

經濟部提振外銷因應對策

(貿易局及工業局提供)

為協助廠商掌握全球疫後商機及切入全球供應鏈，本部持續規劃推動各項拓展措施。

一、針對出口之因應作法

(一)持續協助廠商加強數位貿易及電子商務：

1.多元線上拓銷活動：透過於台灣經貿網設置之防疫與宅經濟專區、與國外電商平台合作爭取上架優惠(如日本樂天、eBay、Amazon、PChome Thai、Direct Industry 等)、辦理線上展覽、產品視訊發表與採購洽談會等，協助廠商爭取海外商機。

2.提升廠商數位行銷能力：

(1)推動「TA(台灣經貿網、亞馬遜電商平台)光點計畫」：鎖定自有品牌及宅經濟相關產業(如3C、電競、運動、戶外用品、居家用品等)業者，優先輔導上架至 Amazon 北美、日本、歐洲7國(英國、德國、法國、西班牙、義大利、荷蘭、瑞典)及澳洲站，並提供相關電商課程。

(2)產學合作培育電商人才：與亞馬遜及 Facebook 合作，以台灣經貿網為電商實作場域，遴選合適學生擔任台灣經貿網會員之電商實習生，協助我商解決電子商務運作人才需求缺口及提升企業網站營運績效。

(3)提供2萬元及6萬元等值之數位貿易輔導服務，包括產品素材(專業拍照、翻譯等)、數位廣告、跨境電商平台上架；持續充實數位貿易學苑內容，包括跨境電商、數位轉型及行銷等課程，鼓勵業者積極參與，持續規劃數位行銷實體座談會，輔導業者運用數位行銷工具拓展海外市場，以提升數位行銷之能力。

(二)運用創新科技行銷：

1.運用創新科技加值線上推廣活動、如於線上採購洽談提供即時翻譯字幕、透過3D 虛擬實境讓買主觀看產品功能等。

2.以台灣經貿網生態圈為核心，挑選國家發展產業(IoT、防疫、防災、綠能等)與台灣經貿網優勢產業(機械、五金、汽配等)，搭配AI、AR/VR/MR、

數據、資安等電商相關科技趨勢，加強協助廠商運用數位科技及數位媒體行銷。

3.以專人協助參展及視訊洽談，於國外重要展覽，由外館協助將實體展品送至會場，向買主推廣及安排與我商視訊洽談；或聘請當地人員或代理商參展。

4.規劃於台灣國際專業展(Taiwan Trade Shows, TTS)網站建置線上展覽公版供展覽主辦單位使用，並協助業者運用線上展覽與國外買主洽談拓銷產品。

(三)線上小型機動團：依據廠商之拓銷需求，透過本部及外貿協會駐外據點，協助蒐集 3-5 家外國潛在買主名單，安排廠商與買主以視訊方式洽談。

(四)提供優惠貿易金融服務：與輸銀及信保基金合作辦理貿易金融服務，提供廠商貸款利率、保證手續費及保險費之優惠。

二、提振接單因應策略

自 108 年 12 月中國大陸爆發嚴重特殊傳染性肺炎疫情以來，目前疫情已遍及全球 100 餘國家及地區，對全球產業鏈產生干擾，使國際需求下降，影響我國業者出口動能。

為瞭解產業因疫情造成的困境及需求，本部持續與產業界保持聯繫，本部工業局也於 109 年 2-6 月期間辦理多場產業座談會，邀集受影響之產業公會參與座談提出問題與建言，並已責成產業競爭力發展中心擔任單一窗口，關懷產業需求，協助業者因應疫情所面臨的困難與挑戰。另為方便企業及民眾洽詢，設置 1988 紓困振興專線，由一站式服務窗口，專人提供即時性諮詢或協處服務，亦可至本部官網「因應 COVID-19(武漢肺炎)紓困與振興輔導專區」查詢。

本部推出「製造業振興紓困大補帖」，從「保薪資、補資金、減負擔、拚技術、顧人才、拓商機、要協調、找資源」等八大面向著手，全面協助因疫情受影響之廠商及勞工，未來申請案件不論是採取書面或線上受理，均會以從簡從速為原則，希望透過政府制定之相關措施協助產業渡過本次疫情衝擊，請產業有信心、民眾免擔心。

由於全球疫情持續延燒，我國主要出口國家多維持邊境管制，導致國內與外銷相關之製造業及其技術服務業持續受到衝擊，為持續協助這些艱困產業，本部辦理第 4 季製造業及其技術服務業薪資與營運資金補貼，預估可協助約 1 萬家受影響企業持續營運，並穩定所屬 30 萬人以上之員工就業，維持社會安定。

為因應後疫情時代全球經濟秩序重整，政府掌握全球供應鏈重組、臺商回臺及外商來臺投資等契機，推動我國成為高階製造中心及半導體先進製程中心，透過加速導入 5G、人工智慧(AI)等智慧科技應用，深化製造業軟硬整合，並吸引設備、材料等外商來臺設廠，發揮群聚效應。未來將循總統就職演說秉持「穩定中追求成長、變局中把握先機」的政策理念，在 5+2 產業創新的既有基礎上，配合國發會打造「六大核心戰略產業」，讓臺灣成為未來全球經濟的關鍵力量。