



## 經濟部提振外銷因應對策

(貿易局及工業局提供)

一、為協助廠商掌握全球景氣復甦之契機，貿易局持續規劃各項拓銷工作，本年截至 10 月底已辦理 202 項海外推廣活動(包括印尼、越南及菲律賓 3 場臺灣形象展)，服務廠商逾 3 萬 7,000 家次，促成逾 2,700 家次買主來臺採購，爭取商機超過 84 億美元。為持續擴張出口力道，貿易局近期推動之重要措施及活動如下：

- (一) **3 分鐘讓廠商掌握出口拓銷資源**：為使廠商能在短時間內瞭解政府有哪些資源可協助其拓銷海外市場，貿易局特別製作出口拓銷資源及新南向跨境電商等簡介短片，從廠商需求角度以淺顯易懂的動畫方式介紹可運用之措施與服務，影片已上載貿易局網站影音專區及 Youtube，並將持續透過說明會、電子報及 Facebook 粉絲專頁等多元管道分享予更多廠商。
- (二) **結合運動賽事行銷台灣精品**：鑒於「運動」為跨國界之共通語言，故貿易局積極運用運動行銷手法，推廣臺灣產業優質形象，今年除透過參加胡志明市公益路跑、辦理印尼台灣精品公益路跑、贊助全球 6 大馬拉松賽事之一的柏林馬拉松活動之外，並首次由台灣精品冠名贊助義大利超級排球聯賽「Taiwan Excellence Latina」球隊，透過賽事全球轉播，獲得非常高的國際曝光量，讓世界看見臺灣。
- (三) **拓展智慧城市海外商機**：為爭取新南向市場智慧城市開發商機，今年規劃一連串活動，除 9 月組團拜訪東南亞最大媒體集團 MNC Group，以爭取參與印尼的智慧城市開發計畫外，11 月已於馬來西亞臺灣形象展中辦理「臺灣智慧交通技術及應用系統發表會」，並將首度於印度班加羅爾辦理「SMART ASIA 2017」展覽，展期間並規劃臺印智慧城市合作論壇，以完整呈現臺灣智慧城市解決方案之應用，積極爭取海外智慧城市龐大商機。
- (四) **以群聚拓展方式，成功打入東協及印度消費市場**：為加強協助廠商拓展

新南向市場，貿易局以產業群聚落地、出口客製輔導、虛實整合行銷及新媒體創意策展等多元作法，輔導家飾家具/家電/清真產品等業者進入馬來西亞，並集結食品飲料、保健食品、消費電子等業者運用 AR/VR 行銷進軍印尼，另率領智慧監控/家居用品/美妝保養等業者與印度買主精準媒合，成功案例達 35 家，促成採購商機約 新臺幣 4.7 億元。為擴散上述成功行銷模式，將於 11 月 29 日舉辦「New Vision!新南向大躍進引領臺灣大未來」國際高峰論壇暨成果發表會，邀請日本、印度等多國大型買主來臺交流，為廠商創造更多海外商機。

- (五) **提供廠商優惠輸出保險與出口貸款服務**：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 10 月止，計申請約 11,800 件，金額及件數較上年同期分別成長 7.95% 及 21.68%，其中出口至巴基斯坦、緬甸及寮國之輸出保險承保金額及出口至孟加拉及泰國之貸款金額均有 2 位數成長，顯見本計畫對於協助廠商拓銷海外市場，尤其在新南向政策目標國家已發揮效益。

## 二、提振主要貨品接單因應策略

### (一) 資訊產品

1. **投資與拓展新興應用市場**：我國資訊通信產業已呈現飽和狀態，政府應立即推動跨業系統整合出口，帶動台灣產業轉型，藉由整合台灣各家業者的產品與系統解決方案等，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。
2. **整合雲端服務與人工智慧技術，布局大數據運算產業**：鼓勵廠商開發先進技術，輔導業者研發如人工智慧、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。
3. **布局 3D 捕捉與辨識技術及專利研發**：蘋果推出新款智慧手機 iPhone X 搭載人臉辨識應用，來自於 3D 辨識技術的成熟，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。

## (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. 目前面板產業景氣已持續轉好，政府所屬單位，仍將持續關注面板廠營運情況，提供必要之協處。
2. **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
3. **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。

4. 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. **智慧手持硬體服務化有助提升附加價值與產品營收**：縱觀今年各大品牌手機硬體的規格趨勢，環繞在全面屏(高螢幕佔比)、雙鏡頭(3D 感測)、無線充電、無線傳輸(如 Bluetooth 5、kiss connection solution)等科技，透過強化新科技連結應用服務，如3D 感測雙鏡頭的導入可連結 VR/AR 的3D 內容產出、臉部辨識可提供手機資安與行動支付的安全性、AI 的虛擬助理功能將可連結智慧家庭與生活，使手機扮演控制中樞角色，將有助手機提升附加價值，並提高產品單價帶動營收成長。
2. **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。