

經濟部提振外銷因應對策

(國際貿易署及產業發展署提供)

一、為提升我出口動能，本部於 112 年 8 至 9 月針對進出口公會及產業公會辦理逾 20 場座談會，瞭解業者需求，並自 112 年 9 月起至 114 年底推動「好產品，推出國」計畫，加強協助業者拓銷海外市場。

二、113 年辦理下列工作：

(一) 分散出口市場：

1. 擴大參展補助：

(1) 公協會部分：擴大補助公協會海外拓銷，**提高參展補助額度**，每展每攤補助增加 1 萬元。另補助開辦**特殊語言人才培訓班**，如西語、印尼語及泰語等。

(2) 個別廠商部分：**提高參展補助額度**，每家每攤補助增加 1 萬元。

2. 運用新模式爭取新商機：

(1) 籌組**大型拓銷團**：帶領業者組團赴中南美、中東歐等新興市場。

(2) 運用**數位科技行銷**：結合新創科技業者，依中小企業需求提供數位行銷服務，如跨境電商平台科技行銷、AI 代言人企業數位形象提升服務等。

(3) 建置**中小企業貿易數據平台**：經由蒐集全球貿易大數據、買主瀏覽軌跡後，透過數據分析及機器學習，主動替臺灣企業推薦適銷買主。

(二) 吸引外商對臺採購：

1. **提高買主來臺觀展採購優惠上限**：提高每展國外買主來臺觀展採購之交通或住宿優惠金額，由每展 200 萬元提高為 300 萬元；另針對未曾來臺或採購新品項之買主，除提供住宿外，加碼提供經濟艙來回機票。

2. 增辦**採購洽談會**：辦理智慧新應用合作商談會(如智慧醫療、智慧工廠等)及韌性供應鏈夥伴大會。

(三) 爭取 MIT 商機：

1. 於實體活動(如指標性國際展覽、台灣形象展)以**MIT 為主軸**，結合廠商產品舉辦產品發表會及創意公關活動，重點宣傳 MIT 形象。

2. **辦理全球性大型跨國活動**，針對永續議題，鼓勵全球企業及組織(NGO、學術單位等)應用臺灣綠色解決方案(包含硬體產品及軟體系統)，提出創新提案，經評選之優秀提案，可獲得來臺永續行程，體驗 MIT 魅力。
3. **與國際媒體**(如紐約時報、BBC)合作製播產業形象影片。
4. **提高海外參展設置國家形象館之補助**：為擴大臺灣館整體形象效益，針對現行公協會海外參展攤位數達 25 個以上建置國家形象館補助 200 萬元之上限，提高形象館補助為 300 萬至 500 萬元。

(四)擴大貿易金融支援：

1. **增加出口貸款規模**：出口貸放金額由支援 60 億元，自 113 年擴大至 70 億元，提供廠商按實際貸放利率減 0.5%。
2. **擴大輸出保險量能**：由每年補助輸出保險 1 億元加碼至 1.2 億元，提供廠商保險費優惠折扣最高 2.5 折及最高免收徵信費，承保金額將由 700 億元成長至 900 億元。

(五)異業結盟拓銷新興市場：

1. 結合石化、機械及紡織等產業籌組國家隊，開拓新市場整合相關石化、塑橡膠機械產品等上中下游業者，前往較有潛力且個別廠商較難開拓的印度、東協、非洲等新興市場，並辦理說明會，邀請當地政府官員出席或安排拜會政府單位，以切入當地國家產業政策爭取新商機。
2. 如規劃於 7 月在印度臺灣形象展設置石化、機械及紡織形象攤位，運用石化產品結合製鞋或塑膠射出成型機械，以整體解決方案向國際買主推廣我國優勢產品及服務。

三、預期效益：本計畫已自 112 年 9 月起執行至 114 年底，預估投入 20 億 8,730 萬元，受惠 3 萬家中小企業，爭取逾 100 億美元商機。

四、總體面因應對策

本部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。

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。

同時，疫情也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，本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、補助措施等客製化協助，協助產業漸進式地數位轉型。此外，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。

此外，自 111 年下半年起，中國大陸疫情、俄烏戰爭膠著、高通膨等因素造成全球景氣波動，加以面臨低碳化、智慧化等重要趨勢，為協助產業因應變局，本部依據「疫後強化經濟與社會韌性及全民共享經濟成果特別條例」，提出推動產業及中小企業升級轉型措施，提供及時雨協助包含中小企業、微型企業等廣大業者穩住經營、留住人力、升級轉型，並責成經濟部產業競爭力發展中心擔任單一服務窗口，提供 0800-000-257 免付費專線，由專人提供諮詢服務，歡迎業者多加利用。

資訊通信業

- (一) **促進企業掌握歐美寬頻網路基礎建設商機：**透過國際(如臺美)交流管道，協助業者透過商談、互訪、展會等作為，提升我國網通產業國際曝光度；同時積極瞭解國際商情，協助業者掌握歐美主要國家寬頻網路基礎建設計畫需求，把握歐美寬頻基建商機，增加合作及輸出機會。
- (二) **推動人工智慧、物聯網應用產業發展：**持續鼓勵廠商開發先進技術，研發如 3D 捕捉、智慧自駕車、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通訊產品及服務，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提升系統整合能力，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。
- (三) **鼓勵臺商回臺設廠生產高階資通訊產品：**受美中關係和全球總體經濟表現不佳影響，國際品牌商也開始要求臺灣產業供應鏈降低在中國大陸的生產比重；上述現象將持續影響資訊產業供應鏈，並驅動臺廠轉移部份產線回臺生產。未來會持續協助臺廠回臺布局，並鼓勵廠商瞄準高附加價值的產品，如整合人工智慧技術與智慧硬體解決方案等。

(四) 協助投資與拓展新興應用市場：為因應美中大國科技衝突，除鼓勵臺廠布局臺灣，同時協助朝南亞、東南亞等地區進行供應鏈布局，透過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，除了能落實全球布局並於海外建立產業聚落，也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，透過虛實整合行銷方式，進行更為新穎有效之全球拓銷。

基本金屬業

- (一) 穩定與擴大國內需求：**透過持續落實前瞻基礎計畫、投資臺灣三大方案等措施，穩定與擴大國內用鋼需求，協助產業因應鋼市需求不振與接單走緩。
- (二) 上游鋼材價格調整更彈性：**協調上游鋼廠對應市場行情變化，針對鋼材價格提供多元彈性的配套措施與因應方案，以協助中下游相關廠商提升出口競爭力。
- (三) 協助拓展外銷市場：**協助廠商利用數位、線上工具辦理拓銷活動，洽詢潛在買主。
- (四) 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，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) 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。

- (二) **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。
- (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。