

ISSUE
No.131

工商會務

// 2022.07

疫情來襲 商總調查內需產業 受衝擊情形及紓困建言

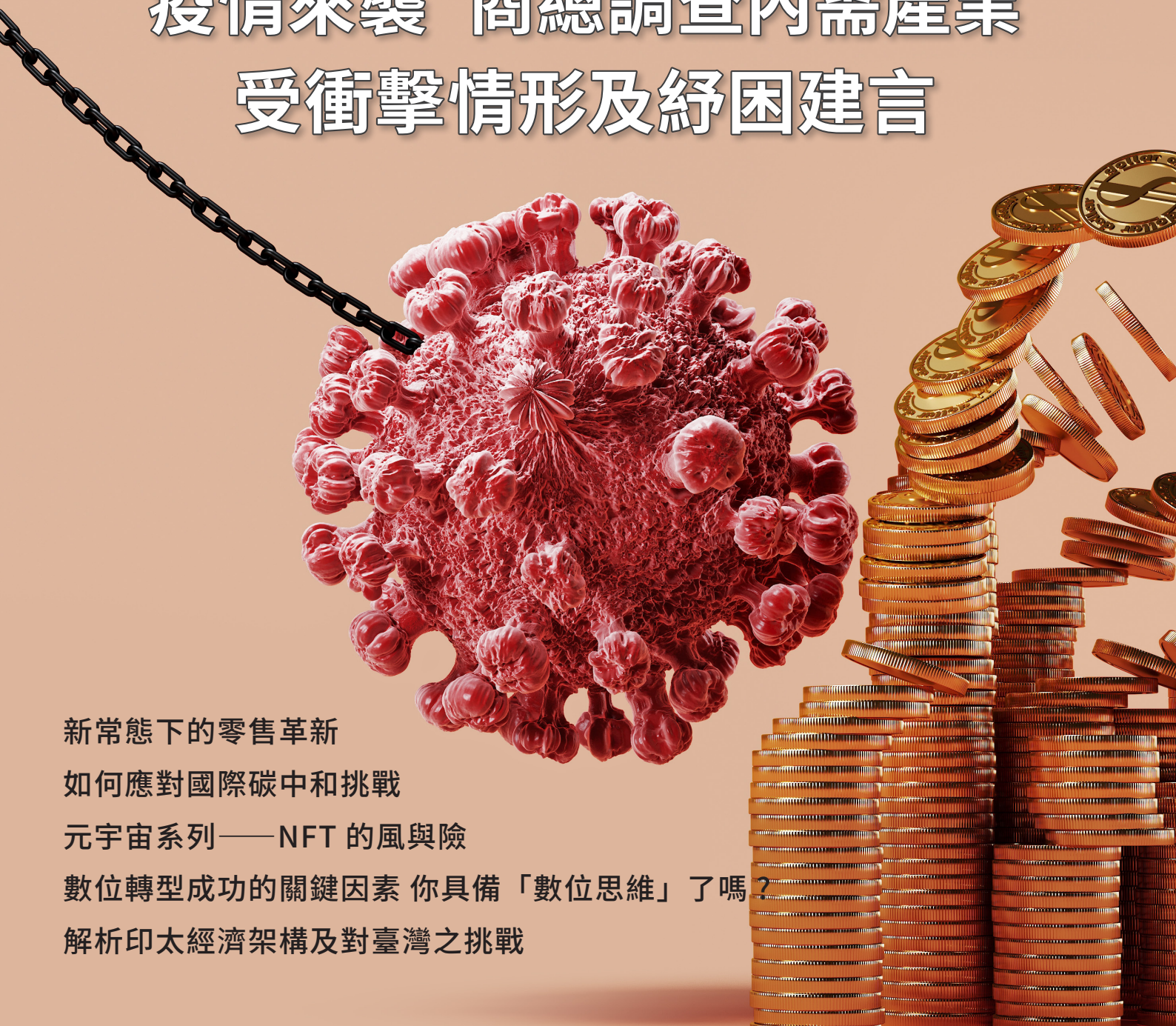
新常態下的零售革新

如何應對國際碳中和挑戰

元宇宙系列——NFT 的風與險

數位轉型成功的關鍵因素 你具備「數位思維」了嗎？

解析印太經濟架構及對臺灣之挑戰



健康資訊智能管理 健康守護全面升級



- ▶ 導入健康存摺SDK
- ▶ 介接民眾健康資料
- ▶ 強化您的APP服務



健康存摺SDK串聯健康新服務

健保署健康存摺

軟體開發套件(Software Development Kit, SDK)
讓企業APP與健康存摺介接個人健康、就醫
資訊，透過SDK交換使用者健康數據，擴展
創新的數位健康服務及功能。

想了解更多健康存摺SDK介接申請與導入資
訊，歡迎各大企業洽談聯繫。

申請資格

醫事機構

公務機關

一般公司

財團法人

第一階段 線上申請SDK

取得API進行整合測試

第二階段 申請開放完整功能

行政審查及權限開通

APP介接完成上架



衛生福利部中央健康保險署
NATIONAL HEALTH INSURANCE ADMINISTRATION, MINISTRY OF HEALTH AND WELFARE

健康存摺諮詢窗口
電話：(07)231-8122
E-mail：ic_service@nhi.gov.tw

SDK申請資訊



廣告



是處罰
收件人喔！

嚴防非洲豬瘟 郵寄輸入疫區豬肉包裹 最高罰100萬

The maximum fine for pork products mailed to Taiwan
will increase to NT\$1 million.

Nhận bưu kiện có chế phẩm thịt heo
Nhiều nhất phạt 1.000.000 Đài tệ

พัสดุไปรษณีย์มีผลิตภัณฑ์เนื้อหมู
ต้องระวางโทษปรับสูงสุด 1,000,000 เหรียญ



⚠ 查獲自非洲豬瘟疫區夾帶豬肉產品之國際郵包將依《動物傳染病防治條例》處罰收件人
第一次 罰20萬元
第二次(及以上)罰100萬元

⚠ Recipients of intercepted international mail containing pork products sent from an area where there is an outbreak of African swine fever will be fined in accordance with the Statute for Prevention and Control of Infectious Animal Diseases
First offense NT\$200,000
Second offense (or additional) NT\$1 million

⚠ Nếu kiểm tra ra trong bưu phẩm quốc tế có chế phẩm thịt heo đến từ vùng dịch tả heo châu Phi sẽ xử phạt người nhận theo “Điều lệ phòng chống bệnh truyền nhiễm động vật”
Lần 1 phạt 200.000 Đài tệ
Lần 2 (trở lên) phạt 1.000.000 Đài tệ

⚠ ตรวจพบพัสดุระหว่างประเทศซุกซ่อนผลิตภัณฑ์เนื้อหมูจากพื้นที่แพร่ระบาดโรคอหิวาต์แอฟริกาในสุกร
ผู้รับจะถูกลงโทษ
ครั้งที่ 1 ปรับ 200,000 เหรียญ
ครั้งที่ 2 (ขึ้นไป) ปรับ 1,000,000 เหรียญ



詳情請見網站

〈財經觀點〉

- 03 俄烏戰事對全球、台灣經濟與產業的影響 ◎王健全

〈特別企劃〉

- 04 疫情來襲 商總調查內需產業受衝擊情形及紓困建言 ◎張伊旻

〈焦點話題〉

- 07 新常態下的零售革新 ◎呂宜真
10 如何應對國際碳中和挑戰 ◎李立穎整理
14 淺談網路自媒體涉及著作權侵權案例 ◎張遠博

〈產業櫥窗〉

- 16 元宇宙系列——NFT 的風與險 ◎楊方儒
18 數位轉型成功的關鍵因素 你具備「數位思維」了嗎？◎李建勳

〈環球產經〉

- 20 解析印太經濟架構及對臺灣之挑戰 ◎彭思遠
23 解讀封控後的大陸中央救市政策 ◎黃健群

〈政府頻道〉

- 27 精進商品標示規範
商品標示法已於111年5月18日修正公布 ◎經濟部商業司
28 勞工每月最高可自提工資6%並享有多重好處 ◎勞動部勞工保險局
30 連鎖計畫海外拓銷資源說明 ◎經濟部商業司

〈活動報導〉

- 31 補資金促轉型！「臺灣雲市集」第二波數位點數申請推廣說明會 ◎陳品潔
32 2022豫台食品加工業和食品機械製造業交流合作對接會 共享全球商機 ◎胡子軒
34 印度布局經驗分享 ◎梁志豪
36 台星產業交流 共推新南向合作 ◎宋品潔
39 「2022會務人員國際經貿專班」我國經貿之回顧與國際經貿發展趨勢 ◎于心怡



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

社長 / 劉守仁

編輯群 / 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

※ 歡迎廣告合作洽談：02-27012671 分機 302

俄烏戰事對全球、台灣經濟與產業的影響

文■王健全（中華經濟研究院副院長）

今年（2022）2月底爆發的俄羅斯、烏克蘭戰爭迄今已超過100天，它對全球與台灣經濟有何影響呢？俄烏戰爭除了導致供應鏈斷鏈之外，主要以三個方向影響全球經濟。第一，石油、天然氣價格的上漲。俄羅斯是全球第二大石油出口國，由於歐美抵制俄羅斯石油、天然氣的進口，致油氣價格攀升，最近油價甚至每桶上看140、150美元，也使得全球的通貨膨脹有點失控。第二，糧食價格的上升。由於俄羅斯、烏克蘭都是歐洲的糧倉，因戰爭而使得俄國出口受抵制，或因戰爭破壞影響糧食的產量，致小麥、黃豆、玉米價格不斷攀升。而小麥、玉米不但是西方國家的主食，也是飼料。小麥、玉米價格漲也造成飼料價格的上漲，導致肉類、蛋類價格上漲，也使得替代品的蔬菜、水果價格上漲，引發更全面的物價上漲。第三，不少工業用的稀有氣體、工業原料的上漲，也影響了全球科技業的產業鏈。例如供電

動汽車使用的鎳，做為半導體產業原料的氮、鉀等。

由於通膨引發的需求下滑，以及斷鏈影響的全球貿易量，也導致全球經濟的下滑，根據WTO、OECD的推估，俄烏戰爭至少使全球GDP下滑1~1.5%以上。而且石油價格每桶上升10美元時，將使通膨率上升0.2個百分點。對台灣經濟而言，美國、中國乃至全球經濟成長的下修，將對台灣的出口產生衝擊，同時，通膨抑制終端需求，也對台灣的出口不利，並影響台灣的消費需求。加上4月下旬以來，台灣的疫情管控不佳，也重創了國內的消費需求，主計總處已下修台灣今年經濟成長率，由原先的4.42%，調降為3.91%，中央銀行也認為今年保4（保住4%經濟成長率）不太容易。

至於通膨升息對產業的影響上，通膨可能引發進口原料、大宗物資價格上漲的輸入性通膨，對所有產業的成本都會上升，但影響最大的，以食

品、餐飲及相關的服務業為主。而升息對資本密集度高、舉債高的房地產、股市衝擊比較大。尤其是升息就像溫水煮青蛙一般，一開始影響不大，但隨著利率的攀升，衝擊的程度也會跟著加重。同時，通膨會抑制終端需求，雖然對民生用品影響小，但對消費性電子產品、3C產品等的衝擊相對大。不過，通膨對原物料的上游產業，以及金融事業（利差擴大）、公用事業等則會有正面的影響。

至於糧價、油價的上漲，對餐飲、食品、服務業，以及運輸、石化、鋼鐵、水泥、大眾運輸等能源密集相關產業影響比較大。不過，一旦油價轉成電價的上升，則幾乎所有的產業都會受到衝擊。

當然，油價、原物料價格的上漲，還是有些受惠的產業，例如上游的石化原料、乙烯、五大泛用樹脂及上游、擁有高階製程的半導體產業。

疫情來襲 商總調查內需產業 受衝擊情形及紓困建言

文■張伊旻（全國商業總會產業發展處專員）

今年4月疫情急遽升溫以來，在「與病毒共存」的新防疫政策下，短短不到3個月，確診人數突破三百七十萬，單日確診人數更一度逼近十萬，民眾自發性「類封城」，再度衝擊民生服務業。

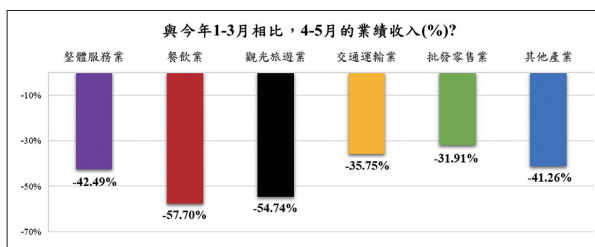
為瞭解各產業之疫情衝擊與紓困需求，全國商業總會於111年6月2日完成內需產業紓困需求調查報告，彙整計63個公會（含縣市公會）及446家企業所提之紓困需求與建議，函送政府相關部會，期能協助受創產業爭取紓困援助，度過疫情黑暗期。

本會盤點政府已有之紓困資源與補助，與受創產業提出之紓困需求進行比較，發現部分紓困需求仍未獲政府採納，故綜整各產業之受疫情衝擊現況及紓困建議事項，期盼政府滾動檢討納入紓困政策。

服務業概況：外封內凍 持續累虧三年

三年來國內疫情反覆，服務業景氣隨疫情起伏，民間消費疲弱不振，企業虧損不斷累積，而今年4月疫情升溫後，民眾自主類封城，再加上國境未開，在外封內凍的情況下，服務業再受衝擊。根據本會今年6月最新調查結果顯示（如下圖），整體服務業與今年1至3月疫情爆發前相比，4、5月平均營收累虧再衰退42.49%，其中以餐飲業衰退57.70%最多，觀光旅遊業衰退54.74%居次，其他產業衰退41.26%，交通運輸業衰退35.75%，以及批發零售業衰退31.91%，整體服務業再次受到衝擊，

亟需政府及時紓困，度過疫情黑暗期。



- 註1 觀光旅遊業包含旅行、旅宿業。
 註2 交通運輸業包含汽車路線、汽車貨櫃貨運、遊覽車及海運業。
 註3 金融保險業包含產物保險、保險代理人及其他金融服務業。
 註4 批發零售業包含食品流通/製造、糕餅、茶、電腦（軟硬體/維修）、家具、廚具、醫療器材、日常用品雜貨、汽機車（買賣及維修）等相關業別。
 註5 其他產業包含攝影、美容/髮/甲/睫業、室內設計裝修、公關/廣告/設計、洗衣、清潔服務、就業服務、廣告工程、不動產仲介經紀等相關業別。

▲ 資料來源：全國商業總會「2022 新冠肺炎疫情對服務業影響調查」，2022年6月。

在個別產業方面，餐飲業自今年4月疫情爆發後，即使政府不禁止餐廳內用，但民眾減少出門聚餐，自主「類封城」，與今年1至3月疫情爆發前相比，4、5月業績收入衰退約57.7%，團膳業更是受傷慘重，學校大規模停課造成大量食材腐爛，業績衰退高達80%。

旅行業兩年多來深受邊境封鎖之苦，今年4月疫情再度爆發，唯一僅存的國內旅遊跟著

凍結，與今年 1 至 3 月疫情爆發前相比，4、5 月業績收入平均衰退約 76%，旅行業成為疫情爆發三年以來，重災產業第一名；旅宿業則因染疫風險升高，團客不敢出遊取消訂房，周末家庭出遊人潮銳減，住房率銳減，與今年 1 至 3 月疫情爆發前相比，4、5 月業績收入衰退約 63.75%，災情慘重。

在交通運輸業方面，通勤族與遊客數驟減，僅物流業受創較小，與今年 1 至 3 月疫情爆發前相比，交通運輸業的 4、5 月整體業績衰退從 10% 至 85% 不等，其中以遊覽車客運業衰退高達 85% 為最多。

在批發零售業方面，各產業衰退幅度大小不一，與今年 1 至 3 月疫情爆發前相比，糕餅 4、5 月業績衰退約 50%、機車業衰退約 48.24%、日常用品百貨業如：五金零件、家具等日用雜貨，衰退約 33.46%；其中禮儀用品業因許多宗教活動都自主取消或延後，祭祀、奠儀用品購買量應聲下滑，衰退幅度高達 80%。

在其他產業方面，美容服務業（含美容、美髮、美甲、美睫業）因工作特性與客人近距離接觸，造成客人與員工交互染疫頻傳，與今年 1 至 3 月疫情爆發前相比，整體美容服務業 4、5 月業績驟減 56%；攝影業則因民眾不敢出遊，外出都配戴口罩，沒有沖洗相片需求，與今年 1 至 3 月疫情爆發前相比，4、5 月整體業績收入衰退約 65%；廣告工程業因店家開店計畫、舉辦活動幾乎全部延後或取消，連帶影響廣告招牌安裝服務，與今年 1 至 3 月疫情爆發前相比，4、5 月業績平均衰退約 50%。

五大紓困建言

一、追加 500 億 先紓困後振興

今年政府疫情警戒雖未升至三級，但各產業受創情形不亞於去年三級，政府也應有三級紓困作為，以行政院編列的 345.6 億紓困與振

興經費，相較去年企業紓困預算執行 476.9 億，今年產業在持續累虧情況下，重災產業更多更廣，政府應於疫情爆發高原期，至少追加紓困預算 500 億作為受創產業紓困補助用，且應先紓困救命，再推振興救經濟，才能真正符合產業需求與期待。

二、企業累虧三年 政府持續紓困

現行「嚴重特殊傳染性肺炎防治及紓困振興特別條例」和特別預算施行期間原應於今年 6 月 30 日屆滿，然國際間疫情仍屬嚴峻，國內各行各業深受疫情衝擊，立法院三讀通過延長紓困條例及其特別預算，期限延長一年至 112 年 6 月 30 日，作為提供受疫情影響致營運或生計困難之產業、民眾相關紓困及振興措施，以維持國內經濟、民生之安定。

去年政府推出紓困 4.0 方案，以同年 5 月至 7 月期間任一個月營業額較 3 月至 4 月之月平均營業額或較 108 年同月營業額減少達 50% 為要件，認定為艱困事業。唯我服務業已飽受疫情衝擊邁入第三年，政府除持續予以紓困協助外，應再放寬艱困事業的認定標準，比較基期應充分考量企業累虧情形，制定合理化標準，簡化申請流程，讓受疫情衝擊的產業獲得真正援助。

三、擴大稅務減免 減徵營業稅

去年財政部因應疫情衝擊推出五大應變措施，今年疫情爆發再度衝擊民生服務業，尚未提出任何紓困作為。此外，今年 1 到 5 月累計稅收實徵淨額高達 9,118 億元，比去年同期增加 186 億元、年成長率 2.1%，再加上去年超收 4,327 億元，國庫進帳金額驚人，顯示國庫有盈餘來負擔財政紓困。

今年各行各業再受疫情衝擊，除交通部承諾遊覽車減徵第 3 季汽燃費，其餘受創產業如餐飲、旅宿、貨運、汽機車、糕餅、食品流通 / 製造、攝影等，均提出減免或緩徵營業稅

之紓困需求。建請財政部擴大稅務紓困，減免營業稅至少三個月，例如：提供小商家查定銷售額減免優惠，依各產業受創情形減免銷售額30%至50%不等，降低租稅負擔，協助受創企業稅務紓困。

四、開放國境解封 三劑疫苗「陰」免隔離

我國邊境封鎖超過兩年，嚴重衝擊觀光產業，世界各國正陸續開放國境，例如：南韓6月8日起入境免打疫苗免隔離，日本6月10日起開放外國旅行團入境免篩免隔離。我國疫苗覆蓋率已日漸提高，三劑疫苗覆蓋率達六成五以上，且國內確診人數雖高但多為輕症，開放國境條件已臻成熟。

日前政府宣布自6月15日起，入境改為3+4天（3天居家檢疫、4天自主防疫），但適用對象僅限國人，仍未開放國際觀光客入境，對國內觀光業者而言，沒有任何加分作用。因此，建議政府盡速鬆綁邊境管制（3+4天），比照與國內確診密切接觸者，打滿三劑疫苗採陰則免隔離，為產業注入新活水，與國際接軌。

五、免費快篩試劑提供第一線服務人員 安心上工

服務業為高度「人與人密切接觸」之產業，在「與病毒共存」政策下，定期快篩應成為服務業從業人員未來之基本防疫措施。參考國外經驗，英、美、新加坡等國皆有「免費快篩劑寄到府」之服務，反觀台灣快篩劑每劑100元至180元不等，對於經常有快篩需求之服務業從業人員，長期可謂一筆不小負擔。建議政府應提供免費快篩劑予醫療院所密切接觸的從業人員，以及第一線服務業從業人員，例如：餐飲、旅宿、貨運配送、醫療器材、廢棄物清除、美容服務及就業服務等行業，除照顧所有第一線服務人員的健康，也才能真正落實「與病毒共存」的新防疫生活。



▲我國新冠疫情再起，全國商業總會普查服務業受創情形，並於111年6月9日下午辦理「服務業紓困建言記者會」，許舒博理事長提出五大建言，避免政府、勞資、百姓三輸空空空，獲得各界重視。

小結：比照去年紓困 適度補貼受創產業

今年疫情比過往更加嚴峻，服務業感受最深，去年政府因應三級警戒，編列2600億預算救產業，去年整年度確診人數約1.6萬人；今年政府僅餘1300億預算，其中1200億用在防疫，只有100億留給最艱困的受創產業，如餐飲、觀光及客運等行業。今年截至6月30日為止，確診人數飆破370萬人，是去年的230倍之多，讓受創產業如何「與病毒共存」，撐過回復正常生活前的最後一哩路。

一路以來，政府的應變有許多改進空間，外界的批評聲浪更是對政府有更好的期待，因此，籲請政府正視受創企業的迫切需求並伸出紓困援手，比照去年，適度補貼受衝擊產業，適時推出相應的紓困措施，讓政府、民眾、企業三方攜手度過疫情黑暗期，走向與病毒共存的新生活。

新常態下的零售革新

文■呂宜真（勤業眾信聯合會計師事務所消費產業負責人 / 資深會計師）

疫情衝擊對總體經濟的影響

從 2019 年開始，各國產業經濟受到的衝擊甚巨，但隨著 COVID-19 疫苗的問世，多國陸續實施疫苗接種計畫，且主要經濟體之經濟刺激方案同步持續執行，全球經濟也開始逐步復甦，世界銀行於 2021 年 6 月 8 日發布《全球經濟展望》報告中表示，全球經濟成長 5.6%，這是 80 多年來最快速的經濟復甦，各項經貿表現全球有目共睹。但隨著新型 Omicron 變種病毒持續蔓延，迅速在北美與歐洲傳播，加劇供應鏈瓶頸與通膨壓力的持續、多國縮減財政與貨幣政策規模、極端氣候與地緣政治危機頻傳，使未來全球經濟情勢充滿變數。世界銀行與 IMF 同時預測，2022 年全球經濟成長率雖然會繼續維持在 4% 以上，但相較 2021 年趨緩；至於 2023 年的全世界經濟成長率，還會更進一步放緩至 3.2%，更在今年 4 月份下修全球經濟成長，其中國際貨幣基金（IMF）預測今年全球經濟成長率 3.6%，較 1 月

預測下修 0.8 個百分點，其中 IHS Markit 預估經濟成長率為 3.2%，較上個月下修 0.1 個百分點。而美國、歐盟、英國、加拿大與澳洲的貨幣政策都有所改變。因為各國央行承諾，2022 年將減少資產購置，並開始推動利率正常化。這意味著各國政府都同意強勁的經濟成長、以及健全的勞動市場勢在必行，如果消費者的消費能力因為 Omicron 而下降，則通膨壓力將有望減輕。

疫情影響以來 台灣零售產業的消長

根據勤業眾信《2022 零售力量趨勢與展望》疫情蔓延已經來到第三年，即便 COVID-19 的危機和變種病毒接踵而來，各國政府與企業也開始學習如何與病毒共存。長期而言，由於通膨的情勢間接減緩實體業者受到的疫情重創；也因為線上商機順勢崛起，民眾消費行為的異動使產業模式也開始跟著改變，台灣市場消費行為也產生變化。整體營運規劃的調整使得多家大型零售企業大幅異動，實體店家

雖飽受衝擊，但是線上商家卻能突破重圍，透過商業模式的調整，台灣零售業網路銷售金額已經連續兩年分別以 20.3% 及 24.5% 成長。

針對國內經濟受惠新興科技應用、企業加速數位轉型需求、終端需求力道持續，再加上國際大宗原物料價格漲勢未減，帶動我國 3 月出口及製造業生產指數分別年增 21.3%、2.0%。民間消費方面，零售業因節慶促銷，精品、資訊通訊及家電設備等買氣熱絡，加上油價較上年同月增加，3 月營業額為歷年同月新高，年增 4.8%；餐飲業則受惠展店、促銷活動，及新通路布局，3 月營業額亦為歷年同月新高，年增 6.8%。疫情衝擊令人措手不及，但同時大幅度改變消費者行為，側面推波助瀾地助長台灣經濟成長，依經濟部統計處資料顯示，台灣零售業網路銷售金額在 2020 年以及 2021 年連續兩年分別以 20.3% 及 24.5% 的成長，去年達 4,303 億元規模。

零售市場面的影響轉變

消費者對於健康與安全的顧慮重塑消費行為，推動市場消費型態的轉變，疫情減少了人們的「外出需求」，而非「消費需求」，改變民眾消費行為與社交互動模式，保持社交距離已為防疫共識，為了避免病毒傳播與維持日常經濟活動，「零接觸經濟」新興商業模式相應而生。鑒於疫情發展尚未明朗，新生活型態與商業模式等仍將延續下去，虛實整合亦為未來新應用潮流，企業宜強化跨域合作與應用，延攬跨領域專業人才，俾利擴大零接觸經濟效益。疫情為產業帶來危機亦是轉機，後疫情時代之宅經濟與遠距等零接觸應用商機持續發酵，加速外送平台滲透，推升數位轉型速度，企業宜順應數位發展趨勢，掌握零接觸商機，並借力數位科技，強化面對後疫情時代之產業韌性，掌握市場轉型良機，將危機轉為商機。

也因為 COVID-19 影響，各國政府陸續下達旅遊警示、封城（Lockdown），甚至禁足令，從國家政策而言，有助於對疫情的控制；但從全球數十億人的行動限制的狀況來看，側面造成工廠缺乏勞動力和零件，阻斷供應鏈的運作，進一步引發消費品、汽車、製

藥和許多行業的銷售萎縮，流動性和工作中斷也導致消費顯著下降。不僅衝擊了航空、海外教育、旅遊、娛樂、酒店、消費品和奢侈品等許多服務業的經營，也敲響全球經濟衰退的警鐘，觸發「零接觸經濟」的產生。

消費行為的轉變，宅經濟、零接觸經濟起飛，根據經濟部統計處公布的數據指出，受到宅經濟的影響，物流營收年增率高達 27.1%，且物流的管理與產品的供需是相輔相成，都需要即時且精準的調節能力。物流本身就牽涉各種無法預期的變數，相較於倉儲管理更難確保服務的速度，透過物聯網與 AI 即時監控等資訊科技，能使企業得以監控、提醒、追蹤整體貨品與配送的過程的方式，確保送貨過程，藉此提升物流品質，使顧客體驗、營業額及獲利能力，並提升企業整體競爭優勢及服務。

零售企業面的因應策略

根據 Deloitte Global 分析，企業因應疫情的三階段——Respond（反應）、Recover（復甦）、Thrive（蓬勃）

Respond（回應階段）：

此階段目標為維持企業營運，面臨衝擊各行業不得不設定危機處理方式以面對疫情，為維持整體公司運作，在

這過程當中強調企業內部團隊溝通，強化團隊的韌性成為主要目標，由於疫情影響使民眾在當中學習適應線上線下混合模式，設立遠距作業機制成為後續階段中維繫客戶關係的方式，有鑑於此，評估外部市場與內部企業也成為立即需求。

Recover（恢復階段）：

受本土確診人數持續擴散甚至高於去年同月高的基期影響，也抑止企業的成長力道，目前台灣零售業為此階段往前至成長階段當中，企業將有所方式在面對疫情衝擊當中的挑戰，也恢復因應鞏固企業財政安全，在這當中依據各國抗疫經驗，能夠實體與線上市場中整併模式並且精實企業成為組織團隊、聘雇員工上找尋新機與增加營收的重要佈局方式，也有機會尋求新市場機會，在此階段中使企業迎向復甦。

Thrive（成長階段）：

成長階段代表將進入新零售、常態時期，並且消費與金融已經開始能夠強化企業內部連結性、可塑性、永續性，制訂軟硬體，將能夠重新校正企業經營評比的標準，能在零售市場中注入新的商業模式，而現今創新應用與數位商機將延續，市場常態也將進入嶄新階段，並且持續成長。

透過勤業眾信所分析三階段，面對疫情，建議全球 CEO

應注重下表六個主要的面向：

關注面向	應對方式
一．指標監控	· 持續追蹤疫情變化指標 · 針對不同發展階段制定應變方式，推行相關營運計畫
二．持續關心員工健康	· Deloitte 與 Fortune 共同調查指出，全球 98% 之 CEO 表示，疫情之後員工健康為首要關注要點
三．鼓勵公眾接受疫苗計畫	· 透過給薪休假管理機制鼓勵員工接種疫苗降低風險
四．疫情後持續邁向未來的工作	· 疫情復甦後面對轉型機制，可透過工作（Work）、勞動力（Workforce）、工作場域（Workplace）三個面向出發
五．根據疫情進行風險情境規劃	· 疫情無法短時間消逝，企業需要做好防範與設定短期計畫 · 對未來長期營運做長期規劃
六．建立韌性組織	· 企業需要面對所提及三大階段（Respond、Recover、Thrive）因應制度

新常態下的零售產業的轉變，以及零售業未來的策略布局

在新常態下的零售產業，無論是市場消費模式的轉變；或是企業投入零接觸經濟的領域，在供應鏈斷鏈、物流資源短缺、或庫存不足的倉儲問題都深深影響著消費者對店家的忠誠度，因此許多零售業者選

擇優化供應鏈系統，藉此打造高彈性的供應鏈。除此之外，企業可以搭配資訊科技技術來減少物流倉管成本，並結合數位產品為消費者打造數位用戶體驗，進一步增加線上的消費者來到線下進行購物的意願。

疫情衝擊後的新常態時期，零售企業供應鏈需要找到一個新的平衡點，以適當平衡供應鏈、倉儲管理、和數位體

驗，數位資產愈加成熟的環境下，做出差異化是業者迫切的需求。在新零售的規則下，積極找到新的獲利模式是達到數位差異化的關鍵，創造具有獲利效益及全通路的數位體驗。隨著新的商業模式、市場與競爭者出現，提高生產力、創新和敏捷性變得更加重要。

《參考資料》

1. 大通膨時代下全球總經趨勢
2. 2022 financial services industry outlooks
3. 疫情下 台灣再創經濟奇蹟 2.0
4. 新冠疫情對經濟影響之研析
5. 2022 零售力量趨勢與展望報告
6. 《2022 全球行銷趨勢：以顧客為中心開創企業榮景》
7. 疫情後的全球零售業洞察 品牌與消費者間的信任是關鍵
8. Supply chain implications of the Russia-Ukraine conflict
9. 產業抗疫持久戰，企業重返工作的安全大計！
10. 【專題報導】統整 2021 經濟走向 衝擊下為零售所帶來的改變

如何應對國際碳中和挑戰

文■李立穎整理（資深媒體人）

面對全球極端氣候變遷，各國政府相繼運用貿易手段以加速邁向淨零減排目標，歐盟更是率先發布 2027 年徵收碳關稅，此一措施對於以出口為導向的台灣，特別是中、小型企業，壓力日益沉重。為此，工總特於 6 月中旬舉辦「國際貿易最新動向——產業如何應對國際碳中和挑戰」研討會，邀請安侯永續發展顧問公司董事總經理黃正忠、歐洲商會——低碳倡議行動副主席王秀雲，以及台泥公司副理張耀元，共同探討「產業如何應對國際碳中和挑戰」。

研討會主持人工總副秘書長邱碧英致詞表示，歐盟日前通過碳邊境調整機制（CBAM），首先針對鋼鐵、鋁、水泥、肥料、電力等碳密集型產品，若進口到歐盟，必須購買憑證（CBAM Certificates），才能將其產品銷往歐洲市場，未來，如何降低 CBAM 對產業衝擊，值得深入討論。涵蓋部門除原執委會提案 5 大部門，歐洲議會建議擴大至聚合物、有機化學品、氫、塑膠、亞摩尼亞、間接排放（指製造商使用電力產生之排放）

不 ESG 就淘汰 迎向永續轉型

安侯顧問公司董事總經理黃正忠評估表示，因俄烏衝突已加速能源自主，PEPowerEU 於 2022 年 5 月發布，預算新台幣 6.1 兆（歐元 195b），2027 擺脫對俄國化石能源依賴；2030 年清潔能源（能源效率、減碳）提升至 45%。

一、淨零是企業永續發展的轉捩點

聯合國氣候變化綱要公約第 26 次會議（COP26）主軸為「確保全球於本世紀中達到

淨零目標」，將「淨零」視為產官學一同朝向永續發展的必要關鍵。

全球排放量超過五成來自 8 大供應鏈：食品、建築、時尚、快速消費品、電子組件、汽車、專業服務、物流。

擴大溫室氣體排放申報，內容如下：

第一批管制對象：發電、鋼鐵、水泥、半導體、薄膜電晶體液晶顯示器、石油煉製業，以及範疇 1（直接排放）達 2.5 萬噸以上企業。

第二批管制對象：範疇 1（直接排放）＋範疇 2（間接排放）合計達 2.5 萬公噸以上企業，須依法進行盤查，每年於環保署網站進行登錄。

潛在對象：用電量大的製造業（100 家以上）。

金管會發布上市（櫃）公司盤查揭露時程，預計 2027 年以前，全部上市櫃公司完成溫室氣體盤查，且與財務報表範圍一致，2029 年以前，完成財務報表範圍一致盤查，並完成第三方查證。

時間軸如下：

- 2023 年第一階段，資本額 100 億元以上之上市櫃公司完成盤查；鋼鐵、水泥業完成個體公司盤查。
- 2024 年第一階段公司完成查證。
- 2025 年第二階段，資本額 100 億元以上之上市櫃公司及鋼鐵、水泥業之合併報表子公司完成盤查；資本額 50 ～ 100 億元上市櫃公司完成個體公司盤查。
- 2026 年第三階段，資本額 50 ～ 100 億元上

市櫃公司之合併報表子公司完成盤查；資本額 50 億元以下上市櫃公司完成個體公司盤查。

- 2027 年第四階段，資本額 50 ～ 100 億元以下的上市櫃公司之合併報表子公司完成盤查；100 億元以上及鋼鐵、水泥業合併報表子公司完成查證。
- 2028 年 50 ～ 100 億元合併報表子公司完成查證；50 億元以下個體公司完成查證。
- 2029 年 50 億元以下合併報表子公司完成查證。

二、大勢所趨 ESG

觀察企業經營與投融资的變革轉型，短期包括：股東、財務、有形資產（EPS）；長期包括：利害關係人、非財務、無形資產（ESG）。

世界許多大廠亦積極提出低碳承諾，並設定科學減碳目標，還有擴大使用再生能源，部分廠區使用 100% 再生能源。

碳有價時代來臨（排碳付費），2030 年前碳價格每噸至少須達 50 美元，全球才有減碳活命的機會，2019 年 10 月 IMF 已喊出 G20 應付碳價每噸 75 美元。碳抵減價格預計 2050 年會漲 50 倍。

黃正忠提供企業碳管理框架建議，在治理上，需思考全球淨零、供應鏈淨零、碳關稅、碳費及 EU Taxonomy，策略內容有科學減碳目標、內部碳定價、低碳投資碳抵換、再生能源 RE100、能源效率 EP100、低碳物流 EV100；管理內容包括：碳盤查、產品碳足跡、能源管理、循環經濟、低碳供應鏈；目標鎖定碳排放量 / 碳足跡統計、低碳 / 碳中和產品、減碳目標檢討 / 追蹤。

歐盟碳邊境調整機制（CBAM）下之機會與挑戰

歐洲商會副主席王秀雲指出，目前全球已

有 131 個國家、234 個城市及 699 個企業提出淨零排放目標，並有 13 個國家納入法規，包含英國、日本、南韓、紐西蘭等，德國、瑞典、葡萄牙等國家甚至設立 2045 年即達到淨零排放。

淨零排放：

因應全球氣候治理發展趨勢，聯合國政府間氣候變遷專門委員會特別報告指出，控制全球暖化在攝氏 1.5 度 C 內，全球須於 2050 年前達到淨零排放，即所有溫室氣體的排放量與移除量達到平衡。

碳中和：

透過自我減量及外部抵換，來抵消組織或產品碳足跡，達成廣義的碳排放與碳移除平衡即碳中和。

一、減碳轉折——巴黎協定

2015 年巴黎協定生效門檻與京都議定書相同，為 55 個且總和占 55% 溫室氣體排放量以上的締約國同意，始生效力。

巴黎協定的重點，是以前工業時代為基準值，21 世紀末，全球升溫控制在攝氏 2 度 C 以下，並追求限制升溫 1.5 度 C 目標。

基於巴黎協定，歐洲議會明定歐盟 2050 氣候中和目標，2030 年溫室氣體目標較 1990 年從減少 40%，加嚴至減少至少 55%。

二、CBAM（碳邊境調整機制）

目前管制產品有：鋼鐵、鋁、水泥、肥料、電力（陸續將增加其它產品）。

進口商應履行義務之規劃，2023 ～ 2025 年（僅須申報），每季提交 CBAM 報告書；產品碳含量 = 產品進口數量 * 單位產品含碳含量。

預定 2026 年正式實施，規定每年 5 月 31 日前提交前一年 CBAM 申報單及憑證；產品碳含量 = 產品進口數量 * 單位產品含碳含量。

（一）每噸罰 100 歐元

CBAM 規定罰則 & 減免規則如下：

1. 未繳交足額憑證，每公噸罰 100 歐元，

且仍須補足憑證缺額。

2. 出口國已支付過碳價且未出口退費，產品於歐盟排放交易享有免費排放額度，進口則對應減免。

（二）企業如何因應 CBAM

王秀雲分析表示，降低 CBAM 衝擊的關鍵步驟，就在碳盤查。

碳盤查除了符合 CBAM 要求，也可能同時達到各界要求，針對產品，降低 CBAM 衝擊的關鍵步驟，在於碳盤查，類型包括有：企業碳足跡、產品碳足跡及供應鏈碳足跡。

降低 CBAM 衝擊的關鍵步驟碳盤查內容，由第三方查驗的適用標準，依照 ISO14064-1、ISO14064-3 及 PAS2050。

三、台灣淨零路徑

在非電力部分，2019 年商業住商排放 86.6Mt（百萬公噸）、運輸 35Mt 公噸、非燃料燃燒 26.4Mt。規劃 2050 年商業住商降至 8.7Mt，運輸降至 3.3Mt，非燃料燃燒降至 10.5Mt。

至於難以削減排放約 22.5Mt，須由碳匯抵銷以達淨零排放。

在電力部分，由 2019 年的 139Mt，2050 年 50% 以上朝電氣化發展，另去碳電力排放為零，改為再生電力占 60～70%，氫氣占 9～12%，火力+CCUS（碳收集、儲存與應用）占 20～27%，抽蓄水力占 1%。

依國發會規劃時程，2025 年不興建燃煤電廠；2030 年風力光電累積裝置容量達 40GW；2035 年智慧電錶布建率達 100%；2040 年燃煤燃氣電廠，依 CCUS 發電進程導入應用；2050 年再生能源發電占比超過 60%，智慧變電所布建率達 100%。

環保署擬將修改為氣候變遷因應法，首度將 2050 年淨零排放目標入法，與 13 國一致標準。

國際碳中和趨勢下 企業因應策略

台泥公司副理張耀元首先揭示台泥公司的中心理念，是每個人只有一個國籍——地球。

台泥集團自許是一個全神貫注處理人類文明與大自然之間複雜關係的綠色環境工程公司。

一、全球 50 家水泥龍頭企業 致力碳中和

2020 年 9 月 1 日，全球 40 家水泥和混凝土龍頭企業共同發布「水泥和混凝土行業 2050 氣候目標聲明」，表明全球水泥和混凝土行業正致力於在 2050 年實現全球混凝土的碳中和目標。

GCCA（國際水泥及混凝土永續組織）碳中和路徑圖加上將傳統與創新技術（CCUS、H₂ 氫氣）融合，可以在 2050 年之前實現氣候中和目標。

二、台泥永續發展

張耀元說明台泥永續發展涵蓋三大核心業務、七大減碳戰略，以達成 2050 年碳中和承諾。

（一）三大核心業務

1. 水泥及新種建材：國際化、節能減碳減排、穩定的獲利。

2. 廢棄物處理：協助解決社會環保問題（生活垃圾、營建業廢棄物、工業農業廢棄物）、減碳（使用替代原、燃料）。

3. 能源：再生能源發電（風、太陽、地熱、海洋能、生質能如農業剩餘資材）、儲能及智慧電網。

（二）減碳七大策略

台泥永續發展之減碳七大策略，包括：應用替代原物料、應用替代燃料、碳捕獲、碳匯造林、工藝改善、餘熱發電與再生能源建置。

（三）2050 年碳中和承諾

台泥減碳目標基準年為 2016 年，規劃時

程如下：

2020 台灣通過基礎減碳（SBT）目標設定；2025 年台灣科學基礎減碳目標；-11% 範疇 1 排放強度；-32% 範疇 2 排放強度；2030 年台灣在法令、替代原燃料許可與市場需求下排放強度降低 31%，中國大陸在法令、替代原燃料許可與市場需求下排放強度降低 20%；2050 年集團混凝土邁向碳中和目標。

三、城市淨化器 地球的幫手

張耀元指出，台泥持續落實循環經濟及節能減碳，以打造開放生態循環水泥工廠，60 年前的台泥蘇澳水泥廠都是烟囱，現今的開放生態循環台泥和平水泥觀光工廠，已完全看不到煙。

還有台泥和平礦場採礦豎井生產流程的超碳排軌跡，沒車子運輸且密閉式無揚塵，和平工業區是三合一的循環經濟園區，和平電廠是未規劃設置灰塘的燃煤火力電廠。

水泥製程在循環經濟上的優勢，是運用旋窯高溫、高擾流、高滯留時間的三大優勢，可完全無害化的處理廢棄物。旋窯的火焰溫度在 1800 ~ 2000 度 C，料溫 1450 度 C，可以完

全全焚化所有廢棄物。

處理項目：脫硫石膏、煤灰、工程廢棄土、煉鋼還原渣、廢陶瓷、爐石粉、氟化鈣污泥、氧化鎂脫硫無機污泥、紙廠無機污泥、再生粒料、廢壓模膠、廢木材、SRF（固體回收燃料）、淨水汙泥等。

水泥廠優勢

徹底分解：

利用窯內高溫、高滯留特性，將垃圾徹底分解。

零二次污染：

有毒物質被破壞，及重金屬等成分因熔於水泥熟料中，避免二次排放。

處理各式垃圾：

城市垃圾、廢輪胎、廢油、廢毒溶液、市政污泥等均可處理。

資源再利用：

將可燃廢棄物在水泥窯燃燒所產生的熱能，作為水泥窯製成能源，降低傳統化石能源使用量。

活用既有水泥廠設備：

利用水泥窯現有空業設備，無需新增大投資或土地。



▲ 工總於 6 月中旬舉辦「國際貿易最新動向——產業如何應對國際碳中和挑戰」研討會，邀請專家業者共同探討「產業如何應對國際碳中和挑戰」。

淺談網路白媒體涉及著作權侵權案例

文■張遠博（全國工業總會智慧財產權組資深專員）

前言

有關網路白媒體著作權問題，背後法律概念與數位時代各平台所應注意避免侵權之行為，筆者透過以下幾個案例來進行分享。

著作權概念

首先，著作權在定義上指屬於文學、科學、藝術或其他學術範圍之創作。其種類包括語文、戲劇舞蹈、音樂、美術、圖形、攝影、視聽、錄音、建築、電腦程式等。著作權本身包含著作人格權與著作財產權。依著作權法取得之著作權，其保護僅及於該著作之表達，而不及於其所表達之思想、程序、製程、系統、操作方法、概念、原理、發現。著作權觀念較有需要進一步討論，除了觀念表達較抽象定義，著作人格權與財產權時常有使人無法馬上了解到其中差異。

著作人格權：主要是保護著作人的名譽、聲望或其他無形的人格利益，該權利具有一

身專屬性，只有作者本人可以享有，不可以讓與或繼承，著作人格權的內涵包括（1）公開發表權、（2）姓名表示權，及（3）同一性保持權，或稱禁止不當變更權。且著作人格權存續期間是永久的。

著作財產權：使作者可以享有著作的經濟價值，包括重製權、改作權、編輯權、出租權、散布權、公開播送權、公開傳輸權、公開口述權、公開上映權、公開演出權、公開展示權。其存續期間是存在於著作人的生存期間及其死亡後 50 年。

著作權侵權與利用人責任

一般透過行車紀錄器或單純自家攝影機所拍的影片，因不具「原創性」及「創作性」則不屬著作權保護之著作，但經剪輯字幕等後期製作，則具有「原創性」及「創作性」之影片，即受著作權法保護之視聽著作，若利用人使用則可能涉及「重製」、「編輯」與「公開傳輸」等侵害。

另外，網路拍賣服飾、

配件產品，如係僅具有實用性之物品，或係以模具製作或機械製造可多量生產之「工業產品」，即非我國著作權法所稱之著作，但服飾包品上所繪製之圖樣若為美術著作，則受著作權法保護。若利用人為公司使用時，就須考量著作權人是否為受雇人並於職務上完成之著作，或是接受出資聘請完成之著作。

自媒體涉及著作權案例

網紅 LO-FI HOUSE 抄襲風波，主要是被爆出影片內大量抄襲 Pinterest 設計師作品，並將抄襲畫作當作原創商品放置官網販售，價格賣得比原作者高。傳統認知上，常有被認為已經公開之創作，亦為同意大家使用，或者很多人都這麼使用，也沒遇到發生什麼事，比較有概念一點的會特別標出著作來源。然而網紅重現他人畫作全部或一部，應已形成「重製」及「改作」之利用行為，此情形下，利用人常主張合理使用規避著作權侵權，依著作權法第 65 條所示，著作

之利用是否合於第四十四條至第六十三條所定之合理範圍或其他合理使用之情形，應審酌一切情狀。確實著作權法允許利用人在特定情況下，可以不事先取得授權而直接使用他人作品。因使用目的（商業或非營利）、著作類型（文字、音樂、繪畫…等）、使用程度（整首歌複製貼上或擷取片段）、對市場影響（僅私底下聆聽，或上傳網路甚至銷售），來判斷是否屬於合理使用。

網紅谷阿莫事件，當事人僅認為自己為詼諧仿作屬合理使用，但當重新審視相關要件時，合理使用界線在認定上絕對不是單一條件符合就能夠免責。判斷有無構成合理使用是法官，而非利用人，若不想取得授權只想以合理使用免責，將造成許多不確定風險與成本。

亞馬遜（Amazon）子公司 Audible，其經營特色便是如同「有聲書」的模式，由 Audible 邀請書的作者，暢聊創作心得的 Podcast 電台，也會將著作內容的全部或一部分唸出來；同時，Audible 於 2019 年 7 月推出的新功能，標榜經由 Audible 的技術，能讓聽者於聽的同時，能於 App 上同時看到文字。儘管 Audible 說明此舉

不影響閱讀實體書或電子書，但有 7 間傳統出版業者仍認為 Audible 此舉已違反了美國著作權法，而對 Audible 提起侵權訴訟。Audible 有聲書授權確實不包括文本，自動生成文本不過是換了一種形式的數位發行，亦損傷傳統實體紙本版本市場，若文本產生發生錯誤以致作品品質受到影響，將損害原有品牌價值。

數位時代著作權 應如何避免侵權

著作權立法目的，其實是為保障著作人著作權益，調和社會公共利益，促進國家文化發展，整體而言皆是在調和個人與整體發展之間衡平。依我國著作權法第 5 條規定，著作有 10 種類型，有聲書屬於其中「錄音著作」。若電子書平台，由真人聲音朗讀電子書，文字和聲音同時呈現，這則是「語文著作」和「錄音著作」混和之多媒體形式。至於完全以錄影影像形式呈現之講者說話形式，則屬於「視聽著作」，而不是「錄音著作」或「語文著作」。

所以當介紹他人書籍或相關內容時為避免侵權，盡量介紹該書理論觀念，盡量不直接朗讀該書，介紹時涉及該書

語文表達時，則應符合著作權法第 52 條「引用」原則，應引用該書某段，並附加自己評論，切勿讓聽眾感受該書內容為利用人之評論，且評論應超過該書內容。以評論為主，被引用內容為輔。

著作財產權其實是有方法能夠避免侵權，只要不是自己原創，大部分人其實都清楚自己從哪裡看到，並不太可能百分百無中生有，此時相關內容會有授權資源，且依照授權條款使用，即可避免大部分侵權。若要利用該著作找不到原著作權人時，請參考「著作財產權人不明著作利用之許可授權及使用報酬辦法」付費取得授權。

在科技普及工具多元化的時代，人人皆可成為自媒體，對於素材不確定下可使用具有「創用 CC 授權條款」的作品，CC 的授權大致分四類，「表示作者姓名」、「非商業化使用」、「禁止修改」、「以相同方式分享衍生作品」。使用前先確認利用之作品授權規定，即可安心使用，避免使用單純標註免費的素材，因為免費可能短期亦可能只有在特定平台，創作前多留意，即可避免辛苦產出的作品被下架停權，實在得不償失。

元宇宙系列 —— NFT 的風與險

文■楊方儒（全國商業總會品牌創新服務加速中心區塊鏈應用及發展研究所執行長）

「哥做什麼都要第一，就算挺兄弟也是，但在元宇宙的 art 世界裡，第三我覺得可以了！」這是天王周杰倫在 1 月 5 日的 IG 發文，分享 PHANTACi 與 Ezek 平台聯名限量發行的一萬個價值 1000 美元的 NFT（非同質化代幣）小熊頭像，在元旦開賣就被「完全下架」，立馬進帳 2.7 億新台幣。

上市後一周內，周杰倫小熊頭像在二級市場的交易規模，更逼近了無聊猿（BAYC）與法國傳奇電子音樂組合傻瓜龐克（Daft Punk）發行的 CryptoPunks，攀上全球排名前三大，甚至超過小賈斯汀與美國饒舌歌手史努比狗狗等藝人的 NFT 作品產值。

回顧 2021 年下半年，大馬歌手黃明志也出售歌曲「GO NFT」，一夜成交額達 2500 萬台幣，加上歌手畢書盡的 NFT 作品也在 15 分鐘內全數售出，都證明演藝圈的 NFT 交易發行非常火爆。恆業法律事務所金融科技律師林紘宇對我說，在元宇宙世界內，偶像

IP 數位化，等於讓粉絲可以喜歡真人的偶像外，也能支持另一個「數位版」的偶像。

老牌的「師園」鹽酥雞，也成功發行世界第一個鹽酥雞 NFT 作品，一天內價格飛漲 100 倍！霹靂布袋戲推出的「魔吞十二宮」NFT，在半小時內全數售出，大批粉絲瞬間湧入，甚至造成發行平台當機。

霹靂布袋戲母公司霹靂國際多媒體，長期投入 VR 產業的宏達電，也都搭上這班飛速前進的元宇宙列車，股價漲幅受到投資人高度關注。

「NFT 最大的突破，就是網路世界的資產確認權，不然 VR、AR 早就出現了，為什麼沒有人講元宇宙？因為網路世界中，沒有資產確認權，而 NFT 的熱潮來臨，順勢開啟了元宇宙新時代！」NFT 發行平台 Jcard 執行長鄧萬偉強調。

針對 2022 年，Fansi 共同創辦人陳泰谷則明白預測了兩大趨勢，「一是 NFT 結合功能型代幣 Utility Token 的項目

會越來越多；二是 GameFi 機制結合 NFT，遊戲平台與玩家透過 NFT 取得角色證明、資產憑證，都是在今年一定會發生的事！」

然而，有風（瘋），就有險！加密貨幣行情跳水，NFT 市場也明顯降溫，第二季成交量持續下滑，市場轉瞬從樂觀轉為悲觀，應驗「幣圈一天，人間一年」老話。

關鍵在於，疫情後的無限量 QE 大撒幣，造成各國法幣競相貶值，加上星展、富達等主流金融機構，以及特斯拉、MicroStrategy、Paypal 等矽谷科技巨頭紛紛入場，都讓加密貨幣在去年成為當紅炸子雞。

受益於行情飛漲，以及上億新手投資人搶進持有，整體加密貨幣市值在去年衝破兩兆美元。只不過，去年進場的小白投資人們，都沒有經歷過加密貨幣總是上沖下洗的行情，牛市熊市的轉換，更是遠比傳統金融標的快得多！就連特斯拉等大型企業，如今都陷入手上比特幣大幅貶值的窘境，確實是一場震撼教育。

對於 NFT 持有人與買家來說，短線進出的風險確實太大，建議必須欣賞作品的藝術性才出手購買。回顧 2018 至 2020 年，比特幣在兩萬美元以下持續盤整，有許多投資人更是在三千美元價位入場，之後都賺得盆滿鉢滿。如今全球已有超過三億人認可比特幣等加密貨幣價格與價值，如果按照諸多調查機構估計，未來有超過十億人進場持幣，長線確實依然看好。

的確，過去兩年正夯的 DeFi（去中心化金融）與 NFT

（非同質化代幣），一夕衝上浪頭的標竿平台與藍籌項目，許多也都是在 2018 至 2020 年的熊市之間，陸續招兵買馬創立的。

加密貨幣與區塊鏈技術，是否有更多的應用場景，仍然是台灣發展的關注焦點！從小眾到大眾，順利「出圈」的 NFT 就是最好的落地應用，未來台灣項目在 NFT 作品上的創意與創新，勢必會從「物」到「人」，更重要的是要能把優質 IP 成功賣到全世界。



▲ 周杰倫潮牌聯名 NFT 小熊 2022 年元旦開賣，秒殺 2.7 億入帳。（圖 / 翻攝自周杰倫 IG）



▲ 霹靂布袋戲母公司霹靂國際多媒體搭上元宇宙列車，股價漲幅受到投資人高度關注。（圖 / 取自霹靂布袋戲官方網站）

數位轉型成功的關鍵因素 你具備「數位思維」了嗎？

文■李建勳（全國商業總會會務顧問及科技與數位應用委員會委員／大管仲策略顧問執行長）

數位轉型、新商業模式創造，新冠肺炎疫情延燒至今已三年，當消費者減少外出，以人為服務核心的服務業更是最先受到衝擊，數位轉型已不是趨勢概念，而是助產業脫困的解藥。近三年因疫情關係，促使服務業者加速數位轉型，如餐飲業走向食品電商、實體零售開啟直播銷售，翻轉實虛通路的界線，以實體服務為主的企業正加速數位轉型的推動。

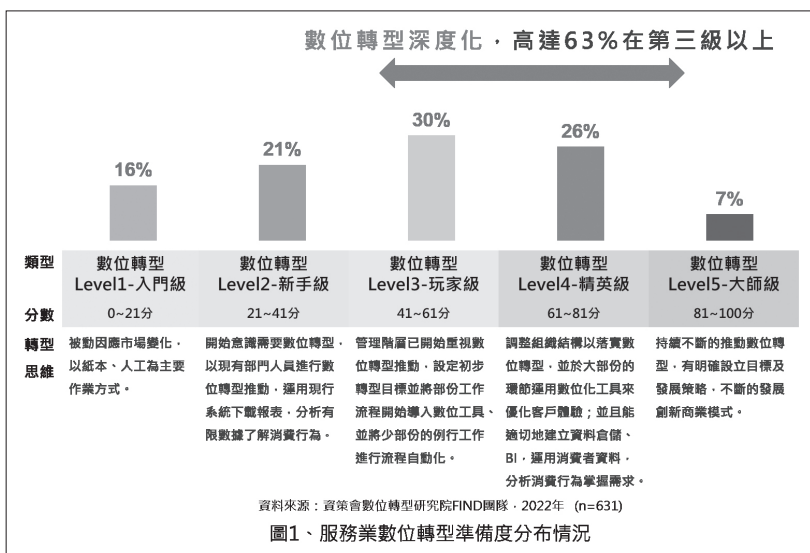
居家辦公 work from home (wfh) 逐漸成為企業選擇生存的條件之一，數位轉型更是不容停滯忽略，坊間也不乏單位和專家協助企業進行數位轉型，只是已進行數位轉型的企業主們，是否發現越轉型花費越大，越轉型反而組織覺得越無力？其實會有這樣感受的企業主們，正陷入了只在數位工具上的勤奮掩蓋住了數位思維的戰略迷失中！那該怎樣調整，可以先從資策會數轉院與民間第三方策略顧問攜手合作的免費服務業數位轉型評測診斷（<https://supr.link/IQgoJT>）

查看組織內的「策略領導力」、「敏捷組織力」、「流程高效力」、「客戶服務力」、「數位技術力」五大關鍵數位轉型能力，藉由五大關鍵引入適合的系統優化流程、服務、營運、行銷等各個價值鏈環節，並開始進行系統、數據的整合串連，打通組織、系統、數據，往敏捷式數位轉型組織發展，以快速反應市場變化調整營運策略、商業模式，真正達到數位轉型所需的「數位思維」認知。

當企業要進行數位轉型，首先不是先花大錢建置數位工具，如：（AIOT 設備、架置電子商務、廣告投放、開發數位系統 ... 等）數位工具，轉型首要目的不是花錢開發數位工具，而是思維對頻！

思維決定行動 行動決定結果

數位思維概念，藉由數位工具「降低營運成本」、「產生系統數據化分析」、「改善營運流程」、「數位廣告找到



▲ 不想評測或還沒做過數位轉型評測表，筆者也從過往協助企業觀察到的執行方法，供企業主們參考。

恰當消費者」、「將業務拓展更遠」、「不受疫情和距離影響」...等，都算是數位思維其中一項，簡易來說數位思維不在數位工具上，而是明白數位工具能夠幫助企業改善營運和流程。

若認同這概念，瞭解數位思維比數位工具重要，那請先從企業使命和數位轉型的願景開始調整，這一塊必須也是最重要的是從企業主（創辦人）帶頭進行，絕非從內部（外部）找懂數位操作的人協助就能完成，因為靠譜的員工還是員工，企業的好與壞只有企業主（創辦人）才知道，當明白了解一切的數位轉型必須先從上進而推動到每一個組織內部的單位進行數位思維置入，這樣才能事半功倍。

因為看見所以相信，因為懂數位思維所以願意長期投資

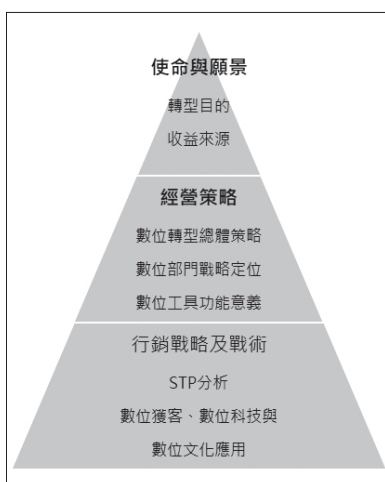
企業主最需要的數位思維並非要花時間去考幾張數位證照（當然了解數位證照的功能也是非常重要的一環），大量參加數位轉型課程，更無須先花大錢找顧問進行協助及花大錢先開發，而是必須先了解透過數位轉型能改善現有，如：營業狀況、產品品質、產品價格、行銷服務或溝通管理，或者藉由數位工具進行企業客戶

（B to B），個人消費者（B to C）進行怎樣的開發和聯繫，千萬別從企業人數進行數位工具的使用，這些都關乎企業經營使命和企業願景這高層面的問題，絕非專業經理人和外聘顧問就能解決的問題，因為能讓組織驅動的都是企業主的決心，當明白這些需求後，自然找尋的數位工具應用才能一個蘿蔔一個坑的對應，而起始的花費也才不會投入後造成不必要的花費。

當明白企業使命和願景後，才能衍生數位轉型的目的（如：所投資的事業、數位工具和成立的部門如何產生對應的收益來源），當有了經營輪廓，方可開始藉由經驗豐富的外聘團隊（顧問）或內部專業經理人規劃 1. 數位轉型總體策略、2. 數位部門的戰略定位及 3. 賦予數位工具長期功能和數位轉型對組織階段性意義；尤

以台灣中小企業佔多數（根據《2021 年中小企業白皮書》資料顯示，2020 年台灣中小企業家數為 154 萬 8,835 家，占全體企業 98.93%；中小企業就業人數達 931 萬 1 千人，占全國總就業人數的 80.94%。），所有的轉型必須一、兩次就初步到位，否則可能造成企業的解散和經營危機，企業主可以針對市場上所說的數位化、數位優化及數位轉型相關的資訊進行企業的經營策略規劃，此部分可從數位轉型評測的轉型量表檢視。

最後當所有的數位轉型規劃都進入了經營軌道之中，可以藉由 STP 進行數位轉型分析，將這些數位工具運用得宜，自然進入數位轉型運作期較有經營上的成長感覺，筆者要叮嚀企業主一點，在數位轉型初期千萬別和非產業的競爭者，那怕這些非產業企業已經成為競爭者，再從這些數位工具上分別進行數位獲客、數位科技與數位文化的相對應用，筆者相信當企業主了解當您的數位思維戰略夠清晰，這樣企業中的成員運用了數位工具的勤奮自然將數位轉型水到渠成的完成企業主想要的使命與願景。



解析印太經濟架構及對臺灣之挑戰

文■彭思遠（臺灣經濟研究院國家經濟發展戰略中心副主任）

IPEF 是新型態的貿易架構

2022 年 5 月下旬美國總統拜登第一次亞洲訪問行程，並在東京舉行之美、日、印、澳的四方安全對話領袖峰會中正式宣布「印太經濟架構」（Indo-Pacific Economic Framework, IPEF）上路，原本預期臺灣有機會成為 IPEF 創始成員國之一，可惜結果不如預期，但美國表示歡迎新成員的加入，也意味臺灣還有爭取加入的機會。

IPEF 創始成員國共 13 個，除了美國以外，有日本、南韓、印度、泰國、越南、馬來西亞、新加坡、汶萊、菲律賓、印尼、澳洲和紐西蘭，5 月 28 日斐濟正式加入，目前共有十四國家。IPEF 各國 GDP 加總大約佔全球的 40% 左右，比起區域全面經濟夥伴協定（RCEP）的 30% 與跨太平洋全面進步夥伴協定（CPTPP）的 13% 還要高，其中除了美、印度、斐三國之外，剩下 11 個國家都在 RCEP 當中，同時這 11 個國家中又有 7 國是 CPTPP

成員，若再加上新加坡倡議的「數位經濟夥伴關係協定」（DEPA），參與成員重疊性很高，不僅顯示亞洲各國合縱連橫的複雜性，也預視各參與國間政治經濟版圖的整合與變革正在加快速度。

IPEF 與傳統的貿易協定十分不同，沒有涉及「市場開放」、「貿易障礙」的談判，而是將重點放在前瞻性議題，目前 IPEF 提出四大議題支柱，包括「連結經濟（Connected Economy）」、「韌性經濟（Resilient Economy）」、「潔淨經濟（Clean Economy）」與「公平經濟（Clean Economy）」，成員國可以不參與全部協定，自行選擇想要參與的「議題支柱」，但必須致力於參與議題的所有子議題，一起推動各議題的合作發展。

綜合上述，IPEF 目前並不像是傳統的貿易協定有具體的目標與落實期程，而是針對四大支柱議題的合作進行討論並找出執行方案與達成目標，且因為詳細內容有待磋商，

並仍邀請其他國家加入，也可理解為成員國們針對這四大前瞻性議題已經達成的共同合作共識，未來將一起推動該議題的發展，比較像是「合作意向書」。

「四大支柱」重點為掌握新標準

值得注意的是，目前提出的四大支柱議題都是未來全球經濟發展的重要課題。首先，「連結經濟」涵蓋「公平暨具韌性的貿易」相關議題，廣泛而言，連結經濟的範圍包括各經濟體間因連結與合作所產生的議題，包括數位經濟、勞工、環境、貿易、農業、市場競爭與貿易便捷化等子議題，從 IPEF 的啟動文本來看，敘述著重於數位經濟之高標準規則的推動，包括數據（data）跨境流動、數據本地化、電子商務、中小企業發展、隱私與道德、人工智慧（AI）等議題，由此觀察 IPEF 關於數位經濟貿易標準設定比已經上路的 CPTPP、RCEP 等貿易協議都更超前，如果 IPEF 進展順利，

很可能成為未來數位貿易共通標準的基礎。

第二，「韌性經濟」主要針對「供應鏈韌性」相關議題，美國方面由商務部負責，源於美國對過去數十年「供應鏈全球化」、「製造業外移」等議題的省思，近年陸續因美中貿易戰、COVID-19 疫情及戰爭等因素，全球供應鏈出現「斷鏈」的情況，物資短缺更是當前美國高通膨的原兇，2021 年 6 月拜登政府公布 100 天關鍵供應鏈審查結果及解決方案，不僅成立供應鏈專案小組，以紓解供應鏈瓶頸並提升關鍵產品的本土製造能力，同時也成立貿易行動小組，針對不公平的貿易行為進行審查，並提出六大具體解決方案，包括「重建美國製造與創新能力」、「支持願意投資、重視永續價值並確保品質的市場發展」、「發揮政府的市場主體性角色」、「強化國際貿易規定與執行機制」、「提升與國際盟友夥伴連結，降低全球供應鏈風險」及「順應疫情後全球經濟復甦態勢，密切監控供應鏈短期中斷情況」，目前 IPEF 由美國主導，透過 IPEF 拉攏成員國加入美國陣營的企圖十分明顯，並進一步希望透過 IPEF 的決議重新打造全球供應鏈的新規則、新模式或組成。

第三，「潔淨經濟」支柱

涵蓋「潔淨能源、減碳與基礎建設」相關議題，廣泛來說「潔淨經濟」是指促進能源效率或透過溫室氣體減量來因應氣候變遷為原則所產生的相關商品與服務，眾所皆知從 1997 年的「京都議定書」、2015 年的「巴黎協定」，再到 2021 年的 COP 26 氣候峰會，氣候變遷、減碳、新能源等成為各大國們不得不的共識，但在各國政府努力之下是否能達成「巴黎協定」，歐盟「碳邊境調整機制計畫」（CBAM）的考量就是為了減少其他國家或地區未採取積極的減碳政策，進而間接破壞歐盟及其他積極減碳國家為降低全球溫室氣體足跡而付出的努力，因此若 IPEF 能在能源轉型、減少碳排放以及制定能源效率標準等子議題中取得共識，並能提出可執行的方案，影響程度將會超出過往的決議，同時再生能源、淨零排放、碳權交易等議題與技術發展將會左右全球經濟發展，相關基礎設施與產業發展也具備十足潛力，如果能有明確的發展策略形成，也將有助於中長期產業的發展及企業轉型佈局。

最後「公平經濟」支柱涵蓋「稅務與反貪腐」相關議題，依據公佈的資訊觀之，在「稅務」部分主要為了針對洗錢、賄賂等會造成不公平經濟

行為，建立能落實的制度，包括要求交換稅務資訊，同時隨著數位經濟時代的到來，全球新型態的稅賦制度也正在形成中，例如全球最低稅負、數位經濟稅等，提前討論數位經濟下的稅賦制度，也將有助於釐清未來發展方向。

在「反貪腐」部份，拜登政府 2021 年就將「反貪腐」列為國家安全核心利益，白宮新聞稿指出，貪腐行為造成全球 GDP 2% 至 5% 的影響，且因為賄賂、不當分配公共資產等形式的貪腐行為容易跨越國界，形成全球貪腐現象，包括跨國空殼公司、非法洗錢與金流等，進而侵蝕國家安全，造成經濟不公平與貧富不均惡化，因此美國設立全球反腐敗協調員及反貪污基金，打擊跨國腐敗行為，並號召各國政府共同努力。

IPEF 影響力仍有待觀察

首先，IPEF 是美國重返亞洲印太戰略的重要一環，而印太戰略的目的明確，為美國聯合亞洲各國透過國際環境的變化進而影響中國大陸的戰略佈局，因此 IPEF 的政治意圖就是為了制衡中國大陸，不過當前 IPEF 成員國大多與中國連結度高，加上剛剛上路的 CPTPP、RCEP 將進一步推動區域內的經濟整合，雖然印太

地區還是有不少國家希望可以從美國獲得更多的經濟利益，但要表明立場全面支持印太戰略也不是容易的事情，這些國家未來是否會積極響應 IPEF 仍是一大問號，會有多少實質的進展，恐怕要看美國端出多少牛肉，以及中國大陸的反應。

其次，雖然 IPEF 的四大支柱都是當前相當重要的議題，但對於各國經濟、貿易成長並沒有立竿見影的效果，況且現在端上檯面的只有議題方向，真正的落實方案仍待成員努力，確實相較於 RCEP、CPTPP 等協定吸引力薄弱不少，或許美國可能還在觀察，等各國都表達意見後，IPEF 會進一步修正，真正的主餐才會上桌。

不過 IPEF 若能順利取得共識將會改變未來全球貿易的格局，例如「數據跨境流動」的子議題就是各國搶攻的主戰場，美國立場向來主張「資料自由流動」，對比中國的全面管制，以及歐盟 GDPR 的「原則禁止，例外允許」，三國立

場截然不同，而數據又是數位經濟中最重要的戰略資源，若 IPEF 能找出適合所有成員國的新標準、模式或制度，將會成為邁入數位經濟時代的重要里程碑，同樣地「供應鏈韌性」、「潔淨經濟」與「公平經濟」重要性亦同，若能有可落實的執行方案，進而形成新標準或制度，對於全球經濟發展都將會有深遠的影響，簡單來說，目前仍難以評估 IPEF 帶來的實質影響，將依後續各議題合作深度與廣度而定。

IPEF 對臺灣的影響

綜合上述，由於 IPEF 尚未有具體的協定，對全球經濟之中長期影響仍取決各議題支柱在後續談判提出誘因之多寡，因此目前難以評估其對臺灣經濟產生的實質衝擊，未來發展仍有待觀察。

不過值得注意的是，在 IPEF 公佈沒多久，「臺美二十一世紀雙邊貿易倡議」就啟動談判，而且臺美雙邊貿易倡議涵蓋層面比 IPEF 更廣，對於 IPEF 議題的發展可以透

過臺美雙邊貿易倡議掌握，未來兩邊談判進展可以互為參考，同時臺美雙邊經濟倡議的項目需全面落實，只要臺美雙邊貿易倡議能有共識，就能開始推動，因此亦可能將 IPEF 議題的討論成果於美臺雙邊先行，超前 IPEF 的部署，包括數位經濟、供應鏈等前瞻性議題上預期會帶來更多、更大的實質效益。

不論臺灣未來是否會加入 IPEF，因為臺美雙邊貿易倡議的高標準承諾更廣，包括貿易便捷化、管理實務、反貪腐、支持中小企業、數位貿易、促進以勞工為中心的貿易、支持環境與氣候行動、建立標準、國營企業、非市場政策等十一項重要議題，其中很多已經是正在形成或推動的政策，且有許多議題都可能直接或間接影響經營、生產與投資佈局等策略，挑戰雖然巨大，但只要能符合臺美雙邊貿易倡議的高標準要求，等同取得接軌全球市場的門票，並有助於出口產業站穩全球市場。

解讀封控後的大陸中央救市政策

文■黃健群（全國工業總會大陸事務組組長）

自3月以來，大陸以「動態清零」應對新冠疫情的復發，多個城市實施不同程度的管控或封控，以致服務業、零售業、運輸業幾乎全面停擺。有大陸學者指出，今年已經受到疫情波及的人口多達1.6億人，經濟損失高達18兆人民幣；相較2020年武漢疫情爆發波及人口約1300萬、經濟損失約1.7兆人民幣，此次封控的影響，超過武漢疫情爆發十倍。

壹、受封控影響，大陸經濟情勢險峻

長達兩個月的封控，對大陸經濟造成的影響極為顯著：

大陸4月份規模以上工業增加值增速同比下降2.9%；服務業生產指數下降6.1%；社會消費品零售總額下降11.1%；固定資產投資（不含農戶）環比下降0.82%；全社會用電量由3月份增長3.5%轉為下降1.2%。

全國城鎮調查失業率較3月上升0.3%，達6.1%，創2020年3月以來新高；其中

16到24歲的青年失業率較3月上升2.2%，達18.2%，創歷史新高。扣除食品和能源價格後的消費者物價指數（CPI），同比上漲0.9%。換言之，大陸4月份除了失業率、CPI上揚之外，其他數據均呈現滑落。

由於封控主要從4月開始，因此多家國際經濟機構認為，封控對大陸經濟的影響，還未完全反映；有大陸學者保持較為樂觀態度，認為影響至多到5月，6月解封後各項指標有望慢慢回復。然而，在第一季GDP為遜於預期的4.8%、第二季又不太樂觀的情況下，一般認為，大陸GDP今年要達到5.5%的目標增速，是極為艱困的任務。

為因應封控造成的經濟衝擊，大陸中央到地方都提出了所謂救市政策；其中最重要的是5月31日發布的六大項33條《紮實穩住經濟的一攬子政策措施》（簡稱33條「政策措施」）。本文主要解析此政策內容，並指出大陸經濟未來可能發展方向。

貳、大陸中央的「救市」政策：「33條」措施

意識到情勢的險峻，大陸國務院總理李克強先是在5月18日的「穩增長穩市場主體保就業座談會」上表示：經濟要恢復常軌，一是既有政策要盡速落實、新舉措也要能用盡用；二是要透過穩住市場主體，以穩增長保就業保基本民生。爾後，李克強在5月25日的「全國穩住經濟大盤電視電話會議」，再強調未來政策目標：一是如何在第二季實現GDP成長率正增長；二是如何讓失業率下降。

基於此，5月31日，大陸國務院發布包括財政、貨幣金融、穩投資促消費、保糧食能源安全、保產業鏈供應鏈穩定，以及保基本民生等六大項共33條的「一攬子政策措施」；與企業相關的大約有30條（請見表一）。歸納來看，有三大重點：一是減少市場主體負擔；二是增加投資；三是促進消費。

在減少市場主體負擔方面：大陸定義，舉凡從事生產、

購銷、運輸和服務性活動的法人和自然人，都被稱作市場主體。大陸目前共有包括 4600 萬家企業、1 億以上的個體工商戶，以及 200 多萬農民專業合作社，共 1.5 億市場主體。此次的減負政策，主要包括加大增值稅的留抵退稅、貸款延期還本付息、降低貸款利率、緩繳社保、降低用水用電用網等成本、減免房屋租金等；這些政策主要是為了解決市場主體現金流不足、還本付息壓力大、市場需求持續不振等困難。

在增加投資方面：此次重點著力在加快政府支出以帶動民間投資。政策指出：要加快地方政府專項債券發行，今年已下達的 3.45 兆人民幣專項債，要在 6 月底前發行完畢、8 月底前使用完畢；同時在交通基礎設施、能源、農林水利、生態環保、社會事業、城鄉冷鏈物流、市政和產業園區、國家重大戰略項目、保障性安居工程等原有的九大領域基礎上，再將新型基礎設施、新能源項目納入專項債使用範圍內。與此同時，還強調要加快政府投資水利工程專案、交通基礎設施、城市地下綜合管廊建設；並鼓勵民間投資國家重大工程項目，以及參與城市基礎設施和重點領域專案建設。也就是說，以擴內需為基點，

加快推進各類基礎建設。

此外，雖然大陸當局仍延續既有論調，指陳應在防止資本無序擴張前提下，對平台經濟設立「紅綠燈」。但此次救市政策強調平台經濟的發展，不但可穩就業，還可動帶中小微企業紓困。換言之，相較於去年的嚴打，大陸當局為平台經濟重啟了綠燈。

至於促進消費方面：政策重點在增加汽車的銷售。據統計，由於大陸汽車銷售占社會零售品消費總額比重 10%；疫情影響下，4 月份限額以上單位汽車類零售額同比下降 31.6%，拉低當月社會零售品消費總額同比增速 2.7%。因此，此次救市政策，希望透過限購指標及人員資格限制的放寬、以舊換新的鼓勵，以及二手車限遷制度的取消等方式，活絡汽車市場、並帶動汽車全產業鏈發展。與此同時，政策還強調要加快社區、停車場、高速公路服務區、客運站充電樁的建設，以刺激電動車的銷售。

參、大陸救市成效仍要持續觀察

為刺激因封控重創的經濟，除了上述中央地方政策，大陸各部委、地方都陸續提出各項救市政策，例如工信部等五部門最新發布的《關於推

動輕工業高質量發展的指導意見》，就是透過補貼，擴大綠色智慧家電下鄉以刺激家電產業。

大陸的救市政策，需要一段時間發酵才能看到成果。然而，日前剛公布各項經濟數據，顯示大陸經濟已開始回升。例如：4 月份全國規模以上工業增加值下降 2.9%，但 5 月同比就增長 0.7%，環比增長 5.61%；也就是說僅一個月的時間，全國規模以上工業增加值就重回正增長。其中，新能源汽車產量同比增長 108.3%、太陽能電池產量同比增長 31.4%。

而汽車行業的快速恢復增長，對大陸經濟形成正向作用。1-5 月，大陸新能源汽車累計銷量為 200.3 萬輛，同比增長 111.2%；未來鼓勵新能源汽車消費的政策如能進一步落實推動，可預期，今年大陸新能源汽車將會有更顯著的增長。

此外，大陸 1-5 月份，全國固定資產投資同比增長 6.2%。分領域看，1 月至 5 月基礎設施投資同比增長 6.7%；製造業投資增長 10.6%，其中裝備製造業增長 22%。由這些數據來看，大陸穩投資的力度持續加大。

但另一方面，5 月社會消費品零售總額降幅雖然比 4

月收窄 4.4%，但同比仍下降 6.7%，消費市場的活力仍有待提升。而 5 月份，雖然大陸全國城鎮調查失業率比 4 月下降 0.2%，為 5.9%，但 16-24 歲青年失業率比 4 月上升 0.2%，達 18.4%。由於今年大陸 6 月畢業季後，將有 1076 萬大學畢業人進入勞動力市場，可能將加重大陸的就業壓力。

大陸 2020 年新冠疫情爆發時，經濟也曾跌落谷底，第一季還創下 GDP 年減 6.8% 的史上首見紀錄；但在政策發力

下，加上外需的爆發、房地產的榮景，第二季開始 GDP 增速即轉正，全年呈現 V 型反轉。大陸當局認為：雖然大陸今年的出口和地產不具備 2020 年的條件；但以大陸內需市場為槓桿，仍可再次實現 V 型反轉。

對中共來說，今年秋天召開的「二十大」，是大陸的重中之重。因此，無論如何，要先求「穩」，再求「進」。2022 年大陸政府的重中之重，在於如何穩就業。對中共來

說，穩住就業就等同穩住了社會不安、穩住了治理危機。因此，大陸此次從中央到地方，透過「舉國之力」刺激經濟的救市政策，相信會達到一定成效；今年經濟「爬坡過坎」仍有機會。但寬鬆的財政與貨幣政策，將帶來怎樣的副作用？大陸財政是否能夠支撐？在國際需求緊縮時，內需市場是否足以作為大陸穩經濟的槓桿？這些問題，都有待持續觀察。

▼ 表一 大陸「救市」政策重點

單位：人民幣

項目	重點	內容
財政政策 (共七項)	• 加大增值稅留抵退稅政策力度 • 加快財政支出進度 • 加快地方政府專項債券發行使用並擴大支持範圍 • 強化政府融資擔保 • 加大政府採購中小企業 • 擴大實施社保費緩繳 • 擴大對企業聘用崗位的補助	• 預計新增留抵退稅 1420 億；各項留抵退稅政策新增退稅總額達約 1.64 兆。 • 地方加快預算執行進度；加快下達轉移支付預算。 • 今年已下達的 3.45 兆專項債券發行使用進度，在 6 月底前基本發行完畢、8 月底前基本使用完畢。擴大專項債券支持領域，將新型基礎設施、新能源項目等納入支持範圍。 • 新增國家融資擔保基金再擔保合作業務規模 1 兆以上。安排 30 億元，支持融資擔保機構進一步擴大小微企業融資擔保業務規模。 • 增加中小微企業參與政府採購工程，份額由 30% 增加到 40%。 • 針對大型企業穩崗返還比例由 30% 提至 50%。拓寬失業保險留工補助受益範圍；企業招用畢業年度高校畢業生，發放一次性擴崗補助。
貨幣金融政策 (共五項)	• 特定企業個人可延期還本付息 • 加大小微貸款 • 調降貸款利率 • 提高融資效率 • 加大金融機構對基礎設施建設和重大項目的支持力度	• 中小微企業和個體工商戶、貨車司機貸款及受疫情影響的個人，住房與消費貸款本息基本展延。 • 小微貸款資金支持比例由 1% 提高至 2%；商業匯票承兌期限由 1 年縮短至 6 個月。 • 引導金融機構將存款利率下降效果傳導至貸款端。 • 為重點領域企業提供融資支持。 • 政策性銀行要投放更多更長期限貸款；商業銀行要增加貸款投放、延長貸款期限；保險公司要加大對水利、水運、公路、物流等基礎設施建設和重大項目的支持力度。

項目	重點	內容
穩投資促消費 (共六項)	• 加快推進論證成熟的水利工程項目 • 加快推動交通基礎設施投資 • 繼續推進城市地下綜合管廊建設 • 穩定和擴大民間投資 • 促進平台經濟健康發展 • 穩定增加汽車、家電等大宗消費	• 2022年再開工一批已納入規劃、條件成熟的項目。 • 發行3000億鐵路建設債券；新增改建農村公路3萬公里、實施農村公路安全生命防護工程3萬公里、改造農村公路危橋3000座。 • 繼續推進城市地下綜合管廊建設；推動實施具備條件的地下綜合管廊項目。 • 鼓勵和吸引更多社會資本參與國家重大工程項目；新增支持500家左右專精特新「小巨人」企業；鼓勵民間投資以城市基礎設施等為重點，參與重點領域項目建設。 • 發揮平台經濟的穩就業作用，以平台企業發展帶動中小微企業紓困。 • 增加汽車增量指標數量、放寬購車人員資格限制；取消二手車限遷政策；優化新能源汽車充電樁（站）投資建設；鼓勵家電生產企業開展回收目標責任制行動。
保糧食能源安全 (共五項)	• 健全完善糧食收益保障等政策 • 釋放煤炭優質產能 • 推動實施一批能源項目 • 提高煤炭儲備能力和水平 • 加強原油等能源資源儲備能力	• 在已發放200億農資補貼的基礎上，再發放第二批100億元農資補貼。 • 加快煤礦保供；調整核增產能政策；保障迎峰度夏電力電煤供應安全。 • 今年可開工的重大能源項目儘快實施。 • 推進政府儲備項目建設，已建成項目儘快具備儲備能力。
保產業鏈供應鏈穩定政策 (共七項)	• 降低市場主體用水用電用網等成本。 • 推動階段性減免市場主體房屋租金。 • 加大對民航等受疫情影響較大行業企業的紓困支持力度。 • 優化企業復工達產政策。 • 完善交通物流保通保暢政策。 • 統籌加大對物流樞紐和物流企業的支持力度。 • 加快推進重大外資項目積極吸引外商投資。	• 對受疫情影響的小微企業和個體工商戶，提出用水、用電、用氣「欠費不停供」政策；2022年中小微企業寬帶和專線平均資費再降10%；鼓勵招標人對中小微企業投標人免除投標擔保。 • 對服務業小微企業和個體工商戶承租國有房屋減免3-6個月租金；出租人減免租金的可減免當年房產稅、城鎮土地使用稅；鼓勵和引導各地區拿出更多舉措推動減免市場主體房屋租金。 • 增加民航應急貸款額度1500億；航空業發行2000億元債券；增加國際客運航班數量；鼓勵銀行向文化旅遊、餐飲住宿等其他受疫情影響較大行業企業發放貸款。 • 疫情中高風險地區建立重點企業復工達產「白名單」；儘量減少疫情對企業正常生產經營的影響。 • 全面取消對來自疫情低風險地區貨運車輛的防疫通行限制，打通製造業物流瓶頸；嚴禁限制疫情低風險地區人員正常流動。對來自或進出疫情中高風險地區所在地市的貨運車輛，落實「即採即走即追」制度。客貨運司機、快遞員、船員到異地免費檢測點進行核酸檢測和抗原檢測，當地政府視同本地居民納入檢測範圍、享受同等政策，所需費用由地方財政予以保障。 • 安排50億元，支持全國性重點樞紐城市，提升樞紐的貨物集散、倉儲、中轉運輸、應急保障能力；安排約25億元支持加快農產品供應鏈體系建設；安排約38億元支持實施縣域商業建設行動；加快1000億交通物流專項再貸款政策落地，支持交通物流等企業融資。 • 加快修訂《鼓勵外商投資產業目錄》，引導外資投向先進製造、科技創新等領域及中西部和東北地區，支持外商投資設立高新技術研發中心等；拓寬企業跨境融資渠道，支持符合條件的高新技術和「專精特新」企業開展外債便利化額度試點。建立完善與在華外國商協會、外資企業常態化交流機制，解決外資企業在華營商便利等問題，穩住和擴大外商投資。
資料來源：整理自2022年大陸國務院《紮實穩住經濟的一攬子政策措施》。		

精進商品標示規範 商品標示法 已於 111 年 5 月 18 日修正公布

文■經濟部商業司

經濟部所訂之商品標示法距離前次修正已逾 10 年，考量近年來商業快速變遷及資訊科技蓬勃發展，網路購物已成為消費者主要購物方式之一，並且電子標示方式亦隨之融入消費者日常生活。為使現行商品標示更符合現代消費者需求，並基於國際接軌、消費者保護與企業經營效率間調和，經濟部進行商品標示法修正，修正法案已經立法院三讀通過，總統已於 111 年 5 月 18 日公布，新法將於 112 年 5 月 18 日生效。

本次修正重點包含因應科技發展增加標示的彈性、將網路商品販售平臺納入規範以及對重大違法者逕予處罰以保護消費者等。說明如下：

一、因應科技發展並接軌國際：

（一）增訂中央主管機關得視科技、產業或經濟發展情況，公告得採行電子標示方式之商品類別，以符合業界需求。

（二）修正製造日期採

國際慣例標示為「年月」或「年週」；另時效性商品，除標示製造日期外，仍須加註有效日期，且有效日期應標示至「日」。

（三）參考國外及國內管理現況，部分標示事項可依國際慣例將「公分」標示為「cm」；或以數學符號「±」標示數量之許可差；又在無損商品之正確標示及保護消費者權益下，中央主管機關得公告部分標示事項可用英文或其他外文標示。

二、兼顧商品屬性，增加標示彈性化：

（一）考量部分商品特性或實務慣例已有其標示方式，而難以要求依商品標示法規定標示，中央主管機關得公告特定商品得免依商品標示法標示。

（二）市售商品於上架販售後，如發生廠商名稱變更或地址遷移，考量一般商品流通通路廣泛，如果須將已上架商品進行標示改正，可能窒礙難行之虞。在消費者保護與企

業經營效率間衡平下，增訂可以消費者可隨時知悉之方式公開變更之廠商資訊。

三、將網路商品販售平臺納入規範：

近年來消費者採網路購物方式之比例逐漸提高，為加強網路商品之管理，增訂網際網路平臺業者有提供刊登者、供貨者或販賣業者資料之義務。

四、增列重大違法者可逕予處罰：

依現行法規定，須先通知業者改正後始得處罰之機制，惟基於公益及保護消費者身體健康安全考量，新增訂違法情節重大或商品對身體或健康有立即危害時，主管機關得逕予處罰之規定，以加強業者應立即改正的責任，保護消費者安全。

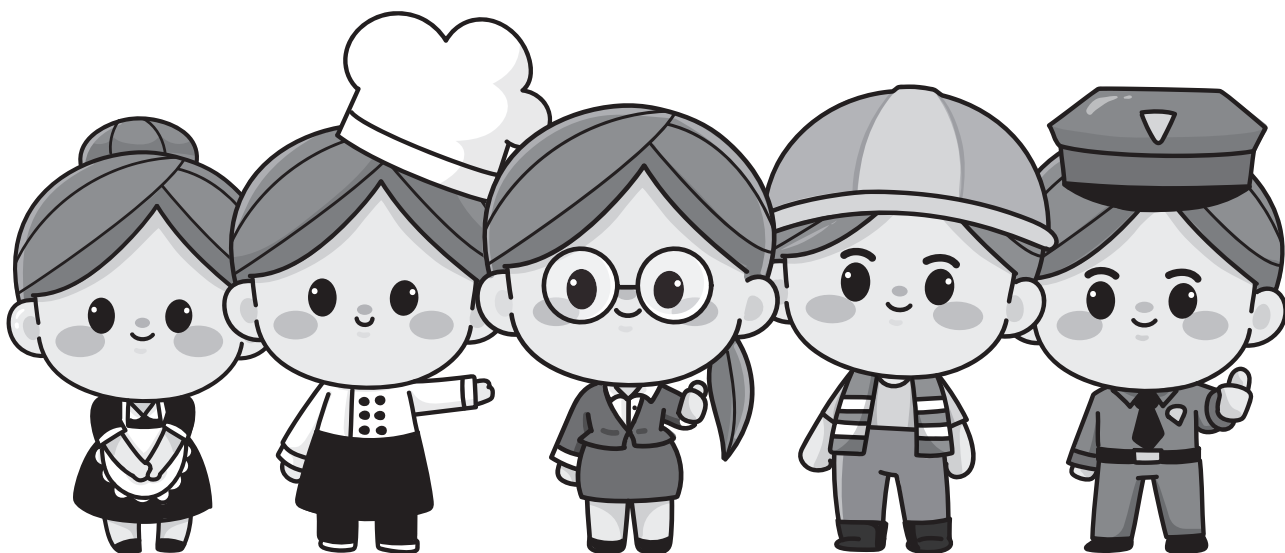
本次修正針對標示事項及標示方法以增加彈性、提升效率為重點，欲了解新法全文可至全國法規資料庫查詢以預先準備。

勞工每月最高可自提工資 6%

並享有多重好處

勞退新制規定，雇主應為適用勞動基準法勞工(含本國籍、外籍配偶、陸港澳地區配偶、永久居留之外籍人士)自到職日起至離職日止，按月提繳不低於其每月工資6%的退休金，儲存於勞保局設立的勞工退休金個人專戶。

勞工可依自己的財務狀況，在每月工資6%範圍內彈性自願提繳退休金。當勞工年滿60歲（或喪失工作能力符合勞工退休金條例第24條之2規定），即得向勞保局請領勞工提繳期間於退休金個人專戶所存儲之本金及累積收益。



如何自願提繳退休金？



- 1 勞工可口頭或書面【可至勞保局官網下載「勞工退休金個人自願提繳徵詢表」向雇主表達自願提繳的意願，由雇主向勞保局申報參加勞退自提，並由雇主每月向勞工收取自願提繳金額後繳納至勞保局。
- 2 勞工可於每月工資6%範圍內彈性提繳，1年內最多可調整2次提繳率，並可隨時視財務狀況透過雇主向勞保局申報開始或停止勞退自提。
- 3 雇主應將每月提繳之金額通知勞工，亦應一併註明勞工自願提繳之金額，年終時應另掣發收據。

自願提繳退休金有三大好處



儲蓄

強化退休保障



節稅

自願提繳金額不計入
提繳年度薪資所得課稅



保證收益

2年期定期存款
利率保證收益

勞工自願提繳退休金，可增加勞退個人專戶累積，並享有稅賦優惠及不低於2年定存利率的保證收益，因此提繳越久，享有收益也越多，建議勞工朋友，特別是年輕朋友及早參加！

更多
資訊

勞保局「勞退自提好處多！」懶人包：
<https://www.bli.gov.tw/0020718.html>



勞動部勞工保險局 廣告

連鎖計畫海外拓銷資源說明

文■經濟部商業司

在我國商業服務業發展過程中，連鎖加盟經營型態一直在整個產業中占有相當重要的地位，也是引領我國商業服務業輸出海外的重要項目。近年來隨著全球連鎖業者的跨國競逐，國內連鎖加盟業者亦面臨激烈競爭，也因此為協助我國連鎖加盟產業持續發展，經濟部商業司以「連鎖加盟國際鏈結發展計畫」協助有意前往海外拓點之連鎖事業，提供海外拓點、海外商情之輔導服務，並規劃辦理國際商機媒合會及參與國際連鎖加盟展會，透由多元國際拓銷資源挹注及直效的接觸相關產業代表，以加速我國連鎖企業海外拓展期程。

以下針對「連鎖加盟國際鏈結發展計畫」相關國際佈局資源進行簡單說明：

（一）連鎖國際化輔導：

針對國內設有營運總部 3 年以上且國內外有 7 間據點以上相同品牌店面為主要服務對象，並有意進行國際拓展之企業，提供海外拓展及布局諮詢輔導服務，促使企業吸取新知擴大視野，並找出適合之服務輸出方式，降低過程中產生之困難與負擔的成本，提升國際拓展量能成功展店。

（二）海外拓銷活動：

以新南向市場為主，預計偕同 40 家連鎖業者一同參與國際連鎖展會，並於當地安排商機媒合與國際拓銷團等活動，透過帶領業者主動前進海外市場，聯合創造曝光度與聲量，吸引潛在海外品牌代理商與加盟主，並直接安排對臺灣連鎖品牌有興趣之買主進行一對一媒合，透過當面對談交流，第一時間進行問題解答，增加品牌合作之機會。此外，也將當地相關產官協單位進行拜會與對接，促進強強合作與輸出成功率。

而今年「連鎖加盟國際鏈結發展計畫」於海外拓銷活動上，將以 10 月菲律賓亞洲連鎖加盟展與 11 月越南國際連鎖加盟展為主要參與目標，透過國際專業連鎖加盟展會之參與，加強臺灣優質連鎖加盟品牌於國際間的曝光，並期待促成連鎖加盟業者間的策略聯盟，創造同異業的合作發展商機，更期待藉由國際展覽平台提升臺灣連鎖品牌知名度，以提升臺灣連鎖品牌整體形象與曝光。

國內連鎖相關企業如有意進軍海外，但不清楚如何起步或苦無相關資源，都歡迎與經濟部商業司及「連鎖加盟國際鏈結發展計畫」執行單位 - 財團法人中國生產力中心聯繫，負責同仁都將針對您的實際需求媒合相關資源與建議，務求協助貴公司解決相關問題。

補資金促轉型！「臺灣雲市集」 第二波數位點數申請推廣說明會

文■陳品潔（全國商業總會產業發展處專員）

為協助中小微型企業數位轉型，提升產業競爭力，由經濟部中小企業處主辦，中華民國全國商業總會協辦之「臺灣雲市集第二波數位點數申請推廣說明會」於今（111）年6月2日召開線上說明會，吸引超過50家業者上線聆聽。

「臺灣雲市集」在行政院科技會報辦公室指導、經濟部中小企業處所共同推動下，自去（110）年7月1日推出，以全線上申請方式及數位點數補助機制，半年內超過2萬3,000家企業申請，首波點數已發放完畢。今年加開第二波數位點數補助於今（111）年5月12日開放申請，每家企業最高補助3萬點數位點數（1點＝新臺幣1元）。

今年補助對象擴大至稅籍登記之營利事業，將嘉惠更多小微型企業；另外，臺灣雲市集全面採用線上申請，企業原可持工商憑證、企業負責人以手機認證方式申請註冊，今年特別增加「企業負責人自然人憑證認證」申請認證方式，企

業負責人可使用自然人憑證IC卡搭配讀卡機，或以手機「行動自然人憑證」免插卡即可進行認證並完成註冊申請，希望運用更多元、簡便的申請方式讓企業快速獲得補助點數並選購方案，跨出數位轉型的第一步。

此外，為提升中小微型企業數位營運能力，臺灣雲市集「111年度補助專區」特別彙集包括進銷存管理、雲端辦公協作、客戶關係管理、雲端收銀（POS）、行動支付、開店平台、碳排計算分析等近400項雲端服務方案，供餐飲、零售、批發、製造等各行業選購。持有數位點數之企業於111年度補助專區選購合適的雲端服務方案，政府負擔一半費用，最高可獲3萬元之補助；111年1月3日前已獲得首波數位點數補助的中小微型企業，雖無法再次申請數位點數補助，仍可於臺灣雲市集全額自付購買各類型雲端解決方案。

本場次「臺灣雲市集第二波數位點數申請推廣說明

會」，考量疫情嚴峻，於今（111）年6月2日以線上會議方式辦理，會中除介紹最新第二波數位點數補助內容外，邀請2家雲端工具服務供應商，分別為亞資科技股份有限公司的黃隆濤行銷經理分享「POS Mobile 擁有八大導客法寶，新客導流、老客戶經營、社群行銷推播、無所不能，為您訂製開店必備的全方位整合行銷秘密武器」、哇寶國際資訊股份有限公司楊凱珪開店顧問分享「簡單快速的網路開店服務，致力於服務台灣中小微型企業。全方案不抽成、不綁約，把利潤留給商家，讓網路創業更彈性！」。另外，也邀請到數位轉型專家一路科技股份有限公司黃震宇總經理針對綠色數位轉型做新知分享。

「臺灣雲市集」讓中小微型企業在獲得補助點數後，可藉由需求診斷、隨選即購、透明報價、定型化契約、給予評價等人性化過程，在採購、使用雲端解決方案時感受到全然的便利、可靠、可信，更重要的是還能降低業者的購買成本，歡迎企業先進踴躍線上申請！

2022 豫台食品加工業和食品機械製造業交流合作對接會 共享全球商機

文■胡子軒（全國商業總會大陸事務處專員）

中華民國全國商業總會為加深豫台經貿交流合作，特於111年6月23日下午假喜來登酒店舉行「2022 豫台食品加工業和食品機械製造業交流合作對接會」，本場對接會採線上、線下視訊模式分場舉行，鄭州會場由河南省台辦籌組，約100人與會，本會則籌組台北會場，約40人與會。

民以食為天，口味是一種文化，是牽起兩岸的一雙手，對於大陸台商，中華飲食文化的同根性是非常重要的優勢，全球的食品加工市場每年大約是4%左右的年複合成長率，預估到2025年市場規模將達到4兆2,600億美元的規模，商機無限；雖然今年世界各國經濟仍持續受到新冠肺炎疫情衝擊，但在疫情如此嚴峻的時期，還有如此多嘉賓蒞臨，更能顯示兩岸對食品加工產業的重視。

河南省副省長何金平介紹到：河南是農業大省，發展食品產業具有得天獨厚的條件。近年來，河南以麵製品、肉製品、油脂製品、乳製品、果蔬



製品為重點，持續推動食品業轉型升級，實現河南由「國人糧倉」到「國人廚房」，走向「世界餐桌」的展望。目前，河南農產品加工企業6,344家，營業收入人民幣1.21萬億元，產業規模居中國第二位，成為河南重要的支柱產業之一，根據大陸海關總署公佈資料顯示，截止至2022年2月食品加工機械出口數量為125萬台，累計金額約達人民幣19億元，由此可知，全球經濟復甦帶動食品工業需求增加，大陸出口量在今年也一直持續攀升。

本會許舒博理事長表示：台灣食品加工技術經過數十年的發展，已經逐漸成熟，近年

來較完善的品管及認證制度，食品製造業的系統化，使得台灣加工食品品質在國際上逐漸嶄露頭角，且台灣食品業受惠於中國大陸13億人口的消費能量加上資本市場的推波助瀾，讓台灣食品業有了十分豐碩的成果；而台灣食品業在产品精緻度與生產技術方面水準已相當高，進而掌握從養殖、加工、物流、到通路，甚至到餐飲業，逐漸成為綜合食品大廠的一致走向。根據經濟部數據顯示，在2019年疫情爆發前，台灣食品及飲料製造業的產值約新台幣6,303億元，於2020年增至6,340億元，增幅為0.59%。到2021年，雖然台灣自5月起再度爆發疫情，

但食品行業依然穩定增長，上半年食品（含飼品）業產值按年增長 8.39%，2020 年受疫情影響，台灣生鮮及食品線上銷售金額高達新台幣 862 億元，年成長超過 20%，顯見隨著消費習慣改變，冷凍食品需求大增，與河南冷鏈食品升級不謀而合。

本會還特別邀請了三位食品業界的嘉賓致詞，分別是食品流通商業同業公會全聯會何瑞興理事、高慶泉股份有限公司林有志總監以及豐華食品機械有限公司徐仲毅副總經理。

何瑞興理事表示：目前台灣食品產業的中大型企業，鮮少沒有不在大陸設廠或設立公司。不管是資金人力或者是技術競爭力方面，食品產業鏈規模化已經逐漸成為趨勢。但以本人近幾年在上海參展所獲得的經驗與心得，發現大陸在食品生產包裝機械工業方面工廠的家數以及規模，至少比台灣大 2～30 倍，但在機械的精密度，自動控制以及電路板等方面，許多元件則是仰賴進口，因此鼓勵大陸食品機械生產業者可組團來台，參觀或參展台灣食品生產包裝機械相關展覽，並且找到在地較適合的工廠作為合作伙伴，讓其進口代理銷售並支援售後服務，同時在控制電路以及電路板方面也可以找較具有經驗之台灣廠商合作，彼此截長補短，以利



拓展台灣及海外市場。

林有志總監說到：高慶泉公司創立於 1939 年，至今已有 83 年歷史，2015 年獲得全國商業總會授予「台灣老店」稱號，是台灣最大釀造黑豆醬油的公司。3,145 年前殷商時代，林姓始祖比干夫人，陳氏避難在「長林」即今河南省淇樂縣，淇河之西，因此林姓祠堂稱「西河堂」。現在的比干墓在河南省，衛輝府去城北 15 公里處，因緣不可思議，一代接一代，本人已是林氏第 122 世孫，公司的黑豆原料 60% 也自中國大陸，非常樂意和河南的業者結合，開創新局，等疫情較穩定，請商總組織考察團，進一步去河南當地參訪，期盼有朝一日能回到祖居地，和同宗兄弟姐妹們，大家一起努力奮鬥。

徐仲毅副總經理提及：豐華食品除了生產真空包裝和食品加工機設備外，肉類加工機是肉類食品加工行業中最好的，自從疫情延燒後，許多業者業績下滑，但對公司而言，

卻看到了機遇，一旦員工染疫，生產線就有可能停擺，所以自動化生產勢必成為趨勢，在未來針對透明的採購及加工流程、功能性食品的快速發展、老齡化市場持續擴大、寵物食品產業鏈、企業環境永續的重要性等，都是非常值得琢磨的議題，希望透過這次對接會，能拋磚引玉，結合產業精準對接。

兩岸互動交流合作密切，雖然疫情限制了面對面的交流，但難能可貴的是，兩岸經貿仍然保持持續增長。據大陸海關總署統計，2021 年兩岸貿易額增長至 3283.4 億美元，兩岸貿易額占台灣外貿比重從 2011 年的 28.6% 增長至 2021 年的 33%，增長 4.4 個百分點。大陸穩居台灣地區最大出口市場和最大貿易順差來源地。進入 2022 年，兩岸經貿交流依然保持了良好發展趨勢，未來要以創新產業的新合作模式，攜手共享全球商機，為豫台經貿注入一股前所未有的新氣象。

印度布局經驗分享

文■梁志豪（全國工業總會國際經貿組專案經理）

隨著美中競合、俄烏戰爭、全球通膨、中國封城等局勢變化，全球供應鏈面臨重大挑戰，以往追求效率和成本導向的製造模式，也因疫情與地緣政治風險，令許多台商開始考慮安全與韌性的供應鏈。根據國際貨幣基金組織（IMF）的統計，印度為世界第6大、亞洲第3大之經濟體，擁有14億人口紅利，具備廣大的內需市場，近年來受到不少國際企業的青睞。

為協助國內業者拓展布局印度市場，全國工業總會特別於本（2022）年6月22日與工業技術研究院、台灣印度經貿協會，攜手舉辦「印度經貿布局研討會（線上）」，邀請前駐印度翁文祺大使、資訊工業策進會龔存宇分析師、世正開發印度子公司馬諾基處長，從印度的文化到投資政策進行剖析，同時也邀請固緯電子股份有限公司的陳木騰總經理、友嘉實業股份有限公司的林勤喻總經理，分享台商成功拓展的經驗。

不容小覷的新興大國 ——印度

主持人工總邱碧英副秘書長首先點出，印度有許多先天的優勢，14億人口紅利，優秀的數理人才，具規模的內需市場，根據今年6月中《經濟學人》的一篇評論報告中指出，在過去的十年裡，印度經濟發展速度已超過了其他大多數經濟體，根據世界銀行發布了新版預測報告，將全球2022年的經濟增長預期下調為2.9%，但對印度的2022年經濟走勢卻依然給出了較高評價，預計上漲7.5%，將成為「全球增長最快大型經濟體」。實際上，在美中貿易戰之後，各大品牌商及其供應鏈也先後前往印度布局。

翁文祺大使則指出，印度歷經近10年的蛻變，在世界上的各項排名已是名列前茅，IMF更是預測該國明年的經濟成長率可望上升至8%；疫情方面，龔存宇分析師指出印度的疫苗接種率達到58.9%，大於全球的平均，疫情已穩定控

制。此外，印度的GDP成長率也較中國更為理想，加上規模的內需市場、原物料、能源基礎、人口成長等優勢，有望降低通膨的影響，近年來莫迪政府也推出不同的投資獎勵，例如生產補助計畫（Product Linked Incentive, PLI），不少台商如鴻海、緯創、和碩等均已遠赴印度布局。

然而，印度的市場龐大且複雜，在開疆闢土之初，難免遭逢挫折，對此翁大使提出數項關鍵指南，首先須備有妥善的規劃、久戰的決心，一旦跨越艱辛的障礙，所吸取到的寶貴經驗便會成為日後企業的「護城河」，因此在布局時需先有長遠的規劃，並保持長期抗戰的毅力。

其次，印度獨特的文化和法規體系，與中國截然不同，台商在中國或東南亞的成功經驗不宜全然借鑑，建議欲前往布局的廠商，可先洽詢當地的會計師、律師、企業諮詢師的專業意見，方可事半功倍。

同時，許多台、陸籍幹部在印度時，經常面臨文化差

異的不便，因此企業必須設法招攬精通雙語言、雙文化的人才，建議可從台灣各大學網羅來自印度求學的優秀人才，作為拓展版圖的助力。

除了文化溝通外，許多先進在拓展時，都苦於尋找可靠的合作夥伴，導致經營之路困難重重，建議在布局的初期，務必重視與當地官商人脈的發展。

對此，世正開發的馬諾基處長補充到，許多台商都看中印度龐大的內需市場，但對於實際拓展仍保持觀望態度，主因是對該國涉入未深，建議第一步先從認識當地的文化和經貿、產業等資訊入手，當對於該國有一定程度的了解後，便可加深對市場的認知，最後的投資行動方可順利展開。

制定布局方針， 強化團結互補

固緯電子於 2019 年拓展印度，並選擇享有「印度矽谷」美譽的班加羅爾（Bengaluru）扎根，會中陳木騰總經理除了分享在當地的生活之餘，也強調尋求專業律師、分析師諮詢的重要性，以及慎選合作夥伴，並善用在地台商協會等資源，避免陷入孤掌難鳴的困境，此外也建議欲前往印度的

企業，先思考布局的目的為何，例如設廠代工或是切入內銷市場，因印度帶動 GDP 成長的因素非出口外銷，而是著重在內需銷售，廠商在拓展前宜先三思。

由於印度擁有嚴格的外匯管制，資金的流動都必須遵守相關的法規，建議在投資前須先熟悉該國的法令；同時加深在地台幹對印度文化的了解，減少母公司與子公司溝通的落差。

尊重當地文化， 追求適才適用

在全球工具機市場占有一席之地之友嘉實業，多年來不斷以「合資」、「併購」

方式拓展海外布局，並善用當地人才管理當地事務，以印度為例，友嘉集團於 2015 年併購德國 MAG 公司取得 MAG India，在 2019 年完成翻新廠房。會中林勤喻總經理也提到未來人力成本不再低廉，需考量自動化方案；在管理層面，因印度仍有根深蒂固的種姓制度，考量文化、語言上的差異，建議以當地人管理為主；同時，印度人對數字敏感度高，在採購上有出色的表現，但對於管理上仍須注意細節；在布局投資的層面，以在地採購為主，結合當地生產，同時配合台灣技術與關鍵零組件的合作，運用現有的通路與渠道，創造雙贏或多贏的局面。



▲「印度經貿布局研討會」聚焦台商供應鏈移轉與印度拓展議題。

台星產業交流 共推新南向合作

文■宋品潔（全國工業總會國際經貿組資深專員）

近年來，因美中經貿摩擦、新冠疫情及烏俄戰爭等挑戰，引發全球供應鏈短缺及通膨等嚴峻問題，但台灣與新加坡之間的雙向貿易及投資仍屢創新高，雙邊產業也持續密切合作。

為了定期聯繫並瞭解雙方產業發展現況，在駐新加坡代表處大使梁國新的主持下，工業總會副理事長林明儒於本（111）年6月6日與新加坡製造商總會（SMF）副會長傅春安舉辦視訊交流會議，就在新南向國家中第三地合作、推動產業數位化及台灣加入CPTPP等議題，進行充分的討論，期盼為雙方產業創造實質經貿利益。

梁國新大使致詞時表示，在去年和前年疫情最嚴峻的時候，台星雙邊貿易總額2020年280.9億美元，較疫情前成長7.6%，而2021年更達到377.9億美元，成長率高達34.6%；基於分散海外布局及經濟效益考量，聯電也宣布在新加坡投資50億美元設立新品圓廠，並預計2024年底進入量產。由此可見，台星不論

貿易、投資或產業合作皆持續升溫，他認為這都歸功於雙方在2013年11月簽署的「台星經濟夥伴協定」（ASTEP），進一步成為推進雙邊經貿關係的重要助力。

推動台星在新南向國家中第三地合作

工總與新加坡製造商總會（SMF）自2012年簽署合作備忘錄，並在2017年更新，在經貿、投資和商業活動持續相互提供支持。在這友好基礎上，為落實MOU內容，協助雙方會員共同開發海外市場，且新加坡已在許多新南向國家設立工業區及投資設廠，兩會也藉此就近期如印度、越南、柬埔寨、印尼等投資設廠及當地經營交換意見，並探討雙方在新南向國家中第三地合作的可能性。

對此，新加坡凱德集團高級副總裁廖虹綠特別介紹，由新加坡經濟發展局（EDB）、新加坡企業發展局（ESG）以及策略夥伴企業（凱德集團、勝科、格蘭特投資等3家民間企業）所組成的「東南

亞製造聯盟」（Southeast Asia Manufacturing Alliance，簡稱SMA），主要任務為協助國際製造業者拓展東南亞市場，讓供應鏈更加多元化。SMA在馬來西亞、越南和印尼共有超過10個工業園區，可協助中小企業和供應商爭取與工業區內製造商合作的機會。

值得注意的是，新加坡致力在2030年成為先進製造業的全球業務、創新與人才中心，SMA則提供了「新加坡加一」戰略，讓企業能利用新加坡生態系統、能力和網路、資本調動、人才和智慧財產權保護，進入東南亞市場，或有意開拓東南亞市場的業者也可以透過SMA共同合作加速拓展市場。

舉例而言，透過SMA機制與馬來西亞合作的努沙再也科技園（Nusajaya Tech Park），進駐的業者如符合條件，可申請新加坡經濟發展局最高100萬新幣（約72萬美元）補助，新加坡企業發展局的客製化供應商媒合，以及凱德集團的物流優惠及申報服務等諸多資源；其餘在東南亞國家所開發

的產業園區，在管理、經營設備及各種不同的制度上都有其先進之處，光在越南一地，就快要 200 家的台商進駐，另外如印度、印尼也都設有工業園及物流專區。

就 SMA 所提出的規劃及方案，工總林明儒副理事長表示印象深刻，尤其當前許多在中國大陸的台商正準備向外佈局，相當值得留意，工總也會轉達予會員企業參考。SMF 傅春安副會長認為，台星合作可充分利用 SMA 龐大的網絡，共同參與項目或共同創造新的項目，這也將是兩會合作到第三國發展的最佳機會，尤其是在越南、印度、柬埔寨及印尼等地。

提升企業數位化程度

其次，雙方也針對如何協助企業提升數位化程度進行討論。SMF 秘書長白永良提及，新加坡相當重視數位化發展，政府甚至賦予 SMF 任務——協助每家會員企業依自身現況制定數位化的進程，因此自 2020 年開始，每一家中小企業都有各自獨特的數位化目標，政府也盡力提供經費支持，並提供 IOT、感測器等軟硬設備。不過，執行方面遭遇最大的挑戰是缺少足夠的人才，人才是推動企業走向數位化的核心。

工總邱碧英副秘書長亦分享協助會員提升數位化的作法，包括促請政府以法人專案進行個別產業輔導、促請政府強化數位轉型的人才培育、促請政府協助中小企業更新數位化所需設備，以及透過供應鏈建構以大帶小的數位轉型生態系等，未來也將運用資策會及 AI 學院等法人，提供工總會員 AI 產業化的具體方向。

此外，邱副秘書長進一步報告，工總如何透過搭建「亞太產業合作推動委員會（CAPIC）」平台，協助台灣業者將數位轉型或智慧化方案及應用，以產業合作方式將效益擴散至新南向國家。

CAPIC 平台由經濟部部長王美花與工業總會理事長苗豐強共同擔任召集人，而工總林明儒副理事長也作為馬來西亞分組召集人，對雙邊產業合作工作的推展貢獻卓巨。

目前從新南向 18 個國家中率先選出馬來西亞、印度、印尼、越南、菲律賓、泰國等 6 國進行對接，定期辦理產合論壇，其中數位化合作更是其中一項重點合作主軸。

從個別案例來看，例如已在新加坡設立辦公室的台灣網奕資訊科技公司，就經由 CAPIC 的推動及資策會的協助，將旗下開發的學校課堂即時互動反饋系統（IRS）導

入至越南校園，並逐步拓展至泰國和印度教育市場，未來也積極引薦至柬埔寨的華語學校；神通資科公司則將台灣開發成熟的自動通關系統 E-gate 體驗推薦予菲律賓政府，獲得相當大的迴響，進而不僅爭取到當地的標案，更迅速以半年時間建置完成；台灣經緯航太公司也透過 CAPIC 的運作，與馬來西亞 Nexus Union 及 SWS Capital Berhad 公司達成 MOU，共同投入近 4,700 萬台幣於馬來西亞成立 MATA Aerotech 公司，進行無人機商應服務，提供馬國聯邦土地重劃局精準農業解決方案，以減少當地在農業價值鏈環節中的資材採購浪費與勞動力漏失。

而 SMF 包裝理事會主席葉美思則回應，肯定台灣的數位化發展，也持續致力在綠色包裝、淨零排放、零廢料的處理和低碳化等領域發展，期盼有機會來台灣考察，工總亦表達歡迎並願意協助。

提請 SMF 支持台灣加入 CPTPP

工總強調，依工總近年來就業者出口貿易問題進行問卷調查，多數廠商反映希望政府可以加速洽簽區域貿易協定，特別是 RCEP 今年開始生效了，讓業者感受到壓力，雖然高科技產品有 ITA 和 ITA2 享

有零關稅，但台灣的機械、紡織、石化等其他製造業也有高度的加入需求，來共同促進區域經貿合作。

基於 CPTPP 大部分成員國都是台灣主要貿易夥伴，因此台灣產業界很期待有機會參與 CPTPP，相信台灣能加入不僅提高區域競爭力，也對台星雙方貿易有很大幫助，期盼星方能替台灣多發聲。

對此，SMF 傳副會長表示認同，並表達將在能力範圍盡力而為，設法讓台灣加入

CPTPP，也把此視為兩會的合作項目之一。

此外，他也期待下半年疫情可以更加緩解，台灣邊界也能更加開放，讓本（2022）年度台星經濟聯席會議可以實體方式召開，同時進一步帶動工業總會和 SMF 之間的合作關係。

背景說明：

新加坡製造商總會（The Singapore Manufacturing Federation, SMF）原名新加坡

製造商協會，成立於 1932 年，主要任務係代表新加坡製造業者利益，並促進其競爭力和可持續成長。目前秘書處團隊約 120 人，財政主要收入來自承接政府委託案及服務廠商收費，少部分來自會員繳納之會費，企業成員約 3000 個，其中 90% 為中小企業，惟亦包含如新電信（Singtel）、勝科集團（Sembcorp）等新加坡大型國聯企業，及如英飛凌（Infineon）等大型國際製造商。



▲ 工業總會副理事長林明儒於本年 6 月 6 日與新加坡製造商總會（SMF）副會長傅春安舉辦視訊交流會議，就在新南向國家中第三地合作、推動產業數位化及台灣加入 CPTPP 等議題進行充分的討論。

「2022 會務人員國際經貿專班」 我國經貿之回顧與國際經貿發展趨勢

文■于心怡（全國工業總會國際經貿組高級專員）

經貿專班以每周 1 次課程，1 次課程分為 2 堂專題講座，總計 4 次課程的方式執行，今年度於 4 月 13 日、4 月 20 日、5 月 4 日及 5 月 11 日上午假公務人力發展學院舉辦「2022 會務人員國際經貿專班」。

因新冠肺炎升溫，所以本次經貿專班採實體與線上的方式同時進行。且配合當前全球火熱的議題，除了經貿回顧與趨勢等議題外，另外增加「元宇宙趨勢與商機」、「國際碳邊境稅發展趨勢、衝擊與因應」等議題，並且邀請陣容堅強的主講人，期望透過這次經貿專班，讓學員們更了解國際經貿的動態及全球發展趨勢。

4 月 13 日是「2022 會務人員國際經貿專班」的開幕式，由全國工業總會邱碧英副秘書長為今年的經貿專班帶來開幕致詞。

邱副秘書長表示，近幾年國際局勢瞬息萬變，除了美中貿易戰並未落幕外，新冠肺炎又對全球供給與物流等產業帶來相當大的影響，而在疫情尚



▲ 本年度會務人員國際經貿專班，特別邀請經濟部國際貿易局江文若局長主講「貿易的現在與未來」。

未降溫時，緊接著發生俄烏戰爭等，在此複雜且變化快速的國際情勢下，業者更需要由專業的講師帶領，快速了解國際間經貿發展重點。

第一堂專題講座是由台灣經濟研究院景氣預測中心孫明德主任主講「2022 年國際經貿情勢分析」，孫主任指出，通貨膨脹是 2022 年全球要共同面對的課題，而即便烏俄戰爭及疫情結束，通膨也不會因此而結束，除全球通膨外，在未來，美國聯準會政策、新冠肺炎疫情對供應鏈及烏俄戰爭對原物料的影響等，都是影響全球經貿局勢的變數與重點，請學員都必須持續關注。

第二堂專題講座，由政治大學商學院楊光華教授主講「台灣加入 WTO 20 年回顧與 WTO 的挑戰與展望」，從我國加入 WTO 的開端說起，自 1990 年我國提出加入 GATT，1995 年 WTO 成立後，我國於 2002 年加入 WTO 成為第 144 個會員，並在加入 WTO 後，藉由貿易爭端機制對美國、加拿大、歐盟與印度等提起訴訟，解決與其他會員國產生的貿易衝突；也利用了 WTO 衛生檢疫措施委員會與技術性貿易障礙委員會討論特定貿易關切，而未來 WTO 談判會以多邊架構中，更加自由的複邊選項為趨勢，使會員國談判成功的可能性提高。

第二次的課程中，第一堂專題講座是由中華經濟研究院 WTO 及 RTA 中心李淳資深副執行長主講「我國加入 CPTPP 的挑戰與展望」，台灣加入 CPTPP 的優勢為：利於進攻，是外國市場條件改善的重大意義、追上競爭對手的最佳機會、加速改革及吸引投資；而影響是衝擊我國農產業與國產汽車及其供應鏈，而李資深副執行長認為，台灣在現階段加入 CPTPP 的關鍵為：展現出我國加入 CPTPP 的準備程度，解禁萊豬及日本食品，證明我國遵守規則及推動自由化的決心；並以福島食品的解禁，轉化成為日本協助我國的力道，說服其他國家支持台灣加入，作為共同對抗中國大陸經濟脅迫的具體作為。

第二堂專題講座，由海峽兩岸經貿文化交流協會鄧岱賢秘書長主講「中國大陸經濟局勢與兩岸經貿發展」，說明中國大陸經濟現況於 2021 年 GDP 總額已達 17.7 億，約為美國的 0.79 倍，我國的 23.4 倍，並為全球進出口金額最大的國家，而 2021 年我國產品出口至中國大陸金額為 1,888 億美元，比重高達 42.3%，貿易順差達 1,047 億美元，所以鄧秘書長對於兩岸未來經貿的展望建議是避免戰爭，持續交流合作，企業投資經營，創造繁榮的發展。

第三次課程的第一堂專題講座，由工研院產業科技國際策略發展所馬利艷組長主講「韌性供應鏈下的台灣產業機會」，因新冠肺炎疫情及美中貿易戰的因素，使得許多在中國大陸發展的台商需要尋求新的發展基地，以分散生產基地，降低風險，馬組長建議台商可就投資意願評估、布局國家選擇、布局區域選擇、工業區選擇、稅務法規資訊、設立公司及優惠申請及建廠、技術、供應鏈協助等 7 大步驟，再次評估新的生產基地布局。目前許多企業投資布局，主要考量區域為南向國家的原因，一是因為疫情及美中貿易戰，需要使企業發展新生產基地，以提升供應鏈韌性；二是電動車等新市場商機，帶動企業就近市場來進行相關的布局。

第二堂專題講座，由政大科技管理與智慧財產研究所曲建仲兼任助理教授主講「元宇宙趨勢與商機」，當前最紅的話題「元宇宙」到底是什麼？簡單來說，就是人們在虛擬世界做現實生活可以做的事情，並且可以為許多產業帶來虛擬世界的新商機。而比特幣、以太坊如何交易及付款，NFT 又是如何發行，曲教授也一一為學員詳細的解說。

最後一次課程，也同樣為學員安排 2 堂精彩的講座，第一堂專題講座，由台灣綜合研

究院李堅明副院長主講「國際碳邊境稅發展趨勢、衝擊與因應」，李副院長說明台灣在全球淨零排放的競賽中，高電力排碳係數是最主要的挑戰，台灣每度電較韓國多出 86 公克的二氧化碳，對企業產生極高的碳成本。因此，建議企業可以實施內部碳定價，將碳成本內部化，並加速產品供應鏈碳流數位化資訊系統的建立，以面對歐盟「碳邊境調整機制」與全球碳關稅發展趨勢。

最後一堂專題講座，特別邀請經濟部國際貿易局江文若局長主講「貿易的現在與未來」，江局長說明，2021 年的經貿成績是 11 年來經濟成長最好，出口量則是歷年來表現最亮麗的一年，而全球貿易，則會在美中貿易戰、俄烏戰爭及疫情、通膨及供應鏈干擾等對於全球經濟影響的不確定因素下，產生新的趨勢：強化供應鏈的韌性與安全、對抗氣候變遷、商業及消費方式轉變為數位型態。未來，我國應依照國際經貿趨勢加強國際合作、強化拓銷措施、推動淨零排碳，並協助因俄烏戰爭，使我國出口受其影響之業者與相關因應。

今年度由專業的師資陣容，帶來八堂內容精彩又精實的講座，除了回顧我國過去的經貿發展外，更展望了國際經貿情勢，讓學員更能搶先掌握相關商機，在滿滿的收穫中圓滿結束。

建商遲延取得使用執照 不得主張解除契約

建商

「預售屋買賣定型化契約應記載事項」對於取得使用執照期限及相關遲延責任規定：

應於契約書中明確記載開工及取得使用執照之「期日」

有遲延取得使用執照時，應按日給付遲延利息

須提出證明，才能順延取得使用執照期間：

- 因天災地變等不可抗力之事由，致建商不能施工之停工期間
- 因政府法令變更或其他非可歸責於建商之事由所受影響之期間

消費者

建商遲延取得使用執照，只有**消費者**才有契約解除權。

詳細資訊，可上
行政院消費者保護會網站查詢



新聞稿專區



行政院消費者保護處 廣告



公平交易委員會
FAIR TRADE COMMISSION

網路購物多加查證 不實廣告騙不了您



公平交易APP
(iOS)



公平交易APP
(Android)



廣告