

(四)簡化政府規範：政府持續推動法規與國際接軌，檢視商業運作實務，減少非必要管制措施，持續精簡行政流程，讓臺灣經商環境更為友善與國際化。

(五)發展智慧生活應用產業：臺灣具有領先全球的 ICT 產業群聚體系，可以掌握市場脈動，整合研發、設計與製造等多項製程，未來將更進一步運用雲端、大數據分析、行動科技、物聯網等新興技術，讓臺灣成為智慧城市之典範。

三、面臨中國大陸經濟發展，兩岸經貿關係產生質變，政府已採取下列措施：

(一)協助廠商分散市場：政府衡量國際經貿情勢變化，配合國內產業發展政策與業界需要，擬訂「系統整合藍海出口推動作法」、「推廣貿易工作計畫」、「優質平價新興市場推動方案」等專案，兼顧歐、美、日先進國家市場、新興市場之出口拓銷策略，並逐年選定重點市場，針對根留臺灣且具競爭力之重點產業加強深耕拓銷。而協助廠商出口拓銷之具體措施，經由委託外貿協會、相關法人團體，以及補助公協會團體及個別廠商等方式，整合政府與民間資源與力量共同推動，協助業者進軍重點市場。

(二)積極融入區域經濟整合：我政府積極推動洽簽自由貿易協定（FTA）／經濟合作協定（ECA），以促使我經貿全球化，除推動兩岸經貿關係自由化與正常化及持續完成 ECFA 後續協議（兩岸貨品貿易協議及兩岸爭端解決協議）之談判與簽署外，已於 2013 年與紐西蘭及新加坡簽署自由貿易協定，並積極與東協國家、美國、歐盟等重要市場洽簽 FTA／ECA。另政府已將加入 TPP、RCEP 等重要區域經濟協定列為重要政策目標，另持續推動參與 WTO 架構下之多邊談判，及服務貿易協定、資訊科技協定擴大、環境商品貿易協定等複邊談判。

（十八）行政院函送丁委員守中就政府應檢討優質平價新興市場推動方案計畫成效，加強對東南亞與南亞開發電子商務市場等問題所提質詢之書面答復，請查照案。

（行政院函 中華民國 104 年 10 月 27 日院臺專字第 1040058160 號）

（立法院函 編號：8-8-5-260）

丁委員就政府應檢討優質平價新興市場推動方案計畫成效，加強對東南亞與南亞開發電子商務市場等問題所提質詢，經交據經濟部查復如下：

一、本（104）年優質平價新興市場推動方案已提出多項創新作法，積極協助我國廠商進入東南亞新興市場實體通路：

(一)聯合他國大型貿易商社：篩選我國潛力廠商與日本大型貿易商社對接媒合，進入日本大型貿易商社於新興市場通路體系。

(二)開拓印尼大型流通網絡：透過實地拜訪與接洽印尼當地通路，協助我商與印尼通路商媒合洽談，建構我國與印尼流通網絡大型集團長期合作機制。

(三)創新聯合海外行銷：以 Pop-Up Store 快閃店創新行銷模式，分別於印尼、越南舉辦不同主題風格的行銷造勢活動，期藉此提升臺灣消費品形象。

二、政府已加強開發東南亞電子商務市場：

- (一)自 91 年起委託貿協建置臺灣經貿網，該網為我國最大之 B2B 產品資料庫及貿易入口網站，提供廠商展示產品型錄，總計有 35 萬項產品型錄、6.9 萬家出進口公司資料，廠商可透過網站相關功能直接完成線上媒合及交易。
- (二)線上出口與實體併進：本年 9 月已於臺灣經貿網設置印尼文機械產業專區，辦理相關專業展推廣說明會及刊登在地語關鍵字廣告行銷，105 年將持續擴增設置印尼文及馬來語之資通訊產業專區。
- (三)網路貿易商代營運專案：透過代營運商負責海外行銷、國際金物流、客服等交易環節，協助廠商於國際知名網購平臺銷售產品，本年度已協助 20 家廠商進駐 eBay、Amazon 歐美平臺，105 至 106 年將進駐 eBay 東南亞平臺。
- (四)協助我電商業者拓銷東南亞市場：本年 7 月赴泰國及越南辦理東南亞最具指標性電子商務拓銷團，舉辦之電子商務產業趨勢論壇吸引近千人參與，洽談會共吸引 207 家當地業者，預估後續商機達 1,104 萬美元。
- (五)電商服務媒合計畫：於本年 9 月 8 日辦理「跨境電商服務研討會暨媒合會」，計 250 家我國廠商參與。
- (六)「千家企業植入電商 DNA」計畫：舉辦主題式電子商務課程、推廣說明會，參加廠商計 3,330 家次，另總裁電子商務研習營訂於本年 10 月底辦理北、中、南計 3 場次。
- (七)本年 10 月 6 日至 9 日辦理亞太電商展論壇、洽談會系列活動，展中特別設置跨境電商聯合服務館，提供臺灣經貿網及代營運商聯合展示，並安排廠商現場洽談；另「亞太電子商務趨勢論壇」計吸引廠商 815 人參加，並提供 PC 線上直播。

三、協助業者進行跨境電子商務產業合作：

- (一)協助臺灣電子商務業者透過平臺發展，帶動網路商家與週邊服務業者拓展東南亞市場。採「落地經營」或「與當地平臺合作」方式併行，東南亞當地尚無大型電商平臺壟斷，且落地限制較少，進入門檻較低，可帶動臺灣網路商家與周邊服務發展。另透過與當地較具影響力之平臺進行交流合作，有助我商落地化經營。
- (二)協助國內最受歡迎之女性購物網站耐德科技（shopping99）至馬來西亞、菲律賓落地設立平臺營運，帶動臺灣美妝保養品數十店家共上百項商品成功進入東南亞市場。未來將複製經驗拓展越南、泰國等市場。

四、未來電子商務推動重點：

- (一)擴大目標市場，協助業者加速評估：
 - 1. 近年東協五國（馬來西亞、菲律賓、印尼、越南、泰國）在經濟發展上迅速，與臺灣經貿往來密切，另新加坡因具穩定的網路發展環境，且國民所得、人口紅利等皆具潛力，亦為未來重點市場推動對象。
 - 2. 因應各國不同網路基礎環境、網路消費習性等因素，計劃將協助國內業者進行各項整備工作，並依據需求提供相關資源與輔導（如：針對印尼可強化手機行動購物應用、

馬來西亞則需注意商品 HALAL 哈拉認證、菲律賓提供便捷的線上付款機制與偏遠地區物流等問題），以協助業者加速評估與提高進入的機會。

(二)深化輔導工作，促進多元交流機會：

舉辦商機媒合會、交流研討會及企業參訪等活動，邀請臺灣與當地業者就電子商務創新應用、營運模式、金流串接、物流倉儲等進行探討，配合我國與東南亞各國經濟協議中，進行相關電子商務議題協處及合作。

(十九) 行政院函送丁委員守中就經濟部提供青創基地出租率明顯偏低及應加強青年創業資金取得與經營輔導專業的協助等問題所提質詢之書面答復，請查照案。

(行政院函 中華民國 104 年 10 月 27 日院臺專字第 1040058158 號)
(立法院函 編號：8-8-5-258)

丁委員就經濟部提供青創基地出租率明顯偏低及應加強青年創業資金取得與經營輔導專業的協助等問題所提質詢，經交據經濟部查復如下：

一、關於青創基地出租率偏低

(一)「行政院青創基地」為提供政府資源與民間創業社群交流之實體據點，並以提供創業者有關創業資訊、業師與家醫式預約諮詢服務為主。

(二)青年創業及圓夢網設置之「創業空間」專區，係彙整全國 co-working space (民營)、創新育成中心 (公有、民營) 及公有活化空間 (公營)，以資訊提供為主，將全國可供創業者使用之創業空間結合 Google 地圖系統，提供有需求之創業者，可方便與政府或民間經營方洽接租借或申請進駐，屬便民措施。

(三)目前於「青年創業及圓夢網」刊登之創業空間計有 275 處創業空間，分別說明如下：

1. 公有活化空間 83 處，包含交通部 37 處、財政部 26 處、農委會 1 處、教育部 1 處、縣市政府 18 處，皆為舊有待活化空間，並非因推動青年創業使用而新設置之「青創園區」。這些空間過去受限於交通、修繕經費、法定用途等因素而待活化，政府為推動青年創業專案，特結合中央與地方政府單位，盤點所轄待活化空間，再推薦較具發展潛力者，提供給青年創業使用。
2. Co-working space (共同工作空間) 45 處：係民間為推動共同工作文化而成立，如暢橘 (Changee)、卡市達加油站、好伴、范特喜微創文化等，不僅提供工作空間，更成為共同工作者社群的平臺，動態性提供青年創業家使用或進駐。
3. 創新育成中心 104 處：並非以出租場所為設立目的，係作為孕育新事業、新產品、新技術及協助中小企業升級轉型的場域，平均進駐率為 88%，已廣為創業青年運用。
4. 訓練場地 43 處：係由政府相關機關 (構) 提供可短期出租之訓練中心、教室之場地資訊，讓創業青年可更方便取得公有訓練場地訊息，以利其租借使用。

二、政府對於青年創業的協助包括創業能力之培育、創業資金取得、經營輔導專業等：