

ISSUE
No.144

工商會務

// 2024.09

服務業與 ESG： 消費資訊揭露相關法規遵循

內政部施政願景與當前重點施政方向

郭智輝部長上任願景與施政方向

AI 產業下醫療專利技術與應用趨勢

AI 的崛起：企業是否應該擔憂競爭對手改變競爭模式？



午安・燦爛

1919 陪讀計畫

弱勢兒少下課後的**生命陪伴**

1919陪讀計畫 | 代言人
韋禮安

韋禮安

陪伴 讓孩子勇敢向前
相信前方
有燦爛的未來!!



請支持「1919陪讀計畫」

讓弱勢家庭的孩子在下課後，能到陪讀班，
免費接受課輔、品格教育、多元才藝、營養晚餐，及家庭關懷。

捐款方式 請註明「1919陪讀計畫」

手機即時捐 台灣大哥大 手機免費直撥 518021

郵局劃撥 戶名：社團法人中華基督教救助協會／帳號：19281908

線上捐款 線上刷卡／Line Pay／街口支付／悠遊付／ATM



捐款 1,200 元

資助1個孩子1個月陪讀費

即贈「TRAVELER機能公益T」乙件
(藍/灰粉2色隨機)

捐款 3,600 元

資助1個孩子3個月陪讀費

加贈「愛gogo隨行側背包(卡其)」乙個

捐款 14,400 元

資助1個孩子1年陪讀費 (或以信用卡認捐，每個月1,200元連續一年)

再加贈「JIA品家無線除蟻機」乙台

* 捐款感謝禮品項即日起至2024/11/30止，後續以本會官網公告為主。
(贈品以實物為準，若已送罄，改贈其他感謝禮。)



〈財經觀點〉

- 02 少子化與企業缺工下的高教經營戰略 ◎陳厚銘

〈特別企劃〉

- 03 服務業與 ESG：
消費資訊揭露相關法規遵循 ◎徐志明、邱奕賢

〈新人新政〉

- 06 內政部施政願景與當前重點施政方向 ◎劉世芳
09 郭智輝部長上任願景與施政方向 ◎經濟部

〈焦點話題〉

- 12 2024 貿易自由化挑戰與因應研討會
因應全球貿易自由化快速變化的局勢 ◎于心怡
15 臺印尼產業交流掀開六國論壇序幕 ◎梁志豪
17 危老都更重建更應重視安全品質
重建後的建築如何住的安心放心？ ◎戴雲發
19 AI 產業下醫療專利技術與應用趨勢 ◎張遠博

〈產業櫺窗〉

- 21 AI 的崛起：
企業是否應該擔憂競爭對手改變競爭模式？ ◎蘇偉仁

〈環球產經〉

- 24 菲律賓 電動車布局新版圖 ◎陳以珊
27 大陸 20 屆三中對臺商的機遇與挑戰 ◎黃健群

〈政府頻道〉

- 30 量子電腦即將到來，後量子資安時代的商機與挑戰
◎數位發展部數位產業署
32 接獲自稱客服的來電要小心！ ◎行政院消費者保護處

〈活動報導〉

- 33 商總會聚東北亞 助38家業者拓銷國際市場 ◎廖芳妙
35 全國商業總會辦理「第六屆品牌金舶獎」
表揚海內外31家傑出品牌企業 ◎楊琦琳
37 113 年度全國性工商業暨自由職業團體聯繫會報及績優團體
觀摩 ◎編輯部
39 工總理監事會移師高雄 ◎譚宗仙



6



9



33

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 / 陳靖雯 曾芷筠 易永嘉 陳加昇 黃雅萍

社長 / 劉守仁

編輯群 / 劉美玲 王麗萍

※ 版刊內容版權所有・未經同意不得轉載

發行所 / 中華民國全國商業總會

地址 / 106 臺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

※ 歡迎廣告合作洽談：02-27012671 分機 302

少子化與企業缺工下的高教經營戰略

文■陳厚銘（臺灣大學國際企業系名譽教授 / 臺北商業大學全聯講座教授）

臺灣在人口結構快速變遷下，嚴重少子化帶來高教經營和企業人力短缺的雙重壓力。預計到 117 學年，大專院校的新生人數將大幅減少至 15.7 萬人，許多高等教育機構，特別是私立院校正面臨前所未有的招生困境。同時，勞動力的短缺，使臺灣企業在全球市場的競爭力也受到嚴峻考驗。為了應對這些挑戰，臺灣的高等教育機構必須利用區位優勢積極尋求在地創新策略，提升教育品質，才能拓展生源，而企業則可以思考與高教資源鏈結，進行深度產學合作，協同發展共創價值並獲得可用人才。以下幾項方案或可以做為高教突破經營困境的參考：

1. 推動終身學習學位課程

隨著科技和產業的快速發展，樂齡族群與熟齡族群生活裡遭遇的新知識和新技能也日益增加。針對這些族群設計專門的學位課程，不僅能滿足他們進修需求，還能拓展學校生源。課程除個人成長、文化傳承、在地特色外，可涵蓋人工智慧、大數據、雲端運算等前沿領域，並提供線上與實體相結合的彈性學習模式，提供學員豐富的知性退休生活，也提

升學員二度職業生涯的能量，裨補企業人力資源，強化整體社會競爭力。

2. 為企業量身打造專屬產業專班

與企業產學合作，依不同行業和企業的需求設計客製化的產業專班，為企業打造專業人才培訓基地。藉強化教育與產業的鏈結，縮小理論與實務應用的落差，並儲蓄企業的研發與品牌行銷能量，提升企業的核心競爭力。另一方面，高教技職院校即可配合教育部新近提出的「3+2 新五專模式」，向下與高職共構課程，橫向積極媒合產業需求，建構升學與就業一條龍模式，不僅學校可以獲得穩定生源，學生可以獲得更大就業競爭力與就業機會，企業也可以獲得人力短缺問題的緩解。

3. 擴大國際學生招生

擴大國際學生的招收規模是因應少子化，開拓生源的重要蹊徑。同時，國際學生可以促進校內多元文化交流，繽紛校園氣象，更可以提升高等教育的國際化程度。但出國留學常見的困難是語言與經濟，學校應有專責輔導策略，才可能吸引較大量國際學生。政府則

可以研擬放寬移民政策，讓優秀的外籍學生完成學業後容易居留，成為臺灣勞動力的生力軍，或成為臺灣企業儲備派駐其原居住地的幹部，解決企業外派人才難求的問題，並可藉其對當地的熟悉增強臺灣在全球市場中的競爭力。

4. 建構教學特色，培養專業技能，重視就業輔導與校友職場成就

在智慧創新發展的基礎上，各校必須先尋求自己的利基，建構教學特色，塑造品牌形象，才可能創造招生長紅。日本近畿大學便是以「近大的畢業證書或許不能為畢業生加分，但在近大學到的東西，卻能讓畢業生在社會上立足生存」為號召，強調實作勝於理論，從成功以鮭魚養殖與多元行銷產學合作優勢開始塑造品牌，從原本招生末段班翻身，至今連續 9 年蟬聯日本報考人數第一，畢業生就業率高達 98% 以上，其中超過 60% 受雇於大型企業。就學即就業保證，學校成為企業最愛，自然成為學生就讀最愛。積極輔導就業與彰顯校友職場成就，是學校受學生青睞不可忽視的一環。

服務業與 ESG： 消費資訊揭露相關法規遵循

文 ■ 徐志明（國立澎湖科技大學專任副教授、本會會務顧問）
邱奕賢（法學博士、博群國際商務法律事務所主持律師）

一、前言

近年來，貫徹 ESG 的各項要求，已經成為企業永續經營的重要目標，亦是評估企業能否永續經營的主要指標。站在法規遵循與法律風險控制的角度，企業踐行 ESG，主要展現在履行社會責任相關的法律義務，並從公司治理，擴充至對各種經營管理活動所產生外部性的風險控管，對象包括利他，例如針對企業員工、周邊社區、社會群體等的行為，以及會帶來負面效果的各種外部性活動，例如碳排放、環境汙染等行為。

而目前許多的企業或外部投資人，特別是金融、信用評級及基金經理機構對於企業的 ESG 評分，主要根據全球永續性標準理事會（Global Sustainability Standards Board, GSSB）所頒布的 GRI（Global Reporting Initiative）準則，企業依據 GRI 準則編製永續性報告書成為慣例。許多先進國家，包括臺灣在內，更逐漸透過立法，使揭露永續報告，成為一定規模企業（例如公開發行公司），必須遵循的法律義

務。若根據《GRI 準則 417，簡稱 GRI 417》的要求，企業對於產品和服務資訊，在行銷時應為一定方式的揭露。首先，從產品和服務的標示，與產品或服務行銷的角度，應揭露的相關資訊，包括消費者獲得關於所消費之產品或服務，對於經濟、環境和社會的正負面影響。企業若能提供明確、公平及負責任之消費或行銷資訊，且方便消費者能夠獲得有關產品的成分、正確使用或處理方法的資訊，更有助於消費者做出正確且安全的消費選擇。因此，企業若能充分遵循 GRI 417 之要求，對產品和服務資訊給予正確標示，將有助提升各機構對企業組織實踐 ESG 的評價，亦可進一步降低不必要的法律風險和阻礙。

為使服務業能夠正確揭露及標示產品或服務資訊，方便消費者知悉所消費的產品或服務內容，及其對外部環境和社會的正、負面衝擊，避免被不實資訊誤導，造成消費糾紛和傷害，以及涉訟風險，本文將從相關法規對於消費資訊揭露與標示之要求，說明服務業應如何在符合 ESG 的標準下，

建構消費資訊揭露制度，以幫助服務業實施消費資訊法規遵循與風險管理機制。

二、與消費資訊揭露與標示相關的現行法律規範

（一）消費者保護法相關規定

1. 確保廣告內容的真實性與履行承諾

企業經營者應按消保法第 22 條之真實性要求，確保廣告內容的真實性，且對消費者的義務應不低於廣告中所述的內容，且企業在契約成立後，必須實際履行廣告中所承諾的內容，以防止虛假或誇大的廣告誤導消費者，保障消費者的合法權益，並確保企業履行其廣告中對消費者的承諾。

2. 信用交易費用的明示

企業涉及信用交易時，按消保法第 22-1 條要求，需明示所有應付總費用的範圍及年百分率與計算方式，以確保消費者能夠清楚了解信用交易的全部成本，避免因費用不明而產生的財務風險。

3. 商品和服務的標示要求

企業根據消保法第 24 條之要求，應依商品標示法等法令，對商品或服務進行標示。

特別是進口商品，應附中文標示及說明書。目的在保證消費者能夠了解商品或服務的詳細資訊，包括來源、品質、用途和潛在風險等等。又根據消費者保護法施行細則第 25 條規定，商品標示應置於適當位置，使消費者在交易前及使用時能夠方便閱讀。

4. 保證書應載明事項

根據消保法第 25 條第二項，企業對其商品或服務提供品質保證時，需主動出具書面保證書，並包含商品或服務的名稱、種類、數量（包括製造號碼或批號）、保證內容、保證期間及起算方法、製造商及經銷商的名稱和地址、交易日期等資訊。目的在確保消費者能夠了解保證的具體內容及其範圍，並能在必要時主張其權利。

5. 商品包裝要求

消保法第 26 條要求企業應根據商品的性質及交易習慣，提供適當包裝，以防震、防潮、防塵等，保證商品品質與消費者安全，且包裝不得誇張或過大，目的在保護商品在運輸和儲存過程中的完整性，並確保消費者的安全。

6. 危害警告標示

消保法第 7 條第二項規定，商品或服務如有可能危害消費者生命、身體、健康或財產，應在顯眼處提供警告標示及緊急處理方法，其目的在提前告知消費者潛在的危害，並

提供因應措施，從而降低危害的發生。商品或服務有危害消費者生命、身體、健康或財產之虞，而未於明顯處為警告標示，並附緊急處理方法之資訊者，根據同法第 10 條第二項，應立即回收或停止服務。

7. 定型化契約的審閱與明示

按消保法第 11-1 條第一項及第二項，企業與消費者訂定定型化契約前，必須給予消費者至少 30 天的合理審閱期。且根據第 13 條之規定，企業必須明示定型化契約條款內容。如果明示有困難，則需以顯著方式公告內容並取得消費者同意，同時，契約書需提供給消費者，確保消費者清楚了解所有契約條款，防止不公平條款被隱藏或不被消費者預見。若未記載於定型化契約中，且消費者難以預見之條款，根據同法第 14 條，不構成契約內容。

8. 特種交易資訊之提供

按第 18 條，企業在通訊交易或訪問交易中，需清楚提供消費者企業名稱、聯絡資訊、商品或服務內容及價格、付款和交付方式、解除契約的期限和方式、申訴方式等資訊。若為網路交易，應提供可供完整查閱和儲存的電子資訊，以確保消費者在通訊或訪問交易中，可獲得完整且清晰的消費資訊，減少交易糾紛。

（二）公平交易法相關規定

除消保法外，首先，公平

交易法第 21 條明定事業不得在商品、服務或廣告上，對於與商品相關而足以影響交易決定之事項，包括價格、數量、品質、內容、製造方法、製造日期、有效期限、使用方法、用途、原產地、製造者、製造地、加工者、加工地及其他具有招徠效果之相關事項，為虛偽不實或引人錯誤之表示或表徵，否則不得販賣、運送、輸出或輸入。廣告代理業、廣告媒體業或廣告薦證者，若明知或可得知，仍為相關廣告行為時，則與廣告主負連帶損害賠償責任。

其次，同法第 22 條明定，事業就其營業所提供之商品或服務，不得有以著名之他人姓名、商號或公司名稱、商標、商品容器、包裝、外觀或其他顯示他人商品之表徵，於同一或類似之商品，為相同或近似之使用，致與他人商品混淆，或販賣、運送、輸出或輸入使用該項表徵之商品，或以著名之他人姓名、商號或公司名稱、標章或其他表示他人營業、服務之表徵，於同一或類似之服務為相同或近似之使用，致與他人營業或服務之設施或活動混淆等行為。

（三）商品標示法相關規定

另關於商品標示法，其第 4 條明定特定商品經中央主管機關衡量消費者權益、交易習慣及商品特性後，得公告免依本法標示。本法第 5 條規定

商品製造商、委製商、進口商或分裝商，應於商品流通進入市場時，為商品標示。最後，按本法第 13 條規定，販賣業者不得販賣或意圖販賣而陳列未依本法規定標示之商品。

三、商業服務業消費資訊揭露自我檢核制度之建立

本文以下茲根據《消費者保護法》、《公平交易法》及《商品標示法》的相關規定，提供企業自我檢核表之架構範例，可供服務業法規遵循內部稽核使用，幫助企業貫徹保障消費者權益，符合 ESG 永續要求並降低法律風險。

（一）廣告與承諾

1. 確保廣告內容真實性

☐ 廣告內容經過事實查核，可確保其真實性。

☐ 廣告中未使用任何虛假或誇大的陳述。

2. 履行廣告承諾

☐ 廣告中對消費者的承諾已列明於契約條文。

☐ 契約成立後，有確保履行廣告中所有承諾的機制。

（二）信用交易費用

☐ 明確告知消費者所有信用交易的總費用。

☐ 提供年百分率及其計算方式的詳細說明。

（三）商品和服務標示要求

☐ 所有商品及服務皆依法進行適當標示。

☐ 進口商品附有中文標示及說明書。

☐ 商品標示放置於適當位置，可方便消費者閱讀。

（四）保證書內容

☐ 所有提供保證的商品或服務皆有書面保證書。

☐ 保證書包含商品名稱、種類、數量、保證內容、保證期間及製造商、經銷商等法定的詳細資訊。

（五）商品包裝要求

☐ 商品根據其性質及交易習慣進行適當包裝（提供防震、防潮、防塵等）。

☐ 包裝適當，無誇張或過大的情況。

（六）危害警告標示

☐ 已在可能危害消費者的商品或服務顯眼處提供警告標示。

☐ 警告標示包括緊急處理方法。

（七）定型化契約審閱

☐ 在與消費者訂立定型化契約前，提供至少符合法定的審閱期。

☐ 定型化契約條款內容明示或以顯著方式公告並取得消費者同意。

☐ 契約書已提供給消費者，並確保消費者了解所有條款的内容意義。

（八）特種交易資訊

☐ 通訊交易或訪問交易中，已經向消費者提供完整的企業名稱、聯絡資訊、商品或服務內容及價格等資訊。

☐ 若為網路交易，已提供可供完整查閱和儲存的電子資訊。

（九）公平交易法規定之廣告與商品標示

☐ 廣告、商品及服務的標示或表徵真實，未含有虛偽或引人錯誤的資訊。

☐ 避免使用他人著名的名稱、商標等導致消費者混淆的行為

（十）商品標示法規定之商品標示

☐ 商品進入市場流通時，已依法進行標示。

☐ 零售業者已確保所售商品皆依據商品標示法或其他標示法規進行標示。

（十一）總體檢核

☐ 檢核結果符合所有要求。

☐ 對於不符合之處，已制定改善計畫並追蹤。

四、結論

企業在貫徹 ESG 目標時，應重視並遵守消保法、公平法及商品標示法等相關法律規範，以確保消費資訊揭露與標示的準確性。如此不僅有助提升企業的社會責任形象，還能降低法律風險，保障消費者權益，並提升企業商譽與競爭力。

建議企業可透過強化內部稽核制度，定期檢視並更新廣告、商品標示及信用交易資訊，確保符合法律要求。最後，根據自我檢核結果，制定改善計劃並追蹤實施狀況，以確保企業持續符合 ESG 目標及法規要求。

內政部施政願景與當前重點施政方向

文■內政部 劉世芳部長



內政部業務範圍廣泛，舉凡民政、宗教、戶政、地政、合作社及人民團體、警政、消防、國土管理、國家公園、入出國及移民等業務，都影響著人民福祉，也是建構國家繁榮發展的重要基礎。內政部積極打造安全、安居、安心的生活環境，落實各項政策，回應民眾對政府的深切期待。

壹、重點施政方向

關於本部當前的重點施政方向，以下謹就「穩定社會秩序，強化防災韌性」、「落實住宅政策，健全租賃市

場」、「促進團體發展，深化公民參與」、「優化留才攬才，友善移民環境」、「推動淨零排放，實現淨零轉型」等業務主軸內涵加以說明：

一、穩定社會秩序，強化防災韌性

穩定的社會治安，是經濟發展與民眾安居樂業的基礎，也是內政的首要工作，「打詐新四法」已於今（113）年7月31日公布施行，賦予行政團隊打詐利器，其中「詐欺犯罪危害防制條例」，整合行政機關與民間企業量能，共同防制詐欺犯罪，另外行政院「打擊詐欺辦公室」已在今年8月27日轉型為「打擊詐欺指揮中心」，未來將強化跨部會精進打詐工作，以達成分進合擊效果。本部亦已展開制訂相關打擊詐欺犯罪的配套措施，積極規劃啟動「新世代打擊詐欺策略行動綱領2.0」，將持續強力打擊黑、金、槍、毒、詐等治安首惡，縝密執行新世代

反毒、打詐策略，追緝毒品源頭、抑制毒品新生人口，同時強化非法槍彈源頭管理，瓦解幫派犯罪組織等，以營造更好的社會治安環境。

本部也持續強化我國安全防護能量，確保國家關鍵基礎設施安全，策進民力任務隊編組，結合所有民間防衛力量與共識，落實全民防衛工作，建構全社會防衛韌性。而面對複合性災害的威脅，本部推動「強韌臺灣大規模風災震災整備與協作計畫」，除了目標在114年底前培訓5萬名防災士外，未來將持續擴大推廣，透過專業訓練，賦予民眾「自保」、「自救」及「互助」的能力，鼓勵全民成為自主防救災的種子；另為進一步強化社會整體韌性，推動「臺灣民間自主緊急應變隊中程計畫（T-CERT）」，以「企業組織」、「各級社區」及「國家重要設施」為主要對象，目標在118年建置320隊，確保

關鍵地區能迅速應對災害並減少傷亡。

此外，本部積極推動消防法的修正，其中包括強化消防人員資訊權行使，儲存化學品倉庫及場所應常時備置消防搶救必要資訊，火災時如未指派專責人員提供相關資訊最高可罰新臺幣 1,000 萬元，及廠商若未落實自主管理致人死傷最高可課予管理權人 7 年刑責；另增訂消防人員安全衛生防護專章，藉由法制面規範，要求各級消防機關落實消防人員工作安全措施，以維護消防人員執行職務生命安全與身心健康。

二、落實住宅政策，健全租賃市場

為保障民眾居住權益，健全住宅市場，本部推動多元住宅政策，在健全房市治理方面，落實平均地權條例，持續推動預售屋聯合稽查，並督導地方訂定計畫每年自主辦理稽查，遏止違規炒作。

為達成 8 年百萬戶租屋家庭支持計畫的目標，本部朝向「直接興建、包租代管、租金補貼」三大方向持續努力，預計達成 25 萬戶直接興建社會住宅、25 萬戶包租代管及

50 萬戶租金補貼，為落實對全國租屋族的照顧，原為 4 年專案的「300 億元中央擴大租金補貼」將延長至 115 年，並於 114 年起擴大租金補貼戶數，由現行 50 萬戶提升至 75 萬戶，同時簡化申請流程，由地方政府主責審查，中央負責撥款。直接興建社會住宅採三大方針持續擴大興辦，包括依生活圈統籌規劃、多元取得社會住宅房舍及透過整體開發區取得社會住宅用地。

在健全租賃住宅市場方面，修正住宅租賃定型化契約有關租屋電費規定，推動租屋電費新制，促進租屋電費計收更加公平合理，租屋電費資訊公開透明；並開辦租屋族免費租屋法律諮詢服務，協助解決租屋糾紛及租屋合法權益維護；另先後公布大學周邊及全國各行政區租金統計資訊，提供民眾合理租屋價格參考，未來也將定期公布全國各行政區租金統計資料，提供更完整詳細的租金統計資訊，在兼顧個資隱私及符合民眾需求的前提下，逐步推動租屋市場資訊透明化。透過照顧不同族群的居住需求及居住權益，

充分提供民眾多元選擇，落實更完整住宅政策，實質減輕國人居住負擔。

三、促進團體發展，深化公民參與

為營造自由公民社會，本部持續精進人民團體管理規範，落實政府低度管理、團體高度自治精神。另為戮力執行合作社法第 7 條之 1 規定，辦理合作社制度宣導、合作教育訓練、輔導合作社之發展等事項，本部規劃「合作事業振興發展計畫（114-117 年）」，工作項目為建立跨機關協作平臺、推廣合作制度理念、厚植合作事業人才、強化發展資源及環境、促進國際交流與研究發展等 5 項，以積極推動我國合作事業之發展。

而為回應宗教界需求，本部已於去（112）年 9 月 20 日成立「宗教及禮制司」，未來本部將秉持為宗教界服務之一貫立場，持續完備宗教法制，維護信仰自由，保障宗教團體權益。

四、優化留才攬才，友善移民環境

為提升國家競爭力，吸引外國高級專業人才，以及面對國際人才競逐挑戰，本部持

續滾動鬆綁相關居（停）法規及提升入出境效能，例如優化外籍人士就業金卡申辦服務；提供高級專業人才及其配偶、未成年子女可取得永久居留；規劃專案延長新住民直系尊親屬來臺探親停留效期；增加外國學生畢業後在臺服務之機會，將在臺覓職期由 1 年延長到 2 年；推動「新住民就業友善職場計畫」，鼓勵企業聘僱新住民員工，創造就業雙贏；以及建置第 4 代自動查驗通關系統，便捷旅客通關。

此外，為使優秀外來人士歸化我國更友善便利，國籍法於 113 年 5 月 24 日公布修正，放寬外國高級專業人才申請歸化居留年限，從原本的每年須有 183 日以上合法居留的事實繼續 5 年，放寬為繼續 2 年，或曾在我國領域內合法居留繼續 5 年以上，無須每年有 183 日以上合法居留之事實，強化延攬優秀外國人才之誘因。

為落實憲法保障多元文化精神，保障新住民基本權益，「新住民基本法」於今年 8 月 12 日制定公布，該法

案涉及新住民的權益保障規範，擴大新住民的定義，除了婚姻移民，還擴及專業移民和技術移民，打造友善的移民環境。此外，該法案也明定政府應辦理生活適應輔導、就業權益保障等八大照顧服務措施，建構更完善的環境，讓新住民家庭在臺灣安心久住；鼓勵新住民投入公共參與，增進多元文化交流。本部刻正籌劃設立「新住民發展署籌備處」，將藉由成立專責機關，整合政府資源、建立完善制度、擴大新住民發展基金功能及落實新住民權益保障與照顧措施等政策目標，建構全方位新住民發展政策。

五、推動淨零排放，實現淨零轉型

國家公園、濕地與海岸是我國最關鍵的自然碳匯吸存區域，也是實現 2050 國家淨零目標的重要關鍵角色之一。本部為守護國家關鍵自然碳匯區，積極推展國家公園自然碳匯科學化治理，同時推動森林、濕地與國家公園自然碳匯

盤查，以及建立國家公園碳收支帳，擬定增匯減碳策略，並將生態多樣性的核心價值，鏈結聯合國永續發展目標 SDGs（Sustainable Development Goals）及企業永續發展 ESG 的精神，建構企業社會責任的導入機制及模式，擴大企業參與保育行動及量能。

此外，本部將推動於國家公園內增加環境多樣性與植被覆蓋率，提升溫室氣體移除量；而在海岸及海洋地帶，結合民間力量共同推動珊瑚復育，並以澎湖南方四島、東沙環礁、墾丁等地區，作為共同合作優先推動區域，以維護特殊自然環境與生物多樣性。

貳、未來展望

世芳上任以來秉持維護國人安居家園，打造安定生活環境，實現淨零永續目標，推動各項政策與措施，解決民眾問題，未來也將持續傾聽民眾的聲音，積極與各界溝通，以國人福祉為優先考量，展現更好的內政業務績效，營造更加繁榮、更具韌性的國家社會。

郭智輝部長上任願景與施政方向

文■經濟部



上任願景

經濟部負責支持中小企業成長、產業升級與技術創新、提升產業競爭力、制訂與執行貿易政策及規劃能源管理與發展等多項重要任務，工作範疇相當廣泛且有高度複雜性。自今年 5 月 20 日接下經濟部部長的工作，始終保持謹慎，迎接未來的挑戰，希望透過智慧化工具如 AI 及數據共享促進產業的數位轉型，提升產業競爭力，並支持企業永續發展。在能源方面，致力於減少碳排放，增加再生能源使用，確保能源供應穩定與多樣化。另外，在經濟合作方面，我們將強化與全球聯繫，提升臺灣國際市場的競爭力，吸引更多的國際投資。

施政方向

一、提升臺灣經貿格局與多元性

在當前全球化競爭日益激烈的經濟環境中，臺灣需要不斷調整和優化經濟政策，以確保產業在國際上能夠保持競爭力，我們推動「境內關外」與「境外關內」政策，以應對這些挑戰並抓住商機。

(一) 境內關外

「境內關外」希望吸引更多的外商投資，從而提升臺灣的國際競爭力。臺灣擁有完整的半導體、精密機械等產業聚落，是國際半導體及 AI 指標大廠尋求供應鏈合作的重要據點。未來，將加強對外招商引資，針對外資重大投資案件，規劃建立預審及快速審查機制，提供更便捷的投資環境。同時，規劃將臺灣打造成美食、精品消費的「臺灣名品之島」，吸引更多鄰近亞洲國家飲食習慣相近的民眾來臺觀光，透過臺灣服務業貼心的高檔服務及星級特色美食，吸引更多國外人士來臺消費，活絡臺灣的內需市場，協助更多的服務業站上世界舞台。

(二) 境外關內

為協助臺灣優勢產業海外布局，積極推動「境外關內」，透過「以大帶小、公私協力、國際合作、雙邊協商」等作法，在重點國家劃設特定區域，複製臺灣優勢供應鏈及便捷一站式服務，積極排除臺商海外投資障礙，同時為臺商爭取租稅優惠，以延伸臺灣經濟國力，成就「經濟日不落國」願景。配合未來海外臺商產業聚落，因應當地服務需求，帶領我國餐飲、零售等服務業輸出，進一步強化臺灣服務業的國際競爭力。

二、促進商業服務業發展、加強扶植新創及中小企業

商業服務業是臺灣經濟的支柱，對臺灣 GDP 貢獻總值逾六成，另商業服務業碳排放量亦占全國近 10%，這些碳排放問題也是不容忽視。因此，除推動淨零轉型外，更需要在創新、能源效率等方面採取作法，促進商業服務業永續發展，提升商業服務業的創新能力，實現經濟與環境的雙贏。

(一) 推動服務業品牌布局國際

在全球市場競爭的今天，積極推動「Taiwan Select」形象，展現我國優良品牌，透過

品牌以大帶小進軍海外市場，提升國際知名度與競爭力。同時，協助企業調整營運流程和商業模式，應用智慧工具強化管理及提升營運效能，成功於海外落地經營。此外，透過國際參展、商機媒合及交流合作等活動，協助連鎖加盟業者拓展國際市場，讓臺灣服務業品牌立足於全球市場。

(二) 淨零碳排及綠色轉型

國發會公布我國 2030 年國家自定貢獻 (Nationally Determined Contributions, NDCs) 減碳目標相較於基期年 (2005 年) 減少「24%±1%」，透過推廣低碳技術、強化碳排放管理和建立碳交易市場，促使企業採用高效的能源管理系統和綠色能源。同時，將實施市場化的碳交易機制，透過市場機制促進碳排放的減少。

提升能源效率也是減少碳排放的核心策略之一，將進行深度節能改造，提高建築物能源管理水準，推廣高效的節能設備，積極使用綠色能源，並建立能源效率標準，強化能源使用監管，確保企業實現實質性節能。

為了支持商業服務業的綠色轉型，鼓勵商業服務業汰換老舊耗能設備，補助企業使用具有一級能效及節能標章等設備，並提供專業諮詢輔導，降低企業能源使用量及碳排放量。同時推出「低碳智慧納管

專案貸款」，為低碳化或智慧化轉型需求的中小企業提供資金支持，帶動企業朝向綠色經濟轉型，提升企業的市場競爭力，並往 2050 淨零碳排的長期目標大步邁進。

(三) 數位轉型與創新發展

數位轉型是經濟部的重要政策之一，積極協助商業服務業運用大數據、人工智能和物聯網等數位化技術，優化企業營運效率。此外，亦協助中大型數位能力較強的商業服務業者以大帶小及跨業整合的方式，帶領中小型合作店家導入客製化智慧科技及 AI 等工具，以數據驅動商業決策，推動產業數位轉型。

經濟部為協助企業創新發展，推出一系列創新創業支持政策，如設立創業資金、提供創新技術資助和建立創業加速器，鼓勵風險投資機構投資於新興行業，支持創新企業的發展，並提供創業輔導，協助新創企業迅速成長。

為促進傳統產業向高附加值領域轉型以應對全球經濟環境的變化，支持企業進行技術升級和服務模式創新，促進經濟結構調整推動產業多元化發展，鼓勵企業進行市場擴展和國際化布局，提升臺灣企業在全球市場中的競爭力。

(四) 扶植新創及中小企業

新創及中小企業是臺灣經濟成長的重要動力，為了促

進臺灣經濟的持續成長，透過疫後振興專案貸款，提供企業所需的資金支持，並設立免費的財務協處服務及 24 小時智能客服，另外透過多次的指導會議，持續補助中小企業創新研發計畫，以提升市場競爭力，使中小企業在後疫情時代，持續保有經營韌性，共創臺灣經濟新動能。

三、推動能源轉型

(一) 持續推動再生能源

為了實現淨零碳排的目標，經濟部從供給端持續推動再生能源設置，擴大使用燃氣發電，並逐步降低燃煤發電比例，再從需求端推動產業深度節能。我們將推動太陽光電和離岸風電的發展，並修訂「再生能源發展條例」，以創造更友善的發展環境和強化法制的基礎，期待能有效的降低碳排放，推動臺灣成為綠色能源的先驅，為未來的經濟發展提供持續的動力。

(二) 完善再生能源檢測與驗證

為推動再生能源產業的發展，建立完善的檢測與認證機制是至關重要的。我們成立再生能源憑證中心，推動再生能源憑證 (T-REC) 制度，並建置再生能源憑證資訊平台，為企業提供綠電需求的媒合服務。同時，針對太陽光電和離岸風電等再生能源，推動自願性產品驗證 (VPC) 制度和第

三方檢測驗證機制，確保系統安全及效能。我國還建置儲能系統安全測試實驗室，以應對電力和電動車儲能系統的大規模檢測需求。

四、強化國際經濟布局

(一) 臺灣國際經濟策略

臺灣積極參與國際經濟合作，以提升國際經濟影響力，持續推動加入《跨太平洋夥伴全面進展協定》(CPTPP) 和《區域全面經濟夥伴關係協定》(RCEP)，以拓展出口市場，促進國內經濟增長。此外，透過參加亞太經濟合作會議 (APEC) 和世界貿易組織 (WTO)，強化與其他經濟體的交流與合作，增強臺灣在全球供應鏈中的地位，進一步推動臺灣的經濟發展。

(二) 吸引跨國企業投資

為了提升臺灣在全球市場中的地位並吸引更多外資流入我國，致力於改善投資環境，提供政策優惠，吸引跨國企業來臺投資。在智慧製造、數位轉型及綠色科技領域提供多項鼓勵政策，設立專門的投資服務窗口，為外商提供一站式服務。同時，加強基礎設施建設，提升物流和通訊能力，營造良好的經商環境。這不僅提升臺灣的國際競爭力，更促進技術交流與合作，並帶動臺灣供應鏈升級，創造更多的就業機會。

(三) 推動國外生產聚落

臺灣是全球半導體的生產重鎮，具備上中下游的完整供應鏈，為協助臺商排除海外投資障礙，採以大帶小方式帶領臺灣優勢產業之中小企業參與大企業產業供應鏈投資及赴海外布局，於鄰近國家評估規劃成立開發服務公司，並就科技產業園區一站式服務經驗，委由開發服務公司提供廠商申設建廠到投資營運全程服務，協助臺商順利在海外落地生產，拓展更多國際市場。

五、加速數位 AI 發展

(一) 經濟成長的新動力

隨著全球科技迅速的發展，智慧 AI 已然成為企業轉型的主軸，為推動臺灣 AI 科技，積極協助國內業者與國外科技大廠交流合作，像是電腦製造業在高效能運算、資料中心和人工智慧等新興科技領域的出口值於 2022 年增長了 18.2%，這表示隨著新興技術的發展，全球的需求也持續上升，而臺灣具備強大的競爭優勢，並且逐步獲得國際市場的認可。為了進一步提升臺灣中小企業的競爭力和創新能力，透過 AI 技術的應用，改善企業的生產流程、優化產品設計、增強市場預測能力，從而推動整體產業的升級與轉型。

(二) AI 技術擴展應用提升國際領導地位

鑒於全球 AI 伺服器有 80% 至 90% 在臺灣生產，臺灣如能掌握 AI 關鍵技術並應用擴展到如生技醫療、無人機、高階 ICT、資安產業等領域，將能確保臺灣持續在國際上引領風騷。

將持續投入資源，扶持在地業者共同發展，積極推動 AI 技術在製造業、商業服務業等各個領域百工百業的應用，促進 AI 技術的普及，幫助企業在激烈的國際競爭中脫穎而出。

結語

自擔任經濟部部長以來，深感責任重大，致力於推動臺灣經濟發展與能源轉型，面對負責且具挑戰性的任務，將持續採取智慧化工具與數據共享，推動商業服務業數位轉型，提升產業競爭力，並確保中小企業永續發展。在能源方面，堅持減少碳排放，增加再生能源的使用，確保能源供應穩定與多樣化。此外，將強化與全球的經濟聯繫，提升臺灣的國際市場競爭力，吸引更多的國際投資。這些努力將型塑臺灣良好的投資環境，進而吸引國外人才、資金來臺，讓臺灣走出去、世界走進來。

2024 貿易自由化挑戰與因應研討會 因應全球貿易自由化快速變化的局勢

文■于心怡（全國工業總會國際處高級專員）



美中之間經濟制裁擴大，加上俄烏戰爭、加薩走廊衝突及紅海危機迄今未歇，全球地緣政治趨向集團對抗，對全球經濟發展及社會穩定產生不利的影響，臺灣的產業如何因應與迎接挑戰，是刻不容緩的問題；業者面對全球市場自由化的威脅，應如何使用貿易救濟措施以維護自身權益？對此，經濟部國際貿易署請工業總會

舉辦「2024 貿易自由化挑戰與因應研討會」，希望協助我國業者因應全球貿易自由化下，快速的局勢變化與挑戰。

今年度「2024 貿易自由化挑戰與因應研討會」於8月15、21及22日在台北國際會議中心、對外貿易發展協會高雄辦事處以及台中市工業會舉辦實體研討會。

研討會邀請到財政部關

務署吳淑華副組長就我國貿易救濟措施的應用進行說明，協助業者了解如何運用合法的手段，維護產業公平競爭，而傳產轉型新機會與挑戰的議題，台北場邀請到國立台北教育大學成力庚副教授，高雄場以及台中場則由財團法人對外貿易協會的蔡宛庭高專以及葉孟杰高專，說明如何因應數位轉型，強化產業體質。

研討會首先，由工業總會邱碧英副秘書長就工總對於今年6月完成之「2024年進口貨品威脅我國產業調查」進行報告，報告結果顯示，今年回卷之廠商，其威脅來源國或地區較集中，以中國大陸為主，在2022年時，表示中國大陸為威脅來源國之回卷廠商佔37.9%，2023年上升至66.4%，今年則為80.3%。今年進口威脅來源國第二名為越南，佔9.1%，南韓與印尼佔3%，泰國、印度、馬來西亞、俄羅斯佔1.5%。在今年調查中，我們可以發現，跟前幾年所做的調查統計數字有很大的不一樣，本調查一直以金屬工業回卷最多，因中國大陸鋼市產能過剩嚴重，長年以低價或劣質產品進口衝擊我國鋼鐵產值，但今年，化學皮膠工業上升至第一名，佔27.1%，較去年回卷反映有遭遇進口威脅之百分比上升約8%，其中以稅則號列以第39章塑膠及其製品回卷者為最多，占總回卷者17%；而金屬工業與紡織工業並列第二名佔17.7%，機電工業佔12.5%，建材佔11.5%，最後為一般工業佔10.4%。

中國大陸近年自「中國製造2025」一直到「十四五規畫」，其主要之政策為增加中國大陸國內製造、推動擴大內需以及出口多元化，且中國大陸近年化學皮膠產業實行「新石化計畫」，推動煉化一體產業政策，2020年新石化計畫陸續完工投產，中國大陸塑膠產能大幅擴張。另外中國大陸祭出的高額出口退稅與政府補助，以及通關一體化，全中國大陸是一關、一關通天下的政策，增加產品出口的效率，因此，即使原物料價格上漲，中國大陸仍能以低於我國國產品的售價，擾亂我國工業，於調查中顯示，由於我國部分產業因市場開放，受到不公平競爭與衝擊，進口產品大多以低價侵蝕我國市佔率，擾亂市場價格，進而使得我國業者只能降低價格與進口品競爭。彙整有受到進口品威脅的調查表回卷後，工總提出3項建議：(1) 加強海關人力，以逐批檢驗與加強查驗產地標示、(2) 針對中國實施進口相關措施、(3) 預防與治療並行的貿易救濟實務輔導，以預防低價進口產品擾

亂國內市場行情，降低國內產業不公平競爭之現象。邱副秘書長表示，工總將會持續協助因貿易自由化而受到損害的產業，舉辦相關研討會，提供業者正確的貿易救濟觀念與資訊。

財政部關務署吳淑華副組長在我國貿易救濟措施的應用議題部分，首先向業者說明如遭遇進口品的威脅，可以使用哪些合法的貿易救濟措施以保護產業，包含：防衛措施、平衡措施及反傾銷措施，而目前就WTO統計，目前全球實行最多的措施為反傾銷措施，因反傾銷稅最能夠直接達成保護國內產業，免於國外不公平貿易競爭之目的。吳淑華副組長接著介紹傾銷基本概念，包含反傾銷稅成立的要件與申請人資格，同時也說明最容易讓業者混淆進口品的傾銷與削價不同定義。最後吳副組長說明我國反傾銷調查申請程序，以避免國內產業遭遇進口品不公平的競爭，加強對於市場開放的信心。

「傳產轉型新機會與挑戰」台北場由國立台北教育大學成力庚副教授主講，成力庚副教授首先說明，數位

化與數位轉型不同處，數位轉型的第一步，即是要先數位化，有了第一步後，才能夠繼續做到數位優化進而成為商業模式。成副教授表示，企業數位轉型的障礙包括：沒有具體的轉型目標與策略、組織成員對數位轉型的抗拒、組織成員的知識能力不足、新舊商業模式衝突；因此建議業者，數位轉型應該是循序漸進按照計畫逐步完成，而不是一次到位，並且需要由企業高階主管積極參與，親自領導轉型的核心團隊或新組織，突破企業多年的習慣，才是最困難的事。最後成副教授表示，如何使原本商業模式持續獲利以支持新商業模式成長茁壯，為傳產進行數位轉型的重要議題，他會建議企業的領導人要克服雙軌轉型的三個危機，第一是決心的危機，因為新事業在開創的過程中難免會虧損，領導者不僅需要堅定的支持新事業的發展，也需要安撫與感謝既有事業的付出；

第二是衝突的危機，調解既有事業與新事業的爭端，整合建立新舊事業並存的機制與溝通的管道，減少新舊事業的對立摩擦；第三是認同的危機，轉型的過程是漫長與未知的，領導者應分享轉型的根本原因與階段性成果給夥伴，說服夥伴們接受轉型是必然的過程。

高雄場與台中場由財團法人對外貿易發展協會的蔡宛庭高專以及葉孟杰高專主講，兩位咸表示因為疫情的原因，純數位模式做生意，已成為主流，預估至 2028 年，全球電商市場規模將至 70.9 兆美金。貿協將以六項方案，輔導中小企業運用 AI 科技行銷，結合數位科技公司服務，打造讓中小企業容易運用的 AI 自動化行銷機制。

第一方案為智慧 AI 銷售員，利用 AI 為企業智慧生成英文文稿和企業產品宣傳影片；第二方案為自動化廣告投放，導入生成式 AI，輔導企業操作廣告，精準掌握商機流

量；第三方案為智慧直播，企業用中文直播，支援 70 幾種語言翻譯字幕技術，企業可無痛與海外買主溝通；第四方案為 AI 生成圖片對買主曝光，利用 AI 快速產出創新的圖像，提升視覺效果；第五方案為自動化 VR 虛擬洽談間，提供企業專屬 VR 虛擬洽談間，在 VR 空間中與各國買主進行洽談；第六方案為 VR 商品旗艦展示間，產品數位上架公開展示，並利用 Google GDN 廣告導流商機，讓企業可以透過上述的輔導，利用 AI 智慧打破現狀並創造新商機。

今年度北中南三場次研討會已圓滿落幕，與會廠商代表對於工總邀請之講師及其課程內容相當滿意，除了掌握國內產業在進口品威脅之最新情況，也了解如何申請國內貿易救濟措施，並且在數位化時代下，因應數位轉型，提升企業競爭力，同時學習到在變化的環境中持續提升企業價值。

臺印尼產業交流掀開六國論壇序幕

文■梁志豪（全國工業總會國際處專案經理）



▲「2024 臺印尼產業鏈結高峰論壇」是兩國產業合作最重要的平台。

為擴大我國產業新南向交流，在經濟部支持下，全國工業總會和各國工總持續 8 年辦理新南向六國產業鏈結高峰論壇，而印尼更是其中規模最大、交流最熱絡的國家之一。

臺灣和印尼有著悠久的友好關係，雙方在文化、教育等各個領域都有廣泛且深入的合作，尤其在經濟方面，兩國也擁有穩定的經貿鏈結。去（2023）年在茂物舉辦論壇時，臺印尼雙方的熱烈交

流再再顯示這幾年產官對於產業合作的高度重視。而今（2024）年延續雙方的共識，於 7 月 3 日移師中臺灣舉辦「2024 臺印尼產業鏈結高峰論壇」，由工總印尼分組楊銀明召集人和印尼商工總會（KADIN）臺灣事務委員會 Muliandy Nasution 秘書長共同主持，同時也邀請經濟部何晉滄次長、駐印尼臺北經濟貿易代表處陳忠大使等貴賓共襄盛舉。值得一提的是，

本屆是睽違 5 年後，再次由印尼重量級代表組團，率領逾 60 位廠商訪臺，期盼開創更多合作商機，現場匯聚超過 300 位臺、印尼來賓。為提升交流熱度，工總亦邀請李進步、雲有財、曾健華、陳洋裕、張志毓、翁聰賢、陳泓睿等多位本會代表與訪團交流，深入探討兩國在「智慧機械」、「智慧城市」、「船舶製造」和「食品生技」領域的合作商機。

主持人與貴賓致詞

楊召集人致詞時表示，從 2017 年開始，工總在經濟部的支持下和印尼 KADIN 建立論壇平臺，「臺印尼產業鏈結高峰論壇」迄今已簽署了 32 份 MOU。臺灣有很多產業優勢，印尼也有很大的內需市場，透過論壇的交流，雙方可進行更多互補性的合作。本次之所以選在臺中舉辦，主要是希望能配合展覽，擴大論壇效益，希望能讓臺、印尼產業共創美好的未來。

M 秘書長則表示，印尼和臺灣雖未建立正式外交關係，但從兩國的投資和貿易發展來看，臺灣是印尼的重要經貿夥伴，兩國不斷努力強化產業合作，促進彼此經濟成長。事實上，在過去一年裡，兩國均展現出積極的合作，隨著臺灣和印尼的關係逐漸深化，未來希望能擴大到更多領域的合作。

何次長則說，中部是車輛零組件的重要聚落，非常歡迎印尼方此行透過交流，更清楚臺灣製造業的強項。次長也表示，在全球經濟受到疫情、戰爭、產業鏈轉移等衝擊下，

雙方產業仍持續推動交流，感謝印尼政府的努力，方有今天高峰論壇的盛況。未來希望能藉由過去的合作基礎，擴大到「數位化」、「低碳化」的合作，以達到經濟成長的目的。本次活動依循賴清德總統「布局全球，行銷全世界」方向，以及打造「經濟日不落國」的願景。同時，也依循經濟部郭智輝部長提出「境內關外」的施政重點，未來期望能整合各部會、地方政府以及民間企業與團體的資源與力量，與亞太區域等國創造互利共贏的新合作模式。

本屆論壇促成 5 項合作案

今年的論壇共促成 5 項合作案。在船舶製造領域可謂成果豐碩，經過這幾年來的深化交流，我船廠將和印尼的 PT. KAMPUH WELDING INDONESIA 焊接學校展開合作，培訓及建立印尼人才製造 FRP 船之技術，作為臺灣船廠至印尼設廠的基礎；也將和 PT. Terafulk Megantara Design 設計公司，合作開發印尼交通小船。本次論壇在船舶領域的活動中，除了焊接人才引進技術交流外，並

將安排 FRP 船舶廠的參訪了解製程與技術，推動 FRP 船舶技術交流，作為印尼漁船技術提升，以及解決國內船廠缺工，並研擬雙方合作設廠的可能性。在智慧機械方面，工研院機械所促成新代科技將和印新國際以及自動化協會合作，共同鏈結臺灣印尼雙邊的智慧機械產業技術研發及資源整合，協助對接市場需求和法規，以及提升設備的研發與製造，攜手開拓商機。在紡織產業中，亞東科技大學也將和印尼萬隆理工學院合作，進行雙方紡織人才的培訓。在電子領域中，PT Hartono Istana Teknoloi 也和 PT Delta Electronics Indonesia 簽訂 MOU，預計未來將展開更多的產業合作。

論壇不僅是兩國產業合作的重要里程碑，也為今年的六國論壇掀開序幕，後續工總也將依次展開泰國、馬來西亞、越南、印度及菲律賓之產業論壇，期望能協助我商開創更多合作契機，同時也進一步擴大臺灣在亞太區域的經濟影響力。

危老都更重建更應重視安全品質 重建後的建築如何住的安心放心？

文■戴雲發（Alfa Safe 耐震系統工法創辦人、社團法人建築安全履歷協會創會理事長）

臺灣位處地震帶上，地震發生頻率高且有感，卻也迫使國人逐漸正視危險老舊建築物耐震不足的問題。危老都更重建如同在和大地震賽跑，老舊房屋的不安全是在於早期設計法規與施工品質不夠完善，結構分析程式計算工具也比較不足，甚至於有些是用手計算的，不僅耐震程度不合現行規範，其結構韌性不足難以抵抗強烈的地震搖晃，當超出建築物可以忍受範圍時，房子就會倒塌。

隨著時間推移，臺灣老舊房屋比例不斷在攀升，早期大多數的房子都是低矮建築設計，也沒有規劃耐震強中弱的設計，全臺灣的建築抵抗地震力都相同，房子只要「堪住」就好，之後才開始有區分強、中、弱震區做規劃設計，因此老舊房屋普遍抗災抗震能力不足、也缺乏完善的消防安全設施。尤其臺北盆地內的老舊建築，受土壤液化及盆地效應影響，地震力被放大，原本就不安全的老舊建築更容易造成倒塌。

許多人常有的迷思：

1. 認為自己的房子當年撐過了 921 地震，就代表一定堅固沒問題？！

這其實是不對的！因為 921 地震時，震央最大地震力為 980gel，經查看各地觀測站數據顯示，桃園地區大多數地震力為 50-80gel，

最大到 90gel，而臺北地區距離震央較遠，原則上地震力應該會減弱，卻因受到盆地效應影響，大多數地震力為 70-100gel，最大有高達到 138gel。從另一方面來看，這兩個地區所受最大地震力並不及震央的兩成，因此不能以建築挺過 921 地震都相安無事來相提並論，若是相同地震力發生在北部地區，那後果則不堪設想；另外在土壤液化的部分，921 地震之前，並沒有針對這個部分的相關法規規範，所以現在的老舊建築，若是位於土壤液化區域的話，當地震來襲時是相對更加危險的；加上混凝土也有使用年限，會受到風化和脆化等影響，造成建築物抗壓抗震能力逐漸下降。因此，老舊不安全的建築更應加速進行危老都更重建，建造更安全的建築才能免於地震的恐慌。

2. 只要使用符合設計的鋼筋數量施工，建築就一定安全？

影響建築安全的鋼筋部份，除了鋼筋之數量外，鋼筋施工品質及鋼筋與混凝土材料的好壞也相當重要，比如說鋼筋綁紮工資、混凝土材料也都有等級與價格上的不同差異，這些都應同時考慮，建築才會較安全。沒有正確標準的施工步驟，工頭在缺乏學術養成訓練及追根究底的研究精神下，大多數施工工人不太去思考鋼筋如何綁紮定位才是最安全、最正確的，一般大多認為只要數量夠，沒有少放數量，應

該就可以符合結構安全標準；但事實上是每一根鋼筋的位置及其彎鉤、搭接長度位置等，都和其能發揮的強度及安全性息息相關，不是有放就好，若放錯位置，所能發揮的強度有可能一半都達不到，這些都是很重要的安全關鍵。

不過，「建築安全履歷協會」創會理事長戴雲發提醒，與其說地震造成人員傷亡，倒不如說，不安全的建築才是造成人員傷亡最主因。既然我們無法避免地震的發生，重建後的建築就不該只是將老舊建築拆除重建、汰舊換新而已，有了重新建造的機會，更應朝向不再二次重建的目標，重新重視新建築的結構規劃設計及施工品質兩大要點，如此一來，才能有效符合都更危老之目的。

更重要的是，不僅僅是居住在危險老舊建築物的民眾應該積極參與，在地震帶臺灣的大家都應該共同來關心建築物是否安全的議題。

消費者在選購房屋時，也不應只看宣傳、銷售式的賣點，安全建築是設計與施工都應同時兼具，常用的廣告用語像是全棟鋼骨、全棟鋼石、國際大師建造等，其實就花了很多的建築預算，但這些對於建築本身的安全及施工品質仍是沒有直接幫助的，希望消費者在買房時應重視建築設計及施工品質，才是對建築安全最實質且重要的。

為了確保施工品質能確實做到，現今鋼筋工程已有更安全、更好，且優化傳統 RC、傳統 SRC 工法的方式解決傳統施工無法控管品質的困擾，透過創新系統化施工方式，不僅可以將施工品質確實做到，積極落實建築安全品質透明化執行，從源頭就將建築蓋好，工地現場也可舉辦觀摩會公開施工品質給一般民眾檢視，讓消費者在買房時真正買的安心、住的放心。



▲ 工地舉辦「建築安全履歷施工品質透明化觀摩會」完整呈現房子的內部鋼筋結構，參與的地主可以親自為自己的房子綁紮系統化鋼筋，為自己原本居住的房子留下更深刻的回憶，也將好品質的房子做一個世代的延續與傳承，創造一輩子的幸福與安心依歸。

AI 產業下醫療專利技術與應用趨勢

文■張遠博（全國工業總會智慧財產權處資深專員）

前言

近幾年，生成式 AI 正席捲全球，成為科技發展的兵家必爭之地。根據聯合國世界智慧財產權組織（WIPO）最新報告，中國在生成式 AI 技術專利申請數量上遙遙領先全球，從 2014 年至 2023 年共提交超過 3.8 萬項申請，遠超過第二名的美國（6,276 項）。然而，WIPO 也提醒，專利數量並不等於品質。尤其在科技發展初期，難以判斷哪些專利未來能真正創造市場價值或帶來革命性影響。

近期於行政院 2024 生技產業策略諮議委員會會議（BTC）8 月 28 日落幕，因應 AI 等創新科技帶來跨域應用發展機會，同時思考臺灣現有優勢及競爭力，因此今年的會議有許多建議圍繞在 AI 與生技、及醫療的結合。AI 在提升臺灣醫療產業競爭力方面扮演著至關重要的角色，會議提及 AI 能夠應用於新藥開發、縮短臨床試驗時間、提高藥物生產的精準度並降低成本。此外，結合 AI 軟硬體和臺灣獨特的數據可以優化醫療服務，開發智慧健康監測系統，促進智慧健康和個人化醫療的發展，另外，在次世代醫療資訊系統方面，專家建議在衛福部建立的新 HIS 系統中導入 AI，以提升數據品質和處理能力。

有鑑於此，本文將初探討臺灣生醫 AI 的發展現況與未來展望。首先，在智慧醫療專利申請的趨勢，特別關注技術發展方向與產學研合作模式。接著，將介紹臺灣生醫 AI 的應用趨勢，涵蓋智慧醫院、遠距醫療、數位療法和

藥物開發等領域，並探討臺灣在發展過程中所面臨的機會與挑戰。

智慧醫療專利概況

根據經濟部智慧財產局的分析報告，臺灣智慧醫療專利申請呈現持續增長趨勢，特別是在人工智慧相關技術領域。報告指出兩個主要趨勢：首先，專利申請集中於提高診斷和治療準確性的技術，近十年來，智慧醫療領域的專利申請主要圍繞提升診斷和治療輔助判斷的精準度，並開發先進演算法以增強醫療決策，致力於利用人工智慧提高醫療診斷的效率和準確性。其次，學術界在推動智慧醫療創新方面發揮了關鍵作用，智慧醫療專利申請主要來自學術界，學研機構在智慧醫療研發中扮演重要角色。然而，這也顯示出產業界參與度有待提升，產學研之間需要更緊密的合作，以促進研究成果的實際應用。

生醫 AI 應用趨勢

臺灣的生醫 AI 生態系統正在各醫療領域進行整合應用。智慧醫院方面，AI 技術被整合到醫院營運中，以提升醫療服務的效率和品質，並利用語音辨識和自然語言處理技術簡化電子病歷的記錄過程，減輕醫務人員的行政負擔。在遠距醫療和行動醫療領域，AI 驅動的解決方案促進了這些領域的發展，尤其是在疫情之後。例如，臺灣公司鉅怡智慧開發的 FaceHeart Vitals 方案，利用 AI 技術非接觸式監測心率、血壓、血氧和呼吸等生理

指標，並已獲得美國 FDA 核准。數位療法方面，AI 在開發針對各種疾病（如糖尿病和肥胖）的個性化數位療法中發揮重要作用，這些應用程式利用 AI 演算法提供個性化治療建議、監測患者進展並提供持續支援。藥物開發方面，AI 正在改變藥物開發過程，從藥物發現到臨床試驗，AI 演算法能分析大型數據集，識別潛在藥物靶點、預測藥物有效性並加速臨床試驗過程。

機遇與挑戰

儘管臺灣在生醫 AI 領域擁有巨大的潛力，但也面臨一些挑戰。首先，需要加強產業界的參與，雖然學術界在生醫 AI 研究方面取得了重大進展，但產業界的參與對於將這些創新轉化為可行的產品和服務至關重要。建立促進產學研合作的橋樑，以縮小研究與商業化之間的差距是必要的。其次，AI 演算法的成功依賴於大量高品質數據的可用性，因此臺灣需要建立強大的數據治理框架，以確保數據隱私、安全和互通性，同時解決數據所有權和患者隱私方面的倫理問題。此外，隨著 AI 在醫療保健領域的應用越來越廣泛，建立明確的監管框架以指導其開發和部署至關重要，這包括確保患者安全、數據隱私以及 AI 驅動醫療設備和解決方案的有效性。最後，生醫 AI 的發展需要具備跨領域技能的人才，包括醫學、工程、數據科學和法學專業知識，因此臺灣需要投資於教育和培訓計畫，以培養滿足行業需求的生產力。

未來展望

透過解決現行生醫 AI 運用方式所遇到的困難點，產業有望將危機轉化為契機。AI 生醫產業技術可專注於特定的利基領域，如精準醫療、遠距醫療或數位療法，利用其獨特優勢開發具有競爭力的創新解決方案。另外，可進

一步促進與國際公司、研究機構和組織的合作，將為產業提供獲得先進技術、共享知識和擴大生醫 AI 解決方案市場的機會。此外，政府、產業和學術界之間的協作對於培育支持性的生態系統至關重要，透過生態系統將促進創新、提供資金並推動臺灣生醫 AI 產業的增長。

結論

AI 擁有徹底改變醫療產業應用的潛力，尤其臺灣在 AI、半導體及 ICT 專業技術加持下，透過研發醫療技術專利佈局、AI 智慧醫療解決應用方案且解決當前資安隱私蒐集的情況，智慧醫療可以創造導向更健康、安全的發展，並期待在不久的將來臺灣有機會在全球生醫 AI 領域佔有重要一席之地。

參考資料：

- 劃時代的轉捩點！AI 助生醫產業譜出新篇章 <https://www2.deloitte.com/tw/tc/pages/about-deloitte/articles/pr20240709-lshc-forum.html>
- 智慧醫療專利技術分析 <https://www.psc.org.tw/upload/17/2020062017361952163.pdf>
- 生成式 AI 專利 陸申請量冠全球 <https://www.ctee.com.tw/news/20240705700152-439901>
- 智慧醫材結合 AI 應用 4 大新趨勢 <https://college.itri.org.tw/Info/InfoData/5110501b-b17d-40c0-b1aa-daac7bfd524>
- 臺灣優勢及競爭力 AI 醫療應用扮要角 https://www.taiwan-healthcare.org/zh/news-detail?id=0sj0btb6eyckp67f&utm_source=EZMail&utm_medium=email&utm_campaign=dailynews_0830

AI 的崛起：企業是否應該擔憂競爭對手改變競爭模式？

文■蘇偉仁（全國商業總會會務顧問）

「想像你的主要競爭對手一夜之間自動化了他們的業務流程，你準備好應對這樣的挑戰了嗎？」你的主要競爭對手在一夜之間實現了業務的全面智慧化。他們的新產品全都具備連結生成式 AI 智慧互動的能力，客戶服務由 AI 智能客服系統處理，產品行銷內容是用生成式 AI 自動產生，而且隨時依各區域市場消費偏好，生成差異化內容及多種語言影音版本。

這種未來並非科幻情節，而是已經在某些領域變成現實的 AI 技術。生成式人工智慧（Generative AI）的迅速發展，各式各樣的圖、文、影、音自動交互生成、識別與詮釋的能力更是日益驚艷全球。正在顛覆各行各業的競爭規則，企業競爭的邊界變得模糊，傳統的競爭優勢正被新技術重新定義。

無論是率先採用 AI 的創新者，還是正在觀望的企業，AI 都將是未來商業競爭的重要戰場。你是否擔心自己的企業會因為競爭對手率先採用 AI 技術而落後？還是應該謹慎行事，觀察市場變化再做決策？這些問題的答案並不簡單。究竟 AI 是“通往烏托邦的捷徑”，還是“企業獲利的攔路虎”，這些爭議仍然持續不斷。

根據麻省理工科技評論（MIT Technology Review Insights）和澳洲電信公司 Telstra 對全球 300 多名商界領袖進行的調查顯示，雖然約 75% 的受訪者在 2023 年開始嘗試生成式人工智慧（Generative AI），但只有 9% 的人表示他們已廣泛採用這項技術。大多數早期採用

者僅在有限的業務領域部署了生成式人工智慧，並在後續擴大採用時面臨一些阻力，例如缺乏 IT 基礎設施和能力、強有力的治理結構和指導方針以及適當的企業文化和技能素養。顯然，全球企業的生成式人工智慧採用率尚未與該技術的知名度相匹配，資料隱私、監管和 IT 基礎設施仍是其主要障礙。

Telstra 行銷主管 Chris Levanes 表示，2023 年的早期採用者大多部署該技術在自動化重複性、低價值的任務，因為這些任務需要較少的人工監督。多達 85% 的受訪者預計在 2024 年將生成式人工智慧用於這些低價值任務，其中 77% 的受訪者期望將其應用於客戶服務，74% 的受訪者期望將其應用於戰略分析。產品創新、供應鏈物流和銷售是其他可能部署的領域。

投資銀行高盛（Goldman Sachs）於 2024 年 6 月發布主題為“生成式人工智慧：支出太多，收益太少？”的報告也提出了類似的觀點：「AI 目前的技術在應對複雜任務時仍有局限性，雖然未來可能會出現技術突破，但這些突破對生產力的實際影響可能需要較長時間才能顯現。」該報告中接受高盛採訪的麻省理工學院 Daron Acemoglu 教授指出，AI 模型進展不會像許多人認為的那樣快，並質疑 AI 採用是否會創造新的任務和產品。而也正與目前許多企業還在觀察 AI 發展的市場風向、投資報酬率、以及評估企業本身是否具備導入 AI 科技的必要性，這態度不謀而合。

企業是否需要積極擁抱 AI

隨著生成式 AI 在全球市場的快速推廣，許多企業擔心未來可能會被率先導入 AI 的競爭對手超越。然而，許多企業決策主管認為，企業對生成式 AI 的準備仍不充分，甚至部分企業選擇暫緩導入 AI，原因包括高昂的技術成本、不確定的商業回報及數據隱私問題，以及員工還不具備成功實施生成式 AI 所需的科技素養。

根據麻省理工學院的應用經濟學教授（Daron Acemoglu）最近發表的研究也顯示，GenAI 的效益影響預測取決於該技術整合到組織中的速度。一些企業的 GenAI 應用可提高生產力。然而其他導入的 GenAI 應用也可能會浪費時間和金錢。同時，目前大多數對 GenAI 影響未來 GDP 的經濟預測（未來十年 GDP 年均成長 1.5% 至 3.4%）也存在太多不確定性。

因此，雖然生成式 AI 的應用確實在某些領域創造了新的商業機會和競爭優勢，但這並不意味著未使用 AI 的企業會立即被淘汰。在大多數情況下，企業的成功取決於對客戶需求的深度掌握、強大的品牌價值和高效的營運模式，而非單純依賴技術工具。因此，暫時不打算導入 AI 的企業，更應該重點專注於自己的核心業務，並持續改進產品和服務質量。同時，密切關注 AI 的發展趨勢，當市場需求和企業資源達到平衡時，再考慮逐步引入 AI 技術，將是更為穩健且有效的策略。

企業常見的 AI 早期應用方向

在生成式 AI 的應用上，企業競爭對手可能採取的創新策略將深刻影響行業格局。我們可以分別從拉開技術部署快慢差距、在地化創新經驗累積及客戶體驗價值提升三個方向進行觀察。

首先，「技術部署的快慢差距」是一個關鍵因素。領先的企業往往加速將生成式 AI 應用於供應鏈、行銷、自動化等業務，佔據 AI 創新部署的時間優勢。這意味著其他企業需要加快技術整合步伐，縮短部署時間，並通過現有技術工具迅速實現應用落地，以應對技術落後的風險。

其次，「AI 適地化門檻」亦是不可忽視的信號。中國和歐洲正逐步利用本土市場的優勢，建構創新應用的競爭門檻，無論是中國的技術自主性，還是歐洲的語言多樣性和隱私及盡責法規壁壘，這些都讓當地企業在生成式 AI 的應用上佔據了優勢。當競爭對手開始強化對不同區域市場的理解與服務，打造針對不同市場需求的產品解決方案時。品牌企業為避免被區域競爭者搶佔市場，需要研判其競爭對手是如何針對各個區域市場進行 AI 的創新佈局。

最後，「客戶體驗及價值提升」已成為競爭焦點。如果競爭對手將生成式 AI 的應用轉向個性化和客戶體驗的提升，這將是一個重要的競爭信號。競爭對手若開始加強此類應用，企業應立即調整資源分配，強化對客戶的掌握及滿足個別客戶需求的回應能力，提供更精準的市場行銷和客戶服務。綜合上述說明，我們進一步整理如下：（如圖 1）

企業可以預先做哪些準備，增強應變能力

對於尚未打算導入 AI 應用的企業而言，除專注於核心競爭力的提升之外，也可以參考以下四項策略建議（如圖 2），對於尚未開始使用生成式 AI 的企業提前做好準備，減少被採用 AI 技術的競爭對手超越的風險。

結論：AI 革命中的審慎前瞻行動指南

生成式 AI 的迅速崛起確實為全球帶來了深刻的變革，但當前的世界同時也面臨多重挑戰，例如氣候變遷、地緣政治風險、通貨

觀察角度	競爭信號觀察說明
是否藉由快慢差距拉大企業競爭優勢	競爭對手的AI應用是否： • 縮短產品研發周期，利用生成式 AI 作為員工「助手」，廣泛應用於產品研發、自動化工作流程、模擬測試等 • 發展可驅動整個生態系統能力的閉環平台，形成產品與第三方服務的深度整合
是否運用AI建立在地化競爭優勢	競爭對手的AI應用是否： • 憑藉AI法規的差異，提早調適並落地，擴大後進者進入壁壘 • 發展適應當地需求的 AI 模型，為不同行業及地區提供客製化服務 • 顯著提升 AI 部署速度，同時密切關注競爭對手的專利佈局
創造客戶差異化能力	利競爭對手的AI應用是否： • 競爭對手開始強調個性化服務的應用，暗示利用生成式AI解析消費者並提供客製化產品 • 利用 AI 強化跨語言溝通能力，提升客戶服務範圍的覆蓋與回應效率 • 轉移市場競爭重點，從增強效能到客戶體驗的深度整合

◀ 圖1：競爭對手在AI上可能採取的應用策略

策略	說明	具體應因作為
提升AI科技素養	提升全公司對AI技術的理解，為未來的技術引入打好基礎	• 參加工作坊、課程，組建技術探討小組 • 並鼓勵管理層參加培訓，理解AI在戰略層面的應用
數據化現有企業資產	數據是公司的核心資產，確保企業資產能夠支持未來AI應用	• 強化數據收集與清理數據的資訊系統能力，特別是與客戶相關的互動數據 • 加強數據隱私安全的管理機制
探索AI工具的低風險應用	利用低風險AI工具提升效率，為未來的全面應用進行驗證	• 從簡單的AI應用開始，測試AI在客服或市場分析中的效果，降低導入風險 • 使用現成的生成式AI平台進行簡單應用
與AI專家或技術夥伴合作	尋找AI專家及技術合作夥伴，保持與技術發展同步	• 掌握市場趨勢及最新的AI解決方案和應用場景 • 掌握領頭羊企業導入AI的適用領域與步驟

◀ 圖2：企業可以預先做哪些準備增強應變能力

膨脹和企業永續發展等。這些因素加重了企業決策的複雜性，使得在 AI 革命中保持靈活與審慎的應對策略成為關鍵。建議企業在未來應該採取以下行動指南，以確保在 AI 浪潮中穩步前進：

1. 提升決策層的 AI 科技素養：

不僅技術人員需要掌握 AI 知識，企業的決策層更需要理解 AI 的應用潛力與風險。建議企業定期舉辦 AI 培訓或參與技術論壇，以便決策者在技術革新時能做出正確的判斷。

2. 加強跨業數據合作與保護：

未來的競爭將是 AI 結合數據的競爭。企業著眼於強化數據收集和安全的同時，還應探索「企業數據聯盟」的概念，即與行業內外的合作夥伴共享數據資源，以提升 AI 模型的精度與效能。

3. 靈活的雙軌策略：

AI 技術的發展速度難以預測，因此企業必須保持靈活性。企業在面對 AI 革命時應建立「兩手策略」，一方面繼續強化現有的核心競爭力，如提升客戶關係、加強品牌價值；另一方面，企業可以建立內部 AI 研究小組或與外部 AI 技術供應商合作，從而在不急於投入的情況下，保持對最新技術的敏感度。這樣，當技術和市場條件更加成熟時，企業可以迅速切換到更高效的營運模式，而不會因為準備不足而落後。

總而言之，AI 革命的浪潮已不可逆轉，但企業的成功與否將取決於其如何靈活應對技術變革，並在此過程中保持謹慎。既要深耕現有的競爭優勢，又要為未來的技術創新做好準備，這是企業在快速變動的市場中穩步發展的關鍵。

菲律賓 電動車布局新版圖

文■陳以珊（全國工業總會國際處資深專員）

近年東南亞國家的經濟表現，不只越南一枝獨秀，菲律賓經濟增長率亦優於多數國家，甚至在 2022 年的 GDP 總值追趕上馬來西亞，國家間的貿易地位變化已不可同日而語。作為東協第二大人口國，菲律賓在 2023 年已達到 6.7 億人口，其中 1.15 億為年輕勞動力，不僅適合作為一個龐大的市場，這些大量且使用英語的人才，也提供了充足的勞動力，可望承接製造業，成為新的亞洲工廠的重要基地。因此，在今（113）年 11 月即將舉行的「2024 臺菲產業鏈結高峰論壇」前，工總於 6 月 28 日先行舉辦「2024 菲律賓電動機車產業商機研討會」，由工總許介立常務理事主持，邀請經濟部產業發展署林德生主任秘書、中華經濟研究院徐遵慈主任、臺灣電動智能自行車協會蘇雍翔秘書長、信通交通器材股份有限公司黃安正總監、ACETECH Electronics Corp. 蔣隆文總經理，帶領與會業者一同探討菲律賓電動車產業發展機會。

菲律賓經濟趨勢與投資機會

菲律賓 2022 年對外貿易總額約 2,162 億美元，出口額 790 億美元，進口額 1,372 億美元，呈現逆差之勢。以東協國家在進出口貿易仰賴程度來看，菲律賓落後新加坡、越南、泰國，係因菲律賓過往重要產業別為服務業，是以服務為導向的經濟體，而並非高

度倚賴貿易的國家。為了增加對外貿易條件並促進出口，菲律賓近年強化發展製造業，並祭出政策急起直追。倘就經濟複雜程度來看，菲律賓在服務業和供應鏈的建構方面，在東協中排行第四，僅僅次於新加坡、馬來西亞、泰國，並領先越南、印尼。

事實上，菲律賓在 2022 年選舉後，隔年便開展了五年期經濟發展計畫，一方面促進菲律賓整體經濟發展，一方面也擇定菲律賓兼具潛力與發展優勢的重要產業，並設定經濟成長目標，預計 2024 至 2028 年每年成長幅度可高達 6.5 至 8%。倘依循前幾年的發展脈絡，即可發現該目標對菲律賓而言並非完全不可行，加上菲律賓政府近年推動工業 2.0，積極強化製造業之技術能力，也因應全球數位化時代來臨，協助勞工技術升級。在能源方面，眾所皆知，菲律賓電費費率相當高昂，不論是前後任政府均致力於改善能源結構，降低能源價格，小馬可仕更表示將致力推動潔淨能源，相關政策都牽引著電動汽、機車往後的發展。除了對內推動產業發展，對外的貿易政策也與之銜接，諸如簽署一項項貿易協定，創造更優渥的貿易條件，讓進駐菲律賓的外資充分利用 FTA 所享有之關稅優惠，建立對外出口的生產基地。其實，菲律賓本身即是受惠於 FTA 的重要經濟體，更因 RCEP 收穫更大的經濟成長動能，特別是

在農產品、汽車零組件、成衣等產品這些出口品項。

進一步觀之，菲律賓在 2022 年的進口來源國，包含中國、印尼、韓國、美國，皆為簽署東協 +1 的 FTA 國家，而美國，是菲律賓重要經貿夥伴，除因過往的殖民關係，先前也是美國在東南亞地區、除了泰國外的另一個盟友。由於小馬可仕政府上任後積極出訪，美國、日本已承諾將加大投資比重，菲律賓也希望把握供應鏈轉移的機會，透過本身的關稅優惠與 RCEP 優勢，逐步修改外人投資法規，建立綠色通道，簡化投資申請，以乘勝吸引外資。其中即包括降低外人投資持股比重，調整電動車進口限制，使菲律賓製造業與服務業在疫後有明顯增加。在雙邊的戰略性合作中，美國、日本也答應協助菲律賓改善基礎建設，可視為臺灣未來強化國際合作的切入點。除了 FTA 因素，美國、歐盟將持續給予菲律賓 GSP 優惠，因此即便沒有 FTA 關係，仍可透過 GSP 機制下的關稅優惠從菲律賓出口。

菲律賓電動車產業商機

近年來，全球極端氣候頻仍，淨零碳排放成為產業集體共識，各國政府紛紛調整產業政策，投入資源發展潔淨能源與綠色技術，菲律賓也不例外，積極制定電動車發展目標，2022 年提出策略優先合作計畫（SIPP），強化綠色生態系，並針對電動車零組件、充電設備、技術能源提供不同的補助和稅務優惠，以促進整個菲律賓電動車產業的發展，未來也希望電動車滲透率達到 15%，10 年後製造 40 億個電動車零件…等，因此，為了加速車輛轉型，自生產端或銷售端都能從油轉電，可望菲國政府提

供製造商更多激勵措施，亦可期待日後在整個新能源領域有更多表現。

根據菲律賓統計，2023 年首季電動車銷量與 2022 年相比成長 500%，預期 2030 年電動車將超過 660 萬臺，當中絕大部分為二輪車，比例占 83%，估計為 550 萬輛。由於菲律賓交通易堵塞，加上首條地鐵還在起步階段，目前仍以捷運與公共巴士為主，大眾也習慣以二輪車代替部分大眾運輸，使得機車產業蓬勃發展。僅是 2022 年註冊的機車便有 850 萬臺，顯示菲律賓電動機車市場潛力之巨大，預期 2023 年整年電動二輪車銷售可達 250 萬臺，銷售金額達到 41.2 億美金；倘以每年複合成長率 5.43% 來計算，到了 2027 年，市場規模則可達到 50.9 億美金，十分可觀。

在菲律賓的鄉村地區，吉普尼是常見的交通工具，全國約有 23 萬輛臺，占公共運輸市場的 60%。與其他由政府推動的公共運輸不同，大部分吉普尼屬於私人駕駛，註冊後即可自行營業，因此在馬尼拉市區隨處可見。隨著經濟發展與高漲的轉型意識，菲國政府希望協助吉普尼過渡到現代化，並集中執照以達統一管理，便自 10 年前開始倡議，包括以合作社的方式運作，歷經重重挑戰後，終於在今年 4 月才取得初步進展，惟目前只有 3% 吉普尼成功轉型。其實 Achtech 便是看到其中商機，協助吉普尼進行改裝和更新，針對目前傳統引擎碳排放無法達到國際要求的部分，進行電動化改造，也創造一段緩衝期，一來能支持吉普尼的繼續運行，也能滿足大多民眾的通勤需求。蔣總經理認為，菲律賓有大量鎳礦可提煉製成電池，但是當地缺乏本土製造商，90% 的電芯及組裝電池均依賴中國進口，加上菲國人對

電池循環與化學的了解相對低，不只市場的改裝需求巨大，也存有廣大的維修服務商機。

臺菲產業合作機會

臺菲從過往至今一直都是彼此重要的貿易投資夥伴，雖然未及越南來得密切，但越南因 2022 年下半年大量外資湧入，造成缺工限電窘境，逐漸有外資持保留態度，臺商也不再蜂擁越南，自去年開始也根據不同國家、產業，尋找更適當的投資地，此時正是重新了解菲律賓產業的好時機。目前，在菲律賓投資案，美德醫療、緯創、金寶、光陽、裕隆、中租控股…是較大的投資案，服務業的代表性企業則有統一，還有 10 多家銀行在當地設立分行，產業別及樣態相當多元，其經營和投資模式，將是臺灣廠商未來進軍菲律賓市場或生產基地非常務實的參考。

隨著全球情勢發展，供應鏈不斷轉移，臺商可以利用本身優勢，加強與菲律賓產業合作，共同發展供應鏈的安全韌性。除了 GOGORO 已擴展至菲律賓版圖，並與 ALAYA 合作發展 B2B 電池交換系統外，臺達電亦在

菲律賓設立充電樁。目前在菲律賓，HONDA 和 YAMAHA 是主要的摩托車品牌，其中 HONDA 的市場份額約為 42%，已被多數東南亞人視為摩托車的代名詞，是知名且成功的企業。然而，目前日商在電動摩托車轉型方面的投入和決心尚顯緩慢，這也為臺商進軍該市場提供了機會。

此外，由於東南亞特殊豐富的地形與環境，二、三輪車成為當地居民的日常交通工具。根據不同路面和排水情況，各種車型都有其適用之處，市場上絕大多數的二、三輪車種都來自同一家廠商的製造與設計。因此，欲發展摩托車市場的廠商未必要放棄三輪車的商機，反而可以將二、三輪車納入綜合考量，從而更好地把握市場機會。電動智能自行車協會蘇秘書長也表示，臺灣出口歐盟市場，有兩項第一，「一為半導體，一為電動自行車」，並認為臺商企業在電動車產業可以有更多著墨，像是提供一站式採購解決方案，如 ECU、VCU、MCU、Sensor、IOT 設備、ADAS，尤其 ADAS 可以用於兩輪車，實務已有電動腳踏車使用，可料未來電子化需求繼續增長。



▲ 圖片由臺灣電動智能自行車協會整理提供

大陸 20 屆三中對臺商的機遇與挑戰

文■黃健群（全國工業總會大陸處處長）

7 月 15-18 日，決定中共重要路線的 20 屆三中召開，會議審議通過了《中共中央關於進一步全面深化改革，推進中國式現代化的決定》（以下簡稱《決定》）。不可諱言，隨著歐美對大陸日趨防範，全球貿易保護主義浪潮有升高趨勢；對臺商來說，勢必面臨新一波的挑戰。本文透過對 2 萬 2 千多字、共 60 條《決定》的爬梳，聚焦並分析未來大陸經貿政策路線，以此掌握大陸臺商可能的機遇和挑戰。

一、20 屆三中不只強調「發展」，還重視「分配」

自 1978 年 11 屆三中全會拉開大陸改革開放的序曲後，歷屆三中全會通常會提出重大經濟戰略。因此，比較習近平上任初期的 2013 年 18 屆三中和今年 20 屆三中，可更清楚看出習近平經濟路線的轉折方向。

18 屆三中會時，中共認為大陸處於跨越中等收入陷阱階段，存在仍是「發展」問題；因此要「使市場在資源配置中起決定性作用」，透過「全面深化改革」，在 2020 年「全面建成小康社會」。2022 年中共 20 大再定調，大陸已進入「新發展階段」，社會主要矛盾已經轉化為人民日益增長的美好生活需要和不平衡不充分的發展之間的矛盾。因此，持續推動發展固然重要，但更要面對發展不平衡不協調不可持續等問題。習近平多次強調，「看不見

的手」和「看得見的手」要並用，並在「不讓資本大鱷恣意妄為」前提下，又要「發揮資本作為生產要素的功能」；透過「進一步全面深化改革」，推進中國式的現代化。

也就是說，18 屆三中和 20 屆三中都強調「改革」，18 屆三中強調「全面深化改革」，20 屆三中強調「進一步全面深化改革」，而這個所謂的「改革」，更多著重頂層設計而非只聚焦經濟路線；且由於政府在社會資源的分配中必須起到更重要作用，因此帶有「大政府」思維。不同的是，18 屆三中較多著重在「發展」，20 屆三中更多著重在「分配」。

二、20 屆三中指出的產經政策方向

18 屆三中和 20 屆三中都強調，「深化經濟體制改革」是全面深化改革的重點。基於此，檢視三中全會公報《決定》，其中提到和經濟體制相關主要有兩大部分：第一部分是作為「中國式現代化的重要保障」的「構建高水平社會主義市場經濟體制」，這部分包括「堅持和落實『兩個毫不動搖』」（第 5 條）、「構建全國統一大市場」（第 6 條）、「完善市場經濟基礎制度」（第 7 條）等三大政策重點。第二部分是「全面建設社會主義現代化國家首要任務」的「健全推動經濟高品質發展體制機制」，這部分的政策重點包括「健全因地制宜發展新質生產力體制機制」（第 8 條）、「健

全促進實體經濟和數位經濟深度融合制度」（第9條）、「完善發展服務業體制機制」（第10條）、「健全現代化基礎設施建設體制機制」（第11條）、「健全提升產業鏈供應鏈韌性和安全水準制度」（第12條）等五大政策重點。

（一）有關「構建高水平社會主義市場經濟體制」的重點

提到「市場」和「政府」關係，《決定》在談到「構建高水平社會主義市場經濟體制」時一開始就強調必須「更好發揮市場機制作用」；「既『放得活』又『管得住』」。有論者認為，18屆三中強調的是「充分發揮市場在資源配置中的決定性作用」，20屆三中強調的是「更好發揮市場機制作用」，「市場」在資源配置中作用由18屆三中的「決定性」到20屆三中的「機制」，意味「市場」作用將弱化；但由於中共20大才提到「充分發揮市場在資源配置中的決定性作用」；因此應該只是敘述上的簡化，並不能就此論斷中共已將決定弱化「市場」的作用。

進一步看，18屆三中和20屆三中都提到經濟體制改革的目標是「構建全國統一大市場」和「推進要素市場化改革」，20屆三中還多增加了一個「完善市場經濟基礎制度」。中共20大時就強調，產權保護、市場准入、公平競爭、社會信用是社會主義市場經濟基礎制度；換言之，中共認為透過市場進一步的規範，有利於企業、特別是外商投資。

（二）有關「健全推動經濟高品質發展體制機制」的重點

《決定》中提到「經濟高品質發展」這個任務時，強調要「塑造發展新動能新優勢」，

最重要的關鍵就在所謂的「新質生產力」。

中共強調，這個作為「推動技術革命性突破、生產要素創新性配置、產業深度轉型升級」，以及「推動勞動者、勞動資料、勞動對象優化組合和更新躍升」，同時「催生新產業、新模式、新動能，發展以高技術、高效能、高品質為特徵」的生產力，將透過傳統產業的升級、戰略性新興產業的培育，以及未來產業的布局，實現大陸產業從「跟跑、併跑、領跑」的過程。

值得注意的是，《決定》指出為推進新質生產力，要「鼓勵和規範發展天使投資、風險投資、私募股權投資，更好發揮政府投資基金作用」。換言之，在發展新質生產力過程，政府仍扮演積極主動的角色。因此，《決定》中指出的新一代資訊技術、人工智慧、航空航天、新能源、新材料、高端裝備、生物醫藥、量子科技等新興戰略型產業，以及大陸工信部今年7月初公布的未來產業，包括人形機器人、腦機接口、元宇宙、下一代互聯網、6G、量子科技、原子級製造、深海空天開發等，都是值得關注的重點。

三、在陸臺商可能的挑戰和機遇

（一）挑戰：大陸市場經濟體制存在活力不足等問題

18屆三中時，中共認為大陸社會主義市場經濟體制雖然已經初步建立，但仍存在不少問題，主要包括：1. 市場秩序不規範；2. 生產要素市場發展滯後；3. 市場規則不統一；4. 市場競爭不充分。20屆三中，中共則認為，現存主要問題包括有效需求不足、部分行業產能過剩、社會預期偏弱、風險隱患仍然較多、國

內大循環存在堵點；總體來看，就是發展不平衡不充分問題仍然突出，推進高質量發展還有許多卡點瓶頸。

換言之，除了無法操之在己的國際因素，上述大陸存在的問題，對在陸臺商來說都是挑戰。事實上，這些問題歸納來看，就是市場活力不足，關鍵則是政府和市場的關係。

《決定》提到，「經濟體制改革仍然是全面深化改革的重點，經濟體制改革的核心問題仍然是處理好政府和市場關係」；因此，雖然中共一再強調要「放得活」又「管得住」，但「放」和「管」之間要如何理順、如何取得衡平？以致不會出現 11 屆三中以來「一收就死、一放就亂」的困境，這極大地考驗大陸當局的治理能力。

（二）機遇：政策引導下特定產業將獲得政府資源及市場機會

對中共來說，既定政策是透過「融合發展」鼓勵在陸臺商參與「中國式現代化」。也就是說，符合大陸國家發展戰略下，在陸臺商將獲得更多機會。可以預見，在「高質量發展」、「自主創新」、「新質生產力」等主旋律下，大陸當局將一方面鼓勵傳統產業臺商，引入新技術和新工藝，使其產業朝向高端化、智能化、綠色化提升；另一方面通過稅收優惠、財政補貼、技術研發支持，鼓勵臺商投資數位經濟、人工智能、新能源、新材料、生物製藥、商業航天、低空經濟等戰略性新興產業，以及量子、腦科學等未來產業。

由此來看，對具研發能力、擁有高新技術的臺商來說，其在大陸將獲得更多政府資源及市場機會。但在大陸本土產業快速崛起，以及加速推動進口替代政策下，對以大陸為

主要出口市場的臺灣企業來說，除非產品具有不可取代性，否則對低附加價值、技術門檻不高的臺商來說，勢必透過產業的升級或在地化布局，才有機會繼續參與大陸市場。也就是說，臺商在由原本成本考量轉向內需市場考量下，將加速在陸臺商的在地化鏈結。此外，大陸臺商將隨著大陸產業政策，群聚在特定區域；例如東南沿海的大陸臺商，將可能轉移到中西部、各地自貿試驗區，特別是福建、海南等對臺先行先試地區。

四、結語：未來兩岸經貿將產生巨大的改變

對在陸臺商來說，雖然美中的持續對抗，會讓在陸臺商由「左右逢源」變成「左右為難」；與此同時，大陸雙碳目標下的綠色轉型、產業結構調整下的企業升級、共同富裕願景下生產成本的增加，都將增加臺商的成本；換言之，上述挑戰都將形成「推力」。然而，中共 20 大以來揭櫫的產業升級、強化內需市場等戰略，對在陸臺商來說，都將是一個新的契機；亦即將形成「拉力」。

基於此，再檢視兩岸經貿關係的變化，可以預知：在中共加大推動進口替代政策下，大陸勢必減少自臺灣進口低附加價值、或足以自給、或另有進口來源的產品；與此同時，中共將透過政策優惠及市場誘因，更積極吸引具關鍵技術、能生產關鍵零組件的臺灣企業赴陸投資。也就是說，隨著大陸對臺灣產品進口需求的減弱，兩岸貿易依存度將逐漸降低；但選擇赴陸投資的臺商，將透過股權、技術而非僅是過去的供應鏈合作，選擇加入紅色供應鏈。由此來看，未來兩岸經貿圖像，將在「拉力」和「推力」的相互拉扯下，呈現巨大改變！

量子電腦即將到來，後量子資安時代的商機與挑戰

文■數位發展部數位產業署

量子電腦帶來的資安風險

近年來，Amazon、IBM、Intel 和 Google 等科技巨頭積極發展量子電腦，而台灣在今年也成功打造出首部量子電腦。量子電腦擁有獨特的量子位元結構，使其能同時處理多個狀態並進行並行計算。這項能力使得量子電腦在應對複雜計算問題方面，相較於傳統電腦具有顯著的運算加速優勢，其中包括密碼學問題。

儘管現有量子電腦仍面臨一些技術挑戰，但隨著這些問題逐步解決，未來量子電腦將能快速破解目前廣泛使用的非對稱加密算法，例如 RSA（Rivest Shamir Adleman）、ECC（Elliptic Curve Cryptography）和 DSA（Digital Signature Algorithm）。

一旦量子電腦可快速破解密碼系統，加密的網路活動將變得不再安全，引發諸多資安問題。企業或機構在網際網路上傳遞的加密資訊可能會被破解，線上交易和電子商務等活動也可能遭到竊取、篡改或破壞。

後量子密碼標準發展

有鑑於此，有必要替換現行大宗運用的 RSA、ECC、DSA 加密演算，改用另一套密碼演算法，且新的演算法，必須是量子電腦也難以快速破解的，同時新演算法的運算量是現行一般傳統電腦所能負荷的，此種新演算法稱為後量子密碼（PQC, Post-quantum cryptography），意即能抵抗量子電腦運算破解的密碼演算法。

自 2015 年以來，美國國家標準暨技術研究院（NIST, National Institute of Standards and Technology）一直與世界各地的專家合作開發新的後量子密碼學標準，該標準將適用於目前的現行電腦運算，同時能夠抵抗未來的量子電腦，NIST 在 2016 年向全世界的密碼學家發出挑戰，舉行了一個關於制定後量子加密標準的競賽，目的就是選出可以抵抗量子電腦威脅的密碼學系統，成為新一代安全標準。

在經過一連串的競賽與標準制定程序，NIST 在 2024 年 8 月 13 日正式發布 3 項

後量子密碼演算法標準，包含 FIPS-203（ML-KEM）、FIPS-204（ML-DSA）、FIPS-205（SLH-DSA）。這些演算法主要聚焦兩個任務，一是用來保護公開資訊的密鑰封裝機制，另一個是用來進行身分認證的數位簽章。

後量子時代的商機與挑戰

量子電腦發展將對現有加密技術帶來威脅，是繼 Y2K 千禧蟲危機後的資安重大挑戰，有人稱之為 Y2Q，這是危機也是轉機，更是商機。後量子密碼理論上期望現行一般電腦就能即時完成加解密運算，但實際上可能因為演算法的特別性、運算過於繁複等，而需要大量耗用現行電腦運算力，電腦難以即時完成加解密，導致不實用等，如此即有必要針對後量子密碼演算法設計及產製硬體加速晶片，未來後量子密碼的硬體加速電路將具有巨大商機，包含晶片的設計研發、生產製造等。

此外，後量子密碼保護技術在實際應用面上，金融、醫療等產業因涉及機敏資料保存且資料保存較長時間，

預估此類型需求業者將會優先評估採用，未來因應各產業密碼遷移的需求，將會帶來龐大的商機。

目前後量子密碼保護技術尚屬於前瞻技術領域，所有參與者都站在同一起跑線上，台灣廠商可把握機會，善用台灣在 IC 設計、硬體製造的優勢，搶攻後量子資安這塊「新藍海」。

然而要將現行密碼更換為後量子密碼，雖然充滿商機也充滿挑戰。產業密碼轉換將是一場浩大的遷移工程，資安業者、晶片業者或是 SI 業者等，都需要先完成後量子產品及解決方案開發，而需求業者則需盤點自身資訊系統從端點、網路到雲端的加密演算法，並進一步評估密碼轉換的優先順序以及遷移策略，更基本的，也需要提升產業對於未來量子電腦解密風險的基礎認知。逐步推動密碼遷移至後量子安全等級，需要政府、學界及產業界共同努力。

後量子資安產業聯盟

為推動後量子密碼保護技術發展及產業密碼遷移，數發部數產署 2024 年開始執行相關計畫，輔導國內廠商投入後量子加密技術開發並協助應用方案落地，提升產業後量子技術能量；發展密碼盤點評估工具，協助產業評估自身風險；辦理說明會、展會推廣產

業研發成果及擴散後量子密碼遷移意識，擴大市場需求，加速後量子密碼產業成長以掌握未來商機。

數發部數產署並於 2024 年 5 月推動成立「後量子資安產業聯盟 (Post-Quantum Cryptography Cybersecurity Industry Alliance，簡稱 PQC-CIA)」，以「技術研發、應用檢測、培訓推廣」為主軸，凝聚國內後量子資安產業研發能量，透過聯盟協同產業生態，促進產業創新與拓展國際市場，提高我國在資安領域的國際競爭力。除了推出後量子安全晶片設計公版，協助企業加快研發與驗證腳步，也於台灣各地區辦理一系列後量子資安課程與工作坊等活動，擴散知識並培育後量子資安人才，

為產業未來推動後量子資安產業奠定基礎。

聯盟目前已有 22 家會員加入，包含中研院、工研院、資策會、台灣大學、成功大學、中山大學、鴻海研究院、池安量子資安、智能資安科技、威宏科技、宇鼎科技、全濠科技、竣盟科技等，集結產學研資源，共同推動後量子技術及應用發展，協助資安產業掌握後量子前瞻技術，共同開拓未來後量子商機。

聯盟現正在招募會員當中，歡迎有意加入後量子產業的國內企業，一同加入共襄盛舉，有意加入的企業可連繫聯盟秘書處。

後量子資安聯盟 秘書處 張小姐 secretariat@pqc-cia.org.tw



▲ 圖 1-2024 年 5 月 17 日後量子資安產業聯盟啟動儀式 (左起)：台灣 RISC-V 聯盟執行長陳甯、台灣 FIDO 聯盟會長張心玲、台灣車聯網產業協會理事長吳盟分、社團法人台灣資訊安全協會理事長涂睿坤、量子資安產業聯盟召集人暨鴻海研究院執行長李維斌、中華民國電腦學會理事長黃彥男 (現為數發部部長)、數位產業署副署長林俊秀、量子資安產業聯盟副召集人暨中研院資創中心主任逢愛君、台灣量子安全產業協會理事長黃光彩、中華民國資訊安全學會秘書長黃政嘉

廣告

接獲自稱客服的來電 要小心！



「喂～您好！這裡是XX客服，
由於訂單資料有誤，
麻煩您提供一下個人資訊
讓我們核對！」

請提高警覺 勇敢說不！

**查證前隨時保持警覺，
不要輕易向陌生人交付個資，
才不會錢財個資兩失。**



行政院消費者保護處

廣告

商總聚焦東北亞 助 38 家業者拓銷國際市場

文■廖芳妙（全國商業總會國際暨大陸事務處專員）



全國商業總會於今（113）年 7 月 3-10 日辦理「2024 服務業東北亞經貿拓銷團」，由許舒博理事長率領 38 家臺灣企業，於 7 月 4 日參加東京禮品展臺灣館開幕活動，並在 7 月 9 日拜會韓國貿易協會及韓國輸入協會，分別在日韓兩國舉辦 175 場商業媒合會，共計對接 61 家通路及企業，估計達成 1,745 萬美元訂單，為雙邊產業建立經貿合作交流平臺，創造更多國際鏈結商機。

許理事長表示，日本和韓國分別是臺灣第四和第六大貿易夥伴，顯示臺灣和日韓兩國經貿往來非常密切，都是尖端技術開發、製造強國，不論是臺機電在福岡設廠帶動臺灣其他產業進入日本市場，又或是韓國發展綠能產業帶動車廠、能源等企業相關技術與產品開發，商總也會持續帶領企業打開進入國際市場的機會，從點到面帶動服務業整體商機效應。

許理事長指出，海外僑臺商在海外深耕多年，透過僑臺商人脈是臺灣企業進入當地市場的重要橋梁之一，因此商總一直積極和各地

僑臺商緊密合作，特別是在 2019 年，在本會主辦的品牌金鰲獎中，與僑委會合作，設立「海外僑臺商組」，期盼藉由這個平臺，協助僑臺商鮭魚返鄉，同時服務臺灣企業走向國際市場，共創國內與僑臺商品牌企業相互交流的商機。

許理事長說，去年本會也帶領拓銷團前往澳洲，分別和大洋洲臺灣商會聯合總會、昆士蘭臺灣商會、澳洲臺灣商會和墨爾本臺灣商會進行交流，透過他們的協助，成功參訪澳洲知名蛋商 Sunny Queen，以及當地最大的亞洲超市，再再顯示僑臺商深耕在地市場，讓臺灣精神在海外發光。

許理事長指出，這次也透過日本臺灣商會聯合總會東鄉清龍總會長邀請，讓本次拓銷團有機會與當地超過 50 名的僑臺商企業交流，許多在日本市場經營多年的僑商大方提供可合作通路資訊以及日本市場經驗給臺灣企業參考，協助業者能在日本市場站穩腳跟。

許理事長說，本次拓銷團分別拜會韓國

貿易協會李仁浩副會長及韓國輸入協會金炳官會長，取得更進一步的合作協議，未來將和韓國貿易協會辦理臺韓雙邊商業媒合會，以及參與韓國輸入協會於明年7月辦理的韓國進口博覽會（Korea Import Fair），本會將帶領業者以籌組臺灣館的形式參加，期望透過多元的方式帶領臺灣邁入國際市場。

許理事長表示，本次「2024 服務業東北亞經貿拓銷團」，改變過往以食品為主，擴增產品業別，包含「綜合食品」、「伴手禮」及「醫療保健和美妝」，共帶領38家臺灣優質企業，包括富氫生物科技所研發生產的氫氧機、以環保出發為概念的保鮮袋-新時代綠能、針對女性用品的嘉曜醫材，以及專營美髮用品的大川實業，協助臺灣多元產品都有機會進入日韓市場。

許理事長說，近年透過Youtuber和網紅的介紹，和臺灣戲劇和電影宣傳，讓臺灣也從過去單純的日流或韓流，讓日韓消費者轉向跟風臺灣。例如近年熱銷的鳳梨酥、芒果乾、珍珠奶茶等商品，代表「臺風」越來越能吸引日韓消費者。

商總「2024 服務業東北亞經貿拓銷團」在日本的行程安排，包括參訪崎揚軒的燒賣

便當工廠，以及參加東京國際禮品暨家居品展，經濟部商業發展署於展中設立「Charming Taiwan Yummy Taiwan 臺灣館」，展出臺灣特色伴手禮。臺北駐日經濟文化代表處謝長廷大使、經濟部商業發展署蘇文玲署長、本會許舒博理事長以及日本臺灣商會聯合總會東鄉清龍總會長於臺灣館中共同主持「讓天燈亮起來」點燈儀式，一起點亮臺日商機。同時在東京舉辦商業媒合會，邀請日本大型化妝品公司CNJ和專營優質產品的Seven Sea等大型通路參與。

商總也在韓國的行程中，除了拜會韓國貿易協會和韓國輸入協會，還安排參訪由華僑經營的HanGo化妝品公司及大型電商Coupang（酷澎）。首爾的媒合會也吸引韓國農心食品企業，以及其他食品與生活用品進口商參與。

透過此次考察及媒合活動，讓臺灣企業主布局東北亞市場，通過深入的市場了解與實際交流，不僅拓展了業者國際視野，也為進軍日本和韓國市場打下基礎，接下來下半年規劃，本會將帶領臺灣企業開拓東南亞市場，將聚焦更多境外市場，為臺灣企業創造更多商機與合作空間，帶著服務業立足臺灣，邁向國際。



▲ 許舒博理事長率團拜會韓國輸入協會（KOIMA）

全國商業總會辦理「第六屆品牌金舶獎」表揚海內外 31 家傑出品牌企業

文■楊琦琳（全國商業總會品牌創新服務加速中心主任）

為提升臺灣中小企業品牌力市場開拓及永續經營，中華民國全國商業總會主辦「第六屆品牌金舶獎」，許舒博理事長於 113 年 8 月 19 日率 31 位得獎企業主前往總統府，由蕭美琴副總統接見，蕭副總統表示，商總在臺灣長期擔任產官學之間的橋梁及平臺，對政策及臺灣整體經濟和國家發展都扮演非常關鍵的角色，第六屆品牌金舶獎得獎企業皆具備國際競爭力或代表性，能作為業界標竿，也期勉大家持續扮演臺灣產業進步的領頭羊。希望大家共同努力，讓 MIT 成為值得被信賴的國際品牌，也讓臺灣品牌有一個更好的起跑點，與國際接軌。

「第六屆品牌金舶獎頒獎典禮」於 113 年 8 月 22 日假臺北福華大飯店舉行，邀請國家發展委員會高仙桂副主委、經濟部國際貿易署江文若署長、財團法人中小企業信用保證基金魏明谷董事長、僑務委員會張良民主任秘書擔任頒獎人，現場與會貴賓達 250 人。

本會理事長許舒博表示，臺灣品牌需要走出本島與世界接軌，「永續經營」是提升品牌續航力的致勝關鍵，品牌金舶獎除了協助獲獎企業洽接國發基金、信保基金與創投投資媒合之外，並組團出訪與當地廠商接洽，創造實質商機，今年也成立品牌金舶獎聯誼會，凝聚國內品牌商及海外僑臺商的力量，加強品牌聯繫提升整體形象，本會組織臺灣經貿交流團，前往韓國、中歐、澳洲、大陸及港澳等地，尋找當地合作夥伴並簽署合作備忘錄，布建國際市場通路，為臺灣企業和品牌金舶獎獲獎單位尋找更多市場，分散市場風險；今年，本會也正式成立「品牌金舶

獎聯誼會」，凝聚品牌金舶獎之國內品牌企業及海外僑臺商的力量，增進彼此經驗傳承與經貿交流，加強品牌聯繫提升整體形象，共同促進經濟繁榮發展，協助臺灣的好品牌布局全球，這些都是本會協助品牌金舶獎得主的推展實績。

第六屆品牌金舶獎選拔活動，各組皆有不同評選標準，「綠色永續組」為提升能源或資源使用效率以減少對環境衝擊者；「國際授權潛力組」為企業商標和商品授權或代理至海外具潛力者；「服務創新組」為有別於同業方式來突破跨界整合應用創新者，以及「海外僑臺商組」，總共四大組。本屆的「綠色永續組」當中包含「亞家生技」，以獨特的技術降低細胞工廠維運所需之碳排放；

「deya」成立環保袋以低碳生產鏈導入碳足跡盤查和碳中和在 2024 達成臺灣第一款「零碳背包」；「華生」- 只賣水不賣瓶子，「容器循環使用」等產品有減碳、減塑、環保 ESG 優勢。「國際授權潛力組」從經濟的角度，臺灣一定要走出去，像是堅持宜蘭三星蔥的在地美食，發展國際通路的「蔥阿伯」；傳統製傘代工廠，成功轉型做品牌，續引領傘具產業風潮的「大振豐洋傘」；少子化衝擊市場，堅持為媽媽與寶寶嚴選商品的「YODEE 優迪」；- 全臺唯一連續 4 年榮獲全球純粹風味評鑑三星殊榮的伴手禮「鴻鼎菓子」。

「服務創新組」中，臺灣也有天眼，像是「天眼智慧運輸物流管理雲」具備堅強的研發能力及軟硬體整合技術，是推動交通運輸產業升級的領頭羊；「GiA」以「呼吸健康 - 健康呼吸」為宗旨創造室內自然循環的專利系

統；「師虎來了」以共享修繕平臺來解決您我居家水電修繕問題。「海外僑臺商組」由臺灣葡萄王生技與全宇生技控股有限公司在馬來西亞成立的合資公司「GKB」，以優質的功能性原材料、OEM、ODM 和保健品提供全面的健康和保健解決方案；「MR.KEN」1985 年於泰國曼谷的原創臺灣精品吊扇品牌；「DDK」位於越南的自行車座墊專業製造廠；「藍江新都市／藍江酒店」是位於越南榮市

(Vinh City) 藍江河畔的四星級酒店。

品牌金舶獎是企業發光發亮的平臺，全國商業總會將輔導獲獎企業進入加速器，共同鏈結海外商會組織能量，將政府資源挹注當靠山，讓品牌在發展國際市場的同時，創造臺灣的實力，打造 BIT (Brand In Taiwan) 模式，推動臺灣產業成為具有世界競爭力的護國群山！



第六屆品牌金舶獎獲獎名單

序號	公司名稱	品牌名稱
綠色永續組		
1	亞家生物科技股份有限公司	亞家生技
2	品卓企業股份有限公司	deya
3	恩瀛企業有限公司	臺灣潛水
4	富鈞水資股份有限公司	FENRI
5	華生水資源生技股份有限公司	華生
6	愛力國際有限公司	INNI
國際授權潛力組		
1	一本鮮國際實業有限公司	蔥阿伯
2	大振豐洋傘有限公司	Tcf.
3	方圓國際事業股份有限公司	吃茶三千
4	明青健康產業鏈股份有限公司	通通貼
5	物外股份有限公司	YSTUDIO
6	唯豐商業有限公司	唯豐 - 我的小新乾
7	莫尼美食股份有限公司	MORNI 莫尼早餐
8	鉅門工業有限公司	JMEN AUTO PARTS
9	優迪國際股份有限公司	YODEE 優迪
10	鴻鼎菓子有限公司	鴻鼎菓子

序號	公司名稱	品牌名稱
服務創新組		
1	上禾堂國際美食有限公司	久久津
2	天眼衛星科技股份有限公司	天眼智慧運輸物流管理雲
3	宇萌數位科技股份有限公司	arplanet 宇萌數位科技
4	汎武電機工業股份有限公司	RST 汎武
5	欣寶智慧環境股份有限公司	GiA
6	玩藝國際股份有限公司	玩藝國際
7	泉發蜂蜜行有限公司	泉發蜂蜜
8	若水金禾餐飲股份有限公司	根本在旅行
9	飛達智能股份有限公司	師虎來了
10	翔評互動股份有限公司	醫點通 l.Talk
11	賀木堂股份有限公司	賀木堂
海外僑臺商組		
1	GK Bio International Sdn. Bhd.	GKB
2	柏泰股份有限公司	MR.KEN
3	鋒明（越南）國際有限公司	DDK
4	藍江新都市投資暨開發股份公司（藍江酒店）	SONGLAM WATERFRONT HOTEL

113 年度全國性工商業暨自由職業團體 聯繫會報及績優團體觀摩

文■編輯部

為宣導並推展中央政策與蒐集職業團體對於目前政策與相關規定之實務意見，以作為後續研擬政策或修法之參考，建構內政部與職業團體溝通協助之平臺，促進職業團體間的聯繫及交流，並藉由觀摩績優團體會務、業務、財務運作狀況，相互學習，以發揮組織功能，增進會員共同權益，內政部特委託全國工業總會於今年度辦理兩場次「全國性工商業暨自由職業團體聯繫會報及績優團體觀摩活動」。

為豐富觀摩內容，工業總會特別邀請內政部評鑑績優之團體會員 -- 臺灣化粧品工業同業公會及臺灣區釀造食品工業同業公會擔任協辦單位，並分別於 7 月 19 日及 7 月 26 日至兩公會之會員廠 -- 赫帝法莊園及潭醇天地觀光工廠辦理活動。

兩天的活動，主辦單位內政部分別由合團司陳佳容副司長及陳福來司長率團前往，工業總會則分別由時任秘書長陳益民與邱碧英副秘書長出席。上午的活動在主承辦單位長官的致詞後揭開序幕，接著分別安排化粧品公會潘勤意總幹事和釀造食品公會張淑貞總幹事進行會務及業務簡報，讓與會者了解一個績優團體需要具備的服務內容及特質，接著由內政部合團司職業團體科陳靖雯科長及合作行政管理科張福仁科長為大家做職業團體重點法規介紹。

陳科長從業務、會務、財務三面向介紹大家比較容易忽略的規定。如：一、人民團體辦理之業務或活動，應受各目的事業主管機關之指導及監督，如涉有收費、公開招生、授課、售票、捐募、義賣或其他情形，應報請各目的事業機關立案或核准者，應依各該目的事業主管機關法令辦理。二、人民團體應建立會員（會員代表）會籍資料，隨時辦理異動更新，並由理事會於召開會員（會員代表）大會 15 日前，審定應出席會員（會員代表）大會之會員（會員代表）資格，造具名冊，載明姓名、聯絡電話、地址及權利義務受限制情形，提供會員閱覽。惟自由職業團體會員名冊免報主管機關備查（專法無規定者）。三、立案證書遺失免登報，僅需發文至主管機關申請補發。四、人民團體章程得訂明召開會員（會員代表）大會、理事會、監事會時，以視訊會議或其他經中央主管機關公告之方式為之。因天災、事變或其他不可抗力情事，中央主管機關得公告人民團體於一定期間內，得不經章程訂明，以視訊會議或其公告之方式開會。但不得於視訊會議辦理選舉或罷免，且應於章程中明定有關視訊出席、簽到及表決方式之。五、會務發展準備基金為預算總收入 4%-10% 範圍內逐年提列之，但決算短絀時，得不提列。

張科長則就人民團體會務輔導辦法中會議未依法召開之輔導程序進行說明。張科長強調，團體內部如有糾紛，通常是一場持續性的戰爭，隨著時間演進，諸多小疑義，會逐漸累積成為大爭議。為利於眾多會員情感

聯繫，並考量未來整體會務發展，應儘速結束所有紛爭。

活動下午則分別參觀赫帝法莊園及潭醇天地觀光工廠，兩場活動共計 200 餘人參與。



▲ 參加第1梯次的學員在生氣盎然的赫帝法莊園草地上合影。



▲ 參加第2梯次的學員於充滿果醋芳香的潭醇天地觀光工廠大廳前合影。

工總理監事會移師高雄

文■譚宗仙

看好高雄大南方經濟的崛起，工業總會理監事聯席會議 7 月 5 日移師高雄召開。高雄市長陳其邁、高雄市議會議長康裕成都親自出席表達，誠摯的歡迎工總所屬產業界能到高雄投資、旅遊，甚至是留在高雄。

潘理事長：企業界看好高雄

對高雄的投資環境，工總理事長潘俊榮開場致詞即表明，工總為什麼會來高雄市，是因為高雄市發展的速度非常快，暖男市長陳其邁扭轉了高雄市的未來，把整體商業、產業結構翻轉過來，硬體、軟體都準備好了；市府非常高效率的服務，讓投資者無憂無慮，也能很快進入狀況。

潘理事長進一步指出，工總打算在高雄設立辦事處，擴大對高雄的交流，工信集團也備好 600 億要在高雄投資，企業界都相當看好高雄，高雄是亞洲非常便利的城市，很少有城市擁有雙港，從高雄到亞洲各大城市只要 2 個多小時都可以到達。

潘理事長表示，高雄市不但交通便利，市府團隊更是對投資高雄的企業全力配合，也以超高效率提供應有的服務，在在都值得產業界用心思考在高雄投資、賺大錢。

潘理事長還提到，15 年前，工總到臺南見當時是臺南市長的賴總統，沒多久，賴總統就當行政院長了，15 年後，就做了總統，「今天我們來高雄市，暖男市長很快也會高升。」

陳市長、康議長：歡迎企業投資高雄

隨後致詞的陳市長立即以一句「麥給我

相害」表示，能把高雄市長做好，就已經阿彌陀佛了，會全心全意把高雄市長的工作做完，過去 4 年擔任高雄市長以來，就是儘量的做，「我常開玩笑說，我是打一場沒有後路的戰爭，只能拚命往前。」

陳市長表示，在數位轉型跟淨零轉型浪潮下，石化業、鋼鐵業勢必面臨更加嚴峻的挑戰，所以他要求每位局處首長至少拿到 3 張淨零碳排領域的國際證照，連他自己也不例外，他已經成功完成 ISO14067 碳足跡課程，並通過國際查驗機構 TUV 的測驗，將取得國際證照。

他也提到台積電在高雄的投資案，台積電本來沒有要到高雄投資，後來，「台積電問我還有哪些地方可行，我說中油那塊 276 公頃土地。」市府也配合台積電的進度，用 2 年半時間完成原本中油預計要花 25 年才能完成的土污整治。「我常常講一句話說，機會是留給有準備的人。」

提及國際經濟發展趨勢，陳市長表示，高雄推動亞灣 2.0 計畫，希望企業總部或系統廠商可以進駐；另外，因應人才需求，市府爭取到清大、陽明交大到高雄設立分部。最後，陳市長不忘向工總理監事招手，高雄擁有充足的水、電、土地及宜居環境，歡迎企業投資高雄。

緊接著陳市長之後，高雄市議長康裕成也代表議會歡迎工總南下高雄。她強調，高雄從過去被認為的鐵鏽城市，轉身成為科技新城，希望工總旗下所有產業會員對高雄會有不同視野的觀察，高雄不會讓大家失望，

高雄市議會也歡迎大家來高雄投資、旅遊、甚至是留在高雄。

廖局長：現在正是投資高雄的最好時間點

會中，也安排市府經發局長廖泰翔向工總理監事們說明高雄市投資環境及未來投資藍圖。廖局長指出，高雄在產業發展的利基點在於交通的便利，從高雄飛行亞洲各大城市只要 2 個多小時，不論是原物料要進、出口，廠商要來高雄洽商，都能快速的進到高雄，而高雄捷運可以抵達高雄的主要園區，包括台積電的廠房，有助於企業的投資、留才。

企業最為關注的電力供應問題，廖局長掛保證說，在高雄不是問題，大高雄地區的發電量一年有 100 億度，用電量只占發電量的 61.8%，電網與其他城市相比，也相對穩定，因為高雄是工業城市，接下來，還將進行 30 億元的強化電網韌性建設。

廖局長說，在科學園區的產值上，南科已經超越了竹科，未來南部將成為先進半導體產業的聚落，從設計、製造、封裝，相關的材

料，還要有更多的 AI 算力，而亞洲新灣區有幾個計畫，就是為因應未來產業的需求。

廖局長指出，高雄亞灣涵蓋了早期的高雄港，以及周邊新規劃的商業區及大型建設，亞灣區擁有臺灣少見的天然海灣，目前已進行「亞灣 2.0」的計畫，將時間拉長，也爭取到 172 億元的預算，進行研發與能源的補助。

廖局長說，臺灣第一個碳交易所設立高雄，而高雄的碳排量占全臺的 20%，所以，面對 2050 淨零碳排趨勢，高雄市有自己的減碳路徑，每 10 年要減碳 30%，從減碳過程中進行產業轉型、氣候轉型與社會轉型。

廖局長因此指出，現在正是投資高雄的最好時間點，如果想要建工廠的企業，高雄會是少數有完整地可以提供的城市，高科技公司若在高設辦公室，有相當的優惠，一樣可以提供「006685 方案」。

在廖局長說明完後，市府也為工總理監事一行人安排考察行程：搭船走訪亞灣，認識高雄市投資環境及建設。



▲ 看好高雄大南方經濟的崛起，工業總會第 13 屆第 2 次理監事聯席會議移師高雄召開。

長期照顧 溫暖守護

認識三大長照服務機構契約新規範！

✿ 長照服務機構依其提供方式分為三種 ✿

- 居家式** 到宅提供服務
- 社區式** 於社區設置一定場所及設施提供服務
- 機構住宿式** 以受照顧者入住方式提供服務

✿ 契約審閱期間 ✿

原則：至少3日。

例外：有立即使用服務需求時，業者應提供即時審閱。

業者應主動提供，
並揭露於機構明顯處所之重要資訊：

- ① 設立許可證書
- ② 投保公共意外責任險證明（居家式除外）
- ③ 收費標準
- ④ 服務項目
- ⑤ 服務使用須知
- ⑥ 爭議處理機制等

其他契約相關規範，例如「費用調整」、「契約終止條件」或「遺留物品及遺體遺物之處理」等，請上行政院消費者保護會網站查詢。



法規連結



行政院消費者保護處

廣告



公平交易委員會
FAIR TRADE COMMISSION

聰明買房先查證

Checking before buying a house!
Protect your own right.

- 廣告有無誇大不實
- 預售屋資訊看清楚

守護權益

保障自己



廣告