

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；截至 8 月 13 日本部已核定補助超過 2,900 家餐飲業者及 600 家零售業者。同時，本部辦理餐飲與零售業人才加值培訓，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；截至 8 月 13 日已推出 15 門數位課程、核定餐飲與零售企業及公協會合辦實體課程 125 班，並已開辦 10 班自辦課程。

(二)另為協助受疫情影響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。補貼方案已於 7 月 15 日截止受理並於 7 月底審查完畢，總計受理申請達 7 萬件，並已核准達 5.9 萬件、核准金額達 185.5 億元、受惠員工超過 38.7 萬人。

(三)目前疫情已趨緩且防疫逐步解封，本部自 7 月起已辦理餐飲業、零售業主題行銷活動各 2 場次——「臺灣美食嘉年華」、「長長久久・浪漫一世婚禮展」，以及「好享購-設計好物市集」、「好享購-府城萬花筒市集」，活動共計吸引超過 15.8 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：**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。並為有效提升我國連鎖加盟業者海外落地機會，及降低臺灣連鎖品牌進入國際市場之障礙，聚焦開拓相同國家之業者，成立國際拓展作戰聯盟，辦理窩外(World wide)戰情室(馬來西亞、越南、中國大陸)小聚活動，藉由結盟合作、資訊共享，促成國際經驗快速複製、加速海外落地準備。
- 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，亦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，促進數位轉型及擴大銷售管道；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；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。同時為確保網路零售業者掌握後疫情時代，於 7 月 10 日舉辦「宅經濟下的電商新趨勢暨法制宣導說明會」，解析宅經濟下之電商法制及個人資料保護法遵與管理實務等議題。
- 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，於 8 月 6 日辦理臺泰餐飲商機線上媒合會及於 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。