



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 新冠肺炎疫情衝擊：

本(110)年 5 月 COVID-19 肺炎疫情急遽升溫，全國防疫提升至第三級警戒，民眾減少外出及聚餐、部分商場自主停業或縮短營業時間等，嚴重衝擊內需消費市場。本部於 6 月 7 日啟動商業服務業艱困事業營業衝擊補貼作業，針對營業額衰退達五成以上的商業服務業艱困事業提供補貼，以協助事業持續營運；另針對屬中央政府公告應停業之事業，其停業期間員工有薪資未達基本工資之情形，則事業受領之補貼應按每人 3 萬元併同就業安定基金加發之 1 萬元轉發給未達基本工資之員工，以照顧未達基本工資之員工。營業衝擊補貼已於 8 月 31 日截止受理，共計受理約 31.66 萬件、已撥付約 343.66 億元。

中央流行疫情指揮中心自 7 月 27 日調降疫情警戒標準至第二級並維持迄今，國內疫情已趨緩。為復甦內需市場買氣、鼓勵民眾消費，本部除推出振興五倍券外，更推出「好食券」加碼優惠，加強提振餐飲消費。只要於 10 月 29 日前綁定數位五倍券即可領取 500 元好食券，相當於總金額 5,500 元的消費額度，鼓勵消費於餐飲、糕餅、傳統市場及夜市等店家、攤商及觀光工廠、百貨美食街，加速店家復甦振興，截至 10 月 18 日，數位綁定人數累計已超過 409 萬人。此外，本部已規劃補助小店家於五倍券期間使用行動支付，協助小店家掌握數位五倍券商機。

雖疫情警戒標準自 7 月 27 日調降至第二級，但有部分場

所仍因防疫需求而持續停業，對此本部已針對仍經中央政府公告須關閉營業的事業提供停業補貼，以協助業者度過疫情難關，截至 10 月 18 日本部已受理逾 3,600 家申請，並已撥付約 2.1 億元。此外，鑒於目前疫情持續趨緩並穩定控制，指揮中心已有條件開放多項場所，本部亦將參考指揮中心所訂之防疫原則擬定相關防疫管理措施指引，以適度開放民眾可安全在相關休閒娛樂場所消費或活動。

二、 強化連鎖加盟競爭力：透過產業輔導，精進企業連鎖管理能力，使企業擴大經營規模並具國際競爭力，落實國際市場佈局，並藉由辦理國際連鎖商機線上媒合會，協助連鎖加盟業於國境封鎖期間進行跨域媒合。已於 9 月 24 日搭配 2021 台北國際加盟大展-夏季展辦理第二場媒合交流會。另本部於 110 年 10 月 8 日至 110 年 11 月 7 日辦理聯合行銷活動，並於網路辦理 LET'S GO PARTY 活動，協助連鎖業者線上線下整合，以提供多元展銷平台，打造新商業服務模式，強化連鎖產業與多元市場之關連性，並推廣業者品牌之形象與知名度。

三、 推動臺灣網路零售發展：持續協助網路零售發展並健全整體網路零售發展體質。本部已於 7 月 21 日舉辦數位工具媒合說明會，協助網路零售業者瞭解自身需求，媒合合適之數位工具服務導入，並於 8、9 月各舉辦 1 場數位工具工作坊，輔助網路零售業者實際操作數位工具，以提升營運管理及銷售能力；又因應疫情影響，帶動零接觸經濟蓬勃發展，本部已於 7 月 29 日舉辦「疫情下網路購物發展趨勢與法遵宣導說明會」，分享電商產業發展趨勢與探析相關法制實務議題；另本部已於 9

月辦理 1 場國內主題式網購活動，並於 9 月 10 日至 9 月 15 日舉辦 6 天直播活動，增加業者商品曝光度，促進整體網路零售產業營業額之成長。

四、推動臺灣美食發展：透過辦理國際媒合交流活動、參與國內外多元展會行銷及餐飲環境優化、科技輔導導入與開發特色產品等，協助臺灣餐飲業者開拓國際知名度、加速國際展店、提升營運效能並行銷臺灣美食國際品牌，已於 3 月至 4 月舉辦 3 場餐飲科技趨勢及應用說明會，協助加強輔導業者數位行銷能力及數位轉型。因受疫情影響，6 月初在地特色美食展改為線上行銷活動(防疫美食情報站)，並結合線上直播或 KOL 網紅進行推廣，讓民眾宅在家安心吃，持續帶動餐飲產業營業額以減緩產業之衝擊。本部於 7 月 21 日至 7 月 23 日、8 月 4 日至 8 月 6 日及 9 月 29 日至 10 月 1 日搭配「越南臺灣形象展」、「馬來西亞臺灣形象展」、「泰國臺灣形象展」等 3 場次，協助業者進行國際線上媒合；於 9 月 1 日至 30 日與全臺最大企業福利網 Payeasy 合作辦理「臺灣美食好饗 go」活動 1 場次，招募 242 家餐飲美食品牌共同參與。另 10 月 1 日至 10 月 31 日，與 Ticket Go 餐券平臺合作，辦理「夏末迎秋樂吃購」主題行銷活動及 10 月 15 日至 11 月 30 日與數位平台辦理臺灣美食行動 GO，提升臺灣美食知名度，帶動餐飲業者營業額。