



經濟部提振外銷因應對策

(貿易局及工業局提供)

一、本部國際貿易局配合國內產業發展政策與業界需要，除加強拓展新南向市場外，並兼顧先進、新興及中國大陸市場，整合政府與民間資源力量，規劃多元拓銷計畫，透過下列五大面向推動作法，促進出口市場及出口產品多元化：

(一)行銷拓展：透過辦理海外參展拓銷團、廣邀買主來臺採購、運用臺灣貿易總入口網站-「台灣經貿網」推廣，並布建海外通路行銷活動，協助廠商開發海外市場潛在買主及爭取交易機會。

(二)能量建構：進行國際市場資訊蒐集及運用、培育及媒合國際行銷人才、提供出口融資及保險優惠等貿易金融支援、運用大數據分析精準掌握市場機會，強化廠商出口競爭力。

(三)諮詢服務：透過國際行銷諮詢中心，針對廠商所面臨之海外拓展問題，由專家顧問群提供客製化專業諮詢，協助廠商統合運用政府拓銷資源。

(四)海外服務：透過本部及外貿協會海外逾 120 個駐點，協助各項進出口推廣活動及提供廠商在地服務。

(五)形象提升：除在新南向市場舉辦臺灣形象展外，透過選拔台灣精品作為推廣標的，運用多元整合行銷傳播工具，提升我國產業國際形象。

二、貿易局陸續推動各項拓銷工作，全力協助廠商拓展海外市場，本年截至 11 月底已辦理逾 280 項國內外推廣活動(包括印尼、印度、越南、泰國、馬來西亞等 5 場臺灣形象展)，服務廠商逾 5 萬家次，促成逾 2,700 家次買主來臺採購，爭取商機超過 101 億美元。

三、貿易局與中國輸出入銀行持續合作，提供廠商優惠輸出保險與出口貸款服務。根據該行統計，本年截至 11 月止計申請 13,168 件，金額較前一年同期成長 1.52%，其中出口至印度、尼泊爾及菲律賓之輸出保險承保金額及出口至印度、印尼、泰國及馬來西亞之貸款金額均有 2 位數成長，顯見本計畫對於協助廠商拓銷海外市場，尤其在新南向目標國家已發揮效益。

四、提振主要貨品接單因應策略

(一) 資訊產品

1. **自駕車應用牽動大數據運算產業**：鼓勵廠商開發先進技術，例如逐漸成熟的自駕車應用。由於人類對於地區間的移動需求仍然存在，因此提高移動服務品質並縮短移動成本結構仍是關鍵。所以，輔導業者研發如自駕車、雲端運算、物聯網、生產力4.0、機器人等新興技術，整合於各利基市場並協助業者發展各種產品及服務，以確保台灣廠商在新領域能創造領先優勢。
2. **投資與拓展新興應用市場**：目前而言，台灣資訊通信產業已呈現飽和狀態，政府應立即尋求系統整合廠商合作，合併出口帶動台灣產業轉型能量，藉由整體一條龍形式將其整案輸出到新興國家，協助台商於印度等潛力國家拓展商機，並誘發智慧城市等具投資潛力產業商機以促進投資。
3. **布局3D 捕捉與人臉辨識技術及專利研發**：蘋果仍然大力掌握消費產品市場趨勢，因此推出新款智慧手機 iPhone X 搭載人臉辨識應用，可預期帶起新一波3D 產業需求，而虛擬實境與擴增實境從概念也正逐步走入商用與消費市場。從2D 產業走向3D 產業，甚至進而促進下一代混合實境技術提升，而混合實境可加速3D 產品開發，協助廠商推出虛擬實境或擴增實境應用產品與服務，把握新興商機並擴大資訊通信需求，並主動輔導軟體與硬體業者整合，設立虛擬實境或擴增實境投資基金，提高台灣虛擬實境應用技術的競爭力，並從台灣利基角度切入國際市場脈絡。

(二) 電子產品

1. **新興市場開發**：善用我國在電子產品生產、研發及掌握關鍵零組件優勢及經驗，並且適時與當地品牌合作，結合在地通路商，擴大經營其內需市場。
2. **創新技術與新興應用研發**：藉由政策性工具(如產業升級創新平台輔導計畫)鼓勵業者開發具特色及市場潛力之軟硬體技術與應用，同時強化國際競爭力，並朝向新應用或者利潤較高之產品發展，並著手開

發 IoT 相關的新興應用(如智慧健康、車聯網、智慧家庭、智慧醫療、穿戴裝置、智慧機器人、智慧工廠、智慧城市…等)之軟硬體技術，以尋求後續出口之成長動能。

3. **產業鏈緊密合作**:協助串聯國內上下游產業技術,強化生態體系發展,並關注國際物聯網終端產品走向,同時引導電子產品產業鏈朝向創新應用發展,藉以躍升為世界先進電子產品與技術國家。

(三) 面板

1. **強化在台投資動能**:藉由產學合作,培養在地人才及專業技術人才,提供廠商需求人力,提升廠商在台投資意願
強化在台投資動能:藉由產學合作,培養在地人才及專業技術人才,提供廠商需求人力,提升廠商在台投資意願。
2. **產業技術升級轉型**:政府將推動面板業者與東南亞等新興市場做中下游整合,減少依賴大陸市場,也期望國內銀行業對面板業者,提供支援與協助,以鞏固我國面板產業競爭力。
3. **針對台灣及全球面板發展情勢,經濟部規劃四大鞏固措施,以期維持並強化台灣面板產業競爭力**。四大措施依序為推動優質平價產品打入新興市場品牌供應鏈、並建立國際新興品牌對台標準化採購模式;及宣揚國內供應鏈創新研發能量,吸引國際合作與鞏固國內外系統品牌廠與台灣產業鏈合作關係。

(四) 通訊產品(手機)

1. **透過強化品牌在地特色,佈局成長潛力高的南向市場**:參就傳音科技(Transsion)為中國大陸手機出口最大宗的業者,有鑒於其產品強化在地設計,深受中東與非洲市場當地消費者的喜愛,可借鏡此例,與南向在地電信商或通路商合作,共同開發推出適用在地需求特色的品牌,並搭配我國品牌中高階機種的產品組合,創造機海戰略以滲透當地不同消費群,長期隨南向市場的經濟起飛,有利於我國拓增出口量表現。
2. **完善硬體服務化,帶動高單價產品出口效益**:針對成熟國家市場,眾多國際品牌激烈競爭,彼此間產品差異性不大,為提升終端消費者對品牌的使用滿意度,從硬體設計帶出加值的應用服務與使用完整度,

加上國際品牌智慧型手機、穿戴裝置新品陸續上市，加上高效能運算、AI 人工智慧、物聯網、車用電子等新興應用持續擴展，電子產品及資訊通信產品接單持續看好，惟美中雙方貿易摩擦持續升溫，為影響未來接單之不確定因素，仍須密切關注。