

年創業專案」，欲透過「創夢啟發」、「圓夢輔導」、「投資融資」、「創新研發」等創業政策主軸，以 20 歲至 45 歲之「廣義青年」為對象，提供創業協助。經濟部也彙整各部會、地方政府及民間可供青年創業使用之創業空間 201 處（包括：co-working space 23 處、創新育成中心 99 處、公有活化空間 79 處）提供創業青年所需。

- 二、然根據監察院截至 104 年 4 月份的統計，201 個地點出租 33 處，總體出租率僅 16.42%，其中創新育成中心有 99 處，出租率只有 12.12%；公有活化空間的出租率也只有 25.32%，出租率明顯偏低，經濟部除了投資硬體設施，也應積極分析檢討現今青年創業之特性，相較網路創業平台對硬體空間需求不大，更應加強青年創業資金取得與經營輔導專業的協助，避免資源錯置。

（六十三）本院丁委員守中，針就經濟部推動之「品牌台灣發展計畫」，欲強化台灣品牌企業競爭力，期待透過專業輔導團隊協助，提供台灣企業全方位品牌發展之諮詢與服務，然依據 100 年至 103 年台灣 20 大國際品牌價值調查結果，20 大國際品牌總價值逐年下滑，由 100 年 131.03 億美元降至 103 年的 87.28 億美元，跌幅達 33.39%；前 5 名品牌價值由 100 年的 95.89 億美元降至 103 年的 54.14 億美元，降幅達 43.54%，顯然推動成效有極大的改善空間，本席要求經濟部應檢討計畫執行成效，從強化產業競爭力著手，積極結合政府新出口轉型戰略與生產力 4.0 政策，以強化品牌台灣發展計畫績效，特向行政院提出質詢。

說明：

- 一、經濟部為推動台灣品牌走向國際，執行「品牌台灣發展計畫」，由工業局負責執行品牌企業輔導相關業務，並成立品牌台灣發展計畫辦公室（委託財團法人台灣經濟研究院辦理），負責整體計畫之執行協調、管理及考核，且設置單一服務窗口，受理企業診斷輔導資源，期透過專業輔導團隊協助，強化台灣品牌企業國際競爭力。
- 二、然依據 100 年至 103 年台灣 20 大國際品牌價值調查結果，20 大國際品牌總價值逐年下滑，由 100 年 131.03 億美元降至 103 年的 87.28 億美元，跌幅達 33.39%；前 5 名品牌價值由 100 年的 95.89 億美元降至 103 年的 54.14 億美元，降幅達 43.54%，顯然推動成效有極大的改善空間，經濟部應檢討計畫執行成效，從強化產業競爭力著手，積極結合政府新出口轉型戰略與生產力 4.0 政策，以強化品牌台灣發展計畫績效。

（六十四）本院丁委員守中，針就經濟部推動「優質平價新興市場推動