

2017 中小企業白皮書

多元發展 開拓中小企業經濟力

經濟部 發行

經濟部中小企業處 編印

部長序

2017 年全球經濟成長回升，除了主要國家陸續推出多項總體擴張政策，我國亦推出各項經濟體質改造方案。在國內外經濟環境逐漸升溫，以及國內各界努力之下，2017 年我國經濟成長穩定可期。

根據 2017 年度白皮書發布資料顯示，2016 年臺灣中小企業家數為 140 萬 8,313 家，占全體企業 97.73%，較 2015 年增加 1.76%；中小企業就業人數達 881 萬人，占全國就業人數 78.19%，較 2015 年增加 0.57%，兩者皆創下近年來最高紀錄；中小企業銷售額 11 兆 7,647 億元，占全體企業 30.71%，其中，內銷額為 10 兆 3,409 億元，占全體企業的 35.85%，較 2015 年增加 0.15%，成長率由負轉正。以上數據顯示在我國經濟發展回溫之際，中小企業釋放經濟動能與創造就業的功能更為彰顯。

本年度《中小企業白皮書》分為三大篇，分別呈現「中小企業營運動向」、「多元發展開拓中小企業經濟力」，以及「中小企業政策與措施」。

第一篇中小企業營運動向，涵括 5 章，具體呈現中小企業在總體環境下的表現，包括總體經濟環境變化、中小企業發展動向、中小企業財務概況與資金融通、中小企業人力資源，以及因應經濟環境變化之對策。

第二篇專題以「多元發展開拓中小企業經濟力」為主軸，透過「新南向國家新創環境暨臺灣發展契機」與「臺灣女性企業發展與政府輔導資源」兩章，探索年輕世代與女性企業拓展經濟的機會與成就。目前正值政府全力推動新南向與女力經濟快速崛起的同時，我國中小企業應掌握機會，借力海外新創環境，放眼海外市場，並充分展現女性經營特質，發揮樂觀創業精神，帶領我國經濟向前行。

第三篇以 5 章分述不同領域的中小企業政策與措施，分別為「完善財務融資服務與增進投資」、「促進升級轉型與提升研發能量」、「建構創新創業及育成加速機制」、「深耕城鄉產業及掌握市場商機」及「中小企業其他相關支援」，並敘明政府積極推動的新增措施，以協助中小企業前往新南向國家尋求商機及加速國際化。

本年度白皮書的發行，記錄了我國中小企業近年在內外環境變動下，成長發展努力的歷程及實績。除作為政府資訊流通、學術研究、國際比較之用外，並可提供中小企業經營參考。

最後，對本年度白皮書編審委員、編撰單位及所有參與人員的辛勞表示感謝，也期待各界不吝惠賜寶貴意見，以供改進之依據。

經濟部部長

沈榮津

謹識

2017 年 9 月

目 錄

部長序	2
目 錄	4
凡 例	8
圖 次	9
表 次	11
提 要	14

第一篇

中小企業營運動向

第 1 章	總體經濟環境變化	22
	第 1 節 國內外經濟環境變化	22
	第 2 節 主要國家中小企業發展情勢	39
第 2 章	中小企業發展動向	49
	第 1 節 中小企業整體經營情勢	50
	第 2 節 女性企業經營現況	68
	第 3 節 中小型商業經營概況	72
	第 4 節 中小企業研發經費概況	76
第 3 章	中小企業財務概況與資金融通	78
	第 1 節 中小企業整體財務概況	78
	第 2 節 中小企業財務比率概況	83
	第 3 節 中小企業資金融通	86

第 4 章 中小企業人力資源..... 93

第 1 節 中小企業勞動力運用 93

第 2 節 中小企業勞動條件 106

第 3 節 中小企業人力發展 109

第 5 章 因應經濟環境變化之對策..... 115

第 1 節 因應經濟環境變化之政府對策 115

第 2 節 中小企業可能的挑戰與發展方向 121

第二篇

多元發展開拓中小企業經濟力

第 6 章 新南向國家新創環境暨臺灣發展契機..... 128

第 1 節 馬來西亞創新創業環境 128

第 2 節 泰國創新創業環境 131

第 3 節 菲律賓創新創業環境 133

第 4 節 印尼創新創業環境 135

第 5 節 越南創新創業環境 138

第 6 節 印度創新創業環境 140

第 7 節 臺灣新創南向發展機會與建議 142

第 7 章 臺灣女性企業發展與政府輔導資源..... 146

第 1 節 主要國家女性企業經營現況 146

第 2 節 臺灣女性企業發展概況 149

第 3 節 臺灣女性企業輔導資源 154

第 4 節 未來展望與輔導策略 159

第三篇

中小企業政策與措施

第 8 章	完善財務融資服務與增進投資	162
	第 1 節 財務融資服務與協處機制	162
	第 2 節 中小企業融資與信用保證	165
	第 3 節 強化投資中小企業及多元籌資管道	170
第 9 章	促進升級轉型與提升研發能量	173
	第 1 節 促進中小企業網路資源應用	173
	第 2 節 協助企業經營體質創新發展	176
	第 3 節 輔導綠色環保節能減碳	178
	第 4 節 技術升級與增進創新研發能量	180
第 10 章	建構創新創業及育成加速機制	185
	第 1 節 深化創業輔導與提升創業動能	185
	第 2 節 精進育成特色及加速新事業成長	188
	第 3 節 青年及女性創業輔導	192
第 11 章	深耕城鄉產業及掌握市場商機	196
	第 1 節 推動城鄉產業群聚發展	196
	第 2 節 提升中小企業行銷效能	200
	第 3 節 促進中小企業商機媒合與交流	201
第 12 章	中小企業其他相關支援	206
	第 1 節 協助中小企業輔導經費	206
	第 2 節 精進中小企業法制環境	209
	第 3 節 參與國際中小企業事務及活動	212
	第 4 節 獎勵績優卓越經營典範	214

附 錄

附錄 1	中小企業主要相關法令	218
	中小企業發展條例	218
	中小企業認定標準	227
附錄 2	中小企業統計表	229
附錄 3	2016 年中小企業傑出獎項得獎名錄	278
附錄 4	中小企業融資服務窗口	281
附錄 5	中小企業政策性專案貸款	282
附錄 6	區域及各縣市中小企業服務中心	283
附錄 7	中小企業相關活動大事紀	284
附錄 8	資料來源及參考文獻	288

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 年起則改依據〈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，係依據 2015 年 3 月修正之〈中小企業認定標準〉加以定義，該認定標準詳見本書附錄 1。
3. 本書企業家數、銷售額、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，係以實收資本額或營業額定義中小企業。就業人數及受僱員工人數統計資料，整理自行政院主計總處《人力資源統計月報》原始資料，乃以經常僱用員工數定義中小企業。應用資料時，需注意資料來源之不同。
4. 本書以西元紀年表示；內文統計資料若為年度延續資料，以呈列 2 年資料為原則，若因中小企業定義、行業標準修訂等導致無法對照比較，則以當年資料為主。
5. 本書使用政府相關單位所發布的統計及調查資料，以 2017 上半年發布最新資料為主。每個單位於 2017 上半年發布最新各類資料，其數據的截止時間不同，如財政部財政資訊中心營業稅徵收原始資料，所計算之統計資料，以 2016 年 12 月 31 日為截止時間；財政部財政資訊中心營所稅申報原始資料，所計算之統計資料，以 2015 年 12 月 31 日為截止時間。
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。
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 1-1-1	近年臺灣經濟成長率	32
圖 1-1-2	近年臺灣製造業與非製造業採購經理人指數走勢	33
圖 2-1-1	2015 年及 2016 年中小企業家數行業分布	54
圖 2-1-2	2016 年企業內外銷比率－按規模別	54
圖 2-1-3	近年主要國家中小企業出口貢獻比較.....	58
圖 2-1-4	2015 年及 2016 年中小企業銷售額行業分布	59
圖 2-1-5	2015 年及 2016 年新設中小企業家數之行業分布	61
圖 2-1-6	2016 年中小企業地區及主要縣市家數分布情形	65
圖 2-1-7	2016 年區域就業人數分布－按中小企業就業者主要工作地點.....	67
圖 2-2-1	2016 年銷售額之內銷及出口比率－按企業主性別	69
圖 2-2-2	2016 年中小企業企業家數之行業分布－按企業主性別	70
圖 3-2-1	2014 年及 2015 年企業短期流動性	83
圖 3-2-2	2014 年及 2015 年企業長期安定性	84
圖 3-2-3	2014 年及 2015 年企業經營能力	85
圖 3-2-4	2014 年及 2015 年企業獲利能力	86
圖 3-3-1	2004 年至 2016 年直接與間接金融比率	87
圖 3-3-2	2004 年至 2016 年企業籌資管道之比較	87
圖 3-3-3	2004 年至 2016 年 5 大銀行新承作放款平均利率	88
圖 3-3-4	2004 年至 2016 年臺灣一般銀行對中小企業放款情況	90
圖 4-1-1	2011 年至 2016 年臺灣就業人數	94
圖 4-1-2	2015 年及 2016 年中小企業就業人數前 5 大行業及比率	95
圖 4-1-3	2011 年至 2016 年臺灣受僱人數	95
圖 4-1-4	2015 年及 2016 年中小企業受僱人數前 5 大行業及比率	96
圖 4-1-5	2015 年及 2016 年中小企業就業者及受僱者人數－按年齡結構	96
圖 4-1-6	2015 年及 2016 年中小企業就業者及受僱者人數－按性別結構	97

圖 4-1-7	2015 年及 2016 年中小企業就業者及受僱者人數－按學歷結構	98
圖 4-1-8	2008 年至 2016 年自營作業者人數變化	100
圖 4-1-9	2008 年至 2016 年因業務緊縮或關廠歇業失業者	103
圖 4-3-1	事業單位預計 2017 年 7 月底較 4 月底增加人力之原因	114
圖 7-1-1	主要國家女性經營行業別	149
圖 7-2-1	近年臺灣女性企業家數及比率	151
圖 7-2-2	近年女性企業內銷額及成長率	152
圖 7-2-3	2016 年女性企業家數及銷售額之產業部門結構比	152
圖 7-2-4	2016 年女性企業家數及銷售額之行業別結構比	152
圖 7-2-5	2011 年至 2016 年公開發行公司女性董事人數及比率	153
圖 7-2-6	2016 年企業家年齡分布－按企業主性別	154
圖 7-2-7	2016 年企業家教育程度分布－按企業主性別	154
圖 7-3-1	近年創業貸款件數女性所占比率	156
圖 8-0-1	中小企業財務融通措施架構	162
圖 8-1-1	中小企業財務融資協處機制	163
圖 8-2-1	信保基金之設立與運作方式	166
圖 8-3-1	股權群眾募資計畫架構	172
圖 9-0-1	優質中小企業輔導策略	173
圖 10-0-1	中小企業創業育成措施架構	185
圖 10-2-1	國際育成創業加速平臺	191
圖 10-3-1	創業能力診斷及推薦系統運作方式	194
圖 10-3-2	女性創業飛雁計畫執行措施	195
圖 10-3-3	微型創業鳳凰計畫執行架構	195
圖 11-0-1	推動中小企業地方產業發展及拓展海內外市場重點措施	196
圖 11-1-1	推動地方產業發展策略架構	197
圖 11-1-2	臺灣地方特色產業發展脈絡	198
圖 11-1-3	地方產業發展基金補助計畫	199
圖 12-0-1	中小企業其他相關支援架構	206

表次

表 1-1-1	全球重要總體經濟指標走勢	25
表 1-1-2	已開發國家經濟成長率	26
表 1-1-3	已開發國家與亞太地區國家經濟成長率	31
表 1-1-4	2008 年至 2016 年臺灣重要經濟指標	34
表 1-1-5	2008 年至 2017 上半年臺灣商品貿易概況	34
表 1-1-6	2016 年臺灣主要貿易國家進出口貿易值及結構	36
表 1-1-7	2007 年至 2017 年臺灣各部門投資成長率	37
表 1-2-1	各國中小企業之定義及基本概況	39
表 2-1-1	2015 年及 2016 年企業家數、銷售額、就業及受僱人數規模別概況	51
表 2-1-2	2010 年至 2016 年中小企業產業部門概況	53
表 2-1-3	2009 年至 2016 年中小企業家數及銷售額變動概況	55
表 2-1-4	2013 年至 2016 年中小企業製造業中業別出口額變動概況	57
表 2-1-5	2016 年新設企業家數及銷售額	60
表 2-1-6	2016 年新設中小企業家數及銷售之產業部門概況	60
表 2-1-7	2014 年至 2016 年新設中小企業家數與銷售額的成長概況	62
表 2-1-8	2011 年至 2016 年中小企業家數及比率－按經營年數	63
表 2-1-9	2016 年企業家數及比率－按經營組織型態	64
表 2-1-10	2016 年六都企業家數及銷售額－按規模別	65
表 2-1-11	2016 年六都就業人數分布－按中小企業就業者主要工作地點	67
表 2-2-1	2016 年企業家數及銷售之規模別概況－按企業主性別	69
表 2-2-2	2016 年中小企業組織型態家數－按企業主性別	71
表 2-2-3	2016 年中小企業家數－按企業主性別與經營年數	71
表 2-3-1	2016 年批發業的經營型態	72
表 2-3-2	2016 年批發業在經營上遭遇的困境	73
表 2-3-3	2016 年零售業基本經營型態	73

表 2-3-4	2016 年零售業在經營上遭遇的困境	74
表 2-3-5	2016 年餐飲業經營型態	74
表 2-3-6	2016 年餐飲業提供之各項服務比率	75
表 2-3-7	2016 年餐飲業未來展店計畫及優先考量位置	75
表 2-3-8	2016 年餐飲業營業發展計畫	76
表 2-3-9	2016 年餐飲業經營困境	76
表 2-4-1	2011 年至 2015 年企業部門執行研發經費－依規模別	77
表 3-1-1	2014 年及 2015 年共同比資產負債表	79
表 3-1-2	2015 年各行業共同比資產負債表－中小企業	80
表 3-1-3	2014 年及 2015 年共同比損益表	82
表 3-3-1	2015 年底企業負債結構	89
表 3-3-2	2016 年對中小企業放款餘額前 10 大銀行	90
表 3-3-3	2015 年及 2016 年對中小企業放款比率前 10 大銀行	91
表 3-3-4	2016 年對中小企業放款餘額前 10 大民營銀行	91
表 3-3-5	2016 年對中小企業放款餘額年增額前 5 大外國銀行	92
表 4-1-1	2015 年及 2016 年雇主屬性	98
表 4-1-2	2015 年及 2016 年自營作者屬性	100
表 4-1-3	2015 年及 2016 年失業者屬性	101
表 4-1-4	2015 年及 2016 年離開前職的理由	102
表 4-1-5	2012 年至 2016 年企業引進外籍勞工人數－按規模別	103
表 4-1-6	2015 年及 2016 年就業者部分工時勞工運用概況	104
表 4-1-7	2015 年及 2016 年臨時性或派遣人力使用狀況	105
表 4-1-8	2009 年至 2016 年前職在中小企業就業者的轉業選擇	106
表 4-2-1	2016 年就業者中有職工作者行業別人數及主要工作每週工時－按規模別	107
表 4-2-2	2016 年有酬就業者各行業人數及平均主要工作收入－按規模別	108
表 4-3-1	2012 年至 2016 年勞動部協助事業單位辦訓情形	111
表 4-3-2	2012 年至 2016 年勞動部辦理創業研習情形	112
表 4-3-3	2012 年至 2016 年勞動部提供創業協助成果	112

表 4-3-4	事業單位預計 2017 年 7 月底較 4 月底僱用人力增減情形	113
表 5-1-1	新南向政策推動策略與工作要點	116
表 5-1-2	產業創新研發計畫推動策略	120
表 6-1-1	馬來西亞新創獲得百萬美元投資代表	129
表 7-2-1	全球主要區域女性企業經營特徵	150
表 7-2-2	全球主要區域女性創業態度指標	150
表 7-2-3	2011 年企業經營效率－按企業主性別	153
表 7-3-1	女性企業輔導資源之推動歷程	155
表 7-3-2	近年信保基金承保情形－按性別	156
表 7-3-3	女性企業主補助優惠措施成效	158
表 7-3-4	女性企業主各領域廠商家次與補助經費	158
表 8-2-1	2013 年至 2017 年 6 月信保基金全體承保情形	167
表 8-2-2	2017 年 6 月底上市、上櫃及興櫃企業在屬中小企業階段曾運用信保家數	168
表 8-2-3	信保基金相對保證專案一覽表	169
表 9-4-1	小型企業創新研發計畫及地方產業創新研發推動計畫說明	181
表 9-4-2	產業升級創新平臺輔導計畫執行項目	182
表 9-4-3	傳統產業技術創新推動作法執行項目	183
表 9-4-4	A ⁺ 企業創新研發淬鍊計畫執行項目	184
表 10-1-1	創業家簽證相關規定	188
表 10-2-1	歷年育成輔導績效	189
表 10-2-2	中小企業處直營的 5 所育成中心之聚焦培育領域及執行成效	190
表 12-1-1	2015 年及 2016 年經濟部輔導中小企業之資源經費	207
表 12-1-2	2016 年由政府出資之中小企業專案貸款	208
表 12-2-1	精進中小企業法制環境措施	209

提 要

本（2017）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

本篇涵括 5 章，分別闡述 2016 年至 2017 年上半年總體經濟環境變化、2016 年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

- 2017 年全球經濟成長預測值約為 3.0%，為 2012 年以來之新高，顯示全球經濟逐漸好轉。行政院主計總處於 2017 年 8 月發布之臺灣 2016 年成長初估值為 1.48%，2017 年預測值為 2.11%，國內需求持續扮演支撐經濟成長之主力，民間消費貢獻 1.17 個百分點、國內投資貢獻 0.51 個百分點，尤為成長之主要挹注。
- 2016 年各國加強中小企業復甦力道，持續鼓勵中小企業創新與創業。美國中小企業對景氣抱持樂觀看法並對企業成長深具信心，中國大陸發布《促進中小企業發展規劃（2016~2020）》，以提升創業與創新能力為主線推動各項改革。日本為了維持中小企業的永續發展，推動多項支援中小企業拓展海外新興市場的措施；韓國以過去成果為基礎，集中資源、扶植中小中堅企業，致力創造國民能感受之成果。

第 2 章 中小企業發展動向

- 2016 年臺灣中小企業家數約有 140 萬 8,313 家，占全體企業家數的 97.73%；較上年增加 24,332 家，年增率 1.76%。其中，有 112.37 萬家（79.79%）從事服務業，且 48.44% 為批發及零售業，53.71% 的中小企業採獨資經營。
- 2016 年臺灣中小企業銷售額約為 11 兆 7,647 億元，年增率為-0.33%。其中，內銷額約為 10 兆 3,409 億元，年增率 0.15%；相較於大型企業之內銷額下降（銷售規模約 18 兆 5,076 億元，年增率-1.73%），顯示中小企業因銷售較為偏重內銷市場，並在內銷市場之成長，相較大型企業有較佳成長表現；由於 2016 年全球商品出口貿易負成長（-2.8%），連帶使得臺灣大型、中小企業的外銷都呈現負成長，年增率分別為-2.41%、

- 3.66%。由於大型企業因分工布局較有彈性與空間，因而中小型企業之外銷減幅較為明顯。
- 2016 年中小企業出口額占全部企業出口額比率（出口貢獻）為 15.04%，相較於 2015 年之 15.21%，少了 0.17 個百分點，甚至較 2009 年之 16.87% 低。可能原因：1. 相對價格競爭之劣勢，如臺幣匯率相對競爭對手升值，影響我國出口產品的國際價格競爭力；2. 對手國之進逼，如中國大陸、南韓與東協諸國（ASEAN）等，採取出口擴張及進口替代策略，導致我國在國際供應鏈的地位被競爭對手國替代；3. 慣性與制度面因素，主因中小企業習慣以間接出口取代直接出口，退居成為大企業產業鏈的一環；再加上中小企業不擅於國際行銷與全球布局，因而轉以服務內需市場為主。此外，我國參與區域經濟整合進度緩慢，影響廠商國際市場開拓等也是可能原因。
- 雖然中小企業所占之出口比率不高，但在全球商品出口年增率呈現負成長的情形下，特定行業仍能繳交正成長之亮眼成績，如紡織業（年增率 2.31%，以下同），紙漿、紙及紙製品製造業（8.37%），石油及煤製品製造業（28.57%），化學原材料、肥料、氮化合物、塑橡膠原料及人造纖維製造業（19.01%），電子零組件製造業（4.88%）等之 2016 年中小企業出口額都仍較 2015 年成長。相對之下，電腦、電子及光學製品業（-41.81%）、木竹製品製造業（-23.83%）、基本金屬製造業（-21.31%）、產業用機械設備維修及安裝業（-13.00%）、皮革、毛皮及其製品製造業（-12.40%）、非金屬礦物製品製造業（-10.50%）減少幅度都達到兩位數字，除反映低迷之國外需求之外，也顯示中國大陸供應鏈在地化、東南亞等新興市場國家之崛起與競爭等，都是臺灣中小企業出口成長趨緩的可能原因。
- 中小企業銷售額於行業分布觀察，2016 年中小企業銷售額前 3 位依序為，批發及零售業、製造業、營建工程業。居首的批發及零售業 2016 年銷售額 4 兆 3,385 億元（占 36.88%），居次的製造業 4 兆 707 億元（占 34.60%），第 3 的營建工程業 1 兆 4,172 億元（占 12.05%），這 3 個行業的銷售額總計，占中小企業整體銷售額高達 83.53%，顯見此 3 項產業的中小企業銷售額之高度集中。
- 中小企業之家數產業排序，居前 3 位者依序為，批發及零售業、住宿及餐飲業、製造業，而營建工程業居第 4 位。就排序觀察，批發及零售業、製造業之銷售額與家數都具最重要產業地位；相對之下，住宿及餐飲業之中小企業家數雖多，其占整體中小企業家數之比重為 10.71%，但銷售額則僅占中小企業全體銷售額之 3.76%。
- 2016 年新設企業（經營未滿 1 年）有 9 萬 5,486 家，內銷額占其銷售額比重高達 89.06%，顯見新設企業以內銷為主。其中，中小企業約有 9 萬 5,320 家，占新設企業總家數比

重約 99.83%；新設企業之中小企業內銷額占其總銷售額比重約 96.31%，高於新設大企業占其銷售額 71.75%，顯示新設之中小企業對於國內市場之倚重，似乎較新設大企業更為明顯。依行業別觀察，新設中小企業家數以批發及零售業所占比率最高，達 42.43%，住宿及餐飲業、營建工程業分居 2、3 位，占比分別為 18.73%、9.35%。

- 中小企業於全體縣市的家數分布，主要集中在西部 6 個直轄市，合計 101.5 萬家，占 72.06%。以臺北市的 22.3 萬家或占 15.86%居首；新北市 22.1 萬家（占 15.70%）居次。與 2015 年比較，6 個直轄市中小企業家數都呈正成長，而中小企業家數的成長以臺中市最多（成長率 2.60%），其次為桃園市（成長率 2.59%）。
- 2016 年可以區分企業代表人性別的企業家數總計有 144 萬 958 家，其中，女性企業家數有 51 萬 6,249 家，占合計家數 35.83%。相較於 2015 年，增加 7,548 家（增加 1.48%）。女性企業中，有高達 99.22%為中小企業（51 萬 2,214 家）。女性企業的整體銷售額較男性企業較依賴國內市場，尤其是女性中小企業，內銷比率更高，中小企業中，女性企業內銷比率達 90.99%。依行業別觀察，2016 年中小企業女性企業家數、銷售額及內銷額，都以批發零售業所占比率最高（分別為 50.57%、43.40%及 43.01%）；出口額則以製造業最高（49.29%）。就組織型態觀察，男女性別中小企業皆以獨資經營所占比率最高，女性占比為 60.79%、男性占比為 50.31%。

第 3 章 中小企業財務概況與資金融通

因財政部財政資訊中心最新營利事業所得稅申報資料為 2015 年，有關中小企業財務及比率資料落後 1 年；而金融機構與中小企業資金融通部分，資料為 2016 年。

- 2015 年中小企業流動資產比重增加，非流動資產比重減少；其中，現金持有比率上升，長期投資下降，短期應變能力提高，經營態度轉向開放。
- 2015 年中小企業負債淨值比率較 2014 年高，其中，流動負債比率的提升幅度最高，而非流動負債比率反而呈現下降。獲利方面，中小企業營業成本下降幅度小於營業費用增加幅度，獲利減少。
- 2016 年不論是公、民營銀行皆積極承作中小企業貸款，對中小企業總放款餘額皆持續增長。

第 4 章 中小企業人力資源

- 2016 年臺灣總就業人數為 1,126 萬 7 千人，其中，中小企業的就業人數為 881 萬人，約占全國總就業人數的 78.19%。自 2008 年金融海嘯以來，連續 7 年中小企業的就業人數均呈現每年小幅成長的態勢，其年平均成長率約介於 0.95%至 1.78%之間。惟近 3

年中小企業就業人數之占比則呈現下滑的趨勢。2016 年中小企業就業前 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，以及農林漁牧業。2016 年臺灣受僱（包含受政府僱用者、受私人僱用者）人數為 892 萬 6 千人，其中，中小企業受僱人數為 647 萬 2 千人，占全國受僱人數的 72.50%。

- 2016 年中小企業之就業者及受僱者之學歷結構，就業者以高職畢業者所占比重最高，其次為大學，再其次為專科；而受僱者占比最高者為大學，其次為高職，再其次則為專科，另外，近年來 45 歲以上之就業者與受僱者，占比正逐年提高。顯示近年來中小企業之就業者與受僱者，呈現高齡化與高教育程度化的現象。
- 2016 年臺灣失業人數為 46 萬人，較 2015 年增加約 2 萬人（增幅 4.44%）。其中，從失業者前職的廠商規模別來看，前職為中小企業的失業人數由 26 萬 8 千，增為 30 萬人，增幅為 11.93%，但增幅較大企業（增幅 14.54%）小；在大企業、政府僱用及初次尋職者的失業者中，以擁有大學學歷者之比率最高，尤其是初次尋職的失業者中，超過 6 成以上擁有大學學歷，反映出青年及高學歷失業問題。

第 5 章 因應經濟環境變化之對策

- 正值全球經濟緩步復甦之際，臺灣正面臨許多制度與環境的轉變。首先是勞動法規的變革，對雇主聘僱與勞動力投入的影響有待觀察；其次是網路經濟的盛行，對國內是機會亦是挑戰，一方面提供了新創業者創業與商品銷往全世界的機會，卻也加劇了臺灣創新人才的外流與產品競爭白熱化的壓力；三是轉型綠能的轉換期，帶給中小企業經營環境的不確定性。
- 政府為兼顧內外變化因素的經濟政策，提出包括「新南向政策」、「數位國家・創新經濟發展方案」、「5+2 產業創新計畫」，以及「前瞻基礎建設計畫」等多項政策。在「數位國家・創新經濟發展」與「亞洲・矽谷推動方案」政策推動下，中小企業可善用網路經濟，以金融科技增加中小企業的融資管道，並提供新創中小企業平臺共享與學習；同時，透過「新南向政策」與東協及南亞國家緊密合作，創造新經濟動能。
- 2016 年我國中小企業出口衰退，為有效因應未來我國中小企業出口的變化，政府可協助中小企業掌握國際貿易環境變遷，建構營運相關風險通報與警示平臺；同時，為促進新創活動，政府可對新設中小企業成長波動相對大的行業別，關注其對創業輔導與提升創業動能措施的利用與需求，並善用網路經濟之平臺；此外，在金融科技(Fintech)快速發展的當下，政府也應鼓勵中小企業善加利用以帶來更多商業與融資機會。面對國內人力資源變化與一例一休等制度的調整，政府應即時掌握中小企業的意見，並提

出輔導策略；最後，若能持續的發揮女性經營特質與經濟力，可為臺灣經濟注入源源不絕的活水。

第二篇 多元發展開拓中小企業經濟力

本年度中小企業白皮書以「多元發展開拓中小企業經濟力」為主題，透過「新南向國家新創環境暨臺灣發展契機」與「臺灣女性企業發展與政府輔導資源」兩章，探索年輕世代與女性企業開拓經濟的機會與成就。正值政府全力推動新南向與女力經濟快速崛起的同時，臺灣中小企業應掌握機會，借力海外新創環境，放眼海外市場；充分展性女性經營特質，發揮樂觀創業精神，帶領臺灣經濟向前行。

第 6 章 新南向國家新創環境暨臺灣發展契機

- 基於東南亞與南亞龐大的內需與建設商機，政府積極推動「新南向政策」。在全球創新創業趨勢風潮下，新南向重點國家馬來西亞、菲律賓、泰國、印尼、越南與印度亟欲建立創新創業生態圈，也吸引國際投資者與新創的目光。本章將透過上述新南向國家的新創環境與投資趨勢，分析我國新創南向發展的機會與挑戰。
- 根據各國發展條件與創業環境，重點建議如下：1.借助馬來西亞多元種族與文化，作為商品與服務的試點市場與穆斯林商機的合作對象；2.掌握菲律賓、泰國、印尼、越南中產階級崛起商機，尋求在地合作夥伴，提供垂直市場的技術與服務；3.把握「印度製造」政策機會，尋找軟硬體合作機會；4.透過我國新南向政策的平臺建立與政策推動，解決新創南向在人才、語言文化、商業模式、國際法規與資金方面遇到的障礙。

第 7 章 臺灣女性企業發展與政府輔導資源

- 隨著高齡少子化的來臨，勞動人口稀缺的困境日益彰顯，各國無不殫心竭慮以突破勞動人口不足帶來的種種問題，其中除了鼓勵已退休者再度就業、引入國際移工等，提高女性就業、創業與營業機會，更成為補足勞動缺口，甚至是擺脫經濟困境與帶領經濟前進的關鍵力量，所謂的「女性經濟」、「女力經濟」與「她經濟」可作為代表。隨著數位經濟的興起，提供了女性就業、創業與營運模式創新的大好機會。
- 臺灣女性企業約占企業總家數 3 成 6，女性企業以內銷為主，以批發零售為主要行業。女性企業主以 50~54 歲居多數，教育程度以高職占多數，女性在公開發行公司的董監事比率逐年增加，但僅維持在 13.07% 左右。以上顯示女性企業為內向發展，外拓發展仍有空間，以及女性在經營管理階層地位亦有機會再提升。政府未來將持續以優惠補助、資金融通、行銷促進與學習成長來幫助女性企業成長茁壯。

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、勞動部及教育部等各部會單位執行之中小企業政策措施，分 5 章扼要說明。

第 8 章 完善財務融資服務與增進投資

- 一 經濟部中小企業處積極建置財務融通服務輔導機制，針對企業發展不同階段，提供中小企業各類財務諮詢、診斷、輔導及協調金融機構對企業提供融資協處（馬上辦服務中心，0800-056-476 服務專線），並協助企業健全財務會計制度、培訓中小企業財務主管人才，提升財務管理能力等完整的協助措施。
- 一 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，推動股權式群眾募資創業，使新創企業取得資金管道更加多元化。

第 9 章 促進升級轉型與提升研發能量

政府以扶植具國際市場拓展潛力、高技術創新能力、對網絡夥伴企業具有帶動效應之中小企業成為「優質中小企業」為目標，作為帶動及示範效益廠商，以領頭羊帶動企業群方式，提升整體中小企業動能，從網路應用、體質創新、綠色環保及技術研發等 4 個面向執行多項計畫，包括「中小企業 4G 行動商務應用服務計畫」、「推動中小企業群聚加速創新商業化計畫」、「小型企業創新研發計畫」及「產業升級創新平臺輔導計畫」等，促進中小企業升級轉型與提升研發能量。

第 10 章 建構創新創業及育成加速機制

- 一 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，積極執行創業育成輔導相關計畫，包括推動「國際育成創業加速生態系統計畫」、「行政院國家發展基金創業天使計畫」，以及開辦「創業家簽證」，深化前瞻及新興中小企業創業育成合作，鏈結國際育成網絡，加強國內創業動能。
- 一 為鼓勵青年學子勇敢逐夢及輔導女性創業，政府提供客製化及整合性之創業育成服務，以及融資資源協助措施，如「網實整合創業服務」及「女性創業飛雁計畫」等。

第 11 章 深耕城鄉產業及掌握市場商機

- 一 為活絡地方經濟發展，創造在地就業機會，政府以「地方產業發展基金」輔導地方中小企業特色化發展、推動觀光工廠，以及設置全國商圈永續發展推動平臺，創造在地就業機會，更以臺灣「一鄉鎮一特產」(One Town One Product, OTOP)形塑區域品牌，擦亮地方中小企業的特色文化；以展售通路拓展及行銷推廣等多元輔導方式，創造優

質區域品牌形象，提升行銷效能，擴大經濟效益。

- 為協助中小企業拓展海外市場商機，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「中小企業科技行銷與價值鏈合作計畫」、「推動中小企業智慧領航拓銷國際計畫」，以及多項「貿易推廣工作」。

第 12 章 中小企業其他相關支援

- 2016 年政府協助中小企業輔導經費，包括相關單位輔導中小企業經費約 291.4 億元、協助中小企業專案貸款約 54.59 億元，以及政府向中小企業採購金額約 7,268 億元。
- 精進中小企業法制環境重點工作包括〈中小企業發展條例〉及〈中小企業增僱員工薪資費用加成減除辦法〉條文修正，以及引導上市櫃公司參與社會企業等。
- 為加強中小企業政策之國際典範學習與移轉、拓展與國際社會之實質往來，提升中小企業國際能見度，政府積極舉辦及參與國際中小企業事務與活動。
- 舉辦中小企業選拔表揚活動，包括國家磐石獎、小巨人獎、創新研究獎及新創事業獎等獎項，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

中小企業在臺灣經濟發展過程中，對國家經濟與社會的安定扮演舉足輕重的角色，也為臺灣經濟發展之中流砥柱，因而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。2016 年臺灣經濟復甦緩慢，然而臺灣中小企業在家數、就業人數與內銷額卻依然向上發展。2016 年臺灣中小企業家數為 140 萬 8,313 家，占全體企業 97.73%，較 2015 年增加 1.76%；中小企業就業人數達 881 萬人，占全國就業人數 78.19%，較 2015 年增加 0.57%，兩者皆創下近年來最高紀錄；中小企業銷售額 11 兆 7,647 億元，占全體企業 30.71%，其中，內銷額為 10 兆 3,409 億元，占全體企業的 35.85%，較 2015 年增加 0.15%，成長率由負轉正。在經濟緩步回溫之際，更彰顯中小企業內蘊的經濟潛能與創造就業的功能。

第 1 章 總體經濟環境變化

2016 年全球經濟在一連串出乎意料的「黑天鵝」事件下，平均成長 2.5%，略低於 2015 年的 2.8%（引自環球透視機構（IHS Global Insight Inc.）於 2017 年 5 月出版之《全球前瞻》（*Global Insight, GI*）資料）。成長減緩主因為已開發國家復甦腳步蹣跚、新興市場國家因大宗物資價格走緩，導致出口值成長減緩緊縮，以及全球商品貿易需求疲軟，不利出口導向成長發展所致。

由於外貿成長疲軟，致使諸多國家的成長來源中，淨輸出的貢獻呈現負值，包括臺灣、美國等。而淨輸出成長貢獻呈現負值，顯見外銷導向之企業營運愈發艱困。展望 2017 年全球經濟，因已開發國家穩健復甦、原物料價格走升，以及新興市場國家持續實施擴張政策等情形下，成長率可望達 3.0%，不但高於 2016 年，且將是 2012 年以來之新高。

由於 2017 年全球經濟成長回升，臺灣總體經濟，也漸入佳境。根據行政院主計總處於 2017 年 8 月發布資料，2017 年之成長可望突破 2%，達到 2.11%，雖較 2015 年、2016 年之 0.72%、1.48%略佳，但接連 3 年低於或略高於 2%的成長幅度，不但反映低迷之景氣走勢，同時愈使國內企業之生存與競爭，面臨更為艱困的挑戰，亟需更為前瞻與創新思考之政策規劃與導引，以為企業因應並轉為發展契機。

本章分為兩節，第 1 節剖析 2016 年至 2017 年上半年間的整體經濟環境情勢，以及對於企業營運可能之挑戰與影響，除全球與主要國家之總體情勢變化及重要影響，並針對國內經濟情勢變化，特別就攸關國內企業成長與發展之政策環境及發展瓶頸與隱憂，詳細剖析。第 2 節則概述在此環境下，全球主要國家中小企業的發展情勢。

第 1 節 國內外經濟環境變化

一、全球總體經濟環境變化

（一）整體經濟概況：和緩復甦但政策不確定性升高

2016 年全球經濟成長率 2.5%，略低於 2015 年的 2.8%。就主要國家經濟走勢觀察，美國於 2016 年開春時，因受強烈暴風雪干擾、抑制消費支出等影響，第 1 季 GDP 年化季增率為 0.5%，是 2 年來最低水準，其後成長雖有轉佳但趨勢不顯，因而美國聯準會

(Fed) 幾度延後升息；而川普 (Donald John Trump) 於 2016 年 11 月當選美國總統，其於選舉期間發表或揭櫫之政見與規劃，對美國與全球經濟成長，都將帶來新的成長藍圖與模式。

中國大陸於 2016 年持續致力於打房措施，但持續擴張自貿區試點，以及一帶一路等結構調整工程，2016 年經濟成長率約為 6.7%，實現年初訂定的 6.5% 至 7% 經濟成長目標。日本和歐洲央行自 2016 年初即推出負利率等寬鬆貨幣政策，但成長表現依然蹣跚；尤其英國於 6 月表決通過脫離歐盟，更使低迷之歐洲經濟雪上加霜。由於英國首相梅伊 (Theresa May) 已於 2017 年 3 月底遞交脫離歐盟告知書，正式開啟英國脫離歐盟的談判時程與序幕，惟後續仍將長路漫漫，仍有相當政策不確定性。

2017 年初全球經濟成長表現，在美國、歐洲、亞洲及新興市場表現穩定加溫的帶動下，出現復甦現象。雖然市場一度因對美國川普政策之反全球化等不確定性而出現擺盪，但在川普政府陸續開展減稅、擴大基礎建設投資、鼓勵美國企業回流，以及跨國企業投資美國等政策激勵下持續成長；歐洲與日本一掃通貨緊縮陰霾，且企業增加投資信心，支撐經濟穩健成長，新興市場國家則受益於全球經濟好轉，且原物料價格上漲有利出口成長，經濟表現逐漸復甦升溫。

儘管各國國際機構上修 2017 年全球經濟成長率預測，但仍面臨諸多的風險，包括：主要國家之財政擴張政策執行成效，以及是否可能重蹈引爆財政危機；德、義大選結果及未來政策走向之調整；英國脫歐談判之協商方向與內涵；東北亞之緊張對峙情勢等。

(二) 重要觀察與影響因素

1. 美國 Fed 升息期程及主要國家之財政政策走向

全球為擺脫金融海嘯時期之景氣低迷，紛紛推展量化寬鬆 (Quantitative Easing, QE)、量化及質化寬鬆 (Qualitative and Quantitative Easing, QQE) 等寬鬆政策。其中日本央行於 2016 年 1 月 29 日宣布從 2 月 16 日開始實行負 0.1% 的利率，全球約有 23 個國家持續實施負利率政策 (歐元區 19 國、瑞典、瑞士、丹麥及日本等)；另有超過兩位數字國家於 2016 年宣布降息，包括臺灣、印尼、印度、澳洲、紐西蘭等。

惟隨著美國升息週期趨勢愈加明顯，如聯準會 (Fed) 於 2017 年 3 月中旬如期升息，將聯邦基金利率目標區間上調 25 個基點到 0.75% 至 1.0% 的水準，是 Fed 自 2008 年金融危機以來的第 3 次加息，主要國家也多調整相關貨幣與財政政策。中國大陸自 2017 年來兩度調升貨幣市場工具利率，包括公開市場逆回購利率、常備借貸便利 (SLF) 利率，以

及中期借貸便利（MLF）利率，貨幣市場朝向「審慎中性」方向。歐洲央行雖於 2017 年 3 月宣布維持 3 項利率不變，且將資產購買計畫延至 2017 年 12 月底，但購買規模預計自 2017 年 4 月起，將由 800 億歐元縮減至 600 億歐元。

隨著主要國家或區域調整寬鬆貨幣政策，它們的匯率走勢也隨之變動。自 2017 年初以來，主要國家對美元之匯率，紛呈升值趨勢（人民幣除外），此對於全球資金之移動與配置，形成相當壓力與挑戰；尤其亞洲國家貨幣之升值幅度多超過市場期待，因而企業之匯損提列與避險，益發重要。

此外，日本、挪威、英國、南韓等國紛紛推出擴張性財政政策；美國也宣布預計投入 1 兆美元於鐵公路、機場、橋樑等公共建設。臺灣也推出「前瞻基礎建設計畫」。立法院於 2017 年 7 月 5 日三讀通過〈前瞻基礎建設特別條例〉，依據行政院主計總處估算，其效益將使實質 GDP 增加 4,705 億元，名目 GDP 可增加 5,065 億元，實質 GDP 貢獻平均每年增加 0.1 個百分點。其中，2017 年度分配數為 160.8 億元，2018 年度為 928.5 億元。相關政策之成效（包括預算執行率及可能之排擠效果等），能否開啟新的成長軌道與模式，仍有待後續觀察。不過隨著擴張財政政策的推出，相應之市場利率及民間投資規模，是否受到資金之擠壓與排擠而必須調整，此對於企業之融資、籌資管道，以及貸款或融資利率等，也將有所影響。

2. 大宗商品價格呈現震盪

原物料價格於 2016 年處於低檔，原先各界預期有助於全球經濟成長，但因價格走低，導致新興市場諸多仰賴原物料出口國家外匯短缺，並因而接連呈現負成長、高通膨。進入 2017 年，因石油輸出國組織（OPEC）達成減產協議，且美國頁岩油田因低價陸續關廠後，國際油價開始回升；惟走升之油價可能使頁岩油田重啟與擴產，且因地緣政治緊張，都可能對國際油價形成干擾。此外，各國擴大基礎建設對原物料需求攀升，也會對市場造成波動。

由於 2017 年初以來，主要國家之物價指數年增率，不但擺脫通貨緊縮，並有向上攀升趨勢，此對復甦成長之全球經濟、各國總體政策走向、企業生產之全球採購與產線配置，以及供應鏈布局等，都將形成挑戰與考驗。

3. 中國大陸因素：成長趨緩、債務風險

根據中國大陸國家統計局發布的資料，2017 年第 1、2 季國內生產毛額（Gross Domestic Product, GDP）年增率皆為 6.9%，略高於預期。惟一般預料中國大陸於 2017 年

下半年之經濟將走緩，多數機構對中國大陸 2017 年全年之成長率預測值約在 6.6% 左右，較 2016 年之 6.7% 略減。由於中國大陸近期屢有政策調整，除調整貨幣政策利率外，也推出成立河北雄安新區、粵港澳大灣區之規畫等，積極提振經濟發展與成長基礎，此對中國大陸及全球經濟都將有所影響。不過，中國大陸負債高漲所可能遭致之風險，一直是海內外關注的重要議題。根據國際清算銀行（BIS）資料，中國大陸債務占國內生產總值的比率，由 2008 年的 154%，快速攀升至 2015 年的接近 250%，此極可能引爆系統性風險。此外，中國大陸於國際事務之主張或政策方向，包括兩岸關係的走向等，將直接或間接影響臺灣經濟成長表現。

4. 非經濟因素：地緣政治風險與選舉因素干擾

英國首相梅伊已於 2017 年 3 月底遞交退出歐盟告知文件，依循〈里斯本條約〉第 50 條（Lisbon Treaty Article 50）開啟英國脫離歐盟協商時程；雖然馬克宏已當選法國總統，但德國及義大利等都將舉行大選；另外，中印邊境及北韓頻頻核武試射等，都使得全球政策環境存在不確定性。另外，針對北韓、敘利亞等地緣政治情勢緊張，以及頻傳之恐怖攻擊事件等，都將牽動全球情勢發展，並影響全球經濟之走勢，對臺灣經濟產生影響。

二、主要國家與區域之經濟表現

環球透視機構（IHS Global Insight Inc.）預估 2017 年已開發國家之經濟成長率為 2.0%；新興市場和開發中經濟體之成長預測值分別為 4.5%、3.4%。雖然新興市場國家和開發中經濟體，仍為全球經濟成長之主要支撐與動力來源，惟各國之成長前景分歧。巴西和俄羅斯等大型新興市場國家，因原物料價格回升，有助外匯赤字之改善，以及平抑物價，預期將擺脫衰退情勢，經濟成長轉為正成長；中國大陸和印度的成長情形大致符合預測，仍有 6.5% 以上之成長表現。（表 1-1-1）

表 1-1-1 全球重要總體經濟指標走勢

地區（國）別	2013 年	2014 年	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年
全球經濟成長率(%)	2.6	2.8	2.8	2.5	3.0	3.2
OECD 國家	1.4	2.0	2.3	1.7	2.0	2.1
已開發國家	1.3	1.9	2.1	1.7	2.0	2.1
新興市場國家	5.0	4.4	4.1	3.8	4.5	4.7
開發中國家	1.3	1.5	1.3	3.1	3.4	3.9
CPI 年增率(%)	2.9	2.8	2.1	4.0	3.3	3.2
商品出口成長率(%)	2.3	0.3	-12.9	-2.8	6.6	4.7
失業率(%)	7.8	7.4	7.4	7.4	7.4	7.1

資料來源：Global Insight Inc. (May, 2017). *Global Insight's Comparative World Overview*.

（一）已開發國家經濟概況

2017 年已開發國家整體經濟情勢呈現和緩復甦情勢（表 1-1-2）。以下分述主要國家／區域之成長概況。

表 1-1-2 已開發國家經濟成長率

單位：%

地區（國）別	2014 年	2015 年	2016 年	2017 年(預測)	2018 年(預測)
美國	2.4	2.6	1.6	2.2	2.7
歐盟	1.4	2.2	1.9	1.9	1.8
德國	1.6	1.5	1.8	2.0	2.0
法國	0.7	1.2	1.1	1.3	1.4
英國	3.1	2.2	1.8	1.7	1.2
義大利	0.2	0.7	1.0	0.7	0.8
日本	0.2	1.2	1.0	1.3	1.0

資料來源：Global Insight Inc. (May, 2017). *Global Insight's Comparative World Overview*.

1. 美國經濟概況：穩健成長但政策不確定性仍高

環球透視機構預期，美國 2017 年經濟成長，可望由 2016 年之 1.6%，持續成長至 2.2%，增加 0.6 個百分點。就市場活動觀察，美國勞動市場持續改善，失業率已貼近自然失業率準、工資與物價多所提升，而消費者仍可望受益於實質可支配所得及家計單位淨財富的增加。尤其，隨著川普政府公布減稅與放寬監管措施後，民間企業投資可望獲得成長動能而超乎預期。但因國內需求強勁，預期進口成長速度將持續超越出口成長，致使 2017 年上半年淨出口對經濟成長將持續呈負貢獻，但下半年則可望轉為正向貢獻。

相對於實質面的穩健成長，物價金融面則成為政策之關注焦點，尤其 Fed 之利率政策走向，尤為關鍵。美國 2016 年全年消費者物價指數（Consumer Price Index, CPI）年增率約為 1.3%，與 Fed 之政策目標 2.0%，仍略有差距。惟 2017 年初以來消費者物價（CPI-U）年增率多在 2.5% 以上，而扣除食品與能源等波動性較高的核心 CPI，也多維持在 2.2%。並且，隨著勞動市場需求緊俏，薪資與消費者物價可望上揚，2017 年美國消費者物價年增率將達 2.3%，而核心 CPI 亦將上升至 2.2%。

在匯率方面，隨著川普上臺後發表一系列關於美元太過強勢，以及暗指日本與中國大陸操控匯率等談話，讓美元不升反貶，截至 2017 年 3 月底，美元兌歐元、日圓、英鎊及新臺幣，均較 2016 年 12 月底呈現貶值，貶值幅度分別為 1.8%、4.5%、1.6% 與 6.0%。但預計隨著川普推出擴大基礎設施等財政支出政策，以及對外採行之貿易政策，整體美元走勢將逐漸回升。目前攸關美國經濟成長走勢者，有下列重要因素：

(1) 川普經濟學上路，多項政策待公布

隨著川普的上臺，川普經濟學也成為全球各國主要關注的焦點，截至 2017 年 4 月的政策主要可分為 5 大核心，分別為減稅、放寬政府監管措施、減少能源管制、注重公平貿易及擴大基礎設施建設等。在減稅方面，預計將下調公司稅及調降個人所得稅率級距等。在放寬政府監管措施方面，研擬將廢除〈多德－弗蘭克法案〉（Dodd-Frank Wall Street Reform and Consumer Protection Act），減少對銀行業的監管，以利銀行放鬆貸款活絡經濟與促進就業。在減少能源管制方面，包括將廢止關於氣候變遷之政策，以及檢討電力清潔方案與煤炭開採管制、放寬石油出口管制等。在貿易政策方面，提出將重啟不利於美國之貿易談判、提高關稅、強調雙邊而非多邊貿易協定，以及主張公平貿易而非自由貿易等。在擴大基礎建設方面，目標提出 5 年 5,000 億美元或 10 年 1 兆美元，擴大運輸、水、電力及能源建設、通訊或國內相關基礎設施建設等，以促進經濟並創造就業機會。

各項川普新政，對於美國及全球經濟都有重要影響，其中並以有關注重貿易公平與相關政策調整，以及回美國製造等對臺灣之可能影響較為深遠。就貿易公平與相關政策調整而言，由於現階段美中貿易爭端似有和緩跡象，因而出於貿易公平而可能有的貿易報復陰霾暫時解除，惟威脅仍在。至於美國製造對臺灣之利弊互見，美國推出土地、智慧製造、減稅等誘因，對臺商產業東進有磁吸效應，若東進取代西進、南進，對我產業全球布局及產業升級有利；但若取代或排擠國內投資則有不利衝擊。由於目前臺美貿易暨投資架構協定（Trade and Investment Framework Agreement, TIFA）仍有若干議題未有共識結果，因而無法評估可能之期程與影響。

(2) Fed 決議升息 1 碼，維持 2017 年升息 3 次預測

2017 年 3 月 Fed 有鑑於勞動市場持續改善，以及通貨膨脹接近 2%目標區，宣布上調聯邦基金利率 1 碼（25 個基點）為 0.75%至 1.0%。一般預期 Fed 於 2017 年將升息 3 次，不過隨著經濟前景持續復甦，加上不確定的政策環境，如川普政府與國會將推動之財政支出政策等，都對貨幣政策的走向有所影響。另一方面，若薪資與物價上漲過於快速，遠超過 FOMC 對未來兩年上漲 1.9%至 2.0%之預期，將可能使 Fed 增加升息次數。

2. 歐盟／歐元區經濟概況：非經濟因素干擾成長步調

2016 年歐盟 28 國經濟成長率為 1.9%（未含英國，若加計英國則為 1.8%；歐元區 19 國成長約 1.7%），較 2015 年之成長表現趨緩。由於 2017 年歐洲區域仍存在政治不確定性，包括主要國家舉行大選，如荷、法、德及義大利等，雖然荷蘭、法國之大選結果已揭曉，但未來之經貿政策走向等猶有變數；同時，難民安置與恐怖攻擊事件、英國啟動

〈里斯本條約〉第 50 條（Lisbon Treaty Article 50）正式進行脫歐協商等，都將對歐元區經濟活動造成影響，因此 GI 預估 2017 年歐洲區域經濟成長可能與 2016 年持平為 1.9%。

就物價金融情勢方面，2017 年第 1 季歐元區消費者物價指數上漲幅度達 1.8%。主因能源價格（上漲 8.2%）與食品、酒精及菸草（2.0%）上升所致。由於物價迅速回升，若工資成長幅度跟不上物價上漲，恐損害消費者購買力。雖然歐元區成長表現不佳，但至 2017 年 3 月底歐元兌美元較上年 12 月底仍略有升值，幅度為 1.8%。目前歐盟／歐元區目前面臨之棘手問題包括：刺激政策與財政紀律之平衡、難民安置與恐攻事件之緊張對立，以及新領導人之政策走向與安排等，包括如對於全球化、移民等議題所可能引起的變化，讓此區域之成長與發展，仍具相當不確定性。

3. 日本經濟概況：緩慢復甦

日本 2017 年第 1 季實質 GDP 長率較上一季成長 0.3%，換算成年率為成長 1.0%，為連續 5 季正成長。除出口較上季增加（2.1%）及私人消費成長（0.3%）外，設備投資增長趨勢（0.6%）也益發鮮明，景氣復甦逐漸擴及各個部門。法人企業統計顯示第 1 季名目設備投資較上季成長 1.3%，連續 3 季正成長，水準達 2008 年第 1 季以來高點。4 月礦工業生產指數較上個月大幅成長 4.0%，指數也更新金融危機後（2008 年 10 月）的最高水準。

雖然日本失業率、有效求人倍率連袂來到泡沫經濟時期的水準，2017 年如 4 月失業率持平於 2.8%（為 1994 年 6 月以來的低水準），有效求人倍率也上升至 1.48 倍（達 1994 年 2 月以來高點）。再者，都心區的再開發與訪日觀光客增加，使住宿設施的新設等非製造業建設投資增加；另外，事業規模達 28.1 兆日圓的「實現對未來投資的經濟對策」等 2016 年度補正預算，將於 2017 年度以後（2017 年 4 月起）正式展開，公共投資增加效果可望持續顯現；加上歐日簽署經濟夥伴協議（EPA），都對日本景氣帶來正向挹注與支撐。

然而，人才限制是未來日本發展之重要議題。根據日本內閣會議提交之《2017 年度經濟財政報告》（或稱《經濟財政白皮書》）指出，人手不足的嚴重程度，已達到日本上世紀 1980 至 1990 年代泡沫經濟時期的水準。且因日本勞動生產率處於較低水準，僅為美國和歐洲的 6 成和 8 成。為打破供給制約造成的經濟低速增長局面，有必要推進抑制加班允許多樣工作形式的「工作方式改革」，從而提升生產效率。《經濟財政白皮書》並敦促企業積極利用 IT 和人工智能（AI）等有助於提升生產率的先進技術。不過專業人才不足成為發展的障礙，以致中小企業在引進 IT 技術方面容易落後。

（二）新興市場國家

根據環球透視機構於 2017 年 5 月發布資料，全球新興市場國家 2016 年經濟成長率約 3.8%，而 2017 年可望略增至 4.5%；其中亞太地區（不含日本）成長最為亮眼，2017 年、2018 年成長率分別為 5.6%、5.5%，都在 5% 以上。而國際貨幣基金（IMF）於 2017 年 4 月發布《全球經濟展望報告》也指出，2017 年全球經濟將漸入佳境，惟其仍認為全球經濟成長速度仍然太慢，還不足以因應貿易公平而致之保護政策、股市過熱、利率上升及匯率動盪的風險，而這些不確定因素可能使成長偏離成長軌道，或有出軌的風險。

1. 中國大陸概況：經濟走緩，新平庸與中等收入陷阱成為嚴峻挑戰

受全球經濟景氣走緩及部分產業產能過剩調整等因素影響，中國大陸 2017 年官方經濟成長目標訂於 6.5%。根據經濟發展之經驗法則，隨著中國大陸所得日益提高，中等收入陷阱（Middle Income Trap）仍成為發展之重要關卡。

由於中國大陸於 2017 年初起屢有政策調整，除調整貨幣政策利率外，也持續積極推動一帶一路、成立河北雄安新區、規劃粵港澳大灣區發展計畫等，積極提振經濟發展與成長基礎。此外，中國大陸於國際事務之主張或政策方向，以及臺商於中國大陸／全球布局之選擇與獲利表現，都對臺灣經濟與企業營運產生影響。針對影響中國大陸經濟情勢發展之有利及不利因素，說明如下：

（1）影響經濟情勢發展之有利因素

2017 年 4 月 1 日中國國務院決定成立河北雄安新區，預料將會帶動新的投資；而粵港澳大灣區之規畫，也將帶動相關區域之經濟轉型升級，可能有助於相關區域之投資與發展。此外，工業生產年增率持續成長，顯示整體經濟成長回穩、生產者物價指數（Producer Price Index, PPI）持續上升、消費者物價指數（CPI）略有降低，顯示其過剩產能已有改善，而居民的消費負擔亦維持平穩；而基礎建設投資持續維持熱絡，有利挹注經濟成長。

（2）影響經濟情勢發展之不利因素

2017 年 1 月迄今，人民銀行已兩度上調貨幣市場操作利率，貨幣市場政策走向有認為將朝「審慎中性」方向收縮；債務等金融風險問題未解、匯率貶值預期、房地產泡沫的打壓，使得人民銀行貨幣政策調整為穩健中性，不利金融市場發展。且川普上臺所顯示之反全球化、注重貿易公平之情勢升溫，對中國大陸出口造成嚴重衝擊，尤其「川普新政」下，中美的經貿磨擦，以及企業回流美國所造成之排擠效果，對中國大陸之成長將有深刻挑戰。

2. 東協十國（ASEAN）經濟概況：2016 年成長表現未如預期

2016 年東南亞國家的經濟成長率表現未如預期，主因可歸納如下：一，全球經濟事件的干擾，包括復甦步調平緩，尤其是與其貿易往來密切的中國大陸經濟成長明顯減速，影響多個經濟依賴出口的東南亞國家，再者，包括如英國脫歐、川普當選美國總統，以及中國大陸經濟轉型引發的緊縮效應等；二，國際能源及原物料價格仍維持於低檔，衝擊區域內如印尼、馬來西亞等生產大宗物資國家的經濟；三，東南亞及南亞多國進行經濟改革行動或面臨產業升級挑戰，包括如印度驟然實施廢鈔政策等，影響內需及投資市場的表現。

根據環球透視機構於 2017 年 5 月公布的數據估算，2016 年東協十國（ASEAN）經濟成長率為 4.6%，略優於 2014 年及 2015 年的成長 4.5%；另概估 2016 年印度經濟成長 7.0%，不及 2015 年的 7.9%。展望 2017 年，全球經濟出現溫和好轉的趨勢，但美國新政及歐洲情勢尚未明朗化，正反因素相互影響下，預期東協十國（ASEAN）經濟成長率停留在 4.5%，印度為 7.3%。（表 1-1-3）

(1) 深化區域合作搶攻商機

有鑑於美國國際貿易政策轉向，且歐洲政經情勢不確定性仍高，恐限縮全球貿易。東南亞及南亞等出口導向國家對此嚴陣以待；在開放的原則下，將眼光轉向區域內部崛起的商機，希望透過深化區域內貿易、基礎建設、科技研發和醫療教育等各方面的合作，填補美歐需求可能減弱的缺口，同時壯大該區域的整體經濟實力。新加坡鼓勵該國中小企業爭取東協各國基礎建設訂單，政府提供專案貸款以分攤企業融資風險。泰國將發展東部經濟走廊列為重要政策，與鄰國包括柬埔寨、寮國、緬甸及越南成立夥伴關係及區域連結，目標為促進區域共榮。

(2) 與臺灣新南向政策良性互動

我國新南向政策於 2017 年邁入行動年，將東協十國（ASEAN）、南亞六國、紐西蘭及澳大利亞等 18 個國家列入交流對象，分 3 階段進行，首波鎖定名單為印度、印尼、馬來西亞、菲律賓、泰國及越南等 6 國，優先推動各項合作。我國積極布局之餘，對方國家也釋出加強交流的意願，如印度指出我國在科技及製造業方面的優勢，可協助其打造「智慧城市」計畫，印尼則希望與我國在基礎建設上建立更多策略夥伴關係。此外，配合新南向政策而展開的人才培育計畫，也受到印度及東南亞多國的歡迎。

表 1-1-3 已開發國家與亞太地區國家經濟成長率

單位：%

地區（國）別	2014 年	2015 年	2016 年	2017 年(預測)	2018 年(預測)
全 球	2.8	2.8	2.5	3.0	3.2
已開發國家	1.9	2.1	1.7	2.0	2.1
亞太地區國家	4.8	4.8	4.8	4.8	4.7
中國大陸	7.3	6.9	6.7	6.6	6.3
臺 灣	4.0	0.7	1.5	2.1	2.1
韓 國	3.3	2.8	2.8	2.6	2.7
香 港	2.6	2.4	1.9	2.6	2.4
新加坡	3.6	1.9	2.0	2.3	2.2
泰 國	0.9	2.9	3.2	3.2	3.1
馬來西亞	6.0	5.0	4.2	4.2	4.4
印 尼	5.0	4.9	5.0	5.0	5.1
菲律賓	6.1	6.1	6.9	6.4	6.3
越 南	6.0	6.7	6.1	6.2	6.4
汶 萊	-2.3	-0.6	0.3	3.0	1.7
緬 甸	7.7	7.4	6.9	7.1	7.3
寮 國	7.4	6.7	6.9	7.0	6.9
柬埔寨	7.1	7.0	7.0	6.9	6.8
印 度	7.2	7.9	7.0	7.3	7.4

附註：東南亞國家協會（The Association of Southeast Asian Nations, ASEAN）簡稱「東協」，於 1967 年 8 月 8 日在曼谷成立，5 個創始會員國為印尼、馬來西亞、菲律賓、新加坡及泰國。其後汶萊於 1984 年 1 月 8 日加入、越南於 1995 年 7 月 28 日加入、寮國和緬甸於 1997 年 7 月 23 日加入，柬埔寨於 1999 年 4 月 30 日加入，形成東協十國。一般以 ASEAN 為東協十國簡稱，雖然東南亞國家協會其成立過程陸續有經濟體加入，除另有說明，本書以 ASEAN 表示為東協十國。

資料來源：Global Insight Inc. (May, 2017). *Global Insight's Comparative World Overview*.

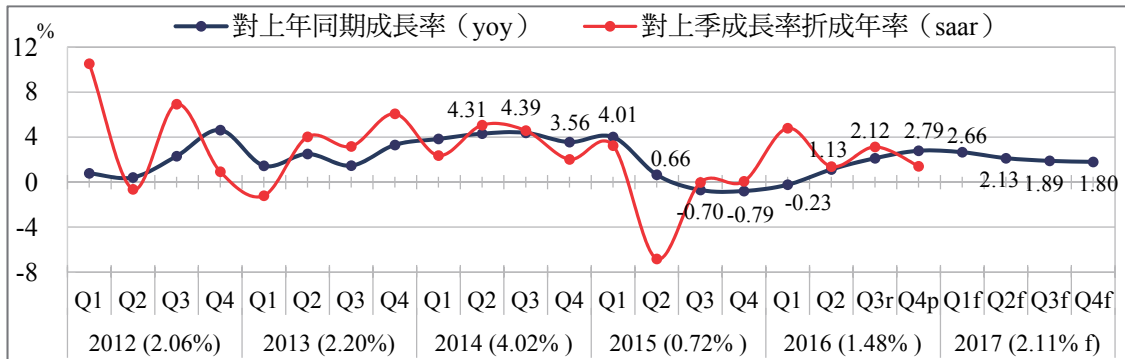
三、臺灣總體經濟環境變化

根據行政院主計總處 2017 年 8 月中旬發布之《國民所得統計及國內經濟情勢展望》，國內經濟約自 2016 年下半年起因國際經回暖而逐漸復甦，成長趨勢因經復甦，以及比較基期因素影響，呈現「開低走高」、「逐季成長」型式；2016 年第 1 季經濟成長呈現負值（實質 GDP 年增率為-0.23%），而自第 2 季起經濟成長使轉為正值，至第 4 季經濟成長率約為 2.79%。併計 2016 全年經濟成長率約 1.48%，較 2015 年之 0.72%成長改善，但實則臺灣已連續第 2 年處於低成長局面（2015 年經濟成長率為 0.72%），低成長是否成為臺灣新常態，端視臺灣產業成長與轉型能否破繭而出。（圖 1-1-1）

至於臺灣 2017 年之經濟成長走勢，由於 2017 年全球經濟成長率 3.0%較 2016 年之 2.5%回升，臺灣整體經濟情勢可望持續復甦。根據行政院主計總處 2017 年 8 月發布資料，2017 年臺灣經濟成長率約為 2.11%，較 2015、2016 年之低迷情勢（0.72%、1.48%），

緩步回升，且國外淨需求對經濟成長的貢獻，可望由前兩年的負貢獻，轉為正向挹注。

圖 1-1-1 近年臺灣經濟成長率



資料來源：行政院主計總處總體資料庫，2017年8月。

觀察臺灣經濟重要產業之成長表現，發現工業部門 2016 年實質成長 2.04%，仍能突破 2%，其中製造業（2.28%）、電力及燃氣供應業（5.51%）成長表現較為突出，而礦業及土石採取業（-9.66%）、營建工程業（-2.80%）則有明顯的衰退；服務業平均成長 1.37%，其中運輸及倉儲業（3.33%）、出版、影音製作、傳播及資通訊服務業（3.15%）、金融及保險業（2.40%）有較佳成長幅度；住宿及餐飲業（1.86%）、支援服務業（1.82%）仍能有水準以上表現。相對之下，專業、科學及技術服務業（0.75%）、批發及零售業（0.63%），成長略顯遲緩；而公共行政及國防；社會安全（0.15%）、教育業（-0.26%）則幾呈停滯或衰退，仍有努力空間。

至於 2017 年第 1、2 季產業成長貢獻表現，製造業年增率由 2016 年第 4 季之 6.15%，續增至 2017 年第 1、2 季的 6.82%、3.81%，成長表現可謂一枝獨秀；第 1、2 季製造業對經濟成長貢獻 1.95、1.15 個百分點，大幅高於排名居次之批發及零售業（貢獻 0.61、0.47 個百分點），顯見製造業之成長對臺灣經濟之重要與關鍵。

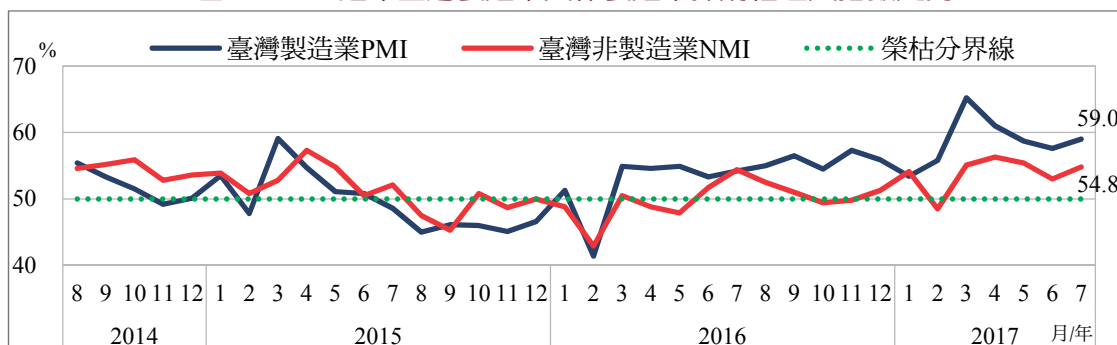
（一）2016 下半年起經濟成長和緩復甦，製造業表現亮眼

自 2016 年下半年起，臺灣製造業採購經理人指數（Purchase Management Index, PMI）即因全球經濟迴轉復甦，而重登代表景氣趨向樂觀之榮枯分界線（50%）以上；由於製造業之景氣迴轉復甦力道較為明顯，故而相關指標之成長也多較為明顯，如外銷訂單、工業生產指數自 2016 年 8 月起即由負成長轉為正成長；商品出口年增率自 2016 年 10 月起至 2017 年 7 月連續維持正成長。2017 年 7 月製造業採購經理人指數（PMI）上升 0.3 個百分點至 59.0%，持續呈現擴張。5 項組成指標中，新增訂單、生產數量與人力僱用持續呈現擴張，供應商交貨時間為上升（高於 50.0%），現有原物料存貨水準亦持續擴張；6

大產業 PMI 均呈現擴張，顯示多數製造業之成長前景榮景一片，其中電子暨光學產業 PMI 仍維持 60% 以上之擴張水準（63.2%）。

至於服務業，7 月非製造業經理人指數（NMI）已連續 5 個月呈現擴張，惟指數攀升 1.8 個百分點至 54.8%。4 項組成指標中，商業活動（生產）、新增訂單及人力僱用皆持續擴張，供應商交貨時間為上升（高於 50.0%）。非製造業 8 大產業中，5 大產業 NMI 皆呈現擴張，依擴張速度排序為批發業（59.9%）、運輸倉儲業（59.4%）、金融保險業（56.7%）、教育暨專業科學業（55.29%）與營造暨不動產業（51.1%）；2 大產業 NMI 則呈現緊縮，依緊縮速度排序為零售業（48.8%）、資訊暨通訊傳播業（42.6%），僅住宿與餐飲業（50.0%）回報持平。

圖 1-1-2 近年臺灣製造業與非製造業採購經理人指數走勢



資料來源：國發會，http://index.ndc.gov.tw/n/zh_tw（國發會景氣查詢指標系統）。

（二）物價溫和上漲

2016 年消費者物價指數（CPI）年增率較上年增加 1.39%，主因 2016 年初寒害造成食物價格攀升、年中颱風侵襲及年末連續降雨，影響蔬菜及水果類格，造成食品類價格有較無明顯之調漲，若以不含新鮮蔬果魚介及能源之核心 CPI 觀察，則年增率僅 0.83%，相對平穩。由於國際農工原物料價格自 2016 年底開始有走升跡象，國內之躉售物價指數（Wholesale Price Index, WPI）年增率自 2016 年 12 月起，由負轉正，預料 2017 之 WPI 年增率將較 2016 年之 -2.99% 走升。（表 1-1-4）

至於消費者物價指數年增率，2017 年第 1 季年增率約 0.78%，相對平穩。雖然國際農工原物料價格走升，推升國內躉售物價走高，加上國內之服務類價格有攀升之勢，但因國內經濟成長率接連呈現低緩情勢，加上薪資成長停滯，國內需求表現平疲，預料 2017 年 CPI 年增率將維持相對溫和之物價環境。

表 1-1-4 2008 年至 2016 年臺灣重要經濟指標

單位：%

指標 年別	經 濟 成長率	躉售物 價指數 年增率	消 費 者 物價指數 年 增 率	貿易條件 指數 年 增 率	貨 幣 總計數M2 (日平均) 年增率	金 融 業 隔夜拆款 利 率	新臺幣 匯 率 (兌1美元)	勞動力 參與率	失業率
2008	0.70	5.14	3.52	-10.16	2.71	2.014	31.52	58.28	4.14
2009	-1.57	-8.73	-0.86	3.42	7.45	0.109	33.05	57.90	5.85
2010	10.63	5.46	0.96	-4.70	4.53	0.185	31.64	58.07	5.21
2011	3.80	4.32	1.42	-6.96	5.83	0.341	29.46	58.17	4.39
2012	2.06	-1.16	1.93	-0.35	4.17	0.428	29.61	58.35	4.24
2013	2.20	-2.43	0.79	2.50	4.78	0.386	29.77	58.43	4.18
2014	4.02	-0.57	1.20	2.20	5.66	0.387	30.37	58.54	3.96
2015	0.72	-8.84	-0.31	9.51	6.34	0.353	31.90	58.65	3.78
2016	1.48	-2.99	1.40	0.38	4.51	0.193	32.32	58.75	3.92

附 註：表中勞動力參與率、失業率和匯率為年平均，金融業隔夜拆款利率為加權平均；貿易條件計算以出口物價指數／進口物價指數*100%計算年增率。

資料來源：行政院主計總處總體統計資料庫及中央銀行網站，2017 年 5 月。

（三）對外商品貿易回升

2016 年因國際農工原物料價格走低，以及鋼價下挫等綜合影響，臺灣商品出口延續 2015 年的頹勢，年增率持續下跌；雖然下半年隨著國際經濟逐漸復甦，第 3 季商品出口始轉為正成長 0.1%（美元計價）；第 4 季有 11.7% 的兩位數成長，但 2016 年全年商品出口總值 2,803.2 億美元，年減 1.76%。進口總值 2,305.7 億美元，年減 2.8%，出、進口相抵，出超 497.5 億美元，年增 3.38%。（表 1-1-5）

表 1-1-5 2008 年至 2017 上半年臺灣商品貿易概況

單位：億美元；%

指 標 年 別	出 口 總 值		進 口 總 值		貿 易 總 值		出超(+)或入超(-)	
	金 額	與 上 年 同期比較	金 額	與 上 年 同期比較	金 額	與 上 年 同期比較	金 額	與 上 年 同期比較
2008	2,581	3.72	2,445	9.57	5,025	6.49	136	-47.09
2009	2,057	-20.30	1,776	-27.35	3,833	-23.73	281	106.59
2010	2,780	35.18	2,563	44.30	5,343	39.4	217	-22.56
2011	3,129	12.56	2,881	12.40	6,010	12.48	249	14.39
2012	3,064	-2.08	2,773	-3.73	5,837	-2.87	291	16.99
2013	3,114	1.64	2,780	0.25	5,894	0.98	334	14.90
2014	3,201	2.78	2,818	1.38	6,019	2.12	382	14.44
2015	2,853	-10.86	2,372	-15.83	5,226	-13.19	481	25.84
2016	2,803	-1.76	2,306	-2.80	5,109	-2.23	498	3.38
2017 上半年	1,477	12.54	1,249	16.54	2,726	14.34	228	-5.24

資料來源：財政部統計資料庫，2017 年 6 月。

2017 年上半年延續 2016 年下半年之成長態勢，各月商品出口、進口均維持正成長。累計 2017 年上半年出口、進口總值分別為 1,477.5 億美元、1,249.0 億美元，年增率 12.54%、16.54%；出、進口相抵，出超 228.5 億美元，年減 5.24%。（表 1-1-5）

至於服務輸出之成長表現，2016 年來臺旅客人次 1,069 萬人次，較上年同期增加 2.40%，但陸客來臺人次 351.2 萬人次，較 2015 年之 418.4 萬人次減少 16.1%，致使 2016 年服務輸出成長受挫，並使淨輸出年增率對經濟成長的貢獻轉為負（-0.40 個百分點），雖較 2015 年之 -0.95 個百分點略有減緩，但仍拉低經濟成長。2017 年 1 至 5 月來臺旅客人次為 429 萬人次，較上年同期減 7.06%，其中陸客來臺人次 108 萬人次，較上年同期大跌 41.49%，自 2016 年 5 月以來，陸客來臺人次已連續 13 個月負成長，2017 年以來之月平均跌幅達 40%以上。

觀察 2016 年臺灣商品對主要貿易對手國之成長表現，根據海關資料臺灣出口至主要市場除歐洲一地因比較基期較低，有微幅正成長外，其餘多呈衰退。其中對中國大陸與香港、日本、美國出口總值分別較 2015 年減 0.2%、0.2%及 3.0%，但較 2015 年動輒兩位數字的衰退已有好轉。

臺灣對東協十國（ASEAN）的出口金額則由 2005 年之 275.9 億美元，增至 2016 年的 512.9 億美元，占臺灣出口比重由 13.8%提高到 18.3%，增加 4.5 個百分點，並自 2007 年起超越美國，躍居臺灣第 2 大出口市場；自東協十國（ASEAN）進口金額成長，因受國際農工原物料價格走低影響，2016 年成長率約 -6.5%，所占比重約 11.8%，由於出口成長高於進口，造成對此區域之出超持續擴大，2016 年達 241.4 億美元，年增 6.8%。（表 1-1-6）

至於中國大陸市場，2016 年臺灣對中國大陸（含香港）出口總額 1,123 億美元，年減 0.2%，出口規模為 2010 年以來最低；進口總額 453 億美元，年減 3.0%。出、進口相抵，貿易出超 669.6 億美元（較 2015 年增 114.9 億元，1.76%）（表 1-1-6）。如以對中國大陸（含香港）主要貿易貨品別觀察，出口以電子產品為最大宗，規模約 519.2 億美元（占約 4 成 6），年增 16.4%，為 2011 年以來最高增幅；其次為光學、醫療等器材約 93.2 億美元（占 8.3%），年減 14.0%，因受中國大陸供應鏈在地化影響，自 2011 年以來已連續 6 年負成長，且減幅擴大；化學品與塑膠及其製品則因中國大陸產能過剩，及國際原物料價格下跌等多重因素影響，分別減 6.9%、8.1%。

至於 2017 年上半年臺灣對主要國家及地區之外貿表現，就出口主要地區觀察多為正成長，並以中國大陸（含香港）年增 16.9%最高，其次為東協之 14.4%，其餘國家及地區

之年增率，均在雙位數以下。尤其 2017 年以來，臺灣對中國大陸（含香港）之主要出口貨品持續穩定成長，其中，占比最高的電子零組件，上半年出口金額達 265.82 億美元，較上年同期成長 20.4%，並已維持 16 個月正成長。而臺灣自主要國家及地區之商品進口也較上年同期均呈上揚，並以中東地區年增 31.0% 最高，其次為東協 23.4%、歐洲 11.6%。由於今年全球景氣及貿易可望維持穩定向上基調，加以行動裝置創新升級效應蓄勢待發，物聯網、車用電子、人工智慧等新興商機陸續發酵，皆有利維繫我國出口動能，下半年外貿旺季效應可期，惟隨低基期因素消退，出口增幅將漸次收斂，邁入平穩擴張階段。

表 1-1-6 2016 年臺灣主要貿易國家進出口貿易值及結構

單位：億美元；%

指 標 主要國家 / 地區	出 口			進 口			出超(+)或入超(-)	
	金 額	結構比	較上年同 期增減%	金 額	結構比	較上年同 期增減%	金 額	較上年同 期增減%
總 計	2,803	100.00	-1.76	2,306	100.00	-2.80	498	3.44
中國大陸及香港	1,123	40.05	-0.23	453	19.66	-3.02	670	1.76
香 港	384	13.70	-1.80	13	0.58	-11.30	371	-1.68
直接對中國大陸	739	26.36	0.65	440	19.08	-2.89	299	6.36
美 國	335	11.96	-2.95	286	12.40	-2.05	49	-7.05
日 本	196	6.97	-0.21	406	17.62	4.52	-211	-9.17
南 韓	128	4.56	-0.87	147	6.35	8.52	-19	-210.35
東協十國	513	18.30	-0.67	272	11.78	-6.49	241	6.80
歐 洲	262	9.35	0.99	289	12.54	1.49	-27	-8.15
其 他	247	8.80	-12.52	453	19.65	-12.55	-206	12.59

附 註：東協十國（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。「直接對中國大陸」及「香港」為子項目。

資料來源：財政部統計資料庫，2017 年 5 月。

綜觀臺灣商品與服務貿易表現，由於「蘋果公司」（Apple Inc.）即將發表新型智慧型手機，加上智慧穿戴需求正夯，消費性電子新品備貨需求帶動，國際農工原料價格明顯揚升，臺灣商品出口預料仍將暢旺。不過，中國大陸供應鏈在地化排擠效應的持續，加上陸客來臺旅遊人次續減，可能導致臺灣輸出動能略降。並且因近期反全球化聲浪高漲，美國川普政府持續訴求貿易公平，以及相關政策等趨勢，對臺灣未來出口成長將造成不確定性的影響。

（四）國內需求為經濟成長主要貢獻來源與支撐

根據行政院主計總處發布國民所得資料，2016 年國內需求貢獻約 1.88 個百分點，高於當年度經濟成長率 1.48%，主因淨輸出呈現負貢獻 0.40 個百分點，成長模式呈現內溫外冷局面。就國內需求結構觀察，2016 年民間消費年增率約 2.24%，貢獻約 1.17 個百分

點之成長來源，成為經濟成長之最重要支撐。

因比較基期，以及廠商對於經濟前景之信心逐季攀升影響，國內投資於 2016 年各季呈現開高走低、逐季攀升增長情形，各季年增率分別為-0.12%、0.16%、3.66%、5.83%；下半年成長較為穩健，全年成長率約 2.46%。依投資主體觀察，民間投資為國內投資之主力，2016 年成長率約 2.95%，主因飛機採購、半導體設備投資挹注，實質規模約 3.0 兆元，對經濟成長貢獻 0.51 個百分點，並有效填補政府投資、公營事業投資規模持續縮減之負成長。

至於公共支出（包括政府消費、政府投資、公營事業投資）規模，雖然政府財政赤字持續攀升，惟政府消費因政府設備更新，以及衛福支出增加，2016 年實質政府消費 2.34 兆元，年增 3.13%，併計政府投資、公營事業投資後之公共支出規模約 3.08 兆元，占 GDP 比重約 17.97%，年增率 2.50%，仍對經濟成長貢獻 0.44 個百分點。（表 1-1-7）

表 1-1-7 2007 年至 2017 年臺灣各部門投資成長率

單位：新臺幣百萬元；%

項 目 年	國內投資規模及成長率							
	總 計		民 間		公 營		政 府	
	金 額	成長率	金 額	成長率	金 額	成長率	金 額	成長率
2007	3,501,589	1.14	2,725,161	1.88	235,531	2.20	542,490	-2.80
2008	3,111,807	-11.13	2,339,443	-14.15	230,871	-1.98	544,862	0.44
2009	2,837,726	-8.81	1,980,938	-15.32	236,341	2.37	621,549	14.07
2010	3,385,791	19.31	2,528,221	27.63	254,043	7.49	603,420	-2.92
2011	3,346,945	-1.15	2,558,491	1.20	219,898	-13.44	568,556	-5.78
2012	3,259,477	-2.61	2,549,613	-0.35	203,575	-7.42	506,289	-10.95
2013	3,432,126	5.30	2,730,416	7.09	209,659	2.99	492,167	-2.79
2014	3,502,539	2.05	2,828,301	3.58	220,035	4.95	455,137	-7.52
2015	3,560,115	1.64	2,912,359	2.97	204,168	-7.21	444,160	-2.41
2016(r)	3,647,719	2.46	2,998,355	2.95	197,987	-3.03	449,767	1.26
2017(f)	3,725,435	2.13	3,049,398	1.70	207,755	4.93	466,586	3.74

附註：金額為實質資料、成長率為連鎖實質成長率（對上年同期，yoy），(r)表修正數，(f)表預測數。
資料來源：行政院主計總處總體統計資料庫，2017 年 8 月。

2017 年第 1、2 季經濟成長率初步統計分別為 2.60%、2.13%，已連續 4 季維持 2% 以上之成長。就國外需求來看，由於全球景氣逐步復甦，半導體需求續強，加以國際農工原料價格走升及基期偏低影響，第 1、2 季按美元計價商品出口擴增 15.06%、10.24%，都仍在兩位數字以上。雖然三角貿易毛利轉佳，惟來臺旅客續減抑制服務輸出表現，剔除物價因素後，第 1、2 季商品及服務輸出實質成長 7.29%、4.97%。輸入方面，因出口

衍生需求增加，國際原油、基本金屬價格回升，以及半導體業者持續增購資本設備，致第1、2季按美元計價商品進口續增21.59%、12.04%，併計服務輸入並剔除物價因素後，商品及服務輸入實質成長7.60%、4.37%。輸出與輸入相抵，國外淨需求對經濟成長貢獻0.69、0.89個百分點，國外淨需求對經濟成長連續兩季維持正貢獻。

國內需求方面，第1、2季國內需求成長2.22%、1.40%，分別對經濟成長貢獻1.97、1.24個百分點。民間投資方面，第1季因國內半導體業者持續擴充先進製程投資，加以航空業者擴編機隊，以致資本設備進口年增率（新臺幣計價）達13.62%；但第2季則因國內半導體及航空業者資本支出減緩，加上基期較高影響，致使資本設備進口年增率轉呈-7.88%；加上營建工程投資續呈衰退，併計智慧財產後，整體民間固定投資於第1、2季之實質成長率分別為3.53%、-0.98%，加計政府投資（+7.58%、+8.14%）、公營事業（+19.66%、-8.50%），及實質存貨變動後，第1、2季資本形成實質成長8.13%、0.17%，對經濟成長貢獻1.59、0.03個百分點。至於第1、2季民間消費成長1.88%、2.05%，對經濟成長貢獻1.04、1.09個百分點，仍是經濟成長之主要支撐。政府消費於第1季受上年同季基數較高影響，負成長-4.73%；第2季已轉為正成長0.82%，對經濟成長之貢獻分別為-0.66、0.11個百分點。

（五）勞動市場因法規修訂而面臨調整

2016年我國勞動力人口1,172.7萬人，勞動力參與率58.75%（較2015年增0.1個百分點），就業人口1,126.7萬人，較2015年增0.62%（或增6.9萬人），受僱者892.6萬人，占就業者79.2%，較2015年增0.75%（或增6.6萬人）。就勞動市場之數量觀察，勞動力、就業人數增加、失業人數減少；若以相對比率觀察，則就業率升、失業率降，反映就業市場持續改善。

至於勞動市場價格（薪資）變化，2016年工業及服務業受僱員工每人每月薪資平均為48,790元，較2015年增0.62%，經物價調整後，實質薪資減少0.77%，顯示勞動市場之價格呈下降情形；2016年臺灣每人每月工時為169.5小時，較上年減少5.8小時。至於勞動市場結構變化，受僱員工人數占比、25~54歲就業率、高階技能工作者占比、大專以上勞動力占比，都較上年增加。大體而言，勞動市場結構持續改善，就業結構持續朝高階技能及高學歷等方向轉型變化。

不過，〈勞動基準法部分條文修正案〉中，修法之相關措施包括：提升勞工加班費之給付、勞工特休假調整，以及勞工排定特休之自主權利等等，對企業營運或勞工之工作模式都可能面臨調整與因應。由於此一修正，可能增加部分企業的人事成本與人力調

度困難，致使企業於短期內可能採行減少人員僱用或增加臨時人力等因應措施，而長期可能採取諸如自動機械、智慧生產，甚至生產外移等方式因應。

根據國際勞工組織（International Labour Organization, ILO）（2015）估計，臺灣在全球供應鏈參與程度居全球之冠、國內就業與全球供應鏈相關者之比重過半，尤需著重勞動市場之彈性及安全。其中，針對勞動市場彈性而言，企業可根據勞動需求，調整僱員工時或僱員數量，包含加班（overtime）、工時縮短（short-time）、兼職（part-time）等聘僱或工作模式；僱員在必要時亦有增減工作時數的彈性。

根據勞動部之勞工工時統計資料，2016 年整體製造業平均每月加班工時約 15.7 小時；而依勞動密集程度，各產業加班時數有所不同。製造業中平均每週加班工時最高者，為紡織業約 5.4 小時。一例一休新制雖使休息日加班費提高，但在加班時數不高；並且企業可採取調整勞動僱用模式或彈性工時等方式因應下，應可減降勞動新制對企業的整體衝擊。

第 2 節 主要國家中小企業發展情勢

在上述經濟環境下，各國中小企業的發展究竟如何？本節擇取日本、韓國、新加坡、中國大陸、英國、法國、德國、美國等主要國家的中小企業發展景況及政策，分別簡述。臺灣中小企業的發展現況則在下一章再作詳細、完整的剖析。各個國家中小企業之定義及其基本概況，如表 1-2-1 所示。

表 1-2-1 各國中小企業之定義及基本概況

國 家	資 訊 來 源	定 義	基 本 概 況
日 本	《2016 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，及經常僱用員工 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，及經常僱用員工 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，及經常僱用員工 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〉	2015 年中小企業家數為 380.9 萬家，占日本企業總家數 382 萬家的 99.7%；經常僱用員工為 2,646.7 萬人，占總經常僱用人數的 65.2%。

國 家	資 訊 來 源	定 義	基 本 概 況
韓 國	韓國國家統計局	製造業：經常僱用員工人數 300 人以下或資本額 80 億韓元以下之公司或法人(小型企業為 50 人以下)；批發零售業：經常僱用員工人數 300 人以下或銷售額 200 億韓元以下之公司或法人(小型企業為 10 人以下)。〈韓國中小企業基本法第2條及其施行令第3條〉	2014 年中小企業家數達 354.2 萬家，占總體企業家數的 99.9%；僱用人數 1,402.8 萬人，占總僱用人數的 87.5%。
新加坡	標準生產力與創新局	在新加坡登記之企業、年營業額未滿 1 億新元或僱用員工人數少於 200 人之企業或法人。(標準生產力與創新局)	2015 年中小企業家數約為 19 萬家，占總企業家數 99%，僱用員工總數占企業總僱用員工數之 70%。
中國大陸	《2015 中國中小企業藍皮書》	工業：資產總額 4 億元以下、銷售額 3 億元以下、或職工人數 2,000 人以下的企業戶數或個體工商戶；批發零售業：銷售額 1.5 億元以下或職工人數 500 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 3,000 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〉	以總企業戶數加上個體工商戶數做為中小企業家數指標，2015 年約 7,593.8 萬戶。
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〉	2015 年中小企業有 538.9 萬家，占總企業家數的 99.9%，提供 1,561.1 萬人就業機會，占英國民間企業 60.34%之就業人口。
法 國	歐盟結構商用統計資料庫	營業額 1,000 萬歐元以下或受僱員工 250 人以下皆視為中小企業。〈法國經濟現代化法案〉	2015 年中小企業約有 288 萬家，占總企業家數的 99.8%，占整體企業 64%之就業人口。
德 國	波昂中小企業研究所	中型企業是指年銷售額在 100 萬至 5,000 萬歐元之間或僱員數在 10 至 499 人之企業或法人，小型企業則為年銷售額低於 100 萬歐元或僱用員工人數不超過 9 人的企業或法人。(波昂中小企業研究所)	2015 年中小企業約有 345 萬家，占總企業家數的 99.6%，2015 年中小企業受僱人數達 1,684 萬人，占總僱用人數的 62.7%。
美 國	美國人口普查局	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〉	2014 年中小企業家數約 580.6 萬家，占全國總企業家數之 99.7%，僱用員工數為 5,789.5 萬人，占總僱用人數的 48%。
臺 灣	經濟部中小企業處	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 千萬元以下者，或經常僱用員工數未滿 2 百人者；其他行業前一年營業額在新臺幣 1 億元以下者，或經常僱用員工數未滿 1 百人者。〈中小企業發展條例〉	2016 年中小企業家數達 140.8 萬家，占總企業家數的 97.7%，受僱人數達 647.2 萬人，占總僱用人數的 72.5%。

資料來源：整理自《日本中小企業白書》、《中國大陸中小企業藍皮書》及各國中小企業相關統計網站資料。

一、日本中小企業景況

根據 2016 年 4 月 22 日所公布的《2016 年版日本中小企業白書》，日本中小企業家數為 380 萬 9,228 家，占日本企業總家數 382 萬 338 家的 99.7%（不包含一級產業），其中，經常僱用員工數未滿 5 人的小規模企業家數約 325 萬 2,254 家，約占日本企業總家數的 85.1%，為中小企業的主力。而就中小企業勞動力狀況來看，中小企業經常僱用員工為 2,646 萬 6,676 人，占總經常僱用人數 4,061 萬 3,263 人的 65.2%，其中，中小規模企業僱用約 592 萬 617 人，約占總就業人數的 15.6%。

依近 3 次「日本經濟普查」結果，日本中小企業家數近年呈現減少趨勢，從 2009 年的 420.1 萬家減少至 2014 年的 380.9 萬家。不過，相較於 2009 年至 2012 年期間年平均減少 13.5 萬家的狀況，2012 年至 2014 年期間年平均減少家數則縮小到 1.8 萬家，中小企業家數減少幅度逐步趨緩。依東京商工 Research《破產月報》統計數據，日本中小企業在 2015 年的破產件數為 8,812 件，連續 2 年破產件數低於 1 萬件，更呈現連續 7 年破產件數減少的局面，這是繼 1990 年泡沫經濟破裂前以來的好景況。依日本財務省「法人企業統計調查」結果，中小企業的經常利益（稅前淨利），自 2013 年以來呈現成長趨勢，從 2013 年第 2 季的 3.77 兆日圓，增加到 2015 年第 4 季的 5.18 兆日圓。

再依日本中小企業基盤整備機構所公布的《中小企業景況調查報告書》，2016 年日本中小企業第 1 季與第 2 季的景況持續惡化，第 3 季景況略微好轉，但第 4 季又略為下降；整體來看，製造業與非製造業的景況皆較上年下滑。製造業方面的表現，第 1 季與第 2 季的景況持續下滑，第 3 季景況回復後，第 4 季又略為下降；非製造業的表現呈現相同趨勢，第 2 季的景況較第 1 季下降，第 3 季稍微好轉後，第 4 季的景況又略為下降。

觀察以上日本中小企業近年經營動向數據可發現，日本中小企業正處於企業家數減少步調趨緩、經常利益（稅前淨利）大幅成長、企業倒閉件數減少等正向發展趨勢當中，但卻也面臨國內市場需求飽和、設備老舊，以及高齡少子化人口結構，引發的生產人力不足等問題。因此，為了維持中小企業的永續發展，加速拓展海外新興市場需求，進而帶動中小企業的營業規模與設備更新投資風潮，強化中小企業的獲利能力，是日本政府的當務之急。對此，日本政府於 2016 年度持續推動諸多支援中小企業拓展海外新興市場的政策措施，分述如下：

- （一）**提供中小企業推動海外市場拓展策略的整合性支援服務：**由日本中小企業基盤整備機構與日本貿易振興機構（JETRO）合作，針對中小企業拓展海外市場各階段

需求，提供一連串的支援服務活動，包括：提供海外市場需求動向與當地法規資訊、協助進行市場拓展可行性調查與評估活動（F/S）、協助尋找初期海外客戶、協助國內外參展活動、舉辦商談媒合會、舉辦原產地證明手續申辦等海外市場拓展實務說明會、協助解決海外據點營運問題，以及設置諮詢服務單一窗口等。

- （二）**整合中小企業在海外建立日本品牌形象**：輔導複數中小企業合作研擬互補性的海外行銷策略，並協助其依據共同行銷策略進行海外市場戰略商品開發，以及海外參展活動，建立系統性的日本中小企業品牌形象。
- （三）**協助農工商業中小企業合作建構國際價值鏈**：補助貿易公司與研究機構等成立各種問題解決形態的平臺組織，透過尖端科技與專業知識，協助農工商業中小企業在生產、加工、流通，以及海外行銷等價值鏈流程所遭遇的各種經營問題，進而讓各行業的中小企業，形成拓展海外市場的國際合作價值鏈體系。
- （四）**協助中堅與中小企業尋求國際合作機會**：盤點與整合日本中小企業基盤整備機構、日本貿易振興機構（JETRO）、商工組合中央金庫，以及中小企業投資育成公司所舉辦的各種商談媒合活動，加速推動日本中小企業與海外企業的國際合作活動，例如：國際投資合作、國際策略聯盟等。
- （五）**拓展海外市場的財務融通支援**：由日本政策金融公庫提供優惠融資服務，提供中小企業拓展海外市場或進行海外事業重整所需的資金籌措管道，另外又提供債務保證服務，協助中小企業海外據點取得海外市場當地金融機構融資。
- （六）**提供「全球性頂尖利基企業」（Global Niche Market Top, GNT）優惠融資服務**：日本經產省自 2014 年開始推動「GNT 企業 100 選」的選拔制度，設定高市占率、高收益率、高度國際化，以及與顧客共創策略模式的選拔基準，每年選出 1 百家 GNT 企業（隱型冠軍企業），並由商工組合中央金庫針對中小型 GNT 企業提供長期且具彈性的優惠融資服務（對於勇於拓展海外市場但遭遇失敗的企業將降低其借貸利率）。
- （七）**提供拓展新興市場所需之人才與技術支援服務**：由獨立行政法人國際協力機構（JICA）提供中小企業拓展新興市場所需之人才與技術支援服務，包括：1.針對中小企業拓展新興市場所聘僱的當地管理或技術人才提供赴日進修，以及派遣日本國內專家赴當地進行技術指導等服務；2.推動日本國內年輕人才赴新興市場的海外實習，以及新興市場當地年輕人才到日本國內企業實習的雙向人才培育計畫，

以解決中堅或中小企業國際經營人才不足的問題；3.補助日本中小企業與新興市場當地研究機構、非政府組織（NGO）與企業進行合作，從事各種能夠解決社會問題的產品研發或服務創新活動。

（八）**鼓勵中小企業活用貿易保險制度**：由公辦民營的日本貿易保險公司（Nippon Export and Investment Insurance, NEXI）以舉辦說明會、商談媒合會，以及派遣講師至中小企業相關團體演講的方式，對中小企業宣導加入貿易保險的重要性；另外，NEXI 也負擔日本中小企業加入貿易保險制度時，所需的海外交易對象徵信調查活動之費用。

（九）**活用「政府開發援助措施」（Official Development Assistance, ODA）媒合中小企業產品與技術至新興市場**：經由 ODA 將日本中小企業所研發製造的優良產品與技術，運用於新興市場國家之基礎建設開發事業，以達成新興市場國家永續發展，並帶動日本經濟活化成長。例如透過 ODA 的無償資金協助活動，針對市場將進一步擴大的新興市場國家或開發中國家，協助其建構與日本國內同樣品質的基礎設施，創造其對於日本中小企業產品或技術服務之持續性需求。

二、韓國中小企業景況

依據韓國中小企業廳之統計，2014 年各類型企業共計有 354.5 萬家，中小企業家數達 354.2 萬家，占韓國整體企業家數的 99.9%；總聘用員工人數達 1,402.8 萬人，占總就業人數的 87.5%；在產值方面，2013 年中小企業總產值達 739 兆 8,594 億韓元，占全國製造業產值（1,553 兆 8,344 億韓元）的 47.6%；在附加價值方面，中小型製造業創造附加價值為 223 兆 5,637 億韓元，占製造業總體附加價值的 46.8%。

韓國中小企業廳公告之 2016 年重點政策方向，將以過去政策成果為基礎，創造國民能夠感受之成果及成功案例，計劃集中政策方向與能量，俾扶植中小中堅企業、創投創業企業成為創新經濟之主角。在技術革新（R&D）上，將併行新成長動力領域之技術開發以及為使現行產業恢復活力之 R&D 投資；在成長階梯，將對「創業→中小或創投企業→中堅企業」等各階段，建構客製化支援之「全球成長階梯」；在創投及創業上，持續發展過去所建構之創投、創業生態體系，透過創造成功案例，育成模範（Role Model）；在小商工人及傳統市場，加強對小商工生涯階段別客製化支援，以及青年流入及育成自律商圈等，以確保小商工人及傳統市場之自生力。

此外，在支援創業方面，提出多項構想技術創業支援措施，包括青年創業士官學校、天生全球化（Born Global）創業者發掘育成計畫、創造經濟大獎－Super Star V 王中王戰、民間投資主導型技術創業支援（Tech Incubator Program for Startup, TIPS）、創業挑戰套案支援事業。為了擴大創業基礎，提出創業實習制、青少年 Biz-Cool、創業 Academy、創業研究所、支援 Senior 創業、創業保育中心支援事業、線上法人設立系統等支援作為。

在技術開發的支援上，不僅提供技術開發資金，並加強技術開發能量及基礎設施的支援，例如：提高中小企業 R&D 企劃能量、支援共同利用研究設備，以及支援南北合作企業等。另外，亦提出經營創新平臺基磐資訊化支援，以提高中小企業經營效率，支援新 IT 基磐資訊化解決方法、生產現場數位化，以及中小企業技術保護支援等。

三、新加坡中小企業景況

2015 年新加坡中小企業約 19 萬家，占總企業家數 99%，中小企業僱用員工總數占企業總僱用員工數之 70%，對新加坡總體 GDP 貢獻約達 50%。

為協助小企業掌握商機，新加坡將「企業單一商業資訊服務」（Enterprise One Business Information Services）改為「中小企業入口網」（SME Portal），專門提供中小企業最新之專業研究報告、研討會資訊，有效整合中小企業與學研機構。新加坡政府為了鼓勵更多的中小企業建立和發展業務能力，提出能力發展津貼計畫（Capability Development Grant, CDG），在 2015 至 2018 年期間將投入 6 億新元，以協助業者抵銷高達 70% 的合格項目開銷（如諮詢費、培訓費、認證費及設備成本）與補助 10 項企業經營活動費用（如品牌和市場策略發展、人力資本發展、智慧財產權與特許經營、卓越服務及科技創新）。

新加坡資訊發展局（The Infocomm Development Authority of Singapore, IDA）所屬資訊通信投資公司（Infocomm Investment Pte Ltd, IIPPL）於 2015 年 2 月推出新加坡最大新創企業匯集聚落 BASH（Building Amazing Startups Here），與新加坡原有新創企業聚落形成的 LaunchPad 為新加坡科技、創新暨投資者聚集平臺，提供新創公司營運場所外，亦提供原型實驗室、導師指導（mentorship）及周邊完整生態體系等培植具有潛質的新創企業，以加速並擴大創意種子孵化，現有新創公司家數達 500 家，育成中心（incubators）則達 35 家；新加坡政府在 2016 年財政預算案宣布推動「裕廊創新區」（Jurong Innovation District），新加坡裕廊集團著手於裕廊西區建造“LaunchPad@JID”空間，讓企業家、研究者和學生進行設計與製造原型（prototype），以測試其創意。

另外，新加坡政府提出全國機器人計畫（National Robotics Programme），在 2016 年宣布將在 3 年內撥出超過 4 億 5,000 萬新元，幫助中小企業在勞工市場緊縮的環境中，利用機器人提高工作效率。政府並將與方案解決供應商合作，向中小企業推介機器人解決方案配套，以提高效率。

四、中國大陸中小企業景況

依據《2015 中國中小企業藍皮書》，中國大陸目前是以總企業戶數加上個體工商戶數做為中小企業家數的統計指標。截至 2015 年底，中國大陸實有企業為 2,185.82 萬戶，實有個體工商戶為 5,407.94 萬戶，總計共 7,593.76 萬戶。其中，全國實有企業比上年底增加 120.1%，全國實有個體工商戶比上年底增加 8.5%。

2016 年 6 月，中國大陸工業和信息化部正式發布《促進中小企業發展規劃（2016~2020 年）》以提升創業創新能力為主線，推動供給面結構性改革，優化發展環境，從創業興業、創新驅動、優化結構、推進改革等基本原則，提出關鍵工程與專項行動，如下：

- （一）「互聯網⁺」小微企業專項行動：包括提升互聯網和信息技術應用能力、推動發展新業態和新模式、加強互聯網和信息技術服務支撐。
- （二）「專精特新」中小企業培育工程：包括鼓勵專業化發展、鼓勵精細化發展、支持特色化發展與支持新穎化發展。
- （三）服務能力建設工程：培育和支持小型微型企業創業創新基地建設、推動中小企業公共服務平臺網絡有效運轉、提高中小企業公共服務平臺的服務能力、創新中小企業公共服務實現方式、提升行業協會、服務聯盟、綜合性服務機構服務能力。
- （四）產業集群發展能力提升工程：優化產業集群發展環境、推動智慧集群建設和試點、提升產業集群協同創新能力、推動產業集群品牌建設。
- （五）中小企業管理能力提升工程：推動中小企業建立現代企業制度、推動開展中小企業管理諮詢服務、推動中小企業管理創新、加強人才培養和引進。
- （六）中小企業國際化促進專項行動：發揮中小企業雙邊多邊對外合作機制作用、鼓勵和支持中小企業服務機構「走出去」、推動開展展覽展示活動。

2016 年 12 月，工業和資訊化部發布《工業和資訊化部關於進一步推進中小企業資訊化的指導意見》，提出以資訊技術提升研發設計水準、改造生產製造方式、提升經營管理能力、優化市場行銷等重點任務，並以互聯網金融緩解中小企業融資、引導大型資

訊化服務商服務中小企業、完善中小企業資訊化服務體系、加強案例研究和應用宣傳等，提高中小企業應用資訊技術創業創新發展的能力。

五、英國中小企業景況

依據英國商業創新暨技能部（Department for Business, Innovation and Skills）2015 年 10 月公布之統計資料，英國約有 538.9 萬家中小型企業，占全體企業家數的 99.87%，中小型企業提供 1,561.1 萬人就業機會，總營業金額約 1.754 兆英鎊，占英國私人企業 60.34% 之就業人口及 47.27% 之營業金額。

前英國財政大臣奧斯本（George Osborne）2016 年 3 月 16 日於下議院提出 2016/17 預算法案，包括了 2020 年之前將公司稅稅率調降至 17%、資本利得稅最高納稅稅率將由 28% 削減至 20%，基本納稅稅率也由 18% 調降至 10%、擴大小型企業商用房屋稅減免之資格，約有 60 萬家小型企業將不再需要支付商用房產稅。

六、法國中小企業景況

根據 EU SBA Sheet 2015 France，2015 年法國中小企業占企業家數比率為 99.8%，創造產值占全國的 58%。在總數 288 萬家中小企業中，94.5% 為員工少於 10 人的微型企業，4.6% 為小型企業，中型企業僅占 0.7%。中小企業占全國就業人口 64%，其中微型企業員工數即占 28.9%。依產業部門分，主要是服務業，次之為批發零售及建築業，另外房地產、住宿及餐飲業近年則迅速成長。

法國勞工部長庫姆里（Myriam El Khomri）於 2016 年 3 月 9 日提出修改〈勞動法〉（code du travail）的提案，通稱為〈庫姆里法案〉（Loi El Khomri）。新〈勞動法〉的主要改革內容為放寬對企業主解僱員工的限制，促使企業（特別是中小企業）願意聘僱更多員工，活絡勞動力市場。

2015 年法國政府頒布促進中小企業就業的 18 項措施，包括鼓勵企業對新員工的招聘補助、新增職訓計畫、降低中小企業主擴增員工的租稅負擔等。

法國產業競爭力群聚中心政策自 2005 年開始啟動以來，至今已經邁入第 3 階段（2013~2018 年），此階段目標在增進群聚中心之經濟影響力，執行方法包括重新定位群聚中心之角色、支援企業走向商品化，並提升群聚中心對中小企業的支援，群聚中心每年有兩次可向中央政府提出研發計畫申請補助，需由政府研究單位與大、中小型企業共同提案，以打造中小企業可參與創新的環境，提升其創新動能。

七、德國中小企業景況

根據德國波昂中小企業研究所（Institut für Mittelstandsforschung Bonn）之估計，2015 年德國中小企業約有 345 萬 3,676 家，占總企業家數 346 萬 9,039 家的 99.6%，並以家庭式的微型企業為主。2015 年德國中小企業的年營業額為 2 兆 2,147 億歐元，占德國企業年營業總額的 35%。再依 EU SBA Fact Sheet 2015 Germany，2015 年德國中小企業僱用約 1,684 萬名員工，占德國整體就業人數的 62.7%。

德國聯邦經濟暨能源部（Federal Ministry for Economic Affairs and Energy）在《德國中小企業的未來行動計畫：2016 年新版》指出，德國中小企業亦受到當代政經變化的影響、需要更多創新精神以維持經濟的動能、企業接班充滿不確定、新創企業需要更多的資源等諸多挑戰，因此在 10 個領域提出行動方案，以維持德國中小企業強健、創新的經濟動能，分別是：提倡企業家精神、加強對新創企業及成長企業融資、確保未來專業人力供應符合需求、改善法令環境及簡化行政程序、建構及運用數位化環境、加強創新能力、掌握全球化契機、參與歐盟中小企業政策制定、強化弱勢地區中小企業協助，以及掌握能源轉型新契機。

八、美國中小企業景況

依據美國人口普查局（US Census Bureau）的商業統計資料庫（Statistics of U.S. Businesses, SUBS）於 2014 年底所公布的資料，員工數小於 500 人之美國小型企業家數約 580 萬 6,382 家，占全國總企業家數 582 萬 5,458 家之 99.7%；而小型企業僱用員工數約 5,789 萬 4,592 人，占全國企業僱用員工數約 1 億 2,106 萬 9,944 人的 48%。

美國中小企業協會（National Small Business Association, NSBA）於 2017 年發布《2016 年年終經濟報告》，指出美國小型企業主預期未來一年經濟擴張的比率增加（2016 年 7 月至 2017 年 1 月由 29%增至 54%），經濟持平的比率下降（2016 年 7 月至 2017 年 1 月 54%至 34%），有 8 成的企業主對自己企業的成長抱持信心。

基於「美國再工業化政策」之推動，近年美國對中小企業的輔導政策，重視扶持新創企業之發展。例如：2011 年開始推動的「創業美國計畫」（Startup America）則將於 5 年內投注 20 億美元，扶植具高成長潛力的創新企業。事實上，對新創企業而言，在創業初期要取得 100 萬至 400 萬美元之資金，極為困難，常使得新技術種子商品化過程中，無法跨越「死亡之谷」（Valley of Death），該計畫之目的即在於填補此一缺口。另外，「小型企業創新研究」計畫（Small Business Innovation Research Program, SBIR）則結合

美國商務部、農業部、國防部及能源部等 11 個相關部會，共同投入資源，依創新程度、技術水準及市場潛能，扶植具發展潛力的小型企業，分 3 階段提供新創企業所需資金，協助對象涵蓋國防、環保、尖端醫療及資訊管理等領域。

除了對個別新創企業提供協助之外，美國小型企業署（Small Business Administration, SBA）也在 2010 年 9 月宣布「創新經濟（Innovative Economies）試行計畫」，篩選美國 10 個具發展潛力的區域性產業群聚，針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，促進區域經濟發展及創造就業機會，成效卓著。過去 3 年來，參與該等產業聚落的小型企業家數超過 500%，區內僱用人數成長 6.9%，平均營收也成長 6.9%，區內員工薪資成長 14.1%，均較同區域的其他企業高出許多。

2014 年 9 月小型企業署宣布新增 4 個區域性創新群聚，分別為位於威斯康辛州的「水科技群聚」（Water Technology Cluster），發展並技術移轉淨水技術給小型企業；位於路易斯安那、密西西比、阿拉巴馬及佛羅里達等 4 州 I-10 高速公路走廊的「海洋產業科學及科技聚落」（Marine Industries Science and Technology Cluster），此區聚集全球密度最高的海洋學家，透過聯邦及州政府合作提供中小企業發展「藍色科技」（blue technology）所需之支援；位於新墨西哥州的「自動及無人系統群聚」（Autonomous and Unmanned Systems Cluster）；位於阿肯色州西北方、奧克拉荷馬州東北方及密蘇里州西南方 Ozarks 區域的「零售、供應鏈及食品加工群聚」。

另外，美國政府也對中小企業提供行銷相關的課程訓練與提升出口行銷服務，如 SBA 小型企業署網站上設有「學習中心」（Learning Center），提供財務、政府採購、經營管理、行銷及新創公司等 5 大類 59 種線上課程。另外，SBA 與其他單位成立出口輔導中心（Export Assistance Centers），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。

第 2 章 中小企業發展動向

2008 年全球金融風暴後，世界經濟步入「低成長、低利率、低物價」的局面，臺灣經濟也因與國際接軌，而呈現低緩成長。根據行政院主計總處 2017 年 8 月發布之《國民所得統計及國內經濟情勢展望》，2016 年經濟由第 1 季之負成長逐季攀升，至第 4 季經濟成長率已達 2.79%，接近 3%，併計 2016 年全年經濟成長率 1.48%，較 2015 年之 0.72%，增加 0.76 個百分點；而 2017 年經濟成長將更上層樓，預估值約 2.11%，連續兩年向上攀升。不過，因美國川普總統就任後，推出一連串法案修正與政策改革，其中，退出「跨太平洋夥伴協定」（Trans-Pacific Partnership, TPP）、追求公平貿易、擴張財政政策，以及鼓勵跨國企業投資美國等，不但對美國、甚至對全球經濟都有重要影響；尤其逐漸縮減寬鬆貨幣政策及聯準會（The Federal Reserve System, Fed）升息等，更將對企業之營運與避險造成衝擊。

此外，近年中國大陸積極發展進口替代，並進行「調結構」政策，積極發展內需服務業作為結構轉型之重點，不但訴求「供應鏈在地化」，而縮減自臺灣進口中間物料的需求，同時臺商也因積極搶入中國大陸、東南亞等市場，而將生產基地遷移至中國大陸與東南亞地區，減少對臺灣採購之營運模式，壓縮臺灣代工及零組件廠商之營運空間，臺灣企業之營運面臨更為嚴峻挑戰。

面對嚴峻的國內外經濟情勢及發展環境，臺灣中小企業的經營與發展究竟如何呢？本章將以中小企業之相關指標及資料庫資料，並整理政府相關單位問卷調查與公務統計結果，剖析臺灣中小企業的發展現況。

本章分 4 節，第 1 節描繪中小企業整體經營情勢，主要以 2016 年營業稅等相關資料，觀察臺灣企業家數、銷售額、內銷額及出口額變化，並以規模別、產業別及行業別等交叉分類觀察消長與結構變化，且與歷年資料比較，觀察中小企業經營特性、存續年數、經營組織型態及新設企業現況等。另外，臺灣之產業聚落特性明顯，企業發展與區域特性連結甚深，本節也將觀察中小企業之地區發展特性，作為了解在地特色產業之基礎。第 2 節則以企業主相關營運指標與資料，瞭解女性企業主之經營現況。第 3 節藉由經濟部統計處 2016 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 節以行政院科技部《科學技術統計要覽 2016 年版》相關資料，說明中小企業

研發經費投入概況。

由於本章揭示之中小企業家數與銷售統計，資料來源為財政部財政資訊中心資料庫資料，相關資料以企業課稅申報資料為原始檔案，涵蓋查定課徵部分。因考量個資保密故而相關資料皆經統計報表處理。由於營業稅籍資料並無包括經常僱用員工數等勞動市場指標，因此中小企業的認定係依據資本額與營業額作為認定標準，故無法與以僱用人數為企業規模分類依據之相關數據對應；惟可以交互比較分析於不同標準下，企業消長與變化趨勢。

有必要提醒的是，以資本額與營業額作為中小企業認定標準時，可能發生下列情況：稍具規模企業在景氣暢旺時營收狀況甚佳，營業額可能超過 1 億元，因而被認定為大企業；當景氣衰退或低迷時，因營收狀況不佳，營業額滑落至 1 億元（含）以下，可能又被認定為中小企業；並且，近來因國際原物料價格走勢低檔，如原油價格持續低迷，造成相關產業廠商之營收報價可能因而下降，同一企業之規模別分類也可能因而有所變化。所以，在應用、比較相關統計資料時，必須注意景氣收縮等可能造成的限制與變化。至於本章各項指標之行業別、規模別、縣市別，以及製造業中業別、女性企業等統計資料，請參閱附錄 2 之各附表。

第 1 節 中小企業整體經營情勢

由 2016 年財政部的營業稅徵收統計原始資料，以及 2016 年行政院主計總處的人力資源調查統計結果得知，2016 年臺灣中小企業的 4 項觀察指標：家數、就業人數呈現微幅增長；銷售額、出口額則微幅衰退。（表 2-1-1）

2016 年臺灣中小企業營運特性：總企業家數約 144 萬 958 家，中小企業約有 140 萬 8,313 家，占全體企業家數的 97.73%；其中，將近 8 成（79.79%）從事服務業，且將近半數（48.44%）為批發及零售業；53.71%的中小企業採獨資經營。中小企業的重要特色是靈活進出市場，此特色可由廠商經營年數分布資料得知，中小企業經營年數以 10 年為分水嶺，經營未滿 10 年者（占 48.82%）及超過 10 年者（占 51.18%）幾乎相當；相對之下，大企業則以經營 10 年（含）以上者為多數（77.72%）。其中，新設中小企業（經營年數未滿 1 年者）占 6.77%；經營年數未滿 5 年者約占 3 成。至於 2016 年中小企業銷售額，為 11 兆 7,647 億元，占全部企業銷售額比重約 30.71%，而營收大多來自內銷（占 87.90%）。

表 2-1-1 2015 年及 2016 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	
	2015 年	2016 年	2015 年	2016 年	2015 年	2016 年
家 數	1,416,738	1,440,958	1,383,981	1,408,313	32,757	32,645
比 率	100.00	100.00	97.69	97.73	2.31	2.27
年增率	2.21	1.71	2.29	1.76	-0.97	-0.34
銷 售 額	38,875,340	38,312,769	11,803,115	11,764,677	27,072,225	26,548,091
比 率	100.00	100.00	30.36	30.71	69.64	69.29
年增率	-3.39	-1.45	-0.31	-0.33	-4.68	-1.94
內 銷 額	29,158,853	28,848,507	10,325,260	10,340,886	18,833,593	18,507,621
比 率	100.00	100.00	35.41	35.85	64.59	64.15
年增率	-2.87	-1.06	-0.19	0.15	-4.27	-1.73
出 口 額	9,716,487	9,464,262	1,477,855	1,423,791	8,238,632	8,040,471
比 率	100.00	100.00	15.21	15.04	84.79	84.96
年增率	-4.94	-2.60	-1.13	-3.66	-5.59	-2.41
就業人數	11,198	11,267	8,759	8,810	1,415	1,432
比 率	100.00	100.00	78.22	78.19	12.64	12.71
年增率	1.07	0.62	1.03	0.57	2.04	1.20
受僱人數	8,860	8,926	6,424	6,472	1,413	1,429
比 率	100.00	100.00	72.50	72.50	15.94	16.01
年增率	1.41	0.74	1.49	0.75	1.99	1.13

附 註：1.表中「全部企業」之就業人數及受僱人數及比率，並非僅涵蓋中小企業及大企業，尚包括受政府僱用的 1,025 千人及其比率（政府僱用人數占就業人數 9.10%、占全部受僱人數 11.48%）。
2.表中所稱中小企業，係按〈中小企業認定標準〉規範之製造業、營建工程業、礦業及土石採取業之實收資本額在新臺幣 8 千萬元（含）以下；其他行業前一年營業額在新臺幣 1 億元（含）以下者。

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，2015-2016 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，2015-2016 年。

由於臺灣產業聚落明顯，中小企業與地區經濟發展的連結深厚，但臺灣中小企業的家數、就業人數及銷售額的區域分布，顯然集中於北部或六都（6 個直轄市：臺北市、新北市、桃園市、臺中市、臺南市與高雄市）。

就中小企業家數看：2016 年北部地區有 65.7 萬家，占 46.63%；而縣市別中排名前 6 位者皆在六都，合計約 101.5 萬家，占 72.06%。以中小企業就業人數看：主要工作地點落於北部地區的人數有 403.2 萬人，占 46.04%；按縣市別觀察，六都之就業人數分居全體縣市排名前 6 名，合計達 644.2 萬人（占 73.12%）。以中小企業銷售額看：六都合計 9.06 兆元，占 77.02%。

一、中小企業家數結構與就業現況及變動

（一）2016 年中小企業約有 140.8 萬家，續創新高但增幅趨緩

觀察近 10 年（2007~2016 年）來中小企業家數的變化，因受景氣趨緩影響，2007 年至 2009 年連續 3 年減少；2010 年經濟景氣強勢反彈，中小企業家數隨之成長。由於近年世界主要經濟體（如美國、日本、中國大陸及歐元區等），經濟成長呈現震盪，且國內經濟復因外貿成長表現不佳、內需轉趨保守，臺灣中小企業家數雖然續創新高，但成長幅度趨緩。2016 年中小企業約 140 萬 8,313 家，占全部企業家數的 97.73%，較 2015 年增加 2 萬 4,332 家，成長率為 1.76%；而大企業家數則有 3 萬 2,645 家，占全部企業家數的 2.27%，成長率為-0.34%。（表 2-1-1）

（二）2016 年中小企業創造 881 萬個以上的就業機會

2016 年中小企業就業人數為 881 萬人，就業人數中有 647 萬 2 千人為受僱者。中小企業就業人數占全部就業人數比率達 78.19%，占全部受僱人數 72.50%，由此可見中小企業在提供就業機會上的重要性。此外，觀察近 10 年（2007~2016 年），雖然中小企業就業人數與受僱人數年年創新高，但自 2011 年（就業人數成長率 1.78%）後，成長幅度趨緩，2016 年中小企業新增就業人數約 5 萬人，年增率較 2015 年略減 0.46 個百分點來到 0.57%；受僱人數的成長幅度，也自 2012 年（2.75%）後趨緩，2016 年的年增率較 2015 年略減 0.74 個百分點，來到 0.75%。這可能顯示，中小企業主在面對不確定的經濟情勢，僱用人力較為保守。（表 2-1-1）

（三）中小型服務業家數約占 8 成，工業部門增幅較服務業高

按部門別觀察，歷年（2010~2016 年）資料顯示，以家數計，中小企業仍以經營服務業為主要。不過，在 2010 年之後，服務業部門占整體中小企業家數的比率，逐年微幅遞減，由 2010 年之 80.42%下降至 2016 年約 79.79%，縮減 0.63 個百分點；相反地，工業部門逐年微幅增加，由 2010 年之 18.67%上揚至 2016 年約 19.40%，增加 0.73 個百分點。2016 年中小型服務業家數，計 112 萬 3,729 家，占全部中小企業 79.79%，較 2015 年增加 2 萬 471 家，增幅為 1.86%；工業部門的中小企業家數有 27 萬 3,204 家，占 19.40%，增幅 1.55%，工業部門中小企業家數成長幅度較服務業部門略低。（表 2-1-2）

另外，雖然服務業部門中小企業家數眾多，2016 年約為工業部門家數的 4 倍，但服務業部門與工業部門的中小企業銷售額比重，分別為 47.41%、52.38%，各占中小企業銷

售額近 5 成。就成長變化觀察，因 2016 年全球貿易低迷，以致 2016 年工業部門的銷售額呈現衰退，而服務業部門的銷售額呈現成長。此外，2010~2016 年資料顯示，在家數比率上，農業部門占比於 2011 年至 2013 年幾近持平，而自 2014 年後微幅下跌，2014 年下降約 0.05 個百分點，2015 年再續降 0.01 個百分點，2016 年再續降 0.03 個百分點；但就商品出口之部門別觀察，農業部門中小企業於 2013 年至 2016 年占比有持續提升的趨勢，由 2012 年之 0.10% 增加至 2015 年的 0.23%，2016 年維持 0.23%，較 2012 年增加 0.13 個百分點，顯示近年之農產外銷有攀升之勢。（表 2-1-2）

表 2-1-2 2010 年至 2016 年中小企業產業部門概況

單位：家；新臺幣百萬元；%

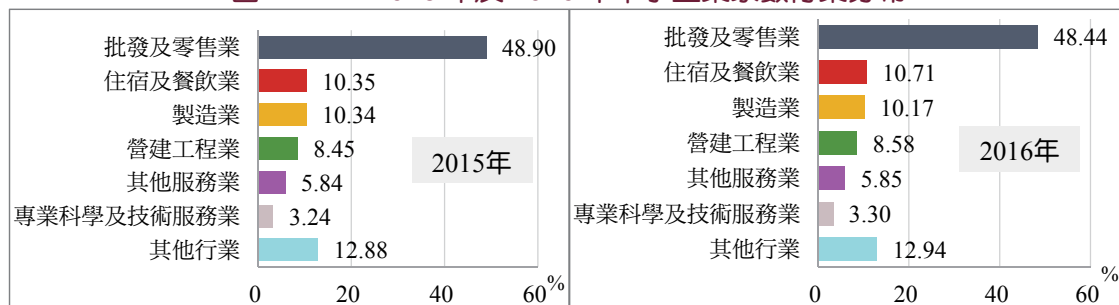
年 別 項目別	2010 年	2011 年	2012 年	2013 年	2014 年	2015 年	2016 年
家 數	1,247,998	1,279,784	1,306,729	1,331,182	1,353,049	1,383,981	1,408,313
農業	0.91	0.90	0.90	0.90	0.85	0.84	0.81
工業	18.67	19.01	19.07	19.19	19.43	19.45	19.40
服務業	80.42	80.09	80.02	79.91	79.72	79.72	79.79
銷 售 額	10,709,005	11,226,933	11,381,770	11,321,842	11,839,868	11,803,115	11,764,677
農業	0.17	0.16	0.18	0.19	0.20	0.20	0.21
工業	49.41	50.13	50.13	48.67	49.27	48.23	47.41
服務業	50.42	49.7	49.69	51.13	50.53	51.56	52.38
內 銷 額	9,088,972	9,567,948	9,633,690	9,897,617	10,345,095	10,325,260	10,340,886
農業	0.18	0.17	0.19	0.19	0.20	0.20	0.20
工業	45.47	46.28	45.65	45.72	46.23	45.13	44.35
服務業	54.36	53.55	54.16	54.09	53.58	54.68	55.45
出 口 額	1,620,033	1,649,985	1,748,080	1,424,225	1,494,773	1,477,855	1,423,791
農業	0.14	0.12	0.10	0.19	0.22	0.23	0.23
工業	71.52	72.5	74.82	69.21	70.36	69.94	69.66
服務業	28.34	27.38	25.08	30.60	29.42	29.83	30.11

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，2010-2016 年。

（四）約 5 成中小企業經營批發及零售業

按行業別觀察，2016 年中小企業以經營批發及零售業家數最多，計 68 萬 2,218 家，占全部中小企業 48.44%，相較於 2015 年增加 5,427 家，比重則略降 0.46 個百分點。居次者為住宿及餐飲業 15 萬 893 家，占 10.71%，由於觀光旅遊產業持續蓬勃發展，因而相較於 2015 年家數增加 7,716 家，比重也增加 0.37 個百分點，顯示穩健成長趨勢。製造業 14 萬 3,184 家，居第 3，占 10.17%，其後依序為營建工程業（8.58%）、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 5.85%）、專業科學及技術服務業（3.30%）。相較於 2015 年，中小企業家數最多的前 6 大行業不變。（圖 2-1-1、附錄 2 附表 1）

圖 2-1-1 2015 年及 2016 年中小企業家數行業分布



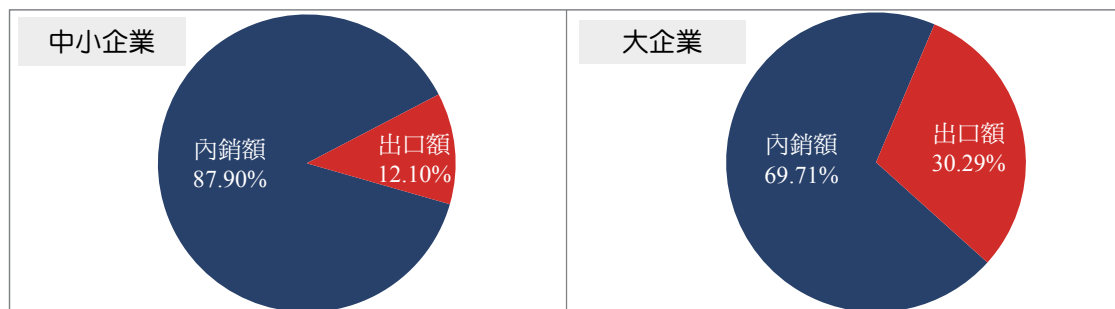
資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2015-2016 年。

二、中小企業銷售現況及變動

(一) 2016 年中小企業營收 8 成 8 來自內銷

2016 年中小企業銷售額約為 11 兆 7,647 億元，其中內銷額約為 10 兆 3,409 億元，占中小企業銷售額 87.90%，年增率微幅增加 0.15%；至於大型企業銷售額約為 26 兆 5,481 億元，其中內銷額約為 18 兆 5,076 億元，占大企業銷售額 69.71%，年增率-1.73%，中小企業內銷營收雖僅微幅增長，但相較於大型企業之衰退，難能可貴。至於外銷部分，因國際經濟景氣走勢疲軟，大型企業與中小企業之外銷成長率皆呈現衰退，但因大型企業之全球布局較為綿密且營運調度較有彈性，因而衰退幅度不若中小型企業，亦即中小企業之外銷減幅較為明顯。（表 2-1-1、圖 2-1-2）

圖 2-1-2 2016 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，2016 年。

(二) 2016 年中小企業出口額微降，占比仍處於近年較低水準

由於近幾年全球經濟成長處於低檔，國外需求疲軟，以致 2016 年臺灣中小企業之銷售額與出口額均呈現衰退，成長率分別為-0.33%與-3.66%；相對之下，內銷額則有和緩成長，年增率為 0.15%。（表 2-1-1）

2016 年中小企業出口額為 1 兆 4,238 億元，不但較 2015 年減少，且為 2008 年金融海嘯以來之次低紀錄，僅比受金融危機衝擊的 2009 年之 1 兆 3,164 億元略高。若比較近年中小企業的出口額占其銷售額的比重（出口傾向），2016 年中小企業的出口傾向為 12.11%，較 2015 年略為下降 0.41 個百分點，仍處於近年的相對低點。此外，2016 年中小企業出口額占全部企業出口額比率（出口貢獻）為 15.04%，中斷自 2013 年以來之連續兩年增加，相較於 2015 年之 15.21%，少了 0.17 個百分點，仍屬於相對低檔，甚至較 2009 年之 16.87% 低。（表 2-1-3）

表 2-1-3 2009 年至 2016 年中小企業家數及銷售額變動概況

單位：家；新臺幣百萬元；%

年 別 指 標	2009 年	2010 年	2011 年	2012 年	2013 年	2014 年	2015 年	2016 年
家 數	1,232,025	1,247,998	1,279,784	1,306,729	1,331,182	1,353,049	1,383,981	1,408,313
比 率	97.91	97.68	97.63	97.67	97.64	97.61	97.69	97.73
年增率	-0.22	1.30	2.55	2.11	1.87	1.64	2.29	1.76
銷 售 額	9,189,463	10,709,005	11,226,933	11,381,770	11,321,842	11,839,868	11,803,115	11,764,677
比 率	30.65	29.55	29.64	30.23	29.44	29.42	30.36	30.71
年增率	-12.17	16.54	4.84	1.38	-0.53	4.58	-0.31	-0.33
內 銷 額	7,873,111	9,088,972	9,567,948	9,633,690	9,897,617	10,345,095	10,325,260	10,340,886
比 率	35.50	34.67	34.51	34.66	34.58	34.46	35.41	35.85
年增率	-10.72	15.44	5.27	0.69	2.74	4.52	-0.19	0.15
出 口 額	1,316,352	1,620,033	1,649,985	1,748,080	1,424,225	1,494,773	1,477,855	1,423,791
出口貢獻	16.87	16.16	16.29	17.74	14.48	14.62	15.21	15.04
出口傾向	14.32	15.13	14.70	15.36	12.58	12.62	12.52	12.11
年增率	-19.96	23.07	1.85	5.95	-18.53	4.95	-1.13	-3.66

附 註：1.表中比率為中小企業占全部企業之百分比；年增率為 2016 年較 2015 年增加比率。

2.出口貢獻 = (中小企業出口額 / 全部企業出口額) × 100% ；

3.出口傾向 = (中小企業出口額 / 中小企業銷售額) × 100% 。

資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2009-2016 年。

中小企業之出口傾向持續滑落，出口貢獻雖可維持於 15% 以上，但仍處於相對低點。可能原因：1. 相對價格競爭之劣勢，在競爭對手量化寬鬆政策，以及匯率走貶政策主導下，臺幣匯率相對升值，影響我國出口產品的國際價格競爭力；2. 對手國之進逼，近年中國大陸等鄰近國家採取出口擴張，以及進口替代策略壓縮我出口空間，導致我國在國際供應鏈的地位被競爭對手國替代；3. 慣性與制度面因素，如中小企業因資金、人才等限制，傾向以間接出口取代直接出口，退居成為大企業產業鏈的一環；由於企業外移、海外投資及海外生產比重逐年攀高，國內中小企業本就不擅於國際行銷網絡與全球布局，因而轉以服務內需市場為主，造成中小企業直接商品貿易的出口比重下降；此外，我國參與區域經濟整合進度緩慢，影響廠商國際市場開拓等，也是造成中小企業出口傾向與貢獻落

於低檔的原因之一。

為明瞭中小企業在外貿之角色與分工模式，進一步以製造業中業別，觀察中小企業於細項產業之出口表現。由於財政部修訂營業稅統計適用標準分類，2012 年適用第 6 版〈稅務標準分類〉，2013 年起適用第 7 版〈稅務標準分類〉，二者分類標準不完全相同，故相關統計資料不宜直接比較；是而在此針對相關資料比較，主要以 2013 年後的數據做為比較觀察。如表 2-1-4 所示，2013~2016 年中小企業製造業中業別出口額的結構。2014 年電子零組件製造業的出口額為 2,952.99 億元（成長率 2.70%），2015 年因受全球經景氣趨疲，以及中國大陸供應鏈在地化影響，中小企業此類商品之出口金額續降，僅 2,907.48 億元（成長率-1.54%）；而 2016 年則因於 3C 產品及智慧穿戴熱銷，出口金額一舉突破 3,000 億元達到 3,049.5 億元。

2016 年出口排名前 5 位的業別依序為：電子零組件、機械設備、金屬製品、塑膠製品與其他運輸工具，相較於 2012~2015 年的中小企業製造業中業別出口結構，排名前 3 位的產業別相同（電子零組件、機械設備、金屬製品），而原先第 4 為電腦、電子及光學製品，因受國際油價大跌，塑化相關產品價格也因而大幅滑落，以致排名退後 3 名至第 7 名。相對之下，原先第 5 名的塑膠製品製造業則前進至第 4，其他運輸工具及其零件製造業則擠進第 5 名。若由中小企業於製造業之前 5 大產業所占的分配比率來看，則呈下降趨勢，亦即各業之出口愈顯分散。前 5 大產業所占之比重呈現下降，如 2012 年時，中小企業之前 5 大出口產業占比達 71.49%，但隨後卻下降，2016 年排名前 5 位總計占比降為 66.55%，下跌 4.94 個百分點。（表 2-1-4）

值得一提的是，製造業中若干產業因應結構轉型及市場需求，雖然中小企業整體之外銷年增率呈現衰退（-3.66%），但若干產業，即便面臨低迷之全球經濟，仍能繳交正成長之亮眼成績，包括如紡織業（年增率 2.31%，以下同），紙漿、紙及紙製品製造業（8.37%），石油及煤製品製造業（28.57%），化學原材料、肥料、氮化合物、塑橡膠原料及人造纖維製造業（19.01%），電子零組件製造業（4.88%）之 2016 年中小企業出口額，都仍較 2015 年成長。相對之下，電腦、電子及光學製品業（-41.81%）、木竹製品製造業（-23.83%）、基本金屬製造業（-21.31%）、產業用機械設備維修及安裝業（-13.00%）、皮革、毛皮及其製品製造業（-12.40%）、非金屬礦物製品製造業（-10.50%）之衰退幅度都達到兩位數字，除反映低迷之國外需求之外，也顯示中國大陸供應鏈在地化、東南亞等新興市場國家之崛起與競爭等，都是臺灣商品出口成長趨緩的可能原因。

表 2-1-4 2013 年至 2016 年中小企業製造業中業別出口額變動概況

單位：新臺幣百萬元；%

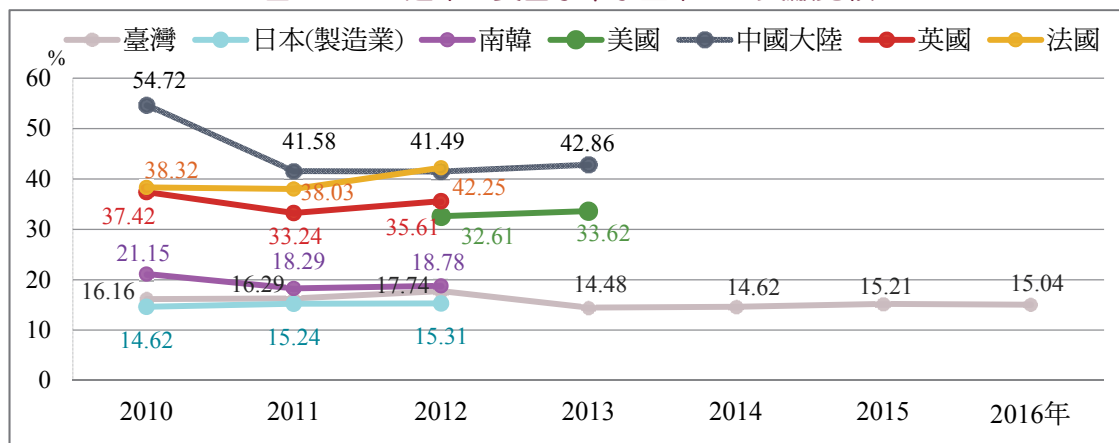
行業中分類	出 口 額				結 構 比			
	2013 年	2014 年	2015 年	2016 年	2013 年	2014 年	2015 年	2016 年
總 計	973,892	1,038,190	1,019,705	977,112	100	100	100	100
食品及飼品製造業	8,475	9,728	9,860	9,713	0.87	0.94	0.97	0.99
飲料製造業	847	763	656	602	0.09	0.07	0.06	0.06
菸草製造業	0	0	0	0	0.00	0.00	0.00	0.00
紡織業	23,093	23,468	22,551	23,073	2.37	2.26	2.21	2.36
成衣及服飾品製造業	16,828	16,825	12,336	11,693	1.73	1.62	1.21	1.20
皮革、毛皮及其製品製造業	13,805	13,597	12,307	10,773	1.42	1.31	1.21	1.10
木竹製品製造業	3,114	3,421	3,206	2,442	0.32	0.33	0.31	0.25
紙漿、紙及紙製品製造業	11,693	11,900	11,237	12,178	1.20	1.15	1.10	1.25
印刷及資料儲存媒體複製業	4,943	4,614	4,025	3,999	0.51	0.44	0.39	0.41
石油及煤製品製造業	114	143	98	126	0.01	0.01	0.01	0.01
化學原材料、肥料、氮化合物、 塑橡膠原料及人造纖維製造業	22,666	23,272	22,156	23,163	2.33	2.24	2.17	2.37
其他化學製品製造業	12,117	14,576	15,150	14,542	1.24	1.40	1.49	1.49
藥品及醫用化學製品製造業	341	708	710	845	0.04	0.07	0.07	0.09
橡膠製品製造業	10,974	12,250	11,315	11,045	1.13	1.18	1.11	1.13
塑膠製品製造業	51,925	54,583	51,231	50,307	5.33	5.26	5.02	5.15
非金屬礦物製品製造業	31,966	25,344	19,614	17,554	3.28	2.44	1.92	1.80
基本金屬製造業	43,453	48,500	42,020	33,064	4.46	4.67	4.12	3.38
金屬製品製造業	111,827	122,381	122,349	117,110	11.48	11.79	12.00	11.99
電子零組件製造業	287,526	295,299	290,748	304,950	29.52	28.44	28.51	31.21
電腦、電子及光學製品業	36,597	47,687	60,158	35,005	3.76	4.59	5.90	3.58
電力設備及配備製造業	49,753	51,538	48,772	44,867	5.11	4.96	4.78	4.59
機械設備製造業	125,846	136,860	132,244	131,117	12.92	13.18	12.97	13.42
汽車及其零件製造業	17,773	17,795	17,870	16,482	1.82	1.71	1.75	1.69
其他運輸工具及其零件製造業	34,193	42,358	49,154	46,681	3.51	4.08	4.82	4.78
家具製造業	14,868	16,951	17,455	16,288	1.53	1.63	1.71	1.67
其他製造業	32,813	34,061	32,900	31,156	3.37	3.28	3.23	3.19
產業用機械設備維修及安裝業	6,343	9,566	9,581	8,335	0.65	0.92	0.94	0.85

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，2013-2016 年。

另由表 2-1-1 與圖 2-1-2 觀察大企業，2016 年全球與臺灣景氣低迷，對大型企業之負面影響明顯高於中小企業，包括銷售額、內銷額及出口額呈現衰退，幅度分別為-1.94%、-1.73%與-2.41%。不過，大企業出口額達 8 兆 405 億元，占全部企業出口額的 84.96%，顯見大企業已成為我國外銷的主體。若以「銷售額除以家數」的指標來看，2016 年平均一家大企業的銷售額約為中小企業的 97 倍。由於全球化浪潮，各國因經濟發展階段不同，且因中小企業在經濟體中扮演的角色不同，因而全球化對其影響也不盡相同。以下就以日、韓為例進一步說明。

日本中小企業以往多傾向以國內市場為主要的銷售市場。但隨著全球化與成本的考量，日本大型跨國製造業進行全球布局而外移，再加上日本國內市場因各國產品的進入競爭加劇，以及內需市場成長有限，日本中小企業轉而往海外拓展市場。這個現象可由日本中小企業近年的出口貢獻逐年小幅上升(2009年為14.15%，而2012年上升為15.31%)的數值略窺一二。(圖2-1-3)

圖 2-1-3 近年主要國家中小企業出口貢獻比較



附註：1.各國中小企業之定義請參見《2017年中小企業白皮書》，表1-2-1。

2.出口貢獻=(中小企業出口額/全部企業出口額)×100%

資料來源：整理自歷年《中小企業白皮書》、日本中小企業廳；美國人口普查局(U.S. Census Bureau)、韓國統計資訊服務機構(Korean Statistical Information Service)、OECD資料庫。

鑒於1960~1970年代著重發展大企業，導致韓國整體經濟企業規模別嚴重失衡，自1980年代起，韓國政府在政策上輔導中小企業，使得中小企業在生產和附加價值對經濟發展的貢獻度明顯提升，到1990年代更首度超越大企業的貢獻。在全球化的浪潮下，尤其是中國大陸低價品的大舉進入韓國，受衝擊的中小企業無論在商業模式、成本控制或技術上逐漸轉型；另外，隨著韓國與許多國家陸續簽訂FTA，由於關稅的減免使得中小企業在國際市場更具競爭力，但也更易受出口市場的景氣影響。圖2-1-3顯示，近年韓國中小企業的出口貢獻，整體而言亦呈下滑趨勢。該現象與我國相似，也因此韓國政府陸續祭出相關協助出口的政策。

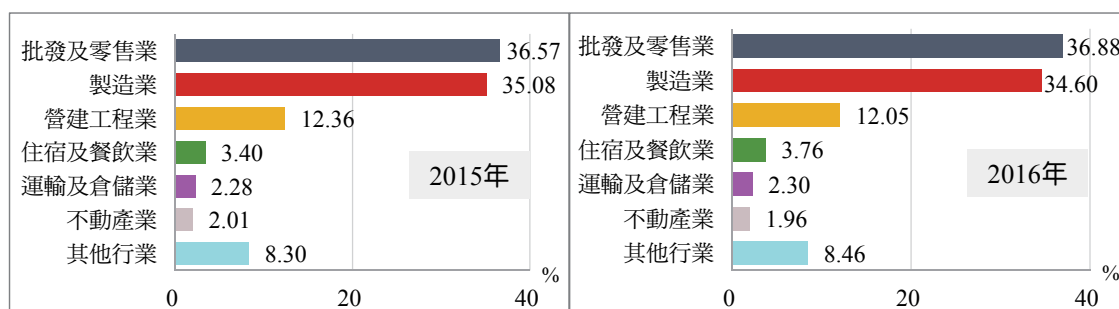
事實上，根據過去業界訪談結果與文獻資料，綜整各項政府政策對中小企業之協助，企業認為重要的出口策略，依序為政府政策支持、足夠的資訊分析市場、進入海外市場通路、具競爭力的產品價格、了解海外市場貿易障礙與競爭程度、產品技術規格符合規範、國際化的貿易人才，以及排除阻礙出口的法令與規定等。顯見中小企業面臨國際競爭之激烈，以及亟需政府協助之迫切與重要性。

（三）批發零售業與製造業銷售額比率最高

以中小企業銷售額於行業間的分布看，2016 年中小企業銷售額前 3 位依序為，批發及零售業、製造業、營建工程業。居首的批發及零售業 2016 年銷售額 4 兆 3,385 億元（占 36.88%），居次的製造業 4 兆 707 億元（占 34.60%），第 3 的營建工程業 1 兆 4,172 億元（占 12.05%），這 3 個行業的銷售額總計，占中小企業整體銷售額高達 83.53%，顯見此項產業的中小企業銷售額之高度集中。

中小企業產業別銷售額之排序略不同於家數的排序（2016 年中小企業家數於行業間的分布，居前 3 位者依序為，批發及零售業、住宿及餐飲業、製造業，而營建工程業居第 4 位，參照圖 2-1-1），就排序觀察，批發及零售業、製造業之銷售額與家數都具最重要產業地位；相對之下，住宿及餐飲業之中小企業家數雖多，其占整體中小企業家數之比重為 10.71%，但銷售額則僅占中小企業全體銷售額之 3.76%。（圖 2-1-4）

圖 2-1-4 2015 年及 2016 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，2015-2016 年。

三、新設企業現況

（一）2016 年新設企業 9 萬 5 千多家，營收主要來自內銷

2016 年新設企業（經營未滿 1 年）有 9 萬 5,486 家，內銷額占其銷售額比重高達 89.06%，顯見新設企業以內銷為主，即新設企業多選擇國內市場作為初期發展的主要市場。其中，中小企業有 9 萬 5,320 家，占新設企業總家數比重約 99.83%；雖然新設企業以內銷為主，但進一步從企業規模別觀察，新設企業之中小企業內銷額占其總銷售額比重約 96.31%，高於新設大企業占其銷售額 71.75%，顯示新設之中小企業對於國內市場之倚重似乎較新設大企業更為明顯。（表 2-1-5）

表 2-1-5 2016 年新設企業家數及銷售額

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	95,486	95,320	99.83	-	166	0.17	-
銷售額	233,403	164,545	70.50	100.00	68,858	29.50	100.00
內銷額	207,876	158,469	76.23	96.31	49,407	23.77	71.75
出口額	25,527	6,076	23.80	3.69	19,451	76.20	28.25

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，2016 年。

(二) 新設中小企業以服務業部門為主

以家數計，2016 年新設中小企業以服務業為主，共有 8 萬 213 家，占全部新設中小企業 84.15%；工業之新設中小企業家數約 1.4 萬家，比重約 14.96%。就新設中小企業之產業別銷售額情形觀察，服務業新設中小企業之銷售額以內銷為主，內銷占銷售額比重約 96.35%；若以新設中小企業於三級產業之銷售比重觀察，服務業新設中小企業之銷售、內銷及出口分別占整體新設中小企業銷售比重之 78.41%、78.45%及 77.40%；工業新設中小企業之銷售、內銷及出口占整體新設中小企業之銷售比重結構，分別為 21.24%、21.21%及 22.19%；農業不論是家數、銷售額、內銷額、出口額等之占比都在 1%以下。（表 2-1-6）

表 2-1-6 2016 年新設中小企業家數及銷售之產業部門概況

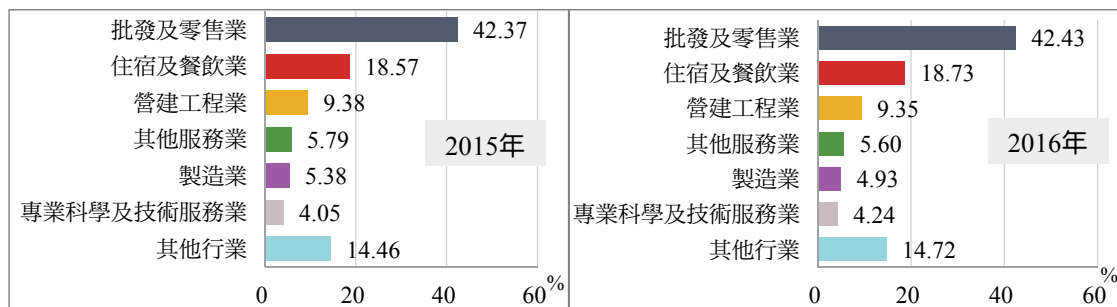
單位：家；新臺幣百萬元；%

產業部門	指標	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		95,320	100.00	164,545	100.00	158,469	100.00	6,076	100.00
農 業		844	0.89	574	0.35	549	0.35	25	0.41
工 業		14,263	14.96	34,952	21.24	33,604	21.21	1,348	22.19
服務業		80,213	84.15	129,019	78.41	124,317	78.45	4,703	77.40

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，2016 年。

依行業別觀察，2016 年新設中小企業家數以批發及零售業所占比率最高，達 42.43%，住宿及餐飲業、營建工程業分居 2、3 位，比率分別為 18.73%、9.35%。就 2016 年新設中小企業之主要產業觀察，前 6 大產業之排序與 2015 年相同；而在占比上也大致相仿，增加較為明顯者為專業科學及技術服務業，2016 年較 2015 年略增 0.19 個百分點；相對之下製造業之占比則略降 0.45 個百分點，此應與產業景氣走勢有關。而新設中小企業中，家數居第 1 位的批發及零售業，無論在家數、內外銷額，均占整體新設中小企業比率約 4 成以上。（圖 2-1-5、附錄 2 附表 9 與附表 9-1）

圖 2-1-5 2015 年及 2016 年新設中小企業家數之行業分布



資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2015-2016 年。

（三）新設住宿及餐飲業中小型業者增加，且營運表現亮眼

2016 年新設中小企業家數較 2015 年減少 3,000 家（或減少 3.05%）。相較 2015 年，2016 年農林漁牧業、電力及燃氣供應業、用水供應及污染整治業、運輸及倉儲業、出版、影音製作、傳播及資通訊服務業、專業科學及技術服務業、支援服務業、教育業的新設中小企業家數均成長；若以銷售額作為觀察新設中小企業營運情況指標，電力及燃氣供應業、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、金融保險業、專業科學及技術服務業、支援服務業、醫療保健及社會工作服務業、藝術娛樂及休閒服務業的銷售額均增加。其中，電力及燃氣供應業之家數與銷售額成長都達到兩位數字以上（家數成長率 87.63%、銷售額成長率 155.76%），產業前景相對亮眼。（表 2-1-7）

相對之下，2016 年製造業的新設中小企業家數減少 10.99%，且銷售額也縮減 46.52%。顯示 2016 年之經營環境不利於製造業新設中小企業，以至於家數與銷售雙雙呈現兩位數字的衰退。不但製造業，2016 年不動產業的家數及銷售額也呈現兩位數字減少，顯示在景氣趨疲及政策干擾之下，產業景氣蕭條走勢，不利該業之新創企業投入此一領域。

若從新設中小企業增加家數，以及近 2 年的變動來看，或可進一步追蹤政府相關創業輔導措施被利用的情況，或需要調整的方向。2016 年新設的中小企業，主要集中在批發及零售業、住宿及餐飲業，約占新設中小企業家數的 6 成 1。新設營建工程業中小企業約占 1 成，這 3 個業別新設家數合計占總新增家數的 7 成。另外，近兩年新設中小企業家數變動相對劇烈的行業，有住宿及餐飲業（2015 年成長率 18.06%；2016 年成長率-2.22%）、其他服務業（2015 年成長率 7.37%；2016 年成長率-6.19%）、藝術娛樂及休閒服務業（2015 年成長率 16.70%；2016 年成長率-9.58%）、用水供應及污染整治業（2015 年成長率-9.29%；2016 年成長率 2.20%）、教育業（2015 年成長率 4.21%；2016 年成長

率 22.65%)、醫療保健及社會工作服務業(2015 年成長率 6.19%;2016 年成長率-23.71%)，以及礦業及土石採取業(2015 年成長率-35.59%;2016 年成長率-13.56%)。(表 2-1-7)

表 2-1-7 2014 年至 2016 年新設中小企業家數與銷售額的成長概況

單位：%

行業別	項 年 目 別	家 數 成 長 率			家 數 結構比	銷 售 額 成 長 率			銷售額 結構比
		2014 年	2015 年	2016 年		2014 年	2015 年	2016 年	
總 計		-4.91	4.43	-3.05	100.00	-5.63	3.55	-9.89	100.00
農、林、漁、牧業		3.62	4.62	8.21	0.89	35.15	-1.24	-13.69	0.35
礦業及土石採取業		1.27	-35.59	-13.56	0.05	27.88	-146.72	-59.43	0.04
製造業		4.08	-2.37	-10.99	4.93	5.55	11.51	-46.52	8.27
電力及燃氣供應業		13.46	-21.65	87.63	0.19	-33.68	-22.19	155.76	0.15
用水供應及污染整治業		-0.89	-9.29	2.20	0.44	14.49	-13.98	-33.08	0.39
營建工程業		2.31	1.79	-3.45	9.35	3.85	-2.30	-15.58	12.39
批發及零售業		-6.06	1.66	-2.90	42.43	-6.61	3.71	-6.65	47.92
運輸及倉儲業		4.22	12.72	12.72	1.67	6.44	12.47	1.75	2.12
住宿及餐飲業		-3.45	18.06	-2.22	18.73	4.00	13.19	10.48	14.41
出版、影音製作、傳播及資通訊服務業		-10.39	0.90	8.07	2.15	-54.84	-4.75	20.07	1.83
金融及保險業		15.64	-4.06	-4.76	1.01	-27.55	-114.50	72.47	0.67
不動產業		-9.92	-20.15	-17.22	2.85	-35.17	-14.90	-12.42	2.69
專業、科學及技術服務業		2.68	-1.98	1.28	4.24	-10.66	-14.38	12.96	3.30
支援服務業		-3.18	4.63	5.24	2.72	-10.79	2.33	9.36	2.06
教育業		12.12	4.21	22.65	0.40	54.68	-27.95	-5.01	0.28
醫療保健及社會工作服務業		-55.17	6.19	-23.71	0.08	-60.78	-58.26	97.92	0.04
藝術、娛樂及休閒服務業		-39.92	16.70	-9.58	2.28	-3.43	15.75	6.78	1.28
其他服務業		-5.2	7.37	-6.19	5.60	-8.88	5.90	-6.25	1.81

附 註：家數及銷售額請參閱附錄 2 附表 9、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，2014-2016 年。

四、中小企業經營年數及組織型態

(一) 中小企業較大企業進出市場頻繁

以經營年數觀察，2016 年新設中小企業（經營未滿 1 年）占整體中小企業家數比率為 6.77%，經營年數 5 年以內者占 30.51%，10 年以內者占 48.82%，亦即將近半數之中小企業經營年數在 10 年以下。不同於中小企業的經營年數結構，大企業中，新設大企業家數僅占全部大企業的 0.51%，經營年數 10 年以內者僅占 22.29%，而超過 10 年者占了 77.72%。亦即，大型企業以經營年數 10 年以上為多，有 7 成 7 以上之大企業已營運 10 年以上，而營運超過 20 年者更有 4 成 5 以上。(表 2-1-8)

由 2011 年至 2016 年資料得知，中小企業經營 10 年以內者將近半數，約 48.82%；而大企業經營年數在 10 年以內者約占 22.29%。即中小企業之經營年數明顯較大企業少，大企業以經營 10 年以上者為多數。由兩者間經營年數結構的差異可知，中小企業較大企業進出市場頻繁。不過，2016 年中小企業中，有 5 成以上（51.18%）經營年數達 10 年（含）以上，且這比率自 2011 年逐年提升，如 2011 年中小企業存活 10 年以上之比重約占 47.01%，到 2016 年則過半達到 51.18%。這樣的現象是否顯示中小企業的經營體質改善，還是因景氣趨緩，在以銷售額為企業分類時，若干邊際之廠商易因而被歸類為中小企業，抑或企業雖仍存活但低度活動，仍有待進一步的探究。（表 2-1-8）

表 2-1-8 2011 年至 2016 年中小企業家數及比率－按經營年數

單位：家；%

年 別 經營年數	2011 年	2012 年	2013 年	2014 年	2015 年	2016 年	
						中小企業	大企業
家數總計	1,279,784	1,306,729	1,331,182	1,353,049	1,383,981	1,408,313	32,645
成立未滿 1 年	7.78	7.34	7.42	6.94	7.10	6.77	0.51
1-2 年	7.20	7.44	7.12	7.59	6.86	7.04	1.82
2-3 年	5.88	6.15	6.37	6.16	6.62	5.92	2.06
3-4 年	5.04	5.14	5.39	5.61	5.46	5.85	2.35
4-5 年	4.79	4.51	4.59	4.80	5.03	4.93	2.27
5-10 年	22.30	21.53	20.43	19.57	18.50	18.31	13.28
10-20 年	25.05	24.93	25.17	25.03	25.47	25.81	33.25
20 年(含)以上	21.96	22.95	23.52	24.30	24.96	25.37	44.47

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，2011-2016 年。

至於存活的中小企業經營年數低於大企業的現象，除了顯示中小企業因經營績效甚佳而轉型升級為大企業外，也顯示中小企業在資金與人才等，都較大企業不足。在面臨日益競爭之大環境的生存困境，中小企業亟需相關諮詢與服務；由於幾乎所有大企業，一開始創立初期均為中小企業，中小企業各行各業，種類多元，可以為創新的種子或大企業的協力角色，亦可為與大眾日常食衣住行息息相關的生活夥伴，或是沒落產業的最後保留所。

在上述中小企業的多元角色中，如何拔擢有潛力中小企業成為中堅企業，進而成長茁壯，除了中小企業主的經營理念、本質與政府應營造公平的經營環境外，政府相關輔助措施，如財務融通、升級轉型與研發能量提升，以及如何與地方經濟連結創造商機與海外拓銷等，於本書第三篇有更進一步的說明。

（二）中小企業以獨資經營家數最多，約占 5 成 5

觀察中小企業經營型態，2016 年中小企業以獨資經營者為最多，共 75 萬 6,439 家（占 53.71%）；有限公司 42 萬 9,707 家（占 30.51%）次之；股份有限公司占 8.48%居第 3。三者合占全部中小企業總家數比率高達 92.70%，其餘經營組織型態所占比率都相當低。（表 2-1-9）

表 2-1-9 2016 年企業家數及比率－按經營組織型態

單位：家；%

組織型態	規模別	中 小 企 業		大 企 業	
		家 數	結 構 比	家 數	結 構 比
總 計		1,408,313	100.00	32,645	100.00
股份有限公司		119,474	8.48	18,050	55.29
有限公司		429,707	30.51	7,383	22.62
無限公司		100	0.01	0	0.00
兩合公司		27	0.00	0	0.00
合 夥		28,878	2.05	95	0.29
獨 資		756,439	53.71	130	0.40
本國公司之分公司		33,693	2.39	3,545	10.86
外國公司在臺之分公司		4,449	0.32	863	2.64
其 他		35,546	2.52	2,579	7.90

附 註：1.組織別分類中的「外國公司辦事處」，僅由外國公司向我國經濟部商業司報備設立，且依規定不得從事任何營利活動，因此自 2014 年起不計入企業家數。

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」為主，相關行業分布以批發及零售業（全體企業比重 53.74%，中小企業比重 53.41%）為主。

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，2016 年。

大企業與中小企業的經營組織型態明顯不同。大企業以股份有限公司占 55.29%最高，有限公司（占 22.62%）次之，本國公司之分公司（占 10.86%）居第 3，三者合占 88.77%。（表 2-1-9）

五、中小企業與區域發展

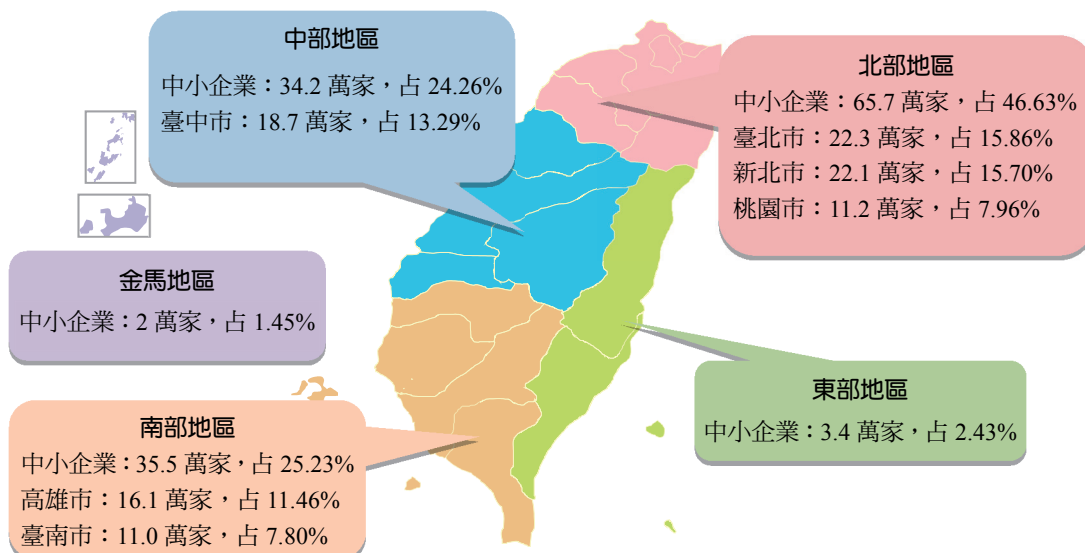
（一）約 4 成 7 的中小企業集中在北區，六都家數合計占約 7 成 2

依地區別觀察，2016 年北部地區中小企業有 65.7 萬家，占 46.63%，其中臺北市、新北市、桃園市三都合占 39.52%，將近 4 成；中部及南部地區分別為 34.2 萬家（占 24.26%）及 35.5 萬家（占 25.23%）。（圖 2-1-6）

中小企業於全體縣市的家數分布，主要集中在西部 6 個直轄市。2016 年中小企業家數排名前 6 位者合計 101.5 萬家，占 72.06%。以臺北市的 22.3 萬家或占 15.86%居首；新北市 22.1 萬家（占 15.70%）居次；而後依序為臺中市、高雄市、桃園市，以及臺南市

（分占 13.29%、11.46%、7.96%，以及 7.80%）。與 2015 年比較，6 個直轄市中小企業家數都呈正成長，而中小企業家數的成長以臺中市最多（成長率 2.60%），其次為桃園市（成長率 2.59%）。（表 2-1-10）

圖 2-1-6 2016 年中小企業地區及主要縣市家數分布情形



附註：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。

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，2016 年。

表 2-1-10 2016 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	1,440,958	1,041,983	233,720	226,133	114,888	190,829	111,733	164,680
中小企業	1,408,313	1,014,819	223,300	221,040	112,083	187,112	109,849	161,435
比率	100.00	72.06	15.86	15.70	7.96	13.29	7.80	11.46
年增率	1.76	1.87	1.39	1.93	2.59	2.60	1.70	1.24
大企業	32,645	27,164	10,420	5,093	2,805	3,717	1,884	3,245
銷售額								
全部企業	38,312,768	30,082,001	12,048,958	4,468,150	3,384,878	3,759,269	2,189,079	4,231,667
中小企業	11,764,677	9,060,974	1,931,312	1,937,034	1,232,510	1,726,263	909,878	1,323,977
比率	100.00	77.02	16.42	16.46	10.48	14.67	7.73	11.25
年增率	-0.33	-0.34	0.03	-1.08	0.49	0.12	-2.22	0.16
大企業	26,548,092	20,911,980	10,117,646	2,510,701	2,052,013	2,033,007	1,306,759	2,891,855

附註：總計涵蓋北、中、南、東、金馬地區共 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，2016 年。

依產業部門與行業別觀察，2016 年農林漁牧業中小企業家數，以高雄市家數占 29.57% 最高，宜蘭縣及新北市分居 2、3，分別占 11.17% 及 7.12%；工業部門以新北市家數占 21.07% 居首，其中，製造業與營建工程業占新北市工業部門家數的比重高達 98.10%；臺北市因商業及金融等活動高度繁榮及企業總部的設置，因而服務業部門所占比率最高，而服務業中，除運輸及倉儲業、其他服務業外，其餘產業都位居各縣市之首。其中，知識型服務業，如出版、影音製作、傳播及資通訊服務業（占 44.33%）、金融及保險業（占 40.59%）、專業科學及技術服務業（占 34.04%）、教育業（占 30.91%）所占比率遠遠超過其他縣市。（附錄 2 附表 10）

2016 年中小企業集中於六都的現象，與我國都會區的發展，以及產業群聚息息相關。根據中華民國統計資訊網人口概況資料，2016 年六都人口占全國人口總數 69.05%，而由表 2-1-10 也可得知，2016 年六都大企業家數比率達 83.21%，集中程度更甚於中小企業家數比率（72.06%）。

除了農林漁牧業、礦業及土石採取業，是因地域天然資源形成的分布特性外，大型製造業的據點與供應鏈分布，影響產業群聚，進而影響中小型製造業的區域分布。而與人民生活息息相關的行業，如批發及零售業、住宿及餐飲業、藝術娛樂與休閒服務業、教育業等，則因應人口分布，而有其商機。這樣的發展，在某個程度上是因為產業群聚或商圈的成型，導致的正面經濟效益，但也加劇了城鄉之間的差異。然而，與其企圖逆轉城鄉差距，不如順勢而為採取相關措施，透過對各縣市特色的深入了解，結合當地既存的中小企業，發展當地特色，一旦當地特色逐漸形成，自然發酵的群聚效果，不僅有助於當地中小企業的成長，也將吸引其他中小企業的進駐。

（二）中小企業銷售額六都合計占約 7 成 7

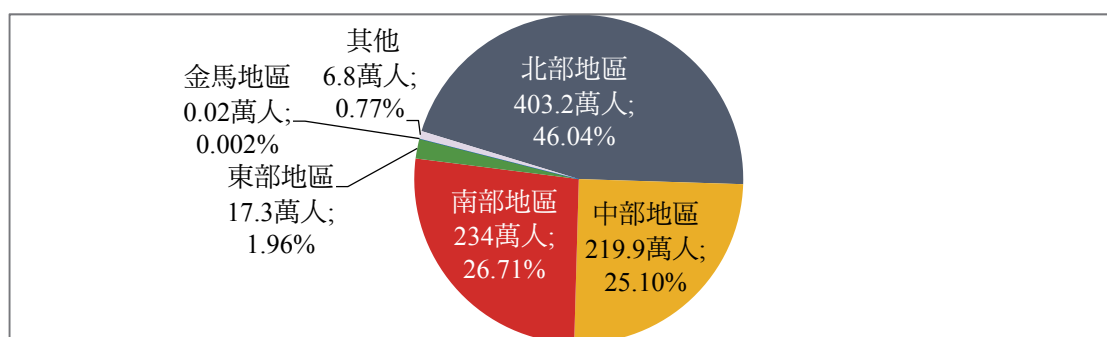
2016 年中小企業銷售額，六都分居全體縣市前 6 名，合計約占全體中小企業 7 成 7。其中，新北市占 16.46% 最高，其餘依序為臺北市（16.42%）、臺中市（14.67%）、高雄市（11.25%）、桃園市（10.48%），以及臺南市（7.73%）。

與 2015 年比較，6 個直轄市中小企業銷售額僅臺北市（成長率 0.03%，以下同）、桃園市（0.49%）、臺中市（0.12%）與高雄市（0.16%）成長；新北市（-1.08%）與臺南市（-2.22%）則衰退。（表 2-1-10、附錄 2 附表 11）

（三）中小企業就業人數約 4 成 6 集中在北部地區

2016 年就業於中小企業者，人數為 881 萬人。按地區別觀察，其主要工作地點在北部地區計 403.2 萬人（占 46.04%），居各地區之冠，南部地區占 26.71%居次，中部地區占 25.10%居第 3 位，而之後依次為東部地區占 1.96%、其他地區占 0.77%、金馬地區占 0.002%居末位。（圖 2-1-7）

圖 2-1-7 2016 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：「其他」指戶籍地設於臺灣地區，就業於國內中小企業，但主要工作地點在中國大陸（含港澳）或國外。

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，2016 年。

（四）雙北中小企業就業人數居首 2 位，約占 3 成 1

觀察中小企業就業者主要工作場所的縣市別，六都的中小企業就業人數，分居全體縣市前 6 名，合計達 644.2 萬人（73.12%）。其中以新北市的 137.5 萬人（占 15.60%）居首；臺北市的 134.2 萬人居次（15.23%）；臺中市 119.1 萬人（占 13.52%）居第 3；高雄市 102.5 萬人（占 11.64%）居第 4；臺南市（占 8.58%）第 5、桃園市（占 8.55%）第 6。（表 2-1-11、附錄 2 附表 15）

表 2-1-11 2016 年六都就業人數分布－按中小企業就業者主要工作地點

單位：千人；%

縣市	總計	六都合計	臺北市	新北市	桃園市	臺中市	臺南市	高雄市
全部就業人數	11,267	8,235	1,893	1,618	1,073	1,413	940	1,298
中小企業	8,810	6,442	1,342	1,375	753	1,191	756	1,025
結構比	100.00	73.12	15.23	15.60	8.55	13.52	8.58	11.64
大企業	1,432	1,078	301	133	246	123	116	159
結構比	100.00	75.29	21.05	9.29	17.16	8.58	8.10	11.11
政府僱用	1,025	715	250	110	74	99	68	114

附註：表中結構比係指於該縣市就業人數占全部縣市就業人數之百分比。

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，2016 年。

第 2 節 女性企業經營現況

本節原始資料來自財政部財政資訊中心，對資料中企業代表人性別的判定，以企業代表人身分證號碼的第 1 個阿拉伯數字作為依據。至於若干企業代表人為法人或外國人，因無法區分性別，在統計時未將其納入。部分企業以女性掛名代表人，但並未實際執行業務，或僅占很小股份等情形，因無法得知詳細資料，故並未排除該資料。所以，本節男女企業合計數值，與本章第 1 節全體企業的總計數值不盡相符。

首先彙整女性企業之營運現況，2016 年女性企業 99.22% 為中小企業，女性中小企業家數為 51 萬 2,214 家，占男女合計整體中小企業家數約 36.37%；其中，有 60.79% 為獨資經營，以經營批發零售業為主，其內銷比率高達 90.99%，高於男性中小企業的 88.01%，即便是女性大企業也具相似特性，顯示女性企業在整體銷售上，較男性企業更依賴國內市場。以經營年數看，2016 年女性新設中小企業 3 萬 6,001 家，占女性中小企業家數比率略高於男性中小企業（女性 7.03%、男性 6.53%）。女性中小企業經營年數少於 10 年者比率略高於男性中小企業（女性 50.48%、男性 47.48%），反映近年女性對於工作生涯的選擇更積極於創業，而且女性企業面對低迷景氣，可以更靈活的進出市場並因應經濟情勢調整經營方式；同時也顯示，女性中小企業的經營體質似乎較男性中小企業略為脆弱，使得女性中小企業的平均經營年數略低於男性中小企業。以下茲分就女性與男性中小企業之營運特色與差異，說明如下。

一、女性企業家數比重超過 3 成，約 9 成 9 為中小企業

2016 年可以區分企業代表人性別的企業家數總計有 144 萬 958 家，其中，女性企業家數有 51 萬 6,249 家，占合計家數 35.83%。相較於 2015 年，家數增加 7,548 家（增加 1.48%）。女性企業中，有高達 99.22% 為中小企業（51 萬 2,214 家），亦即女性企業以中小企業為主。（表 2-2-1）

二、女性比男性企業更傾向內銷，女性中小企業更甚

女性企業的整體銷售額較男性企業較依賴國內市場，尤其是女性中小企業，內銷比率更高。中小企業中，女性企業內銷比率高達 90.99%，外銷比率僅約 9.01%，兩者差距達 81.98 個百分點；相對之下男性中小企業之內銷比率約 88.01%，外銷比率約 11.99%，顯示女性中小企業比男性中小企業企業更傾向內銷。（圖 2-2-1）

表 2-2-1 2016 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	企業合計	中小企業	大 企 業
家 數合計		1,440,958	1,408,313	32,645
女性企業		516,249	512,214	4,035
規模別比率 ¹		100.00	99.22	0.78
比率 ²		35.83	36.37	12.36
男性企業		907,363	883,344	24,019
銷售額合計		38,312,770	11,764,678	26,548,092
女性企業		5,546,873	2,917,560	2,629,313
規模別比率 ¹		100.00	52.60	47.40
比率 ²		14.48	24.80	9.90
男性企業		28,162,848	8,430,769	19,732,079
內銷額合計		28,848,507	10,340,886	18,507,621
女性企業		4,761,819	2,654,816	2,107,003
規模別比率 ¹		100.00	55.75	44.25
比率 ²		16.51	25.67	11.38
男性企業		21,407,443	7,419,993	13,987,450
出口額合計		9,464,261	1,423,791	8,040,470
女性企業		785,053	262,744	522,309
規模別比率 ¹		100.00	33.47	66.53
比率 ²		8.29	18.45	6.50
男性企業		6,755,404	1,010,775	5,744,629

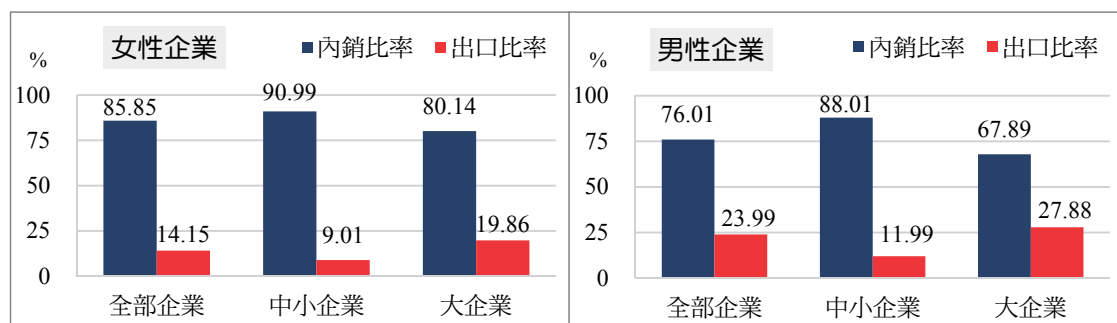
附 註：1.表中女（男）性企業係指企業代表人登記為女（男）性者。

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

3.表中規模別比率¹定義為女性企業之中小企業（大企業）占全部女性企業之百分比；比率²為女性企業占企業合計之百分比。

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，2016 年。

圖 2-2-1 2016 年銷售額之內銷及出口比率－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，2016 年。

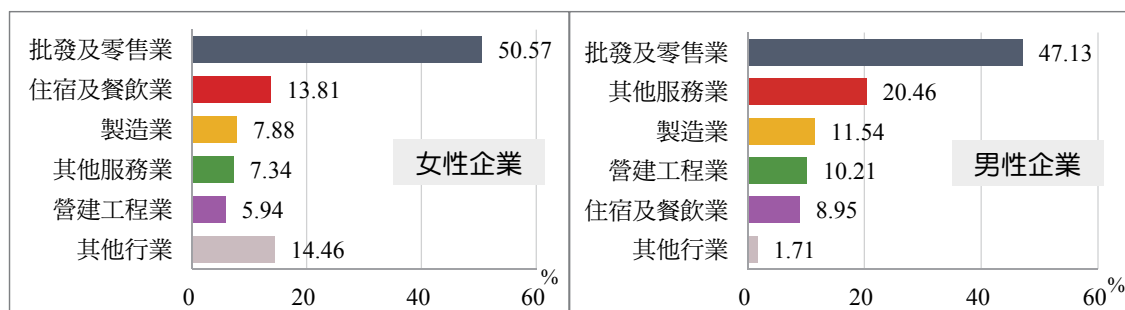
三、女性中小企業以經營批發零售業為主

觀察 2016 年中小企業產業部門家數分布，男、女性企業無論企業規模，都以服務業家數所占比率最高。女性企業服務業家數比率超過 8 成 5，男性企業的服務業家數比率亦有 7 成 6。

依行業別觀察，2016 年中小企業女性企業家數、銷售額及內銷額，都以批發零售業所占比率最高（分別為 50.57%、43.40%及 43.01%）；出口額則以製造業最高（49.29%）。這些數據顯示，女性中小企業以經營批發零售業為主，也是主要營收來源。（附錄 2 附表 14 與附表 14-1）

2016 年中小企業女性企業家數排名前 5 大行業與男性企業相同，但排序上略有不同。女性企業依序為：批發及零售業（占 50.57%）、住宿及餐飲業（占 13.81%）、製造業（占 7.88%）、其他服務業（占 7.34%）、營建工程業（5.94%）。男性企業前 5 大行業：批發及零售業（占 47.13%）居首與女性相同，而第 2 到第 5 依序為其他服務業（占 20.46%）、製造業（占 11.54%）、營建工程業（占 10.21%）、住宿及餐飲業（占 8.95%）。（圖 2-2-2）

圖 2-2-2 2016 年中小企業企業家數之行業分布－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，2016 年。

四、女性中小企業約有 6 成 1 為獨資經營

2016 年女性與男性中小企業，在組織型態結構上，都以獨資經營所占比率最高，女性占比為 60.79%，高於 6 成；男性占比為 50.31%，占半數以上。其次是有限公司，分別為 28.04%及 31.81%；股份有限公司再次之，分別為 6.01%及 9.75%。前 3 大組織型態占女性與男性中小企業比率，分別高達 94.84%與 91.87%，顯示女性與男性中小企業在組織型態的結構上相似，只是女性中小企業更集中在獨資的型態上。（表 2-2-2）

表 2-2-2 2016 年中小企業組織型態家數－按企業主性別

單位：家；%

經營年數 \ 企業主性別	企業合計		中小企業				
	家數	結構比	家數總計	女性企業		男性企業	
				家數	結構比	家數	結構比
總計	1,408,313	100.00	1,395,558	512,214	100.00	883,344	100.00
股份有限公司	119,474	8.48	116,917	30,776	6.01	86,141	9.75
有限公司	429,707	30.51	424,645	143,634	28.04	281,011	31.81
無限公司	100	0.01	95	37	0.01	58	0.01
兩合公司	27	0.00	25	5	0.00	20	0.00
合夥	28,878	2.05	28,853	10,464	2.04	18,389	2.08
獨資	756,439	53.71	755,766	311,367	60.79	444,399	50.31
本國公司之分公司	4,449	0.32	2,541	973	0.19	1,568	0.18
外國公司在臺之分公司	33,693	2.39	32,542	6,432	1.26	26,110	2.96
其他	35,546	2.52	34,174	8,526	1.66	25,648	2.90

附註：1.組織別分類中的「外國公司辦事處」，僅由外國公司向我國經濟部商業司報備設立，且依規定不得從事任何營利活動，因此自 2014 年起不計入企業家數。

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」為主。

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，2016 年。

五、女性中小企業經營年數小於 10 年之比率高於男性企業

2016 年女性新設中小企業（經營年數未滿 1 年）有 3 萬 6,001 家，低於男性新設中小企業的 5 萬 7,680 家。若由經營年數的結構看，經營年數少於 10 年者，女性中小企業略高於男性，分別為 50.48%和 47.48%；而經營年數多於或等於 10 年者，則男性中小企業略高於女性，分別為 52.52%和 49.52%。（表 2-2-3）

表 2-2-3 2016 年中小企業家數－按企業主性別與經營年數

單位：家；%

經營年數 \ 企業主性別	企業合計		中小企業				
	家數	結構比	家數總計	女性企業		男性企業	
				家數	結構比	家數	結構比
總計	1,408,313	100.00	1,395,558	512,214	100.00	883,344	100.00
成立未滿 1 年	95,320	6.77	93,681	36,001	7.03	57,680	6.53
1-2 年	99,208	7.04	97,383	37,206	7.26	60,177	6.81
2-3 年	83,376	5.92	81,967	30,600	5.97	51,367	5.82
3-4 年	82,393	5.85	81,231	31,127	6.08	50,104	5.67
4-5 年	69,483	4.93	68,489	26,339	5.14	42,150	4.77
5-10 年	257,824	18.31	255,215	97,283	18.99	157,932	17.88
10-20 年	363,436	25.81	361,296	131,067	25.59	230,229	26.06
20 年(含)以上	357,273	25.37	356,296	122,591	23.93	233,705	26.46

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，2016 年。

由此數據顯示，女性中小企業比男性中小企業較能因應經濟情勢與經營狀況，更靈活的進出市場，但這或也顯示，女性中小企業的經營體質較男性中小企業略脆弱，使得女性中小企業的平均經營年數略低於男性中小企業。

第 3 節 中小型商業經營概況

有關臺灣中小型商業經營概況，根據經濟部統計處於 2016 年 6 月辦理之「批發、零售及餐飲業經營實況調查」結果進行說明，此調查企業規模別中，中小企業係指員工人數未達 100 人者，大企業係員工人數 100 人（含）以上者。

一、批發及零售業經營實況

（一）批發業基本經營型態

2016 年中小型批發業者營業屬性以批發商（占 51.9%）及貿易進出口商（占 43.9%）為主，有海外分支單位僅占 2.1%，大型批發業的經營結構與中小型企業相似，惟營業屬性為代理商比重（占 23.0%）明顯高於中小型企業（占 9.8%）。（表 2-3-1）

表 2-3-1 2016 年批發業的經營型態

單位：%

項 目	總 計	中小型企業	大型企業
樣本數（家）	1,913	1,663	250
營業屬性	100.0	100.0	100.0
批發商	51.1	51.9	45.6
貿易進出口商	43.3	43.9	39.5
經銷商	18.7	18.6	19.4
代理商	11.5	9.8	23.0
總代理商	6.1	5.2	11.7
有無海外分支單位	100.0	100.0	100.0
無	97.1	97.9	92.0
有	2.9	2.1	8.0

資料來源：經濟部統計處（2016 年 10 月），《批發、零售及餐飲業經營實況調查報告》。

（二）批發業經營困境

無論企業規模大小，批發業首要經營困境為「競爭激烈，利潤縮小」，中小型及大型企業此項占比分別達 70.7%及 65.6%；前 2 至前 4 項皆為「新市場開拓不易」、「匯率波動風險」及「進貨、人事成本增加」，惟順序略有不同。（表 2-3-2）

表 2-3-2 2016 年批發業在經營上遭遇的困境（複選）

單位：%

項 目	總 計	中小型企業	大型企業
競爭激烈，利潤縮小	70.1	70.7	65.6
新市場開拓不易	36.7	37.0	34.8
匯率波動風險	34.1	33.3	39.6
進貨、人事成本增加	30.6	30.0	34.8
消費需求多變	23.7	22.7	30.4
人員招募不易	14.1	13.4	18.8
公司營運仍屬小規模	10.3	11.7	1.2
產品生命週期短	8.8	8.1	13.6
關稅障礙	7.3	6.9	9.6
資金融通困難	4.5	4.8	2.8
代理權不易長期掌握	6.0	5.7	8.0
其他	11.3	11.1	13.2

資料來源：經濟部統計處（2016 年 10 月），《批發、零售及餐飲業經營實況調查報告》。

（三）零售業基本經營型態

中小型零售業經營型態以直營店為主（占 88.6%），相較於大企業（占 56.1%）為高；中小型零售業加盟店僅占 11.4%，大企業則占 43.9%。（表 2-3-3）

表 2-3-3 2016 年零售業基本經營型態

單位：%

項 目	總 計	中小型企業	大型企業
樣本數（家）	1,075	804	271
經營型態	100.0	100.0	100.0
直營店	60.5	88.6	56.1
加盟店	39.5	11.4	43.9

資料來源：經濟部統計處（2016 年 10 月），《批發、零售及餐飲業經營實況調查報告》。

（四）零售業經營困境

無論企業規模大小，零售業經營困境前 3 項均為「價格競爭激烈，毛利偏低」、「勞動成本提高」，以及「消費需求多變」；中小型企業首要困境為「價格競爭激烈，毛利偏低」，比率達 69.7%，高於大型企業的 57.4%；中小型企業第 2 及第 3 困境為「勞動成本提高」及「消費需求多變」，比率分別為 38.8%、35.8%，則是分別低於大型企業的 49.4%、47.2%。（表 2-3-4）

表 2-3-4 2016 年零售業在經營上遭遇的困境（複選）

單位：%

項 目	總 計	中小型企業	大型企業
價格競爭激烈，毛利偏低	66.7	69.7	57.4
勞動成本提高	41.4	38.8	49.4
消費需求多變	38.6	35.8	47.2
人力資源短缺、流動率高	30.1	27.0	39.9
商品同質性及替代性高	26.8	26.2	28.9
租金成本提高	24.6	22.1	31.6
電商搶食市場	13.8	11.8	19.8
異業間跨界搶占市場	11.4	11.3	11.8
其他	8.7	8.8	8.4

資料來源：經濟部統計處（2016 年 10 月），《批發、零售及餐飲業經營實況調查報告》。

二、餐飲業經營實況

（一）餐飲業經營型態

無論企業規模大小，餐飲業店休日數以「全年無休」為主，營業時間則以「超過 8 小時至 12 小時（含）內」為主。（表 2-3-5）

表 2-3-5 2016 年餐飲業經營型態

單位：%

項 目	總 計	中小型企業	大型企業
樣本數（家）	268	181	87
店休日數	100.0	100.0	100.0
全年無休	59.0	51.4	74.7
每週 2 日	12.7	13.8	10.3
每週 1 日	8.6	12.2	1.2
每月 1 日	0.8	0.6	1.2
其他	19.0	22.1	12.6
營業時間	100.0	100.0	100.0
超過 8 小時~12 小時(含)內	57.5	57.5	57.5
8 小時(含)內	23.5	27.1	16.1
超過 12 小時~18 小時(含)內	14.6	11.6	20.7
24 小時營業	3.7	2.8	5.8
其他	0.8	1.1	0.0

資料來源：經濟部統計處（2016 年 10 月），《批發、零售及餐飲業經營實況調查報告》。

（二）餐飲業提供之各項服務

整體來看，中小型餐飲業提供的服務，除「停車服務或停車場」比率高於大型企業外，提供其他各項服務比率皆低於大型企業，特別是在「POS 系統（餐飲點餐卡）」及

「經營網路社群或 Line」兩項服務，與大型企業比率差距超過 20 個百分點。（表 2-3-6）

表 2-3-6 2016 年餐飲業提供之各項服務比率（複選）

單位：%

項 目	總 計	中小型企业	大型企業
信用卡(或儲值卡)支付服務	73.1	71.8	75.9
停車服務或停車場	50.4	52.5	46.0
POS 系統(餐飲點餐卡)	59.3	51.9	74.7
經營網路社群或 Line	47.8	40.9	62.1
線上訂位服務	17.9	15.5	23.0
線上點餐系統	10.1	6.1	18.4
手機支付服務	6.7	6.1	8.1

資料來源：經濟部統計處（2016 年 10 月），《批發、零售及餐飲業經營實況調查報告》。

（三）餐飲業未來展店計畫及優先考量位置

中小型餐飲業未來有展店計畫比率為 21.6%，遠低於大型企業的 63.2%。中小型企業優先考量的位置，前 3 項依序為「商業區」、「百貨商圈」及「捷運商圈」；大型企業則以「百貨商圈」為首要考量位置，其次為「商業區」及「捷運商圈」。（表 2-3-7）

表 2-3-7 2016 年餐飲業未來展店計畫及優先考量位置（複選）

單位：%

項 目	總 計	中小型企业	大型企業
未來是否有展店計畫	100.0	100.0	100.0
是	35.1	21.6	63.2
否	64.9	78.5	36.8
優先考量位置			
商業區	51.1	46.2	54.6
百貨商圈	56.4	38.5	69.1
捷運商圈	46.8	38.5	52.7
風景區	8.5	12.8	5.5
校園商圈	7.5	5.1	9.1
工業區	2.1	5.1	0.0
夜市商圈	1.1	0.0	1.8
其他	5.3	2.6	7.3

資料來源：經濟部統計處（2016 年 10 月），《批發、零售及餐飲業經營實況調查報告》。

（四）餐飲業營業發展計畫

無論企業規模大小，餐飲業皆以「加強食品安全控管」為首要營業發展計畫，中小型企业以「降低原材料及人事成本」次之，「研發新產品」再次之；大型企業則較著重「研發新產品」，「降低原材料及人事成本」排第 3。（表 2-3-8）

表 2-3-8 2016 年餐飲業營業發展計畫（複選）

單位：%

項 目	總 計	中小型企業	大型企業
加強食品安全控管	61.9	61.9	62.1
降低原材料及人事成本	47.0	48.1	44.8
研發新產品	43.3	36.5	57.5
開創新品牌或新型態門市	22.4	17.1	33.3
開發或擴大網路銷售	15.7	11.1	25.3
與通路策略聯盟	11.6	10.5	13.8
加速國內展店	10.5	5.5	20.7
提供宅配服務	3.7	3.3	4.6
拓展海外版圖	3.7	2.8	5.8
其他	8.2	8.3	8.1

資料來源：經濟部統計處（2016 年 10 月），《批發、零售及餐飲業經營實況調查報告》。

（五）餐飲業經營困境

中小型餐飲業認為首要經營困境為「食材成本波動大」，占 64.1%，其次為「人員流動率高」及「同業間競爭激烈」；大型餐飲業以「人員流動率高」為首要經營困境，占 66.7%，其次為「食材成本波動大」及「同業間競爭激烈」。（表 2-3-9）

表 2-3-9 2016 年餐飲業經營困境（複選）

單位：%

項 目	總 計	中小型企業	大型企業
食材成本波動大	61.9	64.1	57.5
人員流動率高	61.2	58.6	66.7
同業間競爭激烈	54.1	54.7	52.9
成本上升，轉嫁困難	43.3	46.4	36.8
租金成本高	41.8	39.8	46.0
平價化，毛利降低	29.1	30.9	25.3
消費者喜好變化快速	29.1	28.2	31.0
食材品質不易控制	17.9	18.2	17.2
找不到合適地點	10.5	8.3	14.9
受其他業(無店鋪等)競爭	5.2	3.3	9.2
其他	5.2	6.1	3.5

資料來源：經濟部統計處（2016 年 10 月），《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

現今消費市場競爭激烈，且在各類產品技術與服務不斷翻新下，研發創新為中小企業成長重要課題。本節以科技部《科學技術統計要覽 2016 年版》的資料，說明 2015 年中小企業研發經費概況。

一、2015 年中小企業的研發經費成長低於大型企業

依企業規模觀察，2015 年中小企業研發經費占整體企業比率為 13.1%。中小企業研發經費投入，自 2011 年至 2014 年連續 4 年皆正成長，惟 2015 年為負成長，較 2014 年微幅減少 1.6%，或與中小企業面臨內外經營環境不佳有關。中小企業 2015 年經營表現下滑（如營業獲利率由 2014 年的 3.25%，下滑至 2015 年的 2.94%），以及 2015 年至 2016 年經濟成長趨緩；再加上研發活動的投入具不確定性、需長時間及大資本，故中小企業投入研發經費減少。而大型企業研發經費投入，自 2011 年至 2015 年連續 5 年皆為正成長，2015 年較 2014 年成長 7.8%。整體而言，企業部門的研發經費呈現穩定成長趨勢。（表 2-4-1）

表 2-4-1 2011 年至 2015 年企業部門執行研發經費－依規模別

單位：新臺幣百萬元；%

項 目	2011 年	2012 年	2013 年	2014 年	2015 年		
						比 率	成長率
總 計	300,358	319,906	343,455	373,019	397,163	100.0	6.5
中小企業合計	43,865	45,213	47,361	52,709	51,873	13.1	-1.6
0-99 人(員工數)	23,431	24,725	24,701	26,462	27,574	6.9	4.2
100-199 人(員工數)	20,434	20,488	22,660	26,247	24,299	6.1	-7.4
大型企業合計	256,493	274,693	296,094	320,310	345,290	86.9	7.8
200-499 人(員工數)	40,889	45,561	46,593	50,210	49,984	12.6	-0.5
≥ 500 人(員工數)	215,604	229,132	249,501	270,100	295,306	74.4	9.3

資料來源：科技部（2016 年 12 月），《科學技術統計要覽 2016 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薄弱，尤其是在財務面上，故要想了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。準此，本章藉由各項財務指標數據窺知中小企業的經營管理狀況，第 1 節及第 2 節將說明中小企業的財務概況，惟礙於中小企業財務資料取得困難，僅能擷取財政部財政資訊中心 2015 年的營利事業所得稅申報資料，作為分析依據，故較其他章節的資料落後 1 年；第 3 節藉由觀察金融監督管理委員會調查數據的變化，審視中小企業與銀行間的資金融通。

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，藉以了解中小企業整體財務結構。

一、中小企業資產配置

（一）現金持有提升

2015 年臺灣中小企業流動資產占總資產比率上升，負債比率也增加。其中，在所有流動負債的各項數值當中，包括現金、應收款項、存貨、預付款項及其他流動負債占總資產比率皆上升。（表 3-1-1）

觀察各業別財務指標資料，2015 年 18 大業別中，中小企業流動資產超過 50%者，共計有礦業及土石採取業、製造業、營建工程業、批發及零售業、出版、影音製作、傳播及資通訊服務業、不動產業、專業、科學及技術服務業，以及支援服務業等 8 個業別。相較於 2014 年，少了教育業，新增了不動產業。（表 3-1-2 與表 3-1-3）

從中小企業現金比率來看，2015 年 18 大業別中，超過半數行業現金持有比率上升，包含了農林漁牧業、礦業及土石採取業、製造業、用水供應及汙染整治業、營建工程業、批發及零售業、運輸及倉儲業、住宿及餐飲業、出版、影音製作、傳播及資通訊服務業、金融保險業、教育業、藝術娛樂及休閒服務業，以及其他服務業，顯示多數中小企業的

短期應變能力較 2014 年有所提升。(表 3-1-2)

表 3-1-1 2014 年及 2015 年共同比資產負債表

單位：%

項 目	規模別	中小企業		大 企 業	
		2014 年	2015 年	2014 年	2015 年
流動資產		42.84	54.05	39.68	45.66
現 金		15.09	18.13	16.23	16.81
應收款項		11.49	12.80	14.56	15.35
存 貨		13.12	18.81	6.95	10.69
預付款項		1.21	1.72	0.74	1.00
其他流動資產		1.93	2.59	1.20	1.80
非流動資產		57.16	45.95	60.32	54.34
長期投資		31.34	18.50	35.98	24.33
固定資產		22.46	23.07	15.92	22.50
土地及房屋		12.21	15.34	47.22	11.53
機械設備		5.59	6.33	7.22	9.23
其他固定資產		4.66	1.41	0.96	1.75
無形及其他非流動資產		3.36	4.37	8.42	7.51
資產=負債+淨值		100.00	100.00	100.00	100.00
負 債		54.03	62.22	66.68	52.18
流動負債		41.62	51.66	35.88	37.00
短期借款		12.52	15.37	19.80	14.83
應付款項		10.95	13.65	11.44	14.21
預收款項		3.64	4.17	2.15	3.21
其他流動負債		14.52	18.48	2.49	4.74
非流動負債		12.10	10.56	30.80	15.18
淨 值		45.97	37.78	33.32	47.82

資料來源：整理自財政部營利事業所得稅申報原始資料。

(二) 長期投資比率減少

長期投資係指企業為理財增值或營業目的(如技術性入股)等原因，而長期持有之投資，例如股票、可轉換公司債等，通常是指不準備在一年的營業期間內變現或處分的投資。2015 年中小企業及大企業的長期投資占總資產比率均減少，可能是由於總體經濟表現不如過往幾年，企業經營態度愈趨保守。(表 3-1-1)

(三) 固定資產比率提高

2015 年中小企業的固定資產比率微幅增加，而大企業有更大幅度的增長。檢視中小企業的固定資產之細項，土地與房屋及機械設備兩項的比率提高，其他固定資產的比率則下降。(表 3-1-1)

表 3-1-2 2015 年各行業共同比資產負債表－中小企業

單位：%

項目 \ 行業別	農 林 漁牧業	礦業及 土石採 取 業	製造業	電力及 燃氣供 應 業	用水供應 及污染 整治業	營 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	40.03	54.11	57.95	19.53	42.10	84.61	66.77	47.09	27.57
現 金	16.80	18.37	19.23	9.22	19.33	19.75	24.05	24.75	15.75
應收款項	8.68	10.94	19.27	4.26	13.15	20.14	16.92	16.26	4.53
存 貨	5.63	19.01	16.28	3.13	5.37	40.64	21.53	0.54	3.67
預付款項	6.72	3.50	1.82	0.87	1.95	1.92	1.98	2.95	1.51
其他流動資產	2.19	2.29	1.34	2.05	2.31	2.15	2.30	2.59	2.10
非流動資產	59.97	45.89	42.05	80.47	57.90	15.39	33.23	52.91	72.43
長期投資	7.53	1.62	1.58	8.53	10.11	1.18	9.17	8.32	6.18
固定資產	48.80	39.43	38.17	69.16	38.40	10.76	20.80	40.48	59.32
土地及房屋	15.36	18.51	23.67	11.75	19.28	4.76	14.37	10.86	42.24
機械設備	26.56	18.89	12.79	53.04	18.79	5.27	5.29	27.96	11.60
其他固定資產	6.87	2.02	1.72	4.37	0.33	0.72	1.14	1.66	5.47
無形及其他非流動資產	3.64	4.84	2.30	2.79	9.39	3.45	3.27	4.11	6.94
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	72.86	64.18	66.12	64.07	54.52	68.82	66.26	44.31	70.71
流動負債	55.92	58.39	57.37	38.30	42.60	65.05	58.85	36.22	46.50
短期借款	19.76	16.70	16.95	12.45	8.46	9.22	15.11	9.41	13.23
應付款項	10.27	15.66	19.99	17.28	13.62	14.10	18.61	15.10	8.84
預收款項	0.83	0.63	2.58	0.21	1.05	29.82	0.92	0.33	1.12
其他流動負債	25.05	25.41	17.84	8.37	19.46	11.91	24.22	11.37	23.31
非流動負債	16.94	5.79	8.75	25.77	11.92	3.77	7.41	8.10	24.21
淨 值	27.14	35.82	33.88	35.93	45.48	31.18	33.74	55.69	29.29

(續下表)

表 3-1-2 2015 年各行業共同比資產負債表－中小企業（續）

單位：%

項目 \ 行業別	出版、影音 製作、傳播 及資訊通訊 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	60.51	29.47	55.71	52.00	53.09	48.86	37.33	23.23	43.74
現 金	31.20	16.82	8.70	28.62	29.15	32.98	18.47	12.40	23.87
應收款項	16.95	7.63	4.04	12.50	18.55	9.23	16.87	5.83	7.88
存 貨	5.00	1.15	37.17	5.18	1.04	1.73	0.81	1.32	8.49
預付款項	3.30	0.30	2.32	2.55	1.82	2.49	0.50	2.09	1.35
其他流動資產	4.06	3.56	3.48	3.15	2.54	2.43	0.69	1.59	2.13
非流動資產	39.49	70.53	44.29	48.00	46.91	51.14	62.67	76.77	56.26
長期投資	12.52	65.41	8.46	20.97	18.52	15.21	3.28	6.65	31.61
固定資產	19.99	3.66	25.71	19.64	20.70	28.47	57.05	62.01	19.85
土地及房屋	12.02	3.29	21.47	13.76	6.78	18.00	44.72	45.85	14.27
機械設備	4.54	0.28	2.25	4.70	10.43	4.88	6.47	9.49	4.41

項 目 \ 行業別	出版、影音 製作、傳播 及資訊通訊 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
其他固定資產	3.46	0.09	1.98	1.19	3.50	5.59	5.87	6.68	1.16
無形及其他非流動資產	6.99	1.47	10.12	7.39	7.69	7.46	2.34	8.11	4.80
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	65.82	39.78	77.62	53.67	44.01	75.56	45.48	77.11	45.49
流動負債	58.51	30.50	59.04	45.55	34.33	63.60	32.96	48.85	36.86
短期借款	8.89	16.49	18.58	8.79	6.96	15.16	3.86	13.14	5.21
應付款項	19.96	4.79	11.49	11.75	12.04	10.93	11.24	8.53	8.38
預收款項	2.59	0.02	3.24	2.73	0.62	8.01	2.29	1.01	2.85
其他流動負債	27.08	9.20	25.73	22.29	14.71	29.49	15.57	26.18	20.42
非流動負債	7.30	9.28	18.58	8.11	9.68	11.97	12.52	28.26	8.63
淨 值	34.18	60.22	22.38	46.33	55.99	24.44	54.52	22.89	54.51

資料來源：整理自財政部營利事業所得稅申報原始資料。

二、中小企業財務結構

觀察中小企業資產配置之後，進一步探究其搭配債務結構，將可對中小企業整體財務狀況有全面性的了解。以下以流動負債及非流動負債說明中小企業債務結構。

（一）流動負債比上升

2015 年中小企業的整體負債比率較 2014 年增加；其中，流動負債比率增加，而大企業的流動負債比率也有微幅的上揚。一般而言，流動負債占整體負債比率增加，表示企業短期償債壓力提高。（表 3-1-1）

（二）非流動負債比下降

2014 年到 2015 年間，中小企業的非流動負債比減少，大企業更是明顯地下降。非流動負債包括長期負債及其它非流動負債。（表 3-1-1）

三、中小企業綜合損益

中小企業的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，透過觀察綜合損益，可從動態的資訊中分析整體中小企業利潤增減的原因。

（一）營業成本比率減少，毛利改善

營業成本為企業在主要營運活動中所必須負擔，且與營業收入直接相關的支出，而營業毛利則為企業收益的主要源頭，為尚未考慮任何營業費用、營業外收益及所得稅的

獲利。營業毛利占比表示企業對於營業成本的控制能力，可作為中小企業有否具潛在獲利能力的參考。就營業成本占營業收入淨額比率而言，2015 年中小企業營業成本占比略減，大企業營業成本占比更是明顯地減少，因而中小企業營業毛利占比較 2014 年微幅增加，大企業營業毛利占比更是明顯地提高，表示中小企業及大企業的潛在獲利能力相較於 2014 年均有提升。（表 3-1-3）

表 3-1-3 2014 年及 2015 年共同比損益表

單位：%

項 目	規 模 別 年 別	中小企業		大 企 業	
		2014 年	2015 年	2014 年	2015 年
營業收入淨額		100.00	100.00	100.00	100.00
減：營業成本		78.31	77.52	88.77	84.21
營業毛利		21.69	22.48	11.23	15.79
減：營業費用		18.90	19.98	7.56	11.11
營業淨利		2.79	2.49	3.68	4.68
加：非營業收入		1.57	1.74	3.90	2.92
減：利息支出		0.58	0.63	0.35	0.49
減：其他非營業費用		0.53	0.66	2.69	1.72
本期損益		3.25	2.94	4.53	5.39

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。

（二）營業費用比率微幅增加

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。2015 年中小企業的營業費用占營業收入淨額微幅增加，為 19.98%；大企業的營業費用占營業收入淨額則呈現較明顯的增長，為 11.11%，但仍持續低於中小企業的比率。（表 3-1-3）

（三）營業成本降幅小於營業費用增幅，中小企業獲利略減

中小企業營業成本較低，但營業費用比率高於大型企業。雖然 2015 年營業成本微幅下降，但因營業成本下降幅度小於營業費用上升幅度，獲利並未因此改善。2015 年中小企業營業淨利比率向下調整至 2.49%；大企業營業淨利比率則呈現相反的趨勢，由 3.68% 提高至 4.68%。（表 3-1-3）

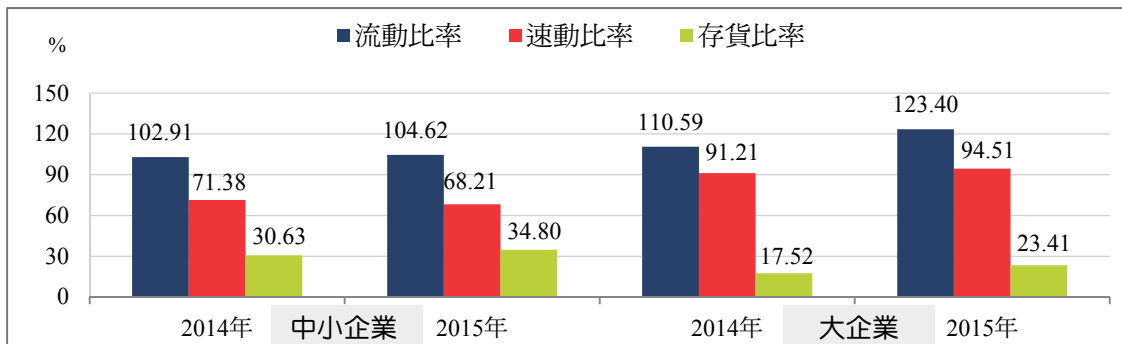
第 2 節 中小企業財務比率概況

一、短期償債與清償能力微幅下滑

一直以來中小企業因財務條件，存在短期償債能力不足的問題，若同時面臨銷售成績不佳，中小企業的償債能力將可能惡化。企業的短期償債能力可由流動比率、速動比率與存貨比率來表示。流動比率代表企業的短期清償能力；速動比率捕捉企業更為短期的償債能力；存貨比率則表示中小企業的短期變現能力。

就短期償債能力來看，雖然 2015 年中小企業流動比率及存貨比率皆提高，分別由 102.91% 及 30.63%，提高到 104.62% 及 34.80%，但速動比率下降，由 71.38% 下降至 68.21%，顯示短期償債能力及變現能力改善，但極短期的償債能力變差。而大企業在 2015 年的 3 項指標皆提高，流動比率由 110.59% 提高到 123.40%、速動比率由 91.21% 提高到 94.51%、存貨比率由 17.52% 提高到 23.41%，表示大企業不論在償債能力或變現能力上相較於 2014 年都有更好的表現。（圖 3-2-1）

圖 3-2-1 2014 年及 2015 年企業短期流動性



附註：1. 流動比率 = 流動資產 ÷ 流動負債 × 100%，參考值為 200%，高於參考值為佳。
 2. 速動比率 = (流動資產 - 存貨) ÷ 流動負債 × 100%，參考值為 100%，高於參考值為佳。
 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。

流動比率是反映公司的短期清償能力，一般財務良好公司之參考值約為 200%。無論是中小企業或大企業，多年來皆未達該水準，而中小企業又低於大企業。由於 2015 年中小企業的流動負債及流動資產比率上升的比率相當接近，因此流動比率只有微幅調整。

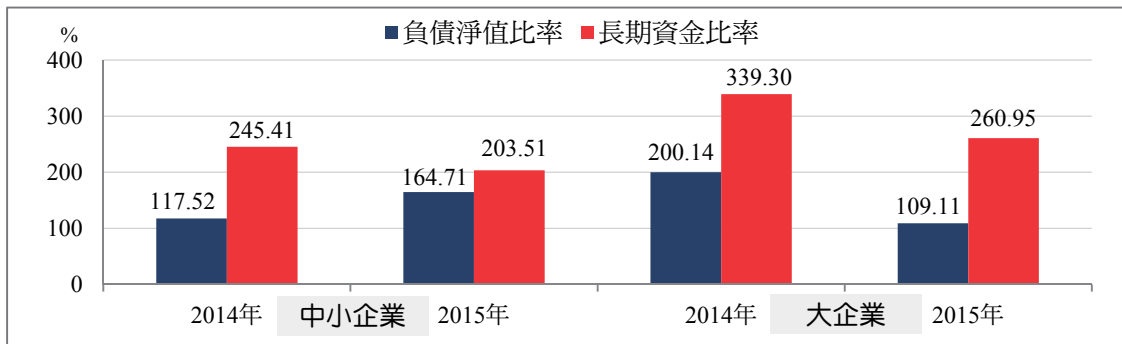
速動比率之參考值為 100%，高於 100% 表示短期償債能力佳。中小企業整體速動比在 2015 年下降，短期償債能力降低。反觀大企業速動比率在 2015 年雖呈現上升，但仍未達到參考值 100%，表示短期償債能力的表現尚有加強的空間。（圖 3-2-1）

此外，從存貨比率觀察，雖然 2015 年大企業的存貨比率明顯增加，但仍持續低於中小企業，顯示大企業在存貨的管理上仍較有效率。（圖 3-2-1）

二、負債淨值比率增加、長期資金比率降低

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 塊錢的負債，比率越高則代表財務槓桿操作越大。2015 年，中小企業之負債淨值比率增加至 164.71%；大企業的負債淨值比率則大幅下降至 109.11%。有別於 2014 年，相對於大企業而言，2015 年中小企業的財務槓桿不如大企業來的穩健，槓桿利用程度較高。（圖 3-2-2）

圖 3-2-2 2014 年及 2015 年企業長期安定性



附註：1. 負債淨值比率 = 負債 ÷ 淨值 × 100%，參考值為 100%，低於參考值為佳。

2. 長期資金比率 = (淨值 + 長期負債) ÷ 固定資產 × 100%，參考值為 100%，高於參考值為佳。

資料來源：整理自財政部營利事業所得稅申報原始資料。

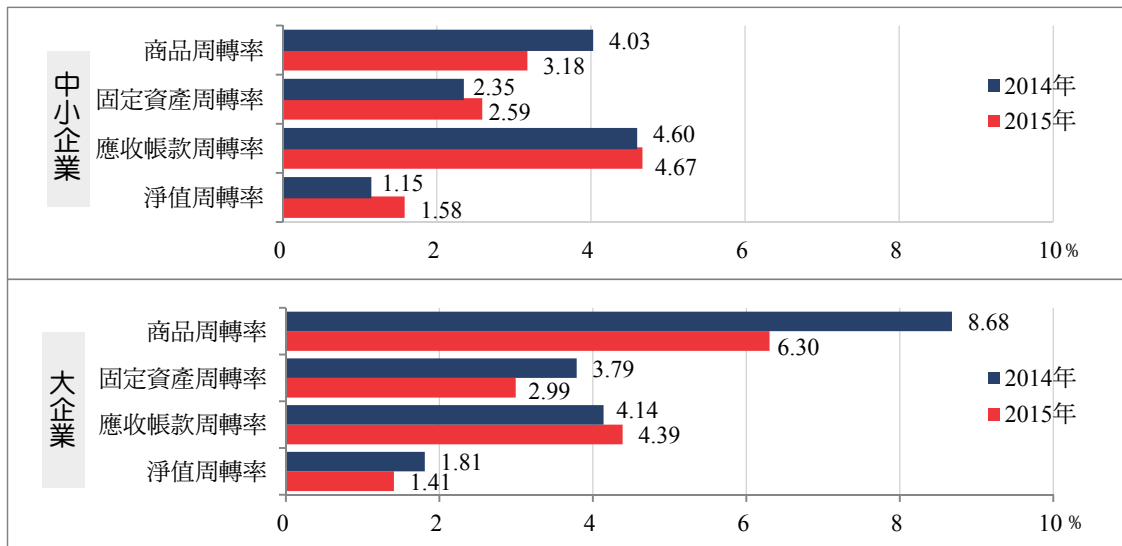
此外，當企業購買固定資產時，其資金來源以長期資金較恰當，故長期資金比率指標可衡量企業在資金運用的適當度。2015 年不論中小企業或大企業，長期資金比率雖高於標準值 100%，但中小企業相對於 2014 年減少了，大企業則是更明顯的下降。顯示 2015 年中小企業與大企業長期資金配置穩健度雖然仍保持於正常水準之上，但表現不如 2014 年穩健。（圖 3-2-2）

三、中小企業經營能力微幅下滑

商品運用效率、固定資產使用效率、收款的成效及資本的運用效率等指標，可衡量企業經營效率之高低。其中，商品周轉率是判斷出貨是否順暢的一項指標，換句話說，是判斷企業庫存與銷售是否穩定；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；應收帳款周轉率用以衡量企業信用擴張及收款之成效；淨值周轉率係表示自有資本的回收次數，太高表示自有資本太低，企業經營穩定性較差，太低則表示自有資本龐大或營業額過少。

2015 年，中小企業的商品周轉率由 2014 年的 4.03% 下降至 3.18%，應收帳款周轉率則由 4.60% 微升至 4.67%；而大企業的部分，商品周轉率由 2014 年的 8.68% 下降至 6.30%，商品周轉率則由 4.14% 上升至 4.39%。由這兩項指標觀察，2015 年中小企業企業庫存與銷售的穩定性下降，經營能力弱化，且短期信用擴張，債務回收期縮短。（圖 3-2-3）

圖 3-2-3 2014 年及 2015 年企業經營能力



附註：1. 淨值周轉率 = 營業收入淨額 / 平均淨值；2. 應收款項周轉率 = 營業收入淨額 / 平均應收帳款；
3. 固定資產周轉率 = 營業收入淨額 / 平均固定資產；4. 商品周轉率 = 營業收入淨額 / 平均存貨；
5. 上圖為中小企業周轉率，下圖為大企業周轉率。

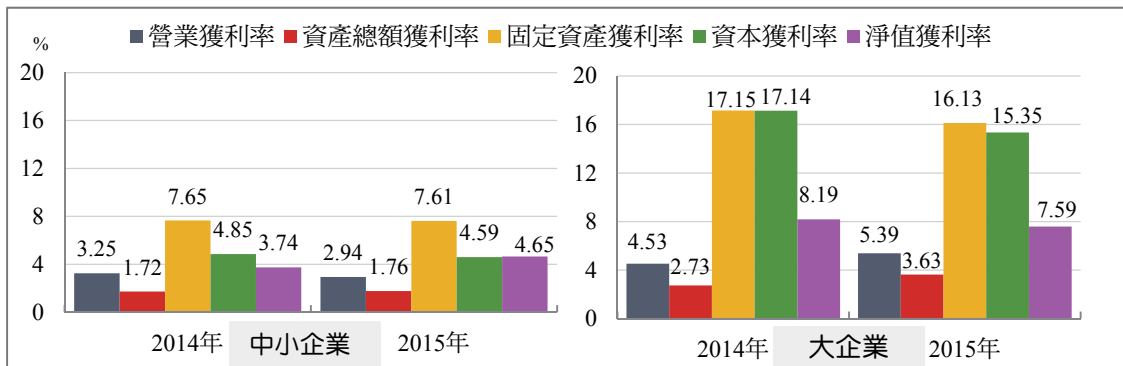
資料來源：整理自財政部營利事業所得稅申報原始資料。

若以固定資產周轉率及淨值周轉率兩項經營指標觀察，2015 年中小企業固定資產周轉率由 2014 年 2.35% 增加到 2.59%，淨值周轉率也由 1.15% 上升至 1.58%；反觀大企業，2015 年固定資產周轉率由 2014 年 3.79% 下滑至 2.99%，淨值周轉率亦由 1.81% 減少至 1.41%。2015 年中小企業固定資產使用效率增加；就淨值周轉率指標來看，2015 年中小企業的資金，較 2014 年有更多比例來自非自有資金，安定性下降。（圖 3-2-3）

四、獲利能力微幅震盪

獲利能力指標包括：營業獲利率、資產總額獲利率、固定資產獲利率、資本獲利率及淨值獲利率等。2015 年，中小企業資產總額獲利率及淨值獲利率皆有所成長，分別由 2014 年的 1.72% 及 3.74%，上升至 1.76% 及 4.65%。然而其他指標如營業獲利率、固定資產獲利率及資本獲利率則都有不同程度的下滑。（圖 3-2-4）

圖 3-2-4 2014 年及 2015 年企業獲利能力



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。

第 3 節 中小企業資金融通

對於資金較不充裕的中小企業而言，確保資金流動通暢是相當重要的課題。企業資金可分為內部與外部資金，內部資金主要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龐大的內部資金，中小企業對於外部資金的融通，仰賴程度高。

一、企業資金的融通

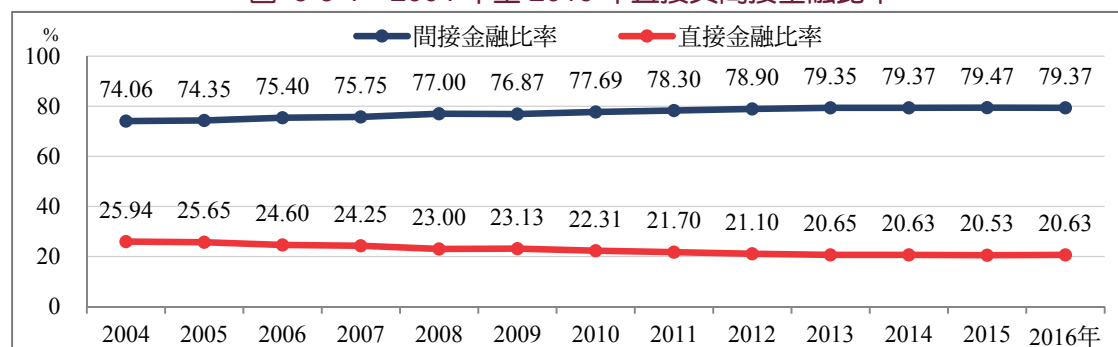
(一) 間接金融為企業籌資主要管道

觀察國內 2004 年至 2016 年直接與間接金融的變化情形，國內間接金融存量比率自 2004 年以來呈現穩定成長，大致上直接金融存量占比則逐年下滑，顯見間接金融持續為國內企業籌資的主要管道，且有不斷擴張的趨勢。然而，在 2016 年直接金融比率一改過去持續下滑的姿態，呈現微幅的成長。2016 年間接金融占比為 79.37%，直接金融比率為 20.63%。（圖 3-3-1）

從籌資的管道來看，企業自金融機構貸款的比例占所有籌資管道的 6 成以上，2004 年至 2016 年平均為 68.16%，2016 年則為 68.55%，較 2015 年增加 0.33 個百分點。資產證券化受益證券，則自 2008 年後持續減少，2016 年僅占 0.22%，與 2015 年的占比相同。股權證券則略為減少至 19.67%。（圖 3-3-2）

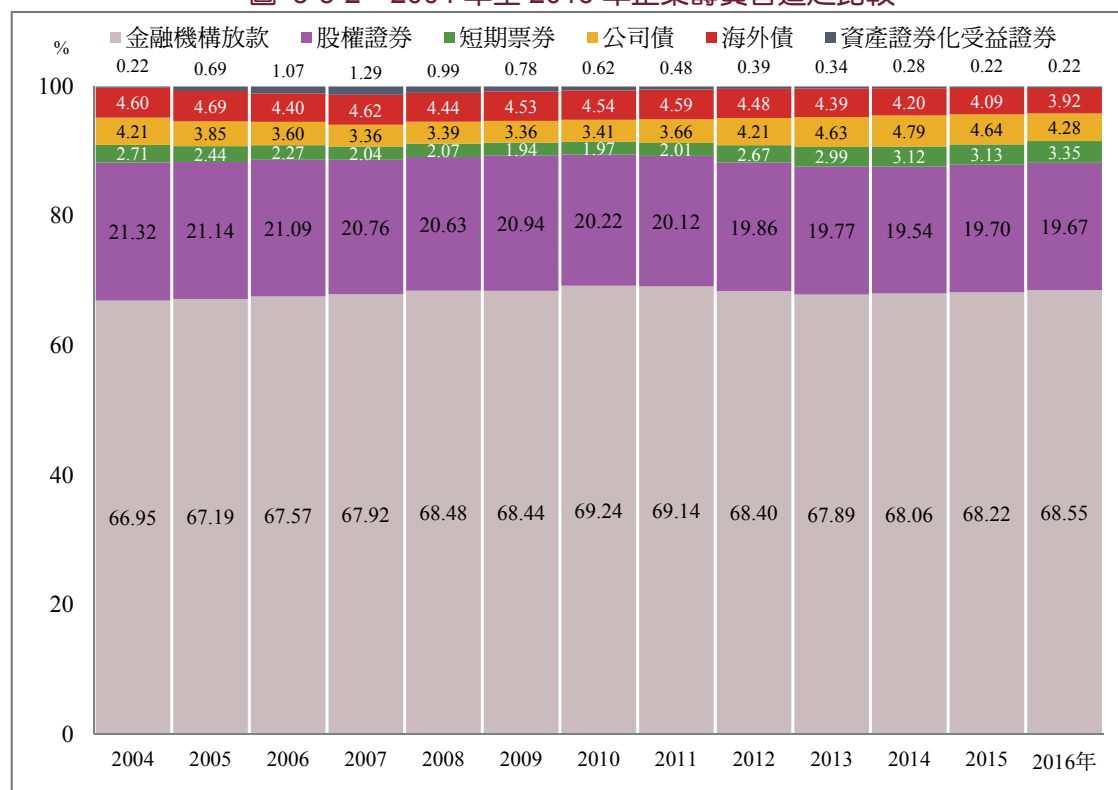
公司債占企業融資自 2014 年以來比重持續下降，2016 年下滑至 4.28%、短期票券則持續微幅增加為 3.35%；海外公司債比率，自 2011 年後則持續下滑至 3.92%。（圖 3-3-2）

圖 3-3-1 2004 年至 2016 年直接與間接金融比率



資料來源：中央銀行（2017 年 7 月），《直接金融與間接金融存量分析》。

圖 3-3-2 2004 年至 2016 年企業籌資管道之比較



附註：1.金融機構包括：包含央行、其他貨幣機構及人壽保險公司。

2.金融機構放款含催收及轉銷呆帳。

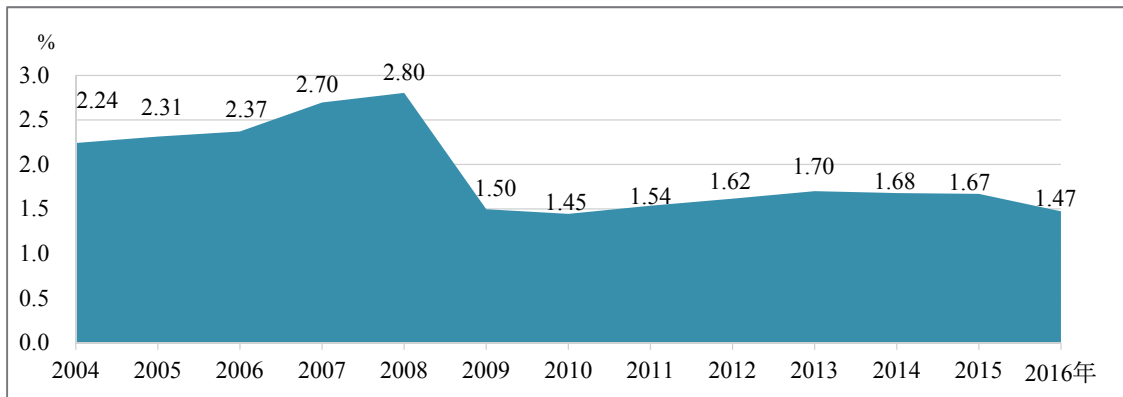
3.籌資管道中不含金融機構投資及政府債券。

資料來源：中央銀行（2017 年 7 月），《直接金融與間接金融存量分析》。

（二）2016 年企業貸款成本持續下降

2016 年全球經濟成長不如預期，國內景氣復甦力道尚緩，中央銀行維持寬鬆貨幣政策，分別於 2016 年 3 月及 7 月 2 次調降政策利率，共 0.25 個百分點。企業貸款成本持續下降，2016 年 5 大銀行新承作放款平均利率為 1.47%，已連續 3 年下降。（圖 3-3-3）

圖 3-3-3 2004 年至 2016 年 5 大銀行新承作放款平均利率



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、合作金庫銀行、第一商業銀行、華南銀行及彰化銀行；而自 11 月起，5 大銀行調整為臺灣銀行、合作金庫銀行、第一商業銀行、華南銀行及土地銀行。

資料來源：中央銀行統計資料庫，2017 年 7 月。

（三）中小企業資金來源趨於單一

多數中小企業受限於本身財務條件或因企業主對融資工具認識不足，加之，難以符合財報要求，故在資本市場發行票券、債券或股票等方式皆鮮少被中小企業採用。迄今間接金融仍是中小企業貸款資金的主要來源。為使資金來源更多元化，臺灣的中小企業主可增加股票市場，或是債券市場等直接金融市場的參與，拓增資金來源的管道。

據中央銀行《中華民國公民營企業資金狀況調查結果報告》顯示，各類企業主要皆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。以金融機構借款的比重來看，相較於 2014 年底，2015 年底大型企業對金融機構借款的比重微幅上升，為 39.02%，中型企業的比重提高至 54.61%，而小型企業的比重則下滑至 53.29%；商業受信部分，2015 年大型企業資金來源為商業受信的比重微幅降低，為 48.04%，中型企業下滑至 43.64%，而小型企業則是上升至 45.91%。（表 3-3-1）

表 3-3-1 2015 年底企業負債結構

單位：新臺幣千元；%

項 目 別	大型企業		中型企業		小型企業	
	金額	比率	金額	比率	金額	比率
負債合計	21,168,869,897	100.00	5,089,075,217	100.00	870,423,138	100.00
1.金融機構借款	8,260,295,206	39.02	2,779,273,330	54.61	463,830,631	53.29
2.政府借款	22,340,358	0.11	547,317	0.01	112,938	0.01
3.企業及個人借款	268,133,286	1.27	64,805,850	1.27	5,381,949	0.62
4.國外借款	159,614,471	0.75	3,886,343	0.08	818,624	0.09
5.附買回交易	-	-	-	-	-	-
6.短期票券	538,871,272	2.55	5,268,663	0.10	18,766	0.00
7.國內公司債	1,112,273,095	5.25	246,562	0.00	2,975	0.00
8.國外有價證券	88,349,825	0.42	-	-	-	-
9.商業受信	10,169,272,873	48.04	2,220,907,234	43.64	399,614,629	45.91
10.各項準備及其他	549,719,510	2.6	14,139,919	0.28	642,626	0.07

附註：1.「-」代表無資料或數值不明，「0」係數值不及半單位。

2.各表細項加總因 4 捨 5 入，或與總數未盡相符。

3.資產總額在 3 億以上者為大型企業，介於 2,500 萬到 3 億之間者為中型企業，未滿 2,500 萬者為小型企業。

資料來源：中央銀行（2017 年 1 月 10 日），《公營企業資金狀況調查結果報告》。

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，以下就中小企業與銀行間資金往來情況進一步分析。

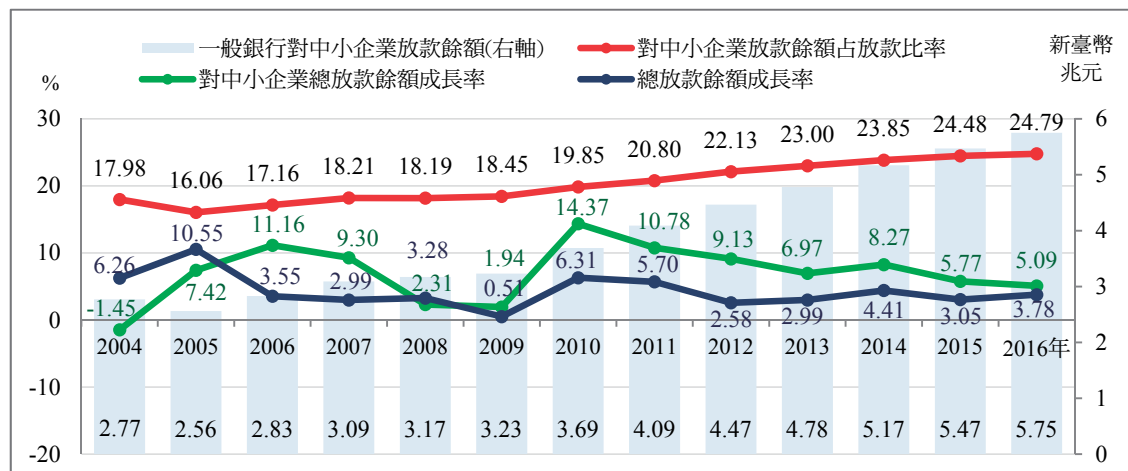
（一）銀行對中小企業放款餘額維持高檔

截至 2016 年 12 月底，一般銀行（含外國銀行在臺分行，但不含海外放款部分）放款總額持續成長創下歷史新高，約新臺幣 5.7 兆元；中小企業放款占總放款額的比率亦持續增加至 24.79%。2016 年對中小企業總放款餘額年成長率，雖略微下滑至 5.09%，但仍高於總放款餘額成長率 3.78%。（圖 3-3-4）

（二）中小企業放款集中度下降

2016 年銀行對中小企業放款總額排行仍以第一商業銀行居首，而合作金庫銀行、華南商業銀行、臺灣中小企業銀行等具公營色彩的銀行仍位居前位。其中，前 8 名公營銀行合計放款市場占有率為 63.22%，而放款總額前 10 大的銀行累計市場占有率為 71.53%；較 2015 年前 8 名公營銀行市占率的 64.46%及前 10 大銀行市占率的 72.45%，均略為減少。（表 3-3-2）

圖 3-3-4 2004 年至 2016 年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百分比比率」推算而得。

資料來源：金融監督管理委員會銀行局，《金融統計輯要》歷年資料。

表 3-3-2 2016 年對中小企業放款餘額前 10 大銀行

單位：新臺幣百萬元；%

銀行別	放款餘額	市場占有率	占該行放款比率
合計	4,112,144	71.53	-
第一商業銀行	647,774	11.27	51.00
合作金庫商業銀行	580,997	10.11	32.70
華南商業銀行	458,621	7.98	33.53
臺灣中小企業銀行	432,831	7.53	44.46
兆豐國際商業銀行	421,410	7.33	36.37
彰化商業銀行	408,330	7.10	34.90
臺灣銀行	344,394	5.99	16.37
臺灣土地銀行	339,905	5.91	20.73
玉山商業銀行	295,034	5.13	30.55
上海商業儲蓄銀行	182,848	3.18	40.41

資料來源：金融監督管理委員會銀行局（2017），《金融業務統計輯要》。

（三）2016 年對中小企業放款占總放款比重前 10 大銀行之平均比重，持續維持近 4 成

2016 年銀行對中小企業放款占該行總放款比重之前 10 大銀行與 2015 年相同，且其平均比重持續維持近 4 成（39.56%）。（表 3-3-3）

就單一銀行而言，仍以第一商業銀行對中小企業放款占該行放款比率最高，為 51%，較 2015 年增加。其次仍是臺灣中小企業銀行、台中商業銀行。而陽信銀行則向上竄升一

個順位，取代了原本的上海商業儲蓄銀行排行第 4。2016 年對中小企業放款比率前 10 大銀行當中，公營銀行與民營銀行持續維持各半。（表 3-3-3）

表 3-3-3 2015 年及 2016 年對中小企業放款比率前 10 大銀行

單位：新臺幣百萬元；%

2015 年			2016 年		
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
第一商業銀行	608,232	49.93	第一商業銀行	647,774	51.00
臺灣中小企業銀行	457,910	48.58	臺灣中小企業銀行	432,831	44.46
台中商業銀行	164,928	43.81	台中商業銀行	177,488	44.05
上海商業儲蓄銀行	172,915	38.96	陽信商業銀行	100,930	40.46
陽信商業銀行	86,183	37.75	上海商業儲蓄銀行	182,848	40.41
華泰商業銀行	29,804	35.12	華泰商業銀行	30,814	37.05
兆豐國際商業銀行	400,830	34.75	兆豐國際商業銀行	421,410	36.37
彰化商業銀行	385,264	34.26	彰化商業銀行	408,330	34.90
華南商業銀行	430,241	33.31	華南商業銀行	458,621	33.53
板信商業銀行	41,253	33.09	板信商業銀行	44,138	33.35

資料來源：金融監督管理委員會銀行局（2017），《金融業務統計輯要》。

（四）2016 年民營銀行持續積極辦理中小企業放款

2016 年對中小企業放款餘額前 10 大民營銀行和 2015 年相同，惟排名有些許變動。前 10 大民營銀行對中小企業放款餘額成長顯著，唯一例外為臺灣新光商業銀行，呈現衰退。總體而言，民營銀行對中小企業放款餘額普遍呈現增加的趨勢，對於中小企業的資金融通有很大的助益。（表 3-3-4）

表 3-3-4 2016 年對中小企業放款餘額前 10 大民營銀行

單位：新臺幣百萬元；%

銀 行 別	2015 年底放款餘額	2016 年底放款餘額	年 增 率
玉山商業銀行	264,032	295,034	11.74
上海商業儲蓄銀行	172,915	182,848	5.74
台中商業銀行	164,928	177,488	7.62
中國信託商業銀行	150,250	166,818	11.03
永豐商業銀行	131,690	143,398	8.89
國泰世華商業銀行	118,841	130,895	10.14
台北富邦銀行	116,737	123,159	5.50
臺灣新光商業銀行	121,469	121,341	-0.11
元大商業銀行	105,114	113,035	7.54
台新國際商業銀行	99,374	107,641	8.32

資料來源：金融監督管理委員會銀行局（2017），《金融業務統計輯要》。

外國銀行透過增加資本或營運資金的方式，適時地提供資金給中小企業，支持國內相關產業的發展。依放款餘額的年增率排行觀察，2016 年增加餘額最高者為日商三菱東京日聯銀行，年增額為新臺幣（以下同）2,961 百萬元，其次為日商瑞穗銀行，年增額為 1,647 百萬元。由於外國銀行對我國中小企業放款的金額並不高，因此每年變化幅度相對較大。（表 3-3-5）

表 3-3-5 2016 年對中小企業放款年增額前 5 大外國銀行

單位：新臺幣百萬元；%

銀 行 別	2016 年底放款餘額	2016 年增加餘額	年 增 率
日商三菱東京日聯銀行	12,312	2,961	31.67
日商瑞穗銀行	6,213	1,647	36.07
法商法國巴黎銀行	285	110	62.86
德商德意志銀行	36	36	-
泰國盤谷銀行	292	24	8.96

附 註：1.外國銀行係指外國銀行在臺分行。

2.德商德意志銀行 2015 年對中小企業放款餘額為 0，故年增率無法計算。

資料來源：金融監督管理委員會銀行局（2017），《統計資料庫動態查詢系統》。

第 4 章 中小企業人力資源

2016 年全球經濟成長速度放緩，全球之經濟成長率為 2.5%，略低於 2015 年的 2.8%。不過臺灣經濟則呈現開低走高的情況，2016 年第 1 季經濟成長率雖為-0.23%，但至第 4 季已轉為 2.79%，全年經濟成長率為 1.48%。2016 年臺灣整體人力資源仍呈現成長的趨勢，根據行政院主計總處統計資料顯示，2016 年全臺勞動力有 1,172 萬 7 千人，較 2015 年增加了 8 萬 9 千人，而勞動參與率為 58.75%，較上年續升 0.1 個百分點，已連續 7 年呈上升趨勢，就業人數為 1,126 萬 7 千人，亦較 2015 年增加約 6 萬 9 千人，平均失業率為 3.92%，較 2015 年上升 0.14 個百分點。

本章共分 3 節呈現中小企業人力資源概況。第 1 節主要探討中小企業的勞動力運用，針對 2016 年就業者與失業者之特性（包括年齡、性別、學歷等），作規模別及產業別觀察，並比較其變化趨勢。另外，也將觀察中小企業在外籍勞工、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，特別在工時與薪資方面進行產業別的觀察；第 3 節則針對中小企業在人力資源方面的培育，由 3 個面向說明：首先統整政府資源在協助中小企業人力培育上的努力，其次針對中小企業參與在職訓練、創業輔導概況與成效進行說明，最後統整 2017 年人力需求概況。

在資料的處理方面，本章原則上以員工人數為標準以定義中小企業，即礦業及土石採取業、製造業、營建工程業員工 200 人以下，其它各產業別以 100 人以下者為中小企業。不過，由於資料上的限制，當無法根據該定義來區分時，將在文中適當處說明。

第 1 節 中小企業勞動力運用

2016 年臺灣總就業人數（包含雇主、自營作業者、受僱者、無酬家屬工作者）為 1,126 萬 7 千人，其中，中小企業的就業人數為 881 萬人，約占全國總就業人數的 78.19%。自 2008 年金融海嘯以來，中小企業的就業人數已連續 7 年呈現持續增加，可見中小企業所提供的就業機會，是全國就業市場上一股穩定的力量。在失業上，2016 年失業率高於 2015 年失業率，而前職為中小企業的失業人數提高，由 26 萬 8 千人增加為約 30 萬人，增幅約為 11.93%，低於前職為大企業的失業人數增幅（14.56%）。中小企業失業者的特性、前職任職於中小企業的轉業者情況、中小企業在外籍勞工的需求與運用、全日工時與部

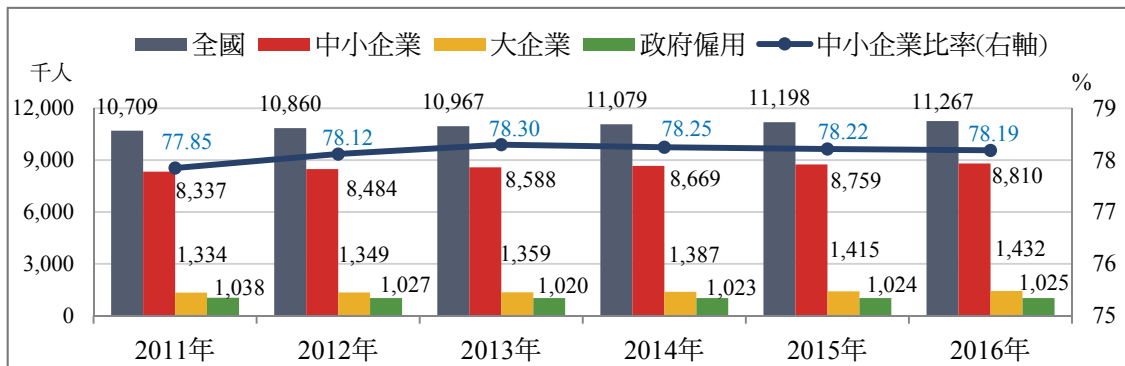
分工時、臨時性或派遣人力的運用等，都顯示中小企業在人力運用上的特性，分述如下。

一、中小企業持續提供就業市場穩定就業機會

2016 年臺灣總就業人數為 1,126 萬 7 千人，其中，中小企業的就業人數為 881 萬人，占全國總就業人數的 78.19%。而大企業的就業人數為 143 萬 2 千人（占 12.71%）；另外政府部門就業人數為 102 萬 5 千人（占 9.10%）。中小企業的就業人數相較於 2015 年，增幅約 0.57%，大企業增幅約 1.20%，政府僱用的增幅約 0.15%。

中小企業所提供的就業機會，向來為全國就業市場上一股穩定的力量。由近幾年來臺灣中小企業之就業人數來看，自 2008 年金融海嘯以來，連續 7 年中小企業的就業人數均呈現每年小幅成長的態勢，其年平均成長率介於 0.95%至 1.78%之間。惟近 3 年中小企業就業人數之占比卻呈現下滑，由 2013 年之占比 78.30%下降至 78.19%。（圖 4-1-1）

圖 4-1-1 2011 年至 2016 年臺灣就業人數

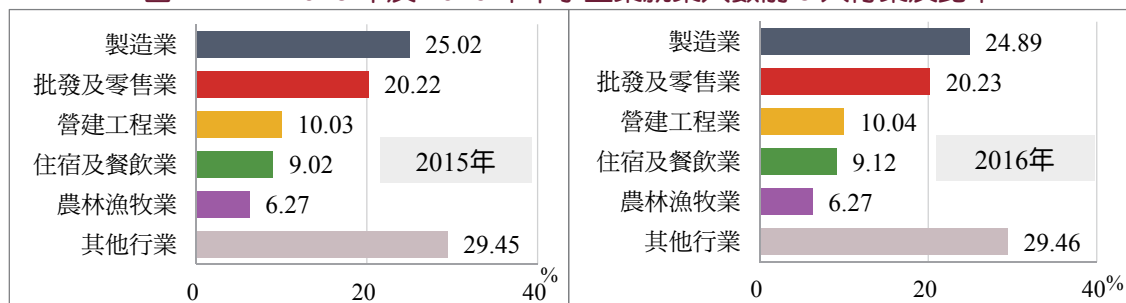


資料來源：整理自行政院主計總處，人力資源調查統計原始資料（推估值），2011-2016 年。

在中小企業就業人數方面，若以行業別區分，2016 年前 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，以及農林漁牧業。就業人數居首的製造業，有 219 萬 3 千人，占中小企業就業人數的 24.89%；其次為批發及零售業，其就業人數為 178 萬 2 千人，占 20.23%；再次為營建工程業，有 88 萬 4 千人，占 10.04%。相較 2015 年，雖然各行業之就業人數皆有增加，但行業別的就業人數占比結構變化不大，惟其中製造業就業人數之占比逐漸下降，而住宿餐飲業之占比則逐漸上升。（圖 4-1-2）

若進一步比較近 4 年來三級產業之就業人數占比，可以發現在中小企業中，工業之就業人數的占比呈現逐年遞減趨勢（2013 年至 2016 年分別為 35.85%、35.79%、35.52% 與 35.40%），而服務業之就業人數的占比則呈現遞增趨勢（2013 年至 2016 年分別為 57.85%、57.94%、58.21%與 58.33%）。（附錄 2 附表 7）

圖 4-1-2 2015 年及 2016 年中小企業就業人數前 5 大行業及比率

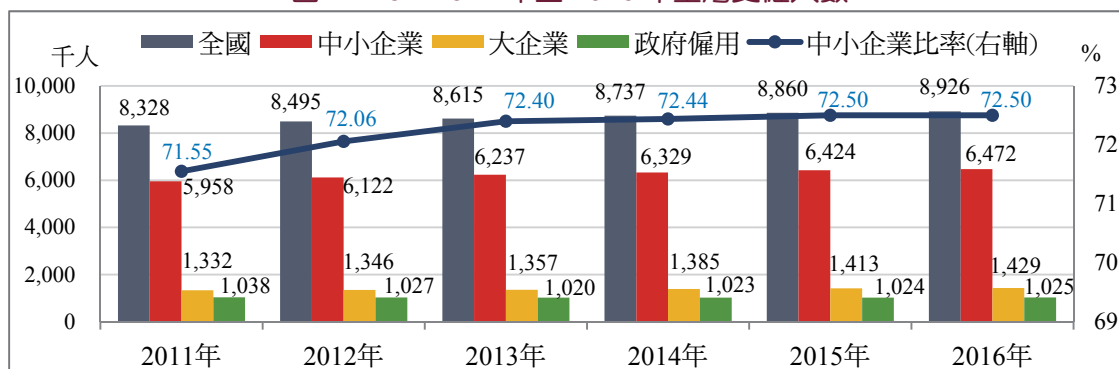


資料來源：整理自行政院主計總處，人力資源調查統計原始資料，2015-2016 年。

二、2016 年中小企業受僱人數占全國 7 成多

2016 年臺灣全年平均受僱（包含受政府僱用者、受私人僱用者）人數為 892 萬 6 千人，其中，中小企業受僱人數為 647 萬 2 千人，占全國受僱人數的 72.50%。相較於 2015 年臺灣全年平均受僱人數，增幅約為 1.41%；其中，中小企業增幅約為 0.75%；大企業增幅約為 1.13%；而政府僱用增幅為 0.15%。自 2009 年金融海嘯以來，中小企業和大企業的受僱人數逐年增加；另外，自 2011 年起，中小企業的受僱人數比重也呈逐年提升的趨勢。（圖 4-1-3）

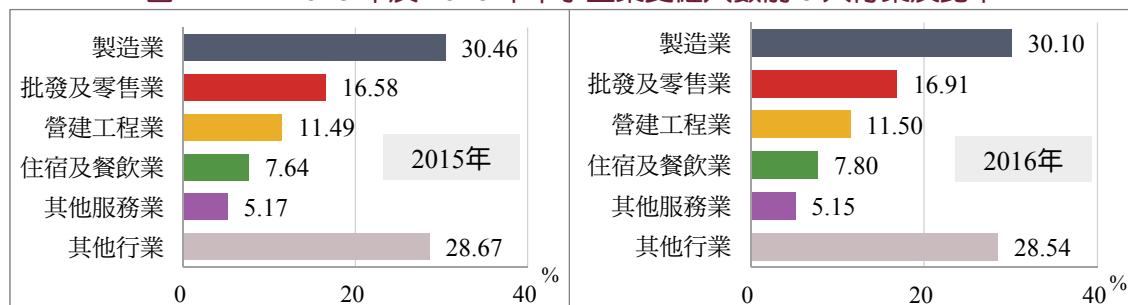
圖 4-1-3 2011 年至 2016 年臺灣受僱人數



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，2011-2016 年。

2016 年中小企業受僱員工人數，若依行業區分，其分布的結構與就業人數類似，前 5 大產業分別為製造業、批發及零售業、營建工程業、住宿及餐飲業和其他服務業。為首的製造業，有 194 萬 8 千人，占 30.10%，其次為批發及零售業，有 109 萬 4 千人，占 16.91%；再次為營建工程業，有 74 萬 4 千人，占 11.50%。與 2015 年相較，中小企業受僱人數，若依行業別分類，其受僱員工結構變化不大，但其中製造業之占比逐年下降，而住宿及餐飲業之占比則逐年上升。（圖 4-1-4）

圖 4-1-4 2015 年及 2016 年中小企業受僱人數前 5 大行業及比率



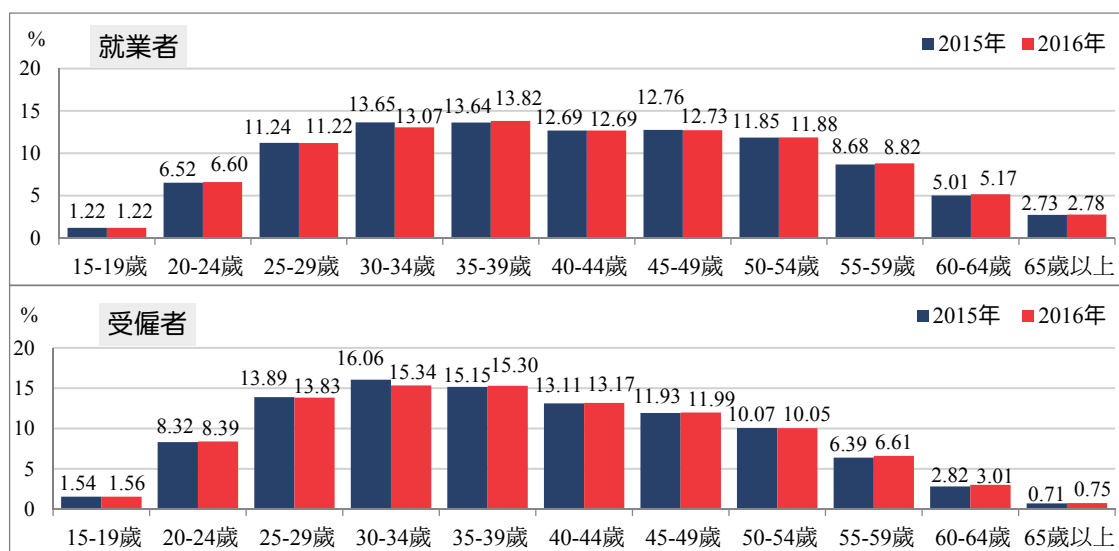
資料來源：整理自行政院主計總處，人力資源調查統計原始資料，2015-2016 年。

若檢視其近 4 年來三級產業之受僱員工占比趨勢，可以發現工業的受僱員工占比逐年下滑（2013 年至 2016 年分別為 43.05%、42.98%、42.48%與 42.14%），而服務業之受僱員工的占比則逐年提高（2013 年至 2016 年分別為 55.59%、55.71%、56.17%與 56.56%）。（附錄 2 附表 7）

三、中小企業的人力結構：呈高齡化與高教育程度化現象

以 2016 年中小企業就業者及受僱者的年齡結構而言，就業者以 35-39 歲的族群人數最多，所占比率為 13.82%，居次的族群為 30~34 歲與 45~49 歲，其占比分別為 13.07%與 12.73%；受僱者以 30~34 歲的族群人數最多，所占比率為 15.34%，居次的族群則是 35~39 歲及 25~29 歲，其占比分別為 15.30%與 13.83%。（圖 4-1-5）

圖 4-1-5 2015 年及 2016 年中小企業就業者及受僱者人數－按年齡結構

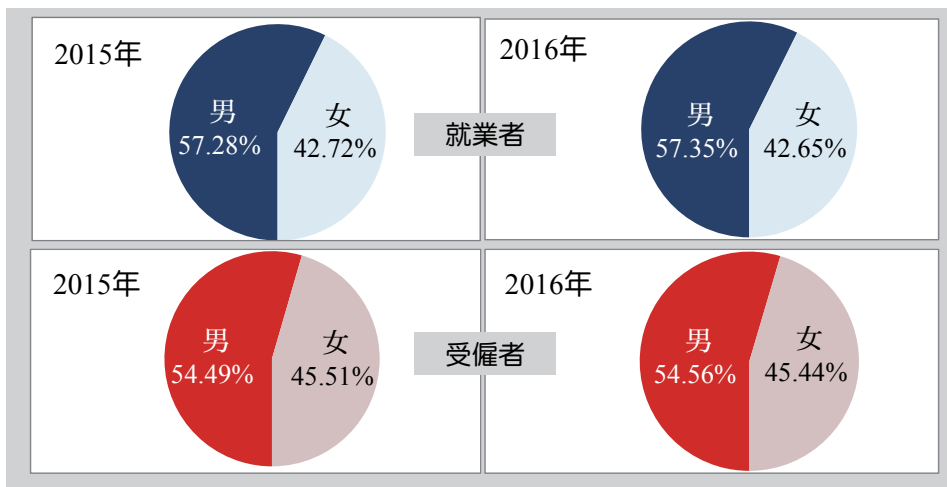


資料來源：行政院主計總處，人力資源調查統計原始資料，2015-2016 年。

若觀察就業人數與受僱人數之年齡結構，可以發現整體而言，不同年齡族群中，就業者與受僱者之人數占比，乃呈現倒 U 型分布，亦即一開始就業者與受僱者人數之占比隨年齡上升而占比愈高，但在達到高峰之後，人數之占比則隨年齡上升而下降。以 2016 年之就業者與受僱者之年齡結構來看，就業者之占比高峰為 35~39 歲，而受僱者之占比高峰為 30~34 歲。另外，由近年來就業者與受僱者之年齡結構來看，又可以發現 45 歲以上之中、高齡就業者與受僱者，其占比正逐年提高，顯示我國人力資源呈現高齡化的趨勢。（圖 4-1-5）

若以性別結構來看，2015 及 2016 年不論就業者或是受僱者，男性比率（2016 年就業者比率：57.35%；受僱者比率：54.56%）均超過半數。由近 3 年（2014、2015 與 2016 年）來看，男性的比率逐年提升，而女性的占比卻逐年下降，似應進一步探索就業市場女性就業的問題。（圖 4-1-6）

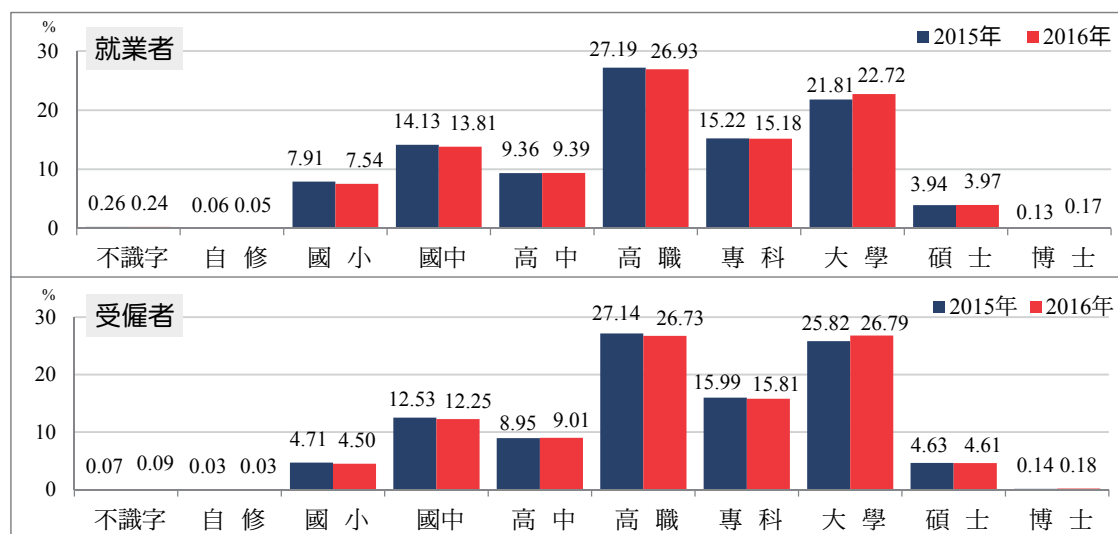
圖 4-1-6 2015 年及 2016 年中小企業就業者及受僱者人數－按性別結構



資料來源：整理自行政院主計總處，人力資源調查統計原始資料，2015-2016 年。

以學歷結構來看，2016 年中小企業之就業者與受僱者中，就業者以高職畢業者所占比重最高，占比為 26.93%，其次為大學的 22.72%，再其次為專科的 15.18%；而受僱者占比最高者為大學的 26.79%，其次為高職的 26.73%，再其次則為專科的 15.81%。以學歷趨勢變化而言，2016 年擁有專科及以下學歷的就業者和受僱者人數比率，除高中學歷者之外，相較於 2015 年皆呈現下降。另外，相對擁有大學及以上學歷的就業者和受僱者比率，則多呈現增加，顯示近年來中小企業之就業者與受僱者的教育程度，均有提高的趨勢，此應與政府的高等教育普及化政策有關。（圖 4-1-7）

圖 4-1-7 2015 年及 2016 年中小企業就業者及受僱者人數－按學歷結構



資料來源：整理自行政院主計總處，人力資源調查統計原始資料，2015-2016 年。

四、中小企業雇主人數減少，相對較年輕，學歷分布較廣

2016 年中小企業雇主(泛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)人數較 2015 年相對減少，2016 年約有 44 萬 3 千人，而大企業則約 2.3 千人。與 2015 年相比，中小企業雇主減少約 6 千人，減幅約為 1.29%。而大企業雇主則增加約 60 人，其增幅為 2.68%。(表 4-1-1)

表 4-1-1 2015 年及 2016 年雇主屬性

單位：千人；%

項目	年別	2015 年		2016 年	
		中小企業	大企業	中小企業	大企業
總人數		448.76	2.24	442.96	2.30
比率		99.50	0.50	99.48	0.52
年 齡		100.00	100.00	100.00	100.00
15-19 歲		0.02	-	0.00	-
20-24 歲		0.26	-	0.37	-
25-29 歲		1.61	-	1.70	-
30-34 歲		5.65	-	5.26	-
35-39 歲		9.52	10.61	9.40	12.01
40-44 歲		13.52	1.97	12.98	3.87
45-49 歲		17.65	1.45	16.95	4.80
50-54 歲		19.43	9.49	19.39	8.54
55-59 歲		16.37	34.95	16.79	37.53
60-64 歲		10.58	16.91	11.33	8.61
65 歲以上		5.38	24.62	5.84	24.64

項目 \ 年別	2015 年		2016 年	
	中小企業	大企業	中小企業	大企業
性 別	100.00	100.00	100.00	100.00
男	80.94	81.61	79.85	82.37
女	19.06	18.39	20.15	17.63
學 歷	100.00	100.00	100.00	100.00
不識字	0.02	-	0.09	-
自修	0.08	-	0.01	-
國小	7.02	-	6.62	-
國（初）中	14.32	-	14.02	1.80
高中	9.96	4.63	9.78	12.52
高職	26.91	4.56	26.24	19.09
專科	19.84	16.90	20.26	12.95
大學	16.68	35.42	17.59	16.96
碩士	4.72	35.22	4.94	32.90
博士	0.44	3.28	0.44	3.78

附 註：「-」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，2015-2016 年。

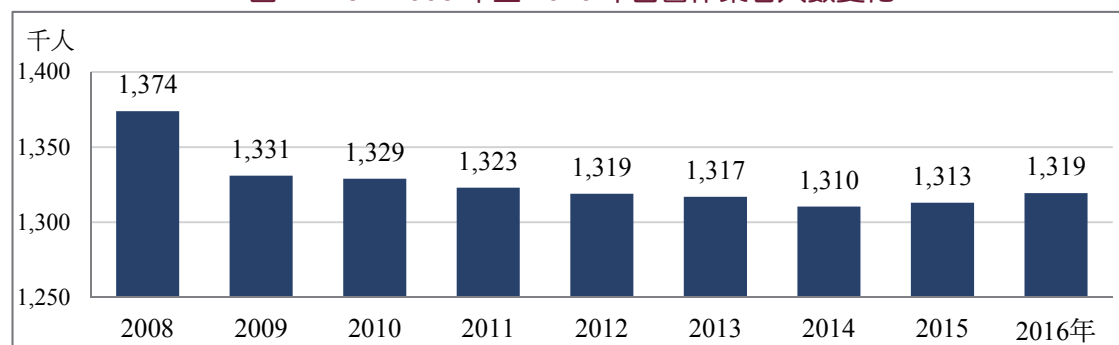
根據 2016 年的資料顯示，中小企業雇主年齡層級通常較大企業雇主來得年輕，且學歷分布也較廣泛。以雇主年齡而言，中小企業的雇主年齡在 60 歲以下者占 82.83%，但大企業的雇主，60 歲以下者約占 66.75%，顯見中小企業雇主相對年輕。另外，中小企業雇主的學歷分布也較廣泛，其中又以高職學歷者之占比較高，約占 26.24%，其次為專科（20.26%），而大學則再次之（17.59%）。大企業雇主的學歷則超過半數以上為大學及以上（53.64%）。（表 4-1-1）

五、自營作業者人數略升，大學以上學歷者比率增

自營作業者除自己或合夥經營事業外，並未以酬金僱用他人工作，因此規模較小，皆屬於中小企業。臺灣自營作業者人數自 1992 年之後呈緩慢下降的趨勢，惟 2015 年自營作業者略升至 131 萬 3 千人，2016 年持續上升至 131 萬 9 千人，較 2015 年增加約 6 千人。（圖 4-1-8）

檢視 2016 年自營作業者的年齡結構分布，以 50~54 歲族群最多（占 17.62%），其次為 55~59 歲族群（占 15.76%），再其次為 45~49 歲（占 14.71%）。相較於 2015 年，2016 年年輕族群（20~39 歲）之自營作業者比率增加。若以學歷分布來看，2016 年自營作業者的學歷以高職（占 25.68%）之占比最高，其次為國（初）中（占 20.91%），再次為國小（占 20.35%）。相較於 2015 年，擁有大學以上（含碩士學歷與博士學歷）的自營作業者比率均略為增加。（表 4-1-2）

圖 4-1-8 2008 年至 2016 年自營作業者人數變化



資料來源：行政院主計總處，人力資源調查統計原始資料，2008-2016 年。

表 4-1-2 2015 年及 2016 年自營作業者屬性

單位：千人；%

項 目	年 別	2015 年	2016 年
總人數		1,313	1,319
年 齡		100.00	100.00
15-19 歲		0.05	0.03
20-24 歲		0.80	0.74
25-29 歲		2.80	2.77
30-34 歲		5.54	5.69
35-39 歲		8.56	8.94
40-44 歲		11.08	10.78
45-49 歲		14.98	14.71
50-54 歲		17.43	17.62
55-59 歲		15.88	15.76
60-64 歲		12.51	12.46
65 歲以上		10.36	10.50
性 別		100.00	100.00
男		74.71	75.16
女		25.29	24.84
學 歷		100.00	100.00
不識字		0.87	0.72
自修		0.15	0.13
國小		21.31	20.35
國（初）中		21.39	20.91
高中		10.51	10.37
高職		25.46	25.68
專科		10.93	11.74
大學		7.91	8.46
碩士		1.42	1.56
博士		0.05	0.07

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，2015-2016 年。

六、2016 年中小企業的失業人數增加，但增加幅度較大企業為小

2016 年臺灣失業人數為 46 萬人，較 2015 年增加約 2 萬人，增加幅度為 4.44%，失業率由 2015 年的 3.78% 提高至 3.92%。若由失業者前職的廠商規模別來看，前職為中小企業的失業人數由 26 萬 8 千，增為 30 萬人，增幅為 11.93%；前職為大企業者的失業人數，則由 3 萬 1 千人，增為 3 萬 6 千人，增幅約為 14.54%；前職為政府僱用的失業人數則由 1 萬 5 千 5 百人，減至 1 萬 4 千 7 百人，減幅為 2.65%；另外，初次尋職者由 10 萬 1 千人，增至 10 萬 9 千人，增幅為 8.25%。（表 4-1-3）

表 4-1-3 2015 年及 2016 年失業者屬性

單位：千人；%

項目	年別	2015 年				2016 年			
		中小企業	大企業	政府僱用	初次尋職者	中小企業	大企業	政府僱用	初次尋職者
總人數		267.88	31.44	15.54	101.00	299.84	36.01	14.71	109.03
比率		60.94	7.15	3.43	28.47	65.24	7.84	3.20	23.72
年 齡		100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
15-19 歲		1.52	0.77	0.15	4.84	1.47	0.44	-	6.08
20-24 歲		12.94	9.07	8.05	52.08	10.35	8.02	10.58	60.13
25-29 歲		19.49	18.82	23.51	28.34	18.56	19.93	21.22	26.30
30-34 歲		17.24	24.95	30.02	8.77	14.80	23.49	19.65	5.19
35-39 歲		15.06	19.68	8.75	3.99	15.46	22.10	8.30	1.87
40-44 歲		9.98	11.57	8.13	1.12	11.80	8.84	9.09	0.33
45-49 歲		10.43	7.84	4.15	0.54	10.54	10.07	11.74	0.10
50-54 歲		7.69	5.00	9.71	0.25	8.59	4.95	6.09	-
55-59 歲		4.34	1.78	4.55	0.07	5.40	2.15	10.06	-
60-64 歲		1.28	0.54	2.63	-	2.87	-	3.25	-
65 歲以上		0.03	-	0.35	-	0.15	0.01	0.03	-
性 別		100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
男		61.17	63.81	38.99	51.59	62.20	59.05	38.03	56.25
女		38.83	36.19	61.01	48.41	37.80	40.95	61.97	43.75
學 歷		100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
不識字		0.04	-	-	-	0.04	-	-	0.05
自修		0.01	-	-	-	0.00	-	0.28	-
國小		3.12	0.45	2.88	0.12	5.52	-	1.43	-
國(初)中		12.58	2.59	5.61	1.21	14.26	5.04	4.26	1.69
高中		10.04	5.51	4.36	4.69	10.14	7.24	3.08	5.55
高職		31.21	20.18	18.03	9.70	28.43	28.51	17.14	11.25
專科		13.91	19.33	10.11	4.67	13.35	16.85	13.03	5.43
大學		26.05	42.91	48.01	65.85	25.08	37.44	47.70	63.50
碩士		2.99	9.03	11.00	13.54	3.11	4.85	12.58	12.31
博士		0.05	0.01	-	0.23	0.06	0.08	0.50	0.22

附 註：表中類別為失業者前職之企業規模。資料來源：同表 4-1-2。

觀察 2016 年失業者之年齡結構，前職公司規模為中小企業及政府僱用者，其失業者最高占比皆落在 25~29 歲族群（占比分別為 18.56%、21.22%），而前職公司規模為大企業者，其失業者最高占比落在 30~34 歲族群（23.49%），而初次尋職者則以 20~24 歲族群的失業者最多（60.13%）。若依性別來看，除前職為政府僱用的女性失業者多於男性，其餘皆為男性失業者多於女性失業者。

依學歷來看，前職在中小企業者，以高職學歷的失業者之占比最高（28.43%），其次為大學學歷者（25.08%），而在大企業、政府僱用及初次尋職者中，則皆以擁有大學學歷失業者比率最高，占比分別為 37.44%、47.70%與 63.50%。尤其是初次尋職的失業者中，超過 6 成之擁有大學學歷者失業，雖較 2015 年略低，但我國目前勞動市場之青年失業，以及高學歷失業問題依然相當嚴重。（表 4-1-3）

至於離開前職的原因，由表 4-1-4 可以發現，2016 年之離職者，不論其前職之公司規模為中小企業或大企業者，其離職原因都以原有工作不滿意者之占比最高，分別為 46.55%與 54.48%，但前職為政府僱用者離開前職的原因，則主要是季節性或臨時工作的結束（占 62.18%）。

表 4-1-4 2015 年及 2016 年離開前職的理由

單位：千人；%

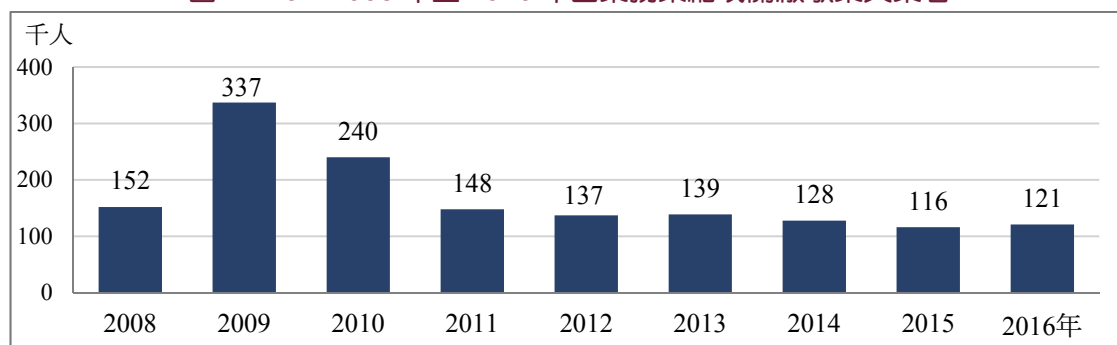
項目	年別	2015 年			2016 年		
		中小企業	大企業	政府僱用	中小企業	大企業	政府僱用
總人數		267.88	31.44	15.54	299.84	36.01	14.71
工作場所業務緊縮或歇業		34.37	27.84	19.10	35.72	34.77	8.44
對原有工作不滿意		50.90	61.38	19.81	46.55	54.48	17.86
健康不良		3.10	1.45	0.21	2.61	3.46	5.86
季節性或臨時工作結束		8.86	4.25	55.63	12.12	3.19	62.18
女性結婚或生育		0.71	1.19	-	0.68	1.36	-
退休		0.09	1.22	3.07	0.17	0.39	2.57
家務太忙		0.61	0.97	0.17	0.83	1.07	-
其他		1.36	1.70	2.01	1.33	1.27	3.10

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，2015-2016 年。

由圖 4-1-9 可知，因工作場所業務緊縮或歇業而失業的人數，於金融海嘯後的 2009 年達到高點後，便呈現逐年下滑的趨勢。除 2013 年略為增加至 13 萬 9 千人外，至 2015 年已下降至 11 萬 6 千人，但 2016 年卻又略上升至 12 萬 1 千人。

圖 4-1-9 2008 年至 2016 年因業務緊縮或關廠歇業失業者



資料來源：行政院主計總處，人力資源調查統計原始資料，2008-2016 年。

七、企業對於外籍勞工的需求，中小企業占約 6 成

近年來，國內製造業及營建工程業外籍勞工人數持續攀升，至 2016 年，有效核准人數已達 49 萬 1,987 人，較 2015 年增加 7 萬 2,985 人；在臺外籍勞工人數為 37 萬 6,605 人，也比 2015 年增加 2 萬 2,919 人。以運用外籍勞工的企業規模別來看，2016 年不論大企業或中小企業，外籍勞工的核准人數及在臺人數均增加。

其中，2016 年有效核准人數中，中小企業與大企業增加的人數，分別為 3 萬 6,002 人與 3 萬 6,983 人，大企業的外籍勞工核准人數之增幅(20.96%)大於中小企業(14.84%)；若以在臺人數計，中小企業與大企業分別增加 1 萬 4,431 人與 8,488 人，前者的增幅(7.19%)則高於後者(5.55%)。(表 4-1-5)

表 4-1-5 2012 年至 2016 年企業引進外籍勞工人數－按規模別

單位：人；%

規模別 年別	有效核准人數			在臺人數		
	總計	中小企業	大企業	總計	中小企業	大企業
2012	260,308	157,221(60.40)	103,087(39.60)	233,572	139,176(59.59)	94,396(40.41)
2013	307,278	184,008(59.88)	123,270(40.12)	269,131	159,334(59.20)	109,797(40.80)
2014	354,448	208,765(58.90)	145,683(41.10)	321,269	187,159(58.26)	134,110(41.74)
2015	419,002	242,546(57.89)	176,456(42.11)	353,686	200,714(56.75)	152,972(43.25)
2016	491,987	278,548(56.79)	213,439(43.21)	376,605	215,145(57.13)	161,460(42.87)

附註：1.僅包含製造業與營建工程業所引進的外籍勞工人數。

2.以員工人數 200 人以下定義為中小企業；括號內數據為分配比率。

資料來源：本表由勞動部勞動力發展署提供。

八、中小企業僱用部分工時者略減，臨時性人力續增

2016 年中小企業對部分工時人力的需求，大於大企業及政府機關。根據 2016 年《臺灣地區人力運用調查》資料，關於部分工時的人力僱用，2016 年中小企業達 36 萬 4 千人，但較 2015 年減少約 2 千人，大企業僱用部分工時人力，增加約 5 千人，而政府機關對於部分工時人力的僱用則增加約 3 千人。至於全日工作人力的僱用，2016 年中小企業較 2015 年增加 3 萬 9 千人，大企業增加 2 萬 4 千人，政府機關則減少約 2 千人。（表 4-1-6）

表 4-1-6 2015 年及 2016 年就業者部分工時勞工運用概況

單位：千人

行業別	年別 項目	2015 年						2016 年					
		中小企業		大企業		政府機關		中小企業		大企業		政府機關	
		全日 工作	部分 工時	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		8,420	366	1,344	24	1,011	14	8,459	364	1,368	29	1,009	17
農林漁牧業		536	11	1	-	4	-	544	11	1	0	2	-
礦業及土石採取業		3	-	-	-	1	-	3	0	0	0	1	-
製造業		2,189	46	762	3	21	-	2,167	50	790	1	15	-
電力及燃氣供應業		4	-	4	-	22	-	2	0	5	0	23	-
用水供應及污染整治業		35	1	1	-	46	-	38	0	1	0	42	-
營建工程業		844	31	8	-	8	-	857	30	8	0	4	-
批發及零售業		1,684	84	52	12	6	1	1,690	76	65	7	7	1
運輸及倉儲業		313	6	66	0	52	-	319	7	63	2	50	-
住宿及餐飲業		708	81	21	-	-	-	714	85	24	1	0	-
出版、影音製作、傳播及資訊服務業		168	5	71	1	-	-	182	6	55	0	2	-
金融及保險業		315	8	81	2	15	-	321	3	78	3	17	-
不動產業		94	-	4	-	2	-	94	0	2	0	3	-
專業、科學及技術服務業		287	6	39	-	28	-	291	10	42	1	21	-
支援服務業		242	16	22	-	-	-	244	18	22	2	0	-
公共行政及國防；強制性社會安全		0	-	-	-	374	0	2	0	0	0	372	1
教育業		203	31	57	5	342	13	203	28	55	12	344	14
醫療保健及社會工作服務業		202	11	147	1	75	-	195	12	147	0	89	2
藝術、娛樂及休閒服務業		76	7	4	-	11	0	79	5	4	1	14	0
其他服務業		516	22	3	-	3	-	514	23	6	0	3	0

附註：「0」表示資料不足一單位；「-」表示無資料。

資料來源：整理自行政院主計總處，人力運用調查統計原始資料，2015-2016 年。

比較 2016 年之全日與部分工時人力，中小企業對於部分工時人力的僱用約占全體人力之 4.13%，較 2015 年下降約 0.05 個百分點。而大企業與政府機關部分工時的比率分別為 2.11%與 1.69%。以行業別看，我國中小企業中以住宿及餐飲業、批發及零售業僱用最多的部分工時人力。若以中小企業部分工時人力，相對於全日工時人力僱用比率高低

來看，以教育業最高（12.19%），其次為住宿及餐飲業（10.66%），再次者為支援服務業（6.75%）。（表 4-1-6）

2016 年中小企業僱用臨時性或派遣人力共 54 萬 1 百人，較 2015 年增約 1 萬 4 千 5 百人，增幅約 2.77%。其中，以營建工程業僱用最多臨時性及派遣人力，共有 18 萬 7 百人，較 2015 年增加 1 萬 4 千 1 百人。相較 2015 年，各產業部門中，以住宿及餐飲業增加最多臨時性及派遣人力，增加約 2 萬 4 百人，其次為營建工程業，增加約 1 萬 4 千 1 百人，再其次為批發及零售業，增加約 3 千 2 百人。另外，大企業與政府機關使用臨時性或派遣人力則較 2015 年減少，減少人數分別為 4 千 6 百人與 1 千 1 百人，減幅分別為 13.23%與 2.10%。（表 4-1-7）

表 4-1-7 2015 年及 2016 年臨時性或派遣人力使用狀況

單位：百人；%

項 目	2015 年			2016 年		
	中小企業	大 企 業	政府機關	中小企業	大 企 業	政府機關
行業別						
整體產業	5,255	344	517	5,401	299	506
占比率	85.92	5.63	8.45	87.03	4.82	8.15
農、林、漁、牧業	310	-	0	264	0	0
礦業及土石採取業	1	-	-	0	0	0
製造業	718	102	4	657	78	3
電力及燃氣供應業	-	-	2	0	0	8
用水供應及污染整治業	9	-	12	9	0	9
營建工程業	1,666	-	3	1,807	0	0
批發及零售業	669	102	13	701	58	9
運輸及倉儲業	100	14	3	68	14	10
住宿及餐飲業	709	24	2	913	17	0
出版、影音製作、傳播及資通訊服務業	69	-	-	58	0	0
金融及保險業	54	5	-	4	0	0
不動產業	11	-	-	4	0	0
專業、科學及技術服務業	39	5	6	57	3	1
支援服務業	431	21	-	412	18	0
公共行政及國防；強制性社會安全	-	-	67	0	0	96
教育業	115	42	370	98	60	353
醫療保健及社會工作服務業	60	24	8	67	41	6
藝術、娛樂及休閒服務業	54	5	21	37	10	11
其他服務業	241	-	5	244	0	0

附 註：「0」表示資料不足一單位；「-」表示無資料。

資料來源：整理自行政院主計總處，人力運用調查統計原始資料，2015-2016 年。

九、2016 年中小企業轉業人數減少，近 9 成續留

2016 年來自中小企業的轉業者總計有 53 萬 3 千人，較 2015 年減少 3 萬 8 千人。其中，高達 88.56% 轉職後仍留在中小企業工作，而前往大企業或政府機關工作者，則僅分別約為 9.01% 與 2.44%。可見 2016 年雖有大量中小企業員工轉職，但大多數就業者仍維持在中小企業之間轉職，至大企業或政府機關較不容易，也顯示中小企業提供轉職者較多的選擇工作的機會。（表 4-1-8）

表 4-1-8 2009 年至 2016 年前職在中小企業就業者的轉業選擇

單位：千人；%

年 別	總 計	留在中小企業		轉往大企業		轉往政府機關	
		人 數	比 率	人 數	比 率	人 數	比 率
2009	518	472	91.14	24	4.69	22	4.17
2010	536	471	87.80	42	7.82	23	4.38
2011	532	461	86.75	48	9.03	22	4.22
2012	507	444	87.60	46	8.98	17	3.42
2013	509	453	88.99	38	7.38	18	3.63
2014	514	460	89.46	43	8.30	11	2.24
2015	571	505	88.45	49	8.52	17	3.02
2016	533	472	88.56	48	9.01	13	2.44

附 註：礦業及土石採取業、製造業、營建工程業員工人數 200 人以下；其他業別員工人數在 100 人以下，屬中小企業。

資料來源：行政院主計總處，2009-2016 年《臺灣地區人力運用調查報告》。

第 2 節 中小企業勞動條件

由上節得知，中小企業對勞動市場的貢獻，除了提供近 8 成的就業機會外，更是穩定就業市場的重要力量。另外，雖然中小企業相對於大企業受僱員工的流動性較高，但前職於中小企業的轉業者中，將近 9 成仍留在中小企業工作，中小企業的勞動條件雖然不能與大企業相比，但有其特性。本節僅針對工時、薪資這兩項勞動條件進行產業別觀察。

一、2016 年中小企業以電力及燃氣供應業每週工時最長

2016 年中小企業之每週工時以電力及燃氣供應業最長，達 46.76 小時，有職工作者僅 2 千人（僅占中小企業有職就業人數的 0.02%）。其次為其他服務業的 45.14 小時，人數約 53 萬 5 千人（人數比率 6.09%），再次為不動產業 45.12 小時，約 9 萬 4 千人（人數比率 1.07%）。工時最短的為教育業的 38.56 小時，約 23 萬 1 千人（人數比率 2.62%）。（表 4-2-1）

表 4-2-1 2016 年就業者中有職工作者行業別人數及主要工作每週工時－按規模別

單位：千人；小時/週

項 目 行 業 別	有 職 工 作 者 人 數			每 週 工 時		
	中小企業	大 企 業	政府機關	中小企業	大 企 業	政府機關
農、林、漁、牧業	552.43	1.12	2.48	40.56	46.00	39.82
礦業及土石採取業	3.11	-	0.62	44.69	-	40.00
製造業	2,208.13	787.98	14.88	42.20	43.16	40.38
電力及燃氣供應業	2.07	4.81	22.72	46.76	40.25	41.02
用水供應及污染整治業	38.41	1.03	41.24	42.31	42.55	41.29
營建工程業	881.43	7.73	3.93	40.75	43.19	40.19
批發及零售業	1,762.70	72.29	7.88	44.30	41.87	41.71
運輸及倉儲業	323.91	64.91	49.76	45.10	43.43	41.85
住宿及餐飲業	798.75	24.70	0.20	44.74	44.57	60.00
出版、影音製作、傳播及資通訊服務業	187.80	54.72	2.15	41.85	43.47	40.00
金融及保險業	322.31	81.46	16.80	41.84	41.78	41.40
不動產業	94.29	1.91	2.56	45.12	46.04	41.80
專業、科學及技術服務業	298.73	42.15	21.31	41.56	42.26	40.64
支援服務業	260.33	24.05	-	44.73	45.48	-
公共行政及國防；強制性社會安全	2.13	-	368.32	44.77	-	42.91
教育業	230.71	66.48	356.25	38.56	35.93	39.30
醫療保健及社會工作服務業	205.34	144.51	90.43	42.42	44.10	42.81
藝術、娛樂及休閒服務業	84.07	4.94	14.20	43.59	41.10	39.93
其他服務業	535.11	6.25	3.32	45.14	45.79	40.90

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. 「-」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，2016 年。

就有職工作者人數來看，中小企業中最多者為製造業，約 220 萬 8 千人（人數比率 25.12%），每週工時為 42.20 小時。人數次之的批發及零售業，約 176 萬 3 千人（人數比率 20.05%），每週工時為 44.30 小時。相對於 2015 年，2016 年大多數行業，除「電力及燃氣供應業」與「公共行政及國防；強制性社會安全」之外，平均每週工時下降，其中又以住宿及餐飲業（人數比率 9.09%）之每週工時下降幅度最高，約下降 1.95 小時。（表 4-2-1）

二、中小企業以金融及保險業員工月收入最高

2016 年中小企業中，薪資最高的行業為金融及保險業，員工平均主要工作月收入約 4 萬 7 千元（就業人數約占中小企業有酬就業人數的 3.91%）。其次為專業科學及技術服務業，員工平均主要工作月收入約為 4 萬 6 千多元（人數比率 3.49%），再次為電力及燃氣供應業，月收入約為 4 萬 5 千多元（人數比率 0.04%）。收入最低者為農林漁牧業

者，月收入約為 2 萬 5 千多元（人數比率 5.16%）。（表 4-2-2）

表 4-2-2 2016 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；千元/月

項 目 行 業 別	有 酬 就 業 人 數			各行業平均主要工作收入			
	中 小 企 業	大企業	政 府 機 關	整 體 計	中 小 企 業	大企業	政 府 機 關
農、林、漁、牧業	425.53	1.12	2.48	25.44	25.36	30.54	35.84
礦業及土石採取業	3.11	-	0.62	39.17	37.71	-	46.43
製造業	2,141.86	791.05	14.88	37.73	36.39	41.14	48.20
電力及燃氣供應業	2.07	4.81	22.83	56.09	45.87	53.78	57.50
用水供應及污染整治業	37.51	1.03	41.73	37.29	36.87	31.74	37.81
營建工程業	861.27	7.73	3.93	38.84	38.78	39.80	50.25
批發及零售業	1,596.09	72.29	7.88	35.85	35.73	38.57	36.59
運輸及倉儲業	321.63	64.91	49.86	41.35	39.10	48.44	46.65
住宿及餐飲業	701.30	24.70	0.20	31.03	30.75	38.55	65.50
出版、影音製作、傳播及資訊服務業	187.28	54.72	2.15	46.14	43.82	54.23	42.92
金融及保險業	322.85	81.46	16.80	49.30	46.67	57.18	61.61
不動產業	93.41	1.91	2.56	38.92	38.54	62.18	35.19
專業、科學及技術服務業	287.73	42.66	21.31	49.52	46.21	63.73	65.91
支援服務業	254.67	24.05	-	30.22	30.20	30.42	-
公共行政及國防；強制性社會安全	2.13	-	372.28	48.07	41.77	-	48.10
教育業	225.56	67.48	358.14	45.19	32.98	50.54	51.87
醫療保健及社會工作服務業	201.11	146.70	90.96	45.80	39.56	40.87	67.54
藝術、娛樂及休閒服務業	78.57	4.94	14.20	34.09	32.41	39.38	41.55
其他服務業	504.47	6.25	3.32	32.24	32.15	35.95	39.67

附 註：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；「-」表示無資料。

資料來源：整理自行政院主計總處，人力運用調查統計原始資料，2016 年。

中小企業有酬就業人數比率最高的製造業（比率 25.97%），2016 年之平均主要工作每月收入為 3 萬 6 千多元；人數占比次之的批發零售業（19.35%），每月收入約 3 萬 5 千多元。（表 4-2-2）

與 2015 年相比，2016 年中小企業員工平均主要工作每月收入，除不動產業、醫療保健及社會工作服務業、藝術娛樂及休閒服務業為減少之外，其餘行業之平均主要工作月收入均增加。收入降幅最高者為不動產業，月收入減少約 1.60 千元；其次為醫療保健及社會工作服務業，減少約 0.81 千元。而 2016 年月收入呈現增加的行業中，以電力及燃氣供應業收入增加的幅度最高，增加幅度約 1 萬元，其次為礦業及土石採取業，增加 3.2 千元。（表 4-2-2）

整體而言，2016 年中小企業之勞動條件已呈現明顯改善，除工時減少之外，平均主要工作月收入也均有增加，惟增加的幅度仍不多。

第 3 節 中小企業人力發展

在全球化時代裡，中小企業想要贏得先機，唯有競逐人才、擁有人才及培育人才，才能面對更嚴苛的全球競爭之挑戰。除了經濟部中小企業處為中小企業量身訂做中小企業經營管理、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。另外，中小企業參與職業訓練的概況也將於下文進一步說明。

一、政府相關單位有關中小企業人力發展的輔助措施

（一）中小企業經營管理、創業育成人才培育－經濟部中小企業處

經濟部中小企業處推動各項人才培育相關計畫，依據中小企業不同需求，規劃創業知能養成計畫、中小企業經營領袖暨傳承培訓計畫、建置中小企業網路大學校，以及推動中小企業終身學習護照等。歷經長期努力，已成為提供中小企業培養前瞻能力，以及強化專業涵養的重要自我學習成長管道。

（二）製造業人才培訓計畫－經濟部工業局

為充裕產業升級轉型所需人才，建構專業人才培訓環境，經濟部工業局持續辦理產業專業人才發展計畫，以補足產業所需專業人才缺口，辦理範疇涵蓋重點產業人才需求調查、針對產業人才發展需求，辦理短期在職班及中長期養成班訓練、建置職能基準與能力鑑定，及產學合作培育人才。

2017 年工業局共有 22 項計畫辦理培訓課程，培訓產業領域涵蓋：智慧電子、機械、資訊應用、食品、紡織、智慧內容、智慧手持、醫療器材、藥品製造、能源技術、印刷等重點產業。有關工業局產業專業人才發展計畫開課資訊，詳參工業技術人才培訓全球資訊網，網址：<https://idbtrain.stpi.narl.org.tw/classinfo.htm>。

另外，為配合數位經濟及 5 加 2 重點產業發展，經濟部工業局與教育部、科技部、交通部、衛福部等進行跨部會合作，共同推動跨域數位人才培育。結合全國 150 所大學校院，超過 30 家法人研究單位，預計至 2020 年累計培育 1,850 位跨域數位人才，媒合 370 家企業；培訓資安人才達 2,300 人。

跨域數位人才培育包括開辦 220 門課程，修課學生 10,000 人次，引進 200 名業界師

資與企業資源，提供 710 名全職實習職缺，結合人才能力鑑定制度，充裕產業升級轉型人才，導入核心關鍵技術（如商務、巨量資料及雲端運算），培訓產業創新應用人才。

（三）研發及科技管理人才培育－經濟部技術處

經濟部技術處培訓跨領域科技管理國際人才，透過國內先修課程、國際研討會、國外研修團及業師指導實務操作、異地學習實地體驗之模式，協助學員應用所學，為企業導入創新管理制度激發創新能量。

（四）國際企業經營人才培育－經濟部國際貿易局

為因應業界對外貿實務人才的需求，經濟部國際貿易局委託外貿協會國際企業人才培訓中心，將培訓工作分為「專業訓練」及「在職訓練」兩大類，前者招收有志從事外貿事業青年，培養兼具良好外語能力及國貿實務的經貿專才；後者則以提昇業者貿易行銷經營能力為主。另外，也委託外貿協會執行「會展人才培育與認證計畫」，培育會展專業人才。此外，透過「補助國內公私立大學校院選送學生赴新興市場企業實習計畫」，培訓學生瞭解東南亞等新興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，以期成為我國拓展國際市場之貿易尖兵。

（五）服務業人才培育－經濟部商業司

經濟部商業司針對服務業，推動相關人才培育計畫，如連鎖事業，為強化連鎖產業體質，辦理連鎖加盟企業管理人才培訓內訓課程，精進企業人才培育機制，提升服務業人才素質，2016 年計有 242 人參與。2017 年將依業者需求，提供經營管理、標準作業流程、服務品質、人才培訓等選項，由業者擇一項目深入輔導，以協助業者精進內部營運管理、強化外部服務品質。

（六）產學合作培育人才－教育部

自 2011 年春季班起教育部主辦「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產業碩士專班，增補企業所需之碩士級人才，2017 年春季班核定 17 班，秋季班核定 15 班，合計共 32 班，開辦領域涵蓋機電整合、節能技術、金屬加工、光電、綠色產業、金融、房地產、文化創意、服務領域及其他領域等。

除此之外，為鼓勵科技大學及技術學院建立機制，針對業界具體人力之需求，以就業銜接為導向，契合辦理相應之產學專班學程，培育具有實作力及就業力之優質專業人才為業界所用，推動「產業學院計畫」；培育符合產業需求之技術人才，型塑兼顧學生「就學」與「就業」為基礎之教育模式，辦理「產學攜手合作計畫」。

（七）人力資源提升與創業研習－勞動部

勞動部勞動力發展署及各分署推行「產業人才投資方案」，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。

另外，勞動部勞動力發展署推動「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、個別化的輔導諮詢服務，並協助執行訓練課程。另外，亦舉辦創業研習課程，給意欲創業者適時的協助。

二、中小企業參與職業訓練概況

勞動部勞動力發展署為協助事業單位辦理在職員工進修訓練，擴展訓練效益，持續提升人力素質，累積國家人力資本，提升競爭力，並落實就業保險之職業訓練及訓練經費管理運用辦法之規定。推動的「協助企業人力資源提升計畫」，2016 年總計補助 2,651 家辦理個別型訓練計畫（個別企業或團體依其經營發展需要辦理）與 134 件聯合型計畫（協助企業人力資源提升聯合型計畫），較 2015 年略為下降。事實上，自 2013 年訓練人次達到最高點後，近年來不論個別型或聯合型計畫，訓練人次均呈現下降的趨勢，應就其趨勢與成效進行瞭解，探討其減少的原因，以期達成此計畫之原始目的。（表 4-3-1）

表 4-3-1 2012 年至 2016 年勞動部協助事業單位辦訓情形

單位：家次；班次；案次；人次

年 別 \ 項 目	個 別 型 計 畫			聯 合 型 計 畫			
	補助家數	訓練班數	訓練人次	補助案數	參訓家數	訓練班數	訓練人次
2012	1,204	27,269	600,480	127	463	1,730	58,624
2013	1,687	33,554	757,812	174	863	1,840	93,266
2014	2,802	45,151	753,720	242	966	2,766	91,412
2015	2,659	42,785	676,869	199	700	2,533	65,459
2016	2,651	37,964	605,293	134	555	1,679	54,599

資料來源：本表由勞動部勞動力發展署提供。

三、政府積極促進創業

如表 4-3-2 所示，勞動部 2016 年辦理的創業入門班，總計 2,767 人次參加，與進階班的 2,309 人次、精進班的 1,036 人次合計，共 6,112 人次參與，人次下降係因修正〈微型創業鳳凰貸款要點〉，民眾參與創業相關數位課程證明，亦可作為申貸文件，減少上課時間與空間的限制，亦增加了服務的可及性。

表 4-3-2 2012 年至 2016 年勞動部辦理創業研習情形

單位：人次

年 別	入 門 班	進 階 班	精 進 班	合 計
2012	7,700	4,252	1,232	13,184
2013	7,512	4,516	1,235	13,263
2014	7,476	3,924	1,390	12,790
2015	7,107	4,786	1,526	13,419
2016	2,767	2,309	1,036	6,112
合 計	32,562	19,787	6,419	58,768

資料來源：本表由勞動部勞動力發展署提供。

另外，由表 4-3-3 得知，2016 年勞動部所提供的創業諮詢輔導服務，共計 2,583 人次，協助完成創業 1,699 人，總計創造 4,097 個就業機會，雖然諮詢輔導人次因配合創業研習課程減少而降低，但協助完成創業人數卻相對較高，顯示其輔導具有成效，所創造的就業機會亦有提升。自 2012 年至 2016 年，累計創造近 2 萬個就業機會。

表 4-3-3 2012 年至 2016 年勞動部提供創業協助成果

單位：人次

年 別	諮詢輔導人次	協助完成創業人數	創造就業機會 (含 本 人)
2012	4,689	2,008	5,176
2013	4,087	1,671	4,156
2014	3,944	1,321	3,366
2015	4,432	1,228	3,114
2016	2,583	1,699	4,097
合 計	19,735	7,927	19,909

資料來源：本表由勞動部勞動力發展署提供。

四、人力需求增加

為瞭解短期就業市場人力需求情況，勞動部針對員工規模 30 人以上的事業單位，於 2017 年 4 月 24 日至 5 月 12 日進行「2017 年第 2 次人力需求調查」，總計回收有效樣本 3,049 家，調查統計結果摘述如下：

事業單位預計 2017 年 7 月底較 1 月底之人力需求，有 24.90% 將增加人力僱用、64.91% 需求不變、5.86% 無法預估、4.33% 減少僱用；在僱用人數方面，2017 年 7 月底預計增加僱用 47.9 千人、減少僱用 7.6 千人，計淨增加 40.2 千人（表 4-3-4）。主因係國內景氣回穩，半導體、車用電子、物聯網及人工智慧需求活絡，雖面臨川普政府政策走向、中國大陸在地供應鍊與一帶一路等變數，但隨全球景氣復甦步調趨穩，且為提升勞動條件之需，廠商增僱員工意願持續增加。

表 4-3-4 事業單位預計 2017 年 7 月底較 4 月底僱用人力增減情形

單位：人

項目 行業別	淨 增 減 人數總計	按需求人數統計		前 4 大職類淨增減數			
		增 加 僱 用	減 少 僱 用	技藝、機械 設備操作及 組裝人員	服務及 銷售 工作人員	技術員及 助 理 專業人員	專 業 人 員
總 計	40,219	47,850	7,631	11,562	10,721	8,237	3,550
製造業	16,139	18,761	2,622	9,642	40	2,611	1,113
污染整治業	69	126	57	71	-	-	-
營造業	393	1,001	608	35	-	380	28
批發及零售業	5,572	6,385	813	606	2,742	1,024	458
運輸及倉儲業	1,139	1,801	662	416	-4	257	4
住宿及餐飲業	5,815	6,363	548	75	4,903	20	42
資訊及通訊傳播業	1,546	1,783	237	18	209	732	322
金融及保險業	1,154	1,239	85	-	40	695	257
不動產業	1,249	1,448	199	-180	-	1,355	13
專業、科學及技術服務業	904	1,132	228	-	-	609	145
支援服務業	2,330	3,707	1,377	672	1,124	243	2
醫療保健及社會工作服務業	1,654	1,743	89	11	303	112	1,139
藝術、娛樂及休閒服務業	1,847	1,917	70	110	1,315	154	27
其他服務業	408	444	36	86	49	45	-

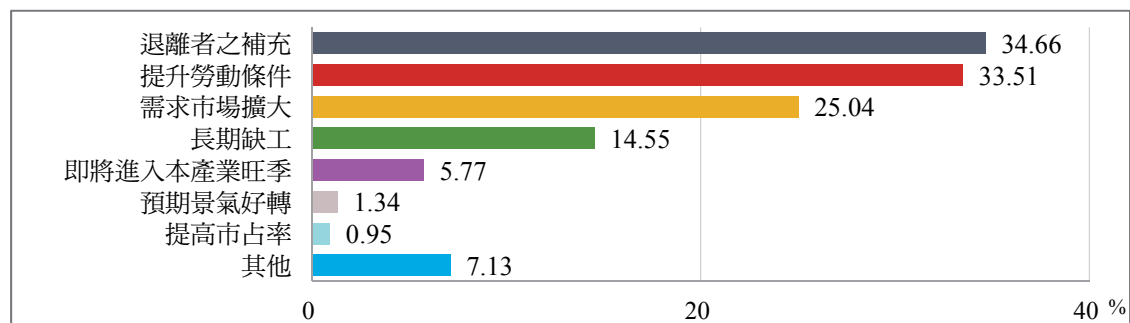
資料來源：勞動部（2017），《2017 年第 2 次人力需求調查》。

與 2017 年 4 月底相比，7 月底工業部門預計淨增加 16.6 千人、服務業部門淨增加 23.6 千人。各行業中以製造業淨增加 16.1 千人較為明顯，住宿及餐飲業淨增 5.8 千人次之、再次為批發及零售業淨增 5.6 千人。（表 4-3-4）

從職業別觀察，與 2017 年 4 月底相比，7 月底各職類中以技藝、機械設備操作及組裝人員淨增加 11.6 千人最多，服務及銷售工作人員淨增加 10.7 千人次之，再次為技術員及助理專業人員 8.2 千人。（表 4-3-4）

事業單位預計 2017 年 7 月底較 4 月底增加人力需求的原因，有 34.66% 係因「退離者補充」居冠，其次為「提升勞動條件」占 33.51%，第 3 為「需求市場擴大（含設備或部門擴充）」占 25.04%。（圖 4-3-1）

圖 4-3-1 事業單位預計 2017 年 7 月底較 4 月底增加人力之原因（複選）



附註：1. 「提高市占率」即業務量提升。

2. 「其他」含預期或已接到急單。

資料來源：整理自勞動部（2017），《2017 年第 2 次人力需求調查》。

第 5 章 因應經濟環境變化之對策

2017 年全球經濟成長預測值約為 3.0%，高於 2016 年的 2.5%，並為 2012 年以來之新高，顯示全球經濟逐漸好轉增溫。行政院主計總處於 2017 年 8 月發布之 2016 年臺灣經濟成長初估值為 1.48%，對 2017 年臺灣之經濟成長率預測值為 2.11%；國內需求持續扮演支撐經濟成長之主力。因此一來，再透過政府適度的政策推動，包括「新南向政策」、「數位國家・創新經濟發展方案」、「5+2 產業創新計畫」，以及「前瞻基礎建設計畫」等，相信可有效促進國內景氣的復甦並開拓新的貿易機會。中小企業在國際環境環境改善，國內制度革新調整之際，應適時掌握政府推動的經濟促進措施，透過創新與新商機的開發，加強擺脫經濟困境的力道。

本章就此課題進行探討，第 1 節先介紹政府因應經濟環境變化之政府策略與作法；第 2 節再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

政府積極推動各項能夠兼顧內外變化因素的經濟政策，以回應產業界乃至於一般國民之期待，重要政策包括：「新南向政策」、「數位國家・創新經濟發展方案」、「5+2 產業創新計畫」，以及「前瞻基礎建設計畫」等。臺灣中小企業可配合政府當前重大推動政策，如透過「新南向政策」為企業尋找新的市場與商機、藉由「數位國家・創新經濟發展方案」，既有或新創企業可藉由數位技術與國家數位環境的建構，發展新的经营模式與新業態；「5+2 產業創新計畫」所執行的「亞洲・矽谷推動方案」，可促進新創企業開發新技術，並與大企業結合開拓新事業，而「前瞻基礎建設計畫」的產業關聯效果，也可為中小企業帶來經營動能與收益的創造。

一、新南向政策

為重新定位臺灣在亞洲發展的重要角色，並為臺灣新階段的經濟發展尋求新方向和動能，創造未來價值，行政院於 2016 年底核定《新南向政策工作計畫》，將東協、南亞及紐澳等 18 個國家，列為重點發展區域，積極擴增對東南亞國家及印度出口，減少對單一市場的過度依賴與風險，促進區域發展交流及合作，提升國家經濟產業格局及多元性。

（一）願景目標

1. **總體及長程目標：**（1）促進臺灣和東協、南亞及紐澳等國家的經貿、科技、文化等各層面的連結，共享資源、人才與市場，創造互利共贏的新合作模式，進而建立「經濟共同體意識」；（2）建立廣泛的協商和對話機制，形塑和東協、南亞及紐澳等國家的合作共識，並有效解決相關問題和分歧，逐步累積互信及共同體意識。
2. **短中程目標：**（1）結合國家意志、政策誘因及企業商機，促進並擴大貿易、投資、觀光、文化及人才等雙向交流；（2）配合經濟發展新模式，推動產業新南向戰略布局；（3）充實並培育新南向人才，突破發展瓶頸；（4）擴大多邊和雙邊協商及對話，加強經濟合作，並化解爭議和分歧。

（二）推動措施與具體作法

「新南向政策」秉持「長期深耕、多元開展、雙向互惠」核心理念，整合各部會、地方政府，以及民間企業與團體的資源與力量，從「經貿合作」、「人才交流」、「資源共享」與「區域鏈結」4大面向著手，其推動策略與工作要點如表 5-1-1。

表 5-1-1 新南向政策推動策略與工作要點

面向	推 動 策 略	工 作 要 點
經貿合作	產業合作與經貿拓展	■ 推動雙邊產業合作、進行全方位貿易拓展、協助拓展電商南向市場、加強農產輸出、強化臺灣整體形象、協助臺商布局
	基礎建設工程合作與系統整合輸出	■ 推動基礎建設工程合作、加強系統整合輸出
	金融支援	■ 強化輸出入銀行融資功能、強化海外信保基金保證功能、增設本國銀行據點
人才交流	人才培育	■ 整合及擴增獎學金，吸引僑外學生；鼓勵留學東協及南亞；建置攬才平臺，推行臺灣連結
	產業人力合作	■ 辦理產學合作、技術訓練班；補助實習計畫；吸收資深外籍技術人員；建置臺商營業及求才資訊平臺
	新住民培力	■ 培育新住民二代；協助新住民擔任服務大使
資源共享	醫療及公共衛生合作	■ 推廣國際合作、推動實驗室認證及藥品醫材檢驗技術合作、推動醫材法規調和、加強醫衛人才培訓、辦理醫衛人道援助、推動防疫合作
	觀光促進	■ 實行便利來臺簽證措施、鼓勵來臺觀光
	文化交流	■ 加強文化交流、增進原住民族文化交流、加強客家文化交流
	農業合作	■ 增進農業技術合作、增進農業產銷及儲運合作、協助民間業者進行合作
	科技合作	■ 分析科技合作策略、補助產學合作計畫、加強學術合作與資源共享

面向	推動策略	工作要點
區域鏈結	區域整合	■ 推動洽簽、更新雙邊投資協定；推動洽簽避免雙重課稅協定與雙邊經濟合作協定
	協商對話	■ 建立或強化雙邊對話機制、辦理「臺灣－東協對話」、推動兩岸善意互動及合作
	策略聯盟	■ 善用我國援外資源、結合第 3 國資源、強化與民間團體合作
	僑民網絡	■ 提升臺商組織功能、協助臺商辦理多元經貿活動、建立人脈交流網絡

資料來源：行政院（2016 年），《新南向政策工作計畫》。

二、數位國家・創新經濟發展方案

為建構有利數位創新之基礎環境，並營造友善法制環境、培育跨域數位人才、研發先進數位科技，做為鞏固數位國家基磐之配套措施，進而打造優質的數位經濟、數位政府、網路社會、智慧城鄉等數位國家創新生態環境，行政院自 2017 年度起推動「數位國家・創新經濟發展方案」（簡稱 DIGI⁺方案）。

（一）願景目標

1. 達成「發展活躍網路社會、推進高值創新經濟、開拓富裕數位國家」。
2. 期望在 2025 年時，我國數位經濟規模能夠成長至新臺幣 6.5 兆元、民眾數位生活服務使用普及率達到 80%、寬頻服務可達 2Gbps、保證國民 25Mbps 寬頻上網基本權利、我國資訊國力排名能夠躍進到前 10 名。

（二）重點發展策略

本方案之 6 大重點發展策略如下：

1. DIGI⁺Infrastructure－建構有利數位創新之基礎環境：強化主管機關職能完備法制環境，建構安全可信賴應用環境及超寬頻雲端基礎建設。
2. DIGI⁺Talent－全方位培育數位創新人才：設立全方位跨域數位人才養成體系暨開放創新社群平臺，培育各類人才。
3. DIGI⁺Industry－數位創新支持跨產業轉型升級：產學研跨域、跨業鏈結各產業，促成數位創新，建構數位創新生態系，導入產品及發展創新模式，驅動成長動能。
4. DIGI⁺Right－成為數位人權、開放網路社會之先進國家：改善偏鄉及中小企業等相對弱勢之數位落差，並發展公民科技落實參與式民主、開放政府資料深化服務型政府。

5. DIGI⁺Cities－中央、地方、產學研攜手建設智慧城鄉：從地方出發，中央政策配套支持，運用智慧聯網科技，建構國民優質生活空間。
6. DIGI⁺Globalization－提升我國在全球數位服務經濟之地位：推動強化數位服務產業之國際拓展機制、健全數位服務產業發展環境，以及強化數位經濟跨部會推動機制。

三、5+2 產業創新計畫

臺灣經濟長期以資訊與通信科技（Information and Communication Technology, ICT）產品為主的代工出口模式，打下雄厚且高效率的製造基礎，並維持成長動能。然在第 4 次工業革命、數位新經濟崛起、中國大陸自主供應鏈成形等衝擊下，臺灣產業面臨重大挑戰，故臺灣以「創新、就業、分配」為核心價值，並透過「連結未來、連結全球、連結在地」3 大連結，推動亞洲・矽谷、智慧機械、綠能科技、生技醫藥、國防、新農業及循環經濟等產業創新，作為驅動臺灣下一世代產業成長的核心，進而調整臺灣產業結構，為經濟成長注入新動能。

（一）願景目標

1. **智慧機械：**（1）以中部精密機械產業聚落優勢，以及我國資通訊科技能量為基礎，打造智慧機械之都，導入智慧化相關技術，建構智慧機械產業新生態體系，使我國成為全球智慧機械研發製造基地，以及終端應用領域整體解決方案提供者。（2）推動目標為提升智慧機械產值年複合成長率，預計至 2019 年為 2%、至 2023 年為 5% 以上。協助業者開發智慧機械關鍵零組件，以控制器為例，將協助中高階控制器出口占比，由目前約 10% 提升至 2023 年 30%；發展高階感測技術、物聯網（Internet of Things, IoT）雲端技術，建立智慧化系統解決方案，2019 年建構 6 個典範智慧產業生態體系；組成跨域合作結盟，2019 年建立 4 個、2023 年建立 10 個區域服務輸出模式。
2. **亞洲・矽谷：**（1）打造完善的創新創業生態系和連結矽谷等全球知名科技核心聚落，使臺灣成為全球潛力企業互利共榮合作夥伴，以搶進下一世代的網路、大數據、物聯網等未來產業，並創造臺灣經濟成長新動能。（2）推動目標為促進我國物聯網經濟商機占全球規模由 2015 年的 3.8%，提升至 2025 年的 5%，提高經濟成長率每年約 1 個百分點；促成 100 家新創事業成功或企業在臺灣設立研發中心；培育成立 3 家臺灣國際級系統整合公司；促成 2 家國際級廠商在臺灣投資；並將建立 1 個物聯網產業虛擬教學平臺。

3. **綠能科技**：（1）提升能源自主，促進能源多元，強化能源安全；創新綠色經濟，促進內需帶動就業，創新轉型進軍國際；節能減碳，環境保育，促進環境永續。（2）推動目標為 2025 年達成再生能源發電占比 20%目標，並帶動總投資額新臺幣（以下同）1.81 兆元，可促進 5.6 萬人就業，包括太陽光電 2025 年累計裝設 20GW（地面型 17GW、屋頂型 3GW），並帶動投資 1.2 兆元；風力發電 2025 年累計裝設 4.2GW（離岸 3GW、陸域 1.2GW），並帶動投資 6,100 億元。另智慧電表預計 2024 年裝設達 300 萬戶，促進國內產值達 413 億元。
4. **生技醫療**：（1）因應全球高齡趨勢，打造完善生態體系，整合在地創新聚落，連結國際市場資源，推動特色重點，藉以促進生技產業，提升臺灣經濟與國人健康福祉，全力打造臺灣成為亞太生醫研發產業重鎮。（2）推動目標為 2025 年促成至少 20 項新藥、80 個高值醫材於國外上市、扶植健康服務旗艦品牌至少 10 個。
5. **國防產業**：以航太、船艦、資安 3 大領域為核心，厚植現有臺中航太、高雄造艦與臺北資安 3 大聚落產製能量，發展高教機、無人飛行載具、潛艦等關鍵技術，並加強資安人才培訓。提升自研自製能力，以提高國防自主。
6. **新農業**：（1）藉由推動農業典範、安全、行銷等基礎工程，達成保障糧食與食品安全、確保農地總量與品質、提升經營效率與農民所得、營造可永續發展之農村及促進城鄉互利共榮，逐步打造幸福農民、安全農業、富裕農村的全民農業新願景。（2）推動目標為增加農業產值 2,190 億元、創造就業機會達 37 萬人次、提升糧食自給率達 40%、培育新農民 1.2 萬人、農產品海外新興市場出口占比達 57%、專業農之農家所得達 180 萬元、促成農企業至新南向國家建立 10 個示範園。
7. **循環經濟**：透過循環經濟之思維模式將工業生產過程排放的能源、資源、廢棄物及廢水，妥善收集、再生及循環利用，一則增加產能，另外也可減少污染排放，並藉由推動「全國循環專區試點計畫」，作為循環經濟園區進一步之場域試煉，後續並擴散全國跨產業應用。同時發展高值及環保低碳等綠色創新材料，協助廠商加速低耗能、低汙染、高價值之新材料研發，提升環境、經濟及社會效益。

（二）推動策略

推動產業創新計畫在策略做法上強調產業與在地學研資源，以及人才培育的連結，同時以區域發展平衡為前提，將中央與地方能量整合運用，引進先進國家技術及人才等，讓這些策略產業具備國際競爭力，並帶動周邊的中、小型產業及相關服務業共同升級，

成為下階段臺灣經濟躍升的引擎。表 5-1-2 為產業創新研發計畫各方案之推動策略。

表 5-1-2 產業創新研發計畫推動策略

方 案	推 動 策 略	推 動 作 法
智慧機械產業 推 動 方 案	連 結 在 地	■ 打造智慧機械之都；整合產學研能量(訓練當地找、研發全國找)
	連 結 未 來	■ 技術深化，並以建立系統性解決方案為目標；提供試煉場域
	連 結 國 際	■ 國際合作；拓展外銷
亞洲・矽谷 推 動 方 案	體現矽谷精神，強化鏈結亞洲，健全創新創業生態	■ 活絡創新人才；完善資金協助；完備創新法規；提供創新場域
	連結矽谷等國際研發能量，建立創新研發基地	■ 連結矽谷等創新聚落，引進創新能量；連結矽谷等創新聚落，搶進下一世代物聯網標準與商機
	軟硬互補，提升軟實力，建構物聯網完整供應鏈	■ 挹注創新能量與學術資源，提升軟實力；建構物聯網生態體系；學研機構物聯網研發成果產業化；布局物聯網技術缺口
	網實群聚，提供創新創業與智慧化多元示範場域	■ 鏈結中央、地方及國際企業進行場域實證；強化軟硬整合與系統布局能力，搶占全球物聯網商機
綠能科技產業 推 動 方 案	沙崙綠能科學城	■ 以創新研發創造下一代新興綠能產業技術；營造創新生態系；驅動中央、國營事業、法人、大學與在地連結；強化橋接機制；建構智慧生態城市
	太 陽 光 電	■ 提升太陽能電池技術；強化模組產業競爭力；推動大型系統技術發展
	風 力 發 電	■ 推動 2 大產業聯盟；建構區域性聚落
	智 慧 新 節 能	■ 建立時間電價與需量反應機制；整合應用資訊；佈建智慧電表國內練兵場
	綠 色 金 融	■ 健全多元資金管道；建立綠色金融制度
生醫產業創新 推 動 方 案	完 善 生 態 體 系	■ 強化資金、人才、選題、智財、法規及資源 6 大構面，提升創新效能
	整 合 創 新 聚 落	■ 南港新藥研發聚落：統合園區、大學、醫學中心臨床研究，串聯醫療與區域發展，形成完整生態系；新竹生技醫藥聚落：以新竹生醫園區為核心，結合學研及產業之創新醫材聚落；中南部特色生醫聚落：結合精密機械提升醫材價值，發展在地特色醫材
	連 結 國 際 市 場 資 源	■ 推動併購與策略聯盟，開拓國際市場；透過現代化的防疫策略，架構公衛醫療南進策略
	推 動 特 色 重 點 產 業	■ 發展利基精準醫學；發展國際級特色診所聚落；推動健康福祉產業
新農業創新 推 動 方 案	建 立 農 業 新 典 範	■ 推動對地綠色給付；穩定農民收益；提升畜禽產業競爭力；推廣友善環境耕作；農業資源永續利用；科技創新強勢出擊
	建 構 農 業 安 全 體 系	■ 提升糧食安全；確保農產品安全
	提 升 農 業 行 銷 能 力	■ 增加農產品內外銷多元通路；提高農業附加價值

資料來源：整理自行政院及國家發展委員會網站，取自：<http://www.ey.gov.tw/> 及 <http://www.ndc.gov.tw/default.aspx>

四、前瞻基礎建設計畫

國家需要新世代的基礎建設，便捷完善的公共運輸系統，尤其軌道建設、運輸骨幹、城際交通及捷運系統優化，以提升區域間資源流通效能，縮短區域落差；強化韌性國土及建構綠能低碳社會，以因應氣候變遷、能源轉型並實現非核家園；加強數位化基礎建設及其應用生活與產業，為保障網路公民權，使每個公民都有公平接近網路的機會，尤其臺灣仍有區域落差且需多元性城鄉建設。

據此，政府積極規劃擴大全面性基礎建設投資，目標在於著手打造未來 30 年國家發展需要的基礎建設，行政院於 2017 年提出「前瞻基礎建設計畫」，內容包含 5 大建設計畫：建構安全便捷的軌道建設、因應氣候變遷的水環境建設、促進環境永續的綠能建設、營造智慧國土的數位建設，以及加強區域均衡的城鄉建設。全期可增加實質 GDP 規模共 9,759 億元，每年提供約 4~5 萬工作機會，期透過激勵民間投資創造間接就業機會，以及提供舒適、安全、便捷的交通服務，建構安全無虞與防災環境，促成水資源永續經營及有效利用，提升全民生活環境品質，以及強化國家競爭力等，不可量化之經濟效益。

第 2 節 中小企業可能的挑戰與發展方向

正值全球經濟緩步復甦之際，臺灣正面臨許多制度與環境的轉變，首先是勞動法規的變革，對雇主聘僱與勞動力投入的影響有待觀察。其次是網路經濟的盛行，對國內是機會亦是挑戰，一方面提供了新創業者創業與商品銷往全世界的機會，卻也加劇了臺灣創新人才的外流與產品競爭白熱化的壓力。三是轉型綠能的轉換期，帶給中小企業經營環境的不確定性。

在「數位國家・創新經濟發展方案」與「亞洲・矽谷推動方案」政策推動下，中小企業可善用網路經濟，以金融科技增加中小企業的融資管道，以及提供新創中小企業平臺共享與學習；同時，透過「新南向政策」與東協及南亞國家的緊密合作，創造新的經濟動能；並以女性經營特質，提高企業的生產力與附加價值率，鼓勵女性投入創業與就業，加強國家人力資源的質與量，以多元發展開拓中小企業經濟力。

本節依據 2016 年至 2017 年上半年的全球經濟變化，以及 2016 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、協助中小企業掌握國際貿易環境變遷，建構營運相關風險通報與警示平臺

檢視 2016 年中小企業之營運銷售，雖然中小企業銷售額略減 0.33%，但其中內銷金額仍逆勢成長 0.15%，但在外銷出口部分卻衰退（-3.66%）；並且中小企業之出口傾向或出口貢獻都持續偏低。中小企業之出口處於相對低點，可能原因：（一）相對價格競爭之劣勢，臺幣匯率相對升值影響我國出口產品的國際價格競爭力；（二）對手國之進逼，近年面臨中國大陸、東協（ASEAN）等競爭，導致我國在國際供應鏈的地位被競爭對手國替代；（三）慣性與制度面因素，如中小企業傾向以間接出口取代直接出口，退居成為大企業產業鏈的一環；由於企業外移、海外投資及海外生產比重逐年攀高，導致國內中小企業轉以服務內需市場為主；此外，我國參與區域經濟整合進度緩慢，影響廠商國際市場開拓等也是原因之一。

為力挽中小企業之出口衰退，建議協助中小企業掌握國際貿易環境變遷，建構相關風險監控與管理機制，包括對於國情際情勢之掌握，如美國川普總統之外貿態度與主張，法國、德國新領導人之政策主張，中國大陸之重要政策規劃如一帶一路之新出臺措施，ASEAN 等國之基礎建設與政策改革，甚至主要國家之貨幣、財政政策對各國通貨兌美元匯率、利率走勢等，以利於企業之營運策略規劃、甚至規避匯兌風險，加強支援中小及中堅企業之營運風險因素監測，擴大中小及中堅企業之出口。甚而可加強對具有出口潛力廠商，量身訂做之後臺、平臺管理與支援；對首次參與出口之中小及中堅企業，提供部分成數之「輸出保險」抵減。協助推動企業參與國外商品展覽會，並透過主動參加在國外之各業種展示會及派遣貿易促銷團，積極開拓外銷市場。

二、針對新創中小企業波動較大行業，檢視創業輔導與提增創業動能措施，並善用網路經濟之平臺

2016 年新設中小企業相較 2015 年之發展，家數約減少 3,000 家（或 3.05%、銷售額減少 9.89%，以下同）。觀察產業別變數，電力及燃氣供應業（87.63%、155.76%）、運輸倉儲業（12.72%、1.75%）、出版、影音製作、傳播及資通訊服務業（8.07%、20.07%）、專業科學及技術服務業（1.28%、12.96%）、支援服務業（5.24%、9.36%）等的新設中小企業家數、銷售額均呈正向成長，產業前景較有相對亮眼表現。相對之下，2016 年製造業的新設中小企業（-10.99%、-46.52%）、不動產業（-17.22%、-12.42%）、營建工程業（-3.45%、-15.58%）、批發及零售業（-2.90%、-6.65%）、其他服務業（-6.19%、-6.25%）

不論家數或銷售額都呈現退，顯示 2016 年之內外情勢、經營環境對前述產業新設中小企業不具誘因，不利新創企業投入此一領域，以至於家數與銷售雙雙呈現兩位數字的衰退。而新設企業之投入意願減降、銷售無法成長，長此以往將不利經濟成長，無法有活水挹注。

事實上，目前由於網路普及，平臺經濟興起，在行動裝置興盛的环境下，產業及企業之成長，已從規模化、標準化，走向個性化、定製化及智慧化，此一轉變對不具規模的中小企業而言，正可以轉化劣勢為優勢與創新突破，擺脫思維束縛與框架限制，運用科技與人工智慧，開創新局。對很多新創公司來說，規模不是成功的關鍵或主因，而是團隊的獨特眼光與理念、創新價值或創新模式，需要的是創意與腦力、技術，不純粹是物力，也不是巨額資本。對中小企業來說，面對科技進步快速帶來的競爭壓力，如何善用公共資源與分享，是新創中小企業可以思考的突破點與契機。例如，政府推動的「5+2 產業創新計畫」的「亞洲·矽谷推動方案」，為新創公司提供了很好的創新與驗證機會，同時「新南向政策」也提供新創企業開拓新市場的機會，中小企業可嘗試瞭解政府的推動資源並與大企業合作，以降低市場開發風險與費用。

三、金融科技（Fintech）持續發展，區塊鏈（Blockchain） 可望為中小企業帶來更多融資與商業機會

在當前金融科技蓬勃發展的趨勢下，這個快速多變的時代，似乎是個更適合蘊育新創的時代。除了行政院於 2016 年 5 月通過〈金融科技创新實驗條例〉，並送交立法院審理，作為政府推動金融科技發展的準備外，區塊鏈技術的加入也讓金融科技的未來展望備受期待。區塊鏈的技術在 2016 年金融監督管理委員會的《金融科技白皮書》中被列為金融科技基礎建設的一環之外，金管會也於當年度推出的金融科技 10 大計畫中，納入「分散式帳冊（Distributed Ledger）技術之應用研發」一項，不只推廣區塊鏈技術，更鼓勵各大業者一同投入研發。而中央銀行也加入了協助國內金融機構應用區塊鏈的行列，由央行直接管轄的財金資訊公司負責籌備區塊鏈平臺，將國內 45 家的金融機構納入「金融區塊鏈技術研究與應用委員會」。此外，工業技術研究院也宣布發起臺灣的區塊鏈產業聯盟，建立一個公有區塊鏈平臺，為臺灣帶來各種不同的產業區塊鏈應用。

區塊鏈是一套結合了密碼學與網路通訊科技的系統，它建立的是一套信任機制，不可篡改、不可逆的特性，安全可靠是此交易機制的一大特性，它可被運用於各種關於建立在信任之上的業務，如區塊鏈上的公司登記、籌資、公司治理，以及身分驗證、支付、清算、匯兌等。此外，區塊鏈可視為一套機械與機械之間的溝通系統，與人工智慧、物

聯網、雲端運算之間的搭配應用，也是未來可以期待的。

若從創業者與投資者的角度來看區塊鏈的發展，其用於新創籌資和信用資本建立值得關注。中小企業及新創先天上的經營體質較弱，且過往銀行在辦理徵授信時需耗時較長，所以通常基於業績考量，銀行都會優先承作大型企業的案件，以致於中小企業經常面臨資金周轉的問題。但在區塊鏈的協助下，中小企業可以根據過往相關的交易紀錄，在不可篡改且透明的機制下，展現公司的信用紀錄，進而獲得融資機會。再者，透過區塊鏈中 P2P（peer to peer lending）模式，企業能於銀行和官方機構之外，找尋其他資金來源，此種群眾募資的型式，讓小企業的資金調度比以往更加彈性和快速。

在各政府機關積極的助推之下，區塊鏈的發展不只提升中小企業籌資能力，少去交易中第三方的參與，降低企業在時間與金錢上的交易成本，信用資訊透明也提高了商業上買賣雙方的信賴，且商業自動化可降低營運成本並提高效率。此外，在區塊鏈去中間化的特性之下，任何人都能在區塊鏈上建立創新的服務與應用，朝著市場公平競爭的方向改善現有的系統。而此創新創業的能量也是政府於「亞州·矽谷推動方案」或「數位國家·創新經濟發展方案」等政策中一再強調的重點。最後，在這網路平臺發展成熟之際，區塊鏈給予企業一個不一定得再依附 Google、Amazon、阿里巴巴等大平臺的機會，而透過虛擬產品、服務和貨幣等的交易，可望突破國與國貿易的框架，讓臺灣未來有機會在全球貿易中大顯身手。

四、中小企業人力資源仍呈高齡化與高教育程度化，勞動市場之勞動條件雖有改善，但尚有成長的空間

2016 年全球經濟成長速度放緩，全年經濟成長率創 2008 年全球金融海嘯以來新低點。然國內的經濟景況則呈現開低走高的情況，2016 年第 1 季經濟成長率雖為-0.23%，但至第 4 季國內經濟成長率已轉為 2.79%，全年經濟成長率為 1.48%，整體人力資源仍呈現成長的趨勢。中小企業之就業人數與受僱人數，持續呈現高齡化與高教育程度的趨勢，另外，中小企業運用部分工時略減，但臨時性或派遣人力則持續增加。

2016 年我國勞動市場之勞動條件較 2015 年改善，不論中小企業、大企業或政府僱用，工時幾乎都較 2015 年為低，而薪資則大多數亦有所提高。惟與其他國家相較，我國平均工時較歐美國家為高，而在亞洲國家中則僅低於新加坡與韓國；而名目薪資與其他國家相比偏低。顯示我國勞動市場之勞動條件，仍有改善的空間。

政府推動的「5+2 產業創新計畫」的人才需求，可能吸納部分高教育程度的就業，有助改善高教育者的就業狀況。此外，5+2 產業除了創造直接就業效果外，產業關聯下的就業需求，可能改變勞動力市場的供需狀況，對中小企業受僱者的薪資可能產生推升作用，其效果仍有待觀察

五、落實週休二日，縮短勞工工時以保障其權益

為落實週休二日的政策，縮減勞工工時，保障勞工特別休假等權益，〈勞動基準法〉週休二日修法自 2016 年 12 月 6 日於立法院三讀通過。新制施行後，勞動部仍持續透過各種管道，聽取並蒐集各界意見，同時為避免事業單位於新修法令施行初期，對於法令認知不足，勞動部已積極加強宣導措施，並頒訂〈因應勞動基準法修正勞動監督檢查處理原則〉，採取「宣導」、「輔導」及「檢查」3 階段措施，以協助並督促事業單位落實〈勞動基準法〉新制規定。

落實週休二日的政策，其目的乃為縮減勞工工作時數，以避免勞工產生過勞的情況。事實上國際勞工組織（ILO）於 1935 年通過的〈第 47 號公約〉中，把每週工時建議縮短至 40 小時。現時全球有超過一百個國家實施標準工時制度。此次〈勞動基準法〉新制修正，其立意良善，惟仍可能對企業、勞工，甚至一般民眾產生若干影響，未來政府應持續關注其後續發展，針對新制實際影響進行瞭解，適時因應協助。

六、建立雙向合作平臺，協助臺灣新創掌握新南向商機

根據國際貨幣基金估計，2017 年與 2018 年東南亞經濟成長率將高達 4.9%與 5.1%，南亞則為 5%與 6.9%，均遠高於先進經濟體。東南亞與南亞地區國家具有龐大的人口，且人口相對年輕；隨著經濟成長與中產階級的興起，以及各種基礎建設的需求，內需市場商機無限，因此成為各國投資的主要目標。隨著全球創新創業趨勢風潮，東南亞與南亞各國紛紛推出創業政策，建立創新創業生態圈，希望解決產業轉型與社會問題；創投與各國新創也紛紛前往東南亞發展，期望以各種創新服務，掌握民生與產業發展商機。

根據《數位時代》調查，2016 年有 17.1%新創公司具有海外分公司，46%創業者已確定擴張海外，另外 28.4%計畫布局或正在評估海外市場。而東南亞無論在已經有海外據點，或計畫拓展海外的選項中，均已經成為臺灣創業者布局海外的首選。然而，東南亞各國與印度無論在政治、基礎建設與風土民情上差異甚大，且已經成為國際競爭的主要市場，對於臺灣新創而言，進入門檻較大。為了協助我國新創掌握新南向市場商機，建議藉著各國積極推動創新創業政策之時，與目標國家建立雙向合作平臺，在資訊交流、

教育與人才、育成與加速、科技與服務模式上，進行實質的合作。具體作法建議包括：

- （一）結合我國亞洲矽谷計畫，吸引東南亞／南亞人才與國際育成機構、加速器、新創團隊等來臺，促進國際新創與資源群聚，發揮鏈結綜效，並促進我國創業生態圈的國際化；
- （二）參照我國連結矽谷的臺灣創新創業中心模式，進駐東南亞／南亞各國主要創新創業聚落；除了擔任媒合角色，提供當地創新創業訊息，亦可協助我國新創團隊前往當地發展，尋找當地創業夥伴；
- （三）結合目前在臺灣的東南亞／南亞人力資源，共同拓展新南向市場；
- （四）透過與新南向國家當地的中小企業協會或聯盟合作，共同開發雙邊商機。本課題將於第 6 章作較深入的分析。

七、發揮女性經營特質，帶領臺灣經濟向前行

隨著高齡少子化的來臨，勞動人口稀缺的困境日益彰顯，各國無不殫心竭慮以突破勞動人口不足帶來的種種問題，其中除了鼓勵已退休者再度就業、引入國際移工等，提高女性就業、創業與營業機會更成為補足勞動缺口、甚至是擺脫經濟困境與帶領經濟前進的關鍵力量，所謂的「女性經濟」、「女力經濟」與「她經濟」可為代表。

女性正快速擺脫傳統社會的羈絆，並以女性獨有的特質在企業經營占有一席之地，隨著數位經濟的興起，更提供了女性創業、就業的大好機會。從創業的國際評比中可瞭解，臺灣女性的創業態度與創業活動高於亞洲已開發國家，在許多個別項目亦不輸給歐洲已開發國家，再次證明臺灣女性對於創業的企圖心。在適當的經營環境與社會支持之下，以及善用政府的輔導資源，例如參與中小企業處推動的女性創業創業計畫，或是透過中小企業網路大學校充實各項經營知識，臺灣女性一定可以在經濟領域發光發熱。第 7 章將對此課題作更深入分析。



第二篇

多元發展開拓 中小企業經濟力

第6章 新南向國家新創環境暨臺灣發展契機

第7章 臺灣女性企業發展與政府輔導資源

本年度中小企業白皮書以「多元發展開拓中小企業經濟力」為主題，說明在創業環境多元、女性經濟力日趨重要的環境下，企業家精神的實踐機會，透過「新南向國家新創環境暨臺灣發展契機」與「臺灣女性企業發展與政府輔導資源」兩章，探索年輕世代與女性企業開拓經濟的機會與成就。正值政府全力推動新南向與女力經濟快速崛起的同時，臺灣中小企業應掌握機會，借力海外新創環境，放眼海外市場；充分展性女性經營特質，發揮樂觀創業精神，帶領臺灣經濟向前行。

基於東南亞與南亞人口與經濟成長潛能，以及各項發展需求商機，政府積極推動新南向政策，希望透過與東協及南亞國家的緊密合作，創造新的經濟動能。在此同時，我國與新南向許多國家也紛紛推出創新創業政策，以促進產業升級與共容性成長，也開啟我國創業者南向的契機。基於東南亞國家間差異甚大，第6章優先選擇馬來西亞、泰國與菲律賓、印尼、越南與印度等新南向重點國家，了解這些國家的創業環境，以及我國新創南向發展的機會與挑戰。

女性正快速擺脫傳統社會的羈絆，並以女性獨有的特質在企業經營占有一席之地，隨著數位經濟的興起，更提供了女性創業、就業的大好機會。第7章描繪臺灣女性企業的特徵，搭配政府輔導女性企業的資源，將發現臺灣女性企業以緩慢而堅定的軟實力，帶著臺灣前進。

第 6 章 新南向國家新創環境暨臺灣發展契機

基於東南亞與印度的人口與消費潛能，以及對各種基礎建設、民生與經濟等解決方案的需求，東南亞與印度近年也成為各國企業與創投投資的主要地區。而基於產業升級轉型、解決失業與貧窮問題等不同緣由，東南亞各國與印度政府也陸續提出創新創業政策，希望扶植本地的新創，並吸引國際資源進入，協助建立創業生態圈。

《數位時代》針對臺灣創業者進行的「2016 創業大調查」中，展望 2017 年，47.5% 的臺灣創業者最看好東南亞市場，相較於前一年調查的 41.9%，不僅顯示東南亞已成為臺灣新創布局海外的首選，且臺灣創業者對東南亞市場的興趣也有增加趨勢，看好印度市場的則約 6.3%。東南亞除了新加坡已具備較完善的創業生態圈，其他東南亞國家的創業環境還在早期發展階段，臺灣無論在技術與創業經驗與市場應用上，都有其優勢，也吸引一些東南亞團隊來臺發展。而我國與印度軟硬體產業互補，過去也協助培訓不少印度科技人才，可再尋求在技術與商業模式的合作機會。

然而，東南亞各國與印度風土民情與發展狀況迥異，對資源有限的新創業者而言，亦為極大的挑戰。本章將以我國新南向重點國家—馬來西亞、泰國、菲律賓、印尼、越南與印度為目標，介紹這些國家近期創業環境、政策發展、投資趨勢與當地代表性新創，協助讀者了解當地創業環境，以及我國新創南向的機會與挑戰。

第 1 節 馬來西亞創新創業環境

一、創業環境分析

（一）創業環境概況

馬來西亞緊鄰新加坡，其基礎建設在東南亞僅次於新加坡，既可以運用新加坡的國際連結、資金與人才網絡，又可以大幅降低營運與生活成本，因此可望成為繼新加坡之後，東南亞第 2 個營運中心與創新創業中心。

馬來西亞種族包括馬來人、華人與印度人，具有多元的文化，也使得英文成為主要語言之一，與國際的交流便利，可以當作產品與服務進入東南亞前的測試場地。由於長久以來不少國際半導體與電子產業到馬來西亞設廠，培養不少科技人才，成為東南亞許

多科技新創的發源地；如 Grab Taxi 即是 2011 年在馬來西亞創立，2015 年才將營運總部移轉至新加坡。

隨著中產階級與智慧手機、社群媒體等的興起，以及馬來西亞政府的數位升級計畫推動，馬來西亞的電子商務預估將有強勁成長空間。根據 Statista 網站統計資料，2017 年馬來西亞電子商務營收約 11.21 億美元，預估 2021 年會達到 25.85 億美元，平均年成長率為 23.2%；結合數位創新和電子商務的服務，預估將為馬來西亞帶來豐沛的成長動能，也使得相關的配套科技與服務需求增加，提供許多科技新創發展的機會。

雖然近年在馬來西亞政府強力推動下，馬來西亞創新創業環境也開始受到國際注意，但也面臨包括受到新加坡的強力競爭與傾向馬來人的政策，導致印度與華人人才外流，創業導師數量與能量也尚待建立、創業者多專注在國內市場而不利吸引國際投資等挑戰；但馬來西亞政府近期強力介接國際資源，也為國際新創帶來發展的契機。

（二）近期新創發展與投資趨勢

2015 年以來，馬來西亞新創生態系統發展逐漸多元，但多以科技及網路作為企業發展的基礎，包括人力資源、金融服務、數位媒體、電子商務、餐飲服務業、健康照護產業等。這些企業當中，又以付費網路影音 iFlix 公司的創投募資金額 4,500 萬美元最高。由表 6-1-1 列舉的獲得百萬美元以上投資的新創企業與類型可發現，除了電子商務、O2O（Online to Offline）、數位媒體與資訊分享等針對消費者提供服務的企業，能夠協助解決在地問題者，如因應汽車失竊與偷油率高的 Katsana 汽車追蹤系統、提供物流服務的 The Lorry，也受到投資者青睞。

表 6-1-1 馬來西亞新創獲得百萬美元投資代表

公 司	類 型	公 司	類 型
iFlix	付費網路影音	Kfit	健身服務平臺
iMoney	金融理財服務	Jirnexu	金融科技
Kaodim	人力資源	Spot News	數位媒體
Offpeak	餐廳預訂點評	TableApp	餐廳預訂
PurelyB	時尚健康網站	Bfab	美容美體預約
Bookdoc	行動健康	iPrice	電商平臺
Supahands	服務平臺	ServisHero	服務平臺
Katsana	汽車追蹤系統	TheLorry	郵政快遞服務

資料來源：整理自 <https://www.techinasia.com/startups-raised-funding-malaysia-2016>。

二、政府相關政策

馬來西亞自 2001 年成立馬來西亞風險管理投資公司（Malaysia Venture Capital Management Berhad, MAVCAP），針對資通訊新創企業，進行種子期至成熟期投資。除了直接投資，也與多家東南亞區域創投合作共同投資。這些代表性新創，包括 Supahands、Spot News、Kfit、Offpeak、The Lorry、Katasana 等，均為其投資項目。2003 年馬國政府成立搖籃基金（Cradle Fund），透過共同投資與免稅誘因，建立育成與加速系統，協助企業獲得投資與創業協助；除了天使投資人的個人所得稅抵減，針對種子期前的新創透過 Cradle Investment 300 計畫提供資金協助，並以 Coach & Grow 計畫協助超過 700 家的馬來西亞新創拓展國內與國際市場。此外，也透過 Direct Equity 800 加強投資在包括金融服務、觀光旅遊、商業服務、電機電子、批發零售、教育、健康、通訊內容與基礎建設、能源、農業等主要經濟領域具潛力的馬來西亞新創。

2014 年開始，除了全球創新創業風起雲湧，許多投資公司與國際新創也將目標放在東南亞市場。為了加強國際創新資源鏈結，馬國政府於 2014 年成立全球創新與創意中心 MaGIC（Malaysian Global Innovation & Creativity Centre），從科技新創著手，目的在塑造馬來西亞成為亞洲的創業中心。不同於過往的計畫多在投資並協助馬來西亞當地新創，MaGIC 定位在成為銜接創業者與國際創業市場及東南亞政府機關的橋樑，因此在整體計畫上以「搭建關係」為主，牽引外界資金與國際新創進入馬來西亞。除了如 500 Startups 馬來西亞政府合作，成立 Distro Dojo 創投計畫，培育成長期創業者之外，也與 Google、Microsoft、Evernote 等科技大廠牽線，促成團隊合作。MaGIC 也涵蓋加速器計畫 MAP（MaGIC Accelerator Program），針對科技新創與社企兩大領域的早期創業者提供加速輔導，領域包括農業、大數據、環境科技、設計、電商、遊戲、醫療、媒體等，也已經有包括韓國、美國、烏克蘭、越南、印尼、菲律賓、新加坡、泰國、柬埔寨等國際團隊加入。馬來西亞也提出企業創業者責任（Corporate Entrepreneurship Responsibility, CER），希望提倡大企業設立創新創業中心或實驗室，加強投資或與新創企業合作。

此外，馬來西亞數位經濟局（Malaysia Digital Economy Corp）也將多媒體超級走廊（Multimedia Super Corridor）優惠延伸至新創企業，取消必須要落腳數位城的限制，降低僱用外國人的門檻、允許聘僱至多 20 位外國知識工作者，5 年內租稅抵免 70% 等優惠，吸引更多國際新創至馬來西亞投資，並加強本國公司與國際人才的合作。

第 2 節 泰國創新創業環境

一、創業環境分析概況

(一) 創業環境概況

泰國是東協國家中的第 2 大經濟體，人口約有 6,700 萬人，網路基礎設施僅次於新加坡與馬來西亞，行動通訊滲透率高達 147%，智慧型手機滲透率約為 49%。泰國社群網站用戶占其總人口的 56%，並有高達 3,500 萬的 Facebook 用戶，為 Facebook 使用者最多的國家，也是全球行動用戶照片上傳最多的國家，在行動通訊與社群相關的創新服務，有極大的發展機會。此外，泰國民眾大量使用 Facebook、Line 與 Instagram 的習慣與臺灣相似，且也習慣透過這些管道購物，通訊與行銷工具對臺灣新創來說較為熟悉。

泰國具有中小企業為主的傳統，對於外國人也相對開放，在世界銀行的「經商容易度」與「創業容易度」評比中，泰國為東南亞僅次新加坡與馬來西亞的國家。由於泰國居住成本低，飲食、文化、設計與旅遊產業發達，提供良好的居住環境，因此雖然稅負成本相對高，但對外國新創仍具吸引力。此外，泰國已建立良好的製造業與科技服務供應鏈，也是東南亞的電子與汽車產業中心，新創容易取得所需的零組件或製作原型產品，也有許多垂直深化領域的合作機會，如汽車監控系統。在高等教育與外人投資的訓練下，泰國擁有不少技術人力，更有許多海外歸國的高知識與技術人才，亦有助於新創在尋求在地發展時，尋找適合的合作夥伴或技術人才。

泰國政府近期發表「泰國 4.0」（Thailand 4.0）經濟發展政策，期望轉型至創新驅動與以服務為主的經濟體。未來泰國將聚焦在新世代汽車、智慧電機、高所得旅遊與醫療旅遊、效率農業、生物科技、食品、自動化與機器人、航空、生質能源、生化、數位、醫療與健康照護等產業，並希望吸引外人投資，尋求創新升級的機會，也帶給新創進入市場或與大企業在這些領域合作的機會。

(二) 近期新創發展與投資趨勢

雖然泰國新創與創投發展不如新加坡與印尼等地，但在政府政策與東南亞市場的吸引力之下，近 3 年創業生態圈也逐漸成形。泰國獲得投資的新創公司，由 2012 年的 3 家，躍升至 2016 年 75 家；在泰國投資的創投或投資企業，從 2012 年只有 1 家，至 2016 年底已經有 74 家，同期也有約 44 家的天使投資者。2016 年底的募資金額也由 2012 年約 700 萬美元，提升至超過 1.5 億美元；其中成長性最快、獲得最多募資的項目，依序是電

子商務、物流、金融科技、支付，以及食品與餐廳，若以交易數量來看，基於泰國的文化創意與數位內容優勢，遊戲產業也是泰國新創與投資的熱門領域。

泰國近期表現亮眼的新創，包括 2012 年募得 2,500 萬美元的電子商務住宿平臺 HotelTravel，它在近期被美國上市的印度公司 MakeMyTrip 收購，並持續發展。另外，著眼於東南亞電商崛起、但目前在線支付只有不到 5%，而提供一站式線上支付解決方案的電子支付 Omise 公司，募資預估也超過 2,000 萬美元，除了將業務拓展至其他東南亞國家之外，也與淘寶合作，並計劃推出數位貨幣，以略過銀行進行交易與轉帳。aCommerce 於 2013 年成立，提供包括數位與品牌行銷、科技平臺、倉儲物流、網路商店建立、客戶服務等電商服務解決方案，獲得包括日本、泰國、澳洲、瑞士、新加坡等創投的投資，並已發展至印尼、新加坡與馬來西亞市場。順應行動通訊趨勢，Eko Communications 則針對企業用戶開發手機行動通訊、協作與管理系統，也獲得包括中國 Gobi Partners，美國 500 Startups 與 Tigerlabs 的投資。另外，Hubba 共作空間、透過行動應用軟體可簡易跟汽車保險公司申請理賠的 Claim Di、遊戲平臺 PlayLab、交通與物流快遞 Gixtix 與 Skootar 等，均獲得投資者青睞。

二、政府相關政策

為了協助傳統經濟轉型，泰國政府打算投入 200 億泰銖（約新臺幣 183 億元）的資金以扶植新創公司；其中 100 億泰銖將由財政部（Ministry of Finance）用於支持一般的新創公司，另外 100 億，則由資訊通信技術部（ICT Ministry）成立數位經濟資金，用以支持特定的科技新創公司。此外，國家科學與科技發展委員會（National Science and Technology Development Agency）除了提供 5 億泰銖成立母基金，投資泰國新創，其所屬的泰國軟體園區，也準備提供 4,000 萬泰銖等值的票券給新創科技公司，協助企業拓展市場。

為進一步促進創新創業支援力道，泰國政府也將討論並修改法規，包括降低〈商業安全法〉（Business Security Act）標準，只要有想法不需要房地產等擔保，就可以設立公司，並讓在目標產業領域具備有潛力想法的個人，享受原本只限於企業的外人投資優惠，獲得稅務減免。此外，也預計在財政部之下，設立「國家新創中心」（National Start Center），整合新創、創投與育成中心。為了發展金融科技，除了結合公私部門成立泰國金融科技協會（Thai Fintech Association），著手準備金融監管沙盒與未來發展藍圖，泰國國家創新局（National Innovation Agency）也與日本及中國簽訂合作備忘錄，並希望在 2020 年募得 300 億泰銖，以支持金融科技新創發展。在增加融資管道方面，泰國政府

將成立為新創企業量身打造的新創交易所，讓新創在沒有營收的情況下可以在交易所掛牌，尋求合格投資人的資金投資。雖然上述許多法規細節都還在討論當中，但可預見泰國的新創企業生態將步入快速發展的階段。

第 3 節 菲律賓創新創業環境

一、創業環境分析

（一）創業環境概況

菲律賓的經濟長期倚賴人力輸出與國際外包產業，也因政府行政效率、法制基礎、網路基礎設施、金流和外人投資產業限制等問題，相較於新加坡、馬來西亞與泰國，菲律賓創新創業生態體系尚待建構。雖然近年來菲律賓政府開始著手檢討經商環境與法規，建立創業發展藍圖，然而由於政府機關缺乏相關的執行人才，成效有限。

然而，這些產業發展的危機，卻成為菲律賓創新創業的轉機。菲律賓有 1.1 億人口，為世界第 5 大英語國家，且人口年輕，平均年齡約為 24 歲，樂觀且勇於消費。菲律賓因深受美國文化的影響，經商方式西化，人民教育程度佳，因此是印度之外，全球最大的商業流程外包中心，每年提供約 130 萬個工作與 260 億美元的收入。這些商業服務原本就是以科技為基礎，因此無論在流程優化、應用程式開發、顧客建立、數據分析、文案製作等，均有許多創新商機。

在網路經濟趨勢下，工作更加分散、虛擬且隨選（On Demand）。由於商業流程外包需求影響，菲律賓近年在數位科技教育與應用上均有明顯的進步，也使得商業流程外包更可進一步發展成為技術人力服務平臺，突破地理疆界的限制，獲取更多的技術服務商機。由目前全球主要的微型工作平臺 oDesk 供需流量資料顯示，前 20 大的線上勞動需求（工作委託）國家除了馬來西亞與印度，其他均來自富裕且人力成本高的國家，而印度與菲律賓則是主要線上科技服務供給國。

此外，每年約 1,000 萬海外移工匯回超過 260 億美元的外匯，更是支撐菲律賓消費活力的重要支柱，使菲律賓經濟過去 3 年以平均每年約 6% 的速度快速成長，也帶動房地產、休閒娛樂、消費服務等方面需求的持續成長。近年來，隨著國際產業往東南亞移動、國內經濟與政治條件改善等因素，開始吸引菲律賓移工與創業者回到菲律賓創業。而菲律賓的西化環境，也使許多國際企業與新創，選擇菲律賓成為進入東南亞的產品或服務測試場地。菲律賓的自然災害、基礎設施不足與金流問題，更可成為目標在新興市場的

新創做為發想或試驗場地，以金融科技、行動通訊、創新服務或社會企業，解決新興市場普遍面臨的各種社會與經濟問題。

（二）近期新創發展與投資趨勢

近年來不少菲律賓團隊在國際創業競賽中嶄露頭角。趨勢科技以大數據為題所舉辦的「2014 Trend Micro Codinsanity 趨勢科技亞太區程式競賽」，首度將賽事擴大至亞洲 12 大地區時，即由菲律賓新創公司 Kalibrr 團隊以精準的技術與商業分析，透過大數據找出真正目標族群獲得冠軍。2017 在新加坡 Visa 创新中心舉辦的 Next Money Fintech Finals 中，菲律賓新創 Ayannah 著眼於菲律賓廣大移工有匯款需求，但擁有銀行帳戶與信用卡的比率非常低，因此以第三方支付方式，提供菲律賓移工購買產品或服務給國內親友，透過地方非金融機構讓在菲律賓國內的家人，可以利用第三方服務就近領錢或購物，未來並希望能開發數位紅包並累積數據開發信用風險評估系統，獲得 500 萬美元的投資。

從解決問題著手，不少新創獲得投資與企業支持。南非投資集團 Naspers 投資 500 萬美元在菲律賓新創公司 Coins，以比特幣基礎技術，改善轉帳與匯款流程，向菲律賓與泰國尚未有銀行帳戶的民眾提供金融服務。菲律賓團隊 Win 利用微軟 TV White Space (TVWS) 技術，類似將遍布臺灣的 7-11 建立成 WiFi 熱點的概念，將菲律賓路邊雜貨店轉變成 Wifi 分享熱點，解決菲律賓民眾連網最後一哩路的問題，並藉此獲得消費者的消費數據，獲得微軟「可負擔接取倡議」計畫 (Microsoft's Affordable Access Initiative) 投資。目前總部設在新加坡的 Lenddo，2011 年成立以社群網站數據做為信用評等方式，協助沒有傳統銀行信用紀錄的人取得貸款，首站即是菲律賓，並已拓展至 20 個國家；Lenddo 經過 4 年網路貸款經驗與數據累積，開發專利演算法技術，迄 2015 年已獲得約 1,700 萬美元投資，並開放技術與第三方合作。

隨著菲律賓房地產的熱絡，菲律賓房地產門戶網站 ZipMatch 提供一站式房地產服務與 360 度全景影像，也獲得包括 500 Startups、Hatchd Digital、IMJ Fenox 等投資。此外，在創新領域方面，目前被視為飽和的產業包括通訊、搜尋、交易等，成熟領域則包括求職、社群、新聞與網誌。線上影音遊戲娛樂、電子商務、線上支付、線上票券與活動、金融科技、旅遊餐飲等，則因為菲律賓信用卡滲透率低與網路基礎設施不佳等因素，尚有許多待開發的空間。

二、政府相關政策

有鑑於菲律賓創業生態圈落後其他東南亞國家，菲律賓於 2015 年發起數位創業藍圖政策（Philippine Roadmap for Digital Startups），由菲律賓的科技與通訊技術部門起草，希望吸引創投、加速器、資深創業家共同參與，打造菲國新創生態圈，並希望能在 2020 年達到投資 2 億美元於 500 家新創，估值 20 億美元，並創造 8,500 個專業工作機會的目標。然而，因為菲律賓基礎架構落後，因此主要行動方案放在改善智慧經濟財產權、網路基礎設施、提供租稅誘因、改善公司法、建立創新園區等環境改善。

在智慧財產權方面，主要是簡化專利法程序、對軟體與編碼保障更周全、以及尋求隨附組織的專業支援；在網路基礎設施方面，將檢視反托拉斯法，允許其他網路供應商提供有品質可負擔的網路服務；除了持續增加郊外居民的收入並以高密度中高所得族群為優先，提供具品質的網路服務，短期目標則在科學園區或創新中心提供穩定的網路服務。此外，也將持續以公私合夥計畫的方式，在人口密度較高的地方優先建立創新園區，並加速電機工程類的訓練。除了討論設立國家主權基金，也討論在學校設置育成中心或創業課程。在菲律賓經商投資行政過程冗長，菲律賓也將檢討移民、公司法、稅制誘因、勞動誘因，以及各種與新創相關的法律如金融科技等，以提升行政效率並降低法規制度的阻礙。以上可見菲律賓創業體系還在非常初步的階段。

然而，雖然政府資金未能扮演重要的創業推手，但由於市場與人才供給，近年有不少本土或國際創投積極投入。目前在菲律賓主要投資者包括 Ideaspace Foundation、Kickstart Ventures、UP Enterprise Center、500 Startups 和 Golden Gate Ventures 等；2016 年更有不少加速器或育成中心加入，包括 La French Tech Philippines、法國 We Cube Inc 加速器、亞洲管理機構與菲律賓發展基金會共同成立的 AIM-Dado Banatao Incubator、公私合作的 QBQ Innovatio Hub 與 StartupPH 等，進行國際間的團隊交流、創業扶植與服務、定期路演等活動。

第 4 節 印尼創新創業環境

一、創業環境分析

（一）創業環境概況

印尼擁有約 2.62 億人口，是繼中國、印度、美國之後全球第 4 多人口國，且人口年齡中位數只有約 28 歲。印尼目前約有 7,400 萬的中產階級，預估至 2020 年將成長一倍至 1.41 億，帶動對金融服務、家居與個人用品、汽車等需求。人口紅利加上中產階級的興起，豐富的天然資源與廣大的內需市場，使印尼成為東南亞投資與新創發展最受矚目的國家。

印尼的創業市場雖然仍在發展初期，但印尼民眾對科技接受度非常高，且社群媒體非常活躍。根據《Digital in 2017》統計資料，印尼在 2017 年 1 月有超過 1.32 億人使用網路，網路滲透率約為 51%。雖然 2017 年相較 2016 年成長率高達 51%，但仍有很大的成長空間。印尼社群媒體使用人數高達 1.06 億人，是全球行動臉書使用者最多的國家，約有 8 千 7 百萬 Facebook 用戶；預估 2019 年即可超過 1 億人使用 Facebook。在社群網站使用上，Facebook 占有率高達 94.21%。

由於印尼基礎設施差，電子商務使得郊區或農村的人民可以購買過去在當地買不到的商品；且印尼零售與貿易市場較為分散化，尚未被大型零售商所主導，因此許多小型零售或貿易業者積極搶進電子商務市場，形成印尼電子商務市場的爆發性成長。印尼目前電子商務滲透率只有 9%，根據 Google 與淡馬錫預測，2025 年印尼電商規模將達 460 億美元，僅次於中國與印度市場。印尼的手機滲透率約為 142%，網路發展也以手機為主。根據 StatCounter 統計，目前印尼上網人口中，約有 82% 是透過行動網路上網，因此目前在電子商務方面，業者也多專注在建立行動平臺，尤其在民生消費市場。

過去外國人不能投資印尼的電子商務，因此電子商務新創較難獲得國際投資；2016 年 5 月放寬允許投資額至少 1,000 億印尼盾的外國電子商務業者，100% 持股並享有 3 小時准證申請，1,000 億以下投資外人持股比例上限 49% 之後，預計將吸引大量外人投資印尼電子商務商機。

由於印尼政府行政效能相較不彰，加上行銷管理等人才取得不易，因此大多數企業都將總部設在新加坡或馬來西亞，再以子公司方式在印尼營運，且許多獲得投資的印尼新創為了避免競爭與被課稅，也不願意公開募資資訊，使得印尼的新創市場發展較不容易被掌握。雖然政府無法有效驅動印尼的創新創業生態圈，且有許多基礎設施、法規限制、物流與金流、人才取得與在地化服務障礙需要克服，使得目前的印尼市場較適合本地企業發展；但是，在龐大的市場商機與發展潛能驅動下，使得越來越多國際創投與新創業開始進入印尼市場。

（二）近期新創發展與投資趨勢

在 2014 年 Tokopedia 電商獲得日本軟銀及紅杉資本 1 億美元的鉅額投資，2015 年印尼電商新秀 Matahari Mall 公司募得 Lippo Group 印尼本土創投公司 5 億美元的投資金額之後，印尼的創業商機開始受到國際矚目，投資金額呈指數性成長。計程摩托車 Go-Jek 運輸服務公司於 2015 年與 2016 年，分別獲得 2 億美元與 5.5 億美元的投資，目前估值約為 13 億美元，龐大的內需使得印尼在短時間之內，即出現包括 Tokopedia、Go-Jet 與線上旅遊網站 Traveloka 等獨角獸新創公司。

自 2014 年之後，國際創投包括 East Ventures、500 Startups、CyberAgent Ventures、Rocket Venture 等紛紛進駐，印尼本土創投包括 Lippo Group、Sinar Mas、Bakrie Group、Indosat、Ideosource、Convergence Ventures、Alpha JWC Ventures 等也紛紛成立基金，並與國際創投或企業合作投資，使得印尼成為新加坡之外，創投資源最豐富的國家。

目前獲得最多投資的領域主要在電子商務，代表性新創包括 Tokopedia、Maahari Mall、Bukalapak、女性購物網 Orami、穆斯林美妝網 HijUp 等；預估電子商務仍將會是印尼最大的成長領域之一。由於印尼有銀行帳戶者與信用卡普及程度較低，且民眾對於線上交易仍存有疑慮，因此電子商務交易主要仍是透過銀行轉帳或貨到付款，貨品或帳款遺失比率也高，影響電子商務發展。此外，印尼由 1 萬 7 千多個島嶼組成，基礎設施不佳物流也是極高挑戰。然而基於交易所需，對於可信任且有效率的線上交易與物流需求日增，預估也將成為企業與新創著力的目標領域。金融科技新創除了線上支付 Midtrans 與網路金融 CekAja，2016 年以來金融科技新創湧現，阿里巴巴的螞蟻金服也將透過與印尼媒體集團 Emtek 及其投資的 Bukalapak 合作，進軍東南亞 C2C 電子商務市場，並複製支付寶經驗，提供數位金融服務。另外，基於網路與電子商務需求，雲端服務與網路科技也成為創投投資的主要目標。

隨著中產階級的崛起，在成功募資名單上不乏各種生活服務，包括美食餐廳、旅遊票務、婚禮規劃、網路媒體等，預估將來 O2O（On-line to Off-line）服務模式需求也將增加。基於印尼市場在某些領域已經有領導企業，新進者較難競爭，因此，為這些企業提供技術服務或異業合作也成趨勢。譬如線上醫療平臺 HaloDoc，除了對接病患與醫師及提供即時診斷，在獲得 Go-Jet 投資後，也將提供藥品配送服務。

二、政府相關政策

相較其他國家，印尼政府對新創的政策相對較少，也沒有提出吸引國際新創的政策。印尼政府於 2016 年 6 月提出「1,000 家新創企業行動（1,000 startups movement）」培育計畫，希望透過在 10 大城市進行育成計畫，讓印尼的新創企業在 2020 年達到 1,000 家，並創造 100 億美元的總估值，也設立 HUB.ID 平臺對接新創與投資機構。此外，為了保護本國企業與投資人，在能源、油氣、交通、貿易與製藥方面也限制外國人投資。

第 5 節 越南創新創業環境

一、創業環境分析

（一）創業環境概況

越南人口將近 9,493 萬人，網路使用人口約 5 千萬人，相較於印尼，越南的科技技術與教育程度較高，在中國大陸的勞動成本增加之後，是許多科技業與製造業投資移轉的目標國，且已成功發展成軟體業的外包中心，造就越南軟硬體並行的人才與產業發展。

越南的創業風潮可分為兩波：第一波是 2000 年 IDG 創投在越南投注 1 億美元資金，投資超過 40 個在科技、媒體與消費部門的新創；第二波是 2008 年 CyberAgent Venture 開始大量投資越南新創。隨著中產階級崛起，政府進一步推動知識型產業鼓勵創新創業；加上國際資通訊企業的投資影響，以及海外歸國的越南企業將國際的知識與技術帶入，使得越南近年創業氛圍與環境顯著提升。此外，為了尋求更高的附加價值並避免企業未來因為逐漸提升的勞動成本外移，許多科技或商業外包公司開始在企業內利用既有資源進行研發與創業投資，以培植具有當地視野的新創，掌握越南本身經濟與產業崛起的商機。以新創家數來看，目前越南係繼新加坡、印尼之後，東南亞第 3 大新創國家，並且也孕育出其第一個獨角獸線上遊戲公司 VNG。

越南的新創公司集中在胡志明市、河內與峴港。河內為越南科技人才聚集地，峴港則是因為 IBM 智慧城市贊助計畫，而開始發展智慧城市解決方案。根據《Digital in 2017》數據，越南網路滲透率已提升至 53%，且手機滲透率有 131%，社群網路滲透率也有 48%。越南 30 歲以下年輕人口占多數，預估也將有一波行動通訊帶來的創業風潮。但目前越南的主要成功創業者多為曾在歐美國家求學或工作者，未曾出國求學者除了缺乏國際語言能力，一般較缺乏創業或商業經營的訓練。不會說當地語言是國外新創進入越南的主要

障礙，且越南目前仍是共產國家，政策透明度與行政效率較低，想要進入越南市場多需要與當地人成立夥伴關係或聘任當地管理階層。雖然越南大學注重數學與科技教育，但因為對科技人才的需求高，專業人才供給仍然不足，員工跳槽比例高，也是企業需要克服的挑戰。

（二）近期新創發展與投資趨勢

越南年輕科技新創近年持續吸引外國投資機構，包括 CyberAgent、500 Startups、日本雅虎、高盛與渣打集團等投資。根據 Topica Founder Institute（2016）報告，越南新創的投資交易金額，由 2015 年的 1.37 億美元，提升到 2016 年的 2.05 億美元，成長幅度高達 46%。其中，獲得最多投資的部門依序為金融科技、電子商務、教育科技、媒體科技、食物與飲品，以及房地產部門。

如同其他東南亞開發中國家，越南的金融基礎設施尚待建立，仍有 3／4 的人口沒有銀行帳戶，電子商務的交易也多以貨到付款為主，因此解決開發中國家問題的金融科技持續成為投資重點。2016 年行動支付新創 MoMo，獲得高盛與渣打集團約 2,800 萬美元的投資，韓國與中國投資機構也開始藉由越南的金融科技新創，進入開發中國家的金融領域；2016 年越南的金融科技投資金額達 1.29 億美元，占新創投資交易的 63%。

在消費性電子商務與線上市集方面，除了越南已經具知名度的 Tiki、Sendo 和 Lotte，另外區域性領導電商如 Lazada 等，已經掌握部分電子商務市場，形成新進者的進入障礙；然而，垂直性的電子商務市場，以及提供金流、物流、廣告行銷、技術等電子商務解決方案需求，仍有極高的發展潛力。

基於越南文化對教育的重視，越南每年子女海外教育費用高達 30~40 億美元，且越南學齡人口眾多，年輕父母對現代教育的接受度高，使得線上教育與學習軟體開發有極高的發展潛力。截至 2016 年底為止，越南已經有將近 400 個與教育及訓練相關的投資計畫；2016 年獲得投資的新創，包括幼兒學習軟體開發 TinyGoo、線上外語教學新創 ELISA 與 Monkey Junior，以及線上編程訓練新創 Code4Startup 等，使得教育科技成為越南繼金融科技之後，發展最快速的領域。

此外，結合越南智慧城市與應用的相關經歷，智慧農業與智慧醫療等結合智慧科技與當地需求的領域，也逐漸受到投資機構的青睞。

二、政府相關政策

為了鼓勵創新創業，越南科技部成立「科技、創業與商品化發展局」(National Agency for Technology, Entrepreneurship, and Commercialisation Development)，以加強建立育成與加速器體系。近期南亞與東南亞的創新創業氛圍興起、競爭增加，越南政府更加強力道，預計在 2020 年前投入約 4,465 萬美元，扶植 1,000 個新創企業，且至少達到 50 家獲得創投投資或被併購的水準，並創造雙倍的價值。

除了直接提供資金，越南也啟動國家創新新創入口計畫，提供科技資訊、專利、政策、人力資源、投資與網絡等協助，促進新創與商業夥伴、創新支援體系等連結，並透過越南矽谷計畫，與國際專家合作共同投資，協助當地新創獲得早期投資與創業協助。越南政府也積極透過外人投資租稅獎勵與國際合作，協助培養科技人才與新創並促進國際連結。除了越南政府與芬蘭成立合作夥伴關係，由兩國政府共同提供創投資金之外，2012 年芬蘭政府、Nokia 與世界銀行也在胡志明市的西貢高科技園區成立 mLab East Asia，提供新創知識、技術與財務方面的協助。

此外，越南從 2008 年即開始 IBM 的智慧城市計畫，近期物聯網發展成為重點，越南其他城市也陸續啟動其智慧城市計畫。為了促進國內與國際投資，以達到 2020 年邁向工業國家的目標，越南政府也由國家預算中編列約 1.1 億美元，投資資通訊產業。

第 6 節 印度創新創業環境

一、創業環境分析

(一) 創業環境概況

印度人口總數約為 13 億 2,900 萬人，係全球第 2 多人口的國家，連網人口約 4.62 億，僅次於中國與美國，但仍有 2/3 的印度人口尚未連網，具有極高的成長潛力。印度 35 歲以下人口占 65%，人口組成年輕。國際貨幣基金預估，印度 2017 年與 2018 年的經濟成長率可望達到 7.2%與 7.7%，成為全球經濟成長最快速的國家。因為語言與低成本的科技人才優勢，印度為全球最大的科技商業外包接受地，外包年產值高達 1,500 億美元，且有大量的印度移民在歐美與矽谷工作，與西方國家的科技連結緊密。人口紅利、龐大的內需市場與國際科技連結關係，吸引全球各地投資人的目光，被視為亞洲地區除了中國之外，現今最如火如荼發展創新創業的區域。

印度幅員廣大、種族與語言多元，創新體系以區域驅動為主。目前印度區域創新體系主要集中於西部和南部，創新群聚據點為德里（Delhi）、阿默達巴德（Ahmedabad）、孟買（Mumbai）、浦那（Pune）、邦加羅爾（Bangalore）、清奈（Chennai）、海德拉巴（Hyderabad）、加爾各答（Kolkata）等地，主要創新產業為健康照護、能源、化學、資通訊、製藥與電信。印度有超過 280 個育成中心與加速器，並且持續增加中。在印度每 10 家頂尖的創業投資或私募基金公司，就有 8 家是外資，顯示印度的創新能力成為其吸引外人投資的主因之一。印度政府啟動一系列政策支持，並與跨國企業形成公私合作夥伴，希望能共同形塑印度創新創業生態體系。

目前印度的網路覆蓋不足，形成固網、物流及電商等互聯網產業進入的障礙；且印度人才多外流或進入軟體產業，多元化技術人才供給不足。而印度缺乏製造業供應鏈，也使得以硬體或製造研發為主的企業，在當地難以獲得支援。雖然在移動網路興起與「印度製造」（Make in India）的國家政策之下，這些障礙可望改善，但印度國土面積廣大、複雜的語言與社會結構、各行政區域政治異質、貧窮人口眾多、基礎設施不足、官僚與行政效率較低、土地取得不易等，仍形成國際新創進入的極高門檻與挑戰。

（二）近期新創發展與投資趨勢

印度龐大的市場與技術資源，孕育出數量上僅次於美國和中國的獨角獸企業。在世界創業獨角獸公司中，來自印度的公司比率占 5.7%，包括電子商務平臺 Flipkart、Snapdeal、ShopClues 號稱印度 Uber 的 Ola、移動支付商 Paytm、線上分類資訊網站 Quikr、美食推薦網站 Zomato、大數據 Mu Sigma、即時通訊 Hike，以及全球第 2 大的行動廣告商 InMobi 等。

自 2005~2015 年間，印度的創投投資至少有 1 兆 1,170 億美元，投資金額年平均成長率高達 42%，超過 1 萬家在印度的新創企業獲得投資；同期間，印度的新創家數年平均成長率約為 16%，且約有一半的新創來自國外。根據 YourStory 研究資料，2016 年印度新創投資交易數量達到 1,040 件，投資金額約為 40 億美元，雖然較 2015 年的 90 億美元投資金額減少了 55%，但投資交易件數仍有成長。

印度近年的經濟成長與購買力提升，帶動消費需求，也反映在其電子商務的快速成長上。2016 年獲得最多投資的領域，依序是電子商務、企業方案與雲端服務、生物與健康科技、金融科技、教育科技、食物科技、運輸、數位媒體與物流。因為固網建置成本高且滲透率低，許多印度創業者跳過 PC 端網頁，直接從手機 APP 開始做起，因此在印度新創界出現大量 APP 開發平臺、市場，以及 APP 搜尋引擎。預估隨著連網人口與企

業的增加，B2B 與雲端服務需求將會持續增加，且未來人工智慧與機器學習將為許多產業帶來變革，包括健康科技、金融科技與物流等，也將持續成為投資的重點。

據估計，印度目前有超過 8,000 家新創企業，其中 4,500 家為科技新創。外人投資對印度的新創環境建置居功厥偉，如微軟為了物聯網與軟體開發，預計將在 5 年內於印度育成 500 家新創企業；軟銀也將提供印度 100 億美元的創投基金。近兩年中國本地的創投競爭激烈且有泡沫現象，因此許多中國企業與投資機構將目光轉向印度，希望將中國網路與解決在地問題的發展模式，複製到印度。

二、政府相關政策

2016 年初，印度總理莫迪正式啟動「印度創業，印度崛起」（Start Up India, Stand Up India）的創新創業計畫，由政府提出高達 100 億盧比的創業基金數額。根據政府行動方案（Action Plan），除了提供一站式創業協助、簡化並加速設立公司的流程與退出機制，也免除政府採購的企業營業額規定，讓新創企業也可以參與政府採購。為了加強智慧財產權保護，除了便捷智慧財產權之維護與商業化的過程，也提供快速追蹤專利申請機制，新創可減免 80% 的專利商標設計與申請相關費用。

為了解決新創融資與集資問題，印度政府設置了 250 億盧比資金的母基金，並希望在 4 年內達到 1,000 億盧比額度，作為印度證券交易委員會挹注創業投資基金的資本，並建立信用擔保基金協助企業取得融資。只要新創企業成立時間少於 5 年，營收低於 2.5 億盧比，都可獲得政府獎勵與協助；新創個人所得與資本利得 3 年免稅。

為了進一步推動印度的科技創新創業發展，除了建立育成中心與創新中心，企業投資育成中心與創投投資免稅，也透過智庫推動阿塔爾創新計畫（Atal Innovation Mission）試圖搭建一個集聚全球先進的孵化器、加速器、創投機構和基金，以及各類創業企業和創業者的推廣平臺。另外，也針對印度需要解決的問題，徵求創新低成本的解決方案。

第 7 節 臺灣新創南向發展機會與建議

新南向國家雖然看似商機無限，但各國在東南亞與印度競爭激烈，且這些地區國家間與國家內種族、文化背景與經濟條件迥異，對國際新創而言，是極具挑戰的市場。舉例來說，東南亞與印度基礎設施不足雖是創新創業的機會，但是對當地不熟悉的人可能無法掌握；因此，如 Amazon、Uber、阿里巴巴等企業龍頭，也都無法與當地新創競爭。與地大人多、各區域發展懸殊、具有極高在地化因素的新南向國家相比，臺灣各地基礎

建設較佳，發展一致，因此臺灣新創若準備不足，可能無法掌握當地的創業生態。

不過，在這股創新創業風潮下，目前各國政府均提供誘因，積極招攬國際新創，且東南亞與印度已經是國際市場與戰場，除了本地加速器，國際加速器也紛紛進駐，提供各國（包括臺灣）新創一個很好的機會，前往了解當地市場。東南亞與印度各國文化背景與經濟發展迥異，各個市場提供不同的機會。以下將彙整當地的機會與我國目前協助新創拓展新南向的政策，以供參考。

一、新創南向的機會與挑戰

由於多數消費市場的新創競爭需要極雄厚的資本與本土化，以臺灣新創的特質，在 B2B 的市場較具利基，新加坡自然成為多數臺灣新創前往東南亞發展的第一站。除了新加坡，馬來西亞在東南亞國家相對發展較為成熟，也開始成為許多新創團隊進入東南亞的跳板與基地。不同於新加坡主要以科技新創或 B2B 為主，馬來西亞獲得最大投資的新創中，多數著重在消費市場。馬來西亞華人占了大約 24% 的人口，來臺僑生人數眾多，也喜歡臺灣的商品文化，深厚的華人淵源有利於臺灣新創進入馬來西亞，並以馬來西亞多元的文化種族當作商品與服務的試點市場，進而進軍其他東南亞市場。許多馬來西亞僑生來臺求學後，也留在臺灣創業或協助臺灣產業前往東南亞發展。此外，全球穆斯林消費人口多，且消費力高，馬來西亞更可以當作進入清真食品或穆斯林市場的學習與合作場地。

泰國對外人投資相對開放。泰國本身具有豐富且高水準的餐飲與設計文化，過去臺灣業者想打入相關消費市場，均面臨極大的考驗，然而在新創方面卻開啟另一扇窗。如網路訂位平臺 EZ Table、餐廳訂餐系統 iChef、設計師平臺 Pinkoi，均利用當地豐富的餐飲與文化資源，進入當地市場。泰國的製造業供應鏈也較其他東南亞國家完整，「泰國 4.0」經濟發展政策聚焦在新世代汽車、智慧電機、高所得旅遊與醫療旅遊、效率農業、生物科技、食品、自動化與機器人、航空、生質能源、生化、數位、醫療與健康照護等產業，新創可以尋求在這些垂直市場的合作機會。

菲律賓人口眾多且相對年輕，對於科技產品接受度高，儲蓄觀念較低，喜歡購物與時尚，中產階級的崛起，使得當地的消費市場極具發展潛力。臺灣進入菲律賓美妝電商 shopping99 共同創辦人彭思齊觀察，臺灣美容與時尚產品在當地仍具吸引力，臺灣電商或企業可以透過與當地電商合作的方式，將市場拓展到東南亞。此外，也可尋求提供智慧家居、旅遊、食品與農業、數位與電子商務服務、醫療與健康照護、教育、外包與商

業流程升級等 B2B 的技術支援與服務合作。

印尼內需市場龐大，許多消費服務需求正在提升，在民生消費與遊憩市場極具潛力。但是印尼幅員廣大地形破碎不易整合、物流與金流基礎設施缺乏，是電子商務發展需要克服的主要障礙，但這些急需被解決的問題，卻也成為新創進入的機會。惟在印尼發展在地化需求極高，且因為新創與投資市場競爭激烈，因此需要能在利基市場找到合適的合作夥伴。

越南在國際企業投資帶動之下，軟體與遊戲設計、智慧城市物聯網等發展具備基礎，在科技外包與物聯網在家居或農漁業等應用，均具有合作發展的潛力。此外，在金融科技、教育科技、媒體科技，以及隨著中產階級崛起的電子商務、食品、旅遊及房地產部門需求增加，也具備垂直合作商機。

印度為近年經濟成長率最高的地區，也是繼美國與中國之後，新創最多的市場。印度與臺灣曾經有不少技術合作；在 1980 年代當印度需要發展零件或工具方面的技術科技時，常派員到臺灣學習。2014 年印度宣布「印度製造」（Make in India）的國家政策，希望印度能以本土製造替代進口，與製造相關的設計與技術需求將隨之增加，臺灣可望再一次成為印度企業與人才尋求技術支援與合作的地方。印度在網路軟體、企業應用軟體開發等領域，也是我國可以尋求合作的對象。而印度與日本與中國等地的企業文化差異大，我國也可以做為印度新創進入中國或日本的前哨站。此外，印度物流、金融科技、農業與食物科技等需求極高，也是我國新創可以思考的方向。

臺灣有大量來自新南向重點國家的外籍移工、大專學生與新住民，除了利用電子商務，也可以透過這些連結，將臺灣的產品與服務帶進這些市場。由於進入這些市場無論是法規與消費習慣均需要在地化，需要與當地人合作並避免直接競爭，因此可由與當地新創或企業合作開始，解決當地問題的基礎設施與金融服務這些成熟企業較容易忽略的領域，或提供垂直市場如智慧家居、旅遊、食品與農業、數位與電子商務服務、醫療與健康照護等 B2B 的技術支援與服務。此外，臺灣的防災與預警技術，亦可協助解決當地自然災害等問題。因此，應該自教育訓練、技術合作至產業，全面深化雙方長期合作，以協助臺灣新創掌握新南向商機。

二、我國政策與協助措施

基於國內外環境變遷、創新建構臺灣與亞洲的連結，以及對外經濟多元性的需求，我國行政院於 2016 年 9 月提出「新南向政策推動計畫」，秉持「長期深耕、多元開展、

雙向互惠」核心理念，整合各部會、地方政府，以及民間企業與團體的資源與力量，從「經貿合作」、「人才交流」、「資源共享」與「區域鏈結」4 大面向著手，擴大與新南向國家的全面交流與合作。而為使新南向政策更為聚焦，政府也正發展「5 大旗艦計畫」，包括產業人才發展、醫衛合作與產業鏈發展、創新產業合作、區域農業發展、新南向論壇與青年交流平臺，並提出公共工程、觀光與跨境電商等「3 大潛力領域」。由前述各國創新環境可發現，東南亞與印度有許多需求與商機尚待發掘，我國企業可以搭藉政府推動新南向機會，尋求資訊、資源、人才與合作夥伴的協助。

根據《數位時代》調查，目前我國新創布局海外面對的挑戰包括國際人才、文化與語言適應、合適的商業模式、國際法規、國際資金等障礙。在目前政府新南向政策工作項目下，上述障礙也可透過以下方式獲得協助或改善：

- (一) 在國際人才方面，可透過 Contact Taiwan 對外攬才，或參加僑生與企業媒合會獲取所需人才；鼓勵員工參與新南向所需的技術、語言與文化學習培訓專班；加入新南向臺商登錄與求才系統，以媒合歸國移工協助南向發展。
- (二) 透過政府搭建的雙向產業公協會平臺或加速器合作，尋找合適的夥伴與商業模式。
- (三) 善用政府在新南向國家設置的臺灣窗口，提供有關當地法律、會計、稅務及產業資訊諮詢服務；此外，我國與多數國家簽有投資保障協定，若遇到投資障礙或糾紛，也可尋求相關協助。
- (四) 政府將強化海外信保基金保證功能並擴大其基金規模，也要求銀行在新南向國家增設據點服務我國企業；除了上述金融管道，也可透過雙方加速器合作或參與海外經貿或新創交流等活動，接觸潛在投資與合作對象。

第 7 章 臺灣女性企業發展與政府輔導資源

隨著高齡少子化的來臨，勞動人口稀缺的困境日益彰顯，各國無不殫心竭慮以突破勞動人口不足帶來的種種問題，除了鼓勵已退休者再度就業、引入國際移工等，提高女性就業、創業與營業機會，更成為補足勞動缺口，甚至是擺脫經濟困境與帶領經濟前進的關鍵力量，所謂的「女性經濟」、「女力經濟」與「她經濟」可作為代表。

不過，女性的職涯發展往往面臨傳統刻板印象的制約，在家庭與職場上的調和、男性與女性在各類資源的擁有程度，以及國家政策的支持等，也都影響著女性在經濟的表現。近年來，隨著數位經濟的興起，提供了女性就業、創業與營運模式創新的大好機會，女性可望藉由網路，降低家庭與事業的衝突，並提高經濟地位與自主性，女性纖細與敏感的特質，亦有益於網路商機的發掘。

本章旨在描繪臺灣女性企業的特徵，以彰顯女性企業在我國經濟的地位。在此之前，本章先介紹數個主要國家女性企業的現況以及我國女性在國際創業評比的表現，以瞭解我國女性企業與國際的異同。接著，透過相關數據呈現我國女性企業家的經濟表現及教育年齡狀況，以及我國政府對於女性的輔導資源。最後則是結論與建議。

第 1 節 主要國家女性企業經營現況

女性在國家經濟的地位與發展，已成為許多國家關心的焦點，為瞭解女性企業在經濟體系的表現，有些國家或是組織陸續出版了有關女性企業經營的調查報告。本節以美國、英國、日本與中國大陸為對象，簡要說明這些國家女性企業發展的概況（整理比較於圖 7-2-1），由於報告當中所探討的女性企業可能為全體（如美國與中國大陸），有的為中小企業中的女性企業（如英國），有的為新創女性企業（如日本），在缺乏一致性的情形下，不宜做過多的比較，但仍可提供讀者瞭解女性企業在不同主題下的面貌。

一、美國

American Express OPEN（2016）發布的年度報告指出，2016 年美國女性企業家數約有 1,131 萬家，僱用約 897 萬人，企業營業收入約為 1.6 兆美元。2007 年至 2016 年間，女性企業家數成長了 45%，比全體企業的 9% 高出許多。即便如此，2016 年女性企業在

整體企業的家數占比為 38.2%、僱用人數占比為 7.7%、營收占有所有企業的 4%，與 2012 年的各項占比相去不遠。

女性企業所在的產業分布，2016 年以其他服務業（如美髮沙龍、寵物照護）占比最高(21.9%)，健康照護與社會工作次之(占 15.3%)，專業科學與技術服務第 3(占 12.8%)，第 4 為行政支援與廢棄物管理(占 11.4%)，4 者總和約 6 成左右。再以女性企業在特定產業的集中度來看，以健康照護與社會工作的占比最高(64%)，其次為其他服務業(58%)，再次為教育服務(55%)；女性企業在營建工程業占比最低(13%)、運輸與倉儲次低(14%)。

二、英國

英國商業、創新及技術部(2016)的調查指出，在受調查的 11,147 家中小企業中，女性企業的占比為 21%，若以受僱人數將企業區分為微型企業(1~9 人)、小型企業(10~49 人)及中型企業(50~249 人)，女性企業家在中型企業的占比(15%)低於微型與小型企業(21%)。

由行業別觀之，女性企業在教育服務業與健康照護的家數超過半數(皆占 54%)，其他服務業占 38%，行政服務業占 27%；而女性企業在運輸／倉儲占比最少(11%)、金融／房地產次低(12%)、資通訊與建築業稍高(13%)。

三、日本

日本政策金融公庫(Japan Finance Corporation, JFC)(2013)針對中小企業女性創業家所做的調查顯示，在 3,011 家的有效問卷中，女性企業家占了 13.3%，男性為 86.7%。女性企業的平均開業期間為 25.4 個月，男性企業為 28.3 個月，而女性與男性開業 13~24 個月的占比最多，分別為 41.1%與 39.6%，女性比男性多出 1.5 個百分點。

從創業組織型態觀察，女性企業以獨資最多(61.8%)，公司型態次之(31.7%)，非營利組織(NPO)法人第 3(31.7%)；男性企業也以獨資最多(54.2%)，公司型態次之(42%)，男女企業比較，女性企業較男性傾向以獨資型態經營，男性企業則傾向以公司型態經營。

以開業的行業別來看，女性創業家以個人為對象的服務業占比最高(25.5%)，其次為醫療保健業(19.2%)，餐飲住宿業(15%)與零售業(12%)分居 3、4 位，此 4 大行業共占女性企業 7 成以上；男性企業以醫療保健業占比最高(13%)，其餘占比高於

10%的行業依序為建築業（11.9%）、零售業與以公司為對象的服務業（11.6%）、餐飲與住宿業（11.1%），以及以個人為對象的服務業（10.9%），此 6 大行業共占男性企業的 7 成以上。女性與男性企業多以服務業為主，但是女性創業所選擇的行業較為集中，男性則較為分散。

觀察女性與男性開業時的年齡，女性平均開業年齡為 43.7 歲，男性 41.6 歲；按年齡層分，女性開業時的年齡以 40~49 歲居多（32.9%），30~39 歲也不少（31.2%）；反之，男性開業年齡以 30~39 歲居多（39.5%），40~49 歲開業者占比為 26.9%。男性與女性創業者比較，男性創業者的年齡層較輕，但是女性創業者至 49 歲依然保有創業的活力，男性則下降許多。

以創業者的學歷來看，女性創業者以高中學歷居多（29.8%），專修職業學校居次（27.3%），大學學歷第 3（21.3%）；不同的是，男性創業者以大學學歷占多數（38.2%），其次是高中學歷（32.4%），而專修職業學校第 3（18.3%）。

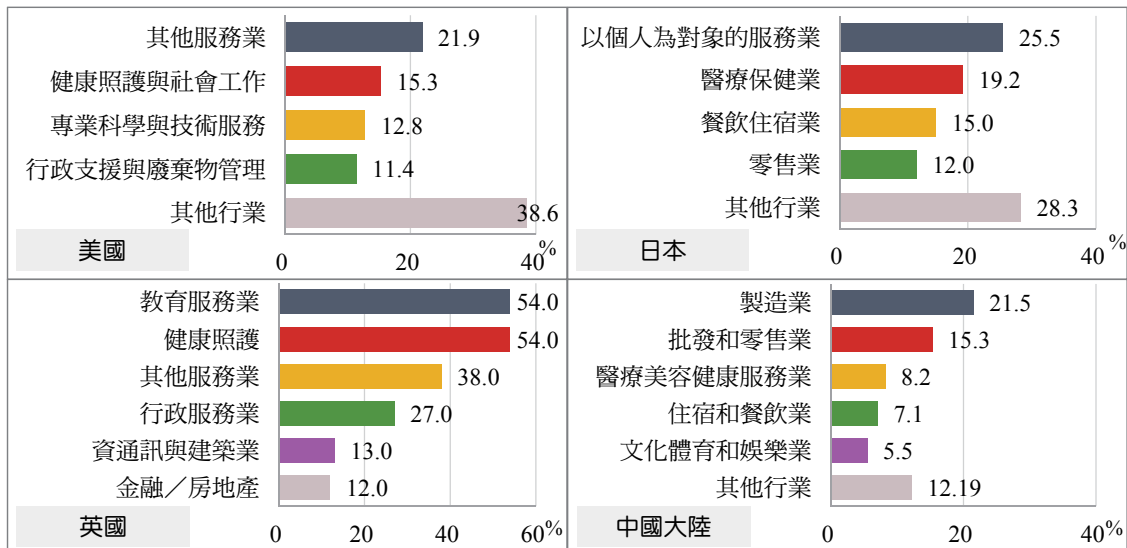
四、中國大陸

根據中國女企業家協會發布的《2016 中國女企業家發展調查報告》，在 2,505 份有效問卷中，女性企業家以自主創業為主（67%），由董事會和主管部門任命的占比分別為 14%和 4.1%。另外，女性企業更傾向僱用女性員工與拔擢女性為中高階主管，在女性企業中，女性員工比率高達 55.01%，而男性企業只有 37.34%；女性企業中的女性中高階主管占比（45.39%）高於男性企業（18.1%）。

從行業分布觀察，女性企業家所在的行業分布較為廣泛，製造業占比為 21.5%，其他多屬服務業，以批發和零售業最多（15.3%）、其次依序為醫療美容健康服務業（占 8.2%）、住宿和餐飲業（占 7.1%）、文化體育和娛樂業（5.5%）。男性企業家比較集中於製造業（64%），高出製造業中的女性企業 42.5 個百分點。

報告指出女性經營企業的儘管規模較小，但在當前經濟衰退下，女性經營的企業績效相對較好，2016 年上半年的銷售利潤率平均為 20.95%，高於男性企業。報告分析認為，女性經營的企業更著重於提高經營效率的內涵式成長，對外部環境依賴較低，因此女性企業家所經營的企業較為穩健，抵禦危機的能力相對較強。但這種發展模式，較難實現企業規模的快速擴張和優秀人才的引進，為限縮女性企業持續擴張的主因。

圖 7-1-1 主要國家女性經營行業別



附註：1.英國數據是以所有性別的中小企業為計算基礎。

2.日本的調查是以創業者為調查對象。

資料來源：整理自 1.American Express OPEN (April, 2016). *The 2016 State of Women-owned Businesses Report* ; 2.Business, Innovation and Skills (May, 2016). *Longitudinal Small Business Survey Year 1 (2015): SME employers, BIS Research Paper, Vol. 289* ; 3.日本政策金融公庫綜合研究所 (2013) , 《女性企業家之創業－2013 年度新創開業實態調查之結果分析》 ; 4.劉月輝、富東燕 (2017 年 3 月 28 日) , 《2016 中國女企業家調查：女性經營企業銷售利潤率超男性》 , 上網日期：2017 年 5 月 1 日 , 取自：<https://read01.com/myoAgK.html> 。

第 2 節 臺灣女性企業發展概況

女性創業的議題在近年來受到關注，《全球創業觀察 2012 女性報告》(Global Entrepreneurship Monitor 2012 Women's Report)指出，臺灣女性創業態度、創業活動，皆高於亞洲已開發國家的平均值，顯示我國女性對於創業抱持正面積極的態度，並努力實踐。再從我國女性負責的企業家數、內銷額與擔任上市櫃公司董事比率，其逐年增加的數據來看，顯示出我國已發展出較好的女性企業經營環境。進一步的說明如下：

一、女性創業國際比較

根據《全球創業觀察 2012 女性報告》，臺灣女性總創業活動的比率 (Total Entrepreneurship Activity, TEA) 為 6%，略高於亞太與歐洲已開發國家平均值 (5%)，高於日本與韓國 (2%)，但低於新加坡與美國 (10%)，顯示我國女性創業活動優於已開發國家的平均。以女性企業的現有企業率來看，臺灣 (6%) 高於亞太與歐洲已開發國

家（4%），低於美國（7%），顯示女性在創業 3 年半之後，依然持續經營的比率高於亞太與歐洲平均。以獨資在 TEA 的占比觀之，我國女性創業者獨資的比例偏低（44%），低於亞太（58%）與歐洲已開發國家（60%），偏低原因是否來自於臺灣女性傾向與他人合作創業，或是自有資金不足而必須尋求其他資金的參與，值得進一步探討。（表 7-2-1）

表 7-2-1 全球主要區域女性企業經營特徵

單位：%

區域 / 國家別	TEA 比率 ¹	現有企業率 ²	獨資企業 (% TEA)
亞太已開發國家	5	4	58
臺灣	6	6	44
日本	2	4	45
南韓	2	4	97
新加坡	10	2	47
歐洲已開發國家	5	4	60
英國	6	3	72
德國	4	4	66
美國	10	7	65

附註：1.總創業活動率（TEA）為 18 至 64 歲女性人口中，新生創業與新生創業女性企業負責人比率。新生創業率為正在建立新企業，但尚未發放薪資或發放薪資未滿 3 個月的企業負責比率。

2.現有企業率則是正在管理該企業且發放薪水超過 3 個月，但不足 42 個月之現有負責人比率。

資料來源：整理自 1.經濟部中小企業處（2015），《我國女性創業者概況暨科技創業政策初探》；2. Global Entrepreneurship Monitor (September, 2015). 2012 Women's Report.

再從女性創業態度指標觀察，我國女性對於創業機會的認知（39%），高於亞太已開發國家（19%），更遠高於日本（6%）與韓國（8%），也高於歐洲已開發國家（31%），僅略低於美國 1 個百分點。在相信自己有能力可展開創業的創業能力認知指標上，臺灣（22%）高於新加坡（21%）、韓國（16%）與日本（5%），但低於歐洲已開發國家（33%）；在害怕創業失敗的比率上，臺灣（41%）低於其他亞洲已開發國家（47%）與歐洲已開發國家（45%）；預計在 3 年展開創業的創業意圖比率，臺灣為 23%，明顯高於其他已開發國家。（表 7-2-2）

表 7-2-2 全球主要區域女性創業態度指標

單位：%

區域 / 國家別	創業機會 認知 ¹	創業能力 認知 ²	害怕失敗的 比率 ³	創業 意圖
亞太已開發國家	19	16	47	12
臺灣	39	22	41	23
日本	6	5	50	2
南韓	8	16	54	9
新加坡	23	21	43	14

區域 / 國家別	創業機會 認 知 ¹	創業能力 認 知 ²	害怕失敗的 比 率 ³	創 意 業 圖
歐洲已開發國家	31	33	45	8
英國	28	37	40	7
德國	33	29	50	4
美國	40	47	35	10

附 註：1.創業機會認知，指 18 至 64 歲之間的女性看到良好創業機會的人口比率。2.創業能力認知，為 18 至 64 歲之間的女性相信自己有能力與知識展開創業活動的人口比率。3.害怕失敗的比率為 18 至 64 歲之間的女性有創業機會但因害怕失敗而阻礙其創業的人口比率。

資料來源：整理自 1.經濟部中小企業處（2015），《我國女性創業者概況暨科技創業政策初探》；2. Global Entrepreneurship Monitor (September, 2015). 2012 Women's Report.

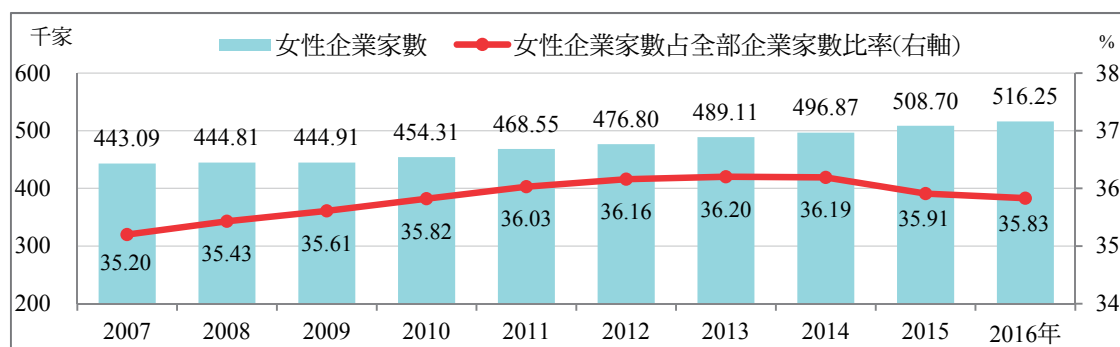
從以上數據發現，臺灣女性對於創業機會的判斷、創業的自信、不畏失敗的信心與創業實現的意圖，皆高於亞洲已開發國家。

二、臺灣女性企業經營面貌

（一）家數變化

整體看來，女性企業家數持續成長，由 2007 年的 44.3 萬家，至 2016 年已增加至 51 萬 6,249 家，成長了 16.51%。再以女性企業家數占全部企業家的占比觀之，平均維持在 3 成 6 左右，顯示女性企業在我國經濟地位的重要性。（圖 7-2-1）

圖 7-2-1 近年臺灣女性企業家數及比率



資料來源：整理自 2008-2017 年《中小企業白皮書》。

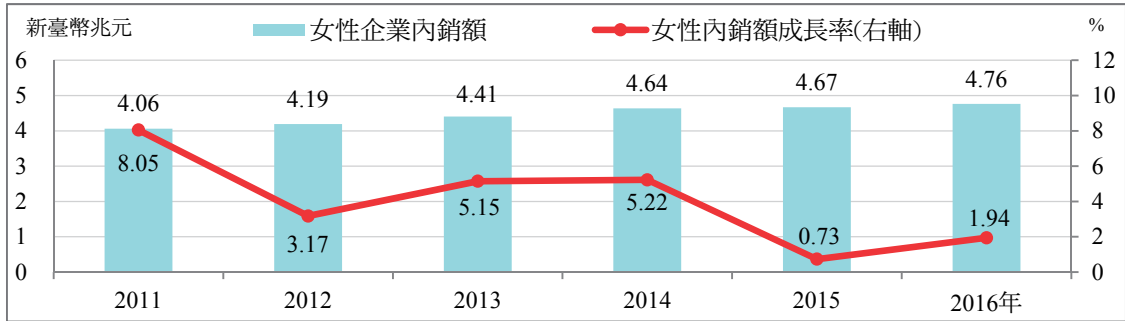
（二）銷售變化與行業分布

觀察近 6 年來女性企業內銷額的變化，從 2011 年的新臺幣（以下同）4.06 兆元成長至 2016 年的 4.76 兆元，成長 17.24%，即使面臨經濟不景氣，內銷額仍持續增加（2016 年內銷成長率為 1.94%），顯示女性企業支撐經濟之功能。（圖 7-2-2）

再從女性企業 2016 年在農業、工業與服務業的家數及銷售額（包含內銷與外銷額）

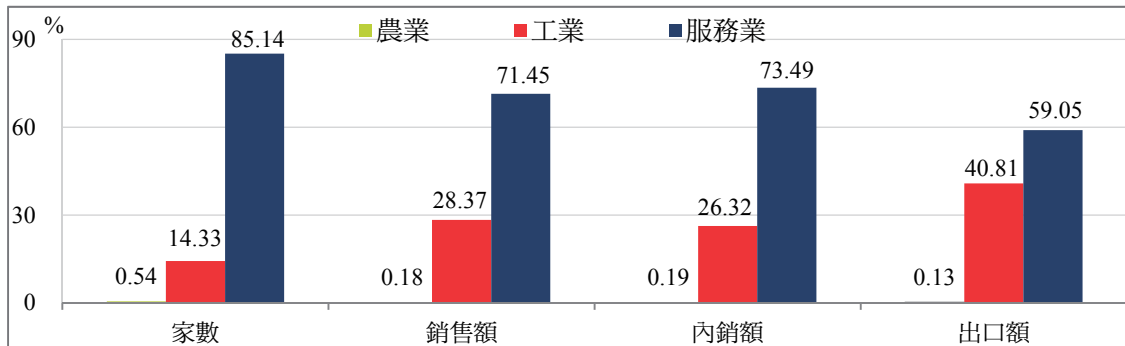
的分布觀察，女性企業以服務業為主（服務業家數占 85.14%、服務業銷售額占 71.45%），在出口額也以服務業為主（59.05%），此與臺灣以工業為主的出口結構不同，顯示服務業對女性企業之重要性。（圖 7-2-3）

圖 7-2-2 近年女性企業內銷額及成長率



資料來源：整理自 2012-2017 年《中小企業白皮書》。

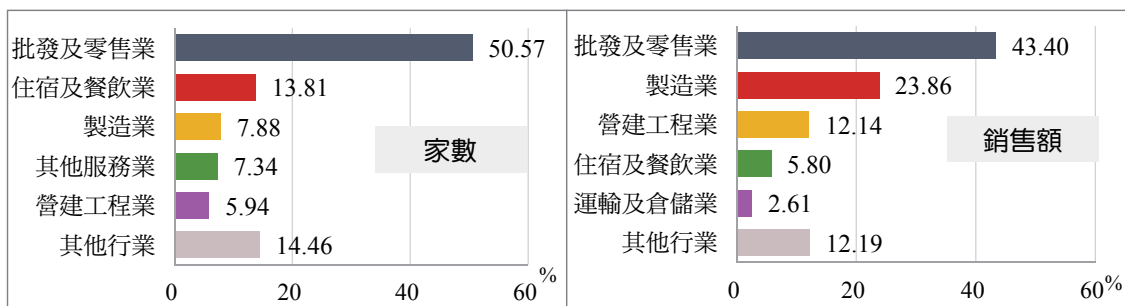
圖 7-2-3 2016 年女性企業家數及銷售額之產業部門結構比



資料來源：整理自整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2016 年。

進一步觀察女性企業在行業中的家數與銷售額，女性企業在批發及零售業的占比均高於其他業別（家數占 50.57%、銷售額占 43.40%），顯示女性企業以經營批發及零售業為大宗。（圖 7-2-4）

圖 7-2-4 2016 年女性企業家數及銷售額之行業別結構比



資料來源：整理自整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2016 年。

（三）經營效率

從企業整體經營的指標觀之，附加價值率是衡量企業投入資源所能創造的價值，數值愈高表示企業愈能有效地運用資源創造價值，女性企業的附加價值率為 42.34%，而男性企業的附加價值率為 35.42%，女性企業高出男性企業 6.92 個百分點。再由利潤率觀察，女性企業的利潤率為 8.65%，較男性企業利潤率 6.08% 高出 2.57 個百分點，2 個指標皆隱含示女性企業有較佳的經營績效。（表 7-2-3）

表 7-2-3 2011 年企業經營效率－按企業主性別

單位：%

性 別 \ 項 目	附加價值率	利 潤 率
男性企業	35.42	6.08
女性企業	42.34	8.65
合 計	36.27	6.37
男性/女性	0.84	0.70

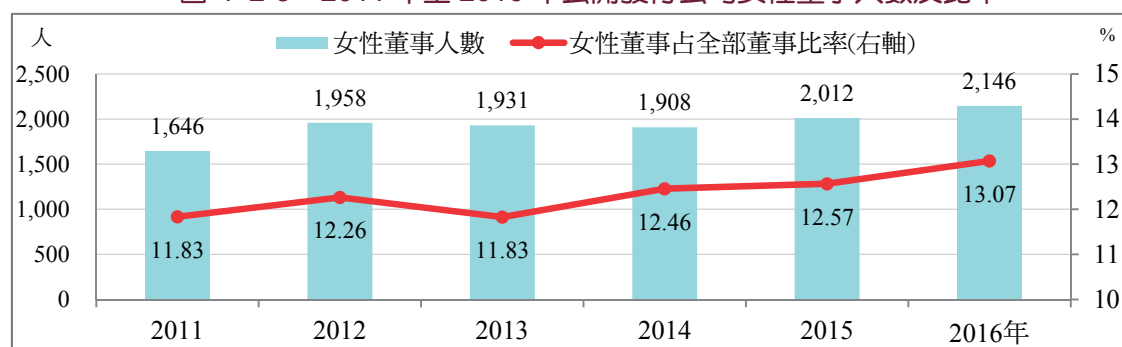
附 註：附加價值率=生產毛額/生產總額*100；利潤率=利潤/各項收入*100。

資料來源：經濟部中小企業處（2015），《我國女性創業者概況暨科技創業政策初探》，資料引自《2011 年工商普查報告》。

（四）公開發行公司董事比率

公開發行公司雖家數相對較少，惟因營收、資產規模龐大，對經濟影響力更甚於中小企業。與 2011 年底相較，2016 年公開發行公司女性董事增加 500 人，至 2016 年底人數為 2,146 人，占有董事的 13.07%。女性董事比率雖然較過去有所增加，但中大型企業領導階層仍有明顯的性別落差。（圖 7-2-5）

圖 7-2-5 2011 年至 2016 年公開發行公司女性董事人數及比率



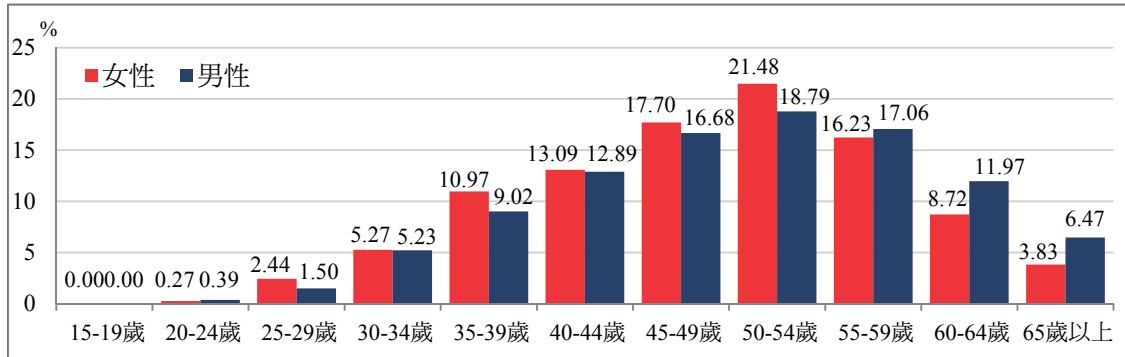
附 註：公開發行公司包括 1.上市櫃公司及 2.未上市、未上櫃公開發行公司（含興櫃公司）。

資料來源：整理自金融監督管理委員會「性別統計專區」。

（五）年齡分布

女性企業家年齡分布，以 50~54 歲占比最高（21.48%）、45~49 歲居次（17.70%）、55~59 歲第 3（16.23%）。男性企業家年齡分布，同樣以 50~54 歲占比最高（18.79%），但是 2、3 位則不同，55~59 歲居次（17.06%），45~49 歲第 3（16.68%）。（圖 7-2-6）

圖 7-2-6 2016 年企業家年齡分布－按企業主性別

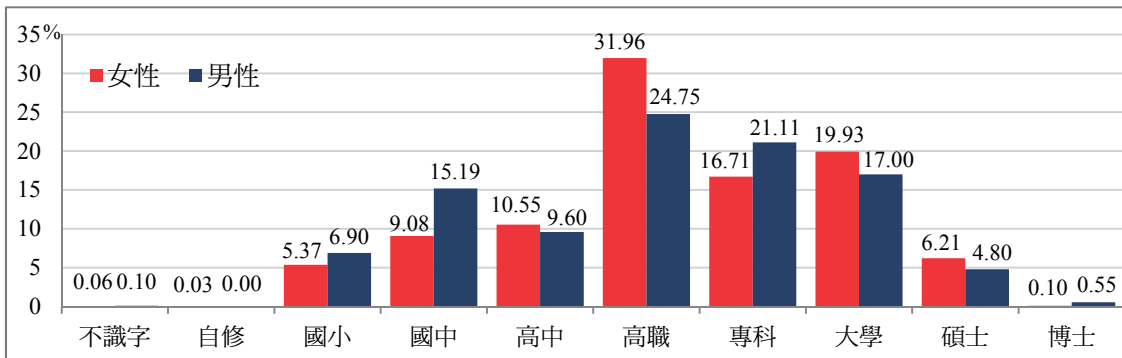


資料來源：整理自行政院主計總處，人力資源調查統計原始資料（推估值），2016 年。

（六）教育程度

女性企業家教育程度分布，以高職占比最高（31.96%）、大學居次（19.93%）、專科第 3（16.71%）。男性企業家年齡分布，前 3 名與女性相同，惟順序略不同，依序為高職（24.75%）、專科（21.11%）、大學（17%）。（圖 7-2-7）

圖 7-2-7 2016 年企業家教育程度分布－按企業主性別



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（推估值），2016 年。

第 3 節 臺灣女性企業輔導資源

我國很重視對女性創業與經營的輔導，協助內容包括資金的協助、職能的培訓、外銷的促進、補助計畫的優惠等，經濟部與勞動部許多單位亦參與協助（表 7-3-1）。以下說明政府各單位協助女性企業的投入資源與成果。

表 7-3-1 女性企業輔導資源之推動歷程

年 度	計 畫 名 稱	執 行 單 位	備 註
2000	婦女創業輔導工作	前青年輔導委員會	-
2002	婦女創業飛雁專案	前青年輔導委員會	-
2007	創業鳳凰計畫	前勞委會	-
	英文版「臺灣婦女企業網」	經濟部國際貿易局	-
	婦女創業輔導計畫	經濟部中小企業處	-
2009	婦女創業育成網絡計畫	經濟部中小企業處	-
	微型創業鳳凰計畫	勞動部勞動力發展署	整合「創業鳳凰婦女小額貸款」及「微型企業創業貸款」
2011	連鎖加盟人才培育	經濟部商業司	加強女性人才培育
	物流人才培育		
	餐飲人才培育		
2012	婦女創業菁英計畫	經濟部中小企業處	-
	中小企業數位關懷普及計畫	經濟部中小企業處	-
	商業團體會務工作講習	經濟部商業司	建請商總於相關活動鼓勵女性參與
	促進產業經貿交流座談		
	商業團體的角色與功能研討會		
	商業團體之發展與挑戰研討會		
2013	婦女創業飛雁計畫	經濟部中企處 整併青輔會	-
	中小企業網路大學校	經濟部中小企業處	-
	A+企業創新研發淬鍊計畫	經濟部技術處	於申請須知中載明落實性別平等
2014	產業創新平臺計畫	經濟部工業局	補助計畫對於女性企業主申請案加分優惠措施
	數位內容計畫		
	傳統產業開發計畫		
	中小企業即時計畫		
	社企型公司推動計畫	經濟部中小企業處	-
2016	女性創業飛雁計畫	經濟部中小企業處	-
	國家品質獎	經濟部工業局	納入評審基準檢視重點

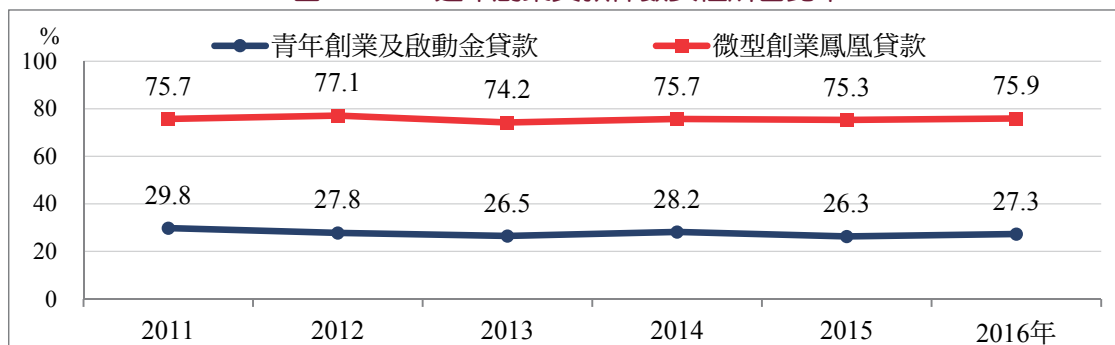
資料來源：經濟部國際貿易局、中小企業處、商業司、技術處及工業局，2017 年。

一、勞動部及經濟部中小企業處－微型創業鳳凰貸款與青年創業及啟動金貸款

為建構婦女創業友善環境，創造就業機會，政府於 2009 年將微型企業創業貸款（45~65 歲中高齡者）與創業鳳凰婦女小額貸款（20~65 歲女性），整合為微型創業鳳凰貸款，貸款人每次貸款期間前 2 年免息，2011 年至 2016 年女性申請貸款件數及融資金額約占 7 成，2016 年分別為 306 件及 1.84 億元，占比為 75.9%及 74.3%。以 20~45 歲青年為對象的青年創業及啟動金貸款，2016 年女性貸款件數及融資金額分別為 638 件及

6.52 億元，占比 27.31%及 27.29%。（圖 7-3-1）

圖 7-3-1 近年創業貸款件數女性所占比率



資料來源：勞動部及經濟部中小企業處提供，2017 年。

二、中小企業信用保證基金

中小企業信保基金提供直接及間接信用保證，2016 年女性企業保證件數為 92,621 件、保證金額 2,297 億元、融資金額 3,101 億元，占比分別為 25.72%、24.04%及 24.24%。2012 年至 2016 年女性送保件數、保證金額及融資金額約占 22~25%，與 2012 年相比，2016 年此 3 項的女性占比皆逐漸成長，略為提升約 1.2 至 1.9 個百分點。（表 7-3-2）

表 7-3-2 近年信保基金承保情形－按性別

單位：件；新臺幣億元；%

項 目 年 度	保 證 件 數			保 證 金 額			融 資 金 額		
	男 性	女 性	女 性 占 比	男 性	女 性	女 性 占 比	男 性	女 性	女 性 占 比
2012	275,235	89,594	24.56	7,043	2,004	22.15	8,793	2,551	22.49
2013	291,085	97,134	25.02	8,123	2,357	22.49	10,051	2,970	22.81
2014	297,955	100,053	25.14	8,718	2,595	22.94	10,841	3,293	23.30
2015	280,372	96,548	25.61	7,766	2,361	23.31	10,129	3,134	23.63
2016	267,517	92,621	25.72	7,259	2,297	24.04	9,692	3,101	24.24

附 註：1.女性占比為女性占全部之比率。2.歷年男女核保率均超過 99.9%。

資料來源：經濟部中小企業處，2017 年。

三、經濟部中小企業處

（一）女性創業飛雁計畫

為營造友善女性的創業環境，帶動女性創業風潮，提升女性經濟力與競爭力，經濟部中小企業處自 2013 年起推動「女性創業飛雁計畫」，依據女性創業特質，針對不同階段和不同需求之創業女性，以「建基盤」、「助成長」、「選菁英」的概念，提供客製

化及整合性服務措施。2013 年至 2016 年主要成果包括培訓 9,679 人次女性創業，成功輔導成立新創企業 177 家，陪伴式輔導 763 家次女性企業經營，吸引投資 5.38 億元。

（二）社企型公司推動計畫

為營造友善社會企業發展環境，經濟部中小企業處自 2014 年起推動「社企型公司環境建構與發展推動計畫」、「社會企業共同聚落營運管理計畫」，以「調法規」、「建平臺」、「籌資金」、「倡育成」4 大策略，協助青年及女性能共同參與社會創新發展。主要推動成果如下：

1. 推動社會企業登錄機制，2016 年協助 100 家社企型公司完成登錄，其中以女性為主導地位之社企型公司占 50%（50 家）。
2. 2014 年至 2016 年共辦理 203 場社企小聚，逾 2,500 位女性參與（約占 50%）。
3. 社會企業共同聚落自 2015 年成立後，截至 2017 年 1 月，已辦理逾 600 場廣宣倡議及資源媒合相關活動，逾 8,000 位女性參與（約占 40%）。

（三）中小企業數位關懷普及計畫

為提升偏鄉中小企業數位行銷應用能力，2012 年至 2016 年透過資訊素養系列講座活動，提升婦女企業資訊素養能力。此外，為推動偏鄉數位群聚，於 2012 年至 2016 年間共輔導女性企業所組成的群聚達 536 家（約占 44%），並以共同行銷提升核心競爭力，奠定永續經營創造數位新商機。另外，透過輔導潛力中小企業數位應用，協助 20 家婦女企業建立偏鄉科技應用能量與網路創新應用模式，促進新興消費體驗推展偏鄉新商機。

（四）中小企業網路大學校：推動女性企業運用網路學習

以中小企業網路大學校推動女性企業運用網路學習，內有 6 大學院，近千門課程與名人專家 600 多門的演講。約有 14.9 萬女性人次運用網路學習進修，其中以 21 歲至 30 歲（33.79%）與 31 歲至 40 歲（38.72%）者居多，以企業會計管理、職場語言及員工關係管理課程較受女性青睞。

四、經濟部商業司

經濟部商業司以「借力商業團體」與「積極人才培育」為策略主軸輔導女性人才。在「借力商業團體」方面，鼓勵商總女性會員多多參加會員團體，並建議商業團體增加女性幹部比重；在「積極人才培育」方面，以連鎖加盟、物流、餐飲等重點產業，積極透過人才培育課程提升女性能量。

五、經濟部工業局－納入申請計畫加分及基準檢視重點

經濟部工業局的補助計畫對於女性企業主申請案有加分優惠措施，2016 年不同計畫女性企業主的核定比率介於 35%~67%之間。（表 7-3-3）

表 7-3-3 女性企業主補助優惠措施成效

單位：件；%

年度 / 項目 計畫名稱	2014 年			2015 年			2016 年		
	申請	核定	核定占申請比率	申請	核定	核定占申請比率	申請	核定	核定占申請比率
產業創新平臺計畫	19	2	10.53	16	7	43.75	34	12	35.29
數位內容計畫	5	3	60.00	5	3	60.00	14	10	66.67
傳統產業開發計畫	108	51	47.22	160	70	43.75	130	59	45.38
中小企業即時計畫	284	85	29.93	209	75	33.33	194	83	42.78

資料來源：經濟部工業局，2017 年。

此外，國家品質獎於 2016 年度起將「董（理）監事單一性別至少達成三分之一性別比率」納入評審基準檢視重點，並自第 25 屆開始適用（第 25 屆受理申請日期自 2016 年 12 月 20 日至 2017 年 3 月 31 日止）。

六、經濟部技術處－A⁺企業創新研發淬鍊計畫

A⁺企業創新研發淬鍊計畫係引導業者投入具潛力的前瞻產業技術開發，以及鼓勵進行跨領域整合，提案廠商若符合計畫申請資格及計畫範疇，皆可申請。申請須知中載明：「接受本辦法補助，請落實性別平等，促進並保障女性就業機會。」，以利落實性別平等，促進並保障女性就業機會。

A⁺企業創新研發淬鍊計畫自 2013 年 12 月 16 日推動，至 2016 年 12 月底，已核定通過 171 件計畫，313 家次廠商，補助經費為新臺幣 69.08 億元，其中女性企業主之家數為 33 家次，比例為 10.5%，補助經費為新臺幣 7.8 億元，比率為 11.3%。（表 7-3-4）

表 7-3-4 女性企業主各領域廠商家次與補助經費

單位：%；新臺幣千元

項 目 \ 領 域	電資通光	機電運輸	生醫材化	創新研發	科專政策	合 計
女性企業主家次	7	5	14	6	1	33
總 家 次	66	104	114	24	5	313
女性企業占全部企業比率	10.6	4.8	12.3	25.0	20.0	10.5
補助經費	309,935	69,080	280,873	108,260	12,000	780,148

資料來源：經濟部技術處，2017 年。

七、經濟部國際貿易局－英文版「臺灣婦女企業網」

「臺灣婦女企業網」協助具外銷能力之婦女企業開拓國際貿易市場，透過與歐美國家婦女企業網站聯結，提供產品資訊。2007 年 3 月起於「臺灣經貿網（Taiwan Trade）」設立英文版「臺灣婦女企業網」，展示女性企業主產品資訊，利於國際買主快速瀏覽搜尋合作對象，促進雙方交流。此外，辦理網路行銷相關說明會，以提升女性企業家網路拓銷技巧與掌握網路行銷發展趨勢，並與臺灣經貿網互設連結，協助更多臺灣女性企業取得全球市場利基。「臺灣婦女企業網」展示 1,000 餘家婦女企業家營運之企業資料、產品資訊，並持續成長中。

第 4 節 未來展望與輔導策略

臺灣女性企業家數約占企業總家數 3 成 6，女性企業以內銷為主，以批發零售為主要行業。女性企業主以 50~54 歲居多數，教育程度以高職占多數，女性在公開發行的董監事比率逐年增加，但僅維持在 13.7% 左右。以上顯示女性企業為內向發展，外拓發展仍待提升，以及女性在經營管理階層地位亦有機會再提升。從創業的國際評比中瞭解，臺灣女性的創業態度與創業活動高於亞洲已開發國家，在許多個別項目亦不輸給歐洲已開發國家，再次證明臺灣女性對於創業的企圖心，在適當的經營環境與社會支持下，臺灣女性一定可以在經濟領域發光發熱。政府未來將持續以優惠補助、資金融通、行銷促進與學習成長，來幫助女性企業成長茁壯。

一、優惠補助

將持續推動女性企業主申請補助計畫的加分優惠措施；尚未將女性企業主列為加分優惠之補助計畫，規劃將針對核定執行計畫廠商較缺少女性企業領域，研擬相關措施，如該領域申請計畫廠商為女性企業，可規劃優先給予支持。

二、資金融通

將持續運用中小企業信用保證基金，針對具有發展潛力但擔保品不足之中小企業提供信用保證，增加銀行融資意願，協助女性企業順利取得營運所需資金。

三、行銷促進

為持續協助婦女企業主掌握網路行銷最新趨勢，得以運用網路拓銷全球，加乘「臺灣婦女企業網」展示女性企業主產品資訊，精準行銷多國，將針對決策者辦理「精鍊總裁電商研習班」，協助高階主管掌握網路行銷致勝關鍵，課程特色為運用參訓廠商網站進行網站營運剖析，培養決策者電商思維。另外，邀請與在地創業組織、創業 CAFE 及育成中心，依據在地產業特性、創業需要與資源條件，以合作辦理的形式主動提案，形塑政府在地組織的協力、伙伴關係

四、學習成長

政府透過數位關懷與人才培育措施協助女性學習成長。在數位關懷方面，以營運數位學習平臺，虛實整合多元資源，增進婦女學習管道，培育婦女知能及提升婦女資訊素養，豐富婦女數位生活與資訊应用能力，並強化婦女轉職、二度就業等先備知識，以提升職場應用核心能力，強化職場競爭力，供給基礎創業課程，激發婦女創業潛能。

在人才培育方面，結合多種輔導（如營運機制、規模拓展、人才培育等）予企業選擇，企業需通過遴選並申請人才培育內訓課程。課程內容為培育連鎖企業之人才充實職能，並於培訓課程中融入性別意識，以健全連鎖體系內部管理，優化服務品質，提升企業經營績效。



第三篇 中小企業政策與措施

第 8 章 完善財務融資服務與增進投資

第 9 章 促進升級轉型與提升研發能量

第 10 章 建構創新創業及育成加速機制

第 11 章 深耕城鄉產業及掌握市場商機

第 12 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，提供各界及中小企業主瞭解政府多元輔導資源的管道。

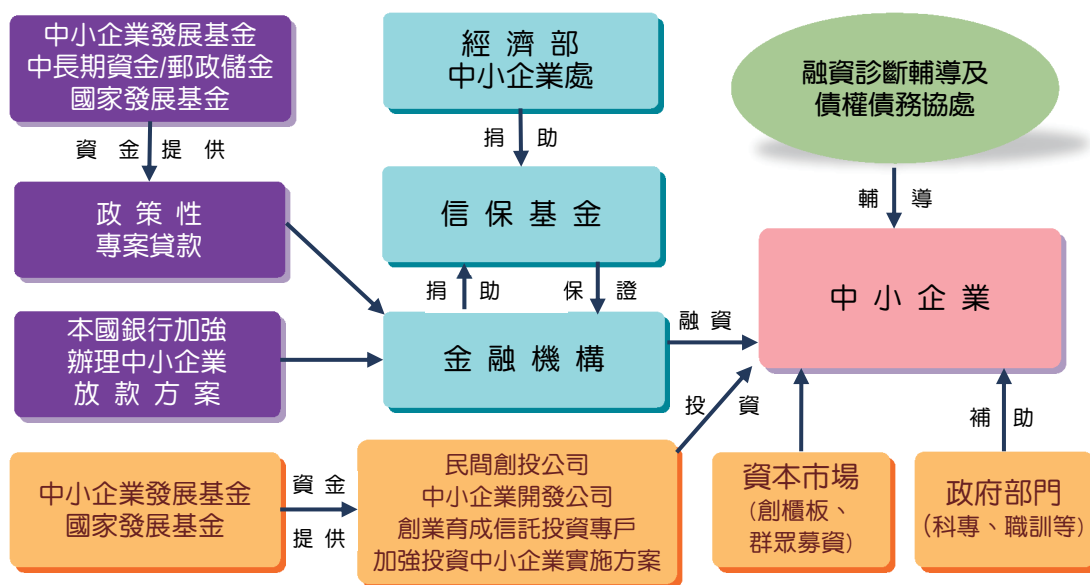
政府因應國內外經濟情勢變化，適時修正中小企業發展策略，除了持續推動相關輔導與支援措施，更積極推動多項新增方案，包括中小企業赴新南向國家投資的融資保證、為提升產業競爭優勢而推動的亞洲矽谷智慧商業服務計畫，以及為鼓勵企業增僱青年而修訂的〈中小企業發展條例〉相關租稅優惠條文等。

第 8 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，經濟部中小企業處特設立「中小企業財務融通輔導體系」，範圍包括投資、融資、財會、信保、輔導與人才培育等，並持續加強信用保證服務能量，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。特別是為了強化微型創新企業的籌資能力，證券櫃檯買賣中心在主管機關支持下籌設「創櫃板」，提供「股權籌資」功能。另外，行政院准許民間業者申設「股權式群眾募資平臺」，推動股權式群眾募資創業，使新創企業取得資金管道多元化。

圖 8-0-1 為現階段中小企業財務融通措施架構。

圖 8-0-1 中小企業財務融通措施架構



資料來源：經濟部中小企業處，2017 年。

第 1 節 財務融資服務與協處機制

2016 年中小企業家數占臺灣全體企業的 97.73%，為我國經濟發展之主力，但中小企業的營運資金來源取得，因缺乏足夠的擔保品、保證人不易尋覓、會計制度不全等因素，使得銀行在審核融資資金時，無法判斷該企業真實營運現況及承貸風險，以致核貸結果未能滿足中小企業的實際需求。據此，2016 年及 2017 年政府積極推動財務融資服務及

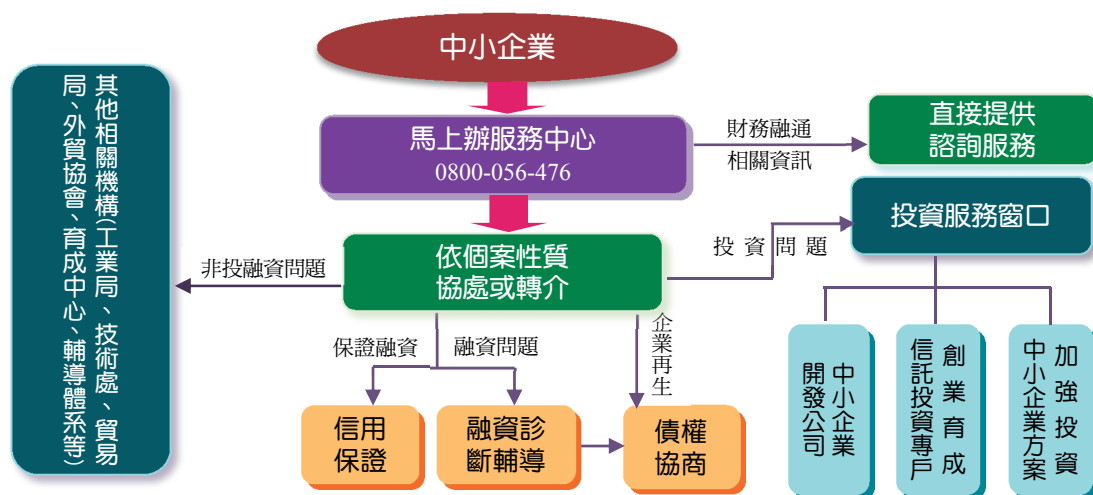
協處措施，分述如下：

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，經濟部中小企業處設立「馬上辦服務中心」，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，特別是與融資有關之諮詢與協助。2016 年成果：受理免付費 0800-056-476 專線諮詢服務工作計 19,356 案次，並視需求提供轉介輔導 384 件，辦理專業諮詢日活動 227 案，完成臨場協處 375 家次等。中小企業財務融資協處機制如圖 8-1-1。馬上辦服務中心網站：<http://0800056476.sme.gov.tw>。

圖 8-1-1 中小企業財務融資協處機制



資料來源：經濟部中小企業處，2017 年。

（二）中小企業融資診斷服務計畫

本計畫提供中小企業融資、財務諮詢及診斷輔導服務。2 項推動策略如下述：1.專業諮詢服務：針對企業問題提供即時諮詢服務；2.深化診斷輔導：（1）一般性融資、（2）企業現場訪視、（3）銀行債權債務協處，以及（4）財會及經營管理輔導。諮詢窗口：馬上辦服務中心。2016 年提供現場財務輔導共計 439 家次，協助 201 家企業成功取得銀行融資達新臺幣（以下同）11.7 億元；協助企業協商成功計 146 家，展延金額 251.5 億元。

（三）中小企業價值創新應用計畫

為強化創業與財務融通資源對接，提供企業發展所需之財務融通服務，促進新創企

業國際連結，2016 年本計畫運用「FINDIT 平臺」及巨量資料分析技術，以客製化搜尋服務，提供百則以上新聞及早期資金觀測、熱門領域趨勢研究報告、領航及推廣講座等，另辦理「國際天使與早期投資峰會暨展示會」，邀請國際專家經驗分享，參與峰會人數超過 600 人次、參與展示相關活動廠商 37 家，透過媒合、輔導促成投資金額達 9,508 萬元。FinDit 平臺網址：<http://findit.org.tw/>。

（四）提升中小企業財務自主能力計畫

本計畫目的為協助中小企業養成良好財務習慣、建立財會制度、改善財務體質，協助企業因應新版商業會計法規等，以順利銜接各項資源，達到財務自主營運之目標。主要服務項目為：1.透過榮譽會計師提供線上互動、駐點等諮詢服務；2.產業集體輔導及現場訪視個別輔導；3.辦理新版商業會計法種子師資財會資訊推廣。截至 2016 年主要成果：財會諮詢服務達 2,016 次、定點諮詢服務 53 次、與營建、機械、電商、物流等 4 家產業相關公會合作辦理產業集體輔導、提供現場訪視個別輔導 110 家等。計畫網址：<http://www.sme-accounting.tw/index.php>。

二、中小企業融資服務平臺與融資服務窗口

經濟部中小企業處設立「中小企業融資服務平臺」，主要目的在於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報稅資料、商業登記、工廠登記、投保情形及用水用電狀況等資訊，銀行得利用本平臺查詢該公司之經營資訊，因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的局面。另外，銀行對「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：http://www.jcic.org.tw/main_member/index.aspx。

三、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）於 2017 年持續實施「本國銀行加強辦理中小企業放款方案」（第 12 期），擬訂中小企業放款餘額之預期成長目標為 2,400 億元。2016 年度實施「本國銀行加強辦理中小企業放款方案（第 11 期）」之結果，2016 年底本國銀行對中小企業放款總餘額為 57,354 億元，較 2015 年底增加 2,792 億元，執行績效良好。金管會將持續實施本方案及相關協助中小企業融資之政策，以提高銀行辦理中小企業放款之意願。相關網址：<http://www.banking.gov.tw/>。

四、獎勵本國銀行辦理創意產業放款方案

配合推動「金融挺創意產業專案計畫」，以及鼓勵銀行對創意產業辦理放款，金管會自 2014 年起實施「獎勵本國銀行辦理創意產業放款方案」，截至 2016 年 12 月底，本國銀行對創意產業放款餘額達 4,853 億元，較 2015 年 12 月底增加 1,279 億元，已達成前揭方案 2016 年度放款餘額成長目標 700 億元（目標達成率 182.7%），放款成效良好。相關網址：<http://www.banking.gov.tw/>。

五、中小企業政策性專案貸款

「中小企業政策性專案貸款」係政府為營造青年創業環境、協助中小企業強化創新研發、鼓勵購置節能設備、紮根升級轉型、提升產品附加價值、促進出口企業國際競爭力，透過各項專案貸款，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購置土地、廠房、營業場所、各項設備等資本性支出所需資金，與一般融資不同，本專案特色為具有特定使用目的及提供利息優惠或信用保證。依現行（2017 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、其他及返臺投資等 8 類 19 項（詳見附錄 5）。

第 2 節 中小企業融資與信用保證

政府為加強協助中小企業獲得金融機構之資金融通，於 1974 年成立中小企業信用保證基金（簡稱信保基金）提供信用保證，並持續配合政府辦理之各項振興經濟及穩定就業等政策，積極發揮信用保證功能，俾輔導中小企業健全經營和發展，促進經濟發展及社會安定。本節說明信保基金協助中小企業順利取得金融機構融資之相關措施。

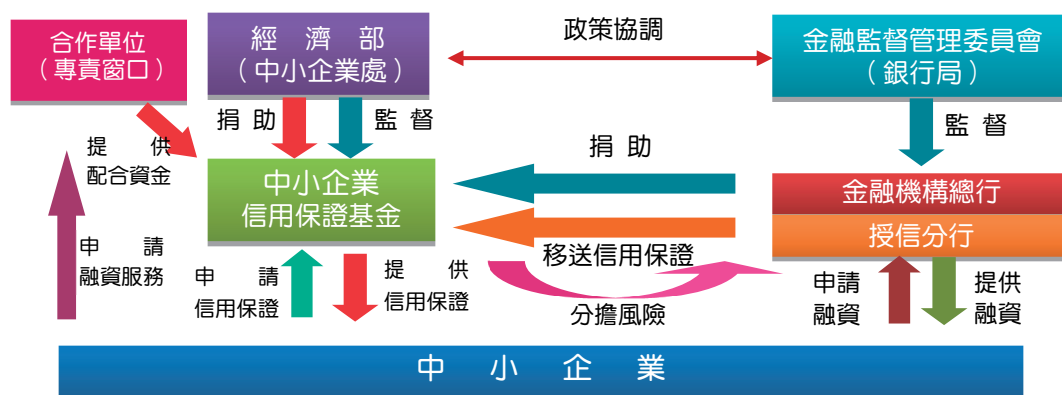
一、信保基金運作機制及申請信用保證方式

信保基金創設宗旨，在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。信用保證的主要 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（圖 8-2-1），使其得以持續提供信用保證，協助具發展潛力但擔保能力不足之中小企業，自金融機構取得所需融資。

圖 8-2-1 信保基金之設立與運作方式



資料來源：財團法人中小企業信用保證基金，2017 年。

申請信用保證的方式，計有「向金融機構申請」、「向信保基金申請」或「向合作單位之專責受理窗口申請」等 3 種管道，企業得視其需要選擇辦理：

（一）向金融機構申請

為方便全國各地中小企業運用信用保證機制，企業可就近直接向與信保基金有合作夥伴關係的 60 家金融機構，約 3,600 多個營業單位申請融資，再由金融機構透過信保基金「信用保證網路作業系統」申請移送信用保證，讓企業更方便及快速運用信用保證機制取得營運所需資金。

（二）向信保基金申請

為配合政府加強對具有研發創新、市場開拓等發展潛力中小企業之融資輔導政策、增加中小企業融資管道，信保基金推出「直接保證」，目前適用對象為政府指定之產業推動辦公室或輔導機構等單位推薦之企業，或曾獲相關獎項、通過政府研發輔導計畫之企業。企業可備齊申請書表及相關文件直接向信保基金申請信用保證。

（三）向合作單位之專責受理窗口申請

信保基金與中央政府相關單位、各縣市政府或企業以專款專用或相對保證方式合作，提供較優惠之融資信用保證，各該合作單位並多設立專責窗口，提供諮詢、訓練課程、

融資及保證協助、關懷輔導等服務，企業或欲創業者可直接向受理窗口申請。

二、信保基金信用保證成效

信保基金經過 43 年努力，不論在保證對象、保證項目、保證行業、保證額度、簽約金融機構，或是促進中小企業融資措施等方面，均有長足的發展。

（一）協助中小企業取得信用融資

信保基金於 1974 年 7 月成立，積極配合政府政策及中小企業融資需求，截至 2017 年 6 月底，信保基金已累計協助 392,210 家企業，自金融機構取得融資總金額 16 兆 233 億元，保證總金額 11 兆 8,196 億元，承保件數逾 660 萬件；另近年之全體承保情形如表 8-2-1：

表 8-2-1 2013 年至 2017 年 6 月信保基金全體承保情形

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)
2013	145,648	394,645	1,056,065	1,312,363	681,357	851,181
2014	115,879	405,113	1,140,854	1,425,826	698,933	885,961
2015	118,309	382,936	1,020,753	1,336,580	634,274	838,395
2016	118,517	366,221	964,912	1,291,398	609,951	818,340
2017 年 1-6 月	110,219	173,070	474,307	632,582	604,528	810,350

附 註：2008 年發生金融海嘯後，信保基金配合政府三挺及促進就業等政策，推出多項放寬保證措施，保證金額連年提高，自 2013 年至 2015 年均超過 1 兆元；2016 年因受整體經濟環境景氣不佳，致保證融資金額及保證融資餘額雖略低於 2015 年，然根據《金融統計輯要》歷年資料顯示，2016 年我國一般銀行對整體中小企業放款餘額仍維持在高檔，中小企業資金需求仍獲充分支持。

資料來源：財團法人中小企業信用保證基金，2017 年。

（二）減緩中小企業遭受外在不景氣衝擊

在經濟景氣衰退階段，金融機構融資作業往往相對保守，中小企業受先天融資條件不足等因素影響，在獲取融資上相形不利，此一階段對信用保證之需求更形提高，可藉以彌補金融機構辦理融資信心之不足，因此，信用保證對中小企業融資環境實具有穩定之作用。歷年來，信保基金在我國景氣循環處於谷底階段之前後期間，均擴大採行各項輔導中小企業取得融資之措施，藉以減緩中小企業遭受景氣蕭條期間及景氣復甦初期之不利因素影響，如 2008 年底金融海嘯期間，配合政府三挺政策，放寬相關規定，提高保證成數、保證額度及降低保證手續費率等，協助中小企業取得金融機構融資金額自 5,232 億元，攀升至 2016 年之 1 兆 2,914 億元，保證金額亦由 3,308 億元提高至 2016 年之 9,649

億元。

（三）協助中小企業成長茁壯

曾經透過信保機制取得金融機構融資之中小企業，穩健經營，逐步擴充，截至 2017 年 6 月底，經輔導已成長茁壯超過中小企業認定標準者共計 2,720 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 884 家（表 8-2-2）。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」之得獎企業中，有相當大之比例為經信保基金保證協助取得金融機構融資之企業。

表 8-2-2 2017 年 6 月底上市、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	916	303	33.08
上 櫃	742	422	56.87
興 櫃	267	159	59.55
合 計	1,925	884	45.92

資料來源：財團法人中小企業信用保證基金，2017 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）青年創業及啟動金貸款

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，自 2014 年 1 月 1 日起整併「青年築夢創業啟動金貸款」及「青年創業貸款」為「青年創業及啟動金貸款」。中小企業信用保證基金提供保證成數最高 9 成 5，最低 8 成，貸款額度合計最高 1 千 8 百萬元；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。本貸款於 2014 年 1 月開辦以來，累計至 2017 年 6 月，已承保 8,741 件，協助取得 88.42 億元創業資金。

（二）中小企業創新發展專案貸款

為厚植中小企業創新能量，提供其創新經營振興發展資金，協助中小企業以創新與高科技的服務模式促進國際發展，經濟部於 2014 年 1 月 27 日起推出「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，強化銀行承貸意願。本貸款於 2014 年 1 月開辦累計至 2017 年 6 月，已承保 584 件，協助取得 31.76 億元營運資金。

（三）企業小頭家貸款

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，進而創造就業機會，活絡地方經濟，經濟部中小企業處持續辦理「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。本貸款於 2012 年 10 月開辦至 2017 年 6 月，已承保 10,376 件，協助取得 141.82 億元營運資金。

（四）協助中小企業赴新南向國家投資融資保證

為配合政府推動新南向政策，協助赴新南向國家投資之中小企業取得所需資金，2017 年起由信保基金匡列 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 500 億元保證融資總額度。本項保證擴大信用保證融資使用範圍，可由國內業者申請資本性融資保證，提供其在海外投資事業使用。

（五）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，藉由龍頭企業與信保基金合作，捐助成立專款，信保基金並提供等額之相對資金支援辦理，提供上、中、下游企業、協力廠、經銷商或加盟企業信用保證，以確保其銷貨款項的收回，鼓勵企業投入創新研發，提高產品附加價值，促進產業升級。2007 年 5 月，專案合作對象延伸至中央相關部會及地方政府機關，由各級政府提撥專款與信保基金提供之相對資金，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，以活絡地方經濟，達資源共用加乘效果。專案一覽表如表 8-2-3。

表 8-2-3 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	中高齡創業者、創業婦女、離島居民
		就業保險失業者創業貸款	創業之就業保險失業者
	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	從事空氣品質保護、空氣汙染改善等能源技術服務之中小企業
	交通部觀光局	受災旅宿業資本性融資	遭受天然災害之觀光旅館業、旅館業及民宿

合 作 對 象		信 用 保 證 項 目	適 用 對 象
地方 政府	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
		新北市青年創業及中小企業融資貸款	新北市之創業青年、公司、商號
	桃園市府	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
	新竹市府	新竹市中小企業及個人便利貸款	新竹市之公司、商號、太陽能光電產業
	新竹縣府	新竹縣圓夢貸款	新竹縣之創業民眾
	臺中市府	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
	彰化縣府	彰化縣幸福圓夢貸款	彰化縣之公司、商號、小規模商業
	雲林縣府	雲林縣艱苦人創業微利貸款	於雲林縣興業或創業之民眾
	嘉義市府	嘉義市青年創業及中小企業貸款	嘉義市之創業青年、商號、小規模商業
	臺南市府	臺南市中小企業貸款	臺南市之公司、商號、小規模商業
	高雄市府	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、太陽能光電產業
	屏東縣府	屏東縣中小企業貸款	屏東縣之公司、商號、小規模商業
	宜蘭縣府	宜蘭縣幸福貸款	宜蘭縣之創業民眾或公司、商號、小規模商業
	澎湖縣府	澎湖縣中小企業融資貸款	澎湖縣之公司、商號、小規模商業
	臺東縣府	臺東縣政府繁榮家園貸款	臺東縣之公司、商號、小規模商業、太陽能光電產業
企業	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、經銷商或加盟商等中小企業
	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，2017 年。

截至 2017 年 6 月，相對保證專案辦理成效：1.與中央機關合作－保證 14,153 件，協助取得融資 107.04 億元；2.與地方政府合作－保證 6,280 件，協助企業取得融資 43.46 億元；3.與企業合作－保證 33,284 件，協助企業取得融資 270.85 億元。

第 3 節 強化投資中小企業及多元籌資管道

為協助中小企業解決權益資金取得問題，經濟部中小企業處於 2003 年成立「中小企業創業育成信託投資專戶」及行政院國家發展基金於 2007 年通過 100 億元辦理「加強投資中小企業實施方案」，並於 2014 年通過提撥 100 億元辦理「加強投資策略性服務業實施方案」；此外，為滿足新創企業募資需求，政府於 2014 年推出「創櫃板」、2015 年開

放設立「群眾募資平臺」，提供創新微型企業資金募集多元管道。

一、設立中小企業創業育成信託投資專戶

經濟部中小企業處為投資國內具發展潛力之中小企業，發揮中小企業發展基金投資功能，提升國家產業競爭力，於 2003 年 10 月成立「中小企業創業育成信託投資專戶」，以指定用途信託資金方式，由中小企業發展基金視實際運用情況撥交於指定信託銀行設立專戶保管，並委託中小企業開發公司、金融機構或創業投資事業擔任專業管理公司從事投資管理，投資範圍為新創之中小企業、育成中心培育之中小企業及升級轉型之中小企業。另為協助具國際技術移轉、技術合作、生產、通路、行銷、品牌及合資等之中小企業進行籌資，並得透過專業管理公司與輔導單位合作協助企業穩健發展，「中小企業創業育成信託投資專戶」匡列 9 億元，於 2015 年 5 月開辦「國際合作投資專案」。本專案迄 2016 年已投資 82 家企業，政府投資金額約 15.47 億元。

相關網址：<http://www.moeasmea.gov.tw/ct.asp?xItem=1284&ctNode=609&mp=1>。

二、國發基金「加強投資中小企業實施方案」

為帶動民間與創投資金共同投資中小企業，提升中小企業競爭力，行政院國家發展基金（國發基金）於 2007 年正式啟動「加強投資中小企業實施方案」，中小企業處合計共遴選 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、投資博覽會等活動。本方案迄 2016 年已投資 234 家企業，政府資金投入逾 75.29 億元，創投搭配投資逾 70.65 億元。

相關網址：<http://www.moeasmea.gov.tw/ct.asp?xItem=1283&ctNode=609&mp=1>。

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，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。本方案於 2013 年 2 月遴選出 15 家具服務業投資能量之民間創投公司，以及國發基金專戶共同投資，截至 2016 年本方案已投資 55 家國內服務業者，合計投資金額已超過 57 億元。計畫網址：<http://www.issip.org.tw/ctrl?PRO=Index>。

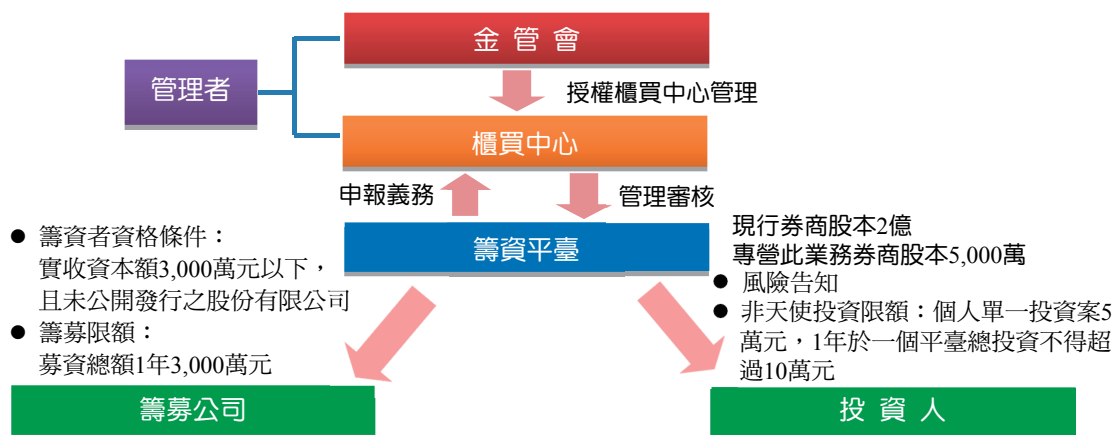
四、創業輔導籌資機制－創櫃板

為提升國內具成長性的微型創新企業於上市籌資的可能與意願，並有獲得融資機會，擴大企業營運，進而推升經濟成長，證券櫃檯買賣中心於 2014 年推出「創櫃板」，為創新、創意構想之非公開發行微型企業「創業輔導籌資機制」，提供「股權籌資」功能，讓微型企業可以較低之成本募得營運所需資金。相較上櫃資本額須達 5,000 萬元的門檻，資本額 5,000 萬元以下之公司均可申請登錄創櫃板，並免辦理公開發行及不須符合獲利水準要求。截至 2017 年 6 月，累積登錄創櫃板的公司共有 108 家，籌資金額 2.45 億元。相關網址：http://www.tpex.org.tw/web/regular_emerging/creative_emerging/Creative_emerging.php?l=zh-tw。

五、股權群眾募資計畫

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 3,000 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。非天使投資人個人對單一投資案上限 5 萬元，且 1 年於一個平臺總投資不得超過 10 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 2017 年 6 月底止，已有 7 家平臺業者經金管會核准，並有 3 家開業，2 家公司透過平臺籌資 1,200 萬元。圖 8-3-1 為股權群眾募資計畫架構。

圖 8-3-1 股權群眾募資計畫架構

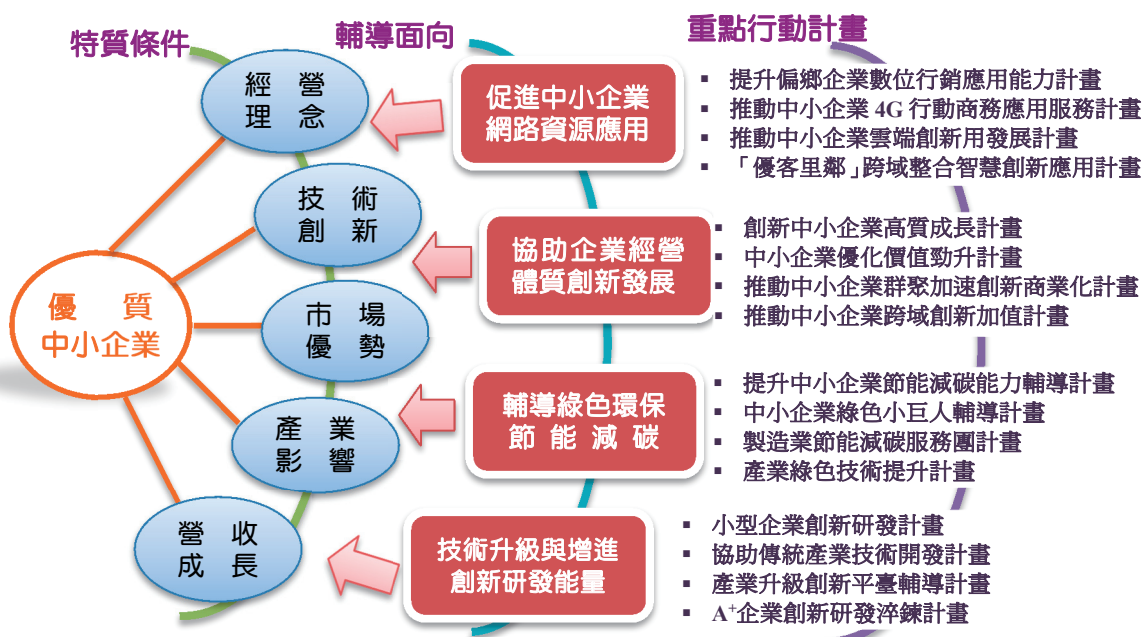


資料來源：金融監督管理委員會，2017 年。

第 9 章 促進升級轉型與提升研發能量

政府推動促進中小企業升級轉型與提升其研發能量，以扶植具國際市場拓展潛力、高技術創新能力、對網絡夥伴企業具有帶動效應之中小企業成為「優質中小企業」為目標，作為帶動及示範效益廠商，以領頭羊帶動企業群聚方式，提升整體中小企業動能，推行輔導面向包括「促進中小企業數位資源應用」：協助中小企業透過整合虛實通路提升商機、「協助企業經營體質創新發展」：以品質為基盤，提升中小企業經營體質、「輔導綠色環保節能減碳」：挑選具綠色成長之中小企業，從市場／消費端強化綠色價值創新發展，以及「技術升級與增進創新研發能量」：協助具關鍵技術之潛力中小企業，朝高值化創新轉型等。優質中小企業輔導策略如圖 9-0-1。

圖 9-0-1 優質中小企業輔導策略



資料來源：本書整理。

第 1 節 促進中小企業網路資源應用

為縮減中小企業作業流程、降低經營管理及行銷業務各層面成本，促進中小企業資訊應用，經濟部中小企業處、工業局、商業司等單位，執行多項促進資訊應用輔導企業

永續發展計畫，2016 年至 2017 年執行重點計畫如下：

一、提升偏鄉企業數位行銷應用能力計畫

為推動偏鄉群聚網銷共營與數位關懷，培植企業尖兵數位應用，並提升企業虛擬通路與商務應用，經濟部中小企業處執行「中小企業數位關懷普及計畫」及「中小企業數位應用深耕計畫」，創造偏鄉企業網路新市場、新通路及新商機。2017 年主要執行項目：

（一）深入偏鄉推廣數位應用；（二）推動偏鄉數位群聚形成；（三）協助群聚拓展數位行銷；（四）扶植企業資訊升級應用；（五）厚實群聚永續發展能量。2016 年主要成果為提升 1,706 家中小企業資訊素養、推動 359,412 人次運用數位化學習環境、32 個中小企業數位群聚，以及輔導 12 家優質中小企業。計畫網址：<http://e98.sme.gov.tw/>。

二、推動中小企業 4G 行動商務應用服務計畫

經濟部中小企業處「推動中小企業 4G 行動商務應用服務計畫」，普及中小企業 4G 行動商務應用服務發展，讓中小企業可以隨時隨地輕鬆的應用各式 4G 行動商務應用服務。2017 年主要執行項目：（一）推動 4G 行動商務 C-A-N-D 整合應用服務；（二）深化 4G 行動商務應用服務能量；（三）運用多元管道帶動市場風潮。2016 年主要成果為完成 71 項「深入食衣住行生活閱聽，打造民眾有感知的 4G 體驗」，以及「善用網路社群與電子商務，普及全民參與的 4G 服務」應用，帶動國內中小企業與消費者使用 4G 服務體驗達 782 萬人次，以及促進相關 4G 商務交易與產值商機達新臺幣(以下同)1.3 億元。計畫網址：<http://www.sme4g.com.tw>。

三、推動中小企業雲端創新應用發展計畫

為鼓勵中小企業整合 IaaS、PaaS、SaaS、DaaS、AaaS 等各層面雲端智慧數據創新應用，並加以延伸至物聯網應用情境，經濟部中小企處執行「推動中小企業雲端創新應用發展計畫」，2017 年以「連結在地能量」、「發展資料經濟」、「聚焦新創企業」及「聚焦軟硬整合」為推動方向，結合在地企業或專業公協會或地方政府，建置區域或跨區域的智慧數據創新應用生態系示範案例。2016 年主要成果為發展中小企業雲端智慧創新應用、特色應用與有感服務 13 項，輔導並帶動中小企業 7.1 萬家次應用雲端服務，以及協助廠商創造中小企業雲端應用商機與產值 2.36 億元。

四、「優客里鄰」跨域整合智慧創新應用計畫

為協助中小企業運用智慧創新跨域服務，強化農企業提升營運能量，深化智慧科技應用，經濟部中小企業處推動「優客里鄰」跨域整合智慧創新應用計畫。2017 年主要輔導方式為透過產業群聚，整合農企業、食品加工、物流服務、電子商務等產業資源，健全產業價值鏈，促進關聯產業創新發展效益。2016 年主要成果為建置 1 個智慧創新跨域服務平臺，完成 6 項智慧科技創新應用服務，並協助媒合 103 家中小企業應用智慧創新跨域服務平臺，推動 502 個智慧服務應用據點，協助約 19 萬件中小企業產品品項完成銷售，提升智慧創新應用與服務商機達 1.6 億元。

五、促進中小企業數位學習計畫

為協助中小企業運用數位資訊，滿足中小企業營運多元的知識需求，達到全民終身學習的目標，經濟部中小企業處推動「促進中小企業數位學習計畫」，建構「中小企業網路大學校」數位學習入口網站，經營專屬臺灣中小企業 One-Stop 充電站。2017 年服務項目：（一）提供近 700 門線上課程及名人演講廳、網大電子書、有聲書摘等輕學習；（二）專家協助導入企業組織學習專區；（三）提供中小企業從業人員申請終身學習電子護照；（四）提供企業表單及作業流程範本。2016 年主要成果：（一）協助 90 家企業運用數位學習資源進行組織學習；（二）累積推動約 36 萬人次運用數位學習。計畫網址：<http://www.smelearning.org.tw/>。

六、製造業價值鏈資訊應用計畫

為協助製造業由代工製造（OEM）、設計製造（ODM），移轉至品牌製造（OBM）的發展需求，使製造業應用資通訊技術，發展顧客導向的創新服務營運模式，經濟部工業局推動「製造業價值鏈資訊應用計畫」。2017 年執行產品 ICT 加值服務及價值鏈延伸性服務之廠商輔導，發展顧客導向需求的「智慧製造」、「製造服務」營運模式。2016 年輔導廠商帶動整合 385 家價值鏈上下游業者，提升資訊應用水準及經管能力，合計產值增加及成本節省之效益達 6.93 億元，促成製造業民間投資達 0.68 億元，增加資訊服務業商機達 0.22 億元。計畫網址：<http://www.ecos.org.tw/>。

七、商業服務價值提升計畫

經濟部商業司持續推動「商業服務價值提升計畫」，以協助我國商業服務業者整合價值鏈成員，共同發展可強化參與夥伴業者經營管理成效，並提升商品配銷與顧客服務

能力等之優質服務模式，並形成優質服務網絡，藉以獲取規模經濟效益、擴大市場範圍或開發新市場商機。輔導類別分為「優質服務加值類」及「數據分析加值類」兩類。2016 年主要成果：（一）完成輔導 7 個優質智慧商業服務應用案例；（二）累計帶動 899 家商業合作夥伴導入應用；（三）協助受輔導單位及其合作夥伴降低成本達 1.04 億元。本計畫執行至 2016 年結束。計畫網址：<http://gcis.nat.gov.tw/ecpp/>

第 2 節 協助企業經營體質創新發展

經濟部中小企業處及商業司為協助企業經營體質創新發展，積極推動創新中小企業高質成長計畫、中小企業優化價值勁升計畫、創造中小企業智財價值、群聚加速創新商業化、商業服務生產力 4.0 先導計畫，以及亞洲矽谷智慧商業服務應用推動計畫等，其策略與措施於本節陳述。

一、創新中小企業高質成長計畫

經濟部中小企業處推動「創新中小企業高質成長計畫」，協助中小企業深化核心價值，連結在地以創造優質化就業發展，連結未來以追求高值化卓越成長，連結國際以贏向國際價值鏈競爭。以品質為基礎，扶植具高成長潛力特質之中小企業形成梯隊，協助邁向中堅企業，帶動產業國際競爭力，構築產業永續發展動能。2017 年執行項目：（一）知識創新及擴散；（二）產業輔導，包括高質成長輔導及諮詢診斷服務、潛力高成長、示範性個別廠商輔導及產業價值群落輔導；（三）人力養成；（四）廣宣推廣。2016 年主要成果：（一）5 個價值群落／體系創新輔導、總輔導服務 209 家、培育品質相關人才至少 2,965 人次；（二）協助 10 家中小企業建立符合國內（際）客戶特定要求之標準或產品驗證；（三）企業增加投資金額 16.4 億元、降低成本 14.5 億元及創造 501 個工作機會。計畫網址：<http://smeq.moeasmea.gov.tw/>。

二、中小企業優化價值勁升計畫

經濟部中小企業處推動「中小企業優化價值勁升計畫」，運用優化價值鏈、差異技術、科技應用及服務驗證等優化價值元素，協助中小企業強化核心基盤能力及整合協同運籌，善用品質利基進行轉型及創新，掌握國內外規範與標準，發展高值化商品，提升品質能力及附加價值，跨越非關稅障礙，使中小企業邁向高成長。2017 年執行項目包括：企業諮詢診斷、價值創新輔導、國際驗證接軌輔導、價值鏈效能提升輔導，以及品質創

新意識推廣。2016 年主要成果：（一）完成 30 家企業諮詢診斷，3 個產業價值體系帶動 24 家企業品質提升輔導，12 家國際驗證接軌輔導，4 家價值創新輔導；（二）整體協助中小企業品質轉型創新能力提升，達成節省成本 0.25 億元，增加產值 1.24 億元，創新效益 0.8 億元。

三、創造中小企業智財價值計畫

經濟部中小企業處推動「創造中小企業智財價值計畫」，藉由智權專案輔導提供企業產品或服務開發過程中所需之智權顧問能量，協助企業建立自我智財權管理運用能力與機制，提升研發效率。2017 年主要執行項目：（一）客製化輔導：提供短期診斷及專案輔導服務；（二）共通性服務：中小企業智權加值服務平臺，提供智慧財產相關諮詢及加值服務。2016 年主要成果：（一）提供全面即時之智權問題諮詢 70 案及 25 家企業智財診斷及建議服務；（二）客製化智權加值輔導 6 家企業，促進企業取得市場先機及提升研發效益；（三）藉智權專案輔導，帶動企業後續投資金額及流通運用衍生收入金額，達 1.02 億元。計畫網址：<http://ipcc.moeasmea.gov.tw/>。

四、推動中小企業群聚加速創新商業化計畫

經濟部中小企業處執行「推動中小企業群聚加速創新商業化計畫」，協助中小企業運用創新營運模式及科技應用，發展創新型服務之中小企業，並鼓勵產業連結群聚應用知識服務創新營運，提升群聚價值及競爭力。2017 年輔導內容為協助中小企業運用群聚方式形成規模經濟，提供技術、科技、知識創新加值等整合輔導，進行產品、品牌經營、營運模式及服務創新，促成合作共同創新產品內涵、服務型態及營運模式，以提升產業價值。2016 年主要成果為推動 7 個中小企業群聚，帶動 143 家中小企業、促成智慧科技應用與創新商品/服務 33 案、培育中小企業群聚創新能量 762 人次、促成研發資金投入 2.1 億元及增加受輔導中小企業營收 13.6 億元。計畫網址：<http://www.smecluster.org.tw/>。

五、推動中小企業跨域創新加值計畫

經濟部中小企業處為落實「亞洲·矽谷推動方案」的 3 大連結，透過本計畫的「連結未來、連結全球、連結在地」推動策略，主要應用數位創新協助 5 加 2 產業及中小企業轉型升級，依不同領域中小企業發展需求，結合跨部會、跨學研、跨產業、跨領域等資源，共同建構跨域創新的生態體系。2017 年將推展 5 個中小企業創新生態體、帶動中小企業家數 250 家創新發展、衍生 2 家新事業體、創新服務或商品數 70，提升中小企業

整體營業額 8 億元；而在社會效益部分，將可培育數位創新、關鍵技術人才 300 人，帶動就業 2,000 人。

六、商業服務生產力 4.0 先導計畫

經濟部商業司於 2016 年推動「商業服務生產力 4.0 先導計畫」，針對零售、物流及整合型科技服務領域，引入自動化與智慧化軟硬體工具，應用大數據、物聯網、雲端運算等智慧科技，提供消費端更為快速便利的服務體驗。2016 年主要成果：（一）研發 3 項國產化智慧通路物流服務解決方案，導入全臺 18 個物流通路服務據點。（二）建立國內 5 個智慧商業服務應用示範標竿，創造 18 萬交易人次、4.86 億元消費金額及 1,384 個零售與物流營業據點導入智慧科技應用。（三）帶動國內商業服務業 84.9 億元投資額，服務營收 10 億元。

七、亞洲矽谷智慧商業服務應用推動計畫

經濟部商業司於 2017 年執行「亞洲矽谷智慧商業服務應用推動計畫」，協助推動亞洲・矽谷方案及擴散執行成效，連結我國商業服務業在地與國際能量，導入多項智慧創新解決方案，積極整合線上、線下與物流端，躍升產業服務水準及擴大市場商機，進而提升我國商業服務業總體競爭優勢。2017 年執行項目：（一）輔導 22 家零售業者與整合型服務業者投入創新解決方案建置；（二）發展 3 項智慧零售商業模式與應用及 2 項智慧物流服務模式與應用，建立 2 個商區創新服務實證場域；（三）扶植 5 家智慧商業服務應用新創團隊。預計促成 2 千個據點導入科技服務，促成 3 萬人次參與體驗，帶動企業營收達 30 億元。計畫網址：<http://gcis.nat.gov.tw/like/>

第 3 節 輔導綠色環保節能減碳

為因應全球綠色商機，協助中小企業朝綠色永續價值創新發展，經濟部中小企業處及工業局推動提升中小企業節能減碳能力輔導計畫、中小企業綠色小巨人輔導計畫、成立製造業節能減碳服務團計畫及產業綠色技術提升計畫，提供諮詢診斷與減量服務，協助中小企業積極開創具高度國際市場競爭力之 MIT 產品，搶攻全球綠色新商機。本節說明相關策略措施。

一、提升中小企業節能減碳能力輔導計畫

為協助中小企業節能環保並降低成本，提升中小企業的綠色永續因應能力及開創新商機，經濟部中小企業處推動「提升中小企業節能減碳能力輔導計畫」。2017 年執行項目：（一）赴廠諮詢診斷服務；（二）產業群聚示範輔導；（三）國際規範輔導；（四）綠色人才養成。2016 年主要成果：（一）完成 75 家企業諮詢診斷輔導，預估每年可節電約 574 萬度、節油量約 709 kLOE、溫室氣體減量 4,989 TCO₂e、節省能源成本 3,353 萬元；（二）完成 10 家企業進行國際規範輔導，並全數取得國際證書；（三）完成 3 個群聚共 20 家企業進行產業群聚示範輔導，預估每年可節電約 951,860 kWh、降低能源成本約 608 萬元、減碳量約 503 公噸 CO₂e。計畫網址：<http://GHGinfo.moeasmea.gov.tw/>。

二、中小企業綠色小巨人輔導計畫

經濟部中小企業處推動「中小企業綠色小巨人輔導計畫」，協助中小企業朝綠色永續價值創新發展，強化綠色環保、營運持續管理與企業社會責任能力，向下紮根培育綠色人才，建立綠色知識，向上形塑企業標竿，擴散優質典範，打造臺灣堅實中小企業綠色供應網絡與產業結構。2017 年執行項目為赴廠諮詢診斷服務、優質亮點個廠輔導、綠色示範供應鏈輔導、綠色能力培育及典範擴散與行銷推廣。2016 年主要成果：（一）協助完成 129 家中小企業綠色諮詢診斷，提供綠色材料、製程、設計、回收等諮詢服務；（二）完成 14 家綠色優質廠商輔導，以及 7 個供應鏈或產業群聚，並結合 2 個產業公協會聯合輔導，帶動 116 家次中小企業體系擴散；（三）振興綠色營收與增加產值達 11.66 億元，節省成本 1.11 億元；（四）培育 197 位企業綠色專業管理人才，協助企業綠色永續發展及知識運用擴散。計畫網址：<http://green.pidc.org.tw/>。

三、製造業節能減碳服務團計畫

經濟部工業局推動「製造業節能減碳服務團計畫」，協助產業節能減碳，獲得能源效率提升、溫室氣體減量、成本節約等效益。2017 年執行項目：（一）節能減碳技術輔導：1. 節能減碳訪視、2. 節能減碳診斷及 3. 耗能設備效率檢測輔導；（二）溫室氣體抵換專案示範推廣；（三）節能診斷工具推廣應用；（四）舉辦說明會、人才訓練班等。2016 年主要成果：（一）完成 240 家廠商輔導與現場查訪、105 家廠商診斷工具推廣應用、23 家廠商溫室氣體抵換專案輔導與追蹤；（二）協助受輔導廠商節省能源使用成本約 10 億元。計畫網址：<http://www.ftis.org.tw/tigers/>。

四、產業綠色技術提升計畫

經濟部工業局推動「產業綠色技術提升計畫」，協助產業發展綠色科技，符合環保法規標準。2017 年執行項目：（一）產業環保體質提升輔導：1.強化產業污染防治（制）技術輔導、2.推動產業自主管理輔導、3.產業清潔生產技術輔導、4.產業環保改善追蹤輔導及 5.工業搭排戶排水改善追蹤輔導；（二）環保法規動態研析與因應；（三）相關環保議題查核與審查；（四）發行技術與法規電子報、工業污染防治刊物及辦理講習會、研討會等。2016 年主要成果：（一）完成 511 廠次產業環保輔導；（二）協助產業節省成本及增加投資額之總經濟效益約 5.12 億元。計畫網址：<https://proj.ftis.org.tw/eta/>。

第 4 節 技術升級與增進創新研發能量

相較於大型企業之雄厚資金及人才優勢，中小企業規模小，研發及專業人力缺乏，因此中小企業更需要加強創新與研發能力，以因應國際競合趨勢的營運瓶頸及轉型壓力等多重考驗。為鼓勵中小企業提升創新研發能力，並有效協助企業降低研發成本與風險，政府提供許多創新研發輔導及經費補助，期能帶動企業在創新研發方面的投入，促使其積極創新及轉型升級，加速整體產業升級，提升我國之國際競爭力。本節說明中小企業技術升級及提升研發能量策略。

一、產業工作環境改善計畫

為減少國內產業之事故災害、因應當前國內投資環境相對惡化、勞動力供需失衡、產業外移等因素所造成的經濟問題，積極改善投資發展環境、建立新的競爭優勢、降低整體營運風險，經濟部工業局推動「產業工作環境改善計畫」。2017 年執行項目：（一）基線改善技術輔導；（二）風險管理技術輔導；（三）訓練及宣導；（四）成果推廣。2016 年主要成果為針對工作環境具危險、辛苦或骯髒，以及符合法令有困難之廠商（以中小企業為主）共 410 家廠商提供工作環境改善基礎技術輔導，整體改善率達 74.66%；另完成風險管理項下包含進階安全管理系統、製程設備風險評估、化學品分級管理共 16 家廠商輔導，並依輔導成果產出 2 本實務手冊供業界參考使用。計畫網址：<http://www.cesh.twmail.org/>。

二、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(Small Business Innovation Research，簡稱 SBIR)」，藉由政府的部分經費補助，降低中小企業研發創新之風險與成本，且研發成果歸廠商所有，以鼓勵中小企業進行創新研發活動，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 9-4-1 所示。計畫網址：<http://www.sbir.org.tw/index>。

表 9-4-1 小型企業創新研發計畫及地方產業創新研發推動計畫說明

項 目	小型企業創新研發計畫 (經 濟 部 SBIR)	地方產業創新研發推動計畫 (地 方 型 SBIR)
執行項目	受理中小企業申請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 2017 年 6 月底，累計通過 6,522 件創新研發計畫，政府投入補助金額約 111.2 億餘元，帶動中小企業投入研發經費約 212.5 億餘元。	截至 2017 年 6 月底，共補助 3,774 家中小企業，各縣市政府自行匡列經費累計約 9.69 億餘元，經濟部配合匡列協助經費累計約 16.24 億餘元，帶動中小企業投入地方產業創新研發經費總計約 43.67 億餘元。

附 註：小型企業創新研發計畫(SBIR)(含地方型 SBIR)自 2015 年 9 月 1 日起由經濟部技術處移撥至經濟部中小企業處接辦，使本計畫與經濟部中小企業處相關輔導中小企業資源作有效整合，以達到協助中小企業之總體綜效。

資料來源：經濟部中小企業處，2017 年。

三、中小企業即時技術輔導計畫

經濟部工業局推動「中小企業即時技術輔導計畫」，協助中小企業技術升級轉型，由政府提供輔導經費，結合財團法人、大專院校及技術服務業者等輔導單位既有成熟技術能量，提供短期程、小額度、即時性之技術輔導，解決其急迫性之技術問題，以提升其附加價值。2017 年執行項目：(一)個案輔導管理及推廣；(二)技術升級個案輔導：提供企業短期程、小額度、即時性的技術升級個案輔導。2016 年主要成果：(一)實際完成 307 家中小企業技術升級轉型輔導；(二)協助受輔導業者增加產值 7.01 億元，降低生產或營運成本 1.59 億元。計畫網址：<https://www.itap.tw/>。

四、產業升級創新平臺輔導計畫

為協助推動產業升級轉型，經濟部工業局推動「產業升級創新平臺輔導計畫」，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，達到提升我國產業附加價值、產業結構優化，並鏈結國際市場。計畫又分為「產業高值計畫」、「創新優化計畫」、「新興育成計畫」及「主題式研發計畫」，由符合資格之廠商提出申請，經審議通過後，所核定之計畫總經費提供相對補助經費，說明如表 9-4-2 所示。

截至 2016 年共受理 261 件計畫案，核定 96 件，核定補助款達 17.97 億元，引導廠商投資金額達 26.4 億元，預計結案後帶動銷售金額達 409 億元。計畫網址：<http://tiip.itnet.org.tw/>。

表 9-4-2 產業升級創新平臺輔導計畫執行項目

項目	計畫目的	審查重點
產業高值計畫	鼓勵業者切入高端產品應用市場，以提升整體產業附加價值率，塑造我國高值化產品形象。	- 須具備切入高端市場之潛力。 - 應具掌握產品/技術關鍵技術及創新性。 - 可創造高倍數成長之高單價(毛利)或銷售量產品，同時具備產業關聯效果，帶動產業價值鏈再翻身。
創新優化計畫	鼓勵廠商掌握關鍵技術/產品，以建構完整供應鏈體系；建立整體系統解決方案供應者能量，以擴大整廠整案海外輸出，爭取國際商機。	- 屬關鍵材料、零組件及設備者，關鍵技術需超越國內產業現有技術，可取代國外產品/技術與國外水準，並可帶動上中下游廠商發展，提升自主能力提升。 - 屬系統整合者需加強可量化的系統可行性分析外，整體系統服務需呈現顧客價值的系統服務及商業營運模式(Total Solution)創新、系統可行性驗證、國內場域試煉規劃及導入(試營運)。
新興育成計畫	鼓勵業者進行開發新興產品或服務，發展替代性的主流新興產業與市場先導示範性。	- 具新興產業形成與市場先導示範性。 - 計畫內涵應具備技術或創新服務含量，並可帶動相關技術或產品發展。 - 開發之新興產品或服務應包含國內(場域)試煉驗證取得能量，服務型應具服務商或場域之後續營運模式。
主題式研發計畫	因應產業需求及政策發展方向，由工業局主動制訂研發主題，鼓勵企業開發符合主題研發內容之技術、產品或服務，帶動相關產業健全發展及強化整體產業競爭力。	- 政府制定特訂主題、產品技術規格、公告時程。 - 不定期公告主題式研發項目，公開徵求廠商提案。

資料來源：經濟部工業局，2017 年。

五、協助傳統產業技術開發計畫

經濟部工業局據以推動「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。2017 年執行項目：（一）產品開發：提升傳統產業新產品／新技術開發能力；（二）產品設計：鼓勵傳統產業運用設計服務業創意設計，導入產品設計美學；（三）研發聯盟：選擇優先發展之重點傳統產業，以產業聚落「聯合開發」模式，共同進行研究開發；（四）產學合作研發：循「產業出題、學界解題」模式，導入學界豐沛研發能量，以提升傳統產業核心技術能量。2016 年主要成果為協助 262 家業者進行新產品開發及設計，投入補助經費 2.61 億元，投入研發經費逾 44 億元，衍生產值效益達 90 億元。計畫網址：<http://www.citd.moeaidb.gov.tw/CITDweb/Web/Default.aspx>。

六、傳統產業技術創新推動作法

經濟部技術處執行「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，連結產學研各界能量，化被動為主動，提供多元化關懷輔導資源，協助傳統產業技術發展與升級。2017 年主要執行項目如表 9-4-3。

表 9-4-3 傳統產業技術創新推動作法執行項目

項 目	在地產業創新加值 整合推動計畫	學界協助中小企業 科技關懷跨域整合計畫
計 畫 內 容	藉由金屬中心、中科院及傳統產業創新聯盟等法人研發能量，協助傳統產業加值轉型；2017 年度選定眼鏡、工業節能、車體、濾材設備、熱塑性複合材料加工、空氣壓縮機、運動休閒健康照護、印刷、玩具等 9 項產業。	導入學界豐沛研發能量，分為： 1. 專案輔導：由學校組成專家團隊，解決廠商共通產業技術或跨領域需求。 2. 個案輔導：由專家協助個別廠商進行最長 6 個月之免費 1 對 1 診斷協助。
適 用 對 象	法人選定輔導產業之廠商。	學校專家研提輔導之中小企業。
主 要 成 果	截至 2016 年已促成投資 9.7 億元，衍生產值 26.9 億元，增加就業人數 563 人，協助業者研提通過政府研發補助計畫 25 案。	截至 2016 年已促成全國 140 所以上大專院校 8,778 位學界專家及 12,608 家次中小企業參與，導引廠商相關投資 63 億元，增加產值 82 億元。
計 畫 網 址	http://tipo.stars.org.tw/	http://sita.stars.org.tw/

資料來源：經濟部技術處，2017 年。

七、A⁺企業創新研發淬鍊計畫

為符合國際創新政策趨勢，引導我國業者投入具潛力的前瞻產業技術開發，並鼓勵進行跨領域整合，以完備我國產業生態發展，經濟部技術處自 2014 年起，以「A⁺企業創新研發淬鍊計畫」銜接原「業界開發產業技術計畫」，持續推動補助企業投入創新研發業務。計畫執行項目如表 9-4-4 所示。

表 9-4-4 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	引導企業進行前瞻及困難度較高之技術研發活動，開發未來 3~5 年後可符合市場需求之技術、產品或服務。
整 合 型 研 發 計 畫	由 3 家(含)以上企業組成研發聯盟，進行垂直整合、橫向連結或研發程序整合，由其中一家擔任主導企業，帶動聯盟中的中小企業發展。
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	工業基礎技術計畫、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，2017 年。

原業界開發產業技術計畫，截至 2016 年已核定通過 1,079 件計畫，計有 1,678 家廠商，政府投入補助金額 240.43 億元，帶動企業投入研發經費 531.93 億元、逾 3 萬人之研發人力；A+企業創新研發淬鍊計畫自 2014 年至 2016 年已核定通過 171 件計畫，計有 313 家廠商，政府投入補助金額 69.08 億元，帶動企業投入研發經費 103.36 億元，逾 6,000 人之研發人力。計畫網址：<http://aiip.tdp.org.tw/index.php>。

八、服務業創新研發計畫

因應服務業已成為目前國家經濟發展的重心，經濟部商業司推動服務業創新研發計畫（Service Industry Innovation Research，簡稱 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、新行銷模式及新商業應用技術（四新）之創新開發工作，創造競爭優勢。2017 年補助類別有「創新營運」及「整合聯盟」兩類。2016 年主要成果為核定補助 82 案、協助業者增加營業額 5.3 億元及促進新聘就業人力 302 人次。計畫網址：<http://gcis.nat.gov.tw/neo-s>。

第 10 章 建構創新創業及育成加速機制

根據全球創業觀察(Global Entrepreneurship Monitor, GEM)於2017年公布的《2016/17 年全球報告》(2016/17 Global Report)顯示,2016 年臺灣創業動機指數(Entrepreneurial intentions)為 25.8,排全球第 21 名;民眾認為創業為好的生涯選擇(Entrepreneurship a good career choice)為 73.2,排全球第 13 名;均反映臺灣對創業創新充滿熱忱及友善。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,積極執行創業育成輔導相關計畫,包括推動「國際育成創業加速生態系統計畫」及開辦「創業家簽證」,深化前瞻及新興中小企業創業育成合作。圖 10-0-1 為中小企業創業育成措施架構。

圖 10-0-1 中小企業創業育成措施架構



資料來源：本書整理。

第 1 節 深化創業輔導與提升創業動能

經濟部中小企業處整合能量打造創業服務單一窗口,推動多項創業輔導計畫,包括

創業資源服務推廣服務計畫、創業知能養成計畫、新創企業價值共創計畫、科技創業推動計畫等，國家發展委員會則推動「創業家簽證」，引進國際人才，提升我國中小企業國際化程度。

一、創業資源服務推廣服務計畫

經濟部中小企業處推動「創業資源服務推廣服務計畫」，建立單一窗口，以協助有意創業者將創業構想具體化，提供創業資訊與諮詢服務，以利民眾做好創業前的準備工作，進而增加其創業成功機會。2017 年執行項目：（一）透過「0800-589-168 免付費創業諮詢專線」及全臺專業顧問，提供免費諮詢服務；（二）串聯創業輔導服務資源，維運「青年創業圓夢網」創業服務單一入口網站；（三）國際學研社群連結：連結國際中小企業聯合會（ICSB）、全球創業觀察（GEM）、全球創業週（GEW）等國內外中小企業社群平臺，強化國際參與；（四）串聯協辦民間創業社群之創業創新活動，共同推動我國創業風氣。2016 年至 2017 年 4 月主要成果為提供創業諮詢服務 11,530 人次，輔導成立新創企業及推薦案源至相關計畫。

青年創業圓夢網：<http://sme.moeasmea.gov.tw/startup/>。

二、創業知能養成計畫

經濟部中小企業處推動「創業知能養成計畫」，協助創業者或有意創業者，透過青年創業主題型課程，以提升創業者專業知能，掌握創業趨勢、經營理念與資訊，並結合中小企業處相關創業輔導、資金融通等措施，協助青年建構完整創業能力，啟發創意、創新思維，協助完成創業夢想，進而永續經營。2017 年計畫內容包括開辦創業主題班及針對課程結訓學員進行追蹤關懷。2016 年主要成果為辦理創業育成班 22 班、創業主題班 15 班，共培訓 2,696 位有意創業之青年。

三、新創企業價值共創計畫

經濟部中小企業處執行「新創企業價值共創計畫」，主要服務以 5 年內之新創企業、歷屆獲新創事業獎之企業為主，2017 年主要執行項目分為 3 類：（一）跨產業協作輔導服務：依據新創企業經營問題需求調查，鎖定新創企業易發生經營管理之問題，運用企業短期診斷及客製化輔導方式，精進新創企業商業模式與經營能力，促成新創企業往高成長企業發展；（二）Mix Taiwan 創新主題沙龍：辦理以「分享」為主軸之系列活動，定期舉辦分享活動或主題探討，廣邀具創新思維之創業者、國內既有技術提供者，以集

結跨界(業)合作共同討論之思維，提供新想法、新構念或尋找資源與合作伙伴之發表場域。(三)獎項表揚：設立「新創事業獎」，鼓勵青年、女性及熟齡創業者(50歲以上)，發展具備優質營運模式之新創事業，樹立成功典範，提振創業家精神，帶動國內創新創業之風氣，為經濟注入活水。青年創業圓夢網：<http://sme.moeasmea.gov.tw/startup/>。

四、科技創業推動計畫

經濟部中小企業處推動「科技創業推動計畫」，2017年執行項目包括：(一)透過觀測國際創業政策與法規及辦理座談會，完備早期創業階段之創業政策；(二)藉由重大創業政策或新興創新議題研析，以及創業調查或創業生態系研究，整合創新創業政策規劃。2016年主要成果為研提12份創業政策與法令措施報告，完成1式我國創業政策及其機制之規劃建議。

五、社企型公司環境建構與發展推動計畫

為營造有利於社會企業創新、創業、成長與發展的生態環境，經濟部中小企業處辦理「社企型公司環境建構與發展推動計畫」，並於2017年轉型為「社企型公司進階推動計畫」，2017年計畫項目：(一)社會企業免費諮詢窗口；(二)社會企業菁英學苑，培養社會企業經營與知能發展；(三)輔導社會企業登錄並製作登錄之社企型公司產品型錄，提供政府機構、公司福委會等單位作為優先採購參考；(四)辦理企業社會責任(CSR)與社會企業交流媒合會等。2016年主要成果為完成10家社會企業深度育成輔導；推動140家社會企業完成登錄；完成23場次個別籌資商機活動等。計畫網址：<https://sme.moeasmea.gov.tw/startup/modules/se/>。

六、創業家簽證

近年來新加坡、韓國、智利、英國與加拿大等國，為吸引國際人才推出「創業家簽證」，參照此作法，行政院實施「創業家簽證」，凡具有創新能力及技術的外國及港澳創業家，經由經濟部投審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，預計將可陸續吸引優秀的國外創業家來臺，為我國創新創業環境注入新的能量。截至2016年，已有41人申請，33人通過。相關規定如表10-1-1。

表 10-1-1 創業家簽證相關規定

項 目	說 明
申 請 對 象	個人或團體，外籍及港澳人士
申 請 條 件	■ 獲得國內外創業投資事業投資，或於政府認定之國際性募資平臺籌資新臺幣 200 萬元以上者。 ■ 已獲同意進駐政府認定之創新創業園區、經濟部直營、合作或獲得經濟部近 3 年評鑑優良之育成機構。 ■ 取得國內外專利權，或事實足認具專業技能。 ■ 參加國內外具代表性之創業、設計競賽獲獎，或申請政府鼓勵外國創業家來臺專案計畫通過者。 ■ 個人設立符合「具創新能力之新創事業認定原則」之事業，擔任該事業負責人並投資新臺幣 100 萬元以上者，或團體成員擔任該事業之負責人、董監事、經理人或主管等職務，且合計投資金額達新臺幣 100 萬元以上者。 ■ 其他經中央目的事業主管機關認定或推薦具創新能力。
停 留 期 間	初簽 1 年居留期間，居留期間屆滿前，可持「已設立公司並具有營運事實」，再申請延長 2 年居留期限。
發 放 張 數	每年核發初簽 200 名，可以個人及團隊方式申請，每一團隊以 3 名為原則。
審 核 機 關	經濟部

資料來源：經濟部中小企業處，2017 年。

第 2 節 精進育成特色及加速新事業成長

本節介紹中小企業創新育成平臺重要措施及實施方法，政府除了要強化育成中心特色外，提升直營育成中心總營運效能，加速推動前瞻型中小企業及新興產業加速育成，鏈結國際育成合作網絡，協助我國中小企業切入國際市場，形成全球布局。

一、中小企業創新育成中心

自 1997 年起，經濟部中小企業處推動設立育成中心（Incubation Centers），並鼓勵公民營機構設立育成中心，以提供新創與創新企業進駐空間、儀器設備、研發技術、協尋創業資金、人力資源開發、參與國際事務等資源，讓中小企業取得在創業過程不同階段的支援，降低創業及研發初期的成本與風險，創造優良的培育環境，提高事業成功的機會。

（一）育成中心現況

1. 育成輔導績效（表 10-2-1）：

（1）截至 2016 年底全國共計逾 140 所創新育成中心，經濟部中小企業處於 2016 年補

- 助 72 所育成中心，補助育成中心新臺幣（以下同）1.575 億元。
- (2) 2016 年計補助 72 所育成中心，培育 1,921 家企業，誘發投增資約 101 億元，協助 9 家上市（櫃）企業，育成企業產出投增資金額／投入育成中心補助經費比例為 64.13 倍。
- (3) 累計至 2016 年底，中小企業處累計補助 125 所，共協助 95 家上市（櫃）企業，誘發投增資約 1,204 億元，維持及新增就業 253,725 人。

表 10-2-1 歷年育成輔導績效

項 目		年 度	2012	2013	2014	2015	2016
投入	補助育成中心金額(億元)		1.52	1.57	1.52	1.59	1.57
	培育中小企業家數		2,065	2,181	2,000	1,951	1,921
產	育成新創企業家數		1,250	1,354	1,327	1,294	1,413
	維持就業人數		34,185	29,368	27,138	26,346	24,788
出	協助育成企業取得專利件數		206	157	176	121	157
	協助育成企業取得技術移轉件數		84	62	71	118	120
	投入產出倍數比(資本額增加量/補助金額)		36.43	49.32	63.16	106.91	64.13
	投增資金額(億元)		57	77	96	170	101
	上市上櫃企業家數		2	5	9	9	9

資料來源：經濟部中小企業處，2017 年。

2. 育成中心創新作法

- (1) **特色專業化發展**：呼應行政院青年創業專案政策指示，鼓勵育成中心資源串聯，朝 7 大特色模組，包括青年創業、女性創業、創新應用、育成拔尖、前育成社群、社企育成及區域聯盟，亦引導國內育成中心依母組織核心專長，聚焦培育產業領域，透過政策引導育成中心朝專業化、特色化發展。
- (2) **整合跨部會資源**：為提升校園育成中心單位服務效能，強化校園創新創業育成資源及能量整合，透過共同查核指標設置與聯合審查訪視，促使育成中心有效扮演校園創業資源導引平臺。
- (3) **育成多元成長**：為鼓勵民間力量共同投入創新創業，自 2016 年起鼓勵新型態育成機構加入育成行列，透過民間參與，引進豐沛、彈性之輔導模式，促使育成服務更為符合現行創業者不同階段需求。同時，引導學校型育成中心強化與校內教學研究連結，進而強化育成中心角色與功能，並形成跨部會一條龍資源串接之創業創新服務機制，建構完善校園創新創業生態系統。

(4) **未來方向**：經濟部中小企業處將朝向發展育成產業，加強與民間加速器及募資平臺合作，以協助新創事業快速打入市場，並聚焦特定產業領域（如 5+2+2 創新產業），強化育成單位環境提供、資金服務、行銷服務、專業培訓、商業化服務等服務功能，同時串聯跨界資源打造創新創業育成服務鏈，進而成為協助新創事業發展之關鍵樞紐，期因此形塑優質創新創業育成輔導生態。

(二) 直營育成中心

中小企業處自 2002 年起配合園區開發，陸續設置南港軟體等 5 所直營育成中心，聚焦培育重點科技產業，提供中小企業不同發展階段完整育成服務。（表 10-2-2）

表 10-2-2 中小企業處直營的 5 所育成中心之聚焦培育領域及執行成效

名 稱	聚 焦 培 育 領 域	截至 2016 年 輔 導 成 效
南 港 軟 體 育 成 中 心	電子商務、嵌入式系統、資訊軟體及網路通訊	■培育家數 202 家。 ■維持及新增就業人數 2,024 家。 ■誘發投資增資金額逾 22.5 億元。 ■累計育成 12 家上市(櫃)企業。
南 港 生 技 育 成 中 心	醫藥、醫療器材、醫療保健、農民生技	
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，2017 年。

附 註：南港生技育成中心已於 2017 年 1 月 1 日起由財團法人生物技術開發中心自主營運。

二、建構國際育成創業加速生態系統計畫

本計畫由國立交通大學及財團法人資訊工業策進會共同執行，聚焦雲端、物聯網、生技醫療、綠能環保、數位內容及精密機械等 6 大新興科技應用產業及策略性重點產業，著重客製化加速育成輔導，導入國內外中大企業定向育成合作、連結國內外創投及天使資金，以及強化國際加速器網絡鏈結等，並提供跨界跨域產品實證，協助具潛力之優質中小企業快速發展適合之商業模式，打入中大型企業或國際企業供應鏈及價值鏈。（圖 10-2-1）

(一) 育成加速器特色

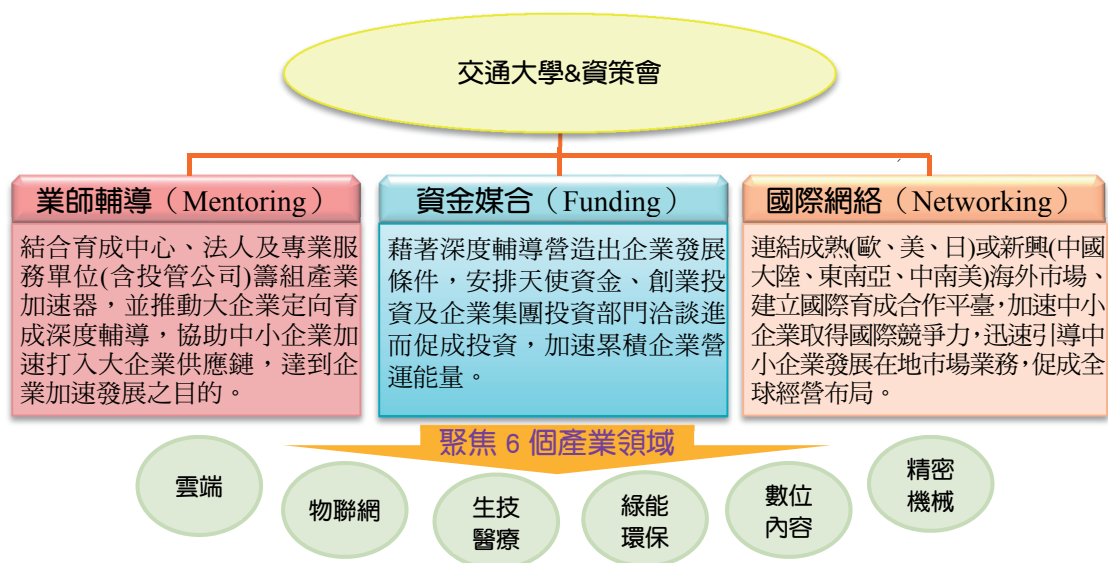
有別於一般以空間管理為目的的育成中心，育成加速器以投資組合操作概念的商業模式，由全國性 or 大區域中篩選出優質案源，透過業師輔導、早期資金提供及國際網絡鏈結，提供具全球市場競爭潛力之新創企業 3 至 6 個月短期的育成加速器服務。

（二）定向育成

新興產業加速育成計畫提供一個育成交流平臺，並鏈結國際市場，依據中小企業市場導向與價值鏈需求，整合輔導能量及外部資源，協助臺灣新興產業快速發展適合產業屬性之 B2C／B2B／B2M 商業成長模式，進行與中大企業定向育成。

2016 年主要成果為輔導 125 家潛力中小企業，促進投增資金額逾 9.02 億元。

圖 10-2-1 國際育成創業加速平臺



資料來源：經濟部中小企業處，2017 年。

三、協助中小企業社會創新計畫

經濟部中小企業處自 2017 年起推動「協助中小企業社會創新計畫」，此計畫沿襲 2014 年行政院「社會企業行動方案」之推動策略，以「營造有利於社會企業創新、創業、成長與發展的生態環境」為推動願景。為提升社會創新創業之發展效率及有效性，本計畫鼓勵我國中小企業、新創團隊或組織利用科技優勢，鎖定現行關鍵之社會或環境議題，發掘未被滿足之社會需求，透過一系列的篩選與輔導機制，凝聚有志者共識及力量，將社會創新的想法實現，促使我國社會創新創業能有更好的表現。執行項目分為 3 部分：

（一）**社會創新基盤研究**：根據國際科技社會創新發展政策與經驗、我國社會創新發展現況與需求、社會創新組織管理與評估機制等相關議題進行深入探討，分析全球社會創新議題焦點與趨勢，並逐步掌握國內社會創新經營標竿與挑戰。

- (二) **科技社會創新提案平臺**：研析國際社會創新平臺運作機制，建置並持續優化我國科技社會創新創業平臺，連結各界人力、技術及創投資源，做為社會創新團隊後援，發展可穩健營運之成功創新創業案例。
- (三) **社會創新網絡連結**：擴展國內外社會創新網絡連結，匯集科技社會創新知識與人力資訊，持續更新現階段相關推動措施與策略；並建立國際交流合作機會，提升社會創新組織全球視野與營運效能，促進社會創新創業升級且躍升國際舞臺。

四、行政院國家發展基金創業天使計畫

行政院國家發展基金為加強國內創業動能，鼓勵民間技術創新及應用發展，特辦理「行政院國家發展基金創業天使計畫」，2017 年執行項目：（一）受理具創新之 3 年內新創企業或創業團隊申請輔導資金協助及審議；（二）辦理受輔導企業簽約、核銷與撥款作業；（三）針對受輔導企業提供創業育成服務，邀請專家學者訪視受輔導企業，提供建議，並辦理加值性課程及媒合活動；（四）現已串接 125 個具創新創業能量之合作單位，作為優質案源導入、受輔導企業未來擴張所需之資金媒合、政府資源轉介與輔導資源之合作。截至 2016 年 12 月底，本計畫共計審議通過 270 案，累計核准輔導新創事業資金達 8.5 億元，並創造超過 2,200 位就業人數，以及帶動形成民間資本 22.2 億元，成功扮演早期資金協助與育成輔導角色。計畫網址：www.angel885.org.tw。

第 3 節 青年及女性創業輔導

國內整體創業活力旺盛，2016 年臺灣的新設企業達 9 萬 5,483 家，而女性企業家數約 51 萬家（約占全體企業 36%），提供 5.5 兆之銷售額，顯示女性企業對我國經濟發展之影響力與重要性。本節針對青年及女性創業時，政府提供客製化及整合性之創業育成服務，以及融資資源協助措施進行說明。

一、網實整合創業服務

經濟部中小企業處建立一站式實體服務窗口，提供 One Stop Service 概念的全方位之創業資源與支援服務，從創業資源的介紹與提供、媒介適合的顧問或業師諮詢輔導，及協助放眼國際市場的準備與接軌，並運用網實整合模式，整合各部會之創業輔導資源，提供 O2O 創業服務，包括設置單一入口網站「青年創業圓夢網」，並成立北、中、南區

「青創基地」，作為政府創業服務之實體窗口，提供各地青年創業服務，共同為青年創業注入新興活水：

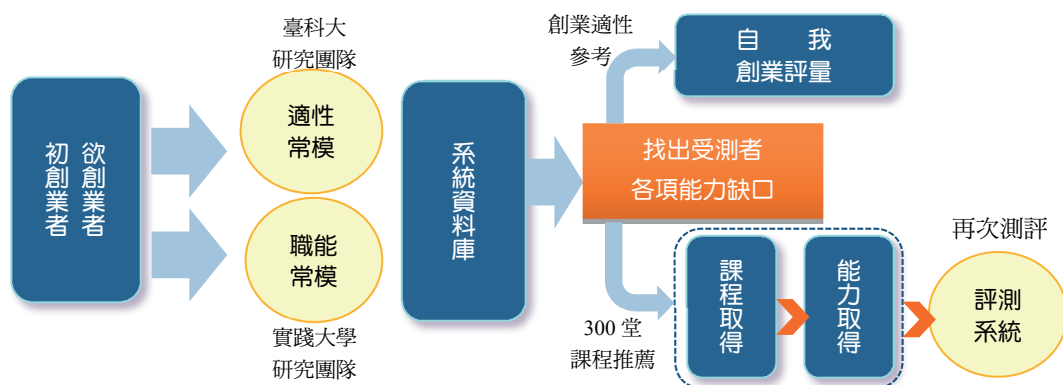
- (一) **青年創業圓夢網**：2017 年網站持續參考創業者需求優化網站，並匯聚青年創業專案 13 部會創業輔導資源，區分為「找資金」、「創業能力診斷」、「青創基地與巡迴服務」、「活動看板」、「創業生態圈」等專區，並提供 0800-589-168 免付費諮詢專線，串聯「創業圓夢 Start-up Hub」Facebook 粉絲頁，讓民眾可於線上快速便利取得政府與民間創業輔導資源及服務資訊，增進運用效能。2016 年至 2017 年 4 月主要成果為網站累計瀏覽 2,793,969 人次。青年創業圓夢網：<http://sme.moeasmea.gov.tw/startup/>。
- (二) **行政院青創基地**：於前行政院院長官邸（金華街 142 號）設立「青創基地」，並分別於臺中逢甲大學、高雄應用科技大學增設中區及南區青創基地，提供全國創業者更多交流的機會與選擇將各部會線上創業服務資源，實體化整合集結於此，成立線下（Off-line）一站式創業服務窗口，提供創業資訊、業師諮詢、策展活動等實體服務，並發揮「Hub」角色，把創業社群或專業服務單位的資源導入基地，也把政府資源匯出到民間社群，攜手活絡創業生態圈。2016 年主要成果為提供創業團隊諮詢 123 案，服務逾 1.4 千人次，舉辦 190 場創業活動，近 9 千人次參與。

二、創業 A⁺行動計畫

為促進產業升級，驅動創新能量，並培植亮點新創團隊，經濟部中小企業處推動「創業 A⁺行動計畫」，工作項目分為 2 個部份：

- (一) **創業能力診斷及推薦系統**：提供創業者即時評量，創業者可依據分析結果，確認自身的創業核心能力及優劣勢，並透過創業知能養成課程相關的學習網路，進一步學習及補足其創業能力缺口。圖 10-3-1 為創業能力診斷及推薦系統運作方式。
- (二) **創業行動方案**：主要訴求係以中帶小，提供陪伴輔導的運作模式。透過遴選潛力新創團隊作為培育對象，搭配具有高度熱忱、豐富企業實戰經驗的創業導師，並依據導師團隊晤談，以及協助診斷新創企業所需資源及商業模式之缺口後，邀請擁有該資源能量之卓越中堅企業（國家磐石獎、小巨人獎、創新研究獎得主）加入本計畫，介接相關資源（通路、人脈、資金、技術...等）及提供市場端應備知識，以媒合具發展性之新創團隊營運模式與產品技術，有效達成新創企業與中堅企業雙方的整體共同成長。2016 年促成 6 項合作案。計畫網址：<http://aplus.org.tw/>。

圖 10-3-1 創業能力診斷及推薦系統運作方式



資料來源：經濟部中小企業處，2017 年。

三、大專畢業生創業服務計畫

為建立大專校院產學合作創新創業機制，提供青年一個實踐夢想的創業實驗場域，教育部青年發展署推動「大專畢業生創業服務計畫」（簡稱 U-start 計畫），以計畫補助為基礎，利用微型創業的彈性及育成協助，增加大專畢業生及在校生創業機會，期激發大專校院產學合作能量及提升校園創新創業文化。2017 年度計畫內容為創業團隊申請經審查通過，並接受學校育成單位輔導創業 6 個月者，由教育部補助學校育成輔導費及創業團隊創業基本開辦費。截至 2017 年度已有 729 組創業團隊獲此計畫補助，其中 430 組創業團隊完成創業夢想設立新創公司。計畫網址：<http://ustart.yda.gov.tw/bin/home.php>。

四、女性創業飛雁計畫

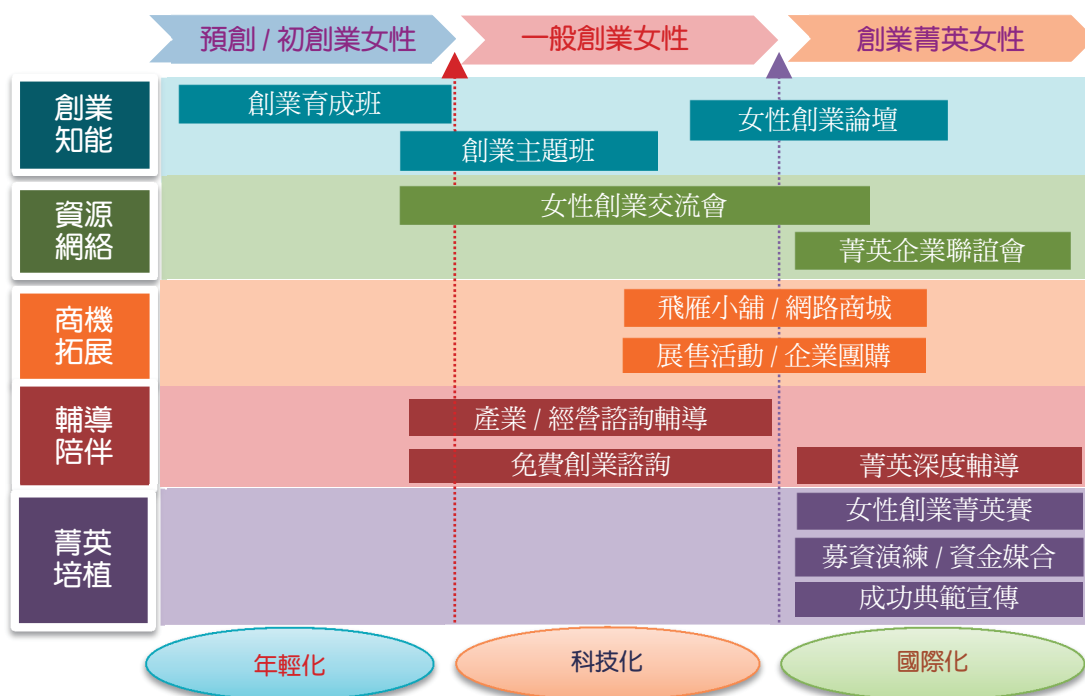
經濟部中小企業處持續推動「女性創業飛雁計畫」，依據女性創業特質，持續針對不同階段和不同需求之創業女性，提供客製化及整合性服務措施，持續推動女性創業育成相關措施，以「建基盤」、「助成長」、「選菁英」的概念，營造友善女性的創業環境，帶動女性創業風潮，提升女性經濟力與競爭力。2017 年計畫執行措施如圖 10-3-2。2016 年主要成果包括培訓 2,662 女性創業，陪伴式輔導 300 家女性企業經營，吸引投增資 22,179 萬元。計畫網址：<http://woman.sysme.org.tw/>。

五、微型創業鳳凰計畫

為協助 20~65 歲婦女、離島地區居民及 45~65 歲中高齡民眾發展微型企業，創造就業機會，達到促進就業之目的，建構創業友善環境，提供創業諮詢輔導服務及低利免擔

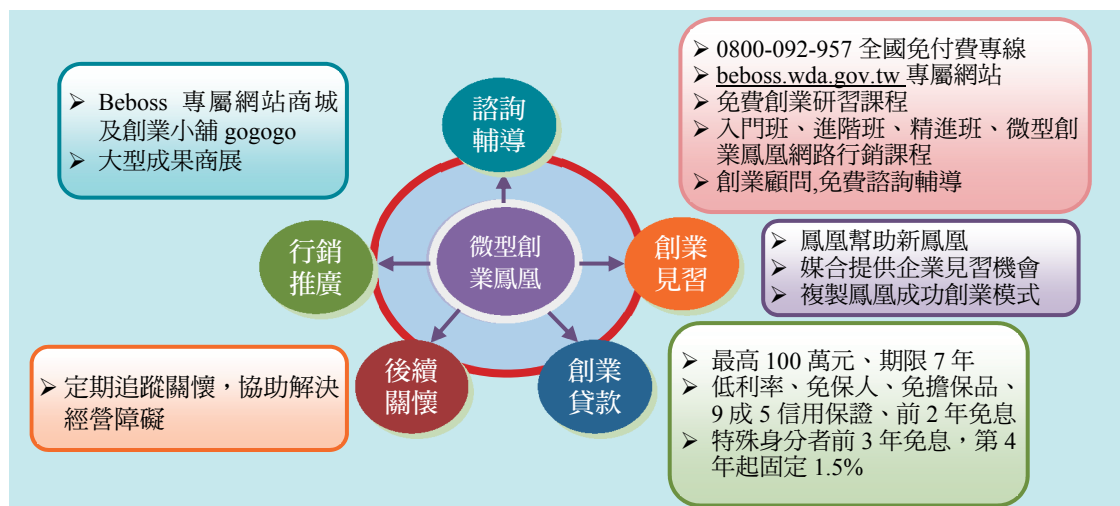
保之創業貸款，勞動部勞動力發展署推動「微型創業鳳凰計畫」，其計畫架構及執行措施，如圖 10-3-3 所示。本計畫自 2007 年推動至 2016 年止，創業貸款金額 28 億元，諮詢輔導 39,045 人次，協助 16,102 人完成創業，共創造 42,768 個就業機會。

圖 10-3-2 女性創業飛雁計畫執行措施



資料來源：經濟部中小企業處，2017 年。

圖 10-3-3 微型創業鳳凰計畫執行架構

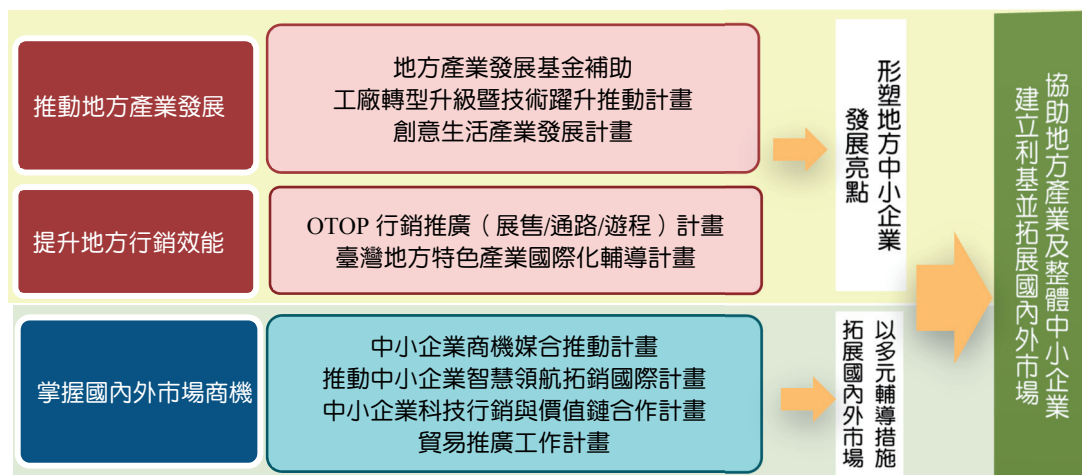


資料來源：勞動部，2017 年。

第 11 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，政府以「地方產業發展基金」輔導地方中小企業特色化發展、推動工廠轉型升級暨技術躍升推動計畫，平衡城鄉落差，創造在地就業機會。再者，臺灣「一鄉鎮一特產」（One Town One Product, OTOP）運用在地設計、生產及行銷，形塑區域品牌，擦亮地方中小企業的特色文化，擴大經濟效益。而鑒於我國中小企業的出口貢獻與出口傾向有逐年下降趨勢，政府並推動多項拓展海內外市場的措施，以國際市場為目標，協助中小企業發展茁壯。圖 11-0-1 為協助中小企業地方產業發展，以及拓展海內外市場之重點措施。

圖 11-0-1 推動中小企業地方產業發展及拓展海內外市場重點措施



資料來源：本書整理。

第 1 節 推動城鄉產業群聚發展

為活絡地方經濟發展，創造在地就業機會，政府積極投入資源協助地方產業特色化發展，並以「地方產業發展基金」，加強地方產業輔導，推動地方產業群聚發展。本節說明活絡地方產業發展之政策與措施。

一、地方產業發展策略

所謂地方特色產業，通常以鄉、鎮、市或社區（部落、聚落）等為主，發展出的特

色產品需具有當地特有的歷史性、文化性、獨特性或唯一性等特質之一，並運用當地素材、自然資源、傳統技藝、勞動力等，從事生產及提供服務，進而形成地方群聚之產業。經濟部中小企業處自 1989 年開始積極投入資源協助發展地方特色產業。地方發展策略推動地方產業發展策略架構如圖 11-1-1。

圖 11-1-1 推動地方產業發展策略架構



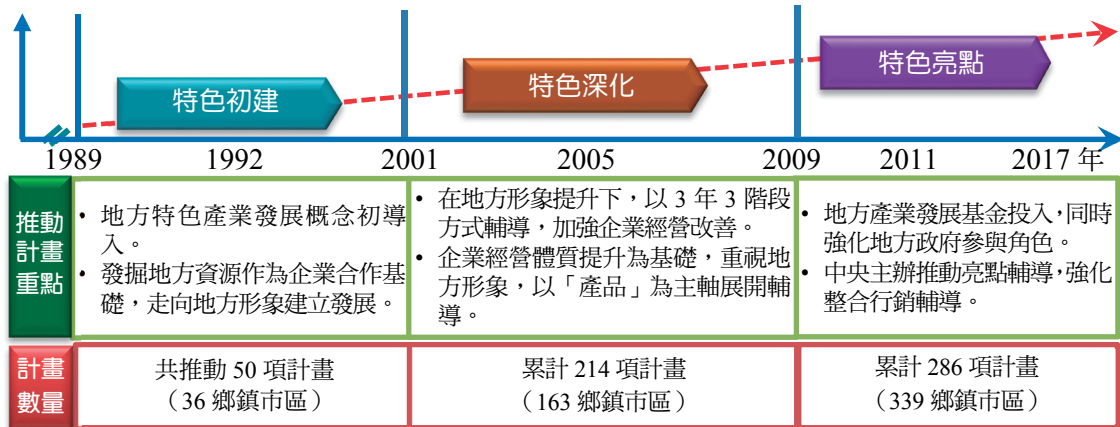
資料來源：經濟部中小企業處，2017 年。

1989 年起迄今臺灣地方特色產業發展脈絡如圖 11-1-2。歷年重點輔導措施說明如下：

- （一）**特色初建：**經濟部中小企業處自 1989 年開始積極投入資源，協助發展地方特色產業，初始以發掘地方資源作為企業合作基礎，逐漸走向地方形象之建立與發展。
- （二）**特色深化：**2001 年起以 3 年 3 階段方式輔導，並在協助企業經營體質提升的基礎上，以「產品」為主軸展開輔導，並開始地方特色產業多元資訊網的建置，以地方特色產品之發展為核心要素，強化地方特色產品市場競爭力。
- （三）**特色亮點：**2009 年成立地方產業發展基金，地方政府參與角色擴大，由地方政府主動規劃其地方特色產業發展藍圖及推動計畫，以地方提案、中央補助之原則，增加計畫型態的多樣化，協助地方產業發展，並特別針對人口外移、所得偏低地區加強輔導，以促進地方的就業機會。且自 2011 年起，運用地方產業發展基金補

助地方政府設置微型園區，以微型園區概念及群聚輔導方式，協助中小企業解決小規模合法用地取得問題。另為奠定全國各縣市地方產業發展的基礎及擴大產業發展績效，將就具發展潛力及基礎之地區，形塑地方產業亮點，以作為其他地區之標竿學習典範，並提升地方之國際能見度。

圖 11-1-2 臺灣地方特色產業發展脈絡



資料來源：經濟部中小企業處，2017年。

二、運用地方產業發展基金推動地方產業發展

為促進地方產業長足發展、結合地方傳統人文藝術、繁榮地方經濟，增加就業機會，提高國家產經發展與成長之基本動能，經濟部自2009年起設置地方產業發展基金，本著「一鄉一品」之精神，以「地方需求、中央補助」為基金推動之軸心架構，補助類型分為「單一型補助計畫」、「整合型補助計畫」、「區域型補助計畫」及「微型園區補助計畫」等4類（圖11-1-3）。地方產業發展基金自2009年度成立迄今，政府資源運用遍及全國339個行政區，相較基金成立前，未受輔導資源挹注區域由271減為19個，輔導區域涵蓋率已達94.89%。行政院於2017年1月24日核定，自2018年起地方產業發展業務併入中小基金辦理，未來將以中小企業整體發展角度納入地方產業發展需求，持續推動產業發展，活絡地方經濟。地方發展基金網址：<http://fund.sme.gov.tw/index.php>。

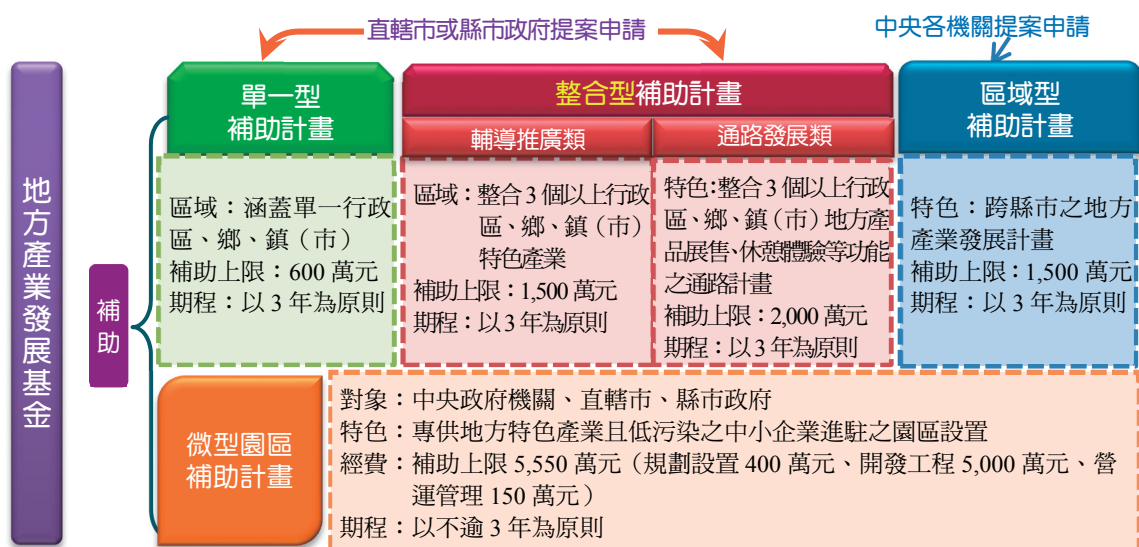
三、工廠轉型升級暨技術躍升推動計畫

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，經濟部工業局推動「工廠轉型升級暨技術躍升推動計畫」，計畫內容包括：（一）觀光工廠評鑑及廣宣、（二）評選

優良觀光工廠與國際亮點觀光工廠、（三）跨域整合與加值輔導、（四）參與展覽成果展示等。2016 年主要成果為完成工廠觀光體驗個案輔導評鑑與續期評鑑作業計 47 家次、到場訪視諮詢計 16 家次，推動觀光工廠國際亮點 4 家次與跨域加值示範點 3 家次，促進投資額新臺幣（以下同）8.7 億元，增加產值 15.3 億元，可直接增加在地就業計 314 人次，支持就業人數 1 萬人，創造每年 2,200 萬人次以上之產業觀光人潮。

計畫網址：<http://taiwanplace21.org.tw/>。

圖 11-1-3 地方產業發展基金補助計畫



資料來源：經濟部中小企業處，2017 年。

四、創意生活產業發展計畫

為協助國內產業轉型升級、增進就業機會、協助業者結合創意、文化元素，開發產品、場所、服務、活動之創意商品或服務，進而創新經營模式，提升經濟活動之附加價值及拓展新商機，經濟部工業局推動「創意生活產業發展計畫」，2017 年執行項目包含評選創意生活事業、推動顧客體驗輔導及產業行銷合作推廣。2016 年主要成果為完成專案輔導 3 案，促成投資約 1.57 億元，累計評選創意生活業者通過 166 家，支撐營業額約 249 億元，推動創新行銷活動 3 場，促成創意生活產業跨領域及特定市場合作，持續提升業者形象，帶動業者營業額提升 1%~3%，開拓市場商機。

計畫網址：<http://www.creativelife.org.tw/>。

第 2 節 提升中小企業行銷效能

為提升中小企業行銷效能，形塑優質區域品牌形象，經濟部中小企業處執行 OTOP 策略方案，用以積極協助中小企業運用在地資源，推廣臺灣地方特色且良好形象之產品，創造優質區域品牌形象以擴大市場。以下為 2016 年至 2017 年執行之重點策略與措施。

一、臺灣 OTOP (One Town One Product) 行銷推廣計畫

經濟部中小企業處自 1989 年起推動的地方特色產業輔導政策，透過專業輔導團隊與業者的合作，運用在地資源，導入新技術、創意、服務及品牌概念，協助地方產業朝向精緻化與特色化發展，並透過臺灣 OTOP (One Town One Product) 「一鄉鎮一特產」共同標示形象，推廣臺灣地方特色且優質形象之產品，以開拓國內外市場，並鎖定具國際市場發展潛力之地方特色產業，進行產業價值鏈提升，塑造臺灣地方特色亮點，提高臺灣整體形象。2017 年主要執行項目如下：

(一) OTOP 展售通路拓展

1. **實體通路**：於日月潭設置 OTOP 地方特色產品館，並透過地方政府及與通路業者合作授權方式，布建 OTOP 實體通路門市，提供地方特色產業業者銷售管道。
2. **網路通路**：設置 OTOP 地方特色購物網，協助地方特色產業業者進行網實整合行銷，帶動營業額成長。
3. **OTOP 展售活動**：辦理 OTOP 主題展售活動，協助 OTOP 業者提升品牌知名度與商機。

(二) OTOP 遊程行銷推廣

串連在地特色景點及當地特色店家，規劃兼具在地文化深度及趣味性的地方特色遊程。藉由與交通及旅遊相關產業的結盟合作，題供旅遊資訊與優惠，鼓勵大家一同出遊體驗臺灣在地產業的質樸之美。

二、臺灣地方特色產業國際化輔導計畫

經濟部中小企業處推動「臺灣地方特色產業國際化輔導計畫」，以臺灣 OTOP 品牌共同標示形象，並整合相關產業聯盟組織、媒合國際通路合作等方式，促進臺灣地方特色產業走向國際化，落實 OTOP 產品持續販售與在地回饋。2017 年以加拿大、美國、新加坡、香港、馬來西亞及菲律賓等不同海外市場為目標，甄選具國際市場發展潛力之廠

商與產品。輔導內容包括：（一）拓展國際市場通路：海外參展、拓展通路、商機媒合；（二）架接輔導網絡：產業人才培育、訪視診斷服務、國際能量提升等；申請對象分為 3 類，包括加工食品、文化工藝及創意生活。2016 年主要成果為推動臺灣茶生活主題產業，帶動並維持廠商營業額達 3,096 萬元，新增擴大投資金額 7,000 萬元，穩定就業人數 2,549 人。OTOP 地方特色網：<https://www.otop.tw/>。

第 3 節 促進中小企業商機媒合與交流

為協助中小企業拓展商機，經濟部中小企業處及國際貿易局執行多項策略方案，積極協助中小企業促成商機媒合及技術交流，發掘新市場，拓展國內外行銷通路。以下為 2016 年至 2017 年相關單位執行促進中小企業商機媒合及拓展市場之重點策略與措施。

一、中小企業商機媒合推動計畫

為協助中小企業深化市場商機拓展能力與創造多元策略合作機會，經濟部中小企業處 2016 年起推動「中小企業商機媒合推動計畫」，以「創新型中小企業」為主要服務對象，媒合範圍擴及海外商機，2017 年重點執行項目包括：

- （一）經營中小企業商機媒合整合服務平臺：提供最新產業商情資訊，並建立臺日中小企業合作資源網脈，協助中小企業間商機合作。
- （二）發掘優質創新技術產品，提供商機發表與媒合機會：涵蓋國內與國際媒合，安排創新技術產品發表與展示，提供一對一媒合與後續追蹤服務，促成策略合作。
- （三）提升中小企業商機合作網脈：運用跨國合作經驗分享交流及菁英聯誼活動，帶動臺日產官學人脈連結與經驗傳承。

2016 年重要成果為促成 23 項策略合作成功案例，預估衍生商機 3.13 億元。計畫網址：<http://www.technomart.org.tw/>。

二、中小企業科技行銷與價值鏈合作計畫

為協助企業拓展國際市場，經濟部中小企業處 2015 年起推動「中小企業科技行銷與價值鏈合作計畫」，籌組中小企業群聚，提供跨國商機、技術合作策略及整合性行銷方案等客製化輔導，協助中小企業將既有產品及服務適地化，與新南向市場國家共創合作互惠模式，並與其建立長期合作關係為目標。2017 年執行項目：（一）辦理主題產業群

聚輔導，協助建立適地化商業模式，行銷產品及服務；（二）建構中小企業國際合作網絡，連結海外機構。2016 年主要成果為籌組群聚輔導 8 群，中小企業共 97 家參與，協助群聚企業進入馬來西亞、菲律賓、美國、日本、中國等國際市場，提高出口商機 7,457 萬元。計畫網址：<http://taiwanscm.sme.gov.tw>。

三、推動中小企業智慧領航拓銷國際計畫

經濟部中小企業處於 2016 年起積極辦理「推動中小企業智慧領航拓銷國際計畫」，協助中小企業量運用多元創新科技，達成智慧網實行銷於國際市場，培養中小企業國際化能量、厚植海外拓銷人才，強化跨國商業合作，進而促進更多中小企業以創新經營模式朝向海外發展。2017 年執行項目如下：

- （一）**專業顧問診斷服務**：針對已有國際行銷概念且具潛力之企業，提供業者跨境電商診斷，建議其外銷策略方向。
- （二）**國際行銷群聚輔導**：針對具特色產品、外銷潛力之 5 家以上同業或異業中小企業群聚提供顧問輔導與補助，發揮以大帶小，串連上下游產業鏈結整合資原，共同開拓海外商機。
- （三）**商機拓展系列活動**：包括舉辦國際性論壇、商機通路媒合交流會等，引進應用趨勢新知，並與國內外企業、金流及物流業者媒合交流，促成代理或通路布建，創造海外商機。

2016 年總計提供超過 1,958 家次諮詢、陪伴輔導 148 家中小企業、培育專業人才 2,066 人次，以及提升整體營業額約 3.5 億元。計畫網址：<http://info.moeasmea.gov.tw>。

四、微型及個人事業支援與輔導計畫

為營造友善開放的微型及個人事業成長與發展環境，經濟部中小企業處於 2012 年起推動「微型及個人事業支援與輔導計畫」，聚焦於員工人數未滿 5 人之微型企業、個人工作室或免辦商業登記之小規模商業，提供諮詢、診斷、知識交流、資源媒合、經營管理及拓展商機等輔導與支援服務，協助企業經營掌握資訊及經貿趨勢，以降低微型企業經營風險及成本，使其營運穩定並茁壯成長。2017 年推動項目包括：（一）提供線上即時諮詢與協處服務；（二）陪伴式輔導與群聚輔導；（三）辦理職能提升學習活動；（四）推展商機合作。2016 年主要成果為提供 1,819 人次諮詢，陪伴式輔導家數 140 家、群聚輔導 7 群，培育專業人才 11,244 人次、提升整體營業額約 1.26 億元。計畫網址：

<http://micro.sme.gov.tw/index.php>。

五、貿易推廣工作

為協助中小企業持續多元化拓展海外市場，經濟部國際貿易局推動各項貿易推廣工作，包括強化貿易推廣工作、結合民間力量拓展市場及推動多項專案計畫等，2017 年工作項目如下：

（一）強化貿易推廣工作

1. **協助開發國際市場**：組團參加全球重要國際專業展、籌組產業拓銷團、洽邀外商來臺採購及辦理東協臺灣形象展等，另與海外通路商合作辦理臺灣產品促銷活動，協助廠商布建海外行銷通路，以及提供各項客製化專案服務。
2. **提供商情資訊服務**：針對市場別、產業別或焦點議題進行市場調查研究、發行經貿透視雙周刊、「Taiwan Products」雜誌、海外市場經貿年報 APP，並營運貿易資料館及臺灣經貿網「Taiwantrade」，提供國內業者專業化經貿資訊服務，掌握全球經貿趨勢。
3. **擴展海外據點服務**：於全球重要城市設立服務據點，貼近出口市場提供廠商拓銷所需之商情商機等資訊與服務。另成立商務中心、杜拜中東市場行銷育成中心、印度、印尼及馬來西亞臺灣商品行銷中心，協助廠商開發新客戶及爭取交易機會。
4. **國際行銷人才培訓**：為培育國際行銷人才，辦理各類國際專業職前及在職訓練班，以及企業客製化之各類短期訓練班。

2016 年主要成果為辦理 91 項參展團、39 項貿訪團及布局考察團等海外推廣活動，直接接觸有效買主 11.7 萬家次，總計服務廠商逾 4 萬家次，創造商機 113.6 億美元，另培訓國際企業人才達 4,689 人次。計畫網址：<http://info.taiwantrade.com/CH/>。

（二）結合民間力量拓展市場

貿易局自 1998 年起結合公協會力量，共同拓展國際市場，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、舉辦出口商機座談會、辦理貿易人才訓練等。此外，為應個別廠商出口拓銷需要，自 2011 年起補助個別公司或商號參加海外國際展覽。2016 年主要成果為補助 182 家公協會參加 903 項國際展覽，以及 63 家公協會辦理 157 項非展覽計畫，參展廠商（含拓銷團）達 1 萬 173 家，創造商機約 51.8 億美元。另補助 2,946 家個別廠商參加 4,832 項國際展覽，創造商機約 37.5 億美元。

（三）推動多項專案計畫

1. 優質平價新興市場精進方案

本計畫鎖定東協及印度中產階級消費市場，精準掌握新興市場總體環境及消費與通路需求，並以創新行銷手法示範及帶動最終消費品出口新興市場。2017年推動作法包括：

（1）商情資訊優化：提供市場商情資料庫，供業者查詢目標市場消費者、買主通路等深度調查資訊；（2）出口客製輔導：針對跨產業／跨領域業者提供客製化海外商情研究、顧問深度諮詢、多元行銷及通路買主媒合等一條龍式之輔導；（3）創新行銷模式：於海外市場大型通路舉辦主題式情境體驗行銷活動，並安排業者與當地或他國大型買主進行一對一精準媒合。2016年協助37家業者成功進入東協／印度市場，促成商機1,500萬美元。計畫網址：<http://mvp-plan.cdri.org.tw/>。

2. 綠色貿易推動方案

為因應國際綠色趨勢並掌握各國綠色規範及國際大廠綠色採購標準，本計畫透過「綠色行銷智庫與資訊擴散」、「強化綠色產業行銷能量」及「深化行銷推廣及提升形象」3大策略，以產業及市場洞察、國際認證及行銷諮詢輔導、數位行銷、展會行銷、形象專區、主題拓銷、生態圈輸出、綠色窗口、論壇洽談、國際專業媒體邀訪、國際廣宣及通路行銷共12項具體作法，全力協助我國廠商爭取全球綠色商機。2016年完成3項產業別輔導、37家企業個案行銷或國際認證諮詢輔導；辦理11場次人才培訓、論壇、研討會及商機說明會，計1,745人次參與；辦理16場展團活動，爭取商機9億美元。計畫網址：<http://www.greentrade.org.tw/>。

3. 臺灣產業形象廣宣計畫

鑒於我國中小企業居多，受限於財力與經營體質，自有品牌行銷不易，經濟部爰於1992年設置「臺灣精品」標誌，作為國內中小企業共同形象之品牌與推廣臺灣產業形象之標的物，貿易局持續辦理本計畫，運用展覽行銷、賽事行銷、口碑行銷、廣告宣傳、媒體公關、通路合作、推廣活動及數位傳播等多元行銷傳播方式，於重點拓銷市場推廣臺灣精品，提升當地市場消費者及買主對臺灣優良產品及整體產業之認知度及好感度，以促進我國產品出口。2016年於9國目標市場辦理整合性行銷計完成98場推廣活動，共244家國內企業參與，全年共獲國外媒體報導6,375篇，觸達12.9億人次，另促成486家次臺灣品牌進駐實虛通路130案。計畫網址：<http://www.taiwanexcellence.org>。

4. 爭取全球政府採購商機專案

自 2009 年起執行本專案，透過辦理座談會、洽邀國外政府採購得標商或招標單位來臺、參加國際專業展、參加歐銀年會及亞銀商機博覽會等方式，協助我商開拓政府採購商機。2016 年計邀請 107 家政府採購得標商或招標單位與我 808 家廠商進行採購洽談會、協助我國廠商直接競標 10 案、籌組案源開發團 2 案、參加能資源展及辦理應用系統發表會等，協助廠商爭取商機 12.9 億美元。

計畫網址：<http://gpa.taiwantrade.com.tw/web/index.aspx#&panel1-1>。

5. 工具機暨零組件整合行銷計畫

為協助工具機暨零組件業者強化國際行銷能力，貿易局自 2014 年起推動本計畫，以「精耕臺灣產業國際形象」為主軸，透過多元整合行銷活動提升我國工具機產業國際形象，爭取海外商機。2017 年度將赴墨西哥、俄羅斯、法國、印度、越南、德國、泰國、印尼之國際專業展辦理整合行銷活動。2016 年主要成果為展覽活動觸達國外買主、代理商及媒體記者 3,003 人次，預估商機 5,335 萬美元；邀請 11 國 21 家國際專業媒體來臺深度採訪 59 家業者；於國際專業雜誌刊登 13 篇專業文章宣傳我工具機產業形象，計觸達 13 國讀者共 73 萬人。計畫網址：<http://twmt.tw/ch/>。

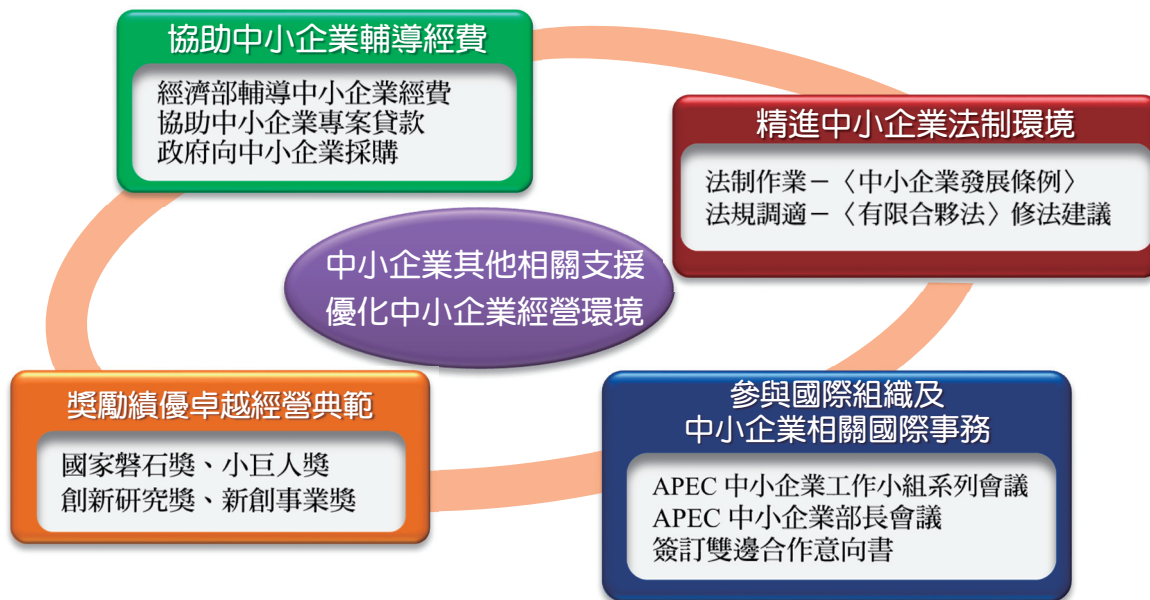
6. 補助業界開發國際市場計畫

為鼓勵業者以多元、創新或發揮整合性行銷效益之作法，布建海外行銷通路，經濟部國際貿易局自 2013 年起辦理「補助業界開發國際市場計畫」，透過專案補助方式鼓勵廠商提出多元、創新及整合性之行銷活動拓展國際市場，以帶動國內產品出口成長。2017 年補助 41 案，總補助金額為 1.3 億元。2016 年補助 29 案，總補助金額達 1.14 億元，成功協助廠商赴 36 個市場，布建 135 個直營據點、77 個海外代理商及 438 個海外經銷商。計畫網址：<http://www.imdp.org.tw/index.php>。

第 12 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、政府出資各項中小企業專案貸款，以及政府向中小企業採購；健全中小企業法制環境，進行中小企業法規調適重點工作；加強中小企業政策之國際典範學習與移轉、提升我國中小企業國際能見度，參與及舉辦之中小企業國際事務與活動；辦理各項與中小企業相關之選拔表揚活動，提升其產品行銷及企業形象及發展商機。圖 12-0-1 為中小企業其他相關支援架構。

圖 12-0-1 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

為統計政府對中小企業協助的資源配置，〈中小企業發展條例〉規定在《中小企業白皮書》中應書明用於中小企業之所有資源，但條文中並未明白列示政府資源所涵蓋範圍，本節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 291.4 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、技術處等與 11 項輔導體系有關的政府決算數，以及勞動部人才培訓經費。

以中小企業輔導業務相關性較大的政府部門單位決算經費來看，2016 年計有 352.61 億元，其中用於中小企業的經費為新臺幣(以下同)262.10 億元，佔所有決算經費的 74.33%。就單位別來看，以技術處的經費 107.95 億元用於中小企業最多；其次為中小企業處的 54.08 億元；再次為工業局的 51.11 億元。(表 12-1-1)

表 12-1-1 2015 年及 2016 年經濟部輔導中小企業之資源經費

單位：新臺幣千元；%

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
	2015	2016	2015①	2016②	
中小企業處	3,123,233	5,408,121	3,123,233 (100.00)	5,408,121 (100.00)	2,284,888
工 業 局	6,510,477	8,381,095	4,268,590 (65.56)	5,111,173 (60.99)	842,583
貿 易 局	6,312,812	5,050,313	4,911,177 (77.80)	4,262,498 (84.40)	-648,679
商 業 司	1,009,493	1,086,276	580,121 (57.47)	632,992 (58.27)	52,871
技 術 處	17,316,559	15,334,717	11,563,878 (66.78)	10,794,771 (70.39)	-769,107
合 計	34,272,574	35,260,522	24,446,999 (71.33)	26,209,555 (74.33)	1,762,556

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、中小企業發展基金及地方產業基金。

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。

與 2015 年相較，2016 年經濟部整體中小企業輔導經費增加 17.63 億元，成長率為 7.21%，主因為 2016 年中小企業處決算金額較 2015 年增加 22.85 億元，年增 73.16%。而工業局、商業司投入於輔導中小企業經費增加，分別為 8.43 億元及 0.53 億元；貿易局、技術處投入於中小企業輔導經費減少，分別為 6.49 億元及 7.69 億元。(表 12-1-1)

2016 年除了經濟部相關單位的政府資源用於輔導中小企業之外，也有 40 家金融機構，合計捐助 26 億元挹注中小企業信用保證基金。另在人力資源投資部分，勞動部勞動力發展署的協助事業單位辦理人力資源提升計畫，包括個別型及聯合型計畫，總經費約 4.71 億元，用於辦理中小事業單位人才培訓經費約 3.30 億元，總計政府用於輔導中小企業的經費約 291.4 億元。

二、協助中小企業專案貸款約 54.59 億元

2016 年由政府出資與中小企業有關的專案貸款，包括因應貿易自由化產業振興輔導優惠貸款、青年創業及啟動金貸款、中小企業發展基金專案貸款、協助中小企業紮根專案貸款、原住民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）係提供族人創業、經營事業之資金需求，促進原住民族產業發展，以及勞動部微型創業鳳凰貸款等 6 種，合計約 54.59 億元。（表 12-1-2）

表 12-1-2 2016 年由政府出資之中小企業專案貸款

貸 款 名 稱	辦 理 對 象	方 式	單 位：新 臺 幣 億 元 辦 理 情 形	
			全 部 貸 出 金 額	政 府 出 資
因應貿易自由化產業振興輔導優惠貸款	符合因應貿易自由化產業調整支援方案所稱需要振興輔導、體質調整或損害救濟之製造業、服務業等相關產業之企業，或經目的事業主管機關認定之受損企業	每筆貸款均全額由行政院國家發展基金出資	44.00	44.00
青年創業及啟動金貸款	20-45 歲創業青年	承貸銀行自有資金或搭配行政院國家發展基金資金	23.89	0.00
中小企業發展基金專案貸款	中小企業	中小企業發展基金全額出資	6.30	6.30
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	35.26	0.95
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	3.34	3.34
微型創業鳳凰貸款	20-65 歲婦女、離島居民及 45-65 歲中高齡民眾	銀行自有資金貸放，由勞動部補貼利息	2.49	0.00
合 計			115.28	54.59

資料來源：行政院國家發展基金管理會、經濟部中小企業處、原住民族委員會與勞動部。

三、政府向中小企業採購金額約 7,268 億元

根據行政院公共工程委員會於 2017 年 3 月公布的《2016 年度政府採購執行情形》，2016 年政府採購金額達 11,259 億元，較 2015 年增加 9.7%。統計逾 10 萬元之採購案，由中小企業承包或分包之金額 7,268 億元，較 2015 年增加 10%，中小企業承包比率為 64.6%，較 2015 年減少 4.1%。其中，以經濟部所屬國營事業的採購金額最高，達 1,070 億元，其次為國防部的 853 億元。100 個招標機關中，有 21 個機關向中小企業採購的比率達 100%，採購比率達 80% 以上的單位達 64 個。

第 2 節 精進中小企業法制環境

為使各機關於修、訂法規時能衡量中小企業之經營規模及特性，強化中小企業營運環境適應能力及協助升級轉型，以健全中小企業營運法規環境，政府持續推動改善中小企業法制環境工作。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，如表 12-2-1 所示。

表 12-2-1 精進中小企業法制環境措施

重點項目	精進作法
法制作業	■ 〈中小企業發展條例〉第 36 條之 2 條文修正
	■ 〈中小企業增僱員工薪資費用加成減除辦法〉條文修正
	■ 增訂〈中小企業員工加薪薪資費用加成減除辦法〉
法規調適	■ 放寬獨資合夥員工薪資列報上限
	■ 引導上市櫃公司參與社會企業
	■ 〈有限合夥法〉修法建議
	■ 放寬國外旅費核銷規定之機票費用報支文件範圍

資料來源：本書整理。

一、中小企業法制作業

（一）〈中小企業發展條例〉第 36 之 2 條文修正

〈中小企業發展條例〉第 36 條之 2 原條文為增僱員工租稅優惠規定，為因應國際經濟情勢變化，增加投資、創造就業，加強經濟成長動力並吸引外資，當經濟景氣指數達一定情形下，新投資創立或增資擴展的中小企業，達一定投資額、增僱一定人數員工，且提高企業整體薪資給付總額時，並符合一定要件下，可享租稅抵減優惠，即增僱之薪資費用得加成 30% 抵減當年度營利事業所得額。本條於 2016 年 1 月 6 日總統令公布修正

新增第 2 項擴大租稅優惠效應，符合資格之中小企業如增僱 24 歲以下員工，增僱之薪資費用得加成 50%抵減當年度營利事業所得額；同時新增第 3 項，中小企業非因法定基本工資調整、在一定要件下調高月平均經常性薪資 5 萬元以下本國籍員工之薪水，加薪費用部分得加成 30%抵減當年度營利事業所得額，希望透過前兩項租稅優惠政策，積極促進中小企業提升青年就業率，以及提升基層員工薪資所得水準。

（二）〈中小企業增僱員工薪資費用加成減除辦法〉條文修正

為落實〈中小企業發展條例〉賦予給中小企業之租稅優惠措施，2016 年 7 月 25 日修正發布〈中小企業增僱員工薪資費用加成減除辦法〉。修正後之〈中小企業增僱員工薪資費用加成減除辦法〉，除納入母法對 24 歲新增僱員工之擴大租稅優惠效果外，另放寬「增僱」之定義，如將定期契約員工以書面約定轉任成不定期契約者，亦視為增僱；同時為簡化申請作業，刪除第 6 條之「中小企業增僱員工薪資費用加成減除申請表」，中小企業僅需於結算申報書中填寫申請資訊和一併繳交證明文件已足。

（三）增訂〈中小企業員工加薪薪資費用加成減除辦法〉

另為改善就業率與提升國人薪資水準同為當前社會關切之議題，故 2016 年 7 月 25 日亦增訂〈中小企業員工加薪薪資費用加成減除辦法〉。新訂之〈中小企業員工加薪薪資費用加成減除辦法〉，因應臺灣中小企業家數佔全體企業家數約 97%，及占高比例就業人口，以租稅優惠措施為誘因，鼓勵中小企業為基層員工加薪，吸引人才回流，改善中小企業經營體質。中小企業僅須於經濟景氣指數達一定情形下，調高月平均經常性薪資在 5 萬元以下本國籍不定期契約員工之經常性薪資（每月固定額度給予的本薪、津貼或獎金）、且加薪該年度平均薪資給付水準高於前一年度者，即得就非因法定基本工資調整而支出的部分，加成 30%減除當年度營利事業所得額。

二、中小企業重要法規調適

（一）放寬獨資合夥員工薪資列報上限

臺灣獨資合夥企業占中小企業過半，為鼓勵獨資合夥企業為基層員工加薪，財政部公告〈2015 年度營利事業借款利率最高標準及員工薪資通常水準〉，已調高獨資、合夥企業員工的同業薪資水準上限，副理、單位主管、祕書及工程師等高級職工，月薪最高以 8.2 萬元為限，一般職工薪資上限則由原本的 5 萬元，一舉調高至 5 萬 7,500 元，讓獨資合夥企業替員工加薪金額均可列報為薪資費用。為員工加薪的企業主，於自 2016 年起

申報營利事業所得稅時即可適用，可享有租稅優惠，以呼應政府鼓勵針對「基層員工」加薪之政策。

（二）引導上市櫃公司參與社會企業

為能更有效地協助解決社會企業資金籌措管道欠缺問題，經濟部中小企業處主動研議〈上市上櫃公司企業社會責任實務守則〉第 27 條納入參與或扶助社會企業之可行性，透過推動引導上市櫃公司將履行企業社會責任之資源投入社會企業，以協助社會企業穩健發展，促進上市櫃公司企業社會責任之實踐，並與政府扶持社會企業發展之政策方針相結合，創造三贏局面。透過多次跨部會會議協商，終獲臺灣證券交易所股份有限公司及中華民國證券櫃檯買賣中心的支持，並於 2016 年 7 月 28 日修正發布〈上市上櫃公司企業社會責任實務守則〉第 27 條規定，增列「上市上櫃公司宜經由股權投資、商業活動、捐贈、企業志工服務或其他公益專業服務等，將資源投入透過商業模式解決社會或環境問題之組織」等文字，以落實鼓勵社會企業發展之政策。

（三）〈有限合夥法〉修正建議

〈有限合夥法〉自 2015 年施行後，因租稅制度未如外國採「穿透稅制」，較缺乏誘因，僅有少數商業組織選擇登記為此種型態，產業似較無意願選擇設立有限合夥組織。然為促進多元化企業樣態種類，滿足投資者需求，得以彈性、靈活方式選擇適合經營之企業組織體，經濟部中小企業處透過辦理產業座談、跨部會協調會等方式，溝通並釐清法制適用之相關疑義，除於〈產業創新條例〉增訂租稅優惠條款外，各界代表就法制面調整初步達成修正之共識，包含如簡化有限合夥登記事項並調整有限合夥人登記之規範、調整合夥人取回出資額之程序及限制、開放得特約排除或降低受任人義務與競業禁止義務、新增其他有限合夥人行為之安全港條款等內容，而該等建議亦經 2016 年 12 月 29 日中小企業政策審議委員會決議，送請主管機關經濟部商業司參採。

（四）放寬國外旅費核銷規定之機票費用報支文件範圍

依據現行國外旅費核銷相關規定，凡有赴國外出差或邀請外國人士來臺，其機票費用之報支，除應檢附機票票根、購票證明外，尚須檢附登機證存根，始能進行差旅費用報支，不僅對出差人員（包含本國及外國人士）皆欠缺便利性，亦徒增中小企業行政作業成本。經濟部中小企業處透過召開跨部會協調會議，協助將業者所遭逢之實務運作困境轉達予各機關，並與主管機關溝通可行之解決措施，促使〈營利事業所得稅查核準則〉第 74 條條文內容之鬆綁，放寬替代證明文件之類型。

第 3 節 參與國際組織及中小企業相關國際事務

為推動中小企業國際化，促進國際協同合作，我國多年來透過積極參與亞太經濟合作會議（Asia Pacific Economic Cooperation, APEC）、經濟合作暨發展組織（Organization for Economic Cooperation and Development, OECD）、國際中小企業大會（International Small Business Congress, ISBC）、國際中小企業聯合會（International Council for Small Business, ICSB）、美國育成協會（International Business Innovation Association, InBIA）及亞洲育成協會（Asian Association of Business Incubation, AABI）等國際組織與各類雙邊合作機會，分享我中小企業發展經驗，並推動我國與各國新創及中小企業領域之合作，協調新創及中小企業參與國際經貿事務，拓展國際市場商機；近年來我國亦藉由育成扶植及產學合作等方式，互相交流、共同成長，達到拓展國際視野及雙邊交流目的。以下為 2016 及 2017 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（APEC）及推動創業國際化

（一）2017 年出席第 44 屆 APEC 中小企業工作小組系列會議

為協助我國中小企業拓展國際視野，提升我國於 APEC 參與度，經濟部中小企業處每年兩次代表我國組團出席「亞太經濟合作（APEC）中小企業工作小組會議」（APEC Small and Medium Enterprises Working Group Meeting）。2017 年 3 月 11 日我國於澳洲雪梨出席「第 44 屆亞太經濟合作中小企業工作小組暨相關會議」，與亞太地區 20 個經濟體共同研商 APEC 未來 4 年中小企業領域推動工作重點，同時並與馬來西亞、菲律賓、泰國及越南等 4 個新南向目標國家連署於 APEC 提出「第 3 階段 APEC 網實整合（Online-to-Offline, O2O）倡議：透過數位轉型激發中小企業潛能以邁向共享大未來」（APEC O2O Initiative - Unleash the Potential of SMEs through Digital Transformation for a Shared Future），爭取 APEC 經費支持，作為我國積極參與 APEC 國際組織具體貢獻之一。

（二）2016 年及 2017 年與新南向重點國家合辦 O2O 系列活動

透過爭取 APEC 支持在亞太地區與相關國家及策略夥伴，辦理以下能力建構國際會議，期望新創及中小企業有更多與國際資源對接機會，提升競爭力及韌性以獲取數位經濟新商機。

1. 2016 年與越南、秘魯及菲律賓合辦 O2O 系列國際論壇與高峰會計 6 場

我國 2016 年在 APEC 執行「中小企業 O2O 新商業模式應用倡議」成果豐碩，於我國、越南、秘魯及菲律賓等 4 國共辦理 6 場系列活動，包含 1 場高峰會及 5 場國際論壇。同時，發掘超過亞太 17 個經濟體（我國、智利、中國大陸、香港、印度、印尼、韓國、馬來西亞、墨西哥、巴布亞紐幾內亞、秘魯、俄羅斯、新加坡、泰國、菲律賓、美國、越南），70 個 O2O 最佳案例，邀請分享其成功運用 O2O 商業模式，推展事業至國際市場的經驗，並出版 APEC O2O 最佳案例手冊，提出觀察及政策建議供 APEC 作為擬訂未來議題推動方向參考。

2. 2017 年續攜手馬來西亞、越南及菲律賓於亞太地區舉辦 6 場 O2O 系列活動

推行新南向政策，連結東協等市場已成為我國推動參與區域及國際市場策略方向。APEC 會員體涵蓋亞洲及太平洋地區，與多數新南向國家重疊，因此，運用我國會籍身分，積極在 APEC 建立新南向夥伴關係，可有效促成實體連結及合作。鑒此，2017 年我國與馬來西亞、越南及菲律賓聯手合作，於 APEC 共同提案執行「第 2 階段 APEC O2O 倡議：強化中小企業數位競爭力及韌性以達成優質長」（APEC O2O Initiative - Enhancing SME Digital Competitiveness and Resilience towards Quality Growth），在吉隆坡、臺北、高雄、胡志明市及馬尼拉合辦系列活動 6 場，除促進彼此新創及中小企業生態圈交流，亦透過城市連結，象徵我國與該等新南向國家，在發展新創及中小企業上，合作及友好之夥伴關係。

（三）2016 年參加第 25 屆歐洲商業育成網絡年會

經濟部中小企業處組團參加 2016 年 9 月 28 日至 30 日，於葡萄牙吉馬良斯舉行之歐洲商業育成網絡（European Business & Innovation Center Network, EBN）第 25 屆國際育成年會，除促成我國育成中心與加速器等單位，藉由參與 EBN 年會之際，拓展其歐洲創業生態圈人脈及掌握創業關鍵議題發展，亦持續深化與 EBN 合作網絡與產業人脈。

二、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、促進跨國合作：與相關重要夥伴國家推動雙邊中小企業合作，包含馬來西亞、印度、菲律賓、泰國、越南、韓國及歐盟等。出席菲律賓、新加坡、泰國、印度、歐盟等年度雙邊部次長級會議，並配合推動 WTO、TPP 等雙邊及多邊合作事宜。

- (二) 簽訂合作瞭解備忘錄及合作意向書：協助促成我國與印度及馬來西亞等 2 國簽署中小企業合作瞭解備忘錄，及我與菲律賓簽署臺菲微中小企業發展合作意向書。
- (三) 2016 年中小企業國際交流成效：截至 2016 年 12 月底止，接待外賓訪團共計有 54 團 414 人，其中訪團來自亞太地區（含亞洲及大洋洲）23 團約占 43%、美洲地區（含北美及中南美洲）11 團約占 20%、歐洲地區 5 團約占 9%、非洲地區 9 團約占 17%、中東及其他地區 6 團約占 11%。總計來訪外賓團長層級為部次長以上約占 15%、局處司長約占 9%、議員約占 17%、駐臺代表約占 7%、民間約占 33%、其他約占 19%。

第 4 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深受各界一致肯定與重視，獲獎後均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。2016 年各項選拔表揚活動已如期辦理完畢，得獎名單彙整在本書附錄 3。以下為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

經濟部中小企業處特設「國家磐石獎」，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。本獎項表揚相關活動如下：

- (一) 於每年 10 月舉行頒獎典禮，由政府首長頒發當選證書和獎座。
- (二) 安排拜會政府首長，肯定其經營成就並彰顯政府對中小企業之重視。
- (三) 製作得獎專輯，擴大企業成功典範學習效果。
- (四) 舉辦成功經驗發表會，擴散當選企業之成功發展經驗。

本獎項舉辦至今（2017）年已邁入第 26 屆，截至 2016 年止總計有 269 家得獎的企業獲得此殊榮，2017 年預計表揚 12 家企業，參選資格與方式可於「國家磐石獎」官網取得相關資訊（網址：<http://smeaward.moeasmea.gov.tw/>）。

二、小巨人獎－選拔外銷績優中小企業

經濟部中小企業處特設立「小巨人獎」，透過選拔表揚活動，評選出產品在國際市場具高度競爭力、企業經營管理制度健全，足堪為表率的外銷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。本獎項表揚相關活動如下：

- (一) 舉辦得獎企業頒獎典禮，由政府高階首長頒發獎座及中英文當選證書。
- (二) 出版「外銷績優中小企業得獎專輯」，擴大得獎業者海外商機。
- (三) 舉辦得獎企業成功經驗發表會及實地觀摩活動，詳實介紹得獎企業成長與奮鬥歷程，擴大企業成功典範學習效果。

本獎項累計至 2016 年已有 273 家外銷績優中小企業獲獎，2017 年第 20 屆小巨人獎參選資格與方式可於「小巨人獎」網站（網址：<http://award.moeasmea.gov.tw/>）取得相關資訊。

三、創新研究獎－鼓勵傑出中小企業創新研究

為鼓勵中小企業從事創新研究發展、提升技術與服務水準、增強競爭力，經濟部中小企業處辦理「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。本獎項表揚相關活動如下：

- (一) 舉辦頒獎典禮，由政府高階首長頒發獎狀及獎金 15 萬元。
- (二) 編製「中小企業創新研究獎得獎專輯」及宣導影片，擴散得獎效益。
- (三) 提供參與產品展示及商機媒合之機會，協助企業推廣得獎產品。

本獎項累計至 2016 年共選出 801 件中小企業創新標的，獲獎企業已有 59 家上市上櫃，充分展現獲獎企業優質的競爭實力；2017 年度第 24 屆中小企業創新研究獎預計選出 30 家中小企業之創新產品，申請相關資訊請參考官網：<http://tsia.moeasmea.gov.tw/>。

四、新創事業獎－獎勵優秀新創企業

為營造優質創業環境，提振創業家精神，形塑臺灣成為創業型社會，經濟部中小企業處辦理「新創事業獎」選拔活動，為國內唯一針對以成立 5 年內之新創企業為遴選標

的之國家級獎項，藉由選拔新創事業獎，尋找國內具有創新技術、產品、服務或經營模式之新創企業，鼓勵青年、女性及熟齡創業者（50 歲以上），發展具備優質營運模式之新創事業，獎勵具創新營運模式之新事業體，樹立成功創業典範，帶動國內創新創業之風氣，為經濟注入活水。

得獎企業之獎勵除了獎金獎狀獎座、公開表揚及製作得獎專輯外，在後續亦會導入多元輔導資源，優化企業體質；協助企業參與國際展覽，促進商機媒合爭取國際訂單；串接創業融資或投資機會，吸引投資人目光；及邀請參加新創事業獎聯誼會，透過得獎企業交流合作共創成長，給予企業實質協助與提升新創事業的能見度。

本獎項累計至 2016 年總共有 208 家企業獲獎，已有至少 17 家企業上市、上櫃或公開發行，陸續有 41 家企業獲得國家磐石獎、創新研究獎、小巨人獎及其他國內外獎項的肯定，更有 40 家企業已獲創投投資或企業所併購，均展現獲獎企業優質的競爭實力及獲得市場高度肯定。創新研究獎及新創事業獎自 2014 年起頒獎層級提高為經濟部，並與小巨人獎共同辦理。2017 年度第 16 屆新創事業獎新增 3 個獎項，包含創業女傑、熟齡創業及評審特別獎，參賽詳情可於下方網址取得相關資訊（網址：<http://sme.moeasmea.gov.tw/startup/modules/funding/detail/?sId=21>）。



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 2016 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 中小企業相關活動大事紀

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 20 日總統令公布增訂第三十六條之一，修正第二條、第八條、第十三條、第二十八條、第三十條及第三十二條

中華民國 87 年 1 月 21 日總統令修正公布第三十六條及第四十條

中華民國 89 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 日行政院台 80 經 33054 號函核定
中華民國 80 年 11 月 25 日經濟部經(80)企字第 059364 號函發布
中華民國 84 年 9 月 4 日行政院台 84 經 32284 號函修正核定
中華民國 84 年 9 月 27 日經濟部經(84)企字第 84029087 號函修正發布
中華民國 89 年 4 月 8 日行政院台(89)經 10056 號函核定
中華民國 89 年 5 月 3 日經濟部經(89)企字第 89340202 號函修正發布
中華民國 94 年 6 月 14 日行政院臺經字第 0940022741 號函核定
中華民國 94 年 7 月 5 日經濟部經(94)企字第 09400561550 號令修正發布
中華民國 98 年 8 月 17 日行政院臺經字第 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

第一條

本標準依據中小企業發展條例（以下簡稱本條例）第二條第二項規定訂定之。

第二條

本標準所稱中小企業係指依法辦理公司登記或商業登記，並合於下列基準之事業：

- 一、製造業、營造業、礦業及土石採取業實收資本額在新臺幣八千萬元以下，或經常僱用員工數未滿二百人者。
- 二、除前款規定外之其他行業前一年營業額在新臺幣一億元以下，或經常僱用員工數未滿一百人者。

第三條

本條例第四條第二項所稱小規模企業，係指中小企業中，經常僱用員工數未滿五人之事業。

第四條

本標準所稱營業額，係以認定時前一年度稅捐稽徵機關核定之數額為準；其未經核定者，以下列規定認定之：

- 一、以事業加蓋稅捐稽徵機關收件戳之最近年度所得稅結算申報書所列之營業收入之數額為準。
- 二、事業未取得前款之證明文件者，以最近全年度營業人銷售額與稅額申報書之銷售額扣除受託代銷及非營業收入後之數額為準。
- 三、依法由稅捐稽徵機關查定課徵營業稅之營業人，前一年度之營業額推定為新臺幣一億元以下。

事業於前一年度始登記設立未滿一年或當年度設立登記者，依各期已申報之數額換算為全年度之數額。

第五條

本標準所稱經常僱用員工數，係以臺閩地區勞工保險機構受理事業最近十二個月平均月投保人數為準。

第六條

具有左列情形之一者，視同中小企業：

- 一、中小企業經輔導擴充後，其規模超過第二條所定基準者，自擴充之日起，二年內視同中小企業。
- 二、中小企業經輔導合併後，其規模超過第二條所定基準者，自合併之日起，三年內視同中小企業。
- 三、輔導機關、輔導體系或相關機構辦理中小企業行業集中輔導，其中部份企業超過第二條所定基準者，輔導機關、輔導體系或相關機構認為有併同輔導之必要時，在集中輔導期間內，視同中小企業。

第七條

本標準自發布日施行。

附錄 2 中小企業統計表

目 次

附表 1	2014 年至 2016 年企業家數－按行業及規模別	230
附表 2	2014 年至 2016 年企業銷售額－按行業及規模別	232
附表 3	2014 年至 2016 年企業內銷額－按行業及規模別	234
附表 4	2014 年至 2016 年企業出口額－按行業及規模別	236
附表 5	2014 年至 2016 年就業人數－按行業及規模別	238
附表 6	2014 年至 2016 年受僱人數－按行業及規模別	240
附表 7	2016 年產業部門之各項指標－按企業規模別	242
附表 8	2005 年至 2016 年中小企業之各項指標	243
附表 9	2016 年新設企業家數及銷售額－按行業及規模別	244
附表 9-1	2016 年新設企業內銷額及出口額－按行業及規模別	245
附表 10	2016 年各縣市企業家數－按行業及規模別	246
附表 11	2016 年各縣市企業銷售額－按行業及規模別	254
附表 12	2016 年企業之行業規模別家數－按經營組織型態別	262
附表 13	2016 年製造業中業別家數－按規模別	266
附表 13-1	2016 年製造業中業別銷售額－按規模別	267
附表 13-2	2016 年製造業中業別內銷額－按規模別	268
附表 13-3	2016 年製造業中業別出口額－按規模別	269
附表 14	2016 年女性企業家數及銷售額－按行業及規模別	270
附表 14-1	2016 年女性企業內銷額及出口額－按行業及規模別	271
附表 15	2016 年就業人數－按主要工作所在縣市及企業規模別	272
附表 15-1	2016 年受僱人數－按主要工作所在縣市及企業規模別	273
附表 16	2016 年企業之行業家數及銷售額－按資本額級距	274
附表 16-1	2016 年企業之行業家數及銷售額－按銷售額級距	276

附表 1 2014 年至 2016 年企業家數－按行業及規模別

單位：家；%

行業別／年別	規模別	全部企業	中小企業	中小企業比率		大企業	大企業比率	
				比	率		比	率
總計	2014	1,386,128	1,353,049	97.61		33,079	2.39	
	2015	1,416,738	1,383,981	97.69		32,757	2.31	
	2016	1,440,958	1,408,313	97.73		32,645	2.27	
農、林、漁、牧、業	2014	11,638	11,568	99.40		70	0.60	
	2015	11,649	11,580	99.41		69	0.59	
	2016	11,446	11,380	99.42		66	0.58	
礦業及土石業採	2014	1,177	1,151	97.79		26	2.21	
	2015	1,157	1,130	97.67		27	2.33	
	2016	1,134	1,103	97.27		31	2.73	
製造業	2014	147,404	141,817	96.21		5,587	3.79	
	2015	148,800	143,118	96.18		5,682	3.82	
	2016	148,971	143,184	96.12		5,787	3.88	
電力及燃氣供應	2014	553	423	76.49		130	23.51	
	2015	680	546	80.29		134	19.71	
	2016	973	839	86.23		134	13.77	
用水供應及污染整治業	2014	7,480	7,155	95.66		325	4.34	
	2015	7,527	7,237	96.15		290	3.85	
	2016	7,545	7,250	96.09		295	3.91	
營建工程業	2014	113,400	112,164	98.91		1,236	1.09	
	2015	118,230	117,000	98.96		1,230	1.04	
	2016	122,044	120,828	99.00		1,216	1.00	
批發及零售業	2014	686,183	668,428	97.41		17,755	2.59	
	2015	694,057	676,791	97.51		17,266	2.49	
	2016	699,329	682,218	97.55		17,111	2.45	
運輸及倉儲業	2014	31,399	30,281	96.44		1,118	3.56	
	2015	31,782	30,636	96.39		1,146	3.61	
	2016	32,371	31,266	96.59		1,105	3.41	
住宿及餐飲業	2014	134,809	134,326	99.64		483	0.36	
	2015	143,692	143,177	99.64		515	0.36	
	2016	151,440	150,893	99.64		547	0.36	

(續下頁)

附表 1 2014 年至 2016 年企業家數－按行業及規模別（續）

單位：家；%

行業別／年別	規模別	全部企業	中小企業	中小企業 比 率	大企業	大企業 比 率
出版、影音製 作、傳播及資 通訊服務業	2014	18,882	18,141	96.08	741	3.92
	2015	19,694	18,937	96.16	757	3.84
	2016	20,416	19,642	96.21	774	3.79
金 融 及 保 險 業	2014	17,989	15,490	86.11	2,499	13.89
	2015	18,650	16,107	86.36	2,543	13.64
	2016	19,328	16,850	87.18	2,478	12.82
不 動 產 業	2014	34,318	32,766	95.48	1,552	4.52
	2015	36,114	34,614	95.85	1,500	4.15
	2016	36,603	35,157	96.05	1,446	3.95
專業、科學及 技術服務業	2014	43,675	42,932	98.30	743	1.70
	2015	45,545	44,796	98.36	749	1.64
	2016	47,285	46,523	98.39	762	1.61
支 援 服 務 業	2014	28,857	28,376	98.33	481	1.67
	2015	29,692	29,184	98.29	508	1.71
	2016	30,651	30,126	98.29	525	1.71
教 育 業	2014	1,866	1,852	99.25	14	0.75
	2015	2,112	2,098	99.34	14	0.66
	2016	2,433	2,417	99.34	16	0.66
醫療保健及社 會工作服務業	2014	683	667	97.66	16	2.34
	2015	745	731	98.12	14	1.88
	2016	785	766	97.58	19	2.42
藝術、娛樂及 休 閒 服 務 業	2014	26,685	26,572	99.58	113	0.42
	2015	25,425	25,304	99.52	121	0.48
	2016	25,594	25,464	99.49	130	0.51
其 他 服 務 業	2014	79,003	78,817	99.76	186	0.24
	2015	81,077	80,883	99.76	194	0.24
	2016	82,610	82,407	99.75	203	0.25

附 註：1.自 2017 年起本表內之數據改按中華民國第 10 次修訂之新行業標準統計。

2.表中所稱中小企業係按中小企業認定標準規範之製造業、營建工程業、礦業及土石採取業之實收資本額在新臺幣 8 千萬元(含)以下；其他行業前一年營業額在新臺幣 1 億元(含)以下者。

3.組織別分類中的「外國公司辦事處」，僅由外國公司向我國經濟部商業司報備設立，且依規定不得從事任何營利活動，因此自 2014 年起不計入企業家數。

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，2014-2016 年。

附表 2 2014 年至 2016 年企業銷售額－按行業及規模別

單位：新臺幣百萬元；%

行業別／年別	規模別	全部企業	中小企業	中小企業比率		大企業	大企業比率	
				比	率		比	率
總計	2014	40,240,506	11,839,868	29.42		28,400,638	70.58	
	2015	38,875,300	11,803,100	30.36		27,072,200	69.64	
	2016	38,312,769	11,764,677	30.71		26,548,091	69.29	
農、林、漁、牧業	2014	47,134	23,508	49.87		23,627	50.13	
	2015	46,573	23,872	51.26		22,702	48.74	
	2016	46,826	24,420	52.15		22,406	47.85	
礦業及土石業採	2014	48,033	37,712	78.51		10,321	21.49	
	2015	44,997	32,210	71.58		12,787	28.42	
	2016	42,839	29,147	68.04		13,692	31.96	
製造業	2014	15,054,553	4,323,807	28.72		10,730,746	71.28	
	2015	13,962,100	4,140,270	29.65		9,821,840	70.35	
	2016	13,608,467	4,070,669	29.91		9,537,797	70.09	
電力及燃氣供應	2014	1,016,077	4,557	0.45		1,011,519	99.55	
	2015	895,508	5,295	0.59		890,214	99.41	
	2016	794,817	6,611	0.83		788,206	99.17	
用水供應及污染整治	2014	187,655	55,979	29.83		131,676	70.17	
	2015	167,779	55,929	33.33		111,850	66.67	
	2016	173,392	55,809	32.19		117,583	67.81	
營建工程業	2014	2,162,496	1,411,725	65.28		750,770	34.72	
	2015	2,230,250	1,459,300	65.43		770,951	34.57	
	2016	2,148,502	1,417,221	65.96		731,281	34.04	
批發及零售業	2014	14,154,603	4,266,050	30.14		9,888,553	69.86	
	2015	13,686,600	4,316,500	31.54		9,370,150	68.46	
	2016	13,713,916	4,338,504	31.64		9,375,411	68.36	
運輸及倉儲	2014	1,098,184	269,873	24.57		828,311	75.43	
	2015	1,136,500	269,441	23.71		867,056	76.29	
	2016	1,141,593	270,968	23.74		870,625	76.26	
住宿及餐飲業	2014	540,748	371,052	68.62		169,696	31.38	
	2015	574,200	400,811	69.80		173,389	30.20	
	2016	622,182	442,287	71.09		179,895	28.91	

(續下頁)

附表 2 2014 年至 2016 年企業銷售額－按行業及規模別（續）

單位：新臺幣百萬元；%

行業別／年別	規模別	全部企業	中小企業	中小企業 比 率	大企業	大企業 比 率
出版、影音製作、傳播及資訊服務業	2014	957,248	113,244	11.83	844,004	88.17
	2015	1,069,990	117,262	10.96	952,733	89.04
	2016	1,064,855	119,942	11.26	944,914	88.74
金融及保險業	2014	2,387,871	207,354	8.68	2,180,517	91.32
	2015	2,398,420	202,960	8.46	2,195,460	91.54
	2016	2,277,273	203,068	8.92	2,074,205	91.08
不動產業	2014	1,136,063	226,824	19.97	909,239	80.03
	2015	1,116,710	237,569	21.27	879,142	78.73
	2016	1,060,509	230,233	21.71	830,276	78.29
專業、科學及技術服務業	2014	674,048	210,774	31.27	463,274	68.73
	2015	681,936	210,016	30.80	471,920	69.20
	2016	705,177	213,510	30.28	491,667	69.72
支援服務業	2014	441,608	137,081	31.04	304,526	68.96
	2015	510,865	142,999	27.99	367,866	72.01
	2016	540,152	147,708	27.35	392,444	72.65
教育業	2014	12,282	8,708	70.90	3,574	29.10
	2015	14,336	10,099	70.45	4,237	29.55
	2016	16,003	10,985	68.64	5,018	31.36
醫療保健及社會工作服務業	2014	8,995	2,184	24.28	6,811	75.72
	2015	12,357	2,579	20.87	9,778	79.13
	2016	27,817	2,730	9.81	25,087	90.19
藝術、娛樂及休閒服務業	2014	85,389	50,765	59.45	34,624	40.55
	2015	91,675	54,203	59.12	37,472	40.88
	2016	91,406	55,881	61.14	35,525	38.86
其他服務業	2014	227,519	118,670	52.16	108,849	47.84
	2015	234,487	121,797	51.94	112,690	48.06
	2016	237,044	124,982	52.73	112,062	47.27

附 註：1.自 2017 年起本表內之數據改按中華民國第 10 次修訂之新行業標準統計。

2.表中所稱中小企業係按中小企業認定標準規範之製造業、營建工程業、礦業及土石採取業之實收資本額在新臺幣 8 千萬元(含)以下；其他行業前一年營業額在新臺幣 1 億元(含)以下者。

3.組織別分類中的「外國公司辦事處」，僅由外國公司向我國經濟部商業司報備設立，且依規定不得從事任何營利活動，因此自 2014 年起不計入企業家數。

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，2014-2016 年。

附表 3 2014 年至 2016 年企業內銷額－按行業及規模別

單位：新臺幣百萬元；%

行業別／年別	規模別	全部企業	中小企業	中小企業比率		大企業	大企業比率	
				比	率		比	率
總計	2014	30,019,115	10,345,095	34.46		19,674,021	65.54	
	2015	29,158,900	10,325,300	35.41		18,833,600	64.59	
	2016	28,848,507	10,340,886	35.85		18,507,621	64.15	
農、林、漁、牧業	2014	30,019,115	10,345,095	34.46		19,674,021	65.54	
	2015	29,158,900	10,325,300	35.41		18,833,600	64.59	
	2016	39,310	21,152	53.81		18,158	46.19	
礦業及土石採取業	2014	47,525	37,498	78.90		10,026	21.10	
	2015	44,483	31,986	71.91		12,497	28.09	
	2016	42,319	28,917	68.33		13,402	31.67	
製造業	2014	8,051,699	3,285,618	40.81		4,766,081	59.19	
	2015	7,339,100	3,120,570	42.52		4,218,540	57.48	
	2016	7,186,164	3,093,557	43.05		4,092,607	56.95	
電力及燃氣供應業	2014	997,862	4,425	0.44		993,436	99.56	
	2015	878,433	5,239	0.60		873,194	99.40	
	2016	779,125	6,469	0.83		772,655	99.17	
用水供應及污染整治業	2014	997,862	4,425	0.44		993,436	99.56	
	2015	878,433	5,239	0.60		873,194	99.40	
	2016	165,106	54,405	32.95		110,700	67.05	
營建工程業	2014	2,129,604	1,399,939	65.74		729,665	34.26	
	2015	2,184,620	1,447,110	66.24		737,506	33.76	
	2016	2,085,042	1,404,354	67.35		680,688	32.65	
批發及零售業	2014	11,594,689	3,852,488	33.23		7,742,201	66.77	
	2015	11,294,900	3,902,850	34.55		7,392,010	65.45	
	2016	11,377,639	3,938,119	34.61		7,439,520	65.39	
運輸及倉儲業	2014	778,744	260,866	33.50		517,878	66.50	
	2015	795,922	261,112	32.81		534,811	67.19	
	2016	816,889	262,190	32.10		554,699	67.90	
住宿及餐飲業	2014	539,368	370,911	68.77		168,457	31.23	
	2015	572,650	400,642	69.96		172,008	30.04	
	2016	620,380	442,060	71.26		178,319	28.74	

(續下頁)

附表 3 2014 年至 2016 年企業內銷額－按行業及規模別（續）

單位：新臺幣百萬元；%

行業別／年別	規模別	全部企業	中小企業	中小企業 比 率	大企業	大企業 比 率
出版、影音製作、傳播及資訊服務業	2014	855,122	106,414	12.44	748,708	87.56
	2015	962,043	109,778	11.41	852,265	88.59
	2016	957,200	111,914	11.69	845,285	88.31
金融及保險業	2014	2,382,067	206,663	8.68	2,175,404	91.32
	2015	2,389,520	202,209	8.46	2,187,310	91.54
	2016	2,273,226	202,360	8.90	2,070,866	91.10
不動產業	2014	1,133,146	226,218	19.96	906,927	80.04
	2015	1,113,770	236,764	21.26	877,004	78.74
	2016	1,057,675	229,348	21.68	828,326	78.32
專業、科學及技術服務業	2014	536,299	203,699	37.98	332,600	62.02
	2015	539,817	202,360	37.49	337,457	62.51
	2016	553,952	205,336	37.07	348,616	62.93
支援服務業	2014	435,345	135,978	31.23	299,367	68.77
	2015	504,251	141,886	28.14	362,365	71.86
	2016	533,082	146,605	27.50	386,477	72.50
教育業	2014	12,198	8,673	71.10	3,525	28.90
	2015	14,260	10,071	70.62	4,189	29.38
	2016	15,924	10,947	68.75	4,977	31.25
醫療保健及社會工作服務業	2014	6,531	2,118	32.43	4,412	67.57
	2015	9,770	2,469	25.27	7,301	74.73
	2016	24,663	2,670	10.83	21,993	89.17
藝術、娛樂及休閒服務業	2014	85,037	50,436	59.31	34,601	40.69
	2015	91,343	53,876	58.98	37,467	41.02
	2016	91,105	55,746	61.19	35,359	38.81
其他服務業	2014	216,274	118,402	54.75	97,872	45.25
	2015	224,724	121,441	54.04	103,284	45.96
	2016	229,709	124,737	54.30	104,972	45.70

附註：1.自 2017 年起本表內之數據改按中華民國第 10 次修訂之新行業標準統計。

2.表中所稱中小企業係按中小企業認定標準規範之製造業、營建工程業、礦業及土石採取業之實收資本額在新臺幣 8 千萬元(含)以下；其他行業前一年營業額在新臺幣 1 億元(含)以下者。

3.組織別分類中的「外國公司辦事處」，僅由外國公司向我國經濟部商業司報備設立，且依規定不得從事任何營利活動，因此自 2014 年起不計入企業家數。

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，2014-2016 年。

附表 4 2014 年至 2016 年企業出口額－按行業及規模別

單位：新臺幣百萬元；%

行業別／年別		規模別	全部企業	中小企業	中小企業 比 率	大企業	大企業 比 率
總 計	2014		10,221,390	1,494,773	14.62	8,726,617	85.38
	2015		9,716,490	1,477,860	15.21	8,238,630	84.79
	2016		9,464,262	1,423,791	15.04	8,040,471	84.96
農、林、 漁、牧、業	2014		6,435	3,309	51.42	3,126	48.58
	2015		7,094	3,450	48.63	3,644	51.37
	2016		7,516	3,269	43.49	4,247	56.51
礦業及土石 採 取 業	2014		509	214	42.07	295	57.93
	2015		514	224	43.53	290	56.47
	2016		520	230	44.32	289	55.68
製 造 業	2014		7,002,855	1,038,190	14.83	5,964,665	85.17
	2015		6,623,010	1,019,700	15.40	5,603,300	84.60
	2016		6,422,303	977,112	15.21	5,445,191	84.79
電力及燃氣 供 應 業	2014		18,215	132	0.72	18,083	99.28
	2015		17,075	55	0.32	17,019	99.68
	2016		15,692	142	0.90	15,550	99.10
用水供應及 污 染 整 治 業	2014		10,746	1,428	13.29	9,318	86.71
	2015		7,970	1,455	18.25	6,515	81.75
	2016		8,286	1,403	16.94	6,883	83.06
營 建 工 程 業	2014		32,892	11,787	35.83	21,105	64.17
	2015		45,632	12,187	26.71	33,445	73.29
	2016		63,460	12,867	20.28	50,593	79.72
批 發 及 零 售 業	2014		2,559,914	413,562	16.16	2,146,352	83.84
	2015		2,391,790	413,650	17.29	1,978,140	82.71
	2016		2,336,277	400,386	17.14	1,935,891	82.86
運 輸 及 倉 儲 業	2014		319,440	9,007	2.82	310,432	97.18
	2015		340,575	8,330	2.45	332,246	97.55
	2016		324,704	8,778	2.70	315,926	97.30
住 宿 及 餐 飲 業	2014		1,380	140	10.18	1,240	89.82
	2015		1,550	169	10.91	1,381	89.09
	2016		1,803	227	12.60	1,575	87.40

(續下頁)

附表 4 2014 年至 2016 年企業出口額－按行業及規模別（續）

單位：新臺幣百萬元；%

行業別／年別		規模別	全部企業	中小企業	中小企業 比 率	大企業	大企業 比 率
出版、影音製 作、傳播及資 通訊服務業	2014		102,126	6,829	6.69	95,296	93.31
	2015		107,952	7,484	6.93	100,468	93.07
	2016		107,656	8,027	7.46	99,628	92.54
金 融 及 保 險 業	2014		5,803	691	11.90	5,113	88.10
	2015		8,900	751	8.44	8,149	91.56
	2016		4,047	708	17.51	3,338	82.49
不 動 產 業	2014		2,917	606	20.76	2,312	79.24
	2015		2,943	805	27.37	2,138	72.63
	2016		2,834	885	31.22	1,949	68.78
專業、科學及 技術服務業	2014		137,749	7,076	5.14	130,674	94.86
	2015		142,119	7,656	5.39	134,463	94.61
	2016		151,225	8,174	5.41	143,051	94.59
支 援 服 務 業	2014		6,263	1,104	17.63	5,159	82.37
	2015		6,090	1,211	19.89	4,879	80.11
	2016		7,071	1,104	15.61	5,967	84.39
教 育 業	2014		84	35	41.63	49	58.37
	2015		76	28	37.33	47	62.67
	2016		79	38	48.04	41	51.96
醫療保健及社 會工作服務業	2014		2,464	66	2.66	2,399	97.34
	2015		2,586	110	4.24	2,476	95.76
	2016		3,154	60	1.89	3,094	98.11
藝術、娛樂及 休閒服務業	2014		332	327	98.35	5	1.65
	2015		352	329	93.59	23	6.41
	2016		301	135	44.79	166	55.21
其 他 服 務 業	2014		11,246	268	2.39	10,977	97.61
	2015		9,763	356	3.65	9,406	96.35
	2016		7,334	246	3.35	7,092	96.70

附 註：1.自 2017 年起本表內之數據改按中華民國第 10 次修訂之新行業標準統計。

2.表中所稱中小企業係按中小企業認定標準規範之製造業、營建工程業、礦業及土石採取業之實收資本額在新臺幣 8 千萬元(含)以下；其他行業前一年營業額在新臺幣 1 億元(含)以下者。

3.組織別分類中的「外國公司辦事處」，僅由外國公司向我國經濟部商業司報備設立，且依規定不得從事任何營利活動，因此自 2014 年起不計入企業家數。

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，2014-2016 年。

附表 5 2014 年至 2016 年就業人數－按行業及規模別

單位：千人；%

規模別 行業別／年別		總 計		中 小 企 業		大企業		政 府 僱 用
			比率		比率		比率	
總 計	2014	11,079	100.00	8,669	78.25	1,387	12.52	1,023
	2015	11,198	100.00	8,759	78.22	1,415	12.64	1,024
	2016	11,267	100.00	8,810	78.19	1,432	12.71	1,025
農、林、 漁、牧 業	2014	548	100.00	540	98.52	1	0.27	7
	2015	555	100.00	549	98.98	1	0.26	4
	2016	557	100.00	552	99.05	2	0.28	4
礦業及土石 採 取 業	2014	4	100.00	3	86.48	0	0.00	1
	2015	4	100.00	3	81.33	0	0.97	1
	2016	4	100.00	3	82.98	0	0.15	1
製 造 業	2014	3,007	100.00	2,196	73.01	786	26.14	25
	2015	3,024	100.00	2,192	72.48	812	26.86	20
	2016	3,028	100.00	2,193	72.41	818	27.02	17
電 力 及 燃氣供應業	2014	29	100.00	4	14.05	3	8.64	22
	2015	30	100.00	4	14.12	2	8.13	23
	2016	30	100.00	4	12.31	3	8.81	24
用水供應及 污染整治業	2014	82	100.00	38	46.07	2	2.52	42
	2015	82	100.00	34	41.60	2	2.54	46
	2016	82	100.00	35	42.40	1	1.50	46
營建工程業	2014	881	100.00	865	98.08	9	1.01	8
	2015	895	100.00	878	98.10	8	0.93	9
	2016	899	100.00	884	98.37	8	0.84	7
批 發 及 零 售 業	2014	1,825	100.00	1,756	96.19	62	3.39	8
	2015	1,842	100.00	1,771	96.13	65	3.51	7
	2016	1,853	100.00	1,782	96.17	65	3.48	6
運 輸 及 倉 儲 業	2014	433	100.00	316	73.16	68	15.62	49
	2015	437	100.00	323	73.94	66	15.02	48
	2016	440	100.00	318	72.32	71	16.25	50
住 宿 及 餐 飲 業	2014	792	100.00	768	96.99	23	2.97	1
	2015	813	100.00	790	97.21	22	2.75	0
	2016	826	100.00	804	97.28	22	2.71	0

(續下頁)

附表 5 2014 年至 2016 年就業人數－按行業及規模別（續）

單位：千人；%

規模別		總 計		中 小 企 業		大企業		政 府 僱 用
行業別／年別			比率		比率		比率	
出版、影音製作、傳播及資訊服務業	2014	241	100.00	170	70.49	71	29.26	1
	2015	246	100.00	171	69.53	75	30.32	0
	2016	249	100.00	182	73.24	66	26.44	1
金融及保險業	2014	416	100.00	316	75.87	84	20.23	16
	2015	420	100.00	323	76.97	80	18.98	17
	2016	424	100.00	329	77.64	79	18.54	16
不動產業	2014	98	100.00	94	95.89	3	2.95	1
	2015	100	100.00	96	96.08	3	2.52	1
	2016	100	100.00	96	95.74	3	2.57	2
專業、科學及技術服務業	2014	354	100.00	287	81.18	44	12.35	23
	2015	362	100.00	292	80.67	44	12.28	26
	2016	368	100.00	293	79.61	49	13.28	26
支援服務業	2014	273	100.00	251	91.81	22	8.02	1
	2015	281	100.00	255	90.87	25	9.01	0
	2016	286	100.00	260	90.69	26	9.16	0
公共行政及國防；強制性社會安全	2014	378	100.00	1	0.16	0	0.00	377
	2015	375	100.00	1	0.16	0	0.00	374
	2016	374	100.00	1	0.21	0	0.00	373
教 育 業	2014	645	100.00	235	36.47	63	9.82	346
	2015	650	100.00	238	36.72	59	9.14	352
	2016	652	100.00	234	35.93	65	9.97	353
醫療保健及社會工作服務業	2014	432	100.00	217	50.09	136	31.45	80
	2015	438	100.00	219	50.10	139	31.70	80
	2016	444	100.00	218	49.15	143	32.29	82
藝術、娛樂及休閒服務業	2014	95	100.00	76	79.82	6	5.91	14
	2015	99	100.00	80	80.83	5	5.35	14
	2016	103	100.00	83	80.25	5	5.34	15
其 他 服 務 業	2014	543	100.00	536	98.75	4	0.81	2
	2015	546	100.00	538	98.50	6	1.10	2
	2016	547	100.00	539	98.48	6	1.14	2

附 註：1.自 2017 年起本表內之數據改按中華民國第 10 次修訂之新行業標準統計。

2.表中所稱中小企業係指製造業、營建工程業、礦業及土石採取業經常僱用員工數未滿 2 百人，其他行業經常僱用員工數未滿 1 百人者。

3.表中「0」表示數字為 0 或不及一單位；「-」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，2014-2016 年。

附表 6 2014 年至 2016 年受僱人數－按行業及規模別

單位：千人；%

行業別／年別		規模別		中 小 企 業		大企業		政 府 僱 用
		總 計	比率					
總 計	2014	8,737	100.00	6,329	72.44	1,385	15.85	1,023
	2015	8,860	100.00	6,424	72.50	1,413	15.94	1,024
	2016	8,926	100.00	6,472	72.50	1,429	16.01	1,025
農、林、 漁、牧業	2014	90	100.00	82	90.93	1	1.64	7
	2015	92	100.00	86	93.86	1	1.55	4
	2016	90	100.00	84	94.13	2	1.69	4
礦業及土石 採 取 業	2014	4	100.00	3	85.76	0	0.00	1
	2015	4	100.00	3	80.74	0	1.00	1
	2016	4	100.00	3	82.30	0	0.16	1
製 造 業	2014	2,763	100.00	1,952	70.67	785	28.41	25
	2015	2,787	100.00	1,956	70.20	811	29.09	20
	2016	2,782	100.00	1,948	70.01	817	29.37	17
電 力 及 燃氣供應業	2014	29	100.00	4	13.78	3	8.67	22
	2015	30	100.00	4	13.49	2	8.19	23
	2016	30	100.00	3	11.58	3	8.88	24
用水供應及 污染整治業	2014	75	100.00	31	40.79	2	2.77	42
	2015	76	100.00	28	36.60	2	2.76	46
	2016	76	100.00	29	37.77	1	1.62	46
營建工程業	2014	750	100.00	733	97.74	9	1.19	8
	2015	755	100.00	738	97.75	8	1.11	9
	2016	759	100.00	744	98.07	8	1.00	7
批 發 及 零 售 業	2014	1,112	100.00	1,043	93.76	62	5.55	8
	2015	1,136	100.00	1,065	93.76	64	5.66	7
	2016	1,165	100.00	1,094	93.93	64	5.52	6
運 輸 及 倉 儲 業	2014	351	100.00	235	66.92	68	19.24	49
	2015	354	100.00	240	67.79	66	18.55	48
	2016	358	100.00	237	66.09	71	19.86	50
住 宿 及 餐 飲 業	2014	496	100.00	472	95.20	23	4.72	1
	2015	514	100.00	491	95.58	22	4.35	0
	2016	527	100.00	505	95.79	22	4.20	0

(續下頁)

附表 6 2014 年至 2016 年受僱人數－按行業及規模別（續）

單位：千人；%

行業別／年別		規模別	總 計		中 小 企 業		大企業	政 府 僱 用
				比率		比率		
出版、影音製作、傳播及資訊服務業	2014	228	100.00	157	68.83	70	30.91	1
	2015	232	100.00	157	67.66	75	32.19	0
	2016	234	100.00	167	71.52	66	28.14	1
金 融 及 保 險 業	2014	412	100.00	312	75.63	84	20.43	16
	2015	416	100.00	319	76.74	80	19.17	17
	2016	420	100.00	326	77.46	79	18.68	16
不 動 產 業	2014	90	100.00	86	95.54	3	3.20	1
	2015	91	100.00	87	95.73	2	2.72	1
	2016	90	100.00	86	95.27	3	2.86	2
專業、科學及技術服務業	2014	280	100.00	214	76.29	44	15.55	23
	2015	293	100.00	223	76.13	44	15.14	26
	2016	297	100.00	222	74.82	49	16.37	26
支 援 服 務 業	2014	252	100.00	230	91.11	22	8.70	1
	2015	260	100.00	234	90.18	25	9.69	0
	2016	263	100.00	237	89.94	26	9.89	0
公共行政及國防；強制性社會安全	2014	378	100.00	1	0.16	0	0.00	377
	2015	375	100.00	1	0.16	0	0.00	374
	2016	374	100.00	1	0.21	0	0.00	373
教 育 業	2014	613	100.00	203	33.12	63	10.34	346
	2015	619	100.00	208	33.65	59	9.57	352
	2016	620	100.00	202	32.63	65	10.46	353
醫療保健及社會工作服務業	2014	403	100.00	188	46.52	136	33.70	80
	2015	410	100.00	192	46.79	139	33.80	80
	2016	415	100.00	189	45.62	143	34.53	82
藝術、娛樂及休閒服務業	2014	73	100.00	54	73.71	6	7.70	14
	2015	79	100.00	60	75.97	5	6.70	14
	2016	81	100.00	61	75.03	5	6.75	15
其他服務業	2014	338	100.00	331	97.99	4	1.31	2
	2015	340	100.00	332	97.60	6	1.76	2
	2016	342	100.00	333	97.56	6	1.83	2

附註：1.自 2017 年起本表內之數據改按中華民國第 10 次修訂之新行業標準統計。

2.表中所稱中小企業係指製造業、營建工程業、礦業及土石採取業經常僱用員工數未滿 2 百人，其他行業經常僱用員工數未滿 1 百人者。

3.表中「0」表示數字為 0 或不及一單位；「-」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，2014-2016 年。

附表 7 2016 年產業部門之各項指標－按企業規模別

單位：家；新臺幣百萬元；千人；%

指標／產業別	規模別	總計 (1)	結構比	中小企業 (2)	結構比	(2)/(1)	大企業	結構比
家數		1,440,958	100.00	1,408,313	100.00	97.73	32,645	100.00
農業		11,446	0.79	11,380	0.81	99.42	66	0.20
工業		280,667	19.48	273,204	19.40	97.34	7,463	22.86
服務業		1,148,845	79.73	1,123,729	79.79	97.81	25,116	76.94
銷售額		38,312,769	100.00	11,764,677	100.00	30.71	26,548,092	100.00
農業		46,826	0.12	24,420	0.21	52.15	22,406	0.08
工業		16,768,016	43.77	5,579,457	47.43	33.27	11,188,559	42.14
服務業		21,497,927	56.11	6,160,800	52.37	28.66	15,337,127	57.77
內銷額		28,848,508	100.00	10,340,887	100.00	35.85	18,507,621	100.00
農業		39,310	0.14	21,152	0.20	53.81	18,158	0.10
工業		10,257,755	35.56	4,587,702	44.36	44.72	5,670,053	30.64
服務業		18,551,443	64.31	5,732,033	55.43	30.90	12,819,410	69.27
出口額		9,464,262	100.00	1,423,791	100.00	15.04	8,040,471	100.00
農業		7,516	0.08	3,269	0.23	43.49	4,247	0.05
工業		6,510,261	68.79	991,755	69.66	15.23	5,518,506	68.63
服務業		2,946,485	31.13	428,768	30.11	14.55	2,517,717	31.31
就業人數		11,267	100.00	8,810	100.00	78.19	1,432	100.00
農業		557	4.95	552	6.27	99.05	2	0.11
工業		4,043	35.88	3,119	35.40	77.14	830	57.94
服務業		6,667	59.17	5,139	58.33	77.09	601	41.95
受僱人數		8,926	100.00	6,472	100.00	72.50	1,429	100.00
農業		90	1.00	84	1.30	94.13	2	0.11
工業		3,651	40.90	2,727	42.14	74.70	829	57.98
服務業		5,186	58.10	3,660	56.56	70.58	599	41.91

附註：1.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。

2.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。

3.表中就業及受僱人數的總計尚包括受政府僱用的 1,025 千人。

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，2016 年。

2.整理自行政院主計總處，人力資源調查統計原始資料，2016 年。

附表 8 2005 年至 2016 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

附註：1.組織別分類中的「外國公司辦事處」，僅由外國公司向我國經濟部商業司報備設立，且依規定不得從事任何營利活動，因此自 2014 年起不計入企業家數。

2.表中「*」表示就業人數總計，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，2005-2016 年。

2.整理自行政院主計總處，人力資源調查統計原始資料，2005-2016 年。

附表 9 2016 年新設企業家數及銷售額－按行業及規模別

單位：家；新臺幣百萬元；%

行業別	規模別	全部企業		中小企業	大企業	
				結構比	結構比	
家 數						
總 計		95,486	95,320	100.00	166	100.00
農、林、漁、牧業		844	844	0.89	0	-
礦業及土石採取業		51	51	0.05	0	-
製造業		4,749	4,704	4.93	45	27.11
電力及燃氣供應業		183	182	0.19	1	0.60
用水供應及污染整治業		418	418	0.44	0	-
營建工程業		8,917	8,908	9.35	9	5.42
批發及零售業		40,524	40,447	42.43	77	46.39
運輸及倉儲業		1,598	1,595	1.67	3	1.81
住宿及餐飲業		17,857	17,853	18.73	4	2.41
出版、影音製作、傳播及資通訊服務業		2,050	2,050	2.15	0	-
金融及保險業		970	961	1.01	9	5.42
不動產業		2,732	2,720	2.85	12	7.23
專業、科學及技術服務業		4,042	4,037	4.24	5	3.01
支援服務業		2,590	2,589	2.72	1	0.60
教育業		379	379	0.40	0	-
醫療保健及社會工作服務業		74	74	0.08	0	-
藝術、娛樂及休閒服務業		2,171	2,171	2.28	0	-
其他服務業		5,337	5,337	5.60	0	-
銷 售 額						
總 計		233,403	164,545	100.00	68,858	100.00
農、林、漁、牧業		574	574	0.35	0	-
礦業及土石採取業		68	68	0.04	0	-
製造業		15,990	13,601	8.27	2,389	3.47
電力及燃氣供應業		438	251	0.15	187	0.27
用水供應及污染整治業		647	647	0.39	0	-
營建工程業		21,569	20,385	12.39	1,184	1.72
批發及零售業		130,502	78,851	47.92	51,651	75.01
運輸及倉儲業		4,345	3,495	2.12	850	1.23
住宿及餐飲業		24,262	23,713	14.41	549	0.80
出版、影音製作、傳播及資通訊服務業		3,008	3,008	1.83	0	-
金融及保險業		9,372	1,102	0.67	8,270	12.01
不動產業		6,951	4,431	2.69	2,520	3.66
專業、科學及技術服務業		6,258	5,424	3.30	833	1.21
支援服務業		3,813	3,387	2.06	425	0.62
教育業		455	455	0.28	0	-
醫療保健及社會工作服務業		62	62	0.04	0	-
藝術、娛樂及休閒服務業		2,104	2,104	1.28	0	-
其他服務業		2,986	2,986	1.81	0	-

附 註：表中「0」表示數字為 0 或不及一單位；「-」表示無資料。

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，2016 年。

附表 9-1 2016 年新設企業內銷額及出口額－按行業及規模別

單位：新臺幣百萬元；%

行業別	規模別	全部企業	中小企業	結構比	大企業	結構比
內 銷 額						
總 計		207,876	158,469	100.00	49,407	100.00
農、林、漁、牧業		549	549	0.35	0	-
礦業及土石採取業		68	68	0.04	0	-
製造業		13,529	12,320	7.77	1,209	2.45
電力及燃氣供應業		406	226	0.14	180	0.36
用水供應及污染整治業		637	637	0.40	0	-
營建工程業		21,537	20,353	12.84	1,184	2.40
批發及零售業		108,902	75,082	47.38	33,821	68.45
運輸及倉儲業		4,263	3,413	2.15	850	1.72
住宿及餐飲業		24,260	23,711	14.96	549	1.11
出版、影音製作、傳播及資通訊服務業		2,563	2,563	1.62	0	-
金融及保險業		9,364	1,093	0.69	8,270	16.74
不動產業		6,947	4,428	2.79	2,520	5.10
專業、科學及技術服務業		5,914	5,089	3.21	825	1.67
支援服務業		3,356	3,356	2.12	0	-
教育業		454	454	0.29	0	-
醫療保健及社會工作服務業		62	62	0.04	0	-
藝術、娛樂及休閒服務業		2,080	2,080	1.31	0	-
其他服務業		2,986	2,986	1.88	0	-
出 口 額						
總 計		25,527	6,076	100.00	19,451	100.00
農、林、漁、牧業		25	25	0.41	-	-
礦業及土石採取業		0	0	-	-	-
製造業		2,461	1,281	21.09	1,180	6.07
電力及燃氣供應業		33	25	0.41	8	0.04
用水供應及污染整治業		10	10	0.16	-	-
營建工程業		32	32	0.53	0	0.00
批發及零售業		21,600	3,769	62.03	17,830	91.67
運輸及倉儲業		83	83	1.36	0	0.00
住宿及餐飲業		2	2	0.03	0	0.00
出版、影音製作、傳播及資通訊服務業		445	445	7.33	-	-
金融及保險業		9	9	0.14	0	0.00
不動產業		4	4	0.06	0	0.00
專業、科學及技術服務業		344	336	5.52	8	0.04
支援服務業		457	31	0.52	425	2.19
教育業		0	0	0.01	-	-
醫療保健及社會工作服務業		0	0	-	-	-
藝術、娛樂及休閒服務業		24	24	0.39	-	-
其他服務業		0	0	-	-	-

附 註：表中「0」表示數字不及一單位；「-」表示無資料。

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，2016 年。

附表 10 2016 年各縣市企業家數－按行業及規模別

單位：家；%

縣市別 行業別及規模別	總 計	臺北市	新北市	桃園市	臺中市	臺南市	高雄市
總 計	1,440,958	233,720	226,133	114,888	190,829	111,733	164,680
中小企業	1,408,313	223,300	221,040	112,083	187,112	109,849	161,435
結構比	100.00	15.86	15.70	7.96	13.29	7.80	11.46
大 企 業	32,645	10,420	5,093	2,805	3,717	1,884	3,245
農林漁牧業	11,446	480	814	695	505	383	3,373
中小企業	11,380	464	810	693	501	377	3,365
結構比	100.00	4.08	7.12	6.09	4.40	3.31	29.57
大 企 業	66	16	4	2	4	6	8
礦業及土石採取業	1,134	80	106	64	88	37	118
中小企業	1,103	70	103	61	85	37	114
結構比	100.00	6.35	9.34	5.53	7.71	3.35	10.34
大 企 業	31	10	3	3	3	-	4
製造業	148,971	8,427	34,169	12,731	30,729	13,279	10,369
中小企業	143,184	7,543	33,167	11,898	30,036	12,780	9,864
結構比	100.00	5.27	23.16	8.31	20.98	8.93	6.89
大 企 業	5,787	884	1,002	833	693	499	505
電力及燃氣供應業	973	129	88	59	103	85	81
中小企業	839	106	73	49	85	76	70
結構比	100.00	12.63	8.70	5.84	10.13	9.06	8.34
大 企 業	134	23	15	10	18	9	11
用水供應及污染整治業	7,545	611	941	817	935	612	1,231
中小企業	7,250	576	915	766	901	591	1,177
結構比	100.00	7.94	12.62	10.57	12.43	8.15	16.23
大 企 業	295	35	26	51	34	21	54
營建工程業	122,044	11,882	23,489	11,520	15,741	7,736	14,963
中小企業	120,828	11,425	23,299	11,433	15,599	7,688	14,828
結構比	100.00	9.46	19.28	9.46	12.91	6.36	12.27
大 企 業	1,216	457	190	87	142	48	135
批發及零售業	699,329	122,036	105,905	55,361	87,813	53,947	81,504
中小企業	682,218	116,631	103,067	54,099	85,778	52,931	79,673
結構比	100.00	17.10	15.11	7.93	12.57	7.76	11.68
大 企 業	17,111	5,405	2,838	1,262	2,035	1,016	1,831
運輸及倉儲業	32,371	5,752	6,666	2,332	3,305	1,317	5,146
中小企業	31,266	5,295	6,562	2,239	3,215	1,281	4,982
結構比	100.00	16.94	20.99	7.16	10.28	4.10	15.93
大 企 業	1,105	457	104	93	90	36	164
住宿及餐飲業	151,440	22,233	17,291	11,106	18,204	14,889	19,027
中小企業	150,893	21,992	17,247	11,069	18,138	14,871	18,984
結構比	100.00	14.57	11.43	7.34	12.02	9.86	12.58
大 企 業	547	241	44	37	66	18	43

(續下頁)

附表 10 2016 年各縣市企業家數－按行業及規模別（續 1）

單位：家；%

縣市別 行業別及規模別	總 計	臺北市	新北市	桃園市	臺中市	臺南市	高雄市
出版、影音製作、傳播及資訊服務業	20,416	9,194	3,485	1,037	2,207	783	1,393
中小企業	19,642	8,707	3,377	1,016	2,167	772	1,365
結構比	100.00	44.33	17.19	5.17	11.03	3.93	6.95
大 企 業	774	487	108	21	40	11	28
金融及保險業	19,328	7,927	2,488	1,124	1,929	1,049	1,765
中小企業	16,850	6,839	2,187	954	1,691	931	1,558
結構比	100.00	40.59	12.98	5.66	10.04	5.53	9.25
大 企 業	2,478	1,088	301	170	238	118	207
不動產業	36,603	8,635	5,432	3,219	5,269	2,443	3,269
中小企業	35,157	8,158	5,188	3,088	5,040	2,386	3,129
結構比	100.00	23.20	14.76	8.78	14.34	6.79	8.90
大 企 業	1,446	477	244	131	229	57	140
專業、科學及技術服務業	47,285	16,306	7,624	3,101	6,246	2,666	4,111
中小企業	46,523	15,835	7,533	3,068	6,208	2,653	4,083
結構比	100	34	16	7	13	6	9
大 企 業	762	471	91	33	38	13	28
支援服務業	30,651	5,376	4,209	2,924	4,057	2,141	3,712
中小企業	30,126	5,145	4,140	2,885	4,005	2,120	3,659
結構比	100.00	17.08	13.74	9.58	13.29	7.04	12.15
大 企 業	525	231	69	39	52	21	53
教育業	2,433	757	307	140	344	148	298
中小企業	2,417	747	307	138	342	148	297
結構比	100.00	30.91	12.70	5.71	14.15	6.12	12.29
大 企 業	16	10	-	2	2	-	1
醫療保健及社會工作服務業	785	165	61	34	97	64	138
中小企業	766	155	58	33	96	63	136
結構比	100.00	20.23	7.57	4.31	12.53	8.22	17.75
大 企 業	19	10	3	1	1	1	2
藝術、娛樂及休閒服務業	25,594	3,972	3,590	2,021	2,633	1,894	2,800
中小企業	25,464	3,924	3,569	2,009	2,623	1,888	2,791
結構比	100.00	15.41	14.02	7.89	10.30	7.41	10.96
大 企 業	130	48	21	12	10	6	9
其他服務業	82,610	9,758	9,468	6,603	10,624	8,260	11,382
中小企業	82,407	9,688	9,438	6,585	10,602	8,256	11,360
結構比	100.00	11.76	11.45	7.99	12.87	10.02	13.79
大 企 業	203	70	30	18	22	4	22

（續下頁）

附表 10 2016 年各縣市企業家數－按行業及規模別（續 2）

單位：家；%

縣市別 行業別及規模別	基隆市	宜蘭縣	新竹市	新竹縣	苗栗縣
總 計	19,217	28,338	27,062	27,760	27,317
中小企業	19,071	28,020	26,298	26,872	26,927
結構比	1.35	1.99	1.87	1.91	1.91
大 企 業	146	318	764	888	390
農林漁牧業	31	1,271	204	210	213
中小企業	31	1,271	203	209	212
結構比	0.27	11.17	1.78	1.84	1.86
大 企 業	-	-	1	1	1
礦業及土石採取業	5	106	19	36	72
中小企業	5	106	19	35	71
結構比	0.45	9.61	1.72	3.17	6.44
大 企 業	-	-	-	1	1
製造業	736	2,374	2,541	3,036	2,769
中小企業	719	2,316	2,310	2,699	2,629
結構比	0.50	1.62	1.61	1.88	1.84
大 企 業	17	58	231	337	140
電力及燃氣供應業	7	9	23	26	27
中小企業	5	9	18	22	22
結構比	0.60	1.07	2.15	2.62	2.62
大 企 業	2	-	5	4	5
用水供應及污染整治業	131	123	141	146	217
中小企業	130	120	133	137	214
結構比	1.79	1.66	1.83	1.89	2.95
大 企 業	1	3	8	9	3
營建工程業	2,136	3,317	2,463	3,206	3,196
中小企業	2,134	3,294	2,436	3,184	3,183
結構比	1.77	2.73	2.02	2.64	2.63
大 企 業	2	23	27	22	13
批發及零售業	8,689	11,979	12,413	12,190	12,556
中小企業	8,619	11,826	12,106	11,839	12,396
結構比	1.26	1.73	1.77	1.74	1.82
大 企 業	70	153	307	351	160
運輸及倉儲業	1,272	754	328	409	447
中小企業	1,243	741	313	398	438
結構比	3.98	2.37	1.00	1.27	1.40
大 企 業	29	13	15	11	9
住宿及餐飲業	2,781	3,655	3,293	3,099	3,209
中小企業	2,779	3,644	3,281	3,088	3,207
結構比	1.84	2.41	2.17	2.05	2.13
大 企 業	2	12	12	6	2

（續下頁）

附表 10 2016 年各縣市企業家數－按行業及規模別（續 3）

單位：家；%

縣市別 行業別及規模別	基隆市	宜蘭縣	新竹市	新竹縣	苗栗縣
出版、影音製作、傳播及資訊服務業	149	155	360	315	166
中小企業	145	151	341	298	161
結構比	0.74	0.77	1.74	1.52	0.82
大企業	4	4	19	17	5
金融及保險業	156	164	383	277	169
中小企業	144	131	324	249	144
結構比	0.85	0.78	1.92	1.48	0.85
大企業	12	33	59	28	25
不動產業	277	875	929	994	647
中小企業	273	864	903	951	633
結構比	0.78	2.46	2.57	2.71	1.80
大企業	4	11	26	43	14
專業、科學及技術服務業	429	580	879	795	451
中小企業	427	577	850	761	449
結構比	1	1	2	2	1
大企業	2	3	29	34	2
支援服務業	432	578	688	542	587
中小企業	432	575	670	532	582
結構比	1.43	1.91	2.22	1.77	1.93
大企業	-	3	18	10	5
教育業	13	29	90	45	23
中小企業	13	29	90	45	23
結構比	0.54	1.20	3.72	1.86	0.95
大企業	-	-	-	-	-
醫療保健及社會工作服務業	9	40	14	16	7
中小企業	9	40	14	16	7
結構比	1.17	5.22	1.83	2.09	0.91
大企業	-	-	-	-	-
藝術、娛樂及休閒服務業	411	554	503	573	608
中小企業	411	553	500	568	605
結構比	1.61	2.17	1.96	2.23	2.38
大企業	-	1	3	5	3
其他服務業	1,553	1,775	1,791	1,845	1,953
中小企業	1,552	1,773	1,787	1,841	1,951
結構比	1.88	2.15	2.17	2.23	2.37
大企業	1	2	4	4	2

（續下頁）

附表 10 2016 年各縣市企業家數－按行業及規模別（續 4）

單位：家；%

縣市別 行業別及規模別	彰化縣	南投縣	雲林縣	嘉義市	嘉義縣	屏東縣
總 計	72,686	25,560	31,055	17,902	21,100	39,709
中小企業	71,662	25,286	30,654	17,678	20,848	39,246
結構比	5.09	1.80	2.18	1.26	1.48	2.79
大 企 業	1,024	274	401	224	252	463
農林漁牧業	732	449	403	56	353	634
中小企業	726	448	401	56	348	626
結構比	6.38	3.94	3.52	0.49	3.06	5.50
大 企 業	6	1	2	-	5	8
礦業及土石採取業	24	50	36	6	15	40
中小企業	24	48	36	6	15	40
結構比	2.18	4.35	3.26	0.54	1.36	3.63
大 企 業	-	2	-	-	-	-
製造業	17,688	1,829	2,326	813	1,997	1,671
中小企業	17,394	1,757	2,263	806	1,937	1,591
結構比	12.15	1.23	1.58	0.56	1.35	1.11
大 企 業	294	72	63	7	60	80
電力及燃氣供應業	91	13	74	20	59	51
中小企業	85	8	71	18	55	46
結構比	10.13	0.95	8.46	2.15	6.56	5.48
大 企 業	6	5	3	2	4	5
用水供應及污染整治業	428	133	264	66	179	339
中小企業	415	130	256	63	172	326
結構比	5.72	1.79	3.53	0.87	2.37	4.50
大 企 業	13	3	8	3	7	13
營建工程業	5,074	2,458	3,410	1,207	2,259	3,480
中小企業	5,062	2,456	3,396	1,199	2,254	3,469
結構比	4.19	2.03	2.81	0.99	1.87	2.87
大 企 業	12	2	14	8	5	11
批發及零售業	31,626	12,420	16,520	8,927	10,232	19,535
中小企業	31,060	12,287	16,281	8,783	10,099	19,250
結構比	4.55	1.80	2.39	1.29	1.48	2.82
大 企 業	566	133	239	144	133	285
運輸及倉儲業	990	468	531	332	666	559
中小企業	970	463	515	322	662	555
結構比	3.10	1.48	1.65	1.03	2.12	1.78
大 企 業	20	5	16	10	4	4
住宿及餐飲業	5,968	3,558	2,906	2,668	2,287	6,343
中小企業	5,961	3,545	2,904	2,664	2,286	6,332
結構比	3.95	2.35	1.92	1.77	1.51	4.20
大 企 業	7	13	2	4	1	11

（續下頁）

附表 10 2016 年各縣市企業家數－按行業及規模別（續 5）

單位：家；%

縣市別 行業別及規模別	彰化縣	南投縣	雲林縣	嘉義市	嘉義縣	屏東縣
出版、影音製作、傳播及資訊服務業	300	143	116	122	60	170
中小企業	297	140	112	118	58	166
結構比	1.51	0.71	0.57	0.60	0.30	0.85
大企業	3	3	4	4	2	4
金融及保險業	502	167	217	258	145	282
中小企業	448	145	191	232	127	257
結構比	2.66	0.86	1.13	1.38	0.75	1.53
大企業	54	22	26	26	18	25
不動產業	1,136	405	512	544	245	591
中小企業	1,116	401	499	536	244	585
結構比	3.17	1.14	1.42	1.52	0.69	1.66
大企業	20	4	13	8	1	6
專業、科學及技術服務業	1,076	460	473	442	256	600
中小企業	1,068	460	473	438	254	598
結構比	2	1	1	1	1	1
大企業	8	-	-	4	2	2
支援服務業	962	507	445	430	466	883
中小企業	954	505	441	428	461	881
結構比	3.17	1.68	1.46	1.42	1.53	2.92
大企業	8	2	4	2	5	2
教育業	46	27	25	26	10	36
中小企業	46	27	25	26	10	35
結構比	1.90	1.12	1.03	1.08	0.41	1.45
大企業	-	-	-	-	-	1
醫療保健及社會工作服務業	27	13	11	9	3	41
中小企業	26	13	11	9	3	41
結構比	3.39	1.70	1.44	1.17	0.39	5.35
大企業	1	-	-	-	-	-
藝術、娛樂及休閒服務業	1,229	794	682	374	422	1,183
中小企業	1,228	790	681	374	421	1,180
結構比	4.82	3.10	2.67	1.47	1.65	4.63
大企業	1	4	1	-	1	3
其他服務業	4,787	1,666	2,104	1,602	1,446	3,271
中小企業	4,782	1,663	2,098	1,600	1,442	3,268
結構比	5.80	2.02	2.55	1.94	1.75	3.97
大企業	5	3	6	2	4	3

（續下頁）

附表 10 2016 年各縣市企業家數－按行業及規模別（續 6）

單位：家；%

縣市別 行業別及規模別	澎湖縣	花蓮縣	臺東縣	金門縣	連江縣
總 計	6,298	21,059	13,431	19,534	947
中小企業	6,271	20,884	13,349	19,488	940
結構比	0.45	1.48	0.95	1.38	0.07
大 企 業	27	175	82	46	7
農林漁牧業	33	274	294	34	5
中小企業	33	274	293	34	5
結構比	0.29	2.41	2.57	0.30	0.04
大 企 業	-	-	1	-	-
礦業及土石採取業	7	159	59	7	-
中小企業	7	156	59	6	-
結構比	0.63	14.14	5.35	0.54	0.00
大 企 業	-	3	-	1	-
製造業	226	701	348	186	26
中小企業	226	692	347	185	25
結構比	0.16	0.48	0.24	0.13	0.02
大 企 業	-	9	1	1	1
電力及燃氣供應業	2	11	9	5	1
中小企業	1	8	8	4	-
結構比	0.12	0.95	0.95	0.48	0.00
大 企 業	1	3	1	1	1
用水供應及污染整治業	18	115	67	24	7
中小企業	18	113	66	24	7
結構比	0.25	1.56	0.91	0.33	0.10
大 企 業	-	2	1	-	-
營建工程業	472	2,138	941	837	119
中小企業	471	2,132	936	832	118
結構比	0.39	1.76	0.77	0.69	0.10
大 企 業	1	6	5	5	1
批發及零售業	2,945	9,737	6,304	16,418	272
中小企業	2,931	9,635	6,259	16,397	271
結構比	0.43	1.41	0.92	2.40	0.04
大 企 業	14	102	45	21	1
運輸及倉儲業	264	400	149	197	87
中小企業	260	391	146	190	85
結構比	0.83	1.25	0.47	0.61	0.27
大 企 業	4	9	3	7	2
住宿及餐飲業	1,112	3,951	2,848	758	254
中小企業	1,110	3,940	2,840	757	254
結構比	0.74	2.61	1.88	0.50	0.17
大 企 業	2	11	8	1	-

（續下頁）

附表 10 2016 年各縣市企業家數－按行業及規模別（續 7）

單位：家；%

縣市別 行業別及規模別	澎湖縣	花蓮縣	臺東縣	金門縣	連江縣
出版、影音製作、傳播及資訊服務業	41	112	55	46	7
中小企業	39	109	52	45	6
結構比	0.20	0.55	0.26	0.23	0.03
大企業	2	3	3	1	1
金融及保險業	33	151	100	38	4
中小企業	30	134	94	36	4
結構比	0.18	0.80	0.56	0.21	0.02
大企業	3	17	6	2	-
不動產業	173	529	248	228	3
中小企業	173	524	241	222	3
結構比	0.49	1.49	0.69	0.63	0.01
大企業	-	5	7	6	-
專業、科學及技術服務業	55	367	217	128	23
中小企業	55	365	217	128	23
結構比	0	1	0	0	0
大企業	-	2	-	-	-
支援服務業	469	547	428	219	49
中小企業	469	546	428	219	49
結構比	1.56	1.81	1.42	0.73	0.16
大企業	-	1	-	-	-
教育業	12	27	20	9	1
中小企業	12	27	20	9	1
結構比	0.50	1.12	0.83	0.37	0.04
大企業	-	-	-	-	-
醫療保健及社會工作服務業	1	20	13	2	-
中小企業	1	20	13	2	-
結構比	0.13	2.61	1.70	0.26	0.00
大企業	-	-	-	-	-
藝術、娛樂及休閒服務業	127	540	510	131	43
中小企業	127	538	510	131	43
結構比	0.50	2.11	2.00	0.51	0.17
大企業	-	2	-	-	-
其他服務業	308	1,280	821	267	46
中小企業	308	1,280	820	267	46
結構比	0.37	1.55	1.00	0.32	0.06
大企業	-	-	1	-	-

附註：「-」表示無資料。

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，2016 年。

附表 11 2016 年各縣市企業銷售額－按行業及規模別

單位：新臺幣百萬元；%

縣市別 行業別及規模別	總 計	臺北市	新北市	桃園市	臺中市	臺南市	高雄市
總 計	38,312,768	12,048,958	4,468,150	3,384,878	3,759,269	2,189,079	4,231,667
中小企業	11,764,677	1,931,312	1,937,034	1,232,510	1,726,263	909,878	1,323,977
結構比	100.00	16.42	16.46	10.48	14.67	7.73	11.25
大 企 業	26,548,092	10,117,646	2,510,701	2,052,013	2,033,007	1,306,759	2,891,855
農林漁牧業	46,826	10,760	2,590	2,464	2,466	5,630	8,215
中小企業	24,420	2,215	1,607	1,661	1,523	1,978	6,515
結構比	100.00	9.07	6.58	6.80	6.24	8.10	26.68
大 企 業	22,406	8,545	803	198	942	1,701	983
礦業及土石採取業	42,839	7,207	2,638	1,379	4,234	671	5,164
中小企業	29,147	657	2,222	1,359	3,239	671	1,315
結構比	100.00	2.25	7.62	4.66	11.11	2.30	4.51
大 企 業	13,692	6,550	250	446	995	415	20
製造業	13,608,466	1,516,056	1,468,053	1,481,146	1,487,945	1,063,197	1,836,026
中小企業	4,070,669	234,672	657,251	542,458	711,361	406,906	415,096
結構比	100.00	5.76	16.15	13.33	17.48	10.00	10.20
大 企 業	9,537,799	1,281,385	810,802	938,688	776,584	656,291	1,420,930
電力及燃氣供應業	794,817	73,683	44,443	93,700	103,267	90,628	137,073
中小企業	6,611	1,482	654	207	685	429	571
結構比	100.00	22.42	9.90	3.14	10.36	6.48	8.63
大 企 業	788,205	72,201	43,788	6,328	102,582	90,199	136,502
用水供應及污染整治業	173,392	27,808	14,122	29,206	20,538	11,363	35,870
中小企業	55,809	5,036	8,033	7,582	7,700	4,366	8,989
結構比	100.00	9.02	14.39	13.59	13.80	7.82	16.11
大 企 業	117,583	22,773	6,089	21,624	12,838	6,997	26,881
營建工程業	2,148,502	655,627	332,873	171,425	265,125	98,691	250,272
中小企業	1,417,221	247,872	256,911	144,001	184,992	76,739	178,006
結構比	100.00	17.49	18.13	10.16	13.05	5.41	12.56
大 企 業	731,281	407,755	75,962	27,424	80,133	21,951	72,265
批發及零售業	13,713,916	5,225,475	1,906,616	1,129,089	1,353,929	722,775	1,443,445
中小企業	4,338,504	913,040	766,846	384,191	598,478	308,262	508,805
結構比	100.00	21.05	17.68	8.86	13.79	7.11	11.73
大 企 業	9,375,411	4,312,434	1,139,770	744,898	755,451	414,513	934,640
運輸及倉儲業	1,141,593	500,566	113,835	186,533	57,781	25,361	125,526
中小企業	270,968	51,694	32,017	30,022	30,061	14,679	49,267
結構比	100.00	19.08	11.82	11.08	11.09	5.42	18.18
大 企 業	870,625	448,872	81,818	156,510	27,719	10,681	76,259
住宿及餐飲業	622,182	204,540	61,333	51,246	71,112	37,458	62,499
中小企業	442,287	106,858	52,752	36,990	56,505	32,740	49,435
結構比	100.00	24.16	11.93	8.36	12.78	7.40	11.18
大 企 業	179,895	97,682	8,580	14,256	14,607	4,718	13,064

(續下頁)

附表 11 2016 年各縣市企業銷售額－按行業及規模別（續 1）

單位：新臺幣百萬元；%

縣市別 行業別及規模別	總 計	臺北市	新北市	桃園市	臺中市	臺南市	高雄市
出版、影音製作、傳播及資訊服務業	1,064,855	746,740	91,839	14,582	47,040	19,739	41,973
中小企業	119,942	64,357	18,461	4,786	9,945	4,055	7,552
結構比	100.00	53.66	15.39	3.99	8.29	3.38	6.30
大 企 業	944,914	682,383	73,378	9,796	37,095	15,684	34,421
金融及保險業	2,277,273	1,794,245	102,243	58,271	94,454	37,895	77,009
中小企業	203,068	69,303	29,139	10,751	20,389	13,192	20,913
結構比	100.00	34.13	14.35	5.29	10.04	6.50	10.30
大 企 業	2,074,204	1,724,942	73,103	47,520	74,065	24,703	56,095
不動產業	1,060,509	457,301	170,364	69,270	145,828	34,496	79,370
中小企業	230,233	55,848	31,969	21,066	34,214	15,236	20,906
結構比	100.00	24.26	13.89	9.15	14.86	6.62	9.08
大 企 業	830,276	401,453	138,395	48,204	111,614	19,260	58,464
專業、科學及技術服務業	705,177	352,818	78,185	38,414	37,336	11,224	43,655
中小企業	213,510	99,315	33,154	13,892	23,194	8,137	15,062
結構比	100.00	46.52	15.53	6.51	10.86	3.81	7.05
大 企 業	491,667	253,503	45,031	24,522	14,143	3,087	28,592
支援服務業	540,152	349,642	41,279	26,283	32,982	12,777	34,498
中小企業	147,708	34,990	21,802	17,910	19,588	7,650	18,885
結構比	100.00	23.69	14.76	12.13	13.26	5.18	12.79
大 企 業	392,444	314,652	456	383	13,394	15,612	19,477
教育業	16,003	6,035	1,114	1,912	2,187	682	2,480
中小企業	10,985	3,870	1,114	700	1,658	682	1,476
結構比	100.00	35.23	10.14	6.37	15.09	6.21	13.43
大 企 業	5,018	2,165	-	-	529	1,213	-
醫療保健及社會工作服務業	27,817	4,153	847	3,371	850	298	17,486
中小企業	2,730	1,091	262	134	231	181	281
結構比	100.00	39.96	9.61	4.91	8.45	6.64	10.28
大 企 業	25,087	3,063	3,237	-	620	17,206	585
藝術、娛樂及休閒服務業	91,406	32,220	11,829	6,487	8,527	4,703	7,379
中小企業	55,881	14,649	8,027	4,185	6,535	3,678	6,049
結構比	100.00	26.21	14.36	7.49	11.69	6.58	10.82
大 企 業	35,525	17,570	100	1,728	1,992	1,331	3,802
其他服務業	237,044	84,082	23,947	20,102	23,668	11,493	23,730
中小企業	124,982	24,363	14,810	10,615	15,964	10,296	14,855
結構比	100.00	19.49	11.85	8.49	12.77	8.24	11.89
大 企 業	112,062	59,719	9,138	9,487	7,705	1,197	8,875

（續下頁）

附表 11 2016 年各縣市企業銷售額－按行業及規模別（續 2）

單位：新臺幣百萬元；%

縣市別 行業別及規模別	基隆市	宜蘭縣	新竹市	新竹縣	苗栗縣
總計	168,668	270,193	2,060,927	1,055,913	776,828
中小企業	91,211	170,069	223,757	238,993	258,185
結構比	0.78	1.45	1.90	2.03	2.19
大企業	92,230	204,993	1,764,297	842,791	488,967
農林漁牧業	118	726	175	696	522
中小企業	118	726	56	281	324
結構比	0.48	2.97	0.23	1.15	1.33
大企業	3,651	414	-	1,123	118
礦業及土石採取業	3,765	2,470	224	1,772	1,876
中小企業	3,765	2,470	224	1,522	1,291
結構比	12.92	8.47	0.77	5.22	4.43
大企業	3,849	585	-	-	-
製造業	22,248	93,968	1,516,093	576,099	489,251
中小企業	9,048	62,199	71,883	86,258	151,189
結構比	0.22	1.53	1.77	2.12	3.71
大企業	13,199	31,769	1,444,211	489,841	338,063
電力及燃氣供應業	9,698	345	62,843	10,251	40,235
中小企業	22	345	197	156	168
結構比	0.33	5.22	2.99	2.35	2.54
大企業	9,676	93,493	24,520	40,067	11,971
用水供應及污染整治業	1,272	1,486	4,040	3,321	1,827
中小企業	804	610	1,143	1,021	1,083
結構比	1.44	1.09	2.05	1.83	1.94
大企業	468	876	2,898	2,300	745
營建工程業	15,811	31,565	49,552	44,230	28,808
中小企業	15,691	25,269	36,591	36,026	24,367
結構比	1.11	1.78	2.58	2.54	1.72
大企業	120	6,295	12,961	8,204	4,441
批發及零售業	52,213	91,853	293,794	238,081	170,419
中小企業	35,880	50,141	75,294	78,533	54,817
結構比	0.83	1.16	1.74	1.81	1.26
大企業	16,333	41,712	218,500	159,548	115,602
運輸及倉儲業	34,570	8,859	7,636	10,100	5,731
中小企業	10,917	6,318	2,993	4,393	4,229
結構比	4.03	2.33	1.10	1.62	1.56
大企業	23,653	2,542	4,642	5,706	1,502
住宿及餐飲業	5,522	12,068	13,866	12,578	7,154
中小企業	5,203	8,054	10,636	8,996	6,824
結構比	1.18	1.82	2.40	2.03	1.54
大企業	319	4,014	3,230	3,581	329

（續下頁）

附表 11 2016 年各縣市企業銷售額－按行業及規模別（續 3）

單位：新臺幣百萬元；%

縣市別 行業別及規模別	基隆市	宜蘭縣	新竹市	新竹縣	苗栗縣
出版、影音製作、傳播及資訊服務業	5,860	4,087	25,312	21,800	5,199
中小企業	514	557	2,564	1,886	711
結構比	0.43	0.46	2.14	1.57	0.59
大企業	5,346	3,530	22,748	19,914	4,488
金融及保險業	5,241	7,827	18,642	10,259	6,917
中小企業	2,513	1,884	3,555	3,166	2,533
結構比	1.24	0.93	1.75	1.56	1.25
大企業	2,728	5,943	15,087	7,093	4,384
不動產業	5,045	6,850	18,983	23,212	7,749
中小企業	1,124	4,921	6,795	6,114	4,188
結構比	0.49	2.14	2.95	2.66	1.82
大企業	3,921	1,929	12,188	17,098	3,561
專業、科學及技術服務業	2,610	1,880	35,462	86,695	2,762
中小企業	1,132	1,539	3,793	3,615	987
結構比	0.53	0.72	1.78	1.69	0.46
大企業	1,478	341	497	83,080	1,775
支援服務業	1,646	1,985	7,713	7,942	3,029
中小企業	1,646	1,529	3,582	2,868	2,204
結構比	1.11	1.03	2.43	1.94	1.49
大企業	5,127	8,373	802	824	253
教育業	30	63	415	123	65
中小企業	30	63	415	123	65
結構比	0.28	0.57	3.78	1.12	0.59
大企業	1,004	-	-	-	-
醫療保健及社會工作服務業	40	28	36	147	5
中小企業	40	28	36	147	5
結構比	1.47	1.02	1.31	5.40	0.18
大企業	117	259	-	-	-
藝術、娛樂及休閒服務業	932	1,172	1,632	2,926	1,456
中小企業	932	1,071	1,174	1,198	924
結構比	1.67	1.92	2.10	2.14	1.65
大企業	1,024	2,301	330	1,419	188
其他服務業	2,046	2,962	4,508	5,680	3,823
中小企業	1,831	2,346	2,825	2,689	2,276
結構比	1.46	1.88	2.26	2.15	1.82
大企業	216	616	1,684	2,991	1,547

（續下頁）

附表 11 2016 年各縣市企業銷售額－按行業及規模別（續 4）

單位：新臺幣百萬元；%

縣市別 行業別及規模別	彰化縣	南投縣	雲林縣	嘉義市	嘉義縣	屏東縣
總 計	1,294,060	265,561	1,146,242	200,956	275,935	379,004
中小企業	606,322	134,503	331,926	104,786	165,655	183,456
結構比	5.15	1.14	2.82	0.89	1.41	1.56
大 企 業	748,763	155,638	797,260	105,410	98,576	196,127
農林漁牧業	2,626	1,577	1,224	145	2,368	3,485
中小企業	1,502	1,327	990	145	844	1,667
結構比	6.15	5.43	4.06	0.60	3.45	6.83
大 企 業	1,525	234	-	250	-	1,817
礦業及土石採取業	237	2,759	849	10	96	1,537
中小企業	237	2,313	849	10	96	1,537
結構比	0.81	7.93	2.91	0.03	0.33	5.27
大 企 業	-	-	-	-	-	580
製造業	764,988	112,991	880,177	23,088	130,158	109,594
中小企業	320,233	42,702	193,000	20,019	85,109	42,999
結構比	7.87	1.05	4.74	0.49	2.09	1.06
大 企 業	444,755	70,290	687,177	3,069	45,050	66,596
電力及燃氣供應業	35,086	11,991	24,877	6,477	8,056	12,804
中小企業	383	20	357	149	327	250
結構比	5.79	0.31	5.40	2.25	4.95	3.78
大 企 業	62,645	34,703	7,729	10,096	-	12,554
用水供應及污染整治業	6,637	1,202	4,509	1,151	3,047	4,338
中小企業	2,796	779	1,809	513	1,308	1,012
結構比	5.01	1.40	3.24	0.92	2.34	1.81
大 企 業	3,840	423	2,700	638	1,739	3,326
營建工程業	46,428	15,199	46,043	15,255	18,741	25,142
中小企業	43,939	15,058	44,518	13,105	17,166	23,048
結構比	3.10	1.06	3.14	0.92	1.21	1.63
大 企 業	2,488	142	1,526	2,150	1,575	2,094
批發及零售業	351,388	82,602	140,914	111,827	83,036	170,538
中小企業	184,129	49,127	67,048	47,977	46,913	81,623
結構比	4.24	1.13	1.55	1.11	1.08	1.88
大 企 業	167,259	33,475	73,866	63,850	36,123	88,914
運輸及倉儲業	13,351	4,526	11,917	4,867	10,468	4,396
中小企業	9,916	3,714	4,316	3,046	2,290	3,524
結構比	3.66	1.37	1.59	1.12	0.84	1.30
大 企 業	3,435	812	7,600	1,821	8,178	872
住宿及餐飲業	13,605	11,896	5,942	8,309	4,575	15,543
中小企業	12,732	8,668	5,390	7,025	4,299	11,484
結構比	2.88	1.96	1.22	1.59	0.97	2.60
大 企 業	873	3,228	552	1,283	276	4,059

（續下頁）

附表 11 2016 年各縣市企業銷售額－按行業及規模別（續 5）

單位：新臺幣百萬元；%

縣市別 行業別及規模別	彰化縣	南投縣	雲林縣	嘉義市	嘉義縣	屏東縣
出版、影音製作、傳播及資訊服務業	10,035	4,422	5,252	6,400	982	5,976
中小企業	983	628	599	465	394	580
結構比	0.82	0.52	0.50	0.39	0.33	0.48
大企業	9,051	3,795	4,653	5,935	588	5,396
金融及保險業	17,608	6,195	9,088	7,934	5,425	9,108
中小企業	7,603	2,604	3,155	2,814	1,166	4,295
結構比	3.74	1.28	1.55	1.39	0.57	2.12
大企業	10,006	3,591	5,933	5,120	4,259	4,813
不動產業	12,645	2,563	5,518	6,005	1,586	3,524
中小企業	8,286	1,925	3,521	3,751	1,476	2,335
結構比	3.60	0.84	1.53	1.63	0.64	1.01
大企業	4,359	638	1,997	2,254	109	1,189
專業、科學及技術服務業	4,056	1,156	1,552	1,900	1,384	1,855
中小企業	2,376	1,156	1,552	1,018	887	1,097
結構比	1.11	0.54	0.73	0.48	0.42	0.51
大企業	31,670	1,680	-	882	-	758
支援服務業	5,182	1,469	2,362	1,931	2,913	2,340
中小企業	3,338	1,216	1,560	1,548	1,290	2,068
結構比	2.26	0.82	1.06	1.05	0.87	1.40
大企業	4,131	1,845	1,623	5,074	-	273
教育業	182	57	94	181	20	258
中小企業	182	57	94	181	20	150
結構比	1.65	0.51	0.86	1.65	0.18	1.37
大企業	-	-	-	-	-	108
醫療保健及社會工作服務業	332	28	20	20	2	52
中小企業	72	28	20	20	2	52
結構比	2.65	1.04	0.75	0.73	0.07	1.90
大企業	-	-	-	-	-	-
藝術、娛樂及休閒服務業	1,664	2,413	1,580	877	790	2,840
中小企業	1,475	993	727	877	460	1,529
結構比	2.64	1.78	1.30	1.57	0.82	2.74
大企業	853	458	-	531	-	1,310
其他服務業	8,013	2,515	4,322	4,578	2,289	5,674
中小企業	6,141	2,189	2,419	2,123	1,612	4,204
結構比	4.91	1.75	1.94	1.70	1.29	3.36
大企業	1,872	326	1,903	2,455	678	1,470

（續下頁）

附表 11 2016 年各縣市企業銷售額－按行業及規模別（續 6）

單位：新臺幣百萬元；%

縣市別 行業別及規模別	澎湖縣	花蓮縣	臺東縣	金門縣	連江縣
總 計	28,953	170,557	75,783	56,375	4,814
中小企業	20,117	91,533	47,813	32,386	2,993
結構比	0.17	0.78	0.41	0.28	0.03
大 企 業	9,337	78,730	27,685	23,988	1,320
農林漁牧業	65	355	524	91	5
中小企業	65	355	423	91	5
結構比	0.26	1.45	1.73	0.37	0.02
大 企 業	-	101	-	-	-
礦業及土石採取業	322	3,144	1,073	1,412	-
中小企業	322	2,565	1,073	1,412	-
結構比	1.10	8.80	3.68	4.85	-
大 企 業	-	0	-	-	-
製造業	736	18,980	3,905	13,251	516
中小企業	736	12,550	3,843	1,145	15
結構比	0.02	0.31	0.09	0.03	0.00
大 企 業	501	6,430	62	12,106	-
電力及燃氣供應業	1,015	24,844	2,417	924	160
中小企業	-	89	35	84	-
結構比	-	1.35	0.53	1.28	-
大 企 業	1,015	24,754	2,382	839	160
用水供應及污染整治業	124	856	423	218	33
中小企業	124	568	282	218	33
結構比	0.22	1.02	0.51	0.39	0.06
大 企 業	-	288	141	-	-
營建工程業	4,386	17,366	7,555	7,053	1,355
中小企業	4,285	14,579	6,970	7,005	1,082
結構比	0.30	1.03	0.49	0.49	0.08
大 企 業	101	2,788	585	48	273
批發及零售業	13,589	69,218	39,143	22,820	1,154
中小企業	8,910	39,247	22,095	16,182	966
結構比	0.21	0.90	0.51	0.37	0.02
大 企 業	4,679	29,971	17,047	6,638	188
運輸及倉儲業	2,458	5,322	3,242	3,646	904
中小企業	1,013	3,326	1,469	1,381	382
結構比	0.37	1.23	0.54	0.51	0.14
大 企 業	1,446	1,996	1,773	2,266	522
住宿及餐飲業	2,384	11,146	7,545	1,585	276
中小企業	2,031	8,344	5,747	1,295	276
結構比	0.46	1.89	1.30	0.29	0.06
大 企 業	352	2,801	1,798	290	-

（續下頁）

附表 11 2016 年各縣市企業銷售額－按行業及規模別（續 7）

單位：新臺幣百萬元；%

縣市別 行業別及規模別	澎湖縣	花蓮縣	臺東縣	金門縣	連江縣
出版、影音製作、傳播及資訊服務業	939	3,607	2,035	848	190
中小企業	95	398	149	249	13
結構比	0.08	0.33	0.12	0.21	0.01
大企業	843	3,209	1,886	600	177
金融及保險業	821	5,284	2,316	480	9
中小企業	422	2,044	1,362	255	9
結構比	0.21	1.01	0.67	0.13	0.00
大企業	399	3,240	954	224	-
不動產業	639	4,568	2,429	2,565	1
中小企業	639	2,958	1,373	1,589	1
結構比	0.28	1.28	0.60	0.69	0.00
大企業	-	1,610	1,056	977	-
專業、科學及技術服務業	46	1,270	566	264	87
中小企業	46	643	566	264	87
結構比	0.02	0.30	0.27	0.12	0.04
大企業	-	627	-	-	-
支援服務業	825	1,592	960	759	43
中小企業	825	1,446	960	759	43
結構比	0.56	0.98	0.65	0.51	0.03
大企業	-	145	-	-	-
教育業	13	48	38	8	1
中小企業	13	48	38	8	1
結構比	0.12	0.43	0.34	0.07	0.01
大企業	-	-	-	-	-
醫療保健及社會工作服務業	1	79	19	1	-
中小企業	1	79	19	1	-
結構比	0.02	2.89	0.69	0.04	-
大企業	-	-	-	-	-
藝術、娛樂及休閒服務業	180	1,241	398	131	31
中小企業	180	656	398	131	31
結構比	0.32	1.17	0.71	0.24	0.06
大企業	-	586	-	-	-
其他服務業	411	1,637	1,196	317	50
中小企業	411	1,637	1,012	317	50
結構比	0.33	1.31	0.81	0.25	0.04
大企業	-	185	-	-	-

附註：「-」表示無資料。

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，2016 年。

附表 12 2016 年企業之行業規模別家數

組織別 行業別及規模別	總 計	股份有 限公司	有限公司	無限公司	兩合公司
總 計	1,440,958	137,524	437,090	100	27
中小企業	1,408,313	119,474	429,707	100	27
結構比	100.00	8.48	30.51	0.01	0.00
大 企 業	32,645	18,050	7,383	-	-
農林漁牧業	11,446	1,207	1,463	-	3
中小企業	11,380	1,161	1,451	-	3
結構比	100.00	10.20	12.75	-	0.03
大 企 業	66	46	12	-	-
礦業及土石採取業	1134	325	449	-	-
中小企業	1103	295	448	-	-
結構比	100.00	27.08	39.82	-	-
大 企 業	31	30	1	-	-
製造業	148,971	34,942	61,276	5	2
中小企業	143,184	29,360	61,106	5	2
結構比	100.00	20.51	42.68	0.00	0.00
大 企 業	5,787	5,582	170	-	-
電力及燃氣供應業	973	278	475	-	-
中小企業	839	201	467	-	-
結構比	100.00	23.96	55.66	-	-
大 企 業	134	77	8	-	-
用水供應及污染整治業	7,545	698	3,112	1	-
中小企業	7,250	568	3,025	1	-
結構比	100.00	7.83	41.72	-	-
大 企 業	295	130	87	-	-
營建工程業	122,044	6,707	53,845	13	1
中小企業	120,828	5,829	53,543	13	1
結構比	100.00	4.82	44.31	0.01	0.00
大 企 業	1,216	878	302	-	-
批發及零售業	699,329	52,603	222,676	50	10
中小企業	682,218	45,112	216,891	50	10
結構比	100.00	6.58	31.17	0.01	0.00
大 企 業	17,111	7,491	5,785	-	-
運輸及倉儲業	32,371	4,776	9,976	1	1
中小企業	31,266	4,197	9,767	1	1
結構比	100.00	13.56	31.38	0.01	0.00
大 企 業	1,105	579	209	-	-
住宿及餐飲業	151,440	2,699	7,455	4	1
中小企業	150,893	2,429	7,369	4	1
結構比	100.00	1.54	4.43	0.00	0.00
大 企 業	547	270	86	-	-

一 按經營組織型態別

單位：家；%

合 夥	獨 資	本國公司 之分公司	外國公司在臺 之分公司	其 他
28,973	756,569	37,238	5,312	38,125
28,878	756,439	33,693	4,449	35,546
2.05	53.71	2.39	0.32	2.52
95	130	3,545	863	2,579
584	7,903	34	7	245
584	7,903	34	6	238
5.13	69.45	0.30	0.05	2.09
-	-	-	1	7
54	267	10	1	28
54	267	10	1	28
4.87	24.78	0.09	0.88	2.48
-	-	-	-	-
3,466	47,095	775	346	1,064
3,466	47,093	775	329	1,048
2.42	32.89	0.54	0.23	0.73
-	2	0	17	16
10	109	19	-	82
10	108	10	-	43
1.19	12.87	1.19	-	5.13
-	1	9	-	39
119	3,391	49	10	165
118	3,391	43	9	95
1.63	46.77	0.59	0.12	1.31
1	0	6	1	70
3,437	57,408	177	132	324
3,437	57,403	177	113	312
2.84	47.51	0.15	0.09	0.26
-	5	-	19	12
11,749	366,037	23,521	2,776	19,907
11,671	365,942	21,873	2,253	18,416
1.67	54.32	0.32	3.24	2.70
78	95	1,648	523	1,491
740	11,609	879	116	4,273
737	11,609	808	64	4,082
2.33	37.91	0.17	2.62	12.03
3	-	71	52	191
4,738	130,167	3,534	89	2,753
4,730	130,166	3,396	83	2,715
2.86	87.34	0.05	2.21	1.57
8	1	138	6	38

(續下頁)

附表 12 2016 年企業之行業規模別家數

行業別／規模別	總 計	股份有 限公司	有限公司	無限公司	兩合公司
出版、影音製作、傳播及資訊服務業	20,416	5,431	9,612	3	2
中小企業	19,642	4,885	9,541	3	2
結構比	100.00	24.42	46.91	0.01	0.01
大 企 業	774	546	71	-	-
金融及保險業	19,328	5,522	4,833	4	2
中小企業	16,850	4,981	4,811	4	2
結構比	100.00	29.60	27.18	0.02	0.02
大 企 業	2,478	541	22	-	-
不動產業	36,603	10,783	17,778	8	2
中小企業	35,157	9,821	17,433	8	2
結構比	100.00	27.55	49.62	0.02	0.01
大 企 業	1,446	962	345	-	-
專業、科學及技術服務業	47,285	6,720	24,910	8	1
中小企業	46,523	6,259	24,774	8	1
結構比	100.00	13.26	52.78	0.02	0.00
大 企 業	762	461	136	-	-
支援服務業	30,651	3,077	11,334	1	-
中小企業	30,126	2,767	11,211	1	-
結構比	100.00	9.19	36.11	0.00	-
大 企 業	525	310	123	-	-
教育業	2,433	209	743	-	-
中小企業	2,417	204	742	-	-
結構比	100.00	9.29	29.03	-	-
大 企 業	16	5	1	-	-
醫療保健及社會工作服務業	785	56	92	-	-
中小企業	766	47	90	-	-
結構比	100	5.75	12.18	-	-
大 企 業	19	9	2	-	-
藝術、娛樂及休閒服務業	25,594	742	2,724	2	2
中小企業	25,464	680	2,719	2	2
結構比	100.00	2.46	9.70	0.00	0.01
大 企 業	130	62	5	-	-
其他服務業	82,610	749	4,337	-	-
中小企業	82,407	678	4,319	-	-
結構比	100.00	0.82	5.08	-	-
大 企 業	203	71	18	-	-

一按經營組織型態別（續）

單位：家；%

合 夥	獨 資	本國公司 之分公司	外國公司在臺 之分公司	其 他
247	3,373	363	417	968
247	3,372	314	361	917
1.38	17.88	1.72	1.71	5.97
-	1	49	56	51
143	2,085	4,812	334	1,593
143	2,085	3,363	267	1,194
0.88	12.96	1.56	20.49	7.29
-	-	1,449	67	399
696	3,952	556	388	2,440
693	3,935	534	380	2,351
2.04	11.69	1.04	1.70	6.34
3	17	22	8	89
655	13,539	291	532	629
654	13,536	269	451	571
1.40	29.78	0.96	0.59	1.22
1	3	22	81	58
525	13,511	1,369	74	760
524	13,511	1,312	58	742
1.73	46.00	0.18	4.40	2.40
1	-	57	16	18
31	516	190	13	731
31	516	187	12	725
1.05	21.54	0.57	9.29	29.22
-	-	3	1	6
7	474	2	3	151
7	474	2	2	144
0.96	60.19	0.68	0.41	19.84
-	-	-	1	7
337	20,866	258	51	612
337	20,864	229	39	592
1.20	83.64	0.15	0.79	2.05
-	2	29	12	20
1,435	74,267	399	23	1,400
1,435	74,264	357	21	1,333
1.65	90.48	0.02	0.44	1.52
-	3	42	2	67

附 註：1.「-」表示無資料。

2.組織別分類中的「外國公司辦事處」，僅由外國公司向我國經濟部商業司報備設立，且依規定不得從事任何營利活動，故自 2014 年起不計入企業家數。

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，2016 年。

附表 13 2016 年製造業中業別家數－按規模別

單位：家；%

行業中分類	規模別	全部企業 (1)	中小企業 (2)			大企業	結構比
				(2)/(1)	結構比		
總計		148,971	143,184	96.12	100.00	5,787	100.00
食品及飼品製造業		9,732	9,485	97.46	6.62	247	4.27
飲料製造業		607	579	95.39	0.40	28	0.48
菸草製造業		8	5	62.50	0.00	3	0.05
紡織業		5,245	4,983	95.00	3.48	262	4.53
成衣及服飾品製造業		4,053	4,008	98.89	2.80	45	0.78
皮革、毛皮及其製品製造業		1,626	1,590	97.79	1.11	36	0.62
木竹製品製造業		2,860	2,828	98.88	1.98	32	0.55
紙漿、紙及紙製品製造業		3,062	2,964	96.80	2.07	98	1.69
印刷及資料儲存媒體複製業		8,554	8,482	99.16	5.92	72	1.24
石油及煤製品製造業		186	173	93.01	0.12	13	0.22
化學原材料、肥料、氮化合物、 塑橡膠原料及人造纖維製造業		1,605	1,367	85.17	0.95	238	4.11
其他化學製品製造業		2,671	2,500	93.60	1.75	171	2.95
藥品及醫用化學製品製造業		371	231	62.26	0.16	140	2.42
橡膠製品製造業		1,584	1,509	95.27	1.05	75	1.30
塑膠製品製造業		10,442	10,166	97.36	7.10	276	4.77
非金屬礦物製品製造業		3,217	3,035	94.34	2.12	182	3.14
基本金屬製造業		6,758	6,430	95.15	4.49	328	5.67
金屬製品製造業		39,288	38,707	98.52	27.03	581	10.04
電子零組件製造業		6,085	5,070	83.32	3.54	1,015	17.54
電腦、電子產品及光學製品製造業		3,194	2,671	83.63	1.87	523	9.04
電力設備及配備製造業		5,279	4,919	93.18	3.44	360	6.22
機械設備製造業		16,212	15,711	96.91	10.97	501	8.66
汽車及其零件製造業		2,301	2,134	92.74	1.49	167	2.89
其他運輸工具及其零件製造業		2,195	2,054	93.58	1.43	141	2.44
家具製造業		2,270	2,237	98.55	1.56	33	0.57
其他製造業		4,447	4,265	95.91	2.98	182	3.14
產業用機械設備維修及安裝業		5,119	5,081	99.26	3.55	38	0.66

(續下頁)

附表 13-1 2016 年製造業中業別銷售額－按規模別

單位：新臺幣百萬元；%

行業中分類	規模別	全部企業 (1)	中小企業 (2)			大企業	結構比
				(2)/(1)	結構比		
總計		13,608,467	4,070,669	29.91	100.00	9,821,836	100.00
食品及飼品製造業		506,078	203,655	40.24	5.00	295,065	3.00
飲料製造業		68,681	41,245	60.05	1.01	25,959	0.26
菸草製造業		27,358	11,596	42.38	0.28	15,211	0.15
紡織業		420,786	116,840	27.77	2.87	306,791	3.12
成衣及服飾品製造業		71,854	45,133	62.81	1.11	28,418	0.29
皮革、毛皮及其製品製造業		79,074	31,169	39.42	0.77	51,173	0.52
木竹製品製造業		45,820	34,460	75.21	0.85	11,349	0.12
紙漿、紙及紙製品製造業		196,927	118,779	60.32	2.92	77,683	0.79
印刷及資料儲存媒體複製業		158,730	79,851	50.31	1.96	79,985	0.81
石油及煤製品製造業		720,640	41,783	5.80	1.03	834,499	8.50
化學原材料、肥料、氮化合物、 塑橡膠原料及人造纖維製造業		1,046,773	378,057	36.12	9.29	722,323	7.35
其他化學製品製造業		278,890	76,509	27.43	1.88	217,524	2.21
藥品及醫用化學製品製造業		101,057	8,782	8.69	0.22	90,354	0.92
橡膠製品製造業		145,880	39,350	26.97	0.97	76,745	0.78
塑膠製品製造業		433,920	257,332	59.30	6.32	183,490	1.87
非金屬礦物製品製造業		312,236	154,274	49.41	3.79	175,463	1.79
基本金屬製造業		1,122,279	224,801	20.03	5.52	939,213	9.56
金屬製品製造業		1,112,546	704,634	63.34	17.31	412,108	4.20
電子零組件製造業		3,521,963	445,816	12.66	10.95	3,034,069	30.89
電腦、電子產品及光學製品製造業		705,684	88,791	12.58	2.18	642,558	6.54
電力設備及配備製造業		523,144	194,936	37.26	4.79	330,213	3.36
機械設備製造業		721,951	392,791	54.41	9.65	355,001	3.61
汽車及其零件製造業		579,224	74,645	12.89	1.83	512,296	5.22
其他運輸工具及其零件製造業		325,435	96,086	29.53	2.36	242,233	2.47
家具製造業		66,744	46,449	69.59	1.14	20,772	0.21
其他製造業		171,470	78,275	45.65	1.92	88,426	0.90
產業用機械設備維修及安裝業		143,323	84,631	59.05	2.08	52,916	0.54

(續下頁)

附表 13-2 2016 年製造業中業別內銷額－按規模別

單位：新臺幣百萬元；%

行業中分類	規模別	全部企業 (1)	中小企業 (2)			大企業	結構比
				(2)/(1)	結構比		
總計		7,186,164	3,093,557	43.05	100.00	4,092,607	100.00
食品及飼品製造業		473,332	193,942	40.97	6.27	279,390	6.83
飲料製造業		66,226	40,643	61.37	1.31	25,584	0.63
菸草製造業		23,672	11,596	48.98	0.37	12,077	0.30
紡織業		249,983	93,767	37.51	3.03	156,216	3.82
成衣及服飾品製造業		46,565	33,440	71.81	1.08	13,125	0.32
皮革、毛皮及其製品製造業		37,195	20,395	54.83	0.66	16,800	0.41
木竹製品製造業		41,901	32,018	76.41	1.03	9,884	0.24
紙漿、紙及紙製品製造業		166,352	106,601	64.08	3.45	59,752	1.46
印刷及資料儲存媒體複製業		104,556	75,852	72.55	2.45	28,704	0.70
石油及煤製品製造業		443,097	41,657	9.40	1.35	401,439	9.81
化學原材料、肥料、氮化合物、 塑橡膠原料及人造纖維製造業		576,586	354,894	61.55	11.47	221,692	5.42
其他化學製品製造業		202,123	61,966	30.66	2.00	140,157	3.42
藥品及醫用化學製品製造業		82,842	7,937	9.58	0.26	74,904	1.83
橡膠製品製造業		75,993	28,305	37.25	0.91	47,688	1.17
塑膠製品製造業		292,651	207,025	70.74	6.69	85,626	2.09
非金屬礦物製品製造業		239,357	136,720	57.12	4.42	102,637	2.51
基本金屬製造業		807,656	191,737	23.74	6.20	615,919	15.05
金屬製品製造業		781,651	587,524	75.16	18.99	194,127	4.74
電子零組件製造業		649,830	140,866	21.68	4.55	508,964	12.44
電腦、電子產品及光學製品製造業		268,103	53,786	20.06	1.74	214,317	5.24
電力設備及配備製造業		326,246	150,068	46.00	4.85	176,177	4.30
機械設備製造業		403,186	261,674	64.90	8.46	141,512	3.46
汽車及其零件製造業		461,209	58,163	12.61	1.88	403,045	9.85
其他運輸工具及其零件製造業		147,339	49,405	33.53	1.60	97,934	2.39
家具製造業		40,702	30,161	74.10	0.97	10,541	0.26
其他製造業		78,814	47,119	59.79	1.52	31,694	0.77
產業用機械設備維修及安裝業		98,996	76,295	77.07	2.47	22,701	0.55

(續下頁)

附表 13-3 2016 年製造業中業別出口額－按規模別

單位：新臺幣百萬元；%

行業中分類	規模別	全部企業 (1)	中小企業 (2)			大企業	結構比
				(2)/(1)	結構比		
總計		6,422,303	977,112	15.21	100.00	5,445,191	100.00
食品及飼料製造業		32,745	9,713	29.66	0.99	23,032	0.42
飲料製造業		2,454	602	24.53	0.06	1,852	0.03
菸草製造業		3,686	0	0.00	0.00	3,686	0.07
紡織業		170,803	23,073	13.51	2.36	147,730	2.71
成衣及服飾品製造業		25,289	11,693	46.24	1.20	13,596	0.25
皮革、毛皮及其製品製造業		41,879	10,773	25.72	1.10	31,105	0.57
木竹製品製造業		3,919	2,442	62.31	0.25	1,477	0.03
紙漿、紙及紙製品製造業		30,575	12,178	39.83	1.25	18,397	0.34
印刷及資料儲存媒體複製業		54,174	3,999	7.38	0.41	50,174	0.92
石油及煤製品製造業		277,543	126	0.05	0.01	277,417	5.09
化學原材料、肥料、氮化合物、 塑橡膠原料及人造纖維製造業		470,186	23,163	4.93	2.37	447,023	8.21
其他化學製品製造業		76,767	14,542	18.94	1.49	62,224	1.14
藥品及醫用化學製品製造業		18,216	845	4.64	0.09	17,371	0.32
橡膠製品製造業		69,887	11,045	15.80	1.13	58,842	1.08
塑膠製品製造業		141,269	50,307	35.61	5.15	90,961	1.67
非金屬礦物製品製造業		72,879	17,554	24.09	1.80	55,325	1.02
基本金屬製造業		314,623	33,064	10.51	3.38	281,559	5.17
金屬製品製造業		330,895	117,110	35.39	11.99	213,785	3.93
電子零組件製造業		2,872,134	304,950	10.62	31.21	2,567,183	47.15
電腦、電子產品及光學製品製造業		437,581	35,005	8.00	3.58	402,575	7.39
電力設備及配備製造業		196,898	44,867	22.79	4.59	152,031	2.79
機械設備製造業		318,765	131,117	41.13	13.42	187,648	3.45
汽車及其零件製造業		118,015	16,482	13.97	1.69	101,533	1.86
其他運輸工具及其零件製造業		178,096	46,681	26.21	4.78	131,415	2.41
家具製造業		26,043	16,288	62.54	1.67	9,754	0.18
其他製造業		92,657	31,156	33.62	3.19	61,501	1.13
產業用機械設備維修及安裝業		44,327	8,335	18.80	0.85	35,991	0.66

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，2016 年。

附表 14 2016 年女性企業家數及銷售額－按行業及規模別

單位：家；新臺幣百萬元；%

行業別	規模別	男 合 計	女 性 企 業				
			總 計	中小企業	結構比	大企業	結構比
家 數							
總 計		1,395,558	518,565	512,214	100.00	6,351	100.00
農、林、漁、牧業		11,434	2,778	2,764	0.54	14	0.22
礦業及土石採取業		1,101	256	252	0.05	4	0.06
製造業		142,304	40,956	40,366	7.88	590	9.29
電力及燃氣供應業		817	229	217	0.04	12	0.19
用水供應及污染整治業		7,237	2,211	2,147	0.42	64	1.01
營建工程業		120,605	30,633	30,413	5.94	220	3.46
批發及零售業		675,320	262,903	259,044	50.57	3,859	60.76
運輸及倉儲業		30,764	8,366	8,208	1.60	158	2.49
住宿及餐飲業		149,776	70,884	70,737	13.81	147	2.31
出版、影音製作、傳播及資通訊服務業		18,963	5,777	5,685	1.11	92	1.45
金融及保險業		16,508	6,279	5,650	1.10	629	9.90
不動產業		34,833	10,941	10,667	2.08	274	4.31
專業、科學及技術服務業		45,510	16,721	16,590	3.24	131	2.06
支援服務業		29,926	11,624	11,512	2.25	112	1.76
教育業		2,319	971	969	0.19	2	0.03
醫療保健及社會工作服務業		754	205	204	0.04	1	0.02
藝術、娛樂及休閒服務業		25,300	9,228	9,214	1.80	14	0.22
其他服務業		82,151	37,603	37,575	7.34	28	0.44
銷 售 額							
總 計		33,709,720	5,546,872	2,917,560	100.00	2,629,313	100.00
農、林、漁、牧業		46,131	9,937	5,803	0.20	4,133	0.16
礦業及土石採取業		42,696	4,520	4,079	0.14	441	0.02
製造業		11,562,512	1,088,843	696,139	23.86	392,705	14.94
電力及燃氣供應業		778,566	5,211	1,088	0.04	4,123	0.16
用水供應及污染整治業		169,529	40,975	16,655	0.57	24,320	0.92
營建工程業		2,056,379	434,323	354,144	12.14	80,179	3.05
批發及零售業		11,912,090	2,635,001	1,266,123	43.40	1,368,879	52.06
運輸及倉儲業		1,036,629	173,146	76,189	2.61	96,957	3.69
住宿及餐飲業		589,165	205,276	169,102	5.80	36,174	1.38
出版、影音製作、傳播及資通訊服務業		964,641	107,071	29,429	1.01	77,642	2.95
金融及保險業		2,161,752	368,899	60,262	2.07	308,637	11.74
不動產業		1,030,933	172,232	60,478	2.07	111,754	4.25
專業、科學及技術服務業		615,521	129,974	64,077	2.20	65,898	2.51
支援服務業		393,067	80,920	49,660	1.70	31,261	1.19
教育業		15,159	3,602	2,805	0.10	797	0.03
醫療保健及社會工作服務業		27,586	858	729	0.02	129	0.00
藝術、娛樂及休閒服務業		85,695	19,079	15,528	0.53	3,550	0.14
其他服務業		221,670	67,006	45,270	1.55	21,736	0.83

(續下頁)

附表 14-1 2016 年女性企業內銷額及出口額－按行業及規模別

單位：新臺幣百萬元；%

行業別	規模別	男 合 計	女 性 企 業				
			總 計	中小企業	結構比	大企業	結構比
內 銷 額							
總 計		26,169,262	4,761,819	2,654,816	100.00	2,107,003	100.00
農、林、漁、牧業		38,671	8,882	5,192	0.20	3,690	0.18
礦業及土石採取業		42,266	4,488	4,047	0.15	441	0.02
製造業		6,655,353	773,237	566,627	21.34	206,610	9.81
電力及燃氣供應業		764,616	5,207	1,084	0.04	4,123	0.20
用水供應及污染整治業		161,635	40,117	16,263	0.61	23,854	1.13
營建工程業		1,998,415	430,407	352,536	13.28	77,871	3.70
批發及零售業		9,886,725	2,247,436	1,141,732	43.01	1,105,704	52.48
運輸及倉儲業		769,823	120,876	74,545	2.81	46,331	2.20
住宿及餐飲業		587,414	205,041	169,041	6.37	36,000	1.71
出版、影音製作、傳播及資通訊服務業		869,429	103,176	27,718	1.04	75,457	3.58
金融及保險業		2,159,186	368,475	59,995	2.26	308,480	14.64
不動產業		1,028,236	171,993	60,397	2.27	111,596	5.30
專業、科學及技術服務業		474,207	113,152	62,048	2.34	51,105	2.43
支援服務業		387,637	79,003	49,423	1.86	29,580	1.40
教育業		15,081	3,578	2,782	0.10	797	0.04
醫療保健及社會工作服務業		24,467	840	711	0.03	129	0.01
藝術、娛樂及休閒服務業		85,396	19,044	15,494	0.58	3,550	0.17
其他服務業		220,704	66,865	45,180	1.70	21,685	1.03
出 口 額							
總 計		7,540,457	785,053	262,744	100.00	522,309	100.00
農、林、漁、牧業		7,460	1,055	611	0.23	444	0.08
礦業及土石採取業		430	32	32	0.01	0	0.00
製造業		4,907,159	315,606	129,512	49.29	186,095	35.63
電力及燃氣供應業		13,950	4	4	0.00	0	0.00
用水供應及污染整治業		7,894	858	392	0.15	466	0.09
營建工程業		57,964	3,916	1,607	0.61	2,309	0.44
批發及零售業		2,025,364	387,566	124,391	47.34	263,175	50.39
運輸及倉儲業		266,805	52,270	1,644	0.63	50,625	9.69
住宿及餐飲業		1,751	235	61	0.02	173	0.03
出版、影音製作、傳播及資通訊服務業		95,212	3,895	1,710	0.65	2,185	0.42
金融及保險業		2,566	423	267	0.10	156	0.03
不動產業		2,697	238	81	0.03	157	0.03
專業、科學及技術服務業		141,314	16,822	2,029	0.77	14,793	2.83
支援服務業		5,430	1,917	236	0.09	1,681	0.32
教育業		78	24	24	0.01	0	0.00
醫療保健及社會工作服務業		3,119	18	18	0.01	0	0.00
藝術、娛樂及休閒服務業		299	35	35	0.01	0	0.00
其他服務業		965	141	90	0.03	51	0.01

附註：1. 本表女性企業係指該企業代表人為女性，但代表人若為法人或外國人，因無法區分性別，統計時未將其納入，因此男女合計家數不同於附表 1 之全部企業家數。2. 「0」表示為 0 或不及 1 單位；「-」表示無資料。

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，2016 年。

附表 15 2016 年就業人數－按主要工作所在縣市及企業規模別

單位：千人；%

縣市別 \ 規模別	總計		中 小 企 業		大企業		政 府 僱 用	
		結構比		結構比		結構比		結構比
總 計	11,267	100.00	8,810	100.00	1,432	100.00	1,025	100.00
臺北市	1,893	16.80	1,342	15.23	301	21.05	250	24.37
新北市	1,618	14.36	1,375	15.60	133	9.29	110	10.75
桃園市	1,073	9.52	753	8.55	246	17.16	74	7.17
臺中市	1,413	12.54	1,191	13.52	123	8.58	99	9.67
臺南市	940	8.34	756	8.58	116	8.10	68	6.66
高雄市	1,298	11.52	1,025	11.64	159	11.11	114	11.12
基隆市	112	0.99	88	1.00	6	0.39	18	1.79
宜蘭縣	182	1.61	152	1.72	8	0.53	22	2.18
新竹市	317	2.82	173	1.96	122	8.55	22	2.13
新竹縣	220	1.95	150	1.70	56	3.90	14	1.41
苗栗縣	218	1.93	149	1.69	48	3.32	21	2.08
彰化縣	532	4.72	458	5.20	37	2.58	36	3.55
南投縣	209	1.86	175	1.98	9	0.60	26	2.53
雲林縣	285	2.53	225	2.56	30	2.10	30	2.92
嘉義市	117	1.04	95	1.08	7	0.48	15	1.50
嘉義縣	200	1.77	170	1.94	11	0.77	18	1.79
屏東縣	313	2.78	269	3.05	10	0.72	34	3.33
澎湖縣	36	0.32	24	0.27	0	0.02	11	1.09
花蓮縣	133	1.18	102	1.15	8	0.55	24	2.29
臺東縣	89	0.79	70	0.79	3	0.19	17	1.62
金 馬	1	0.00	0	0.00	-	-	0	0.03
其 他	68	0.60	68	0.77	-	-	0	0.03

附 註：1. 「其他」指戶籍地設於臺灣地區，於國內中小企業就業，但在中國大陸(含港澳)或國外工作。

2. 「0」表示為 0 或不及 1 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，2016 年。

附表 15-1 2016 年受僱人數－按主要工作所在縣市及企業規模別

單位：千人；%

縣市別	規模別		中 小 企 業		大企業		政 府 用	
	總計	結構比	總計	結構比	總計	結構比	總計	結構比
總 計	8,926	100.00	6,472	100.00	1,429	100.00	1,025	100.00
臺北市	1,683	18.85	1,132	17.49	301	21.04	250	24.37
新北市	1,343	15.04	1,099	16.99	133	9.30	110	10.75
桃園市	922	10.33	603	9.32	245	17.15	74	7.17
臺中市	1,103	12.35	881	13.61	123	8.59	99	9.67
臺南市	706	7.90	522	8.06	116	8.09	68	6.66
高雄市	1,023	11.46	751	11.60	159	11.09	114	11.12
基隆市	88	0.99	64	0.99	6	0.39	18	1.79
宜蘭縣	129	1.45	99	1.53	8	0.53	22	2.18
新竹市	284	3.19	140	2.17	122	8.55	22	2.13
新竹縣	182	2.03	111	1.72	56	3.91	14	1.41
苗栗縣	165	1.85	97	1.49	48	3.33	21	2.08
彰化縣	370	4.14	297	4.58	37	2.58	36	3.55
南投縣	124	1.39	90	1.38	9	0.60	26	2.53
雲林縣	169	1.89	109	1.68	30	2.10	30	2.92
嘉義市	89	0.99	66	1.02	7	0.48	15	1.50
嘉義縣	108	1.21	79	1.22	11	0.78	18	1.79
屏東縣	202	2.27	158	2.44	10	0.72	34	3.33
澎湖縣	25	0.28	13	0.21	0	0.02	11	1.09
花蓮縣	97	1.08	65	1.01	8	0.55	24	2.29
臺東縣	56	0.63	37	0.57	3	0.19	17	1.62
金 馬	0	0.01	0	0.00	-	-	0	0.03
其 他	59	0.67	59	0.91	-	-	0	0.03

附 註：1. 「其他」指戶籍地設於臺灣地區，受僱於國內中小企業，但在中國大陸(含港澳)或國外工作。

2. 「0」表示為 0 或不及 1 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，2016 年。

附表 16 2016 年企業之行業家數及銷售額

資本額級距 行業別／指標		總 計	未滿 0.1 百萬元	0.1-1 百萬元	1-5 百萬元	5-10 百萬元	10-20 百萬元
全 部 企 業	家 數	1,440,958	525,793	396,642	252,978	131,665	61,847
	銷售額	38,312,769	6,696,134	1,446,899	2,387,901	2,562,708	2,239,099
中 小 企 業	家 數	1,408,313	519,866	396,188	251,580	129,177	58,520
	銷售額	11,764,677	2,877,273	1,335,007	1,936,636	1,773,537	1,396,775
大 企 業	家 數	32,645	5,927	454	1,398	2,488	3,327
	銷售額	26,548,091	3,996,740	1,047,661	9,624,472	790,876	840,619
農 林 業	家 數	11,446	4,867	3,647	1,329	601	530
	銷售額	46,826	5,526	3,879	4,977	3,993	5,188
礦 業 及 土 石 採 取 業	家 數	1,134	75	244	300	180	169
	銷售額	42,839	7,369	1,393	3,083	3,952	5,386
製 造 業	家 數	148,971	27,998	29,551	35,491	25,692	12,419
	銷售額	13,608,466	1,195,282	165,304	389,781	507,164	497,806
電 力 及 燃 氣 供 應 業	家 數	973	135	172	250	109	140
	銷售額	794,817	613,656	541	1,259	1,913	4,332
用水供應及污 染 整 治 業	家 數	7,545	1,518	2,355	1,600	1,147	501
	銷售額	173,392	33,803	8,338	15,105	22,248	16,535
營 建 工 程 業	家 數	122,044	9,107	53,515	35,275	11,887	6,678
	銷售額	2,148,502	105,871	230,602	299,169	186,199	204,178
批 發 及 零 售 業	家 數	699,329	280,288	179,391	124,544	67,283	26,309
	銷售額	13,713,916	2,724,864	715,489	1,281,647	1,480,955	1,166,742
運 輸 及 倉 儲 業	家 數	32,371	12,384	4,573	4,082	4,255	2,238
	銷售額	1,141,593	248,840	17,896	35,066	95,469	81,528
住 宿 及 餐 飲 業	家 數	151,440	92,640	49,061	5,476	1,745	1,063
	銷售額	622,182	258,514	121,065	48,846	28,063	25,492
出版、影音製作、 傳播及資訊服 務 業	家 數	20,416	2,423	5,737	6,267	2,577	1,498
	銷售額	1,064,855	223,663	14,385	56,780	33,533	42,319
金 融 及 保 險 業	家 數	19,328	6,362	1,446	4,624	1,317	1,377
	銷售額	2,277,273	934,311	16,460	27,884	21,848	15,778
不 動 產 業	家 數	36,603	4,046	6,524	8,810	3,797	4,130
	銷售額	1,060,509	100,333	25,629	50,164	39,367	62,023
專業、科學及 技 術 服 務 業	家 數	47,285	7,057	16,337	14,867	4,753	2,263
	銷售額	705,177	45,192	43,655	105,917	82,283	57,924
支 援 服 務 業	家 數	30,651	7,654	10,011	4,732	5,050	1,850
	銷售額	540,152	37,851	29,406	40,606	39,130	41,796
教 育 服 務 業	家 數	2,433	1,084	687	413	129	60
	銷售額	16,003	7,737	931	2,033	853	1,584
醫療保健及社 會工作服務業	家 數	785	407	206	71	33	17
	銷售額	27,817	18,675	729	382	609	326
藝術、娛樂及 休 閒 服 務 業	家 數	25,594	13,767	9,293	1,533	442	216
	銷售額	91,406	35,836	15,607	9,684	6,126	2,422
其 他 服 務 業	家 數	82,610	53,981	23,892	3,314	668	389
	銷售額	237,044	98,813	35,590	15,518	9,003	7,740

一按資本額級距

單位：家；%

20-30 百萬元	30-40 百萬元	40-50 百萬元	50-60 百萬元	60-80 百萬元	0.8-1 億元	1-2 億元	2 億元 以上
31,287	7,530	3,678	5,204	4,803	2,759	7,589	9,183
1,953,460	706,506	429,455	757,997	765,115	558,706	2,149,805	15,658,983
28,141	6,359	2,993	4,245	3,882	1,503	3,043	2,816
1,029,829	321,098	190,050	330,893	373,179	89,950	57,031	53,418
3,146	1,171	685	959	921	1,256	4,546	6,367
924,432	388,868	243,109	426,961	392,321	313,968	1,314,510	6,243,556
254	54	9	30	34	14	37	40
4,937	1,629	159	2,033	2,320	1,259	2,859	8,066
92	15	7	6	13	2	17	14
4,541	1,034	780	262	1,073	273	4,502	9,190
6,754	1,557	893	1,195	1,387	811	2,109	3,114
491,031	184,317	117,050	202,882	263,853	211,842	746,636	8,635,517
42	14	11	9	11	5	19	56
1,968	1,573	633	2,090	1,437	1,046	8,299	156,070
186	34	13	30	47	20	44	50
10,125	3,240	868	3,513	12,219	5,573	6,599	35,226
2,780	494	208	449	366	164	717	404
173,474	41,826	28,071	71,415	65,530	28,620	176,975	536,573
10,246	2,338	1,125	1,528	1,436	875	1,965	2,001
907,780	313,597	190,183	338,225	308,583	212,475	833,274	3,240,103
2,909	1,000	75	344	119	47	154	191
109,767	54,688	11,755	35,896	16,245	8,671	79,672	346,099
559	136	66	102	104	69	192	227
17,324	5,457	3,941	4,630	9,688	10,901	20,127	68,134
610	197	108	212	147	89	226	325
49,557	9,633	7,704	17,293	19,432	39,016	81,401	470,139
1,120	295	171	346	279	214	672	1,105
15,579	13,715	7,237	14,478	6,909	4,749	23,094	1,175,231
4,372	897	306	650	636	310	999	1,126
108,918	31,551	10,402	43,238	31,631	15,395	87,445	454,414
810	238	83	161	123	75	241	277
35,837	25,884	9,053	10,535	15,414	5,800	33,503	234,181
304	148	566	82	50	32	83	89
16,871	12,809	30,290	7,100	7,884	9,635	29,106	237,668
19	10	0	4	5	2	8	12
237	515	88	63	56	1,393	513	
11	4	4	1	3	1	6	21
242	16	117	-	18	96	624	5,982
105	31	18	29	21	14	53	72
2,149	1,337	232	1,137	972	387	3,085	12,433
114	68	15	26	22	15	47	59
3,124	3,685	10,890	3,208	1,851	1,575	12,089	33,958

附註：「0」表示為0或不及1單位；「-」表示無資料；級距「1-5 百萬元」為1百萬元以上至未滿5百萬元，依此類推。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，2016年。

附表 16-1 2016 年企業行業之家數及銷售額

銷售額級距		總 計	未滿 0.5 百萬元	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	1,440,958	315,199	727,813	125,504	107,198	53,665
	銷售額	38,312,769	46,641	1,137,585	901,475	1,530,965	1,319,673
中 小 企 業	家 數	1,408,313	314,733	727,568	125,342	106,986	53,507
	銷售額	11,764,677	46,869	1,137,018	900,234	1,527,809	1,315,744
大 企 業	家 數	32,645	466	245	162	212	158
	銷售額	26,548,091	-228	566	1,241	3,156	3,928
農 林 業	家 數	11,446	6,888	3,587	300	263	140
	銷售額	46,826	403	4,505	2,161	3,746	3,432
礦 業 及 土 石 採 取 業	家 數	1,134	382	272	98	101	57
	銷售額	42,839	19	603	717	1,444	1,443
製 造 業	家 數	148,971	19,577	54,607	20,658	19,227	9,665
	銷售額	13,608,467	2,418	116,460	149,115	275,185	237,435
電 力 及 燃 氣 供 應 業	家 數	973	335	266	83	74	15
	銷售額	794,817	18	598	584	1,068	388
用水供應及污染 整 治 業	家 數	7,545	1,965	3,058	696	663	362
	銷售額	173,392	310	5,182	5,022	9,584	8,957
營 建 工 程 業	家 數	122,044	23,961	50,144	18,217	14,061	6,081
	銷售額	2,148,502	2,652	110,248	130,202	198,913	149,789
批 發 及 零 售 業	家 數	699,329	135,958	370,199	58,618	53,250	28,164
	銷售額	13,713,916	17,902	553,663	421,449	763,913	692,908
運 輸 及 倉 儲 業	家 數	32,371	10,691	10,091	2,912	2,928	2,022
	銷售額	1,141,593	2,437	18,582	20,918	42,337	50,017
住 宿 及 餐 飲 業	家 數	151,440	24,061	110,720	6,541	4,845	2,135
	銷售額	622,182	6,185	139,948	46,829	68,627	52,086
出版、影音製作、傳 播及資訊服務業	家 數	20,416	7,823	6,900	1,789	1,433	621
	銷售額	1,064,855	752	13,506	12,850	20,284	15,226
金 融 及 保 險 業	家 數	19,328	6,515	4,730	1,201	1,122	737
	銷售額	2,277,273	-336	8,117	8,658	16,178	18,287
不 動 產 業	家 數	36,603	14,966	10,196	4,003	2,800	1,147
	銷售額	1,060,509	342	21,803	29,040	39,508	28,097
專業、科學及技 術 服 務 業	家 數	47,285	16,647	20,077	4,390	2,827	1,136
	銷售額	705,177	2,225	36,359	31,392	39,722	27,731
支 援 服 務 業	家 數	30,651	8,805	14,584	2,985	1,970	806
	銷售額	540,152	1,581	25,447	21,213	27,770	19,739
教 育 服 務 業	家 數	2,433	949	893	278	182	50
	銷售額	16,003	112	1,680	1,963	2,607	1,214
醫療保健及社會 工 作 服 務 業	家 數	785	366	296	35	30	18
	銷售額	27,817	89	438	242	388	444
藝術、娛樂及休 閒 服 務 業	家 數	25,594	9,899	13,691	872	495	189
	銷售額	91,406	1,810	18,400	6,193	6,954	4,642
其 他 服 務 業	家 數	82,610	25,411	53,502	1,828	927	320
	銷售額	237,044	7,723	62,049	12,927	12,734	7,837

一按銷售額級距

單位：家；新臺幣百萬元

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	1-2 億元	2 億元 及以上
24,451	14,929	10,300	7,744	5,992	9,091	19,205	19,867
842,969	667,781	563,725	501,568	448,378	812,658	2,676,398	26,862,955
24,310	14,819	10,159	7,628	5,895	8,864	5,258	3,244
838,091	662,829	555,981	494,020	441,082	792,179	732,356	2,320,466
141	110	141	116	97	227	13,947	16,623
4,878	4,952	7,744	7,548	7,296	20,479	1,944,042	24,542,489
77	37	32	24	20	12	31	35
2,679	1,655	1,762	1,546	1,473	1,056	4,261	18,145
40	36	26	13	6	14	54	35
1,401	1,644	1,431	856	449	1,250	7,729	23,853
4,487	2,962	2,151	1,595	1,260	2,023	4,610	6,149
154,738	132,435	117,664	103,224	94,327	180,915	648,561	11,395,990
12	10	14	13	6	11	34	100
429	443	794	860	447	982	4,859	783,346
166	115	68	53	43	61	136	159
5,737	5,126	3,760	3,442	3,225	5,462	19,014	98,569
2,460	1,549	988	719	516	736	1,463	1,149
84,657	69,376	53,977	46,554	38,615	65,721	203,996	993,802
12,773	7,248	4,969	3,731	2,915	4,393	8,971	8,140
440,125	324,179	271,826	241,791	218,344	392,405	1,244,211	8,131,201
907	569	377	267	198	304	537	568
31,234	25,463	20,691	17,282	14,772	27,236	74,367	796,257
999	590	359	267	173	203	301	246
34,330	26,320	19,659	17,318	12,817	18,167	41,114	138,781
333	237	163	127	85	130	295	480
11,550	10,635	8,945	8,162	6,332	11,600	41,473	903,540
541	465	358	343	326	512	1,276	1,202
18,852	20,927	19,715	22,156	24,360	46,156	177,388	1,896,816
606	407	326	255	183	268	661	785
21,033	18,170	17,919	16,570	13,707	24,042	92,860	737,416
473	318	215	150	103	187	360	402
16,240	14,131	11,742	9,735	7,681	16,552	50,218	441,449
325	197	146	93	81	134	272	253
11,216	8,757	7,963	6,001	6,053	11,969	37,929	354,516
23	13	9	5	7	8	10	6
792	596	484	322	526	690	1,249	3,769
6	6	3	1	2	3	7	12
214	269	165	64	150	268	972	24,115
81	68	46	40	35	48	88	42
2,841	3,023	2,517	2,584	2,637	4,281	12,412	23,113
142	102	50	48	33	44	99	104
4,901	4,631	2,710	3,100	2,463	3,907	13,785	98,277

附註及資料來源：同附表 16。

附錄 3 2016 年中小企業傑出獎項得獎名錄

一、2016 年小巨人獎得獎名單

小巨人獎得獎企業名單			
1	呂錡股份有限公司	6	高明鐵企業股份有限公司
2	亞台富士精機股份有限公司	7	朝程工業股份有限公司
3	怡業股份有限公司	8	森田生醫股份有限公司
4	東佑達自動化科技股份有限公司	9	歐典生物科技股份有限公司
5	恆智重機股份有限公司	10	醫揚科技股份有限公司

資料來源：經濟部中小企業處，2017 年。

二、2016 年國家磐石獎得獎名單

國家磐石獎得獎企業名單			
1	力誠實業(股)公司	6	康淳科技(股)公司
2	呂錡(股)公司	7	精湛光學科技(股)公司
3	威潤科技(股)公司	8	廣美科技(股)公司
4	高鼎精密材料(股)公司	9	醫揚科技(股)公司
5	常廣(股)公司		

資料來源：經濟部中小企業處，2017 年。

三、2016 年績優育成中心

組 別	得獎育成中心
國際榮耀	南臺科技大學創新育成中心
跨國育成	中原大學創新育成中心
區域聯盟	逢甲大學育成與技術授權中心
創新應用	國立臺灣科技大學創新育成中心
青年創業	高雄醫學大學創新育成中心
婦女創業	國立臺東大學產學營運及創新育成中心
社企育成	美和科技大學創新育成中心
前育成社群	光明頂創育(股)公司

資料來源：經濟部中小企業處，2017 年。

四、中小企業創新研究獎暨新創事業獎

(一) 2016 年新創事業獎得獎名單

新創事業獎得獎企業名單			
1	台灣艾特維(股)公司	7	貝殼放大(股)公司
2	宏威錡科技(股)公司	8	上尚文化企業有限公司
3	得心(股)公司	9	積躍(股)公司
4	拓華生技(股)公司	10	台灣恩寧(股)公司
5	瑞德感知科技(股)公司	11	毛毛蟲創意行銷有限公司
6	森田生醫(股)公司	12	愛綠淨生技(股)公司

資料來源：經濟部中小企業處，2017 年。

(二) 2016 年中小企業創新研究獎得獎名單

	得獎企業	創新產品
1	七信工業(股)公司	AM-ICD 智慧型輸送帶式高溫定速染色機
2	九晟電子(股)公司	輪胎異常偵測系統
3	大愛感恩科技(股)公司	大愛感恩 R2R®刷毛系列產品
4	台灣恩寧(股)公司	寵物用腫瘤熱消融系統
5	台灣維順工業(股)公司	可收折式高活動型手動輪椅 翺翔 HW6
6	永虹先進材料(股)公司	中模數大絲束碳纖維產品開發技術
7	伊比虎模型有限公司	電動噴射引擎
8	冰河森林數位科技(股)公司	冰河森林智慧旅遊 ECHO 迴聲移動雲端資訊管理暨資料交換平臺系統
9	成亞資源科技(股)公司	矽錠
10	艾爾希格科技(股)公司	空中簽名生物辨識技術
11	宏傑科技(股)公司	LED 檯燈燈泡
12	亞太菁英(股)公司	航太發動機機匣五軸加工中心機
13	和鑫生技開發(股)公司	穿透式牙科電腦斷層用 X 光模組(50% 超低輻射)
14	偉裕生技(股)公司	環控量產有機銀耳
15	國泰皮革工業(股)公司	青花魚
16	國璽幹細胞應用技術(股)公司	醫藥級脂肪幹細胞製劑生產技術平臺
17	傑智環境科技(股)公司	(大型)高效能雙槽蓄熱式廢氣焚化爐
18	湛天創新科技(股)公司	Pubu 飽讀電子書
19	隆騎國際企業有限公司	BS-01 直立/橫放式兩用停車架
20	微細科技(股)公司	一種神奇的人造木材—微晶木
21	愛瑪麗歐(股)公司	全球首創 360 度自動追蹤人臉偵測安控機器人
22	源台精密科技(股)公司	探針卡光學量測及調針機
23	源星生醫科技(股)公司	智慧型雲端家庭健康照護系統
24	瑞德感知科技(股)公司	動態導引系統
25	雍御企業(股)公司	600 c.c.電噴式全地形車性能提升及外型創新
26	碩網資訊(股)公司	SmartRobot 智能機器人解決方案
27	聚豐全球(股)公司	聚豐全球貿聯網
28	億力鑫系統科技(股)公司	6 吋全自動單晶圓濕式光阻去除機
29	薈昇企業有限公司	5.5-7.5Kg 可調整重量之輕型槓片
30	醫揚科技(股)公司	醫療級不斷電行動醫護平臺
31	寶創科技(股)公司	LED 透明顯示屏

資料來源：經濟部中小企業處，2017 年。

五、2016 年女性創業菁英賽得獎名單

菁英組得獎名單		
美科科技股份有限公司	楊美斐 董事長	第 1 名
米蘭營銷策劃股份有限公司	陳琦琦 共同創辦人	第 2 名
加州椰子國際有限公司	闕怡瑩 負責人	第 3 名
益銳股份有限公司	曹秀敏 董事長	佳作
旭然國際股份有限公司	吳玲美 董事長	佳作
富商國際股份有限公司	吳長馨 總經理	佳作
新創組得獎名單		
好好鮮生股份有限公司	莊景宇 共同創辦人	第 1 名
愛綠淨生技股份有限公司	傅湘楹 負責人	第 2 名

新創組得獎名單		
潮碼科技股份有限公司	鄭翎芝 CTO	第 3 名
家誠全球數位醫材股份有限公司	蔡幸君 董事長	佳作
生命之星國際股份有限公司	陳孟專 執行董事	佳作
社企組得獎名單		
食藝餐飲有限公司	鄭惠如 總經理	第 1 名
沙遊世界有限公司	曹仁美 執行長	第 2 名
永智顧問有限公司	顏素娟 共同創辦人	第 3 名
芒果社企有限公司	林雅恩 執行長	佳作

資料來源：經濟部中小企業處，2017 年。

六、2016 年金書獎－優良中小企業經營管理出版品推廣活動得獎金書

書 名	作 者	譯 者	出版單位
從管理企業到管理人生的終極 MBA：迎戰劇變時代，世紀經理人傑克·威爾許的重量級指南	傑克·威爾許，蘇西·威爾許	陳琇玲	商業周刊
UNIQLO 和 ZARA 的熱銷學	齊藤孝浩	林瓊華	商業周刊
常勝者的策略：從 15 家大企業的好策略、壞策略學經營	松田久一	黃友玫	商業周刊
全員經營學：翻轉企業的 DNA	野中郁次郎，勝見明	黃靜儀	中國生產力中心
顧客 3.0：人 + 服務流程 + 科技應用的綜合	約翰·古德曼	池熙璿	中國生產力中心
設計的力量：如何讓百年老牌煥然一新	大衛·巴特勒，琳達·提許勒	吳莉君	聯經
價值主張年代：設計思考 X 顧客不可或缺的需求 = 成功商業模式的獲利核心	亞歷山大·奧斯瓦爾德等	季晶晶	天下雜誌
資源革命：如何抓住一百年來最大商機	史蒂芬·海克，麥特·羅傑斯	黃庭敏	大是文化
共享經濟時代：從分享房屋、技能到時間，顛覆未來產業與生活的關鍵趨勢	亞力克斯·史戴芬尼	郭恬君	商業周刊
告別行銷的老童話：捕捉頑皮 CP 值與個性化購買者的新影響力科學	伊塔瑪·賽門森，埃曼紐爾·羅森	陳儀	大寫
Growth Hack 這樣做：打破銷售天花板，企業最搶手的成長駭客實戰特訓班	Xdite（鄭伊廷）	--	電腦人文化
這些，憑什麼爆紅！：把路人變神人、化品牌為名牌的 36 個網路竄紅實戰案例	徐健麟	--	三采文化
財富大逃亡：健康、財富與不平等的起源	安格斯·迪頓	李隆生 / 張 文	聯經
用併購讓經營更卓越：就算爬窗也要聽的熱門課	杜英宗作；顏和正採訪撰述	--	天下雜誌
精實創新：快思慢決的開發技術	稻垣公夫	吳廣洋	中衛發展中心
平台經濟模式：從啟動、獲利到成長的全方位攻略	傑弗瑞·帕克，馬歇爾·范艾爾史泰恩，桑吉·喬得利	李芳齡	天下雜誌
鋼鐵人馬斯克：從特斯拉到太空探索，大夢想家如何創造驚奇的未來	艾胥黎·范思	陳麗玉	遠見天下文化

資料來源：經濟部中小企業處，2017 年。

附錄 4 中小企業融資服務窗口

單位名稱	電 話	地 址
臺灣銀行	(02)23493497	臺北市重慶南路一段 120 號
臺灣土地銀行	(02)23483344	臺北市中正區館前路 46 號 4 樓
合作金庫商業銀行	(02)23118811 轉 418	臺北市館前路 77 號 4 樓
第一商業銀行	(02)23484248	臺北市中正區重慶南路一段 30 號 10 樓
華南商業銀行	(02)23713111 轉 1708	臺北市信義區松仁路 123 號
彰化商業銀行	(02)25362951 轉 2120	臺北市中山北路二段 57 號 11 樓
花旗(台灣)商業銀行	(02)25766532	臺北市南京東路四段 16 號 12 樓
上海商業儲蓄銀行	(02)25817111 轉 4128	臺北市民權東路一段 2 號 4 樓
台北富邦商業銀行	(02)27716699 轉 62621	臺北市仁愛路四段 169 號 11 樓
國泰世華商業銀行	(02)27165888 轉 2861	臺北市信義區忠孝東路 5 段 68 號 31 樓
中國輸出入銀行	(02)33220526	臺北市南海路 3 號 8 樓
高雄銀行	(07)5570535 轉 400	高雄市左營區博愛二路 168 號
兆豐國際商業銀行	(02)25633156 轉 2555	臺北市中山區吉林路 100 號 8 樓
王道商業銀行	(02)87527000 轉 10966	臺北市內湖區堤頂大道二段 99 號 1 樓
華泰商業銀行	(02)27525252 轉 7573	臺北市中山區敬業四路 33 號 11 樓
陽信商業銀行	(02)28208166 轉 155	臺北市北投區石牌路一段 90 號 4 樓
板信商業銀行	(02)29629170 轉 2673	新北市板橋區縣民大道二段 68 號
三信商業銀行	(04)22257177 轉 315	臺中市區自由路一段 101 號 5 樓
臺灣新光商業銀行	(02)87587288 轉 7188	臺北市信義區松仁路 36 號 19 樓
聯邦商業銀行	(02)27180001 轉 2336	臺北市民生東路三段 109 號 3 樓
遠東國際商業銀行	(02)7228932	臺北市敦化南路二段 207 號 20 樓
元大商業銀行	(02)21736699 轉 7308	臺北市敦化南路一段 66 號 3 樓
永豐商業銀行	(02)21835662	臺北市南京東路三段 36 號 12 樓
玉山商業銀行	(02)21751313 轉 9770	臺北市松山區民生東路三段 115 號 6 樓
凱基商業銀行	(02)89827677 轉 316	新北市三重區重陽路三段 192 號 2 樓
台新國際商業銀行	(02)25056966 轉 850	臺北市中山區建國北路二段 17 號 8 樓
大眾商業銀行	(02)2173-6099 轉 5169	臺北市松山區敦化南路一段 66 號 6 樓
日盛國際商業銀行	(02)25615888 轉 2113	臺北市南京東路二段 85 號 9 樓
安泰商業銀行	(02)81012277 轉 110	臺北市信義路 5 段 7 號 16 樓
中國信託商業銀行	0800-520-178 (請按 9)專人接聽	臺北市南港區經貿二路 168 號 7 樓
臺灣中小企業銀行	(02)25597171 轉 3121	臺北市塔城街 30 號 11 樓
渣打國際商業銀行	全省市話 40510088 行動電(02)40510088	渣打銀行服務據點可由渣打官網查詢 www.standardchartered.com.tw
台中商業銀行	(04)22236021 轉 5702	臺中市西區民權路 87 號 7 樓
京城商業銀行	(06)2141271 轉 191	臺南市西門路一段 506 號 1 樓
瑞興商業銀行	(02)25506758 轉 1823	臺北市大同區民生西路 313 號
匯豐(台灣)商業銀行	(02)66336988	臺北市信義區基隆路一段 333 號 14 樓
澳盛(台灣)商業銀行	(02)87225012	臺北市信義區松仁路 7 號 18 樓
星展(台灣)商業銀行	(02)66128789	臺北市信義區松仁路 36 號 16 樓
中華民國銀行公會	(02)85962229 轉 2309 (02)85962229 轉 2358	臺北市德惠街 9 號 3 樓
中小企業信用保證基金	0800-089-921	臺北市中正區羅斯福路一段 6 號 3~5 樓

資料來源：金融監督管理委員會，2017 年。

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	因應貿易自由化產業振興輔導優惠貸款	行政院國家發展基金	√	√	√	√	√	√		√		
	協助中小企業紮根專案貸款－第6期	經濟部中小企業處	√	√	√	√	√	√			√	√
	貿易自由化受損產業升級轉型貸款	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			√	√	√			√		√
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		√	√		√	√				√
	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	促進產業創新或研究發展貸款	經濟部工業局			√	√			√	√		√
	文化創意產業優惠貸款	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	中小企業發展基金辦理出口貸款	經濟部中小企業處			√	√						√
	中小企業發展基金辦理海外投資貸款	經濟部中小企業處			√							√
	中小企業發展基金辦理海外營建工程貸款	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	√	√	√		√	√		√		
其 他 類	中小企業災害復舊專案貸款	經濟部中小企業處	√	√	√			√				√
	企業小頭家貸款	經濟部中小企業處			√		√	√				√
	促進服務業發展優惠貸款	行政院國家發展委員會	√	√	√	√		√	√	√		
	企業海外專利權訴訟貸款	經濟部中小企業處						√	√	√		√
返 臺 投資類	臺商回臺投資專案融資貸款	經濟部工業局	√	√	√	√	√	√		√		

資料來源：經濟部中小企業處，2017 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	11008 臺北市信義區市府路 1 號 1 樓北區	(02)27256618
新北市	24892 新北市新莊區五權一路 1 號 2 樓之 3	(02)22994586
基隆市	20147 基隆市信二路 224 巷 8 號(產業發展處)	(02)24224897
宜蘭縣	26060 宜蘭縣宜蘭市縣政北路 1 號	(03)9252717
花蓮縣	97001 花蓮市府前路 17 號 3 樓	(038)223432
桃園市	33001 桃園市縣府路 1 號 2 樓	(03)3366795
新竹市	30041 新竹市中正路 120 號	(03)5255201
新竹縣	30210 新竹縣竹北市光明六路 10 號 3 樓	(03)5510917
金門縣	89345 金門縣金城鎮民生路 60 號	(082)324836
經濟部中區 聯合服務中心	40873 臺中市黎明路二段 503 號 7 樓	(04)22521111
苗栗縣	36001 苗栗市縣府路 100 號 4 樓	(037)323593
臺中市	40343 臺中市三民路一段 158 號 8 樓	(04)22226443
南投縣	54050 南投市中興路 669 號 5 樓	(049)2222120
彰化縣	50051 彰化市南郭路 1 段 47 巷 13 號 6 樓	(04)7278086
雲林縣	64001 雲林縣斗六市雲林路二段 515 號 5 樓	(05)5335937
經濟部南區 聯合服務中心	80143 高雄市成功一路 436 號 9 樓	(07)2710900
嘉義市	60006 嘉義市中山路 199 號(市政府南棟大樓)	(05)2248308/(05)2254321#138
嘉義縣	61249 嘉義縣太保市祥和一路 1 號	(05)3620362/(05)3620300
臺南市	70801 臺南市永華路二段 6 號 15 樓	(06)2953281
高雄市	80203 高雄市苓雅區四維三路 2 號 9 樓	(07)3373160
屏東縣	90001 屏東市自由路 527 號 1 樓	(08)7324324
澎湖縣	88042 澎湖縣馬公市復國路 1 巷 6 號	(06)9264857
臺東縣	95043 臺東市博愛路 277 號	(089)323330

資料來源：經濟部中小企業處，2017 年。

附錄 7 中小企業相關活動大事紀

(期間：2016 年 1 月 1 日至 2017 年 6 月 30 日)



2016 年

2016/01/06 行政院促成民間籌設社企循環基金增社會福祉

行政院已於 2015 年底促成民間籌設國內首檔社會企業循環基金—「社會福祉及社會企業公益信託循環基金」。此循環基金採公益信託方式，由受託銀行處理信託業務，設立後將為社企早期發展，提供小額投資的資金協助。

2016/03/01 信保基金保證成數與保證金額並未調降

金融海嘯前信保基金平均保證成數約 5.63 成，2008 年為因應金融海嘯之急迫需求，調高保證成數，迄今信保基金平均保證成數提升為 7.25 成，較以往保證成數相對處於高檔。另為協助中小企業自金融機構取得正常營運所需融資，信保基金對於履約正常之續約送保案件，亦依個案情況提高或依原成數續予核保，並未調降其原有之保證成數。

2016/04/27 臺越攜手舉辦「APEC 中小企業 O2O 創新創業國際論壇」

為協助我國及亞太中小企業掌握 O2O(Online-to-Offline)新商機，經濟部中小企業處出席 2016 年 4 月 24-28 日在越南胡志明市舉辦「第 42 屆 APEC 中小企業工作小組會議」。期間，我國與越南共同於 4 月 26 日，舉辦「APEC 中小企業 O2O 創新創業國際論壇」(APEC SME O2O Forum I)，計有來自 21 個經濟體高階官員、APEC 企業諮詢委員會(ABAC)代表、亞太地區跨境電商平臺、加速器與育成代表等超過 100 位貴賓踴躍參與，針對數位經濟及行動商務等當前國際重視議題進行討論，並有來自 APEC 10 個經濟體 15 個創新團隊進行展示(Demo)，透過跨境交流分享，尋找未來新商機。

2016/04/29 經部挺創青 邀新創企業代表發聲 串聯各部會資源共同營造零障礙創業生態

為使各部會資源有效協助創業青年，並廣納優化產業環境之建言，經濟部 2016 年 4 月 29 日假高雄「R7 創藝所在」舉辦「創新創業·從青開始」新創事業暨創業青年座談會，現場各部會代表與青年熱烈互動，並蒐集出許多改善創業現況之推動方案，為健全創業生態注入充沛的能量。

2016/06/01 2016 年 APEC 中小企業 O2O 國際培訓營

經濟部中小企業處於 2016 年 6 月 1-2 日連續兩天，在臺北舉辦「APEC 中小企業 O2O 國際培訓營」。隨著數位經濟及物聯網時代的來臨，協助亞太中小企業運用 O2O(網路到實體，Online-to-Offline)新商務模式，參與區域及全球數位經濟新藍海，同時強化中小企業數位競爭力及韌性(Digital Competitiveness & Resilience)，已成為未來 APEC 及我國推動中小企業成長及國際化之重點方向。

2016/06/21 「2016 中小企業智慧生活商機媒合會」運用創新科技開啟中小企業跨域商機

經濟部中小企業處於 2016 年 6 月 21 日舉辦「2016 中小企業智慧生活商機媒合會」，精選 22 家企業展示智慧家庭、智慧照明、便利生活、互動教育、健康照護等領域之創意設計產品，透過展出交流，協助中小企業拓市場、創商機、尋得策略合作夥伴。

2016/06/23 「數位決策時代—邁向 Smart Enterprise」論壇

為提升國內管理顧問業及企業主管菁英之經營管理能量，協助企業提升競爭力，經濟部中小企業處於 2016 年 6 月 23 日在交通部集思會議中心舉行「數位決策時代—邁向 Smart Enterprise」論壇。本次活動以「數位轉型」為主題，針對企業數位轉型策略、技術、數據及組織層面進行專題演講，分享企業數位化經驗，現場吸引達 200 人共襄盛舉。

2016/07/20 經濟部獎勵「中小企業信用保證融資業務績優金融機構及授信經理人」

為肯定金融機構及授信經理人積極透過信用保證機制加強對中小企業融資，經濟部於 2016 年 7 月 20 日舉行頒獎典禮，表揚「中小企業信用保證融資業務績優金融機構及授信經理人」，本次頒獎獎項計有：信保夥伴獎、直保績優獎、協助青年創業相挺獎、中小企業創新發展相挺獎、協助區域發展獎及送保融資成長獎等 6 大項。

2016/07/26 「通路無縫 搶攻指尖微商機」論壇 經濟部助微型企業提升成長動能

由經濟部中小企業處於 2016 年 7 月 26 日舉辦「通路無縫 搶攻指尖微商機」論壇，邀請網路與社群行銷之重量級講師，與擁有百萬粉絲之受輔導微型企業代表，共同分享實務經驗；現場除展示中小企業處輔導微型企業網實整合之成果，也邀請實際運用網實整合之受輔導特色店家共同參與，讓與會中小企業吸收講師豐富的經驗外，亦能直接與受輔導企業互動。

2016/08/19 鍵入國際 DNA 新創團隊放眼國際市場

青創基地作為政府創業輔導最前端領航員，發揮「Hub」角色，提供網實整合創業諮詢、創業活動與課程，強化政府及民間社群串聯等多元化服務。青創基地 2016 年下半年以「創新創業 航向國際」為目標，連結政府與民間力量協助新創團隊「鍵入國際 DNA」，2016 年 8 月 19 日由中小企業處林副處長美雪、各部會代表、義隆電子董事長葉儀皓及臺灣自造運動推手鄭穎懋等人攜手，宣示合力支持創業家邁向國際營運規劃及培力，宣布基地與義隆電子等中堅企業合作，協助國內硬體創新創業家開創國際市場。

2016/09/21 「中小企業南進東南亞搶攻電商新商機」研討會 拓展新南向政策跨境電商商機

經濟部中小企業處於 2016 年 9 月 21 日假臺大醫院會議中心舉辦「中小企業南進東南亞搶攻電商新商機」研討會，超過 200 多位企業代表與會。活動邀請經營東南亞跨境電商、拓銷泰國市場及熟稔社群口碑經營之重量級業者分享實務經驗，現場互動問答頻繁，透過實質交流提供多項資源給中小企業運用，協助強化跨國電子商務能量。

2016/09/29 2016 臺北國際發明暨技術交易展 中小企業館展綠色科技商機

2016 臺北國際發明暨技術交易展 9 月 29 日於臺北世貿一館熱鬧開幕，中小企業館以「創新綠科技，翻轉新未來」為主軸，16 家績優兼具潛力的中小企業，共同展出新一代綠能環保科技的新技術新商品，包括以循環經濟概念出發，讓廢棄物轉化為高價材料的獨門技術，讓全球買家看見臺灣中小企業對綠能科技的投入，以及對綠能商機的充分掌握。

2016/10/21 經濟部表彰績優女性企業 2016 年女性創業菁英賽得主出爐

為表彰女性創業典範，經濟部中小企業處持續辦理「第 5 屆女性創業菁英賽」，並於 2016 年 10 月 21 日假高雄展覽館舉行頒獎典禮，頒發「菁英組」、「新創組」、「社會企業組」前 3 名、佳作及入選，共計 29 家女性企業獲獎。「菁英組」、「新創組」、「社會企業組」分別由美科科技（股）公司、好好鮮生（股）公司，以及食藝餐飲有限公司奪下后冠，米蘭營銷策劃（股）公司，以及加州椰子國際有限公司則拿下「菁英組」的 2、3 名。

2016/10/21 點亮在地 迎向國際 中小企業群英會 逾 200 家業者聚華山展成果

經濟部中小企業處於 2016 年 10 月 21 日假華山 1914 文創園區，舉辦「中小企業群英會」開幕式，本次活動以「點亮在地，迎向國際」為主軸，邀集逾 200 家卓越中小企業齊聚，展示中小企業處於創業、轉型升級上之輔導成果，同大會共分為十個展區，包括創新創業、樂活社企、原真臺灣、活水補給、領航高成長、SBIR、偏鄉數位關懷及尼伯特颱風臺東受災企業等，透過展示及體驗讓民眾近距離接觸。

2016/11/4 「凝聚、拓展、布新局」中小企業傳承論壇 呼籲中小企業正視接班問題

為協助中小企業渡過企業傳承的轉型危機，經濟部中小企業處於 2016 年 11 月 4 日辦理「凝聚、拓展、布新局」中小企業傳承論壇，除發表針對水五金、螺絲螺帽及織襪 3 大聚落企業接班

傳承的深入研究結果，提出重要建議與未來政策協助方向外，並邀請成功接班與傳承的家族企業關鍵決策者與接班人，分別就企業永續發展的 3 大議題－「轉型躍升」、「外部競合」與「商務科技」進行經驗分享，現場吸引逾百名中小企業主參與取經。

2016/11/19 「女力 i 創業-跨界國際論壇」幫助臺灣女性企業家走向國際

每年 11 月 19 日係聯合國所訂定「女性企業家日 (Women's Entrepreneurship Day)」，為表示對擁有自己事業的女性企業家支持，並協助更多女性實現人生夢想，經濟部中小企業處於 2016 年 11 月 19 日舉辦「女力 i 創業-跨界國際論壇」。本次論壇以 Innovation (創新)、Internet (互聯網)、Internationalization (國際化) 為核心，邀請國內外成功女性企業家及經理人，分別就市場行銷、社群應用、女性領導力及科技創業 4 大面向議題，現身說法自身創業故事，並分享女性企業進入國際市場的經驗。

2016/12/01 「豐社企－社會企業 攜手共好 三年有成」活動 展現孕育社企生態系統成果

經濟部中小企業處於 2016 年 12 月 1 日舉行「豐社企－社會企業 攜手共好 三年有成」活動，超過 160 位產官學研專家齊聚一堂，進行與社企合作儀式及案例分享，展現積極孕育社企生態系統的努力成果。中小企業處促進社會企業獲取資源，持續性地拓展商機，加速各類籌資金管道，各領域企業 CSR 與社企合作，已成功協助促成近新臺幣 1 億 2,000 萬元投資金額、近新臺幣 8400 萬元融資金額，以及近新臺幣 1,500 萬元社企產品採購訂單。

2016/12/07 2016 創櫃家族暨中小企業投資博覽會 百大企業創商機 掌握投資新脈動

為活絡國內投資環境，建立中小企業與創投業者交流之平臺，同時協助企業擴展知名度與行銷產品，經濟部中小企業處特與證券櫃檯買賣中心共同舉辦「2016 創櫃家族暨中小企業投資博覽會」，包括「加強投資中小企業實施方案」投資之企業、創櫃板登板與輔導中公司等近 100 家優質廠商參展，活動分為創意商品展售、專題演講論壇及企業交流媒合 3 大部分。

2016/12/17 2016 國際創新趨勢論壇暨 Meet Taipei 創新創業嘉年華 掌握全球創業創新契機

臺灣創業生態圈逐漸步入科技、資源、市場、生態快速改變與整合的「+」世代，經濟部特於 2016 年 12 月 17 日舉行「2016 國際創新趨勢論壇」，該論壇與「Meet Taipei 創新創業嘉年華」合作，聚焦 3 大議題－Follow！國際趨勢；Catch！關鍵技術；Connect！創新世代，及 4 大關鍵－虛實整合、以大帶小、新舊交替、軟硬資源為主軸，邀請國際級創業領袖以國際視野切入，綜合國際間矚目的議題及焦點，讓臺灣新世代創業家接軌最新關鍵技術，帶領創業圈邁向嶄新的成長里程碑。2016 Meet Taipei 創業嘉年華展期為 2016 年 11 月 17~19 日。



2017 年

2017/02/13 經部推動企業認養協作平臺 邀集千億企業挺新創

為活絡臺灣創新創業環境，並強化產業對接力度，經濟部於 2017 年 2 月 13 日舉辦「創業 A+ 行動計畫－企業認養協作平臺」新春茶敘暨新年度啟動記者會，邀請參與本計畫的中大型認養企業、創業導師團、新創圈及各界的菁英專家齊聚一堂，為本平臺合作機制提出建言與交流，以帶動臺灣產業競爭力，並發揚以大帶小、認養協作之精神。

2017/03/08 經濟女力不受限 創業大使滿週年

經濟部中小企業處 2016 年起透過「女性創業飛雁計畫」，集結共 60 位女性創業菁英賽獲獎者擔任女性創業大使，深入國內外校園，並與縣市政府經貿及婦女輔導單位連結，至 2017 年 3 月屆滿週年，共舉辦國內外 40 場次的創業歷程分享，目標受眾近 3,000 人；同時透過國合會的引薦，與友邦負責婦女權益，以及中小企業發展相關領域之政府部門官員及婦女社團組織互相交流，分享臺灣成功經驗，成為我國推動女力經濟的最佳宣傳要角。

2017/03/11 我國出席 APEC 會議 與 4 國聯署提出中小企業倡議

經濟部中小企業處於 2017 年 3 月 11 日應邀赴澳洲雪梨出席「第 44 屆亞太經濟合作(APEC) 中小企業工作小組(SME Working Group)暨相關會議」,將與亞太地區 20 個經濟體共同研商 APEC 未來 4 年中小企業領域推動工作重點,同時並與馬來西亞、菲律賓、泰國及越南等 4 個新南向目標國家連署於 APEC 提出「第 3 階段 APEC 網實整合(Online-to-Offline, O2O)倡議:透過數位轉型激發中小企業潛能以邁向共享大未來,爭取 APEC 經費支持,並做為我國積極參與 APEC 國際組織具體貢獻之一。

2017/05/11 Mix Taiwan 第二季：智慧機械 x 二代思維 品牌論壇

由經濟部推動中小企業處主辦之「Mix Taiwan 第二季：智慧機械 x 二代思維 品牌論壇」於 2017 年 5 月 11 日正式於臺中揭開序幕,本季活動以智慧機械產業跨界創新為主軸,同時探討機械產業「經營二代」跨世代傳承議題;講者分別就智慧機械產業趨勢及二代創新進行分享外,同時加入創新議題,使新創家與政府近距離對話,激發智慧與創新思維,透過 O2O 知識傳遞媒介,多面向的跨域軸線交集討論,共同開啟智慧機械產業的創新篇章。

2017/05/22 臺馬攜手舉辦 APEC 中小企業電子商務暨 O2O 創新創業國際論壇

為延續我國過去推動數位創新創業之能量,並呼應 APEC 年度主題「創造新動能、共享大未來」,經濟部中小企業處和馬來西亞貿工部(Ministry of International Trade and Industry),於 2017 年 5 月 22 至 23 日在馬來西亞吉隆坡共同辦理「APEC 中小企業電子商務暨 O2O 創新創業國際論壇」,協助中小企業掌握數位經濟進軍海外市場,拓展跨境貿易商機,同時落實深化臺灣－馬來西亞雙邊關係。

2017/06/02 臺日智慧產業交流論壇

物聯網時代來臨,產品應用朝向智慧化與軟硬體整合,如何創造示範應用實例及場域,是落實物聯網達成產業智慧化的重要關鍵。經濟部中小企業處於 2017 年 6 月 2 日主辦第 3 屆「臺日智慧產業交流論壇」,特別聚焦日本物聯網應用場域,已從家庭擴及工廠製造、智慧節能、智慧商店、乃至於城市建設,邀請日本 IJ、NEC、ROHM 及臺灣奇邑科技分享物聯網應用及臺日合作成果,期盼臺日企業攜手,共創物聯網時代的新南向發展契機。

2017/06/30 跨境電商研討暨媒合會 協助中小企業前進東南亞市場

經濟部中小企業處於 2017 年 6 月 30 日舉辦「解密中小企業電商攻略布局南向新市場」跨境電商研討會暨媒合會,現場反應熱絡,超過 250 位企業代表與會。除邀請經營跨境電商之重量級講師剖析中小企業如何善用新興科技以小搏大外,並結合國際重要電商平臺及金物流商進行一對一媒合交流,提供多項優惠資源給中小企業運用,協助強化跨國電子商務能量。

2017/06/30 「社會創新·全民解題」論壇暨提案競賽

社會創新近來受到國際關注,意在以更創新及更有效的方式「回應社會需求」或「解決社會問題」,將公民社會資源更妥善地運用,促成新社會關係與協力合作。為因應此國際趨勢,經濟部中小企業處聚焦「城鄉發展與創新」、「公益科技創新應用」、「聯合國永續發展目標」等 3 大議題,於 2017 年 6 月 30 日及 7 月 1 日舉辦「社會創新·全民解題論壇暨提案競賽」,透過論壇進行重要議題之倡議及公民提案徵件,尋找可行解方,協助社會創新、創業家結合新興科技元素,建立網絡串接各項資源,有利突破成本、產銷、社群連結等問題,進一步擴大社會影響力。

附錄 8 資料來源及參考文獻

中文部分

1. 中央銀行（2017 年 1 月 10 日），《公民營企業資金狀況調查結果報告》。
2. 中央銀行（2017 年 7 月），《直接金融與間接金融存量分析》。
3. 行政院公共工程委員會（2017），《2016 年度政府採購執行情形》。
4. 行政院科技部（2016 年 12 月），《科學技術統計要覽 2016 年版》。
5. 行政院主計總處（2017 年 8 月），《國民所得統計及國內經濟情勢展望》。
6. 行政院國發會（2017 年 3 月），《臺灣景氣指標》。
7. 李子彬、劉迎秋等（2016），《中國中小企業 2015 藍皮書：經濟轉型與中小企業發展》，中國發展出版社。
8. 金融監督管理委員會銀行局（2017），《金融業務統計輯要》。
9. 財團法人中山管理教育基金會（2015 年），《我國女性創業者概況暨科技創業政策初探》，經濟部中小企業處委託研究。
10. 郭芝榕（2016 年 11 月），〈勇闖世界！2016 台灣創業大調查〉，《數位時代》。
11. 勞動部（2017 年 6 月），《2017 年度人力需求調查實施計畫（第 2 次）》。
12. 經濟部統計處（2016 年 10 月），《批發、零售及餐飲業經營實況調查報告》（第 2 季）。
13. 楊士範（2016 年 12 月 13 日），〈新加坡金融科技嘉年華現場：這四家新創公司你不該錯過！〉，《The News Lens 關鍵評論》，取自：<https://www.thenewslens.com/article/55887>
14. 謝汶均（2017 年 5 月 24 日），〈南非集團砸 500 萬美元 投資菲律賓這家新創公司〉，《經濟日報》，取自 <https://udn.com/news/story/6811/2483723>
15. 劉月輝、富東燕（2017 年 3 月 28 日），《2016 中國女企業家調查：女性經營企業銷售利潤率超男性》，上網日期：2017 年 5 月 1 日，取自：<https://read01.com/myoAgK.html>

外文部分

日 文

1. 中小企業廳（2016），《2016 年版日本中小企業白書》。
2. 日本政策金融公庫綜合研究所（2013），《女性企業家之創業—2013 年度新創開業實態調查之結果分析》。
3. 日本中小企業基盤整備機構（2017），《中小企業景況調查報告書》，中小企業廳。

英 文

1. American Express OPEN (April, 2016). *The 2016 State of Women-owned Businesses Report*.
2. Business, Innovation and Skills (May, 2016). "Longitudinal Small Business Survey Year 1 (2015): SME employers", *BIS Research Paper*, Vol. 289.
3. Edmund (May 17, 2017.). *30 Billion Bath by 2020*. Retrieved from <http://siamstartup.com/news/fintech-thailand/>
4. Emmanuel Amberber (December 31, 2016). "\$4 billion invested in Indian startups - deal value decreased 55%, volume increased by 3% from 2015", *YOURSTORY*. Retrieved from <https://m.yourstory.com/2016/12/indian-startups-funding-report/>
5. Global Insight Inc.(May, 2017). *Global Insight's Comparative World Overview*.

6. Global Entrepreneurship Monitor (2017). *2016/2017 Global Report*.
7. Global Entrepreneurship Monitor (September, 2015). *2012 Women's Report*.
8. International Development Research Centre (2016). *Exploring the global flow of digital labour*.
9. Judith Balea (January 16, 2017). *Southeast Asia startup funding at record high in 2016, thanks mainly to Grab, Go-Jek*. Retrieved from <https://www.techinasia.com/southeast-asia-startup-funding-2016>.
10. Judith Balea (Jan 28, 2016). "The latest stats in web and mobile in Indonesia (INFOGRAPHIC)", *TECHINASIA*. Retrieved from <https://www.techinasia.com/indonesia-web-mobile-statistics-we-are-social>
11. Startup Genome (2017). *Global Startup Ecosystem Report 2017*.
12. Statista (2017). "Number of internet users in Indonesia from 2015 to 2021 (in millions)", *Statista - The portal for statistics*. Retrieved from: <https://www.statista.com/statistics/254456/number-of-internet-users-in-indonesia/>
13. Techsauce (2017). *Thailand Tech Startup Report*.
14. The World Bank (2017). *Economy Rankings*.
15. Techsauce (2017). *Thailand Tech Startup Report*.
16. Techsauce Team (Mar 8, 2016). *Thailand Government schemes for startups 2016*.
17. Topica Founder Institute (2016). *Vietnam startup deals insight 2016*. Retrieved from <http://ivy.topica.asia/tfifolder/VIETNAM%20STARTUP%20DEALS%20NSIGHT%202016%20-%20Mar%202017.pdf>