

## 經濟部提振外銷因應對策

(國際貿易署及產業發展署提供)

### 一、總體面因應對策

近來全球地緣政治情勢多變，例如區域衝突頻傳、美國關稅新政等，為協助產業因應美國關稅政策及國際地緣政治動態，因應國際情勢強化經濟社會及民生國安韌性特別條例已於 114 年 8 月 1 日制定公布，明定 11 項強化經濟社會及民生國安韌性措施，自 114 年 3 月 12 日起施行至 116 年 12 月 31 日止。其後為配合臺美關稅談判進展等國際情勢，加強對產業支持，擴大協助範圍，支援各產業需求，預留後續編列特別預算額度，本條例復於 114 年 9 月 5 日修正公布。本部共推動 4 項支持措施，包含「外銷貸款優惠保證加碼」、「中小微企業多元發展貸款加碼」、「研發轉型補助」及「爭取海外訂單」等，已自 114 年 8 月 7 日起全面受理申請，以解決業者資金周轉困境，與強化研發創新及汰舊換新設備，以及提升技術門檻並加強海外市場布局，提高我國產業競爭力，強化產業韌性。

本部運用韌性特別預算，協助企業海外布建通路，爭取更多國際訂單，具體作法包括：

(一)加碼參展補助：參與國際展覽是開拓海外市場重要管道，為減輕廠商負擔，加碼補助公司或商號及公協會赴海外參展補助，提升產品能見度與競爭力。

1. 個別廠商：由原本每展補助 4-6 萬元，提高至 12-16 萬元，並放寬補助項目，除場地租金外，另包括佈置費、文宣廣告費、印刷費、展品運費及口譯費等。
2. 公協會：由原本每展補助 9-16 萬元，提高至 18-25 萬元，並補助場地租金、佈置費、文宣廣告費、印刷費、展品運費、譯費及工作人員國外差旅費等。

(二)多元拓銷布局：

1. 整合公協會及個別廠商，以國家隊模式，於國際大展打造旗艦臺灣館(包括科隆五金展、芝加哥工具機展、日本DIY展、美國汽配展等10大旗艦展)，並辦理買主導覽、產品發表會、買主交流等周邊活動，吸引買主到訪臺灣館，爭取訂單。
2. 為協助企業因應全球地緣政治局勢變動與供應鏈重組趨勢，選定於波蘭、美國及日本舉辦旗艦型推廣活動「臺灣形象展」，以國家整體產業形象推動企業國際合作與市場拓展。
3. 加強臺灣旗艦館海外推廣與跨媒體宣傳，於全球指標性專業展辦理推廣活動及臺灣形象展設置台灣精品館。

(三)布建海外通路：為協助企業爭取海外訂單，行銷國際市場，補助企業赴海外新設展示中心、服務(維修)中心及發貨倉庫等實體據點，或新增代理商、經銷商。單一企業補助每家最高500萬元，多家企業聯合申請最高2,000萬元，企業自籌款須達全案總經費之50%以上。

(四)買主直達：針對受美國關稅政策影響致出口衰退之中小企業，由業者自行洽邀海外買主來臺洽談及採購，本部提供相關優惠方案，包含買主來臺機票及住宿等，以降低業者負擔。

(五)數位搶單：輔導企業運用AI工具數位行銷，強化國際曝光，以精準對接買主，爭取訂單。

(六)提升據點服務：本部已在捷克、日本、美國及波蘭設立「臺灣貿易投資中心」，鏈結當地政府、公協會，並與專業會計師及律師合作，由專人提供企業即時諮詢服務。

開拓多元市場方面，115年將著重在：

(一)鞏固重要市場：美國、歐洲及日本為我重要出口市場，115年規劃辦理美國、日本及波蘭臺灣形象展、日本電子零組件拓銷團等多元活動，以及舉辦全球商機鏈結總動員(北美場)，邀請美國買

主來臺洽談採購等，以協助業者鞏固既有重要市場。

- (二)深耕新南向市場：新南向國家具人口紅利與內需成長快速等優勢，將深化合作，強化供應鏈布局，115 年規劃辦理菲律賓臺灣形象展、印度拓銷團等活動。
- (三)開拓新興市場：巴西等新興市場積極發展工業和數位轉型，我機械、工具機、汽配等產業有競爭優勢，115 年規劃辦理拉丁美洲拓銷團，並舉辦全球商機鏈結總動員，邀請拉丁美洲買主來臺洽談採購等。

此外，AI 是產業創新變革的核心驅動力，尤其面對全球少子化趨勢，傳統產業需透過智慧化生產減少傳統勞動力需求，並提升產線效率、強化競爭力，本部持續推動百工百業加強導入 AI 應用，已針對數位化程度差異提供協助。例如針對數位化程度低、未具有 AI 能力的製造業者，由輔導專家顧問團到廠諮詢診斷，研擬 AI 導入評估規劃；針對已具數位化且具備初步 AI 工具運用能力的製造業者，協助業者購置 AI 應用方案；針對具備自行開發及導入 AI 應用的中大型製造業者，先由系統業者開發共同 AI 應用模型，再由中心廠進行資料整合及 AI 模型訓練，最後再將訓練完成的 AI 應用模型導入衛星廠，帶動整體產業鏈的升級轉型。

本部也積極協助產業邁向高值化、跨業合作，包含依據業者需求，鼓勵產業投入技術開發，朝高值化發展；也引導產業間跨領域合作與技術整合，以切入關鍵產業供應鏈，例如運用我國半導體產業發展優勢，引導機械、石化等業者，跨域發展半導體設備及材料，協助進行終端客戶驗證，導入半導體供應鏈體系。

## 二、個別產業因應對策

### 光學器材業(含面板)

- (一)朝高值化發展：透過推場域、建環境、補資源三個推動方向協助我國顯示產業擺脫過去單一零組件產能競爭的思維，轉型升級朝向高附加價值

產品或系統整合應用服務發展。

- (二) **強化國際佈局**：未來將協助廠商建構新興應用解決方案生態系、拓展海外新興市場，促進我國智慧顯示應用解決方案開發成果國際輸出，加速轉型升級成為智慧顯示應用解決方案的全球供應鏈重鎮。

## 基本金屬業

- (一) **協助拓展外銷市場**：協助廠商利用數位、線上工具辦理拓銷活動，洽詢潛在買主。
- (二) **持續推動高值化發展**：輔導業者朝精緻化鋼廠發展，開發高附加價值、利基產品，提升在國際市場上的長期競爭優勢。

## 塑橡膠製品業

- (一) **尋求生物降解塑膠新市場**：塑橡膠製品需求以中國大陸為主，國內塑橡膠製品較少出口歐洲，而歐盟在限塑政策下產生新商機，未來朝向綠色可分解及回收再利用材料發展，拓展歐洲國家綠色新材料市場。
- (二) **拓展新興市場**：積極協助國內業者拓展多元市場，協助取得最新市場動態資訊，並參與新南向等國家產業合作，爭取外銷商機。
- (三) **提升塑橡膠製品附加價值**：持續推動塑橡膠製品業者朝向開發高附加價值及異質性產品發展，提高塑橡膠製品競爭力。

## 化學品業

- (一) **拓展東南亞市場**：積極鼓勵國內化學品業者拓展新南向國家市場，協助業者取得最新市場動態資訊，並參與新南向等國家產業合作，爭取外銷商機。
- (二) **協助化學品高值化產品投資**：現階段化學品以生產大宗貨品為主，未來持續積極推動國內業者朝開發高附加價值及異質性產品發展，增強我國產品競爭力。
- (三) **運用新技術提升產品競爭能力**：利用人工智慧及大數據，達到製程最適化，以提高生產力、安全性及產品良率，降低生產成本，提升出口競爭力。