109年7月底 4,961.71	109年7月底 31,543.91	
匯率(期末數)	—	—	
新臺幣兌1美元	29,502	—	
人民幣兌1美元	—	6,9848	

註1：( )係指較上同期增減比率。

註2：有關貿易統計編製部分，財政部自105年起由廣義特殊貿易制度改採一般貿易制度，新制資料追溯推估至90年。

註3：另108年9月19日發布，配合聯合國「國際商品貿易統計」相關規範，溯自90年1月起修正資料。

資料來源：1. 臺灣方面統計：(1)行政院主計總處

(2)財政部統計處

(3)經濟部統計處

2. 中國大陸方面統計：(1)中國大陸「國家統計局」

(2)中國大陸「海關總署」

(3)中國大陸「商務部」

(4)中國大陸人民銀行

■ 中國大陸地區資訊

# 中國大陸最近法規動態摘要

■ 姜志俊輯錄

司法解釋

- 關於審理侵犯商業秘密民事案件適用法律若干問題的規定

中國大陸最高人民法院 2020 年 9 月 10 日公布，共 29 條，自同年 9 月 12 日起施行，其主要內容如下：

- 技術信息：與技術有關的結構、原料、組分、配方、材料、樣品、樣式、植物新品種繁殖材料、工藝、方法或其步驟、演算法、資料、電腦程式及其有關文檔等資訊，人民法院可以認定構成反不正當競爭法第九條第四款所稱的技術資訊。
- 經營信息：與經營活動有關的創意、管理、銷售、財務、計畫、樣本、招投標材料、客戶資訊、資料等資訊，人民法院可以認定構成反不正當競爭法第九條第四款所稱的經營資訊。前款所稱的客戶資訊，包括客戶的名稱、位址、聯繫方式以及交易習慣、意向、內容等資訊。
- 保密措施：權利人為防止商業秘密洩露，在被訴侵權行為發生以前所採取的合理保密措施，人民法院應當認定為反不正當競爭法第九條第四款所稱的相應保密措施。人民法院應當根據商業秘密及其載體的性質、商業秘密的商業價值、保密措施的可識別程度、保密措施與商業秘密的對應程度以及權利人的保密意願等因素，認定權利人是否採取了相應保密措施。
- 保密義務：當事人根據法律規定或者合同約定所承擔的保密義務，人民法院應當認定屬於反不正當競爭法第九條第一款所稱的保密義務。當事人未在合同中約定保密義務，但根據誠信原則以及合同的性質、目的、締約過程、交易習慣等，被訴侵權人知道或者應當知道其獲取的資訊屬於權利人的商業秘密的，人民法院應當認定被訴侵權人對其獲取的商業秘密承擔保密義務。
- 商業價值：因侵權行為導致商業秘密為公眾所知悉的，人民法院依法確定賠償數額時，可以考慮商業秘密的商業價值。人民法院認定前款所稱的商業價值，應當考慮研究開發成本、實施該項商業秘密的收益、可得利益、可保持競爭優勢的時間等因素。

部門規章

- 在線旅遊經營服務管理暫行規定

中國大陸文化和旅遊部 2020 年 8 月 20 日公布，共五章 38 條，自同年 10 月 1 日起施行，其主要內容如下：

- 服務定義：本規定所稱線上旅遊經營服務，是指通過互聯網等資訊網路為旅遊者提供包價旅遊服務或者交通、住宿、餐飲、遊覽、娛樂等單項旅遊服務的經營活動。
- 經營者範圍：本規定所稱線上旅遊經營者，是指從事線上旅遊經營服務的自然人、法人和非法人組織，包括線上旅遊平臺經營者、平臺內經營者以及通過自建網站、其他網路服務提供旅遊服務的經營者。本規定所稱平臺經營者，是指為線上旅遊經營服務交易雙方或者多方提供網路經營場所、交易撮合、資訊發佈等服務的法人或者非法人組織。本規定所稱平臺內經營者，是指通過平臺經營者提供旅遊服務的線上旅遊經營者。
- 資訊揭露：線上旅遊經營者應當提供真實、準確的旅遊服務資訊，不得進行虛假宣傳；未取得品質標準、信用等級的，不得使用相關稱謂和標識。平臺經營者應當以顯著方式區分標記自營業務和平臺內經營者開展的業務。線上旅遊經營者為旅遊者提供交通、住宿、遊覽等預訂服務的，應當建立公開、透明、可查詢的預訂管道，促成相關預訂服務依約履行。
- 保險服務：經營旅行社業務的線上旅遊經營者應當投保旅行社責任險。線上旅遊經營者應當提示旅遊者投保人身意外傷害保險。銷售出境旅遊產品時，應當為有購買境外旅遊目的地保險需求的旅遊者提供必要協助。
- 糾紛處理：平臺經營者應當在首頁顯著位置公示全國旅遊投訴管道。平臺內經營者與旅遊者發生旅遊糾紛的，平臺經營者應當積極協助旅遊者維護合法權益。鼓勵平臺經營者先行賠付。（本文作者姜志俊現為翰笙法律事務所主持律師、臺商張老師）