



新南向政策

旗艦計畫與潛力領域

行政院經貿談判辦公室

2017.8.31



新南向現階段成果



計畫研擬過程



旗艦與潛力領域計畫

壹、新南向現階段成果(1/2)

- 政策更為聚焦：累積各領域及全面性的推展成果，聚焦於五大旗艦與三大潛力領域。
- 運作趨於成熟：政府部會、地方政府、國會以及各類企業與民間團體間的溝通與協調更有效率(為擴大招收產學人才專班學生，教育部與外交部於短時間內已協調並簡化簽證措施)。
- 投入更多資源：擴大政府資源配置，推動新南向政策，107年度總預算編列71.9億元，較106年度相同基礎預算增加27.4億元，增加62%。

壹、新南向現階段成果(2/2)

- 媒體回應正面居多：媒體報導多肯定我國新南向政策方向與作法，認為政策推動有利於臺灣與區域的融合，亦助於我國整體體質的強化(國際媒體露出部分，自2016年8月至2017年8月共有456篇報導；國內媒體露出部分，最近3個月每月平均有80-95篇相關新南向報導)。
- 計畫效果逐漸呈現：各項合作計畫的進展更增進政策推動信心(2017年1-7月，新南向18國來臺旅客總人次較2016年同期成長36.7%，總計已達125萬人次；105學年度(2016/8/1-2017/7/31)新南向地區來臺就學人數為31,531人，成長率約為10%)。
- 夥伴國反應積極：新南向各國分別就教育、農業、漁業、醫衛及公共工程等方面，主動向我國提出更多類型的合作計畫。

貳、計畫研擬過程

- 1.研擬：各主政部會依據前次經貿戰略會議之指示，偕同各協辦單位經多次會商，研提戰略目標、策略作法及預期成果等項目，並擬定計畫執行期程及預算配置。
- 2.檢視：各主協辦部會初擬之計畫，經內部核定後，再與經貿談判辦公室討論並做必要修正。
- 3.陳報：分別於2017年7月24日及8月14日由各部會首長向行政院林院長簡報各計畫目標與內容，並依據院長指示調整工作計畫內容。
- 4.管控：每兩週召集工作階層會議檢視推動進展，及每月召開跨部會協調會議，掌握各項亮點進度。

參、旗艦與潛力領域計畫- 區域農業發展(1/2)

戰略目標

- 基於雙向互惠互利，促進我國與新南向國家之區域農業共榮與永續發展，共創雙贏。

具體措施

- 在新南向國家複製及拓展臺灣農業發展經驗與模式，協助各國改善農業經營與提升農民收入，並促進我農業資材、設備與技術外銷。
- 加強與新南向國家之農業人才及技術雙向交流，培養跨國農業人才，扮演區域農業發展領導角色。
- 強化與新南向國家之農業經貿及投資關係，降低我農業外銷與投資過度依賴單一市場之風險，並發展具有國際競爭力的大型農企業。
- 協助新南向國家建置重要糧食生產基地，共同維護區域糧食安全。

參、旗艦與潛力領域計畫- 區域農業發展(2/2)

預期效益

- 種子種苗、技術套組、資材、機械、設備及設施等農業外銷新南向國家金額每年成長**5%以上**。
- 農業人員交流每年**500人次**以上；新南向國家人員來臺就讀或參加農業訓練課程，每年**250人**以上。
- 與新南向國家整體農產貿易金額每年成長**10%以上**。
- 協助新南向國家建置**糧食生產基地**，維護我糧食安全及汛期蔬菜短缺所需。

參、旗艦與潛力領域計畫- 醫衛合作與產業鏈發展(1/3)

戰略目標

- 藉由我國醫療衛生軟實力，深耕醫衛人脈網絡，擴大我國在新南向國家的影響力。
- 透過全面性醫衛合作與相關產業鏈密切連結，增加我國醫衛產業之出口機會及產值。
- 強化防疫境外之理念，建構更安全之區域聯合防制網絡，保障人民健康安全。

具體措施

- 軟實力連結：推動人才培訓與能量建構，建立雙向合作機制。
- 供應鏈連結：推動醫衛產業供應鏈與新南向市場之連結。
- 區域市場連結：以法規調和強化與新南向市場之醫衛法規、制度及互信夥伴連結。
- 人與人連結：建構疫情區域聯合防制網絡及健康照護機制。
- 整合機制：建立醫衛領域資源整合與合作網絡平臺。

參、旗艦與潛力領域計畫- 醫衛合作與產業鏈發展(2/3)

預期效益

一、軟實力連結：

- 擴大辦理「推展新南向衛生醫療合作計畫」，每年培訓人數增加20%，爭取4年培訓1,000人之目標。
- 爭取醫院與醫學院校間合作備忘錄。

二、供應鏈連結：

- 設置國際醫療病人服務中心，爭取國際醫療服務人次達50%之成長率。
- 2018-2021年協助產業取得標的國牙材許可證共15張。
- 結合醫療衛生合作，協助提升健康服務業及醫衛相關產品之出口值，每年成長5-10%。

參、旗艦與潛力領域計畫- 醫衛合作與產業鏈發展(3/3)

預期效益

三、區域市場連結：

- 國際機構相互認證，未來四年我國檢驗機構獲累計認可家次倍數成長。
- 建立與新南向各國家等區域間防範不法藥物、濫用藥物及化粧品檢驗資料庫，四年間目標資料筆數增加4倍。
- 建立國家中藥註冊登記輔導指引，減少中藥產業外銷貿易障礙。

四、人與人連結：

- 佈建對外防疫網絡，深化區域合作關係，派遣由我國防疫專家組成之防疫深耕隊，並帶動我防疫產業與新南向國家供應鏈之連結。
- 制定新興傳染病關鍵績效指標，協助亞太區21個APEC會員體達成2020健康亞太目標。
- 協助新南向國家建立防疫資訊，並協助引進由臺灣產業開發的新穎防疫器材。

參、旗艦與潛力領域計畫- 產業人才發展(1/2)

戰略目標

- 配合國內企業新南向拓展需求，系統性優化人才培育及技術訓練資源，及建構激勵性留才機制。
- 擴大我國高等及技職教育新南向發展資源效益，新南向國家學子來臺就學人數逐年成長百分之二十。
- 強化我國與新南向國家鏈結，對接各國人才培育及技術人力訓練需求。
- 建立新住民二代子女培力系統，推動新住民產業人才培育方案。

具體措施

- 發揮我國技職優勢，培訓新南向國家青年學子專長。
- 配合國內企業技術人力需求，建立精準培訓及留用制度。
- 提供多元來臺短期交流管道，擴大建立留學臺灣國際口碑。
- 強化新南向國際鏈結，協助對象國技術種子師資培育。
- 多元管道增進本國青年學子及新住民二代子女對東協及南亞各國的理解與認知。

參、旗艦與潛力領域計畫- 產業人才發展(2/2)

預期效益

一、國際鏈結：

- 建立臺灣連結據點及區域經貿文化與產學中心17個。
- 高階人才專班、大學講師來臺留學、菁英來臺留學計畫(ESIT)及產業種子師資約700人。

二、產業人才培育/訓練/留用：

- 短期、夏日、外青及海青班共約7,000人，其中產學合作專班目標為5,000人。
- 僑外生到東南亞企業實習媒合：500人。
- 新南向企業人力培訓課程：3,900人次。
- 鼓勵僑外生留臺工作：2,000人。

三、增進本國青年對新南向理解及新住民子女培力：

- 大專校院學生赴東協及南亞國家臺商企業及跨國企業實習/見習/創新創業交流2,000人次。
- 經貿儲備人才培訓：60人。

參、旗艦與潛力領域計畫- 新南向論壇與青年交流平臺

戰略目標

- 建立常態性之區域對話平臺，分享跨國人才培育、跨國人力資本交流及技術交流經驗，並促進產業界與公民社會之區域合作，強化亞太地區多層次、多面向之社會連結。
- 從臺灣經驗出發，以產業科技之「創新發展」與公民社會之「進步價值」作為強化新世代亞洲社會連結的共同願景。
- 提供國內對東南亞、南亞有興趣的專業者接觸相關議題之平臺，並與外國講者及組織進行交流。

參、旗艦與潛力領域計畫- 產業創新合作(1/3)

戰略目標

- 透過臺灣與新南向國家在產業供應鏈的新定位，創造互利共贏的合作模式。
- 產業創新的連結，並帶動多元出口與延伸內需市場，共同拓展經貿布局，合作開發市場。

具體措施

- 以「5+2」產業創新計畫為基礎，考量新南向國家特定需求，強化創新領域的合作。
- 以推動亞洲·矽谷、智慧機械、綠能科技及循環經濟等領域的合作，營造亞太產業供應鏈的夥伴關係。
- 協助中小企業以臺灣形象為主體的創新行銷，推廣建構合作網絡。

參、旗艦與潛力領域計畫- 產業創新合作(2/3)

預期效益

一、營造亞太產業供應鏈—夥伴關係

- 於東協及南亞重點國家辦理產業高峰論壇，深化合作，加速產業鏈結。

二、推動「亞洲·矽谷」新南向交流合作

- 促成我國智慧城市展示2場，物聯網創新解決方案輸出2案。
- 促進與新南向國家校園人才培育及交流500人次。

三、智慧機械—打造區域產業鏈

- 透過產業鏈合作，結合當地具有市場潛力之應用產業共同開發智慧應用系統。
- 促使當地學員熟悉搭配我國國產控制器之機械操作，提升採用我國智慧機械之意願。

四、綠能科技—共建綠色新亞洲

- 微電網與智慧電網佈建技術，預計完成1案。
- 纖維生質精煉技術預計1年~2年內建置每日30噸~100噸驗證廠。

參、旗艦與潛力領域計畫- 產業創新合作(3/3)

預期效益

五、中小企業新南向—建構合作網絡

- 協助中小企業拓展海外市場商機新臺幣1億元。

六、系統整合—整廠整案輸出

- 促成系統整合與整廠整案領域解決方案輸出至少6案，促成輸出規模達新臺幣3億元。
- 針對新南向國家系統整合國際標案，並籌組國際標案聯盟團隊，參與備標至少6案。
- 籌組至少1個跨國產業聯盟，促成10家廠商參與，協助爭取市場商機。

七、臺灣形象—創新行銷推廣

- 提升我國優勢產業國際形象與知名度，以群體拓銷方式，共同拓展新南向市場。每年預計促成至少290家成功案例，帶動出口動能。

參、旗艦與潛力領域計畫-

跨境電商(1/2)

戰略目標

- 運用**跨境電商搭配實體通路**開拓新南向市場。
- 提升**中小企業**跨境電商能量。
- 建全新南向**跨境電商基礎環境**。

具體措施

- **市場拓展**：運用跨境電商形塑我國產業、產品、服務等方面之優良形象與創造高效益行銷管道，提升雙邊貿易額。
- **人才養成**：藉由跨境電商相關訓練計畫與學程，培植我國拓銷新南向國家電子商務人才，促使跨境電商蓬勃發展。
- **電商整體環境之提升**：解決我國與新南向國家在跨境電商法規、物流等配套業務相關問題，使我國商品與新南向國家之商品順暢流通。

參、旗艦與潛力領域計畫-

跨境電商(2/2)

預期效益

- 市場拓展：每年協助2萬5,000家廠商，運用臺灣經貿網行銷新南向國家，促成B2B採購商機及每年促成至少6家平臺來臺進行洽談，爭取至少5億3,000萬美元商機。
- 人才養成：每年培訓至少5,000人次(包括以臺灣經貿網為場域，與國內大專院校合作，每年協助200家廠商及500名學生充實行銷技能；每年開辦電商研習課程，參與廠商至少2,700人次；辦理亞太電商論壇參與廠商至少1,500人次等)。
- 電商環境：協助業者提高物流效率縮短臺馬到貨時間3天及降低物流成本30%，打造3個跨境電商示範案，建立海外發貨倉。

參、旗艦與潛力領域計畫- 觀光(1/2)

戰略目標

- 透過吸引新南向國家旅客來臺，擴大我旅遊服務業及周邊產業之輸出。
- 透過觀光面向之軟性交流，增加新南向國家與我國人民間之好感、熟悉感及認同感，以營造新南向產業人才發展、醫衛產業發展、創新產業合作、農業發展及青年交流各旗艦計畫之合作基礎。

具體措施

- 增設駐外據點，開拓新興市場：於東協市場洽設辦事處或連絡處。
- 推動地方深度旅遊，透過「花東門戶」、「澎湖秋瘋運動祭」等方案推廣特色地方旅遊。
- 結合友臺組織，推動臺/華商企業獎勵旅遊。
- 區域串連，連結產學合作：2017年觀光局與高雄餐旅大學合辦「稀少語旅遊輔助人員訓練」。
- 建立觀光合作與溝通平臺，加速推動觀光合作。
- 加速推動免簽，減少簽證障礙：持續推動重點國家旅客來臺便利簽證措施。

參、旗艦與潛力領域計畫- 觀光(2/2)

預期效益

- 2020年來臺旅客中新南向國家佔1/4以上。
- 推動臺/華商企業獎勵旅遊，2018年目標1.2萬人次。
- 郵輪一程多站等旅遊行程於2018年目標達2.5萬人次，並建立臺灣觀光旅遊資訊網站(含手機版)，便利自由行旅客使用。
- 2017年預計培訓400名旅遊輔助人員及導遊，並鼓勵新住民及僑外生報考。

參、旗艦與潛力領域計畫- 公共工程

戰略目標

- 建立爭取新南向公共工程標案模式，擬定長期紮根計畫，包括組建團隊、策略聯盟、制度化融資、政策貸款、利息補貼及與目標國合作等各面向。
- 強化我國在相關新南向國家之正面形象，並藉此提昇雙邊溝通管道與實質關係。

具體措施

- 經由ODA模式爭取海外公共工程，設定爭取35億美元海外公共工程商機的目標，並補貼承辦銀行融資之利息差額。
- 系統整合輸出方面，選定電廠、石化、智慧型交通運輸ETC、都會捷運、環保工程等五大輸出團隊，每年爭取標案200億元。本年上半年已取得菲律賓及印尼各1件汽電共生廠建置案共120億元。

