

新南向政策工作計畫(經貿合作)

1. 經貿合作

1.1. 政策方向

我國與東南亞的經貿往來雖然歷史悠久，關係密切，但普遍把這些地區視為生產基地，從事加工出口型貿易或投資，對於當地內需市場較少涉入。近年來東南亞及南亞國家經濟快速發展，消費能力大幅提升，再加上新興中產階級興起，形成商機龐大的內需市場，已成為全球經濟成長的亮點。為協助台灣廠商可以同享東南亞及南亞國家經濟成長果實，「新南向政策」在經貿合作面上要改變台灣企業過去以東協及南亞作為生產基地的出口代工型態，轉而與新南向國家建立雙向之產業合作、貿易交流模式，將新南向國家之市場作為我國內需市場之延伸。未來台商對外投資動機面要從成本導向的防禦型投資轉變為市場導向的擴張性投資；策略面要從代工製造轉向品牌及通路經營；在模式面要從在各國生產或銷售相同產品轉向因地制宜；同時要提高產品或服務的附加價值，如由出口單項產品或服務轉向軟硬整合的系統輸出或整廠輸出。

基於此，經考量當地消費及基礎建設之成長性，以及產業轉型之需求，未來台灣與新南向國家之經貿合作，將由強化產業價值鏈整合、內需市場連結及基礎建設工程合作與系統整合服務輸出等面向著手，佈局下一世代的產業和貿易分工合作；以中高所得的都市消費者為主要目標客群，擬定客製化拓銷策略，並善用跨境電商搭配實體通路，降低行銷障礙，帶動貿易和投資；同時尋求與跨國企業之策略聯盟，爭取基礎建設工程及新興產業的合作契機。此外也將力求排除市場進入障礙，成立單一服務窗口，進行商情蒐集、人脈連結等工作，促進台灣與新南向國家經濟的互補共榮。

1.2. 政策目標

- (1) 精確了解新南向國家產業發展狀況、產業發展需求，以及可與我互補合作之處，透過產業公協會、法人機構之參與，進行雙邊對話，推動雙向互利之產業合作。
- (2) 檢討調整現有貿易拓展活動，提高其有效性，並使符合成本效益原則；針對我國具有競爭優勢之貨品、服務，包括農產品，運用創新、全方位之拓銷活動，積極開發新南向內需市場。
- (3) 為提升我國整體及產品形象，應於重點國家之重點城市辦理台灣形象展，並於一般展覽或促銷推廣活動中，加強展示我國產品之優質形象。
- (4) 對於台商在新南向國家之布局，應提供廠商充分之產業、投資與貿易相關法律、稅務等資訊，給予必要之協助，並引導廠商進行風險管理。
- (5) 選定我國具競爭力之基礎建設工程及系統整合項目，透過組織團隊的方式，以群體的力量，爭取顧問諮詢服務或建案輸出之標案。
- (6) 增加輸出入銀行及海外信用保證基金之資本或基金規模，必要時可結合公民營銀行資源，充分提供廠商拓展海外市場及進行海外布局所需資金，包括融資、保證、保險及買主徵信等；另，亦應鼓勵本國銀行於新南向國家設立分支機構，提供台商在地服務。

1.3. 具體工作計畫

106 年擬新增或擴大推動之工作計畫重點如下：

1.3.1. 產業合作與經貿拓展

- (1) 推動雙邊產業合作：由智庫專業研究優先推動國家產業發展特性，並具體評估合作領域與方式，建立並深化長期穩定產業鏈結關係推動雙邊產業公協會、智庫與技術法人進行實質交流、並列入官方經貿會談架構，目標為與至少4個新南向目標國家洽商產業合作可行性，並進行產業交流平台與活動，且每年至少簽署1個合作協議或備忘錄等。
- (2) 進行全方位貿易拓展：在產品上選定內需消費品、機械及工具機、醫材等，在服務業則挑選數位內容、連鎖加盟、資訊服務、健康產業、餐飲業等業者進行海外布局，另透過跨領域顧問服務團隊及建立電子商務通路作為貿易拓展的重點；並透過成立台灣商品行銷中心與機械買主聯盟，培訓目標市場使用我國工具機產品技術人員及辦理台灣產業日等創新拓銷方式來進行全方位貿易拓展，目標為在電子商務行銷上，服務17,500以上會員廠商家次，促成至少4億2,000萬美元採購商機；在服務業拓展上，服務50家以上廠商、促成商機至少3,000萬美元；另將建立3個機械買主聯盟，服務當地至少300家聯盟會員廠商。
- (3) 電商南向市場之拓展：協助國內電商赴東協市場發展，與當地業者合作或落地經營，輔導PChome、momo、Uitox等電商平台找尋當地供應商與支援服務商，並建立當地金、物流服務系統，以強化平台之競爭力；另協助業者結合當地社群操作，提升台灣電商平台及明星產品知名度和流量，完善東協跨境營運生態體系，每年帶動200家台灣品牌上架至少3,000項商品。
- (4) 加強農產輸出：輔導成立台灣國際農業開發公司，建構供貨穩定及品質確保的農產品外銷供應體系，並選定農糧生鮮冷凍產品出口為主，目標為106年輸銷至新

南向18個國家之農糧生鮮冷凍產品出口值較104年成長10%。

- (5) 強化台灣整體形象：在新南向國家主要城市辦理至少4個台灣形象展；至少於11個海外專業展覽活動中設置台灣精品展示專區，促成東南亞地區消費者對台灣產品的好感度每年成長3%以上。
- (6) 協助台商布局：在新南向國家如印尼、越南、泰國、菲律賓、緬甸、印度等設置台灣窗口，提供我商有關當地法律、會計、稅務及產業資訊諮詢服務，每年至少提供廠商1,000件投資諮詢服務；提供新南向國家投資環境安全報告，協助廠商進行風險管理。

1.3.2. 基礎建設工程合作與系統整合輸出

- (1) 推動基礎建設工程合作：選定智慧型交通運輸ETC、都會捷運、環保工程、電廠及石化整廠等5個領域，整合潛力關聯業者並籌組輸出團隊，針對新南向目標國家爭取顧問諮詢服務或建案輸出，並透過召開工程產業全球化平台會議，協調解決工程產業赴海外遭遇之問題，目標為106年爭取ETC國際輸出顧問諮詢服務至少1件、每年協助爭取1件（或以上）捷運營運維管或電子票證等顧問諮詢服務、協助環境保護資源工程產業重點項目爭取海外建案或拓點1件、爭取輸出1個電力能源整廠輸出建案、爭取輸出1個石化整廠輸出建案。
- (2) 加強系統整合輸出：選定綠色運輸、智慧物流、智慧健康、智慧校園、電子化政府、LED照明及雲端系統等7個項目，整合潛力關聯業者並籌組輸出團隊，針對新南向目標國家爭取標案至少5案；成立資通訊、工程、安控及綠能等4個產業聯盟，規劃籌組3團系統輸出案源開發團，針對新南向國家爭取政府採購商機。

1.3.3. 金融支援

- (1) 強化輸出入銀行融資功能：逐步將資本額於 2018 年增至 320 億元；已建置「系統、整廠及工程產業輸出聯貸平台」，結合公民營銀行金融資源，提供廠商所需融資服務；提供優惠融資及保證條件、提高保險費優惠幅度及代辦買主徵信費用折抵保險費等優惠措施，目標為輸銀對新南向政策目標國家貸款核准額度年增率 4.95%、保證額度年增率 2%。
- (2) 強化海外信保基金保證功能：擴大基金規模；將原東南亞地區專案融資保證擴大為新南向專案融資信用保證，每案上限達 200 萬美元，海外信用保證基金新南向地區之保證融資金額年增率 6%。
- (3) 增設本國銀行據點：協助本國銀行於新南向國家增設 3 個據點，目標為每年核准增設 3 個據點。