

2024

中小企業白皮書

中小企業海外拓展動向與成長策略



部長序

中小企業是我國經濟穩定的重要磐石，也是創造就業、安定社會的重要力量。2023 年臺灣中小企業家數超過 167.4 萬家，占全體企業達 98.88% 以上，創造就業逾 916 萬 7 千人，占全國就業人數近 8 成，銷售額超過 28 兆元，占比超過 5 成。此外，新創在臺灣產業發展創新驅動的經濟模式上，扮演相當重要的角色，2023 年底擁有技術或商業模式創新之新創事業達 7,477 家，在政府致力完善國內新創環境，希望能持續運用新創的創新技術，協助國內傳統產業及中小企業達到升級轉型的目標。

因應近年各國加速數位轉型及淨零排放，加上地緣政治引發全球供應鏈移轉、國際經濟情勢變動等因素，政府為協助中小企業提高生產力，除持續完善相關法規、提升經營韌性、厚植國際競爭力外，更全力支援中小微企業運用數位科技及人工智慧工具，改善營運效率，以增加產品及服務的附加價值，克服產業升級挑戰並接軌國際。

政府目前積極推動「中小微企業多元振興發展計畫」，整合跨部會資源，透過數位轉型、淨零轉型及通路發展三大策略，輔以「提供數位人培協助及優惠貸款」、「增僱青年、高齡基層員工，以及為員工加薪之租稅優惠」、「為員工加薪將取得額外信用保證額度」等配套措施，並提供單一服務窗口，以促進企業升級、提升員工薪資水準、落實創新經濟與包容成長的政策目標。此外，持續擴大國際連結，深化與主要國家的經貿合作關係，建立具韌性與互惠共榮的夥伴網絡，積極協助中小企業拓展海外市場。

為呈現我國中小企業整體輪廓、關注議題及政府協助措施，2024 年《中小企業白皮書》分為三大篇，透過「營運動向」、「焦點議題」及「政策措施」，從檢視總體經濟脈動、中小及新創企業發展動向，至彙整政府重要政策等措施，作為各界掌握我國中小企業發展、學術研究及國際交流之參考，並為中小企業經營發展與成長提供實質的幫助。

本書承蒙所有參與人員的全心投入，以及白皮書編審委員提供寶貴意見，謹致謝忱，同時期盼各界不吝指教，使本書更臻完善。

經濟部部長

郭智輝

謹識

2024 年 11 月

目 錄

部長序	1
目 錄	3
凡 例	6
圖 次	8
表 次	10
提 要	13

營運動向篇

第 1 章	總體經濟環境變化	20
	第 1 節 全球經濟脈動.....	20
	第 2 節 臺灣經濟脈動.....	34
	第 3 節 總體經濟環境暨政策觀察.....	45
第 2 章	中小及新創企業動向	50
	第 1 節 中小企業經營情勢	51
	第 2 節 新創企業營運概況	67
	第 3 節 女性企業主經營現況.....	86
	第 4 節 中小型商業經營概況.....	91
	第 5 節 中小企業研發經費	96
第 3 章	財務概況與資金融通	99
	第 1 節 整體財務概況.....	99
	第 2 節 財務比率概況.....	104
	第 3 節 資金融通情形.....	108

第 4 章	中小企業人力資源.....	113
第 1 節	勞動力運用情形.....	114
第 2 節	勞動條件概況.....	128
第 5 章	因應經濟環境變化之對策	132
第 1 節	政府重要策略與推動方案.....	132
第 2 節	中小企業面對挑戰與未來發展方向	144

焦點議題篇

第 6 章	中小企業海外拓展動向與成長策略	152
第 1 節	海外拓展動向與轉變.....	153
第 2 節	新興科技領域國際化動向.....	156
第 3 節	海外拓展個案分析	162
第 4 節	鏈結國際成長策略	176

政策措施篇

第 7 章	完善財務發展與促進投資	182
第 1 節	財務協處服務.....	183
第 2 節	融資與信用保證	186
第 3 節	投資及多元籌資管道.....	195
第 8 章	促進升級轉型與提升研發能量.....	199
第 1 節	促進數位轉型.....	200
第 2 節	提升數位應用能力	202
第 3 節	輔導淨零轉型.....	204
第 4 節	推升技術與創新研發.....	207

第 9 章	建構創新創業及育成加速機制.....	212
第 1 節	完備創育生態系	213
第 2 節	強化創育支持系統	214
第 3 節	優化創新創業場域	218
第 10 章	深耕城鄉產業及掌握市場商機.....	221
第 1 節	推動城鄉產業群聚	222
第 2 節	提升企業行銷效能	223
第 3 節	促進商機媒合與出口拓銷.....	224
第 11 章	中小企業其他相關支援	229
第 1 節	編列輔導經費.....	230
第 2 節	精進法制環境.....	232
第 3 節	促進國際鏈結.....	234
第 4 節	培育專業人才	236
第 5 節	獎勵傑出典範.....	240
附 錄		
附錄 1	中小及新創企業主要相關法令	244
	中小企業發展條例.....	244
	中小企業認定標準.....	253
	具創新能力之新創事業認定原則	254
附錄 2	中小及新創企業統計表.....	255
附錄 3	2023 年及 2024 年中小企業傑出獎項得獎名錄	296
附錄 4	中小及新創企業政策性專案貸款	301
附錄 5	信保基金相關保證項目或措施.....	302
附錄 6	中小企業融資服務窗口.....	304
附錄 7	區域及各縣市中小企業服務中心	306
附錄 8	主要國家中小企業發展情勢	307
附錄 9	資料來源及參考文獻	314

凡 例

1. 依據〈中小企業發展條例〉第 4 條第 3 項規定，經濟部於每年定期發布《中小企業白皮書》，提供相關資訊供各界參考。
2. 家數、銷售額、內銷額及出口額之統計資料，自 2023 年起依據〈行業統計分類（第 11 次修正）〉調整行業別，共同比資產負債表及損益表之 2022 年統計資料依據〈行業標準分類（第 10 次修訂）〉；就業及受僱人數統計資料自 2022 年起依據〈行業統計分類（第 11 次修正）〉。相同名稱之行業，其細項類別增刪、更名或移往其他業別，可能無法完全對應，因此應用、比較歷年資料時，須注意行業變動。
3. 本書所稱之中小企業，除特別加註說明外，2020 年起相關統計，係依據 2020 年 6 月 24 日修正之〈中小企業認定標準〉加以定義：實收資本額在新臺幣 1 億元以下，或經常僱用員工數未滿 200 人者。
4. 本書企業家數、銷售額、內銷額及出口額之統計資料，整理自財政部財政資訊中心營業稅徵收原始資料；共同比資產負債表及損益表之統計資料，整理自財政部財政資訊中心營利事業所得稅申報資料，皆以資本額定義中小企業。
5. 本書以 8 年內（經營未滿 8 年）新設中小企業，以及新創事業之統計資料，觀察新創企業營運發展：（1）依經濟部中小及新創企業署〈具創新能力之新創事業認定原則〉，新創事業原則上為設立未滿 8 年中小企業，故運用營業稅徵收原始資料，呈現 8 年內（含 1 年內）新設中小企業之統計資料；（2）並運用經濟部中小及新創企業署 FINDIT 臺灣新創資訊平台（簡稱 FINDIT 平台）新創企業資料庫，所彙整具技術或商業模式創新之新創企業清單，呈現新創事業之統計資料。
6. 就業及受僱人數統計資料，整理自行政院主計總處人力資源調查統計原始資料，以員工數定義中小企業。上述統計資料以最新可取得之完整年度為主，因此所分析之資料期間與書名所載年份不同，如營業稅徵收原始資料及人力資源調查統計原始資料為落後 1 年，營利事業所得稅申報資料為落後 2 年，應用資料時，需注意時間及來源。
7. 本書以西元紀年表示；內文統計資料若為年度延續資料，以呈列 2 年資料為原則，若因中小企業定義、行業標準修訂等導致無法對照比較，則以當年資料為主。
8. 本書使用政府相關單位所發布的統計及調查資料，以 2024 年 9 月發布最新資料為主。各單位發布最新各類資料，其數據的截止時間不同。
9. 本書數字由於尾數採 4 捨 5 入進位，總計數字可能不等於各細項數字之和，或各項比率總計數字可能不等於 100%。

10. 本書統計資料所用符號，於第 4 章代表意義如下：「0」表示數值不及一單位；「-」表示無數值。
11. 本書所載之統計資料如有更新數字均予以修正，凡與前年同書數字不同者，應以本書數字為準。
12. 本書引用文章及法規以〈〉表示；書、雜誌、期刊以《》表示。
13. 附註中之資料來源若以政府機關表示，即向該單位申購或由該單位提供；若以調查報告顯示，即資料摘自該調查報告。

圖次

圖 1-2-1	近年臺灣經濟成長率	34
圖 1-2-2	近期臺灣景氣對策信號.....	37
圖 1-2-3	近年臺灣製造業／非製造業採購經理人指數	38
圖 1-2-4	2023 年臺灣前 5 大出、進口商品占比	40
圖 1-2-5	近年臺灣消費者物價指數及生產者物價指數年增率	43
圖 1-2-6	近年臺美基準利率與新臺幣對美元匯率走勢	44
圖 2-1-1	2022 年及 2023 年中小企業家數行業分布	54
圖 2-1-2	2023 年企業內外銷比率－按規模別	55
圖 2-1-3	2022 年及 2023 年中小企業銷售額行業分布.....	56
圖 2-1-4	2022 年及 2023 年中小企業出口額行業分布.....	58
圖 2-1-5	2023 年中小型製造業出口額行業分布	59
圖 2-1-6	2023 年出口區域金額占比－按規模別	59
圖 2-1-7	2023 年中小企業地區及主要縣市家數分布情形	63
圖 2-1-8	2023 年區域就業人數分布－按中小企業就業者主要工作地點	67
圖 2-2-1	2023 年 8 年內新設中小企業家數及銷售額行業分布.....	76
圖 2-2-2	2023 年 8 年內新設中小企業內銷額及出口額行業分布	77
圖 2-2-3	2023 年 8 年內新設中小型製造業出口額行業分布	77
圖 2-2-4	2022 年及 2023 年 1 年內新設中小企業家數行業分布	82
圖 2-2-5	2022 年及 2023 年 1 年內新設中小企業銷售額行業分布.....	82
圖 2-2-6	2023 年新創事業內外銷金額及比率	84
圖 2-2-7	2023 年新創事業家數前 10 大應用領域分布	84
圖 2-2-8	2023 年新創事業家數組織型態分布	85
圖 2-3-1	2023 年銷售額之內外銷比率－按規模別及企業主性別	87
圖 2-3-2	2023 年中小企業家數行業分布－按企業主性別	88
圖 2-4-1	2023 年批發業經營上遭遇的困境－按規模別（複選）	92

圖 2-4-2	2023 年批發業未來營運發展計畫－按規模別（複選）	93
圖 2-4-3	2023 年零售業在經營上遭遇的困境－按規模別（複選）	94
圖 2-4-4	2023 年零售業目前發展營運策略－按規模別（複選）	94
圖 2-4-5	2023 年餐飲業在經營上遭遇的困境－按規模別（複選）	95
圖 2-4-6	2023 年餐飲業未來營運發展計畫－按規模別（複選）	96
圖 2-5-1	2013 年至 2022 年研發經費比率－依執行部門別.....	97
圖 2-5-2	2013 年至 2022 年中小企業研發經費概況	98
圖 3-2-1	2021 年及 2022 年企業短期流動性－按規模別	104
圖 3-2-2	2021 年及 2022 年企業長期安定性－按規模別	105
圖 3-2-3	2021 年及 2022 年企業經營能力－按規模別.....	106
圖 3-2-4	2021 年及 2022 年企業獲利能力－按規模別.....	107
圖 3-3-1	2004 年至 2023 年 5 大銀行新承做放款平均利率	108
圖 3-3-2	2008 年底至 2023 年底臺灣一般銀行對中小企業放款情況	110
圖 4-1-1	2022 年及 2023 年中小企業就業人數行業分布	115
圖 4-1-2	2022 年及 2023 年中小企業受僱人數行業分布	116
圖 4-1-3	2022 年及 2023 年中小企業就業者及受僱者年齡結構	117
圖 4-1-4	2022 年及 2023 年中小企業就業者及受僱者性別結構	117
圖 4-1-5	2022 年及 2023 年中小企業就業者及受僱者學歷結構	118
圖 4-1-6	2014 年至 2023 年自營作業者人數變化	122
圖 6-1-1	歷年中小企業出口表現.....	154
圖 6-1-2	近年中小企業出口市場區域金額占比變化	155
圖 6-3-1	近期我國中小企業拓展海外市場的成長策略特徵	175
圖 7-0-1	中小企業財務融通措施架構	182
圖 8-0-1	促進中小企業升級轉型輔導策略架構	199
圖 9-0-1	中小企業創業育成措施架構	212
圖 10-0-1	推動中小企業城鄉產業發展及拓展海內外市場措施架構	221
圖 11-0-1	中小企業其他相關支援架構	229

表次

表 1-1-1	全球主要經濟體（國家）經濟成長表現及重要總體經濟指標	21
表 1-2-1	近年臺灣商品貿易概況.....	39
表 1-2-2	2023 年臺灣主要商品貿易進出口概況	39
表 1-2-3	2023 年臺灣對主要貿易往來國進出口概況	41
表 1-2-4	近年臺灣服務貿易變化趨勢	42
表 2-1-1	2022 年及 2023 年企業家數、銷售額、就業及受僱人數－按規模別 ..	52
表 2-1-2	2021 年至 2023 年中小企業家數及銷售額－按產業部門.....	53
表 2-1-3	2021 年至 2023 年中小企業家數及銷售額變動概況	57
表 2-1-4	2023 年企業家數、比率及年變動率－按經營年數及規模別	60
表 2-1-5	2023 年企業家數及比率－按經營年數及規模別	61
表 2-1-6	2023 年企業家數及比率－按組織型態及規模別	62
表 2-1-7	2023 年企業家數及銷售額－按區域別及規模別	63
表 2-1-8	2023 年企業家數及銷售額－按六都及規模別.....	64
表 2-1-9	2023 年中小企業家數分布－按區域別及行業別	65
表 2-1-10	2023 年中小企業銷售額分布－按區域別及行業別	66
表 2-2-1	臺灣創業生態網絡概況.....	70
表 2-2-2	創育機構家數	71
表 2-2-3	外部合作模式之創業關鍵字	72
表 2-2-4	2024 年至 2025 年前 10 大創投關注領域.....	73
表 2-2-5	選擇海外發展國家的主要原因	74
表 2-2-6	2023 年 8 年內新設企業家數及銷售額－按規模別	75
表 2-2-7	2023 年 8 年內新設中小企業家數及銷售額－按產業部門.....	75
表 2-2-8	2023 年 8 年內新設企業家數及比率－按組織型態及規模別	78
表 2-2-9	2023 年 8 年內新設企業家數及銷售額－按區域別及規模別	79
表 2-2-10	2023 年 8 年內新設企業家數及銷售額－按六都及規模別.....	80

表 2-2-11	2023 年 1 年內新設企業家數及銷售額－按規模別	80
表 2-2-12	2023 年 1 年內新設中小企業家數及銷售額－按產業部門.....	81
表 2-2-13	2023 年新創事業家數及比率－按經營年數	85
表 2-3-1	2022 年及 2023 年企業家數及銷售之規模別概況－按企業主性別	87
表 2-3-2	2023 年中小企業家數－按經營年數及企業主性別	89
表 2-3-3	2023 年 1 年內新設中小企業家數及銷售額－按企業主性別	90
表 2-3-4	2023 年中小企業家數－按組織型態及企業主性別	91
表 3-1-1	2021 年及 2022 年共同比資產負債表－按規模別.....	100
表 3-1-2	2022 年中小企業共同比資產負債表－按行業別	101
表 3-1-3	2021 年及 2022 年共同比損益表－按規模別.....	103
表 3-3-1	2022 年底企業負債結構－按規模別	109
表 3-3-2	2023 年底對中小企業放款餘額前 10 大銀行	111
表 3-3-3	2022 年底及 2023 年底對中小企業放款占比前 10 大銀行.....	111
表 3-3-4	2022 年底及 2023 年底對中小企業放款餘額前 10 大民營銀行	112
表 3-3-5	2022 年底及 2023 年底對中小企業放款餘額前 3 大外國銀行	112
表 4-1-1	2022 年及 2023 年臺灣就業及受僱人數規模別概況.....	114
表 4-1-2	2023 年我國就業者六都分布－按規模別.....	119
表 4-1-3	2023 年我國受僱者六都分布－按規模別.....	120
表 4-1-4	2022 年及 2023 年雇主屬性－按規模別.....	121
表 4-1-5	2022 年及 2023 年自營作業者屬性	122
表 4-1-6	2022 年及 2023 年就業者全日工作及部分工時勞工運用概況－按規模別	124
表 4-1-7	2022 年及 2023 年臨時性或派遣人力使用狀況－按規模別	125
表 4-1-8	2022 年及 2023 年失業者屬性－按規模別	126
表 4-1-9	2022 年及 2023 年離開前職理由－按規模別.....	127
表 4-1-10	2019 年至 2023 年企業移工在臺人數－按規模別.....	128
表 4-2-1	2023 年有職工作者行業別人數及主要工作每週工時－按規模別	129
表 4-2-2	2023 年有酬就業者行業別人數及平均主要工作收入－按規模別.....	130

表 4-2-3	事業單位預計 2024 年 10 月底較 7 月底人力需求增減情形－按規模別..	131
表 5-1-1	「臺灣 2050 淨零轉型策略」重點內容.....	133
表 5-1-2	「12 項關鍵戰略」重點內容	135
表 5-1-3	「中小企業整體競爭力提升方案」重點內容	137
表 5-1-4	「疫後強化經濟與社會韌性及全民共享經濟成果措施」重點內容	140
表 5-1-5	「投資臺灣 3 大方案」重點內容	143
表 5-1-6	「亞洲・矽谷 3.0 推動方案」推動策略與重點內容	144
表 6-2-1	新興科技領域中小企業連結美國市場之動向	158
表 6-2-2	新興科技領域中小企業拓展日本市場的優點	162
表 7-2-1	2019 年至 2023 年信保基金承保情形－中小企業基金	187
表 7-2-2	2019 年至 2023 年信保基金承保情形－全體案件.....	187
表 7-2-3	截至 2023 年上市、上櫃及興櫃企業在屬中小企業階段曾運用信保家數	188
表 7-2-4	信保基金相對保證專案一覽表	188
表 8-4-1	「小型企業創新研發計畫」及「地方產業創新研發推動計畫」說明	207
表 8-4-2	「產業升級創新平台輔導計畫」執行項目	209
表 8-4-3	「A+企業創新研發淬鍊計畫」執行項目	209
表 8-4-4	「傳統產業技術創新推動作法」執行項目	210
表 9-2-1	經濟部中小及新創企業署自設育成中心之聚焦培育領域	215
表 11-1-1	2023 年經濟部輔導中小企業之資源經費	230
表 11-1-2	2023 年由政府出資之中小企業專案貸款	231

提要

本（2024）年《中小企業白皮書》內容共分三篇：第一篇營運動向，闡述中小企業營運狀況與發展趨勢；第二篇焦點議題，針對當前中小企業發展相關的重要議題進行分析探討，並擬具因應策略；第三篇政策措施，介紹政府相關單位對中小企業的各项輔導政策與措施，作為中小企業經營與創新之參考。

營運動向篇

本篇含括 5 章，分別闡述 2023 年及 2024 年上半年總體經濟環境變化、臺灣中小企業現況與發展，以及因應經濟變化的企業及政府對策等，內容簡述如下：

第 1 章 總體經濟環境變化

- 因地緣政治愈趨嚴峻，美中貿易戰持續，加上主要國家仍處於高息時期，以及全球商品出口表現不佳等影響下，造成全球 2023 年經濟成長走勢趨緩，S&P Global 發布全球全年經濟成長率為 2.77%，較 2022 年下降 0.29 個百分點；臺灣 2023 年的經濟成長表現，上半年延續後疫時期穩健復甦步調，然下半年隨全球景氣週期趨緩、庫存去化延宕而走降，行政院主計總處公布臺灣全年經濟成長率為 1.28%，較上年下降 1.31 個百分點。
- 雖美國經濟成長表現超乎預期，但在地緣政治干擾加劇、金融市場走勢震盪下，S&P Global 發布 2024 年全球全年經濟成長率預測值為 2.73%，仍較 2023 年續減 0.04 個百分點；臺灣則因 AI 科技應用蓬勃發展，國際需求強勁，帶動我國商品出口成長，加上國內薪資提升、股市創高帶動所得效果，可望維繫消費成長動能，經濟成長模式呈現內外皆溫情形，行政院主計總處公布 2024 年臺灣全年經濟成長率預測值為 3.90%，較上年增加 2.62 個百分點。

第 2 章 中小及新創企業動向

- 2023 年臺灣全部企業總家數為 169 萬 3,014 家，較 2022 年增加 2.46%。中小企業有 167 萬 4,061 家，占全體企業家數的 98.88%，年增率為 2.47%；約 8 成（80.23%）屬於服務業，且近半（45.52%）為「批發及零售業」；獨資經營比率為 51.91%；區域分布集中於北部，家數占 46.12%，銷售額占 56.98%。

- 2023 年中小企業銷售額為 28 兆 7,603.46 億元，占整體企業銷售比重超過 5 成（52.66%），年增率為 0.59%；其中，中小企業內銷額為 25 兆 7,413.22 億元（占全體企業總內銷額的 61.62%），年增率為 3.03%，中小企業出口額為 3 兆 190.24 億元（占全體企業總出口額的 23.52%），年增率為-16.31%。中小企業銷售額中，近 9 成（89.50%）屬於內銷。
- 2023 年 1 年內新設（經營年數未滿 1 年）之中小企業，占整體中小企業家數比率為 6.82%，8 年內新設（經營年數未滿 8 年）者占 41.65%。
- 2023 年 8 年內新設中小企業有 69 萬 7,221 家，約 8 成（82.93%）屬於服務業，且 4 成（40.48%）為「批發及零售業」；組織型態以獨資家數最多，占 52.91%；區域分布集中於北部，家數及銷售額分別占 47.12%、59.99%。銷售額為 6 兆 168.82 億元，銷售以內銷市場為主，內銷占總銷售額之比重為 91.08%。
- 2023 年 1 年內新設中小企業有 11 萬 4,115 家，以服務業為主，比重約 84.26%。銷售以內銷市場為主，內銷占總銷售額之比重更達 97.52%。
- 依據經濟部中小及新創企業署 FINDIT 臺灣新創資訊平台之新創企業資料庫，觀察擁有技術或商業模式創新之新創事業，截至 2023 年 12 月 31 日止，總計 7,477 家，營運中有 6,649 家，占總計近 9 成。2023 年銷售額為 4,792.09 億元，營收主要亦來自內銷，惟出口占總銷售額比重達 20.39%，相較於 8 年內新設中小企業，明顯更著重於外銷市場。
- 2023 年新創事業應用領域分布以「硬體」占 9.76%最高，經營年數 8 年以上者占 42.33%。企業經營型態以股份有限公司經營占多數，占比超過 6 成，主因新創公司在募資時，須釋出股權換取資金。
- 2023 年女性中小企業主有 62 萬 1,931 家，占中小企業總計家數比率為 37.56%；女性中小企業主，其內銷比率達 92.74%；近 5 成（48.05%）經營「批發及零售業」，近 6 成（58.69%）為獨資經營。

第 3 章 財務概況與資金融通

由於財政部財政資訊中心最新營利事業所得稅申報資料為 2022 年，故有關中小企業財務及比率資料落後 1 年。金融機構與中小企業資金融通部分，為 2022 年及 2023 年資料。

- 2022 年臺灣中小企業在資產面部分，流動資產占總資產比率逾 6 成，其中，現金持有占總資產比率達 2 成 4，應收款項占比近 1 成 6、存貨占比近 1 成 9；非流動資產

之長期投資比率不及 1 成，固定資產比率近 2 成，其中，以土地及房屋占比最高。

- 2022 年臺灣中小企業在負債面部分，整體負債比率為 69.49%，其中流動負債比率為 56.37%，非流動負債比率為 13.12%。
- 2023 年不論是公、民營銀行皆積極承做中小企業貸款，對中小企業總放款餘額呈持續增長態勢。

第 4 章 中小企業人力資源

- 2023 年臺灣中小企業就業人數為 916 萬 7 千人，占全國總就業人數的 79.52%，與上年比較，增幅為 0.38%；中小企業受僱人數為 694 萬 7 千人，占全國受僱人數的 74.65%，與上年比較增幅為 0.62%。中小企業就業及受僱人數之前 3 大行業，依序為「製造業」、「批發及零售業」與「營建工程業」。
- 觀察 2023 年中小企業就業者及受僱者之年齡結構，近年來 55 歲以上之中高齡就業者與受僱者，占比正逐年提高；就學歷結構來看，中小企業就業者及受僱者前 3 大族群為高級中等（含高中、高職）、大學，以及專科，且擁有大學以上學歷占比，均較上年增加。顯見中小企業之就業者與受僱者，續呈高齡化與高教育程度化。
- 2023 年臺灣整體失業人數為 41 萬 5 千人，較上年減少 1 萬 9 千人（減幅 4.38%）。前職為中小企業、大企業及政府僱用之失業者中，皆以 25~29 歲族群占比最高，而初次尋職者則以 20~24 歲族群的失業者最多。前職無論為中小企業、大企業、政府僱用，或初次尋職者，皆以大學學歷占比最高。整體來說，失業人數以青年，以及具大學學歷相對較多。
- 2023 年中小企業有酬就業者之主要工作平均月收入為 4.09 萬元，較上年增加 1.8 千元；平均月收入前 3 高行業，依序為「金融及保險業」、「電力及燃氣供應業」及「專業、科學及技術服務業」。

第 5 章 因應經濟環境變化之對策

- 面對淨零排放及疫後新經濟發展趨勢，政府提出「2050 淨零排放路徑及策略」，並積極推動「中小企業整體競爭力提升方案」與「疫後強化經濟與社會韌性及全民共享經濟成果措施」，亦持續執行「投資臺灣 3 大方案」，以及「亞洲·矽谷 3.0 推動方案」等，全面強化臺灣整體經濟、社會韌性及應變能力。
- 面對數位科技的快速發展與日益變革，以及永續發展及淨零趨勢的響應，中小企業宜強化數位及綠色轉型（合稱雙軸轉型），以因應市場快速變化、驅動永續創新；此外，亦須正視高齡少子女化課題，建構世代融合、改善工作措施，以及智慧傳承的環

境等，以因應逐漸轉變的勞動市場結構及人力資源短缺危機；再者，面對全球政經環境的變遷與科技創新帶來的挑戰，中小企業應持續探索及開發新興市場，以創造新商機，鏈結海外市場，再現中小企業成長契機。

焦點議題篇

本年度中小企業白皮書第 6 章以「中小企業海外拓展動向與成長策略」為主題，探討臺灣中小企業拓展海外市場策略模式的轉變、新興科技領域的臺灣中小企業如何在拓展海外市場過程中，達到組織成長的目標，以及臺灣中小企業提升拓展海外市場能力的策略方向。

第 6 章 中小企業海外拓展動向與成長策略

- 在全球政治經濟環境變化、中長期社會問題浮現及新興科技發展下，以往著重於接單生產、建立成本競爭優勢的臺灣中小企業拓展海外市場模式，再度面臨轉變的關鍵時期。中小企業須重新鏈結海外市場的前瞻需求，尋求新成長契機。尤其是可以因應全球市場前瞻需求，並投入新興科技領域發展的中小企業，其在萌芽階段連結海外市場成長策略備受關注。
- 過去我國中小企業出口市場多較仰賴中國大陸市場，未來應審時度勢，多元連結以美、歐、日為主的先進經濟體市場及新南向市場，掌握 AI 科技應用等前瞻性需求，布局未來研發投資策略。
- 富有技術創新思維的中小企業經營者，應累積海外交流與參與海外創業經驗，培養「從失敗經驗中調整成長策略」的「國際創業家精神」，促使企業組織於萌芽階段，即能穩定地邁向全球化發展。
- 處於萌芽階段的中小企業，應多方參與政府與法人舉辦的國際研討會等知識交流活動，接觸有海外經營經驗的企業人士，建立亦師亦友的共創交流圈，有效縮短「摸索海外市場商機」的學習曲線。
- 中小企業應掌握海外新興科技發展應用趨勢及市場需求動態資訊，確立拓展海外市場與技術合作目標，並可積極參加由政府與法人單位主辦的國際合作網絡活動，透過專業經理人的媒合與諮詢，參與海外當地公協會或專業團體的交流活動，形成科技共創的強連結人脈，掌握當地市場需求變化脈絡，從而因地制宜調整市場行銷策略。

政策措施篇

本篇彙整經濟部所屬相關單位、財團法人中小企業信用保證基金（簡稱信保基金）、金融監督管理委員會（簡稱金管會）、數位發展部、勞動部、原住民族委員會及教育部等各部會單位執行之中小企業政策措施，分成 5 章扼要說明。

第 7 章 完善財務發展與促進投資

- 為協助中小企業有效因應內外環境變化，使其穩健經營，政府積極落實財務融通輔導相關支援措施，提供中小企業完善的財務融通支援。經濟部中小及新創企業署積極建置財務融通服務輔導機制，包括「融資輔導單一服務窗口－馬上辦服務中心」（0800-056-476 服務專線），以及「中小企業營運與融資協處計畫」等。
- 配合政府政策，信保基金持續推動相關信用保證業務，協助中小企業獲得金融機構之資金融通，包括持續辦理「相對保證專案信用保證」，以及新增「新創企業暨無形資產融資信用保證措施」等措施。
- 為了強化微型創新企業的籌資能力，證券櫃檯買賣中心在主管機關金管會支持下籌設「創櫃板」，提供「股權籌資」功能，政府准許民間業者申設股權式群眾募資平臺，推動證券商股權群眾募資，使新創企業取得資金的管道更加多元化。

第 8 章 促進升級轉型與提升研發能量

- 為因應數位經濟發展及國際經貿情勢，協助中小企業數位轉型，以及提升中小企業數位应用能力，政府積極推動多項措施，包括「雲世代小微企業數位轉型創新服務計畫」、「雲世代商圈店家數位应用能力提升計畫」、「中小企業數位共好計畫」，以及「中小型製造業數位轉型計畫」等。
- 另從綠色永續及技術研發面向，執行多項計畫，包括「中小企業因應淨零碳趨勢提升綠色競爭力計畫」、「中小型製造業低碳及智慧化升級轉型個案補助」、「以大帶中小型製造業低碳及智慧化升級轉型補助」，以及「小型企業創新研發計畫」等，以強化中小企業體質，提升研發能量，帶動整體中小企業發展。

第 9 章 建構創新創業及育成加速機制

- 為持續營造臺灣優質創業環境，政府建立從創意、創新到創業的完整生態圈，協助新創企業取得資源、發展科技應用，並強化創新競爭能量、活化在地經濟、鏈結國際育成網絡，使新創企業穩健成長。

—重點計畫包括建置「新創基地及新創圓夢網」，推動社會創新發展；持續推動「女性創業飛雁計畫」，協助女性創業；以及執行「國際創業聚落」(Startup Terrace)，建置「林口新創園」及「亞灣新創園」，成為國際級創業聚落品牌等。

第 10 章 深耕城鄉產業及掌握市場商機

- 為活絡城鄉經濟發展，創造在地就業機會，政府致力推動城鄉特色產業發展，並推動「中小企業城鄉創生轉型輔導計畫」，促進城鄉產業轉型、創造創新價值，以達「城鄉創生」；另以臺灣「一鄉鎮一特產」(One Town One Product, OTOP)形塑區域品牌，「地方特色產業國際化輔導」展望國際市場，提升行銷效能，擴大經濟效益。
- 為協助中小企業拓展出口市場，推動臺灣中小企業邁向國際化發展，政府提供多元的輔導管道與補助措施，包括「推動中小企業數位創新鏈結國際計畫」、「推升中小企業跨域生態系價值共創計畫」，以及多項貿易推廣工作。

第 11 章 中小企業其他相關支援

- 政府協助中小企業輔導經費，包括 2023 年相關單位輔導中小企業經費約 298.21 億元與協助中小企業專案貸款約 12.38 億元，以及政府向中小企業採購金額約 5,071.17 億元。
- 精進中小企業法制環境重點工作包括發布〈經濟部推動產業及中小企業升級轉型辦法〉及〈經濟部中小及新創企業署辦理第二期加強投資中小企業實施方案作業要點〉，以及中小企業法規調適及區域創新等。
- 為拓展中小企業國際視野及雙邊交流，政府積極舉辦及參與國際中小企業事務與活動，包括參與亞太經濟合作相關會議、舉辦新南向產業鏈結高峰論壇，以及促進中小企業雙邊或多邊國際交流合作。
- 為培育中小企業人才，提升中小企業競爭力，政府開辦多項人才培育專班，如中小企業經營管理與創業育成、傳承接班，製造業、服務業、國際企業經營、數位轉型、產學合作等人才培育，以及企業人力資源提升及勞工自主學習等。
- 舉辦中小企業選拔表揚活動，提升得獎企業的產品行銷及企業形象，包括國家磐石獎、小巨人獎、創新研究獎、新創事業獎及創業楷模獎等獎項，獎勵績優卓越經營典範。



營運動向篇

第 1 章 總體經濟環境變化

第 2 章 中小及新創企業動向

第 3 章 財務概況與資金融通

第 4 章 中小企業人力資源

第 5 章 因應經濟環境變化之對策

臺灣經濟發展過程中，中小企業對國家經濟與社會安定扮演舉足輕重的角色，是臺灣經濟發展之中流砥柱，中小企業的經營動向值得重視。

本篇運用政府相關單位所發布的統計及調查資料，觀察臺灣中小企業現況及經營動向。2023 年臺灣中小企業家數、就業人數及銷售額等皆呈正向成長，惟出口額減少。2023 年中小企業家數為 167 萬 4,061 家，占全體企業 98.88%，較 2022 年增加 2.47%；就業人數為 916 萬 7 千人，占全國就業人數 79.52%，較上年略增 0.38%。2023 年 8 年內新設中小企業有 69 萬 7,221 家，占整體中小企業比率為 41.65%。

在銷售額方面，2023 年中小企業銷售額為 28 兆 7,603.46 億元，占全體企業 52.66%，較上年略增 0.59%。其中，內銷額為 25 兆 7,413.22 億元，占全體企業 61.62%，較上年增加 3.03%；出口額為 3 兆 190.24 億元，占全體企業 23.52%，則較上年減少 16.31%。

第 1 章 總體經濟環境變化

在地緣政治愈趨嚴峻、美中貿易衝突、主要國家仍處於高息時期，以及庫存去化遲緩、全球商品出口表現不佳等影響下，2023 年全球經濟成長率為 2.77%，較 2022 年之 3.06%，下降 0.29 個百分點，經濟成長走勢趨緩。臺灣 2023 年上半年延續後疫情時期穩健復甦步調，下半年則隨全球景氣週期趨緩、庫存去化延宕而走降，2023 年臺灣經濟成長率為 1.28%，較 2022 年之 2.59%，下降 1.31 個百分點。

本章引述之國外資料來源，除另有說明外，主要引自 S&P Global 在 2024 年 9 月 15 日發布的 *Comparative World Overview*。有關臺灣國民所得統計數據，則主要引自行政院主計總處於 2024 年 8 月 16 日公布之國民所得相關統計。

本章分 2 節說明攸關企業營運之總體經濟環境。第 1 節回顧與展望全球與主要國家／地區之總體經濟，包括回顧 2023 年全球與重要國家之總體經濟表現；前瞻、剖析 2024 年全球及主要國家之重要政治、經濟情勢。第 2 節則回顧臺灣 2023 年總體經濟情勢，並展望 2024 年臺灣經濟表現，說明企業營運面臨之總體經濟課題。第 3 節綜整全球與臺灣經濟變化，對中小企業的主要影響，以及政府積極的因應作為。

第 1 節 全球經濟脈動

一、2023 年回顧與 2024 年展望：成長通膨皆趨緩

2023 年因地緣政治愈趨緊張（俄烏戰爭、以阿衝突等）、供應鏈瓶頸、通貨膨脹（以下簡稱通膨），以及紅海危機等依然嚴峻，加上主要國家仍處於高息時期，使得全球經濟成長持續下行，全球全年經濟成長率約 2.77%，較 2022 年之 3.06%，減少 0.29 個百分點。其中，開發中國家 2023 年平均成長率約為 3.96%，高於已開發國家之 1.65%，但低於新興市場國家之 4.28%。至於 2024 年全球經濟成長持續

下緩，預估約為 2.73%。（表 1-1-1）

表 1-1-1 全球主要經濟體（國家）經濟成長表現及重要總體經濟指標

單位：%

項 目 地區（國）別	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
全球經濟成長率	2.68	-2.94	6.34	3.06	2.77	2.73	2.73	2.75
OECD	1.82	-3.99	5.87	2.74	1.69	1.76	1.73	1.73
已開發經濟體	1.82	-3.88	5.76	2.58	1.65	1.76	1.68	1.64
美國	2.47	-2.21	5.80	1.94	2.54	2.65	1.83	1.74
歐元區	1.65	-6.20	6.19	3.40	0.51	0.76	1.28	1.45
歐盟（不含英國）	1.89	-5.72	6.20	3.41	0.54	0.93	1.54	1.71
日本	-0.40	-4.21	2.78	1.14	1.67	0.05	1.24	0.79
臺灣 ^{附註 1}	3.06	3.39	6.62	2.59	1.28	3.90	3.26	2.40
韓國	2.31	-0.70	4.61	2.73	1.40	2.46	2.22	2.15
新加坡	1.33	-3.88	9.69	3.84	1.07	2.47	2.81	3.15
香港	-1.67	-6.54	6.45	-3.68	3.28	2.91	2.64	2.55
新興市場	4.05	-1.34	7.40	3.72	4.28	4.07	4.16	4.26
中國大陸	5.99	2.21	8.45	2.95	5.25	4.90	4.62	4.49
印度 ^{附註 2}	3.97	-5.84	9.81	7.05	8.14	6.84	6.47	6.16
開發中經濟體	2.21	-4.74	4.63	3.85	3.96	3.72	4.02	3.98
全球 CPI 年增率	2.60	2.17	3.90	7.61	5.69	4.54	3.31	3.12
全球商品出口成長率	-2.89	-7.49	26.97	11.27	-4.61	3.70	7.32	6.05
全球失業率	7.22	7.97	7.60	7.07	6.67	6.87	6.68	6.44

附註：1.臺灣 2025 年（含）之前的資料來源為行政院主計總處，2026 年為 S&P Global 之預測值。

2.表列國家之成長資料採曆年制，惟印度之成長預測值為財政年。

資料來源：1.行政院主計總處，「總體統計資料庫」。上網日期：2024 年 8 月 27 日，取自：<https://www.stat.gov.tw/cl.aspx?n=3654>

2.S&P Global (September 15, 2024). Comparative World Overview.

地緣政治情勢及中東衝突擴大等，導致全球經濟充滿不確定性。2023 年在地緣政治動盪不斷延燒，造成商品價格震盪，使歐美通膨下降速度趨緩，致使各國央行對於貨幣決策更加慎重。例如歐洲中央銀行（European Central Bank，簡稱 ECB，或稱歐洲央行）遲至 2024 年 6 月降息 1 碼（0.25%）；而美國聯邦準備理事會（Federal Reserve Board of Governors，簡稱 Fed，或稱聯準會）更延至 2024 年 9 月決策會議才降息 2 碼，為 2020 年 3 月逾 4 年來首次降息決議。由於降息前利率水準居於高息時期，伴隨的負面效果逐漸顯現，例如廠商之投資成本攀升、信貸與金融危機隱憂浮現，甚而歐元區已有若干國家於 2023 年經濟呈現負成長¹。

¹ 例如奧地利（-0.70%）、芬蘭（-1.16%）、愛爾蘭（-5.67%）、盧森堡（-1.11%）、愛沙尼亞（-3.11%）等。

2023 年主要國家通膨走勢向下，但成長也出現低迷，顯示其總體政策目標，在通貨膨脹（以升息對治）與經濟成長（量化寬鬆或降息刺激成長）之間，需有所調整。事實上，自 2023 年第 4 季起，陸續已有波蘭、捷克、阿根廷、巴西、俄羅斯、瑞士、瑞典及加拿大等，採取降息來提振經濟景氣。

2023 年全球經濟飽受通膨、升息、戰爭等衝擊，成長步調持續走緩。由於消費與投資動能因通膨、高息而受到抑制，世界貿易量因最終需求轉弱，以及美中紛爭持續等因素，全球商品出口負成長（-4.61%），較 2022 年之 11.27%，明顯下滑。也因此，臺灣於 2023 年商品出口年增率為-9.80%²，為近 8 年來最大降幅，不僅臺灣出口轉負，韓國（-7.10%）、新加坡（-7.36%）、日本（-5.19%）、中國大陸（-5.01%）等外貿導向成長國家之出口表現，也都呈現負成長，並拖累經濟成長表現。（表 1-1-1）

至於 2024 年全球經濟成長表現，年初之時，各界多不樂觀，主因地緣政治延燒，中國大陸房市崩盤，加上高息時代之負面效果逐漸發酵。根據 S&P Global 於 9 月發布的預測資料，2024 年全年經濟成長率約 2.73%，為連續第 3 年成長放緩。至於通膨情勢，在升息對治下，主要國家之消費者物價指數（Consumer Price Index，簡稱 CPI）年增率持續走降，2024 年預測值為 4.54%，明顯較 2023 年之 5.69%改善。而全球商品出口年增率，2024 年將由上年之-4.61%，轉向正成長 3.70%，惟成長幅度不及上年之衰退幅度，顯示出口復甦力道，在經濟成長下行趨勢下，相對疲弱。

二、主要國家（地區）之經濟表現與特色

（一）美國經濟概況：2023 年成長優於預期、2024 年更上層樓

2023 年美國經濟成長率由上年的 1.94%，上升至 2.54%，經濟成長不僅未因高利率而衰退，並遠超過聯準會於 2022 年 12 月聯邦公開市場委員會（The Federal

² 資料來源：財政部，「貿易統計資料查詢」。上網日期：2024 年 10 月 4 日，取自：<https://web02.mof.gov.tw/njswww/WebMain.aspx?sys=100&funid=defjsptgl>

Open Market Committee, FOMC) 預期之 0.5%。成長優於預期主因消費展現韌性，且在高息成本下，政府支出擴張、投資（如非住宅固定投資、基礎設施）依然成長。至於 2024 年成長表現，也因消費挹注，表現超乎預期，S&P Global 預測經濟成長值約 2.65%，較 2023 年增加 0.11 個百分點，更上層樓。

至於通膨物價方面，2024 年 8 月 CPI 及核心 CPI 季調年增率，分別為 2.6%、3.3%³。而聯準會關注的個人消費支出物價指數（Personal Consumption Expenditure Price Index, PCE Index）及核心 PCE 年增率，7 月年增率分別為 2.5%、2.6%⁴，雖仍高於聯準會所訂之 2% 目標，但走勢持續下緩。由於聯邦基金利率（Fed Fund Rate）於 2023 年 7 月，調升至 5.25~5.50% 的區間水準，為近 22 年以來的新高。在歷經連續 7 次凍結聯邦基金利率後，Fed 於 2024 年 9 月開啟降息周期，調降聯邦基金利率 2 碼至 4.75%~5.00%。

由於美國 2023 財政年度⁵預算赤字較上年度增加 23%，達到 1.695 兆美元，約相當於美國 GDP 的 6.3%，債務規模持續擴大，使得聯邦債務利息創下新高⁶。2024 年 3 月，美國政府預算赤字雖由去年同期 3,780 億美元，縮減至 2,364 億美元，但已連續第 7 個月出現預算赤字，主因是高利率導致政府利息支出增加⁷。而美國目前公共債務，即便剔除政府內部負債，規模仍達 27.4 兆美元，占 GDP 比率約 99%，且未來 10 年（2034 年）將擴大至 116%，創有史以來新高⁸。

³ 資料來源：The U.S. Bureau of Labor Statistics (September 12, 2024). *CONSUMER PRICE INDEX – AUGUST 2024*. Retrieved from: <https://www.bls.gov/news.release/pdf/cpi.pdf> (September 19, 2024)

⁴ 資料來源：The Bureau of Economic Analysis (August 30, 2024). *Personal Income and Outlays, July 2024*. Retrieved from: <https://www.bea.gov/news/2024/personal-income-and-outlays-july-2024> (September 19, 2024)

⁵ 美國 2023 財政年度為 2022 年 10 月 1 日起，至 2023 年 9 月 30 日止。

⁶ 資料來源：U.S. Department of the Treasury (October 20, 2023). Joint Statement of Janet L. Yellen, Secretary of the Treasury, and Shalanda D. Young, Director of the Office of Management and Budget, on Budget Results for Fiscal Year 2023. Retrieved from: <https://home.treasury.gov/news/press-releases/jy1829> (June 25, 2024)

⁷ 資料來源：Bureau of the Fiscal Service (June 11, 2024). *Monthly Receipts, Outlays, and Deficit or Surplus, Fiscal Years 1981-2024*. Retrieved from: <https://www.fiscal.treasury.gov/files/reports-statements/mts/mts.pdf> (June 25, 2024)

⁸ 資料來源：Congressional Budget Office. *The Budget and Economic Outlook: 2024 to 2034* (February 7, 2024). Retrieved from: <https://www.cbo.gov/system/files/2024-02/59710-Outlook-2024.pdf> (June 25, 2024)

2024 年美國經濟成長率預測值約 2.65%，較 2023 年之 2.54%，上升 0.11 個百分點；而通膨率（CPI 年增率）雖仍處在高檔，但已有所緩和，2024 年全年預測值約為 2.92%，雖然仍處於相對高點，但較上年之 4.13%，已明顯改善。

（二）歐盟／歐元區經濟概況：2023~2024 年成長走勢持續低迷

2023 年歐洲經濟成長表現疲軟，歐元區經濟僅成長 0.51%，主要原因為內需之家庭購買力，被惡性通膨影響而下滑，成員國考量預算，撤回部分振興經濟的財政措施；加上外部需求持續下跌，出口不振等，使得成長走勢疲弱。雖然歐洲央行採取強力貨幣緊縮政策，希望能平抑物價，但因通膨衝擊能源和食品，擴散至幾乎所有主要消費領域，而為因應高漲之通膨而來的升息舉措，更讓原已呈現赤字的財政問題愈發嚴峻。且如前所述，已有部分國家呈現負值，而區域內之大國德國的經濟成長率也呈現停滯⁹，顯見此區經濟成長之頹勢。

至於通膨方面，2023 年歐元區 CPI 年增率約 5.40%，較上年之 8.45%，下降 3.05 個百分點，顯示通膨壓力減緩，但距離通膨目標 2.0%，仍有一段距離；薪資升幅和全球地緣政治風險等，則可能成為對通膨、降息時程的干擾因素。

由於歐洲經濟持續籠罩衰退陰霾，導致區域內若干國家，如波蘭、捷克、瑞士已分別於 2023 年第 4 季，以及 2024 年第 1 季決議寬鬆貨幣政策，調降政策利率。而歐洲央行於 2024 年 6 月舉行貨幣政策會議，結束之前 5 度「利率按兵不動」情勢，決議調降政策利率 1 碼（0.25%），啟動 2019 年來的首次降息；9 月持續寬鬆政策，除隔夜存款利率再次降 1 碼外，並調整貨幣政策操作架構，包括再融通利率及隔夜存款利率之利差，設定為 15 個基點（原為 50 個基點），邊際放款利率與主要再融通利率之利差，維持 25 個基點。隔夜存款利率、主要再融通利率及邊際放款利率分別自 3.75%、4.25%及 4.5%，降為 3.5%、3.65%及 3.9%。

⁹ 德國 2023 年經濟成長率為 0.00%。

此外，因通膨較預期略升，加上中東問題地緣政治因素愈趨嚴峻，歐洲央行再次修歐元區 2024 年的經濟成長預估值，由 6 月之 0.9%，略調整為 0.8%，但仍較 3 月之 0.6% 上修；至於 2025 年之成長預測值，由 6 月之 1.4%，調整為 1.3%¹⁰。

（三）中國大陸經濟概況：2023~2024 年經濟下行風險升高

中國大陸在 2022 年經濟成長率 2.95% 之低基期下，2023 年經濟成長率為 5.25%，略高於官方設定之成長目標 5.0%¹¹。房市問題為成長之最大阻力，如 2023 年房地產開發投資年增率為 -9.6%¹²，以及百大房地產企業 2023 年銷售金額年減 16.5%¹³。由於大型企業如中植集團於 2024 年 1 月 5 日正式宣布破產，負債規模超過 4,000 億人民幣，2024 年中國大陸之成長走勢，仍面臨諸多挑戰。

由於房市低迷政府政策極力作多，力挽經濟成長，但景氣走勢仍然震盪起伏，仍未擺脫低迷陰霾。2024 年 6 月製造業採購經理人指數（Purchasing Managers' Index，簡稱 PMI）為 49.5%，與上月持平¹⁴，然大企業與中小企業之 PMI 走勢歧異¹⁵，顯示景氣走勢仍然蹣跚。此外，5 月 CPI 年增 0.3%，雖已連續 4 個月正成長，但升幅甚微，且月增率仍持續負成長（-0.1%），而 5 月生產者物價指數（Producer Price Index，簡稱 PPI）年增率為 -1.4%¹⁶。由於 CPI 年增率甚微，且 PPI 持續維持負值，顯示通貨緊縮陰霾持續籠罩。

¹⁰ 資料來源：ECB (September 12, 2024). *Overview of monetary policy and markets*. Retrieved from: https://www.ecb.europa.eu/press/press_conference/html/index.en.html (October 2, 2024)

¹¹ 資料來源：中國政府網，《2023 政府工作報告》。上網日期：2024 年 7 月 2 日，取自：<https://www.gov.cn/zhuanti/2023lhfgzbg/index.htm>

¹² 資料來源：國家統計局（2024 年 1 月 17 日），〈2023 年全國房地產市場基本狀況〉。上網日期：2024 年 5 月 30 日，取自：https://www.stats.gov.cn/sj/zxfb/202401/t20240116_1946623.html

¹³ 資料來源：CRIC 克而瑞研究中心（2023 年 12 月 31 日），〈2023 中國房地產企業銷售 TOP200 排行榜〉。上網日期：2024 年 5 月 30 日，取自：https://mp.weixin.qq.com/s?__biz=MzkzODY2MDQ2OA==&mid=2247658147&idx=1&sn=b3955b7dc8ffbc8ea346d670eba30899&source=41#wechat_redirect

¹⁴ 資料來源：國家統計局，〈2024 年 6 月中國採購經理指數運行情況〉。上網日期：2024 年 7 月 2 日，取自：https://www.stats.gov.cn/sj/zxfb/202406/t20240630_1955251.html

¹⁵ 從企業規模看，2024 年 6 月大型企業 PMI 為 50.1%，比上月下降 0.6 個百分點；中、小型企業 PMI 分別為 49.8% 和 47.4%，比上月上升 0.4 和 0.7 個百分點。即大型企業得分略高於榮枯線（50%）之上，但走下緩風險；而中小企業則仍位於榮枯線之下，顯示景氣仍然相對低迷，不過得分向上，可望逐漸擺脫陰霾。

¹⁶ 資料來源：國家統計局，「國家數據資料庫」。上網日期：2024 年 7 月 2 日，取自：<https://data.stats.gov.cn/easyquery.htm?cn=A01&zb=A0802&sj=202406>

至於投資部分，依據中國大陸國家統計局公布，2024 年 1 月至 5 月固定資產投資，較 2023 年同期成長 4.0%¹⁷，但 1~5 月全國實際使用外資金額約 568 億美元，較去年同期下降 28.2%¹⁸，跌幅持續擴大¹⁹，延續 2023 年 6 月以來的負成長。此亦顯示經濟活動成長乏力，且外商投資信心持續低落。

為提振低迷景氣，中國大陸人民銀行於 2024 年 9 月下旬，發布金融支持經濟高品質發展相關政策，包括：1.調降存款準備率 0.5%；2.降低存量房貸利率 0.5%，並下調統一房貸最低首付比例；3.創設證券、基金、保險公司互換便利（機制），支持符合資格的證券、基金、保險公司透過資產質押，從中央銀行取得流動性；4.創設股票回購、增持專案再貸款，引導銀行向上市公司及主要股東提供貸款，以支持回購和增持股票等，希望為經濟成長挹注活力²⁰，惟後續成效仍待觀察。

目前多數機構修正對中國大陸經濟成長率之預測數據，仍多低於官方設定的經濟成長目標值 5.0%。如 S&P Global 於 9 月之預測值約 4.90%；Focus Economics 彙整近 60 家預測機構之 2024 年 10 月經濟成長率預測值，中位數（Median）約為 4.8%²¹。

至於國際貨幣基金組織（International Monetary Fund, IMF）於 2024 年 8 月發布報告²²指出，儘管房地產行業持續調整，但在強勁的公共投資和私人消費持續復甦的支持下，預計 2024 年 GDP 成長將保持在 5% 的彈性水準。由於經濟嚴重疲軟，近幾季通膨一直處於低位；但隨著產出缺口縮小，以及大宗商品價格下跌的影響減弱，預計通膨將逐漸回升。由於生產力成長下降和老化，中長期經濟成長仍將持續

¹⁷ 因翻譯名稱差異，中國大陸之「固定資產投資」，意同臺灣之「固定資本投資」。資料來源：國家統計局，〈2024 年 1-5 月份全國固定資產投資增長 4.0%〉。上網日期：2024 年 7 月 2 日，取自：https://www.stats.gov.cn/sj/zxfb/202406/t20240617_1954714.html

¹⁸ 資料來源：中國政府網，〈2024 年 1-5 月全國吸收外資 4125.1 億元人民幣〉。上網日期：2024 年 7 月 2 日，取自：http://big5.www.gov.cn/gate/big5/www.gov.cn/lianbo/bumen/202406/content_6958803.htm

¹⁹ 2024 年 4 月年增率為 -27.9%。

²⁰ 中國人民銀行（2024 年 9 月 24 日），〈國新辦舉行新聞發布會 介紹金融支持經濟高質量發展有關情況〉。上網日期：2024 年 10 月 2 日，取自：<http://www.pbc.gov.cn/goutongjiaoliu/113456/113469/5466659/index.html>

²¹ Focus Economics (October, 2024). *Global Economic Data, News & Forecasts*.

²² 國際貨幣基金組織（2024 年 8 月 2 日），〈國家報告第 2024 / 258 號〉。上網日期：2024 年 10 月 2 日，取自：<https://www.imf.org/en/Publications/CR/Issues/2024/08/01/Peoples-Republic-of-China-2024-Article-IV-Consultation-Press-Release-Staff-Report-and-552803>

走緩。當務之急是促進房地產行業調整更有效率、成本更低，並在經濟持續低迷和下行風險加大的情況下，提供充足的總體經濟政策支持。為解決債務積壓、防止新風險累積、促進高品質永續成長，中國大陸需要全面的結構性改革。亦即，中國大陸目前經濟發展仍面臨嚴峻挑戰，經濟成長仍宜審慎評估。

（四）亞太地區經濟概況

1. 日本：結束負利率，進入升息周期，經濟緩慢復甦

日本 2023 年第 4 季實質 GDP 較上季成長 0.1%（年成長率 1.28%），民間企業設備投資成長 2.0%，為 3 季以來首度正成長²³。日本 2023 年經濟成長率約 1.81%，較 2022 年之 1.19%，增加 0.62 個百分點。其中，實質固定投資年增 2.01%、輸出成長 3.01%，為成長之主要貢獻。

就投資部分，2023 年第 4 季設備投資，較去年同期成長 16.4%，主要是汽車與半導體相關生產體制強化，與非製造業軟體投資增加所致。設備投資（14.5 兆日圓）和經常利益（25.3 兆日圓），均創第 4 季新高²⁴。而根據《2023 年度企業行動調查》顯示，2024 年至 2026 年產業設備投資成長率，年平均達 6.8%，創 1990 年以來新高，半導體相關精密機械將高度成長帶動整體成長²⁵。

另外，日本央行（Bank of Japan, BoJ）於 2024 年政策轉向，首先於 3 月之貨幣政策會議，考量 2024 年新薪資調幅達 5.28%，創 33 年來新高，為持續穩定達成消費者物價 2%目標，決議取消 2016 年以來的負利率政策，也在 7 月底決議升息 15 個基點，將政策利率上調為 0.15%~0.25%，並且宣布將以可預測的方式，減少對日本政府債券的購買金額。²⁶

²³ 資料來源：內閣府（2024 年 3 月 11 日），《2023 年 10-12 月期四半期別 GDP 速報（2 次速報值）結果の概要》。上網日期：2024 年 6 月 25 日，取自：https://www.esri.cao.go.jp/sna/data/data_list/sokuhou/files/2023/qe234_2/pdf/gaiyou2342.pdf

²⁴ 資料來源：財務省（2024 年 3 月 4 日），《四半期別法人企業統計調査（令和 5 年 10~12 月期）結果の概要》。上網日期：2024 年 6 月 25 日，取自：<https://www.mof.go.jp/pri/reference/ssc/results/r5.10-12.pdf>

²⁵ 資料來源：內閣府（2024 年 2 月 29 日），《令和 5 年度企業行動に関するアンケート調査》。上網日期：2024 年 6 月 25 日，取自：https://www.esri.cao.go.jp/stat/ank/r5ank/r5ank_houkoku.pdf

²⁶ Bank of Japan (July 31, 2024). Monetary Policy Meetings-. Outlook for Economic Activity and Prices, Retrieved from: Outlook for Economic Activity and Prices (July 2024) (boj.or.jp) (Aug. 8, 2024)

日本央行公布後，日圓兌美元匯率於初期頗為淡定，但隨後即開始走升；由低點之 161.775（7 月 10 日）升至 142.306（8 月 5 日）。此外，在人工智慧（artificial intelligence，簡稱 AI）熱潮及日圓貶值帶動下，日經股價指數於 2024 年 2 月 22 日突破 1989 年底泡沫經濟期所創下的高點（3 萬 8,915 點），來到 3 萬 9,098 點，並一度於 3 月 4 日升至超過 4 萬點的歷史新高，使家計單位資產收入增加，在財富效果帶動下，消費心理改善。雖然後續震盪，但多維持在相對高點²⁷。

再者，依據日本最大聯合工會，「日本勞動組合總連合會」（Rengo）公布 2024 年春鬥勞資協商結果，企業平均調薪幅度達 5.28%，中小企業調幅 4.42%，分別創下 33、32 年來新高²⁸。在薪資所得改善和財富資產效果影響下，於 2023 年第 2 季起連續 3 季負成長的個人消費，可望和緩復甦，再加上高水準企業收益支撐、人手不足帶動省力化等數位投資持續成長，第 2 季起日本經濟可望在內需帶動下，持續和緩復甦。

不過，因全球經濟走勢震盪，地緣政治干擾，加上日本物價上漲，造成購買力壓縮，日本經濟仍處於調整期。2024 年日本經濟成長率預估值為 0.05%，顯示日本之總體經濟成長表現，仍將處於相對低點。

2. 東南亞諸國（含 ASEAN 10 國）：內需與觀光產業持續帶動經濟成長

觀察東南亞主要國家 2023 年經濟表現，儘管全球政經局勢面臨多重挑戰，但基於各國內需市場穩定與觀光業復甦，加以全球供應鏈轉移效應，相較於全球其他地區經濟表現，此區域保持較快的經濟成長態勢。全球通膨趨緩、貿易逐步改善，東南亞內需市場活絡，加上全球供應鏈移轉效應的帶動，有助於該地區之經濟成長。東南亞諸國 2023 年及 2024 年經濟成長表現如下：

²⁷ 資料來源：investing.com，「日經 225 指數」。上網日期：2024 年 6 月 25 日，取自：<https://hk.investing.com/indices/japan-ni225>

²⁸ 資料來源：日本労働組合総連合会（2024 年 3 月 15 日），《2024 春季生活闘争の第 1 回回答集計》。上網日期：2024 年 6 月 25 日，取自：https://www.jtuc-rengo.or.jp/activity/roudou/shuntou/2024/yokyu_kaito/kaito/press_no1.pdf?7730

- (1) **印尼**：因國境開放，觀光產業之景氣逐漸回溫至疫情前水準，在通膨逐漸受到控制下，印尼央行（Bank Indonesia, BI）暫停升息腳步，再加上 2024 年進入大選期，選前活動及政策作多，有助推升經濟成長，並帶動其國內消費，有助經濟成長。2023 年全年經濟成長率為 5.05%，2024 年全年經濟成長率預估值為 5.13%。
- (2) **馬來西亞**：因防疫管制降級，商業活動逐步正常化，公共支出與民間投資成長，尤其企業因訂單增加，擴充產能。2023 年、2024 年全年經濟成長率分別為 3.54%、4.74%。
- (3) **菲律賓**：因內需強勁、就業改善，以及固定投資增加，帶動經濟持續強勁成長，在工業與服務業維持穩定復甦下，2023 年、2024 年全年經濟成長率分別為 5.57%、5.69%。
- (4) **泰國**：因開放國外旅客入境，觀光業從谷底回升，尤其是來自中國大陸觀光客回流後，泰國現今之觀光人數已接近疫情前水準。2023 年、2024 年全年經濟成長率分別為 1.89%、2.67%。
- (5) **越南**：雖受到歐美需求降溫影響製造業出口，但中國大陸解封政策的外溢效果，使越南之製造業、觀光及農業均受惠；加上政府降息之寬鬆政策、刺激經濟景氣。2023 年、2024 年全年經濟成長率分別為 5.05%、6.20%。
- (6) **新加坡**：雖因疫後初期電子業復甦動能強勁，帶動製造業強勁反彈，然隨全球需求快速轉弱，連帶影響 2023 年成長表現；而 2024 年在國際貿易逐步復甦帶動下，經濟成長可望由谷底翻身。2023 年、2024 年經濟成長率約為 1.07%、2.47%，相對其他鄰近國家成長偏低。

大致而言，東南亞地區各國之 2024 年成長表現都比 2023 年佳，尤其馬來西亞、越南、新加坡之經濟成長率增幅，都將超過 1 個百分點。

至於東南亞地區的通膨表現，就 2023 年、2024 年之 CPI 年增率觀察，大多走勢下降，包括泰國由 1.23% 降至 0.68%、馬來西亞由 2.49% 降至 2.05%、印尼由 3.69% 降至 2.63%、新加坡由 4.82% 降至 2.49%，以及菲律賓由 6.00% 降至 3.36%。呈現走升者僅越南，由 3.25% 增至 3.69%。

三、影響全球經濟情勢變化之主要不確定因素

（一）主要國家／區域通膨走勢與貨幣政策走向

根據美國能源情報署（Energy Information Administration, EIA）於 2024 年 6 月公布之《短期能源展望》，西德州原油（West Texas Intermediate, WTI）之 2024 年預測均價約為 80 美元／桶，較 4 月預測值持續下修，但較 2023 年之均價 77.54 美元／桶，仍略呈上升。而芝加哥商品期貨交易所之商品期貨價格指數（Commodity Research Bureau Futures Price Index, CRB 指數）也自高點下走，但仍處於相對高檔，且緩慢上升。倫敦金屬交易所（London Metal Exchange, LME）之銅價同樣震盪起伏，於 2024 年 5 月突破歷史新高，對於諸如石油及銅等生產成本之推升，將對主要國家 CPI 年增率走勢有重要影響。

2024 年初各界原預期聯準會貨幣政策即將轉向，但美國經濟成長表現超乎預期，無須預防式降息以提振景氣；再者，美國通膨下降速度趨緩，通膨走勢反覆；加上 11 月有總統大選活動，為避免干擾選舉活動，聯準會對於降息時程與幅度愈趨審慎。相對之下，歐洲地區則因成長不如預期，若干國家已陷入經濟衰退窘境，已有部分國家都已開啟降息週期，如波蘭、捷克、瑞士與瑞典等；歐洲央行也於 6 月例會調降政策利率 1 碼，且預定於下半年開始縮減資產負債表。聯準會與主要國家的降息時程與幅度，不但影響市場殖利率，並將影響美元指數、全球經濟，以及金融市場波動。

根據聯邦公開市場委員會於 2024 年 9 月發布之點陣圖資料，聯邦基金利率預測值下調。2024 年底的預測中位數下降至 4.40%，對應的目標範圍為 4.1%至 4.9%。2025 年之中位數為 3.4%、2026 年及長期值約為 2.9%²⁹。亞洲地區之日本央行已於 2024 年 3 月結束負利率政策，並於 7 月下旬開啟升息周期；中國大陸則因考量房市及金融市場穩定，人民銀行表態持續寬鬆貨幣政策。由於全球股市、亞幣連動性

²⁹ 資料來源：FOMC (September 18, 2024). *FOMC Projections materials, accessible version*. Retrieved from: <https://www.federalreserve.gov/monetarypolicy/fomcprojections20240918.htm> (September 18, 2024)

高，相關貨幣政策走向，對於全球資金及總體經濟，都將有重要影響。

（二）地緣政治、全球經濟零碎化及供應鏈重組

俄烏戰爭的持續，加上後續的以哈衝突、紅海危機，除造成當地經濟衰退外，並衝擊國際糧食、能源及金融市場，使全球經濟蒙上衰退陰影。逐漸趨緩的通膨壓力，也有可能因地緣政治動盪而再度推高，迫使各國央行降息時程與幅度不如預期，成為各國經濟成長回升的一大阻礙。

美中角力持續，加上各國國安意識抬頭、地緣政治風險擴大，均對全球化產生影響，帶動全球經濟零碎化發展。主要國家如美國、德國、日本等推出補貼政策，吸引國際大廠在地投資，並透過生產回流、友岸外包等模式改變全球生產供應鏈，企業將面臨投入成本上升、法規遵循挑戰及經營環境的不確定。由於供應鏈重整，包括廠商回流及友岸外包等分工趨勢，各國之進出口來源份額呈現結構調整。如美國之進口來源，中國大陸之份額明顯下降，墨西哥、臺灣、韓國及印度等份額增加。

若以臺灣電子零組件商品之出口結構比重觀察。2019 年臺灣出口至中國大陸³⁰比重約 60%，但 2023 年時出口比重下降至 54%，差距 6 個百分點。相對之下，出口至東協（ASEAN）的出口比重則由 20%增加至 22%、對日本之出口比重也由 8%增加至 9%，美國由 2%增加至 3%；對中國大陸趨緩，但對 ASEAN、日本、美國則略有增長³¹。隨著地緣政治關係愈趨緊張，廠商之投資與生產面臨更嚴峻挑戰，對全球政治與經濟版圖，都有長遠影響。

（三）中國大陸經濟成長走勢與美中關係

中國大陸為挽救房市及地方債等問題，推出多項政策，包括以舊換新、認房不認貸，同時延長貸款期限、降低貸款利率等，且於 2024 年 9 月下旬，更持續加碼

³⁰ 有關運用財政部之貿易統計資料，中國大陸係指中國大陸及香港。

³¹ 資料來源：財政部，「貿易統計資料查詢」。上網日期：2024 年 10 月 4 日，取自：<https://web02.mof.gov.tw/njswww/WebMain.aspx?sys=100&funid=defjsptgl>

「降息降準」等相關救市措施，惟成效仍待觀察。此外，由於景氣走勢下行風險升高，使得通貨緊縮疑慮持續存在。中國大陸各項指標雖已有回升趨勢，但仍處於低點，主要機構預測中國大陸 2024 年之成長率多在 5.0% 以下，且長期趨勢將持續下行。

至於美中關係走勢，美國 2 大政黨對中國大陸預期皆將持續強硬立場，僅在程度上或有差別，尤其川普（Donald John Trump）為開啟美中貿易戰關鍵人物，當選下屆美國總統，將會為美國與中國大陸的貿易關係增添不確定性，並為中國大陸經濟的一大考驗。

雖然中國大陸占臺灣總出口之比重，似有下緩跡象，但仍達 3 成以上，且為貿易順差之主要來源。再者，中國大陸仍為臺灣主要海外投資地區。即使疫情後及美中貿易紛爭造成全球供應鏈重整，若中國大陸持續經濟走緩，成長動能不足，仍可能透過供應鏈等間接管道，對臺灣及其他經濟體產生負面影響。另外，因中國大陸產能過剩，對全球傾銷，並造成產品價格大跌，恐衝擊全球經貿或臺灣出口。面對中國大陸經濟成長動向，對臺灣經濟與產業、企業之可能影響，仍需審慎看待。

（四）AI 科技之發展與應用

隨著 AI 技術運用之創新與發展，尤其生成式 AI（生成式人工智慧，Generative Artificial Intelligence）的應用愈趨多元，全球市場營收表現亮眼。根據 Omdia 於 2023 年發布資料，生成式 AI 應用市場規模，將從 2023 年的 62 億美元，成長至 2028 年的 585 億美元，年複合成長率（CAGR）達 56%³²。而根據 2023 KPMG *CEO Outlook* 資料顯示，投資新興技術已經成為董監事會的關注項目。70% 的企業認為，生成式 AI 投資將會協助企業建立商業競爭力，並且 52% 的企業預計於 3~5 年內獲得財務上的回報³³。

³² 資料來源：中小企業商機媒合整合服務網（2023 年 09 月 14 日），〈生成式 AI 商機 2028 估達 585 億美元，3 產業應用最多〉。上網日期：2024 年 8 月 12 日，取自：<https://www.sme.gov.tw/technomart/article-technomart-889-12333>

³³ 資料來源：KPMG（2024 年 3 月 12 日），〈人工智慧應用觀察與展望〉。上網日期：2024 年 8 月 12 日，取自：<https://kpmg.com/tw/zh/home/insights/2024/03/applications-and-future-prospects-of-ai.html>

臺灣於 2023 年之成長，幸而有 AI 發展應用之加持，使得資通與視聽產品出口年增率達 28.87%，2024 年 1~8 月年增率更達 89.78%，挹注經濟成長甚多。但是，對於 AI 帶動成長繁榮的同時，仍需關注其可能伴隨的風險。

例如在 EIU 之 AI: from experimentation to implementation? 報告³⁴中則指出，生成式 AI 儘管為新技術，應用仍未成熟，但目前已有諸多跨業的應用，並為數位轉型策略的典型。生成式 AI 可提高營運效率，包括提高生產力、改善製造和營運流程，且可優化培訓等內部流程，並推動能源、金融服務或醫療保健等多個領域的創新，有助於資料的消化分析、增強創新和支援客戶服務等。

不過，該報告也指出，儘管對生成式 AI 的投資不斷增加，但 90% 的企業內部使用仍然以傳統 AI（classical AI）為主。即便或有使用生成式 AI，但多仍處於概念驗證階段，相關實驗和專案需要中長期時間，以擴大規模。

此外，該報告明確指出，永續性將成為人工智慧採用的主要瓶頸與障礙。報告指出根據國際能源總署（International Energy Agency，IEA）的 2024 年電力報告（*The 2024 Electricity report*）指出，在 AI 運用推動下，全球資料中心的電力需求可能在 2022 年至 2026 年間倍數成長，增加的電網相當於德國的全國用電量。美國於 2024 年 3 月提出〈2024 年人工智慧環境影響法案〉（The Artificial Intelligence Environmental Impacts Act of 2024），評估並減輕 AI 對環境的影響。歐盟委員會亦於 2024 年 3 月通過〈能源效率指令〉（Energy Efficiency Directive，EED），德國已將該指令落實為法律，從 2024 年 9 月起，資料中心營運商將需要報告資料量、再生能源使用或廢棄物利用等領域，以減少能源消耗和碳排放。

由歐美國家近期有關 AI 發展之相關法令可知，AI 的應用和演進為不斷持續的過程，而其雖然帶來營收或效率的有感提升，但對永續發展的衝擊將為主要考驗。因為生成式 AI 系統使用大量電力，並產生大量碳足跡，且其可能於運用過程產生幻覺傾向（propensity to hallucinate），即產生誤導或提供不正確的資訊，都需事先詳加規範與預防。

³⁴ Economist Intelligence Unit (July, 2024). AI: from experimentation to implementation?. Retrieved from: <https://www.eiu.com/n/campaigns/ai-from-experimentation-to-implementation/> (August 27, 2024)

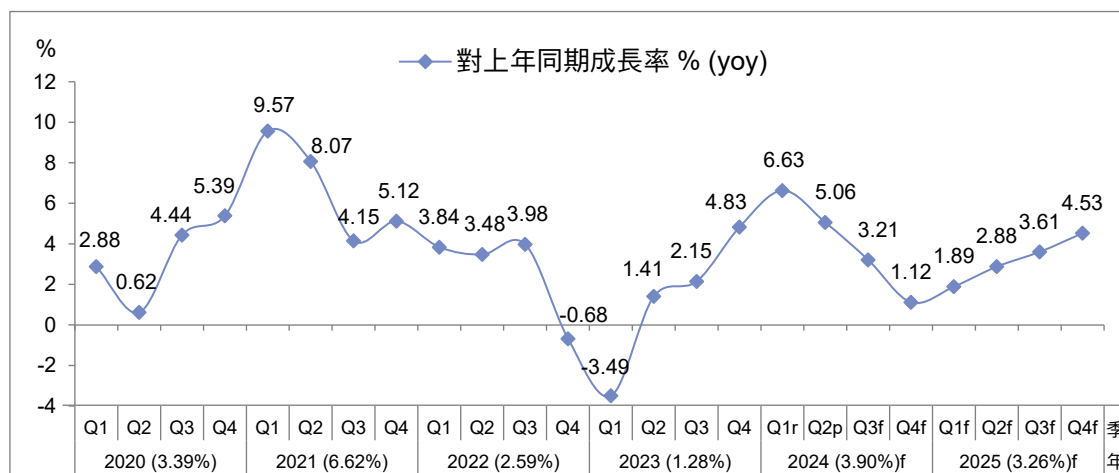
第 2 節 臺灣經濟脈動

一、2023 年臺灣經濟成長止跌回升，逐季攀升

（一）2023 年經濟成長模式內溫外冷

2023 年全年臺灣經濟成長率為 1.28%，成長模式內溫外冷，內需成長雖強韌，但因全球景氣低迷，外需方面表現疲弱，但得力於 AI 及高效能運算（High-performance computing，簡稱 HPC）等新興應用科技商機活絡，逐漸帶動外需成長，經濟成長也於第 4 季達到 4.83%。（圖 1-2-1）

圖 1-2-1 近年臺灣經濟成長率



資料來源：行政院主計總處，「總體統計資料庫」。上網日期：2024 年 8 月 20 日，取自：https://www.stat.gov.tw/News_Content.aspx?n=2677&s=233676

就支出面（需求面）觀察 2023 年各季臺灣經濟成長表現，第 1 季因全球通膨及升息壓力尚存，終端需求持續疲軟，加上產業鏈調節庫存影響，抑制我國外貿動能，經濟成長率為-3.49%。第 2 季雖外需持續疲軟，但來臺旅客大幅回升挹注服務輸出，使經濟成長率上升至 1.41%，併計上半年經濟成長率為-1.04%，經濟負成長主因為出口及外需疲弱；而下半年 AI 應用等新興商機興起，加上傳產貨品類出口減幅收斂，第 3 季及第 4 季經濟成長率分別為 2.15%、4.83%，下半年經濟成長率約為 3.49%。（圖 1-2-1）

綜上，2023 年臺灣全年經濟表現，雖然國內需求顯著提升、消費動能增加，但因外貿於上半年呈現的頹勢，2023 年全年臺灣經濟成長率約為 1.28%，較 2022 年減少 1.31 個百分點。（圖 1-2-1）

觀察 2023 年臺灣經濟成長之貢獻來源，國內需求貢獻 0.98 個百分點，國外淨需求貢獻 0.30 個百分點。就內需各項組成觀察，民間消費實質成長率為 8.19%，對經濟成長轉為貢獻 3.74 個百分點；固定資本形成（即投資）成長率-8.24%，對經濟成長負貢獻 2.32 個百分點，併計政府與存貨等，國內需求貢獻 0.98 個百分點。至於國外淨需求部分，輸出成長率為-4.54%，對經濟成長負貢獻 3.17 個百分點；輸入成長率為-6.02%，對經濟成長負貢獻 3.47 個百分點；輸出入抵減，併計對經濟成長貢獻 0.30 個百分點。

就產業面觀察 2023 年臺灣經濟成長表現，工業實質成長率約-6.42%，對經濟成長率負貢獻約 2.40 個百分點，較上年之正貢獻 0.70 個百分點，明顯衰退。其中，「製造業」實質成長率為-6.66%、負貢獻 2.28 個百分點；「礦業及土石採取業」及「營建工程業」之實質成長率分別為-4.45%、-5.11%，對經濟成長率之貢獻分別為 0.00、-0.16 個百分點。相對之下，「電力及燃氣供應業」及「用水供應及汙染整治業」則為正成長，實質成長率分別為 0.22%、6.88%，不過因產業規模皆較小，對經濟成長率貢獻僅在 0.00~0.04 個百分點之間。

至於服務業，則因內需蓬勃成長，實質成長率約 4.54%、對經濟成長率貢獻 2.76 個百分點，較上年之 1.52 個百分點，持續增加 1.24 個百分點。就成長率觀察，「運輸及倉儲業」（27.48%）、「出版影音及資通訊業」（6.98%）與「其他」（5.53%）之成長幅度居前 3。對經濟成長貢獻，則因產業規模差異，造成排名有所變化，以「運輸及倉儲業」（1.07 個百分點）、「其他」（1.03 個百分點）、「不動產及住宅服務業」（0.26 個百分點）、「金融及保險業」（0.23 個百分點）、「出版影音及資通訊業」（0.21 個百分點）較高。其中，「金融及保險業」成長率為 3.64%，較 2022 年負成長之情況大幅回升，「批發及零售業」成長率則為-0.45%，負貢獻 0.07 個百分點，主因為全球經貿動能減緩，客戶持續去化庫存所致。

至於 2024 年之成長走勢，雖然國內景氣對策信號逐月翻揚，呈現上升趨勢，且因比較基期因素，行政院主計總處預估 2024 年臺灣經濟成長率預測值為 3.90%，較上年走升，主因 AI、HPC 等科技應用蓬勃發展，國際需求強勁，帶動我國商品出口成長。再者，國內薪資提升、股市創高帶動所得效果，可望維繫消費成長動能，2024 年臺灣經濟成長將呈內外皆溫情形。（圖 1-2-1）

就支出面（需求面）觀察 2024 年各季臺灣經濟成長表現，第 1 季因民間消費持續成長，新興科技應用需求揚升，帶動出口上升，外需逐漸回溫，經濟成長率為 6.63%，較 2023 年第 4 季之 4.83%，高出 1.80 個百分點。第 2 季經濟成長率降至 5.06%；而下半年經濟成長因比較基期因素，將弱於上半年，第 3 季、第 4 季則分別為 3.21%、1.12%。

（二）景氣指標走勢穩健上揚

觀察 2023 年全年之景氣對策信號，1~8 月為藍燈，9 月轉為黃藍燈，10 月降為藍燈，11~12 月再轉為黃藍燈，燈號走勢逐步向上，分數由年初之 11 分，升至年底的 22 分。至於 2024 年，因全球貿易量逐漸回升，加上投資、內需等方面穩定上升，國內景氣對策信號轉呈綠燈，並延續至 3 月（連 3 綠），4 月至 5 月已連續 2 個月呈現黃紅燈，而自 6 月起，因受惠半導體供應鏈及伺服器需求熱絡，加上傳產外銷回穩，出口轉呈紅燈，帶動工業及服務業加班工時轉為黃紅燈，燈號更上一層轉為紅燈，顯示 2024 年景氣成長復甦穩健。（圖 1-2-2）

2023 年就各項構成指標觀察，部分指標走勢呈現逐步上升情形，包括「股價指數」1 月為藍燈，後續月份逐漸轉強，至 10~12 月已轉呈紅燈，反映股市交易逐漸熱絡；「非農業部門就業人數」因國內勞動市場回穩，1~3 月呈藍燈、5~12 月皆轉呈綠燈；「海關出口值」於上半年除 1 月外皆呈藍燈，在 8 月轉呈黃藍燈後逐步上升，至 12 月已轉呈紅燈；「製造業營業氣候測驗點」除 3 月呈黃藍燈外，1~8 月皆呈藍燈，在 9~11 月再轉呈黃藍燈，12 月轉呈綠燈。「貨幣總計數 M1B」、「機械及電機設備進口值」、「製造業銷售量指數」除分別在 7 月、1 月及 12 月等 3 個月

轉呈黃藍燈外，其餘皆呈藍燈。「批發、零售及餐飲業營業額」除在 11 月轉呈綠燈外，其餘皆呈藍燈。「工業生產指數」則是整年皆為藍燈。（圖 1-2-2）

圖 1-2-2 近期臺灣景氣對策信號

年 份 月 份 項 目		2023												2024							
		1 月	2 月	3 月	4 月	5 月	6 月	7 月	8 月	9 月	10 月	11 月	12 月	1 月	2 月	3 月	4 月	5 月	6 月	7 月	8 月
綜合判斷	燈號																				
	分數	11	10	11	11	12	13	15	15	17	16	20	22	27	29	31	35	36	38	35	39
貨幣總計數 M1B																					
股價指數																					
工業生產指數																					
非農業部門就業人數／ 工業及服務業加班工時																					
海關出口值																					
機械及電機設備進口值																					
製造業銷售量指數																					
批發、零售及餐飲業營業額																					
製造業營業氣候測驗點																					

附 註：1.綜合判斷分數及信號：紅燈●45-38，熱絡；黃紅燈●37-32，轉向；綠燈●31-23，穩定；黃藍燈●22-17，轉向；藍燈●16-9，低迷。

2.各構成項目均為年變動率，除股價指數外均經季節調整。新舊構成項目間並無一對一替換關係，解讀上宜注意。

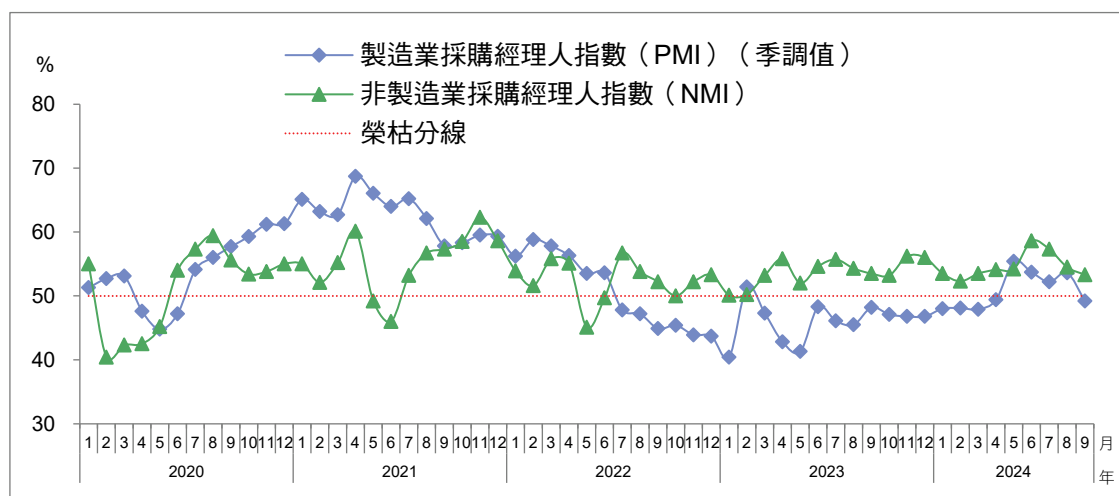
3.「非農部門就業人數」指標已於 2024 年更改為「工業及服務業加班工時」。

資料來源：國家發展委員會，「國發會景氣查詢指標系統」。上網日期：2024 年 10 月 4 日，取自：https://index.ndc.gov.tw/n/zh_tw/#/

2024 年之景氣對策信號從年初以來，因全球景氣逐步上升，1~3 月均呈現綠燈，4~5 月轉呈黃紅燈，6 月亮出紅燈，7 月轉呈黃紅燈，8 月又轉呈紅燈。各項構成指標亦多呈綠燈以上，其中「海關出口值」走勢震盪，1~8 月於綠燈、紅燈之間變化；「股價指數」則是一路皆呈紅燈，表現尤佳；「工業生產指數」、「機械及電機設備進口值」及「批發、零售及餐飲業營業額」也於 4 月轉呈紅燈，走勢勁升。（圖 1-2-2）

至於 2023 年臺灣製造業 PMI 的走勢變化，除 2 月以外，大致延續 2022 年下半年以來的趨勢，指數雖都維持於榮枯線（50%）之下，呈緊縮狀態；下半年起因製造業於疫後緩慢復甦，有逐步上升的趨勢。在非製造業經理人指數（Non-manufacturing Purchasing Managers' Index，簡稱 NMI）的部分，全年皆維持於榮枯線之上，呈現穩健擴張情形，顯示非製造業內需強勁成長。（圖 1-2-3）

圖 1-2-3 近年臺灣製造業／非製造業採購經理人指數



資料來源：國家發展委員會，「國發會景氣查詢指標系統」。上網日期：2024 年 10 月 4 日，取自：
https://index.ndc.gov.tw/n/zh_tw/#/

觀察 2024 年初以來之 PMI 與 NMI 走勢，製造業 PMI 延續 2023 年以來的走勢，1~4 月指數維持於榮枯線以下，而受惠於國際市場不確定性下降，品牌廠商陸續回補庫存，5 月起突破榮枯線（50%）水準，6~8 月維持擴張；後因 AI 高基期效應下短期拉貨力道趨緩，以及市場保守看待 iPhone 16 全球銷售，9 月轉呈跌至榮枯線以下。惟此一下滑，是否意味景氣反轉，抑或僅為廠商或季節因素調整，仍待觀察。至於 NMI 則皆維持於榮枯線之上，顯見隨國內疫情趨緩，國內民眾消費活動熱絡，同時來臺旅客也信心大增，促進我國服務相關產業復甦。（圖 1-2-3）

二、對外貿易：AI 帶動，由 2023 年谷底逐漸翻揚

2023 年臺灣全年商品出口金額約 4,324.20 億美元，較上年減少 9.80%；進口金額約 3,516.32 億美元，較上年減少 17.86%，出口、進口規模雙雙降低，出口部

分更呈 8 年來最大降幅，但於第 4 季止跌回升。而出、進口相抵減後，貿易出超金額約 807.88 億美元，年增 57.38%。（表 1-2-1）

表 1-2-1 近年臺灣商品貿易概況

單位：億美元；%

指 標 年 別	出口總值		進口總值		貿易總值		出超（+）或入超（-）	
	金 額	年增率	金 額	年增率	金 額	年增率	金 額	年增率
2019	3,291.57	-1.45	2,856.51	0.30	6,148.09	-0.64	435.06	-11.60
2020	3,451.26	4.85	2,861.48	0.17	6,312.74	2.68	589.78	35.56
2021	4,463.71	29.34	3,819.58	33.48	8,283.29	31.22	644.14	9.22
2022	4,794.15	7.40	4,280.83	12.08	9,074.98	9.56	513.33	-20.31
2023	4,324.20	-9.80	3,516.32	-17.86	7,840.52	-13.60	807.88	57.38

附 註：年增率為與上年同期比較。

資料來源：財政部，「貿易統計資料查詢」。上網日期：2024 年 10 月 4 日，取自：<https://web02.mof.gov.tw/njswww/WebMain.aspx?sys=100&funid=defjsptgl>

觀察臺灣主要出口商品，2023 年以「電子零組件」為大宗，出口金額 1,787.00 億美元，占整體出口比重 41.33%，年增率-10.71%；其次為「資通與視聽產品」，出口金額 833.55 億美元，比重 19.28%，年增率 28.88%。2023 年受到高通膨、高庫存、終端消費疲弱，以及全球電子產業景氣下滑等影響，「電子零組件」庫存過高且去化不如預期；「資通與視聽產品」則因 AI 應用擴增，而有較佳成長表現。（表 1-2-2、圖 1-2-4）

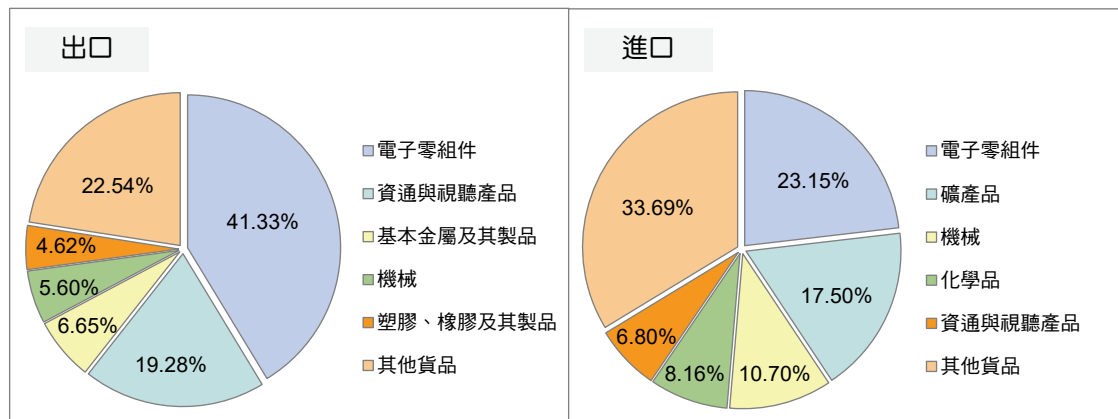
表 1-2-2 2023 年臺灣主要商品貿易進出口概況

單位：億美元；%

指 標 主要商品	出 口			進 口		
	金 額	結構比	較 上 年 同期增減%	金 額	結構比	較 上 年 同期增減%
總 計	4,324.20	100.00	-9.80	3,516.32	100.00	-17.86
電子零組件	1,787.00	41.33	-10.71	814.06	23.15	-17.31
資通與視聽產品	833.55	19.28	28.88	239.05	6.80	-14.75
基本金屬及其製品	287.37	6.65	-22.05	226.74	6.45	-19.39
機械	242.11	5.60	-15.20	376.42	10.70	-23.71
塑膠、橡膠及其製品	199.57	4.62	-23.29	85.98	2.45	-19.31
化學品	184.18	4.26	-21.54	286.87	8.16	-20.37
礦產品	146.19	3.38	-25.96	615.41	17.50	-26.68
紡織品	66.32	1.53	-25.05	36.48	1.04	-7.26
其他貨品	577.91	13.36	-18.72	835.30	23.75	-6.75

資料來源：財政部，「貿易統計資料查詢」。上網日期：2024 年 10 月 4 日，取自：<https://web02.mof.gov.tw/njswww/WebMain.aspx?sys=100&funid=defjsptgl>

圖 1-2-4 2023 年臺灣前 5 大出、進口商品占比



資料來源：財政部，「貿易統計資料查詢」。上網日期：2024 年 10 月 4 日，取自：<https://web02.mof.gov.tw/njswww/WebMain.aspx?sys=100&funid=defjsptgl>

就成長率觀察，「資通與視聽產品」（出口 833.55 億美元），年增率達 28.88% 最高，其餘品項皆為負成長，包括「電子零組件」（年增率-10.71%）、「機械」（-15.20%）。而「化學品」（-21.54%）、「基本金屬及其製品」（-22.05%）、「塑膠、橡膠及其製品」（-23.29%）、「紡織品」（-25.05%）及「礦產品」（-25.96%），跌幅更超過 20%。（表 1-2-2）

觀察出口國家及地區分布，因中國大陸經濟受房市崩盤影響，不利全球經貿動能成長。國際經濟走緩造成需求疲弱，致供應鏈上下游之間的中間產品貿易走勢下降，而臺商供應鏈布局多在亞洲地區，因此臺灣對亞洲國家之出口大多下跌。其中，對中國大陸下跌 18.10%，為歷年最大跌幅，對韓國下跌 17.92%、對日本下跌 6.47%、對東協下跌 5.38%。但對歐美出口值則多為正成長，對歐洲成長 2.88%、對美國成長 1.57%，對歐美之出口值均創歷史新高。（表 1-2-3）

觀察臺灣主要進口商品，2023 年多為負成長，其中以「紡織品」（-7.26%）跌幅最小，而「礦產品」（-26.68%）則跌幅最大。至於主要進口國家及地區，同樣多呈現負成長，如歐洲（-8.74%）、美國（-10.53%）、中國大陸（-16.13%）、韓國（-17.06%）、日本（-18.82%），其中以東協 10 國之負成長最為明顯（-23.93%）。（表 1-2-2、表 1-2-3）

表 1-2-3 2023 年臺灣對主要貿易往來國進出口概況

單位：億美元；%

指 標 主要國家 / 地區	出 口			進 口			出 超(+) 或入 超(-)
	金 額	結構比	較 上 年 同期增減%	金 額	結構比	較 上 年 同期增減%	金 額
總 計	4,324.20	100.00	-9.80	3,516.32	100.00	-17.86	807.88
中國大陸 ^{附註 1}	1,522.39	35.21	-18.10	717.18	20.40	-16.13	805.21
東協 10 國	762.75	17.64	-5.38	410.31	11.67	-23.93	352.43
美國	762.34	17.63	1.57	408.82	11.63	-10.53	353.52
歐洲	422.83	9.78	2.88	466.06	13.25	-8.74	-43.23
日本	314.35	7.27	-6.47	443.44	12.61	-18.82	-129.10
韓國	182.03	4.21	-17.92	284.15	8.08	-17.06	-102.11
其他	357.51	8.27	-12.79	786.35	22.36	-23.65	-428.85

附 註：1.中國大陸包括中國大陸與香港。

2.東協 10 國（ASEAN）包含印尼、馬來西亞、泰國、新加坡、汶萊、越南、緬甸、柬埔寨、寮國及菲律賓。

資料來源：財政部，「貿易統計資料查詢」。上網日期：2024 年 10 月 4 日，取自：<https://web02.mof.gov.tw/njswww/WebMain.aspx?sys=100&funid=defsptgl>

至於服務貿易表現³⁵，2023 年國人出國 1,179.58 萬人次，較 2022 年之 148.2 萬人次，年增 695.50%；2023 年來臺旅客人次約 648.70 萬人次，較 2022 年之 89.60 萬人次，年增 624.02%³⁶。由於國人出國明顯高於來臺旅客，致觀光外匯收入，呈現逆差 68.61 億美元，併計運輸逆差 22.29 億美元、其他服務逆差 33.98 億美元等，2023 年整體服務貿易金額，由 2022 年之順差 126.73 億美元，轉為逆差 100.73 億美元。（表 1-2-4）

展望 2024 年臺灣外貿情勢，全球貿易已由 2023 年之負成長（-4.61%），轉為正成長（3.70%）³⁷，且在終端商品消費需求改善，以及 AI 運用需求強勁下，臺灣累計 1~10 月出口 3,904.2 億美元，年增率 10.0%，成長已達 2 位數字。進口則因電子零組件需求回升，累計 1~10 月進口 3,239.7 億美元，較上年同期增長 9.8%³⁸。新興科技應用持續擴展，國內半導體相關產品之國際需求仍夯，都對出口動能有正向助益。

³⁵ 服務貿易涵蓋層面，除了加工及維修服務之外，主要項目包含運輸、旅行及其他服務（如保險等）3 大類。³⁶ 資料來源：1.交通部統計處（2024 年 8 月 9 日），「國人出國按目的地分」。

2.交通部統計處（2024 年 8 月 9 日），「來臺旅客人數按居住地分」。

³⁷ S&P Global (August 15, 2024). *Comparative World Overview*.³⁸ 財政部（2024 年 11 月 8 日），〈113 年 10 月海關進出口貿易初步統計〉。上網日期：2024 年 11 月 19 日。取自：<https://www.mof.gov.tw/singlehtml/384fb3077bb349ea973e7fc6f13b6974?cntId=67bfe413fd2c4abb9ea0dd22b8542b41>

表 1-2-4 近年臺灣服務貿易變化趨勢

單位：億美元；%

指 標 年 別	服務貿易輸出		服務貿易輸入		順差(+)或逆差(-)	
	金 額	年增率	金 額	年增率	金 額	年增率
2019	518.38	3.24	569.37	0.13	-50.99	-23.39
2020	412.10	-20.50	374.91	-34.15	37.19	-
2021	519.95	26.17	395.13	5.39	124.82	235.63
2022	571.57	9.93	444.84	12.58	126.73	1.53
2023	539.16	-5.67	639.89	43.85	-100.73	-

附 註：年增率之計算，若當年度由上年之逆差（順差），轉為順差（逆差），金額之符號由負轉正（由正轉負），年增率以「-」表示。

資料來源：中華民國中央銀行全國資訊網（2024 年 8 月 20 日），「國際收支」。上網日期：2024 年 10 月 4 日，取自：<https://www.cbc.gov.tw/tw/cp-538-2336-A55F0-1.html>

三、國內投資：2023 年成長動能趨緩

2023 年國內投資成長較上年大幅下跌，雖然跨境旅遊熱絡，推升航空器購置需求，加上營業用小客車陸續交車，挹注運輸工具投資，但全球景氣仍屬於低檔，加上消費終端需求不振，再因通膨走升，升息與薪資成長墊高廠商投資成本，使得企業投資更趨保守。在基期較高情況下，整體民間投資實質成長-11.21%，併計公部門（政府、公營事業投資實質成長率分別為 6.46%與 10.49%），整體固定投資實質成長-8.24%，對經濟成長為負貢獻。

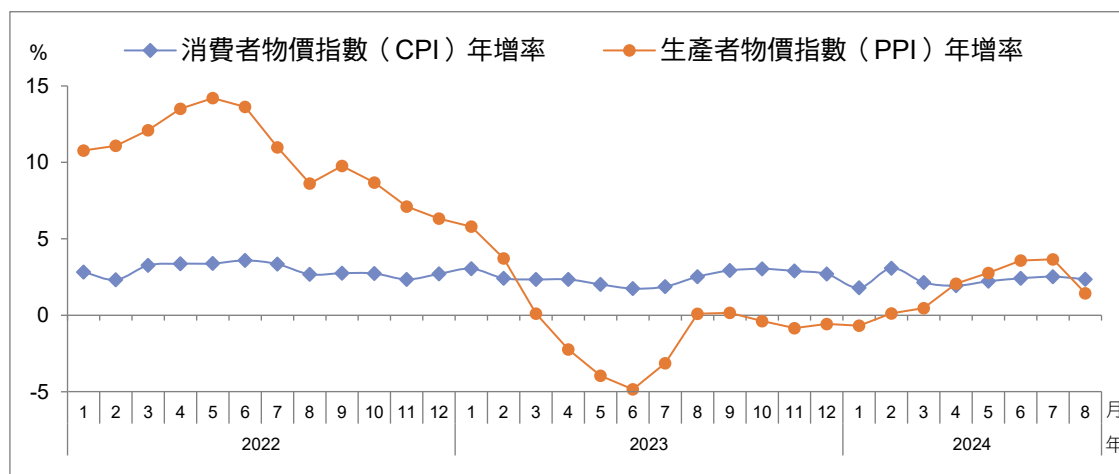
展望 2024 年國內投資，由於半導體廠商持續投資先進製程與高階封測產能，加上運力需求持續，廠商持續挹注相關投資，對國內投資持續挹注成長動能。行政院主計總處預估 2024 年民間投資實質成長率約為 3.89%，併計公部門（政府、公營事業投資實質成長率分別為 7.30%與 8.47%），整體固定投資實質成長 4.58%。

四、物價走勢：CPI 年增率仍維持相對高檔

2023 年臺灣 CPI 年增率雖曾在 6、7 月降至 2%以下，但年底又回升至 3%附近，全年上漲 2.49%，雖較上年之 2.95%，下降 0.46 個百分點，但已連續 2 年維持於 2.0%以上。2024 年初以來，因服務類價格走增，加上醫療費用（掛號費）、電費調整，以及颱風因素等，1~8 月 CPI 年增率 2.32%，其中商品類漲 2.06%，服務

類漲 2.54%，物價仍處於相對高檔。至於 PPI 走勢，2023 年 PPI 年增率下跌 0.57%，反轉 2022 年的正成長；2024 年 1~8 月 PPI 年增率 1.67%，已由上年之負值轉為正成長。（圖 1-2-5）

圖 1-2-5 近年臺灣消費者物價指數及生產者物價指數年增率



附註：1.生產者物價指數基期為 2021 年，資料自 2022 年 1 月起迄今。

2.消費者物價指數基期為 2021 年。

資料來源：行政院主計總處，「物價統計資料庫」。上網日期：2024 年 10 月 4 日，取自：<https://nstatdb.dgbas.gov.tw/dgbasAll/webMain.aspx?sys=100&funid=dgmaine>

綜觀臺灣 2023 年以來的物價上漲，主因為地緣政治風險持續，國際原物料價格維持高檔，全球的通膨壓力依舊存在，加上疫後國人外出餐飲、休閒娛樂服務消費供不應求，服務類價格大幅上漲。

由於地緣政治不安，農工原物料價格震盪走揚，透過進口價格推升通膨力道，加上國內電價調整等因素影響，2024 年全年 CPI 年增率預估值仍將達到 2.17%，維持於相對高點。（圖 1-2-5）

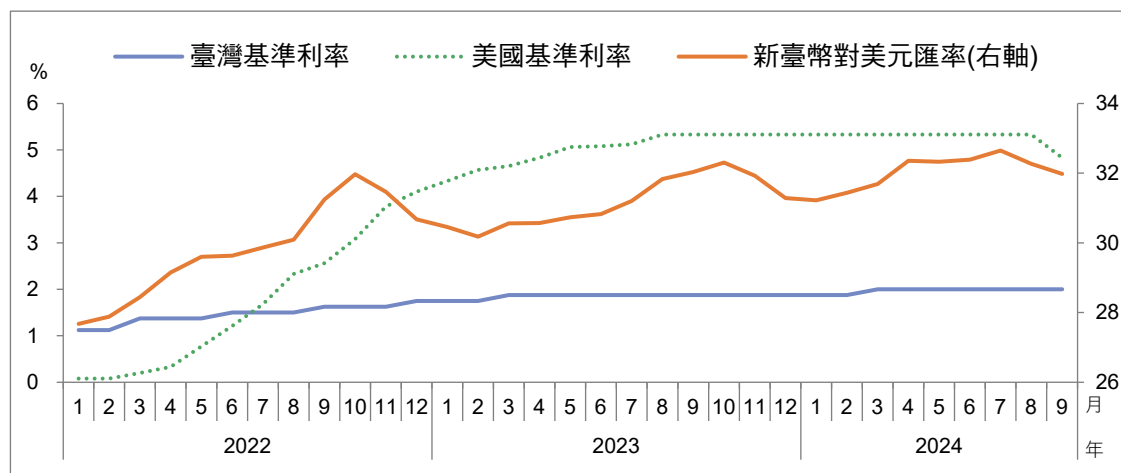
五、利率走勢：2023 年凍漲、2024 年初預防式升息

2023 年因國內經濟成長放緩、下半年通膨緩步回降等因素，6 月我國中央銀行宣布暫停升息，終止自 2022 年以來的連 5 升，並於 9 月、12 月持續不升不降。時至 2024 年 3 月，因考量物價漲幅趨勢，電價上漲，以及國內經濟景氣逐漸增溫，為

抑制國內通膨預期心理，中央銀行於 2024 年 3 月決議預防式升息半碼，以穩定物價，並有助於整體經濟正常發展。6 月、9 月持續維持政策利率不變，即重貼現率、擔保放款融通利率及短期融通利率，分別維持年息 2%、2.375%及 4.25%不變，但調整選擇性信用管制措施，以及調升新臺幣存款準備率 0.25 個百分點。

雖然近來國內重貼現率多有調升，但因升息幅度低於聯準會之升息幅度，因而臺灣與美國之基準利差持續擴大，自 2023 年 5 月起，迄至 2024 年 6 月底，臺美利差持續超過 3 個百分點。聯準會於 2024 年 9 月宣布降息 2 碼，聯邦基金利率降至 4.75%~5.00%，臺美利差縮小至 3 個百分點左右，但因美國經濟成長強勁，美元指數仍獲支撐。不過，亞幣在日本央行於 7 月開啟升息周期後，「日圓單邊下跌」的情勢急速逆轉；因利率預期升降因素，美元指數自 8 月初呈現走緩，新臺幣隨亞幣自 8 月以來呈現升值走勢。預料在聯準會開啟降息周期後，隨利差逐步收窄，新臺幣匯價將呈微幅走升。（圖 1-2-6）

圖 1-2-6 近年臺美基準利率與新臺幣對美元匯率走勢



附註：新臺幣對美元匯率統計時間迄 2024 年 9 月 30 日止。

資料來源：1. 中華民國中央銀行全國資訊網，「央行貼放利率」。上網日期：2024 年 10 月 5 日，取自：
<https://www.cbc.gov.tw/tw/cp-520-36599-75987-1.html>

2. 中華民國中央銀行全國資訊網，「新臺幣對美元銀行間成交之收盤匯率」。上網日期：2024 年 10 月 5 日，取自：
<https://www.cbc.gov.tw/tw/cp-2151-27029-FFC31-1.html>

3. FOMC. *FOMC statement*. Retrieved from: <https://www.federalreserve.gov/default.htm> (October 5, 2024)

六、新臺幣對美元匯率：走勢震盪起伏，持續貶值

2023 年，在地緣政治風險未止、美國央行利率決策前景不明下，新臺幣對美元匯率起伏不斷，2023 全年新臺幣對美元匯率平均約 31.150 新臺幣兌換 1 美元，較上年之 29.777，貶值 4.61%，已連續 2 年貶值³⁹。主因美國聯邦基金利率持續維持高檔，利差持續，且市場預期聯準會降息時點往後調整，加上美國經濟成長表現優於其他主要國家，以及出口導向國家因商品出口成長低迷，導致經濟成長表現不佳等影響，美元走勢持續獨強，亞洲各國貨幣對美元多呈貶值。

2024 年，在地緣政治因素牽動下，受到相對物價（通膨）、國際利差，以及經濟情勢（經濟成長與貿易盈餘）與貨幣政策等因素，加上美國總統大選因素影響，儘管聯準會已於 9 月降息，我國中央銀行與日本央行都於 3 月調整利率，日本央行並於 7 月開啟升息，但因利差仍接近 3 個百分點，且日本、中國大陸紛紛推出新的政策與方針，造成亞幣上下波動明顯，新臺幣匯率也隨之呈現震盪起伏。

第 3 節 總體經濟環境暨政策觀察

一、全球 2023~2024 年經濟成長下行風險升高

2023 年全球經濟在地緣政治愈趨緊張、供應鏈持續重整，以及主要國家仍處於高利率環境等多重挑戰下，全球經濟成長率從 2022 年的 3.06%，下降至 2023 年的 2.77%。主要國家中，除美國、中國大陸、印度之外，其餘經濟體或區域成長表現多呈下行。成長趨緩不利外貿擴張，不但造成全球商品出口年增率由上年之 2 位數成長（11.27%），跌至負成長的-4.61%，使出口導向成長策略之經濟體飽受衝擊。

2023 年全球經濟囿於「低成長、高通膨」局面，為對抗通膨，主要國家或區域，如美國、歐元區多維持高息政策，以對抗通膨，而此不僅影響廠商投資意願、

³⁹ 資料來源：中華民國中央銀行全國資訊網，「新臺幣對美元銀行間成交之收盤匯率」。上網日期：2024 年 5 月 23 日，取自：<https://www.cbc.gov.tw/tw/cp-2151-27029-FFC31-1.html>

增加企業融資成本，負面影響逐漸發酵。例如：歐元區在通膨、高利率的雙重壓力，以及俄烏戰火陰霾下，許多國家陷入經濟衰退，歐元區整體經濟成長率，僅為 0.51%。

雖然 2023 年全球成長基期較低，有助於 2024 年成長數據轉佳，如全球商品出口預計從 2023 年的-4.61%，回升至 2024 年的 3.70%，但實則因地緣政治持續緊張、通膨反覆，加上美中貿易戰情勢持續緊繃，2024 年全球經濟展望仍面臨挑戰。根據 S&P Global 預測，2024 年全球經濟成長率為 2.73%，仍持續下緩。

二、主要經濟體：轉型優化、擴大內需之多元成長策略

面對美中貿易戰愈趨白熱化，以及地緣政治之不確定性升溫，所伴隨的成長風險，主要經濟體轉而尋求雙軌成長策略，除持續產業轉型（AI、綠能、淨零、生技等），透過研發、應用等提升附加價值、挹注成長引擎、優化競爭力，擴大商品與服務輸出對成長之貢獻外，亦須積極強化內需市場韌性。就消費面而言，改善勞動市場環境、提增勞動參與率、就業率，以及薪資實質購買力；就投資面而言，對基礎建設、數位發展，以及重點產業之創新等，給予租稅優惠或補助獎勵，以擴大內需對成長之貢獻。

如美國於後疫時期之成長表現優於預期，除因科技 7 巨頭（Magnificent 7）⁴⁰科技研發實力之強勢主導外，消費活動之韌性成長為成長優於預期重要主因；即便面對高通膨壓抑實質購買力，但民間消費仍逆勢穩健成長。而日本則透過超過物價漲幅的加薪策略，以提升實質購買力，促進消費成長，擺脫深陷 20 餘年之通縮陰霾。

⁴⁰ 美國科技 7 巨頭是指：Apple（蘋果）、Microsoft（微軟）、Alphabet（谷歌母公司）、Amazon（亞馬遜）、Nvidia（輝達）、Meta（Facebook 母公司）、Tesla（特斯拉），主要集中在人工智慧、雲端運算、線上遊戲，以及軟硬體技術等。Bloomberg 並據此編列有 Magnificent 7 指數。資料來源：Bloomberg (August, 2023). Retrieved from: Bloomberg Magnificent 7 Index Methodology. <https://assets.bbhub.io/professional/sites/10/Bloomberg-Magnificent-7-Index-Methodology.pdf> (September 21, 2024)

三、2023 年臺灣出口導向遇逆風、AI 加持神隊友

臺灣經濟在 2023 年同樣面臨挑戰，特別是外貿市場，因受全球景氣走弱影響，而使外貿動能大幅減弱，加上基期偏高，2023 年商品出口成長率下降 9.80%，為近 8 年來最大跌幅。惟隨著 AI 及 HPC 等新興科技應用商機的成長發酵，於第 4 季出口止跌回升，全年出口突破 4,300 億美元，為歷年第 3 高，且經濟逐漸回溫、逐季攀升，於第 4 季經濟成長率達 4.83%、全年經濟成長率 1.28%。其中，民間消費的顯著成長，是經濟成長的主要驅動力。

就現階段觀察臺灣經濟結構值得關注的亮點。首先，為 AI 及 HPC 等新科技的應用帶動部分出口產品的成長，例如：資通與視聽產品的出口金額成長 28.88%。然而，其他主要出口商品，如：塑化製品（塑膠製品和化學品）、金屬加工與機械製品等的出口都呈現明顯下滑。另臺灣面對亞洲市場，特別是對中國大陸的出口大幅下降，除反映臺灣廠商於供應鏈重整趨勢下之目標市場轉型外，也反映中國經濟成長放緩對臺灣外貿的影響。

四、2024 年臺灣經濟轉呈復甦、消費為重要支撐力量

展望 2024 年，臺灣經濟顯著回升。除 AI 和 HPC 等高科技應用的持續推動外貿擴張、挹注成長外，內需市場也因實質薪資成長，以及股市攀升伴隨財富效果而帶動消費成長。根據行政院主計總處預估，2024 年臺灣的經濟成長率約 3.90%，較 2023 年的 1.28%，翻 3 倍成長；尤其是臺灣的出口，預期在全球貿易逐步復甦而有所回升，加上全球對半導體和高科技產品需求增加的帶動下，臺灣經濟成長動能可望進一步強化。

總結來說，2023 年全球和臺灣經濟的成長都面臨壓力，全球經濟成長的放緩和外商的疲弱，對出口導向型經濟體帶來挑戰。然而，隨著新興科技的快速發展，以及主要國家開啟降息周期，臺灣在 2024 年不但成長走升，同時實現內外需雙成長的經濟環境。此外，基於全球供應鏈重組和地緣政治的不穩定性，將是影響臺灣和全

球經濟未來發展的重要風險因素。臺灣企業需要繼續適應快速變化的全球市場環境，積極尋求創新科技應用和國際市場擴展機會，以保持競爭優勢。

五、總體政策觀察與借鏡

綜觀近期主要國家之成長策略，在美中貿易衝突、地緣政治風險持續下，財政政策、貨幣政策成為調節總體經濟環境之重要關鍵；環境永續、淨零減碳也為永續發展主軸，並與數位轉型並稱為「雙軸轉型」，將數位與淨零概念互補擴大，打造氣候中和且數位化的永續創新商業模式；而包容成長也因多元、平等、共融考量下成為政策目標。考量全球數位發展躍進、減碳進程加速，以及國內外市場環境變化等挑戰，政府目前積極推動「中小微企業多元振興發展計畫」，透過「數位轉型」、「淨零轉型」及「通路發展」3 大策略，搭配「提供數位人培協助及優惠貸款」、「增僱青年、高齡基層員工，以及為員工加薪之租稅優惠」與「為員工加薪將取得額外信用保證額度」等配套措施，期達到促進中小微企業發展、帶動員工薪資水準提升、落實創新經濟與包容成長之政策目標。

就包容成長來看，以美國、日本之成長策略為例，美國因消費展現韌性，而有超乎預期之成長表現；日本則透過超過物價漲幅的加薪模式，成功擺脫深陷之通貨緊縮陰霾，朝向利率正常化成長路徑。根據本書統計，2023 年臺灣中小企業銷售額為 28 兆 7,603.46 億元，較上年成長 0.59%；其中，內銷額為 25 兆 7,413.22 億元，年增 3.03%，出口額為 3 兆 190.24 億元，年減 16.31%。相較於大型企業內銷額成長 1.60%與出口額衰減 11.21%，可見得中小企業更著重於內銷市場的表現。在 2023 年國內經濟內溫外冷的成長模式下，全球經濟持續振盪、下行之際，內需對於成長益顯重要。

事實上，因疫後供應鏈瓶頸、缺工問題等，造成歐美通膨攀升，除以升息對治外，員工薪資成長也成為常態趨勢。美國除汽車工人聯合會（United Automobile Workers, UAW）、美國航空之調薪方案外，約有 22 州也自 2024 年起，調整基本工資。日本於 2024 年春鬥後，企業調薪平均漲幅約為 5.1%。

臺灣除基本工資從 2016 年來連年調整，2023 年、2024 年月薪調幅分別為 4.55%、4.05%外，行政院已於 2024 年 9 月宣布 2025 年全國軍公教薪資調升 3%，同時核定每月最低工資調升 4.08%。中小企業雖然規模小，但中小企業之受僱員工人數達 694 萬 7 千人，比重 74.65%，吸納了近 4 分之 3 的受僱勞工。為鼓勵中小企業增僱基層員工、為員工加薪，經濟部已於 2024 年 8 月 7 日修正發布〈中小企業發展條例〉部分條文，以促進中小企業增僱青年及高齡者等多元人才，並提升薪資水準。顯見政府對中小企業及勞工之善意與照顧，並呼應全球有關 DEI⁴¹之趨勢。

綜合而言，後疫時期全球經濟成長持續放緩、外貿疲弱，對於出口導向經濟體帶來挑戰。然而，隨著新興科技的快速發展，以及主要國家開啟降息周期，臺灣在 2024 年不但經濟成長走升，並同時實現內需、外貿雙成長。企業之韌性成長，以及政府順勢利導，是推動臺灣經濟成長的重要助力。藉由以下各章的相關統計數據，依序觀察中小企業在營運、資金及人力資源的情形，並說明中小企業可能面臨的挑戰與發展方向，最後羅列政府於中小企業的各项資源與協助，提供中小企業主運用參考。

⁴¹ DEI 為 Diversity（多元）、Equity（平等）與 Inclusion（共融）之簡稱，為全球主要國家政府、機構與企業目前關注議題，聯合國（UN）、S&P Global、麥當勞等，都有發布相關報告。

第 2 章 中小及新創企業動向

2023 年全年臺灣經濟成長率約為 1.28%，較 2022 年減少 1.31 個百分點，且為連續 2 年成長下緩；成長模式呈現內溫外冷，民間消費帶動國內需求顯著提升，然國際貿易低迷不振，企業營運仍面對艱鉅挑戰。本章透過企業營運相關指標，剖析 2023 年臺灣中小企業的發展與變化趨勢，俾供各界參考。

本章分 5 節，第 1 節說明 2023 年臺灣中小企業整體經營情勢，以企業家數、銷售額、內銷額及出口額變化，並以行業與區域分布等面向的變化，觀察企業營運之變遷與特色。第 2 節描繪臺灣創業生態網絡成員及發展概況，並呈現 8 年內與 1 年內新設中小企業營運特性，以及具技術或商業模式創新之新創事業輪廓。第 3 節以兩性中小企業主營運特性，觀察性別差異於企業營運之影響與異同。第 4 節藉由經濟部統計處《112 年批發、零售及餐飲業經營實況調查報告》，瞭解中小型商業經營情勢。第 5 節則以國家科學及技術委員會《科學技術統計要覽 2023 年版》，說明中小企業研發經費投入概況。

本章所發布之相關統計，有關中小企業定義，係根據經濟部於 2020 年 6 月 24 日修正發布〈中小企業認定標準〉，即實收資本額在新臺幣（以下同）1 億元以下，或經常僱用員工數未滿 200 人之事業，均為中小企業。家數與銷售額統計依據資本額作為認定標準，無法與以僱用人數為分類之相關數據對應；就業人數與受僱人數以僱用人數作為認定標準。另數字因尾數採 4 捨 5 入進位，總計可能不等於各細項之和，或各項比率總計可能不等於 100%，請讀者閱讀時留意。

第 1 節 中小企業經營情勢

依據臺灣 2023 年各項公務統計資料彙整，觀察企業營運之各面向指標，包括家數、銷售額、內銷額、出口額，以及就業及受僱人數等。相關資料說明分析如下：

一、中小企業家數結構與就業現況及變動

（一）2023 年中小企業約 167.4 萬家

2023 年臺灣全體企業家數為 169 萬 3,014 家，較 2022 年增加 2.46%。其中，中小企業家數為 167 萬 4,061 家（占比 98.88%），較 2022 年增加 4 萬 273 家，成長率 2.47%；大企業家數約 1 萬 8,953 家（占比 1.12%），成長率 3.85%。（表 2-1-1）

（二）2023 年中小企業提供 916 萬 7 千個就業機會

2023 年臺灣總就業人數為 1,152 萬 8 千人，其中，中小企業之就業人數為 916 萬 7 千人（占比 79.52%），較 2022 年增加 3 萬 5 千人（增幅 0.38%）。2023 年臺灣總受僱員工人數為 930 萬 6 千人，其中，中小企業之受僱員工人數為 694 萬 7 千人（占比 74.65%），亦較上年增加 4 萬 3 千人（增幅 0.62%）。（表 2-1-1）

（三）中小型服務業家數約占 8 成

觀察產業部門別，臺灣中小企業營運以服務業為主。2023 年中小企業服務業部門家數為 134 萬 3,095 家，占比約 80.23%；工業部門中小企業家數有 31 萬 8,651 家，比重約 19.03%。就銷售額而言，2023 年中小企業銷售額為 28 兆 7,603.46 億元，其中，工業部門占 31.24%、服務業部門占 68.32%；內銷額及出口額亦以服務業為主，占比分別為 69.13%、61.38%。（表 2-1-2、附錄 2 附表 7）

表 2-1-1 2022 年及 2023 年企業家數、銷售額、就業及受僱人數－按規模別

單位：家；新臺幣百萬元；千人；%

指 標	規模別 年 別	全部企業		中小企業		大企業	
		2022	2023	2022	2023	2022	2023
家 數		1,652,308	1,693,014	1,633,788	1,674,061	18,250	18,953
比 率		100.00	100.00	98.90	98.88	1.10	1.12
年增率		2.40	2.46	2.38	2.47	4.57	3.85
銷售額		55,429,805	54,611,411	28,592,007	28,760,346	26,837,798	25,851,065
比 率		100.00	100.00	51.58	52.66	48.42	47.34
年增率		9.34	-1.48	7.41	0.59	11.48	-3.68
內銷額		40,768,096	41,777,424	24,984,763	25,741,322	15,783,332	16,036,101
比 率		100.00	100.00	61.29	61.62	38.71	38.38
年增率		8.00	2.48	7.42	3.03	8.92	1.60
出口額		14,661,710	12,833,987	3,607,244	3,019,024	11,054,466	9,814,964
比 率		100.00	100.00	24.60	23.52	75.40	76.48
年增率		13.27	-12.47	7.33	-16.31	15.35	-11.21
就業人數		11,418	11,528	9,132	9,167	1,265	1,332
比 率		100.00	100.00	79.98	79.52	11.08	11.55
年增率		-0.25	0.96	-0.74	0.38	3.52	5.30
受僱人數		9,188	9,306	6,904	6,947	1,263	1,331
比 率		100.00	100.00	75.14	74.65	13.75	14.30
年增率		0.21	1.28	-0.27	0.62	3.44	5.38

附 註：1.企業規模係依據經濟部於 2020 年 6 月 24 日修正發布之〈中小企業認定標準〉規範，家數及銷售額（含內銷額及出口額）以實收資本額在新臺幣 1 億元（含）以下者定義；就業及受僱人數以經常僱用員工數未滿 200 人者定義。

2.中小企業家數及銷售額資料，已包含取自小店戶之資料。其中，有關銷售額之出口額，係廠商於營業稅申報時所填報之出口金額，與財政部關務署進出口通關之統計結果，可能因報價匯率、統計範疇、計算實務等差異，而有所不同。

3.因疫情影響，造成廠商營運面臨艱鉅挑戰，基於營運考量，可能採取彈性措施（如減少營業時間；縮短工時、取消輪班等），或以停業、歇業等措施因應。惟本章節分析所使用之主要資料來源，因個資考量，廠商營運資料已採去識別化處理，因而無法比對不同年度之廠商營運變化，即無法勾稽確知廠商停業、關廠等變化，係為資料限制。

4.表中「全部企業」之就業及受僱人數及比率，包括受政府僱用（公部門）的 1,028 千人及其比率（政府僱用人數占就業人數 8.92%、占全部受僱人數 11.05%）；就業及受僱人數尚包括戶籍地設於臺灣且就業於臺灣的中小企業，但主要工作地點在中國大陸（含港澳）或其他國家之就業（受僱）者。

資料來源：1.家數及銷售額整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2022-2023 年。

2.就業及受僱人數資料整理自行政院主計總處，人力資源調查統計原始資料，2022-2023 年。

表 2-1-2 2021 年至 2023 年中小企業家數及銷售額－按產業部門

單位：家；新臺幣百萬元；%

項 目 \ 年 別	2021	2022	2023
家 數	1,595,828	1,633,788	1,674,061
初級產業	0.77	0.73	0.74
工 業	18.86	19.02	19.03
服務業	80.37	80.24	80.23
銷售額	26,619,499	28,592,007	28,760,346
初級產業	0.33	0.33	0.44
工 業	31.96	31.74	31.24
服務業	67.70	67.94	68.32
內銷額	23,258,464	24,984,763	25,741,322
初級產業	0.35	0.35	0.47
工 業	31.08	30.80	30.40
服務業	68.57	68.85	69.13
出口額	3,361,035	3,607,244	3,019,024
初級產業	0.21	0.15	0.26
工 業	38.10	38.26	38.36
服務業	61.69	61.59	61.38

附 註：因資料限制，2023 年起，產業別統一調整如下：

- 1.初級產業係指「農、林、漁、牧業與礦業及土石採取業」。
- 2.工業包括「製造業」、「電力及燃氣供應業與用水供應及污染整治業」、「營建工程業」。
- 3.服務業包括「批發及零售業」、「運輸及倉儲業」、「住宿及餐飲業」、「出版影音及資訊業」、「金融及保險業」、「不動產業」、「專業、科學及技術服務業」、「支援服務業」、「教育業」、「醫療保健及社會工作服務業」、「藝術、娛樂及休閒服務業」、「其他服務業」。

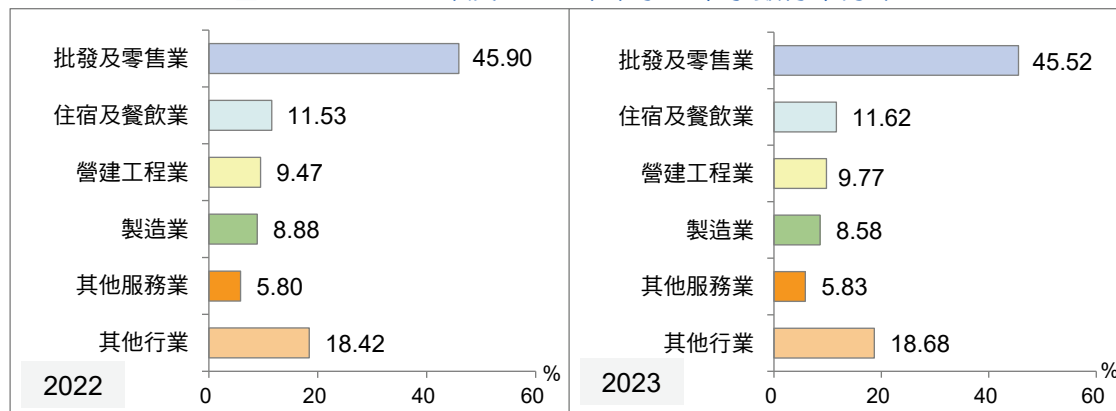
資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2021-2023 年。

2023 年中小型服務業家數，較 2022 年增加 3 萬 2,073 家（或 2.45%），內銷額亦較上年增加 5,929.45 億元（或 3.45%），主要反應後疫情時期，內需服務業因觀光、旅遊、餐飲、住宿等活動穩健成長，帶動產業營收增加。

（四）約 4 成 6 中小企業經營「批發及零售業」

按行業別觀察，2023 年中小企業以經營「批發及零售業」居多數，有 76 萬 2,109 家，占整體中小企業家數比率為 45.52%。其次為「住宿及餐飲業」，有 19 萬 4,589 家，占比 11.62%。第 3 為「營建工程業」，有 16 萬 3,513 家，占比約 9.77%。而後依序為「製造業」（8.58%），以及「其他服務業」（各類維修、洗衣、美髮及美容美體、殯葬、家事服務等，占 5.83%）。（圖 2-1-1、附錄 2 附表 1）

圖 2-1-1 2022 年及 2023 年中小企業家數行業分布



附註：「其他行業」係指前 5 大行業（「批發及零售業」、「住宿及餐飲業」、「營建工程業」、「製造業」、「其他服務業」）以外的行業。包括「農、林、漁、牧業與礦業及土石採取業」、「電力及燃氣供應業與用水供應及污染整治業」、「運輸及倉儲業」、「出版影音及資通訊業」、「金融及保險業」、「不動產業」、「專業、科學及技術服務業」、「支援服務業」、「教育業」、「醫療保健及社會工作服務業」、「藝術、娛樂及休閒服務業」等。

資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2022-2023 年。

觀察國內中小企業之行業結構占比排行，2023 年中小企業家數較多者，依序為「批發及零售業」、「住宿及餐飲業」、「營建工程業」、「製造業」與「其他服務業」，排序與 2022 年相同。其中，「批發及零售業」和「製造業」因全球景氣趨緩、國際貿易衰退，占比分別減少 0.38 個百分點和 0.30 個百分點，而「營建工程業」則因國內房市熱絡、都更需求增加，占比增加 0.30 個百分點。（圖 2-1-1）

（五）約 8 成 9 中小企業資本額低於 500 萬元

以資本額級距觀察中小企業家數樣態分布結構。2023 年資本額 500 萬元以下之中小企業有 148 萬 8,711 家，比重達 88.93%。其中，未達 10 萬元者比重 40.54%（67 萬 8,709 家）。（附錄 2 附表 12）

觀察中小企業的銷售額，超過 6 成（60.14%）的銷售業績是由資本額 500 萬元以下的中小企業所貢獻。若以「銷售額除以家數」（即平均每家銷售額）來看，2023 年資本額 500 萬元以下的中小企業，平均每家銷售額約 1,161.83 萬元；資本額超過 500 萬元的中小企業，平均每家銷售額約 6,185.10 萬元；而資本額介於 6 千萬元至 1 億元級距的中小企業，平均每家銷售額約為 2 億 2,298.38 萬元係最高，顯

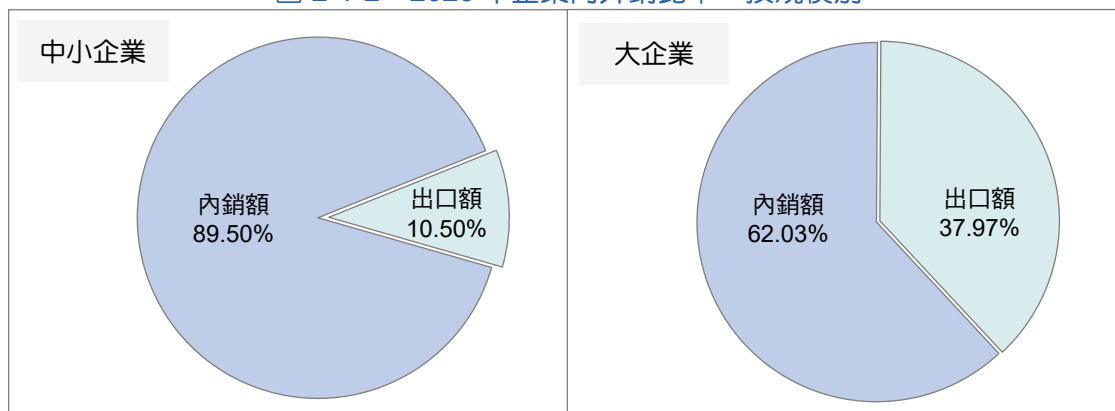
示即便是中小企業，其資本規模愈大、平均銷售規模也愈高。（附錄 2 附表 12）

二、中小企業銷售現況及變動

（一）2023 年中小企業營收近 9 成來自內銷

2023 年全體企業銷售額約為 54 兆 6,114.11 億元。其中，中小企業銷售額約為 28 兆 7,603.46 億元，占全體企業銷售額比重突破 5 成（52.66%）；內銷額約為 25 兆 7,413.22 億元，占中小企業銷售額比重將近 9 成（89.50%）。大企業銷售額約為 25 兆 8,510.65 億元；內銷額約為 16 兆 0,361.01 億元，占大企業銷售額比率為 62.03%。（表 2-1-1、圖 2-1-2）

圖 2-1-2 2023 年企業內外銷比率—按規模別



資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2023 年。

由銷售之內外銷比重可知，中小企業相較於大型企業更為仰賴國內市場，而大企業雖然也以內銷市場為主，但外銷比重近 3 成 8，主因中小企業規模較小，資源（資金、人才等）相對有限，海外市場之擴展相對不易，因此銷售以國內市場為主；而大企業透過海外投資布局，其外銷市場之銷售比重，相對明顯高於中小企業。

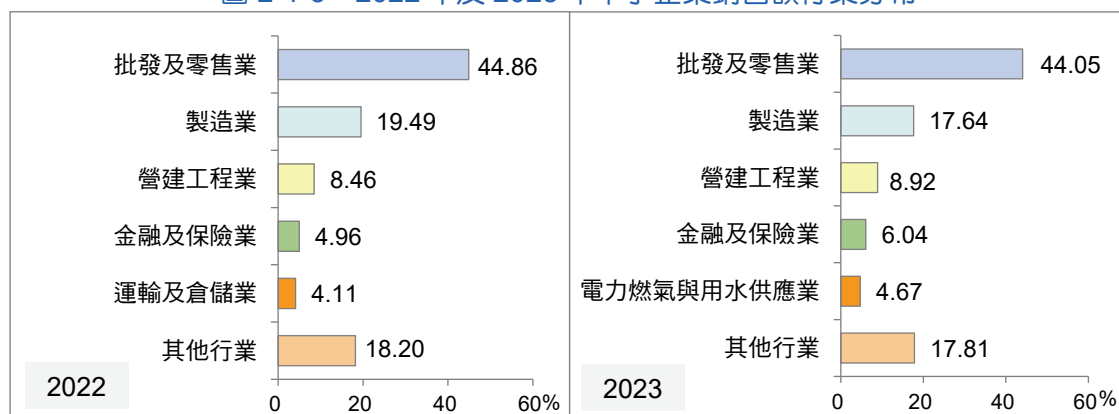
此外，2023 年因全球經濟下行風險升高，國際貿易呈現負成長，連帶影響國內企業之出口表現，不論是大型企業或中小企業之外銷比重，都較 2022 年下降。中小企業之外銷比率由上年之 12.62%，下降為 10.50%，減少 2.12 個百分點；而大企業

外銷比率也由上年之 41.19%，下降為 37.97%，減少 3.22 個百分點。

（二）「批發及零售業」與「製造業」銷售額比率最高

觀察行業銷售概況，2023 年中小企業銷售額前 3 大業別為：「批發及零售業」、「製造業」、「營建工程業」。銷售額分別約 12 兆 6,680.67 億元（占 44.05%）、5 兆 737.71 億元（占 17.64%）、2 兆 5,657.80 億元（占 8.92%）；3 者合計之銷售業績占比達 70.61%。第 4 名為「金融及保險業」，占比 6.04%。2023 年前 4 大行業與 2022 年相同；「電力及燃氣供應業與用水供應及污染整治業」占比 4.67%，超越「運輸及倉儲業」的 3.31%，躍升至第 5 名。（圖 2-1-3、附錄 2 附表 2）

圖 2-1-3 2022 年及 2023 年中小企業銷售額行業分布



附註：1.因資料限制，自 2022 年起將「電力及燃氣供應業」與「用水供應及污染整治業」2 大類行業合併為「電力及燃氣供應業與用水供應及污染整治業」。

2.「電力燃氣與用水供應業」為「電力及燃氣供應業與用水供應及污染整治業」之簡稱。

3.「其他行業」係指前 5 大行業以外的行業。

資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2022-2023 年。

若以國內銷售觀察，2023 年中小企業內銷額占比（占整體中小企業內銷金額的比率）前 3 高的業別依序為：「批發及零售業」、「製造業」、「營建工程業」；內銷額分別約 11 兆 2,059.22 億元（占 43.53%）、3 兆 9,364.63 億元（占 15.29%）、2 兆 5,540.23 億元（占 9.92%）。（附錄 2 附表 3）

（三）2023 年中小企業出口額較上年減少

由於全球經濟景氣下行，商品出口呈現衰退。2023 年臺灣全體企業出口額為 12 兆 8,339.87 億元，較 2022 年減少 1 兆 8,277.23 億元（減幅 12.47%），出口衰退主要受全球經貿成長動能低緩，終端市場需求疲弱，以及產業鏈持續進行庫存調整等影響。其中，中小企業出口額為 3 兆 190.24 億元，較上年減少 5,882.20 億元（減幅 16.31%）（表 2-1-1）。2023 年整體企業出口額，以新興科技應用擴增之資通與視聽相關產品，有較佳的成長表現，而中小企業結構仍以傳統產業為主，致 2023 年中小企業出口額減幅大於整體企業。

2023 年中小企業之出口貢獻（中小企業出口額占全部企業出口額比率）為 23.52%，較去年減少 1.08 個百分點，而同年大企業出口額也呈現衰退，不過因衰退幅度較小，使得大企業出口貢獻較上年增加。中小企業出口傾向（中小企業的出口額占其銷售額的比率）為 10.50%，較上年減少 2.12 個百分點。（表 2-1-3）

表 2-1-3 2021 年至 2023 年中小企業家數及銷售額變動概況

單位：家；新臺幣百萬元；%

指 標 \ 年 別	2021	2022	2023
家 數	1,595,828	1,633,788	1,674,061
比 率	98.92	98.90	98.88
年增率	3.03	2.38	2.47
銷售額	26,619,499	28,592,007	28,760,346
比 率	52.51	51.58	52.66
年增率	13.01	7.41	0.59
內銷額	23,258,464	24,984,763	25,741,322
比 率	61.61	61.29	61.62
年增率	11.49	7.42	3.03
出口額	3,361,035	3,607,244	3,019,024
出口貢獻(%)	25.96	24.60	23.52
出口傾向(%)	12.63	12.62	10.50
年增率	24.75	7.33	-16.31

附 註：1.表中比率為中小企業占全部企業之百分比；年增率為該年較上年之增加比率。

2.出口貢獻＝（中小企業出口額／全部企業出口額）×100%。

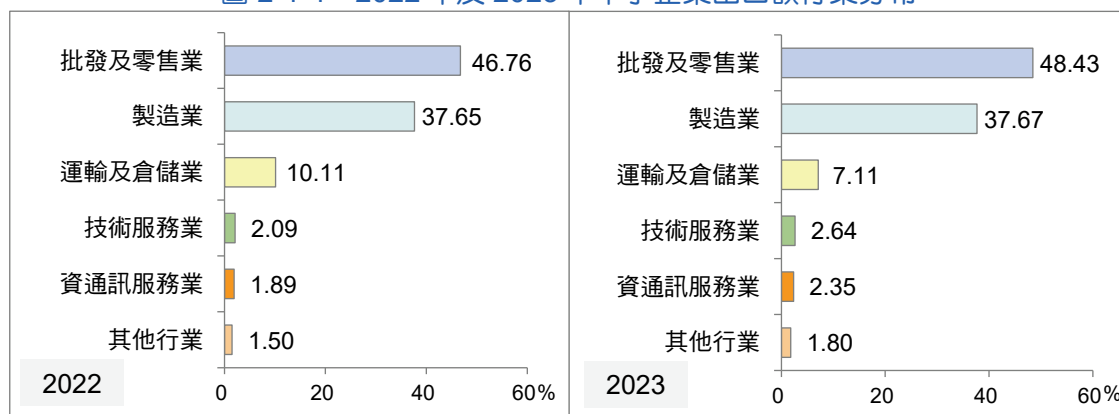
3.出口傾向＝（中小企業出口額／中小企業銷售額）×100%。

資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2021-2023 年。

（四）「批發及零售業」與「製造業」出口額比率最高

2023 年中小企業出口額前 3 大業別依序為：「批發及零售業」、「製造業」與「運輸及倉儲業」；出口額分別約 1 兆 4,621.45 億元（占 48.43%）、1 兆 1,373.08 億元（占 37.67%）與 2,146.89 億元（占 7.11%），前 2 大行業合占達 86.10%。觀察 2023 年與 2022 年之行業結構占比排行，前 5 大行業維持不變。（圖 2-1-4）

圖 2-1-4 2022 年及 2023 年中小企業出口額行業分布



附註：1. 「技術服務業」為「專業、科學及技術服務業」之簡稱。

2. 「資通訊服務業」為「出版影音及資通訊業」之簡稱。

3. 「其他行業」係指前 5 大行業以外的行業。

資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2022-2023 年。

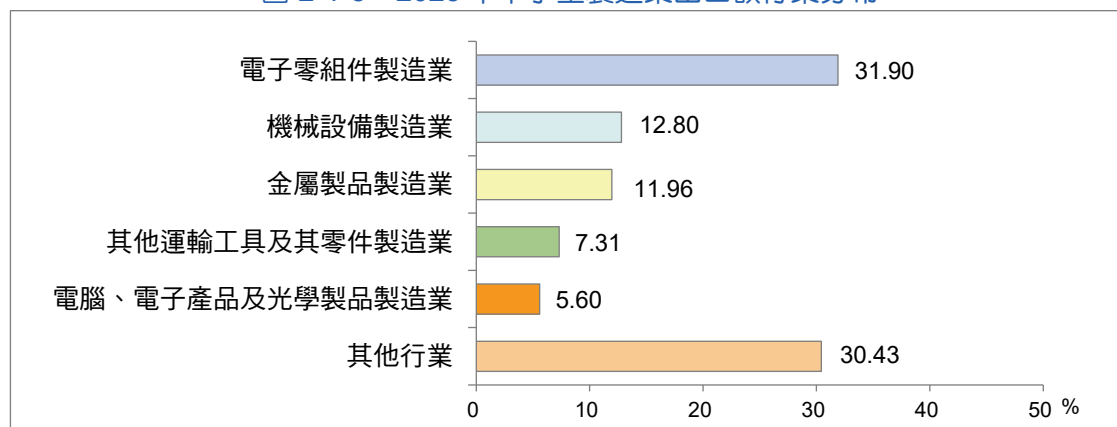
進一步觀察中小型製造業中業別之出口表現。2023 年中小型製造業的出口額為 1 兆 1,373.08 億元，出口額占比前 3 業別依序為：「電子零組件製造業」（占比 31.90%）、「機械設備製造業」（12.80%）、「金屬製品製造業」（11.96%）；占比前 3 產業之比重合計達 56.66%，顯示出口行業之集中度高。（圖 2-1-5、附錄 2 附表 14-3）

（五）2023 年中小企業出口區域金額占比以「中國大陸」最高，「美國」及「新南向 18 國」次之

以出口地區的金額占比來看，無論企業規模大小，2023 年出口區域金額的占比前 3 名為「中國大陸」（含港澳）、「美國」及「新南向 18 國」，3 者合計占各規模別總出口金額 7 成左右，惟大企業之第 2~3 名排序不同。其中，大企業更為仰賴

中國大陸的市場（占 36.05%），微型企業及中小企業相對較少（占比分別為 27.27%、29.36%）。（圖 2-1-6）

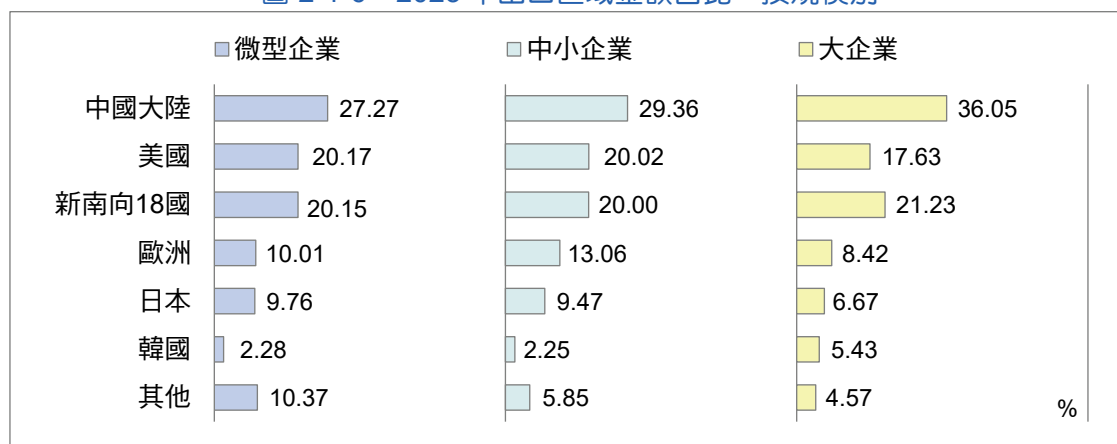
圖 2-1-5 2023 年中小型製造業出口額行業分布



附註：「其他行業」係指前 5 大行業以外的行業。

資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2023 年。

圖 2-1-6 2023 年出口區域金額占比—按規模別



附註：1.微型企業為員工人數未滿 5 人者。

2.區域別：(1)中國大陸包含港澳；(2)新南向 18 國包括泰國、菲律賓、印尼、馬來西亞、新加坡、越南、柬埔寨、寮國、緬甸、汶萊、印度、巴基斯坦、孟加拉、尼泊爾、斯里蘭卡、不丹、紐西蘭及澳洲等；(3)其他為除了美國、日本、韓國、中國大陸、新南向 18 國、歐洲以外之國家。

資料來源：整理自經濟部國際貿易署提供的進出口資料，2023 年。

三、中小企業經營年數及組織型態

（一）中小企業家數因經營年數愈長而遞減，且有較多年輕之新創企業

觀察經營年數變化趨勢，2023年1年內新設（經營未滿1年）之中小企業為11萬4,115家，占整體中小企業家數比率為6.82%。經營年數1~2年者¹為11萬2,261家（占比為6.71%），較成立未滿1年者，減少1.62%；經營年數2~3年者為10萬6,882家（占6.38%），較成立1~2年者，減少4.79%；經營年數3~4年者為9萬867家（占5.43%），較成立2~3年者，減少14.98%；經營年數4~5年者為7萬7,271家（占4.62%），較成立3~4年者，減少約14.96%；其餘年度依此類推。（表2-1-4）

表 2-1-4 2023 年企業家數、比率及年變動率－按經營年數及規模別

單位：家；%

經營年數 規模別	總 計	中小企業			大企業	
		家 數	結構比	經營年數之 年 變 動 率	家 數	結構比
總 計	1,693,014	1,674,061	100.00	-	18,953	100.00
未滿 1 年	114,276	114,115	6.82	-	161	0.85
1-2 年	112,544	112,261	6.71	-1.62	283	1.49
2-3 年	107,264	106,882	6.38	-4.79	382	2.02
3-4 年	91,316	90,867	5.43	-14.98	449	2.37
4-5 年	77,705	77,271	4.62	-14.96	434	2.29
5-6 年	71,719	71,278	4.26	-7.76	441	2.33
6-7 年	66,598	66,158	3.95	-7.18	440	2.32
7-8 年	58,805	58,389	3.49	-11.74	416	2.19
8-9 年	57,140	56,668	3.39	-2.95	472	2.49
9-10 年	51,139	50,677	3.03	-10.57	462	2.44
10-20 年	399,750	395,495	23.62	-	4,255	22.45
20 年（含）以上	484,758	474,000	28.31	-	10,758	56.76

附 註：1.經營年數年變動率＝〔（經營年數t年家數）－（經營年數t-1年家數）／（經營年數t-1年家數）〕×100%。

2.如成立1~2年之年變動率＝（112,261－114,115）／（114,115）×100%＝-1.62%。

3.「-」表示不適用。

資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2023年。

¹ 經營年數1~2年係指經營1年以上，未滿2年者，以此類推。

由上述可得知，中小企業隨經營年數愈長、家數愈少。此一變化趨勢，除反映景氣榮枯致各個年度新設企業家數多寡差異外，亦反映企業營運之存活變化。即中小企業家數，隨經營年數愈長而縮減之情形，主要受到總體經濟環境榮枯、產業週期變化影響，以及個別企業本身營運優劣狀況，因成立時間愈長，歷經挑戰可能愈多，因而存活之家數愈少。

此外，可以發現中小企業經營年數於 3~4 年與 4~5 年者，因遭遇 2020~2021 年 COVID-19 疫情影響，造成設立家數明顯減少，減幅近 15%。其餘經營年數變化較明顯者，包括經營年數 7~8 年、9~10 年者之變動率減幅超過 10%（表 2-1-4），推測除疫情因素外，可能還受到美中貿易紛爭、歐債主權危機等影響，反映其營運歷程遭遇較多挑戰，變動情形較為明顯。

另從經營年數分布來看，2023 年 1 年內新設中小企業有 11 萬 4,115 家，占整體中小企業家數比率為 6.82%，8 年內新設（經營未滿 8 年）²者有 69 萬 7,221 家，占 41.65%；經營 8 年以上者有 97 萬 6,840 家，占比為 58.35%。相較之下，大型企業相對具有較長之經營年數，1 年內新設者及 8 年內新設者，分別僅占 0.85%及 15.86%；經營 8 年以上者占比達 84.14%。顯示中小企業有較多年輕之新創企業，創業意願活絡；大企業則有超過 8 成之經營年數在 8 年以上。（表 2-1-5）

表 2-1-5 2023 年企業家數及比率－按經營年數及規模別

單位：家；%

經營年數 \ 規模別	總 計	中小企業		大企業	
		家 數	結構比	家 數	結構比
總 計	1,693,014	1,674,061	100.00	18,953	100.00
未滿 8 年	700,227	697,221	41.65	3,006	15.86
未滿 1 年	114,276	114,115	6.82	161	0.85
未滿 3 年	334,084	333,258	19.91	826	4.36
未滿 5 年	503,105	501,396	29.95	1,709	9.02
8 年（含）以上	992,787	976,840	58.35	15,947	84.14

資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2023 年。

² 依經濟部〈具創新能力之新創事業認定原則〉，新創事業為符合實收資本額在 1 億元以下，或經常僱用員工數未滿 200 人之中小企業，且為設立未滿 8 年之事業。因此觀察經營年數 8 年以內者之比率。

（二）中小企業以獨資經營家數最多，約占 5 成 2

觀察企業經營型態，2023 年中小企業以獨資經營占多數，獨資企業約 86 萬 8,980 家（占比 51.91%），超過半數；有限公司為 52 萬 2,908 家（31.24%）次之；股份有限公司為 14 萬 6,773 家（8.77%）居第 3；3 者合占全部中小企業總家數比率達 91.92%。大企業則以股份有限公司最多（89.33%），有限公司（6.93%）次之，2 者合占大企業總家數之 96.26%。（表 2-1-6）

表 2-1-6 2023 年企業家數及比率－按組織型態及規模別

單位：家；%

組織型態	規模別	總 計	中小企業		大企業	
			家 數	結構比	家 數	結構比
總 計		1,693,014	1,674,061	100.00	18,953	100.00
股份有限公司		163,703	146,773	8.77	16,930	89.33
有限公司		524,222	522,908	31.24	1,314	6.93
合 夥		41,301	41,300	2.47	*	*
獨 資		868,993	868,980	51.91	13	0.07
本國公司之分公司		41,651	41,651	2.49	0	0.00
其 他		53,144	52,449	3.13	695	3.67

附 註：1.為保護廠商個別資料，企業家數小於（含）5 者之數值以「*」表示。

2.「其他」係指非屬公司、獨資及合夥之營業人，以本國公司不列為分公司之「營業所（處）、門市（部）、分店」等分支機構為主。

3.因資料限制，「有限合夥」、「無限公司」、「兩合公司」與「外國公司之分公司」等，亦列入「其他」。

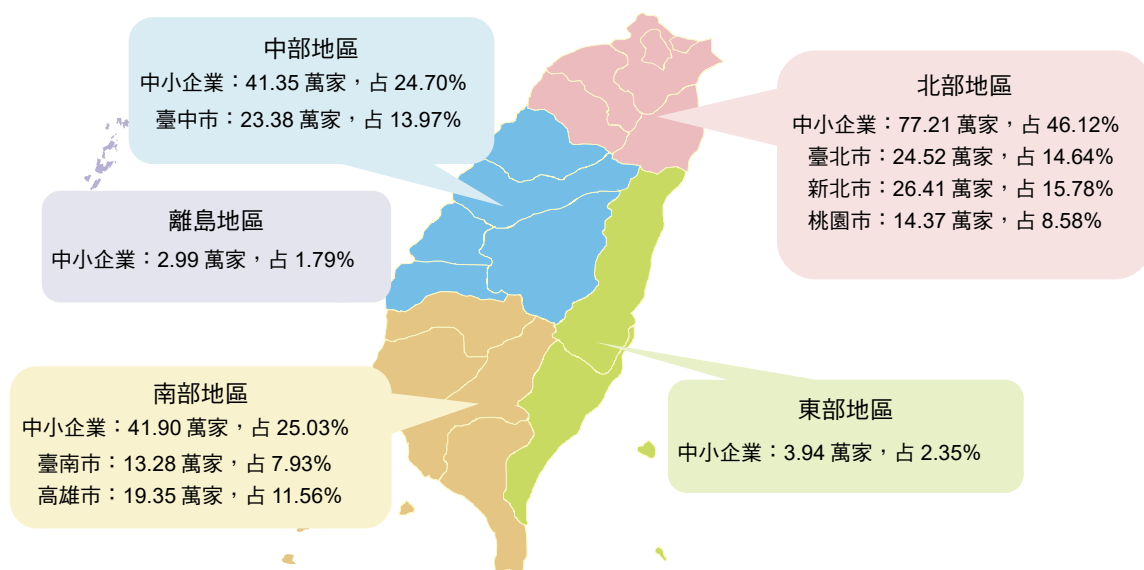
資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2023 年。

四、中小企業之區域分布

（一）約 4 成 6 中小企業集中在北部地區

依區域別觀察，2023 年北部地區中小企業 77 萬 2,144 家，比重為 46.12%；中部及南部地區分別為 41 萬 3,511 家（24.70%）、41 萬 9,044 家（25.03%）；東部與離島地區合占 4.14%。大企業的區域分布之地域差距更為明顯，北部地區占比為 70.16%，中部地區占 14.47%、南部地區占 14.73%，而東部與離島地區合占 0.64%。（圖 2-1-7、表 2-1-7）

圖 2-1-7 2023 年中小企業地區及主要縣市家數分布情形



附註：因個資限制，自 2021 年起家數及銷售額之區域別劃分調整為：

1. 北部地區：臺北市、新北市、桃園市、基隆市、宜蘭縣、新竹市、新竹縣。
2. 中部地區：苗栗縣、臺中市、彰化縣、南投縣、雲林縣。
3. 南部地區：嘉義市、嘉義縣、臺南市、高雄市、屏東縣。
4. 東部地區：花蓮縣、臺東縣。
5. 離島地區：澎湖縣、金門縣、連江縣。

資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2023 年。

表 2-1-7 2023 年企業家數及銷售額－按區域別及規模別

單位：家；新臺幣百萬元；%

區域別 規模別	總計	北部地區	中部地區	南部地區	東部地區	離島地區
家數						
全部企業	1,693,014	785,442	416,254	421,835	39,496	29,987
中小企業	1,674,061	772,144	413,511	419,044	39,421	29,941
結構比	100.00	46.12	24.70	25.03	2.35	1.79
大企業	18,953	13,298	2,743	2,791	75	46
結構比	100.00	70.16	14.47	14.73	0.40	0.24
銷售額						
全部企業	54,611,411	35,067,973	9,527,581	9,568,404	327,673	119,780
中小企業	28,760,346	16,388,199	6,103,391	5,912,787	252,661	103,308
結構比	100.00	56.98	21.22	20.56	0.88	0.36
大企業	25,851,065	18,679,774	3,424,190	3,655,617	75,012	16,471
結構比	100.00	72.26	13.25	14.14	0.29	0.06

附註：總計涵蓋北、中、南、東、離島地區共 22 縣市的家數和銷售額。

資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2023 年。

觀察縣市分布，中小企業多集中於六都，合計 121 萬 3,178 家，占 72.47%。其中，新北市 26 萬 4,149 家（占比 15.78%）居首，臺北市 24 萬 5,152 家（14.64%）次之，臺中市 23 萬 3,812 萬家（13.97%）居第 3。大企業則以臺北市 7,555 家（39.86%）居首，新北市 2,826 家（14.91%）次之。（表 2-1-8）

表 2-1-8 2023 年企業家數及銷售額－按六都及規模別

單位：家；新臺幣百萬元；%

縣市別 規模別	總 計	六都合計	臺北市	新北市	桃園市	臺中市	臺南市	高雄市
家 數								
全部企業	1,693,014	1,229,306	252,707	266,975	145,228	235,611	133,803	194,982
中小企業	1,674,061	1,213,178	245,152	264,149	143,700	233,812	132,822	193,543
結構比	100.00	72.47	14.64	15.78	8.58	13.97	7.93	11.56
大 企 業	18,953	16,128	7,555	2,826	1,528	1,799	981	1,439
結構比	100.00	85.09	39.86	14.91	8.06	9.49	5.18	7.59
銷售額								
全部企業	54,611,411	42,479,966	17,062,268	6,437,392	5,368,626	5,247,469	2,803,973	5,560,238
中小企業	28,760,346	23,127,758	7,619,608	3,926,097	2,968,697	3,687,899	1,795,928	3,129,529
結構比	100.00	80.42	26.49	13.65	10.32	12.82	6.24	10.88
大 企 業	25,851,065	19,352,207	9,442,660	2,511,295	2,399,928	1,559,570	1,008,045	2,430,709
結構比	100.00	74.86	36.53	9.71	9.28	6.03	3.90	9.40

附 註：總計涵蓋北、中、南、東、離島地區共 22 縣市家數、銷售額。

資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2023 年。

（二）中小企業多數行業集中於北部地區

2023 年中小企業家數與銷售額之區域分布，除「農、林、漁、牧業與礦業及土石採取業」以南部為主之外，其餘產業都以北部地區占比較高。就家數觀察，北部地區中小企業家數，約占全體中小企業家數的 46.12%。按各行業家數的區域分布觀察，家數占比於北部地區超過 5 成的行業，依序為「出版影音及資通訊業」（71.86%）、「金融及保險業」（64.96%）、「專業、科學及技術服務業」（61.26%）、「教育業」（52.70%）、「運輸及倉儲業」（51.96%），以及「不動產業」（51.13%）等，皆屬服務業。（表 2-1-9）

至於家數占比於中部地區較高的行業為「製造業」（37.37%），但比重仍低於北部地區（41.67%）；比重於南部地區較高的行業為「農、林、漁、牧業與礦業及土石採取業」（33.52%）；各行業於東部地區之比重都在 10% 以下，以「農、林、

漁、牧業與礦業及土石採取業」（8.36%）占比最高。各行業於離島地區之比重都在 3% 以下，以「支援服務業」（2.91%）占比最高。（表 2-1-9）

表 2-1-9 2023 年中小企業家數分布－按區域別及行業別

單位：家；%

行業別	區域別	總 計	北部 地區	中部 地區	南部 地區	東部 地區	離島 地區
總 計		1,674,061	46.12	24.70	25.03	2.35	1.79
農、林、漁、牧業與礦業及土石採取業		12,315	24.84	32.34	33.52	8.36	0.94
製造業		143,665	41.67	37.37	19.87	0.78	0.31
電力及燃氣供應業與用水供應及污染整治業		11,473	36.48	29.02	31.80	1.93	0.78
營建工程業		163,513	44.29	25.83	26.18	2.57	1.13
批發及零售業		762,109	46.25	23.88	25.18	2.11	2.58
運輸及倉儲業		37,965	51.96	19.39	25.43	1.80	1.42
住宿及餐飲業		194,589	41.61	22.76	29.30	4.41	1.92
出版影音及資通訊業		28,337	71.86	14.61	12.25	0.84	0.44
金融及保險業		22,891	64.96	16.03	17.56	1.11	0.34
不動產業		47,223	51.13	24.43	21.35	1.96	1.14
專業、科學及技術服務業		65,717	61.26	19.54	17.37	1.24	0.59
支援服務業		36,639	47.12	21.98	24.95	3.03	2.91
教育業		7,040	52.70	19.79	24.69	2.10	0.72
醫療保健及社會工作服務業		2,151	43.65	22.08	31.24	2.42	0.60
藝術、娛樂及休閒服務業		40,848	46.58	23.08	25.69	3.53	1.11
其他服務業		97,586	39.86	25.73	31.02	2.55	0.84

附 註：1.因資料限制，自 2022 年起，行業別之「農、林、漁、牧業」、「礦業及土石採取業」合併為「農、林、漁、牧業與礦業及土石採取業」；「電力及燃氣供應業」、「用水供應及污染整治業」合併為「電力及燃氣供應業與用水供應及污染整治業」。

2.總計涵蓋北、中、南、東、離島地區共 22 縣市的家數。

資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2023 年。

（三）中小企業銷售以北部地區占比最高，比重逾半數

2023 年中小企業銷售額以北部地區相對較多，占全體中小企業銷售額的 56.98%。按各行業銷售的區域分布觀察，銷售比重於北部地區超過 6 成的行業，依序為「出版影音及資通訊業」（86.30%）、「專業、科學及技術服務業」（80.85%）、「金融及保險業」（75.39%）、「運輸及倉儲業」（68.87%）、「教育業」（64.78%）、「藝術、娛樂及休閒服務業」（63.16%），以及「支援服務業」（62.73%），都為服務業。（表 2-1-10）

表 2-1-10 2023 年中小企業銷售額分布－按區域別及行業別

單位：新臺幣百萬元；%

行業別	區域別	總 計	北部 地區	中部 地區	南部 地區	東部 地區	離島 地區
總 計		28,760,346	56.98	21.22	20.56	0.88	0.36
農、林、漁、牧業與礦業及土石採取業		127,849	27.54	17.91	48.76	3.52	2.28
製造業		5,073,771	44.87	31.82	22.93	0.33	0.04
電力及燃氣供應業與用水供應及污染整治業		1,344,496	32.94	31.92	33.88	1.01	0.25
營建工程業		2,565,780	48.95	24.47	24.35	1.47	0.76
批發及零售業		12,668,067	59.95	18.90	19.91	0.88	0.35
運輸及倉儲業		951,986	68.87	11.20	17.82	1.07	1.04
住宿及餐飲業		821,684	53.26	21.04	22.16	2.66	0.89
出版影音及資通訊業		909,300	86.30	7.01	6.00	0.51	0.18
金融及保險業		1,737,247	75.39	11.69	12.32	0.49	0.11
不動產業		978,635	52.22	25.31	21.02	1.04	0.41
專業、科學及技術服務業		714,929	80.85	9.63	8.91	0.46	0.14
支援服務業		393,436	62.73	16.76	19.08	0.72	0.71
教育業		30,887	64.78	18.04	16.21	0.73	0.25
醫療保健及社會工作服務業		40,192	22.63	13.56	63.47	0.32	0.02
藝術、娛樂及休閒服務業		133,842	63.16	15.90	18.26	2.13	0.54
其他服務業		268,243	54.41	19.84	23.95	1.37	0.42

附 註：同表 2-1-9。

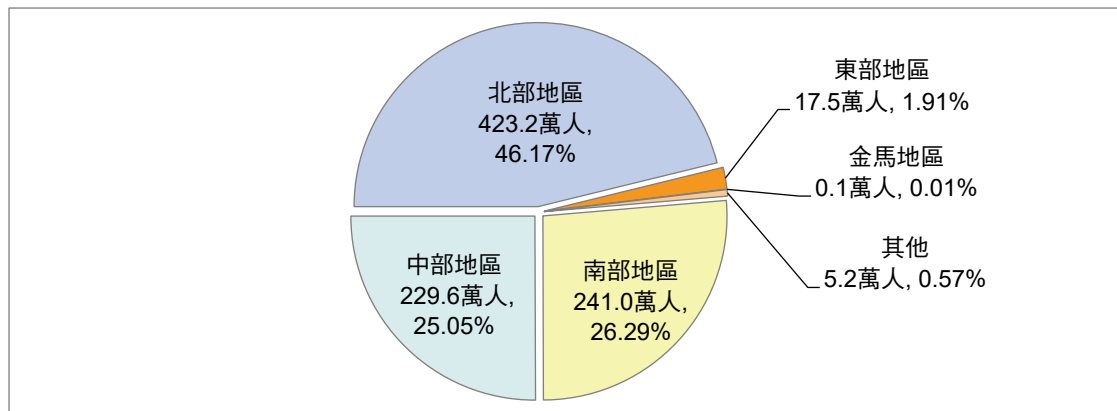
資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2023 年。

至於各行業銷售比重於中部地區較高者，包括「電力及燃氣供應業與用水供應及污染整治業」占比 31.92%、「製造業」占比 31.82%，但都低於北部地區之 32.94%、44.87%。「醫療保健及社會工作服務業」則集中於南部地區，銷售占比約 63.47%，高於北部地區（22.63%）、中部地區（13.56%）。（表 2-1-10）

（四）中小企業就業者約 4 成 6 集中在北部地區

2023 年臺灣中小企業就業人數為 916 萬 7 千人。若按地區別觀察，其主要工作地點以北部地區計 423 萬 2 千人（占 46.17%）居冠，南部地區居次（241 萬人，占 26.29%），中部地區居第 3（229 萬 6 千人，占 25.05%），之後依序為東部地區（占 1.91%）、其他（占 0.57%）、金馬地區（占 0.01%）。（圖 2-1-8）

圖 2-1-8 2023 年區域就業人數分布—按中小企業就業者主要工作地點



附註：就業人數之區域別：

1. 北部地區：臺北市、新北市、桃園市、基隆市、宜蘭縣、新竹市、新竹縣。
2. 中部地區：苗栗縣、臺中市、彰化縣、南投縣、雲林縣。
3. 南部地區：嘉義市、嘉義縣、臺南市、高雄市、屏東縣、澎湖縣。
4. 東部地區：花蓮縣、臺東縣。
5. 金馬地區：金門縣、連江縣。
6. 「其他」指戶籍地設於臺灣且就業於臺灣的中小企業，但主要工作地點在中國大陸（含港澳）或其他國家。

資料來源：整理自行政院主計總處，人力資源調查統計原始資料，2023 年。

第 2 節 新創企業營運概況

本節首先說明臺灣創新創業環境，以及創業生態網絡成員與發展概況。此外，以 8 年內（含 1 年內）新設中小企業，以及具技術或商業模式創新之新創事業等 2 類統計資料，來觀察臺灣新創企業營運發展：一、依經濟部〈具創新能力之新創事業認定原則〉，新創事業為符合實收資本額在 1 億元以下，或經常僱用員工數未滿 200 人之中小企業，且為設立未滿 8 年之事業，故運用財政部財政資訊中心營業稅徵收原始資料，呈現 8 年內新設中小企業營運概況，並持續觀察初創立之 1 年內新設中小企業經營發展情形³；二、運用經濟部中小及新創企業署 FINDIT 臺灣新創資訊平台（簡稱 FINDIT 平台）新創企業資料庫，所彙整新創企業清單，描繪具技術或商業模式創新之新創事業輪廓。至於更完整與詳盡之國內外新創事業發展趨勢，請參閱

³ 此處家數與銷售額統計依據資本額作為認定標準，即以資本額 1 億元以下者，定義為中小企業。

經濟部中小及新創企業署於今（2024）年底出版之《新創事業白皮書》。

一、臺灣創新創業環境

創新創業成為各國推動經濟成長的重要動力，在科技進步、數位轉型、淨零排放及國際供應鏈轉變等驅動下，不僅改變各國推動創新創業模式，也影響了新創企業在全球市場的競爭力和生存模式。

在 2018 年及 2019 年被世界經濟論壇（World Economic Forum, WEF）評比為超級創新國，與美國、德國、瑞士並列，臺灣擁有健全的產業鏈優勢，受惠於大規模晶圓代工能力和先進封裝測試基地優勢，也是全球最大半導體製造設備與材料消費市場。⁴

瑞士洛桑管理學院（International Institute for Management Development, IMD）公布《2024 年 IMD 世界競爭力年報》（IMD World Competitiveness Yearbook）⁵，臺灣在 67 個受評比國家中排名第 8，在人口超過 2,000 萬的經濟體中，連續 4 年競爭力排名世界第 1。在「經理人具企業家精神」、「企業反應快、彈性大」、「每千人研發人力」、「研發總支出占 GDP⁶比率」、「企業研發支出占 GDP」等多項指標名列世界前 3，顯示臺灣具有企業家精神及科技研發的優勢。

全球創業觀察（Global Entrepreneurship Monitor, GEM）在 2023 年發布的《全球創業觀察報告》⁷，臺灣在 51 個受評比經濟體中排名全球第 3。臺灣在多項評估面向都有不錯的表現，反映政策對創業環境的長年投入與多元支援，使臺灣具一定水準，且能幫助新創企業發展的創業基礎環境。其中「實體基礎建設」、「政府政策、稅法與官僚行政」、「商業與專業服務基礎建設」排名全球第 1。

⁴ 資料來源：經濟部中小及新創企業署（2024 年 1 月 16 日），《2023 台灣新創生態圈指南》。

⁵ 資料來源：IMD (June 18, 2024). IMD World Competitiveness Yearbook.

⁶ GDP 即國內生產毛額，為 Gross Domestic Product 之縮寫。

⁷ 資料來源：GEM (February, 2023). 2022/2023 Global Report.

探究其主要原因是，政府近期簡化行政流程、效率與速度獲得肯定，與國際平均相比，賦稅對於新創企業負擔不會過重。再者，完備的基礎建設為創業環境的基本要件，臺灣擁有道路、水電、通訊、網路等質量好，可用且負擔得起的基礎建設，同時協助新創的創業服務業者，也可以提供新創優質且價格合理的專業服務，如雲端運算、法律／會計專家、銀行服務、加速器等。

從城市創業環境來看，美國矽谷、紐約和英國倫敦是全球知名的創新創業城市，在 2024 年 StartupBlink、Startup Genome 等國際調研機構報告均名列前茅。這些城市具備獨特的優勢和資源，在資金、人才、文化、政策、專業服務機構、基礎設施及市場網絡等創新創業環境的表現，吸引了大量的新創企業和資金，也讓這些城市成為全球創業活動熱點。

根據 2024 年 StartupBlink⁸，臺灣位居全球第 22 名，從 2021 年起，連續 4 年全球排名呈現提升的趨勢，臺北、新竹、桃園、臺南、臺中、高雄更連續 4 年入列創業城市。顯示國內主要城市擁有適合創業的良好環境，特別是優質的技術人才與具有國際競爭力的高科技製造產業，是臺灣創新創業的重要優勢。

數位轉型和新興技術發展，是驅動全球創新創業環境發展的動力之一，臺灣新創善於將數位科技應用切入創業項目。為完善創新創業環境發展，政府推出多項政策措施大力支持，如 2024 年通過「亞洲·矽谷 3.0 推動方案」，聚焦 AI、5G、衛星聯網等技術，加速數位及淨零「雙軸轉型」，聚焦 AI 賦能智慧聯網創新應用、新創雨林生態成長茁壯，以及數位版圖全球拓展。

此外，「晶創臺灣方案」聚焦帶動全產業創新、加速異質整合及先進技術、吸納全球研發人才、吸引國際新創與投資等面向。2024 年 7 月，金融監督管理委員會推出「輕量沙盒」，促進金融科技的創新發展；國家發展委員會也與國立臺灣大學成立國內第 1 個「校友 VC⁹投資基金」，推動校友投資學校、校友投資校友，轉化

⁸ 資料來源：StartupBlink (2024). *The Global Startup Ecosystem Index Report 2024*.

⁹ VC 即創業投資，venture capital 之縮寫。

大學科研成果為商業應用及創業引擎。

二、臺灣創業生態網絡

為呈現臺灣創業生態網絡成員及發展概況，以下內容所引用之數據，主要來自「新創圓夢網」、《台灣新創生態圈大調查》、FINDIT 平台¹⁰、商工登記等資料。

創育機構、學研機構、企業、創投及政府等創業生態成員，建構適宜新創事業發展的創業生態體系，從創意、創新到創業提供多樣的政策措施，陪伴新創事業發掘商機、研發新技術、驗證產品或服務，找尋訂單與合作機會，進而擴展市場。

從創業生態網絡來看，臺灣擁有 400 間創育機構，提供不同樣態的創業支援服務。從調查可知，有 6 成新創事業曾實體或虛擬進駐創育機構，以便獲得最為直接的協助，更有超過 8 成新創事業擁有與外部企業合作的經驗（表 2-2-1）。顯示臺灣新創事業從創育機構、企業、創投等新創生態成員獲得各種協助，讓新創事業得以解決困境，推動新創事業持續經營發展。

表 2-2-1 臺灣創業生態網絡概況

類 別	相關數據	
創育機構	■ 400 間創育機構	■ 6 成新創曾虛擬 / 實體進駐經驗
合作機會	■ 8 成新創事業曾有外部企業合作經驗	
新創資金	■ 138 項政府創業資金計畫	■ 27.9 億美元早期投資規模
海外市場	■ 8 成新創事業規劃發展海外市場	

資料來源：整理自「新創圓夢網」、《2023 台灣新創生態圈大調查》、FINDIT 平台。

從資金面來看，2023 年臺灣早期投資規模達 27.9 億美元¹¹。資金是創業家在各階段最大宗的創業需求，中央及地方政府提供了 138 項的創業資金計畫，協助各階段的新創事業取得更多資金。臺灣新創事業具有國際視野，8 成新創具有前進海外市場之規劃，想要將事業版圖開拓至海外。（表 2-2-1）

¹⁰ 本項內容所指之新創事業，不等同新設企業。涉及 FINDIT 平台之新創企業資料庫的部份，係指 2010 年以後成立，具技術或商業模式創新，註冊地點在臺灣，並辦理公司登記之公司（不含行號、商行、企業社）；或註冊地點在海外，但創辦人來自臺灣。《台灣新創生態圈大調查》樣本則是 8 年以內登記之企業，以及未登記之新創團隊。

¹¹ 資料來源：范秉航（2024 年 8 月 16 日），〈[2024 年臺灣早期投資趨勢年報 - 總覽篇] 無懼全球創投寒冬，臺灣早期投資迎風而上〉。上網日期：2024 年 8 月 30 日，取自：<https://findit.org.tw/researchPageV2.aspx?pagelId=2356>

（一）創育機構

超過 6 成新創事業曾進駐實體或虛擬的創育機構¹²，對於早期階段的新創事業及創業家來說，運用育成中心和加速器是新創事業快速發展業務的好方法。

創育機構是許多新創事業成長的中繼站，提供諮詢輔導、活動課程、投資機會及場域空間等支援服務。盤點「新創圓夢網」資訊可知，臺灣擁有 108 間育成中心、69 間加速器、71 間協會／社群、64 間共同工作空間、70 間園區／基地、18 間在地青年創育坊等，共計 400 間創業育成機構，與政府部門分工合作，持續協助新創事業成長。（表 2-2-2）

表 2-2-2 創育機構家數

類 別	家 數	類 別	家 數
加速器	69	協會／社群	71
共同工作空間	64	園區／基地	70
育成中心	108	在地創育坊	18
總計			400

資料來源：整理自「新創圓夢網」，2024 年 8 月底。

經濟部也持續鏈結在地資源，擴大與中南部的創育機構合作，提升中小及新創企業創新發展、促進區域產業轉型，例如在嘉義打造無人機產業聚落，與各部會合作共同執行亞灣 2.0 方案，以南部作為智慧科技多元發展場域；另邀請國際大廠於高雄市、臺南市設置研發據點，與學校及業者共同合作，引導國內各區域均衡發展。

（二）合作機會

超過 8 成新創事業有與外部單位合作經驗，最常見的合作模式為共同開發產品與服務¹³。新創事業最常合作的對象是中小型企業，例如共同開發產品與服務、建立典範應用案例、聯合行銷與廣宣。在考慮引進外部技術時，因臺灣學校研發技術能量豐沛，新創事業通常會選擇與國內學校合作。

¹² 資料來源：資誠聯合會計師事務所、財團法人台灣經濟研究院（2021 年 11 月 3 日），〈2021 台灣新創生態圈大調查〉。

¹³ 資料來源：資誠聯合會計師事務所、財團法人台灣經濟研究院（2023 年 12 月 14 日），〈2023 台灣新創生態圈大調查〉。

各類外部合作模式在創業領域存在一些差異，這也反映了不同垂直領域新創事業的專長和需求。例如，採用引進外部技術與共同開發產品／服務的合作模式，以生技醫藥／醫療器材最多；建立典範應用案例的合作模式，以人工智慧（AI）／大數據（Big Data）最多；聯合行銷與廣宣的合作模式，以文化創意最多。（表 2-2-3）

表 2-2-3 外部合作模式之創業關鍵字

單位：%

排名	引進外部技術	共同開發產品、服務	建立典範應用案例	聯合行銷與廣宣
1	生技醫藥／醫療器材 22.43	生技醫藥／醫療器材 17.90	人工智慧／大數據 31.96	文化創意 26.55
2	人工智慧／大數據 20.56	人工智慧／大數據 16.88	文化創意 16.44	人工智慧／大數據 18.62
3	文化創意 16.82	文化創意 16.37	智慧製造 15.98	民生娛樂服務／餐飲 17.93

附註：1.引進外部技術：向學校、企業、科研或其它機構引進技術。

2.共同開發產品、服務：與學校、企業、科研或其它機構合作，共同開發產品、服務或解決方案（與其它機構的團隊具體合作，產出實際成果）。

3.建立典範應用案例：透過策略伙伴合作或場域實證，形成典範案例。

4.聯合行銷與廣宣：與其它企業共同進行行銷或推廣活動，共享市場資源（例如共同舉辦活動、產品發表會、廣宣）。

資料來源：資誠聯合會計師事務所、財團法人台灣經濟研究院（2023 年 12 月 14 日），《2023 台灣新創生態圈大調查》。

（三）新創資金

臺灣新創事業的創業資金，主要來自國內個人投資、國內企業投資、政府資金及創投資金。在找尋／獲得資金的時候，新創期待可以從投資者的網絡，找到獲得更多資金的可能，如建立新客戶關係、引進投資資金及布局海外市場等。

臺灣新創事業吸引許多國內外創業投資公司的關注，查詢經濟部商業發展署之商工登記資料¹⁴，核准設立的創業投資公司超過 370 家。根據 FINDIT 平台統計，2023 年臺灣早期投資市場熱度仍在持續升溫，交易案達 542 件，早期投資整體交易

¹⁴ 資料截至 2024 年 8 月底。

金額為 27.9 億美元¹⁵。

臺灣創投主要會參考數位科技應用、政府大力推動產業、國際 ESG¹⁶趨勢等選擇投資領域，從調查可知，創投在 2024 年至 2025 年投資重點觀察領域與投資項目，前 5 名是智慧製造、人工智慧 / 大數據、生技醫藥 / 醫療器材、新能源（含儲能、能源管理）、運輸科技 / 電動車 / 車聯網，持續關注數位、減碳等相關領域¹⁷。

（表 2-2-4）

表 2-2-4 2024 年至 2025 年前 10 大創投關注領域

單位：%

排 名	關注領域	比 率
1	智慧製造	44
2	人工智慧 / 大數據	39
3	生技醫藥 / 醫療器材	38
4	新能源（含儲能、能源管理）	34
5	運輸科技 / 電動車 / 車聯網	29
6	新材料 / 高附加價值材料	27
7	第 5 代行動通訊（5G）	22
8	資訊安全	19
9	零售科技 / 電子商務；金融科技	18
10	潔淨科技 / 循環經濟	17

資料來源：資誠聯合會計師事務所、財團法人台灣經濟研究院（2022 年 10 月 18 日），《2022 台灣新創生態圈大調查》。

（四）海外市場

臺灣因內需市場有限，大多數新創事業會將目標或未來市場轉向海外發展，會將國內市場當作新創試驗場域，驗證調整商業模式、建立新創特色品牌、找出可複製的海外關鍵發展模式。根據調查，8 成新創規劃未來 2~3 年前進海外市場，前 3 名地區集中在東亞、北美、東南亞¹⁸。

¹⁵ 資料來源：范秉航（2024 年 8 月 16 日），〈[2024 年臺灣早期投資趨勢年報 - 總覽篇] 無懼全球創投寒冬，臺灣早期投資迎風而上〉。上網日期：2024 年 8 月 30 日，取自：<https://findit.org.tw/researchPageV2.aspx?pagelId=2356>

¹⁶ 即環境保護、社會責任、公司治理，為 Environmental, Social and Governance 之簡稱。

¹⁷ 資料來源：資誠聯合會計師事務所、財團法人台灣經濟研究院（2022 年 10 月 28 日），《2022 台灣新創生態圈大調查》。

¹⁸ 資料來源：資誠聯合會計師事務所、財團法人台灣經濟研究院（2023 年 12 月 14 日），《2023 台灣新創生態圈大調查》。

新創在挑選海外市場時，首先會考量產品或服務符合市場需求、市場具商業規模 / 潛力等，然後考量該國文化和語言熟悉度高等。根據調查發現，新創事業在面對較為陌生的環境時，關鍵需求在於當地企業或銷售通路、熟悉當地法規、驗證標準及規章辦法的專業服務機構等媒合管道，並期望可以透過創育機構、創投等協助，調整新創事業的國際化作法¹⁹。（表 2-2-5）

表 2-2-5 選擇海外發展國家的主要原因

單位：%

原 因	比 率
產品或服務符合市場需求	74.6
市場具商業規模 / 潛力	73.7
文化和語言熟悉度高	28.7
在地資源與人脈豐沛	21.9
競爭對手少	11.7
完整新創對接服務	10.1
政策誘因	5.1
法令寬鬆限制少	4.9
就學或就業 / 外派的經歷	3.9
外匯管制低、資金流通性高	3.8

資料來源：資誠聯合會計師事務所、財團法人台灣經濟研究院（2023 年 12 月 14 日），《2023 台灣新創生態圈大調查》。

三、8 年內新設中小企業營運概況

（一）8 年內新設中小企業家數約 70 萬家，營收以內銷市場為主

2023 年 8 年內新設企業總家數為 70 萬 227 家，屬中小企業規模者有 69 萬 7,221 家，占比約 99.57%，屬大企業規模者有 3,006 家，占比僅 0.43%。

2023 年 8 年內新設中小企業家數，占整體中小企業家數的比率為 41.65%，8 年內新設中小企業之銷售額為 6 兆 168.82 億元，占整體中小企業銷售額比率為 20.92%。就銷售模式而言，8 年內新設中小企業內銷額占銷售額之比重為 91.08%，出口額比重為 8.92%；大企業雖也以內銷市場為主，但出口額比重達 31.09%。（表 2-2-6）

¹⁹ 資料來源：資誠聯合會計師事務所、財團法人台灣經濟研究院（2023 年 12 月 14 日），《2023 台灣新創生態圈大調查》。

表 2-2-6 2023 年 8 年內新設企業家數及銷售額－按規模別

單位：家；新臺幣百萬元；%

規模別 指 標	總 計(1)	中小企業 規模(2)	中小企業比率 (3)=(2)/(1)	中小企業 結構比	大企業 規模(4)	大企業比率 (5)=(4)/(1)	大企業 結構比
家 數	700,227	697,221	99.57	-	3,006	0.43	-
銷售額	7,145,569	6,016,882	84.20	100.00	1,128,688	15.80	100.00
內銷額	6,258,153	5,480,392	87.57	91.08	777,760	12.43	68.91
出口額	887,417	536,489	60.46	8.92	350,927	39.54	31.09

附 註：1.8 年內新設企業係指 2016 年至 2023 年間設立，且存活之企業。

2.「-」表示不適用。

資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2023 年。

(二) 8 年內新設中小企業以經營服務業為主

觀察產業部門分布情形，2023 年 8 年內新設中小企業以經營服務業為大宗，家數有 57 萬 8,186 家，占比 82.93%。至於服務業的銷售、內銷及出口之占比，分別為 77.10%、78.39%及 63.89%。（表 2-2-7）

表 2-2-7 2023 年 8 年內新設中小企業家數及銷售額－按產業部門

單位：家；新臺幣百萬元；%

指 標	家 數		銷售額		內銷額		出口額	
產業部門	家 數	結構比	銷售額	結構比	內銷額	結構比	出口額	結構比
總 計	697,221	100.00	6,016,882	100.00	5,480,392	100.00	536,489	100.00
初級產業	5,677	0.81	23,392	0.39	21,937	0.40	1,456	0.27
工 業	113,358	16.26	1,354,442	22.51	1,162,156	21.21	192,286	35.84
服務業	578,186	82.93	4,639,047	77.10	4,296,300	78.39	342,747	63.89

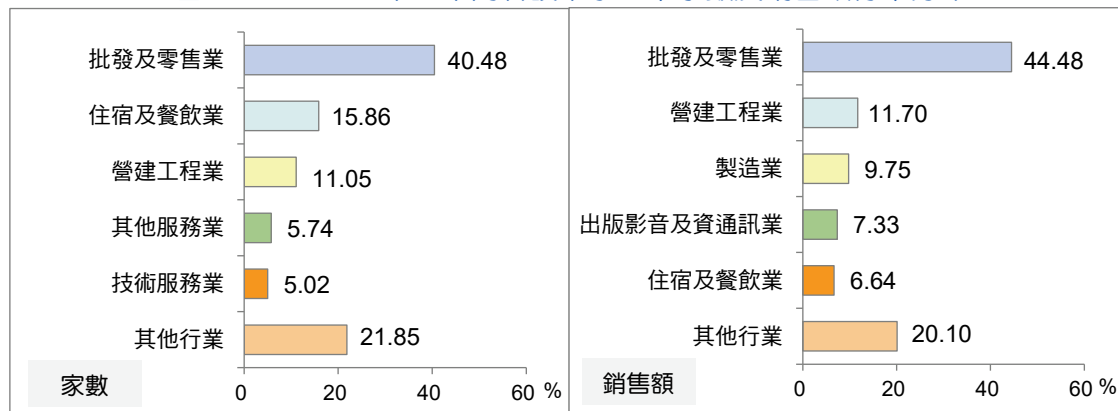
附 註：同表 2-1-2。

資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2023 年。

(三) 8 年內新設中小企業家數及銷售額皆以「批發及零售業」比率最高

進一步觀察行業別分布，2023 年 8 年內新設中小企業家數前 5 大行業，依序為「批發及零售業」（28 萬 2,257 家、占 40.48%）、「住宿及餐飲業」（11 萬 599 家、占 15.86%）、「營建工程業」（7 萬 7,015 家、占 11.05%）、「其他服務業」（4 萬 18 家、占 5.74%）與「專業、科學及技術服務業」（3 萬 4,972 家、占 5.02%）。（圖 2-2-1、附錄 2 附表 18）

圖 2-2-1 2023 年 8 年內新設中小企業家數及銷售額行業分布



附註：1.「技術服務業」為「專業、科學及技術服務業」之簡稱。

2.「其他行業」係指前 5 大行業以外的行業。

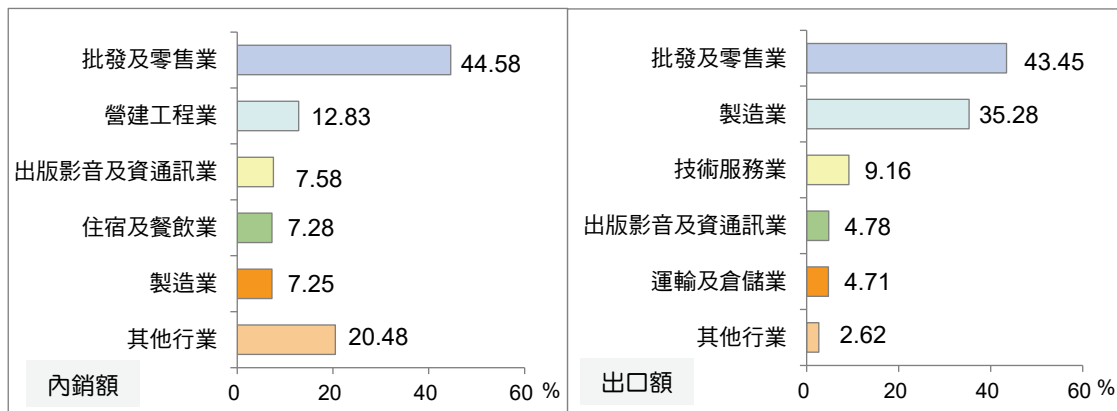
資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2023 年。

2023 年 8 年內新設中小企業銷售額前 5 大行業，依序為「批發及零售業」（2 兆 6,762.04 億元、占 44.48%）、「營建工程業」（7,041.72 億元、占 11.70%）、「製造業」（5,868.56 億元、占 9.75%）、「出版影音及資通訊業」（4,411.09 億元、占 7.33%）與「住宿及餐飲業」（3,993.50 億元、占 6.64%）。其中，「製造業」、「出版影音及資通訊業」之家數未列名前 5 大，但銷售額排名在前，顯示此 2 行業之事業單位銷售成績較為突出。（圖 2-2-1、附錄 2 附表 18）

（四）8 年內新設中小企業出口額以「批發及零售業」與「製造業」比率最高

觀察銷售市場之內、外銷，2023 年 8 年內新設中小企業內銷比重前 5 大行業，與銷售額相同，惟排序略有不同。至於出口額占比前 3 大行業，依序為「批發及零售業」、「製造業」與「專業、科學及技術服務業」；出口額分別約 2,331.10 億元（占 43.45%）、1,892.98 億元（占 35.28%）與 491.21 億元（占 9.16%），3 者合占達 87.89%。（圖 2-2-2、附錄 2 附表 18-1）

圖 2-2-2 2023 年 8 年內新設中小企業內銷額及出口額行業分布



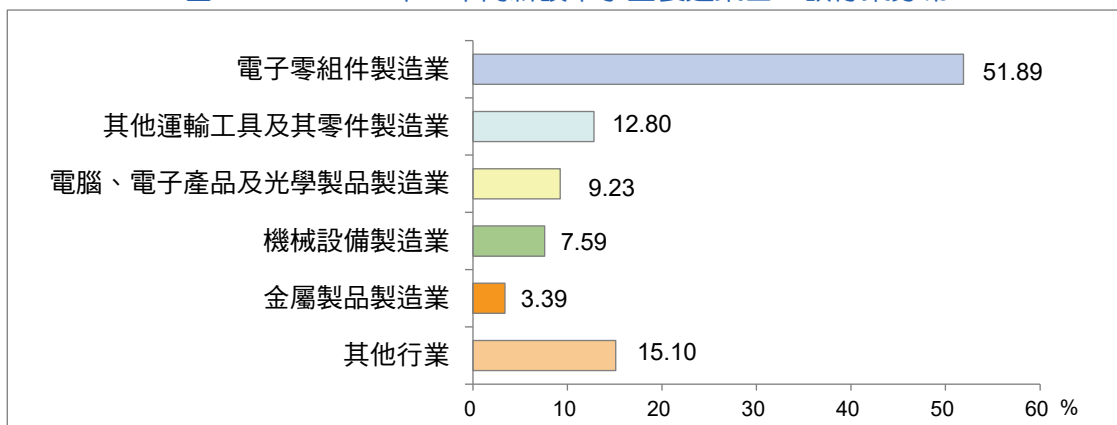
附註：1.「技術服務業」為「專業、科學及技術服務業」之簡稱。

2.「其他行業」係指前 5 大行業以外的行業。

資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2023 年。

進一步觀察製造業中業別之出口表現。2023 年 8 年內新設中小型製造業的出口額為 1,892.98 億元，出口額占比前 3 大業別依序為：「電子零組件製造業」（占比為 51.89%）、「其他運輸工具及其零件製造業」（12.80%）、「電腦、電子產品及光學製品製造業」（9.23%）。「電子零組件製造業」出口額比重超過半數，顯示該業別於出口表現的重要性。（圖 2-2-3、附錄 2 附表 20-3）

圖 2-2-3 2023 年 8 年內新設中小型製造業出口額行業分布



附註：「其他行業」係指前 5 大行業以外的行業。

資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2023 年。

（五）8 年內新設中小企業以獨資經營家數最多，約占 5 成 3

觀察企業經營型態，2023 年 8 年內新設中小企業以獨資經營占多數，有 36 萬 8,871 家（占比為 52.91%）；有限公司為 21 萬 8,847 家（31.39%）次之；股份有限公司為 4 萬 7,543 家（6.82%）居第 3；3 者合占全部 8 年內新設中小企業總家數比率達 91.12%。大企業則以股份有限公司最多（83.00%），有限公司（11.44%）次之，2 者合占大企業總家數之 94.44%。（表 2-2-8）

表 2-2-8 2023 年 8 年內新設企業家數及比率－按組織型態及規模別

單位：家；%

組織型態	規模別	總 計	中小企業		大企業	
			家 數	結構比	家 數	結構比
總 計		700,227	697,221	100.00	3,006	100.00
股份有限公司		50,038	47,543	6.82	2,495	83.00
有限公司		219,191	218,847	31.39	344	11.44
合 夥		18,082	18,081	2.59	*	*
獨 資		368,871	368,871	52.91	0	0.00
本國公司之分公司		15,690	15,690	2.25	0	0.00
其 他		28,355	28,189	4.04	166	5.52

附 註：1.為保護廠商個別資料，企業家數小於（含）5 者之數值以「*」表示。

2.「其他」係指非屬公司、獨資及合夥之營業人，以本國公司不列為分公司之「營業所（處）、門市（部）、分店」等分支機構為主。

3.因資料限制，「有限合夥」、「無限公司」、「兩合公司」與「外國公司之分公司」等，亦列入「其他」。

資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2023 年。

（六）8 年內新設中小企業家數及銷售額皆集中於北部地區

依區域分布來看，2023 年 8 年內新設中小企業家數於北部地區有 32 萬 8,564 家，占比 47.12%；中部地區及南部地區分別為 16 萬 9,579 家（占 24.32%）、17 萬 5,502 家（占 25.17%），南部地區家數比重，略高於中部地區。東部與離島地區合占 3.38%。大企業的地域差距更明顯，北部地區占比為 71.42%，中部地區占 14.40%、南部地區占 13.47%，而東部與離島地區合占僅 0.70%。（表 2-2-9）

表 2-2-9 2023 年 8 年內新設企業家數及銷售額－按區域別及規模別

單位：家；新臺幣百萬元；%

區域別 規模別	總 計	北部地區	中部地區	南部地區	東部地區	離島地區
家 數						
全部企業	700,227	330,711	170,012	175,907	16,680	6,917
中小企業	697,221	328,564	169,579	175,502	16,669	6,907
結構比	100.00	47.12	24.32	25.17	2.39	0.99
大 企 業	3,006	2,147	433	405	11	10
結構比	100.00	71.42	14.40	13.47	0.37	0.33
銷售額						
全部企業	7,145,569	4,517,539	1,316,236	1,231,678	51,430	28,686
中小企業	6,016,882	3,609,379	1,211,318	1,117,091	51,251	27,842
結構比	100.00	59.99	20.13	18.57	0.85	0.46
大 企 業	1,128,688	908,160	104,917	114,587	180	844
結構比	100.00	80.46	9.30	10.15	0.02	0.07

附 註：總計涵蓋北、中、南、東、離島地區共 22 縣市的家數和銷售額。

資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2023 年。

2023 年 8 年內新設中小企業之銷售，亦集中於北部地區，約 3 兆 6,093.79 億元，占比為 59.99%；中部地區約 1 兆 2,113.18 億元，占 20.13%；南部地區約 1 兆 1,170.91 億元，占 18.57%，中部地區銷售額比重，則略高於南部地區。東部地區、離島銷售占比都低於 1%。大企業更集中於北部地區，占比達 80.46%，中部地區占 9.30%、南部地區占 10.15%，而東部與離島地區合計僅占 0.09%。（表 2-2-9）

觀察縣市分布，8 年內新設中小企業多集中於六都，合計 51 萬 7,508 家，占 74.22%。其中，新北市 10 萬 9,879 家（占比 15.76%）居首，臺中市 10 萬 2,393 萬家（14.69%）次之，臺北市 10 萬 828 家（14.46%）居第 3。大企業則以臺北市 1,324 家（44.05%）居首，新北市 370 家（12.31%）次之。（表 2-2-10）

表 2-2-10 2023 年 8 年內新設企業家數及銷售額－按六都及規模別

單位：家；新臺幣百萬元；%

縣市區別 規模別	總 計	六都合計	臺北市	新北市	桃園市	臺中市	臺南市	高雄市
家 數								
全部企業	700,227	520,040	102,152	110,249	66,896	102,689	56,008	82,046
中小企業	697,221	517,508	100,828	109,879	66,703	102,393	55,852	81,853
結構比	100.00	74.22	14.46	15.76	9.57	14.69	8.01	11.74
大 企 業	3,006	2,532	1,324	370	193	296	156	193
結構比	100.00	84.23	44.05	12.31	6.42	9.85	5.19	6.42
銷售額								
全部企業	7,145,569	5,736,004	2,172,834	1,015,371	625,688	890,967	435,470	595,674
中小企業	6,016,882	4,876,013	1,679,512	876,660	578,722	816,431	385,737	538,951
結構比	100.00	81.04	27.91	14.57	9.62	13.57	6.41	8.96
大 企 業	1,128,688	859,993	493,322	138,712	46,967	74,536	49,733	56,723
結構比	100.00	76.19	43.71	12.29	4.16	6.60	4.41	5.03

附 註：總計涵蓋北、中、南、東、離島地區共 22 縣市家數、銷售額。

資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2023 年。

四、1 年內新設中小企業營運概況

（一）2023 年 1 年內新設中小企業約 11 萬家，營收主要為內銷

2023 年 1 年內新設企業（經營年數未滿 1 年）總家數為 11 萬 4,276 家。1 年內新設企業屬中小企業規模者有 11 萬 4,115 家，約占 99.86%，較 2022 年之 10 萬 9,837 家，增加 4,278 家（或 3.89%）。至於 1 年內新設企業銷售模式，整體企業內銷額比重達 97.54%，中小企業內銷額比重為 97.52%，比重差距僅 0.02 個百分點，顯示無論是整體企業或中小企業，皆以國內市場為萌芽階段之主要市場。（表 2-2-11）

表 2-2-11 2023 年 1 年內新設企業家數及銷售額－按規模別

單位：家；新臺幣百萬元；%

規模別 指 標	總 計(1)	中小企業 規模(2)	中小企業比率 (3)=(2)/(1)	中小企業 結構比	大企業 規模(4)	大企業比率 (5)=(4)/(1)	大企業 結構比
家 數	114,276	114,115	99.86	-	161	0.14	-
銷售額	270,804	266,631	98.46	100.00	4,173	1.54	100.00
內銷額	264,133	260,030	98.45	97.52	4,104	1.55	98.33
出口額	6,671	6,601	98.95	2.48	70	1.05	1.67

附 註：「-」表示不適用。

資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2023 年。

（二）1 年內新設中小企業多為服務業

觀察部門別分布情形，2023 年 1 年內新設中小企業多數為服務業，約 9 萬 6,159 家，占比約 84.26%。另外，1 年內新設中小企業之服務業銷售、內銷及出口之占比，分別為 79.25%、79.30%及 77.23%。（表 2-2-12）

表 2-2-12 2023 年 1 年內新設中小企業家數及銷售額－按產業部門

單位：家；新臺幣百萬元；%

指 標 產業部門	家 數	結構比	銷售額	結構比	內銷額	結構比	出口額	結構比
總 計	114,115	100.00	266,631	100.00	260,030	100.00	6,601	100.00
初級產業	700	0.61	841	0.32	831	0.32	10	0.15
工 業	17,256	15.12	54,479	20.43	52,985	20.38	1,494	22.62
服務業	96,159	84.26	211,311	79.25	206,213	79.30	5,098	77.23

附 註：同表 2-1-2。

資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2023 年。

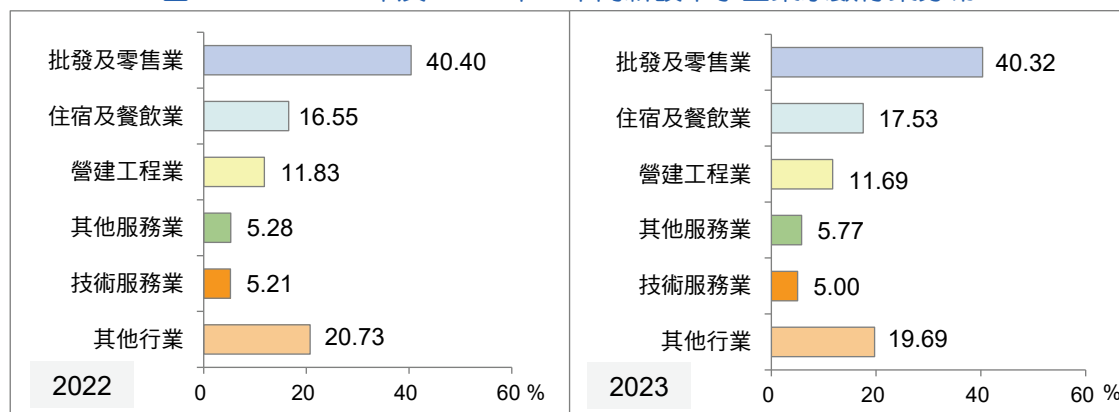
（三）1 年內新設中小企業之家數及銷售額都以「批發及零售業」占比最高

至於行業別分布樣態，2023 年 1 年內新設中小企業家數占比前 5 大行業，依序為「批發及零售業」（4 萬 6,011 家、占 40.32%）、「住宿及餐飲業」（2 萬 2 家、占 17.53%）、「營建工程業」（1 萬 3,345 家、占 11.69%）、「其他服務業」（6,585 家、占 5.77%），以及「專業、科學及技術服務業」（5,703 家、占 5.00%）。整體而言，2023 年與 2022 年 1 年內新設中小企業家數的前 5 大行業別排序相同，沒有變化。（圖 2-2-4、附錄 2 附表 21）

觀察各行業別銷售額，2023 年 1 年內新設中小企業銷售額前 5 名之行業，依序為「批發及零售業」（1,327.72 億元、占 49.80%）、「營建工程業」（396.66 億元、占 14.88%）、「住宿及餐飲業」（268.60 億元、占 10.07%），以及「專業、科學及技術服務業」（106.06 億元、占 3.98%）、「出版影音及資通訊業」（96.73 億元、占 3.63%）等。（圖 2-2-5）

與 2022 年 1 年內新設中小企業銷售額占比的前 5 大行業別相比，主要差異在於，2023 年「製造業」銷售額減少，由 2022 年的第 3 名，跌至第 6 名；「出版影音及資通訊業」銷售額則成長，攀升至第 5 名。（圖 2-2-5、附錄 2 附表 21）

圖 2-2-4 2022 年及 2023 年 1 年內新設中小企業家數行業分布

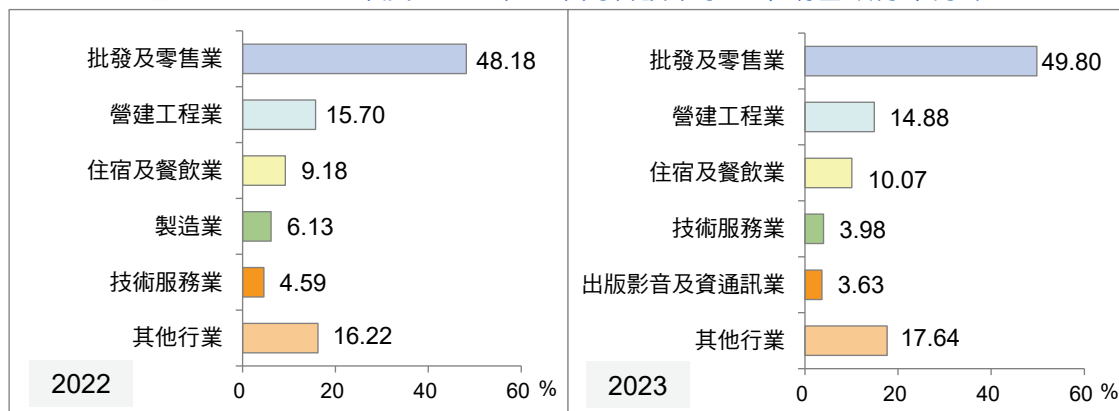


附註：1.「技術服務業」為「專業、科學及技術服務業」之簡稱。

2.「其他行業」係指前 5 大行業以外的行業。

資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2022-2023 年。

圖 2-2-5 2022 年及 2023 年 1 年內新設中小企業銷售額行業分布



附註：1.「技術服務業」為「專業、科學及技術服務業」之簡稱。

2.「其他行業」係指前 5 大行業以外的行業。

資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2022-2023 年。

五、新創事業輪廓

經濟部中小及新創企業署 FINDIT 平台之新創企業資料庫，所建立的臺灣新創企業清單，係累計彙整自 2015 年起，參與國內創新創業相關競賽、展會、政府新創相關計畫，以及進駐新創基地、加速器、育成中心等創育機構之企業。此清單所列企業，係指 2010 年以後成立，具技術或商業模式創新，註冊地點在臺灣，並辦理公司登記之公司²⁰；或註冊地點在海外，但創辦人來自臺灣。據此，觀察新創事業的發展輪廓，包括整體營運銷售概況，以及應用領域、經營年數與組織型態分布等。

（一）新創事業有 7,477 家，2023 年營收以內銷為主

截至 2023 年 12 月 31 日止，成立時間在 2010 年以後，公司註冊地點在臺灣，且擁有技術或商業模式创新的新創事業共計 7,477 家。其中，公司狀態為營運中²¹有 6,649 家，占整體新創事業家數比率為 88.92%。2023 年有銷售額²²之新創事業有 6,512 家，整體銷售額為 4,792.09 億元。觀察銷售模式，2023 年新創事業內銷額占整體銷售額比率為 79.61%，出口額占比為 20.39%。新創事業仍以國內市場為銷售主力，但其出口額占比，明顯高於 8 年內新設中小企業的 8.92%，顯示新創事業更著重於海外市場的發展。（圖 2-2-6）

（二）新創事業應用領域，以「硬體」家數占比最高

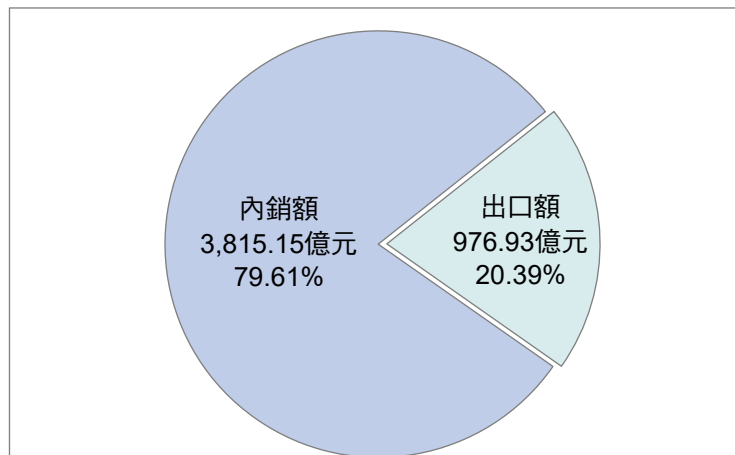
截至 2023 年底，新創事業前 5 大應用領域，依序分布於「硬體」（730 家、占 9.76%）、「健康醫療」（672 家、占 8.99%）、「媒體與娛樂」（570 家、占 7.62%）、「消費產品」（517 家、占 6.91%），以及「食品與餐飲」（473 家、占 6.33%）。前 10 大應用領域，占整體家數的 61.25%。（圖 2-2-7、附錄 2 附表 22）

²⁰ 不含獨資或合夥經營之行號。

²¹ 即經濟部商業發展署商工登記資料中，公司狀態為核准設立及核准登記。

²² 有銷售額之新創事業家數及銷售額（含內銷額、出口額）統計，係運用經濟部中小及新創企業署 FINDIT 平台新創企業資料庫，截至 2023 年 12 月 31 日新創企業清單，比對財政部財政資訊中心之 2023 年營業稅徵收統計原始資料所產出。

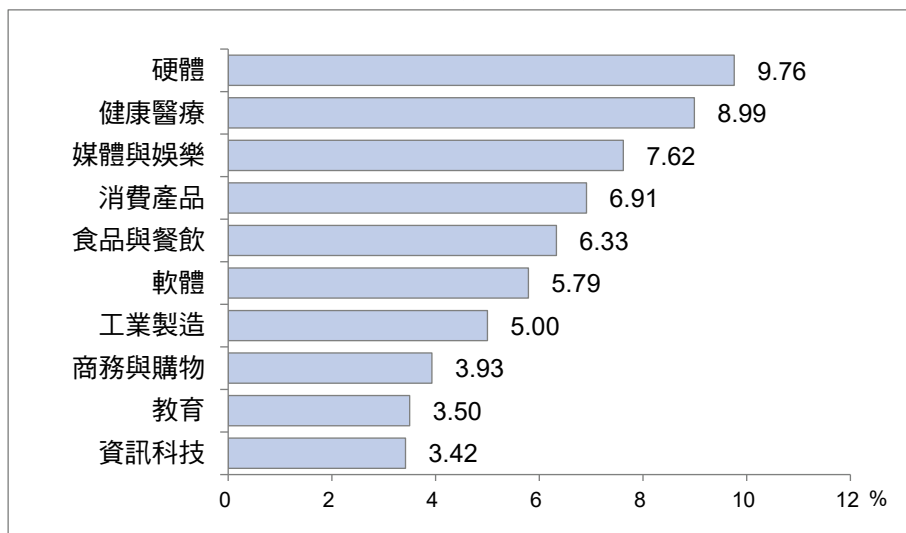
圖 2-2-6 2023 年新創事業內外銷金額及比率



資料來源：1.整理自經濟部中小及新創企業署，FINDIT 平台，2023 年 12 月 31 日。

2.整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2023 年。

圖 2-2-7 2023 年新創事業家數前 10 大應用領域分布



資料來源：整理自經濟部中小及新創企業署，FINDIT 平台，2023 年 12 月 31 日。

(三) 新創事業 8 年以上者約占 4 成 2

以經營年數觀察，2023 年新創事業經營未滿 1 年者，占整體新創事業家數比率為 0.28%，經營 3 年內、5 年內、8 年內者比率，分別占 5.35%、23.43%、57.67%；經營 8 年以上者占比為 42.33%，顯示政府積極協助新創事業取得資源，促進新創事業穩健經營，持續成長茁壯。（表 2-2-13）

表 2-2-13 2023 年新創事業家數及比率－按經營年數

單位：家；%

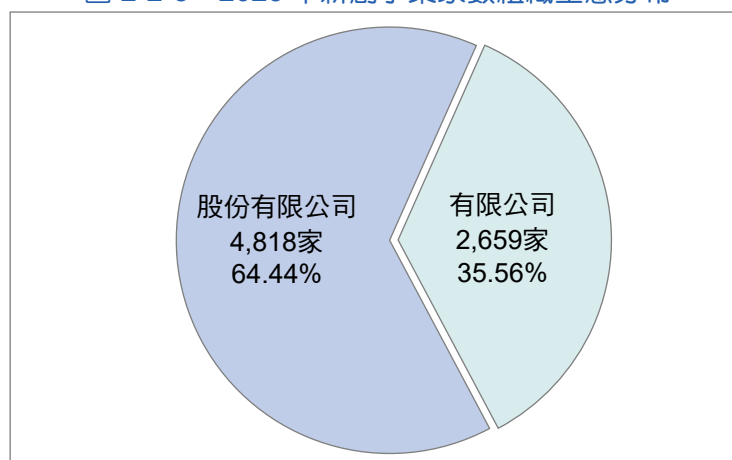
經營年數 \ 項 目	家 數	結構比
總 計	7,477	100.00
未滿 8 年	4,312	57.67
未滿 1 年	21	0.28
未滿 3 年	400	5.35
未滿 5 年	1,752	23.43
8 年（含）以上	3,165	42.33

資料來源：整理自經濟部中小及新創企業署，FINDIT 平台，2023 年 12 月 31 日。

（四）新創事業以經營股份有限公司居多，約占 6 成 4

觀察企業組織型態，2023 年新創事業經營股份有限公司與有限公司 2 種類型。其中，股份有限公司家數為 4,818 家，占 64.44%；有限公司為 2,659 家，占 35.56%。主因為新創公司在募資時，須釋出股權換取資金，故以股份有限公司的型態居多。（圖 2-2-8）

圖 2-2-8 2023 年新創事業家數組織型態分布



資料來源：整理自經濟部中小及新創企業署，FINDIT 平台，2023 年 12 月 31 日。

第 3 節 女性企業主經營現況

本節以企業負責人（或代表人）身分證號碼除英文字母外的第 1 個阿拉伯數字，作為判別性別依據。若該企業負責人為法人或外國人，因無法區分性別，在統計時未將其納入。所以，本節男女合計數值，與本章第 1 節全體企業的總計數值不盡相符。以下分別就女性與男性中小企業主之營運特色與差異，進行比較分析。

一、女性中小企業主占比超過 3 成 7

2023 年可以區分企業代表人性別的企業家數，共計 167 萬 3,557 家。其中，女性企業主家數有 62 萬 5,175 家，高達 99.48% 為中小企業（62 萬 1,931 家）。若與 2022 年比較，女性中小企業主家數增加 1 萬 9,098 家（年增 3.17%）。觀察中小企業主之性別結構，女性中小企業家數占男女合計之中小企業總計家數比率為 37.56%。（表 2-3-1）

二、女性比男性企業主更傾向內銷

就銷售額觀察，女性企業主相較男性更為依賴國內市場。2023 年女性之中小企業內銷比率高達 92.74%，出口比率僅 7.26%；而男性中小企業的內銷比率約 89.95%，出口比率約 10.05%，內銷比率差距 2.79 個百分點。女性之大企業內銷比率為 84.87%，與男性之大企業內銷比率 66.32%，差距 18.55 個百分點。顯示相對於男性企業主，女性企業主不論中小企業或是大企業，都更傾向以內銷市場為主，且大企業更為明顯。（圖 2-3-1）

表 2-3-1 2022 年及 2023 年企業家數及銷售之規模別概況－按企業主性別

單位：家；新臺幣百萬元；%

指 標	規模別 年 別	男女合計		中小企業		大企業	
		2022	2023	2022	2023	2022	2023
家 數合計		1,632,763	1,673,557	1,615,664	1,655,802	17,099	17,755
女性企業主		605,905	625,175	602,833	621,931	3,072	3,244
規模別比率 ^a		100.00	100.00	99.49	99.48	0.51	0.52
比率 ^b		37.11	37.36	37.31	37.56	17.97	18.27
男性企業主		1,026,858	1,048,382	1,012,831	1,033,871	14,027	14,511
銷售額合計		47,478,128	46,806,518	26,050,038	26,383,197	21,428,090	20,423,320
女性企業主		8,391,031	8,309,989	6,271,361	6,340,526	2,119,671	1,969,464
規模別比率 ^a		100.00	100.00	74.74	76.30	25.26	23.70
比率 ^b		17.67	17.75	24.07	24.03	9.89	9.64
男性企業主		39,087,096	38,496,529	19,778,677	20,042,672	19,308,420	18,453,857
內銷額合計		36,923,187	37,817,633	23,125,946	23,907,876	13,797,241	13,909,757
女性企業主		7,285,222	7,551,884	5,735,423	5,880,305	1,549,799	1,671,579
規模別比率 ^a		100.00	100.00	78.73	77.87	21.27	22.13
比率 ^b		19.73	19.97	24.80	24.60	11.23	12.02
男性企業主		29,637,965	30,265,750	17,390,523	18,027,571	12,247,442	12,238,178
出口額合計		10,554,941	8,988,884	2,924,092	2,475,322	7,630,849	6,513,563
女性企業主		1,105,809	758,105	535,938	460,221	569,872	297,884
規模別比率 ^a		100.00	100.00	48.47	60.71	51.53	39.29
比率 ^b		10.48	8.43	18.33	18.59	7.47	4.57
男性企業主		9,449,132	8,230,779	2,388,154	2,015,101	7,060,978	6,215,678

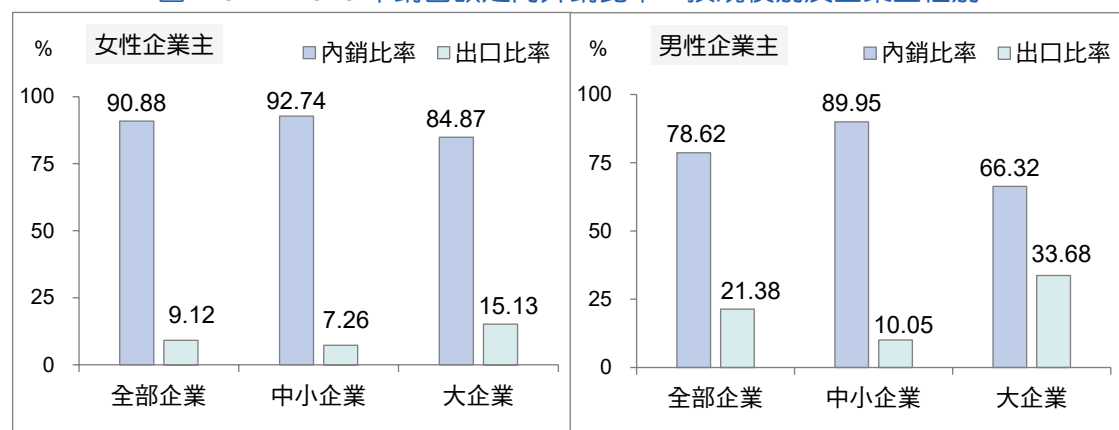
附 註：1.表中女／男性企業主係指企業負責人登記為女／男性者。

2.表中各指標值男女合計與本章表 2-1-1 全部企業總計數值不相符合，係因部分企業負責人為法人或外國人，無法區分性別，統計時未將其納入。

3.表中規模別比率^a定義為女性企業主之中小企業（大企業）占全部女性企業主之百分比；比率^b為女性企業主占男女企業合計之百分比。

資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2022-2023 年。

圖 2-3-1 2023 年銷售額之內外銷比率－按規模別及企業主性別



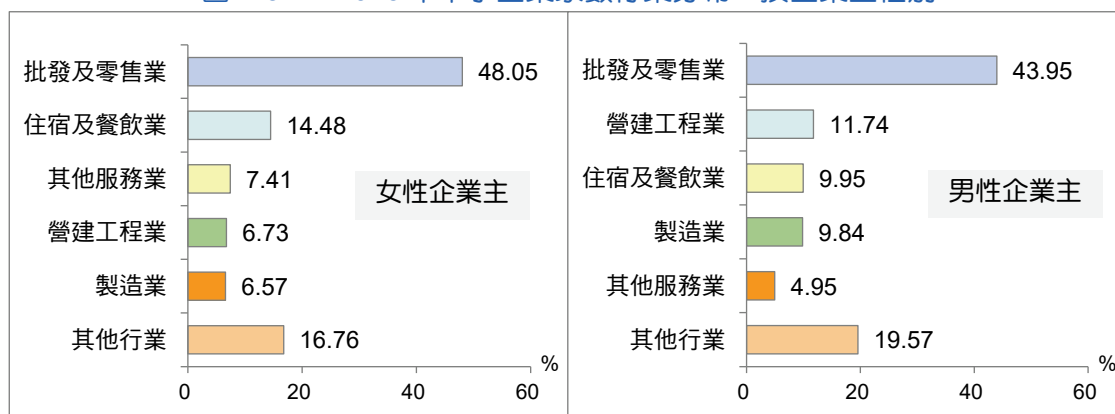
資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2023 年。

三、女性中小企業主經營前 3 大行業：「批發及零售業」、「住宿及餐飲業」，以及「其他服務業」

觀察產業部門家數分布，2023 年女性中小企業主經營服務業的家數比率為 85.68%，男性中小企業主約為 76.75%，2 者差 8.93 個百分點。觀察行業分布，2023 年中小企業女性企業主家數、銷售額、內銷額及出口額，都以「批發及零售業」所占比率最高，分別為 48.05%、45.82%、44.86%及 58.08%。（附錄 2 附表 15、附表 15-1）

2023 年女性中小企業主家數排名前 5 大行業，與男性中小企業主相同，但排序有所不同。女性中小企業主依序為：「批發及零售業」（占比約 48.05%）、「住宿及餐飲業」（14.48%）、「其他服務業」（7.41%）、「營建工程業」（6.73%），以及「製造業」（6.57%）。男性以「批發及零售業」（43.95%）居首，與女性相同，而後依序為「營建工程業」（11.74%）、「住宿及餐飲業」（占 9.95%）、「製造業」（9.84%），以及「其他服務業」（4.95%）。（圖 2-3-2）

圖 2-3-2 2023 年中小企業家數行業分布—按企業主性別



附註：「其他行業」係指前 5 大行業以外的行業。

資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2023 年。

四、女性中小企業主經營年數較男性資淺

由經營年數觀察，2023 年女性 1 年內新設（經營未滿 1 年）中小企業主為 4 萬 6,751 家，占女性中小企業主家數比率為 7.52%；男性 1 年內新設中小企業主為 6 萬 5,926 家，占男性中小企業主家數比率為 6.38%。8 年內新設者（經營未滿 8 年），女性中小企業主為 27 萬 531 家，男性為 41 萬 6,183 家，就結構比而言，女性略高於男性，分別為 43.50% 和 40.25%，差距 3.25 個百分點，顯示女性中小企業主之經營年數較男性資淺。（表 2-3-2）

表 2-3-2 2023 年中小企業家數－按經營年數及企業主性別

單位：家；%

企業主性別 經營年數	男女合計	女性企業主		男性企業主	
		家 數	結構比	家 數	結構比
總 計	1,655,802	621,931	100.00	1,033,871	100.00
未滿 8 年	686,714	270,531	43.50	416,183	40.25
未滿 1 年	112,677	46,751	7.52	65,926	6.38
未滿 3 年	328,840	132,740	21.34	196,100	18.97
未滿 5 年	493,942	197,194	31.71	296,748	28.70
8 年（含）以上	969,088	351,400	56.50	617,688	59.75

附 註：表中各指標值男女合計與本章表 2-1-5 之總計數值不相符合，係因部分企業負責人為法人或外國人，無法區分性別，統計時未將其納入。

資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2023 年。

五、女性 1 年內新設中小企業家數，占總新設中小企業家數比率近 4 成

2023 年兩性 1 年內新設中小企業主，女性為 4 萬 6,751 家，占兩性合計 1 年內新設中小企業家數比率為 41.49%，較 2022 年增加約 3,461 家（或 7.99%）；而男性為 6 萬 5,926 家，占比為 58.51%。（表 2-3-3）

觀察 1 年內新設企業之銷售表現，女性、男性 1 年內新設中小企業主銷售額分別約為 810.47 億元、1,699.43 億元，各占女、男中小企業主總銷售比重之 1.28% 與 0.85%；併計之銷售額為 2,509.90 億元，約占兩性合計中小企業總銷售額（26 兆 3,831.97 億元）的 0.95%。雖然女性 1 年內新設中小企業銷售額，占女性整體中小

企業主銷售額之比率，略高於男性，但占整體 1 年內新設中小企業銷售額比率為 32.29%，低於男性的 67.71%，即男性 1 年內新設中小企業主銷售額，約為女性的 2.10 倍；且隨著企業經營年數愈長，2 者的銷售額差距愈大。（表 2-3-3、附錄 2 附表 16）

表 2-3-3 2023 年 1 年內新設中小企業家數及銷售額－按企業主性別

單位：家；新臺幣百萬元；%

企業主性別 指 標	男 女 合計(1)	女性企業主 規 模(2)	女性企業主 比 率 (3)=(2)/(1)	女性企業主 結 構 比	男性企業主 規 模(4)	男性企業主 比 率 (5)=(4)/(1)	男性企業主 結 構 比
家 數	112,677	46,751	41.49	-	65,926	58.51	-
銷售額	250,990	81,047	32.29	100.00	169,943	67.71	100.00
內銷額	244,795	78,158	31.93	96.43	166,638	68.07	98.06
出口額	6,194	2,890	46.65	3.57	3,305	53.35	1.94

附 註：1. 「-」表示不適用。

2. 表中各指標值合計與本章表 2-2-11 之總計數值不相符合，係因部分企業負責人為法人或外國人，無法區分性別，統計時未將其納入。

資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2023 年。

以內銷比率來看，女性、男性整體中小企業主之銷售額，皆有 9 成左右為內銷（分別為 92.74%、89.95%），而女性 1 年內新設中小企業內銷額，占女性 1 年內新設中小企業銷售額之比率為 96.43%，男性內銷比率更達 98.06%。顯示不論企業主性別，新設 1 年內中小企業於萌芽階段，更著重於國內市場。（圖 2-3-1、表 2-3-3）

六、女性中小企業主約有 6 成為獨資經營

就組織型態結構觀察，男女中小企業主都以獨資經營者為多數，女性為 36 萬 4,984 家（占比為 58.69%），男性為 50 萬 3,016 家（占 48.65%）。其次為有限公司，分別為 17 萬 9,669 家（占 28.89%）、33 萬 6,159 家（占 32.51%）；股份有限公司居第 3，占比分別為 6.30%及 10.06%。前 3 大組織型態占女性與男性中小企業主比率，分別達 93.88%與 91.22%，顯示 2 者在組織型態的結構上大致相似，但女性中小企業主更多為獨資。（表 2-3-4）

表 2-3-4 2023 年中小企業家數－按組織型態及企業主性別

單位：家；%

組織型態	企業主性別 男女合計	女性企業主		男性企業主	
		家 數	結構比	家 數	結構比
總 計	1,655,802	621,931	100.00	1,033,871	100.00
股份有限公司	143,198	39,192	6.30	104,006	10.06
有限公司	515,828	179,669	28.89	336,159	32.51
合 夥	41,255	15,439	2.48	25,816	2.50
獨 資	868,000	364,984	58.69	503,016	48.65
本國公司之分公司	40,248	10,553	1.70	29,695	2.87
其 他	47,273	12,094	1.94	35,179	3.40

附 註：1.表中各指標值男女合計與本章表 2-1-5 之總計數值不相符合，係因部分企業負責人為法人或外國人，無法區分性別，統計時未將其納入。

2.「其他」係指非屬公司、獨資及合夥組織之營業人，以本國公司不列為分公司之「營業所（處）、門市（部）、分店」等分支機構為主。

3.因資料限制，「有限合夥」、「無限公司」、「兩合公司」與「外國公司之分公司」等，亦列入「其他」。

資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2023 年

第 4 節 中小型商業經營概況

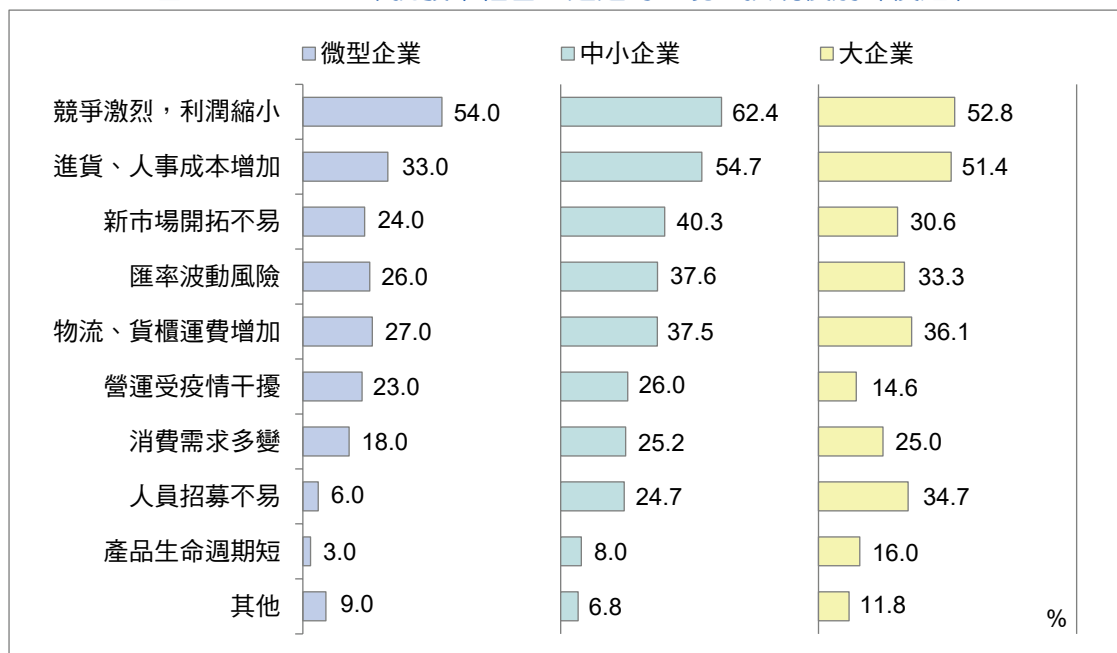
有關中小型商業經營概況，整理自經濟部統計處的《112 年批發、零售及餐飲食業經營實況調查報告》。企業規模別以 2020 年 6 月 24 日發布之〈中小企業認定標準〉定義，即微型企業係指員工人數未達 5 人者，中小企業係指員工人數未達 200 人者（含未達 5 人者），大企業係指員工人數 200 人（含）以上者。必須注意的是，題目設計為複選題，調查結果各選項的占比加總將超過 100%。

一、批發業經營實況

（一）批發業經營困境主要為「競爭激烈，利潤縮小」及「進貨、人事成本增加」

2023 年各規模批發業經營上遭遇的困難，主要皆為「競爭激烈，利潤縮小」，占 5~6 成，其次為「進貨、人事成本增加」，占 3~5 成。而第 3 項經營困境，微型及大型批發業為「物流、貨櫃運費增加」（分別占 27.0%、36.1%），中小型批發業為「新市場開拓不易」（占 40.3%）。（圖 2-4-1）

圖 2-4-1 2023 年批發業經營上遭遇的困境－按規模別（複選）



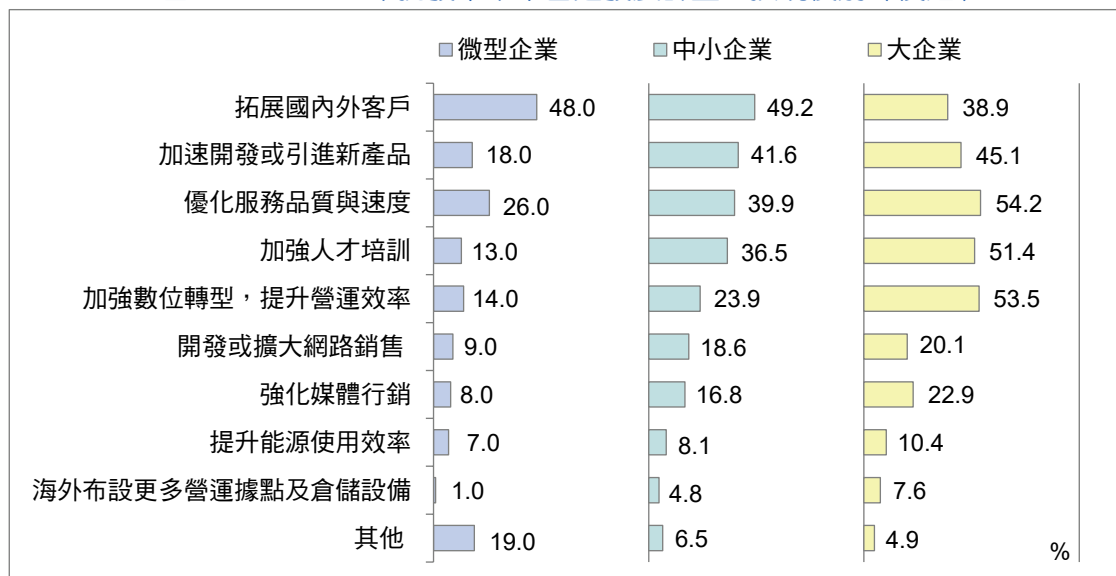
附註：批發業樣本數總計 2,014 家，其中，微型企業 100 家，中小企業 1,870 家，大企業 144 家。

資料來源：整理自經濟部統計處（2023 年 10 月），《112 年批發、零售及餐飲業經營實況調查報告》。

（二）中小型批發業未來營運發展計畫以「拓展國內外客戶」為首，「加速開發或引進新產品」次之

微型及中小型批發業皆以「拓展國內外客戶」（分別占 48.0%、49.2%）為未來營運發展計畫重點。另因應新型商業模式及市場樣態，消費者喜好趨向多樣化，中小型批發業以「加速開發或引進新產品」（占 41.6%）居次，較上年增加 4.2 個百分點，並超越「優化服務品質與速度」（占 39.9%），排行上升至第 2。大型批發業則以「優化服務品質與速度」為首，「加強數位轉型，提升營運效率」居次，占比皆達 5 成。（圖 2-4-2）

圖 2-4-2 2023 年批發業未來營運發展計畫－按規模別（複選）



附註：批發業樣本數總計 2,014 家，其中，微型企業 100 家，中小企業 1,870 家，大企業 144 家。
資料來源：整理自經濟部統計處（2023 年 10 月），《112 年批發、零售及餐飲業經營實況調查報告》。

二、零售業經營實況

（一）零售業經營上遭遇困境主要為「原物料、物流等成本增加」及「價格競爭激烈，毛利偏低」

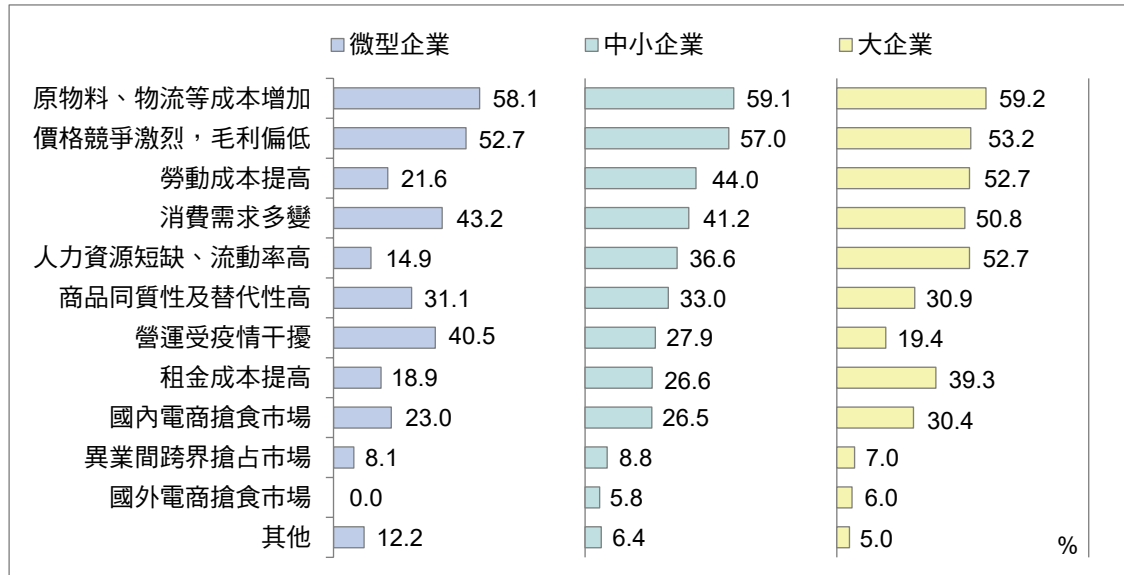
2023 年各規模零售業經營困境主要為成本與價格因素，前 2 項都是「原物料、物流等成本增加」及「價格競爭激烈，毛利偏低」，占 5~6 成。微型企業以「消费需求多變」居第 3，占 43.2%；中小企業及大企業則以「勞動成本提高」居第 3，分別占 44.0%、52.7%。（圖 2-4-3）

（二）中小型零售業發展的營運策略以「經營網路社群」為首，「提供消費者行動支付的結帳功能」次之

微型零售業發展的營運策略以「公司自行宅配或外送」占 33.8% 最高，中小型及大型零售業則以「經營網路社群」占比最高，分別占 58.9%、84.6%。至於第 2~3 項發展的營運策略，微型零售業為「經營網路社群」及「提供消費者行動支付的結帳功能」；中小型及大型零售業為「提供消費者行動支付的結帳功能」及「發

展會員經濟，鞏固會員消費黏著度」，惟排序不同。（圖 2-4-4）

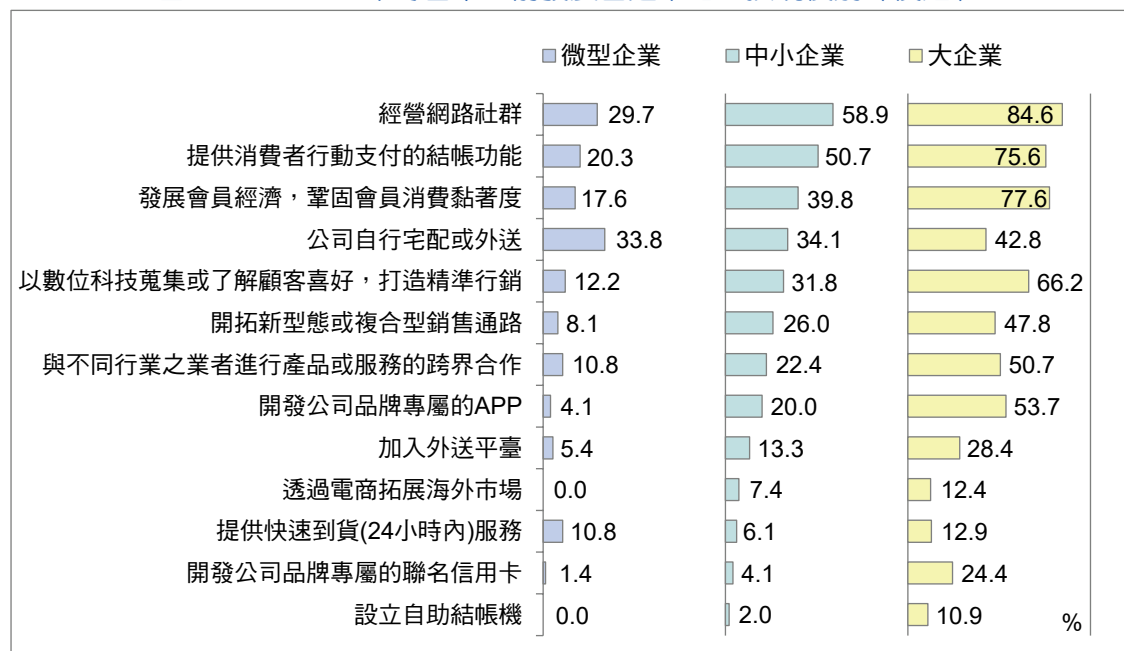
圖 2-4-3 2023 年零售業在經營上遭遇的困境－按規模別（複選）



附註：零售業樣本數總計 1,151 家，其中，微型企業 74 家，中小企業 950 家，大企業 201 家。

資料來源：整理自經濟部統計處（2023 年 10 月），《112 年批發、零售及餐飲業經營實況調查報告》。

圖 2-4-4 2023 年零售業目前發展營運策略－按規模別（複選）



附註：1.零售業樣本數總計 1,151 家，其中，微型企業 74 家，中小企業 950 家，大企業 201 家。

2.圖示資料為企業目前具有該項營運策略之比率。

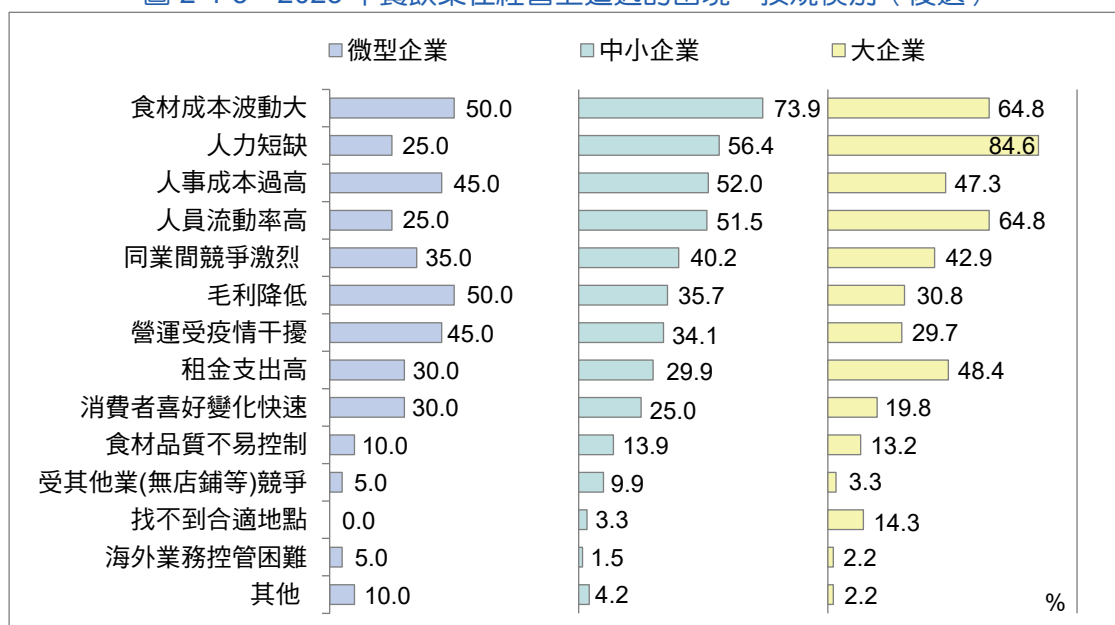
資料來源：整理自經濟部統計處（2023 年 10 月），《112 年批發、零售及餐飲業經營實況調查報告》。

三、餐飲業經營實況

（一）中小型餐飲業的經營困境主要為「食材成本波動大」及「人力短缺」

2023 年餐飲業經營面臨的困難，主要受成本及人力因素影響。微型企業以「食材成本波動大」及「毛利降低」同列第 1，占 50.0%。中小企業前 3 項依序為「食材成本波動大」（占 73.9%）、「人力短缺」（占 56.4%）及「人事成本過高」（占 52.0%）；大企業以「人力短缺」（占 84.6%）居第 1、「食材成本波動大」及「人員流動率高」（占 64.8%）同列第 2。（圖 2-4-5）

圖 2-4-5 2023 年餐飲業在經營上遭遇的困境－按規模別（複選）



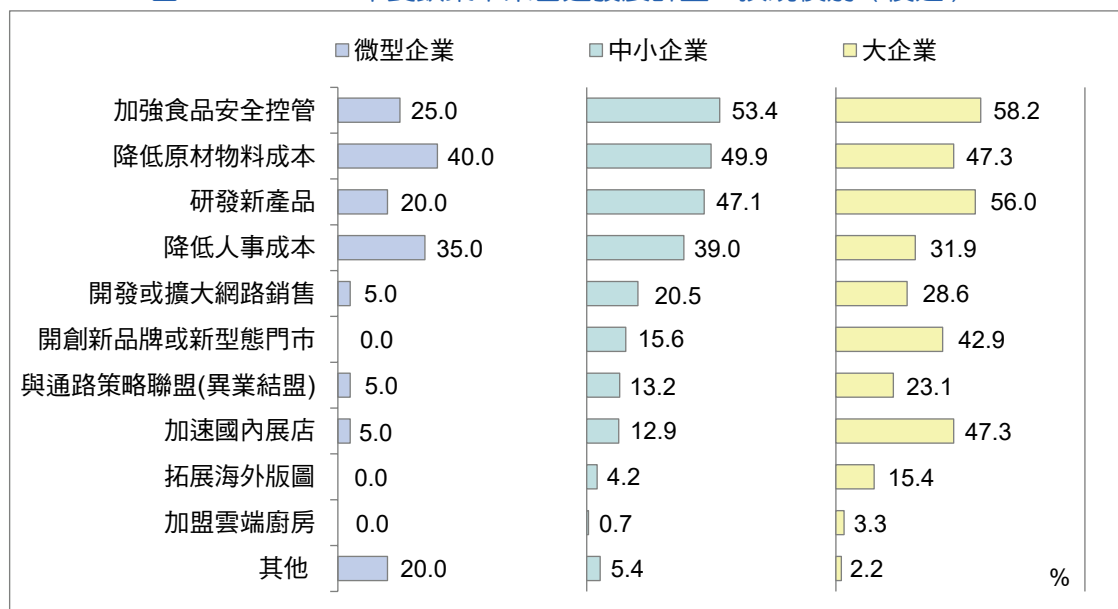
附註：餐飲業樣本數總計 666 家，其中，微型企業 20 家，中小企業 575 家，大企業 91 家。
資料來源：整理自經濟部統計處（2023 年 10 月），《112 年批發、零售及餐飲業經營實況調查報告》。

（二）中小型餐飲業未來營運發展計畫前 3 項為「加強食品安全控管」、「降低原材物料成本」及「研發新產品」

受進口原物料價格與工資上漲之成本因素，以及消費者愈來愈重視食品安全與喜好趨向多元等影響，微型餐飲業認為未來營運發展計畫重點，前 3 項依序為「降

低原材物料成本」（占 40.0%）、「降低人事成本」（占 35.0%）及「加強食品安全控管」（占 25.0%）；中小型及大型餐飲業皆以「加強食品安全控管」（分別占 53.4%、58.2%）為首要課題，「降低原材物料成本」（占 49.9%、47.3%）及「研發新產品」（占 47.1%、56.0%）次之。（圖 2-4-6）

圖 2-4-6 2023 年餐飲業未來營運發展計畫－按規模別（複選）



附註：餐飲業樣本數總計 666 家，其中，微型企業 20 家，中小企業 575 家，大企業 91 家。
資料來源：整理自經濟部統計處（2023 年 10 月），《112 年批發、零售及餐飲業經營實況調查報告》。

第 5 節 中小企業研發經費

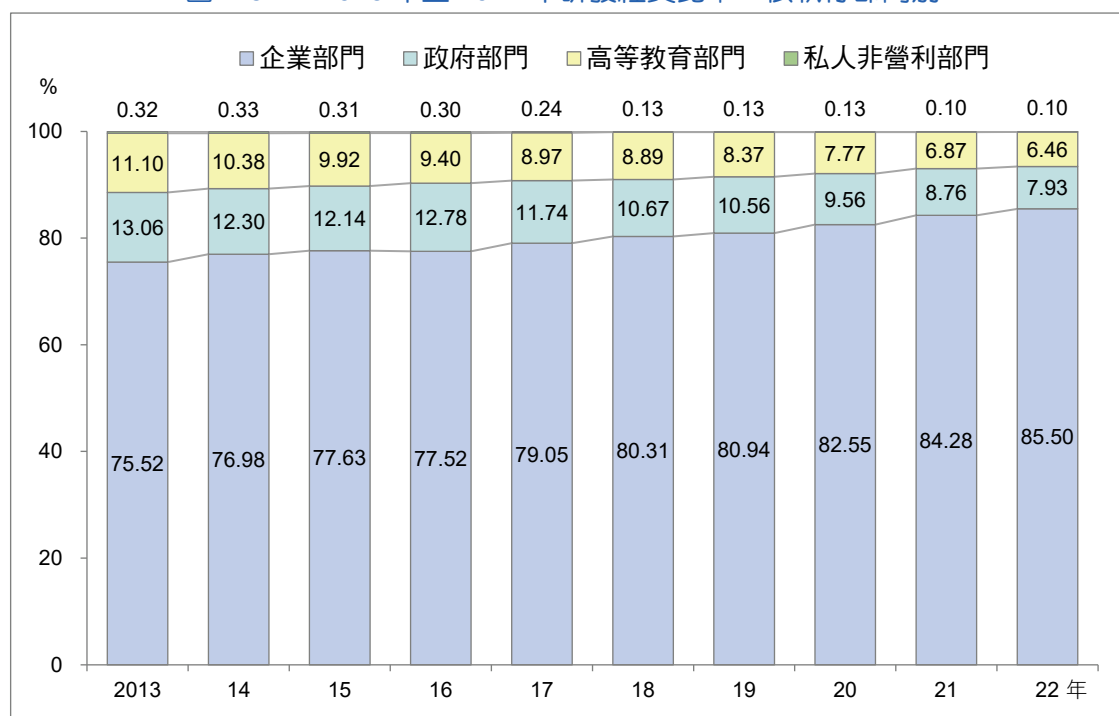
在市場競爭激烈且各類產品技術與服務不斷推陳出新下，研發創新為中小企業生存與成長的重要關鍵。本節以國家科學及技術委員會《科學技術統計要覽 2023 年版》的資料，說明近年中小企業研發經費概況。

一、企業部門為研發主力

2022 年的全國總研發經費為 8,979.75 億元，較 2021 年的 8,206.32 億元，增長 9.42%。各部門研發經費投入，占全國總研發經費的比率，依序為：企業部門投

入 7,677.58 億元（占 85.50%）、政府部門投入 712.28 億元（占 7.93%）、高等教育部門投入 580.46 億元（占 6.46%），以及私人非營利部門，僅投入 9.42 億元（占 0.10%）。企業部門一直是我國研發經費的主要來源，且企業部門研發經費占比呈攀升趨勢，由 2013 年的 75.52%，成長至 2022 年的 85.50%，上升 9.98 個百分點，且 2022 年企業部門研發經費成長率達 11.01%。（圖 2-5-1）

圖 2-5-1 2013 年至 2022 年研發經費比率—依執行部門別

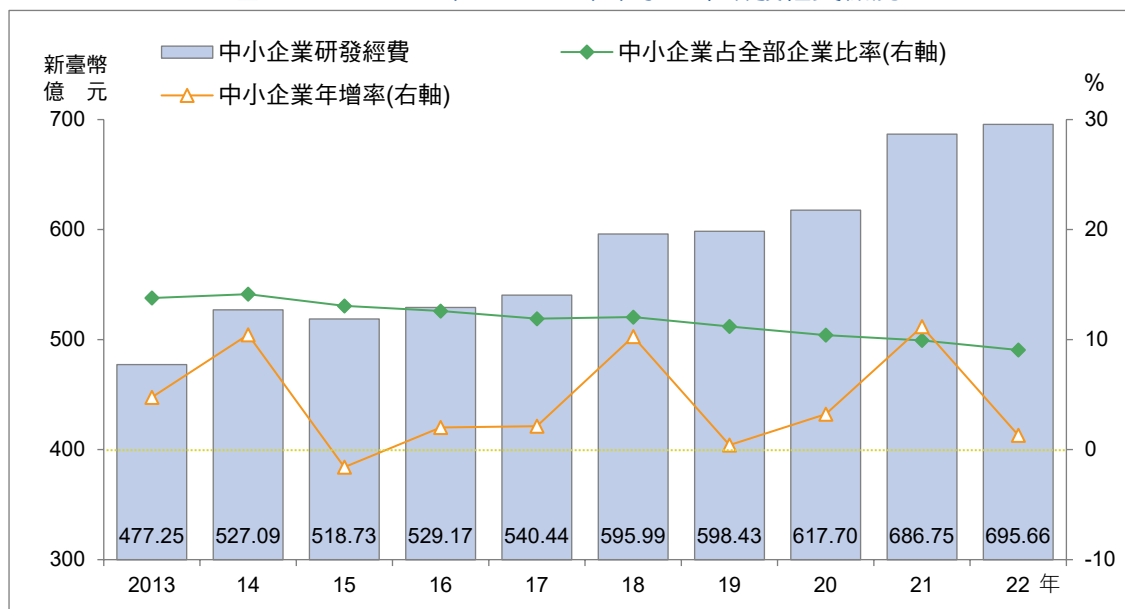


資料來源：整理自國家科學及技術委員會（2023 年 12 月），《科學技術統計要覽 2023 年版》。

二、2022 年中小企業研發經費較 2021 年微幅增加

2022 年中小企業研發經費為 695.66 億元，較 2021 年的 686.75 億元，微幅增長 1.30%。觀察近 10 年企業部門之研發經費，中小企業研發經費占整體企業經費之比率，大致呈下降趨勢；但中小企業研發經費投入，整體呈增加趨勢，自 2016 年起成長率由負轉正，2018 年及 2021 年成長率超過 10%（圖 2-5-2）。大企業研發經費投入逐年攀升，2022 年的成長率達 12.08%。

圖 2-5-2 2013 年至 2022 年中小企業研發經費概況



附註：中小企業係指員工人數未滿 200 人者。

資料來源：整理自國家科學及技術委員會（2023 年 12 月），《科學技術統計要覽 2023 年版》。

第 3 章 財務概況與資金融通

中小企業體質相對大企業薄弱，尤其是在財務面，因此想瞭解中小企業的現況與發展，財務分析是不可或缺的；再者，對於資金不夠充裕的中小企業而言，確保資金融通順暢是十分重要的課題。

本章分成 3 節剖析中小企業的財務概況與資金融通。第 1 節及第 2 節說明中小企業的財務概況，惟礙於中小企業財務資料取得困難，分析之依據為財政部財政資訊中心之營利事業所得稅申報資料，可取得最新年度資料為 2022 年，較其他章節的資料落後 1 年；第 3 節藉由中央銀行及金融監督管理委員會調查數據，審視中小企業的資金融通情形。

本章所發布之 2021 年及 2022 年財務指標相關統計數據，其企業規模別定義，係按經濟部於 2020 年 6 月 24 日修正發布〈中小企業認定標準〉規範，中小企業為實收資本額在新臺幣（以下同）1 億元以下者。另數字因尾數採 4 捨 5 入關係，部分總計數字可能不等於細項數字之和，或各項比率總計可能不等於 100%。

第 1 節 整體財務概況

本節以共同比資產負債表（將資產負債表各項金額，以資產總額為基數 100，換算為共同比百分率）觀察企業資金運用與資產配置情形，瞭解中小企業整體財務結構。

一、中小企業資產配置

（一）中小企業流動資產占總資產比率逾 6 成

整體而言，2022 年臺灣中小企業流動資產占總資產比率上升，負債比率亦上升。在流動資產的各項數值中，現金持有增加，占總資產比率達 2 成 4，應收款項占

比近 1 成 6、存貨占比近 1 成 9；非流動資產占總資產比率微幅下降，近 3 成 8，其中以固定資產占比較高，達 19.07%。（表 3-1-1）

表 3-1-1 2021 年及 2022 年共同比資產負債表－按規模別

單位：%

項 目	規模別 年 別	中小企業		大企業	
		2021	2022	2021	2022
流動資產		61.04	62.46	48.86	49.35
現金		22.91	24.31	18.08	17.83
應收款項		15.62	15.73	24.65	25.03
存貨		18.32	18.61	4.74	5.20
預付款項		2.05	1.88	0.37	0.40
其他流動資產		2.14	1.94	1.03	0.88
非流動資產		38.96	37.54	51.14	50.65
長期投資		9.71	9.02	17.32	16.40
固定資產		19.55	19.07	8.56	9.01
土地及房屋		13.73	13.38	3.97	3.95
機械設備		4.59	4.52	3.94	4.39
其他固定資產		1.23	1.18	0.66	0.67
無形及其他非流動資產		9.70	9.45	25.25	25.24
資產＝負債＋淨值		100.00	100.00	100.00	100.00
負債		68.17	69.49	72.15	73.66
流動負債		55.43	56.37	46.90	48.11
短期借款		15.71	16.65	30.65	31.57
應付款項		15.80	15.97	7.05	6.95
預收款項		5.40	5.69	3.26	3.52
其他流動負債		18.53	18.07	5.94	6.07
非流動負債		12.74	13.12	25.25	25.55
淨值		31.83	30.51	27.85	26.34

資料來源：整理自財政部營利事業所得稅申報原始資料，2021-2022 年。

觀察各業別財務指標資料，2022 年 16 大業別中，中小企業流動資產比率超過 50%者，有「製造業」、「營建工程業」、「批發及零售業」、「運輸及倉儲業」、「出版、影音製作、傳播及資通訊服務業」、「不動產業」、「專業、科學及技術服務業」、「支援服務業」、「教育業」，以及「其他服務業」等 10 個業別。（表 3-1-2）

表 3-1-2 2022 年中小企業共同比資產負債表－按行業別

單位：%

項 目	行業別	農、林、漁、牧業及土石採取業	製造業	電力及燃氣供應業與用水供應及汙染整治業	營 建工程業	批發及零售業	運輸及倉儲業	住宿及餐飲業	出版、影音製作、傳播及資訊服務業
流動資產		43.30	56.84	32.84	83.20	73.76	61.67	42.08	71.16
現金		18.75	23.08	16.69	21.72	26.84	24.97	21.89	35.08
應收款項		9.34	16.99	9.10	16.88	21.83	28.47	8.98	22.60
存貨		7.39	13.87	2.62	40.82	20.65	0.42	6.31	3.89
預付款項		6.05	1.62	3.09	2.24	2.71	2.33	2.33	3.96
其他流動資產		1.77	1.28	1.34	1.53	1.73	5.48	2.57	5.63
非流動資產		56.70	43.16	67.16	16.80	26.24	38.33	57.92	28.84
長期投資		4.97	1.95	3.63	1.49	3.21	3.14	2.52	5.77
固定資產		45.40	37.53	55.09	11.38	18.73	29.65	43.51	13.55
土地及房屋		13.85	25.81	10.22	5.21	14.12	7.87	29.79	8.92
機械設備		26.49	10.14	32.80	5.00	3.42	20.51	5.37	2.77
其他固定資產		5.06	1.58	12.07	1.16	1.20	1.27	8.35	1.86
無形及其他非流動資產		6.33	3.68	8.43	3.93	4.29	5.55	11.89	9.51
資產＝負債＋淨值		100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
負債		76.61	67.65	70.19	74.40	69.28	58.72	85.56	81.25
流動負債		56.20	54.39	43.35	68.54	60.36	48.86	63.95	71.97
短期借款		15.60	15.91	14.21	7.61	14.19	7.67	12.88	7.78
應付款項		13.36	19.86	14.90	16.40	26.33	30.39	18.93	32.02
預收款項		1.34	3.22	1.76	35.02	2.50	0.61	1.30	6.31
其他流動負債		25.90	15.40	12.49	9.51	17.35	10.20	30.84	25.85
非流動負債		20.41	13.26	26.84	5.86	8.92	9.86	21.61	9.29
淨值		23.39	32.35	29.81	25.60	30.72	41.28	14.44	18.75

表 3-1-2 2022 年中小企業共同比資產負債表－按行業別（續）

單位：%

項 目	行業別	金融及保險業	不動產業	專業、科學及技術服務業	支 援服務業	教育業	醫療保健及社會工作服務業	藝術、娛樂及休閒服務業	其 他服務業
流動資產		48.91	62.69	65.89	58.35	59.66	42.57	43.06	62.68
現金		30.38	11.99	31.53	26.39	40.09	23.55	25.45	27.09
應收款項		13.33	4.04	21.91	24.18	10.61	14.18	8.48	16.29
存貨		3.48	41.39	5.90	3.41	0.68	0.88	2.44	13.26
預付款項		0.38	2.32	2.56	1.91	4.22	2.66	3.98	2.97
其他流動資產		1.33	2.95	3.99	2.45	4.05	1.30	2.72	3.06
非流動資產		51.09	37.31	34.11	41.65	40.34	57.43	56.94	37.32
長期投資		27.77	4.85	10.04	11.18	3.03	1.31	2.65	6.77
固定資產		3.67	19.04	16.05	22.32	25.31	42.39	38.70	21.50
土地及房屋		3.39	17.73	11.18	9.96	16.40	26.57	24.60	13.54
機械設備		0.23	0.70	3.49	8.68	4.00	6.93	6.75	5.36
其他固定資產		0.06	0.62	1.38	3.68	4.92	8.88	7.35	2.6
無形及其他非流動資產		19.65	13.42	8.03	8.14	11.99	13.73	15.59	9.05
資產＝負債＋淨值		100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
負債		60.51	82.11	72.37	59.24	87.49	69.33	90.92	70.84
流動負債		45.81	60.59	62.02	48.02	71.92	47.72	63.21	62.55

項 目	行業別	金融及保險業	不動產業	專業、科學及技術服務業	支援服務業	教育業	醫療保健及社會工作服務業	藝術、娛樂及休閒服務業	其他服務業
短期借款		25.94	17.67	8.97	10.58	13.32	4.52	10.08	7.21
應付款項		3.21	8.56	22.41	18.26	18.16	22.67	17.73	19.40
預收款項		0.19	5.32	7.33	3.40	14.53	2.69	4.08	10.53
其他流動負債		16.47	29.05	23.30	15.78	25.92	17.84	31.32	25.41
非流動負債		14.70	21.51	10.36	11.21	15.57	21.62	27.71	8.30
淨值		39.49	17.89	27.63	40.76	12.51	30.67	9.08	29.16

附註：因資料限制，自 2021 年起，行業別之「農、林、漁、牧業」、「礦業及土石採取業」合併為「農、林、漁、牧業與礦業及土石採取業」；「電力及燃氣供應業」、「用水供應及污染整治業」合併為「電力及燃氣供應業與用水供應及污染整治業」。

資料來源：整理自財政部營利事業所得稅申報原始資料，2022 年。

（二）中小企業長期投資比率不及 1 成

長期投資係指企業為獲取財務或營業上的利益，而規劃長期持有的資產或投資，例如股票、可轉換公司債等，通常係指不準備在 1 年的經營周期內變現或處分的投資。2022 年中小企業及大企業長期投資占總資產比率皆下降，中小企業長期投資比率與 2021 年相當，皆不到 1 成。（表 3-1-1）

（三）固定資產比率微幅下降

2022 年中小企業固定資產占總資產比率為 19.07%，較上年微降 0.48 個百分點。檢視中小企業固定資產細項，不論土地及房屋、機械設備及其他固定資產的比率，皆較上年下降，占比分別為 13.38%、4.52%及 1.18%。（表 3-1-1）

二、中小企業財務結構

觀察中小企業資產配置後，進一步探究其債務結構，俾全面瞭解中小企業整體財務狀況。2022 年中小企業整體負債比率為 69.49%，較 2021 年微增 1.32 個百分點，顯示當有資金需求時，舉債仍是中小企業融資的重要管道。其中，流動負債比率為 56.37%，非流動負債比率為 13.12%，顯示相較於長期融資需付出較高的資金成本，短期融資是中小企業取得資金的首選。反觀大企業，2022 年整體負債比率為 73.66%，較中小企業來得高些，其中流動負債比率為 48.11%，非流動負債比率為 25.55%。這也反映，相對於中小型企業，大企業更容易透過借貸市場取得 1 年或 1

年以上的資金。（表 3-1-1）

三、中小企業綜合損益

綜合損益反映企業於一定期間內實現利益或產生虧損的狀況，可瞭解整體中小企業利潤增減的原因。

（一）營業成本比率微降

就營業成本占營業收入淨額比率觀察，2022 年中小企業營業成本占比為 77.14%，較 2021 年微降 0.67 個百分點。（表 3-1-3）

表 3-1-3 2021 年及 2022 年共同比損益表－按規模別

單位：%

項 目	規模別 年 別	中小企業		大企業	
		2021	2022	2021	2022
營業收入淨額		100.00	100.00	100.00	100.00
減：營業成本		77.81	77.14	84.91	87.42
營業毛利		22.19	22.86	15.09	12.58
減：營業費用		17.15	17.63	7.85	8.19
營業淨利		5.03	5.23	7.24	4.39
加：非營業收入		1.44	1.77	4.57	4.94
減：利息支出		0.37	0.43	0.35	0.44
減：其他非營業費用		0.47	0.56	2.30	2.95
本期損益		5.63	6.01	9.16	5.94

附 註：1.營業收入為企業因銷售產品或提供勞務而取得的各項收入。

2.營業成本是指企業在一段時間內因主要營業活動，如銷售商品或提供勞務等，必須負擔的成本，且和營業收入直接有關之費用。

3.營業費用指的是企業營運過程中所衍生出來的費用，例如員工薪資、租金等。

4.營業成本是企業於製造產品時直接發生的支出，又稱為「直接成本」；營業費用則是企業完成產品製造後，為銷售產品或進行管理活動時所發生的支出，又稱為「間接成本」。

資料來源：整理自財政部營利事業所得稅申報原始資料，2021-2022 年。

（二）營業費用比率微幅增加

營業費用係指企業在營運過程中所衍生出的費用，如員工薪資、租金等。2022 年中小企業的營業費用占營業收入淨額比率微幅增加，由 2021 年的 17.15% 增為 17.63%，且占比明顯較大企業（8.19%）為高。（表 3-1-3）

（三）營業成本降幅大於營業費用增幅，中小企業獲利增加

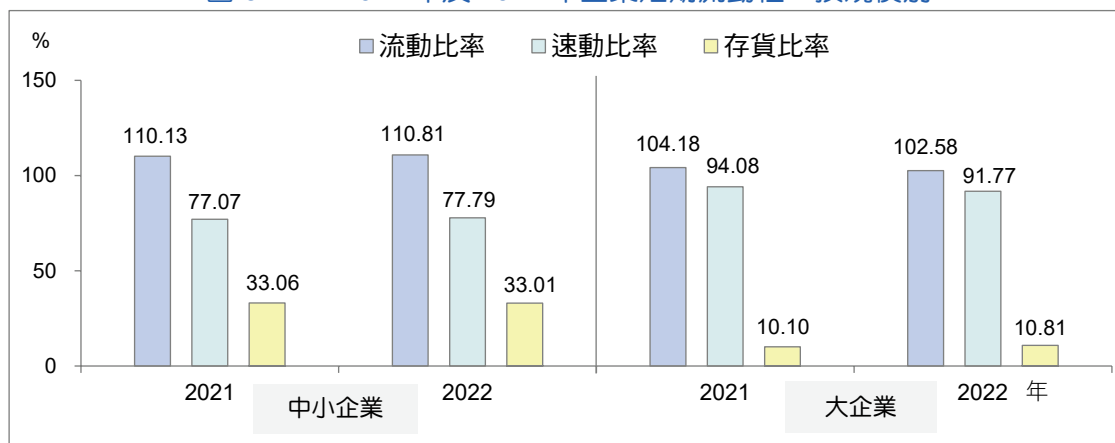
中小企業營業成本比率較大企業低，但營業費用比率則高於大企業。2022 年中小企業營業費用比率雖然微幅增加，但由於營業成本比率下降幅度較大，整體而言，2022 年中小企業的獲利，較 2021 年增加 0.38 個百分點，呈現成長態勢。（表 3-1-3）

第 2 節 財務比率概況

一、短期清償能力有所提升

企業的短期清償能力可由流動比率及速動比率來評估。流動比率反映公司的短期清償能力，而速動比率在計算上因不含變現性較差的存貨，反映公司極短期的清償能力。就短期償債能力而言，2022 年中小企業流動比率及速動比率皆上升，分別由 2021 年的 110.13% 及 77.07%，上升到 110.81% 及 77.79%，顯示中小企業短期償債能力已有所提升。（圖 3-2-1）

圖 3-2-1 2021 年及 2022 年企業短期流動性－按規模別



附註：1. 流動比率 = 流動資產 ÷ 流動負債 × 100%。

2. 速動比率 = (流動資產 - 存貨) ÷ 流動負債 × 100%。

3. 存貨比率 = 存貨 ÷ 流動資產 × 100%。

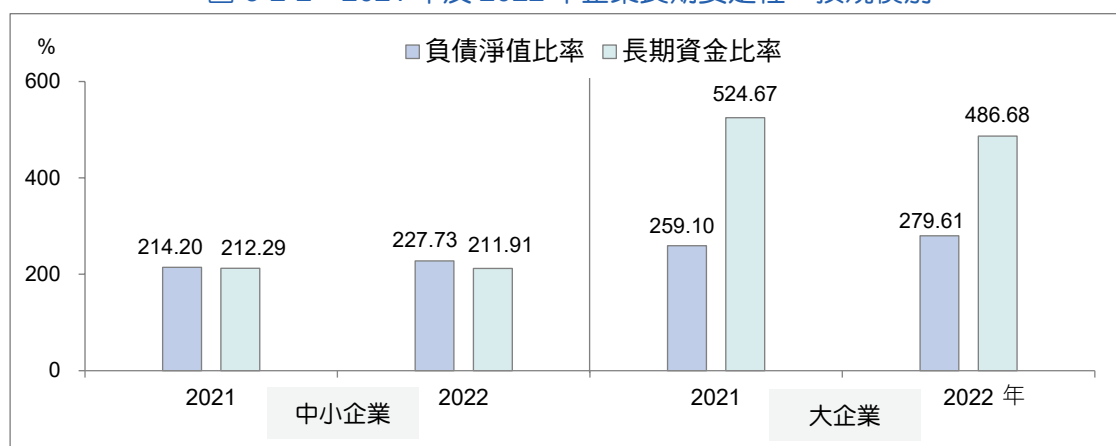
資料來源：整理自財政部營利事業所得稅申報原始資料，2021-2022 年。

再由存貨比率觀察，中小企業存貨管理一直以來不若大企業，故中小企業的存貨比率，明顯高於大企業，但中小企業存貨比率由 2021 年的 33.06%，略降為 2022 年的 33.01%，而大企業卻由 2021 年 10.10%，上升為 10.81%。（圖 3-2-1）

二、負債淨值比率、長期資金比率均在正常水準之上

負債淨值比率一般參考值為 100%，代表每 1 元資本可相應償付 1 元的負債，比率越高則代表財務槓桿操作越大。2022 年中小企業及大企業之負債淨值比率均提高，中小企業負債淨值比率，由 2021 年的 214.20%，提高到 227.73%，大企業的負債淨值比率，則由 259.10% 上升為 279.61%，大企業於 2021 年及 2022 年之負債淨值比率，皆高於中小企業，顯示大企業的財務槓桿利用程度仍較高。（圖 3-2-2）

圖 3-2-2 2021 年及 2022 年企業長期安定性－按規模別



附註：1. 負債淨值比率 = $\frac{\text{負債}}{\text{淨值}} \times 100\%$ ，參考值為 100%，低於參考值為佳。

2. 長期資金比率 = $\frac{\text{淨值} + \text{長期負債}}{\text{固定資產}} \times 100\%$ ，參考值為 100%，高於參考值為佳。

資料來源：整理自財政部營利事業所得稅申報原始資料，2021-2022 年。

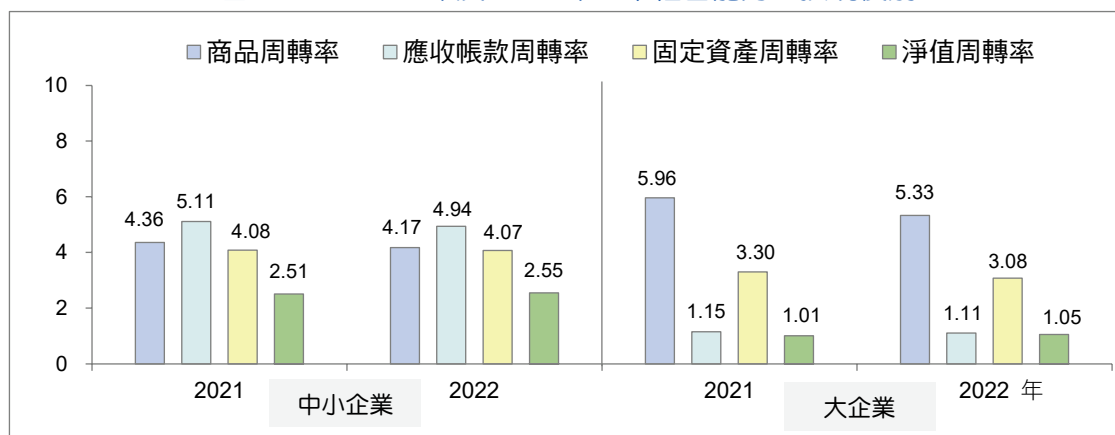
長期資金比率指標可衡量企業的资金運用適當度。不論中小企業或大企業，2022 年長期資金比率均下降，但仍高於標準值 100%，顯示 2022 年中小企業與大企業長期資金配置尚屬穩健，皆在正常水準之上。（圖 3-2-2）

三、中小企業經營能力尚屬穩健

商品周轉率、應收帳款周轉率、固定資產周轉率及淨值周轉率等指標，可衡量企業經營效率之高低。其中，商品周轉率是判斷出貨是否順暢的指標，亦即可判斷企業庫存與銷售是否穩定；應收帳款周轉率則用以衡量企業信用擴張及收款成效；固定資產周轉率可用來衡量公司廠房、機器設備、土地等固定資產的使用效率；淨值周轉率係表示自有資本的回收次數，太高表示自有資本太低，企業經營穩定性較差，太低則表示自有資本太多或營業額過少。

2022 年中小企業的商品周轉率，由 2021 年的 4.36，下跌到 4.17（即商品平均銷售天數¹由 83.7 天微幅升至 87.5 天）；應收帳款周轉率則由 5.11，下跌到 4.94（應收帳款收現天數²由 71.4 天上升至 73.9 天）。大企業商品周轉率則由 5.96，下跌到 5.33（商品平均銷售天數由 61.2 天上升至 68.5 天）；應收帳款周轉率則由 1.15，下跌到 1.11（應收帳款收現天數由 317.4 天微幅升至 328.8 天）。由這 2 項指標觀察，可知 2022 年中小企業及大企業銷售穩定性微幅下降，應收款收現期微幅增加。（圖 3-2-3）

圖 3-2-3 2021 年及 2022 年企業經營能力－按規模別



附註：1.商品周轉率＝營業收入淨額÷存貨。2.應收帳款周轉率＝營業收入淨額÷應收帳款。

3.固定資產周轉率＝營業收入淨額÷固定資產。4.淨值周轉率＝營業收入淨額÷淨值。

資料來源：整理自財政部營利事業所得稅申報原始資料，2021-2022 年。

¹ 商品平均銷售天數＝365÷商品周轉率。

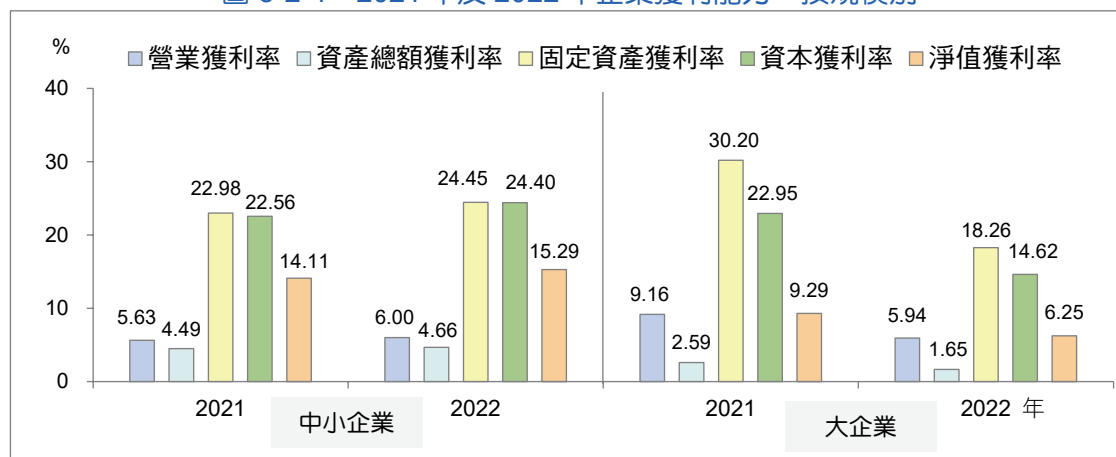
² 應收帳款收現天數＝365÷應收帳款周轉率。

在固定資產周轉率及淨值周轉率指標方面，2022 年中小企業的固定資產周轉率，由 2021 年的 4.08 微幅降為 4.07；淨值周轉率則由 2.51 微幅上升為 2.55。2022 年中小企業固定資產使用效率與 2021 年相當，自有資金運用的效率性微幅增加。2022 年大企業固定資產周轉率，由 2021 年的 3.30，降為 3.08，淨值周轉率則由 1.01，微升至 1.05，大企業固定資產周轉率及淨值周轉率皆較中小企業為低，顯見中小企業運用資產和自有資金的效率性相對較高，2 年度相較，中小企業之經營能力變化不大，尚屬穩健。（圖 3-2-3）

四、中小企業獲利能力提升

獲利能力指標有營業獲利率、資產總額獲利率、固定資產獲利率、資本獲利率，以及淨值獲利率等 5 項。2022 年中小企業營業獲利率為 6.00%，資產總額獲利率 4.66%，固定資產獲利率為 24.45%，資本獲利率為 24.40%，淨值獲利率為 15.29%，皆較 2021 年增加，顯示 2022 年中小企業之獲利有所改善。而 2022 年大企業營業獲利率 5.94%，資產總額獲利率 1.65%，固定資產獲利率為 18.26%，資本獲利率為 14.62%，淨值獲利率為 6.25%，皆較 2021 年明顯減少，似呈現國際政經情勢與總體經濟環境的變化，對大企業衝擊較大。（圖 3-2-4）

圖 3-2-4 2021 年及 2022 年企業獲利能力－按規模別



附註：1.營業獲利率 = 本期損益 ÷ 營業收入淨額 × 100%。2.資產總額獲利率 = 本期損益 ÷ 總資產 × 100%。3.固定資產獲利率 = 本期損益 ÷ 固定資產 × 100%。4.資本獲利率 = 本期損益 ÷ 資本 × 100%。5.淨值獲利率 = 本期損益 ÷ 淨值 × 100%。

資料來源：整理自財政部營利事業所得稅申報原始資料，2021-2022 年。

第3節 資金融通情形

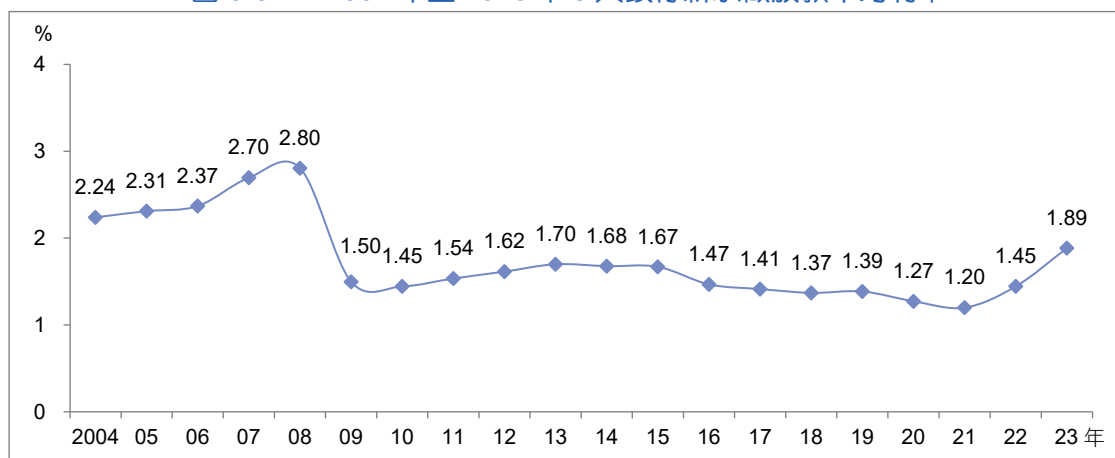
企業資金可分為內部與外部資金，內部資金包括企業盈餘及各項提存準備，其金額的多寡取決於企業的營運狀況；外部資金除私人借貸與商業信用外，還包括向銀行借款及在金融市場發行的各種證券。相較於大型企業擁有豐厚的盈餘及大量的內部資金，中小企業對於外部資金的融通，依賴程度較高。

一、企業資金的融通

（一）企業貸款成本微幅上升

5大銀行新承做放款平均利率，自2013年以來（2019年除外）整體呈下降趨勢，2021年降為1.20%，企業貸款成本減少；惟受到美國聯準會自2022年3月開始連續調升利息影響，我國2022年、2023年放款平均利率，分別升為1.45%、1.89%，企業貸款成本上升。（圖3-3-1）

圖 3-3-1 2004 年至 2023 年 5 大銀行新承做放款平均利率



附註：1.圖中利率為當年加權平均利率。

2.2008年10月以前，5大銀行為臺灣銀行、合作金庫商業銀行、第一商業銀行、華南商業銀行及彰化商業銀行；而自該年11月起，5大銀行調整為臺灣銀行、合作金庫商業銀行、第一商業銀行、華南商業銀行及臺灣土地銀行。

資料來源：中央銀行（2024年4月29日），《金融統計月報（113年4月版）》。

（二）中小企業資金來源以金融機構借款為主

根據 2023 年 12 月中央銀行《中華民國公民營企業資金狀況調查結果報告》顯示，企業主要以金融機構借款及商業授信（即交易性負債，應付及預收款項）為融資主體。2022 年底不同規模企業在金融機構借款方面的比重，中小企業為 50.34%，大型企業為 35.93%；在商業授信部分，中小企業與大企業相當，比率皆為 47.07%。（表 3-3-1）

表 3-3-1 2022 年底企業負債結構－按規模別

單位：新臺幣億元；%

項目別	中小企業		大企業	
	金額	結構比	金額	結構比
負債合計	102,647	100.00	298,975	100.00
1.金融機構借款	51,670	50.34	107,414	35.93
2.政府借款	65	0.06	67	0.02
3.企業及個人借款	1,572	1.53	3,837	1.28
4.國外借款	57	0.06	2,130	0.71
5.附買回交易	-	-	-	-
6.短期票券	409	0.40	8,961	3.00
7.國內公司債	55	0.05	17,551	5.87
8.國外有價證券	-	-	866	0.29
9.商業授信	48,313	47.07	140,731	47.07
10.各項準備及其他	506	0.49	17,417	5.83

附註：1.「-」代表無資料或數值不明。

2.各表細項加總因 4 捨 5 入，或與總數未盡相符。

3.實收資本額 1 億元以下之企業定義為中小企業，超過 1 億元定義為大企業。

資料來源：中央銀行經濟研究處（2023 年 12 月），《中華民國公民營企業資金狀況調查結果報告 111 年》。

二、銀行對中小企業放款概況

由於中小企業資金融通的管道以銀行貸款為主，以下進一步分析中小企業與銀行間資金往來情況。

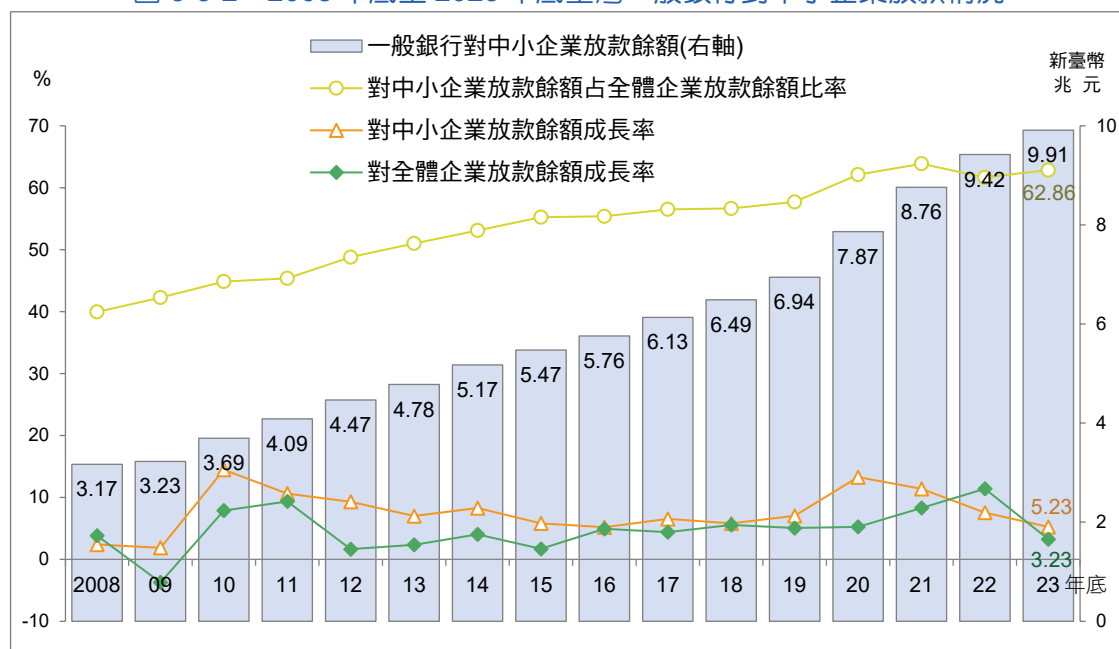
（一）銀行對中小企業放款餘額維持高檔

2023 年底，一般銀行（含外國銀行在臺分行及大陸地區銀行在臺分行，但不含海外放款）對中小企業放款餘額持續成長，並創歷史新高，約 9.91 兆元；對中小企業放款餘額占全體企業放款餘額的比率微幅增加，由 2022 年底之 61.67% 升至 62.86%。2023 年底對中小企業放款餘額成長率 5.23%，高於對全體企業放款餘額成長率 3.23%。（圖 3-3-2）

（二）對中小企業放款餘額前 10 大銀行

2023 年底對中小企業放款餘額的前 10 大銀行中，第一商業銀行居首，合作金庫商業銀行、臺灣中小企業銀行、華南商業銀行分居 2~4 位。放款餘額前 10 大銀行累計市場占有率為 66.06%，略低於 2022 年底之 66.64%。（表 3-3-2）

圖 3-3-2 2008 年底至 2023 年底臺灣一般銀行對中小企業放款情況



資料來源：金融監督管理委員會銀行局，「統計資料庫動態查詢系統」。上網日期：2024 年 5 月 13 日，
取自：<https://survey.banking.gov.tw/statis/webMain.aspx?k=defjsp>

表 3-3-2 2023 年底對中小企業放款餘額前 10 大銀行

單位：新臺幣億元；%

銀行別	放款餘額	市場占有率	占該行放款比率
總計	65,500.70	66.06	-
第一商業銀行	9,257.81	9.34	45.34
合作金庫商業銀行	8,309.99	8.38	32.18
臺灣中小企業銀行	7,738.31	7.81	56.55
華南商業銀行	7,637.84	7.70	38.49
兆豐國際商業銀行	6,495.73	6.55	39.82
彰化商業銀行	6,257.70	6.31	39.34
臺灣土地銀行	6,167.89	6.22	28.64
玉山商業銀行	5,594.48	5.64	32.07
臺灣銀行	4,578.05	4.62	15.26
中國信託商業銀行	3,462.90	3.49	14.96

附註：臺灣銀行、臺灣土地銀行為百分之百公營，為公股銀行；合作金庫商業銀行、第一商業銀行、華南商業銀行、臺灣中小企業銀行、兆豐國際商業銀行、彰化商業銀行等，為泛公股銀行。

資料來源：金融監督管理委員會銀行局（2024 年 2 月），《金融業務統計輯要（112 年 12 月版）》。

（三）對中小企業放款占比前 10 大銀行平均放款比率超過 4 成 7

2023 年底對中小企業放款占該行總放款比率較高的前 10 大銀行，與 2022 年底相較，上海商業儲蓄銀行由彰化商業銀行取代，排名也有些許變動。前 10 大銀行對中小企業放款占該行總放款比率，平均為 47.77%。就單一銀行而言，以京城商業銀行對中小企業放款占該行放款比率最高，為 65.43%。2023 年底對中小企業放款比率前 10 大銀行中，分別有 4 家公營銀行與 6 家民營銀行。（表 3-3-3）

表 3-3-3 2022 年底及 2023 年底對中小企業放款占比前 10 大銀行

單位：新臺幣億元；%

2022 年底			2023 年底		
銀行別	放款餘額	占該行放款比率	銀行別	放款餘額	占該行放款比率
京城商業銀行	1,486.40	64.14	京城商業銀行	1,447.66	65.43
臺灣中小企業銀行	7,319.43	56.99	臺灣中小企業銀行	7,738.31	56.55
板信商業銀行	864.20	48.68	板信商業銀行	966.46	50.28
陽信商業銀行	2,120.23	48.30	陽信商業銀行	2,232.76	47.56
第一商業銀行	9,300.41	48.13	華泰商業銀行	717.21	47.33
華泰商業銀行	630.91	47.30	高雄銀行	790.14	47.30
高雄銀行	719.42	44.88	第一商業銀行	9,257.81	45.34
兆豐國際商業銀行	6,216.54	40.32	兆豐國際商業銀行	6,495.73	39.82
台中商業銀行	1,932.54	39.56	彰化商業銀行	6,257.70	39.34
上海商業儲蓄銀行	2,704.62	38.87	台中商業銀行	1,996.84	38.79

資料來源：金融監督管理委員會銀行局（2024 年 2 月），《金融業務統計輯要（112 年 12 月版）》。

（四）民營銀行持續積極辦理中小企業放款

2023 年底對中小企業放款餘額前 10 大民營銀行，和 2022 年底相同，惟排名有些許變動。其中，2023 年底放款餘額最多之民營銀行，係玉山商業銀行的 5,594.48 億元。前 10 大民營銀行對中小企業放款餘額成長顯著，如：台北富邦銀行年增率達 26.42%，增幅最大；而玉山商業銀行也有 10.29% 的成長率。（表 3-3-4）

表 3-3-4 2022 年底及 2023 年底對中小企業放款餘額前 10 大民營銀行

單位：新臺幣億元；%

銀行別	2022 年底放款餘額	2023 年底放款餘額	年增率
玉山商業銀行	5,072.30	5,594.48	10.29
中國信託商業銀行	3,255.82	3,462.90	6.36
台北富邦銀行	2,715.75	3,433.14	26.42
永豐商業銀行	3,030.79	3,250.96	7.26
國泰世華商業銀行	3,041.66	3,240.48	6.54
上海商業儲蓄銀行	2,704.62	2,828.82	4.59
台新國際商業銀行	2,576.19	2,813.81	9.22
陽信商業銀行	2,120.23	2,232.76	5.31
台中商業銀行	1,932.54	1,996.84	3.33
元大商業銀行	1,719.95	1,880.12	9.31

資料來源：金融監督管理委員會銀行局（2024 年 2 月），《金融業務統計輯要（112 年 12 月版）》。

外國銀行對我國中小企業放款的金額不高，僅占 1.48%。依放款餘額觀察，2023 年底放款餘額前 3 名，依序為日商瑞穗銀行（683.29 億元）、日商三井住友銀行（387.30 億元），以及日商三菱日聯銀行（261.93 億元）。（表 3-3-5）

表 3-3-5 2022 年底及 2023 年底對中小企業放款餘額前 3 大外國銀行

單位：新臺幣億元；%

銀行別	2022 年底放款餘額	2023 年底放款餘額	年增率
日商瑞穗銀行	612.15	683.29	11.62
日商三井住友銀行	400.93	387.30	-3.40
日商三菱日聯銀行	257.49	261.93	1.72

附註：外國銀行係指外國銀行在臺分行。

資料來源：金融監督管理委員會銀行局，「統計資料庫動態查詢系統」。上網日期：2024 年 5 月 13 日，
取自：<https://survey.banking.gov.tw/statis/webMain.aspx?k=defjsp>

第 4 章 中小企業人力資源

隨著國內 COVID-19 疫情趨緩及邊境管制措施放寬，加上疫後消費動能回升，2023 年我國人力資源及勞動市場穩定成長。根據行政院主計總處統計資料¹顯示，2023 年臺灣勞動力平均為 1,194 萬 3 千人，較 2022 年增加 9 萬人或 0.76%，其中就業者增加 11 萬人或 0.96%，失業者則減少 1 萬 9 千人或 4.38%，另失業率平均為 3.48%，下降 0.19 個百分點。

本章分 2 節來呈現 2023 年我國中小企業人力資源概況。第 1 節主要探討中小企業勞動力之運用，針對就業者與失業者之特性（包括年齡、性別、學歷與縣市區域分布等）進行規模別及產業別觀察，並比較其變化趨勢；此外，本節也描述中小企業在移工、部分工時、臨時性或派遣人力的使用狀況。第 2 節主要針對中小企業之勞動條件，特別檢視每週工時與薪資水準之行業別狀況，並說明近期臺灣整體的人力需求概況。

在資料處理方面，有關本章所發布之就業與受僱人數相關統計，其企業規模別，係依據經濟部於 2020 年 6 月 24 日所修正發布〈中小企業認定標準〉，以經常僱用員工數未滿 200 人者定義。另外，數字因尾數採 4 捨 5 入進位，總計可能不等於各細項之和，或各項比率總計可能不等於 100%。

¹ 資料來源：行政院主計總處（2024 年 3 月），《人力資源調查統計年報民國 112 年》。

第 1 節 勞動力運用情形

有關中小企業之就業者、受僱者及失業者的特性、雇主與自營作業者的屬性、中小企業對外籍移工的需求與運用、全日工時與部分工時、臨時性或派遣人力的運用等，都顯示中小企業在人力運用上的特性，分述如下。

一、2023 年中小企業就業人數較上年微增

2023 年臺灣總就業人數（含雇主、自營作業者、受政府僱用者、受私人僱用者及無酬家屬工作者）為 1,152 萬 8 千人，較 2022 年增加 11 萬人（增幅 0.96%）。其中，2023 年中小企業就業人數為 916 萬 7 千人，較上年增加 3 萬 5 千人（增幅 0.38%）。中小企業就業人數占全國總就業人數的 79.52%，雖然占比較上年（79.98%）略減，但中小企業仍為國內就業機會的主要來源。另外，大企業之就業人數為 133 萬 2 千人（占比 11.55%），較上年增加 6 萬 7 千人（增幅 5.30%）；政府部門就業人數為 102 萬 8 千人（占比 8.92%），則較上年略增 7 千人（增幅 0.69%）。（表 4-1-1）

表 4-1-1 2022 年及 2023 年臺灣就業及受僱人數規模別概況

單位：千人；%

指 標	規模別 年 別		全國總計		中小企業		大企業		政府僱用	
	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023
就業人數	11,418	11,528	9,132	9,167	1,265	1,332	1,021	1,028		
比 率	100.00	100.00	79.98	79.52	11.08	11.55	8.94	8.92		
年增率	-0.25	0.96	-0.74	0.38	3.52	5.30	-0.49	0.69		
受僱人數	9,188	9,306	6,904	6,947	1,263	1,331	1,021	1,028		
比 率	100.00	100.00	75.14	74.65	13.75	14.30	11.11	11.05		
年增率	0.21	1.28	-0.27	0.62	3.44	5.38	-0.49	0.69		

附 註：1.表中所謂中小企業，係依據經濟部於 2020 年 6 月 24 日修正發布之〈中小企業認定標準〉第 2 條規範，不分行業別，經常僱用員工數未滿 200 人者。

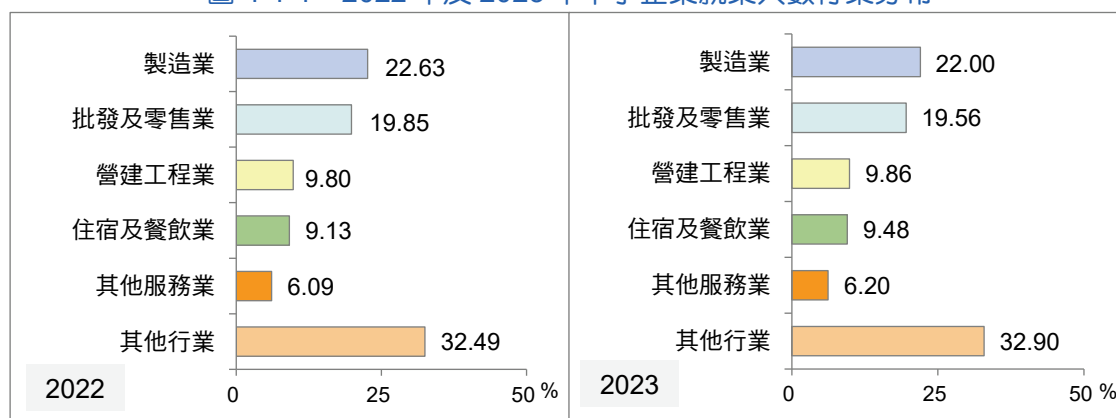
2.就業人數包含雇主、自營作業者、受政府僱用者、受私人僱用者及無酬家屬工作者；受僱人數包含受政府僱用者及受私人僱用者。

3.就業及受僱人數尚包括戶籍地設於臺灣地區，且就業（受僱）於臺灣並派赴中國大陸（含港澳）或國外工作者。

資料來源：整理自行政院主計總處，人力資源調查統計原始資料，2022-2023 年。

由行業別觀察，2023 年中小企業就業人數之行業排序，以「製造業」的 201 萬 7 千人居首，占比為 22.00%；其次為「批發及零售業」的 179 萬 3 千人，占比為 19.56%；第 3 則為「營建工程業」的 90 萬 4 千人，占比為 9.86%。整體而言，2023 年中小企業各行業別就業人數雖有變化，然整體結構仍與 2022 年相近。（圖 4-1-1、附錄 2 附表 5）

圖 4-1-1 2022 年及 2023 年中小企業就業人數行業分布



附註：「其他行業」係指前 5 大行業以外的行業。

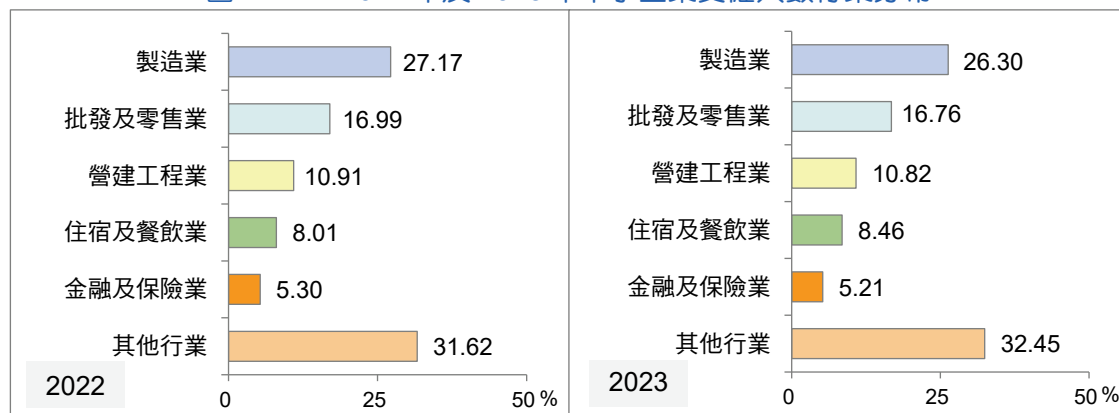
資料來源：整理自行政院主計總處，人力資源調查統計原始資料，2022-2023 年。

二、2023 年中小企業受僱人數較上年增加

2023 年臺灣受僱人數（含受政府僱用者與受私人僱用者）總計為 930 萬 6 千人，較 2022 年增加 11 萬 8 千人（增幅 1.28%）。其中，中小企業受僱人數為 694 萬 7 千人，占全國總受僱人數的 74.65%，較上年增加 4 萬 3 千人（增幅 0.62%）。另外，大企業之受僱人數為 133 萬 1 千人，占全國總受僱人數 14.30%，較上年增加 6 萬 8 千人（增幅 5.38%）。（表 4-1-1）

由行業別觀察，2023 年中小企業受僱人數之行業排序，占比最高為「製造業」，受僱人數 182 萬 7 千人，占比 26.30%；其次為「批發及零售業」，受僱人數 116 萬 4 千人，占比 16.76%；第 3 則是「營建工程業」，受僱人數 75 萬 2 千人，占比 10.82%。整體而言，2023 年中小企業受僱人數之行業別結構，仍與 2022 年相近。（圖 4-1-2、附錄 2 附表 6）

圖 4-1-2 2022 年及 2023 年中小企業受僱人數行業分布



附註：「其他行業」係指前 5 大行業以外的行業。

資料來源：整理自行政院主計總處，人力資源調查統計原始資料，2022-2023 年。

三、中小企業人力結構續呈高齡化與高教育程度化

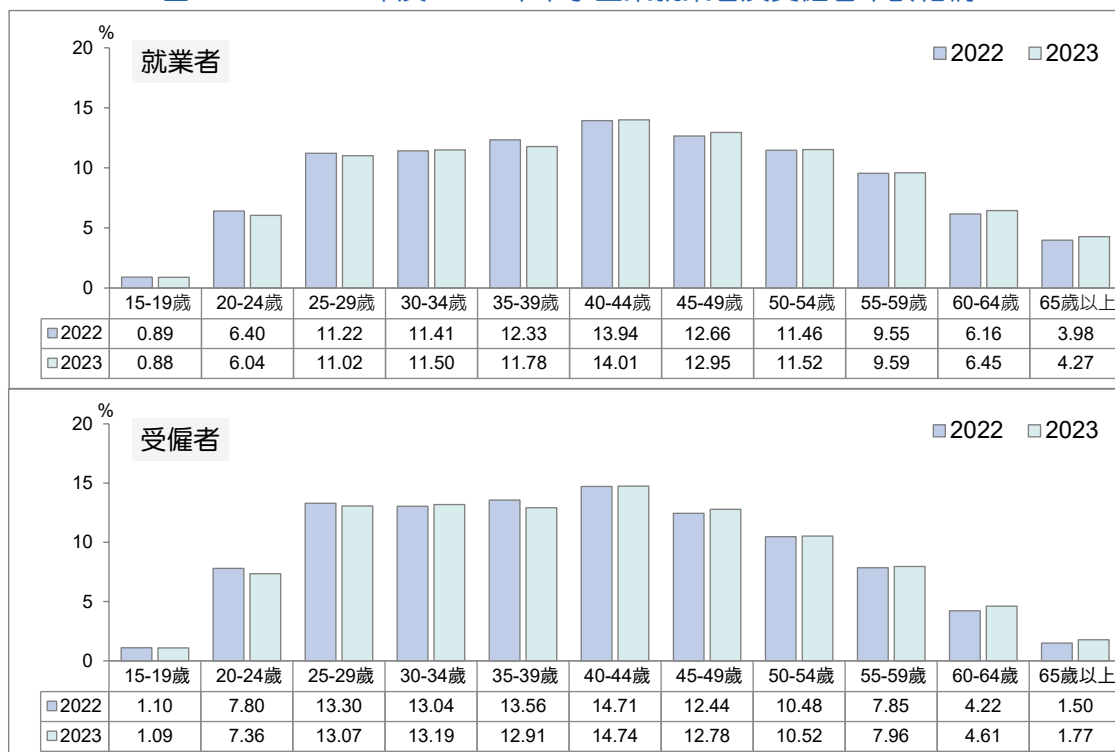
觀察 2023 年中小企業就業者年齡結構，占比較高的前 3 大族群依序為 40~44 歲、45~49 歲與 35~39 歲，占比分別為 14.01%、12.95%與 11.78%。若從 2023 年中小企業受僱者之年齡結構來看，占比較高的前 3 大族群中，也以 40~44 歲族群最多，占 14.74%；其次為 30~34 歲族群，占比 13.19%；第 3 則為 25~29 歲，占 13.07%。（圖 4-1-3）

由年齡結構來看，可發現中小企業之就業者與受僱者之人數占比，皆呈現倒 U 型的分布，亦即就業者與受僱者人數之占比，先隨年齡上升而增加，但在達到高峰之後，人數占比則隨年齡上升而下降，2023 年中小企業就業者與受僱者之占比高峰皆為 40~44 歲。另外，55 歲以上中、高齡之中小企業就業者與受僱者，其占比正逐年提高。其中，2023 年 55 歲以上就業者之占比 20.31%，相較 2020 年，3 年間已增長 1.91 個百分點；而 2023 年 55 歲以上受僱者之占比 14.34%，亦較 2020 年增長 2.19 個百分點，顯示我國勞動力運用已漸高齡化。（圖 4-1-3）

若由性別結構來看，2023 年中小企業不論就業者或是受僱者，男性占比均高於女性。其中，就業者之男女占比，分別為 55.50%與 44.50%；而受僱者之男女占比，則分別為 52.80%與 47.20%。值得注意的是，近 3 年來女性就業者及受僱者之

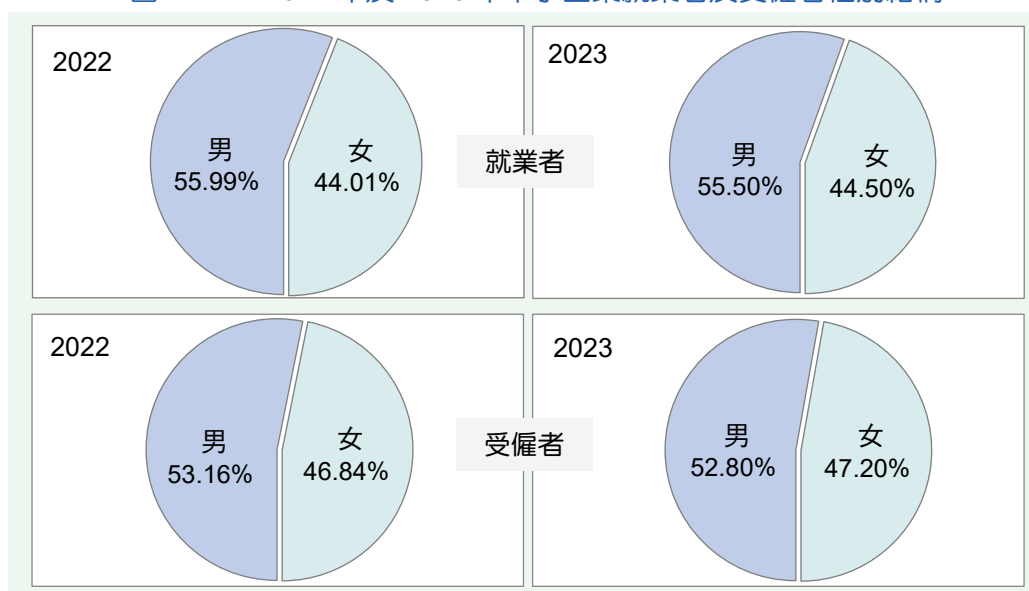
占比，都呈現逐年增加的趨勢。（圖 4-1-4）

圖 4-1-3 2022 年及 2023 年中小企業就業者及受僱者年齡結構



資料來源：整理自行政院主計總處，人力資源調查統計原始資料，2022-2023 年。

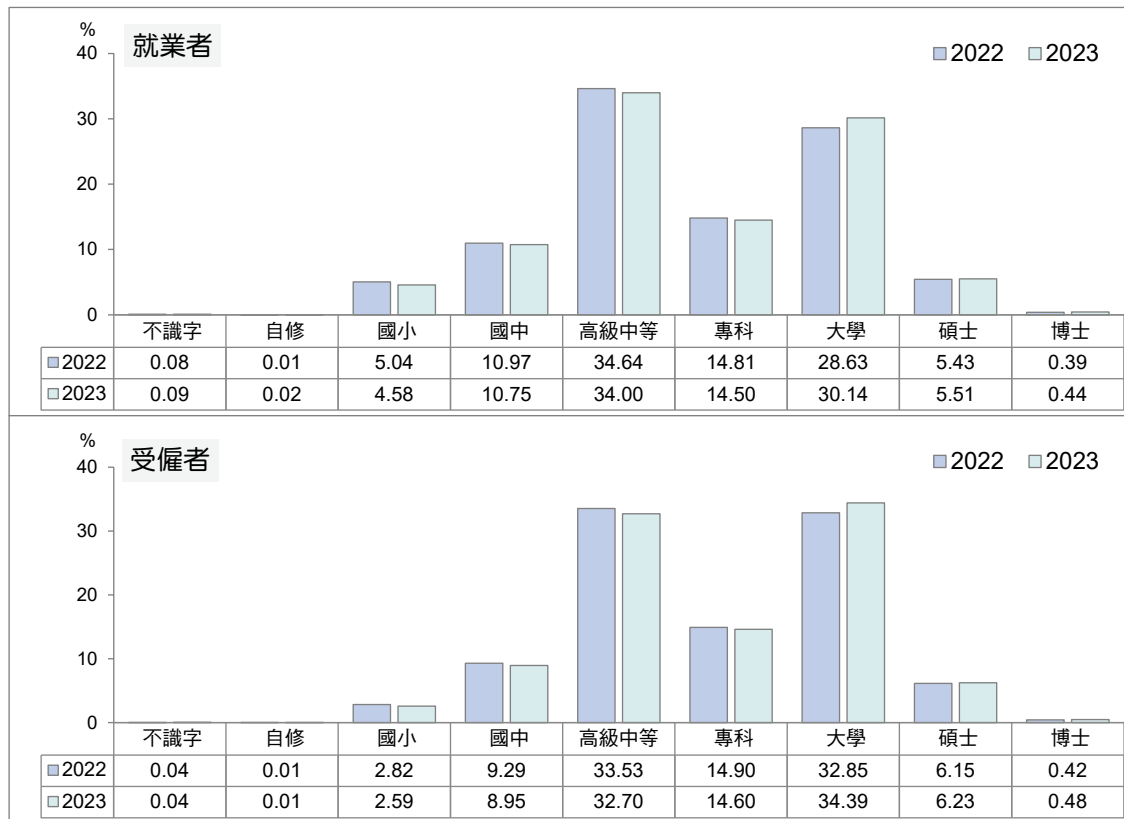
圖 4-1-4 2022 年及 2023 年中小企業就業者及受僱者性別結構



資料來源：整理自行政院主計總處，人力資源調查統計原始資料，2022-2023 年。

由學歷結構來看，2023 年中小企業就業者學歷占比較高的前 3 大族群，依序為高級中等（含高中、職）、大學與專科，分別占 34.00%、30.14%及 14.50%。而 2023 年中小企業受僱者學歷占比較高的前 3 大族群，依序為大學、高級中等與專科，占比分別為 34.39%、32.70%及 14.60%。（圖 4-1-5）

圖 4-1-5 2022 年及 2023 年中小企業就業者及受僱者學歷結構



附註：自 2020 年起將原高中與高職合併成為高級中等。

資料來源：整理自行政院主計總處，人力資源調查統計原始資料，2022-2023 年。

從教育程度結構之趨勢變化來看，2023 年中小企業擁有大學以上學歷（含大學、碩士與博士學歷）的就業者和受僱者占比，均較 2022 年增加。大學以上就業者占比，由 2022 年的 34.45%，提高至 2023 年的 36.09%；而大學以上受僱者占比，由 2022 年的 39.42%，提高至 2023 年的 41.10%。顯示中小企業之就業者與受僱者之教育程度結構，仍持續呈現高教育程度化。（圖 4-1-5）

四、中小企業人力分布主要集中在六都

觀察 2023 年我國中小企業人力之工作區域的分布狀況，中小企業之就業者有 74.48%集中在六都地區，較上年增加 0.28 個百分點。其中，以新北市與臺北市最多，分別為 146 萬 3 千人與 136 萬人（分占 15.96%與 14.84%），與上年相比，新北市減少 1 萬 2 千人，臺北市則增加 1 萬 5 千人。至於大企業之就業人數，較多分布於桃園市與臺北市，分別為 25 萬 4 千人與 20 萬 7 千人（分占 19.07%與 15.54%），與上年相比，分別增加 9 千人與 1 萬 9 千人。（表 4-1-2）

表 4-1-2 2023 年我國就業者六都分布－按規模別

單位：千人；%

規模別 縣市別	總 計	中 小 企 業	結構比	大企業	結構比	政 府 僱 用	結構比
總 計	11,528	9,167	100.00	1,332	100.00	1,028	100.00
臺北市	1,792	1,360	14.84	207	15.54	224	21.79
新北市	1,673	1,463	15.96	91	6.83	118	11.48
桃園市	1,170	833	9.09	254	19.07	83	8.07
臺中市	1,567	1,316	14.36	138	10.36	114	11.09
臺南市	959	763	8.32	126	9.46	70	6.81
高雄市	1,358	1,092	11.91	154	11.56	113	10.99
六都合計	8,519	6,828	74.48	969	72.75	722	70.23
其他縣市合計	3,008	2,339	25.52	363	27.25	306	29.77

資料來源：整理自行政院主計總處，人力資源調查統計原始資料，2023 年。

觀察 2023 年的中小企業受僱者，有 78.21%集中在六都地區，較上年增加 0.44 個百分點。其中，以新北市及臺北市最多，分別為 118 萬 3 千人與 117 萬 9 千人（分占 17.03%與 16.97%），與上年相比，新北市減少 7 千人，臺北市則增加 1 萬 7 千人。而大企業之受僱者則較多分布於桃園市與臺北市，分別為 25 萬 3 千人與 20 萬 7 千人（分占 19.01%與 15.55%），與上年相比，分別增加 8 千人，臺北市增加 1 萬 9 千人。（表 4-1-3）

表 4-1-3 2023 年我國受僱者六都分布－按規模別

單位：千人；%

規模別 縣市別	總 計	中 小 企 業	結構比	大企業	結構比	政 府 僱 用	結構比
總 計	9,306	6,947	100.00	1,331	100.00	1,028	100.00
臺北市	1,610	1,179	16.97	207	15.55	224	21.79
新北市	1,393	1,183	17.03	91	6.84	118	11.48
桃園市	1,014	677	9.75	253	19.01	83	8.07
臺中市	1,253	1,002	14.42	137	10.29	114	11.09
臺南市	746	550	7.92	126	9.47	70	6.81
高雄市	1,107	841	12.11	153	11.50	113	10.99
六都合計	7,123	5,433	78.21	968	72.73	722	70.23
其他縣市合計	2,183	1,515	21.81	362	27.20	306	29.77

資料來源：整理自行政院主計總處，人力資源調查統計原始資料，2023 年。

五、2023 年中小企業雇主人數較上年增加；與大企業雇主相比較為年輕

雇主係指自己經營或合夥經營事業，而僱用他人幫助工作之就業者。2023 年之中小企業雇主約有 45 萬 1 千人，較 2022 年增加約 1.5 萬人，增幅為 3.43%；大企業雇主 0.78 千人，較上年減少 4 百餘人，減幅為 34.45%。（表 4-1-4）

從年齡結構來看，2023 年中小企業的雇主年齡未滿 45 歲者，約占全體中小企業雇主的 28.94%，較上年增加 0.79 個百分點；而所有大企業的雇主年齡均在 50 歲以上，顯示中小企業之雇主相對大企業年輕。（表 4-1-4）

由學歷分布觀察，2023 年中小企業雇主學歷占比前 3 大族群，依序為高級中等、大學及專科，分別為 35.77%、20.91%及 19.36%；其中，大學以上學歷占 28.73%。而大企業的雇主中，近 9 成為具有大學以上的學歷，占 89.37%。整體而言，2023 年中小企業雇主之學歷結構分布，較大企業雇主來得廣，而大企業雇主之學歷，則較中小企業雇主為高。（表 4-1-4）

表 4-1-4 2022 年及 2023 年雇主屬性－按規模別

單位：千人；%

項 目	年 別 規模別	2022		2023	
		中小企業	大企業	中小企業	大企業
總人數		435.62	1.19	450.55	0.78
比 率		99.73	0.27	99.83	0.17
年 齡		100.00	100.00	100.00	100.00
15-19 歲		-	-	-	-
20-24 歲		0.51	-	0.35	-
25-29 歲		2.38	-	2.18	-
30-34 歲		5.45	-	5.59	-
35-39 歲		6.98	-	7.71	-
40-44 歲		12.83	-	13.11	-
45-49 歲		15.76	8.89	15.37	-
50-54 歲		17.46	11.02	17.84	43.51
55-59 歲		16.80	25.58	16.56	15.10
60-64 歲		13.73	16.74	12.88	6.51
65 歲以上		8.10	37.77	8.41	34.89
性 別		100.00	100.00	100.00	100.00
男		79.11	84.23	78.44	100.00
女		20.89	15.77	21.56	-
學 歷		100.00	100.00	100.00	100.00
不識字		-	-	-	-
自 修		0.01	-	-	-
國 小		4.55	-	4.54	-
國 中		11.03	0.84	11.59	-
高級中等		36.98	18.42	35.77	4.74
專 科		19.74	15.9	19.36	5.89
大 學		19.85	54.48	20.91	35.54
碩 士		7.07	5.28	6.99	24.24
博 士		0.78	5.09	0.83	29.59

附 註：1.自 2020 年起將原高中與高職合併成為高級中等。

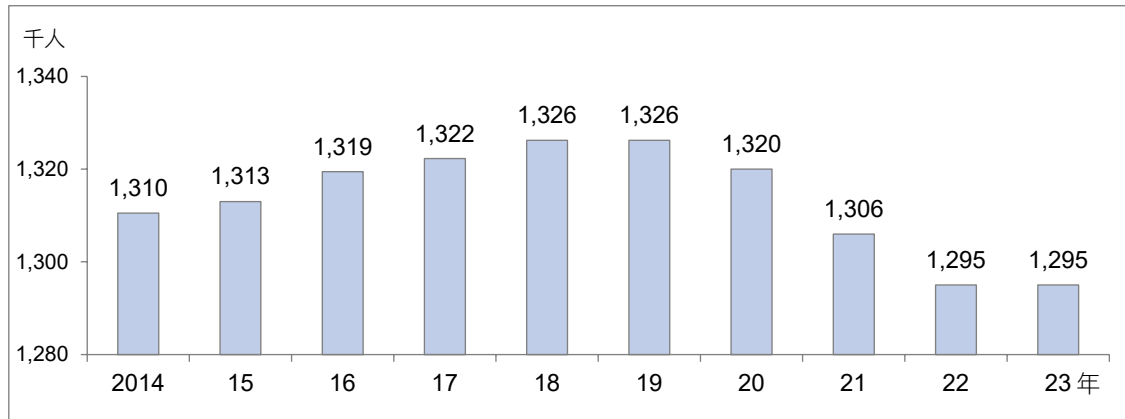
2.「-」表示無資料。

資料來源：整理自行政院主計總處，人力資源調查統計原始資料，2022-2023 年。

六、自營作業者人數略減，大學以上學歷者比率增加

自營作業者指獨立從事勞動或技藝工作，獲致報酬，且未僱用有酬人員幫同工作者。自營作業者因其規模較小，皆屬於中小企業。臺灣自營作業者人數自 2014 年起呈增加態勢，然自 2020 年起連續 3 年減少。2023 年自營作業者人數為 129 萬 5 千人，與 2022 年持平。（圖 4-1-6）

圖 4-1-6 2014 年至 2023 年自營作業者人數變化



資料來源：整理自行政院主計總處，人力資源調查統計原始資料，2014-2023 年。

由年齡結構來看，2023 年自營作業者中以 55~59 歲族群人數最多占 15.02%，但較上年減少 0.41 個百分點，其次為 50~54 歲（占 14.33%），再其次為 65 歲以上（占 13.91%）。（表 4-1-5）

若以學歷分布來看，2023 年自營作業者中，以具高級中等學歷者最多，占比為 38.38%，其次為國中（占 17.94%），再其次為大學（占 14.91%）。2023 年擁有大學以上學歷的自營作業者占比，由 2022 年的 16.26%，提高至 17.70%。（表 4-1-5）

表 4-1-5 2022 年及 2023 年自營作業者屬性

單位：千人；%

項 目 \ 年 別	2022	2023
總人數	1,295	1,295
年 齡	100.00	100.00
15-19 歲	0.08	0.04
20-24 歲	1.38	1.19
25-29 歲	4.06	4.10
30-34 歲	6.04	5.75
35-39 歲	8.29	8.16
40-44 歲	11.35	11.27
45-49 歲	12.95	13.40
50-54 歲	14.32	14.33
55-59 歲	15.43	15.02
60-64 歲	12.69	12.83
65 歲以上	13.41	13.91

項 目 \ 年 別	2022	2023
性 別	100.00	100.00
男	72.53	71.00
女	27.47	29.00
學 歷	100.00	100.00
不識字	0.20	0.20
自 修	0.04	0.05
國 小	14.35	12.66
國 中	17.73	17.94
高級中等	38.01	38.38
專 科	13.41	13.06
大 學	13.53	14.91
碩 士	2.50	2.62
博 士	0.23	0.17

附 註：自 2020 年起將原高中與高職合併成為高級中等。

資料來源：整理自行政院主計總處，人力資源調查統計原始資料，2022-2023 年。

七、中小企業僱用部分工時者增加，且使用部分工時的比率，高於大企業與政府機關

2023 年中小企業對部分工時人力的需求，仍高於大企業及政府機關。2023 年中小企業僱用部分工時人數為 38 萬 6 千人，較 2022 年增加 1 萬 2 千人；大企業僱用部分工時人數為 1 萬人，較 2022 年增加 5 千人。而政府機關之部分工時人數為 3 萬 7 千人，與 2022 年持平。（表 4-1-6）

觀察 2023 年之全日與部分工時人力，中小企業之部分工時人力僱用，占整體中小企業人力僱用的 4.20%，較上年增加 0.08 個百分點。大企業僱用部分工時人數僅占整體大企業僱用人數的 0.78%，然較上年增加 0.39 個百分點，政府機關部分工時的占比則為 3.60%，較上年減少 0.03 個百分點。（表 4-1-6）

若以行業別來看，中小企業僱用部分工時人力，以「住宿及餐飲業」最多，「批發及零售業」次之，分別為 9 萬 7 千人及 7 萬 6 千人（表 4-1-6）。若以僱用部分工時人力，占行業全體人力僱用比率來看，以「住宿及餐飲業」占比最高，其次為「教育業」，「支援服務業」居第 3，占比分別為 11.23%、10.66%及 5.57%。

表 4-1-6 2022 年及 2023 年就業者全日工作及部分工時勞工運用概況－按規模別

單位：千人；%

年 別 規模別 項 目 行業別	2022						2023					
	中小企業		大企業		政府機關		中小企業		大企業		政府機關	
	全日 工作	部分 工時	全日 工作	部分 工時	全日 工作	部分 工時	全日 工作	部分 工時	全日 工作	部分 工時	全日 工作	部分 工時
總 計	8,701	374	1,272	5	982	37	8,805	386	1,277	10	992	37
結構比	95.88	4.12	99.61	0.39	96.37	3.63	95.80	4.20	99.22	0.78	96.40	3.60
農、林、漁、牧業	519	11	0	-	2	-	482	22	0	-	5	-
礦業及土石採取業	3	-	0	-	-	-	3	0	0	-	0	-
製造業	2,011	36	943	0	16	-	2,019	34	931	1	19	-
電力及燃氣供應業	3	-	1	-	31	-	10	0	1	-	21	0
用水供應及污染整治業	39	-	0	-	43	1	38	1	0	-	45	1
營建工程業	854	33	9	-	9	-	873	30	7	-	7	-
批發及零售業	1,724	87	24	-	6	-	1,721	76	28	2	6	-
運輸及倉儲業	363	10	42	0	55	3	391	10	43	1	48	0
住宿及餐飲業	735	89	7	0	-	-	767	97	7	1	0	-
出版影音及資通訊業	222	3	44	-	-	-	232	7	37	-	0	-
金融及保險業	370	5	43	-	14	-	367	3	47	0	20	-
不動產業	100	1	1	-	1	-	99	1	2	-	1	-
專業、科學及技術服務業	334	9	23	-	23	-	338	9	28	-	26	-
支援服務業	268	15	8	-	1	-	288	17	7	-	-	-
公共行政及國防、強制性社會安全	1	-	-	-	362	10	1	0	0	-	362	13
教育業	246	33	24	3	309	20	243	29	25	4	320	15
醫療保健及社會工作服務業	290	11	102	0	98	2	299	16	112	1	93	4
藝術、娛樂及休閒服務業	92	7	1	0	11	1	97	5	2	-	15	4
其他服務業	526	24	1	-	2	-	538	30	1	-	2	0

附 註：1. 「0」表示資料不足一單位。

2. 「-」表示無資料。

3. 「人力運用調查」為每年 5 月進行調查，因此本表所呈現之數據係以當年度 5 月為比較時點。

資料來源：整理自行政院主計總處，人力運用調查統計原始資料，2022-2023 年。

觀察中小企業僱用臨時性或派遣人力變化，2023 年中小企業僱用臨時性或派遣人力，總計為 53 萬 4 千人，較 2022 年減少 1 萬 9 千人，減幅為 3.44%。2023 年大企業僱用的臨時性或派遣人力，總計為 9 千人，較 2022 年增加約 4 千人，增幅為 80.00%。而政府機關僱用的臨時性或派遣人力為 4 萬 8 千人，較 2022 年減少約 7 千人，減幅為 12.73%。（表 4-1-7）

表 4-1-7 2022 年及 2023 年臨時性或派遣人力使用狀況－按規模別

單位：千人；%

行業別	年 別 規模別	2022			2023		
		中小企業	大企業	政府機關	中小企業	大企業	政府機關
整 體		553	5	55	534	9	48
比 率		90.21	0.82	8.97	90.36	1.52	8.12
農、林、漁、牧業		17	-	-	21	-	-
礦業及土石採取業		-	-	-	0	-	-
製造業		34	3	-	28	2	-
電力及燃氣供應業		-	-	-	0	-	-
用水供應及污染整治業		-	-	2	0	-	1
營建工程業		277	0	1	284	-	-
批發及零售業		74	-	-	62	2	-
運輸及倉儲業		13	0	3	7	0	1
住宿及餐飲業		54	-	-	57	1	-
出版影音及資通訊業		3	-	-	6	-	-
金融及保險業		3	-	-	2	-	-
不動產業		0	-	-	0	-	-
專業、科學及技術服務業		2	-	-	4	1	-
支援服務業		37	0	-	24	-	-
公共行政及國防、強制性社會安全		-	-	13	-	-	17
教育業		11	1	32	12	3	22
醫療保健及社會工作服務業		7	0	3	5	1	4
藝術、娛樂及休閒服務業		3	0	1	2	0	2
其他服務業		16	-	0	19	-	-

附 註：1.「0」表示資料不足一單位。

2.「-」表示無資料。

3.「人力運用調查」為每年5月進行調查，因此本表所呈現之數據係以當年度5月為比較時點。

資料來源：整理自行政院主計總處，人力運用調查統計原始資料，2022-2023 年。

八、失業人數減少，前職多為中小企業工作者

因疫後復甦，2023 年失業人數年平均為 41 萬 5 千人，較 2022 年減少 1 萬 9 千人或 4.38%，失業率平均為 3.48%，亦較上年下降 0.19 個百分點。

由失業者前職的企業規模別來看，2023 年前職為中小企業的失業者為 27 萬 5 千人，較上年減少約 2 萬 3 千人；前職為大企業的失業者，2023 年為 2 萬 9 千人，較上年增加約 5 千人。前職為政府僱用的失業者為 2 萬人，較上年增加 3 千人；另外，失業者中為初次尋職者為 9 萬 1 千人，較上年減少約 4 千人。（表 4-1-8）

表 4-1-8 2022 年及 2023 年失業者屬性－按規模別

單位：千人；%

項 目	年 別 規模別	2022				2023			
		前職			初 次 尋職者	前職			初 次 尋職者
		中小企業	大企業	政府僱用		中小企業	大企業	政府僱用	
總人數		298	24	17	95	275	29	20	91
比 率		68.66	5.53	3.92	21.89	66.27	6.99	4.82	21.93
年 齡		100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
15-19 歲		0.77	0.19	0.03	6.26	0.71	0.57	-	6.19
20-24 歲		10.63	7.36	11.56	64.55	9.80	3.39	8.87	62.04
25-29 歲		18.35	14.41	27.86	23.69	17.59	21.98	18.98	24.89
30-34 歲		13.74	20.00	16.06	3.95	14.18	18.14	18.53	4.47
35-39 歲		12.74	12.96	7.27	1.03	10.93	17.38	12.89	1.66
40-44 歲		12.10	21.90	5.83	0.23	13.67	13.81	7.60	0.33
45-49 歲		10.84	14.86	9.90	-	11.80	14.10	11.86	0.00
50-54 歲		9.09	6.99	4.38	-	9.09	5.50	6.80	0.08
55-59 歲		7.16	1.33	11.18	0.23	7.77	2.79	7.12	-
60-64 歲		3.86	-	5.44	0.00	3.78	2.36	5.58	0.33
65 歲以上		0.73	-	0.49	0.06	0.67	-	1.77	-
性 別		100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
男		56.93	65.79	48.16	49.96	56.93	65.37	41.41	48.88
女		43.07	34.21	51.84	50.04	43.07	34.63	58.59	51.12
學 歷		100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
不識字		-	-	-	-	-	-	-	-
自 修		-	-	-	-	-	-	-	-
國 小		2.76	-	2.47	-	2.15	-	2.58	-
國 中		10.01	0.28	6.56	1.06	9.51	2.15	6.70	1.72
高級中等		34.52	19.77	18.89	12.12	34.42	22.64	15.75	11.83
專 科		11.94	19.19	8.63	4.09	12.65	14.22	10.94	3.44
大 學		36.20	48.87	54.49	68.59	36.01	44.14	52.76	70.59
碩 士		4.55	11.58	8.94	14.11	5.07	16.27	11.28	12.37
博 士		0.02	0.31	0.03	0.02	0.18	0.58	-	0.04

附 註：1.自 2020 年起將原高中與高職合併成為高級中等。

2.表中類別為失業者前職之企業規模。

3.「-」表示無資料。

資料來源：整理自行政院主計總處，人力資源調查統計原始資料，2022-2023 年。

由年齡結構來看，前職為中小企業、大企業及政府僱用之失業者中，皆以 25~29 歲族群占比最高（分占 17.59%、21.98%及 18.98%），30~34 歲族群占比次之（分占 14.18%、18.14%及 18.53%）；初次尋職者則以 20~24 歲族群最多（占 62.04%），25~29 歲次之（占 24.89%）。若依性別來看，中小企業與大企業中，男性占比皆高於女性；但政府僱用與初次尋職者中，則是女性占比高於男性（表 4-1-8）。

由教育程度觀察，前職為中小企業、大企業及政府僱用之失業者中，皆以大學學歷占比最高（分占 36.01%、44.14%及 52.76%），高級中等次之（分占 34.42%、22.64%及 15.75%）；初次尋職者中，以大學最高（占 70.59%），碩士次之（占 12.37%）。整體而言，由 2023 年失業者之年齡結構與學歷結構可以看出，我國勞動市場中，以 25~29 歲青年，以及具大學學歷之失業者相對較多。（表 4-1-8）

至於離開前職的原因，2023 年離職的失業者中，前職為中小企業及大企業者，以「對原有工作不滿意」為離職原因之占比最高，分別占 50.81%及 66.35%；前職為政府僱用者，其失業的主因則為「季節性或臨時工作的結束」（占 58.12%）。（表 4-1-9）

表 4-1-9 2022 年及 2023 年離開前職理由－按規模別

單位：%

項 目	年 別 規模別	2022			2023		
		中小企業	大企業	政府僱用	中小企業	大企業	政府僱用
工作場所業務緊縮或歇業		44.21	25.06	9.11	38.47	26.95	7.29
對原有工作不滿意		43.04	66.00	31.69	50.81	66.35	25.69
健康不良		2.83	3.81	1.03	2.17	1.62	3.39
季節性或臨時工作結束		7.37	2.20	53.74	6.46	2.57	58.12
女性結婚或生育		0.33	0.21	-	0.26	0.75	-
退休		0.02	-	1.82	0.08	0.71	1.43
家務太忙		1.20	0.65	0.25	0.93	0.30	1.37
照顧未滿 12 歲子女		0.35	-	-	0.17	-	0.41
照顧滿 65 歲年長家屬		0.48	0.17	-	0.52	0.06	0.96
做家事		0.37	0.48	0.25	0.24	0.25	-
其他		1.00	2.08	2.37	0.81	0.76	2.71

附 註：表中類別為失業者前職之企業規模或就職機構。

資料來源：整理自行政院主計總處，人力資源調查統計原始資料，2022-2023 年。

九、中小企業移工人數增加，且占比近 5 成 8

根據勞動部統計²，截至 2023 年 12 月底，在臺移工人數 75 萬 3,430 人，其中「製造業」與「營建工程業」合計所引進的產業移工人數為 50 萬 1,897 人，較 2022 年增加 9,479 人（或 1.92%）。其中，2023 年中小企業移工人數為 28 萬 9,558 人，

² 資料來源：勞動部，「勞動統計查詢網」。上網日期：2024 年 6 月 14 日，取自：<https://statfy.mol.gov.tw/index12.aspx>

較上年增加 1 萬 577 人（或 3.79%），占比為 57.69%；大企業移工人數則較上年減少 1,098 人。（表 4-1-10）

表 4-1-10 2019 年至 2023 年企業移工在臺人數－按規模別

單位：人；%

年 別	規模別	總 計	中小企業	比 率	
				大企業	比 率
2019		444,110	256,335	57.72	187,775
2020		445,576	257,532	57.80	188,044
2021		432,633	248,919	57.54	183,714
2022		492,418	278,981	56.66	213,437
2023		501,897	289,558	57.69	212,339

附 註：1.僅包含製造業與營建工程業所引進的移工人數。

2.以員工人數未滿 200 人定義為中小企業。

資料來源：本表由勞動部勞動力發展署提供。

第 2 節 勞動條件概況

本節主要介紹 2023 年中小企業就業者之勞動條件，針對中小企業就業者之每週平均工時和薪資水準這 2 項勞動條件，進行產業別觀察，並說明 2023 年近期臺灣整體人力需求概況。

一、2023 年中小企業有職工作者每週平均工時增加

2023 年中小企業有職工作者每週平均工時上升至 40.70 小時，較 2022 年增加約 0.60 小時。與 2022 年相比，除人數不足 1 千人的「公共行政及國防、強制性社會安全」之外，2023 年中小企業的所有行業中，每週工時增加最多者為「藝術、娛樂及休閒服務業」，較 2022 年增加 3.37 小時，其次為「農、林、漁、牧業」，較上年增加 1.54 小時；工時減少最多者為「電力及燃氣供應業」，每週工時減少 1.46 小時外，其次為「用水供應及污染整治業」，每週工時減少 0.72 小時。

2023 年中小企業有職工作者每週工時最長之前 3 名行業，以「不動產業」最高（42.91 小時），其次為「運輸及倉儲業」的 42.74 小時，而「礦業及土石採取業」居第 3，為 42.60 小時。（表 4-2-1）

觀察中小企業各行業之有職工作者人數及占比，最多的「製造業」，有 200 萬 1 千人（占 23.08%），每週工時 40.22 小時；居次的「批發及零售業」，有 164 萬 6 千人（占 18.99%），每週工時 41.30 小時。（表 4-2-1）

表 4-2-1 2023 年有職工作者行業別人數及主要工作每週工時－按規模別

單位：千人；%；小時／週

項目 規模別 行業別	有職工作者人數				每週工時		
	中小 企業	結構比	大企業	政府 機關	中小 企業	大企業	政府 機關
總計	8,670	100.00	1,281	1,019	40.70	41.80	40.03
農、林、漁、牧業	387	4.46	0	5	39.40	40.00	40.07
礦業及土石採取業	3	0.03	0	0	42.60	40.00	40.00
製造業	2,001	23.08	929	19	40.22	42.18	40.92
電力及燃氣供應業	10	0.12	1	17	40.22	40.22	39.90
用水供應及污染整治業	36	0.42	0	46	41.00	40.00	39.84
營建工程業	863	9.95	7	7	40.00	41.24	39.90
批發及零售業	1,646	18.99	30	6	41.30	38.83	40.16
運輸及倉儲業	394	4.54	41	49	42.74	40.72	40.34
住宿及餐飲業	770	8.88	8	0	40.78	37.95	40.00
出版影音及資通訊業	237	2.73	37	0	40.23	41.25	40.00
金融及保險業	368	4.24	47	20	40.77	40.86	40.12
不動產業	100	1.15	2	1	42.91	45.05	40.00
專業、科學及技術服務業	345	3.98	28	26	40.44	41.05	40.52
支援服務業	300	3.46	7	-	41.92	42.52	-
公共行政及國防、強制性社會安全	1	0.01	-	371	40.00	-	40.95
教育業	266	3.07	28	333	37.64	38.23	39.03
醫療保健及社會工作服務業	309	3.56	113	97	40.47	41.71	40.50
藝術、娛樂及休閒服務業	98	1.13	2	19	41.30	41.53	35.13
其他服務業	536	6.18	1	2	41.88	52.64	39.39

附註：1. 有職工作者定義為，就業者中，主要工作工時不為零者，因此各行業別有職工作者加總值與圖 4-1-1 中小企業就業人數不一致。

2. 「0」表示資料不足一單位；「-」表示無資料。

資料來源：整理自行政院主計總處，人力運用調查統計原始資料，2023 年。

二、2023 年中小企業之有酬就業者平均月收入增加

2023 年中小企業有酬就業者之主要工作平均月收入為 4.09 萬元，較 2022 年增加 1.8 千元。進一步觀察各行業別，2023 年中小企業有酬就業者，若不考慮就業人數不足 1 千人之「公共行政及國防、強制性社會安全」，平均月收入最高為「金融及保險業」的 5.08 萬元，其次為「電力及燃氣供應業」的 5.04 萬元，第 3 則是「專業、科學及技術服務業」的 4.90 萬元。（表 4-2-2）

表 4-2-2 2023 年有酬就業者行業別人數及平均主要工作收入－按規模別

單位：千人；%；新臺幣萬元／月

項目 行業別	規模別	有酬就業者人數				各行業平均主要工作收入			
		中小 企業	結構比	大企業	政府 機關	整體 合計	中小 企業	大企業	政府 機關
總計		8,707	100.00	1,287	1,029	4.31	4.09	5.11	5.17
農、林、漁、牧業		390	4.48	0	5	3.19	3.18	2.64	3.94
礦業及土石採取業		3	0.03	0	0	4.37	4.28	4.20	5.48
製造業		2,009	23.07	932	19	4.37	4.09	4.96	5.40
電力及燃氣供應業		10	0.11	1	22	5.50	5.04	6.76	5.65
用水供應及污染整治業		36	0.41	0	46	3.92	3.81	4.10	4.00
營建工程業		868	9.97	7	7	4.54	4.53	4.62	5.19
批發及零售業		1,654	19.00	30	6	4.06	4.04	4.84	4.94
運輸及倉儲業		395	4.54	44	49	4.22	4.08	5.36	4.36
住宿及餐飲業		771	8.85	8	0	3.48	3.48	3.92	3.00
出版影音及資通訊業		238	2.73	37	0	4.97	4.76	6.27	5.41
金融及保險業		369	4.24	48	20	5.23	5.08	5.97	6.32
不動產業		100	1.15	2	1	4.70	4.73	3.94	4.01
專業、科學及技術服務業		345	3.96	28	26	5.08	4.90	6.49	5.96
支援服務業		302	3.47	7	-	3.33	3.31	3.93	-
公共行政及國防、強制性社會安全		1	0.01	-	375	5.12	8.58	-	5.12
教育業		268	3.08	28	335	4.80	3.84	5.90	5.47
醫療保健及社會工作服務業		310	3.56	113	97	4.91	4.69	5.29	5.20
藝術、娛樂及休閒服務業		98	1.13	2	19	3.89	4.03	3.79	3.19
其他服務業		539	6.19	1	2	3.75	3.76	2.62	3.37

附註：1.有酬就業者定義為，排除就業者中工時為 15 個小時及以上之無酬工作者。

2.「0」表示資料不足一單位；「-」表示無資料。

3.「人力運用調查」為每年 5 月進行調查，因此本表所呈現之數據係以當年度 5 月為比較時點。

資料來源：整理自行政院主計總處，人力運用調查統計原始資料，2023 年。

觀察中小企業各行業之有酬就業者人數及占比，「製造業」最多，有 200 萬 9 千人（占 23.07%），平均月收入為 4.09 萬元；「批發及零售業」居次，有 165 萬 4 千人（占 19.00%），平均月收入約 4.04 萬元。（表 4-2-2）

三、2024 年 10 月中小企業人力需求殷切

根據勞動部《113 年人力需求調查實施計畫（第 3 次）》報告指出，整體事業單位 2024 年 10 月底較 7 月底，預計增加人力者占 28.1%、減少人力者 3.9%、人力需求不變者 63.3%、無法預估者 4.8%；需求人數預計增加 6.4 萬人、減少 8 千人，淨增加 5.6 萬人。主因為全球終端需求回溫及新興科技應用商機強勁，相關供應鏈產能持續擴建，加上民間消費持續成長，帶動部分業者拓點計畫，支撐勞動市場人力

增補動能，導致整體人力需求，已連續 2 季高於上年同期。

依行業別觀察，10 月底工業部門人力需求預計淨增加 2.5 萬人，服務業部門淨增加 3.1 萬人；各大類行業別以「製造業」淨增加 2.1 萬人最多，「批發及零售業」淨增加 7 千人次之，「支援服務業」、「住宿及餐飲業」均淨增加 5 千人再次之。

按規模別來看，中小企業需求人數預計增加 3.7 萬人、減少 6 千人，淨增加 3.1 萬人，淨增加占總計之比率為 55.86%；大企業需求人數預計增加 2.7 萬人、減少 2.5 千人，淨增加 2.5 萬人，淨增加占比為 44.14%。（表 4-2-3）

表 4-2-3 事業單位預計 2024 年 10 月底較 7 月底人力需求增減情形－按規模別

單位：人；%

規模別	項 目	淨增減人數	按需求人數統計	
			比 率	需求增加
總 計		55,586	100.00	63,961
中小企業		31,049	55.86	36,963
大企業		24,537	44.14	26,998

附 註：以員工人數未滿 200 人定義為中小企業；餘者為大企業。

資料來源：整理自勞動部（2023 年 8 月 13 日），《113 年人力需求調查實施計畫（第 3 次）》。

第 5 章 因應經濟環境變化之對策

因應全球淨零趨勢，我國將 2050 淨零排放入法，引領未來中長期因應衝擊之氣候行動，於 2022 年提出 2050 淨零排放路徑及策略。再者，於 2022 年提出「中小企業整體競爭力提升方案」，打造更多具國際競爭力及兼顧經濟、環境、社會發展的中小企業，並於 2023 年起推動「疫後強化經濟與社會韌性及全民共享經濟成果措施」，全面強化臺灣整體經濟、社會韌性及應變能力。

面對國內外經濟情勢發展與挑戰，政府持續執行「投資臺灣 3 大方案」、「亞洲·矽谷 3.0 推動方案」等措施，以深化與強化國內投資、產業創新、強健體質，使企業永續發展及提升競爭力。中小企業面對淨零排放及疫後新經濟發展趨勢，宜適時掌握政府重要經濟促進措施，以提升創新活力與發展潛力。

本章第 1 節先介紹政府各項重大經濟政策；第 2 節詳述中小企業可能面臨的挑戰與發展方向。

第 1 節 政府重要策略與推動方案

一、臺灣 2050 淨零轉型策略

（一）願景目的

科學證實氣候變遷造成的負面影響已經相當緊急，引發國際高度重視，各國陸續提出「2050 淨零排放」的宣示與行動。為呼應全球淨零趨勢，我國政府於 2022 年公布「臺灣 2050 淨零排放路徑及策略總說明」及「12 項關鍵戰略行動計畫」，並於 2023 年 1 月核定「淨零排放路徑 112-115 年綱要計畫」，針對淨零碳排目標進行各面向的減緩與調適，2 月公布施行〈氣候變遷因應法〉，而後臺灣碳權交易所於同年 8 月正式成立、12 月啟動首批碳權交易，期達成能源轉型更安全、產業轉型更

具競爭力、生活轉型更永續，以及社會轉型更具韌性等 4 個目標，引導產業綠色轉型，帶動新一波經濟成長，達成能源自主並提升社會福祉。

（二）推動策略

面臨 2050 淨零排放跨世代、跨領域、跨國際之轉型工程，我國 2050 淨零排放路徑建構「科技研發」、「氣候法制」2 大治理基礎，以「能源轉型」、「產業轉型」、「生活轉型」、「社會轉型」等 4 大轉型策略（表 5-1-1），輔以「12 項關鍵戰略」（表 5-1-2），落實淨零轉型目標。

表 5-1-1 「臺灣 2050 淨零轉型策略」重點內容

策略	面向	重點內容
能源及產業轉型	能源部門	打造零碳能源系統 ■ 最大化再生能源：擴大成熟光電風電布建，搭配前瞻地熱海洋能。 ■ 零碳化火力發電：導入氢能發電，燃氣碳捕集、再利用與封存技術(CCUS)。 ■ 逐步去碳：短期混燒氫降低碳排，長期轉為安全備用。 ■ 建構零碳燃料供應系統：提供產業所需氫氨、生質燃料。 ■ 適時導入先進技術，增加零碳能源運用空間。
		提升能源系統韌性 ■ 優先擴充再生能源電網基礎設施。 ■ 擴大因應再生能源變動所需儲能等彈性資源規劃。
		開創綠色成長 / 去碳能源技術出口 ■ 提升發展本土優勢技術，打造綠能產業生態系。 ■ 促進去碳能源投資與國際合作。
	製造部門	製程改善 ■ 設備汰舊更新：製程改善與設備汰舊更新、廢熱與廢冷回收技術應用、新設備及節能技術示範。 ■ 智慧節能管理：導入智慧化能源管理與監控系統、數位管理技術減少 CO₂ 排放示範。 ■ 氫氣技術開發：建置高爐高溫反應模擬器、啟動氢能冶煉技術研發計畫、完成高爐噴吹氫氣噴嘴設備、建造連續式示範線、以示範線結果評估選用技術，建立綠氫直接還原鐵技術。 ■ 含氟氣體削減措施：含氟氣體替代技術開發、示範建立及擴大導入。
		能源轉換 ■ 天然氣：擴大一般鍋爐使用天然氣、推動汽電鍋爐使用天然氣、天然氣及碳捕捉封存(CCS)、碳中和天然氣。 ■ 生質能：擴大水泥業生質燃料使用、擴大造紙業生質燃料使用、擴大使用生質燃料。 ■ 使用綠電：鼓勵企業實踐全球再生能源倡議(RE100)目標。
		循環經濟 ■ 原料替代：水泥業礦石原料替代、鋼鐵業增用廢鋼作為替代原料、紡織業持續導入使用循環再生材料。 ■ 廢棄物衍生燃料：擴大水泥業廢棄物替代燃料占比、擴大造紙業固體再生燃料(SRF)燃料占比。 ■ 能資源整合：推動循環產業園區及聚落能資源整合。 ■ 碳捕捉再利用(CCU)技術：擴大石化業 CO₂ 回收利用與投入 CO₂ 回收合成化學品研發。

策略	面向	重點內容
能源及產業轉型	商業部門	設備或操作行為改善 ■ 空調與冷藏設備能源效率提高(逐步採用能效1級產品)、空調系統最佳化及採用 LED 燈和高效能燈具。
		使用低碳能源 ■ 業者運具電動化、轉換為燃氣及高效能鍋爐，以及能源大用戶使用綠電。
		商業模式低碳轉型 ■ 輔導零售業導入智能管理、餐飲業推動在地食材、物流業導入智能檢貨與智能運算。 ■ 全面導入淨零排放技術、智慧化維運及管理。
		綠建築 ■ 新型建築外殼隔熱及既有老舊建築加強外殼隔熱。
	住宅部門	提高新建建築物能源效率 ■ 建立建築能效評估及標示制度。 ■ 以公有建築物帶頭，引導民間建築提升建築能效。 ■ 鼓勵民間參與提升建築物能源效率。 ■ 強化建築節能法規，導入建築能效分級管制規定。
		改善既有建築物能源效率 ■ 逐步強制公有既有建築能效評估及改善。 ■ 補助民間辦理既有建築能效提升。 ■ 推動節能績效保證專案(ESCO)。 ■ 鼓勵企業將建築能效納入企業社會責任(CSR)報告。
		提升家電、設備能源效率 ■ 分階段提高家電能效基準。 ■ 貨物稅減徵優惠續行評估。 ■ 建築物預留充電設備停車位。
		建築節能減碳新技術及工法研發與推廣應用 ■ 建築物導入創新節能技術。 ■ 建築減碳工法及技術研發。
	運輸部門	提高電動車市占率 ■ 包括大客車、電動小客車新車及電動機車新車。
		創造國內市場需求 ■ 購置在地生產製造電動車時給予補助或優惠。
		推動電動車製造在地化 ■ 研擬提供智慧電動車輛在地生產及關鍵零組件研發補助。
		完備電動車使用環境 ■ 透過使用管理策略如：核發電動車專屬號牌、電動車免徵汽車燃料使用費、設置電動車充電格位等。
	整體產業	強化車輛碳排放管理 ■ 提升車廠新車能源效率標準，並逐步加嚴車輛二氧化碳排放標準。
		建構企業碳盤查能力 ■ 辦理講習訓練：辦理碳盤查、碳足跡講習訓練班；培訓企業碳盤查、計算碳足跡種子人員；提升產業碳管理技術服務能量；技術服務機構能量登錄等。 ■ 建立數位服務平臺：知識懶人包、碳盤查計算器、簡易碳盤查計算表、線上影音學習課程、輔導資源及相關連結。
		提升企業減碳能力 ■ 成立產業服務團：技術諮詢、碳盤查輔導、碳足跡輔導、減碳輔導、碳權申請輔導。
		協助企業掌握資訊 ■ 蒐集歐盟及各國推動碳邊境調整機制(CBAM)具體實施內容進展等淨零資訊、辦理產業說明會等。 ■ 輔導國內廠商強化盤查能力：輔導上游製品建立產品碳含量資訊，中、下游製品建立碳含量資訊，協助供應鏈串聯相關資料；以及追蹤歐盟 CBAM 對於查驗機構之認可方式。
		提升金融業淨零轉型之能力建構 ■ 帶動對綠色產業投、融資及提供商品。 ■ 完備企業減碳及資訊揭露。 ■ 強化氣候相關財務風險及氣候變遷調適。 ■ 釐清「綠色」或「永續」公司、商品。
		採以大帶小的模式 ■ 為協助中小企業因應淨零排放趨勢，經濟部將攜手全國工業總會及各產業公協會，推動大企業協同供應鏈及產業鏈，以大帶小方式帶動企業擴散學習進行減碳。

策略	面向	重點內容	
能源及產業轉型	整體產業	結合產業公協會力量，並由國營事業以身作則	■ 經濟部已於2021年與全國工業總會合作，成立淨零工作小組。 ■ 透過淨零工作小組推動，各產業領航企業如中鋼、台塑、台泥、正隆、台積電等皆已提出2050淨零排放路徑與目標，後續將擴散到工作小組其他成員。 ■ 提供產業升級轉型補助、協助中小企業設備汰舊換新及節能數位化，俾降低碳排，導入低碳技術。
生活轉型	-	透過全民對話，凝聚對「2050淨零排放」的共識	■ 透過學校、社區、社群、傳媒等多元管道，進行廣泛且分眾之科普教育推廣與理念宣傳。
		激發大眾共同思考「淨零生活」多元做法	■ 打造以「使用」取代「擁有」的生活方式。 ■ 培養零浪費、低碳飲食習慣。 ■ 推動新舊建物為淨零循環建築。 ■ 打造低碳、共享運輸網絡。
社會轉型	-	辨識及協調轉型的衝突與爭議	■ 若要提出有效的因應對策，首要系統性的辨識潛在爭議，如：再生能源與空間利用的潛在競合、轉型過程帶來的使用行為改變等。
		精進衝突與爭議的處理機制	■ 在淨零轉型的架構與目標下，進行相關機制精進及調整，並納入最新國際經驗與觀念。 ■ 成立「公正轉型委員會」提供我國推動淨零公正轉型相關計畫及措施建言。 ■ 推動公正轉型先驅經濟體深度交流，將相關成果回饋國內政策。
		建立支持體系的工具手段	■ 在各目的事業主管機關下，匡列適當規模的財源，提撥成為各部會主責業務範疇的轉型基金。 ■ 運用更積極的政策措施，如導入普惠金融、綠色投資。
		公私協力提高轉型社會之韌性	■ 結合相關的倡議團體、公協會、利害相關社會團體協商合作計畫與議程。

資料來源：國家發展委員會等（2022年3月30日），《臺灣2050淨零排放路徑及策略總說明》。

表 5-1-2 「12項關鍵戰略」重點內容

關鍵戰略	重點內容
風電與光電	■ 以風電與光電為再生能源發展主力：風電朝大型化與浮動式離岸風機發展，規劃離岸風電2030年設置裝置量達13.1GW、2050年達40~55GW；光電透過土地多元化應用擴大設置場域，並汰換更新為新世代高效率光電模組，規劃太陽光電2030年設置裝置量達31GW、2050年達40~80GW。
氫能	■ 運用於產業零碳製程原料、運輸與發電無碳燃料等面向。 ■ 以國內再生能源產氫及國外進口等供應，穩定氫氣來源，逐步布建氫能之接收、輸儲等基礎建設及氫能利用系統。
前瞻能源	■ 為增加再生能源選項，以地熱與海洋能為前瞻能源發展重點。 ■ 擴大生質能使用，結合國內資源循環利用與進口等方式穩定料源，並研發先進生質能源技術。 ■ 規劃2050年前瞻能源設置裝置量達5.7~15.5GW。
電力系統與儲能	■ 推動分散式電網，並強化電網韌性；推動電網數位化與操作彈性，提升電網應變能力；運用資通訊物聯網技術，促進系統整合。 ■ 擴大儲能系統設置，發展儲能關鍵技術，並建構儲能商業模式誘因。
節能	■ 在生產製造、居家生活與商業服務、運輸、跨部門各面向，盡速擴大成熟技術應用以提高能源使用效率，並透過經濟誘因、教育輔導、強制法規等措施，加速高效率設備市場滲透率。 ■ 同步發展創新能源效率科技，並逐步導入前瞻技術，從需求面全面提升能源使用效率，以協助達成淨零目標。

關鍵戰略	重點內容
碳捕捉利用及封存	- 以 CCUS 技術移除產業及能源設施剩餘碳排放，作為化學品原料與建築材料，建立碳循環價值鏈。 - 開發本土碳封存潛力場址，展開安全性驗證場域計畫。
運具電動化及無碳化	- 發展電動車上、下游相關產業，依技術成熟度，設定機車、小客車與大客車未來市占比目標，並整合儲能、充電樁、建築充電安全等基礎建設之技術研發與建置。 - 針對長途行駛用途之大型遊覽車與大貨車電動化進程，則視產業技術進行導入與推廣。
資源循環零廢棄	以「綠色設計源頭減量」、「能資源化再利用」、「暢通循環網絡」、「創新技術與制度」為4大推動策略，期達成「永續消費與生產」、「提升資源使用效率」、「加值化處理廢棄物」等目標，以提升資源生產力同時降低人均物質消費量，打造零廢棄的資源永續循環世代。
自然碳匯	規劃森林、土壤及海洋等3大碳匯潛力領域實踐自然碳匯路徑，推動具體策略措施及發展相關科研技術，藉由其負碳排能力，並以公私協力輔以誘因機制，對全國淨零排放目標做出實質貢獻，助攻達成我國2050淨零轉型目標。
淨零綠生活	邁向2050淨零排放需要全民生活轉型，從推動「淨零綠生活」開始，包括食、衣、住、行、育、樂、購等各面向，透過共享商業模式、永續消費模式驅動及全民對話凝聚共識，引導民眾生活行為改變，促使產業供給鏈的改變，營造永續、低碳生活型態，以建構未來綠生活環境。
綠色金融	推動金融機構落實對氣候變遷之重視，發揮金融業及上市櫃公司之影響力，導引企業重視淨零轉型及因應氣候變遷，並透過金融工具及提供政策誘因，持續引導資金投入綠色及永續發展領域，以深化我國永續發展，並達成淨零轉型的目標。
公正轉型	淨零轉型必會對既有經濟結構與社會分配帶來衝擊，為確保淨零排放目標的達成，就必須做到「公正轉型」(Just Transition)，即以「盡力不遺落任何人」為目標，打造具公正性與包容性的轉型機制，在淨零轉型過程中戮力追求政策目標平衡性、社會分配公平性與利害關係包容性。

資料來源：行政院永續發展委員會，〈淨零十二項關鍵戰略〉。上網日期：2024 年 6 月 6 日，取自：<http://ncsd.ndc.gov.tw/Fore/nsdn/about0/Work#>

二、中小企業整體競爭力提升方案

(一) 願景目的

臺灣中小企業充滿活力彈性，兼具靈活創新的特性，在各行各業產生許多隱形冠軍，向來是我們經濟發展的磐石，亦是社會安定的力量。因應近期地緣政治增溫、全球供應鏈重組、各國加速升息抗通膨，導致全球經濟趨緩的變局，以及對應中小企業面臨之問題與需求，政府於 2022 年 10 月提出「中小企業整體競爭力提升方案」，期打造更具國際競爭力的新世代中小企業，強化臺灣經濟韌性。

(二) 重點內容

經濟部研提各項精進輔導作法，並結合跨部會多元計畫資源，透過加大推升「創新加值」、「淨零碳排」、「數位轉型」、「在地共榮」等 4 大行動策略（表 5-1-3），協助中小企業成長為國際重要隱形冠軍。

表 5-1-3 「中小企業整體競爭力提升方案」重點內容

推動策略	面向	重點內容	
創新加值	新創推升企業能量	以大帶小，共同創新轉型	■ 鼓勵中大企業投入創育體系生態鏈、引導民間資金投資新創，並推動國際創業聚落。 ■ 透過「青年科技創新創業基地建置計畫」及「科技新創生態鏈結計畫」等，導入國際級加速器輔導資源。 ■ 結合國營事業示範專場，引導其資源投入新創。
		產學研合作衍生新創商用落地	■ 強化法人與學校合作，推動法人及學研合作衍生新創公司，開辦創業家學校。 ■ 導入創投評估模式，媒合場域驗證合作夥伴。
	產業協同高值創新	創新研發補助，鼓勵政策主題或研發聯盟提案	■ SBIR 小型企業創新研發補助。 ■ SIIR 服務業創新研發補助。 ■ CITD 促進傳產關鍵技術研發補助。 ■ 學研雙引擎創新研發補助。
		以供應鏈串聯輔導，共同提高產品技術或服務價值	■ 中小型零售業提升智慧科技應用。 ■ 中小型製造業生產流程優化與產品美學設計。 ■ A⁺企業創新研發。
	財務支援創新發展	擴大投資、融資資源，充裕供應鏈資金取得	■ 擴大投融資機制，完善多元投融資管道。 ■ 鏈結策略投資者提供投資與輔導雙重協助。 ■ 國發基金投資國內文化創意產業。 ■ 優化早期資金資訊平臺，消弭資訊落差。 ■ 打造供應鏈金融模式，協助企業取得資金。 ■ 信保基金提供專屬文創產業信用保證。 ■ 強化財務能力，提升創新動能。 ■ 提供專家諮詢及診斷輔導，健全企業財務體質。
淨零碳排	減碳知能與培力	提升中小企業減碳知能	■ 透過中小企業減碳顧問團，辦理淨零推廣說明與課程，提供諮詢診斷服務。 ■ 透過產業群聚手法，導入中小企業碳排放數位監測工具與解決方案。
		培訓產業淨零排放人才	■ 分類分級辦理環保人員、環教人員及相關產業專業人員的國內外低碳人才培訓。 ■ 加強人民淨零排放與永續環境的相關知識。
	強化低碳轉型輔導	輔導製造業、服務業低碳轉型	■ 以綠色製造、資源循環與綠色設計推動製造業供應鏈淨零碳排。 ■ 從環境端、企業端與消費端推動商業服務業低碳轉型。
		輔導出口導向中小企業，符合國際碳足跡驗證	■ 蒐整各國減碳政策與機制資訊、辦理各項減碳企業交流活動、建置減碳議題專網。 ■ 優先輔導受國際碳稅課徵等衝擊之出口導向業者，提供諮詢診斷協助，並輔導取得國際碳盤查驗證。

推動策略	面向	重點內容	
淨零碳排	支持低碳配套措施	配合加速中小企業投資方案，提供綠色永續優惠貸款	■ 運用中小企業信用保證基金保證功能，協助中小微型企業順利自金融機構取得綠色創新發展所需資金。 ■ 推動辦理中小企業加速投資行動方案，提供中小企業投資興(擴)建廠房及購置機器設備等之專案貸款。
		提高國發基金投資比率及鼓勵投管公司投資綠色企業	■ 運用國發基金100億元投資資金，與民間專業投管公司，共同投資具發展綠色潛力之國內中小企業。
		擴增國內碳排放查證能量	■ 調和國際溫室氣體查驗標準。 ■ 協助國內法人機構建立組織層級溫室氣體查證能量(ISO 14064系列標準)。 ■ 輔導取得財團法人全國認證基金會(TAF)認證。
數位轉型	雲世代數位轉型	導入雲市集平臺應用	■ 以臺灣雲市集點數發放機制為基礎，協助中小企業運用雲端工具。
		輔導領域別、小微企業數位轉型	■ 小微企業數位應用與升級轉型。 ■ 數據驅動零售暨服務業商業決策。 ■ 輔導中小型製造業數位轉型。 ■ 小農產銷體系數位轉型升級。
		培育數位青年 T 大使	■ 業師場域帶領青年實作。 ■ 「企業專班」、「主題學院」學習分流機制。
		提升企業主及員工數位轉型能力	■ 「理論－實務－理論」方式聚焦輔導。 ■ 補助部分訓練費用或協助規劃訓練課程。
	數位經營與行銷	運用智慧科技串聯社區，提供民眾智慧生活服務	■ 運用智慧科技串聯社區商業服務業者，盤點國內生活型態，挖掘具發展潛力之生活樣貌。 ■ 聚焦次產業別進行數位能力評量，提供業者適性輔導。
		導入數位工具，促進地方數位群聚發展	■ 鼓勵企業組成「數位群聚」，由專家顧問提供在地輔導。 ■ 「跨群聚交流」建立群聚企業發展創新合作模式。
		設立線上展覽臺灣館，提升企業跨境數位行銷	■ 精進臺灣貿易整合總入口網站「臺灣經貿網」及其 VR 虛擬園區-Taiwantrade MEGA EXPO。 ■ 提供買主一站式採購服務。
		協助企業經營數位媒體平臺，促成買主主動尋找供應商	■ 經營臺灣產業數位行銷平臺。 ■ 組團參展形式「線上化」。 ■ 運用 B2B2C 平臺提升業者跨境接單能量。
	數據應用與串接	協助各界服務系統導入應用工商憑證	■ 針對公司、商業與有限合夥等組織，簽發工商憑證。 ■ 協助各界服務系統導入應用工商憑證，以及提供網路申辦安全機制等服務。
		推動數據流通與共享應用	■ 協助中小企業善用數據應用，促進公私有資料共享。 ■ 強化網路零售業者資安防護能量。 ■ 透過強化政府資訊服務採購機制，全面公開產品徵求，優化採購流程。
在地共榮	主題故事行銷	形塑城鄉特色產業店家在地特色或商業模式 輔導特色老店傳承接班、多元行銷推廣	■ 打造「環境美」、「服務好」、「故事佳」主題特色。 ■ 建立智慧商業服務及品牌口碑。 ■ 老店跨域合作生態系數位轉型輔導及全通路行銷導入。 ■ 網實行銷、跨境電商合作及體驗優化。

推動策略	面向	重點內容	
在地共榮	在地環境優化	應用美學及設計打造城鄉特色產品與服務	■ 運用美學設計加強指引、標示、主題意象等服務功能，將公共空間營造為安全、乾淨、整潔、明亮的環境。 ■ 提供資源協助店家導入美學設計理念，改善經營空間美感。
		運用在地資源形塑城鄉特色	■ 改善現有營運場域或活化閒置空間，打造城鄉創生場域。 ■ 扶持單一型及聯合型業者，提升創造價值及商機開發能力。 ■ 遴選亮點領袖企業、建構創生圈網絡關係。
其他配套	各 部 會 配套措施	市場拓展、地方服務網絡、法規調適、職安衛輔導等協助	■ 促進企業多元布局國內外市場。 ■ 補助工、商業會及設置中小工、商業服務中心及聯合公民營相關服務團體。 ■ 設置多元化法規議題協處管道，提供中小企業法律資源服務。 ■ 以補助或輔導方式，協助中小企業提升職業安全衛生效能。

資料來源：經濟部中小及新創企業署，2024 年。

三、疫後強化經濟與社會韌性及全民共享經濟成果措施

（一）願景目的

全球經濟放緩及國際政經變數仍多，臺灣經濟前景仍具挑戰，為全面強化臺灣整體經濟、社會韌性及應變能力，並與全民共享經濟成果，政府於 2023 年 2 月公布〈疫後強化經濟與社會韌性及全民共享經濟成果特別條例〉，立法院並於同年 3 月 3 日通過該條例之特別預算案，充分運用 2022 年度中央政府總預算稅課收入預計高於預算數，約 3,800 億元額度，以達成「減輕人民負擔、穩定民生物價、調整產業體質、維持經濟動能」等 4 大目標。

（二）重點內容

除挹注勞健保及台電公司，執行全民共享經濟成長，於 2023 年 4 月普發現金每人 6,000 元，並持續推動多項加強經濟及社會韌性措施。（表 5-1-4）

表 5-1-4 「疫後強化經濟與社會韌性及全民共享經濟成果措施」重點內容

面向	重點內容
推動產業及 中小企業升級轉型	1.製造業低碳及智慧化升級轉型補助 ■ 個案：導入低碳化(碳排放減量/低碳技術導入)及智慧化(智慧製造/營運管理優化)之相關技術、設備及管理機制，員工數9人以下業者每案補助款上限300萬元；員工數10人以上業者每案補助款上限500萬元。 ■ 以大帶中小：由中心廠帶領供應鏈業者共同投入，透過大廠分享經驗及資源予小廠，提升整個供應鏈之產業競爭力及加速轉型力道。 2.中小企業貸款專案 ■ 疫後振興專案貸款：針對原申貸紓困振興貸款、疫後時期營運困難、疫情期間停業再出發之中小型事業，提供疫後振興專案貸款融資優惠措施。 ■ 低碳智慧與納管及特定工廠專案貸款：提供朝低碳化、智慧化轉型之中小企業，以及取得特定工廠登記或獲地方政府核定改善計畫之納管工廠業者，資本性及週轉性支出之專案貸款利息補貼等融資優惠措施。 3.中小型商業服務業升級轉型 ■ 商業服務業智慧減碳補助：導入智慧減碳服務應用，補助額度每案上限單一類為30萬元，整合類為150萬元。 ■ 中小企業升級轉型新創解題輔導獎勵：以輔導及獎勵，帶動中小企業攜手新創外部創新，獎勵金每案上限150萬元。 4.中小企業數位升級轉型與出口拓銷 ■ 中小企業運用智慧科技行銷：提供智慧 AI 銷售員、智慧廣告投放、智慧直播、AI 生成圖片、VR 虛擬洽談間、VR 商品展示間等6項輔導方案，協助企業使用 AI 智慧科技工具，優化數位行銷能力。 ■ 建構企業數位能力開發海外客戶：提供專家諮詢診斷與深度輔導，包含英文行銷素材升級、廣告投放、導入數位行銷系統、數位行銷教育訓練等服務內容，協助企業建立數位行銷能力。 ■ 出口產品減碳包裝設計輔導：提供減碳包裝諮詢與診斷服務，辦理工作坊課程建立企業減碳包裝知能，以及深度輔導企業落實產品減碳包裝，並於國外展覽進行產品展示，增加海外曝光度。 ■ 協助加工食品業者全球布局：協助企業與海外進口商或通路商合作辦理至少3天跨周末之實體通路行銷活動，提供每案上限20萬元輔導金，並搭配海外國際展覽行銷推廣及臺灣食品連環購躍升方案(商機媒合團及快閃活動)，協助業者提升產品能見度與海外商機媒合機會。 ■ 會展業者減碳輔導：協助會展業者減碳能力評估，提供客製化診斷報告及具體減碳建議，並針對低碳管理、低碳應用及低碳活動籌劃，提供輔導及每案上限20萬元之輔導金。 5.商圈市集升級轉型 ■ 街區店家升級轉型：透過線上線下虛實整合方式，串聯街區及店家，結合多元推廣管道宣傳，營造街區品牌特色。 ■ 活絡商圈補助：針對商圈組織之環境優化、數位應用、低碳推廣、交流學習及行銷活動，補助每案上限50萬元。 ■ 推動傳統市集攤鋪疫後強化產業體質升級轉型：提供全國傳統市場及列管夜市市集美學導入30處、攤鋪位優化150攤及綠色低碳10處等輔導。 6.納管工廠環境優化 ■ 納管工廠低碳及智慧化基礎轉型個案補助：針對工廠生產及防災、污染防治管理之數位化或低碳化轉型，補助每案上限150萬元。 ■ 納管工廠完善化落實化輔導：藉由顧問到廠訪視、專案諮詢及引介資源協助等，輔導工廠通過改善計畫、落實設施改善及通過用地計畫。 7.人培再充電：辦理低碳化(CEO、1 / 2 / 3日班、iPAS 淨零碳規劃管理師能力鑑定精修班)及智慧化等在職培訓課程。
	■ 2023年6月1日開辦「中產以下自用住宅貸款戶支持專案」，受理至同年12月29日為止，計有76萬戶提出申請，由內政部國土管理署核定後請金融機構撥款。

面向	重點內容
擴大公共運輸補貼，減輕通勤族群交通負擔	■ 輔導全國推動公共運輸月票措施。 ■ 路網及公共運輸系統不若大都會完備之部分地區，透過公路公共運輸服務升級計畫，強化當地公共運輸路網及服務。 ■ 推出台灣好行使用電子票證(含行動支付)享票價折扣優惠、鼓勵客運業者增開班次、新增串遊路線及新增景點特色候車亭。 ■ 「台灣觀巴」與旅宿業者異業合作，並提供旅客優惠及便利接駁服務。 ■ 觀光路廊在地有腳接駁服務，提供旅客運輸場站至住宿地點間接駁服務，以鼓勵旅客搭乘大眾運輸，提升旅客在地接駁便利性。
加強照顧弱勢族群及提供關懷服務	■ 補助各縣市實(食)物銀行設置冷藏、冷凍設備。 ■ 針對2025年10月31日以前，繳納2023年4月至12月保險費之國保被保險人，補助其自付保險費50%，讓沒有加入勞保等其他社會保險之國民，也能獲得國民年金保險費補貼。
加速擴大吸引國際觀光客	■ 辦理促進自由行旅客來臺及加速團客來臺措施，自由行旅客來臺參加抽獎，有機會獲得5,000元消費金。 ■ 鼓勵境外組團旅行社及國內接待旅行社合作招攬旅遊團體來臺，針對來臺3天2夜以上，且人數達4人以上之團體，依停留天數及團體人數，提供5,000元至5萬元之獎助金。 ■ 針對旅宿業增僱房務及清潔等新進服務人員，發給獎助金。
減輕就學貸款人之負擔	■ 針對112學年度上學期的高一及大一新生，具弱勢學生身分且申請就學貸款者，直接扣抵一學期本金。
擴大藝文消費及振興藝文產業	■ 擴大發放青年成年禮金1,200點，另使用成年禮金於非連鎖且獨立經營之實體書店，以及偏遠地區非連鎖圖書銷售點消費可加發點數，2點即贈送1點，最多可將1,200點放大為1,800點。 ■ 青年席位：邀集縣市政府及國內各表演場館共同規劃辦理，以青年樂於入手的票價，規劃表演藝術青年席位，讓青年有機會走入表演藝術殿堂。 ■ 串連書店行銷：獎勵各縣市書店串聯辦理整合性書展、市集及延伸之閱讀主題活動。 ■ 推動偏鄉巡演：將表演殿堂中精緻的節目送至偏鄉，透過溫暖的力量傳遞到資源相對匱乏的地區。 ■ 藝術入校及推動文化體驗：與縣市政府及學校合作，將藝術體驗與學校課程結合；另也鼓勵學校透過校外教學讓學生走進文化場域，增加學生接觸藝文並體驗的機會。

附註：本表以 2024 年實施內容為主。

資料來源：1.經濟部、內政部、交通部、衛生福利部、勞動部、教育部及文化部等提供，2024 年。

2.行政院，〈重要政策〉。上網日期：2024 年 4 月 26 日，取自：<https://www.ey.gov.tw/Page/5A8A0CB5B41DA11E/dc4dad73-f32e-457b-baa8-8152529efc5f>

3.產業競爭力發展中心，「推動產業及中小企業升級轉型專區」。上網日期：2024 年 5 月 21 日，取自：<https://assist.nat.gov.tw/wSite/np?ctNode=234&mp=2>

四、投資臺灣 3 大方案

（一）願景目的

為因應美中貿易爭端，協助臺商順利返臺投資，行政院於 2019 年起實施「投資臺灣 3 大方案」，包括「歡迎臺商回臺投資」、「根留臺灣企業」及「中小企業加速投資行動方案」，除嘉惠回臺投資廠商外，並擴大適用於未曾赴中國大陸投資的大企業，以及在地之中小企業，加速導引國內企業升級轉型，朝創新化、智慧化發展，強化競爭力，期創造更好的投資環境，帶動臺灣整體經濟發展。

（二）重點內容

提供土地、水、電、稅務專屬服務與客製化單一窗口，並配合相關配套措施，包括實施「調整外加就業安定費再附加外勞數額機制」、擴大適用「工業區更新立體化發展方案」，延長〈產業創新條例〉租稅優惠措施 10 年，以及公布施行〈境外資金匯回管理運用及課稅條例〉等，建構穩定的投資環境，另為符合 2050 年淨零碳排放目標，廠商必須提出減碳方案。其重點內容分述如表 5-1-5。

五、亞洲・矽谷 3.0 推動方案

（一）願景目的

為因應生成式 AI（生成式人工智慧，Generative Artificial Intelligence）時代的來臨，以及產業面臨數位及淨零雙轉型挑戰，政府續於今（2024）年提出「亞洲・矽谷 3.0 推動方案」，除聚焦 5G 專網、生成式 AI、微型化 AI 技術及發展淨零排放試驗場域外，也鼓勵民間資金投入，透過突破性的做法，善用新創事業在創新研發與突破瓶頸的能量，加速臺灣產業數位及淨零雙軸轉型，並擴大國際布局，讓新創成為帶動國內產業、經濟發展的主要動力。

（二）推動策略

「亞洲·矽谷 3.0 推動方案」透過「智慧聯網國際輸出」、「新創事業投資倍增」2 大主軸，推動「AI 賦能智慧聯網創新應用」、「新創雨林生態成長茁壯」、「數位版圖全球拓展」3 大策略，分述如表 5-1-6。

表 5-1-5 「投資臺灣 3 大方案」重點內容

方案	重點內容
歡迎臺商回臺投資行動方案	■ 對象：赴中國大陸投資2年以上的臺商，且製造業的產線需具備智慧元素、並配合政府2050淨零碳排政策目標，逐步落實減碳排之業者。 ■ 條件：屬符合5+2產業創新領域、屬高附加價值產品及關鍵零組件產業、國際供應鏈居於關鍵地位、自有品牌國際行銷、投資項目與國家重要產業政策相關等條件之一者。 ■ 貸款額度：由國發基金匡列7,100億元。 ■ 政府支付銀行手續費：採階梯式補助，中小企業5,000億元內1.5%、逾5,000億元或2022年1月1日後申請者為0.7%；大企業20億元以內0.5%、20至100億元0.3%、逾100億元0.1%。
根留臺灣企業加速投資行動方案	■ 對象：未取得「歡迎臺商回臺投資行動方案」資格的大企業、且製造業的產線或服務業的服務能量需具備智慧元素、並配合政府2050淨零碳排政策目標，逐步落實減碳排之業者。 ■ 條件：製造業同「歡迎臺商回臺投資行動方案」；服務業投資項目與國家重要產業政策相關。 ■ 貸款額度：由國發基金匡列2,500億元。 ■ 政府支付銀行手續費：大企業20億元以內0.5%、20至100億元0.3%、逾100億元0.1%。
中小企業加速投資行動方案	■ 對象：未申請「歡迎臺商回臺投資行動方案」的中小企業、且製造業的產線或服務業的服務能量需具備智慧元素、並配合政府2050淨零碳排政策目標，逐步落實減碳排之業者。 ■ 條件：製造業同「歡迎臺商回臺投資行動方案」；服務業投資項目與國家重要產業政策相關。 ■ 貸款額度：由中小企業發展基金及國發基金共匡列3,000億元。 ■ 政府支付銀行手續費：中小企業1,000億元內1.5%、逾1,000億元0.7%；另額外增加1億元保證額度，保證成數最高9.5成，並提供0.3%以下優惠保證手續費。

資料來源：經濟部投資臺灣入口網，〈投資臺灣三大方案〉。上網日期：2024 年 4 月 26 日，取自：<https://investtaiwan.nat.gov.tw/showPagecht1135?lang=cht&search=1135&menuNum=59>

表 5-1-6 「亞洲·矽谷 3.0 推動方案」推動策略與重點內容

推動策略	面向	重點內容
AI 賦能 智慧聯網 創新應用	生成式 AI 及微型化 ×5G×衛星聯網	結合生成式 AI、微型化 AI、5G、衛星聯網等技術，以促進軟硬體的系統整合，開發多元垂直應用，並布局新興技術發展可擴散案例。
	運用物聯網強化數位 及淨零雙軸轉型	以國內社會與產業需求為核心，打造具規模化之解決方案，擴大智慧解決方案應用，並建立淨零排放試驗場域，與全球產業共創轉型新商機。
新創雨林 生態 成長茁壯	挹注新創投資動能	強化國發基金策略性投資，並鼓勵保險業、創投等民間資金投入，驅動新創投資倍增。
	鏈結企業共創雙贏	強化新創與企業、法人投入技術研發、概念驗證及業務合作，鼓勵提出創新解決方案，並促成軟硬整合的高附加價值商業模式。
	研議新創租稅誘因	研議放寬天使投資優惠規範、降低有限合夥創投適用透視個體概念課稅出資門檻、提供企業投資、併購新創及被併購新創租稅優惠等。
	優化新創成長環境	協助我國創新人才出國培訓，並吸引國際人才落地深耕，創造人才源頭活水。另加強協助創新技術或服務模式之法規調適需求，以降低新創法規遵循成本。
數位版圖 全球拓展	新創加速布局重點 市場	擴大國家新創品牌「Startup Island TAIWAN」推廣，並在日本東京、美國矽谷等重點市場設立據點，推動常態性雙邊交流，同時吸引國際前瞻科技新創來臺對接產業，加速國際合作與布局。
	智慧解決方案擴大 輸出	盤點智慧應用國產解決方案成果，參加國際行銷活動或辦理海外示範展示，促成數位服務輸出。另協助國內系統整合或具輸出潛力業者與海外交流合作及驗證，促成輸出歐美及新南向市場。

資料來源：國家發展委員會，2024 年。

第 2 節 中小企業面對挑戰與未來發展方向

本節依據 2023 年至 2024 年上半年的全球經濟變化，以及 2023 年中小企業經營動向分析結果，提出我國中小企業面臨的內外挑戰及可能發展的方向：

一、強化雙軸轉型，驅動中小企業永續創新

在科技持續變革、生成式 AI 問世，通訊裝置普及的背景下，輔以近年國際間對於永續發展及淨零趨勢的響應，臺灣中小企業正面臨著「雙軸轉型」（數位轉型及綠色／淨零轉型）之挑戰與機遇。尤其，隨著網路技術的發達和 COVID-19 疫情的影響，消費者行為和企業營運模式發生根本性的變化，專業分工的供應鏈體系也受到挑戰，各類型產業創新與轉型契機也因應而生，促使企業必須加速數位化；同時，隨著歐盟碳邊境調整機制（Carbon Border Adjustment Mechanism，簡稱

CBAM) 上路，綠色轉型刻不容緩，中小企業面對日益變化的市場需求、生產規範、技術發展趨勢及市場競爭力，再再使得「雙軸轉型」成為企業掌握新消費及商業模式的重要關鍵。

回顧臺灣中小企業在推動數位轉型的過程中，儘管面臨著資金不足、數位人才缺乏、技術整合困難和資訊安全風險等多重挑戰，但在物聯網、人工智慧等技術帶動各國智慧發展的趨勢下，成為我國中小企業未來布局商機的重要關鍵；尤其，民生服務業在面對 COVID-19 疫情挑戰之後，如何借重數位科技的力量，透過數位轉型及數據經濟有效帶動商機，更成為中小企業生存的重要課題。近年生成式人工智慧如雨後春筍般現蹤於多個領域，財團法人人工智慧科技基金會的《2023 台灣產業 AI 化大調查》發現¹，逾半（54.2%）受查企業已開始使用生成式人工智慧工具。如何導入人工智慧工具，加值人工智慧，加速數位轉型進程，縮短與業界領導者的數位化差距，成為新興的轉型契機。

同時，面對 2050 淨零排放目標，我國在能源、製造、商業、住宅及運輸等部門，均有對應的減碳科技及淨零共識導入。透過科技研發應用（各類綠能、碳捕捉利用及封存等）、補助引導轉型、綠色金融，以及專業人才培育等多元策略及作法，帶領我國邁向淨零之路。在淨零轉型路上，中小企業也不能缺席，面對國際監管要求、市場進入與品牌供應鏈規範等，讓中小企業意識到，得加快淨零轉型的步伐，打造永續發展競爭力。

2024 年經濟部推動的「深度節能推動計畫」，協助業者邁向淨零轉型目標，除對用電大戶提供節能的投資抵減誘因，對中小用戶則推動「能源技術服務業」（ESCO）來提供業者現場診斷輔導與媒合（如：空調及照明系統節能改善等），朝節費減碳目標努力²。2025 年將開徵碳費，但中小企業尚未列入碳費徵收對象。在中小企業碳盤查尚未完成前，業者可藉由響應「深度節能推動計畫」等政府方案，不斷精進節能減碳進程，相信未來在擴大碳費徵收對象後，亦可有效接軌全球淨零

¹ 資料來源：財團法人人工智慧科技基金會（2024 年 3 月 20 日），《2023 台灣產業 AI 化大調查》。

² 資料來源：行政院（2024 年 3 月 20 日），〈邁向淨零和能源轉型 政府推動深度節能〉。上網日期：2024 年 10 月 8 日，取自：<https://www.ey.gov.tw/Page/448DE008087A1971/7f8623be-aac5-4374-924f-324fab03c886>

碳排目標。

隨著科技發展進程與市場需求，數位轉型仍持續不斷升級、精進之時，又加上現今全球淨零趨勢，以及國際間對碳排的日益重視，中小企業面臨較以往更多的挑戰與不確定性。回顧數位轉型發展在我國已歷時多年，中小企業在大環境驅使下，也逐步踏上轉型之路。鑒於過往轉型歷程，除了經濟財務層面的考量，新知擷取與勇於突破的創新同樣不可少。我國政府在響應國際共識與科技發展趨勢下，不僅提供財務支援，亦持續搭配推出多項輔導與鏈結方案。中小企業在面對不斷快速變化的市場，若能在橫跨雙軸轉型的「中小企業整體競爭力提升方案」，以及「中小微企業多元振興發展計畫」下，配合政策資源引導，同時運用政府支援力道，善用訓練課程補助方案協助員工數位轉型，並輔以多元應用的生成式人工智慧，勢將對於企業雙軸轉型帶來一定助力，進而享有創新果實，讓地球與企業都能雙雙獲得真正的永續發展。

二、把握全球供應鏈重組，帶來事業新機遇

美中貿易戰加上 COVID-19 疫情之封鎖管制措施，使得企業更加重視供應鏈安全與布局。具體而言，中國+1、回流、近岸和友岸外包等，都是廠商的實務選擇。根據世界銀行（World Bank）的資料³顯示，中國大陸在美國之進口來源所占份額，由 2010 年的 14.3%，攀升到 2015~2017 年的超過 16%，隨後逐年下降，2024 年已經跌至 10.2%；相對之下，墨西哥、臺灣、韓國、印度等在美國之進口來源所占份額上揚。

臺灣電子零組件商品之出口結構比重，也明顯反映此一供應鏈重組與供應鏈安全之變化。2019 年時，臺灣電子零組件商品出口至中國大陸比重達約 60%，但 2023 年時出口比重下降至 54%，差距 6 個百分點。相對之下，對東協（ASEAN）的出口比重，則由 20%增加至 22%；對日本之出口比重，也由 8%增加至 9%；對美

³ 資料來源：World Bank (2024). *Global Economic Prospects*. Retrieved from: <https://www.worldbank.org/en/publication/global-economic-prospects> (August 25, 2024)

國之出口比重，由 2% 增加至 3%⁴。顯示臺灣電子零組件商品出口，對中國大陸趨緩，但對 ASEAN、日本、美國則略有增長。

預期美中貿易與科技戰爭仍將持續，有關供應鏈重組與安全，仍是主要經濟體政策課題與廠商投資與布局決策之重要考量。基於目前區域結盟與安全網建置之考量，如印太四方安全對話、歐盟印太合作戰略，以及 RCEP⁵等積極運作，因此企業除須遵守相關法令規範外，也可順勢調整、轉型，以迎接相關商機。

中小企業在可用資源相對有限之下，如何調整其在供應鏈的角色與相關資源配置，成為攸關存活之重要考驗。面對供應鏈重整之長期變遷趨勢，經濟部產業發展署透過「國際供應鏈合作與創新發展計畫」，建立臺灣與盟友間的供應鏈合作平臺、掌握國際供應鏈的發展趨勢，以期協助廠商可在審慎洞悉國際態勢下，持續投入高附加價值產品、智慧應用，以及節能減排解決方案，同時應慎選合作夥伴，提高與歐美及新興國家的創新連結。

三、正視高齡少子女化，確保中小企業永續經營

根據國家發展委員會的推估⁶，我國將於 2025 年邁入超高齡社會，而隨著老年人口快速攀升、少子女化趨勢持續，我國 15~64 歲工作年齡人口，於 2015 年達最高峰（1,737 萬人）後，開始呈現遞減情形；另 15~64 歲工作年齡人口占總人口的比率，預估於 2028 年開始低於 3 分之 2，對於社經發展有利的「人口紅利」將消失，代表我國勞動力將不若以往充沛。除 15~64 歲工作年齡人數減少外，其結構亦趨向高齡化，自 2007 年起，我國 45~64 歲人口數，已超越 15~29 歲及 30~44 歲，成為我國工作年齡人口主要年齡層。

觀察近年中小企業就業年齡結構變化趨勢，24 歲以下就業者占比，由 2014 年的 7.59%，下降至 2023 年的 6.93%；45 歲以上就業者占比，則由 2014 年的

⁴ 資料來源：財政部，「貿易統計資料查詢」。上網日期：2024 年 10 月 4 日，取自：<https://web02.mof.gov.tw/njswww/WebMain.aspx?sys=100&funid=defjsptgl>

⁵ 區域全面經濟夥伴協定（Regional Comprehensive Economic Partnership），簡稱 RCEP。

⁶ 國家發展委員會（2022 年 8 月 23 日），〈中華民國人口推估（2022 年至 2070 年）〉。

40.64%，上升至 2023 年的 44.78%⁷。顯見不論是 15~64 歲工作年齡數量的減少、人口結構高齡化情形，抑或是中小企業青年就業者占比減少與轉向高齡等變化，已成為中小企業經營上，需面對的重要課題與挑戰。

中小企業在吸納就業與安定經濟上扮演重要角色，惟隨著經營者年齡逐年上升、企業人力資源結構高齡化趨勢，再加少子女化問題愈趨嚴重，為能面對勞動力高齡化與少子化的雙重挑戰，業者得改變思維，並採取積極的因應措施，以確保企業的長期競爭力和永續經營。有不少業者也意識到年輕人力稀缺、中高齡者已逐漸成為勞動市場主力之現象，故已著手規劃及運用自動化、技術創新，來減少對人力的依賴，並透過人力資源的重新配置與管理、建構世代融合、改善工作措施，以及智慧傳承的環境等，來因應逐漸轉變的勞動市場結構，以及人力資源短缺危機。

針對高齡化與少子女化問題，目前政府已提出相關政策及協助，例如藉由推動中小企業數位轉型，以減緩業者面臨之人力資源課題；另針對中高齡勞工的再培訓計畫、職務再設計等，以提升技能、排除中高齡之工作障礙；並開辦「中小企業傳承培訓班」，協助企業培育接班人及其團隊。此外，經濟部於 2024 年 8 月 7 日修正公布〈中小企業發展條例〉部分條文，透過租稅優惠措施，積極鼓勵中小企業進用青年及高齡者等多元人才。

此外，為紓緩疫後景氣復甦所引發的產業缺工問題，勞動部自 2023 年 5 月 1 日起推出「疫後改善缺工擴大就業方案」，從獎勵勞工就業、鼓勵雇主進用著手，採取「專案擴大就業獎勵」、「雇主補助」、「產業輔導」、「先僱後訓產訓合作」、「參訓獎勵」5 大措施，希冀改善產業缺工情形。

中小企業可積極參與相關計畫措施，善用政府的補助與資源，降低轉型過程中的成本與風險。此外，亦可透過產業協會平臺，與其他企業交流經驗，分享最佳實踐，以緩解高齡、少子女化下的缺工危機，確保企業的永續經營與發展。

⁷ 資料來源：整理自經濟部中小及新創企業署，歷年《中小企業白皮書》。

四、鏈結海外市場，再現中小企業成長契機

觀察中小企業長期的出口表現，其出口貢獻（即中小企業出口額占全部企業出口額之比率）從 1997 年的 26.42%，逐年下滑到 2019 年的 13.42%，2020 年因〈中小企業認定標準〉放寬⁸而明顯提升，但自 2021 年起，仍逐漸下滑；出口傾向（即中小企業出口額占中小企業銷售額之比率）亦大致呈衰退趨勢，由 1997 年的 18.22%，下降至 2023 年的 10.50%⁹。面對全球政經環境的變遷與科技創新帶來的挑戰，傳統以接單生產和成本競爭為主的中小企業拓展海外市場模式，正處於關鍵轉型期。以中國大陸與東協為主的亞洲新興市場，雖仍是中小企業出口的主力，但美國、日本等先進經濟體市場，也逐步成為中小企業加強拓展的區域。

為適應歐、美、日等先進國家的前瞻性市場需求，臺灣中小企業在產品開發階段，可嘗試融入國際市場需求，透過實地驗證來發展具有廣泛應用性的科技解決方案，從而創造新的顧客價值，突破以單純接單出口為主的發展模式，邁向高成長階段。企業在創業初期若能精心規劃「拓展海外市場」的成長策略，並逐步累積掌握全球商機的能力，將有助於臺灣經濟與全球市場需求接軌，為企業開創新的成長契機。

此外，政府將持續依據優勢產業需求，協助廠商進行海外布局，透過「以大帶小、公私協力、國際合作、雙邊協商」等作法，積極排除海外投資障礙。同時為臺廠爭取租稅優惠，以延伸臺灣經濟國力，致力於為企業提供到海外投資及擴展市場之機會，讓中小企業走出臺灣，形成供應鏈聚落或園區，不僅提供了更靈活的生產與營運環境，也進一步提升產業競爭力與打造臺灣品牌，助力臺灣中小企業在全球市場中占據有利位置。在財務融通部分，建議中小企業可多方運用政府提供的「優化早期投資知能共享創新應用平台」、「中小及新創企業政策性專案貸款」，以及「青年創業及啟動金貸款信用保證」等政策。

⁸ 2020 年企業規模資料以經濟部於 2020 年 6 月 24 日修正發布之〈中小企業認定標準〉規範定義，2020 年之後的中小企業出口額、出口貢獻等，皆較 2019 年以前明顯提升。

⁹ 資料來源：整理自經濟部中小及新創企業署，歷年《中小企業白皮書》。

最後，在地化中小企業若自身與國際連結較薄，為彌補拓展海外市場經驗的不足，可善用海外訪團、商機媒合會、國際研討會等跨國交流平臺，或是進駐「國際創業聚落」，深耕海外市場的專業人脈網絡，進一步促進企業在全球市場的成長與共創價值。有關中小企業鏈結海外市場的深入討論，請參見第 6 章。該章首先探討中小企業拓展海外市場策略模式的轉變，進而深入研析具備研發創新能力的臺灣中小企業，如何在拓展海外市場過程中達成組織成長目標，並藉由標竿案例提出推動策略建言，以期為我國中小企業國際化建立新興典範，賦予推動方向及助力。



焦點議題篇

第 6 章 中小企業海外拓展動向與成長策略

隨著全球政經環境的變化、中長期社會問題顯現及新興科技的進展，過去以接單生產、建立成本競爭優勢為著眼點的中小企業拓展海外市場模式，再度來到轉變的關鍵時期。中小企業須重新鏈結海外市場的前瞻需求，尋求新成長契機。特別是能夠呼應歐、美、日等先進國家市場前瞻需求，以及投入新興科技領域發展的中小企業，可望再次成為帶動臺灣經濟與全球市場接軌的要角。

據此，本年度中小企業白皮書透過「中小企業海外拓展動向與成長策略」專題，探討臺灣中小企業拓展海外市場策略模式的轉變、具備研發創新能力的臺灣中小企業，如何在拓展海外市場過程中達成組織成長的目標，以及臺灣中小企業提升拓展海外市場能力的策略方向。分析結果認為，中小企業如能於創業初期即行規劃具備「拓展海外市場」特質的「成長策略」，強化接觸海外市場商機的能力，並掌握科技的國際合作與學習機會，將有助於引領臺灣經濟與全球市場的前瞻需求接軌，展現新成長契機。

第 6 章 中小企業海外拓展動向與成長策略

基於有限的國內市場規模，以及為了保持持續的經濟發展等因素，我國經濟需要與海外市場保持高度連結，才能維持安定成長的態勢。中小企業曾是帶動臺灣經濟與全球市場接軌的原動力，而進行出口貿易與海外投資等拓展海外市場的活動，對於臺灣中小企業生產力與創新能力的提升，更是呈現正向影響關係¹。

從 1960 年代開始，當時的中小企業主憑藉著一股衝勁，拿著「007 皮箱」走訪世界各地，單打獨鬥到處接訂單，為臺灣賺取大量外匯，建立臺灣經濟高度成長的基礎。也因此，「大企業主內，中小企業主外」²的流行說法亦不脛而走。當時的臺灣中小企業，以獨自拜訪或與貿易商合作方式，承接來自歐、美、日等先進國家的轉出口加工訂單市場，並從中磨練出高品質產品的製造能力。

然而，基於中小企業的大企業化發展、在海外設立生產據點，以及轉變成為大企業的供應鏈廠商等因素，臺灣中小企業的出口貢獻與出口傾向³等量化數據表現，皆呈現低於大企業的趨勢。單從出口數據來觀察，「以大帶小」的臺灣企業拓展海外市場模式，似已成為主流趨勢。不過，隨著全球政經環境的變化、社會問題叢生及新興科技的進展，中小企業仍須重新鏈結海外市場的前瞻需求，尋求成長契機。

近年諸多善於運用網際網路、自動化、數位、資通訊與 AI 科技的中小企業，積極探索本身科技研發成果，在海外市場進行驗證與創新應用的機會，同時透過與當地產官學研單位互動過程了解市場實際需求，進而確立拓展海外市場的基礎知識，後續也將逐步衍生龐大的海外市場商機。這些新興科技領域的中小企業經營者，再度發揮「國際創業家精神」（International entrepreneurship），期待藉由早期國際化的過程來加速其核心技術的研發與應用，融入開放性創新特質的國際商業生態

¹ 資料來源：林惠玲、楊志海、黃珈卉（2009），〈臺灣製造業對外投資、全球化與產業升級〉。行政院主計總處。

² 資料來源：吳惠林、周添城（1988），〈試揭臺灣中小企業之謎〉，《企銀季刊》，第 3 卷第 11 期，頁 60-71。

³ 資料來源：整理自經濟部中小及新創企業署，歷年《中小企業白皮書》。

圈，同時也達到營收成長與組織擴大發展的目標。

然而，多數勇於投入新興科技領域發展的中小企業，雖擁有一定程度的技術研發能力，但是在市場行銷、營運，以及發展符合當地市場商業模式（科技或服務層面的解決方案）的經驗與能力較為缺乏，無法像大企業一樣透過併購當地企業方式來推廣自有品牌產品，以快速提升海外市場占有率。

因此，如何將有限的經營資源聚焦利基市場領域，在海外當地找到可信賴的關鍵人物，建立有效的人脈網絡，就近瞭解海外市場需求、交易文化，以及法令規範；同時逐步形成能夠與臺灣共創的跨境學習機制，持續獲得互補性的外部資源（技術、人才、資金、資訊等），落實本身的成長策略，是著重研發創新的臺灣中小企業，轉變為國際頂尖企業的重要關鍵。

基於以上背景可了解，臺灣的新興科技有其優勢，可望為中小企業未來發展注入動能。本章旨在探討臺灣中小企業拓展海外市場策略模式的轉變，特別是聚焦於新興科技領域的中小企業，如何在拓展海外市場過程中達成組織成長的目標和臺灣中小企業提升拓展海外市場能力的策略。本章分為 4 節，第 1 節分析中小企業拓展海外市場動向與轉變；第 2 節介紹新興科技領域的中小企業拓展海外市場動向與特徵；第 3 節從早期國際化的觀點，介紹新興科技領域的中小企業，其拓展海外市場邁向成長的個案；第 4 節則提出我國中小企業鏈結海外市場邁向成長的策略方向。

第 1 節 海外拓展動向與轉變

由於國內市場規模有限，加上中小企業主多富有挑戰難題的創業家精神，使得「拓展海外市場」已深植臺灣中小企業成長歷程當中，成為其規劃組織成長策略的重要環節。中小企業主考量資金、人才，以及市場資訊取得能力上的不足，使其拓展海外市場的行動多關注產品出口，並採用成本管控思維來執行。中小企業在國際化初期多專注取得產品出口訂單，以累積海外貿易經驗，再循序漸進到人工成本較低的國家設立生產據點，進行轉出口生產，最後才開始尋求合作夥伴，來深耕當地

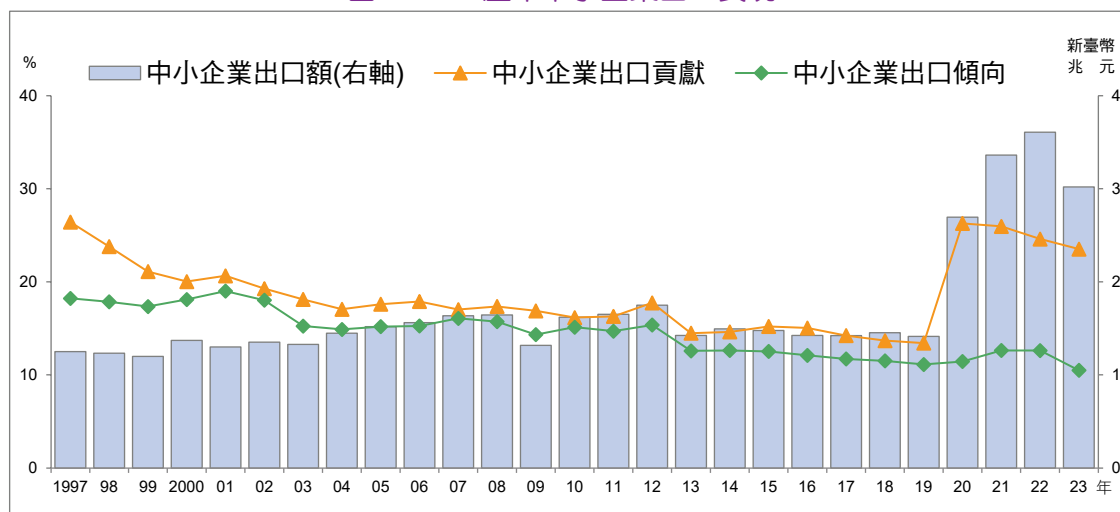
市場。

然而，隨著海外市場需求多元化、新興科技應用商機蓬勃發展，以及海外市場在地供應鏈廠商的崛起，以生產與輸出合理價格與較高品質產品的出口模式，已然無法維持中小企業的出口競爭優勢，更會進一步影響中小企業拓展海外市場的進程。如何在出口產品上進行有意義的加值，甚至善用新興科技，來直接與海外企業共同開發符合當地需求的產品與服務等，都將是中小企業拓展海外市場的新方向。本節回顧我國中小企業整體出口發展趨勢與面臨的挑戰。

一、中小企業出口表現與問題

觀察我國中小企業的長期出口表現，出口貢獻從 1997 年的 26.42%，逐年下滑到 2019 年的 13.42%，而後因經濟部於 2020 年 6 月 24 日修正放寬〈中小企業認定標準〉，2020 年至 2023 年的出口貢獻明顯提升至超過 20%，但仍微幅下滑；出口傾向則大致呈衰退趨勢，從 1997 年的 18.22%，逐年下滑至 2023 年的 10.50%。（圖 6-1-1）

圖 6-1-1 歷年中小企業出口表現



附註：1. 2020 年企業規模資料以經濟部於 2020 年 6 月 24 日修正發布之〈中小企業認定標準〉規範定義，因此 2020 年之後的中小企業出口額、出口貢獻等，皆較 2019 年以前明顯提升。

2. 出口貢獻 = (中小企業出口額 / 全部企業出口額) × 100%；出口傾向 = (中小企業出口額 / 中小企業銷售額) × 100%。

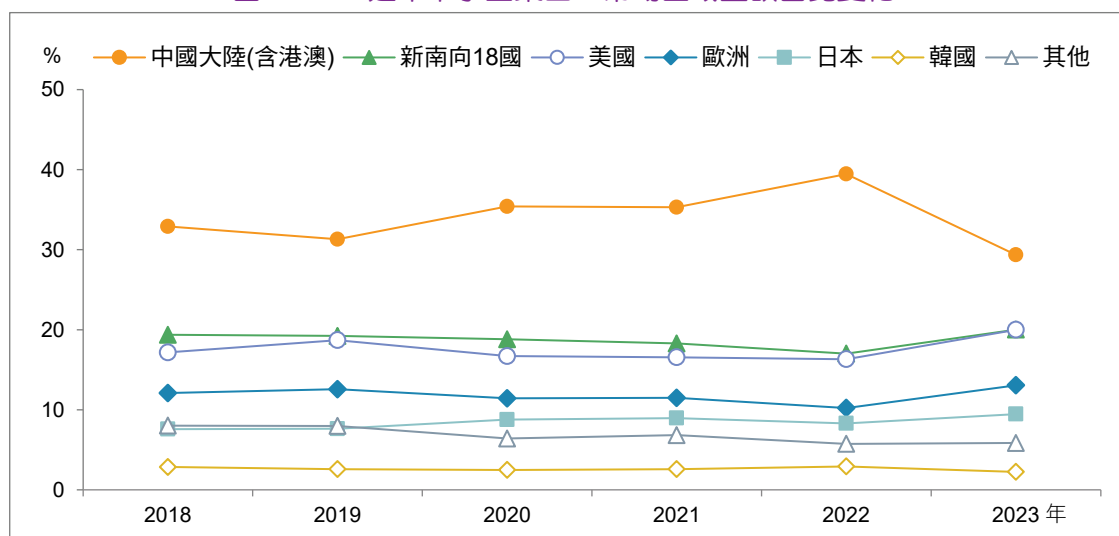
資料來源：整理自財政部財政資訊中心，歷年營業稅徵收統計原始資料。

相較於大企業，我國中小企業的直接出口數據呈現較為弱勢的發展。特別是從出口傾向數據來看，我國中小企業在營銷上有偏向重視內需市場的趨勢。因此，如何促進我國中小企業檢視拓展海外市場的可能方向，取得營銷比率上的平衡點，是未來可思考的策略重點。

二、中小企業出口市場區域動向與展望

觀察我國中小企業出口市場區域金額占比變化，在 2018 年至 2023 年期間，首位的中國大陸市場占比，從 32.90% 小幅下滑至 29.36%，以東協為主體的新南向 18 國市場，從 19.37% 微幅提升到 20.00%；而在已開發國家市場方面，美國市場從 17.17% 上升到 20.02%，歐洲市場從 12.09% 上升至 13.06%，日本市場則從 7.58% 提升到 9.47%。（圖 6-1-2）

圖 6-1-2 近年中小企業出口市場區域金額占比變化



資料來源：整理自經濟部國際貿易署提供的進出口資料，2018-2023 年。

由此可知，一直以來，中國大陸市場是中小企業出口的主要市場，不過，在中國大陸在地供應鏈崛起、美中貿易摩擦與技術競爭衝突加劇，以及 COVID-19 疫情影響下，以美、歐、日為主的先進經濟體市場及新南向市場，也逐步成為中小企業加強拓展的市場區域。

再依國家科學及技術委員會（以下簡稱國科會）《2023 年版科學技術統計要覽》統計結果，可了解我國在 2012 年至 2020 年间的平均技術貿易額收支比（技術輸出／技術輸入）為 0.46，屬於技術輸入國。其中，2020 年美國與日本占我國技術輸入占比，分別為 47.39%與 31.13%，是我國主要技術輸入來源，而 2020 年中國大陸占我國技術輸出占比則達到 26%，是我國主要技術輸出地區。

洪志銘（2020）⁴指出，「從出口中學」（Learning by exporting）的效果會較常發生在出口傾向高，且以已開發國家為主要出口市場的中小企業。就我國中小企業透過拓展海外市場來提升生產力的觀點來看，拓展中國大陸與東協等亞洲新興市場，有助於中小企業降低生產成本與擴大量產能力，而拓展美、日等先進經濟體市場，則有助於中小企業提升技術研發與創新能力。我國中小企業可依據產品屬性的差異來思考不同出口市場的布局策略，充實企業組織的研發創新能量，提升出口產品的附加價值，將有助於中小企業的出口表現。

第 2 節 新興科技領域國際化動向

近年來，我國新興領域的中小企業在開拓海外市場時，呈現出獨特的發展趨勢。這些企業主要聚焦於發展全球主要國家政策大力支持的智慧服務科技，以及社會問題解決型科技，如人工智慧、機器人、數位轉型（Digital Transformation，簡稱 DX），以及生物科技醫療等領域。在選擇目標市場時，這些企業優先考慮美國、日本等已開發國家，將其視為首要進軍的海外市場。這種策略反映出我國投入新興科技領域發展的中小企業，正積極參與全球科技創新浪潮，並瞄準具有高度需求和成熟消費能力的市場，以期在國際競爭中占得先機。本節探討新興科技領域中小企業拓展海外市場的近期動向。

⁴ 洪志銘（2020），〈臺灣中小企業出口樣貌分析〉，《經濟前瞻》，第 188 期，頁 121-128。

一、美國市場連結新興科技之動向

PwC 於 2023 年 11 月公布《2023 年度新興科技調查報告》（*2023 Emerging Technology Survey Emerging Technology Survey*）指出，人工智慧（AI）、區塊鏈（Block chain）、擴增實境（AR）、量子運算（Quantum computing）、物聯網（IoT）、虛擬實境（VR）、先進機器人（Advanced robotics）、類神經運算（Neuromorphic computing）等，是美國企業近期關注的 8 大關鍵新興科技（the Essential Eight）。

其中，以生成式 AI（Generative AI）為主流的人工智慧、物聯網、虛擬實境，更是美國企業在 2024 年規劃優先投資的新興科技。該報告也歸納出「新科技先驅企業」（EmTech Accelerators）運用新興科技的 4 大作為，分別為「善用新興科技推動再造」（Use emerging tech for reinvention）、「有效分配經營資源」（Allocate the right resources）、「妥善整合新興科技」（Integrate emerging tech）及「將新興科技融合到營運策略」（Embed emerging tech into business strategy）。

美國政府近年持續提出「美國再工業化」（U.S. Reindustrialization）、「美國優先」（America first）、「先進製造」（Advanced Manufacturing），及〈晶片與科學法〉（*CHIPS and Science Act*）等政策，期待誘發高階製造回流與智慧科技之投資，並維持國內產業科技發展優勢。

以 2022 年公布的〈晶片與科學法〉（*CHIPS and Science Act*）⁵為例，美國政府據此成立「創造有益的激勵措施為美國生產半導體基金」（Creating Helpful Incentives to Produce Semiconductors for America Fund），積極投資具有策略與重要意義的半導體晶片技術，並確保半導體晶片的本土供應鏈，強化美國在半導體晶片研發的領導地位。在此政策誘因之下，包括我國台積電⁶（TSMC）計劃於美國亞利桑那州鳳凰城投資設廠，可望帶動相關供應鏈廠商的赴美投資，同時也爭取美

⁵ The U.S. Department of Commerce (2022). *A STRATEGY FOR THE CHIPS FOR AMERICA FUND*.

⁶ 台灣積體電路製造公司之簡稱。

國高科技產業的市場商機。

對此，近年我國新興科技領域中小企業也積極與美國市場的需求重新連結，這些企業不再滿足於單純的代工生產和產品輸出模式，而是著力於強化自身的研發創新能力，並提升加值服務的水準，以更好地應對海外市場的前瞻性需求。

例如：機器人設計企業將自主研發巡檢機器人應用到半導體廠，並伴隨半導體廠的海外投資策略，來鏈結美國智慧工廠需求；資通訊整合企業與微軟公司合作開發生成式 AI 自然語言機器人技術，為海外企業客戶提供 AI 助理服務解決方案；精準診斷技術的開發企業與美國醫學復健中心合作開發「非侵入式生理參數量測系統」，積極與歐美醫療院所進行臨床研究與試驗並提供實際應用服務，並將成果發表在國際期刊；自動化市場廠商發展符合當地中小企業需求彈性精密加工系統；再生能源系統開發企業赴當地市場進行跨領域技術整合，並加強學習當地法令規範等。（表 6-2-1）

表 6-2-1 新興科技領域中小企業連結美國市場之動向

領域別	市場策略	內容與意見
AI	整合最新軟體技術開展新智慧服務模式	與美國微軟公司合作開發生成式 AI 機器人「SmartRobot×Azure OpenAI Service」，為海外企業客戶提供 AI 助理服務解決方案。
機 器 人	連結半導體廠的海外投資布局並提升技術服務品質	- 與國內學研機構開發有自主導航功能的戶外巡檢機器人，可對各種基礎設施的儀表裝置進行勘查。 - 將巡檢機器人解決方案應用到半導體晶圓廠區，並伴隨半導體廠的美國投資設廠來鏈結海外高科技廠商的智慧巡檢需求。
精準醫療	與當地醫學中心共同發展快速醫療檢測技術	與美國醫學復健中心合作開發「非侵入式生理參數量測系統」，積極與歐美醫療院所進行臨床研究與試驗並提供實際應用服務，也將成果發表在 Scientific Report 國際期刊。
智慧製造	提供彈性且符合高精度加工需求的生產系統	- 以更有彈性的客製化設計、高精與高速加工，及生產線問題解決服務模式，與當地航太精密加工業者建立長期信賴關係。 - 開發更符合經濟效益的中小型彈性製造系統，以因應當地高科技供應鏈中小企業的高精密加工需求。
再生能源	跨域整合發展綠能發電方案、動態掌握當地法令規範	- 需考量當地氣候環境、從裝置、系統與建設施工規劃，與客戶緊密合作，提升再生能源發電效率與降低建設成本。 - 基於各州有不同法規制度，動態掌握法規與技術規範，提供更周全的再生能源軟硬體技術服務方案。

資料來源：本研究整理。

二、日本市場連結新興科技之動向

日本政府近年鼓勵中小企業發展有助於解決社會問題的新興科技、企業對數位轉型（DX）的需求，以及促進海外中小企業赴日投資政策等，是吸引我國中小企業拓展日本市場的重要誘因。

首先，隨著超高齡社會時代來臨、COVID-19 疫情引發「人類與病毒共存的生活問題」等社會環境變化，日本各界正加速運用 AI、IoT 等新興科技，以推動智慧製造與智慧醫療發展，解決勞動力與照護能量不足等社會問題。而提供社會問題解決先進場域，促進問題解決科技方案的驗證發展，是吸引海外投入新興科技領域中小企業，拓展日本市場的重要誘因。

日本經濟產業省與新能源暨產業技術綜合開發機構（NEDO）自 2023 年度開始，針對具有「深層科技」（Deep Technology）特徵的中小企業研發活動提供長期補助⁷。所謂的「深層科技」意指，「活用特定自然科學研究所獲得的技術成果，將其成功進行商業化，有助於解決國家或全球社會問題的技術」，其涵蓋的領域包括了機器人、人工智慧、電子、物聯網、技術、材料、醫材、生命科學、生技、航太等。日本政府期待藉此鼓勵中小企業，投入有助於解決社會問題的新興科技研發活動，同時也會帶動各種社會問題解決科技示範驗證場域與國際共創機制之成形發展。

其次，日本經濟產業省在 2018 年公布的《DX 報告書》指出⁸，日本企業面臨「2025 年懸崖」問題，亦即企業內部 IT 系統老舊嚴重，維持管理費越來越高，將達到年度 IT 預算的 9 成以上，加上數位科技人才不足無法因應資訊安全的挑戰等；如果無法克服這些問題，則 2025 年以後將產生 12 兆日圓的經濟損失。對此，經產省提出套裝型 DX 輔導政策，期待協助日本企業從「經營改革」、「更新系統」、「供應鏈」等層面來推動數位轉型。日本政府於 2021 年 9 月 1 日成立「數位廳」，加速

⁷ 産業技術環境局（2023），《ディープテック・スタートアップ支援事業について》，經濟産業省。

⁸ デジタルトランスフォーメーションに向けた研究会（2018），《DX レポート～IT システム「2025 年の崖」の克服と DX の本格的な展開～》。經濟産業省。

推動行政單位的數位轉型，如：個人號碼制度、電子簽章、政府 IT 系統的統一標準化等。這些企業營運問題與政府政策，都將加速日本各界對數位轉型的需求，也將為新創企業提供各種新興科技實際驗證的機會。

日本貿易振興協會（JETRO）近年也設立臺灣小組，強化「日本創新搭橋」（J-Bridge）功能，促進新興科技領域之臺灣中小企業赴日投資，並與當地日商合作，例如：資訊與通信科技（Information and Communication Technology，簡稱 ICT）、AI、金融科技、智慧醫療、再生能源、高階製造（工業物聯網、智慧製造、半導體、太空科技）等領域。

基於日本推動新興科技發展的環境誘因，近年我國新興科技領域中小企業積極前進日本，期待獲得研發成果的實地驗證與長期性交易商機，同時也尋求與當地企業的合作，精進既有研發成果，並衍生發展符合當地市場需求的科技解決方案。投入新興科技的中小企業經營者認為，日本市場可作為海外拓展據點的優點包括：解決當地社會問題的科技發展需求、取得互補性的經營資源、擁有先進的實地驗證場域、長期交易商機，以及地理位置接近等。（表 6-2-2）

三、新南向市場連結新興科技之動向

為因應疫情帶來的變化，如何應用 AI 等新興科技來驅動社會數位轉型發展，成為新南向主要國家政策關注的重要議題。

第 3 屆東協數位部長會議（ADGMIN, The 3rd ASEAN Digital Ministers Meeting）於 2023 年 2 月在菲律賓的長灘島舉行。該會議提出新興科技應用發展的重要性，如透過區塊鏈與 AI 來推動數位轉型，並考量制定相關政策與法令規範，以推動這些新興科技，邁向具備創新、負責任及安全性的生態系發展。再者，該會議也關注到 5G 生態系統發展，鼓勵成員國更加緊密合作，協調規劃未來的東協 5G 策

略發展藍圖。⁹

馬來西亞科學、技術與創新部（Ministry of Science, Technology and Innovation）也在 2021 年公布「馬來西亞國家人工智慧策略藍圖 2021-2025」（AI-RMAP），期待透過政府、學界、產業與社會（GAIS）的互動合作，共創合適的環境與生態系統，促進 AI 設計、開發及應用發展。¹⁰

泰國政府於 2022 年 7 月公布「國家人工智慧策略和行動計畫（2022-2027）」（Thailand National AI Strategy and Action Plan 2022-2027），提出「為人工智慧應用做好社會、道德、法律和法規的準備」、「發展國家基礎設施以促進人工智慧的永續發展」、「提高人類能力並改善人工智慧教育」、「推動人工智慧科技與創新發展」及「促進人工智慧在公私部門的使用」等 5 大策略，期待為人工智慧發展準備必要的基礎設施，進而促進國家經濟成長並提高競爭力。¹¹

新加坡數位發展及資訊部（Ministry of Digital Development and Information of Singapore）在 2024 年 10 月公布「智慧國家 2.0 計畫」（Smart Nation 2.0）報告，提出該國邁入下一階段的數位轉型政策構想。該計畫將以成長、信任與社群等 3 個核心目標來推動政策措施，並著重於人工智慧、網路安全、健康生活及虛實整合等領域科技，進一步完善數位基礎設施、數位工具、法規與國際合作，促進民眾與企業在數位轉型中受益，提升整體社會生活水準。¹²

基於新南向主要國家推動新興科技發展的政策方向，近年我國新興科技領域中小企業，也開始嘗試拓展新南向市場對於 AI 及資訊安全領域的需求，期待掌握東協市場在疫情影響下的新商機。

⁹ ADGMIN (2023). *The 3rd ASEAN Digital Ministers' Meeting and Related Meetings JOINT MEDIA STATEMENT*, The 3rd ASEAN Digital Ministers' Meeting and Related Meetings.

¹⁰ MOSTI (2021). *MALAYSIA NATIONAL ARTIFICIAL INTELLIGENCE ROADMAP 2021 - 2025 (AI-RMAP)*.

¹¹ NECTEC (2022). *Thailand National AI Strategy and Action Plan (2022 - 2027)*.

¹² Ministry of Digital Development and Information (2024). *Smart Nation 2.0: A Thriving Digital Future for All*.

表 6-2-2 新興科技領域中小企業拓展日本市場的優點

領域	拓展日本市場的優點
AI 醫療檢測	▪ 社會問題解決之需求（超高齡社會） ▪ 取得互補資源（高品質臨床驗證資料庫） ▪ 尋求長期交易商機 ▪ 地理位置近 ▪ 良善的臨床驗證場域
遠距復健運動	▪ 社會問題解決需求（COVID-19 疫情、超高齡社會） ▪ 完善的照護保險補助制度 ▪ 先進實地驗證場域 ▪ 取得互補性資源（復健運動臨床資料庫）
遠距醫療器材	▪ 社會問題解決之需求（醫護人力不足、偏鄉醫療） ▪ 取得互補資源（高品質臨床驗證資料庫） ▪ 完善的臨床驗證場域 ▪ 長期交易商機
資訊安全	▪ 市場規模大（資安法規嚴謹帶動需求） ▪ 資訊安全科技專業人才（知識共享與經驗學習） ▪ 國際化資金籌措市場 ▪ 長期交易商機
5G 毫米波	▪ 市場規模大 ▪ 地理位置近 ▪ 能夠取得關鍵技術（精密加工、材料） ▪ 長期交易與穩定合作
區塊鏈應用	▪ 政府帶動的 DX 需求高 ▪ 區塊鏈應用案例少、具有競爭優勢（競爭對手少） ▪ 地理位置相近

資料來源：本研究整理。

第 3 節 海外拓展個案分析

為了重拾臺灣經濟起飛時代的創新創業精神，讓中小企業再次成為連結臺灣經濟與全球市場同步發展的推手，探討新興科技領域的中小企業，拓展海外市場之成長策略，是現階段促進我國中小企業發展的重要議題。國際化有助於中小企業提升生產力與加速成長，而提升中小企業於創立早期拓展海外市場的成功率，乃至為關鍵。

多位學者的研究指出¹³，落實「發揮市場調適導向的國際創業家精神」、「掌握海外市場資訊與確立市場拓展目標」、「建置跨境人脈網絡、形成與外部單位之間的學習機制」等，是促進中小企業早期前進海外市場及邁向成長的重要策略。近年許多在構思新技術或創新服務模式的階段，即抱持國際化願景的新興科技領域中小企業，其透過拓展海外市場過程邁向成長的經驗，值得中小企業主借鏡參考。茲擇 4 個案分析如下：

一、奧義智慧科技公司

奧義智慧科技公司創立於 2017 年，專注於 AI 自動化技術的資訊安全科技企業。該公司主要從事 AI 資安系統的開發，以創新的 AI 技術達到「人機共駕」型態的資訊安全防護自動化目標，推出的解決方案，包括：「端點偵測與應變」（EDR）、「身份的鑑別與信任推斷」（Identity）、「網際網路的高速過濾與情資預判」（Network），以及 AI 資訊安全戰情中心（7×24 小時全天候確保客戶的資安韌性）等。該公司已獲得許多政府機關、銀行及高科技與關鍵領域主要企業的信賴。Gartner 於 2021 年所發表的《大中華區 AI 新創公司指南》中，該公司成為唯一入選代表性企業的資訊安全科技公司。

（一）發揮國際創業家精神

該公司執行長與其他兩位創辦人結識於臺灣資安技術社群，皆曾於世界頂尖的駭客年會的「Blackhat」與「DEFCON」發表重要資安研究論文。該公司執行長自國立臺灣大學取得電機學博士之後，進入美國企業進行源碼檢測（Source Code

¹³ 資料來源：

1. Weerawardena, J., Mort, G.S., Liesch, P.W. & Knight, G. (2007). "Conceptualizing accelerated internationalization in the born global firm: A dynamic capabilities perspective," *Journal of World Business*, 42(3), pp.294-306.
2. 中村久人（2013），《ボーングローバル企業の経営理論：新しい国際的ベンチャー・中小企業の出現》。八千代出版。
3. 角田美知江（2018），〈ボーングローバル企業についての研究：国際的起業家精神志向からの考察〉，《函館大学論究》，50(1), 109-125 頁。
4. Knight, G., Cavusgil, S.T. (2024). "A Path Forward for Research on Born Global Firms," In: Samiee, S., Katsikeas, C.S., Riefler, P. (eds), *Key Developments in International Marketing*. Palgrave Macmillan, Cham.

Analysis）與網頁掛馬（Drive-by Download）技術之研發，在此期間也了解產業界對資訊安全科技之實際需求。此時，他已萌生創業的想法，認為人生的時間要挑戰困難的事才有意義，因此專挑別人無法解決的駭客問題下手。之後，他與另一位公司創辦人在臺灣成立新公司，在 2014 年以獨有的釣魚郵件偵測技術，獲得美國 NASDAQ 上市公司併購，成為臺灣資訊安全領域新創企業被海外知名企業收購之少數成功案例。

該公司執行長在第 1 次創業期間，累積技術研發業務以外的企業營運經驗，這也成為他創立奧義智慧科技的重要動力。基於創立奧義智慧科技前與海外資安企業商業往來的經驗，他認為發展以「人工智慧」（AI）為基礎的防毒軟體技術來解決企業痛點並推展到「全球市場」，是公司邁向成長的重要策略。他也認為，由於中小企業資源有限，所以必須專注於少數幾個研發主題，才能建立技術的差異化優勢。因此，他選擇端點、身分辨識、供應鏈等 3 個主題作為防毒軟體研發重點，並加以 AI 化，成為企業客戶因應資訊安全問題的最終防線。

該公司自創立以後，以近乎每年一個國家的速度積極拓展海外市場，相繼在日本、東南亞、北美、東歐等海外市場設立子公司或尋求代理商合作。在對接海外市場的過程中，奧義智慧科技公司也獲得新加坡投資，並與日本企業簽訂代理合作契約，展現受國際肯定的科技研發能力。

（二）海外市場拓展目標與資源配置

奧義智慧科技公司創立初期即以全球化策略來帶動組織成長，特別在日本與新加坡設立子公司，瞄準亞洲國家的企業對於資訊安全解決方案的需求。奧義智慧科技公司執行長指出，公司主要在於臺灣市場進行防毒軟體技術的研發與驗證活動，待新技術商品化完成之後，再推向日本市場進行服務流程的優化，進而摸索出值得信任的資訊安全解決方案，最後再將解決方案標準化，並推向東南亞市場，創造規模經濟效益。

該公司執行長指出，日本市場具備市場規模、資訊安全科技專業人才豐沛，以及國際資金籌措環境等特質，是公司成長的重要海外市場。就市場規模而言，日本企業組織發展成熟度高，加上日本當地資訊安全相關法規相當嚴謹與健全，因此日本資安市場規模相對於其他亞洲國家來得大。

奧義智慧科技於 2019 年 1 月 31 日設立東京子公司，現階段主要透過東京子公司與日本資通訊服務商（IT service）或資通訊系統整合商（IT system integrator）進行溝通協調，促進公司所開發的 AI 資安防護技術與日商的資訊安全服務解決方案進行整合，成為其「內嵌式 AI 核心技術」（AI inside）。東京子公司現階段以技術服務人員為主，主要協助日商合作夥伴或代理商，協助企業客戶解決各種防毒軟體使用的問題，未來將派駐或招募更多的研發人才，並結合日本在地科技顧問與專家等，逐步兼具技術服務與 AI 軟體研發的功能，進而依據當地企業客戶需求，來作防毒軟體的優化服務。

（三）建置跨境人脈網絡與學習機制

該公司以「強連結¹⁴」為主、「弱連結¹⁵」為輔的策略思維，來建立海外市場當地人脈網絡。在「強連結」人脈網絡方面，該公司執行長指出，必須尋找了解當地市場生態且具有影響力的顧問，以協助公司深入了解當地市場，並拓展與當地資通訊服務商或系統整合商的合作機會。在「弱連結」人脈網絡方面，該公司主要參加政府或法人單位舉辦的訪團、展會或海外當地的公協會等，這些活動不一定專業，但有助於提升公司的品牌知名度，並帶來知識交流的學習效果。

以日本市場為例，在強連結方面，該公司曾聘有參與警察廳網際網路駭客對策或曾任知名電信商董事的專業人士擔任顧問，協助拓展當地資通訊服務商或系統整合商之合作機會及地方政府客戶等。在弱連結方面，則於 2022 年參與由國家發展委員會「國家新創品牌」平臺舉辦的「Together, Go Big 日臺新創高峰會」，拓展日

¹⁴ 如：專業領域人士、代理商、產業聯盟、供應鏈夥伴等。

¹⁵ 如：政府或法人舉辦的參訪活動、工商聯誼團體、展會等。

本市場的商機，並鏈結創投與銀行等資金融通人脈。

另外，在吸收外部資源與形成學習機制方面，該公司與日本提供金融業數位轉型解決方案的資通訊服務商合作，建立「臺方提供 AI 資安防護軟體＋日本負責資安系統整合」之互補合作模式，由日商累積與分析各種駭客侵擾客戶之案件與因應成效等數據，回饋給奧義智慧科技進行 AI 演算模型與軟體系統開發之參考，形成互補性的學習機制。再者，該公司也在 2021 年加入日本電腦資安事件應變小組協會（Computer Security Incident Response Team, CSIRT），投入國際資訊安全事件應變與聯防工作，累積因應重大駭客案件之經驗，同時也建立更廣泛的資訊安全人脈。

二、台灣圖靈鏈公司

台灣圖靈鏈公司創立於 2020 年，是一家提供「區塊鏈應用服務」的公司，主要業務在於運用「區塊鏈」（Block chain）技術來發展「全球通用的數位身份驗證服務」，並將此服務科技模式推廣到各種生活與工作情境來使用，例如：學經歷證明、醫療紀錄證明、不動產合約書、碳權憑證等領域。該公司創辦人於美國進行區塊鏈相關證書技術商業化成功之後，返臺創立該公司，其創始成員由資安專家、區塊鏈研究者所組成，而成員除了來自國內，還有來自美國、新加坡，以及香港的外籍人士，可謂是一家「出生即全球化」的中小企業。

該公司所開發的數位身份驗證技術，目前已在 10 個國家及地區運營，被 400 個以上發證機構採用，發行了超過 12 萬張數位證書，其中包含了 40 個以上的政府單位、50 家以上的大專院校。該公司於創業年度即獲選新加坡 SLINGSHOT 前 500 大潛力新創企業，並取得我國國家科學與技術委員會之「創業傑出獎」，2022 年獲得 X-PITCH 全球 Banking 銀行金融分類冠軍、美國矽谷 Draper University 季軍，2023 年獲得「G Camp 國際創新創業訓練營國際鏈結獎」等。

（一）發揮國際創業家精神

該公司創辦人於高中畢業後即赴香港就讀大學，學習撰寫電腦程式。當時的香港仍是亞洲金融中心，接觸到許多歐美學生與創投人士，他也在此時期進行多次創業，雖然都以失敗告終，不過仍舊累積創業經驗。之後，他再赴美國大學讀研究所課程，開始摸索應用區塊鏈的新服務模式，同時也衍生創辦台灣圖靈鏈公司的構想。當時受到 COVID-19 疫情影響，他將研發初步成果帶回臺灣正式創立台灣圖靈鏈公司，在創業年度即獲得國科會補助，來精進開發中的區塊鏈應用服務相關科技。

基於曾在海外讀書與創業經驗，以及國內市場尚未有區塊鏈應用服務需求出現等因素，使得該創辦人在公司創立當時即往海外市場尋求商機，並發現後疫情時代先進國家對發行數位證書有相當大的潛在需求。也因此台灣圖靈鏈公司積極參加各種海外舉辦的創業競賽，透過得獎來提升公司知名度與科技成果的信賴程度，進而取得來自海外產官學研單位的合作案件。

（二）海外市場拓展目標與資源配置

台灣圖靈鏈公司分別於 2022 年、2023 年與 2024 年於海外設立美國控股公司、日本東京子公司與歐洲德國辦公室，於公司設立初期加速拓展歐、美、日先進國家市場。該公司拓展海外市場的重要個案，包括：美國大學等發行的數位畢業證書、鄧白氏調查報告書出版校正紀錄、世界衛生組織於 PMNCH 論壇（Partnership for Maternal, Newborn and Child Health）發行的數位參加證書、日本政府單位發行的活動參加數位證明書與資格檢定證明書，以及日本民間企業的碳排放量證明書（ESG¹⁶、SDGs¹⁷、碳盤查）等。創辦人指出，該公司將以臺灣為技術研發總部，歐、美、日等為主要營運市場，尋求已開發國家市場的關鍵人才（有創業經驗或自我挑戰精神的行銷營運人才）加入公司，推廣數位證書服務驗證，進而取得當地的

¹⁶ ESG 即環境保護、社會責任、公司治理，為 Environmental, Social and Governance 之簡稱。

¹⁷ SDGs 即永續發展目標，為 Sustainable Development Goals 之簡稱。

B2B¹⁸與 B2G¹⁹商機。

就該公司拓展海外市場的競爭優勢而言，數位認證已經蔚為全球數位轉型發展的重要趨勢，然而全球市場上仍然缺乏區塊鏈技術應用的成功案例，仍屬於藍海市場。因此，該公司積極在歐、美、日等主要國家市場累積成功應用案例，這些實績將有助於拓展更多的海外市場。創辦人也說明，公司組織內有許多透明且流動的學習環境，如海外據點營運人員發現到可以學習新知的國內外重要論壇或技術發表會，公司就會派遣有興趣的工程師偕同海外營運人員去學習並開發新業務，活動結束後回來再跟公司成員分享。

（三）建置跨境人脈網絡與學習機制

創辦人認為，以區塊鏈為核心技術所發展出的數位認證服務，並不是單純的軟體技術，而是一種具備社會基礎設施特質的數位信任網路，因而必須多方參與國際性的交流活動，連結海外市場的產官學研人脈，促進對此新興技術與應用服務的理解，才能達到普及應用的效果。

該公司以「弱連結」與「強連結」並重的策略思維，來建立海外市場當地人脈網絡。在「弱連結」人脈網絡方面，該公司主要參加國內外官方或民間單位舉辦的訪團、展會或新創企業發表會（Pitch）等，除了提升公司品牌知名度之外，更重要在於接觸海外當地有影響力的關鍵人士、有潛在合作機會的企業夥伴，以及有創業經驗的退休人士等，期待藉此衍生異業知識交流與數位認證服務的新商機。在「強連結」人脈網絡方面，則於海外市場聘用有創業經驗與市場行銷能力的人才，有效運用其創業時期所建立的人脈網絡拓展與當地企業的合作機會。

以日本市場為例，在「弱連結」方面，在該公司積極參加日本當地政府或團體舉辦的 DX 展覽會與技術發表會（Pitch 競賽），藉此建立與日本各界的人脈，例如：沖繩縣最大的 DX 展覽會「ResorTech EXPO 2023 in Okinawa」、神戶市舉辦

¹⁸ B2B（business-to-business）即企業間的交易。

¹⁹ B2G（business-to-government）即企業向政府提供商品或服務。

的「500 KOBE ACCELERATOR」等。在「強連結」方面，則於當地聘用有在地創業經驗或留學經驗的知日人才，擔任東京子公司主管，運用其人脈網絡拓展與日本企業的合作機會，例如：參與當地日本企業申請數位廳補助的數位科技驗證計畫等。該公司的日本當地主管也認為，期待藉由與日本產官學研在示範驗證活動上的合作，形成有助於「區塊鏈數位認證服務」發展的「異業共創」學習機制。

三、稜研科技公司

稜研科技公司創立於 2014 年，為 5G / B5G 毫米波通訊（5G / B5G millimeter wave）的軟硬整合解決方案企業，其經營願景是「透過毫米波科技（The technology of millimeter wave）為人類創造更美好的生活」，為新一代科技應用奠定良好的基礎建設，協助提升通訊及資料傳輸品質，讓電信服務業者能更快速，並完整落實網通電信設備的布建。

該公司毫米波產品應用市場分成 2 大類，一為 5G / B5G 領域，涵蓋網通電信設備、基地臺建置、低軌道衛星等用途；二為非通訊領域，包括太空探測、軍工、汽車雷達等用途。該公司以毫米波為核心技術，發展技術解決方案。該公司在 2018 年獲得「第 6 屆雲豹育成總冠軍」，2019 年獲得經濟部中小及新創企業署「第 18 屆新創事業獎」等。

（一）發揮國際創業家精神

該公司創辦人自大學畢業之後，進入臺灣學研機構研發毫米波接收機技術，在此期間曾赴海外研究，接觸許多美國研究者。離開學研機構在外商短期擔任研發人員後，再赴美國求學，開始投入研究通訊系統與晶片設計，累積 10 多年的技術研發經驗，進而創業。

在公司草創初期，創辦人仍然在美國就讀研究所，主要承接來自國內外的專業委託業務，同時也持續關注行動通訊頻譜標準新動向，以及發掘利基市場需求。在確定毫米波列入 5G 行動通訊的頻譜之後，該公司於 2018 年鎖定毫米波裝置及次世

代通訊系統為公司產品研發方向，並以能制定通訊標準的主要國家，作為海外市場拓展對象。

由於創辦人在求學階段即萌生創業構想，因此在技術知識上循序漸進累積完整的經歷，這也成為該公司成為研發技術型企業的背景。而創辦人於創業前曾在海外累積豐富通訊相關研究經驗、於創業初期積極掌握次世代通訊標準動向與利基市場，更成為稜研科技公司於創業初期即邁向海外市場發展的動力。

（二）海外市場拓展目標與資源配置

在確立產品研發範圍之後，該公司認為，行動通訊、衛星通訊、車用及國防產業等 4 個產業領域，應用毫米波裝置的潛在需求較大，因此將其作為產品研發的重點終端應用產業。

就市場拓展策略而言，該公司在創業初期即放眼全球市場，期待能夠將臺灣、中國大陸、亞洲、歐洲及美洲等 5 大市場的營業額占比均衡發展。其中，歐洲、美國與日本是左右全球行動通訊標準發展的重要市場，透過協助當地通信商與通信設備大廠，解決 5G 基地臺涵蓋範圍的缺口問題，以及滿足學研機構實驗室的需求，有助於精進該公司本身技術品質的發展，因此成為該公司在地連結技術深耕發展的重要市場。

以日本市場為例，其具有連結關鍵技術與穩定合作的功能。在關鍵技術連結上，日本產業在光學零組件精密加工技術，以及材料技術領域的水準相當高，因此與日本廠商就近交流溝通與合作，能夠強化公司產品的設計與生產品質。在穩定合作層面上，與日本廠商或客戶合作，需要一步一腳印逐步建立信賴關係，因此初期交易成本較高，不過一旦確立實績，則能夠與日本客戶廠商或日本供應鏈廠商，維持較為長期性的合作關係，確保穩定的市場訂單與零組件供應來源。

再者，就拓展海外市場的優勢而言，該公司在 5G / B5G 用途毫米波設備技術發展上，具有領先優勢，因此日本在次世代通訊技術應用服務領域上，對臺灣設計製造的產品應有龐大潛在需求。另外，該公司專注於毫米波通訊軟硬體的研發設計，

與後段的 B2B 行銷業務，而生產工作則交給臺灣引以為傲的電子專業代工廠商，因此該公司重視以模組化與客製化的研發設計能力，來滿足海外通訊系統廠商、中小企業與學研機構的多元需求。

（三）建置跨境人脈網絡與學習機制

該公司以「強連結」為主、「弱連結」為輔的策略思維，來接觸與形成海外市場當地人脈網絡。在「強連結」人脈網絡方面，主要透過公司投資者、有創投功能的創業加速器及代理商等有海外人脈的臺灣產業界夥伴，來拓展海外當地電信服務商、系統整合商、關鍵零組件廠商及學研機構的交易或合作關係。特別是透過熟識海外市場發展趨勢的創投夥伴的介紹，可以相對接觸到海外當地的關鍵人士，進而串聯重要的技術合作機會。

以美國市場為例，必須順應當地的文化習慣，尋找當地有業界經驗且有影響力的代理人或代理商，才能長期經營地區人脈，維持穩定交易關係。以日本市場為例，透過股東（電子大廠）在日本形成的交易關係，接觸日本通信服務與設備領域的領導企業，以彈性客製化方式爭取商機。

在「弱連結」方面，參加具有主題性或媒合對象目標明確、人數少且由政府高階人士帶領的海外訪團，較能夠聚焦訪問目的並接觸到海外當地的指標廠商，促成合作商機。另外，在拓展商機的過程當中，該公司也與海外學研機構與關鍵零組件廠商進行技術交流，吸收外部技術知識，並回饋到臺灣總部，與研發中心形成共創學習機制，例如：與日本國立大學合作，希望透過「產業出題、大學解題」方式推動產學合作，探索 B5G 領域毫米波設備的前瞻應用方向及關鍵基礎技術；也與日本當地專業廠商合作，取得高射頻無線系統相關技術的整合機會等。

四、凱鈿行動科技公司

凱鈿行動科技公司創立於 2009 年，是一家國際化軟體服務商（Software as a Service, SaaS）。該公司創立初期即致力以軟體服務解決方案，促進企業從業人員行動工作的可能發展，協助全球企業客戶不受空間與時間的限制，建立自由且有效率的工作步調。該公司提供的行動工作軟體與服務，包括：數位文件管理、電子簽署、內容創作及納入 AI 的整合服務等。就電子簽署領域而言，該公司推出的「點點簽電子簽名服務」（DottedSign），能夠連結各種行動數位平臺或裝置，無縫接軌線上簽署工作，讓企業的從業人員，無論身在何處或使用任何電腦裝置，都能即時建立、指派、傳送與追蹤簽署任務，協助企業優化組織內外的工作流程，加速數位轉型發展。

該公司在 2018 年入選國外知名科技雜誌 *The Silicon Review* 「全球 10 大軟體公司」，2019 年則獲得「經濟部第 5 屆潛力中堅企業獎」，2023 年更榮登 *Financial Times* 亞太地區高成長企業 500 強等。該公司於 2016 年至 2024 年期間，完成來自國內外創投基金與大企業的募資，成為近年備受關注的臺灣軟體服務新創企業。

（一）發揮國際創業家精神

公司創辦人在大學與研究所期間就讀資訊工程系所，累積專業程式撰寫能力，畢業後到國內重要科研機構服役，退伍後在該機構上班。在就學期間，他經常閱讀國際期刊論文，以了解海外市場應用軟體程式的新動向，同時也參與海外社群網絡，與海外專家線上討論自己創作的程式碼修改方向。在科研機構期間，他參與國際科研合作計畫，接觸來自美國、以色列與歐洲的軟硬體公司人員，並代表該機構參與軟體領域的國際標準制訂會議。之後也參與了數位家庭相關計畫，接觸到蘋果公司剛推出的「iPhone」，因而開始接觸其「行動應用程式」（Mobile App），發現透過 App Store 可直接銷售自己開發的 App。當時，App Store 在國內尚未被廣泛了解，因此他自行研究如何申請上架 App，並撰寫第 1 個「PDF 閱讀器」App，且

上架到 **App Store** 銷售。此一契機也促使他創立凱鈺行動科技公司。再者，當時的 **App Store** 僅針對少數主要國家開放，也使該公司在創業初期必須從拓展海外市場開始成長。

由此可知，在創業前階段，該公司創辦人積極參與海外網路社群與國際科研合作計畫，從程式撰寫、標準制訂與商業模式等層面與海外專家交流的經驗，加上勇於嘗試來自海外的新興科技應用模式，都成為他擴展國際觀與理解海外市場需求的重要基礎。

（二）海外市場拓展目標與資源配置

基於該公司創辦人開發 **App** 上架 **App Store** 的成功經驗，因此該公司創業最初幾年是以 **B2C** 為主的 **App** 軟體開發與銷售作為主要業務。然而，由於 **App** 開發創作的普及，能夠從 **B2C** 市場獲得利潤的機會越來越嚴苛，因此該公司從 2014 年開始摸索開發訂閱制或提供「軟體套件」（**Software Development Kit**，簡稱 **SDK**）與「應用程式介面」（**Application Programming Interface**，簡稱 **API**）的 **B2B** 市場，轉向以全球企業客戶為主的商業模式。也因此，該公司加速在全球主要市場設立據點，包括美國、日本、韓國與新加坡等。

創辦人指出，每一個海外市場對公司成長有著不同的定位與功能。就 **B2C** 市場而言，該公司創立初期主要鎖定 **App** 已廣被下載使用的歐美市場，而隨著亞洲主要國家使用下載 **App** 的用戶逐漸普及，也開始將銷售範圍延伸到亞洲市場。在歐美市場，下載 **App** 用戶較注重部分功能的完善與使用介面的友善，而亞洲市場用戶則注重功能的多樣性。因此，在軟體開發設計上，需要不斷調適以滿足不同市場需求，才能在海外當地建立品牌口碑。

在 **B2B** 市場上，該公司主要提供 **SDK** 或 **API** 的客製化解決方案，除了美國之外，更鎖定在日本、韓國與新加坡等亞洲主要國家，設立據點或與代理商合作，在當地招募具備軟體設計能力的技術服務人員或從臺灣派遣工程師，以提供當地企業用戶較完善的售後服務，並將客戶使用意見即時回饋給臺灣總部。

以日本市場為例，基於疫情後電子簽署服務接受度高與個資法規較為嚴謹等，有利於推動電子簽署服務發展，因而凱鈿行動科技公司於 2023 年 3 月設立東京子公司。日本子公司將成立在地工程師團隊，與日本當地代理商或 IT 相關系統整合商合作（從雲端系統提供 API 或 SDK），拓展日本中小企業需求，擴大「點點簽電子簽名服務」在日本市場的占有率。

在組織內部學習機制方面，臺灣總部召開線上分享會議，使用整合 AI 功能的通訊軟體，促進海外各據點的業務或工程師分享市場拓展或技術服務經驗，形成「經驗知識」優化軟體與商業模式的學習環境。

（三）建置跨境人脈網絡與學習機制

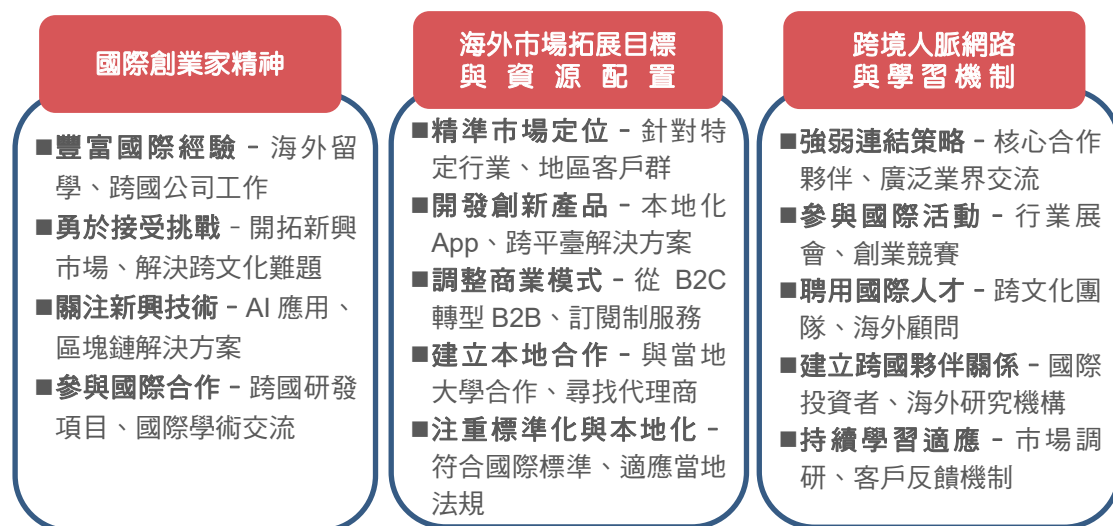
由於該公司的 App 用戶涵蓋一般消費者與企業客戶，因此以「弱連結」與「強連結」並重或相互串連的策略途徑，來建立海外市場當地人脈網絡。就「弱連結」人脈網絡的形成而言，該公司透過網路影片宣傳、社群口碑，以及參加各種官方或民間舉辦的訪團與研討會活動等多元管道，儘可能提升公司產品能見度，並形塑企業品牌。在「強連結」人脈網絡方面，透過公司的投資者引薦到海外知名企業，如果合作成功，其開發的軟體就能嵌入到其資通訊系統當中，收取技術授權費用。

另外，在「弱連結」與「強連結」相互串聯方面，該公司積極尋找有海外經歷的專業人才擔任海外據點營運主管，透過其人脈加入海外公協會，以接觸軟體產業界的關鍵人士，串聯進入當地軟體需求企業的供應鏈體系，而衍生新商機。以日本市場為例，該公司近年聘用具有留日與在日商工作經驗的知日人士，擔任日本子公司主管，透過其人脈加入一般社團法人軟體協會（Software Association of Japan, SAJ），尋求與具有系統整合能力的代理商或資通訊服務商建立合作關係，共同開發符合各種企業客戶需求的電子簽署服務解決方案。

五、主要發現

基於以上個案研析內容，可初探新興科技領域的中小企業，其拓展海外市場的成長策略之特徵，如圖 6-3-1 所示。而從個案內容，也可歸納出幾項主要發現，分述如下：

圖 6-3-1 近期我國中小企業拓展海外市場的成長策略特徵



資料來源：本研究整理。

（一）中小企業經營者多具備國際視野與技術累積經驗

中小企業經營者多具備海外學習或工作經驗，並在國際市場中累積技術與商業模式的知識。從個案中可發現，有的經營者在國外經歷多年技術研發，進而將這些經驗，運用於創業初期的國際化行動；而有的經營者則透過掌握全球通訊標準與技術動向，瞄準 5G / B5G 毫米波通訊的應用市場，利用技術積累拓展海外市場。

（二）中小企業經營者積極參與國際市場競賽與社群

中小企業經營者積極參與國際創業競賽或發表會，以提升品牌知名度，並獲得海外合作機會。從個案中可發現，有的經營者透過參加海外創業競賽，推動數位身份驗證服務進入全球市場；而有的經營者則透過海外網路社群與技術論壇交流，了解新技術與商業模式，進而開發出行動應用程式。

（三）針對不同國家市場需求進行產品研發與服務優化

從個案中可發現，根據不同國家的市場需求、法規及行業標準，有目的地進行產品設計與技術優化，是中小企業成功進入海外市場的重要因素。這些中小企業會透過與當地企業、政府機構的合作，根據當地需求進行產品和服務的在地化優化，並結合當地資源提升技術。另外，其也會利用跨境合作與國際交流，吸收新知識與技術，並將經驗回饋至公司內部進行服務與產品的持續改進。

（四）建立有效的跨境人脈網絡

中小企業常透過「強連結」與「弱連結」並重的策略，利用展會、訪團及活用在地專家顧問等形式，建立當地的人脈網絡。從個案可發現，中小企業多透過與當地企業及學研機構的合作建立常態性學習機制，持續優化技術與服務，並透過聘用當地人才來深化國際合作，進一步開發各種衍生商機。

第 4 節 鏈結國際成長策略

面對國內外政經環境變化與科技創新的挑戰，過去以接單生產、建立成本競爭優勢為著眼點的中小企業拓展海外市場模式，再度來到轉變的關鍵時期。能夠呼應美、日等先進國家市場前瞻需求，並投入新興科技發展，且在公司營運早期前進海外市場的新興科技領域中小企業，其成長動向備受各界關注。

著重於新興科技領域發展的中小企業，如能在產品開發階段即連結海外市場需求，透過實地驗證來發展涵蓋需求更廣的科技解決方案，將能創造新的顧客價值，並改變以單純接單出口為主的海外市場拓展模式，邁向高成長階段。

中小企業如能於創業初期即行規劃具備「拓展海外市場」特質的「成長策略」，強化接觸海外市場商機的能力，並掌握科技的國際合作與學習機會，有助於引領臺灣經濟與全球市場的前瞻需求接軌，展現新成長契機。本節綜整上述新興科技領域國際化動向觀測，以及新興科技領域國際化標竿個案等分析，提出策略建言

與指引方向，做為我國中小企業國際化參考。中小企業鏈結海外市場邁向成長，應考量以下 7 項策略方向：

一、掌握全球市場的前瞻需求，布局海外投資策略

伴隨國際地緣政治風險升溫、美中經貿與科技角力加劇、中國大陸在地供應鏈逐步崛起等國外政經環境因素，全球產業生產布局策略，從「集中化」或「長鏈」，轉向「分散化」或「短鏈」發展，這也逐步形成歐美主要國家，吸引高階製造回流與高科技產業投資的風潮。諸如日本、韓國、新加坡與泰國等亞洲市場，為因應超高齡社會，所衍生的勞動力不足與高齡照護等問題，也積極推動有助於解決社會問題的新興科技領域企業發展，進而形成各種問題解決型科技的驗證場域。

對此，長年以來我國中小企業直接出口市場地區，雖以中國大陸市場為主，未來應審時度勢，從中國大陸、延伸到新南向市場，以及美、歐、日市場，掌握前瞻性需求與布局未來研發投資策略，進而提升出口產品的附加價值。

二、累積經驗養成創業能量，加速邁向國際市場

由於新興科技領域中小企業經營者在連結海外市場的成長過程當中，多會經歷幾次失敗經驗，才能真正享受拓展市場的成功果實；事實上，這些失敗與摸索的經驗皆可視為一種學習過程，有助於引導中小企業從萌芽階段邁向更為穩定的成長方向。因此，中小企業經營者應累積海外交流與參與接觸海外市場經驗，提升「從失敗經驗中調整成長策略」的能力；這是讓富有技術創新思維的中小企業經營者，持續洞察國際市場需求動向與挑戰困難目標等「國際創業家精神」的重要動力。

處於萌芽階段的中小企業，應多方運用政府提供的「優化早期投資知能共享創新應用平台」、「中小及新創企業政策性專案貸款」、「青年創業及啟動金貸款信用保證」等財務融通服務，以及進駐「國際創業聚落」等，降低接觸海外市場與創業過程中可能產生的「從失敗累積經驗的投入成本」，有助於加速中小企業於創業初期即穩定邁向全球化發展。

三、借助業師降低摸索風險，有效縮短學習曲線

有意前進海外市場的新興科技領域中小企業，因為缺乏海外市場營運經驗，也無法投入較多資金聘請專業管顧公司協助規劃公司海外發展策略，因此需要較長時間不斷地嘗試錯誤，才能逐步找出應鎖定的海外市場目標及本身產品在海外市場的定位。如果摸索期間過長，也可能讓中小企業在萌芽發展階段遭受到重大挫折與損失。

對此，這些中小企業經營者應積極參與相關單位開設的教育訓練課程，了解成功與失敗的標竿案例，並透過現場交流，與有海外經營經驗的企業人士建立亦師亦友的創新創業交流圈，以縮短「摸索海外市場營運與組織成長策略」的學習曲線。

四、洞悉國際科技發展趨勢，確立海外拓展方向

新興科技領域的中小企業，基於經營團隊在特定領域的技術深耕背景，在組織成長初期能夠掌握較多的全球科技發展動向，但在同時要前進海外市場之際，卻較欠缺海外市場對該項科技的應用資訊，無法研擬完整的海外市場拓展計畫。政府相關單位、法人團體與公協會等，長期提供參展補助與諮詢輔導，並舉辦訪團交流活動，期能帶領國內中小企業拓展海外市場商機。

對此，尚未作好完整海外市場拓展計畫規劃的中小企業，在參與相關單位舉辦交流活動的過程當中，應主動研習主辦單位彙整的海外新興科技最新發展趨勢、科技應用動向及市場需求動態資訊，才能明確摸索出海外市場需求與技術合作方向，研擬更為完整且結合科技創新元素的海外市場拓展計畫。

五、廣納海外行銷溝通人才，積極邁向成長目標

新興科技領域的中小企業，其拓展海外市場過程中，必須面對海外市場營運與溝通人才不足的挑戰。由於在組織成長初期即投入新興科技領域發展的中小企業，其從業人員多以研發工程師為主，欠缺能夠協助海外市場據點營運的行銷與溝通人

才，使得技術研發出身的公司經營者，必須兼顧海外市場的營運與行政事務，可能衍生經營決策遲延與技術研發進度落後的問題。

對此，中小企業應建立具開放性創新特質的跨國工作環境，賦予海外人才規劃與執行海外市場行銷策略的權責，才能吸納熟知海外市場且擁有豐富經驗的行銷營運與溝通人才，順利達成前進海外市場後的成長目標。

六、串聯跨國交流平臺人脈，建立專業領域網絡

專注於新興科技領域的新創和中小企業，必須進入或形成跨國人脈網絡，營造與外部單位之間的學習機制，有效運用與吸收外部資源，才能成功邁出海外市場的第一步。從近期中小企業拓展海外市場的個案可了解，區分與串連「弱連結」與「強連結」特徵的人脈網絡，有助於中小企業策略性的吸收不同領域的外部資源，建立「異業交流激發創新」與「專業知識深化」的學習機制。政府相關單位、法人團體與公協會等舉辦海外訪團、國際研討會等跨國交流活動，可協助中小企業運用「弱連結」人脈網絡，接觸多元產業或領域人士，形成異業交流與激發創新點子的學習環境。

未來，中小企業應積極參與活動，並運用所接觸的海外人脈網絡，建立與海外市場關鍵人物的信賴關係，進而深入海外市場專業領域人脈網絡，將有助於將創新點子轉化為研發合作模式，衍生吸收外部資源的共創價值。

七、強化在地合作連結，因地制宜調整策略

中小企業欲將本身發展中的新興科技推展到海外市場，首要之務在於實地理解當地市場客戶，對於各種新興科技的接受度、社會文化發展上的問題點，以及解決當地社會問題的科技需求，才能據此動態調整市場與組織營運策略。再加上，中小企業資源上的固有限制，快速有效地進入海外市場，並建立可靠的人脈網絡，變得尤為關鍵。從近期新興科技領域中小企業拓展海外市場的個案可了解，加入符合本身科技發展需求的當地公協會或專業團體，透過積極參與知識交流活動來累積專業

領域的人脈網絡，同時深化與當地關鍵人士之間的友誼與信賴關係，是可行的策略途徑。

未來，中小企業應主動參加由政府與法人單位主辦的國際合作網絡活動，透過專業經理人的媒合與諮詢，參與海外當地公協會或專業團體的交流活動，形成科技共創的強連結人脈，掌握當地市場需求變化脈絡，從而因地制宜調整市場行銷策略。



政策措施篇

第 7 章 完善財務發展與促進投資

第 8 章 促進升級轉型與提升研發能量

第 9 章 建構創新創業及育成加速機制

第 10 章 深耕城鄉產業及掌握市場商機

第 11 章 中小企業其他相關支援

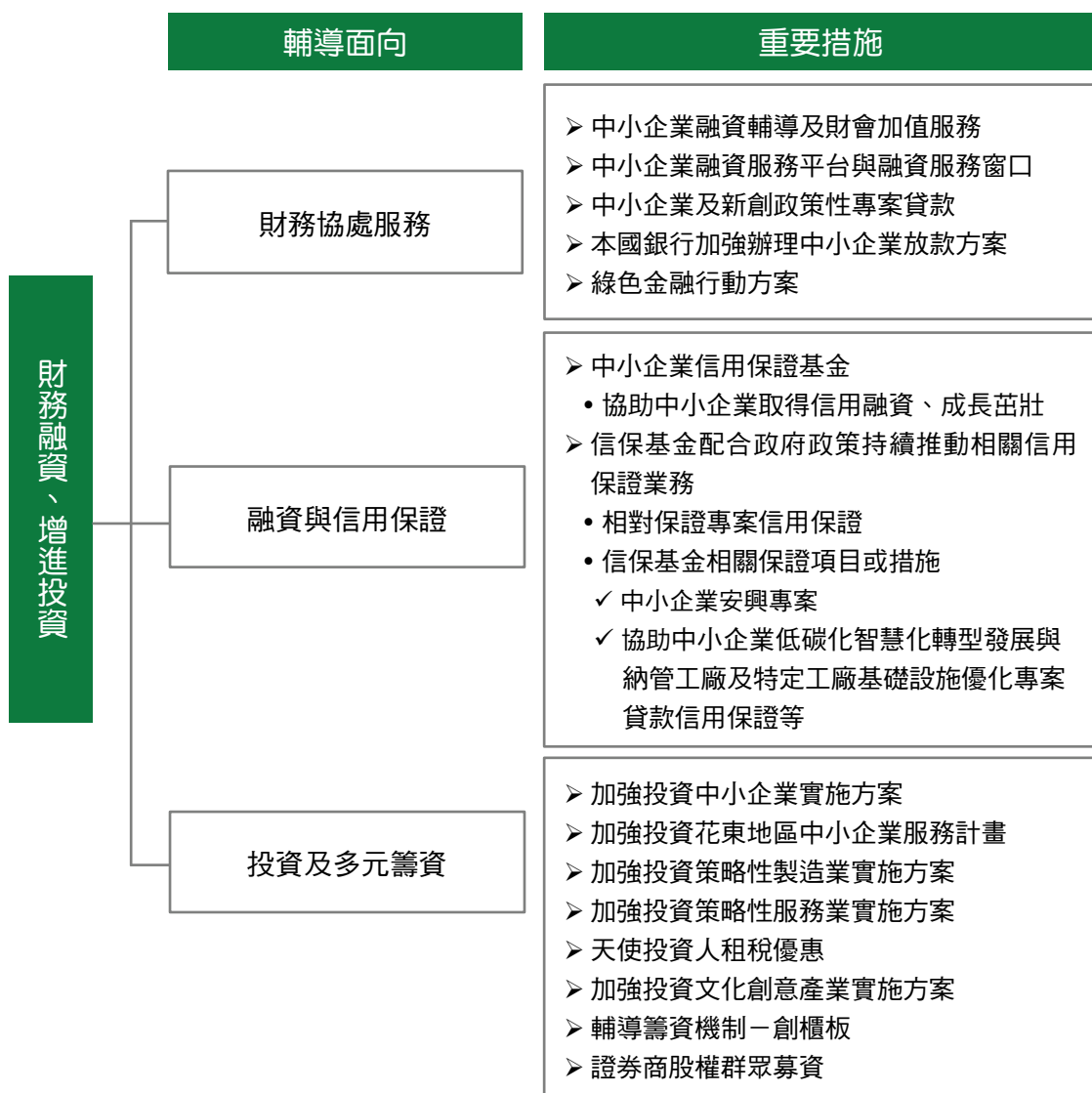
為提供中小企業經營需求，經濟部依據〈中小企業發展條例〉第 12 條暨〈中小企業輔導體系建立及輔導辦法〉第 2 條規定，特設立「中小企業輔導體系」，輔導內容涵蓋中小企業發展各領域。本篇歸納政府單位每年執行相關中小企業政策與措施，蒐集及呈列其具體措施與執行成果，提供各界瞭解政府多元輔導資源。

因應國際趨勢及中小企業面臨之問題與需求，政府提出各項精進輔導作法，協助中小企業提升整體競爭力。**2024** 年重點措施包括因應淨零碳排趨勢，協助中小企業低碳永續經營，推動相關提升綠色競爭力措施；協助中小企業掌握商機，執行多項中小企業加速數位轉型及提升數位應用能力措施；強化創業育成與產業創新發展，建置「林口新創園」與「亞灣新創園」，成為國際級創業聚落等。

第 7 章 完善財務發展與促進投資

為協助中小企業有效因應內外環境變化，使其穩健經營，政府積極落實財務融通輔導相關支援措施，提供中小企業完善的財務融通支援。圖 7-0-1 為現階段中小企業財務融通措施架構。

圖 7-0-1 中小企業財務融通措施架構



資料來源：本書整理。

第 1 節 財務協處服務

一、中小企業融資輔導及財會加值服務

（一）融資輔導單一服務窗口－馬上辦服務中心

為加強協助中小企業解決經營問題，經濟部中小及新創企業署自 1996 年起設立「馬上辦服務中心」，2024 年受理免付費「0800-056-476」專線諮詢服務，透過聯繫相關輔導體系、協調與服務機制，及時、有效地協助中小企業解決營運問題，特別是與銀行融資及債權債務協處相關的諮詢與協助。2023 年成果：專線諮詢服務工作 4 萬 419 案次，另視需求轉介輔導 415 件，並加入馬上辦服務中心網站智能客服系統，24 小時全年無休線上諮詢服務，以擴大服務層面。

「馬上辦服務中心」：<https://0800056476.sme.gov.tw/>

（二）中小企業營運與融資協處計畫

為強化中小企業財務結構、健全經營體質，經濟部中小及新創企業署於 2018 年持續執行「中小企業營運與融資協處計畫」，2024 年推動策略包括：1.透過諮詢窗口「馬上辦服務中心」一站式服務，連結經濟部各輔導團隊、各縣市中小企業服務中心、經濟部中小及新創企業署中區及南區服務處，共同陪伴中小企業處理各項經營問題；2.專業諮詢服務及深化診斷輔導。2023 年協助 27 家企業成功取得銀行融資新臺幣（以下同）2.6 億元，以及 161 家企業協商成功展延金額 190.8 億元。

「馬上辦服務中心」：<https://0800056476.sme.gov.tw/>

（三）優化早期投資知能共享創新應用平台計畫

為消弭創業者與投資人間之早期資金知能落差、促進創新創業籌資，經濟部中小及新創企業署於 2024 年持續辦理「優化早期投資知能共享創新應用平台計畫」，藉由營運「FINDIT 臺灣新創資訊平台」、辦理募資媒合會，以及提供實用與精準導向之早期資金、新創募資知能與資源等相關資訊，協助新創企業提升募資整備度及

獲投機會。截至 2023 年 12 月止，FINDIT 平台已累計有 7,478 家新創企業、824 家投資人資料；2023 年並透過辦理 3 場媒合會，共促成 15 家新創企業獲得投資。

「FINDIT 臺灣新創資訊平台」：<https://findit.org.tw/>

（四）強化中小企業財務能力計畫

為協助中小企業於各項經營攸關之財務能力扎根，並增進財務韌性，經濟部中小及新創企業署自 2021 年起推動「強化中小企業財務能力計畫」，2024 年藉由「財會知能培育」、「財會數位能力提升」及「融資實務能力強化」3 大策略，協助中小企業完善財會制度、優化經營體質。2023 年提供財會諮詢服務 1,875 家次、診斷輔導 184 家，以及財會知能課程與活動共 29 場次。

「馬上辦服務中心－中小企業財會專區」：<https://accounting.sme.gov.tw/>

（五）中小企業智慧化籌資計畫

為順應金融科技及線上融資發展趨勢，以暢通新興籌資管道，經濟部中小及新創企業署 2023 年起推動「中小企業智慧化籌資計畫」，2024 年持續推展籌資工具平臺加值應用，增進金融生態系內夥伴共享信用數據資料，擴大金融數據共享效益；並善用創新金融應用推動供應鏈融資，研議區塊鏈技術在供應鏈金融業務推動機會，進而加速帶動中小企業供應鏈資金媒合。2023 年提供 39 家企業徵信驗證報告，衍生投融资機會金額達 4,184 萬元。

「籌資工具 SMEs」：<https://0800056476.sme.gov.tw/smes/>

二、中小企業融資服務平台與融資服務窗口

經濟部中小及新創企業署自 2009 年起設立「中小企業融資服務平台」，會員機構適用對象除原有金融機構外，近年來亦擴展平臺服務範圍，加入租賃業者之適用，擴大中小企業取得融資機會。藉由介接相關政府機關取得中小企業資訊，銀行及租賃業者得利用本平台查詢該公司之經營資訊，明確掌握中小企業的營運狀況及資金需求，協助中小企業順利取得融資。另外，於銀行端建立「中小企業融資服務

窗口」（詳見附錄 4）。

相關網址：https://member.jcic.org.tw/main_member/docDetail.aspx?uid=308&pid=227&docid=148

三、中小及新創企業政策性專案貸款

政府自 1994 年起推動中小企業政策性專案貸款，透過具有特定使用目的及提供利息優惠或信用保證的各項專案貸款，以資金搭配或運用金融機構資金方式，協助創業青年或中小企業，取得營運所需週轉金或資本性支出。依現行（2024 年）常用的中小及新創企業政策性專案貸款屬性包括有：新創、創新、海外拓展、業別樣態、永續發展、災害協處及其他等（詳見附錄 5）。

四、本國銀行加強辦理中小企業放款方案

為鼓勵銀行與中小企業建立長期夥伴關係，營造有利中小企業融資環境，金融監督管理委員會（以下簡稱金管會）自 2005 年起實施「本國銀行加強辦理中小企業放款方案」，並於 2024 年持續實施第 19 期方案，擬訂中小企業放款餘額之預期成長目標為 4,200 億元，以維持放款穩定成長之目標。2023 年底本國銀行對中小企業放款總餘額較 2022 年底增加 4,831 億元。

五、綠色金融行動方案

為引導金融業及企業重視氣候變遷及永續發展，金管會於 2022 年推出「綠色金融行動方案 3.0」，2024 年持續以佈局、資金、資料、培力及生態系等 5 大面向推動。2023 年重點成果：（一）完成 168 家個體公司之碳盤查、研議精進〈永續經濟活動認定參考指引〉，鼓勵投融資綠能產業及永續發展領域；（二）建置企業 ESG 資料平台、ESG InfoHub、氣候實體風險資訊整合平台及永續金融網站；（三）規劃永續金融證照、辦理第 1 屆永續金融評鑑、推動先行者聯盟及淨零工作平台等。

相關網址：<https://www.fsc.gov.tw/ch/home.jsp?id=616&parentpath=0.2>

第 2 節 融資與信用保證

一、中小企業信用保證基金

政府為加強協助中小企業獲得金融機構之資金融通，於 1974 年成立財團法人中小企業信用保證基金（簡稱信保基金），提供直接及間接信用保證，與各金融機構充分合作，共同推動中小企業融資輔導業務，以協助中小企業獲得金融機構之融資，進而強化中小企業之健全發展，促進我國經濟成長與社會安定。2024 年信保基金迎來了成立 50 週年的重要里程碑，迄 2023 年底幫助近 72 萬家企業運用信用保證，取得近 26 兆元的融資金額，且上市、上櫃和興櫃的企業近半數都曾運用信保基金的資源，一路上協助中小企業創業、創新、茁壯與轉型，進而成為最堅強的夥伴。

信保基金主要 3 項功能：（一）排除中小企業申請融資時擔保品欠缺之障礙；（二）提高金融機構辦理中小企業融資意願；（三）配合有關輔導機構擴大輔導效果。其設立與運作機制，主要係由政府定期編列預算及簽約金融機構配合挹注資金充實其保證能量，並採行與金融機構分攤融資損失之部分保證方式，使其得以持續提供信用保證，協助具發展潛力但擔保能力不足之中小企業，自金融機構取得所需融資。申請信用保證管道包括金融機構、信保基金，以及合作單位之專責受理窗口等 3 種，企業得視其需要選擇辦理。

「財團法人中小企業信用保證基金」：<https://www.smeg.org.tw/>

二、信保基金信用保證成效

（一）協助中小企業取得信用融資

截至 2023 年 12 月底，信保基金運用政府及簽約金融機構挹注資金，以提供信用保證服務，累計承保逾 861 萬件，協助中小企業自金融機構取得融資總金額 24 兆 2,529 億元，保證總金額 18 兆 3,109 億元。近年承保情形如表 7-2-1：

表 7-2-1 2019 年至 2023 年信保基金承保情形－中小企業基金

單位：戶；件；新臺幣百萬元

年 別	項 目 提供保證 服務戶數	承保件數	保證金額	融資金額	年底保證 餘 額	年底融資 餘 額
2019	118,767	347,904	1,023,956	1,305,446	628,137	809,446
2020	131,536	306,499	910,570	1,149,962	591,007	751,027
2021	170,887	315,180	926,536	1,161,326	602,287	753,712
2022	186,953	288,273	1,003,846	1,261,769	650,521	809,425
2023	212,288	328,935	1,289,811	1,611,244	933,297	1,152,635

附 註：提供保證服務戶數係指年度內曾有任何帳務紀錄，或有保證餘額，或先行交付備償款項餘額之戶數。

資料來源：財團法人中小企業信用保證基金，2024 年。

倘加計信保基金運用各項保證專款提供之信用保證，截至 2023 年 12 月底，累計承保逾 1,074 萬件，協助保證戶自金融機構取得融資總金額 25 兆 7,175 億元，保證總金額 19 兆 5,518 億元。近年承保情形如表 7-2-2：

表 7-2-2 2019 年至 2023 年信保基金承保情形－全體案件

單位：戶；件；新臺幣百萬元

年 別	項 目 提供保證 服務戶數	承保件數	保證金額	融資金額	年底保證 餘 額	年底融資 餘 額
2019	130,742	352,814	1,029,377	1,311,731	639,903	822,740
2020	1,188,784	1,457,182	1,405,787	1,711,438	1,086,682	1,312,862
2021	1,926,766	1,140,632	1,296,420	1,584,632	1,370,509	1,627,279
2022	1,869,510	324,206	1,123,198	1,407,508	1,354,176	1,615,296
2023	1,788,610	355,246	1,375,334	1,715,969	1,356,563	1,648,131

附 註：提供保證服務戶數係指年度內曾有任何帳務紀錄，或有保證餘額，或先行交付備償款項餘額之戶數；2020 年至 2022 年含勞工紓困貸款案件。

資料來源：財團法人中小企業信用保證基金，2024 年。

（二）協助中小企業成長茁壯

曾透過信保機制取得金融機構融資之中小企業，穩健經營，逐步擴充，截至 2023 年，經輔導已成長茁壯超過中小企業認定標準者共計 2,555 家；股票已上市、上櫃及興櫃企業，在其屬中小企業階段曾經運用信保基金保證資源者，合計 1,076 家（表 7-2-3）。歷年「國家磐石獎」、「小巨人獎」、「中小企業創新研究獎」及「新創事業獎」等得獎企業中，相當大比例為透過信保基金保證協助取得金融機構融資之企業。

表 7-2-3 截至 2023 年上市、上櫃及興櫃企業在屬中小企業階段曾運用信保家數

類 別	上市、上櫃及興櫃 企業總家數 (A)	曾經運用信保基金保證 企 業 家 數 (B)	保證企業所占比率 (B/A) (%)
上 市	1,007	372	36.94
上 櫃	816	493	60.42
興 櫃	330	211	63.94
合 計	2,153	1,076	49.98

資料來源：財團法人中小企業信用保證基金，2024 年。

三、信保基金配合政府政策持續推動相關信用保證業務

(一) 相對保證專案信用保證

信保基金於 2006 年起推動「相對保證專案」業務：1.與中央及地方政府機關合作，由各級政府提撥專款與信保基金提供相對資金，合作提供信用保證，結合政府輔導政策與信用保證資源，共同協助中小（微型）企業或個人自金融機構取得創業或營運所需資金，擴大並深化融資輔導效用；2.與龍頭企業合作，捐助成立專款，信保基金並提供等額之相對資金支援辦理，提供上、中、下游企業、協力廠、經銷商或經捐款企業認定具發展潛力等中小企業信用保證。專案一覽表如表 7-2-4。

表 7-2-4 信保基金相對保證專案一覽表

合作對象		信用保證項目	適用對象
中央 機關	勞動部	微型創業鳳凰貸款	女性、中高齡者及設籍離島居民等創業者
		就業保險失業者創業貸款	創業之就業保險失業者
		失業中高齡者及高齡者創業貸款	創業之失業中高齡者及高齡者
	教育部	中小型運動產業貸款	運動產業之中小企業
	國家發展委員會	離島永續發展優惠貸款	符合「促進離島永續發展方針」或「離島綜合建設實施方案」等規定之中小企業
	環境部	應回收廢棄物回收處理業專案貸款	符合中小企業認定標準之中小企業，且依〈應回收廢棄物回收清除處理補貼申請審核管理辦法〉取得補貼資格之處理業
		土壤及地下水污染改善貸款	符合中小企業認定標準之中小企業，且依〈土壤及地下水污染整治法〉所定之污染土地關係人
	交通部觀光署	受災旅宿業融資	遭受天然災害之觀光旅館業、旅館業及民宿業者
	原住民族委員會	原住民族企業貸款	依〈原住民族工作權保障法施行細則〉取得原住民族機構、法人或團體證明之中小企業
	文化內容策進院	加強文化創意產業升級轉型貸款	從事〈文化創意產業發展法〉第3條第1項特定款次之文化創意產業，或文化內容策進院實際輔導之業種

合作對象		信用保證項目	適用對象
地方政府	基隆市政府	基隆市中小企業圓夢貸款	基隆市之公司、商號、小規模商業
	宜蘭縣政府	宜蘭縣青年創業貸款	宜蘭縣之創業青年
	臺北市府	臺北市中小企業融資貸款	臺北市之公司、商號、小規模商業
		臺北市青年創業融資貸款	臺北市之創業青年
	新北市政府	新北市中小企業融資貸款	新北市之公司、商號
		新北市創新創業融資貸款	新北市之公司、商號、創業青年
		新北市原住民創業及所營事業融資貸款	新北市原住民創業民眾及所營事業
	桃園市政府	桃園市青年創業及中小企業融資貸款	桃園市之創業青年、公司、商號、小規模商業
	新竹市政府	新竹市中小企業及個人便利貸款	新竹市之公司、商號、小規模商業及裝置太陽能光電設備之個人
	新竹縣政府	新竹縣圓夢貸款	新竹縣之公司、商號、小規模商業
	臺中市政府	臺中市青年創業及中小企業貸款	臺中市之創業青年、公司、商號、小規模商業
		彰化縣幸福圓夢貸款	彰化縣之公司、商號、小規模商業
	彰化縣政府	彰化縣輔導特定工廠登記貸款	彰化縣依工廠管理輔導法申辦特定工廠登記之公司、商號、小規模商業
		南投縣青年創業貸款及中小企業融資一般貸款	南投縣之創業青年、公司、商號、小規模商業及南投縣政府核准設立之機構(民宿、幼兒園等)
	嘉義市政府	嘉義市青年創業及中小企業貸款	嘉義市之創業青年、公司、商號、小規模商業
	嘉義縣政府	嘉義縣青年創業及中小企業貸款	嘉義縣之創業青年、公司、商號、小規模商業
	臺南市政府	臺南市青年創業及中小企業貸款	臺南市之創業青年、公司、商號、小規模商業
	高雄市政府	高雄市中小企業商業貸款及策略性貸款	高雄市之公司、商號、小規模商業、合法攤(鋪)位使用人及裝置太陽能光電設備之個人
		高雄市青年創業貸款	高雄市之創業青年、公司、商號、小規模商業
	屏東縣政府	屏東縣中小企業貸款	屏東縣之公司、商號
	澎湖縣政府	澎湖縣青年創業及中小企業貸款	澎湖縣之創業青年、小規模商業、中小企業
企業	花蓮縣政府	花蓮縣青年安心創業及中小企業貸款	花蓮縣之創業青年、公司、商號、小規模商業
	臺東縣政府	臺東縣繁榮家園貸款	臺東縣之公司、商號、小規模商業
	金門縣政府	金門縣中小企業及青年創業信用保證融資貸款	金門縣之創業青年、公司、商號、小規模商業
	連江縣政府	連江縣創業融資貸款	連江縣之創業青年
	中國鋼鐵(股)	企業相對保證專案	捐款企業推薦之上、中、下游廠商、協力廠商、經銷商、加盟企業或經捐款企業認定具發展潛力等中小企業
	中華電信(股)		
	麗寶建設(股)		

資料來源：財團法人中小企業信用保證基金，2024 年。

截至 2023 年底本專案辦理成效：1.與中央機關合作－承保 2 萬 620 件，協助取得融資金額 252.71 億元；2.與地方政府合作－承保 1 萬 911 件，協助企業取得融資金額 81.35 億元；3.與企業合作－承保 4 萬 8,654 件，協助企業取得融資金額 396.63 億元。相關網址：<https://www.smeg.org.tw/basic/?node=10249>

（二）信保基金相關保證項目或措施

因應經濟環境的不斷變化和科技的迅速發展，中小企業所面臨的機遇與挑戰，信保基金持續提供多元的保證項目或措施，如下所述。（附錄 5）

1. 企業小頭家貸款信用保證

為協助小規模事業以簡易且便利之融資方式，向金融機構取得小額營運週轉金，經濟部中小及新創企業署自 2012 年起辦理「企業小頭家貸款」，貸款利率由金融機構自行訂定，但移送信保基金保證案件，依不同保證成數計收；設立未滿 5 年之新創事業、提具傳承創新計畫書經金融機構認可者，保證成數 9 成，貸款用途為受災復舊者，保證成數一律 9.5 成，但每次受災累計融資金額 100 萬元以內者，一律 10 成。截至 2023 年底，已承保 1 萬 5,228 件，協助取得 221.60 億元營運資金。相關網址：<https://www.smeg.org.tw/basic/?mode=detail&node=397>

2. 青年創業及啟動金貸款信用保證

為營造有利青年創業環境，輔導青年開創事業，提供籌設及開辦階段之創業啟動金，以因應創業後事業發展之需要，經濟部於 2014 年整併「青年築夢創業啟動金貸款」及「青年創業貸款」，推出「青年創業及啟動金貸款」。信保基金提供保證成數最高 10 成，最低 8 成之信用保證，貸款額度合計最高 1,800 萬元；貸款範圍以營業所需準備金及開辦費用、週轉性或資本性支出為主。截至 2023 年底，已承保 11 萬 5,673 件，協助取得 969.77 億元創業資金。

相關網址：<https://www.smeg.org.tw/basic/?mode=detail&node=392>

3. 中小企業創新發展專案貸款信用保證

為協助中小企業以創新與高科技的服務模式促進國際發展，提供其創新經營振興發展資金，經濟部於 2014 年推出「中小企業創新發展專案貸款」，提供週轉性支出最高 2,000 萬元及資本性支出最高 8,000 萬元之貸款額度，並由信保基金提供貸款金額最低 8 成之信用保證；另對設立未滿 5 年之新創企業，以保證成數最低 9 成提供信用保證，前述新創企業如獲選特定獎項、計畫或導入數位科技，於 500 萬元額度內保證成數外加 0.5 成。截至 2023 年底，已承保 905 件，協助取得 48.04 億元營運資金。相關網址：<https://www.smeg.org.tw/basic/?mode=detail&node=377>

4. 外銷貸款優惠信用保證方案

為強化協助中小企業取得因外銷採購原料、生產所需資金，信保基金與經濟部國際貿易署自 2016 年起合作辦理「外銷貸款優惠信用保證方案」，額外提供保證融資額度、保證成數最高 9 成之優惠措施，且依出口地區，提供授信期間一年內之保證手續費全額減免或部分減免措施；針對中小企業出口至新南向政策目標國家者，前述額外保證融資額度由 6,000 萬元提高至 1 億元。截至 2023 年底，已承保 1 萬 7,239 件，協助取得融資金額 619.89 億元。

相關網址：<https://www.smeg.org.tw/basic/?mode=detail&node=360>

5. 協助中小企業赴新南向國家投資融資保證

為協助赴新南向國家投資之中小企業取得所需資金，信保基金自 2017 年起辦理「協助中小企業赴新南向國家投資融資保證」，由信保基金匡列 20 億元、農業信用保證基金匡列 10 億元，以及海外信用保證基金匡列 20 億元，總計 50 億元專款，合作提供計 500 億元保證融資總額度。對我國中小企業之新南向國家投資計畫經經濟部核准或核備者，信保基金額外提供保證融資額度最高 1 億元，保證成數最高 9 成，且保證手續費年費率以固定 0.1% 計收。截至 2023 年底，已承保 140 件，融資金額 31.07 億元。相關網址：<https://www.smeg.org.tw/basic/?mode=detail&node=399>

6. 國家發展優惠保證措施

為配合政府推動前瞻基礎建設計畫及發展國家重點產業政策，信保基金於 2017 年起推出「國家發展優惠保證措施」，針對參與前瞻基礎建設計畫採購案、從事六大核心戰略產業或屬優質企業之中小企業，提供優惠保證措施，對同一企業額外提供保證融資額度 1 億元，保證成數最高 9.5 成，以期帶動相關產業發展、增加國人就業機會，協助企業永續發展。截至 2023 年底，已承保 7,744 件，協助取得融資金額 577.41 億元。

相關網址：<https://www.smeg.org.tw/basic/?mode=detail&node=361>

7. 促進企業創新直接保證方案

為鼓勵國內中小企業加強技術、產品或服務之創新研發，協助中小企業取得創新或營運發展所需資金，信保基金於 2017 年起辦理「促進企業創新直接保證方案」，適用對象為經濟部創新研究專案相關計畫核定補助或輔導計畫，並經推薦之中小企業，融資額度依核定創新研發計畫金額於 8 成範圍內，扣除計畫補助款或輔導款後之金額提供融資保證，保證成數 9.5 成，保證手續費年費率固定 0.375%。截至 2023 年底，已承保 209 件，融資金額 10.19 億元。

相關網址：<https://www.smeg.org.tw/basic/?mode=detail&node=353>

8. 中小企業千億保專案

為協助新創、微型等中小企業取得金融機構融資，以利進行升級、轉型、接班，並減輕財務負擔，信保基金於 2019 年起推出「中小企業千億保專案」，對實收資本額在 3,000 萬元以下之中小企業，提供「小額貸款擴大保證措施」與「批次保證擴大保證措施」，分別提供最高 600 萬元保證融資額度。前項授信條件保證成數最高 9.5 成，保證手續費年費率 0.375%；後項保證成數 10 成，保證手續費年費率 0.1%~0.15%。截至 2023 年底，已承保 22 萬 6,780 件，協助取得融資金額 4,381.14 億元。相關網址：<https://www.smeg.org.tw/basic/?mode=detail&node=362>

9. 中小企業投資台灣優惠保證措施

為鼓勵中小企業投資臺灣，信保基金自 2019 年起推出「中小企業投資台灣優惠保證措施」，額外提供新（擴）建廠房、增添機器或設備等資本性支出貸款之信用保證，保證融資額度最高 1 億元，保證成數最高 9.5 成，保證手續費年費率 0.5%。如資金係用於政府所管或開發之工業區、依〈產業創新條例〉設置之產業園區或依〈科學園區設置管理條例〉設置之科學園區新（擴）建廠房者，保證成數最低 8 成且保證手續費年費率最高 0.3%。截至 2023 年底，已承保 889 件，協助取得融資金額 75.51 億元。

相關網址：<https://www.smeg.org.tw/basic/?mode=detail&node=359>

10. 歡迎台商回台投資專案貸款信用保證

為配合政府協助臺商回臺投資政策，信保基金自 2019 年起對依行政院國家發展基金〈歡迎台商回台投資專案貸款要點〉規定辦理之貸款，提供信用保證，保證成數最高 9 成，保證手續費年費率最低 0.375%。截至 2023 年底，已承保 25 件，協助取得融資金額 2.46 億元。

相關網址：<https://www.smeg.org.tw/basic/?mode=detail&node=374>

11. 中小企業加速投資貸款信用保證

為鼓勵中小企業加速投資，信保基金自 2019 年起實施「中小企業加速投資貸款信用保證」，針對資本性及中期週轉融資需求，額外提供保證融資額度最高 1 億元之信用保證，保證成數最高 9.5 成，保證手續費年費率最高 0.3%。截至 2023 年底，已承保 1,279 件，協助取得融資金額 96.58 億元。

相關網址：<https://www.smeg.org.tw/basic/?mode=detail&node=403>

12. 中小企業安興專案

為活絡國內經濟發展，協助中小企業於後疫情時代取得振興營運所需資金，信保基金自 2022 年起推出「中小企業安興專案」，對有營運、購料及外銷等短期資金週轉需要之中小企業，額外提供保證融資額度最高 1,000 萬元之信用保證，保證成數最低 8 成，保證手續費年費率固定 0.25%。截至 2023 年底，已承保 2 萬 3,336

件，協助取得融資金額 1,010.66 億元。

相關網址：<https://www.smeg.org.tw/basic/?mode=detail&node=3433>

13. 協助中小型事業疫後振興專案貸款信用保證

為推動中小型事業疫後振興、提高競爭力並恢復營運榮景，經濟部於 2023 年推出「經濟部協助中小型事業疫後振興專案貸款」，提供週轉性或資本性支出最高 3,500 萬元之貸款額度，保證成數最低 9 成，保證手續費年費率固定 0.1%；另事業規模如屬員工人數未滿 5 人之中小企業，或為僅辦理稅籍登記之營利事業者，貸款額度最高 400 萬元，保證成數最高 10 成，最低 9.5 成。截至 2023 年底，已承保 6 萬 6,929 件，協助取得融資金額 3,681.87 億元。

相關網址：https://0800056476.sme.gov.tw/plus/news_new_1.php

14. 協助中小企業低碳化智慧化轉型發展與納管工廠及特定工廠基礎設施優化專案貸款信用保證

為推動中小企業朝轉型發展，以及協助納管及特定工廠符合環境保護與公共安全相關要求，邁向合法化經營，經濟部於 2023 年推出「經濟部協助中小企業低碳化智慧化轉型發展與納管工廠及特定工廠基礎設施優化專案貸款」，提供週轉性最高 3,500 萬元及資本性最高不超過計畫經費 8 成之貸款額度，保證成數最低 8 成，保證手續費年費率固定 0.1%，如屬納管工廠或特定工廠業者則保證成數一律 9 成。截至 2023 年底，已承保 4,311 件，協助取得融資金額 391.93 億元。

相關網址：https://0800056476.sme.gov.tw/plus/news_new2_1.php

15. 新創企業暨無形資產融資信用保證措施

為配合政府產業政策，扶植具發展潛力，但融資不易之亮點產業，信保基金自 2024 年起開辦「新創企業暨無形資產融資信用保證措施」，針對週轉融資、履約保證及資本性支出（含購置無形資產）需求，額外提供保證融資額度最高 3,000 萬元之信用保證，保證成數最高 10 成，保證手續費年費率以固定 0.1%計收。

相關網址：<https://www.smeg.org.tw/basic/?mode=detail&node=3989>

16. ○四○三花蓮地震融資保證專案貸款信用保證

為協助 2024 年 4 月 3 日地震花蓮地區受災產業復原重建，信保基金自 2024 年 5 月起配合經濟部「○四○三花蓮地震融資保證專案」，提供中小企業週轉融資最高 2,000 萬元及資本性支出最高 6,000 萬元之貸款額度；僅辦理稅籍登記之攤販及民宿，醫療保健服務業或建築師事務所，托嬰中心、幼兒園或兒童課後照顧服務中心，或私立老人長期照護機構等，提供週轉融資最高 200 萬元，資本性支出融資最高 500 萬元之貸款額度，保證成數最高 10 成。

相關網址：<https://fcs.cma2.org.tw/0800/plus0403/index.php>

17. 疫後振興公路汽車客運業專案融資信用保證

為協助公路汽車客運業者取得疫後營運所需資金，信保基金自 2024 年 5 月起配合「交通部公路局疫後振興公路汽車客運業融資信用貸款」，提供中小企業貸款額度最高 3,500 萬元，並由信保基金提供保證成數最高 8 成之信用保證，保證手續費年費率固定 0.2%。

相關網址：<https://www.smeg.org.tw/basic/?mode=detail&node=3997>

第 3 節 投資及多元籌資管道

一、加強投資中小企業實施方案

為帶動民間與創投資金共同投資中小企業，提升中小企業競爭力，行政院國家發展基金（國發基金）於 2007 年啟動「加強投資中小企業實施方案」，由經濟部中小及新創企業署遴選投管公司，採共同搭配投資方式，協助早期階段中小企業取得資金；並於 2023 年續續開辦第二期方案，新增加速器、企業創投及策略性投資人作為配投夥伴，以提供獲投企業不同發展階段的資源需求。截至 2023 年底已投資 286 家企業，政府資金投入逾 95.12 億元，創投搭配投資逾 90.13 億元。

相關網址：<https://0800056476.sme.gov.tw/smeinvest2/>

二、加強投資花東地區中小企業服務計畫

為扶植花東地區中小企業成長及平衡區域發展，2020 年啟動「加強投資花東地區中小企業服務計畫」，由經濟部中小及新創企業署結合花東當地公協會、育成中心等機構，協助案源掌控，並追蹤控管獲投企業，協助花東企業銜接政府與民間資金、技術、人才等各項資源。截至 2023 年底，本計畫已完成 170 家花東企業訪視，並核准投資 3 家花東企業、核准投資 3,600 萬元，帶動民間共同投資 1,410 萬元，另將 8 家潛在案源列為優先追蹤對象，進行輔導。

計畫網址：<https://invest-huatung.org.tw/>

三、加強投資策略性製造業實施方案

為複製創投投資高科技製造業成功模式，厚植製造業者的競爭力，加速產業轉型升級，國發基金自 2015 年起委託經濟部產業發展署執行「加強投資策略性製造業實施方案」投資國內製造業。第 1 期投資期已於 2022 年 5 月 19 日屆滿，累計投資國內製造業者 27 家，投資金額約 7.75 億元。第 2 期自 2023 年下半年啟動，以 35 億元與民間創投共同投資，激勵創投加強投資屬行政院現行政策推動之重點製造業。2023 年帶動民間投資金額 2.93 億元，新增 3 家興櫃公司，取得專利數累計 523 件。計畫網址：<https://www.psism-2.org.tw/>

四、加強投資策略性服務業實施方案

為提振我國投資服務業之動能，厚植服務業產業競爭力，國發基金自 2012 年起委託經濟部產業發展署執行「加強投資策略性服務業實施方案」投資國內服務業。第 1 期投資期已於 2023 年 1 月 31 日屆滿，累計投資國內服務業者 78 家，投資金額約 24.51 億元。第 2 期自 2023 年下半年啟動，以 40 億元投資政府重點發展服務業；由政府資金與民間創投業者共同投資，鼓勵創投積極投資。2023 年帶動民間投資金額 6.09 億元，新增 3 家興櫃公司，取得專利數累計 310 件。

計畫網址：https://www.issip-2.org.tw/plan_intro.php

五、天使投資人租稅優惠

為協助新創公司取得營運資金，〈產業創新條例〉第 23 條之 2 規定，個人以現金投資於成立未滿 2 年之國內高風險新創事業公司，對同一公司投資金額達新臺幣 100 萬元，並持有該公司股份達 2 年，得就其投資金額 50% 限度內，自持有股份屆滿 2 年之當年度個人綜合所得總額中減除，每年減除金額以 300 萬元為限。截至 2023 年底，已通過 250 家公司申請案，產業領域主要包括資訊、電子零組件及生技醫藥等。

相關網址：<https://www.ida.gov.tw/ctrl?PRO=application.rwdApplicationView&id=1614>

六、加強投資文化創意產業實施方案

為提升文創業者的市場價值，文化部自 2010 年起執行「加強投資文化創意產業實施方案」，匡列 100 億元投資國內文化創意產業，採用搭配投資的方式帶動民間資金投入產業，給予合適的文創事業規模化輔導；並於 2022 年增加文化創意產業專案投資亦可成為國發基金投資對象，透過政府領投，進一步健全文化內容產製到流通各環節所需之資金挹注，以全面促進文創產業生態系發展。截至 2023 年底，累計核定投資 142 件，共引導超過 116.39 億元投資資金進入文創產業。

相關網址：https://www.df.gov.tw/Content_List.aspx?n=D613789622E34576

七、輔導籌資機制－創櫃板

證券櫃檯買賣中心於 2014 年推出「創櫃板」，為具創新、創意構想及未來發展潛力之非公開發行微、中小型企業提供「輔導籌資機制」及「股權籌資」，但不具交易之功能，讓微、中小型企業可以較低成本募得營運所需資金，提升企業知名度，有利於招募優秀人才、拓展行銷通路。相較上櫃設有資本額門檻，創櫃板無資本額限制，並免辦理公開發行及不須符合獲利水準要求。截至 2023 年底，累積登錄創櫃板的公司共有 230 家，籌資金額 53.78 億元。

相關網址：https://www.tpex.org.tw/web/regular_emerging/Creative_emerging/Creative_emerging.php?l=zh-tw

八、證券商股權群眾募資

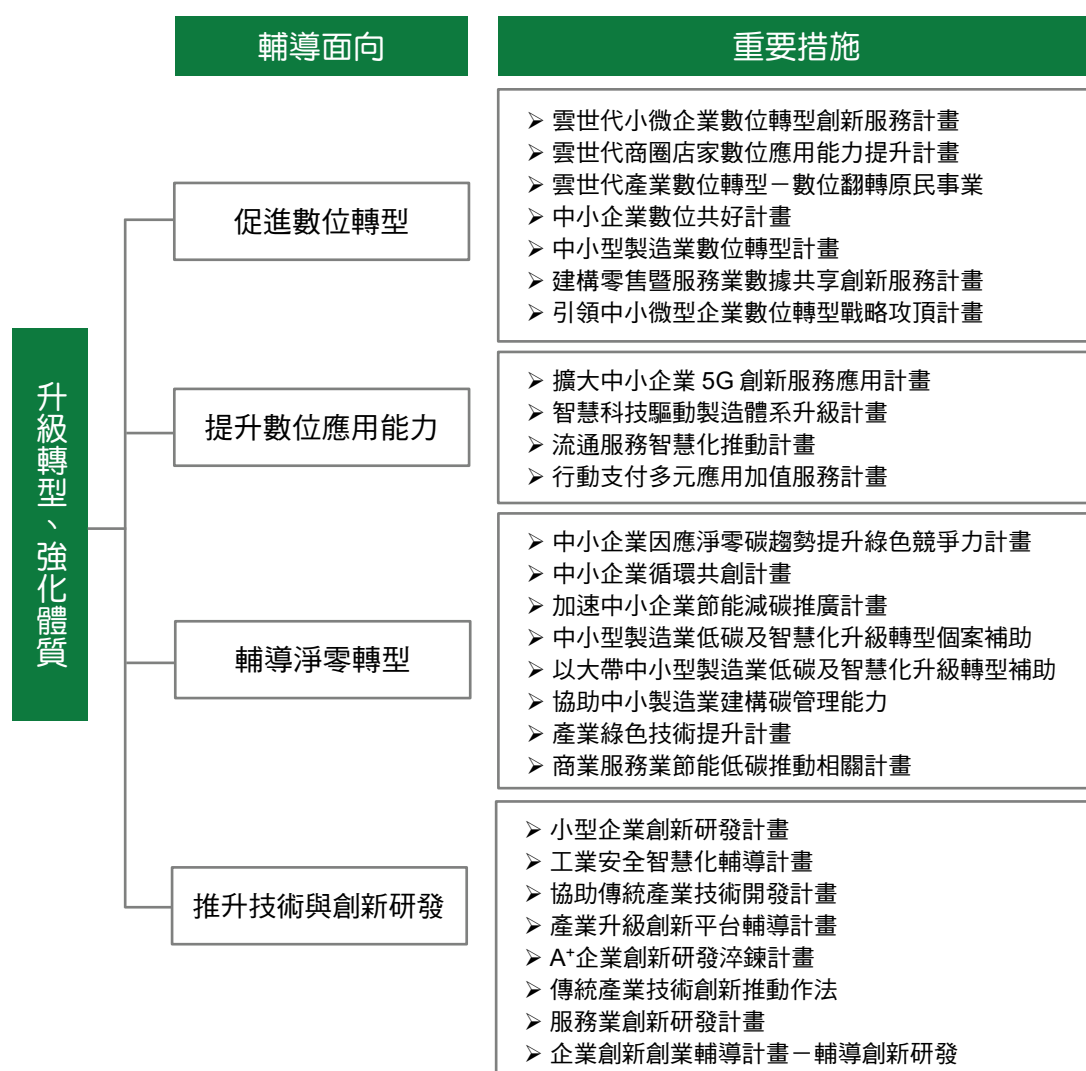
為幫助年輕人創業，自 2015 年起金管會開放證券商得辦理股權群眾募資業務，資本額 5,000 萬元以下、尚未公開發行的股份公司，可到專業股權群眾募資平臺籌資，籌資總額 1 年不得超過 3,000 萬元。一般投資人 1 年於一個平臺總投資不得超過 15 萬元，除了給新創團隊多一個募資的管道，同時也盡力保障投資人的權益。截至 2023 年底，已有 8 家平臺業者經金管會核准，並有 3 家開業中，3 家公司透過平臺籌資 1,700 萬元。

相關網址：<https://www.tpex.org.tw/web/option/index.php?l=zh-tw>

第 8 章 促進升級轉型與提升研發能量

政府藉由推動促進中小企業數位轉型、提升數位應用能力、淨零轉型綠色成長，以及技術升級與增進創新研發能量等各面向，以帶動中小企業升級轉型及綠色永續經營，因應國際趨勢提升整體競爭力。圖 8-0-1 為促進中小企業升級轉型輔導策略架構。

圖 8-0-1 促進中小企業升級轉型輔導策略架構



資料來源：本書整理。

第 1 節 促進數位轉型

一、雲世代小微企業數位轉型創新服務計畫

經濟部中小及新創企業署自 2021 年起執行「雲世代小微企業數位轉型創新服務計畫」，以輔導員工人數 9 人以下之小微企業為主。2024 年透過「遊程」及「產品服務」2 大面向，依企業能力及需求規劃課程，搭配雲端服務，打造遊程新體驗，並規劃 AI 人才培育、工具發展及企業轉型等 3 大策略，協助中小企業導入 AI 應用。2023 年成果：（一）共培育 5,124 店家，協助 5,612 家店完成數位評量；（二）輔導 25 個場域，協助 858 家企業導入雲端服務；（三）運用數位集點帶動旅遊 4 萬 3,466 人次，拓展新商機。

計畫網址：<https://www.cloudsme.com.tw/cloudsme/>

二、雲世代商圈店家數位應用能力提升計畫

經濟部商業發展署 2024 年持續推動「雲世代商圈店家數位應用能力提升計畫」，輔導商圈組織及員工人數 9 人以下小微企業為主，協助商圈店家運用數位及雲端服務工具，營造友善消費環境，鼓勵在地業者共同參與，強化數位應用拓展通路，以推動商圈店家數位轉型與創造商機。2023 年共輔導 75 處商圈、推動 750 家商圈店家運用數位工具，輔導金額約 1,400 萬元，並評選出 17 處遊程獲獎商圈。

三、雲世代產業數位轉型－數位翻轉原民事業

原住民族委員會自 2021 年起推動「雲世代產業數位轉型－數位翻轉原民事業」，2024 年持續透過行動支付等數位工具應用，藉由智慧消費擴大銷售範圍與提升營運效率，提高原住民族產業服務體驗滿意度；並透過媒合線上知名數位平臺及線上行銷等資源，活絡原住民族商品電子商務市場，提高原住民族企業及產品知名度。截至 2023 年底，導入使用行動支付方案 760 家次 / 計 1,272 萬元、雲服務方案

455 家 / 計 1,263 萬元，以及數位工具方案 593 家 / 計 2,255 萬元。

計畫網址：<https://cipsme.tw/cipsme/>

四、中小企業數位共好計畫

經濟部中小及新創企業署自 2021 年起執行「中小企業數位共好計畫」，協助 9 人以下小微企業導入適性化雲端或數位工具，培育數位知能能力及運用雲端工具，加值營運效益，進行價值演化建立城鄉特色產業基礎，並促進特色店家多元發展。2023 年成果：（一）選定 28 家雲端服務供應商，提供 31 項雲端服務解決方案；（二）完成輔導 2,360 家小微企業，549 家企業運用數位或電子支付；（三）辦理 110 場次數位知能提升活動，共計 4,384 人次參與，觸及近 2,000 次觀看學習。

相關網址：<https://www.facebook.com/cisa365>

五、中小型製造業數位轉型計畫

為協助國內中小型製造業克服供應鏈變化的數位轉型挑戰，經濟部產業發展署自 2021 年起針對中小型製造業，建立數位轉型所需之基礎環境與共通能力。2024 年優先選擇中南部重點產業推動，協助業者運用雲端服務、AI 等數位科技，掌握市場資訊回饋到生產製造、快速回應客戶需求，並發展新產品或新商模。2023 年主動訪視診斷及輔導 244 家業者數位轉型，另補助 244 家業者使用雲端數位服務，以及 26 家業者進行數位轉型主題式研發。

相關網址：<https://proj05.ekm.org.tw/cloud/web/atotal.aspx>

六、建構零售暨服務業數據共享創新服務計畫

為協助零售、餐飲、休憩服務及生活服務業者，因應疫情帶來的新消費型態，以及數位經濟之發展，經濟部商業發展署自 2021 年起執行「建構零售暨服務業數據共享創新服務計畫」。2024 年執行項目：（一）透過政府補助資源，推動零售暨服務業數位轉型成功案例；（二）補助業者每家 3 萬元選用雲端解決方案，加速零售

暨服務業營運數位化。2023 年共建立 26 案數位轉型典範案例、帶動 4,504 家企業數位轉型，以及補助 1,805 家業者選用雲端解決方案。

計畫網址：<https://www.smebiz.org.tw/>

七、引領中小微型企業數位轉型戰略攻頂計畫

數位發展部推動「引領中小微型企業數位轉型戰略攻頂計畫」，並透過「臺灣雲市集」，彙集各行各業適用的雲端解決方案、應用案例及提供專家諮詢，鼓勵其導入合適之雲端解決方案，強化數位營運力。後續將依政策方向，規劃特定主題型的資訊服務解決方案等，例如與衛生福利部中央健康保險署跨部會分工合作，加速基層診所上雲。截至 2023 年底，累計逾 5.8 萬家次各行各業數位轉型上雲，帶動企業數位化投入約 8 億元及資訊服務業商機近 18.7 億元。

「臺灣雲市集」：<https://www.tcloud.gov.tw/>

第 2 節 提升數位應用能力

一、擴大中小企業 5G 創新服務應用計畫

為帶動中小企業接軌 5G 應用服務，經濟部中小及新創企業署自 2020 年起推動「擴大中小企業 5G 創新服務應用計畫」。2024 年結合數位內容業者、服務與系統整合業者、場域業者與電信業者等，串聯及整合中小企業 5G 應用方案，形成 5G 多元服務，提升中小企業經營效益及數位能力。2023 年共輔導實證團隊串聯 3,112 家中小企業及店家，以 5G 公網發展創新服務應用，導入零售／餐飲、商圈、健康照護、結婚旅遊、運動休憩、展場等商業場域，累計逾 190 萬人次體驗，創造產值 2.9 億元。

二、智慧科技驅動製造體系升級計畫

為因應客製化、產品開發快速的市場需求趨勢，並有效快速擴散智慧製造的應用，經濟部產業發展署持續推動「智慧科技驅動製造體系升級計畫」。2024 年以協助製造業導入系統整合（SI）能量的智慧化技術及服務機制，實際完成 PoC（Proof of Concept）場域可行性驗證，解決製造業者營運關鍵問題，以創新產業生產流程並大幅提高生產力。2023 年輔導 24 家製造業者建置 PoC 驗證場域，以先期體驗導入效益，進而提高未來完整方案導入意願，後續帶動業者智慧製造相關投資約 2,175 萬元。

三、流通服務智慧化推動計畫

為提升我國商業服務業總體競爭優勢，經濟部商業發展署自 2021 年起於「亞洲·矽谷 2.0 推動方案」項下推動「流通服務智慧化推動計畫」，運用 AIoT 科技發展智慧服務方案，帶動流通服務業升級轉型。2024 年執行項目：（一）推動創新流通服務模式；（二）打造智慧流通服務示範案例；（三）推廣智慧流通服務方案。2023 年共發展 4 項智慧流通服務方案，推動 6 個示範案例，促成 778 個服務據點導入智慧科技，帶動服務營收逾 15.9 億元。

「智慧商業暨物流」：<https://www.sblpo.org.tw/CMS/>

四、行動支付多元應用加值服務計畫

為普及行動支付工具之使用消費習慣，數位發展部持續推動「行動支付多元應用加值服務計畫」。2024 年主要透過「共建多元應用服務」、「共創在地協力合作」、「部會機關合作共推」、「共榮應用典範轉移」等作法，帶動中小企業導入行動支付多元應用，觸發跨域整合商機，讓民眾實際體驗數位支付有感服務，提升生活便利性。截止 2023 年底，累計導入超過 18 萬個支付地點，帶動逾 1.92 億人次體驗行動支付及 604.2 億元商機。

第3節 輔導淨零轉型

一、中小企業因應淨零碳趨勢提升綠色競爭力計畫

為協助中小企業了解國際淨零排放趨勢，經濟部中小及新創企業署自 2022 年起推動「中小企業因應淨零碳趨勢提升綠色競爭力計畫」。2024 年執行項目：（一）辦理減碳研討會、課程等；（二）建置綠色新知系統化線上教材；（三）建置適合中小企業運用之碳估算工具，提供諮詢診斷服務；（四）產業生態輔導等。2023 年知能擴散超過 10 萬人，開發中小企業碳估算工具總瀏覽量超過 32 萬人次，並透過到廠診斷協助 200 家中小企業完成實質減碳 1.8 萬公噸，帶動減碳投資超過 1.08 億元。「中小企業減碳服務站」：<https://www.sme.gov.tw/caas/masterpage-caas>

二、中小企業循環共創計畫

為協助中小企業朝綠色永續價值創新發展，經濟部中小及新創企業署持續執行「中小企業循環共創計畫」。2024 年執行項目：（一）推廣永續材質與循環經濟新知；（二）促進循環經濟創新應用輔導；（三）鏈結循環經濟接軌國際。2023 年促成 21 筆材質應用媒合，辦理 10 場次活動共 3 萬 7,763 人參與，完成 10 案綠色創新應用輔導，帶動擴散 52 家企業，並提供 120 家次診斷服務，提升中小企業綠色產值或促進綠色投資達 5.84 億元，實質減碳 6,878 噸。

「中小企業減碳服務站」：<https://www.sme.gov.tw/caas/masterpage-caas>

三、加速中小企業節能減碳推廣計畫

為協助中小企業節能減碳策略規劃及盤查，加速低碳轉型與接軌國際，經濟部中小及新創企業署自 2023 年起推動「加速中小企業節能減碳推廣計畫」。2024 年執行項目：（一）中小企業綠色標竿體系低碳輔導；（二）專家到廠減碳解析；（三）知識擴散與企業見學推廣等。2023 年成果：（一）辦理活動 59 場次共 2,876

人參與；提供 1,555 家節能減碳健檢、諮詢診斷 319 家；（二）完成 18 案 178 家中企業供應鏈減碳輔導，減碳量達 1 萬 3,036 公噸、獲得訂單 6.43 億元、促進投資 1.49 億元。

「中小企業減碳服務站」：<https://www.sme.gov.tw/caas/masterpage-caas>

四、中小型製造業低碳及智慧化升級轉型個案補助（9 人以下）

為協助中小型製造業加速導入低碳及智慧化相關技術、設備及管理機制，邁向升級轉型，提升我國產業競爭力及經濟韌性，經濟部中小及新創企業署自 2023 年起推動「中小型製造業（經常僱用員工數 9 人以下）低碳及智慧化升級轉型補助」。2024 年執行項目包含受理申請及審查、提供專家諮詢及診斷服務，辦理宣導與推廣活動。2023 年核定通過 132 案，政府投入補助金額約 2 億元，預估可減少碳排放量 1 萬 3,987.9 公噸 CO₂e，促進受補助廠商商機或營業額達 4 億。

計畫網址：<https://www.uat.org.tw/>

五、中小型製造業低碳及智慧化升級轉型個案補助（10 人以上）

為加速中小型製造業朝智慧化及低碳化方向發展，建構韌性體質，經濟部產業發展署自 2023 年起辦理「中小型製造業低碳及智慧化升級轉型個案補助（10 人以上）」，協助製造業因應淨零碳排及數位轉型趨勢，加速導入相關技術，提升整體產業競爭力。2023 年成果：（一）共通過 746 件，核定政府補助經費約 19.9 億元，採購全新設備約 26.8 億元（國產設備約 19.2 億元）；（二）預計減碳量 20.6 萬公噸 CO₂e、總節電量 4,082 萬度電，以及整體設備效率（OEE）平均提升 25.5%、良率平均提升 11.5%。

申請網站：<https://acic.cpc.tw/acic/UserOn.aspx?LoginType=K1>

六、以大帶中小型製造業低碳及智慧化升級轉型補助

為鼓勵中心廠偕同供應鏈業者，進行購置減碳或智慧化設備，實質減碳與提高生產效率之改造，經濟部產業發展署自 2023 年起辦理「以大帶小製造業低碳及智慧化升級轉型補助」，鼓勵業者加速導入低碳化、智慧化相關設備及管理機制，提升事業碳管理能力、降低碳排放量或優化生產製造之效率。2023 年核定 131 件計畫案，共涵蓋 1,023 家企業，核定補助款達 25.1 億元，引導企業相對投入研發金額達 58.1 億元，採購國產設備達 16.01 億元。計畫網址：<https://www.tiipnet.org.tw/>

七、協助中小製造業建構碳管理能力

為協助中小製造業因應國際品牌廠商對供應鏈淨零碳排之要求，提升淨零轉型能力，經濟部產業發展署 2024 年持續辦理碳盤查、CBAM 及碳足跡課程，並提供碳盤查、減碳輔導及數位工具等應用資源。2023 年成果：（一）完成 75 場研習課程，超過 3,400 人次參加；（二）開發碳盤查計算器，累計超過 50 萬人次試算；（三）完成 236 家碳盤查輔導及 151 家減碳輔導，協助企業掌握自身碳排，回應供應鏈淨零碳排要求。

「產業節能減碳資訊網－製造部門碳盤查專區」：<https://ghg.tgpf.org.tw/CVHome/>

八、產業綠色技術提升計畫

為達成兼顧環境永續的長期經濟成長，以達聯合國永續發展目標，提升企業整體經營績效，經濟部產業發展署自 1983 年起輔導產業推動污染防治。2024 年執行項目包括產業環保體質提升輔導、環保法規動態研析與因應、相關環保議題查核，宣導與推廣。2023 年成果：（一）完成 112 家工廠環保技術法規輔導、促進環保改善投資經濟效益約 1.8 億元與發行 3 期工業污染防治刊物；（二）辦理 1 場次綠色技術與工程實務研討會，以及 11 場次講習會、產業及學術溝通會等。

「產業綠色資訊網」：<https://proj.ftis.org.tw/eta/>

九、商業服務業節能低碳推動相關計畫

經濟部商業發展署 2024 年持續以「設備或操作行為改善」、「使用低碳能源」及「商業模式低碳轉型」等策略，帶動商業服務業實踐減碳行動。2023 年主要成果包括：（一）辦理減碳人才培訓班 10 場次，培訓 1,288 人次；（二）完成 150 家業者節能減碳技術輔導、補助超過 1.6 萬家業者汰換老舊耗能設備及導入系統性節能專案；（三）建立 10 案示範服務場域、3 案循環回收使用機制；（四）減碳約 10 萬公噸 CO₂e。「商業服務業節能減碳專區」：<https://www.business-netzero.tw/>

第 4 節 推升技術與創新研發

一、小型企業創新研發計畫

經濟部自 1999 年起推動「小型企業創新研發計畫」（SBIR），藉由政府的部分經費補助，鼓勵中小企業進行創新研發活動，提升我國中小企業技術水準及我國產業之競爭力，以及協助地方產業之升級轉型。本計畫又分為「小型企業創新研發計畫」（中央型 SBIR）及自 2008 年起推動之「地方產業創新研發推動計畫」（地方型 SBIR），表 8-4-1 說明 2024 年執行項目與 2023 年主要成果。
計畫網址：<https://www.sbir.org.tw/>

表 8-4-1 「小型企業創新研發計畫」及「地方產業創新研發推動計畫」說明

項 目	小型企業創新研發計畫 （經濟部 SBIR）	地方產業創新研發推動計畫 （地方型 SBIR）
執行項目	受理中小企業申請創新技術與產品之研發計畫，業者向經濟部 SBIR 計畫專案辦公室提出申請。	由經濟部配合匡列協助經費，辦理地方特色產業創新研發計畫之推動，業者向各直轄市、縣(市)政府提出申請。
主要成果	2023年共計通過152件創新研發計畫，政府投入補助金額1.58億元，帶動中小企業投入研發經費2.6億元。	2023年共補助471家中小企業，各縣市政府自行匡列經費累計1.45億元，經濟部配合匡列協助經費累計1.96億元，帶動中小企業投入地方產業創新研發經費5.1億元。

資料來源：經濟部中小及新創企業署，2024 年。

二、工業安全智慧化輔導計畫

為減少國內產業事故災害，降低整體營運風險，經濟部產業發展署自 1990 年起以工業安全衛生技術輔導團方式，協助產業改善工作環境。因應 AI 技術發展，2021 年起更名為「工業安全智慧化輔導計畫」。2024 年執行項目：（一）產業降災技術輔導；（二）風險管理技術輔導；（三）智慧化工業安全輔導；（四）法規研議及訓練宣導。2023 年主要成果：（一）提供 89 家廠商工作環境改善輔導；（二）導入 262 家廠商使用工安雲端管理服務。「工業安全網站」：<https://sets.org.tw/>

三、協助傳統產業技術開發計畫

經濟部產業發展署自 1991 年起推動「協助傳統產業技術開發計畫」，透過提供傳統產業研發補助資金，鼓勵業者自主研發，以厚植我國傳統產業之創新研發能力、加速升級轉型及提升競爭力。2024 年補助類別包括：（一）產品開發；（二）研發聯盟。2023 年協助 57 家業者進行新產品開發，投入補助經費 1.11 億元，業者相對投入經費逾 1.61 億元，衍生產值效益達 18 億元。

計畫網址：<https://citd.cpc.tw/CITDWeb/Web/Index.aspx>

四、產業升級創新平台輔導計畫

為協助推動產業升級轉型，經濟部產業發展署自 2015 年起將原「標竿新產品創新研發輔導計畫」更名為「產業升級創新平台輔導計畫」，引導業者開發具市場競爭力之產品或服務，並輔以產業推動及方案補強等措施，對所核定之計畫總經費提供相對研發補助經費，2024 年計畫執行項目如表 8-4-2 所示。2023 年核定 187 件計畫案，共補助 227 家企業，核定補助款達 47.01 億元，引導企業相對投入研發金額達 67.5 億元，預計創造直接及衍生效益約 695 億元。

計畫網址：<https://tiip.itnet.org.tw/>

表 8-4-2 「產業升級創新平台輔導計畫」執行項目

項 目	計畫內容
產業高值計畫	鼓勵企業掌握價值鏈之關鍵技術，或開發創新的服務加值模式，切入高端產品應用市場，創造產品單價(毛利)或銷售量倍數成長之商品價值，塑造我國高值化產品形象，以提升整體產業附加價值率。
創新優化計畫	開發可超越目前國內產業技術水準之關鍵材料、零組件及設備，可取代進口或打造整體系統解決方案，提供整廠整案輸出之開發，以擴大海外輸出，爭取國際商機。
新興育成計畫	鼓勵企業進行開發具新形態或市場先導示範性之產品或服務，進而構築產業生態體系，發展替代性的主流新興產業。
主題式研發計畫	由產業發展署不定期依據產業發展需要與政策推動方向盤點主題性項目，透過聚焦產業推動方式，鼓勵多家企業共同開發符合主題研發內容之技術、產品或服務，以集中資源推動國家產業政策，串連產業鏈發展。

資料來源：經濟部產業發展署，2024 年。

五、A⁺企業創新研發淬鍊計畫

為蓄積企業研發能量，經濟部產業技術司自 2014 年起推動「A⁺企業創新研發淬鍊計畫」，引導企業投入更具價值的前瞻產業技術開發、鼓勵產業鏈整合，並協助業者建立研發組織與團隊、建構研發管理制度及發展核心技術能力或有特色的營運模式，2024 年計畫執行項目如表 8-4-3。截至 2023 年，已核定通過 548 件計畫，共計 886 家次廠商，投入補助金額 263.69 億元，帶動企業投入研發經費 477.6 億元，逾 2 萬人之研發人力。計畫網址：<https://aiip.tdp.org.tw/>

表 8-4-3 「A⁺企業創新研發淬鍊計畫」執行項目

項 目	計畫內容
前瞻技術研發計畫	引導國內企業進行前瞻技術研發活動，開發3年後可符合市場需求的技術、產品或服務，亦鼓勵聯合新創企業、中小企業共同申請，以促進產業鏈發展。
專案類計畫	快速審查臨床試驗計畫、國際創新研發合作補助計畫、智慧電動車輛關鍵零組件自主開發研發補助計畫、前瞻技術創業投資計畫。
全球研發創新夥伴計畫	產業政策導向，盤點我國重點發展產業之技術缺口與需求，連結與我國產業互補互利之外國企業來臺從事創新研發活動。
前瞻技術創業投資計畫 (A ⁺ STEP)	藉由新創事業熟悉之募資程序，引導法人創投進行專業投資評估，並以商業機制決定投資對象，透過促成法人創投與獲投之新創事業投入前瞻技術開發，並輔以法人創投能量加速落實商業應用。

資料來源：經濟部產業技術司，2024 年。

六、傳統產業技術創新推動作法

經濟部產業技術司自 2007 年起執行「傳統產業技術創新推動作法」，以專案方式整合相關法人研究機構，運用科專技術與國內大專院校高階研發能量，推動關鍵模組自主化與開發特色化產品，協助傳統產業技術發展與升級。2024 年計畫內容及 2023 年主要成果如表 8-4-4。

表 8-4-4 「傳統產業技術創新推動作法」執行項目

項 目	法人推動在地產業科技加值創新	學界推動在地產業科技加值創新
計畫內容	■ 藉由金屬中心及傳統產業創新聯盟等法人研發能量，推動產業技術精進與加值應用，選定高值鋁材製品、射出成形機、熱處理、高爾夫製造、家具、遊艇製造等6項產業。	■ 推動學界專案長期協助在地重點產業，導入學界研究資源與研發成果，應用於產業加值，以深化產學鏈結，帶動傳統產業發展。
主要成果	■ 籌組高值鋁材製品、射出成形機、家具等6個產業聯盟，聯盟總參與廠商110家，總計促進業者投資2.25億元，增加產值4.30億元。 ■ 增加就業人數140人。 ■ 工業服務件數15件，金額1,414.6萬元。	■ 完成推動41案次在地學界科技加值專案，促成廠商投資5.65億元，產值提升達10.52億元，增加238人次就業人數。 ■ 促成中小企業與學界合作研提政府研發補助計畫資源共通過19案，並促成推動5,946.6萬元計畫執行。

資料來源：經濟部產業技術司，2024 年。

七、服務業創新研發計畫

經濟部商業發展署自 2012 年起推動「服務業創新研發計畫」（SIIR），以鼓勵服務業者積極投入創新開發工作，創造競爭優勢。2024 年補助類別為「個別創新」（又分「先期創新」及「轉型創新」2 組）、「合作創新」及「國際化進階創新」，並鼓勵商業服務業以「智慧應用、體驗價值、低碳循環」為主題，提出創新研發計畫。2023 年核定補助 64 案、協助業者增加營業額 7.3 億元、帶動業者相對投入研發經費 1.35 億元，以及促成投資 1.45 億元。

計畫網址：<https://gcis.nat.gov.tw/neo-s/Web/Default.aspx>

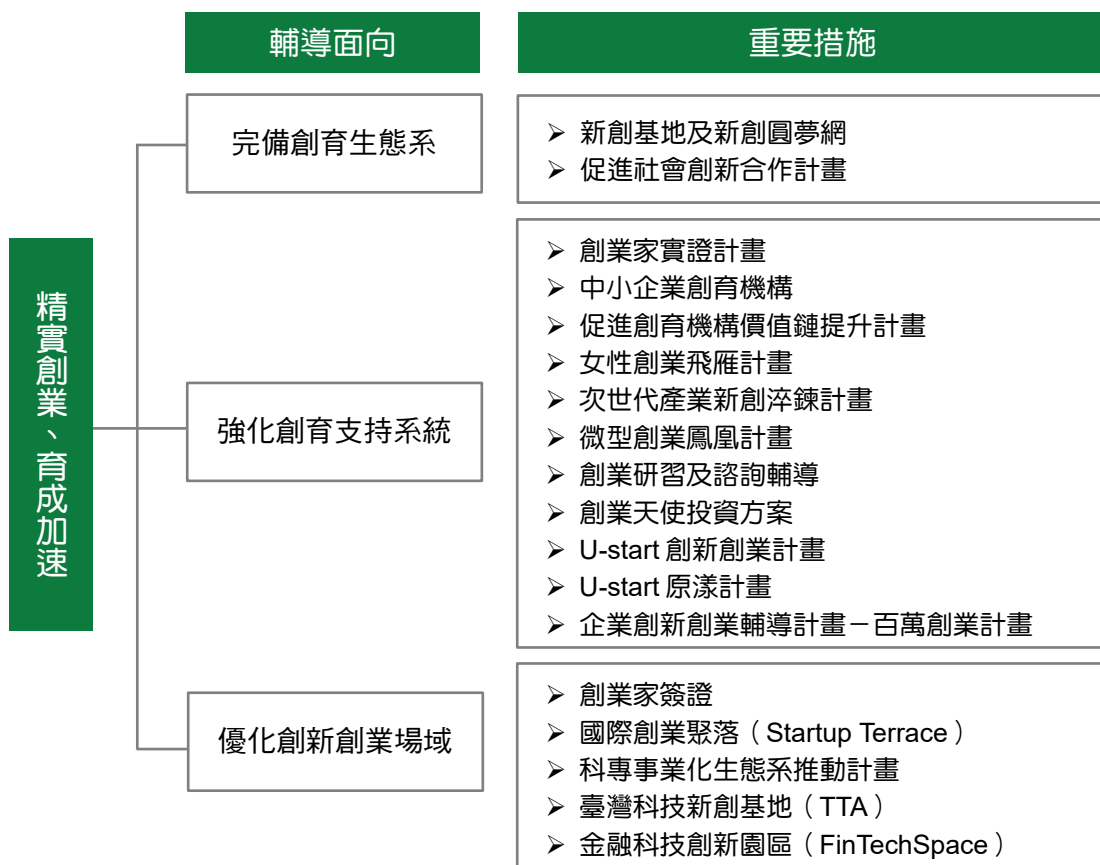
八、企業創新創業輔導計畫－輔導創新研發

原住民族委員會自 2018 年起推動輔導創新研發計畫，透過創新方式，強化經營體質，積極協助原住民族企業從技術面或服務面創新。2024 年以產品（服務）與顧客思考創新策略，創新活動聚焦在既有優化、新市場、新產品及新事業。截至 2023 年底，已協助 91 案共計 90 家原住民族企業技術創新與服務升級，補助金額計約 1.26 億元。計畫網址：<https://startup.cip.gov.tw/>

第9章 建構創新創業及育成加速機制

為持續營造臺灣優質創業環境，政府建構從創意、創新到創業的新創生態支援體系，整合線上及線下資源，完備基礎創業環境及創業發展支援網絡，並發揮創業網絡資源效益，強化育成中心、加速器等創育機構支持體系之發展動能，以開放創新持續優化場域策略接軌國際。藉由生態網絡協同共創，協助新創取得資源，發展科技應用，並強化創新競爭能量、活絡在地經濟，形成開放且具成長潛力之新創生態支援體系，促進新創企業穩健成長，提升國際競爭力及影響力。圖 9-0-1 為中小企業創業育成措施架構。

圖 9-0-1 中小企業創業育成措施架構



資料來源：本書整理。

第 1 節 完備創育生態系

一、新創基地及新創圓夢網

經濟部中小及新創企業署建立一站式實體服務窗口（Taiwan Startup Hub 新創基地），提供「One Stop Service」概念的全方位創業資源與支援服務；新創圓夢網（<https://startup.sme.gov.tw/>）則匯聚創業相關資源，扮演政府在網路平臺推動創新創業之媒介。2024 年具體作法：（一）營運 Taiwan Startup Hub 新創基地，並串聯新創社群，協助從 0 到 1 階段創業者起步；（二）維運新創圓夢網網站社群及免付費創業諮詢專線（0800-589-168），跨時跨域提供創業資源，縮減資訊落差；（三）觀測國內外創業生態發展動態滾動分析；（四）辦理新創事業獎，促進新創與企業交流。2023 年新創基地舉辦 13 場創業活動，578 人次參與，招募 15 家新創團隊與企業進駐基地；新創圓夢網提供創業諮詢服務 6,230 人次，累計瀏覽 197 萬人次。

二、促進社會創新合作計畫

經濟部中小及新創企業署建立友善社會創新發展環境，串聯各界資源協助社會創新組織強化營運體質，並拓展市場。2024 年具體作法：（一）社會創新實驗中心提供展演場域、團隊進駐服務；（二）鼓勵社創組織登錄資料庫揭露社會使命；（三）Buying Power 採購獎勵及有責商行品牌行銷；（四）影響力投資主題輔導；（五）連結國際社會創新社群網絡。2023 年共 15 家團隊進駐社創中心，累積 868 家社創組織登錄，帶動社創採購商機逾 18 億元。

「社會創新平台」：<https://si.taiwan.gov.tw>

第 2 節 強化創育支持系統

一、創業家實證計畫

經濟部中小及新創企業署執行「創業家實證計畫」，辦理新創共同供應契約採購，提高政府機關體驗新創產品服務意願，引導新創企業進入政府市場。2024 年具體作法：（一）協助新創上架政府共同供應契約；（二）場域實證・共創解題：由出題單位提出其待解決之難題，徵求新創提出解題構想，促使創新概念落地驗證。截至 2023 年底，已協助 105 家新創業者上架政府共契，促成逾 3.8 億元訂單，以及政府與新創合作開發實證 34 案。「新創採購」：<https://www.spp.org.tw/spp/>

二、中小企業創育機構

為建構完善創育產業生態系及推動產業創新發展，自 1997 年起，經濟部中小及新創企業署推動育成政策，透過補助中小企業創育機構，鏈結在地及國際資源，以厚植我國創新創業支援輔導系統基石，孕育創新及新創企業，促進新興產業發展。

（一）創育機構現況

創育機構係以孕育新事業、新產品、新技術及協助中小企業升級轉型的單位，因應產業趨勢與新興科技發展，創育機構持續精進資源服務。2024 年透過創育機構及在地青年創育坊，串聯產業、創投、公協會等資源，提供新創客製化輔導。另外，藉由創育機構鏈結醫院、長照機構等驗證場域，成立高齡產業新創加速器，扶植高齡領域新創。同時，鼓勵大企業成立企業加速器，協助新創對接大企業供應鏈和市場通路，加速資金媒合，提升商機。

2023 年補助 36 所創育機構，共培育 403 家次中小企業，誘發投增資達 80 億元，維持及新增就業逾 5,700 人，並協助培育企業取得專利或技轉達 17 件，促成企業與培育新創共創合作達 38 案。

「創育加速卓越服務網」：<https://incubator.sme.gov.tw/>

（二）直營育成中心

經濟部中小及新創企業署自 2002 年起配合園區開發，陸續設置南港軟體等自設育成中心，聚焦培育重點科技產業，提供中小企業不同發展階段完整育成服務（表 9-2-1）。2023 年培育 190 家企業、維持及新增就業 1,947 人，以及誘發投增資 8.1 億元。

表 9-2-1 經濟部中小及新創企業署自設育成中心之聚焦培育領域

名 稱	聚焦培育領域	相關網址
南港軟體育成中心	電子商務、嵌入式系統、資訊軟體及網路通訊	https://www.i2i.com.tw/nankang/
高雄軟體育成中心	數位內容、資訊軟體、科技化服務	https://www.i2i.com.tw/kaohsiung/
南 科 育 成 中 心	電子資訊、生技醫療、綠能環保、精密機械	https://siat.tw/
新竹生醫產業及 育 成 中 心	高階醫材、新藥研發、ICT 醫材、藥物傳輸	https://www.hbspic.org.tw/

資料來源：經濟部中小及新創企業署，2024 年。

三、促進創育機構價值鏈提升計畫

經濟部中小及新創企業署執行「促進創育機構價值鏈提升計畫」，協助我國創育體系發展。2024 年作法包括鼓勵企業新創合作，以及推動國際創育合作。2023 年成果：（一）鼓勵企業與新創合作搭建 JOIN 媒合平台，共 43 家中大企業參與，預估促成新臺幣 2.93 億元衍生商機；（二）Access to Taiwan（A2T）專案輔導 22 家國際新創參加，協助 10 家來臺開發商機；（三）辦理國際創新創業訓練營（G Camp），協助我國 7 家業者鏈結 305 家以上國際買家或投資人，預估創造至少 1,000 萬美元的潛在商機與投資。

「G Camp」：<https://www.facebook.com/gcamptaiwan>

四、女性創業飛雁計畫

經濟部中小及新創企業署推動「女性創業飛雁計畫」，針對各創業階段之女性提供客製化服務，提升女性經濟賦權。2024 年具體作法：（一）女性創業知能課程及諮詢；（二）女性創業菁英獎及聯誼會；（三）與美國在台協會共同辦理「女性創業學院計畫」（AWE），透過加速器輔導機制深度培植，加速企業創新成長。2023 年培訓女性創業家 2,312 人次，提供 94 家女性創業諮詢協助，帶動民間投資約 1.4 億元，辦理女性創業菁英獎選拔 13 家優勝企業。

計畫網址：<https://woman.sme.gov.tw/>

五、次世代產業新創淬鍊計畫

經濟部中小及新創企業署執行「次世代產業新創淬鍊計畫」，聚焦智慧物聯、健康照護、綠色科技及太空科技等潛力產業新創。2024 年作法包括培育國內新創、推動企業與新創共創、參與國際展會及招募國際太空新創來臺落地。2023 年成果：（一）培育 64 家新創，促成產業商機達 12.13 億元；（二）帶領 15 家新創參與 SelectUSA 展會。其中，昱星生物獲生醫領域第 2 名、宇康生科獲區域競賽第 3 名；（三）招募 16 家國際太空新創來臺，並與國內企業簽訂 4 份合作意向書。

六、微型創業鳳凰計畫

為建構創業友善環境，解決企業經營困難，勞動部自 2007 年推動「微型創業鳳凰計畫」。2024 年執行項目：（一）辦理創業研習課程，以及提供民眾創業前、中、後期之全程免費創業諮詢輔導服務；（二）針對女性、中高齡者及高齡者、設籍離島者、就業保險失業者設立之事業，提供最高額度 200 萬元低利創業貸款及利息補貼。截至 2023 年止，創業貸款金額約 52.2 億元，諮詢輔導 7 萬人次，協助 3.2 萬人創業，創造 8.1 萬個就業機會。免付費服務專線（0800-092-957）及微型創業鳳凰網站（<https://beboss.wda.gov.tw/>）。

七、創業研習及諮詢輔導

為協助民眾所創事業穩健經營，勞動部提供創業研習課程及諮詢輔導服務，2024 年執行內容包括：（一）辦理創業入門班、進階班、精進班及網路行銷等研習課程；（二）開設創業數位課程，提供民眾不限時間、地點及載具之學習方式；（三）由各領域專業顧問，提供民眾創業諮詢輔導服務。2023 年創業研習課程共 8,131 人次參與，提供 4,778 人次創業諮詢輔導服務，協助 3,458 人創業，創造 7,602 個就業機會。

「勞動力發展數位服務平台」：<https://portal.wda.gov.tw/mooc/index.php>

八、創業天使投資方案

行政院國家發展基金於 2017 年通過辦理「創業天使投資方案」，由國發基金與天使投資人共同投資於我國登記設立之新創事業，或主要營業活動於我國之境外新創事業，提供創立初期營運資金，並借重天使投資人的投資經驗，提供新創事業後續輔導諮詢與網絡連結。截至 2023 年止，共核准 252 家新創企業，累計核准 34.98 億元，天使投資人及其他民間投資人共同帶動投資新創事業 95.19 億元，合計挹注新創事業逾 130.17 億元營運發展所需資金。計畫網址：<https://www.df.gov.tw/>

九、U-start 創新創業計畫

為提升校園創新創業文化，鼓勵大專校院優化校園創業環境，結合學校育成輔導資源，提供青年創業實驗場域與資源，培育具創業家精神人才，協助青年學生創業實踐，教育部自 2009 年起持續推動「U-start 創新創業計畫」，提供創業團隊 2 階段補（獎）助款。截至 2023 年底，已補助 1,261 組創業團隊，其中 881 組創業團隊完成商工設立登記。計畫網址：<https://ustart.yda.gov.tw/>

十、U-start 原漾計畫

為善用 U-start 創新創業輔導能量，協助原住民族青年運用原鄉部落傳統、文化、在地特色農作物及人脈，提出創新創業提案並實踐，以提升原住民族青年創業培力，進而開發原民相關產業新產品或服務，發展原鄉產業經濟，教育部與原住民族委員會自 2020 年起首度合作辦理「U-start 原漾計畫」，提供創業團隊 2 階段補（獎）助款，並搭配相關創業資源介接。截至 2023 年底，已補助 44 組創業團隊，其中 39 組創業團隊完成商工設立登記。

計畫網址：<https://ustart.yda.gov.tw/p/412-1000-122.php>

十一、企業創新創業輔導計畫—百萬創業計畫

為鼓勵原住民青年開展及創新原住民族產業，提升創業成功率，活化原住民族特色產業以達永續經營，原住民族委員會自 2015 年起推動「臺灣原住民族精實創業輔導計畫」。2024 年提供創業補助金，輔導原住民族新創事業團隊以創新商業模式、提升經營及財務管理知識，並進行實地訪視，以企業診斷方式了解市場缺口，改善企業劣勢並突顯優勢，穩定初期創業體質。截至 2023 年底，已投資逾 1.77 億元創業補助金，輔導 180 組新創企業。計畫網址：<https://startup.cip.gov.tw/>

第 3 節 優化創新創業場域

一、創業家簽證

為延攬國際創新創業人才，我國自 2015 年實行「創業家簽證」，凡具創新能力的外國及港澳創業家，申請通過可取得 2 年居留，後續符合條件可再申請延長居留 2 年；合法連續居留 5 年，每年居住超過 183 天者，可分別申請永久居留及定居。2024 年結合林口／亞灣新創園、國內外創育機構及國內外展會聯合推廣，並製作創業家簽證 DM 及推廣影片，推廣創業家簽證。截至 2023 年底，已有 994 人申請，769 人通過。「創業家簽證」：<https://www.sme.gov.tw/article-tw-2739-8324>

二、國際創業聚落（Startup Terrace）

為匯聚國內外新創能量，經濟部中小及新創企業署建置「林口新創園」及「亞灣新創園」，成為國際級創業聚落品牌。2024 年聚焦鏈結中大企業資源，提供新創實證場域進行產品服務驗證，並協助新創拓展重點國際市場，完善臺灣創新創業生態圈。至 2023 年底累計 752 家業者進駐，協助 79 家次新創拓展美國、日本、歐洲及新加坡、泰馬等國際市場，並促成逾 7.21 億元的募資及合作商機。相關資訊詳見：「林口新創園」（<https://www.startupterrace.tw/>）、「亞灣新創園」（<https://www.yawan-startup.tw/>）。

三、科專事業化生態系推動計畫

為帶動臺灣科技研發人才從技術創新邁向技術創業，經濟部產業技術司於 2021 年成立「科專事業化生態系推動計畫」（Taiwan Research Institute Entrepreneur Ecosystem program, TREE），透過商業規劃（Business Development, BD）經紀人與國際級業師，全程深度培育、互動式新創教育及演練、客製化國外移地商務拓展及場域驗證等面向，提供新創教育、國際級業師、資金與商機媒合、矽谷訓練、展會參展與估值提升等服務，以完善國內創新生態體系，協助科專新創團隊加速市場化，型塑新興產業明日之星。截至 2023 年底，已輔導近 190 隊科專團隊，其中 50 組科專創業團隊完成商工設立登記。計畫網址：<https://tree.meetbao.net/>

四、臺灣科技新創基地（TTA）

為協助臺灣新創團隊發展並與國際接軌，國家科學及技術委員會於 2018 年設立「臺灣科技新創基地」（Taiwan Tech Arena，簡稱 TTA），並於 2021 年底於臺南沙崙建置 TTA 南部據點。2024 年執行項目：（一）引進國內外頂尖加速器，串接學研新創成長體系；（二）推動國際交流與合作，引介海外新創資源來臺；（三）串接臺灣南北新創資源，完善科研新創生態圈發展。截至 2023 年底，累計引進 10 家加速器進駐，輔導培育團隊達 848 家，募資額逾 297 億元。

「TTA」：<https://www.taiwanarena.tech/>

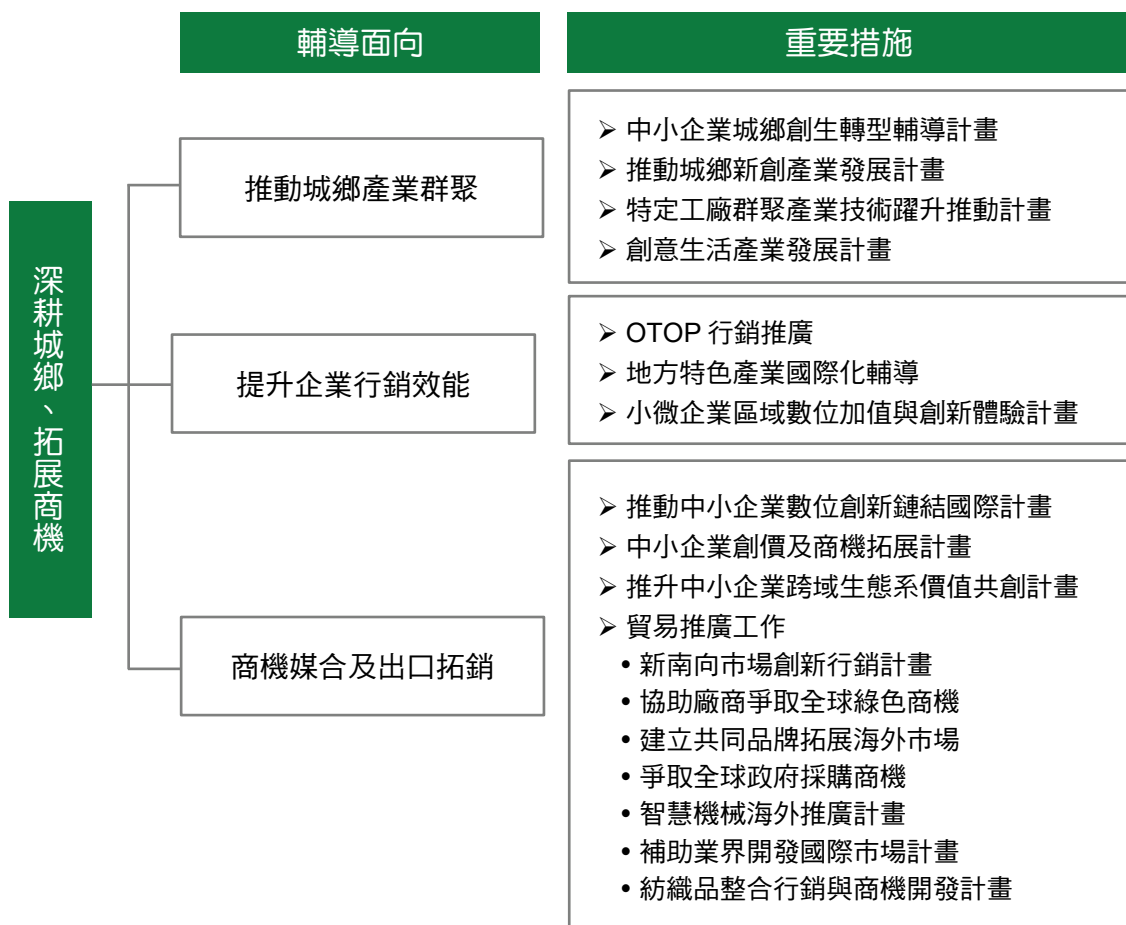
五、金融科技創新園區（FinTechSpace）

台灣金融服務業聯合總會於 2018 年設立「金融科技創新園區」（FinTechSpace），以打造適合金融科技發展的虛實共創環境，整合空間場域、輔導服務與開放 API 等資源，推動金融科技共創生態系。2024 年執行項目包含新創招募與適性深化輔導、發展多元型態監理門診及推動跨域共創 PoC 實證合作等。2023 年辦理「2023 數位沙盒主題式技術實證創新競賽」，產出 57 件創新實證提案，並辦理 4 場創投／業務媒合發表會，共計逾 260 位金融機構、創投、投資人與產業代表參與。「金融科技創新園區」：<https://www.fintechspace.com.tw/zh-hant/>

第 10 章 深耕城鄉產業及掌握市場商機

為活絡地方經濟發展，創造在地就業機會，提升城鄉行銷效能，以及掌握國內外市場商機，政府以多元輔導措施，協助地方產業及整體中小企業建立利基，並拓展國內外市場。圖 10-0-1 為相關重點措施架構。

圖 10-0-1 推動中小企業城鄉產業發展及拓展海內外市場措施架構



資料來源：本書整理。

第 1 節 推動城鄉產業群聚

一、中小企業城鄉創生轉型輔導計畫

為促進城鄉產業轉型，平衡區域發展，經濟部中小及新創企業署自 2018 年推動「中小企業城鄉創生轉型輔導計畫」，透過創生場域改造活化、在地文化塑造、特色產業發展、商業模式創新，健全企業體質，發揮在地示範性與影響力，加速地方產業轉型，創造在地就業機會並促進人口回流。2024 年輔導 19 家企業投入城鄉創生事業。2023 年共輔導 29 案、新增營業額 1.7 億元、新增就業人數 116 人及衍生投資金額約 1.1 億元，帶動 91 家在地中小企業。

計畫網址：<https://sbtr.org.tw/frontend/index.aspx>

二、推動城鄉新創產業發展計畫

為協助城鄉特色產業創新升級，完善創業聚落環境，進而帶動在地特色場域及城鄉新創產業經濟發展新活力，經濟部中小及新創企業署於 2021 年起補助縣市政府優化其產業創新場域，鏈結新創產業做為實證場域，並投入輔導青年創業資源，以推動城鄉新創產業發展。截至 2023 年底，已補助 10 案縣市政府新創場域計畫，輔導地方企業發展 646 家，提供地方企業進駐 182 家，帶動營業額產值約 10 億元。

三、特定工廠群聚產業技術躍升推動計畫

為協助具有產業文化或觀光教育價值的傳統工廠轉型為「觀光工廠」，讓原本具有特色的工廠更能彰顯寓教於樂的觀光價值與營運新模式，經濟部產業發展署持續執行「特定工廠群聚產業技術躍升推動計畫」。2024 年計畫內容包括：（一）觀光工廠評鑑及廣宣；（二）評選優良與國際亮點觀光工廠；（三）跨域整合與加值輔導等。2023 年主要成果為促進投資額 4.8 億元，增加產值 39 億元，增加在地就業 169 人次，支持就業人數 1 萬人。

「觀光工廠自在遊」：<https://www.taiwanplace21.org.tw/>

四、創意生活產業發展計畫

為協助國內產業轉型升級、增進就業機會、協助業者結合創意、文化元素，開發產品、場所、服務、活動之創意商品或服務，進而創新經營模式，提升經濟活動之附加價值及拓展新商機，經濟部產業發展署自 2003 年起推動「創意生活產業發展計畫」。2024 年執行項目包含評選創意生活事業、建立標竿學習典範及推動產業交流活動。2023 年促成衍生投資 9,950 萬元，增加產值 976 萬元。

「創意生活產業」：<https://www.creativelife.org.tw/>

第 2 節 提升企業行銷效能

一、OTOP 行銷推廣－深耕國內通路

經濟部中小及新創企業署自 1989 年起推動「一鄉鎮一特產」（One Town One Product, OTOP），因應國內外市場環境變遷，符合新時代市場趨勢，提升產品與服務新思維。2024 年以專家陪伴輔導協助企業優化產品及包裝能量，提升行銷能力，建立具示範性的亮點業者；持續經營日月潭 OTOP 館及 OTOP 授權通路，與跨域通路及社群電商平臺合作，策辦 OTOP 產品設計獎選品拔尖，提供通路推廣資源，優化地方產業發展並提高產業附加價值。2023 年媒合產品至國內通路上架及主題策展行銷，創造 2,254 萬元新商機。「城鄉特色網」：<https://www.otop.tw/>

二、地方特色產業國際化輔導－展望國際市場

經濟部中小及新創企業署自 2007 年推動地方特色產業國際化輔導，為協助企業介接海外市場，以適地性輔導產品創新及拓展國際通路，強化企業國際化能量，輔以通路拓展機制。2024 年於美國、加拿大、新加坡、馬來西亞、菲律賓與香港辦理國外通路媒合及主題策展，引導企業掌握國際消費市場需求，並持續拓展日本市

場。2023 年國際化專案輔導 10 案，提升受輔導企業營業額 3,577 萬元以上；海外通路媒合 44 家企業，辦理 6 場次海外通路展售活動，展售金額達 2,185 萬元。

「城鄉特色網」：<https://www.otop.tw/>

三、小微企業區域數位加值與創新體驗計畫

為打造城鄉在地品牌，經濟部中小及新創企業署選擇具市場發展潛力之城鄉地域，串聯區域領袖店家及在地青年，形成合作聯盟，為城鄉打造新樣貌。本輔導措施致力於培力城鄉在地經營人才，以政府資源媒合展售通路，並導入業界專家，實地陪伴在地發展品牌、優化服務體驗及型塑數位化營運，亦結合行銷資源予以推廣。2024 年執行項目：（一）輔導城鄉特色品牌 8 案；（二）培育在地經營人力 300 人次；（三）預計創造周邊產值 1 億元。

「城鄉島遊網」：<https://www.lohas-go.com.tw/>

第 3 節 促進商機媒合與出口拓銷

一、推動中小企業數位創新鏈結國際計畫

經濟部中小及新創企業署自 2017 年起執行「推動中小企業數位創新鏈結國際計畫」，鎖定新南向與亞太內需市場需求，協助中小企業籌組主題產業聯盟，導入數位創新工具，建立新興商業模式，以加速國際市場拓展，爭取數位商機。2024 年執行項目：（一）推動國際主題產業聯盟輔導及建構國際合作網絡；（二）專業顧問國際市場診斷服務；（三）舉辦國際業者商機交流會。2023 年促成中小企業與國際通路簽署 21 案實質合作契約、合作備忘錄（MOU）及取得訂單，帶動海外商機 2.53 億元。計畫網址：<https://www.sme.gov.tw/info/masterpage-wpi>

二、中小企業創價及商機拓展計畫

為協助中小企業在競爭激烈的環境中，能夠持續創造價值、加速拓展國內外商機，經濟部中小及新創企業署自 2021 年起推動「中小企業創價及商機拓展計畫」。2024 年協助中小企業依照其優勢及媒合需求，安排國際行銷、大型展會展出、海外媒合交流團及精準媒合等輔導，增加我國中小企業曝光、媒合與價值提升機會。2023 年辦理 2 場次技術交流媒合活動，提供 30 家中小企業創價輔導及促成企業洽談 281 次，完成精準媒合 39 案，並成功促成 7 案合作，衍生商機計 1.1 億元。

「中小企業商機媒合整合服務網」：<https://www.sme.gov.tw/technomart/masterpage-technomart>

三、推升中小企業跨域生態系價值共創計畫

為協助我國中小企業鏈結供給端與需求端，建立可行解決方案，快速到市場進行實證，發展生態標竿示範案例，以利後續業者創新永續經營，經濟部中小及新創企業署執行「推升中小企業跨域生態系價值共創計畫」。2024 年以「創」、「新」、「高」等 3 大策略思維，運用科技或數位應用，協助中小企業共創商模，找到新市場。2023 年促成創新服務或商品 30 案、帶動投資及研發投入共 0.79 億元，衍生 3 個新事業或新公司，提升受輔導廠商營收達 3.91 億元。「中小企業跨域創新生態網」：<https://www.sme.gov.tw/smefuture/masterpage-smeecosystem>

四、貿易推廣工作

為協助中小企業持續多元化拓展海外市場，經濟部國際貿易署（以下簡稱貿易署）結合民間力量拓展市場及推動多項貿易推廣專案計畫等。工作項目如下：

（一）強化貿易推廣工作

為協助廠商布局全球，提升我國產品國際競爭力，促進經貿發展，貿易署每年辦理推廣貿易工作。2024 年執行項目包括：1.辦理海外實體及線上展團活動、廣邀國外買主對臺採購及提供客製化專案服務；2.多元管道提供商情資訊服務及維運我

國貿易總入口網站－台灣經貿網；3.擴展海外據點服務；4.國際行銷人才培訓。2023 年協助逾 6.7 萬家次廠商拓展海外市場，促成 2,925 名買主對臺採購，以及 171 家次廠商成功布建全球市場通路。

「台灣經貿網」：<https://info.taiwantrade.com/>

（二）結合民間力量拓展市場

貿易署 2024 年主要活動包括組團赴國外拓展貿易、參加商展、邀請國外貿易團體來訪、舉辦或參加國際性經貿會議等，另為應個別廠商出口拓銷需要，亦補助個別公司或商號參加海外國際展覽。2023 主要成果：1.補助 228 家公協會、徵集 6,514 家廠商參展；2.補助 2,400 家個別廠商參展計 3,805 項計畫，其中 9 成補助對象為中小企業。

「補助公協會參加國際展覽」：<https://tpsp.trade.gov.tw/tpo/home/notice/front>

（三）推動多項專案計畫

1. 新南向市場創新行銷計畫

為協助廠商爭取東協、南亞及紐澳民生消費商機，貿易署推動「新南向市場創新行銷計畫」。2024 年具體作法包括：（1）以多元管道提供新南向市場商情資訊；（2）推動商用通路跨產業群聚輔導聯盟，提供專業諮詢輔導；（3）協助廠商運用數位科技及新媒體，進行線上產品測試及社群行銷推廣，並辦理買主精準媒合活動。2023 年共協助 50 家業者成功進入新南向市場。

「新興市場情報誌」：<https://mvp-plan.cdri.org.tw/>

2. 協助廠商爭取全球綠色商機

為協助業者爭取全球綠色商機，2024 年貿易署持續維運「綠色貿易資訊網」，提供多項服務及資訊，包含國際新聞、商情商機、線上諮詢、歐盟 CBAM 法案重點、全球品牌減碳商機資料庫及企業減碳出口能力評估系統；另辦理碳健檢活動、企業分享會及工作坊；並提供國際綠色驗證等輔導、辦理展團拓銷等。2023 年共服務 598 家次業者，網站收錄 22 則碳知識介紹、605 則國際政策法規、3,059 則淨零

排放相關新聞等資訊，並上架 53 支碳活動影片。

「綠色貿易資訊網」：<https://www.greentrade.org.tw/>

3. 建立共同品牌拓展海外市場

2024 年貿易署推出全新「Taiwan Select」計畫，推動食品業進入國外通路，設立專區或快閃活動；並結合「Taiwan Excellence」鎖定臺灣優勢產業，在海外展覽設立台灣精品館，進行推廣。2024 年 8 月於馬來西亞通路設置 Taiwan Select 專區，以及辦理通路促銷活動，協助 40 家次業者計 150 件商品，進行海外推廣；截至 9 月底於 10 項國際專業展，設置台灣精品館，推廣 Taiwan Excellence 優質產品，另協助 575 家次品牌上架海外實體及電商通路。

「Taiwan Select」：<https://taiwan-select.com/>

「Taiwan Excellence」：<https://www.taiwanexcellence.org/tw>

4. 爭取全球政府採購商機

為協助廠商爭取國外政府採購直接採購案或分包商機，2024 年貿易署持續辦理商機說明會、商機開發團及洽邀買主等推廣工作。2023 年辦理 3 項主題共 7 場次政府採購議題論壇／說明會、4 場產業商機開發團；並搭配台北國際電腦展，辦理採購洽談會 122 場次，預估潛在商機 7,158 萬美元。

「全球政府採購商機網」：<https://gpa.taiwantrade.com.tw/zh/home>

5. 智慧機械海外推廣計畫

為協助我國智慧機械相關廠商爭取海外商機，貿易署持續執行「智慧機械海外推廣計畫」。2024 年運用大展平臺增曝光、鏈結應用市場觸買主、搶進新興市場握商機等 3 項主軸系列拓銷活動，協助業者分散至低風險市場，並提供機械及工具機業者融資支援。2023 年主要成果：（1）線上形象館 164 家廠商展示，線上瀏覽 5.1 萬人次；（2）辦理 3 場拓銷媒合，共 662 家買主洽談；（3）與 4 家公協會合作輔導 82 家次廠商；（4）完成 8 場海外展，助 512 家廠商拓展海外市場。

計畫網址：<https://zh.twmt.tw/>

6. 補助業界開發國際市場計畫

為鼓勵廠商提出多元創新手法或整合性行銷之加值作法，赴海外布建行銷通路，貿易署持續推動「補助業界開發國際市場計畫」。2024 年共補助 36 案，其中，中小企業 32 家，占比為 89%。2023 年主要成果為成功協助廠商赴 21 個市場，布建 16 個代理商及 63 個海外經銷商。計畫網址：<https://www.imdp.org.tw/>

7. 紡織品整合行銷與商機開發計畫

為協助臺灣紡織業者開拓海外市場，貿易署持續推動「紡織品整合行銷與商機開發計畫」。2024 年輔導內容包括整合行銷與商機開發、國際行銷諮詢與服務，以及國際行銷輔導。2023 年主要成果：（1）辦理 52 場拓銷活動，參與廠商計 480 家次；（2）提供個別廠商國際行銷諮詢服務 40 家次、建置新產品新技術數位平臺資料 30 筆；（3）遴選 36 家廠商接受國際行銷輔導等。

計畫網址：<https://export.textiles.org.tw/>

第 11 章 中小企業其他相關支援

為優化中小企業經營環境，政府持續推動中小企業相關支援，包括政府協助之各項中小企業輔導經費、精進中小企業法制環境、國際參與交流、培育中小企業人才，以及辦理各項與中小企業相關選拔表揚活動等。圖 11-0-1 為中小企業其他相關支援架構。

圖 11-0-1 中小企業其他相關支援架構



資料來源：本書整理。

第 1 節 編列輔導經費

本節敘述有關政府用於協助中小企業之各項輔導經費、各項中小企業專案貸款政府出資部分，以及政府向中小企業採購等的經費統計。因資料取得限制，輔導資源與專案貸款出資部分，僅限於中央政府各一級機關之經費。

一、輔導中小企業經費約 298.21 億元

政府用於輔導中小企業的資源，統計範圍包括政府部門與中小企業輔導業務相關性較大的經費，例如經濟部中小及新創企業署、產業發展署、國際貿易署、商業發展署、產業技術司及產業園區管理局等與 11 項輔導體系有關的政府決算數、金融機構與信用合作社捐助挹注中小企業信用保證基金，以及勞動部人才培訓經費等。

以經濟部及所屬機關（含基金）決算來看，2023 年計有 366.99 億元，其中用於中小企業的經費為 267.40 億元，較 2022 年增加 20.6 億元，用於中小企業的經費占有所有決算經費的比率為 72.86%。2023 年用於中小企業輔導經費前 3 名分別為：產業技術司（96.19 億元）、產業發展署（64.59 億元），以及中小及新創企業署（62.58 億元）。（表 11-1-1）

表 11-1-1 2023 年經濟部輔導中小企業之資源經費

單位：新臺幣億元；%

主辦單位	年度經費	會計年度決算金額	用於中小企業總額	占比
中小及新創企業署		62.58	62.58	100.00
產業發展署		92.51	64.59	69.82
國際貿易署		44.53	38.49	86.44
商業發展署		6.94	4.89	70.46
產業技術司		157.88	96.19	60.93
產業園區管理局		2.55	0.66	25.88
合計		366.99	267.40	72.86

附註：1.占比為占總決算之百分比。
2.中小及新創企業署的經費中含中小企業輔導及中小企業發展基金。
3.產業發展署之產業園區開發管理基金經費，自 2023 年起移至產業園區管理局。即 2023 年產業發展署的經費含工業技術輔導，產業園區管理局的經費含產業園區開發管理基金。
4.國際貿易署的經費含推廣貿易基金。
5.商業發展署的經費含推動商業現代化及商業科技發展。
6.產業技術司的經費為科技專案。
資料來源：經濟部所屬各單位，2024 年。

2023 年另有 36 家本國銀行及 6 家信用合作社，合計捐助 26.99 億元挹注中小企業信用保證基金；在人力資源投資部分，勞動部勞動力發展署協助事業單位辦訓的「企業人力資源提升計畫」及「小型企業人力提升計畫」，用於辦理中小事業單位人才培訓經費約 3.82 億元，總計政府用於輔導中小企業的經費約 298.21 億元。

二、協助中小企業專案貸款約 12.38 億元

2023 年由政府出資與中小企業有關的專案貸款，包括中小企業發展基金支援辦理出口貸款、海外投資貸款、海外營建工程貸款；協助中小企業紮根專案貸款；微型創業鳳凰貸款、就業保險失業者創業貸款、失業中高齡者及高齡者創業貸款；中小型運動產業貸款；原住民族綜合發展基金貸款（原住民族事業貸款、原住民微型經濟活動貸款－生產用途）等，合計約 12.38 億元。（表 11-1-2）

表 11-1-2 2023 年由政府出資之中小企業專案貸款

單位：新臺幣億元

貸款名稱	辦理對象	方式	辦理情形	
			全部貸出金 額	政 府 出 資
中小企業發展基金支援辦理出口貸款 海外投資貸款 海外營建工程貸款	中小企業	中小企業發展基金全額出資	5.00	5.00
協助中小企業紮根專案貸款	中小企業	中長期資金提撥專款或銀行以自有資金支應	0.63	0.00
微型創業鳳凰貸款 就業保險失業者創業貸款 失業中高齡者及高齡者創業貸款	18~65歲女性及設籍離島居民、45~65歲國民 就業保險失業者 失業中高齡者及高齡者	銀行自有資金貸放，由勞動部補貼利息	3.59	0.14
中小型運動產業貸款	運動產業之中小企業	銀行自有資金貸放，由教育部補助手續費及利息補貼	8.96	0.00
原住民族綜合發展基金貸款 （原住民族事業貸款、原住民微型經濟活動貸款－生產用途）	18~65歲具原住民身分者	由原住民族綜合發展基金全額出資	7.24	7.24
合 計			25.42	12.38

資料來源：經濟部中小及新創企業署、勞動部、教育部及原住民族委員會等提供，2024 年。

三、政府向中小企業採購金額約 5,071.17 億元

依行政院公共工程委員會《112 年政府採購執行情形》報告，2023 年政府機關採購支出金額為 5,923.57 億元，由中小企業承包或分包之金額為 5,071.17 億元，中小企業承包比率達 85.61%。

第 2 節 精進法制環境

近期政府協助中小企業營造優質法規環境之重點相關措施，分為中小企業法制作業、中小企業重要法規調適及中小企業區域創新等 3 面向，說明如下：

一、中小企業法制作業

（一）發布〈經濟部推動產業及中小企業升級轉型辦法〉

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〉第 4 條第 1 項授權，為推動產業及中小企業升級轉型，經濟部於 2023 年 4 月 14 日訂定發布〈經濟部推動產業及中小企業升級轉型辦法〉，本辦法進一步揭示推動作法與措施對象，包括協助事業朝低碳化、智慧化轉型，針對商圈、街區店家、中小企業商機則聚焦現有投資之優化，針對進出口活動則應協助中小企業運用低碳化與智慧化出口拓銷，並推動會展產業節能減碳、列管市場及夜市之優化。

（二）發布〈經濟部中小及新創企業署辦理第二期加強投資中小企業實施方案作業要點〉

為持續優化中小企業的投資環境，協助中小企業於成長過程中取得充足營運資金，行政院國家發展基金管理會於 2023 年 2 月 20 日通過「加強投資中小企業實施方案（第二期）」，據此，經濟部於同年 7 月 5 日發布〈經濟部中小及新創企業署辦理第二期加強投資中小企業實施方案作業要點〉，精進搭配投資人管理機制、開放複數投資人申請搭配投資、強化投資期滿買回等規定，以投資諮詢、資源整合、

投後關懷為 3 大主軸，持續挹注並完善中小企業資金資源。

二、中小企業法規調適

（一）放寬創新板合格投資人資格限制

創新板針對合格投資人資格限制規範較為嚴格，不利市場流通。經濟部中小及新創企業署函請金融監督管理委員會，促請臺灣證券交易所研議放寬相關規定。臺灣證券交易所於 2023 年 9 月 5 日公告修正〈臺灣證券交易所股份有限公司營業細則〉第 79 條之 2，針對合格投資人要件，法人交易經驗由 2 年調降為 1 年；自然人財力證明由 500 萬元調降為 200 萬元、平均所得由 150 萬元調降為 100 萬元。預期將可活絡市場，豐富中小及新創企業籌資管道。

（二）放寬溫室氣體查驗機構之連續查驗年限

環境部於 2023 年 6 月預告〈溫室氣體排放量盤查登錄及查驗管理辦法〉修正草案，規範業者不得連續 5 年由同一機構進行碳盤查查驗，惟國內合格查驗機構查驗量能有限，故業者不易遵循上述規定。經濟部中小及新創企業署函請環境部放寬相關規定，其於同年 9 月公告修正本辦法第 8 條第 2 項，將得連續執行查驗作業年限延長為 6 年，另將執行查驗單位從同一機構，放寬為同一主導查驗員，以利業者因應產業低碳轉型。

三、中小企業區域創新

經濟部中小及新創企業署自 2021 年起推動創新法規諮詢機制，協助釐清中小企業發展創新應用時面臨的法規疑義，並同步藉由強化地方連結、提供法規修正建議等多元協處模式，降低法規與中小企業區域創新發展之隔閡，建立友善創新法規環境。

於綠色數位雙轉型趨勢下，廢棄物循環利用為產業轉型之重要推力。例如養殖業常見的廢牡蠣殼潛在應用廣泛，可創造環境及經濟效益。然農業部於 2023 年 7 月

預告修正〈農業事業廢棄物再利用管理辦法〉，禁止牡蠣殼粉用於作為食品、化粧品等高附加價值產品之原料。因此，經濟部中小及新創企業署於 2023 年 10 月發函農業部，建請評估放寬廢棄牡蠣殼再利用用途，降低法規障礙，並輔以相關檢核機制，以兼顧循環經濟產業發展及人體安全，並帶動新技術開發。

第 3 節 促進國際鏈結

我國多年來透過積極參與國際組織、各類雙邊合作、育成扶植及產學合作等方式，協調新創及中小企業參與國際經貿事務，達到拓展中小企業國際視野及雙邊交流目的。以下為 2023 年及 2024 年參與及舉辦的重要國際事務與活動。

一、參與亞太經濟合作（Asia-Pacific Economic Cooperation, APEC）相關活動

（一）出席「第 29 屆 APEC 中小企業部長會議」

經濟部於 2023 年 8 月 20 日至 21 日，赴美國西雅圖參加「第 29 屆 APEC 中小企業部長會議」，就「協助中小企業及女性進入全球價值鏈」、「中小企業綠色轉型」2 項主題分享我國相關政策作法。於中小企業及女性進入全球價值鏈議題，分享我國政府部門扮演關鍵中介者，協助中小企業進入全球市場價值鏈之成功經驗；於綠色轉型議題，說明我國透過數位創新整合相關政策及行動協助中小企業應對，藉此達到公正的綠色轉型。

（二）主辦「APEC 數位創新加速中小企業綠色轉型論壇」

經濟部中小及新創企業署於 2023 年 6 月 13 日至 14 日，舉辦「APEC 數位創新加速中小企業綠色轉型論壇」，邀請 10 國 APEC 會員體之產官學專家共同分享數位創新推動綠色轉型作法，共計 332 人次參與。論壇場邊同時舉辦展覽，包括我國在內 7 個 APEC 經濟體，共 28 家中小企業及新創參加。亦於同年 12 月刊登專題報告，協助提升中小企業提升綠色轉型意識，推動數位創新，以達到淨零排放目標。

（三）主辦「APEC 中小企業數位創新低碳轉型工作坊」

經濟部中小及新創企業署於 2024 年 6 月 12 日至 13 日，舉辦「APEC 中小企業數位創新低碳轉型工作坊」，邀請 APEC 會員體之產官學專家、企業及國際大廠參與工作坊系列活動，協助中小企業提升綠色轉型意識，並邀請專家進行「如何進行數位碳盤查」及「利用數位創新方式減少碳排放」之主題課程及實作演練，有來自我國、印尼、菲律賓、泰國、越南、馬來西亞企業等參與，以期應用數位創新解方，建構企業減碳能力。

二、新南向產業鏈結高峰論壇

中華民國全國工業總會與經濟部產業發展署自 2017 年起共同舉辦「新南向產業鏈結高峰論壇」，協助企業與東協國家產業及經貿合作，中小企業可利用此平臺掌握東協市場資訊，以拓展新商機。2024 年持續透過 6 國對接平臺，扣合雙邊產業政策及需求，聚焦包括紡織、電子製造、智慧城市、綠色科技、食品生技、自動化、智慧車輛等領域，協助雙方促成實質合作商機。2023 年舉辦臺泰、臺印尼、臺印度、臺馬、臺越及臺菲論壇 6 場次，促成 26 項產業合作協議。

三、促進中小企業雙邊或多邊國際交流合作

（一）推動雙邊及多邊事務、促進跨國交流合作：1. 與相關重要夥伴國家推動雙邊中小企業合作，包含菲律賓、馬來西亞、印度、日本、美國、土耳其及波蘭等；2. 出席馬來西亞、日本、菲律賓及印度等年度雙邊會議；3. 參與 APEC 中小企業工作小組及部長會議等多邊議題合作事宜。

（二）中小企業國際交流重要成效

1. **印度：**舉辦「第 2 屆臺印度中小企業工作小組會議」，雙方就政策進行交流，並舉辦「第 2 屆臺印度中小企業合作論壇」，促成雙邊食品加工與機械業者對接及合作。

2. **馬來西亞**：辦理「第 8 屆臺馬中小企業發展工作小組（SMEDWG）會議」，促成雙方就資訊交流分享、智慧醫療暨醫材市場商機媒合會、清真美妝市場商機媒合會等合作，並協助臺馬共 32 家企業線上商談，以及促成 4 案臺馬企業洽談初步合作。
3. **日本**：辦理「第 6 屆臺日中小企業協力會議」，就二代接班、災後復甦及政策、臺日第 3 國合作研析等議題，進行官方資訊分享，並同意未來可就二代接班議題，進一步討論未來合作模式，促進臺日二代企業交流。
4. **土耳其**：執行〈臺土（土耳其）中小企業合作瞭解備忘錄〉，與土耳其中小企業總署（KOSGEB）合作辦理「臺灣與土耳其中小企業智慧醫療商機媒合會」，邀請土耳其 9 家與我國 17 家中小企業，進行 43 場次一對一線上商談。
5. **波蘭**：辦理「臺波蘭中小企業合作論壇」，以醫療器材為主題，我國及波蘭企業分別有 37 及 47 家報名，另運用 b2match 線上平台辦理媒合會，總計媒合 48 場次。
6. **美國**：〈臺美 21 世紀貿易倡議〉首批協定於 2023 年 6 月簽署，包括中小企業專章，有利中小企業參與美國市場。經濟部中小及新創企業署同步成立臺美中小企業諮詢會，並透過資源互通、議題互助、企業互動等方式，協助中小企業發展與交流。

第 4 節 培育專業人才

除了經濟部中小及新創企業署為中小企業量身訂做經營管理、創業育成與傳承接班人才培育外，其他相關政府單位，也針對各產業所需人才，選擇產業重點項目進行人才養成，這些措施亦適用於中小企業。

一、中小企業經營管理與創業育成人才培育

為強化中小企業在經營發展各階段所需知能，以及提升從業人員人才培育能量，經濟部中小及新創企業署自 2003 年建置「中小企業網路大學校」，提供數位學習及實體課程單一整合入口網站，經營專屬臺灣中小企業 One-Stop 充電站，以達到全民終身學習的目標。2024 年提供逾 800 門免費線上課程、企業組織學習專區、數

位多元學習服務及終身學習電子護照服務，並開設 AI 學程、創業及雙語等多元的數位及實體課程。2023 年推動超過 56 萬人次運用數位學習，實體課程共培訓 304 人次。「中小企業網路大學校」：<https://www.smelearning.org.tw/>

二、中小企業傳承接班人才培育

為加速中小企業建立企業傳承及數位轉型觀念，累積轉型能量與提升競爭優勢，經濟部中小及新創企業署以促進中小企業數位轉型為目標、培育接班團隊為方法，2024 年持續透過「N 世代學苑」，推動數位學程與社群學習與輔導。2023 年遴選 15 家企業參與「標竿企業實戰班」，改善至少 5%營運績效；遴選 56 家企業參與「潛力企業共學班」，透過課程擘劃企業數位轉型藍圖；建置線上數位轉型力課程 11 門，累計 1 萬 639 人次參與。「N 世代學苑」：<https://ntacademy.sme.gov.tw/>

三、製造業人才培育

為充裕產業轉型所需人才，建構專業人才培訓環境，經濟部產業發展署持續推動在職人員培訓及職前人才養成。2024 年辦理離岸風電、AI、半導體、淨零碳排等重點產業培訓課程，並建立產學研合作鏈結，鼓勵企業進入校園發掘未來所需人才；另運用疫後條例預算，辦理低碳化及智慧化等在職培訓課程，加強培育淨零及數位轉型人才。2023 年共培育 2 萬 8,547 人次（含科技預算 7,462 人次、前瞻特別預算 5,133 人次及疫後特別預算 1 萬 5,952 人次）。

相關網址：<https://www.idatrain.org.tw/>

四、服務業人才培育

經濟部商業發展署自 2017 年起，針對智慧商業服務推動所需人才培訓，建立國內智慧商業服務規模化基礎。另自 2021 年起，推動「商業服務數位轉型領導人才培育計畫」，規劃數位轉型所需之智慧商業分析、數位行銷及電子商務等課程，2024 年持續開辦領導人才培訓課程（累計 10 班），2023 年共培育 135 位商業服務人才。

計畫網址：<https://college.itri.org.tw/edm/D2/006/04/edm1.html>

五、國際企業經營人才培育

（一）國際企業人才培訓計畫：為因應業界對外貿實務人才的需求，經濟部國際貿易署（以下簡稱貿易署）規劃國際企業人才培訓工作。除了提供職前和在職培訓等課程外，並致力於協助企業打造量身定制的包班課程，針對企業需求提供最適教學方案，以提升職場競爭力。**2024** 年持續辦理國際企業經營班、東部國際人才特訓班及新南向人才儲備專班等課程，並依據企業需求，規劃專業在職訓練班課程，同時加強線上商務英語課程的多樣性，以及提供企業人才媒合服務。**2023** 年總計培訓 **3,546** 人次。

計畫網址：<https://www.iti.org.tw/>

（二）會展人才培育與認證：為培育我國會展產業從業人員之專業技能，貿易署自**2009**年起透過計畫持續推動會展人才培育與認證，**2024**年分成**2**大領域：
1.會展人才培育：辦理校院、在職及高階國際會展人才培訓課程。**2.會展人才認證：**辦理國內及國際會展認證。**2023** 年成果：**1.會展人才培育：**辦理校院、在職及高階國際會展人才培訓課程計 **30** 班，培訓 **1,171** 人次。**2.會展人才認證：**計 **196** 人取得會議展覽專業人員認證、**19** 人取得國際展覽認證。

計畫網址：<https://mice.iti.org.tw/>

六、數位人才培育

因應產業數位轉型與數位經濟發展趨勢，數位發展部執行「數位青年 T 大使推動計畫」，**2024** 年透過政府及民間公私協力，以職能培育、企業場域、業師與數位轉型解決方案實作，協助青年接軌未來就業市場。截至**2023** 年底，共培訓 **1,836** 位數位青年（T 大使），協助青年考取 **1,840** 張國際證照，為各行各業所需數位人才提前布局，共同培育產業數位轉型種子人才。

「T 大使」：<https://www.3t.org.tw/Default.aspx?Create=1>

七、產學合作人才培育

- (一) **產業碩士專班**：教育部自 2011 年春季班起主辦「產業碩士專班」，根據產業需求，由企業與學校合作提出開課計畫申請，經教育部審查通過後辦理，增補企業所需碩士級人才。2024 年春季班暨秋季班共計核定 19 校 48 班，650 名招生名額。2023 年主要成果為核定 19 校 42 班，507 名招生名額。

計畫網址：<https://imaster.moe.gov.tw/home>

- (二) **產學攜手合作計畫 2.0**：教育部與經濟部、勞動部自 2021 年起擴大推動「產學攜手合作計畫 2.0」，結合技高、技專及產業界共育技術人才，技專生入學即成為企業正式員工，並於技專校院在職進修。2024 年共核定 113 學年度 206 案，企業提供約 1.1 萬個工作崗位；2023 年共核定 112 學年度 239 案，企業提供約 1.1 萬個工作崗位。

相關網址：https://depart.moe.edu.tw/ED2300/News_Content.aspx?n=48B2FF1146C9D16D&sms=56C971C4BBC10363&s=87FE3CA7DCA867FF

- (三) **產業學院計畫**：為鼓勵技專校院對焦國家重點發展產業，以就業銜接為導向，2020 年起教育部調整「產業學院計畫」補助類型，透過產學連結合作育才平臺媒合產學雙方，以客製化模式合作人才培育方案，讓學生畢業後立即就業，同時提升產學合作能量。2024 年共核定 56 校 124 案，培育學生數約 1,772 人。2023 年共核定 59 校 154 案，培育學生數約 2,067 人。

「產學合作資訊網」：<https://iac.twaea.org.tw/>

- (四) **跨域數位人才加速躍升計畫**：為強化產業數位轉型下，跨域數位人才之供應，透過招募國內大學及研究所非資通訊背景的在學生，針對 5 大數位經濟領域，提供線上網路課程及線下進入企業或法人進行專題實作，讓學生熟悉業界實際需求，以此培育產業需求為導向的跨域數位人才。2024 年因應科技趨勢持續精進線上課程及專題實作，提升學員 AI 及資安等數位應用能力，預計完成 150 名跨域數位人才的培育。截至 2023 年底，已培訓近 2,400 名跨域數位人才。「DIGI+ Talent」：<https://www.digitalent.org.tw/zh-tw>

八、企業人力資源提升及勞工自主學習

（一）企業人力資源提升計畫及小型企業人力提升計畫：勞動部勞動力發展署自 2004 年起推動「企業人力資源提升計畫」，協助事業單位根據其組織營運策略，自行規劃或偕同具營運關連性的事業單位，辦理在職員工進修訓練，並補助部分訓練費用；自 2014 年起亦啟動「小型企業人力提升計畫」，針對員工人數 50 人以下的小型企業，提供專業化與個別化的輔導諮詢服務，並協助執行訓練課程。2023 年「個別型計畫」補助 2,887 家，32.7 萬訓練人次；「聯合型計畫」補助 114 案，2.1 萬訓練人次。

「補助企業辦理員工訓練計畫網」：<https://onjobtraining.wda.gov.tw/>

（二）產業人才投資方案：勞動部勞動力發展署自 2005 年起推行，提升在職勞工的知識、技能及態度，結合民間訓練單位提供多元化實務導向的訓練課程，並補助每人 3 年內最高 7 萬元的訓練費用，激發在職勞工自主學習，累積個人人力資本，以達到提升國家整體人力資本的目標。2023 年共訓練 10.3 萬訓練人次。「在職訓練網」：<https://ojt.wda.gov.tw/>

第 5 節 獎勵傑出典範

經濟部針對中小企業每年辦理各項選拔表揚活動，獲選之得獎企業，可藉此提升其產品行銷及企業形象，更為企業帶來發展商機。2023 年各項選拔表揚活動得獎名單彙整在本書附錄 3。以下為重要獎項辦理目的及累積辦理成效。

一、國家磐石獎—表揚卓越中小企業

1992 年中華民國全國中小企業總會創設並主辦第 1 屆國家磐石獎選拔活動，第 16 屆起由全國中小企業總會與經濟部共同主辦，本獎項目的為選拔經營穩健殷實，在管理、創新、品牌、服務、品質及形象等各方面均表現卓越，並對社會有具體貢獻之中小企業，作為業界之楷模，並給予公開表揚，以促進中小企業標竿典範之模

式，塑造臺灣所有中小企業互相學習成功的模式，彼此激勵震盪，加速企業升級。

2024 年以表揚 12 家中小企業為原則，截至 2023 年止總計有 340 家獲獎。

「國家磐石獎」：<https://www.sme.gov.tw/smeaward/>

二、小巨人獎－選拔出口績優中小企業

經濟部中小及新創企業署於 1998 年設立「小巨人獎」，透過選拔表揚活動，評選出在國際市場具高度競爭力、出口表現傑出及經營管理制度健全，足堪為國內表率之出口績優中小企業予以表揚，也期望藉由相關活動的舉辦，擴散宣導示範效果，並進一步促進同、異業交流，並激勵更多以臺灣為主要經營基地之中小企業，積極開拓國際市場。本獎項累計至 2023 年止已辦理 26 屆，計有 371 家出口績優中小企業獲獎。「小巨人獎」：<https://award.sme.gov.tw/masterpage-rsa>

三、創新研究獎－鼓勵傑出中小企業創新研究

經濟部中小及新創企業署自 1993 年起辦理「中小企業創新研究獎」，針對持續以有組織、有系統之方法，自行從事創新研究而有具體成效之中小企業，甄選較為傑出者予以獎勵，鼓勵企業持續累積研發能量，以期技術生根，進而達到產業升級與健全發展之目的。自開辦統計至 2023 年止，已選出 1,011 件中小企業創新標的，且獲獎企業計 70 家上市上櫃、23 家興櫃、8 家登錄創櫃板。

「中小企業創新研究獎」：<https://tsia.sme.gov.tw>

四、新創事業獎－獎勵優秀新創企業

經濟部中小及新創企業署自 2002 年起辦理「新創事業獎」選拔活動，為尋找國內具有創新技術、產品、服務或經營模式之新創企業，發展具備優質營運模式之新創事業，樹立成功創業典範，帶動國內創新創業之風氣。本獎項累計至 2023 年止已辦理 22 屆，獲獎企業共 333 家，其中曾上市、上櫃、興櫃、創櫃或公開發行者有 41 家，充分展現獲獎企業優質的競爭實力，並獲得市場高度支持。

「新創事業獎」：<https://startup.sme.gov.tw/startupaward/>

五、創業楷模獎－表揚創業典範標竿

1978年由中華民國全國創新創業總會創辦第1屆「創業楷模選拔暨表揚系列活動」，自2005年起由經濟部擔任指導單位，共同表彰成功創業典範，激勵創業者創新及勇於承擔風險的精神。截至2023年，全球已有720位企業榮獲創業楷模獎項，其中國內有489位，海外有231位，創業楷模不僅配合政策以大帶小扶植新創，更響應ESG永續發展政策，發揮社會影響力。

「創業楷模選拔」：<https://www.careernet.org.tw/modules.php?name=kaimo>



附 錄

附錄 1 中小及新創企業主要相關法令

附錄 2 中小及新創企業統計表

附錄 3 2023 年及 2024 年中小企業傑出獎項得獎名錄

附錄 4 中小及新創企業政策性專案貸款

附錄 5 信保基金相關保證項目或措施

附錄 6 中小企業融資服務窗口

附錄 7 區域及各縣市中小企業服務中心

附錄 8 主要國家中小企業發展情勢

附錄 9 資料來源及參考文獻

附錄 1 中小及新創企業主要相關法令

中小企業發展條例

中華民國 80 年 2 月 4 日總統（80）華總（一）義字第 0705 號令制定公布全文 40 條；並自公布日施行，但關於第 4 章稅捐減免部分，應施行至 87 年 6 月 30 日止

中華民國 86 年 5 月 21 日總統（86）華總（一）義字第 8600116240 號令修正公布第 2、8、13、28、30、32 條條文；並增訂第 36-1 條條文

中華民國 87 年 1 月 21 日總統（87）華總（一）義字第 8700012660 號令修正公布第 36、40 條條文；第 36 條修正條文，自 87 年 1 月 1 日施行

中華民國 89 年 12 月 27 日總統（89）華總一義字第 8900307150 號令修正公布第 3、4、11~13、40 條條文，增訂第 12-1 條條文；並自公布日施行

中華民國 90 年 12 月 21 日總統（90）華總一義字第 9000252790 號令修正公布第 9 條條文

中華民國 92 年 12 月 17 日總統華總一義字第 09200235631 號令修正公布第 13、32 條條文

中華民國 98 年 11 月 25 日總統華總一義字第 09800292211 號令增訂公布第 24-1 條條文

中華民國 103 年 6 月 4 日總統華總一義字第 10300085981 號令修正公布第 35、40 條條文；並增訂第 35-1、36-2、36-3 條條文；並自公布日施行，但第 35、35-1、36-2 條條文施行期間自 103 年 5 月 20 日起 10 年止

中華民國 105 年 1 月 6 日總統華總一義字第 10400154141 號令修正公布第 36-2 條條文；第 2~5 項規定，自 105 年 1 月 1 日施行至 113 年 5 月 19 日止，不適用第 40 條條文但書之規定

中華民國 113 年 8 月 7 日總統華總一義字第 11300069601 號令修正公布第 1、2、35、36-2、36-3、39、40 條條文；第 35、36-2 條施行期間，自 113 年 1 月 1 日起至 122 年 12 月 31 日止

第一章 總 則

第一條

為協助中小企業改善經營環境，推動相互合作，並輔導其自立成長及升級轉型，以促進中小企業之健全發展，特制定本條例；本條例未規定者，適用其他有關法律之規定。

第二條

本條例所稱中小企業，指依法辦理公司、有限合夥或商業登記，合於中小企業認定標準之事業。

前項認定標準，由中央主管機關按資本額、經常僱用員工數等定之。

其他機關為辦理中小企業輔導業務，得就業務需要，另定標準，放寬輔導對象。

第三條

本條例所稱主管機關：在中央為經濟部；在直轄市為直轄市政府；在縣（市）為縣（市）政府。

本條例所定事項，涉及目的事業主管機關職掌者，由主管機關會同目的事業主管機關辦理。

各級政府為本條例之施行，應設置或指定機構輔導之。

第四條

主管機關為達成本條例目的，應就左列事項，採取適當之輔導或獎勵措施：

- 一、市場之調查及開發。
- 二、經營合理化之促進。
- 三、相互合作之推動。
- 四、生產因素及技術之取得與確保。
- 五、人才之培育。
- 六、其他有關中小企業之創辦或健全發展之事項。

主管機關研擬前項政策、法規、措施時，除應促進小規模企業經營之改善與發展外，在金融、稅制及其他有關方面，不得有不公平之待遇。

中央主管機關就前二項之實施情形、檢討結果及未來展望，應於每年度終了發布中小企業白皮書，並書明用於中小企業之所有資源。

第五條

主管機關為輔導中小企業調查或開發市場，應對中小企業提供資訊服務、建立自有品牌、佈置行銷管道或開發市場有關之指導及協助，作為輔導重點。

第六條

主管機關為促進中小企業經營之合理化，應以左列事項為輔導重點：

- 一、研究發展及新產品之開發。
- 二、設備之更新及生產技術之改良。
- 三、經營管理方法之改進。
- 四、市場之開拓及資訊之獲得。
- 五、行業之轉換與調整。
- 六、經營要素及技術之取得。

第七條

主管機關為推動中小企業相互合作，應以左列事項為輔導重點：

- 一、業界垂直合併及中心衛星工廠制度之建立與推廣。
- 二、業界水平合併及聯合產銷制度之建立與推廣。
- 三、互助基金或合作事業。
- 四、技術合作與共同技術之開發。
- 五、共同設備之購置。
- 六、行銷據點之建立。

第八條

主管機關為協助中小企業取得及確保生產因素與技術，應以左列事項為輔導重點：

- 一、資本之形成及累積。
- 二、資金之融通。
- 三、土地、廠房、設備、營業場所及資訊之取得。
- 四、人才培訓及勞動力之提升。
- 五、原料及技術之確保。
- 六、中小企業利用資本市場獲取資金之輔導。
- 七、服務技術水準之提高。

第九條

中央主管機關應設置中小企業發展基金，其用途範圍如左：

- 一、支援輔導計畫所需之經費。
- 二、透過金融機構辦理專案性、緊急性及企業轉型、調適之融資及保證。但以金融機構或信用保證機構，不能按通常條件提供融資或保證者為限。
- 三、投資中小企業開發公司，或透過中小企業開發公司、金融機構與經認可的投資機構，共同投資中小企業。
- 四、資助為辦理第四條所定業務而設立之機構或法人。
- 五、其他有關促進中小企業健全發展及本條例規定之用途。

為中小企業發展基金之收支、保管及運用，應設置中小企業發展基金管理委員會；其組織及本基金之收支、保管及運用辦法，由行政院定之。

第十條

中小企業發展基金之來源如左：

- 一、中央政府逐年編列預算撥充。
- 二、其他專案基金撥充。
- 三、公民營企業團體或個人之捐贈。
- 四、基金之孳息。
- 五、其他收入。

前項第三款之捐贈，經主管機關之證明，依所得稅法之規定，准在當年度所得中減除，不受金額之限制。

第十一條

直轄市、縣（市）主管機關（以下簡稱地方主管機關）得視中小企業發展特性之需要，擬定輔導計畫，並編列預算負責執行。

地方主管機關為前項輔導計畫之推行，得向中小企業發展基金申請補助，或協助中小企業取得專案融資。

第十二條

主管機關辦理本條例之輔導業務，應視需要，聯合或委託公私立研究服務機構、金融機構、信用保證機構、貿易促進機構、工商業團體或其他機關團體共同辦理，並分別建立財務融通、經營管理、生產技術、研究發展、資訊管理、工業安全、污染防治、市場行銷、互助合作及品質提升等輔導體系。

前項輔導體系之建立及輔導辦法，由中央主管機關擬訂，報請行政院核定之。

第十二條之一

各級政府於制（訂）定或修正與中小企業有關之法規時，應衡量中小企業之經營規模及特性，以利中小企業遵行。

中央主管機關應定期檢討與中小企業有關之法規，評估中小企業適應能力及對中小企業之影響，於年度終了三個月內，向立法院提出檢討報告。

第二章 融資與保證

第十三條

為充裕中小企業資金，中央主管機關應協調有關金融機構、信用保證機構，加強對中小企業融資、保證之功能。

為充裕中小企業信用保證機構之資金，中央主管機關應編列預算捐助該機構，以維持其應有之保證能量，與該機構簽約之金融機構亦應配合捐助，主管機關並得向企業界勸募。

前項各金融機構捐助之總額，得視需要逐年增加至總捐助額百分之三十五，由中央主管機關依其送保金額與逾期比率及代位清償金額，對企業授信餘額、淨值、盈虧情形及已捐助金額等定之。

中央主管機關應主動協助中小企業取得銀行貸款，並將年度執行成果報告送立法院。

第十四條

全國各銀行在其經營業務範圍內，應提高對中小企業之融資比例，並應設置中小企業輔導中心，加強服務。

第十五條

主管機關應協調有關單位寬籌中小企業專案貸款資金，責成主辦銀行辦理專案性、緊急性融資或配合企業轉型、調適之貸款；必要時，並得提高融資貸款及保證額度。

第十六條

前條所稱專案性融資，係指對中小企業為辦理左列計畫所提供之融資：

- 一、提高競爭能力之經營計畫。
- 二、研究發展、防治污染、拓展市場計畫。
- 三、創新產品、提升品級計畫。
- 四、配合環境保護、都市計畫、道路或其他由政府興辦之公共設施，必須遷廠之計畫。

五、其他經主管機關核定之專案計畫。

第十七條

第十五條所稱緊急性融資，係指對中小企業所提供之左列融資：

- 一、重大經濟變故期間，產銷週轉貸款。
- 二、重大天然災害復舊貸款。
- 三、其他緊急應變貸款。

第十八條

第十五條所稱配合企業轉型、調適之貸款，係指對中小企業所提供之左列貸款：

- 一、經濟景氣衰退期間，產銷週轉貸款。
- 二、行業轉換時，更換或添置機器設備貸款。
- 三、提高生產力，添置自動化設備貸款。

第十九條

金融機構或信用保證機構辦理前三條之貸款或保證者，得由中小企業發展基金撥款參與貸款或保證；其比例由主管機關依實際需要核定之。

前項各有關經辦人員，對非由於故意、重大過失或舞弊情事所造成之呆帳，依審計法第七十七條第一款之規定免除全部之損害賠償責任，並免除予以糾正之處置。

第二十條

對經營管理、財務及會計制度健全，依法繳清應納稅捐之中小企業，主管機關得協調有關金融機構、信用保證事業，優先給予融資、保證。

第二十一條

中小企業因配合環境保護、都市計畫、道路或其他由政府舉辦之建設，而業務受到影響或有遷移必要者，主管機關應協助其透過金融機構辦理週轉貸款、遷移貸款；必要時，並應協助其取得遷廠用土地。

第二十二條

中小企業因天災而受重大損害時，主管機關應協調財政機關辦理稅捐減免或其他救助。

第二十三條

為防止中小企業受業務往來企業倒閉之牽累而發生連鎖倒閉，主管機關得協調、輔導產業同業公會，設置或聯合設置防止中小企業連鎖性倒閉互助保證基金，對因此發生週轉或業務困難之中小企業，提供特別融資之信用保證。

互助保證基金設立初期，必要時，得由中小企業發展基金捐助之。

第三章 經營管理、市場與產品之開發

第二十四條

主管機關得設置或輔導民間設置中小企業指導服務中心，並得聯合公民營相關機構，共同對中小企業提供左列指導服務：

- 一、企業經營診斷。
- 二、中小企業銷售、生產技術、經營管理及財務結構之改善。
- 三、中小企業管理或技術人員之訓練。
- 四、產銷資訊及諮詢。
- 五、其他相關業務。

第二十四條之一

為協助發展地方特色產業，以促進地區經濟繁榮，政府得設立基金。

第二十五條

主管機關為增進中小企業經營效率，加強其競爭能力，得輔導中小企業共同從事生產、行銷、採購、運輸及合作開發技術與研究發展等事項。

第二十六條

中央主管機關得聯合相關機構及大專院校，培訓經營診斷及企業管理專業人才，提供對中小企業之指導服務。

第二十七條

各產業同業公會或工商業團體，其設有專責服務單位，對其中小企業會員提供服務者，主管機關得給予必要之協助。

第二十八條

為鼓勵中小企業製造高級產品、高附加價值產品或服務，開拓外銷市場，主管機關應會同有關機構予以技術及行銷指導，並協助參加國外展覽，獲取市場情報，辦理聯合廣告、註冊商標、申請專利或在國外共同設置發貨倉庫。

前項高級產品、高附加價值產品製造或服務計畫，經主管機關會同有關機關評鑑後認許者，得申請中小企業發展基金補助其產品及市場開發費用。

第二十九條

主管機關為輔導中小企業提高生產技術水準，得委託技術機構或聘請專家，為各行業研究開發新產品或引進新技術，提供指導與服務。

前項新產品或新技術之移轉，得由主管機關酌收成本費用；必要時，得由中小企業發展基金補助之。

第三十條

為協助中小企業研究發展，主管機關得與適當之技術研究機構合作，設立專為中小企業提供研究、試驗、開發技術、產品及服務之機構或場所。

中小企業得支付費用，申請利用前項機構或場所之設備，從事試驗研究。

第三十一條

主管機關於必要時，得洽商公民營企業指派其技術人員，支援輔導體系，提供中小企業所需生產技術或服務技術之指導。

第三十二條

中央主管機關得設立或輔導設立中小企業開發公司，對有發展潛力之中小企業，直接或間接投資，提供國內外技術合作、市場與產品開發或投資之諮詢顧問服務及其他相關業務。

中央主管機關應協助為辦理第四條所定業務而設立之機構及法人。

中央主管機關得協調銀行法之主管機關，核准銀行參與中小企業開發公司，逕行辦理前項業務。

中小企業開發公司所需資本，得由中小企業發展基金參與投資。

中小企業開發公司之設立營運管理辦法、中小企業發展基金參與投資之標準及比例，由行政院定之。

第四章 稅捐之減免

第三十三條

以工業區土地作價投資於中小企業者，經該中小企業同意，以該中小企業所取得之該中小企業之股票作為納稅擔保，投資人應繳納之土地增值稅，得自該項土地投資之年分起，分五年平均繳納。

前項投資之土地，以供該中小企業自用者為限；如非供自用或再轉讓時，其未繳之土地增值稅，應由投資人一次繳清。

第三十四條

中小企業因左列原因之一，遷廠於工業區、都市計畫工業區或於本條例施行前依獎勵投資條例編定之工業用地，其原有工廠用地出售或移轉時，應繳之土地增值稅，按其最低級距稅率徵收：

- 一、工廠用地，因都市計畫或區域計畫之實施，而不合其分區使用規定者。
- 二、因防治污染、公共安全或維護自然景觀之需要，而有改善之困難，主動申請遷廠，並經主管機關核准者。
- 三、經政府主動輔導遷廠者。

依前項規定遷建工廠後三年內，將其工廠用地轉讓於他人者，其遷廠前出售或移轉之原有工廠用地所減徵之土地增值稅部分，應依法補徵之。

第三十五條

為促進中小企業研發創新，中小企業投資於研究發展之支出，得選擇以下列方式抵減應納營利事業所得稅額，並以不超過該公司或有限合夥當年度應納營利事業所得稅額百分之三十為限；一經擇定，不得變更：

- 一、於支出金額百分之十五限度內，抵減當年度應納營利事業所得稅額。

二、於支出金額百分之十限度內，抵減自當年度起三年內各年度應納營利事業所得稅額。

供研究發展、實驗或品質檢驗用之儀器設備，其耐用年數在二年以上者，准按所得稅法固定資產耐用年數表所載年數，縮短二分之一計算折舊；縮短後餘數不滿一年者，不予計算。

第一項投資抵減之適用範圍、申請期限、申請程序、核定機關、施行期限、抵減率及其他相關事項之辦法，由中央主管機關會同財政部定之。

第三十五條之一

為促進創新研發成果之流通及應用，中小企業以其享有所有權之智慧財產權，讓與非屬上市、上櫃或興櫃公司，所取得之新發行股票，免予計入該企業當年度營利事業所得額課稅。

個人以其享有所有權之智慧財產權，讓與非屬上市、上櫃或興櫃之公司時，該個人所得之新發行股票，免予計入其當年度綜合所得額課稅。

前二項股票於實際轉讓、贈與或作為遺產分配時，應將全部轉讓價格，或贈與、遺產分配時之時價作為該轉讓、贈與或遺產分配年度之收益，並於扣除取得前開股票之相關而尚未認列之費用或成本後，申報課徵所得稅。

前項股票發行公司於辦理前項規定之股票移轉過戶手續時，應於移轉過戶之次日起三十日內，向所在地稅捐稽徵機關申報。發行公司依前項規定應申報而未依限申報、未據實申報或未依限填發規定格式之憑單者，除依限責令補申報及填發憑單外，並按該股票轉讓金額處百分之二十之罰鍰。

中小企業或個人計算第二項及第三項所得時，如無法提出取得成本之證明時，得以其轉讓價格百分之三十計算該股票之取得成本。

第三十六條

中小企業得在不超過已收資本額一倍之限度內，保留盈餘，不予分配；超過以上限度而不分配者，就其每一年度再保留之盈餘，於加徵百分之十營利事業所得稅後，不受所得稅法之限制。

八十七年度及以後年度之保留盈餘，應依所得稅法規定辦理，不適用前項規定。

第三十六條之一

中小企業開發公司對成立未滿五年之中小企業投資，得經中央財政主管機關核准，按其投資總額百分之二十範圍內，提撥投資損失準備，供實際發生損失時充抵之。在提撥五年內若無實際投資損失發生時，應將提撥之準備轉作第五年度收益處理。

公司因解散、撤銷、廢止、合併或轉讓依所得稅法第七十五條規定計算清算所得時，依前項規定提撥之投資損失準備有累積餘額者，應轉作當年度收益處理。

第三十六條之二

中小企業增僱一定人數之二十四歲以下或六十五歲以上本國籍基層員工，且提高該企業整體薪資給付總額時，得就其增僱該員工所支付薪資金額之百分之二百限度內，自其增僱當年度營利事業所得額中減除。

中小企業調高本國籍基層員工之平均薪資給付水準時，得就非因法定最低工資調整而增加支付本國籍現職基層員工薪資金額之百分之一百七十五限度內，自其增加薪資當年度營利事業所得額中減除。但因增僱員工所致增加之薪資給付金額已適用前項規定者，不得重複計入。

前二項增僱員工之對象及人數、企業整體薪資給付總額、基層員工範圍及平均薪資給付水準計算方式、核定機關、申請應具備之要件、申請期限、申請程序及其他相關事項之辦法，由中央主管機關會同財政部定之。

第三十六條之三

中小企業已依其他法律享有租稅優惠者，不得就同一事項重複享有本條例所定之租稅優惠；就同一事項同時符合本條例所定不同租稅優惠規定者，應擇一適用，不得重複享有。

中小企業最近三年因違反環境保護、勞工或食品安全衛生相關法律且情節重大，經各中央目的事業主管機關認定者，不得申請本條例之租稅優惠。

第五章 公共採購或公共工程之配合發展

第三十七條

各級政府及公營事業進行公告採購或興辦公共工程，應協助中小企業取得業務機會。

第三十八條

各級政府及公營事業辦理公告採購、公共工程或委託研究發展工作者，應依實際需要，建立供應廠商或投標廠商之中小企業資格及登錄制度。

第六章 附 則

第三十九條

中央主管機關為審議中小企業發展政策，得邀集相關機關及學者專家組成中小企業政策審議會。

第四十條

本條例自公布日施行。

本條例中華民國一百零三年六月四日修正公布之第三十五條及第三十六條之二施行期間，自一百零三年五月二十日起至一百十三年五月十九日止；第三十五條之一施行期間，自一百零三年五月二十日起至一百二十二年十二月三十一日止。

本條例中華民國一百零五年一月六日修正公布之第三十六條之二第二項至第五項施行期間，自一百零五年一月一日起至一百十三年五月十九日止。

本條例中華民國一百十三年七月十二日修正之第三十五條及第三十六條之二施行期間，自一百十三年一月一日起至一百二十二年十二月三十一日止。

中小企業認定標準

中華民國 80 年 11 月 25 日經濟部（80）經企字第 059364 號令訂定發布全文 5 條
中華民國 80 年 10 月 19 日行政院（80）台經字第 33054 號函核定
中華民國 84 年 9 月 27 日經濟部（84）經企字第 84029087 號令修正發布
中華民國 84 年 9 月 4 日行政院（84）台經字第 32284 號函核定
中華民國 89 年 5 月 3 日經濟部（89）經企字第 89340202 號令修正發布第 2 條條文
中華民國 94 年 7 月 5 日經濟部經企字第 09400561550 號令修正發布全文 7 條；並自發布日施行
中華民國 98 年 9 月 2 日經濟部經企字第 09800639470 號令修正發布第 2、6 條條文
中華民國 104 年 3 月 30 日經濟部經企字第 10404601530 號令修正發布第 2、4 條條文
中華民國 109 年 6 月 24 日經濟部經企字第 10904602890 號令修正發布第 2、5 條條文；刪除第 4 條條文
中華民國 113 年 11 月 27 日經濟部經企字第 11354001110 號令修正發布第 2 條條文

第一條

本標準依據中小企業發展條例（以下簡稱本條例）第二條第二項規定訂定之。

第二條

本標準所稱中小企業，指依法辦理公司、有限合夥或商業登記，實收資本額或出資額在新臺幣一億元以下，或經常僱用員工數未滿二百人之事業。

第三條

本條例第四條第二項所稱小規模企業，係指中小企業中，經常僱用員工數未滿五人之事業。

第四條

（刪除）

第五條

本標準所定經常僱用員工數，係以勞動部勞工保險局受理事業最近十二個月平均月投保人數為準。

第六條

具有下列情形之一者，視同中小企業：

- 一、中小企業經輔導擴充後，其規模超過第二條所定基準者，自擴充之日起，二年內視同中小企業。
- 二、中小企業經輔導合併後，其規模超過第二條所定基準者，自合併之日起，三年內視同中小企業。
- 三、輔導機關、輔導體系或相關機構辦理中小企業行業集中輔導，其中部分企業超過第二條所定基準者，輔導機關、輔導體系或相關機構認為有併同輔導之必要時，在集中輔導期間內，視同中小企業。

第七條

本標準自發布日施行。

具創新能力之新創事業認定原則

中華民國 110 年 3 月 17 日經濟部經授企字第 11020390540 號令訂定發布全文 5 點；並自即日生效
中華民國 111 年 7 月 12 日經濟部經企字第 11104602890 號令修正發布全文 5 點；並自即日生效
中華民國 113 年 1 月 30 日經濟部經授企字第 11354800200 號令修正發布第 3 點；並自即日生效

- 一、經濟部（以下簡稱本部）為推動行政院創新創業政策，特訂定本原則。
- 二、本原則所稱新創事業指實收資本額在新臺幣一億元以下，或經常僱用員工數未滿二百人，且符合下列要件之一：
 - （一）國內新創事業：依我國公司法或商業登記法辦理公司登記或商業登記，且設立未滿八年之事業。
 - （二）國外新創事業：依外國法律組織登記，且設立未滿八年之事業。
經中央目的事業主管機關認定者，不受前項設立未滿八年之限制。
- 三、具創新能力之國內新創事業應符合下列條件之一：
 - （一）獲得下列投（籌）資達新臺幣二百萬元以上：
 1. 國內外創業投資事業之投資。
 2. 產業創新條例第二十三條之二之個人現金投資。
 3. 經行政院國家發展基金創業天使投資方案審議通過投資者。
 4. 政府認定之國內外或國際新創募資平台之投（籌）資。
 - （二）已登錄財團法人中華民國證券櫃檯買賣中心創櫃板。
 - （三）申請取得我國發明或設計專利權，或經我國發明或設計專利權人以其發明或設計專利權讓與或授權實施並經本部智慧財產局登記。
 - （四）申請取得我國動植物品種權或命名登記，但不包括經讓與或授權實施者。
 - （五）於一年內曾經實質進駐或現已實質進駐下列園區或創育機構，並經該園區或創育機構推薦者：
 1. 我國中央或地方政府核定之國際創新創業園區及計畫。
 2. 我國中央或地方政府直營之創育機構，或登錄於本部國際創育機構並經本部中小及新創企業署核定及公告者。
 3. 我國中央或地方政府認定之國外創育機構。
 - （六）新創事業或其負責人曾參加國內外具代表性之創業競賽或設計競賽獲獎。
 - （七）新創事業或其負責人曾於國內外具指標性之國際時裝週展演參展，或曾於國內外具指標性之影展、國際時尚獎項及競賽入圍或獲獎。
 - （八）其他經中央目的事業主管機關認定。
- 四、具創新能力之國外新創事業應符合前點除第一款第二目、第二款外各款規定條件之一。
- 五、第三點第五款至第七款之名單，由本部公告之。

附錄 2 中小及新創企業統計表

目 次

附表 1	2023 年中小企業家數－按行業別	257
附表 2	2023 年中小企業銷售額－按行業別	258
附表 3	2023 年中小企業內銷額－按行業別	259
附表 4	2023 年中小企業出口額－按行業別	260
附表 5	2023 年中小企業就業人數－按行業別	261
附表 6	2023 年中小企業受僱人數－按行業別	262
附表 7	2023 年中小企業產業部門之各項指標	263
附表 8	1997 年至 2023 年中小企業之各項指標	264
附表 9	2023 年各區域中小企業家數－按行業別	265
附表 9-1	2023 年各區域中小企業銷售額－按行業別	266
附表 10	2023 年各縣市中小企業家數－按行業別	267
附表 10-1	2023 年各縣市中小企業銷售額－按行業別	269
附表 11	2023 年中小企業行業別家數－按經營組織型態別	271
附表 12	2023 年中小企業行業別家數及銷售額－按資本額級距	272
附表 13	2023 年中小企業行業別家數及銷售額－按銷售額級距	274
附表 14	2023 年中小型製造業中業別家數	276
附表 14-1	2023 年中小型製造業中業別銷售額	277
附表 14-2	2023 年中小型製造業中業別內銷額	278
附表 14-3	2023 年中小型製造業中業別出口額	279
附表 15	2023 年中小企業家數及銷售額－按企業主性別及行業別	280

附表 15-1	2023 年中小企業內銷額及出口額－按企業主性別及行業別	281
附表 16	2023 年中小企業家數及銷售額－按企業主性別及經營年數	282
附表 16-1	2023 年中小企業內銷額及出口額－按企業主性別及經營年數	283
附表 17	2023 年中小企業就業及受僱人數－按主要工作所在縣市	284
附表 18	2023 年 8 年內新設中小企業家數及銷售額－按行業別	285
附表 18-1	2023 年 8 年內新設中小企業內銷額及出口額－按行業別	286
附表 19	2023 年 8 年內新設中小企業家數－按區域與行業別	287
附表 19-1	2023 年 8 年內新設中小企業銷售額－按區域與行業別	288
附表 20	2023 年 8 年內新設中小型製造業中業別家數	289
附表 20-1	2023 年 8 年內新設中小型製造業中業別銷售額	290
附表 20-2	2023 年 8 年內新設中小型製造業中業別內銷額	291
附表 20-3	2023 年 8 年內新設中小型製造業中業別出口額	292
附表 21	2023 年 1 年內新設中小企業家數及銷售額－按行業別	293
附表 21-1	2023 年 1 年內新設中小企業內銷額及出口額－按行業別	294
附表 22	2023 年新創事業家數－按應用領域	295

附表 1 2023 年中小企業家數－按行業別

單位：家；%

行業別	規模別	全部企業	中小企業		
				占 比	結構比
總 計		1,693,014	1,674,061	98.88	100.00
農、林、漁、牧業與礦業及土石採取業		12,427	12,315	99.10	0.74
製造業		149,227	143,665	96.27	8.58
電力及燃氣供應業與用水供應及污染整治業		11,838	11,473	96.92	0.69
營建工程業		164,618	163,513	99.33	9.77
批發及零售業		766,231	762,109	99.46	45.52
運輸及倉儲業		38,316	37,965	99.08	2.27
住宿及餐飲業		195,050	194,589	99.76	11.62
出版影音及資通訊業		28,980	28,337	97.78	1.69
金融及保險業		25,066	22,891	91.32	1.37
不動產業		49,995	47,223	94.46	2.82
專業、科學及技術服務業		66,508	65,717	98.81	3.93
支援服務業		36,837	36,639	99.46	2.19
教育業		7,069	7,040	99.59	0.42
醫療保健及社會工作服務業		2,180	2,151	98.67	0.13
藝術、娛樂及休閒服務業		40,984	40,848	99.67	2.44
其他服務業		97,688	97,586	99.90	5.83

附 註：1.中小企業按經濟部於 2020 年 6 月 24 日修正發布〈中小企業認定標準〉規範，資本額在新臺幣 1 億元（含）以下者。

2.行業別按行政院主計總處〈行業統計分類（第 11 次修正）〉。

3.因資料限制，行業別之「農、林、漁、牧業」、「礦業及土石採取業」合併為「農、林、漁、牧業與礦業及土石採取業」，「電力及燃氣供應業」、「用水供應及污染整治業」合併為「電力及燃氣供應業與用水供應及污染整治業」。

4.「占比」為中小企業占全部企業之比率；「結構比」為中小企業各行業別占整體中小企業之比率。

資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2023 年。

附表 2 2023 年中小企業銷售額－按行業別

單位：新臺幣百萬元；%

行業別	規模別	全部企業	中小企業	結構比	
				占 比	結構比
總 計		54,611,411	28,760,346	52.66	100.00
農、林、漁、牧業與礦業及土石採取業		170,706	127,849	74.89	0.44
製造業		18,320,412	5,073,771	27.69	17.64
電力及燃氣供應業與用水供應及污染整治業		1,756,349	1,344,496	76.55	4.67
營建工程業		3,862,427	2,565,780	66.43	8.92
批發及零售業		18,271,598	12,668,067	69.33	44.05
運輸及倉儲業		1,607,119	951,986	59.24	3.31
住宿及餐飲業		952,313	821,684	86.28	2.86
出版影音及資通訊業		1,752,794	909,300	51.88	3.16
金融及保險業		3,662,089	1,737,247	47.44	6.04
不動產業		1,932,723	978,635	50.64	3.40
專業、科學及技術服務業		1,076,394	714,929	66.42	2.49
支援服務業		708,014	393,436	55.57	1.37
教育業		34,484	30,887	89.57	0.11
醫療保健及社會工作服務業		44,419	40,192	90.48	0.14
藝術、娛樂及休閒服務業		157,828	133,842	84.80	0.47
其他服務業		301,743	268,243	88.90	0.93

附 註：1. 中小企業按經濟部於 2020 年 6 月 24 日修正發布〈中小企業認定標準〉規範，資本額在新臺幣 1 億元（含）以下者。

2. 行業別按行政院主計總處〈行業統計分類（第 11 次修正）〉。

3. 因資料限制，行業別之「農、林、漁、牧業」、「礦業及土石採取業」合併為「農、林、漁、牧業與礦業及土石採取業」，「電力及燃氣供應業」、「用水供應及污染整治業」合併為「電力及燃氣供應業與用水供應及污染整治業」。

4. 「占比」為中小企業占全部企業之比率；「結構比」為中小企業各行業別占整體中小企業之比率。

資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2023 年。

附表 3 2023 年中小企業內銷額－按行業別

單位：新臺幣百萬元；%

行業別	規模別	全部企業	中小企業	結構比	
				占 比	結構比
總 計		41,777,424	25,741,322	61.62	100.00
農、林、漁、牧業與礦業及土石採取業		160,991	119,873	74.46	0.47
製造業		9,209,654	3,936,463	42.74	15.29
電力及燃氣供應業與用水供應及污染整治業		1,724,861	1,335,614	77.43	5.19
營建工程業		3,822,278	2,554,023	66.82	9.92
批發及零售業		15,416,317	11,205,922	72.69	43.53
運輸及倉儲業		1,202,062	737,297	61.34	2.86
住宿及餐飲業		950,262	821,237	86.42	3.19
出版影音及資通訊業		1,563,411	838,232	53.62	3.26
金融及保險業		3,644,839	1,725,314	47.34	6.70
不動產業		1,929,301	977,360	50.66	3.80
專業、科學及技術服務業		920,517	635,079	68.99	2.47
支援服務業		701,487	388,348	55.36	1.51
教育業		34,221	30,656	89.58	0.12
醫療保健及社會工作服務業		43,361	39,250	90.52	0.15
藝術、娛樂及休閒服務業		157,016	133,075	84.75	0.52
其他服務業		296,847	263,580	88.79	1.02

附 註：1. 中小企業按經濟部於 2020 年 6 月 24 日修正發布〈中小企業認定標準〉規範，資本額在新臺幣 1 億元（含）以下者。

2. 行業別按行政院主計總處〈行業統計分類（第 11 次修正）〉。

3. 因資料限制，行業別之「農、林、漁、牧業」、「礦業及土石採取業」合併為「農、林、漁、牧業與礦業及土石採取業」，「電力及燃氣供應業」、「用水供應及污染整治業」合併為「電力及燃氣供應業與用水供應及污染整治業」。

4. 「占比」為中小企業占全部企業之比率；「結構比」為中小企業各行業別占整體中小企業之比率。

資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2023 年。

附表 4 2023 年中小企業出口額－按行業別

單位：新臺幣百萬元；%

行業別	規模別	全部企業	中小企業	結構比	
				占 比	結構比
總 計		12,833,987	3,019,024	23.52	100.00
農、林、漁、牧業與礦業及土石採取業		9,715	7,976	82.10	0.26
製造業		9,110,758	1,137,308	12.48	37.67
電力及燃氣供應業與用水供應及污染整治業		31,488	8,882	28.21	0.29
營建工程業		40,149	11,758	29.29	0.39
批發及零售業		2,855,281	1,462,145	51.21	48.43
運輸及倉儲業		405,057	214,689	53.00	7.11
住宿及餐飲業		2,050	447	21.80	0.01
出版影音及資通訊業		189,383	71,068	37.53	2.35
金融及保險業		17,250	11,934	69.18	0.40
不動產業		3,422	1,275	37.26	0.04
專業、科學及技術服務業		155,877	79,850	51.23	2.64
支援服務業		6,527	5,088	77.95	0.17
教育業		263	231	87.83	0.01
醫療保健及社會工作服務業		1,058	942	89.04	0.03
藝術、娛樂及休閒服務業		813	767	94.34	0.03
其他服務業		4,896	4,663	95.24	0.15

附註：1.中小企業按經濟部於 2020 年 6 月 24 日修正發布〈中小企業認定標準〉規範，資本額在新臺幣 1 億元（含）以下者。

2.行業別按行政院主計總處〈行業統計分類（第 11 次修正）〉。

3.因資料限制，行業別之「農、林、漁、牧業」、「礦業及土石採取業」合併為「農、林、漁、牧業與礦業及土石採取業」，「電力及燃氣供應業」、「用水供應及污染整治業」合併為「電力及燃氣供應業與用水供應及污染整治業」。

4.「占比」為中小企業占全部企業之比率；「結構比」為中小企業各行業別占整體中小企業之比率。

資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2023 年。

附表 5 2023 年中小企業就業人數－按行業別

單位：千人；%

行業別	規模別	全部企業	中小企業		
				占 比	結構比
總 計		11,528	9,167	79.52	100.00
農、林、漁、牧業		509	504	99.02	5.50
礦業及土石採取業		3	3	100.00	0.03
製造業		3,001	2,017	67.21	22.00
電力及燃氣供應業		33	9	27.27	0.10
用水供應及污染整治業		85	37	43.53	0.40
營建工程業		921	904	98.15	9.86
批發及零售業		1,831	1,793	97.92	19.56
運輸及倉儲業		495	395	79.80	4.31
住宿及餐飲業		877	869	99.09	9.48
出版影音及資通訊業		278	236	84.89	2.57
金融及保險業		434	367	84.56	4.00
不動產業		104	102	98.08	1.11
專業、科學及技術服務業		403	348	86.35	3.80
支援服務業		315	303	96.19	3.31
公共行政及國防、強制性社會安全		376	1	0.27	0.01
教育業		637	276	43.33	3.01
醫療保健及社會工作服務業		529	329	62.19	3.59
藝術、娛樂及休閒服務業		124	105	84.68	1.15
其他服務業		571	568	99.47	6.20

附 註：1.中小企業按經濟部於 2020 年 6 月 24 日修正發布〈中小企業認定標準〉規範，員工數未滿 2 百人者。

2.行業別按行政院主計總處之〈行業統計分類（第 11 次修正）〉。

3.「占比」為中小企業占全部企業之比率；「結構比」為中小企業各行業別占整體中小企業之比率。

資料來源：整理自行政院主計總處，人力資源調查統計原始資料，2023 年。

附表 6 2023 年中小企業受僱人數－按行業別

單位：千人；%

行業別	規模別	全部企業	中小企業	單位：千人；%	
				占 比	結構比
總 計		9,306	6,947	74.65	100.00
農、林、漁、牧業		97	92	94.85	1.32
礦業及土石採取業		3	3	100.00	0.04
製造業		2,810	1,827	65.02	26.30
電力及燃氣供應業		33	9	27.27	0.13
用水供應及污染整治業		79	31	39.24	0.45
營建工程業		769	752	97.79	10.82
批發及零售業		1,202	1,164	96.84	16.76
運輸及倉儲業		365	265	72.60	3.81
住宿及餐飲業		596	588	98.66	8.46
出版影音及資通訊業		259	217	83.78	3.12
金融及保險業		429	362	84.38	5.21
不動產業		97	96	98.97	1.38
專業、科學及技術服務業		330	275	83.33	3.96
支援服務業		295	283	95.93	4.07
公共行政及國防、強制性社會安全		376	1	0.27	0.01
教育業		607	247	40.69	3.56
醫療保健及社會工作服務業		508	308	60.63	4.43
藝術、娛樂及休閒服務業		100	82	82.00	1.18
其他服務業		350	347	99.14	4.99

附 註：1.中小企業按經濟部於 2020 年 6 月 24 日修正發布〈中小企業認定標準〉規範，員工數未滿 2 百人者。

2.行業別按行政院主計總處之〈行業統計分類（第 11 次修正）〉。

3.「占比」為中小企業占全部企業之比率；「結構比」為中小企業各行業別占整體中小企業之比率。

資料來源：整理自行政院主計總處，人力資源調查統計原始資料，2023 年。

附表 7 2023 年中小企業產業部門之各項指標

單位：家；新臺幣百萬元；千人；%

指 標 產業別	規模別		中小企業		
	總 計 (1)	結構比	(2)	結構比	占比=(2)/(1)
家 數	1,693,014	100.00	1,674,061	100.00	98.88
初級產業	12,427	0.73	12,315	0.74	99.10
工 業	325,683	19.24	318,651	19.03	97.84
服務業	1,354,904	80.03	1,343,095	80.23	99.13
銷售額	54,611,411	100.00	28,760,346	100.00	52.66
初級產業	170,706	0.31	127,849	0.44	74.89
工 業	23,939,187	43.84	8,984,048	31.24	37.53
服務業	30,501,517	55.85	19,648,449	68.32	64.42
內銷額	41,777,424	100.00	25,741,322	100.00	61.62
初級產業	160,991	0.39	119,873	0.47	74.46
工 業	14,756,792	35.32	7,826,100	30.40	53.03
服務業	26,859,640	64.29	17,795,350	69.13	66.25
出口額	12,833,987	100.00	3,019,024	100.00	23.52
初級產業	9,715	0.08	7,976	0.26	82.10
工 業	9,182,395	71.55	1,157,948	38.36	12.61
服務業	3,641,877	28.38	1,853,099	61.38	50.88
就業人數	11,528	100.00	9,167	100.00	79.53
初級產業	512	4.45	507	5.53	98.95
工 業	4,041	35.05	2,967	32.37	73.44
服務業	6,974	60.50	5,693	62.10	81.63
受僱人數	9,306	100.00	6,947	100.00	74.65
初級產業	100	1.08	95	1.36	94.65
工 業	3,692	39.67	2,620	37.71	70.96
服務業	5,514	59.26	4,233	60.93	76.76

附 註：1.因資料限制，家數、銷售額、內銷額及出口額之產業別調整為：(1)初級產業係指「農、林、漁、牧業與礦業及土石採取業」；(2)工業包括「製造業」、「電力及燃氣供應業」、「用水供應及污染整治業」、「營建工程業」；(3)服務業包括「批發及零售業」、「運輸及倉儲業」、「住宿及餐飲業」、「出版影音及資訊業」、「金融及保險業」、「不動產業」、「專業、科學及技術服務業」、「支援服務業」、「教育業」、「醫療保健及社會工作服務業」、「藝術、娛樂及休閒服務業」、「其他服務業」。

2.就業人數及受僱人數之初級產業及工業同上；其服務業除上述外，尚包括「公共行政及國防；強制性社會安全」行業。

3.表中就業及受僱人數的總計尚包括受政府僱用的 1,028 千人。

4.「占比」為中小企業占全部企業之比率；「結構比」為中小企業各產業別占整體中小企業之比率。

資料來源：1.整理自財政部財稅資料中心，營業稅徵收統計原始資料，2023 年。

2.整理自行政院主計總處，人力資源調查統計原始資料，2023 年。

附表 8 1997 年至 2023 年中小企業之各項指標

單位：家；新臺幣百萬元；千人

年 別	指 標	家 數	銷售額	內銷額	出口額	就業人數
1997		1,020,435	6,864,061	5,456,646	1,250,915	7,197
1998		1,045,117	6,907,781	5,674,645	1,233,136	7,265
1999		1,060,738	6,905,112	5,707,292	1,197,820	7,344
2000		1,070,310	7,566,617	6,196,680	1,369,937	7,410
2001		1,078,162	6,841,565	5,541,613	1,300,385	7,288
2002		1,104,706	7,495,287	6,144,404	1,350,884	7,361
2003		1,147,200	8,708,904	7,381,065	1,327,839	7,425
2004		1,176,986	9,726,721	8,278,347	1,448,374	7,553
2005		1,226,095	10,000,220	8,481,397	1,518,823	7,648
2006		1,244,099	10,241,215	8,678,992	1,562,224	7,751
2007		1,236,586	10,171,750	8,536,591	1,635,159	7,939
2008		1,234,749	10,462,696	8,817,989	1,644,707	7,966
2009		1,232,025	9,189,463	7,872,485	1,316,978	8,066
2010		1,247,998	10,709,005	9,088,972	1,620,033	8,191
2011		1,279,784	11,226,933	9,576,948	1,649,985	8,337
2012		1,306,729	11,381,770	9,633,690	1,748,080	8,484
2013		1,331,182	11,321,842	9,897,617	1,424,225	8,588
2014		1,353,049	11,839,868	10,345,095	1,494,773	8,669
2015		1,383,981	11,803,115	10,325,260	1,477,855	8,759
2016		1,408,313	11,764,677	10,340,886	1,423,791	8,810
2017		1,437,616	12,139,513	10,717,138	1,422,375	8,904
2018		1,466,209	12,624,472	11,171,567	1,452,905	8,965
2019		1,491,420	12,712,963	11,299,248	1,413,715	9,054
2020		1,548,835	23,555,513	20,861,339	2,694,174	9,311
2021		1,595,828	26,619,499	23,258,464	3,361,035	9,200
2022		1,633,788	28,592,007	24,984,763	3,607,244	9,132
2023		1,674,061	28,760,346	25,741,322	3,019,024	9,167

附 註：1.表列資料 2020 年（含）以後按經濟部於 2020 年 6 月 24 日修正發布〈中小企業認定標準〉定義。

2.就業人數總計，尚包括「公共行政及國防；強制性社會安全」行業。

資料來源：1.整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，1997-2023 年。

2.整理自行政院主計總處，人力資源調查統計原始資料，1997-2023 年。

附表 9 2023 年各區域中小企業家數－按行業別

單位：家

行業別	區域別	總 計	北部地區	中部地區	南部地區	東部地區	離島地區
全部企業		1,693,014	785,442	416,254	421,835	39,496	29,987
中小企業		1,674,061	772,144	413,511	419,044	39,421	29,941
農、林、漁、牧業與礦業及土石採取業		12,315	3,059	3,983	4,128	1,029	116
製造業		143,665	59,860	53,690	28,549	1,123	443
電力及燃氣供應業與用水供應及污染整治業		11,473	4,185	3,329	3,648	221	90
營建工程業		163,513	72,413	42,241	42,815	4,201	1,843
批發及零售業		762,109	352,448	181,974	191,929	16,110	19,648
運輸及倉儲業		37,965	19,728	7,362	9,653	683	539
住宿及餐飲業		194,589	80,974	44,290	57,020	8,576	3,729
出版影音及資通訊業		28,337	20,363	4,139	3,472	238	125
金融及保險業		22,891	14,870	3,669	4,020	254	78
不動產業		47,223	24,143	11,535	10,081	927	537
專業、科學及技術服務業		65,717	40,258	12,841	11,413	818	387
支援服務業		36,639	17,264	8,054	9,142	1,111	1,068
教育業		7,040	3,710	1,393	1,738	148	51
醫療保健及社會工作服務業		2,151	939	475	672	52	13
藝術、娛樂及休閒服務業		40,848	19,029	9,429	10,494	1,441	455
其他服務業		97,586	38,901	25,107	30,270	2,489	819

附 註：1.因資料限制，區域別調整為：

- (1)北部地區：臺北市、新北市、桃園市、基隆市、宜蘭縣、新竹市、新竹縣。
- (2)中部地區：苗栗縣、臺中市、彰化縣、南投縣、雲林縣。
- (3)南部地區：嘉義市、嘉義縣、臺南市、高雄市、屏東縣。
- (4)東部地區：花蓮縣、臺東縣。
- (5)離島地區：澎湖縣、金門縣、連江縣。

- 2.因資料限制，行業別之「農、林、漁、牧業」、「礦業及土石採取業」合併為「農、林、漁、牧業與礦業及土石採取業」，「電力及燃氣供應業」、「用水供應及污染整治業」合併為「電力及燃氣供應業與用水供應及污染整治業」。

資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2023 年。

附表 9-1 2023 年各區域中小企業銷售額－按行業別

單位：新臺幣百萬元

行業別 \ 區域別	總 計	北部地區	中部地區	南部地區	東部地區	離島地區
全部企業	54,611,411	35,067,973	9,527,581	9,568,404	327,673	119,780
中小企業	28,760,346	16,388,199	6,103,391	5,912,787	252,661	103,308
農、林、漁、牧業與礦業及土石採取業	127,849	35,205	22,898	62,333	4,497	2,915
製造業	5,073,771	2,276,846	1,614,538	1,163,276	16,866	2,245
電力及燃氣供應業與用水供應及污染整治業	1,344,496	442,865	429,191	455,551	13,582	3,307
營建工程業	2,565,780	1,255,900	627,885	624,811	37,654	19,531
批發及零售業	12,668,067	7,594,242	2,394,518	2,522,711	111,782	44,815
運輸及倉儲業	951,986	655,590	106,652	169,660	10,169	9,915
住宿及餐飲業	821,684	437,623	172,857	182,067	21,854	7,283
出版影音及資通訊業	909,300	784,728	63,763	54,549	4,610	1,650
金融及保險業	1,737,247	1,309,737	203,112	214,106	8,426	1,866
不動產業	978,635	511,037	247,653	205,731	10,204	4,010
專業、科學及技術服務業	714,929	578,039	68,856	63,718	3,284	1,031
支援服務業	393,436	246,799	65,953	75,056	2,838	2,790
教育業	30,887	20,009	5,571	5,006	224	77
醫療保健及社會工作服務業	40,192	9,094	5,451	25,509	129	9
藝術、娛樂及休閒服務業	133,842	84,536	21,280	24,445	2,855	727
其他服務業	268,243	145,950	53,212	64,257	3,685	1,139

附註及資料來源：同附表 10。

附表 10 2023 年各縣市中小企業家數－按行業別

單位：家

縣市別 行業別	總 計	臺北市	新北市	桃園市	臺中市	臺南市	高雄市
全部企業	1,693,014	252,707	266,975	145,228	235,611	133,803	194,982
中小企業	1,674,061	245,152	264,149	143,700	233,812	132,822	193,543
農、林、漁、牧業與礦業及土石採取業	12,315	515	536	736	777	629	1,883
製造業	143,665	7,785	31,098	12,898	29,336	12,926	10,973
電力及燃氣供應業與用水供應及污染整治業	11,473	916	1,391	1,069	1,354	1,062	1,606
營建工程業	163,513	12,874	29,242	15,975	22,804	12,169	20,565
批發及零售業	762,109	117,523	120,619	64,776	103,367	59,292	91,112
運輸及倉儲業	37,965	5,880	7,120	3,676	4,416	1,837	5,991
住宿及餐飲業	194,589	25,067	23,510	15,455	24,397	18,563	23,963
出版影音及資訊業	28,337	12,279	5,045	1,600	3,201	1,037	1,958
金融及保險業	22,891	8,752	3,280	1,568	2,455	1,217	2,035
不動產業	47,223	8,692	6,752	4,695	7,669	3,755	4,360
專業、科學及技術服務業	65,717	20,895	11,053	4,642	9,575	3,821	5,772
支援服務業	36,639	5,590	5,273	3,749	5,119	2,704	4,398
教育業	7,040	1,609	934	536	881	599	779
醫療保健及社會工作服務業	2,151	342	309	134	285	221	328
藝術、娛樂及休閒服務業	40,848	5,924	6,080	3,890	4,777	3,212	4,433
其他服務業	97,586	10,509	11,907	8,301	13,399	9,778	13,387

(續下表)

縣市別 行業別	基隆市	宜蘭縣	新竹市	新竹縣	苗栗縣
全部企業	21,019	31,985	31,444	36,084	31,600
中小企業	20,965	31,865	30,926	35,387	31,402
農、林、漁、牧業與礦業及土石採取業	31	841	94	306	353
製造業	674	2,138	2,340	2,927	2,681
電力及燃氣供應業與用水供應及污染整治業	131	176	222	280	338
營建工程業	2,603	4,234	3,278	4,207	4,255
批發及零售業	8,859	12,848	13,316	14,507	13,235
運輸及倉儲業	1,270	772	456	554	561
住宿及餐飲業	3,151	4,853	4,209	4,729	4,167
出版影音及資訊業	228	248	507	456	207
金融及保險業	149	201	470	450	191
不動產業	308	1,068	1,204	1,424	828
專業、科學及技術服務業	545	808	1,110	1,205	621
支援服務業	480	708	760	704	619
教育業	76	99	208	248	115
醫療保健及社會工作服務業	21	54	35	44	21
藝術、娛樂及休閒服務業	648	798	700	989	993
其他服務業	1,791	2,019	2,017	2,357	2,217

(續下頁)

附表 10 2023 年各縣市中小企業家數－按行業別（續）

單位：家

縣市別 行業別	彰化縣	南投縣	雲林縣	嘉義市	嘉義縣
全部企業	82,492	29,416	37,135	20,533	25,021
中小企業	82,001	29,290	37,006	20,434	24,937
農、林、漁、牧業與礦業及土石採取業	1,177	657	1,019	83	623
製造業	17,348	1,824	2,501	788	2,083
電力及燃氣供應業與用水供應及污染整治業	809	250	578	116	347
營建工程業	7,153	3,202	4,827	1,672	3,149
批發及零售業	34,301	13,050	18,021	9,505	11,187
運輸及倉儲業	1,226	524	635	427	627
住宿及餐飲業	7,207	4,868	3,651	3,172	2,977
出版影音及資訊業	368	188	175	152	118
金融及保險業	591	179	253	275	171
不動產業	1,767	475	796	785	369
專業、科學及技術服務業	1,393	592	660	603	406
支援服務業	1,256	547	513	447	566
教育業	230	66	101	107	39
醫療保健及社會工作服務業	62	38	69	21	35
藝術、娛樂及休閒服務業	1,820	934	905	537	603
其他服務業	5,293	1,896	2,302	1,744	1,637

（續下表）

縣市別 行業別	屏東縣	花蓮縣	臺東縣	離島地區
全部企業	47,496	23,787	15,709	29,987
中小企業	47,308	23,739	15,682	29,941
農、林、漁、牧業與礦業及土石採取業	910	564	465	116
製造業	1,779	694	429	443
電力及燃氣供應業與用水供應及污染整治業	517	137	84	90
營建工程業	5,260	2,790	1,411	1,843
批發及零售業	20,833	9,811	6,299	19,648
運輸及倉儲業	771	497	186	539
住宿及餐飲業	8,345	4,873	3,703	3,729
出版影音及資訊業	207	143	95	125
金融及保險業	322	154	100	78
不動產業	812	626	301	537
專業、科學及技術服務業	811	490	328	387
支援服務業	1,027	610	501	1,068
教育業	214	92	56	51
醫療保健及社會工作服務業	67	36	16	13
藝術、娛樂及休閒服務業	1,709	767	674	455
其他服務業	3,724	1,455	1,034	819

附註：因資料限制，縣市別之「澎湖縣」、「金門縣」、「連江縣」合併為「離島地區」；行業別之「農、林、漁、牧業」、「礦業及土石採取業」合併為「農、林、漁、牧業與礦業及土石採取業」，「電力及燃氣供應業」、「用水供應及污染整治業」合併為「電力及燃氣供應業與用水供應及污染整治業」。

資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收原始資料，2023 年。

附表 10-1 2023 年各縣市中小企業銷售額－按行業別

單位：新臺幣百萬元

縣市別	總計	臺北市	新北市	桃園市	臺中市	臺南市	高雄市
行業別							
全部企業	54,611,411	17,062,268	6,437,392	5,368,626	5,247,469	2,803,973	5,560,238
中小企業	28,760,346	7,619,608	3,926,097	2,968,697	3,687,899	1,795,928	3,129,529
農、林、漁、牧業與礦業及土石採取業	127,849	6,835	7,767	6,643	7,846	9,001	43,994
製造業	5,073,771	311,123	746,362	835,957	822,431	411,925	570,452
電力及燃氣供應業與用水供應及污染整治業	1,344,496	98,987	107,549	113,522	193,756	144,154	255,753
營建工程業	2,565,780	358,027	422,606	254,627	378,453	167,893	340,199
批發及零售業	12,668,067	3,798,604	1,850,479	1,214,426	1,574,555	749,262	1,323,089
運輸及倉儲業	951,986	388,230	73,428	136,769	64,751	27,311	115,714
住宿及餐飲業	821,684	203,034	98,339	68,677	115,838	58,433	85,419
出版影音及資訊業	909,300	656,740	87,873	12,712	44,172	15,569	29,034
金融及保險業	1,737,247	989,201	156,627	98,622	142,213	64,710	117,731
不動產業	978,635	175,038	151,235	97,668	183,015	81,154	93,369
專業、科學及技術服務業	714,929	395,830	102,030	43,655	54,985	19,275	38,443
支援服務業	393,436	122,344	59,292	42,894	50,715	20,489	43,507
教育業	30,887	11,117	5,126	1,736	4,649	1,743	2,665
醫療保健及社會工作服務業	40,192	4,268	2,905	1,019	4,131	1,566	23,446
藝術、娛樂及休閒服務業	133,842	44,988	20,406	9,745	14,239	7,753	12,163
其他服務業	268,243	55,243	34,075	30,025	32,149	15,690	34,551

(續下表)

縣市別	基隆市	宜蘭縣	新竹市	新竹縣	苗栗縣
行業別					
全部企業	242,679	359,065	3,942,857	1,655,086	894,292
中小企業	181,697	296,151	684,454	711,495	577,369
農、林、漁、牧業與礦業及土石採取業	6,591	3,557	539	3,273	2,947
製造業	11,042	61,952	94,715	215,696	157,154
電力及燃氣供應業與用水供應及污染整治業	23,141	1,811	84,007	13,848	162,381
營建工程業	22,969	43,409	87,060	67,200	49,094
批發及零售業	61,525	114,204	277,083	277,921	144,469
運輸及倉儲業	26,522	11,175	8,723	10,743	7,737
住宿及餐飲業	8,567	19,178	20,630	19,198	11,398
出版影音及資訊業	4,441	3,299	14,782	4,881	4,196
金融及保險業	5,052	11,172	29,645	19,419	11,167
不動產業	2,041	14,249	31,892	38,914	12,964
專業、科學及技術服務業	2,223	2,877	10,939	20,486	2,683
支援服務業	3,265	2,701	9,138	7,166	4,031
教育業	115	172	952	791	177
醫療保健及社會工作服務業	151	98	319	333	220
藝術、娛樂及休閒服務業	1,329	2,628	2,695	2,744	1,995
其他服務業	2,722	3,669	11,336	8,880	4,755

(續下頁)

附表 10-1 2023 年各縣市中小企業銷售額－按行業別（續）

單位：新臺幣百萬元

縣市別 行業別	彰化縣	南投縣	雲林縣	嘉義市	嘉義縣
全部企業	1,530,837	371,206	1,483,777	286,933	381,121
中小企業	1,014,708	256,962	566,453	264,919	302,684
農、林、漁、牧業與礦業及土石採取業	3,784	4,013	4,309	332	2,972
製造業	353,893	51,379	229,682	26,668	98,041
電力及燃氣供應業與用水供應及污染整治業	44,306	22,290	6,458	20,474	4,989
營建工程業	87,549	30,915	81,873	26,293	36,191
批發及零售業	395,414	100,517	179,563	132,252	114,382
運輸及倉儲業	16,721	5,666	11,776	4,626	14,896
住宿及餐飲業	22,081	14,169	9,371	11,650	7,132
出版影音及資訊業	7,577	3,463	4,354	5,398	504
金融及保險業	27,199	9,538	12,995	11,851	7,038
不動產業	31,928	5,867	13,879	14,293	5,597
專業、科學及技術服務業	5,990	2,244	2,954	1,998	1,977
支援服務業	6,135	1,958	3,114	2,317	5,133
教育業	467	73	204	287	49
醫療保健及社會工作服務業	618	214	268	85	193
藝術、娛樂及休閒服務業	2,436	1,440	1,170	1,326	786
其他服務業	8,610	3,216	4,481	5,068	2,805

（續下表）

縣市別 行業別	屏東縣	花蓮縣	臺東縣	離島地區
全部企業	536,140	239,394	88,279	119,780
中小企業	419,728	167,096	85,564	103,308
農、林、漁、牧業與礦業及土石採取業	6,035	2,522	1,976	2,915
製造業	56,189	12,534	4,332	2,245
電力及燃氣供應業與用水供應及污染整治業	30,182	9,883	3,700	3,307
營建工程業	54,235	25,845	11,809	19,531
批發及零售業	203,726	74,480	37,301	44,815
運輸及倉儲業	7,114	5,951	4,218	9,915
住宿及餐飲業	19,433	12,975	8,879	7,283
出版影音及資訊業	4,044	2,922	1,688	1,650
金融及保險業	12,777	5,080	3,347	1,866
不動產業	11,318	6,389	3,815	4,010
專業、科學及技術服務業	2,025	2,380	904	1,031
支援服務業	3,609	1,603	1,236	2,790
教育業	262	163	61	77
醫療保健及社會工作服務業	220	108	22	9
藝術、娛樂及休閒服務業	2,418	2,117	738	727
其他服務業	6,143	2,144	1,541	1,139

附註及資料來源：同附表 11。

附表 11 2023 年中小企業行業別家數－按經營組織型態別

單位：家

行業別	組織別	總 計	股份有 限公司	有限公司	合 夥
全部企業		1,693,014	163,703	524,222	41,301
中小企業		1,674,061	146,773	522,908	41,300
農、林、漁、牧業與礦業及土石採取業		12,315	1,472	2,187	234
製造業		143,665	30,706	64,271	4,174
電力及燃氣供應業與用水供應及污染整治業		11,473	1,661	5,030	228
營建工程業		163,513	7,965	70,142	5,237
批發及零售業		762,109	54,421	249,273	16,244
運輸及倉儲業		37,965	4,921	11,249	867
住宿及餐飲業		194,589	3,583	10,127	7,965
出版影音及資通訊業		28,337	6,784	14,544	306
金融及保險業		22,891	6,434	7,651	160
不動產業		47,223	12,827	25,125	1,039
專業、科學及技術服務業		65,717	9,644	35,754	972
支援服務業		36,639	3,681	14,858	708
教育業		7,040	490	1,544	138
醫療保健及社會工作服務業		2,151	191	473	91
藝術、娛樂及休閒服務業		40,848	1,166	4,921	748
其他服務業		97,586	827	5,759	2,189

(續下表)

行業別	組織別	獨 資	本國公司 之分公司	其 他
全部企業		868,993	41,651	53,144
中小企業		868,980	41,651	52,449
農、林、漁、牧業與礦業及土石採取業		8,214	30	178
製造業		42,153	864	1,497
電力及燃氣供應業與用水供應及污染整治業		4,207	78	269
營建工程業		79,576	189	404
批發及零售業		393,438	26,727	22,006
運輸及倉儲業		11,251	973	8,704
住宿及餐飲業		163,938	4,573	4,403
出版影音及資通訊業		4,327	340	2,036
金融及保險業		2,169	4,696	1,781
不動產業		4,444	524	3,264
專業、科學及技術服務業		17,402	361	1,584
支援服務業		15,182	1,215	995
教育業		2,912	207	1,749
醫療保健及社會工作服務業		764	26	606
藝術、娛樂及休閒服務業		32,327	446	1,240
其他服務業		86,676	402	1,733

附註：因資料限制，組織別之「有限合夥」、「無限公司」、「兩合公司」及「外國公司在臺之分公司」列入「其他」；行業別之「農、林、漁、牧業」、「礦業及土石採取業」合併為「農、林、漁、牧業與礦業及土石採取業」，「電力及燃氣供應業」、「用水供應及污染整治業」合併為「電力及燃氣供應業與用水供應及污染整治業」。

資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收原始資料，2023 年。

附表 12 2023 年中小企業行業別家數及銷售額－按資本額級距

單位：家；新臺幣百萬元

資本額級距		總 計	0.1 百萬元 以下	0.1-1 百萬元	1-5 百萬元	5-10 百萬元	10-20 百萬元
行業別/指標							
全 部 企 業	家 數	1,693,014	678,709	575,772	234,230	83,162	45,323
	銷售額	54,611,411	9,839,840	3,601,919	3,854,511	2,439,010	2,253,990
中 小 企 業	家 數	1,674,061	678,709	575,772	234,230	83,162	45,323
	銷售額	28,760,346	9,839,840	3,601,919	3,854,511	2,439,010	2,253,990
農、林、漁、牧 業與礦業及土石 採 取	家 數	12,315	4,375	5,117	1,282	623	441
	銷售額	127,849	51,252	12,528	14,146	11,298	11,762
製 造 業	家 數	143,665	26,645	46,324	35,490	14,213	9,167
	銷售額	5,073,771	1,559,541	374,934	584,674	402,848	461,488
電力及燃氣供應業 與用水供應及污染 整 治	家 數	11,473	2,377	4,401	2,516	983	541
	銷售額	1,344,496	1,159,657	24,934	38,811	27,935	21,584
營 建 工 程 業	家 數	163,513	18,518	94,717	31,986	8,821	4,525
	銷售額	2,565,780	159,641	637,350	523,918	276,740	259,775
批 發 及 零 售 業	家 數	762,109	331,913	252,542	110,193	34,561	16,893
	銷售額	12,668,067	3,766,274	1,659,819	2,066,393	1,259,223	1,066,520
運 輸 及 倉 儲 業	家 數	37,965	16,951	6,187	5,423	2,974	1,645
	銷售額	951,986	295,513	45,649	55,565	121,420	86,306
住 宿 及 餐 飲 業	家 數	194,589	132,836	52,791	5,091	1,828	907
	銷售額	821,684	421,863	194,977	66,584	35,966	27,260
出 版 影 音 及 資 訊 業	家 數	28,337	5,728	11,539	6,152	2,228	1,195
	銷售額	909,300	354,042	229,498	72,355	42,446	41,524
金 融 及 保 險 業	家 數	22,891	6,833	3,671	4,988	2,098	1,821
	銷售額	1,737,247	1,537,279	28,944	27,816	21,832	26,238
不 動 產 業	家 數	47,223	6,133	13,650	8,683	5,228	5,156
	銷售額	978,635	147,636	80,653	89,521	79,156	152,941
專業、科學及技 術 服 務 業	家 數	65,717	14,623	31,667	12,128	3,800	1,686
	銷售額	714,929	61,689	156,711	201,029	80,102	59,749
支 援 服 務 業	家 數	36,639	10,403	13,859	5,784	4,538	810
	銷售額	393,436	51,378	68,498	66,969	58,341	26,478
教 育 業	家 數	7,040	4,174	2,062	521	171	50
	銷售額	30,887	18,626	3,866	2,665	3,407	546
醫療保健及社會 工 作 服 務 業	家 數	2,151	1,177	544	243	92	33
	銷售額	40,192	30,036	4,745	2,137	1,350	456
藝術、娛樂及 休 閒 服 務 業	家 數	40,848	26,393	11,686	1,769	484	254
	銷售額	133,842	66,432	27,224	19,311	6,736	5,209
其 他 服 務 業	家 數	97,586	69,630	25,015	1,981	520	199
	銷售額	268,243	158,980	51,590	22,617	10,211	6,154

(續下頁)

附表 12 2023 年中小企業行業別家數及銷售額－按資本額級距（續）

單位：家；新臺幣百萬元

資本額級距		20-30 百萬元	30-60 百萬元	60 百萬元- 1 億元	1-2 億元	超過 2 億元
行業別/指標						
全 部 企 業	家 數	29,954	17,204	9,707	7,782	11,171
	銷售額	2,251,577	2,354,995	2,164,504	2,534,054	23,317,011
中 小 企 業	家 數	29,954	17,204	9,707	0	0
	銷售額	2,251,577	2,354,995	2,164,504	0	0
農、林、漁、牧 業與礦業及土石 採取	家 數	268	142	67	0	0
	銷售額	12,762	9,315	4,786	0	0
製 造 業	家 數	5,510	3,846	2,470	0	0
	銷售額	448,294	603,151	638,840	0	0
電力及燃氣供應業 與用水供應及污染 整治	家 數	258	239	158	0	0
	銷售額	21,110	20,319	30,146	0	0
營 建 工 程 業	家 數	2,653	1,378	915	0	0
	銷售額	232,569	224,682	251,107	0	0
批 發 及 零 售 業	家 數	8,382	5,019	2,606	0	0
	銷售額	961,787	1,032,359	855,692	0	0
運 輸 及 倉 儲 業	家 數	3,966	634	185	0	0
	銷售額	214,848	65,268	67,417	0	0
住 宿 及 餐 飲 業	家 數	594	328	214	0	0
	銷售額	25,009	24,058	25,968	0	0
出 版 影 音 及 資 通 訊 業	家 數	639	577	279	0	0
	銷售額	70,437	45,089	53,908	0	0
金 融 及 保 險 業	家 數	1,617	1,042	821	0	0
	銷售額	27,393	42,813	24,932	0	0
不 動 產 業	家 數	4,565	2,411	1,397	0	0
	銷售額	155,068	154,281	119,379	0	0
專業、科學及技 術 服 務 業	家 數	866	592	355	0	0
	銷售額	45,562	52,770	57,316	0	0
支 援 服 務 業	家 數	322	806	117	0	0
	銷售額	26,412	69,852	25,509	0	0
教 育 業	家 數	35	15	12	0	0
	銷售額	543	471	764	0	0
醫療保健及社會 工 作 服 務 業	家 數	27	23	12	0	0
	銷售額	944	272	253	0	0
藝術、娛樂及 休 閒 服 務 業	家 數	130	80	52	0	0
	銷售額	3,183	3,377	2,371	0	0
其 他 服 務 業	家 數	122	72	47	0	0
	銷售額	5,655	6,921	6,116	0	0

附 註：1.級距「1-5 百萬元」為超過 1 百萬元至 5 百萬元以下，依此類推。

2.因資料限制，資本額級距之「30-40 百萬元」、「40-50 百萬元」、「50-60 百萬元」合併為「30-60 百萬元」；「60-80 百萬元」、「80 百萬元-1 億元」合併為「60 百萬元-1 億元」；行業別之「農、林、漁、牧業」、「礦業及土石採取業」合併為「農、林、漁、牧業與礦業及土石採取業」，「電力及燃氣供應業」、「用水供應及污染整治業」合併為「電力及燃氣供應業與用水供應及污染整治業」。

資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收原始資料，2023 年。

附表 13 2023 年中小企業行業別家數及銷售額－按銷售額級距

單位：家；新臺幣百萬元

銷售額級距		總 計	0.5 百萬元 以下	0.5-5 百萬元	5-10 百萬元	10-20 百萬元	20-30 百萬元
行業別/指標							
全 部 企 業	家 數	1,693,014	381,595	818,587	152,885	131,229	66,864
	銷售額	54,611,411	58,307	1,326,773	1,100,418	1,872,990	1,642,600
中 小 企 業	家 數	1,674,061	379,279	817,238	152,147	130,206	66,168
	銷售額	28,760,346	58,620	1,323,568	1,094,973	1,857,981	1,625,385
農、林、漁、牧 業與礦業及土石 採 取 業	家 數	12,315	4,422	6,110	483	445	291
	銷售額	127,849	670	7,313	3,445	6,365	7,195
製 造 業	家 數	143,665	20,788	53,033	20,070	18,379	9,031
	銷售額	5,073,771	2,691	112,774	144,807	262,688	221,419
電力及燃氣供應業 與用水供應及污染 整 治 業	家 數	11,473	3,168	4,115	1,183	1,082	580
	銷售額	1,344,496	307	8,085	8,575	15,593	14,257
營 建 工 程 業	家 數	163,513	28,185	62,682	25,978	20,950	9,892
	銷售額	2,565,780	3,229	143,001	186,652	297,659	243,969
批 發 及 零 售 業	家 數	762,109	165,028	375,169	66,427	61,216	33,973
	銷售額	12,668,067	23,569	586,101	478,741	877,621	834,348
運 輸 及 倉 儲 業	家 數	37,965	11,177	13,342	3,501	3,372	2,023
	銷售額	951,986	2,285	24,965	25,064	48,594	50,250
住 宿 及 餐 飲 業	家 數	194,589	27,301	141,094	10,458	7,976	3,227
	銷售額	821,684	6,793	191,540	75,397	111,218	78,621
出 版 影 音 及 資 通 訊 業	家 數	28,337	11,297	9,494	2,589	1,986	894
	銷售額	909,300	1,115	18,847	18,593	28,325	21,763
金 融 及 保 險 業	家 數	22,891	8,413	6,042	1,551	1,186	546
	銷售額	1,737,247	171	10,985	11,091	16,863	13,504
不 動 產 業	家 數	47,223	17,878	13,287	5,212	3,751	1,835
	銷售額	978,635	938	28,380	38,057	54,006	45,054
專業、科學及技 術 服 務 業	家 數	65,717	23,795	26,389	6,414	4,211	1,740
	銷售額	714,929	2,845	49,740	45,864	59,521	42,814
支 援 服 務 業	家 數	36,639	10,838	16,087	3,672	2,805	1,163
	銷售額	393,436	1,848	29,087	26,153	39,556	28,395
教 育 業	家 數	7,040	3,061	2,752	540	383	142
	銷售額	30,887	546	4,307	3,865	5,354	3,411
醫療保健及社會 工 作 服 務 業	家 數	2,151	971	692	121	149	74
	銷售額	40,192	154	1,093	895	2,116	1,839
藝術、娛樂及 休 閒 服 務 業	家 數	40,848	13,864	23,552	1,469	919	308
	銷售額	133,842	2,472	31,496	10,459	13,001	7,563
其 他 服 務 業	家 數	97,586	29,093	63,398	2,479	1,396	449
	銷售額	268,243	8,986	75,853	17,316	19,500	10,985

(續下頁)

附表 13 2023 年中小企業行業別家數及銷售額－按銷售額級距（續）

單位：家；新臺幣百萬元

銷售額級距		30-40 百萬元	40-50 百萬元	50-60 百萬元	60-70 百萬元	70-80 百萬元	0.8-1 億元	超過 1 億元
行業別/指標								
全 部 企 業	家 數	31,004	18,370	12,989	9,640	7,732	11,727	50,392
	銷售額	1,069,315	820,617	710,545	624,662	578,367	1,049,796	43,757,023
中 小 企 業	家 數	30,493	17,966	12,589	9,273	7,461	11,210	40,031
	銷售額	1,051,467	802,477	688,678	600,890	558,058	1,003,583	18,094,665
農、林、漁、牧業與礦業及土石採取	家 數	115	68	49	46	42	57	187
	銷售額	3,995	3,097	2,672	2,977	3,146	5,135	81,839
製 造 業	家 數	4,692	3,048	2,206	1,615	1,325	1,962	7,516
	銷售額	161,996	136,342	120,843	104,671	99,232	175,458	3,530,849
電力及燃氣供應業與用水供應及污染整治業	家 數	278	182	118	81	61	126	499
	銷售額	9,627	8,168	6,463	5,238	4,575	11,350	1,252,259
營 建 工 程 業	家 數	4,275	2,568	1,679	1,137	905	1,384	3,878
	銷售額	147,487	114,500	91,819	73,763	67,639	124,145	1,071,918
批 發 及 零 售 業	家 數	14,914	8,250	5,833	4,307	3,492	5,139	18,361
	銷售額	513,567	368,348	319,105	278,930	261,220	459,432	7,667,084
運 輸 及 倉 儲 業	家 數	1,099	672	472	397	259	433	1,218
	銷售額	38,020	29,994	25,836	25,854	19,369	39,229	622,528
住 宿 及 餐 飲 業	家 數	1,518	815	512	351	261	343	733
	銷售額	52,333	36,395	27,890	22,668	19,510	30,675	168,644
出 版 影 音 及 資 訊 業	家 數	437	276	211	167	122	176	688
	銷售額	14,964	12,311	11,436	10,756	9,091	15,707	746,392
金 融 及 保 險 業	家 數	392	314	272	272	229	478	3,196
	銷售額	13,669	14,085	14,893	17,672	17,052	43,005	1,564,259
不 動 產 業	家 數	1,054	673	503	390	344	466	1,830
	銷售額	36,530	30,106	27,588	25,364	25,677	41,860	625,075
專業、科學及技術服務業	家 數	772	505	312	226	168	283	902
	銷售額	26,624	22,580	17,051	14,666	12,626	25,264	395,333
支 援 服 務 業	家 數	524	296	213	146	119	177	599
	銷售額	18,048	13,202	11,632	9,426	8,908	15,808	191,372
教 育 業	家 數	48	28	23	10	12	13	28
	銷售額	1,657	1,227	1,273	665	887	1,140	6,554
醫療保健及社會工作服務業	家 數	40	34	16	11	11	10	22
	銷售額	1,383	1,513	894	697	825	909	27,875
藝術、娛樂及休閒服務業	家 數	147	120	84	67	63	105	150
	銷售額	5,066	5,315	4,651	4,342	4,711	9,355	35,412
其 他 服 務 業	家 數	188	117	86	50	48	58	224
	銷售額	6,502	5,295	4,632	3,201	3,590	5,110	107,271

附 註：1.級距「0.5-5 百萬元」為超過 50 萬元至 5 百萬元以下，依此類推。

2.因資料限制，銷售額級距的「1-2 億元」、「超過 2 億元」合併為「超過 1 億元」；行業別之「農、林、漁、牧業」、「礦業及土石採取業」合併為「農、林、漁、牧業與礦業及土石採取業」，「電力及燃氣供應業」、「用水供應及污染整治業」合併為「電力及燃氣供應業與用水供應及污染整治業」。

資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收原始資料，2023 年。

附表 14 2023 年中小型製造業中業別家數

單位：家；%

行業中分類	規模別	全部企業	中小企業	結構比	
				占 比	結構比
總 計		149,227	143,665	96.27	100.00
食品及飼品製造業		10,341	10,088	97.55	7.02
飲料製造業		613	583	95.11	0.41
紡織業		4,640	4,404	94.91	3.07
成衣及服飾品製造業		3,208	3,180	99.13	2.21
皮革、毛皮及其製品製造業		1,098	1,078	98.18	0.75
木竹製品製造業		2,801	2,779	99.21	1.93
紙漿、紙及紙製品製造業		2,954	2,877	97.39	2.00
印刷及資料儲存媒體複製業		8,347	8,286	99.27	5.77
石油及煤製品製造業		195	178	91.28	0.12
化學材料及肥料製造業		1,607	1,368	85.13	0.95
其他化學製品製造業		2,649	2,489	93.96	1.73
藥品及醫用化學製品製造業		403	271	67.25	0.19
橡膠製品製造業		1,664	1,590	95.55	1.11
塑膠製品製造業		10,092	9,818	97.28	6.83
非金屬礦物製品製造業		3,240	3,072	94.81	2.14
基本金屬製造業		6,264	5,962	95.18	4.15
金屬製品製造業		39,810	39,249	98.59	27.32
電子零組件製造業		6,081	5,147	84.64	3.58
電腦、電子產品及光學製品製造業		3,031	2,555	84.30	1.78
電力設備及配備製造業		5,661	5,268	93.06	3.67
機械設備製造業		16,383	15,871	96.87	11.05
汽車及其零件製造業		2,183	2,011	92.12	1.40
其他運輸工具及其零件製造業		2,216	2,083	94.00	1.45
家具製造業		2,306	2,273	98.57	1.58
其他製造業		4,117	3,918	95.17	2.73
產業用機械設備維修及安裝業		7,323	7,267	99.24	5.06

(續下頁)

附表 14-1 2023 年中小型製造業中業別銷售額

單位：新臺幣百萬元；%

行業中分類	規模別	全部企業	中小企業	結構比	
				占 比	結構比
總 計		18,320,412	5,073,771	27.69	100.00
食品及飼品製造業		798,173	332,245	41.63	6.55
飲料製造業		64,644	37,852	58.55	0.75
紡織業		391,823	93,668	23.91	1.85
成衣及服飾品製造業		48,528	36,200	74.60	0.71
皮革、毛皮及其製品製造業		50,432	17,769	35.23	0.35
木竹製品製造業		55,493	44,931	80.97	0.89
紙漿、紙及紙製品製造業		205,336	117,743	57.34	2.32
印刷及資料儲存媒體複製業		181,147	82,986	45.81	1.64
石油及煤製品製造業		871,601	81,466	9.35	1.61
化學材料及肥料製造業		1,068,262	395,705	37.04	7.80
其他化學製品製造業		299,024	98,272	32.86	1.94
藥品及醫用化學製品製造業		148,064	19,768	13.35	0.39
橡膠製品製造業		160,375	50,366	31.41	0.99
塑膠製品製造業		409,390	254,654	62.20	5.02
非金屬礦物製品製造業		407,111	223,187	54.82	4.40
基本金屬製造業		1,371,303	245,756	17.92	4.84
金屬製品製造業		1,353,469	879,550	64.98	17.34
電子零組件製造業		5,408,734	554,950	10.26	10.94
電腦、電子產品及光學製品製造業		1,599,838	131,399	8.21	2.59
電力設備及配備製造業		840,058	309,571	36.85	6.10
機械設備製造業		882,942	480,923	54.47	9.48
汽車及其零件製造業		720,705	75,347	10.45	1.49
其他運輸工具及其零件製造業		368,354	140,375	38.11	2.77
家具製造業		81,361	54,369	66.82	1.07
其他製造業		267,698	137,306	51.29	2.71
產業用機械設備維修及安裝業		266,548	177,413	66.56	3.50

(續下頁)

附表 14-2 2023 年中小型製造業中業別內銷額

單位：新臺幣百萬元；%

行業中分類	規模別	全部企業	中小企業	結構比	
				占 比	結構比
總 計		9,209,654	3,936,463	42.74	100.00
食品及飼品製造業		747,969	315,558	42.19	8.02
飲料製造業		62,196	37,462	60.23	0.95
紡織業		237,089	77,447	32.67	1.97
成衣及服飾品製造業		37,357	29,599	79.23	0.75
皮革、毛皮及其製品製造業		27,725	11,107	40.06	0.28
木竹製品製造業		52,503	42,597	81.13	1.08
紙漿、紙及紙製品製造業		173,481	111,571	64.31	2.83
印刷及資料儲存媒體複製業		111,546	78,761	70.61	2.00
石油及煤製品製造業		479,419	77,833	16.23	1.98
化學材料及肥料製造業		646,249	364,906	56.47	9.27
其他化學製品製造業		207,545	70,570	34.00	1.79
藥品及醫用化學製品製造業		124,893	16,925	13.55	0.43
橡膠製品製造業		75,685	34,229	45.23	0.87
塑膠製品製造業		289,542	205,943	71.13	5.23
非金屬礦物製品製造業		358,082	208,970	58.36	5.31
基本金屬製造業		969,074	217,675	22.46	5.53
金屬製品製造業		1,000,640	743,491	74.30	18.89
電子零組件製造業		896,893	192,200	21.43	4.88
電腦、電子產品及光學製品製造業		375,150	67,752	18.06	1.72
電力設備及配備製造業		626,671	279,969	44.68	7.11
機械設備製造業		529,736	335,345	63.30	8.52
汽車及其零件製造業		593,864	57,753	9.72	1.47
其他運輸工具及其零件製造業		157,952	57,197	36.21	1.45
家具製造業		54,604	38,440	70.40	0.98
其他製造業		152,628	109,219	71.56	2.77
產業用機械設備維修及安裝業		221,162	153,942	69.61	3.91

(續下頁)

附表 14-3 2023 年中小型製造業中業別出口額

單位：新臺幣百萬元；%

行業中分類	規模別	全部企業	中小企業	結構比	
				占 比	結構比
總 計		9,110,758	1,137,308	12.48	100.00
食品及飼品製造業		50,204	16,688	33.24	1.47
飲料製造業		2,448	389	15.89	0.03
紡織業		154,734	16,221	10.48	1.43
成衣及服飾品製造業		11,170	6,601	59.10	0.58
皮革、毛皮及其製品製造業		22,706	6,661	29.34	0.59
木竹製品製造業		2,990	2,334	78.06	0.21
紙漿、紙及紙製品製造業		31,856	6,172	19.37	0.54
印刷及資料儲存媒體複製業		69,601	4,225	6.07	0.37
石油及煤製品製造業		392,182	3,633	0.93	0.32
化學材料及肥料製造業		422,013	30,798	7.30	2.71
其他化學製品製造業		91,479	27,702	30.28	2.44
藥品及醫用化學製品製造業		23,171	2,842	12.27	0.25
橡膠製品製造業		84,691	16,137	19.05	1.42
塑膠製品製造業		119,849	48,711	40.64	4.28
非金屬礦物製品製造業		49,029	14,217	29.00	1.25
基本金屬製造業		402,229	28,082	6.98	2.47
金屬製品製造業		352,829	136,059	38.56	11.96
電子零組件製造業		4,511,841	362,750	8.04	31.90
電腦、電子產品及光學製品製造業		1,224,688	63,648	5.20	5.60
電力設備及配備製造業		213,386	29,601	13.87	2.60
機械設備製造業		353,206	145,578	41.22	12.80
汽車及其零件製造業		126,841	17,594	13.87	1.55
其他運輸工具及其零件製造業		210,402	83,178	39.53	7.31
家具製造業		26,757	15,928	59.53	1.40
其他製造業		115,069	28,087	24.41	2.47
產業用機械設備維修及安裝業		45,386	23,471	51.71	2.06

附 註：1.因資料限制，製造業中業別之「菸草製造業」列入「其他製造業」。

2.「占比」為中小企業占全部企業之比率；「結構比」為中小企業製造業各行業別占整體中小企業製造業之比率。

資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2023 年。

附表 15 2023 年中小企業家數及銷售額－按企業主性別及行業別

單位：家；新臺幣百萬元；%

行業別	企業主性別	男女合計	女性企業主	結構比	男性企業主	結構比
	家 數					
總 計		1,655,802	621,931	100.00	1,033,871	100.00
農、林、漁、牧業與礦業及土石採取業		12,296	3,066	0.49	9,230	0.89
製造業		142,545	40,861	6.57	101,684	9.84
電力及燃氣供應業與用水供應及污染整治業		11,352	3,260	0.52	8,092	0.78
營建工程業		163,233	41,849	6.73	121,384	11.74
批發及零售業		753,215	298,862	48.05	454,353	43.95
運輸及倉儲業		36,794	10,012	1.61	26,782	2.59
住宿及餐飲業		192,947	90,032	14.48	102,915	9.95
出版影音及資通訊業		27,021	8,063	1.30	18,958	1.83
金融及保險業		22,488	8,202	1.32	14,286	1.38
不動產業		46,854	14,879	2.39	31,975	3.09
專業、科學及技術服務業		63,957	24,586	3.95	39,371	3.81
支援服務業		36,337	14,036	2.26	22,301	2.16
教育業		6,889	3,202	0.51	3,687	0.36
醫療保健及社會工作服務業		2,133	882	0.14	1,251	0.12
藝術、娛樂及休閒服務業		40,493	14,042	2.26	26,451	2.56
其他服務業		97,248	46,097	7.41	51,151	4.95
銷售額						
總 計		26,383,197	6,340,526	100.00	20,042,672	100.00
農、林、漁、牧業與礦業及土石採取業		127,182	19,458	0.31	107,724	0.54
製造業		4,710,085	807,155	12.73	3,902,930	19.47
電力及燃氣供應業與用水供應及污染整治業		1,335,602	89,710	1.41	1,245,892	6.22
營建工程業		2,466,041	615,099	9.70	1,850,941	9.24
批發及零售業		11,423,806	2,905,459	45.82	8,518,347	42.50
運輸及倉儲業		831,624	159,528	2.52	672,096	3.35
住宿及餐飲業		783,073	322,659	5.09	460,413	2.30
出版影音及資通訊業		651,353	82,941	1.31	568,412	2.84
金融及保險業		1,726,921	711,009	11.21	1,015,912	5.07
不動產業		967,980	237,280	3.74	730,700	3.65
專業、科學及技術服務業		552,555	165,603	2.61	386,953	1.93
支援服務業		354,287	102,747	1.62	251,540	1.26
教育業		29,337	9,408	0.15	19,929	0.10
醫療保健及社會工作服務業		39,883	9,492	0.15	30,390	0.15
藝術、娛樂及休閒服務業		121,512	35,078	0.55	86,434	0.43
其他服務業		261,956	67,898	1.07	194,058	0.97

(續下頁)

附表 15-1 2023 年中小企業內銷額及出口額－按企業主性別及行業別

單位：新臺幣百萬元；%

行業別	企業主性別	男女合計	女性企業主	結構比	男性企業主	結構比
	內銷額					
總 計		23,907,876	5,880,305	100.00	18,027,571	100.00
農、林、漁、牧業與礦業及土石採取業		119,506	17,660	0.30	101,847	0.56
製造業		3,761,820	659,979	11.22	3,101,840	17.21
電力及燃氣供應業與用水供應及污染整治業		1,327,316	87,520	1.49	1,239,797	6.88
營建工程業		2,459,778	614,029	10.44	1,845,748	10.24
批發及零售業		10,177,634	2,638,165	44.86	7,539,468	41.82
運輸及倉儲業		693,643	149,409	2.54	544,234	3.02
住宿及餐飲業		782,658	322,472	5.48	460,186	2.55
出版影音及資通訊業		596,798	74,990	1.28	521,808	2.89
金融及保險業		1,715,623	705,759	12.00	1,009,864	5.60
不動產業		966,736	236,752	4.03	729,985	4.05
專業、科學及技術服務業		509,355	151,995	2.58	357,360	1.98
支援服務業		350,502	101,128	1.72	249,374	1.38
教育業		29,109	9,355	0.16	19,754	0.11
醫療保健及社會工作服務業		39,073	8,836	0.15	30,237	0.17
藝術、娛樂及休閒服務業		120,752	34,634	0.59	86,118	0.48
其他服務業		257,573	67,622	1.15	189,951	1.05
出口額						
總 計		2,475,322	460,221	100.00	2,015,101	100.00
農、林、漁、牧業與礦業及土石採取業		7,676	1,798	0.39	5,878	0.29
製造業		948,265	147,176	31.98	801,090	39.75
電力及燃氣供應業與用水供應及污染整治業		8,285	2,190	0.48	6,095	0.30
營建工程業		6,263	1,070	0.23	5,193	0.26
批發及零售業		1,246,172	267,294	58.08	978,878	48.58
運輸及倉儲業		137,982	10,119	2.20	127,863	6.35
住宿及餐飲業		415	188	0.04	227	0.01
出版影音及資通訊業		54,556	7,951	1.73	46,604	2.31
金融及保險業		11,298	5,250	1.14	6,048	0.30
不動產業		1,244	528	0.11	716	0.04
專業、科學及技術服務業		43,200	13,607	2.96	29,593	1.47
支援服務業		3,785	1,620	0.35	2,166	0.11
教育業		228	53	0.01	175	0.01
醫療保健及社會工作服務業		810	657	0.14	153	0.01
藝術、娛樂及休閒服務業		760	444	0.10	316	0.02
其他服務業		4,383	275	0.06	4,107	0.20

附註：1.本表女／男性企業主係指該企業負責人為女／男性，但負責人若為法人或外國人，無法區分性別，統計時未將其納入，因此男女合計不同於附表 1~4 之全部企業（總計）數值。

2.因資料限制，行業別之「農、林、漁、牧業」、「礦業及土石採取業」合併為「農、林、漁、牧業與礦業及土石採取業」，「電力及燃氣供應業」、「用水供應及污染整治業」合併為「電力及燃氣供應業與用水供應及污染整治業」。

3.「結構比」為中小企業各行業別占整體中小企業之比率。

資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2023 年。

附表 16 2023 年中小企業家數及銷售額－按企業主性別及經營年數

單位：家；新臺幣百萬元；%

企業主性別		男女合計	女性企業主	結構比	男性企業主	結構比
經營年數						
家 數						
總 計	1,655,802	621,931	100.00	1,033,871	100.00	
成立未滿 1 年	112,677	46,751	7.52	65,926	6.38	
1-2 年	110,815	44,243	7.11	66,572	6.44	
2-3 年	105,348	41,746	6.71	63,602	6.15	
3-4 年	89,329	35,136	5.65	54,193	5.24	
4-5 年	75,773	29,318	4.71	46,455	4.49	
5-6 年	70,013	26,771	4.30	43,242	4.18	
6-7 年	65,204	24,802	3.99	40,402	3.91	
7-8 年	57,555	21,764	3.50	35,791	3.46	
8-9 年	55,897	20,915	3.36	34,982	3.38	
9-10 年	49,931	18,291	2.94	31,640	3.06	
10-20 年	391,592	147,016	23.64	244,576	23.66	
20 年(含)以上	471,668	165,178	26.56	306,490	29.64	
銷售額						
總 計	26,383,197	6,340,526	100.00	20,042,672	100.00	
成立未滿 1 年	250,990	81,047	1.28	169,943	0.85	
1-2 年	608,669	205,047	3.23	403,622	2.01	
2-3 年	681,638	205,558	3.24	476,079	2.38	
3-4 年	782,368	201,192	3.17	581,176	2.90	
4-5 年	737,546	222,652	3.51	514,894	2.57	
5-6 年	667,874	197,361	3.11	470,514	2.35	
6-7 年	821,882	201,599	3.18	620,283	3.09	
7-8 年	813,038	191,741	3.02	621,297	3.10	
8-9 年	728,663	173,308	2.73	555,355	2.77	
9-10 年	679,546	169,587	2.67	509,959	2.54	
10-20 年	6,300,347	1,609,476	25.38	4,690,871	23.40	
20 年(含)以上	13,310,637	2,881,958	45.45	10,428,680	52.03	

(續下頁)

附表 16-1 2023 年中小企業內銷額及出口額－按企業主性別及經營年數

單位：家；新臺幣百萬元；%

經營年數	企業主性別	男女合計	女性企業主	結構比	男性企業主	結構比
	內銷額					
總 計		23,907,876	5,880,305	100.00	18,027,571	100.00
成立未滿 1 年		244,795	78,158	1.33	166,638	0.92
1-2 年		581,893	199,146	3.39	382,746	2.12
2-3 年		642,187	195,692	3.33	446,495	2.48
3-4 年		670,347	188,953	3.21	481,395	2.67
4-5 年		659,052	198,066	3.37	460,985	2.56
5-6 年		606,714	181,907	3.09	424,808	2.36
6-7 年		783,562	191,342	3.25	592,220	3.29
7-8 年		727,308	178,874	3.04	548,433	3.04
8-9 年		695,016	164,869	2.80	530,147	2.94
9-10 年		608,992	158,911	2.70	450,081	2.50
10-20 年		5,586,131	1,498,534	25.48	4,087,597	22.67
20 年(含)以上		12,101,879	2,645,853	45.00	9,456,026	52.45
出口額						
總 計		2,475,322	460,221	100.00	2,015,101	100.00
成立未滿 1 年		6,194	2,890	0.63	3,305	0.16
1-2 年		26,776	5,901	1.28	20,875	1.04
2-3 年		39,451	9,867	2.14	29,584	1.47
3-4 年		112,020	12,239	2.66	99,782	4.95
4-5 年		78,494	24,586	5.34	53,908	2.68
5-6 年		61,160	15,454	3.36	45,706	2.27
6-7 年		38,320	10,257	2.23	28,064	1.39
7-8 年		85,730	12,867	2.80	72,864	3.62
8-9 年		33,647	8,439	1.83	25,208	1.25
9-10 年		70,554	10,676	2.32	59,877	2.97
10-20 年		714,215	110,941	24.11	603,274	29.94
20 年(含)以上		1,208,758	236,105	51.30	972,653	48.27

附註：1.本表女 / 男性企業主係指該企業負責人為女 / 男性，但負責人若為法人或外國人，無法區分性別，統計時未將其納入，因此男女合計不同於附表 1~4 之全部企業（總計）數值。

2.「1-2 年」係指經營 1 年以上，未滿 2 年者，以此類推。

3.「結構比」為中小企業各經營年數占整體中小企業之比率。

資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2023 年。

附表 17 2023 年中小企業就業及受僱人數－按主要工作所在縣市

單位：千人；%

項 目 規模別 縣市別	就業人數				受僱人數			
	總 計	中小企業	占 比		總 計	中小企業	占 比	
			占 比	結構比			占 比	結構比
總 計	11,528	9,167	79.52	100.00	9,306	6,947	74.65	100.00
臺北市	1,792	1,360	75.89	14.84	1,610	1,179	73.23	16.97
新北市	1,673	1,463	87.45	15.96	1,393	1,183	84.92	17.03
桃園市	1,170	833	71.20	9.09	1,014	677	66.77	9.75
臺中市	1,567	1,316	83.98	14.36	1,253	1,002	79.97	14.42
臺南市	959	763	79.56	8.32	746	550	73.73	7.92
高雄市	1,358	1,092	80.41	11.91	1,107	841	75.97	12.11
基隆市	113	92	81.42	1.00	90	68	75.56	0.98
宜蘭縣	181	151	83.43	1.65	133	103	77.44	1.48
新竹市	370	197	53.24	2.15	332	159	47.89	2.29
新竹縣	218	136	62.39	1.48	179	98	54.75	1.41
苗栗縣	206	141	68.45	1.54	150	85	56.67	1.22
彰化縣	503	440	87.48	4.80	365	302	82.74	4.35
南投縣	202	170	84.16	1.85	127	95	74.80	1.37
雲林縣	281	229	81.49	2.50	169	117	69.23	1.68
嘉義市	123	101	82.11	1.10	94	72	76.60	1.04
嘉義縣	190	163	85.79	1.78	111	85	76.58	1.22
屏東縣	303	264	87.13	2.88	196	157	80.10	2.26
澎湖縣	37	27	72.97	0.29	26	17	65.38	0.24
花蓮縣	132	101	76.52	1.10	96	66	68.75	0.95
臺東縣	96	74	77.08	0.81	65	42	64.62	0.60
金 馬	1	1	100.00	0.01	1	1	100.00	0.01
其 他	53	52	98.11	0.57	49	49	100.00	0.71

附 註：1.「其他」指戶籍地設於臺灣且就業於臺灣的中小企業，但主要工作地點在中國大陸（含港澳）或其他國家。

2.「占比」為中小企業占全部企業之比率；「結構比」為中小企業各縣市別占整體中小企業之比率。

資料來源：整理自行政院主計總處，人力資源調查統計原始資料，2023 年。

附表 18 2023 年 8 年內新設中小企業家數及銷售額－按行業別

單位：家；新臺幣百萬元；%

行業別	規模別	全部企業	中小企業		
				占 比	結構比
家 數					
總 計		700,227	697,221	99.57	100.00
農、林、漁、牧業與礦業及土石採取業		5,706	5,677	99.49	0.81
製造業		31,385	30,825	98.22	4.42
電力及燃氣供應業與用水供應及污染整治業		5,700	5,518	96.81	0.79
營建工程業		77,106	77,015	99.88	11.05
批發及零售業		282,767	282,257	99.82	40.48
運輸及倉儲業		13,974	13,945	99.79	2.00
住宿及餐飲業		110,670	110,599	99.94	15.86
出版影音及資通訊業		16,226	16,111	99.29	2.31
金融及保險業		8,640	8,137	94.18	1.17
不動產業		23,890	23,314	97.59	3.34
專業、科學及技術服務業		35,226	34,972	99.28	5.02
支援服務業		16,387	16,347	99.76	2.34
教育業		5,444	5,437	99.87	0.78
醫療保健及社會工作服務業		1,628	1,619	99.45	0.23
藝術、娛樂及休閒服務業		25,449	25,430	99.93	3.65
其他服務業		40,029	40,018	99.97	5.74
銷售額					
總 計		7,145,569	6,016,882	84.20	100.00
農、林、漁、牧業與礦業及土石採取業		26,709	23,392	87.58	0.39
製造業		872,227	586,856	67.28	9.75
電力及燃氣供應業與用水供應及污染整治業		106,588	63,414	59.49	1.05
營建工程業		734,071	704,172	95.93	11.70
批發及零售業		3,094,758	2,676,204	86.48	44.48
運輸及倉儲業		169,128	152,116	89.94	2.53
住宿及餐飲業		408,812	399,350	97.69	6.64
出版影音及資通訊業		499,729	441,109	88.27	7.33
金融及保險業		130,686	89,129	68.20	1.48
不動產業		437,326	354,260	81.01	5.89
專業、科學及技術服務業		360,085	266,701	74.07	4.43
支援服務業		143,718	102,441	71.28	1.70
教育業		19,616	19,309	98.43	0.32
醫療保健及社會工作服務業		10,530	10,468	99.41	0.17
藝術、娛樂及休閒服務業		61,859	59,710	96.53	0.99
其他服務業		69,726	68,251	97.88	1.13

(續下頁)

附表 18-1 2023 年 8 年內新設中小企業內銷額及出口額－按行業別

單位：新臺幣百萬元；%

行業別	規模別	全部企業	中小企業	占 比	結構比
	內銷額				
總 計		6,258,153	5,480,392	87.57	100.00
農、林、漁、牧業與礦業及土石採取業		24,890	21,937	88.14	0.40
製造業		581,698	397,557	68.34	7.25
電力及燃氣供應業與用水供應及污染整治業		104,870	61,698	58.83	1.13
營建工程業		732,408	702,901	95.97	12.83
批發及零售業		2,663,937	2,443,094	91.71	44.58
運輸及倉儲業		133,226	126,826	95.20	2.31
住宿及餐飲業		408,659	399,197	97.68	7.28
出版影音及資通訊業		437,695	415,441	94.92	7.58
金融及保險業		127,093	85,939	67.62	1.57
不動產業		436,971	353,989	81.01	6.46
專業、科學及技術服務業		307,386	217,580	70.78	3.97
支援服務業		142,254	101,085	71.06	1.84
教育業		19,433	19,137	98.48	0.35
醫療保健及社會工作服務業		10,507	10,444	99.40	0.19
藝術、娛樂及休閒服務業		61,512	59,363	96.51	1.08
其他服務業		65,614	64,205	97.85	1.17
出口額					
總 計		887,417	536,489	60.46	100.00
農、林、漁、牧業與礦業及土石採取業		1,820	1,456	80.00	0.27
製造業		290,528	189,298	65.16	35.28
電力及燃氣供應業與用水供應及污染整治業		1,718	1,716	99.88	0.32
營建工程業		1,663	1,272	76.49	0.24
批發及零售業		430,821	233,110	54.11	43.45
運輸及倉儲業		35,902	25,290	70.44	4.71
住宿及餐飲業		154	154	100.00	0.03
出版影音及資通訊業		62,034	25,669	41.38	4.78
金融及保險業		3,593	3,190	88.78	0.59
不動產業		355	271	76.34	0.05
專業、科學及技術服務業		52,699	49,121	93.21	9.16
支援服務業		1,464	1,356	92.62	0.25
教育業		183	172	93.99	0.03
醫療保健及社會工作服務業		23	23	100.00	0.00
藝術、娛樂及休閒服務業		347	347	100.00	0.06
其他服務業		4,112	4,046	98.39	0.75

附 註：1.8 年內新設企業為經營年數未滿 8 年之企業。

2.因資料限制，行業別之「農、林、漁、牧業」、「礦業及土石採取業」合併為「農、林、漁、牧業與礦業及土石採取業」，「電力及燃氣供應業」、「用水供應及污染整治業」合併為「電力及燃氣供應業與用水供應及污染整治業」。

3.「占比」為中小企業占全部企業之比率；「結構比」為中小企業各行業別占整體中小企業之比率。

資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2023 年。

附表 19 2023 年 8 年內新設中小企業家數－按區域與行業別

單位：家

行業別 \ 區域別	總 計	北部地區	中部地區	南部地區	東部地區	離島地區
全部企業	700,227	330,711	170,012	175,907	16,680	6,917
中小企業	697,221	328,564	169,579	175,502	16,669	6,907
農、林、漁、牧業與礦業及土石採取業	5,677	1,255	2,163	1,644	550	65
製造業	30,825	13,614	10,136	6,632	345	98
電力及燃氣供應業與用水供應及污染整治業	5,518	1,912	1,672	1,791	96	47
營建工程業	77,015	31,987	20,617	21,509	2,082	820
批發及零售業	282,257	135,978	69,397	70,152	5,040	1,690
運輸及倉儲業	13,945	6,781	3,144	3,654	231	135
住宿及餐飲業	110,599	47,454	24,781	31,418	4,661	2,285
出版影音及資通訊業	16,111	11,521	2,438	1,952	141	59
金融及保險業	8,137	5,862	1,199	1,019	42	15
不動產業	23,314	11,187	6,271	5,059	474	323
專業、科學及技術服務業	34,972	21,165	7,035	6,080	456	236
支援服務業	16,347	7,464	3,728	4,096	533	526
教育業	5,437	2,874	1,070	1,339	123	31
醫療保健及社會工作服務業	1,619	703	369	508	30	9
藝術、娛樂及休閒服務業	25,430	11,839	5,900	6,577	850	264
其他服務業	40,018	16,968	9,659	12,072	1,015	304

附 註：1.因資料限制，區域別調整為：

- (1)北部地區：臺北市、新北市、桃園市、基隆市、宜蘭縣、新竹市、新竹縣。
- (2)中部地區：苗栗縣、臺中市、彰化縣、南投縣、雲林縣。
- (3)南部地區：嘉義市、嘉義縣、臺南市、高雄市、屏東縣。
- (4)東部地區：花蓮縣、臺東縣。
- (5)離島地區：澎湖縣、金門縣、連江縣。

- 2.因資料限制，行業別之「農、林、漁、牧業」、「礦業及土石採取業」合併為「農、林、漁、牧業與礦業及土石採取業」，「電力及燃氣供應業」、「用水供應及污染整治業」合併為「電力及燃氣供應業與用水供應及污染整治業」。

資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2023 年。

附表 19-1 2023 年 8 年內新設中小企業銷售額－按區域與行業別

單位：新臺幣百萬元

行業別 \ 區域別	總 計	北部地區	中部地區	南部地區	東部地區	離島地區
全部企業	7,145,569	4,517,539	1,316,236	1,231,678	51,430	28,686
中小企業	6,016,882	3,609,379	1,211,318	1,117,091	51,251	27,842
農、林、漁、牧業與礦業及土石採取業	23,392	5,655	5,723	10,903	895	216
製造業	586,856	352,398	133,454	99,134	1,436	433
電力及燃氣供應業與用水供應及污染整治業	63,414	34,095	13,292	15,185	560	281
營建工程業	704,172	316,202	179,834	191,512	10,544	6,080
批發及零售業	2,676,204	1,552,696	567,189	527,183	17,801	11,334
運輸及倉儲業	152,116	104,996	23,458	21,672	761	1,228
住宿及餐飲業	399,350	210,161	89,653	87,114	8,537	3,884
出版影音及資通訊業	441,109	420,239	12,855	7,249	516	251
金融及保險業	89,129	72,103	8,230	8,433	297	66
不動產業	354,260	172,043	100,464	74,986	4,766	2,001
專業、科學及技術服務業	266,701	218,607	25,655	20,903	1,192	343
支援服務業	102,441	59,070	22,191	19,327	941	912
教育業	19,309	13,379	2,826	2,903	153	49
醫療保健及社會工作服務業	10,468	5,310	2,758	2,362	31	7
藝術、娛樂及休閒服務業	59,710	34,497	10,933	12,063	1,843	374
其他服務業	68,251	37,928	12,802	16,161	978	382

附註及資料來源：同附表 19。

附表 20 2023 年 8 年內新設中小型製造業中業別家數

單位：家；%

行業中分類	規模別	全部企業	中小企業		
				占 比	結構比
總 計		31,385	30,825	98.22	100.00
食品及飼品製造業		3,336	3,305	99.07	10.72
飲料製造業		152	150	98.68	0.49
紡織業		708	697	98.45	2.26
成衣及服飾品製造業		463	462	99.78	1.50
皮革、毛皮及其製品製造業		144	142	98.61	0.46
木竹製品製造業		613	611	99.67	1.98
紙漿、紙及紙製品製造業		485	478	98.56	1.55
印刷及資料儲存媒體複製業		1,693	1,689	99.76	5.48
石油及煤製品製造業		32	29	90.63	0.09
化學材料及肥料製造業		375	344	91.73	1.12
其他化學製品製造業		615	598	97.24	1.94
藥品及醫用化學製品製造業		63	55	87.30	0.18
橡膠製品製造業		215	212	98.60	0.69
塑膠製品製造業		1,455	1,429	98.21	4.64
非金屬礦物製品製造業		556	543	97.66	1.76
基本金屬製造業		807	795	98.51	2.58
金屬製品製造業		7,632	7,600	99.58	24.66
電子零組件製造業		1,460	1,364	93.42	4.42
電腦、電子產品及光學製品製造業		675	634	93.93	2.06
電力設備及配備製造業		1,545	1,442	93.33	4.68
機械設備製造業		2,876	2,839	98.71	9.21
汽車及其零件製造業		305	290	95.08	0.94
其他運輸工具及其零件製造業		430	416	96.74	1.35
家具製造業		458	454	99.13	1.47
其他製造業		720	700	97.22	2.27
產業用機械設備維修及安裝業		3,572	3,547	99.30	11.51

(續下頁)

附表 20-1 2023 年 8 年內新設中小型製造業中業別銷售額

單位：新臺幣百萬元；%

行業中分類	規模別	全部企業	中小企業	結構比	
				占 比	結構比
總 計		872,227	586,856	67.28	100.00
食品及飼品製造業		62,195	37,637	60.51	6.41
飲料製造業		795	680	85.53	0.12
紡織業		14,599	10,204	69.90	1.74
成衣及服飾品製造業		3,525	3,342	94.81	0.57
皮革、毛皮及其製品製造業		2,439	2,106	86.35	0.36
木竹製品製造業		5,440	5,435	99.91	0.93
紙漿、紙及紙製品製造業		10,176	7,707	75.74	1.31
印刷及資料儲存媒體複製業		10,332	10,076	97.52	1.72
石油及煤製品製造業		1,616	1,557	96.35	0.27
化學材料及肥料製造業		30,086	6,398	21.27	1.09
其他化學製品製造業		6,765	4,097	60.56	0.70
藥品及醫用化學製品製造業		3,260	2,395	73.47	0.41
橡膠製品製造業		2,198	2,039	92.77	0.35
塑膠製品製造業		29,953	23,370	78.02	3.98
非金屬礦物製品製造業		21,518	17,063	79.30	2.91
基本金屬製造業		23,435	20,833	88.90	3.55
金屬製品製造業		89,117	75,389	84.60	12.85
電子零組件製造業		176,284	145,194	82.36	24.74
電腦、電子產品及光學製品製造業		55,999	26,974	48.17	4.60
電力設備及配備製造業		51,078	25,369	49.67	4.32
機械設備製造業		78,521	65,506	83.42	11.16
汽車及其零件製造業		37,800	5,999	15.87	1.02
其他運輸工具及其零件製造業		36,958	30,854	83.48	5.26
家具製造業		5,388	4,516	83.82	0.77
其他製造業		25,129	6,004	23.89	1.02
產業用機械設備維修及安裝業		87,623	46,114	52.63	7.86

(續下頁)

附表 20-2 2023 年 8 年內新設中小型製造業中業別內銷額

單位：新臺幣百萬元；%

行業中分類	規模別	全部企業	中小企業	結構比	
				占 比	結構比
總 計		581,698	397,557	68.34	100.00
食品及飼品製造業		57,132	36,933	64.65	9.29
飲料製造業		737	623	84.53	0.16
紡織業		9,358	8,216	87.80	2.07
成衣及服飾品製造業		3,200	3,199	99.97	0.80
皮革、毛皮及其製品製造業		608	565	92.93	0.14
木竹製品製造業		5,167	5,162	99.90	1.30
紙漿、紙及紙製品製造業		7,598	6,988	91.97	1.76
印刷及資料儲存媒體複製業		9,626	9,393	97.58	2.36
石油及煤製品製造業		1,452	1,393	95.94	0.35
化學材料及肥料製造業		22,934	5,026	21.92	1.26
其他化學製品製造業		5,445	3,793	69.66	0.95
藥品及醫用化學製品製造業		2,255	1,407	62.39	0.35
橡膠製品製造業		1,897	1,817	95.78	0.46
塑膠製品製造業		19,640	17,140	87.27	4.31
非金屬礦物製品製造業		21,262	16,873	79.36	4.24
基本金屬製造業		20,563	18,126	88.15	4.56
金屬製品製造業		76,575	68,969	90.07	17.35
電子零組件製造業		63,987	46,961	73.39	11.81
電腦、電子產品及光學製品製造業		17,433	9,510	54.55	2.39
電力設備及配備製造業		46,150	22,662	49.11	5.70
機械設備製造業		61,177	51,142	83.60	12.86
汽車及其零件製造業		35,682	5,346	14.98	1.34
其他運輸工具及其零件製造業		7,443	6,616	88.89	1.66
家具製造業		4,005	3,937	98.30	0.99
其他製造業		7,366	4,432	60.17	1.11
產業用機械設備維修及安裝業		73,009	41,329	56.61	10.40

(續下頁)

附表 20-3 2023 年 8 年內新設中小型製造業中業別出口額

單位：新臺幣百萬元；%

行業中分類	規模別	全部企業	中小企業	結構比	
				占 比	結構比
總 計		290,528	189,298	65.16	100.00
食品及飼品製造業		5,063	704	13.90	0.37
飲料製造業		58	57	98.28	0.03
紡織業		5,241	1,988	37.93	1.05
成衣及服飾品製造業		325	142	43.69	0.08
皮革、毛皮及其製品製造業		1,830	1,542	84.26	0.81
木竹製品製造業		273	273	100.00	0.14
紙漿、紙及紙製品製造業		2,578	719	27.89	0.38
印刷及資料儲存媒體複製業		705	683	96.88	0.36
石油及煤製品製造業		164	164	100.00	0.09
化學材料及肥料製造業		7,153	1,372	19.18	0.72
其他化學製品製造業		1,321	304	23.01	0.16
藥品及醫用化學製品製造業		1,005	988	98.31	0.52
橡膠製品製造業		302	221	73.18	0.12
塑膠製品製造業		10,313	6,231	60.42	3.29
非金屬礦物製品製造業		255	190	74.51	0.10
基本金屬製造業		2,872	2,706	94.22	1.43
金屬製品製造業		12,542	6,420	51.19	3.39
電子零組件製造業		112,297	98,232	87.48	51.89
電腦、電子產品及光學製品製造業		38,566	17,464	45.28	9.23
電力設備及配備製造業		4,928	2,708	54.95	1.43
機械設備製造業		17,343	14,364	82.82	7.59
汽車及其零件製造業		2,118	653	30.83	0.34
其他運輸工具及其零件製造業		29,515	24,238	82.12	12.80
家具製造業		1,383	579	41.87	0.31
其他製造業		17,764	1,573	8.85	0.83
產業用機械設備維修及安裝業		14,614	4,785	32.74	2.53

附 註：1.因資料限制，製造業中業別之「菸草製造業」列入「其他製造業」。

2.「占比」為中小企業占全部企業之比率；「結構比」為中小企業製造業各行業別占整體中小企業製造業之比率。

資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2023 年。

附表 21 2023 年 1 年內新設中小企業家數及銷售額－按行業別

單位：家；新臺幣百萬元；%

行業別	規模別	全部企業	中小企業		
				占 比	結構比
家 數					
總 計		114,276	114,115	99.86	100.00
農、林、漁、牧業與礦業及土石採取業		700	700	100.00	0.61
製造業		3,053	3,031	99.28	2.66
電力及燃氣供應業與用水供應及污染整治業		891	880	98.77	0.77
營建工程業		13,351	13,345	99.96	11.69
批發及零售業		46,035	46,011	99.95	40.32
運輸及倉儲業		2,384	2,384	100.00	2.09
住宿及餐飲業		20,005	20,002	99.99	17.53
出版影音及資通訊業		2,376	2,372	99.83	2.08
金融及保險業		1,283	1,247	97.19	1.09
不動產業		2,830	2,796	98.80	2.45
專業、科學及技術服務業		5,719	5,703	99.72	5.00
支援服務業		2,673	2,671	99.93	2.34
教育業		1,012	1,012	100.00	0.89
醫療保健及社會工作服務業		308	307	99.68	0.27
藝術、娛樂及休閒服務業		5,070	5,069	99.98	4.44
其他服務業		6,586	6,585	99.98	5.77
銷售額					
總 計		270,804	266,631	98.46	100.00
農、林、漁、牧業與礦業及土石採取業		841	841	100.00	0.32
製造業		10,021	9,157	91.38	3.43
電力及燃氣供應業與用水供應及污染整治業		5,657	5,656	99.98	2.12
營建工程業		39,740	39,666	99.81	14.88
批發及零售業		134,066	132,772	99.03	49.80
運輸及倉儲業		7,204	7,204	100.00	2.70
住宿及餐飲業		26,871	26,860	99.96	10.07
出版影音及資通訊業		10,435	9,673	92.70	3.63
金融及保險業		3,511	2,917	83.08	1.09
不動產業		8,451	8,441	99.88	3.17
專業、科學及技術服務業		11,166	10,606	94.98	3.98
支援服務業		3,430	3,427	99.91	1.29
教育業		902	902	100.00	0.34
醫療保健及社會工作服務業		222	221	99.55	0.08
藝術、娛樂及休閒服務業		4,396	4,396	100.00	1.65
其他服務業		3,892	3,892	100.00	1.46

(續下頁)

附表 21-1 2023 年 1 年內新設中小企業內銷額及出口額－按行業別

單位：新臺幣百萬元；%

行業別	規模別	全部企業	中小企業		
				占 比	結構比
內銷額					
總 計		264,133	260,030	98.45	100.00
農、林、漁、牧業與礦業及土石採取業		831	831	100.00	0.32
製造業		8,524	7,726	90.64	2.97
電力及燃氣供應業與用水供應及污染整治業		5,616	5,616	100.00	2.16
營建工程業		39,718	39,644	99.81	15.25
批發及零售業		129,858	128,566	99.01	49.44
運輸及倉儲業		7,166	7,166	100.00	2.76
住宿及餐飲業		26,871	26,860	99.96	10.33
出版影音及資通訊業		9,875	9,113	92.28	3.50
金融及保險業		3,492	2,899	83.02	1.11
不動產業		8,396	8,386	99.88	3.23
專業、科學及技術服務業		10,962	10,403	94.90	4.00
支援服務業		3,425	3,423	99.94	1.32
教育業		901	901	100.00	0.35
醫療保健及社會工作服務業		222	221	99.55	0.08
藝術、娛樂及休閒服務業		4,390	4,390	100.00	1.69
其他服務業		3,885	3,885	100.00	1.49
出口額					
總 計		6,671	6,601	98.95	100.00
農、林、漁、牧業與礦業及土石採取業		10	10	100.00	0.15
製造業		1,498	1,431	95.53	21.68
電力及燃氣供應業與用水供應及污染整治業		40	40	100.00	0.61
營建工程業		22	22	100.00	0.33
批發及零售業		4,208	4,206	99.95	63.72
運輸及倉儲業		37	37	100.00	0.56
住宿及餐飲業		0	0	-	0.00
出版影音及資通訊業		560	560	100.00	8.48
金融及保險業		18	18	100.00	0.27
不動產業		55	55	100.00	0.83
專業、科學及技術服務業		204	203	99.51	3.08
支援服務業		5	5	100.00	0.08
教育業		1	1	100.00	0.02
醫療保健及社會工作服務業		0	0	-	0.00
藝術、娛樂及休閒服務業		6	6	100.00	0.09
其他服務業		7	7	100.00	0.11

附 註：1.1 年內新設企業為經營年數未滿 1 年之企業。

2. 因資料限制，行業別之「農、林、漁、牧業」、「礦業及土石採取業」合併為「農、林、漁、牧業與礦業及土石採取業」，「電力及燃氣供應業」、「用水供應及污染整治業」合併為「電力及燃氣供應業與用水供應及污染整治業」。

3. 「0」表示不足一單位；「-」表示不適用。

4. 「占比」為中小企業占全部企業之比率；「結構比」為中小企業各行業別占整體中小企業之比率。

資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2023 年。

附表 22 2023 年新創事業家數－按應用領域

單位：家；%

應用領域	家數	結構比	應用領域	家數	結構比
總計	7,477	100.00	銷售與行銷	199	2.66
硬體	730	9.76	設計	157	2.10
健康醫療	672	8.99	社群與生活風格	142	1.90
媒體與娛樂	570	7.62	房地產	141	1.89
消費產品	517	6.91	交通	139	1.86
食品與餐飲	473	6.33	旅遊觀光	125	1.67
軟體	433	5.79	永續	124	1.66
工業製造	374	5.00	運動	104	1.39
商務與購物	294	3.93	資料與數據分析	99	1.32
教育	262	3.50	隱私與安全	73	0.98
資訊科技	256	3.42	網路服務	60	0.8
能源	240	3.21	行動技術	56	0.75
生物技術	238	3.18	科學與工程	43	0.58
其他	230	3.08	廣告	38	0.51
專業服務	224	3.00	行政服務	27	0.36
農漁牧及養殖	222	2.97	自然資源	5	0.07
金融服務	208	2.78	政府與國防	2	0.03

資料來源：經濟部中小及新創企業署，FINDIT 平台，2023 年 12 月 31 日。

附錄 3 2023 年及 2024 年中小企業傑出獎項得獎名錄

一、2023~2024 年國家磐石獎得獎名單

(一) 國家磐石獎

2023年國家磐石獎 得獎名單			
1	川方企業(股)公司	5	銳泰精密工具(股)公司
2	化新精密工業(股)公司	6	優達科技(股)公司
3	博盛半導體(股)公司	7	鑫創電子(股)公司
4	富致科技(股)公司		
2024年國家磐石獎 得獎名單			
1	正瀚生技(股)公司	5	伯鑫工具(股)公司
2	安葆國際實業(股)公司	6	啟新生物科技(股)公司
3	汎武電機工業(股)公司	7	網擎資訊軟體(股)公司
4	竹陞科技(股)公司	8	鋒需環境科技(股)公司

(二) 海外台商磐石獎

2023年海外台商磐石獎 得獎名單			
1	禾寶藍(股)公司	4	第一橡膠有限公司
2	吉星科技公司	5	環泰企業(馬)有限公司
3	宜興國際責任有限公司		
2024年海外台商磐石獎 得獎名單			
1	Avenues and Little lane early learning group	4	PT. SUKSES CIPTA MAKMUR
2	Homart Group pty ltd	5	億春責任有限公司
3	Liberty Commons, LLC		

資料來源：經濟部中小及新創企業署，2024 年。

二、2023~2024 年小巨人獎得獎名單

2023年小巨人獎 得獎名單					
1	立多祿工業(股)公司	5	定揚科技(股)公司	9	程岱有限公司
2	汎瑋材料科技(股)公司	6	明曜科技(股)公司	10	達運光電(股)公司
3	竹陞科技(股)公司	7	速博康科技(股)公司	11	鴻林堂生物科技(股)公司
4	伯鑫工具(股)公司	8	凱舟濾材(股)公司	12	醫電鼎眾(股)公司
2024年小巨人獎 得獎名單					
1	化新精密工業(股)公司	5	安立司食品(股)公司	9	精林國際有限公司
2	方圓國際事業(股)公司	6	泛台實業(股)公司	10	德承(股)公司
3	台普工業(股)公司	7	金全益(股)公司		
4	共茂工業(股)公司	8	富致科技(股)公司		

資料來源：經濟部中小及新創企業署，2024 年。

三、2023~2024 年新創事業獎暨中小企業創新研究獎

(一) 中小企業創新研究獎得獎名單

2023年中小企業創新研究獎 得獎名單			
1	聿信醫療器材科技(股)公司	12	百衛生物科技(股)公司
2	臥龍智慧環境有限公司	13	沐恩生醫光電(股)公司
3	陸詰科技(股)公司	14	阿爾傑科技有限公司
4	農識國際(股)公司	15	醫百科技(股)公司
5	鳴周科技(股)公司	16	美科科技(股)公司
6	天工精密(股)公司	17	益材科技(股)公司
7	伯鑫工具(股)公司	18	膜淨材料(股)公司
8	奇鼎科技(股)公司	19	薪傳科技(股)公司
9	鉅門工業有限公司	20	良展新科技(股)公司
10	碩奇科技(股)公司	21	英紡企業(股)公司
11	中鎮醫療產品科技(股)公司	22	乾唐軒美術工藝(股)公司
2024年中小企業創新研究獎 得獎名單			
1	大振豐洋傘有限公司	10	桓屹智聯(股)公司
2	互宇向量(股)公司	11	特博福連科技(股)公司
3	永詮機器工業(股)公司	12	徠通科技(股)公司
4	宇晟電腦資訊(股)公司	13	晶彩科技(股)公司
5	安能聚綠能(股)公司	14	新夥伴科技(股)公司
6	宏益科技(股)公司	15	瑞麗刀剪(股)公司
7	柏瑞醫(股)公司	16	睿捷國際(股)公司
8	炬鉸生物科技(股)公司	17	豪芯科技(股)公司
9	原見精機(股)公司	18	廣盛科技(股)公司

資料來源：經濟部中小及新創企業署，2024 年。

(二) 新創事業獎得獎名單

2023年新創事業獎 得獎名單				
組別	得獎名單			
科技產業組	1	原見精機(股)公司	3	永立榮生醫(股)公司
	2	精拓生技(股)公司	4	隆順綠能科技(股)公司
創新傳產組	1	展鮮農產生技(股)公司	4	貓侍股份有限公司
	2	佐翼科技有限公司	5	金尚品食品(股)公司
	3	金翔生物科技(股)公司		
創新服務組	1	加雲聯網(股)公司	7	羅賓斯科技(股)公司
	2	鑫蘊林科(股)公司	8	集雅科技(股)公司
	3	雲智維科技(股)公司	9	采風智匯(股)公司
	4	台灣愛淨節能科技有限公司	10	麥睿資訊(股)公司
	5	翔評互動(股)公司	11	宙勝數位企業有限公司
	6	台灣圖靈鏈(股)公司		

2024年新創事業獎 得獎名單					
組別	得獎名單				
科技產業組	1	亞家生物科技(股)公司	3	態金材料科技(股)公司	
	2	和迅生命科學(股)公司	4	優氫科技(股)公司	
創新傳產組	1	居家先生(股)公司	4	滙聚智能販賣機(股)公司	
	2	炬鉸生物科技(股)公司	5	實心食品有限公司	
	3	勝美金食品(股)公司			
創新服務組	1	小驢行(股)公司	7	鈞泰運動數位科技(股)公司	
	2	可立可(股)公司	8	運點科技(股)公司	
	3	易晨智能(股)公司	9	嘉曜醫材有限公司	
	4	城智科技(股)公司	10	鴻智互動(股)公司	
	5	配客嘉(股)公司	11	醫守科技(股)公司	
	6	舒服美生技(股)公司			

資料來源：經濟部中小及新創企業署，2024 年。

四、2023~2024 年創業楷模暨創業相扶獎得獎名單

(一) 國內創業楷模得獎名單

2023年國內創業楷模 得獎名單					
項次	公司名稱	創業楷模	職稱	相扶獎	關係
1	聯寶電子股份有限公司	譚明珠	董事長	譚偉傑	姐弟
2	啟新生物科技股份有限公司	蔡岳廷	總經理	蔡文城	父子
3	寶陞國際股份有限公司	黃楷倫	董事長	鄭弘寬	事業夥伴
4	來永實業股份有限公司	陳柏滄	董事長	洪小平	夫妻
5	群翊工業股份有限公司	陳安順	董事長	李榮坤	事業夥伴
6	佐登妮絲集團	陳正雄	董事長	陳佳琦	父女
7	偉康科技股份有限公司	連泓鈞	董事長	陳英一	師生
8	倍力資訊股份有限公司	許金隆	董事長	李翰林	事業夥伴
9	自力耕生股份有限公司	孫宗德	執行長	阮子銓	事業夥伴
10	捷鋒科技股份有限公司	林竑源	總經理	劉嘉仁	事業夥伴
2024年國內創業楷模 得獎名單					
項次	公司名稱	創業楷模	職稱	相扶獎	關係
1	鐳洋科技股份有限公司	王奕翔	董事長	沈紫瑜	夫妻
2	多那之國際股份有限公司	王建仁	董事長	蔡惠燕	夫妻
3	金全益股份有限公司	王義方	董事長	王堃仲	兄弟
4	頌勝科技材料股份有限公司	朱明癸	董事長	魏隆誠	事業夥伴
5	沃醫學股份有限公司	巫宣霆	董事長	黃千容	夫妻
6	大研生醫國際股份有限公司	張家銘	董事長	林東慶	事業夥伴
7	猛揮營股份有限公司	陳淑娟	總經理	陳永昌	父女
8	新應材股份有限公司	詹文雄	董事長	郭光琅	事業夥伴
9	加雲聯網股份有限公司	廖佑晟	總經理	呂振杰	事業夥伴
10	晨暉生物科技股份有限公司	潘佳岳	總經理	潘子明	父子

(二) 海外創業楷模得獎名單

2023年海外創業楷模 得獎名單					
項次	公司名稱	創業楷模	職稱	相扶獎	關係
1	亞洲義大利門板有限公司 ASIA ITALIAN DOOR CO., LTD	謝茂山	董事長	黎氏香	事業夥伴
2	越南弘麒股份有限公司 HONG KY CO.,LTD (VIETNAM)	陳水石	總經理	黃碧霜	夫妻
3	大發食品股份有限公司 DAI PHAT FOOD CO.,LTD	許玉林	董事長	呂素萍	事業夥伴
4	立美工業有限公司 Lih Mei Industrial Sdn Bhd	許上智	執行長	許清富	父子
5	PT.SUKSES CIPTA MAKMUR	殷鳴龍	董事長	吳聰鑫	事業夥伴
6	擁瑞集團 SB Tape Group Sdn Bhd	杜志輝	董事長	黃艷娜	夫妻
7	泰國綠源股份有限公司 Thai Green Nation Corporation Co., Ltd.	何慧如	董事總經理	廖國棠	事業夥伴
2024年海外創業楷模 得獎名單					
項次	公司名稱	創業楷模	職稱	相扶獎	關係
1	Autocount Dotcom Berhad	朱運鐵	首席執行長	朱進平	事業夥伴
2	Superfast Technology (Thailand) Co.,Ltd.超快科技(泰國)股份有限公司	黃志田	總經理	詹瑪莉	夫妻
3	Supercomnet Technologies Berhad 神通科技股份有限公司	薛志宇	執行董事	魏可菁	夫妻

附註：本獎項由社團法人中華民國全國創新創業總會主辦。

資料來源：經濟部中小及新創企業署，2024 年。

五、2023~2024 年女性創業菁英賽獎得獎名單

2023年女性創業菁英賽獎 得獎名單			
組別	公司	得獎人	職稱
卓越經營組	上溢精密股份有限公司	何美玲	董事長
	台灣恒基股份有限公司	謝淑日	董事長
	恆崇企業股份有限公司	張繼華	董事長
	得意中華食品有限公司	陳秀卿	董事長
	群閎科技股份有限公司	邱春華	董事長
	嘉誠化學股份有限公司	林秀芳	總經理
	維喆禮坊股份有限公司	葉安琪	總經理
傳承轉型組	上鎧鋼鐵股份有限公司	林郁芳	執行副總經理
	馬可先生食品企業股份有限公司	陳明苓	總經理
	彩麗實業股份有限公司	許羽婷	董事長
	富澄科技有限公司	江語蕎	董事長
科技應用組	春樹科技股份有限公司	謝孟瑋	副總暨共同創辦人
	達易特基因科技股份有限公司	陳怡芳	董事長

2024年女性創業菁英實獎 得獎名單			
組別	公司	得獎人	職稱
卓越經營組	三分春色有限公司	林蘭惠	創辦人暨董事長
	中譽工業股份有限公司	張琇梅	董事總經理暨永續長
	呈定企業有限公司	陳衍儒	負責人
	亞尼活力有限公司	蕭靜如	創辦人
	鉅瑋實業有限公司	趙敏足	總經理
	鮮饌國際有限公司	吳素雯	董事長
傳承轉型組	大南方資源再生股份有限公司	陳奕潔	董事
	巧也小吃股份有限公司	林佳慧	執行長
	采照策略顧問股份有限公司	王怡文	營運長
	福杉國際旅館管理顧問股份有限公司	廖秀梅	董事長
	臺北醫學科技股份有限公司	曾琬婷	營運長
	廣野精機股份有限公司	鄭晶華	董事長
	鮑軒貿易股份有限公司	洪慧惠	董事長

資料來源：經濟部中小及新創企業署，2024 年。

附錄 4 中小及新創企業政策性專案貸款

項次	貸款名稱	主辦單位	用途						屬性							
			土地	廠房或營業場所	機器設備	技術	e化設備	週轉金	其他	新創	創新	海外拓展	業別樣態	永續發展	災害協處	其他
1	中小企業創新發展專案貸款	經濟部	√	√	√	√	√	√			√					
2	企業小頭家貸款		√	√	√	√	√	√		√	√			√	√	
3	青年創業及啟動金貸款			√	√	√	√	√	√	√						
4	中小企業災害復舊專案貸款		√	√	√		√	√							√	
5	出口貸款、海外投資貸款、海外營建工程貸款								√			√				
6	企業海外智慧財產權訴訟貸款								√							√
7	協助中小企業紮根專案貸款		√	√	√	√	√	√						√		
8	中小企業加速投資貸款			√	√		√	√			√	√				
9	自有品牌推廣海外市場貸款		√	√	√		√	√	√			√				
10	推動航空工業發展優惠貸款		√	√	√		√		√				√			
11	流通服務業及餐飲業優惠貸款		√	√	√	√	√	√	√				√			
12	協助特定工廠合法化融資貸款			√	√			√	√				√	√		
13	機器設備升級貸款	行政院國家發展基金			√	√	√				√					
14	海外投資融資貸款					√			√			√				
15	機器設備輸出貸款				√	√	√					√				
16	歡迎臺商回臺投資專案貸款		√	√	√		√	√								√
17	促進東部地區產業發展優惠貸款	國家發展委員會			√				√					√		
18	促進民間參與公共建設優惠貸款				√			√	√					√		
19	離島永續發展優惠貸款		√	√	√	√	√	√						√		
20	促進航運產業升級專案貸款	交通部	√	√	√			√					√			
21	獎勵觀光產業升級優惠貸款		√	√	√		√	√					√		√	
22	微型創業鳳凰貸款	勞動部		√	√		√	√		√						
23	就業保險失業者創業貸款			√	√		√	√		√						
24	失業中高齡者及高齡者創業貸款			√	√		√	√		√						
25	中小型運動產業貸款	教育部		√	√			√	√				√			
26	文化創意產業青年創業及啟動金貸款	文化部		√	√	√	√	√	√	√						
27	加強文化創意產業升級轉型貸款		√	√	√	√	√	√	√				√			
28	原住民族綜合發展基金貸款	原住民族委員會		√	√		√	√	√	√						
29	低碳永續家園專案貸款	環境部			√	√								√		
30	青壯年農民從農貸款	農業部			√	√	√	√	√	√			√			
31	中國輸出入銀行-中長期輸入融資	中國輸出入銀行			√	√	√	√				√				
32	中國輸出入銀行-強化貿易金融貸款方案								√			√				
33	中國輸出入銀行-服務貿易貸款								√				√			

附註：以上貸款由財團法人信用保證基金提供融資保證。

資料來源：整理自經濟部中小及新創企業署（2024 年 1 月 23 日），《2024 中小及新創企業財務資源應用手冊》。

附錄 5 信保基金相關保證項目或措施

項次	信用保證項目 (開辦時間)	開辦目的	適用對象	相關保證條件
1	企業小頭家貸款信用保證 (2012.10.16)	協助小規模事業以簡易且便利之融資方式，向金融機構取得小額營運週轉金	中小企業或僅辦理稅籍登記且僱用員工 10 人以下之營利事業	- 貸款額度：週轉金 500 萬元(受災事業依個別狀況核貸)，資本性計畫經費 8 成 - 保證成數：一般事業最低 8 成，受災事業最高 10 成 - 保證手續費：0.375~1.375%，受災事業免計收
2	青年創業及啟動金貸款信用保證 (2014.1.1)	營造有利青年創業環境，輔導青年開創事業，提供籌設及開辦階段之創業啟動金，以因應創業後事業發展之需要	- 個人：18~45 歲之國民 - 事業：公司、商業登記或立案登記未滿 5 年	- 貸款額度：1,800 萬元 - 保證成數：最高 9.5 成 - 保證手續費：0.375%
3	中小企業創新發展專案貸款信用保證 (2014.1.27)	協助中小企業以創新與高科技的服務模式促進國際發展，提供其創新經營振興發展資金	中小企業且具備本專案貸款所列各款條件之一者	- 貸款額度：週轉金 2,000 萬元、資本性 8,000 萬元 - 保證成數：最低 8 成 - 保證手續費：0.375%
4	外銷貸款優惠信用保證方案 (2016.1.1)	強化協助中小企業取得因外銷採購原料、生產所需資金	有外銷融資需求之中小企業，且貨物出口地為台灣	- 貸款額度：1 億元(新南向國家)、6,000 萬元 - 保證成數：最高 9 成 - 保證手續費：0.75%(企業負擔 0~0.25%)
5	協助中小企業赴新南向國家投資融資保證 (2017.5.3)	協助赴新南向國家投資之中小企業取得所需資金	赴新南向國家投資之中小企業	- 貸款額度：1 億元 - 保證成數：最高 9 成 - 保證手續費：0.1%
6	國家發展優惠保證措施 (2017.6.22)	配合政府推動前瞻基礎建設計畫及發展國家重點產業政策	直接或間接參與「前瞻基礎建設計畫」採購案、從事「六大核心戰略產業」及營運具優良事蹟並經金融機構或本基金核認屬實者之中小企業	- 貸款額度：1 億元 - 保證成數：最高 9.5 成 - 保證手續費：0.375~1.375%
7	促進企業創新直接保證方案 (2017.10.3)	鼓勵國內中小企業加強技術、產品或服務之創新研發，協助中小企業取得創新或營運發展所需資金	經濟部創新研究專案相關計畫核定補助或輔導計畫，並經經濟部推薦之中小企業	- 貸款額度：核定計畫 8 成內扣除補助及輔導款 - 保證成數：9.5 成 - 保證手續費：0.375%
8	中小企業千億保專案 (2019.5.3)	協助新創、微型等中小企業取得金融機構融資，以利進行升級、轉型、接班，並減輕財務負擔	實收資本額在 3,000 萬元以下之中小企業	- 貸款額度：小額貸款擴大保證措施 600 萬元 - 保證成數：最低 8 成 - 保證手續費：0.375% - 貸款額度：批次保證擴大保證措施 600 萬元 - 保證成數：10 成 - 保證手續費：0.1~0.15%

項次	信用保證項目 (開辦時間)	開辦目的	適用對象	相關保證條件
9	中小企業投資台灣優惠保證措施 (2019.5.10)	鼓勵中小企業投資臺灣	中小企業	- 貸款額度：1 億元 - 保證成數：最高 9.5 成 - 保證手續費：0.5%(工業區 0.3%)
10	歡迎台商回台投資專案貸款信用保證 (2019.5.16)	配合政府協助台商回臺投資政策	符合「歡迎臺商回臺投資行動方案」適用對象，且取得經濟部投資臺灣事務所核發之資格認定核定函之中小企業	- 貸款額度：計畫投資成本 8 成內 - 保證成數：最高 9 成 - 保證手續費：0.375~1.375%
11	中小企業加速投資貸款信用保證 (2019.7.4)	鼓勵中小企業加速投資	中小企業	- 貸款額度：1 億元 - 保證成數：最高 9.5 成 - 保證手續費：最高 0.3%
12	中小企業安興專案 (2022.10.18)	活絡國內經濟發展，協助中小企業於後疫情時代取得振興營運所需資金	中小企業	- 貸款額度：1,000 萬元 - 保證成數：最低 8 成 - 保證手續費：0.25%
13	協助中小型事業疫後振興專案貸款信用保證 (2023.4.28)	推動中小型事業疫後振興、提高競爭力並恢復營運榮景	第 1 類：中小企業	- 貸款額度：3,500 萬元 - 保證成數：最低 9 成 - 保證手續費：0.1%
			第 2 類：未滿 5 人之中小企業或僅辦稅籍登記之營利事業	- 貸款額度：400 萬元 - 保證成數：9.5~10 成 - 保證手續費：0.1%
14	協助中小企業低碳化智慧化轉型發展與納管工廠及特定工廠基礎設施優化專案貸款信用保證 (2023.4.28)	推動中小企業朝轉型發展，以及協助納管及特定工廠符合環境保護與公共安全相關要求，邁向合法化經營	中小企業	- 貸款額度：1 億元 - 保證成數：8~9 成 - 保證手續費：0.1%
15	新創企業暨無形資產融資信用保證措施 (2024.5.13)	配合政府產業政策，扶植具發展潛力，但融資不易之亮點產業	成立未滿 8 年之新創企業，且具創新能力；或具無形資產之中小企業，其技術或產品已取得我國專利權	- 貸款額度：1 億元 - 保證成數：最高 10 成 - 保證手續費：0.1%
16	○四○三花蓮地震融資保證專案貸款信用保證 (2024.05.15)	協助 2024 年 4 月 3 日地震花蓮地區受災產業復原重建	- 中小企業 - 僅辦理稅籍登記之攤販及民宿，醫療保健服務業或建築師事務所，托嬰中心、幼兒園或兒童課後照顧服務中心，或私立老人長期照護機構等(小微企業等)	- 貸款額度：中小企業週轉金 2,000 萬元及資本性 6,000 萬元；小微企業等週轉金 200 萬元，資本性 500 萬元 - 保證成數：最高 10 成 - 保證手續費：0.375%，免向企業收取
17	疫後振興公路汽車客運業專案融資信用保證 (2024.05.17)	協助公路汽車客運業者取得疫後營運所需資金	屬中小企業之公路汽車客運業	- 貸款額度：3,500 萬元 - 保證成數：最高 8 成 - 保證手續費：0.2%

資料來源：財團法人中小企業信用保證基金，2024 年。

附錄 6 中小企業融資服務窗口

單位名稱	聯絡人	電話	傳真	地址
臺灣銀行	彭怡嘉	(02)23493371	(02)23880067	臺北市中正區重慶南路一段120號
臺灣土地銀行	李崇業	(02)23483335	(02)23756992	臺北市中正區館前路46號4樓(企業金融部)
合作金庫銀行	翁家君	(02)21738888轉3623	(02)27315873	臺北市松山區長安東路二段225號15樓
第一商業銀行	張嘉文	(02)23484233	(02)23821476	臺北市中正區重慶南路一段30號10樓
華南商業銀行	陳詠傑	(02)23713111轉1129	(02)87291704	臺北市信義區松仁路123號
彰化商業銀行	楊純婷	(02)25362951轉2120	(02)25411656	臺北市中山區中山北路二段57號11樓
上海商業儲蓄銀行	蔡綺紋	(02)25817111轉4129	(02)25212963	臺北市中山區民權東路一段2號12樓
台北富邦銀行	李凱霖	(02)66188600轉8694	(02)66188694	臺北市中山區中山北路二段50號12樓
國泰世華商業銀行	李逸群	(02)87226666轉7180	(02)27226039	臺北市信義區松仁路7號6樓
中國輸出銀行	吳孟霞	(02)33220526	(02)23415297	臺北市中正區南海路3號8樓
高雄銀行	羅崇銓	(07)5570535轉232	(07)5570534	高雄市左營區博愛二路168號
兆豐國際商業銀行	曾啟彰	(02)25633156轉2568	(02)25625669	臺北市中山區吉林路100號8樓
花旗(台灣)銀行	曾瓊慧	(02)25766532	(02)25795363	臺北市信義區松智路1號12樓
王道商業銀行	潘禹妤	(02)87527000轉15706	(02)26590563	臺北市內湖區堤頂大道二段99號1樓
臺灣中小企業銀行	傅文珠 蕭春英	(02)25597171轉3122 (02)25597171轉3161	(02)25509173	臺北市大同區塔城街30號11樓
渣打國際商業銀行	中小企業客戶服務專線	中小企業服務專線 (02)40510088，按1由專人服務	(02)66032866	臺北市中山區遼寧街179號
台中商業銀行	吳政翰	(04)22236021轉5723	(04)22230800	臺中市西區民權路87號6樓
京城商業銀行	林祺斌	(06)2139171轉0105	(06)2141273	臺南市中西區西門路一段506號2樓
匯豐(台灣)銀行	陳惠雯 黃郁惠 李佩娟	(02)66336936 (04)36017332 (07)9638168	(02)66073944 (04)36017206 (07)9638144	臺北市信義區信義路五段7號54樓 臺中市西屯區府會園道179號2樓 高雄市苓雅區四維三路7號1樓
瑞興商業銀行	馬偉哲	(02)25506758轉1823	(02)25492223	臺北市大同區民生西路313號
華泰商業銀行	楊焜斌	(02)27525252轉7782	(02)25327508	臺北市中山區敬業四路33號11樓
臺灣新光商業銀行	文漢權 許嘉玲	(02)87587288轉7194、7161	(02)87895752	臺北市信義區松仁路36號19樓
陽信商業銀行	田佩玉	(02)28208166轉169	(02)28288872	臺北市北投區石牌路一段90號4樓
板信商業銀行	鄧淑娟 杜崇正	(02)29629170轉3371或2876	(02)89646117	新北市板橋區縣民大道二段68號

單位名稱	聯絡人	電話	傳真	地址
三信商業銀行	蕭蔚閔 梁堯欽	(04)22257177轉308 (04)22800558轉635	(04)22252155 (04)22803639	臺中市區自由路一段101號5樓 臺中市東區大智路339號2樓
聯邦商業銀行	洪翌玲	(02)27180001轉2336	(02)27172894	臺北市松山區民生東路三段109號3樓
遠東國際商業銀行	廖瑞華	(02)77336931	(02)23773260	臺北市大安區敦化南路二段207號18樓
元大商業銀行	蔡忠霖	(02)21736699轉7358	(02)27721643	臺北市松山區敦化南路一段66號3樓
永豐商業銀行	連瑞鑫	(02)21835671	(02)25076855	臺北市中山區南京東路三段36號12樓
玉山商業銀行	林君宗	(02)21751313轉8073	(02)27138813	臺北市松山區民生東路三段117號8樓A區
凱基商業銀行	林志勳	(02)2175-9959轉9896	(02)27199296	臺北市松山區敦化北路135號9樓
星展(台灣)銀行	曾郁嘉	(02)66128789	(02)66026328	臺北市內湖區瑞光路399號13樓
台新國際商業銀行	尉皓雯	(02)2326-8899轉1986	(02)27032811	臺北市大安區仁愛路四段118號19樓
安泰商業銀行	黃仕京	(02)81012277轉110	(02)81012157	臺北市信義區信義路5段7號16樓
中國信託商業銀行	中小企業 客服專線	0800520178轉9專人接聽	(02)26539080	臺北市南港區經貿二路168號16樓
銀行公會	黎慧玲 陳薇如	(02)85962229轉2309 (02)85962229轉2358	(02)85962230 (02)85962228	臺北市中山區德惠街9號3樓

附註：1.金融監督管理委員會銀行局申訴窗口：（02）89689665、89689666。

2.經濟部中小及新創企業署「馬上辦服務中心」：0800-056-476。

資料來源：金融監督管理委員會銀行局（2024年），《中華民國銀行公會及會員銀行中小企業融資對口單位及人員聯絡名單》。

附錄 7 區域及各縣市中小企業服務中心

區域及各縣市	住址	電話
臺北市	110204 臺北市信義區市府路1號10樓北區	(02)27256618
新北市	22002 新北市板橋區中山路一段143號10樓	(02)22994586
基隆市	201012 基隆市信義區信二路224巷8號2樓	(02)24224897
宜蘭縣	260011 宜蘭縣宜蘭市縣政北路1號	(03)9252717
花蓮縣	970270 花蓮縣花蓮市府前路17號3樓	(038)223432
桃園市	330206 桃園市桃園區縣府路1號2樓	(03)3366795
新竹市	300191 新竹市北區中正路120號	(03)5260774
新竹縣	302099 新竹縣竹北市光明六路10號3樓	(03)5519041
金門縣	893013 金門縣金城鎮民生路7號3樓	(082)324927
經濟部 中小及新創企業署 中區服務處	408281 臺中市南屯區黎明路二段503號7樓	(04)22521111轉111
苗栗縣	360001 苗栗縣苗栗市縣府路100號4樓	(037)559950
臺中市	403602 臺中市西區三民路一段158號8樓	(04)22226443
南投縣	540228 南投縣南投市中興路669號5樓	(049)2222120
彰化縣	500011 彰化縣彰化市南郭路1段47巷13號6樓	(04)7200151
雲林縣	640201 雲林縣斗六市雲林路二段515號5樓(第二辦公大樓)	(05)5322054
經濟部 中小及新創企業署 南區服務處	802304 高雄市苓雅區政南街6號7樓	(07)7224606轉109
嘉義市	600211 嘉義市東區中山路199號1樓(市政府南棟大樓)	(05)2248308
嘉義縣	612009 嘉義縣太保市祥和一路東段1號	(05)3620168
臺南市	708201 臺南市安平區永華路二段6號15樓	(06)2953281
屏東縣	900219 屏東縣屏東市自由路527號1樓	(08)7334102
澎湖縣	880010 澎湖縣馬公市新明路71號	(06)9212747
臺東縣	950003 臺東縣臺東市博愛路277號1樓	(089)323330
高雄市	802221 高雄市苓雅區四維三路2號9樓	(07)3315626轉11

資料來源：經濟部中小及新創企業署，2024 年。

附錄 8 主要國家中小企業發展情勢

一、主要國家中小企業定義及基本概況

國家	資訊來源	定義	基本概況
日本	日本經產省 中小企業廳	製造業、營造業、運輸業等：資本額或出資總額 3 億日圓以下，或經常僱用員工 300 人以下的公司或個人事業者（小規模企業為 20 人以下）；批發業：資本額或出資總額 1 億日圓以下，或經常僱用員工 100 人以下的公司或個人事業者（小規模企業為 5 人以下）；服務業：資本額或出資總額 5,000 萬日圓以下，或經常僱用員工 100 人以下的公司或個人事業者（小規模企業為 5 人以下）；零售業：資本額或出資總額 5,000 萬日圓以下，或經常僱用員工 50 人以下的公司或個人事業者（小規模企業為 5 人以下）。〈日本中小企業基本法第 2 條第 1 項規範〉	2021 年中小企業家數為 336.5 萬家，占總企業家數的 99.7%；經常僱用員工數為 2,714.4 萬人，占總經常僱用人數的 65.6%；就業人數為 3,309.8 萬人，占總就業人數的 69.7%。
韓國	韓國 中小及新創 企業部	微型企業定義為僱用人數低於 9 人或更少之企業（服務業僱用人數則不超過 4 人）。 小型企業係指年營收介於 10 至 120 億韓元（門檻因行業而異）之企業；小型企業包括微型企業。 中型企業為年營收介於 400 至 1,500 億韓元之企業（門檻因行業而異）。	2021 年中小企業家數達 771.4 萬家，占總體企業家數的 99.9%；僱用人數約 1,849.2 萬人，占總僱用人數的 80.9%。
新加坡	新加坡 統計局	在新加坡登記之企業，年營業額未滿 1 億新元或僱用員工人數少於 200 人者皆屬中小企業。	2023 年中小企業家數約為 30.9 萬家，占總企業家數的 99.5%；中小企業就業人數為 263 萬人，占總就業人數的 70.9%。
中國大陸	中國大陸 市場監督 管理總局、 工信部	工業：從業人數 1,000 人以下或營業額 4 億元以下；批發業：從業人數 200 人以下或營業額 4 億元以下；零售業：從業人數 300 人以下或營業額 2 億元以下；住宿業餐飲業：從業人數 300 人以下或營業額 1 億元以下；資訊傳輸業：從業人數 2,000 人以下或營業額 10 億元以下。其他行業請參考〈中小企業劃型標準規定〉。	2022 年中小企業家數逾 5,200 萬家，僱用人數占企業總僱用人數比例達 80%。
英國	英國 商業暨 貿易部	小型企業必須符合下列 3 條件任 2 個以上：年營業額不超過 1,020 萬英鎊、資產負債表總額不超過 510 萬英鎊、僱員不超過 50 人；中型企業必須符合下列 3 條件任 2 個以上：年營業額不超過 3,600 萬英鎊、資產負債表總額不超過 1,800 萬英鎊、僱員不超過 250 人。〈英國 2006 年公司法〉	2022 年中小企業有 550.1 萬家，占總企業家數的 99.86%，僱用員工人數約 1,643.2 萬人，占企業總僱用員工人數之 60.74%。
德國	德國 聯邦統計局	根據歐盟之定義，微型企業為員工 9 人以下且營業額 200 萬歐元以下之企業；小型企業為員工 10-49 人且營業額 1,000 萬歐元以下之企業；中型企業為員工 50-249 人以下且營業額 5,000 萬歐元以下之企業。	2021 年中小企業約有 313.5 萬家，占總企業家數的 99.4%，僱用員工人數約 2,102.6 萬人，占總僱用員工人數的 54.8%。
美國	美國 小型企業署	製造業認定之中小型企業為員工數在 500 人至 1,500 人以下之企業，批發貿易業為員工數在 100 人至 250 人以下之企業，其餘非製造業之認定則為營業額介於 200 萬美元至 4,000 萬美元之間者。	2022 年美國中小企業家數約 3,319 萬家，占總企業家數的 99.9%，僱用員工數約 6,170 萬人，占總僱用人數的 46.4%。
臺灣	經濟部 中小及新創 企業署	中小企業，指依法辦理公司登記或商業登記，實收資本額在新臺幣 1 億元以下，或經常僱用員工數未滿 200 人之事業。〈中小企業認定標準〉	2023 年中小企業家數約 167.4 萬家，占總企業家數的 98.9%，就業人數約 916.7 萬人，占總就業人數的 79.5%。

資料來源：整理自各國中小企業相關統計網站資料及《日本中小企業白書》。

二、主要國家中小企業政策措施

（一）日本

- 1. 促進企業海外拓展相關措施：**
 - （1）健全出口體制、協助企業轉型及資訊科技運用：**日本貿易振興機構（JETRO）與獨立行政法人中小企業基盤整備機構（SMRJ）合作，協助中小企業拓展海外市場。另日本政策金融公庫（JFC）和日本貿易保險公司（NEXI）提供信用調查與海外投資再保險等服務。中小企業廳推動企業電子化和優化品質管理，提升企業競爭力，並建置網際網路資料庫，透過 JETRO 的「JAPAN MALL」在全球 60 餘國的電商平臺推動跨境電子商務行銷。
 - （2）協助中小企業發展自有品牌、設立行銷據點：**推動「JAPAN 品牌育成支援等事業費補助金」，提供中小企業開發或改良特色新商品、海外參展及宣傳自有品牌等補助，每家企業之補助金額上限為 500 萬日圓（3 年）。
 - （3）輔導中小企業設立海外據點：**由經濟產業省（經產省）與 JETRO、新能源暨產業技術總合開發機構（NEDO）推動「J-Startup」創業支援計畫，協助推動與輔導新創計畫，加速培育具全球競爭力的新創公司，JETRO 透過全球 29 處加速器中心（JETRO Global Acceleration Hub, JGAH）協助日本新創企業進軍國際市場，同時也吸引國外新創企業赴日本發展，以培養具有國家代表性的全球新創企業為目標。
- 2. 提升企業經營能力與完善經營設施：**
 - （1）提供諮詢及輔導服務：**以各地商工會為窗口，提供專業諮詢、輔導服務，並透過相關支援輔導地方中小企業，強化其營運管理能力；透過商工會或商工會議所推薦，從 JFC 獲得購買設備資金或週轉金等融資。
 - （2）協助業者改善設備：**JFC 針對中小企業提高生產技術、購置機器設備等提供低利融資貸款，以縮小中小企業與大企業生產力差距。
- 3. 協助企業推動淨零碳排及能源對策：**
 - （1）協助中小企業建立二氧化碳排放認證制度：**經產省、環境省及農林水產省共同推動並建立 J-Credit 制度，協助企業透過購置節能設備或認養森林等方式，推動減碳措施。
 - （2）協助中小企業投資新型設備：**協助中小企業導入或更新高效率節能設備，以降低成本並提升其生產力。
 - （3）協助開拓綠色製品市場：**由政府制定產品碳排量標示，與民間共同推進綠色產品銷售，推行供應鏈產品標示碳排量，並接受部分價格調整，以提升綠色產品之市場競爭力。
- 4. 提供創業融資協助：**由 JFC 設立新創業融資制度，提供免擔保融資，每案最高額度為 3,000 萬日圓（其中週轉金為 1,500 萬日圓），設備資金貸款期限最長 10 年、營運週轉金最長 5 年，貸款利率為基本利率 1.65%，並可視創業內容進一步給予降低利率之優惠。另針對未滿 35 歲或 55 歲以上、創業 7 年內之女性新創業主，提供創業補助及優惠貸款。
- 5. 提供智慧財產權保護對策：**
 - （1）協助海外專利申請：**包括透過都道府縣中小企業支援中心、JETRO 等機構，補助企業海外申請專利所需費用，另提供翻譯及諮詢服務。
 - （2）於全國各主要都市，舉辦智慧財產權制度、專利商標審查基準及海外專利申請手續等說明會。**
 - （3）透過 JETRO 協助調查及舉發海外仿造品、盜用商標等情事，以保護中小企業的智慧財產權。**
- 6. 財務投融资補助與企業再生輔導：**JFC 設置經營者能力評估機制，針對經營失敗後再度創業者，出現擔保資產不足、信用度評價不良，致融資困難情形時，經該機制評估核可後，可由政府融資體系或信用保證協會提供保證，協助籌措資金以降低經營風險。
- 7. 新創產業輔導措施：**於內閣正式設立「新創擔當大臣」一職，負責協調各省廳之間的新創相關政策；啟動「新創育成 5 年計畫」，投入 8,000 億日圓執行，以 5 年內培育出 100 家獨角獸及 10 萬家新創企業為目標，希冀從設立專責單位、稅制優惠、補助金提供等措施，來活化日本新創產業。

生態圈。

（二）韓國

- 1. 推動中小企業數位轉型：****（1）輔導建置智慧工廠：**以中小及中堅企業為補助對象，2023 年補助規模為 1,172 億韓元。**（2）輔導使用機器人創新製造：**針對擬導入機器人提升生產力之製造業，提供機器人工程諮詢、機器人使用教育等，協助提升製造業之智慧生產製程。以中小及中堅企業為補助對象，編列 181 億韓元預算。**（3）建置數據基礎設施：**建置以民間雲端為基盤之 AI 製造平臺（Korea AI Manufacturing Platform, KMAP）。**（4）加強技術保護能量：**為防止中小企業技術外流及保護其核心技術，建置「技術保護服務」及「防止技術外流」等系統。
- 2. 淨零碳排措施：****（1）開發中小企業實現碳中和模式：**優先針對高碳排行業，開發適用於同業種之低碳新技術示範模式。**（2）輔導 ESG：**建構中小企業 ESG 自我診斷系統，並開發各行業之專業指標，加強中小企業因應能力。**（3）中小企業實現碳中和轉型支援計畫：**對出口至擬實施碳邊境稅國家之企業、宣布實施碳中和之大企業之合作企業，以及高碳排業種業者等有急切需低碳轉型之中小企業為對象，提供「現況診斷、研擬碳中和策略及採用相關設施」之客製化支援。
- 3. 創新育成措施：****（1）促進中小企業出口，實現「中小、創投 50+願景」：**打造以中小企業為主軸之出口引擎，推動製造業數位化，促進中小企業成長，提高中小企業對經濟貢獻超過 50%。**（2）提供創投、新創公司全方位支援：**5 年內挹注 2 兆韓元支援 Deep Tech 新創公司，協助技術商品化、研發及市場拓展；設置 2 千億韓元的「超級差距（Super-Gap）基金」，促進系統半導體、生技保健、機器人、大數據、人工智慧及量子技術等 10 大領域民間投資。**（3）建立全球創業、創投生態系：**擴大「全球基金」規模至 8.6 兆韓元，協助新創企業進軍海外市場。
- 4. 財務融通措施：****（1）設施及營運資金融資：**針對〈中小企業基本法〉所涵蓋之中小企業，提供 6 種設施及營運資金補助（共計 4.2 兆韓元），包括：創新創業資金、進入新市場支援資金、新成長基盤資金、緊急經營穩定資金及再挑戰支援資金。**（2）信用保證：**評估企業之未來成長性，對其經營所需之各種債務予以保證，包括貸款、第 2 金融、商業交易擔保、履行等 7 種保證。另對於具備技術但缺乏擔保能力之中小企業，評估其技術及商業性等價值後簽發保證書，以協助其向金融機構獲得融資；提供賣出債券保險，以避免中小企業賒銷商品後無法收回貨款。
- 5. 地方產業協助措施：****（1）對具成長潛力之小製造業提供技術支援、諮詢等輔導。****（2）依特區特性放寬相關管制，協助地區產業特色化發展。****（3）協助地方中小企業因應危機及復甦地區產業，提供諮詢至解決問題之一站式服務。****（4）針對非首都區所選定之主力產業領域之中小企業，提供技術商用化等協助。****（5）建立符合地區特性之危機因應機制，提供即時輔導，以促進地方經濟成長。**
- 6. 加強企業人力養成：****（1）輔導養成具備專業與實務之技能人力，並協助相關人力投入中小企業。****（2）結合高職學校與專科學校（2 年+2 年），培育符合中小企業需求之專業技術人力。****（3）與大學簽訂企業所需之學位課程，對合約企業之在職人員或預定錄用人員，補助可進修 2 年之教育課程費用，以提升勞工之工作能力。****（4）對中小製造業之人力，提供人工智慧及數據運用之培訓課程。**

(三) 新加坡

- 1. 提升海外行銷拓展能力：**(1)「企業發展計畫」(Enterprise Development Grant)：整合過去的「能力發展津貼計畫」(Capability Development Grant)與「國際企業合作計畫」(Global Company Partnership)，針對核心業務開發、創新及生產力、市場進入3大項目提供最高50%的補助，包括：商業策略開發、品牌與行銷、導入國際標準及解決方案測試等項目。(2)市場進入準備補助計畫(Market Readiness Assistance Grant)：針對中小企業國際化之各項活動(包括海外市場行銷費用、媒合潛在海外業務夥伴、海外市場進入／智慧財產權申請、公司或經營實體註冊、當地法律、進出口准證申請等法規諮詢費用等)提供補助，凡符合資格條件之中小企業，可獲得進入國際市場前之50%準備費用，每年每家公司在每個新市場最高10萬新幣的補助。
- 2. 協助中小企業升級轉型：**(1)「生產力提升計畫」(Productivity Solutions Grant)：協助不同產業透過適合的資通訊科技或生產設備進行轉型，凡符合資格者可獲得最高成本5成之補助。(2)中小企業數位化計畫(SMEs Go Digital Programme)：輔導中小企業瞭解並採用適合的數位科技，進而增加盈利、開發新市場及提高生產力。(3)數位領袖培育計畫(Digital Leaders Programme)：協助企業加速數位化和培養人才，符合條件的企業將參與試驗計畫，以設立內部核心數位團隊、制定數位路線圖，以及為新市場和客戶提供概念驗證專案。(4)電子發票網路InvoiceNow：讓用戶之間互相傳送和接收電子發票，以提高效率並節省成本，並藉由資訊通信媒體發展局(IMDA)與當地銀行合作，連接InvoiceNow與PayNow商業轉帳，方便用戶使用PayNow付款。
- 3. 建構有利新創企業發展之生態系：**(1)「新創新加坡—先鋒」(Startup SG Founder)：提供新創事業與業師媒合平臺，同時對首次創業企業提供資金援助。(2)「新創新加坡—科技」(Startup SG Tech)：針對擁有深度專業技術、具市場規模商業模式的新創企業提供資金補助，並協助取得早期技術商品化所需資金，主要為Proof-of-Concept(POC)及Proof-of-Value(POV)2類型補助。(3)「新創新加坡—貸款」(Startup SG Loan)：新加坡政府透過與金融機構合作，提供新創企業所需之綠色融資、營運資本、固定資產、風險債務、貿易融資、專案融資、併購貸款等7項融資。(4)「新創新加坡—資本」(Startup SG Equity)：吸引公私部門共同投資具專利技術和國際市場潛力的新創企業，提供不同的投資額度上限，一般科技(General Tech)為200萬新幣，深度科技(Deep Tech)為400萬新幣。(5)「新創新加坡—加速器」(Startup SG Accelerator)：透過財務性及非財務性援助(包括業師及商業網絡等策略夥伴)，補助孵化器及加速器，以協助具潛力的新創業者快速成長。
- 4. 財務融資措施：**(1)企業融資計畫：整合融資補助計畫，協助中小企業取得銀行資助，融資範圍包括營運資金、固定資產、貿易融資、專案、併購及風險債務融資(Venture debt)等，對於成立未滿5年的公司，將提供更多協助。另為協助遭受COVID-19疫情衝擊的中小企業，透過中小企業營運資金貸款計畫(SME Working Capital Loan)，提高貸款額度上限及政府承擔風險比例。(2)綠色貸款(Enterprise Financing Scheme - Green)：為研發新節能減碳科技或解決方案的業者提供綠色貸款，該融資計畫將分擔70%的貸款風險，支持金融業為潔淨能源、循環經濟、綠色基礎建設及清潔運輸等行業的中小企業提供融資。

(四) 中國大陸

1. **保障中小企業款項支付**：落實〈保障中小企業款項支付條例〉，對支付要求和支付責任、付款期限作出明確規定，對濫用市場優勢地位逾期占用、惡意拖欠中小企業賬款行為，加大聯合懲戒力度。
2. **支持企業「穩崗擴崗」**：落實失業保險返還及社保補貼、培訓補貼等減少企業負擔及擴大就業政策，支援中小企業穩定崗位，並擴大吸納大學畢業生等重點群體就業。
3. **著力擴大市場需求**：加大民生領域和新型基礎設施投資力度，進一步落實〈政府採購促進中小企業發展管理辦法〉，鼓勵各地因地制宜細化預留採購份額、價格評審優惠、降低投標成本、優先採購等支持措施。
4. **鼓勵企業內部優化**：**(1) 引導企業強化成本控制和細緻化管理**：鼓勵企業優化生產製造、供應鏈管理、市場營銷等過程之成本控制，積極發展智慧製造、綠色製造，加快工業互聯網融合應用，增強柔性生產和市場需求適配能力，以促進產銷協同、供需匹配。**(2) 支持企業升級轉型**：推動中小企業提升專業化優勢，加大培育專精特新「小巨人」企業（即具備專業化、精緻化、特色化、新穎化特色）支持力度，協助中小企業升級轉型。

(五) 英國

1. **協助中小企業實現淨零碳排**：**(1) 成立英國商業氣候中心**：提供免費資源、工具及建議，協助企業了解自身溫室氣體排放的情況，並發展淨零碳排的策略，另提供行動指南、案例分享等，協助中小企業逐步建立低碳的商業模式，並解決業者投入淨零排放過程中所面臨的障礙。**(2) 中小企業能源效率計畫**：針對位於 Tees Valley 產業聚落之中小企業，提供減少碳排放和降低能源消耗的補助；當企業減少碳排放項目時，可獲得能源效率方案（SME Energy Efficiency Scheme）補助之資格。**(3) 工業能源轉型基金**：透過投資能源效率和淨零碳技術，幫助高能耗企業減少能源費用和碳排放，凡符合相關資格條件，將可獲得 3 千英鎊至 3 萬英鎊不等的獎勵金。
2. **研發創新補助及獎勵措施**：**(1) R&D 支出之稅額減免**：年營收低於 1 億歐元及聘僱 500 人以下之中小企業，可抵扣相當於 2.3 倍研發支出之應稅收入（含 100% 全額扣抵及 130% 獎勵扣抵）。**(2) 創新、研究與發展補助**：透過技術策略委員會的「智慧計畫」，鼓勵中小型企業發展技術創新，凡屬於科學、技術或工程領域，同時得證明該研發成果具重大回收，即可針對「市場可行計畫」、「概念可行計畫」及「原形發展計畫」擇一方案提出補助申請。
3. **財務融通措施**：**(1) 出口企業融資保證**：針對年營業額低於 2,500 萬英鎊的中小企業，提供承作貸款金融機構 60% 之保證，協助業者取得短期出口融資。**(2) 設立信貸融資機構**：成立創業貸款（Start up Loans）、英國商業銀行金融中心（British Business Bank's Finance Hub）、Northern Powerhouse 投資基金（Northern Powerhouse Investment Fund）等融資計畫及機構，針對具發展潛力之中小企業，在其發展之各階段提供種子資金、啟動資金、發展資金、轉換資金（用於收購其他股東出讓股份）等信貸，另在景氣衰退時提供援助資金或調整資金。**(3) 青年企業家創業貸款**：提供 18-24 歲青年每年最高 2,500 英鎊的創業貸款（可分 5 年償還），貸款總額為 8,250 萬英鎊。**(4) 中小企業貸款擔保計畫**：針對無法取得銀行融資之中小企業，設立基金項目提供貸款擔保，如「中小企業貸款擔保方案」（Enterprise Finance Guarantee scheme）、「商業天使共同投資基金」（Angel CoFund）、「新創企業投資計畫」（Seed Enterprise Investment Scheme）、「小型企業研發扶助計畫」（Small Business Research Initiative）等。

4. **透過稅收抵免，激勵民間資金投入：**為激勵民間資金投入國內中小企業，提出多項稅收抵免措施，包含：(1) **所得稅抵免：**民眾或企業若將當年所得用於投資國內中小企業，可享有所得稅抵免。(2) **資本利得稅抵免：**當民眾或企業持有中小企業股票達法定期限後，出售該等股票所獲得之資本利得，將可免課資本利得稅。(3) **延遲納稅：**當民眾或企業取得處分某項資產之收益時，若將該收益用於投資中小企業為企業投資計畫所發行之企業投資計畫 (EIS) 股票，得享有延遲納稅待遇。(4) **降低中小企業之所得稅率，提高增值稅之課徵門檻：**減輕中小企業之營運壓力。

(六) 德國

1. **行銷拓展措施：**德國聯邦經濟及氣候保護部 (BMWK) 提供一系列以需求為導向之「中小企業邁向全球」工具箱 (Mittelstand going global)，提供國際市場訊息、融資管道、國際展會及出口信用擔保等資訊，並持續系統性地擴展海外商會網絡；另透過德國工商聯合會 (AHK 網絡) 與德國貿易暨投資署 (GTAI)，協助中小企業在海外市場立足。此外，BMWK 透過「市場進入計畫」 (Market Entry Programme)、「外貿展會計畫」 (Foreign Trade Fair Programme)、「經理培訓計畫」 (Manager Training Programme) 及「初創和新創事業計畫」 (Young and Innovative Businesses Programme) 等，幫助企業拓展出口市場。
2. **促進創新與升級轉型：**(1) **促進創新能力：**推動「中小企業中央創新計畫」 (Zentrale Innovationsprogramm Mittelstand)，為中小企業開發新產品、技術服務或流程創新等研究及開發計畫提供補助，促進中小企業投入以市場為導向的基礎研發工作。另推出「創新券」 (go-inno)，讓中小型企業可針對產品與技術流程創新等問題，選擇授權之諮詢公司提供專業建議，最多可獲得 50% 的諮詢費用補助。同時推出「聚落計畫」 (go-cluster)，串聯中小企業及研究機構，以促進創新網絡成形。(2) **強化數位能力：**藉由全國 25 個「中小企業 4.0 卓越中心」提供中小企業數位化資訊及協助，透過舉辦研討會、培訓課程、網絡座談會等活動，使中小企業瞭解如何運用數位技術，來改變營運方式。
3. **設立淨零融資聯盟 (Net Zero Banking Alliance Germany)：**發揮產業群聚效益，輔導中小企業獲取所需之技術與知識。
4. **創新育成措施：**聯邦政府亦設置創業網站 (<https://www.existenzgruender.de>)，提供企業創業過程的相關協助，如營運業務計畫制定、創業資金取得等，另建立服務網絡，彙整相關資訊及資源，為創業家創提供諮詢協助。
5. **中央與地區企業輔導機制：**德國中小企業地理位置分布有別於其他國家，除在首都或大型商業城市營運，亦分布於偏遠城鎮，德國聯邦經濟及氣候保護部透過策略與計畫推動，以確保各地商業環境有利於中小企業生存與發展。藉由聯邦與地方各邦「改善區域經濟結構聯合計畫」 (Joint Federal / Länder Scheme for the Improvement of Regional Economic Structures)，提供資金以促進在地貿易與工業投資、加強地方商業相關基礎建設、鼓勵當地業者建立聯繫與合作管道，以提升中小企業競爭力。針對部分經濟較落後的地區，也有相關發展計畫，如「德東潔淨環保技術倡議」 (Cleantech Initiative for Eastern Germany Germany) 等，協助新興中小企業在各地萌芽。

（七）美國

- 1. 出口行銷服務：**美國小型企業署（SBA）與商務部（DOC）、進出口銀行（Ex-Im Bank）及若干公民營組織合作，聯合成立「出口輔導中心」（Export Assistance Centers），該中心在全美多個城市設有據點，提供中小企業有關出口之諮詢、廣告與產品推廣，以及拓展海外市場等行銷服務。
- 2. 淨零碳排措施：**SBA 與能源部（DOE）推動小型企業利用 SBA 貸款計畫，其中「504 長期貸款方案」（CDC / 504 Loan Program）補助小型企業添購新設備或進行環境優化建設，亦鼓勵企業改善建築物的能源效率。企業用於設備翻新之固定資產投資，最高可貸款 500 萬美元，倘與節能有關的建築計畫（可減少 10% 能源使用或以再生能源替代 10% 能源使用），最高貸款金額為 550 萬美元。
- 3. 創新育成措施：**（1）「區域創新群聚」（Regional Innovation Cluster）：篩選美國具發展潛力的區域性產業群聚，透過集中的區域網絡中心，連結小型企業、供應商、服務提供者及相關機構，共同努力發揮資源優勢，強化競爭力、推動創新、促進區域經濟發展及創造就業機會。（2）「小型企業創新研究計畫」（Small Business Innovation Research Program, SBIR）與「小企業技術移轉計畫」（Small Business Technology Transfer, STTR）：透過美國聯邦研發基金投入關鍵產業，支持科技創新之小型企業。兩計畫規定美國聯邦政府機構每年研發預算超過 1 億美元者，需分別保留 3.2% 與 0.45% 之研發預算，依創新程度、技術水準及市場潛能，扶植具發展潛力的小型企業，並分 3 階段提供 SBIR / STTR 資金。
- 4. 財務通融措施：**（1）「7(a) 貸款保證方案」（7(a) Loan Program）：貸款額度因貸款類型（如標準貸款、小額貸款、出口營運周轉金等）而異。以企業申請標準貸款為例，最高可貸得 500 萬美元，單筆貸款在 15 萬美元以下者，SBA 擔保 85% 的貸款額度；單筆貸款在 15 萬美元以上者，SBA 則擔保 75%。（2）「小額貸款方案」（Microloan Programs）：提供微型企業每筆最高額度 5 萬美元之貸款，貸款期間至多 6 年，一般利率介於 8% 至 13%。（3）「災難重建貸款方案」（Disaster assistance）：遭受天然災害且經美國聯邦政府宣布為災區之地區，SBA 提供長期低利融資貸款，協助個人及中小企業重建工作，款項限定於修理與重建費用。（4）「小型企業投資公司」（Small Business Investment Company, SBIC）：經 SBA 認證與管理之專門投資小型企業的營利公司，運作方式類似私人創投公司，透過提供貸款、股權等方式投資小型企業。（5）「投資微型企業計畫」（Program for Investment in Micro-Entrepreneurs, PRIME）：SBA 提供資金給民間及州、地方、部落政府或印第安部落等營運的中介機構，此等機構再針對微型企業提供技術協助、能力建構訓練、研發補助等服務，促進微型企業之發展。（6）「擔保債券」（Surety Bonds）：SBA 向部分擔保公司提供擔保債券的保證，促使其向小型企業提供擔保債券，以協助小型企業獲得契約。SBA 保證內容涵蓋小型企業應支付履約保證金、確保其向供應商支付款項及確保完成契約內容等，以克服小型企業不易取得履約所需責任擔保的困境。¹

¹ 資料來源：整理自日本中小企業廳、韓國中小及新創企業部、新加坡企業發展局等各國中小企業專責機構官網，以及經濟部駐外單位蒐集相關資訊。

附錄 9 資料來源及參考文獻

中文部分

1. CRIC 克而瑞研究中心（2023 年 12 月 31 日），〈2023 中國房地產企業銷售 TOP200 排行榜〉。上網日期：2024 年 5 月 30 日，取自：https://mp.weixin.qq.com/s?__biz=MzkzODY2MDQ2OA==&mid=2247658147&idx=1&sn=b3955b7dc8ffbc8ea346d670eba30899&source=41#wechat_redirect
2. Investing.com，「日經 225 指數」。上網日期：2024 年 6 月 25 日，取自：<https://hk.investing.com/indices/Japan-ni225>
3. KPMG（2024 年 3 月 12 日），〈人工智慧應用觀察與展望〉。上網日期：2024 年 8 月 12 日，取自：<https://kpmg.com/tw/zh/home/insights/2024/03/applications-and-future-prospects-of-ai.html>
4. 中小企業商機媒合整合服務網（2023 年 09 月 14 日），〈生成式 AI 商機 2028 估達 585 億美元，3 產業應用最多〉。上網日期：2024 年 8 月 12 日，取自：<https://www.sme.gov.tw/technomart/article-technomart-889-12333>
5. 中央銀行（2024 年 4 月 29 日），〈金融統計月報（113 年 4 月版）〉。
6. 中央銀行經濟研究處（2023 年 12 月），〈中華民國公民營企業資金狀況調查結果報告 111 年〉。
7. 中國人民銀行（2024 年 9 月 24 日），〈國新辦舉行新聞發布會 介紹金融支持經濟高質量發展有關情況〉。上網日期：2024 年 10 月 2 日，取自：<http://www.pbc.gov.cn/goutongjiaoliu/113456/113469/5466659/index.html>
8. 中國政府網，〈2024 年 1-5 月全國吸收外資 4125.1 億元人民幣〉。上網日期：2024 年 7 月 2 日，取自：http://big5.www.gov.cn/gate/big5/www.gov.cn/lianbo/bumen/202406/content_6958803.htm
9. 中國政府網，〈2023 政府工作報告〉。上網日期：2024 年 7 月 2 日，取自：<https://www.gov.cn/zhuanti/2023lhzfgzbg/index.htm>
10. 中華民國中央銀行全國資訊網（2024 年 8 月 20 日），「國際收支」。上網日期：2024 年 10 月 4 日，取自：<https://www.cbc.gov.tw/tw/cp-538-2336-A55F0-1.html>
11. 中華民國中央銀行全國資訊網，「央行貼放利率」。上網日期：2024 年 10 月 5 日，取自：<https://www.cbc.gov.tw/tw/cp-520-36599-75987-1.html>
12. 中華民國中央銀行全國資訊網，「新臺幣對美元銀行間成交之收盤匯率」。上網日期：2024 年 10 月 5 日，取自：<https://www.cbc.gov.tw/tw/cp-2151-27029-FFC31-1.html>
13. 交通部統計處（2024 年 8 月 9 日），「來臺旅客人數按居住地方」。
14. 交通部統計處（2024 年 8 月 9 日），「國人出國按目的地」。
15. 行政院，〈重要政策〉。上網日期：2024 年 4 月 26 日，取自：<https://www.ey.gov.tw/Page/5A8A0CB5B41DA11E/dc4dad73-f32e-457b-baa8-8152529efc5f>
16. 資料來源：行政院（2024 年 3 月 20 日），〈邁向淨零和能源轉型 政府推動深度節能〉。上網日期：2024 年 10 月 8 日，取自：<https://www.ey.gov.tw/Page/448DE008087A1971/7f8623be-aac5-4374-924f-324fab03c886>
17. 行政院公共工程委員會（2024 年 5 月），〈112 年政府採購執行情形〉。
18. 行政院主計總處（2024 年 3 月），〈人力資源調查統計年報民國 112 年〉。
19. 行政院主計總處，「物價統計資料庫」。上網日期：2024 年 10 月 4 日，取自：<https://nstatdb.dgbas.gov.tw/dgbasAll/webMain.aspx?sys=100&funid=dgmaine>
20. 行政院主計總處，「總體統計資料庫」。上網日期：2024 年 8 月 28 日，取自：<https://www.stat.gov.tw/cl.aspx?n=3654>
21. 行政院永續發展委員會，〈淨零十二項關鍵戰略〉。上網日期：2024 年 6 月 6 日，取自：<https://ncsd.ndc.gov.tw/Fore/nsdn/abot0/Work#>
22. 吳惠林、周添城（1988），〈試揭臺灣中小企業之謎〉，《企銀季刊》，第 3 卷第 11 期，頁 60-71。
23. 林芷園（2023 年 11 月 28 日），〈拆解 2023 年台灣創業家輪廓：逾 7 成新創借力 AI，拚增強產品、優化服務〉，《數位時代 2023 年創業大調查》。上網日期：2024 年 5 月 6 日，取自：<https://www.bnext.com.tw/article/77592/startup-ai-product>
24. 林惠玲、楊志海、黃珈卉（2009），〈臺灣製造業對外投資、全球化與產業升級〉。行政院主計總處。
25. 金融監督管理委員會銀行局（2024 年），〈中華民國銀行公會及會員銀行中小企業融資對口單位及人員聯絡名單〉。
26. 金融監督管理委員會銀行局（2024 年 2 月），〈金融業務統計輯要（112 年 12 月版）〉。
27. 金融監督管理委員會銀行局，「統計資料庫動態查詢系統」。上網日期：2024 年 5 月 13 日，取自：<https://survey.banking.gov.tw/statis/webMain.aspx?k=defjsp>
28. 洪志銘（2020），〈臺灣中小企業出口樣貌分析〉，《經濟前瞻》，第 188 期，頁 121-128。
29. 范秉航（2024 年 8 月 16 日），〈【2024 年臺灣早期投資趨勢年報-總覽篇】無懼全球創投寒冬，臺灣早期投資迎風而上〉。上網日期：2024 年 8 月 30 日，取自：<https://findit.org.tw/researchPageV2.aspx?pageId=2356>

30. 財政部（2024 年 11 月 8 日），〈113 年 10 月海關進出口貿易初步統計〉。上網日期：2024 年 11 月 19 日。取自：<https://www.mof.gov.tw/singlehtml/384fb3077bb349ea973e7fc6f13b6974?cntId=67bfe413fd2c4abb9ea0dd22b8542b41>
31. 財政部，「貿易統計資料查詢」。上網日期：2024 年 10 月 4 日，取自：<https://web02.mof.gov.tw/njswww/WebMain.aspx?sys=100&fund=defjsptgl>
32. 財團法人人工智慧科技基金會（2024 年 3 月 20 日），〈2023 台灣產業 AI 化大調查〉。
33. 國家科學及技術委員會（2023 年 12 月），〈科學技術統計要覽 2023 年版〉。
34. 國家科學及技術委員會（2023 年 12 月 1 日），〈科學技術統計要覽 2023 年版〉。
35. 國家統計局（2024 年 1 月 17 日），〈2023 年全國房地產市場基本狀況〉。上網日期：2024 年 5 月 30 日，取自：https://www.stats.gov.cn/sj/zxfb/202401/t20240116_1946623.html
36. 國家統計局，〈2024 年 1-5 月份全國固定資產投資增長 4.0%〉。上網日期：2024 年 7 月 2 日，取自：https://www.stats.gov.cn/sj/zxfb/202406/t20240617_1954714.html
37. 國家統計局，〈2024 年 6 月中國採購經理指數運行情況〉。上網日期：2024 年 7 月 2 日，取自：https://www.stats.gov.cn/sj/zxfb/202406/t20240630_1955251.html
38. 國家統計局，「國家數據資料庫」。上網日期：2024 年 7 月 2 日，取自：<https://data.stats.gov.cn/easyquery.htm?cn=A01&zb=A0802&sj=202406>
39. 國家發展委員會（2022 年 8 月 23 日），〈中華民國人口推估（2022 年至 2070 年）〉。
40. 國家發展委員會，「國發會景氣查詢指標系統」。上網日期：2024 年 10 月 4 日，取自：https://index.ndc.gov.tw/n/zh_tw/#/
41. 國家發展委員會等（2022 年 3 月 30 日），〈臺灣 2050 淨零排放路徑及策略總說明〉。
42. 國際貨幣基金組織（2024 年 8 月 2 日），〈國家報告第 2024 / 258 號〉。上網日期：2024 年 10 月 2 日，取自：<https://www.imf.org/en/Publications/CR/Issues/2024/08/01/Peoples-Republic-of-China-2024-Article-IV-Consultation-Press-Release-Staff-Report-and-552803>
43. 產業競爭力發展中心，「推動產業及中小企業升級轉型專區」。上網日期：2024 年 5 月 21 日，取自：<https://assist.nat.gov.tw/wSite/np?ctNode=234&mp=2>
44. 勞動部（2023 年 5 月 16 日），〈113 年人力需求調查實施計畫（第 2 次）〉。
45. 經濟部中小及新創企業署（2024 年 1 月 16 日），〈2023 台灣新創生態圈指南〉。
46. 經濟部中小及新創企業署（2024 年 1 月 23 日），〈2024 中小及新創企業財務資源應用手冊〉。
47. 經濟部中小及新創企業署，歷年《中小企業白皮書》。
48. 經濟部投資臺灣入口網，〈投資臺灣三大方案〉。上網日期：2024 年 4 月 26 日，取自：<https://investtaiwan.nat.gov.tw/showPagecht1135?lang=cht&search=1135&menuNum=59>
49. 經濟部統計處（2023 年 10 月），〈112 年批發、零售及餐飲業經營實況調查報告〉。
50. 資誠聯合會計師事務所、財團法人台灣經濟研究院（2021 年 11 月 3 日），〈2021 台灣新創生態圈大調查〉。
51. 資誠聯合會計師事務所、財團法人台灣經濟研究院（2022 年 10 月 28 日），〈2022 台灣新創生態圈大調查〉。
52. 資誠聯合會計師事務所、財團法人台灣經濟研究院（2023 年 12 月 14 日），〈2023 台灣新創生態圈大調查〉。
53. 魏聰哲（2017），〈中小企業前進國際市場建議〉，《產業雜誌》，第 565 期，頁 40-46。

外文部分

日 文

1. 內閣府（2024 年 2 月 29 日），〈令和 5 年度企業行動に関するアンケート調査〉。上網日期：2024 年 6 月 25 日，取自：http://www.esri.cao.go.jp/jp/stat/ank/r5ank/r5ank_houkoku.pdf
2. 內閣府（2024 年 3 月 11 日），〈2023 年 10-12 月期四半期別 GDP 速報（2 次速報値）結果の概要〉。上網日期：2024 年 6 月 25 日，取自：https://www.esri.cao.go.jp/jp/sna/data/data_list/sokuhou/files/2023/qe234_2/pdf/gaiyou2342.pdf
3. デジタルトランスフォーメーションに向けた研究会（2018），〈DX レポート～IT システム「2025 年の崖」の克服と DX の本格的な展開～〉。經濟産業省。
4. 角田美知江（2018），〈ボーングローバル企業についての研究：国際的起業家精神志向からの考察〉，《函館大学論究》，50(1)，pp.109-125。
5. 財務省（2024 年 3 月 4 日），〈四半期別法人企業統計調査（令和 5 年 10～12 月期）結果の概要〉。上網日期：2024 年 6 月 25 日，取自：<https://www.mof.go.jp/pri/reference/ssc/results/r5.10-12.pdf>
6. 守政毅（2012），〈華人ビジネスネットワークの連結機能—香港中華総商会を中心に—〉，《立命館経営学》，50(6)，pp.1-21。
7. 対日直接投資推進会議（2023），〈海外からの人材・資金を呼び込むためのアクションプラン〉。内閣府。
8. 中村久人（2013），〈ボーングローバル企業の経営理論：新しい国際的ベンチャー・中小企業の出現〉。八千代出版。
9. 藤澤武史（2005），〈ボーン・グローバル・ベンチャーの戦略特性〉，《関西学院大学商學論究》，53(2)，pp.45-63。

10. 日本労働組合総連合会（2024年3月15日）、「2024 春季生活闘争の第1 回回答集計」。上網日期：2024年6月25日，取自：https://www.jtuc-rengo.or.jp/activity/roudou/shuntou/2024/yokyu_kaito/kaito/press_no1.pdf?7730
11. 米倉誠一郎（2005）、「《ケースブック日本のスタートアップ企業》」。有斐閣ブックス。
12. 魏聰哲、守政毅（2023）、「〈台湾 BGC の日本市場への進出と成長戦略〉」，《國際ビジネス研究学会第30 回年次大会：ソーシャル・イノベーションの展望－社会課題解決のフロンティアー》，pp.1-4。

英文

1. ADGMIN (2023). *The 3rd ASEAN Digital Ministers' Meeting and Related Meetings JOINT MEDIA STATEMENT*, The 3rd ASEAN Digital Ministers' Meeting and Related Meetings.
2. Bank of Japan (March 19, 2024). *Changes in the Monetary Policy Framework*. Retrieved from: https://www.boj.or.jp/en/mopo/mmpmdec/mpr_2024/k240319a.pdf (July 2, 2024)
3. Bureau of the Fiscal Service (June 11, 2024). *Monthly Receipts, Outlays, and Deficit or Surplus, Fiscal Years 1981-2024*. Retrieved from: <https://www.fiscal.treasury.gov/files/reports-statements/mts/mts.pdf> (June 25, 2024)
4. Cavusgil, S.T. & Knight, G. (2009). *Born Global Firms: A New International Enterprise*. New York: Business Expert Press.
5. CME Group. *CME FedWatch*. Retrieved from: <https://www.cmegroup.com/markets/interest-rates/cme-fedwatch-tool.html?redirect=/trading/interest-rates/countdown-to-fomc.html> (July 2, 2024)
6. Congressional Budget Office. *The Budget and Economic Outlook: 2024 to 2034 (February 7, 2024)*. Retrieved from: <https://www.cbo.gov/system/files/2024-02/59710-Outlook-2024.pdf> (June 25, 2024)
7. ECB (September 12, 2024). *Overview of monetary policy and markets*. Retrieved from: https://www.ecb.europa.eu/press/press_conference/html/index.en.html (October 2, 2024)
8. Federal Open Market Committee (August, 2024). *Minutes of the Federal Open Market Committee*. Retrieved from: <https://www.federalreserve.gov/monetarypolicy/fomccalendars.htm> (August 27, 2024)
9. Focus Economics (October, 2024). *Global Economic Data, News & Forecasts*.
10. FOMC (June 12, 2024). *Summary of Economic Projections*. Retrieved from: <https://www.federalreserve.gov/monetarypolicy/files/fomcprojtabl20240612.pdf> (June 23, 2024)
11. FOMC. *FOMC statement*. Retrieved from: <https://www.federalreserve.gov/default.htm> (October 5, 2024)
12. Gartner (2021). *Market Guide for AI Startups, Greater China*.
13. GEM (February 2023). *2022/2023 Global Report*.
14. Granovetter, M.S. (1973). "The Strength of Weak Ties," *American Journal of Sociology*, 78(6), pp.1360-1380.
15. Holtbrügge, D. & Wessely, B. (2009). "Initiating forces and success factors of born global firms," *European Journal of International Management*, 3(2), pp.232-260.
16. IMD (June 18, 2024). *IMD World Competitiveness Yearbook*.
17. Johanson, J. & Mattsson, L.G. (1988). "Internationalization in Industrial Systems—A Network Approach." In: Hood, N. & Vahlne, J. (Eds.), *Strategies in Global Competition*. New York: Croom Helm.
18. Knight, G. (2000). "Entrepreneurship and marketing strategy: The SME," *Journal of International Marketing*, 8(2), pp.12-32.
19. Mathews, J. & Zander, I. (2007). "The international entrepreneurial dynamics of accelerated internationalization," *Journal of International Business Studies*, 38(3), pp.387-403.
20. McDougall, P., Oviatt, B. & Shrader, R. (2003). "A Comparison of International and Domestic New Ventures," *Journal of International Entrepreneurship*, 1, pp. 59-82.
21. McNaughton, R. (2003). "The Number of Export Markets that a Firm Serves: Process Models versus the Born-Global Phenomenon," *Journal of International Entrepreneurship*, 1, pp.297-311.
22. Ministry of Digital Development and Information (2024). *Smart Nation 2.0: A Thriving Digital Future for All*.
23. Ministry of Economy, Trade and Industry (METI) (2022). *Startup Development Five-year Plan*.
24. MOSTI (2021). *MALAYSIA NATIONAL ARTIFICIAL INTELLIGENCE ROADMAP 2021 - 2025 (AI-RMAP)*.
25. NECTEC (2022). *Thailand National AI Strategy and Action Plan (2022 - 2027)*.
26. S&P Global (September 15, 2024). *Comparative World Overview*.
27. Sharma, D.D. & Blomstrom, A. (2003). "A Critical Review of Time in the Internationalization Process of Firms," *Journal of Global Marketing*, 16 (4), pp. 39-55.
28. Sheppard, M. & McNaughton, R. (2012). "Born global and born-again global firms: A comparison of internationalization patterns." In Gabrielson, M. & Kirpalani, V.H.M. (Eds.), *Handbook of Research on Born Globals*, pp.46-56. Edward Elgar.
29. Startup Genome (2023). *The Scaleup Report: Discover what leads startups to successfully scale*.

30. The Bureau of Economic Analysis (May 31, 2024). *Personal Income and Outlays, April 2024*. Retrieved from: <https://www.bea.gov/news/2024/personal-income-and-outlays-april-2024> (June 10, 2024)
31. The U.S. Bureau of Labor Statistics (June 12, 2024). *CONSUMER PRICE INDEX – MAY 2024*. Retrieved from: <https://www.bls.gov/news.release/pdf/cpi.pdf> (June 10, 2024)
32. U.S. Department of the Treasury (October 20, 2023). *Joint Statement of Janet L. Yellen, Secretary of the Treasury, and Shalanda D. Young, Director of the Office of Management and Budget, on Budget Results for Fiscal Year 2023*. Retrieved from: <https://home.treasury.gov/news/press-releases/jy1829> (June 25, 2024)
33. Weerawardena, J., Mort, G.S., Liesch, P.W. & Knight, G. (2007). "Conceptualizing accelerated internationalization in the born global firm: A dynamic capabilities perspective," *Journal of World Business*, 42(3), pp.294-306.
34. World Bank (2024). *Global Economic Prospects*. Retrieved from: <https://www.worldbank.org/en/publication/global-economic-prospects> (August 25, 2024)



2024 年中小企業白皮書

發 行／經濟部

發 行 人／郭智輝

出版單位／經濟部中小及新創企業署

地 址／106606 臺北市大安區羅斯福路二段 95 號 3 樓

電 話／(02) 2368-6858；(02) 2368-0816 傳真／(02) 2367-3883

網 站／<https://www.sme.gov.tw/masterpage-tw>

執行單位／財團法人中華經濟研究院

召 集 人／何晉滄

編審委員／王熙蒙 江文若 李育家 李冠志 李培芬 邱求慧 姚 睿 張建一 梅家瑗
莊琇媛 許舒博 許嘉玲 連雅慧 陳麗如 黃于玲 黃鴻文 楊志清 詹方冠
潘榮耀 盧信昌 蘇文玲（按姓氏筆劃順序排列）

撰 稿 者／王健全 黃勢璋 魏聰哲 彭素玲 林嘉慧 洪志銘 賴偉文 馮君強 蔡鳳凰
陳穎萱

編 輯／吳佳穎 林碧郁 謝戎峰 黃心儀 林昱奇 謝國鐘 周正偉

校 對／王健全 林嘉慧 陳穎萱 廖千靚

總 校 訂／王健全 吳惠林

印 刷 者／鴻友印前數位整合股份有限公司

出版年月／2024 年 11 月

版(刷)次／第一版第一刷

本書同時登載於本署網站，網址為：<https://www.sme.gov.tw/list-tw-2345>；

<https://w3.sme.gov.tw/book/>

展 售 處／政府出版品展售門市

國家書店松江門市

地址：104472 臺北市中山區松江路 209 號 1 樓

電話：(02) 2518-0207

網址：<https://www.govbooks.com.tw/>

五南文化廣場

地址：400002 臺中市區中山路 6 號

電話：(04) 2226-0330

網址：<https://www.wunanbooks.com.tw/>

定價／新臺幣 500 元整

ISBN：978-986-533-462-8

GPN：1011301468

本書保留所有權利，欲利用本書全部或部分內容者，須徵求經濟部中小及新創企業署同意。

國家圖書館出版品預行編目(CIP)資料

中小企業白皮書. 2024 年 / 王健全, 黃勢璋, 魏聰哲,
彭素玲, 林嘉慧, 洪志銘, 賴偉文, 馮君強, 蔡鳳凰,
陳穎萱撰稿. -- 第一版. --

臺北市 : 經濟部中小及新創企業署, 2024.11

面 ; 公分

ISBN 978-986-533-462-8(平裝)

1.CST: 中小企業管理 2.CST: 白皮書 3.CST: 臺灣

553.712

113016463