

部長序

2012 年全球經濟受限於歐美先進經濟體就業情勢改善遲緩，以及財政撙節支出、國際金融動盪，且逐漸波及新興經濟體發展等影響，整體成長力道減弱，仍延續 2011 年的疲軟走勢。受國際景氣影響甚深的台灣經濟，亦持續低迷，惟在內外艱困的環境下，台灣中小企業卻有亮眼的表現。

根據《2013 年中小企業白皮書》第壹篇資料顯示，2012 年台灣中小企業有 130 萬 6,729 家（年增 2.11%），創下近年來最高紀錄，占全體企業 97.67%；銷售值 11 兆 3,818 億元，占全部企業 30.23%；中小企業營收有 84.64% 來自內銷；80.02% 從事服務業；以批發及零售業家數最多，比率為 50.60%；採獨資經營的中小企業占 56.20%；經營超過 10 年的中小企業有 47.88%；中小企業就業人數有 848 萬 4 千人（年增 1.76%），占全國就業人數 78.12%。凡此，皆顯示中小企業不僅是台灣經濟的中流砥柱，更是吸納就業與平均所得分配的要角，在經濟不景氣時，中小企業更發揮靈活彈性的經營特質，具有穩定經濟波動及防止失業惡化的功能。

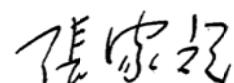
近年來在全球金融海嘯、歐債危機，以及日本 311 大地震與海嘯所引發電力不足等因素影響，歐、美、日等先進市場前景已不復以往，影響台灣中小企業取得海外訂單機會。反觀過去 20 多年來，中國大陸、東協各國，以及印度等新興國家，在外人投資挹注下，國民所得與外匯存底快速成長，這些新興市場的發展廣受全球矚目。在面對風起雲湧的全球新興經濟體，台灣中小企業必須以分散風險及發掘海外新興市場之思維，積極對外拓展貿易機會。本年度白皮書第貳篇則透過「國際合作」與「服務貿易輸出戰略」的角度，歸納有利於我國中小企業拓展新興市場的關鍵因素，提出服務貿易輸出戰略與建議，並傳遞台灣中小企業如何透過策略聯盟方式，開拓新興市場的成功案例。

本年度白皮書承繼往年，依「中小企業發展條例」規定編撰，全書分三大

篇。第壹篇為中小企業營運動向，涵括 5 章，依序為 2012 年總體經營環境的變化、中小企業發展動向、財務與資金融通、人力資源，以及 2013 年經濟情勢變化及因應；第貳篇以「中小企業國際合作拓展新興市場」和「中小企業服務貿易輸出戰略」兩個專題，研析中小企業如何藉國際合作方式拓展新興市場，並探索中小企業如何促進服務貿易輸出；第參篇以 5 章分述政府中小企業發展政策及相關輔導作法，新增措施如：青年築夢創業啟動金貸款、企業小頭家貸款、加強投資策略性服務業實施方案、育成加速器機制、大企業定向育成、微型及個人事業服務平台等。此外，書後附有中小企業之主要相關法令、中小企業統計表等 8 項資料。

為編印發行白皮書，每年經濟部設置當年度之中小企業白皮書編審會議，2013 年白皮書由卓常務次長士昭擔任召集人，委員計 22 人，包括政府相關機關，工商團體、學術研究機構、企業界等代表，負責編輯方針之研議、文稿之審訂等事宜。本年白皮書在編審委員們通力合作下如期完成，除對所有參與人員的辛勞表示感謝外，更期待各界不吝惠賜寶貴意見，提供改進參考，期盼本書能更臻完善。

經濟部部長



謹識

2013 年 8 月

目 錄

部長序	2
目 錄	4
凡 例	8
圖 次	9
表 次	12
提 要	16

第一篇 中小企業營運動向

第 1 章	2012 年總體經濟環境的變化.....	20
第 1 節	國際經濟環境的變化	20
第 2 節	台灣經濟環境的變化	27
第 3 節	主要國家中小企業發展情勢	32
第 2 章	中小企業發展動向.....	42
第 1 節	中小企業整體經營情勢	42
第 2 節	中小企業與區域發展	50
第 3 節	女性企業經營現況	55
第 4 節	中小型製造業經營情勢	59
第 5 節	中小企業之創新研發經費投入概況	68
第 3 章	中小企業的財務與資金融通	72
第 1 節	中小企業整體財務分析	72
第 2 節	中小企業財務比率分析	82
第 3 節	金融機構與中小企業資金融通	88

第 4 章 中小企業的人力資源 95

第 1 節 中小企業的勞動力運用 95

第 2 節 中小企業的勞動條件 107

第 3 節 中小企業的人力發展 110

第 5 章 2013 年國內外經濟變化及因應對策 114

第 1 節 2013 年國際經濟情勢 114

第 2 節 2013 年台灣經濟情勢 118

第 3 節 審時度勢、因勢利導、求新求變 119

第 4 節 因應經濟環境變化之政府對策 126

第二篇 中小企業專題研析

第 6 章 中小企業國際合作拓展新興市場 142

第 1 節 中小企業國際合作拓展新興市場之理論基礎 143

第 2 節 新興市場之發展現況與可能商機 148

第 3 節 中小企業國際合作拓展新興市場之個案分析 159

第 4 節 因應對策與建議 177

第 7 章 中小企業服務貿易輸出戰略 180

第 1 節 全球服務貿易現況與趨勢 182

第 2 節 台灣服務貿易輸出發展機會 188

第 3 節 政府相關政策與措施檢視 200

第 4 節 輸出戰略展望 211

第三篇

中小企業政策與措施

第 8 章	健全財務輔導資金融通與落實投資	218
第 1 節	提供財務融資服務與協處	218
第 2 節	中小企業融資信用保證	222
第 3 節	強化投資中小企業	234
第 9 章	協助升級轉型與提升研發能量	238
第 1 節	促進中小企業資訊應用	238
第 2 節	協助企業經營體質創新發展	246
第 3 節	輔導綠色環保節能減碳	250
第 4 節	技術升級與增進創新研發能量	253
第 10 章	建構創業創新育成加速機制	260
第 1 節	激發創業點子，強化創業動能	260
第 2 節	精進育成特色，加速新事業成長	264
第 3 節	婦女創業輔導	272
第 11 章	深耕地方產業、強化行銷實力及掌握市場拓展商機	275
第 1 節	推動地方產業群聚創新發展	275
第 2 節	提升中小企業行銷效能	283
第 3 節	中小企業商機媒合與交流	289
第 12 章	其他與中小企業相關支援	294
第 1 節	參與國際中小企業事務及活動	294
第 2 節	政府其他輔導資源	299
第 3 節	精進法規調適	301
第 4 節	培育中小企業人才	305
第 5 節	獎勵績優卓越經營典範	309

附 錄

附錄 1	中小企業主要相關法令	316
	中小企業發展條例	316
	中小企業認定標準	323
附錄 2	中小企業統計表	325
附錄 3	2012 年中小企業傑出獎項得獎名錄	370
附錄 4	中小企業融資服務窗口（總行）通訊處	375
附錄 5	中小企業政策性專案貸款	376
附錄 6	區域及各縣市中小企業服務中心	377
附錄 7	中小企業相關活動大事紀	378
附錄 8	資料來源及參考文獻	385

凡 例

1. 自 2007 年起，依據《中華民國第八次修訂之行業標準分類》調整行業別。本次修訂之行業類別由 16 大類增至 19 大類；自 2012 年起則改依據《中華民國第九次修訂之行業標準分類》。因相同名稱之行業，其中，細項類別增刪、更名或移往其他業別，可能無法完全對應。應用、比較歷年資料時，須注意行業變動。
2. 本書所稱之中小企業，除特別加註說明外，係依據 2009 年 9 月修正之〈中小企業認定標準〉加以定義，該認定標準詳見本書附錄 1。
3. 本書企業家數、銷售值、內銷值，以及出口值之統計資料，整理自財政部財稅資料中心營業稅徵收原始資料，係以實收資本額或營業額定義中小企業。就業人數及受僱員工人數統計資料，整理自行政院主計處《人力資源統計月報》原始資料，乃以經常僱用員工數定義中小企業。應用資料時，需注意資料來源之不同。
4. 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。
5. 本書使用財政部財稅資料中心營業稅徵收原始資料所計算之統計資料，以 2012 年 12 月 31 日為截止時間；第貳篇及第參篇為事實資料及執行政策與措施，原則上以 2013 年 6 月 30 日為截止時間。
6. 本書數字由於尾數採四捨五入進位，總計數字可能不等於各細項數字之和。
7. 本書統計資料所用符號，代表意義如下：0 表示數值不及一單位；- 表示無數值。另外，為保護個別廠商之財務資料，家數小於 3 之銷售值(包括內銷值及出口值)以「*」表示。
8. 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。
9. 本書引用文章及法規以〈〉表示；書、雜誌、期刊以《》表示。
10. 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 1-1-1	國際原油價格走勢	27
圖 1-2-1	2011 年至 2012 年台灣經濟成長率	27
圖 1-2-2	2012 年景氣對策信號	28
圖 1-3-1	美國富國/蓋洛普小型企業指數	37
圖 2-1-1	2012 年企業產業部門結構	44
圖 2-1-2	2011 年及 2012 年中小企業家數行業分布	45
圖 2-1-3	2012 年企業內外銷比率	46
圖 2-1-4	2011 年及 2012 年中小企業銷售值行業分布	46
圖 2-1-5	2012 年新設中小企業家數及銷售比率	48
圖 2-1-6	2011 年及 2012 年新設中小企業家數之行業分布	49
圖 2-2-1	2012 年中小企業地區及主要縣市家數分布情形	51
圖 2-2-2	2012 年區域就業人數分布	54
圖 2-3-1	2012 年銷售值之內銷及出口比率－按企業主性別	57
圖 2-3-2	2012 年企業家數產業部門比率－按企業主性別	58
圖 2-3-3	2012 年企業家數之行業分布－按企業主性別	58
圖 3-2-1	2010 年及 2011 年企業之短期流動性	82
圖 3-2-2	2010 年及 2011 年企業長期安定性	84
圖 3-2-3	2010 年及 2011 年企業之經營能力	87
圖 3-2-4	2010 年及 2011 年企業獲利能力	88
圖 3-3-1	1994 年至 2012 年直接與間接金融比率	89
圖 3-3-2	2001 年至 2012 年企業籌資管道之比較	89
圖 3-3-3	2001 年至 2012 年台灣一般銀行對中小企業放款情況	91
圖 3-3-4	1998 年至 2012 年五大銀行新承作放款平均利率	94
圖 4-1-1	2007 年至 2012 年台灣地區就業人數	95

圖 4-1-2	2011 年及 2012 年中小企業就業人數前五大行業及比率	96
圖 4-1-3	2007 年至 2012 年台灣地區受僱人數	96
圖 4-1-4	2011 年及 2012 年中小企業受僱人數前五大行業及比率	97
圖 4-1-5	2011 年及 2012 年中小企業就業者及受僱人數－按年齡結構	97
圖 4-1-6	2011 年及 2012 年中小企業就業者及受僱人數－按性別結構	98
圖 4-1-7	2011 年及 2012 年中小企業就業者及受僱人數－按學歷結構	98
圖 4-1-8	歷年自營作業者人數變化	101
圖 4-1-9	2005 年至 2012 年因業務緊縮或關廠歇業失業者	102
圖 5-4-1	傳統產業維新方案推動架構	131
圖 5-4-2	加強推動台商回台投資方案目標與策略	132
圖 6-3-1	廣化科技透過國際合作拓展新興市場之策略模式	161
圖 6-3-2	久裕興業透過國際合作拓展新興市場之策略模式	163
圖 6-3-3	祺驛公司透過國際合作拓展新興市場之策略模式	165
圖 6-3-4	樹德企業透過國際合作拓展新興市場之策略模式	167
圖 6-3-5	樹德企業透過國際合作拓展全球市場之策略模式	167
圖 6-3-6	三聯科技透過國際合作拓展新興市場之策略模式	170
圖 6-3-7	和椿科技透過國際合作拓展新興市場之策略模式	171
圖 6-3-8	青禾動畫與日本企業合作拓展中國大陸市場之策略模式	173
圖 6-3-9	維鍲實業與日新 REFRATECH 合作拓展亞洲新興市場之策略模式	175
圖 7-1-1	2010 年及 2011 年服務貿易部門別成長率	185
圖 7-1-2	2011 年服務貿易部門別占比	186
圖 7-1-3	2010 年及 2011 年運輸出口成長率	186
圖 7-1-4	2010 年及 2011 年旅行出口金額及 2011 年成長率	187
圖 7-1-5	2010 年及 2011 年營建出口成長率	187
圖 7-3-1	策略聯盟矩陣圖	205
圖 7-3-2	流通/金流支付平台服務整體方案各項產品	207
圖 7-3-3	凌網航艦分工架構圖	208

圖 7-4-1	中小企業服務貿易輸出戰略架構	212
圖 8-1-1	中小企業財務融資協處機制	219
圖 8-2-1	信保基金之設立與運作方式	224
圖 8-2-2	「促進就業融資保證專案」實施內容及成果	226
圖 8-2-3	2001 年至 2012 信保基金承保情形	231
圖 8-2-4	2012 年因應景氣推動之融資保證、貸款新措施	233
圖 8-3-1	加強對中小企業投資架構	234
圖 8-3-2	早期階段、策略性服務業投資專戶措施	236
圖 9-1-1	製造業價值鏈資訊應用創新服務推動策略	242
圖 10-1-1	創業輔導執行機制	261
圖 10-2-1	育成加值計畫精進方向	266
圖 10-2-2	創業創新加速度機制	267
圖 10-2-3	2012 年育成加速器服務平台	267
圖 10-2-4	2013 年新興產業育成加速育成平台	268
圖 10-2-5	中大企業定向育成	269
圖 10-2-6	北中南東區域育成網絡	270
圖 10-3-1	微型創業鳳凰計畫執行架構	273
圖 11-1-1	台灣地方特色產業發展脈絡	276
圖 11-1-2	地方產業發展基金推動策略	278
圖 11-1-3	地方發展基金推動架構	279
圖 11-2-1	2012 年地方特色產業通路布建概況	285

表 次

表 1-1-1	先進經濟體經濟成長率	21
表 1-1-2	主要先進經濟體財政情勢	24
表 1-1-3	新興市場國家經濟成長率	24
表 1-2-1	2006 年至 2012 年台灣重要經濟指標	29
表 1-2-2	2006 年至 2012 年台灣對外貿易概況	30
表 1-2-3	2012 年台灣主要貿易國家進出口貿易值及結構	30
表 1-2-4	2012 年台灣與東協 10 國貿易統計	31
表 1-3-1	各國中小企業之定義	32
表 1-3-2	韓國中小企業發展概況	36
表 2-1-1	2011 年及 2012 年企業家數、銷售值、就業及受僱人數規模別概況	43
表 2-1-2	2007 年至 2012 年中小企業產業部門概況	44
表 2-1-3	2007 年至 2012 年中小企業家數及銷售值變動概況	47
表 2-1-4	2012 年新設中小企業家數及銷售之產業部門概況	48
表 2-1-5	2008 年至 2012 年中小企業家數及比率－按經營年數	50
表 2-1-6	2011 年及 2012 年企業家數及比率－按經營組織型態	50
表 2-2-1	2012 年五都企業家數－按規模別	52
表 2-2-2	2012 年五都中小企業家數－按產業部門	52
表 2-2-3	2012 年五都企業銷售值－按規模別	53
表 2-2-4	2012 年五都中小企業銷售值－按產業部門	53
表 2-2-5	2012 年五都企業就業人數分布	55
表 2-3-1	2012 年企業家數及銷售之規模別概況－按企業主性別	55
表 2-3-2	2012 年企業家數－按經營年數及企業主性別	56
表 2-3-3	2012 年企業組織型態家數－按企業主性別	57
表 2-4-1	預期 2012 年獲利較 2011 年增減情形	59
表 2-4-2	預期 2012 年較 2011 年獲利增加之原因	60
表 2-4-3	預期 2012 年較 2011 年獲利減少之原因	61
表 2-4-4	對 2013 年國內事業之經營策略	61

表 2-4-5	最主要外銷市場上所面臨之困境	62
表 2-4-6	主要外銷市場	63
表 2-4-7	外銷市場之競爭對手	63
表 2-4-8	內銷市場之競爭對手	64
表 2-4-9	企業取得市場優勢的關鍵能力	64
表 2-4-10	ECFA 及我國與其他國家簽訂經貿協定對國內投資之影響	65
表 2-4-11	南韓與歐盟、美國自由貿易協定生效之影響	66
表 2-4-12	歐韓、美韓簽署 FTA 所採取之因應策略	67
表 2-4-13	面臨區域整合之趨勢，期待政府採取之措施	68
表 2-5-1	2007 年至 2011 年全國研發經費—依執行部門別	69
表 2-5-2	2007 年至 2011 年企業部門執行研發經費—依規模別	70
表 2-5-3	2011 年海外投資事業母公司研發支出	70
表 2-5-4	2010 年及 2011 年海內外投資事業母公司研發經費比率	71
表 3-1-1	2009 年至 2011 年共同比資產負債表	73
表 3-1-2	2011 年各行業共同比資產負債表—中小企業	74
表 3-1-3	2011 年各行業共同比資產負債表—大企業	76
表 3-1-4	2009 年至 2011 年共同比損益表	79
表 3-1-5	2011 年各行業綜合損益結構	79
表 3-2-1	2011 年各行業綜合財務報表—中小企業	84
表 3-2-2	2011 年各行業綜合財務報表—大企業	85
表 3-3-1	2012 年底企業負債結構	90
表 3-3-2	2012 年對中小企業放款餘額前十大銀行	92
表 3-3-3	2011 年及 2012 年對中小企業放款比率前十大銀行	93
表 3-3-4	2012 年民營銀行對中小企業放款餘額及年增率	93
表 4-1-1	2011 年及 2012 年雇主屬性	99
表 4-1-2	2011 年及 2012 年自營作業者屬性	100
表 4-1-3	2011 年及 2012 年女性雇主及自營作業者行業別分布	101
表 4-1-4	2011 年及 2012 年失業者屬性	103
表 4-1-5	2011 年及 2012 年離開前職的理由	103
表 4-1-6	2007 年至 2012 年企業引進外勞人數—按規模別	104

表 4-1-7	2011 年及 2012 年部分工時勞工運用概況	105
表 4-1-8	2011 年及 2012 年臨時性或派遣人力使用狀況	105
表 4-1-9	2006 年至 2012 年前職在中小企業就業者的轉業選擇	106
表 4-1-10	2007 年至 2012 年勞委會辦理創業研習情形	107
表 4-1-11	2007 年至 2012 年勞委會提供創業協助成果	107
表 4-2-1	2010 年及 2011 年行業別的薪資占營業費用比率	108
表 4-2-2	2011 年及 2012 年行業別每週工時	109
表 4-2-3	2011 年及 2012 年各行業平均主要工作月收入－按規模別	109
表 4-3-1	2006 年至 2012 年協助企業人力資源提升	110
表 4-3-2	2011 年事業單位職業訓練辦理情形－按員工規模及營業額分	111
表 4-3-3	2011 年中小企業參與職業訓練家數、人次與投入的訓練支出統計	111
表 4-3-4	2011 年事業單位採取激勵措施的情形－按員工規模分	112
表 4-3-5	事業單位預計 2013 年 4 月底僱用人力增減情形	113
表 5-1-1	全球及主要地區經濟成長率	115
表 5-4-1	經濟動能推升方案 5 大政策方針及 25 項重點工作	127
表 6-2-1	台灣製造業未來期望加強拓展之最主要外銷市場	150
表 6-2-2	2012 年亞洲新興市場主要經濟表現	159
表 6-3-1	中小企業國際合作拓展新興市場之策略內涵分析	175
表 7-0-1	2009 年至 2012 年台灣各產業 GDP 成長率	180
表 7-0-2	2009 年至 2012 年台灣各產業占 GDP 比率	181
表 7-1-1	服務貿易類型	182
表 7-1-2	2008 年至 2012 年世界及主要 FTA 服務貿易進出口金額	184
表 7-1-3	2008 年至 2012 年世界及主要 FTA 服務貿易進出口成長率	184
表 7-2-1	2008 年至 2012 年台灣服務貿易出口金額	188
表 7-2-2	2008 年至 2012 年台灣各項服務貿易出口占比	189
表 7-2-3	2009 年至 2012 年台灣服務貿易出口成長率	189
表 7-2-4	2008 年至 2012 年中國大陸服務貿易進口金額	190
表 7-2-5	2008 年至 2012 年中國大陸各項服務貿易進口占比	191
表 7-2-6	2009 年至 2012 年中國大陸服務貿易進口成長率	191
表 7-2-7	2008 年至 2012 年泰國服務貿易進口金額	192

表 7-2-8	2008 年至 2012 年泰國各項服務貿易進口占比	192
表 7-2-9	2009 年至 2012 年泰國服務貿易進口成長率	193
表 7-2-10	2008 年至 2012 年印尼服務貿易進口金額	194
表 7-2-11	2008 年至 2012 年印尼各項服務貿易進口占比	194
表 7-2-12	2009 年至 2012 年印尼服務貿易進口成長率	195
表 7-2-13	2008 年至 2012 年新加坡服務貿易進口金額	195
表 7-2-14	2008 年至 2012 年新加坡各項服務貿易進口占比	196
表 7-2-15	2009 年至 2012 年新加坡服務貿易進口成長率	196
表 7-2-16	2008 年至 2012 年菲律賓服務貿易進口金額	197
表 7-2-17	2008 年至 2012 年菲律賓各項服務貿易進口占比	198
表 7-2-18	2009 年至 2012 年菲律賓服務貿易進口成長率	198
表 7-2-19	相關文獻服務貿易輸出建議方向	199
表 7-3-1	服務業協助措施統計	203
表 7-3-2	國際認證聯盟成員與專長	209
表 7-3-3	策略聯盟案例關鍵因素分析	210
表 8-2-1	提供企業各階段需求之融資保證	225
表 8-2-2	信保基金火金姑（相對保證）專案一覽表	227
表 8-2-3	2007 年至 2013 年 6 月信保基金承保情形	229
表 8-2-4	2007 年至 2013 年 6 月信保基金協助中小企業承保情形	230
表 8-2-5	2012 年信保基金承保情形統計－依保證項目別	230
表 8-2-6	2013 年 6 月底信用保證戶上市、上櫃及興櫃家數表	232
表 8-2-7	2013 年 6 月底信用保證戶獲獎家數表	232
表 9-4-1	服務業創新研發計畫之類別、期程與補助經費	258
表 10-2-1	中小企業處直營的 4 所育成中心之聚焦培育領域及執行成效	264
表 10-2-2	歷年育成輔導績效	265
表 10-2-3	育成支援網絡執行績效	271
表 11-1-1	至 2012 年底地方發展基金輔導執行成果	280
表 12-2-1	經濟部輔導中小企業之資源經費	300
表 12-2-2	2012 年由政府出資之中小企業專案貸款	301

提要

本（2013）年《中小企業白皮書》內容共分三篇：第一篇中小企業營運動向，闡述最新年度的中小企業營運狀況與發展趨勢；第二篇專題研析，針對與國內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；第三篇中小企業政策與展望，針對政府相關單位有關中小企業的各項輔導政策、具體措施及輔導成果加以介紹，以作為中小企業經營、創新之參考。

第一篇涵括 5 章，分別闡述 2012 年總體經濟環境變化，以統計資料說明 2012 年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：

受歐元債務區問題持續蔓延、美國經濟復甦緩慢、日本地震後出進口貿易結構變化與入超擴大，以及中國大陸經濟成長減緩，致 2012 年全球經濟成長動能仍屬疲弱。台灣經濟容易受國際景氣影響，在國際貿易成長趨緩、全球景氣復甦動能與國內消費動能疲弱下，影響我國出口與民間消費表現，2012 年的經濟也呈現欲振乏力。在此內外經營環境下，台灣中小企業卻有優於上年的表現。

依財稅資料中心營業稅徵收資料及行政院主計總處人力資源資料顯示，2012 年台灣中小企業企業家數、銷售值（包括內銷值及出口值）、就業及受僱人數仍呈正成長。其中，中小企業家數更創歷年來最高紀錄，有 130 萬 6,729 家，占全體企業家數的 97.67%，較 2011 年成長 2.11%；近年來我國產業結構往服務業調整，自 2003 年起中小企業之服務業所占比率即超過 8 成，2012 年仍持續此發展趨勢，服務業占 80.02%；在中小企業的大行業中，自 2004 年以來，以批發及零售業的家數最多，且占比均超過 5 成，2012 年占 50.60%；中小企業經營方式，半數以上均採獨資經營，2012 年有 5 成 6（56.20%）；中小企業地區分布，近半數集中於北部地區，2012 年占 46.43%；2012 年中小企業約有 4 成 8 穩固經營超過 10 年，經營年數超過 20 年的中小企業家數比率持續增加，顯示中小企業經營體質及穩定性逐年提高。以 5 個直轄市（簡稱 5 都）作觀察，其中中小企業的家數、銷售值及就業人數合計，分別占 64.23%、67.91% 及 60.81%，顯示 5 都中小企業在各地區經濟活動中具重要地位，並提供逾 6 成的工作機會。

2012 年至 2013 年由於國際景氣未明，經濟擴張步調溫和，政府推動多項短期、中長期對策以因應，諸如：「經濟動能推升方案」、「傳統產業維新方案及推動計畫」、「加強推動台商回台投資方案」、「自由經濟示範區規劃方案」、「提振經濟列車」、「行政院提振景氣措施」，以及「海峽兩岸服務貿易協議」等策略方案。

第二篇中小企業專題研析，以新興市場的拓展與合作為主軸，以「中小企業國際合作拓展新興市場」及「中小企業服務貿易輸出戰略」二專題作研析。

就「中小企業國際合作拓展新興市場」言，近年來在全球金融海嘯、歐債危機，以及日本 311 大地震與海嘯所引發電力不足等因素影響之下，歐、美、日等先進市場前景已不復以往，影響台灣中小企業取得海外訂單之機會。相對於此，在過去二十年來外人投資殷切下，諸如中國大陸、東協各國、俄羅斯，以及印度等新興開國家的 GDP 及外匯存底呈現快速成長，這些新興市場的發展廣受全球矚目。所以，面對風起雲湧的全球新興經濟體，台灣中小企業有必要以分散風險以及發掘海外新市場需求之觀點，來拓展新興市場。其中，中國大陸、東協國家、印度等亞洲新興市場國家可視為台灣中小企業拓展新興市場的主要目標。台灣中小企業向來多以代工生產為主，在跨國製造管理能力與取得訂單之人脈網絡等方面，雖有一定程度的優勢，但在關鍵技術研發能力與品牌行銷能力則較為薄弱，因而透過國際合作方式來開拓亞洲新興市場，將是較為有效之策略思維。從個案研析結果可發現，先行建立與國際合作夥伴的信賴基礎，可減少拓展新興市場之失敗風險；而活用拓展歐、美、日先進市場之成果，更可為新興市場客戶產品加值。由此可見，中小企業透過國際合作策略所累積的信賴關係與經營資源的互補關係，確實有助於開拓第三地新興市場。

關於「中小企業服務貿易輸出戰略」：我國中小企業多屬於服務業，探討中小型服務業如何以策略聯盟模式拓展新興市場的「中小企業服務貿易輸出戰略」，亦成為重要課題。經由個案研析結果可發現，應透過「擴大業者發展空間」、「降低補助業者經費之不確定性」、「定位台灣全球觀光角色」，以及「資源持續投入觀光文創」等政策措施來增加中小型服務業策略聯盟成形的誘因動機；除此之外，朝向完善服務貿易統計、整合當地資訊提供以及健全效益評估機制等亦是未來努力方向。

第三篇中小企業政策與措施，彙整經濟部相關單位（中小企業處、工業局、技術處、商業司）、勞委會農委會、教育部等有關中小企業之政策措施，分別歸類為「健全財務輔導資金融通與投資」、「協助升級轉型與提升研發能量」、「建構創業創新育成加速機」、「深耕地方產業、強化行銷實力及掌握市場拓展商機促進商機拓展行銷」等，以及「其他與中小企業相關支援」，包括參與國際中小企業事務及活動、政府其他輔導資源、精進法規調適、培育中小企業人才、獎勵績優卓越經營典範等資源。

透過本篇所彙整的各局、處、司等執行的各項計畫之目的、內容、適用對象、申請期限、申請方式及計畫網址等資訊，中小企業主得以瞭解政府輔導的多元資源，並可迅速取得適當的協助。

第1章 2012年總體經濟環境的變化

在 2007 年至 2011 年間，全球經濟歷經美國次貸危機、金融海嘯及歐債危機的嚴重衝擊，多數國家的經濟基本面嚴重受創，其中，又因有些國家採取較激烈的挽救經濟措施，更導致經濟發展偏離過去的軌道，全球經濟也陷入疲弱的狀態。2012 年，全球經濟持續走軟，且成長呈逐季減弱，主因是歐債情勢自年初就明顯惡化，未獲得根本解決；美國財政懸崖及減稅到期引發憂慮；日本地震後出進口貿易結構變化且入超擴大。因此，新興市場國家雖然力圖振作，但無法有效拉抬經濟走勢，全球經濟環境依舊處於低迷狀態。依環球透視機構（IHS Global Insight Inc.）於 2013 年 7 月發布的資料，2012 年全球經濟成長率為 2.5%，低於 2011 年的 3.0%。

台灣經濟一向容易受到國際景氣的影響，2012 年全球經濟持續疲軟，台灣經濟當然也無法倖免。又由於台灣企業以中小企業為主，所占比重超過 9 成，因此中小企業的經營、發展也受到頗深的衝擊。本章主要針對 2012 年全球經濟的變化加以分析，第 1 節檢視國際經濟環境的變化；第 2 節就台灣經濟環境作簡要分析；第 3 節則概述主要國家中小企業的發展。

第1節 國際經濟環境的變化

2012 年歐債危機仍缺乏有力的激勵因素來扭轉，遲遲無法落幕，因此歐盟經濟成長的惡化應屬正常，但也有部分地區或國家明顯改善，例如北非、泰國、日本等。若以經濟發展程度來看，全球大致呈現先進經濟體景氣走弱且低迷、而新興市場國家經濟走緩但相對穩健的態勢。至於歐債危機對 2012 年全球經濟的衝擊，大致侷限在歐盟地區，外溢效果已明顯緩和。

一、先進經濟體受歐盟拖累甚深

2012 年初歐債危機威脅加劇，直接衝擊歐盟經濟陷入衰退。而歐盟是先進經濟體的主要成員，即使美國景氣緩慢回升，日本景氣也因持續進行 311 大地震的災後重建而明顯反彈，但只能縮小先進經濟體的成長減緩速度，成長率由 2011 年的 1.5% 下滑至 1.2%。進一步就個別國家或區域來說明：

(一) 美國經濟成長回溫但仍偏弱

2012年美國在全球大環境存在高度不確定，加上財政懸崖的威脅下，經濟無法明顯復甦，使得消費者信心低落，民間消費支出僅成長1.9%；但由於房地產市場逐漸熱絡，帶動民間投資成長達9.8%，成為推升美國經濟的主力。另外，2012年美元國際價位大致呈貶值走勢，為出口帶來有利條件，在出口成長高於進口之下，對外貿易對經濟成長帶來正面貢獻。全年的經濟成長率達2.2%，略高於上年的1.8%。（表1-1-1）

鑑於美國2012年上半年經濟復甦並不明朗，因此聯準會（Fed）於9月採取第三波量化寬鬆政策（QE3），每月購買400億美元的債券；而且宣示只要通膨率未回升、且失業未明顯改善，則QE3沒有明確截止期限。在12月又採取加碼措施，每月增加購買450億美元債券。另外，美國多項減稅的優惠措施，在2012年底到期，加上財政赤字過高，2013年1月起必須自動減少政府支出，在顯示2013年的經濟前景難保樂觀，導致消費者產生預期心理，而減少支出。所幸就業市場在民間投資轉趨熱絡下，失業率在下半年明顯下降，9月降至7.8%，並持續至年底都低於8%。基本上，2012年美國經濟與2011年相比，並沒有重大變化，只是復甦的力道稍嫌薄弱。

表1-1-1 先進經濟體經濟成長率

單位：%

地區（國）別	2011年	2012年	季 別			
			I	II	III	IV
先進經濟體	1.5	1.2	1.7	1.5	1.0	0.7
美 國	1.8	2.2	2.4	2.1	2.6	1.7
歐 盟	1.6	-0.3	0.1	-0.3	-0.5	-0.7
德 國	3.1	0.9	1.3	1.0	0.9	0.3
法 國	1.7	0.0	0.3	0.1	0.0	-0.3
英 國	1.1	0.2	0.6	0.0	0.1	0.0
義 大 利	0.5	-2.4	-1.7	-2.5	-2.6	-2.8
日 本	-0.5	1.9	3.2	3.9	0.3	0.4

附 註：美國、德國、法國、英國及義大利季資料為經季節調整後對上年同期之年增率。

資料來源：Global Insight Inc., Global Insight's Comparative World Overview, July 2013。

(二) 歐盟經濟急速冷卻

2010年歐債危機爆發後，歐盟經濟已經處於千瘡百孔的狀態。進入2012年後，更一如預期呈現全面性惡化，主要是因居支撐歐盟經濟最重要力量的德國，也在2012年也陷入經濟低迷，第四季僅成長0.3%，全年為0.9%，與2010、2011年分別成長4.2%及3.1%相較明顯弱化。在歐債危機時而出現此情況，歐盟經濟前景風險甚高，消費者及企業信心也一直欲振乏力、信心不足；尤其歐盟多數成員國為減少赤字，必須實施撙節措施，

金融業也持續信用緊縮，勞動市場就業狀況無法改善，失業率居高不下，經濟表現更進一步趨緩，2012 年經濟已出現衰退（-0.3%），義大利甚至降至-2.4%。即使歐洲央行在 7 月降息一碼，但欲拉抬疲軟的經濟，僅是杯水車薪，效果並不顯著。

2012 年歐盟景氣下滑，所有成員國幾乎無一倖免；英國即使有倫敦奧運的加持，也僅成長 0.2%，低於上年的 1.1% 成長。就需求面觀察，歐盟、民間消費及投資都落入衰退，只有出口因國外經濟相對較優而維持正成長，雖低於 5%，但明顯優於進口，成為歐盟經濟的主要支撐力量。

（三）日本經濟呈地震重創後反彈

2012 年日本經濟成長表現，仍受到 2011 年大地震衝擊後的影響，由於重建工作在 2011 年第三季才大規模展開，因此 2012 年上半年在基期較低下，重建效應使經濟成長超過 3.5%，但下半年在重建效應消失後，經濟成長又降至低於 0.5% 的疲軟狀態，全年是成長 1.9%。即使 7 月提出 2020 年「日本再生戰略」的成長策略，但並沒有使經濟有所起色；此外，2011 年泰國水災使得日本廠商在泰國的產線全面停擺，導致日本廠商損失慘重，受害的產業包含了汽車、家電以及相機等消費性電子產品。除了影響到日本廠商的經貿布局，更影響到部分日本國內的消費市場，主因是部分日本家用產品如眼鏡鏡片等，同樣也是在泰國加工製造，導致相關商品供給萎縮。再來，日本央行在 2012 年共採取 5 次以擴大資產購買為主的金融寬鬆措施，累計金額達 101 兆日圓，依過去經驗，寬鬆貨幣政策對日本經濟的效益並不大。然而，12 月安倍接任新首相後，依舊採取寬鬆貨幣政策以期能擺脫物價緊縮，同時也主張弱勢日圓，以期能提高出口競爭力來重振經濟，但是否能達成目標，短期可能會有刺激效果，但長期似乎不值得期待，因日本的經濟問題沉痾已久，光靠政策來推動，無法改變經濟基本面的體質，因此 2013 年的日本經濟或許可以期待能有超乎預期的表現，但機率卻不高。

在商品貿易方面，日本受 2011 年 3 月大地震及海嘯衝擊，使得供應鏈中斷，加上全球經濟疲軟及日圓升值，導致 2011 年出口僅成長 6.9%；進口則因核電廠事故，火力發電需求上升，對原油、液化天然氣進口激增，加上國際油價居高不下，使得整體進口成長率達 23.2%。結果，2011 年商品貿易由上年的出超 757.2 億美元轉為入超 324.3 億美元。而 2012 年，日本出口在全球景氣持續低迷下，轉成衰退（-2.9%），進口卻因景氣復甦而成長 3.6%，使得貿易入超擴大至 874.2 億美元，成為下拉日本經濟成長的主要力量之一。

（四）先進經濟體就業市場惡化

國際勞工組織（ILO）發布《2013年全球就業趨勢》報告指出，全球失業率在2012年達到5.9%，失業總人數1.97億人，中止了過去兩年下降的趨勢。而且在2012年新增加的420萬失業者當中，有四分之三集中在開發中國家，特別是東亞、南亞和撒哈拉以南非洲。反映處於歐債危機震央的先進國家，就業市場雖然嚴峻，但開發中國家就業市場所受到的衝擊比預期更加嚴重；特別是勞工或人力資源從生產力較低的行業，轉移到生產力較高行業的結構性再配置過程，已嚴重放緩，而這樣的轉移恰恰是發展進程的基本要素。也就是說，就業從農業等生產力低的產業轉移到工業和服務業的速度，已經無法保持之前的水準。

據ILO估計，如果不採取措施，全球失業人口將繼續上升，在2013和2014年分別再增加510萬和300萬人。ILO建議各國要將就業問題置於經濟政策的中心地位，從主要方面入手解決失業問題，以消除在投資和就業政策方面持續存在的不確定性，包括解決歐元區的政策爭議和美國的財政問題，從而確立更加連貫和可預測的政策導向。各國通過提供職業培訓等措施，可解決勞動力技能供需脫節的情況，更可為年輕人創造就業機會。

（五）先進經濟體財政情勢有所緩和

2007年以來，在美國次貸危機、全球金融風暴，乃至引爆歐債危機等一連串重大事件的衝擊下，各國政府紛紛採取挽救經濟的財政政策，導致財政赤字及政府債務大幅攀高；而財政困窘，又是歐債危機遲遲無法平息的主要原因之一。歐盟執委會也警覺到財政紀律已嚴重到非處理不可的程度，因此要求成員國在2012年要採取降低赤字政策，多數成員國也達成降低財政赤字占GDP比率；不過，減赤造成政府支出減少，也成為歐盟經濟惡化的原因之一。

依IMF估計，2012年先進經濟體平均財政赤字占GDP比率，已由2011年的6.6%降為5.9%。其中，歐元區因撙節財政支出的改革，財政赤字占GDP比率由4.1%降至3.6%；美國受到財政赤字已接近上限的壓力，政府支出也持續衰退，赤字比率亦由10.0%減為8.5%。至於英國及日本為刺激經濟，則維持財政擴張，致財政赤字占GDP比率分別由2011年的7.9%、9.9%續升至8.3%、10.2%。（表1-1-2）

就政府債務比率言，由於各國財政入不敷出，持續依賴舉債填補，使得各國政府債務占GDP比率居高不下。先進經濟體中，2012年最高當屬日本的237.9%；其次是希臘的158.5%，但相較2011年已止升回降。

表 1-1-2 主要先進經濟體財政情勢

單位：%

地區（國）別	財政赤字占 GDP 比率			政府債務餘額占 GDP 比率*		
	2011 年	2012 年	2013 年	2011 年	2012 年	2013 年
先進經濟體	6.6	5.9	4.7	105.5	110.2	109.3
美 國	10.0	8.5	6.5	102.5	106.5	108.1
歐元區	4.1	3.6	2.9	88.1	92.9	95.0
德 國	0.8	0.2	0.3	80.5	82.0	78.3
法 國	5.2	4.6	3.7	86.0	90.3	92.7
英 國	7.9	8.3	7.0	85.4	90.3	93.6
義大利	3.7	3.0	2.6	120.8	127.0	130.6
西班牙	9.4	10.3	6.6	69.1	84.1	91.8
比利時	3.9	4.0	2.6	97.8	99.6	100.3
希臘	9.4	6.4	4.6	170.6	158.5	179.5
愛爾蘭	13.4	7.7	7.5	106.5	117.1	122.0
葡萄牙	4.4	4.9	5.5	108.0	123.0	122.3
日 本	9.9	10.2	9.8	230.3	237.9	245.4

附 註：2011 年及 2012 年為決算數，2013 年為預算數。

資料來源：IMF, *Fiscal Monitor*, April 2013.

二、亞太地區新興市場國家經濟成長趨緩

2012 年歐盟經濟明顯惡化，中國大陸的經濟成長力道持續下滑，多數新興市場國家經濟成長也隨之趨緩；亞太新興國家經濟成長率，由上年的 6.2% 急速降至 4.8%，但仍明顯優於先進經濟體。新興市場中，除了北非因 2011 年政治革命導致經濟大幅衰退 5.1% 之後的回升較為特殊，幅度達 5.5% 外，其餘包括亞洲及大洋洲、拉丁美洲和加勒比海、新興歐洲及中東等地區，景氣幾乎都出現下滑。（表 1-1-3）

表 1-1-3 新興市場國家經濟成長率

單位：%

地區（國）別	2011 年	2012 年
新興市場國家	6.2	4.8
亞洲和大洋洲(不含日本)	6.7	5.7
中國大陸	9.3	7.8
新 加 坡	5.2	1.3
韓 國	3.7	2.0
台 灣	4.1	1.3
香 港	4.9	1.5
泰 國	0.1	6.5
馬來西亞	5.1	5.6
印 尼	6.5	6.2
菲 律 賓	3.6	6.8
印 度	6.3	3.2

地區(國)別	2011年	2012年
巴基斯坦	3.0	4.2
拉丁美洲和加勒比海(不含墨西哥)	4.1	2.4
巴西	2.7	0.9
阿根廷	8.9	1.9
哥倫比亞	6.6	4.0
秘魯	6.9	6.3
智利	5.9	5.6
墨西哥	3.9	3.9
新興歐洲	4.8	2.4
俄羅斯	4.3	3.4
土耳其	8.8	2.2
匈牙利	1.6	-1.8
捷克	1.8	-1.2
波蘭	4.5	1.9
中東	5.0	3.5
以色列	4.6	3.2
沙烏地阿拉伯	8.5	6.8
北非	-5.1	5.5
埃及	1.8	2.2
摩洛哥	5.0	2.7
南非共和國	3.5	2.5

資料來源：Global Insight Inc., Global Insight's Comparative World Overview, July 2013

(一) 中國大陸經濟成長持續趨緩

2012年中國大陸經濟成長降至 7.8%，明顯低於上年的 9.3%，主要是國內外需求成長全面趨緩所致；包括民間消費、投資及對外貿易等，成長力道皆下滑，但由於進口下滑速度超過出口，因此貿易出超反而由上年的 1,549.0 億美元提高至 2,303.1 億美元。外資流入方面，在中國大陸生產條件持續惡化下，2012 年非金融領域外商直接投資衰退 3.7%。另外，物價上漲率在年中已穩定維持在 2% 上下，人民銀行為刺激經濟，於 6 月及 7 月兩度採取降息措施，但成效並不顯著。

2012 年是中國大陸經濟轉型升級持續進行的一年，也是領導班底交接的一年，因此許多新的政策發布，包括確立十二五規劃的方向目標。同時，中國大陸各界已普遍接受未來經濟成長率低於 8% 將成為常態的事實，政策實施績效並非以拉抬經濟成長為唯一的考量。

(二) 亞洲四小龍經濟全面低迷

2012 年亞洲四小龍的經濟表現不佳，成長最高的韓國僅有 2.0%，但都高於 1%。其中，台灣及韓國主要是受全球景氣不佳導致出口貿易不振的影響，而香港及新加坡則是

受金融業業績降溫的衝擊。觀察 4 季的成長表現，各經濟體走勢並不一致，韓國是逐季走緩、香港是逐季回升、台灣及新加坡是先降後升。因此，除了韓國以外，其他三小龍景氣都呈逐季回溫的現象。近幾年，四小龍的經濟成長表現相當類似，都是波動幅度相當劇烈，顯示面對國際景氣波動的因應能力相對新興國家不足。

（三）東協四國經濟表現整齊且穩健

2012 年東協四國經濟成長表現相當整齊，都介於 5.6% 至 6.8% 之間。其中，泰國表現似乎不如預期，因為泰國在 2011 年發生水患，經濟僅成長 0.1%，但 2012 年並沒有大幅反彈。此外 2012 年歐美經濟疲軟，影響東協出口，但東協四國轉向新興國家拓銷，部分抵銷歐債危機對貿易的衝擊，加上其經濟基本面所受影響原已較小，因此得以維持經濟的穩健表現。

（四）印度成長力道下滑

2012 年印度經濟成長趨緩，原因除了消費及投資動能減弱，出口成長也相對低於進口，造成入超擴大，使得經濟成長率由上年的 6.3% 降至 3.2%。物價上漲率仍高達近 10%，但上漲壓力已較緩和，也提供印度央行以降息刺激景氣的條件。在出口不振的情況下，印度央行積極干預匯率，因此盧比對美元呈現貶值走勢，但對出口的刺激效果仍然有限。

（五）拉丁美洲區域內各國經濟成長有明顯差別

2012 年拉丁美洲及加勒比海地區的經濟成長 2.4%，明顯低於上年的 4.1%，主要是因美國經濟疲弱，造成區域內巴西、阿根廷兩大經濟體對外貿易衰退，巴西經濟成長率由上年的 2.7% 降至 0.9%，阿根廷更由 8.9% 降至 1.9%。至於秘魯及智利則都還有 5% 以上的成長。由於阿根廷成長急速趨緩，失業率也隨之迅速回升至 7% 以上的偏高水準。

（六）新興歐洲、中東與北非成長動能偏弱

東歐、中東與非洲新興市場國家中，2012 年以北非經濟成長 5.5% 較高，但該國在 2011 年因政治革命導致衰退 5.1%，基期較低，顯示表現其實並不突出；而 2011 年高油價的出口激增效果，在 2012 年已減弱。至於東歐的新興歐洲及中東，經濟表現明顯同步趨緩，新興歐洲是由 4.8% 降至 2.4%，中東是由 5.0% 降至 3.5%。

三、國際原油價格波動起伏

2012 年原油價格波動起伏，走勢與上年相較變動不大。西德州中級 (WTI) 原油全年平均價格為每桶 94.37 美元，布蘭特 (Brent Crude) 原油則為每桶 111.77 美元，相較

2011年的平均價格分別為每桶 95.08 美元、111.33 美元，僅分別變動-0.75%、0.40%，幅度相當小。但就全年高低價格波動區間來看，2012年的原油價格漲跌幅較 2011 年來得的劇烈，2011 年平均油價維持在每桶 94 美元至 126 美元區間波動，2012 年則介於每桶 89 美元至 127 美元。在供給面，伊朗受到歐美實施嚴厲的經貿制裁，導致原油出口銳減；又部分中東地區產油國家如葉門、敘利亞、蘇丹及南蘇丹等也因政治因素，危及石油供給，使得油價得以支撐。在需求面，因全球經濟景氣低迷，對原油需求也隨之減緩，因此供需尚能維持穩定。另外，Fed 宣布實施量化寬鬆政策，促使美元走軟，導致以美元計價的原油價格上漲，也是支撐油價因素之一。（圖 1-1-1）

圖 1-1-1 國際原油價格走勢



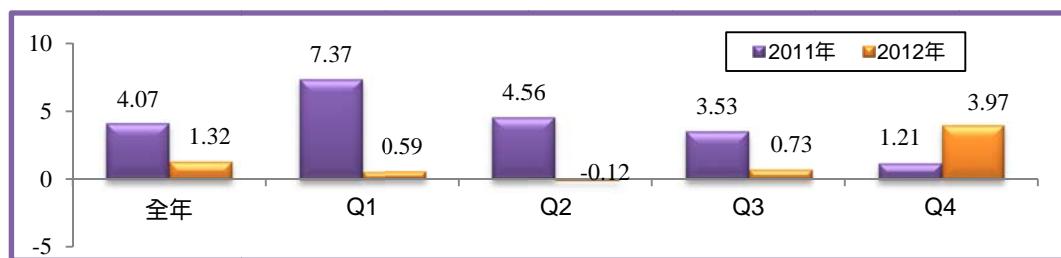
附 註：表中之日期及數值係指西德州原油該日期每桶價格。

資料來源：經濟部能源局，石油資訊系統。

第 2 節 台灣經濟環境的變化

2012 年國內經濟在全球經濟低迷，以及最主要出口市場中國大陸的經濟成長明顯趨緩下，成長率由 2011 年的 4.07% 大幅滑落至 1.32%（圖 1-2-1）。GDP 需求面所有組成分子成長表現幾乎都不如 2011 年，其中尤以輸出減弱的幅度最為顯著，成長率由 4.45% 降為 0.13%，對經濟成長的貢獻也減少 3.21 個百分點。2012 年台灣總體經濟相關指標說明如下：

圖 1-2-1 2011 年至 2012 年台灣經濟成長率



資料來源：行政院主計總處，2013 年 8 月。

一、經濟景氣下半年出現反彈

由行政院經建會發布的景氣對策信號觀察，2012年前8月都是藍燈，9月才轉為黃藍燈，並持續到年底，與經濟成長在第四季回升的表現一致。造成9月景氣指標轉向的主要項目是股價指數、工業生產指數、非農業部門就業人數及商業營業額指數。12月的綜合判斷分數為22分，雖已來到黃藍燈的最高點，但從全球景氣依舊低迷來看，景氣指標要持續向上提升仍存在許多變數。（圖1-2-2）

圖1-2-2 2012年景氣對策信號

項目	月份	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月		
		綜合判斷	燈號	分數	13	15	14	14	15	15	16	15	20	19	21
貨幣總計數 M1B		黃藍燈	黃藍燈	黃藍燈	黃藍燈	黃藍燈	黃藍燈	黃藍燈	黃藍燈	黃藍燈	黃藍燈	黃藍燈	黃藍燈	黃藍燈	黃藍燈
直接及間接金融		黃藍燈	黃藍燈	黃藍燈	黃藍燈	黃藍燈	黃藍燈	黃藍燈	黃藍燈	黃藍燈	黃藍燈	黃藍燈	黃藍燈	黃藍燈	黃藍燈
股價指數		黃藍燈	黃藍燈	黃藍燈	黃藍燈	黃藍燈	黃藍燈	黃藍燈	黃藍燈	綠燈	綠燈	綠燈	綠燈	綠燈	綠燈
工業生產指數		藍燈	藍燈	藍燈	藍燈	藍燈	藍燈	藍燈	藍燈	綠燈	綠燈	綠燈	綠燈	綠燈	綠燈
非農業部門就業人數		綠燈	綠燈	綠燈	綠燈	綠燈	綠燈	綠燈	黃藍燈	綠燈	綠燈	綠燈	綠燈	綠燈	綠燈
海關出口值(燈號)		藍燈	藍燈	藍燈	藍燈	藍燈	藍燈	藍燈	藍燈	紅燈	藍燈	藍燈	藍燈	藍燈	藍燈
機械及電機設備進口值		藍燈	藍燈	藍燈	藍燈	藍燈	藍燈	藍燈	藍燈	藍燈	藍燈	藍燈	藍燈	藍燈	藍燈
製造業銷售值		藍燈	藍燈	藍燈	藍燈	藍燈	藍燈	藍燈	藍燈	藍燈	藍燈	黃藍燈	藍燈	藍燈	藍燈
商業營業額指數		藍燈	黃紅燈	藍燈	藍燈	黃藍燈	藍燈	藍燈	藍燈	藍燈	藍燈	綠燈	紅燈	紅燈	

附註：1.紅燈●；黃紅燈○；綠燈○；黃藍燈○；藍燈▽。

2.綜合判斷分數及信號：紅燈 45~38；黃紅燈 37~32；綠燈 31~23；黃藍燈 22~17；藍燈 16~9。

3.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。

資料來源：行政院經建會，《台灣景氣指標》，2013年5月。

二、消費物價漲幅溫和

2012年台灣消費者物價（CPI）上漲1.93%（表1-2-1），漲幅較韓國（2.2%）、新加坡（4.6%）、香港（4.1%）低，雖高於上年，但仍屬溫和。物價上漲主要來源是食物類價格受氣候及上年基期較低影響，上漲4.16%所致，其中尤以蔬菜類漲幅20%最高。另外，油電凍漲解除後，汽油價格迅速上漲，導致油料費12月上漲9.82%，全年則上漲5.78%，是另一股推升整體物價的重要力量。

2012年由於全球景氣欠佳，需求也跟著減弱，對於原物料價格並沒有拉抬效果；加上新臺幣升值效應，促使台灣進口物價下跌，連帶也使躉售物價（WPI）下跌1.16%。

表 1-2-1 2006 年至 2012 年台灣重要經濟指標

指標 年別	經濟 成長率	躉售 物價	消費者 物價	賦稅 收入	貨幣總計數		金融業 隔夜拆 款利率	新台幣 匯率 (兌 1 美元)	勞動力 參與率	失業率	單位：%
					M1B	M2					
2006	5.44	5.63	0.60	2.13	5.30	6.18	1.661	32.53	57.92	3.91	
2007	5.98	6.47	1.80	8.31	6.44	4.16	2.054	32.84	58.25	3.91	
2008	0.73	5.14	3.52	1.53	-2.94	2.71	0.872	31.52	58.28	4.14	
2009	-1.81	-8.73	-0.86	-13.07	16.54	7.45	0.106	33.05	57.90	5.85	
2010	10.76	5.46	0.96	6.01	14.93	4.53	0.239	31.64	58.07	5.21	
2011	4.07	4.32	1.42	8.78	7.16	5.83	0.400	29.46	58.17	4.39	
2012	1.32	-1.16	1.93	1.82	3.45	4.17	0.388	29.61	58.35	4.24	

附 註：表中勞動力參與率、失業率和匯率年平均，金融業隔夜拆款利率為年底數字，其餘皆指年增加率。

資料來源：行政院主計總處及中央銀行。

三、民間投資逐季加溫

2012 年內外景氣惡化，台灣投資也持續衰退，由 2011 年的-3.10%擴大為-4.19%。包括民間、公營及政府投資，全面衰退，分別為-2.11%、-8.27% 及-12.51%；其中，民間投資表現相對優於公營及政府投資，至第 4 季，民間投資已有 6.18%的成長，政府投資雖然仍衰退達兩位數（-10.65%），但整體投資仍有 2.07%的成長。惟第 4 季民間投資雖成長加速，但企業產能仍然過剩，即使半導體業者持續擴大資本支出，資本設備進口仍衰退，致使機械設備投資衰退 2.94%；惟運輸工具則因飛機等大宗運具投資大增，成長 25.53%；營建投資亦大幅成長 11.93%。

四、對外貿易陷入衰退

2012 年受國內外景氣趨緩影響，我國對外貿易情勢相當嚴峻，貿易總值出現近 4 年來的第二次衰退，金額為 5,717 億美元，小幅衰退 3.06%。其中出口額達 3,012 億美元，衰退 2.30%；進口額為 2,705 億美元，衰退 3.90%；由於出口衰退幅度低於進口，貿易出超仍由上年的 268 億美元提高至 307 億美元。（表 1-2-2）

2012 年台灣對主要貿易國家（或地區），出口多數出現衰退，出口占比來看，中國大陸和香港出口合計達 39.4%最高（金額衰退 4.3%），直接對中國大陸出口占 26.8%（衰退 3.8%）；對東協六國出口則占 18.5%（金額成長 9.8%）。

表 1-2-2 2006 年至 2012 年台灣對外貿易概況

單位：億美元；%

指標 年別	貿易總值		出口總值		進口總值		出超(+)或入超(-)	
	金額	與上年 同期比較	金額	與上年 同期比較	金額	與上年 同期比較	金額	與上年 同期比較
2006	4,267	11.99	2,240	12.89	2,027	11.00	213	34.78
2007	4,659	9.19	2,467	10.12	2,193	8.17	274	28.64
2008	4,961	6.47	2,556	3.63	2,404	9.67	152	-44.65
2009	3,780	-23.79	2,037	-20.32	1,744	-27.48	293	93.03
2010	5,258	39.09	2,746	34.82	2,512	44.08	234	-20.47
2011	5,897	12.14	3,083	12.26	2,814	12.02	268	14.79
2012	5,717	-3.06	3,012	-2.30	2,705	-3.90	307	14.50

資料來源：財政部。

另就我國自主要貿易國家或地區進口來看，2012 年也是多數呈現衰退。進口占比仍以日本 17.6% 最高（金額衰退 8.8%）；直接自中國大陸進口占 15.1%（衰退 6.2%）。而自香港進口則成長 58.7%，表現較為突出。（表 1-2-3）

表 1-2-3 2012 年台灣主要貿易國家進出口貿易值及結構

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	較上年同 期增減%
總計	3,011.11	100.0	-2.3	2,707.27	100.0	-3.8	303.84	13.3
中國大陸及香港	1,186.66	39.4	-4.3	435.69	16.1	-3.8	750.97	-4.7
直接對中國大陸	807.29	26.8	-3.8	409.10	15.1	-6.2	398.19	-1.3
香港	379.37	12.6	-5.7	26.59	1.0	58.7	352.78	-8.2
美國	329.81	11.0	-9.3	236.05	8.7	-8.4	93.76	-11.6
日本	188.77	6.3	3.6	475.83	17.6	-8.8	-287.07	-15.5
南韓	118.45	3.9	-4.3	150.75	5.6	-15.6	-32.30	-41.1
新加坡	200.91	6.7	19.0	81.06	3.0	1.9	119.85	34.3
東協六國	557.16	18.5	9.8	314.24	11.6	-3.7	242.93	34.2
歐盟	287.68	9.6	-7.8	282.72	10.4	-4.4	4.95	-69.4
其他	141.67	4.6	-23.11	730.93	27.0	4.0	-589.26	13.6

資料來源：財政部。

以東協 10 國合計，2012 年我國與東協貿易總值為 880.78 億美元，其中，我國出口額達 565.47 億美元，自東協進口額為 315.31 億美元。就各別國家來看，2012 年新加坡與我國的貿易總值最高，達 281.96 億美元，其餘依序為馬來西亞（143.99 億美元）、印尼（125.15 億美元）、越南（109.76 億美元）和泰國（107.27 億美元）。（表 1-2-4）

表 1-2-4 2012 年台灣與東協 10 國貿易統計

單位：億美元

國 別	貿易總值	台灣出口	台灣進口
東協 10 國總計	880.78	565.47	315.31
新 加 坡	281.96	200.91	81.06
馬來西亞	143.99	65.57	78.42
印 尼	125.15	51.90	73.25
越 南	109.76	88.76	21.00
泰 國	107.27	84.32	22.95
菲 律 賓	102.62	65.66	36.97
東 境 塞	6.98	6.52	0.46
緬 甸	2.22	1.46	0.76
汶 萊	0.71	0.33	0.38
寮 國	0.11	0.03	0.08

資料來源：財政部。

五、貨幣市場利率持穩

2012 年第 2 季因油電價格調漲，物價上漲壓力升高，中央銀行透過公開市場操作，加強收回市場餘裕資金。影響所及，金融業隔夜拆款利率由 2012 年 1 月之 0.403% 上升至 6 月之 0.513%。惟第 3 季起，中央銀行適度調降公開市場操作幅度，金融業隔夜拆款利率逐步下降，並持穩於 0.390% 上下。整體而言，2012 年貨幣市場利率仍屬穩定。

六、就業市場緩步改善

2012 年台灣勞動市場就業情勢略微改善，失業率由上年的 4.39% 微幅降至 4.24%，已連續 3 年下降；勞動力參與率 58.35%，為 1996 年來最高。2012 年就業增加率 1.41%，總就業人數維持增加趨勢，至 12 月達 1,093.1 萬人。惟青年（15 至 24 歲）失業率達 12.66%，持續居高不下，主要係因青年處於工作初期或調適階段，工作異動較為頻繁所致。

七、實質薪資呈現停滯

薪資方面，2012 年工業及服務業受僱員工每人每月平均薪資 45,888 元，較 2011 年增加 0.30%，屬歷年最高名目薪資水準，但有停滯現象；其中，經常性薪資 37,346 元，增加 1.28%。惟扣除物價漲幅後，實質平均薪資與實質經常性薪資下跌，分別為 -1.60% 及 -0.64%。就業結構方面，2012 年服務業就業占總就業人數 58.60%，工業就業占 36.23%，農業就業則降至 5.01%。

第3節 主要國家中小企業發展情勢

在上述經濟環境下，各國中小企業的發展究竟如何？本節擇取日本、中國大陸、韓國、美國、英國、加拿大，以及德國等七個主要國家的中小企業發展景況及政策，分別簡述。而台灣中小企業的發展現況則在下一章作詳細、完整的剖析。各個國家中小企業之定義如表 1-3-1。

表 1-3-1 各國中小企業之定義

國 家	法 源	定 義
日 本	中小企業基本法 第 2 條	資本額或出資總額 3 億日圓以下的公司及經常雇用員工 300 人以下的公司或個人
中國大陸	中華人民共和國 中小企業促進法	員工人數 500 人以下或銷售額 15000 萬元以下。其中，中型企業必須同時滿足人數 100 人及以上，銷售額 1000 萬元及以上。其餘為小型企業。
韓 國	中小企業廳	員工人數 300 人以下或資本額 80 億韓元以下。
美 國	美國小型企業管理局	小型企業為擁有 500 或 500 人以下員工人數的企業。
加 拿 大	工業部	受雇員工小於 100 人者屬於小型企業，介於 100 人至 500 人者屬於中型企業，500 人者以上則屬於大型企業。
英 國	2006 年公司法	小型企業年營業額不超過 650 萬英鎊、資產負債表不超過 326 萬英鎊、雇員不超過 50 人。中型企業必須符合下列 3 個條件任兩個以上：年營業額不超過 2,590 萬英鎊、資產負債表不超過 1,290 萬英鎊、雇員不超過 250 人
德 國	中小企業研究所；歐盟	中小企業研究所：中小企業是指年銷售額在 100 萬至 5,000 萬歐元之間或僱員數在 10 至 499 人之間的中型企業，以及年銷售額低於 100 萬歐元或僱員數不超過 9 人的小型企業。 歐盟定義：小型企業係指年營業額低於 1 千萬歐元或受雇員工數 50 人以下的企業；中型企業為年營業額介於 1 千萬至 5 千萬歐元或受雇員工數介於 10 至 250 人的企業

資料來源：依日本中小企業白皮書、中國大陸中小企業藍皮書以及各國中小企業相關統計網站資料整理。

一、日本中小企業景況

日本〈中小企業基本法〉第 2 條對中小企業製造業之定義為：資本額或出資總額 3 億日圓以下的公司及經常雇用員工 300 人以下的公司或個人。根據《2012 年日本中小企業白皮書》的統計資料，日本中小企業約 420.1 萬家（不包含一級產業），約占日本總企業家數 421.3 萬家的 99.7%。從就業人口來看，中小企業雇用約 2,834 萬名員工，占總就業人數 4,297 萬名的 66%。

就 2012 年整體產業的業況而言，表現並不佳，全年差距擴大。第 1、2 季景況（經濟狀況）有稍微好轉，唯第 3 季景況下降，一度拉開差距，第 4 季景況又稍微回復。整

體製造業的表現並不佳，第1季景況稍微回復後，於第2、3季景況都下降，第四季則持平。以產業別來看，第一季運輸用機械、食品與化學等7個產業的景況好轉，家具、鋼鐵、非鐵類金屬、窯業與土石製品等7種產業景況變差；第2季輸送用機械、鋼鐵、非鐵類金屬與造紙業等7種產業的景況變差，家具、化學、窯業與土石製品等7個產業別景況變好；第3季輸送用品機械、化學、機械器具等11種產業景況變差，食品、家具、木製品等3種產業景況好轉；第4季造紙業、窯業、土石製品與化學等7種產業景況好轉，機械器具、金屬製品與家具等7種產業景況變差。

非製造業的業況全年差距不大，景況有稍微好轉。以產業別來看，第1季時建築業景況好轉，但批發業、零售業與服務業景況變差；第2季建築業、服務業、零售與批發業景況都好轉；第3季建築業、服務業、零售與批發業景況都變差；第4季零售業、批發業與服務業景況都好轉，建築業景況變差。

就產業的資金調度而言，全年差距不大，第1季好轉；第2季變差；第3、4季都稍微好轉。長期資金借入難易度全年差距亦不大，第1季好轉；第2季變差；第3、4季都稍微好轉。短期資金借入難易度於第1季好轉；第2季變差；第3季持平；第4季又轉好。

2011年日本東北大震災，日本政府為搶救中小企業三次追加預算，供無息融資及重建，總共5,100億日圓。中小企業民間組織企業在震災過程也發起免費捐給東北災區日本企業準備更新的機器，幫助中小企業重建，日本政府在當中也補助運費，安裝費等，讓整個重建過程更加順利。

日本中小企業成長所需要的資金，主要來自於內部資金和外部融資兩大類。外部融資主要是指中小企業從政府機關、金融機構、社會資本當中獲得資金支持。而為了快速獲得市場成長，日本企業開始進軍亞洲等新興國家市場，因此日本各個金融公庫對中小企業的融資有所增加，尤其是日本政策金融公庫和中央金庫等公共金額機構均提出中小企業資金，提供貸款給中小企業供海外拓展資金。2011年日本政策金融公庫融資額為395億日元，為2010年的3.3倍。在2012年4月，新設立國際業務部以期強化體制，支援海外生產與銷售。

另一方面，日本政府對中小企業的直接融資則是建立直接融資市場，讓有籌備資金需求的中小企業，公開發行股票與債券；以及建立第二平台交易市場，為暫時虧損但有發展潛力的企業爭取上市的機會。另外還由信用保證協會為中小企業發行公司債，提供信用擔保制度，為中小企業開闢直接融資的管道，推動籌備資金等多樣化。安倍政府於2013年7月起將定期成立「地方產業發展基金和會議」振興中小企業。

二、中國大陸中小企業景況

根據中國大陸中小企業實有戶數之定義，中小企業實有戶數包含全國實有企業戶數與全國實有個體工商戶戶數。中國大陸目前尚未存在中小企業戶數統計，但有 99%的企業皆屬於中小企業，因此《中國中小企業藍皮書》是以利用總企業戶數加上個體工商戶數做為替代指標，利用此指標的變化趨勢反應中小企業戶數變動情形。

截至 2011 年底，全國實有企業為 1,253.12 萬戶，全國實有個體工商戶為 3,756.47 萬戶，總合共 5,009.59 萬戶，由中國大陸中小企業實有戶數之定義來看，中國大陸中小企業戶約有 4,959.49 萬戶。其中全國實有企業的 1,253.12 萬戶比上年底增加 10.26%：包括內資企業實有 240.8 萬戶，比上年底減少 5.65 萬戶，降低 2.29%；私營企業 967.68 萬戶，增加 14.45% 萬戶；外資企業 44.65 萬戶，增加 0.28%。同時全國實有個體工商戶的 3,756.47 萬戶比上年底增加 3.46%。

2012 年中國中小企業爆發嚴重的倒閉潮，中小企業在種種經濟萎縮、融資限制以及通貨膨脹的壓力下，一一倒閉（這在 2011 年已有跡可尋）。依數據來看，2010 年，中小企業數量尚有 406,224 家，2011 年只剩下 256,319 家。以近兩年中國中小企業發展指數剖析，2011 年第 1 季中國中小企業發展指數為 104.1，比 2010 年第 4 季下降 2.2 點。由於許多中小企業原材料、能源購進價格和勞動成本上升，導致企業投資意願的下降與效益下滑。雖然第 1 季中小企業發展指數有所下降，但仍然處於景氣臨界值以上，也顯示出中小企業繼續上一季平穩發展的業況。2011 年第 2 季中國大陸中小企業發展指數為 100.2，比第 1 季下降 3.9 點，幾乎跌近景氣好壞標準臨界值指數 100。從上一年第 3 季開始，中小企業發展指數就從 108.9 逐季下跌。2011 年第 3 季中國大陸中小企業發展指數為 97.2，比第 2 季下降 3 點，在經濟成長減緩、通貨膨脹壓力與國家貨幣政策緊縮的情況下，中國大陸中小企業發展指數首次跌至景氣臨界值以下。2011 年第 4 季的中國大陸中小企業發展指數為 93.5，比第 3 季下降 3.7 點，在經濟成長速度減緩的情況下，處於市場經濟弱勢地位的中小企業，其景氣概況與上 1 季相比，並沒有根本性的變化。

另外，中小企業因體質較不健全的關係，融資困難往往成為其發展過程中的主要瓶頸，而近年來全球與整體經濟環境的劇變更使得中國大陸的中小企業經營環境日益趨困難。為此，中國大陸政府在綜合性、財稅、金融、產業等方面都適時的制定出相關政策與措施來加強中小企業以及融資體系的發展，並且注重提高政策的即時性與有效性，如提出走「專、精、特、新的路子」，提升擴大政府主管中小企業組織功能，調整財政結構、減免賦稅、增設小型銀行、微型企業貸款、開拓中小企業新融資管道、提高政府信

保額度、引導和規範民間借貸措施等，提供 1,380 億人民幣融資給中小企業。海歸派回國則每人給予 100 萬人民幣中小企業創業補助等。

此外，針對中小企業金融貸款服務方面，2011 年 5 月中國銀監會發布《關於支持商業銀行進一步改進小企業金融服務通知》，要求商業銀行放款給符合中國國家產業與環保要求、有利擴大就業、有償還意願及償還能力以及具有商業潛力等特點的中小企業，以讓中小企業金融服務在中國大陸能更進一步的生根發展。在融資體系改善方面，中國工信部以及財政部在 2010 年制定《中小企業信用擔保資金管理暫行辦法》和《關於加強中小企業信用擔保體系建設工作的意見》，來促進各地中小企業信用擔保的建置，以放大中小企業信用貸款及強化其對危機的控管能力，並降低整體信貸風險。除此之外，2011 年中國國家知識產權局與交通銀行在北京簽屬知識產權金融服務戰略合作協議，研擬推動知識產權商業化，使其有效與金融資源整合，加快中小企業的知識產權金融服務體制的發育與產業升級轉型。最後，中國大陸則是推出《關於促進融資性擔保行業規範》，加速完善融資擔保機構的法治化以及公司治理，讓擔保公司的信用風險能夠有效被監控與管理。

三、韓國中小企業景況

韓國中小企業廳對中小企業的定義為員工人數 300 人以下或資本額 80 億韓元以下。員工人數 300 人以下或資本額 80 億韓元以下。依據韓國國家統計局（National Statistic Office）的報告，截至 2010 年韓國總企業家數共計有 3,125,457 萬家，中小企業家數達 3,122,332 家，占韓國總體企業家數的 99.9%；中小企業總聘用員工人數達 14,135,234 萬人，占總就業人數的 86.8%。產值方面，根據韓國中小企業廳所發布的「2012 年中小企業育成策略」報告，中小企業總產值達 555 兆韓元，占全國製造業產值（1,167 兆韓元）的 47.6%。

韓國國家統計局指出，1960 年代韓國政府致力於發展化學與重機械業，助長了大型企業的發展，因此大型企業對韓國經濟發展的貢獻大於中小型企業，分別表現在就業、生產與附加價值上。然而，到了 1980 年代，韓國政府轉向支持中小型企業的發展，因此中小企業對就業的貢獻率達到 81.9%。到了 1990 年代，金融危機的爆發使中小企業對就業的貢獻率下降，但生產與附加價值的貢獻卻首次超過大型企業。2000 年代，中小企業對就業的貢獻率達到 128.7%，生產的貢獻率達 47.8%，附加價值貢獻率為 50.8%，充分表現中小企業對韓國經濟發展所扮演的重要角色。

2012 年韓國中小企業面臨資金短缺而受到嚴重的打擊，由於歐美市場經濟衰退導致

市場需求萎縮，以及大型投資銀行遭遇重大挫折如雷曼兄弟和美林證券等，使得國際金融市場資金短缺，進一步影響到韓國中小企業的融資空間，導致周轉不靈；相較於更穩定的韓國大財閥，韓國銀行不願意放貸給中小企業使得倒閉情況野火燎原。為了穩住中小企業，韓國新任總統朴槿惠就職演說提即再三強調扶助中小企業發展。近期到中國大陸訪問前也強調加強與中小企業的合作，展開發展經濟的談話，並藉此鼓舞民心。

韓國中小企業發展政策推動體系，主要由知識經濟部的中小企業廳主政，其規模在近 10 年有相當幅度的成長。此外，由於中小企業自金融海嘯後逐漸成為施政主軸之一，加上歷任總統積極挹注相關資源與提議大中小企業共同成長等施政理念，韓國多數部會與中小企業廳亦持續合作推動各項措施。目前韓國對中小企業的輔導措施，主要包括整體經營環境、市場行銷、資訊科技、創新育成、財務融通、新興產業扶植與其他特定對象發展措施等。就目前發展狀況來看，韓國中小企業在 2011 年的生產指數及庫存指數較 2010 年為佳，但企業景氣指數則有所下降。（表 1-3-2）

表 1-3-2 韓國中小企業發展概況

年別 景氣指標	2008 年	2009 年	2010 年	2011 年(1~7 月)
生產指數 (2005=100)	104.5	102.9	117.5	123.2
庫存指數 (2005=100)	120.0	115.0	121.0	128.9
企業景氣指數 (BSI)	58.6	86.0	90.4	87.1

資料來源：韓國中小企業廳。

自 1986 年開始韓國政府根據〈支援中小企業創業法〉設立中小企業創業基金，對其提供穩定的後續基金，通過許多政策性基金為中小企業提供政策性貸款。並且設計許多以政府為背景的風險投資基金，以補充和引導民間風險投資。此外，韓國政府還要求中小企業銀行設立創業基金，為高科技高潛力中小企業提供更好的金融支持。1995 年還將已有的中小企業基本制度綜合為「中小企業創業振興基金」與「中小企業共同事業基金」，按照互保制度及風險分擔為原則，借助成員之間互助力量，在無需動產及不動產擔保下，順利取得銀行貸款。為強化中小企業國際競爭力，政府改變單邊扶持政策，加大民間機構參與力度，充分發揮資源與能力，使中小企業透過市場調節功能，自主提高自身競爭力。

四、美國中小企業景況

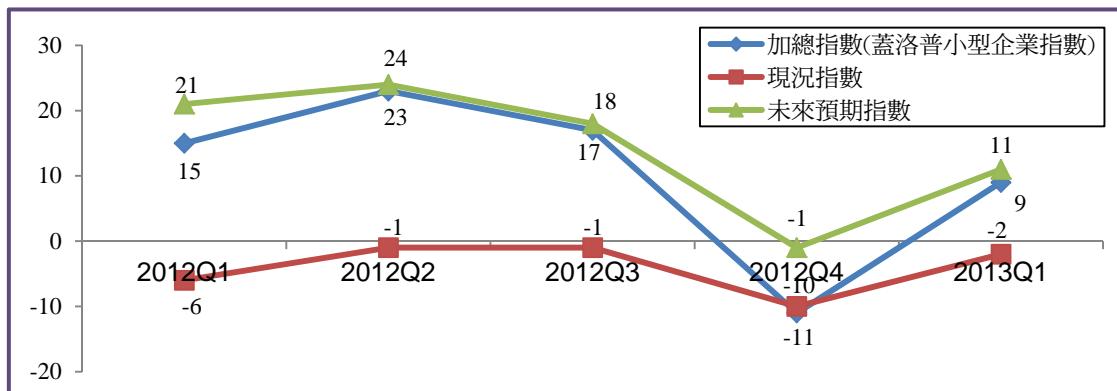
根據 OECD 2012 年的報告書 *Financing SMEs and Entrepreneurs 2012: An OECD Scoreboard* 指出，美國小型企業管理局（U.S. Small Business Administration，簡稱 SBA）將小型企業定義為擁有 500 或 500 人以下員工數的企業。美國的企業有 99% 為小型企業，總

家數超過了 500 萬家，他們雇用了超過半數以上的私營部門員工，支付約 44% 的私營部門薪水，提供了約 65% 的私營部門工作，也創造了超過一半以上的非農業國內生產毛額。

美國總統歐巴馬在今年度預算編列時強調提升社會福利，但不會排擠中小企業預算額，讓美國中小企業民心大振。依據 2013 年 1 月富國/蓋洛普 (Well Fargo/Gallup) 的調查，美國大選後，蓋洛普指數在 2012 年 11 月創下兩年來的新低，然而，美國中小企業家對 2013 年卻抱持著樂觀的態度。2013 年 1 月的蓋洛普指數從原來 2012 年 11 月的-11 點成長到 9 點，足足成長了 20 點，主因是中小企業主對過去 12 個月的營收、資本支出與就職數量感到樂觀，並且看好未來 12 個月的財務狀況、盈收、現金流量與就職數量的發展。此外，美國總統歐巴馬推動的「美國再工業化政策」，對以生產製造的新興市場面臨衝擊與影響更是不容小覷。包含 2009 年推出的「美國復甦與再投資法」(ARRA)以及 2010 年推出的「國家出口倍增計畫」(NEI)將分別為美國分別一內一外全面振興美國經濟。前者總計投資 7,800 億美元，建新在醫療健康、生物工程、奈米等新興產業，再造新工業型態；後者，透過金融和行銷措施協助美國廠商拓展新興市場，以推動美國出口與製造業成長、吸引製造業回流，將為美國中小企業注入新的能量。

美國富國/蓋洛普小型企業指數為現況 (Present Situation) 指數與未來預期 (Future Expectations) 指數的加總，也就是經營者預估其商業活動近一年來的情形和未來 12 個月的預期，主要內容包含以下 6 個領域：財務狀況、現金流量、營收、資本額、就職數量與信貸可獲量。（圖 1-3-1）

圖 1-3-1 美國富國/蓋洛普小型企業指數



資料來源：WELLS FARGO Small business survey topline(2013)。

2013 年 1 月指數的上升，可歸因於現況指數與未來預期的指數兩者皆上升，未來預期的指數上升了 12 點，而現況指數也比上一季上升了 8 點。

企業主對於現況的看法，在營收方面，2012年第4季有29%的企業主表示營收上升，2013年第1季上升至36%；雇用方面，2012年第4季有26%的企業主表示公司減少員工人數，2013年第1季減少至22%；資本支出方面，2012年第4季，18%的企業主表示公司增加資本支出，2013年上升至25%。

企業主對未來一年的預期，在整體財務狀況方面，2012年第4季有50%的企業主表示，公司財務狀況會轉好，2013年第1季上升至57%；營收方面，2012年第4季，有37%的企業主預期公司營收上升，2013年第1季上升至43%；現金流量方面，2012年第4季，44%的企業主預期公司現金流量會上升，2013年第1季上升至49%；雇用方面，2012年第4季，21%的企業主預期公司將減少員工數量，2013年第1季則減少至12%。

經由以上各領域的比較，可以明顯看出，相較於2012年第4季，美國中小企業主在2013年第1季保持比較樂觀的態度。此外，大多數的中小企業主表示，醫療保健(54%)與稅負(53%)也會嚴重影響企業整體的營運環境。

Doug Case(富國中小企業部門經理)也指出，雖然企業主在年初對整體經濟感到樂觀，但是他們仍然擔憂整體經濟環境的改變，可能影響未來企業的發展，例如就職數量。

即使企業主在2013年抱持著比較樂觀的態度，但這並沒有反應在工作職缺與招聘上。有超過71%的企業主表示未來12個月並不會招募新員工，而17%的企業主表示會招募新員工，此比例與上一年相同。在過去12個月有招募新員工的企業主，有35%表示將會招募比實際需求還少的員工，在2012年1月此比率為29%，遠低於2010年11月的42%。擔心未來12個月公司將會面臨倒閉危機，以至於不敢聘請新員工的企業比率，由2012年的24%上升至30%。

在有招募新員工的企業主方面，有63%的企業主表示，以口耳相傳的方式尋找新員工，47%經由介紹人推薦、23%認為尋找新員工很困難，其餘30%認為，找到合適的員工很困難，此結果與2012年幾乎一樣。27%的企業主表示，在過去12個月，由於找不到合適的員工以至於影響公司的發展。有40%的企業主表示，招募時他們會使用暫時性或是約聘員工，36%表示會使用臨時工，22%則表示會聘請全職員工。此外，當企業主無法負擔新員工的聘用，28%會尋求配偶的幫忙、14%會尋求小孩的幫忙、13%尋找朋友幫忙、7%找親戚、6%找學生幫忙。

五、加拿大中小企業景況

加拿大工業部(Industry Canada)對加拿大中小型企業的定義為，受雇員工小於100

人者屬於小型企業，介於 100 人至 500 人者屬於中型企業，500 人者以上則屬於大型企業。根據 OECD 2012 年的資料，加拿大的企業有 98.0% 為小型企業，員工人數為 1~99 人，中型企業佔總企業比率的 1.7%，員工人數為 100~499 人。也因此，在大多統計數據中會省略中型企業的資料，只包含小型企業的資料，因為這對整體報告結果並不會有太大的影響。在 2010 年，加拿大小型企業的雇用率佔了私營部門的 48.3%，在這當中，76.3% 是服務業，23.7% 是商品部門。

哈珀 (Stephen Harper) 政府於 2011 年 1 月 25 日宣布 2011 年為「創業者年」，強調小型企業在加拿大復甦所扮演的角色。哈珀政府首要任務在於加強經濟發展，加國執掌小型企業與旅遊國務部長 Rob Moore 表示，優秀的創業者和青年企業將在加拿大執行下一段經濟行動計畫 (Canada's Economic Action Plan) 發揮更大效益，因此 2011 年將是新階段指標性的開始。

自哈珀政府上任以來，為小型企業所採取行動包含稅收減免、簡化法規、協助小型企業發展、企業融資、商業化研究、提升創業精神與信用及記帳卡法規，使中小型企業更容易發展與創造就業機會。

六、英國中小企業景況

根據 2006 年公司法 (Company Act 2006) 第 382 節，小型企業必須符合下列 3 個條件中任兩個以上：年營業額不超過 650 萬英鎊、資產負債表不超過 326 萬英鎊、雇員不超過 50 人。同法第 465 節，中型企業必須符合下列 3 個條件任兩個以上：年營業額不超過 2,590 萬英鎊、資產負債表不超過 1,290 萬英鎊、雇員不超過 250 人。根據英國商業創新暨技能部於 2011 年初之統計，英國約有 433 萬家企業，其中 99.86% 為中小型企業，提供 1,376 萬人就業機會，占英國私人企業的 58.83% 之就業及 48.79% 之營業金額。

英國財政大臣奧斯本 (George Osborne) 2012 年 3 月 21 日於下議院提出預算法案，擬達成 3 個目標，分別為建構穩健經濟、建構更公平有效率及更簡化的稅務系統與改革以支持成長。此報告分析也指出，影響英國經濟的關鍵因素為歐元區危機與高通貨膨脹，使英國的經濟規模大幅縮小。為了使中小企業能夠順利發展，該預算報告也提出以下幾點政策改革：

- (一) 2012 年 4 月起，公司所得稅下調至 24%，並於 2014 年再下調至 22%。
- (二) 提供位於蘇格蘭 Dundee、Irvine 及 Nigg 工商業開發區設立的企業更多資本補助，並在威爾斯 Deeside 成立新的工商業開發區。

- (三) 為營業額低於 77,000 英鎊的小型企業進行簡化稅收制度公開諮詢。
- (四) 提供 1.5 億英鎊的稅收增量融資，協助地方政府促進發展，並增加投入地方成長基金 (Growing Places Fund) 2.7 億英鎊。
- (五) 提供電視遊戲產業、動畫及高階電視生產產業稅收減免。
- (六) 提供年輕人創意貸款。

七、德國中小企業景況

根據德國中小企業研究所之定義，中小企業是指年銷售額在 100 萬至 5,000 萬歐元之間或僱員數在 10 至 499 人之間的中型企業，以及年銷售額低於 100 萬歐元或僱員數不超過 9 人的小型企業。另一種為歐盟定義：小型企業係指年營業額低於 1 千萬歐元或受雇員工數 50 人以下的企業；中型企業為年營業額介於 1 千萬至 5 千萬歐元或受雇員工數介於 10 至 250 人的企業（表 1-3-1）由於大部分統計資料均來自於波昂中小企業研究所，因此德國的中小企業若無特別註明，均指受雇員工數為 500 人以下企業。

德國將中小企業視為產業結構轉變與經濟成長的主要原動力，為了扶植中小企業的發展，除了法律上的保障外，政策上的支援也非常多。例如，限制大企業壟斷或使用不正當之手段打壓中小企業、加強對中小企業的資金援助、鼓勵德國復興信貸銀行與德國平衡銀行等兩大政策性銀行，向中小企業放款。此外，德國政府也積極幫助中小企業拓展國內外市場、協助中小企業在市場開發上的支援力度，支援出口企業參加各種展覽會拓展國外市場等。

為鼓勵中小企業創新，德國政府於 2007 年實施支持科技型中小企業的計劃，到 2010 年底，該計劃共批准 450 個項目，資助經費約 3 億歐元，共 7 個領域（包括資訊通訊技術、奈米科技、光學技術、生產技術、資源效率、能源效率技術及公共安全研究領域等）。此外，為支持東部地區中小企業創新，2009 年德國啟動東部創新計畫，該計劃主要以援助財團法人工業研究機構展開創新研究計畫，援助之類型主要是基礎性的應用研究，即從基礎研究成果中為中小企業尋找工業應用之項目；其次為以市場導向的研發項目，每一項目限額為 5 萬歐元，而每一機構不得超過 50 萬歐元。

同時，為進一步加速資訊通訊技術策略之實施，2010 年 11 月，德國政府推出「Digital Germany 2015」計劃，主要目的為支持中小企業開發與利用資訊通訊技術，進而推動交通、能源、衛生、教育、環境和管理等相關領域的網絡化發展，為此，德國政府還專門設立「資訊通訊技術與中小企業平台」，加強中小企業與政府的對話和溝通，使資助措

施能進一步符合中小企業的需求。

此外，為了協助中小企業發展，德國政府在聯邦經濟與科技部(Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie, BMWI)下設有中小企業政策處(Mittelstandspolitik)與中小企業諮詢委員會(Mittelstandsbeirat)，以制定促進中小企業發展之相關政策。中小企業諮詢委員會的主要任務在於，及時分析國內外經濟與科技情勢結構變化對中小企業的影響，並為聯邦科技與科技部長提供政策上的參考建議，而中小企業相關政策，則是由德國中小企業政策處制訂。

由於中小企業規模較小，在資金的籌措上較為不易，因此德國政府在針對中小企業的金融援助方面有幾點方案：一是加強德國復興信貸銀行(KfW, Kreditanstalt für Wiederaufbau)與ERP基金對中小企業的援助。截至2010年止，德國復興信貸銀行與ERP基金總共對72,500家企業實施金融援助，主要援助的範圍在於新企業的創立與研發資金的需求。而2010年的援助金額達到了164億歐元，足足比2009年援助金額125歐元高出近三分之一，顯示中小企業對資金強烈需求的現象。因此德國聯邦經濟與科技部計畫持續推動此政策，並以新創中小企業為優先補助對象，以維持經濟成長的動力。二是鼓勵風險資本(Venture Capital)對中小企業的投入。針對高技術，發展前景良好的新設企業，藉由長期持有股權租稅減免的方式，鼓勵風險資本投資新設的德國企業，進一步鼓勵企業家創業精神的發展。

第 2 章 中小企業發展動向

2012 年受歐元區債務問題持續蔓延、美國經濟復甦緩慢，以及中國大陸經濟成長減緩，全球經濟成長力道疲弱，國際貿易成長趨緩，擠壓我國出口成長空間，台灣經濟及中小企業也受到波及。本章以中小企業主要觀察指標來瞭解，究竟 2012 年台灣中小企業的發展現況如何？

本章分 6 節，第 1 節中小企業整體經營情勢，主要以四項觀察指標（家數、銷售值、內銷值、出口值）作規模別、產業別及行業別觀察，並作歷年比較，另外，也觀察中小企業經營年數及經營組織型態，以及新設企業現況；第 2 節以中小企業相關指標觀察中小企業與地區發展之現況；第 3 節仍利用中小企業相關指標資料，瞭解女性企業經營現況；第 4 節藉由經濟部統計處 2012 年對製造業經營實況調查結果，瞭解製造業的經營相關情勢；第 5 節則針對中小企業研發經費作概括性瞭解。

本章中小企業家數、銷售統計資料來自財政部財稅資料中心營業稅徵收資料，為企業課稅資料，涵蓋查定課徵部分。由於營業稅籍資料無法提供員工人數，因此家數、銷售值係依據資本額與營業額作為中小企業認定標準，此項統計結果無法與主計總處工商普查調查結果的統計資料相互作比較。另外，以資本額與營業額作為中小企業認定標準時，可能發生下列情況：稍具規模企業（若依員工人數被認定為中小企業）在景氣暢旺時，營收狀況甚佳，營業額可能超過 1 億元，因而被認定為大企業；當景氣衰退時，營收狀況不佳，營業額滑落至 1 億元以下，又被認定為中小企業。所以應用本統計資料時，也需注意這些限制。本章各項指標之行業別、規模別、縣市別，以及製造業、婦女企業等統計資料，請參閱本書附錄 2 之中小企業統計各附表。

第 1 節 中小企業整體經營情勢

由財政部營業稅徵收資料統計結果，2012 年台灣中小企業，家數、銷售值、內銷值、出口值、就業及受僱人數均較 2011 年成長。中小企業計有 130 萬 6,729 家，占全體企業 97.67%；銷售值 11 兆 3,818 億元，占全部企業 30.23%；中小企業營收有 84.64%來自內銷；80.02%從事服務業；約有二分之一（50.60%）為批發及零售業；56.20%的中小企業採獨資經營；有 47.88%的中小企業經營超過 10 年。

一、中小企業家數結構現況及變動

(一) 2012年中小企業主要觀察指標均較2011年成長

2012年台灣整體經濟成長放緩，依營業稅徵收資料及行政院主計總處人力資源資料統計結果顯示，2012年台灣整體企業家數、就業及受僱人數等呈正成長，但銷售因出口表現不佳，呈負成長，主要係因大企業出口值衰退較大影響所致。（表2-1-1）

不過，中小企業各項指標值均較2011年增加，其中出口值在國際貿易成長趨緩，出口成長空間受擠壓之下，仍逆勢成長達5.95%。

表2-1-1 2011年及2012年企業家數、銷售值、就業及受僱人數規模別概況

單位：家；百萬元；千人；%

指標 規模別 年別	全部企業		中小企業		大企業	
	2011年	2012年	2011年	2012年	2011年	2012年
家數	1,310,791	1,337,890	1,279,784	1,306,729	31,007	31,161
比率	100.00	100.00	97.63	97.67	2.37	2.33
年增率	2.60	2.07	2.55	2.11	4.80	0.50
銷售值	37,881,681	37,649,075	11,226,933	11,381,770	26,654,748	26,267,306
比率	100.00	100.00	29.64	30.23	70.36	69.77
年增率	4.53	-0.61	4.84	1.38	4.40	-1.45
內銷值	27,754,779	27,797,659	9,576,948	9,633,690	18,177,832	18,163,970
比率	100.00	100.00	34.51	34.66	65.49	65.34
年增率	5.87	0.15	5.37	0.59	6.13	-0.08
出口值	10,126,901	9,851,416	1,649,985	1,748,080	8,476,916	8,103,336
比率	100.00	100.00	16.29	17.74	83.71	82.26
年增率	1.03	-2.72	1.85	5.95	0.87	-4.41
就業人數	10,709	10,860	8,337	8,484	1,334	1,349
比率	100.00	100.00	77.85	78.12	12.46	12.42
年增率	2.06	1.41	1.78	1.76	6.50	1.10
受僱人數	8,328	8,495	5,958	6,122	1,332	1,346
比率	100.00	100.00	71.54	72.06	15.99	15.85
年增率	2.77	2.01	2.64	2.74	6.58	1.07

附註：表中「全部企業」之就業人數及受僱人數及比率，尚包括受政府僱用的102.7萬人及其比率（政府僱用人數占就業人數9.46%、占全部受僱人數12.09%）。

資料來源：1.家數及銷售資料整理自財政部財稅資料中心，營業稅徵收原始資料，2011、2012年。

2.就業及受僱人數資料整理自行政院主計總處，《人力資源統計月報》原始資料，2011、2012年。

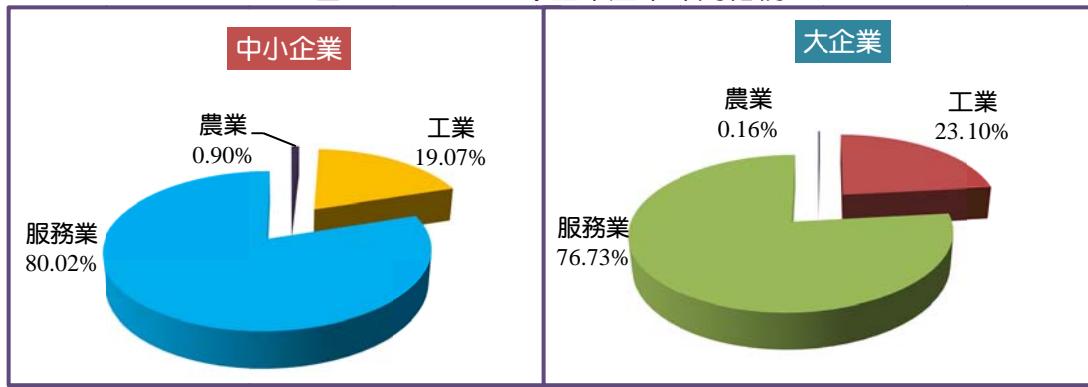
(二) 2012年中小企業家數創新高

2012年全部企業家數有133萬7,890家。其中，中小企業有130萬6,729家，占全部企業家數的97.67%，較2011年增加2萬6,945家或增加2.11%；大企業家數有3萬1,161家，占2.33%，較2011年增加0.50%。（表2-1-1）中小企業家數在2007年至2009年連續3年減少，自2010年起回升，2012年更創下歷年來最高紀錄。（表2-1-2）

(三) 中小型服務業部門家數占 8 成，但工業部門增幅高於服務業

按部門別觀察，2012年中小型服務業部門計104萬5,696家，占全部中小企業80.02%，較2011年增加2.1萬家或增2.02%；中小型工業部門有24萬9,216家，占19.07%，年增加2.46%，增幅相對高於服務業部門，因而所占比率微幅上升。（圖2-1-2）

圖 2-1-1 2012 年企業產業部門結構



資料來源：整理自財政部財稅資料中心，營業稅徵收原始資料，2012年。

觀察近年中小企業產業部門家數變動，自2010年起，工業部門家數所占比率有逐年增加趨勢，服務業部門反之，而農業部門所占比率變化不大。（表2-1-2）

表 2-1-2 2007 年至 2012 年中小企業產業部門概況

年別 項目別	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年
中小企業家數(家)	1,237,270	1,234,749	1,232,025	1,247,998	1,279,784	1,306,729
農業(%)	0.87	0.89	0.90	0.91	0.90	0.90
工業(%)	18.79	18.83	18.75	18.67	19.01	19.07
服務業(%)	80.33	80.28	80.24	80.42	80.09	80.02
中小企銷售值	10,481,910	10,462,696	9,189,463	10,709,005	11,226,933	11,381,770
農業(%)	0.15	0.16	0.18	0.17	0.16	0.18
工業(%)	50.04	50.09	45.85	49.41	50.13	50.13
服務業(%)	49.81	49.75	53.96	50.42	49.70	49.69
中小企內銷值	8,842,983	8,817,989	7,873,111	9,088,972	9,567,948	9,633,690
農業(%)	0.16	0.16	0.19	0.18	0.17	0.19
工業(%)	46.14	46.05	42.35	45.47	46.28	45.65
服務業(%)	53.71	53.79	57.46	54.36	53.55	54.16
中小企出口值	1,638,927	1,644,707	1,316,352	1,620,033	1,649,985	1,748,080
農業(%)	0.11	0.11	0.15	0.14	0.12	0.10
工業(%)	71.09	71.77	66.82	71.52	72.50	74.82
服務業(%)	28.79	28.12	33.03	28.34	27.38	25.08

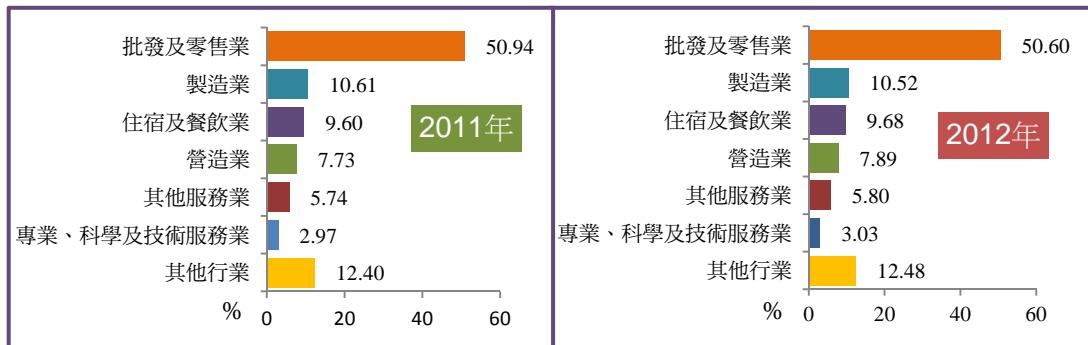
資料來源：整理自財政部財稅資料中心，營業稅徵收原始資料，2007年至2012年。

（四）2012年有5成以上中小企業經營批發及零售業

按行業別觀察，2012年中小企業以經營批發及零售業家數最多，計66萬1,201家，占全部中小企業50.60%，製造業13萬7,436家居次，僅占10.52%，住宿及餐飲業居第3，占9.68%。（圖2-1-2及附錄2附表8）

與2011年比較，由圖2-1-2資料顯示。中小企業家數最多的前6大行業不變，批發及零售業及製造業家數所占比率微降，其餘行業則增加。

圖2-1-2 2011年及2012年中小企業家數行業分布



資料來源：整理自財政部財稅資料中心，營業稅徵收原始資料，2012年。

二、中小企業銷售結構現況及變動

（一）2012年中小企業營收均較2011年成長，8成以上來自內銷

2012年全部企業銷售值新台幣37兆6,491億元。其中，中小企業銷售值為11兆3,818億元，占全部企業30.23%，較2011年增加1.38%；大企業銷售值為26兆2,673億元，占69.77%，較2011年減少1.45%。（表2-1-1）

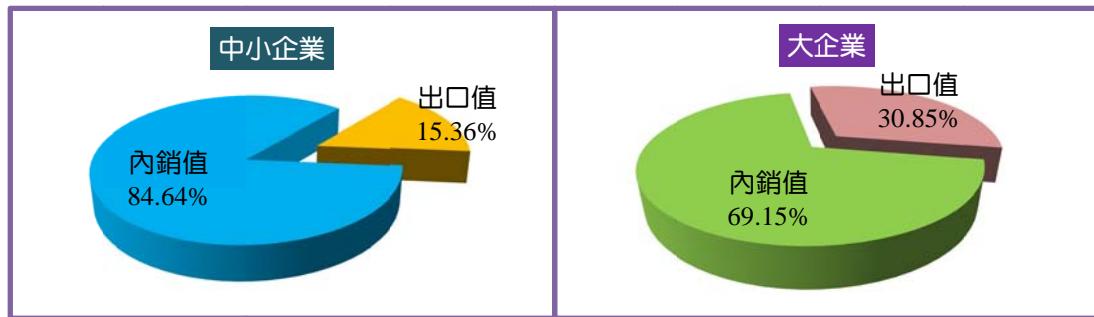
2012年全部企業內銷值有27兆7,977億元，其中，中小企業為9兆6,337億元，占全體企業34.66%，較2011年增加0.59%，大企業內銷值為18兆1,640，占65.34%，較2011年減0.08%。（表2-1-1）

2012年全部企業出口值有9兆8,514億元，其中，中小企業為1兆7,481億元，占全體企業17.74%，較2011年增加5.95%，大企業出口值為8兆1,033億元，占82.26%，較2011年減4.41%。（表2-1-1）

2012年中小企業銷售值中，內銷值占84.64%，出口值僅占15.36%。（圖2-1-3）即中小企業的營收主要來自內銷；（圖2-1-3）大企業的銷售值中，出口值占30.85%。顯見大企業已為我國外銷的主體，早期中小企業因採勞力密集的生產方式，充分發揮比較利

益，成功開發出口市場，對促進經濟成長有重大貢獻；近年來中小企業進行對外投資，導致生產外移，因而降低出口比率，而使台灣的「中小主外，大主內」的結構逐漸改變，現在大企業與中小企業已調整為合作模式、上下游關係。

圖 2-1-3 2012 年企業內外銷比率

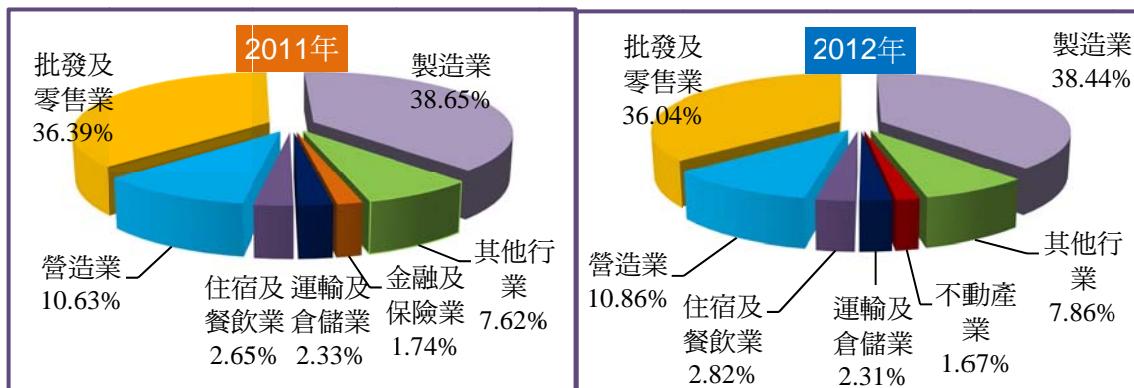


資料來源：整理自財政部財稅資料中心，營業稅徵收原始資料，2012 年。

（二）製造業及批發零售業銷售值占比最高，但較 2011 年微減

由圖 2-1-4 資料顯示，2012 年中小企業銷售值以製造業 4 兆 3,755 億元或占 38.44% 居冠，批發及零售業 4 兆 1,024 億元(占 36.04%)居次，營造業 1 兆 2,355 億元(占 10.86%)居第 3；與 2011 年比較，製造業、批發及零售業所占比率下滑，而營造業則增加，另外，在 2011 年居第 5 位的金融保險業，在 2012 年由不動產業所取代。

圖 2-1-4 2011 年及 2012 年中小企業銷售值行業分布



資料來源：整理自財政部財稅資料中心，營業稅徵收原始資料，2011 年及 2012 年。

（三）中小企業出口貢獻及出口傾向增加

2012 年，中小企業出口金額占全部企業出口總額比率（出口貢獻 = 中小企業出口值／全體企業出口值 × 100%）為 17.74%，較 2011 年增加 1.45 個百分點，也為近 6 年來最高。由表 2-1-3 資料顯示，出口貢獻在 2010 年降至最低，隨後則逐年上升。

2012 年中小企業出口金額占整體中小企業銷售值的比率（出口傾向=中小企業出口值／中小企業銷售值比率），2012 年為 15.36%。較 2011 年增加 0.66 個百分點，為近 4 年來新高。（表 2-1-3）

表 2-1-3 2007 年至 2012 年中小企業家數及銷售值變動概況

單位：家；百萬元；%

指標 \ 年別	2007 年	2008 年	2009 年	2010 年	2011 年	2012 年
家 數	1,237,270	1,234,749	1,232,025	1,247,998	1,279,784	1,306,729
比 率	97.63	97.70	97.91	97.68	97.63	97.67
年增率	-0.55	-0.20	-0.22	1.30	2.55	2.11
銷 售 值	10,481,910	10,462,696	9,189,463	10,709,005	11,226,933	11,381,770
比 率	28.34	29.69	30.65	29.55	29.64	30.23
年增率	2.35	-0.18	-12.17	16.54	4.84	1.38
內 銷 值	8,842,983	8,817,989	7,873,111	9,088,972	9,567,948	9,633,690
比 率	32.49	34.23	35.50	34.67	34.51	34.66
年增率	1.89	-0.28	-10.72	15.44	5.37	0.59
出 口 值	1,638,927	1,644,707	1,316,352	1,620,033	1,649,985	1,748,080
比率(出口貢獻)	17.06	17.36	16.87	16.16	16.29	17.74
出口傾向	15.64	15.72	14.32	15.13	14.70	15.36
年增率	4.91	0.35	-19.96	23.01	1.85	5.95

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 2012 年較 2011 年增加比率。

2.出口貢獻=（中小企業出口值／全體企業出口值）×100%；

3.出口傾向=（中小企業出口值／中小企業銷售值比率）×100%。

資料來源：整理自財政部財稅資料中心，營業稅徵收原始資料，2007 年至 2012 年。

（四）2007 年至 2009 年中小企業家數負成長，之後 3 年中小企業家數屢創新高、銷售也逐年增加

觀察近 6 年中小企業家數、銷售變動情形，2008 年及 2009 年受到金融海嘯影響，大都呈負成長，尤以 2009 年降幅最大，但自 2010 年，隨著經濟景氣強勢反彈，銷售值、內銷值及出口值都有 1 成 5 以上的成長；2011 年及 2012 年持續成長，因比較基期較高，成長幅度縮小，但年年創新高紀錄。（表 2-1-3）

三、2012 年新設企業

2012 年新設企業絕大部分為中小企業(占 99.79%)，且以服務業家數最多(占 85.19%)，有 94.28% 的營收來自國內銷售。

(一) 2012 年新設企業絕大部分為中小企業，營收主要來自內銷

2012 年新設企業（指經營未滿 1 年）有 9 萬 6,153 家，其中 99.79%為中小企業，計有 9 萬 5,954 家。新設中小企業銷售值 1,779 億元，占全部新設企業 75.54%；銷售值中內銷值占 94.28%，出口值僅占 5.72%，顯示，新設企業以中小企業為主，而新設中小企業營收主要來自國內銷售。（圖 2-1-5、表 2-1-4 及附錄 2 附表 9）

(二) 新設中小企業家數占全部中小企業 7.34%，但對整體中小企業營收貢獻不大

由圖 2-1-5 觀察，2012 年新設中小企業在整體中小企業中所扮演的角色，新設中小企業家數、銷售值、內銷值及出口值占全部中小企業比率，分別為 7.34%、1.56%、1.74% 及 0.58%。顯示新設中小企業除家數外，對中小企業整體營收的貢獻度不高。

圖 2-1-5 2012 年新設中小企業家數及銷售比率



資料來源：整理自財政部財稅資料中心，營業稅徵收原始資料，2012 年。

(三) 新設中小企業有 8 成 5 從事服務業，也是營收的主要來源

以產業部門別觀察，2012 年新設中小企業以服務業家數計有 8 萬 1,739 家，占全部新設中小企業 85.19%。而服務業的銷售值、內銷值及出口值占整新設中小企業都在 5 成以上。顯示，新設中小企業仍以服務業為主。（表 2-1-4）

表 2-1-4 2012 年新設中小企業家數及銷售之產業部門概況

單位：家：百萬元；%

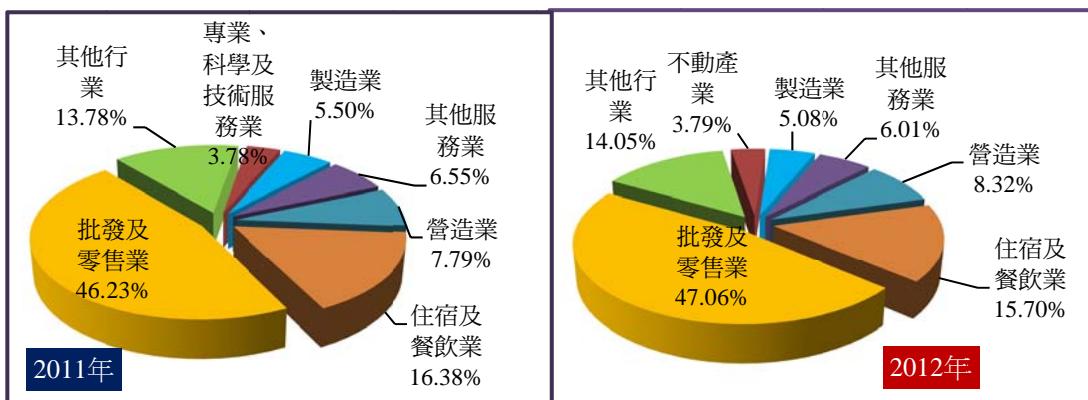
產業部門	指標	家 數	結構比	銷售值	結構比	內銷值	結構比	出口值	結構比
總 計		95,954	100.00	177,861	100.00	167,679	100.00	10,183	100.00
農 業		702	0.73	456	0.26	438	0.26	17	0.17
工 業		13,513	14.08	46,363	26.07	41,793	24.92	4,570	44.88
服務業		81,739	85.19	131,042	73.68	125,448	74.81	5,595	54.94

資料來源：整理自財政部財稅資料中心，營業稅徵收原始資料，2012 年。

（四）新設中小企業超過 4 成 7 為批發及零售業

以行業觀察，2012 年新設中小企業家數以批發及零售業所占比率最高，住宿及餐飲業、營造業居 2、3。與 2011 年比較，批發及零售業、營造業、不動產業的家數所占比率增加，而住宿及餐飲業、其他服務業、製造業家數減少；專業、科學及技術服務業家數所占比率在 2011 年居第 6 位，在 2012 年為不動產業所取代。（圖 2-1-6）

圖 2-1-6 2011 年及 2012 年新設中小企業家數之行業分布



資料來源：整理自財政部財稅資料中心，營業稅徵收原始資料，2011 年及 2012 年。

四、中小企業經營年數及組織型態

（一）經營超過 20 年以上的中小企業比率持續增加

以經營年數觀察，2012 年經營未滿 1 年（新設）的中小企業家數占 7.34%，超過 5 年以上占 69.41%，超過 10 年者占 47.88%；大企業經營未滿 1 年家數僅占全部大企業的 0.64%，超過 5 年以上占 89.34%，經營超過 10 年者占全部大企業的 71.77%。顯見，中小企業保有比大企業更具彈性進出市場的特色，但仍有將近 4 成 8 的中小企業穩固經營超過 10 年。以時間序列觀察中小企業經營年數比率變化，經營年數超過 20 年者，持續增加，顯示中小企業經營體質及穩定性逐漸提高。（表 2-1-5）

（二）中小企業以採獨資經營家數最多，比率超過半數

2012 年中小企業採獨資經營的有 73 萬 4,434 家，占 56.20% 最多；有限公司有 37 萬 3,964 家數（占 28.62%）次之；股份有限公司占 8.50% 居第 3。三者合占全部中小企業總家數比率高達 93.32%，其餘經營組織型態所占比率都相當低。（表 2-1-6）

表 2-1-5 2008 年至 2012 年中小企業家數及比率－按經營年數

單位：家；%

年別 經營年數	2008 年	2009 年	2010 年	2011 年	2012 年	
					中小企業	大企業
全部中小企業家數	1,234,749	1,232,025	1,247,998	1,279,784	1,306,729	31,161
未滿 1 年	6.99	7.19	7.50	7.78	7.34	0.64
1-2 年	7.25	6.76	6.95	7.20	7.44	1.99
2-3 年	7.34	6.16	5.75	5.88	6.15	2.43
3-4 年	7.08	6.45	5.38	5.04	5.14	2.89
4-5 年	5.61	6.33	5.75	4.79	4.51	2.71
5-10 年	20.64	21.01	21.95	22.30	21.53	17.57
10-20 年	24.63	25.10	25.33	25.05	24.93	34.01
20 年以上	20.47	21.02	21.39	21.96	22.95	37.76

資料來源：整理自財政部財稅資料中心，歷年營業稅徵收原始資料。

表 2-1-6 2011 年及 2012 年企業家數及比率－按經營組織型態

單位：家；%

年別 組織型態	2011 年				2012 年			
	中小企業	結構比	大企業	結構比	中小企業	結構比	大企業	結構比
總計	1,279,784	100.00	31,007	100.00	1,306,729	100.00	31,161	100.00
股份有限公司	109,465	8.55	17,340	55.92	111,014	8.50	17,362	55.72
有限公司	362,162	28.30	7,238	23.34	373,964	28.62	7,186	23.06
無限公司	50	0.00	2	0.01	58	0.00	2	0.01
兩合公司	10	0.00	1	0.00	17	0.00	1	0.00
合夥	21,948	1.71	86	0.28	23,176	1.77	102	0.33
獨資	725,885	56.72	175	0.56	734,434	56.20	162	0.52
外國公司	3,164	0.25	715	2.31	3,402	0.26	725	2.33
外國公司辦事處	93	0.01	19	0.06	100	0.01	16	0.05
分公司	30,854	2.41	2,988	9.64	31,882	2.44	3,094	9.93
其他	26,153	2.04	2,443	7.88	28,682	2.19	2,511	8.06

資料來源：整理自財政部財稅資料中心，營業稅徵收原始資料，2011 年及 2012 年。

大企業與中小企業的經營組織型態明顯不同，以股份有限公司占 55.72% 最高，有限公司（占 23.06%）次之，分公司（占 9.93%）居第 3，三者合占 88.71%。（表 2-1-6）

第 2 節 中小企業與區域發展

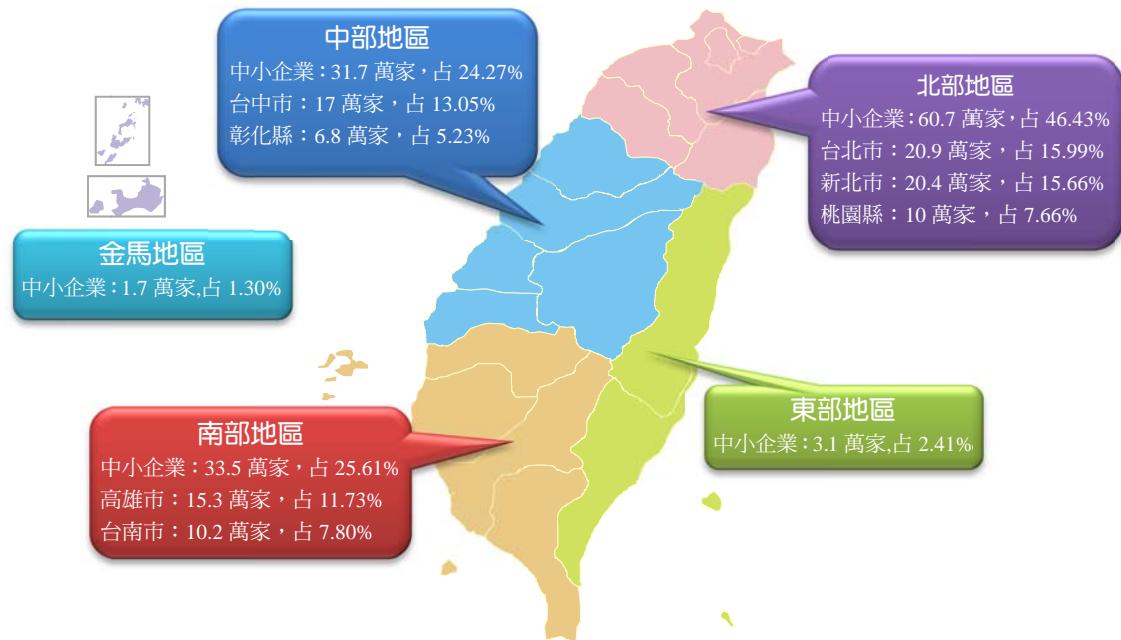
2012 年五個直轄市（以下簡稱五都）的家數、銷售值、就業人數分居全體縣市前 5 名；五都中小企業家數合計占全體縣市 64.23%、銷售值占 67.91%、就業人數占 60.81%。顯示，五都的中小企業在各地區經濟活動中具重要地位，並提供逾 6 成的工作機會。

一、區域、縣市家數分布

(一) 超過 4 成 6 的中小企業集中在北部地區

依地區別觀察，2012 年北部地區中小企業有 60 萬 6,649 家或占 46.43%；中部及南部地區分別占 24.27% 及 25.61%。（圖 2-2-1、附錄 2 附表 10）

圖 2-2-1 2012 年中小企業地區及主要縣市家數分布情形



附 註：北部地區包括：台北市、新北市、基隆市、宜蘭縣、桃園縣、新竹市、新竹縣；中部地區包括：苗栗縣、台中市、彰化縣、南投縣、雲林縣；南部地區包括：嘉義市、嘉義縣、臺南市、高雄市、屏東縣、澎湖縣；東部地區包括：花蓮縣、台東縣；金馬地區包括：金門縣、連江縣。

資料來源：整理自財政部財稅資料中心，營業稅徵收原始資料，2012 年。

(二) 五都中小企業家數分居全體縣市前 5 名，以台北市家數最多

按各縣市觀察，2012 年中小企業家數，以台北市的 20 萬 8,934 家或占 15.99% 居首；新北市 20 萬 4,638 家或占 15.66% 居次；台中市及高雄市分居第 3 及第 4（分別占 13.05% 及 11.73%）；五都之中小企業家數分居全體縣市前 5 名，其合計達 83 萬 9,267 家或 64.23%。（表 2-2-1）

與 2011 年比較，五都之中小企業家數均呈正成長，其中，以台中市增 2.51% 居首，新北市增 1.60% 居次，其餘依序為臺南市 1.47%、台北市 1.45%、高雄市 1.44%。（表 2-2-1）

表 2-2-1 2012 年五都企業家數－按規模別

單位：家；%

直轄市 規模別	總 計	五都合計	台北市	新北市	台中市	台南市	高雄市
全部企業	1,337,890	862,585	219,035	209,426	174,042	103,689	156,393
中小企業	1,306,729	839,267	208,934	204,638	170,565	101,864	153,266
比率	100.00	64.23	15.99	15.66	13.05	7.80	11.73
年增率	2.11	1.70	1.45	1.60	2.51	1.47	1.44
大企業	31,161	23,318	10,101	4,788	3,477	1,825	3,127

資料來源：整理自財政部財稅資料中心，營業稅徵收原始資料，2012 年。

（三）五都中小企業家數農業部門負成長，工業及服務業正成長

由按產業部門觀察，2012 年五都中小企業合計占農業部門、工業部門及服務業部門銷售值比率分別為 53.14%、62.85% 及 64.68%，足見五都在經濟活動中具重要地位。與 2011 年比較，農業部門家數，新北市及高雄市家數呈負成長，而台北市及台中市有 1 成以上的增幅；工業部門及服務業部門家數則都呈正成長。（表 2-2-2）

表 2-2-2 2012 年五都中小企業家數－按產業部門

直轄市 產業別	總 計	五都合計	台北市	新北市	台中市	台南市	高雄市
中小企業	1,306,729	839,267	208,934	204,638	170,565	101,864	153,266
農 業	11,817	6,279	323	1,032	361	310	4,253
結構比	100.00	53.14	2.73	8.73	3.05	2.62	35.99
年增率	2.14	-3.07	13.33	-20.00	12.11	3.68	-0.68
工 業	249,216	156,631	17,712	52,448	44,142	19,109	23,220
結構比	100.00	62.85	7.11	21.05	17.71	7.67	9.32
年增率	2.46	2.39	2.65	3.09	1.85	1.55	2.35
服務業	1,045,696	676,357	190,899	151,158	126,062	82,445	125,793
結構比	100.00	64.68	18.26	14.46	12.06	7.88	12.03
年增率	2.02	1.59	1.32	1.28	2.71	1.45	1.34

資料來源：整理自財政部財稅資料中心，營業稅徵收原始資料，2012 年。

（四）農林漁牧業比率以高雄市最高，台北市服務業家數最多

依行業別觀察，2012 年農林漁牧業以高雄市家數占 35.99% 最高，宜蘭及新北市分居第 2、3，分別占 18% 及 8.73%；工業部門以新北市家數占 21.05% 居首，其中，製造業占 22.84%、營造業占 19.40%；台北市因商業及金融等活動高度繁榮及企業總部的設置，致使服務業部門所占比率最高，而 10 大服務業中除運輸及倉儲業、其他服務業外，其餘均居各縣市之首，其中又以資訊及通訊傳播業（占 43.14%）、金融及保險業（占 40%）、不動產業（占 24.89%）、專業、科學及技術服務業（占 34.08%）、教育服務業（占 30.12%）、醫療保健業（占 27.52%）所占比率遠遠超過其他縣市。（表 2-2-2、附錄 2 附表 10）

二、縣市銷售值分布

(一) 中小企業銷售值縣市分布，以新北市比率最高，台北市次之

2012年中小企業銷售值，五都分居全體縣市前5名，新北市占16.38%最高、其餘依序為台北市（16.09%）、臺中市（13.82%）、高雄市（11.19%）及臺南市（10.43%）。合計約占全體中小企業6成8。與2011年比較，新北市及台中市中小企業銷售值減少，而臺南市則大幅成長15.07%。（表2-2-3）

表2-2-3 2012年五都企業銷售值－按規模別

單位：百萬元；%

直轄市 規模別	總計	五都合計	台北市	新北市	台中市	台南市	高雄市
全部企業	37,649,075	26,366,883	11,982,143	4,145,061	3,556,637	2,586,964	4,096,078
中小企業	11,381,770	7,729,424	1,831,630	1,864,643	1,572,794	1,186,776	1,273,581
比率	100.00	67.91	16.09	16.38	13.82	10.43	11.19
年增率	1.38	1.75	0.20	-0.52	-1.90	15.07	1.13
大企業	26,267,306	18,637,460	10,150,513	2,280,418	1,983,843	1,400,189	2,822,497

資料來源：整理自財政部財稅資料中心，營業稅徵收原始資料，2012年。

(二) 台南市工業部門銷售值大幅增加

依產業部門觀察，2012年在農業部門、工業部門及服務業部門銷售值居首的縣市分別為：高雄市占（31.56%）、新北市（16.10%）及台北市（24.49%）；而五都銷售值合計占農業部門、工業部門及服務業部門比率分別為58.74%、63.75%及72.14%。與2011年比較，五都的農業部門銷售值成長有限；新北市、台中市及高雄市的工業部門呈負成長，臺南市則大幅增加22.81%；而服務業部門僅台北市微幅下滑。（表2-2-4）

表2-2-4 2012年五都中小企業銷售值－按產業部門

單位：百萬元；%

直轄市 產業別	總計	五都總計	台北市	新北市	台中市	台南市	高雄市
中小企業	11,381,770	7,729,424	1,831,630	1,864,643	1,572,794	1,186,776	1,273,581
農業	19,966	11,729	1,670	1,175	1,171	1,413	6,300
結構比	100.00	58.74	8.36	5.88	5.86	7.08	31.56
年增率	0.01	0.02	0.03	0.01	0.01	0.00	0.03
工業	5,705,751	3,637,570	445,034	918,610	854,302	809,056	610,569
結構比	100.00	63.75	7.80	16.10	14.97	14.18	10.70
年增率	1.37	2.65	1.92	-2.07	-4.90	22.81	-0.21
服務業	5,656,052	4,080,124	1,384,926	944,858	717,322	376,307	656,711
結構比	100.00	72.14	24.49	16.71	12.68	6.65	11.61
年增率	1.36	0.93	-0.38	1.01	1.89	1.40	2.34

資料來源：整理自財政部財稅資料中心，營業稅徵收原始資料，2012年。

(三) 中小型製造業銷售值比率以臺南市最高，台中市次之

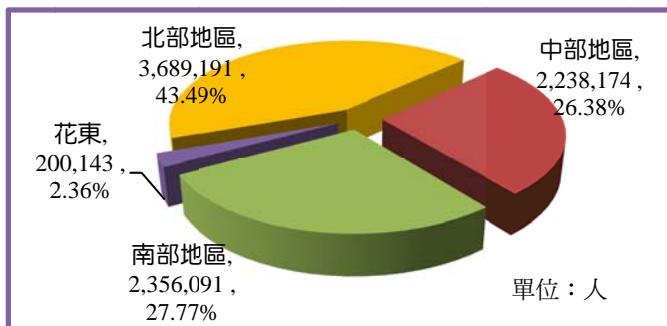
2012年銷售值最高的5大行業分別為製造業(占38.44%)、批發及零售業(占36.04%)、營造業(占10.86%)、住宿及餐飲業(2.82%)及運輸及倉儲業(2.31%)。(圖2-1-4)而這5大行業銷售值居前3位的縣市都在五都之中。其中，製造業銷售值以臺南市7,450億(占17.03%)居首，台中市(15.83%)次之，新北市(15.70%)再次之；批發零售業以台北市9,202億元(占22.43%)最高，新北市(占17.98%)和台中市(13.09%)分居2、3；營造業銷售值最高的前3位分別為台北市(18.42%)、新北市(17.79%)及高雄市(13.80%) (詳見附錄2附表11)

三、區域、縣市就業人數分布

(一) 中小企業就業人數超過4成3集中在北部地區

按地區別觀察，2012年北部地區中小企業就業人數計368萬9,191人或占43.49%，居各地區之冠，南部地區占27.77%居次，中部地區占26.38%第3。(圖2-2-2)

圖2-2-2 2012年區域就業人數分布



資料來源：整理自財政部財稅資料中心，營業稅徵收原始資料，2012年。

(二) 新北市就業人數占18.46%居各縣市之冠

按縣市別觀察，2012年中小企業就業人數，以新北市的156萬6,416人或占18.46%居首；台中市104萬4,475人或占12.31%居次；高雄市97萬8,977人或占11.54%居第3。5個直轄市之中小企業就業人數分居全體縣市前5名，合計達515萬8,853人或60.81% (表2-2-5)。顯示，五都的中小企業提供全體中小企業逾6成的工作機會。

與2011年比較，中小企業就業人數除新竹縣(-0.40%)、嘉義市(-0.36%)及嘉義縣(-0.23%)外，其餘縣市均為正成長(附錄2附表15)；五都之中小企業就業人數，增幅以新北市2.28%最高，台中市2.04%居次。(表2-2-5)

表 2-2-5 2012 年五都就業人數分布

單位：人；%

縣市 規模別	總計	五都合計	台北市	新北市	台中市	台南市	高雄市
全部企業	10,859,924	6,578,083	1,223,537	1,891,883	1,265,303	913,019	1,284,341
中小企業	8,483,599	5,158,853	855,175	1,566,416	1,044,475	713,811	978,977
比率	100.00	60.81	10.08	18.46	12.31	8.41	11.54
年增率	1.76	1.87	1.70	2.28	2.04	1.55	1.45
大企業	1,348,837	790,395	215,833	161,957	118,620	118,573	175,412
政府雇用	1,027,488	628,835	152,529	163,511	102,208	80,635	129,952

附 註：表中比率係指該直轄市中小企業家數（或銷售值、就業人數）占全部中小企業之百分比。

資料來源：整理自財政部財稅資料中心，營業稅徵收原始資料，2011 年。

第3節 女性企業經營現況

本節原始資料來自財政部財稅資料中心，該資料未區分企業負責人的性別，故僅以企業負責人身分證號碼的第 1 個阿拉伯數字作為判定性別依據。如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；至於部分企業以女性掛名負責人，但並未實際執行業務、或僅占很小股份等情形，因無法得知詳細資料，故並未排除該資料。因此本節男女企業合計數值，與本章第 1 節全體企業的總計數值不盡相符。

一、女性企業的家數占合計家數比率超過 3 成

2012 年可以區分企業負責人性別的企業家數總計有 132 萬 6,766 家。其中，女性企業家數有 47 萬 9,803 家，占合計家數 36.16%，比率超過三成，相較於 2011 年，家數增加 1 萬 1,250 家（或增 2.40%）。有高達 98.84% 的女性企業為中小企業（47 萬 4,237 家），亦即女性企業以中小企業為主。（表 2-3-1）

表 2-3-1 2012 年企業家數及銷售之規模別概況－按企業主性別

單位：家；百萬元；%

規 模 別 指 標	企 業 合 計	中 小 企 業	大 企 業
家數合計	1,326,766	1,297,573	29,193
女性企業	479,803	474,237	5,566
比 率 ¹	100.00	98.84	1.16
比 率 ²	36.16	36.55	19.07
男性企業	846,963	823,336	23,627
銷售值合計	33,784,736	10,991,814	22,792,921
女性企業	5,033,775	2,619,714	2,414,062
比 率 ¹	100.00	52.04	47.96
比 率 ²	14.90	23.83	10.59
男性企業	28,750,960	8,372,101	20,378,860

指標	規模別	企業合計	中小企業	大企業
內銷值合計		25,568,713	9,398,408	16,170,305
女性企業		4,191,330	2,365,181	1,826,149
比率 ¹		100.00	56.43	43.57
比率 ²		16.39	25.17	11.29
男性企業		21,377,383	7,033,227	14,344,156
出口值合計		8,216,023	1,593,407	6,622,616
女性企業		842,445	254,533	587,913
比率 ¹		100.00	30.21	69.79
比率 ²		10.25	15.97	8.88
男性企業		7,373,578	1,338,874	6,034,704

附註：1.表中女（男）性企業係指企業負責人登記為女（男）性者。
 2.表中各指標值合計與本章表 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.表中比率 1 為女性企業之中小企業（大企業）占全部女性企業之百分比；比率 2 為女性企業占男女合計企業之百分比。

資料來源：整理自財政部財稅資料中心，營業稅徵收原始資料，2012 年。

二、女性企業經營超過 10 年約占 4 成 6

2012 年女性企業經營未滿 1 年的家數占 7.66%，高於男性企業的 6.84%；女性企業經營超過 10 年的家數占 45.57%，但低於男性企業的 50.25%。（表 2-3-2）

表 2-3-2 2012 年企業家數－按經營年數及企業主性別

單位：家；%

經營年數	男女性企業合計		女性企業		男性企業	
	家數	結構比	家數	結構比	家數	結構比
合計	1,326,766	100.00	479,803	100.00	846,963	100.00
未滿一年	94,692	7.14	36,730	7.66	57,962	6.84
1~2 年	96,693	7.29	38,090	7.94	58,603	6.92
2~3 年	80,157	6.04	30,605	6.38	49,552	5.85
3~4 年	67,345	5.08	26,272	5.48	41,073	4.85
4~5 年	59,112	4.46	22,658	4.72	36,454	4.30
5~10 年	284,448	21.44	106,790	22.26	177,658	20.98
10~20 年	333,903	25.17	116,280	24.23	217,623	25.69
20 年以上	310,416	23.40	102,378	21.34	208,038	24.56

附註及資料來源：同表 2-3-1。

三、女性企業約有 6 成 3 為獨資經營

由表 2-3-3 顯示，2012 年女性與男性企業，均以獨資經營所占比率最高且都超過 5 成，分別為 62.91% 及 51.03%，其次是有限公司，分別為 26.28% 及 29.77%，股份有限公司再次之。女性企業採獨資經營比率相對高於男性企業；採有限公司及股份有限公司經營的比率，則略低於男性企業。（表 2-3-3）

表 2-3-3 2012 年企業組織型態家數－按企業主性別

單位：家；%

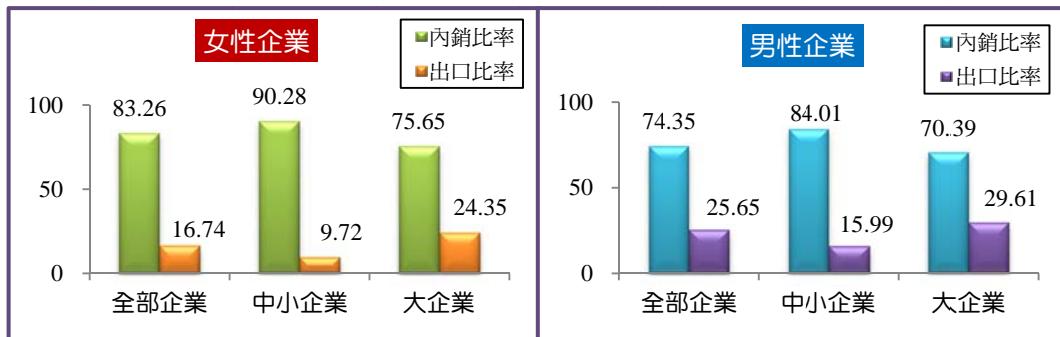
組織型態 企業主性別	男女性企業合計		女性企業		男性企業	
	家數	結構比	家數	結構比	家數	結構比
總計	1,326,766	100.00	479,803	100.00	846,963	100.00
股份有限公司	124,923	9.42	30,368	6.33	94,555	11.16
有限公司	378,261	28.51	126,104	26.28	252,157	29.77
無限公司	60	0.00	21	0.00	39	0.00
兩合公司	18	0.00	3	0.00	15	0.00
合夥	23,255	1.75	8,067	1.68	15,188	1.79
獨資	734,059	55.33	301,851	62.91	432,208	51.03
外國公司	2,259	0.17	783	0.16	1,476	0.17
外國公司辦事處	64	0.00	15	0.00	49	0.01
分公司	33,662	2.54	5,770	1.20	27,892	3.29
其他	30,205	2.28	6,821	1.42	23,384	2.76

附註及資料來源：同表 2-3-1。

四、女性企業比男性企業更傾向於內銷

由圖 2-3-14 資料顯示，無論企業規模或企業主性別，2012 年銷售值中皆以內銷所占比率最高；女性中小企業內銷比率高達 90.28%，比出口值所占比率高出 80.56 個百分點；男性中小企業內銷值 84.01%，較出口值（占 15.99%）高出 60.02 個百分點。顯示女性企業的營業收入較男性企業更依賴國內銷售。（圖 2-3-1）

圖 2-3-1 2012 年銷售值之內銷及出口比率－按企業主性別

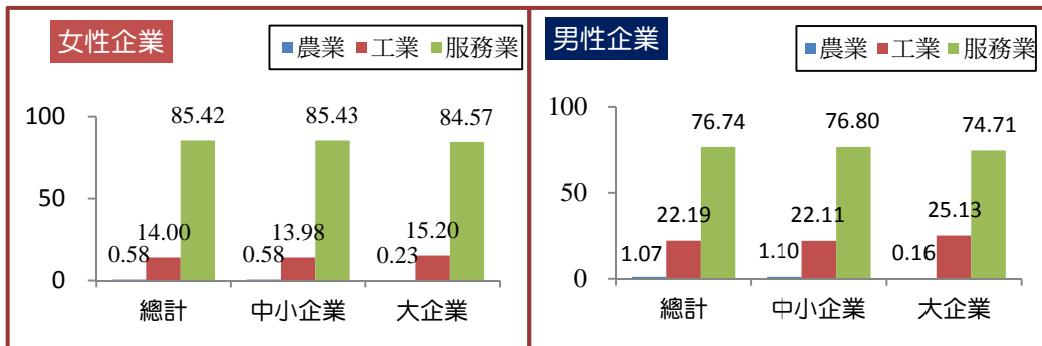


附註及資料來源：同表 2-3-1。

五、女性企業以服務業為大宗

觀察產業部門家數分布，男、女性企業無論企業規模，均以服務業家數所占比率最高，女性中小企業服務業比率超過 8 成 5，男性中小企業的服務業家數比率也有 7 成 7。（圖 2-3-2）

圖 2-3-2 2012 年企業家數產業部門比率－按企業主性別



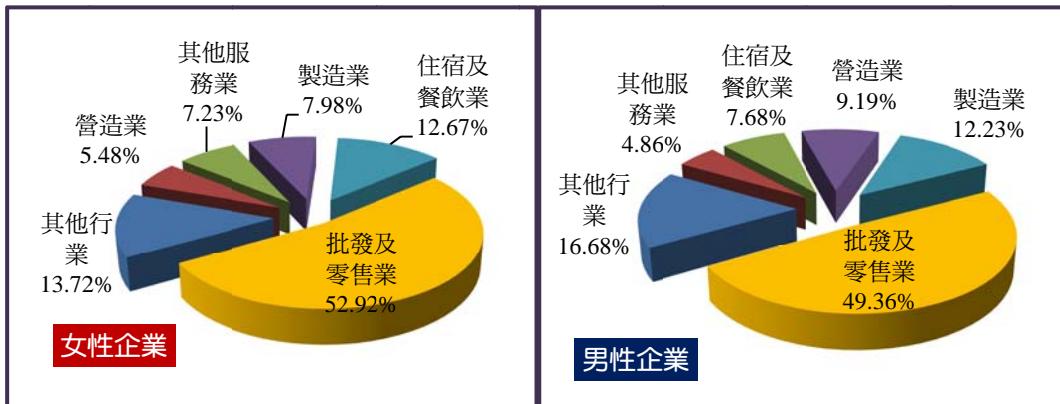
附註及資料來源：同表 2-3-1。

六、女性中小企業以批發及零售業為主

依行業別觀察，2012 年女性企業家數、銷售值、內銷值及出口值，均以批發零售業所占比率最高（分別為 52.92%、50.94%、48.11% 及 65.01%）。這些數據顯示，女性企業以經營批發零售業為主，也是主要營收來源。（附錄 2 附表 14）

2012 年女性企業家數最多前 5 大行業結構與男性企業不同，女行企業依序為：發及零售業（占 52.92%）、住宿餐飲業（占 12.67%）、製造業（占 7.98%）、其他服務業（占 7.23%）、營造業（占 5.48%）；男性企業家數行業前 5 大行業依序為：批發及零售業（占 49.36%）、製造業（占 12.23%）、營造業（占 9.19%）、住宿餐飲業（占 7.68%）、其他服務業（占 4.86%）。（圖 2-3-3）

圖 2-3-3 2012 年企業家數之行業分布－按企業主性別



附註及資料來源：同表 2-3-1。

第4節 中小型製造業經營情勢

為瞭解國內製造業在經營概況、外銷拓展動向、自有品牌發展情形，及貿易自由化之影響，本節摘錄及整理自經濟部統計處 2012 年 7 月辦理之「製造業經營實況調查」，而於同年 10 月出版之《製造業經營實況調查報告》統計資料。該調查家數計 3,070 家，回收有效樣本 2,887 家，回收率達 94.04%；企業規模區分：大型企業係指員工人數達 200 人（含）以上之企業；中型企業指員工人數 100 人至未滿 200 人之企業；小型企業指員工人數未滿 100 人之企業。

一、製造業的經營概況與動向

（一）預期 2012 年獲利較 2011 年增加的業者占 2 成 6

2012 年歐元區債務問題持續蔓延、美國經濟復甦緩慢，以及中國大陸經濟成長放緩，業者對於 2012 年獲利成長之看法較為悲觀，預期 2012 年獲利較 2011 年增加者占 25.74%，減少者達 44.02%，維持不變者占 30.24%，企業規模愈大者預期獲利的比率較高；整體製造業動向指數（預期增加家數之比率 + 0.5 × 預期持平家數之比率）為 40.86。大型企業之動向指數高於中、小型企業。（表 2-4-1）

表 2-4-1 預期 2012 年獲利較 2011 年增減情形

單位：%

項 目	總 計	大型企業	中 型 企 業	小 型 企 業
合 計	100.00	100.00	100.00	100.00
增 加	25.74	35.17	25.66	17.21
不 變	30.24	25.87	31.13	33.75
減 少	44.02	38.95	43.21	49.04
獲利動向指數	40.86	48.11	41.23	34.09

附 註：動向指數 = 預期增加家數之比率 + 0.5 × 預期持平家數之比率。

資料來源：經濟部統計處，《製造業經營實況調查報告》，2012 年。

（二）預期獲利增加之主因以「市場需求量擴張」最為顯著

預期 2012 年獲利會增加之主因，以「市場需求量擴張」（占 25.64%）最為顯著，惟較 2011 年調查下降 7.24 個百分點，其次為「新產品推出」（占 19.35%），較去年增加 4.42 個百分比，「產能擴充」（占 10.62%）再次之。不論企業規模或及行業別皆以「市場需求擴張」及「新產品推出」為 2012 年獲利增加的主因。（表 2-4-2）

表 2-4-2 預期 2012 年較 2011 年獲利增加之原因（加權）

單位：%

項 目	總 計		大型企業		中型企業		小 型 企 業	
	2011年 調 查	2012年 調 查						
市場需求量擴張	32.88	25.64	32.09	26.93	29.13	22.20	35.54	25.92
新產品推出	14.93	19.35	16.68	20.45	14.98	17.16	13.03	19.00
產能擴充	10.91	10.62	12.21	11.19	12.29	12.47	8.87	8.03
產品售價提高	10.52	6.09	11.97	5.09	10.43	5.38	9.02	8.58
行銷方式強化	8.18	8.02	7.82	7.35	10.43	9.04	7.47	8.49
管銷費用降低	4.23	5.74	3.96	4.90	3.82	6.86	4.71	6.46
產品不良率降低	3.40	3.61	2.87	3.17	2.38	3.89	4.46	4.24
原物料成本降低	4.19	6.98	3.44	7.20	3.82	7.44	5.16	6.18
配銷推路增加	4.37	5.37	3.02	5.38	5.27	6.29	5.36	4.61
自有品牌受到好評	3.97	3.59	3.35	3.22	4.96	4.12	4.16	3.87
匯率變動	1.20	2.67	1.18	2.50	0.93	3.20	1.35	2.58
其 他	1.22	2.33	1.41	2.64	1.55	1.95	0.85	2.03

附 註：本表採用加權比率法統計，係由各項目之重要程度分數值除以全部回答業者分數總值計算之。最主要為 3 分，次要為 2 分，再次要為 1 分。

資料來源：經濟部統計處，《製造業經營實況調查報告》，2012 年。

觀察近 2 年獲利增加之原因，2012 年市場需求量擴張比率明顯下滑，而新產品推出則是明顯增加。

（三）預期獲利萎縮原因以「市場需求量萎縮」為首

預期 2012 年獲利減少的前 5 大原因，以「市場需求量萎縮」占 39.75% 為首，較 2011 年調查增加 13.41 個百分點，顯示受到全球景氣不佳的衝擊，業者 2012 年的出貨量較為保守。獲利減少其他原因依序為「原物料成本上漲」（占 21.78%）、「產品售價下滑」（占 16.00%）、「新競爭對手的加入」（5.88%）及「匯率變動」（5.38%）等。（表 2-4-3）

以企業規模別觀察，小型企業在「原物料成本上漲」（占 23.32%）的比率相對較大、中型企業高；大型企業受到產品售價下滑影響相對較大。

觀察近 2 年預期獲利萎縮之原因，2012 年「原物料成本上漲」的業者壓力明顯減輕，「市場需求量萎縮」比率無論企業規模都較 2011 年明顯上升。

表 2-4-3 預期 2012 年較 2011 年獲利減少之原因（加權）

單位：%

項 目	總 計		大型企業		中型企業		小型企業	
	2011年 調 查	2012年 調 查						
市場需求量萎縮	26.34	39.75	23.85	40.03	22.13	39.60	28.68	39.61
原物料成本上漲	30.01	21.78	27.00	19.93	29.78	21.35	31.46	23.32
產品售價下滑	13.32	16.00	16.66	17.84	14.04	16.05	11.57	14.65
匯率變動	11.79	5.38	15.56	4.95	14.61	6.13	9.25	5.35
新競爭對手的加入	5.29	5.88	5.21	5.46	5.73	6.75	5.20	5.78
管銷費用增加	5.01	3.64	4.39	3.41	5.28	3.17	5.23	4.01
產品替代性高	2.07	1.47	1.51	1.41	2.47	1.52	2.22	1.49
配銷通路減少	1.14	1.11	0.27	0.85	0.79	0.90	1.65	1.40
設備耗損、產能降低	1.40	1.08	1.23	0.98	1.24	1.24	1.52	1.09
產品生命週期縮短	1.11	1.31	0.96	1.66	1.46	0.48	1.08	1.43
其 他	2.52	2.60	3.36	3.46	2.47	2.82	2.15	1.87

附註及資料來源：同表 2-4-2。

（四）對於 2013 年國內事業之經營策略傾向於維持現狀

根據 2012 年調查顯示，有逾 1 成 5 的業者對於 2013 年國內事業之經營策略趨向於擴大現有規模，且企業規模愈大者愈顯著，大型企業（占 21.92%）明顯高於中型企業（占 15.56%）及小型企業（占 8.86%）。（表 2-4-4）

表 2-4-4 對 2013 年國內事業之經營策略

單位：%

規 模 別/年 別 問 項	總 計		大型企業		中型企業		小型企業	
	2011 年	2012 年						
擴大現有規模	18.05	15.17	32.21	21.92	20.04	15.56	10.33	8.86
維持現有規模	78.43	81.02	66.71	76.34	78.17	80.46	84.44	85.55
縮小現有規模	3.52	3.81	1.08	1.75	1.78	3.97	5.23	5.60

資料來源：經濟部統計處，《製造業經營實況調查報告》，2012 年。

不過，若與 2011 年調查比較，則企業經營相對趨於保守，無論企業規模，維持現有規模比率增加，縮小現有規模比率也微升。

二、拓展外銷

（一）在外銷市場上所面臨主要困境為同業競爭與匯率波動衝擊

根據 2012 年調查，在外銷市場上面臨之主要困境為「同業競爭激烈」、「匯率波動太大」，分占 39.96%、22.42%，明顯高於其他選項，其餘依序為：「關稅的不平等待遇」、「外銷拓展人才缺乏」、「行銷通路未完備」、「市場資訊不足」等；與 2011

年相較，受「匯率波動太大」影響者減少 9.72 個百分點，而面臨「關稅的不平等待遇」則上升 2.25 個百分點。依企業規模別觀察，大型企業的同業競爭激烈比率高於中、小型企業，但受匯率波動太大影響比率則較中、小型企業小。（表 2-4-5）

表 2-4-5 最主要外銷市場上所面臨之困境（加權）

單位：%

項 目	總 計		大型企業		中型企業		小 型 企 業	
	2011年 調 查	2012年 調 查						
同業競爭激烈	38.27	39.96	39.11	41.49	35.43	37.43	38.76	39.82
匯率波動太大	32.14	22.42	31.83	21.52	33.26	24.69	31.93	22.09
關稅的不平等待遇	4.56	6.81	5.41	7.36	4.72	7.35	3.78	6.00
外銷拓展人才缺乏	5.62	6.65	4.97	6.03	5.84	6.56	6.08	7.29
行銷通路未完備	5.90	6.44	5.79	6.41	6.62	5.93	5.69	6.74
市場資訊不足	4.14	4.86	4.16	4.87	4.35	5.26	4.04	4.63
環保要求嚴苛	2.04	2.59	1.58	2.52	2.83	2.31	2.08	2.80
產品遭仿冒	1.72	2.28	1.23	1.94	1.39	2.12	2.27	2.67
資金調度不易	1.51	1.30	1.14	1.17	1.48	1.27	1.82	1.43
檢驗、檢疫標準趨嚴或時間過長	1.28	2.29	1.16	2.45	1.85	1.93	1.15	2.32
當地保護主義阻撓	1.27	1.74	1.99	2.03	0.74	1.74	0.91	1.47
其 他	1.54	2.67	1.63	2.19	1.48	3.39	1.49	2.74

附註及資料來源：同表 2-4-2。

（二）中國大陸為我國企業最大外銷市場

根據 2012 年的調查，有逾 2 成 8 的製造業者主要外銷市場為中國大陸，其餘海外市場依序為：北美（占 21.05%）、歐洲（占 15.05%）、東協（占 11.79%）、日本（占 11.18%）、南韓（占 3.13%）等。無論企業規模大小，皆以中國大陸市場為主要外銷市場，業者比率介於 25%~29% 之間，北美、歐洲市場分居 2、3。（表 2-4-6）

（三）陸系企業成為我國業者在外銷市場首要競爭對手

根據 2012 年的調查，在外銷市場主要競爭對手為中國大陸系（簡稱陸系）企業（占 27.46%）與國內同業（占 24.71%），前者由 2011 年之第 2 位取代國內同業，躍居第 1 位，且比率上升。其餘依序為：海外台商（占 13.96%）、日系企業（占 9.56%）、韓系企業（占 9.01%）及美系企業（占 6.54%）等。（表 2-4-7）

依企業規模觀察，僅大型企業視國內同業為首要競爭對手，中、小型企業均以陸系企業為強勁競爭。小型企業在外銷市場上，受到陸系企業、國內同業、海外台商之競爭程度，明顯高於中、大型企業；中型企業遭受美系及歐系企業的威脅較顯著；而大型企業則是受日系、韓系競爭的程度較大。（表 2-4-7）

表 2-4-6 主要外銷市場（加權）

單位：%

項 目	總 計		大型企業		中型企業		小型企業	
	2011年 調 查	2012年 調 查						
中國（含港澳）	25.27	27.93	28.50	28.31	25.49	25.61	23.06	28.83
北美（美加墨）	16.37	21.05	21.65	23.04	18.47	22.19	12.18	18.37
歐 洲	11.95	15.05	13.51	14.63	14.51	17.54	10.06	14.12
東 協	9.65	11.79	10.82	10.59	10.72	10.92	8.52	13.50
日 本	9.48	11.18	10.82	11.40	12.37	11.95	7.62	10.51
韓 國	2.46	3.13	3.51	3.63	2.44	2.70	1.78	2.85
中 南 美	1.98	2.62	2.09	2.39	2.44	2.67	1.75	2.83
中 東	1.48	2.17	1.27	1.89	1.70	1.64	1.54	2.74
紐西蘭、澳大利亞	1.60	1.85	1.40	1.66	2.31	2.27	1.48	1.82
印 度	1.40	1.47	1.22	1.00	1.00	1.40	1.66	1.99
其他國家	1.48	1.76	1.93	1.45	1.35	1.12	1.22	2.44

附註及資料來源：同表 2-4-2。

表 2-4-7 外銷市場之競爭對手（加權）

單位：%

項 目	總 計		大型企業		中型企業		小型企業	
	2011年 調 查	2012年 調 查						
陸系企業	26.43	27.46	22.35	24.12	25.64	27.13	30.33	30.96
國內同業	27.14	24.71	24.98	24.20	24.26	23.23	30.27	26.00
海外台商	15.41	13.96	12.84	11.89	16.04	13.88	17.40	16.06
日系企業	9.71	9.56	12.60	11.80	11.47	9.68	6.43	7.26
韓系企業	8.54	9.01	11.42	11.60	7.97	7.60	6.26	7.18
美系企業	5.56	6.54	7.47	7.82	6.30	7.90	3.58	4.55
歐系企業	3.81	4.95	4.34	5.19	4.82	6.68	2.91	3.79
東協系企業	2.75	2.65	3.30	2.43	2.71	3.17	2.30	2.59
其他國家	0.65	1.16	0.72	0.94	0.79	0.73	0.53	1.60

附註及資料來源：同表 2-4-2。

與 2011 年調查比較，中型企業受到國內同業、海外台商及日系企業競爭比率減少，但受到美系、歐系及東協企業等競爭比率增加；小型企業則受到日系、韓系極美系企業競爭比率增加。（表 2-4-7）

（四）中小企業在內銷市場上主要競爭對手為國內同業

根據 2012 年調查，在內銷市場的競爭對手中，56.20%以國內同業為主，陸系企業次之（13.20%），海外台商再次之（9.49%），日系企業及韓系企業分別為第 4、5 位。整體而言，我國製造業在內銷及外銷市場上除面對國內同業競爭外，最主要的競爭對手為陸系企業，其次為海外台商。中小型企業的競爭對手陸系企業及海外台商所占比率高於大企業。（表 2-4-8）

表 2-4-8 內銷市場之競爭對手（加權）

單位：%

項 目	總 計		大型企業		中型企業		小型企業	
	2011年 調 查	2012年 調 查						
國內同業	60.68	56.20	54.25	54.94	58.38	55.34	65.14	57.98
中國大陸系企業	12.28	13.20	9.93	11.12	11.19	13.63	13.99	15.15
海外台商	9.69	9.49	8.18	7.83	9.70	9.56	10.58	11.18
日系企業	7.37	8.53	11.49	10.89	9.59	8.33	4.30	6.18
韓系企業	4.36	4.81	7.68	6.43	4.49	4.14	2.39	3.47
美系企業	2.84	3.70	4.82	4.49	3.30	4.26	1.54	2.58
歐系企業	1.54	2.08	2.46	2.46	1.70	2.47	0.95	1.47
東協系企業	0.72	0.75	0.85	0.89	0.98	0.80	0.57	0.59
其他國家	0.51	1.24	0.34	0.95	0.67	1.47	0.56	1.41

附註及資料來源：同表 2-4-2。

（五）品質、信譽、掌握固定客戶群為業者勝出之三大關鍵因素

隨著經濟水平提升，消費者不再滿足購買較低價位產品，調查顯示，業者認為取得市場優勢的關鍵力以「產品品質佳」（占 28.10%）居首，且較 2011 年更顯重要，其次為「公司信譽良好」（占 13.90%）及「已掌握固定的客戶群」（占 10.33%）。顯示企業競爭優勢除著重品質搭配良好信譽外，在國際競爭日趨激烈現況下，新客戶開發難度偏高，抓住舊有客戶亦是保有優勢之穩健對策。（表 2-4-9）

表 2-4-9 企業取得市場優勢的關鍵能力（加權）

單位：%

項 目	總 計		大型企業		中型企業		小型企業	
	2011年 調 查	2012年 調 查						
產品品質佳	24.52	28.10	22.56	27.71	24.89	28.56	25.51	28.23
公司信譽良好	15.84	13.90	14.01	12.65	16.25	13.82	16.75	15.12
已掌握固定的客戶群	-	10.33	-	9.62	-	9.94	-	11.20
產品具獨特性	9.40	10.00	9.63	9.00	10.11	10.37	9.07	10.73
新產品開發能力強	6.06	7.42	9.50	9.65	6.30	7.13	4.07	5.46
交貨速度快	8.08	6.92	5.80	6.03	6.22	6.90	9.92	7.76
定價策略正確	6.31	5.21	5.17	5.02	5.32	4.66	7.23	5.67
售後服務佳	9.67	4.58	8.83	4.19	8.02	4.57	16.63	4.94
確實掌握市場變化及資訊	3.13	4.15	4.37	4.70	3.81	4.74	2.23	3.33
生產效率高	7.57	3.98	8.18	4.48	7.08	3.97	7.38	3.51
行銷通路廣	4.54	2.66	6.06	3.30	5.20	2.76	3.50	2.00
經營、管理能力優	4.18	2.42	5.46	3.40	6.22	2.24	2.86	1.60
其他	0.67	0.35	0.41	0.24	0.57	0.34	0.85	0.45

附 註：表中「-」記號係 2011 年該問項未做調查。

資料來源：同表 2-4-2。

依企業規模觀察，大型企業在「新產品開發能力強」、「生產效率高」、「行銷通路廣」、「經營、管理能力優」的競爭力較中、小型企業為佳；中型企業在「產品品質佳」及「確實掌握市場變化及資訊」相對較強；小型企業則在「公司信譽良好」「已掌握固定的客戶群」、「產品具獨特性」、「交貨速度快」、「定價策略正確」、「售後服務佳」等相對較具優勢。

與 2011 年相比，2012 年在「產品品質佳」、「產品具獨特性」、「新產品開發能力強」及「確實掌握市場變化及資訊」方面之比率提昇。顯示品質、創新、技術投入及迅速反應市場日趨重要。

三、貿易自由化之影響

（一）兩岸簽訂 ECFA 或與其他國家簽訂經貿協定對製造業國內投資皆呈正向展望

由於台灣經濟高度依賴對外貿易，面臨全球區域經濟整合趨勢，為避免貿易上不平等之關稅或非關稅障礙弱化台灣產品競爭力，台灣應善用 ECFA（經濟合作架構協議）優勢，儘速與其他國家簽訂經貿投資協議，創造出口利基，並帶動國內投資及就業。

依據 2012 年調查顯示，兩岸簽訂 ECFA 或與其他國家簽訂經貿協定，製造業對國內投資金額預期將增加投資者之比率皆逾 1 成，減少比率皆不超過 3%，使展望指標（增加比率－減少比率）分別為 8.21 及 11.01，顯示經貿協定有助國內投資增加。（表 2-4-10）

表 2-4-10 ECFA 及我國與其他國家簽訂經貿協定對國內投資之影響

單位：%

項目	2012 調查總計	大型企業	中型企業	小型企業
兩岸簽訂 ECFA（經濟合作架構協議）之影響				
合計	100.00	100.00	100.00	100.00
增加	10.50	13.54	10.76	7.60
無影響	87.22	84.53	87.09	89.72
減少	2.29	1.93	2.15	2.67
展望指標	8.21	11.61	8.61	4.93
如與其他國家簽訂經貿協定之影響				
合計	100.00	100.00	100.00	100.00
增加	12.12	15.29	14.07	8.27
無影響	86.77	83.79	84.93	90.39
減少	1.11	0.92	0.99	1.34
展望指標	11.01	14.37	13.08	6.93

附 註：展望指標 = 增加比率－減少比率

資料來源：同表 2-4-2。

按企業規模觀之，無論企業規模大小皆呈正向展望，且大型企業認為有利投資者之比率顯著高於中小企業，因而在各項展望指標皆優於中小型企業，致正向展望指標隨企業規模愈大愈顯著。

（二）歐韓、美韓 FTA 生效後對企業之「營業收入」、「國內投資規模」及「國外投資規模」產生不利衝擊

南韓為我國主要外貿競爭對手，其與歐盟、美國之 FTA 分別於 2011 年 7 月及 2012 年 3 月生效，此將加速全球區域整合及各國 FTA 簽訂效應，且影響將更深化及廣化對我國形成高度威脅。目前政府正積極推動台歐經濟合作協議（ECA）及台美 FTA，以持續強化拓銷力道，消除廠商在該等國家面臨之貿易及投資障礙，並對受創產業輔導升級，培育國際經貿人才，協助品牌發展，深化新興產業合作，協助轉進新興市場。

依據 2012 年調查顯示，歐韓、美韓 FTA 生效後，對國內企業「營業收入」產生減少影響之業者比率 14.37%，遠高於增加者所占比率 3.29%，顯示台灣產品在歐盟與美國市場之立足空間，受到南韓的侵蝕，對「國內投資規模」及「國外投資規模」亦為負向展望（分別為-3.91% 及 -2.18%）。（表 2-4-11）

表 2-4-11 南韓與歐盟、美國自由貿易協定生效之影響

單位：%

項 目	2012 年調查總計	大型企業	中型企業	小型企業
營業收入				
合 計	100.00	100.00	100.00	100.00
增 加	3.29	3.13	4.47	2.84
無影響	82.33	80.66	80.30	84.88
減 少	14.37	16.21	15.23	12.28
展望指標	-11.08	-13.08	-10.76	-9.44
國內投資規模				
合 計	100.00	100.00	100.00	100.00
增 加	1.49	1.29	2.32	1.25
無影響	93.11	92.82	92.55	93.65
減 少	5.40	5.89	5.13	5.10
展望指標	-3.91	-4.60	-2.81	-3.85
國外投資規模				
合 計	100.00	100.00	100.00	100.00
增 加	2.08	2.85	1.66	1.59
無影響	93.66	92.91	94.04	94.15
減 少	4.26	4.24	4.30	4.26
展望指標	-2.18	-1.39	-2.64	-2.67

附註及資料來源：同表 2-4-2。

按企業規模觀之，無論企業規模大小均在「營業收入」、「國內投資規模」及「國

外投資規模」呈負向展望。大型企業認為歐韓、美韓 FTA 生效後對「營業收入」、「國內投資規模」的減少比率皆較中、小型企業為高，負向展望指標分別為-13.08% 及-4.60% 最為顯著；「國外投資規模」則以中、小型企業負向展望指標（分別為-2.64% 及-2.67%），較大型企業明顯。

（三）「開發新外銷市場」、「降低生產經營成本」、「提高產品品質」為業者主要因應對策

製造業為因應歐韓、美韓 FTA 生效後對國內營運所產生的衝擊，有 18.52% 的業者以「開發新外銷市場」為主要因應措施，「降低生產經營成本」（占 14.60%）次之，「提高產品品質」（占 14.21%）再次之。另 16.39% 的業者不採取任何因應措施，其中以小型企業（占 18.15%）明顯較中、大型企業（占 14.57%、15.52%）高。（表 2-4-12）

表 2-4-12 歐韓、美韓簽署 FTA 所採取之因應策略—加權

項目	2012 年調查總計	大型企業	中型企業	小型企業	單位：%
開發新外銷市場	18.52	18.17	20.32	17.91	
不採取任何因應措施	16.39	15.52	14.57	18.15	
降低生產經營成本	14.60	15.52	14.31	13.87	
提高產品品質	14.21	12.94	13.59	15.74	
開發新產品	13.15	13.47	14.21	12.29	
產品差異化	6.08	7.28	5.55	5.24	
掌握關鍵核心技術	4.85	5.78	5.02	3.88	
強化產品行銷、品牌及服務	4.45	5.05	4.96	3.64	
經營多角化	4.04	3.23	4.00	4.81	
降低產品價格	2.24	1.47	2.23	2.98	
增加對韓、歐、美投資	1.19	1.27	1.05	1.19	
其他	0.29	0.31	0.20	0.31	

附註及資料來源：同表 2-4-2。

不論企業規模及行業別均以「開發新外銷市場」為主要因應措施外，其次大、中型企業採取「降低生產經營成本」為策略（分別占 15.52%、14.31%），小型企業則採取「提高產品品質」（占 15.74%）為策略。

（四）期待政府「協助拓展市場」及「改善國內投資環境」，以因應貿易自由化

在面臨區域整合之趨勢，有 17.95% 的業者最希望政府能「協助拓銷市場」來克服營運困境，「改善國內投資環境」（占 17.11%）次之、「協助創新研發」（占 10.77%）再次之，其餘依序為：「加速培育產業所需人才」（占 7.82%）、「優先與重要貿易國洽簽 FTA」（占 7.25%）、「協調主要貿易國降低貿易障礙」（占 7.05%）等。（表 2-4-13）

表 2-4-13 面臨區域整合之趨勢，期待政府採取之措施－加權

單位：%

項 目	2012 年調查總計	大型企業	中型企業	小型企業
協助拓銷市場	17.95	15.32	19.02	19.91
改善國內投資環境	17.11	17.27	15.33	17.9
協助創新研發	10.77	12.04	10.22	9.83
加速培育產業所需人才	7.82	8.73	7.34	7.20
優先與重要貿易國洽簽 FTA	7.25	8.50	7.76	5.78
協調主要貿易國降低貿易障礙	7.05	7.68	7.55	6.18
輔導產業升級	6.77	6.34	6.66	7.25
貿易金融優惠	5.07	3.67	5.50	6.18
出口退稅	4.63	3.84	4.99	5.19
放寬對外投資限制	4.14	4.70	3.18	4.11
盡快與中國大陸簽訂 ECFA 貨品貿易協議	4.06	5.07	4.70	2.76
扶助受衝擊之產業	3.49	3.72	3.21	3.42
鼓勵自創品牌	2.37	2.17	2.85	2.30
其 他	1.52	0.94	1.69	1.99

附註及資料來源：同表 2-4-2。

大型企業最希望政府「改善國內投資環境」（占 17.27%），以吸引資金回流及在台深耕；中、小型企業則最希望政府「協助拓銷市場」（分別占 19.02%、19.91%），以提升產品出口機會。

第 5 節 中小企業之創新研發經費投入概況

就企業創新研發投入而言，主要以研發經費作為指標，本節先就全國和企業部門研發經費投入加以探討。同時，為了瞭解我國海外投資事業的研發投入情形，利用經濟部投審會《2012 年對海外投資事業營運狀況調查》之原始資料加以整理分析，以對我國中小企業的研發投入狀況作概括性的了解。

一、全國和企業部門研發經費投入

(一) 全國研發經費

依據 2012 年版《科學技術統計要覽》的統計數據，我國在 2011 年的研發經費為新台幣 4,132.93 億元，較 2010 年的 3,949.6 億元增加 4.64%。各部門研發經費投入占整體比率依序為企業部門 72.7%、政府部門 15.1%，以及高等教育部門 11.9%；來自私人非營利部門的比率，僅有 0.3%。由表數據得知，企業部門一直是我國研發經費的主要來源。

(表 2-5-1)

表 2-5-1 2007 年至 2011 年全國研發經費—依執行部門別

單位：新台幣百萬元

項 目	2007 年	2008 年	2009 年	2010 年	2011
總 計	331,386	351,405	367,174	394,960	413,293
企業部門	229,126	248,363	257,405	282,546	300,358
政府部門	60,643	58,928	61,587	63,020	62,546
高等教育部門	40,400	42,905	46,823	47,970	48,978
私人非營利部門	1,218	1,209	1,359	1,424	1,410

資料來源：行政院國科會，《科學技術統計要覽》，2012 年。

（二）企業部門研發經費

依企業部門別區分，製造業占全體企業的研發經費最高，其投入之研發經費合計約為 2,790 億元，占整體企業研發經費比率達 92.89%；而服務業部門的研發經費占整體企業部門比率為 6.84%；其餘業別（電力及煤氣供應業、用水供應業、汙染整治業及營造業）合計僅占 0.27%。製造業（尤指高科技產品製造業）的研發經費遠高於其他業別，主要是因為其研發需求較高。

由歷年各執行部門的研發經費變動趨勢來看，企業部門研發經費有較大幅成長，由 2007 年的 2,291.26 億元增加至 2011 年的 3,003.58 億元，年平均增加 6.22%；而企業部門研發經費占全國研發經費的比率也是最高的，同期間由 69.1% 上升至 72.7%，是所有部門中增幅最大的。

若依企業員工數區分，可發現員工數小於 200 人的中小企業，其研發經費自 2008 年至 2010 年維持連 3 年增加，2008 年增 17.17%；2009 年增加 2.05%；2010 年又增加 4.46%；但 2011 年卻呈現減少，較 2010 年減少了 6.19%。大企業研發經費的投入自 2008 年至 2011 年連續 4 年都是正成長，2008 年成長 6.68%；2009 年成長 3.98%；2010 年成長 10.89%；2011 年成長 8.78%，當中除了 2008 年增幅小於中小企業外，其餘三年增幅皆大於中小企業。整體而言，企業的研發經費年年呈穩定成長的趨勢。（表 2-5-2）

表 2-5-2 2007 年至 2011 年企業部門執行研發經費—依規模別

單位：新台幣百萬元

項 目	2007 年	2008 年	2009 年	2010 年	2011 年
總 計	229,126	248,363	257,405	282,546	300,358
中小企業合計	37,437	43,864	44,764	46,759	43,865
0-99 人（員工數）	19,140	23,200	23,600	23,115	23,431
100-199 人（員工數）	18,297	20,664	21,164	23,644	20,434
大型企業合計	191,690	204,498	212,640	235,787	256,493
200-499 人（員工數）	31,614	36,039	35,401	38,530	40,889
≥ 500 人（員工數）	160,076	168,459	177,239	197,257	215,604

資料來源：行政院國科會，《科學技術統計要覽》，2012 年。

二、海外投資事業研發經費

（一）海外投資事業母公司研發支出

依據經濟部投審會《2012 年對海外投資事業營運狀況調查》（調查資料年度：2011 年）原始資料得知，2010 年海外投資事業母公司研發支出，大型企業平均研發支出約為 29,152 萬元，中小企業平均為 4,720 萬元，大型企業平均研發支出為小企業的 6.17 倍；而 2011 年海外投資事業母公司研發支出大型企業平均研發支出約為 43,898 萬元，為中小企業平均 13,623 萬元的 3.22 倍。整體而言大型及中小企業的平均研發支出都有顯著成長，中小企業尤其明顯。（表 2-5-3）

表 2-5-3 2011 年海外投資事業母公司研發支出

單位：家：萬元；%

規模別	填答家數	平均全年營業額	填答家數	平均全年研發支出總額	全年研發支出占全年營業額比率
大型企業	531	2,047,741.85	455	43,898.01	2.14
中小企業	243	174,812.29	135	13,623.04	7.79

附 註：1.全年研發支出佔全年營業額比率大企業統計家數 455 家，中小企業統計家數 135 家。

2.本表中之中小企業係指員工人數未滿 200 人者；大型企業則為員工人數 200 人及以上。

資料來源：經濟部投審會，《2012 年對海外投資事業營運狀況調查》之調查原始資料計算整理。

（二）海外投資事業研發經費的配置

若進一步就國內事業與海外事業加以區分，與 2010 年相較，大企業及中小企業研發經費的配置，依舊都是以國內事業為主，但大企業的比率從 96.09% 降至 82%；而中小企業的配置比率則維持相同水準，兩年分別為 86.14% 及 86.4%。由此可知，目前台灣企業的研發仍以台灣為中心，但與過去相較，大企業海外事業研發的比重有顯著增加。（表 2-5-4）

表 2-5-4 2010 年及 2011 年海內外投資事業母公司研發經費比率

單位：%

規模別	項 目	全年營業額比率		全年研發支出總額比率	
		2010 年	2011 年	2010 年	2011 年
大型企業	國內事業	67.54	58.26	96.09	82.00
	海外事業	32.46	41.74	3.91	18.00
中小企業	國內事業	68.84	67.79	86.14	86.40
	海外事業	31.16	32.21	13.86	13.60

附 註：1.全年營業額比率大企業填答家數 529 家，中小企業填答家數 230 家。

2.全年研發支出總額比率大企業填答家數 449 家，中小企業填答家數 133 家。

3.本表中之中小企業指員工人數未滿 200 人者；大型企業則為員工人數 200 人及以上。

資料來源：經濟部投審會，《2012 年對海外投資事業營運狀況調查》之調查原始資料計算整理。

第3章 中小企業的財務與資金融通

要想了解中小企業的現況與發展，財務分析是不可或缺的一環；藉由各項財務指標數據，即得以窺知企業的經營管理狀況。本章第1及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，僅能擷取財政部財稅資料中心2011年的營利事業所得稅申報資料，作為分析依據，故較其他章節的資料落後1年。第3節藉由觀察金融監督管理委員會調查數據的變化，審視中小企業與銀行間的互動情形。

第1節 中小企業整體財務分析

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，藉以了解整體中小企業財務結構。

一、中小企業資產配置

（一）流動資產明顯增加，應變能力提升

由表3-1-1可以得知，2011年大企業與中小企業流動資產比率均明顯增加，大企業增加7.93個百分點，為66.50%；中小企業增加7.37個百分點，為55.80%，中小企業短期償債能力明顯提升，且流動資產比率超過50%；再觀察現金項目比率，2011年大企業現金比率減少1.22個百分點，為22.44%，而中小企業現金比率則增加3.13個百分點，為20.77%。雖然2011年日本發生強震、歐洲主權債務危機擴大，加上新興市場國家如中國大陸等又逐步緊縮調控，台灣經濟也受到連帶影響，但整體而言，2011年景氣仍延續2010年的復甦，而中小企業隨著景氣復甦及操作靈活度高，應變能力明顯提升。

表3-1-1資料顯示，雖然經濟持續復甦中，但大企業的存貨比率增幅提高，2010年僅略為增加0.02個百分點，而2011年大企業存貨比率為8.21%，較2010年增加1個百分點；中小企業存貨比率在2011年轉為增加，2010年中小企業存貨比率為15.49%，較2009年減少0.08個百分點，2011年存貨比率為16.19%，較2010年增加0.7個百分點。可見在經濟復甦過程中，可能受到日本強震及歐洲主權債務危機延燒等影響，使得中小企業存貨略微增加。

表 3-1-1 2009 年至 2011 年共同比資產負債表

單位：%

規模別 項目	中小企業			大企業		
	2009 年	2010 年	2011 年	2009 年	2010 年	2011 年
流動資產	50.38	48.43	55.80	60.54	58.57	66.50
現金	20.14	17.64	20.77	23.88	23.66	22.44
應收款項	11.48	11.83	15.74	26.32	26.09	34.38
存貨	15.57	15.49	16.19	7.19	7.21	8.21
預付款項	1.34	1.46	1.36	0.45	0.47	0.52
其他流動資產	1.85	2.02	1.74	2.70	1.14	0.95
基金及長期投資	25.41	27.59	16.49	20.89	23.24	20.21
固定資產	21.00	20.75	25.10	14.13	13.91	10.76
土地及房屋	13.52	13.83	16.61	6.21	5.99	5.40
機械設備	6.35	5.69	7.22	7.09	6.82	4.70
其他固定資產	1.13	1.23	1.28	0.83	1.10	0.67
無形及其他資產	3.21	3.23	2.61	4.43	4.28	2.53
資產 = 負債+淨值	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
負債	55.87	56.47	55.09	73.57	73.83	73.34
流動負債	46.94	47.54	47.34	54.07	53.01	64.72
短期借款	12.07	12.29	12.66	37.64	35.32	46.03
應付款項	12.77	13.44	14.09	8.46	8.48	9.76
預收款項	3.91	3.84	4.31	3.99	3.92	4.31
其他流動負債	18.19	17.96	16.28	3.98	5.29	4.62
長期負債	7.22	7.39	6.46	9.40	13.04	5.14
長期借款	5.10	5.61	6.02	5.65	5.90	3.20
其他長期負債	2.12	1.79	0.45	3.75	7.15	1.95
其他負債	1.72	1.54	1.29	10.10	7.77	3.47
淨值	44.13	43.53	44.91	26.43	26.17	26.66

資料來源：整理自財政部營利事業所得稅申報原始資料。

觀察表 3-1-2、3-1-3 各大業別財務指標資料可見，18 大業別中，中小企業流動資產超過 50% 者，2011 年除了製造業、營造業、批發及零售業、運輸及倉儲業、專業、科學及技術服務業、支援服務業等 6 個業別與 2010 年相同外，尚增加礦業及土石採取業、用水供應及污染整治業、資訊及通訊傳播業、教育服務業等 4 個業別，共 10 個業別。其中資訊及通訊傳播業由 2010 年 19.98% 增加到 2011 年 63.76%，大幅提高 43.78 個百分點。用水供應及污染整治業、電力及燃氣供應業以及教育服務業，其流動資產增加超過 10 個百分點以上，僅製造業、不動產業、醫療保健及社會工作服務業等業別之流動資產下滑，可見 2011 年中小企業各業別短期應變能力普遍提升。

就中小企業現金比率來看，觀察表 3-1-2 並與 2010 年資料對照得知，2011 年 18 大

業別中，除了農林漁牧業、礦業及土石採取業、運輸及倉儲業、支援服務業等 4 個業別低於 2010 年外，其他 14 個業別包括製造業、電力及燃氣供應業、用水供應及污染整治業、營造業、批發及零售業、住宿及餐飲業、資訊及通訊傳播業、金融及保險業、不動產業、專業、科學及技術服務業、教育服務業、醫療保健及社會工作服務業、藝術、娛樂及休閒服務業、其他服務業現金比率均高於 2010 年；另外，18 大業別中，中小企業存貨比率低於 2010 年者有製造業、營造業、批發及零售業、運輸及倉儲業、不動產業、專業、科學及技術服務業、支援服務業、教育服務業、醫療保健及社會工作服務業等 10 個業別。在經濟持續復甦中，由現金比率與存貨比率的變化，可以發現以業別而言，多數中小企業短期應變能力較 2010 年提升。

表 3-1-2 2011 年各行業共同比資產負債表—中小企業

單位：%

行業別 項目	農林 漁牧業	礦業及 土石採 取業	製造業	電力及 燃氣供 應業	用水供應 及污染 整治業	營造業	批發及 零售業	運輸及 倉儲業	住宿及 餐飲業
流動資產	48.87	53.22	60.87	30.51	59.96	85.81	74.48	54.48	32.25
現金	16.23	15.93	18.37	15.11	28.23	22.96	25.37	27.25	19.00
應收款項	8.15	15.78	21.47	7.59	16.98	24.10	20.72	21.34	3.87
存貨	8.26	17.44	18.61	4.23	11.35	35.16	24.61	0.70	6.39
預付款項	13.82	1.79	1.31	0.87	1.90	1.65	1.82	3.10	1.50
其他流動資產	2.40	2.28	1.11	2.72	1.50	1.94	1.97	2.10	1.50
基金及長期投資	2.49	0.18	1.30	0.77	0.86	0.68	5.15	3.17	4.81
固定資產	43.81	42.37	36.09	67.79	35.98	10.52	18.25	39.01	56.98
土地及房屋	4.01	16.44	21.08	26.53	17.16	3.84	11.83	10.96	43.52
機械設備	33.34	23.80	13.35	31.54	17.11	6.01	5.45	26.34	7.44
其他固定資產	6.47	2.13	1.66	9.71	1.70	0.67	0.97	1.71	6.02
無形及其他資產	4.84	4.23	1.74	0.93	3.19	3.00	2.12	3.34	5.96
資產=負債+淨值	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
負債	65.70	58.66	63.12	33.27	42.53	63.15	58.72	34.17	70.69
流動負債	61.33	52.34	55.72	26.18	37.07	60.82	54.43	29.86	51.34
短期借款	23.49	17.75	16.14	6.97	9.38	8.45	12.72	8.61	13.67
應付款項	9.76	13.22	21.08	9.88	11.49	15.50	19.48	10.83	10.25
預收款項	1.43	0.46	2.05	0.10	5.02	28.97	1.21	0.30	0.36
其他流動負債	26.65	20.91	16.45	9.22	11.19	7.90	21.01	10.11	27.05
長期負債	4.26	4.61	6.42	6.77	5.20	1.86	3.61	2.81	17.16
長期借款	4.24	3.95	5.82	6.26	2.61	1.66	3.33	2.18	16.54
其他長期負債	0.02	0.66	0.60	0.51	2.59	0.20	0.27	0.63	0.62
其他負債	0.11	1.72	0.99	0.32	0.26	0.47	0.68	1.50	2.20
淨值	34.30	41.34	36.88	66.73	57.47	36.85	41.28	65.83	29.31

(續下頁)

表 3-1-2 2011 年各行業共同比資產負債表—中小企業（續）

單位：%

項目	行業別	資訊及通訊傳播業	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	教育服務業	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		63.76	24.75	33.59	63.91	64.30	63.22	34.88	21.55	43.74
現金		32.75	20.33	12.10	30.37	32.61	39.16	16.80	13.17	24.40
應收款項		17.94	2.09	4.17	24.15	26.17	17.84	13.66	3.64	5.77
存貨		6.26	0.91	13.36	3.68	1.26	0.99	1.45	1.69	11.04
預付款項		2.92	0.15	1.11	1.68	1.70	3.67	1.35	2.44	1.48
其他流動資產		3.90	1.27	2.85	4.03	2.57	1.56	1.62	0.60	1.05
基金及長期投資		13.84	69.92	12.75	14.54	8.02	0.87	0.00	5.04	40.37
固定資產		14.57	4.26	47.80	18.20	18.80	29.90	61.09	69.83	12.04
土地及房屋		9.69	3.81	44.81	13.10	5.23	23.88	46.77	57.08	6.93
機械設備		4.29	0.27	1.33	4.34	8.27	3.98	13.31	5.61	4.32
其他固定資產		0.59	0.18	1.66	0.77	5.30	2.04	1.01	7.13	0.78
無形及其他資產		7.83	1.07	5.86	3.35	8.87	6.01	4.03	3.58	3.85
資產=負債+淨值		100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
負債		49.89	27.78	66.42	60.36	48.25	50.11	44.69	73.31	33.49
流動負債		43.33	18.80	50.49	50.01	40.41	47.45	35.26	45.75	25.09
短期借款		5.29	5.99	19.29	12.31	11.39	10.33	10.59	16.06	2.80
應付款項		13.34	1.91	7.02	11.20	10.71	7.86	13.45	6.20	8.32
預收款項		3.22	0.07	3.01	2.82	1.40	19.21	2.04	3.52	3.20
其他流動負債		21.47	10.83	21.17	23.67	16.90	10.04	9.18	19.97	10.77
長期負債		5.54	8.10	12.15	9.60	6.75	2.52	8.88	10.72	2.97
長期借款		5.41	7.80	11.44	9.04	6.07	2.52	8.86	10.67	2.83
其他長期負債		0.13	0.30	0.71	0.56	0.68	0.01	0.02	0.05	0.14
其他負債		1.03	0.88	3.77	0.75	1.09	0.14	0.55	16.84	5.44
淨值		50.11	72.22	33.58	39.64	51.75	49.89	55.31	26.69	66.51

資料來源：整理自財政部營利事業所得稅申報原始資料。

（二）經營態度轉趨樂觀，基金及長期投資比率大幅減少

長期投資係指企業為理財增值或營業目的（如技術性入股）等原因而長期持有之投資，例如股票、可轉換公司債等，通常是指不準備在一年的營業期間內轉變為現金的投資，2011 年企業的資金運用情形，由表 3-1-1 中可得知，基金及長期投資占總資產的比率，大型企業較 2010 年減少 3.03 個百分點，為 20.21%；中小企業則減少 11.1 個百分點，為 16.49%。2011 年隨著全球景氣延續 2010 年的逐漸復甦，中小企業的經營態度轉趨樂觀，由此比率觀察，大企業及中小企業其資金配置於基金及長期投資部分已由過去增加轉變為減少，企業對於未來經營態度轉趨樂觀。

(三) 中小企業固定資產比率增加

由表 3-1-1 中可得知，在固定資產方面，2011 年大型企業固定資產比率仍持續減少，較 2010 年減少 3.15 個百分點，為 10.76%；而中小企業的固定資產比率則一改 2010 年減少的趨勢，增加 4.35 個百分點，為 25.10%。可見中小企業對未來景氣抱持樂觀看法，透過調整企業資金配置，減少對基金及長期投資比率，把資金投資在本業，因此固定資產持有比率增加。

表 3-1-3 2011 年各行業共同比資產負債表—大企業

項目	行業別	農林 漁牧業	礦業及 土石採 取業	製造業	電力及 燃氣供 應業	用水供應 及污染 整治業	營造業	批發及 零售業	運輸及 倉儲業	住宿及 餐飲業	單位：%
流動資產		51.19	45.02	43.33	24.33	5.32	82.56	65.71	21.19	18.70	
現金		11.82	19.97	10.64	12.32	1.88	12.26	15.16	11.21	11.42	
應收款項		18.96	19.56	21.45	7.57	1.47	15.89	31.79	5.56	3.26	
存貨		12.47	0.23	9.59	2.63	1.52	48.78	15.69	1.20	1.27	
預付款項		6.76	1.05	0.68	0.25	0.17	2.00	1.31	0.52	1.44	
其他流動資產		1.19	4.20	0.97	1.56	0.26	3.62	1.75	2.69	1.31	
基金及長期投資		12.07	0.57	30.87	5.37	1.55	6.33	14.59	14.89	12.90	
固定資產		33.81	47.81	23.28	66.00	88.96	7.98	16.08	54.80	60.33	
土地及房屋		18.12	30.68	10.02	7.89	32.42	5.66	12.04	18.79	46.17	
機械設備		12.20	14.77	12.28	49.70	56.34	1.97	2.70	33.22	6.22	
其他固定資產		3.49	2.36	0.99	8.41	0.20	0.34	1.34	2.78	7.94	
無形及其他資產		2.92	6.61	2.52	4.29	4.17	3.13	3.62	9.12	8.07	
資產=負債+淨值		100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	
負債		59.94	44.28	41.35	47.65	35.58	74.97	61.35	60.15	53.01	
流動負債		44.19	22.78	30.34	18.61	11.31	70.01	52.78	20.70	22.71	
短期借款		12.39	7.39	7.30	6.15	6.44	6.33	13.52	4.37	6.83	
應付款項		15.56	13.99	20.60	7.87	3.74	17.19	33.26	11.40	9.30	
預收款項		5.99	0.00	0.77	3.68	0.27	43.98	1.88	2.90	1.88	
其他流動負債		10.26	1.40	1.67	0.91	0.86	2.51	4.12	2.02	4.70	
長期負債		12.09	21.34	8.48	26.51	3.73	3.76	6.44	33.77	26.66	
長期借款		8.97	19.77	6.03	22.95	3.14	2.21	5.15	27.86	25.16	
其他長期負債		3.12	1.57	2.46	3.56	0.59	1.55	1.29	5.91	1.50	
其他負債		3.66	0.17	2.53	2.53	20.54	1.19	2.12	5.68	3.63	
淨值		40.06	55.72	58.65	52.35	64.42	25.03	38.65	39.85	46.99	

(續下頁)

表 3-1-3 2011 年各行業共同比資產負債表—大企業（續）

單位：%

項目\行業別	資訊及 通訊播業	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 服務業	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	37.41	79.26	56.07	60.88	43.16	62.05	26.67	14.15	62.18
現 金	18.76	29.33	8.34	28.26	18.39	45.09	11.56	8.73	12.47
應收款項	12.93	43.59	2.16	18.31	20.43	10.68	11.99	1.81	7.89
存 貨	2.58	5.41	41.44	10.36	0.73	0.70	2.54	1.37	23.15
預付款項	1.13	0.31	1.31	1.75	1.52	3.04	0.33	0.57	0.49
其他流動資產	2.02	0.62	2.83	2.20	2.09	2.55	0.26	1.68	18.18
基金及長期投資	20.26	17.59	13.64	19.63	18.89	4.54	0.12	13.63	4.01
固定資產	27.13	1.44	23.57	9.98	28.09	15.07	71.48	62.48	28.63
土地及房屋	11.51	1.27	16.52	6.69	10.49	7.21	53.00	51.39	8.55
機械設備	16.19	0.10	1.07	2.34	8.53	3.39	11.79	3.54	4.40
其他固定資產	-0.57	0.08	5.99	0.95	9.07	4.47	6.69	7.55	15.68
無形及其他資產	15.20	1.70	6.72	9.51	9.86	18.33	1.73	9.73	5.18
資產=負債+淨值	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
負 債	40.77	89.85	54.94	46.33	55.95	78.87	63.78	59.33	76.19
流動負債	28.55	84.18	39.13	39.53	36.23	78.87	40.49	21.35	74.47
短期借款	6.16	70.17	21.14	4.67	12.57	0.00	11.35	7.86	8.46
應付款項	13.45	2.89	6.05	23.35	14.96	18.31	25.89	7.43	11.24
預收款項	4.50	5.08	5.54	9.31	3.82	59.79	0.28	1.76	54.46
其他流動負債	4.44	6.03	6.40	2.21	4.89	0.77	2.97	4.30	0.31
長期負債	8.64	1.87	13.70	4.77	13.25	0.00	10.20	15.23	1.22
長期借款	7.09	0.17	12.50	4.43	13.22	0.00	9.33	14.62	1.15
其他長期負債	1.55	1.70	1.20	0.34	0.03	0.00	0.87	0.61	0.07
其他負債	3.57	3.79	2.11	2.03	6.46	0.00	13.09	22.75	0.50
淨 值	59.23	10.15	45.06	53.67	44.05	21.13	36.22	40.67	23.81

資料來源：整理自財政部營利事業所得稅申報原始資料。

二、中小企業財務結構分析

由中小企業的資產配置觀察，2009 年到 2011 年中小企業的流動資產比率先減少後增加，2011 年更大幅增加，流動資產比率為 55.80%。再觀察其債務結構，可對中小企業之整體財務狀況有全面性的了解。整體而言，中小企業的負債比率隨著景氣逐漸好轉，2011 年已略微減少，一改過去增加趨勢，2011 年負債比率為 55.09%，流動負債比率與負債比率趨勢相同，2011 年流動負債比率為 47.34%，較 2010 年減少 0.2 個百分點。

（一）流動負債比率略為降低，短期資金融通壓力降低

由表 3-1-1 觀察，2011 年中小企業流動負債比率呈降低趨勢，減少 0.2 個百分點，

為 47.34%；而大企業則大幅增加 11.71 個百分點，為 64.72%。隨著景氣復甦，中小企業因其靈活的特性，表現來得比大企業好，中小企業隨著景氣好轉，流動負債略微降低，一舉扭轉短期資金融通壓力過大情況，相反的，大企業流動負債則大幅增加，顯見景氣好轉的現象尚無法立即反應到大企業的財務狀況。過去中小企業流動負債比率雖較大企業來得低，惟由中小企業流動負債占全體負債比率觀察，此比率往往高於大企業；2011 年中小企業流動負債占全體負債比率為 85.93%，仍屬偏高，但大型企業該比率更達 88.25%，明顯高於中小企業。可見整體經濟環境的變化，包括歐洲主權債務危機、新興市場成長趨緩等，大企業受到的衝擊較中小企業更為顯著，大企業流動負債占全體負債比率由遞減轉為增加，而中小企業則由增加轉變為減少。

（二）長期負債比率降低

由表 3-1-1 觀察，2011 年中小企業長期負債比率減少 0.93 個百分點，為 6.46%；而大企業更減少 7.9 個百分點，為 5.14%。長期負債係指企業不需於一年，或一個營業週期以內償還之負債資產，如應付公司債或長期應付票據。隨著景氣復甦，中小企業長期負債降低，中小企業因多數為家族企業，所以資本化不足，財務透明度不佳，經營管理能力較不足，進而影響金融機構對中小企業長期資金融通的意願，2009～2010 年長期負債比率雖呈增加趨勢但增幅有限，2011 年則降低，且大企業也大幅降低，長期負債比率甚至比中小企業還低。

就 2011 年中小企業資產負債觀察，流動資產提高，而流動負債降低，短期應變能力大幅增加，受惠於景氣復甦相當明顯。

三、中小企業綜合損益

（一）營業成本比率呈遞減，企業持續獲利

就營業成本占營業收入淨額比率而言，由表 3-1-4 得知，2009-2011 年大企業及中小企業營業成本皆呈遞減趨勢，2011 年大企業營業成本減少 2.23 個百分點，為 87.48%；中小企業營業成本減少 2.47 個百分點，為 78.41%，不論大企業或中小企業，企業皆持續獲利。

表 3-1-4 2009 年至 2011 年共同比損益表

單位：%

項目	規模別/ 年別	中小企業			大企業		
		2009 年	2010 年	2011 年	2009 年	2010 年	2011 年
營業收入淨額		100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
減：營業成本		80.98	80.88	78.41	91.79	89.71	87.48
營業毛利		19.02	19.12	21.59	8.21	10.29	12.52
減：營業費用		18.43	16.97	16.80	6.39	6.40	7.34
營業淨利		0.59	2.14	4.79	1.82	3.89	5.19
加：非營業收入		1.86	2.51	1.48	1.90	2.10	1.99
減：利息支出		1.10	0.83	0.37	1.47	1.34	1.43
減：其他非營業費用		0.54	0.45	0.37	0.35	0.29	0.23
本期損益		0.81	3.37	5.52	1.90	4.35	5.51

資料來源：整理自財政部營利事業所得稅申報原始資料。

就 2011 年大企業與中小企業營業成本觀察，依行業別的中小企業與大企業營運成本比較（表 3-1-5），可發現 18 個行業中，除了農林漁牧業、礦業及土石採取業、住宿及餐飲業、藝術、娛樂及休閒服務業及其他服務業等 5 個行業之營業成本比率較大企業高之外，其他行業中小企業的營運成本比率普遍較大企業來得低。

表 3-1-5 2011 年各行業綜合損益結構

單位：%

項目	行業別	農林	礦業及 土石 採取業	製造業	電力及 燃氣 供應業	用水供應 及污染 整治業	營造業	批發及 零售業	運輸及 倉儲業	住宿及 餐飲業	
		中小企業									
營業收入淨額		100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
減：營業成本		85.05	80.47	82.22	74.86	66.88	82.61	79.43	68.14	59.92	
營業毛利		14.95	19.53	17.78	25.14	33.12	17.39	20.57	31.86	40.08	
減：營業費用		11.20	14.19	13.07	18.58	26.73	12.06	17.49	27.41	36.25	
營業淨利		3.75	5.33	4.71	6.56	6.38	5.33	3.08	4.45	3.82	
加：非營業收入		0.98	0.25	1.18	1.10	0.68	0.31	1.21	1.12	1.62	
減：利息支出		1.01	0.22	0.43	0.33	0.17	0.15	0.30	0.43	0.23	
減：其他非營業費用		0.57	0.44	0.37	0.44	0.29	0.21	0.24	0.45	0.49	
本期損益		3.15	4.93	5.09	6.89	6.60	5.29	3.75	4.68	4.72	
大企業											
營業收入淨額		100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
減：營業成本		81.88	73.94	88.25	86.16	83.02	91.12	87.89	76.87	50.86	
營業毛利		18.12	26.06	11.75	13.84	16.98	8.88	12.11	23.13	49.14	
減：營業費用		10.72	19.21	6.07	2.87	9.41	4.42	9.23	12.93	39.52	
營業淨利		7.40	6.86	5.68	10.96	7.57	4.45	2.89	10.19	9.62	
加：非營業收入		4.31	0.66	2.53	0.53	1.41	1.17	1.76	3.46	2.97	
減：利息支出		1.55	0.12	1.94	0.46	1.92	0.44	1.19	0.91	1.06	
減：其他非營業費用		0.80	0.86	0.20	0.98	1.46	0.27	0.19	3.10	1.60	
本期損益		9.36	6.53	6.08	10.05	5.60	4.91	3.27	9.65	9.93	

(續下頁)

表 3-1-5 2011 年各行業綜合損益結構（續）

單位：%

項目\行業別	資訊及通訊傳播業	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	教育服務業	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
中小企業									
營業收入淨額	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
減：營業成本	51.97	36.80	51.55	54.01	43.19	22.87	52.12	55.00	58.62
營業毛利	48.03	63.20	48.45	45.99	56.81	77.13	47.88	45.00	41.38
減：營業費用	41.78	21.01	36.57	40.01	51.35	72.97	41.26	39.60	37.64
營業淨利	6.26	42.20	11.88	5.98	5.46	4.15	6.62	5.41	3.74
加：非營業收入	3.10	11.91	18.77	3.03	1.80	1.63	1.54	2.53	2.10
減：利息支出	0.59	1.69	1.46	0.37	0.71	0.03	0.08	0.34	0.42
減：其他非營業費用	0.29	1.44	3.42	0.88	0.33	0.31	0.37	1.24	0.31
本期損益	8.48	50.99	25.78	7.76	6.23	5.44	7.72	6.36	5.11
大企業									
營業收入淨額	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
減：營業成本	60.40	89.67	64.72	71.24	66.77	41.86	89.11	49.91	58.57
營業毛利	39.60	10.33	35.28	28.76	33.23	58.14	10.89	50.09	41.43
減：營業費用	27.33	5.99	10.12	19.65	24.55	56.52	8.59	37.84	23.04
營業淨利	12.27	4.33	25.16	9.11	8.68	1.62	2.30	12.25	18.39
加：非營業收入	1.93	0.87	2.63	1.91	2.12	1.72	0.82	3.91	2.40
減：利息支出	8.25	0.41	0.89	1.39	0.72	0.23	0.28	0.65	1.67
減：其他非營業費用	1.00	0.04	1.56	0.38	0.47	0.00	0.46	1.61	0.21
本期損益	4.96	4.76	25.35	9.25	9.61	3.10	2.38	13.90	18.91

資料來源：整理自財政部營利事業所得稅申報原始資料。

（二）營業費用比率降低，獲利提升

營業費用係指企業為銷售或管理活動而發生的各項支出，包含銷售費用、管理費用、研發費用等。就營業費用而言，營業費用省一塊錢，就等於公司獲利多一塊錢，在微利的時代，企業增加獲利最快的方式就是節省成本（cost down），多數企業無論賺錢或虧錢，都會持續思考如何降低費用及節省成本，一直以來中小企業的營業費用都遠高於大企業，主要因中小企業規模小，議價能力有限，導致管銷成本無法壓低，但隨著中小企業營業費用比率降低，對於中小企業獲利提升將有助益。

2011 年中小企業的營業費用比率仍延續 2010 年降低的趨勢，2011 年中小企業營業費用略為減少 0.17 個百分點，為 16.80%；反觀 2011 年大企業的營業費用比率則呈增加趨勢，為 7.34%，較 2010 年略微增加 0.94 個百分點，雖然中小企業營業費用比率遠高於大企業，但在 2011 年大企業增幅提升，而中小企業則呈降低趨勢，顯見中小企業獲利明顯提升。

2009-2011年中小企業營業費用比率呈逐年降低的趨勢，比較2010年與2011資料，可發現2011年18個行業中，除了製造業營業費用比率高於2010年外，其他17個業別營業費用比率均低於2010年，中小企業營業費用的降低，提升了中小企業的獲利能力(表3-1-5)。

(三) 營業費用與營業成本均降低，營業淨利增加

在成本結構上，中小企業的營業費用比率遠高於大型企業，而營業成本則較大型企業為低，使得中小企業的營業淨利能維持為正，自2009-2011年以來，營業成本與營業費用逐年降低，使得營業淨利逐年提高，2011年營業淨利增加2.65個百分點，為4.79%。

就2011年各行業綜合損益結構觀察(表3-1-5)，在2010年18個行業中，營業淨利為負數者尚有9個業別，但到了2011年18個行業的營業淨利全數轉為正數，顯示隨著經濟逐漸復甦，中小企業個別行業營業淨利明顯提升。

(四) 本期損益增加，經營狀況顯著改善

由表3-1-4得知，2009年在走過金融風暴衝擊後，企業經營狀況逐漸改善，中小企業盈餘也由虧轉盈。2011年中小企業本期損益增加2.15個百分點，由3.37%增加為5.52%；而大企業也增加1.16個百分點，由4.35%增加為5.51%。2011年中小企業在業外收支方面，非營業收入比率減少1.03個百分點，為1.48%，而利息支出比率和其他非營業費用比率則雙雙微幅減少，使得本期損益增加。顯現中小型企業隨著經濟好轉，經營狀況持續改善中。

就2011年各行業綜合損益結構觀察(表3-1-5)，可發現在2010年時，中小企業在18個行業中，有8個行業則呈現虧損，到了2011年18個行業都出現盈餘，而且2010年時中小企業僅金融及保險業之營餘高於大企業，在2011年中小企業中包括用水供應及污染整治業、營造業、批發及零售業、資訊及通訊傳播業、金融及保險業、不動產業、教育服務業、醫療保健及社會工作服務業等8個行業之本期損益高於大企業，可見2011年中小企業在經濟表現上明顯改善。

中小企業的營運條件、資源，雖然不如大企業穩定，在民間消費減少、經營環境呈現衰退的情況下，中小企業的營運受到嚴重衝擊；但隨著經濟持續復甦，中小企業具靈活性，透過營業成本降低及營業費用有效控制，獲利顯著提升，經營狀況持續改善。

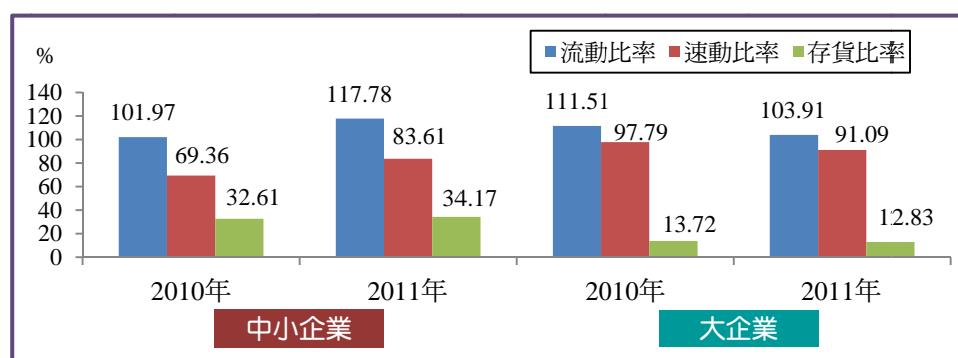
第2節 中小企業財務比率分析

一、短期償債能力大幅提升

一直以來中小企業存在短期償債不足，有待提升的問題，與大企業也有一段差距；惟隨著景氣持續復甦，中小企業在短期償債能力也有亮眼的表現，甚至超越大企業。就短期償債能力指標，中小企業流動比率在 2010 年為 101.97%，2011 年大幅增加 15.81 個百分點，為 111.78%，而速動比率（quick ratio）也大幅增加 14.25 個百分點，為 83.61%，存貨比率則增加 1.56 個百分點，為 34.71%（圖 3-2-1）。流動比率為企業短期清償能力，一般財務良好公司參考值，流動比率為 200%，表示 2 元的流動資產用來償還 1 元的流動負債；而速動比率為 100%，表示 1 元可馬上變現的流動資產，可用來償還 1 元流動負債；存貨比率則影響中小企業的短期變現能力。2011 年中小企業的流動比率與速動比率雖未達財務良好標準值，但流動比率與速動比率皆大幅增加，存貨比率僅微幅增加，顯示在景氣持續復甦過程中，中小企業短期償債能力已明顯提升。

反觀大企業的短期償債能力，2010 年流動比率為 111.51%，2011 年減少 7.6 個百分點，為 103.91%，速動比率 2010 年為 97.79%，2011 年則減少 6.7 個百分點，為 91.09%，存貨比率則減少 0.89 個百分點，為 12.83%（圖 3-2-1）。可發現過去各項指標大企業均優於中小企業，短期償債能力明顯比中小企業佳，但 2011 年大企業在經濟復甦的過程中短期償債能力表現反不若中小企業，中小企業流動比率 111.78%明顯超過大企業流動比率 103.91%，顯示在景氣持續復甦中，中小企業明顯好轉。

圖 3-2-1 2010 年及 2011 年企業之短期流動性



附 註：流動比率 = 流動資產 ÷ 流動負債 × 100%，參考值為 200，高於參考值為佳。

速動比率 = (流動資產 - 存貨) ÷ 流動負債 × 100%，參考值為 100，高於參考值為佳。

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資料原始資料。

由上述中小企業的流動比率、速動比率與存貨比率觀察，可發現中小企業的應變能力隨著經濟復甦而明顯改善，未來中小企業更應謹慎控管流動資產或流動負債之結構，提高其短期償債能力，做好存貨管理，進而提升本身競爭力。

速動比率之參考值為 100，高於 100 表示短期償債能力佳；由表 3-2-1 可以得知，中小企業在 18 個行業中，短期償債能力較佳之行業在 2010 年有：運輸及倉儲業、專業、科學及技術服務業、其他服務業等 3 個行業；而 2011 年則有電力及燃氣供應業、用水供應及污染整治業、運輸及倉儲業、資訊及通訊傳播業、金融及保險業、專業、科學及技術服務業、支援服務業、教育服務業、其他服務業等 9 個行業，可見 2011 年受惠於景氣復甦，中小企業在短期償債能力速動比率指標上，已經達良好標準；反觀大企業，速動比率超過參考值 100 者，2010 年有礦業及土石採取業、製造業、資訊及通訊傳播業、金融及保險業、專業、科學及技術服務業 5 個行業，2011 年則有礦業及土石採取業、製造業、電力及燃氣供應業、資訊及通訊傳播業、專業、科學及技術服務業、支援服務業等 6 個行業。近幾年，台灣經濟結構已逐漸由製造業轉向服務業，由短期償債能力觀察，償債能力較佳者，服務業占多數。

二、負債比率降低，企業長期安定性提高

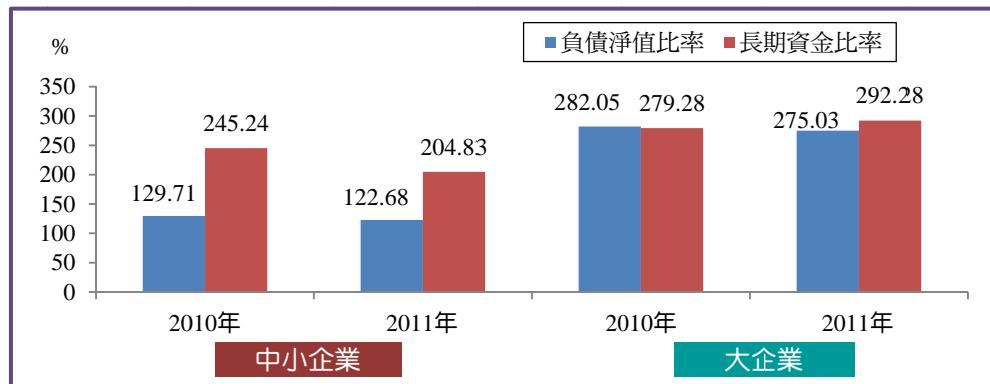
負債比率以一般參考值 100% 而言，表示每 1 元資本就有 1 塊錢的負債，比率越高表示財務槓桿操作越大。2010 年中小企業之負債比率為 129.71%，到了 2011 年則減少 7.03 個百分點，為 122.68%。而 2011 年大企業之負債比率也減少 7.02 個百分點，為 275.03%（圖 3-2-2）。2011 年大企業與中小企業負債比率均呈現減少，主要是景氣持續復甦，對企業經營而言，隨著公司營運好轉，負債比率隨之減少，但大企業負債比率仍維持在高檔，而中小企業在財務槓桿操作上則相對穩健。

中小企業負債淨值比接近標準值，對債權人而言，有足夠的資本保障；對投資者而言，經營者適度利用借款，來經營業務增加收入。大企業其負債淨值比則遠高於參考值，顯示大型企業呈現高度的財務槓桿操作。在低利的時代，適逢景氣回春，透過財務槓桿操作，以低利借款用以經營，能創造更高獲利；但若財務操作不當，發生資金缺口無法回補，則有引發財務危機之虞。

長期資金比率主要是用來衡量企業長期資金之籌措是否適當，因為企業固定資產的資金來源，應以長期性資金較為恰當。2011 年不論中小企業或大企業，其長期資金比率皆遠高於標準值 100%，有助於企業長期安定性。中小企業長期資金比率在 2011 年減少 40.41 個百分點，為 204.83%；大企業則增加 13 個百分點，為 292.28%（圖 3-2-2）。不

論大型企業或中小企業，長期資金都足以支應購置長期資產之所需，顯示長期資金配置皆屬穩健。

圖 3-2-2 2010 年及 2011 年企業長期安定性



附 註：負債比率 = 負債 ÷ 淨值 × 100%，參考值為 100，低於參考值為佳。

長期資金比率 = (淨值 + 長期負債) ÷ 固定資產 × 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。

整體資料顯示，中小企業負債比率雖然降低，但仍高於標準值，對債權人的保障略顯不足；就個別行業的負債比率觀察，由表 3-2-1 資料得知，18 個行業中，中小企業負債淨值比低於 100% 者有電力及燃氣供應業、用水供應及污染整治業、運輸及倉儲業、資訊及通訊傳播業、金融及保險業、支援服務業、醫療保健及社會工作服務業、其他服務業等 8 個行業。

表 3-2-1 2011 年各行業綜合財務報表－中小企業

單位：%

項目\行業別	農林漁牧業	礦業及土石採取業	製造業	電力及燃氣供應業	用水供應及污染整治業	營造業	批發及零售業	運輸及倉儲業	住宿及餐飲業
流動比率	79.68	102.67	109.21	116.56	159.99	140.89	136.58	182.71	62.65
速動比率	66.21	69.02	75.82	100.40	129.70	83.16	91.45	180.37	50.23
存貨比率	13.47	33.65	33.39	16.16	30.28	57.72	45.12	2.34	12.42
負債比率	191.52	141.88	171.18	49.86	74.01	171.39	142.23	51.90	241.24
長期資金比率	88.03	107.43	120.02	108.43	176.10	368.48	246.46	175.70	81.77
淨值週轉率	2.18	3.46	3.64	0.74	2.08	3.76	3.66	1.33	3.84
應收款項週轉率	9.16	8.99	6.25	6.49	7.10	5.76	7.31	4.10	29.18
固定資產週轉率	1.71	3.35	3.72	0.73	3.35	13.20	8.30	2.24	1.98
商品週轉率	9.04	8.13	7.21	11.64	10.63	3.95	6.15	125.58	17.64
營業獲利率	3.15	4.93	5.09	6.89	6.60	5.29	3.75	4.68	4.72
資產總額獲利率	5.37	16.50	18.90	5.00	22.12	69.83	31.14	10.51	9.34
固定資產獲利率	2.35	7.06	6.82	3.39	7.87	7.34	5.67	4.11	5.31

(續下頁)

表 3-2-1 2011 年各行業綜合財務報表－中小企業（續）

單位：%

項目 \ 行業別	資訊及通訊傳播業	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	教育服務業	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
流動比率	146.47	131.58	66.49	127.79	159.01	133.12	98.94	47.10	174.16
速動比率	132.08	126.72	40.04	120.43	155.90	131.03	94.81	43.41	130.20
存貨比率	14.39	4.86	26.45	7.36	3.11	2.09	4.12	3.69	43.96
負債比率	99.58	38.47	197.77	152.27	93.24	100.42	80.79	274.65	50.35
長期資金比率	383.82	1885.72	95.74	270.54	311.37	175.46	105.08	53.58	577.92
淨值週轉率	1.43	0.08	0.36	1.64	1.85	2.08	1.29	1.54	0.70
應收款項週轉率	4.03	2.61	2.92	2.69	3.67	5.82	5.21	11.27	8.10
固定資產週轉率	4.96	1.28	0.25	3.57	5.11	3.47	1.17	0.59	3.89
商品週轉率	11.52	5.96	0.91	17.67	76.31	104.81	48.99	24.33	4.24
營業獲利率	8.48	50.99	25.78	7.76	6.23	5.44	7.72	6.36	5.11
資產總額獲利率	42.01	65.19	6.57	27.72	31.80	18.91	9.00	3.74	19.84
固定資產獲利率	6.09	2.78	3.14	5.05	5.97	5.65	5.50	2.61	2.39

資料來源：整理自財政部營利事業所得稅申報原始資料年。

就個別行業之長期資金比率觀察，雖然整體資料顯示中小企業與大企業長期資金配置穩健，由表 3-2-1 行業別觀察，18 個行業中，中小企業長期資金比率明顯低於 100% 者有農林漁牧業、住宿及餐飲業、不動產業、藝術、娛樂及休閒服務業等 4 個行業。這 4 個行業分別與大企業比較，大企業除藝術、娛樂及休閒服務業低於標準值外，其他 3 個行業之長期資金比率皆高於標準值。顯示藝術、娛樂及休閒服務業之長期安定性相較於其他產業明顯不足。

表 3-2-2 2011 年各行業綜合財務報表－大企業

單位：%

項目 \ 行業別	農林漁牧業	礦業及土石採取業	製造業	電力及燃氣供應業	用水供應及污水整治業	營造業	批發及零售業	運輸及倉儲業	住宿及餐飲業
流動比率	115.92	197.64	142.84	130.71	47.04	112.07	124.93	102.39	82.57
速動比率	87.68	196.63	111.22	116.56	33.56	45.85	95.09	96.58	76.95
存貨比率	28.24	1.01	31.63	14.15	13.49	66.22	29.83	5.81	5.62
負債比率	149.63	79.48	70.50	91.02	55.23	299.51	158.71	150.93	112.82
長期資金比率	154.11	161.17	288.30	119.48	76.60	379.73	279.52	134.36	121.75
淨值週轉率	1.43	1.57	1.87	1.38	0.30	2.36	5.29	0.56	1.24
應收款項週轉率	3.03	4.46	5.11	9.56	12.89	3.91	6.41	4.04	17.78
固定資產週轉率	1.70	1.83	4.71	1.10	0.21	7.78	12.67	0.41	0.96
商品週轉率	4.60	378.69	11.43	27.47	12.46	1.27	12.98	18.67	45.51
營業獲利率	9.36	6.53	6.08	10.05	5.60	4.91	3.27	9.65	9.93
資產總額獲利率	15.88	11.92	28.61	11.02	1.20	38.21	41.38	3.96	9.53
固定資產獲利率	5.37	5.70	6.66	7.27	1.07	2.90	6.68	2.17	5.77

（續下頁）

表 3-2-2 2011 年各行業綜合財務報表－大企業（續）

單位：%

項目	行業別	資訊及通訊傳播業	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	教育服務業	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
流動比率		131.05	95.98	142.83	154.04	119.14	78.68	65.87	66.30	83.50
速動比率		122.02	89.43	37.28	127.82	117.13	77.79	59.60	59.89	52.41
存貨比率		9.03	6.55	105.55	26.22	2.01	0.89	6.27	6.41	31.09
負債比率		68.82	884.82	121.94	86.32	127.03	373.29	176.12	145.90	320.00
長期資金比率		250.23	816.97	250.08	585.68	203.91	140.16	64.94	89.46	87.42
淨值週轉率		0.96	1.83	0.69	1.76	1.86	5.90	3.41	0.60	1.78
應收款項週轉率		4.41	0.42	14.41	5.15	4.02	11.68	10.29	13.54	5.37
固定資產週轉率		2.10	12.64	1.32	9.46	2.92	8.27	1.73	0.39	1.48
商品週轉率		22.11	3.38	0.75	9.11	112.68	177.51	48.64	17.88	1.83
營業獲利率		4.96	4.76	25.35	9.25	9.61	3.10	2.38	13.90	18.91
資產總額獲利率		10.41	60.14	33.43	87.52	28.08	25.66	4.10	5.44	27.94
固定資產獲利率		2.82	0.89	7.86	8.73	7.89	3.87	2.93	3.40	8.00

資料來源：整理自財政部營利事業所得稅申報原始資料。

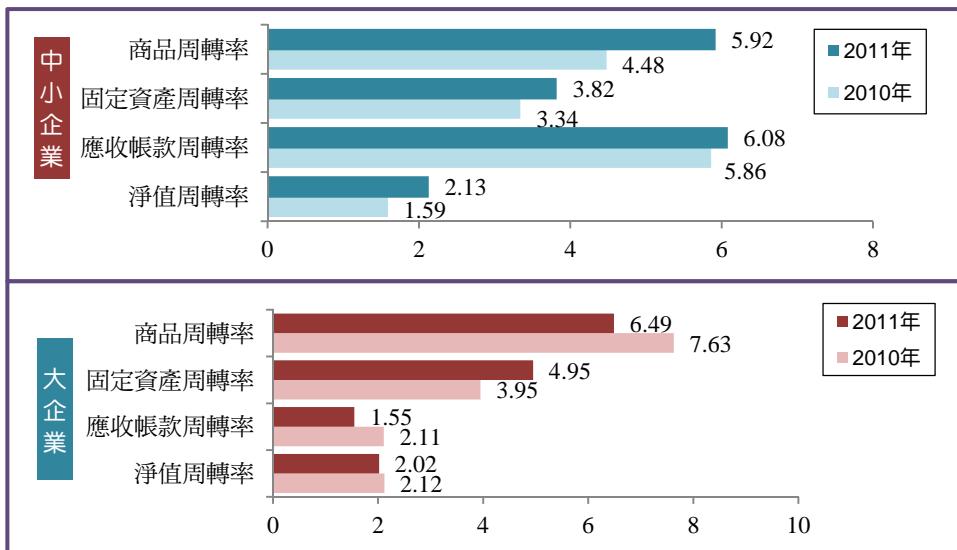
三、中小企業經營能力持續提升

企業經營效率之高低，可透過商品運用效率、固定資產使用效率、收款的成效以及資本的運用效率等指標加以衡量。商品周轉率是判斷商品庫存數量是否理想的一項指標，也就是判斷庫存金額與銷售金額是否可以達到相對穩定的平衡狀態；固定資產周轉率用以衡量公司廠房、機器設備、土地等固定資產的使用效率；應收帳款周轉率用以衡量企業收款之成效；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少，安定力較弱，太低則表示自有資本太多或營業額太少。

以 2011 年的資料觀察，中小企業的應收帳款周轉率由 2010 年的 5.86，增加 0.22 個百分點，為 6.08，商品周轉率也由 4.48 增加 1.44 個百分點，為 5.92，顯示中小企業的經營能力較 2010 年進步；反觀大企業，應收帳款周轉率由 2010 年 2.11 減少 0.56 個百分點，為 1.55，商品周轉率由 7.63 減少 1.14 個百分點，為 6.49。由上述兩項指標觀察，中小企業其經營能力較 2011 年進步，而大企業則略微退步（圖 3-2-3）。

以淨值周轉率及固定資產周轉率兩項經營指標觀察，2011 年中小企業的固定資產周轉率由 2010 年 3.34 增加為 3.82；淨值周轉率由 1.59 增加為 2.13；而 2011 年大企業的固定資產周轉率由 2010 年 3.95 增加為 4.95；淨值周轉率則由 2010 年 2.12 減少為 2.02。2011 年中小企業與大企業的固定資產使用效率均較 2010 年進步，但中小企業的淨值周轉率微幅增加，而大企業則減少；就淨值周轉率指標來看，中小企業相對大企業表現略佳（圖 3-2-3）。

圖 3-2-3 2010 年及 2011 年企業之經營能力



附 註：1.淨值週轉率=營業收入淨額/平均淨值；2.應收款項週轉率=營業收入淨額/平均應收帳款；
 3.固定資產週轉率=營業收入淨額/平均固定資產；4.商品週轉率=營業收入淨額/平均存貨。

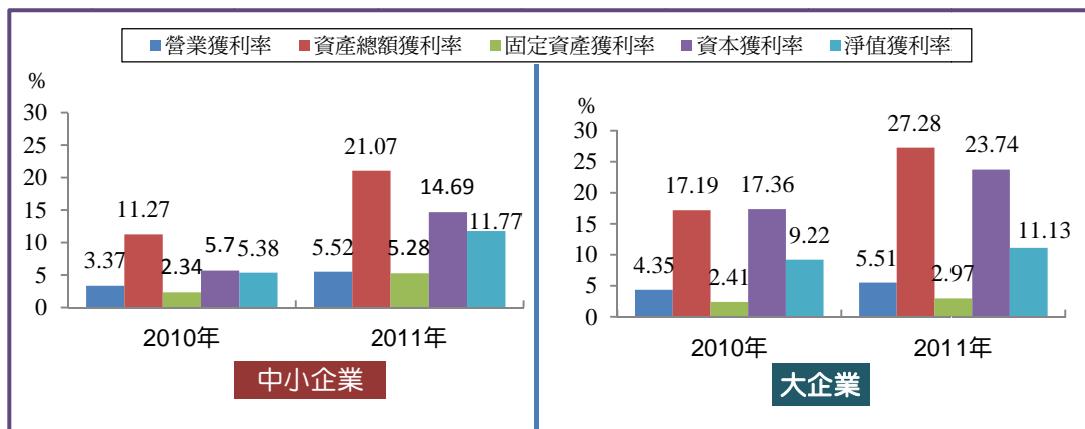
資料來源：整理自財政部營利事業所得稅申報原始資料。

綜合以上資料可發現，過去受到 2008 年金融海嘯影響，不論大企業或中小企業，其經營效能皆受到衝擊，雖然 2009 年恢復的力道有限，但隨著景氣持續復甦，2010 年大企業與中小企業的經營能力已逐步提升，而 2011 年中小企業經營能力仍持續提升，且進步情況優於大企業。

四、獲利能力明顯增加，企業經營漸入佳境

2011 年大企業與中小企業的獲利能力，均呈現成長趨勢，且中小企業增幅優於大企業。獲利能力指標包括：營業獲利率、資產總額獲利率、固定資產獲利率、資本獲利率、淨值獲利率等，2011 年中小企業獲利能力指標皆為正值且明顯成長（圖 3-2-4），可見中小企業正逐漸由金融風暴的衝擊中恢復，而經營也漸入佳境。中小企業 2011 年營業獲利率由 2010 年 3.37 增加 2.15 個百分點為 5.52，資產總額獲利率由 2010 年 11.27 增加 9.8 個百分點為 21.07，固定資產獲利率由 2010 年 2.34 增加 2.94 個百分點為 5.28，資本獲利率由 2010 年 5.7 增加 8.99 個百分點為 14.69，淨值獲利率由 2010 年 5.38 增加 6.39 個百分點為 11.77。比較大企業與中小企業獲利指標，可發現大企業除了資產總額獲利率增加 10.09 個百分點優於中小企業增加 9.8 個百分點外，在營業獲利率、固定資產獲利率、資本獲利率以及淨值獲利率 4 項指標上，大企業表現不如中小企業，可見 2011 年中小企業的獲利成長優於大企業，中小企業的獲利能力顯著提升，企業經營漸入佳境。

圖 3-2-4 2010 年及 2011 年企業獲利能力



附 註：營業獲利率 = 本期損益 / 營業收入淨額；固定資產獲利率 = 本期損益 / 固定資本；資產總額獲利率 = 本期損益 / 總資產；資本獲利率 = 本期損益 / 資本；淨值獲利率 = 本期損益 / 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。

第 3 節 金融機構與中小企業資金融通

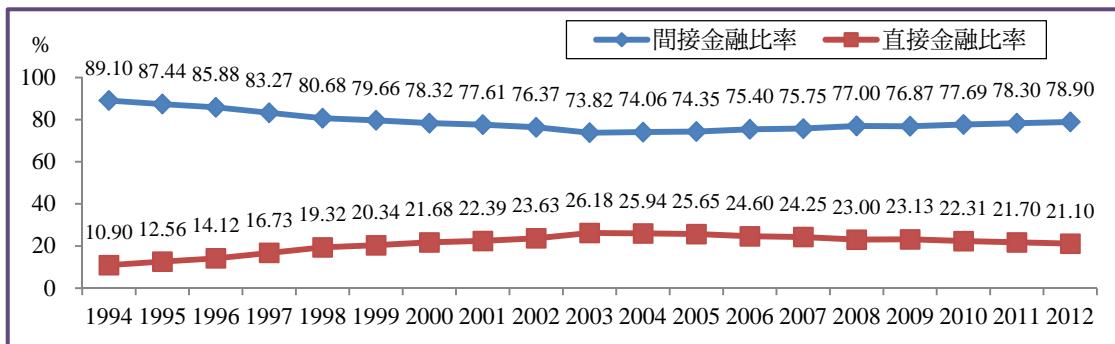
資金是企業的命脈，對於資金較不充裕的中小企業而言，確保資金流動通暢、靈活周轉，是企業營運相當重要的課題。企業資金的來源可分為內部與外部資金，內部資金主要包括企業盈餘及提存的各項準備，金額的多寡主要取決於企業的經營狀況；外部資金除了私人借貸與商業信用外，主要是向銀行借款以及在金融市場發行各種證券。

一、籌措資金的管道

（一）籌措資金的管道來自於直接金融與間接金融

籌措資金的管道，分為直接金融與間接金融兩種方式。直接金融比率自 1994 年以來幾乎逐年上升，至 2003 年底已達 26.18%，2004 年至 2008 年則呈現下降趨勢，大致介於 23%~26%，2009 年則微幅增加為 23.13%，隨後又逐漸下跌，2012 年其比率為 21.10%。而間接金融在 2004 年至 2008 年連續 5 年呈現成長趨勢，2009 年則呈微幅下跌，其比率為 76.87%，2010 年後則又微幅增加，2012 年比率達 78.90%，間接金融仍然是企業取得資金的主要方式（圖 3-3-1）。

圖 3-3-1 1994 年至 2012 年直接與間接金融比率

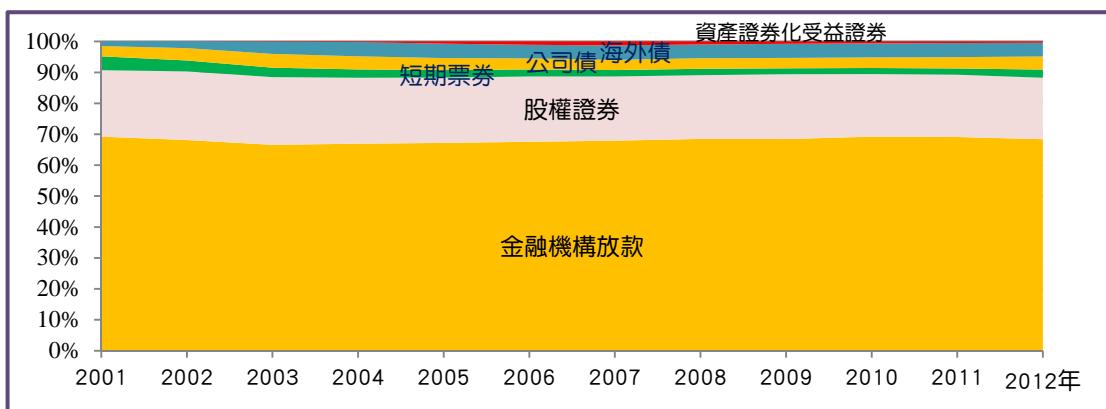


資料來源：中央銀行，《直接金融與間接金融存量分析》，2013年4月。

（二）金融機構放款為企業主要籌資管道

就企業籌資管道觀察，近年來，各種管道所占的比率大致穩定，並無太大變化。2012年整體企業的籌資管道，金融機構放款占 68.40%，其他來源則依序為：股權證券 19.86%、海外債 4.48%、公司債 4.21%、短期票券 2.67%，以及資產證券化收益證券 0.39%（圖 3-3-2）。

圖 3-3-2 2001 年至 2012 年企業籌資管道之比較



附 註：1.金融機構包括：包含央行、其他貨幣機構及人壽保險公司；2.金融機構放款含催收及轉銷呆帳；3.籌資管道中不含金融機構投資及政府債券。

資料來源：中央銀行，《直接金融與間接金融存量分析》，2013年4月。

中小企業資金融通管道之中，信用保證基金亦扮演極為重要的角色。信用保證基金亦提供了直接及間接信用保證，與各金融機構充份合作，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的融資。換言之，亦即對具有發展潛力但擔保品欠缺之中小企業，提供信用保證，協助其獲得金融機構之資金融通，使其得以健全發展，進而促進整體經濟之成長，及社會安定與繁榮；另一方面則是分擔金融機構融資之風險，提高金融機構對中小企業提供信用融資之信心。

信用保證基金於 1974 年 7 月成立，積極配合政府政策及中小企業融資需求，持續創新精進研發，經過多年努力，不論在保證對象、保證項目、保證行業、保證額度、簽約金融機構、以及促進中小企業融資措施等方面皆有長足的發展，而且保證業績亦顯著成長。截至 2013 年 7 月底止，信保基金累計已協助 33 萬餘家企業自金融機構取得 511 萬餘件融資，融資總金額達 10 兆 7 仟 634 億餘元。

(三) 企業資金來源愈趨多樣化

隨著金融服務的多元化發展，企業資金來源亦呈多樣化，除自有資金外，透過金融機構借貸或在資本市場發行票券、債券或股票等方式，皆是企業運用財務槓桿取得資金的來源。但中小企業或因企業主對融資工具認識不足，或受限於本身財務報表不符合直接金融融資條件，透過直接金融方式籌資占其資金來源的比重仍偏低，根據中央銀行《中華民國公營企業資金狀況調查結果報告》顯示，在負債結構上，大、中、小企業均集中於金融機構借款及商業授信（即交易性負債，主要為應付及預收款項），兩者合計占負債總額比重，大企業為 88.08%，而中、小企業則高達 98% 以上；惟隨著直接金融與間接金融融資工具的多元發展，中小企業籌資管道也應該更靈活與多元，中小企業主應該充實直接金融融資工具知識，了解其融資的條件，在企業經營上多加準備，讓企業符合其融資的條件，讓中小企業的資金來源更多元（表 3-3-1）。

表 3-3-1 2012 年底企業負債結構

單位：新台幣億元；%

項 目 別	大 企 業		中型企業		小 型企業	
	金 額	比 率	金 額	比 率	金 額	比 率
負債合計	173,1021	100.00	43,567	100.00	10,138	100.00
1.金融機構借款	70,176	40.54	19,723	45.27	4,489	44.28
2.政府借款	208	0.12	34	0.08	1	0.01
3.企業及個人借款	2,707	1.56	426	0.98	140	1.38
4.國外借款	971	0.56	51	0.12	21	0.20
5.附買回交易	-	-	-	-	-	-
6 短期票券	3,988	2.30	125	0.29	0	0.00
7.國內公司債	6,539	3.78	0	0.00	0	0.00
8.國外有價證券	1,323	0.76	-	-	-	-
9.商業受信(交易性負債)	82,297	47.54	22,997	52.79	5,461	53.87
10.各項準備及其他	4,893	2.83	210	0.48	25	0.25

附 註：1.－無資料或數值不明，0 係數值不及半單位。

2.各表細項加總因四捨五入，或與總數未盡相符。

資料來源：中央銀行，〈直接金融與間接金融存量分析〉，《公營企業資金狀況調查結果報告》，2012 年 12 月。

由於中小企業資金融通的管道仍以銀行貸款的間接金融方式為主，以下就中小企業

與銀行間的資金往來情況做進一步分析（表 3-3-2、3-3-3、3-3-4）。

二、本國銀行加強辦理中小企業放款

（一）本國銀行對中小企業放款餘額持續增加

至 2012 年底，一般銀行（含外國銀行在台分行，但不含海外放款部分）對中小企業的總放款餘額約為 4 兆 4,654.62 億元，較 2011 年底增加 3,737.53 億元，年增率為 9.13%，占銀行總放款比率由 2011 年的 20.80%，增加為 22.13%（圖 3-3-3）。另根據金管會統計資料顯示，2012 年本國銀行對中小企業放款（含催收）餘額為 4 兆 4,475.2 億元，占全體企業放款餘額的比率為 50.18%，較 2011 年 4 兆 677.58 億元增加 3,797.63 億元，占全體企業放款餘額的比率亦增加 3.37 個百分點。

圖 3-3-3 2001 年至 2012 年台灣一般銀行對中小企業放款情況



附 註：總放款餘額係由「一般銀行對中小企業放款（含催收款）餘額」÷「對中小企業放款占放款百分比率」推算而得。

資料來源：金融監督管理委員會銀行局，《金融統計輯要》歷年資料。

2012 年一般銀行（含外國銀行在台分行）對中小企業放款（含催收款）餘額與對中小企業放款比率均較 2011 年底增加，而 2012 年一般銀行（含外國銀行在台分行）對中小企業放款餘額成長率為 9.13%，明顯高於總放款餘額成長率（2.58%）。

中小企業一直是台灣經濟發展的基石，而中小企業因高度的資訊不對稱、財會制度不健全等因素，常淪為銀行融資體系下的相對弱勢族群。政府了解中小企業融資的困境，包括金管會、經濟部中小企業處、信保基金等單位，皆推出相關輔導及保證措施，以協助中小企業取得資金；請參閱本白皮書第 8 章。

(二) 2012 年中小企業放款占該行放款比重超過 3 成者包括一銀及台企銀等 6 家銀行

2012 年對中小企業放款最多的前十大銀行，市場占有率为 73.64%，但具公營色彩的銀行對中小企業放款之市場占有率高達 66.31%，可見對中小企業放款主要仍集中在具公營色彩的銀行。2012 年各銀行對中小企業放款餘額，仍以第一商業銀行為最高，對中小企業放款餘額為 5,234.96 億元，市場占有率为 11.78%，其次為合作金庫商業銀行，對中小企業放款餘額為 4,848.38 億元，市場占有率为 10.91%。對中小企業放款較多銀行集中在公營色彩銀行之原因，除配合政策外，主要係 8 家銀行總放款餘額占全體一般銀行（含外國銀行在台分行）總放款餘額達 61.57% 所致（表 3-3-2）。

表 3-3-2 2012 年對中小企業放款餘額前十大銀行

單位：新台幣百萬元；%

銀 行 別	放款餘額	市場占有率	占該行放款比率
合 計	3,273,873	73.64	-
第一商業銀行	523,496	11.78	41.92
合作金庫商業銀行	484,838	10.91	27.91
臺灣中小企業銀行	374,169	8.42	41.60
華南商業銀行	366,218	8.24	29.24
臺灣土地銀行	314,457	7.07	18.42
彰化商業銀行	309,486	6.96	30.53
兆豐國際商業銀行	290,918	6.54	28.48
臺灣銀行	284,140	6.39	13.96
玉山商業銀行	188,767	4.25	28.01
上海商業儲蓄銀行	137,293	3.09	37.83

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，2013 年。

2012 年各銀行對中小企業的放款占該行放款之比率，以第一商業銀行為最高，占該行放款比率的 41.92%，其次為臺灣中小企業銀行。放款比率最高的前十大銀行新增陽信商業銀行以及臺灣新光商業銀行，排名也有所變動。以中小企業放款比率前十大銀行分析，公股銀行與民營銀行各半，民營銀行包括台中商銀、上海商銀、華泰銀行、陽信銀行以及臺灣新光商業銀行，公營銀行包括第一商業銀行、臺灣中小企業銀行、彰化商業銀行、華南商業銀行以及兆豐國際商業銀行（表 3-3-3）。

表 3-3-3 2011 年及 2012 年對中小企業放款比率前十大銀行

單位：新台幣百萬元；%

銀行別	2011 年		2012 年	
	放款餘額	占該行放款比率	放款餘額	占該行放款比率
第一商業銀行	486,558	40.91	523,496	41.92
臺灣中小企業銀行	355,997	40.32	374,169	41.60
台中商業銀行	100,920	37.01	128,720	40.75
上海商業儲蓄銀行	123,672	37.31	137,293	37.83
華泰商業銀行	25,844	29.52	28,637	32.83
彰化商業銀行	293,474	28.56	309,486	30.53
華南商業銀行	344,929	28.49	366,218	29.24
陽信商業銀行	34,931	19.61	53,604	28.81
兆豐國際商業銀行	269,363	26.94	290,918	28.48
臺灣新光商業銀行	77,739	22.46	110,268	28.41

資料來源：金融監督管理委員會銀行局，《金融業務統計輯要》第 411 期，2012 年。

(三) 2012 年民營銀行積極辦理中小企業放款

隨著微型創業的風潮及政府許多中小企業優惠貸款政策相繼推出，民營銀行亦積極承作中小企業放款之業務。根據金管會的資料，可發現民營銀行對中小企業放款也大幅成長。2012 年以大眾銀行成長率最高，達 343.38%；陽信銀行成長率居次，成長 56.71%，第三名為新光銀行，成長 41.84%。顯示民營銀行也開始注重對中小企業放款，此舉對中小企業資金籌措有很大助益。

表 3-3-4 2012 年民營銀行對中小企業放款餘額及年增率

單位：新台幣億元；%

銀行別	2012 年底放款餘額	2011 年底放款餘額	年增率
大眾銀行	167	38	343.38
陽信銀行	536	342	56.71
新光銀行	1,103	777	41.84
京城銀行	242	179	35.45
遠東銀行	141	106	33.07
永豐銀行	1,134	867	30.84
中國信託銀行	894	694	28.89
台中商銀	1,287	1,009	27.55
台新銀行	666	546	21.91
日盛銀行	168	138	21.45

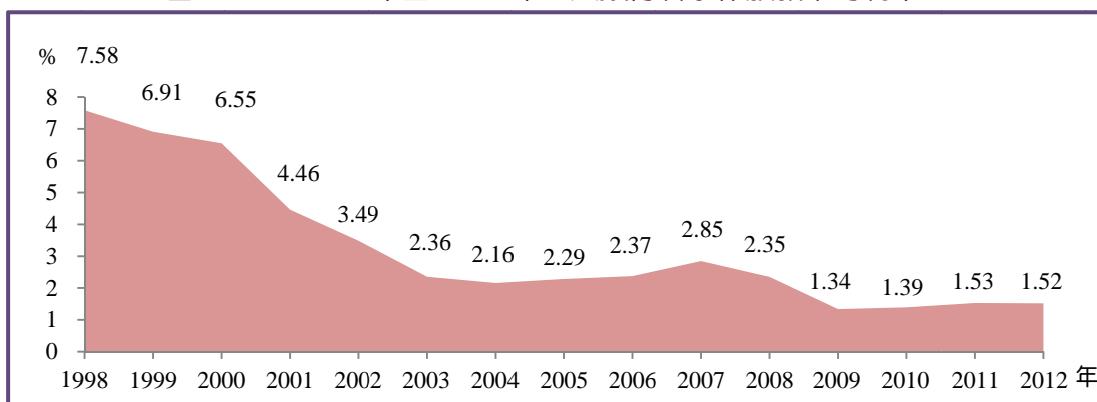
資料來源：金融監督管理委員會，「全國銀行對中小企業放款餘額統計表」。

三、2012 年企業資金取得成本略微下降 0.01 個百分點

2010 年 6 月至 2011 年上半年，中央銀行考量國內景氣持續復甦，市場利率緩升，預期物價上漲之風險提高，5 度調升政策利率，調整後之重貼現率為 1.875%；惟 2011 年下半年以來，鑑於歐債與美國財政問題紛擾，全球經濟存在諸多不確定性，不利國內經濟成長，中央銀行理事會自 2011 年 9 月以來，維持政策利率不變，以維持物價穩定及金融穩定，並協助經濟成長。

由中央銀行的資料顯示，五大銀行新承作放款平均利率，一路從 1998 年的 7.58% 下滑至 2004 年的 2.16%；2006 年回升為 2.37%，2007 年再升至 2.85%。隨後受到金融海嘯的影響，放款平均利率在 2008 年呈現下滑，五大銀行新承作放款平均利率為 2.35%，到了 2009 年更下滑到 1.34%，隨著經濟情況好轉，五大銀行新承作放款平均利率微幅調高，2011 年調為 1.53%，2012 年則略微下降 0.01 個百分點（圖 3-3-4）。

圖 3-3-4 1998 年至 2012 年五大銀行新承作放款平均利率



附 註：1. 圖中利率為當年 12 月加權平均利率。

2. 2008 年 10 月以前五大銀行為：台灣銀行、合作金庫銀行、第一商業銀行、華南銀行及彰化銀行；自 11 月起五大銀行調整為台灣銀行、合作金庫銀行、第一商業銀行、華南銀行及土地銀行。

資料來源：中央銀行。

第4章 中小企業的人力資源

本章旨在說明 2012 年台灣中小企業的人力運用、勞動條件、人力發展現況。在資料的使用上，原則上以員工數的定義標準計算，即礦業及土石採取業、製造業、營造業員工 200 人以下，其它各業 100 人以下者為中小企業。不過，由於資料上的限制，當無法根據該定義來區分時，將在文中適當處附註明。

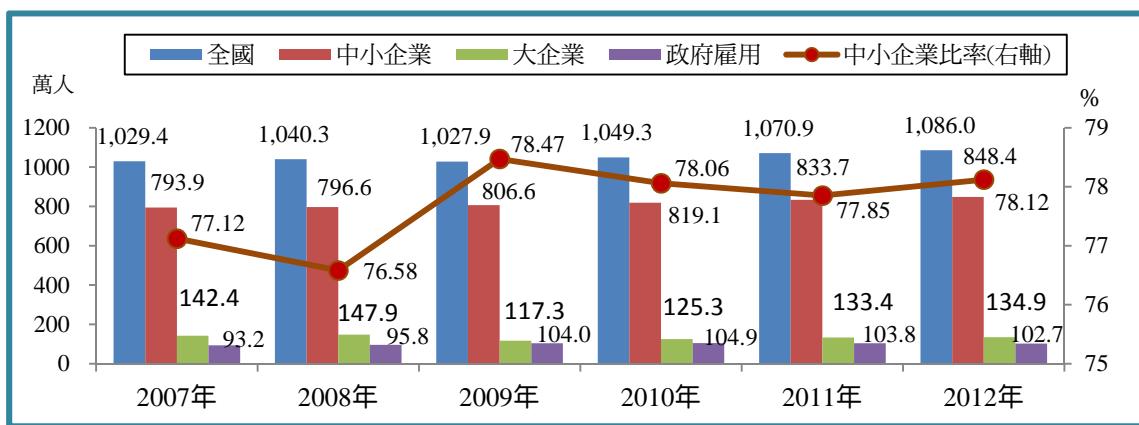
第1節 中小企業的勞動力運用

2012 年台灣整體勞動力有 1,134 萬人，其中就業（包含雇主、自營作業者、受僱者、無酬家屬工作者）1,086 萬人，失業 48 萬 1 千人，勞動力參與率為 58.35%，失業率平均 4.24%。因全球金融海嘯逐漸遠離，使得勞動力較 2011 年增加 14 萬人以上，就業人數也增加 15 萬 1 千人，失業人數則減少 1 萬人。以下詳述 2012 年中小企業的人力運用情形。

一、中小企業創造 848 萬個以上的就業機會

2012 年中小企業就業人數達 848 萬 4 千人，較 2011 年的 833 萬 7 千人增加 14 萬 7 千人，占全國就業人數的比重 78.12%，大企業就業人數 134 萬 9 千人，占 12.42%，政府部門就業人數為 102 萬 7 千人，占 9.46%。（圖 4-1-1）

圖 4-1-1 2007 年至 2012 年台灣地區就業人數

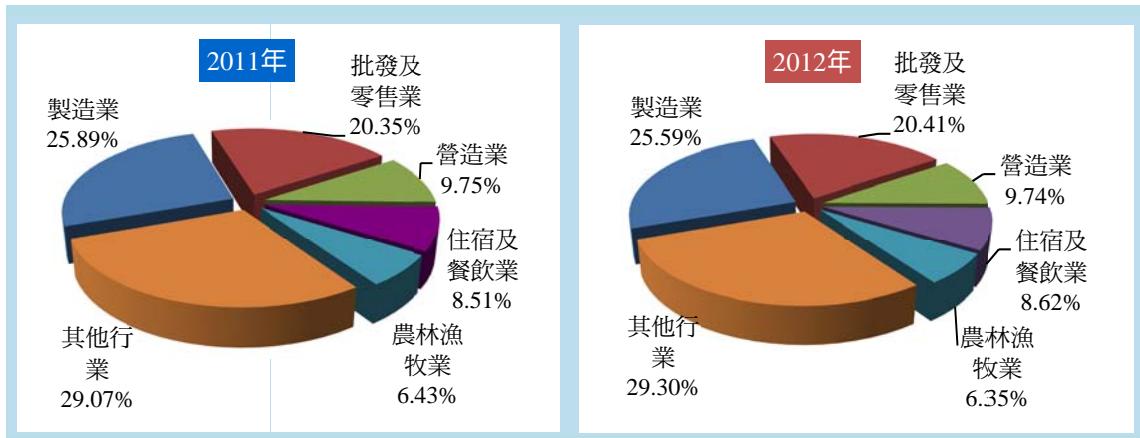


資料來源：整理自行政院主計總處，歷年《人力資源統計月報》原始資料。

以行業別觀察，2012 年中小企業就業人數以製造業 217 萬 1 千人，占中小企業就業

人數 25.59%最高；批發及零售業就業人數 173 萬 1 千人（占 20.41%）居次；營造業 82 萬 6 千人（占 9.74%）居第三。（圖 4-1-2）

圖 4-1-2 2011 年及 2012 年中小企業就業人數前五大行業及比率

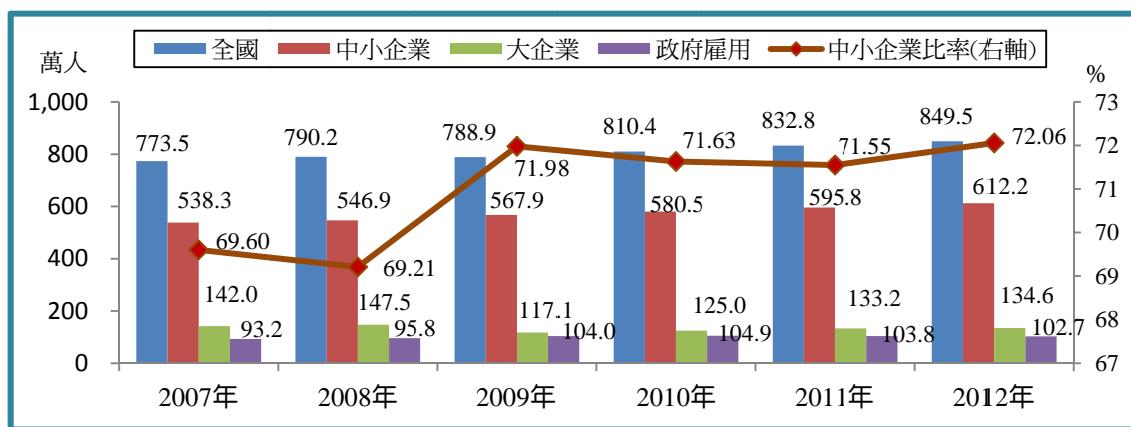


資料來源：行政院主計總處，《人力資源統計月報》原始資料，2011 年、2012 年。

二、中小企業僱用 612 萬 2 千人

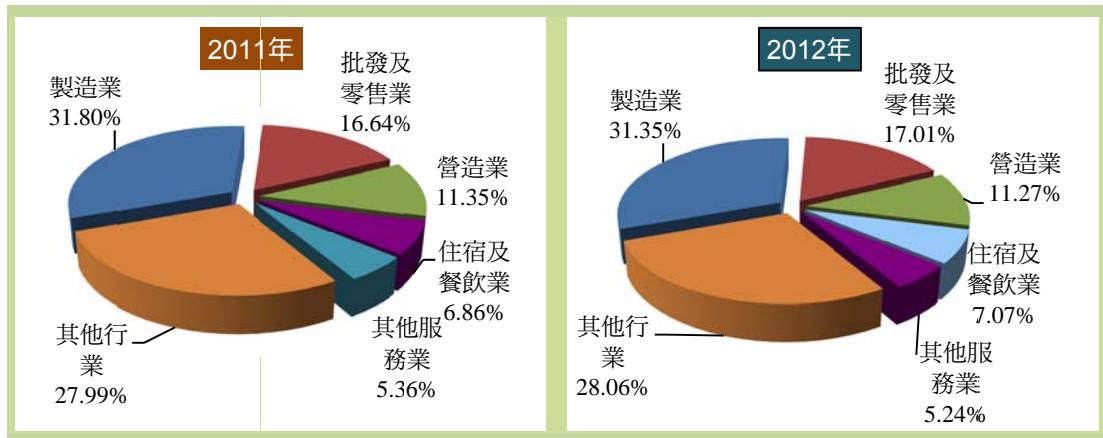
2012 台灣地區全年平均受僱（包含受政府僱用者、受私人僱用者）總人數為 849 萬 5 千人，較 2011 年增加 16 萬 7 千人或 2.01%。其中，中小企業受僱員工人數為 612 萬 2 千人，較 2011 年增加 2.75%，占總受僱員工人數比率 72.07%，較 2011 年的 71.54% 更為提高。（圖 4-1-3）2012 年中小企業受僱員工人數，行業分配結構與就業人數一樣，都是製造業最多（191 萬 9 千人，占 31.35%），批發及零售業居次（104 萬 1 千人，占 17.01%）；再次為營造業（69 萬人，占 11.27%）（圖 4-1-4）。

圖 4-1-3 2007 年至 2012 年台灣地區受僱人數



資料來源：整理自行政院主計總處，歷年《人力資源統計月報》原始資料。

圖 4-1-4 2011 年及 2012 年中小企業受僱人數前五大行業及比率

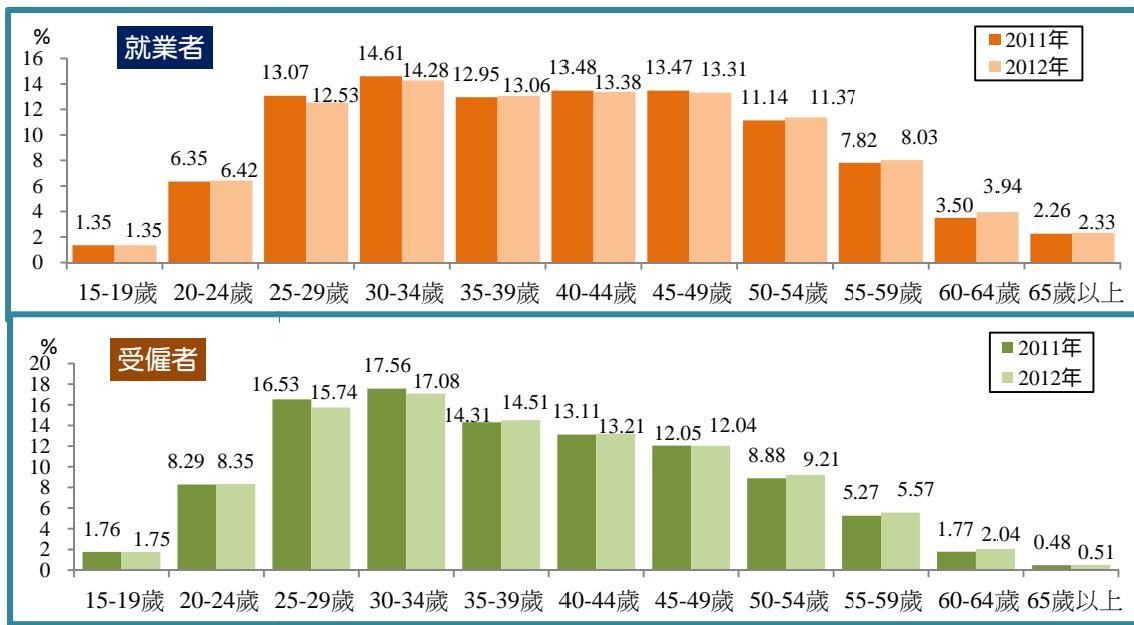


資料來源：行政院主計總處，《人力資源統計月報》原始資料，2011 年、2012 年。

三、中小企業人力大學畢業者漸增

2012 年無論中小企業就業者或中小企業受僱者，皆以年齡在 30 歲至 34 歲的族群人數最多，所占比重分別為 14.28%、17.08%，就業者次要年齡族群為 40 歲至 44 歲、45 歲至 49 歲；受僱者則是 25 歲至 29 歲的族群，35 歲以上的族群並隨著年齡層的提高，人數遞減。（圖 4-1-5）

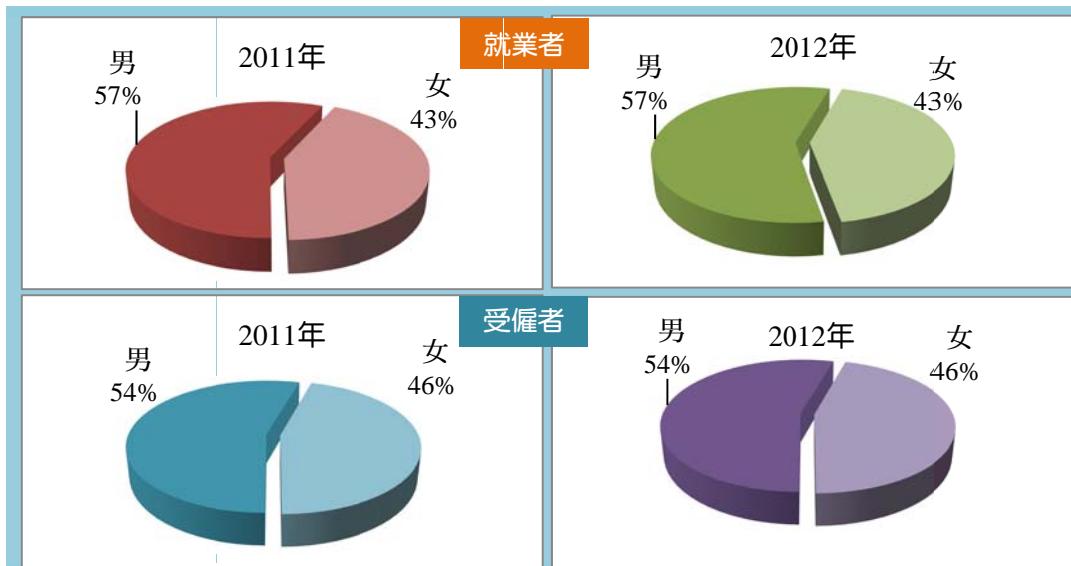
圖 4-1-5 2011 年及 2012 年中小企業就業者及受僱人數－按年齡結構



資料來源：行政院主計總處，《人力資源統計月報》原始資料，2011 年、2012 年。

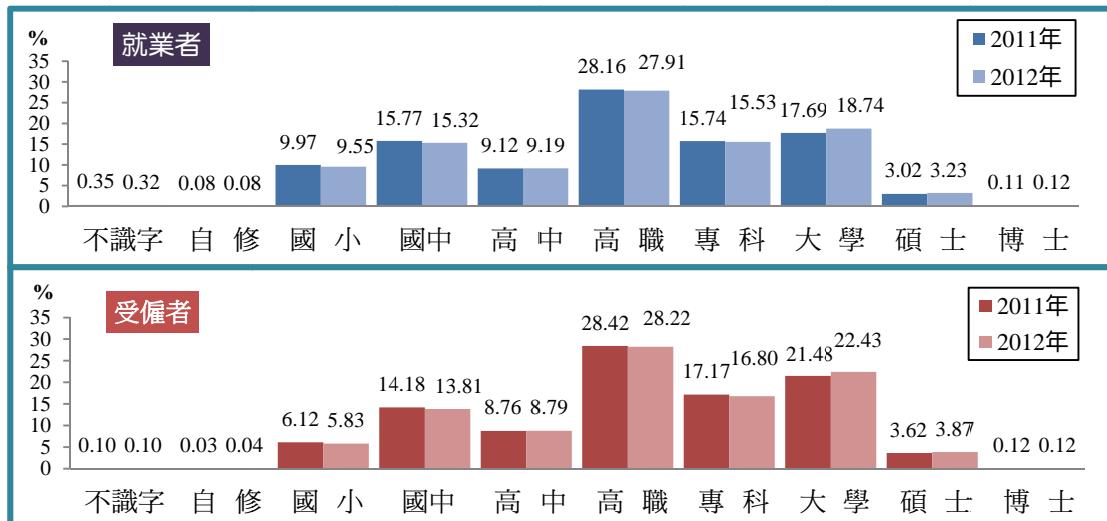
以性別結構來看，中小企業就業者或受僱者的男性比率均超過 50%，顯見在中小企業男性人數仍然占多數。（圖 4-1-6）以學歷來看，2012 年中小企業就業者及受僱者均以高職畢業者所占比重最高，不過，比率逐年下降，相對於 2011 年，該比率分別下降 0.25 個百分點與 0.20 個百分點，而大學學歷者的比率逐年提高，在就業者及受僱者中所占比重分別提高 1.05 個百分點與 0.95 個百分點，主因大學教育漸趨普及。（圖 4-1-7）

圖 4-1-6 2011 年與 2012 年中小企業就業者及受僱人數－按性別結構



資料來源：行政院主計總處，《人力資源統計月報》原始資料，2011 年、2012 年。\\

圖 4-1-7 2011 年與 2012 年中小企業就業者及受僱人數－按學歷結構



資料來源：行政院主計總處，《人力資源統計月報》原始資料，2011 年、2012 年。

四、中小企業雇主人數減少4千人

中小企業雇主（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）在2012年總計有47萬4千人，而大企業雇主只有約1,833人，其中中小企業雇主較2011年減少4千人，減幅為0.90%，而大企業雇主則較2011年增加210人，增加幅度達12.96%，顯示2012年經濟雖呈正成長，然對中小企業而言，經營情況趨於嚴峻，致中小企業雇主人數減少，但大企業則無懼景氣低迷，雇主人數仍較前一年增加。與大企業雇主的年齡結構比較，中小企業雇主相對年輕，而學歷的分佈也較為廣泛，不似大企業雇主半數以上都擁有大學及以上學歷。（表4-1-1）

表4-1-1 2011年及2012年雇主屬性

單位：千人；%

項目	2011年		2012年	
	中小企業	大企業	中小企業	大企業
總人數	478.33	1.62	474.03	1.83
比率	99.66	0.33	99.61	0.39
年齡	100.00	100.00	100.00	100.00
15~19 歲	0.02	—	0.03	—
20~24 歲	0.20	—	0.32	—
25~29 歲	2.23	—	2.05	—
30~34 歲	6.47	—	5.87	4.38
35~39 歲	11.98	4.07	9.73	1.92
40~44 歲	17.02	7.28	16.44	19.20
45~49 歲	20.32	9.32	19.52	17.05
50~54 歲	19.85	19.41	19.92	25.36
55~59 歲	13.33	28.70	15.24	4.98
60~64 歲	5.58	19.28	7.39	12.55
65 歲以上	2.99	11.94	3.50	14.57
性別	100.00	100.00	100.00	100.00
男	80.90	86.82	80.70	74.92
女	19.10	13.18	19.30	25.08
學歷	100.00	100.00	100.00	100.00
不識字	0.06	—	0.05	—
自修	0.04	—	0.02	—
國小	7.94	—	7.68	—
國(初)中	15.39	9.81	14.60	15.97
高中	10.37	7.38	9.81	7.75
高職	26.63	—	27.16	—
專科	19.31	21.48	19.44	25.79
大學	16.35	33.07	16.83	29.42
碩士	3.50	18.91	4.05	16.42
博士	0.41	9.34	0.36	4.66

資料來源：行政院主計總處，《人力資源統計月報》原始資料，2011年、2012年。

五、自營作業者人數逐年下降

自營作業者除自己或合夥經營事業者外，並未以酬金僱用他人工作，因此規模較小，都屬於中小企業。國內自營作業者人數在 1991 及 1992 年達到最高點 157 萬 2 千人後，長期處於下降趨勢，至 2012 年已降至 131 萬 9 千人（圖 4-1-8），較 2011 年減少約 4 千人，其中除了景氣的影響外，應否再強化創業政策的協助措施，也是值得思考的方向。從年齡結構觀察，自營作業者的年齡以 40 歲至 59 歲最多，在 2012 年年齡 50 歲以上的自營作業者所占人數比重遠高於其他年齡層，與中小企業雇主的年齡結構相比，自營作業者高齡的比重也相對較高。（表 4-1-2）

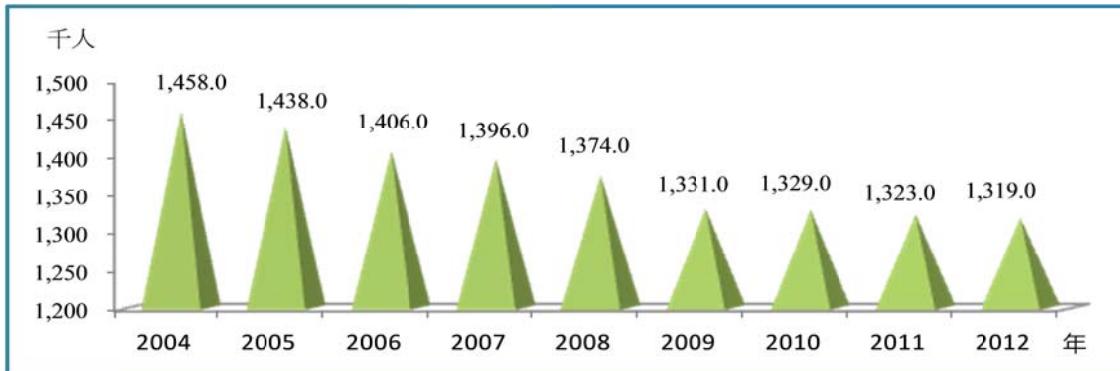
表 4-1-2 2011 年及 2012 年自營作業者屬性

單位：千人；%

項目	年別	2011 年	2012 年
總人數		1,323	1,319
年齡		100.00	100.00
15~19 歲		0.07	0.06
20~24 歲		0.67	0.55
25~29 歲		2.77	2.86
30~34 歲		5.91	5.61
35~39 歲		8.38	8.26
40~44 歲		14.20	13.37
45~49 歲		17.10	16.46
50~54 歲		17.15	17.56
55~59 歲		15.43	15.48
60~64 歲		9.42	10.67
65 歲以上		8.89	9.13
性別		100.00	100.00
男		74.20	74.59
女		25.80	25.41
學歷		100.00	100.00
不識字		1.12	1.03
自修		0.24	0.24
國小		24.25	23.97
國(初)中		22.69	21.87
高中		9.75	10.33
高職		25.71	24.94
專科		9.73	10.16
大學		5.45	6.39
碩士		1.02	1.01
博士		0.06	0.05

資料來源：行政院主計總處，《人力資源統計月報》原始資料，2011 年、2012 年。

圖 4-1-8 歷年自營作業者人數變化



資料來源：行政院主計總處，《人力資源調查統計年報》，2004 年至 2012 年。

六、女性中小企業負責人約 42 萬 7 千人

2012 年女性中小企業雇主人數 91,479 人，較 2011 年減少 534 人 (-0.58%)，在中小企業雇主中占 19.30%，自營作業者中女性人數 335,191 人，較 2011 年減少 6,255 人 (-1.83%)，在自營作業者中占 25.41%。（表 4-1-3）

表 4-1-3 2011 年及 2012 年女性雇主及自營作業者行業別分布

單位：人；%

行業別 年別	雇主		自營 作業	女性雇主				女性自營作業	
	中小企業	大企業		2011	2012	2011	2012	2011	2012
	2012	2012	2012	2012	2012	2011	2012	2011	2012
總人數	474,028	1,833	1,319,005	92,013	91,479	148	459	341,446	335,191
農、林、漁、牧業	8,820	—	325,676	372	510	0	0	35,407	31,813
礦業及土石採取業	72	—	21	0	—	0	0	—	—
製造業	117,312	761	69,117	9,520	9,266	0	0	7,241	6,381
電力及燃氣供應業	—	—	—	—	—	0	0	34	—
用水供應及污染整治業	2,837	—	3,768	451	384	0	0	641	621
營造業	55,566	—	58,080	4,077	3,234	0	0	830	673
批發及零售業	116,986	169	391,723	23,192	23,832	0	85	131,928	127,694
運輸及倉儲業	8,108	35	72,328	1,522	1,236	0	0	2,203	2,851
住宿及餐飲業	50,578	438	145,188	19,649	18,483	0	213	62,259	58,375
資訊及通訊傳播業	6,071	173	7,278	1,201	1,326	0	161	1,485	1,798
金融及保險業	1,422	—	2,337	106	193	0	0	539	522
不動產業	3,271	—	5,246	311	456	0	0	1,361	1,077
專業、科學及技術服務業	26,119	—	38,570	7,386	8,444	0	0	11,845	14,010
支援服務業	10,136	127	9,093	2,664	2,418	33	0	4,012	3,902
教育服務業	14,939	—	14,834	7,682	8,263	115	0	9,034	10,011
醫療保健及社會工作服務業	16,655	56	12,386	1,952	2,624	0	0	1,256	2,037
藝術、娛樂及休閒服務業	4,130	75	13,497	1,430	1,263	0	0	4,827	3,707
其他服務業	31,006	—	149,864	10,499	9,547	0	0	66,543	69,719

資料來源：整理自行政院主計總處，2011、2012 年《人力資源統計月報》原始資料。

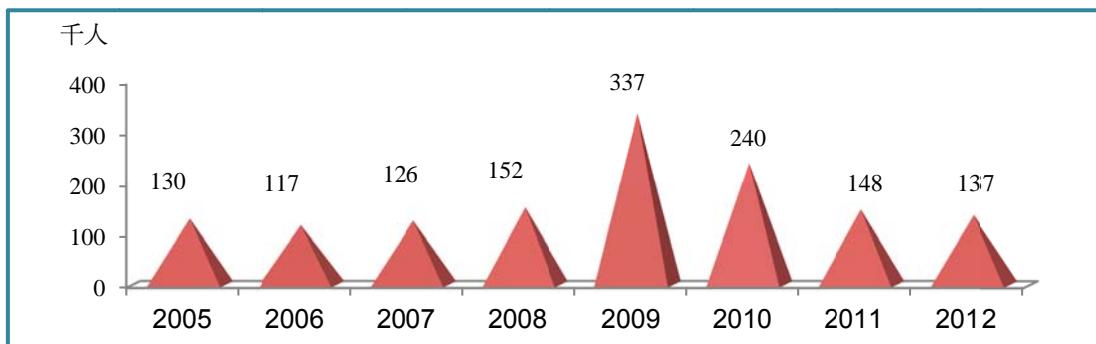
整體中小企業女性負責人(包括中小企業女性雇主與自營作業者)人數達426,670人，較2011年減少6,789人，衰退1.57%，占整體中小企業負責人數的比重也由24.06%降為23.80%。可見在2012年女性中小企業，無論自營作業者或雇主，均較2011年減少，一方面除了受經濟景氣影響外，也應思考如何積極協助創業。從中小企業女性負責人的行業分布來看，除了批發及零售業是中小企業雇主與自營作業者的共同首選外，女性雇主人數的其餘四大行業分別為住宿及餐飲業、其他服務業、製造業、教育服務業，而自營作業者的其餘四大行業則為其他服務業、住宿及餐飲業、農、林、漁、牧業、專業、科學及技術服務業，與雇主的選擇並不相同。(表4-1-3)

七、來自中小企業失業人數減少

2012年台灣地區失業人數較2011年減少1萬人左右，失業率下降至4.24%。除了初次尋職者外，來自中小企業的失業人數由32萬7千人減為31萬8千人；來自大企業的失業人數則由約3萬7千人減為3萬5千人。無論公司規模大小、公私部門或初次尋職者，都以年齡25至34歲的失業者較多，而前職在中小企業的失業者，則以高職學歷的失業者人數較多，大企業、政府部門、初次尋職者則都以大學程度的失業人數較多。(表4-1-4)

由於工作場所業務緊縮或歇業的原因而失業的人數，在2009年達到高點後，已經連續3年下滑，2012年已降至13萬7千人，降幅7.47%。(圖4-1-9)無論來自中小企業或大企業，因工作場所業務緊縮或關廠歇業而失業者，所占比重都相對下降，但對原有工作不滿意的比重則明顯提高，應與景氣復甦有關。(表4-1-5)

圖4-1-9 2005年至2012年因業務緊縮或關廠歇業失業者



資料來源：行政院主計總處，《人力資源調查統計年報》，2005年至2012年。

表 4-1-4 2011 年及 2012 年失業者屬性

單位：千人；%

項目	年別	2011 年				2012 年			
		中小企業	大企業	政府僱用	初次尋職者	中小企業	大企業	政府僱用	初次尋職者
總人數		327.35	37.26	26.39	100.15	318.04	35.19	22.02	105.35
比率		66.65	7.59	5.37	20.39	66.18	7.32	4.58	21.92
年齡	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
15~19		1.67	0.55	0.20	9.80	2.01	0.43	0.20	6.34
20~24		10.91	13.36	6.69	50.66	11.18	13.28	5.73	55.33
25~29		19.82	28.81	21.64	30.23	18.92	28.13	26.80	30.17
30~34		17.39	19.49	11.99	6.49	18.16	20.65	15.48	5.76
35~39		12.55	11.62	9.99	1.55	13.76	11.74	8.84	1.71
40~44		11.59	10.96	11.75	0.73	11.11	10.84	11.16	0.40
45~49		11.45	6.16	15.20	0.13	10.32	6.80	9.66	0.20
50~54		8.03	5.45	12.25	0.19	7.76	5.14	10.38	0.03
55~59		5.15	3.09	6.87	0.17	4.93	1.95	7.71	0.05
60~64		1.38	0.50	3.21	0.03	1.75	0.99	3.78	—
65 以上		0.05	—	0.21	0.02	0.09	0.04	0.26	—
性別	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
男		63.36	57.37	51.26	54.71	62.39	58.44	49.52	53.07
女		36.64	42.63	48.74	45.29	37.61	41.56	50.48	46.93
學歷	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
不識字		0.03	—	0.02	0.02	0.03	—	—	0.01
自修		0.02	0.03	—	—	0.01	0.02	—	—
國小		6.20	2.01	7.53	7.53	5.82	1.24	7.95	0.17
國(初)中		16.79	4.64	14.20	14.20	16.97	4.75	9.44	3.86
高中		10.31	6.52	6.25	6.25	10.10	5.50	6.37	6.53
高職		31.72	24.27	19.88	19.88	29.43	25.87	18.65	12.25
專科		13.95	21.56	14.12	14.12	13.68	19.81	11.55	6.16
大學		19.06	33.60	32.13	32.13	21.69	33.41	36.28	59.24
碩士		1.90	7.17	5.62	5.62	2.23	8.98	9.51	11.69
博士		0.02	0.19	0.26	0.26	0.05	0.42	0.25	0.09

附註：表中類別為失業者前職之企業規模。

資料來源：行政院主計總處，《人力資源統計月報》原始資料，2011 年、2012 年。

表 4-1-5 2011 年及 2012 年離開前職的理由

單位：千人；%

項目	年別	2011 年			2012 年		
		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		327.35	37.26	26.39	318.04	35.19	22.02
工作場所業務緊縮或歇業		41.05	30.59	7.70	39.21	28.73	8.95
對原有工作不滿意		41.68	54.43	13.41	43.55	54.85	19.44
健康不良		2.58	3.96	0.98	2.85	2.81	1.32
季節性或臨時工作結束		10.50	7.58	70.63	10.67	7.42	61.35
女性結婚或生育		0.85	0.32	1.41	0.55	1.99	0.91
退休		0.28	1.15	3.34	0.36	0.68	4.68
家務太忙		1.18	1.04	0.46	1.17	0.94	1.00
其他		1.89	0.92	2.07	1.64	2.64	2.36

附註：表中類別為失業者前職之企業規模。

資料來源：行政院主計總處，《人力資源統計月報》原始資料，2011 年、2012 年。

八、中小企業使用外勞比重提高

近年來，國內產業外勞人數持續攀升，至 2012 年，有效核准人數已達 260,308 人，比 2011 年增加近萬人，在台人數 233,572 人，也比 2011 年增加 1 萬 4 千人以上(表 4-1-6)。以運用外勞的企業規模別來看，2012 年大企業核准人數 103,087 人，較 2011 年減少 4,772 人，中小企業則增加至 157,221 人，若以在台人數看，則大企業在台外勞人數略有減少，中小企業則增加近 1 萬 6 千人，所占比重高達 59.59%，創歷史新高紀錄，顯示在目前的機制下，中小企業運用外勞較為容易。

表 4-1-6 2006 年至 2012 年企業引進外勞人數—按規模別

單位：人；%

年別	規模別	有效核准人數			在台人數		
		總計	中小企業	大企業	總計	中小企業	大企業
2006		206,385	93,507 (45.31)	112,878 (54.69)	181,648	79,388 (43.70)	102,260 (56.30)
2007		211,821	100,064 (47.24)	111,757 (52.76)	191,923	90,632 (47.22)	101,291 (52.78)
2008		220,696	113,530 (51.44)	107,166 (48.56)	191,768	100,496 (52.40)	91,272 (47.60)
2009		188,185	104,502 (55.53)	83,683 (44.47)	169,621	95,623 (56.37)	73,998 (43.63)
2010		208,600	114,959 (55.11)	93,641 (44.89)	185,800	102,605 (55.22)	83,195 (44.78)
2011		250,498	142,639 (56.94)	107,859 (43.06)	219,136	123,412 (56.32)	95,724 (43.68)
2012		260,308	157,221 (60.40)	103,087 (39.60)	233,572	139,176 (59.59)	94,396 (40.41)

附 註：1.僅包含製造業與營造業所引進的外勞人數。

2.以員工人數 200 人以下定義為中小企業。

3.括號內數據為分配比。

資料來源：行政院勞委會職業訓練局。

九、中小企業使用臨時性或派遣人力的比例持續微幅提高

根據 2012 年《台灣地區人力運用調查》的結果，中小企業全日工作者大幅增加 17 萬 1 千人，大企業則減少 1 萬 1 千人，相對的，中小企業使用部分工時的人力達 35 萬 3 千人，較 2011 年增加 1 萬 5 千人，而大企業使用部分工時的人力則僅增加 1 千人左右。事實上，中小企業部分工時人力相對於全日工時人力約維持在 4% 左右，而大企業與政府部門均不及 2%，因此，部分工時人力仍以協助中小企業居多，其中又以中小型服務業使用較為普遍，批發及零售業、住宿及餐飲業是使用人數較多的行業，但使用比率較高的則是教育服務業、藝術、娛樂及休閒服務業、住宿及餐飲業。(表 4-1-7)

表 4-1-7 2011 年及 2012 年部分工時勞工運用概況

單位：千人

行業別 年別 項目	2011 年						2012 年					
	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										
總計	7,962	338	1,313	20	1,016	19	8,133	353	1,302	21	2,017	35
農林漁牧業	513	19	2	0	4	0	521	14	2	-	4	-
礦業及土石採取業	3	-	787	3	1	-	3	0	-	-	0	-
製造業	2,103	35	2	-	32	-	2,119	39	792	1	21	-
電力及燃氣供應業	3	-	1	-	24	-	3	-	2	-	24	-
用水供應及污染整治業	31	-	11	-	44	-	33	-	2	-	45	1
營造業	777	28	45	4	8	-	785	33	11	-	9	-
批發及零售業	1,617	87	58	1	5	2	1,649	87	51	8	7	0
運輸及倉儲業	290	7	17	0	49	2	297	6	55	1	52	2
住宿及餐飲業	644	58	60	-	0	-	659	68	18	2		
資訊及通訊傳播業	148	5	88	3	1	-	162	6	58	-	1	-
金融及保險業	306	15	2	-	13	-	318	15	77	-	15	-
不動產業	81	1	32	-	1	-	84	0	2	-	2	-
專業、科學及技術服務業	271	5	15	0	27	-	266	9	39	-	24	1
支援服務業	212	15	66	9	1	-	222	14	22	1	0	-
教育服務業	200	21	121	-	314	15	208	24	52	8	324	12
醫療保健及社會工作服務業	193	11	3	-	82	-	216	11	112	-	78	0
藝術、娛樂及休閒服務業	67	5	4	-	16	0	67	7	4	1	14	-
其他服務業	502	26	2	0	4	-	519	20	3	-	2	-

資料來源：行政院主計總處，《台灣地區人力運用調查》原始資料，2011 年、2012 年。

2012 年中小企業使用部分工時的人數增加，使用的臨時性或派遣人力也持續增加至 491,435 人，較 2011 年大幅增加 45,726 人，增幅高達 10.26%，而大企業與政府部門則減少使用。中小企業以營造業使用最多臨時性及派遣人力，數量高達 16 萬人，較 2011 年增加近 4 萬人，不過，增幅最大的則為教育服務業，達 79.75%。（表 4-1-8）

表 4-1-8 2011 年及 2012 年臨時性或派遣人力使用狀況

單位：人；%

項 目 行業別	2011 年			2012 年		
	中小企業	大企業	政府機關	中小企業	大企業	政府機關
整體產業	445,709	34,453	50,506	491,435	32,249	49,986
占比率	83.99	6.49	9.52	85.67	5.62	8.71
農、林、漁、牧業	21,707	-	125	22,808	-	-
礦業及土石採取業	415	-	-	-	-	-
製造業	61,177	13,444	399	60,176	9,273	-
電力及燃氣供應業	-	-	324	-	-	209
用水供應及污染整治業	1,242	119	5,379	923	-	1,898
營造業	123,130	322	168	160,680	-	602
批發及零售業	73,587	3,657	1,817	70,126	6,742	-

項 目 行業別	2011 年			2012 年		
	中小企業	大企業	政府機關	中小企業	大企業	政府機關
運輸及倉儲業	7,812	1,169	2,819	6,425	—	1,528
住宿及餐飲業	45,868	244	—	67,966	1,952	—
資訊及通訊傳播業	5,432	805	—	4,813	—	—
金融及保險業	13,627	3,431	—	6,569	431	—
不動產業	1,660	188	664	503	176	—
專業、科學及技術服務業	5,127	—	140	7,514	1,612	938
支援服務業	35,817	2,116	—	31,850	2,961	—
公共行政及國防：強制性社會安全	—	—	15,614	—	—	11,130
教育服務業	8,907	5,830	19,480	16,010	5,723	30,611
醫療保健及社會工作服務業	11,531	3,128	1,445	4,884	2,692	1,267
藝術、娛樂及休閒服務業	4,496	—	1,362	6,987	687	1,435
其他服務業	24,174	—	770	23,201	—	368

資料來源：行政院主計總處，《台灣地區人力運用調查》原始資料，2011 年、2012 年。

十、中小企業轉業人數減少約 2 萬 5 千人

2012 年來自中小企業的轉業者總計有 50 萬 7 千人，較 2011 年減少 2 萬 5 千人，其中轉職後仍以在中小企業工作最多，前往大企業或政府部門工作者，僅約 12% 左右，可見中小企業員工轉職至大企業或政府機關並不容易，也可見中小企業提供轉職者較多的選擇機會。（表 4-1-9）

表 4-1-9 2006 年至 2012 年前職在中小企業就業者的轉業選擇

單位：千人；%

年 別	總 計	留在中小企業		轉往大企業		轉往政府機關	
		人 數	比 率	人 數	比 率	人 數	比 率
2006	428	367	85.79	48	11.27	13	2.95
2007	439	390	88.65	38	8.62	12	2.73
2008	474	413	87.13	46	9.70	15	3.16
2009	518	472	91.14	24	4.69	22	4.17
2010	536	471	87.80	42	7.82	23	4.38
2011	532	461	86.75	48	9.03	22	4.22
2012	507	444	87.60	46	8.98	17	3.42

附 註：2009 年 9 月修訂的中小企業定義統計，其中礦業、製造業、營造業以外的業別員工人數在 100 人以下，屬中小企業。

資料來源：行政院主計總處，歷年《台灣地區人力運用調查報告》。

十一、政府積極促進創業

勞委會 2012 年辦理的創業入門班，總計 7,700 人次參加，與進階班的 4,252 人次、精進班的 1,232 人次合計，共 13,184 人次參與（表 4-1-10）。提供創業諮詢輔導服務共計 4,689 人次，協助完成創業 2,008 人，總計創造 5,176 個就業機會。（表 4-1-11）

表 4-1-10 2007 年至 2012 年勞委會辦理創業研習情形

年 別	入門班	進階班	精進班	年度合計	
2007 年 3 月至 12 月	7,356	1,720	535	9,611	
2008 年	8,243	2,841	2,708	13,792	
2009 年	8,940	5,050	1,822	15,812	
2010 年	8,000	4,601	1,285	13,886	
2011 年	男 女 小計	2,743 5,218 7,961	1,180 2,840 4,020	402 961 1,363	4,325 9,019 13,344
2012 年	男 女 小計	2,700 5,000 7,700	1,370 2,882 4,252	388 844 1,232	4,458 8,726 13,184
合計		48,200	22,484	8,945	79,629

資料來源：行政院勞委會。

表 4-1-11 2007 年至 2012 年勞委會提供創業協助成果

年 別	諮詢輔導人次	協助完成創業人數	創造就業機會(含本人)
2007 年 3 月至 12 月	2,024	1,276	2,983
2008 年	2,693	1,168	2,819
2009 年	4,016	2,149	6,494
2010 年	5,916	1,715	5,328
2011 年	4,661	1,867	5,235
2012 年	4,689	2,008	5,176
合 計	23,999	10,183	28,035

資料來源：行政院勞委會。

第 2 節 中小企業的勞動條件

一、2010 年少數中小企業人事成本比重大幅提高

本項統計的營運成本包含營業費用與營業成本，其中薪資為營業費用的一部分。由於各業營業成本不同，因此人事費占營業費用與營運成本的比重也有所不同。2011 年，多數行業營業費用提高，但薪資未相對成長，因此各業別薪資占營業費用或營運成本比率多處下降，以中小企業來看，2011 年人事成本占營業費用比重約為 3 至 4 成，其中僅製造業、資訊及通訊傳播業、金融及保險業、其他服務業的人事成本占營業費用比重相對於 2010 年上升，其餘業別均見降低。至於考慮營業成本後，除了製造業、金融及保險業之外，支援服務業、教育服務業的人事成本占營運成本的比率也較 2010 年略有提高，其餘業別均呈相對較 2010 年降低。（表 4-2-1）

表 4-2-1 2010 年及 2011 年行業別的薪資占營業費用比率

單位：%

行業別 規 模 別 年 別	薪資占營業費用比率				薪資占營運成本比率			
	中小企業		大企業		中小企業		大企業	
	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011
農、林、漁、牧業	32.01	28.77	37.25	34.80	4.89	3.47	5.74	4.03
礦業及土石採取業	16.71	15.56	32.61	7.71	2.84	2.36	2.21	1.59
製造業	32.88	33.65	23.54	22.34	3.84	4.69	1.51	1.44
電力及燃氣供應業	32.00	20.82	46.37	48.45	8.80	5.82	1.43	1.56
用水供應及污染整治業	27.65	24.17	55.21	56.68	8.39	7.27	4.77	5.77
營造業	38.39	35.52	47.61	50.99	5.03	4.70	2.45	2.36
批發及零售業	42.97	40.77	34.57	34.84	8.84	0.51	3.24	3.32
運輸及倉儲業	35.96	33.04	46.51	48.39	11.08	9.92	4.61	6.97
住宿及餐飲業	36.92	36.74	37.30	34.79	16.07	14.47	16.78	15.21
資訊及通訊傳播業	46.62	47.02	30.98	32.84	22.56	21.40	9.56	10.23
金融及保險業	29.47	34.79	46.33	48.78	12.13	12.68	1.56	3.05
不動產業	35.76	31.84	24.33	26.20	14.83	13.38	2.83	3.54
專業、科學及技術服務業	42.16	41.79	35.26	41.13	19.79	18.09	7.79	8.89
支援服務業	51.87	50.77	42.30	56.02	29.26	29.32	9.80	15.06
教育服務業	74.89	54.70	47.62	48.55	22.87	42.25	24.79	27.89
醫療保健及社會工作服務業	46.64	43.84	37.86	37.04	33.36	19.47	3.35	3.26
藝術、娛樂及休閒服務業	47.02	33.10	31.40	31.92	24.14	14.61	14.79	13.77
其他服務業	33.83	35.55	33.41	28.14	18.20	14.98	10.65	7.94
整體產業	38.55	37.39	32.72	32.69	6.92	1.24	2.14	2.53

附 註：1.營運成本包含營業成本及營業費用。

2.營業費用包括薪資、租金、旅運費、廣告、水電瓦斯費、郵電費、保險費、交際費、訓練費等。

資料來源：整理自財政部財稅資料中心營利事業所得稅申報資料，2010 年、2011 年。

二、多數業別每週工時變化不大

中小企業，歷來以住宿及餐飲業的每週工作時數最長，2012 年達 47.94 小時；其次為其他服務業的 46.95 小時；工時最短的為教育服務業的 37.97 小時，農、林、漁、牧業 39.31 小時次之，營造業 40.35 小時再次之。（表 4-2-2）各業中，相對於 2011 年，2012 年多數行業的工時變化不大，僅礦業及土石採取業增加超過 2.5 個小時，較為明顯。

三、中小企業以電力及燃氣供應業員工平均月收入最高

電力及燃氣供應業向來為中小企業中薪資最高的行業，2012 年員工平均主要工作收入每月可達 4.4 萬元以上，其次為資訊及通訊傳播業 3.5 萬元，均較 2011 年大幅提高，不過，主要的中小企業員工平均收入多較 2011 年下降，即使提高，幅度也相當小，可見 2012 年中小企業勞動條件並未有效改善。（表 4-2-3）

表 4-2-2 2011 年及 2012 年行業別每週工時

單位：小時／週

項目 行業別	2011 年			2012 年		
	中小企業	大企業	政府	中小企業	大企業	政府
農、林、漁、牧業	40.03	43.84	39.31	39.31	40.35	40.32
礦業及土石採取業	41.95	—	41.44	44.46	40.00	41.23
製造業	42.56	42.97	39.77	42.38	43.29	40.33
電力及燃氣供應業	42.22	41.31	39.63	42.50	41.21	40.38
用水供應及污染整治業	43.47	42.59	40.50	43.10	40.66	40.81
營造業	40.14	43.23	39.63	40.35	42.06	40.44
批發及零售業	46.46	42.93	39.38	46.29	43.41	39.61
運輸及倉儲業	45.50	43.25	39.63	45.40	44.41	40.43
住宿及餐飲業	48.41	45.39	42.31	47.94	44.15	44.82
資訊及通訊傳播業	41.88	42.52	42.09	42.59	43.32	41.92
金融及保險業	41.94	41.87	39.85	42.06	42.28	41.31
不動產業	46.31	44.34	37.26	45.03	44.01	39.59
專業、科學及技術服務業	41.89	42.24	39.24	42.85	43.02	40.82
支援服務業	43.47	47.55	36.85	44.14	49.03	39.95
教育服務業	38.39	35.90	36.27	37.97	36.50	36.05
醫療保健及社會工作服務業	44.12	43.82	41.58	44.02	44.67	42.41
藝術、娛樂及休閒服務業	45.41	44.00	39.28	44.04	42.89	40.22
其他服務業	46.68	41.47	40.67	46.95	41.00	43.23

資料來源：整理自行政院主計總處，2010 年及 2011 年《人力資源統計月報》原始資料。

表 4-2-3 2011 年及 2012 年各行業平均主要工作月收入－按規模別

單位：千元

項目 行業別	2011 年			2012 年		
	中小企業	大企業	政府	中小企業	大企業	政府
農、林、漁、牧業	15.71	20.34	31.24	15.84	24.40	36.14
礦業及土石採取業	29.34	—	63.91	25.98	-	57.57
製造業	20.97	28.56	36.87	21.55	34.62	52.64
電力及燃氣供應業	39.55	50.04	39.57	44.27	42.17	38.27
用水供應及污染整治業	29.25	31.05	24.60	20.98	36.40	23.54
營造業	29.71	41.66	39.59	28.23	51.01	35.01
批發及零售業	20.76	24.72	23.71	20.69	22.44	28.71
運輸及倉儲業	25.38	33.57	23.22	25.20	38.93	24.47
住宿及餐飲業	17.18	20.05	17.60	18.49	19.57	-
資訊及通訊傳播業	24.68	36.42	40.16	35.42	49.59	38.48
金融及保險業	29.71	33.80	54.19	24.72	37.90	52.20
不動產業	24.40	30.42	34.00	27.04	31.63	40.76
專業、科學及技術服務業	27.25	59.27	37.60	22.89	46.73	46.93
支援服務業	21.85	24.53	26.58	19.00	20.40	35.00
教育服務業	22.91	28.61	29.47	23.36	27.53	31.85
醫療保健及社會工作服務業	26.99	38.65	35.25	25.14	32.87	33.46
藝術、娛樂及休閒服務業	31.38	30.53	24.30	21.10	21.86	33.97
其他服務業	19.93	28.12	27.55	20.56	37.11	32.78

資料來源：行政院主計總處，《台灣地區人力運用調查》原始資料，2011 年、2012 年。

第3節 中小企業的人力發展

一、新增50人以下企業的在職訓練補助

協助企業人力資源提升計畫的目的在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，2012年並新增對小型事業單位（員工人數50人以下）提供專業化、個別化的輔導諮詢服務，並協助執行訓練課程，免去申請補助及核銷的繁複程序，避免增加行政作業成本，又可協助小型事業單位有效投資人力資本。總計2012年共補助1,204家辦理個別型訓練計畫（個別企業或團體依其經營發展需要辦理）與127件聯合型計畫（協助企業人力資源提升聯合型計畫），其中個別型計畫的家數、班數、人次均較過去幾年減少，聯合型計畫的補助件數雖然是歷來最多，但參訓家數、訓練班數、訓練人次則都是歷來最少或次少，可能因為聯合型計畫不易執行。其中員工人數50人以下企業辦理個別型訓練總計256案，聯合訓練則有91案。（表4-3-1）

表4-3-1 2006年至2012年協助企業人力資源提升

年別 項目	個別型計畫			聯合型計畫			
	補助家數	訓練班數	訓練人次	補助案數	參訓家數	訓練班數	訓練人次
2006年	1,551	22,486	424,311	87	668	2,814	102,867
2007年	1,307	26,953	547,805	102	1,891	2,692	108,389
2008年	1,415	38,282	733,638	112	2,088	4,583	131,971
2009年	1,240	40,544	864,001	119	1,342	5,163	140,487
2010年	1,793	40,902	869,520	126	775	3,617	130,244
2011年	1,779	41,173	863,296	101	625	2,688	112,213
2012年	1,204	27,269	600,480	127	463	1,730	58,624

附 註：2012年新增員工人數50人以下的事業單位可申請輔導訓練措施，總計辦理347案，包含個別型訓練256案，聯合型訓練91案。

資料來源：行政院勞工委員會職業訓練局，2013年4月。

二、2011年中小企業參加職業訓練人次約353萬人次

根據勞委會職業訓練局的《職業訓練概況調查報告》，2011年底有雇用勞工之勞保事業單位，共有468,930家，其中355,313家未辦理職業訓練，占75.8%，而有辦理者計113,617家，占24.2%。就員工規模來看，隨著企業規模擴大，辦理職業訓練的家數比率也愈為提高，尤其29人及以下企業有辦理職業訓練的比率僅21.1%，不過，30人至未滿100人的企業，有辦理職業訓練的比率則已高達67.6%，而百人以上的企業，則可達8成5以上辦理職業訓練。

就營業額規模來看，也大致有隨著營業額規模愈大，有辦理職業訓練的比率遞增的現象。（表 4-3-2）就行業別觀察，有辦理職業訓練的比率，以電力及燃氣供應業最高，占 62.2%，其次是藝術、娛樂及休閒服務業的 52.1%，再次之為住宿及餐飲業，占 40.1%，而以礦業及土石採取業 18.4% 及批發及零售業 16.8% 最低。

表 4-3-2 2011 年事業單位職業訓練辦理情形－按員工規模及營業額分

單位：家；%

項 目	家 數		未辦理職業訓練		有辦理職業訓練	
	家	%	家	%	家	%
總 計	468,930	100.0	355,313	75.8	113,617	24.2
員工規模						
29 人及以下	441,073	100.0	347,788	78.9	93,285	21.1
30-99 人	21,157	100.0	6,858	32.4	14,299	67.6
100-199 人	3,528	100.0	503	14.2	3,025	85.8
200-299 人	1,168	100.0	87	7.4	1,081	92.6
300-499 人	910	100.0	43	4.8	867	95.2
500 人及以上	1,094	100.0	34	3.1	1,060	96.9
營 業 額						
未滿 500 萬元	220,317	100.0	192,709	87.5	27,608	12.5
500 萬元-未滿 1000 萬元	74,435	100.0	59,480	79.9	14,956	20.1
1000 萬元-未滿 4000 萬元	87,672	100.0	57,182	65.2	30,490	34.8
4000 萬元-未滿 1 億元	39,399	100.0	21,377	54.3	18,023	45.7
1 億元-未滿 5 億元	31,669	100.0	17,808	56.2	13,861	43.8
5 億元以上	7,273	100.0	1,341	18.4	5,932	81.6
拒答	8,165	100.0	5,418	66.4	2,747	33.6

資料來源：行政院勞委會職業訓練局，〈2011 年職業訓練概況調查報告〉。

2011 年在辦理訓練的事業單位中，總計訓練人次達 15,815,759 人次，訓練經費達 169.2 億元，其中中小企業參與辦理的訓練家數總計高達 109,263 家，占 96.17%，而訓練人次達 3,526,309 人次，占所有訓練人次的 22.30%，投入訓練經費 4,738 百萬元，占全體事業訓練經費的 28.01%。（表 4-3-3）

表 4-3-3 2011 年中小企業參與職業訓練家數、人次與投入的訓練支出統計

項 目	合 計	中小企業	大 企 業
訓練家數	113,617	109,263 (96.17)	4,354 (3.83)
訓練人次	15,815,759	3,526,309 (22.30)	12,289,450 (77.70)
訓練支出（百萬元）	16,916	4,738 (8.01)	12,178 (71.99)

註：括弧中為百分比。

資料來源：行政院勞委會職業訓練局，〈2011 年職業訓練概況調查報告〉。

無論企業規模大小，事業均以「自辦訓練」為首選，其次為「委外訓練」及「派員訓練」，而「補助個人進修」比率最低，訓練內容以專門知識及技術之訓練最多，其次為安全衛生訓練，再次為銷售及顧客服務之訓練。辦理職業訓練後，以「專業技能提升」、

「工作安全性提高」、「產品及服務品質提高」獲得改善的比率最高，對於生產力、銷售及獲利能力的提高，改善較為有限。

另外，約有 5 成 3 事業單位有採取激勵措施來提升員工職訓績效，主要以納入升遷考量、納入年終考核、給予獎金或獎品、給予加薪的方式獎勵。（表 4-3-4）

表 4-3-4 2011 年事業單位採取激勵措施的情形－按員工規模分

員工規模別	有辦訓事業單位(家)	無激勵措施(%)	有激勵措施(%)							
			合計	納入升遷考量	納入年終考核	給予榮譽假	給予獎金或獎品	給予加薪	予以表揚	其他
總計	113,617	46.8	53.2	22.1	22.9	1.4	21.0	21.2	17.5	0.3
29 人及以下	93,285	46.9	53.1	20.1	22.2	1.5	22.7	23.3	17.5	-
30-99 人	14,299	47.3	52.7	28.6	26.0	1.5	14.6	13.2	18.0	1.5
100-199 人	3,025	49.4	50.6	31.5	26.3	0.5	9.3	7.4	14.9	0.6
200-299 人	1,081	42.6	57.4	38.9	25.6	1.0	8.6	10.4	13.7	2.0
300-499 人	867	40.3	59.7	40.5	26.2	0.3	10.5	5.7	15.6	2.2
500 人及以上	1,060	28.9	71.1	47.5	33.9	1.2	20.6	6.4	23.8	2.5

附註：事業單位採用之激勵措施不僅一種，故各項激勵措施比率合計可能大於有實施激勵措施的比率。

資料來源：行政院勞委會職業訓練局，〈100 年職業訓練概況調查報告〉。

不過，有 22.4%之事業單位於辦理職業訓練方面遭遇困難，主要為訓練時間不易安排、員工流動率高、訓練費用過高及員工參訓意願不高等因素，多數的事業單位反映不需要政府提供相關的協助，僅約 2 成的事業，希望政府直接補助員工參訓及補助單位自行辦理訓練課程。

三、人力需求小幅增加

根據行政院勞工委員會於 102 年 4、5 月間針對員工規模 30 人以上事業單位的調查，由於全球經濟明顯止穩，廠商增僱員工的意願開始緩和提升，2013 年 7 月底人力需求較 4 月底淨增加 40.8 千人，其中 6 成 1 的事業仍維持與 4 月底一樣，增加僱用的事業有 24.44%，預計增加僱用 49.9 千人，僅 4.80% 將減少僱用，計約 9.1 千人。

大體上來說，以製造業淨增加 24.1 千人較為明顯（其中，金屬製品製造業淨增 3.5 千人、電子零組件製造業淨增 3.3 千人、食品製造業淨增 2.4 千人、紡織業淨增 2.3 千人、機械設備製造業淨增 2.1 千人），其次依序為住宿及餐飲業 4.5 千人、支援服務業 2.7 千人、藝術、娛樂及休閒服務業 1.9 千人。淨增加最多的職類是技藝、機械設備操作及組裝人員 12.0 千人，其次為服務及銷售工作人員 8.1 千人。各業增加僱用的原因以需求市場擴大（含設備或部門擴充）最多，其次為補充退離者。（表 4-3-5）

表 4-3-5 事業單位預計 2013 年 7 月底較 4 月底僱用人力增減情形

單位：人

項 目 行業別	淨增減 人數總計	按需求人數統計		前四大職類			
		增 加 雇 用	減 少 雇 用	技術員及 助理專業 人 員	基層技術 工及勞力 工	技藝、機械 設備操作 及組裝 人 員	服務及銷 售工作 人 員
總 計	40,768	49,854	9,086	7,388	6,564	11,992	8,069
製造業	24,059	27,972	3,913	3,467	4,989	11,376	205
污染整治業	36	36	-	9	18	-	-
營造業	328	818	490	65	-68	187	-
批發及零售業	1,775	2,824	1,049	637	177	161	515
運輸及倉儲業	963	2,070	1,107	312	214	-40	188
住宿及餐飲業	4,498	5,223	725	84	429	-	3,900
資訊及通訊傳播業	318	1,031	713	-130	140	-	-28
金融及保險業	1,365	1,473	108	977	-	-	40
不動產業	609	635	26	467	-	-	78
專業、科學及技術服務業	749	986	237	583	-	16	83
支援服務業	2,733	3,249	516	504	371	222	1,433
醫療保健及社會工作服務業	1,085	1,245	160	188	-30	-12	181
藝術、娛樂及休閒服務業	1,857	1,857	-	91	169	22	1,416
其他服務業	393	435	42	134	155	60	58

資料來源：行政院勞委會。

第5章 2013年國內外經濟變化及因應對策

由於 2012 年的歐債危機威脅已逐漸轉輕，因此在年底各界普遍預期 2013 年全球經濟將可逐漸邁向復甦，雖然預期加速的力道尚屬溫和，但已代表看好未來前景，進而也可帶動全球貿易逐漸回溫。然而，就 2013 年上半年的全球貿易情勢來看，成長表現不如預期，根據國際貨幣基金（IMF）對 2012 年及 2013 年全球商品及服務貿易量成長率的預測，在 2012 年 10 月時預測分別為 3.2% 及 4.5%，由於 2012 年第四季表現優於預期，因此 2013 年 1 月預測分別上修至 3.8% 及 5.5%，但 2013 年第一季全球經濟情勢受到多項非經濟因素干擾，表現不如預期，使得 IMF 於 2013 年 4 月對貿易量成長預測分別大幅下修至 2.5% 及 3.6%，7 月再下修 2013 年為 3.1%，也表示對 2013 年的全球經濟及貿易表現逐漸轉趨悲觀。

就台灣經濟的情勢來看，在 2012 年 11 月時，主計總處基於當時國內外景氣有好轉跡象，因此預期 2013 年經濟將成長 3.15%，其中第 1、2 季將分別成長 2.48% 及 3.05%。但 2013 年 8 月再發布經濟預測時，2013 年第 1、2 季因為外需的全球經濟走緩、歐盟急速降溫、中國大陸成長減緩，以及內需的民間消費減弱，雖然有民間投資分別成長 7.35% 及 6.47% 的支撐，但經濟仍僅分別成長 1.62% 及 2.49%，對 2013 年經濟成長的預期也下修為 2.31%。究竟 2013 年國內外經濟的變化如何？中小企業如何因應環境變化？

本章分 4 節，第 1 節先概述 2013 年國際總體經濟情勢；第 2 節概述 2013 年台灣經濟情勢；第 3 節則分析中小企業如何審時度勢求新求變以因應環境變化；第 4 節則為因應經濟環境變化之政府對策。

第 1 節 2013 年國際經濟情勢

2013 年初以來，在非經濟因素方面，有幾個直接或間接影響貿易的議題值得一提，首先是東北亞地區，地緣衝突快速升高，包括中日及日韓的島嶼主權問題，以及北韓試射火箭，使得東北亞局勢緊張，亦波及區域經濟發展。其次是經歷 2011 年全球矚目的「阿拉伯之春」後，中東情勢依舊詭譎，包括伊朗核武問題引發西方國家制裁、埃及政治民生僵局難解、敘利亞內戰延燒，局部性不安可能提高為整個區域性的大規模衝突，進而連累原油供應及引發油價波動，對於全球能源安全具有牽一髮而動全身的影響力。還有氣候異常導致全球天災不斷，災損程度屢創紀錄，衍生的物價波動風險也無法小覷。另

外，還有政權更替增添政策變數，包括法國、中國大陸、日本、韓國的領導班底都有異動，政策面普遍展現與前朝不同調的態度，對於經濟走向產生重大影響。以下再針對主要國際經濟動向作簡述：

一、全球經濟復甦不如預期

根據 IMF 於 2013 年 7 月發布的報告，將 2013 年全球經濟成長率預期下修為 3.1%，環球透視機構（以下簡稱 GI）於 2013 年 7 月預估 2013 年經濟成長率為 2.4%；新興國家由於受國外需求減弱影響較小其內需表現較為強勁，成長動能將出現回升，經濟成長率預估仍可達 4.9%，續為全球經濟成長主要動能。各區域表現如下（表 5-1-1）：

- （一）**美國**：儘管成長力道不足以顯著降低依然居高不下的失業率，但在聯準會（Fed）所採取的低利率政策，加上住房和耐用品需求的回升下，有助於私人需求強勁成長，預估 2013 年經濟成長 1.6%。
- （二）**歐元區**：從經濟衰退可反應出邊陲國家成長的不振，也反應出核心國家因財政整頓、出口不佳、信心低落等因素所造成的結果，預期 2013 年衰退 0.7%。
- （三）**日本**：在多年的通貨緊縮、經濟成長極為緩慢或停滯之後，安倍政府宣布以大規模量化寬鬆、推升通膨目標、財政刺激和結構改革等政策，以期在短期內促進經濟成長，預計 2013 年經濟成長率將達 1.7%。
- （四）**中國大陸**：在私人消費及投資增加維持高速，可支撐內需強勁成長，加上外在需求復甦下，出口表現相對優於進口，預計 2013 年經濟成長率將為 7.5%。

表 5-1-1 全球及主要地區經濟成長率

單位：%

地區別 年別 機構	環球透視機構（GI）						IMF			
	2012	2013	Q1	Q2	Q3	Q4	2014	2012	2013	2014
全 球	2.5	2.4	2.0	2.3	2.5	2.9	3.4	3.1	3.1	3.8
先進國家	1.2	1.0	0.6	0.8	1.0	1.5	2.0	1.2	1.2	2.1
美 國	2.2	1.6	1.6	1.7	1.4	1.8	2.7	2.2	1.7	2.7
歐元區國家	-0.6	-0.7	-1.2	-1.0	-0.7	0.0	0.6	-0.6	-0.6	0.9
日 本	1.9	1.7	0.2	1.0	2.5	3.1	1.9	1.9	2.0	1.2
新興國家	4.8	4.9	4.5	4.9	5.0	5.1	5.6	*4.9	*5.0	*5.4
亞太地區(不含日本)	5.7	5.7	5.7	5.7	5.8	5.8	6.3	**6.5	**6.9	**7.0
中國大陸	7.8	7.5	7.7	7.5	7.3	7.5	7.8	7.8	7.8	7.7

附 註：*為新興及開發中國家；**為亞洲開發中國家。

資料來源：Global Insight Inc., Global Insight's Comparative World Overview, July 2013。

IMF, World Economic Outlook Update, July, 2013.

展望未來，歐債危機仍將是全球經濟面臨的最主要風險。此外，美國及日本大規模的貨幣政策也將對全球金融情勢造成影響，而中國大陸、印度等新興國家經濟成長速度減緩，以及全球居高不下的失業率，而中東北非地緣政治僵局對國際油價走勢仍存在相當的影響力，這些將是影響全球經濟的重要因素。

二、全球物價漲勢和緩

由於景氣仍舊低迷，需求面缺乏動能來推升物價，因此歐元區與美國的通膨率均呈現下降走勢，2013年通膨率均為1.3%。日本在預期激進貨幣政策產生效果有限下，2013年通膨率將為緊縮的0.4%。至於新興市場及開發中經濟體，在近來食品價格與油價走勢疲軟下，通膨上漲壓力仍屬溫和。GI預估2013年全球CPI上漲率為2.9%，低於2012年的3.2%。

三、歐元區失業率持續惡化

由於歐元區受歐債危機影響已持續多年，預期在2013年將拖垮其經濟而出現衰退，如此勢必會造成就業需求的減少，也就是失業率將再攀高。根據GI於2013年7月的預測，2013年歐元區失業率將達12.7%，續為1999年實施歐元單一貨幣以來最高水準，主要經濟體中，德國失業率為6.8%，法國為10.9%，西班牙26.9%，義大利12.1%，希臘的27.9%則是歐元區最高。反觀2013年美國失業率，將由2012年的8.1%降為7.6%，但仍偏高；至於日本及新興國家的失業率波動都不大。

四、國際油價上漲壓力緩和

國際原油市場方面，在供給面，2012年原油供給平均產量為每日250萬桶，其中有100萬桶都成為庫存。嚴重供過於求的原因是原油輸出國家組織(OPEC)成員國的利比亞、沙烏地阿拉伯及伊朗產量增加所致。預計2013年全球原油供給量為每日100萬桶；在需求面，2012年原油需求僅成長1.0%，每天需求僅90萬桶。從2005年開始，因為油價不斷上漲、生產效能提高及全球景氣衰退等因素的影響，原油需求成長已減少9.0%。儘管新興市場對原油的需求仍維持成長，特別是中國大陸、巴西、中東及亞洲地區國家，但預計2013年全球原油每日需求量約為80萬桶。

2013年第1季，油價呈現先升後跌的走勢，1月至2月初，由每桶112.93美元上漲至每桶118.94美元，漲幅約5.3%。然2月在全球經濟成長表現緩慢，特別是歐元區，該區域2012年第4季經濟進一步萎縮，創下2009年以來最大季度跌幅，引發需求減少的憂慮，2013年第1、2季經濟較上年同期都處於衰退；加上G20就經濟政策及其對貨幣

的影響產生意見分歧，導致全球經濟前景蒙上陰影，油價反轉向下，3月歐洲地區更是先後爆發義大利選舉結果不如預期，引發投資人再度擔心歐元區應對債務危機的能力，加上供給方面受到美國頁岩油產出增加、沙烏地阿拉伯堅決不減產的立場下，國際原油市場出現需求減少、供給增加的失衡狀態，油價應聲下跌，跌破每桶110美元大關。預期2013年國際油價仍維持高水準，預估介於每桶93.17美元至110.0美元之間。

五、全球貿易復甦緩慢

即使預期2013年歐元區經濟將出現衰退，但在美國及新興國家支撐下，全球出口額將可有1.6%的成長，而進口也有2.0%的成長，但歐元區出口將僅成長1.6%，進口則成長停滯，可見復甦仍相當緩慢。IMF也預測商品及服務貿易量將有3.1%的成長。

受歐美景氣疲弱衝擊，東亞多數新興國家出口貿易仍持續疲軟，從前5月或6月來看，韓國成長0.6%、新加坡衰退2.8%、台灣成長2.4%、泰國成長1.9%、馬來西亞衰退3.1%。中國大陸、香港則是分別成長10.4%及10.7%，相對優於其他東亞國家。

不過，2013年跨太平洋夥伴協定（TPP）及區域性全面經濟夥伴關係（RCEP）將持續推動，並以年底完成談判為目標，日本已宣布申請加入TPP；東協也預計在2015年完成RCEP諮詢，因此未來幾年將會是東亞及跨太平洋地區經貿諮詢相當忙碌的期間。

六、政治領袖的交班

2012年是全球的政治領袖大選年，包括美國、日本、法國、俄羅斯、南韓等國，僅有美國總統連任，而中國大陸也完成交班。在這些新領導人所提出的新經濟政策中，尤其以日本的安倍晉三首相所提出的「安倍經濟學」最為激烈，而且已造成日圓兌美元匯率在2013年第1季大幅貶值，因此，將刺激資金在美國與日本間的加速流動，並間接影響亞洲主要國家貨幣的價位，進而給2013年東亞地區的貿易帶來衝擊。

七、日本安倍經濟學

2012年12月26日，以安倍晉三為首相的日本內閣正式成立，開始貫徹無限量貨幣寬鬆的金融政策，透過日圓短期大幅貶值來改善長期通貨緊縮狀態（如以通膨率超過2%為目標等），刺激民間消費，同時大量舉債增加公共投資帶動民間投資，進而促進產業競爭力的復甦；這樣的套裝型經濟政策被稱為「安倍經濟學」（Abenomics）。2013年1月11日，已正式運作的安倍晉三內閣更提出總額超過20兆日圓的「緊急經濟對策」，利用大膽的金融政策、機動性的財政政策及鼓勵民間投資作為日本經濟成長策略的「三支箭」，希望擺脫過去日圓不合理升值與長期通貨緊縮現狀，並使日本國內企業能在出

口競爭力層面上回到與海外企業公平競爭的局面。簡言之，該政策方向著重於透過所得重分配策略，達到創造富裕及成長的良好循環。

第 2 節 2013 年台灣經濟情勢

一、2013 年經濟景氣依舊偏弱

2013 年第 1、2 季全球經濟表現不如預期，主要是來自歐盟經濟的衰退，而美國及日本的貨幣政策雖有一些激勵效果，但效果不明顯，因此無法有效拉抬全球經濟，也因此國內經濟也分別僅有 1.62% 及 2.49% 的成長。在 2013 年未來幾季全球經貿情勢無法明顯改善下，加上若干產業面臨國際市況不佳與來自中國大陸競爭加劇，使輸出與民間消費成長將不如預期，預期我國經濟成長將為 2.31%。

雖然第 1、2 季就業市場略見改善，惟實質薪資減少，整體消費氣氛轉為謹慎。預測 2013 年食品消費成長 2.28%，非食品消費成長 1.49%，民間消費成長 1.59%。民間投資方面，由於半導體業者加碼擴充高階製程，電信業者為跨足雲端與數位頻道業務，亦增加資本支出，預測 2013 年民間投資將成長 5.91%，是提升國內經濟成長的重要力量。

二、整體物價溫和上漲

全球景氣減緩影響用油需求，加上供給成長，國際油價明顯下滑，若 2013 年 OPEC 油價為每桶 103 美元，另化學材料及鋼鐵等大宗工業產品亦因產能過剩而趨跌；加上國內需求仍然偏弱，將間接影響企業間的供貨，預測我國 2013 年 WPI 下跌 1.96%。

消費者物價指數（CPI）方面，國際商品價格走跌，有助物價穩定，加以部分日系進口商品逐漸反映日圓貶值效應；再加上國內經濟疲軟，需求力道無法有效提升，預測全年 CPI 溫和上漲 1.07%。

三、工業生產持續疲弱

2013 年上半年工業生產成長 0.29%，其中製造業雖化學材料因中國大陸市場供過於求、通訊設備受部分零組件短缺而影響產出，雖然消費性電子新品持續推出帶動電子零組件業生產指數成長 5.25%，但電腦電子產品及光學製品業、機械設備業、汽車及其零組件業皆衰退過 5%，使得製造業僅成長 0.13%。下半年在全球經濟前景仍充滿變數下，工業生產表現將持續疲弱。

四、對外貿易雖有回溫但仍低迷

在 2013 年上半年的全球景氣疲弱情況下，出口更不易有突出的表現，僅有 2.4% 的成長，雖然行動通訊產品商機推升高階半導體晶片需求、新型大尺寸液晶電視帶動面板相關出口及油品貿易擴張等正面因素，惟我國具代工優勢之桌上型與筆記型電腦逐漸式微，衝擊相關供應鏈產業；塑化產品因價格不振，擴張力道不濟；加上中國大陸積極發展重點產業及推動供應鏈在地化，國內業者競爭壓力日增，未來出口成長難以樂觀。展望 2013 年，出口值 3,081 億美元，成長 2.30%；進口因出口及內需引申需求，預測為 2,755 億美元，成長 1.85%。

五、區域經濟整合的推動

長期以來，政府都積極的推動與國外洽簽貿易或投資相關協定，在 2013 年有較具體的進展，除了與中國大陸洽簽服務貿易協議外，並與紐西蘭簽訂經濟合作協議，還將持續努力推動參與 TPP 及 RCEP，並積極的尋求與個別國家洽簽增進經貿合作關係的相關協定。

第 3 節 審時度勢、因勢利導、求新求變

在全球經濟依然欲振乏力，面對上節所提的諸項環境變化因素，台灣中小企業主及政府，如何審時度勢、因勢利導並求突破呢？

一、從事中小企業國際合作拓展新興市場

中小企業為台灣經濟發展的重要基石，過去台灣之所以能夠創造出舉世稱羨的經濟奇蹟，以出口導向為主的台灣中小企業扮演著重要的角色，而「大企業主內，中小企業主外」的流行說法更是眾人皆知。自 1960 年代以來，台灣中小企業積極與貿易商合作開拓來自歐、美、日等先進國家的轉出口加工訂單市場，扮演著支撐台灣經濟起飛的最大功臣，並從中磨練出高品質產品的製造能力。但十多年來，中小企業的銷售值占企業總銷售值的比率急速下滑，中小企業出口貢獻度（中小企業出口值/企業總出口值）也大幅下滑。

因此，台灣中小企業為突破拓展海外市場困境，進而重新邁向成長之路，如何透過國際合作來拓展新興市場，乃成為重要課題。有鑑於此課題的重要及難度，乃以專題研究的方式進行探究，研究結果摘要於第貳篇第 6 章。

二、強化中小企業服務貿易輸出戰略

新興市場在全球經濟不振之際，既已成為各國企業首要追逐的目標，但新興市場具備「受限制市場」的特性，亦即存在所得限制、技術限制、地點限制與時間限制。因此，何種產品或服務的輸出，成為服務業向外擴展的第一道難題。再者，我國產業政策方向目前正朝向三業四化前進，亦即製造業服務化、服務業科技化及國際化、傳統產業特色化。也就是說，不論是產品或服務，都需具備高附加價值，才能有效提高服務業的成長動能。

此外，在 WTO 及各經濟體間的 FTA 限制下，服務業的對外輸出並非毫無限制，如何在我國服務業具有的相對比較利益基礎上，選定發展項目，也是必須思考的方向。尤其我國服務業多為中小企業，且有規模不足的特性，在國際擴展時有賴政府提供必要的協助，才能達到促進我國經濟成長的目的。

因此，有必要對此作專題研究，俾從國際與新興市場服務貿易的發展趨勢中，根據我國中小型服務業的比較利益，協助其掌握新興市場的商機。研究結果摘要呈現在第貳篇第 7 章。

三、邁向「隱形冠軍」中堅企業

消費者手上拿的智慧型手機，大都是 Apple、Samsung 或 HTC 等國際品牌大廠所生產；家中的電視機是 Sony、LG 或其他品牌；人們每天用來代步的汽車，也大都出自美國 FORD 或日本 TOYOTA 等廠商。但是，沒有多少人會去探究，手持的智慧型手機相機鏡頭，可能出自德國 ZEISS（蔡司）之手，或是自己開的車，其中的傳動零組件，是由台灣企業所打造。

其實，像 ZEISS 這樣的「中堅企業」非常多，而且它們所生產製造的產品，深度融入在現代人的食、衣、住、行、育、樂等生活中。這些企業不在乎知名度，不會毫無目標的跟隨潮流，任意增加產品線或擴張規模，它們堅守崗位，把用來開拓自有領域的這一把劍，磨得又尖又利，一旦出手，在它所布局的領域中，沒有人可以與之抗衡。

這一群中堅企業，被致力於研究全球成功中小企業的德國教授赫爾曼・西蒙（Hermann Simon）稱為「隱形冠軍」（Hidden champions），是許多國家維持其產業競爭力的關鍵角色。在經濟穩定成長的時代，中堅企業並沒有受到太大的矚目，然而，在全球經濟歷經多年不景氣之後，不少人發現，中堅企業原來是一國經濟與產業命脈的中流砥柱。

畢竟，在激烈的全球化競爭中，國際大廠稍有不慎即殞落，唯有可以持續穩住勝利的中堅企業，才是國家經濟發展的百年基石。以德國為例，儘管過去幾年歐債危機衝擊整個歐洲經濟，歐盟諸多國家的經濟表現皆呈嚴重衰退，但擁有龐大中堅企業的德國，在2011年與2012年的經濟成長率依舊維持正成長，包括Flexi、DORMA、ZEISS等企業，在不景氣中仍然持續獲利，並分別在伸縮牽繩、五金與光學製造系統等利基領域，獨霸一方。

台灣若能將為數眾多的中小企業，打造成為中堅企業，對於維持台灣在全球市場的競爭力，勢必有極大幫助。其實，目前台灣已經擁有不少成功的中堅企業，可做為想成為隱形冠軍的企業之借鏡。例如，佰龍機械廠將紡紗、織布整合成為單一針織機，並自行設計製造出6種世界首創的設備，針織機產量世界第一，是全球第3大針織機械製造廠；另外，擁有世界級Know How的五鼎生技，積極發展全球化，然後直接與客戶建立長久關係，成功打進國際大廠供應鏈體系。我們相信，堅持毅力、具備創新能量、且善於全球化布局的台灣中小企業，絕對能在困頓中，找到利基點，成功朝隱形冠軍發展，持續為台灣經濟作出貢獻。

四、簡化功能與服務 逆勢成長

一般廠商大都認為不斷提升產品附加價值，以及提供更完善的服務，就能使產品更具吸引力、迎得顧客滿意，獲取更高的市占率。

不過，他們往往忽略了增加新功能、優質服務的背後，隱藏著需要大量投入研發、製造、行銷、人力等成本，而這些新增的費用，廠商又希望轉嫁在銷售價格上。這些功能與服務往往是顧客不需要或者是非必要、買者卻又得付出額外費用，一方面造成顧客相當大的困擾，同時也提供給競爭者或新進廠商攻擊的好機會。

廠商若一味地從自身觀點（而非從買者觀點）提供產品改良或服務，並想將成本轉嫁給買者，有時候買者並不一定買單，因為增加的功能或服務未必符合買者所需；即使新增的功能或服務是買者所需，買者也未必願意支付較高的價格。

廠商可思考朝簡化產品功能或服務努力，簡化這群目標客戶認為不要的功能或服務，並將節省的成本回饋給買者。除提供簡化產品外，廠商也可提供簡化服務，藉由提供簡單服務的產品，可將資源與人力重新配置，將省下的人力與資源，作為發展服務深化所用。也就是說，對於價格敏感、重視成本降低的客戶，企業可提供網路下單的管道，以最低的資源及價格銷售該產品，使客戶獲得更高的效益。

若將產品功能與服務視為一條軸線，往右端是朝提升附加價值與服務的正向思考，

往左端是朝減少附加價值與服務的負向思考。企業往往會有一種迷思，以為往右走才是王道，其實，往左走，朝負向思考，退一步，或許未來就能海闊天空。

五、塑造組織文化永續經營

企業文化是組織內成員所共同默認的價值觀，也是思考及行為的規範體系。企業文化是看不見卻是最重要的經營資源。而價值觀是一群人堅信的共同目標、信仰、理想和目的。規範則是塑造和影響那一群人合乎價值觀的行為和態度。

「企業（組織）文化」早被全世界公認為，經營任何事業最高層次且最有效的經營管理模式。西方工業革命後，資本主義企業的興起，管理模式由人管人，逐漸進化到所謂的科學管理。在十九世紀末，科學管理之父泰勒(Frederick Winslow Taylor, 1856–1915)的管理模式為非人性化的作法，直到二十世紀七十年代，日本開始了較合乎人性的管理，也使日本的生產力逐漸趕上了歐美，日本價廉物美的產品也取代了歐美產品。

到了八十年代，1982年 Thomas J. Peters《追求卓越》(*In Search of Excellence*)一書的出版，使得全世界的企業經營者，開始重視「企業文化」，1987年當時 SAS 航空公司總經理 Jan Carlzon 的著作《關鍵時刻》(*Moments of Truth*)更呈現出企業文化的力量。事實上，企業文化的重要性在西方只是半世紀前的事，但在 2500 多年前，孔子早已發現「企業（組織）文化」為經營國家或任何組織最重要的東西。雖然孔子沒有用「企業（組織）文化」這樣的字眼，但其內涵談的正是我們現在所談的「企業（組織）文化」。

子曰：「道之以政，齊之以刑，民免而無恥；道之以德，齊之以禮，有恥且格。」企業治理與國家治理是相通的，如果我們將它看成是企業治理，就可以這樣解釋，以規章來教導，以制度來管束，同仁會為了避免犯錯受罰而服從，但卻不知動腦筋，也不會有真正為顧客服務的心，更容易為了個人利益誤入歧途。但若能以禮樂來教化，以文化來約束，同仁會產生凝聚力與熱情，他們更會知道什麼事情該做，什麼事情不該做。這就是塑造環境，使人人認同價值觀，使大家養成習慣，於是文化便形成了。

企業文化是共識，共有的價值觀，但並非一言堂，正如子曰：「君子和而不同；小人同而不和。」所以，企業想要永續經營，就一定要是一群君子，大家懂得互相尊重，不同的專長，不同的見解，在共同目標上獲得共識，具相同的使命感而願意全力以赴。

說到底，經營企業，企業內部的問題比外部環境更要重視，因此塑造起同仁樂於學習與願意改變的企業文化，才能在全球快速改變的環境下快活的永續經營。

六、關鍵人才 決定企業競爭力

近年來大學生畢業每月薪資是否過低的問題被熱烈討論，而台灣高材生寧願在澳洲打工也不願意根留台灣更備受關切，台灣人才正面臨薪資過低且競爭力日漸降低的窘境。究其根源在於台灣經濟成長率低，且企業未能從賺取微利的製造型企業，成功轉型為高附加價值的產業。

企業的「企」字，上為「人」，下為「止」，意即沒有人，企業就要關門了，而企業要永續發展，就要留住好的人才，將不好的人止於企業之外。產業經營績效持續提升與人才能力強弱密不可分，要提升台灣產業競爭力就必須提高人才競爭力。而真正企業決勝點在關鍵領導人才，因為關鍵人才培養速度及質量，不僅決定企業發展速度，更決定企業整體競爭力。

如何培訓關鍵人才乃為重要課題，整個關鍵領導人才培訓與發展模式，應以系統化為企業培養關鍵且重要的領導人才，其執行成效也能逐步體現，也可以為企業儲備許多優質的領導人才。

在經濟不景氣的年代，有些企業家拘泥於外部環境不佳，對人才投入停滯不前，相反的，有遠見企業家，則是反向操作，經濟愈不景氣，愈投入大量組織資源進行人才培育，提高人才競爭力，藉此拉開與競爭對手距離。畢竟真正企業決勝點在關鍵領導人才，因為關鍵人才培養速度及質量，不僅決定企業發展速度，更決定企業整體競爭力。

七、全球就業問題面臨嚴重挑戰

根據國際勞工組織 (International Labor Organization, ILO) 2013 年的全球就業趨勢報告，2013 年全球失業人數估計將超過 2.02 億人，較 2012 年增加 510 萬人，2013 年的失業率將超過 6%，且在 2017 年之前可能持續居高不下。青年族群的失業問題依然嚴重，估計 2013 年全球有超過 7,400 萬的青年失業，2013 年全球青年失業率達 12.6%，且有逐漸惡化的趨勢。在先進國家及歐盟地區，經濟危機及成長疲軟，造成許多勞動者離開就業市場，勞動參與率下降近一個百分點，使整體就業市場惡化的情況更為嚴重。

由於歐債危機使得全球經濟發展的不確定性提高，中國大陸經濟成長趨緩也降低了東亞及新興國家的發展動能，加上勞工技能無法配合新的工作機會，以致失業問題難以改善。另一方面，各國財政及貨幣政策的矛盾，也連帶提高了市場風險，不僅降低企業的投資誘因，也使勞動生產力的成長大為下滑。未來，儘管經濟情勢將逐漸復甦，然而

緩慢的成長力道已難以改善就業頹勢，因為過去的經濟危機對勞動市場留下長期的負面影響，雖然各國陸續推動相關的政策，但依然無法有效解決當前的就業問題。

八、展現創新與膽識 重啟經貿競爭力

台灣近年出口不振的現象，不僅令國人逐漸體認台灣出口動能衰退與經濟競爭力滑落的現實，也引起外國專業媒體對此現象的關注。英國《金融時報》(Financial Times)具體描述其對於台灣經濟現勢的觀察指出，台灣經濟年平均成長率與正在快速成長的競爭對手相比，數字仍屬過低。比整體成長率下滑更令人堪憂的是，台灣工業可能喪失其特有的競爭優勢。台灣擁有世界一流的技術，但國內規模最大的企業多為利潤微薄的零組件製造商或代工製造商，必須依賴其他企業將產品銷售給最終消費者。

Joe Studwell 在其著作《亞洲模式》(How Asia Works)一書中指出，就結構而言，最富裕國家處於經濟活動頂層，擁有自主品牌，且利潤率極高的特徵，而台灣則陷於為客代工的較低層。說明了台灣最重要的目標，應是向價值鏈的上游攀升。唯有如此，才能有效擺脫邊緣化與依賴經濟的困境。

政府需要膽識！企業也需要膽識！歐盟是擁有 5 億消費人口的全球最大市場，吸引最多的外資。台灣對外投資高達 2 仟億美元，但卻只有 1% 資金在歐盟，而韓國對歐投資金額約為台灣的 11 倍，日本則約為 90 倍。見微知著，台灣廠商對外拓展的膽識實頗為不足。創新、價值鏈整合涉及全球布局，當然需要膽識。台灣的自行車產業是一個成功典範，連《金融時報》都特別提及，足見事在人為，端看台灣產業如何展現膽識。

九、走上全產品創新之路

企業的利潤早期可能主要來自資本的獨占力，資本家控制企業對勞工等生產要素的僱用，只支付給他們盡量低的報酬，而把剩下來的收益全當成資本家的報酬或利潤。經濟更發達而資本更多之後，資本之間也有競爭，要獲得高利潤便常須做別人未做的事，熊彼德 (Joseph Alois Schumpeter) 之後大家都知道要創新才有高利潤。在現在的國際趨勢下，我們更須由「個別技術的創新」走向「整個新產品的全產品創新」。

1980 年代以來的國際分工，有很多是由先進國家跨國企業負責規劃出產品和整個生產鏈，而將其中各段分別交給成本較低的國家生產。分到這些加工機會的我國廠商雖可獲得相當利益，但利益的大小卻常取決於主導的外國品牌廠商。當外國主導廠商把加工機會移給其他國家時，我們更連生產和就業也一起失去。我國廠商即使努力研發創新，所能做的多只是 ODM，或只是在我們負責的那段加工或零組件中的創新。我們或許可因

創新可降低成本或為品牌廠商提高商品價值，而能在外國競爭中多保住一點生產機會，但我們的利潤仍由外國主導廠商決定。有些創新的努力甚至造成我國廠商之間的自相殘殺，創新的利益多歸外國主導廠商。

最近外國大企業開始有自己垂直整合或操控全部生產鏈的趨勢。蘋果由創造全新的產品出發，產品大部分的生產鏈都由蘋果自己設計控制。三星透過其大規模及多樣化發展也掌握了其產品生產鏈的大部分。中國大陸廠商和國家規模都特別大，也明顯有自己掌握全局的策略。連美國也開始要把外包的生產移回美國。在這種情勢下原來靠國際生產鏈分工而取得機會的我國和我國企業，勢必將受到很大的衝擊。我國可有的對策之一是走向全產品創新，也就是努力創造出整體而言可說是和既有產品很不一樣的全新產品，以避開已被人操控的既有市場和技術專利。

以我國的企業規模和技術能力，我們較可能有競爭力的是另一個方向，即市場規模較小甚至仍不存在，而未被大型國際企業掌控的產品。這類產品競爭不大，只要較少的創新就能與眾不同，甚至成為全新的產品。這類產品市場較小，超大型外國企業和外國政府也較不會用不公平的手段來搶奪市場。而我國在這類產品發展上也有一些利基。

第一個利基是我國企業在傳統消費品的長久經驗和全球產銷據點；第二個利基是電子資訊工業深厚的技術和生產能力；第三個利基是特殊的文化和生活背景。我國也許是東方唯一既經濟高度發展，多元文化可以融合，生活思想又可高度自由發揮的國家，因此在和東方文化生活有關的創新方面，我國應有極多機會。

在各種我們已有或可以有的產業中，加入更多文化創意，創造出新的產品乃至新的生活方式。這類產品常可說是創造了新而獨特的市場，因此所需的新科技和其他創新可能較少，而且也較不會受到外國的專利障礙，所以特別適合中小企業努力。

十、趕上新創業潮

在政府解除公司登記最低資本額門檻、鼓勵「以創業創造就業」的政策利多下，台灣中小型新設企業數目從2008年金融海嘯的谷底迅速往上攀升，在2011年創下單年9.9萬家中小型新創公司的榮景。其中，服務、網路、文創等三大產業是這波創業潮的主力。

這把創業之火燒遍產官學界，從民間、政府、到學校，都加入創業育成行列，積極激盪創意點子，型塑有效商業模式，並設法引進創投基金或貸款，協助企業穩定發展。到了2013年，終於炒熱了整個市場活力。

根據經濟部統計，台灣中小型新創企業從2004年以來就維持穩定成長，2007年和

2008 年因通貨膨脹和金融海嘯衝擊而陷入低谷，但很快就又快速攀升。2012 年席捲而來的歐債危機不但未澆熄台灣人的創業熱情，反而更激發上班族「反守為攻」的意念。2013 年開春的 1、2 月就有近 1 萬 3,000 家新公司登記設立。

台灣內需市場有限，出口又以製造業為主，這一波的創業商機到底在哪裡？答案是：尋找未被滿足的需求。例如，行動裝置 App 設計、網路購物平台、文化創意、個性商店、休閒餐飲、旅遊飯店等需求越來越高，商機強勁。

5 個創業趨勢與現象值得留意。一是網路創業重視社群經營，也是創投公司尋覓的投資標的。二是企業二度創業，第二代接班打造新品牌。三是先愛人再愛錢，社會企業漸成氣候。四是文人創業，開始修正「只做作品，不做產品」的迷思。五是熱愛小生活，也能帶領大趨勢。

創意小店遍地開花，不管是賣設計、賣咖啡、賣服飾，蘇活族創業標榜的是自己賺到生活，消費者買到創意。越來越多擠身於巷弄裡的生活創業家，並不懷抱太遠大的理想，只期待有足夠的消費人潮支撐，讓自己可以邊工作邊享受生活。

然而，不可諱言，創業不能只靠熱情，創業者的人格和心理素質更是成功的要件。過去以划算與否為考量的「務實消費」，正轉變成值得與否的「心靈消費」，新創業者也要把「競爭思維」改變成「分享思維」，專注創造品牌價值，把顧客當朋友，了解他們的生活與需求，提供解決與滿足方案。

堪稱全球創業典範的蘋果電腦已逝創辦人賈伯斯曾說：「只有那些瘋狂到以為自己可以改變世界的人，才能改變世界。」這一波勇於做自己的新創業家，擁抱品質、品牌、設計、生活與公益思維，靠熱情向前衝，希望這個世界因為他們的存在而變得更美好。

第 4 節 因應經濟環境變化之政府對策

近年來，受歐債危機之影響，先進工業國家經濟成長不如預期、中國大陸等新興市場成長減速，以及域經濟整合興起等因素，台灣國際貿易連帶受影響。面臨國際嚴峻的經濟情勢，政府陸續推動各項能夠同時兼顧短期與中、長期的振興經濟措施，以降低外在環境對我國經濟的衝擊，例如：「經濟動能推升方案」、「傳統產業維新方案及推動計畫」、「加強推動台商回台投資方案」、「自由經濟示範區」、「行政院提振景氣措施」、「提振經濟列車」、「海峽兩岸服務貿易協議」等政策方案。

一、經濟動能推升方案

行政院於2012年9月11日正式核定「經濟動能推升方案」，以調整產業結構、促進投資出口以及調節人力供需，期能達成改善產業體質，推升經濟成長動能，提升經濟景氣因應能力之目標。此方案提出5大政策方針，包括：「推動產業多元創新」、「促進輸出拓展市場」、「強化產業人才培訓」、「促進投資推動建設」及「精進各級政府效能」，以及25項具體做法（表5-4-1）。以調整產業結構、促進投資出口以及調節人力供需，期能達成改善產業體質，推升經濟成長動能，提升經濟景氣因應能力之目標。

表5-4-1 經濟動能推升方案5大政策方針及25項重點工作

五大方針	重點工作
一、推動產業多元創新	(一)推動三業四化 (二)推動中堅企業躍升 (三)加速研發成果應用 (四)優化觀光提升質量 (五)活化金融永續發展 (六)能源發展優質永續 (七)黃金廊道樂活農業
二、促進輸出拓展市場	(一)提升輸出附加價值，開發新興市場 (二)強化服務輸出競爭力 (三)積極加入區域經濟整合 (四)強化智財權策略布局
三、強化產業人才培訓	(一)結合產業需求，改進技職教育 (二)發展人力加值產業，強化產學訓之銜接 (三)推動人才布局，培訓新興市場人才 (四)因應產業及社會發展趨勢，適時調整勞動法規
四、促進投資推動建設	(一)擴大招商，促進民間投資 (二)創新財務策略，推動公共建設 (三)促進中長期資金投入公共建設 (四)因應產業發展趨勢，適時調整投資相關法規 (五)規劃與推動自由經濟示範區
五、精進各級政府效能	(一)改進政府採購機制 (二)落實政府預算檢討機制 (三)強化法規檢討平台機能，推動合理強化 (四)活化公有土地和資產 (五)推動公有企業擴大投資

資料來源：行政院經濟建設委員會，2012年。

五大政策方針及工作重點分述如下：

方針一「推動產業多元創新」，工作重點及具體做法簡述如下：

1. **推動三業四化**：全面推動製造業服務化、服務業科技化與國際化、傳統產業特色化，並在 5 年內挑選 50 項目進行傳統產業維新。
2. **推動中堅企業躍升**：3 年重點輔導約 150 家以上具潛力之中小型企業群。
3. **加速研發成果應用**：加速研發成果應用於產業及落實產學研合作，聚焦十大工業基礎技術深耕。
4. **優化觀光提升質量**：推出「台灣觀光年曆推動計畫」整體行銷台灣觀光，帶動觀光及關聯產業發展，並催生 105 年 1,000 萬國際旅客來臺。
5. **活化金融永續發展**：發展具兩岸特色之金融業務並推動以臺灣為主之國人理財平臺。
6. **能源發展優質永續**：配合產業發展，建構安全穩定、效率運用、潔淨環境之永續能源發展，推動綠能產業躍升，促進綠能應用與推廣及帶動綠色就業。
7. **黃金廊道樂活農業**：整合農委會、經濟部、交通部及地方政府政策資源，輔導獎勵農民、產銷班、農企業，發展農業節水生產專區。

方針二「促進輸出拓展市場」，工作重點及具體做法簡述如下：

1. **提升輸出附加價值，開發新興市場**：協助業者與新興市場當地大型通路商長期合作設置「臺灣優質產品展售區」、以跨媒體多元創新整合行銷方式於新興市場辦理推廣活動、提供專案資源鼓勵廠商開發創新國際行銷模式及遴選領頭廠商帶領其他廠商共同拓展新興市場，預計於 3 年內推動 12 個整合示範案例。
2. **強化服務輸出競爭力**：鎖定具國際競爭力之服務業進行海外行銷推廣，並提升國際會議及展覽活動在臺舉辦之場次，預計於 2012 年至 2016 年促成 1,000 場國際會議及 1,000 檔展覽活動（含獎勵旅遊）在臺舉辦，擴大會展產值達 400 億元。
3. **積極加入區域經濟整合**：提升「國際經貿策略聯盟布局小組」層級由行政院院長擔任召集人，並推動與重要貿易夥伴洽簽各種經濟合作協議（ECA），加速完成海峽兩岸經濟合作架構協議（ECFA）後續協議談判。
4. **強化智財權策略布局**：研擬「智財戰略綱領（草案）」。

方針三「強化產業人才培訓」，工作重點及具體做法簡述如下：

1. **結合產業需求，改進技職教育**：持續推動技職教育再造第 2 期方案，引進業界資源，與業界共同規劃課程、授課及產學人才交流，發展典範科技大學計畫。

2. **發展人力加值產業，強化產學訓之銜接**：積極推動「縮短學訓考用落差方案」，強化產業導向之產學合作。
3. **推動人才布局，培訓新興市場人才**：培訓國際行銷業務經理人，策略性選定重點新興市場地區學生，吸引優秀學生來台留學或研習華語。
4. **因應產業及社會發展趨勢，適時調整勞動法規**：建立外籍優秀專業人士來台工作之友善環境，持續檢討現行外籍勞工政策與相關措施，允許在提升本國勞工就業的前提下，增加廠商聘僱外籍勞工的核配比例，積極改善工時和工資相關規範，以擴增勞動市場和產業之動能。

方針四「促進投資推動建設」，工作重點及具體做法簡述如下：

1. **擴大招商，促進民間投資**：每年至少新台幣 1 兆元，國際招商則預定 2013 年目標為新台幣 3,150 億元，推動台商回台投資目標金額為新台幣 1,500 億元，鼓勵發展國際品牌、於產業鏈居關鍵地位與發展高附加價值之台商回流，並透過解決基層人力不足、放寬外勞、擴大職訓、土地取得困難、設備進口關稅優惠、ECFA 談判有利項目等方式，落實在台投資及就業之成長。
2. **創新財務策略，推動公共建設**：推動「跨域加值公共建設財務規劃方案」；推動公私合作機制（PPPs）運用民間資金、落實租稅增額財源機制及異業結盟等各項策略，以提高計畫自償率；積極啟發促參案源，吸引國內資金及陸（外）資投入公共建設；推動「民間財務主導公共建設（PFI）」制度。
3. **促進中長期資金投入公共建設**：檢討中長期資金投入公共建設的障礙，研議放寬相關法令；適時配合各主管機關研議政府基金或壽險資金投入公共建設，以擴大計畫財源並增加基金投資管道。
4. **因應產業發展趨勢，適時調整投資相關法規**：檢討僑外投資負面表列及陸資來臺投資之業別項目及投資限制，研議規劃修正外國人投資條例及華僑回國投資條例，簡化審核流程，以及訂定「提升民間投資動能方案」。
5. **規劃與推動自由經濟示範區**：配合區域經濟整合趨勢，開放國內市場，創造臺灣加入 TPP 條件，並鬆綁國內投資法規，提升臺灣國際競爭力與吸引力，同時打造良好區內投資環境，改善區內生產要素條件（土地、勞動、資本）。

方針五「精進各級政府效能」，工作重點及具體做法簡述如下：

1. **改進政府採購機制**：研修「政府採購法」並推動「公共工程躍升計畫」，鼓勵採取

最有利標方式、統包模式、資深公務員為主評選機制等方式，推動永續、環保、節能之高品質公共工程建設。

2. **落實政府預算檢討機制**：如屬跨機關或跨領域之重大議題，由主計總處會同各相關主管機關進行專案審查。
3. **強化法規檢討平台機能，推動法規合理化**：如強化法規影響評估（RIA）機制，作為法制國際化及貿易談判依據，全面提升國際經貿法規之競爭力
4. **活化公有土地和資產**：篩選閒置國有建築用地及低度利用國有建築用地，辦理活化作業，結合公私有土地、各級政府及公股事業相關資源，擇定若干具指標性案件積極推動。
5. **推動公有企業擴大投資**：促進公股及國營事業擴大投資，如中鋼結合民間企業發展高值化鋼材事業，台糖積極發展觀光休閒產業、扶持精緻農業發展、興建辦公大樓、國宅等。

二、傳統產業維新方案及推動計畫

由於傳統產業在國內占有相當高的比重，且面臨的國際競爭日益激烈，為改善產業結構、提升傳統產業競爭力、再創傳統產業新生命及增加就業機會，行政院於 2012 年 9 月核定「傳統產業維新方案及推動計畫」。該方案係將維新元素及思維注入傳統產業，為傳統產業注入新的成長驅動因素，進而開創傳統產業新生命；於 2012 年 9 月 1 日至 2019 年 8 月 31 日推動期間將陸續提出維新產業，合計共提出 50 項推動計畫。

（一）發展願景與目標

願景：型塑創新高值、安全安心、永續生態的傳統產業。

發展目標：

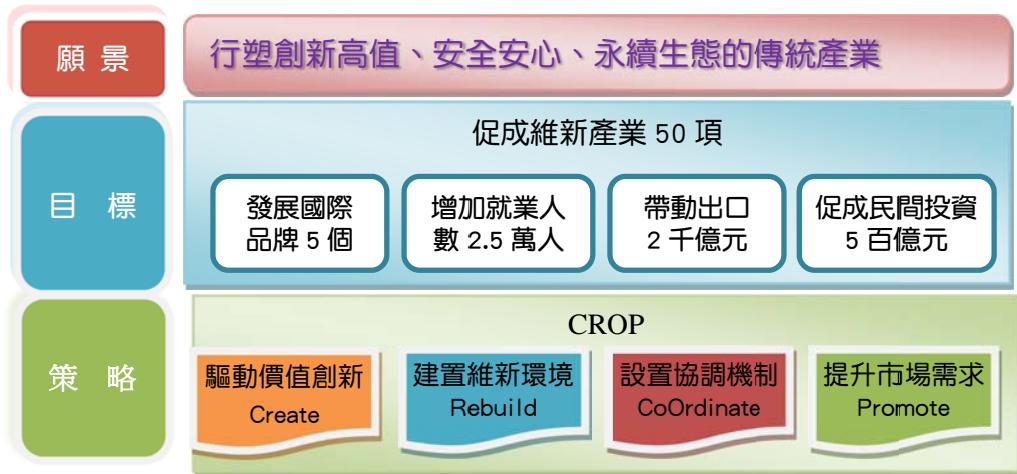
- 1.透過 5 年 50 項傳統產業維新推動計畫，將維新元素及思維注入傳統產業，進而開創傳統產業新生命。
- 2.方案執行期間，除可維繫既有傳統產業就業人數之外，預計將發展 5 個國際品牌、新增就業人數 2.5 萬人、出口金額累計增加 2,000 億元及促進民間投資 500 億元。

（二）推動架構與措施

根據前述願景與目標，傳統產業維新推動擬透過協調機制之設置，經由驅動價值創新、建置維新環境以及提升市場需求，藉由注入創新元素，以提升傳統產業附加價值。

圖 5-4-1)

圖 5-4-1 傳統產業維新方案推動架構



資料來源：行政院經濟建設委員會，2012 年。

(三) 推動計畫

1. **第一階段** (2012 年至 2014 年) 各部會初步規劃 12 項維新項目，包括農遊國際化、傳統旅館摘千星、保鮮溯源物流服務、餐飲老店故事行銷、MIT 品牌服飾、新穎時尚 LED 燈具、智慧小家電、安全智慧衛浴器材、數位手工具、生質塑膠 (安心) 產品、幸福點心及精微金屬製品。
2. **第二階段** (2013 年至 2015 年) 8 項維新計畫，包括內灣鐵道動漫夢工場、國產藥品逐鹿全球、建立有機農產品行銷供應體系、粧點美麗新時尚、魅力品牌鞋品—鞋力起飛、木工機械森森不息、棒球產業躍進計畫、傳統紋飾應用與創新生活織品。

(四) 實施期程及經費

1. 2012 年 9 月 1 日至 2019 年 8 月 31 日，為期 7 年。
2. 7 年總經費為 100 億元，50 項推動計畫，每項計畫以 2 億元推動 2 年估算。

三、加強推動台商回台投資方案

鑑於中國大陸投資環境轉變，各國廠商因生產成本及相關因素，紛紛考量或決定外移，美國與韓國政府紛紛推出相關措施，以吸引本國廠商回國投資以促進經濟發展。行政院參考國際作法，於 2012 年 11 月正式實施「加強推動台商回台投資方案」，以每年吸引台商回台投資 1,000 億元為目標，並預期可達成創造 3,037 億元總產值、8.2 萬人本國勞工就業等效益。

(一) 願景與目標

1. **願景**：擴投資、增動能。
2. **目標**：期促成海外台商回台投資金額達 2,000 億元，達到促進國內投資、增加就業機會、提升勞動素質與強化產業發展等目標。（圖 5-4-2）

圖 5-4-2 加強推動台商回台投資方案目標與策略



資料來源：行政院經濟建設委員會，2012 年。

(二) 適用條件

為達成前述目標，本方案對象為符合下列條件，且於方案實施期間內取得投資申請核備函，並於 3 年內完成投資者：

1. **適用對象**：赴海外地區投資達 2 年以上，且具備下列情形之一者：
 - (1) 自有品牌國際行銷。
 - (2) 國際供應鏈居於關鍵地位。
 - (3) 屬高附加價值產品及關鍵零組件相關產業。
 - (4) 台資跨國公司在台設立研發中心或營運總部。
2. **投資金額**：(1) 高科技產業達新臺幣 5 億元以上；(2) 其他產業達新臺幣 1 億元以上。
3. **就業人數**：於完成投資後 1 年內提供本國勞工就業人數達 100 人。

（三）推動策略及實施期程

依據前述願景與目標，本方案擬透過協助解決人力問題、協助土地資訊取得、協助設備進口、強化輔導服務、加速 ECFA 協商及提供專案貸款，創造良好投資環境，加強台商回台投資誘因。方案執行期間自 2012 年 11 月 1 日至 2014 年 12 月 31 日止。

（四）經費需求

本方案 2012 至 2014 年度由各相關機關預算調整支應或由國家科學技術發展基金支應。

四、規劃推動自由經濟示範區

行政院於 2013 年 4 月 26 日通過經建會陳報之「自由經濟示範區規劃方案」，經建會與相關部會已依該方案規劃內容及預訂期程，研擬推動計畫及細部行動方案於 2013 年 7 月報院審查。

自由經濟示範區規劃方案將以自由化、國際化與前瞻性為核心理念，大幅度的進行人流、物流、金流等法規鬆綁，並提供土地與租稅等配套措施，吸引國內外資金；期望能加速我國經濟自由化的進程，提升我國國際競爭力與產業生產力。示範區將優先發展包括智慧運籌、國際醫療、農業加值與產業合作等經濟活動，加速我國產業結構之轉型。為掌握時效，示範區將以現行自由貿易港區結合鄰近園區做為優先推動地點，俟完成特別法立法，則可由中央或地方申設。

（一）核心理念

在自由化、國際化與前瞻性的核心理念下，大幅度鬆綁物流、人流、金流，資訊流及知識流的各項限制，打造便利的經商環境，落實市場開放，並規劃發展具有前瞻性之產業。

（二）發展重點

以「高附加價值的高端服務業為主，促進服務業發展的製造業為輔」為原則，發展智慧運籌、國際醫療、農業加值等經濟活動，並推動產業合作。

（三）推動措施

以「突破法規框架，創新管理機制」之原則，研提包括物流、人流、金流，資訊流及知識流等相關具體推動措施。

（四）規劃區位

第一階段（特別條例公布前）以現行自貿港區（五海一空）「境內關外」為核心，透過前店後廠委外加工，結合鄰近園區先行同步推動，在北、中、南地區自然形成聚落。

第二階段（特別條例公布後）考量地方稟賦、設置效益、發展腹地、交通便捷等原則增設園區，由中央規劃或地方申設方式辦理。

五、行政院提振景氣措施

我國為出口導向國家，受歐債危機及大陸經濟走緩影響我國出口表現，進而導致近我國 GDP、就業及薪資等表現未盡理想，為刺激消費、提振投資，進而活絡經濟景氣，行政院從四大面向，擬訂 13 項具體推動措施，以期突破當前經濟情勢。重點說明如下：

（一）擴大消費支出

- 1. 補助購置節能家用器具**：補助民眾購置能源效率分級標示 1、2 級之瓦斯爐，每台補助 1,000 元；另就能源效率分級標示 1、2 級瓦斯熱水器，自然通風式每台補助 1,000 元，強制排氣式每台補助 2,000 元。自 2013 年 6 月 1 日起，維期 3 個月。
- 2. 高效率馬達示範推廣補助計畫**：為提升工業用戶馬達使用效能，分 3 年推廣補助使用高效率馬達，第 1 年以能效達 IE2 級以上（含 IE3）為推廣；自明年起為期 2 年，則推廣能源效率達 IE3 級以上。全程 3 年，累計推廣計 60 萬 kW，補助額度為 100 元/kW (IE2)、300 元/kW (IE3)，每年補助 6,000 萬。
- 3. 增加補助公共運輸車輛汰舊換新數量**：針對公車及計程車補助，公車汰換年限由現行 13 年放寬至 10 年以上；計程車汰換車齡由 7 年降為 5 年，補助數量由 3 千輛增加為 4 千輛。補助標準：低地板大客車每輛 223 萬元、普通大客車每輛 12 萬元、中型巴士每輛 200 萬元、油電混合計程車每輛 11.5 萬元、一般燃料計程車每輛 4 萬元。
- 4. 吸引外籍旅客，提升觀光消費**：為加強吸引陸港澳外籍高階主管來臺旅遊，持續推動並提升陸港澳旅客來臺自由行，研擬相關行銷方案，並簡化陸港澳旅客入境手續，放寬多次入出境許可證規劃，以爭取大陸商務旅客及大陸外商等高端客源來臺消費，並協調陸方核予多次（長效）「大通證」。

（二）提振國內投資

- 1. 引進壽險業資金積極參與公共建設投資**：為積極導入民間資金參與各項公共建設投資，

擴大民間資金（包括保險業資金在內）參與促參案件適用型態，就主辦機關與民間機構之權利義務，透過契約予以規範，民間機構負契約所定履約之責。另對民間機構於前項契約中之營運責任，得經主辦機關同意，透過民間機構與受託或承租者之委託或租賃契約予以明確規範由該受託或承租者承擔。

- 加強地方政府促成重大投資案：**由經濟部研修「獎勵地方政府招商辦法」，建立地方政府招商獎勵機制。另主動掌握民間重大投資案源，專案列管協處，目前已協調地方政府共同促成重大投資案件金額約有 400 億元；2013 年度預計可促成整體民間投資金額約達 1.2 兆元。
- 加速年度政府採購計畫執行：**透過加速解決履約爭議，政府預算及早投入市場，目標加速 200 億元。強化停工解約管制機制，協調解決停工解約問題，及早復工，預估可加速執行金額 100 億元。改進機關延遲支付工程款：解決機關遲延付款，可加速協助廠商取得工程款，預估 5 億元。
- 加速環評及土地變更流程：**加速環評審議及簡化土地變更審議機制，加強目的事業主管機關在環評及土地變更審議過程中的責任，協助辦理預審。檢討「環境影響評估法施行細則」規定，針對環評變更程序朝向擴大備查及變更內容對照表範圍修訂。都市土地審議部分，針對重大計畫工程用地取得，由原 2 級 2 審之機制，改為 1 級 1 審之機制；重大投資案件各審議流程採併行或聯席方式審議。

（三）激勵創新創業

- 創新到創業激勵計畫：**國科會及企業贊助每年 6,000-7,000 萬，結合創業家、企業贊助與政府資源，提供青年學子實現創新與創業的機會，每年選出 80 個創新團隊接受業師輔導與講習訓練，再決選出 8 至 12 個創業團隊，每個創業團隊頒予各 200 萬元創業金。
- 創業天使計畫：**由國發基金分 5 年投入 10 億，提供各領域創新、創意者創業所需資金，促進民間創業動能。每年委由專業機構協助辦理遴選及輔導育成，遴選約 60 家初創事業，依計畫規模提供資金協助。輔導成功事業提供回饋，對後續案源挹注資金。
- 技術入股課稅合理化：**對於具有前瞻性、關鍵性、新創性之技術，需配合投入其他研發成本始能確認其技術之市場價值者，得將該技術已發生與已規劃投入之研發經費，合併計為技術作價成本。技術作價入股成本審認之適用範圍，不以新創事業為限。技術作價入股成本審認之適用範圍，適用於政府補助、委託、出資或公立研究機關（構）等，依法編列科學技術研究發展預算所進行之科學技術研究發展。

4. **訂定「創業（櫃）板」上櫃準則**：參酌國際發展經驗，訂定「創業（櫃）板」上櫃準則，推動國內科技、創新、農技、文化創意等事業，進入資本市場。

（四）修正證所稅

為活絡資本市場，綜合各界意見，在維護現制之租稅公平原則下，提早檢討證所稅，以提升經濟效率，簡政便民。修正如次：

1. 取消 2013 年至 2014 年臺灣證券交易所發行量收盤指數達 8,500 點以上設算課稅規定。
2. 2015 年起出售股票新臺幣 10 億元以上大戶課稅方式改採「設算為主、核實為輔」，由國稅局歸戶後，就出售股票合計超過 10 億元之金額部分，另行發單課徵 1%所得稅。

六、提振經濟列車

面對全球景氣趨緩，國內經濟表現也不如預期，為提振經濟，經濟部於 2013 年 6 月 28 日宣布啟動「提振經濟列車」，針對提振經濟至為關鍵的投資、消費、出口、節能及法規鬆綁等 5 大面向，分別進行深入檢討，充實精進相關作為。針對「提振經濟列車」各項重點工作如下：

（一）投資列車

鑑於民間投資是驅動經濟成長的主要引擎，2013 年以 1.2 兆元為目標，除於 9 月舉辦「2013 台商投資台灣高峰會」及「2013 全球招商大會」外，也於 10 月籌組赴歐招商團；另為協助廠商加速排除投資障礙，落實投資，經濟部已啟動產業關懷之旅，赴產業聚落及中小企業進行深入訪談，並分別與六大工商團體進行面對面座談，此外，目前也定期召開會議，邀集各部會與地方政府，逐案協調排除投資問題，加速落實投資。

（二）消費列車

面對外在大環境不佳，擴大內需消費更形重要。為吸引國內外消費者，帶動下半年買氣，經濟部首度整合六都及 MIT、OTOP、觀光工廠、台灣精品、商圈美食與網路購物，啟動「2013 台灣購物節」，期間從 7 月到 12 月，共 13 個系列活動，從北到南串連超過 20 萬個商家提供 10 萬多個超值優惠商品，預計可創造 240 億元的經濟效益。

（三）出口列車

我國經濟向倚賴出口甚深，為協助廠商搶訂單，下半年我們將以螞蟻雄兵攻勢，籌組超過 300 個海外展團、促成 6,500 家以上買主來台，並派遣貿易尖兵前往 22 國 26 個城市及於 12 國 14 個城市據點設立商務中心，協助廠商搶灘新興市場。同時也針對我 60 個潛

力市場及 10 個重點市場提供 5 折及 2.5 折輸出保險優惠，全力協助廠商進軍全球市場。

（四）節能列車

從節能出發，其所創造出來的效益是多重的。經濟部繼 5 月宣布推動節能瓦斯爐與瓦斯熱水器及高效率馬達補助方案，預估可帶動相關產值達百億元後，為進一步有效落實全民節能減碳工作，將推動與民生及產業相關之「夏日節能衫推廣」、「節能產品展售」、「節能設施建置（包含 LED 路燈、智慧電表及太陽光電系統）」、「產業節能輔導」、「省電折扣抽獎」及「節能減碳新生活運動推廣」等措施，預計可新增節能 120 萬公秉油當量，並創造近 350 億元商機。

（五）法規鬆綁列車

要從根本來改善投資及產業經營環境，則有賴法規鬆綁和制度改革。據此，經濟部已成立工作小組並建置專案信箱廣納建言，將優先針對不涉修法的行政程序簡化，即刻檢討施行，如：擴充公司及商業設立一站式線上申辦項目、簡化僑外投資審議流程等；並積極就企業投資經營、經濟自由化等議題，加速檢討改革，如：修正電業法、企業併購法、制定有限合夥法、再生水資源發展條例等。我們將持續蒐集各界建言，以半年為期，通盤檢討各項法規及行政措施，並提出具體成果，於年底前完成階段性法制作業。

七、海峽兩岸服務貿易協議

過去半世紀以來，臺灣從傳統農業社會快速走過工業化，進入以服務業為主，並以創新帶動成長的已開發經濟。在整個發展過程中最重要的推手，就是持續的對外開放，以及為因應開放所進行的內部改革與產業調整。商品市場開放後，進口商品會取代國產品，進而影響國內生產、產值及就業。但服務市場開放後，外資在國內若新設企業，會有新增產值與新的就業，若投資國內現有企業，就業機會仍留在國內。外國投資人通常會帶來新理念或經營方式，如果因而擴大市場規模，更有利本地經濟。

兩岸在 2013 年 6 月 21 日簽署「海峽兩岸服務貿易協議」，成為 ECFA 簽訂後完成的第一份後續協議。這對促進兩岸經貿正常化，我國下一階段洽簽區域性複邊經貿協議，如 RCEP、TPP，以及其他雙邊經貿協議等，有其重大意義。

兩岸洽簽服務貿易協議，是在對等基礎上相互開放市場。從已簽署的雙方承諾表來看，我方開放 64 項中，低於我 WTO 承諾的有 23 項，相同者 22 項，超過 WTO（即 WTO+）者 19 項。反觀陸方開放 80 項中，低於香港 CEPA 的有 14 項，相同者 46 項，超過者 20 項。

(一) 兩岸簽署服務貿易協議對總體經濟及產業之影響

根據中華經濟研究院 2013 年 7 月 15 日《兩岸簽署服務貿易協議之經濟影響評估報告》結果分析顯示，兩岸簽署服務貿易協議對總體經濟及產業之影響如下：

1. 總體面

估計將使我國總體實質 GDP 增加 9,700 萬至 1.34 億美元，增加率介於 0.025~0.034% 之間。

2. 服務業進出口貿易變化

(1) **兩岸服務業之進出口變化**：我國對中國大陸出口值成長約 4.02 億美元 (37.2%)；自中國大陸的服務業進口值增加約 9,200 萬美元 (9.08%)，對我國服務業進口影響相對有限。

(2) **我國之服務業總出口變化**：我國服務業總出口可望增加約 3.78 億美元 (1.61%)，顯示陸方對我國開放服務業，亦可帶動我國服務業之總出口。而在總進口方面，則因我國對陸方開放幅度不大，進口成長幅度相對較小，總進口約增加 6,100 至 6,300 萬美元之間 (0.30%)。

3. 對我國服務產業之影響

(1) **本協議對我國服務業產值具正向成長效益**：服務業總產值估計將增加約 3.9 億至 4.28 億美元，成長幅度平均介於 0.10 至 0.11% 間。

(2) **以成長幅度觀察**：空中運輸服務業產值估計約成長 0.55%，產值增加約 3,500 萬元左右，成長幅度變化最大。其次是運輸倉儲業，開放後產值約增加 6,400 萬美元，估計約成長 0.33 至 0.34%。

(3) **以變化值大小觀察**：商品買賣業的產值成長最多，約可增加 1.35 億至 1.43 億美元之間 (0.17% 成長率)，其次是運輸倉儲業 (約增加 6,200-6,400 萬美元)，工商服務業則排名第三，產值約增加 5,200-5,600 萬美元。總體而言，兩岸服務貿易協議對我國各服務產業的總產值均具有正向效果。

4. 對服務業就業之影響

1. 兩岸服務貿易協議對我國服務業就業亦有正向效益，服務業總就業人數估計約可增加 11,380 至 11,923 人，總就業成長幅度約為 0.15~0.16%。
2. 就業人數增加數來看，商品買賣業的就業人數成長最多，約可增加 5 千多人的就業需求。其次如公共行政、教育醫療及其他服務業，就業需求亦可增加 2 千餘人以上。再如運輸倉儲業、工商服務業等，其就業需求亦可望增加超過千人以上。

評估結果均為正面效益，但效益幅度不甚顯著。究其原因，主要在於兩岸雙方目前開放之程度仍相對有限，特別是我國開放程度上，仍有相當多部門尚未給予等同於外資之待遇，而陸方之承諾亦有若干限制，效益自然難以彰顯。對此，仍有待兩岸於未來持續透過協商，降低貿易障礙。

（二）因應措施

鑑於兩岸關係特殊，國人對陸資及陸人來臺，難免會有較多的疑慮。因此政府也會特別注意陸資及陸人來台後的作為，要求確實遵守臺灣相關法令，避免發生壟斷市場、違反消費者保護規定、或涉入我未開放市場，以及其他不法情事。

開放服務業市場，雖然其對總體經濟效益都會呈正面影響，但難免會有部分廠商，因外來競爭加劇而受到衝擊。因此，政府會成立產業因應小組，積極採取下列措施，將衝擊極小化，化危機為轉機。因應措施如下：

1. **責成主管機關針對特定行業，成立產業因應小組：**該小組除參與各產業溝通工作外，即日起開始密切觀察該產業歇業、失業、就業、陸資市占率變動等情形，以及陸資企業是否涉及不當競爭、消保爭議或其他不法情事。另方面，該因應小組也是國內業者或民眾投訴溝通窗口，隨時掌握市場開放後所受衝擊及影響。
2. **啟動現有產業就業輔導機制或措施：**積極協助產業轉型、升級，並考量可能受影響多為中小企業或自營作業者，現有勞工就業輔導機制將納入自營作業者，並推出服務業勞工技能推升方案，以擴大提供相關就業及轉業協助。市場開放後往往是產業蛻變升級的最好時機，政府會妥為運用所有資源，努力協助完成。
3. 仿效經濟部外貿協會的作法，由主管機關協同海基會、台商協會、產業公會等，組成中小型企業大陸參訪團，實地考察大陸市場，尋找商機。並對有意赴陸投資的業者，提供必要的協助，讓國內中小型業者，藉此機會再次茁壯成長，分享簽署兩岸服貿協議的好處。

第6章 中小企業國際合作拓展新興市場

中小企業為台灣經濟發展的重要基石，過去台灣之所以能夠創造出舉世稱羨的經濟奇蹟，以出口導向為主的台灣中小企業扮演著重要的角色，而「大企業主內，中小企業主外」的流行說法亦不脛而走（吳惠林、周添城，1988）。台灣中小企業自 1960 年代以來，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，扮演著支撐台灣經濟起飛的最大功臣，並從中磨練出高品質產品的製造能力。

近年來在全球金融海嘯、歐債危機，以及日本 311 大地震與海嘯所引發電力不足等因素影響之下，歐、美、日等先進市場前景已不復以往，影響台灣中小企業取得海外訂單之機會。相對於此，在過去二十年來外人投資殷切下，諸如中國大陸、東協各國、俄羅斯，以及印度等新興開國家的 GDP 及外匯存底呈現快速成長，這些新興市場的發展廣受全球矚目。所以，面對風起雲湧的全球新興經濟體，台灣中小企業有必要以分散風險以及發掘海外新市場需求之觀點，來拓展新興市場。

誠如全球安侯建業聯合會計師事務所（KPMG）的 Michael J. Andrew 主席（2012）指出的，當全球經濟籠罩在歐債危機陰影下，新興市場中產階級的崛起，乃是提升新市場消費需求的主要動力；在全球範圍內，中產階級消費力量正從歐美市場轉向亞洲新興市場；在亞洲範圍內，則正從日本、韓國、香港、新加坡、台灣等工業化國家，以及富裕的中東石油生產國，轉向中國大陸、印度、印尼、越南等經濟迅速發展的新興市場國家。他亦認為，新興市場中產階級對消費具有不同的趣味和偏好，對商品與服務有特別的要求，譬如對商品品質、時尚元素以及使用體驗有較高的要求，而這些要求多反映在具品牌價值上。因此，欲開拓新興市場，必須開發符合當地中產階級喜好的產品，這些產品之主要特徵已不再是平價與基本功能，而是必須具備一定程度的品質與附加價值，以及擁有品牌形象的中高階產品。

基於上述背景，可了解到台灣中小企業在直接出口與海外投資等拓展海外市場層面上，正面臨困境與轉捩點，而相對於近年先進國家市場規模的停滯，新興國家市場將是台灣中小企業拓展新市場的主要對象。然而，台灣中小企業欲開拓新興市場，必須擺脫過去將新興國家作為對先進國家市場的轉出口加工據點的思維，逐步從利用當地生產資源的代工導向策略，轉向積極爭取當地市場訂單的顧客導向策略，開始思考如何開發出符合新興市場中產階級需求之中高階產品。

根據《2012 年中華民國製造業經營實況調查報告》顯示，台灣中型與小型企業未來期望拓展的主要外銷市場排名，分別為中國大陸、東協國家、日本、歐洲、中南美、韓國、印度、中東以及澳紐等。由此可知，中國大陸、東協國家、印度等亞洲新興市場國家可視為台灣中小企業拓展新興市場的主要目標。另外，台灣中小企業向來多以代工生產為主，在跨國製造管理能力與取得訂單之人脈網絡等方面，雖有一定程度的優勢，但在關鍵技術研發能力與品牌行銷能力則較為薄弱，因而透過跨國策略聯盟等國際合作方式來開拓亞洲新興市場，將是較為有效之策略思維。

第1節 中小企業國際合作拓展新興市場之理論基礎

相對於大企業，中小企業在資金、人才以及資訊取得能力等層面上諸多受限，因而必須在資源受限情況之下來拓展市場，這使得中小企業經常結合外部資源來建構互補分工型態的經營體制，並逐步累積「深耕特殊利基市場」、「客製化服務」，以及「經營決策的靈活調適」等策略特質。因此，在拓展海外新興市場時，如何透過國際合作方式來結合互補性外部資源，將是重要成功關鍵。以下將回顧整理國際策略聯盟以及新興市場拓展策略等相關文獻，以了解中小企業國際合作拓展亞洲新興市場的理論基礎。

一、台商拓展新興市場之策略思維

基於新興市場的需求特徵與歐美先進市場有所不同，因此，台灣企業擬定其新興市場策略時也應有不同思維。

孫慶龍（2011）提出拓展印度等新興市場的「四要」：第一要是「要認新興市場的跳躍式創新」，其理由在於新興國家市場有歐美市場成長經驗作參考，又有日新月異的科技當靠山，因而不再是漸進式創新而是跳躍式創新；第二要是「要了解最新的不一定是最好的」，其理由在於貧困可能都還圍繞在新興市場國家消費者身邊，因此先進國家最新的東西或觀念不一定適用於他們；第三要是「一定要經營品牌和通路」，此乃因於當地從事代工製造毛利微薄，唯有品牌能確保企業經營命脈；第四要是「要懂得因地制宜，彈性調整經營策略」，此乃因新興市場國家的需求或交易習慣經常與當地文化或政經環境緊密連結，因而了解當地文化，因地制宜，隨時調整營運策略，才能順利掌握商機。劉家瑜（2011）亦指出，近年印尼中產階級崛起，超過八成的人口信仰伊斯蘭教，因此須深入了解穆斯林生活型態方能掌握商機，譬如：取得「清真認證」（Halal）等。

劉家瑜（2011）透過喬山健康科技開拓新興市場的成功經驗，亦歸納出幾項拓展新

興市場的重要關鍵因素，包括：（1）提升市場調查的精確度，設計出符合新興市場中產階級需求的平價優質產品；（2）培養精通新興市場語言人才，溝通無礙，才能順利切入市場商機；（3）新興國家中產階級對新品牌接受度高，可為台灣企業發展品牌的機會等。其中，人才不足是台商拓展新興市場初期的最大問題。

劉麗惠（2013）整理台商拓展亞洲新興市場的成功個案後指出，找對當地人才以及培育當地人才，並達成最佳化人資配置，是持續經營新興市場的重要關鍵。譬如：在越南投資設廠時，首先必須對當地員工辦理教育訓練，提升當地人才素質，才有可能推出優質平價產品，滿足當地市場需求。再者，善用新興市場國家間的自由貿易協定（FTA, Free trade agreement）來衍生他國新商機，也是可考量之處；譬如：泰國與緬甸雙方的貿易投資關係在2015年「東協經濟共同體」（ASEAN Community）成立後將更加密切，再加上緬甸政府近年開始進行市場開放政策，拓展泰國市場，亦可順勢掌握進入緬甸市場的機會。

藍科銘（2012）指出，台商在印尼經營維修零組件及耗材等售後服務市場（AM, After market），必須特別注意收帳問題；由於AM市場之銷售商或修車廠良莠不齊，必須打入華人同鄉會為主的「關係圈」，獲得人脈資訊，藉此篩選信譽良好的AM銷售商，才能避免收帳上的安全問題。他又指出，台商透過出口方式拓展菲律賓市場時，經常因價格因素而輸給中國大陸廠商，若能經由「菲華鞋業聯合工會」等當地化平台的中介媒合，與菲律賓當地握有通路的華商合作，將能增加成功機會。此合作模式為「菲華鞋業聯合工會」將一群擁有品牌、店面與通路的華商需求匯集起來，累積規模後，向台灣鞋廠採購，這樣可以協助規模不大的華商達到最低採購量，得以降低成本；同時也提供台灣鞋廠將產品直接銷往菲律賓第一線店面市場的管道。

另外，依據日本瑞穗總合研究所亞洲調查部中國室的伊藤信悟室長所作調查結果指出，1990年至1999年間，台日合資的中國大陸當地法人存活率平均值明顯比日本的中國大陸當地法人存活率較高。這或可說明兩個意涵：（1）日本企業經常在無法適應中國大陸各地複雜交易習慣或易遭受模仿等因素下蒙受損失；（2）在歷史文化因素下，台灣企業比日本企業更了解中國大陸市場，亦比他國企業更了解日本企業；台日企業長期合作交流所累積的信賴關係與經營資源的互補關係，是一種有效開拓中國大陸市場的商業模式。

綜上所述，台商在擬定新興市場策略時，必須涵蓋提升品牌形象、平價優質的產品特徵、市場行銷人才的獲得，以及能與當地市場接軌之國際合作網絡等重要元素，如此將有助於台商順利取得市場商機。

二、中小企業拓展新興市場之策略方向

中小企業開拓新興市場的方式主要可分為出口與海外投資，但由於中小企業開拓海外新興市場時由於對當地市場不熟悉，再加上在資金、人才以及資訊取得能力等層面上諸多受限，因而經常需承擔較高的失敗風險。

Azusa 監察法人（2012）指出，中小企業成功拓展新興市場的主要成功因素有三：差異化優勢、市場反應能力，以及企業願景與目標的共有。首先，為了在新興市場上建構差異化優勢，中小企業通常會以專利技術或是獨特的產品來與市場上的其他產品或技術有所區隔，特別是高精度零組件的製造技術，以及能與當地文化或生活環境接軌的特殊功能性產品等。由於中小企業並沒有足夠的資源與能力能夠匹敵大企業，所以當產品或技術無法具備差異化優勢而走向價格競爭時，中小企業很有可能就會因此失敗；相對於此，如果能透過產品差異化優勢來維繫與顧客的關係，讓顧客對產品或技術產生忠誠度的話，不但可以維持比較高的利潤率，也可以確保公司有穩定的營收。

其次，迅速的市場反應能力也是中小企業不可或缺的成功要因。顧客的喜好與市場狀況瞬息萬變，如果中小企業不具備迅速反應市場的能力，即使產品在市場上能達到差異化，但仍無法避免產品再度走向價格競爭。中小企業在市場反應能力方面通常較大企業佳，主要是因為中小企業的經營者傾向在第一線現場指揮，他們通常可以快速決定重要的事情，此外，組織階層比較少，不論是由下至上或是由上至下的訊息傳達，所需時間都比較少，這些都是中小企業能夠迅速回應市場需求的重要因素。因此，派遣具備決策能力人才赴當地掌舵，以及建構能夠將當地據點經營資訊即時回饋給母公司的資訊管理系統，皆是中小企業迅速回應新興市場需求的要件。

最後，在企業願景與目標的共有方面，中小企業經營者必須設定明確的企業願景與目標，以身作則帶領全體員工一起朝此方向邁進。中小企業的員工人數比較少，藉由傳達企業的願景給全體員工，並讓全公司以此為努力的共同方向，要達成企業目標並非難事。反言之，如果公司沒有設下願景做為員工共同努力的方向，即使經營者擁有很多的行銷策略計畫也沒有辦法在市場上實現。

日本貿易振興機構（JETRO）（2012）也指出，中小企業拓展海外新興市場時的策略擬定，有幾點需要注意。首先，在進入市場前，注意市場區隔、價格訂定、販賣通路與行銷計畫；其次，在進入市場後，需注意貨款回收、知識財產權、商業習慣、法律規定與人才培育。譬如：在市場區隔方面，由於各地區的消費者喜好不同，因此可事先透過市場調查充分了解消費者所需，再提供能讓消費者感受到物超所值的商品，而企業選

擇販賣商品時，不只需要注意報表上的統計數字，還要能夠察覺到數字所看不到的生活習慣或是其他文化上的問題；而在貨款回收方面，為了避免壞帳風險，盡量能夠收取現金或是預付貨款。

新田浩之（2012）分析日本中小企業拓展泰國等新興市場的個案後指出，尋找對熟識當地市場狀況的合作夥伴，建構國際合作網絡機制，將有助於推動在新興市場的事業活動順利上軌道。另外，朱炎（2010）指出，近年日本中小企業面對日本國內市場需求減少、市場萎縮與競爭激化等困境，拓展中國大陸市場的意願提高，然而缺乏精通中國大陸市場人才以致對中國大陸市場停滯不前，未來台灣中小企業可擔任日本中小企業進入中國大陸市場的導引指南角色；而台灣中小企業可藉此獲得更高階技術，擴大在中國大陸市場的生產銷售規模。

綜上所述，中小企業在擬定新興市場策略時，必須涵蓋差異化優勢、市場反應能力、企業願景與目標的共有，以及找尋國際合作夥伴等重要元素。

三、國際策略聯盟的理論基礎

基於上述內容可發現，無論是台商或中小企業拓展新興市場時，皆須思考尋找合適國際合作夥伴的問題；特別是中小企業如何透過國際策略聯盟模式來結合互補性外部資源，快速將在新興市場的業務推上營運軌道，將是首要思考的問題。以下將針對國際策略聯盟相關文獻進行回顧，先行了解中小企業進行國際合作時必須思考的理論概念。

Wernerfelt（1984）所提出的「資源基礎理論」（Resource-based view），將企業視為各種資源的集合體，其所擁有不同的有形及無形資產，由於具不完全流動性、難以複製等特徵，使得該企業在產業中具有獨特的比較利益與競爭優勢。在此前提之下，不同企業在成長過程中，對其他企業的資源有特定需求，便開始進行合作或策略聯盟。

策略聯盟（Strategic alliances）意指兩家或兩家以上的公司，彼此間存在相互需求，經由正式契約形成合作但並非合併（M&A）或短期交易的關係，藉由策略聯盟的成立，雙方可進行資源交換、知識交流以及學習共創等，達成彼此相容的共同目標（Killing, 1983; Porter & Fuller, 1985；山倉健嗣，2001）。

自 1980 年代初期起，不同國籍企業之間的國際策略聯盟（ISA, International strategic alliances）急速增加。在 1980 至 1990 的十年間，日本與美國廠商發展約五百筆的企業合作（Oster, 1994）；國際策略聯盟個數更在 1989 年至 1999 年間增加五倍，其中最顯著的例子，應屬星空聯盟（Star Alliance）在全球各國主要航空公司所建立的合作（Kang & Sakai,

2000）。Chen（2003）指出，企業藉由與國外同業策略聯盟的方式進入外國市場，可降低運輸、交易成本，並得以使用合作企業當地的物流網絡，減少彼此之間的競爭程度。企業結盟後所發揮的綜效，也確保了過程中的價值創造，加速策略聯盟的形成。Chang & Chen（2008）對1989至1999年日美廠商之間的策略聯盟狀況進行分析，結果指出形成聯盟後的公司在三年間整體運作績效皆獲得大幅提昇，尤其中小企業的獲利進步表現更為顯著。

由於企業之間的經營目標不同，合作關係可能為追求經營執照授權、當地經銷權、技術轉移，或是從事共同生產活動等。策略聯盟的形成，依各企業的需求不同，其參與合作的理論觀點可能包括：取得互補性資源、降低交易成本、強化核心能耐以及相互學習（Williamson, 1985；山倉健嗣，2001）。

國際策略聯盟在形成過程中，參加企業成員如何決定管理與控制的範圍是很重要的因素，譬如：在與其他企業分享知識與技術的同時，亦要思考如何保護企業本身的智慧財產權等（Woodley, 2006）。再者，亦需避免其他參加成員企業欲追求自身利益，而使聯盟整體的資產、知識遭到不當的利用。事實上，國際策略聯盟的成員企業彼此間既是合作關係，也是競爭對手，如何發展良善的信賴關係亦是很重要的問題。積極地與聯盟中的其他企業交涉，可更清楚瞭解各方企業的經營能力，與其對管控、衝突、合作及競爭的態度。信賴關係的建構可針對下列三個方向努力：（1）在交涉過程中持續培養生成信賴關係；（2）對彼此公司文化、國家社會背景產生信賴感；以及（3）透過協定簽訂機制設計的完善，減少彼此背信的誘因所建立的信賴（Parkhe, 1998）。

國際策略聯盟的績效則可由銷售業績、獲利能力、技術創新、品牌形象優化、進入市場管道多寡、成本降低等不同面相作為衡量標準。不同國家地區背景、產業類別的企業，會以不同的優先順序面相檢測策略聯盟的策略是否成功，如拉丁美洲經理人對於企業合作成功的衡量，首重技術創新的成果，其次為市場表現和獲利能力的提升等（Kotabe, Teegen, & Aulakh, 2000）。

綜上所述，國際策略聯盟成功運作的關鍵因素包括了須滿足參加企業成員取得互補性資源的需求、管理控制能力各方的均衡、成員間良好的互動溝通、契約協定制度的完善、以及建立信賴關係等；特別是互補分工與信賴關係的建構，將促使參加成員企業能夠各取所需，並進一步進行學習共創，達到拓展新市場的目標。

第 2 節 新興市場之發展現況與可能商機

一、中小企業重視之新興市場

世界銀行經濟學家 Antoine van Agtmael 於 1981 年代首次提及「新興市場」(Emerging Market)一詞，所謂「新興市場」主要是以平均每人年 GDP 收入少於 9,266 美元的中低收入國家為主，這些國家約占全球 80% 的人口，並占全球 20% 的經濟實力。國際貨幣基金 (IMF) 於 2004 年 9 月出版的《全球金融穩定性研究報告》將新興市場定義為，金融市場未經全面發展、但仍便於海外投資者涉足投資的開發中國家。

摩根史坦利投資管理公司 (Morgan Stanley Investment Management Limited) 的 Ruchir Sharma 總裁，於 2012 年出版《誰來拯救全球經濟？》一書中指出，「新興國家」是指人均所得不到 2.5 萬美元的國家。從 2003 年到 2007 年，這些國家的平均經濟成長率幾乎增加一倍，從之前兩個十年的平均 3.6% 增為 7.2%，而且幾乎沒有一個開發中國家落在後面。

摩根史坦利資本國際公司 (Morgan Stanley Capital International, MSCI) 於 1988 年編訂新興市場指數，把新興市場區分為：新興亞洲、新興歐洲、拉丁美洲、非洲、中東等區域。截至 2011 年 3 月為止，被列為 MSCI 新興市場之國家包括：巴西、智利、哥倫比亞、墨西哥、祕魯、捷克、埃及、匈牙利、摩洛哥、波蘭、俄羅斯、南非、土耳其、中國大陸、印度、印尼、韓國、馬來西亞、菲律賓、台灣、泰國，以及烏克蘭，共 22 個國家。

近年來，諸多學者依照經濟規模或成長力等基準，將新興市場國家再區分成各種特定組合。美國高盛集團 (Goldman Sachs) 首席經濟學家 Jim O'Neil 於 2001 年出版的 *Building Better Global Economic BRICs* 報告書中，首次提出「金磚四國」(BRICs) 的概念，並指出巴西、俄羅斯、印度以及中國大陸等金磚四國的經濟規模，將在 2027 年超越七大工業國 (G7)。之後，日本經濟評論家門倉貴史亦提出「VISTA 五國」(越南、印尼、南非、土耳其和阿根廷) 的概念，他認為這五國將是繼金磚四國之後，成為下一波具有潛力的新興市場國家。美國高盛集團的經濟調查部門又在 2005 年的報告書中提出「未來 11 國」(Next 11) 的概念，預測這 11 個國家的 GDP 將在 2050 年之前達到 G7 的三分之二；這些國家包括：孟加拉、埃及、印尼、伊朗、墨西哥、奈及利亞、巴基斯坦、菲律賓、韓國、土耳其與越南等。

新興市場涵蓋範圍廣大，具備人口紅利及人均經濟成長率較佳的市場較被看好。根

據 IMF2012 年的 *World Economic Outlook Database* 調查報告顯示，共有 12 個新興市場國家人口超過 5,000 萬，且 2012 年至 2015 年的人均 GDP 年複合成長率 (Compound annual growth rate, CAGR) 超過全球平均，這些被看好的新興市場國家分別為：中國大陸、印度、印尼、巴西、俄羅斯、墨西哥、菲律賓、越南、埃及、土耳其、泰國及南非。劉家瑜 (2013) 指出，這 12 個國家除經濟成長表現力道強勁外，其逐漸崛起的中產階級更是帶動新興經濟體成長的重要力量。

另外，根據日本中小企業機盤整備機構所作的《2012 年度中小企業海外事業活動實態調查》結果指出，有 61.1% 的日本中小企業認為，在未來開拓海外市場上最重要的市場國家為中國大陸，其他依序為泰國 (7.5%)、美國 (6.8%)、韓國 (5.3%)、越南 (7.71%)、台灣 (3.3%)，以及香港 (2.8%) 和印尼 (2.7%) 等；可知中國大陸與東協國家為日本中小企業開拓新興市場的重要對象。

《UPS 亞洲商業監察》於 2010 年 3 月 11 日至 2010 年 4 月 20 日期間，對亞洲 1,351 名中小企業決策者進行電話訪問，並公布亞洲中小企業對未來營運前景之看法。針對「經濟成長前景地區」問項，有約 50% 的受訪者對 2010 年亞太地區經濟前景抱持樂觀態度，特別是印度 (77%)、印尼 (62%)、越南 (59%)、中國大陸 (54%)、菲律賓 (51%)、泰國 (47%)、菲律賓 (42%) 等亞洲新興市場國家；針對「未來拓展業務地區」問項，有 56% 的受訪者選擇亞太地區，遠高於歐洲 (20%)、中東 (19%)、北美 (14%)、非洲 (12%) 以及拉丁美洲 (11%)；更進一步，選擇亞太地區受訪者當中，有 86% 選擇印尼，其他依序為新加坡 (81%)、馬來西亞 (80%)、泰國 (78%)、菲律賓 (77%)、日本 (68%) 以及越南 (57%) 等。由此可知，東協地區將逐漸成為亞洲中小企業重視的新興市場。

如表 6-2-1 所示，依經濟部統計處《2012 年製造業經營實況調查》，對台灣 2,887 家廠商進行訪查結果，中型廠商 (100 人~199 人) 未來期望加強拓展之最主要外銷市場，依序為中國大陸、北美、東協、日本、歐洲、中南美、南韓、印度、澳紐與中東等，而小型廠商 (未滿 100 人) 則認為中國大陸、北美、東協、日本、歐洲、中南美、中東、印度、南韓、澳紐等；由此可知，台灣中小製造業亟欲拓展的新興市場為中國大陸與東協國家。另外，若以單一國家別標準來看，印度係僅次於中國大陸、受到中小企業青睞的新興市場。

綜上所述，有關新興市場國家的定義與歸類，呈現多元化發展的傾向，而無論是甚麼樣的定義與歸類，在未來 20-30 年間，這些新興市場國家經濟規模將逐步趕上或超越已

開發的先進國家，因此，如何在這些新興市場取得新商機，將是各國企業持續成長的重要課題。特別是對亞洲與台灣中小企業而言，中國大陸、東協國家以及印度，已成為拓展新興市場的重要目標。

表 6-2-1 台灣製造業未來期望加強拓展之最主要外銷市場

單位：%

項 目	總 計	大型企業	中型企業	小型企業
中國大陸（含港澳）	35.23	36.46	33.39	35.03
日 本	12.32	12.43	12.75	11.99
東 協	12.07	11.04	12.92	12.59
北 美	16.21	16.70	16.61	15.56
歐 洲	10.04	10.11	9.23	10.37
南 韓	1.86	1.39	3.19	1.62
中 南 美	3.75	3.90	4.03	3.49
澳大利亞、紐西蘭	1.47	1.30	1.68	1.53
印 度	2.63	3.43	3.02	1.70
中 東	1.86	2.23	1.34	1.79
其他國家	2.56	1.02	1.85	4.34

附 註：表企業規模：中大型企業員工人數 200 人以上、中型企業員工人數 100 人~199 人；小型企業員工人數未滿 100 人。

資料來源：經濟部統計處，《中華民國製造業經營實況調查報告》，2012 年。

二、亞洲新興市場發展概況

由於台灣中小企業近來較為重視的新興市場國家包括了中國大陸、東協國家以及印度，以下將簡介這些新興市場以及與台商可能拓展之商機。另外，根據行政院主計總處統計，2012 年對東協 6 國（印尼、泰國、馬來西亞、菲律賓、越南以及新加坡）出口的增幅達 9.8%，遠優於整體出口表現的 -2.3%；而東協 6 國占整體出口比重達到 18.5%，較 2011 年提升 2%，創歷史新高，成為我國第二大出口市場。因此，有關東協的論述，將以東協 6 國為主。

（一）中國大陸

依據中國大陸統計局統計數據，中國大陸的 2006-2011 年平均每年經濟成長率維持在 10% 以上，社會消費品零售總額從 2006 年的 7 兆 9,145 億人民幣，增加至 2011 年的 18 兆 3,919 億人民幣，而城鎮居民人均可支配收入，則從 2006 年的 11,760 人民幣提升至 2011 年的 21,810 人民幣；這顯示中國大陸正從「世界工廠」逐步轉變成「世界市場」。

自 1978 年末推行改革開放以來，中國大陸經濟從低效率的計劃經濟體制轉為以市場經濟為主軸的型態。此後，中國大陸政府不斷強調增加個人收入，並鼓勵導入企業經營管理方法來提升生產效率。再者，中國大陸政府也在過去 20 多年間在中國境內設置了超過 2000 個規模不一的經濟特區，為外商提供優越的投資環境，以吸引外國資本。1978 年迄今，中國大陸的人均 GDP 已經增加 4 倍，2010 年的 GDP 也超越日本，成為世界第二大經濟體。

依據中華民國進出口貿易統計，2012 年台灣與中國大陸貿易總額約為 121,6 億 2,117 萬美元，為我國第 1 大貿易夥伴，占我國貿易比重 21.27%；其中，我國對中國大陸出口金額為 807 億 1,375 萬美元，進口金額為 409 億 742 萬美元，台灣對中國大陸貿易出超為 398 億 632 萬美元。

台灣自 1991 年起開放赴中國大陸地區投資，珠江三角洲以傳統勞力密集產業為主為台商最早發展區域，繼之為以電子通訊產業為主的長三角地區，投資規模亦有大型化趨勢。惟近年來隨著沿海地區工資上漲、土地等生產要素成本逐年上升、缺工、環保要求趨於嚴格及廠商拓展中國大陸內需市場需求等問題之浮現，加上中西部地區提供優惠之投資措施，使得沿海地區台商轉往四川、湖北等內陸地區遷移布局。

（二）東協 6 國

1. 印尼

依據 IMF 統計數據，印尼 2010-2012 平均每年經濟成長率維持在 6% 以上，又依據印尼中央統計局的資料，印尼 2011 年每人平均國民所得為 3,500 美元，較 2010 年的 3,000 美元成長 16.7%；印尼 2011 年進出口貿易總額約 3,808 億美元，較 2010 年 2,933 億美元的進出口貿易總額，大幅成長 29.8%。由此可知，印尼的經濟近年來已大幅度成長，內需為推動其經濟成長最大動力。

印尼近年來逐漸擺脫軍人獨裁統治，目前政治情勢穩定，現任總統蘇希洛領導的政府是自 1995 年以來最穩定的政權。在政局穩定，經濟快速成長下，人口眾多的印尼，國內需求十分旺盛，2011 年國內消費成長了 4.7%。依 AC Nielsen 公司所做的全球消費者信心調查指出，隨著 2011 年印尼人均國民所得突破 3,500 美元，消費者對未來的個人財務發展更有信心，就業市場也逐漸穩定；而在 2012 年第二季的調查結果，印尼消費者信心指數更高達 120 分，居全球之冠，這顯示印尼人對本國就業前景和未來金融商品前景充滿信心。印尼政府在 2009 年以 113 兆印尼盾（約 117 億美元）新建或改善道路、港口、

機場、橋樑、發電廠等基礎建設，並表示會持續進行改善印尼基礎設施的投資，確保經濟成長率能維持一定的水準。再者，印尼政府為吸引外來投資，於 2007 年公布〈新投資法〉，讓外商享有與本地廠商一樣的公平待遇，2010 年以後也陸續推出各項政策吸引外商投資，這使得外商投資印尼的意願逐步提升。

依據中華民國進出口貿易統計，2012 年台灣與印尼貿易總額為 125 億 1,499 萬美元，為我國第 11 大貿易夥伴，占我國貿易比重 2.19%；其中，我國對印尼出口金額為 51 億 9,019 萬美元，進口金額為 73 億 2,479 萬美元，台灣對印尼貿易入超金額為 21 億 3,460 萬美元。在投資方面，根據印尼投資協調委員會之統計，自 1967 年至 2011 年底止，台商在印尼累計投資 1,440 件，投資總金額近 145 億 7,186 萬美元，排名第 9。台商在印尼投資之主要行業前三名分別為家具業、紡織業及鞋業等。台商在印尼各主要城市均設有「台灣工商聯誼會」，而為整合印尼各地台商會，亦成立「印尼台灣工商聯誼會總會」。

就拓展印尼的商機來看，除了傳統的機車零組件業、鞋業、紡織成衣業外，零售服務業是未來發展的趨勢，目前連鎖加盟店類型包含餐飲業、零售業及生活服務等 3 大類。由於印尼是全球非華語國家中華人最多的，占總人口近 10%，約有 2 千多萬人，餐飲文化深受中華文化的影響。

目前印尼 IT 產品普及率尚低，潛在市場龐大；2009 年印尼 IT 產品消費總額 36 億美元，2010 年則達到 45 億美元，成長 25%。據國際市調機構 BMI (Business Monitor International) 估計，印尼 IT 市場，可望在 2015 年成長到 96 億美元。印尼龐大且成長快速的 IT 市場已引起歐美日及中國大陸業者之高度關注，包括 Google、Microsoft、Toshiba、Lenovo 聯想等國際大廠，均大力加強對印尼拓銷。我國經濟部國際貿易局除將印尼列為重點拓銷市場，為協助我國品牌業者直接對終端消費者推廣品牌形象，亦委託外貿協會執行「台灣國際品牌整合行銷傳播及產業廣宣專案」（簡稱 IMC），透過各種宣傳活動介紹台灣優質 IT 產品。根據 Pew Research Center (2011) 的調查數據指出，全球穆斯林人口 (Muslim population) 將從 2010 年的 16 億人增加到 2030 年的 22 億人；其中，2010 年印尼為世界穆斯林人口最多的國家，約為 2.04 億人，預估到了 2030 年將達到 2.38 億人，印尼的穆斯林市場需求將是我國中小企業拓展亞洲新興市場的重點商機。

2. 越南

依據越南統計總局數據，越南的 2009-2012 平均每年經濟成長率維持在 5.5% 以上，平均國民所得則從 2007 年的 837 美元提升至 2011 年的 1,300 美元，進出口貿易總額則從 2007 年的 1,092 億 1,700 萬美元增至 2012 年的 203,7 億 500 萬美元。顯示即使面臨全球

金融海嘯等外部經濟環境變化，越南經濟狀況還是維持一定程度的成長趨勢。

越南自 1987 年實施改革開放政策以來，積極朝市場經濟邁進，在 2007 年加入世界貿易組織（WTO）後，更依據時程開放服務業市場及調降貨品關稅，積極融入國際經貿體系。依據經濟部投資業務處的分析，越南吸引外商投資的優勢包括：政經體制的改革開放、天然資源豐富、勞動力充沛、工資相對低廉、治安良好（無排華困擾）、加入 WTO 會員後法令規範已朝透明化改善，以及積極與他國洽簽自由貿易協定等。越南為東協自由貿易區（AFTA）成員，2006 年起區內關稅漸降至 5% 以下，再加上東協加中國、東協加澳紐、東協加印度與澳紐的自由貿易協定，以及越日經濟架構協定等皆已實施，越南銷往相關國家之貨品關稅可大幅降低。不過，外商投資越南存在風險：官僚氣息濃厚、行政效率欠佳、地方政府允諾之投資優惠常未兌現或被中央政府取消、公共建設不足、外商在越南投資僅能租用土地、缺工與欠缺技術勞工，以及無預警之非法罷工情形嚴重等。

依據中華民國進出口貿易統計，2012 年台灣與越南貿易總額為 107 億 2,662 萬美元，為我國第 13 大貿易夥伴，占我國貿易比重 1.88%；其中，我國對越南出口金額為 84 億 3,194 萬美元，進口金額為 22 億 9,468 萬美元，台灣對越南貿易出超金額為 61 億 3726 萬美元。在投資方面，根據越南計畫投資部公布之統計資料，累計自 1988 年至 2011 年 12 月底，台商在越南投資案計 2,219 件，占全部外人投資案件之 16.24%，投資金額為 235 億 1,958 萬美元，占外人投資總額之 11.88%，居外國人在越投資之第四位，次於新加坡、韓國及日本。台商在越南投資以中小製造業為主，大型製造業及營建業投資大部分集中於胡志明市及同奈省，中小型投資大都集中在平陽省。近來台商亦積極前往北越地區投資，尤以資訊電子產業最為明顯。

就拓展越南市場商機而言，紡織業、汽機車及零組件業、電子資訊業，以及醫療與健康照護業等 4 種產業之潛在商機較為明顯。在紡織業方面，由於紡織業（如成衣等）人工需求較多，可善用越南從業員作業技巧較為仔細之優點，以越南為製造基地，前進東協國家、中國大陸、日韓及歐洲市場。基於台商在越南已形成自原料到下游完整供應鏈，因此台灣之化纖、紗、布廠可赴越南與當地台商紡織業者進行策略聯盟，生產優質化纖、紗、布產品供應當地台商成衣廠，以達優勢互補。

在汽機車及零組件業方面，越南企業及個人對汽車有旺盛需求，且 2011 年越南每人國民所得已達 1,300 美元，汽車亦將進入一般家庭；而越南政府亦鼓勵投資汽機車零組件，並於 2007 年 8 月批准機車製造發展計畫，擬在 2015 年前建立東南亞地區最大之機車生產基地。另外，越南加入 WTO 後，政府實施進口汽車零配件較進口整車之優惠關稅政策，

各項汽車零配件稅率亦將調降。

在電子資訊業方面，越南約有 2 萬多家電子資訊產品零售店，商店數及銷售額皆呈現增加趨勢。在醫療與健康照護業方面，根據越南老年人疾病研究所調查統計，越南高齡者患慢性病的比例相當高，而且一個高齡者平均患 2 種疾病以上，所以老年人口對於慢性疾病治療、保健及安養照護等需求殷切。再者，越南全殘障人士占總人口約 6%，各地方政府將繼續實行補助計畫，已在各地免費提供輪椅、義肢等醫療輔具。

3. 泰國

依據 IMF 統計數據，泰國 2010 年的經濟成長率高達 7.8%，但 2011 年因受水災衝擊，經濟成長率下滑到 0.1%，而 2012 年經濟成長率又拉升到 5.4%。2012 年平均每人 GDP 為 4,946 美元，較 2011 年的 4,647 美元小幅成長 6%，主因是水災過後有大量的資金注入產業復甦。依據泰國國家經濟和社會發展委員會數據，泰國 2011 年進出口貿易總額約 4,528 億美元，較 2010 年的 3,452 億美元成長 30.2%。由此可知，在逐漸走出水災的影響後，泰國的經濟表現有回升趨勢。

泰國在 1977 年開始正式公布相關獎勵投資法規，並設立促進投資促進委員會（BOI，The Board of Investment of Thailand）。為減輕泰國政府的財政負擔，適應目前的經濟形勢及未來的經濟趨勢，投資促進委員會制訂相關獎勵投資政策，主要包括：對真正有利於經濟發展的投資項目給予稅務優惠、使泰國投資法令制度能與國際接軌、取消對出口額的限制與限定使用國內原材料的規定、對偏遠貧窮地區與設施未完備地區的投資給予特別優惠待遇，以及放寬外資持股比例等。再者，泰國的中央銀行為吸引外資進入，自 2008 年 3 月起放寬外匯管制措施，取消外資匯入扣留 30% 儲備金的規定，同時退還先前所扣留的儲備金。然而，投資泰國仍存在諸多風險，包括：政局不穩定、政府行政效率尚待加強、交通運輸等基礎建設不完備、高階技術人才不足，以及基本工資逐漸提高等。

依據中華民國進出口貿易統計，2012 年台灣與泰國貿易總額為 102 億 6,250 萬美元，為我國第 14 大貿易夥伴，占我國貿易比重 1.80%；其中，我國對泰國出口金額為 65 億 6,588 萬美元，進口金額為 36 億 9,662 萬美元，台灣對泰國貿易出超金額為 28 億 6,926 萬美元。在投資方面，根據泰國投資促進委員會公布之統計資料，2009 至 2011 年間，台商在泰國投資案計 111 件，居外人在泰國投資件數第五位，前四名依序為日本、南韓、新加坡及美國；若以外人在泰國投資金額計算，我國則排在第 10 位，申請核准投資金額為 158 億泰銖。由投資型態來看，台商在泰國除了電子、橡膠、鋼鐵及石化等投資金額較大之產業外，多為傳統中小型製造業及農漁業。

在拓展泰國市場的商機上，泰國汽車組裝業發達，但缺乏自行生產零組件的能力，目前泰國尚有許多不能生產的零組件，包括：小客車引擎、燃油噴射泵、變速器、差動齒輪、噴嘴、電子系統，以及電子控制裝置等。因此，在這些產品上擁有先進技術及開發能力的企業，若能赴泰投資設廠，為當地整車廠供應零配件或提供技術服務，將較有獲利之機會。另外，若考量未來汽車技術發展方向與我國的產業技術優勢，再加上日商已將泰國視為亞洲戰略車種的研發基地，因此與日系整車廠合作，於當地開發車用電子相關零組件市場商機，亦是拓展當地市場商機的可能方向。

4. 馬來西亞

依據馬來西亞投資發展局（MIDA, Malaysian Investment Development Authority）統計數據，馬來西亞 2009 年的經濟成長率為-1.7%，2010 年大幅成長到 7.2%，2011 年及 2012 年則維持在 5%，平均國民所得則從 2009 年的 6,634 美元，提升至 2011 年的 9,508 美元，進出口貿易總額則從 2009 年的 2,889 億美元，增加至 2012 年的 4,147 億美元；馬來西亞 2009 年的經濟表現雖然不佳，但隨後復甦力道強勁，目前則呈現穩定狀態。

近年來馬來西亞經濟成長雖維持一定水準，但財政赤字惡化為馬來西亞種下潛在風險種子；而受到先進國家經濟狀況不佳，需求放緩，將衝擊到其電子產業之出口。馬來西亞自 1986 年開放吸引外資以來，採取各種優惠措施吸引外資，成功地吸引許多外資到該國投資。馬來西亞政府也在 2009 年 4 月 22 日放寬 27 項服務業投資的股權限制，包括旅遊業、交通運輸業、運動與休閒業、商業及電腦維修服務業等，希望藉此提升本國服務業人員水準。馬國政府也自 2012 年 1 月 31 日起，進一步放寬外匯行政條例，准許境內銀行交易多種外匯及推出以馬幣為主之金融衍生產品，以活絡國內金融市場。

在馬來西亞投資存有諸多風險，包括：政府單位的行政效率有待提昇、國內市場統計資訊不易蒐集、寬頻網路等通訊基礎設施尚欠完善等，這使得外商蒐集特定領域市場商情有一定難度，致使市場拓展業務停滯不前。

依據中華民國進出口貿易統計，2012 年台灣與馬來西亞貿易總額為 143 億 9,891 萬美元，為我國第 8 大貿易夥伴，占我國貿易比重 2.52%；其中，我國對馬來西亞出口金額為 65 億 5,722 萬美元，進口金額為 78 億 4,169 萬美元，我國對馬來西亞入超金額為 12 億 8,446 萬美元。根據馬來西亞投資發展局之統計資料顯示，台商 2011 年在馬國投資案件為 23 件，投資金額為 4 億 4,000 美元，較 2010 年成長 11%，居馬來西亞外人投資第 7 位，前三大外人投資馬國分別為日本、韓國及美國。在累計投資金額方面，截至 2011 年底止，台商對馬國累計投資金額達 115 億 5,200 萬美元，在外人投資國排名為第 4 位（次

於美國、日本及新加坡）。台商投資的產業以食品製造業、批發及零售業、電子零組件製造業等為主，投資之地點主要分布在吉隆坡、檳城、柔佛州、馬六甲州等地區。

就拓展市場商機而言，隨著馬來西亞國民所得逐步提高，其消費能力及要求的生活品質也隨之提高，特別是運動休閒生活普受重視，休閒產業相關產品將具有發展空間。再者，馬來西亞的高消費族群比率也不斷提高，因此高價位的產品專賣店或專櫃也有增加的趨勢。馬來西亞由馬來人、華人及印度人組成，馬來人比率超過 60%，且大多信奉回教，可謂為回教國家，這也促使清真食品市場規模之擴大。

馬來西亞於 2008 年 7 月由哈拉工業發展機構（HDC, Halal Industry Develop Corporation）取代原本的伊斯蘭發展局（JAKIM），負責建立「清真食品認證制度」（Halal food certification），發展國內清真產品市場。目前 HDC 所發的清真認證獲得 22 個國家 42 個回教協會承認，易言之，若取得馬來西亞清真認證，等於具有回教國家的通行證，有利拓展回教食品市場。

5. 菲律賓

依據 IMF 統計數據，菲律賓 2008 年及 2009 年的經濟成長率分別為 3.7% 和 1.1%，較低的成長率主要是受全球金融海嘯的影響；2010 年則在出口、投資及消費需求增加，加上總統大選支出等因素刺激下，經濟成長率提高到 7.3%；受到美國經濟成長狀況不佳、歐債危機、日本地震以及泰國水患損害供應鏈及政府公共支出減少等因素影響，2011 年的經濟成長又下滑到 3.7%；2012 年菲律賓的在政府支出增加，擴大基礎設施建設後，GDP 成長率回升到 6%。至於菲律賓平均每人 GDP 在 2010 年後都維持在 2,000 美元以上。菲律賓 2011 年進出口總額為 1,081 億 8,600 萬美元，較 2010 年的 1,064 億 3,100 萬美元，成長 1.65%。由上述資料可見菲律賓未來經濟表現仍可期待。

菲律賓國會在 1991 年 7 月制定〈外人投資條例〉（Foreign Investment Act），允許外資自由進入菲律賓，以求改善外人投資遠落後於東協他國狀況。近期菲律賓政府更計畫在 6 年內（2011-2016），透過 13 個投資促進機構，吸引約 1,218 億美元的外人投資。除此之外，菲律賓中央銀行也於 2010 年 10 月 28 日實行多項放寬外匯管制措施，使資金外流更趨自由化，減緩菲律賓披索因熱錢流入而對美元升值之壓力。菲律賓投資環境對台商有利因素包括：市場具開發潛力、基礎建設逐漸改善、農業合作具發展空間、勞動資源充足及積極參與區域自由貿易協定；但在菲律賓投資也須留意潛在風險，如菲律賓政治局面仍不穩定、產業群聚不足、工資偏高等。

依據中華民國進出口貿易統計，2012 年台灣與菲律賓貿易總額為 109 億 7,634 萬美

元，為我國第 12 大貿易夥伴，占我國貿易比重 1.92%；其中，我國對菲律賓出口金額為 88 億 7,631 萬美元，進口金額為 21 億 3 萬美元，台灣對菲律賓貿易出超金額為 67 億 7,628 萬美元。在投資方面，依菲律賓投資局公布之統計資料，自 1988 年至 2011 年 12 月底，台商在菲律賓投資累積金額為 12 億 2,513 萬美元，居外國人在菲投資之第八位。於菲律賓投資的台商多為中小企業，目前台商人數估計約為 6,000 人，投資行業甚廣，主要包括了水泥、汽車、便利商店、紡織成衣、農漁業、電子、房地產、營建業、機械業、紙製品、塑膠業、化學、食品、金融保險業等。

在拓展菲律賓市場的商機上，個人消費商品市場局具潛力。由於菲律賓的人口不斷增加，菲律賓人民缺乏儲蓄習慣，經常透支進行消費，因此相關消費商品市場具龐大商機。另外，2011 年菲律賓就業人口中有近 33% 從事農業，農業在該國經濟發展中居重要地位；菲律賓的生產技術等能力尚不足，再加上擁有廣大未利用農地，未來台商可以考慮以農業科技優勢尋求在菲進行農業合作或農場投資。

6. 新加坡

依據 IMF 統計數據，新加坡 2011 年經濟成長率為 4.9%，較 2010 年的 14.8% 大幅降低，所有產業部門成長皆有明顯下滑；平均每人 GDP 自 2010 年突破 4 萬美元後，每年呈現穩定成長；而 2011 年的進出口貿易貿總額為 7,746 億美元，較 2010 年成長 8%。新加坡 2011 年後的經濟成長趨緩，主要仍是受全球景氣不佳的影響。

新加坡政府向來非常重視經營環境的改善，致力降低廠商營運成本，加強廠商競爭力，且極力爭取外資到新加坡投資製造、金融及服務業等，藉此強化新加坡的資金及技術能量。新加坡也不斷擴大與他國的連結，除了參與 WTO 的多邊談判外，也積極尋求與各國洽簽 FTA 或參與東協等區域整合行列，藉此強化與歐美日等先進國家之連結。依據經濟部投資業務處的分析，新加坡吸引外商投資的優勢包括：穩定的政局，完善的基礎設施、人民教育水準高、人力素質高、外人投資獎勵制度、開放的商業政策及尊重外商建言等，使新加坡成為外商在亞洲投資時優先考慮的國家。然而，新加坡近年來也出現工資上升與勞工短缺的狀況，造成企業營運成本也逐年升高，此乃外商投資的潛在風險。

依據中華民國進出口貿易統計，2012 年台灣與新加坡貿易總額為 281 億 9,638 萬美元，為我國第 5 大貿易夥伴，占我國貿易比重 4.93%；其中，我國對新加坡出口金額為 200 億 9,063 萬美元，進口金額為 81 億 575 萬美元，台灣對新加坡貿易出超金額為 119 億 8,488 萬美元。在投資方面，根據我國經濟部投資審議委員會資料統計，2011 年我對

新加坡投資金額為 4 億 4,859 萬美元，計 12 個案件。自 1952 至 2010 年底止，台商投資共 485 件，總額累計達 59.57 億美元，主要投資類別為電子零組件製造業、金融保險、運輸倉儲等。

就拓展新加坡市場商機而言，電信業、石化工業及資訊通訊業等潛在商機較為明顯。在電信業方面，新加坡政府在 2000 年 4 月 1 日全面開放該國電信市場，也同時取消外國公司只能持有本地電信公司 49% 股權的上限，未來台灣電信業者可尋找合作夥伴，拓展相關市場。在石化工業方面，因新加坡政府積極吸引外商到新加坡進行石化投資，台商可先行觀察其產業鏈配合情形，了解實際市場需求以及建廠成本等因素，再決定是否投資。在資訊通信產業方面，新加坡政府近來致力於推動電子化政府政策，政府各部門持續提出大型資訊產品採購專案，因此台商可留意新加坡政府相關政策，進而掌握商機。

（三）印度

依據 IMF 資料顯示，印度的 2003-2011 平均每年經濟成長率維持在 8% 以上，平均國民所得則從 2001 年的 443 美元提升至 2011 年的 1,517 美元，這顯示印度經濟狀況在邁入二十世紀後呈現大幅成長趨勢。

印度自 1947 年獨立後，奉行社會主義計畫型經濟，由政府主導經濟及產業發展方向，以國營企業、國防及重工業為主，但政府行政效能不彰，造成民生工業凋敝。1991 年，印度財政赤字曾嚴重到瀕臨破產，當時擔任財政部長的 Manmohan Singh 開始對財政金融與貿易投資環境進行改革，引領印度朝向市場經濟型態發展，才逐步度過財政赤字危機。依據經濟部投資業務處的分析，印度消費市場環境存在著消費需求呈現二極化現象、印度種族及宗教影響商業進行、分層行銷，以及傳統小店舖為行銷通路主體等特徵；而外商投資印度時則必須考慮到不易取得徵信資料、各項隱性成本偏高、中央政府與地方政府商業稅賦規定不同等風險。

依據中華民國進出口貿易統計，2012 年台灣與印度貿易總額約為 60 億 816 萬美元，為我國第 19 大貿易夥伴，占我國貿易比重 1.05%；其中，我國對印度出口金額為 33 億 8,450 萬美元，進口金額為 26 億 2,366 萬美元，台印貿易出超金額為 7 億 6,084 萬美元。在投資方面，根據印度商工部外人直接投資統計數據，2000 年 4 月至 2012 年 2 月，台商在印度累計投資金額達 5,657 萬美元，占印度外商直接投資金額 0.03%，排名外商投資第 40 位。台商在印度投資主要集中在首都新德里、第一大工商中心孟買、製造業重鎮清奈等三大都會鄰近地區；其中，新德里地區之台商以服務業為主，孟買地區的台商則涵蓋製造業與服務業，清奈地區之台商則以製造業為主。印度當地台商更分別於 2010 年 8 月及 2011 年 3 月成立新德里區台商會及孟買地區台商會，以促進當地台商交流與合作。

就拓展印度市場商機而言，零售服務業、電子產業以及汽機車零組件等業種之潛在商機較為明顯。聯合國貿易發展署（UNCTAD）指出，印度零售服務通路主要分佈於全國的1,200萬家雜貨店，78%為家庭經營，賣場面積超過500平方英呎（約16坪）者僅4%，賣場環境落後，可知印度零售市場是一塊尚待開發的處女地。事實上，印度於2012年已修正法令開放外商持股100%從事單一品牌的零售業經營，若能改善賣場環境，將具有相當發展潛力。印度亦是全球汽車銷售成長最快速的國家之一，然而印度持有汽、機車人口占總人口的比重仍偏低，未來尚有相當成長空間。另外，印度半導體協會（Indian Semiconductor Association, ISA）指出，預估至2015年時，印度電子產品市場規模將成長至3,630億美元，占全球電子市場的比重將成長至11%，使得印度可望成為全球電子產品主要市場；而由於當地電子產品相關零組件供應鏈尚未成熟，B2B市場潛在商機值得注意。

以上亞洲主要新興市場國家之經濟以及與台灣經貿投資往來概況，整理如表6-2-2。

表6-2-2 2012年亞洲新興市場主要經濟表現

國家 指標	總體經濟			各國貿易金額及成長率				台灣對各國貿易金額及成長率				台灣對各國投資金額與件數	
	平均每 人GDP (美元)	GDP (百萬 美元)	經濟成 長率 (%)	金額 (百萬美元)		較2011年 成長率(%)		金額 (百萬美元)		較2011年 成長率(%)		件數	金額 (美金)
				出口	進口	出口	進口	出口	進口	出口	進口		
中國大陸	4944.338	6,698,892	7.8	2,048,814	1,818,069	0.08	0.04	80,713	40,907	-3.86	-6.16	636	12,792
印度	1,315.94	1,643,984	4.0	293,214	489,364	-0.03	0.05	3,384	2,623	-23.55	-16.35	3	20
新加坡	43,489.97	217,534	1.3	408,393	379,723	0.00	0.04	20,090	8,105	19.02	1.91	19	4,498
泰國	4,946.07	341,343	6.4	229,519	247,590	0.03	0.08	6,565	3,696	6.94	-15.86	14	61
印尼	3,540.75	852,242	6.2	188,146	190,225	-0.06	0.08	5,190	7,324	7.31	-1.39	6	17
菲律賓	2,158.11	210,958	6.6	51,995	65,360	0.08	0.03	8,876	2,100	27.45	-13	2	10
馬來西亞	8,501.53	248,257	5.6	227,388	196,615	0.00	0.05	6,557	7,841	-4.85	-8.83	10	187
越南	1,427.10	128,993	5.0	114,573	113,792	0.18	0.07	8,431	2,294	-6.58	24.36	24	943

資料來源：IMF World Economic outlook，行政院主計總處國民所得統計，中國大陸國家統計局、國際貿易局網站、經濟部投資審議委員會102年3月統計月報。

第3節 中小企業國際合作拓展新興市場之個案分析

近年來，諸多有獲獎紀錄之台灣優良中小企業，對於拓展新興市場已累積成功經驗與策略內涵，值得參考，茲擇八個個案分析如下：

一、廣化科技股份有限公司

廣化科技股份有限公司（3S Silicon tech., Inc., 以下簡稱廣化）是高功率器件（Discrete power devices）固晶機（Die Bonder）及其解決方案（Total solution）的供應廠商。該公

司成立於 1998 年，總部設於台灣新竹縣，並於 2008 年在中國大陸上海設立分公司，且在新加坡、菲律賓及馬來西亞皆有銷售據點。廣化科技在高功率器件的固晶機領域上已是利基型市場的領導者，可應用的封裝領域包括二極體（Diode）、金氧半場效電晶體（Power MOSFET）以及高功率發光二極體（High Power LED）等。廣化持續不斷地創新及研發新技術，建構多樣化技術的整合能力，針對不同需求的顧客提供客製化的系統、方案及服務，是其成功的重要關鍵。該公司更於 2012 年榮獲由經濟部中小企業處主辦的第 15 屆小巨人獎。

廣化的客戶主要是歐美的半導體廠商，隨著這些主要客戶紛紛赴中國大陸或東協國家設廠生產，廣化也必須思考如何掌握這些新興市場國家的商機。在東協國家中，以菲律賓為半導體封裝廠重鎮，國際大廠多有赴菲設廠，因此廣化目前最主要的東協新興市場就是菲律賓。由於國際大廠在菲律賓設廠投資都已經有一段時間，這些當地子公司經營模式也逐漸具當地化特色，譬如：有諸多菲國當地人士入股成為股東，逐步掌握經營權，或者是公司主管多改為菲律賓當地人等，因而要取得這些公司的訂單，得非借助菲律賓當地代理商的力量不可。廣化拓展菲律賓市場的模式即為：與菲律賓當地的代理商合作，雙方進行垂直分工，由廣化負責提供技術，而代理商扮演中介的角色，負責行銷及開發當地新客戶；雙方各司其職，共同開拓菲律賓市場。

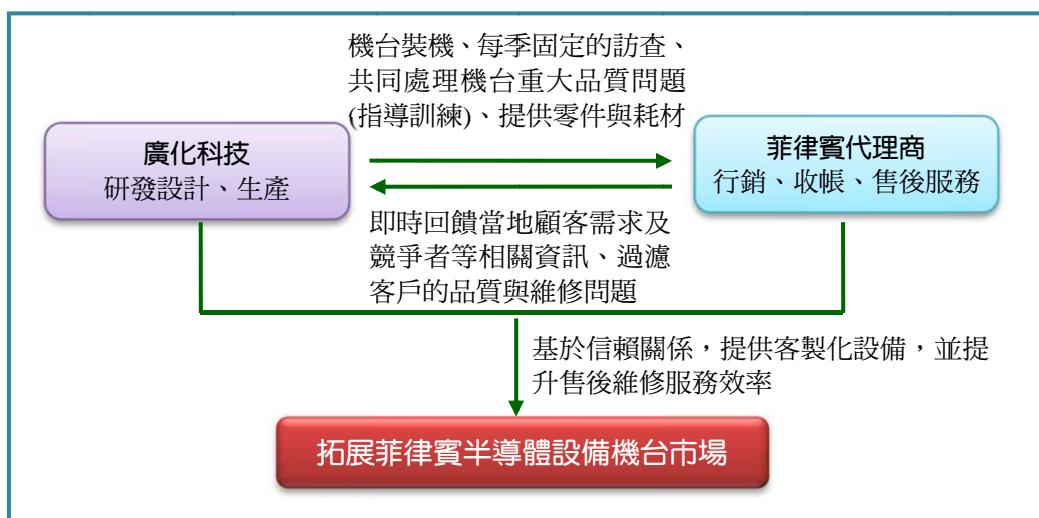
台商在拓展新興市場時普遍都會遇到文化及語言上的障礙，然而廣化透過菲律賓代理商當中介，與菲律賓當地廠家接洽，得以有效的減少語言及文化的隔閡；這樣的作模式有助於廣化降低與使用者顧客之間的溝通成本，讓廣化能將資源集中到研發設計，以持續的提升產品設計品質。除此之外，代理商也是廣化很好的資訊回饋管道，讓廣化得以及時掌握當地市場脈動、客戶的最新需求甚至是競爭者的資訊。面對競爭者的威脅，廣化董事長張維仲先生曾表示，半導體封裝設備產業的市場其實是被外商所占據，所以廣化在創業初期是相當艱辛。在幾經摸索後，他們才體認到，中小企業應該要在客製化程度最高的設備求生存，所以廣化科技集中火力在高功率器件設備，因為產品規格變動很大，客製化程度相當高，讓中小企業的彈性成為競爭力所在。而面對顧客的客製化需求，廣化都可以經由菲律賓代理商的即時訊息回饋，有效的掌握並適時的做出調整與回應。廣化經長期的努力後，終於以客製化型式，提供價格較低且具良好功能的設備機台，逐漸取代外商。而這種合作模式對代理商而言，透過替廣化取得訂單的過程，除了代理銷售的利潤之外，亦可在後續的維修服務中，持續向廣化訂購耗材與零件，從中賺取利潤。

廣化與菲律賓代理商的溝通方式主要有三種，一為日常以電子郵件方式聯絡，代理商能及時反應客戶的相關問題或提供使用者客戶及競爭者的資訊給廣化，廣化也能適時

的解決代理商回報的問題；這樣固定的日常交流，讓廣化即使與市場相隔遙遠，也能及時掌握菲律賓客戶及市場的變動；二為廣化固定每季會派員親赴菲律賓訪查；三為客戶設備機台若發生重大故障問題，代理商的服務人員無法解決時，廣化會派技術人員前往菲律賓，再與代理人員一起赴客戶方解決問題，同時亦指導代理人員維修技巧。

廣化與菲律賓代理商成功的合作模式，最主要是建立在信賴的基礎上。廣化的菲律賓代理商的經營者雖然是美籍菲律賓人，不是華僑，但由於雙方有共同創業的經驗，並在早期就已培養出深厚的關係，因此長久以來得以維持良好的合作關係。除具備信賴關係的基礎外，代理商的人脈、服務、財務及技術等能力也是廣化所重視的。張董事長亦表示，他們在選擇代理商時，首重的是雙方是否能建立良好的互信關係，因為協助收帳事宜是代理商很重要的任務。再者，代理商的人脈非常重要，因為有廣泛的人脈，才有辦法切入客戶。另外，代理商也要能提供高品質的售後維修服務，才能讓廣化的商品持續受到客戶的青睞，對設備機台技術理解的能力也相當重要。代理商具備技術理解能力的重要性在於，若客戶遇到較基本的維修問題，代理商要有能力幫廣化排除；亦即小問題在當地就可以由代理商自己解決，而不是任何問題都要廣化派員前往才能處理，否則成本負擔過高。由此可知，當地代理商要能有效的篩選問題，替廣化做初步的過濾分析後，反映較重大的品質問題，讓問題收斂，讓售後服務活動能有效分工。廣化透過國際合作拓展新興市場之策略模式，如圖 6-3-1 所示。

圖 6-3-1 廣化科技透過國際合作拓展新興市場之策略模式



資料來源：吳惠林、魏聰哲（2013 年），《中小企業國際合作拓展新興市場》。

二、久裕興業科技股份有限公司

久裕興業科技股份有限公司（以下簡稱久裕）以專業製造自行車關鍵性零件-花鼓起家，成立於 1971 年，營運至 2013 年已邁入第 42 個年頭。在草創時期，公司擁有的資源僅為 15 坪的土地與 6 名員工；在久裕長期苦心經營後，至今除了在台灣的總公司與生產中心（大雅廠）之外，在中國大陸的深圳與上海昆山均設有公司廠辦，並且設立歐洲斯洛伐克分公司、美國分公司，而在亞洲、歐洲其他區域則擁有多家代理經銷商。該公司持續不斷地專注在花鼓、輪圈組產品的研發與創新，近年該公司的產品已由傳統自行車零組件延伸至輪轂電機馬達、鋰鐵電池封裝、電動自行車，更將電機與電動能技術整合，推出節能減碳的環保電動能產品。

長年以來，久裕累積製造技術及多樣專利，近年推出的高性能碳纖維輪組，獲得產業各界好評，更將公司技術延伸至綠能產業領域，創造關鍵傳動系統的新方向。久裕的核心產品為自行車花鼓，亦逐步跨足其他產品領域，譬如：汽車產品、電池產品以及家具等。雖然久裕逐漸擴充製造產品的多樣性，但其真正的專業還是在自行車花鼓。久裕生產自行車花鼓的最高峰時期，其產量占全球總產量的 18.6%，可供應 1.2 億台自行車的使用；目前仍保有 16.8%，約當 1.5 億台自行車的使用量。久裕優異的經營表現及生產高品質的產品，使其不斷榮獲國內重要獎項的肯定，譬如：2009 年獲得經濟部主辦的第 18 屆「國家磐石獎」及 2012 年獲得第 15 屆「小巨人獎」等。

久裕產品的外銷市場遍佈東南亞、歐美及中國大陸，大多透過國際合作的方式開拓海外市場。如早期拓展東南亞市場時，主要是承接東南亞華人廠商的代工訂單，生產的是低階機械加工零組件，從生產製造中學習，逐步增進自己的製造實力。之後，久裕亦與日商 Suntour 公司合作，拓展日本市場，並從中學習日本式品質管理方法。久裕設立的前十年努力經營東南亞市場，但當時遇到客戶變成競爭對手的情況，久裕因而逐漸轉移其海外市場目標，朝向歐美、日本及中國大陸市場發展。在拓展至這些市場的過程中，亦逐步建構本身產品的世界品牌形象，如：「Novatech 品牌」（特殊跑車系列之花鼓與輪圈組）、「FACTOR 品牌」（自行車最高級品牌之花鼓與輪圈組）等。近年來，久裕又再度回到東南亞市場，採取的模式是與歐美設計公司合作，製造的產品也轉為符合高階自行車市場需求的零組件。

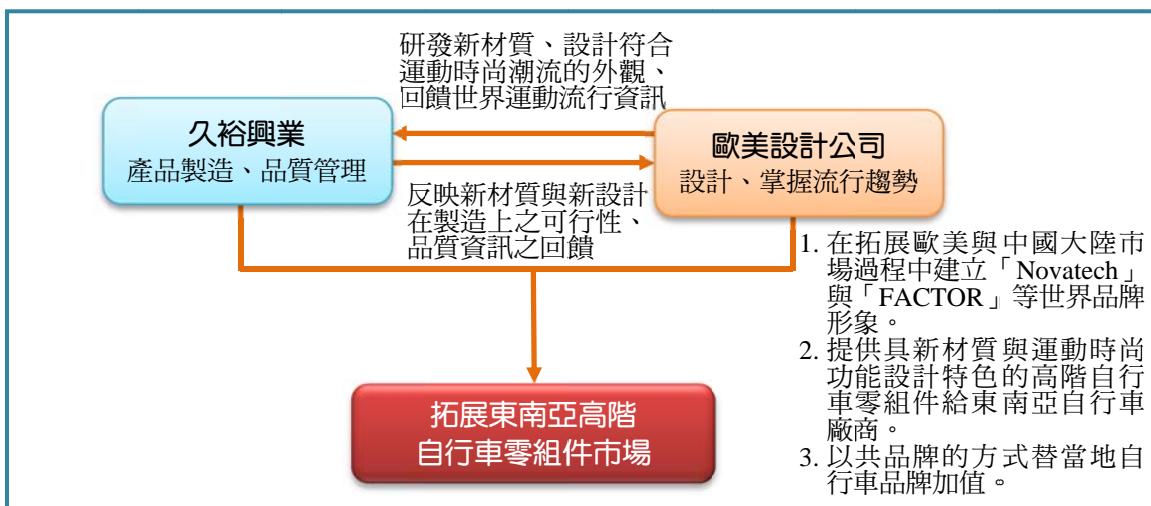
由於自行車在東南亞新興市場，已從傳統代步功能逐步轉向運動時尚的象徵，因此，除了耐用性品質之外，世界流行的材質與外觀設計，亦成為當地消費者選購自行車的重要考量因素。為了製造出符合客戶要求的產品，久裕現在透過歐美子公司與歐美當地工

業設計公司合作，吸收最新運動時尚資訊，共同研發新材質（如：碳纖維材質、木質材質等）與進行新外觀設計（如：適合跑車的低風阻設計等），以及共同擬定行銷策略（如：產品包裝以及形象標誌之建立）等，進而提升品牌形象，拓展東南亞市場的高階自行車零組件市場。與久裕合作的設計公司都有研發團隊，會即時回饋各種最新自行車技術資訊給與久裕，雙方亦會透過國際展覽與即時的視訊會議，就產品的研發設計上做檢討。針對東南亞市場的狀況，久裕、歐美設計公司以及東南亞當地代理商每週定期進行視訊會議，了解當地市場需求內容，並反映到產品材質與外觀設計上。

該公司的陳俊雄總裁亦指出，東南亞市場的型態，如越南、菲律賓、泰國以及印尼等，與日本、歐美或中國大陸市場截然不同。東南亞市場大都由華人企業把持，這些華人移居當地皆已歷經第三代或第四代，都已融入當地人的思維，要跟華人企業競爭或合作也不太容易；未來必須擁有比當地華人企業更強的研發能力或差異化優勢（如：當地華人企業欠缺品牌形象與高階產品研發製造能力等），才有可能拓展當地市場。

久裕最早到東南亞市場時，主要是取得當地客戶所提供之樣品，進行代工活動。久裕在歷經中國大陸以及歐美市場磨練之後，已具備品牌形象與高品質製造管理能力，現在再回到東南亞市場時，當地自行車廠客戶開始指定自行車裡面的花鼓，一定要是久裕品牌的產品。久裕自有品牌標誌會呈現在當地廠商的自行車產品上，當地消費者會直接意識到久裕品牌花鼓產品的品質與設計感，使得久裕的品牌形象更能替自行車廠客戶產品產生「共品牌加值」的效果，拓展更多商機。久裕透過國際合作拓展新興市場之策略模式，如圖 6-3-2 所示。

圖 6-3-2 久裕興業透過國際合作拓展新興市場之策略模式



資料來源：吳惠林、魏聰哲（2013 年），《中小企業國際合作拓展新興市場》。

三、祺驛股份有限公司

祺驛股份有限公司（以下簡稱祺驛）成立於 1997 年，總公司位於台灣新竹縣，為運動器材中磁控裝置、電子控制器及儀錶等關鍵零組件之專業設計及製造廠商，在美國、德國、台灣和中國大陸都擁有磁控組專利。1988 年祺驛的 AC 發電機開始出貨，隔年其混合式發電機在美國取得專利權，開始供貨給美國頂級運動器材公司“PRECOR”，2001 年，馬達直接驅動裝置取得美國、德國、台灣與中國大陸之專利。到了 2005 年，在台北成立研發中心並開發直流有刷馬達。2008 年 5 月投資成立祺驛越南公司，主要生產金屬加工零件，供應台灣廠區需求，同年七月，投資上海誼驛公司。2010 年，在台灣投資輔康醫療器材股份有限公司，並與日商 Senoh 公司共同開發新型磁阻系統，應用於醫療復健器材領域。因積極拓展海外復健醫療器材利基市場有成，祺驛更於 2012 年榮獲經濟部中小企業處主辦的第 15 屆小巨人獎。

目前，祺驛復健醫療器材的主要客戶分布在日本與荷蘭，未來將拓展泰國等東南亞新興市場。祺驛發展復健醫療器材可追溯到與日商 Senoh 公司的合作關係。Senoh 公司為全球知名復健醫療廠商。

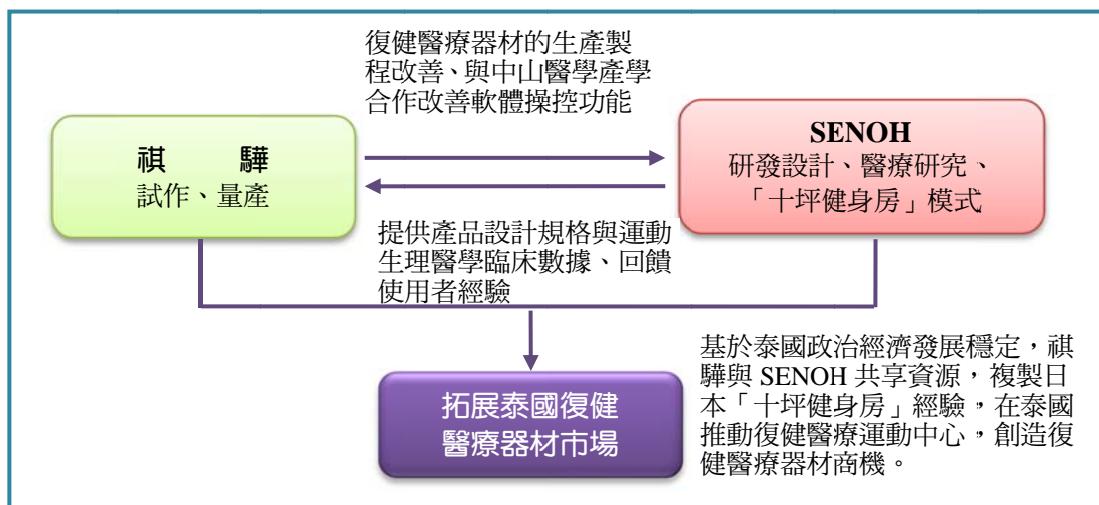
祺驛與日本 Senoh 公司合作關係已有十幾年，原本是由祺驛提供發電機零組件給 Senoh，直到 2008 年爆發全球金融海嘯，雙方才出現合作生產復健醫療器材的契機。Senoh 公司研發復健醫療器材已有十幾年經驗，除了投入大筆研發費用外，在生產製程方面，由於日本人對品質完美要求的個性，並沒有量產一般運動健身器材，但無形中也加高了生產成本。到了 2008 年爆發了全球金融海嘯，Senoh 公司體認到自己的生產成本過高，產品太貴，無法吸引足夠的客戶購買產品來攤銷自己的成本，因此找了一直有合作往來關係的祺驛合作。就雙方合作模式而言，首先由 Senoh 公司提供復健醫療器材的設計規格以及與東京大學研究完成的人體運動生理醫學相關數據給祺驛，祺驛再量產產品回銷給 Senoh 公司，其次再由 Senoh 公司行銷這些產品給日本社區附設的「十坪健身房」，為社區老年人提供預防醫學服務。

所謂的「十坪健身房」，是日本政府為了因應高齡化社會的來臨，發展出所謂的「十坪預防醫學空間」概念，此概念異於有氧運動與一般健身房，導入了東京大學小林寬道教授所提出的「認知動作型訓練方法」與復健醫療器材設備，目的在於讓老年人都能夠方便且健康的運動，預防可能發展的各種病症。具體方式為提供一個 10~15 坪的復健動空間，透過復健醫療器材的使用，可以讓老年人增強步行能力以及改善生活行動能力。隨著人口高齡化，復健醫療器材市場需求逐漸增加，日本目前超過 65 歲的人口有三千萬

人，市場需求相當大。Senoh 將復健醫療器材視為推動預防醫學的重要因素，因此積極尋求與日本政府和保險公司合作，鼓勵一般住宅社區營運「十坪健身房」。

在合作過程中，祺驛做了生產製程改善，並與台灣的中山醫學產學合作改善軟體操控功能，且會定期請 Senoh 公司的顧問給予技術指導，Senoh 也會回饋日本使用者經驗給祺驛。透過量產與製程的改善，祺驛產品的銷售價格大約是 Senoh 公司原來價格的六成，價格壓低後，Senoh 公司在日本的銷售量亦能大幅提升，並普及「十坪健身房」的概念。祺驛現在的健身醫療器材主要外銷到日本與荷蘭，看準全球復健醫療器材市場約 3,000 億美元的產值，祺驛有意要複製 Senoh 公司推動「十坪健身房」導入復健醫療器材的模式，將復健醫療器材市場拓展至台灣與東協新興市場。特別是東協國家由於貧富差距相當大，對某個階層而言，復健醫療器材仍有相當需求，且考量到泰國的政治經濟發展穩定，因此將以泰國為第一試點，將來再擴展到其他東協新興市場。祺驛透過國際合作拓展新興市場之策略模式，如圖 6-3-3 所示。

圖 6-3-3 祺驛公司透過國際合作拓展新興市場之策略模式



資料來源：吳惠林、魏聰哲（2013 年），《中小企業國際合作拓展新興市場》。

四、樹德企業股份有限公司

樹德企業股份有限公司（以下簡稱樹德）創立於 1969 年，為國內最具規模的專業收納產品研發設計製造公司。早期以代工為主，生產項目包含巧克力盒、各式刀柄、玩具...等等，並投入電子計時器及黑膠唱片撥放器旋轉鈕的生產；透過代工過程，逐步鍛鍊製造與品質管理能力。1979 年，樹德企業由創辦人吳景霖老師領軍創立自有品牌，正式走上品牌企業之路，截至目前已確立「SHUTER」、「livinbox」、「原品 Orin」三大

品牌。「SHUTER」著眼於工業收納與 OA 辦公收納市場，外銷至海外 70 個國家；「livinbox」定調為精品收納品牌，專攻歐美及澳洲的家居生活市場；「原品 Orin」主要代理海外設計品來台，希望藉由設計來推動台灣的生活美學。

2002 年吳宜叡總經理自「倫敦藝術大學中央聖馬汀設計學院」學成歸國後，即成立一支工業設計商品開發與視覺美學設計企劃團隊，進行專屬的產品機構及外型概念設計，並投入千萬元研發資金、斥資 5 千萬元更新機械設備。同年開始拓展海外市場，建立代理商制度。2003 年透過管理顧問公司輔導，成立資材部，積極導入 ERP 及豐田式生產管理制度。目前樹德旗下台中烏日廠共有 4 個廠、占地面積 20,000 平方米，月產能 80 萬件以上，每月出口約 100 個貨櫃。

就樹德的收納產品而言，品質、環保與多重價值是重要的生產關鍵：使用無毒的一級原料生產，並通過第三方公證單位 SGS 檢驗認證。外銷產品並通過歐洲 REACH、ROHS、PAHS 及美國 FDA 的當地品質要求，且全數塑料品可 100% 回收，不造成二次污染。2012 年創立「點石綠能」新事業體，進行塑膠產品綠能再製原料，以因應歐盟提倡的綠色採購規範。此外，更講究產品功能性，提高產品的應用範圍；首以「臭氧科技鞋櫃」最為經典，置物櫃結合木質層板與腳柱，演變成玄關櫃，再透過核心技術添加臭氧功能，讓產品更為實用；優良設計屢獲各界肯定：2006 年榮獲優良產品設計獎、2012 年榮獲台灣精品獎、2013 年榮獲金點設計標章。

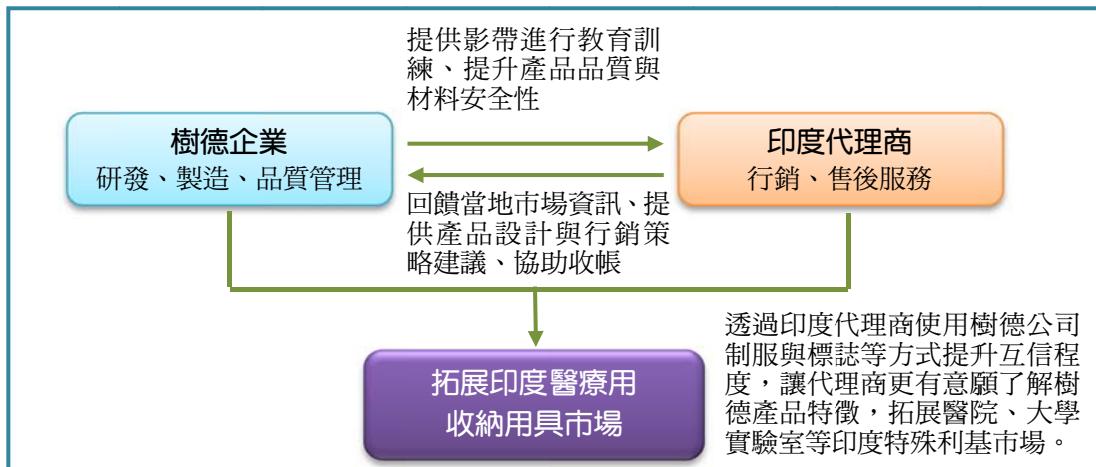
全數產品設計時，皆以 Knock Down(K/D)與扁平化(flat-pack)包裝為設計重點，減少產品材積，增加產品庫存空間及外銷貨櫃空間，並降低運輸次數，達到環保訴求。且申請多國專利，讓台灣的產品在國際市場上更有競爭優勢；因品質受肯定，以及拓展海外市場有成，樹德更於 2012 年榮獲行政院第 15 屆小巨人獎以及第 21 屆國家磐石獎。

樹德外銷 70 國，首重北美(USA、Canada)、歐洲、日本、澳洲、印度等國，近年更積極拓展德國市場，參與二年一次德國 EMO 展覽〈漢諾威工具機展〉，與當地代理商共同成立「SHUTER-GERMANY」，自 2012 年 6 月合作以來，共出口 58 個 40 尺貨櫃，創造出 6000 萬台幣商機，同步帶動台灣當地就業市場。2013 年，外銷重心更拓展至東協市場，積極參與國際性與地方性展覽，尤以印尼、馬來西亞為大宗。外銷市場近 7 年來，每年保持 20% 的成長力道。

在印度市場方面，2006 年樹德參加國際性展覽時，與印度廠商取得首次合作機會；印度業者運用本身在當地的人脈與行銷手法，成功將樹德產品導入印度當地醫療通路利基市場，包括：醫院、藥局、大學實驗室、檢測實驗室等，並於建立以安全品質為訴求

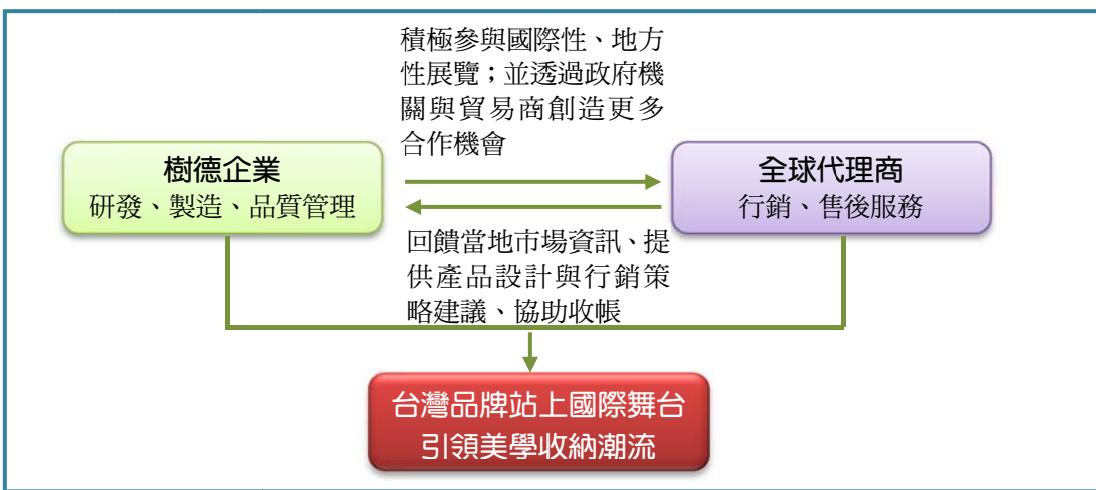
的高附加價值產品形象。經過幾年的成功合作經驗，雙方建立信賴關係，2008 年正式簽約，共同成立「SHUTER-INDIA」，定期回饋當地市場趨勢與客戶使用狀況等資訊，提供產品設計與行銷策略建議。在雙方合作上，樹德不僅提供產品，更提供許多輔銷工具，如產品組裝解說影片、形象目錄 DM、成功案例擺設氣氛圖等。樹德海外營業主管亦指出，印度代理商對樹德產品特性，以及印度當地客戶需求皆有相當瞭解，能有效將樹德的高安全性與高品質產品，深植印度醫療用收納產品利基市場，對於產品推廣有很大助益。樹德透過國際合作拓展新興市場與全球市場之策略模式，如圖 6-3-4 與圖 6-3-5 所示。

圖 6-3-4 樹德企業透過國際合作拓展新興市場之策略模式



資料來源：吳惠林、魏聰哲（2013 年），《中小企業國際合作拓展新興市場》。

圖 6-3-5 樹德企業透過國際合作拓展全球市場之策略模式



資料來源：吳惠林、魏聰哲（2013 年）。《中小企業國際合作拓展新興市場》。

五、三聯科技股份有限公司

三聯科技股份有限公司（以下簡稱三聯科技）創立於 1967 年，早期從事配電盤的生產與單品儀器的買賣。1970 年代初期，台灣開始推動十大建設，許多大型土木工程皆需要感測監控技術來驗證其安全性，當時台灣在基礎材料工程上技術尚未成熟，相關精密儀器仍需仰賴國外進口，然而，儀器的定期校驗作業送交國外乃曠日費時。有鑑於此，三聯科技除承包機電設備外，更引進日本的監測系統，以感測監控技術作為公司發展主軸。之後，由於台灣面臨工資上漲及勞工短缺等因素，為因應市場轉變，遂逐步改善產業結構，引進自動化的工業機械設備，並代理精密量測儀器等，轉型為提供各式專業領域所需之儀控系統及生產系統的機電整合廠商，業務範圍涵蓋了半導體、工業感測及各項建設工程等。三聯科技深耕台灣近半世紀，其經營的理念為「為科技作見證，為工業寫歷史」，為達成此長遠目標，三聯科技除與台積電、聯電等大廠合作，也積極拓展海外市場，展開多元化的國際經營模式。因技術研發與品質管理成果，三聯科技曾於 1995 獲得第四屆國家磐石獎，並於 2002 年起連續四年榮獲經濟部中小企業組織學習獎。

三聯科技創辦人林榮渠先生曾任職於台灣電力公司，任職期間為了學習當時剛起步的工業製程自動化技術，曾赴日學習交流，並到工廠去實際地體驗操作，因此結識了不少日本廠商，立下了日後創業以及與日本企業合作的契機。1990 年代以後，台灣的半導體產業發展已由政府主導，逐漸轉變為民間企業主導的技術發展，三聯科技也開始跨足電子製程設備，將事業觸角延伸到特用化學品製程設備服務，包含晶圓的洗淨、蝕刻設備的裝機與測試，以及各項半導體設備相關耗材等，該公司的業績隨著台灣半導體產業的發展而日漸茁壯。當時台灣的半導體產業所需化學試劑（如：顯影液、薄膜形成液以及研磨液等）多仰賴進口，因此三聯科技有意爭取國際合作，將國外技術引進台灣生產。此時適逢日本多摩集團（Tama chemicals co.,Ltd.）來台尋找代理商，輾轉透過介紹與三聯科技接觸，雙方基於彼此商譽良好以及經營方向理念一致等因素，毅然決定以各出資 50% 的方式，在台成立合資工廠。1996 年三聯科技與日本的多摩集團合資成立「多聯科技公司」，主要業務為生產半導體與光電產業的特用化學製品，並代理日本多摩化學實驗室用高純度化學試劑等。

多聯科技公司在設立之初，由多摩集團負責技術研發與導入品質管理制度，三聯科技則提供人力資源、財務會計以及資訊管理系統建置經驗，協助多聯科技在半導體用高純度洗淨劑、薄膜形成材料之製造生產及銷售等主要業務活動之正式運作。由於多聯科技除廠長以及少數幹部來自日本之外，多採用台籍員工，不僅能降低人事成本，而且在

台籍員工受訓過程中，更能將日本式的品質管理系統深植台灣工廠。相對於此，三聯科技在資訊管理系統及財務會計處理效率方面表現較日本成熟，因此由三聯科技協助多聯科技建立財會制度與資訊管理系統，這些知識再經由多聯科技回饋到日本多摩集團。因此，三聯科技與多摩集團透過多聯科技形成一種良性的知識回饋機制。

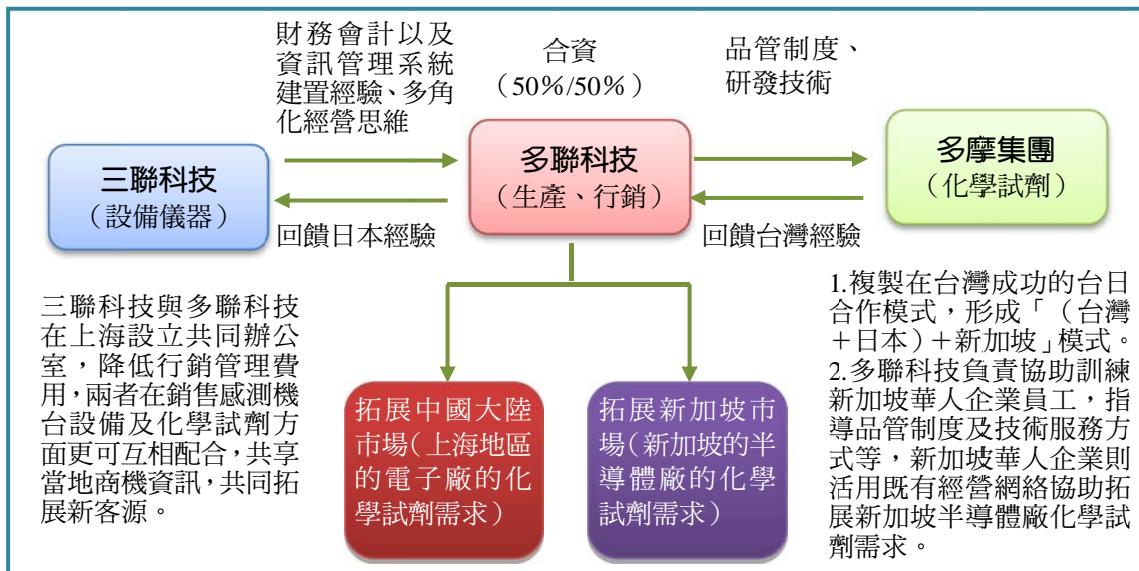
對三聯科技與多摩集團而言，多聯科技除了是拓展台灣半導體以及光電產業化學試劑市場商的重要據點之外，也是其發展亞洲華商市場的營運中心，特別是中國大陸及新加坡市場，有著相對成功的新興市場拓展經驗。首先，在新加坡市場方面，多聯科技赴新加坡設廠，主要是拓展當地半導體廠化學試劑市場。新加坡廠設立初期，複製在台灣的台日合作模式，同樣是出資各半方式，由新加坡當地華人企業負責生產業務，多聯科技則協助技術移轉以及品管制度的導入工作，形成「（台灣+日本）+新加坡」的營運模式。具體而言，由台灣的多聯科技負責協助訓練新加坡華人企業員工，指導品管制度及技術服務方式等，而新加坡華人企業則活用既有經營網絡協助拓展新興市場，除新加坡市場外，更可深入發掘印度及東協國家的半導體廠客戶需求。

在中國大陸市場方面，主要是拓展上海地區電子廠商化學試劑需求。由三聯科技與多聯科技在上海設立共同辦公室，降低行銷管理費用，兩者在銷售感測機台設備及化學試劑方面更可互相配合，共享當地商機資訊，共同拓展新客源；而異業間技術與知識亦可交流互通，有助於對上海地區電子廠商作整合性服務。再者，由於 ECFA 已將部分化學品列入早收清單項目，因此多聯科技可望享有降低關稅的優勢，更有助於拓展中國大陸市場。

對於多摩集團而言，由於多聯科技在台灣營運成果備受肯定，許多原先由日本母公司負責的在海外工廠的訓練工作，也轉由台灣多聯科技接手，加上地理位置之便，重要會議也在台灣召開，省去日本往來新加坡或上海所耗費的時間，充分顯現台灣作為華人地區營運中心的優勢。

三聯科技與多摩集團的合作模式，除成功拓展台灣市場之外，已逐步累積拓展亞洲新興市場的成果。然而，雙方在合作過程中也曾遭遇難題。三聯科技的林廷芳總經理指出，在經營決策上，日本企業的態度一般較為保守，而台灣則較具有彈性，因此雙方在合作過程中需要不斷磨合，才能建立更為穩固的信賴基礎。綜上所述，三聯科技透過國際合作拓展新興市場之策略模式，如圖 6-3-6 所示。

圖 6-3-6 三聯科技透過國際合作拓展新興市場之策略模式



資料來源：吳惠林、魏聰哲（2013 年），《中小企業國際合作拓展新興市場》。

六、和椿科技股份有限公司

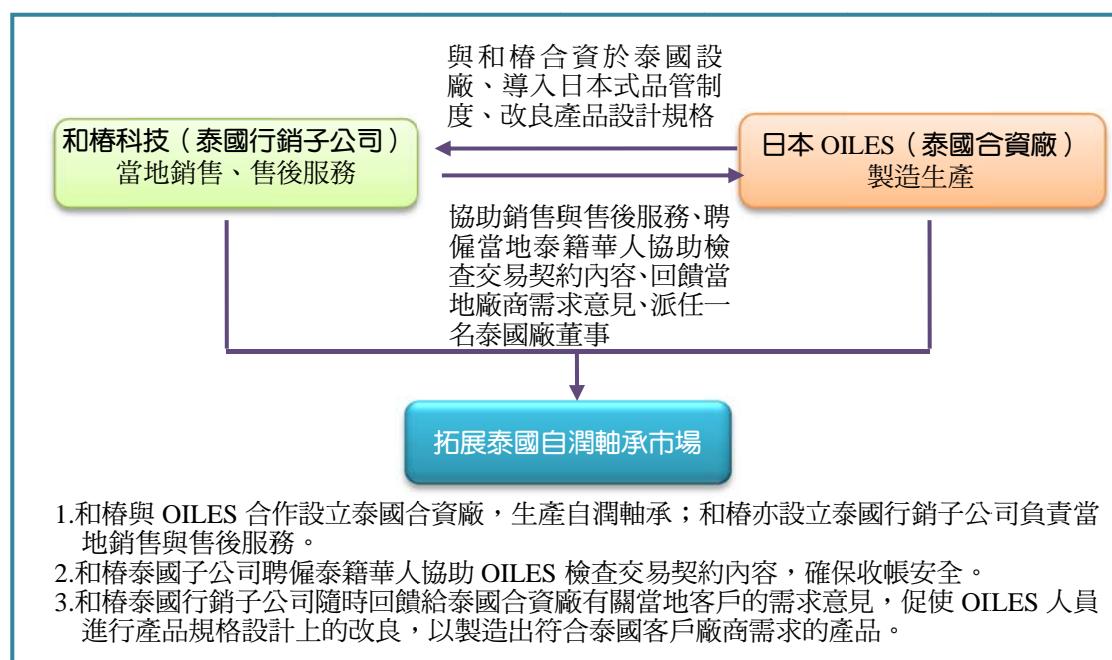
和椿科技股份有限公司（以下簡稱和椿）成立於 1980 年，是一家代理進口自動化設備零組件的貿易商，亦是一家機電整合設備製造廠商，目前約有員工 160 人。1981 年該公司開始代理進口自潤軸承、線性軸承等工業傳動驅動零組件；1994 年更名為和椿事業股份有限公司，除進出口業務外，亦於桃園設廠生產伺服及步進系統澆口剪斷機等設備；1997 年，該公司所開發的 β 系列多軸多功能機器人，榮獲台灣精品標誌及第七屆國家產品形象銀質獎；2002 年 12 月上櫃，2007 年 12 月成為上市公司。目前和椿已轉型成為一家自動化相關機電整合廠商，並從事相關零組件的進出口業務，其自製產品包括：控制器、多軸控制卡、客製化產品等，應用於航太工業、汽車工業、半導體設備業等。基於自動化設備技術創新有成，該公司曾於 2001 年榮獲第十屆國家磐石獎、第四屆小巨人獎以及第八屆創新研究獎。

在與國外廠商合作方面，和椿長期代理進口日商零組件產品，與日商已形成深厚信賴關係；因此更進一步與日商以合資設廠或設立行銷據點支援方式，來合作拓展新興市場。特別是和椿在創立初期，即與日本 OILES 工業株式會社（以下簡稱 OILES）有合作關係，1981 年當時主要是代理進口 OILES 的自潤軸承產品；到了 1988 年，則與 OILES 合資成立自潤元件股份有限公司，在台灣生產自潤軸承；近年來 OILES 更邀請和椿在泰國合資設廠，拓展當地自潤軸承的需求市場。

目前，泰國合資廠由 OILES 負責營運，進行研發與生產業務，和椿則另外成立泰國行銷子公司，來協助進行當地銷售與售後服務業務；和椿泰國行銷子公司的負責人亦是 OILES 營運泰國合資廠的董事，雙方保持緊密的夥伴關係。OILES 在營運泰國合資廠的最大的困難在於語言障礙，尤其是在與當地客戶簽署採購文件時，必須要尋找信賴的泰國翻譯；因此，和椿泰國行銷子公司亦聘僱當地泰籍華人協助檢查交易契約內容。另外，和椿泰國子公司亦會對採購 OILES 自潤軸承的當地客戶廠商進行拜訪，了解使用情況與問題，隨時回饋給 OILES 營運的泰國合資廠有關當地客戶廠商的需求意見，促使 OILES 人員進行產品規格設計上的改良，以製造出符合泰國當地客戶廠商需求之產品。另外，OILES 亦將日本品質管理制度導入泰國合資廠，訓練泰國當地從業員工，以提升泰國合資廠所生產的自潤軸承品質，讓和椿在對當地客戶廠商進行營業活動時能無後顧之憂。

和椿的張永昌董事長指出：「和椿與日本企業的合作最主要是建立在信賴的基礎上，一旦取得日本企業的信賴，便能長久合作發展。但在雙方的合作之中，曾遭遇主要的問題是，台日經營者觀念的差異，日本由上班族階層升起，台灣為家族企業為多。日本會依任期換不同社長，台灣則是長久為其同一經營者，一旦日本企業更換經營者，則雙方合作的相互契合度會有落差，亦會影響到目前為止的在海外市場的合作策略方向」。綜上所述，和椿與 OILES 合作拓展泰國市場之策略模式，如圖 6-3-7 所示。

圖 6-3-7 和椿科技透過國際合作拓展新興市場之策略模式



資料來源：吳惠林、魏聰哲（2013 年），《中小企業國際合作拓展新興市場》。

七、青禾動畫設計有限公司

青禾動畫設計有限公司（以下簡稱青禾動畫）的前身為青鳥卡通公司，成立於 1985 年，以動畫代工為主要業務。然而，動畫代工利潤微薄，且容易受淡旺季影響，對當時員工人數達 60~70 人的青鳥來說，無疑是一大負擔。1989 年，百事可樂廣告的動畫製作是青鳥公司轉型的契機，由於動畫完成後獲得好評，於是青鳥開始轉變成廣告動畫製作公司。1991 年，青禾動畫正式成立，主要業務為原創動畫內容開發、廣告動畫製作及衍生產品授權。2004 年，手機進入 3G 時代，亞太電信由青禾官方網站看到原創動畫後，主動邀約青禾提供手機用戶動畫下載，而青禾也認為手機是發展動畫的新平台，因此開始創作一系列的手機動畫。2005-2006 年間，青禾動畫逐漸在市場嶄露頭角，並獲得多項大獎。2005 年，以「微笑的魚」動畫電影短片，獲得「亞太影展最佳動畫」、「柏林影展國際評審團特別獎」等十多項國際影展的肯定；2006 年，「Jokes」動畫系列短片，參加法國坎城第二屆「行動電視獎」，獲頒「最佳原創行動內容獎」；2009 年，「老爸謝謝您」一片獲得第四屆中國大陸原創手機動漫遊戲大賽 MOCA 金獎；2010 年，「鄰家阿嬤」一片獲得第五屆中國大陸原創手機動漫遊戲大賽 MOCA 銀獎。

青禾動畫現有客戶遍及台灣、中國大陸、香港、新加坡、泰國與馬來西亞；在台灣市場主要業務為製作電信用戶手機動畫及廣告動畫，合作廠商眾多，如：義美喜餅，麥當勞、玉山銀行以及電信業者等；在中國大陸市場方面，主要是由參加當地手機動畫比賽而打開知名度，受到客戶青睞，目前主要客戶包括：中國移動電信、湖南拓維信息系統股份有限公司以及優酷土豆集團等。另外，在東協市場方面，同樣是由參加東南亞當地的動畫展（如：新加坡的 ATF 展、香港 FILMART 展等），透過獲獎來引起當地電信業者的注意。

DLE (Dream link entertainment Inc.) 為日本國內 Flash 動畫市佔率的第一品牌業者。DLE 採用檔案輕巧且低成本的 Flash 技術，搭配詼諧 KUSO 的創意腳本，在日本國內動畫市場取得一席之地。不同於以往的動畫製作業者，DLE 在專注於原創內容製作的同時，也掌握旗下作品的著作與發行權，透過版權事業運作行銷企劃，乃至於周邊商品的設計與銷售等，透過垂直整合策略來提升獲利。近年來，該公司積極找尋合作夥伴以拓展中國大陸市場。

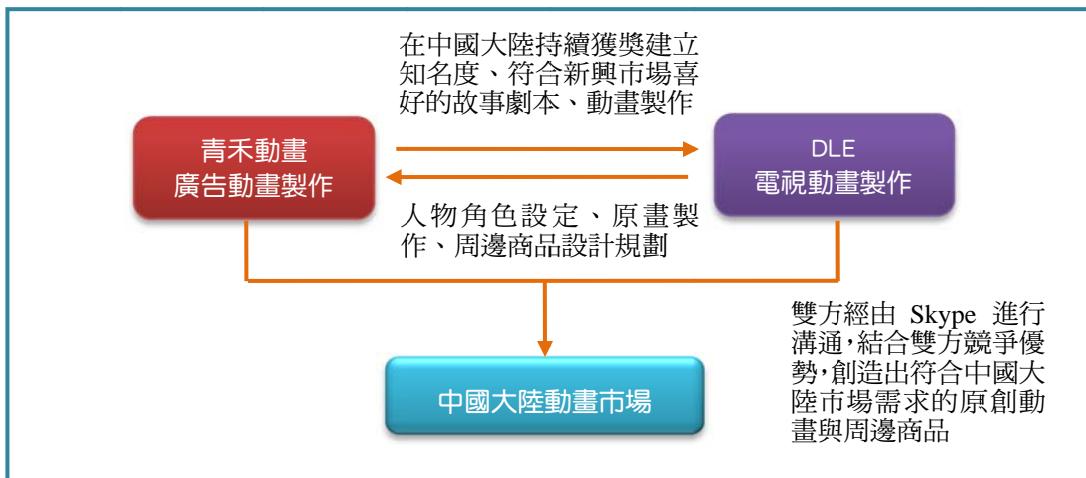
透過經濟部工業局國際知識服務委外研究暨商機媒合計畫的協助，讓青禾動畫與 DLE 等台日兩大動畫業者產生合作契機。2009 年 12 月，青禾動畫與 DLE 簽訂合作協議。DLE 期望借重青禾動畫對於中國大陸市場長期耕耘所累積的知識與經驗，加速拓展中國

大陸市場的腳步；青禾也期望藉由 DLE 在日本動畫市場的行銷網絡，將自己的動畫商品推廣到日本。DLE 在與青禾動畫的合作之下，成功將共創的動畫商品推廣至中國大陸市場，而青禾動畫也在 DLE 的引薦下，得以在日本 BS 放送電視台播放短篇動畫。在合作創作動畫的過程中，雙方透過 SKYPE 等網路工具進行原畫製作的溝通，並完成人物角色設定；日本 DLE 對於台灣青禾動畫的創作能量與堅持原創的精神相當賞識，而且青禾熟悉中國大陸動畫市場的發展狀況，特別是在符合中國大陸市場喜好的故事題材方面，青禾動畫可以給想進入中國大陸市場發展的 DLE 許多寶貴的意見。

由於國情與文化的隔閡，DLE 動畫的取材與表演方式較不被中國大陸觀眾所接受，因此 DLE 提議由比較熟悉中國大陸市場的青禾動畫來構思故事劇本，經 DLE 認可後，再由 DLE 統籌動畫製作的工作。然而，青禾動畫並不太認同此作法，除了產權的歸屬問題之外，青禾動畫也已經具備國際水準的動畫製作能力，在雙方合作過程中，青禾動畫希望所扮演的不再只是配合日本動畫製作的配角。再者，基於動畫創作的利潤有 70% 來自周邊商品，未來青禾動畫期望與日本企業合作的方向，主要為借重日本企業在全球動畫市場的周邊商品規劃能力，創造動畫創作的有形商品，延伸動畫創作的附加價值。

綜上所述，青禾動畫與日本企業合作拓展中國大陸市場之策略模式，見圖 6-3-8。

圖 6-3-8 青禾動畫與日本企業合作拓展中國大陸市場之策略模式



資料來源：吳惠林、魏聰哲（2013 年），《中小企業國際合作拓展新興市場》。

八、維鍲實業股份有限公司

維鍲實業股份有限公司（以下簡稱維鍲）是一家長期代理銷售日本企業壓鑄產品的台灣小企業，總公司位於台北市，在桃園、台中與台南皆設有銷售服務據點。維鍲的前

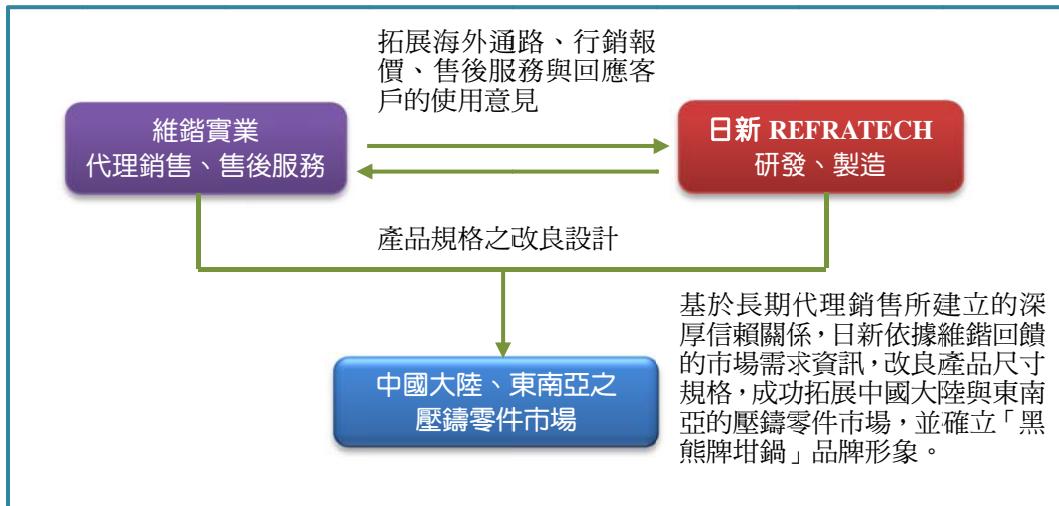
身是一家回收銅和其他廢金屬的廠商，雖然不是製造廠商，但也從回收業務中累積不少金屬壓鑄技術相關知識。1985 年，維鍲實業股份有限公司正式成立，主要業務為代理銷售坩鍋；1994 年開始到海外投資，在馬來西亞與泰國設立子公司；其後也在越南、印尼與中國大陸設立營業據點。

維鍲與日本坩鍋專業製造廠商「日新 REFRATECH」公司（以下簡稱日新）有著 20 年以上代理銷售合作關係，合作拓展的市場地區除台灣之外，更拓展到中國大陸以及東南亞地區。兩家企業雖無資本合作關係，但維鍲儼然成為日新的亞洲區營業總部。維鍲與日新的合作關係始於 1986 年，當時日新並無拓展海外業務的想法，也無拓展海外市場的人才，維鍲以樣品採購的方式，將日新的坩鍋產品小量進口來台灣，經過一番努力，終於獲得台灣鑄造廠客戶的青睞，因此開啟了雙方正式合作的契機。由於當時日新的黑熊牌坩鍋尚無法在台灣打出口碑，此乃因為產品規格與顧客需求之間仍有落差，日新接受維鍲的建議，改善產品規格，終於能夠擴大在台灣市場的占有率，並確立日新在台灣的「黑熊牌坩鍋」品牌形象。

兩家公司在台灣以外的中國大陸以及東南亞市場也維持良好的合作關係。維鍲在 1990 年代開始中國大陸以及東南亞市場設立行銷據點，協助日新拓展亞洲新興市場。事實上，邁入 2000 年以後，日新也開始赴東南亞地區設廠。2006 年，日新前往泰國設廠，提供當地日商對坩鍋的需求，而廠房緊鄰維鍲的泰國子公司，有關日商以外的當地客戶需求，皆由維鍲子公司負責，降低日新赴泰國設廠的資金回收風險。

就兩家公司在合作拓展新興市場的互補功能而言，維鍲負責行銷報價、售後服務與回應客戶的使用意見，而日新則是負責研發改良與製造生產活動。在此互補分工明確的機制下，兩家台日中小企業成功朝「創造更多優質產品，獲得更多顧客」的方向前進。再者，兩家公司的合作關係主要是建立在深厚的信賴關係，雙方之間不僅沒有代理委託書，甚至沒有契約書。維鍲的黃國超董事長更指出：「無私慾，誠意以對，任何問題都能夠開誠佈公的討論。這種信賴關係是比任何契約書還重要的」。維鍲與日新合作拓展亞洲新興市場之策略模式，如圖 6-3-9 所示。

圖 6-3-9 維鍛實業與日新 REFRATECH 合作拓展亞洲新興市場之策略模式



資料來源：吳惠林、魏聰哲（2013年），《中小企業國際合作拓展新興市場》。

以下依國際策略聯盟的互補分工以及信賴關係等觀點，將前述中小企業國際合作拓展新興市場個案之策略內涵分析如表 6-3-1。

表 6-3-1 中小企業國際合作拓展新興市場之策略內涵分析

個案概要	互補分工模式	信賴或合作關係之形成	拓展新興市場的成功關鍵
廣化科技與菲律賓代理商合作拓展菲律賓半導體設備市場	1.廣化（研發設計、生產）：機台裝機、每季固定的訪查、處理機台重大品質問題、提供零件與耗材 2.菲律賓代理商（行銷、收帳、售後服務）：即時回饋當地顧客需求及競爭者等相關資訊、過濾客戶的品質與維修問題	雙方經營者有共同創業的經驗，透過處理機台重大品質問題的機會來對代理商人員訓練指導	提供客製化設備、提升售後維修服務效率
久裕興業與歐美設計公司合作拓展東南亞高階自行車零組件市場	1.久裕興業（製造、品質管理）：研發新材質、設計符合運動時尚潮流的外觀、回饋世界運動流行資訊。 2.歐美設計公司（設計、掌握流行趨勢）：反映新材質與新設計在製造上之可行性、品質資訊之回饋。	在拓展歐美與中國大陸市場過程中建立「Novatech」與「FACTOR」等世界品牌形象，吸引歐美設計公司的合作意願。	提供具新材質與運動時尚功能設計特色的高階自行車零組件給東南亞自行車廠商。 以共品牌的方式替當地自行車品牌加值。
祺驛與日本 Senoh 合作拓展泰國復健醫療器材市場	1.祺驛（試作、量產）：復健醫療器材的生產製程改善、與中山醫學產學合作改善軟體操控功能。 2.提供產品設計規格與運動生理醫學臨床數據、回饋使用者經驗。	原是由祺驛提供發電機零組件給 Senoh，合作已十幾年，直到 2008 年爆發全球金融海嘯危機，雙方才出現合作生產復健醫療器材的契機。	基於泰國政治經濟發展穩定等因素，祺驛與 SENOH 合作複製日本「十坪健身房」經驗，在泰國推動復健醫療運動中心，創造復健醫療器材商機。

個案概要	互補分工模式	信賴或合作關係之形成	拓展新興市場的成功關鍵
樹德企業與印度代理商合作拓展印度醫療用收納用具市場	1.樹德企業（研發、製造、品質管理）：提供影帶進行教育訓練、提升產品品質與材料安全性。 2.印度代理商（行銷、售後服務）：回饋當地市場資訊、提供產品設計與行銷策略建議、協助收帳。	印度代理商對於樹德產品品質相當滿意 印度代理商導入樹德公司制服與標誌，提升互信程度。	樹德產品品質受到印度代理商肯定，印度代理商更有意願了解樹德產品特徵，協助拓展醫院、大學實驗室等印度特殊利基市場。
三聯科技與多摩集團合作拓展中國大陸與新加坡化學試劑市場	1.三聯科技：提供財務會計以及資訊管理系統建置經驗、多角化經營思維。 2.多摩集團：提供品管制度經驗與研發技術。	1.三聯科技創辦人曾赴日學習交流。 2.雙方基於彼此商譽良好以及經營方向理念一致等因素，決定以各出資 50%的方式，在台成立合資廠「多聯科技」，透過多聯科技分享雙方經驗。	1.新加坡市場：（1）複製在台灣成功的台日合作模式，形成「（台灣+日本）+新加坡」模式；（2）多聯科技負責協助訓練新加坡華人企業員工，指導品管制度及技術服務方式等，新加坡華人企業則活用既有經營網絡協助拓展新加坡半導體廠化學試劑需求。 2.中國大陸市場：三聯科技與多聯科技在上海設立共同辦公室，降低行銷管理費用，兩者在銷售感測機台設備及化學試劑方面更可互相配合，共享當地商機資訊，共同拓展新客源。
和椿科技與日商 OILES 合作拓展泰國自潤軸承市場	1.和椿科技（當地銷售、售後服務）：協助銷售與售後服務、聘僱當地泰籍華人協助 OILES 檢視交易契約內容、回饋當地廠商需求意見。 2.OILES（製造生產）：營運雙方合資的泰國廠、導入日本式品管制度、改良產品設計規格。	和椿創立初期即代理進口 OILES 的產品，已培養深厚情感。	1.和椿與 OILES 合作設立泰國合資廠，生產自潤軸承；和椿亦設立泰國行銷子公司負責當地銷售與售後服務。 2.和椿泰國行銷子公司隨時回饋給泰國合資廠有關當地客戶的需求意見，促使 OILES 人員進行產品規格設計上的改良，以製造出符合泰國客戶廠商需求的產品。
青禾動畫與 DLE 合作拓展中國大陸市場	1.青禾動畫（廣告動畫製作）：構思符合新興市場喜好的故事劇本、動畫製作。 2.DLE（電視動畫製作）：人物角色設定、原畫製作、周邊商品設計規劃。	青禾動畫的動畫作品在中國大陸持續獲獎而建立知名度，使得有意拓展中國大陸動畫市場的 DLE 對其有合作意願。	雙方經由 Skype 進行溝通，結合雙方優勢，創造出符合中國大陸市場需求的原創動畫與周邊商品。
維鍵實業與日新 REFRATECH 合作拓展中國大陸與東南亞市場	1.維鍵實業（代理銷售、售後服務）：拓展海外通路、行銷報價、售後服務與回應客戶的使用意見。 2.日新 REFRATECH（研發、製造）：產品規格之改良設計。	維鍵創立初期即代理進口日商產品，並協助日商拓展海外市場，與日商保有長期身深厚情誼。	日新依據維鍵回饋的市場需求資訊，改良產品尺寸規格，成功拓展中國大陸與東南亞的壓鑄零件市場，並確立「黑熊牌坩鍋」品牌形象。

資料來源：吳惠林、魏聰哲（2013 年），《中小企業國際合作拓展新興市場》。

第4節 因應對策與建議

在全球金融海嘯與歐債危機衝擊下，歐美地區經濟成長狀況已不復以往，相對地，中國大陸、印度以及東協國家等亞洲新興市場仍維持穩健的經濟成長趨勢。為因應此環境變化，台灣中小企業有必要以分散風險以及發掘海外新市場需求之觀點，來拓展亞洲新興市場。而台灣中小企業拓展亞洲新興市場時，必須思考尋找合適國際合作夥伴的問題，才能有效降低拓展新市場的成本與提升成功率。根據上一節個案分析結果，欲透過國際合作模式來拓展亞洲新興市場，可採取下列策略方向：

一、先行建立與國際合作夥伴的信賴基礎，減少拓展新興市場之失敗風險

中小企業國際合作拓展新興市場初期，勢必遭遇因國情、文化以及價值觀不同所造成之市場進入障礙，而初期拓展市場成果若不如預期，將進而影響到與國際夥伴企業之間的合作方向。若能在正式進入新興市場之前，透過各種場合，先行與國際夥伴企業建立互信情誼，將有助於雙方合作拓展新興市場的共同目標，因短期挫敗而瓦解。譬如：中小企業經營者可透過各種赴外研習或參展機會，了解未來可能合作夥伴企業所處的經營環境與發展歷程，並逐步累積合作契約之外的信賴情誼。

二、形塑互補分工模式，建構國際合作在新興市場所衍生的競爭優勢

台灣中小企業無論是選擇與先進國家或新興國家的企業合作，皆須認清各自擅長的業務領域，進行互補分工，才能發揮國際合作策略的綜效。在與歐、美、日等先進國家企業的合作方面，主要是結合其優越的研發技術或商品設計能力，來為產品或服務加值，並建構高附加價值的品牌形象；相對於此，在與新興國家企業的合作方面，主要是活用其在當地市場的行銷人脈以及售後服務能力。另外，在明確區分彼此間互補分工作務的同時，亦須注意分工作務之間的整合機制，並透過整合過程來進行知識性的交流，達成學習共創的目標，將有助於中小企業提升國際經營的能力。

三、提升自有品牌價值，作為吸引國際合作夥伴拓展新興市場之誘因

台灣中小企業唯有不斷提升本身產品的製造或服務品質，才能獲得新興市場客戶的

青睞與口碑，進而吸引國際合作夥伴主動提供市場新商機，擴大既有市場規模。特別是，透過參加競賽得獎來提升知名度，讓國際合作夥伴有意願持續了解台灣中小企業產品或服務的真正價值所在，將能提升其拓展新興市場的信心，也將有助於突破因國家文化、語言與習慣不同所產生溝通障礙，並深化經營層面的相互信賴程度。因此，透過國際合作拓展新興市場的過程，來累積品牌行銷的經驗，也是台灣中小企業擺脫微利代工模式的機會。

四、活用拓展歐美日先進市場之成果，為新興市場客戶產品加值

台灣有中小企業在拓展新興市場之前，多已先行進入歐、美、日等先進市場，磨練出符合高質化需求的產品研發與製造能力，亦有因而形成獲得國際同業間「好口碑」的品牌形象。因此，在拓展新興市場時，特別是 B2B 的生產財市場，如何強調以建構的品牌形象能讓客戶產品衍生「共品牌加值」，將是行銷活動的重要考量因素。事實上，台灣存在著許多具有「隱形冠軍」實力中小企業，在歐、美、日市場已形成「好口碑」的品牌形象，活用此一優勢，將是拓展新興市場的重要利器。

五、建構具投資與輔導能力之企業合作策略平台，媒合國際合作商機

基於資金與人才不足等限制，中小企業與國外廠商深入接觸機會有限，並不容易在短時間內尋找到適合的合作夥伴企業，共同拓展新興市場。未來政府相關單位可擔任國際企業合作促進平台的角色，定期製作台灣優良中小企業以及特色產品使用簡介，與國外產業公協會合作對有意拓展新興市場的企業進行宣傳，使其瞭解台灣中小企業的優點，提升與台灣中小企業合作之意願。除了媒合功能之外，該平台亦結合創投公司，設定評量標準，選定具備新興市場拓展潛力的中小企業進行投資，降低中小企業進入新興市場的風險。

六、培養中小企業經營者之國際化思維，凝聚國際合作與拓展新興市場之向心力

中小企業欲透過國際合作策略成功拓展新興市場，經營者本身的國際化思維相當重要，特別是面對外國合作夥伴以及多元化的新興市場顧客，如何適應不同國情以及交易習慣等異國文化的衝擊，隨時做出最適宜的決策，將是台灣中小企業經營者的重要挑戰。

目前政府相關單位委託外貿協會以及商研院等法人智庫推動「優質平價新興市場推動方案」等計畫中，皆有推出拓展新興市場相關人才培育課程，講解國貿與行銷相關技巧；未來更應定期開設經營決策相關課程，邀請具有拓展新興市場經驗之經營者擔任講師，分享實際在海外的經營決策歷程，鼓勵台灣中小企業經營者參加。

七、提升國際合作之成功機率，協助中小企業深耕新興市場人脈網絡

由於台灣中小企業多遭遇資金、人才以及資訊取得能力不足的先天條件限制，因此欲自行找尋到合適的國際合作夥伴並非易事。而在拓展新興市場的方面，中小企業與新興市場的產業公協會或當地工業區核心廠商深入接觸機會有限，無法真正掌握當地市場需求與人脈網絡，限制其銷售規模。

目前，經濟部推動「台日產業合作搭橋方案」，透過事業經營、研發設計、生產製造以及市場行銷等四種型態來推動台日企業合作，初步鎖定中國大陸市場為台日合作進軍第三地市場的目標。未來隨著亞洲新興市場的崛起，「台日產業合作搭橋方案」可強化政府相關創投基金的功能，與日本當地銀行合作，輔助經費促成有互補潛力的台日中小企業進行合作；同時更可將台日合作的第三地市場目標延伸至東協以及印度，讓台日合作模式逐步複製到其他亞洲新興市場。

另外，經濟部從 1994 年已擬定「加強對東南亞地區經貿工作綱領」，迄今第 6 期 (2010~2012 年)已執行完畢並進入第 7 期(2013~2016 年)，未來的規劃重點將包括：高層領航帶團拓銷、協助業者建立通路及品牌、外館總動員協助排除投資障礙、提供金融援助，以及利用多方資源及管道積極經營東南亞地區等。而經濟部國貿局亦委託商業發展研究、工業技術研究院產業經濟與趨勢研究中心等國內智庫推動「優質平價新興市場推動方案」，鎖定中國大陸、印度、印尼及越南等新興市場，從「市場需求」、「創新研發」、「生產設計」、「國際行銷」等四大面向，對台灣廠商的產品價值鏈進行整體輔導及協助，以切入新興市場推廣台灣優質產品品牌形象。未來更可強化該方案的行動計畫，作為台灣與亞洲新興市場的搭橋平台角色，定期製作台灣優良中小企業以及特色產品使用簡介，鎖定當地產業公協會或工業區核心廠商的進行宣傳，使其瞭解使用台灣中小企業產品的優點，將更有實質幫助。

第7章 中小企業服務貿易輸出戰略

自金融海嘯及歐債危機接踵而至，全球經濟復甦緩慢。根據亞洲開發銀行（ADB）2013年3月份報告指出，2013年，歐元區預估為零經濟成長，而美國較2012年更少了0.1個百分點，預估經濟成長為2.1%；中國大陸則為8.1%，略高於2012年的7.8%。

反觀我國經濟成長的動力，由於其主要來自於外銷需求，因此在全球經濟成長疲軟的情況下，自然難以置身事外。是以，我國近年來的GDP成長，除2010年由於基期較低之故而有大幅度成長外，2011-2012年則又呈現欲振乏力之現象。以2012年成長率觀之，不論是製造業或服務業，其成長率都不到1%。但是，產業別中仍有較佳成長的，除了礦業及土石採取業外，其餘就屬為服務業的資訊及通訊傳播業、支援服務業及藝術、娛樂及休閒服務業（表7-0-1）。

表7-0-1 2009年至2012年台灣各產業GDP成長率

單位：%

業別	年別	2009年	2010年	2011年	2012年
農、林、漁、牧業		-3.00	1.75	7.19	-4.43
礦業及土石採取業		4.44	13.59	2.37	10.13
製造業		-4.30	25.46	6.42	0.97
電力及燃氣供應業		-0.19	6.65	2.41	0.66
用水供應及污染整治業		0.68	2.22	-2.49	1.09
營造業		-6.84	11.81	-0.07	-0.97
服務業		-0.20	4.84	3.05	0.98
批發及零售業		-1.01	5.08	4.00	0.09
運輸及倉儲業		-3.47	8.01	2.44	1.00
住宿及餐飲業		-1.35	9.70	9.52	2.02
資訊及通訊傳播業		4.25	8.92	4.19	3.84
金融及保險業		-7.72	6.51	3.65	-0.28
不動產業		1.87	3.14	1.18	1.01
專業、科學及技術服務業		2.83	7.58	2.98	-1.62
支援服務業		-1.84	8.05	5.04	4.36
公共行政及國防		0.84	3.14	0.28	1.05
教育服務業		2.44	0.84	1.27	1.23
醫療保健及社會工作服務業		4.79	0.32	3.99	1.36
藝術、娛樂及休閒服務業		3.06	4.66	5.07	3.53
其他服務業		2.27	4.89	3.21	3.52
合計		-1.55	10.66	4.04	0.89

附註：採實質生產毛額計算且總額未包含進口稅、加值型營業稅及統計差異。

資料來源：本表統計資料整理自行政院主計總處。

是以，在我國產業結構以服務業為主的今日，若要提振我國經濟成長力道，首先可從強化服務業的GDP增長著手。然而，從我國服務業的產業結構來看，主要行業都是以

內需市場為主（表 7-0-2）。因此，如何擴大其市場，甚而邁向國際化，即成為促進服務業成長的重要方向。

表 7-0-2 2009 年至 2012 年台灣各產業占 GDP 比率

單位: %

產業別	年別	2009 年	2010 年	2011 年	2012 年
農、林、漁、牧業		1.78	1.69	1.87	1.96
礦業及土石採取		0.43	0.49	0.23	0.34
製造業		24.41	26.69	25.91	25.00
電力及燃氣供應業		1.42	1.19	0.96	0.93
用水供應及污染整治業		0.68	0.67	0.67	0.65
營造業		2.76	2.90	2.94	2.94
服務業		68.53	66.37	67.43	68.19
批發及零售業		19.20	18.88	19.46	19.31
運輸及倉儲業		3.08	3.34	3.09	3.13
住宿及餐飲業		2.11	2.06	2.23	2.33
資訊及通訊傳播業		3.83	3.66	3.65	3.70
金融及保險業		6.59	6.50	6.72	6.71
不動產業		9.43	8.85	8.85	8.94
專業、科學及技術服務業		2.35	2.30	2.34	2.32
支援服務業		1.51	1.49	1.55	1.63
公共行政及國防		7.86	7.47	7.49	7.68
教育服務業		5.12	4.73	4.76	4.85
醫療保健及社會工作服務業		3.28	3.09	3.17	3.33
藝術、娛樂及休閒服務業		0.97	0.93	0.97	1.00
其他服務業		3.20	3.07	3.14	3.27
合計		100.00	100.00	100.00	100.00

附註：採名目生產毛額計算且總額未包含進口稅、加值型營業稅及統計差異。

資料來源：本表統計資料整理自行政院主計總處。

服務業欲向外發展，首先面臨了該往何處去的問題。在全球經濟不振之際，新興市場已成為各國企業首要追逐的目標。但新興市場具備「受限制市場」的特性，即受制所得限制、技術限制、地點限制與時間限制。因此，何種產品或服務的輸出，即成為服務業向外擴展的第一道難題。

再者，我國產業政策方向目前正朝向三業四化前進，亦即製造業服務化、服務業科技化及國際化、傳統產業特色化。也就是說，不論是產品或服務，都需具備高附加價值者，才能有效提高服務業的成長動能。

最後，尚需考量我國服務業多為中小企業，規模不足的特性，才能據以提供其必要的協助，以達到國際擴展，促進我國經濟成長的目的。

因此，協助中小企業拓展服務貿易輸出的關鍵課題在於，如何從國際與新興市場服務貿易的發展趨勢下，從中找出台灣的發展機會，繼而檢視政府相關措施，歸納出目前的政策方向及不足之處，以便從中探討台灣欲強化服務貿易輸出時，所面臨的主要問題，並據此提出中小企業服務貿易輸出的戰略，以協助其掌握新興市場的商機。

第 1 節 全球服務貿易現況與趨勢

根據服務貿易總協定（General Agreement on Trade in Services, GATS）中第一條第二項規定，GATS 協定所稱服務貿易包括四種模式：模式一指自一會員境內向其他會員境內提供服務（即跨國提供服務，cross-border supply），例如台灣的設計業者透過網路、電話等方式提供在大陸的消費者設計服務；模式二指在一會員境內對其他會員之消費者提供服務（即境外消費，consumption supply），例如陸客來臺觀光；模式三指由一會員之服務提供者以設立商業據點方式在其他會員境內提供服務（即商業據點，commercial presence），例如台灣的銀行在大陸設立分行；模式四指由一會員之服務提供者以自然人呈現方式在其他會員境內提供服務（即自然人呈現），例如台灣的銀行派遣台灣員工至其大陸分行擔任經理，服務貿易類型如表 7-1-1。

表 7-1-1 服務貿易類型

供給者所在地	其他準則	模式 (Modes of supply)
服務供給者不在會員境內	由其他會員境內，向該會員境內提供服務	跨國提供服務 (即供給模式一)
	在某一會員境外提供之服務，在其他會員境內對該另一會員之消費者提供服務	國外消費 (即供給模式二)
服務供給者在會員境內	服務供給者經由商業據點在某一會員境內提供服務	商業據點呈現 (即供給模式三)
	服務供給者以自然人形式，在某一會員境內提供服務	自然人呈現 (即供給模式四)

資料來源：靖心慈（2004），服務貿易之定義。

然而基本上，第 1、2、4 種類型可由各國的國際收支帳中得知，但僅有服務業大項，並無細分至子服務業別。而第 3 類，服務業之對外投資，WTO 認為應以外國關係企業服務貿易（FATS）統計為主，才能反映外國關係企業在地主國的服務交易情況，包括與投資母國之間的交易、與地主國居民之間的交易，以及與其他國家之間的交易。惟因各國 FATS 統計資料不足，因此僅能以外人直接投資（FDI）資料作為服務業對外投資之依據。不過，由於 FDI 資料與 WTO 對於服務貿易的分類不盡相同，因此在資料整合上較難以獲

得一致性（靖心慈等，2011）。

是以，在各國對於服務貿易的四種模式統計還在發展階段的情形下，目前服務貿易的統計並無子項服務業別以及跨國間的相對資料。因此，本節僅能根據 WTO 統計資料庫以及 WTO 出版之 2012 國際貿易統計（International Trade Statistics 2012），針對行業別大類項目進行觀察全球服務貿易之現況與趨勢，爾後續從台灣服務貿易出口以及新興國家的服務貿易進口之現況與趨勢，來進一步瞭解台灣服務貿易輸出在新興國家範圍內，發展的可能性。

在新興國家的選擇上，乃參考靖心慈等（2011）與王連常福等（2012）之相關研究，其依據與我國貿易之重要性、新興國家之成長潛力、華人人口多與服務進口需求等考量因素。另外，本專題再基於 WTO 統計資料庫的一致性與完整性後，擇定中國大陸、泰國、菲律賓、印尼及新加坡作為分析標的。

另外，值得注意的是，依據 WTO 對於服務貿易的分類，可將服務貿易歸類為運輸、旅行及其他三大類，而其他類包括：通訊、營建、保險、金融、電腦與資訊、專利權、商標等使用費、個人文化休閒服務（包括視聽及相關的服務，如電影、錄影帶、廣播、電視與音樂的演員、製作人所收取的報酬或發行的權利金，以及其他個人、文化與休閒服務，如博物館、圖書館及其他文化與體育有關的活動費用）與其他商業服務（包括租金及專業和技術服務，專業和技術服務如法律、會計、管理諮詢、公共關係服務、廣告、市場研究和民意調查、研究和開發服務、建築、工程及其他技術服務、農業、以及採礦和現場處理）。

一、全球服務貿易成長逐年趨緩

根據 WTO 統計資料庫，全球服務貿易出口值從 2008 年的 3.8 兆美元成長到 2012 年的 4.3 兆美元。同期進口從 3.6 兆美元成長到約 4.2 兆美元，成長幅度約為 14%。而就區域別來看，歐盟服務貿易輸出入的金額占比最高，在 2012 年出口達 1.8 兆美元，進口約為 1.6 兆美元，約占世界服務貿易總額約 4 成左右。其次進出口金額的高低，依序為亞洲、北美自由貿易及東協。但就其成長速度來看，開發程度較低之區域，其成長潛力越大。而我國服務貿易出口至全世界，在 2012 年達到 48,746 百萬美元，相較於 2008 年的 36,549 百萬美元，成長了 33.37%。而進口部分則是從 2008 年的 34,149 百萬美元，成長到 2012 年的 42,143 百萬美元，成長幅度達 23.41%，兩者的成長幅度皆超出全球水準（表 7-1-2）。

表 7-1-2 2008 年至 2012 年世界及主要 FTA 服務貿易進出口金額

單位：百萬美元

經濟體/國家	項目	2008 年	2009 年	2010 年	2011 年	2012 年
全 球	出口	3,846,400	3,481,400	3,819,700	4,258,300	4,349,900
	進口	3,633,000	3,292,300	3,613,300	4,042,200	4,152,300
亞 洲	出口	896,300	780,400	954,200	1,067,700	1,135,300
	進口	885,400	797,800	961,500	1,094,700	1,179,400
台 灣	出口	36,549	31,408	40,104	45,643	48,746
	進口	34,149	29,082	37,117	41,321	42,143
中國大陸	出口	146,444	128,526	161,210	175,670	190,440
	進口	158,004	158,016	192,174	237,003	280,164
東 協	出口	196,500	166,100	200,900	236,000	253,800
	進口	210,000	188,100	224,200	262,600	276,300
NAFTA	出口	606,500	573,400	626,700	682,100	714,800
	進口	485,500	452,400	486,900	524,300	541,500
歐盟 27 國	出口	1,782,248	1,613,952	1,675,425	1,873,866	1,831,659
	進口	1,585,324	1,434,885	1,467,334	1,613,986	1,569,064

資料來源：整理自 WTO 統計資料庫（2013 年 7 月 25 日更新）。

另外，若以年成長率來看，排除因受金融海嘯影響的 2009 年後可發現，台灣、中國大陸、東協及亞洲地區，大多是呈現逐年成長趨緩的現象，尤以 2012 年的成長率有明顯下滑，如台灣 2011 年的服務貿易出口成長率為 13.81%，但 2012 年僅為 6.80%、東協由 17.47% 降至 7.54%、亞洲地區整體由 11.89% 降至 6.33%。（表 7-1-3）

表 7-1-3 2008 年至 2012 年世界及主要 FTA 服務貿易進出口成長率

單位：%

年別 經濟體/國家	項目	2009 年	2010 年	2011 年	2012 年	2008-2012 年
全 球	出口	-9.49	9.72	11.48	2.15	13.09
	進口	-9.38	9.75	11.87	2.72	14.29
亞 洲	出口	-12.93	22.27	11.89	6.33	26.67
	進口	-9.89	20.52	13.85	7.74	33.21
台 灣	出口	-14.07	27.69	13.81	6.80	33.37
	進口	-14.84	27.63	11.33	1.99	23.41
中國大陸	出口	-12.24	25.43	8.97	8.41	30.04
	進口	0.01	21.62	23.33	18.21	77.31
東 協	出口	-15.47	20.95	17.47	7.54	29.16
	進口	-10.43	19.19	17.13	5.22	31.57
NAFTA	出口	-5.46	9.30	8.84	4.79	17.86
	進口	-6.82	7.63	7.68	3.28	11.53
歐盟 27 國	出口	-9.44	3.81	11.84	-2.25	2.77
	進口	-9.49	2.26	9.99	-2.78	-1.03

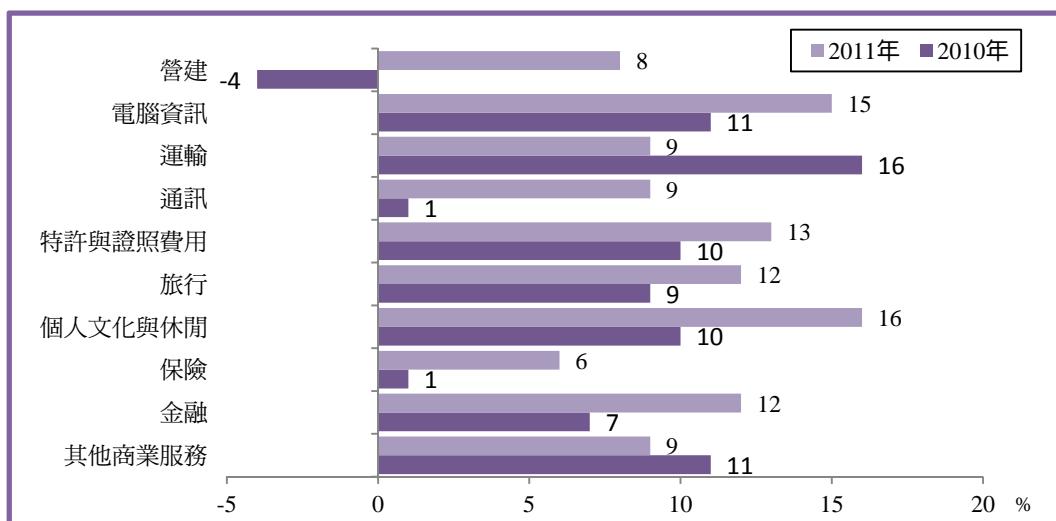
資料來源：整理自 WTO 統計資料庫（2013 年 7 月 25 日更新）。

不過，歐美國家則是在 2010-2011 年略有支撐，但 2012 年也隨之失去成長動能，如 NAFTA 的服務貿易出口成長率，由 2010 年的 9.30% 小幅下滑至 2011 年的 8.84%，2012 年僅有 4.79%、歐盟同期則是由 3.81% 成長至 11.84%，爾後降至-2.25%。整體來說，2012 年全球服務貿易的進出口成長率表現不佳，分別只有 2.72% 及 2.15% 的成長。（表 7-1-3）

二、個人、文化與休閒服務成長幅度最大

根據 WTO 出版之 2012 國際貿易統計資料，2011 年出口成長最快的服務貿易項目為個人、文化與休閒服務，其成長了 16%，主要是歐盟出口增加了 22%。成長排名第 2 的是電腦與資訊服務，有 15% 的成長，這是由於亞洲區域有 19% 強勁成長。（圖 7-1-1）

圖 7-1-1 2010 年及 2011 年服務貿易部門別成長率

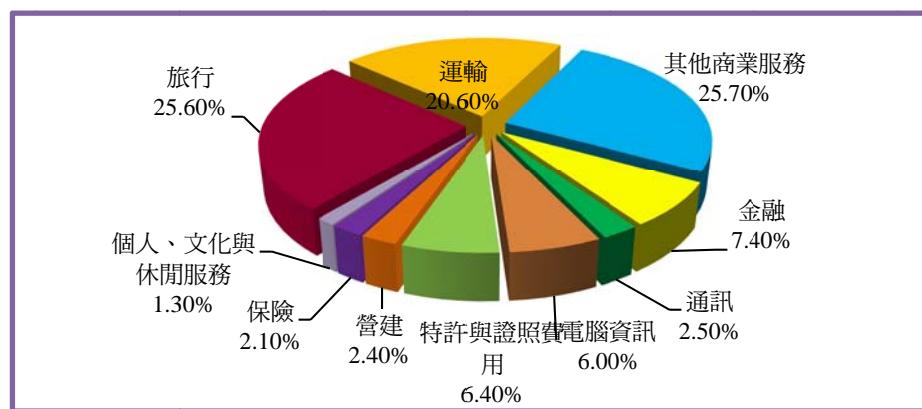


資料來源：整理自 International Trade Statistics 2012 (2012)。

三、其他商業服務為主要服務貿易出口項目

若以項目別來看，2011 年的旅行與其他商業服務兩者合計，共佔了總出口的 50% 以上，其分別佔 25.6% 及 25.7%。份額占比第 3 的是運輸，佔 20.6%。其餘項目所佔份額為金融 7.4%、專利權、商標等使用費 6.4%、電腦與資訊 6%、通訊 2.5%、營建 2.4%、保險 2.1%，以及個人、文化與休閒服務 1.3%（圖 7-1-2）。

圖 7-1-2 2011 年服務貿易部門別占比

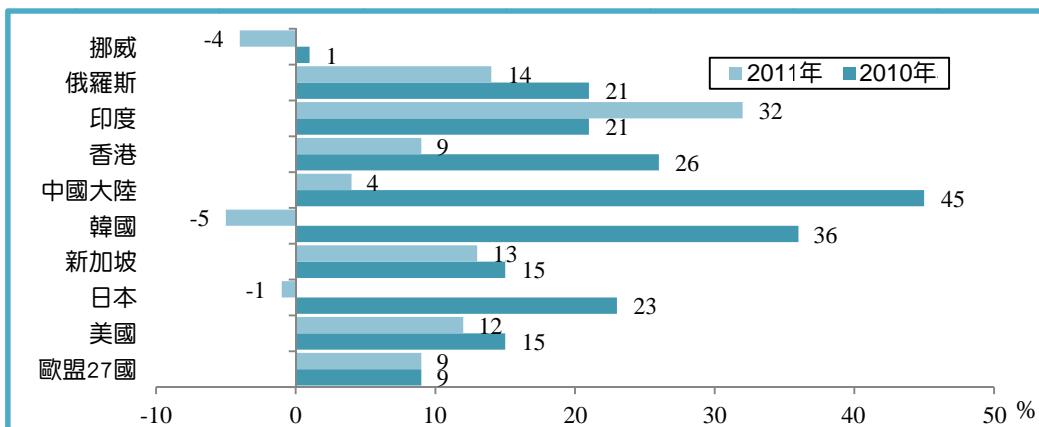


資料來源：整理自 International Trade Statistics 2012 (2012)。

四、亞洲地區運輸出口有減緩趨勢

亞洲地區運輸出口成長率有明顯減緩的趨勢，如韓國從 2010 年的 36% 降至 2011 年的 -5%。同期間，日本從 23% 降至 -1%、中國大陸從 45% 降至 4%、香港從 26% 降至 9%。但有明顯的成長的是印度，其由 2010 年的 21%，在 2012 年大幅成長了 32%。其他如歐盟 27 國、美國、新加坡等，皆是持平或是小幅度的緩成長。（圖 7-1-3）

圖 7-1-3 2010 年及 2011 年運輸出口成長率



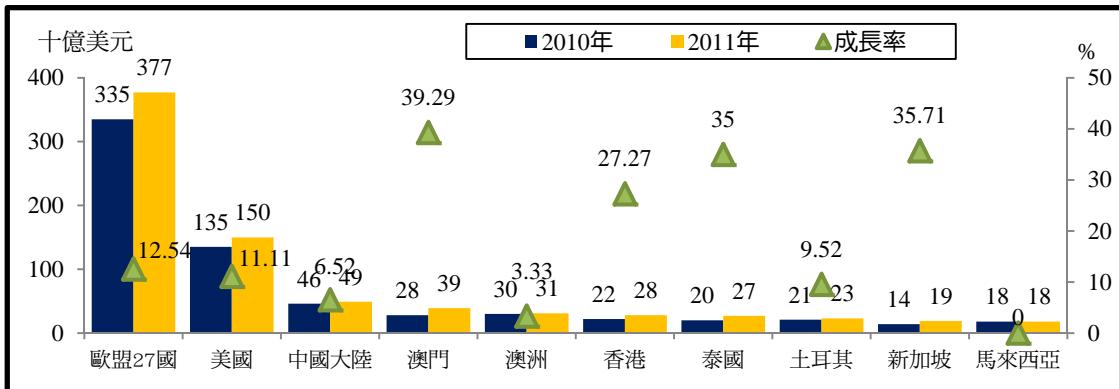
資料來源：整理自 International Trade Statistics 2012 (2012)。

五、澳門成為第四大旅行輸出國家

澳門由於博奕產業日漸蓬勃發展之故，旅行出口部分在 2011 年成長幅度達 39.29%，總金額為 390 億美元，成為全球第四大的旅行輸出國家。其餘有明顯成長的國家尚包括泰國、香港及新加坡，都有 25% 以上的成長表現。（圖 7-1-4）整體而言，旅行出口在各

地區都是呈現成長的趨勢，惟幅度不大。

圖 7-1-4 2010 年及 2011 年旅行出口金額及 2011 年成長率



資料來源：整理自 International Trade Statistics 2012 (2012)。

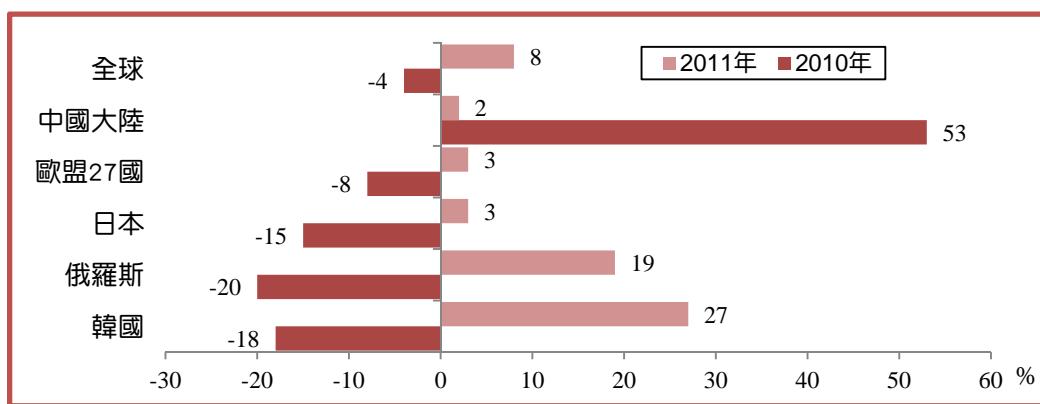
六、電腦服務在開發中國家快速成長

在 2005-2011 年間，位處東南亞的菲律賓電腦服務出口年平均成長達 69%，而斯里蘭卡亦有 28% 的年平均成長，偏屬北亞的烏克蘭及俄羅斯則分別為 59% 與 27%。另外，中南美的阿根廷與哥斯大黎加，年平均成長分別為 37% 及 35%。

七、營建服務有反彈現象

全球營建服務出口在歷經 2010 年的 4% 負成長後，2011 年有明顯反彈現象，成長達 8%。2011 年以韓國成長 27% 最多，其次為俄羅斯的 19%。但中國大陸則是在歷經 2010 年高達 53% 的高成長後，2011 年僅成長了 2%。值得一提的是，韓國、俄羅斯、日本、歐盟 27 國與中國大陸這 5 個主要的營建出口提供者，其出口金額總和占了全球總額的 82%。（圖 7-1-5）

圖 7-1-5 2010 年及 2011 年營建出口成長率



資料來源：整理自 International Trade Statistics 2012 (2012)。

第2節 台灣服務貿易輸出發展機會

一、台灣服務貿易出口現況與趨勢

(一) 以其他服務為主要項目

台灣 2012 年服務貿易出口總額達 48,746 百萬美元，其中，運輸服務為 9,986 百萬美元、旅行服務為 11,707 百萬美元、其他服務為 27,053 百萬美元。在其他服務項目內，以其他商業服務出口 23,014 百萬美元最多，其餘項目皆未達 1,000 百萬美元（表 7-2-1）。

表 7-2-1 2008 年至 2012 年台灣服務貿易出口金額

單位：百萬美元

年別 行 業	2008 年	2009 年	2010 年	2011 年	2012 年
總 計	36,549	31,408	40,104	45,643	48,746
運 輸	9,191	6,342	9,765	9,696	9,986
旅 行	5,937	6,816	8,721	11,065	11,707
其 他	21,421	18,250	21,618	24,882	27,053
通 訊	334	343	392	439	499
營 建	235	294	355	348	418
保 險	350	473	430	513	595
金 融	1,146	727	847	922	936
電腦與資訊	141	129	218	388	505
專利權、商標等使用費	191	242	460	838	932
其他商業服務	18,925	15,955	18,818	21,298	23,014
個人、文化與休閒	99	87	98	136	154

資料來源：整理自 WTO 統計資料庫（2013 年 7 月 25 日更新）。

(二) 旅行服務比重逐漸上升

從歷年比重變化來看，可以觀察到台灣旅行服務從 2008 年的占比 16.24%，逐步上升至 2012 年的 24.02%，增加了 7.79 個百分點。而運輸以及其他服務的占比則呈現區間震盪，運輸服務從 2008 年的 25.15%，至 2009 年下滑了 4.96 個百分點，但到 2010 年又回升至 24.35%，不過，2011 及 2012 年又開始下降，其占比分別為 21.24% 及 20.49%。在其他服務部分，則是由 2008 年的 58.61% 一路下滑到 2010 年的 53.90%。爾後又向上攀升至 2012 年的 55.50%（表 7-2-2）。

表 7-2-2 2008 年至 2012 年台灣各項服務貿易出口占比

單位：%

年別 行 業	2008 年	2009 年	2010 年	2011 年	2012 年
運 輸	25.15	20.19	24.35	21.24	20.49
旅 行	16.24	21.70	21.75	24.24	24.02
其 他	58.61	58.11	53.90	54.51	55.50
通 訊	0.91	1.09	0.98	0.96	1.02
營 建	0.64	0.94	0.89	0.76	0.86
保 險	0.96	1.51	1.07	1.12	1.22
金 融	3.14	2.31	2.11	2.02	1.92
電腦與資訊	0.39	0.41	0.54	0.85	1.04
專利權、商標等使用費	0.52	0.77	1.15	1.84	1.91
其他商業服務	51.78	50.80	46.92	46.66	47.21
個人、文化與休閒	0.27	0.28	0.24	0.30	0.32

資料來源：整理自 WTO 統計資料庫（2013 年 7 月 25 日更新）。

（三）個人、文化與休閒維持成長力道

由 2009 年至 2012 年的成長率來看，可以發現台灣服務貿易出口有成長力道趨緩的現象。雖然 2012 年總出口金額相較於 2008 年，增長了 33.37%，但如扣除金融海嘯影響的 2008-2009 年，其餘各年度的成長率則一路下滑，從 2009-2010 年的 27.69%、2010-2011 年的 13.81% 到 2011-2012 年的 6.80%。若從項目別來觀察，則可發現除通訊與個人、文化與休閒的成長率仍維持一定的成長速度外，其餘項目都有趨緩的現象。而比重逐漸上升的旅行服務在歷經 2010 及 2011 年兩成以上的成長之後，2012 年的成長率僅有 5.80%，另外金融服務業歷年成長皆不甚理想，2012 年更僅有 1.52%（表 7-2-3）。

表 7-2-3 2009 年至 2012 台灣服務貿易出口成長率

單位：%

年別 行 業	2009 年	2010 年	2011 年	2012 年	2008-2012 年
總 計	-14.07	27.69	13.81	6.80	33.37
運 輸	-31.00	53.97	-0.71	2.99	8.65
旅 行	14.81	27.95	26.88	5.80	97.19
其 他	-14.80	18.45	15.10	8.73	26.29
通 訊	2.69	14.29	11.99	13.67	49.40
營 建	25.11	20.75	-1.97	20.11	77.87
保 險	35.14	-9.09	19.30	15.98	70.00
金 融	-36.56	16.51	8.85	1.52	-18.32
電腦與資訊	-8.51	68.99	77.98	30.15	258.16
專利權、商標等使用費	26.70	90.08	82.17	11.22	387.96
其他商業服務	-15.69	17.94	13.18	8.06	21.61
個人、文化與休閒	-12.12	12.64	38.78	13.24	55.56

資料來源：整理自 WTO 統計資料庫（2013 年 7 月 25 日更新）。

二、中國大陸服務貿易進口現況與趨勢

（一）旅行服務為主要項目

中國大陸 2012 年服務貿易進口總額達 280,164 百萬美元，其中運輸服務為 85,862 百萬美元、旅行服務為 102,000 百萬美元、其他服務為 92,302 百萬美元。在其他服務項目內，以其他商業服務進口 42,354 百萬美元最多，其餘項目除保險達 20,600 百萬美元與專利權、商標等使用費達 17,749 百萬美元外，皆未達 5,000 百萬美元（表 7-2-4）。

表 7-2-4 2008 年至 2012 年中國大陸服務貿易進口金額

單位：百萬美元

行 業	年 別	2008 年	2009 年	2010 年	2011 年	2012 年
總 計		158,004	158,016	192,174	237,003	280,164
運 輸		50,329	46,574	63,257	80,445	85,862
旅 行		36,157	43,702	54,880	72,585	102,000
其 他		71,518	67,740	74,037	83,973	92,302
通 訊		1,510	1,210	1,137	1,191	1,647
營 建		4,363	5,868	5,072	3,728	3,619
保 險		12,743	11,309	15,755	19,738	20,600
金 融		566	643	1,387	747	1,926
電腦與資訊		3,165	3,233	2,965	3,844	3,843
專利權、商標等使用費		10,320	11,065	13,040	14,706	17,749
其他商業服務		38,597	34,135	34,310	39,620	42,354
個人、文化與休閒		255	278	371	400	564

資料來源：整理自 WTO 統計資料庫（2013 年 7 月 25 日更新）。

（二）旅行服務比重逐漸上升

從歷年比重變化來看，可以發現運輸服務無明顯變化，歷年皆約為 30%左右。而旅行服務則有占比逐年增加的現象，從 2008 年的 22.88%上升至 2012 年的 36.41%。其他服務則是同期從 45.26%降至 32.95%就其他類的細項來觀察，占比有明顯增加趨勢的僅有金融，其餘項目多為持平或呈現下降的趨勢（表 7-2-5）。

（三）金融服務持續高成長

由 2009-2012 年的成長率來看，可以發現中國大陸服務貿易進口成長十分快速，除 2009 年外，其餘年度維持每年約 20%的成長，相較於 2008 年，2012 年成長高達 77.31%。其中又以旅行類成長 182.10%最高。在其他類部分，金融服務成長最多，2008 年至 2012 年年總成長為 240.28%。而唯一呈現負成長的為營建（表 7-2-6）。

表 7-2-5 2008 年至 2012 年中國大陸各項服務貿易進口占比

行 業	年 別	單位：%				
		2008 年	2009 年	2010 年	2011 年	2012 年
運 輸		31.85	29.47	32.92	33.94	30.65
旅 行		22.88	27.66	28.56	30.63	36.41
其 他		45.26	42.87	38.53	35.43	32.95
通 訊		0.96	0.77	0.59	0.50	0.59
營 建		2.76	3.71	2.64	1.57	1.29
保 險		8.06	7.16	8.20	8.33	7.35
金 融		0.36	0.41	0.72	0.32	0.69
電腦與資訊		2.00	2.05	1.54	1.62	1.37
專利權、商標等使用費		6.53	7.00	6.79	6.20	6.34
其他商業服務		24.43	21.60	17.85	16.72	15.12
個人、文化與休閒		0.16	0.18	0.19	0.17	0.20

資料來源：整理自 WTO 統計資料庫（2013 年 7 月 25 日更新）。

表 7-2-6 2009 年至 2012 年中國大陸服務貿易進口成長率

行 業	年 別	單位：%				
		2009 年	2010 年	2011 年	2012 年	2008-2012 年
總 計		0.01	21.62	23.33	18.21	77.31
運 輸		-7.46	35.82	27.17	6.73	70.60
旅 行		20.87	25.58	32.26	40.52	182.10
其 他		-5.28	9.30	13.42	9.92	29.06
通 訊		-19.87	-6.03	4.75	38.29	9.07
營 建		34.49	-13.57	-26.50	-2.92	-17.05
保 險		-11.25	39.31	25.28	4.37	61.66
金 融		13.60	115.71	-46.14	157.83	240.28
電腦與資訊		2.15	-8.29	29.65	-0.03	21.42
專利權、商標等使用費		7.22	17.85	12.78	20.69	71.99
其他商業服務		-11.56	0.51	15.48	6.90	9.73
個人、文化與休閒		9.02	33.45	7.82	41.00	121.18

資料來源：整理自 WTO 統計資料庫（2013 年 7 月 25 日更新）。

三、泰國服務貿易進口現況與趨勢

（一）運輸服務為主要項目

泰國 2012 年服務貿易進口總額達 52,519 百萬美元，其中運輸服務為 28,514 百萬美元、旅行服務為 6,131 百萬美元、其他服務為 17,875 百萬美元。在其他服務項目內，以其他商業服務進口 10,065 百萬美元最多，其餘項目除保險達 3,050 百萬美元與專利權、商標等使用費達 3,611 百萬美元外，皆未達 500 百萬美元（表 7-2-7）。

表 7-2-7 2008 年至 2012 年泰國服務貿易進口金額

單位：百萬美元

年別 行 業	2008 年	2009 年	2010 年	2011 年	2012 年
總 計	45,696	36,300	44,774	51,965	52,519
運 輸	22,973	16,978	22,431	26,719	28,514
旅 行	5,003	4,433	5,623	5,716	6,131
其 他	17,721	14,890	16,720	19,530	17,875
通 訊	219	296	301	402	460
營 建	786	782	713	308	224
保 險	2,037	1,637	2,164	2,753	3,050
金 融	123	116	119	159	388
電腦與資訊	55	50	62	76	52
專利權、商標等使用費	2,559	2,250	3,084	3,119	3,611
其他商業服務	11,891	9,739	10,258	12,692	10,065
個人、文化與休閒	51	20	20	21	23

資料來源：整理自 WTO 統計資料庫（2013 年 7 月 25 日更新）。

（二）運輸服務比重逐漸上升

從歷年比重變化來看，可以發現運輸需求除金融海嘯影響時，有降低至 46.77%（2009 年），之後其占比有明顯擴大的現象。旅行進口則都維持在 11-12%左右。其他服務貿易進口的比重則逐漸下滑，由最高的 2009 年占 41.02%，到 2012 年的 34.04%，減少了 6.98 個百分點。但就其他類的細項來觀察，占比有明顯增加趨勢的是通訊、保險、金融，以及專利權、商標等使用費，而呈現下滑趨勢的則有營建與其他商業服務（表 7-2-8）。

表 7-2-8 2008 年至 2012 年泰國各項服務貿易進口占比

單位：%

年別 行 業	2008 年	2009 年	2010 年	2011 年	2012 年
運 輸	50.27	46.77	50.10	51.42	54.29
旅 行	10.95	12.21	12.56	11.00	11.67
其 他	38.78	41.02	37.34	37.58	34.04
通 訊	0.48	0.82	0.67	0.77	0.88
營 建	1.72	2.15	1.59	0.59	0.43
保 險	4.46	4.51	4.83	5.30	5.81
金 融	0.27	0.32	0.27	0.31	0.74
電腦與資訊	0.12	0.14	0.14	0.15	0.10
專利權、商標等使用費	5.60	6.20	6.89	6.00	6.88
其他商業服務	26.02	26.83	22.91	24.42	19.16
個人、文化與休閒	0.11	0.06	0.04	0.04	0.04

資料來源：整理自 WTO 統計資料庫（2013 年 7 月 25 日更新）。

（三）金融服務大幅成長

由 2009-2012 年的成長率來看，可以發現泰國服務貿易進口成長有趨緩現象。從 2010 年的 23.34%，降至 2012 年的 1.07%。而其他類的進口更是在 2012 年呈現負成長，達 8.47%。但其中一枝獨秀的是金融服務業的進口，雖然 2010 年在金融海嘯後僅小幅成長 2.59%，但 2011 年的成長率大幅增加至 33.61%，2012 年更有 144.03%。此外，專利權、商標等使用費也在 2012 年有明顯成長，其成長幅度達 15.77%（表 7-2-9）。

表 7-2-9 2009 年至 2012 年泰國服務貿易進口成長率

單位：%

行 業	年 別	2009 年	2010 年	2011 年	2012 年	2008-2012 年
總 計		-20.56	23.34	16.06	1.07	14.93
運 輸		-26.10	32.12	19.12	6.72	24.12
旅 行		-11.39	26.84	1.65	7.26	22.55
其 他		-15.98	12.29	16.81	-8.47	0.87
通 訊		35.16	1.69	33.55	14.43	110.05
營 建		-0.51	-8.82	-56.80	-27.27	-71.50
保 險		-19.64	32.19	27.22	10.79	49.73
金 融		-5.69	2.59	33.61	144.03	215.45
電腦與資訊		-9.09	24.00	22.58	-31.58	-5.45
專利權、商標等使用費		-12.08	37.07	1.13	15.77	41.11
其他商業服務		-18.10	5.33	23.73	-20.70	-15.36
個人、文化與休閒		-60.78	0.00	5.00	9.52	-54.90

資料來源：整理自 WTO 統計資料庫（2013 年 7 月 25 日更新）。

四、印尼服務貿易進口現況與趨勢

（一）以其他服務為主要項目

印尼 2012 年服務貿易進口總額達 33,327 百萬美元，其中，運輸服務為 12,936 百萬美元、旅行服務為 6,771 百萬美元、其他服務為 13,620 百萬美元。在其他服務項目內，以其他商業服務進口 7,852 百萬美元最多，其次為專利權、商標等使用費及保險，分別為 1,800 百萬美元及 1,096 百萬美元，其餘項目皆未達 1,000 百萬美元（表 7-2-10）。

（二）其他服務比重逐漸上升

從歷年比重變化來看，運輸占比從 2009 年的 28.81% 上升至 2011 年的 39.46%，而 2012 年小幅下滑至 38.82%。同時期，其他服務進口由 2009 年的 47.70% 一路下滑至 2011 年的 40.22%，而 2012 年上升至 40.87%，兩者在 2012 年有逆轉的現象。亦即，2012 年相較於 2008 年而言，印尼服務貿易進口結構已然轉變為以其他類項目為主（表 7-2-11）。

表 7-2-10 2008 年至 2012 年印尼服務貿易進口金額

單位：百萬美元

年別 行 業	2008 年	2009 年	2010 年	2011 年	2012 年
總 計	27,994	22,636	25,599	30,788	33,327
運 輸	13,895	6,522	8,673	12,149	12,936
旅 行	5,554	5,316	6,395	6,255	6,771
其 他	8,545	10,797	10,532	12,383	13,620
通 訊	776	452	547	806	717
營 建	749	798	592	497	632
保 險	683	1,318	1,153	1,290	1,096
金 融	342	405	450	581	516
電腦與資訊	713	642	585	715	726
專利權、商標等使用費	1,328	1,530	1,616	1,788	1,800
其他商業服務	3,829	5,525	5,456	6,493	7,852
個人、文化與休閒	126	126	133	212	281

資料來源：整理自 WTO 統計資料庫（2013 年 7 月 25 日更新）。

表 7-2-11 2008 年至 2012 年印尼各項服務貿易進口占比

單位：%

年別 行 業	2008 年	2009 年	2010 年	2011 年	2012 年
運 輸	49.64	28.81	33.88	39.46	38.82
旅 行	19.84	23.48	24.98	20.32	20.32
其 他	30.52	47.70	41.14	40.22	40.87
通 訊	2.77	2.00	2.14	2.62	2.15
營 建	2.68	3.53	2.31	1.61	1.90
保 險	2.44	5.82	4.50	4.19	3.29
金 融	1.22	1.79	1.76	1.89	1.55
電腦與資訊	2.55	2.84	2.29	2.32	2.18
專利權、商標等使用費	4.74	6.76	6.31	5.81	5.40
其他商業服務	13.68	24.41	21.31	21.09	23.56
個人、文化與休閒	0.45	0.56	0.52	0.69	0.84

資料來源：整理自 WTO 統計資料庫（2013 年 7 月 25 日更新）。

（三）個人、文化與休閒大幅成長

由 2009-2012 年的成長率來看，可以發現，印尼服務貿易進口成長有趨緩現象。減緩幅度最大的是運輸，從 2011 年的 40.08% 成長，到 2012 年，僅有 6.48% 的成長。而旅行在 2012 年的成長率為 8.25%，其他類則有 9.99%。但其他類中，通訊、保險與金融，是呈現負成長，營建進口在歷經兩年的負成長後，2012 年有 27.16% 的大幅反彈。專利權、商標等使用費則有成長停滯的現象，2012 年僅成長 0.67%。而有明顯成長的是其他商業服務與個人、文化與休閒，而個人、文化與休閒在 2012 年更是大幅成長了 32.55%，相對於 2008 年，則有 123.02%，為所有類別中成長幅最大（表 7-2-12）。

表 7-2-12 2009 年至 2012 年印尼服務貿易進口成長率

單位：%

行業	年別	2009 年	2010 年	2011 年	2012 年	2008-2012 年
總計		-19.14	13.09	20.27	8.25	19.05
運輸		-53.06	32.98	40.08	6.48	-6.90
旅行		-4.29	20.30	-2.19	8.25	21.91
其他		26.35	-2.45	17.58	9.99	59.39
通訊		-41.75	21.02	47.35	-11.04	-7.60
營建		6.54	-25.81	-16.05	27.16	-15.62
保險		92.97	-12.52	11.88	-15.04	60.47
金融		18.42	11.11	29.11	-11.19	50.88
電腦與資訊		-9.96	-8.88	22.22	1.54	1.82
專利權、商標等使用費		15.21	5.62	10.64	0.67	35.54
其他商業服務		44.29	-1.25	19.01	20.93	105.07
個人、文化與休閒		0.00	5.56	59.40	32.55	123.02

資料來源：整理自 WTO 統計資料庫（2013 年 7 月 25 日更新）。

五、新加坡服務貿易進口現況與趨勢

（一）以其他服務為主要項目

新加坡 2012 年服務貿易進口總額達 117,744 百萬美元，其中，運輸服務為 35,319 百萬美元、旅行服務為 22,412 百萬美元、其他服務為 60,013 百萬美元。在其他服務項目內，以其他商業服務進口 29,580 百萬美元最多，其次為專利權、商標等使用費、保險及金融，分別為 16,511 百萬美元、4,473 百萬美元及 3,019 百萬美元，其餘項目皆未達 1,000 百萬美元（表 7-2-13）。

表 7-2-13 2008 年至 2012 年新加坡服務貿易進口金額

單位：百萬美元

行業	年別	2008 年	2009 年	2010 年	2011 年	2012 年
總計		87,202	82,426	97,546	114,525	117,744
運輸		30,275	25,438	29,752	34,392	35,319
旅行		15,196	15,685	18,700	21,437	22,412
其他		41,731	41,304	49,094	58,697	60,013
通訊		1,466	-	-	-	-
營建		347	425	515	768	836
保險		2,530	2,774	3,868	4,473	4,473
金融		2,542	2,055	2,569	3,036	3,019
電腦與資訊		1,069	-	-	-	-
專利權、商標等使用費		12,456	11,755	14,009	16,391	16,511
其他商業服務		21,041	21,444	24,124	28,736	29,580
個人、文化與休閒		281	461	472	484	488

資料來源：整理自 WTO 統計資料庫（2013 年 7 月 25 日更新）。

(二) 其他服務比重逐漸上升

從歷年比重變化來看，可以發現，新加坡旅行業大多維持在 17-19%，而服務進口需求有從運輸轉為其他的趨勢，2008 年運輸進口占比為 34.72%，至 2012 年降至 30.00%。同期，其他服務進口從 47.86% 上升至 50.97%。而在其他類中，以其他商業服務占比最高，達 25.12%。其次則為專利權、商標等使用費，占 14.02%（表 7-2-14）。

表 7-2-14 2008 年至 2012 年新加坡各項服務貿易進口占比

行 業	年 別	單位：%				
		2008 年	2009 年	2010 年	2011 年	2012 年
運 輸		34.72	30.86	30.50	30.03	30.00
旅 行		17.43	19.03	19.17	18.72	19.03
其 他		47.86	50.11	50.33	51.25	50.97
通 訊		1.68	-	-	-	-
營 建		0.40	0.52	0.53	0.67	0.71
保 險		2.90	3.37	3.97	3.91	3.80
金 融		2.92	2.49	2.63	2.65	2.56
電腦與資訊		1.23	-	-	-	-
專利權、商標等使用費		14.28	14.26	14.36	14.31	14.02
其他商業服務		24.13	26.02	24.73	25.09	25.12
個人、文化與休閒		0.32	0.56	0.48	0.42	0.41

資料來源：整理自 WTO 統計資料庫（2013 年 7 月 25 日更新）。

(三) 營建服務大幅成長

由 2010-2012 年的成長率來看，新加坡服務貿易進口成長有趨緩現象。三類服務貿易進口成長率在 2012 年都只有 2-5% 的成長。2012 年有明顯成長的僅有營建進口，成長率為 8.85%。其餘項目都在歷經 2011 年的大幅成長後，有明顯減緩的趨勢。其中，金融部分更是呈現負成長。而相較於 2008 年，營建服務則大幅成長了 140.92%（表 7-2-15）。

表 7-2-15 2009 年至 2012 年新加坡服務貿易進口成長率

行 業	年 別	單位：%				
		2009 年	2010 年	2011 年	2012 年	2008-2012 年
總 計		-5.48	18.34	17.41	2.81	35.02
運 輸		-15.98	16.96	15.60	2.70	16.66
旅 行		3.22	19.22	14.64	4.55	47.49
其 他		-1.02	18.86	19.56	2.24	43.81
通 訊		-	-	-	-	-
營 建		22.48	21.18	49.13	8.85	140.92
保 險		9.64	39.44	15.64	0.00	76.80
金 融		-19.16	25.01	18.18	-0.56	18.76
電腦與資訊		-	-	-	-	-
專利權、商標等使用費		-5.63	19.17	17.00	0.73	32.55
其他商業服務		1.92	12.50	19.12	2.94	40.58
個人、文化與休閒		64.06	2.39	2.54	0.83	73.67

資料來源：整理自 WTO 統計資料庫（2013 年 7 月 25 日更新）。

六、菲律賓服務貿易進口現況與趨勢

(一) 以運輸服務為主要項目

菲律賓 2012 年服務貿易進口總額達 14,093 百萬美元，其中，運輸服務為 4,902 百萬美元、旅行服務為 6,247 百萬美元、其他服務為 2,944 百萬美元。在其他服務項目內，以其他商業服務進口 1,536 百萬美元最多，其次為專利權、商標等使用費及保險，分別為 504 百萬美元及 364 百萬美元，其餘項目皆未達 200 百萬美元（表 7-2-16）。

表 7-2-16 2008 年至 2012 年菲律賓服務貿易進口金額

行 業	年 別					單位：百萬美元
	2008 年	2009 年	2010 年	2011 年	2012 年	
總 計	8,348	8,679	11,129	12,066	14,093	
運 輸	4,209	3,661	4,965	4,330	4,902	
旅 行	2,057	2,698	3,416	5,368	6,247	
其 他	2,082	2,320	2,748	2,368	2,944	
通 訊	147	123	154	153	193	
營 建	33	20	21	50	42	
保 險	262	235	311	340	364	
金 融	82	125	74	132	113	
電腦與資訊	80	91	109	193	158	
專利權、商標等使用費	382	421	445	442	504	
其他商業服務	1,070	1,263	1,575	1,020	1,536	
個人、文化與休閒	26	42	59	38	34	

資料來源：整理自 WTO 統計資料庫（2013 年 7 月 25 日更新）。

(二) 旅行服務比重逐漸上升

從歷年比重變化來看，菲律賓旅行類有較明顯的上升趨勢，從 2008 年的 24.64% 上升至 2012 年的 44.33%。而運輸部分則有明顯比重降低的現象，同期由 50.42% 降至 34.78%。其他類則從 24.94% 降至 20.89%。而在其他類中，占比最大的仍是其他商業服務，2012 年占比為 10.90%（表 7-2-17）。

(三) 電腦與資訊大幅成長

由 2009-2012 年的成長率來看，菲律賓服務貿易進口成長雖在 2011 有減緩，但 2012 年隨之恢復成長力道，總進口金額成長達 16.80%，以其他服務貿易成長最多，達 24.32%，其中又以其他商業服務進口成長 50.59% 居冠。而營建、金融、電腦與資訊，以及個人、文化與休閒有負成長的情況發生。但若以 2012 年相較於 2008 年而言，電腦與資訊成長 97.50% 最多，惟其在歷經 2011 年的大幅成長 77.06% 之後，2012 年為負成長 18.13%（表 7-2-18）。

表 7-2-17 2008 年至 2012 年菲律賓各項服務貿易進口占比

單位：%

年別 行 業	2008 年	2009 年	2010 年	2011 年	2012 年
運 輸	50.42	42.18	44.61	35.89	34.78
旅 行	24.64	31.09	30.69	44.49	44.33
其 他	24.94	26.73	24.69	19.63	20.89
通 訊	1.76	1.42	1.38	1.27	1.37
營 建	0.40	0.23	0.19	0.41	0.30
保 險	3.14	2.71	2.79	2.82	2.58
金 融	0.98	1.44	0.66	1.09	0.80
電腦與資訊	0.96	1.05	0.98	1.60	1.12
專利權、商標等使用費	4.58	4.85	4.00	3.66	3.58
其他商業服務	12.82	14.55	14.15	8.45	10.90
個人、文化與休閒	0.31	0.48	0.53	0.31	0.24

資料來源：整理自 WTO 統計資料庫（2013 年 7 月 25 日更新）。

表 7-2-18 2009 年至 2012 年菲律賓服務貿易進口成長率

單位：%

年別 行 業	2009 年	2010 年	2011 年	2012 年	2008-2012 年
總 計	3.97	28.23	8.42	16.80	68.82
運 輸	-13.02	35.62	-12.79	13.21	16.46
旅 行	31.16	26.61	57.14	16.37	203.69
其 他	11.43	18.45	-13.83	24.32	41.40
通 訊	-16.33	25.20	-0.65	26.14	31.29
營 建	-39.39	5.00	138.10	-16.00	27.27
保 險	-10.31	32.34	9.32	7.06	38.93
金 融	52.44	-40.80	78.38	-14.39	37.80
電腦與資訊	13.75	19.78	77.06	-18.13	97.50
專利權、商標等使用費	10.21	5.70	-0.67	14.03	31.94
其他商業服務	18.04	24.70	-35.24	50.59	43.55
個人、文化與休閒	61.54	40.48	-35.59	-10.53	30.77

資料來源：整理自 WTO 統計資料庫（2013 年 7 月 25 日更新）。

七、台灣服務貿易輸出應以其他商業服務與個人、文化與休閒服務為重點發展項目

由全球服務貿易趨勢觀察發現，在歐債危機等因素影響之下，歐美服務貿易僅有小幅度的成長，甚至負成長的情況發生。而在中國大陸服務貿易進口在 2012 年仍維持 18.21% 的成長之下，亞洲地區的服務貿易明顯優於歐美地區，但其也有成長趨緩的現象。因此，在避免市場過於集中以及掌握新興市場的考慮下，台灣服務貿易輸出至新興國家，應為可著重的方向之一。另外，在發展產業方面，雖然前述分析在缺乏國與國相對輸出入資料的情況下，本專題仍可由各國進口與台灣出口的趨勢中發現：

(一) 其他商業服務可作為出口新興國家主要項目

根據中國大陸、泰國、印尼、新加坡與菲律賓的服務貿易進口情況可發現，其他商業服務在各國皆占有一定比例之進口比重，也就是說在新興國家發展之時，十分仰賴專業技術服務的外來供給，而我國其他商業服務的出口，一直以來是主要出口項目。因此，若能打開新興國家的其他商業服務市場，相信必可進一步促進我國服務貿易的發展。

另外要特別說明的是，根據 WTO 出版之 2012 國際貿易統計定義之其他商業服務項目，包括租金與專業和技術服務。雖然根據我國中央銀行之國際收支項目中，尚包括三角貿易及其他與貿易有關的服務，但根據主計總處指出，廠商從事三角貿易，係提供了規劃、調度、財務、管理、行銷、專利及其他技術等服務，並將三角貿易之淨收入納入國內之生產，殆無疑義。因此，在欠缺細項資料下，本專題將其他商業服務視為專業技術服務，應屬合理之假設。

(二) 個人、文化與休閒服務為未來潛力項目

個人、文化與休閒服務，其內容包括：視聽及相關的服務，以及文化體育等活動。因此，與其直接相關聯的即為觀光文創產業。雖然目前占台灣出口的比重仍小，但其歷年成長率仍維持一定的成長力道。另外，上述多數國家對於該項的服務進口需求，也具有大幅成長的現象。因此，個人、文化與休閒服務應可視其為未來潛力項目，並以此發揮吸引國外旅客來台的效益。

此外，雖然本節在服務貿易資料的限制下，僅能根據 WTO 資料據以分析服務業大類別項目的現況與趨勢，進而提出台灣服務貿易輸出的可能方向。其或有不夠嚴謹之慮，惟此一方向仍與靖心慈等（2011）與王連常福等（2012），根據新興國家發展政策及開放程度，所建議之服務輸出產業，大致相符（表 7-2-19）。

表 7-2-19 相關文獻服務貿易輸出建議方向

單位：%

國家	靖心慈等（2011）	王連常福等（2012）
新 境	專業、研究與發展、其他商業、環境、教育、營造及工程與觀光服務	營造及相關工程服務、配銷服務、觀光旅遊服務
泰 國	專業、電腦及其相關服務、其他商業、環境、教育與觀光服務	教育服務、環境服務
印 尼	電腦及其相關服務、配銷、金融、營造及工程與觀光服務	觀光旅遊服務
菲 律 賓	電腦及其相關服務、金融、教育、圖書館檔案館博物館和其他文化服務與觀光服務	-

資料來源：靖心慈等（2011），《我國服務業因應區域服務貿易自由化之策略研析》；王連常福等（2012），《經濟部服務業輸出推動策略規劃計畫》。

第3節 政府相關政策與措施檢視

在瞭解國內外服務貿易的現況與趨勢之後，本節首先檢視歷年之服務業相關發展方案，接著再從前述提及之其他商業服務業以及觀光文創主管機關的相關計畫進行歸納，希從中找出有待加強之處。

一、歷年服務業相關發展方案

（一）服務業發展綱領及行動方案（2004年－2008年）

我國政府在2004年時由行政院經濟建設委員會提出「服務業發展綱領及行動方案」，其係自2003年起產官學研召開十二場次服務業發展研討會，以及後續20餘場次跨部會協商會議，共同選定十二大項服務業，包括（1）金融服務業；（2）流通服務業；（3）通訊媒體服務業；（4）醫療保健及照顧服務業；（5）人才培訓、人力派遣及物業管理服務業；（6）觀光及運動休閒服務業；（7）文化創意服務業；（8）設計服務業；（9）資訊服務業；（10）研發服務業；（11）環保服務業；（12）工程顧問服務業，作為該方案發展之目標。

（二）服務業發展方案（2009年－2012年）

爾後，因受2008年金融海嘯之影響，歐美主要國家經濟衰退、失業率大幅攀升，導致嚴重衝擊我國出口。因此，產業結構亟需適度調整，藉以降低資源過度集中、依賴單一產業的風險。準此，行政院經建會為促進服務業之發展，推動「服務業發展方案」，積極建構適合整體服務業發展之基礎建設，並與六大新興產業發展方案之發展發揮相輔相成效果。是以，「服務業發展方案」主要推動六大新興產業並再加上物流、電信、技術（以IC設計、資訊、節能、工程技術服務業為主），共七項新興服務業。

（三）十大重點服務業（2010年－）

2009年10月行政院提出推動十大重點服務業，以強化服務業國際競爭力、加強研發創新、提高生產力、健全服務業統計等發展策略，以完備服務業基礎建設，並提高產業附加價值，期能更積極發展我國服務業。十大重點服務業包括（1）美食國際化；（2）國際醫療；（3）音樂及數位內容；（4）會展產業；（5）國際物流；（6）高科技及創新產業籌資中心；（7）都市更新；（8）WiMAX產業；（9）華文電子商務；（10）高等教育輸出。另外，鑑於服務業主管機關眾多，資源不易整合，爰行政院於2009年12

月成立「行政院服務業推動小組」，由行政院經濟建設委員會主任委員擔任召集人，並由經建會負責幕僚作業。

（四）經濟部 2020 產業發展策略（2011 年）

2011 年經濟部於為掌握發展契機，依據「產業創新條例」所訂定「產業發展綱領」之要旨，並整合 2009 年全國商業發展會議、2010 年全國工業發展會議各議題與經濟部產諮會工審會歷次重要結論與建議，研擬完竣「經濟部 2020 年產業發展策略」。主要產業範疇包括製造業、製造業相關技術服務業及本部主管之服務業。其中針對服務貿易部分，提出擴大商業國際化，開創服務新視野之策略，並以（1）擴大商業國際化，加強品牌建立、通路擴張及市場拓展。（2）增加連鎖加盟商業國際營運總部，打造台灣成為「全球連鎖加盟運籌總部」與「亞太物流加值基地」為策略目標。

（五）行政院三業四化行動計畫（2012 年）

行政院於 2012 年 9 月為掌握發展契機，落實我國產業結構優化，未來將朝「製造業服務化、服務業科技化與國際化、傳產業特色化」之「三業四化」產業策略。其中，服務業國際化主要朝向「可輸出式服務業」方向發展，並選擇資訊服務業作為亮點示範產業推動，藉以提升我國服務業的國際能見度，以及促進服務貿易的出口。

（六）2012 全國產業發展會議（2012 年）

為找出台灣產業升級轉型與提升出口競爭力之方向，達成經濟成長、環境永續、促進就業並兼顧生活品質，進而達到永續經營的目標，經濟部於 2012 年 12 月主辦「全國產業發展會議」。希望透過各界的參與討論找出台灣產業突破轉型與提升競爭力之方向，提出符合國際政經趨勢與國內產業發展環境的產業發展策略，擘劃台灣產業發展藍圖。而針對「掌握新興市場商機，擘劃邁入國際策略」的共同意見為：深化累積新興市場研究，強化企業海外布局相關資訊之掌握、善用台灣服務品質與資通訊技術優勢，以吸引海外合作夥伴、鼓勵服務業強化品牌特色，打造新興市場通路品牌以及整合台商競爭優勢，提升海外布局條件。

（七）經濟部服務業發展藍圖（2012 年）

依據行政院核定之「產業發展綱領」及「經濟部 2020 年產業發展策略」，經濟部擬定「服務業發展藍圖」，做為經濟部主管服務業的指導方針。該藍圖包含四大發展策略主軸，分別為：服務業環境整備與跨領域整合、服務業創新模式與改善流程、服務業國

際接軌以及服務業特色加值。並以經濟部主管服務業（資訊服務、設計服務、數位內容(含數位出版)、無線寬頻應用服務、養生照護、智慧自動化工程服務）之GDP年成長率5.14%為目標，具體金額為4兆7,553.9億元。

（八）傳統產業維新方案（2012年）

根據2012年4月5日行政院第3293次會議，行政院經濟建設委員會擬具之「傳統產業維新方案」以驅動價值創新、建置維新環境、設置協調機制以及擴大產業需求為推動架構與措施，希冀藉此將維新元素及思維注入傳統產業，並預計達到發展5個國際品牌、新增就業人數2.5萬人、出口金額累計增加2,000億元及促進民間投資500億元之具體成果。

（九）自由經濟示範區規劃方案（2013年）

在全球化趨勢下，行政院經濟建設委員會提出之「自由經濟示範區規劃方案」，乃是以「高附加價值的高端服務業為主」，進行前瞻性產業規劃，充分利用我國人力、技術、資通訊（ICT）、區位與兩岸優勢，發展包括智慧運籌、國際醫療與農業加值等高附加價值的經濟活動。主要推動策略為突破法規框架，創新管理機制。具體措施包括：促進人員、商品與資金自由流動、開放市場接軌國際、打造友善租稅環境、提供便捷土地取得以及建置優質營運環境。

二、相關產業發展計畫檢視

台灣針對服務業發展，從2004年的服務業發展綱領及行動方案、2009年服務業發展方案、2010年十大重點服務業、2012年經濟部2020產業發展策略、2012年行政院三業四化行動計畫、2012全國產業發展會議、2012年經濟部服務業發展藍圖、2012年傳統產業維新方案以及2013年之自由經濟示範區規劃方案，至今已經快歷經10年的發展。而其他商業服務業以及觀光文創等相關計畫的協助措施，如表7-3-1所示。

由表中可以看出，目前相關措施主要是在於進行環境建置以及輔導廠商提升競爭力，在28項計畫或方案中，有16-17個皆是以此為目的。另外，策略聯盟、拓銷以及人培也各有14、13與13個。以資金融通、研發、整廠輸出、品牌與競賽表揚者，則不到10個。

雖然上述統計會因計畫屬性為產業別或功能別的不同，而未見十分準確。如品牌部分是以「品牌台灣發展計畫」為主，而資通訊則專注於整廠輸出。但是仍可從其中觀察出以下幾點現象：

表 7-3-1 服務業協助措施統計

相關計畫	資金	研發	輔導	人培	拓銷	策略聯盟	整廠輸出	品牌	競賽表揚	環境建置
總計	6	9	16	13	13	14	3	3	9	17
台灣設計產業翱翔計畫	✓	✓		✓	✓			✓	✓	
品牌台灣發展計畫第二期			✓	✓				✓		
資訊服務業發展計畫	✓		✓	✓	✓	✓			✓	✓
資訊服務業推廣計畫			✓		✓	✓				
加強投資策略性服務業推動計畫	✓									
資訊應用服務人才培訓計畫				✓						
資通訊安全產業推動計畫		✓		✓						✓
智慧財產價值創造計畫			✓	✓	✓				✓	
通訊產業鏈整合與應用躍升推動計畫							✓	✓		✓
無線寬頻應用服務推動計畫							✓	✓		✓
智慧生活應用推動計畫		✓					✓	✓		✓
數位學習產業跨域躍升計畫	✓	✓			✓	✓				✓
軟體價值產業推動計畫			✓		✓					
數位內容產業發展躍進計畫	✓	✓	✓	✓	✓					
數位內容產業應用與健全環境推廣計畫									✓	
健康產業發展推動計畫		✓	✓			✓				✓
地方型群聚產業發展計畫		✓	✓			✓				✓
推動連鎖加盟業躍升發展計畫			✓	✓	✓	✓				
推動商業設計暨廣告服務業發展計畫			✓	✓					✓	
台灣美食國際化及科技化計畫			✓		✓				✓	✓
商業網路交易認證創新應用計畫										✓
電子商務雲端創新應用與基礎環境建置計畫			✓						✓	✓
供應鏈重整之物流推動計畫			✓	✓	✓	✓				
低溫物流國際化發展推動計畫		✓				✓				✓
管理顧問服務科技發展計畫				✓	✓	✓				✓
觀光拔尖領航方案				✓	✓	✓	✓		✓	✓
文化創意產業發展（第二期）修正計畫	✓	✓	✓	✓	✓			✓	✓	✓
價值產值化計畫	✓					✓			✓	✓

資料來源：連文榮、蔡金宏（2013），《中小企業服務貿易輸出戰略研析》。

（一）多數服務產業仍未臻成熟

根據各部會對於服務業相關的協助措施來看，基本上仍是著重在整體環境建置與提升廠商本身的競爭力上，因此可以推論出目前台灣其他商業服務業以及觀光文創等的服務產業，實仍未具有與國際競爭的能力。也就是說，在相關基礎設施、人力資源或是業者本身的競爭力上，尚未達到一定水準的情形下，若欲增加台灣的服務貿易輸出，仍有待一段時間的醞釀。

（二）拓銷方式與效益有限

對協助廠商進行服務貿易輸出，歸納相關計畫後可發現，多以促銷與協助其策略聯盟的方式來進行。而在拓銷部分，則是採取協助參展或是舉辦媒合會或說明會型態來增加業者的曝光機會。而這種方式，效益較為短期而且不易增強國際競爭力。

（三）策略聯盟應為強化服務貿易輸出重要手段

在策略聯盟方面，則是鑑於廠商多為中小企業，若無法進行水平或垂直整合，則難與國際競爭。在此前提之下，如何使策略聯盟措施具有實效，應是台灣服務貿易輸出的重要思考方向。

三、強化服務貿易輸出協助措施之關鍵

在瞭解台灣欲強化其他商業服務業以及觀光文創等產業之服務貿易輸出，應朝提升促成策略聯盟效益的方向前進後，應先針對策略聯盟之定義與類型進行瞭解，接著檢視相關策略聯盟案例，之後才能瞭解欲促成我國策略聯盟成功的主要關鍵為何。

（一）策略聯盟定義與類型

欲了解策略聯盟的關鍵成功因素，就應先定義何謂策略聯盟？策略聯盟係指兩個或兩個以上的廠商，為了某些特定目的，而在產業價值鏈中，彼此合作或支援，如生產、行銷、研究，以及技術上的合作以及產品、人員、財務上的支援等。但此一結盟雖有可能是一種正式的長期關係，卻未到彼此廠商間的合併層次（江誠榮，2007；吳惠林等，2008）。

在此定義之下，可以瞭解到進行策略聯盟的廠商其實並無實際的拘束力，而存在的是彼此為共同目標前進的動力，如降低成本、擴大規模經濟或增加市占率。是以，策略聯盟型態也十分多元。根據黃銘章與楊淑珍（2003）指出，策略聯盟的型態就可分為同業聯盟與異業聯盟、垂直與水平聯盟以及分為互補型與集合型等依各自需求不同而組合的各式策略聯盟。而若從合作與競爭的角度來看，據江誠榮（2007）及謝謂君與歐陽忻憶（2012），引述 Yoshino and Rangan（1995）之分類，其將策略聯盟區分為廠商間的互動程度與潛在衝突兩構面，並依照程度的高低，歸納出 4 種策略聯盟類型，其分別為弱競爭聯盟、非競爭聯盟、競爭聯盟及準競爭性聯盟（圖 7-3-1）。

1. 弱競爭聯盟（procompetitive alliance）

指廠商間互動程度低，且廠商間的潛在衝突性也低的情形。通常是橫跨不同產業而且聯盟活動與本業產品價值鏈有直接關係的結盟方式，如製造商和其供應商或配銷商之

間的聯盟關係，聯盟的策略目標主要是在增加產品價值與保持經營上的彈性。

圖 7-3-1 策略聯盟矩陣圖



資料來源：謝謂君與歐陽忻憶（2012），觀光異業結盟策略之探討。

2. 非競爭聯盟 (noncompetitive alliance)

此種類型的結盟，合作互動的程度較高，但是因為彼此在市場上的銷售定位不同，因而不將對方視為主要競爭對手，所以潛在性的衝突，相對而言則比較低，如專門生產大型車的美國福特找日本 Isuzu 合作生產小型車。聯盟的策略目標主要是增加產品價值與廠商之間的相互學習。

3. 競爭聯盟 (competitive alliance)

結盟的對象是以相同產業內的主要競爭對手（在最終產品市場上處於相互競爭的地位）為結盟夥伴，如航空公司之星空聯盟與寰宇一家等結盟。因此，聯盟成員之間的合作互動與潛在衝突程度較高。由於競爭聯盟隱含著強烈既競爭且合作的聯盟心態，所以策略目標主要是保護核心技術與廠商間的相互學習。

4. 準競爭聯盟 (precompetitive alliance)

屬於不同產業之間，針對某一特定活動的異業結盟模式，如法藍瓷與台灣菸酒的合作。其策略目標在於保持經營上的彈性與廠商間的相互學習。

（二）策略聯盟成功的關鍵因素

由於策略聯盟與合資與持有股份的型態相比，對於策略聯盟成員的控制力較低，所以其相互合作的成功關鍵因素往往來自於彼此的信任程度（鄧詩韻等，2006；陳振成，2008；范惟翔與陳正源，2008；陳律睿等，2009）。此一相互信任的過程，始於廠商當初要成立策略聯盟的動機，到合作對象的選擇以致於合作中落實監督管理與相互磨合的每一個階段，都是影響策略聯盟是否成功的關鍵因素。因此，策略聯盟要能成功的建構

起彼此信任，應有以下五點需加以注意：

1. 聯盟合作對象

在選擇策略聯盟對象時，要充分瞭解對象的合作經歷及背景。如果策略聯盟對象有相關的成功經驗，則在未來組成策略聯盟時，預期成功的機會也會較高。另外，也必須對該企業的經營績效、資源能力、信用狀況等進行詳細瞭解，選擇出值得信賴的廠商作為合作對象。

2. 良好商譽機制

依靠商譽機制，可建立和維護聯盟成員間的相互信任。如果一方為了眼前利益而欺騙對方，那麼會損害其商譽而影響到合作的利益，最終會失去成員的信任。此可從強化彼此協議的法律效力來加以落實。另一方面，則可藉由充分的資訊流通來確保成員為了維持本身的商譽，而不致做出損害聯盟權益之事。

3. 公信第三方監督

為能使策略聯盟一開始即能有相互信任的基礎，公正第三方的監督就扮演了重要的角色，如協助其合作協議的簽訂。隨著彼此信任的增加，聯盟成員間的內部協議，即可慢慢取代公正第三方的功能來規範聯盟成員的行為，進而促使策略聯盟能永續發展。

4. 健全利益分配機制

由於參與聯盟的動機無不是為了增加廠商本身的利益，如果利益分配未如廠商預期，則聯盟勢必逐漸瓦解。因此，如何能有一套公平合理的利益分配機制，就是聯盟是否能發展的重要因素。

5. 廠商文化衝突管理

策略聯盟形成之初，就應選擇經營理念相同或是有共同願景的合作對象。但畢竟廠商各自內部文化都有不同，如何有效的磨合彼此差異，也是策略聯盟是否成功的關鍵因素之一。因此，可藉由適當的彼此交流宣導，讓彼此瞭解對方的行為模式與文化，都可降低無謂的交易成本，進而確保策略聯盟的穩健發展。

（三）策略聯盟相關案例

1. 弱競爭聯盟（凌網航艦）

根據工業局《2012 年度資訊服務業發展計畫成果彙編》資料，凌網航艦以提供「流

通/金流支付平台服務」做為國際整體輸出方案，領導廠商為凌網科技，其餘成員為：精誠資訊、虹堡科技、凌群電腦、聯宏科技及數位峰。整體方案涵蓋了發卡銀行的所有流程，如進件、徵信審核、製發卡、交易授權、清算交換、帳單列印、逾期催收；收單銀行的商店申請、審核裝機、收單與轉接、清算交換、帳務處理撥款；儲值紅利卡的商店加入、裝機、製發卡、儲值紅利活動、清算、帳務處理撥款，如圖 7-3-2。

圖 7-3-2 流通/金流支付平台服務整體方案各項產品



資料來源：經濟部工業局（2012），《2012 年度資訊服務業發展計畫成果彙編》。

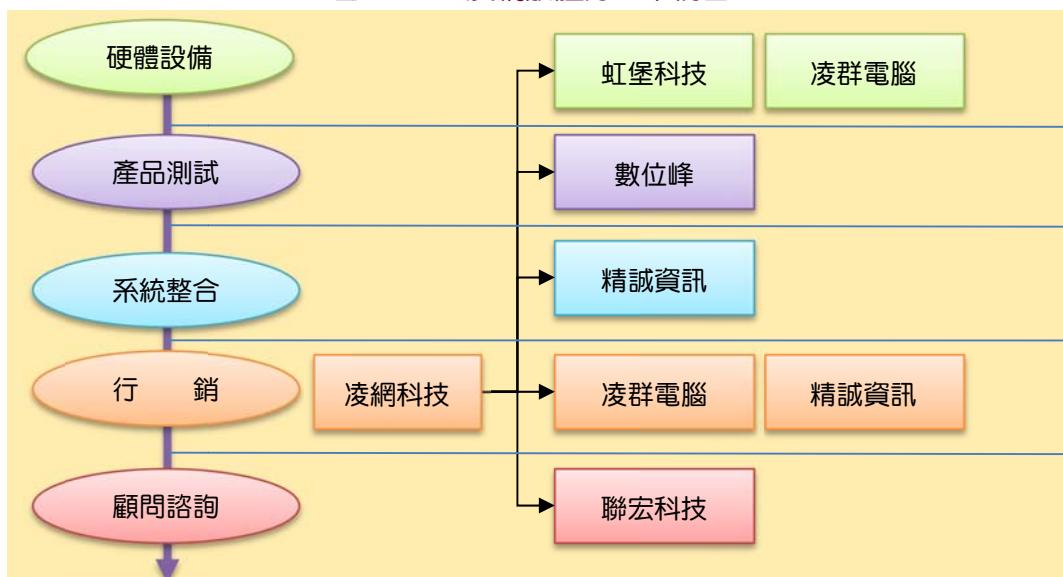
亦即，藉由各成員技術與產品的互補整合，便能針對各個金流流程提供包括「帳戶管理」、「商戶管理」、「客戶關係管理系統」、「顧問服務」、「維護服務」、「前後端硬體設備」及「前後台營運系統」等整體解決方案，且所有核心技術皆為自行開發，在價格及建置具有優勢，維護風險低。其分工架構圖如圖 7-3-3 所示。

凌網航艦在執行本案後，創造外銷值逾 3 億元新台幣。其中，紅利卡系統在泰國之市占率排名第一，且打敗市場競爭者—香港八達通與新加坡 EZ-Link，成功爭取到 6 家金融機構的訂單，包括泰國第一大商業銀行「泰國商業銀行」（Siam Commercial Bank）、泰國第二大發卡公司「泰國智慧卡公司」（TSC-CP Group）與泰國前三大信用卡發卡收單銀行” KhanThai Card “（KTC）等，為其提供 E-purse & Loyalty system、讀卡機、Switching system 等專業服務。

在中國大陸，凌網航艦也打敗勁敵 IBM、神州數碼、用友等公司，成功拓銷 7 家金融機構支付系統，指標客戶包括香港前三大發卡及收單行—香港中銀（國際）信用卡中心（BOCCC），提供了 Loyalty system、讀卡機、專業服務；以及發卡量 4000 多萬張、大陸前五大信用卡發銀行—大陸招商銀行，提供收單系統平台維運顧問服務及信用卡系

統晶片化服務。除金融機構外，擁有 50 多個據點的匯佳購物百貨（廣東省惠州大欣集團與凌網合資），5 萬張的會員儲值「歡樂卡」，也使用了凌網航艦的整體輸出系統平台及維運服務；元味麵包、糖朝、上海禾新醫院、上海 Starbucks（上海）等會員儲值卡，也是凌網航艦的系統。

圖 7-3-3 凌網航艦分工架構圖



資料來源：連文榮、蔡金宏（2013），《中小企業服務貿易輸出戰略研析》。

2. 非競爭聯盟（台灣好行）

交通部觀光局將 2012-2013 年的年度宣傳主軸定調為「Time for Taiwan 旅行台灣 就是現在」，其包括 6 大主題概念，分別為美食、購物、文化、樂活、生態與浪漫。在每個主題概念下，提出多條旅遊路線建議，並整合路線上之美食、交通、購物、住宿、伴手禮及旅遊資訊等服務資源，並建置專屬網站廣為宣傳，以達到吸引國際與全民旅客的目的。

在此主題架構之下，觀光局整合觀光相關產業，如餐飲、飯店、交通、旅行業等，組成「產業聯盟」。如「台灣好行」是透過整合交通與觀光產業，來提供景點接駁旅遊服務。而根據謝謂君與歐陽忻憶（2012）指出，「台灣好行」以「日月潭線」套票整合最為成熟，不論是接駁公車、環湖巴士、交通船、纜車、自行車、九族文化村門票、水社-車埕公路客運及臺鐵集集支線等各類交通及觀光產業，都在旅遊套票項目之內，其合作廠商包括南投客運公司、交通船業者、九族文化村、捷安特自行車及鄰近商家等，而南投客運公司更成立清境旅行社有限公司擔任發行單位，負責旅遊套票之企劃、印發、販售及拆帳等事宜。

3. 競爭聯盟（菁鑽聯盟）

菁鑽聯盟已成立 12 年，其成員包括北台灣的長榮桂冠酒店（基隆）、長榮桂冠酒店（台北），中台灣的長榮桂冠酒店（台中）、雲林劍湖山王子大飯店，南台灣的台糖長榮酒店（台南）、高雄國賓大飯店、墾丁凱撒大飯店，東台灣的麗翔酒店連鎖（礁溪館）、花蓮遠雄悅來大飯店、台東娜路彎大酒店，以及提供全台灣短期汽車租賃服務的格上租車。其不同於一般飯店業者獨立經營，而是由頂級五星級商務及休閒飯店進行策略聯盟，定位在高品質的飯店產品銷售，並搭配新興的異業租車行業，讓飯店業在激烈的市場競爭中，找出一片藍海。

其成立的目的，除了擴大國內旅遊市場的商機，更重要的是擺脫彼此競爭的概念，建立飯店同業間的資源共享、互助合作的合作機制，進而提升國內休閒產業的品質。最終目標為達到「每一縣市一家頂尖飯店」。

4. 準競爭聯盟（國際認證聯盟輔導專案）

根據經濟部中小企業處 2012 年《管理顧問業策略聯盟輔導成果案例集》資料，該策略聯盟以 ISO14001（環境管理系統）及 ISO14064（溫室氣體排放查證）為輔導主題，搭配聯盟組合式的服務，結合科建顧問、遠宏顧問及杜德顧問之管理專長，承研能源、能邁科技在能源管理、節能技術的專業領域之能力，以符合個別企業不同的需求。特色為結合顧問公司管理專長，以及技服業者在能源管理、節能技術的專業領域之能力，形成優勢互補與相互學習，強化各業者之競爭優勢。其參與者及專長如表 7-3-2。

表 7-3-2 國際認證聯盟成員與專長

單 位	專 長 說 明
科建企管顧問	Lean Production、6 Sigma、QIT、TQM / TQC、DOE、5S、QCC、TPM、ISO 認證
科承研能源科技	節能減碳、能源管理及節能能源技術
能邁科技	有害物質管理及檢測、國際環保法規趨勢掌握及環境生態設計輔導
遠宏顧問	綠色環境管理系統及環境永續保護
杜德顧問	TPM 輔導訓練、經營管理輔導訓練

資料來源：經濟部中小企業處（2012），《管理顧問業策略聯盟輔導成果案例集》。

據此，該聯盟之合作效益包括，人才培育（聯盟內部訓練課程）：實施「溫室氣體盤查與計算」1 場次、「綠色環境管理及綠色採購/設計」2 場次、「節能減碳作法與實例分享」2 場次，進行輔導技術轉移；工具應用（檢測技術應用）：以能邁科技在 ISO14064 之查驗專業能力，帶動聯盟其他成員應用溫室氣體輔導技術；業務開拓（企業輔導業務

開拓）：以聯盟合作輔導模式之企業減排解決方案，共同拓展輔導業務達 20%（科建、能邁、杜德）；學習圈建立（實施內部交流會）：召開聯盟內部作法分享說明會 3 場次，促進聯盟內部交流、學習氛圍之建立。

（四）中小企業策略聯盟成形之主要關鍵

若以前述策略聯盟成功之關鍵因素來檢視上述案例（表 7-3-3），可以發現各個案例在此五項因素都有一定的成熟度，如凌網航艦由於已歷經數年的磨合，在業務量有因策略聯盟而大幅增加的情況下，聯盟成員皆樂意繼續合作，而彼此的願景與溝通協調，也因長期合作而趨於一致；台灣好行則是在日月潭觀光有一定的業務量下，不同業者為了共同的願景，以策略聯盟方式來拉抬彼此的營業額，而且在同屬當地業者的情況下，相互合作的情形亦會更佳緊密；菁鑽聯盟則是聯盟之成員本就為具有一定水準之飯店業者，因此在彼此實力相當，成員相信彼此會帶來綜效而非累贅的情形下，互信的程度也十分堅固；國際認證聯盟輔導專案的情形，則由於市場規模在短期內難以打開，因此雖然在計畫期間有不錯的表現，但業務量難以持續，以致於後續聯盟較難維持。

表 7-3-3 策略聯盟案例關鍵因素分析

關鍵因素	凌網航艦	台灣好行	菁鑽聯盟	國際認證聯盟 輔導專案
聯盟合作對象	該計畫從 2006 年即開始第一階段，現今更在原有合作對象上擴大聯盟規模，顯現彼此合作融洽。	共同願景明確。	找尋同等級業者組成聯盟，彼此實力相當。	業者找尋以往有成功經驗之對象合作，增加聯盟成功機會。
良好商譽機制	歷經前期計畫合作，已有一定之商譽。	資訊流通易產生監督力量。	成員本身商譽卓著。	由中小企業業者自行組成，領導廠商有一定商譽。
公信第三方監督	已歷經數年磨合，彼此分工明確。	由政府力量推動	已進入成員彼此協議階段。	申請政府專案補助，有一定之監督力。
健全利益分配機制	業務分工明確，利益較無衝突	業務劃分明確，利益較無衝突	業務多屬不同地區，利益較無衝突	業務劃分明確，利益較無衝突
廠商文化衝突管理	歷經數年磨合，彼此有一定程度的瞭解	屬區域性聯盟，彼此共同性高	業務並無直接衝突，文化衝突問題較小	執行專案期間定期召開會議溝通協調

資料來源：連文榮、蔡金宏（2013），《中小企業服務貿易輸出戰略研析》。

換言之，由於目前其他商業服務業以及觀光文創等產業多為中小企業的情形下，需有一定之市場需求，且聯盟成員都能在此獲利以及聯盟成員都具有一定的貢獻之時，策

略聯盟才能持續發展，而後續聯盟間的信任與磨合，才有機會持續滋生，進而產生彼此學習的綜效，並提升聯盟成員的競爭力。

第4節 輸出戰略展望

由於台灣經濟向來以製造出口為主，而在全球經濟因金融海嘯與歐債危機聯袂而來之際，導致經濟成長不如預期。在此同時，台灣產業結構也已產生重大變化，製造與服務兩者分界越漸模糊，加上服務業已然成為台灣主要的結構產業。因此，如何推動服務業成長以及服務貿易出口，就成為打破經濟困境的主要思考方向。

然而在全球經濟趨緩，而服務貿易出口額也有所停頓的情況下，東南亞新興市場的強勁服務貿易進口需求，就十分值得台灣關注。從WTO資料可以發現，中國大陸、泰國、印尼、新加坡與菲律賓的服務貿易進口，其他商業服務（亦即專業技術服務）皆佔有一定之比重，而藉著本身經濟的高速成長，其對個人、文化與休閒服務的進口需求也亦有大幅成長。而台灣近年亦是以其他商業服務為主要服務出口項目，而個人、文化與休閒的服務也穩定成長中。因此，針對東南亞市場的開拓，似可以此作為主要重點發展產業。

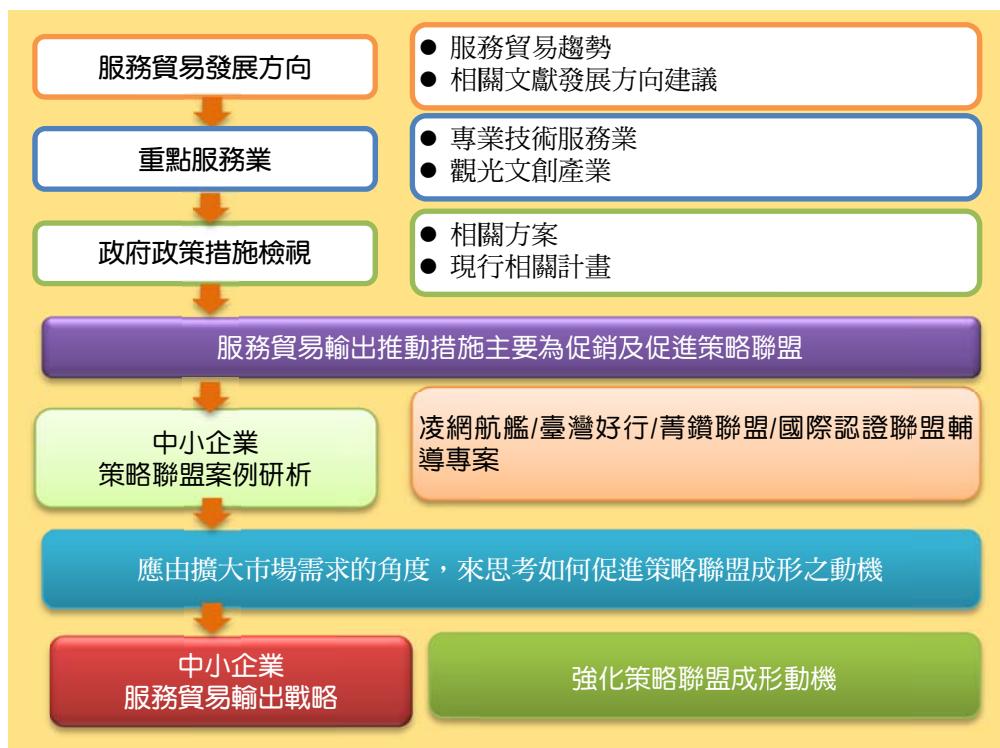
雖然我國專業技術服務目前仍難敵國際大廠的競爭，但若將客戶鎖定為無力支付高額費用的東南亞中小企業，加以台灣廠商的優秀品質與平價費用，應仍有所可為，如案例所提之凌網航艦，即是中小企業結合而開拓市場有成。另外，台灣的觀光文創產業，以目前的軟實力而言，仍舊領先於大中華地區。是以，除了可藉此作為出口的優勢之外，更可藉此來吸引外來遊客，進而促進我國旅行出口之成長。綜合上述，台灣如欲推動服務貿易出口，應以此兩項重點產業為主。

不過，在檢視相關政府對於此兩產業的相關措施後發現，大多扶持的項目仍著重在基本環境的建置，而在出口相關措施方面，乃是以促銷與鼓勵廠商進行策略聯盟為主。在促銷難以有效提升廠商本身競爭力的前提下，台灣推動服務貿易出口應在如何強化廠商進行策略聯盟之上。

職是之故，本專題繼而探討策略聯盟成功之關鍵因素與相關案例研析。從分析中發現，若欲使策略聯盟成功，對多數為中小企業的專業技術服務業與觀光文創產業而言，最重要的是，聯盟成員是否能在其中獲得利潤，以及聯盟其他成員是否有對等的貢獻。如上述兩者皆能達成，才能夠有後續相互學習綜效的產生，繼而提升廠商的競爭力。

換言之，中小企業服務貿易輸出戰略，應由擴大市場需求的角度，來思考如何促進策略聯盟成形之動機，其整體思維架構如圖7-4-1所示。

圖 7-4-1 中小企業服務貿易輸出戰略架構



資料來源：連文榮、蔡金宏（2013），《中小企業服務貿易輸出戰略研析》。

除此之外，由於服務貿易輸出入的資料，並無從得知國與國之間的相對進出口關係。因此，上述建議皆是從服務貿易發展趨勢的大方向來觀察，而得出之結論。職是之故，若從宏觀角度來觀察應如何促進中小企業的服務貿易輸出，則根據本專題之研析過程以及與公協會和業者訪談後發現，還需朝完善服務貿易統計、整合當地資訊提供、健全效益評估機制以及降低服務貿易輸出障礙等方向努力。

一、提升策略聯盟成形動機

（一）擴大業者發展空間

由於台灣專業技術服務業向來多為中小企業，因此為輔導扶助而催生了堅強的輔導體系，而這些單位已然成為國內各項專業的領頭羊。不論是在技術或資源上，都遠遠多於民間業者。雖然其對於一般中小企業在經營、技術或財務上都給予了莫大的幫助，而且奠定了中小企業發展的基礎。但是，若從協助專業技術服務業發展的角度來看，其角色恰與專業技術服務業重疊。也就是說，在市場規模有限的情況下，多屬中小企業的專業技術服務業者，需與在業界有領先地位的專業輔導單位競爭。如此一來，如同變相壓

縮了專業技術服務業者的生存空間。因此，如欲協助台灣專業技術服務業之發展，乃至於能夠進行服務貿易出口，政府應重新定位輔導單位的角色。換言之，政府應站在第二線，以技術移轉或以輔導專業技術服務業者來強化其競爭力作為主要任務，或是擔任中介的角色，以政府公信力建立起專業技術服務業者與一般中小企業溝通的橋樑，來確保彼此雙方的利益。如此，才能讓專業技術服務業者在市場有利可圖的情況下，進行本身經營策略的選擇，亦即組成策略聯盟來獲得市占率或降低成本，進而提升其本身之競爭力，達到與國際競爭之目的。

（二）降低補助業者經費之不確定性

檢視政府相關促進廠商進行策略聯盟的計畫後發現，目前相關計畫多以補助方式進行，而補助多為短期且一定上限之政府補助款搭配廠商配合款的形式。此舉的確有助於避免廠商道德風險的行為，但也侷限了累積廠商競爭力的可能。亦即，當計畫補助期程僅有2-3年時，有可能會造成廠商為進行策略聯盟計畫而採取臨時編組的方式來申請專案，並完全仰賴政府經費來支付人事等相關費用，這樣一來就會限縮了人事薪資的成長，也就無法有效累積專業技術服務業最重要的資產，人力資源。另一方面，政府補助款的撥款方式乃依據計畫需求而每年不同，但有一上限限制。這樣也造成了廠商經費使用上的不確定性增加，繼而促使廠商追求短期效益而難以累積本身競爭力。是以，在政府預算有限以及考慮長期培養廠商競爭力的情況下，或可將補助時程拉長，但每年經費可採階段成長，亦即初期經費補助款低，後期提高補助經費的方式，使總經費與現行相符，並加上定期審視措施，如廠商未達既定目標即可在期中終止專案進行。如此一來，在先期經費需求少的情況下，政府資源可用以促進更多廠商投入，爾後再擇定優良聯盟挹注更多資源，使其成功機率大增，並達到長期培養廠商競爭力的目的。

（三）定位台灣全球觀光角色

自政府力推觀光產業以來，台灣觀光產業產值大幅增加，但目前從中也發現值得注意的問題，即是觀光景點或活動訴求同質性太高。如老街文化、熱氣球活動等，其都為了能快速將觀光資源產業化而以大量複製模式沿用在各個縣市或景點之上。在這樣一窩蜂的情形之下，取而代之的將是附加價值的低落，亦即無法產生感動人的元素，自然對吸引旅客的誘因會有所降低。因此，政府對於台灣觀光資源應有統一整理與規劃。雖然目前政府正力推六大主題旅遊作為行銷主軸，但從中仍可發現相關路線或行程多為大同小異，而無法引起民眾的共鳴，相較於其他部落格或論壇而言，其專網的資訊與民眾迴響程度都遠遠不及。是以，在全球化的今日，台灣觀光應朝向與其他國家的差異性來努

力，亦即找尋本身在全球觀光上的定位，利用固有文化與生態優勢，擇定一兩項作為主要發展項目即可。就如同秘魯的印加古城之旅、巴西的嘉年華會、香港的購物天堂、澳門的博奕觀光等，其都是會讓人直接將活動或特有性質直接與該地串連，亦即成功在全球觀光市場中塑立起鮮明的印象。如此，才能在激烈的全球觀光競賽中，找出差異化，進而增加國際旅客探訪的誘因。

（四）資源持續投入觀光文創

由於目前台灣在大中華地區的軟實力，仍是處於領先地位，不論是藝文、流行或是固有文化，都具有一定的能量，但這都是數十年的積累與努力而來。因此，政府若無法持續的扶持相關活動，終有一天此項優勢將被消耗殆盡。換言之，雖然文化素養培植的成效緩慢且難以量化，但其卻是吸引國際旅客的核心因素。政府若不加以重視，僅從相關硬體設施的加強來作為促進觀光的主要措施，恐有本末倒置之嫌。職是之故，政府對於文化預算經費之編列應維持一定之比例，以持續深植台灣之文化素養，維持在大中華地區的軟實力領先地位。

二、完善服務貿易統計

由於目前相關服務貿易統計資料的不完善，使得強化服務貿易統計向來皆為政府扶持服務業發展的一項重點工作。不過由於服務貿易的特性並不如商品貿易一樣較為單純。因此在資料建置上確有其難以克服的限制。雖然如此，政府可先就具有發展潛力的新興市場為目標，建置一完善的服務貿易統計資料庫。相關資料應以現有之國際收支帳為基礎，朝深入服務業細項以及跨國間的相對資料方向努力，以做為政府及企業後續協助與發展策略的研擬依據。

三、整合當地資訊提供

從政府對於服務業發展協助的相關措施檢視後發現，由於服務業多為內需產業，因此服務貿易輸出先天上即面臨競爭劣勢，不論是當地民情、法規、潛規則、消費習慣等，都是產業的進入障礙。而目前政府亦從各個管道試圖消除此等資訊不對稱的情形。惟各資訊來源繁雜，企業可能會無所適從，因此，政府應將各相關資訊統一，或以平台方式呈現，但是需有審核機制，以確保各資料的品質。

四、健全效益評估機制

綜觀目前政府對於服務貿易輸出的相關措施，大抵上可以歸納為提升附加價值以及

強化行銷能力兩大層面，但是在措施不斷推陳出新之際，提升附加價值之實際成效的評估較為不易。雖然如此，仍需完善績效評估機制，以確保政府資源能有效運用。不過，由於因為服務業的創新不若製造業，可有立即的效果，因此績效評估的重點應在輔導機制流程的管控之上，並持續投入政府資源以協助服務業之創新。

五、降低服務貿易輸出障礙

在區域經濟是各國為求經濟發展的必然趨勢下，我國欲促進中小企業的服務貿易輸出，首先就需克服與他國之間的關稅與非關稅因素的障礙。也就是說，與他國簽訂自由貿易協定（FTA），來讓中小企業獲得與他國競爭時的立足平等，是至為關鍵的一步。因此，政府應積極推動與新興國家簽訂 FTA，以此降低服務貿易的輸出障礙。以我國與中國大陸簽訂的兩岸經濟合作架構協議（ECFA）來說，今年（2013 年）已完成兩岸服務貿易協議之簽署，在經濟自由開放與降低貿易障礙上，實有一定之效益，惟要如何兼顧因自由經濟對弱勢中小企業的衝擊，亦為政府所需努力的重點。

第8章 健全財務輔導資金金融通與落實投資

我國中小企業輔導政策始於 1964 年，在「中美基金」下設置小型貸款之融資項目，協助中小企業向國外進口機械設備，開啟中小企業輔導政策；1974 年成立「財團法人中小企業信用保證基金」（以下簡稱信保基金），協助具有發展潛力但欠缺擔保品之中小企業，分擔銀行融資風險，以提高銀行對中小企業融資之意願；1976 年 7 月台灣省營之「台灣合會儲蓄公司」改制為「台灣中小企業銀行」，成為中小企業之專業銀行；1981 年成立「經濟部中小企業處」；1982 年設立「財團法人台灣中小企業聯合輔導基金會」（以下簡稱聯輔基金會），使中小企業輔導體系略具雛型；為配合國內外經濟環境變遷之需求，於 1991 年研訂〈中小企業發展條例〉，依據該條例第 12 條規定，訂定「中小企業輔導體系建立及輔導辦法」，建構完善之中小企業發展政策及輔導措施；1992 年設立「中小企業財務融通輔導體系」，輔導中小企業健全會計制度、改善財務結構，並提供信用保證與資金融通協助。

隨著貿易自由化，全球區域經濟整合已成趨勢，國際經貿環境瞬息萬變，檢視近年國際經貿環境：2008 年受全球金融海嘯影響，致使景氣衰退及信貸緊縮；2009 年金融海嘯逐漸平息，全球經濟板塊由歐美移向亞洲，尤以新興市場經濟快速復甦最重視；2010 年兩岸經濟協議（ECFA）、兩岸金融監理備忘錄（MOU）、國際財務報導準則（IFRSs）；2011 年歐債危機擴大、美國債信評等遭受調降、東日本 311 大地震、海嘯造成供應鏈中斷衝擊、新興市場國家緊縮政策對抗通膨，明顯削弱經濟成長動能；2012 上半年受歐元區債務問題持續蔓延、美國經濟復甦緩慢、中國大陸經濟成長減緩，全球經濟成長力道疲弱，國際貿易成長趨緩，擠壓我國出口成長空間，惟自第 4 季起因全球景氣有回穩跡象，外貿逐漸改善，輸出成長幅度高於預期。面對全球經濟環境不穩定，促使國內產業結構需調整與改變以因應，而中小企業的資金運用與經營模式面臨挑戰，但也為追求彈性創新之中小企業帶來新商機。

第 1 節 提供財務融資服務與協處

中小企業因缺乏足夠的擔保品、保證人不易尋覓、會計制度不全，無法提供詳盡的財務資料、無信用基礎、財務基礎與管理薄弱，難獲銀行信賴、缺乏完整的償債計畫、未來收益不確定性高，以及缺乏相關財會人才等因素，銀行在審核融資資金時，往往無

法正確判斷該企業真實營運現況及承貸風險，導致核貸結果未能滿足中小企業的實際需求。有鑑於此，政府積極建置有效財務融通輔導機制，提供中小企業各類財務諮詢、診斷、輔導及協調金融機構對企業提供融資協處，並協助企業健全財務會計制度、培訓中小企業財務主管人才，以提升財務管理能力；同時透過金融機構廣設融資服務窗口，並結合中小企業信用保證基金、聯合輔導基金會及民間創業投資資源，協助中小企業取得投融資金及信用保證，暢通中小企業融資管道，協助企業在競爭激烈的環境下永續發展。

一、提供中小企業融資加值服務，提升中小企業財務力

經濟部中小企業處為提供中小企業融資輔導協助，執行「融資診斷服務計畫」透過多元諮詢服務、深化診斷輔導及專業財務人才培訓等方式，協助改善財管及融資困難等問題，更加強對融資條件欠佳，但具發展潛力之中小企業進行關懷，期能逐步強化中小企業財務制度健全，協助取得營運所需資金。

（一）融資輔導單一服務窗口—馬上辦服務中心

因中小企業在資金、人力、技術及資訊取得等先天條件上均較為缺乏，以致在因應問題能力上常顯不足，於面臨經營困境時，常因無力自行克服，且得不到即時有效協助。經濟部中小企業處為能加強協助中小企業順利取得與有效利用外部資源，於1996年成立「馬上辦服務中心」。提供中小企業迅速且又有效的服務，及時解決中小企業在經營上面臨的各種困難，尤其是與融資相關之諮詢與協助（包括貸款展延、債權協調、增貸等方面），以增強對環境變化與面臨問題時之應變能力，提升競爭力。中小企業財務融資協處機制如圖8-1-1。

圖 8-1-1 中小企業財務融資協處機制



資料來源：經濟部中小企業處，2013年。

（二）融資診斷輔導

為協助中小企業處理融資困難問題、提供一般性融資診斷、銀行債權債務協處、財會制度輔導、經營及財務管理等現場輔導服務，以協助中小企業建立合宜的財會制度、強化財務結構、健全經營體質，俾利其取得營運發展資金，進而提升中小企業之競爭力。經濟部中小企業處執行「中小企業融資診斷服務計畫－中南地區」及「中小企業融資診斷服務計畫－北東離島地區」。另為協助創新研發之中小企業提升財務資訊透明度，推動「創新型中小企業財會資訊應用發展計畫」，提供企業營運資金規劃、會計制度及內部控管等財會輔導服務，促進創新營運動能及競爭力。

二、設置中小企業融資服務窗口，協助資金融通與諮詢服務

自 1998 年起為提供中小企業主有效的融資資訊、擴大中小企業融資服務管道，於各大金融機構營業單位設置「中小企業融資服務窗口」。透過各窗口的服務機制，扮演政府與企業間的橋樑角色：一方面對業者提供政府融資相關活動與資訊，藉以改善企業過度依賴地下金融情形；另一方面則向政府反映業界之意見與需求，提供政府各部會制定政策之參考。

另外，為使中小企業瞭解銀行所提供之融資產品，金融監督管理委員會（以下簡稱金管會）鼓勵銀行擇定承作中小企業融資較高之分行，設置融資諮詢窗口，並於金管會銀行局網站揭露銀行對中小企業融資單一諮詢窗口（參見本書附錄 4），以提供中小企業更有效率之融資服務。

三、辦理中小企業融資服務平台，協助中小企業順利取得融資

為協助中小企業順利取得銀行融資，藉由提供更透明之營運資訊予銀行作為貸款評估之參考，便利銀行在瞭解中小企業之營運模式情況下，因明確掌握中小企業的資金需求，進而提高對中小企業之融資額度，媒合資金短缺之中小企業。

由中小企業發展基金出資新台幣 500 萬元，合作金庫、第一銀行、台灣中小企銀、玉山銀行及中國信託商業銀行等 5 家銀行各捐贈 500 萬元，合計 3,000 萬元，辦理「中小企業融資服務平台」（網址：<https://loansp.moeasmea.gov.tw>），提供 24 小時，全年無休的線上融資申請服務。平台於 2009 年上線，至 2013 年共計有 26 家銀行參與，幫助中小企業更輕鬆、簡便、有效率的取得融資。

四、透過各項專案貸款，協助中小企業取得專案融資

中小企業政策性專案貸款係政府為改善環境污染、降低勞動成本、協助取得建廠用地、提升競爭力及提高投資意願等目的，透過各種專案基金以直接或搭配銀行資金方式，協助中小企業取得專案融資，其與一般融資之不同，在於具有特定目的使用、提供利息優惠等特色。

現行（2013年）政策性專案貸款類別包括有：升級紮根、購置設備、創業、研究發展、發展觀光、出口海外投資、復舊類、小額、國際專利訴訟、服務發展及返台投資等11類24項。（參見本書附錄5）。

五、持續推動本國銀行加強辦理中小企業放款方案

為協助中小企業取得營運資金，強化銀行金融中介功能，金管會自2005年7月1日起實施「本國銀行加強辦理中小企業放款方案」，平均而言，每年均達成對中小企業放款餘額增加2,000億元之預期目標。

為配合黃金十年金融發展有關協助中小企業穩定發展政策，營造有利中小企業融資環境，金管會2013年持續實施「本國銀行加強辦理中小企業放款方案」（第八期），擬訂中小企業放款餘額之預期成長目標為新臺幣2,400億元，信保基金並配合提供5至9成之融資保證。金管會並鼓勵銀行擇定承作中小企業融資較高之分行，設置中小企業融資諮詢窗口，以就近提供中小企業更有效率之融資服務。

截至2012年12月底本國銀行對中小企業放款（含催收）餘額為4兆4,475億元。相較於2011年底增加3,798億元，成長幅度達9.34%。放款對象自第七期起增列經中小企業信用保證基金保證符合「商業登記法」第五條之小規模商業及認定視同中小企業者，並新增「均衡區域發展特別獎」，對於辦理成效良好銀行提供獎勵措施，以鼓勵銀行加強對中南部及花東、離島等地區之中小企業辦理放款，平衡區域發展。

六、提供財務管理專業服務－聯輔基金會

為配合政府發展中小企業之政策，提供綜合輔導，協助資金融通，改善財務管理，並培訓專業人才，俾強化中小企業經營體質提昇競爭力。於1982年，由台灣銀行、土地銀行、合作金庫、第一銀行、華南銀行、彰化銀行及台灣中小企業銀行等7家金融機構捐助基金成立「財團法人台灣中小企業聯合輔導基金會」，針對向金融機構融資遭遇困難且具發展潛力之中小企業，提供綜合輔導並協助資金融通，另外，為落實輔導工作，

而增添培育專業人才及出版財管叢書業務，以擴大服務範圍，戮力提昇中小企業競爭力。

服務項目包括：強化企業融資診斷服務、執行財務管理診斷及專案輔導、推動企業財務健檢 DIY 服務、培育企業各類專業人才、出版財務管理專業叢書、會員講習諮詢服務等。

七、協助青年逐夢創業－青年築夢創業啟動金貸款

經濟部與行政院青年輔導委員會共同規劃辦理之「青年築夢創業啟動金貸款」於 2012 年 8 月中旬開辦至 2013 年底，20 至 45 歲具中華民國國籍之初創事業青年均可於所創事業依法完成公司、商業設立登記或立案之六個月內向承貸金融機構提出申請。只要受過政府認可之培訓單位相關訓練，包括創業計畫書撰寫、財務管理、創業適性評估（創業風險認知）等課程至少 30 小時，且擔任所創事業之負責人就可提出，貸款資金可用於創業準備期所需之辦公室租賃或購置廠房、機器設備或營運週轉金等各項準備金、開辦費，目前承貸金融機構共有 17 家，除八大行庫外，尚有一些民營銀行也願意配合政策承貸，且對銀行來說，不只有政府提供最長二年之 1% 利息補貼，還有中小企業信用保證基金提供最高九成至九五成不等之信用保證，大幅提高對青年創業啟動金貸款承貸意願。

以創業青年申貸 100 萬元為例，於年利率 1.95%，貸款期限 6 年，寬限期 1 年之授信條件下，第一年每月繳息 1,625 元，自第二年起，採本息按月平均攤還，每月繳納 17,506 元，貸款相關細節可電洽馬上辦服務中心，免付費服務電話：0800-056-476。

第 2 節 中小企業融資信用保證

政府為加強對中小企業提供信用保證，於 1974 年成立中小企業信用保證基金（簡稱信保基金）。又為使信用保證制度及產業輔導機制更能配合產業政策發展需要，促使產業政策制定與執行工作結合，行政院於 2003 年 5 月 15 日核定，將信保基金目的事業主管機關由財政部改隸經濟部，持續配合政府辦理各項振興經濟及穩定就業等政策，積極發揮信用保證功能，協助中小企業順利取得金融機構融資，俾促進經濟發展及社會安定。

一、信保基金之宗旨及功能

信保基金創設宗旨，在提供直接及間接信用保證，以協助中小企業取得融資，發展經濟。具體言之，信保基金對中小企業提供信用保證，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。信用保證的主要功能為：

(一) 排除中小企業申請融資時擔保品欠缺之障礙

中小企業申請融資困難之原因，就其內部因素來說，一部分是經營能力或經營績效問題；另一部分則是擔保能力問題。就後者而言，乃中小企業本身規模小，資金來源不易，財務結構相形脆弱，所產生之普遍現象。信用保證之提供，對於具有發展潛力，經營狀況與信用紀錄正常之中小企業，可排除其擔保品欠缺之障礙，解決申請融資之困難。

(二) 提高金融機構辦理中小企業融資意願

由於中小企業融資筆數多、金額小，因此，融資作業成本相對較高；加以中小企業會計制度一般多不健全，徵信不易，且其先天上即缺少自有資金，易受景氣衰退影響而倒閉，故融資風險較高。以上這些特性，往往減低金融機構對中小企業融資之意願。信用保證之提供，可使金融機構對中小企業融資風險直接降低，辦理意願提高，亦使信保基金與金融機構辦理中小企業之無擔保品信用融資作業能力逐步提高，降低辦理中小企業融資成本較高、風險較大之先天限制。

(三) 配合有關輔導機構擴大輔導效果

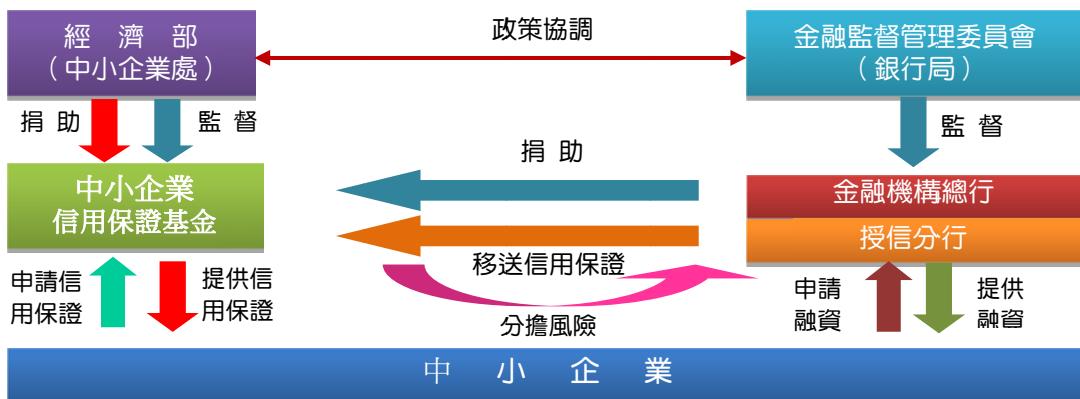
信用保證之提供，除以中小企業經營狀況、信用紀錄、貸款運用及償還計劃等為辦理依據以外，亦以政府政策為依歸。在消極方面為對各項輔導措施，配合提供信用保證，使輔導業務所需相關融資得以辦理，落實輔導效果；積極方面，則在將每一信用保證措施均與產業發展方向配合，引導中小企業融資之辦理，與中小企業升級的需要相結合，誘導中小企業改善其經營管理，提升生產技術與研究發展能力，達到自助人助之輔導目標。

二、信保基金之運作機制及申請信用保證之方式

信保基金之設立與運作機制，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，截至 2013 年 6 月底，政府累計捐助為 885.93 億元，占總捐助比例為 79.45%；簽約金融機構累計捐助為 224.11 億元，占總捐助比例為 20.10%；並採行與金融機構分攤融資損失之部分保證方式（圖 8-2-1），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通。換言之，中小企業因信用保證而自金融機構取得融資，如未依約履行還本付息之義務，經金融機構依法訴追，仍無法一部或全部受償時，即由信保基金依保證成數分擔融資損失。藉此，信保基金與金融機構得共同發揮專業功能，對保證案件之授信風險從不同之角度評估和管控，使雙方之努力能發揮互補效果。此外，在不影響中小企業取得資金的前提下，信保基金採行多項風險控管措施，對送保案件品質不佳之金融機構採取降低保證成數等措施，使

金融機構承擔較高損失，不致將風險較高之邊際客戶移送信保基金保證，並促其改善授信送保案件品質。

圖 8-2-1 信保基金之設立與運作方式



資料來源：財團法人中小企業信用保證基金。

信保基金為提升整體服務效能，建構更友善業務網路送保操作環境，於 2012 年 7 月 1 日啟用自行規劃建置之「信用保證網路作業系統」，將送保相關規定簡化，並藉由資訊系統檢核功能，將金融機構申請之案件分流處理，不但大幅縮短平均辦案天數、更減輕金融機構從業人員熟稔信用保證規章之負擔，提高信保作業效率。凡營運、票信及債信正常，且符合金融機構徵、授信規定之中小企業，均可申請信用保證。申請信用保證的方式，計有向金融機構申請、向信保基金申請或向專責窗口申請等三種管道，企業得視其需要選擇辦理。

（一）向金融機構申請

為方便全國各地中小企業運用信用保證機制，信保基金與全國 40 家主要金融機構簽約建立合作夥伴關係，企業可就近直接向該 40 家金融機構約 3,000 多個營業單位申請信用保證，再由金融機構透過信保基金「信用保證網路作業系統」申請或移送信用保證，讓企業更方便及快速運用信用保證機制取得營運所需資金。

（二）向信保基金申請

為配合政府加強對具有研發創新、市場開拓等發展潛力中小企業之融資輔導政策、增加中小企業融資管道，信保基金推出「直接保證」。企業可備齊申請書表及相關文件直接向信保基金申請信用保證，信保基金經檢視文件齊全且符合申請資格後，得視案情需要實地訪查，並就財務結構、經營團隊、無形資產、行銷通路、產業前景等各面向評估，經信保基金審核通過之案件即核發承諾書予申貸企業，申貸企業得執承諾書於所載

有效期間內，自行向來金融機構申請融資，惟承諾書並非金融機構同意融資的唯一必要條件，金融機構仍保有最後准駁的權利。目前「直接保證」適用對象為政府指定之產業推動辦公室或輔導機構等單位推薦之企業，或曾獲相關獎項、通過政府研發輔導計劃之企業。

（三）向專責受理窗口申請

為協助特定產業發展，政府相關單位辦理特定產業之融資信用保證，企業須先至各該政府單位專責受理窗口辦理，如文化創意產業優惠貸款係向文化部申請、自有品牌推廣海外市場貸款係向經濟部工業局申請等。另信保基金與相關單位、各縣市政府及企業以火金姑(相對保證)專案之方式合作提供較優之融資信用保證，且為了協助申請者創業、建立經營管理制度或運用政府資源，各該合作單位多設立專責窗口提供創業諮詢、訓練課程、融資及保證協助、關懷輔導等服務，企業或欲創業者可直接向受理窗口申請，如行政院勞工委員會(微型創業鳳凰貸款)、各縣市政府、中華電信、中鋼、麗寶建設等之專責窗口。

三、信保基金配合政府政策擴大辦理信用保證業務

為協助中小企業獲得營運所需之融資，信保基金先後開辦多項保證業務，舉凡中小企業各階段營運所需融資均包含在內（表 8-2-1）。目前辦理中者計有一般貸款、購料週轉融資、外銷貸款、履約保證、商業本票保證、政策性貸款、批次信用保證及各項創業貸款等。

表 8-2-1 提供企業各階段需求之融資保證

企業成長階段	創建期	成長期	成熟期	衰退與創新成長期
資金需求主要內容	創業資金、研發資金、購置生產設備、產品開發及行銷	短中期週轉金、中長期資金－擴充設備、產能、產銷存規劃、健全管理制度	中長期資金、研發資金－增強產能、強化產銷存管理制度及財務結構	研發資金－開發新產品、新技術、友善環境措施
可應用之主要融資保證	青年築夢創業啟動金貸款、青年創業貸款、微型創業鳳凰貸款、火金姑專案貸款、信扶專案創業貸款、企業小頭家貸款	一般貸款、商業本票保證、外銷貸款、購料週轉融資、履約保證、協助中小企業增加國內投資、協助中小企業參與公共建設	自有品牌貸款、政策性貸款、知識經濟企業融資、供應商融資保證專案、促進中小企業出口融資保證專案	政策性貸款、知識經濟企業融資、貿易自化受損產業升級轉型貸款、加強推動台商回台投資專案貸款、綠能與產業設備輸出貸款

資料來源：財團法人中小企業信用保證基金。

除一般中小企業信用保證業務外，信保基金亦配合政府各項政策推動需要，辦理多項專案信用保證。目前，信保基金配合政府政策辦理之融資信用保證如下：

(一) 促進就業融資保證專案

為配合政府之「振興經濟促進就業措施」，協助企業順利向金融機構取得營運所需資金，以維持及創造就業，於檢討 2008 年底起為因應全球金融海嘯所推出「千金挺專案」之實施績效後，及為進一步配合政府促進就業之政策，2010 年推出「促進就業融資保證專案」，除維持原有放寬措施，並將新創事業貸款納入信用保證範圍，不受保證對象標準有關連續營業規定限制，及對具維持及創造就業效果之企業降低保證費率等；2011 年為持續配合提升國內就業率政策，在兼顧中小企業融資及保證風險下，經修正並延長該專案相關措施辦理期限至 2011 年 12 月底止；又 2012 年為因應全球經濟趨緩隱憂，確保我國經濟成長，經濟部配合行政院推動「經濟景氣因應方案」，延長「促進就業融資保證專案」實施期限至 2012 年 12 月 31 日止。2012 年「促進就業融資保證專案」實施內容及成果如圖 8-2-2。

圖 8-2-2「促進就業融資保證專案」實施內容及成果



資料來源：財團法人中小企業信用保證基金。

(二) 創業貸款信用保證

為輔導創業青年開創事業，創造工作機會，信保基金於 1986 年 10 月即開辦青年創業貸款信用保證業務。近年來，行政院勞工委員會、法務部、台北市政府及新北市政府等，陸續以火金姑(相對保證)方式與信保基金合作辦理相關創業貸款信用保證業務。2011 年 7 月，財團法人中國信託慈善基金會為協助弱勢民眾經由創業脫離貧困，特提供保證專款，委由信保基金辦理「信扶專案貸款信用保證」業務，為民間單位委託信保基金辦

理創業貸款保證之首例。2012年8月開辦「青年築夢創業啟動金貸款」信用保證，鼓勵青年築夢創業，繁榮地方經濟。

(三) 火金姑(相對保證)專案信用保證

信保基金於2006年起推動火金姑(相對保證)專案業務，主要目的為藉由龍頭企業與信保基金合作，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、經銷商或加盟企業信用保證，以確保其銷貨款項的收回，及鼓勵企業投入創新研發，提高產品附加價值，促進產業升級。目前已有中國鋼鐵公司、中華電信公司、麗寶建設集團等知名企業完成捐助。2007年5月，信保基金將火金姑(相對保證)專案之合作對象延伸至政府機關，結合政府輔導政策與信用保證資源，共同協助個人或中小(微型)企業自金融機構取得創業或營運所需資金，以發揮資源共乘效果。信保基金火金姑(相對保證)專案信用保證項目如表8-2-2。

表8-2-2 信保基金火金姑(相對保證)專案一覽表

合作對象		信用保證項目	適用對象
企業	中國鋼鐵(股)	火金姑(相對保證)專案	中小企業
	中華電信(股)		
	麗寶建設(股)		
中央機關	行政院勞委會	微型創業鳳凰貸款 就業保險失業者創業貸款	中高齡創業者、創業婦女 創業之就業保險失業者
	法務部財團法人 台灣更生保護會	更生事業甘霖專案貸款	創業之更生人
	教育部體育署	運動服務業貸款	中小企業
	行政院經建會	離島永續發展優惠貸款	中小企業
	台北市政府	台北市中小企業融資貸款 台北市中小企業策略性及創新升級融資貸款 台北市青年創業融資貸款	台北市之公司、商號、攤商 台北市中小企業 台北市之創業青年
地方政府	新北市政府	新北市政府幸福創業微利貸款 新北市中小企業融資貸款	新北市之弱勢創業民眾 新北市之中小企業
	台中市政府	台中市政府幸福小幫手貸款	台中市中小企業
	臺南市府	臺南市中小企業貸款	臺南市之公司、商號、攤商
	高雄市政府	高雄市小蝦米商業貸款及策略性貸款	高雄市之公司、商號、攤商
	屏東縣政府	屏東縣中小企業貸款	屏東縣之公司、商號、攤商
	宜蘭縣政府	宜蘭縣政府幸福貸款	宜蘭縣之公司、商號、攤商
	澎湖縣政府	澎湖縣中小企業融資貸款	澎湖縣之公司、商號、攤商

資料來源：財團法人中小企業信用保證基金。

截至2013年6月底，火金姑(相對保證)專案辦理成效：1.與中央機關合作－保證12,206件，協助取得融資91.50億元；2.與地方政府合作－保證3,098件，協助企業取得融資21.89億元；3.與企業合作－保證18,230件，協助企業取得融資159.43億元。

（四）災害復舊貸款信用保證

1. 中小企業災害復舊專案貸款信用保證：為協助因遭受災害致營業場所、廠房、商品、原物料及在製品等受毀損之中小企業取得從事復舊所需資金，於 2006 年 5 月開辦此項業務。
2. 協助天然災區住宅修繕貸款信用保證：為協助天然災害受災民眾，取得家園重建所需資金，於 2008 年 10 月開辦此項業務。

（五）特定產業貸款信用保證

1. 電影事業廣播電視節目供應事業及有聲出版事業優惠貸款信用保證：為配合政府振興影視產業，推動重點影視產業發展，以協助影視產業之中小企業取得營運資金，於 2007 年 2 月開辦此項業務。
2. 重點服務業融資信用保證：為配合經濟部推動重點服務業發展，協助具發展潛力之重點服務業獲得資金融通，強化競爭力，配合提供信用保證，於 2010 年 5 月開辦此項業務。
3. 貿易自由化受損產業升級轉型貸款信用保證：為減緩易受貿易自由化影響之產業衝擊，協助業者轉換業種與產品，俾利受損產（企）業取得升級轉型貸款資金，配合提供信用保證，於 2010 年 7 月開辦此項業務。
4. 綠能與產業設備輸出貸款信用保證：為協助企業降低成本、提升品質，藉以擴展國際市場，於 2013 年 1 月開辦此項業務。
5. 加強推動台商回台投資專案貸款信用保證：為強化回台之台商取得資金之能力，提升金融機構貸款意願，於 2013 年 1 月開辦此項業務。

（六）其他專案貸款信用保證

1. 自有品牌推廣海外市場貸款信用保證：為協助企業在國際上建立並推廣自有品牌，於 1990 年 10 月開辦自創品牌貸款信用保證業務（自創品牌貸款於 2006 年 6 月更名為自有品牌推廣海外市場貸款）。2006 年 12 月配合經濟部「品牌台灣發展計畫」，提高每一申貸企業信用保證額度為 2 億元。本項保證對象包含非中小企業。
2. 國內民營企業國際專利權訴訟貸款信用保證：為協助國內民營企業取得因應國外企業國際專利權訴訟所需資金，於 2005 年 7 月開辦此項業務。本項保證對象包含非中小企業。

3. 協助中小企業赴有邦交國家投資融資信用保證：為配合政府「榮邦計畫」政策，協助國內廠商赴有邦交國家投資取得所需資金，於 2006 年 1 月開辦此項業務。
4. 提升景氣非中小企業專案貸款信用保證：為配合政府提升景氣及協助企業取得營運資金，提供信用保證，於 2012 年 2 月開辦此項業務。
5. 小店家貸款信用保證：為落實政府促進就業政策，鼓勵金融機構運用自有資金，協助小規模商業取得所需營運資金，於 2010 年 5 月開辦此項業務。
6. 中小企業新創事業貸款信用保證：為鼓勵創新創意，推動新創事業發展，誘發企業創新經營模式，促進產業創新改變，提升產業競爭能力，配合提供信用保證，於 2010 年 7 月開辦項業務。

四、信保基金信用保證成效

信保基金經過 39 年努力，不論在保證對象、保證項目、保證行業、保證額度、簽約金融機構，或是促進中小企業融資措施等方面均有長足的發展，且保證金額迭創歷史新高紀錄。

(一) 協助中小企業取得信用融資

截至 2013 年 6 月底，信保基金已累計協助 337,781 家企業，自金融機構取得融資金額 10 兆 6,524 億元，保證金額 7 兆 6,664 億元，承保件數逾 508 萬件。其中累計承保中小企業家數 329,690 家，協助中小企業取得金融機構融資金額計 10 兆 4,882 億元，保證金額 7 兆 5,471 億元，承保件數逾 501 萬件。（表 8-2-3、表 8-2-4、表 8-2-5）

表 8-2-3 2007 年至 2013 年 6 月信保基金承保情形

年別	保證戶數 (戶)	承保件數 (件)	保證金額 (百萬元)	融資金額 (百萬元)	年底保證餘額 (百萬元)	年底融資餘額 (百萬元)
2007	154,859	238,801	290,611	495,257	358,998	554,129
2008	147,452	237,446	330,757	523,151	328,988	501,395
2009	139,755	254,807	475,248	631,207	393,928	532,439
2010	135,821	312,593	692,598	863,787	489,577	625,493
2011	136,244	342,796	808,426	1,011,834	554,123	699,851
2012	139,095	370,144	911,183	1,142,475	610,065	767,883
2013 年 1-6 月	135,599	192,247	503,654	627,837	645,592	809,528

附 註：上列之保證戶數係年度全體保證案件戶數，不含信保基金接受教育部、國防部、台北市、新北市、台中市、臺南市及高雄市政府委託代為辦理高級中等以上學校學生就學貸款、留學貸款、青年海外生活體驗貸款，及與財團法人中國信託慈善基金會合辦之「信扶專案貸款」信用保證業務。

資料來源：財團法人中小企業信用保證基金。

表 8-2-4 2007 年至 2013 年 6 月信保基金協助中小企業承保情形

項目 年別	保證戶數 (戶)	承保件數 (件)	保證金額 (百萬元)	融資金額 (百萬元)	年底保證餘額 (百萬元)	年底融資 餘額(百萬元)
2007	147,227	236,409	288,210	492,721	348,553	542,550
2008	139,768	235,020	327,830	519,654	318,705	489,946
2009	130,269	248,374	462,030	613,141	376,768	511,394
2010	124,932	305,463	676,592	842,801	468,750	600,562
2011	124,640	336,973	800,382	1,001,720	536,400	679,336
2012	126,864	364,829	904,700	1,134,424	593,698	748,809
2013 年 1-6 月	123,467	189,186	499,951	623,153	629,126	790,239

資料來源：財團法人中小企業信用保證基金。

表 8-2-5 2012 年信保基金承保情形統計－依保證項目別

單位：件；億元

保 證 項 目	保證件數	保證金額	融資金額
一般貸款	166,848	4,206.89	5,563.64
購料週轉融資	84,592	1,470.58	1,975.46
外銷貸款	2,305	47.76	63.54
履約保證	7,847	122.53	161.93
商業本票保證	193	11.01	14.89
政策性貸款	937	39.48	50.25
批次信用保證	31,518	1,953.13	1,953.13
小額簡便貸款	1,235	9.93	12.98
企業小頭家貸款	257	3.29	4.12
青年築夢創業啟動金貸款	145	0.69	0.77
小店家貸款	15	0.04	0.06
中小企業新創事業貸款	4	0.06	0.07
供應商融資保證專案	162	1.83	2.04
災害復舊貸款	10	0.39	0.46
自有品牌貸款	2	0.13	0.17
青年創業貸款	2,712	19.42	21.64
重建家園貸款	1	0.01	0.01
促進產業研究發展貸款	1	0.18	0.23
知識經濟企業融資	82	2.28	3.22
電影事業廣播電視節目供應事業及有聲出版事業優惠貸款	16	1.17	1.42
運動服務產業貸款	25	0.61	0.70
火金姑（相對保證）專案貸款	3,654	29.86	31.53
火金姑（相對保證）微型創業鳳凰貸款	590	2.86	3.01
火金姑（相對保證）旅行業貸款	2	0.05	0.05
火金姑（相對保證）台北市中小企業融資貸款	128	0.82	0.89
火金姑（相對保證）台北市中小企業策略性及創新升級融資貸款	72	0.62	0.68
火金姑（相對保證）台北市青年創業融資貸款	300	1.13	1.19
火金姑（相對保證）新北市政府幸福創業微利貸款	24	0.08	0.09
火金姑（相對保證）臺南市中小企業貸款	19	0.32	0.40
火金姑（相對保證）高雄市小蝦米商業貸款及策略性貸款	31	0.11	0.12
火金姑（相對保證）屏東縣中小企業貸款	13	0.06	0.06
火金姑（相對保證）宜蘭縣政府幸福貸款	44	0.19	0.21
擴大綜合額度	63,640	1,034.70	1,350.07

保 證 項 目	保證件數	保證金額	融資金額
重點服務業融資	10	0.75	0.83
協助中小企業參與公共建設	2,135	107.29	144.64
協助中小企業增加國內投資	165	14.06	18.85
振興經濟非中小企業專案貸款	18	1.81	2.63
提升景氣非中小企業專案貸款	387	25.51	38.56
莫拉克颱風受災企業融資	1	0.15	0.17
莫拉克颱風受災住宅貸款	4	0.05	0.05
合 計	370,144	9,111.83	11,424.75

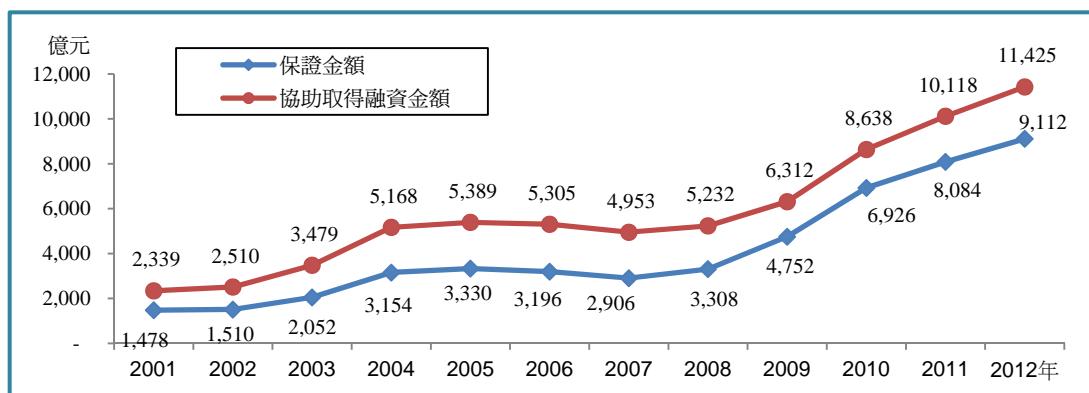
附 註：上列之保證戶數係年度全體保證案件戶數，不含信保基金接受教育部、國防部、台北市、新北市、台中市、臺南市及高雄市政府委託代為辦理高級中等以上學校學生就學貸款、留學貸款、青年海外生活體驗貸款，及與財團法人中國信託慈善基金會合辦之「信扶專案貸款」信用保證業務。

資料來源：財團法人中小企業信用保證基金。

（二）減緩中小企業遭受外在不景氣衝擊

在經濟景氣衰退階段，金融機構融資作業往往傾向保守，中小企業受先天條件不足等因素影響，在獲取融資上相形不利，此一階段對信用保證之需求更形提高，以彌補金融機構辦理融資信心之不足，信用保證對中小企業融資環境實具有穩定之作用。歷年來，信保基金在我國景氣循環處於谷底階段之前後期間，均擴大採行各項輔導中小企業之措施，藉以減緩中小企業遭受景氣蕭條期間及景氣復甦初期之不利因素影響。（圖 8-2-3）

圖 8-2-3 2001 年至 2012 年信保基金承保情形



資料來源：財團法人中小企業信用保證基金。

（三）協助中小企業成長茁壯

曾經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 2013 年 6 月底，已成長茁壯超過中小企業認定標準，成為大企業者計 2,535 家；股票已上市、上櫃及興櫃者合計 796 家（表 8-2-6）；歷年「國家磐石獎」、「小巨人獎」、「創造就業貢獻獎」、「中小企業創新研究獎」及「國家品質獎」之得獎企業中約 63% 為經信保

基金保證協助取得金融機構融資之企業。（表 8-2-7）

表 8-2-6 2013 年 6 月底信用保證戶上市、上櫃及興櫃家數表

類別	經信保基金保證之企業家數(A)	上市、上櫃及興櫃企業總家數(B)	保證企業所占比率(%) (A/B)
上 市	271	838	32.34
上 櫃	374	646	57.89
興 櫃	151	271	55.72
合 計	796	1,755	45.36

資料來源：財團法人中小企業信用保證基金。

表 8-2-7 2013 年 6 月底信用保證戶獲獎家數表

得獎項目	屆 別	年 度	得獎之保證企業家數	得獎企業總家數	得獎之保證企業家數比率 A/B
小巨人獎	1-15 屆	1998-2012	167	234	71.37
國家品質獎	1-22 屆	1990-2012	12	19	63.16
國家磐石獎	1-21 屆	1992-2012	176	232	75.86
創新研究獎	1-19 屆	1993-2012	411	591	69.54
創造就業貢獻獎	1- 7 屆	2010-2011	59	236	25.00
合 計	-	-	825	1,312	62.88

資料來源：財團法人中小企業信用保證基金。

五、信保基金因應景氣推動之新措施

為擴大協助中小（微）型企業順利取得營運資金，並活絡地方經濟小規模商業貸款，信保基金除積極與各機關（構）合作辦理「火金姑專案」貸款保證外，亦配合經濟部之輔導政策，積極在 2012 年推出青年築夢創業啟動金專案、企業小頭家貸款、供應商融資保證專案、促進中小企業出口融資保證專案及結合非營利組織（NPO）扶助中低戶自立等融資信用保證，並於 2012 年 7 月 1 日啟用自行規劃建置之「信用保證網路作業系統」，強化整體作業效率，提升金融機構貸放予中小企業之意願，協助中小企業更便利取得金融機構融資，有效落實輔導政策。

（一）青年築夢創業啟動金貸款：為協助新創事業發展，提供籌設階段之創業啟動金，並鼓勵青年築夢創業，形塑在地產業特色，由信保基金提供專案信用保證之創業啟動金，配合金融機構自有資金，給予最高保證成數 9 成 5、最高額度 200 萬元之創業啟動金。於 2012 年 8 月開辦以來累計至 2013 年 6 月底，已承保 809 件，協助取得 4.18 億元創業資金。

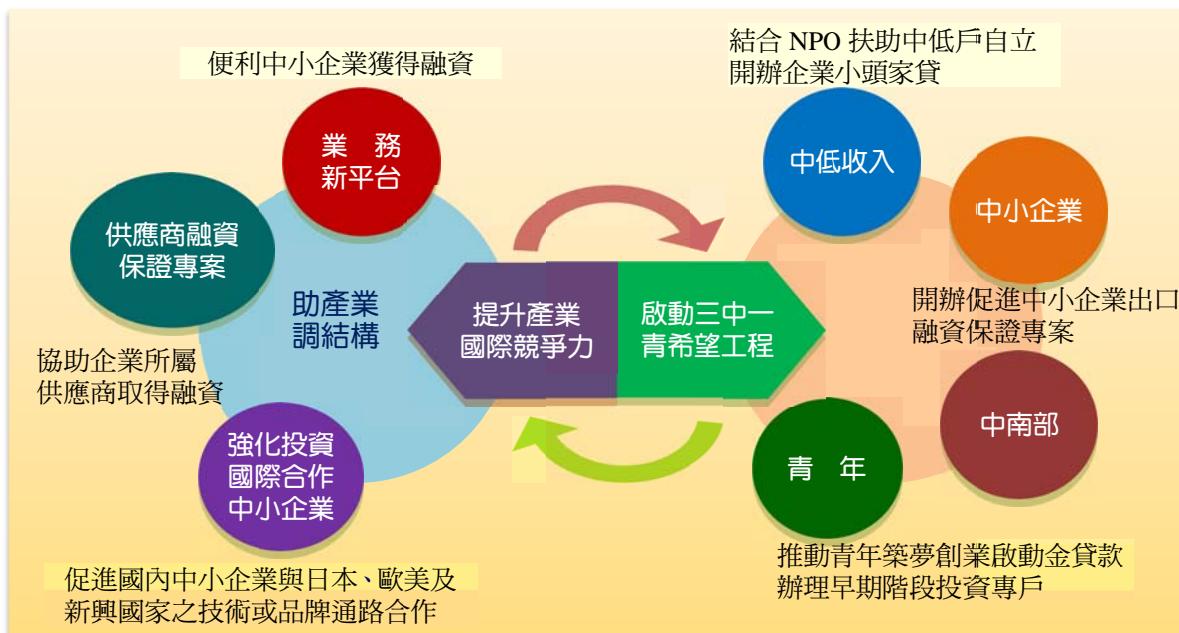
(二) 企業小頭家貸款：為協助小規模事業以簡便之融資方式，向金融機構取得營運週轉金，活絡經濟動能，創造就業機會。於 2012 年 10 月開辦以來累計至 2013 年 6 月底，已承保 1,491 件，協助取得 21.79 億元營運資金。

(三) 供應商融資保證專案：配合中小企業之交易型態設計，以擴大協助有實際交易且具明確還款來源之中小企業供應商取得資金融通。截至 2013 年 6 月底，已承保 1,012 件，協助取得融資金額 13.25 億元。

(四) 促進中小企業出口融資保證專案：為運用信用保證及保險機制降低買方信用風險，協助出口商取得融資。2012 年 11 月開辦以來，目前已有約 30 多家企業申請金貿通服務約，8 家企業完成授信案件申請，並由保險公司針對其國外買家徵信中。截至 2013 年 6 月底，已承保 6 件，協助取得融資金額 1,466 萬元。

(五) 結合非營利組織 (NPO) 扶助中低戶自立：結合非營利組織 (NPO) 共同協助微小企業取得融資。至 2013 年 6 月底，已辦理 214 件，協助中低收入戶取得融資 9,809 萬元創業資金。

圖 8-2-4 2012 年因應景氣推動之融資保證、貸款新措施

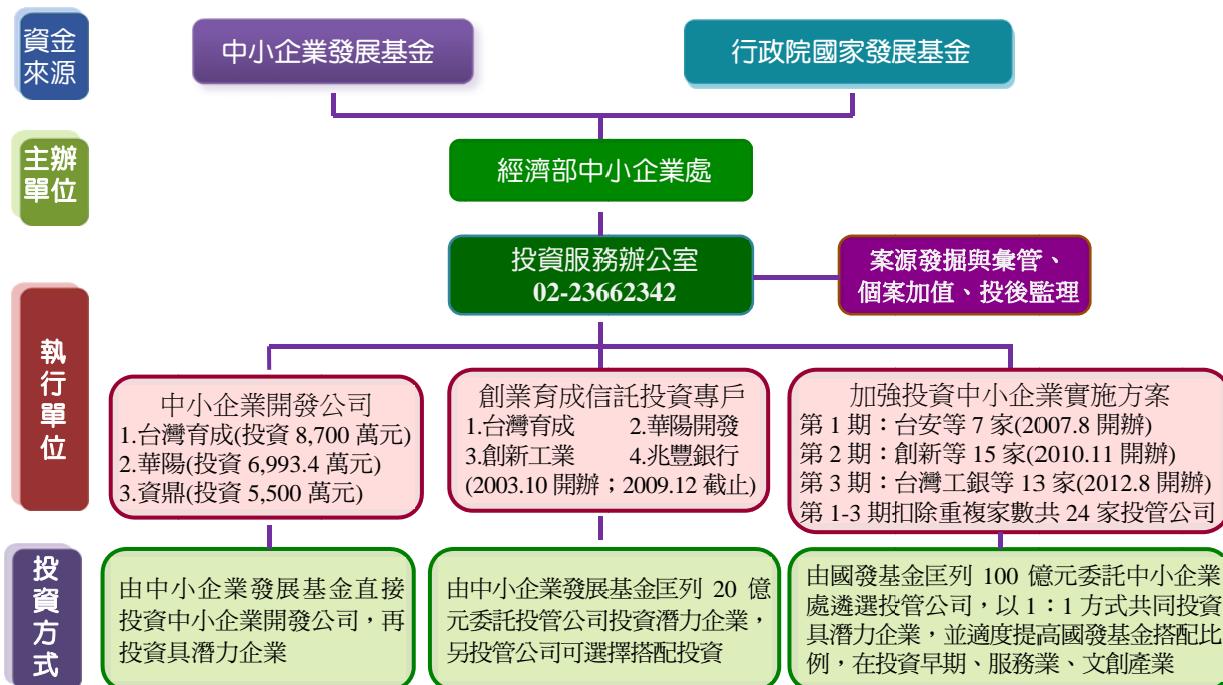


資料來源：經濟部中小企業處，2013 年。

第3節 強化投資中小企業

為提升中小企業競爭力及資金募集管道，於 1993 年 3 月 26 日發布〈中小企業開發公司設立營運管理辦法〉，以參與設立中小企業開發公司之方式，對中小企業進行投資或提供經營管理及諮詢顧問輔導等業務。另外，為協助中小企業解決權益資金取得問題，中小企業處於 2003 年 10 月成立「中小企業創業育成信託投資專戶」，及 2007 年 8 月行政院國家發展基金撥款 100 億元，委託中小企業處辦理「加強投資中小企業 100 億元計畫」。（圖 8-3-1）

圖 8-3-1 加強對中小企業投資架構



資料來源：經濟部中小企業處，2013 年。

一、設置投資服務辦公室

中小企業處為使投資計畫進行更具效率，於 2007 年 9 月成立「投資服務辦公室」。投資服務辦公室定位在協助委託單位執行「加強投資中小企業實施方案」及「創業育成信託投資專戶」二投資計畫，提供智庫幕僚及行政支援服務。對中小企業、育成中心輔導廠商提供整合輔導及媒合國內外創投資金服務，並作為執行計畫的投管公司與中小企業間溝通協調的平台。服務對象包括：（一）投資基金委託單位：行政院國家發展基金

管理會、中小企業發展基金管理委員會；（二）有資金需求的中小企業；（三）專業管理公司。

二、國發基金「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於2007年4月通過「加強投資中小企業實施方案」，並由國發基金提撥100億元，委託中小企業處辦理「加強投資中小企業100億元計畫」。執行期限10年，前7年進行投資，後3年進行剩餘投資案處分，於2007年8月30日正式啟動。中小企業處已遴選24家投管公司，採共同搭配投資方式，投資具發展潛力之中小企業，促進中小企業發展。

「加強投資中小企業實施方案」委託投管公司原以1:1資金搭配方式投資具發展潛力中小企業，為推動中小企業發展，改善早期階段企業籌資不易的問題，並配合行政院推動服務業發展方案提升國內就業機會，2010年9月修正〈加強投資中小企業實施方案作業要點〉，調整資金搭配方式：

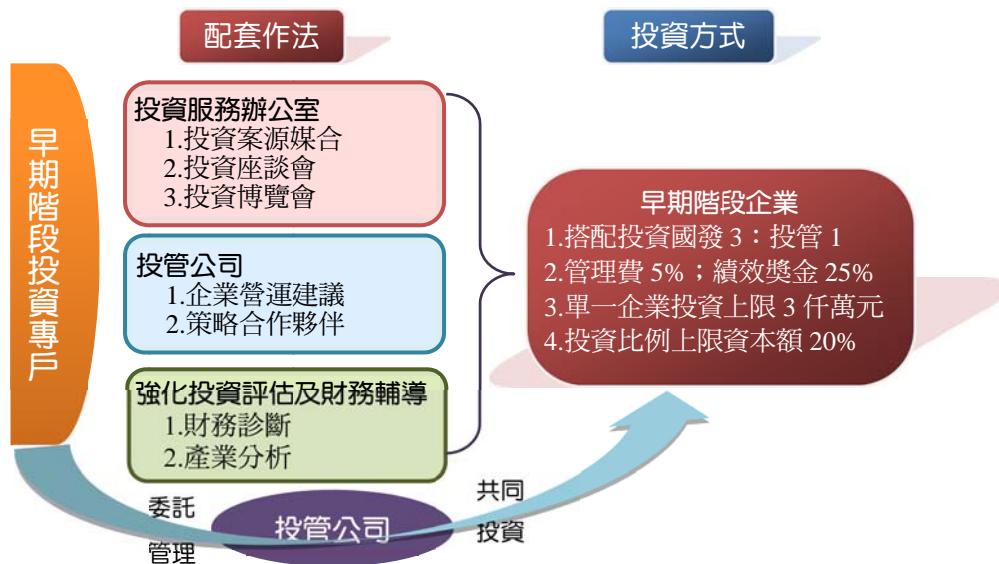
- （一）投資種子期及創建期企業，搭配投資比例國發基金3:投管公司1。
- （二）投資文化創意產業，搭配投資比例國發基金3:投管公司1。
- （三）投資重點服務業，搭配投資比例國發基金2:投管公司1。
- （四）專業管理公司投資評估時點前一年內，國內僱用員工增加30人（含）以上者，搭配投資比例國發基金2:投管公司1。

藉由上述各項措施提高投管公司投資新興產業之誘因，引導民間資金配合政府政策投資至各項重點發展產業，截至2012年12月底，合計投資119家企業、累計國發基金投資金額37億9,578萬元，管理公司搭配投資金額30億5,080萬元，總計投資金額68億4,658萬元。

三、加強投資中小企業實施方案－早期階段投資

為持續改善早期階段企業籌資問題，規劃運用「加強投資中小企業實施方案」開辦「早期階段投資專戶」：委託投管公司以搭配投資方式，共同投資早期階段企業相關措施如下：（圖8-3-2）

圖 8-3-2 早期階段、策略性服務業投資專戶措施



資料來源：經濟部中小企業處，2013 年。

四、國發基金辦理「加強投資策略性服務業實施方案」

為加強投資策略性服務業，以促進服務業發展，增加我國服務業之就業機會、擴大服務輸出及協助中小型服務業者籌資，行政院國家發展基金於 2012 年 5 月通過「加強投資策略性服務業實施方案」。本項方案特點：

- (一) **方案額度**：額度為新台幣 100 億元，投資期限 10 年。
- (二) **投資期程**：全程達 13 年（前 10 年投資、後 3 年進行處分）。
- (三) **投資範圍**：屬策略性服務業者，包括資訊服務業、華文電子商務、數位內容、雲端運算、會展產業、美食國際化、國際物流、養生照護、設計服務業及其他經執行單位專案認定之服務業。
- (四) **限時加強投資**：採分配與共用額度併行，委託 15 家專業管理公司，於第一年給予承諾投資額度之基本管理費 2%，第二年起採投資餘額給付。
前三年採分配額度，後三年視各專業管理公司投資情形回收額度為共用額度。
- (五) **達成政策指標激勵措施**：若專業管理公司協助服務業者增加就業人數、增加海外授權金、運用科技化提高產值，每一指標經審核通過可加碼給予管理費(0.5%~1%)，總管理費上限可達 5%。

(六) 共同投資搭配比例：1:3、1:5（中小企業開發公司）

(七) 投資評估與管理：相關投資案件之投資評估、審議核決、合資協議及投資後管理，悉委由經濟部工業局辦理，經濟部工業局得視需要委任專業管理公司協助辦理。

五、設立創業育成信託投資專戶投資發展潛力中小企業

經濟部中小企業處依據中小企業發展條例第 9 條第 1 項第 3 款、中小企業發展基金收支保管及運用辦法第 6 條暨中小企業發展基金管理委員會第 29 次決議，以「中小企業創業育成信託投資專戶」委託專業管理公司（含中小企業開發公司、金融機構及創導性投資公司）對國內具發展潛力之新創中小企業進行投資。

中小企業處於 2003 年 5 月 29 日奉行政院同意，自中小企業發展基金匡列新台幣 20 億元，以特定用途信託資金方式，成立「中小企業創業育成信託投資專戶」，將資金交付受託銀行控管，並於 2003 年 10 月開始進行投資。

截至 2012 年底，已投資 80 家（82 案）中小企業（投資後上市上櫃 15 家），發展基金核備投資金額計新台幣 16 億 3,951 萬元，核備實際投資金額計新台幣 15 億 1,830 萬元，管理公司搭配投資金額計 16 億 7,921 萬元，總累計投資金額為 31 億 9,771 萬元。

六、設立中小企業開發公司投資中小企業

依據「中小企業發展條例」，設置「中小企業發展基金」，制定〈中小企業開發公司營運管理辦法〉，設立中小企業開發公司，除直、間接參與投資，協助中小企業取得資金外，還提供中小企業國內外技術合作、市場與產品開發和經營管理顧問與諮詢，以及中小企業中長期資金規劃。

獲得中小企業發展基金挹注的開發公司有：台灣育成中小企業開發公司（投資 8,700 萬）、華陽開發（投資 6,993.4 萬）、資鼎中小企業開發公司（投資 5,500 萬）。

截至 2012 年底，已投資 278 家中小企業，投資金額計 42 億 966 萬元。

第 9 章 協助升級轉型與提升研發能量

為協助中小企業資訊應用需求，經濟部中小企業處、工業局、商業司等單位，提供一系列輔導計畫，包括數位關懷、國際網路行銷、雲端運算推廣服務、資訊創新升級、製造業價值鏈資訊應用、華文市場跨境電子商務虛實整合通路、智慧辨識服務、商業服務價值提升，以及流通業智慧商店實驗等輔導計畫，以縮減企業作業流程、降低經營管理及行銷業務各層面成本，並協助企業運用 e 化與世界接軌，進而開拓網路世界中「看不見的新市場」。本章第 1 節分述中小企業之各項資訊應用策略與措施。

經濟部中小企業處為協助企業經營體質創新發展，推動中小企業品質管理、品質轉型創新、提升體系供應鏈創新價值及品質輔導效能、群聚創新整合服務優值、創新中小企業智慧財產價值、新興中小企業創新服務加值，以及微型及個人事業支援與輔導等多項計畫，其策略與措施在本章第 2 節陳述。

節能減碳已成為國際間最受關注的課題，經濟部中小企業處及工業局，為協助中小企業朝綠色永續價值創新發展，推動節能減碳輔導計畫、綠色小巨人輔導計畫及成立製造業節能減碳服務團計畫，提供諮詢診斷與減量服務，積極開創具高度國際市場競爭力之 MIT 產品，搶攻全球綠色新商機。相關策略措施，請參閱本章第 3 節。

由於國際競合趨勢多變，中小企業面臨營運瓶頸及轉型壓力，經濟部工業局、技術處、商業司及農委會等單位推動多項計畫，如協助傳統產業技術開發計畫、小型企業創新研發計畫、業界開發產業技術計畫、創新科技應用與服務計畫、服務業創新研發計畫，以及農業業界科專計畫等，提供創新研發輔導及經費補助，期能帶動企業在創新研發方面的投入，促使其積極創新及轉型升級，加速整體產業升級，提升我國之國際競爭力。本章第 4 節針對中小企業技術升級及提升研發能量策略作說明。

第 1 節 促進中小企業資訊應用

一、提升中小企業數位化能力，扶持微型企業數位轉型

經濟部中小企業處自 2005 年起推動「縮減產業數位落差計畫」以「提升中小企業數位應用能力」為目標，輔導未滿 20 人之傳統產業、小企業及新創企業發展數位商機，及運用數位學習提升人力素質與競爭力。自 2012 年起再推動「中小企業數位關懷計畫」，

以提升中小企業數位化能力為根基，推動偏鄉地區微型企業或新興的地方特色微型企業數位群聚，並以中高齡、婦女、原住民、二代企業為主要輔導對象，提供第一線在地貼心服務，致力扶持微型企業數位轉型，擴散企業輔導成效漣漪效應，進而推動企業永續經營，促進產業經濟發展。2013 年度為提升中小企業數位應用能力，以透過數位關懷為精神主軸，實施策略如下：

- (一) 提升中小企業數位應用能力：**依據企業數位能力，辦理網路行銷研習活動，協助有興趣拓展網路銷售之中小企業，建置虛擬入口（如網頁、部落格或 Facebook 粉絲專頁等類型入口），改善其數位行銷應用能力，輔以輔導網路行銷實務，以強化企業電子商務經營能力。
- (二) 分享導入網路經營與行銷觀念：**針對已具備一定網路行銷能力或經驗之中小企業，辦理企業達人開講活動，透過各行業達人經驗傳承及分享，協助中小企業導入網路經營理念與行銷觀念。
- (三) 推動具潛力中小企業輔導：**甄選具潛力網路拓銷中小企業案例，協助提升企業數位應用及網路行銷能力，規劃企業產品加值及營運，進階輔導結合實體及虛擬網路行銷拓展市場，發展創新網路應用示範，以利分享中小企業學習。
- (四) 推動中小企業 e 化群聚：**結合 8 家以上企業組成 e 化群聚，藉由資通訊科技應用，整合、創新中小企業網路經營、服務、行銷、商業應用等模式，促進成員親身體驗資訊科技，透過群聚輔導強化企業主數位化應用能力及行銷能力，促進成員間之共營共榮，整合行銷資源，以發揮虛擬通路行銷綜效，開創數位商機。計畫網址：<http://e98.sme.gov.tw/Plan>

二、推動國際網路行銷，拓展國際網路新通路

為整合國際網路行銷模式，協助具外銷潛力企業開啟國際網路新通路，進而獲取海外訂單，帶領中小企業打出海外新通路、新市場、新商機。經濟部中小企業處「推動中小企業國際網路行銷計畫」，除了與跨國 B2B 與 B2C 電子商務平台合作，並培養網路外銷人才，以提升中小企業「商品力」、「行銷力」及「平台力」的能量。2012 年整合優質企業產品，成功開拓模里西斯、馬爾他、薩爾瓦多及克羅埃西亞等超過 80 個新市場。2013 年主要服務項目：

- (一) 提供多元化國際網路行銷服務模式，**協助擁有特色產品之中小企業，運用跨國電子商務營運模式，拓增海外商機，開發第二市場。

(二) 輔導企業透過國際網路外銷工具之應用及導入，開創海外新通路、新商機，並分析複製其成功經驗，成為中小企業之典範學習對象。

(三) 廣邀具網路外銷意願及潛力之中小企業，促使參與國際網路行銷案例分享活動，提升企業投入網路外銷市場之基本知識與經驗。

計畫網址：<http://info.moeasmea.gov.tw>

三、推動雲端運算服務，促進升級轉型

經濟部中小企業處為協助國內中小企業運用雲端運算服務，依據「雲端運算應用與產業發展方案」推動「雲端運算推廣服務計畫」，鼓勵並協助國內雲端運算相關業者因應環境變遷，創新雲端服務模式，並輔導中小企業導入及運用雲端運算服務，減少軟硬體、人事支出或降低營運成本，以提升企業競爭力及促進升級轉型。

本計畫以帶動台灣雲端運算創新應用為重點，盤點現有雲端服務資源，並訪查中小企業對於雲端服務之需求，媒合供需，尋求適合中小企業優先服務項目，促成符合中小企業需求的多元化雲端應用，使廣大中小企業能享受到雲端運算帶來的便利。同時，挑選高附加價值的關鍵應用領域，提供經費補助，鼓勵資服業者升級發展雲端服務創新之整體解決方案，改變服務模式，滿足中小企業共同需求的雲端服務（如商用軟體、個人行動商務、電子商務等），加速推動雲端服務模式的成型與催生雲端運算產業鏈，形成典範並全面擴散，以拓展新的市場或新的應用，甚至新的產業，增加商機。

為了強化國內中小企業雲端服務認知進而運用雲端運算服務、降低資訊應用成本，2013 年本計畫主要透過「以推廣帶動服務普及」與「以應用創造產業價值」兩大策略，除透過網路、平面媒體、微電影等多元管道迅速傳遞擴散雲端應用服務訊息，並積極與各產業公協會共同舉辦一系列雲端服務推動列車，媒合國內雲端服務市場的供需兩端，扶植整體雲端運算產業發展。計畫網址：<http://cloud.moeasmea.gov.tw>

四、推動善用資通訊科技，提升創新加值能量

經濟部中小企業處推動「中小企業資訊創新升級計畫」，選擇產品或服務具高產值、高市佔率之優質潛力中小企業、供應鏈或價值體系企業群，輔導其提升資訊應用能力，協助其價值整合或模式創新、升級，促成企業（群）得以知識加值、價值鏈成長、供應鏈整合，進而擴展營運規模，且發展為產業之示範。

本計畫目標在於推動中小企業藉由資通訊科技的創新加值應用，透過鏈結產業聚落、水平異業結合或協同商務、上下游垂直之產業供需價值鏈，於跨業整合、生產流程、商

業模式、國際接軌、客戶服務、市場行銷、物流服務、研發設計等創新模式，促成企業（群）得以知識加值、價值鏈成長、供應鏈整合，達成中小企業個別或群體（或群聚）營運創新加值、升級或轉型，並得以帶動聚落、上下游、異業…等關連企業之加入／共同導入應用，或循序漸進擴大其施行規模及範圍，建立示範以推廣其他中小企業群起效尤。2013 年度主要執行項目：

- （一）創新升級服務：分別以個別導入及群體（群聚）導入 2 種輔導模式，協助企業（群）藉由資通訊應用的創新升級，帶動具關聯中小企業共同導入資訊科技創新加值應用，串連形成產業協同合作網絡。
- （二）辦理中小企業資通訊創新應用研習等活動。

計畫網址：<http://ict.sme.gov.tw/>

五、建構優質數位學習與互動環境，提供中小企業及從業人員數位學習

整合學習資源及充實學習內容，建構優質的數位學習及互動環境（中小企業網路大學校），提供中小企業及從業人員不受時間、地點的限制，隨時可輕鬆選課、學習，並作為推動中小企業學習數位化的基礎；並規劃建構學習誘因及策略合作組織網絡，滿足中小企業營運多元的知識需求，激發求知動機，提升企業競爭力，以達到全民終身學習的目標；另建立學習輔導服務機制，降低導入門檻與風險，協助企業運用數位學習推動組織學習，培養相關知能，經濟部中小企業處推動「促進中小企業數位學習計畫」，主要服務項目：

- （一）提供豐富的課程選擇：充實學習內容提供資訊科技、人力資源、財務融通、行銷流通、創業育成及綜合知識等六大類近千門線上課程，供學員選讀。
- （二）提供企業數位學習服務：提供個別或多個企業申請，可擁有專屬的數位學習區域環境進行相關學習活動，並搭配學習輔導、線上助教、客服專線等學習服務，協助企業充分活用學習網站所提供的學習資源，期以最小的成本，獲得最大的學習效益。
- （三）提供學習社群服務：不定期由中小企業經營管理領域的專家帶領，針對經營管理相關知識，在網路社群中進行知識交流，增進學習效益。
- （四）提供多元學習活動：學習網站除提供課程選讀外，也發展多元學習活動區塊，如：線上演講廳、線上書摘、線上廣播（中小企業通）、線上社群、電子書、實體課程訊息等，讓學員透過互動，獲得更多、更方便的學習資源。

(五) 提供終身學習護照服務：提供中小企業從業人員申請終身學習電子護照，可完整記錄個人學習歷程，以提供學員依自我需求調整進修方向，提高個人知能與企業競爭力。中小企業網路大學校網址：<http://www.smelearning.org.tw/>

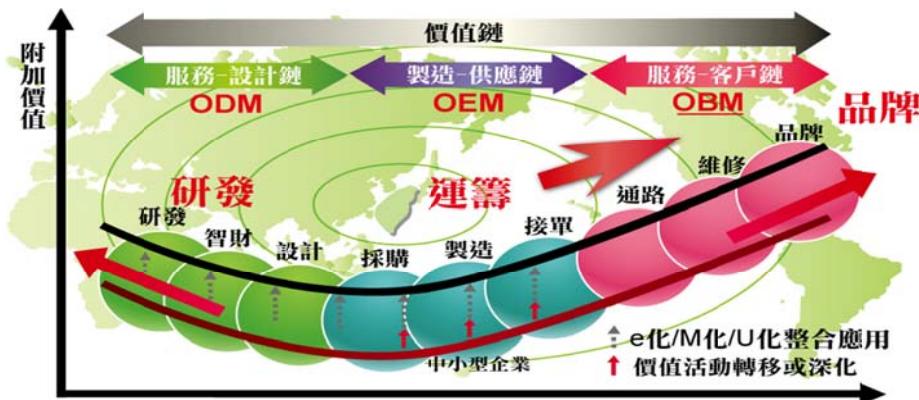
六、推動製造業應用 ICT 創新服務，提升產業競爭優勢

為協助製造業由代工製造（OEM）、設計製造（ODM），移轉至品牌製造（OBM）的發展需求；因此，經濟部工業局推動「製造業價值鏈資訊應用計畫」，協助製造業應用資訊技術，發展顧客導向的創新服務營運模式，輔導製造業朝向掌握消費者需求、強化通路佈建與營運管理、即時調整產品設計與生產等差異化營運策略發展。

本計畫一方面輔導製造業規劃顧客導向的服務策略藍圖，並輔導製造業藉由資訊技術的佈建，發展品牌、創新客戶服務的營運模式，與強化經營管理效能；另一方面則藉由國外成功案例的研析與經驗的導入、創新服務的資訊應用深度診斷，與成功模式多元管道的擴散、推廣等工作，塑造良好的資訊應用完整解決方案之供給環境，以協助我國產業結構轉型升級，並增加資訊服務業者商機，以達到「產業知識化，知識產業化」之雙贏目的。本年度提供之服務內容說明如下：

(一) 推動製造業創新服務資訊應用輔導：以製造業之研發、製造為基礎，推動製造業應用資訊技術，發展「顧客導向」的創新服務營運模式，並強化經營管理效能，協助製造業升級轉型（圖 9-1-1）。本項輔導之政府補助金額，以兩年補助新台幣壹仟萬元為上限（限國內發生之費用），且補助金額需低於計畫總經費的二分之一。

圖 9-1-1 製造業價值鏈資訊應用創新服務推動策略



資料來源：經濟部工業局及產業電子化聯合服務網站

<http://ecos.jfishdesign.com/02.php?controlNo=1>

(二) 建立創新服務應用標竿及服務能量：引進國外服務業應用 ICT 的成功經驗，技術移轉給國內專業技術服務業、資訊服務業，以充實服務能量。並藉由製造業創新服務資訊應用個案診斷，協助製造業者規劃創新服務資訊應用，以降低製造業者發展服務化的學習成本。

七、輔導華文市場跨境電子商務虛實整合通路

經濟部商業司為鼓勵並協助國內廠商能夠藉由電子商務方式，將優質台灣特色商品行銷至主要之華文市場，自 2010 年起推動「華文市場跨境電子商務虛實整合通路輔導計畫」，並辦理電子商務輔導業者徵選活動，選出具有豐富中國大陸跨境電子商務虛實通路整合能力之業者，提供整合經營經驗與服務能力，協助國內有意進軍大陸市場之優良廠商，提升其電子商務應用能力，輔導其進入大陸電子商務市場銷售商品，促進我國企業的持續成長與茁壯。

2013 年預計選出至少 3 家具豐富華文市場跨境電子商務虛實通路整合經營經驗與輔導能力之業者，每家預計補助新台幣 30 至 50 萬元，每家業者輔導台灣特色商品廠商 20 家以上。

經 2010 至 2012 年度華文計畫所遴選之電子商務輔導業者之輔導，已有 4 百多家廠商經由虛實整合之電子商務通路成功行銷中國大陸。為擴大發展華文電子商務市場，於 2013 年度再次辦理電子商務輔導業者徵選活動，遴選出適合的業者，輔導至少 130 家台灣優質商品廠商，經由電子商務之通路，拓展主要華文市場，包括中國大陸及馬來西亞，以延續並擴大輔導成效。

八、鼓勵商業服務業透過智慧辨識應用，開拓營運版圖與提升產業競爭力

為協助商業服務業推動多元化且具價值之商業服務，經濟部商業司推動「智慧辨識服務輔導計畫」，鼓勵商業服務業透過辨識技術、通訊聯網及雲端服務之整合應用，發展新型態服務模式，進而滿足終端消費者的需求，並透過企業間之資源整合、資源串聯、國際接軌等，拓展服務之深度與廣度，進而開拓國內企業之營運版圖與提升產業競爭力。主要執行工作包含：

(一) 輔導企業開展創新應用：輔導企業以科技化服務發展新型態商業服務模式，以提升消費者服務品質，邁向高值化營運，並透過資源整合，拓展服務版圖，共創異業互利，帶動營收成長。

(二) 建立智慧辨識整合示範：以智慧辨識服務建構跨服務體系、紅利點數交換及電子套票交易機制，透過整合示範服務創造異業合作價值，達到引客入台或引客入店之商業目的，促進智慧辨識服務應用發展。

(三) 協助跨業交流開展商機：透過國內外企業交流及媒合，協助企業掌握投資環境及市場發展現況，善用資源進而串連擴大服務，產生互補互利之綜效。經由企業資源整合，開展更多元的服務應用領域，以提升服務價值擴大市場商機。

(四) 擴散智慧辨識服務應用：透過案例、展示、發表，以及媒體廣宣方式，說明計畫內容、營運模式及關鍵成功因素等，擴散成功的智慧辨識服務應用模式，以帶動更多企業投入與仿效，擴大智慧辨識服務之應用範疇。

智慧辨識資訊服務網 <http://www.iservice.org.tw/>

九、推動商業服務價值提升應用輔導

經濟部商業司為促進我國商業服務業者運用資通訊科技，並整合服務價值鏈上之往來合作企業，共同發展可強化參與夥伴經營管理成效，並提升上、下游往來業者之商品配銷及顧客服務能力等之商業服務生態系統，藉由共同掌握與分享消費市場資訊、發展專業分工之整合服務模式、以交叉行銷共同經營客群、改善服務作業流程...等方式，強化被帶動業者對顧客之服務創新能力與服務價值，而可共同擴大或開發新市場商機；並進而協助被帶動業者提升對其下游顧客或終端消費者之服務價值與能力，而共同創造對終端消費者服務價值提升之效益，經濟部商業司推動「商業服務價值提升計畫」，計畫之各類別及申請重點，分述如下：

(一) 體系擴散類：鼓勵具驅動力之 B2B 供應商發揮樞紐帶動能力，運用資通訊科技並帶動其上、下游業者及其他同、異業商業服務業者達 50 家以上，結成一相互連結、共同創造價值與分享價值的商業服務生態系統；帶動參與夥伴業者除可提升內部營運管理績效外，藉以提升經營效能、擴大市場範圍或提升顧客貢獻度。

(二) 平台擴散類：鼓勵具產業帶動力、擴散力及具整合力之業者（如：資訊服務業者、顧問服務業者、第三方服務業者或具帶動力的 B2B 供應商...等），協助商業服務業者在預測、市場行銷、商品銷售與配送、安裝、調試、維修、技術培訓、產品保證...等價值活動獲得經營效率提升、營運成本降低或服務價值提升等效益，而建置及維運具可行性、加值性及整合性之跨體系共用服務平台。該共用服務平台必須帶動 2 個以上之 B2B 供應體系業者，合計 100 家以上業者導入應用串連成一

商業服務生態系統；此外，該共用服務平台並須具備長期維運能力與擴散帶動能力，促成更多業者導入應用並提升服務能力與價值。

商業服務價值提升計畫網站 <http://gcis.nat.gov.tw/ecpp>

十、推動流通服務業智慧商店實驗示範

經濟部商業司自 2006 年起透過「流通業智慧商店實驗推動計畫」的輔導與補助措施，鼓勵流通服務產業加速發展資訊科技應用及創新，協助提升流通服務產業附加價值，強化整體競爭力；希望持續藉由科技與人性的結合，發展出更多智慧的生活應用，提高人民的生活品質。

本計畫主要以民眾消費生活需求為起點，引導及協助國內流通業採取系統化之實證方法，投入智慧商店建置與服務實證，促成服務導向、科技驅動之流通業智慧化服務模式，並設計服務之擴散方式，營造便利生活、智慧生活之消費環境，主要工作重點如下：

- (一) 引領創新主題：**進行產業現況及需求、國際性典範案例、消費市場動態與技術應用展望及商機之研析，研擬智慧商店創新服務發展主題，並分析、規劃各創新服務主題應達到之價值目標、可行技術選擇與關鍵效益指標，藉以引導業者提出具行業應用性及符合市場需求之創新服務實驗計畫。
- (二) 徵選示範標準：**依循所規劃之主題，以研發補助之方式，推動流通業科技化應用與服務，徵選適切之業者投入符合本計畫規劃方向之智慧商店創新服務建置與科技應用驗證，達成產業示範之效果。
- (三) 引導創新方法：**運用產、官、學、研界專家之專業輔導顧問資源，建立輔導機制與程序，並導入創新服務開發方法，提供創新服務規劃與科技應用驗證之輔導服務，協助流通業者建立科技化問題解決與服務設計、開發能力，俾順利建置流通服務智慧商店服務與科技應用。
- (四) 驗證創新效益：**協助業者於建置智慧商店服務與科技應用過程中，依業種業態特性及科技應用需求之不同，研擬適切、客觀且具管理意義之驗證標的與基準，並進行服務效果與效益之實地驗證，進一步形成服務「規劃、建置、驗證、再改善」之創新發展循環。
- (五) 擴散創能量：**透過學界合作、案例分享、交流推廣以及智慧商店實證經驗分享等方式，累積及擴散科技化流通服務創新之知識能量，進一步規劃創新服務模式。

之未來複製擴散藍圖；並透過體驗活動、計畫網站分享成果。

流通服務業智慧商店實驗推動計畫網站：<http://www.find.org.tw/distribution/>

第2節 協助企業經營體質創新發展

一、協助中小企業品質管理提升，創造品質新形象

為協助中小企業落實品質管理制度，培訓卓越品質管理人才，進而提升中小企業經營管理績效、產品或服務之品質與品級、品質管理能力、品質經營水準，創造台灣中小企業品質新形象，經濟部中小企業處持續推動「中小企業品質管理提升計畫」，包括「知識創新」、「產業輔導」、「人力養成」、「廣宣推廣」四部份。其中產業輔導執行重點工作如下：

(一) 企業短期診斷：協助中小企業在經營品質、產品或服務品質及流程品質等方面提供短期診斷，到場指導以有效引導與應用政府資源。

(二) 優質企業輔導：輔導企業挑戰國家品質獎、國家磐石獎、小巨人獎、中小企業創新研究獎等國家級品質獎項，形塑產業卓越品質典範，建立中小企業學習標竿。

(三) 一般性輔導：依據中小企業需求規劃適用之品質輔導專案，協助中小企業建立制度、接軌國際品質系統及落實持續改善精神。

(四) 產業群聚輔導：依據產業特性將水平合作或垂直分工之廠商聚集，建立群聚品質組織運作機制，輔導群聚廠商共同創造價值及競爭優勢，開拓市場與品牌。

中小企業品質管理提升計畫網址：<http://smeq.moeasmea.gov.tw/mp?mp=00601>

二、協助中小企業品質轉型創新，提升企業競爭力

經濟部中小企業處為協助中小企業強化品質基盤能力及協同運籌，善用品質利基進行創新及轉型，掌握國內外規範與標準，協助企業在產品、技術及市場方面的突破，提升企業競爭力。推動「中小企業品質轉型創新輔導計畫」。主要執行工作項目包括：

(一) 企業諮詢診斷：到場提供中小企業諮詢診斷服務，且提出具體提升品質競爭力建議，並適時宣導政府相關適用輔導服務資源，引導其有效應用及發揮成效。

(二) 強化品質基盤能力輔導：協助國內企業，運用實質合作方式、體系協同作業管理、供應商監督管理、品質履歷管理…等措施，藉由降低及消除浪費，增進產品及服

務之產值與附加價值，共同提升產業價值鏈效益。

- (三) **轉型創新輔導**：協助中小企業運用品質技術、管理機制及營運模式，從適用之構面（研發、產品、服務、流程..等），展開價值創新活動，建立企業服務及產品品質特色，奠定競爭優勢。
- (四) **品質驗證及品質國際化輔導**：輔導企業建立符合國內（際）客戶特定要求之標準或產品驗證，協助順利進入銷售市場，有效建立企業形象與國際化通路。
- (五) **體系協同品質驗證輔導**：藉由跨入高值化產業，引領傳統中小企業，以垂直體系或水平異業整合方式，使供應鏈共同建立符合國際標準之各項系統驗證模式；並輔導中小型製造產業，以市場導向建立符合客戶特定要求及國際標準驗證，順利進入高值化產業供應體系。
- (六) **品質管理人才養成**：辦理系列課程、經營管理技術研討會，協助中小企業培養國際標準管理系統、經營管理、品質深化、協同作業及價值提升管理能力，有效引領業者開發人力資源，建構企業升級轉型及國際接軌管理人才。

三、推動體系供應鏈合作，提升供應鏈價值及品質效能

經濟部中小企業處執行「提升體系供應鏈創新價值及品質輔導效能計畫」，主要推動中小企業與大企業體系供應鏈實質合作及價值提升示範體系輔導，結合實質輔導機制，協助中小企業提高產品市場價值及提升產業價值鏈，帶動中小企業商機及技術提升契機。執行重點工作包括：

- (一) 建立企業及輔導顧問運用之共通品質改善參考手冊。
- (二) 辦理輔導顧問中小型服務業服務品質分層分級訓練課程，並印製中小型服務業適用之共通性服務品質參考指引。
- (三) 建置適用國內中小企業品質認（驗）證資訊平台，並系統化提供企業自我診斷與應用。
- (四) 輔導中小企業與大企業體系供應鏈實質合作及價值提升示範體系。
- (五) 辦理示範體系觀摩交流及示範發表。

四、輔導中小企業群聚創新整合，擴大群聚規模，產生創 新營運模式

經濟部中小企業處推動「中小企業群聚創新整合服務優值計畫」，提供中小企業全

方位輔導，以技術創新提升產品附加價值、科技應用協助服務創新、延伸知識價值協助製造服務化之思維，促動在產業價值鏈中有互利互補特質之廠商成為群聚，運用技術創新、創新營運模式及科技應用，發展創新型之中小企業，並鼓勵產業群聚跨業、跨域或跨群聚合作，均衡發展產業創新能量，擴大群聚規模，產生創新營運模式。具體推動措施包括：

- (一) 協助技術為主之中小企業群聚，運用技術創新提升產品附加價值，縮短商品化上市時程，朝專利與技術提升發展，並鼓勵產業連結群聚進行技術/商品化發展、產品創新及共同行銷。
- (二) 協助以服務業為主之中小企業形成具國際競爭力之優勢群聚，以產業群聚角度提供完整的配套，透過科技、創新、文化、知識、電子商務、轉介等方式，使群聚成員廠商形成一個具高產品附加價值、高知識經濟且緊密的價值鏈，並透過典範移轉擴散與技術，擴展全球市場。
- (三) 協助以製造為主的中小企業群聚，結合知識服務業者，提供以客戶為導向的創新服務模式：如研發服務（產品企劃、工程技術）及運籌服務（庫存代管、理貨配點、一次購足），將單純的製造價值加上服務價值，形成增加獲利之營運模式。
中小企業創新群聚網：<http://www.smecluster.org.tw/>

五、創新中小企業智慧財產價值

經濟部中小企業處為協助具技術創新之中小企業，進行智慧財產經濟價值及多元化智財運用之輔導評估，並輔導企業強化重視智慧財產權及協助導入智慧財產管理制度，以縮短研發時程及節省相關的研發投入成本，同時在智慧財產的整體價值鏈上，如：智財管理保護、智財引進/移轉、流通運用等各階段，進行整合性的連結與評估，推動「創新中小企業智慧財產價值計畫」。本計畫包含智權加值與管理運用兩大部分：

- (一) **智權加值**：智權加值部分主要在協助中小企業開創智權新契機，藉由檢視國內中小企業智慧財產環境面之不足，輔導技術創新型中小企業，建立智慧財產權核心能力，創造技術與專利多元化運用之最大價值，以大幅提升中小企業競爭優勢，並扶植產業邁向創新驅動經濟發展。主要工作項目包括：1.諮詢服務；2.智財短期診斷；3.智權專案輔導；4.其他（包括論壇及發表會、競爭力評量、智權課程等），詳網站：<http://ipcc.moeasmea.gov.tw/>。

(二) 管理運用：管理運用部分主要在提供業者於智慧財產管理運用之輔導資源，使業者具備正確的智慧財產經營管理概念，量身訂做適合業者之經營管理模式，於新產品/技術開發各階段導入智慧財產評估、取得、商品化等管理運用制度，幫助國內中小企業產業升級、提升產品競爭力。主要工作項目分為 7 大項服務。申請及其窗口詳網站：<http://ipcc.moeasmea.gov.tw/>。

六、輔導新興中小企業服務創新，創造企業新價值，提升競爭力

為帶動國內中小企業發展服務創新，創造企業新價值，提升競爭力，經濟部中小企業處推動「新興中小企業創新服務加值計畫」，推動作法上採取實質輔導，帶領業者建立服務思維，掌握消費者需求與市場脈動；從中探索服務創新需求與商機，再進行服務設計並善用科技，發展高獲利營運模式與服務系統。同時經由服務創新案例分享及安排商機合作，推動更多的業者積極參與服務創新的躍升行列。主要工作內容包括：

- (一) 研析中小企業服務創新趨勢，並辦理培育活動與服務創新論壇，建立中小企業服務創新基礎能量。
- (二) 提供中小企業創新服務加值輔導，引導業者營運加值。
- (三) 安排服務創新案例分享與商機促成，創造亮點產業，帶動業者積極合作參與服務創新。

七、提供微型及個人事業支援及輔導，促進成長與發展

微型及個人事業為我國企業發展之基石，近年來在網路資訊發達及工作價值丕變的催化下，多元多樣彈性工作模式迅速取代過去傳統工作模式，亦吸引更多人投入及衍生更多富創意與豐富內涵之微型及個人事業經營發展模式。過去對微型及個人事業之輔導常附屬在中小企業輔導之內，無法針對其多元多樣之特殊需求，提供合適與內涵多元化之專屬輔導機制，經濟部中小企業處特規劃並啟動「微型及個人事業支援與輔導計畫」，提供專屬的陪伴式輔導，營造開放便利的微型及個人事業經營成長環境，以協助微型及個人事業成長發展。輔導對象為經常性雇用員工人數五人以下之微型及個人事業。計畫工作項目及說明：

(一) 擴充微型及個人事業服務平台

1. 提供免費專線 0800-05-1638(您我，一路相伴)及網站服務(<http://micro.sme.gov.tw>)，

由專人提供企業諮詢、診斷服務及政府政策和商情資訊等，並提供事業間交流。

2. 提供定期線上值班專家顧問進行即時答詢。

（二）推動微型及個人事業陪伴式經營輔導

1. 提供訓練及協助專案企劃、個案協助、法務智財諮詢、相關經營技能、資源與設備整合應用等陪伴輔導及訓練。
2. 針對知識密集型的微型及個人事業，由顧問團隊共同深度陪伴協助其逐步開拓市場及發展策略布局。
3. 辦理微型及個人事業發展趨勢策略論壇或專家研商會議，協助微型及個人事業掌握最新發展趨勢，擬定發展策略。

（三）辦理專業人才講習訓練

1. 辦理創意服務群聚學習梯隊，安排於學習梯隊中進行商機媒合活動並促進商機交流合作，並遴選參與學習優良實務經營者，提供輔導能力培訓。
2. 製作有關微型及個人事業專業實務培訓講座或訓練相關數位課程，並上傳至「中小企業網路大學校」。

（四）推展個人事業商機合作

針對優良個案彰顯產品及服務能量，協助營造社群合作模式，推動社群加值媒合擴散行銷效益，促進商機。

第3節 輔導綠色環保節能減碳

一、輔導中小企業節能減碳，降低成本拓展商機

近年來全球政經動盪、歐債危機惡化、國際能源價格上漲及全球暖化等議題發酵，對於中小企業在國際舞台之競爭力造成極大挑戰。面對這些接踵而來的危機，如何轉化為中小企業綠色成長的動力，攸關中小企業永續發展。經濟部中小企業處推動「中小企業節能減碳輔導計畫」，提供諮詢診斷與減量輔導等多元服務，協助中小企業建構節能減碳能力與推動減量管理工作，達成降低生產成本及確保產品競爭力之目標。重點服務內容包括：

(一) 到場諮詢診斷服務：配合廠商需求，協助檢視生產設備節能效率、溫室氣體排放、綠色產品等現況，提供全面諮詢診斷服務與改善建議。

(二) 節能減碳技術輔導：針對遭受供應鏈要求，面臨客戶要求之中小企業，依企業需求進行個廠深化輔導。

1. 中小企業節能減碳技術輔導，提升設備效率及生產參數節能最佳化技術建置、節能產品設計能力提升(如節能產品生態化設計 EuP 輔導、節能產品低碳化設計等)輔導，以強化符合法規標準及技術研發能力。
2. 協助中小企業因應溫室氣體減量相關規範盤查及查證、產品碳足跡盤查認證、綠色產品規範等輔導。

(三) 產業別示範輔導：針對中小企業家數及規模較大之產業，結合公協會、驗證單位、研究法人、學者專家等資源，建置適當輔導模式，並編撰示範案例因應教材。

(四) 綠色人才養成：結合管理、材料、技術等領域專家辦理系列課程講習或技術研討會，協助中小企業綠色節能環保人員、節能技術、清潔生產人員及節能減碳等人員養成。

二、輔導中小企業形塑綠色小巨人典範，搶攻綠色商機

為協助中小企業朝綠色永續價值創新發展，以綠色設計、生產、行銷等策略，積極開創具高度國際市場競爭力之 MIT 產品，搶攻全球綠色新商機，形塑我國綠色小巨人新典範，經濟部中小企業處推動「中小企業綠色小巨人輔導計畫」，主要推動項目：

(一) 中小企業綠色數據加值建置

分析國內外綠色永續發展趨勢，建立產業基礎係數，主動提供中小企業綠色環保資訊及國際綠色環保法規、綠色認驗證標準等，並擘劃中小企業綠色永續風險策略地圖，提供國內發展綠色永續策略參考。

(二) 中小企業綠色深入輔導

結合設計行銷、清潔生產、產業專業等領域的法人單位及專家訪視，提供中小企業完整輔導。輔導項目如下：

1. 協助中小企業綠色供應鏈之限用物質、製程、管理制度、法規或綠色環保議題相關之品質、環保及安全等問題進行診斷及諮詢輔導。

2. 協助中小企業系統化管理、綠色產品及流程上有害物質，進行符合綠色產品之標準驗證輔導，並深化品質技術提供長期穩定品質產品。
3. 以遭受綠色產品指令衝擊或綠色設計需求的中小企業為主，依廠商的產業特性及受衝擊程度，進行體系（或群聚）輔導。
4. 利用綠色概念設計手法，輔導中小企業進行綠色產品創新，以協助綠色產品申請環保標章或進軍設計大獎，提升產品價值。
5. 針對國內外環保標章進行標準研析，輔導中小企業進行標章申請，並協助獲得環保標章之商品進行廣宣。
6. 推動中小企業提升產品生命週期綠色概念，協助發展綠色創新產品銜接綠色獎項的參與，加值中小企業的產品綠色行銷。

（三）中小企業綠色專業培訓

以綠色創新設計、綠色行銷案例、綠色採購要求、指令法規執行動態等，透過辦理專業研討會、示範觀摩進行資訊擴散。並應用軟體 APP、電子化教材及標竿案例文案協助受衝擊中小企業自我內部推動，強化企業綠色專業能力，形塑綠色企業文化。另外，開辦北、中、南綠色永續課程，協助中小企業培育綠色人才與推動綠色供應鏈尖兵，提升企業綠色競爭力。

（四）中小企業綠色永續廣宣拓展

為喚醒中小企業對綠色議題的重視，持續維護「綠色環保資訊網」平台，主題式推廣中小企業綠色環保新知及資訊擴散，並進行企業行銷，大力對中小企業廣宣，提升廠商關切重視，拓展綠色永續思維。中小企業綠色環保資訊網：<http://green.pidc.org.tw/>

三、成立製造業節能減碳服務團，提供技術、抵換專案示範輔導及人才培訓等服務

節能減碳已成為國際間最受關注的課題，為協助廠商降低能資源耗用與溫室氣體排放，提升我國產業生產效率與競爭力，經濟部工業局於 2008 年底成立「製造業節能減碳服務團」，並自 2009 年起彙集國內節能減碳專業團體及學者專家之量能，針對製造業廠商提供「節能減碳技術輔導」、「」以及「人才訓練與推廣」等服務，協助廠商診斷節能減碳潛力，落實節能減碳改善，或依循環保署溫室氣體抵換專案推動原則與程序，取得減量額度，獲得生產成本降低以及碳資產之雙重效益。2013 年本項計畫輔導/服務重點

內容包括：

- (一) 節能減碳技術輔導：**1.免費諮詢訪視，輔導 200 家工廠；2.免費中小企業節能診斷，輔導 130 家工廠；3.耗能設備效率提升輔導，輔導 10 家工廠，每家工廠需繳交 7.7 萬元自籌款。
- (二) 推廣節能減碳診斷工具：**提供工廠申請應用診斷工具，明確掌握廠內設備能源流向、節能減碳改善空間及技術、設備相關資訊。
- (三) 抵換專案示範輔導：**遴選 5 家有意願推動抵換專案之工廠，免費輔導，受輔導工廠應配合年度工作期程管理，以及年底推廣說明會進行經驗交流。
- (四) 促進產業合作減量：**建立碳額度媒合平台，鼓勵、媒合具減量額度需求的企業(投資方)協助其供應鏈或其他企業(減量執行方)，共同執行溫室氣體抵換專案，以創造投資方獲得減量額度、減量執行方落實節能改善、產業實質減量的三贏局面。
- (五) 人才訓練與推廣：**透過產業低碳人才培訓專班、說明會與成果發表會等活動，推廣節能減碳技術、案例及經驗。

本項計畫網址：<http://www.ftis.org.tw/tigers/index.asp>

第 4 節 技術升級與增進創新研發能量

由於國際競合趨勢多變，中小企業面臨營運瓶頸及轉型壓力，更需要加強創新、研發等能力以因應重重考驗，相較於大型企業之雄厚資金及人才優勢，中小企業規模小，研發及專業人力缺乏，為鼓勵中小企業提升創新研發能力，並有效協助企業降低研發成本與風險，政府提供許多創新研發輔導及經費補助，期能帶動企業在創新研發方面的投入，促使其積極創新及轉型升級，加速整體產業升級，提升我國之國際競爭力。

一、改善中小企業工作環境，促成產業永續發展

為減少國內產業之職業災害、因應當前國內投資環境相對惡化、勞動力供需失衡、產業外移等因素所造成的經濟問題，必須積極改善投資發展環境、建立新的競爭優勢、降低整體營運風險，產業安全衛生技術的提升除可避免職業災害發生外，亦能減少業者經營損失、改善生產環境、提高生產效率與勞工就業意願、降低營運風險、促成產業永續發展，經濟部工業局推動「產業工作環境改善計畫」。

輔導重點內容包括：(一) 工作環境改善基礎技術輔導；(二) 風險管理技術輔導；

(三) 產業安全衛生衛生法規研議；(四) 其他宣導與推廣。

二、提供中小企業即時技術輔導，加速技術升級轉型

經濟部工業局為協助企業技術升級轉型，自 2009 年起推動「中小企業即時技術輔導計畫」，配合行政院推動之傳統產業特色化工作，結合財團法人、大專院校及技術服務業者等輔導單位既有成熟技術能量，提供企業短期程、小額度、全方位之技術輔導，協助業者排除急迫性之技術障礙及運用科技、美學、新材料、新營運模式等創新元素加值傳統產業，以提升附加價值，爰將申請輔導補助時所需之相關資料及作業程序彙整成冊，俾供遵循辦理。2013 年輔導適用類別：金屬機電、電子資訊、紡織製鞋、化學工業、食品藥技、知識服務、設計服務、專利服務。

2012 年政府投入新台幣 1.11 億元協助中小企業技術升級轉型，受理 2,290 家業者申請，共計輔導 753 家業者，節省成本 5.28 億元，增加產值 10.56 億。輔導之 753 家中小企業，以地區別分布來看，北部地區為 288 家占 38.25%，中部地區 256 家占 34%，南部地區 191 家占 25.37%，東部及離島等其他地區 18 家占 2.39%；以產業別分布觀之，專利服務類 202 家，占 26.83% 最多，設計服務類 165 家占 21.91% 次之，金屬機電產業 108 家占 14.34%，再次之，其餘依序為紡織製鞋 83 家、化學工業 72 家、電子資訊產業 56 家、食品藥技 39 家、知識服務 28 家。計畫網址：<http://proj2.moeaidb.gov.tw/itap/index.php>

三、推動協助傳統產業技術開發計畫，以協助傳統產業技術開發，厚植創新研發能力

我國傳統產業昔日核心競爭優勢，大量生產之代工模式及生產後之運籌能力，因中國大陸、東歐等新興國家投入國際市場，挾其勞資低廉和高成長之內需市場等因素而逐漸式微。為解決傳統產業所面臨之困境，經濟部於 2010 年 11 月 15 日依產業創新條例第九條第二項訂定「經濟部協助產業創新活動補助及輔導辦法」，據以推動「協助傳統產業技術開發計畫」，期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。計畫補助內容包括：

- (一) **產品開發**：每個案補助上限為新台幣 200 萬元。
- (二) **產品設計**：每案補助上限為新台幣 50 萬元。
- (三) **研發聯盟**：每案補助上限新台幣 1,000 萬元，主導業者補助上限新台幣 250 萬元，個別參與者新台幣 200 萬元。

2013 年度工業局賡續編列 3.26 億元挹注「協助傳統產業技術開發計畫」，持續鼓勵業者投入創新研發工作，以開發出具備市場競爭力之新產品，維繫傳統產業永續經營。

計畫網址：http://www.moea.gov.tw/Mns/doit/content/Content.aspx?menu_id=5375

四、推動「小型企業創新研發計畫」，鼓勵小型企業進行技術、產品與服務之創新研發

經濟部為鼓勵中小企業進行產業技術、產品與服務之創新研究，依據〈經濟部協助產業創新活動補助及輔導辦法〉，自 1999 年起推動「小型企業創新研發計畫」(Small Business Innovation Research，簡稱 SBIR)，藉以政府的部分經費補助，降低中小企業研發創新之風險與成本，且研發成果歸廠商所有，以鼓勵中小企業進行創新研發活動，協助國內中小企業知識布局，扶植產業體系，促進臺灣經濟發展。

截至 2013 年 6 月底，「小型企業創新研發計畫」（經濟部 SBIR）已通過 5,003 件創新研究計畫，帶動中小企業再投入研究經費約達 178 億 1,358 萬元，對於提高我國中小企業技術水準、提升我國產業之競爭力、及傳統產業之升級轉型，將有相當之助益。

另為協助各直轄市、縣(市)政府，由經濟部配合匡列協助經費，俾利各直轄市、縣(市)政府擁有更為充沛之經費得以辦理地方特色產業創新研發計畫之推動，帶動中小企業積極投入地方特色產業之研發，而提升具地方特色產業聚落創新研發之能量，以鼓勵中小企業創新研發之政策得以在地方紮根。於 2008 年開始執行「地方產業創新研發推動計畫」（地方型 SBIR），積極投入地方特色產業之研發，以協助各直轄市、縣(市)政府，推動地方特色產業創新研發計畫，特匡列協助經費。

地方產業創新研發推動計畫（地方型 SBIR）推動至 2012 年 12 月底，核定補助計畫計 1,485 案，帶動中小企業投入研發經費總計新台幣 17.19 億元以上，逐步提升地方特色產業聚落創新研發之能量。本項計畫網址：<http://www.sbir.org.tw/SBIR/Web/Default.aspx>

為整合經濟部研發補助資源，技術處「小型企業創新研發計畫（SBIR）」擬將配合政府組織法改造確定後，相關業務將移轉至中小企業處統籌辦理。

五、推動「業界開發產業技術計畫」，鼓勵企業從事技術創新及應用研究，提升產業價值

為促進產業升級，提升產業價值，鼓勵企業從事技術創新及應用研究，依據「經濟部協助產業創新活動補助及輔導辦法」，經濟部技術處自 1999 年起推動「業界開發產業技

術計畫」，簡稱「大業計畫」，藉以政府的部分經費補助，降低企業研發創新之風險與成本，且研發成果歸廠商所有，以積極鼓勵業者投入產業技術研發工作，在業界提出申請及執行計畫過程中，輔導業界建立研發管理制度、強化研發組織、培育及運用科技人才、誘發廠商自主研發投入與後續投資，並促進產、學、研之間的交流與合作，健全業界整體發展能力。自開辦以來，廠商申請踴躍，技術層面涵蓋通訊與光電資訊、機械與航太、材料與化工及生技與製藥等各領域。

截至 2013 年 6 月底，已核定 1,007 項計畫、1,563 家廠商，引導廠商投入 503 億 5,679 萬元、逾 1 萬 9,000 人之研發人力，平均政府每 1 元計畫補助可創造 11.35 元產值。

為整合經濟部研發補助資源，將自 2014 年度起調整技術處業界科專計畫部分業務內容及經費予工業局辦理，故自 2013 年 7 月 1 日起，停止受理「業界開發產業技術計畫」非屬政策性項目計畫。2014 年 1 月 1 日起，相關業務由工業局統籌辦理。本項計畫網址：<http://innovation1.tdp.org.tw>

六、推動「創新科技應用與服務計畫」，鼓勵企業創新科技應用與服務，帶動產業發展新商機

經濟部技術處在 2008 年起配合高值化製造業與知識型服務業的雙引擎經濟發展需求，整併原「示範性科技應用計畫」與「創新服務業界科專計畫」為「創新科技應用與服務計畫」技術處推動「創新科技應用與服務計畫」（ITAS），鼓勵企業規劃、開發具創新性、示範性、共通性或整合性，且具科技涵量之應用與服務，多元發展創新營運模式，帶動產業發展新商機。在計畫的推動上，除鼓勵企業創新創意先導應用與服務外，也以主題性產業政策推動方式，鼓勵企業發掘產業面、社會面及生活面的創新需求趨勢，並透過科技的整合與應用，加速催化製造業服務化、製造與服務整合、服務創新及科技化服務業等新興應用服務的發展。

自 1999 年 2 月開始推動，截至 2013 年 6 月底，累計補助核定 436 件計畫，促成廠商自籌投入金額逾 127 億元，投入直接研發人力超過 8,405 人，涵蓋產業包括製造業及服務業領域。

為整合經濟部研發補助資源，將自 2014 年度起調整技術處業界科專計畫部分業務內容及經費予工業局辦理，故自 2013 年 7 月 1 日起，停止受理「創新科技應用與服務計畫」之研發補助申請案。2014 年 1 月 1 日起，相關業務由工業局統籌辦理。

七、連結產學研各界能量，協助傳統產業技術創新與發展

以專案方式整合相關法人研究機構，連結產學研各界能量，化被動為主動，提供多元化關懷輔導資源，協助傳統產業技術發展與升級。主要執行項目如下：

（一）傳統產業加值轉型推動計畫

藉由金屬中心、中科院及傳統產業創新聯盟（AITI）等法人研發能量協助傳統產業加值轉型 2013 年度已選定輔導產業包含化工機械設備製造產業、印刷設備產業、機械傳動設備製造產業、遊艇產業、家電產業、工業用橡膠製品製造產業、紡織設備暨護具產業、廚具暨照明產業、陶瓷製品製造產業、食品製作機械製造產業等 10 項產業。另針對建材產業推動結合創新經營模式，辦理開創新應用、新通路與新示範場域。

（二）學界協助中小企業科技關懷計畫

經濟部技術處自 2008 年起規劃推動「學界協助中小企業科技關懷計畫」，導入學界豐沛之研發能量，以個案及專案雙軌並進模式關懷輔導中小企業。個案輔導：由學校教授以一對一的方式免費擔任中小企業顧問並進行為期最長 6 個月之企業診斷輔導；專案輔導：由學校籌組專家團隊協助產業聚落，以專案計畫發展區域特色產學價值鏈合作，協助中小企業研提政府相關研發補助計畫，帶動產業轉型升級。

（三）地方產業創新引擎計畫

整合工研院、中科院、資策會等 18 個法人及研發機構能量，透過各法人研究單位對各縣市產業之責任分工與分區認養機制，協助各縣市潛力產業與聚落成立研發聯盟，發揮群聚加值效應，輔導並協助企業研提政府研發補助計畫，達成產業升級轉型、活化並帶動區域經濟發展之目標。

（四）東部產業技術服務中心

為提供東部特色產業技術應用服務，由工研院及石資中心兩大研發法人機構共同成立「東部產業技術服務中心」，採跨法人聯合服務模式，互補核心能力，強化產業輔導能量，共同組成東部特色產業服務團隊，視業者需求納入傳統產業創新聯盟（AITI）、學界及西部其他法人能量，建構完成東部特色產業科技關懷平台，協助東部傳統產業創新價值，推動在地特色產業形成產業聚落並轉型升級。

計畫網址：http://www.moea.gov.tw/Mns/doit/content/Content.aspx?menu_id=5330

八、推動「服務業創新研發計畫」，協助服務業提升創新能力、服務產值、開創新局及國際競爭力。

有鑑於我國產業發展環境轉型，服務業已成為目前國家經濟發展的重心。經濟部商業司為配合知識經濟發展、創造就業機會、提高產品或服務之附加價值，進而提升服務業競爭力，鼓勵服務業業者投入創新研究發展，並推動唯一針對服務業創新研發之政府補助計畫－「服務業創新研發計畫（SIIR）」（原計畫名稱為「協助服務業創新研究發展計畫」）。以「服務業研發創新與價值創造」為總目標，透過部份補助企業研發之方式，鼓勵企業積極投入新服務商品、新經營模式、新行銷模式及新商業應用技術（四新）之創新研發，透過結合國內、外商業據點之佈建、展銷通路之整合與開拓、顧客服務系統之維運、自有品牌之建立，以及跨國體系之營運等創新活動，進而提升服務業創新能力及國際競爭力。計畫類別、期程與補助經費上限如表 9-4-1。

表 9-4-1 服務業創新研發計畫之類別、期程與補助經費

類 別	計畫期程	補助經費上限
概念規劃	以 3 個月為限	每案全程補助上限為新台幣 15 萬元
創新研發	以 1 年為原則	每案全程補助上限為新台幣 200 萬元
研發聯盟	以 2 年為限	1.每案全程補助上限為新台幣 2,000 萬元 每年度上限為新台幣 1,000 萬元 2.主導公司每年度上限為新台幣 250 萬元， 聯盟公司每年度上限為新台幣 200 萬元
加值應用	以 2 年為限	1.每案全程補助上限為新台幣 500 萬元 2.每案全程補助上限為新台幣 250 萬元

資料來源：<http://assist.nat.gov.tw/GIP/wSite/public/Attachment/f1355130196012.pdf>

申請計畫須為創新、可行並具效益，其執行內容可包含實際營運、通路測試、試賣試用、會員招商、行銷企劃、商品品牌化、市場拓展等營運模式，且須於結案當下產生相當產值或效益。計畫執行迄 2012 年 12 月底，經濟部商業司投入逾新台幣 16 億元的補助款，促成 4,104 家業者提出創新研發計畫申請，顯示本計畫之推動成效已逐漸獲得服務產業各界之認同與肯定，也是經濟部致力於成功案例推廣與分享的具體表現。經費挹注核定補助 1,171 案創新研發計畫，帶動業者投入研發經費逾 29.86 億元，協助創造營收增加逾 151.5 億元，同時引發促成投資額逾 65.89 億元，增聘研發及相關衍生人力 6,525 人，其帶動的經濟效益成果豐碩。

計畫網址：<http://gcis.nat.gov.tw/neo-s/Web/Default.aspx>

九、補助農企業技術研發、品牌開發、創新營運模式研發

為鼓勵企業主動投入經費於自行研發，或將已有初步研發成果之技術與產品商品化，以加速農業科技之產業化及提升農業產業競爭力，行政院農業委員會（以下簡稱農委會）依據產業創新條例第九條第二項規定，授權訂定「行政院農業委員會協助產業創新活動補助及輔導辦法」作為農業業界科專計畫之實施依據，並依本辦法第4條第1項第1款與第5條第2項，提供農產品創作事項以外之農業創新或研究發展相關活動補助。

農業業界科專計畫除補助關鍵性技術研發工作之外，另對於農產品品牌開發、創新營運模式及創造農業產業價值等類型研發活動，亦皆可向農委會提出申請。農業業界科專計畫補助研發人員人事費、設備使用費、技術移轉與委託研究費及材料費等。計畫分為二類型，說明如下：

(一)先期研究/先期規劃：係指針對具產業效益之創意構想進行小規模實驗或數值分析，

以驗證該構想可達成預期計畫目標之研究。申請人需敘明所要解決的關鍵問題、擬採用之創新構想、預期達成之產業效益以及相關之研發經驗與執行規劃。計畫時程以不超過1年為原則，經費補助上限為30萬元，補助比例上限50%。

(二)研究開發/細部計畫：係指已完成初步可行性分析且已有明確驗證平台，具創新之

技術、產品或應用服務標的，可直接切入技術、產品或服務發展之計畫。申請人需敘明所要解決之關鍵問題、具體可行之創新構想、預期達成之產業效益與相關研發經驗與執行規劃。計畫時程以不超過3年為原則，申請人同時執行1項以上研發計畫時，累計每年度總補助金額原則不得超過500萬元，補助比例上限50%。

第 10 章 建構創業創新育成加速機制

經濟部中小企業處自 2012 年起推動「創業台灣計畫」（Start-Up Taiwan），以「精進育成加速卓越」為主軸，營造台灣優質創業環境，提供有志創業者從新秀拔尖、加速育成到結合天使網絡及區域產業資源，完善新創事業支援環境；2013 年配合「營造優質中小企業成長環境，協助資金融通，鼓勵創新育成新興產業」的施政主軸，中小企業處積極推動創業服務引擎，優化創業環境，推出「紮實有料創業課程」、「婦女創業陪伴加值」、「創業貸款財務協助」、「育成加速創業卓越」、「新創事業輔導加值」等五大好事（政策作法）加上創業單一服務窗口，營造台灣成為最佳創業園地，持續推動我國創業風氣成長。

由於全球商業市場之國際化進程加快／產業進化時程加快，資金的流動也加快，僅擁有優秀的專業技術、商業模式、成本優勢已不足以在市場勝出，「速度」已成為企業競爭與產業競爭的重要武器。育成加速器已在全球育成界形成風潮，全球已出現 40 多個民營育成加速器（例：TechStars），提供具全球市場競爭潛力之新創企業 100~180 天的育成服務，直接進行小額資本投資，並積極輔導尋求後續創投資金投入作為出場機制。經濟部中小企業處 2013 年推動新興產業加速育成計畫，建構一套通用服務平台，透過強化育成中心服務能量，達到加速育成企業成長目的，其主要內容在本章第 2 節陳述。

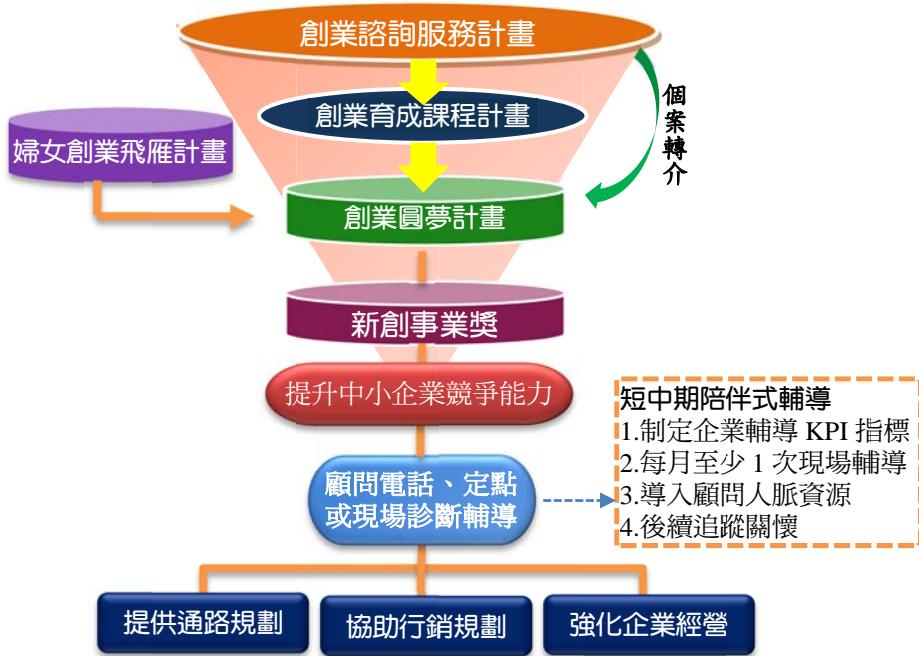
第 1 節 激發創業點子，強化創業動能

配合政府組織改造，經濟部中小企業處於 2013 年整併原青輔會青年創業輔導服務，除整合能量打造創業服務單一窗口外，並推動台灣創業服務引擎，積極優化創業環境，讓所有的創業好事盡在台灣。創業輔導執行機制如圖 10-1-1。

一、提供創業諮詢服務，協助創業者將創業構想具體化

經濟部中小企業處為協助有意創業者將創業構想具體化，提供創業資訊與諮詢服務，以利民眾做好創業前的準備工作，進而增加其創業成功機會，以帶動國內創業創新風潮，進而擴散創新意識，激發創業點子，型塑創業型社會。2013 年「創業諮詢服務計畫」主要工作內容如下：

圖 10-1-1 創業輔導執行機制



資料來源：中小企業處，2013 年。

- (一) **提供免費諮詢服務**：透過「0800-589-168 免付費創業諮詢專線」及「創業圓夢網」(<http://sme.moeasmea.gov.tw/>) 單一窗口，提供方便取得完整的創業服務與協助，幫助有創業夢想，或是在創業過程中遇到困難的創業者。
- (二) **舉辦創業點子選拔**：讓有創業點子的人，可以分享和討論激發靈感、精進作法，安排業師交流輔導、創業工作坊等，並幫助串聯其他政府資源，加速您實踐夢想的執行力。
- (三) **舉辦創業活動講座**：包括創業輔導服務巡迴列車、國際創業論壇等，激發產官學界交流創業觀察，還有成功創業者的經驗分享。此外也結合全球創業週(GEW)，串聯全國創業活動，把台灣的創業熱情推上國際舞台。
- (四) **創業台灣商品秀**：提供剛起步的創業者一個增加「曝光率」與「商機媒合」的免費行銷平台，讓商品被數以萬計的網友看到，是創業者不能不知道的絕佳通路。
- (五) **創業知識庫、創業台灣電子報**：創業圓夢網有最即時的創業新知、課程及活動，以及各類創業相關貸款、法規等訊息，還有名家分享的知識好文，值得創業者好好挖寶！或是您也可以訂閱我們的電子報，讓您掌握創業第一手消息！

(六) 創業實用刊物：本計畫出版「創業管理研究期刊」，定期發表創業管理專業論文；另外「創業教戰手冊」則是創業者最實用的隨身寶典，歡迎來電或上網索取。

(七) 國際學研社群連結：連結 ICSB（國際中小企業聯合會）及 GEW（全球創業週）等國際創業社群，並參與全球創業觀察（GEM），強化創業風氣及國際參與。

二、透過創業育成課程，建構完整創業能力，完成創業夢想

為加強青年創業動能，打造創業型社會，協助創業者或有意創業者，透過基礎創業育成課程、產業趨勢論壇、經濟弱勢家庭青年創業育成課程等，以提升創業者專業知能，掌握創業趨勢、經營理念與資訊，並結合本處相關創業輔導、資金融通等措施，協助青年建構完整創業能力，啟發創意、創新思維，協助完成創業夢想，進而永續經營。經濟部中小企業處執行「創業育成課程計畫」，計畫內容如下：

(一) 創業育成課程：針對欲創業或已創業之青年開設創業育成課程，並以經濟弱勢及原住民優先參與。於各縣市辦理創業育成課程班 35 班。

(二) 產業別創業論壇：針對各產業趨勢、時勢商機、科技工具應用等領域規劃講座，安排標竿學習，邀請產業界菁英人士擔任講師，提供創業者產業資訊，了解產業競爭環境。於北、中、南、東區共辦理 6 場次（中南部至少 3 場、東區 1 場）。

(三) 經濟弱勢家庭青年創業育成課程：針對未創業經濟弱勢之待業及失業有意創業（網路開店輔導為主）及已創業者欲精進創業技能（經營情況不佳或待改進之實體開店者為主），進行培育，課程 2 班聚焦開店輔導，透過創業適性評量、培訓及實務實習等技能培訓與業師指導，輔以創業輔導及後續追蹤關懷服務。

(四) 創業輔導網：遴聘全國各地創業有成且熱心服務的中小企業主擔任創業輔導網志工，宣導中小企業處重點業務及青創貸款及啟動金貸款等事項。並透過電話關懷、獲貸訪視服務、即時回應、轉介輔導及後續關懷輔導，協助中小企業處於各縣市在地服務創業青年。

三、透過多元經營管理輔導、市場推廣、異業交流創業圓夢

協助具潛力企業提升產品及服務之知名度與指名度、擴展更多企業合作機會與開創企業經營新局視野，透過多元經營輔導、市場推廣、異業交流及辦理新創事業獎活動及媒體推廣帶動創業風潮等，鼓勵成立 3 年內之新創事業發展具競爭力之商業模式，形塑新創事業同盟概念，重振台灣創業力，經濟部中小企業處執行「創業圓夢計畫」。主要

的輔導項目如下。

- (一) **提供新創事業分級輔導**：依企業經營能力給予不同協助輔導服務，包含一般性輔導、顧問陪伴式輔導、弱勢企業輔導，並協助企業取得認證，提升經營能力與企業形象。
- (二) **舉辦商品展銷活動**：篩選具有潛力且在地創業之新創事業，協助活絡內需市場之新創事業積極拓展市場，辦理商品展銷活動，並推薦具外銷潛力或服務輸出之企業參加國際商展，增加商品曝光機會及協助新創事業取得商機。
- (三) **媒體行銷廣宣**：提供新創事業多元行銷管道曝光，提升新創事業能見度。
- (四) **頒發創業獎項－新創事業獎**：為營造優質創業環境，提振創業家精神，形塑台灣成為創業型社會，藉由新創事業獎尋找國內具有創新產品、技術、服務或經營模式之新創事業，樹立成功創業典範，帶動國內創業風潮。舉辦新創事業獎表揚具創新產品、技術、流程或服務之新創事業，並提供獎金、獎座與獎狀，配合媒體廣宣活動，進而擴大企業得獎效益。

四、大專畢業生創業服務計畫 (U-Start)

為建立大專校院產學合作創新創業機制，提供甫出大學校門青年一個實踐夢想的創業實驗場域，教育部自 2009 年起推動「大專畢業生創業服務計畫(簡稱 U-START 計畫)」，即以產學合作計畫為基礎，適時利用微型創業的彈性及育成協助，提昇大專畢業生創業機會，期激發大專校院產學合作能量及提升校園創新創業文化。自 2013 年 1 月起，U-START 計畫已由教育部青年發展署接棒，期充分發揮組織分工與整合功能，希望培育青年成為社會改革創新的領航者，持續協助青年創業夢想起飛，將創業文化在校園穩定萌芽生根。

2013 年度大專畢業生創業服務計畫，分為「文創業」、「服務業」和「製造業」三種產業別，進行創業團隊徵選及補助。由 2008 學年度至 2012 學年度畢業生提出創業申請計畫，經審核通過並接受學校育成單位輔導創業 6 個月者，由教育部青年發展署補助學校育成費用新臺幣 15 萬元及創業團隊創業基本開辦費 35 萬元，獲補助之創業團隊經參與第二階段創業競賽且成績優者，教育部青年發展署得再補助至多 100 萬元創業開辦費。本計畫每校最多可申請 10 件，預計在大專校院育成中心培育 40 個創業計畫。計畫網址：<http://ustart.moe.edu.tw/picpage.aspx?CDE=CGE20090519101140JR5>

第2節 精進育成特色，加速新事業成長

自1997年起，中小企業處推動設立育成中心，並鼓勵公營機構設立育成中心，以提供新創與創新企業進駐空間、儀器設備、研發技術、協尋創業資金、人力資源開發、參與國際事務等資源，提供中小企業在創業過程中不同階段需求與支援。

一、育成中心現況及創新作法

育成中心（Incubation Centers）是以孕育新事業、新產品、新技術及協助中小企業升級轉型的場所，藉由提供進駐空間、儀器設備及研發技術、協尋資金、商務服務、管理諮詢等有效地結合多項資源，降低創業及研發初期的成本與風險，創造優良的培育環境，提高事業成功的機會。

（一）育成中心現況

1. 至2012年底全國共計逾130所創新育成中心，經濟部中小企業處2012年補助76所育成中心，補助育成中心1.57億元。
2. 中小企業處自2002年起配合園區開發，陸續設置南港軟體等4所直營育成中心，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10-2-1）；另規劃籌設新竹生醫產業及育成中心，預計2014年底營運。

表10-2-1 中小企業處直營的4所育成中心之聚焦培育領域及執行成效

名稱及聚焦培育領域	2012年度輔導績效
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	高雄軟體育成中心 數位內容、資訊軟體、科技化服務
南港生技育成中心 醫藥、醫療器材、醫療保健、農業生技	南科育成中心 電子資訊、生技醫療、綠能環保、精密機械

3. 育成輔導績效（表10-2-2）：

- (1) 2012年計補助76所育成中心，培育2,065家企業，誘發投增資約57.2億元，協助2家上市（櫃）企業，育成企業產出投增資金額/投入育成中心補助經費比例為37.63倍。
- (2) 至2012年底，全國計逾130所育成中心，中小企業處累計補助103所，共培育51家上市（櫃）企業，投增資金額增加758.2億，維持就業99,788人，並協助取得

專利 3,312 件、技轉 1,559 件；歷年來補（捐）助計畫總金額共計 25 億，投入/產出比達 30.33 倍。

表 10-2-2 歷年育成輔導績效

項目		年 度	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	1997~2012
投 入	補助育成中心金額(億元)		1.64	1.72	1.76	1.75	1.70	1.41	1.52	25
	培育中小企業家數		1,286	1,356	1,433	1,633	1,885	1,954	2,065	5,620
	育成新創企業家數		475	577	671	835	1,131	1,226	1,250	2,502
	維持就業人數		25,316	27,133	35,345	28,038	31,038	30,489	34,185	99,788
	協助育成企業取得專利件數		400	416	402	484	317	361	206	3,312
	協助育成企業取得技術移轉件數		205	149	181	270	162	195	84	1,559
	投入產出倍數比（資本額增加量/補助金額）		32	30	37.5	36.57	31.76	45.11	36.43	30.33
產 出	投增資金額（億元）		53	52	66	64	54	63.63	57.2	758.2
	上市上櫃企業家數		4	5	7	5	3	3	2	51

資料來源：經濟部中小企業處，2013 年。

（二）育成中心創新做法

1. 調整補（捐）助制度

育成中心數量不斷成長，為因應產業需求、提供多樣服務，並鼓勵各育成中心發展獨特的營運模式與核心專長，以促成創業創新之亮點案例。經濟部中小企業處自 2012 年起，積極推動育成中心分類制度，並調整補（捐）助作業規範，期能以更具彈性的機制來達成育成特色化之目標，落實當前育成中心轉型與經費逐年遞減之迫切需求。2012 年度補（捐）助制度調整以「基本營運補（捐）助」+「特色加值補（捐）助」為主要架構，可同時兼顧基本營運維持與育成特色化的目標。申請之育成中心只需通過計畫書審查，即可獲得基本補助額度 100 萬元；在取得基本營運補助以維持正常營運為前提下，各育成中心得依其未來發展方向、定位、優勢與核心培育領域等，自提加值營運項目或營運計畫；如育成企業國際化輔導、財務輔導支援、行銷市場開拓等，申請特色加值補助，最高得申請 400 萬元。

2. 推動育成軟著陸營造友善投資環境

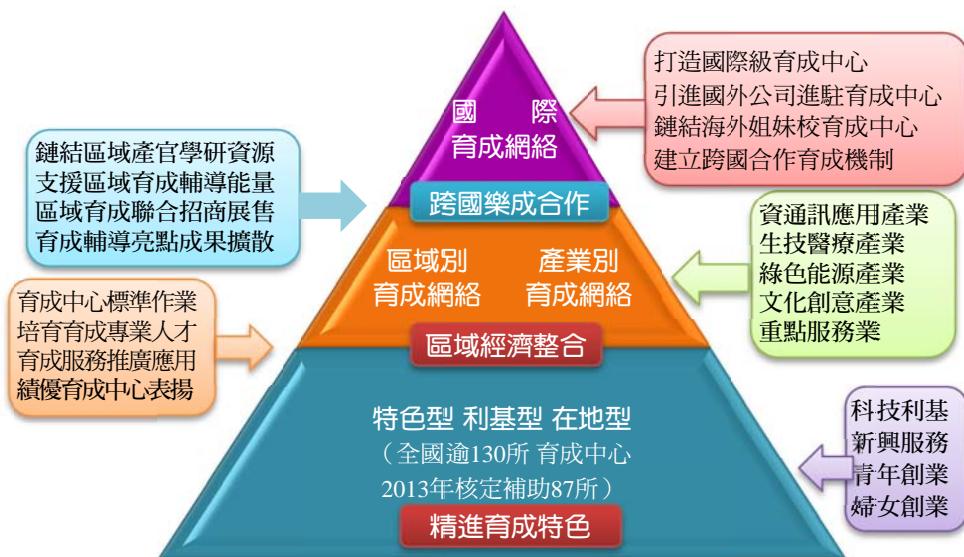
在接軌國際方面，政府積極進協助育成中心取得美國育成協會軟著陸認證，與美國育成協會、亞洲育成協會、歐盟商業與創新中心等簽訂跨國共同育成備忘錄，設立跨國

中小企業合作基金等。美國育成協會所辦理的軟著陸認證（Soft Landing），是指一項協助外國企業在本國營運的服務，通過認證的育成中心表示具有國際育成能力的資格。至2011年底全球取得 NBIA Soft Landings 認證之育成中心計 22 家，我國取得認證家數共 3 家（交通大學、南港軟體、南港生技育成中心），為全球第 2，僅次於美國。

（三）未來精進作法

2013 年度除持續辦理補助育成中心各項計畫，並針對育成中心評鑑機制與未來育成中心補助辦法進行精進作業，規劃推動育成拔尖及分級分類補助之政策目標，以更強化育成中心能量及營運模式，進而培育更多新創中小企業，並結合新興產業發展趨勢持續帶動國內產業創新發展。（圖 10-2-1）

圖 10-2-1 育成加值計畫精進方向



資料來源：經濟部中小企業處，2013 年。

二、建構創新創業加速機制

（一）2012 年育成加速卓越計畫

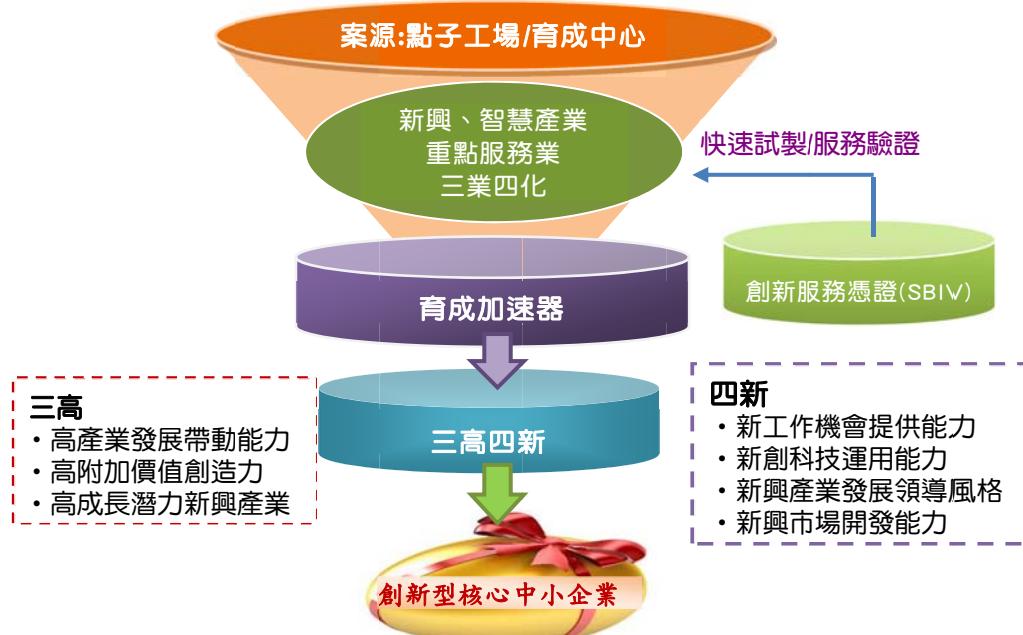
2012 年中小企業處積極推動「創業台灣計畫（Start-Up Taiwan）」，有效整合區域產業及育成中心資源，擴大在地服務能量，加強創意啟發、創新服務及創業成長，達到價值創造一條龍完整之育成服務。（圖 10-2-2）

因此，中小企業處建構「育成加速器」機制，以商機為導向，由專家做系統化的輔

導，包含提供技術評估、研發投入、市場調查與商情分析、育成輔導、國際商機媒合（天使空港）到創投引進（天使俱樂部）等一站化的服務，同時邀請具有大型企業實務經驗之企業領袖擔任塾師（育成塾），為進入育成加速器之企業進行輔導，並輔以由各專業領域人士及育成中心經理人參與投入，透由其所組成之專業團隊，根據企業實際狀況，提出企業診斷、加速目標及執行的策略作法，以打入大企業供應鏈等目標方向卓越成長。

（圖 10-2-3）

圖 10-2-2 創業創新加速機制



資料來源：經濟部中小企業處，2013 年。

圖 10-2-3 2012 年育成加速器服務平台



資料來源：經濟部中小企業處，2013 年。

2012 年推動點子工場、育成塾、育成空港及天使俱樂部四大服務平台，邀集 18 位大企業塾師進行一對一輔導，培育 8 家亮點企業；成功媒合 1 家日本企業至台設立公司，並進駐工研院育成中心 Soft Landing，進行跨國合作。

（二）2013 年新興產業加速育成計畫

2013 年度起，經濟部中企處將延續 2012 年度「育成加速器」三大機制：業師陪伴輔導團隊、資金媒合及國際育成合作平台。重點推動「新興產業加速育成計畫」，透過 3 個新興產業育成聯盟團隊分別建構：聚焦於雲端軟體服務、資訊電子、生技醫療、精密機械、環保綠能、文化創意及流通服務等專屬台灣新興產業育成加速培育機制，給予差異性與專屬培育作法。並分別於歐美地區、亞洲地區及新興市場建構國際育成合作平台，以利加速推動新興產業國際化網絡鏈結。（圖 10-2-4）

圖 10-2-4 2013 年新興產業加速育成平台



資料來源：經濟部中小企業處，2013 年。

本計畫預計從徵集輔導的 200 件以上具潛力發展企業/團隊，篩選出 50 件優質案源，提供加速深度育成輔導，並舉辦投資媒合會、創新人才培訓課程、國際商機暨投資媒合會。帶動投增資至少 8 億，協助至少 20 家企業打入大型企業供應鏈，並協助取得國外訂單。

1. 育成加速器特性

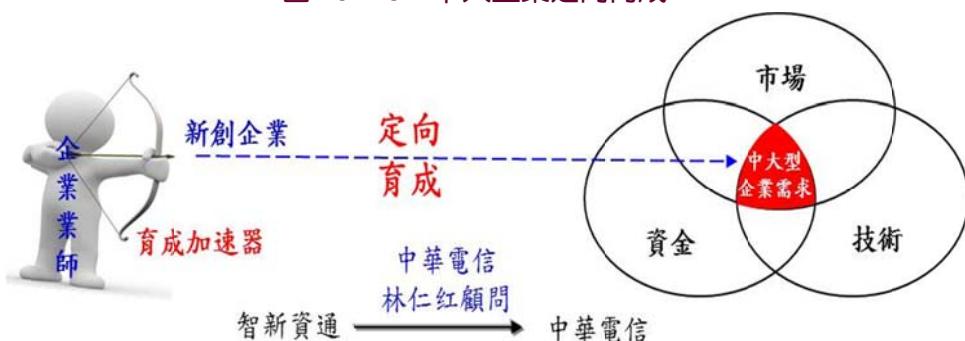
有別於一般以空間管理為目的的育成中心，育成加速器以投資組合操作概念的商業模式，由全國性或大區域中篩選出優質案源，透過業師輔育、早期資金提供及國際網絡

鏈結，提供具全球市場競爭潛力之新創企業 3~6 個月短期的育成加速服務，加速企業成長，進軍國際市場；目前全球已有超過 50 個民營育成加速器成立，其中北美約 60%，歐洲約 13%，亞洲約 14%，澳洲約 7%。

2. 大企業定向深度輔導

新興產業加速育成計畫以中大型企業定向育成出發，提供一個育成交流平台，並鏈結國際市場，依據市場導向與價值鏈需求，整合輔導能量及外部資源，協助台灣新興產業快速發展適合產業屬性之 B2C / B2B / B2M 商業成長模式，進行與中大企業定向育成。去年成功協助智新資通公司(北科大育成中心廠商)切入中華電信雲市集供應鏈，取得 1,200 萬元以上的合作案。（圖 10-2-5）

圖 10-2-5 中大企業定向育成



資料來源：經濟部中小企業處，2013 年。

本項計畫預計從 200 個潛力案源，篩選出 50 個優質個案，提供 1,200 個小時的深度輔導，並拔尖 20-30 件個案，提供大企業定向育成(Mentoring)、天使資金媒合(Funding)、前進國際市場(Networking)等客製化的服務。工研院、交通大學及中原大學等三個聯盟並將打造 7 個產業別育成加速器。預期培育出至少 20 家創新型核心中小企業，誘發 8 億元投增資額，促成 5,000 萬元以上國際合作商機。

三、建構北中南東區域育成網絡，成為區域創業育成資源整合中心

為有效整合國內育成中心資源，充分發揮輔導服務效能，提升產業育成輔導績效與整體競爭力，依區域產業需求活化育成聯合輔導網絡，北區為科技化服務、中區為精密機械、南區為創新生活科技，以及東區為健康休閒等 4 個產業聯盟，以育成能量優勢互補方式，提供北中南東區域特色產業一站式輔導。經濟部中小企業處推動「北、中、南、東區域育成網絡計畫」，育成網絡內容架構（圖 10-2-6）及主要執行措施。

圖 10-2-6 北中南東區域育成網絡



資料來源：經濟部中小企業處，2013 年。

- (一) **創新特色聚落**：依據政府重點產業需求，建構 ICT 應用、文創、生技、綠能、科技化服務、精密機械、智慧生活、健康休閒等 8 個產業別育成網絡，結合相關領域育成中心及專業服務單位能量，共同打造創新特色聚落，帶動產業關聯效益與誘發投增資。
- (二) **區域資源整合中心**：匯集區域輔導資源，提供共同諮詢診斷與聯合研發等服務，加速亮點企業育成，提供區域特色產業一站式輔導。
- (三) **國際接軌**：與廈門、泉州、重慶等育成中心合作，並辦理國際育成交流活動，另協助於越南、美國、馬來西亞、印尼等設立國際服務據點。

2012 年執行績效：

1. 運用資訊應用、綠能、生技及文創等產業別專業育成網絡，強化學研機構扮演育成中心與新創事業發展支援角色，促成跨域育成合作體系，推動軟硬或異業結合，鼓勵發展新型態培育模式與衍生新事業及新商機。
2. 透過橫縱向整合產業鏈提供產業發展完整解決方案，與越南、馬來西亞、印尼、大陸等跨國合作，建立產品研發及技術提升育成模式。
3. 產業育成網絡深化與串連，培育區域亮點產業，成立創新特色產業聯盟，完成 33 件國際育成輔導案例、提供符合區域重點產業的創新創業診斷輔導 250 案，誘發企

業投增資金額達 37,234 萬元，並成功推薦 60 案優質企業進入點子工場與育成加速器輔導，加速企業成長。

表 10-2-3 育成支援網絡執行績效

項目	地 區	北 區	中 區	南 區	東 區	合 計
創新創業診斷輔導		70	60	74	46	250
進駐育成中心		23	11	16	11	61
創新特色產業聯盟		2	1	1	1	5
區域重點（特色）產業之優質案例		21	18	13	5	57
廠商投增資金額（萬元）		12,576	4,058	20,000	600	37,234
國際育成輔導案例		13	5	6	9	33
點子工場與育成加速器		19	16	16	9	60
企業取得擴展資金媒合管道、市場商機或產業研發資訊與政府相關補助經費或計畫輔導資源		18	22	10	15	65
區域育成相關人員專業能力之研習或交流會議		4	7	18	3	32

資料來源：經濟部中小企業處，2013 年。

四、推動「中小企業創新服務憑證」

配合國家產業與科技政策方向，鼓勵中小企業運用學術機構研發服務資源投入創新研發，誘發創新服務供需市場，營造產學雙向互動之驅動力，提升中小企業創新研發能量並擴大產學合作效益。經濟部中小企業處自 2010 年起推動「中小企業創新服務憑證補（捐）助計畫。」

本計畫係以中小企業需求為導向觸發產學合作，並引導中小企業（尤其是微、小型企業、新創企業及首次取得政府研發補助計畫者）從事創新研發，補助範圍包含技術可行性研究及智財布局規劃、研發流程建構再造、新產品/服務研發之客製化規劃或評估、創新性產品或技術之測試驗證、商品化或產業化策略規劃、創業創新輔導、試量產製程、設計、行銷等皆可提出申請，切合中小企業多樣化、創意、彈性之特性。

2013 年度預計發放 164 張創新服務憑證，經審議核定且通過結案審查之企業可獲得每張新台幣 30 萬元整之創新服務憑證，以此向知識服務機構換取客製化之創新服務。本年度鼓勵政府重點扶植產業（如：青年創業、婦女創業、中南部企業）、新創企業、首次申請政府研發補助計畫之企業及中小企業處創業育成相關計畫推薦之企業（如：新興產業加速育成計畫）提出申請，並擴大補助對象，補助範圍包括：1.新產品（服務）研究發展活動相關客製化規劃或評估活動；2.研發流程之建構或再造；3.技術研發或取得之策略規劃；4.創新性產品或技術之測試驗證服務；5.技術可行性研究、智財布局或相關規劃服務；6.創新

性技術商品化或產業化策略規劃服務；7.創業創新輔導、試量產製程；8.設計、行銷、新品上市規劃服務；9.其他經創新服務憑證審查委員核可之客製化技術加值規劃服務。

第3節 婦女創業輔導

一、中小企業處「婦女創業飛雁計畫」

經濟部中小企業處自2007年起推動「婦女創業輔導計畫」以來，幫助許多女性一圓創業夢想，2010年更整合資源及擴大能量，推動「婦女創業育成網絡計畫」並與中小企業處「創業領航計畫」下各項輔導資源銜接，以全方位婦女創業服務機制，即時性創業資訊交流平台、系統化創業教育研習培訓等服務外，透過「婦女創業創新聯盟」，建立婦女創業育成服務網絡，以創意激發、資源整合及創新營運模式推廣，鼓勵更多具有創意格局的女性企業創造價值差異化的事業。2012年在創業台灣計畫下推動「婦女創業菁英」分項計畫，與各項創業輔導資源銜接，提供全方位婦女創業服務機制。

2013年經濟部中小企業處為協助更多的婦女創業者，促進女性創業風潮，鼓勵女性提升自主經濟力與競爭力，並強化扶助「中低收入」及「境遇弱勢」婦女自立創業、脫離貧窮，提供完整之服務，以及配合政府組織改造，整併青年輔導委員會「飛雁專案」，規劃辦理「2013年婦女創業飛雁計畫」。本項計畫依據女性創業特質，推動婦女創業育成相關措施，促進女性創業風潮，鼓勵女性提升自主經濟力與競爭力。

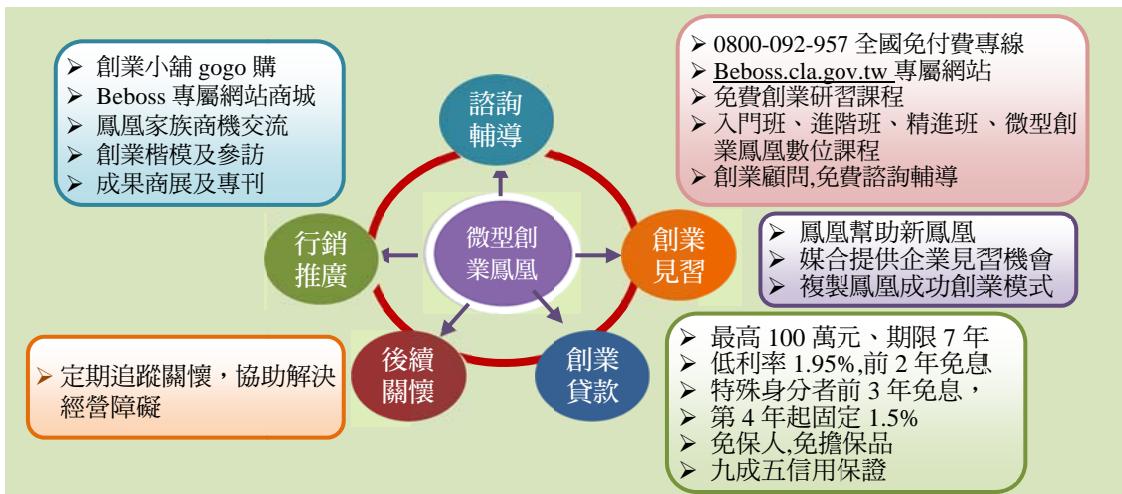
2013年執行內容包括：辦理女性創業育成課程、整合女性創業資訊、建構婦女創業陪伴輔導機制、協助婦女企業商機拓展、遴選婦女菁英企業、協助創業婦女取得資金、扶助中低收入及境遇弱勢婦女自立創業脫貧、強化婦女創業網絡等。

二、行政院勞工委員會「微型創業鳳凰計畫」

為提升婦女及中高齡者勞動參與率，建構創業友善環境，協助女性及中高齡者發展微型企業，創造就業機會，提供創業諮詢輔導服務及低利免擔保之創業貸款。微型創業鳳凰計畫架構及執行措施，如圖10-3-1。

創業鳳凰計畫自2007年推動至2012年12月底止，全國開辦的創業研習課程（包括入門班、進階班及精進班）共計1,094場次，79,629人次參加，創業貸款金額18億1,511萬元，諮詢輔導23,999人次，協助10,183人完成創業，共創造28,035個就業機會。

圖 10-3-1 微型創業鳳凰計畫執行架構



資料來源：行政院勞工委員會，2012 年。

三、創業貸款協助

婦女創業時協助取得資金管道，包括：

- (一) **經濟部中小企業處「青年創業貸款」**：年齡在 20 歲以上 45 歲以下；具有工作經驗，或受過經政府認可之培訓單位相關訓練者；為所創事業負責人或出資人；依法辦理登記或立案之事業，其原始設立登記或立案未超過 5 年，且具實際經營事實者等。網址：<http://sme.moeasmea.gov.tw/SME/main/loan/ARM01.PHP>
- (二) **經濟部中小企業處「青年逐夢創業啟動金貸款」**：年滿 20 歲至 45 歲，且過去三年內受過政府認可之單位所開辦創業輔導相關課程至少 30 小時。
- (三) **行政院勞工委員會「微型創業鳳凰貸款」**：凡年滿 20 歲至 65 歲婦女，3 年內曾參與政府實體創業研習課程，並經創業諮詢輔導，所經營事業員工數（不含負責人）未滿 5 人，貸款金額最高 100 萬元，貸款年限 7 年。按郵政儲金二年期定期儲金機動利率加年息 0.575% 機動計息。貸款戶自行負擔信用保證 0.5% 保證手續費。貸款前 2 年免息，由勞委會全額補助利息。本項貸款由銀行提供貸款資金，政府提供貸款戶 9 成 5 信用保證，免提擔保人。
- (四) **行政院勞工委員會「就業保險失業者創業貸款」**：貸款對象為就業保險被保險人失業而有意自行創業者，曾接受創業諮詢輔導及適性分析，參加創業經營管理培訓，並經勞委會輔導依法設立登記者，為所創事業之負責人。貸款金額最高 100

萬元，貸款人前 3 年免繳利息，由勞委會全數補貼，第 4 年起固定負擔年息 1.5%，利息差額由勞委會補貼。

(五) 經濟部中小企業處「中小企業新創事業貸款」：貸款對象為依法辦理公司或商業登記未滿 3 年且經經濟部獎（補）助、輔導（不含諮詢）之新創中小企業，並檢附相關證明文件。

(六) 新北市政府幸福創業微利貸款：設籍新北市，年齡為 20 歲以上 65 歲以下者，符合中低收入戶資格者，所創或所營事業具有依法設立登記未超過 1 年者或為商業登記法第五條規定得免辦理登記之小規模商業，且有稅籍登記者。

第 11 章 深耕地方產業、強化行銷實力及掌握市場拓展商機

經濟部中小企業處推動臺灣 OTOP(One Town One Product)「一鄉鎮一特產」政策，帶動地方產業特色化發展，伴隨臺灣鄉鎮及產業一同成長，已走過二十多個年頭，尋跡臺灣百年來的庶民生活，發掘真正臺灣味的在地特色產品及店家，協助在地業者精進及行銷推廣。

為協助各縣市地方產業發展，針對所得偏低人口外移鄉鎮，加強產業輔導、促進地區經濟繁榮、增加就業機會。行政院於 2009 年度編列 10 億元預算設置「地方產業發展基金」，由地方政府主動規劃其地方特色產業發展藍圖及推動計畫，以地方提案、中央補助之原則，協助地方產業發展。另外，自 2011 年起，運用地方產業發展基金補助地方政府設置微型園區，協助中小企業解決小規模合法用地取得問題。

經濟部中小企業處於 2012 年 6 月辦理「優質臺灣地方特色產品推薦登錄」活動，由各縣市及中央政府單位篩選推薦優質臺灣地方特色產品，通過申請的產品得以刊載於新成立的全臺地方特色產品最大網站「OTOP 地方特色加值網」(<https://mall.otop.tw/>)。網站於 2012 年 11 月正式對外營運，為資訊、採購、網路行銷、社群分享等全方位服務之交流平台，由通過申請的廠商維護其所屬的網頁、開啟線上購物功能及自行管理其產品之金流及物流等。

經濟部工業局及商業司，近年來大力推動在地產業文化與觀光動線結合，讓製造產業走向觀光（觀光工廠），以及設置全國商圈永續發展推動平台、商圈特色整合行銷、國際型商圈輔導等策略措施，以強化競爭力。

第 1 節 推動地方產業群聚創新發展

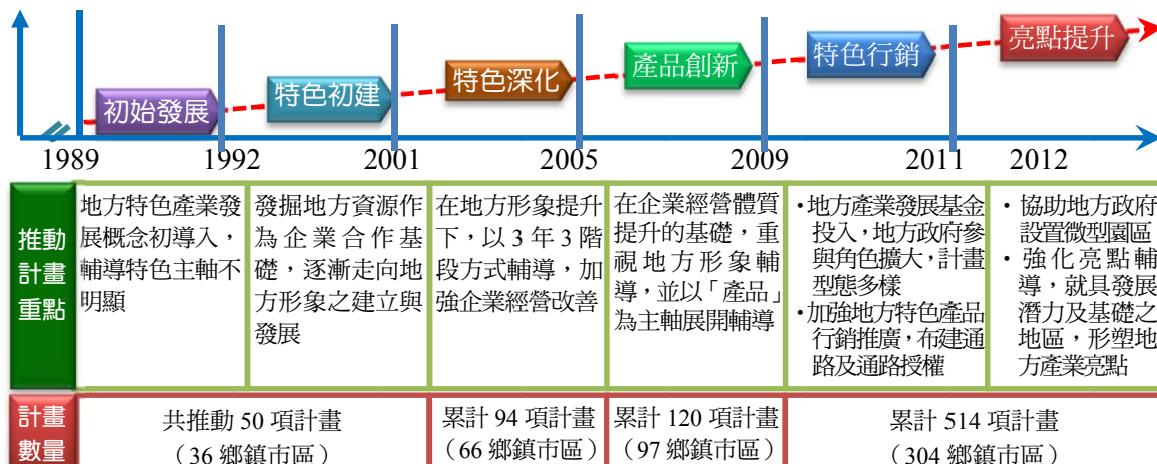
一、地方產業重點輔導策略發展

所謂地方特色產業，通常以鄉、鎮、市或社區（部落、聚落）等為主，發展出的特色產品需具有當地特有的歷史性、文化性、獨特性或唯一性等特質之一，並運用當地素材、自然資源、傳統技藝、勞動力等，從事生產及提供服務，進而形成地方群聚之產業。

地方特色產品（OTOP）分為以六大品類：加工食品、文化工藝、創意生活、在地美食、田園休閒及節慶民俗。

經濟部中小企業處自 1989 年開始積極投入資源協助發展地方特色產業。台灣地方特色產業發展脈絡如圖 11-1-1。在不同的時期執行的重點輔導措施如下：

圖 11-1-1 台灣地方特色產業發展脈絡



資料來源：經濟部中小企業處，2013 年。

（一）初始發展：經濟部中小企業處自 1989 年起推動地方特色產業輔導工作，因地方特色產業發展概念初導入，輔導特色主軸不明顯。

（二）特色初建：自 1992 年起發掘地方資源作為企業合作基礎，逐漸走向地方形象之建立與發展。

（三）特色深化：自 2001 年起在地方形象提升下，以 3 年 3 階段方式輔導，協助業者從事產品研發、策略聯盟、企業診斷、人才培訓、資源調查、觀光規劃、形象塑造及展示促銷等等措施，並擴增標竿優秀輔導業者觀摩機會。

（四）產品創新：2005 年在企業經營體質提升的基礎，以「產品」為主軸展開輔導，並開始地方特色產業多元資訊網（<http://www.otop.tw>）的建置，以地方特色產品之發展為核心要素，強化地方特色產品市場競爭力，整合地方特色產業輔導計畫相關成果，以地方特色網為基礎平台，藉由通路的建置與國際市場的拓展，多元推廣國內優質特色產品，活絡地方經濟。

（五）特色行銷：2009 年成立地方產業發展基金，地方政府參與角色擴大，由地方政府主動規劃其地方特色產業發展藍圖及推動計畫，以地方提案、中央補助之原則，

增加計畫型態多樣，協助地方產業發展，並特別針對人口外移、所得偏低地區加強輔導，以促進地方的就業機會。加強地方特色產品行銷推廣方面，推廣能展現台灣地方特色且優質形象之產品，開拓內、外銷市場與發展地方旅遊業，並鎖定具國際市場發展潛力之地方特色產業，輔導提升產業價值鏈。除設立 OTOP 館外，並以通路授權之方式推動，鼓勵更多通路商投入地方特色產品之販售。

(六) 亮點提升：自 2011 年起，運用地方產業發展基金補助地方政府設置微型園區，以微型園區概念及群聚輔導方式，協助中小企業解決小規模合法用地取得問題。另為奠定全國各縣市地方產業發展的基礎及擴大產業發展績效，將就具發展潛力及基礎之地區，形塑地方產業亮點。

二、運用地方產業發展基金推動地方產業發展

經濟部中小企業處為提升中小企業之經營能力，活絡地方經濟，2012 年推動地方特色產業輔導計畫，以形塑具競爭力之臺灣特色產業為願景，並以活絡地方經濟・創造在地就業為目標。透過專業輔導團隊，經由地方參與，致力於發展具特色之地方產業。輔導重點為協助國內地方特色產業強化產業組織發展、提升企業經營能力、改善地方視覺形象、引領地方產業走向國際化、打造更具特色之產業亮點、增加地方特色產業經濟能量及促進在地就業。地方產業發展基金推動策略如圖 11-1-2。

(一) 地方產業發展基金補助範圍

1. 協助地方政府規劃地方特色產業發展。
2. 推動地方特色產業發展之企業經營管理輔導與及人才培育。
3. 創新地方特色產業之組織架構機制、生產能力、技術研發、產品設計、行銷服務、及科技應用等及相關事項。
4. 輔導具國際化潛力之地方特色產業。
5. 整合推動地方特色產業相關之人文發展、特色遊程與及景點觀光。
6. 配合地方特色產業發展需要而設置之微型產業發展或觀光園區。
7. 配合地方特色產業發展需要活化之地方閒置資產或建設之周邊景觀。
8. 其他與地方產業發展相關之事項。

11-1-2 地方產業發展基金推動策略



資料來源：經濟部中小企業處；地方發展基金網站 <http://fund.sme.gov.tw>

(二) 地方產業發展基金補助類型—單一型、整合型、區域型、微型園區

為協助中央與地方政府聯手推動地方產業發展，地方產業發展基金在競爭機制的執行原則下，採行「補助」與「輔導」兩段銜接式作業，以「地方需求、中央補助」為基金推動之軸心架構，包含「單一型補助計畫」、「整合型補助計畫」、「區域型補助計畫」、「微型園區補助計畫」四種補助計畫類型。基金之運作模式，除了補助地方政府執行地方產業發展計畫外，更進一步從輔導之角度切入，協助其進行地方發展藍圖規劃。（圖 11-1-3）。

1. 單一型、整合型補助計畫

由直轄市或縣（市）政府規劃研提或自辦遴選，從中擇優鄉鎮市區地方特色產業發展補助計畫，進行彙送申請。並於獲得地方產業發展基金之補助後，納入地方政府之年度預算中，由地方政府主導計畫之執行與管控，另須定期向基金工作小組彙報計畫執行之進度與成果。（圖 11-1-3）

2. 區域型補助計畫

由中央各機關（如客家委員會、青年輔導委員會、原住民委員會、文化部等）針對

跨鄉鎮縣市或大區域範圍之地方特色產業合作發展等相關計畫加以規劃，並進行彙送申請。獲得基金補助後，則由各機關自行主導所提計畫之執行與管控，並定期向基金工作小組彙報計畫執行之進度與成果。

圖 11-1-3 地方產業發展基金推動架構



資料來源：經濟部中小企業處，2013 年。

3. 微型園區補助計畫

自 2011 年起，運用地方產業發展基金補助地方政府設置微型園區，以微型園區概念及群聚輔導方式，協助中小企業解決小規模合法用地需求，提供屬地方特色產業且低污染之中小企業進駐使用。以部分補助為原則，每園區設有補助上限（最高補助金額為 5,550 萬元），其餘不足之開發費用由申請機關編列預算支應。補助計畫分二類型：

- | | |
|-------|---|
| 類型 I | ➤ 計畫基地未取得開發許可且需辦理規劃作業者
➤ 補助項目：規劃設置費 |
| 類型 II | ➤ 計畫基地經目的事業主管機關核准設置並取得開發許可者
➤ 補助項目：開發工程費、營運管理費 |

至 2013 年 4 月已核定 7 個微型園區進行規劃開發。7 個微型園區全數正式營運之效益：可進駐 246 家廠商、提供 2,397 人就業及年產值 66.6 億元。

(三) 地方產業發展基金輔導計畫情形

地方發展基金輔導計畫主要是：1.針對具發展潛力，惟地方政府規劃能力不足之地方產業，進行藍圖規劃或實質輔導之協助；2.針對地方產業發展需要，或長期未有輔導資源挹注之偏遠鄉鎮主動提供輔導協助（地方產業服務團）；3.配合政策要求提供產業輔導服務，例如：莫拉克風災地區、永久屋基地等。

2012 年度輔導計畫執行績效：通過藍圖規劃 3 項、實質輔導 12 項。尚有藍圖規劃輔導 13 案，由中小企業處視輔導區域需求派案處理。截至 2012 年底以輔導 80 項藍圖規劃、65 項實質輔導。



表 11-1-1 至 2012 年底地方發展基金輔導執行成果

評估指標	執行成果		
帶動地方企業發展家數			1,008
帶動就業人數	穩定就業人數	3,817	3,493
	新增就業人數		324
重點廠商營業額增加（仟元）			106,684
促進民間投資金額（仟元）			80,783
協助參加展售活動場次			126
辦理人才培訓課程場次/人次		213 場	/2,446 人

資料來源：經濟部中小企業處，2013 年。

三、地方特色產業亮點輔導（國際化輔導及亮點輔導）

亮點輔導計畫以創新輔導作法形塑出地方特色亮點，期透過提升在地產業發展與總體產值、深化地方產業特色與觀光意象，進而打造出具特色的城市品牌，增加國際能見度並強化地方競爭力。

(一) 推動目標及計畫清單

推動地方特色產業亮點輔導的目標：

- 凝聚居民認同感，促進地方產業永續發展；
- 鏈結地方產業與區域特色，強化產業競爭力；
- 聚焦區域品牌，提增國際識別度，創新產業價值；
- 創造地方產業商機，活絡地方經濟，促進在地就業。

甄選具發展潛力及基礎之地區進行輔導 2 年，藉以深化地方產業特色，建立區域品牌，並帶動示範效果。亮點計畫條件：需具有基礎環境力、地方經營力、產業發展力及品牌形象力。2013 年計畫清單包括：

- ◆ 苗栗縣政府：美學山城・木雕之都—苗栗縣亮點輔導計畫
- ◆ 彰化縣政府：百花齊放・花卉之都—彰化縣亮點輔導計畫
- ◆ 臺南縣政府：質粹幸福・品味蘭都—臺南市亮點輔導計畫

（二）地方主題產業國際化輔導

經濟部中小企業處自 2012 年起，綜整中小企業業者國際化之歷程，透過甄選活動遴選具國際市場發展潛力之產品與廠商，以臺灣 OTOP 共同標示形象，促進臺灣地方特色產業走向國際化，持續累積國際化推動能量及媒合國際通路合作，達到產品真正持續販售與回饋，以國際視野與刺激產業之特色創新，規劃籌組 OTOP 產業聯盟組織，讓臺灣優良地方特色產品真正發揚國際。有鑑於臺灣糕餅、竹工藝產業之文化獨特性與國際市場發展潛力，故以該產業為主要輔導產業。

1. **台灣竹產業**：著重協助檢視與強化生產流程控管能力，降低生產成本、提高訂單談判力；加強與市場及設計單位多元交流，提高產品多元創新及設計質感；並綜合推動部落格、APP 等行銷工具，並透過參展及通路拓展方式，擴大產品的國際市場行銷；藉由前項工作積極建構業者與外部單位良善生產合作、設計合作機制。
2. **台灣糕餅產業**：著重採取品牌識別共識操作、品牌課程交流活動等方式，強化業者品牌型塑的概念及操作手法；多元結合 ICT 科技、自走地圖等工具，亮麗呈現台灣糕餅特色，提高對國際市場的吸引力；並積極與國內外主題活動、實體通路進行合作推廣，以提高能見度；前項工作乃以強化產業品牌為訴求、多元推廣為手法，並著眼於能持續洽談國際通路合作事宜。

四、推動觀光工廠輔導與評鑑

經濟部工業局、經濟部中部辦公室有鑑於產業觀光已成全球趨勢，且為因應產業升級需要，自 2003 年起推動「觀光工廠輔導計畫」，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」，賦予廠商企業再造之新契機，並提供民眾兼具知識性及趣味性的觀光休憩新選擇，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，為因應參與觀光工廠輔導計畫之廠商不同程度經營與運作現況，以區隔其觀光推展與實際施作之工作項目差異性。

為因應參與觀光工廠輔導計畫之廠商不同程度經營與運作現況，以區隔其觀光推展與實際施作之工作項目差異性，依據觀光工廠輔導指標建議項目，分為「觀光工廠輔導」與「觀光工廠評鑑」兩種。

(一) 觀光工廠輔導：凡從事製造加工且具有觀光教育或產業文化價值，其產品、製程或廠地廠房適宜發展觀光並經核准工廠登記者，需由輔導團隊協助規劃者，一年以接受輔導一次為限。輔導費用：廠商配合款 35 萬元以上（含共同廣告費用）；計畫輔導經費 35 萬元（上限）。

(二) 觀光工廠評鑑：廠商已自力完成工廠觀光化所必需評鑑項目，經審查委員依觀光工廠評鑑評分表項目進行評分，整體評鑑分數達 85 分(含)以上者通過認證，並頒授觀光工廠輔導標章乙式。評鑑費用：廠商報名時繳交評鑑審查費用 3 萬元（含初評及複評）；通過評鑑後再繳交評鑑作業費用 2 萬元（含評鑑獎牌及共同廣告費用）。

另外，經濟部推動工廠觀光化輔導多年來，從建立輔導機制、評鑑認證到優良觀光工廠遴選，有效協助產業升級、提升服務品質、樹立模範標竿，為配合政府推動國際旅客來台旅遊，乃推動遴選優質觀光工廠，並加以協助成為國際化觀光景點，俾成為國際觀光新亮點，以結合在地觀光文化資源吸引國際旅客來台，並強化我國觀光工廠之國際競爭力。2013 年觀光工廠國際亮點入選郭元益食品及聯米企業 2 家廠商。

觀光工廠網址：<http://taiwanplace21.org/>

五、推動商圈輔導計畫，提升商圈競爭力

經濟部商業司為持續提升商圈競爭力，以「多元激發商圈競爭力、打造國際示範商圈」為計畫願景，期望結合趨勢與商業技術，並塑造商圈專業經營人才，藉以提升商圈經營優勢及建立國際化旗艦商圈，同時透過主動創造亮點消費議題，多方開發商圈展銷管道，穩固商圈經濟基礎，藉以深化商圈經營實力、提升商圈發展體質及強化永續發展能量，以商圈業者經營提升及市場消費者品質提升等兩大需求兼顧為目標。2013 年提升商圈輔導計畫項目如下：

(一) 商圈國際化輔導：輔導新北市九份商圈、台中市新社商圈、彰化縣鹿港商圈及臺南市安平商圈等 4 處具備國際化潛力之商圈，透過集結國內具國際化潛力之商圈，打造商圈旗艦標竿，促進國外遊客至商圈遊憩消費，並建構友善商圈遊憩資訊，吸引國際自由行之遊客，提升商圈國際能見度。

(二) 區域型商圈輔導：輔導新北市平溪商圈、台北市艋舺大理街服飾商圈、宜蘭縣蘇澳冷泉商圈、金門縣金城商圈、新竹縣內灣商圈、苗栗縣南庄商圈、台中市天津路服飾商圈、彰化縣田尾商圈、彰化縣員林商圈、雲林縣北港商圈、嘉義縣新港

商圈、臺南市孔廟商圈、高雄市甲仙商圈、屏東縣小琉球商圈與台東縣知本商圈等 15 處區域型商圈，創造商圈特色商品多元銷售管道，並結合地方資源辦理商圈節慶/主題行銷活動，藉以深化各商圈特色、建立區域品牌，以持續活絡地方經濟之發展。

(三) 商圈特色整合行銷：透過各種媒體進行市場傳播、擴大廣宣，提供整合行銷及通路擴大方案，協助商圈進行宣傳，同時舉辦「商圈大玩家－短片大挑戰」全國性之主題行銷活動，邀請民眾至商圈遊玩消費，並募集民眾拍攝之創意短片，共計評選出 20 個獎項，吸引民眾參與，進行口碑行銷。

(四) 全國商圈永續發展推動平台：執行各分項計畫及子計畫之運作管控，辦理商圈一般營運知識課程及推動辦理商圈經理人專業課程，持續培育商圈組織營運及管理專業人才，同時透過舉辦商圈大賞及商圈年會，樹立優良商圈典範，擴大示範學習效果，激發商圈相互學習其成功經驗，達成商圈創新永續之發展。

第 2 節 提升中小企業行銷效能

一、地方特色產業行銷推廣

為形塑特色產業魅力，活絡地方經濟發展，推廣台灣 OTOP(One Town One Product) 一鄉鎮一特色產品與服務，以地方歷史、文化等素材形塑台灣在地生活美學，創造地方特色，以引領產業創新，提升產業附加價值，促進地方就業，帶動國內外市場需求，達到 OTOP 台灣，優質首選之目標，經濟部中小企業處推動「地方特色產業行銷推廣」

2013 年度地方特色產品行銷推廣計畫－中小企業處為協助台灣各地地方特色產業產品行銷推廣，增加地方特色產品的曝光度，並有效提昇地方特色產品的銷售額及擴增行銷管道；依據中小企業處 2012 年度地方產業發展重點業務項目－推廣 OTOP 產品並拓展行銷管道，規劃辦理 OTOP 展售活動及整體行銷推廣(含 B2B 及 B2C 媒合)，以協助推廣台灣地方特色產業的行銷通路整合，全力發展地方（特色）產業、活絡地方經濟。主要執行項目：

- (一) 辦理台灣地方特色產品通路標章授權業務，提供消費者便利購買優質台灣地方特色產品之通路識別，擴大地方特色產業之商機。
- (二) 蒐集、評選台灣地方特色遊程並結合交通或旅遊業者及旅遊雜誌共同行銷推廣。

- (三) 發掘 OTOP 優質企業、特色遊程及產品，辦理 OTOP 設計大賞、OTOP 遊程大賞、OTOP 優質企業及相關選拔活動及頒獎典禮。
- (四) 維護及管理 OTOP 產品服務加值網，兼具資訊服務、詢價功能及資訊回報等功能，提供 OTOP 產品及廠商資訊，另店家及輔導業者皆可自行更新產品資料。
- (五) 於台北 101 購物中心、南投日月潭、台中高鐵站設立「台灣地方特色產品館」，匯集全台最精緻的伴手禮、工藝精品及文化創意產品，提供地方產業行銷實體通路，讓地方特色產品能行銷全台與國際。
- (六) 結合地方節慶活動及經濟部中小企業處地方特色產業相關輔導計畫，辦理多元地方特色產品展售活動。
- (七) 與國際級網路平台業者合作，協助地方特色產品業者拓展虛擬通路，並辦理網路行銷活動，拓展地方特色產業商機。

二、地方特色產業輔導

經濟部中小企業處以建構「一鄉鎮一特產」為目標，透過台灣 OTOP 共同標示形象，推廣能台灣地方特色且優質形象之產品，開拓內、外銷市場開拓與發展地方旅遊業，並鎖定具國際市場發展潛力之地方特色產業，進行產業價值鏈提升，塑造台灣地方特色亮點，提高台灣整體形象，致力發展地方產業。

(一) OTOP 通路拓展、推廣

1. 通路布建

- 2011 年度 OTOP 通路策略係透過地區性 OTOP 實體通路推廣地方特色產品，此模式成功將地方產業由「地產地銷」帶入「地產內銷」。2012 年度增加 OTOP 虛擬及海外實體通路授權，進而拓展「地產外銷」銷售管道。
- 2013 年全台實體通路已布建 2 處 OTOP 臺灣地方特色產品館，另已授權 15 個 OTOP 實體與 2 個虛擬通路據點可供展售。虛擬通路市場另再與 2 家主流網站(樂天及 yahoo 奇摩商城) 專區合作銷售。(圖 11-2-1)

圖 11-2-1 2012 年地方特色產業通路布建概況



資料來源：經濟部中小企業處，2013 年。

（二）OTOP 遊程大賞與推廣

為促進國內經濟及陸客消費，開發具市場性之遊程，帶動地方特色產業旅遊商機，並系統性整合中小企業處管轄之地方特色產業，推出分眾旅遊方案，提供在地觀光旅遊之嶄新選擇。推動重點：

- 辦理 OTOP 遊程大賞，整合 OTOP 旅行社聯盟（OTOP PAK），並運用行動科技進行分眾行銷，推廣具市場性 OTOP 遊程且帶動在地消費。
- 推動主題客群行銷活動，國內產地巴士、國外客群試遊等，並與 OTOP 展售活動結合推廣，創造在地體驗商機。
- 透過 OTOP 標章授權飯店通路，結合 OTOP 產品 e 化行銷，提供國內外遊客方便採購伴手禮。
- 結合觀光局台灣觀光巴士與陸客踩線團，提供服務無縫隙旅遊。

（三）OTOP 系列大賞

- 設計大獎：**自 2007 年開始舉辦臺灣 OTOP 設計大賞，透過地方特色產品設計評選活動，為地方特色產業注入嶄新的生命力。2012 年第六屆臺灣 OTOP 設計大賞以「玩，繽紛」為主題，設計題材著重於「繽紛耀眼的感官饗宴、新奇有趣的在地感動」，能將臺灣在地特色文化轉化成為增添生活樂趣之好禮。比賽類別分為生活工藝類與產品

包裝類，除了總獎額 80 萬元的等值商品外，並搭配多元媒體宣傳及展覽，媒合通路上架，提升得獎產品知名度，參加對象地方特色產業業者、設計業者及學校相關科系。

2. **遊程大獎：**自 2011 年開始舉辦，2012 第二屆臺灣 OTOP 遊程大賞，以「嘻遊」為主題，以直轄市、縣（市）政府為單位，規劃具在地特色之 OTOP 特色遊程，發掘各地多元且豐富的在地特色及私房景點，提供民眾觀光旅遊新選擇。2012 年度由觀光局、復興航空、旅遊業從業人員等評審團，評選出 52 條經典臺灣 OTOP 地方特色遊程，再由網友票選最愛的台灣地方特色遊程，選出十大網路人氣獎得主，為好山好水好人情的台灣地方特色點加油。

三、提供行銷服務協助中小企業拓展商機

經濟部中小企業處為協助中小企業掌握市場商機，拓展海外市場與強化行銷實力。於 2012 年起積極推動「中小企業行銷價值躍升計畫」，提供輔導措施以協助企業成長及產業轉型；同時成立「中小企業行銷服務中心」，藉由提供 One Stop Service，包含諮詢服務、資源轉介、訊息整合、規劃管理、追蹤關懷等五項服務，協助中小企業克服行銷障礙。同時為了加速中小企業擴展商機，更邀請 40 多位以上品牌策略、產品發展及通路拓展專業行銷顧問，籌組 3 大「行銷服務旗艦團」提供品牌策略、產品發展、通路拓展等面向問題之諮詢、診斷或輔導服務。2013 年中小企業行銷價值躍升計畫執行項目如下：

（一）成立中小企業行銷服務中心

1. 為了協助中小企業解決多種樣態行銷問題，中小企業處於行銷服務中心設立免付費諮詢服務專線「0800-017-868」，由專職顧問負責提供行銷諮詢服務，另建置行銷躍升計畫網站（<http://www.mkt-sme.pro/index.aspx>），可下載行銷資源手冊、行銷服務團資訊、海外展銷訊息等，協助中小企業即時掌握計畫最新活動訊息。
2. 筹組「行銷服務旗艦團」，提供品牌策略、產品發展、通路拓展等面向問題之諮詢、診斷或輔導服務。

（二）輔導中小企業提升行銷能力

1. 為協助中小企業解決多種樣態行銷問題，計畫整合各界行銷專業團隊，由各類行銷領域專家組成行銷服務旗艦團，透過行銷服務中心受理案件後派遣顧問輔導中小企業，協助解決多元跨域行銷問題，診斷行銷現況與經營條件，為中小企業量身定製行銷拓展輔導方案，提升行銷能力，以協助中小企業克服行銷障礙。

- 由行銷服務旗艦團進行中小企業示範個案輔導 15 案及整合群聚或連鎖業態企業輔導 7 案，輔導內容著重品牌策略、通路促進、數位行銷、海內外展銷，以虛實整合實質輔導個案及產業群聚提升行銷績效。

(三) 推廣台灣優質商品

辦理中小企業通路商機媒合活動，遴選優質中小企業組成商機團，參加海外專業展覽，並辦理通路、潛在買主商機媒合會，帶領中小企業海外通路拓展洽談，並協助中小企業，進行國際網路行銷輔導。

(四) 中小企業行銷人才能力提升

規劃舉行行銷論壇、行銷研討會及人才培訓系列課程，並搭配案例探討、引導討論及企業參訪。

2012 年中小企業行銷價值躍升計畫執行成果：促成商機 1.9 億元；推廣優質產品 397 項、服務中小企業 229 家；增加受輔導企業營業額 5,179 萬元；培育人才 2,656 人。

四、推動新興市場整合行銷傳播專案，推廣台灣優質產業

經濟部國際貿易局推動「新興市場整合行銷傳播專案」，係優質平價新興市場推動方案項下國際行銷工作之一，配合該方案鎖定印度、印尼、越南及中國大陸新興國家為主要目標市場，推廣台灣優質產業，包括資通訊、居家生活及機械設備產品，運用跨媒體整合行銷傳播方式，辦理各項廣宣活動，持續向目標市場傳遞台灣品牌產品優質創新的關鍵訊息。

2013 年主要工作項目如下：（一）辦理台灣優質產品行銷推廣活動；（二）協助台灣優質產品布建通路；（三）辦理國內外廣宣；（四）維護與經營網站及進行數位行銷活動；（五）配合目標市場國際專業展會設置台灣主題館；（六）以創新作法提升台灣產業國際形象；（七）辦理認知度調查及推廣作法研析工作。

計畫網站：<http://www.taiwanexcellence.com.tw/>

五、主題農業旅遊商品發展計畫

行政院農業委員會為形塑休閒農業旅遊品牌特色，推動在地生產、在地消費與農產品多元行銷，特鼓勵整合休閒農業、產業文化、田媽媽料理美食、農特產品、伴手特產、農村社區等資源，透過農業旅遊特色商品整合行銷，及辦理具備地方農產業特色之主題

活動，發展區域特色農業旅遊，建立產業與地方特殊連結性，創造商機，吸引青年回鄉，進而帶動農村永續發展。

- (一) 提案對象為：直轄市、縣(市)政府、農會、設立宗旨與休閒農業旅遊直接相關之法人團體。
- (二) 提案內容：結合提供農業體驗或服務的業者、鄉土餐飲、地方農業特產、文化活動、農村景觀、特色住宿等業者資源，開發整合型休閒農業特色遊程商品，並規劃主題活動（如：宜蘭蔥蒜節、南投茶香節），以行銷所開發之遊程商品；提案主題為依轄內農業產業發展之茶、米、蔬、果、酒、花等產業別提案，以「食材旅行」為整合方向。
- (三) 補助項目：1.商品整合開發；2.建立通路；3.行銷方案。
- (四) 補助經費依農業旅遊資源整合規模分為 3 類：

第 1 類：提案單位就農業旅遊特色商品整合行銷 10 家以上之業者，經審核同意後，補助上限 60 萬元。

第 2 類：提案單位就農業旅遊特色商品整合行銷 30 家以上之業者，經審核同意後，補助上限 200 萬元。

第 3 類：提案單位就農業旅遊特色商品整合行銷 50 家以上之業者且整合範圍達 3 鄉鎮以上，經審核同意後，補助上限 600 萬元。

計畫相關資訊請參閱休閒農業旅遊網，網址：<http://www.taiwanfarm.org.tw/com/>

六、整合行銷推廣農業旅遊伴手產品，以提昇農業旅遊伴手知名度及產品競爭力

行政院農業委員會為結合休閒農業旅遊帶動地方消費，鼓勵各地農漁會及農民團體開發小型、輕巧、精緻且具地方特色之旅遊伴手產品，亦努力結合通路，持續推廣產品行銷，期提高消費者赴台灣農業旅遊選購在地農產品，2013 年辦理之農業旅遊伴手行銷活動，徵選具地方代表性及市場潛力之農業旅遊伴手，透過整合行銷，辦理十大農業旅遊伴手票選、參加旅展展出、休息站及風景區之通路推廣等，提昇農業旅遊伴手知名度及產品競爭力，以鼓勵遊客採購在地的好伴手。

第 3 節 中小企業商機媒合與交流

為協助中小企業拓展商機，經濟部中小企業處、國際貿易局、工業局、技術處、商業司，以及行政院農委會等單位，執行多項策略方案積極協助廠商發掘新市場，拓展國內外行銷通路，以促成商機媒合及技術交流、以優質平價產品拓展新興市場、促進台日中小企業合作交流、推動各項專案計畫強化出口動能，以及協助品牌企業拓展國際市場等。以下為 2011 年至 2012 年相關單位所執行之促進中小企業商機之重點策略與措施。

一、提供商機媒合平台及塑造技術交流機會

為協助傳統產業及新興高科技產業拓展市場，釋放高附加價值之技術與產品資訊，經濟部中小企業處透過辦理「中小企業商機媒合列車」活動，以輔助中小企業順利取得商機媒合管道以及尋求策略合作夥伴，並塑造成投資方尋找優質案源的重要場合，即讓具備專業能力卻缺乏資源的業者，能以跨界和異業合作的方式，獲得資源整合與利益加乘的效益。2012 年執行工作項目如下：

- (一) 提供商機媒合資源共享平台，持續傳遞予企業商機媒合與升級轉型資訊。
- (二) 塑造新技術新產品發表展示機會，依活動功能性質區分為以下三大類：
 1. **新產品媒合類：**以新產品展示暨商機洽談會的方式，協助中小企業釋放新產品資訊，以拓展商機並尋求合作的機會。
 2. **新技術媒合類：**經由新技術展示及媒合交流活動，協助中小企業技術升級及尋找創業投資的機會。
 3. **資金媒合類：**以募資座談會等方式協助中小企業與資方建立合作洽談溝通管道。
- (三) 針對廠商個別情況安排技術諮詢及媒合服務。

2007-2012 年度執行績效：

1. 共開發創新技術供給案源 529 案；辦理 25 場「創新技術與投資商談會」，協助 486 項技術公開發表與展示，吸引 6,841 人次與會，帶動 7,507 次媒合商談。
2. 協助廠商發展研發規劃申請政府研發資源超過 50 件。
3. 協助安排媒合洽談配對，讓技術的流動與合作更為活絡，六年總計促成 41 項策略合作成功案例，預估衍生商機總計 5 億 8681 萬元。

4. 統整「中小企業商機媒合列車」6年成效，共計辦理92場活動，合計協助4,215家廠商進行參展，促成媒合洽談次數達28,494次，促成資金與技術合作14,555案，促成效益約23億1,220萬元。

中小企業商機媒合整合服務網：<http://www.technomart.org.tw/chi/index.php>

二、推動台日中小企業合作交流，協助業者開發新事業或拓展國際市場

台灣與日本之間擁有長期緊密友好的經貿互動與產業合作關係，雙方在產品發展與市場拓展上具備互補增強的效果。兩岸經濟協議（ECFA）生效後，台日經濟合作發展空間更形擴大。由於台日都有許多創新型中小企業深耕科技與服務研發，為鼓勵雙方企業攜手合作，經濟部中小企業處推動「台日中小企業合作交流推動計畫」，特別建立「台日中小企業合作交流推動平台」，透過台日地域聚落機構介接，篩選潛力合作案源，安排商機洽談場合，並提供媒合促成輔導，建立台日中小企業通暢的合作溝通橋樑，讓台灣和日本的中小企業能更有效率、策略性的發展主題聚焦合作。計畫重點工作如下。

- (一) **提供台日中小企業合作交流服務平台**：維運計畫專屬網站，提供豐富的台日產業商情報導、台日優質合作案源、媒合活動訊息及相關合作資訊。
- (二) **強化台日中小企業之地域聚落及工商資源網絡機構合作**：與日本中小企業相關的工商資源網絡機構介接，如商工會議所、產業聚落協會、投資公司等，建立合作模式並持續擴大及深化台日合作層面。
- (三) **台日中小企業主題式商機媒合**：挖掘與評估台灣及日本中小企業具有創新性與市場商機之潛力主題個案，透過舉辦商機媒合會、聯誼會等形式，加速台日中小企業媒合效率。
- (四) **針對個案提供追蹤媒合輔導**：協助雙向溝通並整合政府及法人輔導資源，提升台日中小企業技術合作、行銷合作及資金合作的成功率。並提供諮詢診斷服務，協助拓展海外商機。

台日中小企業合作交流平台網址：<http://www.tjsme.org.tw/>

三、協助品牌企業拓展國際市場，使產品具國際市場競爭力

品牌是創造高附加價值的重要元素，台灣企業的品牌發展更是影響台灣整體產業升級與競爭力提升的重要關鍵，經濟部工業局推動第二期「品牌台灣發展計畫」，整合專

業執行團隊之能量，提供台灣企業全方位品牌發展之諮詢及服務。期望藉由計畫資源的協助，強化台灣品牌企業競爭力，傲然於全球綻放。

為協助具競爭發展潛力之企業再升級轉型，以品牌厚實廠商軟實力，協助具國際市場或特定利基市場，以及在該產業或產品領域中具領導或發展潛力之業者，依據經濟部工業局 2013 年度推動辦理「品牌台灣發展計畫第二期」。主要輔導項目如下：

(一) 依企業品牌發展類型提供客製化專案輔導：

1. 已發展國際品牌之標竿企業：針對國內 Interbrand 前二十大品牌企業，如華碩、宏達電等，引進國際專家顧問，協助擬定具體品牌與服務創新策略，推升品牌價值。
2. 具發展國際品牌之潛力企業：以中堅企業為優先對象，提供品牌、專利智財(含商標)、設計、通路等價值鏈強化專案輔導。
3. 具發展品牌認知仍待輔導入門之一般企業：針對具發展品牌認知之企業，提供諮詢診斷服務及人才培訓，協導其品牌事業發展。

(二) 重點產業全價值鏈一條龍式品牌輔導：挑選重點推動產業，凝聚產業能量，全價值鏈輔導。

(三) 協助品牌企業資金融通：已訂定「自有品牌推廣海外市場貸款要點」，協助企業取得於國際市場發展自有品牌所需資金貸款。

(四) 品牌經理人才培訓：集結學界管理權威及產業品牌操作實務個案，建立課程及教材，針對企業中高階人才進行培訓。

(五) 前瞻性消費者生活研究：研究華人未來生活型態及需求，回饋至企業製造端，協助開發符合市場需求之產品與服務。

各項輔導申請資格及內容詳網址：<https://www.branding-taiwan.tw/>

四、推動創意生活產業發展，打造優質生活品味

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，拓展新商機，經濟部工業局持續推動「創意生活產業發展計畫」。執行作法如下：

(一) 評選創意生活事業：選拔具亮點潛力之創意生活事業，鼓勵傳統產業創新發展及生活型態新創事業，加速促成產業轉型升級。

(二) 推動顧客體驗輔導：藉由諮詢診斷及專業輔導，透過服務體驗，結合資訊科技（如 APP 、KIOSK 等）、美學設計、顧客體驗調查等輔導手法，協助製造業服務化、服務業科技化、傳統產業特色化之提升、對於具轉型需求或欲投資業者提供診斷服務，或多家業者之合作開發。

(三) 推廣創意生活產業風格特色：年度主題以「職人旅遊」，運用飄遊幸福風格推廣活動、媒體議題報導、文宣品等，加強民眾互動參與，深化創意生活產業優質形象。

(四) 深化產業合作交流：透過產業同異業合作，促成創意生活產業協盟開拓市場契機；運用示範性行程推廣，帶動服務業國內外市場開拓。

計畫網址：<http://www.creativelife.org.tw/>

五、協助具競爭力服務業拓展國際市場

經濟部國際貿易局檢視現階段政府推動「服務業發展方案」、「六大新興產業」、「十大重點服務業」、「產業發展綱領」、「經濟部 2020 年產業發展策略」及「經濟部服務業發展藍圖」等政策之重點服務業，並考量產業出口競爭力、廠商需求等因素，選擇觀光醫療、文化創意(含工藝品、數位內容)、資訊服務、連鎖加盟、管理顧問等服務業作為推動重點，工作項目分述如下：

(一) 強化服務業者國際競爭力：邀請服務業業者座談，瞭解業者需求；辦理論壇、研討會等活動以培訓服務業國際行銷人才。

(二) 洽邀服務業國外買主來台採購：透過駐外單位邀請各服務業潛力買主來台洽商，加強國際合作，促成國際策略聯盟，建立轉介平台及通路。

(三) 協助業者海外布局：利用拓銷訪問方式，安排各目標市場服務業者與我業者洽談溝通，協助我業者於目標市場洽覓合作夥伴並設立據點。

(四) 辦理海外展團行銷活動：針對各服務業目標市場，運用展覽平台行銷，安排我業者與買主面對面洽談，並形塑我國服務業優質形象。

相關內容請參閱：<http://sv.taiwantrade.com.tw/>

六、協助優質平價商品拓展新興市場

新興市場擁有龐大且快速成長的新興中產消費族群，其追求優質平價之生活型態，形成龐大商機，經濟部針對此商機，自 2013 至 2015 年持續推動第 2 階段「優質平價新興市場推動方案」，鎖定中國大陸、印度、印尼、越南及菲律賓等新興市場，篩選出 14

類包含 493 項具出口優勢之民生消費最終產品及生產民生消費品使用之設備，結合經濟部各相關單位之資源，從市場需求、創新研發、生產設計、國際行銷等 4 大面向，分別架構「創新研發生產平台」、「國際行銷整合平台」、「環境培育塑造平台」等 3 大主軸，協助廠商拓展新興市場。

(一) 創新研發生產平台：經濟部將導入新興市場需求的概念，發展新興市場所需要優質平價產品為主要目標，整合資源，在研發、設計、生產、品牌等階段即導入優質平價之產品概念，給予廠商補助及能力建構之輔導。

(二) 國際行銷整合平台：透過國際行銷推廣之作法，運用體驗行銷、網路行銷、展團行銷、形象推廣、於海外市場佈建通路及多元化行銷等方式，全面性的協助業者進入新興市場。

(三) 建構環境培育塑造平台：為協助業者瞭解新興市場之總體環境、產業現況、及消費需求等資訊，將透過進行市場情報之深度調查，協助業者瞭解市場，並積極進行人才培訓包括「海外業務尖兵種子育成計畫」、培訓產業人才及國際行銷人才等工作，提升業者競爭力。另經濟部將積極透過論壇、說明會、座談會等方式，加強宣導說明，將優質平價政策概念進行傳播與擴散，協助業者爭取商機。

本專案計畫相關內容，請參閱：<http://mvp-plan.cdri.org.tw/>

七、協助業者開發多元創新之行銷模式

經濟部國際貿易局為鼓勵廠商開發更多元、創新及整合性之國際行銷模式拓展海外市場，於 2013 年以專案補助方式實施推動「補助業界開發國際市場計畫」。補助範圍以國際行銷或布建通路為主，廠商需提出有別於以往參展、拓銷團、買主媒合等傳統推廣活動性質專案，聚焦於具多元、創新之手法及思維或能發揮整合行銷效益之開發國際市場計畫。本項計畫開放廠商單獨申請或多家廠商聯合申請，並可結合法人輔導能量提案，廠商需自籌計畫經費之 50%。有意申請之廠商可依公告內容於期限內向執行單位提出申請，經審查委員會審查獲選後，廠商須依計畫於期限內執行完成，並提出結案報告，由審查委員審核通過後獲得補助。相關內容請參閱:<http://www.imdp.org.tw/>

第 12 章 其他與中小企業相關支援

為加強中小企業政策之國際典範學習與移轉、擴大參與國際社群，拓展與國際社會之實質往來，提升中小企業國際能見度，經濟部中小企業處積極舉辦及參與國際中小企業事務與活動，2012 年及 2013 年參與及舉辦之國際事務與活動於本章第 1 節陳述。

〈中小企業發展條例〉第 4 條揭示，應於每年年度終了發布中小企業白皮書，應書明用於中小企業之所有資源，因而自 2001 年起，白皮書中皆以專節說明。本章第 2 節就政府向中小企業採購、輔導中小企業經費、協助中小企業專案貸款等作統計說明。

根據〈中小企業發展條例〉第 12 條之 1 規定：「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。」為避免各項管制政策或法規可能對中小企業造成負擔過重、難以與大型企業公平與合理競爭，因此改善中小企業法制環境工作並未停止，本章第 3 節為 2012 年相關中小企業法規調適重點工作。

為解決我國中小企業之人才需求問題，經濟部等單位寬列經費，結合政府、產學研專家，依產業結構發展與中小企業創新與因應全球化挑戰，規劃符合需求之人才培育，以充裕產業專業人才及提升人才素質。本章第 4 節彙整各相關單位之人才培育。

由經濟部每年辦理各項與中小企業相關之選拔表揚活動，得獎之企業深受各界一致肯定與重視，同時能提昇其產品行銷及企業形象，為企業帶來無限寬廣的發展商機！2013 年各獎項辦理目的、參選資格等及累積辦理成效，參見本章第 5 節。

第 1 節 參與國際中小企業事務及活動

為推動中小企業國際化，促進國際協同合作，我國多年來透過積極參與亞太經濟合作會議（Asia Pacific Economic Cooperation, APEC）、經濟合作暨發展組織（Organization for Economic Cooperation and Development, OECD）國際中小企業大會（International Small Business Congress, ISBC）、國際中小企業聯合會（International Council for Small Business, ICSB）、美國育成協會（National Business Incubation Association, NBIA）及亞洲育成協會 AABI（Asian Association of Business Incubation）等國際組織與各類雙邊合作機會，分享我中小企業發展經驗，並推動我國與各國中小企業領域之合作，協調中小企業參與國

際經貿事務，拓展國際市場商機；近年來我國亦藉由育成扶植及產學合作等方式，互相交流並共同成長，達到拓展國際視野及雙邊交流目的。

一、2012 年參與之國際中小企業事務及活動

(一) 在台主辦中小企業國際會議或活動

1. 主辦 APEC 中小企業系列活動

2012 年 7 月 10-13 日我國主辦「APEC 提升中小企業運籌成本效益研討會」、「APEC 聯絡人網絡暨專家會議」及「APEC 強化中小企業持續營運能力參與全球生產鏈研討會」，與 APEC 緊急應變工作小組合辦「APEC 緊急應變工作小組指導委員會」及與美國商務部合辦「APEC 生技醫藥產業企業倫理自願性規範草案研討會」，共計有 5 場會議、邀請來自 20 個經濟體、國內外超過 500 人次與會、超過 40 位外國重量級代表及專家向我國政府及企業領袖，針對中小企業相關議題進行廣泛交流與分享，並共同研商具體行動，成效卓著。

2. 舉辦 2012 促進中小企業國際化經驗交流分享會

2012 年 11 月 9 日邀請參與各國際會議與研討會之產、官、學菁英，與超過 150 位各界代表分享參與國際會議、各項議題發展趨勢與創業之寶貴經驗。

3. 舉辦全球創業週系列活動

邀請到全球創業週代表 Marianne Hudson、歐洲育成聯盟代表 Lennard Drogendijk 及全球管理協會主席 Dr. Harry G. Harris 等貴賓參與 2012 年 11 月 12-18 日在台舉辦之全球創業週（Global Entrepreneurship Week, GEW）系列活動。本活動結合經濟部部所推「創業台灣計畫」資源，以「青年（Young）、活力（Energy）、創業台灣（Startup）— YES Taiwan」為主軸。2012 年活動從政府各部會、育成中心到民間團體共募集 30 名的合作夥伴，串連 26 場以上的創業活動，活動參與人數首度突破兩萬人，將豐沛的創業活力推廣至國內外。

(二) 2012 年出席 APEC 及 ICSB 等中小企業相關國際重要會議

1. 出席 APEC 第 19 屆中小企業部長會議

2012 年 8 月 3 日在俄羅斯聖彼得堡舉行，我國所提「APEC 創業加速器倡議（APECStart-up Accelerator, ASA）」，獲各會員體大力肯定與支持，並順利納入中

小企業部長會議宣言，以及 9 月舉行 APEC 經濟領袖會議宣言。

2. 擔任 APEC 中小企業工作小組主席

我擔任於汶萊舉行之第 34 屆及在俄羅斯聖彼得堡舉辦之第 35 屆工作小組主席，期間完成 2013 年至 2016 年之工作小組策略計畫，各國並特致函感謝。APEC 秘書長 Noor 亦大力讚揚我國於 2011 年至 2012 年間對中小企業工作小組的重要貢獻。

3. 出席國際中小企業聯合會（ICSB）

2012 年 6 月 11-14 日我國以 APEC 主席身分應邀出席，分享推動中小企業工作小組（SMEWG）之工作進展與經驗，並以 APEC 危機管理中心（SCMC）執行長身分，出席週邊研討會及論壇，分享我國辦理「協助中小企業因應天然災害緊急應變以促進貿易及投資便捷化」多年期計畫之內容。

（三）促進中小企業雙邊國際交流合作

1. 雙邊執行成果部分：包含推動台印度及台薩爾瓦多簽署中小企業合作備忘錄事宜；出席 2012 年與印度、菲律賓等雙邊年度部長會議，並配合推動台紐、TPP、WTO 等雙邊、複邊及多邊合作事宜。
2. 歐洲育成網絡（EBN）於 2012 年 11 月 14 日與台灣共同簽署為期 1 年全球創業育成網絡合作備忘錄，本次 MOU 的簽署是台歐雙方基於公平互惠原則，透過合作模式的建立來促進彼此育成中心及企業在對方市場之開展，並期藉此拓展台歐雙方在創業育成、產學合作及商機媒合等相互合作關係。
3. 截至 2012 年 12 月接待國外訪賓共 39 團計 369 人：包括部長級以上官員 3 人、次長級 2 人、司(處)長級 5 人、國會議員 2 位，其餘為民間公協會、智庫、各國駐台代表處官員及地方中小企業官員等。拜會本處內容含括瞭解我國中小企業發展現況、我政府輔導中小企業如創業、創新育成中心、地方特色產業發展、財務融通機制等相關輔導措施。

（四）2012 年中小企業國際化促進成效

1. 學術成就

- (1) 本年計派員出席國外 19 場中小企業相關國際會議，發表 36 篇專題報告：國內舉行 6 場中小企業國際會議，發表 39 篇專題報告，分享我國中小企業發展經驗及研究成果。

- (2) 發行 8 期「APEC 中小企業趨勢監測」中英文電子報：邀請國內外 8 位學者專家，協助中小企業發展災害預防機制，以制定持續營運計畫，並藉由不同專欄之規劃，包括中小企業之發展與成長、挑戰與對策、政策環境分析、專家觀點、新聞、活動及全球趨勢等相關議題，提供中小企業相關管理新知，以掌握全球趨勢。海內外計有超過 3 萬份訂戶訂閱。

2. 經濟效益

- (1) 以最小投入達成最大效益：2012 年本處接待國外訪賓共 39 團計 369 人，推動中小企業雙邊交流及國際化經驗，有效推動我國對外經貿合作與中小企業發展。
- (2) 結合全球創業週（GEW）系列活動合辦創業育成及相關活動，除有效降低個別辦理成本外，並提升參與綜效，達成經濟規模與效益。

3. 社會影響

我國在 APEC 第 19 屆中小企業部長會議中提出「APEC 創業加速器倡議（ASA）」，並獲 APEC 2012 年領袖宣言採認。APEC 官網上特以「小企業為推動創新的關鍵」為題，報導此倡議及推動亞太地區中小企業創新之重要性，讓世界見證台灣在提升創業創新能量上之關注。

4. 特殊績效

擔任 APEC 中小企業工作小組 2011 至 2012 年主席，引領發展方向並有效提升我國中小企業發展之國際能見度及參與貢獻：

- (1) 賴前處長杉桂擔任 APEC 中小企業工作小組主席，於會中推動中小企業多項議題及完成 2013 年至 2016 年之策略計畫，並將工作小組年度重點議題及工作成果提交資深官員會議和年度部長會議採認，成果斐然。
- (2) 中小企業處葉處長雲龍於第 19 屆中小企業部長會議中報告及推動多年期計畫、「APEC 創業加速倡議（APEC Start-up Accelerator Initiative）」等重要工作，以提升中小企業持續營運能力，並建立有助於創業之商業環境，敦促各經濟體共同合作，推動中小企業繁榮發展。

二、2013 年參與之中小企業國際事務或活動

(一) 參加第 22 屆歐洲商業育成網絡年會

為落實 2012 年經濟部中小企業處與歐洲商業育成網絡（European Business & Innovation Center Network, EBN）所簽訂之共同育成合作備忘錄，拓展台歐商機、深化創業育成合作及推動育成國際化，經濟部中小企業處葉處長偕同育成從業人員等，組團參加 2013 年 5 月 29-31 日於英國北愛爾蘭倫敦德里市所舉辦之第 22 屆 EBN 年會，本屆年會主題為「數位、文化及社會創新」，結合創新元素，塑造未來育成產業新契機。葉處長並獲邀於大會以「與台灣合作共同尋找全球育成商機」為題進行專題演講。會前特別與台灣企業國際化協助網絡（Taiwan Globalization Network, TGN）合作，共同於 2012 年 5 月 27 日在荷蘭海牙舉辦 Taiwan Business Day，以「如何成功協助創新靈活的中小企業進入新興市場」為主題，為台歐雙方尋找合作交流與商機媒合契機，並由新興產業加速育成計畫 3 聯盟包括工研院、交通大學、中原大學與 TGN 簽署合作備忘錄。

藉由 3 聯盟與 TGN 簽署合作備忘錄，導入 TGN 歐洲在地能量，除協助申請歐盟及投資所在國的政府經濟、技術補貼援助，以加速科技研發和創新服務諮詢外，同時也協助台灣企業設立國外分支機構，以快速開發、拓展海外國際業務，加速新創產業之育成及國際化。

（二）舉辦 APEC 創業加速器領袖高峰會

於 2013 年 8 月我國將在台北舉辦為期兩週之台灣國際育成週，由 8 月 5-9 日「APEC 強化中小企業持續營運能力種子師資培訓營」揭開序幕，接續 8 月 12 日「創業台灣國際育成週記者會」、8 月 13-14 日「APEC 創業加速器領袖高峰會」、8 月 15 日「新興產業加速育成國際論壇」，以及 8 月 16 日「前進東協市場說明暨資金媒合會」等國際活動。

我國於 2012 年在 APEC 經濟領袖會議提出「APEC 創業加速器倡議」，廣獲 APEC 經濟領袖與部長的重視與讚揚，並於 2013 年在國內推動「新興產業加速育成計畫」，具體將育成加速器最重要的業師陪伴輔導、創投資金媒合及國際連結等三大要素導入國內育成輔導體系，於 8 月 13-14 日在台北舉辦「APEC 創業加速器領袖高峰會」，將有來自亞太 21 個國家，最菁英的 30 個創業團隊齊聚台灣進行創業競賽，將成為亞太企業經營領袖、創投、天使投資人、創業新秀等國際注目焦點，葉處長並於會中誠摯邀請 EBN 及 TGN 等能組團來台共襄盛舉，共同推動全球創業育成發展。

1. 2013 年 8 月 13 日「APEC 創業加速器領袖高峰會」將由國際級大師擔任業師，從全球及矽谷科技產業創業經驗，指導國內外優秀團隊在創業過程如何「趨吉避凶」，提高創業成功率與降低失敗風險；

2. 2013 年 8 月 14 日「Intel APEC 創業挑戰賽（Intel APEC Challenge）」將有來自亞太地區 30 隊優秀創業團隊，以 Demo 方式交流其創業理念與計畫，經評選勝出的優勝隊伍，將由 Intel 贊助至全球創業風氣相當興盛的美國矽谷參加 Intel Global Challenge at UC Berkeley 2013 活動。今年參賽者除可有機會與國際創投機構交流外，更將與全球創業人才共同競賽，爭取價值 10 萬美金的創投輔導、創業基金與國際人脈鏈結。

第 2 節 政府其他輔導資源

為統計政府對中小企業協助的資源配置，〈中小企業發展條例〉規定在中小企業白皮書中應書明用於中小企業之所有資源，但條文中並未明白列示政府資源所涵蓋範圍，本節有關政府用於協助中小企業之所有資源，包括各項輔導經費、政府採購，以及各項中小企業專案貸款政府出資部分等的統計。總計 2012 年政府向中小企業採購、輔導中小企業或專案貸款的資源共 8,151.81 億元，不過，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的經費，分別說明如下。

一、政府向中小企業採購金額約 7,817 億元

根據「政府採購資訊公告系統」的決標資料統計，2012 年政府採購金額達 1.24 兆元，較 2011 年的 1.40 兆元減少約 1,400 億元，其中由中小企業承包或分包政府的採購金額，由 2011 年的 6,959.15 億元大幅增加為 7,816.70 億元，總計增加 857.55 億元，其中以國防部的採購金額最高，達 1,594.35 億元，其次為經濟部所屬國營事業的 1,226.51 億元。政府採購中由中小企業承包或分包的比率，由 2011 年的 50.00% 提高至 62.80%，其中有 6 個機關向中小企業採購的比率達 100%，採購比率達 80% 以上的單位高達 61 個，但也有 11 個機關的採購比率低於 40%，尤以智慧財產法院的採購比率僅 1.80% 最低，台北高等行政法院也僅有 6.67%。

二、輔導中小企業經費約 302 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，例如經濟部中小企業處（含政府捐助中小企業信保基金）、工業局、國貿局、商業司、技術處等與 11 項輔導體系有關的政府決算數，以及勞委會人才培訓經費。

就與中小企業輔導業務相關性較大的政府部門單位決算經費來看，2012 年計有 374.41 億元，其中用於中小企業的經費為 275.76 億元，占所有決算經費的 73.65%（表

12-2-1）。就單位別來看，以技術處的經費 119.00 億元用於中小企業最多；其次為中小企業處全數投入於輔導中小企業的 68.57 億元（其中包括政府捐助中小企業信保基金的 56.96 億元）；再次為國貿局的 44.10 億元。

若與 2011 年相較，經濟部整體中小企業輔導經費減少 9.11 億元，輔導中小企業之經費占整體經費比重也降低 3.07 個百分點，除國貿局增加 4.61 億元外，其餘單位用於輔導中小企業的經費均見減少，其中中小企業處 2012 年經費較 2011 年減少 8.68 億元，但無論經費多寡皆 100% 投入於輔導中小企業，技術處於 2012 年的輔導經費雖較 2011 年增加，但投入於中小企業的經費與占比均較 2011 年減少，至於工業局的投入經費雖然減少 3 億元左右，惟在總經費減少的前提下，投入於中小企業輔導的經費比重仍然略增。

表 12-2-1 經濟部輔導中小企業之資源經費

年度經費 主辦單位	會計年度決算金額		用於中小企業總額		單位：千元；% 增減金額 (百分點) ③=②-①
	2011	2012	2011①	2012②	
中小企業處	7,725,941	6,857,301	7,725,941 (100.00)	6,857,301 (100.00)	-868,640 (0.00)
工業局	6,445,686	5,943,436	4,268,158 (66.22)	3,937,526 (66.25)	-330,632 (0.03)
國貿局	4,559,671	5,002,088	3,949,102 (86.61)	4,410,084 (88.16)	460,982 (1.55)
商業司	1,311,215	1,167,415	536,193 (40.89)	471,275 (40.37)	-64,918 (-0.52)
技術處	17,049,070	18,442,370	12,007,677 (70.00)	11,899,750 (64.52)	-107,927 (-5.48)
合計	37,091,583	37,412,610	28,487,071 (76.71)	27,575,936 (73.65)	-911,135 (-3.07)

附 註：1.括弧中為占總決算百分比；

2.中小企業處的經費中含中小企業發展基金，以及捐助中小企業信用保證基金 54.11 億元。

3.工業局的經費含工業技術輔導及產業園區開發管理基金。

4.國貿局的經費含國外市場行銷輔導與推廣貿易基金。

5.商業司的經費含推動商業現代化及商業科技發展。

資料來源：經濟部所屬單位。

2012 年除了經濟部相關單位的政府資源用於輔導中小企業之外，也有 40 家金融機構，合計捐助 21.47 億元挹注中小企業信保基金，以充實基金保證能量。另在人力資源投資部分，勞委會職訓局的協助事業單位辦理人力資源提升計畫，包括個別型及聯合型計畫，總經費約 3.38 億元，用於辦理中小事業單位人才培訓經費約 1.12 億元，總計政府用於輔導中小企業的經費約 301.73 億元。

三、協助中小企業專案貸款約 33 億元

與中小企業有關的專案貸款，包括輔導中小企業升級貸款、青年創業貸款、中小企業發展基金專案貸款、協助中小企業紮根專案貸款、原住民綜合發展基金貸款（原住民青年創業貸款、原住民經濟產業貸款、原住民微型經濟活動貸款）、行政院勞委會微型創業鳳凰貸款等 6 種。合計 2012 年由政府出資的中小企業專案貸款約 33.38 億元。（表 12-2-2）。

表 12-2-2 2012 年由政府出資之中小企業專案貸款

貸 款 名 稱	辦 理 對 象	方 式	單位：億元	
			全 部 貸 出 金 額	政 府 出 資
輔導中小企業升級貸款	中小企業	每筆貸款由行政院國發基金出資四分之一，承貸銀行出資四分之三	50.81	12.70
青年創業貸款	20-45 歲初創業青年	承貸銀行自有資金或搭配行政院國發基金資金	23.95	5.38
中小企業發展基金專案貸款	中小企業	中小企業發展基金全額出資	5.47	5.47
協助中小企業紮根專案貸款	中小企業	經建會自中長期資金提撥專款或銀行以自有資金支應	45.43	5.61
原住民綜合發展基金貸款（原住民青年創業貸款、原住民經濟產業貸款、原住民微型經濟活動貸款）	原住民	由原住民委員會全額出資	4.10	4.10
微型創業鳳凰貸款	20-65 歲婦女及 45-65 歲中高齡民眾	銀行自有資金貸放，由勞委會補貼利息	3.00	0.12
合 計			132.76	33.38

資料來源：各單位。

第 3 節 精進法規調適

2012 年歐債危機在歐盟會員國及國際貨幣基金的努力下，已漸趨緩和，不過，歐債危機造成全球經濟景氣走緩，使得主要工業國家經濟成長不如預期，中國大陸等新興市場成長減速，國內經濟也因前 3 季出口較去年同期衰退，經濟成長幾乎停滯，但下半年起隨著國際局勢漸趨好轉，以及政府陸續推出相關政策帶動，如「黃金十年 國家願景」計畫以及「經濟動能推升方案」，使得景氣逐漸呈現穩定，尤其陸客以及其他國家旅客來台觀光熱絡，為國內餐飲與住宿業注入可觀的外匯收入。

此間政府除了持續推動有利於國內產業發展的政策外，在法規環境的建構更是不遺

餘力，自 2000 年起增訂「中小企業發展條例」第 12 條之 1，規定各級政府於制（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，並規定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的影響，以完善中小企業法規環境。

而經濟部作為「中小企業發展條例」中央主管機關，除了積極推動中小企業法規調適機制外，並定期檢討與中小企業有關的法規，同時評估中小企業適應能力及對中小企業的影響。本年度並主動蒐集中小企業所遭遇的法規問題，加以檢視、協調、處理，並評估中小企業對法規環境的適應能力，同時從積極的角度增進中小企業的法規知識與觀念，以促進中小企業對政府協助中小企業措施的瞭解，降低中小企業遵循法規的成本，改善中小企業法制環境。

一、2012 年度執行成果

以下分別摘述 2012 年度在健全法制環境上的主要成果。

- (一) 為協助中小企業獲得優質成長環境，並扮演中小企業與政府機關協調法規問題之橋樑，故經濟部部中小企業處建立一套完善的法規調適運作機制，從法規問題蒐集與評估、建置法規檢視中心到後續的處理方式，已經形成標準作業流程。2012 年度透過主動訪視產業公協會，或經由企業反映、首長會議建議、新聞來源、法規草案、檢視中心主動提案或 2011 年度延續議題等方式蒐集相關問題，2012 年度總計訪視 20 家北、中、南產業公協會及工商團體代表，合計受理 72 件，主要以訪視公協會的案數最多。在主動檢視法規部分，2012 年度總計主動檢視 39 件。
- (二) 於中小企業法規異動統計調查部分，2012 年度計有 14 個單位法規異動，總計有 61 項法規異動案，包括制（訂）定法規 18 項，修正（訂）者 43 項，各級機關的法規異動以修正（訂）方式為主，其中多數為對中小企業「新增利益」的法規修正（訂），部分為「新增負擔」類、少數為「利益與負擔兼具」類。
- (三) 為健全中小企業法務制度，以及推動中小企業法規知能，經濟部部中小企業處已建置一個全天候服務的中小企業法律資訊網站，藉由網路虛擬平台，提供中小企業更多法律相關服務及知識，且確保中小企業的權益，在主要網站的法規諮詢關鍵字排行均為第 1 名，可見其利用率之高與中小企業對法規知識需求的迫切性。
- (四) 在法務知能提升方面，經濟部部除了提供法務諮詢外，為輔助中小企業掌握電子商務商機，同時避免產生交易糾紛甚至觸法 2012 年度編印「中小企業電子商務經

營法規手冊」，並編撰「中小企業因應消費者保護指引（無店面零售業績）」，以強化中小企業法務常識，進一步提升企業的法務競爭力。

二、2012年經濟部與中小企業有關的法規研析

2012年度經濟部與中小企業有關的法規研析，主要為檢視中小企業經營環境，並為健全發展法制環境提出新的思考方向。本年度的研析內容包括時薪調整對中小企業的影響、社會企業法規現況與發展、健全我國創業育成法制環境，以及女性中小企業定義研析等，主要研究結果摘述於下。

（一）基本工資時薪調整，對中小企業經營之影響

若基本工資的時薪由103元調升為115元時，則以2010年的資料評估，將有138,115位部分工時工作者受惠，而企業每月所增加的薪資成本至少2.96億元，其中中小企業每月需增加薪資成本約為2.12億元。若時薪調高程度高於最低投保薪資門檻，則企業的法定勞動成本將會再增加。相關智庫建議時薪的調整應客觀嚴謹，避免損及全職勞工的工作誘因，同時採取配套措施，如衡酌補助企業用人費用、取消部分工時人員投保薪資下限、不衡酌取消工作時數上限等，以免變相鼓勵勞工同時受僱於兩家企業，影響企業的人力穩定性與用人決策，影響台灣的投資環境。

（二）社會企業發展面臨的法令複雜，相關法制環境應予重視

近年來社會企業漸漸受到人們重視，不僅被視為經濟體系的重要成員，也是推動公義社會的發展動力，發展至今已是歐、美不可或缺的支撐力量，尤其美國及韓國為推廣社會企業，已設立相關法律規範。在現行的法制體系下，我國若要推動社會企業面臨重重考驗，尤其需要跨部會研擬，因此，僅修改「中小企業發展條例」及「中小企業認定標準」只能解決部分問題，無法全面突破困境。健構社會企業的法制化環境，短期可以先排除現有的法制障礙，以建立社會企業的發展空間，長期則可參考美國及韓國的社會企業政策，由勞政社福主管機關研議設立社會企業的專門法規，讓社會企業可以順利成長發展。

（三）研議於〈中小企業發展條例〉新增創業育成專章可行性

育成中心自1996年起由經濟部中小企業處積極推動以來，已經成為新創事業技術、知識、資金的輔導中心，至2012年底止，全台逾130家育成中心。然而發展迄今，面臨育成中心鏈結功能不足、專業區隔度低、各部會育成中心林立等問題，深究其因主要係

無具體法源依據的困境。為健全育成中心的發展，建議在現行的〈中小企業發展條例〉中增闢「創業育成」專章，納入育成中心的法定定義、育成中心的輔導、補助及獎勵、由行政院訂定育成中心發展計畫、鼓勵創業精神並促進其發展，政府應採必要的措施、建置有利育成中心發展的房屋稅、地價稅等租稅優惠措施誘因等條文，以健全創業育成法制環境。

（四）〈中小企業發展條例〉新增協助女性中小企業採購相關條文

有鑑於美國和韓國分別以法律定義女性中小企業，同時也提供實質的政府保障措施，透過保障政府採購一定比例的方式，來照顧經濟上一向處於弱勢的女性。因此，為因應性別平等的時代潮流及保障女性企業參與經濟活動的權益，相關智庫建議修訂〈中小企業發展條例〉第二條、第三十七條，納入女性中小企業的認定，並明白揭示將女性中小企業納入各級政府及公營事業進行公告採購或興辦公共工程的協助對象，同時在「中小企業認定標準」第二條之一，新增女性中小企業認定標準，以協助取得政府採購機會。

三、未來展望

未來經濟部中小企業處將持續落實〈中小企業發展條例〉第12條之1的規定，積極推動中小企業法規調適分析工作，從興利與革新的方向，減少法規對中小企業不公平或不當的限制，避免各項管制政策或法規對中小企業造成負擔過重情事發生，並促使機關制（訂）定、修正法規時，更重視中小企業的意見，降低遵行障礙。以下針對未來中小企業法規調適相關工作的推動方向，加以說明。

（一）強化產業法規聯繫與服務網路，整合中小企業法規意見

法規調適作業未來應逐步拓展聯繫網絡，拜訪各地重要產業意見領袖及代表性中小企業，逐步建構公協會法規聯繫與服務網路，並有效整合通案型、地方型產業法規問題，以促使法規協處作業更臻完善。

（二）整合法規調適平台，提升法規檢視能量

法規檢視中心已成立經貿、勞工、環保及財稅等四組法規檢視小組，未來除再擴編檢視組別外（例如：科技法領域、文化創意產業、新興服務業產業、新興網路及電子商務產業…等），應再就中小企業的問題蒐集、分析及協處等流程進行整合，建立各分組系統性作業，使問題從蒐集至協處皆由分組負責。並擴增各領域的專家加入，以提升法規檢視能量。

（三）強化法規調適協處效能，暢通產官學界對話管道

為有效掌握中小企業問題以及控管協處進度，未來可考慮建置一套中小企業法規調適資料庫，並且密切辦理跨部會協調或座談會議，以有效提升問題解決效能。

（四）加強電子商務經營法規的知能推廣

電子商務交易已成為許多中小企業再創經營高峰的管道之一，但由於對電子商務交易型態相關法規缺乏認識，造成許多交易糾紛。因此，未來將強化中小企業對電子商務經營法規的認識，使中小企業在掌握商機的同時，也避免產生交易糾紛甚至觸法，俾促進中小企業電子商務發展。

（五）強化示範案例教育宣導，落實消費者保護工作

由於行業別差異，所面臨的消費者保護問題也有相當大的歧異，因此未來擬以特定產業為主軸，剖析特定產業從產品研發、生產製造、銷售販賣至售後服務等過程，可能涉及消費者保護的相關法規，並作成示範案例，提供中小企業參考，以強化中小企業妥適處理消費爭議能力，進而增進中小企業競爭力。

第 4 節 培育中小企業人才

在全球化時代裏，中小企業想要贏得先機，唯有爭逐人才、擁有人才、培育人才，方可面對更嚴苛的全球競爭挑戰。經濟部相關單位針對各產業所需人才，選擇產業重點項目施以人才養成，分述如下：

一、中小企業經營管理、創業育成人才培育－中小企業處

經濟部中小企業處推動各項人才培育相關計畫，依據中小企業不同需求，開設中小企業創業創新養成學苑、中小企業經營領袖研究班、育成專業人才計畫、管理顧問服務科技發展計畫、開辦中小企業網路大學校、推動中小企業終身學習護照等。歷經長期努力，已成為提供中小企業培養前瞻能力，強化專業涵養的重要自我學習成長管道。

（一）中小企業網路大學校：是經濟部中小企業處所推動之學習網站，提供超過千門的數位學習課程及多元線上學習資源。目前共設有資訊科技、行銷流通、財務融通、綜合知識、人力資源及創業育成六大學院（網站 <http://www.smelearning.org.tw/>）。同時也朝多元行動化學習發展，現已開發「網路大學校」專屬學習 App，吸引學

員善用時間知識充電，有效促進學習資源擴散，未來將邁向中小企業學習服務雲，分享給廣大的企業與社會大眾。

- (二) 中小企業經營領袖培訓：**為培育具前瞻眼光與國際視野之中小企業領導人開班，2013 年度預計遴選 140 位企業卓越領導人加入培訓行列。分為兩階段課程，第一階段「領袖班課程」，第二階段為「中小企業經營領袖研討會」。計畫網址 <http://open.moeasmea.gov.tw/moeasmea/wSite/mp?mp=00501>
- (三) 中小企業經營管理人才培訓：**包括中小企業二代接班人研習、中小企業女性領導人研習、高階經理人培育研習、內部講師種子培育研習及策略性人才管理與發展研習。中小企業學習網網址：<http://www.smenet.org.tw/>
- (四) 辦理財務人才培訓：**為鼓勵公私立大學及技專校院商學科系辦理財務人才培育產學合作計畫，建置商學相關系所就學與就業並重之教學模式，透過「創新型中小企業財會資訊應用發展－人才培育產學合作計畫」，辦理「中小企業財務人員種子師資班」及「中小企業財務人員培育專班」，培育學生財務技能，並與「中小企業財務人才認證制度」接軌，培訓符合中小企業需求之財會專業人才，協助學生順利進入就業市場。中小企業財務人才育產學合作交流平台網址：<http://www.iaci-sbiac.org.tw/docList.aspx?id=62>
- (五) 中小企業經營管理顧問培訓：**藉由兩階段之課程施訓，培育出具現代化管理技術及國際宏觀視野之經營管理顧問人才，以強化管理顧問服務產業之整體競爭優勢，並提升中小企業經營管理能量及國際競爭能力。2013 年第一階段管理顧問課程規劃資訊科技、服務、國際化，並以品牌為主軸的創新運用課程。第二階段規劃三次企業診斷集訓及三位國際老師授課課程。課程相關訊息查詢網站 <http://www.bmca.org.tw>）。
- (六) 品質管理、綠色人才等人才養成：**中小企業處推動之計畫，如中小企業品質管理提升計畫、中小企業品質轉型創新輔導計畫、微型及個人事業支援與輔導計畫、中小企業節能減碳輔導計畫、中小企業綠色小巨人輔導計畫等計畫，均有相關之人力養成或人才養成。
- (七) 創業育成培訓：**為加強青年創業動能，提供創業者或有意創業者透過基礎創業育成、經濟弱勢家庭青年習得專業技能及開創事業，並結合產業趨勢論壇、創業輔導網等多元學習管道，協助青年建構完整創業能力，啟發創意、創新思維，協助

完成創業夢想。培訓管道包括創業育成課程、產業創業論壇、經濟弱勢家庭創業育成課程，以及創業輔導網。創業育成課程計畫學習網：<http://www.527188.com.tw>

(八) 婦女創業飛雁計畫－女性創業育成班、產業主題課程：為協助婦女成功創業，推動「婦女創業飛雁計畫」，開辦女性創業育成班及產業主題課程班，規劃一系列的創業知能、行銷技巧課程及後續輔導資源，並針對中低收入及境遇弱勢婦女，建構創業輔導機制，提供想婦女實現夢想機會。<http://sme.moeasmea.gov.tw/SME/>

二、各產業專業人才培訓計畫－經濟部工業局

為厚植產業人才資源，加速產業結構優化轉型，經濟部工業局持續辦理人才培訓計畫，以補足產業所需專業人才缺口。人才培訓計畫之培訓相關工作，為重點產業人才供需調查、針對產業需求辦理在職班及養成班訓練、建置職能基準與能力鑑定及產學合作等等。

2013 年度工業局人才培訓計畫計 19 項，計畫之培訓課程領域涵蓋：化學產業、智慧電子產業、食品製造業、紡織產業、資訊通訊產業、資訊應用服務業、綠能產業、網路通訊產業、數位內容產業、機械設備製造業、醫療器材製造業、藥品器材製造業等。有關人才培訓計畫之培訓課程內容及開課資訊，詳工業技術人才培訓全球資訊網：<http://proj.moeaidb.gov.tw/training/index.asp>

三、研發及管理科技人才培育－經濟部技術處

(一) 培訓跨領域科技管理國際人才研習班：2013 年先遴選 98 名國內生技、資訊、光電、通訊、材料、綠能、數位內容、文化創意、精密機械等高科技產業與節能民生產業之研發、製造與科技服務機構之人員，自 4 月中起至 6 月約 90 小時課程（「跨領域科技管理研習班」之碩士學分班），從中遴選國外受訓人員，於 6 月至 9 月間派赴國外受訓，由經濟部技術處補助訓練學費與機票、廠商提供派訓人員人事費及生活費用方式進行。計畫網址：<http://www.mmot.org.tw/>

(二) 研發管理經理人班－跨界創新管理人才培訓課程：2013 年度培訓系統與服務創新研發管理專業人才計畫透過國內先修課程、國際研討會、國外研修團（共 3 主題於 9 月至 10 月陸續出國，由經濟部技術處補助訓練學費與機票），及業師指導實務操作、異地學習實地體驗之模式，協助學員應用所學，為企業導入創新管理制度、實地參訪標竿企業、見證國際最新創新管理手法，激發創新能量。計畫網址：<http://rd.cpc.org.tw/RD/web/Default.aspx>

四、國際企業經營人才培育－經濟部國際貿易局

為因應業界對外貿實務人才的需求，國際貿易局委託外貿協會國際企業人才培訓中心將培訓工作分為「職前訓練」及「在職訓練」兩大類，前者招收有志從事外貿事業青年，培養兼具良好外語能力及國貿實務的經貿專才；後者則以提昇業者貿易行銷經營能力為主。另外也委託外貿協會執行「會展人才培育與認證計畫」，以培育會展專業人才。

(一) 職前訓練班：包括國際企業經營班（國企班-新竹）及國際貿易特訓班（國貿班-台北）。

(二) 在職訓練：學、碩士級商務英語班（台北）、碩士後國際行銷班（台北）、國際行銷特訓班（台北）、經貿專題講座（全國）、各類短期語言班（台北、新竹）、企業內訓（新竹）、會議人才培育與認證計畫（全國）

各班培訓課程、報考資格、師資、就業輔導等相關資訊請參閱外貿協會國際企業人才培訓中心網站，網址 <http://www.iti.org.tw/main.php>

五、服務業人才培育－經濟部商業司

2012 年經濟部商業司針對服務業，推動許多人才培育計畫，如連鎖業人才、商業優化人才、美食國際化人才培育，另外在相關的計執行畫項目中，也列有人才培育，以下列舉較重點的人才培育。

(一) 連鎖業人才培育相關課程及輔導：為預應我國連鎖業發展趨勢，精進人才培育機制，同時為迎合我國連鎖加盟企業海外拓展之需求，經濟部商業司提供部分經費補助，辦理連鎖業人才培育相關課程及輔導活動，包括「連鎖加盟海外經理人班」、「企業導入數位學習輔導機制」、「連鎖企業店長及區督導數位學習講堂」等。詳細內容請參閱經濟部商業司「推動連鎖業人才躍升計畫」。

(二) 開辦新興廣告趨勢課程：在「推動廣告服務業發展計畫」中規劃的人才陪訓，每年挑選六個主題舉辦「新興廣告趨勢課程」，邀請各知名廣告媒體代理商資深精英擔任課程講師，進行課程。每年均舉辦「國際研討營」、「種子教師營」，邀請國內、外傑出的領域專家進行系統式的授課及實作指導，透過密集課程和驗收，提高知識和實作的能力。計畫網址 <http://gcis.nat.gov.tw/ad/Web/Default.aspx>

(三) 推動物流人才培訓課程補助：為提升中高階物流人才的專業能力，培育具備物流作業與管理實務技能人才，包括具備進出口貨物通關、複合運送及保險等國際物

流實務能力，最終目標為儲備具整合物流服務及供應鏈管理知識能力之物流人才。因此，鼓勵培訓機構引進先進國家之物流培訓課程與認證機制，期望透過政府提供的人才培訓補助機制，增強我國物流人力資源結構，以支援產業現代化及全球化發展。推動「供應鏈重整之物流計畫」網：<http://ub.sce.pccu.edu.tw/bin/home.php>

(四) 台灣美食國際化人才培育系列課程：為協助國內餐飲業者具備國際化專業知識，拓展國際市場腳步，藉以提升台灣美食國際地位及帶動國內就業人數，特辦理國際經營管理人才培育系列課程。推動「台灣美食國際化人才培育計畫」網址：<http://www.gourmettw.com/>

六、產業碩士專班－教育部

產業碩士專班，自 2011 年春季班起由教育部主辦。產業碩士專班是根據產業需求，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產業碩士專班，增補企業所需之碩士級人才。產業碩士專班每年分春、秋季招生，且產業碩士生入學即簽訂培訓契約，未來需至贊助企業服務 2 年。產業碩士專班辦理領域各校得依產業實際需求與企業共同合作研提，所提開辦領域可涵蓋下列產業：1.電機領域；2.光電領域；3.資通領域；4.文化創意領域；5.生醫領域：生物科技、製藥；6.金融領域；7.民生工業領域；8.服務領域；9.其他領域等。產業碩士專班計畫申請、辦理領域、辦理要項、開班資訊搜尋網站網址：<http://imaster-moe.iiiedu.org.tw/>

第 5 節 獎勵績優卓越經營典範

由經濟部針對中小企業每年辦理各項選拔表揚活動，每年獲選之得獎企業深受各界一致肯定與重視，獲獎後均提昇得獎企業的產品行銷及企業形象，更為企業帶來無限寬廣的發展商機！2012 年各項選拔表揚活動已如期辦理完畢，得獎名單彙整在本書附錄 3。以下為 2013 年各獎項辦理目的、參選資格等及累積辦理成效（表 12-5-1）作說明如下：

一、第 22 屆國家磐石獎－卓越中小企業選拔表揚

中小企業為國家經濟磐石，為激勵中小企業升級及發展，選拔經營穩健殷實，在各方面均表現卓越，並對社會有具體貢獻之中小企業給予公開表揚。「國家磐石獎」舉辦至 2013 年已邁入第 22 年，目前總計有 232 家得獎的企業獲得此殊榮。

(一) 參選資格：1.依法辦理公司或商業登記，且實收資本額在新台幣 8,000 萬元以下者；或經常僱用員工數未滿 200 人者（計算基準：2012 年 4 月至 2013 年 3 月之勞保平均人數）；2.成立時間在 5 年（含）以上（2008 年 5 月 31 日前成立者）；3.最近 3 年（2012、2011、2010）其中 2 年稅前及稅後均獲利，且最近 1 年無累積虧損者；4.企業負責人須擁有中華民國國籍。（註：曾獲本獎項者於 5 年內不得參選）

(二) 參選方式：參選者必須由工商及社會團體、金融及學術研究機構、中小企業輔導機構、政府機關或磐石獎聯誼會推薦，並填具推薦書方予受理。

表揚以 12 家企業為原則，國家磐石獎官網 <http://smeaward.moeasmea.gov.tw>

二、第 16 屆小巨人獎

「小巨人獎」自 1998 年舉辦以來，累計 234 家外銷績優中小企業獲獎，除了鼓勵與表揚我國國際經貿努力打拼的傑出中小企業外，更希望能藉由得獎企業的引領，激勵更多以台灣為主要經營基地之中小企業，積極開拓國際市場。

(一) 參選資格：

1. 凡實收資本額在新台幣 8,000 萬元以下者，或經常僱用員工數未滿 200 人者（計算基準：2012 年 4 月至 2013 年 3 月之勞保平均人數），且合乎上述表揚目的之中小企業；
2. 企業負責人須擁有中華民國國籍，且企業設立登記時間至少 3 年(含)以上（於 2010 年 5 月 15 日前成立者）；
3. 參選類別：
 - 製造業組：2012 年外銷金額占公司總營業額 25% 以上，或外銷金額達 2.5 億元以上；
 - 服務業組：2012 年外銷金額占公司總營業額 15% 以上，或外銷金額達 1 千萬元以上。
※ 報名服務業類別之企業，需填寫「服務業外銷實績切結書」。
4. 企業財務狀況健全，最近 3 年（2012、2011、2010）其中至少 2 年均有稅前獲利，且截至 2012 年底無累積虧損者；
5. 凡曾經獲得小巨人獎之企業 5 年內不得再參選。

(二) 參選方式：參選企業需檢附政府機關、工商及社會團體、金融及學術研究機構、徵信機構或中小企業聯合輔導機構之推薦書，自行參選者不予受理。

三、第 20 屆創新研究獎

2013 年度第 20 屆中小企業創新研究獎預計遴選 30 家中小企業之創新產品，符合申請須知相關規定並經評審通過之得獎企業將獲頒新台幣 30 萬元獎助金，並安排該創新產品展出，提供商機交流與媒合機會。

(一) 參選資格：凡符合行政院核定「中小企業認定標準」且營運中之中小企業，已於 2012 年完成自行研發之創新性產品、技術、製程、流程、服務(包含技術服務、知識服務、商業服務)等，並已商業化運用或量產者皆可提出申請，惟申請企業於 2012 年之研發費用占營業額比例不得低於 2%。

(二) 評審方式：分為資格審、初審(含實地查訪)與決審三階段，得獎名單預定於 2013 年 11 月公布。

(三) 得獎標的：本獎項自辦理以來，已累計有 683 件中小企業之創新產品獲此榮譽，得獎標的涵蓋各領域產業，包括電子資訊、紡織、民生用品、機械結構、食品、化學材料、醫療保健用品以及流程、服務等。對於獲選之優秀創新產品或服務，經濟部中小企業處除藉由廣告、媒體報導及刊物製作等宣傳外，並可提供參與產品展示及商機媒合之機會，協助企業推廣得獎產品，促進國內外貿易商機與交流。

四、第 12 屆新創事業獎

為營造優質創業環境，形塑台灣成為創業型社會，經濟部中小企業處辦理「新創事業獎」選拔活動，以鼓勵具備優質營運模式之新創事業蓬勃發展，樹立成功典範，提振創業家精神，帶動國內創新創業之風氣，為經濟注入活水。

(一) 參選資格：2010 年 7 月 1 日(含)之後成立，並符合中小企業認定標準之中小企業。

(二) 參選標的：須為自行研發之創新性產品、技術、流程或服務(包含技術服務、知識服務、商業服務)等，並已商業化或量產(運用)之企業。

(三) 參選組別：產業類別需符合下列四大類組之一：1.科技利基產業組；2.創新傳統產業組；3.策略知識服務業組；4.微型企業組。※參選企業自行擇定一組別報名，報名後恕無法變更組別。

(四) 獎勵方式：就科技利基產業組、創新傳統產業組、策略知識服務業組及微型企業組四大類組，每組選出前 3 名，各頒發金、獎座及獎狀各乙只。1.金質獎：新台幣 30 萬元整；2.銀質獎：新台幣 20 萬元整；3.優質獎：新台幣 10 萬元整。

創業圓夢網－新創事業獎網址:<http://sme.moeasmea.gov.tw/SME/main/award/>

五、績優輔導服務人員

依據中小企業發展條例第四條暨中小企業輔導體系建立及輔導辦法第六條之規定，表揚長期從事中小企業輔導或服務工作，成效卓著且具高度熱忱之實務人員。

(一) 表揚類組：依下述分類，各組得獎人員 3 名，總計以 12 名為原則。得獎人所屬輔導／服務單位（含分支機構、辦事處）若已得獎超過 5 人次（含）以上，本年所推薦參選之得獎人數以不超過總得獎人數之 25% 為原則。

1. 技術輔導組：從事技術創新、環保、工(公)安衛、節能、綠色產品、資訊化、生產及研發等輔導人員。
2. 管理輔導組：從事經營管理、互助合作、創業、行銷、智財權管理、財務管理、人力資源管理、管理創新、知識創意及地方特色產業等輔導人員。
3. 金融服務組：從事投融資及金融服務等人員。
4. 綜合服務組：從事人才培訓、諮詢、短期診斷、資源媒合、創業創新育成服務及政策推廣服務等人員。

(二) 參選資格：參加選拔之人員由中小企業輔導或服務單位推薦，受輔導之中小企業亦得推薦，惟應透過人民團體或輔導顧問業者申請辦理。每人限參選 1 項，應具備條件為：

1. 從事中小企業輔導或服務實務工作連續滿 3 年以上之實務人員。
2. 敬業熱心成效卓著且有具體事蹟者。
3. 年內未曾獲得本獎項表揚者。

六、第 18 屆中小企業碩博士論文獎

(一) 參選資格：凡全國各大專校院 2012 學年度應屆之碩士及博士畢業生，論文以研究中小企業創新、投資、營運及績效攸關之議題，或有助中小企業發展之相關議題者（註），皆可報名參加。註：研究主題與中小企業相關之融資問題、財務管理、創業管理、新創企業之培育、創新研發、微型企業及個人事業、群聚及合作結盟、中小企業電子化（含資通訊科技應用及電子商務）、運籌管理、中小企業發展政策規劃、綠能環保、擴大投資或消費、組織及人力資源等。

(二) 嘉獎方式：優勝：預計錄取 6 名。得獎者及其指導教授，將頒贈獎金及獎狀乙紙。

(若得獎之指導教授為多名者，則獎金 1 萬元均分)

1. **碩士組：**預計錄取 4 名，得獎者將頒贈獎金新台幣 2 萬元整及獎狀，其指導教授將頒贈獎金新台幣 1 萬元整及獎狀。
2. **博士組：**預計錄取 2 名，得獎者將頒贈獎金新台幣 4 萬元整及獎狀，其指導教授將頒贈獎金新台幣 1 萬元整及獎狀。
3. **佳作：**預計各組錄取若干名，得獎者及其指導教授將頒贈獎狀乙紙。

附錄 1 中小企業主要相關法令

中小企業發展條例

中華民國 80 年 2 月 4 日總統令公布

中華民國 86 年 5 月 20 日總統令公布增訂第三十六條之一，修正第二條、第八條、第十三條、第二十八條、第三十條及第三十二條

中華民國 87 年 1 月 21 日總統令修正公布第三十六條及第四十條

中華民國 89 九年 12 月 27 日總統令修正公布增訂第十二條之一條文，修正第三條、第四條、第十一條至第十三條及第四十條條文

中華民國 90 年 12 月 21 日總統令修正公布第九條

中華民國 92 年 12 月 17 日總統令修正公布第十三條及第三十二條

中華民國 98 年 11 月 25 日總統令公布增訂第 24 條之 1

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，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，係指依法辦理公司或商業登記，合於中小企業認定標準之事業。前項認定標準，由中央主管機關按事業種類、資本額、營業額、經常僱用員工數等擬訂，定期報請行政院核定之。

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

中小企業為改進生產技術、發展新產品而支付之研究發展、實驗費用，准在當年度課稅所得內減除。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

行政院為審議中小企業發展政策，得設置中小企業政策審議委員會；其組織規程，由行政院定之。

第四十條

本條例自公布日施行。

中小企業認定標準

中華民國 80 年 10 月 19 日行政院台 80 經 33054 號函核定
中華民國 80 年 11 月 25 日經濟部經(80)企字第 059364 號函發布
中華民國 84 年 9 月 4 日行政院台 84 經 32284 號函修正核定
中華民國 84 年 9 月 27 日經濟部經(84)企字第 84029087 號函修正發布
中華民國 89 年 4 月 8 日行政院台(89)經 10056 號函核定
中華民國 89 年 5 月 3 日經濟部經(89)企字第 89340202 號函修正發布
中華民國 94 年 6 月 14 日行政院臺經字第 0940022741 號函核定
中華民國 94 年 7 月 5 日經濟部經(94)企字第 09400561550 號令修正發布
中華民國 98 年 8 月 17 日行政院院臺經字第 0980048943 號函核定
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係指依法辦理公司登記或商業登記，並合於下列基準之事業：

- 一、製造業、營造業、礦業及土石採取業實收資本額在新台幣八千萬元以下者。
- 二、除前款規定外之其他行業前一年營業額在新臺幣一億元以下者。

各機關基於輔導業務之性質，就該特定業務事項，得以下列經常僱用員工數為中小企業認定基準，不受前項規定之限制：

- 一、製造業、營造業、礦業及土石採取業經常僱用員工數未滿二百人者。
- 二、除前款規定外之其他行業經常僱用員工數未滿一百人者。

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

本標準所稱營業額，係以認定時前一年度稅捐稽徵機關核定之數額為準；其未經核定者，以下列規定認定之：

- 一、以事業加蓋稅捐稽徵機關收件戳之最近年度所得稅結算申報書所列之營業收入之數額為準。
- 二、事業未取得前款之證明文件者，以最近全年度營業人銷售額與稅額申報書之銷售扣除受託代銷及非營業收入後之數額為準。
- 三、依法由稅捐稽徵機關查定課徵營業稅之營業人，前一年度之營業額推定為新台幣八千萬元以下。

事業於前一年度始登記設立未滿一年或當年度設立登記者，依各期已申報之數額換算為全年度之數額。

第五條

本標準所稱經常僱用員工數，係以臺閩地區勞工保險機構受理事業最近十二個月平均月投保人數為準。

第六條

具有左列情形之一者，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，其中部份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。

中小企業定義之演變

行業別 修改年	製造業、營造業、礦業及土石採取業	農林漁牧業、水電燃氣業、服務業
1967 年 9 月	資本額在新台幣五百萬元以下者，或常雇員工在一百人以下者（製造業、礦業及土石採取業）。	全年營業額在新台幣五百萬元以下者，或常雇員工在五十人以下者。
1973 年 3 月	登記資本額在新台幣五百萬元以下，資產總值不超過新台幣二千萬元。或登記資本額在新台幣五百萬元以下，常雇員工人數合於下列標準者：1.製衣製鞋、電子業在三百人以下者。2.食品業在二百人以下者。3.其他各業在一百人以下者。	
1977 年 8 月	實收資本額在新台幣二千萬元以下，資產總值不超過新台幣六千萬元者，或常雇員工不超過三百人者（製造業）。實收資本額在新台幣二千萬元以下。常雇員工在五百人以下者（礦業及土石採取業）。	每年營業額在新台幣二千萬元以下，或常雇員工在五十人以下者。
1979 年 2 月	實收資本額在新台幣二千萬元以下，資產總值不超過新台幣六千萬元者，或常雇員工不超過三百人者（製造業）。實收資本額在新台幣四千萬元以下者（礦業及土石採取業）。	每年營業額在新台幣二千萬元以下，或常雇員工在五十人以下者。
1982 年 7 月	實收資本額在新台幣四千萬元以下，資產總值不超過新台幣一億二千萬元者。（製造業）實收資本額在新台幣四千萬元以下者。（礦業及土石採取業）	每年營業額在新台幣四千萬元以下者。
1991 年 11 月	實收資本額在新台幣四千萬元以下，資產總值不超過新台幣一億二千萬元者（製造業、營造業）。實收資本額在新台幣四千萬元以下者（礦業及土石採取業）。	每年營業額在新台幣四千萬元以下者。
1995 年 9 月	實收資本額在新台幣六千萬元以下者，或經常僱用員工數未滿二百人者。	前一年營業額在新台幣八千萬元以下者，或經常僱用員工數未滿五十人者。
2000 年 5 月	實收資本額在新台幣八千萬元以下者，或經常僱用員工數未滿二百人者。	前一年營業額在新台幣一億元以下者，或經常僱用員工數未滿五十人者。
2005 年 7 月	實收資本額在新台幣八千萬元以下者，或經常僱用員工數未滿二百人者。	前一年營業額在新台幣一億元以下者，或經常僱用員工數未滿五十人者。 **依據《第七次修訂之行業標準分類》修改第二條二之行業。
2009 年 9 月	實收資本額在新台幣八千萬元以下者，或經常僱用員工數未滿二百人者。	（除左欄所規定外之行業）前一年營業額在新台幣一億元以下者，或經常僱用員工數未滿一百人者。

附錄 2 中小企業統計表

目 次

附表 1	2010 年至 2012 年企業家數－按行業及規模別	326
附表 2	2010 年至 2012 年企業銷售值－按行業及規模別	328
附表 3	2010 年至 2012 年企業內銷值－按行業及規模別	330
附表 4	2010 年至 2012 年企業出口值－按行業及規模別	332
附表 5	2010 年至 2012 年就業人數－按行業及規模別	334
附表 6	2010 年至 2012 年受僱員工人數－按行業及規模別	336
附表 7	2012 年產業部門之各項指標值－按企業規模別	338
附表 8	2012 年中小企業之行業與各項指標值及比率	339
附表 9	2012 年新設企業家數及銷售值－按行業及規模別	340
附表 9-1	2012 年新設企業內銷值及出口值－按行業及規模別	341
附表 10	2012 年各縣市企業家數－按行業及規模別	342
附表 11	2012 年各縣市企業銷售值－按行業及規模別	350
附表 12	2012 年企業之行業規模別家數－按經營組織型態別	358
附表 13	2012 年製造業中業別家數－按規模別	361
附表 13-1	2012 年製造業中業別銷售值－按規模別	363
附表 13-2	2012 年製造業中業別內銷值－按規模別	364
附表 13-3	2012 年製造業中業別出口值－按規模別	365
附表 14	2012 年女性企業家數及銷售值－按行業及規模別	366
附表 14-1	2012 女性企業內銷值及出口值－按行業及規模別	366
附表 15	2012 年就業人數－按縣市及企業規模別	368

附表 1 2010 年至 2012 年企業家數－按行業及規模別

單位：家；%

行業別／年別	規模別	全部企業	結構比	中小企業	結構比	大企業	結構比
總 計	2010	1,277,585	100.00	1,247,998	97.68	29,587	2.32
	2011	1,310,791	100.00	1,279,784	97.63	31,007	2.37
	2012	1,337,890	100.00	1,306,729	97.67	31,161	2.33
農、林、漁、牧業	2010	11,386	100.00	11,344	99.63	42	0.37
	2011	11,611	100.00	11,568	99.63	43	0.37
	2012	11,868	100.00	11,817	99.57	51	0.43
礦業及土石採取業	2010	1,391	100.00	1,370	98.49	21	1.51
	2011	1,266	100.00	1,245	98.34	21	1.66
	2012	1,226	100.00	1,203	98.12	23	1.88
製造業	2010	134,994	100.00	129,983	96.29	5,011	3.71
	2011	141,103	100.00	135,768	96.22	5,335	3.78
	2012	142,918	100.00	137,436	96.16	5,482	3.84
電力及燃氣供應業	2010	424	100.00	293	69.10	131	30.90
	2011	425	100.00	294	69.18	131	30.82
	2012	451	100.00	320	70.95	131	29.05
用水供應及污染整治業	2010	7,172	100.00	6,894	96.12	278	3.88
	2011	7,259	100.00	6,930	95.47	329	4.53
	2012	7,426	100.00	7,127	95.97	299	4.03
營造業	2010	95,657	100.00	94,415	98.70	1,242	1.30
	2011	100,230	100.00	98,988	98.76	1,242	1.24
	2012	104,394	100.00	103,130	98.79	1,264	1.21
批發及零售業	2010	662,467	100.00	646,101	97.53	16,366	2.47
	2011	668,996	100.00	651,955	97.45	17,041	2.55
	2012	678,054	100.00	661,201	97.51	16,853	2.49
運輸儲及倉業	2010	31,166	100.00	30,181	96.84	985	3.16
	2011	31,420	100.00	30,405	96.77	1,015	3.23
	2012	31,707	100.00	30,662	96.70	1,045	3.30
住宿飲及餐業	2010	117,521	100.00	117,207	99.73	314	0.27
	2011	123,237	100.00	122,862	99.70	375	0.30
	2012	126,894	100.00	126,499	99.69	395	0.31

(續下頁)

附表 1 2010 年至 2012 年企業家數－按行業及規模別（續）

單位：家；%

行業別／年別	規模別	全部企業	結構比	中小企業	結構比	大企業	結構比
資訊及通訊傳播業	2010	16,555	100.00	15,862	95.81	693	4.19
	2011	16,906	100.00	16,201	95.83	705	4.17
	2012	17,526	100.00	16,823	95.99	703	4.01
金融及保險業	2010	16,100	100.00	14,035	87.17	2,065	12.83
	2011	16,131	100.00	13,918	86.28	2,213	13.72
	2012	16,410	100.00	14,165	86.32	2,245	13.68
不動產業	2010	23,176	100.00	21,975	94.82	1,201	5.18
	2011	26,300	100.00	25,108	95.47	1,192	4.53
	2012	28,460	100.00	27,180	95.50	1,280	4.50
專業、科學及技術服務業	2010	37,146	100.00	36,505	98.27	641	1.73
	2011	38,752	100.00	38,054	98.20	698	1.80
	2012	40,214	100.00	39,549	98.35	665	1.65
支援服務業	2010	27,999	100.00	27,683	98.87	316	1.13
	2011	29,115	100.00	28,750	98.75	365	1.25
	2012	29,968	100.00	29,563	98.65	405	1.35
教育服務業	2010	1,137	100.00	1,130	99.38	7	0.62
	2011	1,275	100.00	1,267	99.37	8	0.63
	2012	1,432	100.00	1,421	99.23	11	0.77
醫療保健及社會工作服務業	2010	394	100.00	386	97.97	8	2.03
	2011	391	100.00	382	97.70	9	2.30
	2012	417	100.00	407	97.60	10	2.40
藝術、娛樂及休閒服務業	2010	22,397	100.00	22,301	99.57	96	0.43
	2011	22,682	100.00	22,579	99.55	103	0.45
	2012	22,511	100.00	22,407	99.54	104	0.46
其他服務業	2010	70,503	100.00	70,333	99.76	170	0.24
	2011	73,692	100.00	73,510	99.75	182	0.25
	2012	76,014	100.00	75,819	99.74	195	0.26

- 附 註：1.自 2012 年起本表內之數據改按中華民國第 9 次修訂之新行業標準統計。
 2.表中所稱中小企業係指製造業、營造業、礦業及土石採取業實收資本額在新台幣八千萬元以下，其他行業前一年營業額在新臺幣一億元以下者。

資料來源：整理自財政部財稅資料中心，營業稅徵收原始資料（樣本值加總）。

附表2 2010年至2012年企業銷售值－按行業及規模別

單位：百萬元；%

行業別／年別		規模別	全部企業	結構比	中小企業	結構比	大企業	結構比
總計	2010	36,239,637	100.00	10,709,005	29.55	25,530,632	70.45	
	2011	37,881,681	100.00	11,226,933	29.64	26,654,748	70.36	
	2012	37,649,075	100.00	11,381,770	30.23	26,267,306	69.77	
農、林、漁、牧業	2010	38,884	100.00	18,326	47.13	20,558	52.87	
	2011	33,843	100.00	18,321	54.14	15,522	45.86	
	2012	37,067	100.00	19,966	53.87	17,101	46.13	
礦業及土石採取業	2010	48,313	100.00	37,813	78.27	10,500	21.73	
	2011	46,953	100.00	37,568	80.01	9,386	19.99	
	2012	44,830	100.00	35,402	78.97	9,428	21.03	
製造業	2010	13,482,749	100.00	4,072,627	30.21	9,410,122	69.79	
	2011	14,122,135	100.00	4,338,874	30.72	9,783,261	69.28	
	2012	14,002,782	100.00	4,375,488	31.25	9,627,294	68.75	
電力及燃氣供應業	2010	773,073	100.00	3,515	0.45	769,557	99.55	
	2011	833,515	100.00	3,372	0.40	830,143	99.60	
	2012	895,151	100.00	3,692	0.41	891,458	99.59	
用水供應及污染整治業	2010	178,359	100.00	56,259	31.54	122,101	68.46	
	2011	190,890	100.00	55,021	28.82	135,869	71.18	
	2012	181,289	100.00	55,632	30.69	125,658	69.31	
營造業	2010	1,962,639	100.00	1,120,723	57.10	841,917	42.90	
	2011	2,079,702	100.00	1,193,584	57.39	886,119	42.61	
	2012	2,088,385	100.00	1,235,537	59.16	852,848	40.84	
批零發售及業	2010	13,139,161	100.00	3,986,557	30.34	9,152,605	69.66	
	2011	13,723,088	100.00	4,085,832	29.77	9,637,256	70.23	
	2012	13,439,023	100.00	4,102,447	30.53	9,336,576	69.47	
運輸倉儲及業	2010	1,059,266	100.00	250,518	23.65	808,748	76.35	
	2011	1,005,769	100.00	261,337	25.98	744,432	74.02	
	2012	1,049,942	100.00	262,656	25.02	787,285	74.98	
住餐宿飲及業	2010	369,476	100.00	269,507	72.94	99,970	27.06	
	2011	420,527	100.00	297,131	70.66	123,396	29.34	
	2012	460,649	100.00	321,381	69.77	139,267	30.23	

(續下頁)

附表 2 2010 年至 2012 年企業銷售值－按行業及規模別（續）

單位：百萬元；%

行業別／年別	規模別	全部企業	結構比	中小企業	結構比	大企業	結構比
資訊及通訊傳播業	2010	853,621	100.00	97,102	11.38	756,519	88.62
	2011	906,897	100.00	100,770	11.11	806,127	88.89
	2012	961,866	100.00	105,364	10.95	856,503	89.05
金融保險及業	2010	2,268,459	100.00	197,876	8.72	2,070,583	91.28
	2011	2,451,486	100.00	195,036	7.96	2,256,450	92.04
	2012	2,235,043	100.00	186,220	8.33	2,048,823	91.67
不動產業	2010	867,849	100.00	157,187	18.11	710,662	81.89
	2011	825,421	100.00	175,783	21.30	649,638	78.70
	2012	944,188	100.00	189,948	20.12	754,240	79.88
專業、科學及技術服務業	2010	640,896	100.00	175,298	27.35	465,598	72.65
	2011	618,877	100.00	181,488	29.33	437,389	70.67
	2012	628,374	100.00	189,138	30.10	439,236	69.90
支援服務業	2010	294,066	100.00	113,018	38.43	181,048	61.57
	2011	341,936	100.00	121,455	35.52	220,481	64.48
	2012	371,661	100.00	130,672	35.16	240,989	64.84
教育服務業	2010	6,902	100.00	4,965	71.93	1,937	28.07
	2011	8,138	100.00	6,057	74.42	2,082	25.58
	2012	9,577	100.00	6,820	71.21	2,757	28.79
醫療保健及社會工作服務業	2010	4,366	100.00	1,842	42.19	2,524	57.81
	2011	4,728	100.00	1,920	40.62	2,807	59.38
	2012	5,440	100.00	1,933	35.53	3,507	64.47
藝術、娛樂及休閒服務業	2010	72,341	100.00	43,624	60.30	28,717	39.70
	2011	73,876	100.00	46,376	62.78	27,500	37.22
	2012	80,578	100.00	48,023	59.60	32,555	40.40
其他服務業	2010	179,217	100.00	102,249	57.05	76,968	42.95
	2011	193,900	100.00	107,008	55.19	86,891	44.81
	2012	213,242	100.00	111,460	52.27	101,782	47.73

附註及資料來源：同附表 1。

附表 3 2010 年至 2012 年企業內銷值－按行業及規模別

單位：百萬元；%

行業別／年別	規模別	全部企業	結構比	中小企業	結構比	大企業	結構比
總 計	2010	26,216,138	100.00	9,088,972	34.67	17,127,166	65.33
	2011	27,754,779	100.00	9,576,948	34.51	18,177,832	65.49
	2012	27,797,659	100.00	9,633,690	34.66	18,163,970	65.34
農、林、漁、牧業	2010	33,769	100.00	16,016	47.43	17,752	52.57
	2011	29,567	100.00	16,339	55.26	13,228	44.74
	2012	32,021	100.00	18,178	56.77	13,843	43.23
礦業及土石採取業	2010	47,718	100.00	37,500	78.59	10,219	21.41
	2011	46,182	100.00	37,259	80.68	8,923	19.32
	2012	44,332	100.00	35,285	79.59	9,047	20.41
製造業	2010	7,183,762	100.00	2,928,313	40.76	4,255,449	59.24
	2011	7,795,202	100.00	3,157,153	40.50	4,638,049	59.50
	2012	7,578,558	100.00	3,080,012	40.64	4,498,546	59.36
電力及燃氣供應業	2010	758,789	100.00	3,422	0.45	755,367	99.55
	2011	817,410	100.00	3,329	0.41	814,081	99.59
	2012	880,884	100.00	3,653	0.41	877,231	99.59
用水供應及污染整治業	2010	168,561	100.00	54,632	32.41	113,929	67.59
	2011	178,826	100.00	53,599	29.97	125,228	70.03
	2012	169,914	100.00	54,222	31.91	115,692	68.09
營造業	2010	1,801,239	100.00	1,108,468	61.54	692,771	38.46
	2011	1,905,758	100.00	1,180,816	61.96	724,942	38.04
	2012	1,918,300	100.00	1,224,656	63.84	693,644	36.16
批零發售及業	2010	10,160,204	100.00	3,552,451	34.96	6,607,753	65.04
	2011	10,655,208	100.00	3,657,554	34.33	6,997,654	65.67
	2012	10,770,509	100.00	3,688,686	34.25	7,081,823	65.75
運輸倉儲及業	2010	754,294	100.00	241,349	32.00	512,945	68.00
	2011	724,199	100.00	252,593	34.88	471,606	65.12
	2012	746,315	100.00	253,739	34.00	492,576	66.00
住宿及業	2010	367,833	100.00	269,379	73.23	98,454	26.77
	2011	419,940	100.00	297,013	70.73	122,927	29.27
	2012	459,807	100.00	321,254	69.87	138,553	30.13

(續下頁)

附表 3 2010 年至 2012 年企業內銷值－按行業及規模別（續）

單位：百萬元；%

行業別／年別	規模別	全部企業	結構比	中小企業	結構比	大企業	
							結構比
資訊及通訊傳播業	2010	759,262	100.00	91,159	12.01	668,103	87.99
	2011	807,960	100.00	94,949	11.75	713,011	88.25
	2012	864,099	100.00	99,309	11.49	764,790	88.51
金融及保險業	2010	2,266,254	100.00	197,233	8.70	2,069,021	91.30
	2011	2,449,468	100.00	194,508	7.94	2,254,960	92.06
	2012	2,231,191	100.00	185,531	8.32	2,045,659	91.68
不動產業	2010	859,734	100.00	156,609	18.22	703,125	81.78
	2011	821,829	100.00	175,189	21.32	646,640	78.68
	2012	940,420	100.00	189,165	20.11	751,255	79.89
專業、科學及技術服務業	2010	510,715	100.00	168,598	33.01	342,117	66.99
	2011	495,441	100.00	175,335	35.39	320,106	64.61
	2012	496,563	100.00	182,713	36.80	313,851	63.20
支援服務業	2010	288,708	100.00	111,759	38.71	176,949	61.29
	2011	334,531	100.00	120,445	36.00	214,086	64.00
	2012	363,645	100.00	129,550	35.63	234,095	64.37
教育服務業	2010	6,836	100.00	4,957	72.51	1,879	27.49
	2011	8,070	100.00	6,050	74.97	2,020	25.03
	2012	9,468	100.00	6,780	71.61	2,688	28.39
醫療保健及社會工作服務業	2010	4,255	100.00	1,779	41.81	2,476	58.19
	2011	4,567	100.00	1,847	40.44	2,720	59.56
	2012	5,148	100.00	1,911	37.13	3,237	62.87
藝術、娛樂及休閒服務業	2010	72,078	100.00	43,453	60.29	28,625	39.71
	2011	73,705	100.00	46,264	62.77	27,441	37.23
	2012	80,451	100.00	47,942	59.59	32,509	40.41
其他服務業	2010	172,126	100.00	101,894	59.20	70,231	40.80
	2011	186,915	100.00	106,705	57.09	80,210	42.91
	2012	206,034	100.00	111,103	53.92	94,931	46.08

附註及資料來源：同附表 1。

附表 4 2010 年至 2012 年企業出口值－按行業及規模別

單位：百萬元；%

行業別／年別	規模別	全部企業	結構比	中小企業	結構比	大企業	結構比
總 計	2010	10,023,499	100.00	1,620,033	16.16	8,403,466	83.84
	2011	10,126,901	100.00	1,649,985	16.29	8,476,916	83.71
	2012	9,851,416	100.00	1,748,080	17.74	8,103,336	82.26
農、林、漁、牧業	2010	5,115	100.00	2,309	45.14	2,806	54.86
	2011	4,276	100.00	1,981	46.34	2,294	53.66
	2012	5,046	100.00	1,788	35.44	3,258	64.56
礦業及土石採取業	2010	594	100.00	314	52.76	281	47.24
	2011	771	100.00	309	40.03	462	59.97
	2012	498	100.00	117	23.53	381	76.47
製造業	2010	6,298,987	100.00	1,144,314	18.17	5,154,673	81.83
	2011	6,326,933	100.00	1,181,721	18.68	5,145,212	81.32
	2012	6,424,224	100.00	1,295,476	20.17	5,128,748	79.83
電力及燃氣供應業	2010	14,284	100.00	93	0.65	14,190	99.35
	2011	16,105	100.00	43	0.26	16,062	99.74
	2012	14,266	100.00	39	0.28	14,227	99.72
用水供應及污染整治業	2010	9,798	100.00	1,627	16.60	8,171	83.40
	2011	12,064	100.00	1,422	11.79	10,642	88.21
	2012	11,375	100.00	1,409	12.39	9,966	87.61
營造業	2010	161,400	100.00	12,255	7.59	149,145	92.41
	2011	173,944	100.00	12,768	7.34	161,176	92.66
	2012	170,085	100.00	10,881	6.40	159,204	93.60
批零發售及業	2010	2,978,957	100.00	434,105	14.57	2,544,852	85.43
	2011	3,067,880	100.00	428,278	13.96	2,639,602	86.04
	2012	2,668,514	100.00	413,761	15.51	2,254,753	84.49
運輸倉儲及業	2010	304,972	100.00	9,169	3.01	295,802	96.99
	2011	281,570	100.00	8,744	3.11	272,826	96.89
	2012	303,627	100.00	8,917	2.94	294,709	97.06
住宿及業	2010	1,643	100.00	128	7.78	1,515	92.22
	2011	587	100.00	119	20.21	468	79.79
	2012	841	100.00	127	15.10	714	84.90

(續下頁)

附表 4 2010 年至 2012 年企業出口值－按行業及規模別（續）

單位：百萬元；%

行業別／年別	規模別	全部企業	結構比	中小企業	結構比	大企業	結構比
資訊及通訊傳播業	2010	94,359	100.00	5,942	6.30	88,417	93.70
	2011	98,937	100.00	5,822	5.88	93,116	94.12
	2012	97,767	100.00	6,055	6.19	91,713	93.81
金融及保險業	2010	2,204	100.00	643	29.16	1,561	70.84
	2011	2,018	100.00	528	26.16	1,490	73.84
	2012	3,853	100.00	689	17.88	3,164	82.12
不動產業	2010	8,115	100.00	578	7.12	7,538	92.88
	2011	3,592	100.00	594	16.53	2,998	83.47
	2012	3,757	100.00	773	20.56	2,985	79.44
專業、科學及技術服務業	2010	130,181	100.00	6,700	5.15	123,481	94.85
	2011	123,436	100.00	6,153	4.98	117,283	95.02
	2012	131,811	100.00	6,425	4.87	125,385	95.13
支援服務業	2010	5,358	100.00	1,259	23.50	4,099	76.50
	2011	7,405	100.00	1,010	13.64	6,395	86.36
	2012	8,016	100.00	1,122	14.00	6,894	86.00
教育服務業	2010	65	100.00	8	11.56	58	88.44
	2011	69	100.00	7	9.67	62	90.33
	2012	109	100.00	40	36.68	69	63.32
醫療保健及社會工作服務業	2010	111	100.00	63	56.82	48	43.18
	2011	160	100.00	73	45.68	87	54.32
	2012	292	100.00	22	7.37	270	92.63
藝術、娛樂及休閒服務業	2010	263	100.00	171	65.20	91	34.80
	2011	170	100.00	112	65.57	59	34.43
	2012	127	100.00	81	63.87	46	36.13
其他服務業	2010	7,092	100.00	355	5.00	6,737	95.00
	2011	6,985	100.00	304	4.35	6,681	95.65
	2012	7,208	100.00	357	4.95	6,851	95.05

附註及資料來源：同附表 1。

附表 5 2010 年至 2012 年就業人數－按行業及規模別

單位：千人；%

行業別／年別	規模別	全部企業	結構比	中小企業	結構比	大企業	結構比	政府僱用	結構比
總計	2010	10,493	100.00	8,191	78.06	1,253	11.94	1,049	10.00
	2011	10,709	100.00	8,337	77.85	1,334	12.46	1,038	9.69
	2012	10,860	100.00	8,484	78.12	1,349	12.42	1,027	9.46
農、林、漁、牧業	2010	550	100.00	545	99.08	1	0.10	5	0.83
	2011	542	100.00	536	98.88	1	0.15	5	0.97
	2012	544	100.00	538	98.94	1	0.21	5	0.85
礦業及土石採取業	2010	4	100.00	4	86.59	0	0.65	1	12.76
	2011	4	100.00	3	86.50	0	0	1	13.50
	2012	4	100.00	4	87.13	0	0.58	1	12.29
製造業	2010	2,861	100.00	2,127	74.34	705	24.63	29	1.03
	2011	2,949	100.00	2,158	73.19	762	25.85	28	0.96
	2012	2,975	100.00	2,171	72.99	780	26.22	24	0.79
電力及燃氣供應業	2010	29	100.00	3	10.88	3	8.78	23	80.34
	2011	29	100.00	3	10.41	3	10.47	23	79.12
	2012	29	100.00	3	11.36	3	10.78	23	77.86
用水供應及污染整治業	2010	78	100.00	29	37.79	1	1.36	47	60.86
	2011	79	100.00	32	41.12	1	1.89	45	56.99
	2012	82	100.00	36	43.13	1	1.68	45	55.19
營造業	2010	797	100.00	779	97.73	9	1.10	9	1.17
	2011	831	100.00	813	97.85	9	1.10	9	1.05
	2012	845	100.00	826	97.80	10	1.14	9	1.06
批發及零售業	2010	1,747	100.00	1,682	96.26	54	3.11	11	0.63
	2011	1,763	100.00	1,696	96.20	57	3.26	10	0.54
	2012	1,800	100.00	1,731	96.16	60	3.35	9	0.50
運輸及倉儲業	2010	404	100.00	295	73.11	53	13.11	56	13.78
	2011	411	100.00	296	72.04	60	14.57	55	13.38
	2012	414	100.00	302	72.77	58	13.90	55	13.34
住宿及餐飲業	2010	727	100.00	708	97.37	19	2.56	1	0.08
	2011	728	100.00	709	97.43	18	2.53	0	0.04
	2012	750	100.00	731	97.52	18	2.41	1	0.07

(續下頁)

附表 5 2010 年至 2012 年就業人數－按行業及規模別（續）

行業別／年別	規模別	全 部 企 業	結 構 比	中 小 企 業	結 構 比	大 企 業	結 構 比	單位：千人；%	
								政 府 僱 用	結 構 比
資訊及通訊傳播業	2010	208	100.00	148	71.34	58	27.14	1	0.52
	2011	218	100.00	156	71.67	61	27.97	1	0.37
	2012	228	100.00	165	72.13	63	27.57	1	0.31
金融及保險業	2010	428	100.00	315	73.69	96	22.34	17	3.97
	2011	428	100.00	321	75.08	92	21.47	15	3.45
	2012	426	100.00	323	75.68	86	20.28	17	4.05
不動產業	2010	75	100.00	70	93.75	3	3.39	2	2.86
	2011	87	100.00	83	95.50	2	2.74	2	1.76
	2012	90	100.00	85	95.27	3	3.17	1	1.56
專業、科學及技術服務業	2010	325	100.00	258	79.36	38	11.58	29	9.07
	2011	339	100.00	270	79.70	43	12.69	26	7.61
	2012	342	100.00	274	80.20	43	12.48	25	7.32
支援服務業	2010	236	100.00	217	91.81	19	7.98	0	0.21
	2011	247	100.00	227	91.99	19	7.62	1	0.39
	2012	260	100.00	237	91.40	22	8.39	1	0.22
公共行政及國防；強制性社會安全	2010	389	100.00	0	0.00	0	0.00	388	100.00
	2011	388	100.00	0	0.00	0	0.00	387	100.00
	2012	384	100.00	1	0.26	0	0.02	383	99.72
教育服務業	2010	619	100.00	218	35.27	69	11.20	331	53.53
	2011	629	100.00	226	36.00	71	11.26	332	52.74
	2012	630	100.00	230	36.43	67	10.57	334	53.00
醫療保健及社會工作服務業	2010	386	100.00	192	49.56	116	30.09	79	20.35
	2011	408	100.00	203	49.67	124	30.37	82	19.97
	2012	420	100.00	216	51.47	125	29.73	79	18.80
藝術、娛樂及休閒服務業	2010	98	100.00	76	77.62	6	5.64	16	16.74
	2011	94	100.00	75	79.38	4	4.51	15	16.11
	2012	95	100.00	76	80.13	5	5.17	14	14.71
其他服務業	2010	532	100.00	525	98.59	5	0.91	3	0.49
	2011	536	100.00	528	98.40	6	1.03	3	0.57
	2012	541	100.00	534	98.83	4	0.81	2	0.37

附 註：1.自 2012 年起本表內之數據改按中華民國第 9 次修訂之新行業標準統計。

2.表中所稱中小企業係指製造業、營造業、礦業及土石採取業經常僱用員工數未滿二百人，其他行業經常僱用員工數未滿一百人者。

資料來源：整理自行政院主計總處，《人力資源統計月報》原始資料（推估值）。

附表 6 2010 年至 2012 年受僱員工人數－按行業及規模別

單位：千人；%

行業別／年別	規模別	全部企業	結構比	中小企業	結構比	大企業	結構比	政府僱用	結構比
總計	2010	8,104	100.00	5,805	71.63	1,250	15.42	1,049	12.95
	2011	8,328	100.00	5,958	71.54	1,332	15.99	1,038	12.46
	2012	8,495	100.00	6,122	72.06	1,346	15.85	1,027	12.09
農、林、漁、牧業	2010	83	100.00	78	93.92	1	0.64	5	5.44
	2011	84	100.00	78	92.77	1	0.99	5	6.23
	2012	85	100.00	79	93.26	1	1.31	5	5.43
礦業及土石採取業	2010	4	100.00	4	86.16	0	0.67	1	13.17
	2011	4	100.00	3	86.36	0	0.00	1	13.64
	2012	4	100.00	3	86.71	0	0.60	1	12.68
製造業	2010	2,600	100.00	1,867	71.82	703	27.05	29	1.13
	2011	2,684	100.00	1,895	70.60	761	28.35	28	1.06
	2012	2,721	100.00	1,919	70.52	779	28.62	24	0.86
電力及燃氣供應業	2010	29	100.00	3	10.38	3	8.83	23	80.79
	2011	29	100.00	3	10.13	3	10.51	23	79.36
	2012	29	100.00	3	11.36	3	10.78	23	77.86
用水供應及污染整治業	2010	70	100.00	21	30.62	1	1.51	47	67.86
	2011	70	100.00	23	33.35	1	2.14	45	64.51
	2012	74	100.00	27	36.34	1	1.88	45	61.79
營造業	2010	668	100.00	650	97.31	9	1.29	9	1.40
	2011	694	100.00	676	97.43	9	1.32	9	1.25
	2012	708	100.00	690	97.37	10	1.36	9	1.26
批零發售及業	2010	1,028	100.00	962	93.66	54	5.27	11	1.07
	2011	1,059	100.00	992	93.67	57	5.43	10	0.90
	2012	1,110	100.00	1,041	93.78	60	5.41	9	0.81
運輸倉儲及業	2010	310	100.00	202	65.00	53	17.06	56	17.93
	2011	319	100.00	204	64.02	60	18.76	55	17.22
	2012	329	100.00	217	65.76	58	17.47	55	16.77
住、宿、餐、飲業	2010	418	100.00	399	95.43	19	4.44	1	0.13
	2011	428	100.00	409	95.64	18	4.29	0	0.07
	2012	451	100.00	433	95.99	18	3.88	1	0.12

(續下頁)

附表 6 2010 年至 2012 年受僱員工人數—按行業及規模別（續）

行業別／年別	規模別	全 部 企 業	結構比	中 小 企 業	結構比	大企業	結構比	單位：千人；%	
								政 府 僱 用	結 構 比
資訊及通 訊傳播業	2010	196	100.00	136	69.66	58	29.79	1	0.55
	2011	204	100.00	142	69.71	61	29.90	1	0.39
	2012	213	100.00	149	70.17	63	29.50	1	0.33
金融及 保險業	2010	424	100.00	312	73.49	95	22.50	17	4.01
	2011	423	100.00	317	74.83	92	21.69	15	3.48
	2012	422	100.00	318	75.44	86	20.48	17	4.09
不動產業	2010	66	100.00	61	93.03	2	3.72	2	3.24
	2011	78	100.00	74	94.98	2	3.06	2	1.96
	2012	80	100.00	76	94.70	3	3.55	1	1.75
專業、科學及 技術服務業	2010	255	100.00	188	73.69	38	14.74	29	11.56
	2011	268	100.00	199	74.30	43	16.06	26	9.64
	2012	267	100.00	199	74.64	43	15.97	25	9.39
支援服務業	2010	216	100.00	197	91.12	19	8.65	0	0.23
	2011	224	100.00	204	91.23	19	8.34	1	0.43
	2012	236	100.00	213	90.57	22	9.19	1	0.24
公共行政及國防； 強制性社會安全	2010	389	100.00	0	0.00	0	0.00	388	100.00
	2011	388	100.00	0	0.00	0	0.00	387	100.00
	2012	384	100.00	1	0.26	0	0.02	383	99.72
教育服務業	2010	588	100.00	187	31.87	69	11.78	331	56.35
	2011	598	100.00	195	32.69	71	11.82	332	55.49
	2012	596	100.00	195	32.74	67	11.18	334	56.08
醫療保健及 社會工作服務業	2010	354	100.00	159	44.99	116	32.81	79	22.20
	2011	377	100.00	171	45.46	124	32.89	82	21.65
	2012	386	100.00	182	47.13	125	32.38	79	20.49
藝術、娛樂及 休閒服務業	2010	80	100.00	58	72.61	5	6.82	16	20.57
	2011	73	100.00	53	73.42	4	5.81	15	20.77
	2012	73	100.00	54	74.30	5	6.60	14	19.10
其他服務業	2010	327	100.00	319	97.74	5	1.45	3	0.80
	2011	328	100.00	319	97.38	6	1.68	3	0.94
	2012	327	100.00	321	98.06	4	1.33	2	0.61

附註及資料來源：同附表 5。

附表 7 2012 年產業部門之各項指標值－按企業規模別

單位：家；百萬元；千人；%

規 模 別 指 標 / 產 業 別	總 計 (1)	結 構 比	中小企 業 (2)	結 構 比	(2)/(1)%	大企 業	結 構 比
家 數	1,337,890	100.00	1,306,729	100.00	97.67	31,161	100.00
農 業	11,868	0.89	11,817	0.90	99.57	51	0.16
工 業	256,415	19.17	249,216	19.07	97.19	7,199	23.10
服務業	1,069,607	79.95	1,045,696	80.02	97.76	23,911	76.73
銷 售 值	37,649,075	100.00	11,381,770	100.00	30.23	26,267,306	100.00
農 業	37,067	0.10	19,966	0.18	53.87	17,101	0.07
工 業	17,212,437	45.72	5,705,751	50.13	33.15	11,506,686	43.81
服務業	20,399,571	54.18	5,656,052	49.69	27.73	14,743,519	56.13
內 銷 值	27,797,659	100.00	9,633,690	100.00	34.66	18,163,970	100.00
農 業	32,021	0.12	18,178	0.19	56.77	13,843	0.08
工 業	10,591,989	38.10	4,397,828	45.65	41.52	6,194,160	34.10
服務業	17,173,650	61.78	5,217,683	54.16	30.38	11,955,966	65.82
出 口 值	9,851,416	100.00	1,748,080	100.00	17.74	8,103,336	100.00
農 業	5,046	0.05	1,788	0.10	35.44	3,258	0.04
工 業	6,620,448	67.20	1,307,923	74.82	19.76	5,312,525	65.56
服務業	3,225,922	32.75	438,369	25.08	13.59	2,787,553	34.40
就 業 人 數	10,860	100.00	8,484	100.00	78.12	1,349	100.00
農 業	544	5.01	538	6.35	98.94	1	0.08
工 業	3,935	36.23	3,040	35.83	77.25	794	58.88
服務業	6,381	58.75	4,905	57.82	76.88	553	41.03
受 僱 人 數	8,495	100.00	6,122	100.00	72.06	1,346	100.00
農 業	85	1.00	79	1.30	93.26	1	0.08
工 業	3,536	41.63	2,642	43.16	74.72	793	58.90
服務業	4,874	57.37	3,400	55.54	69.76	552	41.02

附 註：1.表中之農業係指農林漁牧業；工業包括礦業及土石採取業、製造業、電力及燃氣供應業、用水供應及污染整治業、營造業；服務業包括批發及零售業、運輸及倉儲業、住宿及餐飲業、資訊及通訊傳播業、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、教育服務業、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.表中就業及受僱人數的總計尚包括受政府僱用的 102.7 萬人。

資料來源：1.財政部財稅資料中心，營業稅徵收原始資料（樣本值加總），2012 年。

2.行政院主計總處，《人力資源統計月報》原始資料（樣本推估值），2012 年。

附表 8 2012 年中小企業之行業與各項指標值及比率

單位：家；百萬元；千人；%

指標 行業別	家數	銷售值	內銷值	出口值	就業人數	受僱人數
總計	1,306,729	11,381,770	9,633,690	1,748,080	8,484	6,122
農林漁牧業	11,817	19,966	18,178	1,788	538	79
礦業及土石採取業	1,203	35,402	35,285	117	4	3
製造業	137,436	4,375,488	3,080,012	1,295,476	2,171	1,919
電力及燃氣供應業	320	3,692	3,653	39	3	3
用水供應及污染整治業	7,127	55,632	54,222	1,409	36	27
營造業	103,130	1,235,537	1,224,656	10,881	826	690
批發及零售業	661,201	4,102,447	3,688,686	413,761	1,731	1,041
運輸及倉儲業	30,662	262,656	253,739	8,917	302	217
住宿及餐飲業	126,499	321,381	321,254	127	731	433
資訊及通訊傳播業	16,823	105,364	99,309	6,055	165	149
金融及保險業	14,165	186,220	185,531	689	323	318
不動產業	27,180	189,937	189,165	773	85	76
專業、科學及技術服務業	39,549	189,138	182,713	6,425	274	199
支援服務業	29,563	130,672	129,550	1,122	237	213
教育服務業	1,421	6,820	6,780	40	230	195
醫療保健及社會工作服務業	407	1,933	1,911	22	216	182
藝術、娛樂及休閒服務業	22,407	48,023	47,942	81	76	54
其他服務業	75,819	111,460	111,103	357	534	321
結構比						
總計	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
農林漁牧業	0.90	0.18	0.19	0.10	6.35	1.30
礦業及土石採取業	0.09	0.31	0.37	0.01	0.04	0.06
製造業	10.52	38.44	31.97	74.11	25.59	31.35
電力及燃氣供應業	0.02	0.03	0.04	0.00	0.04	0.05
用水供應及污染整治業	0.55	0.49	0.56	0.08	0.42	0.44
營造業	7.89	10.86	12.71	0.62	9.74	11.27
批發及零售業	50.60	36.04	38.29	23.67	20.41	17.01
運輸及倉儲業	2.35	2.31	2.63	0.51	3.55	3.54
住宿及餐飲業	9.68	2.82	3.33	0.01	8.62	7.07
資訊及通訊傳播業	1.29	0.93	1.03	0.35	1.94	2.44
金融及保險業	1.08	1.64	1.93	0.04	3.80	5.20
不動產業	2.08	1.67	1.96	0.04	1.01	1.24
專業、科學及技術服務業	3.03	1.66	1.90	0.37	3.24	3.25
支援服務業	2.26	1.15	1.34	0.06	2.80	3.49
教育服務業	0.11	0.06	0.07	0.00	2.71	3.19
醫療保健及社會工作服務業	0.03	0.02	0.02	0.00	2.55	2.97
藝術、娛樂及休閒服務業	1.71	0.42	0.50	0.00	0.89	0.88
其他服務業	5.80	0.98	1.15	0.02	6.30	5.24

資料來源：1.財政部財稅資料中心，營業稅徵收原始資料（樣本值加總），2012 年。

2.行政院主計總處，《人力資源統計月報》原始資料（樣本推估值），2012 年。

附表 9 2012 年新設企業家數及銷售值－按行業及規模別

單位：家；百萬元；%

行業中分類	規模別	全部企業 (1)	中小企業 (2)	(2)/(1)	結構比	大企業	結構比
新設企業家數							
總 計		96,153	95,954	100.00	99.79	199	100.00
農、林、漁、牧業		703	702	0.73	99.86	1	0.50
礦業及土石採取業		86	86	0.09	100.00	0	0.00
製造業		4,921	4,871	5.08	98.98	50	25.13
電力及燃氣供應業		44	43	0.04	97.73	1	0.50
用水供應及污染整治業		528	527	0.55	99.81	1	0.50
營造業		7,997	7,986	8.32	99.86	11	5.53
批發及零售業		45,252	45,152	47.06	99.78	100	50.25
運輸及倉儲業		1,292	1,290	1.34	99.85	2	1.01
住宿及餐飲業		15,065	15,060	15.70	99.97	5	2.51
資訊及通訊傳播業		1,895	1,891	1.97	99.79	4	2.01
金融及保險業		732	730	0.76	99.73	2	1.01
不動產業		3,648	3,633	3.79	99.59	15	7.54
專業、科學及技術服務業		3,562	3,561	3.71	99.97	1	0.50
支援服務業		2,492	2,488	2.59	99.84	4	2.01
教育服務業		229	228	0.24	99.56	1	0.50
醫療保健及社會工作服務業		50	50	0.05	100.00	0	0.00
藝術、娛樂及休閒服務業		1,885	1,885	1.96	100.00	0	0.00
其他服務業		5,772	5,771	6.01	99.98	1	0.50
新設企業銷售值							
總 計		235,463	177,861	100.00	75.54	57,602	100.00
農、林、漁、牧業		754	456	0.26	60.43	298	0.52
礦業及土石採取業		399	399	0.22	100.00	0	0.00
製造業		27,883	23,531	13.23	84.39	4,352	7.56
電力及燃氣供應業		263	138	0.08	52.56	125	0.22
用水供應及污染整治業		1,089	973	0.55	89.31	116	0.20
營造業		22,575	21,322	11.99	94.45	1,253	2.18
批發及零售業		122,015	84,157	47.32	68.97	37,859	65.72
運輸及倉儲業		3,598	3,365	1.89	93.52	233	0.41
住宿及餐飲業		17,887	17,154	9.64	95.90	734	1.27
資訊及通訊傳播業		4,607	3,770	2.12	81.84	837	1.45
金融及保險業		5,631	2,399	1.35	42.60	3,232	5.61
不動產業		14,106	7,479	4.20	53.02	6,627	11.51
專業、科學及技術服務業		4,817	4,625	2.60	96.00	193	0.33
支援服務業		4,137	2,884	1.62	69.71	1,253	2.18
教育服務業		637	453	0.25	71.20	183	0.32
醫療保健及社會工作服務業		49	49	0.03	100.00	0	0.00
藝術、娛樂及休閒服務業		1,480	1,480	0.83	100.00	0	0.00
其他服務業		3,535	3,229	1.82	91.34	306	0.53

(續下頁)

附表 9-1 2012 年新設企業內銷值及出口值－按行業及規模別

單位：百萬元；%

行業中分類	規模別	全部企業 (1)	中小企業 (2)	(2)/(1)	結構比	大企業	結構比
新設企業內銷值							
總計		212,954	167,679	100.00	78.74	45,276	100.00
農、林、漁、牧業		731	438	0.26	59.94	293	0.65
礦業及土石採取業		399	399	0.24	100.00	0	0.00
製造業		23,169	19,072	11.37	82.32	4,097	9.05
電力及燃氣供應業		263	138	0.08	52.56	125	0.28
用水供應及污染整治業		1,023	906	0.54	88.61	116	0.26
營造業		22,531	21,278	12.69	94.44	1,253	2.77
批發及零售業		105,159	79,002	47.12	75.13	26,157	57.77
運輸及倉儲業		3,436	3,276	1.95	95.32	161	0.36
住宿及餐飲業		17,878	17,145	10.22	95.90	733	1.62
資訊及通訊傳播業		4,261	3,716	2.22	87.21	545	1.20
金融及保險業		5,627	2,395	1.43	42.56	3,232	7.14
不動產業		14,100	7,473	4.46	53.00	6,627	14.64
專業、科學及技術服務業		4,656	4,463	2.66	95.86	193	0.43
支援服務業		4,023	2,770	1.65	68.85	1,253	2.77
教育服務業		637	453	0.27	71.20	183	0.41
醫療保健及社會工作服務業		49	49	0.03	100.00	0	0.00
藝術、娛樂及休閒服務業		1,479	1,479	0.88	100.00	0	0.00
其他服務業		3,534	3,228	1.92	91.34	306	0.68
新設企業出口值							
總計		22,509	10,183	100.00	45.24	12,326	100.00
農、林、漁、牧業		23	17	0.17	75.90	6	0.05
礦業及土石採取業		0	0	0.00	0.00	0	0.00
製造業		4,714	4,460	43.80	94.60	255	2.07
電力及燃氣供應業		0	0	0.00	0.00	0	0.00
用水供應及污染整治業		66	66	0.65	100.00	0	0.00
營造業		44	44	0.44	100.00	0	0.00
批發及零售業		16,856	5,154	50.62	30.58	11,702	94.94
運輸及倉儲業		162	89	0.88	55.17	73	0.59
住宿及餐飲業		9	9	0.09	98.82	0	0.00
資訊及通訊傳播業		346	55	0.54	15.78	291	2.36
金融及保險業		4	4	0.04	100.00	0	0.00
不動產業		6	6	0.05	100.00	0	0.00
專業、科學及技術服務業		162	162	1.59	100.00	0	0.00
支援服務業		114	114	1.12	100.00	0	0.00
教育服務業		0	0	0.00	0.00	0	0.00
醫療保健及社會工作服務業		0	0	0.00	0.00	0	0.00
藝術、娛樂及休閒服務業		0	0	0.00	100.00	0	0.00
其他服務業		1	1	0.01	100.00	0	0.00

附註及資料來源：同附表 1。

附表 10 2012 年各縣市企業家數－按行業及規模別

單位：家；%

行業別及規模別	縣市別	總 計	台北市	新北市	台中市	臺南市	高雄市
總 計		1,337,890	219,035	209,426	174,042	103,689	156,393
中小企業		1,306,729	208,934	204,638	170,565	101,864	153,266
結構比		100.00	15.99	15.66	13.05	7.80	11.73
大 企 業		31,161	10,101	4,788	3,477	1,825	3,127
農林漁牧業		11,868	334	1,036	363	312	4,261
中小企業		11,817	323	1,032	361	310	4,253
結構比		100.00	2.73	8.73	3.05	2.62	35.99
大 企 業		51	11	4	2	2	8
礦業及土石採取業		1,226	101	78	101	44	118
中小企業		1,203	93	74	100	44	114
結構比		100.00	7.73	6.15	8.31	3.66	9.48
大 企 業		23	8	4	1	0	4
製造業		142,918	7,678	32,390	30,677	12,706	9,521
中小企業		137,436	6,844	31,394	30,036	12,248	9,079
結構比		100.00	4.98	22.84	21.85	8.91	6.61
大 企 業		5,482	834	996	641	4.58	442
電力及燃氣供應業		451	73	72	46	34	48
中小企業		320	57	53	31	25	38
結構比		100.00	17.81	16.56	9.69	7.81	11.88
大 企 業		131	16	19	15	9	10
用水供應及污染整治業		7,426	659	955	908	576	1,139
中小企業		7,127	621	922	878	552	1,088
結構比		100.00	8.71	12.94	12.32	7.75	15.27
大 企 業		299	38	33	30	24	51
營造業		104,394	10,568	20,206	13,252	6,295	13,043
中小企業		103,130	10,097	20,005	13,097	6,240	12,901
結構比		100.00	9.79	19.40	12.70	6.05	12.51
大 企 業		1,264	471	201	155	55	142
批發及零售業		678,054	121,285	102,406	82,209	52,395	80,153
中小企業		661,201	115,809	99,761	80,234	51,382	78,302
結構比		100.00	17.51	15.09	12.13	7.77	11.84
大 企 業		16,853	5,476	2,645	1,975	1,013	1,851
運輸及倉儲業		31,707	5,688	6,690	3,028	1,280	4,938
中小企業		30,662	5,242	6,597	2,951	1,242	4,766
結構比		100.00	17.10	21.52	9.62	4.05	15.54
大 企 業		1,045	446	93	77	38	172
住宿及餐飲業		126,894	19,490	14,165	14,645	12,796	17,154
中小企業		126,499	19,317	14,132	14,602	12,784	17,122
結構比		100.00	15.27	11.17	11.54	10.11	13.54
大 企 業		395	173	33	43	12	32

(續下頁)

附表 10 2012 年各縣市企業家數－按行業及規模別（續 1）

單位：家；%

行業別及規模別	縣市別	總 計	台北市	新北市	台中市	臺南市	高雄市
資訊及通訊傳播業		17,526	7,693	2,982	1,783	711	1,232
中小企業		16,823	7,258	2,881	1,748	701	1,206
結構比		100.00	43.14	17.13	10.39	4.17	7.17
大企業		703	435	101	35	10	26
金融及保險業		16,410	6,679	1,979	1,667	898	1,636
中小企業		14,165	5,666	1,705	1,466	790	1,451
結構比		100.00	40.00	12.04	10.35	5.58	10.24
大企業		2,245	1,013	274	201	108	185
不動產業		28,460	7,219	4,553	3,997	1,720	2,523
中小企業		27,180	6,766	4,328	3,797	1,668	2,416
結構比		100.00	24.89	15.92	13.97	6.14	8.89
大企業		1,280	453	225	200	52	107
專業、科學及技術服務業		40,214	13,906	6,452	5,302	2,221	3,540
中小企業		39,549	13,478	6,377	5,266	2,210	3,522
結構比		100.00	34.08	16.12	13.32	5.59	8.91
大企業		665	428	75	36	11	18
支援服務業		29,968	4,813	4,078	4,003	2,189	3,462
中小企業		29,563	4,627	4,031	3,967	2,170	3,416
結構比		100.00	15.65	13.64	13.42	7.34	11.55
大企業		405	186	47	36	19	46
教育服務業		1,432	434	177	169	95	205
中小企業		1,421	428	176	169	94	205
結構比		100.00	30.12	12.39	11.89	6.62	14.43
大企業		11	6	1	0	1	0
醫療保健及社會工作服務業		417	119	47	34	33	57
中小企業		407	112	46	33	33	56
結構比		100.00	27.52	11.30	8.11	8.11	13.76
大企業		10	7	1	1	0	1
藝術、娛樂及休閒服務業		22,511	3,200	2,778	2,214	1,804	2,771
中小企業		22,407	3,162	2,766	2,207	1,799	2,759
結構比		100.00	14.11	12.34	9.85	8.03	12.31
大企業		104	38	12	7	5	12
其他服務業		76,014	9,096	8,382	9,644	7,580	10,592
中小企業		75,819	9,034	8,358	9,622	7,572	10,572
結構比		100.00	11.92	11.02	12.69	9.99	13.94
大企業		195	62	24	22	8	20

(續下頁)

附表 10 2012 年各縣市企業家數－按行業及規模別（續 2）

單位：家；%

縣市別 行業別及規模別	基隆市	宜蘭縣	桃園縣	新竹市	新竹縣	苗栗縣
總計	18,226	27,178	102,721	25,270	24,328	25,783
中小企業	18,077	26,879	100,059	24,526	23,536	25,406
結構比	1.38	2.06	7.66	1.88	1.80	1.94
大企業	149	299	2,662	744	792	377
農林漁牧業	25	2,127	520	239	123	153
中小企業	25	2,127	518	238	122	152
結構比	0.21	18.00	4.38	2.01	1.03	1.29
大企業	0	0	2	1	1	1
礦業及土石採取業	6	130	61	18	43	73
中小企業	6	129	60	18	43	72
結構比	0.50	10.72	4.99	1.50	3.57	5.99
大企業	0	1	1	0	0	1
製造業	646	2,403	11,933	2,585	2,623	2,866
中小企業	629	2,349	11,092	2,352	2,308	2,727
結構比	0.46	1.71	8.07	1.71	1.68	1.98
大企業	17	54	841	233	315	139
電力及燃氣供應業	8	7	26	8	12	14
中小企業	6	4	17	3	8	11
結構比	1.88	1.25	5.31	0.94	2.50	3.44
大企業	2	3	9	5	4	3
用水供應及污染整治業	133	114	753	157	178	209
中小企業	131	111	706	151	168	204
結構比	1.84	1.56	9.91	2.12	2.36	2.86
大企業	2	3	47	6	10	5
營造業	1,756	2,652	9,295	2,119	2,640	2,753
中小企業	1,755	2,626	9,223	2,092	2,618	2,741
結構比	1.70	2.55	8.94	2.03	2.54	2.66
大企業	1	26	72	27	22	12
批發及零售業	8,852	12,062	51,713	12,052	11,359	12,171
中小企業	8,783	11,919	50,474	11,765	11,034	12,012
結構比	1.33	1.80	7.63	1.78	1.67	1.82
大企業	69	143	1,239	287	325	159
運輸及倉儲業	1,255	764	2,057	339	403	442
中小企業	1,221	748	1,986	326	394	433
結構比	3.98	2.44	6.48	1.06	1.28	1.41
大企業	34	16	71	13	9	9
住宿及餐飲業	2,479	2,804	8,942	2,791	2,499	2,780
中小企業	2,477	2,797	8,914	2,779	2,495	2,777
結構比	1.96	2.21	7.05	2.20	1.97	2.20
大企業	2	7	28	12	4	3

(續下頁)

附表 10 2012 年各縣市企業家數－按行業及規模別（續 3）

單位：家；%

行業別及規模別	縣市別	基隆市	宜蘭縣	桃園縣	新竹市	新竹縣	苗栗縣
資訊及通訊傳播業		140	148	931	347	227	168
中小企業		138	146	911	319	215	165
結構比		0.82	0.87	5.42	1.90	1.28	0.98
大企業		2	2	20	28	12	3
金融及保險業		145	127	959	330	206	156
中小企業		131	99	821	276	186	131
結構比		0.92	0.70	5.80	1.95	1.31	0.92
大企業		14	28	138	54	20	25
不動產業		199	597	2,412	717	706	463
中小企業		195	591	2,308	685	672	454
結構比		0.72	2.17	8.49	2.52	2.47	1.67
大企業		4	6	104	32	34	9
專業、科學及技術服務業		338	516	2,616	702	625	413
中小企業		338	515	2,586	677	601	411
結構比		0.85	1.30	6.54	1.71	1.52	1.04
大企業		0	1	30	25	24	2
支援服務業		460	579	2,869	717	627	699
中小企業		459	576	2,838	703	619	697
結構比		1.55	1.95	9.60	2.38	2.09	2.36
大企業		1	3	31	14	8	2
教育服務業		9	18	93	54	21	7
中小企業		9	18	91	53	21	7
結構比		0.63	1.27	6.40	3.73	1.48	0.49
大企業		0	0	2	1	0	0
醫療保健及社會工作服務業		11	11	13	9	9	4
中小企業		11	11	13	9	9	4
結構比		2.70	2.70	3.19	2.21	2.21	0.98
大企業		0	0	0	0	0	0
藝術、娛樂及休閒服務業		363	500	1,656	424	447	577
中小企業		363	498	1,644	422	444	575
結構比		1.62	2.22	7.34	1.88	1.98	2.57
大企業		0	2	12	2	3	2
其他服務業		1,401	1,619	5,872	1,662	1,580	1,835
中小企業		1,400	1,615	5,857	1,658	1,579	1,833
結構比		1.85	2.13	7.72	2.19	2.08	2.42
大企業		1	4	15	4	1	2

(續下頁)

附表 10 2012 年各縣市企業家數－按行業及規模別（續 4）

單位：家；%

縣市別 行業別及規模別	彰化縣	南投縣	雲林縣	嘉義市	嘉義縣	屏東縣
總計	69,288	24,554	28,870	17,247	19,931	37,095
中小企業	68,326	24,303	28,496	17,033	19,667	36,664
結構比	5.23	1.86	2.18	1.30	1.51	2.81
大企業	962	251	374	214	264	431
農林漁牧業	478	333	223	43	207	646
中小企業	475	331	221	43	202	639
結構比	4.02	2.80	1.87	0.36	1.71	5.41
大企業	3	2	2	0	5	7
礦業及土石採取業	35	58	41	6	10	49
中小企業	35	58	41	6	10	49
結構比	2.91	4.82	3.41	0.50	0.83	4.07
大企業	0	0	0	0	0	0
製造業	17,358	1,753	1,962	847	1,952	1,576
中小企業	17,093	1,689	1,912	842	1,902	1,509
結構比	12.44	1.23	1.39	0.61	1.38	1.10
大企業	265	64	50	5	50	67
電力及燃氣供應業	27	9	15	4	15	12
中小企業	21	3	11	2	11	6
結構比	6.56	0.94	3.44	0.63	3.44	1.88
大企業	6	6	4	2	4	6
用水供應及污染整治業	400	137	278	72	181	332
中小企業	381	134	272	71	175	321
結構比	5.35	1.88	3.82	1.00	2.46	4.50
大企業	19	3	6	1	6	11
營造業	4,256	2,268	3,085	1,027	2,062	3,179
中小企業	4,241	2,265	3,070	1,020	2,056	3,166
結構比	4.11	2.20	2.98	0.99	1.99	3.07
大企業	15	3	15	7	6	13
批發及零售業	31,512	12,636	16,155	9,080	10,060	18,942
中小企業	30,955	12,505	15,922	8,930	9,910	18,675
結構比	4.68	1.89	2.41	1.35	1.50	2.82
大企業	557	131	233	150	150	267
運輸及倉儲業	921	504	574	387	721	590
中小企業	905	502	565	379	717	587
結構比	2.95	1.64	1.84	1.24	2.34	1.91
大企業	16	2	9	8	4	3
住宿及餐飲業	4,960	2,919	2,210	2,280	1,853	5,141
中小企業	4,956	2,907	2,210	2,277	1,851	5,134
結構比	3.92	2.30	1.75	1.80	1.46	4.06
大企業	4	12	0	3	2	7

(續下頁)

附表 10 2012 年各縣市企業家數－按行業及規模別（續 5）

單位：家；%

縣市別 行業別及規模別	彰化縣	南投縣	雲林縣	嘉義市	嘉義縣	屏東縣
資訊及通訊傳播業	282	139	132	128	46	184
中小企業	278	137	127	126	42	181
結構比	1.65	0.81	0.75	0.75	0.25	1.08
大企業	4	2	5	2	4	3
金融及保險業	441	152	205	228	93	236
中小企業	393	135	176	204	80	208
結構比	2.77	0.95	1.24	1.44	0.56	1.47
大企業	48	17	29	24	13	28
不動產業	854	322	391	396	176	464
中小企業	845	320	377	390	169	458
結構比	3.11	1.18	1.39	1.43	0.62	1.69
大企業	9	2	14	6	7	6
專業、科學及技術服務業	915	426	392	395	226	550
中小企業	911	425	389	393	224	548
結構比	2.30	1.07	0.98	0.99	0.57	1.39
大企業	4	1	3	2	2	2
支援服務業	1,014	587	510	450	509	861
中小企業	1,009	586	510	448	506	860
結構比	3.41	1.98	1.73	1.52	1.71	2.91
大企業	5	1	0	2	3	1
教育服務業	36	23	15	13	8	22
中小企業	36	23	15	13	8	22
結構比	2.53	1.62	1.06	0.91	0.56	1.55
大企業	0	0	0	0	0	0
醫療保健及社會工作服務業	18	12	8	5	0	14
中小企業	18	12	8	5	0	14
結構比	4.42	2.95	1.97	1.23	0.00	3.44
大企業	0	0	0	0	0	0
藝術、娛樂及休閒服務業	1,146	764	659	381	418	1,234
中小企業	1,146	761	658	381	417	1,232
結構比	5.11	3.40	2.94	1.70	1.86	5.50
大企業	0	3	1	0	1	2
其他服務業	4,635	1,512	2,015	1,505	1,394	3,063
中小企業	4,628	1,510	2,012	1,503	1,387	3,055
結構比	6.10	1.99	2.65	1.98	1.83	4.03
大企業	7	2	3	2	7	8

(續下頁)

附表 10 2012 年各縣市企業家數－按行業及規模別（續 6）

單位：家；%

縣市別 行業別及規模別	澎湖縣	花蓮縣	台東縣	金門縣	連江縣
總計	6,148	19,494	12,189	16,108	875
中小企業	6,122	19,323	12,104	16,073	868
結構比	0.47	1.48	0.93	1.23	0.07
大企業	26	171	85	35	7
農林漁牧業	24	180	204	33	4
中小企業	24	180	204	33	4
結構比	0.20	1.52	1.73	0.28	0.03
大企業	0	0	0	0	0
礦業及土石採取業	7	175	65	7	0
中小企業	7	172	65	7	0
結構比	0.58	14.30	5.40	0.58	0.00
大企業	0	3	0	0	0
製造業	259	656	300	201	26
中小企業	259	648	299	200	25
結構比	0.19	0.47	0.22	0.15	0.02
大企業	0	8	1	1	1
電力及燃氣供應業	2	8	7	3	1
中小企業	1	5	6	1	0
結構比	0.31	1.56	1.88	0.31	0.00
大企業	1	3	1	2	1
用水供應及污染整治業	16	115	78	28	8
中小企業	16	113	77	27	8
結構比	0.22	1.59	1.08	0.38	0.11
大企業	0	2	1	1	0
營造業	387	1,993	842	607	109
中小企業	387	1,987	833	602	108
結構比	0.38	1.93	0.81	0.58	0.10
大企業	0	6	9	5	1
批發及零售業	3,196	9,578	6,262	13,706	270
中小企業	3,181	9,475	6,214	13,690	269
結構比	0.48	1.43	0.94	2.07	0.04
大企業	15	103	48	16	1
運輸及倉儲業	319	374	155	191	87
中小企業	314	367	151	184	85
結構比	1.02	1.20	0.49	0.60	0.28
大企業	5	7	4	7	2
住宿及餐飲業	884	3,203	2,158	550	191
中小企業	883	3,191	2,153	550	191
結構比	0.70	2.52	1.70	0.43	0.15
大企業	1	12	5	0	0

(續下頁)

附表 10 2012 年各縣市企業家數－按行業及規模別（續 7）

單位：家；%

縣市別 行業別及規模別	澎湖縣	花蓮縣	台東縣	金門縣	連江縣
資訊及通訊傳播業	42	101	67	35	8
中小企業	40	98	65	34	7
結構比	0.24	0.58	0.39	0.20	0.04
大企業	2	3	2	1	1
金融及保險業	33	125	81	32	2
中小企業	32	109	74	30	2
結構比	0.23	0.77	0.52	0.21	0.01
大企業	1	16	7	2	0
不動產業	117	355	169	107	3
中小企業	116	350	165	107	3
結構比	0.43	1.29	0.61	0.39	0.01
大企業	1	5	4	0	0
專業、科學及技術服務業	48	354	163	96	18
中小企業	48	353	163	96	18
結構比	0.12	0.89	0.41	0.24	0.05
大企業	0	1	0	0	0
支援服務業	358	586	386	170	41
中小企業	358	586	386	170	41
結構比	1.21	1.98	1.31	0.58	0.14
大企業	0	0	0	0	0
教育服務業	6	13	11	3	0
中小企業	6	13	11	3	0
結構比	0.42	0.91	0.77	0.21	0.00
大企業	0	0	0	0	0
醫療保健及社會工作服務業	0	6	6	1	0
中小企業	0	6	6	1	0
結構比	0.00	1.47	1.47	0.25	0.00
大企業	0	0	0	0	0
藝術、娛樂及休閒服務業	121	419	463	111	61
中小企業	121	417	463	111	61
結構比	0.54	1.86	2.07	0.50	0.27
大企業	0	2	0	0	0
其他服務業	329	1,253	772	227	46
中小企業	329	1,253	769	227	46
結構比	0.43	1.65	1.01	0.30	0.06
大企業	0	0	3	0	0

附 註：1.自 2012 年起本表內之數據改按中華民國第 9 次修訂之新行業標準統計。
 2.表中所稱中小企業係指製造業、營造業、礦業及土石採取業實收資本額在新台幣八千萬元以下，其他行業前一年營業額在新臺幣一億元以下者。

資料來源：整理自財政部財稅資料中心，營業稅徵收原始資料（樣本值加總）。

附表 11 2012 年各縣市企業銷售值－按行業及規模別

單位：百萬元；%

行業別及規模別	縣市別	總 計	台北市	新北市	台中市	臺南市	高雄市
總 計		37,649,075	11,982,143	4,145,061	3,556,637	2,586,964	4,096,078
中小企業		11,381,770	1,831,630	1,864,643	1,572,794	1,186,776	1,273,581
結構比		100.00	16.09	16.38	13.82	10.43	11.19
大 企 業		26,267,306	10,150,513	2,280,418	1,983,843	1,400,189	2,822,497
農林漁牧業		37,067	6,458	2,444	1,716	4,612	7,782
中小企業		19,966	1,670	1,175	1,171	1,413	6,300
結構比		100.00	8.36	5.88	5.86	7.08	31.56
大 企 業		17,101	4,788	1,269	*	*	1,482
礦業及土石採取業		44,830	6,148	3,787	3,403	743	4,838
中小企業		35,402	2,749	3,024	2,937	743	1,710
結構比		100.00	7.77	8.54	8.30	2.10	4.83
大 企 業		9,428	3,399	763	*	0	3,128
製造業		14,002,782	1,955,621	1,457,347	1,468,289	1,448,211	1,760,403
中小企業		4,375,488	208,113	686,901	692,571	744,954	429,506
結構比		100.00	4.76	15.70	15.83	17.03	9.82
大 企 業		9,627,294	1,747,508	770,447	775,718	703,257	1,330,897
電力及燃氣供應業		895,151	78,119	46,670	97,115	93,254	180,144
中小企業		3,692	596	560	421	162	590
結構比		100.00	16.13	15.18	11.41	4.39	15.98
大 企 業		891,458	77,523	46,110	96,694	93,092	179,553
用水供應及污染整治業		181,289	29,577	16,676	18,326	12,295	37,052
中小企業		55,632	6,020	8,349	7,268	3,732	8,199
結構比		100.00	10.82	15.01	13.06	6.71	14.74
大 企 業		125,658	23,557	8,327	11,058	8,563	28,853
營造業		2,088,385	613,716	282,487	236,051	79,574	247,630
中小企業		1,235,537	227,556	219,776	151,104	59,466	170,564
結構比		100.00	18.42	17.79	12.23	4.81	13.80
大 企 業		852,848	386,160	62,711	84,947	20,109	77,066
批發及零售業		13,439,023	5,093,962	1,741,110	1,288,886	771,160	1,420,608
中小企業		4,102,447	920,198	737,725	537,186	288,043	479,165
結構比		100.00	22.43	17.98	13.09	7.02	11.68
大 企 業		9,336,576	4,173,764	1,003,385	751,700	483,117	941,443
運輸及倉儲業		1,049,942	507,962	101,975	57,730	27,324	117,288
中小企業		262,656	49,986	32,228	28,443	13,892	47,067
結構比		100.00	19.03	12.27	10.83	5.29	17.92
大 企 業		787,285	457,977	69,747	29,288	13,431	70,221
住宿及餐飲業		460,649	157,846	45,358	49,851	25,065	48,166
中小企業		321,381	83,013	38,179	38,814	22,264	37,134
結構比		100.00	25.83	11.88	12.08	6.93	11.55
大 企 業		139,267	74,833	7,178	11,036	2,801	11,032

(續下頁)

附表 11 2012 年各縣市企業銷售值－按行業及規模別（續 1）

單位：百萬元；%

行業別及規模別	縣市別	總 計	台北市	新北市	台中市	臺南市	高雄市
資訊及通訊傳播業		961,866	671,627	88,146	40,934	17,784	38,306
中小企業		105,364	57,932	16,052	7,644	3,139	6,261
結構比		100.00	54.98	15.24	7.25	2.98	5.94
大企業		856,503	613,695	72,094	33,291	14,645	32,045
金融及保險業		2,235,043	1,761,751	95,204	86,100	39,395	78,588
中小企業		186,220	64,426	23,818	20,283	10,982	19,993
結構比		100.00	34.60	12.79	10.89	5.90	10.74
大企業		2,048,823	1,697,325	71,386	65,817	28,413	58,595
不動產業		944,177	434,014	142,234	116,479	29,488	73,668
中小企業		189,937	52,891	28,978	25,750	11,584	17,239
結構比		100.00	27.85	15.26	13.56	6.10	9.08
大企業		754,240	381,123	113,256	90,728	17,904	56,429
專業、科學及技術服務業		628,374	343,133	57,727	36,346	10,169	20,641
中小企業		189,138	87,848	28,599	21,556	6,385	14,033
結構比		100.00	46.45	15.12	11.40	3.38	7.42
大企業		439,236	255,285	29,128	14,790	3,784	6,609
支援服務業		371,661	211,534	32,036	24,551	12,178	30,750
中小企業		130,672	31,060	18,919	16,788	7,322	15,637
結構比		100.00	23.77	14.48	12.85	5.60	11.97
大企業		240,989	180,474	13,117	7,762	4,856	15,112
教育服務業		9,577	3,417	1,106	956	717	965
中小企業		6,820	2,147	846	956	535	965
結構比		100.00	31.48	12.40	14.02	7.85	14.15
大企業		2,757	1,270	*	0	*	0
醫療保健及社會工作服務業		5,440	3,569	360	554	111	428
中小企業		1,933	910	148	138	111	209
結構比		100.00	47.10	7.66	7.12	5.76	10.80
大企業		3,507	2,659	*	*	0	*
藝術、娛樂及休閒服務業		80,578	27,797	8,398	6,864	4,271	7,934
中小企業		48,023	12,014	6,135	5,457	3,472	5,656
結構比		100.00	25.02	12.77	11.36	7.23	11.78
大企業		32,555	15,782	2,263	1,407	799	2,278
其他服務業		213,242	75,893	21,996	22,487	10,614	20,888
中小企業		111,460	22,502	13,231	14,306	8,578	13,352
結構比		100.00	20.19	11.87	12.84	7.70	11.98
大企業		101,782	53,391	8,765	8,181	2,036	7,535

(續下頁)

附表 11 2012 年各縣市企業銷售值－按行業及規模別（續 2）

單位：百萬元；%

縣市別 行業別及規模別	基隆市	宜蘭縣	桃園縣	新竹市	新竹縣	苗栗縣
總計	169,233	255,955	3,417,252	1,633,109	977,535	609,243
中小企業	91,362	148,213	1,126,245	192,146	204,406	229,286
結構比	0.80	1.30	9.90	1.69	1.80	2.01
大企業	77,870	107,742	2,291,008	1,440,963	773,130	379,957
農林漁牧業	147	812	1,776	199	599	699
中小企業	147	812	1,077	98	196	284
結構比	0.74	4.06	5.39	0.49	0.98	1.42
大企業	0	0	*	*	*	*
礦業及土石採取業	5,626	2,856	1,335	144	1,818	1,878
中小企業	5,626	2,673	1,335	144	1,818	1,178
結構比	15.89	7.55	3.77	0.41	5.14	3.33
大企業	0	*	0	0	0	*
製造業	26,332	92,598	1,469,908	1,150,220	540,263	337,726
中小企業	12,983	54,756	522,737	59,860	73,152	134,717
結構比	0.30	1.25	11.95	1.37	1.67	3.08
大企業	13,350	37,841	947,171	1,090,360	467,111	203,008
電力及燃氣供應業	10,268	546	100,779	64,424	12,715	55,280
中小企業	41	116	354	93	58	91
結構比	1.11	3.13	9.59	2.51	1.56	2.47
大企業	*	430	100,425	64,331	12,657	55,188
用水供應及污染整治業	1,822	1,173	33,219	3,263	3,642	2,205
中小企業	1,045	606	7,526	1,137	998	1,110
結構比	1.88	1.09	13.53	2.04	1.79	1.99
大企業	*	567	25,692	2,126	2,644	1,096
營造業	12,390	26,862	145,326	40,283	35,302	22,495
中小企業	12,229	20,909	118,701	27,914	27,570	20,106
結構比	0.99	1.69	9.61	2.26	2.23	1.63
大企業	*	5,954	26,625	12,369	7,732	2,389
批發及零售業	53,471	90,959	1,298,146	235,131	232,959	151,707
中小企業	35,223	45,404	350,860	69,979	69,640	50,269
結構比	0.86	1.11	8.55	1.71	1.70	1.23
大企業	18,247	45,555	947,286	165,153	163,319	101,437
運輸及倉儲業	33,856	9,521	118,240	6,547	8,117	5,633
中小企業	10,869	6,687	27,294	3,125	4,221	4,230
結構比	4.14	2.55	10.39	1.19	1.61	1.61
大企業	22,987	2,834	90,947	3,422	3,895	1,404
住宿及餐飲業	4,342	7,705	35,667	10,368	8,375	5,677
中小企業	4,067	5,423	25,851	7,556	6,515	5,174
結構比	1.27	1.69	8.04	2.35	2.03	1.61
大企業	*	2,282	9,816	2,812	1,860	503

(續下頁)

附表 11 2012 年各縣市企業銷售值－按行業及規模別（續 3）

單位：百萬元；%

縣市別 行業別及規模別	基隆市	宜蘭縣	桃園縣	新竹市	新竹縣	苗栗縣
資訊及通訊傳播業	5,584	3,663	12,882	24,261	16,315	5,004
中小企業	609	590	4,320	2,370	1,650	754
結構比	0.58	0.56	4.10	2.25	1.57	0.72
大企業	*	*	8,562	21,892	14,665	4,250
金融及保險業	6,334	7,678	58,313	24,326	9,474	6,488
中小企業	2,451	1,798	10,710	3,230	3,088	2,075
結構比	1.32	0.97	5.75	1.73	1.66	1.11
大企業	3,883	5,880	47,603	21,096	6,386	4,413
不動產業	3,291	4,052	60,293	26,437	19,691	4,201
中小企業	947	2,993	16,939	5,400	5,177	2,820
結構比	0.50	1.58	8.92	2.84	2.73	1.48
大企業	2,344	1,058	43,354	21,036	14,514	1,381
專業、科學及技術服務業	1,047	1,259	36,001	31,598	77,025	1,738
中小企業	1,047	1,150	11,887	3,524	3,622	1,165
結構比	0.55	0.61	6.28	1.86	1.91	0.62
大企業	0	*	24,114	28,074	73,403	*
支援服務業	2,003	1,785	21,183	10,134	5,242	2,582
中小企業	1,730	1,318	14,081	3,584	3,163	2,337
結構比	1.32	1.01	10.78	2.74	2.42	1.79
大企業	*	467	7,102	6,551	2,079	*
教育服務業	11	65	1,247	389	78	32
中小企業	11	65	348	243	78	32
結構比	0.17	0.95	5.11	3.56	1.14	0.46
大企業	0	0	*	*	0	0
醫療保健及社會工作服務業	16	5	123	5	55	6
中小企業	16	5	123	5	55	6
結構比	0.81	0.25	6.35	0.28	2.85	0.33
大企業	0	0	0	0	0	0
藝術、娛樂及休閒服務業	697	1,587	5,640	1,443	3,430	1,226
中小企業	697	836	3,398	1,171	1,156	824
結構比	1.45	1.74	7.08	2.44	2.41	1.72
大企業	0	*	2,241	*	2,274	*
其他服務業	1,995	2,832	17,176	3,935	2,435	4,667
中小企業	1,624	2,073	8,703	2,713	2,248	2,114
結構比	1.46	1.86	7.81	2.43	2.02	1.90
大企業	*	759	8,473	1,223	*	*

(續下頁)

附表 11 2012 年各縣市企業銷售值－按行業及規模別（續 4）

單位：百萬元；%

縣市別 行業別及規模別	彰化縣	南投縣	雲林縣	嘉義市	嘉義縣	屏東縣
總計	1,265,617	243,739	1,545,345	217,093	264,980	365,188
中小企業	568,953	128,546	365,531	98,609	157,719	169,751
結構比	5.00	1.13	3.21	0.87	1.39	1.49
大企業	696,664	115,193	1,179,814	118,484	107,262	195,437
農林漁牧業	2,504	1,313	1,069	77	1,568	2,633
中小企業	1,491	911	674	77	597	1,217
結構比	7.47	4.56	3.38	0.39	2.99	6.09
大企業	1,013	*	*	0	971	1,417
礦業及土石採取業	667	1,512	978	33	306	1,523
中小企業	667	1,512	978	33	306	1,523
結構比	1.88	4.27	2.76	0.09	0.86	4.30
大企業	0	0	0	0	0	0
製造業	616,149	97,880	1,278,951	27,838	129,730	102,581
中小企業	308,479	43,623	233,416	21,090	88,259	42,792
結構比	7.05	1.00	5.33	0.48	2.02	0.98
大企業	307,670	54,257	1,045,536	6,748	41,471	59,790
電力及燃氣供應業	36,685	13,314	33,667	12,390	11,816	13,726
中小企業	193	21	36	*	63	96
結構比	5.24	0.58	0.97	0.15	1.70	2.61
大企業	36,492	13,293	33,631	*	11,753	13,630
用水供應及污染整治業	6,784	1,407	3,321	887	2,611	5,193
中小企業	2,467	1,024	2,095	495	1,171	1,221
結構比	4.43	1.84	3.77	0.89	2.10	2.19
大企業	4,317	383	1,226	*	1,440	3,972
營造業	187,522	16,111	46,815	15,496	16,908	28,389
中小企業	36,091	15,312	44,520	12,226	15,782	25,424
結構比	2.92	1.24	3.60	0.99	1.28	2.06
大企業	151,430	799	2,294	3,269	1,126	2,965
批發及零售業	342,852	79,530	137,764	123,414	79,364	166,448
中小企業	175,781	45,737	63,049	45,245	40,043	71,826
結構比	4.28	1.11	1.54	1.10	0.98	1.75
大企業	167,070	33,792	74,715	78,169	39,321	94,622
運輸及倉儲業	11,662	4,461	10,662	4,938	4,016	4,321
中小企業	9,166	3,982	4,653	3,170	2,325	3,582
結構比	3.49	1.52	1.77	1.21	0.89	1.36
大企業	2,495	*	6,009	1,768	1,691	739
住宿及餐飲業	9,360	9,337	3,888	8,189	3,336	10,737
中小企業	8,838	6,452	3,888	5,126	2,940	7,811
結構比	2.75	2.01	1.21	1.59	0.91	2.43
大企業	522	2,885	0	3,063	*	2,926

(續下頁)

附表 11 2012 年各縣市企業銷售值－按行業及規模別（續 5）

單位：百萬元；%

縣市別 行業別及規模別	彰化縣	南投縣	雲林縣	嘉義市	嘉義縣	屏東縣
資訊及通訊傳播業	9,424	3,907	5,269	4,904	1,840	5,467
中小企業	924	466	440	692	239	456
結構比	0.88	0.44	0.42	0.66	0.23	0.43
大企業	8,500	*	4,829	*	1,600	5,011
金融及保險業	17,141	6,173	8,533	7,415	3,994	9,309
中小企業	7,303	2,757	2,613	2,438	875	3,481
結構比	3.92	1.48	1.40	1.31	0.47	1.87
大企業	9,837	3,416	5,921	4,977	3,119	5,828
不動產業	7,822	1,515	5,559	4,019	2,511	3,480
中小企業	5,143	1,279	2,693	2,873	973	2,261
結構比	2.71	0.67	1.42	1.51	0.51	1.19
大企業	2,678	*	2,866	1,145	1,539	1,220
專業、科學及技術服務業	2,861	1,174	1,679	1,802	862	1,567
中小企業	2,087	1,033	1,171	940	644	1,079
結構比	1.10	0.55	0.62	0.50	0.34	0.57
大企業	774	*	508	*	*	*
支援服務業	4,463	1,551	1,979	1,603	2,304	2,178
中小企業	3,049	1,421	1,979	1,369	1,468	1,841
結構比	2.33	1.09	1.51	1.05	1.12	1.41
大企業	1,414	*	0	*	836	*
教育服務業	162	77	76	95	23	92
中小企業	162	77	76	95	23	92
結構比	2.38	1.12	1.11	1.39	0.33	1.35
大企業	0	0	0	0	0	0
醫療保健及社會工作服務業	52	20	17	20	0	16
中小企業	52	20	17	20	0	16
結構比	2.67	1.04	0.87	1.05	0.00	0.81
大企業	0	0	0	0	0	0
藝術、娛樂及休閒服務業	1,632	2,163	1,782	850	605	2,402
中小企業	1,632	861	784	850	361	1,408
結構比	3.40	1.79	1.63	1.77	0.75	2.93
大企業	0	1,302	*	0	*	*
其他服務業	7,876	2,294	3,338	3,123	3,188	5,124
中小企業	5,427	2,058	2,450	1,863	1,650	3,625
結構比	4.87	1.85	2.20	1.67	1.48	3.25
大企業	2,450	*	887	*	1,538	1,499

(續下頁)

附表 11 2012 年各縣市企業銷售值－按行業及規模別（續 6）

單位：百萬元；%

縣市別 行業別及規模別	澎湖縣	花蓮縣	台東縣	金門縣	連江縣
總計	26,702	169,871	66,094	50,197	5,039
中小企業	17,394	82,517	41,529	26,875	3,265
結構比	0.15	0.72	0.36	0.24	0.03
大企業	9,308	87,354	24,565	23,322	1,774
農林漁牧業	30	240	329	53	5
中小企業	30	240	329	53	5
結構比	0.15	1.20	1.65	0.27	0.03
大企業	0	0	0	0	0
礦業及土石採取業	539	3,702	1,244	1,751	0
中小企業	539	2,913	1,244	1,751	0
結構比	1.52	8.23	3.51	4.95	0.00
大企業	0	789	0	0	0
製造業	392	19,713	6,049	16,011	571
中小企業	392	11,909	4,051	1,210	18
結構比	0.01	0.27	0.09	0.03	0.00
大企業	0	7,804	1,998	14,801	552
電力及燃氣供應業	*	29,621	2,378	853	*
中小企業	*	122	38	*	0
結構比	0.77	3.32	1.03	0.16	0.00
大企業	*	29,499	*	*	*
用水供應及污染整治業	113	752	478	377	117
中小企業	113	485	353	101	117
結構比	0.20	0.87	0.64	0.18	0.21
大企業	0	*	*	*	0
營造業	3,598	15,354	7,329	7,210	1,539
中小企業	3,598	12,332	5,820	7,182	1,356
結構比	0.29	1.00	0.47	0.58	0.11
大企業	0	3,023	1,509	29	*
批發及零售業	13,642	69,294	30,635	16,691	1,292
中小企業	8,053	36,213	19,609	12,149	1,049
結構比	0.20	0.88	0.48	0.30	0.03
大企業	5,590	33,081	11,026	4,542	*
運輸及倉儲業	2,186	5,107	4,090	3,526	779
中小企業	837	3,488	1,588	1,460	363
結構比	0.32	1.33	0.60	0.56	0.14
大企業	1,349	1,619	2,502	2,066	*
住宿及餐飲業	1,675	9,372	5,268	874	192
中小企業	1,536	5,933	3,799	874	192
結構比	0.48	1.85	1.18	0.27	0.06
大企業	*	3,439	1,469	0	0

(續下頁)

附表 11 2012 年各縣市企業銷售值－按行業及規模別（續 7）

單位：百萬元；%

縣市別 行業別及規模別	澎湖縣	花蓮縣	台東縣	金門縣	連江縣
資訊及通訊傳播業	838	3,155	1,719	663	174
中小企業	92	380	178	160	15
結構比	0.09	0.36	0.17	0.15	0.01
大企業	*	2,775	*	*	*
金融及保險業	670	5,367	2,273	509	9
中小企業	479	1,950	1,213	249	9
結構比	0.26	1.05	0.65	0.13	0.00
大企業	*	3,416	1,060	*	0
不動產業	587	2,719	1,573	546	0
中小企業	432	2,003	1,016	546	0
結構比	0.23	1.05	0.53	0.29	0.00
大企業	*	716	558	0	0
專業、科學及技術服務業	128	1,026	362	197	32
中小企業	128	648	362	197	32
結構比	0.07	0.34	0.19	0.10	0.02
大企業	0	*	0	0	0
支援服務業	579	1,716	667	620	24
中小企業	579	1,716	667	620	24
結構比	0.44	1.31	0.51	0.47	0.02
大企業	0	0	0	0	0
教育服務業	3	31	35	1	0
中小企業	3	31	35	1	0
結構比	0.04	0.45	0.51	0.02	0.00
大企業	0	0	0	0	0
醫療保健及社會工作服務業	0	59	22	*	0
中小企業	0	59	22	*	0
結構比	0.00	3.04	1.14	0.06	0.00
大企業	0	0	0	0	0
藝術、娛樂及休閒服務業	178	1,097	435	107	43
中小企業	178	549	435	107	43
結構比	0.37	1.14	0.90	0.22	0.09
大企業	0	*	0	0	0
其他服務業	378	1,546	1,208	206	41
中小企業	378	1,546	770	206	41
結構比	0.34	1.39	0.69	0.19	0.04
大企業	0	0	438	0	0

附 註：1.自 2012 年起本表內之數據改按中華民國第 9 次修訂之新行業標準統計。
 2.表中所稱中小企業係指製造業、營造業、礦業及土石採取業實收資本額在新台幣八千萬元以下，其他行業前一年營業額在新臺幣一億元以下者。

3.為保護個別廠商之財務資料，家數小於 3 之銷售值以「*」表示。

資料來源：整理自財政部財稅資料中心，營業稅徵收原始資料（樣本值加總）。

附表 12 2012 年企業之行業規模別家數

行業別及規模別	組織別	總計	股份有限公司	有限公司	無限公司	兩合公司
總計		1,337,890	128,376	381,150	60	18
中小企業		1,306,729	111,014	373,964	58	17
結構比		100.00	8.50	28.62	0.00	0.00
大企業		31,161	17,362	7,186	2	1
農林漁牧業		11,868	1,037	980	2	2
中小企業		11,817	1,003	974	2	2
結構比		100.00	8.49	8.24	0.02	0.02
大企業		51	34	6	0	0
礦業及土石採取業		1,226	341	478	0	0
中小企業		1,203	318	478	0	0
結構比		100.00	26.43	39.73	0.00	0.00
大企業		23	23	0	0	0
製造業		142,918	34,552	54,507	2	4
中小企業		137,436	29,236	54,370	2	4
結構比		100.00	21.27	39.56	0.00	0.00
大企業		5,482	5,316	137	0	0
電力及燃氣供應業		451	173	127	0	0
中小企業		320	97	116	0	0
結構比		100.00	30.31	36.25	0.00	0.00
大企業		131	76	11	0	0
用水供應及污染整治業		7,426	697	2,968	3	0
中小企業		7,127	577	2,860	3	0
結構比		100.00	8.10	40.13	0.04	0.00
大企業		299	120	108	0	0
營造業		104,394	6,273	44,971	7	1
中小企業		103,130	5,394	44,627	5	1
結構比		100.00	5.23	43.27	0.00	0.00
大企業		1,264	879	344	2	0
批發及零售業		678,054	51,031	203,198	29	4
中小企業		661,201	43,517	197,455	29	3
結構比		100.00	6.58	29.86	0.00	0.00
大企業		16,853	7,514	5,743	0	1
運輸及倉儲業		31,707	4,635	9,606	0	2
中小企業		30,662	4,085	9,387	0	2
結構比		100.00	13.32	30.61	0.00	0.01
大企業		1,045	550	219	0	0
住宿及餐飲業		126,894	1,836	4,627	3	0
中小企業		126,499	1,635	4,574	3	0
結構比		100.00	1.29	3.62	0.00	0.00
大企業		395	201	53	0	0

(續下頁)

一按經營組織型態別

單位：家；%

合 縣	獨 資	外 國 公 司	外 國 公 司 辦 事 處	分 公 司	其 他
23,278	734,596	4,127	116	34,976	31,193
23,176	734,434	3,402	100	31,882	28,682
1.77	56.20	0.26	0.01	2.44	2.19
102	162	725	16	3,094	2,511
821	8,786	7	1	28	204
821	8,784	6	1	27	197
6.95	74.33	0.05	0.01	0.23	1.67
0	2	1	0	1	7
60	302	1	0	16	28
60	302	1	0	16	28
4.99	25.10	0.08	0.00	1.33	2.33
0	0	0	0	0	0
2,846	49,106	199	10	695	997
2,846	49,104	193	8	695	978
2.07	35.73	0.14	0.01	0.51	0.71
0	2	6	2	0	19
6	60	1	0	17	67
6	59	1	0	8	33
1.88	18.44	0.31	0.00	2.50	10.31
0	1	0	0	9	34
119	3,430	6	2	49	152
118	3,428	5	2	42	92
1.66	48.10	0.07	0.03	0.59	1.29
1	2	1	0	7	60
2,644	49,910	100	15	173	300
2,644	49,902	84	11	173	289
2.56	48.39	0.08	0.01	0.17	0.28
0	8	16	4	0	11
9,987	371,528	2,348	60	22,470	17,400
9,899	371,413	1,908	56	21,060	15,862
1.50	56.17	0.29	0.01	3.19	2.40
88	115	440	4	1,410	1,538
696	12,249	98	8	1,042	3,371
694	12,249	53	7	965	3,220
2.26	39.95	0.17	0.02	3.15	10.50
2	0	45	1	77	151
2,876	113,500	89	1	2,605	1,357
2,870	113,497	87	1	2,503	1,329
2.27	89.72	0.07	0.00	1.98	1.05
6	3	2	0	102	28

(續下頁)

附表 12 2012 年企業之行業規模別家數

行業別／規模別	組織別	總 計	股份有限公司	有限公司	無限公司	兩合公司
資訊及通訊傳播業		17,526	4,498	7,669	1	0
中小企業		16,823	3,985	7,613	1	0
結構比		100.00	23.69	45.25	0.01	0.00
大企業		703	513	56	0	0
金融及保險業		16,410	4,813	3,185	0	1
中小企業		14,165	4,312	3,165	0	1
結構比		100.00	30.44	22.34	0.00	0.01
大企業		2,245	501	20	0	0
不動產業		28,460	8,814	12,784	6	3
中小企業		27,180	7,925	12,534	6	3
結構比		100.00	29.16	46.11	0.02	0.01
大企業		1,280	889	250	0	0
專業、科學及技術服務業		40,214	5,615	20,442	3	0
中小企業		39,549	5,213	20,310	3	0
結構比		100.00	13.18	51.35	0.01	0.00
大企業		665	402	132	0	0
支援服務業		29,968	2,647	9,883	1	0
中小企業		29,563	2,419	9,800	1	0
結構比		100.00	8.18	33.15	0.00	0.00
大企業		405	228	83	0	0
教育服務業		1,432	121	367	0	0
中小企業		1,421	117	367	0	0
結構比		100.00	8.23	25.83	0.00	0.00
大企業		11	4	0	0	0
醫療保健及社會工作服務業		417	46	78	0	0
中小企業		407	41	77	0	0
結構比		100.00	10.07	18.92	0.00	0.00
大企業		10	5	1	0	0
藝術、娛樂及休閒服務業		22,511	573	1,753	1	1
中小企業		22,407	523	1,746	1	1
結構比		100.00	2.33	7.79	0.00	0.00
大企業		104	50	7	0	0
其他服務業		76,014	674	3,527	2	0
中小企業		75,819	617	3,511	2	0
結構比		100.00	0.81	4.63	0.00	0.00
大企業		195	57	16	0	0

(續下頁)

一按經營組織型態別（續）

單位：家；%

合 縣	獨 資	外國公司	外國公司 辦 事 處	分 公 司	其 他
224	3,504	285	4	434	907
224	3,504	233	2	397	864
1.33	20.83	1.39	0.01	2.36	5.14
0	0	52	2	37	43
135	2,090	303	1	4,650	1,232
135	2,090	227	1	3,356	878
0.95	14.75	1.60	0.01	23.69	6.20
0	0	76	0	1,294	354
604	3,623	150	0	593	1,883
603	3,601	142	0	572	1,794
2.22	13.25	0.52	0.00	2.10	6.60
1	22	8	0	21	89
503	12,449	400	11	269	522
503	12,448	337	9	252	474
1.27	31.47	0.85	0.02	0.64	1.20
0	1	63	2	17	48
438	15,168	60	2	1,179	590
435	15,165	49	1	1,118	575
1.47	51.30	0.17	0.00	3.78	1.94
3	3	11	1	61	15
10	270	5	0	185	474
10	270	5	0	184	468
0.70	19.00	0.35	0.00	12.95	32.93
0	0	0	0	1	6
3	138	6	0	4	142
3	138	5	0	4	139
0.74	33.91	1.23	0.00	0.98	34.15
0	0	1	0	0	3
262	19,287	33	0	205	396
261	19,285	30	0	185	375
1.16	86.07	0.13	0.00	0.83	1.67
1	2	3	0	20	21
1,045	69,196	36	1	362	1,171
1,045	69,195	36	1	325	1,087
1.38	91.26	0.05	0.00	0.43	1.43
0	1	0	0	37	84

附 註：1.自 2012 年起本表內之數據改按中華民國第 9 次修訂之新行業標準統計。

2.表中所稱中小企業係指製造業、營造業、礦業及土石採取業實收資本額在新台幣八千萬元以下，其他行業前一年營業額在新臺幣一億元以下者。

資料來源：整理自財政部財稅資料中心，營業稅徵收原始資料（樣本值加總）。

附表 13 2012 年製造業中業別家數－按規模別

單位：家；%

行業中分類	規模別	全部企業 (1)	中小企業 (2)			大企業	結構比
				(2)/(1)	結構比		
總計		142,918	137,436	96.16	100.00	5,482	100.00
食品製造業		9,727	9,511	97.78	6.92	216	3.94
飲料製造業		655	631	96.34	0.46	24	0.44
菸草製造業		7	5	71.43	0.00	2	0.04
紡織業		5,191	4,927	94.91	3.58	264	4.82
成衣及服飾品製造業		4,416	4,370	98.96	3.18	46	0.84
皮革、毛皮及其製品製造業		1,691	1,651	97.63	1.20	40	0.73
木竹製品製造業		2,830	2,794	98.73	2.03	36	0.66
紙漿、紙及紙製品製造業		2,993	2,896	96.76	2.11	97	1.77
印刷及資料儲存媒體複製業		8,081	8,020	99.25	5.84	61	1.11
石油及煤製品製造業		192	176	91.67	0.13	16	0.29
化學材料製造業		1,481	1,267	85.55	0.92	214	3.90
化學製品製造業		2,243	2,094	93.36	1.52	149	2.72
藥品製造業		382	263	68.85	0.19	119	2.17
橡膠製品製造業		1,441	1,376	95.49	1.00	65	1.19
塑膠製品製造業		10,266	10,011	97.52	7.28	255	4.65
非金屬礦物製品製造業		3,181	3,006	94.50	2.19	175	3.19
基本金屬製造業		6,267	5,946	94.88	4.33	321	5.86
金屬製品製造業		36,755	36,236	98.59	26.37	519	9.47
電子零組件製造業		5,765	4,738	82.19	3.45	1,027	18.73
電腦、電子產品及光學製品製造業		3,239	2,703	83.45	1.97	536	9.78
電力設備製造業		5,191	4,849	93.41	3.53	342	6.24
機械設備製造業		15,789	15,341	97.16	11.16	448	8.17
汽車及其零件製造業		2,398	2,242	93.49	1.63	156	2.85
其他運輸工具製造業		2,214	2,079	93.90	1.51	135	2.46
家具製造業		2,161	2,137	98.89	1.55	24	0.44
其他製造業		4,515	4,348	96.30	3.16	167	3.05
產業用機械設備維修及安裝業		3,847	3,819	99.27	2.78	28	0.51

(續下頁)

附表 13-1 2012 年製造業中業別銷售值－按規模別

單位：百萬元；%

行業中分類	規模別	全部企業 (1)	中小企業 (2)			大企業	結構比
				(2)/(1)	結構比		
總 計		14,002,782	4,375,488	31.25	100.00	9,627,294	100.00
食品製造業		443,141	174,763	39.44	3.99	268,378	2.79
飲料製造業		69,214	41,262	59.61	0.94	27,953	0.29
菸草製造業		26,608	11,634	43.73	0.27	14,973	0.16
紡織業		451,309	116,338	25.78	2.66	334,971	3.48
成衣及服飾品製造業		84,341	56,029	66.43	1.28	28,312	0.29
皮革、毛皮及其製品製造業		84,537	36,250	42.88	0.83	48,287	0.50
木竹製品製造業		41,662	31,877	76.51	0.73	9,785	0.10
紙漿、紙及紙製品製造業		194,814	115,636	59.36	2.64	79,178	0.82
印刷及資料儲存媒體複製業		144,349	76,922	53.29	1.76	67,427	0.70
石油及煤製品製造業		1,329,745	69,648	5.24	1.59	1,260,097	13.09
化學材料製造業		1,010,454	405,367	40.12	9.26	605,087	6.29
化學製品製造業		313,861	73,859	23.53	1.69	240,002	2.49
藥品製造業		89,044	7,068	7.94	0.16	81,976	0.85
橡膠製品製造業		114,075	39,060	34.24	0.89	75,015	0.78
塑膠製品製造業		427,552	259,378	60.67	5.93	168,173	1.75
非金屬礦物製品製造業		377,243	181,747	48.18	4.15	195,496	2.03
基本金屬製造業		1,342,098	254,884	18.99	5.83	1,087,214	11.29
金屬製品製造業		1,031,862	652,287	63.21	14.91	379,575	3.94
電子零組件製造業		3,243,670	723,474	22.30	16.53	2,520,196	26.18
電腦、電子產品及光學製品製造業		778,148	106,775	13.72	2.44	671,373	6.97
電力設備製造業		525,158	205,750	39.18	4.70	319,407	3.32
機械設備製造業		740,741	388,086	52.39	8.87	352,655	3.66
汽車及其零件製造業		539,660	76,364	14.15	1.75	463,296	4.81
其他運輸工具製造業		290,140	85,443	29.45	1.95	204,698	2.13
家具製造業		57,324	41,732	72.80	0.95	15,593	0.16
其他製造業		174,330	84,755	48.62	1.94	89,575	0.93
產業用機械設備維修及安裝業		77,700	59,099	76.06	1.35	18,601	0.19

(續下頁)

附表 13-2 2012 年製造業中業別內銷值－按規模別

單位：百萬元；%

行業中分類	規模別	全部企業 (1)	中小企業 (2)	(2)/(1)	結構比	大企業	結構比
總計		7,578,558	3,080,012	40.64	100.00	4,498,546	100.00
食品製造業		417,460	166,698	39.93	5.41	250,762	5.57
飲料製造業		67,170	40,571	60.40	1.32	26,598	0.59
菸草製造業		24,196	11,634	48.08	0.38	12,562	0.28
紡織業		264,069	94,857	35.92	3.08	169,212	3.76
成衣及服飾品製造業		59,198	37,953	64.11	1.23	21,245	0.47
皮革、毛皮及其製品製造業		37,921	22,037	58.11	0.72	15,884	0.35
木竹製品製造業		36,503	28,676	78.56	0.93	7,827	0.17
紙漿、紙及紙製品製造業		160,149	103,850	64.85	3.37	56,299	1.25
印刷及資料儲存媒體複製業		97,109	70,305	72.40	2.28	26,804	0.60
石油及煤製品製造業		772,352	69,507	9.00	2.26	702,846	15.62
化學材料製造業		621,255	383,281	61.69	12.44	237,974	5.29
化學製品製造業		223,516	60,954	27.27	1.98	162,562	3.61
藥品製造業		74,567	6,791	9.11	0.22	67,776	1.51
橡膠製品製造業		60,169	28,464	47.31	0.92	31,705	0.70
塑膠製品製造業		298,793	209,589	70.15	6.80	89,204	1.98
非金屬礦物製品製造業		246,293	141,666	57.52	4.60	104,627	2.33
基本金屬製造業		978,149	207,577	21.22	6.74	770,573	17.13
金屬製品製造業		722,839	538,448	74.49	17.48	184,391	4.10
電子零組件製造業		641,295	147,898	23.06	4.80	493,397	10.97
電腦、電子產品及光學製品製造業		290,895	62,973	21.65	2.04	227,922	5.07
電力設備製造業		340,416	152,681	44.85	4.96	187,735	4.17
機械設備製造業		404,856	254,285	62.81	8.26	150,571	3.35
汽車及其零件製造業		424,940	58,618	13.79	1.90	366,322	8.14
其他運輸工具製造業		130,210	47,401	36.40	1.54	82,810	1.84
家具製造業		36,061	27,738	76.92	0.90	8,323	0.19
其他製造業		81,725	52,631	64.40	1.71	29,093	0.65
產業用機械設備維修及安裝業		66,449	52,928	79.65	1.72	13,521	0.30

(續下頁)

附表 13-3 2012 年製造業中業別出口值－按規模別

單位：百萬元；%

行業中分類	規模別	全部企業 (1)	中小企業 (2)	(2)/(1)	結構比	大企業	結構比
總計		6,424,224	1,295,476	20.17	100.00	5,128,748	100.00
食品製造業		25,681	8,065	31.40	0.62	17,616	0.34
飲料製造業		2,045	690	33.75	0.05	1,355	0.03
菸草製造業		2,412	0	0.00	0.00	2,412	0.05
紡織業		187,240	21,482	11.47	1.66	165,758	3.23
成衣及服飾品製造業		25,144	18,076	71.89	1.40	7,067	0.14
皮革、毛皮及其製品製造業		46,616	14,213	30.49	1.10	32,403	0.63
木竹製品製造業		5,159	3,201	62.04	0.25	1,958	0.04
紙漿、紙及紙製品製造業		34,665	11,786	34.00	0.91	22,879	0.45
印刷及資料儲存媒體複製業		47,240	6,617	14.01	0.51	40,623	0.79
石油及煤製品製造業		557,393	141	0.03	0.01	557,251	10.87
化學材料製造業		389,199	22,086	5.67	1.70	367,113	7.16
化學製品製造業		90,345	12,904	14.28	1.00	77,441	1.51
藥品製造業		14,477	277	1.91	0.02	14,201	0.28
橡膠製品製造業		53,906	10,596	19.66	0.82	43,310	0.84
塑膠製品製造業		128,758	49,789	38.67	3.84	78,969	1.54
非金屬礦物製品製造業		130,950	40,081	30.61	3.09	90,869	1.77
基本金屬製造業		363,949	47,307	13.00	3.65	316,642	6.17
金屬製品製造業		309,023	113,839	36.84	8.79	195,184	3.81
電子零組件製造業		2,602,375	575,576	22.12	44.43	2,026,799	39.52
電腦、電子產品及光學製品製造業		487,253	43,802	8.99	3.38	443,451	8.65
電力設備製造業		184,742	53,070	28.73	4.10	131,673	2.57
機械設備製造業		335,886	133,801	39.84	10.33	202,084	3.94
汽車及其零件製造業		114,720	17,746	15.47	1.37	96,974	1.89
其他運輸工具製造業		159,930	38,042	23.79	2.94	121,888	2.38
家具製造業		21,263	13,994	65.81	1.08	7,269	0.14
其他製造業		92,606	32,124	34.69	2.48	60,482	1.18
產業用機械設備維修及安裝業		11,251	6,170	54.84	0.48	5,080	0.10

附註及資料來源：同附表 1。

附表 14 2012 年女性企業家數及銷售值－按行業及規模別

單位：家；百萬元；%

行業	規模別	男 女	女性企業	中小	結構比	大企業	結構比
		合 計	總 計	企 業			
家 數							
總 計		1,326,766	479,803	474,237	100.00	5,566	100.00
農、林、漁、牧業		11,862	2,781	2,768	0.58	13	0.23
礦業及土石採取業		1,223	278	276	0.06	2	0.04
製造業		141,865	38,266	37,742	7.96	524	9.41
電力及燃氣供應業		437	80	65	0.01	15	0.27
用水供應及污染整治業		7,409	2,224	2,155	0.45	69	1.24
營造業		104,172	26,312	26,076	5.50	236	4.24
批發及零售業		671,932	253,903	250,398	52.80	3,505	62.97
運輸及倉儲業		31,301	7,957	7,807	1.65	150	2.69
住宿及餐飲業		125,856	60,813	60,738	12.81	75	1.35
資訊及通訊傳播業		16,996	5,002	4,911	1.04	91	1.63
金融及保險業		16,110	4,919	4,497	0.95	422	7.58
不動產業		28,286	8,301	8,043	1.70	258	4.64
專業、科學及技術服務業		39,460	13,966	13,857	2.92	109	1.96
支援服務業		29,777	11,725	11,659	2.46	66	1.19
教育服務業		1,395	518	517	0.11	1	0.02
醫療保健及社會工作服務業		409	124	124	0.03	0	0.00
藝術、娛樂及休閒服務業		22,433	7,942	7,928	1.67	14	0.25
其他服務業		75,843	34,692	34,676	7.31	16	0.29
銷售值							
總 計		33,784,736	5,033,775	2,619,714	100.00	2,414,062	100.00
農、林、漁、牧業		36,849	9,665	4,219	0.16	5,446	0.23
礦業及土石採取業		44,774	4,949	4,933	0.19	16	0.00
製造業		12,329,894	954,557	640,731	24.46	313,825	13.00
電力及燃氣供應業		880,987	8,746	804	0.03	7,941	0.33
用水供應及污染整治業		179,560	38,326	16,154	0.62	22,171	0.92
營造業		1,990,884	376,227	291,909	11.14	84,319	3.49
批發及零售業		11,891,632	2,563,967	1,202,890	45.92	1,361,078	56.38
運輸及倉儲業		912,280	122,896	72,457	2.77	50,439	2.09
住宿及餐飲業		425,917	131,018	111,722	4.26	19,296	0.80
資訊及通訊傳播業		874,073	110,668	25,789	0.98	84,879	3.52
金融及保險業		2,115,273	298,253	44,754	1.71	253,499	10.50
不動產業		927,226	174,334	48,422	1.85	125,912	5.22
專業、科學及技術服務業		560,053	106,786	56,922	2.17	49,863	2.07
支援服務業		320,927	62,093	43,074	1.64	19,019	0.79
教育服務業		9,282	1,773	1,628	0.06	145	0.01
醫療保健及社會工作服務業		4,376	0	593	0.02	0	0.00
藝術、娛樂及休閒服務業		78,447	16,489	12,748	0.49	3,741	0.15
其他服務業		201,710	52,436	39,964	1.53	12,472	0.52

(續下頁)

附表 14-1 2012 年女性企業內銷值及出口值—按行業及規模別

單位：百萬元；%

行業	規模別	男	女	女性企業	中小	結構比	大企業	結構比
		合	計	總計	企業			
內銷值								
總 計		25,568,713	4,191,330	2,365,181	100.00		1,826,149	100.00
農、林、漁、牧業		31,821	8,383	3,865	0.16		4,518	0.25
礦業及土石採取業		44,306	4,908	4,892	0.21		16	0.00
製造業		7,060,683	698,388	521,489	22.05		176,899	9.69
電力及燃氣供應業		867,796	8,223	804	0.03		7,420	0.41
用水供應及污染整治業		168,701	37,151	15,736	0.67		21,415	1.17
營造業		1,825,271	374,582	290,536	12.28		84,046	4.60
批發及零售業		9,594,400	2,016,257	1,075,401	45.47		940,856	51.52
運輸及倉儲業		683,730	110,201	70,719	2.99		39,482	2.16
住宿及餐飲業		425,087	130,960	111,665	4.72		19,295	1.06
資訊及通訊傳播業		785,981	97,336	24,496	1.04		72,840	3.99
金融及保險業		2,111,992	296,268	44,508	1.88		251,760	13.79
不動產業		923,460	172,486	48,150	2.04		124,336	6.81
專業、科學及技術服務業		436,002	103,694	55,321	2.34		48,372	2.65
支援服務業		316,478	61,534	42,865	1.81		18,668	1.02
教育服務業		9,175	1,746	1,601	0.07		145	0.01
醫療保健及社會工作服務業		4,694	593	593	0.03		0	0.00
藝術、娛樂及休閒服務業		78,346	16,449	12,718	0.54		3,731	0.20
其他服務業		200,789	52,170	39,821	1.68		12,349	0.68
出口值								
總 計		8,216,023	842,445	254,533	100.00		587,913	100.00
農、林、漁、牧業		5,028	1,282	354	0.14		928	0.16
礦業及土石採取業		468	41	41	0.02		0	0.00
製造業		5,269,211	256,169	119,243	46.85		136,926	23.29
電力及燃氣供應業		13,191	522	0	0.00		522	0.09
用水供應及污染整治業		10,859	1,174	418	0.16		756	0.13
營造業		165,613	1,645	1,372	0.54		273	0.05
批發及零售業		2,297,232	547,711	127,489	50.09		420,222	71.48
運輸及倉儲業		228,550	12,694	1,737	0.68		10,957	1.86
住宿及餐飲業		830	58	57	0.02		1	0.00
資訊及通訊傳播業		88,092	13,332	1,293	0.51		12,039	2.05
金融及保險業		3,280	1,985	246	0.10		1,739	0.30
不動產業		3,765	1,849	273	0.11		1,576	0.27
專業、科學及技術服務業		124,051	3,092	1,601	0.63		1,491	0.25
支援服務業		4,449	559	209	0.08		351	0.06
教育服務業		107	26	26	0.01		0	0.00
醫療保健及社會工作服務業		275	0	0	-		0	0.00
藝術、娛樂及休閒服務業		100	39	30	0.01		10	0.00
其他服務業		921	266	143	0.06		123	0.02

附 註：1.本表女性企業係指該企業負責人為女性，但負責人若為法人或外國人，因無法區分性別，統計時未將其納入，因此本統計表未涵蓋全部企業。

2.表中之比率為女性企業占「男女合計」百分比。

資料來源：整理自財政部財稅資料中心，2012 年營業稅徵收原始資料（樣本值加總）。

附表 15 2012 年就業人數－按縣市及企業規模別

單位：千人；%

規格別 縣市別	全 部 企 業	結 構 比	中 小 企 業	結 構 比	(2)/(1)%	大 企 業	結 構 比	政 府 僱 用	結 構 比
總 計	10,860	100.00	8,484	100.00	78.12	1,349	100.00	1,027	100.00
台北市	1,224	11.27	855	10.08	69.89	216	16.00	153	14.84
新北市	1,892	17.42	1,566	18.46	82.80	162	12.01	164	15.91
台中市	1,265	11.65	1,044	12.31	82.55	119	8.79	102	9.95
臺南市	913	8.41	714	8.41	78.18	119	8.79	81	7.85
高雄市	1,284	11.83	979	11.54	76.22	175	13.00	130	12.65
基隆市	174	1.60	144	1.70	83.26	7	0.52	22	2.14
宜蘭縣	214	1.97	176	2.08	82.12	15	1.14	23	2.23
桃園縣	938	8.64	678	7.99	72.25	200	14.84	60	5.86
新竹市	195	1.80	121	1.42	61.66	57	4.24	18	1.73
新竹縣	235	2.16	149	1.75	63.33	70	5.21	16	1.53
苗栗縣	262	2.41	182	2.15	69.50	54	4.01	26	2.52
彰化縣	614	5.65	532	6.27	86.69	40	2.99	41	4.04
南投縣	252	2.32	210	2.47	82.99	15	1.15	27	2.68
雲林縣	333	3.06	270	3.18	81.10	29	2.14	34	3.31
嘉義市	121	1.12	87	1.02	71.50	15	1.11	20	1.91
嘉義縣	257	2.37	219	2.58	85.05	20	1.51	18	1.76
屏東縣	396	3.64	330	3.90	83.53	22	1.61	43	4.22
澎湖縣	40	0.37	27	0.32	68.41	1	0.06	12	1.15
花蓮縣	148	1.36	115	1.35	77.73	9	0.68	24	2.30
台東縣	103	0.95	85	1.01	83.18	3	0.20	15	1.42

資料來源：整理自行政院主計總處，《人力資源統計月報》原始資料（推估值），2012 年。

附表 15-1 2011 年就業人數－按縣市及企業規模別

單位：千人；%

規格別 縣市別	全 部 企 業	結 構 比	中 小 企 業	結 構 比	(2)/(1)%	大 企 業	結 構 比	政 府 僱 用	結 構 比
總 計	10,709	100.00	8,337	100.00	77.85	1,334	100.00	1,038	100.00
台 北 市	1,207	11.27	841	15.13	69.66	202	10.09	164	15.84
高 雄 市	1,270	11.86	965	12.87	75.96	172	11.57	134	12.88
新 北 市	1,853	17.30	1,532	12.58	82.66	168	18.37	153	14.79
基 隆 市	171	1.60	143	0.54	83.51	7	1.72	21	2.03
宜 蘭 縣	212	1.98	173	1.12	81.87	15	2.08	23	2.26
桃 園 縣	922	8.61	659	15.26	71.45	204	7.90	60	5.74
新 竹 市	195	1.82	117	4.48	59.89	60	1.40	18	1.76
新 竹 縣	232	2.17	149	4.93	64.33	66	1.79	17	1.63
苗 栗 縣	259	2.42	177	4.46	68.29	60	2.12	23	2.17
台 中 市	1,238	11.56	1,024	8.47	82.69	113	12.28	101	9.76
彰 化 縣	610	5.70	530	2.80	86.90	37	6.36	43	4.10
南 投 縣	247	2.31	204	1.14	82.73	15	2.45	27	2.64
雲 林 縣	334	3.12	269	2.43	80.42	32	3.22	33	3.18
嘉 義 市	122	1.14	87	1.03	71.36	14	1.04	21	2.03
嘉 義 縣	260	2.43	219	1.41	84.40	19	2.63	22	2.10
台 南 市	897	8.38	703	8.78	78.33	117	8.43	77	7.44
屏 東 縣	389	3.63	320	1.60	82.33	21	3.84	47	4.57
澎 湖 縣	39	0.36	26	0.05	67.41	1	0.31	12	1.16
花 蓮 縣	148	1.38	114	0.70	76.87	9	1.37	25	2.40
臺 東 縣	104	0.97	85	0.20	82.15	3	1.02	16	1.52

資料來源：整理自行政院主計處，《人力資源統計月報》原始資料（推估值），2011 年。

附錄 3 2012 年中小企業傑出獎項得獎名錄

一、2012 年小巨人獎暨國家磐石獎得獎名單

	小巨人獎得獎企業名單	國家磐石獎得獎企業名單
1	久裕興業科技股份有限公司	小磨坊國際貿易(股)公司
2	永紡企業股份有限公司	川寶科技(股)公司
3	立象科技股份有限公司	台灣航空貨運承攬(股)公司
4	冠亞生技股份有限公司	盈錫精密工業(股)公司
5	益睿科技股份有限公司	徠通科技(股)公司
6	祺驛股份有限公司	凱美塑膠機械(股)公司
7	達邦蛋白股份有限公司	詮營(股)公司
8	廣化科技股份有限公司	達邦蛋白(股)公司
9	橙的電子股份有限公司	漢民微測科技(股)公司
10	樹德企業股份有限公司	歐萊德國際(股)公司
11	-	樹德企業(股)公司
12	-	鴻勁科技(股)公司

資料來源：經濟部中小企業處，2012 年。

二、中小企業創新研究獎暨新創事業獎

(一) 2012 年新創事業獎得獎名單

組 別	獎 項	公 司 名 稱
科技利基產業組	金質獎	玉豐海洋科儀股份有限公司
	銀質獎	晉弘科技股份有限公司
	優質獎	盟基生醫股份有限公司
創新傳統產業組	金質獎	十藝生技股份有限公司
	銀質獎	緯土登科技股份有限公司
	優質獎	東藻生技股份有限公司
策略知識服務業組	金質獎	奇多比行動軟體股份有限公司
	銀質獎	宇萌數位科技股份有限公司
	優質獎	哈堡堡輕食早午餐有限公司
微型企業組	金質獎	林果良品有限公司
	銀質獎	樂灣國際股份有限公司
	優質獎	吶喊文創股份有限公司

資料來源：經濟部中小企業處，2012 年。

(二) 2012年中小企業創新研究獎得獎名單

得 奬 企 業	創 新 產 品
電子與資訊類	
一碩科技(股)公司	利用既有傳輸媒介提供 IP 化及饋電系統(PM342E)
台灣超微光學(股)公司	超微型光譜模組 UM1000
捷騰光電(股)公司	超薄省電全彩 LED 看板
萊碼創意科技(股)公司	雲端互動式行銷系統
楓盛資訊(股)公司	數位水質監控藥劑添加系統
精磁科技(股)公司	新世代透明導電玻璃產品
橙的電子(股)公司	「橙的電子」可複製胎壓感測器編碼之系統
機械與自動化類	
力嵩科技(股)公司	多站加工機
妙印精機(股)公司	觸控面板全自動網版印刷機
東庚企業(股)公司	dbRevO 電動自行車動力輪組
界鴻科技(股)公司	SMX 電子元件測試包裝機
科權科技(股)公司	SABS 頻率煞車系統
寧茂企業(股)公司	輕型電動機車驅動器
儀辰企業(股)公司	永磁式電控磁盤-連結型
材料與生技類	
台灣利得生物科技(股)公司	利得牛樟芝固態培養菌絲體膠囊
辰光能源科技有限公司	小央廚之高溫急速冷卻機
承奕科技(股)公司	X- Loupe®多用途可變角度環型螢光激發光源
莘茂複合材料(股)公司	EPO- RPCTM D1 快速成形環氧樹脂系統
葡萄王生技(股)公司	健字號樟芝王菌絲體膠囊
翰沃生電科技(股)公司	翰沃疲立寧電子酸痛貼片
服務類	
奇多比行動軟體(股)公司	Pressstation 多媒體電子書出版平台
意庫行銷諮詢(股)公司	繪動敦煌大展
騎士堡國際事業有限公司	騎士堡兒童生活教育體驗創新服務模式
綜合類	
台灣維順工業(股)公司	電子代步車 S17 Cutie
昆富工業(股)公司	拖車式平台攜車架-BC-3816-2
飛想應用科技(股)公司	旅人。時。光個人閱讀與居家情境 LED 檯燈
益材科技(股)公司	長效型校驗氣體用高壓氣瓶
國泰皮革工業(股)公司	潘朵拉刺蝟
智高實業(股)公司	智高水力發電組
環保之家生物科技(股)公司	inaTrap 捕蚊達人光觸媒捕蚊器
瀛海國際(股)公司	矽緻摺疊休閒壺

資料來源：經濟部中小企業處，2012年。

(三) 2012 年績優育成中心

組 別	說 明	得獎育成中心
科技利基	以發展科技創新為核心價值	逢甲大學、清華大學
新興服務	以發展服務創新為核心價值	臺灣科技大學、臺北科技大學
國際育成	推動國際育成合作	交通大學、中原大學
婦女創業	培育企業 35%為婦女創業	空中大學、朝陽科技大學
青年創業	培育企業 50%為青年創業	中央大學、銘傳大學

資料來源：經濟部中小企業處，2013 年。

三、2012 年中小企業研究博碩士論文獎

(一) 博士論文獎得獎名單

1. 博士組優勝

姓 名	研 究 主 題	學校名稱系所	指導教授
張雯然	供應鏈中的跨階管理：以焦點廠商、一階供應商、二階供應商的三方關係為例	國立政治大學企業管理研究所	司徒達賢
林韶怡	探究台灣民宿創業中的身體知識：風格化知識的創造歷程	國立中山大學企業管理學系	蔡敦浩 高明瑞

2. 博士組佳作

姓 名	研 究 主 題	學校名稱系所	指導教授
丁慧瑩	線上社交購物導向量表之發展	國立台北科技大學 工商管理研究所	耿慶瑞
鄭宇珊	以網絡外部性為調節變項探討智慧資本影響員工創新行為之跨層次分析	國立臺灣師範大學 科技應用與人力資源發展學系	余 鑑
趙珮如	整合心理契約、組織間公民行為與社會資本理論探討供應鏈管理持續合作關係之研究	國立高雄第一科技大學管理研究所資訊流通組資訊領域	孫思源

資料來源：經濟部中小企業處，2012 年。

(二) 碩士論文獎得獎名單

1. 碩士組優勝

姓 名	論 文 題 目	學校名稱及系所	指導教授
吳其原	技術創業之價值創造與商業模式分析	政治大學科技管理研究所	邱奕嘉
張美玉	台灣採用中小企業會計準則版本之必要性與可行性分析	東吳大學企業管理學系碩士在職專班	張光文
鍾泓佑	網路商店創業之關鍵成功因素分析	嘉義大學企業管理學系碩士班	吳泓怡
莊雅蘭	探討企業由實體走向虛擬之即創歷程—以台灣中小企業為例	臺灣大學國際企業研究所	謝明慧

資料來源：經濟部中小企業處，2012年。

2. 碩士組佳作

姓 名	論 文 題 目	學校名稱及系所	指導教授
譚永宗	網路群眾外包對共同創造價值塑造之探討	銘傳大學企業管理學研究所	涂嘉峪
鄭偉明	內部溝通、企業領導力以及創新策略對中小企業之組織文化強度與品牌承諾之影響	銘傳大學國際企業所	陳綉里
陳殷豪	網路促銷強度與粉絲互動性對線上行為反應的影響—價格與非價格促銷模式之比較	屏東科技大學企業管理所	廖世義
簡心潔	威權到順從內在運作機轉之探討	銘傳大學企業管理研究所	許境頤
劉振宏	從綠色供應鏈管理實務觀點評估企業績效之研究	高苑科技大學經營管理研究所	陳恒毅
陳廖遜	台灣設計公司自有品牌產品設計開發之研究	臺灣科技大學工商業設計系(所)	張文智

資料來源：經濟部中小企業處，2012年。

四、2012 年金書獎－優良中小企業經營管理出版品推廣活動得獎金書

書名	作者	譯者	出版單位
獅與冠的傳奇：麗思·卡爾頓獨一無二的黃金經營哲學	Joseph A. Michelli	袁世珮	美商麥格羅希爾國際股份有限公司 台灣分公司
WOW！多品牌成就王品	高端訓		遠流出版股份有限公司
從負責到當責：我還能做些什麼，把事情做對、做好？	Roger Connors、Tom Smith	江麗美	城邦文化事業股份有限公司／經濟新潮社
更快更好更有價值：成功轉型的九大關鍵	Michael Hammer、Lisa W. Hershman	羅耀宗、李芳齡、顧淑馨	天下雜誌股份有限公司
獲利的魔鬼，就躲在細節裡：不拚業績，我們如何讓獲利翻倍？	Jonathan L.S. Byrnes	林麗冠	大是文化有限公司
網進中國，賣翻天	張志誠		早安財經文化有限公司
會說才會贏	Peter Guber	張國蓉、顧淑馨	時報文化出版企業股份有限公司
行銷長的挑戰：面對霓虹天鵝，打造創新X業績的競爭力	黃河明、陳麗蘭、沈永正		日月文化出版有限公司
當主管必修的第一堂財會課	Edward Fields	郭政皓	美商麥格羅希爾國際股份有限公司 台灣分公司
布局－迎接黃金年代	尹啟銘		天下雜誌股份有限公司
開放式服務創新：賣對手的產品更賺錢	Henry Chesbrough	李芳齡	天下雜誌股份有限公司

資料來源：經濟部中小企業處，2012 年。

附錄 4 中小企業融資服務窗口（總行）通訊處

單位名稱	聯絡人	電話	地址
臺灣銀行	周慧玲	(02)23493497	台北市重慶南路一段 120 號
台灣土地銀行	陳昱如	(02)23483344	台北市中正區館前路 46 號 4 樓
合作金庫銀行	王鈺麟	(02)23118811 轉 418	台北市館前路 77 號 4 樓
第一商業銀行	蔡根藤	(02)23484248	台北市中正區重慶南路一段 30 號 10 樓
華南商業銀行	邱瑞卿	(02)66181535	台北市中山區長安東路一段 18 號 3 樓
彰化商業銀行	林美足	(02)25362951 轉 2120	台北市中山北路二段 57 號 11 樓
花旗(台灣)商業銀行	張訓淑	(02)25766705	台北市南京東路四段 16 號 12 樓
上海商業儲蓄銀行	陳文吉	(02)25817111 轉 4101	台北市民權東路一段 2 號 4 樓
台北富邦商業銀行	彭柏誠	(02)66188600 轉 8618	台北市中山北路二段 50 號 12 樓
國泰世華商業銀行	李逸群	(02)87226666 轉 2809	台北市松仁路 7 號 2 樓
中國輸出入銀行	王廷傑	(02)23210511 轉 529	台北市南海路 3 號 7 樓
高雄銀行	于佩玉	(07)5570535 轉 356	高雄市左營區博愛二路 168 號
兆豐國際商業銀行	謝國楠	(02)25633156 轉 2555	台北市吉林路 100 號 8 樓
中華開發工業銀行	丁慧儀	(02)27561561	台北市南京東路五段 125 號
台灣工業銀行	林信東	(02)87527000 轉 5010	台北市內湖區堤頂大道二段 99 號 1 樓
華泰商業銀行	董建成	(02)27525252 轉 582	台北市中山區長安東路二段 246 號
陽信商業銀行	邱淑儀	(02)28208166 轉 155	台北市北投區石牌路一段 90 號 4 樓
板信商業銀行	劉淑蕙	(02)29629170 轉 2871	新北市板橋區縣民大道二段 68 號 29 樓
三信商業銀行	鄭清涼	(04)22257177 轉 315	台中市自由路一段 101 號 5 樓
台灣新光商業銀行	唐崇華	(02)23895858	台北市中正區忠孝西路一段 66 號
聯邦商業銀行	王芳妮	(02)27180001 轉 2336	台北市民生東路三段 109 號 3 樓
遠東國際商業銀行	陳玉英	(02)23127664	台北市襄陽路 1 號 5 樓
元大商業銀行	趙松卿	(02)21736699 轉 7308	台北市敦化南路一段 66 號 1 樓
永豐商業銀行	黃聰敏	(02)25088790	台北市建國北路二段 9-1 號
玉山商業銀行	游志偉	(02)21751313 轉 9764	台北市松山區民生東路三段 115 號 6 樓
萬泰商業銀行	陳麗雯	(02)8023-9077 轉 2601	台北縣中和市景平路 188 號 5 樓
台新國際商業銀行	林宇樺	(02)25056966 轉 850	台北市中山區建國北路二段 17 號 8 樓
大眾商業銀行	郭清乾	(02)87869888 轉 2294	台北市信義區信義路 5 段 2 號 6 樓
日盛國際商業銀行	李佳峰	(02)25615888 轉 2113	台北市南京東路二段 85 號 9 樓
安泰商業銀行	洪欣迪	(02)8712-3369 轉 312	台北市民生東路三段 130 巷 9 號 12 樓
中國信託商業銀行	客服專線 (請按 9)專人接聽	0800-520-178	請洽客服人員
台灣中小企業銀行	施國財	(02)25597171 轉 3121	台北市塔城街 30 號
渣打國際商業銀行	客服專線	(02)4051-0088 中小企業 貸款服務(請按 3)	渣打銀行服務據點可由渣打官網查詢 www.standardchartered.com.tw
臺中商業銀行	王榮宗	(04)22236021 轉 5702	台中市西區民權路 87 號 7 樓
京城商業銀行	黃志富	(06)2141271 轉 191	臺南市西門路一段 506 號 1 樓
大台北商業銀行	吳昭儀	(02)25575151 轉 2562	台北市延平北路二段 133 號
匯豐(台灣)商業銀行	服務專線	(02)8072-3993	新北市板橋區文化路二段 285 號 2 樓
澳盛銀行	周秉華	(02)87225184	台北市信義區松仁路 7 號 18 樓
星展銀行	陳明利	(02)66128788	台北市信義區松仁路 36 號 16 樓
中華民國銀行公會	黎慧玲 陳薇如	(02)85962229 轉 2309 (02)85962229 轉 2358	台北市德惠街 9 號 3 樓

資料來源：金融監督管理委員會 <http://www.banking.gov.tw/ch/home.jsp?id=196&parentpath=0,4>

附錄 5 中小企業政策性專案貸款

類 別	政策性專案貸款名稱	主辦單位	用 途						資金來源			
			土地	廠房或營業場所	機器設備	新技術	e化設備	週轉金	其他	國家發展基金	中長期資金	中小企業發展基金
升 級 紮 根 類	輔導中小企業升級貸款－第10期	行政院國家發展基金	v	v	v	v	v	v	v			v
	振興傳統產業優惠貸款－第3期	行政院國家發展基金	v	v	v	v	v	v	v			v
	協助中小企業紮根專案貸款－第6期	經濟部中小企業處	v	v	v	v	v			v		v
	貿易自由化受損產業升級轉型貸款	經濟部中小企業處		v	v	v	v	v				v
購 置 設 備 類	購置自動化機器設備優惠貸款－第10-1期	行政院國家發展基金			v		v		v			v
	民營事業污染防治設備低利貸款－第6期	行政院國家發展基金			v		v		v			v
	購置節約能源設備優惠貸款－第2期	行政院國家發展基金			v				v			v
創 業 類	微型創業鳳凰貸款	行政院勞工委員會		v	v		v	v				v
	青年創業貸款	經濟部中小企業處		v	v		v	v	v			v
	青年築夢創業啟動金貸款	經濟部中小企業處		v	v		v	v				v
研 究 發 展 類	促進產業創新或研究發展貸款	行政院文化部、內政部、經濟部工業局			v	v			v	v		v
	文化創意產業優惠貸款	行政院文化部	v	v	v	v	v	v	v	v		v
	自有品牌推廣海外市場貸款	經濟部國際貿易局			v			v	v	v		v
發 展 觀 光 類	獎勵觀光產業升級優惠貸款	交通部觀光局	v	v	v		v	v		v		
	發展地方特色產業貸款	經濟部中小企業處	v	v	v		v	v		v		v
出 口 海 外 投 資 類	出口貸款	經濟部中小企業處			v	v						v
	海外投資貸款	經濟部中小企業處			v							v
	海外營建工程貸款	經濟部中小企業處			v			v				v
復舊類	中小企業災害復舊專案貸款	經濟部中小企業處	v	v	v			v			v	v
小額類	中小企業小額簡便貸款	經濟部中小企業處			v		v	v				v
	企業小頭家貸款	經濟部中小企業處	v	v	v		v	v				v
國際專 利訴訟	國內民營企業國際專利權訴訟貸款	經濟部中小企業處						v	v	v		v
服 務 發 展 類	流通服務業及餐飲業優惠貸款	經濟部商業司	v	v	v	v	v	v		v		v
	促進服務業發展優惠貸款	行政院經濟建設委員會	v	v	v	v		v	v	v		
返 台 投 資 類	台商回台投資專案融資	經濟部工業局	v	v	v	v	v	v		v		

資料來源：經濟部中小企業處，2013 年。

附錄 6 區域及各縣市中小企業服務中心

名稱	住址	電話
經濟部中區聯合服務中心	40873 台中市黎明路二段 503 號 7 樓	04-22521111
經濟部南區聯合服務中心	80143 高雄市成功一路 436 號 9 樓	07-2710900
基隆市中小企業服務中心	20147 基隆市信二路 224 巷 8 號(產業發展處)	02-24224897
台北市中小企業輔導服務中心	11493 台北市內湖區洲子街 12 號 4 樓	02- 27995122
新北市中小企業服務中心	24892 台北縣新莊區五權一路 1 號 2 樓之 3	02-22994586
宜蘭縣中小企業服務中心	26060 宜蘭縣宜蘭市縣政北路 1 號	03-9252717
桃園縣中小企業服務中心	33001 桃園市縣府路 1 號 2 樓	03-3366795
新竹市中小企業服務中心	30041 新竹市中正路 120 號	03-5255201
新竹縣中小企業服務中心	30210 新竹縣竹北市光明六路 10 號 3 樓	03-5510917
苗栗縣中小企業服務中心	36001 苗栗市府前路 1 號	037-323593
台中市中小企業服務中心	40343 台中市三民路一段 158 號 8 樓	04-22226443
彰化縣中小企業服務中心	500 彰化市中興路 100 號 8 樓	04-7278086
南投縣中小企業服務中心	54050 南投市中興路 669 號 5 樓	049-2222120
雲林縣中小企業服務中心	64001 雲林縣斗六市雲林路 2 段 515 號 5 樓	05-5335937
嘉義市中小企業服務中心	60006 嘉義市中山路 199 號(市政府南棟大樓)	05-2248308
嘉義縣中小企業服務中心	61249 嘉義縣太保市祥和一路 1 號	05-3620362
臺南市中小企業服務中心	70801 台南市永華路二段 6 號 15 樓	06-2953281
高雄市中小企業服務中心	80203 高雄市苓雅區四維三路 2 號 9 樓	07-3373160
屏東縣中小企業服務中心	90001 屏東市自由路 527 號 1 樓	08-7324324
花蓮縣中小企業服務中心	97001 花蓮市府前路 17 號	038-223432
台東縣中小企業服務中心	95043 台東市博愛路 277 號	089-323330
澎湖縣中小企業服務中心	88042 澎湖縣馬公市復國路 1 巷 6 號	06-9264857
金門縣中小企業服務中心	89345 金門縣金城鎮民生路 60 號	082-326204

資料來源：經濟部中小企業處。

附錄 7 中小企業相關活動大事紀

(期間：2012年1月1日至2013年6月30日)

2012年

2012/03/08 Start-Up Taiwan 創業台灣 迎向國際 強棒出擊

經濟部中小企業處為打造友善創業環境，鼓勵台灣新世代科技應用創業育成，並與國際相關微創投社群連結，已與玉山創投、Microsoft 及 Google 共同完成台灣，也是全球第一個 Startup Labs 活動。

2012/03/29 經濟部啟動中小企業媒合列車 鼓勵業者跨界合作共創商機

經濟部中小企業處 2012 新產品發表商機媒合會，29 日在台北啟動。活動匯聚 32 家包含資訊通信、材料電光、綠能環保及民生樂活等四大領域的創新企業，發表最新的應用技術與產品，展現科技與生活結合的最新面貌，吸引超過六百位尋找合作商機的業者參與。現場詢問與洽談氣氛熱絡，預估後續衍生合作商機將超過新台幣上億元。

2012/04/09 中小企業處處長賴杉桂 臉書上線與民面對面！

經濟部中小企業處處長賴杉桂臉書 4 月 9 日上線！(<http://www.facebook.com/moeasmea>)為了讓網友、中小企業者更深入瞭解經濟部中小企業處的施政方針與作為，賴杉桂加入 FB，他希望未來藉由這個園地能和網友們作更即時的溝通與交流，更希望大家能在批評指教之餘，也能不吝對經濟部中小企業處及全國各地中小企業致力於「拼亮台灣」的努力多按些「讚」！

臉書開版第一天，賴杉桂想要推薦給大家一首「中小企業之歌—拼亮台灣」的歌曲，向廣大的中小企業致敬。他希望能以這首歌來凝聚中小企業力量，為中小企業加油、喝采。(歌曲連結網址 <http://www.youtube.com/watch?v=E0DxE668p8w>)

2012/04/13 創業台灣計畫(Start-Up Taiwan)啟動儀式暨第 11 屆中小企業經營領袖班分享會

經濟部中小企業處自 2012 年起推動「創業台灣計畫」，並於 4 月 13 日舉辦「創業台灣計畫啟動儀式暨中小企業經營領袖分享會」，有超過 400 位之中小企業高階領袖及國內創業新秀共同與會。本次活動結合「創業台灣計畫啟動儀式」及「中小企業經營領袖分享會」，上午舉辦「創業實現夢想•創新加速卓越」論壇，正式啟動「創業台灣計畫」，下午專題演講與綜合論壇及歷屆創新經營與傑出的領袖班學員及歷屆領袖班學員分享企業經營心得。

2012/04/19 『享好禮・促消費』OTOP 邀您一睹台灣好禮之光『2012 年台灣伴手禮名品展』

經濟部中小企業處於 4 月 19 日至 22 日在台北世舉行的「台灣伴手禮名品展」，分為三大類好禮展售區(地方伴手、工藝精品、創意生活)及台灣精粹館通路採購專區，精選近 100 家全台各鄉鎮的「OTOP 時尚精粹」企業，共展售 300 多項優質商品，涵蓋曾獲得國際設計包裝大獎、OTOP 設計大賞及各鄉鎮特選十大伴手好禮等殊榮之地方好禮。

2012/04/28 2012 年台灣城鄉禮讚・台北嘉年華

4 月 28 日(六)至 29 日(日)「城鄉禮讚・台北嘉年華」中經濟部地方特色產業專區，在台北市政府前廣場將匯集 230 家來自全國各地的特色業者展售近千件地方特色產品，參展廠商運用巧思與創意詮釋、展現獨特商品精神，將臺灣在地特色推廣給國內遊客。活動並將在大陸各網站及微博進行廣宣，國內各大飯店也將配合宣傳。

2012/05/18 中小企業處成立行銷服務旗艦團，協助中小企業滾動億元商機

經濟部中小企業處在 2012 年起整合產、官、學資源籌組中小企業行銷服務旗艦團，協助中小企業解決行銷所面臨的問題，提升行銷競爭力。5 月 18 日舉辦「中小企業行銷服務旗艦團成立 協助中小企業強化競爭力」記者會。會中宣布將成立「中小企業行銷服務中心」以及「品牌策略」、「產品發展」、「通路拓展」3 大行銷服務旗艦團。同時，將採用 App 應用程式，以推播訊

息告知，便於中小企業即時掌握計畫最新活動訊息，協助中小企業滾動億元商機。

2012/05/25 APEC 中小企業趨勢監測電子報創刊號發行

全球經濟瞬息萬變，為協助中小企業培養前瞻思考及風險管理能力並持續關注最新國際動向，以適應國際競爭，經濟部中小企業處特別發行「APEC 中小企業趨勢監測」中英文電子報，持續監測主要全球趨勢，協助中小企業發展災害預防機制並瞭解最新資訊。歡迎各界善用此資源，訂閱網址：<http://www.apeccscmc.org/>

2012/06/20 經濟部促成台日中小企業策略合作 攜手開拓第三地市場商機

經濟部中小企業處所舉行的「中小企業商機媒合列車」，20 日舉行本年度第三場活動「台日中小企業技術合作商機媒合會」，活動共計邀請台灣 10 家及日本 8 家優秀中小企業齊聚一堂，共同發表並展示涵蓋光學電子、雲端智慧生活、創意娛樂 APP 及環保節能等領域共 18 項關鍵技術與創新商品，同時進行近百場一對一媒合洽談會。會中也安排了政府研發補助計畫的專題講座，向與會者介紹政府與民間資源。

2012/06/20 創業台灣天使俱樂部 協助創業家爭取第 1 桶金

經濟部中小企業處為強化新創事業初期資金募集網絡，2012 年度連結「創投公會」、「台灣雲端運算產業協會」、工研院與有意投資早期階段企業之大企業及天使投資人等相關資源，成立「創業台灣天使俱樂部(Startup Taiwan Angel Club)」。於 6 月 25 日下午 5 時於台灣雲端運算產業協會，針對 App 舉辦「創業台灣天使俱樂部首部曲」，提供給所有創業團隊及新創事業一個與資金方溝通更友善、有效率的平台管道，不論是想創業但不知道如何跟投資人爭取第一桶金的創業家；或是有良好營運模式卻遍尋不著可用資源投入的新創事業；還是想投資有發展潛力的早期事業卻苦尋不著好案源的投資人，都歡迎您參加「創業台灣天使俱樂部」。

2012/07/05 經濟部中小企業處處長職務由經濟部商業司葉司長雲龍陞任

行政院核定經濟部中小企業處處長賴杉桂於 2012 年 7 月 4 日接任台灣國際造船股份有限公司董事長，新任中小企業處處長則由經濟部商業司葉司長雲龍陞任。新、卸任處長交接於 7 月 5 日上午 9 時在中小企業處 3 樓簡報室舉行，由經濟部卓常務次長士昭監交。

2012/07/12 APEC 中小企業系列活動記者會揭開序幕 邀請各方共同關注中小企業相關議題

經濟部中小企業處於 2012 年 7 月 11 日至 12 日，假台北舉辦「APEC 提升中小企業運籌成本效益」及「APEC 強化中小企業持續營運能力參與全球生產鏈」2 場研討會，邀集亞太地區產官學研界重量級嘉賓，與我國政府及中小企業領袖，共同研商具體行動。

2012/07/25 婦女創業菁英論壇暨新創企業分享會－提升創業能量，擴展創業人脈

為落實 2011 年 APEC 婦女與經濟論壇所提之舊金山宣言，提升婦女商業發展及創業家精神，經濟部中小企業處於 2012 年 7 月 25 日、8 月 22 日、8 月 30 日分別於高雄、台中、台北辦理三場次「婦女創業菁英論壇暨新創企業分享會」。以論壇形式，探討資金取得、商業機會、經管能力發展及創業經驗傳承分享等議題。該系列活動將邀請行政院婦女企業諮詢委員會、地方政府單位及婦女創業育成相關團體共同與會，以提升婦女創業能量，擴展創業人脈資源，期望進一步促進婦女成功創業，並協助新創企業持續成長。

2012/07/24 創業台灣天使俱樂部 連結早期資金 文創發光發熱

中小企業處於 6-11 月精心策劃了 12 場不同產業主題之天使俱樂部資金網絡交流會，橫跨軟體產業、文創產業、綠能環保、精密機械、生技醫材、流通服務業等，陸續邀請到各界創業家與投資人分享寶貴經驗及資訊。7 月 24 日於台灣雲端運算產業協會舉辦本系列活動第二場次—文化創意產業。由華山 1914 文創園區康文玲副總經理擔任對談主持人，邀請文創業者與談，焦點針對文化創意的定位及創業歷程的甘苦談，從文創事業如何經營獲利、市場包裝行銷法則等不同角度陸續切入。活動當天安排 10 組團隊發表，並有 20 家文創業者進行現場展示。

2012/08/01 經濟部卓次長士昭率團參加 2012 年 APEC 中小企業部長會議

經濟部卓常務次長士昭於 8 月 1 日率團代表施顏祥部長前往俄羅斯聖彼得堡出席 2012 年亞太經濟合作(APEC)第 19 屆中小企業部長會議。APEC 中小企業工作小組主席台船公司董事長賴

杉桂及經濟部中小企業處長葉雲龍及創業家兄弟郭書齊、旅知公司黃正州及玉山創投 Volker Heistermann 等 3 家中小企業代表將陪同出席。

2012 年 APEC 第 19 屆中小企業部長會議於 8 月 3 日在俄羅斯聖彼得堡舉行，APEC 21 個會員體之中小企業部長或其代表將率團參加。APEC 主辦國俄羅斯設定之年度主題為「強化 APEC 中小企業合作，促進創新型中小企業成長」，三項子題為：協助中小企業營運國際化，並支援出口導向型中小企業；培育創新型中小企業成長；支持新創事業及青年創業家。

2012/08/03 以小搏大 開創網路新市場－國際網路行銷高峰論壇 頂尖網路平台傳心法

看準新興市場的龐大商機，經濟部中小企業處積極協助廠商爭取新興市場中產階級消費市場，推動台灣企業以製造能力為基礎，加入設計、創新、研發及國際品牌行銷等元素，爭取新興市場中產階級，網路先占先贏的目光，於 2012 年 8 月 3 日於台北舉辦「以小搏大 開創網路新市場」中小企業國際網路行銷高峰論壇，邀請跨國電子商務平台「eBay」、「阿里巴巴」、「樂天市場」、「賀田國際」與台灣科技大學管理學院盧希鵬院長，探討國際電子商務，尤其是新興市場的未來發展趨勢，並以案例分享實際成功經驗，期望能為中小企業指引新的商機之路。

2012/08/03 早期投資與創業啟動金起跑 小資創業不可不知

為鼓勵青年返鄉並協助創業青年取得企業籌設階段之「創業第一桶金」，以及強化新創事業之籌資能力，經濟部中小企業處於 2012 年 8 月 10 日假台灣金融研訓院舉辦「啟動青年創業金・開創種子新投資」啟動儀式暨創業投資論壇。壇活動以「創業資金取得」做為議題主軸，邀請之初創投共同創辦人詹益鑑博士，主講「小資本開創大事業」。

2012/08/28 經濟部中小企業處第 15 屆小巨人獎得獎企業名單揭曉

經濟部中小企業處主辦之「第 15 屆小巨人獎選拔表揚活動」，經過書面審查、實地訪審、決審 3 階段嚴格評選，已選出 10 家外銷績優得獎企業，於 8 月 29 日假台北國際會議中心與國際貿易局「金貿獎」舉行聯合頒獎典禮

本屆 10 家得獎企業為：久裕興業科技股份有限公司、永紡企業股份有限公司、立象科技股份有限公司、冠亞生技股份有限公司、益睿科技股份有限公司、祺驛股份有限公司、達邦蛋白股份有限公司、廣化科技股份有限公司、橙的電子股份有限公司、樹德企業股份有限公司。

2012/08/30 婦女創業菁英論壇暨新創企業分享會--提升文創行銷能量，擴展創業人脈

經濟部中小企業處於 2012 年 8 月 30 日以「文創新創企業行銷」為主題，辦理「婦女創業菁英論壇暨新創企業分享會」。活動以論壇形式，邀請國內多位文創產業創業新星及產業專家，一同探討資金取得、商業機會、經管能力發展及創業經驗傳承分享等議題。

2012/09/18 OTOP 特色產品正夯 品牌通路攜手共創佳績

經濟部中小企業處於 2012 年 9 月分別於北、中、南三地舉辦「臺灣地方特色產品通路標章授權使用暨地方特色網廠商後台操作說明會」。說明會除將針對各界通路廠商進行 OTOP 通路標章授權使用說明，以及針對 OTOP 地方特色網進行廠商後台管理及操作說明外，特安排異業商機媒合交流時間，讓產品、廠商及通路透過交流與媒合，開拓多元銷售通路，並使通路獲得更多商品資訊，創造日後雙贏成效。

2012/09/18 台灣企業展現繽紛創意，從中蛻變產業全新意象 2012 百位達人開講，告訴您各行各業怎樣 work

經濟部中小企業處 2012 年下半年特別規劃 10 場「百大達人開講系列」講座，邀請來自台灣各行業在其領域上有卓越成就的經營者，與大家分享經驗各行各業應怎樣做最精彩，並讓大家瞭解一個成功的經營者的思維與態度。第一場活動以電子商務大未來為主題，整個講座活動探討中小企業如何應用電子商務，創造出潛在商機，透過達人們的觀念啟發，協助中小企業在網路上能永續發展，走出一條新藍海之路。

2012/10/04 青年、活力、創業台灣！北中南東青年創業說明會 輪番上陣

為配合「三中一青希望工程」行動計畫，落實全民有感經濟，經濟部特結合行政院青輔會、勞委會及教育部等跨部會合作，規劃於北中南東辦理 4 場「青年創業說明會」，首場於 2012 年

10月4日結合「全球創業週啟動儀式」、「青年創業經驗分享座談」、「天使俱樂部 Demo Show」等活動，共同串聯台灣創業活動、推動創業風潮。後續為嘉惠中南部及東部青年，將於10月8日在台中、10月15日在高雄、11月2日花蓮接續舉行。

2012/10/15 經濟部「中小企業經營問題巡迴列車」起跑！

經濟部為有效協助中小企業與宣導政府政策，特別規劃於北、中、南、東4區舉辦「在地關懷—中小企業經營問題巡迴列車」。第1場活動於2012年10月15日啟動。本次活動除針對目前中小企業最常面臨的資金融通、行銷通路、資訊發展、人才培訓、品牌建立及節省成本等面向辦理專題講座外，現場更設置駐點顧問提供諮詢診斷輔導及相關政府資源介紹，以協助企業調整內部經營管理及行銷能力，提升企業之競爭力。經濟部將陸續於10月19日在台中、10月25日在台南、10月31在花蓮各舉辦一場「中小企業經營問題巡迴列車」活動，

2012/10/22 中小企業互助合作拼商機 發現互助合作無限可能—引爆中小企業新商機

為帶動中小企業互助合作，經濟部中小企業處舉辦「中小企業創新合作交流展暨商機媒合會」，本次商機媒合會於10月22日假高雄市舉行，會中邀集42家創意企業及5個實質輔導中小企業群共同展出，透過商品展售、合作交流大補帖座談及近百項特惠創意商品等活動，活動中並邀集特色企業共襄盛舉，帶動媒合商機，並分別以「雲端即時服務」、「成果經驗分享」、「創意商品展出」、「商機洽談專區」及「影音夢工廠」為主題，運用展銷活動促成體驗台灣中小企業創意合作及產品相互交流媒合。

2012/10/23 婦女創業菁英賽 15 強出爐 創投專家擔任評審 協助婦女企業導入創投資金

經濟部中小企業處主辦「2012年度婦女創業菁英賽」，業於10月18日舉辦決審活動，共有30家婦女企業進行簡報審查，並邀請創投高階經理人擔任評審委員，以投資、市場觀點，順利選拔出最具成長潛力的15強婦女創業菁英企業。

「婦女創業菁英賽」從6月即展開一系列甄選宣傳活動，共吸引74家婦女創業菁英企業參賽，邀請創投經理人或天使投資人擔任評審委員，以投資與市場觀點，選拔出15強婦女菁英企業，其中菁英組前三名之企業，將提供保障投資金額新台幣100萬元及頒發獎狀1面，6名佳作廠商則頒發獎狀1面；而新創組第一名之企業，將提供保障投資金額新台幣50萬元及頒發獎狀1面，其餘第2、第3名及3名佳作則頒發獎狀1面。

2012/10/31 台灣與斯洛伐克共同促進雙邊中小企業合作

洛伐克經濟部貿易總司長Branislav Javorek及貿易政策司長Vladimir Vilcek於10月25日拜會經濟部中小企業處，雙方就強化推動台灣與斯洛伐克雙邊中小企業合作進行意見交流。J總司長表示：斯洛伐克於加入歐盟後，經濟趨自由化，市場日漸開放，中小企業家數逐年成長；鑑於我國中小企業發展良好，乃藉由此次訪台交流機會，親自拜會中小企業處，瞭解及學習我中小企業政策作法，作為斯國發展中小企業之參考借鏡，也有助於強化台斯中小企業交流及合作。

2012/11/15 2012青年創業高峰會 15日熱鬧登場

經濟部中小企業處與美國考夫曼基金會(Kauffman Foundation)所發起之全球最大創業活動社群—「全球創業週」(GEW)合作，於11月15日在台北舉辦「2012青年創業高峰會」。活動特別邀集全球管理協會主席Dr. Harry G. Harris、美國天使基金協會執行長、歐洲育成聯盟(EBN)副總裁及法國工商會執行長等與青年創業者共同針對當前國內外創業創新之環境與挑戰、台灣青年創業契機及尋找台灣未來創業之星等議題進行討論，點燃台灣創業創新之火。

本高峰會透過國內外專家學者以專題演講、焦點對談及經驗分享等多元形式，探討當前中小企業創業關鍵成功因素，並將指出國際中小企業成功關鍵要訣，期望帶領有志創業者從全球角度看亞洲創業潛在能量，更從亞洲看見全球創業之未來，實務與理論兼具。

2012/11/14 中小企業處一路相伴 讓「Mini・群」飛起來

經濟部中小企業處於2012年6月開始推動「微型及個人事業支援與輔導」計畫，著重於提供知識密集型之微型及個人事業專屬服務與資源，建構系統化輔導服務支援體系，協助其掌握企業經營資訊及商機趨勢，以降低企業營運成本及風險，讓事業穩定發展，進而成長茁壯。期望能

營造開放的微型及個人事業經營環境，凝聚微型及個人事業群聚，提升事業經營附加價值，協助其永續經營發展。

經濟部中小企業處將於 12 月 3 日舉辦「Mini・群飛起來~微型企業及個人事業輔導成果發表演會」，會中將透過影片及座談方式，讓今年的輔導個案分享發展經驗，透過業者現身說法，分享其在接受輔導後所獲得的實質效益與心得。

2012/11/20 台歐簽署合作備忘錄 開啟我國育成國際新頁

為拓展我國育成中心與歐洲之合作關係，使我國育成邁向國際化，經濟部中小企業處於 2011 年與歐洲商業育成網絡（EBN）簽署合作備忘錄（MOU），在歷經一年運作並開展一系列互惠友好關係的基礎下，於 2012 年 11 月 14 日簽署為期一年的合作備忘錄，以延續並進一步拓展台歐雙方在創業育成、產學合作及商機媒合等相互合作關係。

MOU 所規範包括：成立軟著陸俱樂部（The Soft Landing Club）、台歐推薦育成中心積極參與；每年組團參與雙邊舉辦的年會、研討會或國際論壇；利用相關可行通訊管道交換台歐育成及產業資訊；以及符合雙方利益的專案計畫與執行等，未來將有效提升台灣育成中心及企業國際市場能見度。因此，中小企業處及 EBN 皆十分重視。另為使 MOU 之進行更為順暢，MOU 同時指定由「台灣全球化網絡」及社團法人中華創業育成協會作為雙方執行單位。

2012/11/19 「促進中小企業出口融資信用保證要點」自 101 年 11 月 19 日起實施

為協助有實際交易且具明確還款來源之中小企業取得出口資金融通，授信單位辦理中小企業出口融資之授信，得依本基金「促進中小企業出口融資信用保證要點」移送信用保證，並自 11 月 19 日起實施。

2012/11/22 OTOP 觀光特產展售活動「2012 台灣國際觀光特產展－OTOP 經典精粹展售會」

為提供台灣地方特色產業發表創商品與交流觀摩機會，經濟部中小企業處於 11 月 23 日至 26 日假台北世貿一館辦理「2012 台灣國際觀光特產展-OTOP 經典精粹展售會」，本次展售會主題為「經典精粹」，以台灣精粹・在地品味為號召，精選 60 家全台各鄉鎮地方特產廠商，區分為二大類好禮展售區（地方伴手區及文創好禮區），共展售 200 多項優質商品，包含曾獲得 OTOP 設計大賞及各鄉鎮特選十大伴手好禮等殊榮之地方好禮，期望透過本活動集合臺灣各地區之特色產業以及具有創新精神之中小企業，傳達台灣在地經典商品之意義與內涵，並帶動消費人數，為 OTOP（One Town One Product）廠商創造更多商機與行銷媒合的機會。

2012/11/27 婦女創業菁英賽頒獎 樹立婦女創業學習標竿

由經濟部中小企業處主辦的「101 年婦女創業菁英賽」係國內唯一選拔優秀婦女企業之競賽活動，藉由選拔婦女創業菁英，並提供參賽之優質婦女企業或團隊，深度輔導、創業籌資、商機媒合、廣宣加值等服務，樹立女性創業成功典範，以大帶小共同成長，進一步促進女性創業風潮。本屆分為菁英組與新創組競賽，共 74 家企業參選，經兩階段評審後，共選拔出 15 強婦女菁英企業，並於 11 月 17 日於台北世貿二館結合「Yes Taiwan 青年 活力 創業台灣成果展售會」舉辦頒獎典禮並公布前三名。

2012/12/04 2012「點亮！創鑫生活」群聚成果展 經濟部推動中小企業群聚創新優化方案 歡迎各界共襄盛舉

經濟部中小企業處自 2008 年起積極推動「中小企業群聚創新整合服務計畫」，提供國內中小企業技術研發、商品化、科技應用、創新營運模式、行銷及事業發展等全面輔導，為了讓更多中小企業受惠，經濟部中小企業處於 12 月 4 日在台北舉辦「點亮！創鑫生活」群聚成果展暨創新服務研討會，邀請標竿業者與專家學者分享成功案例及展示並進行知識交流，為中小企業競爭力開拓新局。會中將以「生活好聰明」、「生活好便利」與「生活好品質」等 3 個主題，分別展出在創新技術開發、創新科技應用及創新營運加值等 3 大領域代表性群聚成果。

2012/12/07 台灣好讚・心經濟」經濟部成果展即將盛大展開 花博公園爭艷館隆重登場

由經濟部舉辦的「台灣好讚・心經濟—2012 經濟部企業輔導成果展」，今日（7 日）在臺北市花博公園爭艷館盛大展出。本次展覽由經濟部整合所屬的 12 單位（工業局、貿易局、能源局、

標準檢驗局、商業司、技術處、台糖、台鹽、中油、台水、台電及中企處），將獨具台灣特色的優質商品、創新產品與最新的技術應用，進行為期三天(12/7-9 日)的展覽，讓民眾充分瞭解政府輔導成果以及拼經濟的決心。會場規劃有「微笑時尚區」、「金貿典範區」、「永續服務區」、「安心樂活區」、「服務體驗區」、「科技生活區」、「品味生活區」、以及「寶島精粹區」等 8 大主題展區以及各式各樣的「好禮」、「好吃」、「好用」、「好穿」、「好品」的活動展售攤位，提供優良商品的販售與好康活動與民眾一齊同樂，讓民眾透過多面向的經濟發展成果，充分感受注入台灣心能量的樂活體驗！

2012/12/11 推動「育成加速器及點子工場」成效亮眼

經濟部中小企處為協助中小企業加速連結中大型企業價值鏈及開拓商機，本（2012）年度遴選具發展潛力之優質企業，導入點子工場、業師陪伴、種子資金媒合及國際連結等「育成加速器」機制，年底精選 10 家表現傑出之菁英企業於 12 月 11 日舉辦「育成亮點企業表揚暨分享會」，由中小企業處葉雲龍處長頒發「育成加速卓越菁英企業獎座」予 10 家育成菁英企業暨育成中心團隊。

2012/12/22 2013 年度「提升景氣非中小企業專案貸款」將持續辦理

因應景氣並提供非中小企業融資需求與購置節能設備之優惠貸款，經濟部會銜財政部、中央銀行及金融監督管理委員會於 2012 年 12 月 19 日將「提升景氣金融機構辦理非中小企業專案貸款暨信用保證要點」延長辦理期限至明 2013 年底，並繼續運用由行政院國家發展基金管理會所提撥供本專案貸款保證所需之專款，非中小企業有融資需求者，可逕洽各金融機構辦理。「提升景氣非中小企業專案貸款」將由承貸金融機構提供新臺幣 3,000 億元之貸款總額度，供非中小企業週轉及資本性支出融資，考量非中小企業亦有擔保品不足之情形，本貸款亦規劃由中小企業信用保證基金(以下簡稱信保基金)運用國發基金所提撥之保證專款提供信用保證，其中短、中期週轉融資，為每一企業融資餘額最高 6 千萬元；資本性支出融資為每一企業融資總餘額最高 2 億元；而信用保證成數最高可達貸款額度之 7 成(限新貸，借新還舊貸款不予保證)，其中資金用途屬購置節能設備者，保證手續費從低以 0.5% 計收。

2013 年

2013/01/02 信保基金協助中小企業有成，2012 年協助中小企業取得融資金額將逾 1 兆 1 千億餘元，再創新高

截至 101 年 11 月底信保基金累計承保件數逾 479 萬件，保證金額 6 兆 9,652 億元，協助取得融資金額 9 兆 7,629 億元，協助中小企業家數計 320,053 家，平均每年協助 12~13 萬家中小企業取得融資，穩定約 150 萬個就業機會，對降低國內失業率，減緩中小企業遭受外在環境變動之衝擊，發揮具體成效。

2013/02/19 協助中小企業育成創新 帶動新興產業加速發展

經濟部中小企業處於 1 月 29 日舉辦「2013 年度育成中心簽約暨新興產業加速育成計畫說明會」，分別針對「新興產業加速育成計畫」，「青年築夢創業啟動金貸款計畫」及「中小企業創新服務憑證計畫」進行說明。

2013 年度除持續辦理補助育成中心各項計畫，並針對育成中心評鑑機制與未來育成中心補助辦法進行精進作業，規劃推動育成拔尖及分級分類補助之政策目標，以更強化育成中心能量及營運模式，進而培育更多新創中小企業，並結合新興產業發展趨勢持續帶動國內產業創新發展。

2013/03/06 經濟部中小企業處與美商英特爾簽訂合作意向書 共同推動創新創業

經濟部中小企業處將於 2013 年推動「新興產業加速育成計畫」，並與美商英特爾(Intel)合作於 3 月 6 日在經濟部簽署合作意向書，在外交部、美國在台協會等共同見證下，共同推動台灣創新創業發展。

雙方後續將於 8 月 13 至 14 日在台北喜來登大飯店舉辦「APEC 創業加速器領袖高峰會」。會議期間除邀集來自亞太區域的國際級創業大師、團隊、企業及顧問等產官學研各界專家學者共同參與外，與賽的優秀創業團隊，更有機會獲得 Intel 資助至美國參加 Intel

2013/04/06 經濟部中小企業處推動新興產業加速器 促成工研院與美 WSGR 及亞歷桑納大學簽署合作意向書 共同推動創新創業

今日(台灣時間 4/9)在經濟部中小企業處、EBN、上海、香港、新加坡等育成專業人士的見證下，工研院與美國亞歷桑納州立大學、WSGR(Wilson Sonsini Goodrich & Rosati)於美國波士頓簽署合作意向書，未來將攜手合作，將國外能量帶入國內，提升中小企業全球競爭力，不但將促進國內外經驗交流，且將為台美企業搭起國際橋樑，為雙方產業找尋更多的出海口。

在經濟部中小企業處的見證下，工研院與美國 WSGR 及亞歷桑納州立大學簽署合作意向書，將協助台灣產業智權專利及技術協助，並擴展台灣中小企業在美國的市場能量。

2013/04/26 2013 創業台灣計畫點亮青年創業之星

4 月 26 日於台北舉辦「2013 創業台灣啟動儀式」，活動參與非常踴躍，超過五百名對創業創新充滿熱情的民眾，共同見證台灣的創業熱情與精神。配合政府組織改造，經濟部中小企業處於 2013 年整併青輔會青年創業輔導服務，除整合能量打造創業服務單一窗口外，並推動台灣創業服務引擎，積極優化創業環境，讓所有的創業好事盡在台灣。為讓民眾瞭解政府創業計畫資源，4 月 26 日啟動儀式由產官界菁英領袖共同宣示五大「創業好事」的政策利多，包括「紮實有料創業課程」、「婦女創業陪伴加值」、「創業貸款財務協助」、「育成加速創業卓越」、「新創事業輔導加值」。

2013/04/29 全國育成中心會師 再創台灣育成新契機

由經濟部中小企業處主辦，財團法人工業技術研究院執行之 2013 年度全國育成中心交流會，於 4 月 29、30 日於國立宜蘭大學舉行，本活動邀請全國育成中心相關從業人員、新創團隊與對創新創業有興趣之人士等與會，透過育成政策說明、專題演講與經驗交流，使與會者更瞭解台灣育成未來推動方向，以及所面臨之挑戰與利基，並藉此擴大台灣對創業育成體系的關注，進一步將豐沛的創業育成活力推廣至國內外。

本次活動，希冀育成相關從業人員經過兩天一夜的交流，能對育成中心的營運激發新的思維與動力，有效地連結國內各區資源，同時能與本處輔導體系所推動的相關計畫結合，如今年推動的新興產業育成加速育成計畫，運用其建立的歐美、亞洲及新興市場之國際育成平台，連結人才、資源、市場，創造商業媒合機會，持續落實我國發展特色育成與接軌國際之方向邁進。

2013/05/28 經濟部中小企業處建立台歐育成加速合作平台為台灣育成企業擴展歐洲市場能量

在經濟部中小企業處葉處長雲龍與荷蘭海牙市副市長 Mr. Henk Kool 的見證下，台灣工研院、交通大學、中原大學與荷蘭「台灣企業國際化協助網絡」(Taiwan Globalization Network, 簡稱 TGN) 於本(2013)年 5 月 27 日(歐洲時間)於荷蘭海牙簽署合作備忘錄，未來將建立台歐育成加速合作平台，協助台灣育成企業打入國際產業供應及價值鏈，擴展歐洲市場能量。

2013/05/28 2013 台灣・東北中小企業商機合作商談會

為協助國內中小企業尋找高階技術來源，台日合作平台特別鎖定精密機械製造、半導體等台灣重點發展科技，透過與日本東北經濟連合會、東北創投與新鴻創投合作，精選 8 家日本優質中小企業來台，於 5 月 28 日於台北，進行產品技術發表，並與台灣企業一對一媒合洽談，共商合作契機。本次發表技術內容包括：世界最小型的遊星式齒輪減速機、雷射精密加工技術、多用途半導體檢測設備，以及與東北大學共同開發的微機電元件開發技術等。

2013/06/20 育成典範研習 北中南接續上場

為使育成相關從業人員具備更創新、跨域及前瞻的思維，經濟部中小企業處於 6 月 21 日、7 月 30 日及 8 月 23 分別於北、中、南區舉辦「102 年育成典範研習暨職能精進研討會」，研習內容除規劃「育成職能精進課程」外，並安排「育成典範研習」及「創新創意點子工作坊」等多面向課程，透過研習、交流與觀摩國內外育成培育之典範案例之方式，強化育成從業人員基礎與專業知識，並提昇自我職能。

附錄 8 資料來源及參考文獻

中文部分

1. UPS (2010) , 《UPS 亞洲商業監察 2010 總摘要》, 美商 UPS 。
2. 中央銀行, 《公營企業資金狀況調查結果報告》, 2012 年 12 月。
3. 中央銀行, 《直接金融與間接金融存量分析》, 2013 年 4 月。
4. 文化部 (2013) , 102 年度施政計畫。
5. 王連常福等 (2012) , 經濟部服務業輸出推動策略規劃計畫, 經濟部投資業務處委託研究。
6. 交通部觀光局 (2013) , 102 年度重要施政計畫。
7. 安德茂、彭亞利(2012) , 〈亞洲新興市場中產階級之崛起〉, 《KPMG 公司電子報》, 1-4 頁。
8. 朱炎(2010) , 〈台日企業策略聯盟：新方向與新策略〉, 徐斯勤、陳德昇編著《台日商大陸投資策略聯盟》, INK 出版公司。
9. 江誠榮(2007) , 策略聯盟之意義與綜效, 工業月刊, 231 。
10. 行政院 (2010) , 十大重點服務業之推動。
11. 行政院 (2012) , 三業四化具體行動計畫。
12. 行政院主計總處, 《人力資源統計月報》原始資料, 2012 年。
13. 行政院主計總處, 《台灣地區人力運用調查》原始資料, 2011 年、2012 年。
14. 行政院國家科學委員會, 《中華民國科學技術統計要覽》, 2012 年版。
15. 行政院勞工委員會職業訓練局, 2013 年 4 月。
16. 行政院勞委會職業訓練局, 〈100 年職業訓練概況調查報告〉。
17. 行政院經建會, 《台灣景氣指標》, 2013 年 5 月。
18. 行政院經濟建設委員會 (2009) , 「服務業發展綱領及行動方案」執行成果及檢討。
19. 行政院經濟建設委員會(2009) , 服務業發展方案。
20. 行政院經濟建設委員會(2012) , 傳統產業維新方案。
21. 行政院經濟建設委員會(2013) , 自由經濟示範區規劃方案。
22. 行政院經濟建設委員會網站, <http://www.cepd.gov.tw> 。
23. 吳惠林 (1994) , 《台灣經濟如何擁有輝煌燦爛的明天- 和平、合作、繁榮》, 正中書局。
24. 吳惠林 (2006) , 〈論台商如何因應兩岸經貿的演化〉, 《建華金融季刊》, 34 , 頁 1-34 。
25. 吳惠林、吳明澤、杜英儀 (2008) , 台灣中小企業合作模式之演變, 中小企業發展季刊, 10 , pp.135-154 。
26. 吳惠林、周添城 (1998) , 〈試揭台灣中小企業之謎〉, 《企銀季刊》, 11 (3) , 頁 60-71 。
27. 金融監督管理委員會, 「本國銀行對中小企業放款餘額統計表」。
28. 金融監督管理委員會銀行局, 《金融業務統計輯要》第 411 期, 2012 年。

29. 金融監督管理委員會銀行局，統計資料庫動態查詢系統，2013 年。
30. 范惟翔與陳正源（2008），策略聯盟之類型、互動機制與聯盟績效之結構化模式分析：台灣製藥廠之驗證，中華管理評論，11：2，pp.1-27。
31. 孫慶龍（2011），〈台商不可不知的南向策略〉，《貿易雜誌》，No.243，22-25 頁。
32. 財政部，《進出口貿易統計》，<http://www.mof.gov.tw>。
33. 財政部財稅資料中心，營利事業所得稅申報原始資料。
34. 財政部財稅資料中心，營業稅徵收統計原始資料，歷年。
35. 陳律睿、李文瑞、陳世傑（2009），中小企業聯盟關係與聯盟績效影響因素之研究，中華管理評論，12：3，pp.1-27。
36. 陳振成（2008），淺析虛擬聯盟中信任關係的構建與維繫，工業技術經濟，27：10，pp.50-52。
37. 黃銘章與楊淑珍（2003），策略聯盟之資源構形與競爭優勢關係之研究，中華管理學報，第 4 卷第 2 期，pp.57-75。
38. 經濟部（2011），經濟部 2020 年產業發展策略。
39. 經濟部（2012），2012 全國產業發展會議。
40. 經濟部（2012），經濟部服務業發展藍圖。
41. 經濟部（2013），經濟部 2013 年度施政計畫。
42. 經濟部工業局（2012），《2012 年度資訊服務業發展計畫成果彙編》。
43. 經濟部中小企業處（2012），《管理顧問業策略聯盟輔導成果案例集》。
44. 經濟部中小企業處網站：<http://www.moeasmea.gov.tw/mp.asp?mp=1>
45. 經濟部投資業務處(2012)，《中國大陸投資環境簡介》，經濟部。
46. 經濟部投資業務處(2012)，《印尼投資環境簡介》，經濟部。
47. 經濟部投資業務處(2012)，《印度投資環境簡介》，經濟部。
48. 經濟部投資業務處(2012)，《泰國投資環境簡介》，經濟部。
49. 經濟部投資業務處(2012)，《馬來西亞投資環境簡介》，經濟部。
50. 經濟部投資業務處(2012)，《菲律賓投資環境簡介》，經濟部。
51. 經濟部投資業務處(2012)，《越南投資環境簡介》，經濟部。
52. 經濟部投資業務處(2012)，《新加坡投資環境簡介》，經濟部。
53. 經濟部能源局，石油資訊系統
54. 經濟部能源局網站：<http://www.moeaboe.gov.tw>
55. 經濟部國貿局網站：<http://www.trade.gov.tw/>。
56. 經濟部統計處，《製造業經營實況調查報告》，2012 年。
57. 經濟部統計處網站，<http://www.moea.gov.tw/>。
58. 靖心慈（2004），服務貿易之定義，中華經濟研究院(台灣 WTO 中心)。

59. 靖心慈等（2011），我國服務業因應區域服務貿易自由化之策略研析，經濟部國際貿易局／外交部委託研究。
60. 劉家瑜（2011），〈新興平價商機大檢閱〉，《貿易雜誌》，No.246，19-20 頁。
61. 劉家瑜（2011），〈優質平價商機湧現〉，《貿易雜誌》，No.246，16 頁。
62. 劉家瑜(2013)，〈前進市場，戰鬥力再升級〉，《貿易雜誌》，No.260，13-14 頁。
63. 劉麗惠（2013），〈正確選、育，優化人才力〉，《貿易雜誌》，No.260，30-31 頁。
64. 鄧詩韻、陳炳宏、黃協弘（2006），《網際網路服務供應商運用策略聯盟之研究》，傳播與管理研究，6：1，pp.50-79。
65. 盧奇・夏瑪(2012)，《誰來拯救全球經濟？》，商周出版。
66. 謝謂君與歐陽忻憶（2012），〈觀光異業結盟策略之探討〉，《研考雙月刊》，36:5，pp.131-137。
67. 藍科銘(2012)，《閃耀東協：菲律賓與印尼》，外貿協會。

外文部分

日 文

1. あづさ監査法人(2012)，《中堅・中小企業のアジア進出ガイドブック》，中央經濟社。
2. 伊藤信悟（2010），《「チャイワン」は日本企業の脅威か？台灣の中国活用型成長戦略》，みずほ 合研究所。
3. 山倉健嗣（2001），〈アライアンス・アウトソーシング論の現在—90 年代以降の文献展望—〉，《組織科》，Vol.35，No.1，81-95 頁。
4. 新田浩之(2012)，〈小規模企業も海外ビジネスに活路〉，《ジェトロセンサー》，ジェトロ，52-53 頁。
5. 中小企業基盤整備機構經營基盤支援部(2012)，《平成 24 年度中小企業海外事業活動態調査》，中小企業基盤整備機構。
6. 日本貿易振興機構(2012)，《ジェトロ世界貿易投資報告》，日本貿易振興機構(ジェトロ)。

英 文

1. ADB (2013) , Asian Economic Integration Monitor MARCH 2013 。
2. Chang, S.-C., Chen, S.-S., & Lai, J.-H. (2008) "The wealth effect of Japanese-US strategic alliances," *Financial Management*, Vol.37, No.2, pp. 271-301.
3. Chen, Z. (2003). A theory of international strategic alliance. *Review of International Economics*, 11(5).
4. Geringer, J. M., & Hebert, L.(1989) "Control and performance of international joint

- ventures,” *Journal of International Business Studies*, 20(2), pp. 235-254.
5. Global Insight Inc., Global Insight’s Comparative World Overview, May 2013。
 6. Harrigan, K. R. (1988)“Strategic alliances and partner asymmetries,” *Management International Review*, 28(2), pp. 53-72.
 7. IMF, *Fiscal Monitor*, April 2013.
 8. Jim O’Neill(2001) *Global Economics Paper No. 66: Building Better Global Economic BRICs*, Goldman Sachs Global Research Centres.
 9. Kang, N.-H., & Sakai, K. (2000)“International strategic alliances: Their role in industrial globalization,”OECD working paper.
 - 10.Killing, J. P. (1983)“How to make a global joint venture work,” *Harvard Business Review*, 60(3), pp. 120-127.
 - 11.Kotabe, M., Teegen, H., & Aulakh, P. S.(2000)“Strategic alliances in emerging Latin America: A view from Brazilian, Chilean, and Mexican Companies,” *Journal of World Business*, 35(2), pp. 114-132.
 - 12.Oster, S. M. (1994) *Modern Competitive Analysis* (2 ed.), New York: Oxford University Press.
 - 13.Parkhe, A. (1998). Building Trust in International Alliances.
 - 14.Porter, M. E., & Fuller.(1985) *Competition on Global Industries*, MA: Harvard Business Press.
 - 15.WELLS FARGO Small business survey topline(2013)。
 - 16.Wernerfelt, B.(1984) “A resource-based view of the firm,” *Strategic Management Journal*, Vol. 5, pp. 171-180.
 - 17.Williamson, O. E. (1985) *The Economics Institutions of Capitalism: Firms, Markets, Relational Contracting*, New York : The Free Press .
 - 18.Woodley, J. A.(2006)“Re-visiting control in international strategic alliances,” *Journal of Asia-Pacific Business*, 7(1), pp. 81-97.
 - 19.WTO (2012) , International Trade Statistics 2012。