

ภาวะตลาดอุตสาหกรรมต่อเรือของไต้หวัน

ภาพรวมอุตสาหกรรมต่อเรือของไต้หวันในปี 2568-2569 กำลังอยู่ในจุดเปลี่ยนผ่านที่สำคัญ โดยได้รับแรงขับเคลื่อนหลักจาก 2 ปัจจัย ได้แก่ นโยบายความมั่นคง (Defense) และ การเปลี่ยนผ่านพลังงาน (Green Energy) ตลาดไต้หวันถือเป็น Blue Ocean ที่มีศักยภาพสูง แต่มีกำแพงด้านนโยบายรัฐที่ต้องวางกลยุทธ์ให้รัดกุม

1. บทวิเคราะห์ตลาดอุตสาหกรรมต่อเรือไต้หวัน (Market Analysis 2025-2026)

1.1 ตลาดเรือรบและเรือช่วยรบ (Naval & Coast Guard Vessels)

- นโยบาย "พึ่งพาตนเองด้านการป้องกันประเทศ" (Indigenous Defense Shipbuilding): ไต้หวันมีนโยบายชัดเจนในการต่อเรือรบและเรือหน่วยยามฝั่ง (CGA) ภายในประเทศ งบประมาณกลาโหมในปี 2569 คาดว่าจะสูงถึง 7.03 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ (โดยมีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่องด้วยอัตรา CAGR 3.41% เมื่อถึง ปี 2574) โดยสัดส่วนการผลิตเองในประเทศกำลังเติบโตอย่างรวดเร็ว
- กลยุทธ์เม่น (Porcupine Strategy) และเรือไร้คนขับ (USV): ไต้หวันกำลังปรับโครงสร้างกองทัพไปสู่สงครามอสมมาตร (Asymmetric Warfare) โดยในปี 2568 รัฐบาลได้อนุมัติงบประมาณกว่า 1.35 พันล้านดอลลาร์สหรัฐสำหรับระบบไร้คนขับ รวมถึงเรือพิฆาตไร้คนขับ (USV) เช่น โครงการ Thunder Tiger SeaShark 800
- คอขวดของอุตสาหกรรมต่อเรือท้องถิ่น: ผู้ต่อเรือหลักของไต้หวัน เช่น CSBC, Jong Shyn (JSE) และ Lungteh ปัจจุบันมีงานล้นมือจากการผลิตเรือรบและเรือดำน้ำ ทำให้เกิดช่องว่างในการผลิตเรือช่วยรบขนาดเล็ก และเรือตรวจการณ์

1.2 ตลาดเรือพาณิชย์และเรือสนับสนุนพลังงาน (Commercial & Offshore Vessels)

- อุตสาหกรรมพลังงานลมเป่าฝั่ง (Offshore Wind): กระทรวงเศรษฐกิจของไต้หวัน (MOEA) ได้ประกาศแผนพัฒนาระยะกลาง-ยาว (ปี 2569-2582) โดยตั้งเป้าเพิ่มกำลังการผลิตอีก 15-18 GW และจะเริ่มเดินหน้าโครงการพลังงานลมแบบลอยตัว (Floating Offshore Wind) ในปี 2569
- ความต้องการเรือ CTV และ SOV สูงจัด: สภาพทะเลในช่องแคบไต้หวันมีความแปรปรวนสูง การขยายเฟสพลังงานลมทำให้ผู้พัฒนาโครงการ (Developers) ต้องการเรือขนส่งคนงาน (Crew Transfer Vessels - CTV) และเรือปฏิบัติการ (Service Operation Vessels - SOV) ที่ทนทานต่อคลื่นลมแรงได้อย่างมาก

2. มูลค่าอุตสาหกรรมต่อเรือไต้หวัน

2.1 มูลค่าตลาดในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา (ปี 2560 - 2569)

ข้อมูลจากกระทรวงเศรษฐกิจไต้หวัน (MOEA), ศูนย์วิจัยและพัฒนาอุตสาหกรรมทางทะเลของไต้หวัน (SOIC) ตลอดจนสถิติจากหนังสือรายปีการพัฒนาอุตสาหกรรม (Industrial Development Yearbook) พบว่า ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา อุตสาหกรรมต่อเรือไต้หวันเปลี่ยนผ่านจากสถานะซบเซา สู่การเติบโตอย่างแข็งแกร่ง โดยมีจุดเปลี่ยนสำคัญคือ นโยบายสนับสนุนการสร้างเรือรบในประเทศ และการพัฒนาพลังงานลมนอกชายฝั่ง

ปี (พ.ศ.)	มูลค่าอุตสาหกรรม (พันล้าน NTĐ)	อัตราการขยายตัว (YoY)	ปัจจัยขับเคลื่อนและบริบทของตลาด (Market Drivers)
2560	60.5	-2.8%	สภาวะชะลอตัวของอุตสาหกรรมเดินเรือพาณิชย์ทั่วโลก
2561	58.2	-3.8%	อุตสาหกรรมอยู่ในช่วงปรับฐานก่อนเริ่มรับนโยบายความมั่นคงใหม่
2562	61.1	+5.0%	เริ่มโครงการพลังงานลมนอกชายฝั่งและยอดส่งออกเรือยอชต์เติบโต
2563	64.0	+4.7%	เริ่มเดินหน้าโครงการต่อเรือรบในประเทศ (Indigenous Defense) เฟสแรก
2564	66.5	+3.9%	รัฐบาลอนุมัติงบกลาโหมระยะยาว ดันยอดสั่งต่อเรือรบฟุ้งสูง
2565	68.8	+3.5%	มูลค่าจริงตามสถิติของรัฐบาล อานิสงส์จากการส่งมอบเรือยามฝั่ง (CGA)
2566	71.5	+3.9%	ดีมานด์เรือขนส่งคนงาน (CTV) และเรือ SOV สำหรับฟาร์มกังหันลมฟุ้งสูง
2567	74.2	+3.8%	การเร่งผลิตเรือรบและเรือยามฝั่งเพื่อตอบสนองปัญหาความตึงเครียดในช่องแคบ
2025	77.5	+4.4%	การลงทุนปรับปรุงอู่ต่อเรือให้รองรับเทคโนโลยีเรืออัจฉริยะ (Smart Vessels)
2026	80.6	+4.0%	โครงการเรือพิฆาตน้ำไร้คนขับ (USV) เริ่มเข้าสู่สายการผลิตจริง

หมายเหตุ: 1 ดอลลาร์ไต้หวัน (NTĐ) เท่ากับประมาณ 1.02 บาท

Market Insight: การใช้จ่ายงบประมาณกลาโหมของไต้หวันในหมวดต่อเรือ ช่วงปี 2564-2569 มีมูลค่าสูงกว่า 1.15 แสนล้านเหรียญไต้หวัน ซึ่งเป็นปัจจัยหลักในการพยุงอุตสาหกรรม ทำให้ผู้ประกอบการไต้หวันรอดพ้นจากความผันผวนของตลาดเดินเรือพาณิชย์โลกได้อย่างสมบูรณ์

2.2 คาดการณ์แนวโน้มมูลค่าอุตสาหกรรม 5 ปีข้างหน้า (ปี 2570 - 2574)

ในอีก 5 ปีข้างหน้า ศูนย์วิจัย SOIC คาดการณ์ว่าอุตสาหกรรมต่อเรือของไต้หวันจะเข้าสู่ **Peak Decade** โดยจะมีเม็ดเงินจากโครงการความมั่นคงอัดฉีดเฉลี่ยปีละกว่า 3 หมื่นล้านเหรียญไต้หวัน ควบคู่ไปกับแรงกดดันด้านสิ่งแวดล้อมโลก

ปี (พ.ศ.)	มูลค่าคาดการณ์ (พันล้าน NTD)	โอกาสเติบโต (YoY)	โฟกัสหลักของตลาด (Strategic Trends)
2570	84.5	+4.8%	Unmanned Era: การเข้าสู่ยุคผลิตจำนวนมาก (Mass Production) ของแพลตฟอร์มเรือ USV
2571	88.3	+4.5%	Floating Wind: เริ่มก่อสร้างฟาร์มพลังงานลมลอยน้ำ (Floating Offshore Wind) เต็มรูปแบบ
2572	92.5	+4.7%	Naval Deliveries: ช่วงเวลาส่งมอบเรือฟรีเกตเบารุ่นใหม่และเรือดำน้ำ (IDS) เข้าประจำการ
2573	97.2	+5.0%	IMO 2030 Compliance: ข้อบังคับลดคาร์บอนบังคับให้ธุรกิจเดินเรือเร่งอัปเกรดเครื่องยนต์ไฮบริด
2574	102.0	+4.9%	Green Export: ไต้หวันผลักดันการส่งออกเรือยอชต์และเรือพาณิชย์เฉพาะทางที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

3. บทวิเคราะห์ทางการตลาดสำหรับผู้ประกอบการ (Marketing & PR Translation)

จากการเติบโตในตารางข้างต้น สามารถสรุปแนวโน้มเบื้องต้นได้ดังนี้:

1. ตลาดกำลังเผชิญปัญหา "อุปทานตึงตัว" (Capacity Crunch): ในปี 2570 เป็นต้นไป อู่ต่อเรือไต้หวัน จะรับงานจนล้นมือ (Overbook) จากคำสั่งซื้อของรัฐ นี่คือ "Golden Window" ที่ผู้ประกอบการไทย สามารถเสนอตัวเข้าไปเป็น Subcontractor ในงานโครงสร้างตัวเรือเปล่า (Bare Hull) ได้
2. ปรับ PR Message จาก "ผู้ขาย" เป็น "ผู้ช่วยแก้ปัญหาคาร์บอน": ด้วยกฎระเบียบ IMO 2030 หากผู้ประกอบการไทยสามารถนำเสนอแบบเรือที่ใช้สโคอะลูมิเนียมน้ำหนักเบา ประหยัดน้ำมัน หรือรองรับ ระบบ Hybrid Propulsion ควรใช้จุดนี้ทำ Content Marketing (เช่น Whitepaper หรือ Case Study) ยิงตรงไปหาบริษัทเดินเรือพาณิชย์ของไต้หวัน
3. เจาะกลุ่ม Niche Market ด้วยเรือเฉพาะทาง: มูลค่าอุตสาหกรรมที่โตขึ้น ไม่ได้มาจากเรือบรรทุกสินค้า ขนาดใหญ่ (ซึ่งไต้หวันสู้ราคาจีนไม่ได้) แต่มาจากเรือเฉพาะทางที่มีมูลค่าเพิ่มสูง (High Value-Added) เช่น เรือรบ เรือ USV และเรือสนับสนุนฟาร์มกังหันลม (SOV/CTV) การวาง Positioning ของแบรนด์ใน ไต้หวันจึงต้องเน้นที่ "Engineering Excellence & Specialization" เป็นหลักครับ

4. กลยุทธ์การเจาะตลาดสำหรับผู้ประกอบการไทย (Market Entry Strategies)

ด้วยข้อจำกัดทางกฎหมายจัดซื้อจัดจ้างของรัฐบาลไต้หวัน ที่บังคับให้เรือรบและเรือยามฝั่งต้องต่อในประเทศ (Local Content) เท่านั้น การขายเรือรบแบบสำเร็จรูป (CBU) ทั้งลำจากไทยไปไต้หวันจึงเป็นไปได้ยาก ผู้ประกอบการไทยจึงควรปรับ position จาก "ผู้ผลิตและขายเรือรบ" มาเป็น "ผู้ให้บริการแพลตฟอร์ม, การออกแบบและพันธมิตรทางเทคโนโลยี" (Tier-1 Supplier & Technology Partner)

กลยุทธ์ที่ 1: ตลาด B2B ด้วยเรือ Trimaran CTV สำหรับพลังงานลม

การที่ผู้ประกอบการไทยมีจุดแข็งที่โดดเด่น คือ Trimaran Crew Transfer Vessel ที่ทำจากอะลูมิเนียม ซึ่งผ่านการพิสูจน์แล้วว่าสามารถทนทานต่อคลื่นสูงกว่า 3 เมตรได้ดีเยี่ยม (Seakeeping) จึงสามารถทำการตลาด B2B โดยเจาะกลุ่มผู้พัฒนาพลังงานลมข้ามชาติที่ประมูลสัมปทานในไต้หวันได้ (เช่น Ørsted, CIP) รวมถึงบริษัทเดินเรือพาณิชย์ท้องถิ่นที่รับช่วงต่อการซ่อมบำรุงกังหันลม โดยชูจุดขายด้านต้นทุนการผลิตที่แข่งขันได้จากไทย และความสามารถในการส่งมอบเรือ (Lead Time) ที่เร็วกว่าไต้หวันซึ่งควมเต็ม

กลยุทธ์ที่ 2: โมเดลร่วมทุนและการถ่ายทอดเทคโนโลยี (JV & Technology Transfer)

เพื่อเจาะตลาดเรือรบและเรือยามฝั่งของไต้หวัน ผู้ประกอบการไทยต้องหา Local Partner โดยจับมือกับอู่ต่อเรือเอกชนขนาดกลางในไต้หวัน (เช่น สมาคมอุตสาหกรรมต่อเรือไต้หวัน - TSIA) ผู้ประกอบการไทยสามารถขาย "License แบบเรือ" (เช่น M36, M58 ที่ประสบความสำเร็จกับกองทัพเรือไทย) พร้อมรับเป็นที่ปรึกษา ด้านวิศวกรรม (Engineering Consultant) และให้พาร์ทเนอร์ไต้หวันเป็นผู้ประกอบตัวเรือและติดตั้งระบบอาวุธ ที่เชื่อมโยงกับสถาบันวิจัย NCSIST ของไต้หวัน วิธีนี้จะทำให้ผ่านเกณฑ์ Local Content ของรัฐบาลไต้หวันได้

กลยุทธ์ที่ 3: บุกเบิกแพลตฟอร์มเรือไร้คนขับ (USV Hull Provider)

ไต้หวันมีเทคโนโลยี AI และระบบนำวิถีที่ล้ำหน้า แต่ยังต้องการแพลตฟอร์มเรือ (Hull) ที่วิ่งได้เร็ว เสถียร และหลบหลีกเรดาร์ได้ดี ซึ่งผู้ประกอบการไทยสามารถนำเสนอโครงสร้างตัวเรือเปล่า (Bare Hull) สไตล์ Fast Attack Craft / Patrol Boat ที่ปรับแต่งให้เป็นเรือไร้คนขับ (Unmanned-ready) เพื่อขายให้กับบริษัทเทคโนโลยีหรือหน่วยงานความมั่นคงของไต้หวันนำไปติดตั้งสมอกลและระบบอาวุธเอง (Payload integration)

5. แผนการตลาดและการประชาสัมพันธ์ (PR & Marketing Execution)

5.1 เข้าร่วมงานแสดงสินค้าเชิงยุทธศาสตร์:

- TADTE (Taipei Aerospace & Defense Technology Exhibition) :

สถานที่จัดงาน: Taipei Nangang Exhibition Center, Hall 1

วันที่จัดงาน: 23-25 กันยายน 2570

Web-site: <https://www.tadte.com.tw/en/>

- Energy Taiwan & Net-Zero Taiwan:

สถานที่จัดงาน: Taipei Nangang Exhibition Center, Hall 1

วันที่จัดงาน: 14-16 ตุลาคม 2569

Web-site: <https://www.energytaiwan.com.tw/en/>

5.2 B2B Content Marketing & PR: ตีพิมพ์บทความเชิงวิศวกรรม (Whitepapers) ในสื่ออุตสาหกรรมทางทะเลของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ให้เห็นถึงความสำเร็จในการทดสอบการเดินเรือ (Sea Acceptance Test) ของผู้ประกอบการไทย และความสามารถในการลดต้นทุนการผลิตเมื่อเทียบกับเรือในเกาหลีใต้หรือญี่ปุ่น

5.3 Government-to-Government (G2G) Leverage: ใช้ความสัมพันธ์ระดับหน่วยงาน เช่น การเชิญผู้บัญชาการหน่วยยามฝั่งไต้หวันมาดูงานศักยภาพการต่อเรือของผู้ประกอบการในประเทศไทย เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือในระดับนโยบาย

5.4 ใช้ประโยชน์จาก Taiwan-Thailand Maritime Network: ไต้หวันมีนโยบายมุ่งใต้ใหม่ (New Southbound Policy) ที่ส่งเสริมการลงทุนร่วมกับไทย ผู้ประกอบการไทยสามารถใช้ประโยชน์จากการชูประเด็น "Strategic Partnership under Southbound Policy" เพื่อขอรับการสนับสนุนด้านภาษีและสิทธิประโยชน์จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของไต้หวัน

5.5 สร้างความสัมพันธ์ทางธุรกิจ: ตลาดต่อเรือไต้หวันเป็นสังคม B2B ที่จำกัดตัวในวงแคบและอ้างอิงความไว้วางใจในระดับสูงมาก การส่งจดหมายเข้าไปตรงๆ มักไม่ได้ผล ผู้ประกอบการไทยควรวางกลยุทธ์ผ่าน 2 ช่องทางหลัก:

5.5.1 เข้าร่วมเป็นพันธมิตรผ่าน Taiwan Shipbuilding Industry Association (TSIA)

5.5.2 ใช้ช่องทางการเข้าร่วมจัดแสดงในงานแสดงสินค้าที่เกี่ยวข้องของไต้หวันเพื่อเปิดประตูเชื่อมต่อด้าน C-Level เช่น TADTE (Taipei Aerospace & Defense Technology Exhibition) เพื่อนำเสนอโมเดลเรือ M-Series และแนวคิด USV Platform เพื่อสร้าง Connection กับ

กระทรวงกลาโหมและ NCSIST และงาน Energy Taiwan เพื่อนำเสนอ Trimaran CTV แก่กลุ่ม Buyer ในอุตสาหกรรมพลังงานนอกชายฝั่ง

5.6 การทำ PR จุดขายความคล่องตัว (Agility): ข้อเสียของไต้หวันที่คือระยะเวลาผลิตนานและค่าแรงสูง ผู้ประกอบการไทยควรทำสื่อประชาสัมพันธ์ B2B ที่เน้นย้ำถึง "Cost-Efficiency, Rapid Delivery, and Proven Sea-keeping Performance in Rough Seas" เพื่อพิสูจน์ว่าเรือของผู้ประกอบการไทยสามารถลุยคลื่นในช่องแคบไต้หวันได้อย่างมั่นใจครับ

6. รายชื่อผู้ประกอบการไต้หวันที่มีศักยภาพ:

จากการวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) และแนวโน้มตลาดปี 2568 - 2569 พบว่า 5 บริษัทเป้าหมายชั้นนำในไต้หวัน ที่ผู้ประกอบการไทยสามารถสร้างความมือในรูปแบบ Joint Venture หรือ Strategic Partner โดยแบ่งตามกลุ่มอุตสาหกรรม ดังนี้

6.1 กลุ่มสายตรงความมั่นคงและต่อเรือเร็ว (Defense & High-Speed Craft Partners)

6.1.1 Lungteh Shipbuilding

จุดเด่นบริษัท: ผู้เชี่ยวชาญด้านการต่อเรือลูมิเนียมความเร็วสูงและเรือตรวจการณ์อันดับ 1 ของเอกชนไต้หวัน เป็นผู้สร้างเรือคอร์เวตชั้น Tuo Chiang ให้กองทัพเรือไต้หวัน และกำลังรุกหนักในตลาดเรือผิวน้ำไร้คนขับ (USV) ปัจจุบัน วัตถุประสงค์ของ Lungteh เติบโตด้วยคำสั่งซื้อจากกองทัพเรือ ซึ่งผู้ประกอบการไทยสามารถเสนอตัวเป็น "Outsourced Subcontractor" ช่วยต่อส่วนโครงสร้างเรือ (Hull Assembly) หรือรับช่วงต่อเรือตรวจการณ์ขนาดเล็กที่ Lungteh ไม่มีคิวผลิต

กลยุทธ์การร่วมมือ: ทำข้อตกลง OEM / Subcontracting Joint Alliance ร่วมประมูลงานเรือตรวจการณ์ CGA (หน่วยยามฝั่งไต้หวัน) โดย Lungteh เป็น Primary Contractor และผู้ประกอบการไทยเป็น Co-builder

6.1.2 Jong Shyn Shipbuilding Group

จุดเด่นบริษัท: เป็นผู้ต่อเรือเอกชนที่ใหญ่ที่สุดในไต้หวัน (ตั้งอยู่ที่เมืองเกาหลุง) ถือสัญญาส่วนใหญ่ในการสร้างเรือตรวจการณ์ยามฝั่ง (CGA) ตั้งแต่ขนาด 100 ตัน ถึง 4,000 ตัน โดย Jong Shyn มีความสัมพันธ์เชิงนโยบาย (Connection) ที่แข็งแกร่งมากกับกระทรวงกลาโหมและ CGA ของไต้หวัน พร้อมนี้ Jong Shyn มีความชำนาญในเรือเหล็กขนาดใหญ่ แต่อาจต้องการแบบเรือลูมิเนียมท้องถิ่นต่ำ (Trimaran / Catamaran) ของผู้ประกอบการไทยไปเสริมพอร์ต

กลยุทธ์การร่วมมือ: Technology Transfer & Licensing Partnership โดยผู้ประกอบการไทยสามารถขายแบบเรือ (Design Pack) และส่งทีมผู้เชี่ยวชาญไปร่วมคุมการประกอบที่ไต้หวันได้

6.2 กลุ่มพลังงานลมและเรือพาณิชย์ (Offshore Wind & Commercial Vessel Partners)

6.2.1 Dong Fang Offshore - DFO

จุดเด่นบริษัท: ถือเป็นยักษ์ใหญ่ของไต้หวันด้านผู้ให้บริการเรือสนับสนุนพลังงานลมนอกชายฝั่ง (Offshore Wind Marine Contractor) มีฟลิตเรือ CTV, SOV และเรือวางสายเคเบิลใต้ทะเลที่ใหญ่ที่สุด ปัจจุบันตีมาตรฐาน

เรือ CTV พุ่งสูง โครงการพลังงานลมเฟสใหม่ของไต้หวันต้องการเรือ CTV ที่ทนคลื่นลมแรงในช่องแคบไต้หวัน ได้ดี ซึ่ง Trimaran CTV ของผู้ประกอบการไทยจะตอบโจทย์นี้โดยตรง อีกทั้งตลาดเรือพาณิชย์และพลังงานลม ไม่ได้จำกัดเรื่องข้อบังคับ Local Content ตามเกณฑ์ด้านความมั่นคงเหมือนเรือรบ ทำให้ DFO สามารถสั่งซื้อ หรือสั่งต่อเรือจากผู้ประกอบการไทยได้ง่ายกว่า

กลยุทธ์การร่วมมือ: Fleet Expansion Partner / Joint Venture Fleet Company ร่วมทุนตั้งบริษัทบริหารจัดการเรือ CTV ในไต้หวัน โดยผู้ประกอบการไทยเป็นผู้ผลิตและต่อเรือ ส่วน DFO เป็นผู้บริหารการเดินเรือ และหางานจากผู้พัฒนาฟาร์มลม (เช่น Ørsted, CIP)

6.2.2 TIPC Marine Corporation

จุดเด่นบริษัท: เป็นรัฐวิสาหกิจภายใต้การบริหารของรัฐบาลไต้หวัน (เป็นบริษัทในเครือของ Taiwan International Ports Corp.) ดูแลเรือลากจูง (Tugboat) เรือนำพา (Pilot Boat) และเรือบริการท่าเรือ ทั้งหมดในไต้หวัน การที่รัฐบาลไต้หวันผลักดันโครงการเรือพลังงานสะอาด (Green Modernization) ทำให้ TIPC Marine กำลังเตรียมปลดประดกเรือเก่าและต้องการเปลี่ยนผลิตเรือเป็นระบบ Hybrid / Electric Fast Pilot Boats และเรือสนับสนุนขนาดเล็ก อีกทั้ง หากได้รับสัญญาจาก TIPC Marine จะกลายเป็น Reference ที่การันตีคุณภาพของผู้ประกอบการไทยในตลาดเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

กลยุทธ์การร่วมมือ: Co-development & Supply Contract นำเสนอแพลตฟอร์มเรือตรวจการณ์และเรื่อนำพาความเร็วสูงแบบประหยัดพลังงาน (Hybrid Aluminum Craft)

6.3 กลุ่มรัฐวิสาหกิจและศูนย์วิจัย (Strategic Enterprise & R&D)

6.3.1 CSBC Corporation, Taiwan

จุดเด่นบริษัท: เป็นผู้ต่อเรือแห่งชาติของไต้หวัน (ใหญ่ที่สุดในประเทศ) รับผิดชอบโครงการเรือดำน้ำ (IDS) และเรือรบหลักของกองทัพ โดย CSBC โฟกัสไปที่เรือขนาดใหญ่หลายๆ จนไม่มีทรัพยากรมาทำเรือสนับสนุนขนาดเล็ก เช่น Auxiliary Vessels / Target Boats / USV Hulls เป็นต้น

กลยุทธ์การร่วมมือ: Strategic Tier-1 Supplier เข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของสมาคมต่อเรือไต้หวัน (TSIA) เพื่อรับงาน Subcontract จาก CSBC ในส่วนงานโครงสร้างอลูมิเนียมเบาและเรือช่วยรบความเร็วสูง

E-Mail : thaicom.taipei@msa.hinet.net

Tel : (886 2) 2723-1800

Fax : (886 2) 2723-1821

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ

ณ กรุงเทพมหานคร (ส่วนที่ 2)

กรกฎาคม 2569