

經濟部提振外銷因應對策

(貿易局及工業局提供)

本部提振外銷因應對策，規劃及實施相關協助措施如下：

一、針對主要出口產品及地區之因應作法：

(一)協助廠商加強數位貿易及電子商務：

1. **多元數位行銷推廣**：提供數位健檢諮詢服務、擴大辦理視訊採購洽談、台灣經貿網增設防疫與宅經濟專區(收錄2萬多項產品)、與國際知名電商平台合作爭取上架優惠(如日本樂天、eBay、Amazon、Pchome Thai 等)。
2. **線上展覽**：本年截至9月已完成24個，9月新增5個線上展覽及展館(如「巴黎時尚家居設計展線上展」、「日本東京電玩線上展」及「IOT/智慧醫療主題館 (馬來西亞銀髮健康照護展)-線上虛擬展館」等)，將持續規劃建置。
3. **線上小型機動團**：依據廠商之拓銷需求(如市場、產品、買主類別等)，透過本部及外貿協會駐外據點，協助蒐集3-5家外國潛在買主名單，安排廠商與買主以視訊方式洽談，本年截至9月已報名889案。
4. **產品視訊發表會**：依產業別，並視市場需求規劃產品視訊發表會，推廣我國防疫、綠建材、生技等產品，並安排廠商與買主視訊洽談。本年截至8月已完成40場線上新品發表會，9月新增5場線上新品發表會。(如「台灣精品智慧醫療列車-眼科線上發表會」、「歐洲政府防疫及醫材發表會」及「臺灣工具機-智慧製造好夥伴」等)，合計45場。
5. **數位行銷輔導**：提供2萬元等值之數位貿易輔導服務，包括產品素材(專業拍照、翻譯等)、數位廣告(關鍵字廣告、社群曝光等)、跨境電商平台上架。預計協助3,200家廠商運用數位行銷，帶動產品出口，截至10月16日已3,206家次申請。
6. **設立數位貿易學苑**：包括開設跨境電商、數位轉型、數位行銷、數位商務等課程，加強培訓電商人才，預計培訓5,000人次廠商，截至10月16日已累計總上課17,174人次。

- (二)**辦理數位行銷說明會**：本部自 109 年 6 月起於北中南辦理振興出口說明會，宣導政府因應疫情之協助出口措施，並依業者拓銷需求，結合專家顧問群進行數位行銷實務解說，共計前往全臺 17 個縣市辦理，截至 9 月已辦理 11 場次(6 場振興出口服務列車及 5 場服務團)，以輔導業者運用數位工具及跨境電商平台拓展海外市場。
- (三)**建置公版數位展覽館**：為因應國外人士無法來臺參與實體展覽，規劃於「台灣國際專業展」(Taiwan Trade Shows，簡稱 TTS)網站建置線上展覽公版供展覽主辦單位使用，並協助臺灣各產業業者能運用線上展覽與國外買主持續接軌洽談，拓銷產品至國際。
- (四)**推動客製化行銷服務**：由國際行銷諮詢中心安排廠商與顧問進行諮詢，協助評估或建議適銷市場後，透過外貿協會駐外據點執行篩選潛在買主名單及代為拜會當地買主，必要時以視訊或洽排廠商赴海外與買主洽談。
- (五)**持續提供優惠貿易金融服務**：與輸銀及信保基金合作辦理貿易金融服務，提供廠商貸款利率、保證手續費及保險費之優惠，以協助中小企業取得資金及降低交易風險。
- (六)**擴大海外據點服務**：在全球設置超過 120 個經濟部與外貿協會海外據點，可提供在海外打拼的中小企業市場資訊與諮詢服務，以及臨時辦公場所。
- (七)**俟邊境解封後加強辦理**：
- (1) 加強洽邀國外買主來臺觀展採購：
透過駐外據點洽邀國外買主來臺參加一對一採購洽談會及參觀國內逾 50 項專業展。
 - (2) 配合國內外推廣活動辦理國際媒體廣宣：
邀請國際媒體來臺採訪國內大廠、加強國內外活動刊登實體廣告、社群媒體及網路等廣宣，並傳達我國管控疫情成效，以增進國外買主來臺採購信心。

二、提振主要貨品接單因應策略

自去(108)年 12 月中中國大陸爆發嚴重特殊傳染性肺炎疫情以來，目前疫情已遍及全球 100 餘國家及地區，對全球產業鏈產生干擾，使國際需求下降，影響我國業者出口動能。

為瞭解產業因 COVID-19(武漢肺炎)疫情造成的困境及需求，本部持續與產業界保持聯繫，本部工業局也於今年 2-6 月期間辦理多場產業座談會，邀集受影響之產業公會參與座談提出問題與建言，並已責成產業競爭力發展中心擔任單一窗口，關懷產業需求，協助業者因應疫情所面臨的困難與挑戰。另為方便企業及民眾洽詢，設置 1988 紓困振興專線，由一站式服務窗口，專人提供即時性諮詢或協處服務，亦可至本部官網「因應 COVID-19(武漢肺炎)紓困與振興輔導專區」查詢。

本部推出「製造業振興紓困大補帖」，從「保薪資、補資金、減負擔、拚技術、顧人才、拓商機、要協調、找資源」等八大面向著手，全面協助因 COVID-19(武漢肺炎)疫情受影響之廠商及勞工，未來申請案件不論是採取書面或線上受理，均會以從簡從速為原則，希望透過政府制定之相關措施協助產業渡過本次疫情衝擊，請產業有信心、民眾免擔心。

以外銷為導向之製造業、國際貿易服務業等下半年訂單仍不樂觀，會展活動亦無法舉辦，預估仍受到國際局勢衝擊，為持續協助這些艱困產業，本部提出紓困 3.0 方案，辦理員工薪資及營運資金補貼、紓困振興貸款融資保證、電費減免、強化研發補助等，擴大協助企業度過疫情難關。

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、臺商回臺及外商來臺投資契機，打造高階製造中心及半導體先進製程中心，透過加速導入 5G、人工智慧(AI)等智慧科技應用，以深化製造業軟硬整合，並吸引設備、材料等外商來臺設廠，發揮群聚效應。未來將循總統就職演說秉持「穩定中追求成長、變局中把握先機」的政策理念，在 5+2 產業創新的既有基礎上，打造「六大核心戰略產業」，讓臺灣成為未來全球經濟的關鍵力量。

(一)資訊產品

- 1.鼓勵臺商回臺設廠生產高階資訊產品：**雖然臺廠受新冠肺炎疫情影響的中國大陸產線已大致復工並積極出貨，但美中關係和全球經濟仍因疫情蔓延而有極高的風險存在，預期將持續影響資訊產業供應鏈，並吸引臺廠轉移部份產線回臺生產。將持續協助臺廠返臺布局，短期將針對原物料降關稅、提升通關效率以避免海外供應鏈斷鏈；中長期則鼓勵廠商瞄準高附加價值的產品，例如整合人工智慧技術與資訊產品硬體解決方案等。
- 2.協助投資與拓展新興應用市場：**為因應美中大國摩擦與全球疫情擴散，除鼓勵臺廠布局臺灣之外，亦積極拓展朝南亞、東南亞等地區進行供應鏈布局，將整合計畫資源協助有意至新南向國家投資之企業排除投資障礙。除了能落實臺廠全球布局並於海外建立產業聚落之外，亦協助系統整合商建立各國貿易基礎，並串接臺灣雲端軟體服務大廠；再者，輔導企業強化數位貿易及電子商務功能，以解決海外無法參展或辦理展示活動之困擾。
- 3.推動人工智慧、物聯網應用產業：**將持續鼓勵廠商開發先進技術，研發如3D捕捉、人臉辨識、自駕車、雲端運算、物聯網、機器人等新興技術，並整合於各利基市場以發展各種資訊產品及服務，確保我國產業在新領域能創造領先優勢；亦主動輔導軟體與硬體業者整合把握新興商機並擴大資通訊應用，提高產業應用新興技術競爭力，增強產業全球優勢。

(二)通訊產品(手機)

- 1.鏈結高成長潛力市場之合作夥伴，提高代工訂單需求：**就代工業務而言，藉由與新南向國家電信商或通路商串聯合作，共同開發推出適用在地需求的新品，有助代工訂單需求提升；資訊通信產品因上年同期國際品牌智慧手機新品上市，比較基數較高，惟遠距應用相關產品需求熱度未減。
- 2.深化上下游合作關係，共創品牌經營主力市場的競爭力：**就品牌業務而言，藉由合作夥伴在主力市場的技術研發，如我國企業攜手高通針對巴西所推出之QSiP手機晶片，深化上下游的合作關係，有利我國品牌推出具競爭力或高性價比的產品，以穩固或擴展主力市場的市占率。

(三)基本金屬

1. **協助廠商因應國際市場變局**：經濟部已召開多場政府紓困措施說明會或座談會，提供多元彈性的配套措施與因應方案，以協助相關廠商因應變局。並受理因COVID-19(武漢肺炎)受影響企業申請貸款，也呼籲銀行挺企業不要抽銀根，給予舊貸展延。所屬單位將持續關注產業情況，提供產業公協會及相關廠商必要之協處。
2. **協助拓展外銷市場**：因應疫情導致國際貿易量下滑、會展等活動延期，經濟部已彈性進行考量，在疫情趨緩前，協助廠商利用數位、線上工具洽詢潛在買主。待疫情穩定後，也會規劃補助公協會辦理拓銷活動。
3. **提供多元紓困措施**：協調上游廠商充分對應市場行情變化，針對疫情對國內中下游廠商造成的影響，提供多元彈性的配套措施與因應方案，以協助相關廠商提升出口競爭力。
4. **持續推動高值化發展**：輔導業者朝精緻化鋼廠發展，開發高附加價值、利基產品，以提升在國際市場上的長期競爭優勢。

(四)機械

1. **政策協助廠商因應市場變動**：因疫情擴散導致出口下滑、各國會展等活動延期，經濟部提出即時紓困、調整機制、產業升級等方案，提供廠商必要之協助與提升競爭力。
2. **產業技術升級輔導**：推行智慧機械產業推動方案，輔導國內機械設備業者加速發展智慧機械與智慧製造，以精密機械為基礎，運用物聯網、智慧機器人、巨量資料等智慧技術，推升轉型為智慧機械，使產業具備Total Solution及差異化競爭優勢。
3. **推動智慧製造輔導團**：提供到廠訪視、諮詢診斷與技術服務，協助國內中小企業導入智慧製造找答案及國內智慧製造系統整合廠商找商機。

(五) 塑橡膠製品

1. **提升塑橡膠製品附加價值：**塑橡膠製品需求增加，尤以中國大陸及美國成長較多，未來將積極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，增強塑橡膠製品競爭力。
2. **拓展新興市場：**未來會積極協助國內業者拓展多元市場，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。
3. **尋求生物降解塑膠新市場：**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。

(六) 化學品

1. **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，未來將持續積極推動國內業者朝向開發高附加價值及異質性產品發展，增強我國產品競爭力。
2. **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。
3. **拓展東南亞市場：**未來將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。