

# 商業周刊

BUSINESS WEEKLY 1987年創刊 每週四出刊



五品執行長  
李靜斌

## 台灣製造大復活

中美貿易戰再升級！  
中國開始報復，川普恐下最後一波關稅  
還有3,000家台商想回來

Made  
in  
Taiwan  
China



### 7大產業回台調查》

回來的逾8成是「高顏值」台商  
2,800億資金洄游，  
可用土地只有5個鴻海龍華廠大  
和碩童子賢：未來不再是大量製造的MIT時代



免費試閱  
商周知識庫7天

1644



不讓科技產業專美於前，韓國美妝保養產業的重要推手「愛茉莉太平洋集團（AMORE PACIFIC）」，其位於首爾的總部大樓由英國建築師David Chipperfield所設計，靈感來自於韓國傳統建築的中庭與迴廊，不僅是網紅的拍照熱點，更是全球美妝企業不可錯過的參訪指標。對外除了開放美術館、圖書館外，更包括AMORE STORE，以及集結經典商品和品牌發展史的檔案館。親臨於此，處處都能感受品牌對美麗細節的專注與堅持。



• 高陽現代汽車品牌形象館，高規格展示品牌精神



• 韓國融合古今景點多元，圖為景福宮

**講究行銷創意  
更講究細節堅持**

韓國知名企業不少，其中，三星與現代集團更是兩大不能錯過的龍頭企業！位於首爾的三星電子宣傳館（Samsung d'light）以「Live Your Tomorrow」為主題，將產品與生活應用連結，更能一窺創新科技的未來，藉此激發我們對明日生活或商機的無限想像。

現代汽車在二〇一七年開設的「Hyundai Motorstudio Goyang高陽品牌形象館」則是另一個看點。這座展館以未來宇宙戰艦作為主建物的設計發想，外型摩登前衛。透過展出，除了可以認識現代汽車的品牌發展歷程外，更能認識汽車從無到有的生產過程，對於企業而言，更能從展館設計中，見證韓國品牌展現在體驗行銷上的企圖心。

多靈感，賦予獎勵旅遊更深一層的意義。



• 三星電子宣傳館，激發明日想像



• 韓國文創產業值得借鏡

**現就出發！**

**規劃難忘的韓國MICE旅遊**

為了滿足MICE旅遊多樣化的需求，韓國亦推出許多配套體驗方案，不論是Team Building活動、特色主題派對、趣味十足的表演節目，或是美食文化體驗等，韓國都提供了多元的選擇供企業搭配。

而韓國觀光公社更在一〇一八年選出二十處蘊含韓國地方特色的「KOREA Unique Venue」，企業可選擇主題樂園、民俗村或是皇宮作為MICE旅遊的會場，感受韓國獨特風采。超過千人以上的企業團體更可提供客製化支援。打造邊玩邊學的精彩旅程，韓國，是企業為員工創造最佳會展旅遊體驗的理想國度。



• 首爾東大門設計廣場，被選定Korea Unique Venue之一

## MICE旅遊在韓國 借鏡指標產業進階未來

**韓國MICE產業發達  
多項優勢吸引全球企業造訪**

根據國際協會聯盟(UJA)統計，韓國在一〇一六年時已成為舉辦全球會議次數最高的國家，顯見韓國因其優越的地理位置、先進的軟硬體設備，以及多元旅遊配套方案，成為全球企業舉辦會議(Meeting)、獎勵旅遊(Incentive)、國際會議(Convention)、展覽(Exhibition)的熱門選擇。

對台灣企業而言，韓國更是舉辦會展旅遊最理想的國家，在韓流的長期洗禮下，台灣對韓國文化深具好感，二〇一八年訪韓人次已突破百萬；而企業赴韓旅遊的團體也持續成長，據統計，二〇一八年透過韓國觀光公社台北支社申請獎勵旅遊人數，相較二〇一七年大幅成長百分之五十，共有超過三萬兩千多人前往韓國參與MICE旅遊。

然而，韓國的魅力遠勝於此，藉由產業間的串連拉抬，網羅住全球消費者的心！於是從K-POP、K-Fashion、N-Tech乃至於K-Food，都已成為獨一無二的專有名詞，不論是追星族、3C迷還是美食控，韓國對許多人而言，都是一生必去朝聖的旅遊勝地！

哈韓，早已不僅僅只是對流行文化的追捧，在一波波韓流的推波助瀾下，獨樹一幟的韓式風格就像一張大網，網羅住全球消費者的心！於是從K-POP、K-Fashion、N-Tech乃至於K-Food，都已成為獨一無二的專有名詞，不論是追星族、3C迷還是美食控，韓國對許多人而言，都是一生必去朝聖的旅遊勝地！