

2022

中小企業白皮書



部長序

COVID-19 疫情自 2020 年初持續影響並左右全球各項經濟活動與成長。所幸 2021 年由於疫苗研發成效與接種普及，國際間主要國家經濟多轉向穩健復甦。而臺灣總體經濟因防疫有成，且受惠於國際貿易活絡及國內投資持續成長，行政院主計總處公布 2021 年臺灣經濟成長率達 6.57%，創 11 年來新高紀錄。

2021 年臺灣中小企業家數超過 159 萬家，占全體企業達 98% 以上，創歷年新高；中小企業就業人數為 920 萬人，占全國就業人數維持 8 成以上。另中小企業銷售額超過 26 兆元，占比超過 5 成，其中，中小企業銷售額近 9 成來自內銷市場。此外，2021 年臺灣國際貿易及國內投資增加，使得中小企業內銷額及出口額表現亮眼，出口額之年增率更達到 2 成 5，顯示中小企業對活絡臺灣經濟與就業市場扮演重要角色，為經濟穩健發展的基石。

2022 年《中小企業白皮書》分為三大篇，分別呈現「中小企業營運動向」、「中小企業專題研析」，以及「中小企業政策與措施」。其中第二篇專題為「2021 年臺灣中小企業數位轉型現況及需求調查」，探討中小企業數位轉型的現況，以及數位轉型的重點。

疫情加速數位時代的興起，改變以往傳統的商業模式及市場樣態，企業急需加速數位化，才能因應市場趨勢。大企業已紛紛投入數位轉型保持成本優勢，中小企業亦應積極推動數位轉型，拓展新市場商機。本年度專題研究企業面臨市場環境變動時，如何透過推動數位轉型作法，調整企業內部經營模式與市場布局，並歸納中小企業數位轉型面臨的問題及建議，協助中小企業找到適合的數位化工具及方向。重要研究發現，中小企業主要面臨「缺乏數位技能和人才」

的挑戰，期望多參與政府的人才培育課程，解決數位人才缺乏的問題。此外，目前超過半數企業仍使用基礎文書處理為主要數位化工具，期望未來投入更多資源在數據分析、客戶體驗服務、雲端整合系統等進階商業運用，政府亦持續協助中小企業推動數位轉型，調整內部營運模式，提升整體競爭力。

本書除作為政府資訊流通、學術研究及國際交流外，並提供企業經營參考，期有助於各界瞭解我國中小企業。最後，對本年度白皮書編審委員及所有參與人員的投入表示感謝，也期待各界不吝惠賜寶貴意見，以供改進參考，讓本書未來編撰內容更加精進完善。

經濟部部長

王美花

謹識

2022 年 10 月

目 錄

部長序	1
目 錄	3
凡 例	6
圖 次	7
表 次	10
提 要	13

第一篇

中小企業營運動向

第 1 章	總體經濟環境變化.....	20
	第 1 節 全球總體經濟環境變化	20
	第 2 節 臺灣總體經濟環境變化	30
第 2 章	中小企業發展動向.....	40
	第 1 節 中小企業整體經營情勢	40
	第 2 節 女性企業主經營現況	56
	第 3 節 中小型商業經營概況	60
	第 4 節 中小企業研發經費概況	64
第 3 章	中小企業財務概況與資金融通.....	66
	第 1 節 中小企業整體財務概況	66
	第 2 節 中小企業財務比率概況	70
	第 3 節 中小企業資金融通	73
第 4 章	中小企業人力資源.....	78
	第 1 節 中小企業勞動力運用	78
	第 2 節 中小企業勞動條件	92

第 5 章	因應經濟環境變化之對策	97
第 1 節	因應經濟環境變化之政府對策	97
第 2 節	中小企業可能的挑戰與發展方向	105

第二篇

中小企業專題研析

第 6 章	2021 年臺灣中小企業數位轉型現況及需求調查	110
第 1 節	數位轉型對中小企業的重要性	110
第 2 節	中小企業數位轉型調查	113
第 3 節	中小企業數位轉型現況分析	117
第 4 節	小結	146

第三篇

中小企業政策與措施

第 7 章	完善財務融資服務與增進投資	152
第 1 節	財務與融資協處服務	153
第 2 節	中小企業融資信用保證	155
第 3 節	強化投資中小企業及多元籌資管道	164
第 8 章	促進升級轉型與提升研發能量	167
第 1 節	促進中小企業數位轉型	168
第 2 節	提升中小企業數位應用能力	170
第 3 節	協助企業經營體質創新發展	171
第 4 節	輔導淨零轉型促進綠色成長	172
第 5 節	技術升級與增進創新研發能量	174

第 9 章 建構創新創業及育成加速機制.....178

第 1 節 整合網實系統完備創育生態系 179

第 2 節 強化創育支持系統動能 180

第 3 節 優化場域策略接軌國際 184

第 10 章 深耕城鄉產業及掌握市場商機.....186

第 1 節 推動城鄉產業群聚發展 187

第 2 節 提升中小企業行銷效能 189

第 3 節 中小企業商機媒合與出口拓銷 190

第 11 章 中小企業其他相關支援.....194

第 1 節 協助中小企業輔導經費 195

第 2 節 精進中小企業法制環境 197

第 3 節 參與國際中小企業事務及活動 199

第 4 節 培育中小企業人才 201

第 5 節 獎勵績優卓越經營典範 204

附 錄

附錄 1 中小企業主要相關法令.....208

中小企業發展條例 208

中小企業認定標準 217

附錄 2 中小企業統計表.....219

附錄 3 2021 年中小企業傑出獎項得獎名錄.....249

附錄 4 中小企業融資服務窗口.....253

附錄 5 中小企業政策性專案貸款.....255

附錄 6 區域及各縣市中小企業服務中心.....256

附錄 7 主要國家中小企業發展情勢.....257

附錄 8 資料來源及參考文獻.....262

凡 例

1. 自 2007 年起，依據〈中華民國第 8 次修訂之行業標準分類〉調整行業別，此次修訂之行業類別由 16 大類增至 19 大類；自 2012 年起則依據〈中華民國第 9 次修訂之行業標準分類〉；自 2017 年起則依據〈中華民國第 10 次修訂之行業標準分類〉。相同名稱之行業，其細項類別增刪、更名或移往其他業別，可能無法完全對應，因此應用、比較歷年資料時，須注意行業變動。
2. 本書所稱之中小企業，除特別加註說明外，2020 年及 2021 年相關統計，係依據 2020 年 6 月 24 日修正之〈中小企業認定標準〉加以定義：實收資本額在新臺幣 1 億元以下，或經常僱用員工數未滿 200 人者。2019 年相關統計，係依據 2015 年 3 月 30 日修正之〈中小企業認定標準〉加以定義：製造業、營建工程業、礦業及土石採取業實收資本額在新臺幣 8 千萬元以下，或經常僱用員工數未滿 200 人者；其他行業前一年營業額在新臺幣 1 億元以下，或經常僱用員工數未滿 100 人者。
3. 本書企業家數、銷售額、內銷額及出口額之統計資料，整理自財政部財政資訊中心營業稅徵收原始資料；共同比資產負債表及損益表之統計資料，整理自財政部財政資訊中心營利事業所得稅申報資料，皆以資本額或營業額定義中小企業。就業及受僱人數統計資料，整理自行政院主計總處人力資源調查統計原始資料，以員工數定義中小企業。上述統計資料以最新可取得之完整年度為主，因此所分析之資料期間與書名所載年份不同，如營業稅徵收原始資料及人力資源調查統計原始資料為落後 1 年，營利事業所得稅申報資料為落後 2 年，應用資料時，需注意時間及來源。
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. 本書使用政府相關單位所發布的統計及調查資料，以 2022 上半年發布最新資料為主。各單位於 2022 上半年發布最新各類資料，其數據的截止時間不同。
6. 本書數字由於尾數採 4 捨 5 入進位，總計數字可能不等於各細項數字之和，或各項比率總計數字可能不等於 100%。
7. 本書統計資料所用符號，於第 4 章代表意義如下：「0」表示數值不及一單位；「-」表示無數值。
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 1-2-1	近年臺灣經濟成長率	30
圖 1-2-2	近期臺灣景氣對策信號.....	32
圖 1-2-3	近年臺灣製造業／非製造業採購經理人指數	33
圖 1-2-4	2021 年臺灣主要出、進口商品占比	35
圖 1-2-5	近年臺灣躉售物價指數及消費者物價指數年增率	38
圖 2-1-1	2020 年及 2021 年中小企業家數行業分布	43
圖 2-1-2	2021 年企業內外銷比率－按規模別	44
圖 2-1-3	2020 年及 2021 年中小企業銷售額行業分布	45
圖 2-1-4	2020 年及 2021 年中小企業出口額行業分布	47
圖 2-1-5	2021 年中小型製造業出口額行業分布	47
圖 2-1-6	2021 年出口區域金額占比－按規模別	48
圖 2-1-7	2020 年及 2021 年新設中小企業家數行業分布	50
圖 2-1-8	2021 年中小企業地區及主要縣市家數分布情形	53
圖 2-1-9	2021 年區域就業人數分布－按中小企業就業者主要工作地點	56
圖 2-2-1	2021 年銷售額之內外銷比率－按規模別及企業主性別	57
圖 2-2-2	2021 年中小企業家數行業分布－按企業主性別	58
圖 2-3-1	2021 年批發業在經營上遭遇的困境－按規模別（複選）	61
圖 2-3-2	2021 年零售業在經營上遭遇的困境－按規模別（複選）	62
圖 2-3-3	2021 年餐飲業在經營上遭遇的困境－按規模別（複選）	63
圖 2-3-4	2021 年餐飲業未來營運發展計畫－按規模別（複選）	63
圖 2-4-1	2011 年至 2020 年研發經費比率－依執行部門別	64
圖 2-4-2	2011 年至 2020 年中小企業研發經費概況	65
圖 3-2-1	2020 年底企業短期流動性－按規模別	70
圖 3-2-2	2020 年底企業長期安定性－按規模別	71
圖 3-2-3	2020 年企業經營能力－按規模別	72

圖 3-2-4	2020 年企業獲利能力－按規模別.....	73
圖 3-3-1	2004 年至 2021 年 5 大銀行新承做放款平均利率	74
圖 3-3-2	2004 年底至 2021 年底臺灣一般銀行對中小企業放款情況	75
圖 4-1-1	2020 年及 2021 年中小企業就業人數行業分布	80
圖 4-1-2	2020 年及 2021 年中小企業受僱人數行業分布	80
圖 4-1-3	2020 年及 2021 年中小企業就業者及受僱者年齡結構	81
圖 4-1-4	2020 年及 2021 年中小企業就業者及受僱者性別結構	82
圖 4-1-5	2020 年及 2021 年中小企業就業者及受僱者學歷結構	82
圖 4-1-6	2012 年至 2021 年自營作業者人數變化	86
圖 6-2-1	中小企業數位轉型需求調查目的	115
圖 6-2-2	中小企業數位轉型需求問卷架構	115
圖 6-3-1	中小企業希望透過數位轉型達成的目的各項比率	118
圖 6-3-2	中小企業在營運工作上目前／預計使用的數位化工具的各項比率	118
圖 6-3-3	中小企業進行數位轉型時遭遇的挑戰各項比率	119
圖 6-3-4	中小企業進行數位轉型時所需的資源協助各項比率	120
圖 6-3-5	批發及零售業希望透過數位轉型達成的目的各項比率	121
圖 6-3-6	批發及零售業在營運工作上目前／預計使用的數位化工具各項比率	122
圖 6-3-7	批發及零售業進行數位轉型時遭遇的挑戰各項比率	122
圖 6-3-8	批發及零售業進行數位轉型時所需的資源協助各項比率	123
圖 6-3-9	住宿及餐飲業希望透過數位轉型達成的目的各項比率	125
圖 6-3-10	住宿及餐飲業在營運工作上目前／預計使用的數位化工具各項比率	125
圖 6-3-11	住宿及餐飲業進行數位轉型時遭遇的挑戰各項比率	126
圖 6-3-12	住宿及餐飲業進行數位轉型時所需的資源協助各項比率	127
圖 6-3-13	金屬製品製造業希望透過數位轉型達成的目的各項比率	129
圖 6-3-14	金屬製品製造業在營運工作上目前／預計使用的數位化工具各項比率 .	130
圖 6-3-15	金屬製品製造業進行數位轉型時遭遇的挑戰各項比率	130
圖 6-3-16	金屬製品製造業進行數位轉型時所需的資源協助各項比率	131

圖 6-3-17	機械設備製造業希望透過數位轉型達成的目的各項比率	133
圖 6-3-18	機械設備製造業在營運工作上目前／預計使用的數位化工具各項比率	134
圖 6-3-19	機械設備製造業進行數位轉型時遭遇的挑戰各項比率	135
圖 6-3-20	機械設備製造業進行數位轉型時所需的資源協助各項比率	135
圖 6-3-21	電子零組件製造業希望透過數位轉型達成的目的各項比率	138
圖 6-3-22	電子零組件製造業在營運工作上目前／預計使用的數位化工具各項比率	139
圖 6-3-23	電子零組件製造業進行數位轉型時遭遇的挑戰各項比率	139
圖 6-3-24	電子零組件製造業進行數位轉型時所需的資源協助各項比率	140
圖 6-3-25	農業希望透過數位轉型達成的目的各項比率	142
圖 6-3-26	農業在營運工作上目前／預計使用的數位化工具各項比率	143
圖 6-3-27	農業進行數位轉型時遭遇的挑戰各項比率	143
圖 6-3-28	農業進行數位轉型時所需的資源協助各項比率	144
圖 6-4-1	中小企業數位轉型現況分群	147
圖 6-4-2	中小企業數位轉型資源－整合資源方案	149
圖 6-4-3	中小企業數位轉型資源－雲世代產業資源	149
圖 7-0-1	中小企業財務融通措施架構	152
圖 8-0-1	促進中小企業升級轉型輔導策略架構	167
圖 9-0-1	中小企業創業育成措施架構	178
圖 10-0-1	推動中小企業城鄉產業發展及拓展海內外市場措施架構	186
圖 11-0-1	中小企業其他相關支援架構	194

表次

表 1-1-1	全球主要國家經濟成長表現及重要總體經濟指標	21
表 1-2-1	近年臺灣商品貿易概況.....	34
表 1-2-2	2021 年臺灣主要商品貿易進出口概況	35
表 1-2-3	2021 年臺灣主要貿易國家進出口概況	36
表 2-1-1	2020 年及 2021 年企業家數、銷售額、就業及受僱人數規模別概況..	41
表 2-1-2	2020 年及 2021 年中小企業產業部門概況	42
表 2-1-3	2020 年及 2021 年中小企業家數及銷售額變動概況.....	46
表 2-1-4	2021 年新設企業家數及銷售額－按規模別	49
表 2-1-5	2021 年新設中小企業家數及銷售之產業部門概況	49
表 2-1-6	2021 年新設企業家數及銷售額與比率－按行業別及規模別	50
表 2-1-7	2021 年企業家數及比率－按經營年數及規模別	51
表 2-1-8	2021 年企業家數及比率－按組織型態及規模別	52
表 2-1-9	2021 年區域企業家數及銷售額－按規模別	53
表 2-1-10	2021 年六都企業家數及銷售額－按規模別	54
表 2-1-11	2021 年區域中小企業家數分布－按行業別	55
表 2-2-1	2021 年企業家數及銷售之規模別概況－按企業主性別	57
表 2-2-2	2021 年中小企業家數－按經營年數及企業主性別	59
表 2-2-3	2021 年中小企業家數－按組織型態及企業主性別	59
表 2-2-4	2021 年新設中小企業家數及銷售－按企業主性別	60
表 3-1-1	2020 年底共同比資產負債表－按規模別.....	67
表 3-1-2	2020 年底中小企業共同比資產負債表－按行業別	67
表 3-1-3	2020 年度共同比損益表－按規模別.....	69
表 3-3-1	2020 年底企業負債結構－按規模別.....	74
表 3-3-2	2021 年底對中小企業放款餘額前 10 大銀行.....	76
表 3-3-3	2020 年底及 2021 年底對中小企業放款占比前 10 大銀行	76

表 3-3-4	2020 年底及 2021 年底對中小企業放款餘額前 10 大民營銀行	77
表 3-3-5	2020 年底及 2021 年底對中小企業放款餘額前 3 大外國銀行	77
表 4-1-1	2020 年及 2021 年臺灣就業及受僱人數規模別概況	79
表 4-1-2	2021 年我國就業人數區域分布	83
表 4-1-3	2021 年我國受僱人數區域分布	84
表 4-1-4	2020 年及 2021 年雇主屬性－按規模別	85
表 4-1-5	2020 年及 2021 年自營作業者屬性	86
表 4-1-6	2020 年及 2021 年失業者屬性－按規模別	88
表 4-1-7	2020 年及 2021 年離開前職理由－按規模別	89
表 4-1-8	2017 年至 2021 年企業移工在臺人數－按規模別	90
表 4-1-9	2020 年及 2021 年就業者全日工作及部分工時勞工運用概況－按規模別 ..	91
表 4-1-10	2020 年及 2021 年臨時性或派遣人力使用狀況－按規模別	92
表 4-2-1	2021 年有職工作者行業別人數及主要工作每週工時－按規模別	93
表 4-2-2	2021 年有酬就業者各行業人數及平均主要工作收入－按規模別	94
表 4-2-3	事業單位預計 2022 年 7 月底較 4 月底僱用人力增減情形	96
表 5-1-1	「臺灣 2050 淨零轉型策略」重點內容	98
表 5-1-2	「因應 COVID-19 疫情紓困振興措施」重點內容	100
表 5-1-3	「投資臺灣 3 大方案」重點內容	102
表 5-1-4	「亞洲·矽谷 2.0 推動方案」推動策略與重點內容	103
表 5-1-5	「六大核心戰略產業推動方案」推動策略方向	104
表 6-1-1	數位轉型定義 4 個重要內涵	111
表 6-1-2	數位轉型對企業之重要意義	113
表 6-2-1	調查樣本分布－2021 年臺灣中小企業轉型現況調查	116
表 7-2-1	2017 年至 2021 年信保基金承保情形－中小企業基金	156
表 7-2-2	2017 年至 2021 年信保基金承保情形－全體案件	156
表 7-2-3	截至 2021 年上市、上櫃及興櫃企業在屬中小企業階段曾運用信保家數	157
表 7-2-4	信保基金相對保證專案一覽表	158

表 8-5-1	「小型企業創新研發計畫」及「地方產業創新研發推動計畫」說明	174
表 8-5-2	經濟部 SBIR「一般型計畫」及「主題式聯盟計畫」說明	174
表 8-5-3	「產業升級創新平台輔導計畫」執行項目	176
表 8-5-4	「A+企業創新研發淬鍊計畫」執行項目	176
表 8-5-5	「傳統產業技術創新推動作法」執行項目	177
表 9-2-1	經濟部中小企業處自設育成中心之聚焦培育領域	181
表 11-1-1	2020 年及 2021 年經濟部輔導中小企業之資源經費	196
表 11-1-2	2021 年由政府出資之中小企業專案貸款	196

提 要

本（2022）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，闡述中小企業營運狀況與發展趨勢；第二篇中小企業專題研析，針對當前中小企業發展相關的重要議題進行分析探討，並擬具因應策略；第三篇中小企業政策與措施，介紹政府相關單位中小企業的各项輔導政策與措施，作為中小企業經營與創新之參考。

第一篇 中小企業營運動向

本篇含括 5 章，分別闡述 2021 年及 2022 年上半年總體經濟環境變化、臺灣中小企業現況與發展，以及因應經濟變化的企業及政府對策等，內容簡述如下：

第 1 章 總體經濟環境變化

- COVID-19（嚴重特殊傳染性肺炎）自 2020 年初大爆發以來，對全球各項經濟活動造成嚴重影響。2021 年因疫苗研發與接種之成效逐漸呈現，主要國家多由經濟衰退轉向穩健復甦，全球經濟復甦，成長率達 5.81%；臺灣受惠全球景氣復甦、國際貿易暢旺，以及國內投資持續成長，經濟成長率高達 6.57%。
- 臺灣 2021 年經濟成長模式呈現外熱內溫。國內需求因疫情影響消費動能，民間消費負貢獻 0.15 個百分點，而國內投資對經濟成長貢獻 3.72 個百分點，併計消費、存貨等，國內需求對經濟成長貢獻 4.72 個百分點；國外淨需求則貢獻 1.85 個百分點。
- 由於俄烏爆發戰爭，同時因封鎖、經濟制裁等措施進一步推升能源、原物料價格上漲，加上美國聯邦準備理事會啟動升息，2022 年全球經濟成長率預估為 2.74%；因全球物價上漲及經濟成長減緩影響，加以基數較高，臺灣 2022 年全年經濟成長率預估為 3.76%。

第 2 章 中小企業發展動向

- 2021 年臺灣全部企業總家數為 161 萬 3,281 家，較 2020 年增加 3.04%。中小企業有 159 萬 5,828 家，占全體企業家數的 98.92%，年增率為 3.03%；約 8 成（80.37%）屬於服務業，且近半（46.18%）為「批發及零售業」。
- 2021 年中小企業銷售額 26 兆 6,194.99 億元，占整體企業銷售比重超過 5 成（52.51%），年增率為 13.01%；其中，中小企業內銷額為 23 兆 2,584.64 億元（占比 61.61%），年增率為 11.49%，中小企業出口額為 3 兆 3,610.35 億元（占比 25.96%），年增率為

24.75 %。中小企業銷售額中，近 9 成（87.37%）屬於內銷。

- 2021 年新設（經營未滿 1 年）之中小企業有 11 萬 7,112 家，以服務業為主，比重約 84.47%。新設中小企業之銷售額以內銷市場為主，內銷占總銷售額之比重達 93.65%。
- 2021 年經營未滿 1 年之中小企業，占整體中小企業家數比率為 7.34%，經營年數 5 年以內者占 30.01%，經營 10 年以內者占 48.52%。
- 2021 年女性中小企業主有 58 萬 6,304 家，占中小企業總計家數比率為 37.16%；女性中小企業主，其內銷比率達 90.29%；近 5 成（48.34%）經營「批發及零售業」，近 6 成（59.25%）為獨資經營。

第 3 章 中小企業財務概況與資金融通

由於財政部財政資訊中心最新營利事業所得稅申報資料為 2020 年，故有關中小企業財務及比率資料落後 1 年；2020 年財務及比率相關統計之中小企業定義，係依據經濟部於 2020 年 6 月 24 日修正發布之〈中小企業認定標準〉規範。金融機構與中小企業資金融通部分，資料為 2021 年。

- 2020 年臺灣中小企業在資產面部分，流動資產占總資產比例逾 6 成，其中，現金持有占總資產比例達 2 成，應收款項、存貨比例亦達 1 成 5 以上；非流動資產之長期投資比例不及 1 成，固定資產比例逾 2 成，其中，以土地及房屋占比最高。
- 2020 年臺灣中小企業在負債面部分，整體負債比率為 66.72%，其中流動負債比率為 55.42%，非流動負債比率為 11.29%。
- 2021 年不論是公、民營銀行皆積極承做中小企業貸款，對中小企業總放款餘額大多持續增長。

第 4 章 中小企業人力資源

- 2021 年臺灣中小企業的就業人數為 920 萬人，占全國總就業人數的 80.37%，與上年比較減幅為 1.19%；中小企業受僱人數為 692 萬 3 千人，占全國受僱人數的 75.50%，與上年比較減幅為 0.90%。中小企業就業及受僱人數之前 3 大行業，依序皆為「製造業」、「批發及零售業」與「營建工程業」。
- 觀察 2021 年中小企業就業者及受僱者之年齡結構，近年來 45 歲以上之中高齡就業者與受僱者，占比正逐年提高；就學歷結構來看，中小企業就業者及受僱者前 3 大族群皆為高級中等、大學，以及專科，且擁有大專及以上學歷的占比，均較上年增加。顯見中小企業之就業者與受僱者，已呈現高教育程度與高齡化。
- 2021 年臺灣失業人數為 47 萬 1 千人，較上年增加 1 萬 1 千人（增幅 2.39%）。前職

公司為中小企業、大企業或政府僱用者，其失業者之最高占比皆落在 25~29 歲族群；而初次尋職者則以 20~24 歲族群的失業者最多。前職為中小企業的失業者中，以高級中等學歷占比最高，其次為大學；前職為大企業之失業者中，占比則以大學最高，其次為高級中等。整體來說，失業人數以青年，以及具高級中等及大學學歷相對較多。

第 5 章 因應經濟環境變化之對策

- 一面對淨零碳排、綠色永續議題興起，政府提出 2050 淨零排放路徑及策略；因應國內外經濟情勢發展與挑戰，持續執行「因應 COVID-19 疫情紓困振興措施」、「投資臺灣 3 大方案」、「亞洲·矽谷 2.0 推動方案」，以及「六大核心戰略產業推動方案」等，深化與強化國內投資、產業創新、強健體質，使企業永續發展及提升競爭力。
- 一因應全球淨零碳排趨勢，中小企業應邁向低碳永續經營發展，並需留意國內外大廠動向，及早準備搶得先機；此外，面對外在環境影響，中小企業應提升數位技能，以因應市場快速變化，並宜加速數位轉型，創造客戶新體驗服務，發展新營運模式。

第二篇 中小企業專題研析

本年度中小企業白皮書第 6 章以「2021 年臺灣中小企業數位轉型現況及需求調查」為主題，透過問卷調查及個案訪談，觀察整體中小企業的變化、探究數位轉型的現況，以及瞭解在 COVID-19 疫情發生後的想法與規劃，並針對不同產業領域，掌握其各自的轉型重點。

第 6 章 2021 年臺灣中小企業數位轉型現況及需求調查

- COVID-19 加速數位時代的崛起，並顛覆以往的商業模式及市場樣態，許多企業開始透過數位化拓展新商機與提高競爭力。在數位轉型的過程中，企業需關注 4 項重要內涵，包含善用創新科技進行商業創新、強化數據驅動決策的能力、設計難忘與貼心的客戶體驗，以及用新創的速度與態度運作。同時，藉由發展獨特的數位能力，建立企業韌性並與競爭對手產生差異化。
- 根據調查顯示，逾 8 成中小企業進行數位轉型的時候面臨挑戰，主要挑戰為缺乏數位技能和人才、不知如何進行數位轉型規劃、缺少產業典範參考。另外，不同產業對於數位轉型預期的目標不盡相同，有 58.1% 的「批發與零售業」希望透過轉型達成「擴大市場成長」；45.3% 的「住宿及餐飲業」期望創造「更好的客戶體驗」；58.1% 的「金屬製品製造業」與 53.0% 的「農、林、漁、牧業」，預期能「降低營運成本」；63.9% 的「機械設備製造業」希望藉由投資數位轉型，達到「改善人力資源管理」；而 68.8%

的「電子零組件製造業」則認為能「改善營運效率」。

- 為達成不同的目的，中小企業可在 4 種數位化階段，尋求相對應的策略。數位啟動者應借鏡他山之石、快速建立成功；數位探索者可找出績效根因、釋放數位能量；數位專注者需著重於複製成功模式、擴大數位影響力；數位領先者則深化數位創新、建立變革文化。

第三篇 中小企業政策與措施

本篇彙整經濟部所屬相關單位、信保基金、金管會、國發會、勞動部、原民會及教育部等各部會單位執行之中小企業政策措施，分成 5 章扼要說明。

第 7 章 完善財務融資服務與增進投資

- 為協助中小企業有效因應內外環境變化，使其穩健經營，政府積極落實財務融通輔導相關支援措施，提供中小企業完善的財務融通支援。經濟部中小企業處積極建置財務融通服務輔導機制，包括融資輔導單一服務窗口—馬上辦服務中心（0800-056-476 服務專線），以及中小企業營運與融資協處計畫等。
- 為了強化微型創新企業的籌資能力，櫃買中心在主管機關支持下籌設「創櫃板」，提供「股權籌資」功能，政府准許民間業者申設股權式群眾募資平臺，推動證券商股權群眾募資，使新創企業取得資金的管道更加多元化。

第 8 章 促進升級轉型與提升研發能量

- 為因應數位經濟發展及國際經貿情勢，協助中小企業數位轉型，以及提升中小企業數位应用能力，政府積極推動多項措施，包括「雲世代小微企業數位轉型創新服務計畫」、「引領中小微型企業數位轉型戰略攻頂計畫」、「中小企業數位共好計畫」，以及「中小型製造業數位轉型計畫」等。
- 另從體質創新、綠色永續及技術研發等面向，執行多項計畫，包括「中小企業因應淨零碳趨勢提升綠色競爭力計畫」、「推動中小企業循環經濟能力接軌國際輔導計畫」、「小型企業創新研發計畫」，以及「產業升級創新平台輔導計畫」等，以強化中小企業體質，提升研發能量，帶動整體中小企業發展。

第 9 章 建構創新創業及育成加速機制

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

網絡，協助新創企業穩健成長。

- 重點計畫包括建置「社會創新企業支援平台」，推動社會創新發展；持續推動「女性創業飛雁計畫」，協助女性創業；以及執行「國際創業聚落」(Startup Terrace)，建置「林口新創園」及「亞灣新創園」，成為國際級創業聚落品牌等。

第 10 章 深耕城鄉產業及掌握市場商機

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

第 11 章 中小企業其他相關支援

- 政府協助中小企業輔導經費，包括 2021 年相關單位輔導中小企業經費約 258.79 億元與協助中小企業專案貸款約 9.05 億元，以及政府向中小企業採購金額約 5,070.17 億元。
- 精進中小企業法制環境重點工作包括修正〈經濟部對受嚴重特殊傳染性肺炎影響發生營運困難產業事業紓困振興辦法〉，以及訂定及修正〈因應嚴重特殊傳染性肺炎振興五倍券發放辦法〉等，以及中小企業法規調適及區域創新等。
- 為拓展中小企業國際視野及雙邊交流，政府積極舉辦及參與國際中小企業事務與活動，包括參與亞太經濟合作相關會議、舉辦新南向產業鏈結高峰論壇，以及促進中小企業雙邊或多邊國際交流合作等。
- 為培育中小企業人才，提升中小企業競爭力，政府開辦多項人才培育專班，如中小企業經營管理、傳承接班、創業育成及數位轉型，製造業、服務業、產學合作專班、國際企業經營與產學合作人才培育，以及企業人力提升及勞工自主學習等。
- 舉辦中小企業選拔表揚活動，提升得獎企業的產品行銷及企業形象，包括國家磐石獎、小巨人獎、創新研究獎、新創事業獎及創業楷模獎等獎項，獎勵績優卓越經營典範。



第一篇 中小企業營運動向

第 1 章 總體經濟環境變化

第 2 章 中小企業發展動向

第 3 章 中小企業財務概況與資金融通

第 4 章 中小企業人力資源

第 5 章 因應經濟環境變化之對策

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

本篇運用政府相關單位所發布的統計及調查資料，觀察臺灣中小企業現況及經營動向。2021 年臺灣中小企業家數及銷售額皆呈正向成長，就業人數則減少。2021 年中小企業家數為 159 萬 5,828 家，占全體企業 98.92%，較 2020 年增加 3.03%；就業人數為 920 萬人，占全國就業人數 80.37%，較上年減少 1.19%。

在銷售額方面，2021 年中小企業銷售額為 26 兆 6,194.99 億元，占全體企業 52.51%，較上年增加 13.01 %。其中，內銷額為 23 兆 2,584.64 億元，占全體企業 61.61%，較上年增加 11.49%；出口額為 3 兆 3,610.35 億元，占全體企業 25.96%，年增率更達 24.75 %。

第 1 章 總體經濟環境變化

COVID-19（嚴重特殊傳染性肺炎）自 2020 年初大爆發以來，已嚴重影響並左右全球各項經濟活動與成長。2021 年因疫苗研發與接種之成效逐步呈現，主要國家多由經濟衰退轉向穩健復甦，全球經濟復甦，年平均成長率達 5.81%。不過，2021 年之經濟復甦因伴隨供應鏈瓶頸及晶片原料短缺等，造成全球通貨膨脹，主要經濟體多因通膨問題致貨幣政策轉向，使全球經濟不確定性升高。

2021 年的臺灣經濟雖然受制於 5 月中旬實施第 3 級管制措施，但受惠於全球景氣復甦、國際貿易暢旺，以及國內投資持續成長，全年經濟成長率為 6.57%，較上（2020）年增加 3.21 個百分點。觀察臺灣 2021 年之經濟成長模式，呈現外熱內溫的情勢。國內需求之民間消費年增率為-0.31%，因而貢獻值為負 0.15 個百分點；幸而國內投資對經濟成長貢獻 3.72 個百分點，併計消費、存貨等，國內需求對經濟成長貢獻 4.72 個百分點，為 2011 年以來之新高；國外淨需求則貢獻 1.85 個百分點。

本章引述之國外資料來源，除另有說明外，主要引自 S&P Global Market Intelligence（簡稱 S&P Global）在 2022 年 8 月 15 日公布的 *Comparative World Overview*。有關臺灣國民所得統計數據，則主要引自行政院主計總處於 2022 年 8 月 12 日發布之國民所得相關統計。

本章分 2 節說明攸關企業營運之總體經濟環境。第 1 節回顧與展望全球與主要國家／地區之總體經濟，包括回顧 2021 年全球與重要國家之總體經濟表現；前瞻、剖析 2022 年全球及主要國家之重要政治、經濟情勢。第 2 節則回顧臺灣 2021 年總體經濟情勢，並展望 2022 年臺灣經濟表現，說明企業營運面臨之總體經濟課題。

第 1 節 全球總體經濟環境變化

一、整體經濟概況：景氣復甦但通膨預期升高

2021 年因疫苗研發及接種成效大有進展，主要國家經濟成長終於撥雲見日，擺

脫衰退陰霾；全球經濟成長率約 5.81%，較 2020 年之-3.27%，提升 9.08 個百分點。不過，下半年起，因疫情反覆，加上全球性晶片原料短缺，以及供應鏈等技術性原因，致全球經濟成長走勢蹣跚；尤其走升之通貨膨脹率（CPI 年增率）更令主要國家之央行嚴陣以待，推出緊縮政策（或稱貨幣政策正常化），包括升息等。而有些國家（如中國大陸、土耳其）則基於成長考量，逆向推出諸如調降存款或放款準備率、降息等寬鬆措施，使得全球經濟走勢方向具不確定性，在通貨膨脹（升息政策）與經濟成長（量化寬鬆）之間面臨政策兩難抉擇。（表 1-1-1）

表 1-1-1 全球主要國家經濟成長表現及重要總體經濟指標

單位：%

年 別	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
項 目 地區(國)別								
全球經濟成長率	3.26	2.66	-3.27	5.81	2.74	2.30	2.99	2.95
OECD 國家	2.34	1.76	-4.46	5.26	2.29	1.11	1.84	1.88
已開發國家	2.29	1.74	-4.38	5.15	2.25	1.14	1.79	1.86
美國	2.92	2.29	-3.40	5.67	1.51	1.05	1.72	2.13
歐元區	1.78	1.61	-6.19	5.24	2.92	0.85	2.06	1.58
歐盟（不含英國）	2.03	1.85	-5.73	5.26	2.97	0.92	2.24	1.73
日本	0.57	-0.24	-4.56	1.71	1.50	1.58	1.03	0.95
新興市場國家	4.89	4.05	-1.47	6.93	3.37	3.76	4.51	4.29
中國大陸	6.74	5.99	2.21	8.11	3.83	4.87	5.28	5.01
印度 ^{附註}	6.36	3.84	-6.64	8.74	6.89	5.77	6.09	5.67
開發中國家	2.23	2.99	-4.54	4.75	3.95	4.59	4.59	4.36
全球 CPI 年增率	2.90	2.59	2.18	3.92	7.59	4.53	2.62	2.61
全球商品出口成長率	9.50	-2.87	-7.31	26.33	10.78	3.37	4.80	5.48
全球失業率	6.69	6.95	7.74	7.21	6.91	6.99	7.09	7.03

附 註：表列國家之成長資料採曆年制，惟印度之成長預測值為財政年。

資料來源：S&P Global (August 15, 2022). *Comparative World Overview*.

雖然 2021 年初起，因各國疫苗普及率不斷上升，邊境陸續解封，規劃推動疫苗護照等，有利經濟活動復甦與反彈，因此主要機構多上修 2021 年全球及主要國家之經濟成長率。亦即，全球經濟歷經 2020 年衰退谷底後，2021 年全球經濟景氣自谷底和緩復甦，全球經濟回復到正成長；隨著逐步接種疫苗及放寬封鎖措施，商品需求增加，國際貿易成長動能反轉回升。2021 年全球經濟成長率約 5.81%，商品出口成長率更高達 26.33%（2020 年為-7.31%）；惟因供應鏈瓶頸阻礙生產與配送效率，加上節節攀升之大宗物資與關鍵原物料成本，可能阻礙成長，預估 2022 年全球商品出口成長率約為 10.78%，較 2021 年明顯滑落。（表 1-1-1）

由於 2022 年 2 月下旬俄羅斯與烏克蘭爆發戰爭，同時因封鎖、經濟制裁等措施進一步推升能源、原物料價格上漲；加上美國聯邦準備理事會（Federal Reserve Board of Governors，簡稱 Fed，或稱聯準會）於 3 月啟動升息，致 2022 年全年全球經濟成長率預測值降至 2.74%，較 2021 年的 5.81%，減少 3.07 個百分點。開發中國家 2022 年平均成長率約為 3.95%，高於已開發國家之 2.25%，以及新興市場國家之 3.37%。（表 1-1-1）

二、主要國家（地區）之經濟表現與特色

（一）美國經濟概況：2021 年復甦穩健、2022 年通膨走升

2021 年初，隨著疫苗施打率普及，美國各項經濟活動逐步解封，並帶動報復性需求激增，整體經濟由第 1 季之季增年率 6.30%，至第 2 季成長為 6.70%¹。惟需求激增但供應不及，加上物流運輸壅塞，推升通膨壓力，致使第 3、4 季經濟成長表現成長力道略有趨緩²。2021 年全年美國經濟成長 5.67%，較 2020 年復甦態勢明顯。從國外需求來看，2021 年整體出口成長 4.53%，而進口更大幅成長 14.02%。至於國內需求的部分，民間企業投資成長 9.80%，個人消費支出成長 7.91%，而政府消費支出與投資成長較弱，僅有 0.53%。

2022 年初俄烏戰爭爆發，歐美國家對俄羅斯採取一系列經濟及金融制裁，帶動原物料與金屬價格大幅上漲，再度推升通貨膨脹，2 月美國消費者物價指數（Consumer Price Index，簡稱 CPI）大漲 7.91%，遠高於聯準會（Fed）設定之 2.00% 目標。Fed 於 3 月升息 1 碼，並將開始規劃實施縮減資產負債表，但 3 月之 CPI 年增率達 8.56%，而 4 月份也持續維持在 8.22%，後續各月也多維持於 8% 以上，7 月亦為 8.50%。剔除波動較大的食品與能源等之核心物價（Core CPI），年增 6.20%，雖略低於整體 CPI 年增率，但仍相對高，且反映此波通膨形式屬於全面式物價走高，並非僅歸因於單一層面（如能源價格）所引發。4 月 CPI 年增幅度超過預期，顯示通膨將在更長的時間內維持於高點，且迫使 Fed 必須更積極持續升息，截至 7 月底，美國已持續升息 4 次，且尚有升息空間。

1：資料來源：Bureau of Economic Analysis (August 25, 2022). *Gross Domestic Product*. Retrieved from: <https://www.bea.gov/data/gdp/gross-domestic-product>.

2：比較基期差異也是各季成長表現高低主因。

無論 Fed 緊縮政策之步調如何，可以確定的是，相關政策勢必引發全球資金配置與各國相對匯率變化，對全球經濟帶來相當影響。另外，由於俄烏戰爭與國際制裁帶來的不確定性，對於原已高升之通膨，更是雪上加霜，而各界擔憂飆速之通膨恐將影響消費者支出之意願，並排擠若干支出。而若關鍵物料的供應短缺導致美國生產受限，對經濟可能造成更嚴重之影響。

2022 年 4 月 ISM 公布之製造業採購經理人指數(Purchasing Managers' Index，簡稱 PMI) 為 59.20%，為 2021 年 9 月以來最高值。訂單成長強勁，庫存急遽擴大呈回升趨勢，係因廠商庫存由疫情前之及時生產(just in time)，轉向疫情後因應供應鏈瓶頸之以防萬一(just in case)，在重複下單(overbooking)或經濟景氣出現反轉訊號時，去庫存化成為新的難題與挑戰。然而，7 月之 PMI 為 52.80%，已連續下滑 2 個月，續創 2 年來新低。而 7 月之人力僱用指數亦跌至 49.90%，顯見美國缺工情形仍未改善，加上美國經濟復甦趨緩，2022 年通膨成為另一隱憂。S&P Global 自 2022 年 3 月起，幾乎逐月下修美國 2022 年經濟成長，8 月之預測值為 1.51%，較 1 月之預測值 4.09%，明顯下修。

(二) 歐盟／歐元區經濟概況：2021 年逐步復甦；2022 年俄烏戰爭為最大考驗

歐盟／歐元區 2021 年之經濟成長，因 COVID-19 疫情趨緩，各項經濟管制、隔離政策多已解封，經濟活動逐步恢復，歐元區經濟成長率預估約為 5.24%，雖然成長率突破 5%，但仍不足以彌補疫情嚴峻之 2020 年的衰退(-6.19%)。其中，2021 年第 1 季仍持續衰退，主因疫苗施打普及率仍待衝刺，自第 2 季起即強勁反彈成長，幅度達 14.54%，除因基期較低，歐洲各國社交限制鬆綁，市場活絡度大幅回溫，也是支撐經濟復甦因素之一；第 3 季經濟持續成長約 3.77%；第 4 季雖然疫情反覆，但成長步伐依然穩健，成長率約 4.63%。

展望 2022 年，因 2 月下旬之俄烏戰爭開打，對於歐洲地區之疫後經濟復甦產生影響；尤其歐陸國家對於俄羅斯之能源依賴比高，包括如德、法、波蘭等被迫在對俄國之能源需求與經濟制裁之間掙扎，因制裁而走高之能源價格，更使歐洲國家之通膨年增率走升，成長與通膨之兩難問題，在歐洲地區更顯棘手。事實上，自 2022 年 2

月以來，全球小麥價格已上漲 21.00%，大麥價格上漲 33.00%，化肥價格更上漲 40.00%，促使歐洲各國陷入通膨風暴。歐盟雖然積極尋找能源供應來源，但短期內無法規避過度依賴俄羅斯油氣的風險，歐洲中央銀行（European Central Bank，簡稱 ECB，或稱歐洲央行）總裁 Christine Lagarde 警告，2022 年歐元區通貨膨脹率可能超過 7.00%。歐洲央行於 7 月底宣布升息 2 碼，為 2011 年 6 月以來首次升息。

雖然歐洲央行於 2022 年 3 月舉行貨幣政策會議，宣布維持現行利率不變，但強調在 9 月前將逐步取消大規模購債計畫。不過，在 7 月會議上，已正式宣布放棄利率前瞻指引，未來的貨幣政策路徑將「依賴數據」逐月決定。而俄烏戰爭使物價不斷攀升，ECB 憂心通貨膨脹高漲，因此有計畫加快退出量化寬鬆（Quantitative easing, QE）的腳步，並設計新的購債計畫，來協助債臺高築的歐元區會員國，化解市場對歐債危機再起的疑慮。

2022 年歐元區經濟成長率約為 2.92%、2023 年約為 0.85%，成長力道愈趨平緩。由於俄烏戰事仍無止息跡象，將是歐洲地區成長與通膨情勢之最大變數，尤其若戰爭期間拉長，或實體戰爭牽涉愈多國家／經濟體，將對歐洲與全球經濟走勢造成重大衝擊。

（三）中國大陸經濟概況：復甦中藏有隱憂

觀察 2021 年中國大陸經濟走勢，在疫情持續影響下，中國大陸作為全球少數幾個在受影響下依然開工生產的經濟體，吸引大量國際訂單。訂單增加使企業不斷延長工時，大幅增加用電量。與暢旺之商品出口相比，國內投資卻相對孱弱，尤其是房地產市場，因「恆大違約事件」促使政府限制房地產業的銀行貸款及發債額度，業者不得不削價出售房屋來籌集現金，使得買漲不買跌心態的投資者縮手，造成市場買氣愈顯低迷。2021 年中國經濟成長率約為 8.11%，疫後復甦帶動經濟強勢成長。不過，因 9 月之後的管制措施（如限電），造成下半年之復甦成長，遠不如上半年強勁，第 3、4 季成長率分別為 4.90%、4.00%，成長力道已趨平緩。

2022 年中國大陸堅持動態清零政策，致使若干一線城市陸續實施封閉式管理，包括如河南禹州、吉林長春、廣東東莞、深圳、上海、崑山等，不只直接影響其生產

製造，同時也衝擊全球供應鏈。根據中國大陸國家統計局公布 4 月製造業採購經理人指數（PMI）為 47.4%，較 3 月下跌 2.1，創 2020 年 3 月以來最低值，尤其生產重鎮上海、深圳等，因生產停擺，不但直接衝擊中國大陸經濟，同時對於赴中國大陸投資設廠之臺灣廠商生產多有影響。7 月 PMI 為 49.0%，是繼 6 月回升反彈後，再度跌入收縮區間，需求不振為製造業當前最大困難，如何提升市場信心將成為下半年經濟復甦的關鍵。

在美中貿易紛爭持續下，美國商務部於 2021 年 4 月、7 月，陸續將多家中國大陸企業以危害「美國國家安全或美國對外政策利益的行為」、在新疆侵犯人權、進行科技監控、支持中國大陸軍事現代化企業等原因，列入「實體清單」。2022 年 3 月，美國連續 3 次引用〈外國公司問責法〉，將 11 家中國大陸企業列入欲摘牌名單，對中國大陸金融制裁的力道，似有加快且加大的趨勢；5 月美國總統拜登的亞洲之行，啟動印太經濟架構，對中國大陸的圍堵力道持續加強。

再因疫情持續，中國大陸各地不斷出現疫情反彈和清零策略（如「外防輸入、內防反彈」總策略和「動態清零」總方針）之嚴格封鎖，打亂了經濟，尤其是服務業復甦的步伐，其經濟成本極其高昂。由於 COVID-19 病毒持續演變、時有新的變異株，為包括中國大陸在內的全球主要經濟體走出疫情，帶來新的變數。

不過，2022 年初中國大陸之《政府工作報告》，將 2022 年國內生產總值成長目標訂在 5.50%，創下過去 32 年來中央政府訂立經濟成長目標最低，而各界也認為中國大陸經濟於 2022 年面臨更大壓力。國際貨幣基金（International Monetary Fund, IMF）於 7 月發布之《世界經濟展望》指出，中國大陸 2022 年的經濟成長狀況，主要因採取強硬的防疫清零政策、廣泛封控影響國內經濟活動，加上俄羅斯入侵烏克蘭加劇中國大陸外部壓力等影響。S&P Global 於 8 月發布資料，將 2022 年中國大陸經濟成長率，由 2021 年 12 月預測之 5.47%，調低為 3.83%。

（四）亞太地區經濟概況：景氣逐漸回穩，但復甦相對遲緩

1. 日本

日本經濟情勢同樣受疫情影響。2021 年日本經濟表現，由於疫苗接種，以及疫情漸趨流感化而呈現反彈，惟復甦力道平緩。2021 年全年經濟成長率約為 1.71%，遠不及 2020 年之衰退幅度（-4.56%）。

展望 2022 年日本經濟走勢，因 2 月下旬爆發之俄烏戰爭，致使全球原油等資源價格高漲，對仰賴能源輸入之日本經濟帶來不利影響。由於進口成本大增，對企業收益的負面影響³，而且民眾之實質購買力下滑和消費心理受創，對私人消費產生不利影響。內閣府於 5 月 18 日發布的 2022 年 1 至 3 月實質國內生產毛額（Gross Domestic Product, GDP），因個人消費成長乏力，季增年率為-1.00%。相較於歐美等國之經濟復甦，日本的復甦顯得遲緩。而 5 月因中國大陸封城，導致零組件供應不足，在供應鏈停滯影響不確定性仍高的情形下，重挫廠商生產意願與產能，對出口與設備投資有不利影響。

由於外出限制放寬，從 4 月起人員流動逐漸恢復，6 月 1 日起，進一步放寬每天入境人數上限至 2 萬人。今後隨著疫苗追加接種和治療藥物的普及，以對人服務消費為中心之經濟活動有望復甦。不過，俄烏戰爭帶來的物價走升、中國大陸封城控管措施，以及美國升息對全球經濟之負面影響，仍為日本經濟復甦帶來不少風險。2022 年日本經濟成長率預測值為 1.50%，較 2021 年略低。

2. 東南亞諸國（含 ASEAN 10 國）

觀察東南亞主要國家的 2021 年的經濟表現，自下半年起因受惠於各國政府陸續放寬防疫管制，且商業活動重拾活力，全面恢復正成長。區域內主要經濟體表現，因資源稟賦、疫情發展而有差異。

如 2021 年印尼因防疫管制鬆綁，且重要出口貨品如棕櫚油、鎳、煤礦等原物料價格上漲，有助於拉抬出口表現，2021 年全年經濟成長率為 3.69%。馬來西亞也因防疫管制降級，商業活動逐步正常化，自第 4 季起恢復正成長，2021 年全年經濟成長率為 3.21%。菲律賓則因低基期效應，且政府推動大規模基建計畫帶動公共投資明顯擴張，2021 年全年經濟成長率為 5.70%。

3：根據日本銀行短觀（Tankan）2022 年 3 月調查指出，全規模全產業經常利益由 2021 年之 32.00%，下降至 2022 年的-0.90%。

而新加坡因電子業復甦動能強勁，特別是半導體產業、資通訊產業等，帶動製造業強勁反彈，2021 年全年經濟成長率為 7.60%。泰國因第 4 季起重新開放國外旅客入境，觀光業從谷底回升，加上商品出口成長，有效支撐經濟，全年經濟成長率為 1.53%。越南因 2021 年下半年疫情急遽升高，致第 3 季經濟轉為衰退，而後隨著疫情逐漸受控，年底恢復正成長；然第 3 季的衰退拉低全年成長率為 2.57%，創 30 年新低。

受到疫情拖累，2021 年東協 10 國經濟成長率為 2.56%，反彈幅度不如預期。2022 年由於原物料價格居高，加上低基期效應，區域內經濟成長率可望提升至 4.77%。亞洲開發銀行（Asian Development Bank, ADB）指出，東南亞各國疫後復甦之路，取決於各國的防疫表現與政策因應能力；若疫情再次嚴峻，將影響復甦；另預期疫情之後，跨國企業為分散生產風險，生產基地將改變過去高度集中於中國大陸之作法，而東南亞成為生產移轉的替代地區，有助其參與區域供應鏈的程度上升。

此外，區域全面經濟夥伴協定（Regional Comprehensive Economic Partnership, RCEP）由東協發起，成員國涵蓋中、日、韓、紐、澳，目標是深化區域合作、創造更大經濟綜效。RCEP 於 2022 年 1 月正式生效後，在原產地規範及關稅優惠等條件下，有助於東南亞各國爭取海外投資、在地生產。此外，疫情期間全球遭遇供應鏈中斷危機，強化區域供應鏈成為共識，東南亞國家因美中貿易戰、短鏈化趨勢、RCEP 生效等因素成為生產轉移熱點，而東南亞各國也各自積極爭取國外大廠轉移優勢產業的機會，以推動國內經濟復甦。

東協各國 2022 年經濟成長率預估將有較佳表現，包括馬來西亞（8.61%）、菲律賓（7.03%）、越南（6.60%）、汶萊（5.80%）、柬埔寨（5.09%）、印尼（5.43%）、新加坡（3.28%）、寮國（3.30%）、泰國（3.03%）；僅緬甸因政變而使經濟出現衰退（-0.45%）。

三、影響經濟情勢變化之主要不確定因素

（一）疫情趨緩，但變種病毒與防疫措施等，仍將影響經濟走勢

2020 年初以來爆發 COVID-19 疫情，並以燎原之勢橫行全球。各主要機構雖有針對疫情對全球之影響，設有不同路徑與狀況模擬，不過疫情對於經濟之衝擊，似乎遠超乎預期。2021 年隨著疫苗問世及施打率提升而逐步復甦，且在低基期下，表現優於預期，全球經濟成長率為 5.81%，是 40 年以來最高，而 2020 年衰退 3.27%，則為 1929 年經濟大恐慌以來最低。

2022 年，變種病毒 Omicron 在全球快速蔓延，但因多為輕症症狀，除少數國家／地區，持續較高強度之管制措施，並持續清零策略，多數國家多已調整防疫措施，由群體免疫更改為有效免疫（effective immunity），各項活動逐漸回復常軌。惟因疫情時有變化，加上疫後之經濟重建與各式課題（升息、戰爭、負債），成為各國政府棘手問題。

（二）通膨走勢與主要國家貨幣政策調整或轉向

由於供應鏈瓶頸問題，全球通膨自 2021 年就有走高之勢；而 2022 年初俄烏戰爭更讓通膨情勢雪上加霜。根據美國能源情報署（Energy Information Administration, EIA）8 月初預測，西德州原油（West Texas Intermediate, WTI）2022 年之全年均價約 98.71 美元／桶，較 2021 年之 68.21 美元／桶，增加 30.50 美元／桶（或 44.70%）；布蘭特原油價格也增漲。芝加哥期貨交易所編製之商品期貨價格指數（Commodity Research Bureau Futures Price Index，簡稱 CRB 指數），自 2020 年中以來一路攀升，並已突破 2018 年之高點，近期則有下降趨勢。通膨壓力成為各國貨幣政策之關切重點。

美國繼英國、加拿大、澳洲、紐西蘭、巴西等國之後，於 2022 年 3 月開啟升息週期，宣布 6 月起每月將資產負債表縮減 475 億美元，最終每月將縮減 950 億美元。而後於 5~7 月持續加碼，7 月調升聯邦基金利率（Fed Funds Rate）目標區間 3 碼至 2.25%~2.50%。

根據 Fed 的 3 月會議資料，Fed 下調 2022 年美國之經濟成長率預測值；並上修通膨預期，將個人消費支出物價指數（Personal Consumption Expenditure Price Index, PCE Index）由前次之預測值 2.60% 上修至 4.30%，幅度達 1.70 個百分點。

而 7 月會議資料指出，目前的聯邦基金利率區間處於「中性水準」（neutral level），由於通膨攀升且預估近期內仍會保持高點，因此未來的利率決策將取決於接下來的經濟數據，包括 CPI 年增率、失業率，以及經濟成長率等。透過 Fed 升息舉措，可知 Fed 目前政策排序，通膨問題之處理優先於成長議題。而升息雖為抑制通膨手段之一，但對成長卻造成殺傷力，通膨與成長目前雖不可兼得，但是否演變為停滯膨脹之雙輸局面，仍待政策與實務之平衡。

（三）中國大陸疫情發展及其對全球供應鏈影響

2022 年中國大陸境內多處出現群聚疫情，導致製造業景氣回落。另外，價格指數繼續上升，通膨問題仍須關注。中國大陸國家統計局指出，1~5 月份工業營業成本較同期增加 10.2%。主因為原料成本上升，推高各類費用，企業進而調升產品售價，將成本上漲壓力轉至客戶。由於原物料價格上漲向下游的傳導現象已經顯現，衝擊整體製造供應鏈。大宗商品價格快速上漲，製造業出廠價格指數飆升，影響經濟運作秩序。部分企業為因應原物料價格上漲而有囤貨現象，另有部分企業則面臨原物料短缺困境。

由於疫情及堅持動態清零措施衝擊中國大陸房產及消費市場，目前已有諸多機構下修中國大陸 2022 年經濟成長率，如 IMF、S&P Global、經濟合作暨發展組織（OECD）等機構。主因封城管制措施不僅直接衝擊當地經濟活動，同時透過全球供應鏈體系，連帶影響相關產品之生產、製造與銷售，對中國大陸、全球經濟都帶來不利影響。

（四）地緣政治因素干擾

2022 年 2 月爆發之俄烏衝突，至今仍未休戰，戰線趨向長期化發展情勢。戰爭爆發後，使原已飆升之通膨惡化，威脅全球經濟成長；通膨延燒，加上兩大陣營對峙愈發明顯，對全球經貿造成壓力。此外，近期主要國家都面臨內政或外交之困境，如英國首相新上任、印太戰略架構與相關軍演，以及日本前首相安倍晉三遇刺等，都對全球與區域安全，帶來新的風險與挑戰。

第 2 節 臺灣總體經濟環境變化

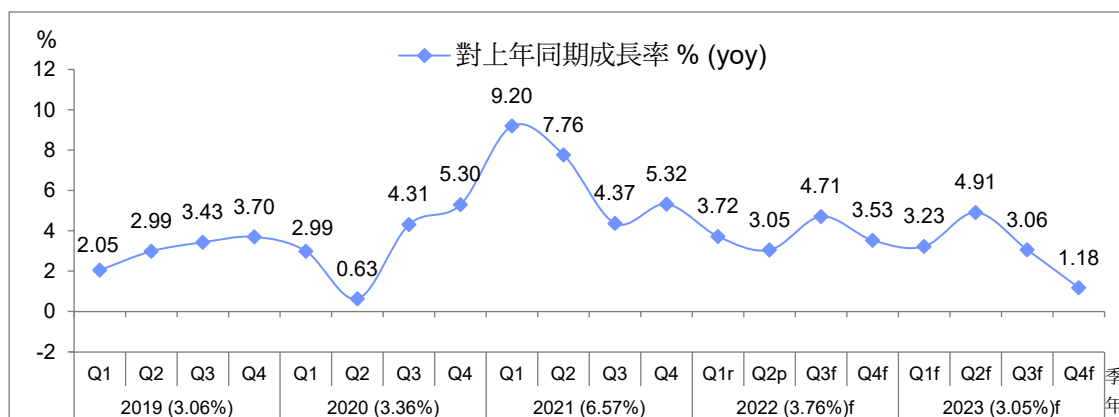
一、2021 年臺灣經濟成長增溫，2022 年復甦中藏隱憂

(一) 2021 年經濟成長表現亮眼

根據行政院主計總處於 2022 年 8 月 12 日發布之《國民所得統計及國內經濟情勢展望》，2021 年全年臺灣經濟成長率為 6.57%，受比較基期、疫情，以及政府政策（包括紓困振興之五倍券與投資臺灣等方案）影響，上、下半年成長走勢有明顯差異。

就支出面（需求面）觀察 2021 年各季臺灣經濟成長表現，第 1 季因疫情得控，並延續 2020 年之振興三倍券、藝文券、動滋券及安心國旅等挹注民間買氣、其他相關政策影響，加上投資與商品出口的帶動，經濟成長率攀升至 9.20%，為 2010 年第 4 季以來之新高；惟自 5 月中旬起，疫情爆發，實施第 3 級防疫警戒，因管制措施影響各項經濟活動，第 2 季經濟成長率略降至 7.76%，上半年經濟成長率為 8.48%，經濟復甦強勁，主因出口及民間投資成長優於預期；而下半年因疫情管制，以及比較基期較高等因素影響，第 3 季及第 4 季經濟成長率分別為 4.37%、5.32%，下半年經濟成長率約為 4.85%。（圖 1-2-1）

圖 1-2-1 近年臺灣經濟成長率



資料來源：行政院主計總處網站，「總體統計資料庫」，上網日期：2022 年 8 月 19 日，取自：
<https://statdb.dgbas.gov.tw/pxweb/Dialog/statfile9L.asp>。

綜上，2021 年臺灣全年經濟表現，因全球與主要國家疫情改善而景氣復甦，國

際貿易暢旺，以及國內投資持續成長，全年臺灣經濟成長率約達 6.57%，較 2020 年增加 3.21 個百分點。（圖 1-2-1）

觀察 2021 年臺灣經濟成長之貢獻來源，國內需求貢獻 4.72 個百分點，國外淨需求貢獻 1.85 個百分點。就內需各項組成觀察，民間消費實質成長率為-0.31%，對經濟成長轉為負貢獻 0.15 個百分點；固定資本形成（即投資）成長率 15.40%，對經濟成長貢獻 3.72 個百分點，顯見投資為提供經濟成長之重要支撐。至於國外淨需求部分，輸出成長率為 17.14%，對經濟成長貢獻 9.95 個百分點；輸入成長率轉為 18.12%，對經濟成長負貢獻 8.10 個百分點；輸出入抵減，併計對經濟成長貢獻 1.85 個百分點。

就產業面觀察 2021 年臺灣經濟成長表現，工業實質成長率約 12.92%，遠高於上年之 7.00%，對經濟成長率的貢獻約 4.79 個百分點，較上年之 2.49 個百分點，增加 2.30 個百分點。其中，「製造業」成長 13.99%、貢獻 4.48 個百分點；而「礦業及土石採取業」、「電力及燃氣供應業」、「用水供應及污染整治業」及「營建工程業」等，實質成長率介於 0.34%~8.51%，因產業規模較小，對經濟成長率貢獻僅在 0.00~0.25 個百分點之間。

相較之下，服務業實質成長率約 3.07%、對經濟成長率貢獻為 1.89 個百分點，較上年之 0.77 個百分點，增加 1.12 個百分點。就成長率觀察，「金融及保險業」（10.35%）、「出版、影音製作、傳播及資通訊服務業」（7.65%）與「批發及零售業」（4.12%）之成長幅度居前 3；至於對經濟成長貢獻，以「金融及保險業」（貢獻 0.70 個百分點）、「批發及零售業」（0.63 個百分點）、「出版、影音製作、傳播及資通訊服務業」（0.23 個百分點）較高，而「運輸及倉儲業」成長率為-4.59%，對經濟成長率負貢獻 0.13 個百分點，主因疫情之各項管制措施，造成此一產業成長受限，並為造成服務業低成長的主因。

根據行政院主計總處於 2022 年 8 月國民所得統計，2022 年臺灣經濟成長率預測值為 3.76%，主要受全球物價上漲及經濟成長減緩影響，加以基數較高。全球通膨壓力居高，且淨成長率下行風險加劇，再因主要經濟體貨幣政策緊縮力道，以及變種病毒發展等諸多不確定性因素，對於 2022 年臺灣經濟成長表現，持保留態度。

(二) 景氣指標走勢下滑，不確定變數仍多

觀察 2021 全年之景氣對策信號，1 月為黃紅燈，2~10 月轉為紅燈，11 月又轉為黃紅燈，12 月升為紅燈，分數介於 37 分至 41 分之間，顯示 2021 年全年景氣熱絡。至於 2022 年以來，因俄烏戰爭爆發，致全球景氣放緩，且因各項指標之比較基期墊高，因而國內景氣對策信號由年初之黃紅燈，至 3 月轉為綠燈，並持續至 4~6 月，顯示景氣走勢由 2021 年之熱絡轉趨平穩。（圖 1-2-2）

圖 1-2-2 近期臺灣景氣對策信號

項 目	年 份 月 份	2021												2022					
		1 月	2 月	3 月	4 月	5 月	6 月	7 月	8 月	9 月	10 月	11 月	12 月	1 月	2 月	3 月	4 月	5 月	6 月
綜合判斷	燈號	黃紅	紅	紅	紅	紅	紅	紅	紅	紅	紅	黃紅	紅	黃紅	黃紅	綠	綠	綠	綠
	分數	37	40	40	41	41	40	38	39	38	39	37	38	36	34	31	28	28	27
貨幣總計數 M1B		紅	紅	紅	紅	紅	紅	紅	紅	紅	紅	黃紅	黃紅	黃紅	黃紅	黃紅	黃紅	黃紅	綠
股價指數		紅	紅	紅	紅	紅	紅	紅	紅	紅	紅	紅	紅	黃紅	黃紅	綠	藍	藍	藍
工業生產指數		黃紅	紅	紅	紅	紅	紅	紅	紅	紅	紅	黃紅	黃紅	黃紅	黃紅	藍	綠	綠	藍
非農業部門就業人數		藍	藍	藍	藍	藍	藍	藍	藍	藍	藍	藍	藍	藍	藍	藍	藍	藍	藍
海關出口值		黃紅	黃紅	黃紅	紅	紅	紅	紅	黃紅	紅	黃紅	紅	紅	紅	紅	紅	紅	紅	紅
機械及電機設備進口值		黃紅	紅	紅	紅	紅	紅	紅	紅	紅	紅	紅	紅	紅	黃紅	紅	紅	紅	紅
製造業銷售量指數		黃紅	紅	紅	紅	紅	紅	紅	紅	黃紅	紅	黃紅	黃紅	黃紅	綠	綠	綠	藍	藍
批發、零售及餐飲業營業額		紅	紅	紅	紅	紅	紅	綠	紅	黃紅	紅	紅	紅	紅	紅	紅	綠	紅	紅
製造業營業氣候測驗點		紅	紅	紅	紅	紅	黃紅	黃紅	黃紅	黃紅	黃紅	黃紅	紅	黃紅	黃紅	綠	藍	藍	藍

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

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

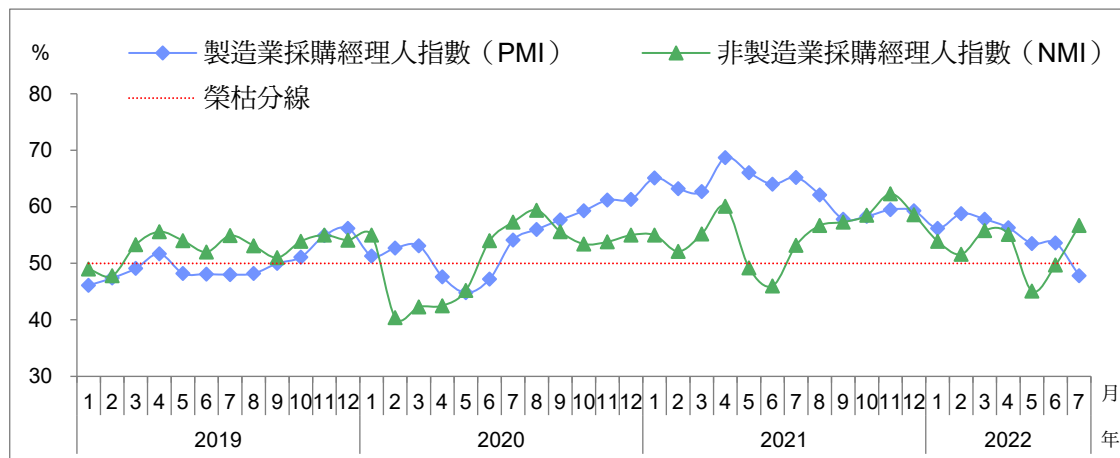
資料來源：國發會網站，「國發會景氣查詢指標系統」，上網日期：2022 年 8 月 19 日，取自：
http://index.ndc.gov.tw/n/zh_tw。

就各項構成指標觀察，2021 年 1~10 月「貨幣總計數 M1B」呈紅燈，11~12 月轉呈黃紅燈；「股價指數」全年各月皆為紅燈，反映股市交易熱絡；「機械及電機設備進口值」受國內投資需求帶動，1 月為黃紅燈，2 月起均呈紅燈，景況熱絡；「批

發、零售及餐飲業營業額」除 7 月為綠燈、9 月為黃紅燈外，其餘月份為紅燈；「製造業營業氣候測驗點」1~5 月為紅燈，6~11 月轉呈黃紅燈，12 月呈紅燈；「製造業銷售量指數」則由年初的黃紅燈，2 月升為紅燈，9 月則回到黃紅燈。相較之下，「非農業部門就業人數」則全年各月皆呈現藍燈。2022 年之多數景氣指標受到俄烏戰爭、中國大陸防疫封控及 COVID-19 疫情等影響，轉呈黃紅燈、綠燈、黃藍燈，僅「海關出口值」均呈紅燈，「機械及電機設備進口值」及「批發、零售及餐飲業營業額」多呈紅燈。（圖 1-2-2）

至於 2021 年臺灣製造業 PMI 的走勢變化，各月之 PMI 皆在榮枯線（50%）以上，呈現持續復甦景況。而非製造業經理人指數（NMI），因 5 月中旬國內疫情升溫，不利內需相關活動，5 月及 6 月跌落於榮枯線之下，7 月因國內疫情逐漸回穩，轉回榮枯線以上並穩定維持，反映 2021 年非製造業景氣仍因疫情波動而顯著起伏。（圖 1-2-3）

圖 1-2-3 近年臺灣製造業／非製造業採購經理人指數



資料來源：國發會網站，「國發會景氣查詢指標系統」，上網日期：2022 年 8 月 19 日，取自：
http://index.ndc.gov.tw/n/zh_tw。

製造業與非製造業指數於 2020 年 9 月走勢交叉之後，呈現兩極化走勢，並於 2021 年分歧愈趨明顯。製造業受惠全球景氣復甦，需求強勁而持續向上攀升，並於 2021 年 4 月達到頂點；而 NMI 指數雖然也於 4 月達到高峰，但於 5 月因疫情爆發實施第 3 級警戒後，持續擴大與 PMI 差距；而後在疫情趨緩及政府實施振興五倍券後，9~12 月縮小與 PMI 差距。（圖 1-2-3）

觀察 2022 年初以來之 PMI 與 NMI 走勢，1~6 月製造業 PMI 延續 2021 年下半年以來的趨勢，指數雖都維持於榮枯線（50%之上），但擴張力逐漸減緩，7 月轉呈緊縮。而 NMI 於 1~4 月皆維持於榮枯線之上，但 5 月受國內疫情升溫影響，下滑至 45.1%，中斷連續 10 個月擴張轉為緊縮，6 月回升至 49.7%，7 月因國內疫情受控，續升至 56.7%，回復至擴張。（圖 1-2-3）

二、對外貿易：國際商品貿易成長顯著，服務貿易低迷

2021 年 COVID-19 疫情持續擴散至世界各地，重創全球經濟活動，所幸國內疫情相對和緩，且臺商回流，2021 年全年商品出口及進口成長顯著，出口金額約 4,463.79 億美元，較上年同期增加 29.34%；進口 3,814.94 億美元，較上年同期增加 33.32%。出、進口相抵後，2021 年臺灣貿易呈現出超 648.85 億美元，年增 10.02%。事實上，2021 年我國出口額、進口額及出超都創歷史新高，顯見對外商品貿易之熱絡。（表 1-2-1）

表 1-2-1 近年臺灣商品貿易概況

單位：億美元；%

年 別	出口總值		進口總值		貿易總值		出超(+)或入超(-)	
	金 額	年增率	金 額	年增率	金 額	年增率	金 額	年增率
2017	3,154.87	13.01	2,572.00	12.22	5,726.86	12.65	582.87	16.63
2018	3,340.07	5.87	2,847.92	10.73	6,187.99	8.05	492.16	-15.56
2019	3,291.57	-1.45	2,856.51	0.30	6,148.09	-0.64	435.06	-11.60
2020	3,451.26	4.85	2,861.48	0.17	6,312.74	2.68	589.78	35.56
2021	4,463.79	29.34	3,814.94	33.32	8,278.73	31.14	648.85	10.02

附 註：年增率為與上年同期比較。

資料來源：財政部網站，「貿易統計資料查詢」，上網日期：2022 年 8 月 19 日，取自：

<https://web02.mof.gov.tw/njswww/WebMain.aspx?sys=100&funid=defjsptgl>。

就主要出口商品觀察，2021 年商品出口仍以「電子零組件」為大宗，出口金額 1,719.94 億美元，占整體出口比重 38.53%，年增率 26.92%；其次為「資通與視聽產品」，出口金額 613.25 億美元，比重 13.74%，年增率則達 24.78%。因臺商回流持續擴增國內製造產能，加上半導體產業具有領先進階製程優勢，以及若干訂單移轉效應顯現，因而有較佳之成長表現。（表 1-2-2）

表 1-2-2 2021 年臺灣主要商品貿易進出口概況

單位：億美元；%

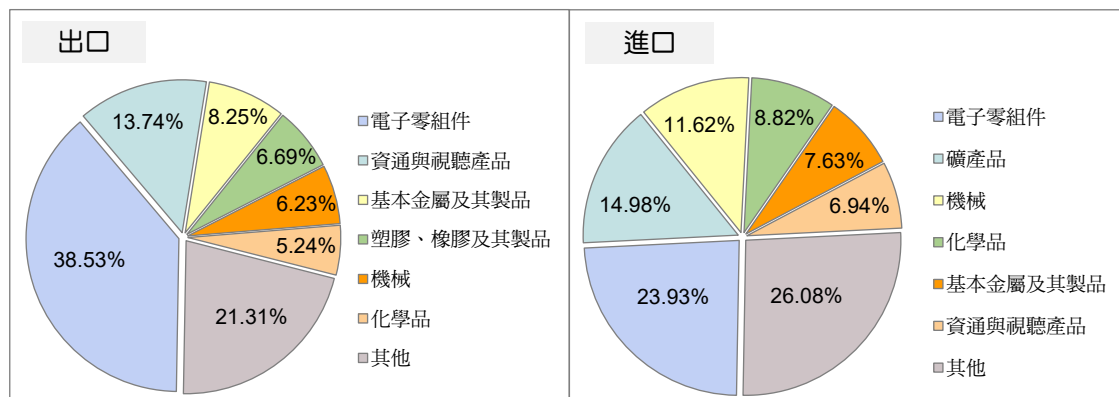
指 標 主要商品	出 口			進 口		
	金 額	結構比	較上年 同期增減%	金 額	結構比	較上年 同期增減%
總 計	4,463.79	100.00	29.34	3,814.94	100.00	33.32
礦產品	121.31	2.72	65.67	571.33	14.98	69.09
化學品	234.07	5.24	40.55	336.49	8.82	26.99
塑膠、橡膠及其製品	298.68	6.69	40.49	111.10	2.91	24.55
紡織品	90.28	2.02	19.75	38.52	1.01	14.44
基本金屬及其製品	368.11	8.25	44.44	291.14	7.63	48.78
電子零組件	1,719.94	38.53	26.92	913.03	23.93	31.30
機械	278.31	6.23	26.97	443.31	11.62	33.02
資通與視聽產品	613.25	13.74	24.78	264.82	6.94	26.77
其他	98.54	2.21	29.17	73.06	1.92	13.62

資料來源：財政部網站，「貿易統計資料查詢」，上網日期：2022 年 8 月 19 日，取自：

<https://web02.mof.gov.tw/njswww/WebMain.aspx?sys=100&funid=defjsptgl>。

此外，「礦產品」（出口 121.31 億美元，年增率 65.67%，以下同）、「基本金屬及其製品」（368.11 億美元，44.44%）、「化學品」（234.07 億美元，40.55%）、「塑膠、橡膠及其製品」（298.68 億美元，40.49%）、「機械」（278.31 億美元，26.97%）、「紡織品」（90.28 億美元，19.75%）亦呈正向成長，與 2020 年之衰退表現相反。（表 1-2-2、圖 1-2-4）

圖 1-2-4 2021 年臺灣主要出、進口商品占比



資料來源：財政部網站，「貿易統計資料查詢」，上網日期：2022 年 8 月 19 日，取自：

<https://web02.mof.gov.tw/njswww/WebMain.aspx?sys=100&funid=defjsptgl>。

至於出口國家及地區分布，雖受國際貿易衝突、各國及區域成長表現互有差異，然皆明顯成長。其中，對歐洲成長 36.75%、對韓國成長 33.02%，對東協 10 國也有 32.00% 的成長，對其餘主要國家（美國、中國大陸、日本）也為正成長，出口規模

齊創歷年新高。(表 1-2-3)

表 1-2-3 2021 年臺灣主要貿易國家進出口概況

單位：億美元；%

指 標 主要國家/地區	出 口			進 口			出超(+)或入超(-)
	金 額	結構比	較上年 同期增減%	金 額	結構比	較上年 同期增減%	金 額
總 計	4,463.79	100.00	29.34	3,814.94	100.00	33.32	648.85
中國大陸	1,888.77	42.31	24.77	841.79	22.07	29.89	1,046.98
美國	656.86	14.72	29.94	391.40	10.26	20.38	265.46
日本	292.08	6.54	24.83	561.03	14.71	22.23	-268.95
韓國	201.40	4.51	33.02	306.38	8.03	48.65	-104.98
東協 10 國	702.42	15.74	32.00	472.10	12.38	31.50	230.32
歐洲	384.85	8.62	36.75	472.73	12.39	28.47	-87.88
其他	337.40	7.56	44.82	769.50	20.17	55.09	-432.10

附 註：1.中國大陸包括中國大陸與香港。

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

資料來源：財政部網站，「貿易統計資料查詢」，上網日期：2022 年 8 月 19 日，取自：

<https://web02.mof.gov.tw/njswww/WebMain.aspx?sys=100&funid=defjsptgl>。

就主要進口商品觀察，2021 年以「礦產品」（進口 571.33 億美元，年增率 69.09%）與「基本金屬及其製品」（291.14 億美元，48.78%）成長表現最為突出。主要進口國家及地區之分布，韓國（增 48.65%）、東協 10 國（增 31.50%）、中國大陸（增 29.89%）、歐洲（增 28.47%）、日本（增 22.23%），以及美國（增 20.38%）。（表 1-2-2）

服務貿易方面，根據國際收支統計，2021 年各國受 COVID-19 疫情影響，延續邊境管制措施，跨境旅行人次續低，旅行收支均較上年減少，惟旅行收入減額小於支出減額，旅行收支逆差較 2020 年縮小；受外貿活絡及供應鏈瓶頸導致貨運費大幅調漲等因素影響，運輸收入及順差創歷年新高，整體服務貿易順差由上年之 37.53 億美元增加為 124.28 億美元⁴，創歷年新高。

展望 2022 年臺灣外貿情勢，根據 S&P Global 之 8 月預測資料，雖然歐美國家景氣有下行風險，但因預期 3C 商品新機發表，以及 5G 應用科技推陳出新，都可望

4：資料來源：中華民國中央銀行全國資訊網（2022 年 8 月 19 日），「國際收支」，上網日期：2022 年 8 月 19 日，取自：<https://www.cbc.gov.tw/tw/cp-538-2336-A55F0-1.html>。

帶動商品貿易之進出口。在國內疫情逐漸得控，不致波及商品生產與全球供應鏈之出貨下，臺灣外貿應可維持正向成長。惟，因歐美持續高升之通膨水準，已引發民眾將縮減對非必要品消費（如 3C）之疑慮；再者 Fed、ECB 等多以升息作為平抑物價之手段，而此可能不利經濟成長進一步擴張，對臺灣商品貿易成長增添變數，須密切注意。

三、國內投資動向：投資動能持續穩健成長

2021 年國內投資成長超乎預期，主因國內半導體廠商資本支出增加、回流臺商產能擴增，以及因都更、危老屋重建、廠房擴增等挹注營建工程投資的持續成長。整體民間投資實質成長 19.91%，併計公部門（政府、公營事業投資實質成長率分別為 -8.31%與 4.00%），整體固定投資實質成長 15.40%，對經濟成長提供有利支撐。

展望 2022 年民間投資，為因應新興應用需求，半導體業者仍將持續投資先進製程，外國企業對臺投資積極，離岸風電等綠能投資加速進行，電信業者逐步開展 5G 網路應用，以及政府努力優化國內投資環境，加上臺商回臺投資持續落實⁵等，可望帶動企業投資穩健擴增。

四、金融與物價：2021 年物價走升，2022 年持續攀升

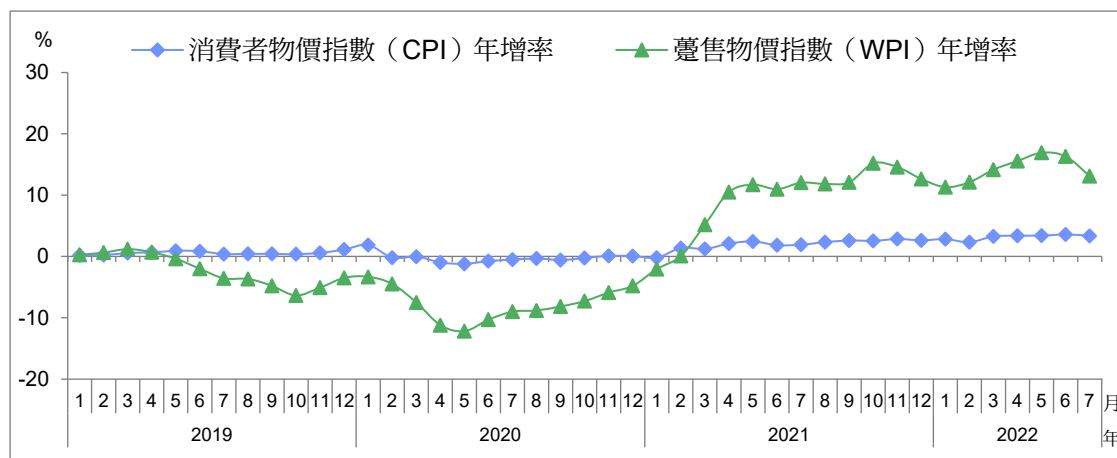
根據行政院主計總處資料，2021 年臺灣消費者物價指數（CPI）上漲 1.96%，創下 13 年來新高。主要因基期低，加上國際油價走升，以及蔬果、外食費、房租及肉類等民生物價上漲幅度高所致，躉售物價指數（Wholesale Price Index, WPI）上漲 9.46%，更創下 41 年以來新高。（圖 1-2-5）

綜觀臺灣 2021 年以來的物價上漲，主要因素為國際油價大漲。根據美國能源情報署（EIA）於 2022 年 8 月發布之預測資料，西德州原油（WTI）於 2021 年全年平均價位約 68.21 美元／桶，較 2020 年之 39.17 美元／桶，增加 29.04 美元／桶；且

5：政府於 2019 年 7 月 1 日實施「投資臺灣 3 大方案」，包括 2019 年初即實施的「歡迎臺商回臺投資行動方案」，以及「根留臺灣企業加速投資行動方案」與「中小企業加速投資行動方案」，提供土地租金優惠、專案貸款等協助措施，由投資臺灣事務所擔任服務窗口，讓臺商、臺灣在地企業和中小企業都能快速、安心投資。本方案實施日起截至 2022 年 8 月 11 日止，共計 1,236 家通過審核；總投資金額約 1 兆 7,688 億元，預估創造本國就業 13 萬 7,026 人。相關網址：<https://investtaiwan.nat.gov.tw/showPagecht1135?lang=cht&search=1135&menuNum=58>。

2021 年以來芝加哥期貨交易所編製之商品期貨價格指數走勢，呈現持續攀升，並於 2022 年 6 月 9 日達 329.59，為 2018 年以來之新高，但自 6 月 29 日起則降至 300 點以下。

圖 1-2-5 近年臺灣躉售物價指數及消費者物價指數年增率



資料來源：行政院主計總處網站，「總體統計資料庫」，上網日期：2022 年 8 月 19 日，取自：
<https://statdb.dgbas.gov.tw/pxweb/Dialog/statfile9L.asp>。

展望 2022 年，由於供應鏈瓶頸問題持續，加上疫情反覆、俄烏戰爭造成市場供需失衡，導致大宗原物料、航運成本等攀升，主要機構多上修全球與主要國家之通膨預測值。行政院主計總處發布臺灣 2022 年 6 月 CPI 年增率約 3.59%，已連續 11 個月突破 2%，7 月則降為 3.36%。根據 S&P Global 預估，2022 年臺灣 CPI 年增率約為 2.89%，而 WPI 年增率約為 13.20%，兩者差距將進一步擴大至 10.31 個百分點，反映廠商之生產成本，仍僅部分轉嫁至消費者物價指數，廠商背負之成本上升壓力仍然沉重。

五、新臺幣對美元匯率：相較於其他主要貨幣仍相對平穩

2021 年，臺灣經濟穩健，貿易收支出超擴增，致新臺幣對美元匯率之相對價位提升，2021 全年新臺幣對美元匯率約 28.022 新臺幣兌換 1 美元，較上年之 29.578 升值 5.55%⁶。即使 2021 年美元指數走升了 6.88%，但在出口商龐大的美元賣壓，加上外資呈現淨匯入、搶買台股等因素，使新臺幣持續走強。根據美國商業環境風險評估公司 (BERI) 的 2021 年第 3 次 (12 月)《投資環境風險評估報告》指出，投

資環境評比要項中的「營運風險」、「匯兌風險」，臺灣都是亞洲第 1，後者甚至排名全球第 1，4 項副指標之中，「國際準備」、「外匯創造能力」及「國外負債」3 項位居世界最佳⁷。

2022 年，在俄烏戰爭未止、美國升息下，使新臺幣對美元匯率起伏不斷。新臺幣對美元匯率自年初之 27 字頭，貶至 4 月起出現 29 字頭，主因為美國聯準會(Fed) 3 月升息，5 月續升，且自 6 月啟動縮表，使美元走勢一枝獨強，亞洲各國貨幣，甚至歐元、澳幣等對美元多呈貶值。如以匯率日資料標準差來衡量匯率波動幅度，2022 年 1 月 3 日至 8 月 4 日，新臺幣對美元的年平均波動度為 3.36%，小於歐元(9.31%)、日圓(8.09%)、韓元(8.00%)及新加坡幣(4.52%)等主要貨幣，仍相對平穩。

6：資料來源：中華民國中央銀行全國資訊網，「新臺幣對美元銀行間成交之收盤匯率」，上網日期：2022 年 8 月 19 日，取自：<https://www.cbc.gov.tw/tw/cp-2151-27029-FFC31-1.html>。

7：資料來源：經濟部投資業務處(2021 年 12 月 29 日)，〈BERI 2021 年第 3 次「投資環境風險評估報告」臺灣投資環境風險評比排名全球第 4 名〉，上網日期：2022 年 8 月 19 日，取自：https://www.moea.gov.tw/MNS/populace/news/News.aspx?kind=1&menu_id=40&news_id=98360。

第 2 章 中小企業發展動向

因全球與主要國家疫情改善而景氣復甦，加上投資與出口熱絡帶動下，2021 年臺灣經濟成長率約達 6.57%，較 2020 年增加 3.21 個百分點。然 2021 年之全球經濟復甦伴隨供應鏈瓶頸、晶片原料短缺致全球通貨膨脹，不確定性升高，企業營運仍面臨諸多挑戰。本章透過企業營運相關指標，剖析 2021 年臺灣中小企業的發展與變化趨勢，俾供企業營運參考。

本章分 4 節，第 1 節說明 2021 年臺灣中小企業整體經營情勢，透過企業家數、銷售額、內銷額及出口額，以及規模別、產業別及行業別等面向的變化，觀察企業營運實務面之變遷與特色。第 2 節觀察兩性企業主營運特色，並比較之間的異同。第 3 節藉由經濟部統計處《110 年批發、零售及餐飲業經營實況調查報告》，瞭解中小型商業經營情勢。第 4 節則以國家科學及技術委員會《科學技術統計要覽 2021 年版》，說明中小企業研發經費投入概況。

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

第 1 節 中小企業整體經營情勢

依據臺灣 2021 年之各項公務統計資料彙整，觀察企業營運之各面向指標，包括家數、銷售額、內銷額、出口額，以及就業及受僱人數等。相關資料說明分析如下：

一、中小企業家數結構與就業現況及變動

（一）2021 年中小企業約 159.6 萬家

2021年臺灣全體企業家數為161萬3,281家，較2020年增加3.04%。其中，中小企業家數為159萬5,828家（占比98.92%），較2020年增加4萬6,993家，成長率3.03%；大企業家數約1萬7,453家（占比1.08%），成長率3.87%。（表2-1-1）

表 2-1-1 2020 年及 2021 年企業家數、銷售額、就業及受僱人數規模別概況

單位：家；新臺幣百萬元；千人；%

指 標	全部企業		中小企業		大企業	
	2020	2021	2020	2021	2020	2021
家 數	1,565,637	1,613,281	1,548,835	1,595,828	16,802	17,453
比 率	100.00	100.00	98.93	98.92	1.07	1.08
年增率	2.51	3.04	-	3.03	-	3.87
銷 售 額	43,629,308	50,693,753	23,555,513	26,619,499	20,073,796	24,074,255
比 率	100.00	100.00	53.99	52.51	46.01	47.49
年增率	1.51	16.19	-	13.01	-	19.93
內 銷 額	33,376,329	37,749,226	20,861,339	23,258,464	12,514,990	14,490,762
比 率	100.00	100.00	62.50	61.61	37.50	38.39
年增率	2.88	13.10	-	11.49	-	15.79
出 口 額	10,252,980	12,944,528	2,694,174	3,361,035	7,558,806	9,583,493
比 率	100.00	100.00	26.28	25.96	73.72	74.04
年增率	-2.68	26.25	-	24.75	-	26.79
就業人數	11,504	11,447	9,311	9,200	1,168	1,222
比 率	100.00	100.00	80.94	80.37	10.15	10.68
年增率	0.03	-0.50	-	-1.19	-	4.62
受僱人數	9,178	9,169	6,986	6,923	1,167	1,221
比 率	100	100	76.12	75.50	12.72	13.32
年增率	0.34	-0.10	-	-0.90	-	4.63

附 註：1.2020年企業規模資料以新標準定義，與2019年資料以2015年3月30日修正發布之〈中小企業認定標準〉定義基準不同，因此2020年不宜計算年增率，以「-」標示。

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

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

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

5.表中「全部企業」之就業及受僱人數及比率，尚包括受政府僱用（公部門）的1,026千人及其比率（政府僱用人數占就業人數8.96%、占全部受僱人數11.19%）；就業及受僱人數尚包括戶籍地設於臺灣且就業於臺灣的中小企業，但主要工作地點在中國大陸（含港澳）或其他國家之就業（受僱）者。

資料來源：1.家數及銷售額整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2020-2021年。

2.就業及受僱人數資料整理自行政院主計總處，人力資源調查統計原始資料，2020-2021年。

（二）2021 年中小企業提供 920 萬個就業機會

2021 年臺灣總就業人數為 1,144 萬 7 千人，其中，中小企業之就業人數為 920 萬人（占比 80.37%）。2021 年臺灣總受僱員工人數為 916 萬 9 千人，其中，中小企業之受僱員工人數為 692 萬 3 千人（占比 75.50%）。（表 2-1-1）

（三）中小型服務業家數約占 8 成

就 3 級產業部門別觀察，臺灣之中小企業營運以服務業為主。2021 年中小企業服務業部門家數為 128 萬 2,644 家，占比約 80.37%；工業部門中小企業家數有 30 萬 1,953 家，比重約 18.92%。就銷售額而言，2021 年中小企業銷售額為 26 兆 6,194.99 億元，其中，工業部門占 32.11%、服務業部門占 67.70%；內銷額及出口額亦以服務業為主，占比分別為 68.57%、61.69%。（表 2-1-2、附錄 2 附表 7）

表 2-1-2 2020 年及 2021 年中小企業產業部門概況

單位：家；新臺幣百萬元；%

項 目 \ 年 別	2020	2021
家 數	1,548,835	1,595,828
農 業	0.76	0.70
工 業	19.00	18.92
服務業	80.24	80.37
銷 售 額	23,555,513	26,619,499
農 業	0.19	0.19
工 業	31.00	32.11
服務業	68.81	67.70
內 銷 額	20,861,339	23,258,464
農 業	0.19	0.19
工 業	29.67	31.24
服務業	70.14	68.57
出 口 額	2,694,174	3,361,035
農 業	0.19	0.20
工 業	41.30	38.11
服務業	58.51	61.69

附 註：1.農業係指「農、林、漁、牧業」。

2.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」、「營建工程業」。

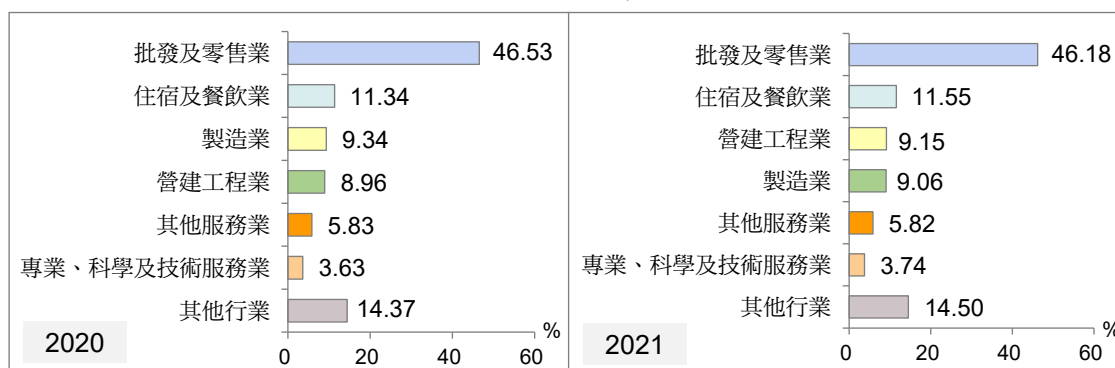
3.服務業包括「批發及零售業」、「運輸及倉儲業」、「住宿及餐飲業」、「出版、影音製作、傳播及資通訊服務業」、「金融及保險業」、「不動產業」、「專業、科學及技術服務業」、「支援服務業」、「教育業」、「醫療保健及社會工作服務業」、「藝術、娛樂及休閒服務業」、「其他服務業」。

資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2020-2021 年。

（四）約 4 成 6 中小企業經營「批發及零售業」

按行業別觀察，2021 年中小企業以經營「批發及零售業」居多數，有 73 萬 6,913 家，占整體中小企業家數比率為 46.18%，將近半數。其次為「住宿及餐飲業」，有 18 萬 4,270 家，占比 11.55%。第 3 為「營建工程業」，有 14 萬 5,942 家，占比約 9.15%。而後依序為「製造業」（9.06%）、「其他服務業」（各類維修、洗衣、美髮及美容美體、殯葬、家事服務等，占 5.82%），以及「專業、科學及技術服務業」（3.74%）。（圖 2-1-1、附錄 2 附表 1）

圖 2-1-1 2020 年及 2021 年中小企業家數行業分布



資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2020-2021 年。

觀察 2021 年與 2020 年之行業結構占比排行或相對比重，中小企業家數最多的前 6 大行業與比重，無明顯變化，惟「製造業」微幅減少 42 家（或 0.03%），相較之下，「營建工程業」增加 7,185 家，致「營建工程業」占比排行上升 1 位，超越「製造業」。（圖 2-1-1）

（五）約 8 成 8 中小企業資本額低於 500 萬元

以資本額級距觀察中小企業家數之樣態結構，2021 年資本額 500 萬元以下之中小企業約有 141 萬 8,349 家，比重達 88.88%。其中，未達 10 萬元者比重 41.37%（66 萬 190 家）。（附錄 2 附表 13）

觀察中小企業的銷售額，超過半數（56.63%）的銷售業績是由資本額 500 萬元以下的中小企業所貢獻。若以「銷售額除以家數」（即平均每家銷售額）來看，2021 年資本額 500 萬元以下的中小企業，平均每家銷售額約 1,063 萬元；資本額超過 500

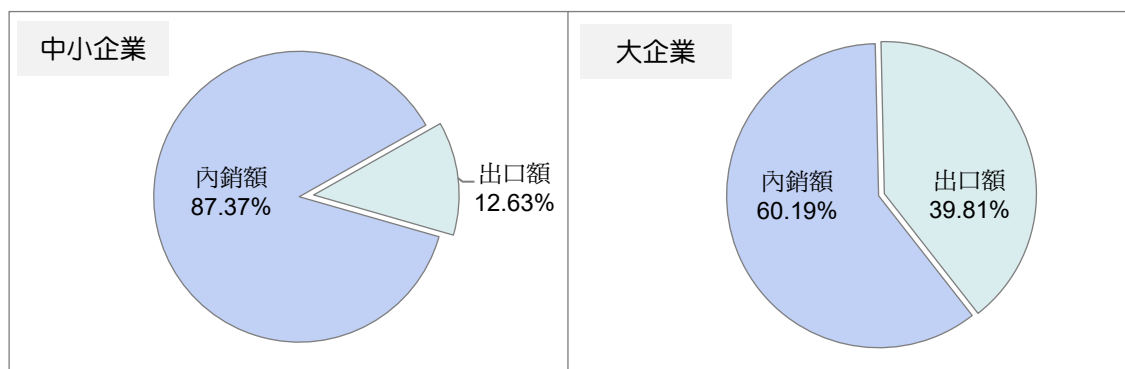
萬元的中小企業，平均每家銷售額約 6,505 萬元。以各資本額級距來看，資本額介於 6 千萬元至 1 億元級距的中小企業，平均每家銷售額約為 2 億 3,218 萬元，為各資本級距之平均每家銷售額最高。（附錄 2 附表 13）

二、中小企業銷售現況及變動

（一）2021 年中小企業營收近 9 成來自內銷

2021 年全體企業銷售額約為 50 兆 6,937.53 億元。其中，中小企業銷售額約為 26 兆 6,194.99 億元，占全體企業銷售額比重突破 5 成（52.51%）；內銷額約為 23 兆 2,584.64 億元，占中小企業銷售額比重近 9 成（87.37%）。大企業銷售額約為 24 兆 742.55 億元；內銷額約為 14 兆 4,907.62 億元，占大企業銷售額比率為 60.19%。由銷售比重可知，中小企業相對倚重內銷市場；尤其近年因疫情之管制措施影響，導致全球普遍存在供應鏈瓶頸，並使相關國際運輸之運費成本高漲，可能使中小企業之銷售更為仰賴國內市場，內銷比重持續攀升。（表 2-1-1、圖 2-1-2）

圖 2-1-2 2021 年企業內外銷比率－按規模別



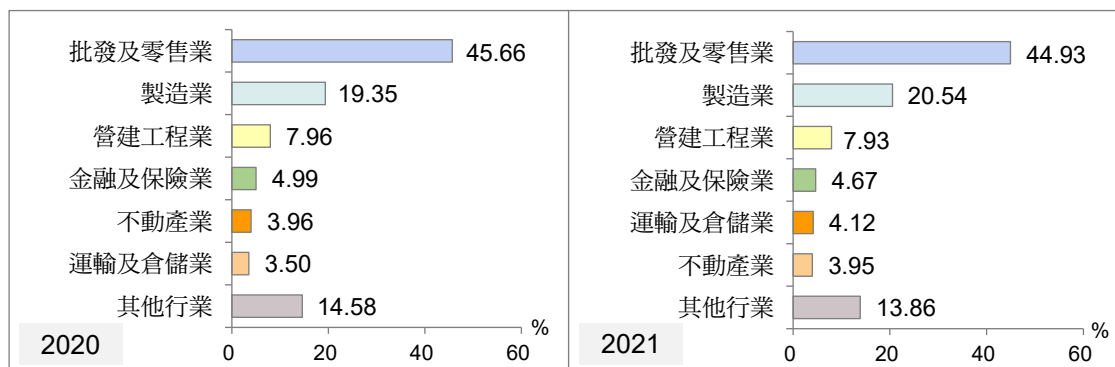
資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2021 年。

按各行業別內銷金額，占整體中小企業內銷金額的比率來觀察，2021 年中小企業內銷額占比前 3 高的業別依序為：「批發及零售業」、「製造業」、「營建工程業」；內銷額分別約 10 兆 4,128.76 億元（占 44.77%）、4 兆 2,062.17 億元（占 18.08%）、2 兆 990.00 億元（占 9.02%）。（附錄 2 附表 3）

（二）「批發及零售業」與「製造業」銷售額比率最高

觀察行業銷售概況，2021 年中小企業銷售額前 3 大業別為：「批發及零售業」、「製造業」、「營建工程業」。銷售額分別約 11 兆 9,612.05 億元（占 44.93%）、5 兆 4,666.78 億元（占 20.54%）、2 兆 1,097.14 億元（占 7.93%）；三者之銷售額都在兆元以上，合計之銷售業績占比高達 73.40%。（圖 2-1-3、附錄 2 附表 2）

圖 2-1-3 2020 年及 2021 年中小企業銷售額行業分布



資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2020-2021 年。

觀察 2021 年與 2020 年之行業結構占比排行，中小企業銷售額最多的前 6 大行業維持不變，惟「運輸及倉儲業」銷售額增額為「不動產業」之 2.3 倍，兩者占比排名互換。（圖 2-1-3）

（三）2021 年中小企業出口額成長，年增率達 24.75 %

2021 年臺灣全體企業出口額為 12 兆 9,445.28 億元，較 2020 年增加 26.25%¹。2021 年中小企業出口額為 3 兆 3,610.35 億元，占全體企業出口額的比率為 25.96%，較 2020 年增加 6,668.61 億元，成長率達 24.75%。大企業出口額約 9 兆 5,834.93 億元（占比 74.04%），成長率達 26.79%。（表 2-1-1）

此數據顯示企業外銷之成長佳績，尤其 2021 年，因臺灣疫情得控，生產及銷售逐步恢復，在國際產品具競爭優勢下，中小企業及大企業積極追趕 2020 年因疫情造成全球及主要國家經濟成長衰退，所致之出口缺口，為臺灣經濟挹注成長動力。

1：有關臺灣商品出口成長率，若以財政部關務署發布之數據，2021 年臺灣海關商品出口總額約 4,463.8 億美元、年增率為 29.34%；以新臺幣計價，臺灣海關商品出口金額約 12 兆 5,017.9 億元，年增率為 22.58%。另外，也可依據廠商申報營業稅時，填報之銷售額中的出口額，其定義與計算範疇，與海關商品出口金額之基礎不同。有關銷售額中之出口額，係廠商於營業稅申報時所填報之出口金額，與財政部關務署海關進出口通關之統計結果，可能因匯率報價、統計範疇、計算實務等差異，而有所不同。

2021 年中小企業之出口貢獻（中小企業出口額占全部企業出口額比率）為 25.96%，較上年略減 0.32 個百分點，主因同年大企業出口額成長幅度較大，使得大企業出口貢獻較上年增加。中小企業出口傾向（中小企業的出口額占其銷售額的比率）為 12.63%，則較上年增加 1.19 個百分點。（表 2-1-3）

表 2-1-3 2020 年及 2021 年中小企業家數及銷售額變動概況

單位：家；新臺幣百萬元；%

指 標	年 別	2020	2021
家 數		1,548,835	1,595,828
比 率		98.93	98.92
年 增 率		-	3.03
銷 售 額		23,555,513	26,619,499
比 率		53.99	52.51
年 增 率		-	13.01
內 銷 額		20,861,339	23,258,464
比 率		62.50	61.61
年 增 率		-	11.49
出 口 額		2,694,174	3,361,035
出口貢獻		26.28	25.96
出口傾向		11.44	12.63
年 增 率		-	24.75

附 註：1.2020 年企業規模資料以新標準定義，與 2019 年資料以 2015 年 3 月 30 日修正發布之〈中小企業認定標準〉定義基準不同，因此 2020 年不宜計算年增率，以「-」標示。

2.表中比率為中小企業占全部企業之百分比；年增率為該年較上年之增加比率。

3.出口貢獻＝（中小企業出口額／全部企業出口額）×100%。

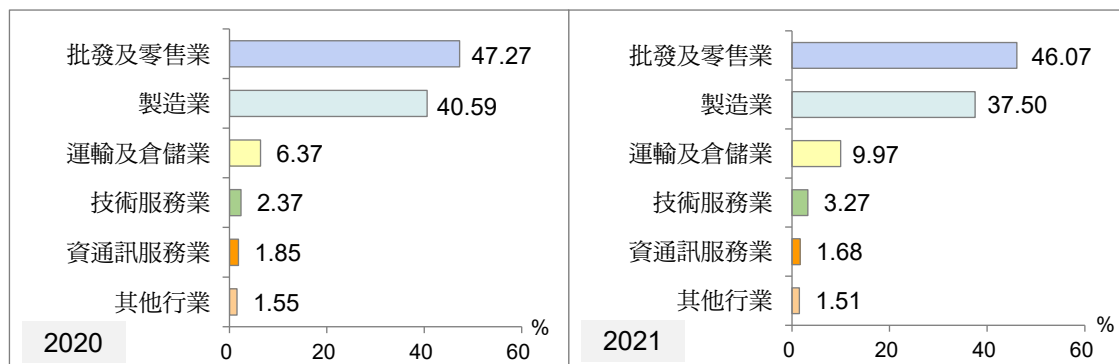
4.出口傾向＝（中小企業出口額／中小企業銷售額）×100%。

資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2020-2021 年。

（四）「批發及零售業」與「製造業」出口額比率最高

2021 年中小企業出口額前 3 業別依序為：「批發及零售業」、「製造業」與「運輸及倉儲業」；出口額分別約 1 兆 5,483.29 億元（占 46.07%）、1 兆 2,604.61 億元（占 37.50%）與 3,351.15 億元（占 9.97%），前 2 大行業合占達 83.57%。觀察 2021 年與 2020 年之行業結構占比排行，前 6 大行業維持不變，惟「運輸及倉儲業」出口增幅達 95.38%，致該行業出口占比，較上年增加 3.6 個百分點。（圖 2-1-4、附錄 2 附表 4）

圖 2-1-4 2020 年及 2021 年中小企業出口額行業分布



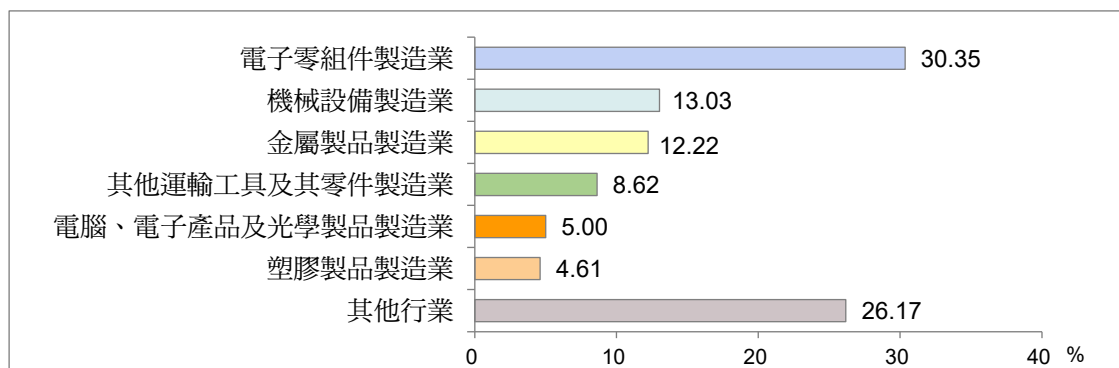
附註：1.「技術服務業」為「專業、科學及技術服務業」之簡稱。

2.「資通訊服務業」為「出版、影音製作、傳播及資通訊服務業」之簡稱。

資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2020-2021 年。

進一步觀察中小型製造業中業別之出口表現。2021 年中小型製造業的出口額為 1 兆 2,604.61 億元，出口額占比前 3 業別依序為：「電子零組件製造業」（占比 30.35%）、「機械設備製造業」（13.03%）、「金屬製品製造業」（12.22%）；前 3 大產業占比合計達 55.60%，出口產品之集中度頗高。（圖 2-1-5、附錄 2 附表 14-3）

圖 2-1-5 2021 年中小型製造業出口額行業分布



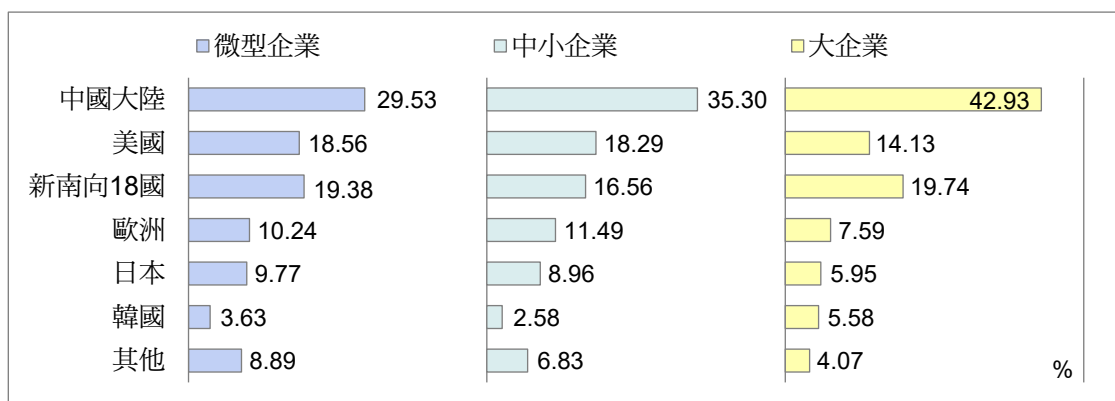
資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2021 年。

（五）2021 年中小企業出口區域金額占比以「中國大陸」最高，「美國」及「新南向 18 國」次之

以出口地區的金額占比來看，無論企業規模大小，2021 年出口區域金額的占比前 3 名為「中國大陸」、「新南向 18 國」及「美國」，三者合計占各規模別總出口

金額近 7~8 成，惟中小企業之第 2 和第 3 名排序不同。其中，大企業更為仰賴中國大陸（含港澳）的市場（占 42.93%），微型企業及中小企業相對較少（占比分別為 29.53%、35.30%）。（圖 2-1-6）

圖 2-1-6 2021 年出口區域金額占比—按規模別



附註：1.微型企業為員工人數未滿 5 人者。

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

資料來源：整理自經濟部國際貿易局提供的進出口資料，2022 年。

三、2021 年新設中小企業現況

（一）2021 年新設中小企業約 11.7 萬家，營收主要來自內銷

2021 年新設企業（經營年數未滿 1 年）總家數為 11 萬 7,320 家。新設企業屬中小企業規模者有 11 萬 7,112 家，占比約 99.82%，較 2020 年增加 8,811 家（或 8.14%）。就銷售模式而言，整體新設企業內銷額比重達 93.56%，新設中小企業內銷額比重亦達 93.65%，顯示無論是整體新設企業或新設中小企業，皆多以國內市場，作為萌芽階段之主力市場。（表 2-1-4）

（二）新設中小企業多為服務業

2021 年新設之中小企業大多是服務業，有 9 萬 8,929 家，占比約 84.47%。若以 3 級產業之比重觀察，新設中小企業之服務業銷售、內銷及出口之占比，分別為 80.70%、79.78%及 94.34%；工業部門之銷售、內銷及出口占比，分別為 19.10%、

20.02%及 5.60%；農業之占比則都不超過 1%。（表 2-1-5）

表 2-1-4 2021 年新設企業家數及銷售額－按規模別

單位：家；新臺幣百萬元；%

規模別 指 標	總 計(1)	中小企業 規模(2)	中小企業比率 (3)=(2)/(1)	中小企業 結構比	大企業 規模(4)	大企業比率 (5)=(4)/(1)	大企業 結構比
家 數	117,320	117,112	99.82	-	208	0.18	-
銷售額	241,781	236,895	97.98	100.00	4,886	2.02	100.00
內銷額	226,205	221,858	98.08	93.65	4,347	1.92	88.97
出口額	15,577	15,038	96.54	6.35	539	3.46	11.03

附 註：「-」表示不適用。

資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2021 年。

表 2-1-5 2021 年新設中小企業家數及銷售之產業部門概況

單位：家；新臺幣百萬元；%

指 標	家 數		銷售額		內銷額		出口額	
產業部門	家 數	結構比	銷售額	結構比	內銷額	結構比	出口額	結構比
總 計	117,112	100.00	236,895	100.00	221,858	100.00	15,038	100.00
農 業	761	0.65	456	0.19	447	0.20	9	0.06
工 業	17,422	14.88	45,253	19.10	44,411	20.02	842	5.60
服務業	98,929	84.47	191,186	80.70	177,000	79.78	14,186	94.34

資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2021 年。

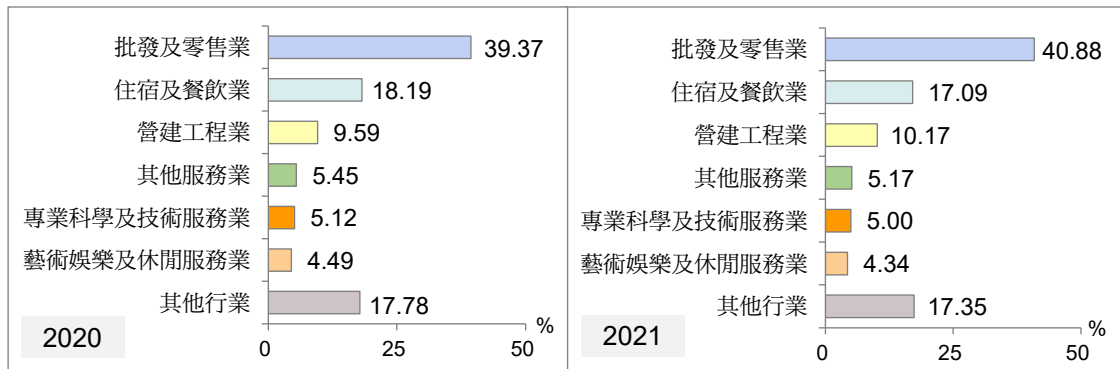
（三）新設中小企業家數前 6 大行業別多為服務業，銷售額較高之行業則涵蓋工業及服務業

觀察行業別分布樣態，2021 年新設中小企業家數占比前 6 大行業，依序為「批發及零售業」（4 萬 7,873 家、占 40.88%）、「住宿及餐飲業」（2 萬 19 家、占 17.09%）、「營建工程業」（1 萬 1,910 家、占 10.17%）、「其他服務業」（6,060 家、占 5.17%）、「專業、科學及技術服務業」（5,861 家、占 5.00%），以及「藝術、娛樂及休閒服務業」（5,078 家、占 4.34%）。除「營建工程業」外，其餘皆為服務業相關行業。相對之下，除「批發及零售業」外，大企業以「不動產業」、「金融及保險業」與「製造業」等資本密集度較高行業為主。（圖 2-1-7、表 2-1-6）

觀察新設中小企業各行業別銷售額，2021 年新設中小企業銷售額前 5 名之行業，依序為「批發及零售業」（1,098.66 億元、占 46.38%）、「營建工程業」（312.24 億元、占 13.18%）、「住宿及餐飲業」（207.00 億元、占 8.74%）、「專業、科學及技術服務業」（126.39 億元、占 5.34%），以及「製造業」（126.01 億元、占 5.32%）

等（表 2-1-6）。整體而言，2021 年新設中小企業家數及銷售額的行業別分布，與 2020 年相同。

圖 2-1-7 2020 年及 2021 年新設中小企業家數行業分布



資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2020-2021 年。

表 2-1-6 2021 年新設企業家數及銷售額與比率－按行業別及規模別

單位：家；新臺幣百萬元；%

行業別	項目 規模別	家 數				銷售額			
		全 部 企 業	中 小 企 業	結構比	大企業	全 部 企 業	中 小 企 業	結構比	大企業
總 計		117,320	117,112	100.00	208	241,781	236,895	100.00	4,886
農、林、漁、牧業		761	761	0.65	0	456	456	0.19	0
礦業及土石採取業		65	65	0.06	0	172	172	0.07	0
製造業		4,641	4,606	3.93	35	13,466	12,601	5.32	866
電力及燃氣供應業		358	354	0.30	*	302	302	0.13	*
用水供應及污染整治業		490	487	0.42	*	1,012	954	0.40	*
營建工程業		11,915	11,910	10.17	*	31,370	31,224	13.18	*
批發及零售業		47,909	47,873	40.88	36	112,327	109,866	46.38	2,461
運輸及倉儲業		2,225	2,223	1.90	*	12,188	11,847	5.00	341
住宿及餐飲業		20,019	20,019	17.09	0	20,700	20,700	8.74	0
出版、影音製作、傳播及 資訊通訊服務業		3,300	3,292	2.81	8	5,457	5,259	2.22	197
金融及保險業		1,335	1,289	1.10	46	11,771	11,519	4.86	252
不動產業		3,780	3,732	3.19	48	8,929	8,729	3.68	200
專業、科學及技術服務業		5,876	5,861	5.00	15	12,671	12,639	5.34	32
支援服務業		2,406	2,403	2.05	*	3,473	3,140	1.33	*
教育業		830	830	0.71	0	912	912	0.38	0
醫療保健及社會工作服務業		270	269	0.23	*	136	136	0.06	*
藝術、娛樂及休閒服務業		5,079	5,078	4.34	*	3,131	3,131	1.32	*
其他服務業		6,061	6,060	5.17	*	3,308	3,308	1.40	*

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

2.內銷額及出口額請參閱附錄 2 附表 9-1。

資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2021 年。

四、中小企業經營年數及組織型態

（一）中小企業經營年數小於 10 年比率高於大企業

以經營年數觀察，2021 年經營未滿 1 年之中小企業，占整體中小企業家數比率為 7.34%，經營年數 5 年以內者占 30.01%，經營 10 年以內者占 48.52%。相較之下，大型企業相對具有較長之經營年數，經營 10 年以內者僅占 20.99%，經營超過 10 年者占比達 79.01%。顯示中小企業經營年資低於大企業。（表 2-1-7）

表 2-1-7 2021 年企業家數及比率－按經營年數及規模別

單位：家；%

經營年數 \ 規模別	總 計	中小企業		大企業	
		家 數	結構比	家 數	結構比
總 計	1,613,281	1,595,828	100.00	17,453	100.00
未滿 1 年	117,320	117,112	7.34	208	1.19
1-2 年	112,003	111,677	7.00	326	1.87
2-3 年	92,444	92,111	5.77	333	1.91
3-4 年	83,159	82,796	5.19	363	2.08
4-5 年	75,536	75,161	4.71	375	2.15
5-10 年	297,440	295,381	18.51	2,059	11.79
10-20 年	387,069	382,909	23.99	4,160	23.84
20 年（含）以上	448,310	438,681	27.48	9,629	55.17

資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2021 年。

（二）中小企業以獨資經營家數最多，約占 5 成 2

觀察企業經營型態，2021 年中小企業以獨資經營占多數，獨資企業約 83 萬 4,286 家（占比 52.28%）；有限公司為 49 萬 5,983 家（31.08%）次之；股份有限公司為 13 萬 9,631 家（8.75%）居第 3；三者合占全部中小企業總家數比率達 92.11%。大企業則以股份有限公司最多（89.77%），有限公司（6.49%）次之，兩者合占大企業總家數之 96.26%。（表 2-1-8）

表 2-1-8 2021 年企業家數及比率－按組織型態及規模別

單位：家；%

組織型態	規模別	總 計	中小企業		大企業	
			家 數	結構比	家 數	結構比
總 計		1,613,281	1,595,828	100.00	17,453	100.00
股份有限公司		155,298	139,631	8.75	15,667	89.77
有限公司		497,116	495,983	31.08	1,133	6.49
合 夥		37,581	37,581	2.35	0	0.00
獨 資		834,303	834,286	52.28	17	0.10
本國公司之分公司		40,020	40,020	2.51	0	0.00
外國公司在臺之分公司		5,865	5,616	0.35	249	1.43
其 他		43,098	42,711	2.68	387	2.22

附 註：1.因資料限制，組織類別中的「無限公司」、「兩合公司」自 2021 年起列入「其他」。

2.「其他」係指非屬公司、獨資及合夥組織之營業人，以本國公司不列為分公司之「營業所（處）」、門市（部）、分店」等分支機構為主，以及「無限公司」與「兩合公司」等。

資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2021 年。

五、中小企業與區域發展

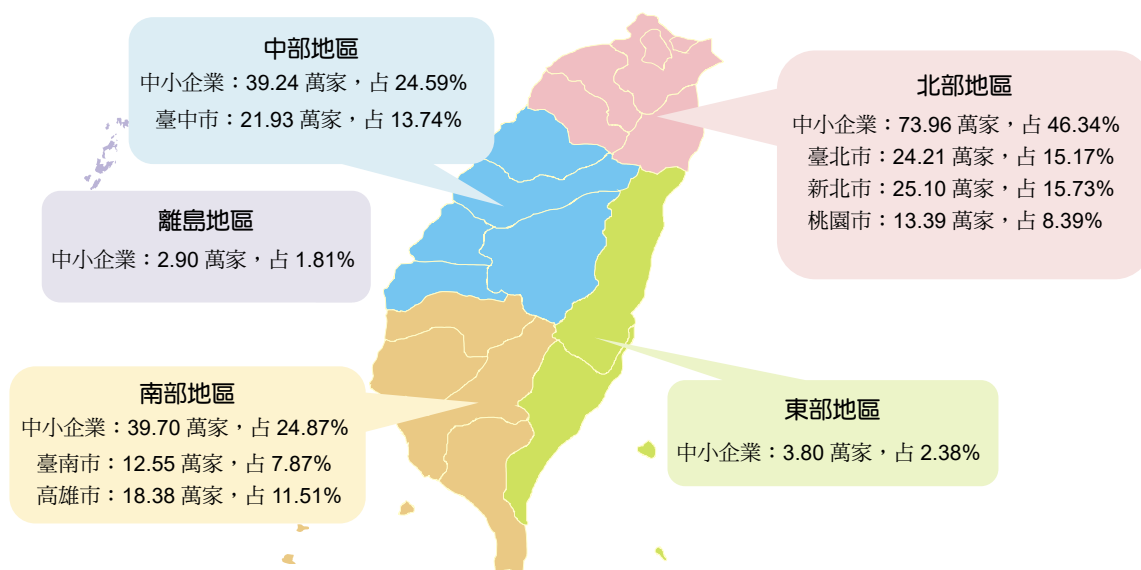
（一）約 4 成 6 中小企業集中在北部地區

依區域別觀察，2021 年北部地區中小企業 73.96 萬家，比重為 46.34%；中部及南部地區分別為 39.24 萬家（24.59%）、39.70 萬家（24.87%）；東部與離島地區合占 4.19%。（圖 2-1-8）

相對之下，大型企業的區域分布有更為明顯的地域差距，北部地區占比為 70.70%，中部地區占 14.25%、南部地區占 14.43%，而東部與離島地區僅占 0.62%。（表 2-1-9）

觀察都會區分布，中小企業主要集中在六都，合計 115.56 萬家，占 72.41%。以新北市 25.10 萬家（15.73%）居首；臺北市 24.21 萬家（15.17%）居次。（表 2-1-10）

圖 2-1-8 2021 年中小企業地區及主要縣市家數分布情形



附註：因資料限制，自 2021 年起家數及銷售額之區域別調整為：

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

資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2021 年。

表 2-1-9 2021 年區域企業家數及銷售額－按規模別

單位：家；新臺幣百萬元；%

區域別 規模別	總 計	北部地區	中部地區	南部地區	東部地區	離島地區
家 數						
全部企業	1,613,281	751,918	394,850	399,470	38,050	30,164
中小企業	1,595,828	739,579	392,363	396,951	37,979	28,956
結構比	100.00	46.34	24.59	24.87	2.38	1.81
大 企 業	17,453	12,339	2,487	2,519	71	37
結構比	100.00	70.70	14.25	14.43	0.41	0.21
銷 售 額						
全部企業	50,693,753	31,643,448	9,279,839	9,403,146	272,035	95,285
中小企業	26,619,499	14,970,545	5,878,247	5,470,557	219,391	80,758
結構比	100.00	56.24	22.08	20.55	0.82	0.30
大 企 業	24,074,255	16,672,904	3,401,591	3,932,589	52,644	14,527
結構比	100.00	69.26	14.13	16.34	0.22	0.06

附註：總計涵蓋北、中、南、東、離島地區共 22 縣市家數、銷售額。

資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2021 年。

表 2-1-10 2021 年六都企業家數及銷售額－按規模別

單位：家；新臺幣百萬元；%

縣市別 規模別	總 計	六都合計	臺北市	新北市	桃園市	臺中市	臺南市	高雄市
家 數								
全部企業	1,613,281	1,170,423	249,138	253,588	135,306	220,923	126,421	185,047
中小企業	1,595,828	1,155,572	242,082	250,997	133,897	219,299	125,545	183,752
結構比	100.00	72.41	15.17	15.73	8.39	13.74	7.87	11.51
大 企 業	17,453	14,851	7,056	2,591	1,409	1,624	876	1,295
銷 售 額								
全部企業	50,693,753	39,293,284	15,448,995	5,934,237	4,547,676	5,045,920	2,758,913	5,557,543
中小企業	26,619,499	21,425,441	7,006,721	3,674,404	2,643,061	3,511,926	1,704,619	2,884,710
結構比	100.00	80.49	26.32	13.80	9.93	13.19	6.40	10.84
大 企 業	24,074,255	17,867,843	8,442,274	2,259,833	1,904,615	1,533,994	1,054,293	2,672,834

附 註：總計涵蓋北、中、南、東、離島地區共 22 縣市家數、銷售額。

資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2021 年。

（二）中小企業銷售集中於北部地區，銷售比重逾半數

2021 年中小企業銷售額，以北部地區相對較多，約占全體中小企業的 56.24%。其中，「出版、影音製作、傳播業及資通訊服務業」，以及「專業、科學及技術服務業」之中小企業，在北部地區的銷售占比分別為 84.82% 和 81.46%；「金融及保險業」（73.65%）、「運輸及倉儲業」（72.25%）、「教育業」（64.04%）之北部銷售比重，也都在 6 成以上，有相對集中現象。（表 2-1-9、附錄 2 附表 10-1）

至於中部地區之中小企業各業別銷售額，分布較為平均，其中以「製造業」比重 36.01% 最高，但仍低於北部地區之 41.30%。南部地區則以「醫療保健及社會工作服務業」相對集中，銷售占比約 66.09%，高於北部（22.12%）、中部（11.43%）。（附錄 2 附表 10-1）

（三）中小企業多數行業集中於北部地區

依中小企業家數分布區域別與行業別觀察，2021 年多數行業集中於北部地區，「出版、影音製作、傳播及資通訊服務業」在北部地區之比重高達 72.24%；而「金融及保險業」、「專業、科學及技術服務業」之中小企業家數，也在北部相對明顯集中，占比分別達 64.85%、61.84%，都在 6 成以上。相對之下，「農、林、漁、牧業」、「電力及燃氣供應業」在北部地區占比則較低，各占 23.25%、28.22%。（表 2-1-11）

表 2-1-11 2021 年區域中小企業家數分布－按行業別

單位：%

項目 行業別	總計	北部 地區	中部 地區	南部 地區	東部 地區	離島 地區
總計	100.00	46.34	24.59	24.87	2.38	1.81
農、林、漁、牧業	100.00	23.25	29.74	39.07	7.22	0.72
礦業及土石採取業	100.00	35.71	24.57	20.38	18.10	1.24
製造業	100.00	41.76	37.55	19.63	0.75	0.30
電力及燃氣供應業	100.00	28.22	37.04	32.97	1.34	0.43
用水供應及污染整治業	100.00	39.33	25.68	31.92	2.31	0.76
營建工程業	100.00	45.10	25.52	25.63	2.58	1.18
批發及零售業	100.00	46.48	23.66	25.03	2.17	2.66
運輸及倉儲業	100.00	52.73	18.78	25.26	1.73	1.50
住宿及餐飲業	100.00	42.03	22.74	29.01	4.43	1.79
出版、影音製作、傳播及資通訊服務業	100.00	72.24	14.44	11.99	0.87	0.46
金融及保險業	100.00	64.85	15.90	17.67	1.20	0.38
不動產業	100.00	50.95	24.50	21.38	2.10	1.07
專業、科學及技術服務業	100.00	61.84	19.09	17.30	1.25	0.52
支援服務業	100.00	47.18	21.69	25.18	3.08	2.87
教育業	100.00	54.21	18.89	24.13	2.05	0.71
醫療保健及社會工作服務業	100.00	46.60	22.05	28.42	2.19	0.75
藝術、娛樂及休閒服務業	100.00	46.19	23.40	25.75	3.61	1.06
其他服務業	100.00	39.84	25.66	31.16	2.54	0.80

附註：總計涵蓋北、中、南、東、離島地區共 22 縣市家數。

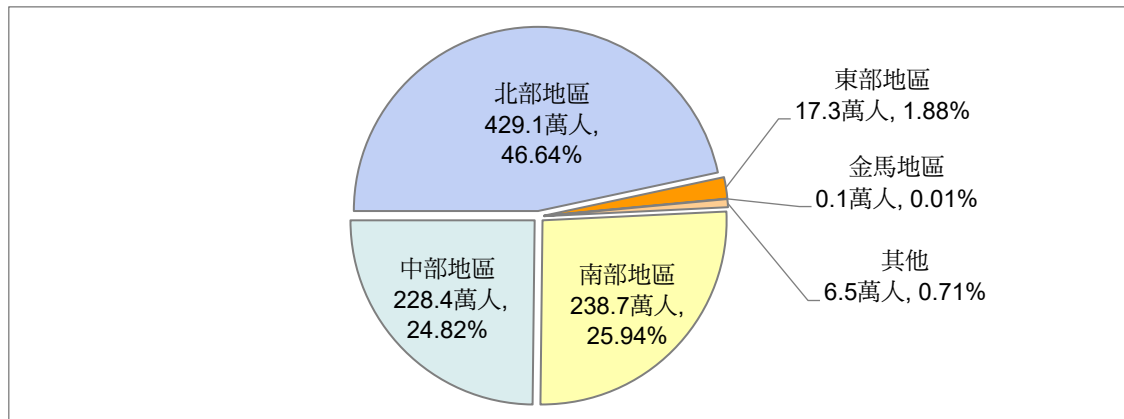
資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2021 年。

中部地區以「製造業」之中小企業家數占比最高（37.55%）；南部地區則以「農、林、漁、牧業」之中小企業家數占比最多（39.07%），高於中部之 29.74%，以及北部地區之 23.25%。（表 2-1-11）

（四）中小企業就業人數約 4 成 7 集中在北部地區

2021 年臺灣中小企業就業人數為 920 萬人。若按地區別觀察，其主要工作地點以北部地區計 429 萬 1 千人（占 46.64%）居冠，南部地區居次（238 萬 7 千人，占 25.94%），中部地區居第 3 位（228 萬 4 千人，占 24.82%），而後依序為東部地區（占 1.88%）、其他地區（占 0.71%）、金馬地區（占 0.01%）。（圖 2-1-9）

圖 2-1-9 2021 年區域就業人數分布－按中小企業就業者主要工作地點



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

資料來源：整理自行政院主計總處，人力資源調查統計原始資料，2021 年。

第 2 節 女性企業主經營現況

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

一、女性中小企業主占比超過 3 成 7

2021 年可以區分企業代表人性別的企業家數，共計 159 萬 4,301 家。其中，女性企業主家數有 58 萬 9,147 家，高達 99.52% 為中小企業（58 萬 6,304 家）。女性中小企業主家數相較 2020 年，增加 2 萬 428 家（年增 3.61%），女性中小企業家數占中小企業總計家數比率為 37.16%。（表 2-2-1）

二、女性比男性企業主更傾向內銷

就銷售額觀察，女性企業主較依賴國內市場。2021 年女性之中小企業內銷比率高達 90.29%，出口比率僅 9.71%；同樣地，男性中小企業的內銷比率約 88.17%，

出口比率僅 11.83%。而女性之大企業內銷比率為 70.92%，與男性之大企業內銷比率（63.07%）相差 7.85 個百分點，顯示女性企業主更傾向以內銷為主。（圖 2-2-1）

表 2-2-1 2021 年企業家數及銷售之規模別概況－按企業主性別

單位：家；新臺幣百萬元；%

指 標 \ 規模別	男女合計	中小企業	大企業
家 數合計	1,594,301	1,577,962	16,339
女性企業主	589,147	586,304	2,843
規模別比率 ^a	100.00	99.52	0.48
比率 ^b	36.95	37.16	17.40
男性企業主	1,005,154	991,658	13,496
銷售額合計	44,217,569	24,292,305	19,925,264
女性企業主	7,855,081	5,797,321	2,057,760
規模別比率 ^a	100.00	73.80	26.20
比率 ^b	17.76	23.86	10.33
男性企業主	36,362,488	18,494,984	17,867,504
內銷額合計	34,269,694	21,541,715	12,727,979
女性企業主	6,693,905	5,234,625	1,459,280
規模別比率 ^a	100.00	78.20	21.80
比率 ^b	19.53	24.30	11.47
男性企業主	27,575,789	16,307,090	11,268,699
出口額合計	9,947,875	2,750,590	7,197,285
女性企業主	1,161,176	562,696	598,480
規模別比率 ^a	100.00	48.46	51.54
比率 ^b	11.67	20.46	8.32
男性企業主	8,786,699	2,187,894	6,598,805

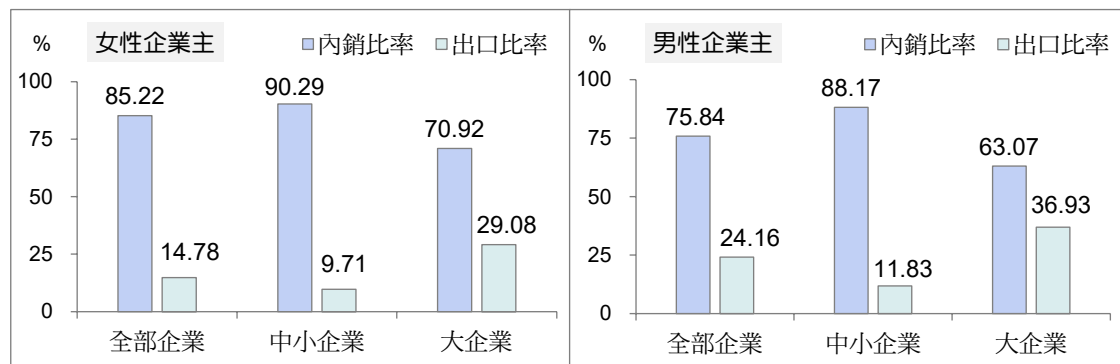
附 註：1.表中女/男性企業主係指企業負責人登記為女/男性者。

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

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

資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2021 年。

圖 2-2-1 2021 年銷售額之內外銷比率－按規模別及企業主性別



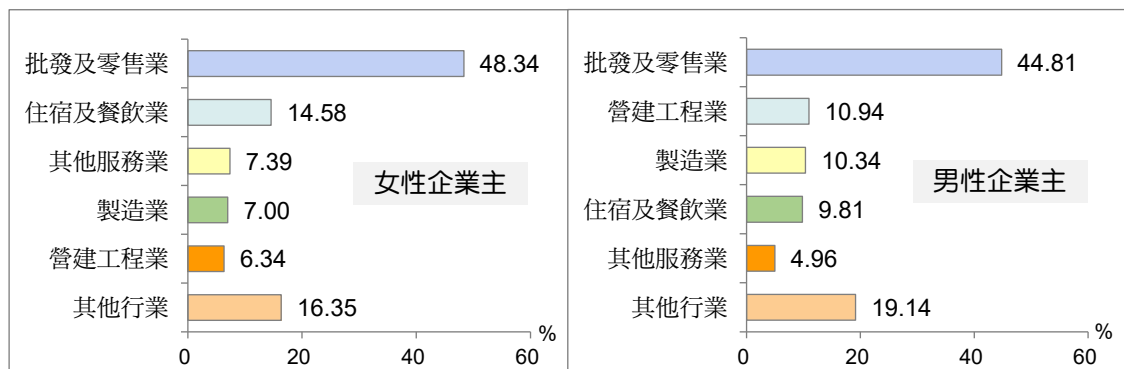
資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2021 年。

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

依中小企業主性別，觀察產業部門家數分布，2021 年女性中小企業主經營服務業的家數比率超過 85%，男性中小企業主將近 77%。觀察行業分布，2021 年中小企業女性企業主家數、銷售額、內銷額及出口額，都以「批發及零售業」所占比率最高（分別為 48.34%、47.39%、46.66%及 54.20%）。（附錄 2 附表 15、附表 15-1）

2021 年女性中小企業主家數排名前 5 大行業，與男性中小企業主相同，但排序上略有不同。女性中小企業主依序為：「批發及零售業」（占比約 48.34%）、「住宿及餐飲業」（14.58%）、「其他服務業」（7.39%）、「製造業」（7.00%），以及「營建工程業」（6.34%）。男性則以「批發及零售業」（44.81%）居首，與女性相同，而後依序為「營建工程業」（10.94%）、「製造業」（10.34%）、「住宿及餐飲業」（占 9.81%），以及「其他服務業」（4.96%）。（圖 2-2-2）

圖 2-2-2 2021 年中小企業家數行業分布－按企業主性別



資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2021 年。

四、女性中小企業主經營年數小於 10 年比率略高於男性

由經營年數觀察，2021 年女性新設（經營未滿 1 年）中小企業主約 4 萬 6,042 家，低於男性之 6 萬 9,543 家，少 2.4 萬家。經營年數少於 10 年者比率，女性中小企業主略高於男性，分別為 50.08%和 47.19%，顯示女性企業主之經營年資略低於男性。（表 2-2-2）

表 2-2-2 2021 年中小企業家數－按經營年數及企業主性別

單位：家；%

經營年數 企業主性別	男女合計	女性企業主		男性企業主	
		家 數	結構比	家 數	結構比
總 計	1,577,962	586,304	100.00	991,658	100.00
未滿 1 年	115,585	46,042	7.85	69,543	7.01
1-2 年	109,701	43,460	7.41	66,241	6.68
2-3 年	90,028	34,730	5.92	55,298	5.58
3-4 年	81,225	31,232	5.33	49,993	5.04
4-5 年	73,995	28,345	4.83	45,650	4.60
5-10 年	291,157	109,846	18.74	181,311	18.28
10-20 年	379,630	141,209	24.08	238,421	24.04
20 年（含）以上	436,641	151,440	25.83	285,201	28.76

附 註：表中各指標值男女合計與本章表 2-1-7 之總計數值不相符合，係因部分企業負責人為法人或外國人，無法區分性別，統計時未將其納入。

資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2021 年。

五、女性中小企業主約有 6 成為獨資經營

就組織型態結構觀察，男女中小企業主都以獨資經營之占比最高，女性為 59.25%，男性為 49.02%。其次是有限公司，分別為 28.76%及 32.27%；股份有限公司居第 3，分別為 6.26%及 10.03%。前 3 大組織型態占女性與男性中小企業主比率，分別高達 94.27%與 91.32%，顯示女性與男性中小企業主在組織型態的結構上大致相似，但女性中小企業主更多為獨資。（表 2-2-3）

表 2-2-3 2021 年中小企業家數－按組織型態及企業主性別

單位：家；%

組織型態 企業主性別	男女合計	女性企業主		男性企業主	
		家 數	結構比	家 數	結構比
總 計	1,577,962	586,304	100.00	991,658	100.00
股份有限公司	136,098	36,676	6.26	99,422	10.03
有限公司	488,651	168,615	28.76	320,036	32.27
合 夥	37,553	13,802	2.35	23,751	2.40
獨 資	833,456	347,356	59.25	486,100	49.02
本國公司之分公司	38,660	8,555	1.46	30,105	3.04
外國公司在臺之分公司	3,119	1,072	0.18	2,047	0.21
其 他	40,425	10,228	1.74	30,197	3.05

附 註：1.表中各指標值男女合計與本章表 2-1-8 之總計數值不相符合，係因部分企業負責人為法人或外國人，無法區分性別，統計時未將其納入。

2.因資料限制，組織類別中的「無限公司」、「兩合公司」自 2021 年起列入「其他」。

3.「其他」係指非屬公司、獨資及合夥組織之營業人，以本國公司不列為分公司之「營業所（處）」、門市（部）、分店」等分支機構為主，以及「無限公司」與「兩合公司」等。

資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2021 年。

六、兩性新設中小企業銷售額，占整體中小銷售額比率皆偏低

2021 年兩性新設（經營未滿 1 年）中小企業主銷售額總計約 2,263.95 億元，約占中小企業總銷售額的 0.93%，女性及男性新設中小企業主銷售額分別約為 747.66 億元、1,516.28 億元，占個別中小企業主總銷售比重為 1.29%與 0.82%；女性新設中小企業主銷售額，約占整體新設中小企業銷售額的 33.02%，男性則占 66.98%。以上顯示，男性新設中小企業主銷售額，約為女性的 2.03 倍，然而兩性新設中小企業的銷售額，在整體中小銷售額上的占比皆偏低。（表 2-2-4、附錄 2 附表 15-2）

表 2-2-4 2021 年新設中小企業家數及銷售－按企業主性別

單位：家；新臺幣百萬元；%

規模別 指 標	男 女 合計(1)	女性企業主 規 模(2)	女性企業主 比 率 (3)=(2)/(1)	女性企業主 結 構 比	男性企業主 規 模(4)	男性企業主 比 率 (5)=(4)/(1)	男性企業主 結 構 比
家 數	115,585	46,042	39.83	-	69,543	60.17	-
銷售額	226,395	74,766	33.02	100.00	151,628	66.98	100.00
內銷額	212,205	71,326	33.61	95.40	140,879	66.39	92.91
出口額	14,190	3,440	24.24	4.60	10,749	75.76	7.09

附 註：1. 「-」表示不適用。

2. 表中各指標值合計與本章表 2-1-4 之總計數值不相符合，係因部分企業負責人為法人或外國人，無法區分性別，統計時未將其納入。

資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2021 年。

若從內銷額與出口額來看，女性與男性整體中小企業主之銷售額皆至少 8 成 9 來自於內銷，而兩性新設中小企業之銷售額，約有 9 成 3 為內銷（女性企業主為 95.40%、男性企業主為 92.91%），顯示新設企業於萌芽階段，多以國內市場為主。（圖 2-2-1、表 2-2-4）

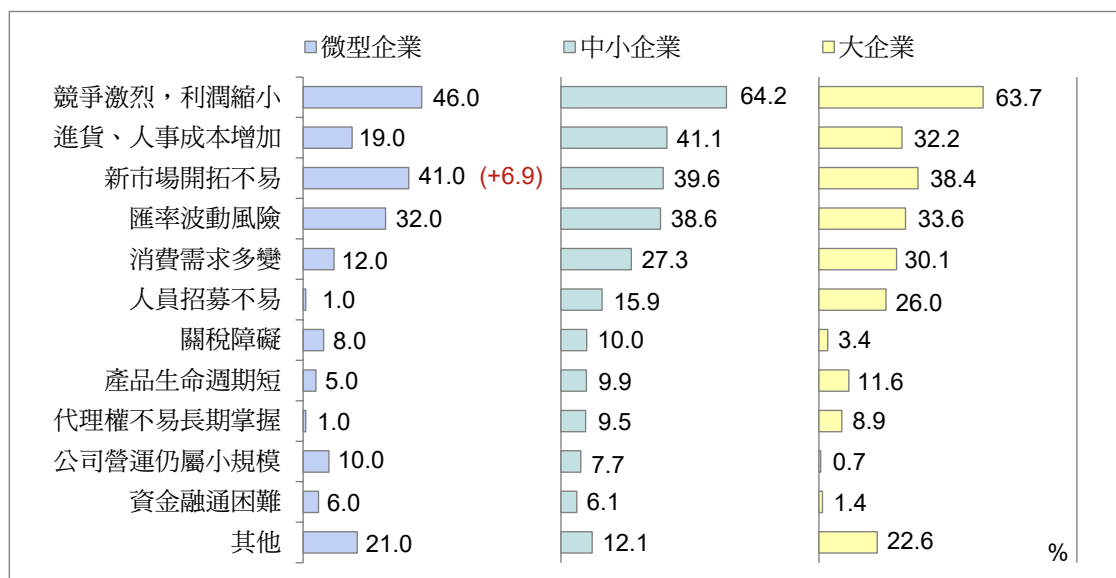
第 3 節 中小型商業經營概況

有關中小型商業經營概況，整理自經濟部統計處的《110 年批發、零售及餐飲業經營實況調查報告》。企業規模別以 2020 年 6 月 24 日發布之〈中小企業認定標準〉定義，即微型企業係指員工人數未達 5 人者，中小企業係指員工人數未達 200 人者（含未達 5 人者），大企業係指員工人數 200 人（含）以上者。必須注意的是，題目設計為複選題，調查結果各選項的占比加總將超過 100%。

一、批發業主要經營困境為「競爭激烈，利潤縮小」

2021 年各規模批發業主要經營困境皆為「競爭激烈，利潤縮小」，微型企業占 4 成 6，中小企業及大企業都約 6 成多。微型企業第 2 和第 3 項經營困境分別是「新市場開拓不易」（占 41.0%）及「匯率波動風險」（占 32.0%）；與 2020 年比較，以「新市場開拓不易」比率，提升 6.9 個百分點最多。中小企業第 2 和第 3 項經營困境則分別為「進貨、人事成本增加」（占 41.1%）及「新市場開拓不易」（占 39.6%）。（圖 2-3-1）

圖 2-3-1 2021 年批發業在經營上遭遇的困境－按規模別（複選）



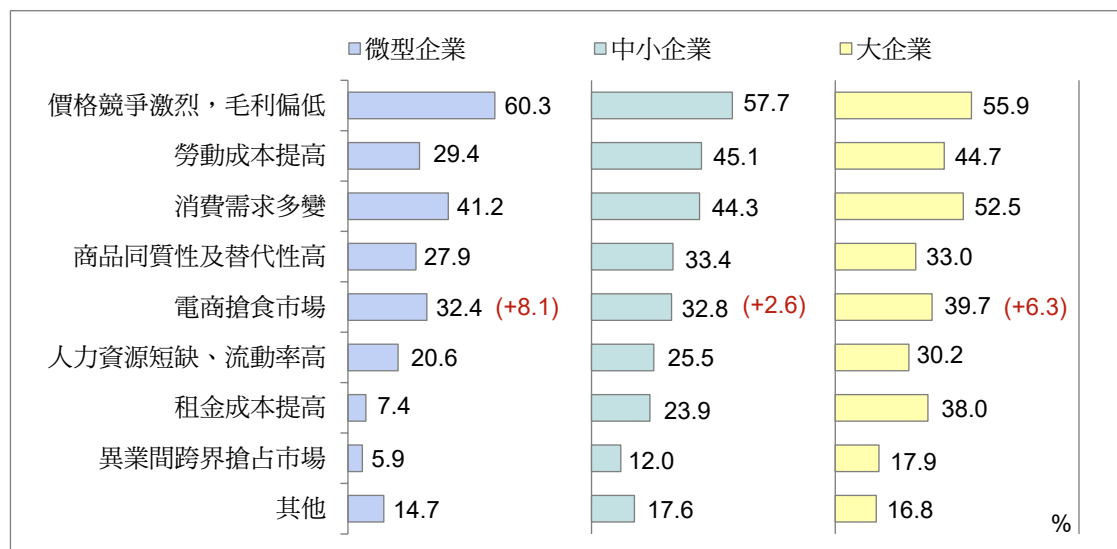
附註：批發業樣本數總計 2,028 家，其中微型企業 100 家，中小企業 1,882 家，大企業 146 家。
資料來源：整理自經濟部統計處（2021 年 11 月），《110 年批發、零售及餐飲業經營實況調查報告》。

二、零售業主要經營困境為「價格競爭激烈，毛利偏低」

2021 年各規模零售業主要經營困境皆為「價格競爭激烈，毛利偏低」，占比約 5~6 成；微型企業第 2 和第 3 項經營困境分別為「消費需求多變」（占 41.2%）和「電商搶食市場」（占 32.4%），中小企業則為「勞動成本提高」（占 45.1%）和「消費需求多變」（占 44.3%）。與 2020 年相比，因電子商務持續蓬勃發展，2021 年微型及中小企業的「電商搶食市場」比率，分別增加 8.1 及 2.6 個百分點。（圖 2-

3-2)

圖 2-3-2 2021 年零售業在經營上遭遇的困境－按規模別（複選）



附註：零售業樣本數總計 1,112 家，其中微型企業 68 家，中小企業 933 家，大企業 179 家。

資料來源：整理自經濟部統計處（2021 年 11 月），《110 年批發、零售及餐飲業經營實況調查報告》。

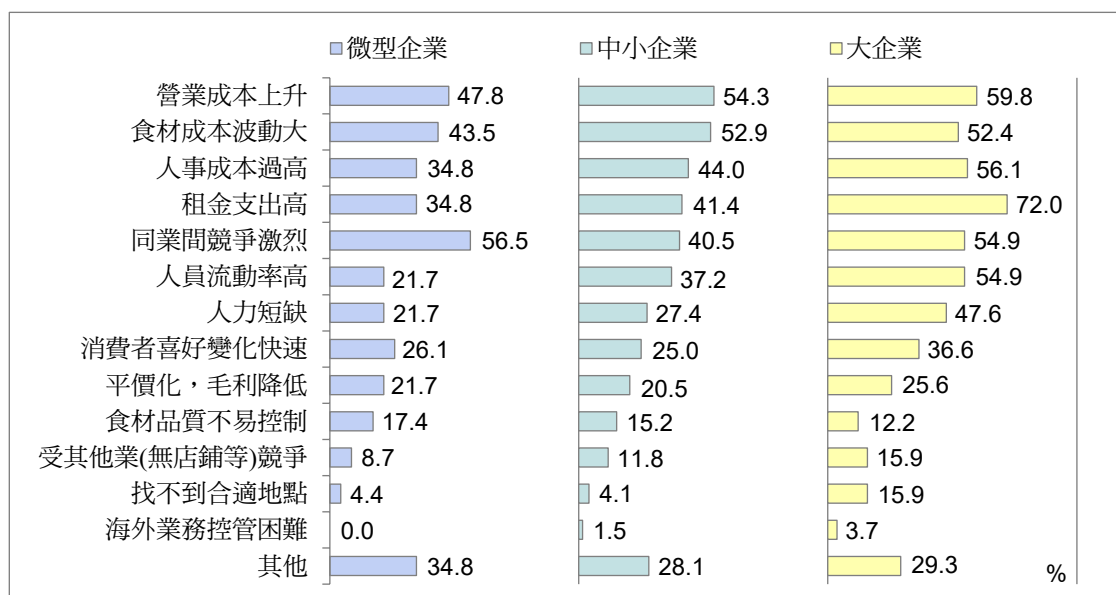
三、中小型餐飲業的經營困境主要受到成本因素影響

觀察各規模別餐飲業經營面臨的困難，微型企業前 3 項依序為「同業間競爭激烈」（占 56.5%）、「營業成本上升」（占 47.8%），以及「食材成本波動大」（占 43.5%）；中小企業主要受到成本因素影響，前 3 項經營困境依序為「營業成本上升」（占 54.3%）、「食材成本波動大」（占 52.9%），以及「人事成本過高」（占 44.0%）；大企業則以「租金支出高」（占 72.0%）為主要經營困境。（圖 2-3-3）

四、中小型餐飲業主要營運發展計畫前 2 項為「加強食品安全控管」及「研發新產品」

觀察各規模別餐飲業之主要營運發展計畫，微型企業主要考量成本因素，前 2 項分別為「降低原材物料成本」（占 39.1%）及「降低人事成本」（占 34.8%）。因重大食安事件屢見不鮮，消費者愈來愈重視食品安全，以及該業別同質性高，創新為長期競爭優勢，中小企業及大企業前 2 項主要營運發展計畫為「加強食品安全控管」及「研發新產品」，惟排序不同。（圖 2-3-4）

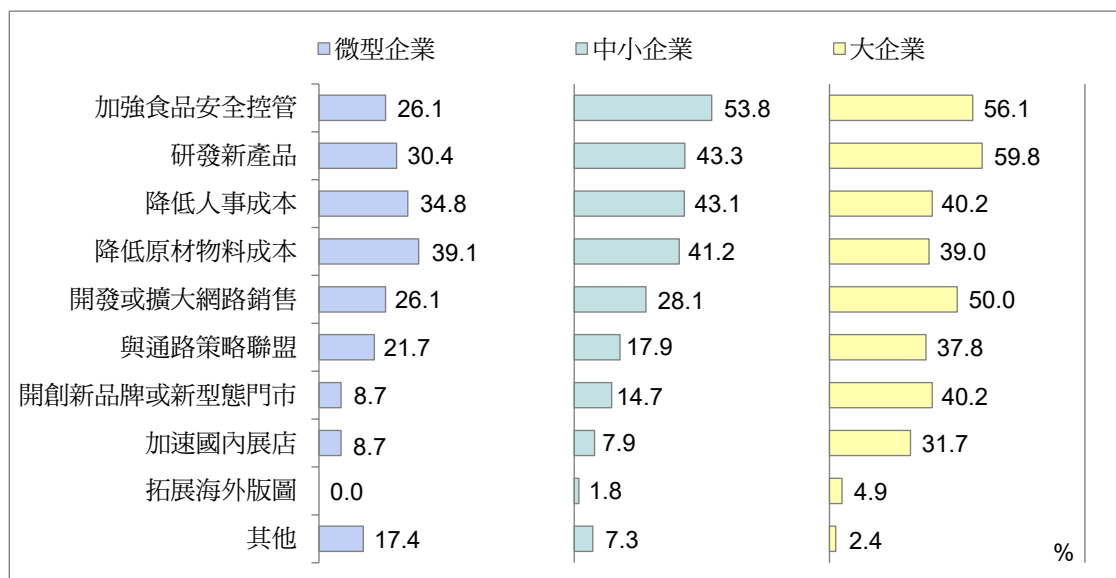
圖 2-3-3 2021 年餐飲業在經營上遭遇的困境－按規模別（複選）



附註：餐飲業樣本數總計 673 家，其中微型企業 23 家，中小企業 591 家，大企業 82 家。

資料來源：整理自經濟部統計處（2021 年 11 月），《110 年批發、零售及餐飲業經營實況調查報告》。

圖 2-3-4 2021 年餐飲業未來營運發展計畫－按規模別（複選）



附註：餐飲業樣本數總計 673 家，其中微型企業 23 家，中小企業 591 家，大企業 82 家。

資料來源：整理自經濟部統計處（2021 年 11 月），《110 年批發、零售及餐飲業經營實況調查報告》。

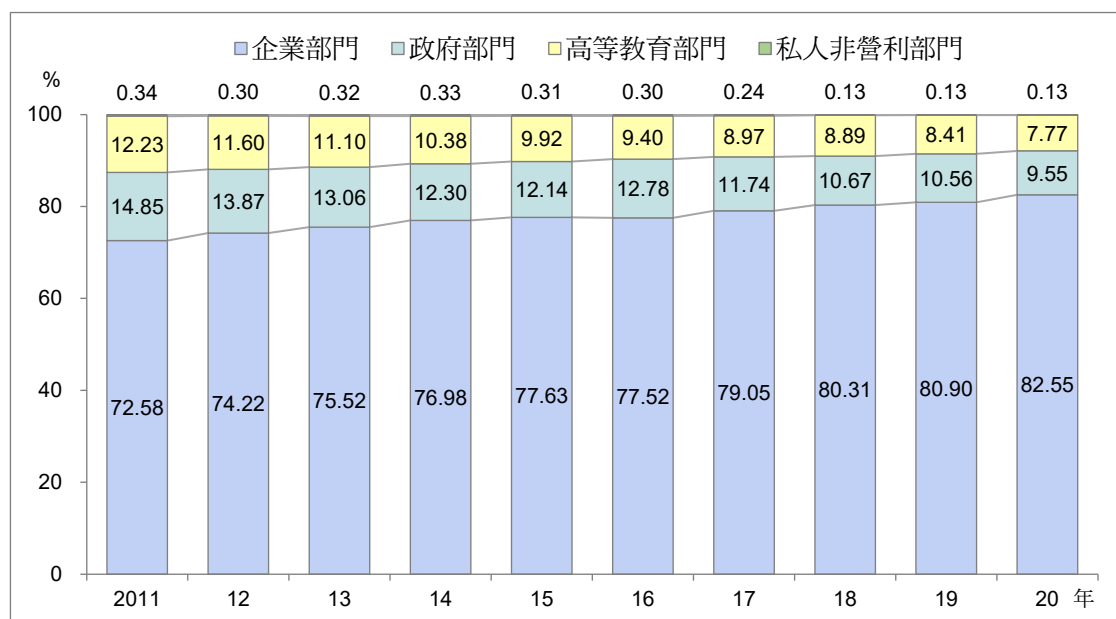
第 4 節 中小企業研發經費概況

在市場競爭激烈且各類產品技術與服務不斷翻新下，研發創新為中小企業生存與成長的重要關鍵。本節以國家科學及技術委員會《科學技術統計要覽 2021 年版》的資料，說明近年中小企業研發經費概況。

一、企業部門為研發主力

2020 年的全國總研發經費為 7,181.97 億元，較 2019 年的 6,607.86 億元，增長 8.78%。各部門研發經費投入，占全國總研發經費的比率，依序為：企業部門投入 5,933.55 億元（占 82.55%）、政府部門投入 686.92 億元（占 9.55%）、高等教育部門投入 558.30 億元（占 7.77%），以及私人非營利部門，僅投入 9.15 億元（占 0.13%）。企業部門一直是我國研發經費的主要來源，且企業部門研發經費占比呈攀升趨勢，由 2011 年的 72.58%，成長至 2020 年的 82.55%，上升 9.97 個百分點，且 2020 年企業部門研發經費成長率高達 10.99%。（圖 2-4-1）

圖 2-4-1 2011 年至 2020 年研發經費比率—依執行部門別

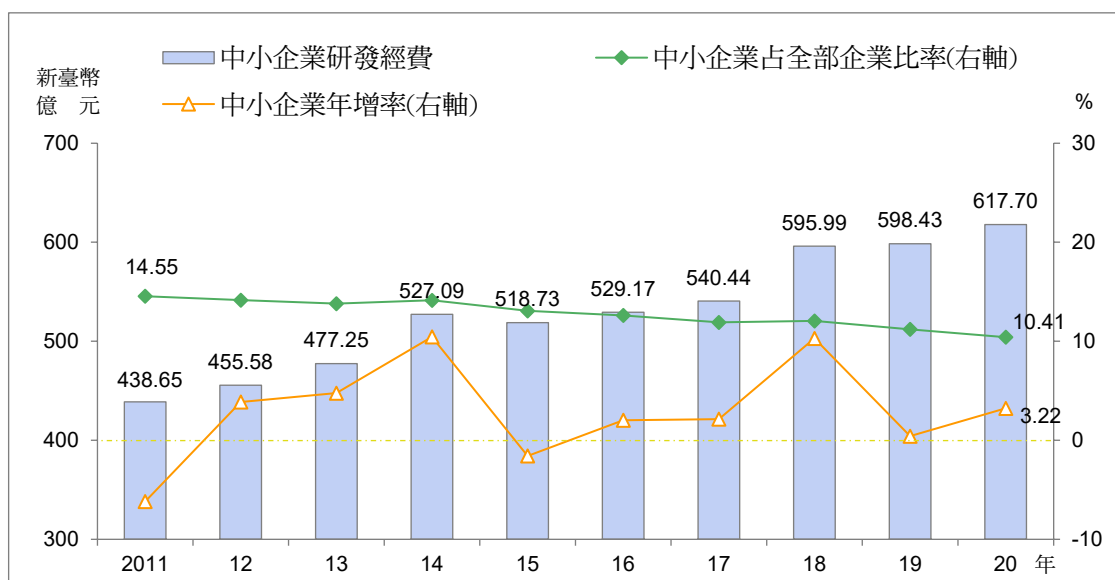


資料來源：國家科學及技術委員會（2021 年 12 月），《科學技術統計要覽 2021 年版》。

二、2020 年中小企業研發經費較 2019 年增加

2020 年中小企業研發經費為 617.70 億元，占整體企業比率為 10.41%。觀察近 10 年企業部門之研發經費，中小企業研發經費占比，大致呈下降趨勢，由 2011 年的 14.55%，減少至 2020 年的 10.41%；但中小企業研發經費投入，卻大致呈增加趨勢，自 2016 年起成長率由負轉正，2018 年成長率高達 10.28%，2020 年則增加 3.22%（圖 2-4-2）。大企業研發經費投入，自 2011 年起至 2020 年逐年攀升，2020 年的成長率高達 11.97%。

圖 2-4-2 2011 年至 2020 年中小企業研發經費概況



附註：中小企業係指員工人數未滿 200 人者。

資料來源：國家科學及技術委員會（2021 年 12 月），《科學技術統計要覽 2021 年版》。

第 3 章 中小企業財務概況與資金融通

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

本章藉由各項財務指標數據，瞭解中小企業的經營管理狀況。第 1 節及第 2 節說明中小企業的財務概況，惟礙於中小企業財務資料取得困難，分析之依據為財政部財政資訊中心之營利事業所得稅申報資料，可取得最新年度資料為 2020 年，故較其他章節的資料落後 1 年，第 3 節藉由中央銀行及金融監督管理委員會調查數據，審視中小企業與銀行間的資金融通。

本章所發布 2020 年財務指標數據相關統計，其企業規模別定義，係按經濟部於 2020 年 6 月 24 日修正發布〈中小企業認定標準〉規範，中小企業為實收資本額在新臺幣（以下同）1 億元以下者。另數字因尾數採 4 捨 5 入進位，總計可能不等於各細項之和，或各項比率總計可能不等於 100%，請讀者閱讀時留意。

第 1 節 中小企業整體財務概況

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

一、中小企業資產配置

（一）中小企業流動資產占總資產比例逾 6 成

2020 年臺灣中小企業流動資產占總資產比例達 6 成。其中，現金持有占總資產比例達 2 成，應收款項、存貨比例亦達 1 成 5 以上；非流動資產占總資產比例達近 4 成，其中以固定資產比率較高，達 21.45%。（表 3-1-1）

表 3-1-1 2020 年底共同比資產負債表－按規模別

單位：%

項 目	規模別	中小企業	大企業
流動資產		60.33	48.87
現金		22.08	18.59
應收款項		15.21	24.71
存 貨		18.81	4.31
預付款項		2.17	0.33
其他流動資產		2.06	0.93
非流動資產		39.67	51.13
長期投資		9.70	17.03
固定資產		21.45	8.79
土地及房屋		14.98	4.14
機械設備		5.08	3.90
其他固定資產		1.38	0.74
無形及其他非流動資產		8.52	25.31
資產=負債+淨值		100.00	100.00
負債		66.72	73.15
流動負債		55.42	47.24
短期借款		14.48	31.51
應付款項		16.41	6.95
預收款項		5.31	3.10
其他流動負債		19.22	5.67
非流動負債		11.29	25.91
淨值		33.28	26.85

資料來源：整理自財政部營利事業所得稅申報原始資料，2020 年。

觀察各業別財務指標資料，2020 年 18 大業別中，中小企業流動資產比率超過 50%者，有「礦業及土石採取業」、「製造業」、「用水供應及污染整治業」、「營建工程業」、「批發及零售業」、「運輸及倉儲業」、「出版、影音製作、傳播及資訊服務業」、「不動產業」、「專業、科學及技術服務業」、「支援服務業」、「教育業」，以及「其他服務業」等 12 個業別。（表 3-1-2）

表 3-1-2 2020 年底中小企業共同比資產負債表－按行業別

單位：%

項 目	行業別	農、林、 漁、牧業	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 建 工程業	批發及 零售業	運輸及 倉儲業	住宿及 餐飲業
流動資產		39.11	51.20	56.07	19.93	52.03	82.60	72.75	54.49	39.46
現金		17.34	19.97	21.54	11.05	25.02	21.50	26.18	26.21	20.21
應收款項		8.06	13.98	17.99	4.42	17.97	18.03	21.72	22.81	7.99
存 貨		6.71	12.56	13.26	0.62	5.74	39.00	20.32	0.53	6.14
預付款項		5.60	3.50	2.05	2.75	2.15	2.43	2.78	2.74	2.27
其他流動資產		1.41	1.19	1.22	1.08	1.15	1.63	1.76	2.20	2.86

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 建 工程業	批發及 零售業	運輸及 倉儲業	住宿及 餐飲業
非流動資產		60.89	48.80	43.93	80.07	47.97	17.40	27.25	45.51	60.54
長期投資		5.08	2.06	1.85	3.60	3.01	1.53	3.25	3.13	2.58
固定資產		45.33	34.93	38.45	67.40	37.14	11.65	19.42	35.34	47.16
土地及房屋		10.01	18.93	26.10	5.12	16.77	5.47	14.62	9.10	32.25
機械設備		29.16	14.50	10.65	43.59	18.25	5.10	3.58	24.56	5.70
其他固定資產		6.16	1.50	1.70	18.69	2.11	1.07	1.22	1.69	9.21
無形及其他非流動資產		10.48	11.82	3.63	9.07	7.82	4.22	4.57	7.04	10.80
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		76.05	68.68	67.79	72.66	58.93	71.16	68.93	55.16	85.93
流動負債		52.53	59.96	55.20	36.26	47.14	65.64	60.11	43.59	64.79
短期借款		15.05	14.24	17.22	12.51	11.48	8.52	15.19	9.10	14.40
應付款項		11.34	20.60	19.32	12.26	19.63	15.39	24.73	21.37	17.26
預收款項		1.16	0.40	3.05	0.79	1.92	31.59	2.24	0.69	0.81
其他流動負債		24.98	24.71	15.61	10.71	14.11	10.14	17.94	12.43	32.32
非流動負債		23.52	8.72	12.59	36.40	11.79	5.52	8.82	11.57	21.14
淨值		23.95	31.33	32.21	27.35	41.07	28.83	31.07	44.85	14.07

表 3-1-2 2020 年底中小企業共同比資產負債表—按行業別（續）

單位：%

項 目	行業別	資通訊 服務業	金融及 保險業	不動產業	專業、科 學及技術 服 務 業	支 援 服務業	教育業	醫療保健 及社會工 作服務業	藝術、娛 樂及休閒 服 務 業	其 他 服務業
流動資產		70.36	35.99	60.95	65.22	54.92	60.69	49.22	42.56	61.95
現 金		34.56	23.02	12.04	31.50	25.82	42.77	24.09	23.67	27.01
應收款項		23.44	8.06	4.23	22.15	21.53	11.23	19.80	9.74	14.93
存 貨		4.32	1.62	39.49	6.54	2.37	0.93	1.14	2.61	13.79
預付款項		3.86	0.47	2.54	2.24	1.69	2.11	2.78	4.01	2.84
其他流動資產		4.19	2.82	2.64	2.79	3.51	3.65	1.40	2.53	3.38
非流動資產		29.64	64.01	39.05	34.78	45.08	39.31	50.78	57.44	38.05
長期投資		5.15	41.30	5.03	11.15	10.10	2.12	1.67	2.60	5.23
固定資產		15.04	5.16	19.50	15.96	26.79	23.85	37.90	39.43	24.40
土地及房屋		10.28	4.74	18.13	11.14	9.17	15.45	23.53	25.76	15.89
機械設備		2.95	0.33	0.66	3.39	9.32	3.35	7.54	6.95	5.95
其他固定資產		1.81	0.08	0.72	1.43	8.30	5.05	6.83	6.72	2.56
無形及其他非流動資產		9.45	17.56	14.52	7.66	8.19	13.35	11.21	15.41	8.42
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		81.71	42.40	81.93	72.55	58.12	85.36	66.12	88.10	71.31
流動負債		70.19	37.01	60.77	61.32	46.89	71.29	52.19	59.54	62.48
短期借款		7.41	12.60	18.33	8.03	9.99	13.47	5.82	10.86	7.90
應付款項		30.35	5.12	8.28	22.81	15.60	18.25	27.16	14.37	17.10
預收款項		6.47	0.15	4.20	7.44	3.25	12.16	4.30	4.07	10.21
其他流動負債		25.96	19.14	29.97	23.05	18.06	27.41	14.91	30.24	27.27
非流動負債		11.52	5.39	21.16	11.23	11.23	14.07	13.93	28.56	8.83
淨值		18.29	57.60	18.07	27.45	41.88	14.64	33.88	11.90	28.69

附 註：「資通訊服務業」為「出版、影音製作、傳播及資通訊服務業」之簡稱。

資料來源：整理自財政部營利事業所得稅申報原始資料，2020 年。

（二）中小企業長期投資比例不及1成

長期投資係指企業為獲取財務或營業上的利益，收購持有其他家公司股票以獲取營業上的配合，而長期持有之資產，例如股票、可轉換公司債等，通常係指不準備在1年的營業期間內變現或處分的投資。2020年中小企業長期投資占總資產比例不到1成。（表3-1-1）

（三）固定資產比例逾2成

2020年中小企業固定資產占總資產比率達21.45%，其中，以土地及房屋占比最高，達14.98%，其次為機械設備，以及其他固定資產。（表3-1-1）

二、中小企業財務結構

觀察中小企業資產配置後，進一步探究其債務結構，俾全面瞭解中小企業整體財務狀況。2020年中小企業整體負債比率為66.72%，其中流動負債比率為55.42%，非流動負債比率為11.29%。反觀大企業，整體負債比率為73.15%，較中小企業來得高些，其中流動負債比率為47.24%，非流動負債比率為25.91%。（表3-1-1）

三、中小企業綜合損益

綜合損益反映企業於一定期間內實現利益或產生虧損的狀況，可瞭解企業利潤增減的原因。以營業成本占營業收入淨額比率觀察，2020年中小企業營業成本占比達77.17%，營業毛利占比達22.83%。就公司營運過程中衍生出來的營業費用（包括員工薪資、租金等）來看，2020年中小企業的營業費用占營業收入淨額比率，達18.46%，明顯較大企業高些。此外，2020年中小企業的獲利雖低於大企業，但仍達5.01%。（表3-1-3）

表 3-1-3 2020 年度共同比損益表－按規模別

單位：%

項 目 \ 規模別	中小企業	大企業
營業收入淨額	100.00	100.00
減：營業成本	77.17	87.48
營業毛利	22.83	12.52
減：營業費用	18.46	7.80

項 目 \ 規模別	中小企業	大企業
營業淨利	4.37	4.73
加：非營業收入	1.65	4.55
減：利息支出	0.42	0.41
減：其他非營業費用	0.59	2.24
本期損益	5.01	6.63

附 註：1.營業收入為企業因銷售產品或提供勞務而取得的各項收入。

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

3.營業費用指的是公司營運過程中所衍生出來的費用，例如員工薪資、租金等。

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

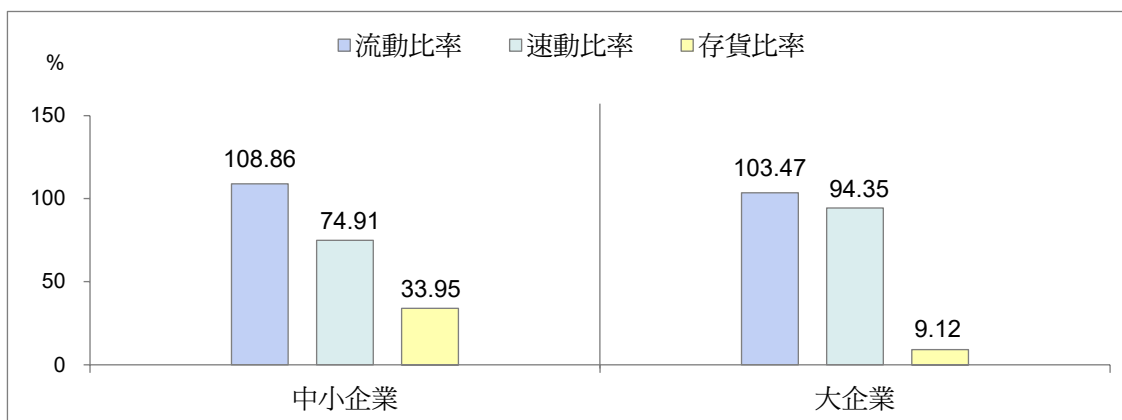
資料來源：整理自財政部營利事業所得稅申報原始資料，2020 年。

第 2 節 中小企業財務比率概況

一、短期清償能力尚有加強空間

企業的短期清償能力可由流動比率及速動比率來評估；流動比率反映公司的短期清償能力，一般財務良好公司的參考值約為 200%，即流動資產為流動負債的 2 倍。不過流動比率若太高，也可能代表企業經營政策相對保守，資產配置恐較無效率。2020 年中小企業流動比率達 108.86%，高於大企業的 103.47%。（圖 3-2-1）

圖 3-2-1 2020 年底企業短期流動性－按規模別



附 註：1.流動比率=流動資產÷流動負債×100%，通常以 200%為參考值，高於參考值為佳，但此標準會因產業而異。

2.速動比率=(流動資產-存貨)÷流動負債×100%，通常以 100%為參考值，高於參考值為佳，但此標準會因產業而異。

3.存貨比率=存貨÷流動資產×100%。

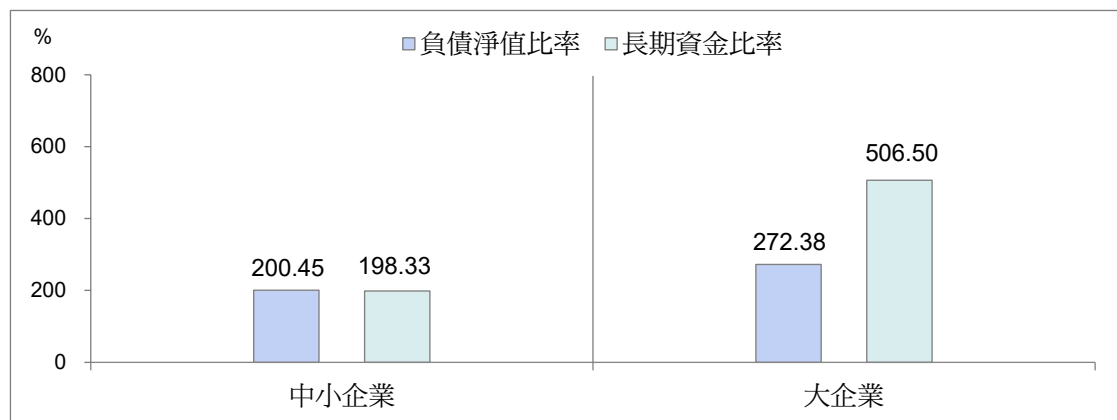
資料來源：整理自財政部營利事業所得稅申報原始資料，2020 年。

速動比率在計算上因不含變現性較差的存貨，反映公司極短期的清償能力，參考值為 100% 以上較佳。2020 年中小企業速動比率達 74.91%，大企業為 94.35%；不論中小企業或大企業的極短期清償能力表現，距離參考值 100% 仍有一小段距離，均有加強的空間。另由存貨比率觀察，2020 年中小企業存貨比率為 33.95%，大企業存貨比率為 9.12%。（圖 3-2-1）

二、負債淨值比率、長期資金比率在正常水準之上

負債淨值比率一般參考值為 100%，代表每 1 元資本可相應償付 1 元的負債，比率越高則代表財務槓桿操作越大。2020 年中小企業負債淨值比率達 200.45%，大企業的負債淨值比率則較高，達 272.38%，顯示大企業的財務槓桿利用程度仍明顯較高。（圖 3-2-2）

圖 3-2-2 2020 年底企業長期安定性－按規模別



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

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

資料來源：整理自財政部營利事業所得稅申報原始資料，2020 年。

長期資金比率指標可衡量企業的資金運用適當度。不論中小企業或大企業，2020 年長期資金比率均遠高於標準值 100%，顯示 2020 年中小企業與大企業長期資金配置穩健度，皆維持在正常水準之上。（圖 3-2-2）

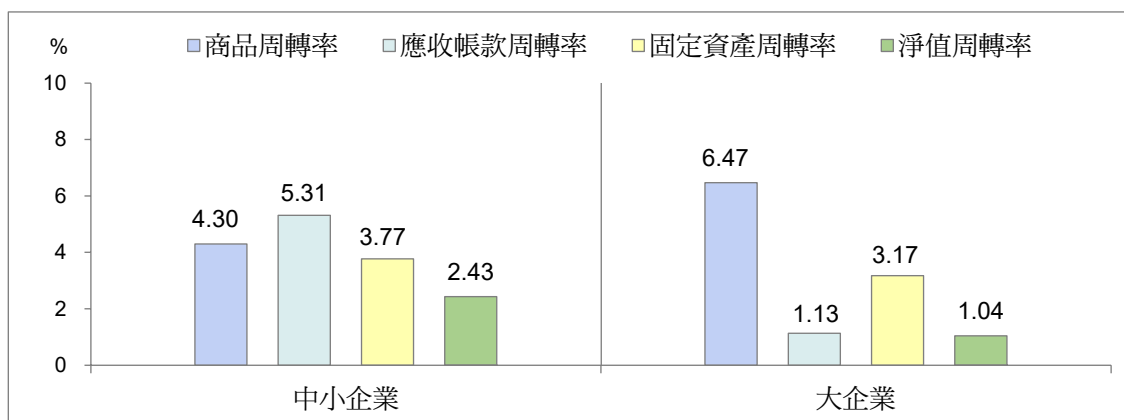
三、中小企業經營能力尚屬穩健

商品運用效率、收款成效、固定資產使用效率及資本運用效率等指標，都可衡量企業經營效率之高低。其中，商品周轉率是判斷出貨是否順暢的指標，亦即可判斷企

業庫存與銷售是否穩定；應收帳款周轉率則用以衡量企業信用擴張及收款成效；固定資產周轉率可用來衡量公司廠房、機器設備、土地等固定資產的使用效率；淨值周轉率係表示自有資本的回收次數，太高表示自有資本太低，企業經營穩定性較差，太低則表示自有資本太多或營業額過少。

2020 年中小企業的商品周轉率、應收帳款周轉率分別達 4.30%、5.31%；在固定資產周轉率及淨值周轉率指標方面，2020 年中小企業固定資產周轉率為 3.77%，淨值周轉率為 2.43%；反觀大企業，應收帳款周轉率、固定資產周轉率與淨值周轉率，皆較中小企業低些，分別為 1.13%、3.17%及 1.04%，顯見中小企業之經營能力尚屬穩健。（圖 3-2-3）

圖 3-2-3 2020 年企業經營能力－按規模別



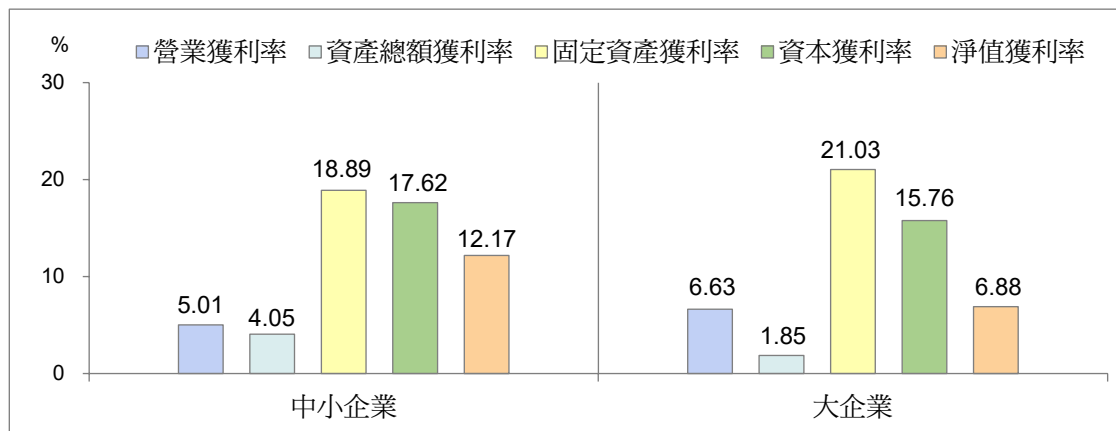
- 附註：1.商品周轉率＝營業收入淨額／存貨。
 2.應收帳款周轉率＝營業收入淨額／應收帳款。
 3.固定資產周轉率＝營業收入淨額／固定資產。
 4.淨值周轉率＝營業收入淨額／淨值。

資料來源：整理自財政部營利事業所得稅申報原始資料，2020 年。

四、中小企業獲利能力仍有成長空間

獲利能力指標有營業獲利率、資產總額獲利率、固定資產獲利率、資本獲利率，以及淨值獲利率等 5 項。2020 年中小企業營業獲利率為 5.01%，資產總額獲利率為 4.05%，固定資產獲利率為 18.89%，資本獲利率為 17.62%，淨值獲利率為 12.17%，其中資產總額獲利率、資本獲利率及淨值獲利率，較大企業來得高些。（圖 3-2-4）

圖 3-2-4 2020 年企業獲利能力－按規模別



附註：1.營業獲利率＝本期損益／營業收入淨額。
 2.資產總額獲利率＝本期損益／總資產。
 3.固定資產獲利率＝本期損益／固定資產。
 4.資本獲利率＝本期損益／資本。
 5.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，2020 年。

第3節 中小企業資金融通

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

一、企業資金的融通

(一) 企業貸款成本近年呈下降趨勢

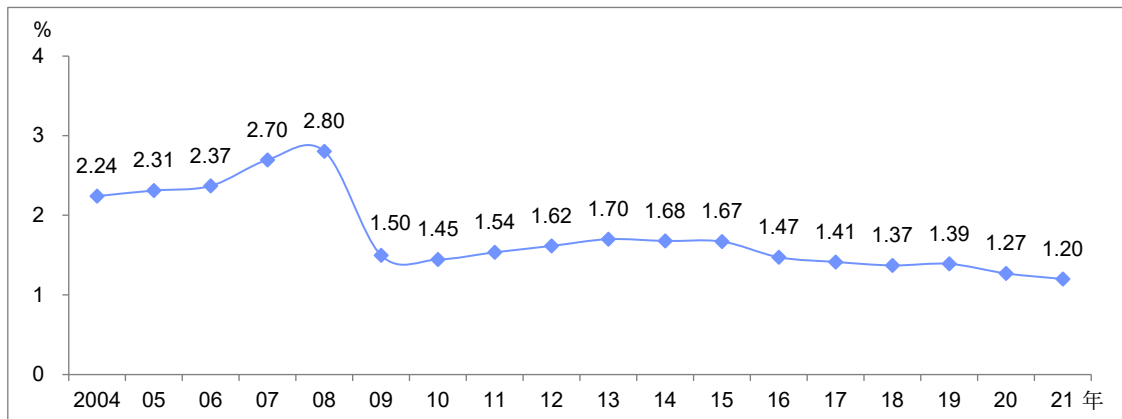
5 大銀行新承做放款平均利率，自 2014 年以來呈下降趨勢（2019 年除外），2021 年降為 1.20%，整體企業貸款成本呈減少態勢。（圖 3-3-1）

(二) 中小企業資金來源以金融機構借款為主

根據 2021 年 12 月中央銀行《中華民國公民營企業資金狀況調查結果報告》顯示，企業主要以金融機構借款及商業受信（即交易性負債，應付及預收款項）為融資主體。2020 年底不同規模企業在金融機構借款方面的比重，中小企業為 53.27%，大

型企業為 37.44%；在商業受信部分的比率，中小企業為 44.57%，大型企業為 45.18%。
(表 3-3-1)

圖 3-3-1 2004 年至 2021 年 5 大銀行新承做放款平均利率



附註：1.圖中利率為當年加權平均利率。

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

資料來源：中央銀行（2022 年 1 月），《五大銀行新承做放款金額與利率》。

表 3-3-1 2020 年底企業負債結構－按規模別

單位：新臺幣億元；%

項目別	中小企業		大企業	
	金額	比率	金額	比率
負債合計	85,719	100.00	248,900	100.00
1.金融機構借款	45,661	53.27	93,190	37.44
2.政府借款	79	0.09	40	0.02
3.企業及個人借款	699	0.82	2,580	1.04
4.國外借款	36	0.04	1,966	0.79
5.附買回交易	-	-	1	0.00
6.短期票券	418	0.49	8,223	3.30
7.國內公司債	-	-	13,662	5.49
8.國外有價證券	-	-	426	0.17
9.商業受信	38,207	44.57	112,462	45.18
10.各項準備及其他	619	0.72	16,350	6.57

附註：1.「-」代表無資料或數值不明。

2.各表細項加總因 4 捨 5 入，或與總數未盡相符。

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

資料來源：中央銀行（2021 年 12 月），《中華民國公民營企業資金狀況調查結果報告 109 年》。

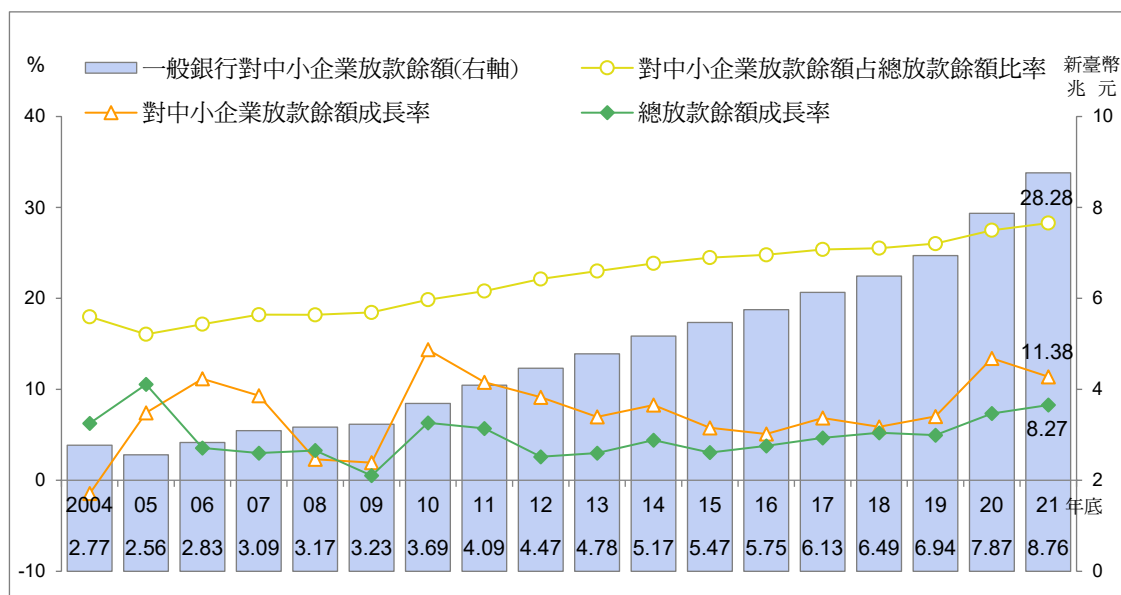
二、銀行對中小企業放款概況

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

（一）銀行對中小企業放款餘額維持高檔

2021 年底，一般銀行（含外國銀行在臺分行及大陸地區銀行在臺分行，但不含海外放款）對中小企業放款餘額持續成長，並創歷史新高，約 8.76 兆元；對中小企業放款餘額占總放款餘額的比率亦持續增加，由 2020 年底之 27.49% 增至 28.28%。2021 年底對中小企業放款餘額年成長 11.38%，高於放款餘額成長率 8.27%。（圖 3-3-2）

圖 3-3-2 2004 年底至 2021 年底臺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」÷「對中小企業放款占總放款餘額百分比率」推算而得。

資料來源：金融監督管理委員會銀行局，歷年《金融業務統計輯要》。

（二）對中小企業放款餘額前 10 大銀行

2021 年底對中小企業放款餘額的前 10 大銀行中，第一商業銀行居首，合作金庫商業銀行、臺灣中小企業銀行、華南商業銀行分居 2~4 位。放款餘額前 10 大銀行累計市場占有率為 68.22%，略低於 2020 年底之 68.79%。（表 3-3-2）

表 3-3-2 2021 年底對中小企業放款餘額前 10 大銀行

單位：新臺幣億元；%

銀行別	放款餘額	市場占有率	占該行放款比率
總計	59,760.67	68.22	-
第一商業銀行	8,664.51	9.89	50.27
合作金庫商業銀行	8,240.96	9.41	36.60
臺灣中小企業銀行	7,092.52	8.10	58.76
華南商業銀行	6,921.93	7.90	38.84
兆豐國際商業銀行	5,965.66	6.81	39.28
臺灣土地銀行	5,668.96	6.47	26.89
彰化商業銀行	5,439.66	6.21	38.68
玉山商業銀行	4,697.05	5.36	31.02
臺灣銀行	4,332.19	4.95	15.28
中國信託商業銀行	2,737.23	3.12	15.66

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

資料來源：金融監督管理委員會銀行局（2022 年 2 月），《金融業務統計輯要（110 年 12 月版）》。

（三）對中小企業放款占該行總放款比重前 10 大銀行之平均超過 4 成 7

2021 年底對中小企業放款占該行總放款比重之前 10 大銀行，與 2020 年底相同，惟排名有些許變動。此前 10 大銀行，對中小企業放款占該行總放款比重，平均為 47.36%。就單一銀行而言，以京城商業銀行對中小企業放款占該行放款比率最高，為 64.39%。2021 年底對中小企業放款比率前 10 大銀行中，分別有 4 家公營銀行與 6 家民營銀行。（表 3-3-3）

表 3-3-3 2020 年底及 2021 年底對中小企業放款占比前 10 大銀行

單位：新臺幣億元；%

2020 年底			2021 年底		
銀行別	放款餘額	占該行放款比率	銀行別	放款餘額	占該行放款比率
京城商業銀行	1,134.26	63.85	京城商業銀行	1,260.01	64.39
臺灣中小企業銀行	6,234.04	55.87	臺灣中小企業銀行	7,092.52	58.76
第一商業銀行	7,910.37	49.70	第一商業銀行	8,664.51	50.27
陽信商業銀行	1,772.75	47.72	陽信商業銀行	1,969.37	48.96
華泰商業銀行	382.85	44.36	華泰商業銀行	532.47	47.66
台中商業銀行	1,833.49	42.28	板信商業銀行	772.94	44.51
兆豐國際商業銀行	5,336.01	39.96	台中商業銀行	1,885.74	41.22
板信商業銀行	664.05	39.55	上海商業儲蓄銀行	2,496.18	39.72
上海商業儲蓄銀行	2,367.45	38.93	兆豐國際商業銀行	5,965.66	39.28
華南商業銀行	5,982.78	37.50	華南商業銀行	6,921.93	38.84

資料來源：金融監督管理委員會銀行局（2022 年 2 月），《金融業務統計輯要（110 年 12 月版）》。

(四) 民營銀行持續積極辦理中小企業放款

2021 年底對中小企業放款餘額前 10 大民營銀行，和 2020 年底相同，惟排名有些許變動。其中，2021 年底放款餘額最多之民營銀行，係玉山商業銀行的 4,697.05 億元。前 10 大民營銀行對中小企業放款餘額成長顯著，如：台北富邦銀行年增率達 23.90%，增幅最大；另如國泰世華商業銀行、元大商業銀行和中國信託商業銀行，也分別有 18.31%、14.65%和 14.19%的成長率。（表 3-3-4）

表 3-3-4 2020 年底及 2021 年底對中小企業放款餘額前 10 大民營銀行

單位：新臺幣億元；%

銀行別	2020 年底放款餘額	2021 年底放款餘額	年增率
玉山商業銀行	4,292.32	4,697.05	9.43
中國信託商業銀行	2,396.99	2,737.23	14.19
國泰世華商業銀行	2,283.83	2,702.02	18.31
永豐商業銀行	2,249.15	2,557.63	13.72
台北富邦銀行	2,063.36	2,556.46	23.90
上海商業儲蓄銀行	2,367.45	2,496.18	5.44
台新國際商業銀行	2,089.28	2,310.49	10.59
陽信商業銀行	1,772.75	1,969.37	11.09
台中商業銀行	1,833.49	1,885.74	2.85
元大商業銀行	1,483.66	1,701.02	14.65

資料來源：金融監督管理委員會銀行局（2022 年 1 月），《金融業務統計輯要（111 年 1 月版）》。

外國銀行對我國中小企業放款的金額並不高，僅占 0.81%；依放款餘額排行觀察，2021 年底放款餘額最多者為日商三井住友銀行 332.22 億元，其次為日商三菱日聯銀行 204.51 億元，第 3 則是日商瑞穗銀行 155.06 億元。（表 3-3-5）

表 3-3-5 2020 年底及 2021 年底對中小企業放款餘額前 3 大外國銀行

單位：新臺幣億元；%

銀行別	2020 年底放款餘額	2021 年底放款餘額	年增率
日商三井住友銀行	280.02	332.22	18.64
日商三菱日聯銀行	178.13	204.51	14.81
日商瑞穗銀行	51.58	155.06	200.63

附註：外國銀行係指外國銀行在臺分行。

資料來源：金融監督管理委員會銀行局網站，「統計資料庫動態查詢系統」，上網日期：2022 年 4 月 7 日，取自：<https://survey.banking.gov.tw/statis/stmain.jsp?sys=100>。

第 4 章 中小企業人力資源

COVID-19 疫情持續影響產業及經濟，亦衝擊 2021 年臺灣人力資源及勞動市場。根據行政院主計總處統計資料顯示，2021 年勞動力年平均為 1,191 萬 9 千人，較 2020 年減少 4 萬 5 千人或 0.38%，其中就業者亦減少 5 萬 7 千人或 0.50%，為近年來首次的負成長，且勞動參與率為 59.02%，較 2020 年下降 0.12 個百分點，已連續兩年呈現下滑。另外，2021 年失業人數年平均為 47 萬 1 千人，較上年增加 1 萬 1 千人或 2.39%，失業率平均為 3.95%，亦較上年上升 0.10 個百分點。

本章分 2 節來呈現 2021 年我國中小企業人力資源概況。第 1 節主要探討中小企業勞動力之運用，針對就業者與失業者之特性（包括年齡、性別、學歷與縣市區域分布等）進行規模別及產業別觀察，並比較其變化趨勢；同時陳述中小企業在移工、部分工時、臨時性或派遣人力的使用狀況。第 2 節主要針對中小企業之勞動條件，特別檢視每週工時與薪資水準之行業別狀況，並說明近期臺灣整體的人力需求概況。

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

第 1 節 中小企業勞動力運用

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

一、中小企業仍持續提供穩定就業機會

我國持續受 COVID-19 疫情影響，人力資源與勞動市場也受到衝擊，2021 年臺灣總就業人數（含雇主、自營作業者、受政府僱用者、受私人僱用者及無酬家屬工作者）為 1,144 萬 7 千人，較 2020 年減少 5 萬 7 千人（減幅 0.50%）。（表 4-1-1）

表 4-1-1 2020 年及 2021 年臺灣就業及受僱人數規模別概況

單位：千人；%

指 標	規模別 年 別	全國總計		中小企業		大企業		政府僱用	
		2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021
就業人數		11,504	11,447	9,311	9,200	1,168	1,222	1,024	1,026
比 率		100.00	100.00	80.94	80.37	10.16	10.68	8.91	8.96
年增率		0.03	-0.50	-	-1.19	-	4.62	0.59	0.20
受僱人數		9,178	9,169	6,986	6,923	1,167	1,221	1,024	1,026
比 率		100.00	100.00	76.12	75.50	12.72	13.32	11.16	11.19
年增率		0.34	-0.10	-	-0.90	-	4.63	0.59	0.20

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

2.2020 年企業規模資料以新標準定義，與 2019 年資料以 2015 年 3 月 30 日修正發布之〈中小企業認定標準〉定義基準（即「製造業」、「營造業」（營建工程業）、「礦業及土石採取業」經常僱用員工數未滿 200 人者；其他行業經常僱用員工數未滿 100 人者），有所不同，因此 2020 年不宜計算年增率，以「-」標示。

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

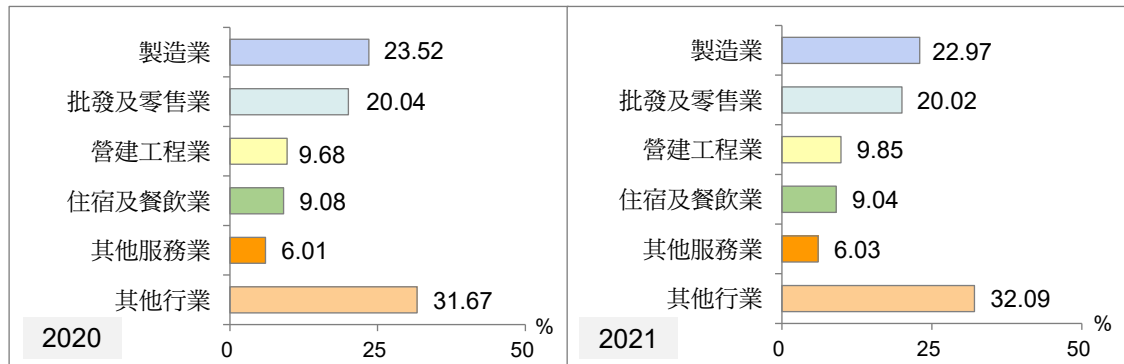
4.就業及受僱人數尚包括戶籍地設於臺灣地區，且就業（受僱）於臺灣並派赴中國大陸（含港澳）或國外工作者。

資料來源：行政院主計總處，人力資源調查統計原始資料，2020-2021 年。

其中，2021 年中小企業就業人數為 920 萬人，亦較上年減少 11 萬 1 千人（減幅 1.19%）。然而，中小企業就業人數占全國總就業人數的 80.37%，占比維持在 8 成以上，顯示中小企業仍持續提供穩定就業機會。另外，大企業之就業人數為 122 萬 2 千人（占比 10.68%），較上年增加 5 萬 4 千人（增幅 4.62%）；政府部門就業人數為 102 萬 6 千人（占比 8.96%），則較上年略增 2 千人（增幅 0.20%）。（表 4-1-1）

由行業別進行觀察，2021 年中小企業就業人數之行業排序，以「製造業」的 211 萬 3 千人居首，占比為 22.97%；其次為「批發及零售業」的 184 萬 2 千人，占比為 20.02%；第 3 則為「營建工程業」的 90 萬 6 千人，占比為 9.85%。整體而言，2021 年中小企業就業人數行業結構，仍維持與 2020 年相近。（圖 4-1-1、附錄 2 附表 5）

圖 4-1-1 2020 年及 2021 年中小企業就業人數行業分布



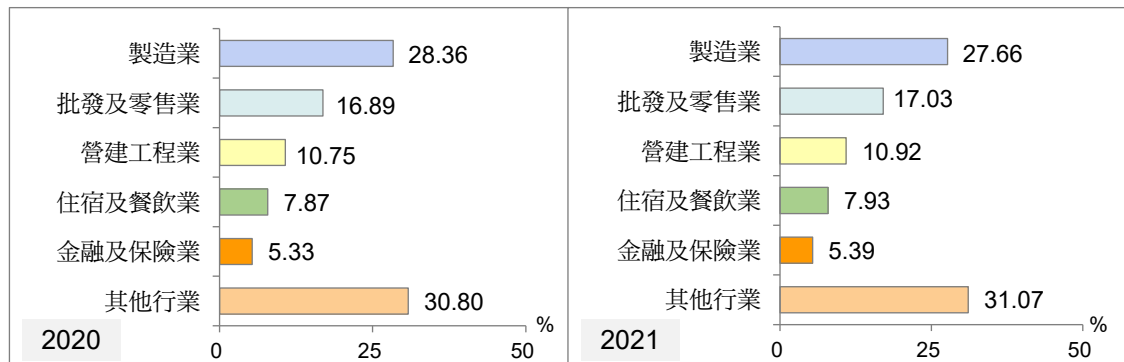
資料來源：行政院主計總處，人力資源調查統計原始資料，2020-2021 年。

二、2021 年中小企業受僱人數略減

2021 年臺灣受僱人數(含受政府僱用者與受私人僱用者)總計為 916 萬 9 千人，較 2020 年減少 9 千人(減幅 0.10%)。其中，中小企業受僱人數為 692 萬 3 千人，占全國總受僱人數的 75.50%，較上年減少 6 萬 3 千人(減幅 0.90%)。另外，大企業之受僱人數為 122 萬 1 千人，占全國總受僱人數 13.32%，較上年增加 5 萬 4 千人(增幅 4.63%)。(表 4-1-1)

由行業別進行觀察，2021 年中小企業中受僱人數之行業排序，其中占比最高為「製造業」，有 191 萬 5 千人，占比 27.66%；其次為「批發及零售業」，為 117 萬 9 千人，占比 17.03%；第 3 則是「營建工程業」，為 75 萬 6 千人，占比 10.92%。整體而言，2021 年中小企業受僱人數的行業別結構，仍維持與 2020 年相近。(圖 4-1-2、附錄 2 附表 6)

圖 4-1-2 2020 年及 2021 年中小企業受僱人數行業分布

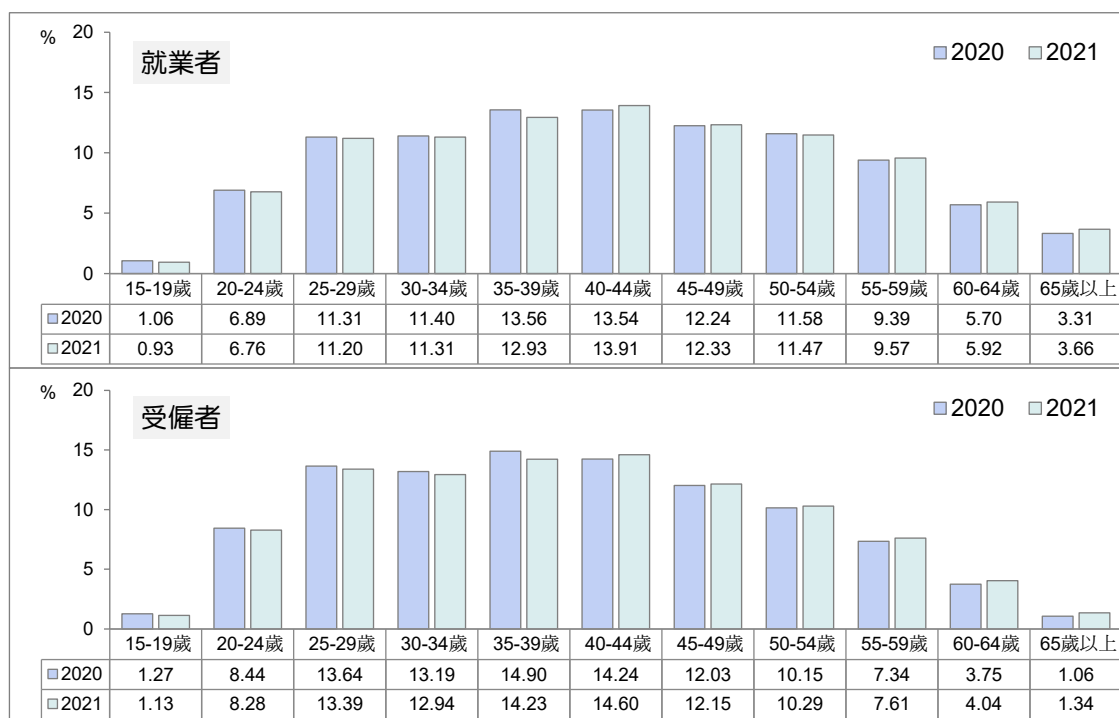


資料來源：行政院主計總處，人力資源調查統計原始資料，2020-2021 年。

三、中小企業人力結構續呈現高齡化與高教育程度化

觀察 2021 年中小企業就業者年齡結構，前 3 大族群依序為 40~44 歲、35~39 歲與 45~49 歲，占比分別為 13.91%、12.93%與 12.33%。從 2021 年中小企業受僱者年齡結構來看，前 3 大族群中，以 40~44 歲族群最多，占 14.60%；其次為 35~39 歲族群，占比 14.23%；第 3 則為 25~29 歲，占 13.39%。（圖 4-1-3）

圖 4-1-3 2020 年及 2021 年中小企業就業者及受僱者年齡結構



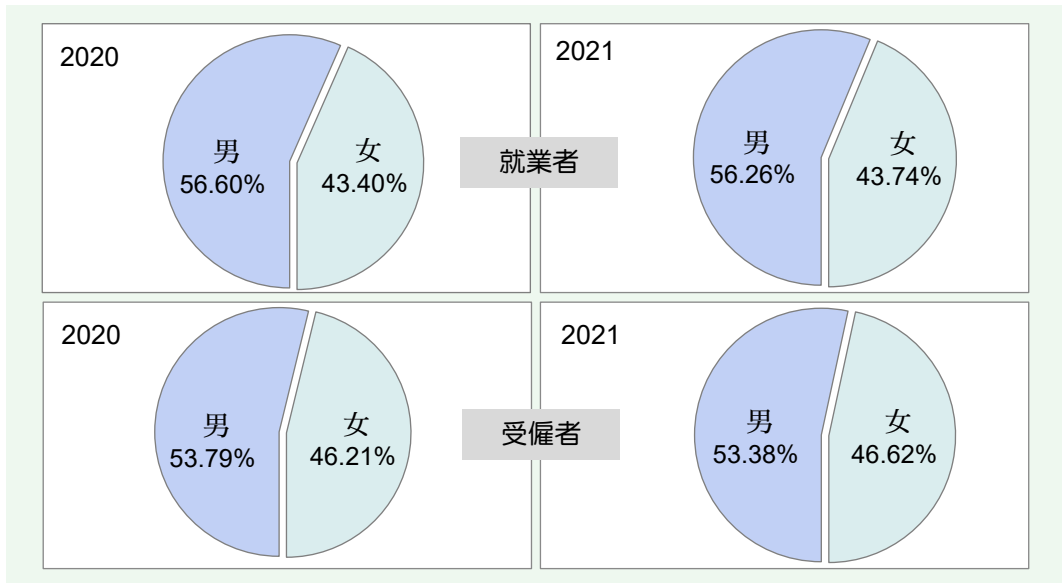
資料來源：行政院主計總處，人力資源調查統計原始資料，2020-2021 年。

由年齡結構來看，可發現中小企業之就業者與受僱者之人數占比，皆呈現倒 U 型的分布，亦即就業者與受僱者人數之占比，先隨年齡上升而增加，但在達到高峰之後，人數占比則隨年齡上升而下降，2021 年中小企業就業者與受僱者之占比高峰皆為 40~44 歲。另外，55 歲以上中、高齡之中小企業就業者與受僱者，其占比正逐年提高，顯示我國勞動力運用已漸趨高齡化。（圖 4-1-3）

依性別結構來看，2021 年中小企業不論就業者或是受僱者，男性占比均高於女性占比，其中，就業者之男女占比為 56.26%與 43.74%；而受僱者之男女占比，則

分別為 53.38%與 46.62%。值得注意的是，2021 年女性就業者及受僱者之占比，皆較 2020 年略增。（圖 4-1-4）

圖 4-1-4 2020 年及 2021 年中小企業就業者及受僱者性別結構



資料來源：行政院主計總處，人力資源調查統計原始資料，2020-2021 年。

由學歷結構來看，2021 年中小企業就業者學歷占比前 3 大族群，依序為高級中等（含高中、職）、大學及專科，分別占 35.12%、27.37%及 15.12%。而 2021 年中小企業受僱者學歷占比前 3 大族群，也與就業者相同，依序為高級中等、大學及專科，占比分別為 33.97%、31.46%及 15.39%。（圖 4-1-5）

圖 4-1-5 2020 年及 2021 年中小企業就業者及受僱者學歷結構

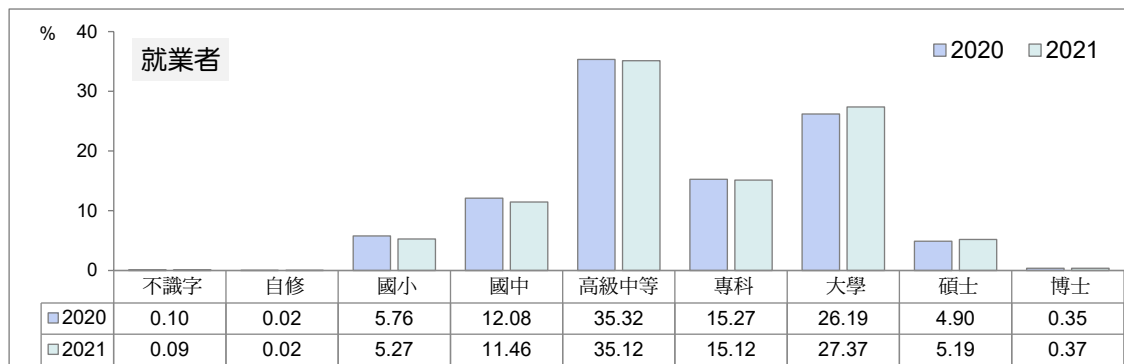
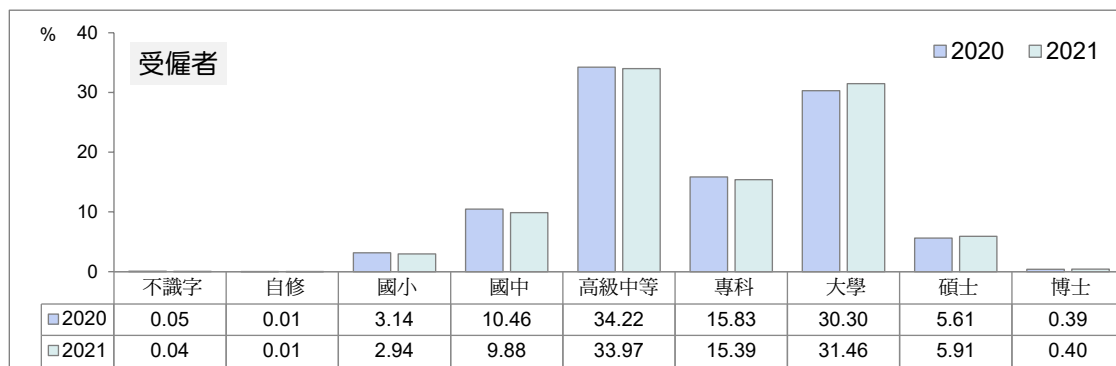


圖 4-1-5 2020 年及 2021 年中小企業就業者及受僱者學歷結構（續）



附註：自 2020 年起將原高中與高職合併成為高級中等。

資料來源：整理自行政院主計總處，人力資源調查統計原始資料，2020-2021 年。

從教育程度結構之趨勢變化來看，2021 年擁有大專及以上學歷的就業者和受僱者占比，均較 2020 年增加，顯示中小企業之就業者與受僱者學歷仍持續呈現高教育程度化。（圖 4-1-5）

四、中小企業人力主要集中在六都

觀察 2021 年我國中小企業就業者與受僱者之工作區域的分布狀況，可以發現大多集中在六都。其中，中小企業就業者有 74.01% 集中在六都地區，以新北市與臺北市較多，分別為 146 萬 2 千人與 139 萬 4 千人（分占 15.89% 與 15.15%）。大企業就業人數，則較多分布桃園市與臺北市，分別為 22 萬 7 千人與 18 萬 4 千人（分占 18.58% 與 15.06%）。（表 4-1-2）

表 4-1-2 2021 年我國就業人數區域分布

單位：千人；%

縣市別	規模別	總計	中小企業	結構比	大企業	結構比	政府僱用	結構比
總計		11,447	9,200	100.00	1,222	100.00	1,026	100.00
臺北市		1,819	1,394	15.15	184	15.06	240	23.39
新北市		1,662	1,462	15.89	88	7.20	112	10.92
桃園市		1,145	837	9.10	227	18.58	81	7.89
臺中市		1,523	1,293	14.05	120	9.82	109	10.62
臺南市		942	751	8.16	122	9.98	69	6.73
高雄市		1,327	1,072	11.65	145	11.87	110	10.72
六都合計		8,417	6,809	74.01	886	72.50	722	70.27
其他縣市合計		3,030	2,391	25.99	336	27.50	303	29.73

資料來源：整理自行政院主計總處，人力資源調查統計原始資料，2021 年。

至於 2021 年的中小企業受僱人數，有 77.68%集中在六都地區，其中又以臺北市及新北市之中小企業受僱者最多，分別為 120 萬 4 千人與 117 萬 9 千人（分占 17.39%與 17.03%）。而大企業受僱人數，則較多分布桃園市與臺北市，分別為 22 萬 7 千人與 18 萬 4 千人（分占 18.59%與 15.07%）。（表 4-1-3）

表 4-1-3 2021 年我國受僱人數區域分布

單位：千人；%

規模別 縣市別	總 計	中 小 企 業	結構比	大企業	結構比	政 府 僱 用	結構比
總 計	9,169	6,923	100.00	1,221	100.00	1,026	100.00
臺北市	1,628	1,204	17.39	184	15.07	240	23.39
新北市	1,379	1,179	17.03	88	7.21	112	10.92
桃園市	986	678	9.79	227	18.59	81	7.89
臺中市	1,200	970	14.01	120	9.83	109	10.62
臺南市	735	544	7.86	122	9.99	69	6.73
高雄市	1,058	803	11.60	145	11.88	110	10.72
六都合計	6,986	5,378	77.68	886	72.56	721	70.27
其他縣市合計	2,183	1,545	22.32	335	27.44	305	29.73

資料來源：整理自行政院主計總處，人力資源調查統計原始資料，2021 年。

五、2021 年中小企業雇主人數略減，相對年輕且學歷分布較廣

雇主係指自己經營或合夥經營事業，而僱用他人幫助工作之就業者。2021 年之中小企業雇主人數約有 44 萬 1 千人，較 2020 年減少約 4.73 千人，減幅為 1.06%；大企業雇主 1.16 千人，較上年僅增加 32 人，增幅為 2.83%。（表 4-1-4）

從年齡結構來看，2021 年中小企業的雇主年齡未滿 45 歲者，約占全體中小企業雇主的 29.20%，但所有大企業的雇主年齡均在 45 歲以上，顯示中小企業之雇主相對大企業年輕。（表 4-1-4）

由學歷分布觀察，2021 年中小企業雇主學歷占比前 3 大族群，依序為高級中等（含高中、職）、大學及專科，分別為 37.01%、20.60%及 19.09%；其中，大學以上學歷（含大學、碩士與博士學歷）占 28.17%。而大企業的雇主中，超過 5 成為具有大學以上的學歷，占 51.61%。整體而言，2021 年中小企業雇主之學歷結構分配，較大企業雇主來得廣，平均來看大企業雇主學歷，較中小企業雇主為高。（表 4-1-4）

表 4-1-4 2020 年及 2021 年雇主屬性－按規模別

單位：千人；%

項 目	年 別 規模別	2020		2021	
		中小企業	大企業	中小企業	大企業
總人數		445.49	1.13	440.77	1.16
比 率		99.75	0.25	99.74	0.26
年 齡		100.00	100.00	100.00	100.00
15-19 歲		-	-	-	-
20-24 歲		0.47	-	0.30	-
25-29 歲		2.12	-	2.32	-
30-34 歲		5.38	-	5.61	-
35-39 歲		8.90	-	8.19	-
40-44 歲		12.65	-	12.78	-
45-49 歲		15.47	10.94	15.76	9.94
50-54 歲		18.89	22.90	17.61	23.04
55-59 歲		18.08	38.85	18.08	32.23
60-64 歲		11.43	17.22	11.97	13.68
65 歲以上		6.59	10.08	7.39	21.10
性 別		100.00	100.00	100.00	100.00
男		79.47	91.09	79.98	85.92
女		20.53	8.91	20.02	14.08
學 歷		100.00	100.00	100.00	100.00
不識字		-	-	-	-
自 修		0.03	-	-	-
國 小		6.92	-	4.77	-
國（初）中		12.30	-	10.95	-
高級中等		35.88	12.94	37.01	34.58
專 科		18.26	8.94	19.09	12.86
大 學		19.17	55.72	20.60	31.33
碩 士		6.72	17.96	6.89	16.46
博 士		0.72	4.44	0.68	3.82

附 註：1.自 2020 年起將原高中與高職合併成為高級中等。

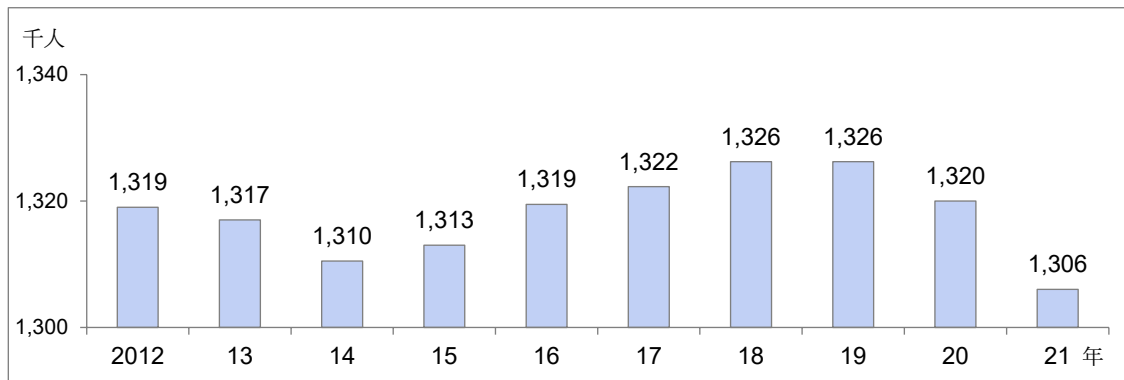
2.「-」表示無資料。

資料來源：整理自行政院主計總處，人力資源調查統計原始資料，2020-2021 年。

六、2021 年自營作業者人數略減，專科及大學以上學歷者比率增加

自營作業者指獨立從事勞動或技藝工作，獲致報酬，且未僱用有酬人員幫同工作者。自營作業者因其規模較小，皆屬於中小企業。臺灣自營作業者人數自 2015 年起呈增加態勢，然因疫情衝擊自 2020 年起連續 2 年減少，2021 年自營作業者人數，較 2020 年減少 1 萬 4 千人，減幅為 1.06%。（圖 4-1-6）

圖 4-1-6 2012 年至 2021 年自營作業者人數變化



資料來源：整理自行政院主計總處，人力資源調查統計原始資料，2012-2021 年。

由年齡結構來看，2021 年自營作業者以 55~59 歲族群人數最多，占 16.15%，其次為 50~54 歲（占 15.28%），再其次為 60~64 歲（占 12.80%）。值得注意的是，2021 年自營作業者呈現年輕化的趨勢，其中 20 歲~34 歲各年齡層之自營作業者占比，均較 2020 年為高。（表 4-1-5）

表 4-1-5 2020 年及 2021 年自營作業者屬性

單位：千人；%

項 目	年 別	2020	2021
總人數		1,320	1,306
年 齡		100.00	100.00
15-19 歲		0.10	0.08
20-24 歲		1.28	1.47
25-29 歲		3.43	3.66
30-34 歲		5.27	5.75
35-39 歲		8.70	8.56
40-44 歲		10.84	11.43
45-49 歲		12.50	12.16
50-54 歲		16.24	15.28
55-59 歲		16.18	16.15
60-64 歲		12.96	12.80
65 歲以上		12.50	12.66
性 別		100.00	100.00
男		74.16	73.71
女		25.84	26.29
學 歷		100.00	100.00
不識字		0.28	0.25
自 修		0.07	0.05
國 小		17.03	15.49
國（初）中		19.52	18.40
高級中等		37.48	37.89

項 目 \ 年 別	2020	2021
專 科	12.47	12.99
大 學	10.96	12.47
碩 士	2.04	2.27
博 士	0.15	0.20

附 註：自 2020 年起將原高中與高職合併成為高級中等。

資料來源：整理自行政院主計總處，人力資源調查統計原始資料，2020-2021 年。

若以學歷分布來看，2021 年自營作業者中，以具高級中等學歷者人數最多，占比為 37.89%，其次為國中（占 18.40%），再其次為國小（占 15.49%）。相較於 2020 年，2021 年擁有大學以上學歷的自營作業者占比，由 2020 年的 13.15%，提高至 14.94%。（表 4-1-5）

七、2021 年失業人數增加 1 萬 1 千人，且主要為中小企業工作者

由於持續受疫情影響，2021 年失業人數年平均為 47 萬 1 千人，較上年增加 1 萬 1 千人，增幅為 2.39%。失業率平均為 3.95%，亦較 2020 年上升 0.10 個百分點。

由失業者前職的企業規模別來看，2021 年前職為中小企業的失業人數為 33 萬 7 千人，較 2020 年的 31 萬 6 千人，增加約 2 萬 1 千人，增幅為 6.65%；前職為大企業的失業人數，2021 年為 2 萬 4 千人，較 2020 年的 2 萬 8 千人，減少約 4 千人，減幅 14.29%。前職為政府僱用的失業者為 1 萬 6 千人，較 2020 年增加 1 千人（或 6.67%）；另外，失業者中為初次尋職者為 9 萬 5 千人，較 2020 年減少 7 千人（或 6.86%）。（表 4-1-6）

由年齡結構來看，前職公司無論為中小企業、大企業或政府僱用者，其失業者之最高占比皆落在 25~29 歲族群。前職為中小企業的失業者中，以 25~29 歲族群占比最高（17.51%），其次為 30~34 歲（13.24%）；前職為大企業的失業者中，以 25~29 歲占比最高（21.78%），其次為 35~39 歲（20.35%）。前職為政府僱用之失業者，最高占比落在 25~29 歲（占 31.48%）；初次尋職者則以 20~24 歲的失業者最多（占 64.21%）。若依性別來看，男性占比均高於女性。（表 4-1-6）

表 4-1-6 2020 年及 2021 年失業者屬性－按規模別

單位：千人；%

項 目	年 別 規模別	2020				2021			
		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		316	28	15	102	337	24	16	95
比 率		68.55	6.07	3.25	22.13	71.40	5.08	3.39	20.13
年 齡		100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
15-19 歲		0.58	0.18	0.00	7.12	0.89	0.60	0.39	5.73
20-24 歲		11.67	10.83	4.83	60.86	11.77	5.86	8.51	64.21
25-29 歲		18.00	14.18	36.01	25.69	17.51	21.78	31.48	24.47
30-34 歲		13.14	20.49	12.57	3.40	13.24	14.99	14.08	3.24
35-39 歲		14.07	16.08	16.33	1.26	11.95	20.35	10.73	1.81
40-44 歲		12.58	19.55	11.50	0.22	12.43	17.27	12.24	0.34
45-49 歲		9.66	8.91	7.50	0.89	10.89	9.21	9.06	0.00
50-54 歲		9.15	4.84	3.91	0.51	9.48	6.22	3.17	0.00
55-59 歲		6.25	4.11	6.72	0.02	7.05	1.84	6.62	0.20
60-64 歲		4.49	0.84	0.55	0.02	3.98	1.89	2.79	0.00
65 歲以上		0.40	0.00	0.08	0.00	0.82	0.00	0.93	0.00
性 別		100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
男		57.55	63.67	41.36	53.39	57.00	56.05	51.50	51.88
女		42.45	36.33	58.64	46.61	43.00	43.95	48.50	48.12
學 歷		100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
不識字		0.01	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
自 修		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
國 小		3.56	0.00	1.46	0.00	3.05	0.00	0.93	0.22
國（初）中		11.71	3.88	1.69	1.46	10.71	2.94	1.81	2.22
高級中等		34.38	27.19	18.60	16.64	36.24	22.87	18.67	11.68
專 科		12.55	15.12	15.55	4.89	12.48	16.25	11.86	3.34
大 學		33.92	39.04	41.77	63.92	33.44	43.11	54.85	68.81
碩 士		3.58	14.69	20.92	12.92	3.88	14.23	11.81	13.66
博 士		0.28	0.08	0.00	0.16	0.21	0.60	0.06	0.07

附 註：1.自 2020 年起將原高中與高職合併成為高級中等。

2.表中類別為失業者前職之企業規模。

資料來源：整理自行政院主計總處，人力資源調查統計原始資料，2020-2021 年。

由教育程度觀察，前職為中小企業的失業者中，以高級中等學歷占比最高，其次為大學，分別為 36.24%及 33.44%；前職為大企業之失業者中，占比以大學最高，其次為高級中等，分別為 43.11%及 22.87%；前職為政府僱用及初次尋職者中，占比皆以大學最高。（表 4-1-6）

整體而言，由 2021 年失業者之年齡結構與學歷結構，可以看出我國勞動市場中，特別以 25~29 歲青年，以及具高級中等及大學學歷之失業人數相對較多。（表 4-1-6）

至於離開前職的原因，2021 年離職的失業者中，前職為中小企業之失業者中，以「工作場所業務緊縮或歇業」為離職原因之占比最高，占 46.66%，而前職為大企業之失業者，則主要以「對原有工作不滿意者」之自願性失業者最多，占比為 62.76%；若前職為政府僱用者，則其失業的主因為「季節性或臨時工作的結束」(占 53.43%)。(表 4-1-7)

表 4-1-7 2020 年及 2021 年離開前職理由－按規模別

單位：%

項 目	年 別 規模別	2020			2021		
		中小企業	大企業	政府僱用	中小企業	大企業	政府僱用
工作場所業務緊縮或歇業		39.02	29.78	3.49	46.66	26.99	6.50
對原有工作不滿意		48.15	58.02	19.85	41.08	62.76	32.21
健康不良		1.82	3.27	0.34	2.48	3.81	0.54
季節性或臨時工作結束		8.32	3.33	70.95	7.44	2.11	53.43
女性結婚或生育		0.45	0.80	0.00	0.25	0.00	0.00
退休		0.06	0.49	1.37	0.08	0.00	5.31
家務太忙		0.96	0.84	0.89	0.97	1.74	0.69
照顧未滿 12 歲子女		0.15	0.21	0.26	0.26	0.14	0.41
照顧滿 65 歲年長家屬		0.49	0.00	0.19	0.41	0.63	0.00
做家事		0.32	0.63	0.43	0.30	0.97	0.28
其他		1.22	3.48	3.11	1.03	2.60	1.32

附註：表中類別為失業者前職之企業規模或就職機構。

資料來源：整理自行政院主計總處，人力資源調查統計原始資料，2020-2021 年。

八、2021 年移工人數減少，而中小企業之移工人數占總數近 6 成

2021 年因疫情管制移工引進，國內企業引進移工人數明顯減少。根據勞動部統計，截至 2021 年 12 月底，在臺移工人數約 67 萬人，其中「製造業」與「營建工程業」合計所引進的產業移工人數為 43 萬 2,633 人，較 2020 年減少 1 萬 2,943 人(或 2.90%)。且不論企業規模別，2021 年在臺移工人數均較上年減少，其中，中小企業與大企業分別減少 8,608 人與 4,335 人。而 2021 年中小企業移工人數為 24 萬 9,106 人，占總計的 57.58%。(表 4-1-8)

表 4-1-8 2017年至2021年企業移工在臺人數－按規模別

單位：人；%

年 別	規模別	總 計	中小企業	大企業
	比 率		比 率	
2017		413,685	233,480	180,205
2018		436,118	250,155	185,963
2019		444,110	256,654	187,456
2020		445,576	257,714	187,862
2021		432,633	249,106	183,527

附 註：1.僅包含製造業與營建工程業所引進的移工人數。

2.以員工人數200人以下定義為中小企業。

資料來源：本表由勞動部勞動力發展署提供。

九、2021 年中小企業僱用部分工時者減少，但使用部分工時的比率，仍高於大企業與政府機關

2021 年中小企業對部分工時人力的需求，仍高於大企業及政府機關。2021 年之中小企業僱用部分工時人數為 36 萬 5 千人，較 2020 年減少 2 萬 6 千人；大企業僱用部分工時的人數為 9 千人，較 2020 年略增 1 千人。而政府機關之部分工時人數為 3 萬 6 千人，較 2020 年增加 1 萬 4 千人。（表 4-1-9）

比較 2021 年之全日與部分工時人力，中小企業之部分工時人力僱用，占整體中小企業人力僱用的 4.00%，較上年減少 0.22 個百分點。大企業僱用部分工時人數僅占全體大企業僱用人數的 0.73%，政府機關部分工時的占比則為 3.53%。（表 4-1-9）

以行業別來看，中小企業僱用部分工時人力，以「批發及零售業」最多，「住宿及餐飲業」次之，分別為 8 萬 7 千人及 8 萬 4 千人（表 4-1-9）。若以僱用部分工時人力，占行業全體人力僱用比率來看，以「教育業」占比最高，其次為「住宿及餐飲業」，「支援服務業」居第 3，占比分別為 10.47%、10.13%及 6.60%。

表 4-1-9 2020 年及 2021 年就業者全日工作及部分工時勞工運用概況－按規模別

單位：千人

年 別 規模別 項 目 行業別	2020						2021					
	中小企業		大企業		政府機關		中小企業		大企業		政府機關	
	全日 工作	部分 工時	全日 工作	部分 工時	全日 工作	部分 工時	全日 工作	部分 工時	全日 工作	部分 工時	全日 工作	部分 工時
總 計	8,876	391	1,167	8	998	22	8,771	365	1,229	9	985	36
結構比	95.78	4.22	99.32	0.68	97.84	2.16	96.00	4.00	99.27	0.73	96.47	3.53
農、林、漁、牧業	529	10	-	-	6	-	525	8	-	-	3	-
礦業及土石採取業	4	-	-	-	0	-	2	0	-	-	1	-
製造業	2,157	37	826	4	14	-	2,031	38	915	1	21	-
電力及燃氣供應業	7	-	2	-	22	-	12	-	0	-	20	-
用水供應及污染整治業	37	-	2	-	46	0	37	0	-	-	45	1
營建工程業	854	39	12	-	6	-	862	37	7	-	5	-
批發及零售業	1,769	92	24	-	10	0	1,731	87	30	-	11	1
運輸及倉儲業	351	10	37	-	53	2	365	10	34	-	48	1
住宿及餐飲業	755	83	7	-	-	-	745	84	6	1	0	-
出版、影音製作、傳播 及資通訊服務業	221	6	37	1	-	-	233	4	35	-	0	-
金融及保險業	369	4	39	1	18	-	378	2	41	-	13	-
不動產業	102	1	2	-	-	-	102	2	2	-	-	-
專業、科學及技術服務業	317	7	29	-	29	-	334	6	27	1	23	1
支援服務業	265	21	8	-	-	-	269	19	5	0	1	-
公共行政及國防、強制性社會安全	-	-	0	-	369	3	0	-	-	-	365	10
教育業	247	33	25	2	333	17	248	29	23	5	320	17
醫療保健及社會工作服務業	264	15	115	0	76	-	280	13	101	1	90	5
藝術、娛樂及休閒服務業	95	5	1	-	12	-	86	6	1	-	16	1
其他服務業	530	27	1	-	2	-	531	22	1	-	2	-

附 註：1. 「0」表示資料不足一單位。

2. 「-」表示無資料。

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

資料來源：整理自行政院主計總處，人力運用調查統計原始資料，2020-2021 年。

觀察中小企業僱用臨時性或派遣人力變化，2021 年中小企業僱用臨時性或派遣人力，總計為 55 萬 8 千人，較 2020 年減少 1 萬 2 千人，減幅為 2.11%。2021 年大企業僱用的臨時性或派遣人力，總計為 6 千人，較 2020 年減少 7 千人，減幅為 53.85%。而政府機關僱用的臨時性或派遣人力則與 2020 年相仿。（表 4-1-10）

表 4-1-10 2020 年及 2021 年臨時性或派遣人力使用狀況－按規模別

單位：千人；%

行業別	年 別 規模別	2020			2021		
		中小企業	大企業	政府機關	中小企業	大企業	政府機關
整 體		570	13	52	558	6	52
比率		89.76	2.05	8.19	90.58	0.97	8.44
農、林、漁、牧業		90	2	8	91	1	8
礦業及土石採取業		21	-	-	21	-	-
製造業		-	-	-	0	-	0
電力及燃氣供應業		40	10	1	35	2	0
用水供應及污染整治業		-	-	-	-	-	0
營建工程業		0	-	2	4	-	2
批發及零售業		264	-	0	272	0	-
運輸及倉儲業		65	-	0	59	-	1
住宿及餐飲業		10	-	3	8	0	1
出版、影音製作、傳播及資通 訊服務業		79	0	-	73	1	-
金融及保險業		8	-	-	4	-	-
不動產業		3	-	-	4	-	-
專業、科學及技術服務業		1	-	-	-	-	-
支援服務業		5	-	-	3	-	-
公共行政及國防、強制性社會安全		34	0	-	37	0	-
教育業		-	-	7	-	-	14
醫療保健及社會工作服務業		13	2	36	15	2	27
藝術、娛樂及休閒服務業		8	1	3	8	1	5
其他服務業		4	-	-	3	-	1

附 註：1.「0」表示資料不足一單位。

2.「-」表示無資料。

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

資料來源：整理自行政院主計總處，人力運用調查統計原始資料，2020-2021 年。

第 2 節 中小企業勞動條件

本節主要介紹 2021 年中小企業就業者之勞動條件，針對中小企業就業者之每週平均工時和薪資水準這 2 項勞動條件，進行產業別觀察，並說明 2022 年近期臺灣整體人力需求概況。

一、2021 年中小企業各行業每週平均工時均略減

2021 年中小企業，其每週平均工時皆為 36.46 小時，較 2020 年減少約 4.05 小時。依行業別觀察，2021 年中小企業前 3 名每週工時最長之行業，以「住宿及餐飲

業」最高（40.41 小時），其次為「公共行政及國防、強制性社會安全」的 40.00 小時，而「礦業及土石採取業」第 3，為 39.99 小時。（表 4-2-1）

表 4-2-1 2021 年有職工作者行業別人數及主要工作每週工時－按規模別

單位：千人；%；小時／週

行業別	有職工作者人數		每週工時				
	中 小 企 業	結 構 比	大 企 業	政 府 機 關	中 小 企 業	大 企 業	政 府 機 關
總 計	9,137	100.00	1,238	1,021	36.46	35.87	33.73
農、林、漁、牧業	533	5.83	-	3	37.76	-	32.93
礦業及土石採取業	3	0.03	-	1	39.99	-	33.44
製造業	2,069	22.64	917	21	34.20	35.81	33.32
電力及燃氣供應業	12	0.13	0	20	33.67	32.83	32.75
用水供應及污染整治業	37	0.40	-	46	35.01	-	35.81
營建工程業	898	9.83	7	5	35.18	32.54	32.15
批發及零售業	1,817	19.89	30	12	38.23	36.47	34.88
運輸及倉儲業	375	4.10	34	49	38.44	37.81	33.70
住宿及餐飲業	829	9.07	6	0	40.41	34.09	32.00
出版、影音製作、傳播及資 通訊服務業	237	2.59	35	0	33.64	35.64	32.00
金融及保險業	380	4.16	41	13	33.89	33.81	32.66
不動產業	104	1.14	2	-	37.23	39.18	-
專業、科學及技術服務業	340	3.72	28	24	33.80	34.25	32.22
支援服務業	288	3.15	5	1	37.93	46.73	32.00
公共行政及國防、強制性社會安全	0	0.00	-	375	40.00	-	35.05
教育業	277	3.03	28	338	31.79	28.55	31.31
醫療保健及社會工作服務業	293	3.21	102	95	36.11	38.85	37.10
藝術、娛樂及休閒服務業	92	1.01	1	17	36.39	34.73	33.39
其他服務業	553	6.05	1	2	39.11	32.00	30.88

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

2. 「0」表示資料不足一單位；「-」表示無資料。

資料來源：整理自行政院主計總處，人力資源調查統計原始資料，2021 年。

觀察中小企業各行業每週工時變化。與 2020 年相比，2021 年中小企業所有行業每週工時都減少，推測應是受到因疫情全臺實施第 3 級警戒，採行遠距辦公或減班休息所致。

觀察中小企業各行業之有職工作者人數及占比，前 5 大行業依序為「製造業」、「批發及零售業」、「營建工程業」、「住宿及餐飲業」與「其他服務業」。最多的「製造業」，有 206 萬 9 千人（占 22.64%），每週工時 34.20 小時。居次的「批發及零售業」，有 181 萬 7 千人（占 19.89%），每週工時 38.23 小時。（表 4-2-1）

二、2021 年中小企業平均月收入略增

2021 年中小企業有酬就業者之主要工作平均月收入為 3.92 萬元，較 2020 年略增 1 千元。進一步看行業別，2021 年中小企業平均月收入最高為「電力及燃氣供應業」的 6.06 萬元，但該行業有酬就業人數僅 1 萬 2 千人，只占全體有酬就業人數 0.14%；其次為「金融保險業」的 5.13 萬元，有酬就業人數為 38 萬人（占 4.39%）；第 3 則是「出版、影音製作、傳播及資通訊服務業」的 4.83 萬元，有酬就業人數為 23 萬 7 千人（占 2.74%）。（表 4-2-2）

表 4-2-2 2021 年有酬就業者各行業人數及平均主要工作收入－按規模別

單位：千人；%；新臺幣萬元／月

項 目 規模別 行業別	有酬就業人數				各行業平均主要工作收入			
	中 小 企 業	結構比	大企業	政 府 機 關	整 體 合 計	中 小 企 業	大企業	政 府 機 關
總 計	8,650	100.00	1,246	1,026	4.15	3.92	4.95	5.11
農、林、漁、牧業	418	4.83	-	3	2.88	2.87	-	4.73
礦業及土石採取業	3	0.03	-	1	4.64	4.69	-	4.45
製造業	2,036	23.54	920	21	4.17	3.93	4.69	5.28
電力及燃氣供應業	12	0.14	0	20	6.27	6.06	4.35	6.43
用水供應及污染整治業	37	0.43	-	47	3.99	3.91	-	4.05
營建工程業	879	10.16	7	5	4.12	4.09	7.18	5.07
批發及零售業	1,647	19.04	30	12	3.94	3.92	4.66	3.87
運輸及倉儲業	378	4.37	37	49	4.21	4.07	5.06	4.70
住宿及餐飲業	733	8.47	7	0	3.22	3.22	3.19	2.65
出版、影音製作、傳播 及資通訊服務業	237	2.74	35	0	5.08	4.83	6.76	6.00
金融及保險業	380	4.39	42	13	5.22	5.13	5.85	6.03
不動產業	102	1.18	2	-	4.25	4.19	6.53	-
專業、科學及技術服務業	334	3.86	28	24	4.98	4.75	7.45	5.26
支援服務業	286	3.31	6	1	3.35	3.34	3.30	7.17
公共行政及國防、強制性社會安全	0	0	-	378	4.86	3.34	-	4.86
教育業	270	3.12	28	339	4.78	3.82	5.70	5.47
醫療保健及社會工作服務業	291	3.36	102	96	4.86	4.44	5.55	5.41
藝術、娛樂及休閒服務業	89	1.03	1	17	3.53	3.44	3.04	4.04
其他服務業	520	6.01	1	2	3.48	3.48	3.81	2.74

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

2.「0」表示資料不足一單位；「-」表示無資料。

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

資料來源：整理自行政院主計總處，人力運用調查統計原始資料，2021 年。

若觀察中小企業各行業之有酬就業者人數及占比，前 5 大行業依序為「製造業」、「批發及零售業」、「營建工程業」、「住宿及餐飲業」與「其他服務業」。其中，

「製造業」之有酬就業人數為 203 萬 6 千人（占 23.54%），平均月收入為 3.93 萬元；「批發及零售業」居次，有 164 萬 7 千人（占 19.04%），平均月收入約 3.92 萬元。（表 4-2-2）

與 2020 年相比，2021 年中小企業中，除「專業、科學及技術服務業」、「醫療保健及社會工作服務業」、「藝術、娛樂及休閒服務業」與「其他服務業」等 4 個行業的平均月收入減少外，其餘大多數行業的平均月收入均高於 2020 年。若排除有酬就業者僅 3 千人的「礦業及土石採取業」，2021 年中小企業平均月收入，較 2020 年增加最多的前 3 名行業，依序為「不動產業」（增加 3.3 千元）、「金融及保險業」（增加 2.8 千元）以及「運輸及倉儲業」（增加 2.2 千元）。

整體而言，2021 年中小企業之每週平均工時，較 2020 年減少 4.05 小時，推測應是受到因疫情全臺實施第 3 級警戒，採行遠距辦公或減班休息所致。而中小企業之平均月收入略增 1 千元。

三、2022 年 7 月廠商人力需求，創近 11 年同期新高

根據勞動部《111 年人力需求調查實施計畫（第 2 次）》報告指出，因新興科技應用與企業數位需求仍高，廠商持續擴增產能，另國內防疫採「正常生活、積極防疫、穩健開放」模式，防疫與經濟並行，看好暑假旅遊消費旺季商機，人力需求增加之事業單位占比及淨增減人數，創下自 2012 年以來、近 11 年同期新高。

各事業單位 2022 年 7 月底較 4 月底預計增加人力者占 34.9%、減少人力者 2.8%、人力需求不變者 57.4%、無法預估 5.0%；需求人數預計增加 9 萬 3 千人、減少 6 千人，淨增加 8 萬 7 千人。（表 4-2-3）

按行業別觀察，與 2022 年 4 月底相較，7 月底工業部門人力需求預計淨增加 4 萬 5 千人，服務業部門淨增加 4 萬 1 千人。其中，以「製造業」淨增加 4 萬 2 千人較多（「電子零組件製造業」淨增加 7 千人，「金屬製品製造業」、「電腦電子產品及光學製品製造業」均淨增加 6 千人），「批發及零售業」淨增加 1 萬 4 千人次之，「住宿及餐飲業」淨增加 8 千人再次之。（表 4-2-3）

表 4-2-3 事業單位預計 2022 年 7 月底較 4 月底僱用人力增減情形

單位：人

行業別	項 目	淨 增 減 人 數 總 計	按需求人數統計		前 4 大職類			
			增 加 僱 用	減 少 僱 用	技藝、機械 設備操作及 組 裝 人 員	技術員及 助理專業 人 員	服 務 及 銷售工作 人 員	專 業 人 員
總 計		86,829	92,983	6,154	32,034	20,569	14,642	5,208
製造業		42,448	43,958	1,510	26,712	7,299	187	1,753
營建工程業		3,009	3,496	487	668	2,064	0	46
批發及零售業		13,614	13,893	279	2,705	3,253	5,103	606
運輸及倉儲業		1,561	1,850	289	472	143	119	8
住宿及餐飲業		8,293	9,203	910	68	20	6,076	76
出版、影音製作、傳播及 資訊服務業		3,328	4,109	781	-63	2,930	196	101
金融及保險業		2,068	2,462	394	0	1,554	0	233
不動產業		1,106	1,140	34	2	887	61	41
專業、科學及技術服務業		2,750	3,091	341	132	1,441	51	894
支援服務業		4,390	5,443	1,053	1,177	319	1,336	239
醫療保健及社會工作服務業		2,516	2,546	30	11	208	907	1,176
藝術、娛樂及休閒服務業		1,413	1,459	46	70	421	511	10
其他服務業		333	333	0	80	30	95	25

資料來源：勞動部（2022 年 6 月），《111 年人力需求調查實施計畫（第 2 次）》。

按職業別觀察，與 2022 年 4 月底相較，7 月底各職類人力需求以「技藝、機械設備操作及組裝人員」淨增加 3 萬 2 千人較多，「技術員及助理專業人員」淨增加 2 萬 1 千人次之，「服務及銷售工作人員」淨增加 1 萬 5 千人再次之。（表 4-2-3）

第5章 因應經濟環境變化之對策

推動淨零排放已為國際趨勢，依據 Net zero tracker 統計，宣示淨零排放國家已逾130多國。為共同承擔全球目標，我國將2050淨零排放入法，引領未來中長期因應衝擊之氣候行動，並於2022年提出2050淨零排放路徑及策略。

面對國內外經濟情勢發展與挑戰，政府持續執行「因應 COVID-19疫情紓困振興措施」、「投資臺灣3大方案」、「亞洲·矽谷2.0推動方案」及「六大核心戰略產業推動方案」等措施，深化與強化國內投資、產業創新、強健體質，使企業永續發展及提升競爭力。中小企業面對淨零排放及疫後新經濟發展趨勢，應適時掌握政府重要經濟促進措施，以提升創新活力與發展潛力。

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

第1節 因應經濟環境變化之政府對策

一、臺灣 2050 淨零轉型策略

（一）願景目的

科學證實氣候變遷造成的負面影響已經十分緊急，引起了國際社會、跨國企業及在地團體的重視，各國陸續提出「2050淨零排放」的宣示與行動。順應淨零排放趨勢，我國政府於2022年提出推動2050淨零轉型，以達成能源轉型更安全、產業轉型更具競爭力、生活轉型更永續，以及社會轉型更具韌性等4個目標，也將促成經濟成長、帶動民間投資，並創造更多綠色就業機會。

（二）重點內容

面臨2050淨零排放跨世代、跨領域、跨國際之轉型工程，建構科技研發及氣候法制等2大面向之基礎環境，推動「能源、產業、生活、社會」等4大轉型策略，逐

步實現2050淨零排放之永續社會。(表5-1-1)

表 5-1-1 「臺灣2050淨零轉型策略」重點內容

策略	面向	重點內容	
能源及產業轉型	能源部門	打造零碳能源系統	■ 最大化再生能源：擴大成熟光電風電布建，搭配前瞻地熱海洋能。 ■ 零碳化風力發電：導入氫能發電，燃氣碳捕集、再利用與封存技術(CCUS)。 ■ 逐步去碳：短期混燒氫降低碳排，長期轉為安全備用。 ■ 建構零碳燃料供應系統：提供產業所需氫氨、生質燃料。 ■ 適時導入先進技術，增加零碳能源運用空間。
		提升能源系統韌性	■ 優先擴充再生能源電網基礎設施。 ■ 擴大因應再生能源變動所需儲能等彈性資源規劃。
		開創綠色成長 / 去碳能源技術出口	■ 提升發展本土優勢技術，打造綠能產業生態系。 ■ 促進去碳能源投資與國際合作。
	製造部門	製程改善	■ 設備汰舊更新：製程改善與設備汰舊更新、廢熱與廢冷回收技術應用、新設備及節能技術示範。 ■ 智慧節能管理：導入智慧化能源管理與監控系統、數位管理技術減少CO₂排放示範。 ■ 氫氣技術開發：建置高爐高溫反應模擬器、啟動氫能冶煉技術研發計畫、完成高爐胚吹氫氣噴嘴設備、建造連續示範線、以示範線結果評估選用技術，建立綠氫直接還原鐵技術。 ■ 含氟氣體削減措施：含氟氣體替代技術開發、示範建立及擴大導入。
		能源轉換	■ 天然氣：擴大一般鍋爐使用天然氣、推動氣電鍋爐使用天然氣、天然氣及碳捕捉封存(CCS)、碳中和天然氣。 ■ 生質能：擴大水泥業生質燃料使用、擴大造紙業生質燃料使用、擴大使用生質燃料。 ■ 使用綠電：鼓勵企業實踐全球再生能源倡議(RE100)目標。
		循環經濟	■ 原料替代：水泥業礦石原料替代、鋼鐵業增用廢鋼作為替代原料、紡織業持續導入使用循環再生材料。 ■ 廢棄物衍生燃料：擴大水泥業廢棄物替代燃料占比、擴大造紙業固體再生燃料 SRF 燃料占比。 ■ 能資源整合：推動循環產業園區及聚落能資源整合。 ■ 碳捕捉再利用(CCU)技術：擴大石化業 CO₂回收利用與投入 CO₂回收合成化學品研發。
	商業部門	設備或操作行為改善	■ 空調與冷藏設備能源效率提高(逐步採用能效1級產品)、空調系統最佳化及採用 LED 燈和高效能燈具。
		使用低碳能源	■ 業者運具電動化、轉換為燃氣及高效能鍋爐，以及能源大用戶使用綠電。
		商業模式低碳轉型	■ 輔導零售業導入智能管理、餐飲業推在地食材、物流業導入智能檢貨與智能運算。 ■ 全面導入淨零排放技術、智慧化維運及管理。
		綠建築	■ 新型建築外殼隔熱及既有老舊建築加強外殼隔熱。
	住宅部門	提高新建建築物能源效率	■ 建立建築能效評估及標示制度。 ■ 以公有建築物帶頭，引導民間建築提升建築能效。 ■ 鼓勵民間參與提升建築物能源效率。 ■ 強化建築節能法規，導入建築能效分級管制規定。
		改善既有建築物能源效率	■ 逐步強制公有既有建築能效評估及改善。 ■ 補助民間辦理既有建築能效提升。 ■ 推動節能績效保證專案(ESCO)。 ■ 鼓勵企業將建築能效納入企業社會責任(CSR)報告。
		提升家電、設備能源效率	■ 分階段提高家電能效基準。 ■ 貨物稅減徵優惠續行評估。 ■ 建築物預留充電設備停車位。

策略	面向	重點內容	
能源及產業轉型	運輸部門	建築節能減碳新技術及工法研發與推廣應用	- 建築物導入創新節能技術。 - 建築減碳工法及技術研發。
		提高電動車市占率	包括大客車、電動小客車新車及電動機車新車。
		創造國內市場需求	購置在地生產製造電動車時給予補助或優惠。
		推動電動車製造在地化	研擬提供智慧電動車輛在地生產及關鍵零組件研發補助。
		完備電動車使用環境	透過使用管理策略如：核發電動車專屬號牌、電動車免徵汽車燃料使用費、設置電動車充電格位等。
		強化車輛碳排管理	提升車廠新車能源效率標準，並逐步加嚴車輛二氧化碳排放標準。
		建構企業碳盤查能力	- 辦理講習訓練：辦理碳盤查、碳足跡講習訓練班；培訓企業碳盤查、計算碳足跡種子人員；提升產業碳管理技術服務能量；技術服務機構能量登陸等。 - 建立數位服務平臺：知識懶人包、碳盤查計算器、簡易碳盤查計算表、線上影音學習課程、輔導資源及相關連結。
	整體產業	提升企業減碳能力	成立產業服務團：技術諮詢、碳盤查輔導、碳足跡輔導、減碳輔導、碳權申請輔導。
		協助企業掌握資訊	蒐集歐盟及各國推動碳邊境調整機制(CBAM)具體實施內容進展等淨零資訊、辦理產業說明會等。
		提升金融業淨零轉型之能力建構	- 帶動對綠色產業投、融資及提供商品。 - 完備企業減碳及資訊揭露。 - 強化氣候相關財務風險及氣候變遷調適。 - 釐清「綠色」或「永續」公司、商品。
		採以大帶小的模式	為協助中小企業因應淨零排放趨勢，經濟部將攜手全國工業總會及各產業公會，推動大企業協同供應鏈及產業鏈，以大帶小方式帶動企業擴散學習進行減碳。
		結合產業公會力量，並由國營事業以身作則	- 經濟部已於2021年與全國工業總會合作，成立淨零工作小組。 - 透過淨零工作小組推動，各產業領航企業如中鋼、台塑、台泥、正隆、台積電等皆已提出2050淨零排放路徑與目標，後續將擴散到工作小組其他成員。
		透過全民對話，凝聚對「2050 淨零排放」的共識	透過學校、社區、社群、傳媒等多元管道，進行廣泛且分眾之科普教育推廣與理念宣傳。
		激發大眾共同思考「淨零生活」多元做法	- 打造以「使用」取代「擁有」的生活方式。 - 培養零浪費、低碳飲食習慣。 - 推動新舊建物為淨零循環建築。 - 打造低碳、共享運輸網絡。
社會轉型		辨識及協調轉型的衝突與爭議	若要提出有效的因應對策，首要系統性的辨識潛在爭議，如：再生能源與空間利用的潛在競合、轉型過程帶來的使用行為改變等。
		精進衝突與爭議的處理機制	在淨零轉型的架構與目標下，進行相關機制精進及調整，並納入最新國際經驗與觀念。
		建立支持體系的工具手段	- 在各目的事業主管機關下，匡列適當規模的財源，提撥成為各部會主責業務範疇的轉型基金。 - 運用更積極的政策措施，如導入普惠金融、綠色投資。
		公私協力提高轉型社會之韌性	結合相關的倡議團體、公協會、利害相關社會團體協商合作計畫與議程。

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

二、因應 COVID-19 疫情紓困振興措施

(一) 願景目的

自2020年上半年起，COVID-19於世界各地快速蔓延，疫情亦衝擊國內許多產業、事業。政府於2020年2月25日公布〈嚴重特殊傳染性肺炎防治及紓困振興特別條例〉，作為防疫及籌措資金的法源基礎，編列特別預算新臺幣（以下同）600億元，後續並於2020年4月、7月及2021年6月、9月追加預算，第1~4次追加預算分別為1,500億元、2,100億元、2,600億元，以及1,600億元，總計共8,400億元。2021年6月通過「紓困4.0方案」，以及在「振興三倍券」成功基礎上精進擴大推出「振興五倍券」，以防治疫情，緩解對民生與產業的衝擊，協助產業、事業及個人共度難關，並藉由中、長期振興與轉型，改善臺灣企業的體質，讓人民、國家與產業都更強健。

(二) 重點內容

以「雨露均霑、立竿見影、固本強身、加速公建」4大原則因應，分為紓困及振興2類措施（表5-1-2）。另外，設置免付費「1988紓困振興專線」，提供各部會紓困振興措施諮詢服務，便利企業及民眾瞭解各項紓困振興措施。

表 5-1-2 「因應 COVID-19 疫情紓困振興措施」重點內容

措施	面向	重點內容
紓困	融資協助	■ 經濟部編列新臺幣(以下同)870億元保證專款，提供財團法人中小企業信用保證基金(簡稱信保基金)辦理政府相關紓困振興貸款(如：經濟部、衛生福利部、勞動部、教育部、內政部及中央銀行)之信用保證業務。 ■ 經濟部紓困貸款(防疫千億保)：提供舊貸展延、營運資金貸款及振興資金貸款，由信保基金提供8~10成信用保證，經濟部提供利息補貼最長1年。 ■ 衛福部醫療(事)機構事業產業紓困貸款：提供員工薪資及短期週轉金貸款，由信保基金提供8~10成信用保證，衛生福利部提供利息補貼最長1年。 ■ 教育部教育事業紓困貸款：提供營運資金及短期週轉金貸款，由信保基金提供8~10成信用保證，教育部提供利息補貼最長6個月。 ■ 內政部提供事務所型態營運之不動產估價師等產業紓困貸款：提供營運及週轉金貸款，由信保基金提供10成保證。 ■ 中央銀行中小企業貸款：中小企業貸款專案融通額度4,000億元，延長企業申貸期限及放寬貸款申請條件，小規模營業人貸款方案每戶貸款最高額度100萬元。 ■ 信保基金「展延或續約案件減免保證手續費措施」。 ■ 其他：公股銀行紓困貸款、農業紓困貸款、提供保單借款優惠利率、新增協助新創紓困融資加碼方案等。

措施	面向	重點內容
紓困	就業協助	- 協助減班休息勞工：提供受 COVID-19 影響而減少工時之勞工，薪資差額補貼；提供符合公共利益之計時工作，並核給工作津貼及防疫津貼。 - 協助失業勞工：受 COVID-19 影響之非自願離職勞工，可請領失業給付。 - 就業者補貼：受疫情影響之自營作業者及無一定雇主勞工生活補貼、全時受僱勞工提供補貼。 - 協助企業：疫情期間受到影響之投保單位，可申請緩繳勞、就保保費及勞工退休金；優先補助受影響之企業，購置職場環境設備。 - 減班休息勞工免費參加職業訓練課程，參訓勞工得申請訓練津貼補助，辦訓事業單位得申請訓練費用補助。 - 藉由台灣就業通媒合完成僱用，提供雇主僱用獎助，勞工就業獎勵津貼等。
	稅務協助	- 防疫補償金、政府發放津貼、補貼等免納所得稅。 - 因疫情接受治療、隔離、檢疫者延長2022年5月稅捐報繳期限。 2021年度所得稅結算申報及繳納期限展延至2022年6月30日。 - 營利事業因受嚴重特殊傳染性肺炎疫情影響，2021年度營業收入淨額較2020年度或2019年度任一年度減少達30%者，其適用擴大書審純益率得予調減。 - 納稅義務人受疫情影響不能於規定繳納期間內繳清稅款者，可申請延期或分期繳納稅款。 - 防疫隔離假等假別薪資加倍減除之租稅措施。 - 強制關閉場所主動核減停業期間房屋稅、停徵使用牌照稅及查定課徵娛樂稅。 - 執行業務者、私人辦理補習班幼兒園與養護療養院調增2022年度適用之費用率。 - 車輛停止使用期間免徵使用牌照稅。
振興	促進消費	振興五倍券：民眾領取價值5,000元之五倍券，可選擇「紙本領取」或「數位綁定」使用消費五倍券，並強化數位綁定，除開放「共同綁定」、「擴大支付工具」，針對小店家補助使用電子支付系統費用，也設計「識別標章」供店家辨識；以及加碼1,300萬份的振興方案，包含好食券、藝 Fun 券、農遊券、國旅券、動滋券、客庄券、i 原券及地方創生券等。振興五倍券使用期限至2022年4月30日止，4月份出生之新生兒尚未於4月份領取者，可至郵局領取郵政禮券，領取期限延長至5月底前。
	六大核心產業	「公股攜手，百億創投」投資方案：募資總額度為100億元，由公股民營金融事業以其銀行或其子公司之自有資金、結合民間資金和資源，共同推出創投方案。

附註：本表以2022年實施內容為主。

資料來源：「行政院1988紓困振興專區」，上網日期：2022年6月20日，取自：
<https://1988.taiwan.gov.tw/>。

三、投資臺灣 3 大方案

(一) 願景目的

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

爭力，期創造更好的投資環境，帶動臺灣整體經濟發展。本方案原定推動至2021年底止，然全球市場及投資環境仍持續變動，為維持民間投資力道，同時鼓勵廠商智慧升級轉型，自2022年延續至2024年，總計新增貸款額度4,300億元。

（二）重點內容

提供土地、水、電、稅務專屬服務與客製化單一窗口，並配合相關配套措施，包括實施「調整外加就業安定費再附加外勞數額機制」、擴大適用「工業區更新立體化發展方案」，延長〈產業創新條例〉租稅優惠措施10年，以及公布施行〈境外資金匯回管理運用及課稅條例〉等，建構穩定的投資環境，另為符合2050年淨零碳排目標，增列廠商必須提出減碳方案。其重點內容分述如表5-1-3：

表 5-1-3 「投資臺灣3大方案」重點內容

方案	重點內容
歡迎臺商回臺投資行動方案 3.0	- 對象：赴中國大陸投資2年以上的臺商，且製造業的產線需具備智慧元素、配合政府2050淨零碳排政策目標，逐步落實減碳排之業者。 - 條件：屬符合5+2產業創新領域、高附加價值產品及關鍵零組件產業、國際供應鏈關鍵地位、自有品牌國際行銷、國家重要產業政策等條件之一者。 - 貸款額度：由國發基金匡列2,100億元。 - 政府支付銀行手續費：中小企業0.7%；對大型企業採階梯式補助，20億元以內0.5%、20至100億元0.3%、逾100億元0.1%。
根留臺灣企業加速投資行動方案3.0	- 對象：非屬中小企業，且未取得「歡迎臺商回臺投資行動方案」資格之企業、配合政府2050淨零碳排政策目標，逐步落實減碳排之業者。 - 條件：製造業同「歡迎臺商回臺投資行動方案」；服務業的服務能量需具備智慧元素，且投資項目與國家重要產業政策相關。 - 貸款額度：由國發基金匡列1,200億元。 - 政府支付銀行手續費：對大型企業採階梯式補助，20億元以內0.5%、20至100億元0.3%、逾100億元0.1%。
中小企業加速投資行動方案 3.0	- 對象：「歡迎臺商回臺投資行動方案」以外的中小企業、配合政府2050淨零碳排政策目標，逐步落實減碳排之業者。 - 條件：製造業同「歡迎臺商回臺投資行動方案」；另服務業方面服務能量需具備智慧元素，且投資項目與國家重要產業政策相關、其投資項目與導入創新營運服務、科技整合應用或國家重點產業政策相關。 - 貸款額度：由國發基金匡列1,000億元。 - 政府支付銀行手續費：對中小企業0.7%，另額外增加1億元保證額度，保證成數最高9.5成，並提供0.3%以下優惠保證手續費。

資料來源：經濟部投資臺灣入口網，〈投資臺灣三大方案〉，上網日期：2022年7月15日，取自：
<https://investtaiwan.nat.gov.tw/showPagecht1135?lang=cht&search=1135&menuNum=58>。

四、亞洲·矽谷 2.0 推動方案

（一）願景目的

為持續擴大人工智慧物聯網（The Artificial Intelligence of Things，簡稱 AIoT）應用及精進新創投資環境，政府於2021年提出「亞洲·矽谷2.0推動方案」，期程自2021年至2024年，係以「智慧物聯加速產業進化」、「創新創業驅動產業未來」為2大主軸，積極導入人工智慧（Artificial Intelligence，簡稱 AI）及5G 等數位經濟關鍵技術，並以「擴大 AIoT 科技應用」、「精進新創發展環境」、「匯聚系統輸出能量」等3大策略，擴大物聯網應用範疇，鼓勵 AIoT 解決方案輸出國際，持續強化數位科技應用及協助新創發展，打造臺灣成為亞洲數位創新的關鍵力量。

（二）推動策略

「亞洲·矽谷2.0推動方案」3大推動策略如表5-1-4：

表 5-1-4 「亞洲·矽谷2.0推動方案」推動策略與重點內容

推動策略	面向	重點內容
擴大 AIoT 科技應用	加速 AIoT 關鍵技術研發	加速發展次世代 AIoT 關鍵核心技術，掌握如高階熱像晶片、5G 毫米波關鍵材料、自動駕駛決策控制等關鍵技術自主能力。
	推動國產化5G 開放網路	建構5G 開放網路驗證及整合環境，提升國產5G 設備之安全性及可靠度，並結合垂直應用示範場域，加速發展國產5G 開放網路整體解決方案。
	強化5G、AI 數位科技應用	運用5G、AI 等數位科技及聯合學習等方式，加強發展智慧交通、智慧商業、智慧物流等領域之創新服務模式，提升營運效率及服務品質。
	促成智慧城鄉跨域合作	透過中央與地方、政府與民間共同合作，加強 AIoT 智慧城鄉應用，導入資安驗證機制，提升民眾生活品質。
精進新創發展環境	擴大投融资加速新創成長	將逐步擴大創業天使投資至100億元及提供600億元青創貸款，並將導入企業投資新創機制，鬆綁天使投資租稅優惠規定。
	引導海外人才鏈結國內產業	加強吸引國際專業人才來臺，並選送創新人才出國受訓。另協助新創釐清法規疑義，並落實法規沙盒制度，鼓勵發展創新應用。
	促成多元出場帶動正向循環	於2021年第3季設立創新性新板，鼓勵新型態、具發展性業者掛牌，並修正企併法，促進企業以併購新創方式外部創新。
	形塑國家新創品牌強化商機拓展	協助指標型新創(NEXT BIG)對接海外企業、創投等資源，並加強行銷 Startup Island TAIWAN。另導入國際級加速器，並精進新創採購機制，協助新創業務拓展。
匯聚系統輸出能量	深化物聯網國際夥伴關係	協助國內物聯網或新創業者深化與國際企業之合作，開發 AIoT 創新產品或智慧化服務。
	打造國際級亞矽創新聚落	加強桃園亞矽創新研發中心智慧運籌功能及其他亞矽產業聚落與國際之連結，促成與國際企業或國外新創之合作或來臺交流。
	促進 AIoT 輸出海外市場	藉由參與國際活動、與當地業者合作或產業投資、成立臺灣智慧園區等方式，協助 AIoT 解決方案輸出新南向等國際市場。

資料來源：國家發展委員會，2022年。

五、六大核心戰略產業推動方案

（一）願景目的

面對美中貿易戰及 COVID-19 疫情對全球經貿版圖與供應鏈結構帶來的衝擊，並順應國際淨零排放的趨勢、掌握國際產業分工型態轉變及供應鏈重組先機，啟動關鍵技術創新研發力量，以驅動產業數位轉型，政府在「5+2 產業創新」的基礎上，由經濟部、科技部、交通部、衛生福利部、國家發展委員會等機關積極推動「六大核心戰略產業」，期使臺灣在後疫情時代，扮演全球經濟與供應鏈的關鍵角色。各產業願景如下：

1. **資訊及數位產業**：維持資訊與通信科技（Information and Communication Technology, ICT）技術領先，並輸出 AIoT、5G 產品與服務。
2. **資安卓越產業**：打造世界信賴的資安系統。
3. **臺灣精準健康產業**：建構臺灣成為全球精準健康及科技防疫標竿。
4. **國防及戰略產業**：推動國防自主，行銷太空國家品牌。
5. **綠電及再生能源產業**：打造臺灣成為亞太綠能中心，2050 達到淨零排放。
6. **民生及戰備產業**：確保民生與產業關鍵物資供應無虞。

（二）推動策略

本方案是在「5+2 產業創新」、AI 與 5G 的既有基礎上，透過推動產業拔尖、強化科技創新及擴大國際合作等方式，打造安全的產業發展環境，讓臺灣成為全球經濟復甦與供應鏈重組的關鍵角色。各產業之推動策略如表 5-1-5。

表 5-1-5 「六大核心戰略產業推動方案」推動策略方向

產業	推動策略方向	產業	推動策略方向
資訊及數位產業	- 研發新世代半導體技術。 - 促成 AIoT 應用與輸出。 - 整合國產 5G Open RAN 解決方案。	資安卓越產業	- 強化新興領域及產業資安防護。 - 推動實戰場域與人才培育。 - 擴增資安需求帶動產業發展。
臺灣精準健康產業	- 建構基因及健保巨量資料庫。 - 開發精準預防、診斷與治療照護系統。 - 發展精準防疫產品。 - 拓展國際生醫商機。	國防及戰略產業	- 航空與船艦產業 - 太空產業
			- F-16 自主維修、軍民合作。 - 完備航空與船艦供應鏈。 - 精進遙測衛星技術。 - 提供太空產品檢測驗證。 - 建立 B5G 通訊衛星技術。 - 行銷太空國家品牌。

產業	推動策略方向	產業	推動策略方向
綠 電 及 再生能源 產 業	- 積極推動風 / 光電，建立本土產業。 - 減碳新挑戰，拓展產業機會。	民生及 戰 備 產 業	- 穩定能源自主、強化民生物資、完備醫療物資、優化糧食安全。 - 健全救災及砂石水泥調度。 - 推動半導體材料及設備自主。 - 強化車用電池自主開發。 - 提升原料藥自給。 - 確保鋼鐵、製銅、製鋁、造船、機械、電機、汽車、通信電子、食品、水泥、化工原料、橡 / 塑膠製品、日用品與航空等15項重要工業物資供應。

資料來源：國家發展委員會，2022年。

第 2 節 中小企業可能的挑戰與發展方向

本節依據 2021 年至 2022 年上半年的全球經濟變化，以及 2021 年中小企業經營動向分析結果，提出我國中小企業面臨的內外挑戰及可能發展的方向：

一、因應全球淨零碳排趨勢，中小企業應邁向低碳永續經營發展

為減緩氣候變遷對各地造成的災害，淨零碳排已成為全球一致性目標。其中，最受各國關注的是歐盟計畫在 2023 年開始試行碳邊境調整機制（Carbon Border Adjustment Mechanism, CBAM），並預計於 2027 年正式施行。初期將針對高耗能產業包括：鋼鐵、水泥、鋁、肥料及電力等，要求歐盟所在地進口商，須依進口產品的總碳含量繳納憑證；透過相當於歐盟排放交易制度的碳價，將碳排放的外部成本內部化，以期能減少各國企業二氧化碳排放量。

為有效減少企業二氧化碳排放量，中小企業在綠色能源的使用、環保原物料的選擇、可回收的包材或是改良製程等，都需考慮到其對環境的影響。我國中小企業創新能量高，擅長因應國際發展趨勢快速調整。中小企業不只是被動因應節能減碳趨勢，更可主動提供減碳相關服務及產品，額外創造機會發掘中小企業的低碳之星，提升臺灣中小企業在國際的競爭力。

二、因應淨零碳排相關永續環保議題興起，中小企業需留意國內外大廠動向，及早準備搶得先機

歐盟提出碳邊境調整機制（CBAM），要求進口產品依碳含量繳交憑證，Apple、Google、Nike、P&G 等國際大廠亦加入 RE100 倡議，宣示淨零碳排的期程，並要求供應商須配合加強減碳。面對此國際趨勢，中鋼（中國鋼鐵公司）、台積電（台灣積體電路製造股份有限公司）等國際供應鏈重要成員，已經加入實踐零碳行動，建立減碳能力。且臺灣是出口導向國家，中小企業自然必須跟上腳步，無法置身事外。

隨著國內外大廠紛紛響應淨零碳排，將要求廠商進行綠色採購、綠色生產，建構完整供應鏈。因此，中小企業應逐步建立碳盤查與減碳能力，例如：中小企業可參與全國工業總會、中小企業總會等產業公協會辦理之講習會，建立碳盤查知識及企業減碳能力，像製造業可從改善製程，引進數位化節能管理設備及系統著手，而商業可從汰換老舊燈具、採用節能冷凍及空調設備等面向進行。

三、全球供應鏈融資前景看好，提供中小企業更精準且快速的金融服務

根據亞洲開發銀行（ADB）發布的調查報告顯示，疫情影響下，2020 年全球貿易融資缺口達 1.7 兆美元，較 2018 年增加約 15%，創下最高紀錄。其中，向金融機構申請貿易融資未獲通過企業中，中小企業約占 4 成，顯示中小企業在獲得信貸及維持營運現金流方面持續遭遇困難。¹

中小企業對貿易融資需求龐大，但因金融機構取得中小企業資訊相對困難，較難給予融資，使得供應鏈融資對中小企業更為重要。過去，因融資貸方各有自家系統和技術，難以透過全球統一平臺作業，現今受惠於金融科技發展，包括區塊鏈和物聯網技術成熟化，許多融資資料可於線上整合，不僅提高授信效率，亦有助降低融資風險。未來，融資新標準更有可能納入企業之於社會及環境績效，可見利用科技及採用新解決方案，皆有助於提供中小企業更精準且快速的金融服務。

1：資料來源：高永謀（2022 年 1 月 19 日），〈解決中小企業融資缺口加速轉型 供應鏈金融創新〉。

四、因應人力不足及傳承接班問題，中小企業應積極改善勞動環境與條件，以及轉變營運模式

臺灣人口結構趨向高齡化、少子化，加上 COVID-19 疫情的衝擊，勞動參與率已連續 2 年呈現下降的態勢。中小企業在勞動環境與勞動條件先天上相對較為不利，在人才的競逐上相較於大企業也存在相對劣勢。此外，大專院校與資通訊科系畢業生從 2017 至 2019 年皆逐年下降²，顯示數位人才亦是供不應求。

面對未來就業市場的勞動供給可能仍將逐年減少，中小企業應積極改善勞動環境與勞動條件。另外，企業多數面臨二代接班或資深老師傅將退休，既有經營知識及能力如何保存及傳承問題，中小企業應透過數位化進行產品設計、生產管理、知識管理等，將產量、品質、效率等經驗法則，轉換為由數據驅動的決策模式。伴隨人力下降，政府培育本土數位人才，擴充資通訊、資訊安全等重點領域招生名額，中小企業亦應善用政府資源，透過職業訓練、產學合作，使人才畢業即就業。

五、面對外在環境影響，中小企業應提升數位技能，以因應市場快速變化

近年全球受到美中貿易戰、COVID-19 疫情、俄烏戰爭等多種力量影響，市場板塊正逐步位移，受到臺商回流與轉單效益影響，2021 年美國自我國進口金額達 771 億美元，較 2020 年成長 27.7%³。我國中小企業多仰賴美國及中國大陸市場，面對新的貿易壁壘，疫情打亂全球物流運輸節奏，以及戰火衝擊糧食、能源及稀有氣體供應等各種營運風險。石油、原物料價格上漲，導致商品製造及運輸成本增加，不僅推高了商品價格，更侵蝕中小企業的獲利。

面對外在環境的不確定性，中小企業宜擬定策略，在重新組隊的新經濟夥伴關係中，持續在供應鏈中扮演關鍵角色。未來，中小企業宜將經營思維從降低成本的轉變為降低風險。例如：透過數位轉型，把過往供應鏈從供應商、生產及物流、客戶端

2：資料來源：教育部統計處，「各級學校基本資料」，上網日期：2022 年 4 月 18 日，取自：
https://depart.moe.edu.tw/ED4500/Content_List.aspx?n=273B458338AE810B。

3：資料來源：經濟部統計處（2022 年 2 月 4 日），〈美國自我國進口金額連 3 年呈二位數正成長〉，上網日期：2022 年 4 月 18 日，取自：
https://www.moea.gov.tw/Mns/dos/bulletin/Bulletin.aspx?kind=9&html=1&menu_id=18808&bull_id=9714。

逐步傳遞訊息的流程，改變為掌握從訂單到生產狀況的即時資訊，並根據這些數據進行即時的決策，以因應供應鏈的彈性布局。

六、疫情改變消費者行為模式，中小企業宜加速數位轉型，創造客戶新體驗服務，發展新營運模式

疫情改變消費者行為，也改變了企業經營模式。企業必須提供減少人與人接觸的服務，面臨人員排班、商品物流運送、急單、生產線配置等挑戰，這時最需要企業展現永續發展的韌性。資誠（PwC）的《2021 全球消費者洞察報告》調查發現，有 41% 的受訪者表示，每週至少使用智慧型手機購物一次。另外，我國 2021 年零售業網路銷售達 4,303 億元，年增 24.5%，明顯優於全體零售業營業額成長幅度（年增 3.3%）⁴。

大型企業具有雄厚的資本，在規劃及導入數位轉型計畫的人才，更有可承受轉型時程長、成效不顯著等風險的優勢。面對外在環境及競爭對手的挑戰，中小企業決策者更需了解本身企業關鍵的數位轉型議題，可參考領先者的作法，從創新商業模式、強化數據驅動決策的能力、創造難忘的客戶體驗等面向，選定企業優先推動項目。培育內部優秀人才，結合外部輔導與資源，提升其數位技能，厚植企業優勢競爭力，面對新一波的競爭態勢。第 6 章將說明數位轉型對於中小企業的重要內涵、威脅、影響、機會與成長，以及臺灣中小企業數位轉型的現況，作更深入分析。

4：資料來源：經濟部統計處（2022 年 2 月 15 日），〈網購市場順勢躍升新高，成長率優於整體零售業〉，上網日期：2022 年 7 月 18 日，取自：
https://www.moea.gov.tw/Mns/dos/bulletin/Bulletin.aspx?kind=9&html=1&menu_id=18808&bull_id=9673。

第二篇 中小企業專題研析

第 6 章 2021 年臺灣中小企業數位轉型現況及需求調查

受到 COVID-19 疫情、全球供應鏈短缺、新貿易壁壘限制、環境永續、人口少子化等現象的影響，企業急需加速數位化的進程，才能因應新一波的市場趨勢。因此，本年度中小企業白皮書透過「2021 年臺灣中小企業數位轉型現況及需求調查」專題，觀察整體中小企業的變化、探究數位轉型的現況，以及瞭解在 COVID-19 疫情發生後的想法與規劃，並針對不同產業領域，掌握其各自的轉型重點。

本專題選定臺灣 6 大產業，包括「批發及零售業」、「住宿及餐飲業」、「金屬製品製造業」、「機械設備製造業」、「電子零組件製造業」，以及「農、林、漁、牧業」，透過問卷調查與數據分析的方式，進行總括性的探究。聚焦於中小企業希望透過數位轉型達成的目的、在營運工作上目前及預計使用的雲端工具、進行數位化時遭遇的挑戰，以及所需的資源協助，進行 4 大面向的調查與檢視。

為協助中小企業掌握疫後數位浪潮，本專題同時提供不同業者的數位轉型經驗談，並依據數位工具的使用數量，以及數位化帶來的營收成長，將中小企業分為「啟動、探索、專注、領先」4 種類型，分別給予轉型參考指引及轉型資源連結，期望藉由調查結果與建議，為中小企業在充滿不確定性的時代，快速找到適合的數位工具及方向。

第 6 章 2021 年臺灣中小企業數位轉型現況 及需求調查

COVID-19 疫情自 2020 年衝擊企業已逾 2 年，幾乎顛覆所有的生活型態，且受到烏俄戰爭、聯準會緊縮貨幣政策，以及中國大陸清零防疫措施拖緩經濟動能等因素影響，使得國際機構紛紛下修 2022 年全球經濟成長率預測。在變種病毒疫情、地緣政治情勢及諸多不確定因素影響下，巨大的市場及供應鏈變化衝擊各行各業，中小企業如何數位轉型因應顯得至關重要。

然而，數位時代的崛起，雖然顛覆商業模式及市場樣態，同時也讓中小企業找到新的成長機會。批發及零售業開始在數位通路上，營造創新且具差異性的體驗，開啟線上銷售模式，發掘消費需求的「新競爭市場」。製造業面對供應鏈重組趨勢，要能夠掌握即時物料與生產狀態的應變與預警能力，以及更快速的產銷模擬能力，建立具備韌性的供應鏈。

為瞭解我國中小企業對於數位轉型發展的狀況，以及掌握中小企業期望達成的目的、目前／預計所使用的雲端工具、面臨的問題、所需的資源等議題，經濟部中小企業處於 2021 年委託資誠企業管理顧問股份有限公司（簡稱 PwC）進行合作，共同推動「臺灣中小企業數位轉型現況及需求調查」，本專題即披露此項調查的主要結果。

本章共分為 4 節，第 1 節說明數位轉型對於中小企業的重要內涵、威脅、影響、機會與成長；第 2 節說明此項調查的背景與問卷規劃；第 3 節透過問卷分析，呈現目前中小企業數位轉型的現況；第 4 節為小結。

第 1 節 數位轉型對中小企業的重要性

在新的數位浪潮下，大公司紛紛投入數位轉型的行列。根據 PwC《2021 臺灣企業領袖調查》發現，超過 35% 的企業，即使在疫情的影響下，仍然維持或加大有關數位轉型的投資。同時間，科技也在速度與成本的雙重進化下，持續突破過去的應用，

資料的取得成本與處理的方法，都比過去大幅進步。隨著終端市場的消費主力從傳統消費者轉變為網路世代，重新定義的產業界線不僅掀起風暴，跨界競爭對手快速應用新的數位科技，也對既有企業發起新一輪的挑戰。

一、4 個數位轉型重要內涵

根據 PwC 對於數位轉型定義，包括 4 個重要內涵，在這 4 個內涵之下，代表未來的潛在競爭型態，對企業而言，必須要十分關注（表 6-1-1）：

表 6-1-1 數位轉型定義 4 個重要內涵

意 義	內 容
（一）善用創新科技進行商業創新	新一波的企業轉型主要由數位科技所驅動，新舊企業運用這些新的科技來改變過去的商業規則，挑戰原有市場的主要競爭者，除了內部的科技創新外，企業也紛紛尋找科技夥伴一起進行這一波的創新。
（二）強化數據驅動決策的能力	由於網際網路與物聯網的廣泛應用，越來越多的資料充斥在企業內外，企業紛紛思考如何運用這些資料來協助改善決策的品質與速度，而人工智慧的發展，更將資料處理的效率提升到新的境界。
（三）設計難忘與貼心的客戶體驗	在面對新的消費習慣的改變，數位通路帶來交易效率的提升，但相對地也很快將企業的產品與服務一般化。企業如何在新數位通路與傳統的實體通路中，創造出新的客戶體驗，才能夠讓自己從轉換成本低廉的銷售通路中脫穎而出，重新抓住客戶的心。
（四）用新創的速度與態度運作	透過數位轉型所引進的工具，企業的運作將比以往更加的虛擬化，運行彈性也將更加具備彈性與速度，在數位轉型成功的企業中，甚至可以發現大型企業也能像新創企業般具有高速運作的特性，進一步提升整體的企業競爭力。

資料來源：本研究整理。

二、大企業紛紛投入數位轉型，對中小企業影響嚴峻

在面對新一輪的數位競爭中，透過數位轉型，許多大公司透過虛擬化、數據化驅動決策，以及透過數位通路建立新的數位體驗，成為具有高度彈性化與效率化的企業，例如：中國大陸的著名家電企業，原先以規模經濟與量產的成本優勢，也逐漸透過工業 4.0 的數位轉型，將每年生產數百萬臺的家電生產線，彈性調整到可以接受單一訂製的生產模式，同時，仍然保持成本的優勢。

這樣的轉變，對於中小企業的影響可能更為嚴峻，尤其過去臺灣的中小企業一直保持客製彈性與市場速度，競爭的差距可能逐漸被弭平。讓中小企業維持競爭優勢，是臺灣維持社會穩定與國內市場穩定的重要關鍵。同樣地，許多國家的政府也看到了

這樣的挑戰，紛紛積極投入政策資源，協助中小企業的數位轉型發展，尤其亞洲國家更為明顯，包括：新加坡的 SMEs Go Digital、韓國的數位新政（Digital New Deal）、日本的中小企業數位化支援隊補助計畫等。

三、中小企業應掌握全球供應鏈，並拓展數位通路

根據 PwC《2021 全球消費洞悉調查》發現，行動商務達到了歷史的高點：有高達 41%的消費者表示，使用行動電話進行採購。如此改變，隨著越來越多的消費主力選擇居家辦公，也將進一步推動消費場所往數位通路走。但相同的，店內的買氣也逐漸回溫，仍有 47%的消費者想回到商店採購，如何經營兩種不同屬性的通路，讓消費者享有相同的消費體驗，這是新的市場機會。同時，根據經濟部的統計，在過去的 2 年中，電商每個月都以雙位數的速度成長，這是一個過去沒有的成長機會，也是所有企業想抓住的動能。

再者，全球供應鏈短缺的問題、新貿易壁壘的限制，以及對社會環境的永續議題，也造成以生產為導向的製造業，需重新思考如何布建全球供應鏈。除了考慮關稅的負擔，也必須思考如何減少海外生產的運輸成本與代價，讓分散式生產仍然保有量產規模的成本優勢與生產效率。消費境內的製造，對於當地的中小企業帶來新一波的成長動能，臺灣中小企業也必須全球布局才能夠乘上這波機會浪潮，但全球營運若缺乏好的數位營運平臺，將無法掌握營運狀況與策略落實。

四、協助中小企業數位轉型必須考慮產業的差異性

企業進行數位轉型的目的，著眼於內部與外部的目標，對內希望透過數位轉型大幅提升生產力，生產力的提升代表著成本降低與競爭力提升。對外則希望透過數位轉型來抓住成長的機會或找到新的成長模式。此外，數位轉型對於企業還有以下重要意義。（表 6-1-2）

儘管我們可以綜合數位轉型對於企業的意義，但中小企業所涵蓋的子產業十分多元，每個產業對於數位轉型的期望與實施的重點不同，會採用的數位解決方案也不同（例如：流通業著重顧客分析與數位通路的經營；製造業著重產線自動化；農業注重智慧農業等），再加上規模的不同，可以投資的規模也不同。因此，要了解中小企

業的數位轉型現況，必須要深入各子產業進行了解，才能真正協助中小企業面對這波數位浪潮。

表 6-1-2 數位轉型對企業之重要意義

意 義	內 容
顛覆產業與企業	轉型現有生意，創造出嶄新的商業模式與產品服務。 例如：企業透過行動應用程式（Application, App）的引進，提供咖啡寄杯與贈送的新商業模式，打破過去無法跨店進行兌換的限制。
全新的數位體驗	透過與客戶新的數位互動，提供無縫隙的新消費體驗。 例如：企業透過數位集點印章與客戶關係管理平臺，與客戶在用完餐後能夠持續保持互動，大大提升回流率。
創新營運模式	透過客戶服務流程數位化，提高員工效率、供應商互動與客戶滿意度。 例如：企業透過雲端科技的協助，創造出新的智能物流服務（Logistics as a Service, LaaS）營運模式，提供客戶新的物流流程，讓客戶的供應鏈更有效率。
高效工作團隊	透過提升員工的數位技能，並引進新的數位工具，讓員工的工作效率能夠大幅提升。 例如：企業引進數位工具，教育員工使用技能，將生產資料透過手機快速輸入，並建立生產戰情儀表板，讓員工能夠更有效率地管理生產狀況。
強化信任	透過對於資訊保密的重視，建立客戶的信任。 例如：企業將工業級通訊產品進行資安強化，讓工業互聯網的安全性能夠更堅固，以取得工業客戶的信任。

資料來源：本研究整理。

第 2 節 中小企業數位轉型調查

根據經濟部中小企業處《2022 年中小企業白皮書》統計資料指出：2021 年臺灣有 159 萬 5,828 家的中小企業，占全部企業家數 98.92%；中小企業的就業人數為 920 萬人，占全體就業人數 80.37%；中小企業的銷售額為新臺幣 26 兆 6,194.99 億元，占全部企業銷售額超過 5 成（52.51%）。這些數據都顯示，中小企業是支撐臺灣民生經濟的重要骨幹。若中小企業成長發展活絡，亦等同於臺灣經濟興盛。

隨著數位科技進程愈趨加速，相關的應用從概念到成熟的時間表逐漸縮短，當各項數位應用服務的門檻降低，也使得產業面臨跨領域競爭的情形更為劇烈。PwC 在《2021 臺灣企業領袖調查報告》中就發現：「有 20% 的臺灣企業對科技變革的速度感到極度擔憂，並有 35% 表示將在未來 3 年內大幅增加數位轉型的預算。」在此趨勢下，COVID-19 疫情的來襲，不僅促使全球市場快速變動，也造成供應鏈重組，並產生新的消費型態。

中小企業過往成功的關鍵，在於具靈活的彈性與優良的成本控制，但企業面對環境的快速變動，且體認到這樣的消費型態不會隨疫情減緩而回到從前。面臨消費新樣貌造成的經營衝擊，使得企業的生存日益嚴峻，更需仰賴數位方式，調整企業經營模式和規劃新的布局。對於中小企業而言，受限企業規模、資源、長年的營運方式等，沒有大型企業雄厚的資源及人力，加速數位轉型的腳步勢在必行。

這一波企業數位轉型，不同於過去僅是將製程或是流程數位化，更包括如何洞察企業自身在產業中的相對位置，提出適合的策略，達到創新的經營與商業模式。為深入探究中小企業數位轉型的現況，以及 COVID-19 疫情對經營的影響，中小企業轉型現況及需求調查聚焦國內重點產業，如：住宿及餐飲業、金屬製品製造業等，以問卷調查方式，蒐集企業在投入數位轉型時的主要目的、遭遇的困境挑戰、數位工具使用現況，以及數位轉型資源需求，以作為政府政策研擬與輔導時之參考依據。

一、調查目的與問卷架構擬定

（一）調查目的

考量產業所需達成的數位化目標不盡相同，轉型的成熟度亦有所差異，連帶地直接影響需要實現創新模式的策略與工具發展。因此在中小企業數位轉型的發展路徑上，必須優先盤點不同業態在數位化投入的資源、策略及困境，還有各面向的需求與優先順序；並且透過建立長期的基準（Baseline），追蹤及觀察產業在數位轉型投入上的位移與變動情形，作為進一步推薦中小企業適合的工具方案、研提策略或提供案例借鏡的參考依據。有關中小企業數位轉型需求調查目的的相關脈絡與細節，詳見圖 6-2-1。

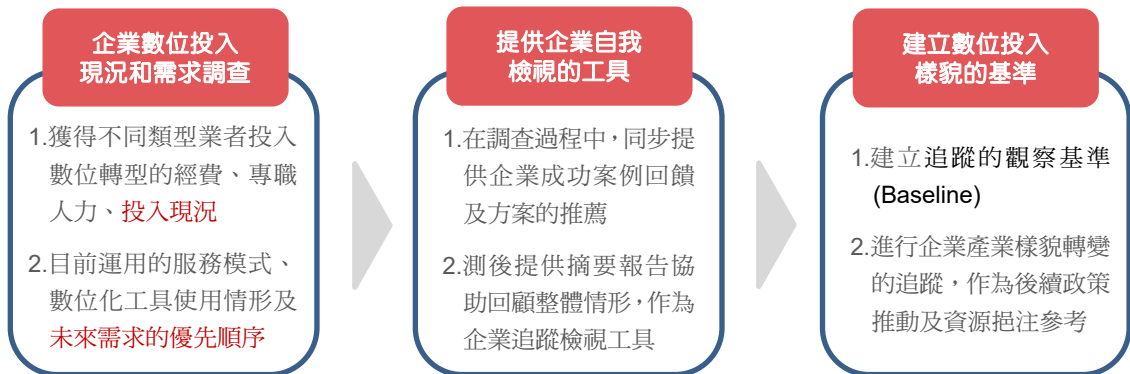
（二）問卷架構

為完整盤點國內中小企業數位轉型需求，這次調查係以問卷調查的方式蒐集國內企業第一手意見，並進行歸納與統計分析。為了使問卷的內容設計更貼近產業特性，以及讓中小企業主平易填寫，調查團隊在調查進行前拜訪 19 位產業先進與產業推動智庫，利用訪談方式來進行問卷的校調。在完成回收問卷的歸納與統計之後，進一步諮詢專家，就調查成果的呈現、調整與策略研提，給予建議。

問卷架構包含「數位投入現況」及「數位轉型需求」2個部分，投入現況主要了解企業數位化轉型目的與挑戰、投入金額、人力，以及未投入原因，而轉型需求則詢問企業目前提供產品／服務的方式、工具使用現況與未來需求、企業雲端服務項目、採用的關鍵技術，有關中小企業數位轉型需求問卷完整架構與構面，詳見圖 6-2-2。

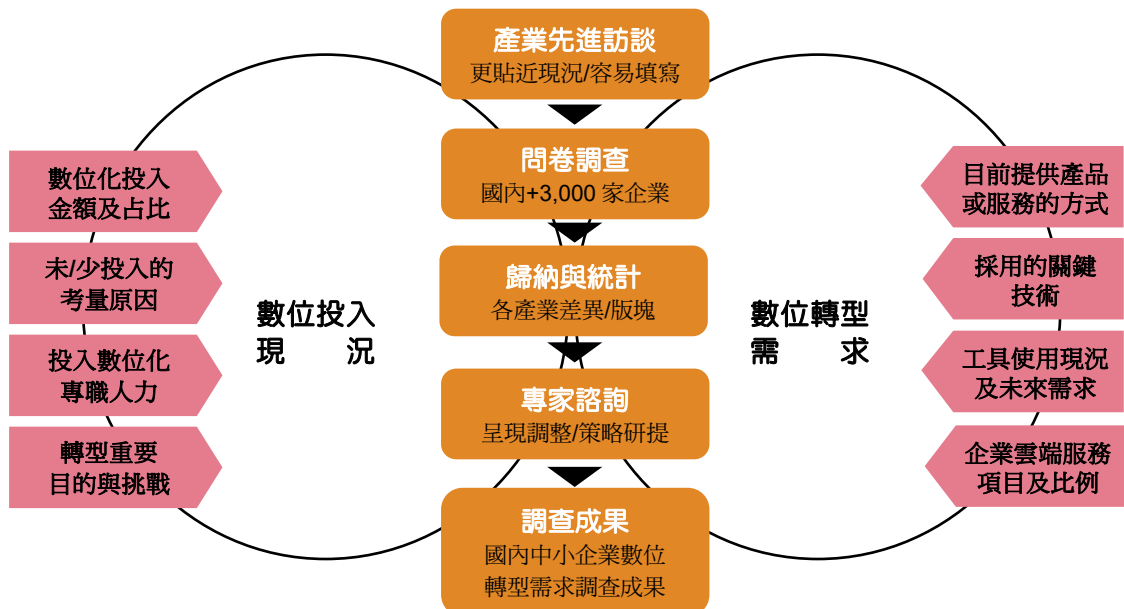
圖 6-2-1 中小企業數位轉型需求調查目的

- 盤點不同業態的數位投入現況、目的及困境、各面向的需求與優先順序
- 建立基準(Baseline)來作為轉型投入位移情形的追蹤及落點觀察依據



資料來源：本研究整理。

圖 6-2-2 中小企業數位轉型需求問卷架構



資料來源：本研究整理。

二、調查設計與說明

根據 PwC 公布的《2021 臺灣中小企業轉型現況調查報告》，收錄了批發零售、住宿餐飲等 6 種行業的中小企業在數位轉型現況的第一手資訊。調查實施日期自 2021 年 8 月 16 日起至 10 月 31 日止，共獲得了國內 3,233 家中小企業的意見回覆。

調查的蒐集基準依據經濟部於 2021 年 6 月 24 日修正發布的〈中小企業認定標準〉，即不分行業別，凡依法辦理公司或商業登記，實收資本額在新臺幣 1 億元以下，或經常僱用員工人數未滿 200 人之事業，均為認定之中小企業，因此資本額超過 1 億以上且人數超過 200 人的大型企業，未被納入本次調查蒐集範圍。

行業選定方式係參考行政院主計總處公布的〈中華民國第 11 次修訂之行業標準分類〉，國內各行業在商業服務業、製造業、農業上共包括 19 大類、89 中類、254 小類、551 細類。為更精確掌握中小企業的數位化程度現況，係透過生產價值及企業家數 2 項指標，以排序挑選重點產業進行調查，選定行業包括：「批發及零售業」、「住宿及餐飲業」、「金屬製品製造業」、「機械設備製造業」、「電子零組件製造業」、「農、林、漁、牧業」（以下簡稱農業）。各行業回收家數（樣本數）及比率輪廓如表 6-2-1。

表 6-2-1 調查樣本分布－2021 年臺灣中小企業轉型現況調查

單位：家；%

類別	行業別	回收家數（樣本數）		中小企業家數比率
			比率	
第 1 級	農、林、漁、牧業	83	2.6	1.2
第 2 級	金屬製品製造業	433	13.4	4.1
	機械設備製造業	83	2.6	1.7
	電子零組件製造業	77	2.3	0.5
第 3 級	批發及零售業	2,054	63.5	74.4
	住宿及餐飲業	503	15.6	18.1
總計		3,233	100.0	100.0

附註：1.本次以網路問卷系統為主，輔以電話及電子郵件。

2.回收家數（樣本數）比率大致依據《2021 年中小企業白皮書》所載之 2020 年中小企業家數比率，進行控制。

3.樣本數較少之「農、林、漁、牧業」、「機械設備製造業」，以及「電子零組件製造業」等 3 個行業，其樣本數比率分別為 2.6%、2.6%及 2.3%，皆高於《中小企業白皮書》所載之家數比率（即各選定 6 個行業之中小企業家數，占 6 個行業總計中小企業家數之比率，分別為 1.2%、1.7%及 0.5%）。

資料來源：本研究整理。

第 3 節 中小企業數位轉型現況分析

以下就中小企業中的「批發及零售業」、「住宿及餐飲業」、「金屬製品製造業」、「機械設備製造業」、「電子零組件製造業」、「農業」，分別呈現各行業別希望透過數位轉型達成的目的、數位工具的使用現況及未來需求、轉型過程中遭遇的挑戰、進行轉型時需要的資源協助等 4 大議題的調查結果，以做為中小企業在轉型之路上的借鏡參考。所有數據為樣本調查結果統計，未經加權調整，部分題目設計為複選題的情況下，該題調查結果各選項的占比加總將超過 100%。

一、整體調查輪廓

（一）中小企業希望透過數位轉型達成的目的

這次的調查中，我們詢問中小企業想透過數位轉型達成的重要目的，發現多數中小企業期待數位轉型能在短期為企業帶來業績的成長、減少營運支出。而作為長期的投資，中小企業則希望轉型在未來能帶來新的商業模式、提升品質和服務，以創造更多的競爭優勢。

接受調查的所有中小企業中，希望透過轉型達成的前 3 項目的是「擴大市場成長」（47.3%）、「降低營運成本」（40.7%）及「更好的客戶體驗」（40.6%）。進一步詢問企業未來 3 年的轉型目標，則是以「更好的客戶體驗」（33.9%）、「創造新商業模式」（33.1%）、「提升營運品質」（29.4%）及「降低營運成本」（29.4%）為優先。有關中小企業希望透過數位轉型達成的目的各項比率，詳見圖 6-3-1。

（二）中小企業在營運工作上目前／預計使用的數位化工具

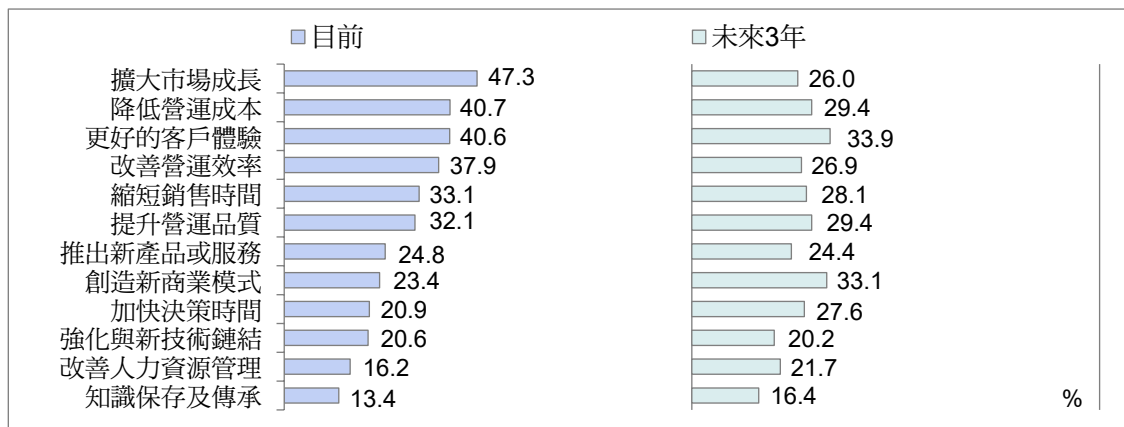
這次調查中，我們參考歐盟統計局的定義，詢問所有中小企業在「數位化工具」的使用現況和未來需求，把「Email、雲端儲存、雲端文書」歸類為基礎運用；把「客戶體驗、財務金融、整合營運、辦公室協作、生產製程」歸類為商業進階運用。我們發現，中小企業在數位化工具的選擇上，目前以基礎運用為主，但在未來將投入更多的關注在商業運用上。

客戶體驗的項目例如：線上商店、數位行銷、客戶關係管理系統（Customer

Relationship Management，簡稱 CRM）等；財務金融的項目例如：POS（Point of Sale 之簡稱）、雲端發票、行動支付等；整合營運的項目例如：進銷存貨管理、企業資源規劃系統（Enterprise Resource Planning，簡稱 ERP）等；辦公室協作的項目例如：行動辦公、人資系統等；生產製程的項目例如：機聯／物聯網、智慧排程、生產雲等工具。

本次調查中，中小企業目前使用的數位化工具，以「E-mail／通訊／社群工具」（55.0%）、「雲端儲存」（28.8%），以及「雲端文書」（27.5%）和「客戶體驗」（27.5%）為主。在未來預計使用的前 3 項為「雲端儲存」（41.3%）、「客戶體驗」（37.5%），以及「整合營運」（37.5%）。（圖 6-3-2）

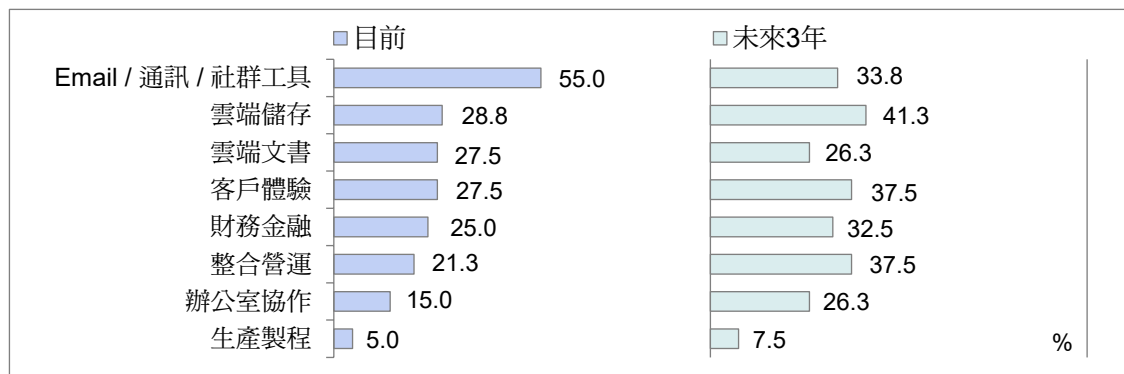
圖 6-3-1 中小企業希望透過數位轉型達成的目的各項比率



附註：N=3,233，複選題，各選項的占比加總將超過 100%。

資料來源：本研究調查結果。

圖 6-3-2 中小企業在營運工作上目前／預計使用的數位化工具的各項比率



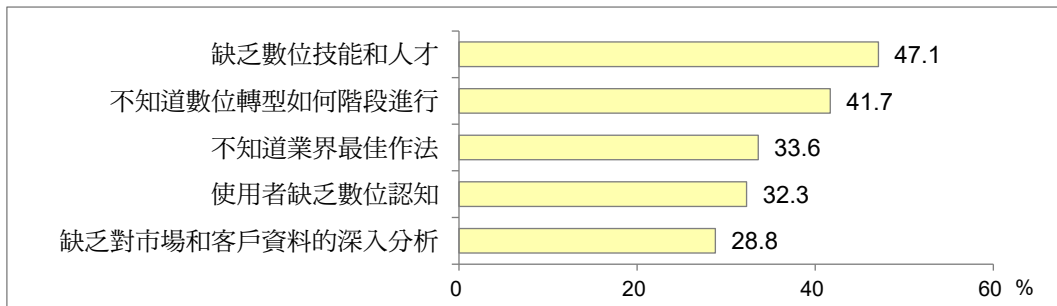
附註：N=3,233，複選題，各選項的占比加總將超過 100%。

資料來源：本研究調查結果。

（三）中小企業進行數位轉型時遭遇的挑戰

這次的調查我們詢問中小企業在進行轉型時面臨的挑戰，最主要的前 3 項挑戰為「缺乏數位技能和人才」（47.1%）、「不知道數位轉型如何階段進行」（41.7%），以及「不知道業界最佳作法」（33.6%）。（圖 6-3-3）

圖 6-3-3 中小企業進行數位轉型時遭遇的挑戰各項比率



附註：N=3,233，複選題，各選項的占比加總將超過 100%。

資料來源：本研究調查結果。

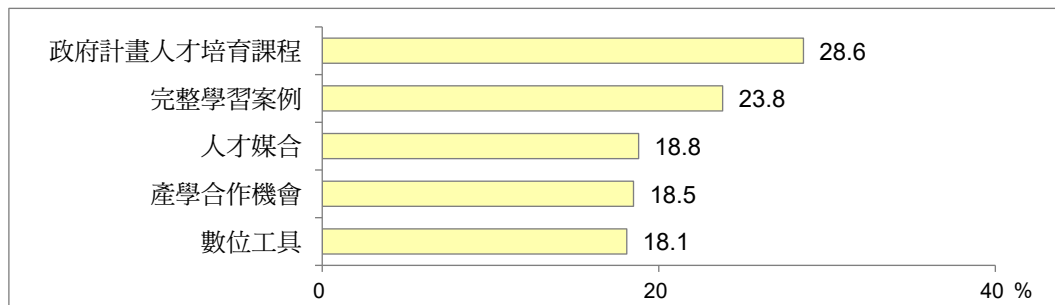
由於近年來大專校院畢業生人數逐年減少，使得年輕數位人力、資訊專業人才供給無法跟上業界需求，導致中小企業目前是透過內部培訓的方式拔擢優秀人才，以解決數位人才短缺的問題。在未來，迫切的待解議題是，如何從外部和政府資源的協助，發掘優秀的數位人才，來輔助企業進行數位轉型。同時，如何汲取業界最佳作法，透過案例學習方式，讓企業內部進行仿效學習，也是未來的一大重點方向。

（四）中小企業進行數位轉型時所需的資源協助

面對轉型的挑戰，企業需要透過輔助資源來克服困境。但在資源有限下，企業應考量產業特性、營運模式因素，檢視轉型時要爭取的資源優先順序。在這次調查的中小企業中，認為在達成數位轉型過程中「政府計畫人才培育課程」（28.6%）、「完整學習案例」（23.8%）及「人才媒合」（18.8%）是優先需要的資源。（圖 6-3-4）

呼應「缺乏數位技能和人才」是中小企業在轉型過程中的主要挑戰，我們認為，要提升中小企業轉型成功的機會，除了從內部持續培訓及拔擢優秀人才外，也應借用各種政府資源，在短時間補充知識技能人才的能力。

圖 6-3-4 中小企業進行數位轉型時所需的資源協助各項比率



附註：N=3,233，複選題，各選項的占比加總將超過 100%。

資料來源：本研究調查結果。

二、批發及零售業

PwC 在《2021 全球消費者洞察報告》指出：「疫情催生了一批新興消費族群，他們偏好數位、重視永續，也更願意為了健康、環境友善的商品付出更高的花費。」新消費型態在疫情過後也將持續，改變是永久性的，企業必須更即時地運用數據抓住消費者輪廓，更敏捷地為體驗做出反應。

由於市場環境與消費者習慣快速變化，使得數位購物需求與市場規模大幅成長。經濟部統計處 2020 年指出：「零售業在網路的銷售額從 2017 年的 2,283 億元，一路成長至 2020 年的 3,419 億元，在 2021 年第 3 季，更因為後疫情時代下消費行為的轉變，使得銷售額大幅提升；年增率達到 25.9%，創同期新高。」

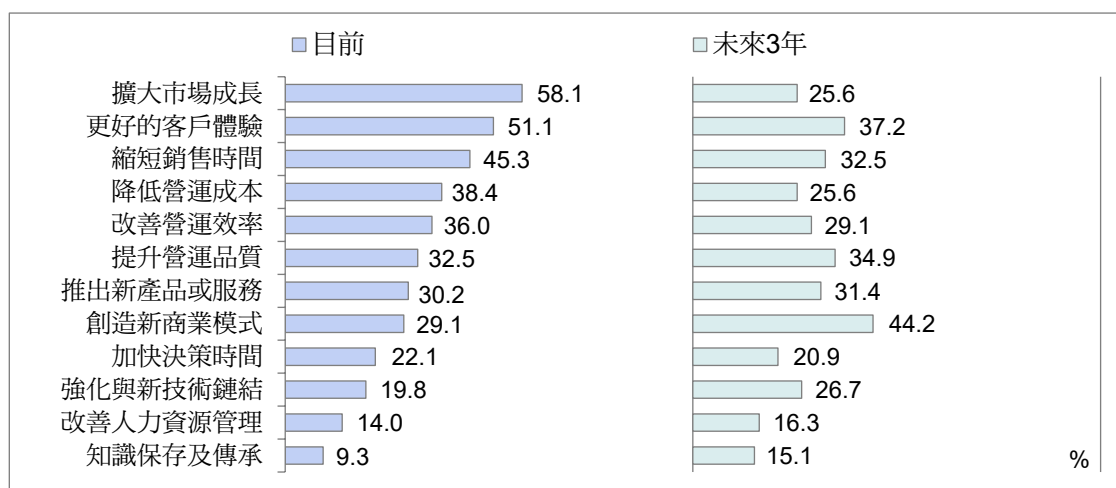
臺灣擁有高度的電商滲透率，以及消費者熟練的數位購物行為，是高潛力的市場。許多批發及零售業業者正思考，如何從實體銷售轉為線上銷售，並從過去產品導向模式，轉為消費者導向模式，但也面臨跨境電商及海外品牌的競爭，迫使業者必須加緊數位化的腳步。

（一）批發及零售業希望透過數位轉型達成的目的

在這次調查中，批發及零售業希望透過轉型達成的前 3 項目的是「擴大市場成長」(58.1%)、「更好的客戶體驗」(51.1%)，以及「縮短銷售時間」(45.3%)。多數業者希望透過轉型的投入，產生體驗和銷售的差異，來角逐市場。進一步詢問業者未來 3 年的轉型目標，則是以「創造新商業模式」(44.2%)、「更好的客戶體驗」(37.2%)

及「提升營運品質」(34.9%) 3 項為優先。有關批發及零售業希望透過數位轉型達成的目的各項比率，詳見圖 6-3-5。

圖 6-3-5 批發及零售業希望透過數位轉型達成的目的各項比率



附註：N=2,054，複選題，各選項的占比加總將超過 100%。

資料來源：本研究調查結果。

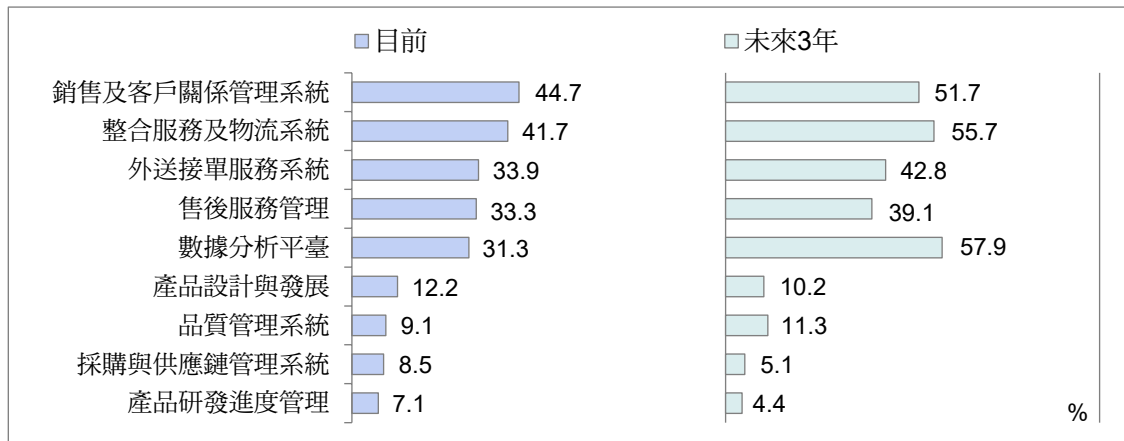
透過調查發現，因為新的數位通路興起，批發及零售業希望透過數位化快速因應市場的變化。隨著數位消費市場逐漸成熟，業者短期的數位投資也逐漸同質化，未來隨著競爭差異被撫平，轉型能否為業者「創造新商業模式」，將成為重要關鍵。

(二) 批發及零售業在營運工作上目前／預計使用的數位化工具

在這次調查中，批發及零售業目前在營運工作上，使用的數位化工具前 3 項是「銷售及客戶關係管理系統」(44.7%)、「整合服務及物流系統」(41.7%)，以及「外送接單服務系統」(33.9%)。在未來 3 年預期使用的數位化工具上，則以「數據分析平臺」(57.9%)、「整合服務及物流系統」(55.7%) 及「銷售及客戶關係管理系統」(51.7%) 3 項為優先。有關批發及零售業在營運工作上目前／預計使用的數位化工具的各項比率，詳見圖 6-3-6。

批發及零售業目前在營運工作使用的數位化工具，以銷售相關為主，在未來將隨著多元工具的漸進使用，朝向數據應用為主，以數據為核心來協助企業優化服務流程和營運模式、掌握消費者偏好並進行更好的客戶經營。

圖 6-3-6 批發及零售業在營運工作上目前／預計使用的數位化工具各項比率



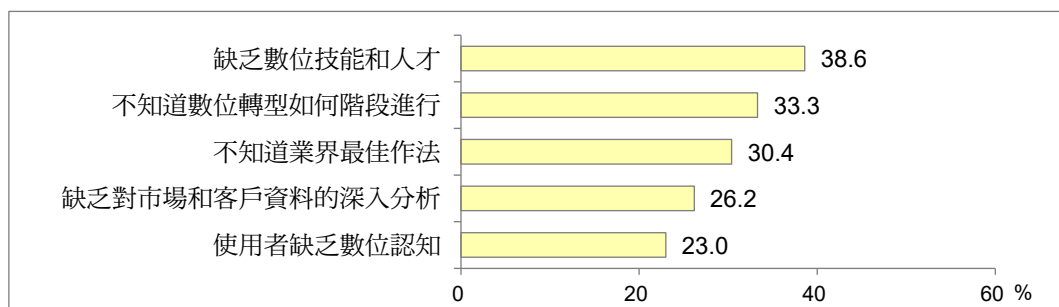
附註：N=2,054，複選題，各選項的占比加總將超過 100%。

資料來源：本研究調查結果。

（三）批發及零售業進行數位轉型時遭遇的挑戰

在這次調查中，批發及零售業認為「缺乏數位技能和人才」（38.6%）、「不知道數位轉型如何階段進行」（33.3%），以及「不知道業界最佳作法」（30.4%），是在轉型過程中的主要挑戰，顯示產業目前迫切的議題是如何找到合適的數位人才，快速複製產業作法，來輔助企業進行轉型。有關批發及零售業在進行數位轉型時遭遇的挑戰各項比率，詳見圖 6-3-7。

圖 6-3-7 批發及零售業進行數位轉型時遭遇的挑戰各項比率



附註：N=2,054，複選題，各選項的占比加總將超過 100%。

資料來源：本研究調查結果。

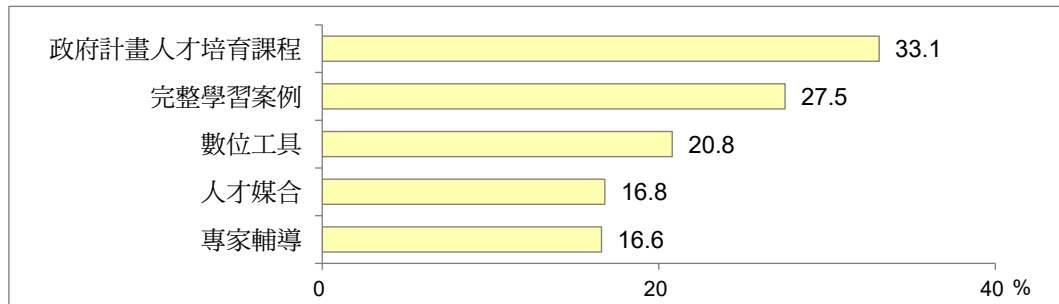
除了數位技能和人才外，「缺乏對市場和客戶資料的深入分析」（26.2%）也是該產業在轉型上面臨的挑戰之一，這也顯示雖然數據的蒐集變得越來越容易，但如何以數據為核心來進行市場和客戶資料的分析，是業者在轉型上必然遭遇且需要突破的

困境之一。

（四）批發及零售業進行數位轉型時所需的資源協助

隨著銷售環境的變化、行動科技的普及，以及網路社群的崛起，成為影響競爭力的關鍵，企業需要更靈活的人才來進行操作。但也因為中小型批發及零售業的規模有限，在這次調查中發現，批發及零售業希望仰賴「政府計畫人才培育課程」(33.1%)、「完整學習案例」(27.5%)，以及「數位工具」(20.8%)的導入，來快速地進行數位化。有關批發及零售業在進行數位轉型時所需的資源協助各項比率，詳見圖 6-3-8。

圖 6-3-8 批發及零售業進行數位轉型時所需的資源協助各項比率



附註：N=2,054，複選題，各選項的占比加總將超過 100%。

資料來源：本研究調查結果。

（五）批發及零售業業者的數位轉型經驗談－案例 A

成立於 2018 年的 A 公司，主要銷售咖啡器材、茶具等商品，在臺灣設有實體門市銷售據點。A 公司的定位是傳統零售商，在導入管理系統時，便考量自身的營運模式，不同於專業代工 OEM (Original Equipment Manufacturer) 大廠，兩者的銷售方式和出貨量差異甚鉅，對於進銷存紀錄的需求截然不同，所以成立之初，就另外導入臺灣廠商提供的中小企業資訊管理系統，展開數位經營管理的歷程。

2020 年，為 A 公司數位轉型成功的關鍵年。重新導入的 ERP 中大型流通業解決方案，終於步上正軌，順利運作。由於這套 ERP 功能完整，無論是直接面對客戶的百貨專櫃員工，或是與經銷商接洽的業務，只要透過電腦連線，就能即時掌握進貨流程、庫存量、多元的商品種類及價格。高階管理人員也能藉由 ERP 的進銷存統計功能，制定相應的銷售策略，並確保庫存維持在合理的狀態。

A 公司在 10 年內換過 3 套進銷存系統，同時經歷股權結構及人事布局的變化，數位轉型之路一波三折，如今終於看見成果。由於企業體質的轉變，在面對 2020~2021 年 COVID-19 疫情時，即使供貨受到全球供應鏈的影響，A 公司仍憑藉良好的服務品質，提供滿足客戶所需的商品，讓 A 公司品牌持續站穩臺灣市場。

三、住宿及餐飲業

經濟部中小企業處的《2021 年中小企業白皮書》指出：「有 53.3% 的住宿及餐飲業業者認為疫情對財務造成大幅的負面影響。」住宿業業者在缺乏國際旅客和疫情影響國內旅遊的雙重打擊下，住宿的需求明顯下滑，在需要維持一定的住宿服務品質，人力又必須緊縮的情況下，流程自動化是必要的選擇。餐飲業也面臨消費習慣的改變，無接觸或低接觸的消費模式，衝擊過去以店面經營為主的餐飲業，面對疫情的衝擊，餐飲業業者紛紛加入數位外送平臺，而店內的消費重啟之後，採用數位點餐以避免接觸，也普遍地運用在餐飲業上。

根據 PwC 的《2021 全球消費者洞察報告》顯示，有高達 9 成的消費者即使在疫情結束後，仍然會選擇以手機與數位通路作為消費的主要選擇，逐漸與傳統店內消費為主的習慣產生區隔。進入數位消費平臺，將使住宿及餐飲業的服務同質性高且競爭激烈，如何在選購和傳遞過程中，提供不同的客戶體驗成為差異關鍵。例如：更快的回應客戶需求、設計點數及會員的回饋機制，以增加和客戶的鏈結，才能將以產品為中心的銷售文化，轉變為以客戶為中心的服務文化。

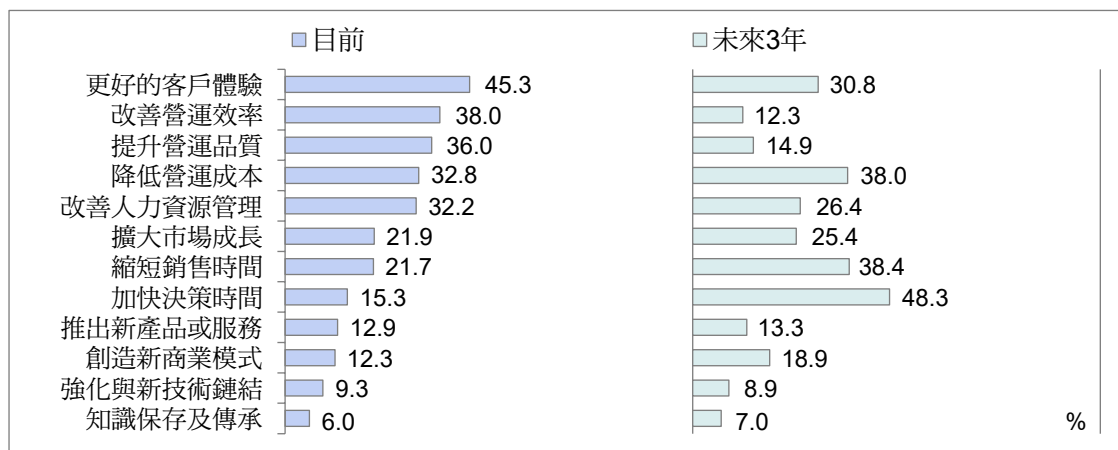
（一）住宿及餐飲業希望透過數位轉型達成的目的

這次調查中，住宿及餐飲業希望透過轉型達成的前 3 項目的，依序是「更好的客戶體驗」（45.3%）、「改善營運效率」（38.0%），以及「提升營運品質」（36.0%）。進一步詢問業者未來 3 年的轉型目標，則是「加快決策時間」（48.3%）、「縮短銷售時間」（38.4%）及「降低營運成本」（38.0%）3 項為優先。有關住宿及餐飲業希望透過數位轉型達成的目的各項比率，詳見圖 6-3-9。

透過調查發現，住宿及餐飲業短期希望透過轉型創造體驗差異與提升營運效率，以應付短期的巨大衝擊，長期則將重點放在加快決策與銷售績效上。由此可了解，這

次疫情讓企業更加重視應變能力與銷售績效，成為產業長期想強化的領域。

圖 6-3-9 住宿及餐飲業希望透過數位轉型達成的目的各項比率



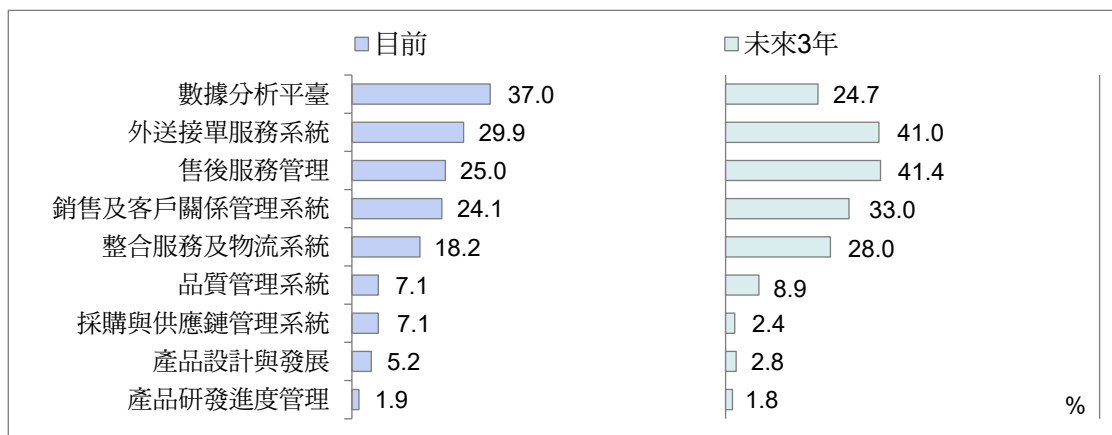
附註：N=503，複選題，各選項的占比加總將超過 100%。

資料來源：本研究調查結果。

(二) 住宿及餐飲業在營運工作上目前／預計使用的數位化工具

住宿及餐飲業目前在營運工作上使用的數位化工具前 3 項依序是「數據分析平臺」(37.0%)、「外送接單服務系統」(29.9%)，以及「售後服務管理」(25.0%)。在未來 3 年預期使用的數位化工具上，則以「售後服務管理」(41.4%)、「外送接單服務系統」(41.0%)，以及「銷售及客戶關係管理系統」(33.0%) 為優先。有關住宿及餐飲業在營運工作上目前／預計使用的數位化工具的各項比率，詳見圖 6-3-10。

圖 6-3-10 住宿及餐飲業在營運工作上目前／預計使用的數位化工具各項比率



附註：N=503，複選題，各選項的占比加總將超過 100%。

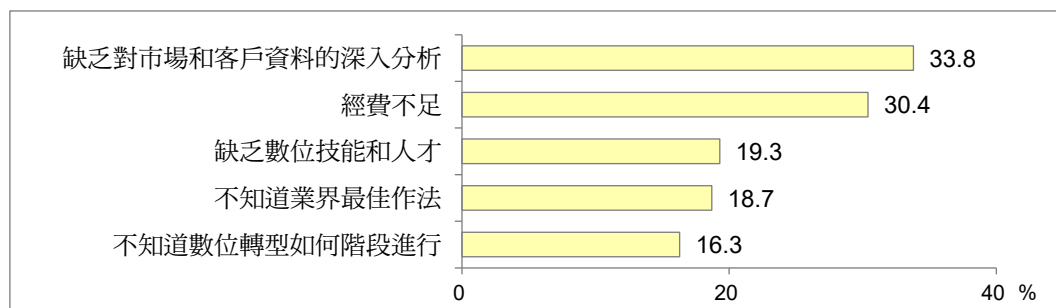
資料來源：本研究調查結果。

我們也看到，住宿及餐飲業在未來將持續加大與客戶相關（外送接單服務系統、售後服務管理）的數位化工具投入。但在數據分析平臺的比率上則相對下降，這是由於越來越多的第 3 方業者同時提供從數據源頭的分析和改善對策服務，住宿及餐飲業在未來將傾向由第 3 方業者代操。

（三）住宿及餐飲業進行數位轉型時遭遇的挑戰

在這次調查中，住宿及餐飲業認為「缺乏對市場和客戶資料的深入分析」（33.8%）、「經費不足」（30.4%），以及「缺乏數位技能和人才」（19.3%），是轉型過程中的主要挑戰。顯示中小型住宿及餐飲業受限於規模，主要以管理與服務客戶的員工組成，並沒有太多資源僱用數位人才，然而隨著有越來越多的市場及客戶資料分析，都需要透過新型的工具取得，造成他們在轉型過程中面臨極大的挑戰。有關住宿及餐飲業在進行數位轉型時遭遇的挑戰各項比率，詳見圖 6-3-11。

圖 6-3-11 住宿及餐飲業進行數位轉型時遭遇的挑戰各項比率



附註：N=503，複選題，各選項的占比加總將超過 100%。

資料來源：本研究調查結果。

（四）住宿及餐飲業進行數位轉型時所需的資源協助

為因應疫情帶來的長期影響，住宿及餐飲業需要能將資料轉為決策價值資訊的人才，並在服務提供過程中更快速地進行決策調整。在這次調查中，企業認為，在達成轉型過程中，「人才媒合」（29.5%）、「產學合作機會」（25.7%），以及「資金援助（補助款）」（22.8%）是優先需要的資源。有關住宿及餐飲業在進行數位轉型時所需的資源協助各項比率，詳見圖 6-3-12。

除了資金援助外，住宿及餐飲業需要的資源主要與人才和數位新能力有關，我們

也認為，住宿及餐飲業除了延續以往透過產學合作方式，取得相關人才與能力外，面對數位化趨勢的衝擊，也必須建立與過去不同的人才與技能的取得管道。

圖 6-3-12 住宿及餐飲業進行數位轉型時所需的資源協助各項比率



附註：N=503，複選題，各選項的占比加總將超過 100%。

資料來源：本研究調查結果。

（五）住宿及餐飲業業者的數位轉型經驗談－案例 B

B 公司創業初期只有直營模式經營，以確保餐廳品質和摸索市場定位，直至 2018 年，企業成熟穩定發展後，才開放加盟連鎖，並且獲得眾多加盟主的青睞。B 公司行銷企劃部經理提到，B 公司加盟體制是總公司管理制，雖然開放加盟之後，店家數快速成長，帶來龐大的消費客群，但因 B 公司當年沒有任何會員管理系統，僅依賴結帳的 POS 系統查看來客數、客單營收等基本數據，無法掌握更進一步的客戶資訊、蒐集主要客群回饋資訊，甚至對於行銷活動的規劃也相對辛苦。

剛開始導入會員管理系統，除了要展開一連串的企業內部跨部門協商，還需與系統廠商不斷研究各項系統標準作業流程（Standard Operation Procedure, SOP）和功能介接的可行性及操作方式，無論對內對外，都需要大量的磨合及協調改善。而建立數位化意識和教育訓練全體員工了解及使用會員系統也是一大工程，整個集團跨品牌推動數位轉型，並非一蹴可幾。首先要先了解各個部門的流程及可能碰到的問題，例如首當其衝的，就是門店員工不熟悉系統使用方式、系統資料更新不夠即時等等議題。此時，需要完善的教育訓練，讓同仁們了解使用數位系統的優點和便利性。

回顧 B 公司過去 2 年來導入數位解決方案的過程，不僅透過充分授權專案團隊，強調導入系統的決心與堅守信念，明確的目標，更可快速帶動跨部門在執行專案的能力，同時透過資訊工具的導入優化，降低人力結構，建立商城平臺，整合掌握完整資

訊流，藉以縮減自有統倉，降低物流成本。透過自身經驗，B 公司行銷企劃部經理建議中小企業若嘗試數位轉型，管理階層的決策一定要有決心，不能模稜兩可，並要理解每個部門扮演的角色，學會換位思考，才能讓所有員工深入了解，數位轉型的目的是什麼，建立共識，同仁們才會有動力共同打造數位轉型營運版圖。

四、金屬製品製造業

金屬製品製造業在製造業中有著舉足輕重的地位，2019 年金屬製品製造業工廠在全國製造業工廠中為最多，占 24.7%。勞動部《110 年第 4 次人力需求調查》也指出：「與 2021 年 10 月底相較，2022 年 1 月底工業部門人力需求預計淨增加 3.5 萬人，以製造業淨增加 3.3 萬人較多，其中金屬製品製造業淨增加 0.6 萬人。」

外界對於這個產業的印象是，工作環境危險、骯髒、辛苦，而且普遍低薪，導致年輕勞動力與高階人才不願意投入此產業。勞動力斷層和缺工等問題，是金屬製品製造業目前遭遇的困境，企業轉型的關注重點是，希望以數位化方式來改善製造製程，創造年輕人力願意投入的環境。

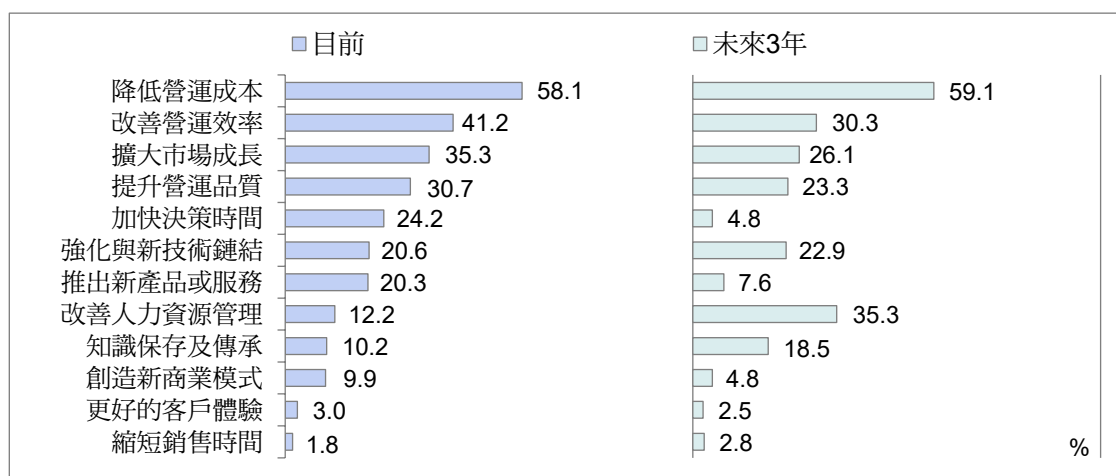
金屬製品製造業極少直接面對市場，商業模式的創新並非優先考量，數位轉型不以增加營收為主要目的，而是從降低營運成本與改善營運效率的角度出發。引進新的物聯網、自動化生產設備、工廠製造管理解決方案，來改善工作環境問題，讓更多的人才更願意加入這個產業，同時，透過自動化減少勞動力的依靠，才能解決產業面臨的挑戰。

（一）金屬製品製造業希望透過數位轉型達成的目的

這次調查中，金屬製品製造業希望透過轉型達成的前 3 項目的，依序是「降低營運成本」（58.1%）、「改善營運效率」（41.2%），以及「擴大市場成長」（35.3%）。進一步詢問業者未來 3 年的轉型目標，則是「降低營運成本」（59.1%）、「改善人力資源管理」（35.3%）及「改善營運效率」（30.3%）3 項為優先。有關金屬製品製造業希望透過數位轉型達成的目的各項比率，詳見圖 6-3-13。

由於勞動力斷層導致缺工，金屬製品製造業希望，透過數位轉型改善製造製程，以降低營運成本。未來企業希望改善人力資源管理，透過自動化逐步改善人力結構，避免長期性缺工與人才缺乏問題。

圖 6-3-13 金屬製品製造業希望透過數位轉型達成的目的各項比率



附註：N=433，複選題，各選項的占比加總將超過 100%。

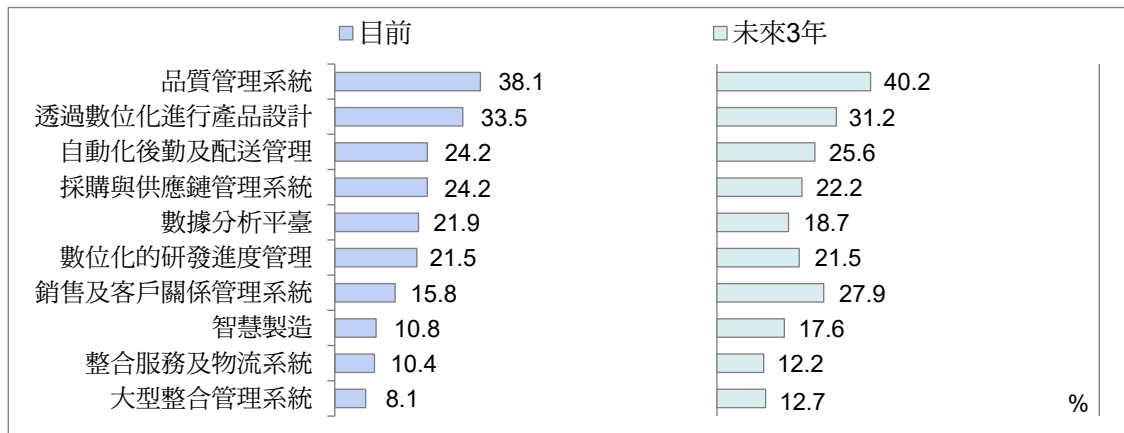
資料來源：本研究調查結果。

（二）金屬製品製造業在營運工作上目前／預計使用的數位化工具

金屬製品製造業在目前營運工作上使用的數位化工具，以「品質管理系統」（38.1%）、「透過數位化進行產品設計」（33.5%），以及「自動化後勤及配送管理」（24.2%）和「採購與供應鏈管理系統」（24.2%）為主。在未來 3 年預期使用的數位化工具上，則以「品質管理系統」（40.2%）、「透過數位化進行產品設計」（31.2%），以及「銷售及客戶關係管理系統」（27.9%）為主。有關金屬製品製造業在營運工作上目前／預計使用的數位化工具的各項比率，詳見圖 6-3-14。

關於金屬製品製造業面對勞動環境不佳導致的勞動力斷層，如何將資深人才的經驗進行複製尤其重要。金屬製品製造業業者期望，透過數位化進行品質管理、進行產品設計、透過更多的數位化和自動化，改善經驗導向的產業習性，將金屬製品製造過程中的經驗傳承，透過數位化工具紀錄與傳承，建立穩定的品質基礎。

圖 6-3-14 金屬製品製造業在營運工作上目前／預計使用的數位化工具各項比率



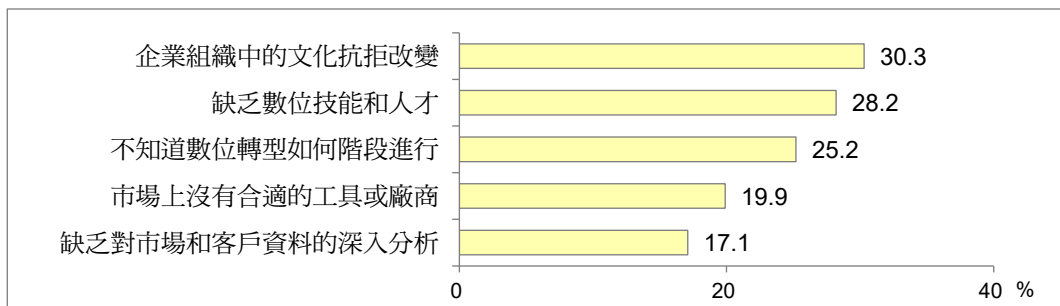
附註：N=433，複選題，各選項的占比加總將超過 100%。

資料來源：本研究調查結果。

(三) 金屬製品製造業進行數位轉型時遭遇的挑戰

在這次調查中，金屬製品製造業認為「企業組織中的文化抗拒改變」(30.3%)、「缺乏數位技能和人才」(28.2%)，以及「不知道數位轉型如何階段進行」(25.2%)，是在轉型過程中的主要挑戰。有關金屬製品製造業在進行數位轉型時遭遇的挑戰各項比率，詳見圖 6-3-15。

圖 6-3-15 金屬製品製造業進行數位轉型時遭遇的挑戰各項比率



附註：N=433，複選題，各選項的占比加總將超過 100%。

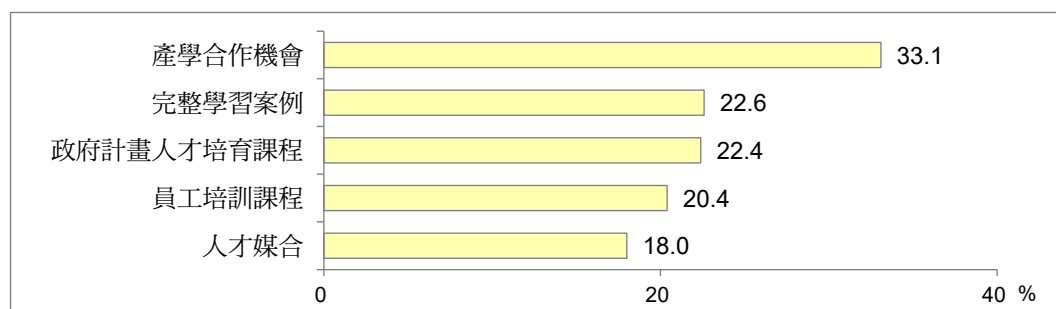
資料來源：本研究調查結果。

至於金屬製品製造業在轉型時，面臨內外部的挑戰夾擊，對外面臨工作環境使年輕人投入怯步，企業無法注入新的數位技能和人才；對內則面臨內部資深員工因為習慣透過經驗法則運作，以及對數位科技的陌生，認為數位化帶來的改善效益有限、或擔心被數位化取代而產生文化抗拒，成為轉型阻力。

（四）金屬製品製造業進行數位轉型時所需的資源協助

這次調查指出，金屬製品製造業認為，為了達成數位化並加速數位轉型，「產學合作機會」（33.1%）、「完整學習案例」（22.6%），以及「政府計畫人才培訓課程」（22.4%），是優先需要的資源。有關金屬製品製造業在進行數位轉型時所需的資源協助各項比率，詳見圖 6-3-16。

圖 6-3-16 金屬製品製造業進行數位轉型時所需的資源協助各項比率



附註：N=433，複選題，各選項的占比加總將超過 100%。

資料來源：本研究調查結果。

因產業型態的限制，在短期上除了以「增加聘僱外籍移工」來快速因應產業現況¹，長期必需透過數位化來減少勞動力的依賴，透過各種方式引進數位人才、內部培育員工數位技能，以及利用成功案例，才能克服數位轉型的阻力。

（五）金屬製品製造業業者的數位轉型經驗談－案例 C

本在製造產業坐穩領頭羊角色的 C 公司，為消化接連而來的大型訂單，積極購入物料、擴編人力，不料因為供應商供料不及與料件品質不穩定，C 公司生產週期隨之延宕，加上後續交貨出現瓶頸，導致庫存過多，嚴重影響到 C 公司的財務體質，遭銀行警示財務風險。為挽救站在懸崖邊緣的家族產業，原先在知名科技集團旗下事業任職的二代接班者，毅然離開高薪工作，回歸家族事業，啟動 C 公司的數位轉型之路。

C 公司數位轉型的第一步，是藉由豐田生產模式（Toyota Production System，簡稱 TPS）的導入，逐步改變既有生產模式，同時潛移默化員工與管理階層的思維，

1：資料來源：勞動部勞動力發展署雲嘉南分署（2020），《109 年雲嘉南重點製造業缺工調查計畫成果報告書》。

並透過人工智慧（Artificial Intelligence，簡稱 AI）的導入，全面提升執行 TPS 的效益。趁著思維轉變的契機，C 公司進一步將 TPS 與精實生產（Lean Production，簡稱 LP）管理模式加以結合，將 C 公司過去的批量生產模式轉型為混線生產。LP 管理模式與 TPS 有著相同的核心理念，都以降低企業成本消耗作為終極目標，且進一步強調利潤的創造。相較偏重於營造企業文化的 TPS，以財務效益做為主要評估基準的 LP，理解上更為直觀，也更能夠增強高階管理階層的信心，促成 C 公司全體上下對於生產管理模式與數位工具導入等內部創新發展的一致認同。

混線生產的轉型，AI 的運用占有舉足輕重的份量，轉型混線生產的主要推力，在於日益增長的客製化需求，同時也能達成 TPS 與 LP 兩大生產管理模式共同追求的「精簡成本」。藉由系統化過程，有效蒐集供應鏈與生產線上的資訊，並將數據交付 AI 進行判讀與分配後，提供予供應商和公司內各部門參考，滾動式修正製造過程，成功降低 45% 的庫存，使原先財務體質孱弱的 C 公司重獲生機。

2020 年至 2021 年 COVID-19 疫情來襲，劇烈衝擊工具機市場，然而經歷數位轉型、大幅改造體質的 C 公司，不僅沒有祭出減薪、放無薪假等手段，反而趁此機會整頓生產線，同時仍與供應商保持緊密的聯繫，為隨時可能歸來的機會做好準備。當 2021 年海外需求開始回復，C 公司藉 AI 與供應商之助，以絲毫不見疲弱的生產能量，再次出發，憑藉數位轉型的成功，C 公司不單只是挺過了疫情的海嘯，更在數年之間完成一場華麗的轉身。

五、機械設備製造業

根據經濟部統計處「製造業產值統計」資料，機械設備製造業 2020 年生產總值達新臺幣 6,169.63 億元，占製造業總產值的 4.85%。機械設備製造業代表產品包括電子和半導體機械、金屬切削工具機、機械傳動設備、流體機械、運搬機械、其他金屬加工機械、紡織和皮革機械、塑橡膠機械 8 大項目。

機械設備製造業近幾年陸續啟動二代接班，除了著眼將人力資源管理改善得更好，知識的保存及傳承也是一大重要項目。財團法人工業技術研究院在 2021 機械產業發展趨勢研討會中也提及：儘管中大型機械設備製造業已有半數開始進行轉型，但

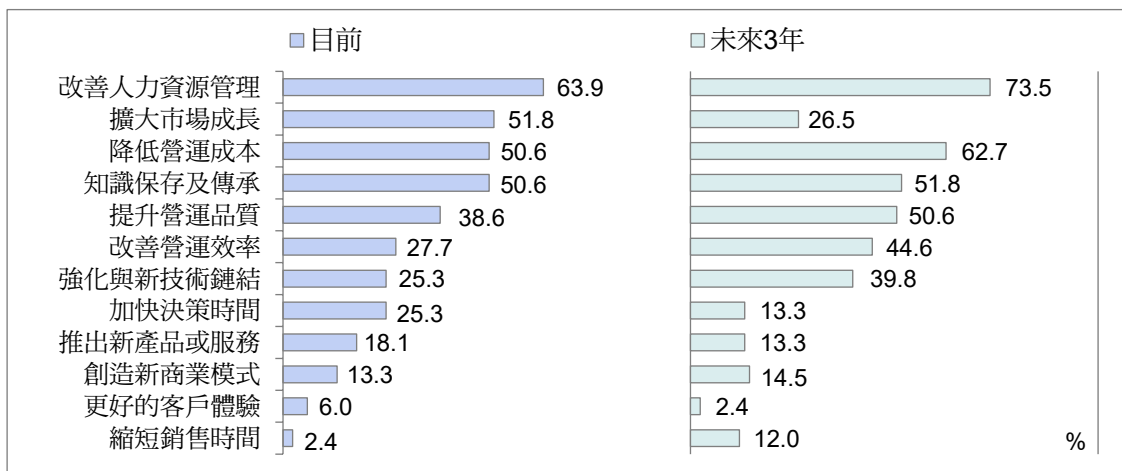
多數仍在起步階段；中小型企業開始進行轉型的比例更低，怎麼訂定適合的轉型目標，進行策略管理並和員工溝通是重要課題。

機械設備製造業面臨二代接班及傳承，資深師傅退休的現況，運用數位方式將過去經驗和知識變成可複製的參數與標準進行傳承是未來關鍵，然而卻面臨許多阻礙。PwC 在 *Annual Manufacturing Report 2020* 指出：許多製造業第一代創業者在沒有數位化與自動化的背景下建立事業，無法體會數位轉型的必要性，即使導入也面臨新舊世代之間因價值觀不同而產生的溝通成本。因此，建立以數據作為溝通和決策的基礎，是改變文化隔閡的第一步。

（一）機械設備製造業希望透過數位轉型達成的目的

這次調查中，機械設備製造業在目前及未來，希望透過數位轉型達成的目的是一致的，期望藉由數位化解決該產業長期以來面臨的挑戰跟困境。機械設備製造業希望透過轉型達成的目的，主要是「改善人力資源管理」（63.9%）、「擴大市場成長」（51.8%），以及「降低營運成本」（50.6%）和「知識保存及傳承」（50.6%）。進一步詢問企業未來 3 年的轉型目標，則是以「改善人力資源管理」（73.5%）、「降低營運成本」（62.7%），以及「知識保存及傳承」（51.8%）為優先。有關機械設備製造業希望透過數位轉型達成的目的各項比率，詳見圖 6-3-17。

圖 6-3-17 機械設備製造業希望透過數位轉型達成的目的各項比率



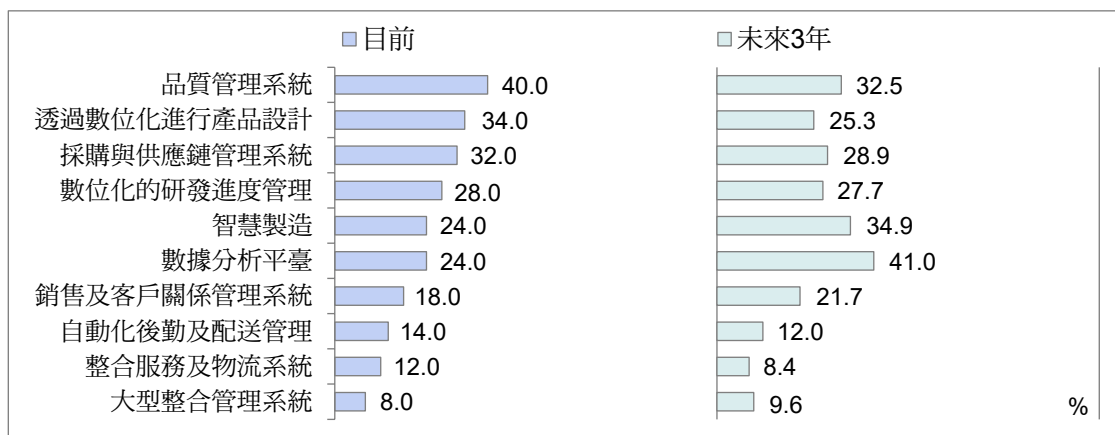
附註：N=83，複選題，各選項的占比加總將超過 100%。

資料來源：本研究調查結果。

（二）機械設備製造業在營運工作上目前／預計使用的數位化工具

機械設備製造業在目前營運上使用的數位化工具，以「品質管理系統」(40.0%)、「透過數位化進行產品設計」(34.0%)，以及「採購與供應鏈管理系統」(32.0%)為主。在未來 3 年預期使用的數位化工具上，則是「數據分析平臺」(41.0%)、「智慧製造」(34.9%)，以及「品質管理系統」(32.5%)。有關機械設備製造業在營運工作上目前／預計使用的數位化工具的各項比率，詳見圖 6-3-18。

圖 6-3-18 機械設備製造業在營運工作上目前／預計使用的數位化工具各項比率



附註：N=83，複選題，各選項的占比加總將超過 100%。

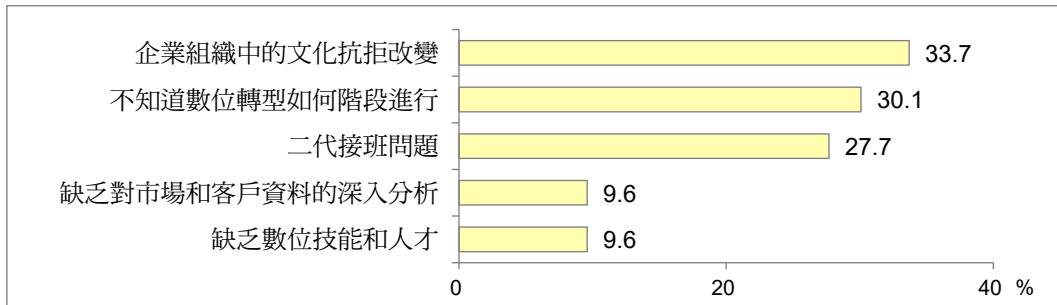
資料來源：本研究調查結果。

總之，機械設備製造業者面對二代接班及傳承，資深師傅退休，希望透過數位化工具提升品質、增加研發與生產效率、加強產量預估與精準備料分析，運用數位方式將知識變成可複製的參數與標準。未來更將以數據分析取代經驗法則，逐步轉型為數據導向決策的經營模式。

（三）機械設備製造業進行數位轉型時遭遇的挑戰

在這次調查中，機械設備製造業認為「企業組織中的文化抗拒改變」(33.7%)、「不知道數位轉型如何階段進行」(30.1%)，以及「二代接班問題」(27.7%)，是轉型過程中的主要挑戰。有關機械設備製造業在進行數位轉型時遭遇的挑戰各項比率，詳見圖 6-3-19。

圖 6-3-19 機械設備製造業進行數位轉型時遭遇的挑戰各項比率



附註：N=83，複選題，各選項的占比加總將超過 100%。

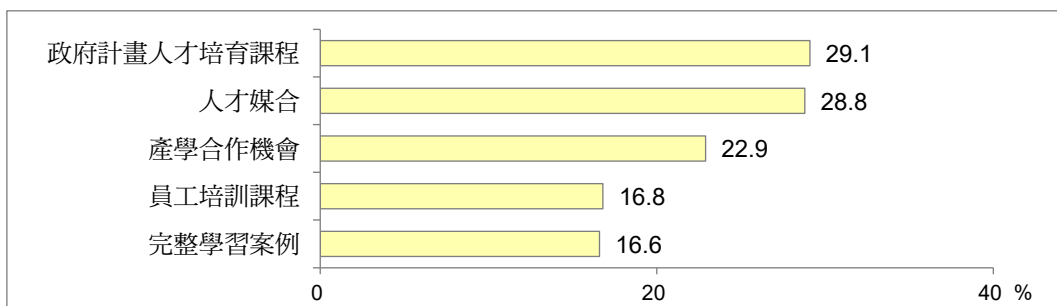
資料來源：本研究調查結果。

「企業組織中的文化抗拒改變」是機械設備製造業在轉型過程中的一大隱憂。在面對內部資深的員工與固化的企業文化，如何透過小型的數位轉型建立初步的成功，讓轉型成功的效果被重視，再借力使力地推廣與擴大數位化範圍，讓員工願意透過數位化工具來改善工作績效，而不是與其對抗，是在轉型過程中克服挑戰的重要方式。

（四）機械設備製造業進行數位轉型時所需的資源協助

在這次調查中，機械設備製造業認為，為了達成數位化並加速數位轉型，「政府計畫人才培育課程」(29.1%)、「人才媒合」(28.8%)，以及「產學合作機會」(22.9%)，是前 3 項優先需要的資源。有關機械設備製造業在進行數位轉型時，所需的資源協助各項比率，詳見圖 6-3-20。

圖 6-3-20 機械設備製造業進行數位轉型時所需的資源協助各項比率



附註：N=83，複選題，各選項的占比加總將超過 100%。

資料來源：本研究調查結果。

由調查可知，機械設備製造業的資源需求圍繞在「人才思維加速」，內部面對產業人才老化與傳承的壓力，外部面對市場對於產品功能提升的期望。產業的數位轉型

需要人才取得與技能培育的協助，產學合作除了可以帶給業者更多的資源外，也可以一同開發更為複雜的系統解決方案。

（五）機械設備製造業業者的數位轉型經驗談－案例 D

D 公司創立於 1990 年，為專業線材加工組裝廠，專攻各類線材組裝、研發與生產，產品應用的範圍包括工業電腦、汽車 AI 鏡頭配線、醫療設備、防水線材、物聯網（Internet of Things, IoT）感測器等。老牌公司推動數位轉型，不免受到資深同仁的質疑與挑戰，尤其許多員工都有 30 年以上的資歷，已經習慣過去的工作模式，因此改變並非易事。

為了獲得員工的信任，首要之務就是讓員工看見前期輸入資料所展現的成果，先感受到系統帶來的好處之後，才能降低數位轉型的阻力。由於智慧手機日漸普及，得以改用手機 App 輸入資料，讓原本抗拒的員工開始願意配合，當老舊設備無法連線時，還可透過手機的拍照功能，自動辨識照片中的參數紀錄，有效且即時地解決問題，讓員工終於體會系統對工作的助益。

D 公司所建立的「數位戰情室」，除了導入管理儀表板外，更運用 AI 技術即時取得生產線上的數據，並蒐集標準工時以了解生產線效率。過去只有在每月結算時，才能知道前一個月的關鍵數據，現在透過數位戰情室，就可隨時查看前一天的營業額。此外，D 公司總經理發現，公司過去遵循制式的報價公式，但面對產品少量多樣的趨勢已不敷使用，因此他納入「作業基礎成本」（Activity-Based Costing, ABC），得以更精確、即時地掌握成本。

面對 COVID-19 後疫情時代的新常態，D 公司的數位轉型策略，也帶來更多的優勢。目前，D 公司正在過去數位轉型的基礎上，積極布建擴增實境（Augmented Reality, AR）技術，提升遠端參訪的真實性，如此一來便能在雲端上展示虛擬工廠，客戶無須親臨現場就能身歷其境，了解工廠運作實況。

D 公司總經理指出，中小企業資源少，必須透過整合的方式，創造共贏局面，因此 D 公司數位轉型的下一階段，將以自有產品、工業 4.0 標準、網宇實體系統（Cyber-Physical System, CPS）、數位孿生（Digital Twin）做為目標，成立一個線束工業互

聯網平臺，對接工業 4.0 和人工智慧物聯網（AIoT），成為全球泛工業平臺的一環，以因應當下時代的發展趨勢。

六、電子零組件製造業

疫情帶動消費性電子產品的需求，根據經濟部統計處「製造業產值統計」資料指出：電子零組件製造業產值在 2020 年從第 1 季開始呈雙位數的成長，至 2020 年第 4 季，仍維持在 11.1% 的成長幅度²。

臺灣電子零組件製造業，長期以來都以支持電子代工為主要的商業模式，面對新的貿易壁壘、環保議題、政治角力、運輸成本，業者必須思考如何在全球供應鏈重組下，透過數位轉型建立有效的管理模式，以面對產業變化。另一方面，電子零組件製造業者，也必須留意未來的技術走向，掌握先機投入未來市場，提前布局關鍵機會，才能在新的規格與標準爭戰中取得先機。

PwC 在《2021 臺灣企業領袖調查報告》指出：對於供應鏈中斷風險的擔憂程度，已由 2020 年的 15% 上升到 2021 年的 24%。面對持續增長的市場需求，電子零組件業的供應鏈同時也受到疫情與美中貿易戰的影響，出現零組件短缺、供貨延遲、缺工缺貨等問題，影響終端產品的產量。越來越多的供應鏈重組趨勢，走向「近場短鏈」，希望將生產與市場的距離逐漸拉近，取代過去集中式的生產方式。在這樣的趨勢下，也造成電子零組件製造商勢必要思考分散式的布局，無論據點是在東南亞或美歐，未來的供應鏈都會有很大的改變。

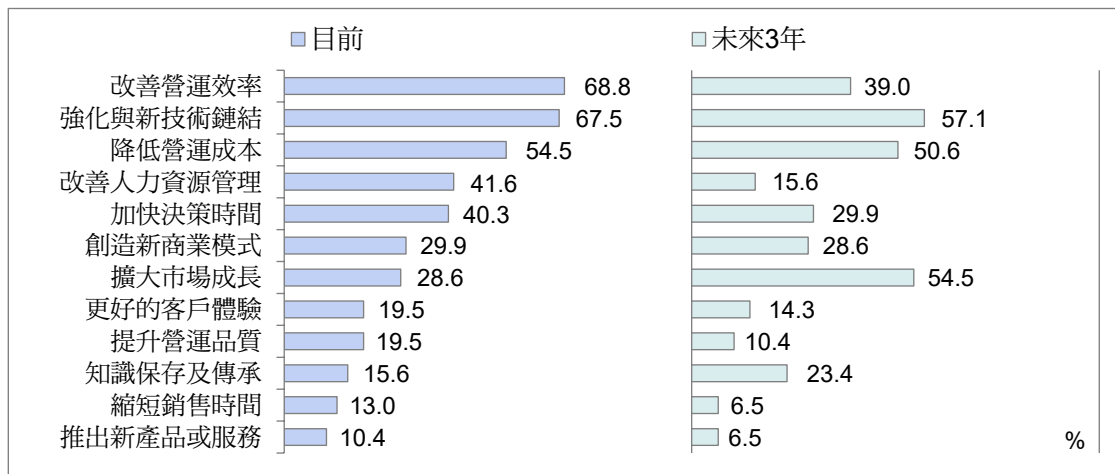
（一）電子零組件製造業希望透過數位轉型達成的目的

這次調查中，電子零組件製造業希望透過轉型達成的前 3 項目的，依序是「改善營運效率」(68.8%)、「強化與新技術鏈結」(67.5%)，以及「降低營運成本」(54.5%)。進一步詢問企業未來 3 年轉型目標，則是以「強化與新技術鏈結」(57.1%)、「擴大市場成長」(54.5%)，以及「降低營運成本」(50.6%) 為優先。有關電子零組件製造業希望透過數位轉型達成的目的各項比率，詳見圖 6-3-21。

2：與上年同期比較。

美中貿易戰及 COVID-19 疫情擴大了電子零組件製造業的市場需求，但也使得供應鏈重組。電子零組件製造業的短期轉型目的，著重於如何在環境快速變動中把營運效率做得更好，以維持競爭力。長期而言，業者希望能夠強化與新技術的鏈結，搶先技術布局來抓住擴大市場版圖的機會。

圖 6-3-21 電子零組件製造業希望透過數位轉型達成的目的各項比率



附註：N=77，複選題，各選項的占比加總將超過 100%。

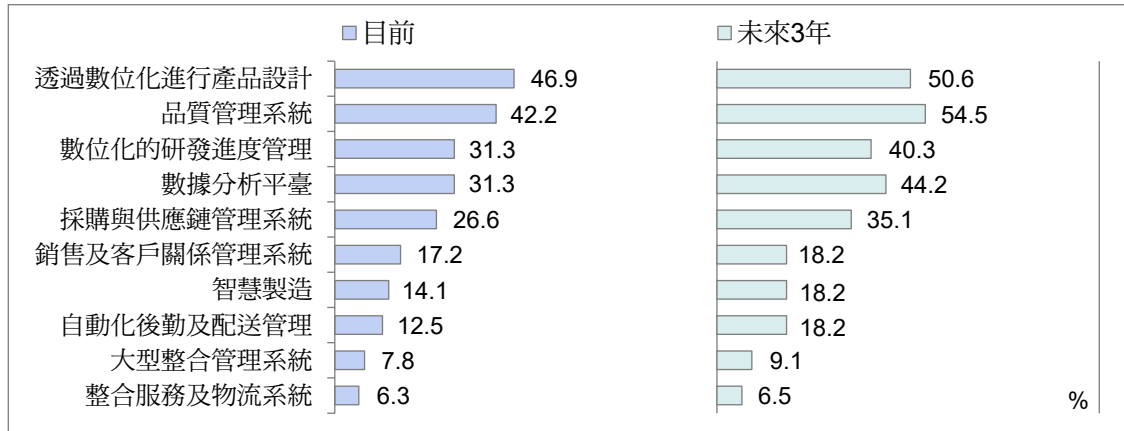
資料來源：本研究調查結果。

（二）電子零組件製造業在營運工作上目前／預計使用的數位化工具

電子零組件製造業在目前營運上使用的數位化工具，以「透過數位化進行產品設計」(46.9%)、「品質管理系統」(42.2%)，以及「數位化的研發進度管理」(31.1%)和「數據分析平臺」(31.1%)為主。在未來 3 年預期使用的數位化工具上，則是「品質管理系統」(54.5%)、「透過數位化進行產品設計」(50.6%)、「數據分析平臺」(44.2%)。有關電子零組件製造業在營運工作上目前／預計使用的數位化工具的各項比率，詳見圖 6-3-22。

調查結果顯示，由於技術更新頻繁，電子零組件製造業期望透過數位產品設計工具，與下游的客戶進行更為頻繁的協同設計，以快速反應市場需要。此外，品質資料的蒐集分析與改善，可以運用新的數位技術進行品質的預測，異常的分析與自動偵測，也是數位化工具的投資重點。

圖 6-3-22 電子零組件製造業在營運工作上目前／預計使用的數位化工具各項比率



附註：N=77，複選題，各選項的占比加總將超過 100%。

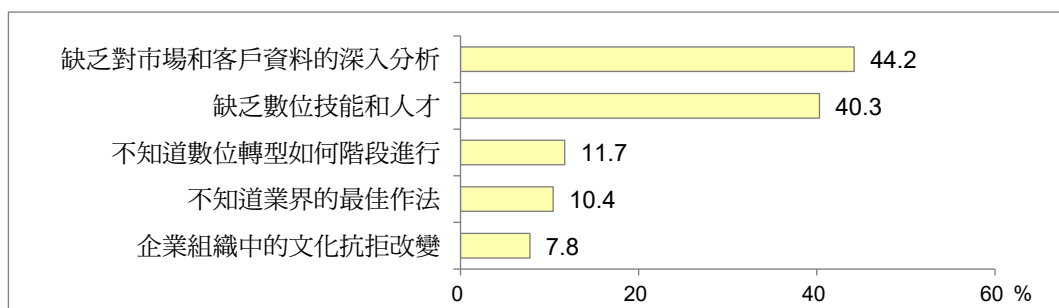
資料來源：本研究調查結果。

(三) 電子零組件製造業進行數位轉型時遭遇的挑戰

在這次調查中，電子零組件製造業認為「缺乏對市場和客戶資料的深入分析」(44.2%)、「缺乏數位技能和人才」(40.3%)，以及「不知道數位轉型如何階段進行」(11.7%)，是轉型過程中的主要挑戰。有關電子零組件製造業在進行數位轉型時，遭遇的挑戰各項比率，詳見圖 6-3-23。

對業者而言，由於電子零組件產品沒有直接接觸應用市場，並且大多是代工廠商，對市場的掌握度相對較低，如何透過數位的連接與足夠的數據思維，對市場與客戶資料進行深入分析，拓展早期市場就成為關鍵。

圖 6-3-23 電子零組件製造業進行數位轉型時遭遇的挑戰各項比率



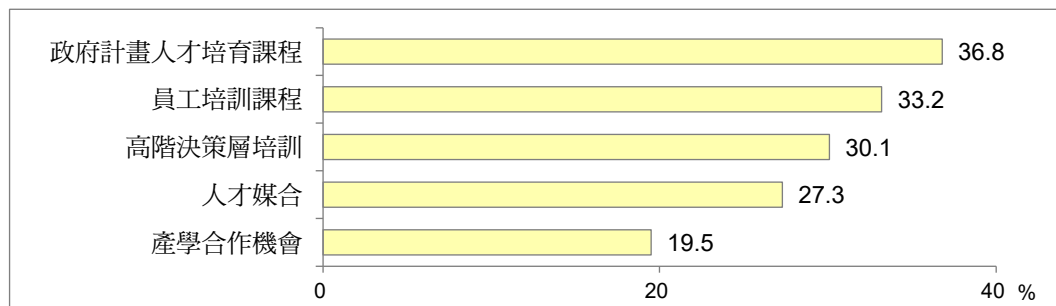
附註：N=77，複選題，各選項的占比加總將超過 100%。

資料來源：本研究調查結果。

(四) 電子零組件製造業進行數位轉型時所需的資源協助

在這次調查中，電子零組件製造業認為，為了達成數位化並加速數位轉型，「政府計畫人才培育課程」(36.8%)、「員工培訓課程」(33.2%)，以及「高階決策層培訓」(30.1%)是優先需要的資源。有關電子零組件製造業在進行數位轉型時，所需的資源協助各項比率，詳見圖 6-3-24。

圖 6-3-24 電子零組件製造業進行數位轉型時所需的資源協助各項比率



附註：N=77，複選題，各選項的占比加總將超過 100%。

資料來源：本研究調查結果。

電子零組件製造業人才的取得和資質，相較其他產業優異，需要的數位化資源是相關技能的培訓，透過政府提供或是企業內部訓練，電子零組件製造業在數位轉型的道路上，更重視員工的數位賦能。

(五) 電子零組件製造業業者的數位轉型經驗談－案例 E

成立於 2012 年的工業自動化系統整合商 E 公司，主要產品是機器視覺系統，現有的客戶遍及汽車製造業、半導體產業及民生用品業等。在智慧製造的浪潮下，E 公司的業務量持續成長，但考驗也隨之而來，除需滿足各領域客戶的需求，還得預見產業的變化，隨時調整銷售策略。

E 公司業務經理指出，客戶資料是企業最重要的資產，E 公司成立初期，因為業務量不大，仍以 EXCEL 彙整資料，客戶訪談紀錄也以紙本處理，除了不利於查閱資料及追蹤客戶動態外，還有資料外洩的疑慮。因此，E 公司於成立第 2 年，即導入數位工具「客戶關係管理系統」(Customer Relationship Management, CRM)，除了保護客戶資料，E 公司進一步利用 CRM 進行「客戶分級管理」，以此掌握潛在客戶，進而主動出擊，達到業績目標。

2021 年 COVID-19 疫情嚴峻時，許多企業才改為“Work From Home”（WFH）遠端工作，而 E 公司的業務部門早已習慣 CRM 雲端作業型態，即使不進辦公室，也能維護管理客戶關係，只需搭配遠端會議系統即可順利運作。E 公司業務經理認為，公司在數位轉型之前，需先確認自身需求與目標為何，才能導入合適的數位工具，達到事半功倍的效果。例如 E 公司在成立初期，即意識到客戶關係管理至為關鍵，及時從電子表格與紙本作業轉向數位化，在導入 CRM 之後，不但業績逐年成長，還能給予客戶更好的服務，與客戶達到雙贏的局面。

七、農業

由於農業人口面臨高齡化與少子化問題，如何提高生產效率成重要課題。農業科技研究院在 2021 年《我國農業數位轉型產業現況與需求挑戰》指出，有超過 6 成的農業經營者認為數位轉型是必須執行的計畫，數位化將成為農業的趨勢。同時，根據農業發展委員會統計，2019 年底臺灣地區農牧戶數為 77.5 萬戶、農牧戶人口為 269 萬餘人。臺灣農業人口老化情形嚴重，平均農民年齡高達 63 歲。

隨著科技與設備的進步，臺灣的農業在政府鼓勵下，隨著二代回鄉，透過精密農業、科學農業已經在轉型，而聯網監測、巡檢等應用，使得農業市場的規模、速度與產量提升。然而，二代返鄉為家族企業引進許多新的經營觀念及科技工具的嘗試過程中，如何兼顧一代與二代之間的傳承和溝通，是農企業者在轉型過程中必需注重的關鍵之一。

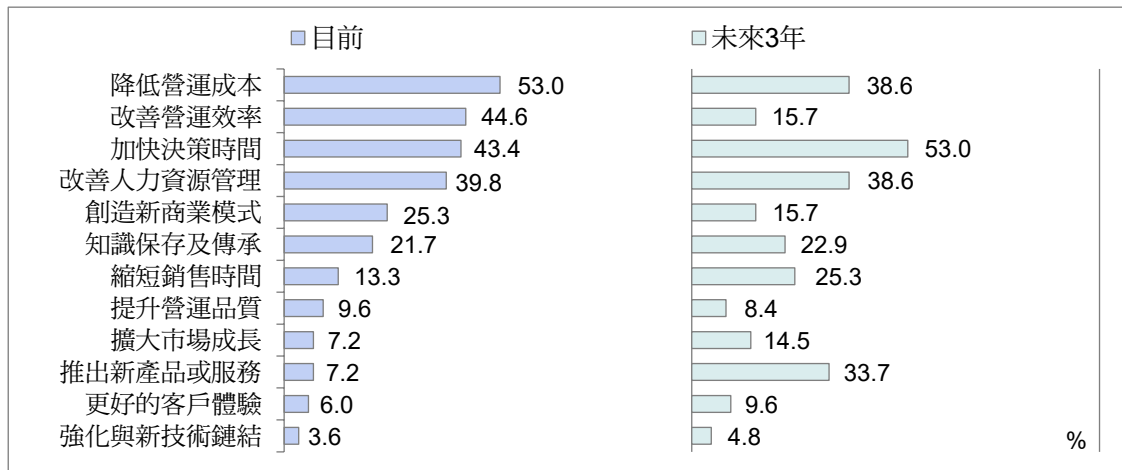
（一）農業希望透過數位轉型達成的目的

這次調查中，農企業者希望透過數位轉型達成的前 3 項目的，依序是「降低營運成本」（53.0%）、「改善營運效率」（44.6%），以及「加快決策時間」（43.4%）。進一步詢問企業未來 3 年轉型目標，則是以「加快決策時間」（53.0%）、「降低營運成本」（38.6%），以及「改善人力資源管理」（38.6%）為優先。有關農業希望透過數位轉型達成的目的各項比率，詳見圖 6-3-25。

農業產品過去多受到氣候變化影響，難以做到標準化與重複化，農企業者在短期多希望透過數位化來進行流程的控管，希望在未來面對環境變動時，加快決策、提前

做好準備。

圖 6-3-25 農業希望透過數位轉型達成的目的各項比率



附註：N=83，複選題，各選項的占比加總將超過 100%。

資料來源：本研究調查結果。

（二）農業在營運工作上目前／預計使用的數位化工具

我們看到許多農業產品仰賴初級加工方式，為求讓產品升級、賦予更大的價值。近年來，也有許多農產品生產者開始轉向農企業、合作社等方式來進行經營，發展自有品牌，包辦產銷供應及運送，這也使得庫存管理、經營管理等工具的使用，在未來變得更為重要。

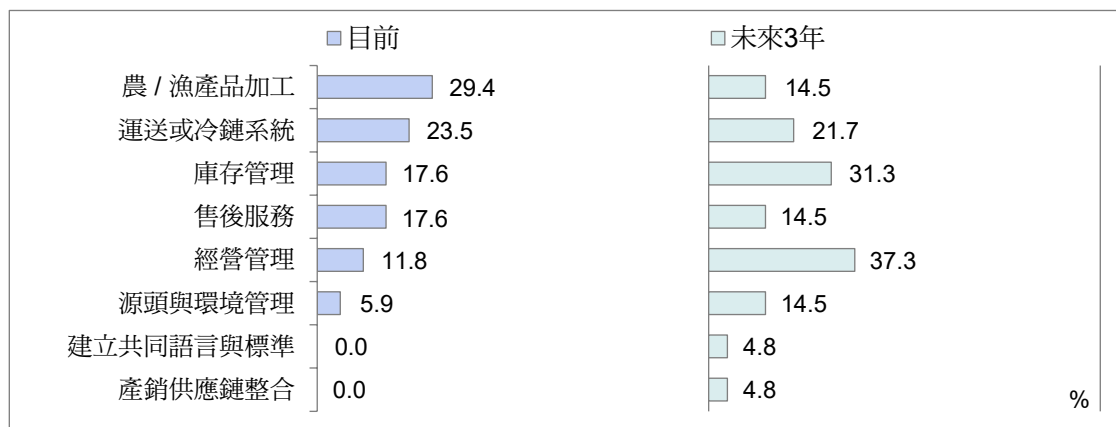
在這次調查中，農企業者在目前營運上使用的數位化工具，以「農／漁產品加工」（29.4%）、「運送或冷鏈系統」（23.5%），以及「庫存管理」（17.6%）和「售後服務」（17.6%）為主。在未來 3 年預期使用的數位化工具上，則是「經營管理」（37.3%）、「庫存管理」（31.3%），以及「運送或冷鏈系統」（21.7%）。有關農業在營運工作上目前／預計使用的數位化工具的各項比率，詳見圖 6-3-26。

（三）農業進行數位轉型時遭遇的挑戰

在這次調查中，農企業者認為「使用者缺乏數位認知」（39.8%）、「二代接班問題」（39.8%），以及「經費不足」（27.7%），是轉型過程中的主要挑戰。農業在進行數位轉型時遭遇的挑戰各項比率，詳見圖 6-3-27。

農業受到少子化與高齡化深切影響。由於農企業仰賴這些高齡生產者，但高齡生產者對數位較不熟悉，在新的數位導入與使用過程中，如何建立人員的數位認知，培養數位人才是重要挑戰。過去專業的經驗法則，是否能藉由數位方式將產量、品質、效率、成本等，在兩代間進行溝通、紀錄及傳承，也是重要課題。

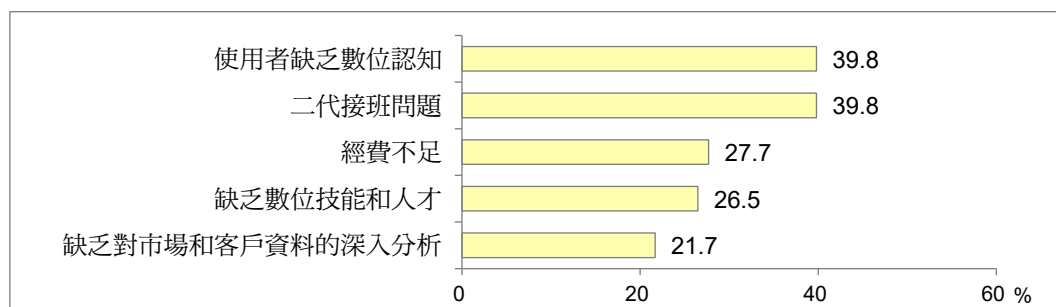
圖 6-3-26 農業在營運工作上目前／預計使用的數位化工具各項比率



附註：N=83，複選題，各選項的占比加總將超過 100%。

資料來源：本研究調查結果。

圖 6-3-27 農業進行數位轉型時遭遇的挑戰各項比率



附註：N=83，複選題，各選項的占比加總將超過 100%。

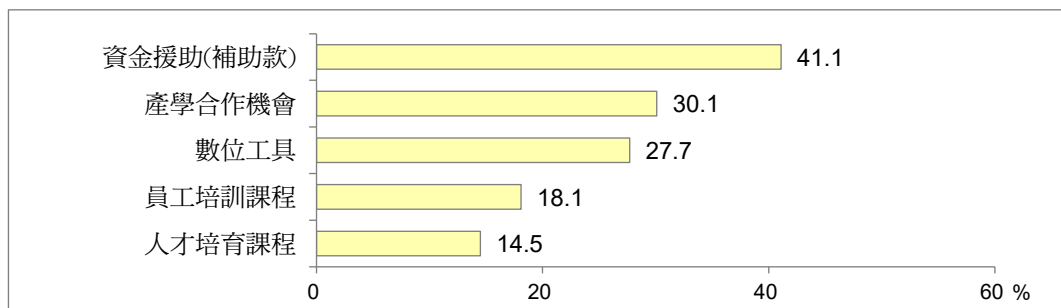
資料來源：本研究調查結果。

(四) 農業進行數位轉型時所需的資源協助

在這次調查中，農企業者認為，為了達成數位化並加速數位轉型，「資金援助（補助款）」（41.1%）、「產學合作機會」（30.1%），以及「數位工具」（27.7%），是優先需要的資源。有關農業在進行數位轉型時，所需的資源協助各項比率，詳見圖 6-3-28。

由於許多中小型農企業者處於起步嘗試階段，投入資金與變現的過程需要資金週轉，在數位轉型的過程希望獲得政府計畫補助款的支援，並透過產學合作機會、合適的數位工具替企業帶來質量變化。同時，在這次調查中，我們看到農企業者面臨業內成員缺乏數位認知，因此無法一次性的導入或使用大量的數位工具，農企業者在進行數位轉型的首要，應是和企業員工推廣數位應用的重要性並進行教育，才能加速農業的數位轉型。

圖 6-3-28 農業進行數位轉型時所需的資源協助各項比率



附註：N=83，複選題，各選項的占比加總將超過 100%。

資料來源：本研究調查結果。

（五）農業業者的數位轉型經驗談－案例 F

從 1983 年開設銷售生地瓜的農產行起步，7 年級生的接班人加入 F 公司準備接班時，發現 F 公司的重要技術和產業經驗，大多依賴前人不斷累積的經驗，而非科學化紀錄的經營，即使本身是食品加工科出身，F 公司接班人依然難以憑藉自己過去學科上的知識，融入 F 公司當時的組織運作。回想將 F 公司導入數位經營的開端，是因為面對廣大田區，產業新手的自己無法一次掌握每個區域，於是嘗試利用車機逐區建立全球定位系統（Global Positioning System, GPS）座標，如此一來可以節省找區的時間，也方便任何接手的員工都能快速辨識地點，這也成了 F 公司使用數位工具的第一步。

逐漸導入數位產銷的過程，F 公司接班人看到了數位化的優點，但也了解到完全依賴電腦判讀，仍有一定風險，員工在適應數位工具時，也常碰到過渡期的使用挫敗感，於是在跟現場人員溝通時，不再只是強調數位化的重要性，而是嘗試讓員工了解新工具的使用優點，例如過往的產品履歷，都是人工手寫貼標，繁雜又耗時，公司改

使用數位工具，把產品履歷改成條碼，作業人員只要掃描條碼按好數量，貼紙就會自動印出來，作業人員的記錄工作變輕鬆了，漸漸對數位化的好感度大增。

COVID-19 疫情席捲全球，臺灣在 2021 年第 2 季一度進入第 3 級警戒，這場封城危機，也讓 F 公司的數位轉型看到成果。過去 F 公司接觸的外國客戶，大多要親自驗廠，產品通過測試評鑑通過，才會下訂單，但疫情讓外國客戶無法飛到臺灣，所幸 F 公司不只能夠提供數據報表，因為已經做好全廠聯網，甚至可以提供視訊訪廠，讓 F 公司在邊境封鎖下，能夠持續耕耘海外市場、外銷世界。

F 公司接班人認為，從數位科技導出的資訊能否被信任，是所有員工共同的溝通語言，也是數位轉型成功與否非常重要的關鍵，數據的產出要能夠正確解讀過去，也必須要能預判未來。也因如此，營運主管願不願意用數據及報表來溝通至為重要，以往的決策者下決定時，考量的方向和判斷邏輯往往主觀性較強，F 公司接班人認為，做為數位時代的決策者，既然掌握眾多關鍵數據，就要學會謹慎有效的分析數據內容，了解每個數據背後代表的產業意義，並且信任數位資訊會說話，依照正確分析來做決策。

八、主要發現

依據問卷調查結果，歸納主要發現如下：

（一）近 5 成中小企業期望數位轉型短期內能帶來業績成長；長期而言，3 成企業則希望能帶來新的商業模式

企業數位轉型的目的，在短期有近 5 成中小企業期望能達成「擴大市場成長」，為公司帶來業績的成長，其次希望減少營運支出，並提供客戶更好的體驗；就長期投資而言，3 成企業則希望可以「創造新商業模式」，以提升競爭優勢。

（二）有 8 成中小企業於數位轉型中遭遇挑戰，其中最主要的挑戰為「缺乏數位技能和人才」

受到近年來少子化、資通訊畢業生人數減少等影響，數位人才供給無法跟上業界需求，本次調查發現，有 8 成中小企業進行數位轉型時遭遇挑戰，以「缺乏數位技能

和人才」比率最高，有 47.1%，另外還面臨「不知道數位轉型如何階段進行」及「缺乏產業參考典範」的挑戰。

（三）中小企業在數位化工具的選擇上，目前 5 成 5 的比例以基礎運用為主，但在未來將投入更多的資源在商業運用上

數位化工具加速企業數位轉型的歷程，就現階段而言，5 成 5 的中小企業仍運用基礎性的工具，如 Email／通訊／社群工具。不過，在未來 3 年內，企業將擴大投入在商業進階運用上，如雲端儲存、客戶體驗及整合營運，以方便公司內部管理，同時給予客戶良好的使用體驗。

（四）面臨轉型的挑戰，近 3 成企業需要的資源為政府計畫的人才培育課程

在數位轉型的過程中，中小企業需要依自身的產業特性，檢視所需的資源優先順序。本次調查顯示，近 3 成企業需要「政府計畫的人才培育課程」，更期望能有「完整學習案例」及「人才媒合」的資源，以解決缺乏數位技能和人才的挑戰。

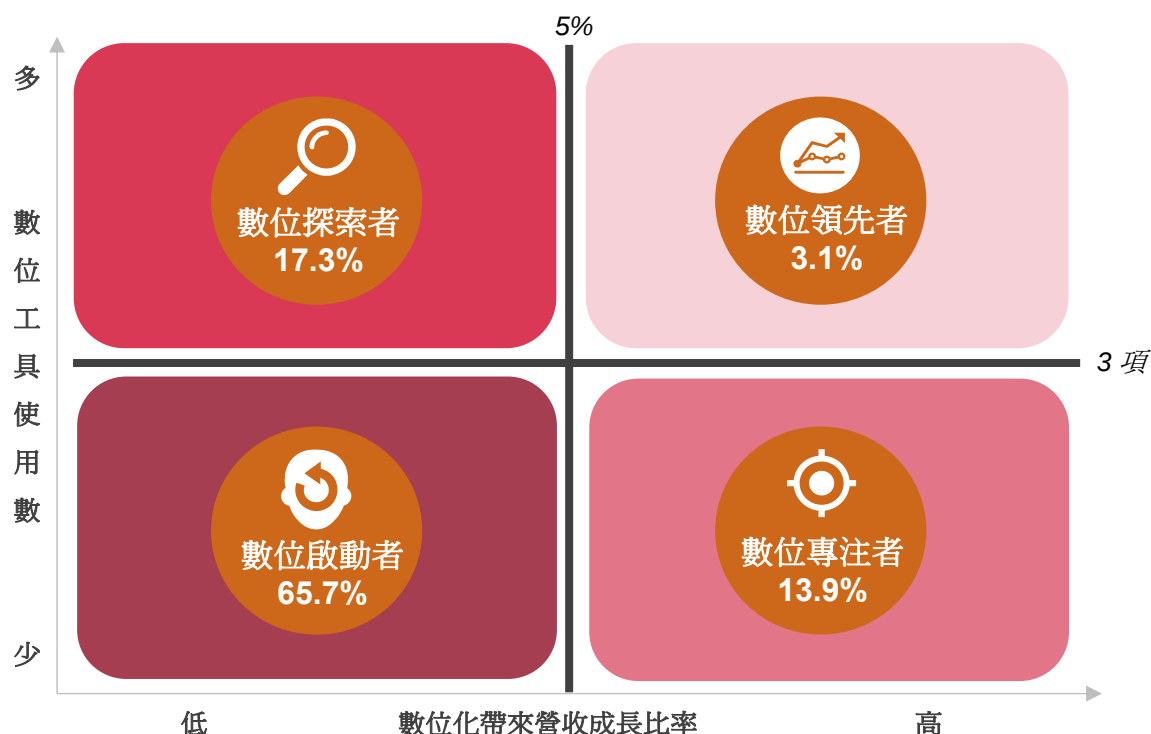
第 4 節 小結

本調查透過問卷調查方式，分析中小企業面臨市場樣貌變動，必須改變經營模式與布局方式時，該如何透過數位轉型來減少營運支出，並帶動業績成長等，為我國中小企業提供轉型指引、快速找到適合自己的工具及方向。

一、中小企業數位化產業樣貌與建議

透過企業在數位化工具的使用情形與企業曾因為數位化獲得的營收效益二向度，將中小企業分為「啟動、探索、專注、領先」4 種類型（詳見圖 6-4-1）。位居不同象限之企業，所面臨的數位化現況及投入與產出帶來的轉換效能不盡相同，企業於參考 4 種類型的象限與產（行）業個案時，可評估自身需求及產業的差異，從相似的產業樣貌找到可學習運用之處。期待在此分群的協助下，有助企業快速找到落點，進而尋求具方向性的參考。

圖 6-4-1 中小企業數位轉型現況分群



附註：1.數位工具使用數：將工具數量分群為 3 項以下、超過 3 項至 10 項以下。
 2.數位化帶來營收成長比率：將比率分群為 5% 以下、超過 5% 至 10% 以下。
 資料來源：本研究調查結果。

（一）數位啟動者：借鏡他山之石、快速建立成功

採用少量的數位基礎工具來維持日常的基本營運，但當前數位化獲得的效益不高。本次調查的中小企業多屬此階段，共有 65.7% 劃歸「數位啟動者」。數位啟動者應快速選擇自己最急需的數位工具，選定小範圍且容易入門領域，以提升經營效能、降低營運成本。例如：透過臺灣雲市集，用最優惠、最快上手的方式，選擇網路開店、客戶服務等雲端解決方案，馬上就開始推行使用。

（二）數位探索者：找出績效根因、釋放數位能量

抱持開放態度，已經開始嘗試使用多種的數位工具，但因為數位化獲得的效益也不高，正處於探索與尋找根因階段。本次調查的中小企業共有 17.3% 屬於此階段，這些數位探索者應深入了解數位化為何無法降低營運成本，或帶來營收上的效益，找出

關鍵問題，並探究為何於應用數位工具下，卻沒有成功提升競爭力。此外，數位探索者也應進一步藉由觀摩其他轉型個案成功經驗，諮詢外部數位轉型顧問，優化數位工具應用模式，於前期的資本投入中找尋未來利基所在。

（三）數位專注者：複製成功模式、擴大數位影響力

已經找到指定的數位工具，並對齊企業經營上所需，為企業帶來穩定的效益。本次調查共有 13.9% 屬於數位專注者階段，這些數位專注者已經找到指定的數位工具，並對齊企業經營上所需，而下一步則應該繼續思考如何擴大、複製成功經驗到其他領域，帶動企業持續數位創新。透過內部數位人才與外部數位轉型顧問、新創團隊合作，找出過往數位轉型的成功關鍵，善用產學研合作計畫資源，規劃階段的數位轉型。

（四）數位領先者：深化數位創新、建立變革文化

已取得初步的成功，將要持續深化數位創新，把成功經驗複製在更多地方。本次調查共有 3.1% 屬於數位領先者階段，這些數位領先者應建立數位創新的企業文化，將數位轉型觀念內化為組織的一部分。例如，數位領先者在企業內部應建立數位創新推動辦公室，有系統地持續推動數位創新，透過企業及外部資源持續培訓及拔擢優秀人才，提供產品或服務、維持客戶關係，實現企業永續發展目標。

二、中小企業數位轉型資源連結

企業若能將前人經驗作為前進的基石，並善用各路資源，便能大幅度提高轉型成功的可能性。圖 6-4-2 中小企業數位轉型資源－整合資源方案，係針對 4 種類型的企業，所整理出最適合優先採用的資源方案，期待能幫助臺灣中小企業在轉型之路，走得更加平穩與順利。

另外，政府單位如經濟部工業局、商業司、行政院農業委員會等，亦希望能提供企業在數位轉型上的全方位服務。相關資訊詳見圖 6-4-3 中小企業數位轉型資源－雲世代產業資源。

圖 6-4-2 中小企業數位轉型資源－整合資源方案

轉型挑戰	整合資源方案		
網羅數位人才 	- 數位青年 T 大使 - 產學研合作計畫 - 數位技能培訓課程	公私協力 數位人才培育 詳情請洽網址： https://3t.org.tw/	
投入數位轉型 	- 轉型顧問 / 專家服務團 - 中小企業數位指南全攻略 - 產業公協會 / 加速器 - 企業管顧 / 策略管顧	專業顧問團 解決轉型疑慮 詳情請洽網址： https://www.tcloud.gov.tw/consultant	
尋求數位工具 	- 臺灣雲市集 - 資服業者提供的解決方案 - 新創團隊的創新工具	數位工具選用 補貼即刻上雲 詳情請洽網址： https://www.tcloud.gov.tw	
借鏡標竿典範 	- 轉型個案中心 - 高峰論壇 / 展會 - 商業雜誌 / 協會刊物 - 研討會 / 產業小聚 / 工作坊	典範案例 轉型借鏡 詳情請洽網址： https://www.digital-trans-survey.com/	
 數位啟動者	 數位探索者	 數位專注者	 數位領先者

資料來源：本研究整理。

圖 6-4-3 中小企業數位轉型資源－雲世代產業資源

產業別	雲世代產業資源		
中小型服務業	- 導入雲端服務 - 強化數據回饋 - 驅動業者商業模式創新	提升數位營運力 強化轉型新商模 詳情請洽網址： https://www.smebiz.org.tw/	
中小型製造業	- 鼓勵傳統產業自主研發 - 加速生產轉型 - 提升競爭力	製造業數位化提升解方 詳情請洽網址： https://www.citd.moeaidb.gov.tw/cloud/web/atotal.aspx	
農漁產銷與農機	- 農業朝向數位轉型世代邁進 - 轉型為主、數位為輔營運模式 - 全新打造數位轉型推動平臺	農漁產銷 數位串聯管理 詳情請洽網址： https://agdigi.atri.org.tw/	

資料來源：本研究整理。



第三篇 中小企業政策與措施

第 7 章 完善財務融資服務與增進投資

第 8 章 促進升級轉型與提升研發能量

第 9 章 建構創新創業及育成加速機制

第 10 章 深耕城鄉產業及掌握市場商機

第 11 章 中小企業其他相關支援

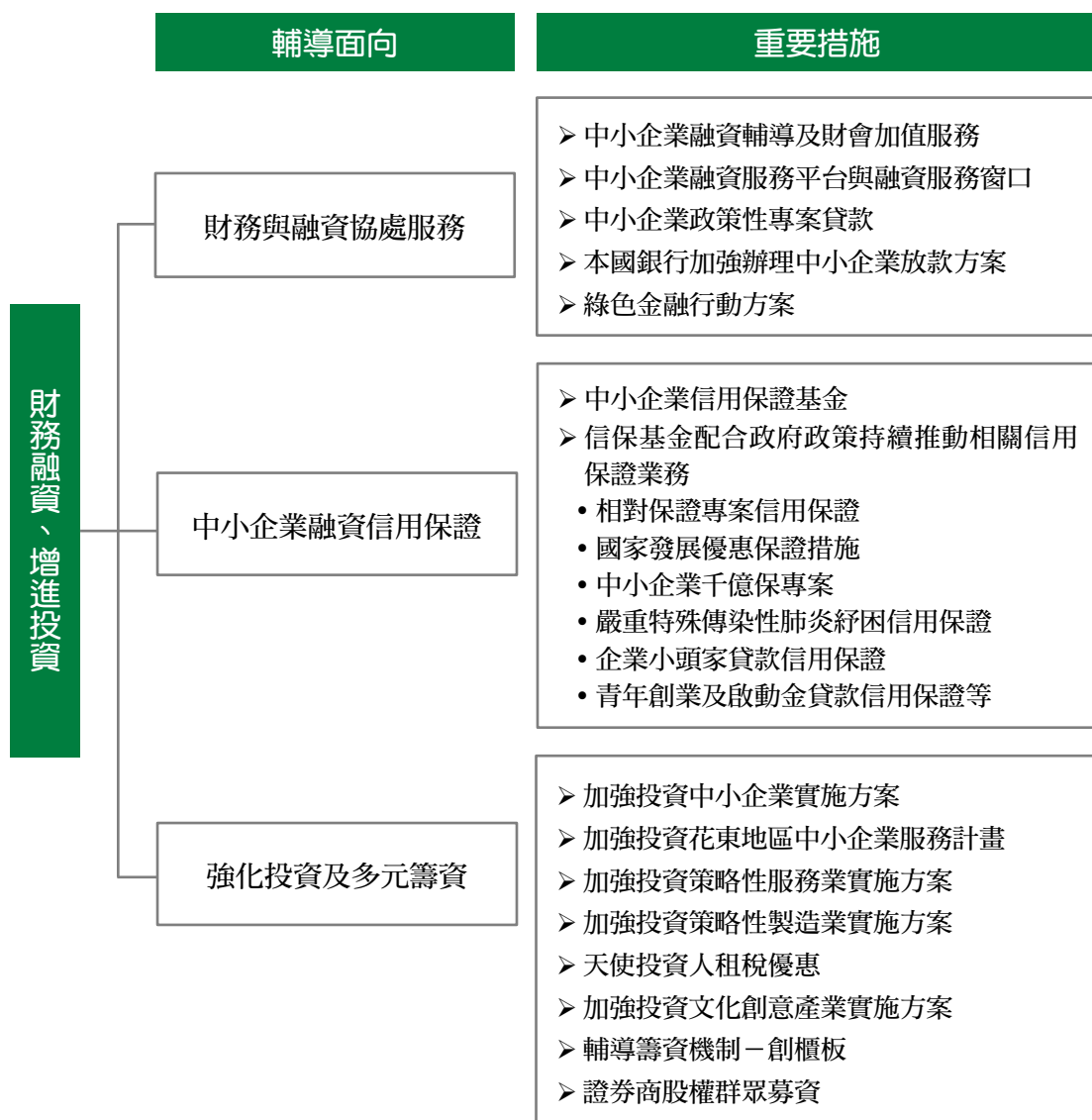
為提供中小企業經營需求，經濟部依據〈中小企業發展條例〉第 12 條暨〈中小企業輔導體系建立及輔導辦法〉第 2 條規定，特設立「中小企業輔導體系」，輔導內容涵蓋中小企業發展各領域。本篇歸納政府相關單位每年執行相關中小企業政策與措施，蒐集及呈列其具體措施與執行成果，提供各界瞭解政府多元輔導資源。

為因應國內外經濟情勢變化，今(2022)年持續推動「數位轉型」及「創業育成」等相關輔導措施，並且適時調整中小企業發展策略，更積極推動多項新增方案，包括因應淨零碳排趨勢，協助中小企業低碳永續經營，推動相關提升綠色競爭力措施；針對 COVID-19 疫情影響，協助中小企業掌握商機，執行多項中小企業加速數位轉型措施；強化創業育成與產業創新發展，建置「亞灣新創園」，成為國際級創業聚落等。

第 7 章 完善財務融資服務與增進投資

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

圖 7-0-1 中小企業財務融通措施架構



資料來源：本書整理。

第1節 財務與融資協處服務

一、中小企業融資輔導及財會加值服務

(一) 融資輔導單一服務窗口－馬上辦服務中心

為加強協助中小企業解決經營問題，經濟部中小企業處自1996年起設立「馬上辦服務中心」，受理免付費「0800-056-476」專線諮詢服務，透過聯繫相關輔導體系、協調與服務機制，及時、有效地協助中小企業解決營運問題，特別是與融資相關的諮詢與協助。2021年成果：專線諮詢服務工作3萬3,921案次，另視需求轉介輔導276件，並加入馬上辦服務中心網站智能客服系統24小時全年無休線上諮詢服務，以擴大服務層面。「馬上辦服務中心暨財會資訊服務網」：<https://0800056476.sme.gov.tw>。

(二) 中小企業營運與融資協處計畫

為強化中小企業財務結構、健全經營體質及合宜財會制度，俾順利取得營運發展資金，經濟部中小企業處於2018年將「中小企業融資診斷服務計畫」與馬上辦服務中心業務整併，執行「中小企業營運與融資協處計畫」。2022年推動策略：1.透過馬上辦服務中心一站式服務，連結經濟部各輔導團隊、各縣市中小企業服務中心、經濟部中區及南區聯合服務中心等單位，共同陪伴中小企業處理各項經營問題；2.專業諮詢服務及深化診斷輔導。2021年協助69家企業成功取得銀行融資新臺幣（以下同）12.2億元，以及161家企業協商成功展延金額351.8億元。諮詢窗口：馬上辦服務中心。「馬上辦服務中心暨財會資訊服務網」：<https://0800056476.sme.gov.tw/>。

(三) 創新籌資智慧支援計畫

為消弭早期資金知能落差、促進創新創業籌資，經濟部中小企業處自2015年起推動「中小企業價值創新應用計畫」，2019年以「創新籌資智慧支援計畫」延續之，2022年提供早期資金資料庫「FINDIT 平台」，以及辦理資金媒合會、主題性籌資／募資輔導講座等，以協助新創企業提升募資整備度，提升獲投機會。2021年促成24家新創企業獲得投資，投資金額超過7.49億元。「FINDIT 平台」：<https://findit.org.tw/>。

(四) 強化中小企業財務能力計畫

為協助中小企業建立經營相關的財務能力，並逐步建構數位化之財務管理，經濟部中小企業處自2021年起推動「強化中小企業財務能力計畫」，2022年藉由「財會知能培育」、「財會數位應用程度提升」及「融資實務能力優化」3大面向輔導措施，期能協助中小企業健全財會制度、優化營運體質。2021年共提供中小企業多元管道財會諮詢服務計1,463家次，辦理財務主題知能培育課程／活動計24場次，以及針對已導入數位工具之中小企業計218家進行後續財會問題診斷輔導，強化財會數位應用能力。「馬上辦服務中心暨財會資訊服務網」：<https://0800056476.sme.gov.tw/>。

（五）促進創新籌資商品化計畫

為協助新創及中小企業獲得創新籌資來源，經濟部中小企業處2019年起執行「促進創新籌資商品化計畫」，2022年策略目標為「整合與串接」，整合各方資源、數據、串接更多投融資端利害關係人，以協助新創及中小企業加速資金取得之機會。2021年開發180家潛力個案，安排100家個案進行訪談或諮詢；共輔導23家潛力個案，促成7家新創企業，獲得策略性投資人直接投資與銀行融資達約2.07億元。「資金通」：<https://www.smefund.com.tw/>。

二、中小企業融資服務平台與融資服務窗口

經濟部中小企業處自2009年起設立「中小企業融資服務平台」，協助中小企業順利取得銀行融資，藉由介接相關政府機關取得有關中小企業資訊，銀行得利用本平台查詢該公司之經營資訊，明確掌握中小企業的營運狀況及資金需求，進而提高其融資額度，達到資金短缺之中小企業、具融資意願之銀行及政府三贏。另外，銀行建立對「中小企業融資服務窗口」（詳見附錄4），提供中小企業更有效率之融資服務。相關網址：https://member.jcic.org.tw/main_member/docDetail.aspx?uid=308&pid=227&docid=148。

三、中小企業政策性專案貸款

政府自1994年起推動中小企業政策性專案貸款，透過具有特定使用目的及提供利息優惠或信用保證的各項專案貸款，以資金搭配或運用金融機構資金方式，協助創業青年或中小企業，取得營運所需週轉金或資本性支出所需資金。依現行（2022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、出口海外投資、

發展觀光、復舊、小額、海外智財權訴訟、服務發展及投資等（詳見附錄5）。另相關政策性貸款包括交通部觀光局辦理「振興觀光產業融資」，以及原住民族委員會「原住民族綜合發展基金貸款」等。

四、本國銀行加強辦理中小企業放款方案

為鼓勵銀行與中小企業建立長期夥伴關係，營造有利中小企業融資環境，金融監督管理委員會（以下簡稱金管會）自2005年起實施「本國銀行加強辦理中小企業放款方案」，並於2022年持續實施第17期方案，擬訂中小企業放款餘額之預期成長目標為3,500億元，以維持放款穩定成長之目標。2021年底本國銀行對中小企業放款總餘額較2020年底增加8,762億元。相關網址：<https://www.banking.gov.tw/>。

五、綠色金融行動方案

為引導金融業及企業重視氣候變遷議題及永續發展，金管會持續推動「綠色金融行動方案」，已推動之措施包含強化企業 ESG（即環境保護、社會責任、公司治理，為 Environmental, Social and Governance 之簡稱）資訊揭露、訂定我國〈永續分類法〉作為辨別「永續」經濟活動之參考、鼓勵金融機構辦理綠色與永續投融资及發展相關金融商品、強化金融機構因應氣候風險的韌性、鼓勵金融業簽署國際永續相關原則或倡議，以及強化永續金融人才培育等。

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

第2節 中小企業融資信用保證

一、中小企業信用保證基金

政府為加強協助中小企業獲得金融機構之資金融通，於1974年成立財團法人中小企業信用保證基金（簡稱信保基金），提供直接及間接信用保證，與各金融機構充分合作，共同推動中小企業融資輔導業務，以協助中小企業獲得金融機構之融資，進而強化中小企業之健全發展，促進我國經濟成長與社會安定。主要3項功能：（一）排除中小企業申請融資時擔保品欠缺之障礙；（二）提高金融機構辦理中小企業融資意願；（三）配合有關輔導機構擴大輔導效果。

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，並採行與金融機構分攤融資損失之部分保證方式，使其得以持續提供信用保證，協助具發展潛力但擔保能力不足之中小企業，自金融機構取得所需融資。申請信用保證管道包括金融機構、信保基金，以及合作單位之專責受理窗口等3種，企業得視其需要選擇辦理。「財團法人中小企業信用保證基金」：<https://www.smeg.org.tw>。

二、信保基金信用保證成效

(一) 協助中小企業取得信用融資

截至2021年12月底，信保基金運用政府及簽約金融機構挹注之中小企業基金，提供信用保證，累計承保逾799萬件，協助中小企業自金融機構取得融資總金額21兆3,799億元，保證總金額16兆173億元。近年承保情形如表7-2-1：

表 7-2-1 2017 年至 2021 年信保基金承保情形－中小企業基金

年 別 \ 項 目	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)
2017	103,314	339,908	960,320	1,275,308	588,658	786,492
2018	100,714	329,775	1,001,024	1,301,778	602,386	790,077
2019	118,767	347,904	1,023,956	1,305,446	628,137	809,446
2020	131,536	306,499	910,570	1,149,962	591,007	751,027
2021	170,887	315,180	926,536	1,161,326	602,287	753,712

資料來源：財團法人中小企業信用保證基金，2022 年。

倘加計信保基金運用各項保證專款提供之信用保證，截至2021年12月底，累計承保逾1,006萬件，協助保證戶自金融機構取得融資總金額22兆5,940億元，保證總金額17兆533億元。近年承保情形如表7-2-2：

表 7-2-2 2017 年至 2021 年信保基金承保情形－全體案件

年 別 \ 項 目	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)
2017	116,097	345,805	969,806	1,287,392	602,037	802,044
2018	113,018	334,789	1,006,592	1,308,104	614,174	803,281
2019	130,742	352,814	1,029,377	1,311,731	639,903	822,740
2020	1,188,784	1,457,182	1,405,787	1,711,438	1,086,682	1,312,862
2021	1,926,766	1,140,632	1,296,420	1,584,632	1,370,509	1,627,279

資料來源：財團法人中小企業信用保證基金，2022 年。

（二）協助中小企業成長茁壯

曾透過信保機制取得金融機構融資之中小企業，穩健經營，逐步擴充，截至2021年，經輔導已成長茁壯超過中小企業認定標準者共計2,647家；股票已上市、上櫃及興櫃企業，在其屬中小企業階段曾經運用信保基金保證資源者，合計999家（表7-2-3）。歷年「國家磐石獎」、「小巨人獎」、「中小企業創新研究獎」及「新創事業獎」等得獎企業中，相當大比例為透過信保基金保證協助取得金融機構融資之企業。

表 7-2-3 截至 2021 年上市、上櫃及興櫃企業在屬中小企業階段曾運用信保家數

類 別	上市、上櫃及興櫃 企業總家數 (A)	曾經運用信保基金保證 企 業 家 數 (B)	保證企業所占比率 (B/A) (%)
上 市	970	351	36.19
上 櫃	788	459	58.25
興 櫃	295	189	64.07
合 計	2,053	999	48.66

資料來源：財團法人中小企業信用保證基金，2022 年。

三、信保基金配合政府政策持續推動相關信用保證業務

（一）相對保證專案信用保證

信保基金於2006年起推動「相對保證專案」業務：1.與中央及地方政府機關合作，由各級政府提撥專款與信保基金提供相對資金，合作提供信用保證，結合政府輔導政策與信用保證資源，共同協助中小（微型）企業或個人自金融機構取得創業或營運所需資金，擴大並深化融資輔導效用；2.與龍頭企業合作，捐助成立專款，信保基金並提供等額之相對資金支援辦理，提供上、中、下游企業、協力廠、經銷商或經捐款企業認定具發展潛力等中小企業信用保證。專案一覽表如表7-2-4。

截至2021年底本專案辦理成效：1.與中央機關合作－承保1萬773件，協助取得融資金額151.47億元；2.與地方政府合作－承保9,361件，協助企業取得融資金額69.70億元；3.與企業合作－承保4萬7,709件，協助企業取得融資金額389.48億元。
相關網址：<https://www.smeg.org.tw/basic/?node=10249>。

表 7-2-4 信保基金相對保證專案一覽表

合作對象		信用保證項目	適用對象
中央 機關	勞動部	微型創業鳳凰貸款	女性、中高齡者及設籍離島居民等創業者
		就業保險失業者創業貸款	創業之就業保險失業者
		失業中高齡者及高齡者創業貸款	創業之失業中高齡者及高齡者
	教育部體育署	中小型運動服務業貸款	中小型運動服務業者
	國家發展委員會	離島永續發展優惠貸款	符合「促進離島永續發展方針」或「離島綜合建設實施方案」等規定之中小企業
	行政院環保署	低碳永續家園專案貸款	從事空氣污染防治、空氣品質改善、兼具減少碳排放等能源耗用之中小企業，或換購大型柴油車之中小企業及個人
	交通部觀光局	受災旅宿業融資	遭受天然災害之觀光旅館業、旅館業及民宿業者
		振興觀光產業融資	旅行業、觀光遊樂業、觀光旅館業、旅館業及辦妥商業登記或稅籍登記之民宿
	原住民族委員會	原住民族企業貸款	依〈原住民族工作權保障法施行細則〉取得原住民機構、法人或團體證明之中小企業
	文化內容策進院	加強文化創意產業升級轉型貸款	從事〈文化創意產業發展法〉第3條第1項特定款次之文化創意產業，或文化內容策進院實際輔導之業種
地方 政府	基隆市政府	基隆市中小企業圓夢貸款	基隆市之公司、商號、小規模商業
	臺北市府	臺北市中小企業融資貸款	臺北市之公司、商號、小規模商業
		臺北市青年創業融資貸款	臺北市之創業青年
	新北市府	新北市幸福創業微利貸款	新北市之弱勢創業民眾
		新北市創新創業及中小企業融資貸款	新北市之創業民眾、公司、商號
		新北市原住民創業及所營事業融資貸款	新北市原住民創業民眾及所營事業
	桃園市政府	桃園市青年創業及中小企業融資貸款	桃園市之創業青年、公司、商號、小規模商業
	新竹市政府	新竹市中小企業及個人便利貸款	新竹市之公司、商號、小規模商業及裝置太陽能光電設備之個人
	新竹縣政府	新竹縣圓夢貸款	新竹縣之公司、商號、小規模商業
	臺中市政府	臺中市青年創業及中小企業貸款	臺中市之創業青年、公司、商號、小規模商業
	彰化縣政府	彰化縣幸福圓夢貸款	彰化縣之公司、商號、小規模商業
		彰化縣輔導特定工廠登記貸款	彰化縣依工廠管理輔導法申辦特定工廠登記之公司、商號、小規模商業
	南投縣政府	南投縣青年創業貸款及中小企業融資一般貸款	南投縣之創業青年、公司、商號、小規模商業及南投縣政府核准設立之機構(民宿、幼兒園等)
	嘉義市政府	嘉義市青年創業及中小企業貸款	嘉義市之創業青年、公司、商號、小規模商業
	嘉義縣政府	嘉義縣青年創業及中小企業貸款	嘉義縣之創業青年、公司、商號、小規模商業
	臺南市政府	臺南市青年創業及中小企業貸款	臺南市之創業青年、公司、商號、小規模商業

合作對象		信用保證項目	適用對象
地方 政府	高雄市政府	高雄市中小企業商業貸款及策略性貸款	高雄市之公司、商號、小規模商業、合法攤(鋪)位使用人及裝置太陽能光電設備之個人
		高雄市青年創業貸款	高雄市之創業青年、公司、商號、小規模商業
	屏東縣政府	屏東縣中小企業貸款	屏東縣之公司、商號、小規模商業
	宜蘭縣政府	宜蘭縣青年創業貸款	宜蘭縣之創業青年
	金門縣政府	金門縣中小企業及青年創業信用保證融資貸款	金門縣之創業青年、公司、商號、小規模商業
	花蓮縣政府	花蓮縣青年安心創業及中小企業貸款	花蓮縣之創業青年、公司、商號、小規模商業
	臺東縣政府	臺東縣繁榮家園貸款	臺東縣之公司、商號、小規模商業
企業	連江縣政府	連江縣創業融資貸款	連江縣之創業青年
	中國鋼鐵(股)	企業相對保證專案	捐款企業推薦之上、中、下游廠商、協力廠商、經銷商、加盟企業或經捐款企業認定具發展潛力等中小企業
	中華電信(股)		
	麗寶建設(股)		

資料來源：財團法人中小企業信用保證基金及勞動部等，2022年。

(二) 國家發展優惠保證措施

為配合政府推動前瞻基礎建設計畫及發展國家重點產業政策，信保基金於2017年起推出「國家發展優惠保證措施」，針對參與前瞻基礎建設計畫採購案、從事新創重點產業或為優質企業之中小企業提供優惠保證措施，對同一企業額外提供保證融資額度1億元，保證成數最高9.5成，以期帶動相關產業發展、引進國內外投資並增加就業。

另為順應國際永續發展趨勢，鼓勵中小企業投入綠色轉型，以促進企業永續力，信保基金於2022年將從事6大核心戰略產業（含綠電及再生能源產業）、投入綠色永續相關支出之授信，納入「國家發展優惠保證措施」之適用對象。截至2021年底，已承保4,061件，協助取得融資金額299.59億元。

相關網址：<https://www.smeg.org.tw/basic/?mode=detail&node=361>。

(三) 中小企業千億保專案

為協助新創、微型等中小企業取得金融機構融資，以利進行升級、轉型、接班，並減輕財務負擔，信保基金於2019年起推出「中小企業千億保專案」，對實收資本額在3,000萬元以下之中小企業，提供「小額貸款擴大保證措施」與「批次保證擴大保證措施」，分別提供最高600萬元保證融資額度。前項授信條件保證成數最高9.5成，

保證手續費年費率0.375%；後項保證成數10成，保證手續費年費率0.15%~0.25%。截至2021年底，已承保15萬724件，協助取得融資金額2,635.09億元。相關網址：<https://www.smeg.org.tw/basic/?mode=detail&node=362>。

（四）嚴重特殊傳染性肺炎紓困信用保證

為協助受 COVID-19疫情衝擊之企業度過難關，信保基金秉持雨露均霑精神，即時推出「展延或續約案件減免保證手續費措施」，中小企業有繼續經營意願且繳息正常，原移送信用保證案件即可辦理展延或分期償還保證，展延期間第1年免收保證手續費；另針對申請續約且票債信正常之保證案件，亦可享有減收或免收保證手續費之優惠。

另信保基金配合政府各目的事業主管機關之紓困振興措施，以專款專用方式辦理相關信用保證業務如下，協助企業及個人於疫情期間渡難關，持續經營。截至2021年底已承保196萬6,861件，協助取得融資金額9,735.86億元。相關網址：<https://www.smeg.org.tw/basic/?node=10118>。

1. 經濟部對受嚴重特殊傳染性肺炎影響發生營運困難事業資金紓困振興貸款。
2. 中央銀行辦理銀行承作受嚴重特殊傳染性肺炎疫情影響之中小企業貸款專案融通。
3. 衛生福利部對受嚴重特殊傳染性肺炎影響醫療（事）機構事業產業紓困貸款。
4. 教育部對受嚴重特殊傳染性肺炎影響發生營運困難教育事業資金紓困貸款。
5. 勞動部對受嚴重特殊傳染性肺炎影響勞工紓困貸款。
6. 交通部民航局對受嚴重特殊傳染性肺炎影響發生營運困難航空產業紓困貸款。
7. 交通部航港局對受嚴重特殊傳染性肺炎影響發生營運困難航運業者紓困貸款。
8. 交通部觀光局振興觀光產業融資。
9. 行政院國家發展基金協助新創事業紓困融資加碼方案。
10. 內政部對受嚴重特殊傳染性肺炎影響發生營運困難事業紓困貸款。
11. 文化內容策進院受託辦理演藝團體受嚴重特殊傳染性肺炎影響發生營運困難之紓困貸款。

（五）企業小頭家貸款信用保證

為協助小規模事業以簡易且便利之融資方式，向金融機構取得小額營運週轉金，經濟部中小企業處自2012年起辦理「企業小頭家貸款」，貸款利率由金融機構自行訂定，但移送信保基金保證案件，依不同保證成數計收；設立未滿5年之新創事業、提具傳承創新計畫書經金融機構認可者及貸款用途為受災復舊者，保證成數一律9成。截至2021年底，已承保1萬3,895件，協助取得196.77億元營運資金。相關網址：<https://www.smeg.org.tw/basic/?mode=detail&node=397>。

（六）青年創業及啟動金貸款信用保證

為營造有利青年創業環境，輔導青年開創事業，提供籌設及開辦階段之創業啟動金，以因應創業後事業發展之需要，經濟部於2014年整併「青年築夢創業啟動金貸款」及「青年創業貸款」，推出「青年創業及啟動金貸款」。信保基金提供保證成數最高10成，最低8成之信用保證，貸款額度合計最高1,800萬元；貸款範圍以營業所需準備金及開辦費用、週轉性或資本性支出為主。截至2021年底，已承保7萬9,539件，協助取得656.87億元創業資金。

相關網址：<https://www.smeg.org.tw/basic/?mode=detail&node=392>。

（七）中小企業創新發展專案貸款信用保證

為協助中小企業以創新與高科技的服務模式促進國際發展，提供其創新經營振興發展資金，經濟部於2014年推出「中小企業創新發展專案貸款」，提供週轉性支出最高2千萬元及資本性支出最高8千萬元之貸款額度，並由信保基金提供貸款金額最低8成之信用保證；另對設立未滿5年之新創企業，以保證成數最低9成提供信用保證，前述新創企業如獲選特定獎項、計畫或導入數位科技，於500萬元額度內保證成數外加0.5成。截至2021年底，已承保886件，協助取得46.34億元營運資金。相關網址：<https://www.smeg.org.tw/basic/?mode=detail&node=377>。

（八）促進企業創新直接保證方案

為鼓勵國內中小企業加強技術、產品或服務之創新研發，協助中小企業取得創新或營運發展所需資金，信保基金於2017年起辦理「促進企業創新直接保證方案」，適

用對象為經濟部創新研究專案相關計畫核定補助或輔導計畫，並經推薦之中小企業，融資額度依核定創新研發計畫金額於8成範圍內，扣除計畫補助款或輔導款後之金額提供融資保證、保證成數9.5成、保證手續費年費率固定0.375%。截至2021年底，已承保169件，融資金額7.92億元。

相關網址：<https://www.smeg.org.tw/basic/?mode=detail&node=353>。

（九）外銷貸款優惠信用保證方案

為強化協助中小企業取得因外銷採購原料、生產所需資金，信保基金與經濟部國際貿易局自2016年起合作辦理「外銷貸款優惠信用保證方案」，額外提供保證融資額度、保證成數最高9成之優惠措施，且依出口地區，提供授信期間一年內之保證手續費全額減免或部分減免措施；針對中小企業出口至新南向政策目標國家者，前述額外保證融資額度由6千萬元提高至1億元。截至2021年底，已承保1萬4,710件，協助取得融資金額520.00億元。

相關網址：<https://www.smeg.org.tw/basic/?mode=detail&node=360>。

（十）協助中小企業赴新南向國家投資融資保證

為協助赴新南向國家投資之中小企業取得所需資金，信保基金自2017年起辦理「協助中小企業赴新南向國家投資融資保證」，由信保基金匡列20億元、農業信用保證基金匡列10億元，以及海外信用保證基金匡列20億元，總計50億元專款，合作提供計500億元保證融資總額度。對我國中小企業之新南向國家投資計畫經經濟部核准或核備者，信保基金額外提供保證融資額度最高1億元，保證成數最高9成，且保證手續費年費率以固定0.1%計收。截至2021年底，已承保122件，融資金額26.08億元。

相關網址：<https://www.smeg.org.tw/basic/?mode=detail&node=399>。

（十一）中小企業投資台灣優惠保證措施

為鼓勵中小企業投資臺灣，信保基金自2019年起推出「中小企業投資台灣優惠保證措施」，額外提供新（擴）建廠房、增添機器或設備等資本性支出貸款之信用保證，保證融資額度最高1億元，保證成數最高9.5成。如資金係用於政府所管或開發之工業區、依〈產業創新條例〉設置之產業園區或依〈科學園區設置管理條例〉設置之

科學園區新（擴）建廠房者，保證成數最低8成且保證手續費年費率最高0.3%。截至2021年底，已承保657件，協助取得融資金額53.06億元。

相關網址：<https://www.smeg.org.tw/basic/?mode=detail&node=359>。

（十二）歡迎台商回台投資專案貸款信用保證

為配合政府協助臺商回臺投資政策，信保基金自2019年起對依行政院國家發展基金〈歡迎台商回台投資專案貸款要點〉規定辦理之貸款，提供信用保證，保證成數最高9成，保證手續費年費率最低0.375%。截至2021年底，已承保5件，協助取得融資金額0.37億元。

相關網址：<https://www.smeg.org.tw/basic/?mode=detail&node=374>。

（十三）中小企業加速投資貸款信用保證

為鼓勵中小企業加速投資，信保基金自2019年起實施「中小企業加速投資貸款信用保證」，針對資本性及中期週轉融資需求，額外提供保證融資額度最高1億元之信用保證，保證成數最高9.5成，保證手續費年費率最高0.3%。截至2021年底，已承保539件，協助取得融資金額45.01億元。

相關網址：<https://www.smeg.org.tw/basic/?mode=detail&node=403>。

（十四）地方創生事業專案貸款信用保證

為協助地方創生事業取得營運資金，信保基金自2019年起辦理「地方創生事業專案貸款信用保證」，對創生事業有關短、中期週轉及資本性支出融資所需資金提供信用保證，保證成數最高9成，保證手續費年費率按企業規模訂定如下：中小企業固定0.375%、非中小企業固定0.5%。

相關網址：<https://www.smeg.org.tw/basic/?mode=detail&node=444>。

（十五）社會創新事業專案貸款信用保證

為協助社會創新事業取得資金，信保基金自2019年起辦理「社會創新事業專案貸款信用保證」，對社會創新事業及B型事業有關短、中期週轉及資本性支出融資所需資金，提供信用保證，保證成數最高9成，保證手續費年費率按企業規模訂定如

下：中小企業固定0.375%、非中小企業固定0.5%。截至2021年底，已承保11件，協助取得融資金額0.55億元。

相關網址：<https://www.smeg.org.tw/basic/?mode=detail&node=445>。

第 3 節 強化投資中小企業及多元籌資管道

一、加強投資中小企業實施方案

為帶動民間與創投資金共同投資中小企業，提升中小企業競爭力，行政院國家發展基金（國發基金）於2007年啟動「加強投資中小企業實施方案」，經濟部中小企業處共遴選28家投管公司，採共同搭配投資方式，促進投資國內中小企業，協助早期階段中小企業取得資金；另設置投資服務窗口提供投資諮詢、診斷輔導、投資課程及辦理投後商機媒合會等活動。截至2021年底已投資278家企業，政府資金投入逾91.26億元，創投搭配投資逾85.81億元。相關網址：<https://www.moeasmea.gov.tw/article-tw-2725-6747>。

二、加強投資花東地區中小企業服務計畫

為達成扶植花東地區中小企業成長、加速企業茁壯，以及區域平衡發展之目標，2020年啟動「加強投資花東地區中小企業服務計畫」，由經濟部中小企業處結合花東地區當地公協會、育成中心等機構，協助案源掌控，並對獲投企業進行追蹤控管，強化投後管理，以協助花東地區中小企業銜接政府與民間資金端、技術端、人才端等各項資源。截至2021年底完成花東企業投資案源開發拜訪42家，針對7家潛在投資個案進行輔導，並完成1家次投資申請案之審議會，核准投資900萬元，帶動民間共同投資新臺幣300萬元。計畫網址：<https://invest-huatung.org.tw/>。

三、加強投資策略性服務業實施方案

為提振我國服務業投資能量，厚植服務業產業競爭力，2012年國發基金特匡列100億元，委託經濟部工業局實施「加強投資策略性服務業實施方案」，專款用於投資國內服務業，並協助中小型服務業者投資。本方案特色為投資全程達13年（前10年投資、後3年進行處分）；由政府資金與民間創業者共同投資；並以加碼誘因鼓勵創

投輔導業者達成政策指標。累計至2021年底參與投資國內服務業者78家，投資金額約24.51億元。計畫網址：<https://www.issip.org.tw/issip/index.php>。

四、加強投資策略性製造業實施方案

為複製創投投資高科技製造業成功模式，厚植製造業者的競爭力，加速產業轉型升級，2015年國發基金特匡列100億元，委託經濟部工業局實施「加強投資策略性製造業實施方案」，專款用於投資國內製造業。本方案特色為投資全程達10年（前7年投資、後3年進行處分），成立諮詢窗口多元發掘潛力投資案源；委託民間創投公司辦理投資事宜，並以政策激勵措施加強成效。截至2021年底累計參與投資國內製造業者26家，投資金額約7.21億元。計畫網址：<https://www.psism.org.tw/cht/index.php>。

五、天使投資人租稅優惠

為協助新創公司取得營運資金，〈產業創新條例〉第23條之2規定，個人以現金投資於成立未滿2年之國內高風險新創事業公司，並持有該公司股份達2年，得就其投資金額50%限度內，自持有股份屆滿2年之當年度個人綜合所得總額中減除，每年減除金額以300萬元為限。截至2021年底累計已通過161家公司申請案，產業領域主要包括資訊、生技醫藥及精密機械等。相關網址：

<https://www.moeaidb.gov.tw/ctrl?PRO=application.rwdApplicationView&id=1614>。

六、加強投資文化創意產業實施方案

為提升文創業者的市場價值，文化部自2010年起執行「加強投資文化創意產業實施方案」，匡列100億元投資國內文化創意產業，採用搭配投資的方式帶動民間資金投入產業，給予合適的文創事業規模化輔導；並於2022年再增加文化創意產業專案投資亦可成為國發基金投資對象，透過政府領投，進一步健全文化內容產製到流通各環節所需之資金挹注，以全面促進文創產業生態系發展。本方案截至2021年底累計核定投資67案，共引導超過58.17億元投資資金進入文創產業。相關網址：<https://cci.culture.tw/>。

七、輔導籌資機制－創櫃板

證券櫃檯買賣中心於2014年推出「創櫃板」，為具創新、創意構想及未來發展潛力之非公開發行微、中小型企業提供「輔導籌資機制」及「股權籌資」，但不具交易之功能，讓微、中小型企業可以較低成本募得營運所需資金，提升公司知名度，有利於招募優秀人才、拓展行銷通路，進而提升公司之競爭力，維持企業永續經營。相較上櫃資本額須達5,000萬元的門檻，創櫃板無資本額限制，並免辦理公開發行及不須符合獲利水準要求。截至2021年底，累積登錄創櫃板的公司共有192家，籌資金額43.19億元。相關網址：

https://www.tpex.org.tw/web/regular_emerging/creative_emerging/Creative_emerging.php?l=zh-tw。

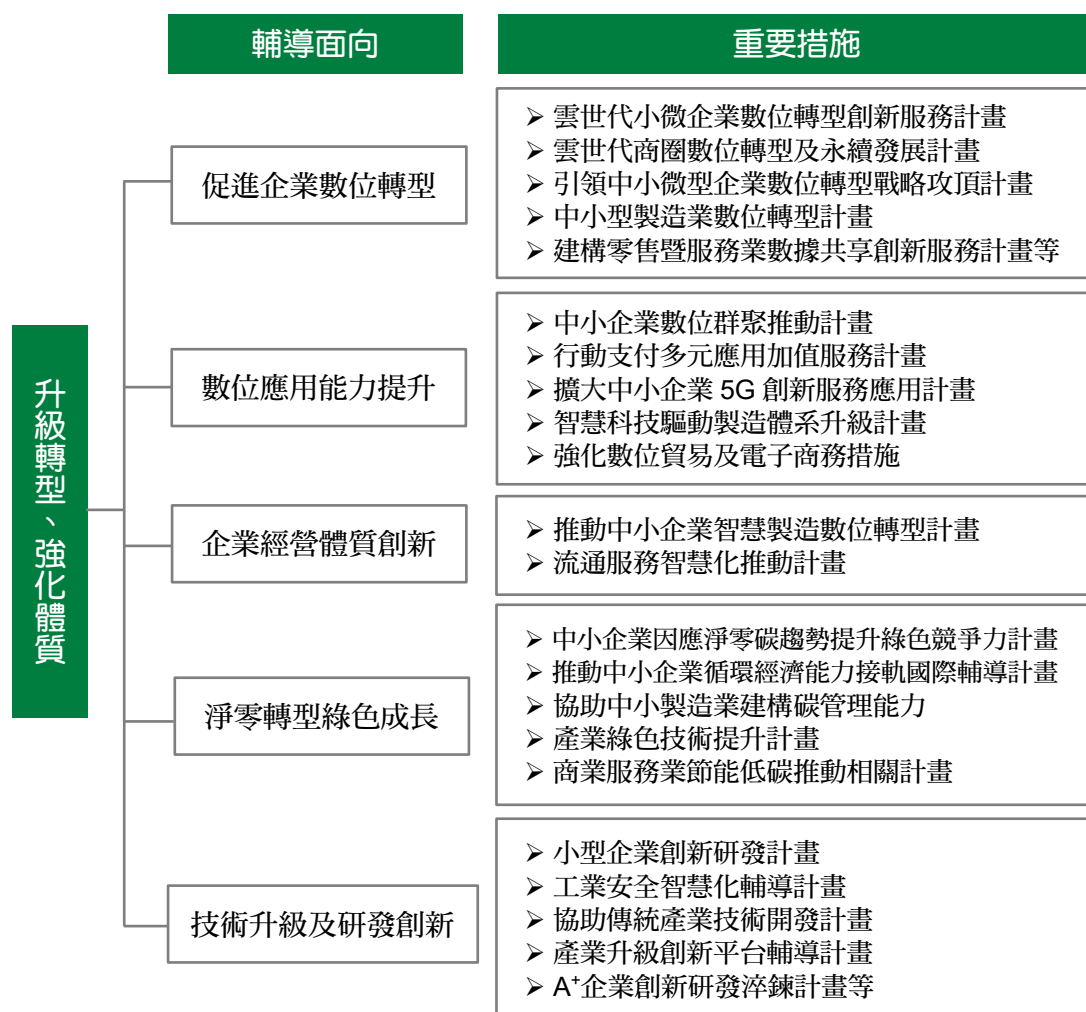
八、證券商股權群眾募資

為幫助年輕人創業，自2015年起金管會開放證券商得辦理股權群眾募資業務，資本額5,000萬元以下、尚未公開發行的股份公司，可到專業股權群眾募資平臺籌資，籌資總額1年不得超過3,000萬元。一般投資人1年於一個平臺總投資不得超過15萬元，除了給新創團隊多一個募資的管道，同時也盡力保障投資人的權益。截至2021年底，已有8家平臺業者經金管會核准，並有4家開業，3家公司透過平臺籌資1,700萬元。相關網址：<https://www.tpex.org.tw/web/option/index.php?l=zh-tw>。

第 8 章 促進升級轉型與提升研發能量

政府藉由推動促進中小企業數位轉型、提升數位應用能力、協助企業經營體質創新發展、淨零轉型綠色成長，以及技術升級與增進創新研發能量等各面向，以帶動中小企業升級轉型及綠色永續經營，因應國際趨勢提升整體競爭力。圖 8-0-1 為促進中小企業升級轉型輔導策略架構。

圖 8-0-1 促進中小企業升級轉型輔導策略架構



資料來源：本書整理。

第 1 節 促進中小企業數位轉型

一、雲世代小微企業數位轉型創新服務計畫

經濟部中小企業處自 2021 年起執行「雲世代小微企業數位轉型創新服務計畫」，輔導對象包含明確經營範圍之商場、街區或特定產業聚落，且員工人數 9 人以下之小微企業。2022 年透過「在地數位培能」、「數位加值服務」、「市場通路拓銷」、「數據商機掌握」4 大策略，並藉由亮點輔導案例及數位轉型教材、路徑等，使小微企業加入數位優化的行列。2021 年計培育 1 萬家企業於線上課程學習；協助 7,987 家店家掌握自身數位能力；透過 36 個場域塑造，協助 768 家小微企業導入雲端服務。計畫網址：<https://www.cloudsme.com.tw/cloudsme/>。

二、雲世代商圈數位轉型及永續發展計畫

經濟部中小企業處自 2021 年起執行「雲世代商圈數位轉型及永續發展計畫」，以商圈為推動範圍，並以商圈內員工人數 9 人以下小微企業為輔導對象。2022 年透過「數位轉型輔導」、「數位行銷及通路推廣」及「種子人才培能」等 3 大策略，協助商圈小微企業運用數位工具及雲端服務，以達成推動企業數位轉型，以及創造在地就業機會。2021 年協助 112 案商圈以分級輔導方式運用數位和雲端工具，共計推動 2,943 商圈店家使用數位工具、數位支付 1,572 家，輔導金額約 5,707.7 萬元，並塑造 12 處典範故事商圈。計畫網址：<https://microcloud.sme.gov.tw/>。

三、雲世代產業數位轉型－數位翻轉原民事業

原住民族委員會自 2021 年起推動「雲世代產業數位轉型－數位翻轉原民事業」，2022 年持續透過行動支付等數位工具應用，藉由智慧消費擴大銷售範圍與提升營運效率，提高原住民族產業服務體驗滿意度；並透過媒合線上知名數位平臺及線上行銷等資源，活絡原住民族商品電子商務市場，提高原住民族企業及產品知名度。截至 2021 年底止，導入使用行動支付方案 291 家次／計 582 萬元、雲服務方案 180 家／計 540 萬元、數位工具方案 160 家／計 636 萬元。

相關網址：<https://www.cip-cg.com.tw/GCIP/home/index>。

四、引領中小微型企業數位轉型戰略攻頂計畫

經濟部中小企業處自 2021 年推動「引領中小微型企業數位轉型戰略攻頂計畫」，並首創政府全線上補助平臺「臺灣雲市集」，彙集中微型企業適用的雲端解決方案，並透過點數補助機制，鼓勵中小微型企業導入合適之雲端解決方案，強化數位營運力。2022 年主要執行項目：(一) 政策規劃與評估；(二) 資源統整與管理；(三) 任務型議題推動。2021 年主要成果：臺灣雲市集累計通過 2 萬 2,529 家企業申請，帶動企業數位化投入 1.75 億元。「臺灣雲市集」：<https://www.tcloud.gov.tw/>。

五、中小企業數位共好計畫

經濟部中小企業處自 2021 年起執行「中小企業數位共好計畫」，2022 年持續透過在地蹲點陪伴輔導方式，協助 9 人以下小微型企業導入所需的雲端服務或數位應用，滿足基本營運需求；並以特色主題或業種串聯企業，導入整合性雲端服務，達成服務創新、營運優化及數據驅動的創新服務。2022 年主要執行項目：(一) 推動在地數位賦能；(二) 推動數位應用輔導；(三) 計畫成效加值與擴散。2021 年選定 22 家雲端服務供應商，提供 33 項雲端服務解決方案，計輔導 2,601 家小微型企業。

六、中小型製造業數位轉型計畫

為協助國內中小型製造業克服供應鏈變化，以及技術升級帶來的數位轉型挑戰，經濟部工業局自 2021 年起針對中小型製造業，建立數位轉型所需之基礎環境與共通能力，2022 年優先選擇中南部、超過 9 成都是中小企業的產業來推動，如金屬製品、食品加工、紡織、橡塑膠等，協助業者運用雲端服務、AI 等數位科技，掌握市場資訊，回饋到生產製造，以快速回應客戶需求，並依需求發展新產品或新商模。2021 年結合技術法人與資服業者協助 352 家中小製造業啟動轉型，打造金屬、紡織、食品等產業共 76 家示範案例。

相關網址：<https://www.citd.moeaidb.gov.tw/CITDWeb/Web/ATotal.aspx>。

七、建構零售暨服務業數據共享創新服務計畫

為協助零售、餐飲、休憩服務及生活服務業者因應疫情帶來的新消費型態，以及數位經濟之發展，經濟部商業司自 2021 年起執行「建構零售暨服務業數據共享創新

服務計畫」，2022 年主要執行項目：(一) 針對有意數位轉型之業者提供顧問諮詢服務；(二) 透過政府補助資源，推動零售暨服務業數位轉型成功案例；(三) 補助業者每家 3 萬元選用雲端解決方案，加速零售暨服務業數位化。2021 年共建立 25 案數位轉型典範案例、帶動 6,513 家企業數位轉型，以及補助 2,541 家業者選用雲端解決方案。計畫網址：<https://www.smebiz.org.tw/>。

第 2 節 提升中小企業數位應用能力

一、中小企業數位群聚推動計畫

為奠基中小企業數位轉型能量，經濟部中小企業處推動「中小企業數位群聚推動計畫」透過在地企業群體合作提升經營體質與轉型能耐，達成轉型目標。2022 年主要執行項目：(一) 推升中小企業數位應用能耐，穩固數位基盤；(二) 推動中小企業數位群聚發展，跨域擴散帶動地方經濟的創新經營模式；(三) 驅動數位群聚持續發展動能，形成共益互惠且自主營運的永續機制。2021 年深入 19 縣市 61 鄉鎮推動 27 個數位群聚，帶動 243 家業者參與，同時運用多元平臺與交流參訪，帶動數千家企業參與共學。計畫網址：<https://www.198.org.tw/>。

二、行動支付多元應用增值服務計畫

為普及行動支付工具之使用消費習慣，經濟部中小企業處持續推動「行動支付多元應用增值服務計畫」，2022 年主要透過「共建多元應用服務」、「共創在地協力合作」、「部會機關合作共推」、「共榮應用典範轉移」等作法，帶動中小企業導入行動支付多元應用，觸發跨域整合商機，讓民眾實際體驗數位支付有感服務，提升生活便利性。2021 年累計推動 16.7 萬個支付地點，帶動 1.73 億人次體驗行動支付及 563.78 億元商機。

三、擴大中小企業 5G 創新服務應用計畫

為帶動中小企業接軌 5G 應用服務，經濟部中小企業處自 2020 年起辦理「擴大中小企業 5G 創新服務應用計畫」，2022 年以商業場域（商圈、街區等）進行 5G 智慧應用服務建置及驗證，建立 5G 服務應用生態系共同合作，營造智慧商業示範場域，

活絡商機及提升店家數位能力。2021 年主要成果為推動中小企業適用的 5G 創新應用 16 項，並輔導 7 組團隊投入商業場域進行 5G 應用落地驗證，帶動 601 家中小企業／店家參與、創造超過 1.5 億元產值／商機，以及近 44 萬體驗人次。

四、智慧科技驅動製造體系升級計畫

為因應客製化、產品開發快速的市場需求趨勢，並有效快速擴散國內製造業智慧製造的發展，經濟部工業局自 2017 年起推動「製造業價值鏈資訊應用計畫」，2022 年以「智慧科技驅動製造體系升級計畫」延續之，輔導資服業者利用 IoT、AI 技術，發展具生產可視化、品質監控等智慧化功能之技術模組，進而形成智慧製造整合服務價值鏈生態體系（Ecosystem），推動製造業發展顧客導向需求的「智慧製造」、「製造服務」營運模式。2021 年協助資訊服務業者，將技術模組於製造業者場域實證應用，經示範推廣與市場評估，後續導入商機約達 2.06 億元。

五、強化數位貿易及電子商務措施

為因應 COVID-19 疫情對企業之衝擊，全面加速輔導中小企業數位轉型，協助業者爭取跨境商機，經濟部國際貿易局於 2020 年推出「強化數位貿易及電子商務措施」，提供每家廠商上限 2 萬或 6 萬元之數位貿易輔導服務，並開設數位貿易學苑，以加強廠商運用創新科技行銷。2021 年輔導 2,417 家次廠商，培訓 2 萬 4,814 人次。本計畫已於 2021 年 6 月底結束。

第 3 節 協助企業經營體質創新發展

一、推動中小企業智慧製造數位轉型計畫

為協助中小企業升級轉型，經濟部中小企業處自 2018 年起執行「推動中小企業智慧製造數位轉型計畫」，主要工作項目包括：（一）中小型製造業數位轉型及智慧製造創新應用診斷與客製化輔導；（二）辦理企業見學或講座等製造業相關系列活動，吸引中小企業觀摩學習，透過亮點案例引導企業對智造轉型或企業邁向高成長發展的前導認知。2021 年提供數位轉型與智慧製造諮詢診斷 204 家，輔導 95 家企業導入智慧製造應用，帶動國內外營收成長達 8.2 億元。本計畫已於 2021 年結束。

二、流通服務智慧化推動計畫

經濟部商業司於 2017 年起執行「亞洲矽谷智慧商業服務應用推動計畫」，連結我國商業服務業在地與國際能量，提升我國商業服務業總體競爭優勢，2021 年起配合「亞洲·矽谷 2.0 推動方案」，執行「流通服務智慧化推動計畫」，致力運用 AIoT 科技發展智慧商業與智慧物流服務，帶動流通服務升級轉型。2022 年主要工作項目：（一）發展創新流通服務模式與解決方案；（二）推動智慧流通服務示範案例；（三）發展虛實整合行銷通路。2021 年共發展 5 件智慧商業及物流解決方案，並推動 6 個示範案例，促成 5,218 個中小型服務業據點導入智慧科技，帶動服務營收達 26.6 億元。「智慧商業暨物流」：<https://www.sblpo.org.tw/CMS/>。

第 4 節 輔導淨零轉型促進綠色成長

一、中小企業因應淨零碳趨勢提升綠色競爭力計畫

為協助中小企業了解國際淨零排放趨勢，透過適合自身體質的數位工具掌握碳排放，以維繫既有的全球供應鏈關係，並積極布局淨零轉型後的新格局，提升整體綠色競爭力，經濟部中小企業處自 2022 年起執行「中小企業因應淨零碳趨勢提升綠色競爭力計畫」，主要工作項目包含：（一）辦理淨零減碳研討會、研習課程、企業見學及說明會；（二）建置綠色新知及系統化線上教材；（三）建置適合中小企業運用之碳估算工具，並提供淨零轉型諮詢診斷服務；（四）產業生態輔導等。「中小企業綠色環保資訊網」：<https://green.pidc.org.tw/index.php?lang=tw#/home>。

二、推動中小企業循環經濟能力接軌國際輔導計畫

為協助中小企業朝綠色永續價值創新發展，經濟部中小企業處持續執行「推動中小企業循環經濟能力接軌國際輔導計畫」，2022 年執行項目包含：（一）永續材質與循環經濟新知推廣；（二）促進綠色循環經濟創新應用；（三）拓展中小企業循環經濟國際供應鏈商機。2021 年蒐集 300 筆永續材質，完成 10 案綠色創新應用與專案輔導，帶動擴散 84 家企業，並提供 240 家次綠色循環與節能管理診斷服務，提升中小企業綠色產值或促進綠色投資達 23 億元，降低能源成本 6,674 萬元。「中小企業綠

色環保資訊網」：<https://green.pidc.org.tw/index.php?lang=tw#/home>。

三、協助中小製造業建構碳管理能力

為協助中小製造業因應國際品牌廠商對供應鏈淨零碳排之要求，以及提升碳盤查、碳足跡與減碳能力，經濟部工業局 2022 年執行項目包含：（一）派遣專家參加產業公協會理監事會，進行企業碳盤查實務及案例分享；（二）辦理碳盤查及碳足跡講習會；（三）建構製造部門碳盤查專區，其專區包含國內外相關碳排議題、碳盤查／碳足跡懶人包、數位工具、數位教材及線上諮詢；（四）提供碳盤查、碳足跡及減碳輔導。

「產業節能減碳資訊網－製造部門碳盤查專區」：<https://ghg.tgpf.org.tw/CVHome/>。

四、產業綠色技術提升計畫

為協助產業導入先進環保觀念及技術，建構完整供應鏈污染防治體系，提升企業整體經營績效，經濟部工業局自 1983 年起輔導產業推動污防工作，自 2013 年起更名為「產業綠色技術提升計畫」。2022 年執行項目包括產業環保體質提升輔導、環保法規動態研析與因應、相關環保議題查核及審查，以及宣導與推廣。2021 年完成 137 家工廠環保技術法規輔導，促進環保改善投資經濟效益約 2.1 億元、發行 3 期工業污染防治刊物、辦理 1 場次綠色技術與工程實務研討會及 3 場次講習會等。「產業綠色技術資訊網」：<https://proj.ftis.org.tw/eta/>。

五、商業服務業節能低碳推動相關計畫

為協助商業服務業者落實節能改善，藉由能源使用效率提升，提高產業競爭力，經濟部商業司自 2008 年起推動商業節能減碳輔導。2022 年執行項目：（一）建構商業服務業節能低碳發展環境；（二）強化商業服務業低碳轉型意識；（三）建立節能低碳服務示範場域；（四）節能減碳及能效管理。2021 年成果：（一）透過輔導，落實節電 2,637.6 萬度／年、減碳 13,431.4 噸／年；（二）協助企業導入節能通風示範場域和智慧維運及能效管理後，達成節電 7.06 萬度／年、減碳 36.72 噸／年。「商業服務業節能減碳專區」：<https://escs.cdri.org.tw>。

第 5 節 技術升級與增進創新研發能量

一、小型企業創新研發計畫

經濟部自 1999 年起推動「小型企業創新研發計畫」(SBIR)，藉由政府的部分經費補助，鼓勵中小企業進行創新研發活動，提升我國中小企業技術水準及我國產業之競爭力，以及協助地方產業之升級轉型。本計畫又分為「小型企業創新研發計畫」(經濟部 SBIR)及自 2008 年起推動之「地方產業創新研發推動計畫」(地方型 SBIR)，說明如表 8-5-1 所示。另外，經濟部 SBIR 計畫包含一般型與主題式聯盟，說明如表 8-5-2。

表 8-5-1 「小型企業創新研發計畫」及「地方產業創新研發推動計畫」說明

項 目	小型企業創新研發計畫 (經濟部 SBIR)	地方產業創新研發推動計畫 (地方型 SBIR)
執行項目	受理中小企業申請關於產業技術與產品之創新研究，業者向經濟部 SBIR 計畫專案辦公室提出申請。	由經濟部配合匡列協助經費，辦理地方特色產業創新研發計畫之推動，業者向各直轄市、縣(市)政府提出申請。
主要成果	截至2021年12月底，累計通過7,517件創新研發計畫，政府投入補助金額約122.82億元，帶動中小企業投入研發經費約232.40億元。	截至2021年12月底，共補助6,188家中小企業，各縣市政府自行匡列經費累計約17.29億元，經濟部配合匡列協助經費累計約26.08億元，帶動中小企業投入地方產業創新研發經費約71.27億元。

資料來源：經濟部中小企業處，2022 年。

表 8-5-2 經濟部 SBIR「一般型計畫」及「主題式聯盟計畫」說明

項 目	一般型	主題式聯盟
內容	補助國內廣大中小企業創新研發活動，促進中小企業持續投入研發資源、提高研發成果商品化價值，並引導國內學研機構協助中小企業強化研發能量，進而帶動國內產業升級轉型。	配合行政院「5+2產業創新計畫」、「六大核心戰略產業推動方案」等產業政策，依據政策引導方式採取由上而下(top-down)公告「政策議題」或「特定主題」，鼓勵企業攜手合作。
屬性 (領域)	依屬性區分為「創新技術」與「創新服務」，並依計畫領域區分資通、電子、機械、生技製藥、民生化工、服務/文創等6大領域。	依屬性區分為「前瞻科際整合」與「終端服務共創」2類，依據政府政策另行公告補助之「政策議題」或「特定主題」。

資料來源：經濟部中小企業處，2022 年。

為鼓勵國內新創企業創業創新構想，協助國內新創企業追求成功商業化、事業化，規劃推動「小型企業創新研發計畫(SBIR)－創業型 SBIR」3 階段獎補助機制。截至 2021 年，創業海選計畫已受理 3,632 件計畫，並核定通過給予獎勵 690 件計畫，

其中 373 案於計畫結案後爭取創新擇優（Stage2）補助，共計投入 1.21 億元補助。2022 年持續辦理「創業型 SBIR－創業概念海選計畫（Stage 1）」，採「明星組」與「新秀組」海選分區審查。計畫網址：<https://www.sbir.org.tw/>。

二、工業安全智慧化輔導計畫

為減少國內產業事故災害，降低整體營運風險，經濟部工業局自 1990 年起以工業安全衛生技術輔導團方式，協助產業改善工作環境。因應 AI 技術發展，2021 年起更名為「工業安全智慧化輔導計畫」。2022 年執行項目：（一）產業降災技術輔導；（二）風險管理技術輔導；（三）智慧化工業安全輔導；（四）法規研議及訓練宣導。2021 年主要成果：（一）提供 106 家廠商工作環境改善輔導，整體改善率達 89%；（二）完成工安雲端管理服務 4 大功能建置。「工業安全衛生技術輔導網」：<https://sets.org.tw/>。

三、協助傳統產業技術開發計畫

經濟部工業局自 1991 年起推動「協助傳統產業技術開發計畫」，透過提供傳統產業研發補助資金，鼓勵業者自主研發，以厚植我國傳統產業之創新研發能力、加速升級轉型及提升競爭力。2022 年補助類別包括：（一）產品開發；（二）產品設計；（三）研發聯盟；（四）產學合作研發。2021 年協助 81 家業者進行新產品開發及設計，投入補助經費 0.92 億元，業者相對投入經費逾 1.13 億元，衍生產值效益達 23 億元。計畫網址：<https://www.citd.moeaidb.gov.tw/CITDweb/Web/Default.aspx>。

四、產業升級創新平台輔導計畫

為協助推動產業升級轉型，經濟部工業局自 2015 年起將原「標竿新產品創新研發輔導計畫」更名為「產業升級創新平台輔導計畫」，引導業者開發具市場競爭力之產品或服務，並輔以產業推動及方案補強等措施，對所核定之計畫總經費提供相對研發補助經費。2022 年計畫執行項目如表 8-5-3 所示。2021 年核定 138 件計畫案，共補助 184 家企業，核定補助款達 23.79 億元，引導企業相對投入研發金額達 34.72 億元，預計創造直接及衍生效益約 405 億元。計畫網址：<https://tiip.itnet.org.tw/>。

表 8-5-3 「產業升級創新平台輔導計畫」執行項目

項 目	計畫內容
產業高值計畫	鼓勵企業掌握關鍵技術，切入高端產品應用市場，創造產品／技術單價(毛利)或銷售量倍數成長，塑造我國高值化產品形象，以提升整體產業附加價值率。
創新優化計畫	開發可超越目前國內產業技術水準之關鍵材料、零組件及設備，可取代進口或打造整體系統解決方案，提供整廠整案輸出之開發，以擴大海外輸出，爭取國際商機。
新興育成計畫	因應產業需求及政策發展方向，發展替代性的主流新興產業，鼓勵企業進行開發新興產品或服務，協助企業自行或異業結合，或運用前瞻學研成果，進而構築產業生態體系。
主題式研發計畫	由工業局不定期依據產業發展需要與政策推動方向盤點主題性項目，透過聚焦產業推動方式，鼓勵多家企業共同開發符合主題研發內容之技術、產品或服務，以集中資源推動國家產業政策，串連產業鏈發展。

資料來源：經濟部工業局，2022 年。

五、A⁺企業創新研發淬鍊計畫

為蓄積企業研發能量，經濟部技術處自 2014 年起推動「A⁺企業創新研發淬鍊計畫」，引導企業投入更具價值的前瞻產業技術開發、鼓勵產業鏈整合，並協助業者建立研發組織與團隊、建構研發管理制度及發展核心技術能力或有特色的營運模式。2022 年計畫執行項目如表 8-5-4。截至 2021 年，已核定通過 428 件計畫，共計 735 家次廠商，投入補助金額 179.15 億元，帶動企業投入研發經費 323.65 億元，逾 1.6 萬人之研發人力。計畫網址：<https://aiip.tdp.org.tw/index.php>。

表 8-5-4 「A⁺企業創新研發淬鍊計畫」執行項目

項 目	計畫內容
前瞻技術研發計畫	引導國內企業進行前瞻技術研發活動，開發 3 年後可符合市場需求的技術、產品或服務，亦鼓勵聯合新創企業、中小企業共同申請，以促進產業鏈發展。
鼓勵國內企業在臺設立研發中心計畫	以「研發環境建構」為主要任務，協助廠商建立完善的研發組織與研發管理制度。
專案類計畫	快速審查臨床試驗計畫、國際創新研發合作補助計畫。
全球研發創新夥伴計畫	產業政策導向，盤點我國重點發展產業之技術缺口與需求，連結與我國產業互補互利之外國企業來臺從事創新研發活動。

資料來源：經濟部技術處，2022 年。

六、傳統產業技術創新推動作法

經濟部技術處自 2007 年起執行「傳統產業技術創新推動作法」，以專案方式整

合相關法人研究機構，運用科專技術與國內大專院校高階研發能量，推動關鍵模組自主化與開發特色化產品，協助傳統產業技術發展與升級。2022 年計畫內容及 2021 年主要成果如表 8-5-5。

表 8-5-5 「傳統產業技術創新推動作法」執行項目

項 目	法人推動在地產業科技加值創新	學界推動在地產業科技加值創新
計 畫 內 容	藉由金屬中心及傳統產業創新聯盟等法人研發能量，推動產業技術精進與加值應用，選定水五金、金屬門窗及帷幕、航空零組件製造、食品加工、輸送機械設備製造、行動輔具等6項產業。	推動學界長期協助在地重點產業專案，導引學界研發資源與研發成果，應用於產業加值以深化產學鏈結帶動傳統產業發展。
主 要 成 果	- 籌組水五金、金屬門窗及帷幕、行動輔具等6個產業聯盟，聯盟總參與廠商90家，總計促進業者投資3.38億元，增加產值6.13億元。 - 增加就業人數73人。 - 工業服務件數14件，金額559.9萬元。	- 完成132案中小企業診斷諮詢，推動48案次學界協助在地產業之專案，促成廠商投資3.13億元，產值提升達6.99億元，增加263人次就業人數。 - 促成中小企業與學界合作研提政府研發補助計畫資源共通過21案，並促成推動5,612.3萬元計畫執行。

資料來源：經濟部技術處，2022 年。

七、服務業創新研發計畫

經濟部商業司自 2012 年起推動「服務業創新研發計畫」(SIIR)，以補助方式鼓勵服務業者積極投入新服務商品、新經營模式及新商業應用技術等創新開發工作，創造競爭優勢。2022 年補助類別為「個別創新」(又分「先期創新」及「轉型創新」2 組)及「合作創新」(又分「服務生態系」及「連鎖加盟體系」2 組)，並鼓勵商業服務業以「數位應用、體驗情境、低碳循環」為主題，提出創新研發計畫。2021 年核定補助 70 案、協助業者增加營業額 5.55 億元、帶動業者相對投入研發經費 1.5 億元，以及促成投資 1.11 億元。計畫網址：<https://gcis.nat.gov.tw/neo-s/Web/Default.aspx>。

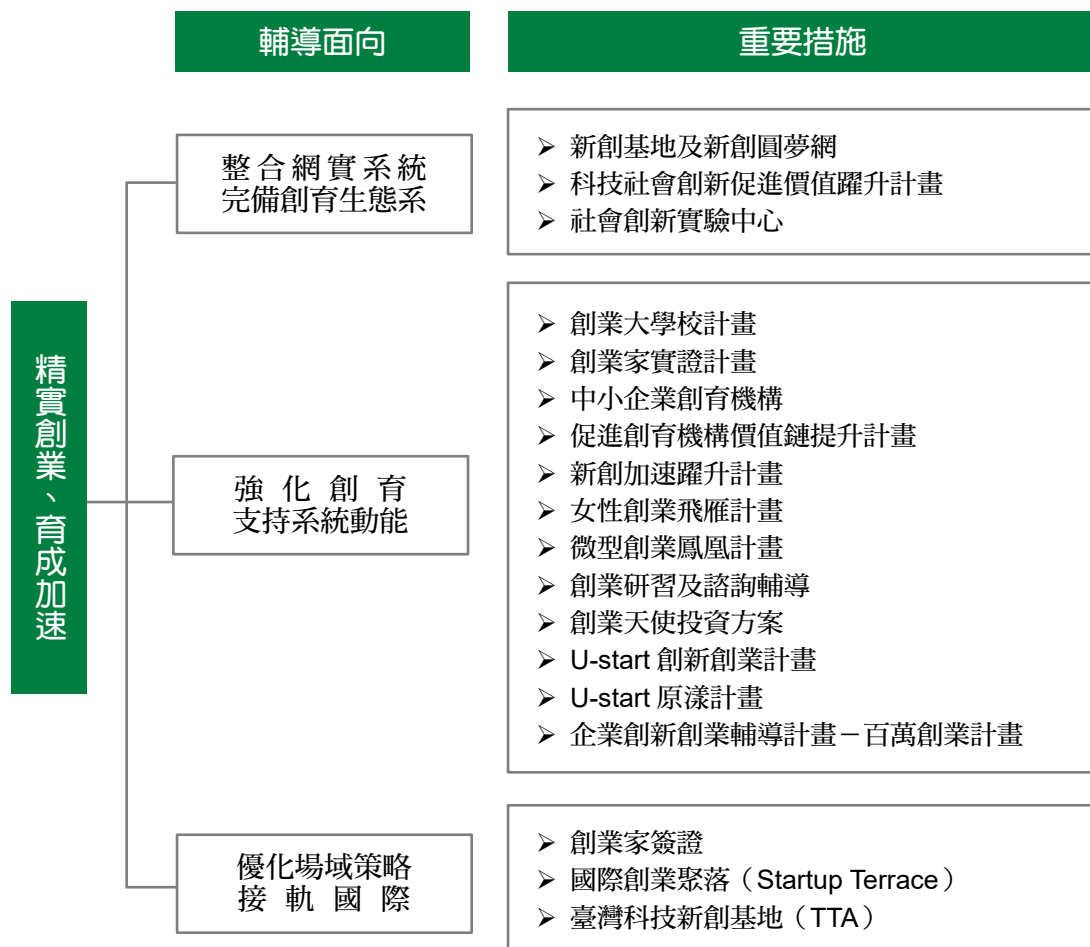
八、企業創新創業輔導計畫－輔導創新研發

原住民族委員會自 2018 年起推動輔導創新研發計畫，透過創新方式，強化經營體質，積極協助原住民族公司從技術面或服務面創新，以產品(服務)與顧客思考創新策略，創新活動聚焦在既有優化、新市場、新產品及新事業。截至 2021 年底止，已協助 63 案共計 74 家原住民族公司技術創新與服務升級，補助金額計 1 億 496 萬餘元，並創造超過 90 人就業機會。相關網址：<https://www.cip.gov.tw/zh-tw/index.html>。

第 9 章 建構創新創業及育成加速機制

為持續營造臺灣優質創業環境，政府建立從創意、創新到創業的完整生態圈，協助新創企業取得資源、發展科技應用並強化創新競爭能量、活化在地經濟，完善創業生態系統，協助新創企業穩健成長。圖 9-0-1 為中小企業創業育成措施架構。

圖 9-0-1 中小企業創業育成措施架構



資料來源：本書整理。

第 1 節 整合網實系統完備創育生態系

一、新創基地及新創圓夢網

經濟部中小企業處自 2015 年起建立一站式實體服務窗口（Taiwan Startup Hub 新創基地），提供「One Stop Service」概念的全方位創業資源與支援服務；新創圓夢網（<https://sme.moeasmea.gov.tw/startup/>）則扮演政府在網路平臺推動創新創業之媒介。2022 年具體作法：（一）營運新創基地及免付費創業諮詢專線（0800-589-168）；（二）維護與優化新創圓夢網、創業圓夢 Start-up Hub 粉絲專頁；（三）全球創業觀察及國內創業生態發展動態滾動分析；（四）促進新創與企業交流。2021 年新創基地舉辦 49 場創業活動，1,944 人次參與；新創圓夢網累計瀏覽 207 萬人次，提供創業諮詢服務 7,654 人次。

二、科技社會創新促進價值躍升計畫

經濟部中小企業處以「科技社會創新促進價值躍升計畫」，串連跨部會及工商各界資源，建立友善社會創新發展環境，協助社會創新組織提升經營能量，拓展市場商機。2022 年具體作法：（一）設計社會創新課程地圖提供多元輔導及社群交流；（二）鼓勵社會創新組織登錄資料庫揭露社會使命及協助社會創新服務納入共同供應契約；（三）「Buying Power」社會創新產品及服務採購獎勵及推動「有責商行」品牌行銷；（四）連結國際社會創新社群網絡。2021 年推動 704 家社會創新組織登錄，帶動社會創新組織產品及服務採購商機逾 7.5 億元。

「社會創新平台」：<https://si.taiwan.gov.tw/>。

三、社會創新實驗中心

「社會創新實驗中心」於 2017 年起推動，並邀集業者及民眾於此開放空間共同討論、聚焦社會與環境議題，並配合相關輔導及社群網絡等資源，使得各類創意想法能夠在此實現、優化，從中找出永續的解決方案。截至 2021 年底已辦理逾 7,500 場活動，超過 15.8 萬人次參與，並招募 5 期 87 家社會創新團隊進駐。「社會創新實驗中心」：<https://silab.sme.gov.tw/>。

第 2 節 強化創育支持系統動能

一、創業大學校計畫

經濟部中小企業處自 2003 年建置「中小企業網路大學校」，提供數位學習及實體課程單一整合入口網站，經營專屬臺灣中小企業 One-Stop 充電站，以達到全民終身學習的目標。2022 年提供逾 800 門免費線上課程、企業組織學習專區、數位多元學習服務及終身學習電子護照服務，並開設中小企業經營領袖及傳承培訓課程等多元課程。2021 年主要成果為推動超過 109 萬人次運用數位學習，實體培訓共 442 人次。「中小企業網路大學校」：<https://www.smelearning.org.tw/>。

二、創業家實證計畫

經濟部中小企業處自 2018 年起執行「創業家實證計畫」，帶動新創業者發展、引導進入政府市場，辦理新創共同供應契約採購，提高政府機關體驗新創產品服務意願。2022 年具體作法：（一）協助新創上架政府共同供應契約；（二）政府出題・新創解題：業者依機關需求，規劃並調整產品或服務。截至 2021 年底已協助 71 家新創業者上架政府共契，促成逾 1.6 億元訂單，以及政府與新創合作開發實證 21 案。

「經濟部中小企業處新創採購」：<https://www.spp.org.tw/spp/>。

三、中小企業創育機構

為建構完善創育產業生態系及推動產業創新發展，自 1997 年起，經濟部中小企業處推動育成政策，透過補助中小企業創育機構，鏈結在地及國際資源，以厚植我國創新創業支援輔導系統基石，孕育創新及新創企業，促進新興產業發展。

（一）創育機構現況

1. 創新作法

2018 年起為因應多樣性創新創業需求，經濟部中小企業處積極協助育成中心轉型為「中小企業創育機構」，並發展出「技術創業放大器」、「在地企業創新器」及「國際創育加速器」等 3 種不同類型，以發揮我國創新創業支援輔導系統功能。

2022 年持續推動創育機構朝向厚研發、鏈地方、重國際等 3 大類創育機構轉型，從技術研發、深耕在地到對接國際，引導創育機構朝多元化育成發展；此外，透過推動「在地青年創育坊」，藉由直接串聯在地青創社群，以青年培力來發展在地，增加青年返（留）鄉創業扎根，進而帶動地方創新及發展契機，完善整體創育輔導生態系。

2. 育成輔導績效

截至 2021 年底，經濟部中小企業處累計補助 150 所創育機構，近 3 年度獲補助創育機構共協助培育 3,688 家次中小企業（含新創企業 2,200 家次），誘發投增資總額達 229 億元，維持及新增就業逾 5 萬人，並進一步協助培育企業取得專利或技轉達 220 件，成功取得國際合作或協助國際新創來臺落地共 47 家。相關網址：<https://incubator.moeasmea.gov.tw/>。

（二）直營育成中心

經濟部中小企業處自 2002 年起配合園區開發，陸續設置南港軟體等自設育成中心，聚焦培育重點科技產業，提供中小企業不同發展階段完整育成服務（表 9-2-1）。2021 年主要成果為培育 186 家、維持及新增就業 1,966 人，以及誘發投增資 7.5 億元。

表 9-2-1 經濟部中小企業處自設育成中心之聚焦培育領域

名 稱	聚焦培育領域
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 科 育 成 中 心	電子資訊、生技醫療、綠能環保、精密機械
新竹生醫產業及育成中心	高階醫材、新藥研發、ICT 醫材、藥物傳輸

資料來源：經濟部中小企業處，2022 年。

四、促進創育機構價值鏈提升計畫

經濟部中小企業處自 2018 年起以「促進創育產業共創發展」為主軸，整合臺灣創業資源，創造以創新創業為核心，並充分結合各產業能量的創育生態體系。2022 年具體作法：（一）發布《2022 臺灣創育產業關鍵報告》；（二）鼓勵企業新創合作共

創轉型；(三) 推動國際策略創育合作。2021 年主要成果：(一) 設置國際新創落地專案 Access to Taiwan (A2T) Program 輔導培育 30 家國際新創團隊，並協助 10 家開發在臺商機；(二) 辦理創新創業國際訓練營 (G Camp)，協助我國 10 家業者進行國際資源連結及商業合作對接。

「G Camp」：<https://www.facebook.com/gcamptaiwan>。

五、新創加速躍升計畫

為推動大企業及中小企業攜手新創運用雲端工具創新升級，經濟部中小企業處自 2021 年起執行「新創加速躍升計畫」，透過新創雲端工具串連之雲端整體解決方案 (Total Solution)，加速雲端工具導入中小企業、新創產品／服務並拓展至國內外市場。2022 年具體作法包含：(一) 雲端工具供需媒合；(二) 雲端工具共創串接與驗證；(三) 整體解決方案輸出國際。2021 年主要成果：(一) 發展雲端共創產業應用案例 5 案次，帶動 20 家次企業及新創參與共創；(二) 促成企業上雲或運用新創工具／服務轉型升級 101 家次；(三) 產業商機 1.14 億元。

計畫網址：<https://www.smefast.org.tw/>。

六、女性創業飛雁計畫

經濟部中小企業處自 2013 年起推動「女性創業飛雁計畫」，協助女性創業，針對不同階段和需求之創業女性，提供客製化及整合性的服務措施，以營造友善女性的創業環境，提升女性經濟力與競爭力。2022 年具體作法：(一) 女性創業知能課程及課後團體創業諮詢；(二) 女性專屬創業加速器之 6 個月持續性加速輔導；(三) 女性創業菁英獎、成功典範媒體宣傳及菁英群聚活動；(四) 與 Facebook、Google 及亞馬遜合作辦理數位行銷培訓課程；(五) 與美國在台協會 (AIT) 共同辦理「女性創業學院計畫」(Academy for Women Entrepreneurs, AWE)，提升女性創業家在地或美國地區商業拓展機會。2021 年培訓女性創業 3,899 人次，提供 90 家女性創業諮詢協助，帶動民間投資約 1.49 億元。計畫網址：<https://woman.sysme.org.tw/>。

七、微型創業鳳凰計畫

為建構創業友善環境，解決企業經營困難，勞動部自 2007 年推動「微型創業鳳

凰計畫」。2022 年執行項目：(一) 辦理創業研習課程，以及提供民眾創業前、中、後期之全程免費創業諮詢輔導服務；(二) 針對 20~65 歲女性、45~65 歲國民、20~65 歲設籍離島居民、就業保險失業者及失業中高齡者及高齡者設立之事業，提供最高額度 200 萬元低利創業貸款及利息補貼。截至 2021 年止，創業貸款金額約 45.05 億元，諮詢輔導 6.1 萬人次，協助 2.7 萬人創業，創造 6.8 萬個就業機會。另設置全國免付費服務專線(0800-092-957)及微型創業鳳凰網站(<https://beboss.wda.gov.tw/>)。

八、創業研習及諮詢輔導

為協助民眾所創事業穩健經營，勞動部提供創業研習課程及諮詢輔導服務，2022 年執行內容包括：(一) 辦理創業入門班、進階班、精進班及網路行銷等各類研習課程；(二) 開設創業數位課程，提供民眾不限時間、地點及載具之學習方式；(三) 遴聘具產業知識與專長之創業顧問，提供民眾創業前、中、後期免費之諮詢輔導服務及創業協助。2021 年創業研習課程共 7,184 人次參與，提供 4,430 人次創業諮詢輔導服務，協助 2,243 人創業，創造 5,296 個就業機會。「勞動力發展數位服務平台」：<https://portal.wda.gov.tw/>。

九、創業天使投資方案

行政院國家發展基金於 2017 年通過辦理「創業天使投資方案」，由國發基金與天使投資人共同投資於我國登記設立之新創事業，或主要營業活動於我國之境外新創事業，提供創立初期營運資金，並借重天使投資人的投資經驗，提供新創事業後續輔導諮詢與網絡連結。截至 2021 年止，創業天使投資方案共核准 166 家新創企業，累計核准新臺幣 23.62 億元，天使投資人搭配投資 15.71 億元，合計挹注新創事業逾 53.7 億元營運發展所需資金。計畫網址：<https://www.df.gov.tw>。

十、U-start 創新創業計畫

為提升校園創新創業文化，鼓勵大專校院優化校園創業環境，結合學校育成輔導資源，提供青年創業實驗場域與資源，培育具創業家精神人才，協助青年學生創業實踐，教育部自 2009 年起持續推動「U-start 創新創業計畫」，提供創業團隊 2 階段補(獎)助款。截至 2021 年底，已有 1,111 組創業團隊獲此計畫補助，其中 775 組創

業團隊完成工商設立登記。計畫網址：<https://ustart.yda.gov.tw/bin/home.php>。

十一、U-start 原漾計畫

為善用 U-start 創新創業輔導能量，協助原住民族青年運用原鄉部落傳統、文化、在地特色農作物及人脈，提出創新創業提案並實踐，以提升原住民族青年創業培力，進而開發原民相關產業新產品或服務，發展原鄉產業經濟，原住民族委員會與教育部自 2020 年起首度合作辦理「U-start 原漾計畫」，提供創業團隊 2 階段補（獎）助款，並搭配相關創業資源介接。2021 年共有 12 組創業團隊通過第 1 階段審查及補助，其中 5 組通過第 2 階段審查及補助。計畫網址：<https://ustart.yda.gov.tw/files/11-1000-122.php>。

十二、企業創新創業輔導計畫—百萬創業計畫

為鼓勵活化原住民族傳統智慧、增強青年創業知能及提升創業存活率，激發青年開展及創新原住民族產業，提升創業成功率，活化原住民族特色產業以達永續經營，原住民族委員會自 2015 年起推動「臺灣原住民族精實創業輔導計畫」，2022 年計畫內容為提供創業補助金，輔導原住民族新創事業團隊以創新商業模式、提升經營及財務管理知識，並進行實地訪視，以企業診斷方式了解市場缺口，改善企業劣勢並突顯優勢，穩定初期創業體質。截至 2021 年底，已投資逾 1.3 億元創業補助金、140 組新創企業（含公司、商／行號），並創造逾 500 人的就業機會。相關網址：<https://www.cip.gov.tw/portal/index.html>。

第 3 節 優化場域策略接軌國際

一、創業家簽證

為吸引優秀的國外創業家來臺，為臺灣創新創業環境注入新能量，行政院自 2015 年核定實行「創業家簽證」，凡具有創新能力及技術的外國及港澳創業家，經由經濟部投資審議委員會審查認定符合一定創新條件者，可先取得 1 年居留，後續如設立公司且有營運事實，將可再申請延長居留 2 年；合法連續居留 5 年，每年居住超過 183 天者，外國及港澳創業家可分別申請永久居留及定居。截至 2021 年底，已有 766

人申請，562 人通過。相關網址：<https://www.boca.gov.tw/cp-9-175-2754c-1.html>。

二、國際創業聚落（Startup Terrace）

為匯聚國內與國際間新創能量，經濟部中小企業處建置「林口新創園」及「亞灣新創園」，成為國際級創業聚落品牌。2022 年聚焦資源鼓勵國際加速器進駐，進行新創輔導及培育，並鏈結中大企業合作，提供新創實證場域進行產品服務驗證，匯聚國內外新創能量，完善臺灣創新創業生態圈。截至 2021 年底，共 266 家國內外業者進駐。相關資訊詳見「林口新創園」（<https://www.startupterrace.tw>）、「亞灣新創園」（<https://www.yawan-startup.tw/>）。

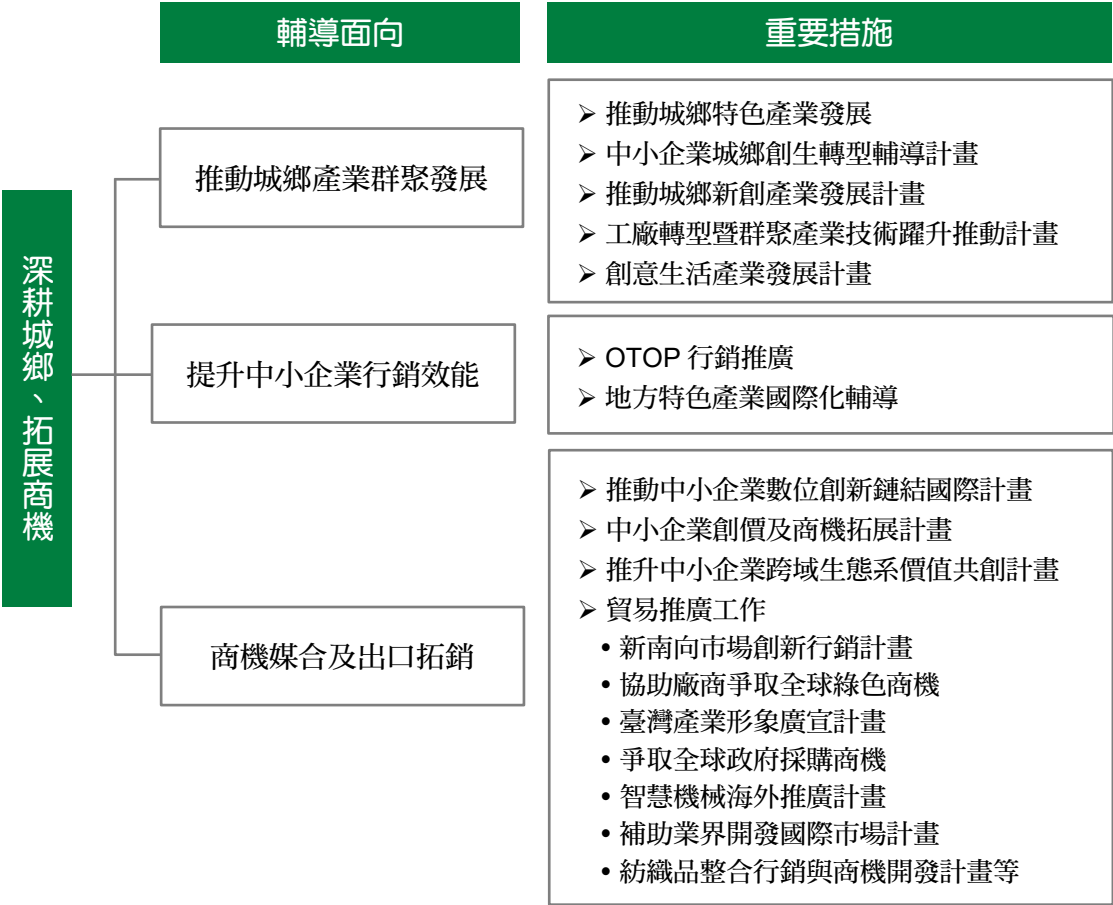
三、臺灣科技新創基地（TTA）

為協助臺灣新創團隊發展並與國際接軌，國家科學與技術委員會於 2018 年在小巨蛋設立「臺灣科技新創基地」（Taiwan Tech Arena，簡稱 TTA），作為國內外新創鏈結合作樞紐。2022 年執行項目：（一）引介國際級加速器及海內外科技新創進駐 TTA；（二）強化學研新創輔導及國際鏈結；（三）打造前瞻新創空間 TTA 南部據點，串聯 TTA 南北新創資源，帶動南部創新創業氛圍，並與國際新創生態圈對接。2021 年吸引 7 家加速器廠商進駐，透過加速器培訓課程，引進 158 個國際級團隊進駐基地，協助團隊與企業商業合作 67 件，並與各國創業機構合作新創活動交流，募資額達 56.5 億元。「TTA」網址：<https://www.taiwanarena.tech/>。

第 10 章 深耕城鄉產業及掌握市場商機

為活絡地方經濟發展，創造在地就業機會，提升城鄉行銷效能，以及掌握國內外市場商機，政府以多元輔導措施，協助地方產業及整體中小企業建立利基，並拓展國內外市場。圖 10-0-1 為相關重點措施架構。

圖 10-0-1 推動中小企業城鄉產業發展及拓展海內外市場措施架構



資料來源：本書整理。

第 1 節 推動城鄉產業群聚發展

一、推動城鄉特色產業發展

為活絡城鄉經濟，提供穩定就業機會，經濟部中小企業處自 1989 年起積極協助發展地方特色產業，並於 2018 年起帶動具區域樞紐及周邊產業發展之城鄉特色產業，與縣市政府共同合作建置城鄉場域及園區，並優化場域之公共硬體空間，以提供中小企業進駐營運。

近年來為賦予城鄉特色產業嶄新的生命力，以「創新提案、跨域合作」概念培育扎根，邀請全國大專校院學生透過創意發想參與城鄉特色產業，引導城鄉產業業者嘗試解構並重組城鄉產業鏈的合作對象，藉以注入產品或服務的創新思維、創新產業營運模式。

為建構具識別度之特色產業，促進城鄉特色產業發展，協助地方產業多元化經營，於國內以主題式培訓協助產品創新及開發，於國外適地性輔導，強化國際化能力，並且透過通路輔導機制，協助企業掌握國際消費市場需求，成功上架多元通路，拓展經營業機。此外，每年擇定主題，透過 OTOP 產品設計獎選品拔尖，引領市場風向，提供國際獎項及通路推廣資源。

2021 年主要成果為促進自主投資 1,186 萬元，協助媒合產品至國內通路上架，創造 1,818 萬元新商機，海外通路媒合 46 家企業，與美國、加拿大、新加坡、馬來西亞、菲律賓與香港之通路對接，新增商機 2,500 萬元以上，強化在地文化價值，賦予臺灣地方特色產品新生命力。「城鄉特色網」：<https://www.otop.tw/city/fund>。

二、中小企業城鄉創生轉型輔導計畫

為促進城鄉產業轉型，平衡區域發展，經濟部中小企業處自 2018 年推動「中小企業城鄉創生轉型輔導計畫」，透過創生場域改造活化、在地文化塑造、特色產業發展、商業模式創新，健全企業體質，發揮在地示範性與影響力，加速地方產業轉型，創造在地就業機會並促進人口回流。2022 年以單一企業及企業聯合等 2 提案類型分流並進落實城鄉創生發展藍圖。2021 年共推動 65 案、新增營業額 1.6 億元、新增就

業人數 143 人及人才培訓 3,178 次。計畫網址：<https://share.sbtr.org.tw/>。

三、推動城鄉新創產業發展計畫

為協助城鄉特色產業創新升級，完善創業聚落環境，進而帶動在地特色場域及城鄉新創產業經濟發展新活力，經濟部中小企業處於 2021 年起補助縣市政府優化其產業創新場域，鏈結新創產業做為實證場域，並投入輔導青年創業資源，以推動城鄉新創產業發展。2022 年計畫採競爭型提案機制，補助直轄市及縣（市）政府依產業發展需求規劃設置。截至 2021 年，已補助 10 案縣市政府新創場域計畫。計畫網址：<https://township2.sme.gov.tw>。

四、工廠轉型暨群聚產業技術躍升推動計畫

為協助具有產業文化或觀光教育價值的傳統工廠轉型為「觀光工廠」，讓原本具有特色的工廠更能彰顯寓教於樂的觀光價值與營運新模式，經濟部工業局自 2014 年起推動「特定地區群聚產業轉型升級計畫」，2021 年以「工廠轉型暨群聚產業技術躍升推動計畫」延續之。2022 年計畫內容包括：（一）觀光工廠評鑑及廣宣；（二）評選優良與國際亮點觀光工廠；（三）跨域整合與加值輔導等。2021 年主要成果為促進投資額 20.25 億元，增加產值 10.5 億元，增加在地就業 166 人次，支持就業人數 1 萬人。

五、創意生活產業發展計畫

為協助國內產業轉型升級、增進就業機會、協助業者結合創意、文化元素，開發產品、場所、服務、活動之創意商品或服務，進而創新經營模式，提升經濟活動之附加價值及拓展新商機，經濟部工業局自 2003 年起推動「創意生活產業發展計畫」。2022 年執行項目包含評選創意生活事業、推動產業價值提升輔導及產業行銷合作推廣。2021 年促成衍生投資 0.25 億元，增加產值 0.09 億元。「創意生活網」：<https://www.creativelife.org.tw/>。

第 2 節 提升中小企業行銷效能

一、OTOP 行銷推廣－深耕國內通路

經濟部中小企業處自 1989 年起推動地方特色產業輔導政策，透過臺灣 OTOP (One Town One Product)「一鄉鎮一特色」共同標示形象，推廣臺灣地方特色且優質的產品。於 2010 年持續以「地產地銷」、「地產內銷」、「地產外銷」策略推進，以本地化、專業化，建設 OTOP 國內通路，強調創造臺灣 OTOP 品牌價值，改進產品和包裝設計，進入國際市場。2022 年執行之 2 大面向：(一) 落實地方經濟發展、創造在地就業機會。(二) 透過主題式行銷、拓展國際市場，強化地方產業競爭力，並提高、擴大市場價值。

國內通路布局方面，經營實體通路包括日月潭 OTOP 館，並擴大民間參與機會，於臺灣桃園國際機場、國道休息站及觀光景點共有 10 處 OTOP 授權通路。此外，辦理跨域通路合作，與實體通路辦理短期主題展售，推廣地方特色產業，協助 OTOP 業者上架銷售。於虛擬通路方面，除原有之地方特色購物網，積極拓展多元商機，並與知名電商平臺合作，媒合業者上架銷售。

2021 年日月潭 OTOP 館營業額為 761 萬元；電商平臺專區媒合 42 家業者上架，累積 4,321 筆訂單，銷售金額為 325 萬元。「城鄉特色網」：<https://www.otop.tw/>。

二、地方特色產業國際化輔導－展望國際市場

經濟部中小企業處自 2007 年推動地方特色產業國際化輔導，為厚植產業能量，以國際化企業甄選概念，遴選具國際化推廣意願與能力，且符合海外通路接洽吸引力之業者；並鏈結輔導工作，以產品適地化、行銷適地化為內容，協助國際化企業提升海外拓展能力與產品市場競爭力、促進企業自主投資，以及提升國際市場推廣效益。

經由計畫性的海外通路布建，以節慶展售之活動合作或 OTOP 專區之情境展現，採取交叉運用的方式，較為契合 OTOP 企業需求及經營現況，也可藉此取得與海外據點更多元的合作，更能展現臺灣 OTOP 的多元特色。2022 年穩定於美國、加拿大、新加坡、馬來西亞、菲律賓與香港辦理主題展售活動，並持續拓展日本與歐洲市場。

2021 年國際化專案輔導 23 案，提升受輔導企業營業額計 3,843 萬元以上，帶動就業人數提升 39 人。海外通路媒合 46 家企業與美國、加拿大、新加坡、馬來西亞、菲律賓與香港 6 國通路對接，辦理 6 場次海外展售活動，展售金額 1,700 萬元，新增商機 2,500 萬元以上。「城鄉特色網」：<https://www.otop.tw/>。

第 3 節 中小企業商機媒合與出口拓銷

一、推動中小企業數位創新鏈結國際計畫

經濟部中小企業處自 2019 年起執行「推動中小企業數位新鏈結國際計畫」，鎖定新南向內需市場需求，協助中小企業導入數位創新工具建立新興商業模式，以加速國際市場拓展爭取數位商機。2022 年主要執行項目：(一) 辦理新南向主題產業商機聯盟輔導及建構國際合作網絡；(二) 專業顧問國際市場診斷服務；(三) 舉辦新南向業者商機交流會。2021 年亮點成果為促成中小企業與南向國家簽訂 15 案合作備忘錄 (MOU) 及實質合作契約，累計海外拓銷商機產值達 2.3 億元。計畫網址：<https://info.moeasmea.gov.tw/masterpage-wpi>。

二、中小企業創價及商機拓展計畫

為協助中小企業在競爭激烈的環境中，能夠持續發揮所長創造價值，並拓展國內外商機，經濟部中小企業處自 2021 年起推動「中小企業創價及商機拓展計畫」。2022 年以協助我國優質中小企業創造新價值拓展市場為目標，透過挖掘商機、辦理國內外商機媒合活動與國際行銷、協助企業新產品服務場域驗證、跨國經驗分享等輔導方式，提升我國中小企業曝光、媒合與價值提升機會，加速國內外商機拓展。2021 年辦理 5 場次商機媒合與經驗分享活動，提供 64 家中小企業創價輔導及安排 330 場次以上商機媒合洽談，衍生商機計 1.15 億元。「中小企業商機媒合整合服務網」：<https://technomart.moeasmea.gov.tw>。

三、推升中小企業跨域生態系價值共創計畫

為協助我國中小企業連結供給端與需求端，建立可行解決方案，快速到市場進行實證，發展生態標竿示範案例，以利後續業者創新永續經營，經濟部中小企業處執行

「推升中小企業跨域生態系價值共創計畫」，2022 年以「創」：產官學研共創價值、「新」：強化新興科技應用、「高」：提升企業高成長之「創、新、高」3 大策略思維，達到推動價值共創生態系，運用新興科技或資訊服務平臺，帶動中小企業高成長、高獲利。2021 年促成發展創新服務或商品 83 案、帶動創新事業投資及研發資源投入共 4.3 億元，以及提升受輔導廠商營收達 8 億元。

計畫網址：<https://smefuture.org.tw/masterpage-smeecosystem>。

四、貿易推廣工作

為協助中小企業持續多元化拓展海外市場，經濟部國際貿易局（以下簡稱貿易局）結合民間力量拓展市場及推動多項貿易推廣專案計畫等，而因應 COVID-19 疫情，相關活動部分以線上方式辦理。工作項目如下：

（一）強化貿易推廣工作

為協助廠商布局全球，提升我國產品國際競爭力，促進經貿發展，貿易局每年辦理推廣貿易工作，2022 年執行項目包括：1.辦理海外實體及線上展團活動、廣邀國外買主對臺採購及提供客製化專案服務；2.多元管道提供商情資訊服務及維運我國貿易總入口網站－台灣經貿網（<https://www.taiwantrade.com/home.html>）；3.擴展海外據點服務；4.國際行銷人才培訓。2021 年主要成果為協助逾 6.17 萬家次廠商拓展海外市場，促成 3,939 名買主對臺採購，以及 173 家次廠商成功布建全球市場通路。

（二）結合民間力量拓展市場

貿易局 2022 年主要活動包括組團赴國外拓展貿易、參加商展、邀請國外貿易團體來訪、舉辦或參加國際性經貿會議等，另為應個別廠商出口拓銷需要，亦補助個別公司或商號參加海外國際展覽。2021 年因應 COVID-19 疫情，從寬處理相關補助作業，主要成果為補助 145 家公協會、徵集 2,115 家廠商參展；補助 367 家個別廠商參展計 485 項計畫，其中 9 成補助對象為中小企業。

相關網址：<https://tpsp.trade.gov.tw/tpo/home/notice/front>。

（三）推動多項專案計畫

1. 新南向市場創新行銷計畫

為協助廠商爭取東協、南亞及紐澳民生消費商機，貿易局推動「新南向市場創新行銷計畫」。2022 年具體作法包括：（1）以多元管道提供東協、南亞及紐澳商情資訊；（2）推動商用通路跨產業群聚輔導聯盟，提供專業諮詢輔導；（3）協助廠商運用數位科技及新媒體，進行線上產品測試及社群行銷推廣，並辦理買主精準媒合活動。2021 年共協助 37 家業者成功進入東協及印度市場。相關網址：<https://mvp-plan.cdri.org.tw/>。

2. 協助廠商爭取全球綠色商機

為協助我業者建構減碳出口能量，進而在全球低碳市場趨勢中爭取綠色商機，2022 年貿易局持續維運「綠色貿易資訊網」，介紹碳知識、蒐集國際碳議題相關政策、新聞動態及商情商機，並提供線上碳顧問諮詢服務。此外，啟動「減碳行動力出口服務列車」，於北、中、南辦理大型企業分享會、碳健檢活動及小型工作坊；另提供國際綠色驗證諮詢輔導、辦理實體及線上展團拓銷等。2021 年共服務廠商 3,053 家次，提供廠商諮詢輔導 335 家次，提供國際綠色驗證及碳議題查證輔導 58 家次。「綠色貿易資訊網」：<https://www.greentrade.org.tw>。

3. 臺灣產業形象廣宣計畫

為加強目標市場消費者對台灣精品及優質產業之認知與好感，進而提升臺灣產業國際形象及帶動出口成長效益，貿易局推動「臺灣產業形象廣宣計畫」。2022 年運用多元及整合行銷推廣活動，包括：台灣精品選拔及推廣；針對目標市場，採取展覽行銷虛實並進、數位行銷及因地制宜之整合廣宣作法。2021 年於 15 國辦理推廣行銷活動 62 場次，洽邀 233 家國內企業參與；協助 880 家次國內企業與目標市場通路業者合作。

「台灣精品」：<https://www.taiwanexcellence.org/tw>。

4. 爭取全球政府採購商機

為協助廠商爭取國外政府採購直接採購案或分包商機，2022 年貿易局持續辦理商機說明會、商機開發團及洽邀買主等推廣工作。2021 年主要成果為辦理 7 場政府採購議題論壇／說明會、5 場產業商機開發團；並搭配台北國際電腦展、台灣國際水展及台灣國際智慧能源週等 3 場國際專業展，辦理採購洽談會，預估潛在商機 10.24 億美元。

「全球政府採購商機網」：<https://gpa.taiwantrade.com.tw/zh/home>。

5. 智慧機械海外推廣計畫

為協助我國智慧機械相關廠商爭取海外商機，貿易局推動「智慧機械海外推廣計畫」。2022 年在美國、德國及日本等目標市場推動以下工作：(1) 配合海外專業展，運用多元數位行銷手法宣傳臺灣智慧機械；(2) 以發表會、媒合會及創新行銷作法等形式媒合我商及買主；(3) 數位化商情研析及資訊擴散。2021 年籌設 4 個線上形象館，線上瀏覽逾 5 萬 1,950 人次；辦理 7 場商機媒合會，總計洽邀 162 家買主與我商洽談；累計完成 8 場海外展整合行銷，總計 28 家廠商發表產品。計畫網址：<https://zh.twmt.tw/>。

6. 補助業界開發國際市場計畫

為鼓勵廠商提出多元創新手法或整合性行銷之加值作法，赴海外布建行銷通路，貿易局推動「補助業界開發國際市場計畫」。2022 年總計共補助 31 案，其中，中小企業 18 家，占比為 58%。2021 年主要成果為成功協助廠商赴 33 個市場，布建 146 個直營據點。計畫網址：<https://www.imdp.org.tw/>。

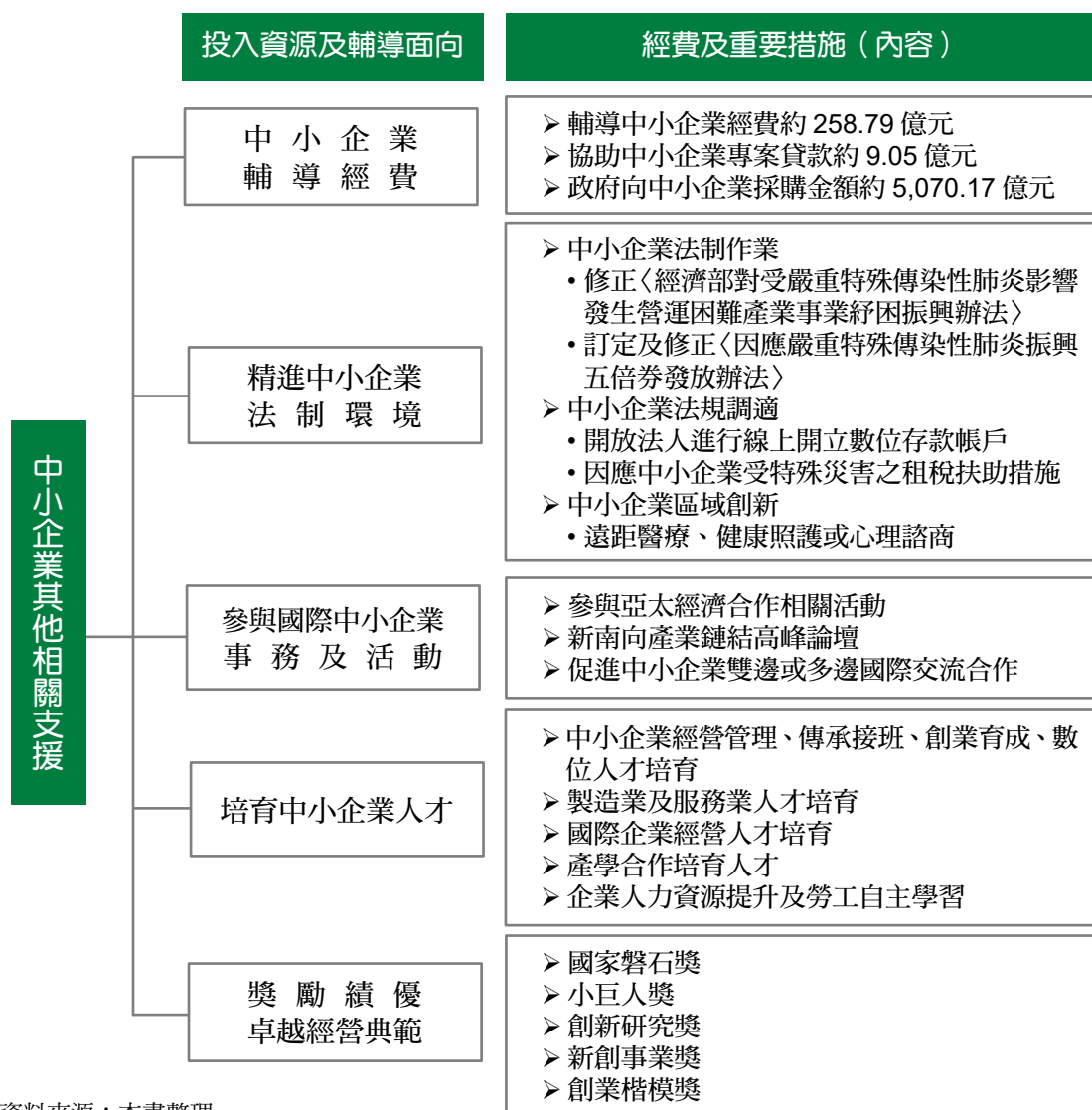
7. 紡織品整合行銷與商機開發計畫

為協助臺灣紡織業者開拓海外市場，貿易局推動「紡織品整合行銷與商機開發計畫」。2022 年輔導內容包括：(1) 整合行銷與商機開發；(2) 國際行銷諮詢與服務；(3) 客製化行銷輔導措施。2021 年主要成果：(1) 辦理 36 場拓銷活動，參與廠商計 282 家次；(2) 提供個別廠商國際行銷諮詢服務 55 家次、建置新產品新技術數位平臺資料 25 筆及國際電子商務平臺嘉惠廠商 146 家次；(3) 遴選 15 案 16 家廠商接受客製化輔導等。計畫網址：<https://export.textiles.org.tw>。

第 11 章 中小企業其他相關支援

為優化中小企業經營環境，政府持續推動中小企業相關支援，包括政府協助之各項中小企業輔導經費、精進中小企業法制環境、國際參與交流、培育中小企業人才，以及辦理各項與中小企業相關選拔表揚活動等。圖 11-0-1 為中小企業其他相關支援架構。

圖 11-0-1 中小企業其他相關支援架構



資料來源：本書整理。

第 1 節 協助中小企業輔導經費

本節敘述有關政府用於協助中小企業之各項輔導經費、各項中小企業專案貸款政府出資部分，以及政府向中小企業採購等的經費統計。因資料取得限制，輔導資源與專案貸款出資部分，僅限於中央政府各一級機關之經費。

一、輔導中小企業經費約 258.79 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、工業局、貿易局、商業司及技術處等與 11 項輔導體系有關的政府決算數、金融機構信用合作社捐助挹注中小企業信用保證基金，以及勞動部人才培訓經費等。

以經濟部及所屬機關（含基金）決算來看，2021 年計有 315.10 億元，其中用於中小企業的經費為 230.09 億元，占有決算經費的比率為 73.02%。2021 年整體經費較 2020 年減少 10.45 億元，用於中小企業輔導經費減少 11.59 億元，主因為 2021 年技術處及工業局用於中小企業經費減少幅度，分別為 11.40%及 6.01%。用於中小企業輔導經費前 3 名分別為：技術處（84.53 億元）、中小企業處（61.12 億元），以及工業局（46.75 億元）。（表 11-1-1）

2021 年另有 36 家本國銀行及 6 家信用合作社，合計捐助 26.00 億元挹注中小企業信用保證基金；在人力資源投資部分，勞動部勞動力發展署協助事業單位辦訓的「企業人力資源提升計畫」及「小型企業人力提升計畫」，用於辦理中小事業單位人才培訓經費約 2.70 億元，總計政府用於輔導中小企業的經費約 258.79 億元。

二、協助中小企業專案貸款約 9.05 億元

2021 年由政府出資與中小企業有關的專案貸款，包括中小企業發展基金支援辦理出口貸款、海外投資貸款、海外營建工程貸款、協助中小企業紮根專案貸款、原住民族綜合發展基金貸款（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－生產用途），以及勞動部微型創業鳳凰貸款、失業中高齡者及高齡者創業貸款等，合計約 9.05 億元。（表 11-1-2）

表 11-1-1 2020 年及 2021 年經濟部輔導中小企業之資源經費

單位：新臺幣億元；%

主辦單位	會計年度決算金額		用於中小企業總額		增減金額 ③=②-①
	2020	2021	2020①	2021②	
中小企業處	57.19	61.12	57.19 (100.00)	61.12 (100.00)	3.93
工 業 局	82.04	79.31	49.74 (60.63)	46.75 (58.95)	-2.99
貿 易 局	38.34	37.18	33.38 (87.05)	32.26 (86.75)	-1.12
商 業 司	8.79	7.78	5.96 (67.78)	5.43 (69.83)	-0.53
技 術 處	139.19	129.71	95.41 (68.54)	84.53 (65.17)	-10.88
合 計	325.55	315.10	241.68 (74.23)	230.09 (73.02)	-11.59

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輔導及中小企業發展基金地方產業基金。

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.貿易局的經費含推廣貿易基金。

5.商業司的經費含推動商業現代化及商業科技發展。

6.技術處的經費為科技專案。

資料來源：經濟部所屬各單位，2022 年。

表 11-1-2 2021 年由政府出資之中小企業專案貸款

單位：新臺幣億元

貸款名稱	辦理對象	方式	辦理情形	
			全部貸出 金 額	政 府 出 資
中小企業發展基金支援辦理出口 貸款 海外投資貸款 海外營建工程貸款	中小企業	中小企業發展基金全額 出資	5.00	5.00
協助中小企業紮根專案貸款	中小企業	國家發展委員會自中長 期資金提撥專款或銀行 以自有資金支應	13.10	0.00
原住民族綜合發展基金貸款（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－ 生產用途）	原住民族	由原住民族綜合發展基 金全額出資	3.95	3.95
微型創業鳳凰貸款 就業保險失業者創業貸款 失業中高齡者及高齡者創業貸款	20~65歲女性及設籍離島居 民、45~65歲國民 就業保險失業者 失業中高齡者及高齡者	銀行自有資金貸放，由 勞動部補貼利息	3.22	0.10
合 計			25.27	9.05

資料來源：經濟部中小企業處、原住民族委員會與勞動部，2022 年。

三、政府向中小企業採購金額約 5,070.17 億元

依行政院公共工程委員會《110 年政府採購執行情形》報告，2021 年政府機關採購支出金額為 5,842.79 億元，由中小企業承包或分包之金額為 5,070.17 億元，中小企業承包比率達 86.78%。

第 2 節 精進中小企業法制環境

近期政府協助中小企業營造優質法規環境之重點相關措施，分為中小企業法制作業、中小企業重要法規調適及中小企業區域創新等 3 面向，說明如下：

一、中小企業法制作業

（一）修正〈經濟部對受嚴重特殊傳染性肺炎影響發生營運困難產業事業紓困振興辦法〉

考量 COVID-19 疫情仍未見舒緩，且中央流行疫情指揮中心自 2021 年 5 月陸續發布第 2 級、第 3 級警戒，為協助受影響事業度過難關，經濟部分別於 2021 年 3 月 18 日、6 月 4 日及 9 月 28 日修正〈經濟部對受嚴重特殊傳染性肺炎影響發生營運困難產業事業紓困振興辦法〉，除延長薪資及營運資金補貼，並新增提供營業衝擊及停業補貼措施，另針對原已申請營運資金貸款或振興資金貸款之中小企業，可申辦舊有貸款展延及利息補貼。

（二）訂定及修正〈因應嚴重特殊傳染性肺炎振興五倍券發放辦法〉

為協助受疫情影響之內需型產業，活絡經濟、促進商業發展，經濟部於 2021 年 9 月 27 日訂定〈因應嚴重特殊傳染性肺炎振興五倍券發放辦法〉，並於同年 10 月 25 日修正放寬弱勢民眾尚未使用數位五倍券，且符合經濟部公告條件者，得取消綁定，以及營業人得於收受紙本五倍券後主動找零。另於 2022 年 3 月 9 日修正新生兒於一定期間前出生，其領有出生證明之生父或生母，得選擇代為領取紙本五倍券或等值有價證券，以刺激消費，振興内需型產業，協助中小企業順利度過疫情挑戰。

二、中小企業法規調適

（一）開放法人進行線上開立數位存款帳戶

近年數位金融服務已成為國際趨勢，惟依〈銀行受理客戶以網路方式開立數位存款帳戶作業範本〉第 2 條第 2 款規定，除自然人或獨資組織外之其他法人仍無法線上開立數位存款帳戶，經濟部中小企業處遂函請金融監督管理委員會適度放寬規定。金融監督管理委員會於 2021 年 11 月 16 日發布新聞稿，釋明已督導銀行公會修正〈銀行受理客戶以網路方式開立數位存款帳戶作業範本〉，開放本國成年合夥人或股東 3 人以下之本國合夥組織或公司，可線上開立數位存款帳戶，將有助於減少中小、新創及微型企業營運成本。

（二）因應中小企業受特殊災害之租稅扶助措施

隨本土疫情加劇，對以民生服務業為主體之中小企業衝擊更甚。經濟部中小企業處函請財政部考量中小企業營運資金有限，且承受風險之能力不若大型企業，評估給予相關租稅扶助措施，包含：提供中小企業防疫支出之稅負減免、比照 2020 年度辦理受疫情影響之企業得免辦理所得稅暫繳、釋明並放寬稅負緩繳及分期之再延長措施、針對受疫情影響之中小企業提供房屋稅核減等建議。2021 年 8 月 24 日獲得財政部正面回應，並進行相關調整，有助於降低疫情期間中小企業之行政成本，減輕稅負壓力。

三、中小企業區域創新

經濟部中小企業處自 2021 年起推動創新法規諮詢機制，協助釐清中小企業發展創新應用時面臨的法規疑義，並同步藉由強化地方連結、提供法規修正建議等多元協處模式，降低法規與中小企業區域創新發展之隔閡，建立友善創新法規環境。

近年來隨高齡化社會的趨勢，以及 COVID-19 疫情的不穩定性，使遠距醫療、健康照護或心理諮商等需求大幅提升，也帶動中小企業踴躍投入、開創多樣化的解決方案。然現行法規如：〈醫師法〉、〈通訊診察治療辦法〉與〈通訊心理諮商參考原則〉等相關規範中，其適用對象、情境較未考量中小企業創新模式發展應用。因此，經濟部中小企業處於 2020 年 12 月至 2021 年 5 月間，透過召開個案討論會議，廣泛蒐

集產學界意見，於 2021 年 8 月召開座談會議收斂各界意見，並於同年 10 月彙整法規修正建議，提供主管機關參考，加速法規明確化，並切合產業實務脈動。

另一方面，為優化區域通訊心理諮商業務執行現況，亦透過研析國際規範及綜合我國區域產業特性，協助地方縣市政府相關單位釐清適用法規、提供法制調整策略建議，並與地方攜手合作，落實遠距心理諮商服務之推行。

第 3 節 參與國際中小企業事務及活動

我國多年來透過積極參與國際組織、各類雙邊合作、育成扶植及產學合作等方式，協調新創及中小企業參與國際經貿事務，達到拓展中小企業國際視野及雙邊交流目的。以下為 2021 年及 2022 年參與及舉辦的重要國際事務與活動。

一、參與亞太經濟合作（Asia-Pacific Economic Cooperation, APEC）相關活動

（一）出席第 27 屆「APEC 中小企業部長會議」

我國代表陳政務次長正祺於 2021 年 10 月 9 日以視訊方式參加第 27 屆「APEC 中小企業部長會議」，回應「以數位化作為經濟衝擊後有效復甦的推動工具」議題，分享我國中小企業數位轉型之策略作為，包括首先應加強數位基礎建設，如建置超寬頻科技與應用雲端運算，繼而提供資源，給予對應的經濟誘因，以為關鍵促成要素，並以「雲世代數位轉型計畫」為例，分享我國微中小企業數位轉型相關政策。

（二）主辦「APEC 跨域創新生態系國際論壇」

2021 年 8 月 25 日偕同菲律賓於臺北舉辦「APEC 跨域創新生態系國際論壇」，以「建構數位平台」、「整合跨域人才」、「跨業以大帶小」為主題，探討如何建立數位接觸管道與商業模式，導入數位化系統與平臺，進而整合垂直和水平價值鏈的產業成員，建立跨產業生態體系等議題。該場活動並結合虛擬實境生態系企業展覽，與會者可透過線上帶看功能，與展攤業者進行互動。

二、新南向產業鏈結高峰論壇

中華民國全國工業總會與經濟部工業局自 2017 年起共同舉辦「新南向產業鏈結高峰論壇」，協助企業與東協國家在產業及經貿上能有進一步合作，中小企業也可利用此平臺，掌握更多東協市場資訊，以拓展新商機。2022 年持續透過 6 國對接平臺，選定目標合作產業，聚焦雙邊產業發展需求，促成具體合作案。2021 年舉辦臺泰、臺印尼、臺印度、臺馬、臺越及臺菲產業鏈結高峰論壇共 6 場次，帶動近 1,300 餘家企業交流媒合，促成紡織、食品生技、電子製造、智慧城市等領域 24 項合作協議及 2 項合作成果。

三、促進中小企業雙邊或多邊國際交流合作

- （一）推動雙邊及多邊事務、促進跨國交流合作：1.與相關重要夥伴國家推動雙邊中小企業合作，包含菲律賓、馬來西亞、印度、日本、美國、土耳其、波蘭等；2.出席新加坡、馬來西亞、日本、菲律賓、紐西蘭、泰國、印度、法國、斯洛伐克等年度雙邊重要會議；3.配合推動世界貿易組織（World Trade Organization, WTO）微中小企業非正式工作小組等多邊議題合作事宜。
- （二）中小企業國際交流重要成效：突破疫情限制，2021年與相關國家交流合作成果例如：
1. **土耳其**：推動「臺土（土耳其）中小企業合作瞭解備忘錄」，與土耳其中小企業總署（KOSGEB）合作辦理「臺土數位健康線上商談會」，邀請土耳其6家與我國14家中小企業企業進行26場次一對一線上商談。
 2. **波蘭**：推動「臺波（蘭）中小企業、創新與新創事業瞭解備忘錄」，與波蘭企業發展局（PARP）合作線上辦理「臺波蘭中小企業合作論壇」，邀請臺波15家企業與會，促成我國正通科技公司與波蘭5G公司 Microamp 簽署 MOU 及 NDA（保密協議）。
 3. **馬來西亞**：辦理「第6屆臺馬中小企業發展工作小組（SMEDWG）會議」，促進臺馬雙方資訊交流分享、育成加速器網絡合作、能力建構等合作。並協助臺馬共81家企業線上商談、促成5案臺馬企業洽談初步合作內容。

4. **日本**：辦理「第4屆台日中小企業協力會議」，就臺日創業現狀及支援政策、亞太合作模式、合作成果案例等議題進行資訊分享，以利臺日中小企業合作商机。
5. **斯洛伐克**：斯洛伐克率團來臺參與「第1屆臺斯（次長級）經濟諮商會議」，經濟部中小企業處與會分享我國推動雲世代產業數位轉型政策，歡迎斯國新創運用我國林口及亞灣新創園所提供的線上及實體落地服務。

第 4 節 培育中小企業人才

除了經濟部中小企業處為中小企業量身訂做經營管理、創業育成人才培育外，其他相關政府單位，也針對各產業所需人才，選擇產業重點項目進行人才養成，這些措施亦適用於中小企業。

一、中小企業經營管理、傳承接班、創業育成人才培育

為強化中小企業在經營發展各階段所需知能，以及提升從業人員人才培育能量，經濟部中小企業處自 2018 年起推動各項中小企業人才培育相關計畫，2022 年依據中小企業不同需求，規劃創業大學校平臺，提供數位及實體課程，以及推動中小企業終身學習護照等。2021 年推動超過 109 萬人次運用數位學習，實體課程共培訓 442 人次。「中小企業網路大學校」：<https://www.smelearning.org.tw/>。

另外，為加速中小企業建立企業傳承及數位轉型觀念，以促進中小企業數位轉型為目標、培育接班團隊為方法，2022 年持續透過「理論－實務－理論」方式聚焦輔導成效，並建構「N 世代學苑」（NexTech Academy），客製化企業數位應用所需資源，推動數位學程、社群學習與輔導，促進企業傳承與接班人才及團隊數位領導能力養成，協助企業累積轉型能量與提升競爭優勢。2021 年協助 15 家參與「標竿企業實戰班」企業，改善至少 5%營運績效；53 家參與「潛力企業共學班」企業，透過課程培訓及導師協助，擘劃企業專屬數位轉型藍圖；建置線上數位轉型力課程 34 門，累計 1,680 人次參與。計畫網址：<https://ntacademy.sme.gov.tw/>。

二、數位人才培育

因應產業數位轉型與數位經濟發展趨勢，經濟部中小企業處自 2020 年起推動「數位青年轉型種子賦能計畫」（T 大使計畫），政府及民間公私協力，透過職能培育、企業場域、業師與數位轉型解決方案實作，為中小企業所需數位人才提前布局，共同培育產業數位轉型種子人才，並協助青年接軌未來就業市場。2021 年完成第 1 屆數位青年（T 大使）計 501 位培訓，協助青年考取 475 張數位國際認證，並已有 396 位青年完訓後，加入推動產業數位轉型行列。「T 大使計畫」：<https://www.3t.org.tw>。

三、製造業人才培育

為充裕產業升級轉型所需人才，建構專業人才培訓環境，經濟部工業局持續推動「產業專業人才發展計畫」，2022 年推動重點產業培訓課程，並建立產學研合作鏈結，期以多元培育模式推動專業人才養成，2021 年共培育 1 萬 804 人次。其中，為配合數位經濟及 5+2 產業創新發展，自 2017 年起與相關單位跨部會合作推動「跨域數位人才培育」，結合大學校院及法人研究單位，培訓產業創新應用人才，2021 年共培育 300 位跨域數位人才，媒合至 24 家實務研習單位進行研習。相關網址：<https://idbtrain.stpi.narl.org.tw>。

四、服務業人才培育

經濟部商業司自 2017 年起針對零售及整合型服務業（如物流業、資訊與技術服務業等），規劃產業所需之大數據分析、數位行銷及物聯網等課程，並結合公協會資源辦理開課，以支援智慧商業服務推動所需人才培訓，建立國內智慧商業服務規模化基礎。另考量數位轉型對服務業的重要性，自 2021 年起推動「商業服務數位轉型領導人才培育計畫」，針對餐飲、零售及物流業之中高階領導人才，規劃數位轉型所需之智慧商業分析、數位行銷及電子商務等課程，2022 年持續開辦領導人才培訓課程（累計 10 班），2021 年共培育 255 位商業服務人才。

五、國際企業經營人才培育

（一）國際企業人才培訓計畫：為因應業界對外貿實務人才的需求，經濟部國際貿易局規劃國際企業人才培訓工作。自 2021 年起新增產業英語人才培訓班，以

6大核心戰略產業及5+2創新產業為主要推廣標的培訓產業人才。2022年持續辦理國際企業經營班、專業在職訓練班及新南向人才儲備專班等，並加強推出線上商務英語課程及提供企業人才媒合服務，預計培訓2,285人次。2021年為強化我國與馬來西亞經貿關係，辦理臺馬數位貿易人才培訓班，連同國際企業經營班、專業在職訓練等班種，總計培訓3,029人次。

計畫網址：<https://www.iti.org.tw/>。

（二）**會展人才培育與認證**：為培育我國會展產業從業人員之專業技能，貿易局自2009年起透過計畫持續推動會展人才培育與認證，2022年預計培訓1,201人次，分成3大領域：

1.**會展人才培育**：廣納專家與業界建議，由在職培訓、校院培訓、會展實習、人才媒合及建立完整會展認證機制等5大面向著手。

2.**會展人才認證**：推動人才認證，新增數位課程及因應後疫情趨勢，藉由國外知識及國內經驗的結合，培育國際級會展人才。

3.**會展人才國際交流**：規劃辦理 CEM、CMP、CIS 獲證者菁英營等活動，安排國際級會展大師講授，結合地方創生場域參訪及辦理會展菁英參訪團。2021年受 COVID-19疫情影響，新增 Hybrid 方式授課，總計培訓2,357人次。計畫網址：<https://mice.iti.org.tw>。

（三）**補助國內公私立大學校院選送學生赴新興市場實習計畫**：為培訓學生瞭解新南向市場之國際貿易流程、國際行銷經驗及跨國文化之企業管理等，貿易局推動計畫，2022年因應疫情以數位貿易實習方式辦理，共計16校、81名學生與7個新南向國家26家企業合作進行數位貿易實習。2021年受疫情影響，首次以遠距實習方式辦理，共計106名學生參與。

計畫網址：<http://www.tradepioneer.org.tw/>。

六、產學合作培育人才

教育部自 2011 年春季班起主辦「產業碩士專班」，根據產業需求，由企業與學校合作提出開課計畫申請，經教育部審查通過後辦理，增補企業所需碩士級人才。2022 年核定春季班 10 校共計 17 班 225 人，秋季班 21 校共計 41 班 564 人（計畫

網址：<https://imaster.moe.gov.tw/home>）。此外，為鼓勵技專校院對焦國家重點發展產業，以就業銜接為導向，2020 年修正〈產業學院計畫實施要點〉，調整計畫補助類型，透過教育部產學連結合作育才平臺媒合產學雙方，以客製化模式合作人才培育方案，讓學生畢業後立即就業，同時提升產學合作能量。2021 年共計核定 48 校 204 案，培育學生數約 1,316 人。計畫網址：<https://industrycollege.ntust.edu.tw>。

七、企業人力資源提升及勞工自主學習

（一）企業人力資源提升計畫及小型企業人力提升計畫：勞動部勞動力發展署自2004年起推動「企業人力資源提升計畫」，協助事業單位根據其組織營運策略，自行規劃或偕同具營運關連性的事業單位，辦理在職員工進修訓練，並補助部分訓練費用；自2014年起亦啟動「小型企業人力提升計畫」，針對員工人數50人以下的小型企業，提供專業化與個別化的輔導諮詢服務，並協助執行訓練課程。2021年「個別型計畫」補助2,634家，27.9萬訓練人次；「聯合型計畫」補助105案，2.5萬訓練人次。「補助企業辦理員工訓練計畫網」：<https://onjobtraining.wda.gov.tw/>。

（二）產業人才投資方案：自2005年起推行，提升在職勞工的知識、技能及態度，結合民間訓練單位提供多元化實務導向的訓練課程，並補助每人3年內最高7萬元的訓練費用，激發在職勞工自主學習，累積個人人力資本，以達到提升國家整體人力資本的目標。2021年共訓練8.9萬訓練人次。「在職訓練網」：<https://ojt.wda.gov.tw/>。

第 5 節 獎勵績優卓越經營典範

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，可提升得獎企業的產品行銷及企業形象，更為企業帶來發展商機。2021 年各項選拔表揚活動得獎名單彙整在本書附錄 3。以下為重要獎項辦理目的及累積辦理成效。

一、國家磐石獎－表揚卓越中小企業

1992 年在經濟部指導下，由經濟部與中華民國全國中小企業總會共同主辦第 1 屆國家磐石獎選拔及頒獎活動，目的為選拔經營穩健殷實，在管理、創新、品牌、服務、品質及形象等各方面均表現卓越，並對社會有具體貢獻之中小企業，作為業界之楷模，並給予公開表揚，以促進中小企業標竿典範之模式，塑造臺灣所有中小企業互相學習成功的模式，彼此激勵震盪，加速企業升級。2022 年預計表揚 12 家中小企業，截至 2021 年止總計有 325 家獲獎。

「國家磐石獎」：<https://smeaward.moeasmea.gov.tw/masterpage-smea>。

二、小巨人獎－選拔出口績優中小企業

經濟部中小企業處於 1998 年設立「小巨人獎」，透過選拔表揚活動，評選出在國際市場具高度競爭力、出口表現傑出及經營管理制度健全，足堪為國內表率的出口績優中小企業予以表揚，也期望藉由相關活動的舉辦，擴散宣導示範效果，並進一步促進同、異業交流，並激勵更多以臺灣為主要經營基地之中小企業，積極開拓國際市場。本獎項累計至 2021 年止已辦理 24 屆，計有 343 家出口績優中小企業獲獎。「小巨人獎」：<https://award.moeasmea.gov.tw/masterpage-rsa>。

三、創新研究獎－鼓勵傑出中小企業創新研究

經濟部中小企業處自 1993 年起辦理「中小企業創新研究獎」，針對持續以有組織、有系統之方法，自行從事創新研究而有具體成效之中小企業，甄選較為傑出者予以獎勵，鼓勵企業持續累積研發能量，以期技術生根，進而達到產業升級與健全發展之目的。2022 年度預計選出 30 家中小企業之創新產品，自開辦統計至 2021 年止，已選出 962 件中小企業創新標的，且獲獎企業計 47 家上市上櫃、18 家興櫃、9 家登錄創櫃板。「中小企業創新研究獎」：<https://tsia.moeasmea.gov.tw/masterpage-tsia>。

四、新創事業獎－獎勵優秀新創企業

經濟部中小企業處自 2002 年起辦理「新創事業獎」選拔活動，為尋找國內具有創新技術、產品、服務或經營模式之新創企業，發展具備優質營運模式之新創事業，樹立成功創業典範，帶動國內創新創業之風氣。本獎項至今已邁入第 21 屆，獲獎企

業共 292 家，其中曾上市、上櫃、興櫃、創櫃或公開發行者有 35 家，充分展現獲獎企業優質的競爭實力，並獲得市場高度支持。

「新創事業獎」：<https://startupaward.sme.gov.tw>。

五、創業楷模獎－表揚創業典範標竿

經濟部中小企業處自 2005 年起每年補助全國創新創業總會辦理「創業楷模選拔暨表揚系列活動」，以鼓勵民間辦理表彰創業典範活動，激勵創業者發揮敬職熱情、銳意進取的創業精神，展現勇於創新的膽識與韌性，帶動社會與企業永續的良性循環。本項選拔自 1978 年創辦至 2021 年止，已有 686 位獲獎，其中國內有 467 位，海外人數已達 219 位。

「創業楷模選拔」：<https://www.careernet.org.tw/modules.php?name=kaimo>。

附 錄

附錄 1 中小企業主要相關法令

附錄 2 中小企業統計表

附錄 3 2021 年中小企業傑出獎項得獎名錄

附錄 4 中小企業融資服務窗口

附錄 5 中小企業政策性專案貸款

附錄 6 區域及各縣市中小企業服務中心

附錄 7 主要國家中小企業發展情勢

附錄 8 資料來源及參考文獻

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 21 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 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二十四條之一

中華民國 103 年 6 月 4 日總統令修正公布第三十五條及第四十條條文；並增訂第三十五條之一、第三十六條之二及第三十六條之三條文；並自公布日施行，但第三十五條、第三十五條之一、第三十六條之二條條文施行期間自中華民國 103 年 5 月 20 日起 10 年止

中華民國 105 年 1 月 6 日總統華總一義字第 10400154141 號令修正公布第 36-2 條條文；第 2~5 項規定，自 105 年 1 月 1 日施行至 113 年 5 月 19 日止，不適用第 40 條條文但書之規定

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，並得聯合公民營相關機構，共同對中小企業提供左列指導服務：

- 一、企業經營診斷。
- 二、中小企業銷售、生產技術、經營管理及財務結構之改善。
- 三、中小企業管理或技術人員之訓練。
- 四、產銷資訊及諮詢。
- 五、其他相關業務。

第二十四條之一

為協助發展地方特色產業，以促進地區經濟繁榮，政府得設立基金。

第二十五條

主管機關為增進中小企業經營效率，加強其競爭能力，得輔導中小企業共同從事生產、行銷、採購、運輸及合作開發技術與研究發展等事項。

第二十六條

中央主管機關得聯合相關機構及大專院校，培訓經營診斷及企業管理專業人才，提供對中小企業之指導服務。

第二十七條

各產業同業公會或工商業團體，其設有專責服務單位，對其中小企業會員提供服務者，主管機關得給予必要之協助。

第二十八條

為鼓勵中小企業製造高級產品、高附加價值產品或服務，開拓外銷市場，主管機關應會同有關機構予以技術及行銷指導，並協助參加國外展覽，獲取市場情報，辦理聯合廣告、註冊商標、申請專利或在國外共同設置發貨倉庫。

前項高級產品、高附加價值產品製造或服務計畫，經主管機關會同有關機關評鑑後認許者，得申請中小企業發展基金補助其產品及市場開發費用。

第二十九條

主管機關為輔導中小企業提高生產技術水準，得委託技術機構或聘請專家，為各行業研究開發新產品或引進新技術，提供指導與服務。

前項新產品或新技術之移轉，得由主管機關酌收成本費用；必要時，得由中小企業發展基金補助之。

第三十條

為協助中小企業研究發展，主管機關得與適當之技術研究機構合作，設立專為中小企業提供研究、試驗、開發技術、產品及服務之機構或場所。

中小企業得支付費用，申請利用前項機構或場所之設備，從事試驗研究。

第三十一條

主管機關於必要時，得洽商公營企業指派其技術人員，支援輔導體系，提供中小企業所需生產技術或服務技術之指導。

第三十二條

中央主管機關得設立或輔導設立中小企業開發公司，對有發展潛力之中小企業，直接或間接投資，提供國內外技術合作、市場與產品開發或投資之諮詢顧問服務及其他相關業務。

中央主管機關應協助為辦理第四條所定業務而設立之機構及法人。

中央主管機關得協調銀行法之主管機關，核准銀行參與中小企業開發公司，逕行辦理前項業務。

中小企業開發公司所需資本，得由中小企業發展基金參與投資。

中小企業開發公司之設立營運管理辦法、中小企業發展基金參與投資之標準及比例，由行政院定之。

第四章 稅捐之減免

第三十三條

以工業區土地作價投資於中小企業者，經該中小企業同意，以該中小企業所取得之該中小企業之股票作為納稅擔保，投資人應繳納之土地增值稅，得自該項土地投資之年分起，分五年平均繳納。

前項投資之土地，以供該中小企業自用者為限；如非供自用或再轉讓時，其未繳之土地增值稅，應由投資人一次繳清。

第三十四條

中小企業因左列原因之一，遷廠於工業區、都市計畫工業區或於本條例施行前依獎勵投資條例編定之工業用地，其原有工廠用地出售或移轉時，應繳之土地增值稅，按其最低級距稅率徵收：

- 一、工廠用地，因都市計畫或區域計畫之實施，而不合其分區使用規定者。
- 二、因防治污染、公共安全或維護自然景觀之需要，而有改善之困難，主動申請遷廠，並經主管機關核准者。
- 三、經政府主動輔導遷廠者。

依前項規定遷建工廠後三年內，將其工廠用地轉讓於他人者，其遷廠前出售或移轉之原有工廠用地所減徵之土地增值稅部分，應依法補徵之。

第三十五條

為促進中小企業研發創新，中小企業投資於研究發展之支出，得選擇以下列方式抵減應納營利事業所得稅額，並以不超過該公司當年度應納營利事業所得稅額百分之三十為限；一經擇定，不得變更：

- 一、於支出金額百分之十五限度內，抵減當年度應納營利事業所得稅額。
- 二、於支出金額百分之十限度內，抵減自當年度起三年內各年度應納營利事業所得稅額。

供研究發展、實驗或品質檢驗用之儀器設備，其耐用年數在二年以上者，准按所得稅法固定資產耐用年數表所載年數，縮短二分之一計算折舊；縮短後餘數不滿一年者，不予計算。

第一項投資抵減之適用範圍、申請期限、申請程序、核定機關、施行期限、抵減率及其他相關事項之辦法，由行政院定之。

第三十五條之一

為促進創新研發成果之流通及應用，中小企業以其享有所有權之智慧財產權，讓與非屬上市、上櫃或興櫃公司，所取得之新發行股票，免予計入該企業當年度營利事業所得額課稅。

個人以其享有所有權之智慧財產權，讓與非屬上市、上櫃或興櫃之公司時，該個人所得之新發行股票，免予計入其當年度綜合所得額課稅。

前二項股票於實際轉讓、贈與或作為遺產分配時，應將全部轉讓價格，或贈與、遺產分配時之時價作為該轉讓、贈與或遺產分配年度之收益，並於扣除取得前開股票

之相關而尚未認列之費用或成本後，申報課徵所得稅。

前項股票發行公司於辦理前項規定之股票移轉過戶手續時，應於移轉過戶之次日起三十日內，向所在地稅捐稽徵機關申報。發行公司依前項規定應申報而未依限申報、未據實申報或未依限填發規定格式之憑單者，除依限責令補申報及填發憑單外，並按該股票轉讓金額處百分之二十之罰鍰。

中小企業或個人計算第二項及第三項所得時，如無法提出取得成本之證明時，得以其轉讓價格百分之三十計算該股票之取得成本。

第三十六條

中小企業得在不超過已收資本額一倍之限度內，保留盈餘，不予分配；超過以上限度而不分配者，就其每一年度再保留之盈餘，於加徵百分之十營利事業所得稅後，不受所得稅法之限制。

八十七年度及以後年度之保留盈餘，應依所得稅法規定辦理，不適用前項規定。

第三十六條之一

中小企業開發公司對成立未滿五年之中小企業投資，得經中央財政主管機關核准，按其投資總額百分之二十範圍內，提撥投資損失準備，供實際發生損失時充抵之。在提撥五年內若無實際投資損失發生時，應將提撥之準備轉作第五年度收益處理。

公司因解散、撤銷、廢止、合併或轉讓依所得稅法第七十五條規定計算清算所得時，依前項規定提撥之投資損失準備有累積餘額者，應轉作當年度收益處理。

第三十六條之二

為因應國際經濟情勢變化，促進國內中小企業投資意願及提升國內就業率，經濟景氣指數達一定情形下，新投資創立或增資擴展之中小企業達一定投資額，增僱一定人數之員工且提高該企業整體薪資給付總額時，得就其每年增僱本國籍員工所支付薪資金額之百分之一百三十限度內，自其增僱當年度營利事業所得額中減除。

前項員工年齡在二十四歲以下者，得就每年增僱本國籍員工支付薪資金額之百分之一百五十限度內，自其增僱當年度營利事業所得額中減除。

中小企業於經濟景氣指數達一定情形下，調高基層員工之平均薪資給付水準時，得就每年非因法定基本工資調整而增加支付本國籍現職基層員工薪資金額之百分之一百三十限度內，自其增加薪資當年度營利事業所得額中減除。但因增僱員工所致增加之薪資給付金額已適用前二項規定者，不得重複計入。

中小企業於本條適用期間，不符合前三項要件，自不符合要件之年度起，依所得稅法規定計算其營利事業所得額及應納稅額。

第一項、第二項及第三項所定經濟景氣指數達一定情形、適用期間、投資額、增僱員工之對象及人數、企業整體薪資給付總額、基層員工範圍及平均薪資給付水準計算方式、核定機關、申請期限、申請程序及其他相關事項之辦法，由中央主管機關會同財政部定之。

本條中華民國一百零四年十二月十八日修正之第二項、第三項、第四項及第五項規定，自一百零五年一月一日施行至一百十三年五月十九日止，不適用第四十條但書之規定。

第三十六條之三

產業創新條例中如有與本條例相同性質之租稅優惠，中小企業僅得擇一適用。

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。但第三十五條、第三十五條之一及第三十六條之二施行期間自中華民國一百零三年五月二十日起十年止。

中小企業認定標準

中華民國 80 年 10 月 19 日行政院臺 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 號令發布
中華民國 84 年 9 月 4 日行政院臺 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 號令修正發布
中華民國 89 年 4 月 8 日行政院臺 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 號令修正發布
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
中華民國 104 年 3 月 4 日行政院院臺經字第 1040008378 號函核定
中華民國 104 年 3 月 30 日經濟部經企字第 10404601530 號令修正發布
中華民國 109 年 6 月 11 日行政院院臺經字第 1090015419 號函核定
中華民國 109 年 6 月 24 日經濟部經企字第 10904602890 號令修正發布

第一條

本標準依據中小企業發展條例（以下簡稱本條例）第二條第二項規定訂定之。

第二條

本標準所稱中小企業，指依法辦理公司登記或商業登記，實收資本額在新臺幣一億元以下，或經常僱用員工數未滿二百人之事業。

第三條

本條例第四條第二項所稱小規模企業，係指中小企業中，經常僱用員工數未滿五人之事業。

第四條

（刪除）

第五條

本標準所定經常僱用員工數，係以勞動部勞工保險局受理事業最近十二個月平均月投保人數為準。

第六條

具有下列情形之一者，視同中小企業：

- 一、中小企業經輔導擴充後，其規模超過第二條所定基準者，自擴充之日起，二年內視同中小企業。
- 二、中小企業經輔導合併後，其規模超過第二條所定基準者，自合併之日起，三年內視同中小企業。

- 三、輔導機關、輔導體系或相關機構辦理中小企業行業集中輔導，其中部分企業超過第二條所定基準者，輔導機關、輔導體系或相關機構認為有併同輔導之必要時，在集中輔導期間內，視同中小企業。

第七條

本標準自發布日施行。

附錄 2 中小企業統計表

目 次

附表 1	2021 年中小企業家數－按行業別	220
附表 2	2021 年中小企業銷售額－按行業別	221
附表 3	2021 年中小企業內銷額－按行業別	222
附表 4	2021 年中小企業出口額－按行業別	223
附表 5	2021 年中小企業就業人數－按行業別	224
附表 6	2021 年中小企業受僱人數－按行業別	225
附表 7	2021 年中小企業產業部門之各項指標	226
附表 8	2005 年至 2021 年中小企業之各項指標	227
附表 9	2021 年新設中小企業家數及銷售額－按行業別	228
附表 9-1	2021 年新設中小企業內銷額及出口額－按行業別	229
附表 10	2021 年各區域中小企業家數－按行業別	230
附表 10-1	2021 年各區域中小企業銷售額－按行業別	231
附表 11	2021 年各縣市中小企業家數－按行業別	232
附表 11-1	2021 年各縣市中小企業銷售額－按行業別	234
附表 12	2021 年中小企業行業別家數－按經營組織型態別	236
附表 13	2021 年中小企業行業別家數及銷售額－按資本額級距	237
附表 13-1	2021 年中小企業行業別家數及銷售額－按銷售額級距	239
附表 14	2021 年中小型製造業中業別家數	241
附表 14-1	2021 年中小型製造業中業別銷售額	242
附表 14-2	2021 年中小型製造業中業別內銷額	243
附表 14-3	2021 年中小型製造業中業別出口額	244
附表 15	2021 年中小企業家數及銷售額－按企業主性別及行業別	245
附表 15-1	2021 年中小企業內銷額及出口額－按企業主性別及行業別	246
附表 15-2	2021 年中小企業家數及銷售額－按企業主性別及經營年數	247
附表 16	2021 年中小企業就業及受僱人數－按主要工作所在縣市	248

附表 1 2021 年中小企業家數－按行業別

單位：家；%

行業別	規模別	全部企業	中小企業		
				占比	結構比
總計		1,613,281	1,595,828	98.92	100.00
農、林、漁、牧業		11,316	11,231	99.25	0.70
礦業及土石採取業		1,073	1,050	97.86	0.07
製造業		149,919	144,605	96.46	9.06
電力及燃氣供應業		2,474	2,314	93.53	0.15
用水供應及污染整治業		8,160	8,042	98.55	0.50
營建工程業		146,852	145,942	99.38	9.15
批發及零售業		740,794	736,913	99.48	46.18
運輸及倉儲業		36,180	35,849	99.09	2.25
住宿及餐飲業		184,725	184,270	99.75	11.55
出版、影音製作、傳播及資通訊服務業		27,347	26,770	97.89	1.68
金融及保險業		23,186	21,172	91.31	1.33
不動產業		46,797	44,307	94.68	2.78
專業、科學及技術服務業		60,258	59,611	98.93	3.74
支援服務業		34,700	34,528	99.50	2.16
教育業		5,673	5,648	99.56	0.35
醫療保健及社會工作服務業		1,628	1,601	98.34	0.10
藝術、娛樂及休閒服務業		39,265	39,140	99.68	2.45
其他服務業		92,934	92,835	99.89	5.82

附註：1. 中小企業按經濟部於 2020 年 6 月 24 日修正發布〈中小企業認定標準〉（以下稱新標準）規範，資本額在新臺幣 1 億元（含）以下者。

2. 行業別按行政院主計總處之〈中華民國第 10 次修訂之行業標準分類〉。

3. 「占比」為中小企業占全部企業之比率；「結構比」為中小企業各行業別占整體中小企業之比率。

資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2021 年。

附表 2 2021 年中小企業銷售額－按行業別

單位：新臺幣百萬元；%

行業別	規模別	全部企業	中小企業		
				占比	結構比
總計		50,693,753	26,619,499	52.51	100.00
農、林、漁、牧業		64,406	50,428	78.30	0.19
礦業及土石採取業		55,451	38,103	68.71	0.14
製造業		18,378,803	5,466,678	29.74	20.54
電力及燃氣供應業		966,465	745,995	77.19	2.80
用水供應及污染整治業		238,588	186,306	78.09	0.70
營建工程業		3,069,818	2,109,714	68.72	7.93
批發及零售業		17,546,731	11,961,205	68.17	44.93
運輸及倉儲業		1,610,742	1,096,982	68.10	4.12
住宿及餐飲業		668,576	576,832	86.28	2.17
出版、影音製作、傳播及資通訊服務業		1,513,018	758,526	50.13	2.85
金融及保險業		2,735,091	1,244,032	45.48	4.67
不動產業		1,853,904	1,050,319	56.65	3.95
專業、科學及技術服務業		1,002,000	647,139	64.58	2.43
支援服務業		586,240	329,820	56.26	1.24
教育業		24,094	21,375	88.72	0.08
醫療保健及社會工作服務業		36,346	32,987	90.76	0.12
藝術、娛樂及休閒服務業		102,765	85,552	83.25	0.32
其他服務業		240,713	217,508	90.36	0.82

附註：1. 中小企業按經濟部於 2020 年 6 月 24 日修正發布〈中小企業認定標準〉規範，資本額在新臺幣 1 億元（含）以下者。

2. 行業別按行政院主計總處之〈中華民國第 10 次修訂之行業標準分類〉。

3. 「占比」為中小企業占全部企業之比率；「結構比」為中小企業各行業別占整體中小企業之比率。

資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2021 年。

附表 3 2021 年中小企業內銷額－按行業別

單位：新臺幣百萬元；%

行業別	規模別	全部企業	中小企業	占比	
				占比	結構比
總計		37,749,226	23,258,464	61.61	100.00
農、林、漁、牧業		56,015	43,599	77.83	0.19
礦業及土石採取業		55,187	37,838	68.56	0.16
製造業		9,624,387	4,206,217	43.70	18.08
電力及燃氣供應業		952,217	745,695	78.31	3.21
用水供應及污染整治業		224,511	177,286	78.97	0.76
營建工程業		3,031,692	2,099,000	69.24	9.02
批發及零售業		14,327,200	10,412,876	72.68	44.77
運輸及倉儲業		1,115,496	761,867	68.30	3.28
住宿及餐飲業		666,417	576,163	86.46	2.48
出版、影音製作、傳播及資通訊服務業		1,353,600	701,976	51.86	3.02
金融及保險業		2,722,388	1,238,036	45.48	5.32
不動產業		1,850,072	1,048,675	56.68	4.51
專業、科學及技術服務業		796,360	537,115	67.45	2.31
支援服務業		575,618	320,219	55.63	1.38
教育業		23,970	21,274	88.75	0.09
醫療保健及社會工作服務業		35,641	32,381	90.85	0.14
藝術、娛樂及休閒服務業		102,222	85,073	83.22	0.37
其他服務業		236,233	213,175	90.24	0.92

附註：1. 中小企業按經濟部於 2020 年 6 月 24 日修正發布〈中小企業認定標準〉規範，資本額在新臺幣 1 億元（含）以下者。

2. 行業別按行政院主計總處之〈中華民國第 10 次修訂之行業標準分類〉。

3. 「占比」為中小企業占全部企業之比率；「結構比」為中小企業各行業別占整體中小企業之比率。

資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2021 年。

附表 4 2021 年中小企業出口額－按行業別

單位：新臺幣百萬元；%

行業別	規模別	全部企業	中小企業		
				占比	結構比
總計		12,944,528	3,361,035	25.96	100.00
農、林、漁、牧業		8,391	6,828	81.37	0.20
礦業及土石採取業		265	265	100.00	0.01
製造業		8,754,417	1,260,461	14.40	37.50
電力及燃氣供應業		14,248	300	2.11	0.01
用水供應及污染整治業		14,077	9,020	64.08	0.27
營建工程業		38,127	10,714	28.10	0.32
批發及零售業		3,219,531	1,548,329	48.09	46.07
運輸及倉儲業		495,246	335,115	67.67	9.97
住宿及餐飲業		2,160	668	30.93	0.02
出版、影音製作、傳播及資通訊服務業		159,418	56,550	35.47	1.68
金融及保險業		12,703	5,996	47.20	0.18
不動產業		3,833	1,644	42.89	0.05
專業、科學及技術服務業		205,639	110,024	53.50	3.27
支援服務業		10,622	9,601	90.39	0.29
教育業		124	100	80.65	0.00
醫療保健及社會工作服務業		705	607	86.10	0.02
藝術、娛樂及休閒服務業		543	479	88.21	0.01
其他服務業		4,480	4,333	96.72	0.13

附註：1. 中小企業按經濟部於 2020 年 6 月 24 日修正發布〈中小企業認定標準〉規範，資本額在新臺幣 1 億元（含）以下者。

2. 行業別按行政院主計總處之〈中華民國第 10 次修訂之行業標準分類〉。

3. 「占比」為中小企業占全部企業之比率；「結構比」為中小企業各行業別占整體中小企業之比率。

資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2021 年。

附表 5 2021 年中小企業就業人數－按行業別

單位：千人；%

行業別	規模別	全部企業	中小企業	占比	結構比
總 計		11,447	9,200	80.37	100.00
農、林、漁、牧業		542	538	99.26	5.85
礦業及土石採取業		4	3	75.00	0.03
製造業		3,020	2,113	69.97	22.97
電力及燃氣供應業		33	6	18.18	0.07
用水供應及污染整治業		84	40	47.62	0.43
營建工程業		918	906	98.69	9.85
批發及零售業		1,878	1,842	98.08	20.02
運輸及倉儲業		460	371	80.65	4.03
住宿及餐飲業		839	832	99.17	9.04
出版、影音製作、傳播及資通訊服務業		266	230	86.47	2.50
金融及保險業		433	379	87.53	4.12
不動產業		106	104	98.11	1.13
專業、科學及技術服務業		388	332	85.57	3.61
支援服務業		295	286	96.95	3.11
公共行政及國防、強制性社會安全		378	0	0.00	0.00
教育業		645	268	41.55	2.91
醫療保健及社會工作服務業		488	297	60.86	3.23
藝術、娛樂及休閒服務業		113	98	86.73	1.07
其他服務業		558	555	99.46	6.03

附註：1. 中小企業按經濟部於 2020 年 6 月 24 日修正發布〈中小企業認定標準〉規範，員工數未滿 2 百人者。

2. 行業別按行政院主計總處之〈中華民國第 10 次修訂之行業標準分類〉。

3. 「占比」為中小企業占全部企業之比率；「結構比」為中小企業各行業別占整體中小企業之比率。

資料來源：整理自行政院主計總處，人力資源調查統計原始資料，2021 年。

附表 6 2021 年中小企業受僱人數－按行業別

單位：千人；%

行業別	規模別	全部企業	中小企業		
				占比	結構比
總計		9,169	6,923	75.50	100.00
農、林、漁、牧業		93	89	95.70	1.29
礦業及土石採取業		4	3	75.00	0.04
製造業		2,821	1,915	67.88	27.66
電力及燃氣供應業		32	5	15.63	0.07
用水供應及污染整治業		77	33	42.86	0.48
營建工程業		768	756	98.44	10.92
批發及零售業		1,215	1,179	97.04	17.03
運輸及倉儲業		355	266	74.93	3.84
住宿及餐飲業		556	549	98.74	7.93
出版、影音製作、傳播及資通訊服務業		250	214	85.60	3.09
金融及保險業		427	373	87.35	5.39
不動產業		96	94	97.92	1.36
專業、科學及技術服務業		312	256	82.05	3.70
支援服務業		274	265	96.72	3.83
公共行政及國防、強制性社會安全		378	0	0.00	0.00
教育業		615	238	38.70	3.44
醫療保健及社會工作服務業		467	277	59.31	4.00
藝術、娛樂及休閒服務業		90	75	83.33	1.08
其他服務業		339	335	98.82	4.84

附註：1. 中小企業按經濟部於 2020 年 6 月 24 日修正發布〈中小企業認定標準〉規範，員工數未滿 2 百人者。

2. 行業別按行政院主計總處之〈中華民國第 10 次修訂之行業標準分類〉。

3. 「占比」為中小企業占全部企業之比率；「結構比」為中小企業各行業別占整體中小企業之比率。

資料來源：整理自行政院主計總處，人力資源調查統計原始資料，2021 年。

附表 7 2021 年中小企業產業部門之各項指標

單位：家；新臺幣百萬元；千人；%

指標 產業別	規模別		中小企業		
	總計 (1)	結構比	(2)	結構比	占比=(2)/(1)
家數	1,613,281	100.00	1,595,828	100.00	98.92
農業	11,316	0.70	11,231	0.70	99.25
工業	308,478	19.12	301,953	18.92	97.88
服務業	1,293,487	80.18	1,282,644	80.37	99.16
銷售額	50,693,753	100.00	26,619,499	100.00	52.51
農業	64,406	0.13	50,428	0.19	78.30
工業	22,709,126	44.80	8,546,795	32.11	37.64
服務業	27,920,221	55.08	18,022,276	67.70	64.55
內銷額	37,749,226	100.00	23,258,464	100.00	61.61
農業	56,015	0.15	43,599	0.19	77.83
工業	13,887,993	36.79	7,266,036	31.24	52.32
服務業	23,805,218	63.06	15,948,829	68.57	67.00
出口額	12,944,528	100.00	3,361,035	100.00	25.96
農業	8,391	0.06	6,828	0.20	81.37
工業	8,821,133	68.15	1,280,760	38.11	14.52
服務業	4,115,004	31.79	2,073,447	61.69	50.39
就業人數	11,447	100.00	9,200	100.00	80.37
農業	542	4.73	538	5.85	99.26
工業	4,059	35.46	3,068	33.35	75.59
服務業	6,847	59.81	5,594	60.80	81.70
受僱人數	9,169	100.00	6,923	100.00	75.50
農業	93	1.01	89	1.29	95.70
工業	3,702	40.38	2,712	39.17	73.26
服務業	5,374	58.61	4,121	59.53	76.68

附註：1.表列資料以新標準定義。

2.家數、銷售額、內銷額及出口額之農業係指「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」、「營建工程業」；服務業包括「批發及零售業」、「運輸及倉儲業」、「住宿及餐飲業」、「出版、影音製作、傳播及資訊服務業」、「金融及保險業」、「不動產業」、「專業、科學及技術服務業」、「支援服務業」、「教育業」、「醫療保健及社會工作服務業」、「藝術、娛樂及休閒服務業」、「其他服務業」。

3.就業人數及受僱人數之農業及工業同上；其服務業除上述外，尚包括「公共行政及國防；強制性社會安全」行業。

4.表中就業及受僱人數的總計尚包括受政府僱用的 1,026 千人。

5.「占比」為中小企業占全部企業之比率；「結構比」為中小企業各產業別占整體中小企業之比率。

資料來源：1.整理自財政部財稅資料中心，營業稅徵收統計原始資料，2021 年。

2.整理自行政院主計總處，人力資源調查統計原始資料，2021 年。

附表 8 2005 年至 2021 年中小企業之各項指標

單位：家；新臺幣百萬元；千人

年 別 \ 指 標	家 數	銷售額	內銷額	出口額	就業人數
2005	1,226,095	10,000,220	8,481,397	1,518,823	7,648
2006	1,244,099	10,241,215	8,678,992	1,562,224	7,751
2007	1,237,270	10,481,910	8,842,983	1,638,927	7,939
2008	1,234,749	10,462,696	8,817,989	1,644,707	7,966
2009	1,232,025	9,189,463	7,873,111	1,316,352	8,066
2010	1,247,998	10,709,005	9,088,972	1,620,033	8,191
2011	1,279,784	11,226,933	9,576,948	1,649,985	8,337
2012	1,306,729	11,381,770	9,633,690	1,748,080	8,484
2013	1,331,182	11,321,842	9,897,617	1,424,225	8,588
2014	1,353,049	11,839,868	10,345,095	1,494,773	8,669
2015	1,383,981	11,803,100	10,325,260	1,477,860	8,759
2016	1,408,313	11,764,677	10,340,886	1,423,791	8,809
2017	1,437,616	12,139,513	10,717,138	1,422,375	8,904
2018	1,466,209	12,624,472	11,171,567	1,452,905	8,965
2019	1,491,420	12,712,963	11,299,248	1,413,715	9,054
2020	1,548,835	23,555,513	20,861,339	2,694,174	9,311
2021	1,595,828	26,619,499	23,258,464	3,361,035	9,200

附註：1.表列資料 2020 年（含）以後以新標準定義。

2.就業人數總計，尚包括「公共行政及國防；強制性社會安全」行業。

資料來源：1.整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2005-2021 年。

2.整理自行政院主計總處，人力資源調查統計原始資料，2005-2021 年。

附表 9 2021 年新設中小企業家數及銷售額－按行業別

單位：家；新臺幣百萬元；%

行業別	規模別	全部企業	中小企業	占比	結構比
	家 數				
總 計		117,320	117,112	99.82	100.00
農、林、漁、牧業		761	761	100.00	0.65
礦業及土石採取業		65	65	100.00	0.06
製造業		4,641	4,606	99.25	3.93
電力及燃氣供應業		358	354	98.88	0.30
用水供應及污染整治業		490	487	99.39	0.42
營建工程業		11,915	11,910	99.96	10.17
批發及零售業		47,909	47,873	99.92	40.88
運輸及倉儲業		2,225	2,223	99.91	1.90
住宿及餐飲業		20,019	20,019	100.00	17.09
出版、影音製作、傳播及資通訊服務業		3,300	3,292	99.76	2.81
金融及保險業		1,335	1,289	96.55	1.10
不動產業		3,780	3,732	98.73	3.19
專業、科學及技術服務業		5,876	5,861	99.74	5.00
支援服務業		2,406	2,403	99.88	2.05
教育業		830	830	100.00	0.71
醫療保健及社會工作服務業		270	269	99.63	0.23
藝術、娛樂及休閒服務業		5,079	5,078	99.98	4.34
其他服務業		6,061	6,060	99.98	5.17
銷 售 額					
總 計		241,781	236,895	97.98	100.00
農、林、漁、牧業		456	456	100.00	0.19
礦業及土石採取業		172	172	100.00	0.07
製造業		13,466	12,601	93.58	5.32
電力及燃氣供應業		302	302	100.00	0.13
用水供應及污染整治業		1,012	954	94.27	0.40
營建工程業		31,370	31,224	99.53	13.18
批發及零售業		112,327	109,866	97.81	46.38
運輸及倉儲業		12,188	11,847	97.20	5.00
住宿及餐飲業		20,700	20,700	100.00	8.74
出版、影音製作、傳播及資通訊服務業		5,457	5,259	96.37	2.22
金融及保險業		11,771	11,519	97.86	4.86
不動產業		8,929	8,729	97.76	3.68
專業、科學及技術服務業		12,671	12,639	99.75	5.34
支援服務業		3,473	3,140	90.41	1.33
教育業		912	912	100.00	0.38
醫療保健及社會工作服務業		136	136	100.00	0.06
藝術、娛樂及休閒服務業		3,131	3,131	100.00	1.32
其他服務業		3,308	3,308	100.00	1.40

(續下頁)

附表 9-1 2021 年新設中小企業內銷額及出口額－按行業別

單位：新臺幣百萬元；%

行業別	規模別	全部企業	中小企業	新 生 產 品 出 口 額	
				占比	結構比
內 銷 額					
總 計		226,205	221,858	98.08	100.00
農、林、漁、牧業		447	447	100.00	0.20
礦業及土石採取業		172	172	100.00	0.08
製造業		12,277	11,826	96.33	5.33
電力及燃氣供應業		301	301	100.00	0.14
用水供應及污染整治業		973	915	94.04	0.41
營建工程業		31,342	31,197	99.54	14.06
批發及零售業		105,606	103,154	97.68	46.50
運輸及倉儲業		7,067	6,726	95.17	3.03
住宿及餐飲業		20,700	20,700	100.00	9.33
出版、影音製作、傳播及資通訊服務業		4,146	4,064	98.02	1.83
金融及保險業		11,585	11,332	97.82	5.11
不動產業		8,925	8,724	97.75	3.93
專業、科學及技術服務業		11,803	11,771	99.73	5.31
支援服務業		3,430	3,096	90.26	1.40
教育業		889	889	100.00	0.40
醫療保健及社會工作服務業		136	136	100.00	0.06
藝術、娛樂及休閒服務業		3,115	3,115	100.00	1.40
其他服務業		3,293	3,293	100.00	1.48
出 口 額					
總 計		15,576	15,038	96.55	100.00
農、林、漁、牧業		9	9	100.00	0.06
礦業及土石採取業		0	0	-	0.00
製造業		1,189	774	65.10	5.15
電力及燃氣供應業		1	1	100.00	0.01
用水供應及污染整治業		40	40	100.00	0.27
營建工程業		28	28	100.00	0.19
批發及零售業		6,721	6,712	99.87	44.63
運輸及倉儲業		5,121	5,121	100.00	34.05
住宿及餐飲業		0	0	-	0.00
出版、影音製作、傳播及資通訊服務業		1,310	1,195	91.22	7.95
金融及保險業		187	187	100.00	1.24
不動產業		4	4	100.00	0.03
專業、科學及技術服務業		868	868	100.00	5.77
支援服務業		44	44	100.00	0.29
教育業		23	23	100.00	0.15
醫療保健及社會工作服務業		0	0	-	0.00
藝術、娛樂及休閒服務業		17	17	100.00	0.11
其他服務業		16	16	100.00	0.11

附 註：1.表列資料以新標準定義。2.「占比」為中小企業占全部企業之比率；「結構比」為中小企業各行業別占整體中小企業之比率。3.「0」表示數值不及一單位；「-」表示不適用。

資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2021 年。

附表 10 2021 年各區域中小企業家數－按行業別

單位：家

區域別 行業別	總 計	北部地區	中部地區	南部地區	東部地區	離島地區
總 計	1,595,828	739,579	392,363	396,951	37,979	28,956
農、林、漁、牧業	11,231	2,611	3,340	4,388	811	81
礦業及土石採取業	1,050	375	258	214	190	13
製造業	144,605	60,394	54,293	28,388	1,089	441
電力及燃氣供應業	2,314	653	857	763	31	10
用水供應及污染整治業	8,042	3,163	2,065	2,567	186	61
營建工程業	145,942	65,814	37,244	37,406	3,762	1,716
批發及零售業	736,913	342,553	174,319	184,466	15,974	19,601
運輸及倉儲業	35,849	18,902	6,733	9,056	620	538
住宿及餐飲業	184,270	77,449	41,899	53,455	8,167	3,300
出版、影音製作、傳播及資訊服務業	26,770	19,339	3,866	3,210	232	123
金融及保險業	21,172	13,729	3,367	3,741	255	80
不動產業	44,307	22,576	10,853	9,471	931	476
專業、科學及技術服務業	59,611	36,861	11,378	10,312	748	312
支援服務業	34,528	16,291	7,488	8,695	1,063	991
教育業	5,648	3,062	1,067	1,363	116	40
醫療保健及社會工作服務業	1,601	746	353	455	35	12
藝術、娛樂及休閒服務業	39,140	18,079	9,157	10,078	1,411	415
其他服務業	92,835	36,982	23,826	28,923	2,358	746

附 註：1.表列資料以新標準定義。

2.因資料限制，自 2021 年起區域別調整為：

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

資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2021 年。

附表 10-1 2021 年各區域中小企業銷售額－按行業別

單位：新臺幣百萬元

區域別 行業別	總 計	北部地區	中部地區	南部地區	東部地區	離島地區
總 計	26,619,499	14,970,545	5,878,247	5,470,557	219,391	80,758
農、林、漁、牧業	50,428	13,919	9,295	25,965	1,022	226
礦業及土石採取業	38,103	18,352	8,879	5,805	3,402	1,665
製造業	5,466,678	2,257,645	1,968,453	1,223,622	15,260	1,697
電力及燃氣供應業	745,995	265,866	206,391	262,183	9,321	2,235
用水供應及污染整治業	186,306	88,962	41,491	53,900	1,508	445
營建工程業	2,109,714	1,050,078	495,081	518,679	29,522	16,354
批發及零售業	11,961,205	7,111,897	2,283,391	2,427,557	102,439	35,921
運輸及倉儲業	1,096,982	792,613	106,311	182,882	8,885	6,292
住宿及餐飲業	576,832	302,136	121,582	132,117	16,365	4,632
出版、影音製作、傳播及資訊服務業	758,526	643,403	57,773	51,609	4,186	1,554
金融及保險業	1,244,032	916,280	154,475	164,956	6,886	1,435
不動產業	1,050,319	579,944	244,592	210,712	10,907	4,163
專業、科學及技術服務業	647,139	527,170	60,857	55,563	2,726	823
支援服務業	329,820	209,116	54,652	61,644	2,376	2,032
教育業	21,375	13,689	3,637	3,850	157	41
醫療保健及社會工作服務業	32,987	7,298	3,769	21,801	106	13
藝術、娛樂及休閒服務業	85,552	54,783	13,467	15,576	1,317	410
其他服務業	217,508	117,393	44,152	52,137	3,005	821

附註及資料來源：同附表 10。

附表 11 2021 年各縣市中企業家數－按行業別

單位：家

縣市別 行業別	總 計	臺北市	新北市	桃園市	臺中市	臺南市	高雄市
總 計	1,595,828	242,082	250,997	133,897	219,299	125,545	183,752
農、林、漁、牧業	11,231	449	437	617	625	519	2,470
礦業及土石採取業與電力及燃氣供應業	3,364	319	268	160	307	307	290
製造業	144,605	7,783	31,825	12,750	29,661	12,986	10,830
用水供應及污染整治業	8,042	576	1,096	901	996	677	1,274
營建工程業	145,942	12,157	26,656	14,066	19,737	10,372	18,135
批發及零售業	736,913	118,821	114,936	61,222	97,475	57,044	87,385
運輸及倉儲業	35,849	5,803	7,000	3,195	3,955	1,612	5,765
住宿及餐飲業	184,270	24,948	22,093	14,566	23,140	17,569	22,394
出版、影音製作、傳播及資訊服務業	26,770	11,976	4,623	1,415	2,972	971	1,806
金融及保險業	21,172	8,157	3,043	1,375	2,221	1,148	1,868
不動產業	44,307	8,425	6,327	4,194	7,166	3,486	4,112
專業、科學及技術服務業	59,611	19,583	9,828	4,103	8,412	3,445	5,239
支援服務業	34,528	5,539	4,833	3,437	4,719	2,553	4,186
教育業	5,648	1,411	740	393	658	414	639
醫療保健及社會工作服務業	1,601	321	194	102	234	122	246
藝術、娛樂及休閒服務業	39,140	5,506	5,961	3,630	4,510	3,084	4,260
其他服務業	92,835	10,308	11,137	7,771	12,511	9,236	12,853

(續下表)

縣市別 行業別	基隆市	宜蘭縣	新竹市	新竹縣	苗栗縣
總 計	20,407	30,182	29,355	32,659	30,328
農、林、漁、牧業	25	768	69	246	270
礦業及土石採取業與電力及燃氣供應業	11	103	58	109	142
製造業	686	2,112	2,356	2,882	2,750
用水供應及污染整治業	130	131	154	175	235
營建工程業	2,395	3,802	2,948	3,790	3,896
批發及零售業	8,777	12,394	12,755	13,648	13,157
運輸及倉儲業	1,244	737	423	500	532
住宿及餐飲業	3,081	4,555	3,975	4,231	3,862
出版、影音製作、傳播及資訊服務業	208	211	476	430	213
金融及保險業	134	192	428	400	178
不動產業	299	961	1,123	1,247	758
專業、科學及技術服務業	512	734	1,020	1,081	563
支援服務業	454	668	742	618	611
教育業	67	70	189	192	87
醫療保健及社會工作服務業	14	44	31	40	20
藝術、娛樂及休閒服務業	633	750	674	925	927
其他服務業	1,737	1,950	1,934	2,145	2,127

(續下頁)

附表 11 2021 年各縣市中小企業家數－按行業別（續）

單位：家

縣市別	彰化縣	南投縣	雲林縣	嘉義市	嘉義縣
行業別					
總計	79,345	28,178	35,213	19,663	23,574
農、林、漁、牧業	1,074	582	789	63	548
礦業及土石採取業與電力及燃氣供應業	296	100	270	36	115
製造業	17,623	1,825	2,434	816	2,035
用水供應及污染整治業	436	149	249	75	210
營建工程業	6,391	2,880	4,340	1,498	2,859
批發及零售業	33,323	12,817	17,547	9,272	10,693
運輸及倉儲業	1,133	511	602	380	637
住宿及餐飲業	6,873	4,561	3,463	3,033	2,764
出版、影音製作、傳播及資訊服務業	338	182	161	148	93
金融及保險業	557	170	241	248	161
不動產業	1,688	483	758	759	326
專業、科學及技術服務業	1,263	539	601	549	343
支援服務業	1,141	532	485	462	538
教育業	185	63	74	84	41
醫療保健及社會工作服務業	46	22	31	19	18
藝術、娛樂及休閒服務業	1,854	956	910	517	611
其他服務業	5,124	1,806	2,258	1,704	1,582

（續下表）

縣市別	屏東縣	花蓮縣	臺東縣	離島地區
行業別				
總計	44,417	23,007	14,972	28,956
農、林、漁、牧業	788	430	381	81
礦業及土石採取業與電力及燃氣供應業	229	156	65	23
製造業	1,721	688	401	441
用水供應及污染整治業	331	117	69	61
營建工程業	4,542	2,518	1,244	1,716
批發及零售業	20,072	9,696	6,278	19,601
運輸及倉儲業	662	453	167	538
住宿及餐飲業	7,695	4,742	3,425	3,300
出版、影音製作、傳播及資訊服務業	192	147	85	123
金融及保險業	316	149	106	80
不動產業	788	635	296	476
專業、科學及技術服務業	736	461	287	312
支援服務業	956	585	478	991
教育業	185	71	45	40
醫療保健及社會工作服務業	50	26	9	12
藝術、娛樂及休閒服務業	1,606	747	664	415
其他服務業	3,548	1,386	972	746

附註：1.表列資料以新標準定義。

2.因資料限制，自 2021 年起，本表行業別之「礦業及土石採取業」、「電力及燃氣供應業」合併為「礦業及土石採取業與電力及燃氣供應業」；縣市別之「澎湖縣」、「金門縣」、「連江縣」合併為「離島地區」。

資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收原始資料，2021 年。

附表 11-1 2021 年各縣市中小企業銷售額－按行業別

單位：新臺幣百萬元

縣市別	總 計	臺北市	新北市	桃園市	臺中市	臺南市	高雄市
行業別							
總 計	26,619,499	7,006,721	3,674,404	2,643,061	3,511,926	1,704,619	2,884,710
農、林、漁、牧業	50,428	6,746	3,021	2,549	2,485	6,371	12,940
礦業及土石採取業與電力及燃氣供應業	784,098	72,308	44,956	76,439	100,048	95,267	144,433
製造業	5,466,678	324,026	812,679	772,856	993,336	471,725	560,858
用水供應及污染整治業	186,306	21,217	23,905	30,311	25,737	14,775	31,902
營建工程業	2,109,714	310,077	348,977	202,224	291,139	131,297	290,719
批發及零售業	11,961,205	3,631,053	1,759,300	1,063,955	1,494,911	723,795	1,295,053
運輸及倉儲業	1,096,982	557,064	70,216	111,978	66,176	26,744	133,288
住宿及餐飲業	576,832	136,948	69,428	48,051	79,793	42,375	61,801
出版、影音製作、傳播及資訊服務業	758,526	533,297	72,361	10,436	39,060	14,364	27,803
金融及保險業	1,244,032	682,915	116,883	69,324	106,808	48,891	90,749
不動產業	1,050,319	195,905	187,694	102,279	180,975	75,136	109,227
專業、科學及技術服務業	647,139	343,670	75,302	84,280	50,086	16,740	33,297
支援服務業	329,820	105,472	46,089	36,629	40,147	17,426	34,941
教育業	21,375	8,402	2,711	1,161	3,025	1,151	2,232
醫療保健及社會工作服務業	32,987	4,181	1,861	689	2,872	692	20,893
藝術、娛樂及休閒服務業	85,552	30,045	12,866	5,998	8,917	5,155	7,356
其他服務業	217,508	43,396	26,155	23,904	26,412	12,715	27,217

(續下表)

縣市別	基隆市	宜蘭縣	新竹市	新竹縣	苗栗縣
行業別					
總 計	155,002	269,199	633,133	589,026	487,973
農、林、漁、牧業	98	893	291	321	554
礦業及土石採取業與電力及燃氣供應業	15,341	2,529	63,812	8,833	64,021
製造業	10,100	64,999	112,408	160,577	197,940
用水供應及污染整治業	2,316	1,211	5,198	4,804	3,095
營建工程業	18,767	37,996	73,996	58,041	37,456
批發及零售業	58,603	102,715	251,957	244,314	132,092
運輸及倉儲業	25,361	11,325	7,629	9,041	7,221
住宿及餐飲業	5,941	13,408	14,825	13,535	8,686
出版、影音製作、傳播及資訊服務業	4,172	2,869	13,923	6,347	3,889
金融及保險業	4,353	8,864	20,899	13,042	8,422
不動產業	2,238	12,645	38,959	40,225	12,922
專業、科學及技術服務業	1,631	2,286	8,663	11,338	1,696
支援服務業	2,816	2,578	8,878	6,654	4,161
教育業	65	141	773	435	111
醫療保健及社會工作服務業	83	47	126	311	201
藝術、娛樂及休閒服務業	861	1,497	1,790	1,726	1,230
其他服務業	2,256	3,196	9,005	9,481	4,278

(續下頁)

附表 11-1 2021 年各縣市中小企業銷售額－按行業別（續）

單位：新臺幣百萬元

縣市別 行業別	彰化縣	南投縣	雲林縣	嘉義市	嘉義縣
總計	1,076,021	226,573	575,754	229,435	284,511
農、林、漁、牧業	2,662	1,712	1,882	294	2,034
礦業及土石採取業與電力及燃氣供應業	34,047	14,369	2,785	8,963	2,195
製造業	448,363	53,134	275,680	25,634	106,315
用水供應及污染整治業	6,966	1,682	4,012	1,477	3,267
營建工程業	72,643	24,751	69,092	22,414	30,548
批發及零售業	398,937	92,337	165,114	120,957	102,290
運輸及倉儲業	16,922	5,414	10,578	4,603	12,840
住宿及餐飲業	15,776	10,114	7,214	8,788	5,210
出版、影音製作、傳播及資訊服務業	7,130	3,366	4,329	5,003	530
金融及保險業	20,777	7,413	11,056	9,540	5,453
不動產業	30,647	5,378	14,670	12,345	4,409
專業、科學及技術服務業	5,156	1,804	2,115	1,673	2,191
支援服務業	6,034	1,687	2,623	2,211	4,147
教育業	292	58	150	213	33
醫療保健及社會工作服務業	577	31	88	51	64
藝術、娛樂及休閒服務業	1,701	886	733	883	653
其他服務業	7,392	2,436	3,634	4,388	2,334

（續下表）

縣市別 行業別	屏東縣	花蓮縣	臺東縣	離島地區
總計	367,282	144,872	74,520	80,758
農、林、漁、牧業	4,327	394	629	226
礦業及土石採取業與電力及燃氣供應業	17,130	8,935	3,788	3,900
製造業	59,092	11,398	3,862	1,697
用水供應及污染整治業	2,479	1,023	486	445
營建工程業	43,701	19,253	10,269	16,354
批發及零售業	185,461	68,081	34,357	35,921
運輸及倉儲業	5,407	5,235	3,650	6,292
住宿及餐飲業	13,943	9,897	6,468	4,632
出版、影音製作、傳播及資訊服務業	3,908	2,643	1,543	1,554
金融及保險業	10,323	4,159	2,727	1,435
不動產業	9,596	7,850	3,057	4,163
專業、科學及技術服務業	1,662	1,859	866	823
支援服務業	2,919	1,450	926	2,032
教育業	221	111	47	41
醫療保健及社會工作服務業	101	95	11	13
藝術、娛樂及休閒服務業	1,529	877	440	410
其他服務業	5,484	1,611	1,394	821

附註及資料來源：同附表 11。

附表 12 2021 年中小企業行業別家數－按經營組織型態別

單位：家

行業別	組織別	總 計	股份有 限公司	有限公司	合 夥
全部企業		1,613,281	155,298	497,116	37,581
中小企業		1,595,828	139,631	495,983	37,581
農、林、漁、牧業		11,231	1,148	1,676	388
礦業及土石採取業		1,050	258	432	56
製造業		144,605	30,825	63,748	4,048
電力及燃氣供應業		2,314	687	1,063	42
用水供應及污染整治業		8,042	660	3,503	145
營建工程業		145,942	7,152	63,323	4,565
批發及零售業		736,913	52,723	241,776	14,635
運輸及倉儲業		35,849	4,748	10,803	821
住宿及餐飲業		184,270	3,198	9,264	7,128
出版、影音製作、傳播及資通訊服務業		26,770	6,259	13,361	307
金融及保險業		21,172	5,768	6,682	153
不動產業		44,307	11,985	23,522	920
專業、科學及技術服務業		59,611	8,459	32,085	884
支援服務業		34,528	3,449	13,748	637
教育業		5,648	396	1,294	90
醫療保健及社會工作服務業		1,601	120	285	75
藝術、娛樂及休閒服務業		39,140	1,007	4,165	694
其他服務業		92,835	789	5,253	1,993

(續下表)

行業別	組織別	獨 資	本國公司 之分公司	外國公司在 臺之分公司	其 他
全部企業		834,303	40,020	5,865	43,098
中小企業		834,286	40,020	5,616	42,711
農、林、漁、牧業		7,849	24	6	140
礦業及土石採取業		268	9	*	26
製造業		43,638	849	417	1,080
電力及燃氣供應業		409	24	*	86
用水供應及污染整治業		3,503	51	7	173
營建工程業		70,356	176	113	257
批發及零售業		381,028	25,729	2,763	18,259
運輸及倉儲業		11,420	923	110	7,024
住宿及餐飲業		156,591	4,157	79	3,853
出版、影音製作、傳播及資通訊服務業		4,441	342	524	1,536
金融及保險業		2,134	4,677	283	1,475
不動產業		4,270	479	357	2,774
專業、科學及技術服務業		16,365	341	696	781
支援服務業		14,524	1,240	81	849
教育業		2,157	213	17	1,481
醫療保健及社會工作服務業		755	10	*	350
藝術、娛樂及休閒服務業		31,709	406	133	1,026
其他服務業		82,869	370	20	1,541

附 註：1.表列資料以新標準定義。2.為保護廠商個別資料，企業家數小於（含）5 者之數值以「*」表示。

3.因資料限制，自 2021 年起，組織別的「無限公司」、「兩合公司」列入「其他」。

資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收原始資料，2021 年。

附表 13 2021 年中小企業行業別家數及銷售額－按資本額級距

單位：家；新臺幣百萬元

資本額級距		總 計	0.1 百萬元 以下	0.1-1 百萬元	1-5 百萬元	5-10 百萬元	10-20 百萬元
行業別 / 指標							
全 部 企 業	家 數	1,613,281	660,190	530,761	227,398	80,667	43,022
	銷售額	50,693,753	8,137,105	3,178,017	3,760,151	2,485,567	2,302,666
中 小 企 業	家 數	1,595,828	660,190	530,761	227,398	80,667	43,022
	銷售額	26,619,499	8,137,105	3,178,017	3,760,151	2,485,567	2,302,666
農 林 業	家 數	11,231	4,764	4,310	1,000	471	342
漁 牧 業	銷售額	50,428	8,367	6,778	6,218	5,227	5,516
礦 業 及 土 產 業	家 數	1,050	88	375	253	141	90
石 採 取 業	銷售額	38,103	10,230	2,933	5,490	6,221	5,785
製 造 業	家 數	144,605	28,362	45,879	35,706	14,061	9,040
	銷售額	5,466,678	1,491,952	423,172	700,720	447,254	527,944
電 力 及 燃 氣 供 應 業	家 數	2,314	378	695	529	263	185
	銷售額	745,995	710,143	1,975	8,144	3,842	3,875
用 水 供 應 及 污 染 整 治 業	家 數	8,042	1,852	3,310	1,733	595	283
	銷售額	186,306	38,762	22,755	34,308	22,849	17,738
營 建 工 程 業	家 數	145,942	17,181	81,954	29,724	8,311	4,150
	銷售額	2,109,714	144,503	491,738	426,441	226,019	212,923
批 發 及 零 售 業	家 數	736,913	324,782	237,669	108,818	34,084	16,350
	銷售額	11,961,205	3,267,260	1,534,390	2,041,756	1,254,116	1,081,001
運 輸 及 倉 儲 業	家 數	35,849	15,667	5,723	5,386	2,958	1,604
	銷售額	1,096,982	240,541	40,447	59,131	212,113	138,457
住 宿 及 餐 飲 業	家 數	184,270	127,831	48,301	4,576	1,635	875
	銷售額	576,832	302,272	135,186	44,312	23,974	18,505
出 版、影 音 製 作、傳 播 及 資 訊 服 務 業	家 數	26,770	5,667	10,567	5,934	2,158	1,070
	銷售額	758,526	318,763	157,729	61,302	38,964	36,780
金 融 及 保 險 業	家 數	21,172	6,714	3,212	4,709	1,781	1,606
	銷售額	1,244,032	1,071,940	26,287	25,160	19,531	21,808
不 動 產 業	家 數	44,307	5,833	12,535	8,220	5,083	4,678
	銷售額	1,050,319	185,579	85,336	95,544	93,605	147,471
專 業、科 學 及 技 術 服 務 業	家 數	59,611	13,315	28,256	11,352	3,579	1,508
	銷售額	647,139	93,918	128,964	160,731	70,467	52,662
支 援 服 務 業	家 數	34,528	10,046	12,746	5,417	4,366	752
	銷售額	329,820	41,286	56,956	59,124	45,279	22,749
教 育 業	家 數	5,648	3,380	1,567	458	143	48
	銷售額	21,375	13,966	2,310	1,843	1,567	499
醫 療 保 健 及 社 會 工 作 服 務 業	家 數	1,601	849	426	169	79	26
	銷售額	32,987	24,918	4,003	1,358	1,143	567
藝 術、娛 樂 及 休 閒 服 務 業	家 數	39,140	25,862	10,826	1,550	440	225
	銷售額	85,552	45,441	17,202	9,480	3,688	3,545
其 他 服 務 業	家 數	92,835	67,619	22,410	1,864	519	190
	銷售額	217,508	127,263	39,855	19,087	9,707	4,842

(續下頁)

附表 13 2021 年中小企業行業別家數及銷售額－按資本額級距（續）

單位：家；新臺幣百萬元

資本額級距		20-30 百萬元	30-60 百萬元	60 百萬元- 1 億元	1-2 億元	超過 2 億元
行業別 / 指標						
全 部 企 業	家 數	28,547	16,244	8,999	7,195	10,258
	銷售額	2,274,701	2,391,893	2,089,400	2,525,034	21,549,221
中 小 企 業	家 數	28,547	16,244	8,999	0	0
	銷售額	2,274,701	2,391,893	2,089,400	0	0
農 林 業	家 數	196	94	54	0	0
	銷售額	7,396	7,644	3,281	0	0
礦 業 及 土 產 業	家 數	64	28	11	0	0
	銷售額	3,425	2,914	1,105	0	0
製 造 業	家 數	5,388	3,791	2,378	0	0
	銷售額	500,016	695,158	680,461	0	0
電 力 及 燃 氣 供 應 業	家 數	104	95	65	0	0
	銷售額	3,411	4,916	9,688	0	0
用 水 供 應 及 污 染 整 治 業	家 數	126	86	57	0	0
	銷售額	14,144	13,600	22,150	0	0
營 建 工 程 業	家 數	2,524	1,251	847	0	0
	銷售額	201,267	199,642	207,182	0	0
批 發 及 零 售 業	家 數	8,051	4,747	2,412	0	0
	銷售額	949,927	1,014,840	817,915	0	0
運 輸 及 倉 儲 業	家 數	3,714	626	171	0	0
	銷售額	255,442	86,145	64,706	0	0
住 宿 及 餐 飲 業	家 數	547	301	204	0	0
	銷售額	16,287	15,353	20,944	0	0
出 版、影 音 製 作、傳 播 及 資 訊 服 務 業	家 數	592	528	254	0	0
	銷售額	57,618	35,111	52,259	0	0
金 融 及 保 險 業	家 數	1,460	961	729	0	0
	銷售額	20,987	33,908	24,410	0	0
不 動 產 業	家 數	4,405	2,269	1,284	0	0
	銷售額	174,351	165,991	102,441	0	0
專 業、科 學 及 技 術 服 務 業	家 數	784	497	320	0	0
	銷售額	37,147	48,628	54,623	0	0
支 援 服 務 業	家 數	307	792	102	0	0
	銷售額	25,204	56,975	22,248	0	0
教 育 業	家 數	30	9	13	0	0
	銷售額	336	332	521	0	0
醫 療 保 健 及 社 會 工 作 服 務 業	家 數	21	22	9	0	0
	銷售額	525	281	192	0	0
藝 術、娛 樂 及 休 閒 服 務 業	家 數	112	76	49	0	0
	銷售額	2,082	2,367	1,746	0	0
其 他 服 務 業	家 數	122	71	40	0	0
	銷售額	5,138	8,089	3,527	0	0

附 註：1.表列資料以新標準定義。2.級距「1-5 百萬元」為超過 1 百萬元至 5 百萬元以下，依此類推。
 3.因資料限制，自 2021 年起，資本額級距的「30-40 百萬元」、「40-50 百萬元」、「50-60 百萬元」合併為「30-60 百萬元」；「60-80 百萬元」、「80 百萬元-1 億元」合併為「60 百萬元-1 億元」。

資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收原始資料，2021 年。

附表 13-1 2021 年中小企業行業別家數及銷售額－按銷售額級距

單位：家；新臺幣百萬元

銷售額級距		總 計	0.5 百萬元 以下	0.5-5 百萬元	5-10 百萬元	10-20 百萬元	20-30 百萬元
行業別/指標							
全 部 企 業	家 數	1,613,281	189,163	568,006	397,827	139,941	120,225
	銷售額	50,693,753	321	325,043	906,770	1,006,137	1,719,383
中 小 企 業	家 數	1,595,828	187,283	567,475	396,838	139,241	119,344
	銷售額	26,619,499	1,201	324,792	904,033	1,001,043	1,706,408
農 林 業	家 數	11,231	3,032	5,544	1,537	343	333
漁 牧 業	銷售額	50,428	16	3,060	3,095	2,453	4,753
礦 業 及 土 產 業	家 數	1,050	255	110	194	98	104
石 採 取 業	銷售額	38,103	-4	54	500	721	1,556
製 造 業	家 數	144,605	11,226	21,495	36,917	20,037	19,228
	銷售額	5,466,678	49	12,100	97,255	144,998	275,548
電 力 及 燃 氣 供 應 業	家 數	2,314	771	250	626	206	153
	銷售額	745,995	-5	139	1,585	1,500	2,126
用 水 供 應 及 污 染 整 治 業	家 數	8,042	1,041	2,172	1,736	847	796
	銷售額	186,306	-9	1,158	4,238	6,131	11,473
營 建 工 程 業	家 數	145,942	15,889	22,425	46,377	22,456	17,675
	銷售額	2,109,714	64	11,869	122,167	160,848	250,313
批 發 及 零 售 業	家 數	736,913	86,310	263,967	176,661	62,201	57,513
	銷售額	11,961,205	861	157,547	402,072	447,385	826,725
運 輸 及 倉 儲 業	家 數	35,849	3,435	12,200	7,791	3,110	3,013
	銷售額	1,096,982	63	5,341	18,897	22,349	43,800
住 宿 及 餐 飲 業	家 數	184,270	6,906	101,593	55,264	9,184	6,229
	銷售額	576,832	177	64,533	98,770	65,737	87,057
出 版、影 音 製 作、傳 播 及 資 訊 服 務 業	家 數	26,770	7,544	6,118	6,331	2,313	1,808
	銷售額	758,526	69	2,843	15,641	16,498	25,674
金 融 及 保 險 業	家 數	21,172	5,827	4,118	3,343	1,377	1,032
	銷售額	1,244,032	3	2,080	8,025	9,868	14,689
不 動 產 業	家 數	44,307	13,214	6,337	8,814	4,796	3,525
	銷售額	1,050,319	-459	3,140	22,814	35,179	51,131
專 業、科 學 及 技 術 服 務 業	家 數	59,611	13,172	17,524	15,503	5,521	3,685
	銷售額	647,139	24	8,672	38,021	39,547	52,056
支 援 服 務 業	家 數	34,528	5,901	11,958	8,638	3,156	2,221
	銷售額	329,820	77	5,919	20,934	22,619	31,425
教 育 業	家 數	5,648	1,268	2,413	1,060	411	281
	銷售額	21,375	2	1,009	2,655	2,904	3,898
醫 療 保 健 及 社 會 工 作 服 務 業	家 數	1,601	363	664	220	85	110
	銷售額	32,987	5	276	522	624	1,586
藝 術、娛 樂 及 休 閒 服 務 業	家 數	39,140	6,523	22,580	7,739	1,066	561
	銷售額	85,552	176	10,787	14,648	7,526	7,869
其 他 服 務 業	家 數	92,835	4,606	66,007	18,087	2,034	1,077
	銷售額	217,508	92	34,264	32,195	14,154	14,731

(續下頁)

附表 13-1 2021 年中小企業行業別家數及銷售額－按銷售額級距（續）

單位：家；新臺幣百萬元

銷售額級距		30-40 百萬元	40-50 百萬元	50-60 百萬元	60-70 百萬元	70-80 百萬元	0.8-1 億元	超過 1 億元
行業別/指標								
全 部 企 業	家 數	62,574	28,999	17,493	12,264	16,779	11,299	48,711
	銷售額	1,540,424	999,880	781,617	671,593	1,161,706	1,011,593	40,569,287
中 小 企 業	家 數	61,978	28,578	17,119	11,940	16,215	10,849	38,968
	銷售額	1,525,680	985,238	764,748	653,820	1,122,319	971,173	16,659,043
農 林 業	家 數	150	63	32	21	45	39	92
漁 牧 業	銷售額	3,717	2,183	1,453	1,139	3,076	3,483	22,000
礦 業 及 土 產 業	家 數	73	40	22	23	35	15	81
石 採 取 業	銷售額	1,836	1,367	990	1,262	2,410	1,354	26,056
製 造 業	家 數	10,411	5,310	3,335	2,388	3,328	2,184	8,746
	銷售額	257,246	183,708	149,248	130,860	230,053	195,419	,790,194
電 力 及 燃 氣 供 應 業	家 數	67	45	28	17	26	13	112
	銷售額	1,611	1,560	1,257	945	1,806	1,150	732,320
用 水 供 應 及 污 染 整 治 業	家 數	455	215	151	85	109	91	344
	銷售額	11,257	7,320	6,728	4,681	7,547	8,126	117,655
營 建 工 程 業	家 數	8,207	3,485	2,085	1,403	1,781	1,118	3,041
	銷售額	202,165	120,269	93,070	76,890	122,808	99,789	849,461
批 發 及 零 售 業	家 數	31,923	14,085	8,026	5,556	7,503	5,074	18,094
	銷售額	785,544	484,430	358,335	303,969	519,804	454,958	7,219,577
運 輸 及 倉 儲 業	家 數	1,920	1,036	659	426	633	360	1,266
	銷售額	47,994	35,784	29,335	23,265	43,629	32,307	794,217
住 宿 及 餐 飲 業	家 數	2,326	912	534	360	383	220	359
	銷售額	56,607	31,296	23,727	19,769	26,310	19,484	83,365
出 版、影 音 製 作、傳 播 及 資 訊 服 務 業	家 數	789	414	256	221	246	144	586
	銷售額	19,233	14,414	11,513	12,103	17,006	12,829	610,702
金 融 及 保 險 業	家 數	559	385	336	324	594	636	2,641
	銷售額	13,832	13,415	15,068	17,865	41,465	57,008	1,050,714
不 動 產 業	家 數	1,937	1,147	780	545	727	499	1,986
	銷售額	47,379	39,601	34,908	29,883	50,444	44,673	691,626
專 業、科 學 及 技 術 服 務 業	家 數	1,472	712	395	261	355	195	816
	銷售額	36,007	24,619	17,627	14,244	24,583	17,348	374,391
支 援 服 務 業	家 數	962	401	240	162	230	147	512
	銷售額	23,490	13,891	10,673	8,820	16,001	13,181	162,789
教 育 業	家 數	97	35	26	15	13	10	19
	銷售額	2,310	1,205	1,161	832	903	860	3,635
醫 療 保 健 及 社 會 工 作 服 務 業	家 數	50	40	23	11	7	11	17
	銷售額	1,254	1,384	1,054	597	488	957	24,240
藝 術、娛 樂 及 休 閒 服 務 業	家 數	218	100	76	61	97	48	71
	銷售額	5,323	3,502	3,415	3,331	6,787	4,275	17,911
其 他 服 務 業	家 數	362	153	115	61	103	45	185
	銷售額	8,873	5,288	5,186	3,365	7,199	3,970	88,191

附 註：1.表列資料以新標準定義。2.級距「0.5-5 百萬元」為超過 50 萬元至 5 百萬元以下，依此類推。
 3.因資料限制，自 2021 年起，銷售額級距的「1-2 億元」、「超過 2 億元」合併為「超過 1 億元」。
 4.銷售額為負值，可能原因為廠商申報營業稅時，因免稅銷售額銷貨退回或折讓等因素，而致銷售額之填報為負數。

資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收原始資料，2021 年。

附表 14 2021 年中小型製造業中業別家數

單位：家；%

行業中分類	規模別	全部企業	中小企業	結構比	
				占比	結構比
總計		149,919	144,605	96.46	100.00
食品及飼品製造業		10,034	9,807	97.74	6.78
飲料製造業		614	584	95.11	0.40
菸草、石油及煤製品製造業		211	195	92.42	0.13
紡織業		4,835	4,598	95.10	3.18
成衣及服飾品製造業		3,407	3,376	99.09	2.33
皮革、毛皮及其製品製造業		1,144	1,125	98.34	0.78
木竹製品製造業		2,827	2,808	99.33	1.94
紙漿、紙及紙製品製造業		3,004	2,924	97.34	2.02
印刷及資料儲存媒體複製業		8,384	8,324	99.28	5.76
化學原材料、肥料、氮化合物、 塑橡膠原料及人造纖維製造業		1,639	1,401	85.48	0.97
其他化學製品製造業		2,733	2,580	94.40	1.78
藥品及醫用化學製品製造業		424	292	68.87	0.20
橡膠製品製造業		1,703	1,630	95.71	1.13
塑膠製品製造業		10,345	10,092	97.55	6.98
非金屬礦物製品製造業		3,263	3,107	95.22	2.15
基本金屬製造業		6,445	6,153	95.47	4.26
金屬製品製造業		39,868	39,344	98.69	27.21
電子零組件製造業		6,122	5,212	85.14	3.60
電腦、電子產品及光學製品製造業		3,098	2,627	84.80	1.82
電力設備及配備製造業		5,580	5,214	93.44	3.61
機械設備製造業		16,502	16,030	97.14	11.09
汽車及其零件製造業		2,244	2,078	92.60	1.44
其他運輸工具及其零件製造業		2,195	2,068	94.21	1.43
家具製造業		2,315	2,286	98.75	1.58
其他製造業		4,247	4,063	95.67	2.81
產業用機械設備維修及安裝業		6,736	6,687	99.27	4.62

(續下頁)

附表 14-1 2021 年中小型製造業中業別銷售額

單位：新臺幣百萬元；%

行業中分類	規模別	全部企業	中小企業	占比	結構比
總 計		18,378,803	5,466,678	29.74	100.00
食品及飼品製造業		668,071	281,180	42.09	5.14
飲料製造業		61,998	35,991	58.05	0.66
菸草、石油及煤製品製造業		773,966	53,517	6.91	0.98
紡織業		434,885	120,383	27.68	2.20
成衣及服飾品製造業		60,150	40,476	67.29	0.74
皮革、毛皮及其製品製造業		54,734	22,123	40.42	0.40
木竹製品製造業		59,857	48,190	80.51	0.88
紙漿、紙及紙製品製造業		241,832	141,402	58.47	2.59
印刷及資料儲存媒體複製業		188,217	88,087	46.80	1.61
化學原材料、肥料、氮化合物、 塑橡膠原料及人造纖維製造業		1,447,317	516,941	35.72	9.46
其他化學製品製造業		320,844	103,017	32.11	1.88
藥品及醫用化學製品製造業		123,630	18,764	15.18	0.34
橡膠製品製造業		174,093	58,312	33.49	1.07
塑膠製品製造業		485,678	310,948	64.02	5.69
非金屬礦物製品製造業		401,809	214,989	53.51	3.93
基本金屬製造業		1,617,572	291,209	18.00	5.33
金屬製品製造業		1,513,551	993,155	65.62	18.17
電子零組件製造業		5,106,282	599,170	11.73	10.96
電腦、電子產品及光學製品製造業		1,207,655	136,023	11.26	2.49
電力設備及配備製造業		782,775	231,091	29.52	4.23
機械設備製造業		1,012,823	570,266	56.30	10.43
汽車及其零件製造業		668,737	86,936	13.00	1.59
其他運輸工具及其零件製造業		427,292	188,925	44.21	3.46
家具製造業		91,219	62,545	68.57	1.14
其他製造業		232,712	95,594	41.08	1.75
產業用機械設備維修及安裝業		221,103	157,445	71.21	2.88

(續下頁)

附表 14-2 2021 年中小型製造業中業別內銷額

單位：新臺幣百萬元；%

行業中分類	規模別	全部企業	中小企業		
				占比	結構比
總計		9,624,387	4,206,217	43.70	100.00
食品及飼品製造業		626,851	266,327	42.49	6.33
飲料製造業		59,791	35,430	59.26	0.84
菸草、石油及煤製品製造業		500,573	52,571	10.50	1.25
紡織業		263,492	99,932	37.93	2.38
成衣及服飾品製造業		41,355	31,846	77.01	0.76
皮革、毛皮及其製品製造業		30,174	13,922	46.14	0.33
木竹製品製造業		55,840	45,398	81.30	1.08
紙漿、紙及紙製品製造業		207,082	134,445	64.92	3.20
印刷及資料儲存媒體複製業		119,473	83,783	70.13	1.99
化學原材料、肥料、氮化合物、 塑橡膠原料及人造纖維製造業		788,290	480,141	60.91	11.42
其他化學製品製造業		220,492	78,636	35.66	1.87
藥品及醫用化學製品製造業		100,466	15,634	15.56	0.37
橡膠製品製造業		88,058	40,839	46.38	0.97
塑膠製品製造業		347,888	252,850	72.68	6.01
非金屬礦物製品製造業		338,989	196,048	57.83	4.66
基本金屬製造業		1,205,830	259,645	21.53	6.17
金屬製品製造業		1,100,951	839,097	76.22	19.95
電子零組件製造業		962,163	216,581	22.51	5.15
電腦、電子產品及光學製品製造業		382,764	73,033	19.08	1.74
電力設備及配備製造業		515,026	195,043	37.87	4.64
機械設備製造業		596,091	406,029	68.12	9.65
汽車及其零件製造業		545,177	67,060	12.30	1.59
其他運輸工具及其零件製造業		195,075	80,276	41.15	1.91
家具製造業		53,370	40,010	74.97	0.95
其他製造業		97,038	62,896	64.82	1.50
產業用機械設備維修及安裝業		182,087	138,744	76.20	3.30

(續下頁)

附表 14-3 2021 年中小型製造業中業別出口額

單位：新臺幣百萬元；%

行業中分類	規模別	全部企業	中小企業		
				占比	結構比
總計		8,754,417	1,260,461	14.40	100.00
食品及飼品製造業		41,220	14,853	36.03	1.18
飲料製造業		2,207	561	25.42	0.04
菸草、石油及煤製品製造業		273,393	945	0.35	0.07
紡織業		171,393	20,451	11.93	1.62
成衣及服飾品製造業		18,794	8,630	45.92	0.68
皮革、毛皮及其製品製造業		24,560	8,201	33.39	0.65
木竹製品製造業		4,017	2,791	69.48	0.22
紙漿、紙及紙製品製造業		34,750	6,957	20.02	0.55
印刷及資料儲存媒體複製業		68,744	4,304	6.26	0.34
化學原材料、肥料、氮化合物、 塑橡膠原料及人造纖維製造業		659,027	36,801	5.58	2.92
其他化學製品製造業		100,352	24,381	24.30	1.93
藥品及醫用化學製品製造業		23,164	3,131	13.52	0.25
橡膠製品製造業		86,036	17,472	20.31	1.39
塑膠製品製造業		137,790	58,097	42.16	4.61
非金屬礦物製品製造業		62,821	18,941	30.15	1.50
基本金屬製造業		411,742	31,565	7.67	2.50
金屬製品製造業		412,600	154,058	37.34	12.22
電子零組件製造業		4,144,119	382,589	9.23	30.35
電腦、電子產品及光學製品製造業		824,891	62,990	7.64	5.00
電力設備及配備製造業		267,750	36,048	13.46	2.86
機械設備製造業		416,733	164,237	39.41	13.03
汽車及其零件製造業		123,560	19,875	16.09	1.58
其他運輸工具及其零件製造業		232,217	108,648	46.79	8.62
家具製造業		37,849	22,535	59.54	1.79
其他製造業		135,674	32,698	24.10	2.59
產業用機械設備維修及安裝業		39,016	18,700	47.93	1.48

附註：1.表列資料以新標準定義。

2.因資料限制，自 2021 年起，製造業中業別的「菸草製造業」、「石油及煤製品製造業」合併為「菸草、石油及煤製品製造業」。

3.「占比」為中小企業占全部企業之比率；「結構比」為中小企業製造業各行業別占整體中小企業製造業之比率。

資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2021 年。

附表 15 2021 年中小企業家數及銷售額－按企業主性別及行業別

單位：家；新臺幣百萬元；%

行業別	企業主性別		結構比	企業主	
	男女合計	女性企業主		男性企業主	結構比
家 數					
總 計	1,577,962	586,304	100.00	991,658	100.00
農、林、漁、牧業	11,216	2,813	0.48	8,403	0.85
礦業及土石採取業	1,045	249	0.04	796	0.08
製造業	143,544	41,037	7.00	102,507	10.34
電力及燃氣供應業	2,226	602	0.10	1,624	0.16
用水供應及污染整治業	8,024	2,365	0.40	5,659	0.57
營建工程業	145,679	37,158	6.34	108,521	10.94
批發及零售業	727,757	283,396	48.34	444,361	44.81
運輸及倉儲業	34,887	9,590	1.64	25,297	2.55
住宿及餐飲業	182,819	85,490	14.58	97,329	9.81
出版、影音製作、傳播及資通訊服務業	25,560	7,690	1.31	17,870	1.80
金融及保險業	20,766	7,477	1.28	13,289	1.34
不動產業	43,940	13,810	2.36	30,130	3.04
專業、科學及技術服務業	57,919	21,921	3.74	35,998	3.63
支援服務業	34,203	13,192	2.25	21,011	2.12
教育業	5,495	2,506	0.43	2,989	0.30
醫療保健及社會工作服務業	1,586	646	0.11	940	0.09
藝術、娛樂及休閒服務業	38,815	13,053	2.23	25,762	2.60
其他服務業	92,481	43,309	7.39	49,172	4.96
銷 售 額					
總 計	24,292,305	5,797,321	100.00	18,494,984	100.00
農、林、漁、牧業	49,531	10,328	0.18	39,203	0.21
礦業及土石採取業	37,821	6,087	0.10	31,734	0.17
製造業	5,080,936	909,606	15.69	4,171,330	22.55
電力及燃氣供應業	739,349	31,156	0.54	708,193	3.83
用水供應及污染整治業	182,461	49,472	0.85	132,989	0.72
營建工程業	2,037,426	505,178	8.71	1,532,248	8.28
批發及零售業	10,766,730	2,747,414	47.39	8,019,316	43.36
運輸及倉儲業	900,959	173,394	2.99	727,565	3.93
住宿及餐飲業	549,981	226,690	3.91	323,291	1.75
出版、影音製作、傳播及資通訊服務業	549,053	83,305	1.44	465,748	2.52
金融及保險業	1,236,737	457,923	7.90	778,814	4.21
不動產業	1,026,867	244,547	4.22	782,320	4.23
專業、科學及技術服務業	502,990	177,714	3.07	325,276	1.76
支援服務業	291,814	84,073	1.45	207,741	1.12
教育業	20,057	6,038	0.10	14,019	0.08
醫療保健及社會工作服務業	32,219	7,518	0.13	24,701	0.13
藝術、娛樂及休閒服務業	77,670	20,708	0.36	56,962	0.31
其他服務業	209,703	56,171	0.97	153,532	0.83

(續下頁)

附表 15-1 2021 年中小企業內銷額及出口額－按企業主性別及行業別

單位：新臺幣百萬元；%

單位：新臺幣百萬元，%

行業別	企業主性別	男女合計	女性企業主	結構比	男性企業主	結構比
內 銷 額						
總 計		21,541,715	5,234,625	100.00	16,307,090	100.00
農、林、漁、牧業		42,784	8,864	0.17	33,920	0.21
礦業及土石採取業		37,707	6,055	0.12	31,652	0.19
製造業		4,010,870	752,689	14.38	3,258,181	19.98
電力及燃氣供應業		739,129	31,101	0.59	708,028	4.34
用水供應及污染整治業		174,941	47,849	0.91	127,092	0.78
營建工程業		2,032,125	504,321	9.63	1,527,804	9.37
批發及零售業		9,436,676	2,442,421	46.66	6,994,255	42.89
運輸及倉儲業		706,127	152,466	2.91	553,661	3.40
住宿及餐飲業		549,408	226,651	4.33	322,757	1.98
出版、影音製作、傳播及資通訊服務業		502,364	70,678	1.35	431,686	2.65
金融及保險業		1,231,384	454,584	8.68	776,800	4.76
不動產業		1,025,260	243,901	4.66	781,359	4.79
專業、科學及技術服務業		431,443	124,658	2.38	306,785	1.88
支援服務業		286,410	81,913	1.56	204,497	1.25
教育業		19,959	6,026	0.12	13,933	0.09
醫療保健及社會工作服務業		32,208	7,510	0.14	24,698	0.15
藝術、娛樂及休閒服務業		77,194	20,379	0.39	56,815	0.35
其他服務業		205,727	52,559	1.00	153,168	0.94
出 口 額						
總 計		2,750,590	562,696	100.00	2,187,894	100.00
農、林、漁、牧業		6,747	1,464	0.26	5,283	0.24
礦業及土石採取業		114	32	0.01	82	0.00
製造業		1,070,065	156,916	27.89	913,149	41.74
電力及燃氣供應業		221	55	0.01	166	0.01
用水供應及污染整治業		7,519	1,622	0.29	5,897	0.27
營建工程業		5,300	856	0.15	4,444	0.20
批發及零售業		1,330,054	304,993	54.20	1,025,061	46.85
運輸及倉儲業		194,833	20,928	3.72	173,905	7.95
住宿及餐飲業		573	39	0.01	534	0.02
出版、影音製作、傳播及資通訊服務業		46,689	12,627	2.24	34,062	1.56
金融及保險業		5,353	3,339	0.59	2,014	0.09
不動產業		1,607	646	0.11	961	0.04
專業、科學及技術服務業		71,548	53,056	9.43	18,492	0.85
支援服務業		5,403	2,159	0.38	3,244	0.15
教育業		98	13	0.00	85	0.00
醫療保健及社會工作服務業		11	8	0.00	3	0.00
藝術、娛樂及休閒服務業		477	329	0.06	148	0.01
其他服務業		3,976	3,612	0.64	364	0.02

附 註：1.表列資料以新標準定義。

2.本表女/男性企業主係指該企業負責人為女/男性，但負責人若為法人或外國人，無法區分性別，統計時未將其納入，因此男女合計不同於附表 1~4 之總計數值。

3.「結構比」為中小企業各行業別占整體中小企業之比率。

資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2021 年。

附表 15-2 2021 年中小企業家數及銷售額－按企業主性別及經營年數

單位：新臺幣百萬元；%

企業主性別 經營年數	男女合計	女性企業主	結構比	男性企業主	結構比
家 數					
總 計	1,577,962	586,304	100.00	991,658	100.00
成立未滿 1 年	115,585	46,042	7.85	69,543	7.01
1-2 年	109,701	43,460	7.41	66,241	6.68
2-3 年	90,028	34,730	5.92	55,298	5.58
3-4 年	81,225	31,232	5.33	49,993	5.04
4-5 年	73,995	28,345	4.83	45,650	4.60
5-10 年	291,157	109,846	18.74	181,311	18.28
10-20 年	379,630	141,209	24.08	238,421	24.04
20 年(含)以上	436,641	151,440	25.83	285,201	28.76
銷 售 額					
總 計	24,292,305	5,797,321	100.00	18,494,984	100.00
成立未滿 1 年	226,395	74,766	1.29	151,628	0.82
1-2 年	566,773	165,823	2.86	400,950	2.17
2-3 年	666,632	193,498	3.34	473,134	2.56
3-4 年	625,325	187,747	3.24	437,577	2.37
4-5 年	737,652	200,669	3.46	536,983	2.90
5-10 年	3,347,674	837,432	14.45	2,510,241	13.57
10-20 年	6,587,638	1,620,141	27.95	4,967,498	26.86
20 年(含)以上	11,534,217	2,517,244	43.42	9,016,972	48.75
內 銷 額					
總 計	21,541,715	5,234,625	100.00	16,307,090	100.00
成立未滿 1 年	212,205	71,326	1.36	140,879	0.86
1-2 年	513,160	155,961	2.98	357,199	2.19
2-3 年	580,976	175,675	3.36	405,300	2.49
3-4 年	568,237	175,508	3.35	392,728	2.41
4-5 年	695,520	187,097	3.57	508,423	3.12
5-10 年	3,043,154	779,199	14.89	2,263,954	13.88
10-20 年	5,735,968	1,475,059	28.18	4,260,908	26.13
20 年(含)以上	10,192,497	2,214,799	42.31	7,977,698	48.92
出 口 額					
總 計	2,750,590	562,696	100.00	2,187,894	100.00
成立未滿 1 年	14,190	3,440	0.61	10,749	0.49
1-2 年	53,613	9,862	1.75	43,751	2.00
2-3 年	85,656	17,823	3.17	67,833	3.10
3-4 年	57,088	12,239	2.18	44,849	2.05
4-5 年	42,133	13,572	2.41	28,561	1.31
5-10 年	304,520	58,233	10.35	246,287	11.26
10-20 年	851,670	145,081	25.78	706,589	32.30
20 年(含)以上	1,341,720	302,445	53.75	1,039,275	47.50

附註及資料來源：同附表 15-1。

附表 16 2021 年中小企業就業及受僱人數－按主要工作所在縣市

單位：千人；%

項 目 規模別 縣市別	就業人數				受僱人數			
	總 計	中小企業	占比	結構比	總 計	中小企業	占比	結構比
總 計	11,447	9,200	100.00	11,447	9,169	6,923	75.50	100.00
臺北市	1,819	1,394	15.15	1,819	1,628	1,204	73.96	17.39
新北市	1,662	1,462	15.89	1,662	1,379	1,179	85.50	17.03
桃園市	1,145	837	9.10	1,145	986	678	68.76	9.79
臺中市	1,523	1,293	14.05	1,523	1,200	970	80.83	14.01
臺南市	942	751	8.16	942	735	544	74.01	7.86
高雄市	1,327	1,072	11.65	1,327	1,058	803	75.90	11.60
基隆市	112	91	0.99	112	86	66	76.74	0.95
宜蘭縣	188	156	1.70	188	141	109	77.30	1.57
新竹市	348	192	2.09	348	309	154	49.84	2.22
新竹縣	231	158	1.72	231	189	117	61.90	1.69
苗栗縣	199	137	1.49	199	148	86	58.11	1.24
彰化縣	517	456	4.96	517	363	302	83.20	4.36
南投縣	194	165	1.79	194	116	87	75.00	1.26
雲林縣	288	233	2.53	288	173	118	68.21	1.70
嘉義市	117	95	1.03	117	90	68	75.56	0.98
嘉義縣	191	164	1.78	191	112	85	75.89	1.23
屏東縣	321	281	3.05	321	216	176	81.48	2.54
澎湖縣	35	24	0.26	35	26	15	57.69	0.22
花蓮縣	127	94	1.02	127	93	61	65.59	0.88
臺東縣	97	79	0.86	97	59	41	69.49	0.59
金 馬	2	1	0.01	2	2	1	50.00	0.01
其 他	65	65	0.71	65	59	58	98.31	0.84

附 註：1.表列資料以新標準定義。

2.「其他」指戶籍地設於臺灣且就業於臺灣的中小企業，但主要工作地點在中國大陸（含港澳）或其他國家。

3.「占比」為中小企業占全部企業之比率；「結構比」為中小企業各縣市別占整體中小企業之比率。

資料來源：整理自行政院主計總處，人力資源調查統計原始資料，2021 年。

附錄 3 2021 年中小企業傑出獎項得獎名錄

一、2021 年小巨人獎得獎名單

小巨人獎 得獎企業名單			
1	台萬工業股份有限公司	9	舜倡發企業股份有限公司
2	奇鼎科技股份有限公司	10	超恩股份有限公司
3	東正鐵工廠股份有限公司	11	蜀隆花卉股份有限公司
4	竝騰科技股份有限公司	12	鉅邦醫材股份有限公司
5	泰樺家具股份有限公司	13	榮田精機股份有限公司
6	高偉精密科技股份有限公司	14	銳泰精密工具股份有限公司
7	勝谷實業股份有限公司	15	樺欣機械工業股份有限公司
8	富利康科技股份有限公司	16	鐮洋科技股份有限公司

資料來源：經濟部中小企業處，2022年。

二、2021 年國家磐石獎得獎名單

(一) 國家磐石獎

國家磐石獎 得獎企業名單			
1	北祥科技服務股份有限公司	7	鈺統食品股份有限公司
2	台萬工業股份有限公司	8	綠茵生技股份有限公司
3	奇鼎科技股份有限公司	9	鉅昇實業股份有限公司
4	芳德鑄鋁股份有限公司	10	濾能股份有限公司
5	新虎將機械工業股份有限公司	11	饗樂餐飲實業股份有限公司
6	誠泰工業科技股份有限公司		

(二) 海外台商磐石獎

海外台商磐石獎 得獎企業名單			
1	大道國際股份有限公司	5	泰國盤谷鑄造有限公司
2	友盛貿易公司	6	陳林工業塑膠鞋品公司
3	立美工業有限公司	7	富甲木業(馬)股份有限公司
4	美國威剛科技股份有限公司	8	震興實業股份有限公司

資料來源：經濟部中小企業處，2022年。

三、2021 年績優創育機構暨破殼而出企業得獎名單

(一) 績優創育機構

類型	得獎創育機構
國際創育加速器(含主題式)	財團法人時代基金會 豪覓管理顧問股份有限公司
技術創業放大器	國立臺北科技大學創新育成中心 國立臺灣科技大學創新育成中心
在地企業創新器	國立雲林科技大學產學與智財育成營運中心 逢甲大學育成與技術授權中心 嘉易創有限公司

(二) 破殼而出企業

獎項別	獲獎名單	獲獎名單
能源特別獎	隆順綠能科技股份有限公司	國立高雄科技大學創新育成中心
創新企業獎	哇哇科技股份有限公司	國立高雄科技大學創新育成中心
	航見科技股份有限公司	逢甲大學育成與技術授權中心
	貴山國際有限公司	國立澎湖科技大學島嶼產業科技創新育成中心
	聖森雲端科技股份有限公司	國立臺北科技大學創新育成中心
	鼎恒數位科技股份有限公司	國立臺北科技大學創新育成中心
	數位無限軟體股份有限公司	豪覓管理顧問股份有限公司
新創企業獎	艾歐圖科技股份有限公司	明志科技大學創新育成中心
	陽明數位牙材股份有限公司	國立陽明交通大學產學運籌中心(陽明校區)
	農譯科技股份有限公司	國立陽明交通大學產學運籌中心(交大校區)
	實儀科技有限公司	國立臺灣科技大學產學營運處創新育成中心
	精拓生技股份有限公司	財團法人國家衛生研究院技轉及育成中心
	稻穗股份有限公司	中原大學產業加速器暨育成中心
	膜淨材料股份有限公司	中原大學產業加速器暨育成中心

資料來源：經濟部中小企業處，2022年。

四、2021 年中小企業創新研究獎暨新創事業獎

(一) 中小企業創新研究獎得獎名單

中小企業創新研究獎 得獎名單			
1	上禾堂國際美食有限公司	16	南方科技(股)公司
2	上暘光學(股)公司	17	映智科技(股)公司
3	友威科技(股)公司	18	晉兆生化科技(股)公司
4	巨量移動科技有限公司	19	海盛科技有限公司
5	光禾感知科技(股)公司	20	國際精工(股)公司
6	光宇應用材料(股)公司	21	創甦生物科技(股)公司
7	光鼎生物科技(股)公司	22	景岳生物科技(股)公司
8	宇萌數位科技(股)公司	23	智易能系統(股)公司
9	成信實業(股)公司	24	智盟能源(股)公司
10	百歐精準生物醫學(股)公司	25	萬物智得(股)公司
11	竹陞科技(股)公司	26	達鴻機械(股)公司
12	米菲多媒體(股)公司	27	鉅田潔淨技術(股)公司
13	走著瞧(股)公司	28	廣化科技(股)公司
14	牧陽能控(股)公司	29	環意有限公司
15	阿飛國際有限公司	30	耀主科技(股)公司

資料來源：經濟部中小企業處，2022年。

(二) 新創事業獎得獎名單

組別	得獎名單			
科技產業組	1	亞福儲能(股)公司	4	三維人(股)公司
	2	捷絡生物科技(股)公司	5	谷林運算(股)公司
	3	生德奈生 物科技(股)公司		
創新傳產組	1	海洋福星生物科技(股)公司	4	喬治兄弟有限公司
	2	禾乃川(股)公司	5	文旦復興企業
	3	璽樂科技(股)公司		

組別	得獎名單			
創新服務組	1	愛因斯坦人工智慧(股)公司	6	極現科技(股)公司
	2	台灣牙易通(股)公司	7	台灣居護(股)公司
	3	思納捷科技(股)公司	8	慧景科技(股)公司
	4	塊樂方程式(股)公司	9	睿加科技(股)公司
	5	瑞比智慧科技(股)公司	10	領投肯科技(股)公司

資料來源：經濟部中小企業處，2022年。

五、2021 年女性創業菁英賽得獎名單

組別	公司	得獎人	職稱
卓越經營組	六月初一股份有限公司	沈劭蘭	執行長
	日益能源科技股份有限公司	畢婉蘋	總經理
	宇球國際興業有限公司	曹雍蘭	董事長
	寶億生技股份有限公司	顏妙娟	總經理
傳承創新組	天工精密股份有限公司	林筱婷	總經理
	承昊生技股份有限公司	徐毅珍	執行長
	敬統實業股份有限公司	孫蓮禧	董事長
科技應用組	沐伊股份有限公司	李沆澎	創辦人
	亞而特科技股份有限公司	王素英	董事長
	騰雲科技服務股份有限公司	張婷婷	副總經理
	沐伊股份有限公司	李沆澎	創辦人

資料來源：經濟部中小企業處，2022年。

六、2021 年創業楷模暨創業相扶獎得獎名單

(一) 國內創業楷模得獎名單

	公司名稱	創業楷模	職稱	相扶獎	關係
1	永鴻國際生技股份有限公司	鍾威凱	總經理	梁國棟	事業夥伴
2	奇鼎科技股份有限公司	鄭智文	董事長	賴麗如	夫妻
3	高偉精密科技股份有限公司	蔡進錫	總經理	林美滿	夫妻
4	大吉汽車企業股份有限公司	蔡昆憲	總經理	蔡語鈴	兄妹
5	秀傳醫療體系	黃靖媛	執行長	黃士維	姊弟
6	唐亞股份有限公司	曾嘉德	董事長	徐正淑	夫妻
7	富致科技股份有限公司	陳繼聖	董事長	閃譽倫	夫妻
8	金元福包裝企業股份有限公司	陳郁卉	執行長	吳美雲	母女
9	長沂國際實業股份有限公司	陳昆池	總經理	羅仁斌	事業夥伴
10	祥圃實業股份有限公司	吳季衡	執行長	吳昆民	父子
11	優達科技股份有限公司	何文裕	董事長	張智維	事業夥伴

(二) 海外創業楷模得獎名單

	公司名稱	創業楷模	職稱	相扶獎	關係
1	聯育氣體工業股份有限公司 United Industrial Gases Co.,Ltd.	黃啟泰	總經理	黃員教	父子
2	登豐商事 株式會社 TOHO SHOJI Co.,Ltd.	陳五福	董事長	葉燕	夫妻
3	英屬開曼群島商泰金投資控股股份有限公司 Thai Kin Co.,Ltd.	許偵容	總經理	黃晟修	事業夥伴

	公司名稱	創業楷模	職稱	相扶獎	關係
4	建達工業責任有限公司 CHIENTA BOLT CO.,LTD	林淑莉	總經理	李建達	夫妻
5	越南金寶山國際責任有限公司 EVER GLOBAL (VIETNAM) ENTERPRISE CORPORATION	林國堂	總經理	黃薰慧	夫妻
6	辛建文捲門集團 SKB Shutters Corporation Berhad	辛慶利	主席	周麗心	夫妻
7	東棋(馬)有限公司 DONG JI(M) SDN. BHD.	吳水光	董事經理	沈政霖	事業夥伴
8	玉山美國公司 Yu Shan Co. USA, Ltd.	江明信	總裁	江健一	父子
9	艾迪索科技有限公司 Adesso Inc.	古紹崙	董事長	林昱伶	夫妻
10	輝月國際有限公司 Kizuki International LLC.	丁懿辰	執行長	唐甜甜	夫妻

附註：本獎項由社團法人中華民國全國創新創業總會主辦。

資料來源：全國創新創業總會網站，上網日期：2022年3月17日，取自：<http://www.careernet.org.tw/inlands.php>。

附錄 4 中小企業融資服務窗口

單位名稱	聯絡人	電話	傳真	地址
臺灣銀行	陳依文	(02)23493497	(02)23880067	臺北市中正區重慶南路一段120號
臺灣土地銀行	李崇業	(02)23483335	(02)23756992	臺北市中正區館前路46號4樓(企業金融部)
合作金庫銀行	翁家君	(02)21738888轉3623	(02)27315873	臺北市松山區長安東路二段225號15樓
第一商業銀行	張嘉文	(02)23484233	(02)23821476	臺北市中正區重慶南路一段30號10樓
華南商業銀行	劉懿萱	(02)23713111轉1129	(02)87291704	臺北市信義區松仁路123號
彰化商業銀行	石宗哲	(02)25362951轉2120	(02)25411656	臺北市中山區中山北路二段57號11樓
上海商業儲蓄銀行	蔡綺紋	(02)25817111轉4129	(02)25212963	臺北市中山區民生東路二段149號9樓
台北富邦銀行	彭柏誠	(02)66188600轉8618	(02)66187066	臺北市中山區中山北路二段50號12樓
國泰世華商業銀行	李逸群	(02)87226666轉7180	(02)27226039	臺北市信義區松仁路7號6樓
中國輸出入銀行	吳孟霞	(02)33220526	(02)23415297	臺北市中正區南海路3號8樓
高雄銀行	王尚元	(07)5570535轉400	(07)5570534	高雄市左營區博愛二路168號
兆豐國際商業銀行	林子超	(02)25633156轉2587	(02)25625669	臺北市中山區吉林路100號8樓
花旗(台灣)銀行	衛逸群	(02)25766532	(02)25795363	臺北市松山區南京東路四段16號12樓
王道商業銀行	莊小君	(02)87527000轉10966	(02)27985808	臺北市內湖區堤頂大道二段99號1樓
臺灣中小企業銀行	周曉琪 蔡雯旭	(02)25597171轉3121 (02)25597171轉3157	(02)25509173	臺北市大同區塔城街30號11樓
渣打國際商業銀行	中小企業客戶服務專線	全省市話40510088 (02)40510088 產品諮詢： ◎中小企業貸款服務(請按3) ◎外匯交易服務(請按4) ◎貿易服務(請按5)	(02)66032866	請洽渣打各分行 (渣打銀行服務據點可由渣打官網查詢 https://www.sc.com/tw/)
台中商業銀行	周俊吉	(04)22236021轉5702	(04)22230800	臺中市西區民權路87號6樓
京城商業銀行	林祺斌	(06)2139171轉0105	(06)2141273	臺南市中西區西門路一段506號2樓
匯豐(台灣)銀行	郭蘋瑤 黃郁惠 李佩娟	(02)66312697 (04)36017332 (07)9638168	(02)66073944 (04)36017206 (07)9638144	臺北市信義區基隆路一段333號14樓 臺中市西屯區府會園道179號2樓 高雄市新興區民生一路111號3樓
瑞興商業銀行	馬偉哲	(02)25506758轉1823	(02)25492223	臺北市大同區民生西路313號
華泰商業銀行	楊焜斌	(02)27525252轉7782	(02)25327508	臺北市中山區敬業四路33號11樓
臺灣新光商業銀行	文漢權	(02)87587288轉7194	(02)87895752	臺北市信義區松仁路36號19樓
陽信商業銀行	田佩玉	(02)28208166轉169	(02)28288872	臺北市北投區石牌路一段90號4樓
板信商業銀行	鄧淑娟 杜崇正	(02)29629170轉3371或2876	(02)89646117	新北市板橋區縣民大道二段68號
三信商業銀行	何盈雯 梁堯欽	(04)22257177轉315 (04)22370028	(04)22252155 (04)22372595	臺中市區自由路一段101號5樓 臺中市北區進化路580號11樓
聯邦商業銀行	洪翌玲	(02)27180001轉2336	(02)27172894	臺北市松山區民生東路三段109號3樓
遠東國際商業銀行	阮平福	(02)77336954	(02)23773260	臺北市大安區敦化南路二段207號18樓
元大商業銀行	邱淑玲	(02)21736699轉6632	(02)27721643	臺北市松山區敦化南路一段66號3樓
永豐商業銀行	連瑞鑫	(02)21835671	(02)25096842	臺北市中山區南京東路三段36號12樓
玉山商業銀行	林君宗	(02)21751313轉9717	(02)27199113	臺北市松山區民生東路三段115號6樓
凱基商業銀行	許顯祐	(02)2175-9959轉 9898	(02)27199296	臺北市松山區敦化北路135號9樓

單位名稱	聯絡人	電話	傳真	地址
星展(台灣)銀行	曾郁嘉	(02)66128789	(02)66026328	臺北市內湖區瑞光路399號13樓
台新國際商業銀行	尉皓雯	(02)2326-8899轉1986	(02)27032811	臺北市大安區仁愛路四段118號19樓
日盛國際商業銀行	周俊宇	(02)25615888轉2115	(02)25313405	臺北市中山區南京東路二段85號9樓
安泰商業銀行	黃仕京	(02)81012277轉110	(02)81012157	臺北市信義區信義路5段7號16樓
中國信託商業銀行	中小企業 客服專線	0800520178轉9 專人接聽	(02)26539080	臺北市南港區經貿二路168號16樓
銀行公會	黎慧玲 陳薇如	(02)85962229轉2309 (02)85962229轉2358	(02)85962230 (02)85962228	臺北市中山區德惠街9號3樓

附註：1.金管會銀行局申訴窗口：（02）89689665、89689666。

2.經濟部中小企業處「馬上辦服務中心」：0800-056-476。

資料來源：金融監督管理委員會銀行局（2022年），《中華民國銀行公會及會員銀行中小企業融資對口單位及人員聯絡名單》。

附錄 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 銀行自有資金
升級紮根類	協助中小企業紮根專案貸款	經濟部中小企業處	√	√	√	√	√	√			√	√
購置設備類	機器設備升級貸款	行政院國家發展基金			√	√	√			√		√
	機器設備輸出貸款	行政院國家發展基金			√	√	√			√		√
創業類	青年創業及啟動金貸款	經濟部中小企業處		√	√	√	√	√				√
	微型創業鳳凰貸款	勞動部		√	√		√	√				√
	就業保險失業者創業貸款	勞動部		√	√		√	√				√
	失業中高齡者及高齡者創業貸款	勞動部		√	√		√	√				√
	中小企業創新發展專案貸款	經濟部中小企業處	√	√	√	√	√	√				√
研究發展類	加強文化創意產業升級轉型貸款	文化部	√	√	√	√	√	√	√			√
	自有品牌推廣海外市場貸款	經濟部工業局							√			√
出口海外投資類	中小企業發展基金支援辦理出口貸款 海外投資貸款 海外營建工程貸款	經濟部中小企業處			√	√		√				√
發展觀光類	獎勵觀光產業升級優惠貸款	交通部觀光局	√	√	√	√	√	√			√	√
復舊類	中小企業災害復舊專案貸款	經濟部中小企業處	√	√	√		√	√				√
小額類	企業小頭家貸款	經濟部中小企業處		√	√	√	√	√				√
海外智財權訴訟	企業海外智慧財產權訴訟貸款	經濟部中小企業處						√	√			√
服務發展類	流通服務業及餐飲業優惠貸款	經濟部商業司	√	√	√	√	√	√			√	√
投資類	歡迎台商回台投資專案貸款	行政院國家發展基金		√	√	√	√	√				√
	中小企業加速投資貸款	經濟部中小企業處		√	√	√	√	√				√

資料來源：各部會單位提供，2022 年。

附錄 6 區域及各縣市中小企業服務中心

區域及各縣市	住址	電話
臺北市	110204 臺北市信義區市府路 1 號 10 樓北區	(02)27256618
新北市	22002 新北市板橋區中山路一段 143 號 10 樓	(02)22994586
基隆市	201012 基隆市信義區信二路 224 巷 8 號 2 樓(產業發展處)	(02)24224897
宜蘭縣	260011 宜蘭縣宜蘭市縣政北路 1 號	(03)9252717
花蓮縣	970270 花蓮縣花蓮市府前路 17 號 3 樓	(038)223432
桃園市	330206 桃園市桃園區縣府路 1 號 2 樓	(03)3366795
新竹市	300191 新竹市北區中正路 120 號	(03)5260774
新竹縣	302099 新竹縣竹北市光明六路 10 號 3 樓	(03)5519041
金門縣	893013 金門縣金城鎮民生路 60 號	(082)324836
經濟部中區 聯合服務中心	408281 臺中市南屯區黎明路二段 503 號 7 樓	(04)22521111
苗栗縣	360001 苗栗縣苗栗市縣府路 100 號 4 樓	(037)323593
臺中市	403602 臺中市西區三民路一段 158 號 8 樓	(04)22226443
南投縣	540228 南投縣南投市中興路 669 號 5 樓	(049)2222120
彰化縣	500011 彰化縣彰化市南郭路 1 段 47 巷 13 號 6 樓	(04)7278086
雲林縣	640201 雲林縣斗六市雲林路二段 515 號 5 樓	(05)5322054
經濟部南區 聯合服務中心	802304 高雄市苓雅區政南街 6 號 7 樓	(07)7224606
嘉義市	600211 嘉義市東區中山路 199 號 1 樓(市政府南棟大樓)	(05)2248308/ (05)2254321 轉 138
嘉義縣	612009 嘉義縣太保市祥和一路東段 1 號	(05)3620362/(05)3620300
臺南市	708201 臺南市安平區永華路二段 6 號 15 樓	(06)2953281
屏東縣	900219 屏東縣屏東市自由路 527 號 1 樓	(08)7324324
澎湖縣	880010 澎湖縣馬公市新明路 71 號地下 1 樓	(06)9212747
臺東縣	950003 臺東縣臺東市博愛路 277 號 1 樓	(089)323330
高雄市	802221 高雄市苓雅區四維三路 2 號 9 樓	(07)3315626 轉 213/219

資料來源：經濟部中小企業處，2022 年。

附錄 7 主要國家中小企業發展情勢

一、主要國家中小企業定義及基本概況

國家	資訊來源	定義	基本概況
日本	《2022 年版 日本中小企業 白書》	製造業、營建工程業、運輸業：資本額或出資總額 3 億日圓以下，及經常僱用員工 300 人以下的公司或法人（小規模企業為 20 人以下）；批發業：資本額或出資總額 1 億日圓以下，或經常僱用員工 100 人以下的公司或法人（小規模企業為 5 人以下）；服務業：資本額或出資總額 5,000 萬日圓以下，或經常僱用員工 100 人以下的公司或法人（小規模企業為 5 人以下）；零售業：資本額或出資總額 5,000 萬日圓以下，或經常僱用員工 50 人以下的公司或法人（小規模企業為 5 人以下）。〈日本中小企業基本法第 2 條第 1 項規範〉	2016 年中小企業家數為 357.8 萬家，占日本企業總家數的 99.7%；經常僱用員工為 3,220 萬人，占總經常僱用人數的 68.8%。
韓國	韓國 中小及新創 企業部	微型企業定義為僱用人數低於 9 人或更少之企業（服務業人數則不超過 4 人）。 小型企業是指年營收介於 10 至 120 億韓元（門檻因行業而異）之企業；小型企業包括微型企業。 中型企業為年營收介於 400 至 1,500 億韓元之企業（門檻因行業而異）。	2019 年中小企業家數達 688.8 萬家，占總體企業家數的 99.9%；僱用人數 1,744 萬人，占總僱用人數的 82.7%。
新加坡	亞洲開發銀行	在新加坡登記之企業、年營業額未滿 1 億新元或僱用員工人數少於 200 人之企業或法人。（標準生產力與創新局）	2020 年中小企業家數約為 28 萬家，占總企業家數 99.5%；僱用人數 236 萬人，占企業總僱用員工數之 70.4%。
中國大陸	中國大陸 市場監督 管理總局	工業：資產總額 4 億元以下、銷售額 3 億元以下、或職工人數 1,000 人以下的企業戶數或個體工商戶；批發業：銷售額 4 億元以下或職工人數 200 人以下的企業戶數或個體工商戶；零售業：銷售額 2 億元以下或職工人數 300 人以下的企業戶數或個體工商戶；交通運輸與郵政業：銷售額 3 億元以下或職工人數 1,000 人以下的企業戶數或個體工商戶。〈中華人民共和國中小企業促進法〉	以實有企業戶數加上個體工商戶作為中小企業家數指標，2020 年實有企業戶數約 4331.4 萬戶，個體工商戶約 9,287 萬戶，共 1 億 3,618.4 萬家。
英國	英國 商業創新 暨技能部	小型企業必須符合下列 3 條件任 2 個以上：年營業額不超過 650 萬英鎊、資產負債表不超過 326 萬英鎊、僱員不超過 50 人；中型企業必須符合下列 3 條件任 2 個以上：年營業額不超過 2,590 萬英鎊、資產負債表不超過 1,290 萬英鎊、僱員不超過 250 人。〈英國 2006 年公司法〉	2020 年中小企業有 597.6 萬家，占總企業家數的 99.5%，提供 1,683.6 萬人就業機會，占英國私人企業就業人口之 74%。
德國	德國 聯邦統計局	根據歐盟之定義，微型企業為員工少於 10 人且年營收或總資產少於 2 百萬歐元之產業；小型企業為員工少於 50 人且年營收或總資產少於 1 千萬歐元之產業；中型企業為員工少於 250 人且年營收少於 5 千萬歐元或總資產少於 4 千 3 百萬歐元之企業。	2019 年中小企業約有 257.6 萬家，占總企業家數的 99.4%，就業人數達 1,776.6 萬人，占總就業人數的 56.3%。
美國	美國 小型企業署	製造業及礦業認定小型企業為擁有 500 或 500 人以下員工數之企業或法人，其餘非製造業的認定則為年營業額 700 萬美元以下之企業或法人。〈美國小型企業法〉	2021 年中小企業家數約 3,254.1 萬家，占全國總企業家數之 99.9%，僱用員工數為 6,124.4 萬人，占總僱用員工數的 46.8%。
臺灣	經濟部 中小企業處	中小企業，指依法辦理公司登記或商業登記，實收資本額在新臺幣 1 億元以下，或經常僱用員工數未滿 200 人之事業。〈中小企業認定標準〉	2021 年中小企業家數約 159.6 萬家，占總企業數的 98.9%，就業人數約 920 萬人，占總就業人數的 80.4%。

附註：美國中小企業家數統計自 2019 年起納入自營作者之家數。

資料來源：整理自《日本中小企業白書》及各國中小企業相關統計網站資料。

二、主要國家中小企業政策措施

（一）日本

- 1. 協助企業推動環保、能源對策：**(1) 協助中小企業建立二氧化碳排放認證制度：經產省、環境省以及農林水產省共同推動企業建立 J-Credit 制度，協助企業透過購置節能設備或認養森林等方式推動減碳措施。(2) 協助防治空汙、汙水排放等措施：日本政策金融公庫給予特別優惠利率等融資措施，獎勵中小企業購置公害防治設備。(3) 協助能源使用合理化：設置低利融資及利息補貼制度，協助中小企業導入節能設備。
- 2. 創投出資事業：**在創業融資方面，由日本政策金融公庫（國民生活事業）設立新創業融資制度提供免擔保融資，每案最高額度為 3,000 萬日圓（其中週轉金為 1,500 萬日圓），設備資金貸款期限最長 10 年、營運週轉金最長 5 年，貸款利率為基本利率 1.65%，並可視創業內容進一步給予降低利率之優惠。
- 3. 推動與海外企業合作：**2015 年起日本經濟產業省為鼓勵外國企業擴大與日本企業在物聯網（IoT）領域之合作，共編列 10 億日圓之補助金，補助內容概要包括在日設立全球新創企業據點（補助 1/3 以內）、成立商業模式研究機構（補助 2/3 以內），以及調查評估拓展新業務可能性（最高 1,000 萬日圓）等。
- 4. 協助地方中小企業發展自有品牌、設立行銷據點：**日本政府修改〈中小企業地域資源活用促進法〉以協助地方中小企業及小規模企業開發地方特色新商品、創立自有品牌。對於新地方特色商品開發，除提供補助經費（3 年最高 2,000 萬）外，並協助設立行銷通路、品牌推廣及人才訓練。
- 5. 協助企業智慧財產權保護對策：**(1) 協助中小企業向海外申請專利，包括透過都道府縣中小企業支援中心、JETRO 等機構補助海外申請專利所需費用，以及提供翻譯及諮詢服務。(2) 協助於全國各主要都市，舉辦智慧財產權制度、專利商標審查基準及海外專利申請手續等說明會。(3) 透過 JETRO 協助調查及舉發海外仿造品、盜用商標等情事，以保護中小企業的智慧財產權。
- 6. 財務投融资補助與企業再生輔導：**日本政策金融公庫設置經營者能力評估機制，針對經營失敗後再度創業者，出現擔保資產不足、信用度評價不良，致融資困難情形時，經該機制評估核可後，可由政府融資體系或信用保證協會提供保證，協助籌措資金以降低經營風險。

（二）韓國

- 1. 推動中小企業發展智慧工廠：**(1) 輔導建置智慧工廠，以改善產品設計、生產製程等：補助對象為中小及中堅企業，2021 年之補助規模為 4,002 億韓元。(2) 輔導使用機器人創新製造：對於擬導入機器人提升生產力之製造業，提供機器人工程諮詢、機器人使用教育等，協助提升製造業之智慧生產製程。補助對象為中小及中堅企業，編列 181 億韓元預算。(3) 加強中小企業之智慧化能量：由專業諮詢機構提供建立智慧工廠之策略。補助對象為中小及中堅企業，編列 33 億韓元預算。(4) 加強保護技術能量：為防止中小企業技術外流及保護關鍵技術，輔導建置「防止技術外流系統」及「技術保護服務」等系統。「防止技術外流系統」補助對象為中小企業，補助規模為 4,000 億韓元；「技術保護服務」補助對象為中小及中堅企業。
- 2. 財務融通措施：**(1) 設施及營運資金融資：對於〈中小企業基本法〉上中小企業，提供 6 種設施及營運資金補助，共計 5 兆 4,100 億韓元，包括：創新創業資金、投融资複合金融資金、新成長基磐資金、緊急經營穩定資金、再挑戰支援資金、進入新市場支援資金。對於個別企業之融資額度為 60 億韓元（對於位於首都區以外縣市之企業之融資額度為 70 億韓元），貸款利率按資金種類及企業之信用評等及擔保等有所差異。(2) 信用保證：評估企業之未來成長性，對於企業經營所需之各種債務予以保證，個別企業之保證限額為 30 億韓元。包括貸款保證、第

2 金融保證、商業交易保證、履行保證及納稅保證等 7 種保證。

3. **中央與地區企業輔導機制的措施：**中小創投企業部為加強地區產業之競爭力及活絡地方經濟，公告「2021 年度扶植地區特色產業+（R&D）」之輔導計畫，主要目的為以扶植地區特色產業，以擴大創造工作機會及增加地區企業之銷售，俾以復甦地方經濟。對於 14 個城市，48 個地方主力產業領域之中小企業，輔導研發可以創造工作機會之新產品並予以商用化。共編列 749 億韓元預算，補助對象不包括大企業及中堅企業。

4. **創新育成措施：**（1）政府（40%）與民間（60%）共同籌組 1 兆韓元成立「智慧韓國基金」加強投資創新、創投及初創企業。（2）推動「K-非接觸型全球創投 100 計畫」，育成非接觸型之創新、創投企業並創造優質工作機會。（3）育成 DNA（DATA、NETWORK、AI）領域之創新初創企業：建立客製化輔導機制，並活絡 DATA 基盤之創新創業；設立青年創業士官學校，育成 AI 初創企業。

（三）新加坡

1. **鼓勵中小企業提升與建構業務發展能力：**2018 年 10 月開始受理申請「企業發展計畫」（Enterprise Development Grant, EDG）、「能力發展津貼計畫」（Capability Development Grant, CDG）和「國際企業合作計畫」（Global Company Partnership, GCP）。EDG 協助業者抵銷高達 70% 的合格項目開銷，包括：諮詢費、培訓費、認證費及設備成本等。2019 年新加坡政府宣布延長企業發展計畫至 2023 年 3 月 31 日，協助企業轉型應對新趨勢。

2. **提升中小企業生產力：**自 2018 年 4 月起，「生產力提升計畫」整合原分散於不同主管機關之「創新與能力贈券計畫」、「中小企業數位化計畫」及「景觀生產力津貼等補助計畫」，配合新加坡政府產業轉型藍圖政策，協助不同產業透過適合的資通訊科技或生產設備，提高生產力、進行轉型。2019 年新加坡政府宣布延長 PSG 生產力提升計畫至 2023 年 3 月 31 日，以配合政府降低外籍勞動力政策，大力鼓勵新加坡企業多以提升生產力取代對外籍勞工的依賴。

3. **企業融資計畫：**整合現有的融資補助計畫，以加強幫助中小企業獲得銀行資助，融資範圍包括營運資金、固定資產、貿易融資、專案、併購及風險債務融資（Venture debt）等，並特別為成立不到 5 年的公司提供更多協助。其中，為協助遭受新冠疫情衝擊的中小企業，新加坡政府加強中小企業營運資金貸款計畫（SME Working Capital Loan），提高貸款額度上限及政府承擔風險比例。

4. **創造利於國際人才加入或設立新創事業的生態環境：**（1）「創業家簽證」：新加坡企業發展局、新加坡資通訊媒體發展局及新加坡創新機構將依據不同標準審核創業家簽證之申請；（2）「T-Up」：協助新加坡中小企業或新創企業借用新加坡科技技術與研究局（Agency for Science, Technology and Research, A*STAR）人才建立研發能量，A*STAR 人員將在研發專案期間（最長 2 年）協助企業建立相關領域研發能量，並獲得政府補助最高 70% 的 A*STAR 工程人員借調成本補助；（3）「中小企業人才計畫」：協助媒合學生與創業社群，透過新創企業提供實習機會，同時協助新創企業建立人才招聘、培訓與管理等能量，新創企業亦可獲得最高 70% 的學生實習薪資補助。

5. **企業國際化雙重賦稅抵減計畫：**符合條件的國際市場拓展與投資活動支出可抵減 200% 稅額，符合條件的活動包括市場進入準備（如海外市場包裝設計、產品／服務認證、市場／可行性調查等）、市場考察活動（包括海外商務考察團、海外參展、參加受 ESG 或旅遊局核定的國內展覽）、市場推廣活動（如海外市場行銷活動、製作海外市場廣宣品）、市場進入活動（如設立海外據點、申請許可證或特許證、投資考察、投資可行性調查）。申請抵減稅額上限，自 2019 年提高為 15 萬新元。

（四）中國大陸

1. **加大紓困資金支持力度：**鼓勵地方安排中小企業紓困資金，對生產經營暫時面臨困難但產品有

市場、項目有前景、技術有競爭力的中小企業，以及勞動力密集、社會效益高的民生領域服務型中小企業給予專項資金支持，減輕房屋租金、水電費等負擔，給予社保補貼等。

2. **靈活精準運用多種金融政策工具**：新增人民幣 3,000 億元支小再貸款額度，加強再貸款再貼現政策工具協助中小企業。加大信用貸款投放，按規定實施普惠小微企業信用貸款支援政策。對於受新冠肺炎疫情、洪澇災害及原材料價格上漲等影響嚴重的小微企業，加強流動資金貸款支援，按規定實施普惠小微企業貸款延期還本付息政策。
3. **保障中小企業款項支付**：進一步落實〈保障中小企業款項支付條例〉，制定保障中小企業款項支付投訴處理辦法，對濫用市場優勢地位逾期佔用、惡意拖欠中小企業賬款行為，加大聯合懲戒力度。
4. **支持企業「穩崗擴崗」**：落實失業保險返還及社保補貼、培訓補貼等減少企業負擔及擴大就業政策，支援中小企業穩定崗位，擴大吸納大學畢業生等重點群體就業。
5. **著力擴大市場需求**：加大民生領域和新型基礎設施建設投資力度，進一步落實〈政府採購促進中小企業發展管理辦法〉，鼓勵各地因地制宜細化預留採購份額、價格評審優惠、降低投標成本、優先採購等支持措施。
6. **進一步推進減稅降費**：深入落實月銷售額人民幣 15 萬元以下的小規模納稅人免徵增值稅、小型微利企業減徵所得稅、研發費用加計扣除、固定資產加速折舊、支援科技創新進口等稅收優惠政策。「國家稅務總局」也於 2022 年 3 月 1 日發布〈關於進一步實施小微企業「六稅兩費」減免政策的公告〉，在 50% 的稅額幅度內減徵資源稅、城市維護建設稅、房產稅、城鎮土地使用稅、印花稅、耕地佔用稅和教育費附加、地方教育附加。

（五）英國

1. **協助中小企業融資**：政府除了提供貸款擔保，如「中小企業貸款擔保計畫」，亦成立新創貸款（Start up Loans）、英國商業銀行融資中心（British Business Bank's Finance Hub）、北方經濟引擎投資基金（Northern Powerhouse Investment Fund）等融資計畫及機構，針對具發展潛力之中小企業，在企業發展之各個階段穩定提供信貸。資金型態分為種子資金、啟動資金、發展資金、轉換資金（用於收購其他股東出讓股份），以及在景氣衰退時提供之援助資金或調整資金。
2. **研發補助條例及獎勵措施**：（1）年營收低於 1 億英鎊及聘僱 500 人以下之中小企業，可抵扣相當於 2.3 倍研發支出之應稅收入（含 100% 之全額扣抵及 130% 之獎勵扣抵）。（2）在創新、研究與發展補助方面，技術策略委員會之「智慧計畫」鼓勵中小型企業發展技術創新，必須符合在科學、技術或工程領域，同時必須證明該研發成果可有重大的回收。本方案必須由單一公司申請，包括「市場可行計畫」、「概念可行計畫」及「原形發展計畫」等 3 方案。
3. **疫情期間提供紓困措施**：（1）提供 70 萬家符合小企業費率減免的公司各 3,000 英鎊補助金，同時承諾 1.3 億英鎊資金支持英國商業銀行的「初創公司貸款計畫」、12 億英鎊資金供予受 COVID-19 疫情影響的中小企業融資，以及 50 億英鎊予新的出口融資。（2）零售業商業稅優惠擴及更多小型企業，並將商業稅優惠提高至 5,000 英鎊，同時取消受疫情嚴重影響之零售、休閒及旅遊相關小型企業 1 年的商業稅。（3）小型企業員工津貼自 3,000 英鎊提高至 4,000 英鎊，增加國民保險金的折扣；另針對員工少於 250 人的小公司，倘職員因感染 COVID-19 無法上班，政府將補助雇主 14 天的法定病假工資。
4. **透過稅收抵免，激勵民間資金投入**：為激勵民間資金投入國內中小企業，提出多項稅收抵免措施，包含：（1）**所得稅抵免**：民眾或企業若將當年所得用於投資國內中小企業，可享有所得稅抵免。（2）**資本利得稅抵免**：當民眾或企業持有中小企業股票達法定期限後，出售該等股票所獲得之資本利得，將可免課資本利得稅。（3）**延遲納稅**：當民眾或企業取得處分某項資產之收益時，若將該收益用於投資中小企業為企業投資計畫所發行之企業投資計畫（EIS）股票，得延遲交稅。（4）**降低中小企業之所得稅率，提高增值稅之課徵門檻**：以減輕中小企業之營運壓

力。

（六）德國

- 1. 創新育成協助：**德國「創業新時代」政策，旨在激發德國企業家精神，特別針對婦女和具有移民背景的潛在企業家等創業能力較受到外在環境侷限的群體，通過輔導計畫，強化創業條件；並設置創業網站 (www.existenzgruender.de 及 www.existenzgruenderinnen.de)，彙整相關資訊及資源供創業者參考。
- 2. 升級轉型促進創新：**聯邦經能部利用「中小企業中央創新計畫」(Zentrale Innovationsprogramm Mittelstand, ZIM)，為中小企業開發新產品、技術服務或生產流程創新等市場驅動型研究與開發計畫提供補助，以促進德國中小企業內部以市場為導向的基礎研發工作。此外，經能部推出創新券 (go-inno)，中小型企業可以針對產品和技術流程創新，選擇該部授權的諮詢公司提供的外部建議，最多可以補助 50% 的諮詢費用。經能部還利用「聚落計畫」(go-cluster)，以促進創新網絡的形成，串聯中小企業及研究機構。
- 3. 行銷拓展措施：**德國聯邦經能部持續系統性地擴展海外商會網絡，並透過德國工商聯合會(AHK 網絡)以及德國貿易暨投資總署 (GTAI) 提供協助，為中小型企業提供量身訂作的資訊，協助其在國外市場上立足。此外，經能部將擴大市場准入計畫 (Market Entry Programme)、外貿展覽會計畫 (Foreign Trade Fair Programme) 及經理培訓計畫 (Manager Training Programme)，並透過年輕和新創事業計畫 (Young and Innovative Businesses programme) 幫助新創企業拓展出口市場。
- 4. 中央與地區企業輔導機制的措施：**相較他國之中小企業普遍集中於首都及大城市，德國中小企業除在首都或大城市營運，亦分布於偏遠的小城鎮，經能部便運用其區域政策改善偏遠地區的商業環境。依據「聯邦/州聯合改善區域經濟結構計畫」(Joint Federal / Länder Scheme for the Improvement of Regional Economic Structures)，提供資金以促進在地貿易、產業及投資，以協助中小企業發展。另亦透過公私協力方式，促進偏遠地區中小企業與非營利性產業研究機構間形成網絡，增加在地產業競爭力。

（七）美國

- 1. 資訊科技措施：**美國小型企業署網站資源及其線上訓練網站，提供線上資源及課程，其中亦包括與資訊科技有關者，例如創業者群眾聚資介紹等。此外，小型企業署在全美各地成立「小型企業發展中心」，提供各項訓練服務。
- 2. 出口拓銷協助：**小型企業署與商務部、進出口銀行及若干公營組織合作，聯合成立「出口輔導中心」，該中心在全美 21 個城市設有據點，提供中小企業有關出口之諮詢、行銷研究、廣告與產品推廣，以及拓展海外市場等行銷服務。
- 3. 產業群聚措施：**小型企業署推動「創新經濟群聚計畫」，篩選美國 10 個具發展潛力的區域性產業群聚，並對這些產業群聚挹注資金，對群聚裡的中小企業提供諮詢及輔導等服務，加強吸引中小企業投入群聚，以促進區域經濟發展及創造就業機會。
- 4. 2018 年至 2022 年的中長期行動方案 (SBA Strategic Plan Fiscal Years 2018-2022)：**小型企業署設定 4 個大方向的策略目的 (Strategic goals)，其下再分別建立具體的策略目標 (Strategic objectives)：
(1) 提振小型企業收益與就業成長－拓展中小企業取得資金管道、協助小型企業進軍國際市場，確保甚至超越聯邦政府對小型企業法定採購的最低要求。
(2) 建立健全創新生態系統與創造友善經營環境－透過技術協助促進小型企業發展、建立健全創新生態系統，以及創造友善的經營環境；
(3) 災後小型企業與社區的復原－提供兼具效率及效能的災後協助。
(4) 強化中小企業署的服務能力－有效的管理署內資源、培養卓越的人力、建構符合企業所需的資訊系統與技術。

附錄 8 資料來源及參考文獻

中文部分

- 中央銀行（2021 年 12 月），《中華民國公營企業資金狀況調查結果報告 109 年》。
- 中央銀行（2022 年 1 月），《五大銀行新承做放款金額與利率》。
- 中國大陸政府網，《2022 年政府工作報告》，上網日期：2022 年 5 月 30 日，取自：
<http://www.gov.cn/zhuanti/2022/hzfgzbg/index.htm>。
- 中國大陸國家統計局網站，「統計數據」，上網日期：2022 年 8 月 19 日，取自：<http://www.stats.gov.cn/tjsj/>。
- 中華民國中央銀行全國資訊網（2022 年 8 月 19 日），「國際收支」，上網日期：2022 年 8 月 19 日，取自：
<https://www.cbc.gov.tw/tw/cp-538-2336-A55F0-1.html>。
- 中華民國中央銀行全國資訊網，「新臺幣對美元銀行間成交之收盤匯率」，上網日期：2022 年 8 月 19 日，取自：
<https://www.cbc.gov.tw/tw/cp-2151-27029-FFC31-1.html>。
- 行政院公共工程委員會（2022 年 9 月），《110 年政府採購執行情形》。
- 行政院主計總處網站，「總體統計資料庫」，上網日期：2022 年 8 月 19 日，取自：
<https://statdb.dgbas.gov.tw/pxweb/Dialog/statfile9L.asp>。
- 金融監督管理委員會銀行局（2022 年 2 月），《金融業務統計輯要（110 年 12 月版）》。
- 金融監督管理委員會銀行局，「統計資料庫動態查詢系統」，上網日期：2022 年 5 月 30 日，取自：
<https://survey.banking.gov.tw/statistics/stmain.jsp?sys=100>。
- 財政部網站，「貿易統計資料查詢」，上網日期：2022 年 8 月 19 日，取自：
<https://web02.mof.gov.tw/njswww/WebMain.aspx?sys=100&funid=defjsptgl>。
- 高永謀（2022 年 1 月 19 日），《解決中小企業融資缺口加速轉型 供應鏈金融創新》。
- 國家科學及技術委員會（2021 年 12 月），《科學技術統計要覽 2021 年版》。
- 國發會網站，「國發會景氣查詢指標系統」，上網日期：2022 年 8 月 19 日，取自：http://index.ndc.gov.tw/n/zh_tw。
- 國際貨幣基金組織（2022 年 7 月），《世界經濟展望》，上網日期：2022 年 8 月 19 日，取自：
<https://www.imf.org/zh/Publications/WEO/Issues/2022/07/26/world-economic-outlook-update-july-2022>。
- 教育部統計處，「各級學校基本資料」，上網日期：2022 年 4 月 18 日，
https://depart.moe.edu.tw/ED4500/Content_List.aspx?n=273B458338AE810B。
- 勞動部（2022 年 6 月），《111 年人力需求調查實施計畫（第 2 次）》。
- 勞動部勞動力發展署（2020），《109 年雲嘉南重點製造業缺工調查計畫成果報告書》。
- 經濟部中小企業處（2021），《2021 年中小企業白皮書》。
- 經濟部投資業務處（2021 年 12 月 29 日），〈BERI 2021 年第 3 次「投資環境風險評估報告」臺灣投資環境風險評比排名全球第 4 名〉，上網日期：2022 年 8 月 19 日，取自：
https://www.moea.gov.tw/MNS/populace/news/News.aspx?kind=1&menu_id=40&news_id=98360。
- 經濟部統計處（2021 年 10 月 25 日），〈110 年 9 月批發、零售及餐飲業營業額統計〉，上網日期：2022 年 4 月 18 日，取自：
https://www.moea.gov.tw/Mns/dos/bulletin/Bulletin.aspx?kind=8&html=1&menu_id=6727&bull_id=9445。
- 經濟部統計處（2022 年 2 月 15 日），〈網購市場順勢躍升新高，成長率優於整體零售業〉，上網日期：2022 年 7 月 15 日，取自：
https://www.moea.gov.tw/Mns/dos/bulletin/Bulletin.aspx?kind=9&html=1&menu_id=18808&bull_id=9673。
- 經濟部統計處（2022 年 2 月 4 日），〈美國自我國進口金額連 3 年呈二位數正成長〉，上網日期：2022 年 4 月 18 日，取自：
https://www.moea.gov.tw/Mns/dos/bulletin/Bulletin.aspx?kind=9&html=1&menu_id=18808&bull_id=9714。
- 經濟部統計處，「製造業產值統計」，上網日期：2022 年 8 月 25 日，取自：
https://www.moea.gov.tw/MNS/dos/bulletin/Bulletin.aspx?kind=7&html=1&menu_id=6726。
- 資誠聯合會計師事務所（PwC）（2021），《2021 臺灣企業領袖調查報告》。
- 農業科技研究院產發中心（2021），〈我國農業數位轉型產業現況與需求挑戰〉。

外文部分

日文

- 日本銀行網站，「短觀統計」，上網日期：2022 年 5 月 30 日，取自：<https://www.boj.or.jp/statistics/tk/index.htm/>。

英文

- Bureau of Economic Analysis (August 25, 2022). *Gross Domestic Product*. Retrieved from:
<https://www.bea.gov/data/gdp/gross-domestic-product>.
- Institute for Supply Management (ISM) (April, 2022). *ISM Report On Business*. Retrieved from:
<https://www.ismworld.org/supply-management-news-and-reports/reports/ism-report-on-business/>.
- PwC (December, 2021). *Global Consumer Insights Pulse Survey*.
- S&P Global (August 15, 2022). *Comparative World Overview*.

2022 年中小企業白皮書

發 行／經濟部

發 行 人／王美花

出版單位／經濟部中小企業處

地 址／106 臺北市大安區羅斯福路二段 95 號 3 樓

電 話／(02) 2368-6858；(02) 2368-0816 傳真／(02) 2367-3883

網 站／<https://www.moeasmea.gov.tw/masterpage-tw>

執行單位／財團法人中華經濟研究院

召 集 人／陳正祺

編審委員／江文若 何晉滄 吳貞慧 呂正華 李育家 李培芬 邱求慧 洪素珍 崔曉倩
張建一 梅家瑗 莊琇媛 莊銘池 許舒博 連錦漳 陳清港 黃于玲 黃鴻文
詹文男 詹方冠 潘榮耀 蘇文玲（按姓氏筆劃順序排列）

撰 稿 者／王健全 林嘉慧 林柏君 彭素玲 賴偉文 陳穎萱

編 輯／吳佳穎 胡貝蒂 陳秘順 謝戎峰 郭 宇 楊正名 林昱奇 沙子文 陳昱涵
周正偉

校 對／王健全 林嘉慧 林柏君 彭素玲 賴偉文 陳穎萱

總 校 訂／王健全 吳惠林

印 刷 者／鴻友印前數位整合股份有限公司

出版年月／2022 年 10 月

版(刷)次／第一版第一刷

本書同時登載於本處網站，網址為：<https://www.moeasmea.gov.tw/list-tw-2345>；

<https://book.moeasmea.gov.tw/book/index.jsp>

展 售 處／政府出版品展售門市

國家書店松江門市

地址：104 臺北市中山區松江路 209 號 1 樓

電話：(02) 2518-0207

網址：<https://www.govbooks.com.tw/>

五南文化廣場

地址：400 臺中市區中山路 6 號

電話：(04) 2226-0330

網址：<https://www.wunanbooks.com.tw/>

定 價／新臺幣 500 元整

ISBN：978-986-533-301-0

GPN：1011101445

本書保留所有權利，欲利用本書全部或部分內容者，須徵求經濟部中小企業處同意。

國家圖書館出版品預行編目(CIP)資料

中小企業白皮書. 2022 年/王健全, 林嘉慧, 林柏君, 彭素玲, 賴偉文, 陳穎萱撰稿. -- 第一版. -- 臺北市 : 經濟部中小企業處出版 : 經濟部發行, 2022.10

面 ; 公分

ISBN 978-986-533-301-0(平裝)

1.CST: 中小企業管理 2.CST: 白皮書 3.CST: 臺灣

553.712

111015634