

經濟部「新經濟發展策略諮詢會議」108 年度第 2 次會議—「以臺灣快速製造實力吸引國際創新與新創來臺」會議重點結論

一、臺灣快速製造的機會與挑戰

- (一) 未來供應鏈趨勢：現在的垂直整合供應鏈，依靠的是大量的終端需求，但是未來的需求是零碎、少量、客制；大量生產的型態，台灣賺的是供應鏈的效率，少量多樣的型態，著重的是客戶的信任。
- (二) 未來市場來自新創：目前多數產品都是 oversupply，臺灣要升級到更高階的產品，轉型速度很重要。
- (三) 中國大陸的競爭：與深圳比較，臺灣只有在智慧財產保護勝過他們，其他部分都未具優勢；我們應該要用全球的角度來看深圳，思考怎麼與深圳互補。

二、快製媒合與人才

- (一) 快製媒合平台：臺灣的製造能力很強，可以思考將臺灣所有的供應鏈整合成一個平台，讓想要解決問題的國內外新創業者，初步從中得到解決的方法。
- (二) 前端服務：平台建置後，還要把媒合過程服務化；臺灣的製造實力不需要跟客戶講，重點是前端的服務，新創要的只是結果。
- (三) 專案經理(PM)：PM 真正的功能在協助新創談判、說服與決策，而背後需要有資源和力量支持 PM。
- (四) 吸引人才回臺：臺灣在中國大陸還有很多人才、臺流，這是我們寶貴的資產，也是 PM 的重要來源；要呼喚這些人回臺，只有政府才做得到。

三、政府資源協助

- (一) 政策思維：政府的角色需要轉型與改變，不能再用 3、40 年前的架構去思考未來以創新為導向的政策。
- (二) 海外宣傳：中國大陸在舊金山灣區與新創對接的代表都是年

輕人，跟新創比較容易對話；臺灣雖然在灣區也設有辦公室，但我們需要更適合的宣傳或機構。

- (三) 前期接案：政府如果能幫忙先把新創的未來性調查評估，讓國內企業後端製造、研發更有效率，避免陷入財務泥沼。
- (四) 後期行銷：新創產品最終還是會進入主流市場，在品牌推廣或行銷上，非常燒錢；希望政府可以思考如何將補助或輔導的資源再往後期行銷端延伸。

四、其他

- (一) 臺灣法人機構過去所存在的價值，未來應該凸顯出來，同時政府需要將這些機構統合起來，不要各自為政。
- (二) 臺灣中小企業面臨兩大危機：二代接班及傳統的成本導向思維；因此，中小企業數位轉型必須趕快推動，供應鏈不強，大企業同樣不可能強大。
- (三) 臺灣中小企業製造能力很強，但分析能力很弱，建議可以在NPI (New Product Introduction)流程中導入工程分析，用這些數據說服國外客戶，同時驗證、確保後面量產的可行性。