



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 新冠肺炎疫情衝擊：

本(110)年 5 月 COVID-19 肺炎疫情急遽升溫，全國防疫提升至第三級警戒，民眾減少外出及聚餐、部分商場自主停業或縮短營業時間等，嚴重衝擊內需消費市場。本部於 6 月 7 日啟動商業服務業艱困事業營業衝擊補貼作業，針對營業額衰退達五成以上的商業服務業艱困事業提供補貼，協助事業持續營運；另針對屬中央政府公告應停業之事業，其停業期間員工有薪資未達基本工資之情形，則事業受領之補貼應按每人 3 萬元併同就業安定基金加發之 1 萬元轉發給未達基本工資之員工，以照顧未達基本工資之員工。營業衝擊補貼已於 8 月 31 日截止受理，共計受理約 31.66 萬件、已撥付約 343.66 億元。

中央流行疫情指揮中心自 7 月 27 日調降疫情警戒標準至第二級後，本部亦針對因防疫需求仍經中央政府公告須關閉營業的事業提供停業補貼，以協助業者及員工度過疫情難關。停業補貼已於 10 月 31 日截止受理，共計受理逾 4,000 家申請，截至 11 月 17 日已撥付約 6.14 億元，受惠員工逾 1.6 萬人。

目前疫情持續趨緩，為復甦內需市場買氣、鼓勵民眾消費，本部除推出振興五倍券外，於 10 月 29 日前綁定數位五倍券者可獲得 500 元「好食券」加碼優惠，鼓勵消費於餐飲、糕餅、傳統市場及夜市等店家、攤商及觀光工廠、百貨美食街，目前獲得好食券民眾累計 414.8 萬人。此外，為了讓小店家也能取得數位五倍券的商機，本部自 11 月 1 日起至明(111)

年 2 月 28 日止補助小店家於五倍券期間使用行動支付，以協助店家在疫情下提升營業績效及數位競爭力。

在疫情穩定控制下，指揮中心已有條件開放多項場所，本部亦參考指揮中心所訂之防疫原則公告 8 項相關場所防疫管理措施指引，包括自助選物販賣機、室內遊樂園、桌遊、麻將休閒館、視聽歌唱、資訊休閒、錄影節目帶播映、電子遊戲場，及歌廳、舞廳、夜總會、俱樂部、酒家、酒吧、酒店(廊)、理容院(觀光理髮、視聽理容) 及其他類似場所(特種咖啡茶室、夜店、舞場、三溫暖)等營業場所，以適度開放民眾可安全在相關休閒娛樂場所消費或活動。

二、 強化連鎖加盟競爭力:透過產業輔導，精進企業連鎖管理能力，使企業擴大經營規模並具國際競爭力，落實國際市場佈局，並藉由辦理國際連鎖商機線上媒合會，協助連鎖加盟業於國境封鎖期間進行跨域媒合。已於 11 月 17 日辦理 2021 臺越連鎖商機線上媒合會，此場為本年度第 3 場媒合交流會。另本部於 110 年 10 月 20 日至 110 年 12 月 20 日辦理 Chill Go 購物節聯合行銷活動，協助連鎖業者線上線下整合行銷，導客入店消費，以創造民眾與連鎖品牌業者雙贏。

三、 推動臺灣網路零售發展:持續協助網路零售發展並健全整體網路零售發展體質。本部已於 7 月 21 日舉辦數位工具媒合說明會，協助網路零售業者瞭解自身需求，媒合合適之數位工具服務導入，並於 8、9 月各舉辦 1 場數位工具工作坊，輔助網路零售業者實際操作數位工具，以提升營運管理及銷售能力；又因應疫情影響，帶動零接觸經濟蓬勃發展，本部已於 7 月 29

日舉辦「疫情下網路購物發展趨勢與法遵宣導說明會」，分享電商產業發展趨勢與探析相關法制實務議題；另本部已於 9 月辦理 1 場國內主題式網購活動，並於 9 月 10 日至 9 月 15 日舉辦 6 天直播活動，增加業者商品曝光度，促進整體網路零售產業營業額之成長。

四、推動臺灣美食發展：透過辦理國際媒合交流活動、參與國內外多元展會行銷及餐飲環境優化、科技輔導導入與開發特色產品等，協助臺灣餐飲業者開拓國際知名度、加速國際展店、提升營運效能並行銷臺灣美食國際品牌，已於 3 月至 4 月舉辦 3 場餐飲科技趨勢及應用說明會，協助加強輔導業者數位行銷能力及數位轉型。因受疫情影響，6 月初在地特色美食展改為線上行銷活動(防疫美食情報站)，並結合線上直播或 KOL 網紅進行推廣，讓民眾宅在家安心吃，持續帶動餐飲產業營業額以減緩產業之衝擊。本部於 7 月至 10 月陸續辦理「越南臺灣形象展」、「馬來西亞臺灣形象展」、「泰國臺灣形象展」等 3 場次國際線上媒合活動；於 9 月與全臺最大企業福利網 Payeasy 合作辦理「臺灣美食好饗 go」活動並招募 242 家餐飲美食品牌共同參與；於 10 月與 Ticket Go 餐券平臺合作辦理「夏末迎秋樂吃購」主題行銷活動，並於 10 月 15 日至 11 月 30 日與數位平台辦理臺灣美食行動 GO，提升臺灣美食知名度。另本部於 10 月 25 日至 11 月 25 日及 11 月 15 日至 12 月 3 日分別與 Pi 錢包及台灣 Pay 合作辦理手搖茶飲活動，鼓勵民眾使用行動支付，並結合五倍券議題進行活動宣傳，帶動餐飲業者營業額。