

經濟部提振外銷因應對策

(貿易局及工業局提供)

本部提振外銷因應對策，規劃及實施相關協助措施如下：

一、針對主要出口產品及地區之因應作法

(一)協助廠商加強數位貿易及電子商務

1. **多元數位行銷推廣**：提供數位健檢諮詢服務、擴大辦理視訊採購洽談、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、Pchome Thai 等)。
2. **線上展覽**：本年截至10月已完成35個，10月新增11個線上展覽及展館(如「印尼臺灣形象展-跨境電商館-線上虛擬展館」、「線上台灣國際醫療暨健康照護展」、「線上台北國際汽車零配件展覽會」及「IOT/智慧醫療主題館 (杜塞道夫醫療器材展)-線上虛擬展館」等)，將持續規劃建置。
3. **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家外國潛在買主名單，安排廠商與買主以視訊方式洽談，本年截至目前已超過1,000案申請，並安排近400場洽談。
4. **產品視訊發表會**：依產業別，並視市場需求規劃產品視訊發表會，推廣我國防疫、綠建材、生技等產品，並安排廠商與買主視訊洽談。本年截至9月已完成45場線上新品發表會，10月新增3場線上新品發表會(如「口罩美粧新趨勢線上發表會」、「臺灣 COVID-19解決方案」及「前進新南向-醫療設備暨創新產品線上商機交流會」等)，合計48場。
5. **數位行銷輔導**：提供2萬元等值之數位貿易輔導服務，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3,200家廠商運用數位行銷，帶動產品出口，截至11月18日已有3,311家廠商申請；另數位貿易升級方案提供每家廠商等值6萬元之數位行銷輔導措施，涵蓋4大類計9項服務，聚焦協助廠商運用新興數位行銷媒材開發潛力買主與市場，預計協助1,200家廠商，截至11月18日已有245家廠商申請。

6. 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，截至11月18日已累計總上課19,843人次。

(二)辦理數位行銷說明會：本部自 109 年 6 月起於北中南辦理振興出口說明會，宣導政府因應疫情之協助出口措施，並依業者拓銷需求，結合專家顧問群進行數位行銷實務解說，共計前往全臺 17 個縣市辦理，辦理 18 場次活動，輔導業者運用數位工具及跨境電商平台拓展海外市場。另自 11 月 16 日起結合中小型產業公協會辦理 8 場次數位行銷直播說明會。

(三)建置公版數位展覽館：為因應國外人士無法來臺參與實體展覽，規劃於「台灣國際專業展」(Taiwan Trade Shows，簡稱 TTS)網站建置線上展覽公版供展覽主辦單位使用，並協助臺灣各產業業者能運用線上展覽與國外買主持續接軌洽談，拓銷產品至國際。

(四)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，必要時以視訊或洽排廠商赴海外與買主洽談。

(五)持續提供優惠貿易金融服務：與輸銀及信保基金合作辦理貿易金融服務，提供廠商貸款利率、保證手續費及保險費之優惠，以協助中小企業取得資金及降低交易風險。

(六)擴大海外據點服務：在全球設置超過 120 個經濟部與外貿協會海外據點，可提供在海外打拼的中小企業市場資訊與諮詢服務，以及臨時辦公場所。

二、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，影響我國業者出口動能。

為瞭解產業因 COVID-19(武漢肺炎)疫情造成的困境及需求，本部持續與產業界保持聯繫，本部工業局也於今年 2-6 月期間辦理多場產業座談會，邀集受影響之產業公會參與座談提出問題與建言，並已責成產業競爭力發展中心擔任單一窗口，關懷產業需求，協助業者因應疫情所面臨的困難與挑戰。另為方便企業及民眾洽詢，設置 1988 紓困振興專線，由一站式服務窗口，專人提供即時性諮詢或協處服務，亦可至本部官網「因應 COVID-19(武漢肺炎)紓困與振興輔導專區」查詢。

本部推出「製造業振興紓困大補帖」，從「保薪資、補資金、減負擔、拚技術、顧人才、拓商機、要協調、找資源」等八大面向著手，全面協助因 COVID-19(武漢肺炎)疫情受影響之廠商及勞工，未來申請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。

由於全球疫情仍然嚴峻，我國主要出口國家邊境管制措施未解封，市場需求疲弱，導致國內與外銷相關之製造業及其技術服務業持續受到衝擊，為持續協助這些艱困產業，本部提出紓困 4.0 方案，辦理員工薪資及營運資金補貼，預估可協助約 1 萬家受影響企業持續營運，並穩定所屬 30 萬人以上之員工就業，維持社會安定。

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契機，打造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，以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。未來將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，打造「六大核心戰略產業」，讓臺灣成為未來全球經濟的關鍵力量。

(一)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。

(二) 塑橡膠製品

1. **提升塑橡膠製品附加價值：**塑橡膠製品需求增加，尤以中國大陸及美國成長較多。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。

(三) 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。