



經濟部提振外銷因應對策

(貿易局及工業局提供)

為協助廠商因應疫情期間國外訂單大量減少，且供貨時面臨國際貨物流通受限，爰本部國際貿易局提出下列措施以協助渡過疫情期間：

一、自疫情期間起持續辦理：

(一)協助廠商加強數位貿易及電子商務：

1. 提供數位健檢諮詢服務、擴大辦理視訊採購洽談(已完成161案)、台灣經貿網增設防疫與宅經濟專區(收錄2萬多項產品)、與國際知名電商平台合作爭取上架優惠(如日本樂天、eBay、Amazon、Tiki、Blibli、Pchome Thai等)。
2. 辦理虛擬實境(VR)線上展覽(3月底完成「織襪眼鏡時尚虛擬展館」及「台灣精品虛擬展館」)。
3. 依產業別，並視市場需求規劃辦理一系列產品視訊發表會，以增加廠商與國外買主對接機會，如4月8日辦理第1場「太陽能應用產品發表會」，計有新南向主要國家、日本、俄羅斯、波蘭、保加利亞、埃及、哈薩克、土耳其等22國、212位買主報名參加，反應熱烈。
4. 提供新臺幣2萬元等值之台灣經貿網輔導服務，包括產品素材(專業拍照、翻譯等)、數位廣告(關鍵字廣告、社群曝光等)、跨境電商平台上架。預計協助3,000家次廠商運用數位行銷，帶動產品出口。
5. 設立數位貿易學苑：包括開設跨境電商、數位轉型、數位行銷、數位商務等課程，加強培訓電商人才，預計培訓5,000人次廠商。

(二)線上小型機動團：依據廠商之拓銷需求(如市場、產品、買主類別等)，透過本部及外貿協會駐外據點，協助蒐集3-5家潛在買主名單，安排廠商與買主以視訊方式洽談。

(三)推動客製化行銷服務：由國際行銷諮詢中心安排廠商與顧問進行諮詢，協助評估或建議適銷市場後，透過外貿協會駐外據點執行篩選潛在買主名單及代為拜會當地買主，並定期向廠商回報買主開發進度，廠商可依需求與顧問及駐外據點溝通調整拓銷策略，必要時以視訊或洽排廠商赴海外與買主洽談。

二、在疫情緩和後加強辦理：

- (一)加強擴大洽邀國外買主來臺觀展採購：透過駐外據點洽邀至少 1,400 位國外來臺參加一對一採購洽談會及參觀國內逾 50 項專業展，將提供每位買主機票及住宿費用優惠。
- (二)配合國內外推廣活動辦理國際媒體廣宣：邀請國際媒體來臺採訪國內大廠、加強國內外活動刊登實體廣告、社群媒體及網路等廣宣，並傳達我國管控疫情成效，以增進國外買主來臺採購信心。
- (三)補助公協會於國內外之國際展覽建置主題館：在國內外舉辦之國際展覽，於獨立區域搭配展覽及產品主題統一形象裝潢，徵集廠商產品集中聯合展出。預計補助公協會辦理 35 個國際展覽之場租、裝潢及廣宣費(每展約 150 萬元)，以提升臺灣產業形象。

三、提振主要貨品接單因應策略

自去(108)年 12 月中國大陸爆發嚴重特殊傳染性肺炎疫情以來，目前疫情已遍及全球 100 餘國家及地區，對全球產業鏈產生干擾，使國際需求下降，影響我國業者接單動能。

為瞭解產業因 COVID-19(武漢肺炎)疫情造成的困境及需求，本部工業局已於今年 2 月 19 日至 2 月 25 日期間，共辦理 8 場次徵詢會議，依產業別邀集受影響之產業公協會參與座談提出問題與建言。3 月 12 日至 4 月 17 日期間，本部再針對資通訊、民生化工、內需型及金屬機電等產業辦理 8 場次產業座談會。針對政府再加碼 400 億元提供水電費折扣和融資加碼等協助產業和企業紓困配套，與會產業代表均表示感謝和肯定，但也在執行面提出許多提醒與建議，這些意見本部均會納入參考。

本部工業局已規劃產業競爭力中心 0800-000-257 擔任製造業單一服務窗口，同時在網站上設置振興與紓困輔導專區，公布各項措施申辦資訊和諮詢窗口，未來案件不論是採取書面或線上受理，均會以從簡從速為原則，希望透過政府制定之相關措施協助產業渡過本次疫情衝擊，請產業有信心、民眾免擔心。

(一)資訊產品

1. 鼓勵臺商回臺設廠生產高階資訊產品：雖然臺廠受新冠肺炎疫情影響的中國大陸產線已大致復工並積極出貨，但美中關係和全球經濟仍因疫情蔓延而有

極高的風險存在，預期將持續影響資訊產業供應鏈，並吸引臺廠轉移部份產線回臺生產。將持續協助臺廠返臺布局，短期將針對原物料降關稅、提升通關效率以避免海外供應鏈斷鏈；中長期則鼓勵廠商瞄準高附加價值的產品，例如整合人工智慧技術與資訊產品硬體解決方案等。

2. **協助投資與拓展新興應用市場：**為因應美中大國摩擦與全球疫情擴散，除鼓勵臺廠布局臺灣之外，亦積極拓展朝南亞、東南亞等地區進行供應鏈布局，將整合計畫資源協助有意至新南向國家投資之企業排除投資障礙。除了能落實臺廠全球布局並於海外建立產業聚落之外，亦協助系統整合商建立各國貿易基礎，並串接臺灣雲端軟體服務大廠；再者，輔導企業強化數位貿易及電子商務功能，以解決海外無法參展或辦理展示活動之困擾。
3. **推動人工智慧、物聯網應用產業：**將持續鼓勵廠商開發先進技術，研發如3D捕捉、人臉辨識、自駕車、雲端運算、物聯網、機器人等新興技術，並整合於各利基市場以發展各種資訊產品及服務，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：**就代工業務而言，藉由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，有助代工訂單需求提升。
2. **深化上下游合作關係，共創品牌經營主力市場的競爭力：**就品牌業務而言，藉由合作夥伴在主力市場的技術研發，如我國企業攜手高通針對巴西所推出之 QSiP 手機晶片，深化上下游的合作關係，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。

(三)電子產品

1. **鼓勵研發創新技術與新興應用：**藉由政策性工具鼓勵業者開發具特色及市場潛力之軟硬體技術與應用，提升國際競爭力與附加價值，朝向新應用或者利潤較高之產品發展。亦關注未來5G、AIoT、高速運算晶片、智慧車用電子及自駕車等商機，並著手開發新興應用(如車聯網、智慧醫療、智慧工廠、智慧城市…等)之軟硬體技術，尋求後續出口之成長動能。

2. **串聯產業鏈上中下游**：協助串聯國內電子產業上中下游產業技術，強化生態體系發展，並關注國際人工智慧、物聯網之終端電子產品最新發展趨勢，同時引導電子產品產業鏈朝向創新應用發展，推動我國躍升為世界先進電子產品與技術國家。
3. **開發新興市場機會**：善用我國電子零組件產業在電子產品生產、研發及掌握關鍵零組件優勢及經驗，並適時與新興市場當地品牌合作，結合在地通路商，以高優質、高性價比之國產電子產品，切入當地內需市場，擴大經營新興市場。
4. **推動拓展新興市場政策**：藉由政策工具輔助業者拓展新興市場，藉由擴大出海口方式因應未來國際與產業情勢的變動，並提升我國電子製品出口需求，鞏固我國電子產業之生產動能。

(四)光學器材(面板)

1. **短期方針**：對於面臨景氣寒冬情況，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**：針對臺灣及全球面板發展情勢，經濟部規劃四大鞏固措施，以期維持並強化臺灣面板產業競爭力。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；建立國際新興品牌對臺標準化採購模式；宣揚國內供應鏈創新研發能量，吸引國際合作；鞏固國內外系統品牌廠與臺灣產業鏈合作關係。

(五)基本金屬

1. **協助廠商因應國際市場變局**：經濟部已召開多場政府紓困措施說明會或座談會，提供多元彈性的配套措施與因應方案，以協助相關廠商因應變局。並受理因 COVID-19(武漢肺炎)受影響企業申請貸款，也呼籲銀行挺企業不要抽銀根，給予舊貸展延。所屬單位將持續關注產業情況，提供產業公協會及相關廠商必要之協處。
2. **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，經濟部已彈性進行考量，在疫情趨緩前，協助廠商利用數位、線上工具洽詢潛在買主。待疫情穩定後，也會規劃補助公協會辦理拓銷活動。

3. **提供多元紓困措施**：協調上游廠商充分對應市場行情變化，針對疫情對國內中下游廠商造成的影響，提供多元彈性的配套措施與因應方案，以協助相關廠商提升出口競爭力。
4. **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。

(六)機械

1. **政策協助廠商因應市場變動**：因疫情擴散導致出口下滑、各國會展等活動延期，經濟部以調機制、再加碼措施，提出即時紓困、調整機制、產業升級等方案，提供廠商必要之協助與提升競爭力。
2. **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。
3. **推動智慧製造輔導團**：提供到廠訪視、諮詢診斷與技術服務，協助國內中小企業導入智慧製造找答案及國內智慧製造系統整合廠商找商機。

(七)塑橡膠製品

1. **提升塑橡膠製品附加價值**：3月因油價急跌與疫情影響，全球需求減緩總體經濟成長衰退，使各國對塑橡膠製品需求減少，採購趨向保守。未來將積極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，增強塑橡膠製品競爭力。
2. **拓展新興市場**：未來會積極協助國內業者拓展多元市場，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。
3. **尋求生物降解塑膠新市場**：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。

(八)化學品

1. **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。

2. **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。
3. **拓展東南亞市場**：未來將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。