



## 經濟部提振外銷因應對策

(貿易局及工業局提供)

一、順應全球經濟持續成長態勢，本(107)年度貿易局已規劃逾 200 項國內外拓銷活動，全力協助廠商拓展海外市場，貿易局近期推動之重要措施及活動如下：

- (一) **打造亞太地區電商交流平台**：9 月 27-28 日將辦理「DATE SUMMIT 數位商務大趨勢—國際匯壇」，預計有 9 國 24 位國際級數位經濟領袖分享數位經濟新趨勢、區塊鏈應用、數位娛樂、亞洲新零售、AI 人工智慧及網紅新經濟等主題，同期結合「亞太電子商務展」、「新南向電商洽談會」、「Mini Booths 新創服務區」等系列活動，期為臺灣數位商務發展注入新能量。
- (二) **國企班校友菁英匯聚，拓銷海外最佳戰將**：貿易局委託外貿協會辦理的國企班，31 年來培養出 5,330 位菁英校友服務於各產業，遍佈全球，其中超過百位投入新南向市場，為我助攻新南向之最佳戰將。校友網絡緊密連結，9 月 30 日將辦理第 6 屆校友傳承群英會，由校友傳授在校學弟妹市場拓展秘笈。
- (三) **密集辦理海內外拓銷活動**：9 至 10 月將辦理 21 項海內外拓銷活動，包含南亞、東協、歐盟、美國及手工具、食品、電子商務等多場重要國家與產業別商機日，預計洽邀近 230 位國際買主來臺採購，同期間亦籌組逾 10 項拓銷團，除赴新南向市場拓展外，亦將遠征拉丁美洲、中東及非洲等新興市場拓銷，可望為國內業者創造更多海外接單機會。
- (四) **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 8 月止計申請約 9,710 件，件數及金額較上年同期成長 2.65% 及 4.88%，其中出口至印度、巴基斯坦、尼泊爾及寮國之輸出保險承保金額及出口至印度、印尼、泰國、菲律賓、越南及澳大利亞之貸款金額均有 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。

## 二、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（如三星手機透過 Bixby 與電商平台合作，提供影像辨識結合網路購物的新服務），完善硬體服務化與提升產品單價，將有助於持續深耕拓展成熟市場的出口表現。