

# Q&A 內容

台北

1. 公司產品已有品牌，但會因為不同系列提出不同的 LOGO 例如：化粧品有各種不同系列保養品都會設計該系列專屬的 LOGO，這些是否需要申請？

答：以豐田汽車為例，TOYOTA 是他們的 House Mark 但不同系列的車子如：CAMRY、YARIS 都應該要一一申請，才能週全保護。

若是化粧品在不同的保養系列中用不同設計 LOGO 代表該系列，也應該提出申請，用老幹帶新枝的觀念，用原有讓人信賴的品牌來將該系列品牌帶出來，就更容易讓消費者認同。

台中

2. 請教去中東、中亞、如伊朗申請商標或是市場風險如何？

答：只要能依各國法律規定提出申請，都應該可以獲准，依台一經驗去中東如伊朗、中亞的哈薩克等地本所都有客戶去申請商標並獲准。本所的作業都是掌握該地的申請實務及法律規定即可有效的替客戶申請到想要註冊的商標。關於各地的市場風險，建議參考經濟學人智庫(EIU)的資料來評估該地風險，依貿協實際探討論狀況來看，中亞的哈薩克應該是目前最佳投資環境，但仍宜由廠商自行評估各自生產的產品是否符合當地需求，再前往開拓商機。

高雄

3. 請教去中亞的商機如何？

答：雖然蘇俄與韓國已在中亞布局很深，但台灣的精緻農業、紡織、汽配與鈹金等都很有競爭力。同時因為大陸近期在中亞着力很深，所以當地不乏華語人才，也因為大陸的援助讓當地人對講華語的人也較有好感。同時經過比較他們會覺台灣人做事比較踏實且產品品質比較好，這就是我們的利基。因此我們要進去必須要做口碑並找到俄語人才來協助開拓市場。

4. 我國講南進到東南亞已經有十年，市場與佔有率都有提昇，但相對於印度市場提昇已達 2.5 倍左右，但反觀台灣在印度的出口或市佔率都很低，好像只有東南亞的十分之一，請教在印度是否存在了那些問題，不知貿協是否有研究過？

答：據貿協的研究約略是：

- (1) 印度民眾的消費習性不一樣，對價錢敏感，購買東西要覺得付出的錢有值得才行。隨著中產階級崛起，品牌意識逐漸崛起，中高端的消費者購買進口產品可能會傾向購買歐美品牌，若非世界知名品牌想要打進印度的市場就不如當地品牌討喜，而台灣品牌知名度不如歐日因此要打進一般消費者的心目中就碰到困難。

- (2) 印度人數學觀念很好，對成本很敏感，以 B2B 來說，印度採購會不停的在各地訪價，訪到同質但是較低價錢的產品會再來談判殺價。
- (3) 印度與東南亞國家不同，在東南亞的人比較能分辨台灣製與大陸製的差異，而印度企業的採購經理知道台灣有技術優勢但同時他們也重視價格，所以在價格優先的狀況下，為了要壓低成本，強調台灣製的優勢就比較行不通。
- (4) 在印度做生意時需要教育他們不能只看價錢要兼顧品質與服務，同時他們模仿能力也很強，我們自己的研發要隨時提昇，在與他們做生意時要讓他們永遠追不上你的技術，再以比較好的服務技術才有機會擴大市場。初步來看以 B to B 比較有機會，若需要直接銷售產品給終端消費者的 B to C 困難度較高。

5. 請教我國出口到中亞五國的金額為多少？

答：會上講師告知將以 Email 回覆，將該 Email 內容載述如下

台灣出口到中亞五國的出口數據實際狀況如下：

國家	出口金額(百萬美元)				占出口總額比率%			
	2012 年	2013 年	2014 年	2015 年 1 至 8 月	2012 年	2013 年	2014 年	2015 年 1 至 8 月
全球	284,411.9	287,259.3	295,554.9	178,895.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Kazakhstan	95.6	143.0	62.1	28.8	0.03	0.05	0.02	0.02
Kyrgyzstan	2.2	3.0	3.0	1.3	0.00	0.00	0.00	0.00
Tajikistan	0.4	0.8	0.6	0.3	0.00	0.00	0.00	0.00
Turkmenistan	3.6	2.2	2.2	0.9	0.00	0.00	0.00	0.00
Uzbekistan	4.3	7.9	9.1	4.6	0.00	0.00	0.00	0.00

資料來源：World Trade Atlas

中亞五國占我出口比例小，其中哈薩克 2014 年為台灣第 90 大出口國。