



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。本部於疫情發展中，補助餐飲業者上架外送服務、零售業者上架電商服務，以協助企業多元銷售管道、增加能見度，截至 7 月 15 日本部已核定補助超過 2,000 家餐飲業者及 500 家零售業者；同時，本部辦理「餐飲與零售業人才增值培訓」，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 月起受理餐飲與零售企業及公協會申請合辦實體課程。

(二)另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，本部補貼艱困企業員工 4 成薪資費用及一次性營運資金，截至 7 月 15 日止，已受理超過 70,000 案申請、已撥付超過約 103 億元、受惠員工超過 32 萬人；本補貼方案目前已截止受理，並積極審查中。

(三)目前疫情已趨緩且防疫逐步解封，本部除推出振興三倍券外，亦於已 7 月上旬於華山 1914 文創園區及臺北市東區商圈，分別舉辦「臺灣美食嘉年華」及「好享購 設計好物·市集」等 2 場大型行銷活動，共吸引超過 8.3 萬人次參與；後續亦將陸續辦理多場餐飲、零售業大型主題行銷活動，以加速復甦內需市場買氣、鼓勵民眾消費，並與振興三倍券達成加乘效果。

二、 強化連鎖加盟競爭力：將以單店多店、連鎖總部及餐飲業者為

主要對象，協助企業服務力提升，以強化營運能量與提升服務效能為重點，推動產業進軍國際市場。本年度已評選出 57 家門市、連鎖總部及國際化受輔導業者，藉由產業專業顧問之經驗，輔導業者解決所面臨問題，並因應疫情後消費習慣改變，協助企業有效整合資源，開創新服務與行銷方案，共創市場商機。

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；並於 5 月 28 日及 7 月 9 日舉辦 2 場電商數位行銷工具工作坊，補助網路零售業者運用數位科技，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，並協助 27 家餐飲店家進行品牌優化、群聚共營共銷及清真認證等輔導；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及於 6 月 23 日以菲律賓餐飲經營分享為主軸，辦理餐飲國際拓展分享會；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；自 7 月起開始辦理經濟部 2020 臺灣滷肉飯節、臺灣美食行動 GO 及經典臺菜宴等多元行銷活動，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。