

## 經濟部提振外銷因應對策

(貿易局及工業局提供)

- 一、為協助業者因應後疫情時代形塑的貿易新常態，爭取全球商機，本部辦理**多元推廣措施**，以**虛實並進**方式協助業者拓銷海外市場。112 年規劃辦理臺灣形象展、形象週、參展團、拓銷團、採購大會及小型機動團等逾 **105 項實體活動**，例如：
- (一)**臺灣形象展**：規劃於泰國(7 月)、馬來西亞(8 月)、印度(10 月)及日本(12 月)辦理，將依各國適銷產業及消費需求規劃展覽主軸，提供我國解決方案與優質產品，並搭配洽談、論壇等活動，**提升我國產業能見度與形象**。
  - (二)**臺灣形象週**：如辦理中南美洲拓銷團暨墨西哥臺灣週(3 月)，前往瓜地馬拉、墨西哥、秘魯、厄瓜多拓銷，並於墨西哥站擴大辦理臺灣週，以臺灣文化元素為主軸，於當地舉辦觀光美食交流活動，**促進買主及參團業者交流**。
  - (三)**參展團、拓銷團**：如 2 月份參加紐倫堡玩具展(2/1-5)及波灣國際食品展(2/20-24)，協助業者**爭取海外市場商機**。
  - (四)**採購大會**：如 4 月份辦理中部韌性供應鏈夥伴大會、6 月份辦理食品國際通路商採購大會等，積極邀請國際買主來臺採購，**降低廠商赴海外拓銷成本**。
- 二、另為加強協助食品業者拓銷中國大陸以外市場，推出「**臺灣食品全球 GO 躍升計畫**」，規劃辦理大型海外促銷活動(如臺灣食品連環購、臺灣食品主題節)、客製化行銷輔導措施(如企業海外通路行銷輔導、小型機動拓銷團)、於海內外展覽辦理**加值活動**、洽邀買主**對臺採購**(3 月新增辦理首場實體大型食品採購大會)等。
- 三、除上述實體拓銷作法外，本部亦將持續透過創新科技，協助廠商加強數位行銷推廣，具體作法如下：
- (一)**多元數位行銷推廣**：台灣經貿網設置核心產業 **VR 虛擬展館**，另結合人工智慧、自動化科技等多元資訊技術，運用先進數據分析，以客製素材鎖定買主進行**精準行銷**，並與國外電商平台合作爭取上架優惠、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)運用創新科技行銷：

1. 運用創新科技加值推廣活動，如提供 Avatar 導覽產品介紹服務，業者可藉由台灣經貿網 DIY 虛擬產品代言人，運用 AI 自動配音功能，讓代言人以英語做產品簡報，解決賣方語言的痛點，增進買賣雙方溝通順暢度。
2. 製作我國主要進出口國／目標市場介紹之英文節目，向海外專業人士介紹臺灣優勢產業，並置入我國企業相關領先技術、產品及服務，於各項推廣活動中播放，加深國際買主對我優勢產業之印象。
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。

## 四、總體面因應對策

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。

疫情加速產業數位化的腳步，惟各產業樣態相當多元，且數位化程度不一，為協助企業數位轉型，經濟部結合專業法人能量籌組數位轉型服務團，依廠商數位化程度及產業特性不同，提供分級分階段輔導、補助措施等客製化輔導，協助產業漸進式地數位轉型。同時，也匯集國內具有服務能量潛力的雲端服務方案，並引導有相關需求的業者導入，解決企業數位轉型需求，提升數位營運能力。

透過產業升級轉型輔導，引導產業朝高值化、智慧化發展，提高產品競爭力，確保市場競爭優勢，並鼓勵企業投入研發，提升產業技術能量，以維繫產業國際競爭力。

此外，也引導業者拓展新南向等新興市場，強化連結多元國際市場，協助取得最新市場動態資訊，並與各國進行產業合作，謀求新商機機會。

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. **鼓勵臺商回臺設廠生產高階資訊產品：**美中關係和全球經濟仍因疫情蔓延而存在風險，預期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。政府將持續協助臺廠返臺布局，短期就原物料降關稅、提升通關效率等提供協助，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產品，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，以虛實整合的行銷方式，提供更為新穎有效的全球拓銷工作。
3. **推動人工智慧、物聯網加值應用產業：**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；亦主動輔導硬體業者加值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. **協助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，藉由與歐美或南亞、東南亞等地區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. **鼓勵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。

## 電子產品業

- (一)推動拓展新興市場政策，降低原有客戶影響程度：善用我國電子零組件產業生產、研發及掌握關鍵零組件等優勢及經驗，透過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國際與產業情勢波動。同時，與新興市場之當地品牌合作，結合在地通路商，以高優質、高性價比之國產電子產品，切入具開發潛力之當地內需市場，擴大經營新興市場以擴大現有市場發展規模，以期提升我國電子製品出口需求，鞏固我國電子產業生產動能。
- (二)串聯產業鏈上中下游，拓展技術應用並減少供應鏈影響：協助串聯國內電子產業上中下游產業技術，強化生態體系發展及強化上下游供應鏈連結；同時，關注國際人工智慧、物聯網等終端電子產品最新發展趨勢，引導電子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。
- (三)鼓勵研發創新技術與新興應用，以拓展市場空間：運用政策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，朝向新應用、高利潤發展，提升國際競爭力與附加價值，以掌握多元化市場發展契機。尤其關注未來 5G、AIoT、高速運算晶片、智慧車用電子及自駕車等商機，著手開發如車聯網、智慧醫療、智慧工廠、智慧城市等新興應用之軟硬體技術或方案，尋求後續擴大市場規模之成長動能。

## 光學器材業(含面板)

- (一)本月份外銷訂單下滑成因分析：與去年同期相比，宅經濟效應退散、電子產品需求不振和各應用面板價格仍低於去年同期約20-30%，因此面板廠持續維持低產能利用率。惟部份終端產品庫存已調節至正常水位，並啟動年終旺季備貨，使本月面板需求較上月微幅增溫。
- (二)協助作法：
  - 1.短期方針：
    - (1)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，如新興應用的拓展。目前由政府推動的臺灣顯示科技與應用行動計畫，聚焦智慧移動、醫療、育樂及零售等四大應用領域，將我國的先進顯示科技應用於生活中。
    - (2)如今已有多項成果落實，如高雄旅運中心的84吋電子紙顯示器解決方案，達成郵輪效率提升和促進亞灣觀光商機。後續將持續推動計劃，讓國內顯示產業逐漸朝加值顯示產品和系統整合服務轉型。

## 2. 中長期策略：

- (1)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。
- (2)未來將協助廠商建構新興應用解決方案生態系、拓展海外新興市場，促進我國智慧顯示應用解決方案開發成果國際輸出，加速轉型升級成為智慧顯示應用解決方案的全球供應鏈重鎮。

## 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，配合逐步回穩的鋼價走勢，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。