

經濟部提振外銷因應對策

(國際貿易署及產業發展署提供)

一、為提升我出口動能，本部於 112 年 8 至 9 月針對進出口公會及產業公會辦理逾 20 場座談會，瞭解業者需求，並自 112 年 9 月起推動「分散出口市場、吸引外商對臺採購、爭取 MIT 商機、擴大貿易金融支援」四大措施，加強協助業者拓銷海外市場。

二、113 年辦理下列工作：

(一) 分散出口市場：

1. 擴大參展補助：

- (1) 公協會部分：擴大補助公協會海外拓銷，提高參展補助額度，每展每攤補助增加 1 萬元。另補助開辦特殊語言人才培訓班，如西語、印尼語及泰語等。
- (2) 個別廠商部分：提高參展補助額度，每家每攤補助增加 1 萬元。

2. 運用新模式爭取新商機：

- (1) 籌組大型拓銷團：帶領業者組團赴中南美、中東歐等新興市場。
- (2) 運用數位科技行銷：結合新創科技業者，依中小企業需求提供數位行銷服務，如跨境電商平台科技行銷、AI 代言人企業數位形象提升服務等。
- (3) 建置中小企業貿易數據平台：經由蒐集全球貿易大數據、買主瀏覽軌跡後，透過數據分析及機器學習，主動替臺灣企業推薦適銷買主。

(二) 吸引外商對臺採購：

1. 提高買主來臺觀展採購優惠上限：提高每展國外買主來臺觀展採購之交通或住宿優惠金額，由每展 200 萬元提高為 300 萬元；另針對未曾來臺或採購新品項之買主，除提供住宿外，加碼提供經濟艙來回機票。
2. 增辦採購洽談會：辦理智慧新應用合作商談會(如智慧醫療、智慧工廠等)及韌性供應鏈夥伴大會。

(三) 爭取 MIT 商機：

1. 於實體活動(如指標性國際展覽、台灣形象展)以 MIT 為主軸，結合廠商產品舉辦產品發表會及創意公關活動，重點宣傳 MIT 形象。

2. **辦理全球性大型跨國活動**，針對永續議題，鼓勵全球企業及組織(NGO、學術單位等)應用臺灣綠色解決方案(包含硬體產品及軟體系統)，提出創新提案，經評選之優秀提案，可獲得來臺永續行程，體驗 MIT 魅力。
3. **與國際媒體**(如紐約時報、BBC)合作製播產業形象影片。
4. **提高海外參展設置國家形象館之補助**：為擴大臺灣館整體形象效益，針對現行公協會海外參展攤位數達 25 個以上建置國家形象館補助 200 萬元之上限，提高形象館補助為 300 萬至 500 萬元。

(四)擴大貿易金融支援：

1. **增加出口貸款規模**：出口貸放金額由支援 60 億元，自 113 年擴大至 70 億元，提供廠商按實際貸放利率減 0.5%。
2. **擴大輸出保險量能**：由每年補助輸出保險 1 億元加碼至 1.2 億元，提供廠商保險費優惠折扣最高 2.5 折及最高免收徵信費，承保金額將由 700 億元成長至 900 億元。

(五)異業結盟拓銷新興市場：

1. 結合石化、機械及紡織等產業籌組國家隊，開拓新市場整合相關石化、塑橡膠機械產品等上中下游業者，前往較有潛力且個別廠商較難開拓的印度、東協、非洲等新興市場，並辦理說明會，邀請當地政府官員出席或安排拜會政府單位，以切入當地國家產業政策爭取新商機。
2. 如 9 月辦理北部韌性供應鏈夥伴大會-石化產業場(9/24)，邀請東協、巴西及墨西哥等 7 國 35 家買主來臺，與 58 家我商洽談。

三、預期效益：**預估受惠 3 萬家中小企業，爭取逾 100 億美元商機。**

四、總體面因應對策

本部配合國發會持續推動六大核心戰略產業，透過推動產業拔尖、強化科技創新以及擴大國際合作等策略協助產業再進化。未來將遵循總統就職演說，以六大核心為基礎，積極發展半導體、人工智慧、軍工、安控及通訊等「五大信賴產業」，並以數位轉型及淨零轉型為動力的「雙軸路線」，打造智慧永續新臺灣，讓臺灣再創「包容成長」、「綠色成長」的新經濟奇蹟。

為因應後疫情時代全球經濟秩序重整，政府掌握全球供應鏈重組契機，推動我國成為半導體先進製程中心，加速導入 5G、人工智慧(AI)等智慧科技應用，並吸引設備、材料等外商來臺設廠，帶動更多上下游供應鏈在臺灣深耕發展。

同時，疫情也加速產業數位化的腳步，惟各產業樣態相當多元，且數位化程度不一，為協助企業數位轉型，本部結合專業法人能量籌組數位轉型服務團，依廠商數位化程度及產業特性不同，提供分級分階段輔導、補助措施等客製化協助，協助產業漸進式地數位轉型。此外，也匯集國內具有服務能量潛力的雲端服務方案，並引導有相關需求的業者導入，解決企業數位轉型需求，提升數位營運能力。

此外，自 111 年下半年起，中國大陸疫情、俄烏戰爭膠著、高通膨等因素造成全球景氣波動，加以面臨低碳化、智慧化等重要趨勢，為協助產業因應變局，本部依據「疫後強化經濟與社會韌性及全民共享經濟成果特別條例」，提出推動產業及中小企業升級轉型措施，提供及時雨協助包含中小企業、微型企業等廣大業者穩住經營、留住人力、升級轉型，尤其針對製造業業者提供輔導、補助、人培再充電等措施，加強協助企業朝低碳化、智慧化轉型。同時，責成經濟部產業競爭力發展中心擔任單一服務窗口，提供 0800-000-257 免付費專線，由專人提供諮詢服務，歡迎業者多加利用。

塑橡膠製品業

- (一)尋求生物降解塑膠新市場：塑橡膠製品需求以中國大陸及美國為主，國內塑橡膠製品較少出口歐洲，而歐盟在限塑政策下產生新商機，未來朝向綠色可分解及回收再利用材料發展，拓展歐洲國家綠色新材料市場。
- (二)拓展新興市場：積極協助國內業者拓展多元市場，協助取得最新市場動態資訊，並參與新南向等國家產業合作，爭取外銷商機。
- (三)提升塑橡膠製品附加價值：持續推動塑橡膠製品業者朝向開發高附加價值及異質性產品發展，提高塑橡膠製品競爭力。

化學品業

- (一)拓展東南亞市場：積極鼓勵國內化學品業者拓展新南向國家市場，協助業者取得最新市場動態資訊，並參與新南向等國家產業合作，爭取外銷商機。
- (二)協助化學品高值化產品投資：現階段化學品以生產大宗貨品為主，未來持續積極推動國內業者朝開發高附加價值及異質性產品發展，增強我國產品競爭力。
- (三)運用新技術提升產品競爭能力：利用人工智慧及大數據，達到製程最適化，以提高生產力、安全性及產品良率，降低生產成本，提升出口競爭力。