

105 年度產諮會中小企業審議會第 2 次委員會

重要結論與建議研處情形表

重要結論與建議	辦理機關	參採及研處情形	預期年度目標
1. 東協各國的需求及市場特性各不相同，中小企業市場調研資源有限，建議政府可協助中小企業彙整市場情資。	中企處	【依建議規劃辦理】 依結論與建議，規劃配合貿易局辦理。將運用本處既有 APEC 國際組織參與資源及網絡，研析中小企業前進東協等國相關資訊，協助貿易局彙整中小企業市場情資。	預計先選定與我國中小企業雙邊合作密集國家，如馬來西亞、菲律賓、泰國等，進行相關研析。
	貿易局	【已有類似計畫／措施辦理】 貿易局透過本部及外貿協會駐外單位蒐集駐地即時商情及商機，並委託貿協及商發院進行深度海外市場調查，分析當地市場特性、消費者需求、通路及我商進入機會與策略，例如東協利基產業商機調查、新南向市場產業及競爭力調查等，並透過市調發表會、定期更新出口指標 APP 與全球經貿 e 指通 APP、新興市場商情資訊網等多元平臺，發布如國家概況、重要經貿資訊、產業概況及趨勢、經商實務等最新重要商情。	持續辦理
2. 加強運用跨境電商平台並結合實體通路，協助中小企業與東協國家進行網實整合全通路行銷。	中企處	【已有類似計畫／措施辦理】 積極推動中小企業運用跨境電商平台(如：ebay、amazon、shopping99、lazada、wish 等)拓銷東協市場，協助中小企業與國際商情平台鏈結，結合海外當地實體通路，增加國內群聚企業海外商品媒合機會，以網實整合行銷方式，開拓海外市場商機。	105 年度協助具國際行銷潛力之中小企業透過網實行銷，創造海外商機達 3 億元。
	商業司	【已有類似計畫／措施辦理】 本年度推動「輔導電商建立東協跨境營運生態體系」輔導 PC Home、momo 在泰國、ASAP 閃電購物網(Uitox)在馬來西亞等國家建立電商跨境生態體系，客製化行銷策略並	200 家中小企業品牌業者出口，經由我電商平臺業者上架 1,000 項商品於東協市場銷售

重要結論與建議	辦理機關	參採及研處情形	預期年度目標
		協助臺灣中小企業品牌利用臺灣電商業者通路上架銷售，並於本年五、六月於泰國及馬來西亞辦理臺灣產品電商專區(Taiwan Selects)及電商品牌聯合促銷活動。	
3. 結合智慧行銷顧問團隊，提供中小企業諮詢服務，協助連結南向在地資源。	中企處	【已有類似計畫／措施辦理】 籌組智慧行銷顧問團隊，結合產業公協會(如：台灣網商協會、連鎖加盟協會、玉山網商協會)，協助具國際行銷概念且有出口潛力之企業為優先輔導對象，提供中小企業發展南向市場諮詢服務，並發展網實整合行銷模式，運用智慧科技工具進行行銷，同時結合金、物流業者共同拓銷海外市場。	105 年度提供國際行銷短期診斷服務計 125 家。
	商業司	【已有類似計畫／措施辦理】 本年度推動「輔導電商建立東協跨境營運生態體系」計劃中辦理電商平臺與中小企業品牌商機媒合洽談會及電商講座，以促進中小企業與我國自有平臺合作進軍東協。	1. 2 場(臺北、高雄)電商平臺媒合會 2. 2 場電商市場講座 3. 2 場東協當地市場專家來臺研討會
4. 東協國家的穆斯林人口是主要消費群體，南向發展一定會遇到清真認證的問題，建議加強清真認證輔導。	貿易局	【已有類似計畫／措施辦理】 貿易局已委託外貿協會辦理清真認證推廣及宣傳作法如下： 1. 透過穆斯林市場調查、辦理清真市場說明會等活動，邀請國內外清真產業推廣機構與清真認證單位，介紹清真市場發展趨勢及清真認證規範，如 105 年 6 月 23 日配合臺北國際食品展辦理之「清真認證及穆斯林市場商機說明會，即邀請馬來西亞清真產業發展局代表來臺主講該國清真認證及市場現況；並透過經貿透視雜誌專題報導、出版專書等管道，協助我國業者瞭解相關資訊。	持續辦理。

重要結論與建議	辦理機關	參採及研處情形	預期年度目標
		2. 於國家級 B2B 電子商務平台－台灣經貿網(Taiwan Trade)設置清真專區，並輔導取得清真認證之廠商成為台灣經貿網會員，善用網路行銷宣傳。 3. 針對持有清真認證之廠商，提供參加外貿協會展團活動參團費優惠，以鼓勵業者申請清真認證，拓展海外市場。 4. 運用穆斯林市場展團活動機會，宣傳臺灣清真認證標誌及清真產品形象。 5. 105 年貿易局已與馬來西亞建立定期官方對話平臺，納入兩國清真產業合作項目，包括相互推廣彼此清真認證與活動，期能為臺灣廠商開創馬國清真市場商機。	