

ISSUE  
No.124

# 工商會務

// 2021.05

## 智慧經濟下的 台灣產業發展

全球疫情進行式 台灣產業的下一步

專訪公平交易委員會李鎡主委、商業司蘇文玲司長

高齡化及少子女化趨勢下之服務業勞動法規調適

通膨來襲 新興市場掀升息浪潮

# 雙向轉診制度

善用醫療資源 落實分級醫療



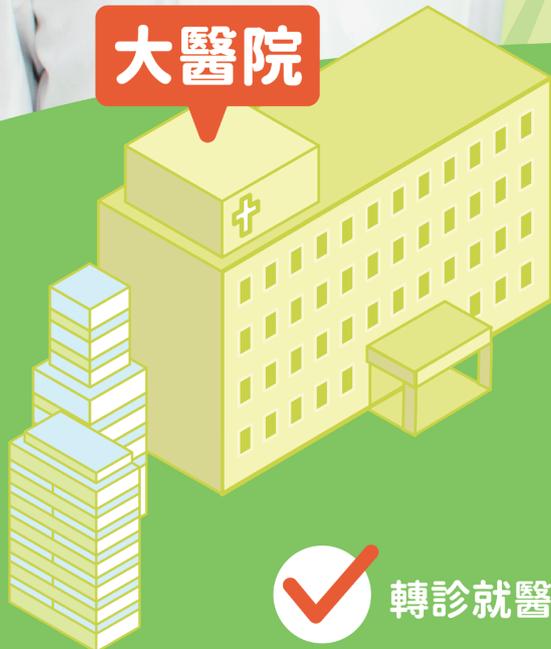
臺大醫院  
吳明賢院長



臺南市陳相國聯合診所  
陳相國醫師



大醫院



經轉診後部分負擔較便宜!

基層診所



就醫可先找家庭醫師  
厝邊就有好醫師!



轉診就醫不中斷!



衛生福利部中央健康保險署  
National Health Insurance Administration,  
Ministry of Health and Welfare



健保署  
粉絲團



健保署  
LINE@



APP  
下載



健保智能  
客服

諮詢專線 0800-030-598  
手機請撥 02-4128-678  
網址 <https://www.nhi.gov.tw>

〈財經觀點〉

- 02 智慧經濟下的台灣產業發展 ◎陳厚銘

〈特別企劃〉

- 03 全球疫情進行式 台灣產業的下一步 ◎戴慧紋

〈新人新政〉

- 06 專訪公平會主委 李錕：與產業溝通互動 維持公平競爭秩序 ◎編輯部  
09 經濟部商業司未來施政重點 蘇文玲：輔導與管理並重 創新研發提升產業競爭力 ◎編輯部

〈焦點話題〉

- 12 商總爭取政府全盤系統性 支持中小企業升級轉型 邁向永續成長 ◎張伊旻  
14 設計專利權利保護初探 ◎張遠博  
16 淺析我國人力資源問題 ◎郭振昌  
19 探討服務業缺工因應策略 ◎黃果傑  
20 高齡化及少子女化趨勢下之服務業勞動法規調適芻議 ◎徐志明

〈環球產經〉

- 22 通膨來襲 新興市場掀升息浪潮 ◎吳孟道  
26 由大陸兩會淺論最新「擴內需」政策 ◎黃健群

〈政府頻道〉

- 29 2021年新零售的大趨勢 ◎經濟部商業司  
31 廣發英雄帖 臺灣餅甄選活動起跑 ◎經濟部商業司  
32 認識瘦身美容新規範 ◎行政院消費者保護處

〈活動報導〉

- 33 工總新屆理事出爐 王文淵蟬聯工總理事長 ◎編輯部  
36 八大工商團體理事長向總統賀年提建言 ◎王麗萍  
37 善用資料庫 掌握全球市場 ◎宋品潔

〈人物專訪〉

- 39 多層次傳銷公會 為產業創造健康發展環境 ◎謝進興



02



33



36

工商會務雙月刊

中華民國七十九年十月十五日創刊

發行人 / 許舒博

社務顧問 / 張福仁 鄭茜云 易永嘉 陳加昇

總編輯 / 劉守仁

編輯 / 劉美玲 王麗萍 張伊旻

發行所 / 中華民國全國商業總會

地址 / 106 台北市大安區復興南路一段 390 號 6 樓

電話 / (02) 2701-2671

傳真 / (02) 2755-5493

※ 版刊內容版權所有 · 未經同意不得轉載

# 智慧經濟下的台灣產業發展

文■陳厚銘（臺灣大學國際企業系特聘教授）

台灣歷經了農業經濟、工業經濟、資訊經濟，以及知識經濟等四大經濟發展模式後，如今已正式邁向智慧經濟發展階段。基本上，智慧經濟是知識經濟的進階版，同時具備有知識型、學習型、創新型、以及平台型經濟的特性，除了重視技術創新的能力（速度與質量）外，更力求創意思維、管理與商業模式的創新。因此，在智慧經濟模式下，產品多半針對特定的環境和需求創製，具有專屬性，相較知識經濟的強調技術創新、產品創新以及生產方式創新，智慧經濟模式更加不容易被複製及重複運用。

通常，產業知識化、產業 AI 化、產業數位化，以及產業垂直水平整合等產業發展模式，被視為知識經濟發展的範疇，而知識產業化、AI 產業化、數位轉型，以及生態系統整合等產業發展模式，則被歸類為智慧經濟發展的範疇，例如 Google car、純網路銀行、Airbnb 和 Uber 就是典型智慧經濟發展的案例。

在智慧經濟時代，智慧資本取代原有的勞動、資金、資訊、知識等生產要素，成為創造社會財富的首要基石。所謂智慧資本主要是透過品牌資源、知識產權、創意發展、智慧融合、商業模式創新，以及平台生態體系等方式運作。因此“智慧的創造與組合”、“創意思維能力”以及“管理與商業模式的創新”便是智慧經濟時代企業決勝的關鍵；而人是智慧的載體，培養智慧精英人才將是智慧經濟發展的首要任務。

依據工研院 IEK 預估，2025 至 2030 年台灣的 IoT 與 AI 應用將遍及製造業及服務業，到 2030 年，台灣的 GDP 預估有六成的貢獻將來自數位轉型相關產業。日前國發會也發布針對未來三年台灣重點產業的人才供需調查與推估，在 21 項調查重點產業中，未來人工智慧應用服務產業的人力需求最為迫切，高達 13.9%。

過去幾年，政府及產業界曾多管齊下積極的培育智慧產業人才。例如，科技部

2018 年分別於台大、清大、交大、成大等四所研究型大學設置「人工智慧的創新研發中心」，全力發展台灣 AI 技術；行政院科技會報辦公室曾力邀台灣高科技業者共同推動「AI 領航計畫」，鼓勵業者投入人工智慧前瞻技術與產品的發展，產出具有國際競爭力的創新產品或服務，進而培育台灣 AI 產業的高端人才。值得一提的是，過去三年，由民間推動的「臺灣人工智慧學校」，已完成九期訓練課程，共培訓七千多名 AI 產業人才。

AI 是第四次工業革命的核心，台灣擁有半導體產業與 ICT 產業的優勢。工研院去年擘畫台灣「2030 技術策略與藍圖」，研擬未來 10 年台灣科技研發方向，其中以「人工智慧、半導體晶片、通訊技術、資訊安全與雲端」等 4 項「智慧化共通技術」為最重要。相信只要在產官學研的努力下，定能發揮臺灣的智慧價值，共同創造一個嶄新的智慧經濟時代。

# 全球疫情進行式 台灣產業的下一步

文■戴慧紋（台經院研三所副研究員）

2020年開始，全球因為疫情讓全球經濟環境造成重大打擊，產業面臨許多挑戰與困境，各行各業都受到不同程度的影響，消費者日常行為和商業模式的轉變，亦帶來新的產業發展趨勢和商機，台灣雖防疫有成，但也面臨「客人不上門」的困境，因為消費者不出門，讓原本熱鬧的街市商圈成了門可羅雀，我們的食衣住行等生活逐漸轉向線上化及遠距化，帶動宅經濟及零接觸經濟，因此，在電商、外送市場蓬勃發展。

危機常常是帶來新機會的契機，根據IDC(2020)發布的CXO調查，都強調因為疫情突顯了IT和數位轉型的價值，而另一份報告《IDC FutureScape: 2021年全球數位轉型預測》顯示，儘管受到疫情衝擊，全球數位轉型(DX)的投資仍持續成長，預計2020年到2023年年複合成長率(CAGR)將達15.5%。

這波疫情反而成為企業加速推動數位轉型的東風，根據麥肯錫2020年進行的全球企業CEO數位化調查，認為在

遠距工作、企業營運雲端化、加速線上活動，這些事情上，不會因為疫情過後就停止，而是一個長期趨勢，且在疫情發生前的2019年以前，亞太區企業數位化的比例，只有1/3；到了2020年7月已超過一半比例，而且，完成數位化的速度，平均加快了10年，IBM在去年年底公佈針對全球高階主管的一項調查結果，也有近60%的受訪機構表示，受COVID-19疫情影響已加快其數位轉型的步調。

然而，這波數位轉型潮流，不只是攸關企業的競爭力，更是關乎到整個國家的競爭力，因此，推動企業數位轉型，引導產業持續演化升級成為這波機會下首要策略，亞洲各國也紛紛推出與數位轉型相關政策，包括：新加坡成立「新加坡數位辦公室」、韓國投入500億美元推動「數位新政」、澳洲政府成立「數位轉型局」，從澳洲政府推「數位轉型」的經驗顯示，政府部門服務數位化成功的機會很高。澳洲民眾使用網路的比重達92%，使用社群軟體或部落格

的比率有54%。加上，政府部門支出佔澳洲總體經濟的三分之一，數位轉型計畫若由政府帶頭來做，顯然具有強大的引導效果。

台灣在即將成立的數位發展部，也將扮演加速國家數位轉型角色，包括：數位轉型所需基礎建設、環境整備，統籌資源的運用及規劃，例如人才培育、資料治理會訂相關標準與規劃，並完備法治建構，建立社會信賴基礎，中央、地方一起合作落實國家數位轉型。

## 數位轉型是不得不做的一條路 你準備好了嗎？

數位轉型儼然成為經濟發展的必然趨勢，台灣應活用數位科技來優化營運模式，數位轉型是一個結合數位科技與既存營運模式的過程，從營運流程、價值主張、顧客體驗、數位文化、到徹底轉型，成為一個具有韌性，以顧客的價值與體驗為核心，且不斷更新、持續轉型的組織。

哈佛商業評論在2020年6月號的封面故事〈逆向數位轉型〉，強調目前許多公司均

面臨數位轉型的壓力，然而，數位轉型要成功，則應循序漸進而為，依據哥倫比亞商學院教授 Rita McGrath 與 Techtonic.io 執行長 Ryan McManus 聯手提出的「發現驅動型規劃 (Discovery-driven Planning, DDP)」理論，提出企業必須先釐清需求所在，找出問題後，再透過數位科技解決。不過在此過程中，企業從數位化、數位優化與數位轉型三階段，循序漸進達成目標，而所謂的目標就是「獲利」，數位化 (Digitization)、數位優化 (Digital Optimization) 與數位轉型 (Digital Transformation)，可以視為企業在進行數位轉型的三個階段，第一階段為數位化，亦即企業透過數位科技，為提升效率為起點，初步以電腦，將紙本資訊、資料或流程轉為數位格式的過程。位處此一階段的企業對輔導升級的需求是最迫切的。

第二階段為數位優化，則是提升數位技術力，透過運用資料與網路行銷等數位工具，改善既有的商業活動 (如強化顧客體驗、提高客戶滿意度)。台灣多數企業目前都在這個階段，適度投入資源可以讓組織營運更加卓越；

第三階段才是數位轉型，即運用數位科技驅動企業創造

「新」的商業模式，藉此發展新產品或跨入新市場或提供新服務，提供顧客不同於以往的體驗。

以全家便利商店為例：為解決剩食問題，在 2019 年推出了結合「時控條碼」與「時間定價」的「友善食光」機制。在結帳時經系統判定符合效期前 7 小時，即可享 7 折優惠價，然而，條碼與時間這樣技術模式並不是新技術，反而成了新的商業機會，早在 2004 年前，全家與日本合作開發鮮食時，就開始投入時控條碼技術，直接將效期條碼印在鮮食類的包裝上。一旦商品過期，系統就會停用條碼，使其無法通過結帳，防止店鋪售出過期商品。

更在今年推出「友善地圖」，直接將各店鋪的各類友善食光商品庫存、品項一次列出，方便消費者透過 App 快速查詢附近的友善食光商品。全家下一步則是建構智能供應鏈，透過 AI 技術，讓訂購預測系統更精準，拉近生產和銷售間的差距，從源頭就減少剩食可能性，減少浪費就是創造獲利的機會。全家已不是傳統便利商店，而是透過數位轉型，加速數據運用，提升顧客體驗，邁向「科技零售業」。

另外一個成功數位轉型案例是健豪印刷，在傳統膠卷攝影、洗相片快速消失的趨勢，

發現數位印刷將為未來趨勢，為掌握商機，一方面鑽研數位印刷技術 (數位化)，一方面建置各項印刷軟硬體，透過雲端儲存技術 (數位優化)，有效連結顧客，擴大應用市場範圍 (數位轉型)，包括：提供傳統相館軟體應用平台協助其轉型，提供各類中小型印刷通路網站後台系統協助通路接單；提供線上編輯軟體，協助個人印製獨一無二相片書，並可於第二天收到的服務；與車商合作，除了擁有新車外，還可以免費獲得自行編書、印出實體書，讓購車者有一份可以分享與留存擁有新車喜悅的客戶體驗，由總經理帶頭深入進行整合，成功將傳統印刷業轉型為服務業。

美國影音串流公司 Netflix 於 1997 年成立時，是一家在加州的 DVD 租借店，20 年後轉型成為一家世界級的數位服務公司，在這以內容為王道的世代，Netflix 更細緻地去偵測不同市場的消費者偏好，不同國情不同文化差異，製作符合當地市場取向的影音內容。Netflix 多將大數據應用於提升客戶的內容觀看體驗與推薦內容上，從訂閱會員觀看習慣數據發現：觀眾想知道新影集或電影是否符合喜好，最好的方法就是觀賞簡短的預告。家人們在觀看偏好上有所差異，因

此，在 Netflix 預告推薦的影視內容也不同，透過數位科技應用更貼近個人需求，所以，要歸納出 Netflix 創新何以成功的最重要關鍵，那一定是分析消費者偏好的能力莫屬。

從三個個案結論來看，可以發現數位轉型成敗的關鍵，永遠是客戶需求洞察，數位化工具是用來加速或輔助客戶滿意度與達到新商業模式的一種手段，並非數位轉型的最終目的。

### 透過「數位轉型量表」為企業把脈診斷

他山之石當然可以成為企業推動數位轉型的借鏡作法，讓更多尚未進行數位轉型的業者感受到朝數位轉型方向轉變的必要性，然而，企業若準備要推動數位轉型，要怎麼知道目前能力、位處在那個階段？國際上最常見的解方包含政府提供具公信力的數位轉型評估表，讓業者做自我檢測。舉凡德國機械設備製造業聯合會（VDMA）提出「工

業 4.0 準備度」（Industrie 4.0 readiness），協助製造業者評測數位轉型準備程度，並透過診斷瞭解企業目前處於何種數位化階段。

有鑑於此，數位經濟暨產業發展協會（DTA）攜手台經院、資策會等團隊，特別針對台灣中小企業的體質加以調研，產出為其量身訂做的國家級台灣企業數位轉型量表（Taiwan Digital Transformation, TDX），協助企業了解自身數位轉型進度及弱點，以期找出關鍵方向，在企業有限預算下發揮最大數位轉型效益，也成為部署所需數位工具與人才的重要參考。

以目前 TDX 調查結果發現，多數企業在數位轉型仍多處於初階到中階，投入的經費與參與的人力也屬保守，離較成熟的數位程度仍有相當的成長空間，尚待大力的推動與協助。

前期可以先以生產與產品的改善為主要誘因，之後再逐步引介更多較成熟的數位工

具，例如：協助利用大數據改善生產、庫存、銷售，利用物聯網改善生產效益等。

依據瑞士洛桑管理學院（IMD）也針對亞洲各國數位競爭力進行評比，台灣位於亞洲第 4，數位科技發展能力優於其它國家，但人才培育指標上相對較弱，根據國發會的數據，台灣已在 2020 年正式邁向人口負成長。2025 年，工作人口將不到總人口的 2/3、且 65 歲以上人口將超過 20%。企業在 5 年內將面臨專業技術人才稀缺的問題，因此，數位轉型人才培育上必須加快腳步。

然各行各業在面對數位轉型風潮下，行動必然需要積極的調整，才足以面對未來全球高度動態的競爭與發展環境，也許目前是最好時機啟動轉型策略，政策上可以引導更多新的數位轉型模式出現，並鼓勵擴散的機制，藉著廠商彼此間的學習與競爭過程，持續地讓廠商們演化升級，找到較佳的數位轉型模式。

歡迎企業填寫，台灣  
企業數位轉型量表  
TDX：<https://dtrl.tw/#/>



## 專訪公平會主委

# 李鎡：與產業溝通互動 維持公平競爭秩序

文■編輯部



一向與產業界互動良好的前經濟部商業司李鎡司長，今年2月1日正式接任公平交易委員會主委一職，本月7日接受本刊專訪，暢談上任後對自我的要求與期許、未來施政重點、公平交易法的執法思維與分析、以及對公平會同仁的期許與勉勵。

**自我要求及期許：**  
**全力以赴、精益求精、擇善固執**

李鎡接受專訪時表示，從進入公部門服務至今30多年，一路走來，工作態度就是「全力以赴」，但不容否認的，公平會與商業司的工作有相同之處，也有相異之處，同樣都在公部門服務，都有社會大眾對公家機關的期待，肩負政府的重責大任都是一樣的。

若從實際的工作內容來說，以商業司為例，平日接觸的大半都是中小企業，包含零售、餐飲、電商等產業，主

要任務是輔導協助企業能夠成長茁壯發展；公平會的任務不太一樣，公平會的主要任務是維持一個公平競爭秩序，比較沒有固定的產業管轄範圍，在執行公權力上，行政處分的成份高於商業司，所以通常是大型企業會比較注意公平會的動向，像是金金併、建商廣告等案子。

公平會的任何一個案子，都需要很精準、很確實掌握所有的事證，才能進行處分，所

以對於處分這件事情，態度應該要非常謹慎。李鎡也強調，「輔導」與「處分」兩者並不衝突，以前做產業輔導時，與企業走得很近，對產業的發展狀況相當了解，藉由這樣的經驗來處理企業的競爭行為，反而更能夠相輔相成。

公平會明年即將成立滿30周年，李鎡也說，人因30而立，公平會因30而更穩健，很珍惜這個好機會，在歷任主委打下的基礎上，未來執法的手段及精密度，更要精益求精。舉例來說，商業司的資源很有限，對於申請補助卻最終沒獲得補助的企業而言，可能就是沒有評選上，但對公平會來說，處罰一個企業就是非常重大的事情了。

李鎡表示，任何一件事情，對的就要堅持住，公平會的任何一個案件都是「擇善固執」。在商業司比較像採行首長制，即便很多人的意見很分歧，或者跟司長的意見不太一樣，但因為司長要負最後責任，所以司長在做決定時，可以不一定是多數決，可以依自己的經驗有自己的判斷。但公平會是委員制，一人一票，不是主委一人做決定，所以主委更要了解、尊重多數委員的意見與想法，而且每位委員都各有不同專業及專長，有法律專長的、也有經濟專長的，互相

互補，有利於案件的審查。

### 未來施政重點： 申請流程簡政便民、多與產業溝通互動

李鎡表示，曾拜會請益了很多跟公平會有接觸的相關業界跟律師，發現外界對於公平會的各項業務，都有相當的期待與期許，因此上任之前，盤點了許多上任後要先推行的施政重點，第一個就是讓申請程序更為簡政便民，提高案件的透明性及有效性，簡化不必要的流程，讓外界即時掌握案件的審查進度，避免業者對案件有「不透明」的疑慮。公平會也預計今年六月前建置完成一個結合審查進度的線上查詢系統，讓申報業者即時查詢申報案件的進度，透過快速簡便的流程及資訊透明化，讓外界可以更加信賴公平會。

公平會法規所規範的對象以「企業」為主，因此與企業的溝通互動就非常重要，未來也將加強和企業對話溝通，讓企業能充分了解公平交易法的精神，不是以處罰為目的，而是以有利經濟發展的方向出發。以多層次傳銷事業為例，以前外界對於多層次傳銷的印象比較負面，但其實這個行業，不受到固定的上班地點、固定打卡的限制，因此從業人員多達300多萬，是許多家庭

的經濟來源與支柱，也為台灣的經濟貢獻良多。

李鎡也透露，自今年2月份上任以來，與多層次傳銷業者互動相當密切，針對多層次傳銷之發展與管理等諸多議題，已經與業者開會3次以上。李鎡更進一步透露，未來如經過審慎的評估，積極的溝通互動，就可能把不必要的管制放寬，對業者來說，政府的一小步，就是業者的一大步，也能促進產業的健全發展。

### 公平交易法執法： 關注國際趨勢 瞭解產業脈動 提出執法立場及方向

面對全球化、數位化浪潮，數位發展是沒有國界的，在公平交易法的執法上，除了考慮國情外，也要有全球化思維，像是Facebook，全世界的人都在用Facebook，公平會的執法就要具備全球性的考量，不能侷限於區域；此外，數位經濟也讓公平交易法的執法難以沿用過去的分析方式來評估市場競爭狀況，而要進一步思考數位經濟產業的動態競爭及技術創新特性，因此，要讓企業瞭解公平會不一樣的執法思路，像是傳統的市場界定及市場力評估，在網路世界中，是跟全球做生意，市占率該如何定義，就會出現很大的挑戰。

公平會也十分關注國際趨

勢的發展，像是國際上如何看待市場趨勢變化、國際執法的最新動向等，公平會都需要適時瞭解，才能正確評估可能產生的競爭疑慮，以及後續擬定或修正相應的法規。數位經濟所牽涉的層面非常廣泛，在立法規範前需要考量國內現行法規的適用性、依據我國產業發展狀況是否有立法之必要、與議題相關的政府機關進行溝通與協調等，都必須逐一進行釐清與評估，才能做出完整及成熟的決策。

### **你所不知道的公平會： 專業、獨立、市場競爭秩序的建構者**

一般來說，政府機關內部都有「資訊室」，主要任務就是資訊軟硬體的服務、維護或是更新等工作，但公平會設置的是「資訊及經濟分析室」，除了具備資訊室的功能外，也要蒐集各種產業資訊並進行分析，做為業務單位執法的參考，就是因應公平會的需要而生，公平會需要國際化的執法分析，來完善對產業的詳實調查，以及執法機關的處分對企業產生的影響。

基於現今的數位經濟發展快速，公平競爭議題日新

月異，李鎡也提到，公平會目前已著手編撰「數位經濟政策白皮書」，預計將於今年底發布初稿，將針對數位經濟下可能產生的競爭疑慮，提出公平會對於數位經濟議題所採取的立場與執法思維，讓企業有所遵循且不悖離市場競爭的原則下，降低企業違法的風險。

過去很多人對於公平會的業務內容不熟悉，常有許多誤解。事實上，公平交易法代表自由與公平競爭，如果一家企業的市占率排名第一、第二或是市占率很高，這可能是企業長期努力經營的結果，只有這樣的事實，並不會違反公平法。但倘若這家企業利用這麼大的市場力，發揮不當影響力，做出影響市場競爭的事情，如限制交易人只能跟其交易，才可能涉及公平會的調查範圍內。

李鎡又說，前幾月房市相當熱絡，有建商的預售屋廣告「一天秒殺賣完」之類的宣傳，到底真的是一天就賣完了，還是有廣告不實的疑慮，公平會的同仁為了調查是否真的一天就賣完，進行實地查訪，兩天之內打電話一戶一戶確認，仔細調查是否有資訊不對等、不公平的情況發生。

李鎡也提出呼籲，對於有些企業來說，除公開發行公司外，公司法的罰款金額最多五萬元，金額不大，但公平交易法的罰款金額最高可達 5,000 萬元，情節重大的可罰得更高，不但對企業的經營產生重大影響，甚至形象也會受到負面衝擊，因此企業要多注意、多關心公平會的資訊，避免踩雷行為，以降低違法風險。

### **結語： 多做多對 找出通往成功的道路**

李鎡最後也提到，公平會作為一個獨立機關，但仍舊是社會的一份子。對於公平會的同仁而言，「獨立」並不代表「孤立」，同仁可以很放心地跟產業多多互動，多互動溝通瞭解產業的想法，有助於作出妥適判斷。

同時，也允許同仁有所謂的「容錯」，今天有新點子就去做，做錯了可以讓你知道，這條路不通，下次走別條路就會更踏實，倘若連做都不做，就很難知道哪一個是錯的，反而容易踩雷，所以經過錯誤的成功才更是穩紮穩打，多做多對，不是少做少錯。

# 經濟部商業司未來施政重點

## 蘇文玲：輔導與管理並重 創新研發提升產業競爭力

文■編輯部



經濟部商業司新任司長蘇文玲於今（110）年2月4日走馬上任，憑藉著在經濟部中小企業處完整歷練，一路由科長、副組長、組長，晉升至副處長，並曾2度代理信保基金董事長，辦理紓困振興方案、振興三倍券等工作，深入了解產業需求，將結合原有的產業輔導優勢，及商業司嚴謹之管理制度，為所轄批發零售業、

物流業、電子商務、餐飲業等服務業創新升級，開發新商機。

### 接任商業司使命

談到中小企業處與商業司有何不同，司長表示，主要是產業的認定不一樣，中小企業處輔導的是中小微型企業，不分行業別，以企業的規模來劃分；而商業司則以明確的行

業範疇，其包含批發零售業、物流業、電子商務、餐飲業，及與民眾生活相關的商業服務業，不分企業規模別，都是商業司輔導範圍。

在業務面，中小企業處主要業務為輔導發展，因為企業規模小，透過輔導後，協助企業改善經營體質，找出優勢，開拓市場商機；而商業司業務除了輔導發展面外，還有一個

「管理」的面向，同仁具備專業的財稅、法律素養，可以協助企業在適法遵法中穩健經營。

蘇司長表示：「我希望在既有商業司良好法制管理面外，強化輔導功能，以大小企業協力的方式提升並延續輔導的效能。」司長以連鎖加盟體系為例，完成一個品牌體系的輔導，就能拓展至旗下各分店，輔導不只是單店，而是擴散到整個體，讓成果見樹又見林。

### 推動服務業創新 提升產業競爭力

我國服務業就業人數佔6成，貢獻GDP也超越6成，是穩定我國就業市場，創造經濟產值，驅動台灣經濟成長的主要動能之一，尤其是商業司所轄之產業，更是服務業中的重中之重。

新冠疫情自去年初重創全球經濟，我國民生消費相關之服務業，更為海嘯第一排，受創嚴重。疫後部分產業穩步復甦，然而疫情改變消費模式，舊有的商業型態已經「回不去」了，在面對大環境的「新常态」，司長表示，將積極推動服務業創新研發，輔導業者強健體質、精準行銷、海外輸出；另因應數位時代消費行為改變，導入新商業模式，也是

提升競爭力的不二法門。以下分別說明各領域施政重點：

#### 一、推動批發零售發展：

要推動批發零售發展，透過連鎖加盟業者是較快且系統性的做法，商業司設有「連鎖加盟及餐飲鏈結發展計畫」，藉由專家輔導協助業者強化營運體質、優化總部功能，達成拓展新營業據點、提升營收、降低成本等目標，並帶領連鎖業者前往海外參展與安排國際企業交流，進行海外品牌曝光與市場介接，以增加我國連鎖企業於海外拓展之成功率。

此外，在過去商業司老店輔導的基礎上，司長提出地方創生概念，找出有特色的老店，加以扶植，吸引二代返鄉接班，導入新思維與營運模式，重塑老店新生命，讓台灣特色老店重現生命力。

司長說，產業品牌一條街也是一個很好的做法，台灣在許多地方原有的產業聚落，如家具一條街、珠寶一條街等，因大環境改變原有客群老化，風華不再。商業司將規劃以產業聚落為核心，藉由每年輔導產業品牌一條街，透過街區及門市美學與營運模式，結合新媒體行銷推廣，打造街道品牌魅力，活絡經濟，提升商機。

#### 二、推動餐飲發展

民以食為天，商業司在原本餐飲發展推動上，已有魯

肉飯、台灣餅、手搖飲等節慶活動，司長表示，未來將持續行銷能代表台灣的美食，如台菜，就是非常值得深化發展的重點。

司長也提到，要提升台灣的餐飲業發展，除了注重餐點的美味外，美學也很重要，將輔導業者導入美學應用，不管在菜色、擺盤和餐廳整潔度上，都要更加優化，此外，加以科技導入，推廣海內外行銷、加強國際合作交流，將協助台灣餐飲業進軍國際市場，創造國際競爭優勢。

#### 三、推動電子商務發展：

談到電商，司長表示行動支付在台灣推動速度較慢，可能是台灣太方便了，民眾的支付習慣沒有迫切改變的動力，但在國外，行動支付是相當普遍的支付工具，也是未來市場的趨勢，加上此次疫情影響，目前是推廣行動支付的好時機，因此，將鼓勵店家多利用第三方支付及電子支付帶來的便利性及時效性，也藉此吸引更多不同的消費族群。

對於跨境電商，商業司也針對主要的市場國家，提供不同的協助，如在社群電商盛行的泰國市場，協助代營運商分析當地社群賣家類型、銷售方式與遭遇問題，始能串接社群賣家需要的選品、適地化、銷售分潤等服務，以建立台灣商

品雲，增加台灣商品能見度。

而在美國、日本或中國大陸等成熟市場，激烈的競爭與昂貴的導流成本讓許多電商業者裹足不前。商業司將輔導代營運商運用人工智慧與大數據分析海量市場數據，開發熱銷商品及精準行銷，以降低代營運商導流成本同時提高轉換率，帶動更多台灣電商進軍成熟市場。

#### 四、推動物流發展：

近年來，隨著電商市場蓬勃發展，賣家出貨需求大增，但物流業者卻因為人力短缺、科技化程度不足等因素而影響倉儲作業效能，無法滿足成長快速的配送需求。

為協助跨境電商物流業者整合資訊能力，即時掌握貨況，商業司推動「電商通路物流服務推動計畫」，將導入自動化、省力化與數據分析技術，並將中小型電商物流中心轉型為「以物就人」之人機協作模式，達到省力且快速發貨之需求。

此外，因應現代人生活需求，消費者在網路購買生鮮、熟食等商品已成常態，但該等商品保存期限短，如何備妥適當的貨量以避免缺貨或報廢，另從倉庫或廚房到消費者取貨點，如何確保商品不失溫，對物流業者也是一大考驗。

商業司推動有「溫控物

流服務發展計畫」，將結合 AIoT、自動化、保溫等科技，發展商品供貨預測、儲運管理、保冷保熱等系統技術，協助業者做好溫控物流，掌握時代商機。

### 氣候變遷 導入減碳經營模式

氣候變遷已被視為全球性威脅，因應氣候變遷的減碳行動是全民功課，如何促進商業服務業綠色經營低碳轉型，也是服務業當下必須面對的重要課題。

司長表示，由於商業服務業大多是中小企業，家數眾多，考量在減碳回收年限長、誘因不足下，過往僅是鼓勵業者汰換老舊耗電設備，採購節能省電裝置等，減碳工作推動不易。

為達 2050 年淨零碳排目標，司長表示，將輔導店家重新檢視營運場域服務流程，透過商業經營模式轉型、經營手法與行為的調整，協助產業邁向綠色經營。同時也要鼓勵大眾重視綠色消費，由消費者端激勵銷售端做出改變，如採購在地食材等，店家就有改變的動機，全民共同為節能減碳而努力。

### 接軌國際 共榮經濟發展

隨著新興數位科技的快速發展，帶動新興商業模式的創新，國內的服務業多數屬於中小企業，受限於資源而對於產業發展趨勢無法充分掌握，缺乏可以參考學習的資訊。

對此，商業司蒐集國外同業創新資訊，做為業者學習參考標竿；同時也將建構跨部會協調平台，多與產業公會溝通等，排除業者創新之阻礙，優化產業創新環境，進而促進服務業的升級轉型與高值成長。

在重視服務業升級轉型的同時，司長也強調，服務業不同於其他產業，服務的溫度很重要，因此雖然強調數位應用、升級轉型對服務業發展的重要性，但司長也提出服務業數位轉型的「ABCDE」五項重點策略，除了傳統的 ABCD (AI 人工智慧、Block Chain Ecosystem 區塊鏈、Cloud 是雲端、Big Data 大數據) 外，要再加上 E，體驗 (Experience)，也是服務業競爭力的最關鍵所在。

一個有溫度、深切了解中小企業需求，陪伴輔導業者成長的蘇文玲司長，將為商業司注入新動能，打造批發零售、物流、電子商務、餐飲業新風貌，豐富生活服務地圖、提升綠色消費力，推升我商業服務業與時俱進、接軌國際，共榮台灣經濟發展。

# 商總爭取政府全盤系統性支持中小企業升級轉型 邁向永續成長

文■張伊旻（商業總會產業發展處專員）

經濟部於 110 年 3 月 22 日召開「中小企業升級轉型問題與對策研商會議」，由經濟部王美花部長主持，邀集全國商業總會許舒博理事長與全國中小企業總會李育家理事長暨所屬理監事及產業界代表，會同經濟部、金管會、農委會、勞動部、交通部、衛福部、科技部、文化部、財政部等相關部會代表，共同針對我國中小企業在升級轉型過程中遭遇到的問題，以全盤性、系統性提供中小企業支持與協助。

經濟部王美花部長指出，中小企業類型及種類多元，包含中小型農業、服務業及製造業，因此需要政府提供不同的模式來協助。除了針對不同類型中小企業提出不同輔導策略外，也需要企業經營者、高階主管的認知與承諾，輔以具備相關經驗的專家與數位人才參與推動，從旁協助將數位轉型的經驗與知識傳達給中小企業，讓數位轉型工作順利推展。未來，「持續和深化輔導」，將是政府協助中小企業

升級轉型的最核心政策主軸。

本次會議商總共提出「中小企業升級轉型」8 大建言，包含成立專責主管機關推動服務業發展，盤點產業數位升級轉型落差，鬆綁國外攬才及移工聘用政策化解缺工危機，增設服務業勞動專章，提升觀光局位階及提出「質量並重台灣大觀光計畫」，適度開放個人商業保險及商業模式投資長照機構，推動中小企業品牌加速計畫，建置服務業 AI 大數據中心等建議，表達對於服務業升級轉型發展的殷切盼望。後疫情時代的全球競爭，為協助台灣企業脫穎而出，絕對需要產業界和政府共同攜手打拼、集思廣益，共商產業發展大計。

許理事長指出，對應我國多元服務業型態與升級轉型需求，建議政府成立專責主管機關，專責處理跨部會服務業的相關問題，讓機關權責與產業發展事權能契合服務業之發展所需。中小企業有時面臨的是跨部會問題，建議政府可思考

成立單一窗口，例如勞基法五休二爭議，涉及交通部及勞動部；紙箱缺料、缺工問題，涉及工業局與勞動部，倘若有一個單一窗口，則可以解決跨機關問題，並加速案件的處理速度。未來商總也會設立單一窗口，從 144 個公會會員取得反饋，同時與經濟部單一窗口保持動態聯繫。

隨著科技導入改變企業經營型態，未來中小企業將更趨向多元化發展，然多數傳統服務業者不知如何升級轉型，亟待政府協助，建議政府針對各業別之服務產業，全面盤點數位升級轉型落差與需求，並訂定各業別適用的升級轉型策略資源，包含提供專家諮詢服務、轉型升級計畫、專業技術引進等，來協助傳統服務業成功升級轉型。

近年來台灣人口結構受到少子化、高齡化的衝擊，服務業長期缺工現象日趨嚴重，建議政府鬆綁國外攬才及移工聘用政策，考量開放「外國專業人才延攬及僱用法」藍領勞工

的部分，並於「就業服務法」開放服務業聘用外籍移工，解決服務業缺工危機。

目前台灣藍領外籍製造業勞工高達 50 萬人，然缺工現象並不局限於製造業，現有運輸、餐飲、旅館、民宿等產業，還有許多 3K 產業或粗重工的工作環境，不受國內勞工所喜愛，建議政府可透過商總現有資源與管道，進行全面性的缺工調查，瞭解國民就業與各產業缺工的實際狀況。

另外，交通部與勞動部雖開放職業司機執業年紀上限至 68 歲，雖可解燃眉之急，卻非長久之計，建議外籍勞工職業駕照可比照國際駕照採認方式，以及雇用 5 個本國人能聘用一個外籍勞工，有效解決司機缺工問題。

服務業所跨足的業種及業態繁多，加上客製化、彈性的服務型態出現，現行勞基法中一致性規範產業的勞動條件，已無法配合目前業界的實際需求與實務運作方式，建請勞動部正視勞基法適用問題，檢討服務業勞動條件等相關問題，規劃訂定「服務業勞動專章」，降低勞資爭議，協助勞資雙方權益獲得完善規範與保障。

觀光產業為我國推動經濟成長的重要產業之一，建請政府提升觀光局升格為觀光署，

或可考慮擴編預算升格為觀光旅遊部，專責負責觀光之相關事務，包含提出長遠的觀光政策規劃、改善既有之硬體設施外、加強興建新的觀光基礎建設等，活絡當地觀光魅力，讓國際旅客可以體驗台灣各地不同風貌的美景與特色文化。

許理事長指出，台灣邁入高齡少子化，目前政府以財稅資源投入長照機構支持，然許多接受補助的長照機構，仍有許多基礎設施與環境尚待改善，因此建議政府開放個人商業保險，以及適度開放非財團或社團法人投資經營長照機構，以超高齡社會的日本為例，結合金融資源與長照村群聚效應的概念，將個人保險或年金給付轉變為未來入住或使用長照服務的權益，一方面減少長照機構的資金及營運負擔，降低政府財政負擔，也有助於改善長照居民的生活品質。

會中王部長聽取產業界代表提案建議後，關於成立專責主管機關推動服務業發展業務一事，王部長裁示由經濟部陳政務次長督導，幕僚作業由商業司擔任總窗口。另針對各業別之服務業，經濟部商業司將於現行計畫下，分年針對不同服務業業別盤點數位轉型落差並制定輔導策略，協助業者加速轉型步調。

王部長總結此次會議為初步盤點中小企業面對系統性、整體性通案建議，需要用跨部會方式處理，未來將不定期請中小企業處、商業司等單位安排聽取產業界建議。此外，本次提案後續將以務實態度處理，建請各主責部會依據各產業的不同特性需求，歸納幾項具體建議及可行模式，再與該行業代表進行更深度的交流，溝通與研商解決之道，若有跨部會協調之必要，再交由經濟部協處。

商總「中小企業升級轉型 8 大建言」

	建言主題		建言主題
1	成立專責主管機關，推動服務業發展之相關事務，建構多元、創新之商業環境。	5	提升觀光局位階，提出「質量並重倍增台灣大觀光計畫」。
2	針對各業別之服務產業盤點數位升級轉型落差，協助服務業克服升級轉型難關。	6	開放個人商業保險，適度開放商業投資經營模式投資經營長照機構，。
3	鬆綁國外攬才及移工聘用政策，解決服務業缺工危機。	7	推動中小企業品牌加速計畫
4	增設「服務業勞動專章」。	8	建置服務業 AI 大數據中心

# 設計專利權利保護初探

文■張遠博（工業總會智慧財產權組資深專員）

依據智慧局公布之統計資料<sup>1</sup>，2019年第4季本國設計專利申請量之成長率高達28%；2020年全年設計專利之本國人申請數占49.22%，幾乎能與外國申請人之數量相抗衡。因此，我國設計專利之法規修正及產業界之專利布局，呈現積極鼓勵發展設計相關產業。

2021年3月15日由經濟部智慧財產局與工業局共同舉辦「維修免責條款國際立法例之意見交流會」，邀請產官學界與會並在交流會中，智慧局、工業局針對全球維修免責條款的最新進展，以及各項專利申請及產業現況進行專案報告<sup>2</sup>，回應產業界對於設計之智慧財產保護需求，各國積極修法。我國以設計專利權保護工業設計，2013年專利法進行

修正，使應用於物品之電腦圖像及圖形化使用者介面，亦得申請設計專利（專利法第121條第2項）；2019年底修法將設計專利權期限由12年延長為15年（專利法第135條）<sup>3</sup>。

## 何謂設計專利

設計專利是指對物品全部或部分之形狀、花紋、色彩或其結合，透過視覺訴求的創作其中應用於物品之電腦圖像及圖形化使用者介面，為一種透過顯示裝置顯現而暫時存在之平面圖形，該圖形本身應屬花紋或花紋與色彩之結合的性質，亦得申請取得設計專利<sup>4</sup>。

設計專利保護之標的為應用於物品之形狀、花紋、色彩或其二者或三者之結合，透過視覺訴求之創作，不包括有關聲音、氣味或觸覺等非外觀之

創作，以及法定不予設計專利：

1. 純功能性之物品造形 2. 純藝術創作 3. 積體電路電路布局及電子電路布局 4. 妨害公共秩序或善良風俗。

設計專利與發明、新型不同之處在於其並非專注於功能、技術、製造及使用方便性等方面，而是著重於視覺效果之增進強化，藉商品之造形提升其品質感受，吸引一般消費者之視覺注意，進而產生購買之興趣者，以此改進<sup>5</sup>。

## 設計專利特性

設計專利之專利權範圍，並非係藉由請求項的文字予以界定，而是透過圖式中所呈現的各視圖予以確立。亦即，設計專利是以圖式為基礎，並適度地參酌說明書的文字說明，以合理地建構出該「物品的

註1 經濟部智慧財產局（2021），〈經濟部智慧財產局公布109年受理專利商標申請概況〉，<https://www.tipo.gov.tw/tw/cp-87-887608-24507-1.html>（最後瀏覽日04/24/2021）

註2 經濟部智慧財產局（2021），〈經濟部智慧財產局與工業局舉辦「維修免責條款國際立法例之意見交流會」，圓滿成功〉，<https://www.tipo.gov.tw/tw/cp-85-888260-2ac64-1.html>（最後瀏覽日04/03/2021）

註3 李素華（2021），設計專利權保護與權利行使：從維修免責條款之立法提案與新近訴訟案談起，專利師季刊，44期，頁97

註4 專利法第121條：「設計，指對物品之全部或部分之形狀、花紋、色彩或其結合，透過視覺訴求之創作。應用於物品之電腦圖像及圖形化使用者介面，亦得依本法申請設計專利。」

註5 經濟部智慧財產局，〈認識專利〉，<https://topic.tipo.gov.tw/patents-tw/cp-784-873246-9d957-101.html>（最後瀏覽日04/27/2021）

外觀」以為其專利權範圍<sup>6</sup>。因此，在確定設計的專利權範圍，其目的僅在正確認知圖式所呈現之「外觀」及其所應用之「物品」，以合理確定其權利範圍，其並無須將圖式所揭露之內容轉化為詳細敘述之文字，亦無須再進行新穎特徵認定<sup>7</sup>。

### 設計專利侵權判斷——以 106 年民專訴字第 34 號民事判決為例

在此以 106 年民專訴字第 34 號民事判決<sup>8</sup>分析設計專利侵權判斷為討論，原告為德商戴姆勒有限公司，其擁有中華民國第 D128047 號設計專利（以下簡稱 047 專利）之權利人，向被告帝寶工業股份有限公司所產製之 DEPO 型號汽車頭燈（以下簡稱系爭專利）提起專利侵權訴訟。

兩造爭點內容法院整理歸納如下<sup>9</sup>：是否侵害系爭專利？是否有應撤銷的原因？是否違反公平交易法？是否違反誠信

原則或權利濫用禁止原則？等面向，筆者則針對侵權判斷與否進行說明。

法院就被告所提出之系爭產品特徵差異，就一般消費者進行產品選購時，難以注意產品之邊緣角落以及背面有所差異，且兩者間具有梯形部位與液滴狀部位所形成之輪廓、正面佈滿條文之反射罩、圓柱形燈泡、葉片形罩體等共同特徵，因認為被告所製造之系爭產品侵害原告 047 專利。

觀諸我國近年有關設計專利之民事判決，其已不再使用過去雙重檢測方法（two-fold test），而大致已改採用 2016 年版「專利侵權判斷要點<sup>10</sup>」所建議的設計專利侵權分析方法，依「設計專利權範圍」方面，以（1. 設計專利權範圍於合理認知系爭專利核准審定時，所界定的專利權範圍。2. 無須再就「新穎特徵」確定。3. 「純功能性特徵」的判斷。係以是否屬於「必然匹配」（must-fit）為主要判斷原

則<sup>11</sup>）進行侵權認定。

### 結論與建議

從前述案例所影響之設計專利權保護，以下幾點建議供參考：

#### 1. 提供設計保護之有限期間

針對複合式零件售後維修市場，建構一段有限期間之設計保護機制。

#### 2. 提升產品設計技術並進行專利佈局<sup>12</sup>

透過強化內部設計技術促進與原廠交互授權以及迴避其專利，並提前進行專利佈局。

#### 3. 維持現狀

由於各國目前針對零件「維修免責條款」並未一致，且台灣汽車零件大部分為外銷，政府政策考量是否納入維修免責條款，應先行確認：各國之產業結構及環境與我國是否相同且該等國家之企業及整體社會氛圍，係積極投入研發並意識到智慧財產權之價值，究竟是鼓勵創新、抑或是鼓勵仿製？值得深思。

註 6 專利法第 136 條第 2 項明定解釋設計專利之專利範圍基本原則：「設計專利權範圍，以圖式為準，並得審酌說明書」

註 7 經濟部智慧財產局，〈認識專利〉，2017 年 12 月版，頁 18-20

註 8 智慧財產法院 106 年度民專訴字第 34 號民事判決

註 9 同前註，頁 35

註 10 經濟部智慧財產局，〈專利權判斷要點〉，2016 年 2 月版，頁 62

註 11 葉哲維（2019），設計專利之侵權判斷方法討論與案例解析，專利師季刊，37 期，頁 82

註 12 莊越程，由帝寶設計專利侵權案析我國汽車零件副廠之困境對策，科技法律透析，第 33 卷第 4 期，頁 39

# 淺析我國人力資源問題

文■郭振昌（台北海洋科技大學退休副教授）

## 壹、少子女化與高齡化的雙重衝擊

2020年我國人口數首度呈減少現象（減少4萬1,885人，總增加率為-1.78%），除因出生率下降，自然增加（出生人數減死亡人數）較上年減少7,907人（自然增加率為-0.34%），更係因COVID-19（新冠肺炎）疫情持續延燒，導致外國遷入人數大幅減少，社會增加（遷入人數減遷出人數）減少3萬3,978人（社會增加率為-1.44%）所致。

今2021年第一季我國人口結構中，14歲以下幼年人口占12.52%，15-64歲工作年齡人口占71.19%，65歲以上高齡人口占16.29%，2019年婦女總和生育率僅有1.05（由於嬰兒夭折及疾病等原因，一般來講在已開發國家總和生育率至少要達到2.1，才能達到世代更替水平，不致令人口總數隨著世代更替而下降），估計2020年可能會低於1；美國中情局（CIA）日前公布全球2021年總和生育率（total fertility rate，簡稱TFR）預測數據，我國將成為世界上預估生育率最低的國家。

根據國家發展委員會公布的資料，我國在2019年已達人口最高峰的2,360萬人，預估在2070年最多只剩1,716萬人；其中，育齡婦女的人口數，恐跌破200萬人。

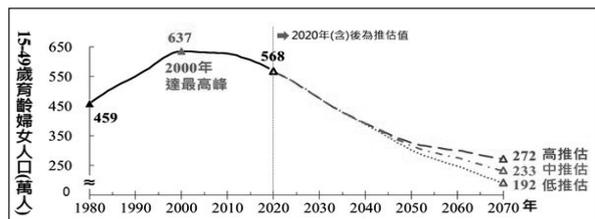
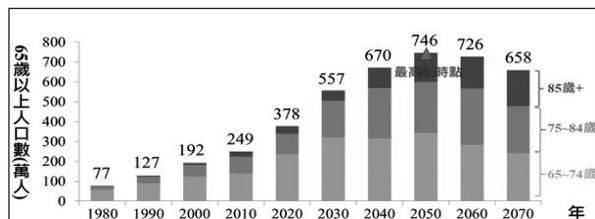
根據國發會統計，我國總人口數在2019年達最高峰的2,360萬人，但因人口快速老化，使死亡數快速擴張，未來人口減少速度將日益增快，2070年人口數將降為1,449萬到1,716萬人左右，約為2020年的6到7成。

而低生育率伴隨而來的就是人口老化問

題。國發會資料指出，15到64歲的工作年齡人口也不斷下滑，同樣在2019年達到高峰的1,737萬人後，接著便「難挽頹勢」，預計到2070年，高中低數字分別為864萬、783萬、697萬人，屆時勢必要延後退休年齡，否則將面臨嚴重缺工等問題。

至於高齡人口的統計，則是預估在2050年達到高峰的746萬人，接著緩降到2060年的726萬人、2070年的658萬人。

另外，低生育率導致人口基數低，國發會也預估，育齡婦女變動趨勢將走跌，且頹勢甚至來得更早。在2000年就已是育齡婦女的高峰，637萬人，接著便不斷往下滑，預估到了2070年，育齡婦女最多約僅272萬人，最少甚至來到192萬人，跌破200萬人大關。

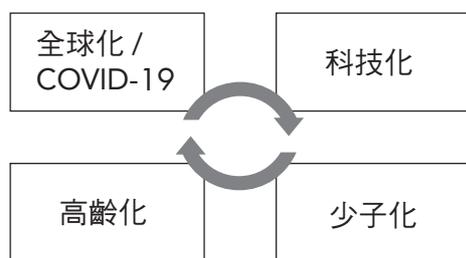


▲ 育齡婦女人口逐年減少。（圖／翻攝自2020年國發會官網）

此外，行政院主計總處2020年8月底「事業人力僱用狀況調查」統計結果，工業及服務業廠商職缺數22.3萬個，較上年同月增1千2百個。隨國內疫情控管良好，經濟漸趨回穩，

2020年8月底工業及服務業職缺數計22.3萬個，較2月增4千9百個(2月受疫情影響，年減1.5萬個)，較上年同月略增1千2百個，因季節性人力需求之職缺增加2千4百個，因組織調整造成之職缺增加7百個，因營運好轉、業務擴增之職缺增加6百個；因應員工流動性需求(含員工退休、離職、遭解僱、資遣之人力補充)造成之職缺減少2千個，因現有員工技能不符之職缺亦減6百個。工業及服務業職缺率2.72%，較上年同月上升0.02個百分點，其中不動產業5.07%，上升0.50個百分點；營建工程業2.97%，上升0.35個百分點；住宿及餐飲業3.88%，亦升0.34個百分點。製造業2.68%，則降0.03個百分點；運輸及倉儲業2.17%，下降0.29個百分點；其他服務業4.18%，下降0.25個百分點；金融及保險業1.89%，亦降0.22個百分點。職缺平均持續時間為3.7個月，較上年同月減少0.2個月。

總結：2020年我國首次出現人口負成長，我國面臨少子女化、高齡化危機，在未來勞參率上勢必面臨嚴重缺口，產業也相繼出現缺工現象。我國總體人力資源問題可歸納如下圖的四大衝擊：



▲ 總體勞動市場情勢。(資料來源：郭振昌 2021)

## 貳、少子女化對策計畫的檢討與改善

行政院自賴清德擔任閣揆時期，就核定「少子女化對策計畫(107-111年)」，規劃「0-6歲(入國小前)全面照顧」，以「擴展

平價教保服務」及「減輕家長負擔」二大重點，推動「擴大公共化」、「建置準公共」、「育兒津貼」三大策略，盼達到持續加速公共化、減輕家長負擔、改善教師與教保員薪資、穩定服務品質及提升幼兒入園率等目標。此外，從2021年元旦起實施的新制，為準公共保母或托嬰中心補助，從0至2歲延長至3歲，政府會依家庭經濟條件，補助送托公共托育者每月3,000元至7,000元不等，若是送到準公托人員或準公托中心每月6,000元至1萬元，估約1.6萬名兒童受益。從實施三年來我國婦女總和生育率持續下降的趨勢看，顯然績效不彰，並未達到鼓勵生育的效果。

根據《今周刊》與家庭計劃協會協力執行的「2021台灣生育意願大調查」，僅33%的15到49歲育齡民眾，未來打算生(再生)小孩，女性生育意願更僅27.3%；若將範圍縮小為39歲以下年輕人，打算生小孩比率也不及4成(39.6%)。

不打算生小孩的民眾當中，有53%將「經濟壓力」視為理由，比率高居所有選項之首。高房價，是年輕世代經濟壓力的重要來源。在調查中，37.7%民眾表示曾因買房而考慮晚婚，36.9%曾因買房而考慮不生或少生小孩。進一步交叉分析後發現，回答「打算生(再生)小孩」的受訪者中，有51.3%因買房而晚婚、41.9%因買房而考慮不生或少生。

調查顯示，幼兒園學費減免至每月1,500元到3,500元之間，效果最好，有近6成受訪者表示因此增加生育意願，緊追在後的，是6個月育嬰留職停薪津貼合併育兒津貼(58%)，育嬰留職停薪津貼(56%)、托育補助(54%)，也能提高半數以上受訪者的生育意願；育嬰假(48%)、育兒津貼(47%)及生育獎勵(40%)，民眾的反應較不顯著。政府可參考此等民眾意見，適當調整少子女化

對策計畫；另也需要提供婦女兼顧工作與家庭的友善職場環境；加速自動化 / AI 科技運用，有效的人力資源發展策略—教育 / 訓練 / 終身學習，以提高生產力，並減少對人力依賴等。

### 參、高齡化法令的反省與精進

至於高齡化議題上，2020 年 12 月 4 日已實施《中高齡者及高齡者就業促進法》，茲檢視我國年長者就業情勢與國際立法例及經濟合作暨發展組織 (OECD) 倡議等，可再研議增修其他相關法令：

一、為統籌我國年長者勞動人口就業或聘雇事宜的必要，宜刪除勞保條例第 58 條「被保險人已領取老年給付者，不得再行參加勞工保險」之規定，以及參考日本與南韓就業保險法立法例，刪除就業保險法第 5 條年齡上限之規定，以鼓勵及促進退休者再就業。

二、受僱者家庭照顧之協助措施可更具體：本法第 19 條僅規定雇主對其僱用之中高齡者及高齡者家屬需長期照顧時，得依其需要轉介適當資源。其實主管機關也應參考日本與加拿大就業保險法立法例：日本家庭照顧休業給付替代率 67%，並可用半天請假，每年有 3 次合計有 93 天；加拿大體恤照顧給付，為因照顧需求必須暫時離開工作的人，提供就業保險給付，符合條件最多可享給付替代率 55%、最長 26 周的體恤照顧給付。

三、試行漸進式退休：退休年金所得保障與人力運用可以一起考量，也就是說，年金改革應該也可以把漸進退休列入考量，因為漸進式退休兼具退休保障與人力彈性運用的功能，均有利於年長者與青年的就業與人力運用，只是在試辦初期，宜由勞雇雙方協商有意願者再辦理，而非立法強制規範。至於雇主所擔心的

增加管理與健康福利給付的成本，可思考由擴大職務再設計適用範圍的經費予以支應，以開拓職務再設計的多元性，而不是侷限於工作環境與就業輔具的改善費用。瑞典是國際上較成功的漸進式退休制度推動國家，其 60 歲到 65 歲之間有辦理漸進式退休的約 4 成，它成功的因素包括：1. 提供部分工時工作彈性的制度；2. 政府與企業成為合作夥伴的關係，積極推動；3. 部分漸進式退休所得替代率極高；4. 企業少有就業年齡歧視；5. 持續的教育訓練；6. 敘薪制度是與生產力連動的而非依年資等。頗值得我國擬推動漸進式退休或彈性就業時參考。

四、試行基於員工績效或生產力敘薪取代依年資敘薪：年長者因體能下降生產力減少，尚須依年資敘薪，以致常遭勸退或逼退。基於員工績效或生產力敘薪，確實較為符合雇主合理的僱用成本，但是我國員工低薪問題一直遭詬病，再倡議年長者減薪可能會有歧視中高齡年長者之嫌，除非如南韓勞雇政三方真能不斷對話，有效協商與溝通，產生共識，倡議薪資高峰制與用就業保險經費的補貼與基於績效而非年資的薪資制度等，暫不適合於中高齡者就業專法立法規範，或可以鼓勵讓有意願者先行試辦，可如新加坡有部分基本薪後再以績效核薪，而其占比則透過勞資協商；或代之以漸進式退休制度的彈性工作安排一部分工時領取部分薪資與部分退休年金。此外，如果員工退休後，他們公司實行薪資高峰制或轉換他們的兼職工作，在他們的平均薪資所產生的下降，可能導致退休薪資計算的減少。因此，亦可參考南韓就業勞動部擴大提前支付退休薪資，因員工從薪資高峰制或他們切換到兼職的工作，平均薪資的下降，以防止退休薪資的任何減少。

# 探討服務業缺工因應策略

文■黃杲傑（中華民國就業服務商業同業公會全國聯合會理事長）

台灣在 1953 年前後，政府因為備戰思惟，鼓勵國人多多生育，人口數暴增，十年後發現，如果人口再成長下去將有很大後遺症，因此於 1964 年全面推行家庭計畫—「一個不嫌少，兩個恰恰好」，人口自然增加率明顯下降，曾兩度被「美國人口危機委員會」評鑑為開發中國家或地區中控制生育率成果第一名。

隨著經濟突飛猛進，民國 79 年股市上萬點，民間儲蓄資金大量湧入股票市場，一時之間炒作股票成了全民運動，而台灣工廠一夕之間突然間找不到勞工，生產線因缺工幾乎完全停擺，工廠面臨倒閉危機。六年國家建設等重大工程也因缺工進度嚴重落後，完工之日遙遙無期，後來政府不得不同意中華工程、榮工處等承造的營造工程公司專案引進外籍勞工，國家重大建設才得以陸續順利完工。

然因製造業生產線勞動力嚴重不足，當年來自世界各國的外籍勞工，以觀光名義大量湧入台灣後逾期居留、非法打工，工廠管理問題不斷，也產

生社會問題，政府於是決心大力整頓取締非法外勞，在民國 80 年請全國工業總會調查屬下會員生產線缺工狀況，統計結果有六行業十五職別大約缺工五萬多名，政府依此調查表單打三折試辦性的開放了 1 萬 5 千多名藍領外勞配額。行政院並通過因應人力短缺暫行措施的臨時特別法規，讓製造業能夠合法申請外籍勞工。隨著台灣經濟成長，目前台灣合法外籍勞工人數已經突破 70 多萬名，其中社福類大約 25 萬名，其他大多是製造業及少部分的營造業公共工程外籍勞工。

台灣缺工問題來自國人少子化，人口紅利嚴重不足所造成，目前缺工涵蓋許多行業，不單只有家庭類、製造業及營造業勞工。然而，政府開放的藍領外勞配額卻一直集中在這三類的工種，其它行業苦於嚴重缺工無法解決，為了生存，不得不聘用逃逸外勞，造成逃逸外勞黑市交易猖獗，再則不合時宜的外籍女傭申請條件，符合資格雇主只有大約 2 千名，但是市場實際需求遠遠超過 30 萬名，所以很多申請不

到家庭幫傭的雇主也被迫變相以高薪誘拐合法的看護工非法打工，這也是目前外籍看護工失聯非法打工的主要原因。

事實上全國還有很多嚴重缺工的行業，例如：貨櫃、貨運服務業：缺理貨人員、貨車司機、拖車司機、客運司機。旅館業：缺房務人員。餐飲業：缺一線人員。照護業：缺家庭看護工、長照服務員。紙器業：缺產線工人。營建不動產業：缺現場工人（鋼筋工、水泥工、模板工、電焊工等基層勞工）..... 很遺憾的是目前政府開放申請外勞配額還是獨厚製造業。

近年中美貿易戰造成過去出走大陸的產業，紛紛鮭魚返鄉，甚至很多世界級的大廠也從北到南在台設立廠辦及成立研發團隊，甚至連美國 A IT 都在天母置產，衡量目前台灣少子化所產生的國安危機問題，政府應審慎評估重新檢討開放其它各行業外籍勞工配額的申請條件，讓這股台商返鄉熱潮能夠順勢帶動台灣經濟奇蹟再次起飛。

# 高齡化及少子女化趨勢下之服務業勞動法規調適芻議

文■徐志明（僑光科技大學財經法律系專任副教授）

## 一、問題現況

根據官方統計，台灣即將在五年內進入超高齡化社會，屆時六十五歲以上人口，佔台灣總人口之比例將超過百分之二十，勞動人口將面臨全面老化。同時，自去年起，台灣人口亦開始負成長，加上全球排名倒數第一之生育率，高齡化及少子女化，將對內需市場之服務產業產生莫大衝擊。

依照專家之評估，高齡化帶動退休潮與歇業潮，加上少子女化趨勢之雙重影響，除將減少產業勞動力之供給，因社會高齡化導致消費需求改變，以供給內需市場為主的服務產業亦將逐漸萎縮，甚至凋零。

長期以來，除傳統製造業之生產線，或營造業之建築工地，及配合國人長照需求之看護產業外，政府僅有限度開放外籍專業人士（即俗稱之白領外勞）投入服務產業。根據勞動部統計，截至去年底為止，國內之外籍專業人士已超過三萬五千人，加上於各大專校院

任教之外籍專任教師約一千餘人，總計超過三萬六千人，年成長率百分之十四，但對於其他大量依賴服務科技人才之產業，例如商業服務業中的零售及流通產業，因未開放引進白領外勞，勢將發生勞動力短缺之問題。

台灣服務產業對於 GDP 之貢獻不容小覷，若能適度放寬服務科技人才之引進，以克服勞動力缺口之問題，除有助於產業發展，提升國家競爭力，長期亦可能促進產業升級。因此，亟待現行法規之配合適度調整，使政府得以因應人口結構變遷，妥適規劃服務業勞動力相關政策措施。

本文主要探討高齡化及少子女化趨勢下，現行勞動相關法規應如何提前部署之問題。本文聚焦勞動法規應如何進行適當之調整，以解決產業燃眉之急，並達到有助於產業創新與發展之目的。

## 二、外籍人士來台工作涉及之現行相關法規探討

外籍人士來台工作涉及之現行相關法令，主要為《就業服務法》及《外國專業人才延攬及僱用法》，茲分別評析如下：

### （一）就業服務法及相關法令

按現行《就業服務法》第四十六條，除本法另有規定外，聘僱外國人在台之工作以下列為限：專門性或技術性之工作、僑外資事業之主管、大專以上校院或外國語文課程之學校教師、立案短期補習班之專任教師、運動教練及運動員、宗教、藝術及演藝工作者、船員、家庭幫傭及看護、為因應國家重要建設或經濟社會發展需要，經中央主管機關指定之工作，以及性質特殊，國內缺乏之人才，經中央主管機關專案核定者。

其中，專門性或技術性工作，包括：營繕工程或建築技術、交通事業、財稅金融服務、不動產經紀、移民服務、律師、專利師、技師、醫療保健、環境保護、文化、運動及休閒服務、學術研究、獸醫師、製造

業、批發業及其他。目前經中央主管機關指定之工作包括：製造、營造、屠宰、農務等等。而性質特殊，經中央主管機關專案核定者則包括雙語翻譯及廚師。

從上開法條觀察，目前與日常民生最為攸關之零售、物流等產業，例如便利店與宅配、外送等，乃是目前運用服務科技之技術密集產業，但受高齡化與少子女化衝擊最為直接，卻未被本法及相關法令列入得聘僱外國人在台之工作之行業，未來在面臨大量勞動力缺口時，勢將發展停滯甚至萎縮之情形。

## （二）外國專業人才延攬及僱用法

為加強延攬及僱用外國專業人才，以提升國家競爭力，台灣於2017年制定本法。按本法第二條，外國專業人才指在我國從事專業工作之外國人。外國特定專業人才指外國專業人才中具有中央目的事業主管機關公告之我國所需科技、經濟、教育、文化、藝術、體育及其他領域之特殊專長者。

外國高級專業人才則係指《入出國及移民法》第二十五條第三項第二款所定為我國所需之高級專業人才，依現行《歸化國籍之高級專業人才認定標準》，與服務產業較為

相關者，主要為經濟領域之農業、工業及商業之農業開發、農產運銷、機器設備、半導體、積體電路、光電、資通訊、電子電路設計、生技醫材、精密機械、汽車零組件、系統整合、大眾傳播、法律、保險、銀行、翻譯、諮詢顧問、綠色能源、醫療照護、文化創意或觀光旅遊等企業擔任專業職務，具傑出專業才能或有跨國經驗為我國亟需之人才。

與前述《就業服務法》相似，本法忽視智慧零售、物流等產業具備之技術特殊性，而未將之列入外國專業人才、外國特定專業人才及得歸化國籍高級專業人才之範疇，在面臨少子女化衝擊時，產業專業人才供給勢將出現大量缺口。

## 三、法規調適之建議

關於服務業勞動法規調適之建議，首先，各服務業之目的事業主管機關與勞動力主管機關，應該盤點服務產業及其專業人才之缺口，共同研議修正《就業服務法》第四十六條授權主管機關指定之工作種類與機關專案核定之業別，優先將易受高齡化及少子女化衝擊，但具有技術性之服務產業，全面納入適用聘僱外籍人才之行業，方可藉由引進服務科技人才，短期克服勞動力缺口，中長期亦有助產業升級。

其次，《外國專業人才延攬及僱用法》刻正面臨修法，目前行政院修法之三大方向為鬆綁外國專業人才來台工作條件、鬆綁永居規定、以及優化生活保障等，若能順勢修正現行《歸化國籍之高級專業人才認定標準》，陸續將廣泛運用服務科技之智慧零售業、物流業等納入認定高級專業人才之產業，不但有可能因此吸引更多具備服務科技之外籍專業人士來台，解決人才不足之問題外，並能藉以改善產業之營運能量，協助產業創新。

## 四、結語

本文認為，政府應重視及協助服務科技於服務產業之廣泛應用，然而，面對高齡化及少子女化之社會結構變遷，國內服務科技人才即將出現短缺，實應透過大量引進外籍服務科技人才，以彌補人服務人才供給之缺口。

為達到此一目標，政府應針對服務業勞動相關法規進行調適，藉由《就業服務法》及《外國專業人才延攬及僱用法》之鬆綁，使服務科技人才得以大量來台工作，解決因高齡化及少子女化，服務產業逐漸缺乏人才之燃眉之急，並達到產業創新與發展之目的，共創雙贏。

# 通膨來襲 新興市場掀升息浪潮

文■吳孟道（台灣經濟研究院研究六所所長）

竹外桃花三兩枝，春江水暖鴨先知。3月中旬，即使疫情依舊嚴峻且持續困擾著經濟表現，但為因應通膨升溫疑慮與貨幣貶值問題，金磚四國的成員巴西，還是決定開啟全球升息第一槍，一次升息3碼，將基準利率從原本2%上調至2.75%，為近6年來首度升息。巴西無預警的升息舉動，立即觸動新興市場國家擺盪在經濟成長與通貨膨脹之間的那根弦，誘使土耳其及俄羅斯加快跟進、群起效尤。

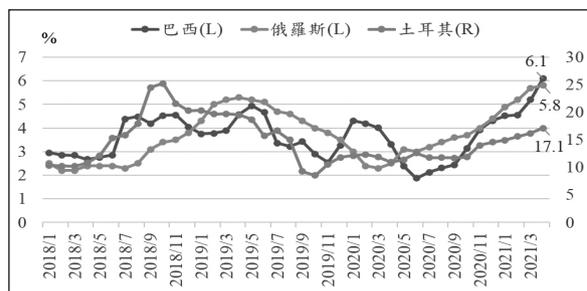
在隨後兩天，土耳其及俄羅斯即分別宣布升息8碼及1碼，將個別基準利率調升至19%及4.5%。其中，俄羅斯更於4月下旬，再度升息一碼至5%。土耳其雖未在4月央行利率決策會議繼續跟進升息，但因為3月一次調升2%的舉動，造成貨幣緊縮力道過大，引發股市劇烈動盪、連兩天熔断，連帶也使得央行總裁阿格巴爾(Naci Agbal)因此而下台，該國貨幣里拉(Yeni Türk Lirası)甚至出現一天崩跌17%的慘狀。根據華爾街日報報導，阿格巴爾下台後的幾週內，包括股票及債券在內的土耳其金融資產被大舉拋售，外資撤離資金將近20億美元。而驚魂未定的土耳其金融市場，迄今仍未恢復。

## 升息所為何事？

毫無疑問，新興市場主要經濟體的升息舉動，不僅在全球低利率環境中掀起一片漣漪，也為逐步踏上復甦之路的全球經濟，投下一顆震撼彈。為何這些主要的新興市場經濟體，會這麼著急的啟動升息循環呢？原因不難猜想。因為通貨膨脹壓力，可能已經瀕臨失控的臨界點。若不及早未雨綢繆、調整貨幣政策方向加

以因應，一旦失控，恐怕將對經濟及社會，造成難以抹滅的傷害。特別是對像巴西、俄羅斯及土耳其這類新興市場國家而言，物價往往難以掌控，一有風吹草動，波動就會加劇。

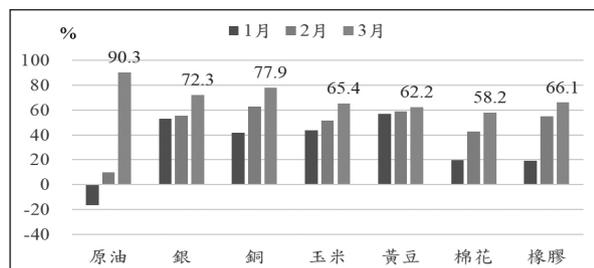
圖一列出巴西、俄羅斯及土耳其的消費者物價指數(CPI)年增率走勢，從圖中可以發現，今年以來三個國家物價上揚趨勢都相當明顯，且增幅有逐漸加大跡象。如巴西CPI年增率就從1月的4.5%一路攀升至4月的6.1%，創下自2017年11月以來3年半的新高；而俄羅斯通膨走勢也跟巴西如出一轍，4月5.8%更是自2016年11月以來4年半新高；土耳其通膨率(4月17.1%)雖僅是兩年新高，但從前波低點8.6%到現在，也足足增加近一倍。顯見這些新興市場國家的通膨壓力，確實不容小覷。



▲ 圖一、巴西、俄羅斯、土耳其CPI年增率。  
(資料來源：巴西、俄羅斯、土耳其統計局，自行繪製。)

另一方面，隨著全球經濟復甦力道逐漸加強，全面帶動消費及投資方面的實質需求，加上疫情警報仍未全面解除，大幅限縮跨境商品與人員的移動，無形中都讓包括能源、金屬及穀物等在內的大宗物資及原物料商品，價格跟著水漲船高，同時也加速推升企業生產成本。圖二列出2021年1-3月主要能源、金屬與穀物商品的價格漲幅(年增率)，從中可以清楚看

到，不管是能源的原油、金屬的銀與銅、或是穀物的玉米與黃豆、再或是大宗商品的棉花與橡膠，價格漲幅都是逐月遞增，並於3月達到近期最高峰。



▲ 圖二、2021年1-3月主要能源、金屬與穀物商品價格漲幅。(資料來源：主計總處，自行繪圖。)

這充分意味著，源自供給端的企業生產投入成本，正在急速飆升，未來極有可能進一步轉嫁到終端消費產品身上，這無疑也加深各界的通膨疑慮。尤其是新興市場國家，大部分為原物料與大宗物資供給方，對於生產端的物價變化，自然也會更為敏感。因此，在應對通膨問題時，就顯得相對小心謹慎，也較為積極。

### 一個世界，兩樣情景

不過，相較於新興市場國家應對通膨所展現出的急迫性，以美國為首的主要先進國家，卻顯得老神在在，絲毫嗅不到任何調整貨幣政策方向或改弦易轍的味道。比如美國聯準會(Fed)在4月底最新一次的利率決策會議，仍舊維持一貫的鴿派態度，強調通膨回升只是暫時性現象，而非長期趨勢。因此，Fed決議維持0~0.25%的聯邦基準利率不變，同時每月也將繼續購買至少800億美元的美國公債與400億美元的不動產抵押貸款證券，直到通膨與充分就業這兩大目標出現實質具體的進展為止。

另外，歐洲央行(ECB)在3月的利率決策會議，甚至做出2021年下半年可能加快資產購買的承諾，並進一步在4月利率決策會議表態，只有在強勁且可持續的經濟成長基礎下，才會提高利率。同樣地，日本央行(BOJ)在4

月底的金融政策決議會議上，除了強調維持當前貨幣寬鬆政策不變外，也表示新冠疫情仍充斥著高度不確定性，若有必要，將會毫不猶豫採取更多寬鬆措施。凡此種種，都是不想要看到好不容易冒出頭的經濟芽苗，因為太快緊縮貨幣的關係，又被打下去。即便通膨這隻怪獸，已蠢蠢欲動。

盱衡過往歷史，每當有重大金融危機或事件發生、重挫全球經濟時，只要經濟開始復甦、回到成長軌道，率先啟動升息者，往往都是新興市場國家。2008年金融海嘯，就是最好的例證。當時全球經濟在一片恐慌下，消費、投資、出口都極度萎縮，主要金融市場也出現連番重挫、無一倖免，最後逼使各國不得不祭出各式各樣的擴張性財政與貨幣政策，以減緩經濟衰退速度。

之後，在各國政府共同拉抬與強力救市下，景氣快速反轉，物價也跟著急速上揚。原本擔心的通縮問題，一下子轉變為通膨問題。貨幣政策方向的討論，也從寬鬆轉為緊縮。升息與否，逐漸成為熱議焦點。2010年，就是在這樣的背景下，包括印度、泰國、馬來西亞及中國大陸等在內的新興市場經濟體，決定啟動並加快升息步調，以壓抑可能失控的物價(參見表一)。反觀那時以Fed、ECB及BOJ為主的歐美先進國家央行，不只沒有任何升息意願與企圖，反而還在討論是否應加大量化寬鬆(QE)規模，以持續刺激經濟復甦。一直到2015年12月，Fed才首次啟動升息，足足比新興市場國家，晚了五年。

### 升息棒子很快會從新興市場傳到先進國家手上？

如果比對過去經驗，歐美先進國家要加入升息陣營，恐怕還需一段為時不短的時間。畢竟從過往歷史來看，歐美先進國家要走到升息這一步，勢必得先經歷過縮減購債規模這個

階段。換句話說，在升息前，一定會先看到像 Fed 這類大量印鈔的央行，宣布減少每月的購債數量或開始停止購債。

▼ 表一、2010 年主要新興市場國家升息一覽表

	印度	泰國	馬來西亞	中國大陸
升息次數	6	3	3	2
升息幅度	附買回利率 6 碼 4.75% → 6.25% 附賣回利率 7 碼 3.50% → 5.25%	基準利率 3 碼 1.25% → 2.0%	基準利率 3 碼 2% → 2.75%	基準利率 2 碼 2.25% → 2.75%

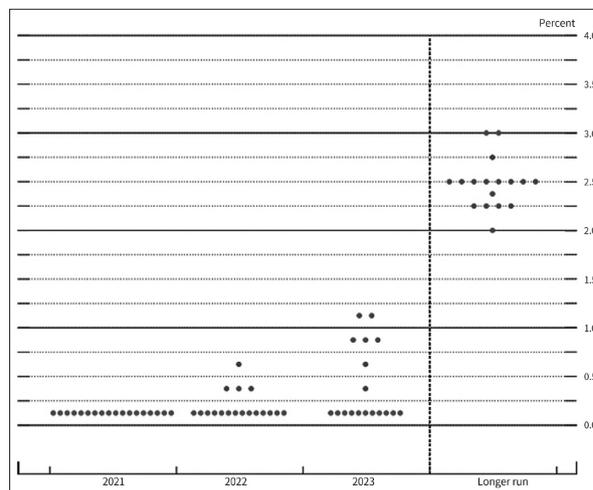
註：這段期間，中國大陸人民銀行還額外上調存款準備率 6 次，幅度從 15.5% 調升至 18.5%，另也針對特定銀行調高存款準備率 2 碼（定向升準），並將重點現率從 1.8% 調升至 2.25%。

資料來源：報章媒體報導，自行彙整。

確實，從 2008 年金融海嘯那波 Fed 瘋狂採行四輪 QE 的例子中，的確可以看到一些蛛絲馬跡。在 2015 年 12 月 Fed 啟動升息前，中間至少歷經 QE1 (2009 年 3 月至 2010 年 3 月規模約 1.725 兆美元)、QE2 (2010 年 11 月至 2011 年 6 月規模約 6 千億美元)、QE3 (2012 年 9 月至 2013 年 12 月規模約 6 千億美元)、以及 QE4 (2014 年 1 月至 2014 年 10 月規模約 4,800 億美元，真正開始縮減購債規模並退場) 共四個階段，整個 QE 時間歷時長達五年半。對比之下，這次因新冠疫情而起的 QE 舉動，迄今為止，歷程也不過一年多的時間。

此外，4 月中旬，Fed 主席鮑爾 (Jerome Powell) 在華盛頓經濟俱樂部發表談話時，也證實這樣的看法。其表示，會參考 2013 年及 2014 年那段期間做法，在升息前逐漸縮減資產購買規模，而這也是 Fed 當前利率政策的指導方針。說到利率政策，就不能不看每季 Fed 利率決策會議後所公布的利率點陣圖 (dotplot)，因為這是外界拿來觀察 Fed 利率動向的重要參

考指標。從圖三最新的利率點陣圖可以清楚看到，2021 年沒有任何一位 Fed 決策官員，認為有升息的必要。即使到了 2022 年及 2023 年，仍有高達 14 位及 11 位的決策官員，認為合適利率水準應該維持在 0-0.25%。顯然地，不管是從過去歷史經驗、鮑爾談話、或是利率點陣圖來看，現階段要談論 QE 退場、甚至升息，或許都還早了一點。



▲ 圖三、Fed 利率點陣圖 (2021 年 3 月)。(資料來源：Fed (2021), Federal Reserve Board and Federal Open Market Committee release economic projections from the FOMC meeting, 2021/3/17。)

更不用說，此次疫情對全球經濟的影響與衝擊，明顯較 2008 年金融海嘯來得巨大且深遠。即便 2021 年全球經濟在低基期與實質需求強力拉抬下，市場普遍預測將會出現爆發式成長。然而，新冠疫情能否得到有效控制，仍屬未定之天，加上疫苗的有效性與普及性，也需要一段時間觀察。這些高度不確定性，都讓執掌貨幣政策牛耳的主要國家央行，在進行利率決策時，綁手綁腳、動輒得咎，深怕一旦提前結束購債或過早升息，恐會重蹈 2013 年 6 月「縮減購債恐慌」(taper tantrum) 的覆轍。

那時就是因為看到經濟逐漸好轉，Fed 遂釋出準備縮減購債規模的訊息，結果造成市場過度緊張與恐慌，大舉拋售新興市場債券並將資金從新興市場撤出，結果導致新興市場債券

殖利率急速飆升，從而引發全球金融市場震盪加劇。如今，同樣面對市場資金滿溢、主要股市頻創新高、資產泡沫加大與債務危機升高等疑慮，且規模與風險都遠勝於「縮減購債恐慌」時期，只要有一點風吹草動，金融市場動盪程度，勢必會有過之而無不及。也難怪，主要國家央行必須小心翼翼地處理 QE 退場與升息決策。這不啻也意味著，升息這根棒子，要從新興市場交到先進國家手上，恐怕還有很長一段時間。

### 通膨來襲與否，各界看法不一

不過，儘管如此，這波源自於大量印鈔的通膨問題，仍然不容小覷。因為這不只讓新興市場開了升息第一槍，也可能加速新興市場之後的升息步調，更是影響主要國家央行後續利率決策的重要關鍵所在。即使以 Fed 為首的一些主要國家央行官員再三強調，目前物價上漲只是短期現象，並沒有足夠證據證明會持續惡化、甚至傷害經濟。但誠如諾貝爾經濟學獎得主傅利曼 (Milton Friedman) 所說的，通貨膨脹，不管在任何時間或任何地點，永遠都是一種貨幣現象。當各國央行印了這麼多鈔票、釋出這麼多流動性，通膨的到來，或許只是時間早晚的問題而已。

美國前財政部長桑默斯 (Lawrence Summers) 3 月底接受彭博專訪時指出，這次通膨已經從「點燃」變成「引爆」，恐強力波及美元價值與金融市場穩定。而全球最大對沖基金橋水基金投資長詹森 (Greg Jensen) 亦支持桑默斯看法，認為全球經濟可能已經迎來一輪惡性通膨，此將迫使 Fed 較原訂計劃提前採取升息行動。前債券天王葛洛斯 (Bill Gross) 更是大膽預測，未來幾個月甚至更長時間，美國通膨率將持續維持在 3%-4% 之間，很難看到 2% 以下，這也代表通膨其實已經到來，而非如 Fed 所說的，通膨並不嚴重。

當然，每件事情都有正反兩面，不認同通膨會惡化、立場較偏官方的意見，亦不少見。比如諾貝爾經濟學獎得主克魯曼 (Paul Krugman) 受訪時一再強調，這次通膨可能與 2010 至 2011 年那時的通膨恐慌一樣，最後又是虛驚一場。而且，克魯曼認為，就算短期物價快速飆升，Fed 仍有足夠工具可以調控，基本上通膨並不會真的失控。而現任 IMF 首席經濟學家戈皮納特 (Gita Gopinath) 也同意這個說法，表示物價確實明顯上漲，但只會是短期現象，不太可能持續很長時間。

最終事實真相為何，仍有待時間證明。不過，可以肯定的是，不管是正方或反方，都認同通膨的確正在發生（至少短期如此），差別只是在於嚴重程度高低而已。在這樣的前提下，上至國家、下至企業及一般民眾，為避免被因通膨而起的升息浪潮給淹沒，或許還是得更加關注各國貨幣政策主政者的一舉一動，方能防範於未然。

### 結語

近期新興市場一連串的升息舉動，敲響全球通膨疑慮的警鐘，也掀起先進國家利率政策是否該改弦易轍的爭辯。短期內，先進國家或許不會馬上跟進新興市場升息的步調，但長期而言，透過升息或縮表等手段，回收市場龐大資金與過多流動性，勢在必行。畢竟從過去歷史幾次惡性通膨與停滯性通膨的例子中，能夠學到的教訓就是，如果一昧輕忽通膨，當事態變嚴重時，後果將會不堪設想。

值此貨幣嚴重超發、物價加速上揚之際，新興市場已經開了預防性升息的第一槍，或許接下來，先進國家也得考慮加快升息腳步。否則，一旦通膨失控，想要維繫的經濟成長，勢必也會跟著陪葬。面對牽一髮而動全身的當前情勢，各國貨幣政策的決策者們，恐怕還有很多功課得做。

# 由大陸兩會淺論最新「擴內需」政策

文■黃健群（工業總會大陸事務組組長）

## 壹、前言

3月初，大陸召開人大、政協「兩會」。由於今年不僅是大陸「十四五」規劃開局的起始年，也是中共建黨百年紀念。與此同時，大陸必須因應後新冠疫情時代的外部新情勢，以及重塑中美關係。因此，外媒認為，2021年的兩會，可能是中國大陸數十年來最重要的政治會議。本文主要以兩會的《政府工作報告》和《國民經濟和社會發展第十四個五年規劃和2035年遠景目標綱要草案》（以下簡稱「十四五」規劃綱要）為主要內容，解析大陸未來五年「擴內需」政策方向。

## 貳、「十四五」強調透過「形成強大國內市場」以「構建新發展格局」

在這次兩會《政府工作報告》提到的「十四五」目標，共有九大任務：包括「新發展」理念、創新驅動和科技自主、形成強大國內市場、推進鄉村振興、優化區域經濟布局、深化改革開放、推動綠色發展、增進民生福祉，以及統籌發展

和安全等。這九大任務，事實上揭櫫了未來大陸轉型發展的方向。其中，「形成強大國內市場，構建新發展格局」是相當重要的一篇。其內容包含「暢通國內大循環」、「促進國內國際雙循環」，以及「加快培育完整內需體系」等三個專章。

事實上，為了因應美國啟動貿易戰所帶來的經濟放緩，2018年12月中共中央經濟工作會議就已經提出「促進形成強大國內市場」戰略。在這次「十四五」規劃，針對「如何形成強大國內市場」有更完整的說明（請見表一）：

一、在「暢通國內大循環」部分，重點在依託強大國內市場，貫通生產、分配、流通、消費各環節，形成需求牽引供給、供給創造需求的更高水準動態平衡，促進國民經濟良性迴圈。

二、在「促進國內國際雙迴圈」部分，重點在以國內大循環為基礎，推進雙向貿易和雙向投資的平衡。

三、在「加快培育完整內需體系」部分，重點則在強調傳統消費、新型消費、服務消費的

促進，以及拓展各種類型的投資。

簡單來看，大陸當局強調，要「形成強大國內市場」，除了要依靠供給端產品品質的提升，還必須透過制度上的改革，打破中國大陸內部的市場障礙；並透過貿易和投資的雙向強化和平衡，促進消費和投資，以此，才能構建發展的新格局。

## 參、「擴內需」包含了「促進消費」和「增加投資」

一直以來，「擴大內需」都被視為GDP增長的「三駕馬車」之一；而龐大的內需市場，也屢屢作為大陸因應經濟變局的重要槓桿。舉例來說，1998年為了因應亞洲金融風暴，大陸首次提出「擴大內需」政策，當時主要是針對住房、汽車等領域的投資及供給，促進消費能量的釋放。2008年全球金融危機，大陸再次推動「擴內需」政策，透過鐵路、公路、機場、水利等「鐵公機」的投資，以及「家電下鄉」等政策，拉動了消費。

一、「十四五」將「擴內需」上升為「戰略基點」

▼ 表一、大陸「十四五」，「形成強大國內市場，構建新發展格局」重點

主旨	內容	重點說明
暢通國內大循環	1. 提升供給體系適配性 2. 促進資源要素順暢流動 3. 強化流通體系支撐作用 4. 完善促進國內大循環的政策體系	主要重點在強化供給側改革，提升產品質量；與此同時，打通生產、分配、流通、消費各環節，促進生產要素自由流動和資源優化配置，提高經濟迴圈效率，從而增強經濟發展內生動力。
促進國內國際雙迴圈	1. 推動進出口協同發展 2. 提高國際雙向投資水準	主要重點在平衡並強化雙向貿易及雙向投資。
加快培育完整內需體系	1. 全面促進消費 2. 拓展投資空間	「加快培育完整內需體系」是新增的專章，目標是經濟結構轉型、提振國內消費、增進民眾福祉、消除過剩產能，以及紓解過度依賴出口市場的壓力。主要重點在強調傳統消費、新型消費、服務消費的促進，以及拓展各種類型的投資。

資料來源：整理自中國政府網。

有鑑於未來國際需求的可能衰退，大陸當局意識到不能再依賴出口作為經濟增長的支點；因而，如何利用中國大陸超大規模市場優勢，在 4 億中等收入群體消費的基礎上，釋放更具潛力、體量更為龐大的下沉市場消費，讓生產消費和生活消費並進，成為未來經濟發展的主要動力，是「十四五」時期大陸經濟政策的重點。也就是說，和過去最大的不同之處，「十四五」時期「擴內需」已上升為未來大陸發展的「戰略基點」。

近年來，大陸消費力逐年增長；因此每年大陸社會消費品零售總額不斷上升。大陸

社會消費品零售總額由 2000 年的 3.68 兆人民幣，增長到 2020 年的 39.19 兆人民幣，增長近 13 倍。此外，自 2014 年迄今，消費已連續六年成為大陸經濟增長的主要動力。且自 2015 年開始，消費對大陸 GDP 的貢獻都超過五成，2018 年更高達 76.2%。2020 年，大陸最終消費支出對 GDP 增長貢獻率為 57.8%。然而，大陸內需消費仍僅占 GDP 約四成，和先進國家相較差距至少 15-20%。因而大陸當局認為，順應居民消費升級趨勢，透過實施「擴內需」戰略，把「擴大消費同改善人民生活品質結合起來」。

## 二、大陸消費市場還有很大潛力沒有被挖掘出來

大陸「擴內需」政策主要分為「促進消費」和「增加投資」兩部分。在「促進消費」部分，大陸當局認為，中國大陸市場還有很大潛力沒有被挖掘出來。主要有三個部分：

(一) 高品質的商品和服務供給不足。低端、無效供給擠占了大量社會資源；而例如醫藥、教育、養老、旅遊、金融等很多行業，面臨高端供給嚴重不足，服務水準不到位的問題。

(二) 國內市場存在體制上的問題。大陸市場最大的問題，就是由於一些地方保護主義壁壘，以致實質上的統一大市場仍未形成。而這個體制上的問題，造成不少消費障礙；例如對汽車的限購、限行抑制了汽車消費，進而連帶影響出行、旅遊、餐飲等一系列其他消費。此外，大陸社會物流總費用占 GDP 的比重在 14.6% 左右，明顯高於一般西方國家 8% 左右的水準。

(三) 居民收入不夠。如何透過政策改革，讓大陸民眾願消費、能消費、敢消費，以擴大中等收入群體，將是未來的政策重點。

1. 在「願消費」方面：主要是由「供給側」出發，提

高大陸產品與服務的品質與水準。與此同時，透過網路的普及與行動支付的鼓勵、網路購物等新技術和新業態，讓消費更為方便。

2. 在「能消費」方面：則是由「需求端」考慮，主要透過投資基礎建設，以及提高最低工資、減費降稅、強化教育醫療養老等公共服務，提升居民消費能力及消費意願。

3. 在「敢消費」方面：主要是打造誠信、安全、公平的消費環境，讓民眾敢消費。

從政策方面來看，未來大陸將強調消費，同時培育各類新型消費。與此同時，更多關注服務業，並突出假日和夜間消費、強調線上線下融合，以及打造區域消費中心、建設特色免稅店等。更重要的是，透過物流等購物環節的進一步便利及電子商務的應用，激發農村消費動能。

### 三、新、舊「基建」成為未來投資的重點

在「增加投資」方面，大陸政府提出加強投資「傳統基礎設施」（傳統基建）和「新型基礎設施」（新基建），除了可以促進傳統產業改造升級，更進一步強化戰略性新興

產業。

為了「穩就業」，大陸擴大了「傳統基建」的投資，包括中西部地區的高速鐵路；鐵路、公路、機場等城際交通；以及京津冀、大灣區、成渝都市圈、長三角一體化等區域發展；還有水、能源、環境等相關基礎設施投資，以及農村與公共健康衛生等領域的投資等。

更值得關注的，是包含5G、AI、大數據、工業互聯網、特高壓、城際軌道交通與新能源汽車充電樁等七大領域的「新基建」。根據大陸官方統計，預計到2025年前，「新基建」領域至少將投入10兆人民幣，帶動投資累積預計將超過17兆人民幣。與此同時，在疫情衝擊實體經濟下，未來大陸將以「新基建」為載體，發展智慧製造、消費電商、在線教育、大健康、流通出行等各類「在線新經濟」。

### 肆、結論：台商進入大陸市場「挑戰」仍多於「機遇」

「十四五」標誌中國大陸經濟社會發展即將邁入一個全新的階段，中國大陸從「高速度發展」轉向「高質量發展」。

未來大陸將以涵蓋「消費」與「投資」的內需市場為槓桿，作為經濟增長的新動能。包括教育、育幼、養老、醫療、文化、旅遊等服務業，以及5G商用、人工智慧、工業互聯網、物聯網等新型基礎設施建設，城際交通、物流、市政等基礎設施，以及農村基礎設施和公共服務設施建設等，都將是全球消費品與服務業的兵家必爭之地。

台灣企業一向強調以世界為舞台，因此，很難自外於中國大陸這個全球最大、也最具成長性的「世界市場」。然而，大陸內需市場雖然龐大，且大陸當局多次提出如「31條」、「26條」、「11條」及「農林22條」等所謂「惠台措施」以讓台商「共享機遇」；但不可諱言，台灣雖然有距離、語言、文化等優勢，但要進入大陸內需市場的挑戰仍多於機遇。未來大陸「惠台」措施如何落實？又如何讓台商有感？而我政府又應扮演什麼樣的角色？更重要的是，台商因應新的變局，又該如何掌握市場？並提出符合市場需求的產品／服務？這些問題都有待各界進一步思考。

# 2021 年新零售的大趨勢

文 ■ 經濟部商業司

2021 年，疫情仍在全球範圍蔓延，全球產業鏈、供應鏈深度調整，在充滿不確定的外部環境中，5G、大數據、AI、新能源、量子技術……正在慢慢地重構著各行各業。隨著媒介樣式日益豐富，不同世代間的消費偏好也更加明顯地差異，通路和溝通內容都變得更加細緻化，在此背景下，零售行業也在改變。直播帶貨、潮玩、網紅經濟……，各式各樣的新商業模式正席捲著業者和消費者。

新零售不應只停留在技術層面，可以驅動未來零售的是大數據，即應用技術來搜集消費行為及偏好相關的數據。如果消費體驗缺乏數據的支撐，就無法持續優化，消費者很快會膩了。

而新零售的本質是為了隨時隨地給消費者提供滿意的產品和服務，而大數據能夠持續優化消費者的體驗。

而技術對新零售的意義有二：一是立竿見影的效果，應用技術讓消費者感受到不同的體驗，如試衣鏡等，且立刻提升門店的營運效率，如 RFID 電子盤點、智能監控等。二是

透過技術手段搜集數據做為營運決策的基礎。先確定哪些業務環節的數據會對營運會產生重大影響，再考慮用什麼技術手段能夠採集到相關數據，並對各種解決方案進行測試，找出最適方案。

從消費者面來看，2021 年消費者在疫情過後有了新的生活型態，主要分成兩類：樂觀追求生活者及追求經濟實惠者。

樂觀追求生活者看重性價比、便利性及連接性，這群消費者正積極走出負面情緒，在不確定的時代展現出全新的韌性。

疫情封鎖期間，許多消費者轉向線上購物，根據商研院最新 (2021) 民調指出，有 75% 消費者在封鎖解除後繼續保持更頻繁的網購習慣，但消費偏好變得更為敏銳，因為其掌握多種能夠找到物美價廉產品的技術工具，且不願意在服務或質量上屈就，因而零售商必須要為迎合變高的消費者期望，消費者想要更吸引的線下宣傳活動，更貼心的在地體驗，零售商需要保持敏捷，以更強的連接、便利、個性化體驗來吸

引他們的目光。

疫情期間，個性化服務重點在「顧客的網購體驗」，現正演變為融合線上線下的多通路個性化服務。例如，Harvey Nichols 新開設的香港分店就採用了混合通路銷售概念，互動式電子螢幕取代實體貨架，消費者能在線上挑選產品，在螢幕上搭配整套造型，上面還有可供掃描的二維條碼，能顯示每件產品的特寫細節和尺寸數據，互動式電子螢幕還能與距離最近的店員同步資訊，讓店員提供對應的服務，為消費者推薦其它搭配單品。

此外，經歷了 2020 年的不確定和財務困頓，也出現已意識到自己需要為未來意外經濟衰退做好規劃的追求經濟實惠者，他們的消費態度更謹慎，關心促銷、折扣、優惠信息。

根據商研院最新 (2021) 民調指出，有 50% 的消費者願意等到有促銷活動再購物，而 35% 的消費者正在設法購買更便宜的代替品，他們雖然看重價格，但也不願意犧牲產品質量，性價比才是關鍵，這群消費者品牌忠誠度低，喜歡頻繁

地在不同平台和通路比價，速度和便利也是很重要，必須要確保簡單順暢的購物體驗。

越來越多性價比追求者開始使用整合式的網站，在家裡輕鬆地買到特價產品。例如，馬來西亞的 iPrice 和 ViSenze 合作，推出結合 AI 演算法的購物 app Shopping Lens，消費者拍下某件產品，透過 AI 算法就能從 iPrice 數據庫裡找到相關品牌、價格、配送方案並自動比較，還提供可用的折扣優惠券。

未來五年內，數據化革命將對產業價值鏈影響愈加深刻，將從直接面對消費者的營運行銷部門走向研發、供應鏈等後端服務。因此，零售業將會有三大趨勢：

### 1. 行動支付高度普及，消費者全通路行為可視化

而隨著行動支付的高度普及，消費者的線下行為，如店內動線和貨架停留時間等，是可以被追蹤的，並且通過統一身分與線上行為資訊進行串

接，可以追蹤和分析消費者在全通路的行為，但仍要注意隱私保護、數據安全等多方面風險。

### 2. 細緻化的小而美品牌仰賴平台擴大生存空間

消費者行為數據可以從細分消費者樣態及消費偏好來推論可能的消費需求。而平台是產品與消費者間的觸媒，透過智慧工具將產品配適給特定的消費者。小而美品牌可以更有效、精準地接觸特定客群。

### 3. 平台將成為製造商與消費者的媒介，柔性製造才是王道

因為疫情影響，伴隨著消費觀念的理性回歸，越來越多的消費者在購物時不再一味追求大品牌，而是越來越注重商品品質和價格，通過平台，運用 C2M(Customer-to-Manufactory，即消費者直連製造廠，平台把消費者的需求直接傳達給生產製造商，製造商按需生產，待產品完成後，從工廠直接發送到消費者手中)

的柔性製造模式直接將消費者與製造商連接在一起，削弱了傳統電商模式中間通路和加價環節，製造商透過消費者大數據分析，精確了解需求偏好，以及相關市場的規模、熱度、競爭情況，再根據市場情況訂定新品開發及生產計劃，同步降低庫存壓力，成本變低，亦培養了製造商的柔性製造能力，而消費者能以較低的出廠價購買到所需商品，預計 2022 年這種交易模式的市場規模將達到 420 億元。

最後，儘管外在環境改變，但以消費者數據應用為核心的零售革命仍持續進行。對於品牌商而言，新零售不僅是通路形態的變化，更重要的是影響了業內的競爭態勢，此時產品和品牌變得比以往任何時候更加重要，所以，「以消費者為核心」不再是一句口號，而是需要細緻化地落實在企業營運的環節中。

# 廣發英雄帖 臺灣餅甄選活動起跑

文■經濟部商業司

為傳承臺灣餅產業優良文化與品質，並鼓勵業者發揮創意，商業司舉辦「臺灣餅甄選活動」，即日起開始報名，5月底截止收件。歡迎全臺各縣市優質的中式餅業踴躍參與！

商業司表示，臺灣餅產業發展至今已逾百年，在喜宴文化與祭祀儀式中占有一席之地，題材多與吉祥、喜慶與福氣有關，除了展現傳統工藝之美，也表現了民俗節慶、信仰與飲食文化。隨著糕餅的喜慶意義對年輕世代逐漸淡化，如何將糕餅做到吸睛、健康又保留美味，是讓年輕人喜愛的關鍵。

基於去(109)年南臺灣大餅節的成功經驗，今年擴大舉辦臺灣餅甄選活動，廣邀全臺各地優秀業者報名參加，並且分北中南三區進行甄選作業。甄選分為傳承組與創新組兩組，各選出30件得獎作品，得獎者可優先參加經濟部辦理的一系列行銷推廣活動，包含頒獎典禮、網紅行銷、展會等活動。希望以「臺灣味」來突破各界對臺灣餅就是「古早時

在吃的餅」的刻板印象，吸引年輕族群與國內外旅客到店消費，體驗臺灣餅好滋味，讓產業「華麗轉身」。

傳統農業社會隨著節氣時令作息，常以糕餅等做為祭品，藉此感謝大地的恩典。以用途區分則主要分為歲時祭典、生命禮俗、休閒送禮三類。歲時祭典以元宵節、媽祖誕辰、王船祭、月餅及祭孔大典時使用；生命禮俗以收涎餅、喜餅等。傳統文定習俗中，喜餅是男方準備的重要聘禮中其中一項，雙方親友可從餅的質與量，看出新人的品味、身分的象徵，以及對婚事的重視。習俗裡，喜餅又分日頭餅、對餅或盒仔餅。日頭餅又稱大餅，與對餅同樣代表永結同心，一般使用在訂婚祭祀或是雙方父母為了將喜訊圓滿傳達給親朋好友。盒仔餅為6個圓滿小餅，裡頭口味多又氣派，意喻幸福美滿之意。臺灣餅另一大特色就是餅模刻圖，線條繁複且具有傳統意涵的圖騰象徵龍鳳成雙、夫唱婦隨的含義，也讓新人在喜事上帶著滿

滿的祝福，進入人生的下一個階段。

現在是重視體驗的時代，隨著時代進步，口味、樣式越來越多元，也符合現代生活的價值。傳統糕餅加入創新元素，拓寬了各年齡層在接受程度，發展成歷史和創新兼具的獨特文化，轉動幸福滋味。臺灣餅甄選活動希望將最具臺灣代表性與文化意涵的產品，以「臺灣餅」的品牌推向全世界。

歡迎全臺中式餅業踴躍報名參加，報名資訊及簡章可上網查詢商業司全國工商服務入口網 <https://gcis.nat.gov.tw/mainNew/index.jsp>、臺灣餅徵選活動 <http://csia-st.cdri.org.tw/TaiwanesePastry2021/>，或洽詢聯絡窗口 02-27012671 分機 311 李小姐、02-27012671 分機 223 陳小姐，獲得更多資訊！

商業司今年擴大舉辦  
「臺灣餅甄選活動」，  
即日起開始報名！

# 認識瘦身美容新規範

文 / 行政院消費者保護處



消費者保護會已於去(109)年9月24日第66次保護會審議通過「瘦身美容定型化契約應記載及不得記載事項」修正案(簡稱瘦身美容新規範),衛生福利部亦已公告自本(110)年7月1日生效施行。提醒業者與消費者要先熟悉瞭解新規範內容,避免衍生不必要的消費糾紛。

在瞭解瘦身美容新規範之前,要先知道本規範中所稱「瘦身美容」是指為體型、重量之控制或調整之目的,藉手藝、機器、用具、用材、化粧品、食品等方式,為保持、改善身體感觀之健美,所實施之綜合指導、措施之非醫療行為。



而瘦身美容新規範究竟有哪些：

## 一、不可於解約時要求消費者返還所贈商品或負擔該價額

為有效規範業者利用「買少送多」的收費方式,影響消費者的判斷及退費權益,業者贈送的商品價值上限不可超過總費用20%,又消費者解除契約時,業者不可向消費者請求返還贈品或主張自退費金額中扣除所贈商品的價額。

## 二、提供第三方信用貸款之應告知事項

為解決假分期真貸款,以及業者倒閉消費者仍需繼續繳交貸款之情況,規定當業者提供消費者與第三方貸款機構簽訂消費者信用貸款契約的機會時,業者應告知如果有無法繼續提供服務(如倒閉)的情形,消費者可以備齊證據資料(如契約書、催告業者的存證信函、業者關門報導等),向貸款機構主張因為業者無法繼續提供服務,申請止付後面的貸款。

## 三、「業者宣稱是買商品送服務,不適用本規範」之因應

為避免業者主張「雙方交易為單純的商品買賣,服務為贈送,而宣稱不適用本規範」的情形,新增規定所贈送服務的時間、次數、費用與使用期間等應寫清楚,且如贈送的服務費用未記載時,則視為占總費用50%,俾利日後解約退費的計算。

## 四、業者不可協助消費者拆封商品

為解決業者以檢查商品為由而拆封商品,影響解約退費計算,故規定以整組或量販方式銷售的商品,在最小消費包裝且已拆封的商品沒有使用完畢前,業者不可以任何理由(如幫助消費者檢查商品是否有瑕疵)協助消費者拆封。

## 五、業者要提供履約保證

為解決業者倒閉消費者求償無門問題,故規定對於一次繳費超過5萬元或是按期給付,累計未接受服務及未提領商品之預付金額逾5萬元部分,業者要就超過金額的部分提供履約保證,並應從銀行保證、信託專戶、同業同級公司互保或經衛福部同意的方式...等6種履約保證方案中,擇一選定適用。

同時,在瞭解新規範之際,也請不要忘了要遵守原本的規範,例如：

- 一、審閱期間不得少於7日。
- 二、業者應於訂約前向消費者充分且明確地說明瘦身美容服務、項目及方式,並提供相關之書面資料給消費者。
- 三、業者應將為消費者提供服務之內容及使用之商品,製作成紀錄,並經消費者簽名確認後,保留至少2年。
- 四、業者不得約定：

- ① 消費者加入會員之費用,一經享受會員權利即不得要求退費。
- ② 「貨物出門,概不退換」等概括免責條款。
- ③ 消費者未於一定期限內接受瘦身美容服務時,即自願放棄權利等。

業者從事瘦身美容交易時,除應遵守瘦身美容規範外,並應秉持著「不提供不符合消費者需求的推銷」、「切實遵守消保法訪問交易7日無條件退貨解除權規定」原則,除了可以避免不必要的消費糾紛外,生意也才能長長久久永續經營。

廣告

# 工總新屆理監事出爐 王文淵蟬聯工總理事長

文■編輯部

全國工業總會 4 月 15 日召開第 12 屆會員代表大會並進行新屆理事長暨理監事改選，台塑企業總裁王文淵眾望所歸蟬聯第 12 屆理事長、監事會召集人由工信集團總裁潘俊榮續掌，3 位副理事長苗豐強、林明儒與詹正田也一如預期連任。工總維持既有的五巨頭陣容。

由於是續屆改選，理監事是以維繫王理事長領軍的現有陣容為主，但是依然有不少「新人」加入，且不乏第二代，其中，瀝青公會理事長顏寬恒在「年輕世代」及「區域平衡」的考量下，成為新一屆常務監事，也是工總有史以來最年輕的常務；同樣的，電機電子公會副理事長許介立則是在「年輕世代」及「產業代表性」考量下，首次出任工總理監事。

當天大會，經濟部長王美花、內政部次長花敬群，以及名譽理事長許勝雄都親臨現場，感受選舉的氣氛。

## 王理事長致詞

大會一開始，由主持會議的王理事長致詞，他首先



針對台灣旱象憂心地表示，目前台灣面對越來越嚴重的缺水問題，而依據水利署 2020 年 8 月公布的資料，台灣總水量一年有 922 億噸，可使用量為 169.8 億噸，其中農業用水佔 71.6%、生活用水佔 18.9%，工業用水佔 9.5%，所以針對用水量的分配合理性，以及如何有效的推動節約用水，建請政府部門深入研究及解決。

王理事長接著指出，現階段我們更關心的是，兩岸關係持續緊張，欠缺官方對話的管道，產業問題將無法獲得有效處理，也會拖累台灣產業競爭力，尤其目前中國大陸是台灣最大出口市場，去年占台灣對外出口總值的 43.9%，因此，期待政府能夠有效改善兩岸關係，在疫情穩定之情況下，放

寬兩岸商務與技術人員往來的限制，恢復兩岸經貿往來的常態，為緩解兩岸關係踏出第一步。

最後王理事長懇切表示，工總非常關心台灣的未來，已經連續 13 年發表產業白皮書，反映產業界所遇到的經營問題，提供政府作為制定政策的重要依據。工總未來仍會持續為產業發聲，為台灣經濟發展貢獻心力。

## 王部長致詞



緊接著致詞的王美花部長首先感謝在場與會的工業界，為台灣經濟發展作出很大貢獻，特別是在過去一年多以來，堅守產業的崗位打拚。

然而，她表示，從經濟部看整個情勢，總是要提到半導體，半導體廠商因為突破先

進製程的高門檻障礙，形成台灣一個非常重要的半導體生態系，不僅在台灣、在全世界都重要。

而美中貿易戰，王部長指出，造成供應鏈大變動，非常多的台商不是回台加碼投資，就是轉到新南向或其他地方投資，這樣的趨勢，就國際局勢而言，恐怕都會持續一段時間。

還有疫情，王部長指出，台灣相對是防疫做的非常好的，在國際上提到防疫做得好的就是兩種國家，一個是民主、一個是威權，威權的是中國與越南，民主則是台灣與紐西蘭。因為台灣防疫做得好，不僅讓台灣的生活如常，更重要的是讓台灣的國際能見度大爆發，台灣不但有重要的半導體產業，還有完整的供應鏈。

王部長坦言，再好的情勢，總是會有「但是」。國際局勢發展的極為快速且非常「尖銳」，因為國際間在技術上的競爭或對抗，進而將有非常多的規則、新的措施「跑出來」，碳稅、碳邊境稅等，就是其中之一，都將涉及各個產業應如何轉型升級的課題。

在這樣的國際局勢下，王部長指出，工總角色會愈來愈重要，當政府面對各項議題應有什麼樣的立場時，必將陸續與各產業界討論，而且勢必是從公協會開始，工總作為最

大的一個公會，面對國際間愈來愈多的新議題，未來要麻煩工總的難題與課題也會愈來愈多。

王部長也針對王理事長提到水與兩岸議題回應。首先是水的問題。王部長指出，在決定中部地區供五停二前，經濟部工業局已就各科學園區、工業區、不在園區的各大廠商，逐一專區專人負責，也因此，中部供五停二，廠商的生產都沒有受到影響，當然個別廠商有個別廠商的考量，但無論如何都會讓廠商在大幅節約用水之下，仍然可以有足夠的水來做生產。

王部長表示，今年的旱象，確實是百年來未見，高雄曾有一年供五停二，當時高屏溪流流速是每秒9cm，現在的流速是4.5cm，都還沒有供五停二，也就是說這幾年來對水源開發調度做了很多改善，不是只有看水庫而已。但是，因為這次旱象實在太嚴重了，所以還在努力，希望有更多水源來支應中部地區。

王部長進一步指出，因為是同一組人沒日沒夜的找水源，因此水費調整、耗水費的規劃等，會稍微再延一段時間，先把最難的水資源克服。但她承諾，未來任何調整、草案，一定會與產業界溝通。

至於兩岸關係，王部長直言，就政策面而言，我們希望

大家都可以順利如常來從事經貿活動，但有些事情不是掌握在我們身上的，我們要非常仔細地去思考，要怎麼去因應，不管是兩岸關係、全世界的情勢也好，不是一件很容易的事情。

## 花次長致詞



花敬群次長致詞時對工總的投票區特別有感。他驚嘆，規劃的比總統大選還要專業，並要同來的內政部同仁一定要拍下來，未來要給相關的職業團體仿效、比照辦理。

花次長指出，工總長時間以來，不管是從產業的建言、公益活動的推廣，都給予最大、也最有利的支持，他期望，這樣的公會力量，能夠散播到社會各個角落。

他說，內政部雖然號稱是社會團體的主管機關，但是在產業、經濟發展上，其實是與經濟部有深遠的合作，協助處理各式各樣的問題，例如在科學園區、橋頭科學園區等，凡是屬於內政部應盡的責任，都沒有推延，都站在積極的角度

全力的協助、解決問題。

花次長指出，特別是這些年來看到產業成為國家國防上最重要的支撐，產業是如何更加的茁壯，所以，王部長在拚的要死要活時，內政部絕對會做她最有力的助手。

### 理事長暨理監事改選

接著大會依序由蔡練生秘書長、潘監事會召集人進行會務、業務及財務報告與監察報告，並在王理事長主持提案討論及臨時動議後，便進入大會最重要的程序、也是大會的重頭戲——理監事選舉。本次理監事選舉候選名單，是先由工總所屬十大產業類別依據各自會員代表數推薦，再經過多次協調會後產生的，與前一屆相比，理監事換血逾二分之一。

經過一個多鐘頭圈選、投開票，新屆 45 位理事、15 位監事、15 位候補理事、5 位候補監事順利產生，第 12 屆會員代表大會並在一一唱名當選名單後，由王理事長宣佈散會。

之後，新屆理事及新屆監事隨即在原會員代表大會會場分兩邊舉行第 12 屆第 1 次理事會議及第 1 次監事會議，並先各自選出 15 位常務理事、5 位常務監事，再分別從中選出理事長、3 位副理事長，以及推舉出監事會召集人。

選舉結果，15 位常務理

事由王文淵、苗豐強、林明儒、詹正田、苗豐盛、何壽川、陳進財、陳煌銘、吳亦圭、胡定吾、何語、柯拔希、李詩欽、侯傑騰、江啟靖當選；5 位常務監事由潘俊榮、焦佑鈞、葉義雄、林榮德、顏寬恒當選。其中，王文淵眾望所歸蟬聯第 12 屆理事長，監事會召集人由潘俊榮續掌，3 位副理事長由苗豐強、林明儒與詹正田連任。

檢視新一屆常務理監事，電機電子公會理事長李詩欽、瀝青公會理事長顏寬恒是本屆的「新人」，他們分別因產業代表性、年輕世代及區域平衡的考量，而躋身為新一屆常務理監事。特別是顏寬恒是由現任理事躋「升」為常務監事，

也代表了工總逐步進入「世代交替」的階段。

在理事會中，也有一位「新鮮人」是電機電子公會理事長許介立。同樣地，他也屬於工總的新世代，他的父親許勝雄，曾是工總理事長，他本人也是新一屆理監事中相對年輕的理事。

顏寬恒、許介立，若再加上現任的常務理事侯傑騰、江啟靖、理事陳正文、林嘉宏等人，雖然在工總不算是「新面孔」，然而，廣義來講，可以說是「新」一屆理監事會的新生代，隨著年輕世代、新一代的加入工總理監事會陣容，除了有傳承的意義外，也代表著工總已經開始思考並著手布局「世代交替」。

中華民國全國工業總會第12屆理監事當選名單 (任期：110/4/15-113/4/14)

理事長	王文淵
監事會召集人	潘俊榮
副理事長	苗豐強 林明儒 詹正田
常務理事	何壽川 苗豐盛 陳進財 吳亦圭 何語 柯拔希 陳煌銘 李詩欽 胡定吾 侯傑騰 江啟靖
常務監事	葉義雄 焦佑鈞 林榮德 顏寬恒
理事	卓永財 江勝吉 黃莊芳容 李坤炎 吳大和 林瑞岳 許介立 鄭瑛彬 林盛文 郭紹儀 鄭坤木 曾健華 謝孟璋 魏燦文 李國祥 謝其嘉 陳正文 張裕屏 王正立 許文憲 林榮顯 彭建銘 奚志雄 陳哲生 葉飛呈 林江涯 黃文田 蘇東茂 黃成業 林士閔 韓家寅 雲有財 張志毓 高庚鑽 郭國輝 張綺珊 蘇百煌 林錦章 張文賢 林有志 劉國欽 葉俊毅 苑竣唐 黃正煒 羅詠騰
監事	楊銀明 侯博明 林嘉宏 陳國訓 莊耀銘 鄭文煜 吳道昌 吳重行 蔡茂種 王良坑 陳洋裕 陳朝南 陳雪貞 翁聰賢 李進步



# 八大工商團體理事長向總統賀年提建言

文■王麗萍（商業總會會務發展處秘書）

八大工商團體理事長於3月2日前往總統府拜年，由蔡英文總統親自接見，總統府秘書長李大維、經濟部次長林全能陪同接見。每年農曆年後例行辦理的八大工商團體春節團拜，今年受到疫情影響，改由理事長們代表業界到總統府拜年，是總統與工商團體領袖交流的重要盛會。

八大工商團體理事長包括中華民國全國工業總會理事長王文淵、中華民國全國商業總會理事長許舒博、中華民國工商協進會理事長林伯豐、中華民國中小企業總會理事長李育家、中華民國工業協進會理事長蔡圖晉、中華民國工業區廠商聯合總會理事長賴博司、中華民國對外貿易發展協會董事長黃志芳及台灣區電機電子工業同業公會理事長李詩欽等一行，共同關注國家經濟發展。

蔡總統指出，台灣有很多戰略物資的生產，在世界供應鏈中占有關鍵性地位，政府將持續致力於加速產業發展的創新及升級、積極促成優化投資環境並深化國際經貿合作，讓台灣在後疫情時代的全球競爭中脫穎而出，也期盼獲利良好



的企業為勞工加薪，與員工共享經濟成長果實。

總統說，台灣今年經濟成長率達到4%以上沒有問題，也向工商界報告未來將如何繼續尋求突破，對於企業關心的用電用水問題，總統強調會盡力發展再生能源，希望供電更穩定，至於中南部的缺水問題也會做好供水調度。

八大工商團體理事長針對疫後促進國內經濟發展提出相關建言，工商協進會提出稅制改革；商總提出經濟泡泡、讓台灣經濟可以快速復甦；全國中小企業總會強調中小企業是「護國山脈」希望政府多關愛。

商總理事長許舒博在會中指出，防疫重要，但經濟也很重要，目前國外商務人士來台

要比照一般民眾入境先隔離14天，加上7天自主健康管理，總計21天，沒有商務人士可以忍受，限制台灣經濟發展。

他建議開放「經濟泡泡」或「商務泡泡」，除了現行檢驗三採陰外，未來只要在機場採陰或提出注射疫苗證明，即可縮短隔離天數。

全國中小企業總會則提出「護國山脈」的概念，理事長李育家在會面中表達科技業有護國神山、群山，但不要忽略中小企業是「護國山脈」。

許舒博理事長也建議政府提高預算，成立大數據等聯盟並開發支付工具，蔡總統當場責成經濟部辦理，「無預算上限」支持中小企業升級轉型發展。

# 善用資料庫 掌握全球市場

文■宋品潔

目前全球經濟仍深受疫情影響，各國也持續運用貿易手段競爭市場，經濟部國際貿易局於今（2021）年3月24日再度與「國際貿易中心」（International Trade Centre，簡稱ITC）攜手合作，在台北國際會議中心舉辦「市場進入地圖（Market Access Map）」及「原產地規則便捷網（Rules of Origin Facilitator）」兩大資料庫說明會，透過與日內瓦ITC資深市場分析專家 Dzmitry Kniahin 連線講解，協助我國業者能運用國際組織的資料庫，掌握全球貿易與市場進入規則、獲取潛在出口商機。現場及貿易局臉書直播總計吸引超過840人參加，顯見受到業者高度重視和熱烈的迴響！

## 貿易局協助業者運用國際組織的資料庫

台灣產業結構以中小企業為主，經濟高度依賴對外貿易，受限於我國無法積極參與多邊或區域經濟整合，以及與他國洽簽FTA較少，導致微中小企業業者在進行國際貿易過程中，常因目標市場的貿易資訊及規定不透明而無所適從。

而ITC的資料庫是與世界貿易組織（WTO）、聯合國貿易暨發展會議（UNCTAD）共同為中小企業所建立，資訊整合了200多個國家的關稅資訊、約600多個相關的貿易協定、400多個貿易救濟協定，甚至各國政府的採購標案等，數據來源都是各國政府提供，並藉由友善使用的介面，方便業者從資料庫裡找到自己想要的資料，不需要大海撈針，重點這些都是免費的線上工具。

貿易局劉志宏副局長致詞時表示，我國是世界貿易組織（WTO）的一員，去年貿易局曾舉辦全球貿易平台（Global Trade Helpdesk, GTH）說明會，獲得國內業者的一致好評，於是今年接續舉行系列說明會，強化業者獲取重要貿易資訊的能力。事實上，貿易局藉由這個資料庫蒐集非洲市場的資訊，發掘其市場潛力，這效益是超乎預期的，因為如果只是單靠政府的努力，即使投入再多的資源也不能提供業者這樣的服務，需要國際組織才能做得到；另一方面，台灣貿易的資料也都在這裡面，讓我國也因而進入國際貿易舞台。

## ITC 專家介紹兩大資料庫

本次說明會特別邀請到國際貿易中心（ITC）的專家 Mr. Dzmitry Kniahin，以視訊方式主講前述兩大資料庫的使用。Mr. Kniahin 目前擔任國際貿易中心、世界海關組織（WCO）和世界貿易組織（WTO）等重要國際組織的市場分析師，及原產地規則促進與倡議的首席協調員。在本次活動中，他深入淺出，一步一步示範如何操作資料庫，向業者詳細說明如何運用該等資料庫查詢各國關稅稅率、貿易救濟措施、輸入規定，以及特定FTA適用之原產地規則、原產地證明等行政程序與文件等，並開放與會廠商運用 Slido 線上互動系統積極提問，藉此了解更多資料庫操作資訊與進出口交易時會遇到的情形。

在「市場進入地圖」資料庫方面，Dzmitry Kniahin 以「醬油」的SH6位碼為例，示範如何操作資料庫查詢從台灣出口到各國所適用的規稅，以及如何與不同國家出口單一市場的關稅比較。對此，他建議業者需特別注意視出口品項所

適用的關稅，包括最惠國待遇（MFN）關稅，是WTO裡面最重要的關稅類型，並對會員國一體適用；而區域組織會員國將適用零關稅，如中國大陸對其簽訂FTA及東協國家、紐西蘭等；或在開發中國家被採用普遍優惠制（GSP）優惠關稅，而非最惠國所使用的關稅則相較偏高。他強調，通常貿易協定是有增無減的，光是今（2021）年就新增了40多個關稅協定，所以了解並善用現有的貿易協定，將可幫助業者降低成本。

而「原產地規則便捷網」

則是很特殊的工具，基於各國與其他國家洽簽不同的貿易協定，又分別適用不同的貿易規則，這成為國際貿易中最艱難、技術性最高、最複雜的一環，對中小企業和微型企業來說相當艱深難懂。有鑑於此，ITC調查了70多個國家並諮詢許多有關的專家，把這類技術性的規則用簡單明瞭的方式讓大家可以很快掌握。透過這個網站，也可查詢特定進口原料的相關規定，套用優惠性規則讓成本降低，假設要使用某一FTA適用的原產地規則，其規稅、SH編碼、註記及相關的

法律文件等，該網站整體涵蓋率達70%之高，相信這些資訊已經足夠因應業者的需求。

最後，除了這次兩大資料庫的說明會，未來貿易局也將繼續推廣數位工具，提供更多數位資源來協助業者，使業者洞悉先機、成功運用資料庫擬定拓銷策略，布局海外市場。本活動線上影片連結：<https://www.facebook.com/boft.gov.tw/videos/228722195657901>，歡迎未能現場參加或無法及時觀看的廠商上網查看！



▲ 說明會特別邀請到國際貿易中心ITC的專家 Mr. Dzmitry Kniahin，以視訊方式主講「市場進入地圖（Market Access Map）」及「原產地規則便捷網（Rules of Origin Facilitator）」兩大資料庫的使用。

# 多層次傳銷公會 為產業創造健康發展環境

文■謝進興（中華民國多層次傳銷商業同業公會理事長）

中華民國多層次傳銷商業同業公會（以下簡稱多層次傳銷公會）於民國 103 年成立，為台灣傳銷業建立一個具有法律與官方意義的公會組織，現任理事長為紅崑科技集團創辦人謝進興先生，憑藉 30 年豐富的組織行銷經驗，致力帶領公會創造一個健康的產業發展環境。

## 成立目的與產業現況

多層次傳銷公會係以服務在台灣經營傳直銷行業的所有同業公司，協助其與主管機關、學術單位、傳播媒體及與廣大從事這行業的所有直銷夥伴的良性溝通，進而改善經營環境及提升傳銷產業在廣大台灣人民心目中的正派形象為目的。

根據傳銷主管機關公平交易委員會的官方統計資料顯示，2019 年有 334 家直銷從業公司，所有從業傳銷商為 369.46 萬人，整個行業的總產值為新台幣 935.41 億元；相較於其他產業而言，營業額雖不算太高，但考慮其參與人數之眾多（傳直銷強調的是以特殊且品質優良的產品，藉由好東西與好朋友分享的理念，一步一腳印拓展業務，堪稱最能平民創業，平凡人也能成就不平凡事業的產業），可說是幫助政府解決人民就業、促進消費、繁榮經濟、做好養生保健的最佳幫手。

## 不畏疫情 業績及從業人員大成長

2020 年新冠疫情肆虐全球，很多行業身受其害，甚而翻落谷底，無法翻身，誠如時代雜



▲ 謝進興理事長自多層次傳銷公會創會理事長古承濬的帶領下即擔任首屆副理事長一職，到現在榮任第三屆理事長，深知傳銷業發展的艱辛與不易。

誌為 2020 年所下的標語：「史上最壞的一年 The Worst Year Ever」。

過去的一年，讓傳直銷產業內所有的企業主及專業經理，受到極大的震撼教育，原本傳直銷產業最重要的聚會，如商機說明會、產品

發表會、教育訓練會、年度表揚大會、出國獎勵旅遊等等，皆被迫取消，改採線上會議模式進行。

許多公司也趁疫情期間升級轉型，添購許多線上視聽及相關設備，快速的將直銷商引流到線上作業，除了極少數未能及時轉型的公司以外，大多數的公司都表現得很好。

此外，疫情也引發人們對於生命極度脆弱的體認，讓世人更加重視身體健康保養的投入，再加上也有受到疫情波及的產業人士，另謀生機、尋求備胎，加入傳直銷行業，使得2020年傳直銷業可說是因禍得福，相對於其他「慘業」，呈現出逆勢成長的漂亮成績單，產業業績成長105.14億元，漲幅12.66%，直銷從業人員從2019年的308.38萬人，成長到2020年的369.46萬人，增加了61.08萬人，漲幅19.8%。除了業績增長外，許多公司也趁機轉型，並廣招人才，改善經營體質，可以說是一舉數得。

### 傳銷業的美麗與哀愁

然而，令人扼腕的是，主管機關公平交易委員會長期以來，採取的是美其名為自由開放的報備制度，容易吸引別有居心的國內外不肖業者，混入這個源頭管理寬鬆的行業，造成一些掛羊頭賣狗肉的害群之馬，騙飽吃足後，雖受到取締，但當事人責任不大，再起爐灶繼續行騙，造成嚴重的社會問題。

因此，多年來，傳銷業始終遭受到不公平抹黑及對待，再加上媒體長期來以偏概全的報導、誤導，更容易造成社會大眾的歧視，讓這個每年貢獻300多億稅金，照顧了數十萬基層戶的產業，長期以來都無法正常發展，可說是傳銷業的美麗（業內人員都充滿了分享、助人、學習、成長、公益、慈善的正能量）與哀愁（業外人視傳銷避之猶恐不及、高價販售、不當利潤、拉人

推銷、老鼠會吸金等誤解）的最好寫照。

### 謝進興理事長的願景

謝進興理事長自多層次傳銷公會創會理事長古承濬的帶領下即擔任首屆副理事長一職，到現在榮任第三屆理事長，深知傳銷業發展的艱辛與不易。

他特別有感於多層次傳銷業長期受到誤解及歧視，因此公會成立近七年的時間，除了努力協助正派經營廠家維護正義、正名清源，也積極對外展現傳銷是正派銷售分享的行業，發揮助人也利己，人人可為的原創精神，透過公會成立的附屬機構「中華傳情遞愛協會」，積極從事公益慈善活動，扮演推動多層次傳銷業執行慈善義舉工作的角色，一步一腳印，創造大未來。

謝理事長表示，希望在第三屆任內，透過立法委員們的幫助，共同來修改現行的「多層次傳銷管理法」，調整為源頭管理的「許可制」，在全體理監事們與會員公司的努力之下，型塑更正常、更正派的傳銷經營環境，讓所有經營傳銷的夥伴家人們得到應有的尊重與榮耀，因為我們是一群幫助別人讓他們在健康、財富、家庭變得更好的行動落實者，並有機會看到台灣直銷的年產值衝破其應該有的新台幣二千億元，讓台灣直銷業從現行的全世界第十名，大步向前躍進，一起為台灣的經濟共同打拚貢獻一份心力。

謝理事長也特別提到，公平會於今年3月15日召開「多層次傳銷管理法」修法討論會議時，中華民國全國商業總會也受邀與會，由產業發展處劉美玲處長及蔡本源顧問代表出席，仗義執言，全力支持修法「報備改許可」，也期待在商總的支持下，讓台灣各種不同的商業經營環境更為完善！



# 大家作伙 呷百二

請認捐1919食物包  
讓弱勢長者愈活愈勇健



## 支持一 認捐1919食物包

捐款1,000元，即可認捐一份1919食物包，資助一個弱勢家庭一個月的基本生活物資。



## 支持二 捐贈物資

認捐白米、麵條、油、罐頭、奶粉等主副食，或紙尿褲及營養品等。捐物專線：02-8660-9995分機147

## 捐款感謝禮

即日起至6月底

捐款 **1,000元**

即贈「1919蜜蜂織帶環」乙個。

捐款 **2,000元**

加贈「1919食品保鮮袋」乙個。  
(顏色隨機出貨)

捐款 **12,000元**

(或以信用卡認捐，每月1,000元1年)  
再加贈「蜜蜂餐具組」乙組。



贈品以實物為準，若已送罄，改贈等值感謝禮。相關資訊，以網路公告為主。



## 捐款及捐贈物資

上網搜尋 1919食物銀行

經濟部



# 臺灣餅

甄選活動

開始報名囉！

即日起至5/31止,歡迎全臺灣中式餅店踴躍參與

