

經濟部提振外銷因應對策

(貿易局及工業局提供)

一、因應 COVID-19 疫情各國實施邊境管制，以及數位貿易趨勢發展，本部以實虛並進之拓銷作法，協助廠商爭取全球商機，說明如下：

(一)多元數位行銷推廣：於台灣經貿網設置之防疫與宅經濟專區、與國外電商平台(如日本樂天、eBay、Amazon 等)合作爭取上架優惠、辦理線上展覽、小型機動團、產品視訊發表與採購洽談會等。

(二)實體或線上拓銷活動：111 年規劃逾 160 場實體或線上拓銷活動，並視需要將展品送至國外展場由專人協助參展。例如 6 月將參加北美生物科技產業展、辦理東南亞疫後內需 Hybrid 拓銷團及台灣精品智慧醫療線上發表會等。

(三)運用創新科技行銷：

1. 運用創新科技增值推廣活動，如於線上採購洽談提供即時翻譯字幕、結合 3D、AR/VR/MR 虛擬實境讓買主觀看產品功能等。
2. 搭配 AI、數據、資安等電商相關科技趨勢，加強協助廠商運用數位科技及數位媒體行銷。
3. 建置線上展覽公版供展覽主辦單位使用，使臺灣國際專業展虛擬展覽快速上線。

二、另為協助受俄烏戰爭影響業者，本部協助提供下列協處措施：

(一)金融：

1. 輸出保險：若發生因俄烏戰爭衍生之理賠事項，本部已請輸銀主動通知廠商將依個案情況及保險契約條款儘速審理，全力協助廠商度過難關。
2. 出口貸款：廠商向信保基金申請信用保證、或向金融機構辦理出口融資，如有資金壓力者，可向銀行申請貸款展延，或請業者逕洽中小企業處馬上辦服務中心協處。

(二)市場協助：

1. 出進口廠商協助：針對出口業者之產品(如五金、機械、汽車零配件)，由本部及貿協駐外單位找尋適銷市場及潛在買主，協助媒合。針對進口業者進口有困難之產品，由本部及貿協駐外單位尋找可行之市場來源及供應商。

2. 市場資訊提供：蒐集如各國制裁俄羅斯措施、各國出口貨品管制措施等資訊，提供業者參用。

三、另受大陸封控措施產業因應對策：

- (一)本部將持續關注中國大陸疫情管控措施，密切與產業聯繫，確實掌握臺廠受衝擊情形。
- (二)持續推動臺商回臺或引導臺商移轉生產基地至新南向國家，協助企業分散布局，建立強韌供應鏈體系。

四、提振接單因應策略

自 108 年 12 月中中國大陸爆發嚴重特殊傳染性肺炎疫情以來，疫情遍及全球 100 餘國家及地區，對全球產業鏈產生干擾。面對不斷肆虐的變種病毒及瞬息萬變的國際疫情，政府在「正常生活、積極防疫、穩健開放」的原則下，兼顧國家經濟與國人生計與生活，有效達到疫情控管，並因應疫情發展，隨時靈活調整防疫措施，確保社會體系穩健運作，讓百工百業持續暢旺，國人也都能平安。

本部責成產業競爭力發展中心擔任企業持續營運及企業快篩服務窗口(服務專線:0800-000-257)，已於其網站建立防疫專區(網址:<https://assist.nat.gov.tw>)，並呼籲各事業單位多加運用「企業因應嚴重特殊傳染性肺炎(COVID-19)疫情持續營運指引」，本部工業局也製作「建議企業強化分艙分流作法」影音資料，籲請各企業擬定持續營運計畫，強化分艙分流等各項防疫措施，共同穩定生產。今(111)年 4 月份上海、蘇州疫情封控措施影響當地企業經營活動，惟當地臺商已於 5 月逐步復工，未來本部工業局會持續與各產業公會保持密切聯繫，確實掌握業者受衝擊情形，並做好企業持續營運的準備工作。

為因應後疫情時代全球經濟秩序重整，政府掌握全球供應鏈重組、臺商回臺及外商來臺投資等契機，推動我國成為高階製造中心及半導體先進製程中心，透過加速導入 5G、人工智慧(AI)等智慧科技應用，深化製造業軟硬整合，並吸引設備、材料等外商來臺設廠，發揮群聚效應。未來遵循總統就職演說秉持「穩定中追求成長、變局中把握先機」的政策理念，在 5+2 產業創新的既有基礎上，配合國發會加速發展六大核心戰略產業，透過推動產業拔尖、強化科技創新以及擴大國際合作等策略協助產業再進化，爭取臺灣在國際間扮演關鍵角色的機會。

資訊通信業

(一)資訊產品

- 1.以投資臺灣三大方案引導業者回臺，並協助海外投資與拓展以建立全球產業布局：持續協助臺廠返臺投資布局，以智慧化為評估條件提供鼓勵投資方案，以利臺廠提高產品價值和降低生產成本。另協助臺廠朝向南亞、東南亞等地區拓展以進行供應鏈布局，並在當地輸出智慧化產業能量。藉由在當地生產及建立跨國供應體系，輸出臺灣軟硬體及雲服務整合製造的產業能量，落實以臺灣為重心、在主要海外區域建立多元化產業聚落的全球布局。
- 2.持續推動人工智慧、物聯網等新興產業：鼓勵廠商投入研發如人臉辨識、自駕車、雲端運算、物聯網、機器人等新興技術，確保我國產業在新領域能創造領先優勢。亦主動輔導軟體與硬體業者整合把握新興商機並擴大資通訊應用，提高產業應用新興技術競爭力，增強產業全球優勢。

(二)通訊產品(手機)

- 1.鏈結高成長潛力市場之合作夥伴，提高代工訂單需求：代工業務方面，與新南向國家電信商或通路商串聯合作，共同開發推出適用在地需求的新品，帶動代工訂單需求。
- 2.深化上下游合作關係，共創品牌經營主力市場的競爭力：品牌業務方面，針對主力市場與合作夥伴一同進行技術研發，深化上下游合作關係，有利我國品牌推出具競爭力或高性價比的產品，以穩固或擴展主力市場的市占率。

光學器材業(含面板)

(一)本月份外銷訂單下滑成因分析：近期中國大陸疫情再起、俄烏軍事衝突等事件加深全球通膨壓力，恐干擾全球經濟成長力道，疫情所致供應鏈瓶頸問題仍存在，均增添未來不確定性。同時，市調單位Omdia亦指出當前全球市場的電視銷量不佳，市場需求疲軟抑制電視面板價格；IT面板部分，買方採購維持觀望保守態度，影響我國面板業者接單力道。

(二)協助作法：

- 1.短期方針：對於面臨景氣變化與消費意願不確定之情況，政府所屬單位，將持續關注面板廠營運情況，提供必要之協處。

2.中長期策略：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。

基本金屬業

- (一)穩定與擴大國內需求：為協助業者因應國際基本金屬市場受全球景氣低迷、中國大陸封控措施致用鋼需求減少所造成的影響，透過持續落實前瞻基礎計畫、投資臺灣三大方案等計畫，穩定與擴大國內用鋼需求。
- (二)協助拓展外銷市場：因應疫情導致國際貿易量下滑、會展等活動延期，協助廠商利用數位、線上工具辦理拓銷活動，洽詢潛在買主。
- (三)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，以提升在國際市場上的長期競爭優勢。

機械業

- (一)強化其他出口市場：依據不同國家之機械市場需求，提供具備智慧自動化、軟硬整合之機械整體解決方案，提升產品附加價值及國際競爭力。
- (二)產業技術升級輔導：推行智慧機械產業推動方案，輔導國內機械設備業者加速發展智慧機械與智慧製造，以精密機械為基礎，運用物聯網、智慧機器人、巨量資料等智慧技術，推升轉型為智慧機械，使產業具備Total Solution及差異化競爭優勢。

塑橡膠製品業

- (一)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。
- (二)尋求生物降解塑膠新市場：塑橡膠製品需求以中國大陸及美國為主，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。
- (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。