



# 新南向布局策略及廠商可運用之資源

國際貿易局  
107年3月30日

# 大綱

壹、新南向政策藍圖

貳、五大旗艦及三大潛力領域計畫

參、經濟部對新南向工作之角色

肆、廠商可運用之資源

伍、資源查詢

# 壹、新南向政策藍圖



核心理念

- 多元開展
- 長期深耕
- 雙向互惠

## 四大面向



### 經貿合作

- 產業合作與經貿拓展
- 基礎建設工程合作與系統整合輸出
- 金融支援



### 人才交流

- 人才培育
- 產業人力
- 新住民培力



### 資源共享

- 醫療
- 文化
- 觀光
- 科技
- 農業

### 區域鏈結

- 區域整合
- 協商對話
- 策略聯盟
- 僑民網絡

目標市場

- 澳洲 紐西蘭
- 南亞六國
- 東協十國



由行政院經貿談判辦公室負責政策協調及執行工作

結合各部會資源推動



OTN 按季管考

NGO



地方政府

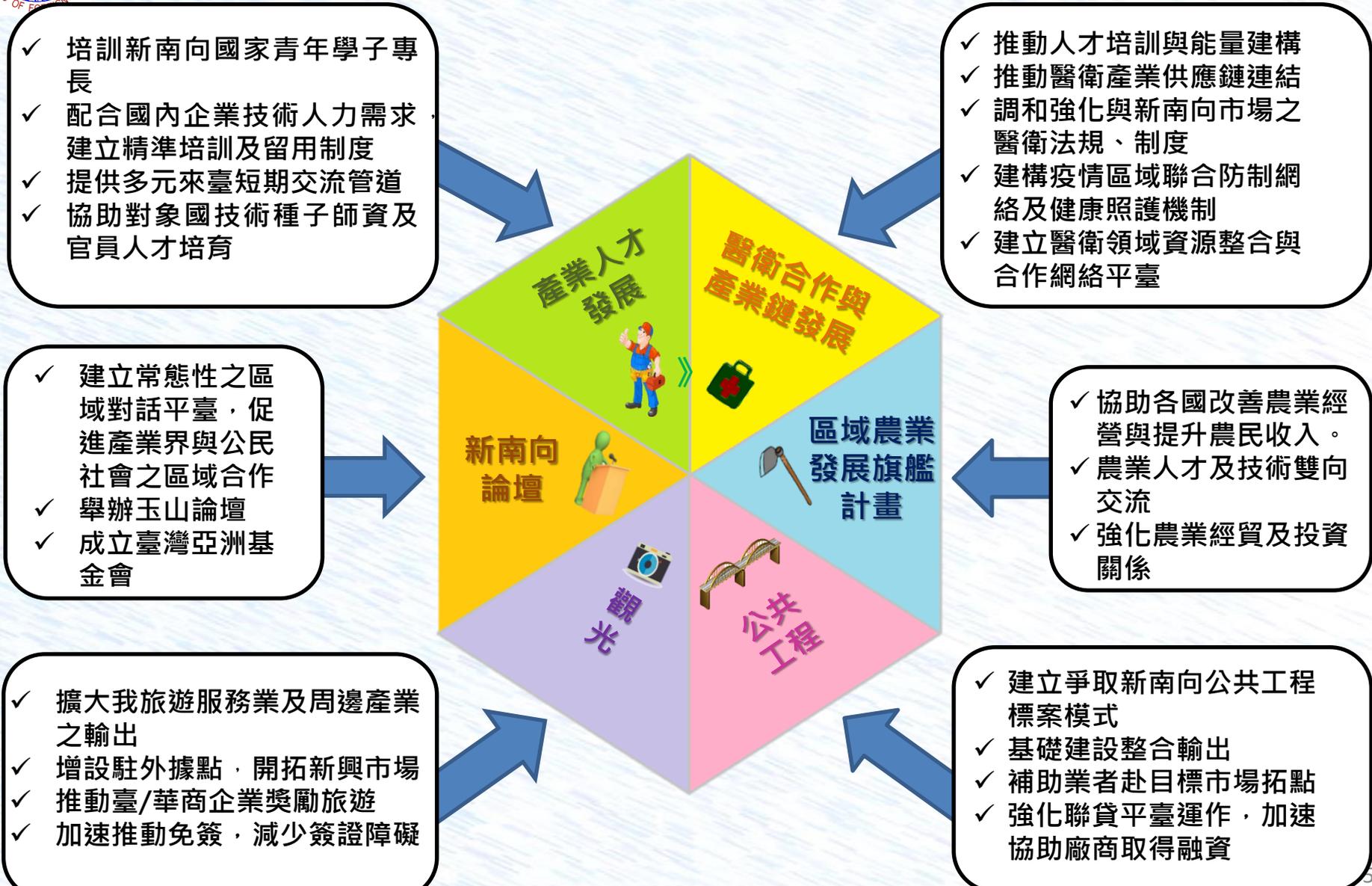


## 經濟部主政之工作事項



- 辦理產業高峰論壇，建立產業供應鏈，推動產業合作。
- 推動「亞洲·矽谷」計畫，進行物聯網合作，創造海外商機。
- 推動智慧機械產業合作，帶動我國智慧機械出口。
- 辦理臺灣形象展提升我國優勢產業國際形象與品牌知名度，拓展新南向市場。

- 協助國內電商平台(如PChome)在新南向國家落地經營。
- 在新南向國家建立跨境電商海外發貨倉，縮短交貨時程及降低物流成本。
- 與新南向國家電商平台(如tradeindia、印尼blibli)合作，互相推廣雙方網站或成立臺灣館。
- 強化台灣經貿網跨境電商行銷效能、推動產學合作，培育電商人才。



- ✓ 培訓新南向國家青年學子專長
- ✓ 配合國內企業技術人力需求建立精準培訓及留用制度
- ✓ 提供多元來臺短期交流管道
- ✓ 協助對象國技術種子師資及官員人才培育

- ✓ 推動人才培訓與能量建構
- ✓ 推動醫衛產業供應鏈連結
- ✓ 調和強化與新南向市場之醫衛法規、制度
- ✓ 建構疫情區域聯合防制網絡及健康照護機制
- ✓ 建立醫衛領域資源整合與合作網絡平臺

- ✓ 建立常態性之區域對話平臺，促進產業界與公民社會之區域合作
- ✓ 舉辦玉山論壇
- ✓ 成立臺灣亞洲基金會

- ✓ 協助各國改善農業經營與提升農民收入。
- ✓ 農業人才及技術雙向交流
- ✓ 強化農業經貿及投資關係

- ✓ 擴大我旅遊服務業及周邊產業之輸出
- ✓ 增設駐外據點，開拓新興市場
- ✓ 推動臺/華商企業獎勵旅遊
- ✓ 加速推動免簽，減少簽證障礙

- ✓ 建立爭取新南向公共工程標案模式
- ✓ 基礎建設整合輸出
- ✓ 補助業者赴目標市場拓點
- ✓ 強化聯貸平臺運作，加速協助廠商取得融資

目的

協助根留臺灣且具出口優勢產業拓展全球市場，促進出口產品及市場多元化。

作法

1. 加強拓展新南向市場，並兼顧先進國家、新興市場及中國大陸市場之布局。
2. 選定重點市場加強拓銷，針對市場特性與需求，擬定適地化拓銷作法，導引業者加強拓銷，以分散出口市場。
3. **107年選定重點市場**：馬來西亞、印尼、越南、菲律賓、泰國、印度、美國、德國與中國大陸。

107年新南向重點市場暨拓銷產業

市場	適合合作 / 拓銷產業
馬來西亞	機械自動化、高科技、知識密集產業、網路經濟
印尼	金屬製造、船舶、食品生技、資源循環、資通訊電子
越南	紡織業、鋼鐵業、智慧農業、機械與零組件
菲律賓	食品加工、紡織、鋼鐵、製鞋、電子電機、太陽能、地熱
泰國	汽車、生物科技、智慧農業、創新經濟
印度	汽車零組件、電子資通訊產業、智慧產品、生技醫療、物聯網、系統整合解決方案



為提升雙邊貿易、促進投資交流及鼓勵產業合作，經濟部透過雙邊經貿對話機制，排除不利我商之貿易障礙，規劃雙贏之經貿合作計畫。另提供資源及方案協助廠商拓展市場、投資布局。

## 保健食品出口至馬來西亞

馬來西亞對於營養補充品(保健食品)以藥品標準進行規範，要求業者具備GMP證明始得申請進口，導致我業者輸銷遭遇困難。

雙邊對話

二級品管 +  
食品擴充驗證

法規調合成功

## 化粧品出口至印尼

印尼要求化粧品進口需具備GMP證明，惟我國化粧品GMP屬自願性，多數持ISO 22716證明業者無法出口至印尼。

雙邊對話

ISO 22716 +  
工廠登記證明

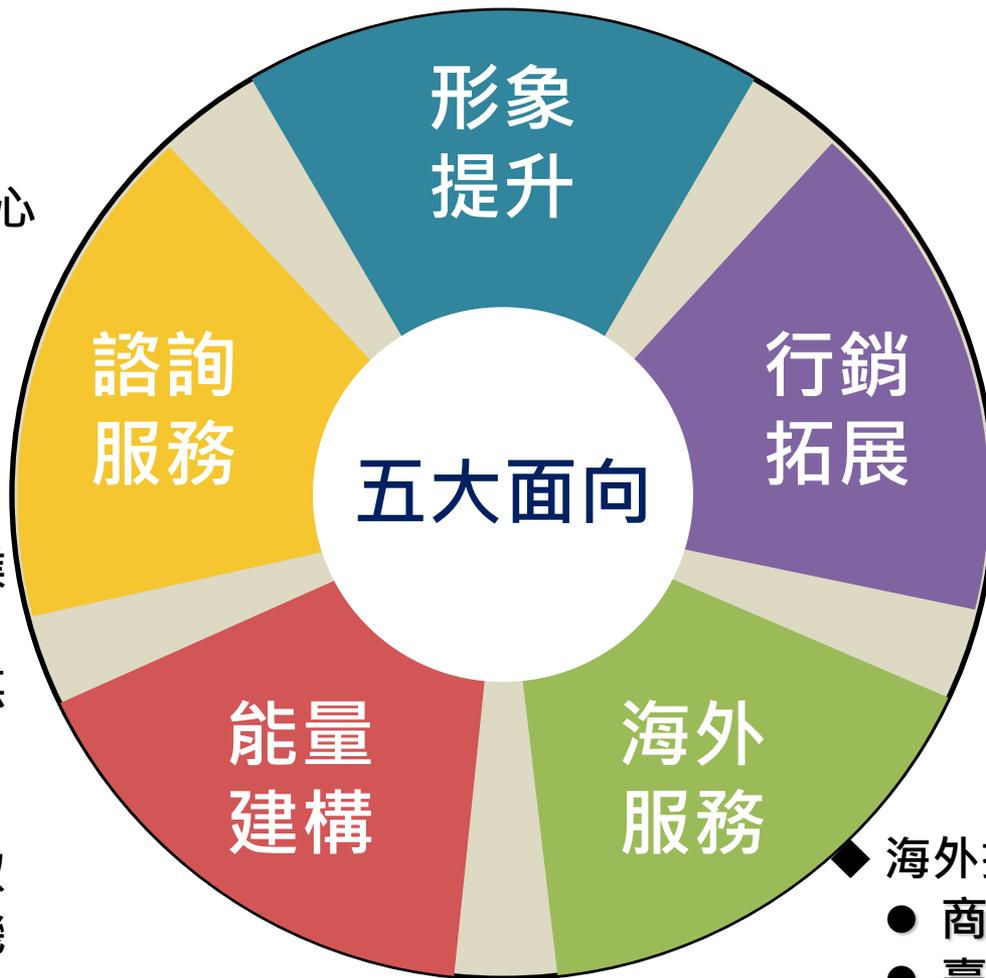
爭取便利待遇

解決貿易障礙之實例

# 肆、廠商可運用之資源

## ◆ 國際行銷諮詢中心

- ◆ 新南向國家別企業家聯誼會
- ◆ 貿易人才培訓與媒合
- ◆ 貿易金融支援
- ◆ 協助工程業者爭取海外公共工程商機
- ◆ 臺灣清真推廣中心



## 新南向臺灣形象展



### 目的

展現臺灣整體國家及產業形象，增進東協國家對臺灣經貿及文化的瞭解，建立雙向合作關係。

### 作法

1. 選定國家舉辦臺灣形象展。
2. 整合政府及民間單位資源，依據當地市場需求，展示臺灣在文化、觀光、教育、科技、醫療、產業等領域之特色與優勢。
3. 結合辦理商機媒合會、研討會、文化表演、記者會，全方位行銷臺灣。

## 107年度臺灣形象展

國家	印尼 雅加達	印度 新德里	越南 胡志明	泰國 曼谷	馬來西亞 吉隆坡
檔期	3/29-31	5月17-19	7/26-28	8/30-9/1	10/25-27
地點	Jakarta Convention Center	Pragati Maidan	Saigon Exhibition & Convention Center	BITEC	KL Convention Centre
徵展時程	徵展完畢	徵展完畢	徵展中	徵集政府單位參展中	徵展中
參展費用	標準攤位45,000元 空地攤位40,000元	標準攤位45,000元 空地攤位40,000元	標準攤位45,000元 空地攤位40,000元	標準攤位60,000元 空地攤位40,000元	標準攤位45,000元 空地攤位40,000元
報名連結					

# 肆、廠商可運用之資源-形象提升(2/2)

## 臺灣產業形象推廣



### 目的

以台灣精品為推廣標的，推升臺灣產業優質國際形象。

### 作法

1. 每年選拔台灣精品，鼓勵企業創新，並作為產業優質形象標的物。
2. 以台灣精品為推廣標的，整合運用數位行銷、通路行銷、展覽行銷、體驗行銷、創新作法、媒體廣宣等多元行銷方式，推升臺灣產業國際形象。

### 成果

1. 106年成功協助超過445家次品牌廠商布建海外行銷通路。
2. 成功案例：
  - ◆宏鑫光電(燈具)：於馬來西亞「綠能暨環保展」展出，並安排捐贈產品給當地睦鄰計畫，促成該計畫未來採購商機。
  - ◆億光電子(LED)：協助於印度Smart Asia展及菲律賓3場購物中心消費者體驗活動展出，並安排與買主洽談。

報名台灣精品選拔資訊請參考網址→<http://www.taiwanexcellence.org>



### 目的

帶領廠商參加國際專業展及籌組市場開發拓銷團，以團體戰方式開發海外市場商機。

### 作法

項目	活動內容	費用
參展團	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 參加全球重要專業展並設置臺灣館</li> <li>➢ 結合辦理記者會、新產品發表會、研討會</li> </ul>	依各展覽之收費標準收取攤位費用
拓銷團	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 針對潛力國家或利基產業規劃拓銷團</li> <li>➢ 提供市場資訊及潛在買主名單</li> <li>➢ 安排參訪行程及買主媒合活動</li> </ul>	每一拓銷地點收費新臺幣5千至1萬元

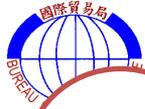
**107年規劃超過120項活動，其中新南向市場計38項**

各項展團活動報名網址(請上網搜尋台灣經貿網)

<https://info.taiwantrade.com/index.html>

# 肆、廠商可運用之資源-行銷拓展(2/9)

## 補助公協會辦理貿易推廣活動



目的

透過補助的方式，協助公協會結合會員廠商共同拓展海外市場。

補助對象

1. 輸出入相關同業公會。
2. 辦理貿易相關業務之非營利社團法人、財團法人及社會團體。

作法

補助計畫種類	受理方式	申請時間
展覽計畫	公告受理	10-11月間受理 次年度計畫
臺灣形象館計畫	公告受理	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 11月受理次年上半年計畫</li> <li>• 5月受理當年下半年計畫</li> </ul>
非展覽計畫 (組團赴國外拓展貿易、舉辦貿易人才訓練、編印國內外經貿資料等)	公協會來函 提出申請	計畫預定執行 前1個月申請

核配原則

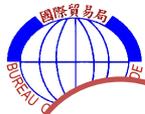
以本部選定之重點市場為優先補助(107年為中國大陸、越南、印尼、美國、菲律賓、馬來西亞、印度、泰國及德國等9國)。

成果

每年補助約200家公協會，協助約9,300家廠商，其中中小企業約占93%。

# 肆、廠商可運用之資源-行銷拓展(3/9)

## 補助公司或商號參加國際展覽



### 目的

減輕廠商海外參展之負擔，協助廠商爭取外銷接單機會。

### 申請資格

1. 依出進口廠商登記辦法向貿易局登記之公司或商號。
2. 前一年具有出進口實績。(「新創事業」及「拓展新南向市場農業業者」不受實績之限制)

### 作法

補助種類及項目	補助額度	受理方式	申請時間
海外國際展覽 (來自6個以上國家 或地區之商展)之 場地租金	1. 每展補助額度：2~5 萬元 2. 每家全年補助總額： 12~30萬元 (總額內 不限申請展數)	公告受理 採線上申辦	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 10 - 11月受理 次年上半年展 覽</li> <li>➢ 4-5月受理當年 下半年展覽</li> </ul>

### 核配原則

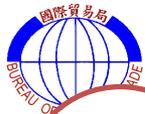
重點拓銷市場、新南向市場、邦交國及5+2創新產業之展覽優先核配。

### 成果

每年補助約3,000家廠商，其中95%為中小企業。

# 肆、廠商可運用之資源-行銷拓展(4/9)

## 補助推動國際會議及展覽在臺辦理



### 目的

為鼓勵爭取國際會議、展覽暨獎勵旅遊來臺舉辦，強化臺灣會展產業發展。

### 申請資格

公協會及大專院校。

### 作法

補助種類	補助額度	受理方式	申請時間
1.會議 <b>爭取</b> 階段	補助上限50萬元	公告受理 採線上申辦	10 - 11月 受理次年度會展計畫
2.會展 <b>推廣</b> 階段	補助上限50萬元		
3.會展 <b>舉辦</b> 階段	1.會議：補助上限280萬元 2.展覽：補助上限200萬元		
4. <b>順道觀光</b>	補助上限32萬元		

### 成果

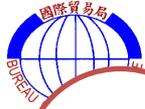
每年補助約200案會展計畫，約120場國際會議及40項國際展覽。

申請網址

→<https://espo.trade.gov.tw/tbxn/login.jsp>

# 肆、廠商可運用之資源-行銷拓展(5/9)

## 補助業者布建海外行銷通路



### 目的

鼓勵廠商以多元、創新及整合性行銷手法，布建海外市場行銷通路。

### 申請資格

1. 依出進口廠商登記辦法向貿易局登記之公司或商號。
2. 近一年具有出進口實績者。

### 作法

以專案補助方式鼓勵廠商提出布建通路計畫，經審查通過後公告補助名單及補助金額。

補助類別及額度	受理申請時間	補助項目
1.補助上限 <b>200萬元</b> ：限中小企業 2.補助上限 <b>500萬元</b> ：單一企業 3.補助上限 <b>1,000萬元</b> ：2家以上企業聯合申請	每年6月-8月受理次一年度計畫之申請	租金、布置費廣告費、印刷費等布建通路所需費用

### 成果

1. 103年迄今已成功協助超過125家廠商布建海外行銷通路。
2. 成功案例：補助LED廠商設立運籌中心、提供廠商租用照明設備及針對照明設計師推出合作方案等方式拓展新南向市場，成功協助廠商新增海外代理/經銷商7家，出口成長近40%。

# 肆、廠商可運用之資源-行銷拓展(6/9)

## 洽邀外商來臺採購



### 目的

降低廠商遠赴海外拓銷之成本，讓廠商在臺即有與全球買主商談接單的機會。

### 作法

動員駐外單位，洽邀海外買主來臺採購，安排貿易洽談會、採購說明會及參訪工廠，協助我國中小企業爭取商機。

類型	活動說明
全球採購夥伴大會	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆臺北場(107/3/22)-全球採購暨新南向國家行銷夥伴大會</li> <li>◆高雄場(107/11/1)</li> </ul>
主題性商機媒合會	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆市場別：如東協商機媒合會、南亞商機日</li> <li>◆產業別：如綠能產業採購日、資通訊產業政府採購洽談會</li> <li>◆其他：如歐銀中小企業合作訪問團</li> </ul>
不定期洽邀買主來臺採購	視買主行程隨時舉辦

➤ 活動資訊刊登於外貿協會全球採購網，歡迎廠商報名參加。

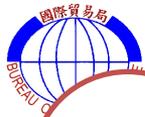
全球採購網

<http://isourcing.taiwantrade.com.tw>



# 肆、廠商可運用之資源-行銷拓展(7/9)

## 協助消費品出口拓銷



### 目的

鎖定東協及印度消費市場，掌握新興市場總體環境、消費者與通路商需求，以創新行銷手法協助廠商拓展消費品。

### 作法

進行東協、印度消費市場研究，並建置商情資料庫

提供客製化海外商情研究、顧問深度諮詢、多元行銷及通路買主媒合輔導

於海外大型通路舉辦主題式情境體驗行銷活動，並安排業者與當地通路商進行精準媒合，協助我國廠商進入目標市場通路或採購供應鏈

### 服務內容

提供廠商有關目標市場消費者、買主、通路及法規等深度調查資訊

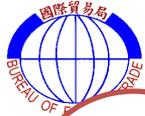
受理廠商申請海外拓銷聯盟輔導及出口明星育成輔導

- 受理廠商申請創新海外聯合行銷活動
- 受理廠商申請國際大型通路網絡媒合

### 成果

1. 已建置東協、印度市場商情資料庫，收錄28個目標城市、發掘逾260項民生消費商機品項、發表1.6萬則商情資訊。
2. 105年迄今服務逾2,500家業者；輔導65家業者成功進入東協、印度市場通路。





### 目的

協助廠商運用跨境電商拓銷新南向市場

免費客服專線0800-506-088

### 作法

1. 維運我國貿易總入口網站--台灣經貿網(現有7萬家供應商會員、逾66萬項產品型錄，每年瀏覽人次3,250萬人)
2. 建置11國語系網站(包括**印尼語**、**越語**、**泰語**等)，推廣優勢產業
3. 連結新南向地區官方及民間平台，提供專屬優惠
  - ✓ 印尼blibli：上架首年免寄倉費、倉儲費、手續費
  - ✓ 越南TIKI：提供我商免開店費及上架費之優惠
  - ✓ tradeindia：提供入駐年費5折優惠

### 會員方案及服務內容

1. 免費會員：可上傳10張電子型錄展示
2. 付費會員：
  - ✓ **1年3.3萬元，3年5.9萬元**
  - ✓ 提供專屬企業網、無限制之電子型錄展示、線上銷售工具(買賣旺)、商機配送、視訊採購洽談、第三方國際認證及策略聯盟如金流、物流、參展、多語系翻譯等優惠服務

網址→<https://info.taiwantrade.com/>



目的

日本企業深耕東南亞市場，有龐大生產基地，但零組件在地採購率低。媒合臺日企業在第三地供應鏈合作可創造雙贏

作法

1

外貿協會與日本振興機構(JETRO)合作，協助媒合臺日雙方有意願拓展新南向國家市場之企業合作

模式一：

媒合我商從臺灣出口，進入日本企業在東南亞供應鏈



模式二：

協助當地臺商進入日本企業在東南亞之供應鏈

2

為使雙方企業充分了解合作之利基，貿協及JETRO依據下列3步驟推動合作：

- (1)共同選定調查對象，分析臺日第三國合作利基(調查)
- (2)共同舉辦臺日第三國合作商機說明會(宣傳)
- (3)透過洽談會落實臺日間雙向採購(洽談)

3

作法

- 日方委託智庫(三菱綜合研究所)分析臺日企業在第三國合作可能性及商業模式。初步結果發現臺日企業在以下國家之特定產業有合作利基：
  - 1) 臺日企業在越南的電機電子、紡織、醫療器材產業
  - 2) 緬甸的基礎建設產業
- 未來將進一步針對臺日企業在其它新南向國家合作可能性進行分析，例如：
  - 1) 印尼的食品加工、金屬加工產業
  - 2) 印度的電子製造產業

成果

- 1.日商T.Y.公司採購臺灣濾心、加熱芯片、轉子等金屬零件，在馬來西亞工廠組裝，銷往全球
- 2.日商S.公司向我國廠商採購金屬零組件，在菲律賓組裝，成品銷售全球



## 臺日第三國合作(3/3)

外貿協會設立臺日第三國合作專案網頁，內容包含臺日合作相關研討會、採購洽談會等活動報名資訊，並提供線上媒合服務。

### 臺日採購洽談會

107規劃：

- 1/23 越南胡志明市臺日企業交流會
- 7月 臺日企業商機媒合大會

### 在第三地舉辦媒合會

107年將配合我國在新南向國家舉辦、參與之專業展、臺灣形象展，例如泰國國際工業展、緬甸汽機車零配件展等，辦理臺日企業商機媒合會共10場



### 臺日第三國合作研討會

說明臺日第三國合作利基及可行商業模式

107規劃：

- 日本場：
  - 九州·佐賀、宮城·仙台、北海道·札幌、栃木·宇都宮、沖繩·那霸等地陸續辦理
- 臺灣場
  - 臺北、臺中、臺南、高雄等地陸續辦理

### 專案媒合網頁



<https://tjtieup.taiwantrade.com/>

# 肆、廠商可運用之資源-海外服務

## 海外據點服務



	商務中心	臺灣商品行銷中心
目的	協助廠商以最經濟便捷方式，快速建立行銷據點，進入當地市場。	以專案方式協助業者開拓新興市場
服務內容	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 提供廠商<b>臨時辦公場所及設施</b></li> <li>2. 提供當地<b>市場資訊服務</b></li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>聘請當地專案經理人提供客製化行銷服務</b>，如開發商機、蒐集商情、安排即時洽談、數位宣傳等</li> <li>2. 提供廠商<b>實體展示空間</b>、設置專屬網頁</li> </ol>
收費 (新臺幣)	<b>每月3,000元(一週內免費)</b>	<b>每年12萬元</b>
外貿協會 服務據點	<b>7國9城市</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 印度加爾各答、清奈、孟買</li> <li>• 緬甸仰光</li> <li>• 菲律賓馬尼拉</li> <li>• 越南胡志明市</li> <li>• 孟加拉達卡</li> <li>• 澳大利亞雪梨</li> <li>• 馬來西亞吉隆坡</li> </ul>	<b>3國4城市</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 印度孟買、清奈</li> <li>• 印尼雅加達</li> <li>• 馬來西亞吉隆坡</li> </ul>
網址	<a href="https://info.taiwantrade.com/subject/index/MDN">https://info.taiwantrade.com/subject/index/MDN</a>	<a href="https://events.taiwantrade.com.tw/INDTPC2017">https://events.taiwantrade.com.tw/INDTPC2017</a>

# 肆、廠商可運用之資源-能量建構(1/5)

## 新南向國家別企業家聯誼會



### 目的

凝聚廠商拓展共識，共同開拓新南向市場商機。

### 作法

1. 籌組國家別聯誼會，徵集有興趣拓銷及深耕新南向市場的廠商加入。
2. 透過電子報、商機研討會等進行市場資訊與拓銷經驗之交流與分享。
3. 鼓勵廠商參與拓銷活動。

**107年截至2月底，已徵集1,085家廠商，6,330家次加入10個聯誼會**

國家別	廠商家數	國家別	廠商家數
1. 印尼	689	6. 緬甸	596
2. 菲律賓	678	7. 新加坡	631
3. 越南、柬埔寨	829	8. 印度	537
4. 馬來西亞、汶萊	755	9. 巴基斯坦、孟加拉、尼泊爾、斯里蘭卡、不丹	389
5. 泰國、寮國	737	10. 澳洲紐西蘭	489

歡迎廠商至<https://events.taiwantrade.com.tw/NSBNetworking>報名參加聯誼會



## 貿易人才培訓與媒合(1/2)

### 目的

協助廠商培養可於海外獨立作業之行銷經理人才，及新南向業務布局人才。

### 作法

	專業訓練	在職訓練
課程	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 1年期(經貿、越、英語組)</li> <li>◆ 2年期(德、西、葡、英、日、越、泰、印尼組)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 針對新南向市場進修需求推出24小時課程，內容涵蓋經貿文化、稅務法規、東協發展及跨境電商。</li> </ul>
地點	新竹、臺中及高雄校區	臺北、臺中及高雄校區
成果	自76年開辦以來，已培訓超過5千位校友，並有85%投入中小企業工作(餘海外留學、從事公職或外商)	自106年開辦以來，已培訓169人。

### 廠商運用方式

1. 每年6-10月辦理徵才說明會，協助廠商進行人才媒合。
2. 可運用 ITI人力銀行網站(<http://job.iti.org.tw/>)\_求才。

## 補助學生赴新興市場企業實習

## 目的

因應業界對外貿實務人才的需求，培養具國際視野及實務經驗之貿易小尖兵。

## 作法

1. 選送國內公私立大學校院國際貿易相關學系所之學生，赴緬甸、馬來西亞、越南、泰國、印尼、菲律賓及印度等國家企業實習。(補助機票及住宿費)
2. 建置網路媒合平臺(<http://itce.ieatpe.org.tw/jobbank/>)及辦理就業媒合。

## 成果

1. 截至107年2月已有52位學生為廠商聘用。
2. 成功案例：已有高雄應用科技大學及樹德科技大學同學在越南實習企業就業。

網址→<http://www.tradepioneer.org.tw/>

# 肆、廠商可運用之資源-能量建構(3/5)

## 貿易金融支援



### 目的

提供廠商出口所需之資金、降低資金負擔及貿易風險以協助拓展海外市場。

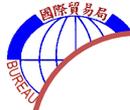
### 作法

種類	優惠作法	新南向執行成效 (107年1-2月) 單位：新臺幣		
		融資(承保) 金額(億元)	件數	帶動出口 值(億元)
優惠出口貸款 (與輸銀合作)	貸款利率最高優惠0.5%	4.4	8	13.3
優惠輸出保險 (與輸銀合作)	1.保險費最高2.5折優惠 2.徵信費最高5折優惠	24	823	28.23
優惠外銷信用保證 (與中小企業信保基金合作)	1.保證手續費全額減免 2.保證成數最高9成 3.額外再增加單一廠商 保證額度6,000萬元	3.1	101	3.65

網址→輸銀：[www.eximbank.com.tw](http://www.eximbank.com.tw)  
信保：[www.smeg.org.tw](http://www.smeg.org.tw)

# 肆、廠商可運用之資源-能量建構(4/5)

## 協助工程業者爭取海外公共工程商機



### 目的

1. 與邦交國及新南向目標國合作推動公共工程及基礎建設
2. 協助我國工程業者爭取海外公共工程商機

### 作法

1. **爭取海外公共工程商機**：政府協助工程業者爭取海外公共工程，初期以新台幣1,000億元（約35億美元）海外商機為目標。
2. **駐外館處單一窗口蒐集案源**：外交部責成外館成立單一服務窗口主動蒐集業者主動爭取之案源亦得納入評估考量。
3. **案源評估**：行政院經貿談判辦公室、工程會、外交部、經濟部、財政部等相關部會進行政策評估；承貸銀行、工程業界及專家團體等就貸款條件及風險進行專業評估。
4. **選商機制**：撰擬招標文件提供貸款國作為對外招標依據，由我業者相互競標，得標者據以執行。
5. **補貼利息差額等**：外交部編列新臺幣5億元預算（針對邦交國），經濟部編列新臺幣10億元預算（針對新南向國家），作為相關利息差額之補貼、專家諮詢與協助、組團勘查與可行性評估、與業主國洽談過程等經費。
6. **風險管控**：選擇債信良好國家作為承作對象，設計嚴謹之政策及專業評估程序，並廣徵金融及工程業界的意見。工程款及及補貼利息差額直接匯入工程業者及承作銀行，不透過借款國政府。

### 預期成果

1. 協助我工程業者國際化，培養海外工程能量並累積實績。
2. 協助我商建立當地關係及人脈，使當地民眾有感，提升兩國友好關係。
3. 帶動我國貨品及服務業輸出，提升我產業及經濟利益。



## 目的

建構國內清真友善環境、提升我國清真產業能量，協助廠商爭取穆斯林商機。

## 作法

1. 設置清真推廣網站：整合清真市場經貿訊息，提供國內外清真認證機構、清真規範、國內認證產品銷售管道、穆斯林餐旅等相關資訊。
2. 辦理說明會及研討會：協助廠商瞭解清真市場及清真認證，邀請穆斯林國家認證機構及相關專業人士來臺分享市場商情及認證資訊。
3. 協助廠商取得清真產品認證，拓展穆斯林商機：補助廠商清真產品認證費用(每項產品上限3萬元)，及海外推廣活動費用上限(每項活動上限1萬5千元)，每年每家補助上限10萬元。

## 成果

1. 107年截至3月，計802家次廠商取得清真認證，較105年增加232家次，成長率達41%。
2. 107年取得清真產品認證之547家廠商，1-2月出口值較106年同期成長2.94%，其中出口至東協成長18.71%。

# 肆、廠商可運用之資源-諮詢服務

## 國際行銷諮詢中心



### 目的

設置專職服務窗口，協助中小企業運用政府資源拓展海外市場。

### 作法

針對中小企業拓展海外市場所面臨問題，由專家顧問群提供客製化、一站式專業免費諮詢服務，並量身推薦拓銷資源予廠商運用。

### 服務內容

1. 掌握中小企業現況及拓銷需求，提供海外市場拓銷建議。
2. 提供通路建置、品牌推廣、外銷人才培訓、海外推廣活動補助、海空運與物流、出口融資與保險等諮詢服務，引介拓銷資源。
3. 提供市場商情、買主資訊，協助開拓市場商機。

### 成果

1. 106年服務**286**家廠商，107年截至3月26日止，已服務**95**家廠商，其中8成廠商欲拓展新南向市場。
2. 成功案例：**協助國內一家具節能解決方案之廠商於106年12月接獲越南照明燈組試銷訂單500台。**

# 伍、資源查詢



想知道各項行銷資源  
請上網搜尋

貿易局貿易推廣

搜尋



想知道各項活動訊息  
請上網搜尋

活動匯

搜尋





## 國家概況

國家	經濟成長率(%)				人口 百萬人	人均所得 USD	GDP USD Billion
	2015	2016	2017(預測)	2018(預測)	2016	2016	2016
馬來西亞	5.0	4.2	5.4	4.8	31.7	9,464	299.6
菲律賓	6.1	6.9	6.6	6.7	103.2	3,017	311.5
泰國	2.91	3.2	3.7	3.5	67.5	6,034	407.0
越南	6.7	6.2	6.3	6.3	92.7	2,138	198.2
印尼	4.9	5.0	5.2	5.3	258.7	3,600	931.2
新加坡	1.9	2.0	2.5	2.6	5.6	52,963	297.0
寮國	7.3	7.0	6.9	6.9	6.6	2,402	15.9
柬埔寨	7.2	7.0	6.9	6.8	15.2	1,266	19.2
汶萊	-0.4	-2.5	-1.3	0.6	0.4	26,492	11.2
緬甸	7.0	6.1	7.2	7.6	52.9	1,297	68.6
印度	8.0	7.1	6.7	7.4	1,299.8	1,742	2,263.8
澳大利亞	2.4	2.5	2.2	2.9	24,4	51,736	1,261.6
紐西蘭	3.2	3.6	3.5	3.0	4,7	38,280	181.7

資料來源：東協國家(東協秘書處)、其他(IMF)



新南向重點國家產業政策

國家	產業政策
馬來西亞	2010-2020年經濟轉型計畫：核定12項關鍵經濟領域(NKEA)，包括石油、天然氣及能源產業、棕油業及醫藥保健業等。
印尼	2015-2017年間提出16波經濟政策，加速基礎建設，提高經濟動能，改善營商便利度
越南	努力經濟轉型，鼓勵高新科技，提高產業價值鏈地位
菲律賓	2017-2022菲律賓發展計畫，目標提升農業、服務業、工業之附加價值，並針對不同之地區設立優先產業。以大馬尼拉周遭之CALABARZON地區而言，優先推動之業別包括汽車、電子、石化、資訊科技業之商業流程管理(IT-BPM)、化學及航太。
泰國	泰國4.0產業政策：目標產業包括新一代汽車產業、智慧電子、健康照護及觀光、新一代食品、生質能源及生物化學、自動設備及機器人、航空、生物科技及農業、數位經濟、醫療中心
新加坡	產業轉型升級，發展新興產業。發展以知識為基礎的製造業鼓、勵區域內跨國企業設立研發中心。
印度	5項主軸：在印度製造、數位印度、技能印度、智慧城市、創業印度
澳洲	2015-2019年產業成長中心計畫：聚焦6大產業：先進製造、網路安全、食品與農業、醫療科技與製藥、礦業科技與服務、能源科技。
紐西蘭	2025年「產業成長計劃」：強化基礎建設、吸引高品質外來投資、促進知識密集企業創新、擴大出口市場、培訓高技能人員、減少環境衝擊