

經濟部提振外銷因應對策

(貿易局及工業局提供)

- 一、鑒於 111 年下半年全球經濟受通膨及景氣衰減等因素影響，致終端需求走弱，9 月出口翻黑，終結 26 個月正成長，另因應我國 10/13 實施入境者免居隔 0+7 政策，本部已**啟動專案協助**特定受影響之產業(如機械、扣件及食品等)**加強拓銷**，以提振我國出口動能：
- (一)**啟動「全球搶單行動專案」**：為因應全球經貿環境變化、持續維持我國出口動能、加強拓展歐、美、日、**新興市場**及開發新買主，本部啟動「全球搶單行動專案」，自 9 月至 12 月辦理**採購洽談會**及**經貿訪問團**等系列活動，協助業者爭取訂單。
- (二)**協助食品業者拓銷**：為加強協助食品業者拓銷中國大陸以外之市場，本部推動「**臺灣食品全球 GO 計畫**」，新增辦理**數位行銷輔導**、**海外行銷輔導**、取得食品**國際認證**，臺灣食品**連環購**、**糕餅節快閃活動**、**通路商展售促銷會**、**線上超市專區**等多項拓銷輔導措施。
- (三)**推出「出口行動專案」**：加強**洽邀買主**，舉辦國際記者會，吸引商務人士來臺觀展、採購，規劃國際指標型展覽之**實體參展團**，並提供客製化數位及展前輔導措施，新增籌組精密零組件、五金等產業**旗艦拓銷團**，推動我商爭取商機。
- 二、除上述新增計畫及作法外，本部因應全球數位貿易趨勢發展，持續以**實虛並進**之拓銷作法，協助廠商爭取全球商機：
- (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 **190 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 12 月將參加日本顯示器製造展及高機能材料展、印尼製造展等。
- (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。

三、提振外銷因應對策

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。未來本部工業局會持續與相關產業公會保持密切聯繫，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契機，推動我國成為半導體先進製程中心，加速導入 5G、人工智慧(AI)等智慧科技應用，並吸引設備、材料等外商來臺設廠，帶動更多上下游供應鏈在臺灣深耕發展。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。

光學器材業(含面板)

(一)本月份外銷訂單下滑成因分析：由於通膨居於高檔、供應鏈問題和金融市場情勢趨緊等因素，全球經濟進一步減緩，消費性電子產品需求依然不振。加以全球面板廠減產，影響零組件廠需求，目前面板下游客戶仍處於調整庫存階段，拉貨動能疲弱，使面板價格持續走跌，且產能利用率大幅調降，進而影響我國面板業者出貨及營收狀況。

(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需求減弱、廠商備貨意願下滑導致接單走緩，持續透過落實前瞻基礎計畫、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，並協助業者分散市場。
- (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。

化學品業

- (一)拓展東南亞市場：積極鼓勵國內化學品業者拓展新南向國家市場，協助業者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)協助化學品高值化產品投資：現階段化學品以生產大宗貨品為主，未來將持續積極推動國內業者朝向開發高附加價值及異質性產品發展，增強我國產品競爭力。
- (三)運用新技術提升產品競爭能力：利用人工智慧及大數據，達到製程最適化，以提高生產力、安全性及產品良率，降低生產成本，提升出口競爭力。