

經濟部提振批發、零售及餐飲業因應對策 (商業司提供)

一、 因應 COVID-19 武漢肺炎疫情衝擊：

- (一)因受 COVID-19 肺炎疫情衝擊內需消費市場，影響民眾消費意願，零售、餐飲業營收下滑。本部已於 4 月 1 日公告「餐飲業上架外送服務推動計畫」及「零售業上架電商服務推動計畫」，以協助企業多元銷售管道、增加能見度，截至 6 月 16 日本部已核定補助超過 1,700 家餐飲業者及 400 家零售業者。
- (二)為協助受疫情影響而營業額衰退達 5 成之艱困企業度過難關，讓企業留住員工以減少失業，並有資金可資運用，本部已於 4 月下旬公告薪資及營運資金補貼方案，補貼艱困企業員工 4 成薪資費用及一次性營運資金；並另於 5 月 21 日再次公告補貼方案須知，放寬營業額衰退 50%之比較方式，同時簡化相關申請程序，便利企業申請並加速審查作業流程。截至 6 月 16 日止，商業服務業薪資及營運資金補貼，受理超過 23,000 案申請、已撥付約 47.12 億元、受惠員工超過 18.8 萬人。
- (三)本部亦辦理「餐飲與零售業人才加值培訓」，受理企業或公協會提案，開辦人才培訓課程，協助企業於疫情發展中，培養、精進餐飲業及零售業各種人才經營實力，提升服務能量；4 月已推出 15 門數位課程，並已於 6 月起開始受理餐飲與零售企業及公協會申請合辦實體課程。此外，因目前疫情已趨緩，本部已研擬舉辦餐飲、零售大型行銷活動，加速復甦內需市場買氣、鼓勵民眾消費。

二、 強化連鎖加盟競爭力：109 年 5 月 12 日已評選出門市、連鎖總部及國際化輔導為對象之業者，以協助企業提升服務力、強

化營運能量與推動產業進軍國際市場為重點。在體質面透過連鎖顧問輔導，精進業者營運管理制度，協助業者從單、多店發展成連鎖體系，連鎖總部朝向國際品牌發展；在國際面則帶領優質連鎖與餐飲參與展會及媒合會，增加品牌國際曝光度，並鏈結目標市場在地資源，落實品牌海外發展。

三、 推動臺灣網路零售發展：109 年 4 月 22 日、5 月 13 日、5 月 27 日及 6 月 3 日舉辦 4 場網路開店宣導活動，持續協助中小型電商業者落實網實整合，並因應疫情補助振興措施，鼓勵我國零售業者上架電商平臺或自建平臺，促進數位轉型和擴大銷售管道；另於 5 月 20 日舉辦研發投資抵減說明會，鼓勵業者申請投資抵減(研究發展支出、智慧機械及 5G 及高風險新創事業等)，優化產業結構達成智慧升級轉型並鼓勵創新應用；以及 5 月 28 日舉辦電商數位行銷工具工作坊，並籌辦 7 月份活動，輔助網路零售業者運用 AI、IoT、大數據、區塊鏈等科技，提升行銷效果。

四、 推動臺灣美食發展：109 年 5 月評選出 7 家連鎖餐飲業者進行科技化應用輔導，也正進行餐飲業品牌優化、群聚共營共銷及清真認證輔導的業者甄選；於 5 月 22 日以海外營運經驗為主題，辦理異業商機媒合交流活動；聘請專業律師和會計師擔任顧問，持續協助國內餐飲業者進行法律稅務諮詢服務；預計 7 月開始辦理經濟部 2020 臺灣滷肉飯節、臺灣美食行動 GO 及臺菜宴等多元行銷活動，並協助餐飲業者進行商機媒合交流，以提升臺灣餐飲業營業額、吸納穆斯林商機及拓展國際市場與通路。