

2016

中小企業白皮書

智慧經濟下 中小企業發展策略

經濟部 發行

經濟部中小企業處 編印

部長序

2015 年全球經濟復甦緩慢，除美國經濟表現穩健外，其他已開發國家經濟狀態低迷；亞太地區新興市場經濟表現雖然相對亮眼，但中國大陸成長趨緩拉低東南亞國家出口，導致發展略顯平緩。儘管如此，各國推動產業升級與轉型的力道從未減弱，臺灣產業創新求變的心亦未曾稍退，2016 年是值得期待的一年。

中小企業是臺灣產業的主體，根據本年度白皮書發布資料顯示，儘管經濟情勢低迷，但 2015 年臺灣中小企業有 138 萬 3,981 家，占全體企業 97.69%，較 2014 年增加 2.29%，創下近年來最高紀錄，中小企業就業人數有 875 萬 9 千人，占全國就業人數 78.22%，較 2014 年增加 1.04%。銷售額 11 兆 8,031 億元，占全體企業 30.36%；其中，採獨資經營的中小企業占 54.32%；經營 10 年（含）以上的中小企業有 50.43%。在經濟趨緩之際，中小企業吸納就業與安定經濟的功能更為彰顯。

本年度白皮書共分三大篇，依序為：「中小企業營運動向」、「智慧經濟下中小企業發展策略」，以及「中小企業政策與措施」。本書的發行，記錄了臺灣中小企業近年在內外環境變動下，成長發展努力的歷程及實績。

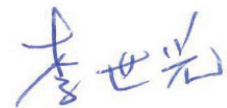
第一篇中小企業營運動向，涵括 5 章，具體呈現中小企業在總體環境下的表現，首先是總體經濟環境變化、依序是中小企業發展動向、中小企業財務概況與資金融通、中小企業人力資源，最後是因應經濟環境變化之對策。

第二篇專題以「智慧經濟下中小企業發展策略」為主軸，透過「以智慧化促進中小企業升級轉型」與「物聯網經濟下中小企業的契機」兩章，探討臺灣中小企業如何以智慧製造提升生產力，以及運用物聯網協助產業升級與轉型，再造中小企業彈性生產、敏捷製造與活力創業的動能，促成中小企業蓬勃發展。

第三篇以 5 章分述不同領域的中小企業政策與措施，分別為「完善財務融資服務與增進投資」、「促進升級轉型與提升研發能量」、「建構創新創業及育成加速機制」、「深耕地方產業及掌握市場商機」及「中小企業其他相關支援」，並敘明政府積極推動的新增措施，如中小企業 4G 行動商務應用服務計畫及中小企業智慧領航拓銷國際計畫等。

本書除作為政府資訊流通、學術研究、國際比較之用外，並提供中小企業者經營之參考。最後，對本年度白皮書編審委員、編撰單位及所有參與人員的辛勞表示感謝，也期待各界不吝惠賜寶貴意見，以供改進參考。

經濟部部長



謹識

2016 年 8 月

目 錄

部長序	2
目 錄	4
凡 例	8
圖 次	9
表 次	11
提 要	14

第一篇

中小企業營運動向

第 1 章	總體經濟環境變化.....	22
	第 1 節 國內外經濟環境變化	22
	第 2 節 主要國家中小企業發展情勢	37
第 2 章	中小企業發展動向.....	49
	第 1 節 中小企業整體經營情勢	50
	第 2 節 女性企業經營現況	67
	第 3 節 中小型商業經營概況	71
	第 4 節 中小企業研發經費概況	75
第 3 章	中小企業財務概況與資金融通.....	77
	第 1 節 中小企業整體財務概況	77
	第 2 節 中小企業財務比率概況	81
	第 3 節 中小企業資金融通	85

第 4 章	中小企業人力資源	91
	第 1 節 中小企業勞動力運用	91
	第 2 節 中小企業勞動條件	104
	第 3 節 中小企業人力發展	106
第 5 章	因應經濟環境變化之對策	114
	第 1 節 因應經濟環境變化之政府對策	114
	第 2 節 中小企業可能的挑戰與發展方向	124

第二篇

智慧經濟下中小企業發展策略

第 6 章	以智慧化促進中小企業升級轉型	130
	第 1 節 智慧製造的興起與發展	130
	第 2 節 國際推動中小企業智慧製造之作法	133
	第 3 節 我國中小企業發展智慧製造案例分析	138
	第 4 節 我國中小企業發展智慧製造之推動方向	144
第 7 章	物聯網經濟下中小企業的契機	145
	第 1 節 物聯網趨勢對產業發展的影響	146
	第 2 節 國際發展物聯網主要政策措施	152
	第 3 節 臺灣中小企業發展物聯網之案例與探討	157
	第 4 節 協助中小企業物聯網經濟下發展之方向	167

第三篇

中小企業政策與措施

第 8 章	完善財務融資服務與增進投資	172
	第 1 節 財務融資服務與協處機制	173
	第 2 節 中小企業融資與信用保證	176
	第 3 節 強化投資中小企業及多元籌資管道	181
第 9 章	促進升級轉型與提升研發能量	184
	第 1 節 促進中小企業網路資源應用	184
	第 2 節 協助企業經營體質創新發展	187
	第 3 節 輔導綠色環保節能減碳	188
	第 4 節 技術升級與增進創新研發能量	190
第 10 章	建構創新創業及育成加速機制	195
	第 1 節 深化創業輔導與提升創業動能	195
	第 2 節 精進育成特色及加速新事業成長	197
	第 3 節 青年及女性創業輔導	202
第 11 章	深耕地方產業及掌握市場商機	207
	第 1 節 推動地方產業群聚發展	207
	第 2 節 提升中小企業行銷效能	210
	第 3 節 促進中小企業商機媒合與交流	212
第 12 章	中小企業其他相關支援	217
	第 1 節 協助中小企業輔導經費	217
	第 2 節 精進中小企業法制環境	220
	第 3 節 參與國際中小企業事務及活動	222
	第 4 節 獎勵績優卓越經營典範	226

附 錄

附錄 1	中小企業主要相關法令	230
	中小企業發展條例	230
	中小企業認定標準	239
附錄 2	中小企業統計表	241
附錄 3	2015 年中小企業傑出獎項得獎名錄	290
附錄 4	中小企業融資服務窗口	293
附錄 5	中小企業政策性專案貸款	294
附錄 6	區域及各縣市中小企業服務中心	295
附錄 7	中小企業相關活動大事紀	296
附錄 8	資料來源及參考文獻	300

凡 例

1. 自 2007 年起，依據〈中華民國第 8 次修訂之行業標準分類〉調整行業別。本次修訂之行業類別由 16 大類增至 19 大類；自 2012 年起則改依據〈中華民國第 9 次修訂之行業標準分類〉。因相同名稱之行業，其中，細項類別增刪、更名或移往其他業別，可能無法完全對應。應用、比較歷年資料時，須注意行業變動。
2. 本書所稱之中小企業，除特別加註說明外，係依據 2015 年 3 月修正之〈中小企業認定標準〉加以定義，該認定標準詳見本書附錄 1。
3. 本書企業家數、銷售額、內銷額及出口額之統計資料，整理自財政部財政資訊中心營業稅徵收原始資料，係以實收資本額或營業額定義中小企業。就業人數及受僱員工人數統計資料，整理自行政院主計總處《人力資源統計月報》原始資料，乃以經常僱用員工數定義中小企業。應用資料時，需注意資料來源之不同。
4. 本書以西元紀年表示；內文統計資料若為年度延續資料，以呈列 2 年資料為原則，若因中小企業定義、行業標準修訂等導致無法對照比較，則以當年資料為主。
5. 本書使用財政部財政資訊中心營業稅徵收原始資料所計算之統計資料，以 2015 年 12 月 31 日為截止時間；第二篇及第三篇為事實資料及執行政策與措施，原則上以 2016 年 6 月 30 日為截止時間。
6. 本書數字由於尾數採 4 捨 5 入進位，總計數字可能不等於各細項數字之和。
7. 本書統計資料所用符號，於第 4 章代表意義如下：「0」表示數值不及一單位；「-」表示無數值。
8. 本書所載之統計資料如有更新數字均予以修正，凡與前年同書數字不同者，應以本書數字為準。
9. 本書引用文章及法規以〈〉表示；書、雜誌、期刊以《》表示。
10. 附註中之資料來源若以政府機關表示，即向該單位申購或由該單位提供；若以調查報告顯示，即資料摘自該調查報告。

圖次

圖 1-1-1	近年臺灣經濟成長率	31
圖 1-1-2	近年臺灣製造業／非製造業採購經理人指數	32
圖 1-1-3	近期臺灣景氣對策信號	33
圖 2-1-1	2014 年及 2015 年中小企業家數行業分布	54
圖 2-1-2	2015 年企業內外銷比率－按規模別	54
圖 2-1-3	近年主要國家中小企業出口貢獻比較.....	58
圖 2-1-4	2014 年及 2015 年中小企業銷售額行業分布	59
圖 2-1-5	2014 年及 2015 年新設中小企業家數之行業分布	61
圖 2-1-6	2015 年中小企業地區及主要縣市家數分布情形	65
圖 2-1-7	2015 年區域就業人數分布－按中小企業就業者主要工作地點.....	67
圖 2-2-1	2015 年銷售額之內銷及出口比率－按企業主性別	69
圖 2-2-2	2015 年中小企業企業家數之行業分布－按企業主性別	70
圖 3-2-1	2013 年及 2014 年企業之短期流動性	82
圖 3-2-2	2013 年及 2014 年企業長期安定性	83
圖 3-2-3	2013 年及 2014 年企業之經營能力	84
圖 3-2-4	2013 年及 2014 年企業獲利能力	84
圖 3-3-1	2004 年至 2015 年直接與間接金融比率	85
圖 3-3-2	2004 年至 2015 年企業籌資管道之比較	86
圖 3-3-3	2004 年至 2015 年 5 大銀行新承作放款平均利率	86
圖 3-3-4	2002 年至 2015 年臺灣一般銀行對中小企業放款情況	88
圖 4-1-1	2010 年至 2015 年臺灣就業人數	92
圖 4-1-2	2014 年及 2015 年中小企業就業人數前 5 大行業及比率	93
圖 4-1-3	2010 年至 2015 年臺灣受僱人數	93
圖 4-1-4	2014 年及 2015 年中小企業受僱人數前 5 大行業及比率	94
圖 4-1-5	2014 年及 2015 年中小企業就業者及受僱者人數－按年齡結構	94
圖 4-1-6	2014 年及 2015 年中小企業就業者及受僱者人數－按性別結構	95

圖 4-1-7	2014 年及 2015 年中小企業就業者及受僱者人數－按學歷結構	96
圖 4-1-8	2007 年至 2015 年自營作業者人數變化	98
圖 4-1-9	2007 年至 2015 年因業務緊縮或關廠歇業失業者	101
圖 5-1-1	生產力 4.0 發展方案主軸策略	118
圖 5-1-2	產業升級轉型行動方案推動策略	119
圖 7-1-1	物聯網生態圈	147
圖 7-1-2	物聯網串接產業	149
圖 7-2-1	「智慧聯網商區整合示範推動計畫」執行成果	156
圖 8-0-1	中小企業財務融通措施架構	172
圖 8-1-1	中小企業財務融資協處機制	173
圖 8-2-1	信保基金之設立與運作方式	177
圖 8-3-1	群眾募資計畫架構	183
圖 9-0-1	優質中小企業輔導策略	184
圖 10-0-1	中小企業創業育成措施架構	195
圖 10-1-1	創業輔導執行機制	196
圖 10-2-1	新興產業加速育成平臺	200
圖 10-2-2	創業能力診斷及推薦系統運作方式	201
圖 10-3-1	女性創業飛雁計畫執行措施	205
圖 10-3-2	微型創業鳳凰計畫執行架構	206
圖 11-0-1	推動中小企業地方產業發展及拓展海內外市場重點措施	207
圖 11-1-1	推動地方產業發展策略架構	208
圖 11-1-2	臺灣地方特色產業發展脈絡	209
圖 11-1-3	地方產業發展基金補助計畫	210
圖 12-0-1	中小企業其他相關支援架構	217

表次

表 1-1-1	全球重要總體經濟指標走勢	24
表 1-1-2	已開發國家經濟成長率	25
表 1-1-3	新興市場國家經濟成長率	27
表 1-1-4	已開發國家與亞太地區國家經濟成長率	30
表 1-1-5	2008 年至 2015 年臺灣重要經濟指標	34
表 1-1-6	2008 年至 2015 年臺灣商品貿易概況	34
表 1-1-7	2015 年臺灣主要貿易國家進出口貿易值及結構	35
表 1-1-8	2007 年至 2016 年臺灣各部門投資成長率	36
表 1-2-1	各國中小企業之定義及基本概況	37
表 2-1-1	2014 年及 2015 年企業家數、銷售額、就業及受僱人數規模別概況	52
表 2-1-2	2009 年至 2015 年中小企業產業部門概況	53
表 2-1-3	2009 年至 2015 年中小企業家數及銷售額變動概況	55
表 2-1-4	2012 年至 2015 年中小企業製造業中業別出口額變動概況	57
表 2-1-5	2015 年新設企業家數及銷售額	60
表 2-1-6	2015 年新設中小企業家數及銷售之產業部門概況	60
表 2-1-7	2013 年至 2015 年新設中小企業家數與銷售額的成長概況	62
表 2-1-8	2010 年至 2015 年中小企業家數及比率－按經營年數	63
表 2-1-9	2015 年企業家數及比率－按經營組織型態	64
表 2-1-10	2015 年六都企業家數及銷售額－按規模別	65
表 2-1-11	2015 年六都就業人數分布－按中小企業就業者主要工作地點	67
表 2-2-1	2015 年企業家數及銷售之規模別概況－按企業主性別	68
表 2-2-2	2015 年企業組織型態家數－按企業主性別	70
表 2-2-3	2015 年中小企業企業家數－按企業主性別與經營年數	71
表 2-3-1	2014 年批發業的經營型態	72
表 2-3-2	2014 年批發業之商品銷售對象	72
表 2-3-3	2014 年批發業之商品進貨來源	73
表 2-3-4	2014 年零售業基本經營型態	73

表 2-3-5	2014 年零售業營業收入項目分配	74
表 2-3-6	2014 年零售業商品銷售結構	74
表 2-3-7	2014 年零售業之商品進貨來源	75
表 2-4-1	2010 年至 2014 年全國研發經費－依執行部門別	76
表 2-4-2	2010 年至 2014 年企業部門執行研發經費－依規模別	76
表 3-1-1	2013 年及 2014 年共同比資產負債表	78
表 3-1-2	2014 年各行業共同比資產負債表－中小企業	79
表 3-1-3	2013 年及 2014 年共同比損益表	81
表 3-3-1	2014 年底企業負債結構	87
表 3-3-2	2015 年對中小企業放款餘額前 10 大銀行	89
表 3-3-3	2014 年及 2015 年對中小企業放款比率前 10 大銀行排序	89
表 3-3-4	2015 年民營銀行對中小企業前 10 大放款餘額	90
表 3-3-5	2015 年對中小企業放款餘額年增率前 5 大外國銀行	90
表 4-1-1	2014 年及 2015 年雇主屬性	96
表 4-1-2	2014 年及 2015 年自營作業者屬性	98
表 4-1-3	2014 年及 2015 年失業者屬性	99
表 4-1-4	2014 年及 2015 年離開前職的理由	100
表 4-1-5	2008 年至 2015 年企業引進外籍勞工人數－按規模別	101
表 4-1-6	2014 年及 2015 年就業者部分工時勞工運用概況	102
表 4-1-7	2014 年及 2015 年臨時性或派遣人力使用狀況	103
表 4-1-8	2008 年至 2015 年前職在中小企業就業者的轉業選擇	104
表 4-2-1	2015 年就業者中有職工作者行業別人數及主要工作每週工時－按規模別	105
表 4-2-2	2015 年有酬就業者各行業人數及平均主要工作收入－按規模別	106
表 4-3-1	2008 年至 2015 年勞動部協助事業單位辦訓情形	109
表 4-3-2	2014 年事業單位職業訓練辦理情形－按員工規模及營業額分	109
表 4-3-3	2014 年事業單位職業訓練辦理情形－按行業別分	110
表 4-3-4	2014 年事業單位採取激勵措施的情形－按員工規模分	111
表 4-3-5	2008 年至 2015 年勞動部辦理創業研習情形	112
表 4-3-6	2008 年至 2015 年勞動部提供創業協助成果	112
表 4-3-7	事業單位預計 2016 年 4 月底較 1 月底僱用人力增減情形	113

表 5-1-1	經濟體質強化措施推動措施與具體作法	116
表 5-1-2	創業拔萃方案推動策略與執行內容	122
表 5-1-3	社會企業行動方案執行工作項目	124
表 6-2-1	傑出科學項目	134
表 6-2-2	中央創新計畫	136
表 6-2-3	快速盤點工具	136
表 7-1-1	企業採用產業物聯網的理由	149
表 7-1-2	物聯網 2025 年經濟價值預估	151
表 7-2-1	臺灣物聯網相關政策	156
表 7-2-2	臺灣協助創新創業政策	157
表 7-3-1	物聯網下臺灣中小企業機會與挑戰	167
表 8-2-1	2011 年至 2016 年 6 月信保基金全體承保情形	178
表 8-2-2	2016 年 6 月底上市、上櫃及興櫃企業在屬中小企業階段曾運用信保家數	179
表 8-2-3	信保基金相對保證專案一覽表	180
表 9-4-1	產業高值計畫、創新優化計畫、新興育成計畫及研發貸款計畫說明	191
表 9-4-2	小型企業創新研發計畫及地方產業創新研發推動計畫說明	192
表 9-4-3	傳統產業技術創新推動作法執行項目	193
表 10-2-1	歷年育成輔導績效	198
表 10-2-2	中小企業處直營的 5 所育成中心之聚焦培育領域及執行成效	199
表 10-2-3	創業家簽證相關規定	202
表 10-3-1	2016 年青年創業專案創業輔導資源	203
表 12-1-1	經濟部輔導中小企業之資源經費	218
表 12-1-2	2015 年由政府出資之中小企業專案貸款	219
表 12-2-1	精進中小企業法制環境措施	220

提 要

本（2016）年《中小企業白皮書》內容共分三篇：第一篇中小企業營運動向，闡述中小企業營運狀況與發展趨勢；第二篇中小企業專題研析，針對當前中小企業發展相關的重要議題進行分析探討，並擬具因應策略；第三篇中小企業政策與措施，介紹政府相關單位中小企業的各项輔導政策與措施，作為中小企業經營與創新之參考。

第一篇 中小企業營運動向

本篇涵括 5 章，分別闡述 2015 年至 2016 年上半年總體經濟環境變化，並以 2015 年統計資料說明臺灣中小企業現況與發展，以及因應經濟變化的企業及政府對策等，內容簡述如下：

第 1 章 總體經濟環境變化

- 2015 年全球經濟成長率為 2.6%，略低於 2014 年的 2.7%，成長減緩主因為已開發國家復甦腳步蹣跚，以及新興市場與開發中國家的經濟成長率不如預期所致。行政院主計總處於 2016 年 5 月發布之 2015 年成長粗估值為 0.65%，不及 1%；2016 年臺灣之經濟成長率預測值為 1.07%。亦即，臺灣將接連兩年之經濟成長率都將呈現低迷成長，顯見景氣之低迷以及情勢之嚴峻。而此低迷情勢對於廠商之經營將更為艱鉅，並需要更為前瞻與創新之思考與政策規劃，以為因應。
- 2015 年全球景氣低迷之際，各國仍然持續推動產業的升級轉型，鼓勵中小企業創新與創業。美國中小企業對未來經濟狀況抱持樂觀態度，中國大陸持續推動大眾創業與萬眾創新的力道，日本推動「服務產業挑戰方案」提升服務業生產力，英國以租稅政策支持中小企業發展，韓國持續推動創業經濟，在景氣不好的時代，各國仍抱持信心努力調整體質，因應未來的挑戰。

第 2 章 中小企業發展動向

依據財政部的營業稅徵收統計原始資料，以及主計總處的人力資源調查統計結果得知，2015 年臺灣中小企業的家數及就業人數呈現微幅增長；但銷售額、內銷額及出口額均較 2014 年衰退，惟中小企業之下降幅度較大企業平緩。

- 2015 年中小企業約 138 萬 3,981 家，較 2014 年增加 3 萬 932 家，成長率為 2.29%。中小企業仍以經營服務業為主要，約 110 萬 3,258 家，占全部中小企業 79.72%，較 2014

年增加 2 萬 4,610 家，增幅為 2.28%，主要集中於經營批發及零售業，計 67 萬 6,791 家，占全部中小企業 48.90%；居次者為住宿及餐飲業 14 萬 3,177 家，占 10.35%。工業部門的中小企業家數有 26 萬 9,143 家，占 19.45%，增幅 2.40%，工業部門中小企業家數成長幅度較服務業部門略高。

- 2015 年中小企業銷售額為 11 兆 8,032 億元，其中內銷額約為 10 兆 3,253 億元，占中小企業銷售額 87.48%，顯示中小企業營收主要仰賴內銷；內銷額相較於 2014 年微幅下降 0.19%。2015 年中小企業出口額 1 兆 4,779 億元，較 2014 年衰退。若比較近年中小企業的出口額占其銷售額的比率（出口傾向），2015 年中小企業的出口傾向為 12.52%，較 2014 年略為下降 0.10 個百分點。至於中小企業出口額占全部企業出口額比率（出口貢獻）為 15.21%，連續第 2 年增加，但相較於 2012 年之 17.74%，仍低 2.53 個百分點。
- 2015 年中小企業銷售額之行業分布，批發及零售業銷售額 4 兆 3,165 億元（占 36.57%）居冠，製造業 4 兆 1,403 億元（占 35.08%）居次，營造業 1 兆 4,593 億元（占 12.36%）第 3。這 3 個的行業銷售額總計占中小企業整體銷售額達 84.01%。
- 2015 年新設企業（經營未滿 1 年）有 9 萬 8,507 家，其中 99.81% 為中小企業，計有 9 萬 8,320 家，且新設企業以內銷為主，內銷額佔其銷售額比重高達 92.64%。即新設企業多選擇國內市場作為初期發展的主要市場。新設企業以批發及零售業所占比率最高，達 42.37%，住宿及餐飲業、營造業分居 2、3 位，比率分別為 18.57%、9.38%。2015 年製造業的新設中小企業家數雖較上年減少 2.37%，但其銷售額成長 11.51%，仍有相對突出表現。
- 以企業經營年數觀察，2015 年新設中小企業（經營未滿 1 年）占整體中小企業家數比率為 7.10%，經營年數 5 年以內者占 31.07%，10 年以內者占 49.57%，即將近半數之中小企業經營年數在 10 年以下。不同於中小企業的經營年數結構，新設大企業家數僅占全部大企業的 0.57%，經營年數 10 年以內者僅占 23.34%，而超過 10 年者占了 76.66%。亦即，大企業之經營年數明顯高於中小企業，有 7 成 6 以上之大企業已營運 10 年以上，而營運超過 20 年者更有 4 成 2 以上。
- 在受關注的女性企業方面：2015 年可以區分企業代表人性別的企業家數，總計有 141 萬 6,738 家。其中，女性企業家數有 50 萬 8,701 家，占合計家數 35.91%。相較於 2014 年，家數增加 29,440 家（增加 2.14%）。女性企業中，有高達 98.78% 為中小企業（50 萬 2,470 家）。至於銷售模式，女性中小企業內銷比率高達 90.65%。有關行業分布，

中小企業女性企業家數行業依序為：批發及零售業（占 51.08%）、住宿及餐飲業（占 13.41%）、營造業（占 7.97%）、其他服務業（占 7.35%）、製造業（占 5.86%）。

第 3 章 中小企業財務概況與資金融通

因財政部財政資訊中心最新營利事業所得稅申報資料為 2014 年，有關中小企業財務及比率資料落後 1 年；而金融機構與中小企業資金融通部份，資料為 2015 年。

- 2014 年中小企業流動資產比重減少，非流動資產比重增加；其中，現金持有比率下降，長期投資增加，短期應變能力下降，經營態度趨於保守。
- 2014 年中小企業負債比率較 2013 年上升，其中，以非流動負債比率提升幅度較高。獲利方面，中小企業營業成本下降幅度大於營業費用增加幅度，獲利增加。
- 2015 年不論是公、民營銀行皆積極承作中小企業貸款，對中小企業總放款餘額維持高檔。

第 4 章 中小企業人力資源

- 2015 年臺灣總就業人數為 1,119 萬 8 千人，其中，中小企業的就業人數為 875 萬 9 千人，約占全國總就業人數的 78.22%。自 2009 年金融海嘯以來，中小企業就業人數呈持續穩健的小幅增加，顯示中小企業為提供全國就業市場上穩定的力量。就業人數前 5 大行業依序為製造業、批發及零售業、營造業、住宿及餐飲業和農林漁牧業。2015 年臺灣受僱（包含受政府僱用者、受私人僱用者）人數為 886 萬人，中小企業受僱人數為 642 萬 4 千人，約占全國受僱人數的 72.50%。
- 2015 年中小企業之就業者及受僱者，均以高職畢業者所占比重最高，其次為大學，再次為專科。觀察近年來中小企業之就業者與受僱者之教育程度，均有提高的趨勢，應與政府的高等教育普及化政策有關。
- 2015 年臺灣失業人數較 2014 年減少約 1 萬 7 千人（或 3.75%），在大企業、政府僱用及初次尋職者中，擁有大學學歷失業者比率最高，尤其是初次尋職的失業者中，超過 6 成以上擁有大學學歷，顯示青年失業及高學歷失業問題，已愈來愈嚴重。

第 5 章 因應經濟環境變化之對策

- 2015 年至 2016 年上半年，基於全球經濟成長由好趨緩、主要國家推動產業升級轉型與策進中小企業創新創業的策略動向，政府正積極推動各項能夠兼顧內外變化因素的經濟政策，包括「5 大產業創新研發計畫」、「新南向政策」、「經濟體質強化措施」、「生產力 4.0 發展方案」、「產業升級轉型行動方案」、「ide@ Taiwan 2020（創意臺灣）政策白皮書」、「創業拔萃方案」、「虛擬世界發展法規調適規劃方案」及「社

會企業行動方案」等。

- 我國中小企業可能面臨的挑戰與發展方向包括：「應加強企業合作之整合式行銷與經營模式，或技術提升的轉型」、「對新設中小企業成長波動相對大的行業別，關注其對創業輔導與提升創業動能措施的利用與需求」、「利用網路金融，增加中小企業資金來源管道」、「應重視人力資源發展策略之長期規劃」、「以『智慧製造』帶動中小企業升級轉型」，以及「導入物聯網應用，協助中小企業創新發展掌握商機」。

第二篇 智慧經濟下中小企業發展策略

本年度中小企業白皮書主題為「智慧經濟下中小企業發展策略」，由「以智慧化促進中小企業升級轉型」與「物聯網經濟下中小企業的契機」兩章，探討在智慧經濟發展趨勢下，臺灣中小企業應如何掌握機會，以智慧製造提升生產力，以物聯網創新創業，再造中小企業彈性生產、敏捷製造、活力創業的動能，促成中小企業蓬勃發展。

第 6 章 以智慧化促進中小企業升級轉型

- 2011 年以來，德國、歐洲、美國、日本、韓國、臺灣紛紛展開了智慧製造的計畫，德國、美國有感於製造業外移與衰落的危機，基於本身特有的製造優勢，德國提出「工業 4.0」，美國提出「先進製造業夥伴關係計畫」，日本業界組成聯盟，目的在於透過整合監測、資通訊技術、機器人、雲端、數據分析重拾製造業的競爭力。我國政府有感於智慧製造的國際潮流與國內產業升級的必要性，於 2015 年提出「生產力 4.0 發展方案」，以及於 2016 年提出「5 大產業創新研發計畫」。在這波智慧製造的潮流中，歐洲與德國強調中小企業在研發與技術的跟進，日本業界組成聯盟發展工廠的智慧製造，我國以中堅企業帶動中小企業發展。
- 根據個案分析，中小企業要步入智慧製造的行列，首先要瞭解企業本身競爭力優劣所在，考量主客觀因素之後，設定願景，找出與願景與現狀的落差，善用政府資源與透過公協會與法人的協助，找到生產力的升級之道。其次，未來政府將參酌公協會、廠商意見與國外作法，例如，由中小企業處成立智慧製造馬上辦中心，提供中小企業諮詢服務，連結經濟部與各產業公協會成立的智慧製造平臺，以即時掌握各重點產業的智慧製造說明會、研討會或是示範廠的觀摩活動，並適時的傳遞給中小企業。

第 7 章 物聯網經濟下中小企業的契機

- 近年物聯網商機隨著行動智慧通訊普及、感測器與雲端運算價格下降、無線傳輸應用增加等驅動力開始起飛，其應用範圍深入各產業與城市生活，啟動另一波數位革命，也帶給新創團隊與中小企業發展契機。物聯網發展趨勢不僅使中小企業能透過物聯網

平臺，快速導入物聯網服務、技術與創新發展、增加大企業及其他跨產業合作機會，物聯網經濟下產品服務少量多元與客製化趨勢，更適合中小企業小規模、彈性與創新特性。然而我國雖然有優質的科技人才與中小企業，但在產業轉型、軟硬體與系統整合、主動式創新，以及應用環境面仍有許多挑戰需要面對。

—根據個案與我國中小企業機會與挑戰分析，若要協助我國中小企業掌握物聯網商機，可朝向下列幾個方向進行：第一，加強宣導物聯網應用與商機，提升使用者導入意願；第二，結合大企業與產業專家協助中小企業物聯網發展；第三，整合資源設立中小企業物聯網發展平臺；第四，透過公部門或活動導入物聯網應用；第五，儘快建立物聯網示範場域。

第三篇 中小企業政策與措施

本篇彙整經濟部所屬相關單位、信保基金、金管會、國發會、勞動部及教育部等各部會單位執行之中小企業政策措施，分 5 章扼要說明。

第 8 章 完善財務融資服務與增進投資

—經濟部中小企業處積極建置財務融通服務輔導機制，針對企業發展不同階段，提供中小企業各類財務諮詢、診斷、輔導及協調金融機構對企業提供融資協處（馬上辦服務中心，0800-056-476 服務專線），並協助企業健全財務會計制度、培訓中小企業財務主管人才，提升財務管理能力等完整的協助措施。

—為了強化微型創新企業的籌資能力，櫃買中心在主管機關支持下籌設「創櫃板」，提供「股權籌資」功能，行政院於 2015 年 4 月准許民間業者申設股權式群眾募資平臺，推動股權式群眾募資創業，使新創企業取得資金管道更加多元化。

第 9 章 促進升級轉型與提升研發能量

政府以扶植具國際市場拓展潛力、高技術創新能力、對網絡夥伴企業具有帶動效應之中小企業成為「頂尖優質中小企業」為目標，作為帶動及示範效益廠商，以領頭羊帶動企業群方式，提升整體中小企業動能，從網路應用、體質創新、綠色環保及技術研發等 4 個面向執行多項計畫，包括「中小企業 4G 行動商務應用服務計畫」、「提升中小企業節能減碳能力輔導計畫」、「小型企業創新研發計畫」及「產業升級創新平臺輔導計畫」等，促進中小企業升級轉型與提升研發能量。

第 10 章 建構創新創業及育成加速機制

—為持續營造臺灣優質創業環境，建立從創意、創新到創業的完整生態圈，政府積極執行創業育成輔導相關計畫，包括推動「新興產業育成加速器」，以及開辦「創業家簽

證」，深化前瞻及新興中小企業創業育成合作，鏈結國際育成網絡，引進國際人才。

- 為鼓勵青年學子勇敢逐夢，行政院整合多方創業資源，執行「青年創業專案」，並推動「網實整合創業服務」，由線上青年創業及圓夢網、線下一站式創業服務據點青創基地，作為創業資源之匯聚（hub），配合搭載創業資源的 368 巡迴車，提供鐵三角創業服務。

第 11 章 深耕地方產業及掌握市場商機

- 為活絡地方經濟發展，創造在地就業機會，政府以「地方產業發展基金」輔導地方中小企業特色化發展、推動觀光工廠，以及設置全國商圈永續發展推動平臺，創造在地就業機會，更以臺灣「一鄉鎮一特產」（OTOP, One Town One Product）形塑區域品牌，擦亮地方中小企業的特色文化；從展售通路拓展、行銷推廣及獎項鼓勵等多元輔導方式，創造優質區域品牌形象，提升行銷效能，擴大經濟效益。
- 為協助中小企業拓展海外市場商機，推動臺灣中小企業邁向國際化發展，政府提供多元的輔導管道與補助措施，2015 年及 2016 年新增計畫包括「中小企業參與產業價值鏈全球行銷促進計畫」及「推動中小企業智慧領航拓銷國際計畫」。

第 12 章 中小企業其他相關支援

- 2015 年政府協助中小企業輔導經費，包括相關單位輔導中小企業經費約 274 億元，以及政府向中小企業採購金額約 6,610 億元。
- 精進中小企業法制環境重點工作包括〈中小企業發展條例〉部分條文修正，〈公司法〉增訂「閉鎖性股份有限公司」專節，以及引導上市櫃公司參與社會企業等。
- 為加強中小企業政策之國際典範學習與移轉、拓展與國際社會之實質往來，提升中小企業國際能見度，政府積極舉辦及參與國際中小企業事務與活動。
- 舉辦中小企業選拔表揚活動，包括國家磐石獎、小巨人獎、創新研究獎及新創事業獎等獎項，獎勵績優卓越經營典範。





第一篇 中小企業營運動向

第 1 章 總體經濟環境變化

第 2 章 中小企業發展動向

第 3 章 中小企業財務概況與資金融通

第 4 章 中小企業人力資源

第 5 章 因應經濟環境變化之對策

中小企業在臺灣經濟發展過程中，對國家經濟與社會的安定扮演舉足輕重的角色，也為臺灣經濟發展之中流砥柱，因而中小企業的經營動向值得重視。

本篇運用政府相關單位所發布的統計及調查資料，予以歸納、分類整理成中小企業相關統計指標，以觀察臺灣中小企業現況及經營動向。首先觀察 2015 年至 2016 年國內外總體經濟情勢的變化，在此外部環境變化下，以數據呈現 2015 年國內中小企業在家數、銷售、人力資源運用、財務與資金的變動情形。最後，舉出政府應對內外經濟變化所採行的策略與作法，並指出中小企業可能的發展方向。

第 1 章 總體經濟環境變化

根據 IHS 於 2016 年 6 月出版之全球前瞻（Global Insight, GI）資料，2015 年全球經濟成長率為 2.6%，略低於 2014 年的 2.7%，成長減緩主因為已開發國家復甦腳步蹣跚，以及新興市場與發展中國家的經濟成長率不如預期所致，全球經濟之成長步伐依然緩慢且脆弱，前景依然充滿挑戰。

由於全球經濟成長趨緩，以及大宗物資價格走緩，2015 年之全球商品貿易也因而走勢疲軟，全球出口年增率-12.8%，為 2009 年金融風暴以來之最低，造成以出口導向為成長支撐國家，經濟成長表現多走勢低迷。如臺灣即因對外貿易成長疲軟，且因出口之衰退明顯高於進口，以致淨輸出對經濟成長呈現負貢獻。行政院主計總處於 2016 年 5 月公布 2015 年全年之經濟成長率為 0.65%，並預估今年臺灣之經濟成長率預測值為 1.06%。亦即，臺灣將接連兩年經濟成長率都在 1.5% 以下，並可能連續兩年屈居四小龍之末，顯見景氣之低迷以及情勢之嚴峻。而此低迷情勢對於臺灣廠商之經營將更為艱鉅，並需要更為前瞻與創新之思考與政策規劃以為因應。

本章分為兩節，第 1 節剖析 2015 年至 2016 年 6 月期間的經濟環境情勢，就國外與國內經濟環境變化加以觀察，國外經濟情勢以全球整體、已開發國家及新興市場國家等，針對其總體情勢變化以及重要影響因素分析討論可能變化；國內經濟情勢變化，則以國內重要指標之變化，觀察發展之瓶頸與隱憂，作為觀察臺灣產業與企業營運變化之基礎與背景參考。第 2 節則概述在此環境下，全球主要國家中小企業的發展情勢。

第 1 節 國內外經濟環境變化

一、全球總體經濟環境變化

（一）整體經濟概況：和緩復甦

2016 年第 1 季全球經濟仍陷於低迷的泥沼中，儘管美國、加拿大及英國等已開發經濟體在內部消費支出強勁帶動下，成長持續擴張，但拉丁美洲、中東及非洲地區則因國際商品價格下跌而受到衝擊，其中巴西也同時面臨政治動盪、貪汙腐敗，經濟已陷入衰退，瀕臨崩盤。歐洲地區之新興市場國家則喜憂參半，中歐國家受益於國際油價下跌而

緩慢復甦，惟土耳其則因經常帳高額赤字、通膨壓力升溫等內部問題深受其擾，俄羅斯經濟更因低油價、西方國家實施金融制裁而陷入衰退。亞洲方面，日本因國內外需求疲軟不利經濟復甦，中國大陸因全球經濟成長減緩導致出口下滑；人民幣劇烈震盪，造成資金外移，連帶拖累亞洲其他國家經濟表現。儘管美國經濟表現相對較佳，惟在全球經濟成長減速，廠商信心轉趨保守情勢下，難以獨撐大局。加上國際大宗商品價格持續低檔震盪，導致高度依賴資源、能源出口的新興市場國家備受衝擊，爆發金融與債務危機的風險倍增，近期國際恐怖主義及難民危機等地緣政治風險猶存，短期內全球整體景氣難以樂觀好轉。

（二）重要影響因素

1. 寬鬆貨幣政策之走向與效果仍待觀察

為刺激脆弱的經濟及對抗低通膨，主要國家不惜代價加碼寬鬆貨幣政策，其中日本央行於 2016 年 1 月 29 日宣布將從 2 月 16 日開始實行負 0.1% 的利率，希望藉由負利率政策鼓勵消費者少存錢、多花錢，同時削弱本國貨幣價位，以利於商品出口，推升通貨膨脹免於緊縮，並刺激經濟成長。歐洲央行於 2016 年 3 月 10 日公布大規模刺激方案，包括：下調歐洲央行三大利率：將存款利率從 -0.30% 下調至 -0.40%，主要再融資利率從 0.05% 下調至 0.00%，邊際貸款利率從 0.30% 下調至 0.25%；在歐洲央行目前每月購債 600 億歐元的基礎上再增加 200 億歐元、將債券購買計劃的範圍擴大至高評級公司債、向商業銀行發放一系列超低成本的 4 年期貸款等。

事實上，截至 2016 年 4 月底，全球已有 23 個國家實施負利率政策，包括歐元區 19 國、瑞典、瑞士、丹麥及日本等國先後實施負利率；另有超過 13 國於 2016 年宣布降息，如臺灣、印尼、印度、澳洲、紐西蘭等。決策者雖然試圖藉由調降利率或寬鬆貨幣，減少存款的吸引力，進一步推動家庭和企業增加消費，惟全球經濟氛圍依然瀰漫謹慎情緒，致使原先政策預期帶動的刺激效果，因而愈趨平疲。尤其全球資金市場因經濟景氣處於谷底，投資者常因主要國家之政策動靜而有劇烈動盪，如 2016 年第 1 季美元反轉向下，歐元與日圓逆勢上揚，美元指數暴跌 4.1%，創下 2010 年第 3 季以來單季最大跌幅，主因即在於 Fed 考量美國經濟仍面臨全球風險，及通貨膨脹是否繼續攀升之不確定性，而在升息問題上應「謹慎」行事，暫停加息步調所致。

2. 大宗商品價格維持於低檔徘徊

原物料市場方面，國際油價水準仍處於低位，雖然 2016 年 3 月因產油國沙烏地阿拉

伯願意考慮減產、美國頁岩油產出減少，及美元短期走貶，激勵油價上揚，惟支撐力道不足，在面臨市場供過於需的壓力下，油價仍然相對偏低，第 1 季英國布蘭特（Brent）、美國西德州中級（WTI）原油價格分別平均為每桶 34.47、33.36 美元，皆較上季大幅下跌逾 20.0%。基本金屬價格也同樣身陷供過於求的困境，儘管全球礦商為挽救價格下跌，紛紛採取減產措施，惟需求依舊無法拉升，持續抑制金屬價格漲勢。

3. 恐怖主義威脅持續依舊在

2015 年 11 月法國巴黎發生連環自殺炸彈恐怖攻擊，2016 年 3 月比利時首都布魯塞爾再度遭逢恐怖攻擊，反映全球仍面臨恐怖主義威脅。伊斯蘭恐怖主義者（ISIS）將觸角伸向世界各地，進行無差別攻擊，次數也由偶發轉變為頻繁，對全世界各國人民安全造成威脅，並進而影響全球經濟相關活動與成長。

二、主要國家與區域之經濟表現

GI 預估 2016 年已開發國家之經濟成長率為 1.7%；新興市場和發展中經濟體之成長預測值分別為 3.9%、2.6%。雖然新興市場國家和發展中經濟體仍為全球經濟成長之主要支撐與動力來源，惟各國之成長前景分歧。巴西和俄羅斯等大型新興市場國家預料仍深陷衰退情勢；若干能源（石油）出口國也仍將面臨艱困的總體經濟環境，包括財政赤字、債務比重攀升等；中國大陸和印度的成長情形大致符合預測，仍有 6%以上之成長果實，惟貿易成長速度明顯放緩。（表 1-1-1）

表 1-1-1 全球重要總體經濟指標走勢

地區（國）別	2013 年	2014 年	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年
全球經濟成長率(%)	2.4	2.7	2.6	2.5	3.1	3.2
OECD 國家	1.2	1.8	2.0	1.8	2.2	2.2
已開發國家	1.1	1.8	1.9	1.7	2.2	2.2
新興市場國家	4.8	4.3	3.8	3.9	4.6	4.9
開發中國家	1.2	1.6	1.9	2.6	3.6	4.0
CPI 年增率(%)	3.0	2.9	2.4	4.6	3.2	3.0
商品出口成長率(%)	1.9	1.1	-13.4	-1.4	9.4	9.0
失業率(%)	7.6	7.4	7.3	7.4	7.1	6.9

資料來源：Global Insight Inc., *Global Insight's Comparative World Overview*, 2016 年 6 月。

（一）已開發國家經濟概況

2015 年已開發國家整體經濟情勢呈現和緩復甦情勢。其中，美國因勞動市場持續改善，失業率降至 5.3%，接近自然失業水準；民間消費力道擴增、內需持續挹注經濟成長；

Fed 並於 2015 年 12 月底正式終結零利率政策。歐盟／歐元區受惠於弱勢歐元與寬鬆貨幣政策，經濟緩步改善，歐盟 2015 年經濟成長率粗估值約為 1.9%；日本則因國內消費支出不振及出口衰退，拖累經濟成長，2015 年成長率為 0.6%。面對低迷之經濟成長，日本央行（BOJ）自 2016 年 2 月推出負利率措施，希望強化成長動能，惟相關成效仍待考驗與觀察。（表 1-1-2）

表 1-1-2 已開發國家經濟成長率

單位：%

地區（國）別	2015 年	2016 年	季 別			
			I	II	III	IV
全 球	2.6	2.5	2.4	2.4	2.5	2.7
已開發國家	1.9	1.7	1.7	1.6	1.6	1.9
美 國	2.4	1.9	2.0	1.7	1.8	2.1
歐 盟	1.9	1.9	1.8	1.8	1.9	1.9
德 國	1.4	1.9	1.6	1.7	1.9	2.2
法 國	1.2	1.5	1.4	1.7	1.6	1.5
英 國	2.3	1.9	2.0	1.8	1.9	1.9
義 大 利	0.6	0.9	1.0	0.9	0.9	1.2
日 本	0.6	0.5	0.0	0.3	0.5	1.2

附 註：美國、德國、法國、英國及義大利季資料為經季節調整後對上年同期之年增率。

資料來源：Global Insight Inc., *Global Insight's Comparative World Overview*, 2016 年 6 月。

1. 美國經濟概況：穩健成長伴有隱憂

2015 年美國全年經濟成長率約 2.4%，與 2014 年相同，連續兩年經濟成長突破 2%，顯見成長之穩健。惟 2016 年第 1 季美國 GDP 成長率為 2.0%，創 2014 年第 1 季（-0.9%）以來最差表現，主要受到企業庫存與私人投資和出口下跌、進口回升及聯邦政府支出低迷等因素拖累。

美國聯準會（Fed）於 2016 年 6 月下旬決議維持基準利率不變，並警告國內經濟活動「似乎已減緩」，尤其是家庭支出成長降溫。Fed 政策聲明透露，還在等待更強而有力的經濟成長、通貨膨脹與全球穩定的證據，來支持升息決定。由於 2015 年美國經濟持續穩定成長，而走向正常化的貨幣政策立場亦與歐盟及日本的寬鬆貨幣截然不同，此讓美元走勢持續堅挺，美元兌日圓、歐元及新興市場貨幣均升值 10% 以上。惟進入 2016 年，隨著對美國升息預期不如先前，市場避險需求升高，雖然歐盟與日本相繼調降利率，惟美元兌歐元及日圓走勢不升反降。攸關美國經濟成長走勢者，有下列重要因素：

（1）總統大選黨內初選底定，競選政策方向影響全球經濟

美國四年一度的總統大選即將於 2016 年 11 月 8 日舉行，3 月美國各州也正式展開

黨內初選。民主黨部分將由希拉蕊成為民主黨候選人；而在共和黨方面，將由川普獲得提名。由於美國總統大選的結果將關係到未來美國一系列經濟與對外關係走向，甚至可能對全球經濟造成震盪，因此未來須進一步持續關注。

(2) Fed 決議維持當前利率，貨幣政策立場趨謹慎

2016 年 3 月的聯邦公開市場委員會（FOMC）決議維持聯邦基金利率在 0.25-0.50% 不變；下修 2016 年底目標利率預估中位數，由 1.375% 降至 0.875%，並且將原先預期 2016 年升息次數由 4 次降至 2 次。同時，FOMC 聲明亦表示，在全球經濟與金融風險依然存在的情況下，將審慎評估實際與預期之經濟條件對勞動市場與通貨膨脹重回 2% 目標區之情況。整體言論顯示出 Fed 對於升息的行動轉趨謹慎。

2. 歐盟／歐元區經濟概況：緩慢復甦

2015 年歐盟 28 國經濟成長率為 1.9%（歐元區 19 國成長 1.6%），為近 4 年最佳成長表現。根據全球透視機構（GI）預測，由於民間消費、投資、政府支出及進出口等總體變數成長減緩，造成 2016 年第 1 季歐盟及歐元區經濟僅分別溫和成長 1.8% 及 1.4%。若歐洲經濟想要更快速復甦，則各國政府仍需有更多的措施。

在勞動市場方面，2015 年歐盟及歐元區平均失業率分別為 9.7% 及 11.3%，較上年皆下降 0.8 個百分點，同時創下近 3 年來新低。2016 年 3 月歐元區失業率續降至 11.0%，創 2011 年 8 月以來的 4 年半新低。儘管經濟增長和通膨預期疲軟，歐盟委員會預計 2016 年歐元區失業率將從 2015 年的 11.3% 降至 10.7%。不過各國表現不一，如義大利、葡萄牙及瑞典均上升。此外，希臘、法國、義大利等國家之青年（15-24 歲）失業問題更加嚴峻，尚未見改善跡象。歐盟／歐元區目前面臨之棘手問題包括：

(1) 歐洲央行擴大 QE，提振經濟效果可能有限

ECB 於 2016 年 3 月 10 日宣布擴大實施量化寬鬆，在貸款、借款及存款等三方面均降低利息，存款利率更從 -0.3% 降為 -0.4%，擴大負利率措施；貨幣方面，由每月購買 600 億歐元債券，增加至每月購買 800 億歐元債券；而放款方面，向商業銀行發放一系列超低成本 4 年期貸款。國際貨幣基金（IMF）總裁拉加德（Christine Lagarde）認為 ECB 宣布新刺激措施，加上 Fed 明顯轉向放慢升息節奏，經濟景氣似乎受到提振，不過不能完全依靠貨幣政策來推動經濟復甦，各國政府應採取三管齊下、相互支撐的政策措施，包括：A. 結構性改革；B. 財政支持，採取有利成長的收入、支出組合；在有必要且財政空間允許時，進行財政刺激；及 C. 貨幣政策措施等。

(2) 英國脫歐後續之震盪

英國於 2016 年 6 月 23 日公投通過脫離歐盟，首相卡麥隆宣布辭職，除短期衝擊全球金融市場，更會影響全球經濟情勢，GI 預估英國脫歐後使得歐盟今（2016）、明（2017）兩年 GDP 成長率下滑 0.4 到 1 個百分點，更將使全球經濟成長率下降 0.2 個百分點。英國將依歐盟里斯本條約第 50 條規定與歐盟展開談判，英國與歐盟如何建立新關係仍存在諸多不確定性，在此之前，與世界其他國家貿易障礙頓時升高；高盛銀行預估英鎊對一籃子貿易加權貨幣將大幅貶值 11%，不利世界各國對英國之出口。

英國投資機構施羅德資深歐洲經濟學家阿薩德（Azad Zangana）評論：「短期內，英國很可能遭遇高通膨，低成長的停滯狀態」。從產業經營與布局的層面來看，投資機構、歐美媒體也預測，脫歐後帶來政治經濟的不確定性，確實影響產業及企業營運布局思考。

（二）新興市場國家

根據 Global Insight 於 2016 年 6 月發布資料，全球新興市場國家 2015 年經濟成長預測值約 3.8%，而 2016 年可望略增至 3.9%；其中亞太地區成長最為亮眼，2015、2016 年成長率分別為 5.6%、5.5%，都在 5% 以上；拉丁美洲和加勒比海（不含墨西哥）成長率因受巴西經濟衰退拖累，成長率分別為 -1.2%、-1.4%，持續呈現負成長；歐洲新興市場國家成長率為 0.3%、1.4%，主要受到俄羅斯成長衰退影響，而拖累此區之成長表現；中東地區成長約為 2.3%、2.0%，略有向下趨勢；而北非地區之成長率分別為 3.0%、2.3%。

（表 1-1-3）

表 1-1-3 新興市場國家經濟成長率

單位：%

地區（國）別	2015 年	2016 年
新興市場國家	3.8	3.9
亞洲和太平洋（不含日本）	5.6	5.5
中國大陸	6.9	6.5
新加坡	2.0	1.7
韓國	2.6	2.6
臺灣	0.6	1.3
香港	2.5	1.5
泰國	2.8	2.9
馬來西亞	5.0	4.2
印尼	4.8	4.9
菲律賓	5.9	6.0
印度	7.5	7.7
巴基斯坦	5.5	4.9

地區（國）別	2015 年	2016 年
拉丁美洲和加勒比海（不含墨西哥）	-1.2	-1.4
巴 西	-3.9	-3.6
阿 根 廷	2.0	-0.7
哥倫比亞	3.1	2.5
秘 魯	3.2	3.6
智 利	2.1	1.56
墨 西 哥	2.5	2.4
新興歐洲	0.3	1.4
俄 羅 斯	-3.7	-1.6
土 耳 其	3.9	3.6
匈 牙 利	2.9	2.0
捷 克	4.3	2.6
波 蘭	3.6	3.5
中 東	2.3	2.0
以 色 列	2.5	2.7
沙烏地阿拉伯	3.4	2.0
北 非	3.0	2.3
埃 及	4.2	3.1
摩 洛 哥	4.5	1.7
南非共和國	1.3	0.5

資料來源：Global Insight Inc., *Global Insight's Comparative World Overview*, 2016 年 6 月。

經由各地區之成長比較顯見亞太地區成長最為亮眼，而國際貨幣基金（IMF）於 2016 年 4 月發布《全球經濟展望報告》也指出，由於印度、印尼、泰國及菲律賓等國經濟表現亮眼，加上中國大陸在政策加持下仍維持中高速成長，帶動亞洲經濟成長持續穩健，不過因全球貿易持續維持低緩格局，加上受到中國大陸結構轉型及成長下降趨勢影響，因而出口大幅下降，不利此區域出口導向成長模式國家之成長表現。

1. 中國大陸概況：經濟走緩，下行風險猶在

受全球經濟復甦不如預期及部分產業產能過剩調整、房地產開發投資下滑等因素影響，中國大陸 2015 年全年 GDP 成長率 6.9%，創 1990 年以來的新低。2016 年官方經濟成長目標訂於 6.5%至 7.0%區間內，相較以往，經濟成長目標漸趨保守，顯見下行壓力仍大。

事實上，面對全球經濟不景氣，中國大陸經濟正值結構調整期，經濟規模越大，成長難度隨之增加。為降低對於短期經濟波動的敏感性，穩定民心並提供政策改革空間，中國大陸於 2016 年 3 月第 12 屆全國人民代表大會工作報告具體訂定主要總體經濟指標目標值，包括：2016 年消費者物價年增率 3%、城鎮失業率 4.5%以內、M2 貨幣年增率

13%、財政赤字率 3%等。惟 Global Insight 預估中國大陸化解過剩產能、房市大量存貨及信貸膨脹等因素將抑制內需表現，經濟成長仍將走緩，預估中國大陸 2016 年成長率約為 6.5%，略低於目標區間。影響經濟情勢發展之有利及不利因素如下：

(1) 影響經濟情勢發展之有利因素

十三五規劃實施首年，許多政策陸續公布，有助對經濟成長的預期。IMF 亦因此上修 2016 年中國大陸經濟成長率由 6.3%增加 0.2 個百分點至 6.5%；綠色投資未來規模龐大（每年約 2 至 4 兆人民幣），帶動經濟成長與綠色金融發展金融；第三波自由貿易區預計在今（2016）年公布，包括河南、山東、四川、重慶等 10 省先後申設，可望帶動新一輪的開放。

(2) 影響經濟情勢發展之不利因素

由於中國股市與匯市的波動，造成許多改革因而暫時停擺；去產能改革（供給側改革）恐造成大量失業而影響經濟穩定；房市行情分歧愈來愈嚴重，造成降息、降準所釋放的資金沒有進入實體經濟，而是進入房市；上海、深圳等一級城市打房政策恐造成房市的下滑，而帶動經濟下滑；另外，根據 BIS 統計，中國金融機構以外企業和個人至 2015 年 9 月底負債為 21.5 兆美元，為 GDP 的 205%，加計金融業在內則為 GDP 的 248.6%，遠高於新興國家平均。

2. 東協十國經濟概況：成長因出口疲弱而略顯平緩

2015 年東南亞國家的經濟成長率表現可謂開高走低、普遍未如預期，主因可歸納觀察如下：其一，全球經濟復甦步調平緩，尤其是與其貿易往來密切的中國大陸經濟成長明顯減速，影響多個經濟依賴出口的東南亞國家，以至於整體經濟表現未如預期。其二，國際能源及原物料價格走低，衝擊區域內如印尼、馬來西亞等生產大宗物資國家的經濟。其三，東南亞多國內部政經環境面臨挑戰，包括政權輪替後的政策走向、產業升級的轉型、對外資鬆綁的得失，及經濟改革成效等問題，都可能限縮東南亞各國經濟成長表現。

前瞻 2016 年此區域之經濟成長變化，由於此區之重要貿易對手國中國大陸成長趨緩、全球金融市場波動及大宗商品價格進一步下跌等因素，使得此區域之成長仍充滿挑戰。惟一般認為菲律賓和越南的成長前景最強，預計 2016 年經濟成長率皆可望超過 6%；印尼 2016 年及 2017 年則皆預期成長為 4.9%，成長關鍵因素取決於最近開展的改革能否成功及公共投資計畫的實施進展。（表 1-1-4）

表 1-1-4 已開發國家與亞太地區國家經濟成長率

單位：%

地區（國）別	2014 年	2015 年	2016 年(預測)	2017 年(預測)
全 球	2.7	2.6	2.5	3.1
已開發國家	1.8	1.9	1.7	2.2
美 國	2.4	2.4	1.9	2.6
歐 盟	1.4	1.9	1.9	2.0
德 國	1.6	1.4	1.9	2.0
法 國	0.7	1.2	1.5	1.5
英 國	2.9	2.3	1.9	2.4
義 大 利	-0.3	0.6	0.9	1.0
日 本	-0.1	0.6	0.5	0.9
亞太地區國家	4.7	4.7	4.6	4.7
中國大陸	7.3	6.9	6.5	6.4
臺 灣	3.9	0.6	1.3	2.1
韓 國	3.3	2.6	2.6	3.0
香 港	2.5	2.5	1.5	1.8
新 加 坡	3.3	2.0	1.7	2.2
泰 國	0.8	2.8	2.9	2.9
馬來西亞	6.0	5.0	4.2	4.4
印 尼	5.0	4.8	4.9	4.9
菲 律 賓	6.2	5.9	6.0	5.9
越 南	6.0	6.7	6.2	6.5
印 度	7.2	7.5	7.7	7.6

資料來源：Global Insight Inc., *Global Insight's Comparative World Overview*, 2016 年 6 月。

綜總整而言，影響此區域國家經濟成長之重要影響因素，包括：

(1) 區域經濟整合與協議攸關此區域之長期成長與個別差異

攸關東南亞國家經濟發展至鉅之東協經濟共同體（AEC）已於 2015 年 12 月 31 日正式啟動，惟要真正達到一體化的目標，仍有許多面向尚待努力，如人力區域間流動、出口重心轉向、產業創新互補，及加強宣導內部認知等問題，成為各國必須解決的難題。

另外，跨太平洋夥伴協定（TPP）於 2016 年 2 月 4 日在紐西蘭正式簽署，會員國承諾在兩年內完備國內相關程序。在東協十國中，已加入 TPP 的國家為新加坡、馬來西亞、越南及汶萊，其餘國家仍在內部討論。由於各國條件不一，對於參與 TPP 的態度也出現差異。其中，越南在勞力密集製造業具有比較利益，被外界認為可能是受惠於 TPP 最大的國家，因此展現出高度積極性。相對的，印尼考量本身經濟自由化程度，加入 TPP 的利弊尚難定論，且須配合修法的項目眾多，表明還須 2 至 3 年時間才能有所決定。

(2) 推動經改以促進經濟升級之成敗

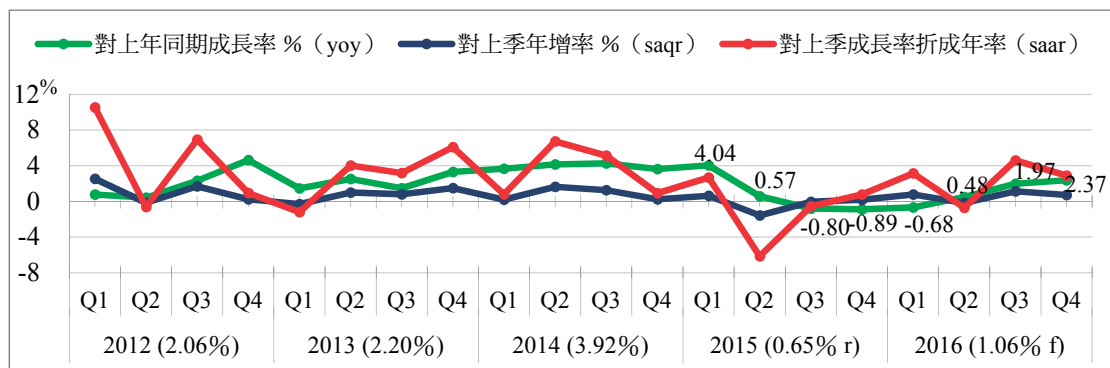
受到全球經濟復甦緩慢及國際金融市場動盪等因素影響，全球出口市場持續低迷，造成此區因仰賴出口支撐成長而受挫，各國家有感於外需疲弱不利於國內經濟發展，陸續提出經濟改革方案，藉以促進升級與轉型。觀察東南亞主要國家的政策方向，印尼於 2016 年 2 月再次推出第 10 波經濟振興方案，內容為提高對外開放程度；馬來西亞的改革重心為產業創新、與國際接軌及加強基礎建設；菲律賓一方面寬鬆外貿規定協助出口成長，另一方面則實施製造業創新計畫；新加坡持續人力轉型計畫，藉以降低對外勞的依賴；泰國計劃於 2016 年推出第 3 輪經濟刺激套餐，主軸為拉抬內需；越南經改的主要目標為改善投資環境及調整經濟結構，藉以配合國際化自由化的腳步。

三、臺灣總體經濟環境變化

根據主計總處 2016 年 5 月 27 日發布之國民所得統計及國內經濟情勢展望，2015 年因國際經濟情勢及比較基期因素影響，呈現「開高走低」、「逐季下滑」情勢；第 1 季經濟成長穩健，實質 GDP 年增率達到 4.04%，而自第 2 季起經濟成長速度趨緩，成長率僅有 0.57%，甚至下半年經濟成長率呈現負值（-0.80%、-0.89%），由於接連兩季負成長，顯示有「經濟衰退」情勢。併計 2015 全年經濟成長率約 0.65%。

預估 2016 年臺灣經濟成長表現，因比較基期差異，各季表現呈現開低走高，由第 1 季的負成長（初步統計 yoy 為 -0.68%）逐季攀升，行政院主計總處估計 2016 年全年經濟成長率為 1.06%，較 2015 年之 0.65% 增加 0.41 個百分點。然由於國際經濟走勢平緩，油價、大宗物資價格仍將維持低檔，全球商品貿易成長仍處於相對低點；加上地緣政治、經濟的不確定性仍高。預估臺灣商品出口、進口成長率於上半年仍將呈現負數，遲至下半年才可望止跌回升。（圖 1-1-1）

圖 1-1-1 近年臺灣經濟成長率



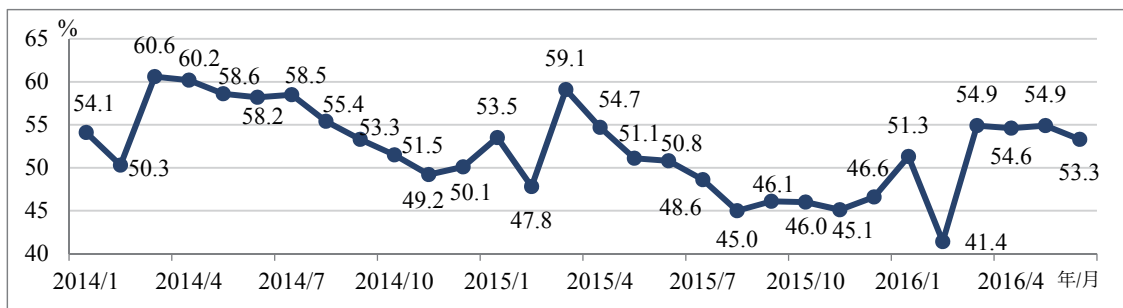
資料來源：行政院主計總處總體資料庫，2016 年 5 月。

（一）經濟略為復甦

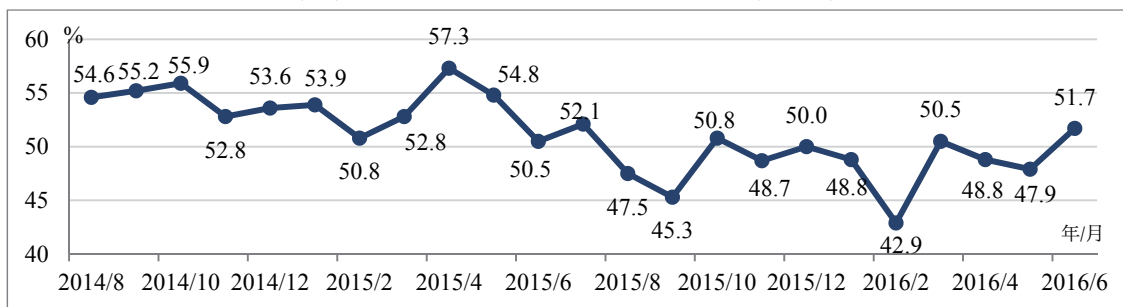
自 2015 年下半年起，國內採購經理人指數（PMI）即因全球經濟走緩而落於代表景氣趨緩之榮枯分線（50%）以下；2016 年開春之後因農曆春節之季節因素，得分高低震盪。2016 年 6 月，製造業採購經理人指數（PMI）為 53.3%，已連續第 4 個月呈現擴張，景氣呈現止跌回升情形。非製造業經理人指數（NMI）之走緩情形則較製造業略有時間上的延遲。由於全球及國內政治、經濟情勢震盪，2016 年以來除 3 月因比較基期偏低（比較基準為農曆春節之 2 月），得分略高於榮枯線（50%）外，其餘各月仍在榮枯線 50 上下擺盪，如 4 月得分為反映景氣收縮之 48.8%，較上月下跌 1.7 個百分點，5 月也呈現續跌情形，進一步下滑至 47.9，但 6 月隨即回升至 51.7，反映廠商對於景氣之看法仍然反覆。（圖 1-1-2）

圖 1-1-2 近年臺灣製造業／非製造業採購經理人指數

（1）臺灣製造業採購經理人指數（PMI）



（2）臺灣非製造業採購經理人指數（NMI）



資料來源：國發會，http://index.ndc.gov.tw/n/zh_tw（國發會景氣查詢指標系統）。

事實上，由目前多項統計指標觀察，也顯示國內景氣似有回溫跡象。如景氣對策信號，自 2015 年 6 月以來即持續 10 個月落於谷底（陷於藍燈區），直至 2016 年 4 月才轉呈黃藍燈，綜合判斷分數為 17 分。2016 年 5 月綜合判斷分數進一步較上月增加 3 分至 20 分，主因來自半導體設備成長幅度高，且電子零組件的進口增加，使燈號由綠燈轉為

黃紅燈；工業生產指數與製造業銷售量皆由藍燈轉成黃藍燈，分數各增加 1 分。並且景氣領先指標先指標較上月回升，是連續 20 個月下跌後首次上升。同時指標也呈現上升的態勢，回溯修正後連續 3 個月上升，都反映景氣愈有轉揚趨勢。（圖 1-1-3）

圖 1-1-3 近期臺灣景氣對策信號

項 目		2015 年												2016 年				
		1 月	2 月	3 月	4 月	5 月	6 月	7 月	8 月	9 月	10 月	11 月	12 月	1 月	2 月	3 月	4 月	5 月
景氣對策信號 (分數)	數 值	23	24	22	16	18	16	14	14	14	15	15	14	14	14	16	17	20
	上年同期比較	1	-1	-3	-13	-6	-10	-13	-15	-13	-9	-10	-8	-9	-10	-6	1	2
景氣對策信號（燈號）																		
貨幣總計數 M1B																		
股價指數																		
工業生產指數																		
製造業銷售量指數																		
製造業營業氣候測驗點																		
非農業部門就業人數																		
海關出口值																		
機械及電機設備進口值																		
商業營業額																		

附 註：1.紅燈●；黃紅燈●；綠燈●；黃藍燈●；藍燈●。

2.綜合判斷分數及信號：紅燈 45-38；黃紅燈 37-32；綠燈 31-23；黃藍燈 22-17；藍燈 16-9。

3.各構成項目均為年變動率，除股價指數外均經季節調整。新舊構成項目間並無一對一替換關係，解讀上宜注意。

資料來源：國家發展委員會，《臺灣景氣指標》，2016 年 5 月。

（二）物價溫和上漲

2015 年消費者物價指數（CPI）年增率較上年跌 0.31%，主因油料費反映國際油價漸次調降，跌 24.99%，及燃氣價格與電價亦分別調降 22.25% 及 10.27% 所致。相對之下，食物類則年增 3.13%，主因民眾較常購買之蔬菜、調理食品、肉類及水產品等價格相對高檔，外食費持續走升；若扣除蔬菜、水果及能源後之 CPI（即核心 CPI），溫和上漲 0.79%。（表 1-1-5）

表 1-1-5 2008 年至 2015 年臺灣重要經濟指標

單位：%

指標 年別	經濟 成長率	躉售 物價	消費者 物價	賦稅 收入	貨幣總計數		金融業 隔夜拆 款利率	新臺幣 匯率 (兌 1 美元)	勞動力 參與率	失業率
					M1B	M2				
2008	0.70	5.14	3.52	1.53	-2.94	2.71	2.014	31.52	58.28	4.14
2009	-1.57	-8.73	-0.86	-13.07	16.54	7.45	0.109	33.05	57.90	5.85
2010	10.63	5.46	0.96	6.01	14.93	4.53	0.185	31.64	58.07	5.21
2011	3.80	4.32	1.42	8.78	7.16	5.83	0.341	29.46	58.17	4.39
2012	2.06	-1.16	1.93	1.82	3.45	4.17	0.428	29.61	58.35	4.24
2013	2.20	-2.43	0.79	2.08	7.27	4.78	0.386	29.77	58.43	4.18
2014	3.92	-0.57	1.20	7.74	7.96	5.66	0.387	30.37	58.54	3.96
2015	0.65	-8.84	-0.31	8.03	6.10	6.34	0.353	31.90	58.65	3.78

附註：表中勞動力參與率、失業率和匯率為年平均，金融業隔夜拆款利率為加權平均，其餘指年增加率。

資料來源：行政院主計總處總體統計資料庫及中央銀行網站，2016 年 5 月。

（三）對外商品貿易持續低迷

依財政部統計，因國際市場需求疲軟，半導體庫存去化持續，以及油價與鋼價續挫等綜合影響，2015 年全年出口總值 2,853 億美元，較 2014 年減 10.86%。進口總值 2,372 億美元，減 15.83%，出、進口相抵，出超 481 億美元。（表 1-1-6）

表 1-1-6 2008 年至 2015 年臺灣商品貿易概況

單位：億美元；%

指標 年別	出口總值		進口總值		貿易總值		出超(+)或入超(-)	
	金額	與上年 同期比較	金額	與上年 同期比較	金額	與上年 同期比較	金額	與上年 同期比較
2008	2,581	3.72	2,445	9.57	5,025	6.49	136	-47.09
2009	2,057	-20.30	1,776	-27.35	3,833	-23.73	281	106.59
2010	2,780	35.18	2,563	44.30	5,343	39.40	217	-22.56
2011	3,129	12.56	2,881	12.40	6,010	12.48	249	14.39
2012	3,064	-2.08	2,773	-3.73	5,837	-2.87	291	16.99
2013	3,114	1.64	2,780	0.25	5,894	0.98	334	14.90
2014	3,201	2.78	2,818	1.38	6,019	2.12	382	14.44
2015	2,853	-10.86	2,372	-15.83	5,226	-13.19	481	25.84

資料來源：財政部統計資料庫，2016 年 7 月。

對各國進出口方面，按主要出口地區觀察，2015 年臺灣出口至主要市場均呈衰退，其中對中國大陸與香港、歐洲出口總值分別較 2014 年減 12.44% 及 10.85%，下降幅度達到兩位數字。對東協（ASEAN）10 國的出口金額則由 2005 年之 275.9 億美元，增至 2015 年的 516 億美元，占臺灣出口比重由 13.8% 提高到 18.1%，增加 4.21 個百分點，並自 2007 年起超越美國，躍居臺灣第 2 大出口市場；自東協 10 國進口金額成長則相對較緩，所占比重歷年維持在 10% 至 13%，造成對此區域之出超持續擴大，2015 年達 226 億美元。

(表 1-1-7)

此外，2015 年我國對中國大陸（含香港）出口總額 1,125 億美元，年減 12.44%，出口規模為 2008 年以來最低水準；進口總額 467 億美元，雖年減 8.35%，金額仍居歷年次高。出、進口相抵，貿易出超 658 億美元（較 2014 年減 117.3 億元），為近 6 年來最低。

依對中國大陸（含香港）主要貿易貨品別觀察，出口以電子產品為最大宗（占約 4 成 4），減 7.7%，為 2008 年以來最大減幅；其次為光學、醫療等器材（占 11.5%），減 18.2%，自 100 年已連續 5 年負成長，且減幅擴大；基本金屬及其製品、化學品與塑膠及其製品則因大陸產能過剩，及國際原物料價格下跌等多重因素影響，分別減 12.6%、21.0%及 17.7%。進口各主要產品多呈減勢，惟資訊與通訊產品因手機進口明顯增加，成長 6.8%。（表 1-1-7）

表 1-1-7 2015 年臺灣主要貿易國家進出口貿易值及結構

單位：億美元；%

指 標 主要國家/地區	出 口			進 口			出超(+)或入超(-)	
	金 額	結構比	較上年同 期增減%	金 額	結構比	較上年同 期增減%	金 額	較上年同 期增減%
總 計	2,853	100.00	-10.86	2,376	100.00	-15.83	481	25.84
中國大陸及香港	1,125	39.45	-12.44	467	19.67	-8.35	658	-15.14
香 港	391	13.72	-10.65	15	0.62	-15.40	377	-10.46
直接對中國大陸	734	25.73	-13.37	453	19.05	-8.10	281	-20.69
美 國	345	12.11	-1.63	292	12.29	-2.80	53	5.30
日 本	196	6.87	-2.73	389	16.36	-7.43	-193	11.76
南 韓	129	4.51	-0.84	135	5.66	-12.03	-6	-16.56
東協十國	516	18.10	-14.18	290	12.22	-16.38	226	-11.18
歐 洲	260	9.10	-10.85	285	12.00	-11.07	-25	13.28
其 他	282	9.88	-4.28	518	21.80	-32.53	-236	-44.81

附 註：東協十國包含印尼、馬來西亞、泰國、新加坡、汶萊、越南、緬甸、柬埔寨、寮國及菲律賓。「直接對中國大陸」及「香港」為子項目。

資料來源：財政部統計資料庫，2016 年 7 月。

（四）國內投資表現依舊低迷

民間投資為國內投資主力，2015 年因飛機採購、半導體設備投資挹注，實質規模約 2.90 兆元，年增率 2.75%，對經濟成長貢獻 0.54 個百分點，並有效填補政府投資、公營事業投資規模持續縮減之負成長。尤其投資規模自 2014 年起即超越 2007 年之 2.73 兆元規模，超越金融風暴前水準。

相對之下，公共支出（包括政府消費、政府投資、公營事業投資）因財政赤字攀

升，為撙節支出以致成長率呈現負值。2015 年實質公共支出規模約 2.9 兆元，年增率 -1.34%，對經濟成長貢獻-0.27 個百分點。（表 1-1-8）

由於經濟前景未明，加上景氣震盪，民間消費轉趨審慎保守，致使國內儲蓄率（國內儲蓄佔 GDP 比率）維持於高檔，2015 年高達 40% 左右；相對之下，因國內外政治、經濟情勢仍未明朗，廠商投資信心趨緩，且科技產業之前景展望未明，廠商投資行為低調保守，2015 年國內投資率約 22.69%；以致 2015 年超額儲蓄率（儲蓄率－投資率）約為 16.56%，持續攀升新高，恐有游資氾濫情形，應予以注意。

表 1-1-8 2007 年至 2016 年臺灣各部門投資成長率

單位：新臺幣百萬元；%

項目 年	國內投資規模及成長率							
	總計		民間		公營		政府	
	金額	成長率	金額	成長率	金額	成長率	金額	成長率
2007	3,501,589	1.14	2,725,161	1.88	235,531	2.20	542,490	-2.80
2008	3,111,807	-11.13	2,339,443	-14.15	230,871	-1.98	544,862	0.44
2009	2,837,726	-8.81	1,980,938	-15.32	236,341	2.37	621,549	14.07
2010	3,385,791	19.31	2,528,221	27.63	254,043	7.49	603,420	-2.92
2011	3,346,945	-1.15	2,558,491	1.20	219,898	-13.44	568,556	-5.78
2012	3,259,477	-2.61	2,549,613	-0.35	203,575	-7.42	506,289	-10.95
2013	3,432,126	5.30	2,730,416	7.09	209,659	2.99	492,167	-2.79
2014	3,492,658	1.76	2,816,855	3.17	220,787	5.31	455,949	-7.36
2015(r)	3,535,480	1.23	2,894,378	2.75	205,468	-6.94	436,340	-4.30
2016(f)	3,589,127	1.52	2,925,980	1.09	208,981	1.71	454,861	4.24

附註：金額為實質資料、成長率為連鎖實質成長率（對上年同期，yoy），(r)表修正數，(f)表預測數。

資料來源：行政院主計總處總體統計資料庫，2016 年 5 月。

（五）兩岸經濟關係在樂觀中隱含陰霾

近幾年來，中國大陸利用政策強力扶植自有產業，並積極與國際大廠合作。故自 2013 年，中國大陸當地供應鏈開始崛起。數據顯示，中國大陸進口零組件占其出口比重，由 1990 年代最高的 60%，大幅下滑到 35% 左右。因此，不少中國大陸境內的廠商，已開始將訂單轉向當地供應鏈，從而衝擊到臺灣的代工及零組件廠商。相關影響也從過去的紡織、成衣和家具等民生工業，以及水泥、鋼鐵、石化等傳統重工業，擴大到資訊通信、光學器材產品等科技產業領域。如何因應中國大陸產業鏈的崛起，已成為臺商必須嚴肅思考的問題。

（六）勞動市場逐步改善

2015 年我國勞動力人口 1,163.8 萬人，勞動力參與率 58.7%（較 2014 年增 0.2 個百分點），就業人口 1,119.8 萬人，較 2014 年增 1.1%（或增 11.9 萬人），受僱者 886 萬人，占就業者 79.1%，較 2014 年增 1.4%（或增 12.3 萬人），就勞動市場之數量觀察，都呈現增加情形；工業及服務業受僱員工每人每月薪資平均為 48,490 元，較 2014 年增 2.5%，經物價調整後，實質薪資亦增 2.8%；顯示勞動市場之價格有走揚情形。此外，2014 年臺灣每人每月工時為 175.3 小時，較上年減少 2.6 小時。由於勞動市場價量齊揚，且工時略有所減，反映國內勞動市場環境於 2015 年較上年有改善情形。

第 2 節 主要國家中小企業發展情勢

在上述經濟環境下，各國中小企業的發展究竟如何？本節擇取日本、韓國、新加坡、中國大陸、英國、法國、德國、瑞士、義大利、美國、加拿大等主要國家的中小企業發展景況及政策，分別簡述。臺灣中小企業的發展現況則在下一章再作詳細、完整的剖析。各個國家中小企業之定義及其基本概況，如表 1-2-1 所示。

表 1-2-1 各國中小企業之定義及基本概況

國 家	資訊來源	定 義	基 本 概 況
日 本	2015 年版日本中小企業白書	製造業、營造業、運輸業：資本額或出資總額 3 億日圓以下，及經常僱用員工 300 人以下的公司或法人（小規模企業為 20 人以下）；批發業：資本額或出資總額 1 億日圓以下，及經常僱用員工 100 人以下的公司或法人（小規模企業為 5 人以下）；服務業：資本額或出資總額 5,000 萬日圓以下，及經常僱用員工 100 人以下的公司或法人（小規模企業為 5 人以下）；零售業：資本額或出資總額 5,000 萬日圓以下，及經常僱用員工 50 人以下的公司或法人（小規模企業為 5 人以下）。〈日本中小企業基本法第 2 條第 1 項規範〉	2014 年中小企業家數為 385 萬 2,934 家，占日本企業總家數 386 萬 3,530 家的 99.7%；經常僱用員工為 2,433 萬人，占總經常僱用人數的 62.7%。
韓 國	韓國國家統計局	製造業：經常僱用員工人數 300 人以下或資本額 80 億韓元以下之公司或法人（小型企業為 50 人以下）；批發零售業：經常僱用員工人數 300 人以下或銷售額 200 億韓元以下之公司或法人（小型企業為 10 人以下）。〈韓國中小企業基本法第 2 條及其施行令第 3 條〉	2013 年中小企業家數達 341 萬 5,863 家，占總體企業家數的 99.9%；僱用人數 1,342.2 萬人，占總僱用人數的 87.5%。
新加坡	標準生產力與創新局	在新加坡登記之企業、年營業額未滿 1 億星元或僱用員工人數少於 200 人之企業或法人。（標準生產力與創新局）	2014 年中小企業家數約為 18 萬 9 千家，占總企業家數 99%，僱用員工總數占企業總僱用員工數之 70%。

國 家	資訊來源	定 義	基 本 概 況
中國大陸	2014 中國中小企業藍皮書	工業：資產總額 4 億元以下、銷售額 3 億元以下、或職工人數 2,000 人以下的企業戶數或個體工商戶；批發零售業：銷售額 1.5 億元以下或職工人數 500 人以下的企業戶數或個體工商戶；交通運輸與郵政業：銷售額 3 億元以下或職工人數 3,000 人以下的企業戶數或個體工商戶。〈中華人民共和國中小企業促進法〉	以總企業戶數加上個體工商戶數做為中小企業家數指標，2014 年約 6,803 萬戶。
英國	英國商業創新暨技能部	小型企業必須符合下列 3 條件任 2 個以上：年營業額不超過 650 萬英鎊、資產負債表不超過 326 萬英鎊、僱員不超過 50 人；中型企業必須符合下列 3 條件任 2 個以上：年營業額不超過 2,590 萬英鎊、資產負債表不超過 1,290 萬英鎊、僱員不超過 250 人。〈英國 2006 年公司法〉	2014 年中小企業有 524.3 萬家，占總企業家數的 99.9%，提供 1,516 萬人就業機會，占英國民間企業 60.09% 之就業人口及 46.78% 之營業額。
法國	歐盟結構商用統計資料庫	營業額 1,000 萬歐元以下或受僱員工 250 人以下皆視為中小企業。〈法國經濟現代化法案〉	2014 年中小企業約有 259 萬家，占總企業家數的 99.8%，並僱用了 63% 的勞動人口
德國	波昂中小企業研究所	中型企業是指年銷售額在 100 萬至 5,000 萬歐元之間或僱員數在 10 至 499 人之企業或法人，小型企業則為年銷售額低於 100 萬歐元或僱用員工人數不超過 9 人的企業或法人。（波昂中小企業研究所）	2014 年中小企業約有 370 萬家，占總企業家數 371 萬家的 99.6%。
瑞士	瑞士聯邦經濟部	受僱員工少於 250 人者。（瑞士聯邦經濟部）	2011 年中小企業為 54 萬 8,056 家，占全國企業 99.7%。
義大利	義大利經濟發展部	微型企業為員工人數少於 10 人，營業額不超過 200 萬歐元者；小型企業為員工人數在 10-50 人之間且營業額不超過 1,000 萬歐元者；而中型企業則指員工人數少於 250 人，營業額不超過 5,000 萬歐元者。（義大利經濟發展部）	2013 年中小企業家數比例約 99.9%，約有 374 萬 3,050 家，其中 95% 屬於微型企業。
美國	美國人口普查局	製造業及礦業認定小型企業為擁有 500 或 500 人以下員工數之企業或法人，其餘非製造業的認定則為年營業額 700 萬美元以下之企業或法人。〈美國小型企業法〉	2013 年中小企業家數約 575 萬家，占全國總企業家數之 99.7%。
加拿大	加拿大工業部、銀行公會、出口發展局	加拿大工業部：受僱員工少於 100 人者屬小型企業，介於 100 人至 500 人者屬中型企業；加拿大銀行公會：申請獲核可貸款在 25 萬加幣以下者為小型企業；加拿大出口發展局：年出口額在 100 萬加元以下者可視為小型企業。	2014 年中小企業約 220 萬餘家，其中 98.2% 屬於小型企業，1.7% 屬於中型企業。
臺灣	經濟部中小企業處	製造業、營造業、礦業及土石採取業：實收資本額在新臺幣 8 千萬元以下者，或經常僱用員工數未滿 2 百人者；其他行業前一年營業額在新臺幣 1 億元以下者，或經常僱用員工數未滿 1 百人者。〈中小企業發展條例〉	2015 年中小企業家數達 138.4 萬家，占總企業數的 97.7%，受僱人數達 642.4 萬人，占總僱用人數的 72.5%。

資料來源：依《日本中小企業白書》、《中國大陸中小企業藍皮書》及各國中小企業相關統計網站資料整理。

一、日本中小企業景況

根據 2015 年 4 月 24 日所公布的《2015 年版日本中小企業白書》，日本中小企業家數為 385 萬 2,934 家，占日本企業總家數 386 萬 3,530 家的 99.7%（不包含一級產業），其中，小規模企業家數約 334 萬 2,814 家，約占日本企業總家數的 86.5%，為中小企業的主力。而就中小企業勞動力狀況來看，中小企業經常僱用員工為 2,433 萬 621 人，占總經常僱用人數 3,878 萬 2,604 人的 62.7%，其中，中小規模企業僱用約 592 萬 5,551 人，約占總就業人數的 15.3%。

2015 年安倍首相召開產業競爭力會議，會中決議將推動「服務產業挑戰方案」，設立中小企業經營技術的專家建言制度，以輔導服務業提升生產力。日本政府設定至 2020 年前中小企業的服務業生產力每年提升 2%，盼能藉以提高日本整體經濟的成長。該項新方案將特別針對效率提升進展緩慢的中小企業加強輔導。計畫招募資訊科技等專業人員，藉由豐富的知識與建言，建立客觀的評鑑基本資料，並簡化利用程序，以加速中小企業服務業生產效率提升。2014 年日本中小企業廳為開拓海外市場，以及發展中小企業，編列 195.20 億日圓預算（含日臺經貿交流 0.5 億日圓），以維持日臺經貿良好運作，請專家調查研究、蒐集分析臺灣經貿資訊，並將成果透過研討會、合作交流會及網際網路，廣泛提供日商利用。

在安倍內閣於 2014 年 6 月 24 日公布改訂版「新成長策略」之後，將「加速創業」作為引導日本中小企業發展的重要政策方向，期望形成「催生創業之良性循環」，創造出具有世界競爭力之新創企業；這也意味，日本中小企業輔導政策開始融入新陳代謝的政策思維。

據此，日本經濟產業省於 2014 年 9 月 24 日，結合產官學界成立「新創企業創造協議會」，希望促進既有企業與新創企業之合作，積極發展各種新興產業。「新創企業創造協議會」計畫廣泛招募媒合大企業與新創企業相關支援機關、金融機構、大學，以及政府所屬法人機構等來參與協議會，研議人才培育計畫，以及相關配套措施，推動創業生態體系的蓬勃發展。為推動新創企業的良好循環，該協議會推出 5 項活動：

- （一）**媒合新創企業與既存企業的互利共生商機**：有鑑於日本新創企業發展環境尚未完善，因此需促進大型企業、中堅企業與新創企業間共同合作機制。2015 年 1 月所舉辦的「新事業創造會議&Connect!」，以「藉既存企業與新創企業的合作來達到創新」為主題，邀請海外知名企業代表，針對歐美的新創事業與日本國內的相

關產業發展作演講與探討。

- (二) **鼓勵既存企業創造新事業或新商業模式**：透過經濟產業省、一般社團法人“Japan Innovation Network”與 WiL 公司籌組的「Innovation 100 委員會」，協助大企業或中堅企業推動創新型的「二階層式經營」，讓日本企業能以現有的經營模式為基礎，延伸發展以探索與實驗為主題的新事業或新商業模式，藉由二種不同的模式，促使既有企業組織內能夠持續活化創業種子。
- (三) **設立日本新創企業大賞**：「日本新創企業大賞」旨在表彰優秀新創企業的經營者，為有志創業的人士提供良好的典範，使其了解積極挑戰創業的重要性，將創業成功的經營理念傳承並發揚光大，讓社會大眾對於創業有更深層的認識，帶動創業的推展。日本經產省也於 2015 年 1 月 22 日舉辦了首屆日本新創企業大賞，並由安倍首相與經濟產業大臣，共同為受獎者頒發此殊榮。
- (四) **推動人才培育與創業教育**：為使日本的創業人才能源源不絕，關於創業家教育的重要性也逐漸受到重視，但礙於日本仍未建立全國性的組織或團體可以交換此方面的資訊，且各大學或研究所間資訊也難以共享，因此創業家教育多依靠講師的個人經歷或人脈才能實行。有鑑於此，日本政府積極擴大現有「大學與研究所的創業人才教育推動網」的功能，系統性培育新創企業所需人才。
- (五) **建立新創企業的政策建言管道等**：以「創造日本的 Apple、Goggle 及 Facebook！」為主題，積極召開新創企業意見領袖論壇，檢討並歸納各種新創企業發展問題以及未來政策協助方向。

2015 年起，日本經產省將透過為期 3 年「新創企業創造支援事業計畫」，來支援「新創企業創造協議會」的營運，預估將增加 67 件的新創企業上市櫃案件，以及增加民間創投基金（VC）投資新創企業件數達 280 件。

二、韓國中小企業景況

依據韓國中小企業廳之統計，2013 年各類型企業共計有 341.9 萬家，中小企業家數達 341.6 萬家，占韓國整體企業家數的 99.9%；總聘用員工人數達 1,342.2 萬人，占總就業人數的 87.5%；在產值方面，中小企業總產值達 739 兆 8,594 億韓元，占全國製造業產值（1,553 兆 8,344 億韓元）的 47.6%；在附加價值方面，中小型製造業創造附加價值為 223 兆 5,637 億韓元，占製造業總體附加價值的 46.8%。

韓國中小企業廳 2015 年的重點推動工作，在創投及創業方面，以扶植技術創業 5,000

人為目標，建構 Start-up Valley 集中扶植創投及創業聚落，並以擴大創業企業研發投資、成立 2 兆韓元創投資金以促進投資。在建構企業成長階梯方面，以整合「創新產品流通平臺」協助中小企業進入市場及擴大銷路，另外發掘可能成長為中堅及全球企業之中小企業，擬定各成長階段之扶植體系，提供出口行銷、政策資金、R&D 等支援。

2013 年，韓國總統朴槿惠致力推動「新經濟政策」，期望以「創意經濟」的概念來扶植中小企業發展。2014 年 2 月，朴槿惠總統於就職周年演說中，宣告推動「474」三年經濟改革政策，即所謂每年經濟成長率達 4%、就業率達 70%、國民平均所得達 4 萬美元的經濟成長目標；並將未來政策中心聚焦於強固經濟、力行革新、均衡發展內需與出口，來強力支持中小企業發展。其中，針對中小企業成長及發展服務，預計將支出 4 兆韓元，主要措施包括：改善創投創業資金之生態系統、每年融資與補助卓越中小企業、投資中小企業研究開發，以及降低出口依賴性等。

基於新經濟政策的目標，韓國政府將在新創和創意經濟投入 32 億美元，補助新創企業解決早期資金不足問題。另外，韓國政府更鼓勵大企業併購新創企業，或新創企業之間相互合併與收購，並放寬企業監管法，讓大型企業能將資金投注於新創公司，以求打造韓國的創業生態體系，期望韓國成為亞洲創業中心。

韓國中小企業廳 2014 年之中小企業政策，主要針對不同階段新興中小企業的資訊科技應用與研發活動提供協助；在研發初期階段提供 IT 優良技術開發支援；在成長研發階段提供 IT 產業化技術開發資源，與支援解決 IT 中小企業共同障礙。再者，韓國政府近年也加強支援由教授及科技研究人員成立之科技創新公司，具體措施包括：設立投資基金、培養「年輕夢想執行長」，以及協助中小企業延攬人才等措施。

三、新加坡中小企業景況

2014 年新加坡中小企業約 18.9 萬家，占總企業家數 99%，中小企業僱用員工總數占企業總僱用員工數之 70%，對新加坡總體 GDP 貢獻約達 50%。

新加坡為加強中小企業在電子和社交媒體的行銷能力，於 2015 年推出 5 項新的「業界合作專案（Collaborative Industry Projects, CIP）」，各專案將提供超過 400 家中小企業參與，協助中小企業利用科技與電子行銷系統，其中 3 項係由新加坡標新局（SPRING）與新加坡科技研究局（A*STAR）共同合作，協助包括製造、零售、物流、廣告、旅遊和教育等行業之中小企業，採用無線射頻辨識（RFID）科技及影像識別技術，另 2 項專案則由 SPRING 與兩家私人企業合作，以加強企業在移動、電子和社交媒體等方面的行

銷能力。

新加坡資訊發展局（The Infocomm Development Authority of Singapore, IDA）於 2014 年宣布提撥 1,000 萬星元設立 2 個“IDA Labs”，以協助新加坡新創科技公司進軍國際市場；其中設於 IDA 總部的實驗室主要提供新創科技公司研究實驗及產品展示，並測試產品於政府部門使用的可行性；另外，位於全國設計中心（National Design Centre）的實驗室則提供科技、媒體和設計專業人才合作平臺，以借助彼此優勢，共同合作創造新產品與新服務。

新加坡標準暨生產力與創新局（Standards, Productivity and Innovation Board, SPRING）也設立「ACE 之創業獎助金制度」，鼓勵年輕人成立新創公司，結合獨立的第三投資者，針對創業之人力、營運、設備採購及行銷活動提供資金協助。再者，對新興產業萌芽培育，新加坡政府則推動「科技企業商品化計畫」，針對科技相關之新設企業，提供技術商品化過程中的資金補助，補助範圍包括：人力相關費用、專業服務、設備及軟體、智慧財產權、材料及其他營運支出等。

另外，該局也積極推動「企業天使計畫」（Business Angel Scheme, BAS），核准 5 家私人企業基金（BAF Spectrum Pte Ltd, Accel-X Pte Ltd, Small World Group Angels、Jungle Ventures 及 Individual Angels）參與此計畫，新加坡中小企業凡符合 4 項條件（包括：以私人有限公司型態，成立不滿 5 年；主要核心業務在新加坡執行；實收資本至少達星幣 5 萬元；具有實值創新之產品或服務，且其在全球市場有高成長的潛力等），並經 5 家私人企業基金中的任何 1 家，審核同意投資後，可獲來自該計畫以 1：1 的投資比例，最高可得到 150 萬星元之投資。

四、中國大陸中小企業景況

依據《2014 中國中小企業藍皮書》，中國大陸目前是以總企業戶數加上個體工商戶數做為中小企業家數的統計指標。截至 2014 年底，中國大陸實有企業為 1,819.28 萬戶，實有個體工商戶為 4,984.06 萬戶，總計共 6,803.34 萬戶。其中，全國實有企業比上年底增加 19.08%，全國實有個體工商戶比上年底增加 12.35%。

依 2012 年至 2014 年的《中國中小企業藍皮書》主題內容可發現，中國大陸對中小企業的協助政策主軸從「發揮中小企業促進就業成長效果」、「支援中小企業成長之財稅金融政策」，轉變為「促進中小企業轉型升級」及「小微企業創業創新發展」，可知中國大陸正開始重視中小企業的創業創新發展。

2013 年，中國大陸國務院發布《關於強化企業技術創新主體地位全面提升企業創新能力的意見》報告書，希望提升創業新能力，大力支持各企業發展技術改造所需之資金，並進一步強化中小企業創新能力，提高其資訊應用水準，以及對智慧財產權之認知。再者，融資管道與技術創新模式，乃成為中小企業轉型之主要關鍵。近年中國大陸改善小企業融資管道作法，可分為中小企業直接融資方式與新型中小企業融資服務兩大項，前者以產品技術創新條件，來減緩對中小企業融資的規範，後者則包含天使基金模式、網絡小貸模式、P2P 融資模式，以及群眾募資模式。2015 年 1 月，中國大陸國務院總理李克強召開國務院常務會議，決定設立 400 億人民幣的「國家新興產業創業投資引導基金」，支持「大眾創業、萬眾創新」政策。

2015 年 5 月，中國大陸工信部發布《關於做好推動大眾創業萬眾創新工作的通知》，有幾項主要任務：

- （一）**加快創業基地建設**：充分利用各類工業園區或閒置廠房、大樓等建設創業基地，完善公共服務設施，提高服務品質，為眾多創新創業者提供良好的工作空間、網路空間、社交空間和資源共享空間。
- （二）**加強投融資服務**：包括創新政府與銀行合作模式、加強中小企業信用擔保體系、鼓勵建立中小企業發展基金，支持物聯網金融機構、股權眾籌融資平臺發展。
- （三）**實施「互聯網+小微企業」行動計畫**：引導資訊營運商透過雲端運算、大數據和物聯網等資訊技術，為小微企業的財務管理、生產過程、採購與營銷、品質檢驗、人力資源管理、客戶服務和物流等核心業務發展提供資訊化應用服務。積極推廣電子商務在小微企業中的應用，鼓勵建構中小企業電子商務平臺。
- （四）**開展豐富多彩的大眾創業萬眾創新活動**：積極展開創業創新大賽、創客大賽、創新成果和創業項目展示推廣、創業大講堂、創業沙龍、創業訓練營等豐富多彩的創業創新活動，激發大眾創業、萬眾創新的激情和活力。

另外，中國大陸經濟目前仍處於轉型升級期，其製造業嚴重過剩，中小企業經營和融資困難。中國大陸為驅動整體經濟成長，採服務業取代製造業，作為國家經濟成長主力戰略，展現其「新常態」發展服務業扮演的角色。李克強總理在 2014 年中央經濟工作會議總結 6 大任務，其重點是化解製造業過剩，要大力發展新興產業的各類服務業，並向兩個面向發展，積極推動「服務業國際化或全球化」及「服務業內部化或內需化」發展。他希望讓中國大陸經濟發展型態從「傳統製造業產能過剩」，轉型升級為「發展現

代化服務業創新」。中國大陸於 2015 年 6 月 1 日與 17 日與韓國、澳洲陸續簽署自由貿易協定（FTA），首次將服務業列入協議內容，皆可做為見證。

五、英國中小企業景況

依據英國商業創新暨技能部（Department for Business, Innovation and Skills）2014 年 11 月公布之統計資料，英國約有 524.3 萬家中小型企業，占全體企業家數的 99.87%，中小型企業提供 1,516 萬人就業機會，總營業金額約 1.65 兆英鎊，占英國私人企業 60.09% 之就業人口及 46.78% 之營業金額。

英國財政大臣奧斯本（George Osborne）2015 年 3 月 18 日於下議院提出 2015/16 預算法案，包括了調降公司稅稅率至 20%、提高中小企業研發租稅抵減、以創業投資基金支持中小企業等與中小企業相關之政策。其中，為因應越來越多新興企業捨棄實體店面改採網路虛擬商城，突顯出實體店面仍需繳納商用房產稅的窘境，英國政府在本次財政報告中宣布，將每年商用房產稅之漲幅上限設為 2%，並將全面評估現行之商用房產稅制度。

六、法國中小企業景況

2014 年法國中小企業占企業家數比例為 99.8%，創造產值占全國的 59%。在總數 259 萬家中小企業中，93.7% 為員工少於 10 人的微型企業，5.2% 為小型企業，中型企業僅占 0.9%。中小企業占全國就業人口 63%，其中微型企業員工數即占 28.7%。依產業部門分，主要是服務業（45%），次之為批發零售（26%）及建築業（19%），另外房地產、住宿及餐飲業近年則迅速成長。

2015 年法國政府頒佈促進中小企業就業的 18 項措施，包括鼓勵企業對新員工的招聘補助、新增職訓計畫、降低中小企業主擴增員工的租稅負擔等。

法國產業競爭力群聚中心政策自 2005 年開始啟動以來，至今已經邁入第 3 階段（2013-2018 年），此階段目標在增進群聚中心之經濟影響力，執行方法包括重新定位群聚中心之角色、支援企業走向商品化，並提升群聚中心對中小企業的支援，群聚中心每年有兩次可向中央政府提出研發計畫申請補助，需由政府研究單位與大、中小型企業共同提案，以打造中小企業可參與創新的環境，提升其創新動能。

七、德國中小企業景況

根據德國波昂中小企業研究所（Institut für Mittelstandsforschung Bonn）之估計，2014

年德國中小企業約有 370 萬家，占總企業家數 371 萬家的 99.6%，並以家庭式的微型企業為主。依德國聯邦統計局（Federal Statistical Office）的統計，2012 年德國中小企業的年營業額為 2 兆 1,490 億歐元，占德國企業年營業總額的 35.3%。再依德國聯邦勞工局（Federal Employment Agency）的統計，2012 年德國中小企業僱用約 1,597 萬名員工，占德國整體就業人數的 59.4%，其中約有 84.2% 的從業員，在就業前曾在中小企業實習。

德國經濟在全球金融海嘯後強勁復甦，並在歐債危機及國際景氣疲乏之際，展現強大韌性，具有全球頂尖實力的中小企業功不可沒，不但為各國借鏡學習之對象，並被美譽為德國中堅企業（German Mittelstand）。

德國聯邦經濟暨能源部（Federal Ministry for Economic Affairs and Energy）為強化中小企業成長動能，制定良好發展環境，提出 8 大面向之輔導政策目標：強化企業創新能力、協助延攬專業人才、活絡創投基金、確保自由開放競爭環境、確保企業取得融資貸款、促銷節能科技、降低中小企業行政負擔，以及協助開拓海外市場。過去的輔導政策以協助中小企業拓展海外市場為主，近年則以活絡創投基金及強化企業創新能力為主。

在強化企業創新能力方面，聯邦經濟部擴大執行「中小企業創新計畫」（Central Innovation Programme for SMEs），開放所有產業申請，並大幅縮短申請案耗費時間，簡化申請手續。在活絡創投基金方面，聯邦經濟暨能源部與德國復興開發銀行及私人企業，共同合作成立高科技創投基金，投資創業之高科技中小企業，協助青年創業；而聯邦經濟暨能源部與歐洲投資資金（EIF），合作成立「企業天使」（Business Angels），提供創業者資金及專業諮詢服務。另外，德國節能產品在海外市場備受好評，政府也透過「中小企業能源轉型計畫」（Mittelstandsinitiative Energiewende），輔導中小企業降低能源成本，並提升節能科技之專業能力；再者，EIF 與德國復興開發銀行（KfW）共同合作成立「提升中小企業使用能源效率資金」（Fund for Energy Efficiency in SMEs），協助改善使用能源效率，強化企業競爭力。

八、瑞士中小企業景況

根據瑞士聯邦經濟部經濟事務局（SECO）資料顯示，2011 年瑞士全國企業僱員人數在 250 人以下之中小企業總家數為 54 萬 8,056 家，占全國企業 99.7%，中小企業僱員人數占瑞士全國僱員人數 68% 左右。

中小企業為瑞士經濟骨幹，瑞士政府之經濟政策在於改善經濟結構及支持整體工商業環境，允許任何人（包括外國公民）在瑞士發展業務，國家提供之直接支援少，反而

以「極少的法律規章」、「減少繁複之行政干預」及「以政府電子化簡化與加速行政程序」為施政方針，盡量減低政府不當干預所造成之副作用；國家不直接提供土地，但「協助企業取得可負擔之建築用地」；國家不直接提供金融支持，但協助「創建對營運有利之條件」。瑞士多數地方邦均各自設立經濟發展部門，依各邦利益與經濟情況訂定地區策略，因此 26 個地方邦之獎勵措施與經濟協助不盡相同。現階段瑞士產業發展策略為，將基礎研究充分應用至實務面、追求永續發展，培養符合全球市場需求的工程師，希望提高瑞士投資與在國內生產之誘因並鼓勵產業回流、發展綠色科技，以及吸引高品質勞動力。

九、義大利中小企業景況

依 OECD（2016）的報告，2013 年義大利中小企業約有 374 萬 3,056 家，占整體企業家數的 99.9%，其中，95% 屬於微型企業。中小企業就業人口約占總就業人口的 8 成，無論是中小企業家數及就業人口比率，均高於歐盟平均值。義大利的產業型態以中小企業發展見長，多屬歷史悠久與優良傳統之家族企業，因此中小企業持續發展，即代表了義大利經濟成長動力與就業潛力。

針對促進中小企業發展，義大利政府對創新育成施行支援措施，包含設立育成中心，就近支援中小企業科技創新、協助地區經濟發展、提供創業輔導等多項優惠貸款補助企業成立，以及改善中小企業金融環境便利中小企業籌措資金等。另外，尚有租稅降低及租金補助辦法，例如：義大利 317/91 號法令鼓勵中小企業從事或參與研發及創新，提供資金及租稅的優惠。在促進新興產業萌芽方面，則依據地方特色產業、中小型知識服務業、其他新興產業等 3 項重點產業推出輔導措施。

十、美國中小企業景況

依據美國人口普查局（US Census Bureau）的商業統計資料庫（Statistics of U.S. Businesses, USB）於 2013 年底所公布的資料，員工數小於 500 人之美國小型企業家數約 575 萬 6,419 家，占全國總企業家數 577 萬 5,055 家之 99.7%；而小型企業僱用員工數約 5,682 萬 3,377 人，占全國企業僱用員工數約 1 億 1,826 萬 6,253 人的 48%。美國中小企業協會（National Small Business Association, NSBA）於 2016 年發佈《2015 年年終經濟報告》，指出美國小型企業主預期未來一年經濟擴張的比例稍微下降（由 28% 減至 26%），經濟持平的比例增加（53% 至 58%），儘管如此，仍有 7 成 5 的企業主對自己企業的成長抱持信心。

美國總統歐巴馬於 2010 年 9 月簽署〈小型企業就業法案〉(Small Business Jobs Act)，為近十餘年來最重要的中小企業立法。本法案透過加強對小型企業融資、賦稅減免 120 億美元，以及為小型企業開創商機（包括政府採購及出口拓銷）等措施，目的在振興中小企業，以達成經濟復甦及創造就業機會等目標。

基於「美國再工業化政策」之推動，近年美國對中小企業的輔導政策，重視扶持新創企業之發展。例如：2011 年開始推動的「創業美國計畫」(Startup America)則將於 5 年內投注 20 億美元，扶植具高成長潛力的創新企業。事實上，對新創企業而言，在創業初期要取得 100 萬至 400 萬美元之資金，極為困難，常使得新技術種子商品化過程中，無法跨越「死亡之谷」(Valley of Death)，該計畫之目的即在於填補此一缺口。另外，「小型企業創新研究」計畫(Small Business Innovation Research Program, SBIR)則結合美國商務部、農業部、國防部及能源部等 11 個相關部會，共同投入資源，依創新程度、技術水準及市場潛能，扶植具發展潛力的小型企業，分 3 階段提供新創企業所需資金，協助對象涵蓋國防、環保、尖端醫療及資訊管理等領域。

除了對個別新創企業提供協助之外，美國小型企業署(Small Business Administration, SBA)也在 2010 年 9 月宣布「創新經濟(Innovative Economies)試行計畫」，篩選美國 10 個具發展潛力的區域性產業群聚，針對這些產業群聚挹注資金，對群聚裡的中小企業提供諮詢及輔導等服務，加強吸引中小企業投入群聚，促進區域經濟發展及創造就業機會。2012 及 2013 年所發表之一年期及兩年期的成效評估報告顯示，該計畫成效卓越，參與該產業群聚的小型企業家數成長 380%，區內僱用人數成長 18%，平均營收也成長 23%。目前小型企業署在全美各地投資 56 個產業聚落。另外，美國政府也對中小企業提供行銷相關的課程訓練與提升出口行銷服務，如 SBA 與其他單位成立出口輔導中心(Export Assistance Centers)提供中小企業有關出口之諮詢、行銷研究、廣告與產品推廣與拓展海外市場等行銷服務。

十一、加拿大中小企業景況

截至 2014 年 12 月止，加國中小企業約 220 萬餘家，其中 98.2%屬小型企業，1.7%屬中型企業，受僱員工超過 500 人之大型企業約占 0.1%。受僱員工少於 10 人之企業約占 74.9%，受僱員工少於 5 人者之微型企業約占 55.1%。超過 3 分之 2 的小型企業從事於健康照護、建築、旅館餐飲業、林木業及其他服務業。

2015 年加拿大政府提出多項促進中小企業發展的政策，例如對中小企業減稅，2016

年將從 11%減至 10.5%，以及促進中小企業出口及增強生產力措施，與提高小企業貸款額度，最高可至 100 萬加元。

第 2 章 中小企業發展動向

2015 年臺灣經濟走勢低迷，全年經濟成長率僅 0.65%。展望 2016 年，由於國際經濟景氣持續低迷，國際貿易未有明顯成長（GI 預測 2016 年商品貿易出口年增率為-4.7%，雖較 2015 年之-11.3%好轉，但仍呈現負成長）；且臺灣之經營環境未有明顯改善，並因新政府上臺，各界觀望相關政策之走向與變化，在投資動能不足、民間消費信心審慎、國際貿易維持低檔等情況下，2016 年之成長情勢不容樂觀。尤其近年中國大陸積極發展進口替代，並因應「調結構」政策方向，積極發展內需服務業作為結構轉型之重點，不但訴求「供應鏈在地化」而縮減自臺灣進口中間物料的需求，同時臺商也因積極搶入中國大陸消費市場，而將生產基地遷移至中國大陸，減少對臺灣採購之營運模式，壓縮臺灣代工及零組件廠商之營運空間，且因產品差異日益縮減，而有激烈競爭，臺灣企業之營運面臨更嚴峻之挑戰。

面對如此相對嚴峻的國內外經濟情勢及發展環境，中小企業的經營與發展究竟如何呢？本章將以中小企業之相關指標、資料庫，並整理政府相關單位問卷調查與公務統計結果，剖析臺灣中小企業的發展現況。本章分 4 節，第 1 節描繪中小企業整體經營情勢，主要以 2015 年相關資料，觀察臺灣企業家數、銷售額、內銷額及出口額變化，並以規模別、產業別及行業別等交叉分類觀察消長與結構變化，並與歷年資料比較，觀察中小企業經營特性、存續年數及經營組織型態及新設企業現況等。另外，臺灣之產業聚落特性明顯，企業發展與區域特性之連結甚深，因而也將以中小企業相關指標，觀察中小企業與地區發展，作為了解在地特色產業之基礎。第 2 節則以企業主相關營運指標與資料，瞭解女性企業主之經營現況。第 3 節藉由經濟部統計處 2015 年《批發、零售及餐飲業經營實況調查報告》，瞭解中小型商業經營情勢。第 4 節以行政院科技部《科學技術統計要覽 2015 年版》，說明中小企業研發經費投入概況。

由於本章揭示之中小企業家數與銷售統計，資料來源為財政部財政資訊中心資料庫資料，相關資料以企業課稅申報資料為原始檔案，涵蓋查定課徵部分。因考量個資保密故而相關資料皆經統計報表處理。由於營業稅籍資料並無包括經常僱用員工數等勞動市場指標，因此中小企業的認定係依據資本額與營業額作為認定標準，故此項統計結果無法與以僱用人數為企業規模分類依據之相關數據對應；惟可以交互比較分析於不同標準下企業消長與變化趨勢。

有必要提醒的是，以資本額與營業額作為中小企業認定標準時，可能發生下列情況：稍具規模企業在景氣暢旺時營收狀況甚佳，營業額可能超過 1 億元，因而被認定為大企業；當景氣走勢衰退或低迷時，因營收狀況不佳，營業額滑落至 1 億元（含）以下，可能又被認定為中小企業；並且，近來因國際原物料價格走勢低檔，如原油價格持續低迷，造成相關產業廠商之營收報價可能因而下降，同一企業之規模別分類可能因而有所變化。所以，在應用、比較相關統計資料時，必需注意景氣收縮等可能造成的限制與變化。至於本章各項指標之行業別、規模別、縣市別，以及製造業中業別、婦女企業等統計資料，請參閱附錄 2 之各附表。

第 1 節 中小企業整體經營情勢

由 2015 年財政部的營業稅徵收統計原始資料，以及 2015 年行政院主計總處的人力資源調查統計結果得知，2015 年臺灣中小企業的 4 項觀察指標：家數、就業人數與受僱人數呈現微幅增長；銷售額、內銷額與出口額則微幅衰退。

2015 年臺灣中小企業營運特性：2015 年臺灣總企業家數約 141 萬 6,738 家，中小企業約有 138 萬 3,981 家，占全體企業家數的 97.69%；其中將近 8 成（79.72%）從事服務業，且將近半數（48.90%）為批發及零售業；54.75%的中小企業採獨資經營。中小企業的重要特色是靈活進出市場，此特色可由資料中的廠商經營年數分布得知，中小企業經營年數以 10 年為分水嶺，經營未滿 10 年者（占 49.57%）及超過 10 年者（占 50.43%）各約占有半數；相對之下，大企業則以經營 10 年（含）以上者為多數（76.66%）。其中新設中小企業（經營年數未滿 1 年者）占 7.10%；經營年數未滿 5 年者約占 3 成。2015 年中小企業銷售額為 11 兆 8,031 億元，占全部企業銷售比重約 30.36%，多數營收（占 87.48%）來自內銷。

由於臺灣產業聚落明顯，中小企業與地區經濟發展的連結深厚，但臺灣中小企業的家數、就業人數及銷售額的區域分布，顯然集中於北部或六都（6 個直轄市：臺北市、新北市、桃園市、臺中市、臺南市與高雄市）。

就中小企業家數看：2015 年北部地區有 64.5 萬家，占 46.60%；而縣市別中排名前 6 位者皆在六都，合計約 99.6 萬家，占 71.98%。以中小企業就業人數看：主要工作地點落於北部地區的人數有 401.9 萬人，占 45.89%；按縣市別觀察，六都之就業人數分居全體縣市排名前 6 名，合計達 642.2 萬人（占 73.32%）。以中小企業銷售額看：六都合計 9

兆 0,919 億元，占 77.03%。

受關注的女性企業現況方面，2015 年女性企業家數，占男女合計家數比率超過 3 成；其中有 6 成 1 為獨資經營，以經營批發零售業為主。女性企業 9 成 9 為中小企業，且女性中小企業內銷比率高達 90.65%，高於男性中小企業的 87.81%，即便是女性大企業也具相似特性，顯示女性企業在整體銷售上，較男性企業更依賴國內市場。以經營年數看，2015 年女性新設企業 3 萬 6,819 家，占女性企業家數比率略高於男性企業（女性 7.05%、男性 6.87%）。女性企業經營年數少於 10 年者比率略高於男性企業（女性 52.71%、男性 48.23%），經營年數 10 年（含）以上者，男性企業比率則略高於女性企業（女性 47.29%、男性 51.77%），此顯示，女性企業比男性企業較能因應經濟情勢與經營狀況，更靈活的進出市場，但可能顯示，女性企業的經營體質較男性企業略為脆弱，使得女性企業的平均經營年數略低於男性企業。

中小企業 2015 年的經營概況，進一步詳述如下：

一、中小企業家數結構與就業現況及變動

（一）2015 年中小企業約有 138.4 萬家，續創新高，但漲幅趨緩

觀察近 9 年（2007-2015 年）來中小企業家數的變化，因受景氣趨緩影響，2007 年至 2009 年連續 3 年減少；2010 年經濟景氣強勢反彈，中小企業家數隨之成長。由於近年世界主要經濟體（如美國、日本、中國大陸及歐元區等），經濟成長震盪，且國內經濟復因外貿成長表現不佳、內需轉趨保守，中小企業家數雖然續創新高，但成長幅度趨緩。2015 年中小企業約 138 萬 3,981 家，占全部企業家數的 97.69%，較 2014 年增加 3 萬 932 家，成長率為 2.29%；而大企業家數則有 3 萬 2,757 家，占全部企業家數的 2.31%，成長率為-0.97%。（表 2-1-1）

（二）2015 年中小企業創造 875 萬個以上的就業機會

中小企業 2015 年就業人數為 875 萬 9 千人，就業人數中有 642 萬 4 千人為受僱者。中小企業占全部就業人數比率達 78.22%，占全部受僱人數比率為 72.50%，由此可見中小企業提供就業機會上的重要性。此外，觀察近 9 年（2007-2015 年），雖然中小企業就業人數與受僱人數年年創新高，但自 2011 年（就業人數成長率 1.78%）後，成長幅度趨緩，2015 年中小企業新增就業人數約 9 萬人，年增率較 2014 年僅略升 0.09 個百分點來到 1.03%；受僱人數的成長幅度，也自 2012 年（2.75%）後趨緩，年增率較 2014 年僅略升

0.01 個百分點，來到 1.49%，這可能顯示，中小企業主在面對不確定的經濟情勢，僱用人力較為保守。（表 2-1-1）

表 2-1-1 2014 年及 2015 年企業家數、銷售額、就業及受僱人數規模別概況

單位：家；新臺幣百萬元；千人；%

指 標	全部企業		中小企業		大 企 業	
	2014 年	2015 年	2014 年	2015 年	2014 年	2015 年
家 數	1,386,128	1,416,738	1,353,049	1,383,981	33,079	32,757
比 率	100.00	100.00	97.61	97.69	2.39	2.31
年增率	1.67	2.21	1.64	2.29	2.69	-0.97
銷 售 額	40,240,506	38,875,340	11,839,868	11,803,115	28,400,638	27,072,225
比 率	100.00	100.00	29.42	30.36	70.58	69.64
年增率	4.63	-3.39	4.58	-0.31	4.65	-4.68
內 銷 額	30,019,115	29,158,853	10,345,095	10,325,260	19,674,021	18,833,593
比 率	100.00	100.00	34.46	35.41	65.54	64.59
年增率	4.87	-2.87	4.52	-0.19	5.06	-4.27
出 口 額	10,221,390	9,716,487	1,494,773	1,477,855	8,726,617	8,238,632
比 率	100.00	100.00	14.62	15.21	85.38	84.79
年增率	3.91	-4.94	4.95	-1.13	3.74	-5.59
就業人數	11,079	11,198	8,669	8,759	1,387	1,415
比 率	100.00	100.00	78.25	78.22	12.52	12.64
年增率	1.02	1.07	0.94	1.03	2.06	2.04
受僱人數	8,737	8,860	6,329	6,424	1,385	1,413
比 率	100.00	100.00	72.44	72.50	15.85	15.94
年增率	1.42	1.41	1.48	1.49	2.06	1.99

附 註：1.表中「全部企業」之就業人數及受僱人數及比率，並非僅涵蓋中小企業及大企業，尚包括受政府僱用的 1,023 千人及其比率（政府僱用人數占就業人數 9.23%、占全部受僱人數 11.71%）。
2.表中所稱中小企業，係按〈中小企業認定標準〉規範之製造業、營造業、礦業及土石採取業之實收資本額在新臺幣 8 千萬元（含）以下；其他行業前一年營業額在新臺幣 1 億元（含）以下者。
3.組織別分類中的「外國公司辦事處」（2014 年有 82 家），僅由外國公司向我國經濟部商業司報備設立，且依規定不得從事任何營利活動，因此自 2014 年起不計入企業家數。

資料來源：1.家數及銷售額整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2014-2015 年。

2.就業及受僱人數資料整理自行政院主計總處，人力資源調查統計原始資料，2014-2015 年。

（三）中小型服務業家數約占 8 成，工業部門增幅較服務業高

按部門別觀察，歷年資料（2009-2015 年）顯示，以家數計，中小企業仍以經營服務業為主要。不過，在 2010 年之後，服務業部門占整體中小企業家數的比率，逐年微幅遞減，由 2010 年之 80.42%下降至 2015 年約 79.72%，縮減 0.7 個百分點；相反地，工業部門逐年微幅增加，由 2010 年之 18.67%上揚至 2015 年約 19.45%，增加 0.78 個百分點。2015 年中小型服務業家數，計 110 萬 3,258 家，占全部中小企業 79.72%，較 2014 年增加 2 萬 4,610 家，增幅為 2.28%；工業部門的中小企業家數有 26 萬 9,143 家，占 19.45%，

增幅 2.40%，工業部門中小企業家數成長幅度較服務業部門略高。（表 2-1-2）

另外，雖然服務業部門中小企業家數眾多，2015 年約為工業部門家數的 4 倍，但服務業部門與工業部門的中小企業銷售額比重，分別為 48.23%、51.56%，各占中小企業銷售額近 5 成。就成長變化觀察，因 2015 年全球貿易走勢低迷，以致 2015 年工業部門的銷售額呈現衰退，而服務業部門的銷售額呈現成長。此外，2009-2015 年資料顯示，在家數比率上，農業部門所占比率於 2009 年至 2013 年幾近持平，而自 2014 年後有微幅下跌情形，2014 年下降約 0.05 個百分點，2015 再續降 0.1 個百分點；但是就商品出口之部門別觀察，農業部門中小企業於 2013 至 2015 年所占的比率有持續提升的趨勢，由 2012 年之 0.10% 增加至 2015 年為 0.23%，增加 0.13 個百分點。（表 2-1-2）

表 2-1-2 2009 年至 2015 年中小企業產業部門概況

單位：家；新臺幣百萬元；%

年 別 項目別	2009 年	2010 年	2011 年	2012 年	2013 年	2014 年	2015 年
家 數	1,232,025	1,247,998	1,279,784	1,306,729	1,331,182	1,353,049	1,383,981
農業	0.90	0.91	0.90	0.90	0.90	0.85	0.84
工業	18.75	18.67	19.01	19.07	19.19	19.43	19.45
服務業	80.24	80.42	80.09	80.02	79.91	79.72	79.72
銷 售 額	9,189,463	10,709,005	11,226,933	11,381,770	11,321,842	11,839,868	11,803,115
農業	0.18	0.17	0.16	0.18	0.19	0.20	0.20
工業	45.85	49.41	50.13	50.13	48.67	49.27	48.23
服務業	53.96	50.42	49.7	49.69	51.13	50.53	51.56
內 銷 額	7,873,111	9,088,972	9,567,948	9,633,690	9,897,617	10,345,095	10,325,260
農業	0.19	0.18	0.17	0.19	0.19	0.20	0.20
工業	42.35	45.47	46.28	45.65	45.72	46.23	45.13
服務業	57.46	54.36	53.55	54.16	54.09	53.58	54.68
出 口 額	1,316,352	1,620,033	1,649,985	1,748,080	1,424,225	1,494,773	1,477,855
農業	0.15	0.14	0.12	0.10	0.19	0.22	0.23
工業	66.82	71.52	72.5	74.82	69.21	70.36	69.94
服務業	33.03	28.34	27.38	25.08	30.60	29.42	29.83

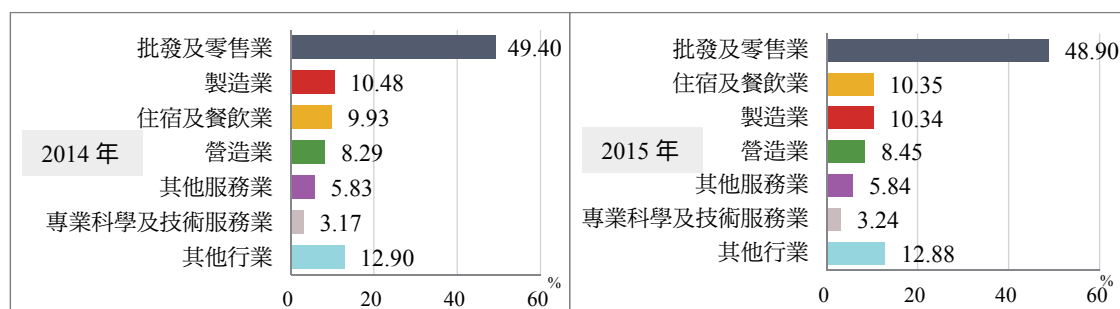
資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2009-2015 年。

（四）約 5 成中小企業經營批發及零售業

按行業別觀察，2015 年中小企業以經營批發及零售業家數最多，計 67 萬 6,791 家，占全部中小企業 48.90%，相較於 2014 年增加 8,363 家，比重則略降 0.50 個百分點。居次者為住宿及餐飲業 14 萬 3,177 家，占 10.35%，由於觀光旅遊產業持續蓬勃發展，因而相較於 2014 年家數增加 8,851 家，比重也增加 0.42 個百分點，顯示穩健成長趨勢。製造業 14 萬 3,118 家，居第 3，占 10.34%，其後依序為營造業（8.45%）、其他服務業（各

類維修、洗衣、美髮及美容美體、殯葬、家事服務等，占 5.84%）、專業科學及技術服務業（3.24%）。相較於 2014 年，中小企業家數最多的前 6 大行業不變，僅第 2、3 名易位。（圖 2-1-1、附錄 2 附表 1）

圖 2-1-1 2014 年及 2015 年中小企業家數行業分布



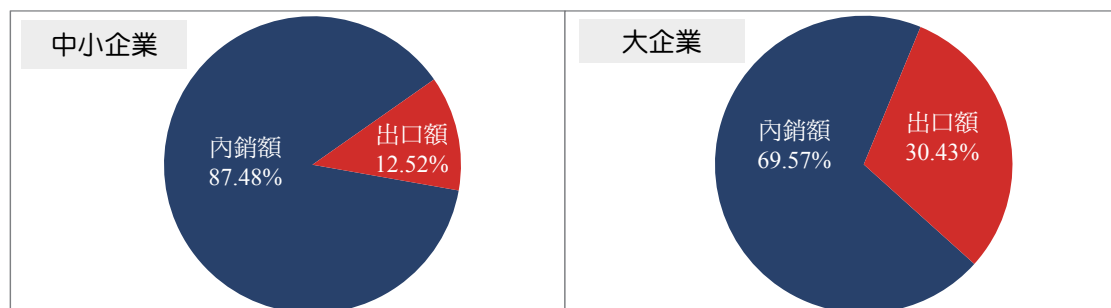
資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2014-2015 年。

二、中小企業銷售現況及變動

（一）2015 年中小企業營收 8 成 7 來自內銷

2015 年中小企業銷售額約為 11 兆 8,032 億元，其中內銷額約為 10 兆 3,253 億元，占中小企業銷售額比率的 87.48%，相較於 2014 年內銷額微幅下降 0.19%；至於大型企業銷售額約為 27 兆 0,722 億元，其中內銷額約為 18 兆 8,336 億元，占大企業銷售額比率約 69.57%，相較於 2014 年內銷額下降比率達 0.30%，顯示中小企業營收主要仰賴內銷；而大型企業則偏重外銷市場，並且著重市場差異，2015 年大型企業與中小企業之成長率皆呈現衰退，但大型企業之減幅較為明顯。（表 2-1-1、圖 2-1-2）

圖 2-1-2 2015 年企業內外銷比率－按規模別



資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2015 年。

(二) 2015 年中小企業出口額微降，占比仍處於近年較低水準

根據行政院主計總處統計，2015 年全年臺灣經濟成長率為 0.65%，相較於 2014 年的 3.92%，減少 3.27 個百分點。由於國內外經濟情勢皆下走，2015 年中小企業之銷售額、內銷額與出口額均呈現衰退，成長率分別為-0.31%、-0.19%與-1.13%（表 2-1-1）。

雖然 2015 年的出口額 1 兆 4,779 億元，較 2014 年減少，且與 2009-2013 年出口額相較，僅比受金融危機衝擊的 2009 年之 1 兆 3,164 億元略高。若比較近年中小企業的出口額占其銷售額的比率（出口傾向），2015 年中小企業的出口傾向為 12.52%，較 2014 年略為下降 0.10 個百分點，仍處於近年的相對低點。此外，2015 年中小企業出口額占全部企業出口額比率（出口貢獻）為 15.21%，為自 2013 年以來之連續第 2 年增加，相較於 2012 年之 17.74%，少了 2.53 個百分點，仍屬於相對低檔，甚至較 2009 年之 16.87%低。（表 2-1-3）

表 2-1-3 2009 年至 2015 年中小企業家數及銷售額變動概況

單位：家；新臺幣百萬元；%

指標 \ 年別	2009 年	2010 年	2011 年	2012 年	2013 年	2014 年	2015 年
家 數	1,232,025	1,247,998	1,279,784	1,306,729	1,331,182	1,353,049	1,383,981
比 率	97.91	97.68	97.63	97.67	97.64	97.61	97.69
年增率	-0.22	1.30	2.55	2.11	1.87	1.64	2.29
銷 售 額	9,189,463	10,709,005	11,226,933	11,381,770	11,321,842	11,839,868	11,803,115
比 率	30.65	29.55	29.64	30.23	29.44	29.42	30.36
年增率	-12.17	16.54	4.84	1.38	-0.53	4.58	-0.31
內 銷 額	7,873,111	9,088,972	9,567,948	9,633,690	9,897,617	10,345,095	10,325,260
比 率	35.50	34.67	34.51	34.66	34.58	34.46	35.41
年增率	-10.72	15.44	5.27	0.69	2.74	4.52	-0.19
出 口 額	1,316,352	1,620,033	1,649,985	1,748,080	1,424,225	1,494,773	1,477,855
出口貢獻	16.87	16.16	16.29	17.74	14.48	14.62	15.21
出口傾向	14.32	15.13	14.70	15.36	12.58	12.62	12.52
年增率	-19.96	23.07	1.85	5.95	-18.53	4.95	-1.13

附 註：1.表中比率為中小企業占全部企業之百分比；年增率為 2015 年較 2014 年增加比率。

2.出口貢獻 = (中小企業出口額 / 全部企業出口額) × 100% ；

3.出口傾向 = (中小企業出口額 / 中小企業銷售額) × 100% 。

資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2009-2015 年。

中小企業之出口傾向持續滑落，出口貢獻雖有止跌但仍處於相對低點，原因可能：
1.相對價格競爭之劣勢，在競爭對手量化寬鬆政策以及匯率走貶政策主導下，臺幣匯率相對升值影響我國出口產品的國際價格競爭力；2.對手國之進逼，近年中國大陸等鄰近國家採取出口擴張以及進口替代策略壓縮我出口空間，導致我國在國際供應鏈的地位被競爭

對手國替代；3.慣性與制度面因素，如中小企業因資金、人才等限制，傾向以間接出口取代直接出口，退居成為大企業產業鏈的一環；中小企業外移及海外生產比重逐年攀高；國內中小企業轉以服務內需市場為主；相對於大企業弱勢的國際行銷網絡與能力；我國產業發展致使產業結構轉向服務業，因而商品貿易的輸出比重下降；我國參與區域經濟整合進度緩慢，影響廠商國際市場開拓等。

為明瞭中小企業在外貿之角色與分工模式，進一步以製造業中業別，觀察中小企業於細項產業之出口表現。如表 2-1-4 所示，2012-2015 年中小企業製造業中業別出口額的結構，電子零組件製造業均名列第 1 位，2012 年中小企業此類出口達 5,755.76 億元，比率為 44.43%；2013 年出口額驟降，金額為 2,875.26 億元（成長率-50.05%），且占出口額的比率降為 29.52%，主因歐債危機導致臺灣對歐洲相關產品之出口大幅縮減。雖然 2014 年電子零組件製造業的出口額回升為 2,952.99 億元（成長率 2.70%），但仍難回復至 2012 年的水準。2015 年因受全球經景氣趨疲，以及中國大陸供應鏈在地化影響，中小企業此類商品之出口金額續降，出口規模僅 2,907.48 億元（成長率-1.54%）。此一變化，除因中國大陸供應鏈在地化造成對臺灣之進口需求下降原因外，東南亞等新興市場面臨中國大陸低價產品競爭，也是臺灣商品出口成長趨緩的原因；另外，因相關產品推陳出新，產品競爭激烈以致零組件價格下降，或因技術轉變多以模組形式出貨，致使出口額的衰退較出口量的減少明顯。

2015 年出口排名前 5 位的業別依序為：電子零組件、機械設備、金屬製品、電腦、電子產品及光學製品與塑膠製品，相較於 2012-2014 年的中小企業製造業中業別出口結構，排名前 3 位的產業別相同（電子零組件、機械設備、金屬製品），而原先第 4 為塑膠製品，因受國際油價大跌，塑化相關產品價格也因而大幅滑落以致排名退後一名至第 5 名；相對之下原先第 5 名的電力設備業，則被電腦、電子產品及光學製品業追趕過去，排名易主。若由中小企業於製造業之前 5 大產業所佔的分配比率來看，則呈下降趨勢，亦即各業之出口愈顯分散。前 5 大產業所佔之份額呈現下降，如 2012 時，中小企業之前 5 大出口產業所佔的比率達 71.49%，但隨後卻下降，2015 年排名前 5 位總計占比降為 64.40%，下跌 7.09 個百分點。（表 2-1-4）

值得一提的是，製造業中若干產業因應結構轉型以及市場需求，雖然中小企業所佔之出口比率不高，但成長表現亮眼，如其他運輸工具製造業的出口占 2015 年中小企業總出口比率只為 4.82%（2013 年 3.51%；2014 年 4.08%），但近兩年此一行業之中小企業出口成長率卻表現亮眼，分別為 23.88%與 16.0%。

表 2-1-4 2012 年至 2015 年中小企業製造業中業別出口額變動概況

單位：新臺幣百萬元；%

項 目 行業中分類	出 口 額				結 構 比			
	2012 年	2013 年	2014 年	2015 年	2012 年	2013 年	2014 年	2015 年
總 計	1,295,476	973,892	1,038,190	1,019,705	100.0	100.0	100.0	100.0
食品製造業	8,065	8,475	9,728	9,860	0.62	0.87	0.94	0.97
飲料製造業	690	847	763	656	0.05	0.09	0.07	0.06
菸草製造業	0	0	0	0	0.00	0.00	0.00	0.00
紡織業	21,482	23,093	23,468	22,551	1.66	2.37	2.26	2.21
成衣及服飾品製造業	18,076	16,828	16,825	12,336	1.40	1.73	1.62	1.21
皮革、毛皮及其製品製造業	14,213	13,805	13,597	12,307	1.10	1.42	1.31	1.21
木竹製品製造業	3,201	3,114	3,421	3,206	0.25	0.32	0.33	0.31
紙漿、紙及紙製品製造業	11,786	11,693	11,900	11,237	0.91	1.20	1.15	1.10
印刷及資料儲存媒體複製業	6,617	4,943	4,614	4,025	0.51	0.51	0.44	0.39
石油及煤製品製造業	141	114	143	98	0.01	0.01	0.01	0.01
化學材料製造業	22,086	22,666	23,272	22,156	1.70	2.33	2.24	2.17
化學製品製造業	12,904	12,117	14,576	15,150	1.00	1.24	1.40	1.49
藥品製造業	277	341	708	710	0.02	0.04	0.07	0.07
橡膠製品製造業	10,596	10,974	12,250	11,315	0.82	1.13	1.18	1.11
塑膠製品製造業	49,789	51,925	54,583	51,231	3.84	5.33	5.26	5.02
非金屬礦物製品製造業	40,081	31,966	25,344	19,614	3.09	3.28	2.44	1.92
基本金屬製造業	47,307	43,453	48,500	42,020	3.65	4.46	4.67	4.12
金屬製品製造業	113,839	111,827	122,381	122,349	8.79	11.48	11.79	12.00
電子零組件製造業	575,576	287,526	295,299	290,748	44.43	29.52	28.44	28.51
電腦、電子及光學製品業	43,802	36,597	47,687	60,158	3.38	3.76	4.59	5.90
電力設備製造業	53,070	49,753	51,538	48,772	4.10	5.11	4.96	4.78
機械設備製造業	133,801	125,846	136,860	132,244	10.33	12.92	13.18	12.97
汽車及其零件製造業	17,746	17,773	17,795	17,870	1.37	1.82	1.71	1.75
其他運輸工具製造業	38,042	34,193	42,358	49,154	2.94	3.51	4.08	4.82
家具製造業	13,994	14,868	16,951	17,455	1.08	1.53	1.63	1.71
其他製造業	32,124	32,813	34,061	32,900	2.48	3.37	3.28	3.23
產業用機械設備維修及安裝業	6,170	6,343	9,566	9,581	0.48	0.65	0.92	0.94

資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2012-2015 年。

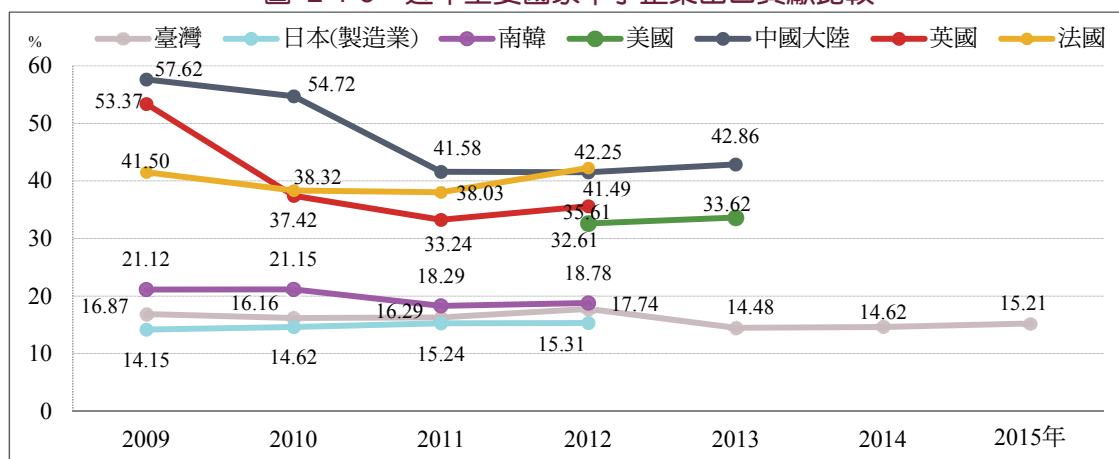
另由表 2-1-1 與圖 2-1-2 觀察大企業，2015 年全球與臺灣景氣走勢低迷，對大型企業之負面影響明顯高於中小企業，包括銷售額、內銷額及出口額皆呈現衰退，幅度分別為-4.68%、-4.27%與-5.59%。不過，大企業出口額達 8 兆 2,386 億元，占全部企業出口額的 84.79%，顯見大企業已成為我國外銷的主體。

若以「銷售額除以家數」的指標來看，2015 年平均一家大企業的銷售額約為中小企業的 96 倍。若以此來評估規模別在產銷過程中，可能使用到的資源與議價能力，中小企業明顯屬於弱勢，也因此更需要政府相關資源的輔助。（表 2-1-1）

至於在全球化的浪潮下，各國因經濟發展階段不同，且因中小企業在經濟體中扮演的角色不同，因而全球化對其影響也不盡相同。以下就以日、韓為例進一步說明。

日本中小企業以往多傾向以國內市場為主要的銷售市場。但隨著全球化的浪潮與成本的考量，日本大型跨國製造業進行全球布局而外移，再加上日本國內市場因各國產品的進入競爭加劇，以及內需市場成長有限的情況下，日本中小企業轉而往海外拓展市場。這個現象可由日本中小企業近年的出口貢獻逐年小幅上升（2009 年為 14.15%，而 2012 年上升為 15.31%）的數值略窺一二。（圖 2-1-3）

圖 2-1-3 近年主要國家中小企業出口貢獻比較



附註：1.各國中小企業之定義請參見《2016 年中小企業白皮書》，表 1-2-1。

2.出口貢獻=（中小企業出口額／全部企業出口額）×100%

資料來源：整理自歷年《中小企業白皮書》、日本中小企業廳；美國人口普查局（U.S. Census Bureau）、韓國統計資訊服務機構（Korean Statistical Information Service）、OECD 資料庫。

鑒於 1960-1970 年代著重發展大企業，導致韓國整體經濟企業規模別嚴重失衡，自 1980 年代起，韓國政府在政策上輔導中小企業，使得中小企業在生產和附加價值對經濟發展的貢獻程度明顯提升，到 1990 年代更首度超越大企業的貢獻。在全球化的浪潮下，尤其是中國大陸低價品的大舉進入韓國內需市場，受衝擊的中小企業無論在商業模式、成本控制或技術上逐漸轉型；另外，隨著韓國與許多國家陸續簽訂 FTA，由於關稅的減免使得中小企業在國際市場更具競爭力，但也更易受出口市場的景氣影響。圖 2-1-3 顯示，近年韓國中小企業的出口貢獻，整體而言亦呈下滑趨勢。該現象與我國相似，也因此韓國政府陸續祭出相關協助出口的政策。

事實上，根據過去業界訪談結果與文獻資料，綜整各項政府政策對中小企業之協助，企業認為重要的出口策略，依序為政府政策支持、足夠的資訊分析市場、進入海外市場

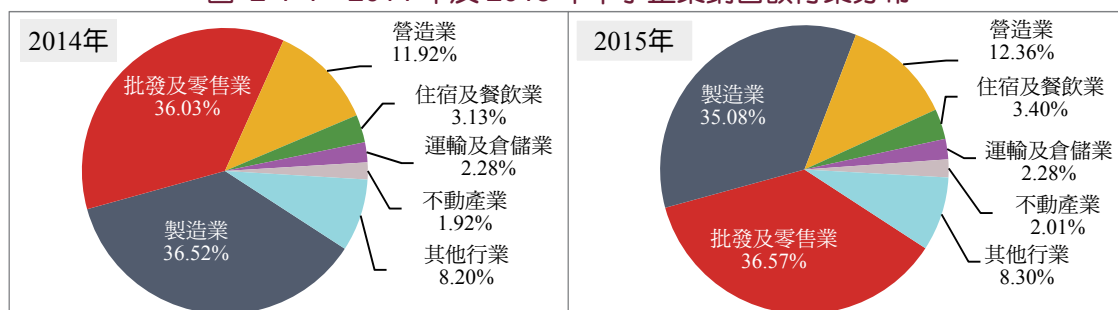
通路、具競爭力的產品價格、了解海外市場貿易障礙與競爭程度、產品技術規格符合規範、國際化的貿易人才，以及排除阻礙出口的法令與規定等。顯見中小企業面臨國際競爭之激烈，以及亟需政府協助之迫切與重要性。

（三）批發零售業與製造業銷售額比率最高

以中小企業銷售額於行業間的分布看，2015 年中小企業銷售額前 3 位依序為，批發及零售業、製造業、營造業。居首的批發及零售業 2015 年銷售額 4 兆 3,165 億元（占 36.57%），居次的製造業 4 兆 1,403 億元（占 35.08%），第 3 的營造業 1 兆 4,593 億元（占 12.36%），這 3 個行業的銷售額總計，占中小企業整體銷售額高達 84.01%，顯見此項產業的中小企業銷售額之高度集中。

中小企業產業別銷售額之排序略不同於家數的排序（2015 年中小企業家數於行業間的分布，居前 3 位者依序為，批發及零售業、住宿及餐飲業、製造業，而營造業居第 4 位，參照圖 2-1-1），就排序觀察，批發及零售業、製造業之銷售額與家數都具最重要產業地位；相對之下、住宿及餐飲業之中小企業家數雖多，其占整體中小企業家數之比重為 10.35%，但銷售額則僅占中小企業全體銷售額之 3.4%。（圖 2-1-4）

圖 2-1-4 2014 年及 2015 年中小企業銷售額行業分布



資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2014-2015 年。

三、新設企業現況

（一）2015 年新設企業 9 萬 8 千多家，營收主要來自內銷

2015 年新設企業（經營未滿 1 年）有 9 萬 8,507 家，內銷額佔其銷售額比重高達 92.64%，顯見新設企業以內銷為主，即新設企業多選擇國內市場作為初期發展的主要市場。其中，中小企業約有 9 萬 8,320 家，占新設企業總家數比重約 99.81%；雖然新設企業以內銷為主，但進一步從企業規模別觀察，新設企業之中小企業內銷額占其總銷售額比重約 92.64%，略高於新設大企業占其銷售額 91.75%，顯示新設之中小企業對於國內市

場之倚重似乎較大企業更為明顯，不過因兩者差異僅 0.89 個百分點，並不特別明顯。（表 2-1-5）

表 2-1-5 2015 年新設企業家數及銷售額

單位：家；新臺幣百萬元；%

規模別 指標	總計(1)	中小企業 規模(2)	中小企業比率 (3)=(2)/(1)	中小企業 結構比	大企業 規模(4)	大企業比率 (5)=(4)/(1)	大企業 結構比
家 數	98,507	98,320	99.81	-	187	19	-
銷售額	229,590	182,608	79.54	100.00	46,982	20.46	100.00
內銷額	212,681	169,577	79.73	92.64	43,104	20.27	91.75
出口額	16,909	13,030	77.06	7.95	3,878	22.94	8.25

附 註：「-」表示不適用。

資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2015 年。

（二）新設中小企業以服務業部門為主

以家數計，2015 年新設中小企業以服務業為主，共有 8 萬 2,464 家，占全部新設中小企業 83.87%。就銷售額之三級產業結構觀察，服務業新設中小企業銷售額，約占 71.81%，並以內銷為主；相對之下新設中小企業之出口則以工業為主，約占出口額之 57.40%，而新設服務業之出口結構約 42.49%，農業不論是家數、銷售額、內銷額、出口額等之占比都在 1%以下，與臺灣目前之經濟結構特性相符，此即內銷額以服務業為主，而在出口方面則以工業部門為主力。（表 2-1-6）

表 2-1-6 2015 年新設中小企業家數及銷售之產業部門概況

單位：家；新臺幣百萬元；%

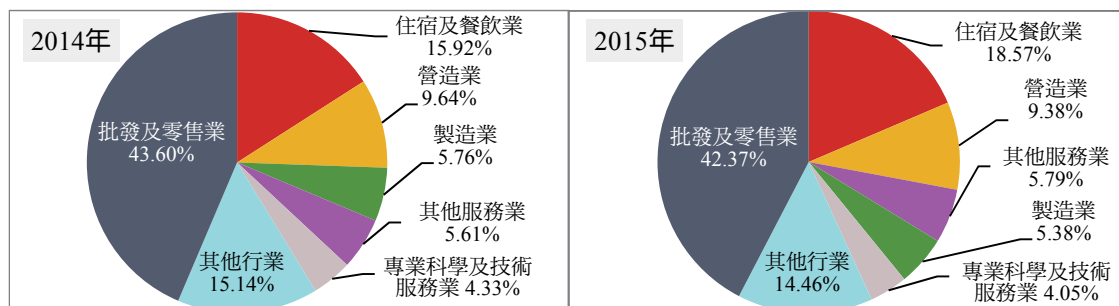
產業部門 指標	家 數	結構比	銷售額	結構比	內銷額	結構比	出口額	結構比
總 計	98,320	100.00	182,608	100.00	169,577	100.00	13,030	100.00
農 業	780	0.79	665	0.36	651	0.38	14	0.11
工 業	15,076	15.33	50,811	27.83	43,331	25.55	7,480	57.40
服務業	82,464	83.87	131,132	71.81	125,595	74.06	5,537	42.49

資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2015 年。

依行業別觀察，2015 年新設中小企業家數以批發及零售業所占比率最高，達 42.37%，住宿及餐飲業、營造業分居 2、3 位，比率分別為 18.57%、9.38%。就 2015 年新設中小企業之主要產業觀察，前 6 大產業之排序並無變動；而在占比上也大致相仿，增加較為明顯者為住宿及餐飲業，其在 2014 年之家數占比約 15.92%，至 2015 年比重為 18.57%，增加 2.65 個百分點，可見此行業之蓬勃發展；相對之下營造業之占比則略下降 0.26 個百分點，此與政府政策以及產業景氣走勢有關。而新設中小企業中，家數居第 1 位的批發及零售業，無論在家數、內外銷額，均占整體新設中小企業比率約 4 成以上。（圖 2-1-

5、附錄 2 附表 9 與附表 9-1)

圖 2-1-5 2014 年及 2015 年新設中小企業家數之行業分布



資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2014-2015 年。

(三) 新設住宿及餐飲業中小型業者增加，且營運表現亮眼

2015 年新設中小企業家數較 2014 年增加 4,352 家或成長 4.43%，以下進一步觀察主要行業之家數及銷售額的變化情況。相較 2014 年，2015 年批發及零售業、住宿及餐飲業、營造業、其他服務業的新設中小企業家數均成長；若以銷售額作為觀察新設中小企業營運情況指標，批發及零售業、住宿及餐飲業、製造業、其他服務業的銷售額成長。其中，住宿及餐飲業（家數成長率 18.06%、銷售額成長率 13.19%，以下同）、運輸及倉儲業（12.72%、12.47%）、藝術、娛樂及休閒服務業（16.70%、15.75%）之家數與銷售額成長都達到兩位數字以上，產業前景相對亮眼。（表 2-1-7）

2015 年製造業的新設中小企業家數雖減少 2.37%，但其銷售額卻成長 11.51%。然而，2015 年專業、科學及技術服務業、不動產業、金融及保險業、用水供應及污染整治業、電力及燃氣供應業、礦業及土石採取業家數及銷售額均呈現減少，反映產業景氣榮枯變化。

若從新設中小企業增加家數的分布，以及近 2 年的波動來看，或可進一步追蹤政府相關創業輔導措施被利用的情況，或需要調整的方向。2015 年新設中小企業家數中，主要集中在批發及零售業、住宿及餐飲業，約占新設中小企業家數的 6 成 1。新設營造業中小企業約占 1 成，這 3 個業別新設家數合計占總新增家數的 7 成。另外，近兩年新設中小企業家數成長波動相對劇烈的行業別，有住宿及餐飲業（2014 年成長率-3.45%；2015 年成長率 18.06%）、藝術娛樂及休閒服務業（2014 年成長率-39.92%；2015 年成長率 16.70%）、金融及保險業（2014 年成長率 15.64%；2015 年成長率-4.06%）、電力及燃氣供應業（2014 年成長率 13.46%；2015 年成長率-21.65%）、醫療保健及社會工作服務業（2014 年成長率-55.17%；2015 年成長率 6.19%），以及礦業及土石採取業（2014 年成

長率 1.27%；2015 年成長率-35.59%）。（表 2-1-7）

表 2-1-7 2013 年至 2015 年新設中小企業家數與銷售額的成長概況

單位：%

行業別	項 年	目 別	家 數 成 長 率			家 數 結 構 比	銷 售 額 成 長 率			銷 售 額 結 構 比
			2013 年	2014 年	2015 年		2013 年	2014 年	2015 年	
總 計			2.99	-4.91	4.43	100.00	4.94	-5.63	3.55	100.00
批發及零售業			-3.42	-6.06	1.66	43.60	3.48	-6.61	3.71	46.18
住宿及餐飲業			2.89	-3.45	18.06	15.92	4.45	4.00	13.19	10.58
營造業			10.89	2.31	1.79	9.64	11.55	3.85	-2.30	14.02
製造業			6.71	4.08	-2.37	5.76	-9.38	5.55	11.51	12.78
其他服務業			-3.67	-5.20	7.37	5.61	1.86	-8.88	5.90	1.70
專業、科學及技術服務業			11.18	2.68	-1.98	4.33	32.93	-10.66	-14.38	3.12
不動產業			20.64	-9.92	-20.15	4.20	19.91	-35.17	-14.90	3.30
支援服務業			-2.61	-3.18	4.63	2.50	17.58	-10.79	2.33	1.72
藝術、娛樂及休閒服務業			76.60	-39.92	16.70	2.13	16.15	-3.43	15.75	0.94
資訊及通訊傳播業			10.95	-10.39	0.90	2.00	54.14	-54.84	-4.75	1.49
運輸及倉儲業			-8.14	4.22	12.72	1.31	-16.05	6.44	12.47	1.71
金融及保險業			24.38	15.64	-4.06	1.12	-21.13	-27.55	-114.50	0.78
農、林、漁、牧業			2.28	3.62	4.62	0.79	9.21	35.15	-1.24	0.38
用水供應及污染整治業			-14.42	-0.89	-9.29	0.48	-1.13	14.49	-13.98	0.63
教育服務業			15.79	12.12	4.21	0.32	-12.58	54.68	-27.95	0.35
電力及燃氣供應業			141.86	13.46	-21.65	0.13	31.16	-33.68	-22.19	0.07
醫療保健及社會工作服務業			306.00	-55.17	6.19	0.10	159.18	-60.78	-58.26	0.03
礦業及土石採取業			-8.14	1.27	-35.59	0.09	-18.80	27.88	-146.72	0.24

附 註：家數及銷售額請參閱附錄 2 附表 9、附表 9-1。

資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2013-2015 年。

四、中小企業經營年數及組織型態

（一）中小企業較大企業更具有彈性進出市場的特色

以經營年數觀察，2015 年新設中小企業（經營未滿 1 年）占整體中小企業家數比率為 7.10%，經營年數 5 年以內者占 31.07%，10 年以內者占 49.57%，亦即將近半數之中小企業經營年數在 10 年以下。不同於中小企業的經營年數結構，大企業中，新設大企業家數僅占全部大企業的 0.57%，經營年數 10 年以內者僅占 23.34%，而超過 10 年者占了 76.66%。亦即，大型企業以經營年數 10 年以上為主要，有 7 成 6 以上之大企業已營運 10 年以上，而營運超過 20 年者更有 4 成 2 以上。（表 2-1-8）

由 2010 年至 2015 年資料得知，中小企業經營 10 年以內者將近半數，約 49.57%；而大企業經營年數在 10 年以內者約占 23.34%。即中小企業之經營年數明顯較大企業年

輕，大企業以經營 10 年以上者為多數。由兩者間經營年數結構的差異可知，中小企業較大企業更具有彈性進出市場的特色。不過，2015 年中小企業中，有 5 成以上（50.43%）的中小企業經營年數達 10 年（含）以上，且這比率自 2010 年逐年提升，如 2010 年中小企業存活 10 年以上之比重約占 46.72%，到 2015 年則過半達到 50.43%。這樣的現象是否顯示中小企業的經營體質改善，還是因景氣趨緩，在以銷售額為企業分類時，若干邊界之廠商易因而被歸類為中小企業，抑或企業雖仍存活但低度活動，仍有待進一步的探究。（表 2-1-8）

表 2-1-8 2010 年至 2015 年中小企業家數及比率－按經營年數

單位：家；%

年 別 經營年數	2010 年	2011 年	2012 年	2013 年	2014 年	2015 年	
						中小企業	大企業
家數總計	1,247,998	1,279,784	1,306,729	1,331,182	1,353,049	1,383,981	32,757
成立未滿 1 年	7.50	7.78	7.34	7.42	6.94	7.10	0.57
1-2 年	6.95	7.20	7.44	7.12	7.59	6.86	1.68
2-3 年	5.75	5.88	6.15	6.37	6.16	6.62	2.17
3-4 年	5.38	5.04	5.14	5.39	5.61	5.46	2.20
4-5 年	5.75	4.79	4.51	4.59	4.80	5.03	2.46
5-10 年	21.95	22.30	21.53	20.43	19.57	18.50	14.26
10-20 年	25.33	25.05	24.93	25.17	25.03	25.47	33.96
20 年(含)以上	21.39	21.96	22.95	23.52	24.30	24.96	42.70

資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2010-2015 年。

至於存活的中小企業經營年數低於大企業的現象，除了顯示中小企業因經營績效甚佳而轉型升級為大企業外，也顯示中小企業在資金與人才等，都較大企業不足。在面臨日益競爭之大環境的生存困境，中小企業亟需相關諮詢與服務；由於幾乎所有大企業，一開始創立初期均為中小企業，中小企業各行各業，種類多元，可以為創新的種子或大企業的協力角色，亦可為與大眾日常食衣住行息息相關的生活夥伴、或是沒落產業的最後保留所。

在上述中小企業的多元角色中，如何拔擢有潛力中小企業成為中堅企業，進而成長茁壯，除了中小企業主的經營理念、本質與政府應營造公平的經營環境外，政府相關輔助措施，如財務融通、升級轉型與研發能量提升、如何與地方經濟連結創造商機與海外拓銷等，於本書第三篇有更進一步的說明。

（二）中小企業以獨資經營家數最多，約占 5 成 5

觀察中小企業經營型態，2015 年中小企業以獨資經營者為最多，共 75 萬 1,712 家

(占 54.32%)；有限公司 41 萬 5,330 家(占 30.01%)次之；股份有限公司占 8.48%居第 3。三者合占全部中小企業總家數比率高達 92.80%，其餘經營組織型態所占比率都相當低。(表 2-1-9)

大企業與中小企業的經營組織型態明顯不同。大企業以股份有限公司占 54.99%最高，有限公司(占 23.31%)次之，本國公司之分公司(占 10.76%)居第 3，三者合占 89.06%。(表 2-1-9)

表 2-1-9 2015 年企業家數及比率－按經營組織型態

單位：家；%

組織型態	規模別	中 小 企 業		大 企 業	
		家 數	結 構 比	家 數	結 構 比
總 計		1,383,981	100.00	32,757	100.00
股份有限公司		117,321	8.48	18,014	54.99
有限公司		415,330	30.01	7,637	23.31
無限公司		95	0.01	-	-
兩合公司		28	0.00	-	-
合 夥		27,635	2.00	86	0.26
獨 資		751,712	54.32	144	0.44
本國公司之分公司		33,431	2.42	3,526	10.76
外國公司在臺之分公司		4,196	0.30	805	2.46
其 他		34,233	2.47	2,545	7.77

附 註：1.組織別分類中的「外國公司辦事處」，僅由外國公司向我國經濟部商業司報備設立，且依規定不得從事任何營利活動，因此自 2014 年起不計入企業家數。2.「其他」係指非屬公司、獨資及合夥組織之營業人，以「本國公司不列為分公司之營業所(處)、門市(部)、分店等」為主，相關行業分布以批發及零售業(全體企業比重 53.74%，中小企業比重 53.41%)為主。

資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2015 年。

五、中小企業與區域發展

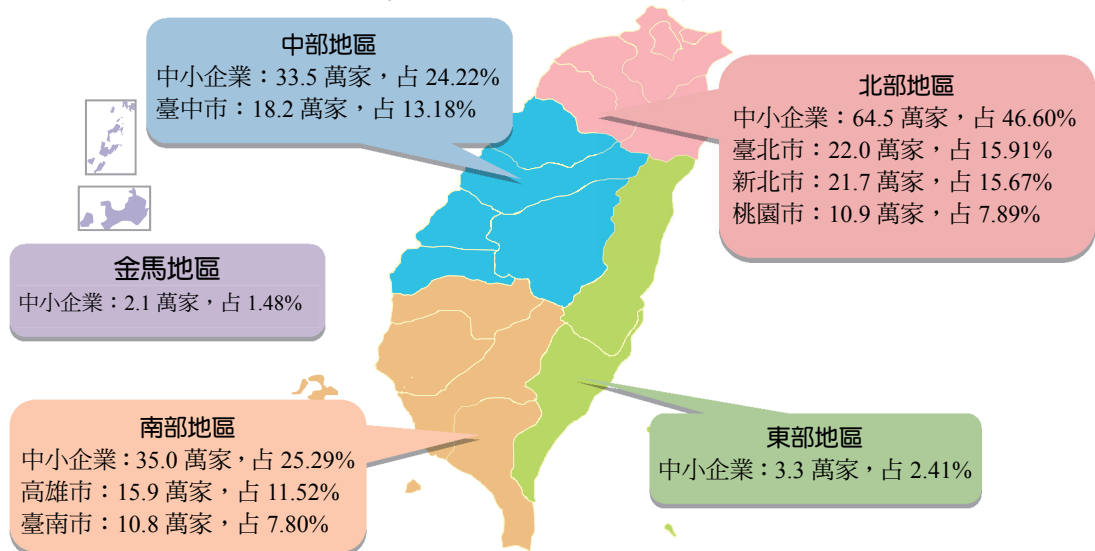
(一) 約 4 成 7 的中小企業集中在北區，六都家數合計占約 7 成 2

依地區別觀察，2015 年北部地區中小企業有 64.5 萬家，占 46.60%，其中臺北市、新北市、桃園市三都合占 39.47%，將近 4 成；中部及南部地區分別為 33.5 萬家(占 24.22%)及 35 萬家(占 25.29%)。(圖 2-1-6)

中小企業於全體縣市的家數分布，主要集中在西部 6 個直轄市。2015 年中小企業家數排名前 6 位者合計 99.6 萬家，占 71.98%。以臺北市的 22 萬家或占 15.91%居首；新北市 21.7 萬家(占 15.67%)居次；而後依序為臺中市、高雄市、桃園市，以及臺南市(分占 13.18%、11.52%、7.89%，以及 7.80%)。與 2014 年比較，6 個直轄市中小企業家數都呈正成長，而中小企業家數的成長以新升格的桃園市(成長率 3.34%)表現最佳。(表

2-1-10)

圖 2-1-6 2015 年中小企業地區及主要縣市家數分布情形



附註：1.北部地區包括：臺北市、新北市、桃園市、基隆市、宜蘭縣、新竹市、新竹縣；2.中部地區包括：苗栗縣、臺中市、彰化縣、南投縣、雲林縣；3.南部地區包括：嘉義市、嘉義縣、臺南市、高雄市、屏東縣、澎湖縣；4.東部地區包括：花蓮縣、臺東縣；5.金馬地區包括：金門縣、連江縣。

資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2015 年。

表 2-1-10 2015 年六都企業家數及銷售額－按規模別

單位：家；新臺幣百萬元；%

縣市規模別	總計	六都合計	臺北市	新北市	桃園市	臺中市	臺南市	高雄市
家 數								
全部企業	1,416,738	1,023,578	230,822	221,950	112,039	186,105	109,919	162,743
中小企業	1,383,981	996,191	220,235	216,851	109,249	182,373	108,018	159,465
比率	100.00	71.98	15.91	15.67	7.89	13.18	7.80	11.52
年增率	2.29	2.33	1.95	2.18	3.34	2.86	2.41	1.74
大企業	32,757	27,387	10,587	5,099	2,790	3,732	1,901	3,278
銷 售 額								
全部企業	38,875,340	30,564,794	12,556,527	4,461,599	3,397,476	3,818,006	2,268,466	4,062,720
中小企業	11,803,115	9,091,859	1,930,660	1,958,153	1,226,487	1,724,160	930,489	1,321,911
比率	100.00	77.03	16.36	16.59	10.39	14.61	7.88	11.20
年增率	-0.31	-0.23	0.57	-0.79	1.79	-0.23	-0.78	-1.95
大企業	27,072,225	21,472,935	10,625,867	2,503,446	2,170,989	2,093,846	1,337,978	2,740,809

附註：總計涵蓋北、中、南、東、金馬地區共 22 縣市家數、銷售額。

資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2015 年。

依產業部門與行業別觀察，2015 年農林漁牧業中小企業家數，以高雄市家數占 34.69% 最高，宜蘭縣及新北市分居 2、3，分別占 10.92% 及 6.87%；工業部門以新北市家

數占 21.24%居首，其中，製造業與營造業占新北市工業部門家數的比重高達 98.18%；臺北市因商業及金融等活動高度繁榮及企業總部的設置，致使服務業部門所占比率最高，而服務業中，除運輸及倉儲業、其他服務業外，其餘產業都位居各縣市之首。其中，知識型服務業，如資訊及通訊傳播業（占 43.80%）、金融及保險業（占 40.21%）、專業科學及技術服務業（占 34.10%）、教育服務業（占 32.60%）所占比率遠遠超過其他縣市。（附錄 2 附表 10）

2015 年中小企業集中於六都的現象，與我國都會區的發展，以及產業群聚息息相關。根據中華民國統計資訊網人口概況資料，2015 年六都人口占全國人口總計 68.92%，而由表 2-1-10 也可得知，2015 年六都大企業家數比例達 83.61%，集中程度更甚於中小企業家數比例（71.98%）。

除了農林漁牧、礦業及土石採取業，是因地域天然資源形成的分布特性外，大型製造業的據點與供應鏈分布，影響產業群聚，進而影響中小型製造業的區域分布狀況。而與人民生活息息相關的行業，如批發及零售業、住宿及餐飲業、藝術娛樂與休閒服務業、教育服務業等，則因應人口分布，而有其商機。這樣的發展，在某個程度上是因為產業群聚或商圈的成型，導致的正面經濟效益，但也加劇了城鄉之間的差異。然而，與其企圖逆轉城鄉差距，不如順勢而為採取相關措施，透過對各縣市特色的深入了解，結合當地既存的中小企業，發展當地特色，一旦當地特色逐漸成型，自然發酵的群聚效果，不僅有助於當地中小企業的成長，也將吸引其他中小企業的進駐。

（二）中小企業銷售額六都合計占約 7 成 7

2015 年中小企業銷售額，六都分居全體縣市前 6 名，合計約占全體中小企業 7 成 7。其中，新北市占 16.59%最高、其餘依序為臺北市（16.36%）、臺中市（14.61%）、高雄市（11.20%）、桃園市（10.39%），以及臺南市（7.88%）。

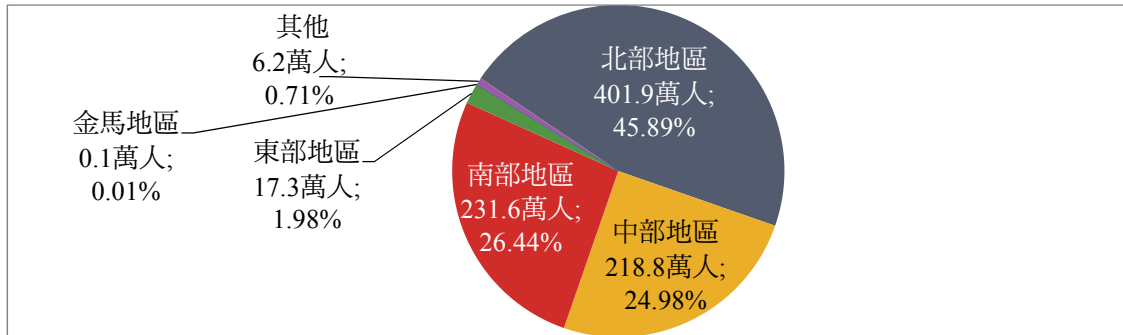
與 2014 年比較，6 個直轄市中小企業銷售額僅臺北市（0.57%）與桃園市（1.79%）成長；臺中市（-0.23%）、高雄市（-1.95%）、新北市（-0.79%）與臺南市（-0.78%）則衰退。（表 2-1-10、附錄 2 附表 11）

（三）中小企業就業人數約 4 成 6 集中在北部地區

按地區別觀察，2015 年就業於中小企業者，人數為 875.9 萬人。其主要工作地點在北部地區計 401.9 萬人或占 45.89%，居各地區之冠，南部地區占 26.44%居次，中部地區占 24.98%第 3，而之後依次為東部地區占 1.98%、其他地區（指中國大陸（含港澳）或

國外)占 0.71%、金馬地區占 0.01%居末位。(圖 2-1-7)

圖 2-1-7 2015 年區域就業人數分布－按中小企業就業者主要工作地點



附註：「其他」指戶籍地設於臺灣地區，就業於國內中小企業，但主要工作地點在中國大陸（含港澳）或國外。

資料來源：整理自行政院主計總處，人力資源調查統計原始資料，2015 年。

（四）雙北中小企業就業人數居首 2 位，約占 3 成 1

觀察中小企業就業者主要工作場所的縣市別，六都的中小企業就業人數，分居全體縣市前 6 名，合計達 642.2 萬人（73.32%）。其中以新北市的 137.0 萬人（占 15.65%）居首；臺北市的 136.0 萬人居次（15.53%）；臺中市 118.8 萬人（占 13.56%）居第 3；高雄市 102.2 萬人（占 11.67%）居第 4；其後依序為臺南市（占 8.55%）、桃園市（占 8.36%）居末位。（表 2-1-11、附錄 2 附表 15）

表 2-1-11 2015 年六都就業人數分布－按中小企業就業者主要工作地點

單位：千人；%

規模別	縣市	總計	六都合計	臺北市	新北市	桃園市	臺中市	臺南市	高雄市
全部就業人數		11,198	8,217	1,913	1,607	1,035	1,410	937	1,316
中小企業		8,759	6,422	1,360	1,370	732	1,188	749	1,022
結構比		100.00	73.32	15.53	15.65	8.36	13.56	8.55	11.67
大企業		1,415	1,078	303	127	232	125	119	173
結構比		100.00	76.15	21.40	8.94	16.37	8.82	8.38	12.23
政府僱用		1,024	717	249	110	71	97	69	121

附註：表中結構比係指於該縣市就業人數占全部縣市就業人數之百分比。

資料來源：整理自行政院主計總處，人力資源調查統計原始資料，2015 年。

第 2 節 女性企業經營現況

本節原始資料來自財政部財政資訊中心，對資料中企業代表人性別的判定，以企業

代表人身分證號碼的第 1 個阿拉伯數字作為依據。至於若干企業代表人為法人或外國人，因無法區分性別，在統計時未將其納入。部分企業以女性掛名代表人，但並未實際執行業務、或僅占很小股份等情形，因無法得知詳細資料，故並未排除該資料。因此本節男女企業合計數值，與本章第 1 節全體企業的總計數值不盡相符。

一、女性企業家數占超過 3 成，約 9 成 9 為中小企業

2015 年可以區分企業代表人性別的企業家數總計有 141 萬 6,738 家，其中，女性企業家數有 50 萬 8,701 家，占合計家數 35.91%。相較於 2014 年，家數增加 29,440 家（增加 2.14%）。女性企業中，有高達 98.78% 為中小企業（50 萬 2,470 家），亦即女性企業以中小企業為主。（表 2-2-1）

表 2-2-1 2015 年企業家數及銷售之規模別概況－按企業主性別

單位：家；新臺幣百萬元；%

指 標 \ 規模別	企業合計	中小企業	大 企 業
家 數合計	1,416,738	1,383,981	32,757
女性企業	508,701	502,470	6,231
規模別比率 ¹	100.00	98.78	1.22
比率 ²	35.91	36.31	19.02
男性企業	893,745	869,389	24,356
銷售額合計	38,880,476	11,803,116	27,072,224
女性企業	5,409,352	2,889,548	2,519,804
規模別比率 ¹	100.00	53.42	46.58
比率 ²	13.91	24.48	9.31
男性企業	29,085,798	8,482,702	20,603,096
內銷額合計	29,163,989	10,325,260	18,833,593
女性企業	4,670,992	2,619,246	2,051,746
規模別比率 ¹	100.00	56.07	43.93
比率 ²	16.02	25.37	10.89
男性企業	21,957,377	7,448,871	14,508,507
出口額合計	9,716,486	1,477,855	8,238,630
女性企業	738,360	270,302	468,058
規模別比率 ¹	100.00	36.61	63.39
比率 ²	7.60	18.29	5.68
男性企業	7,128,420	1,033,832	6,094,589

附 註：1.表中女（男）性企業係指企業代表人登記為女（男）性者。

2.表中各指標值合計與本章表 2-1-1 全部企業總計數值不相符合，係因部分企業代表人為法人或外國人，無法區分性別，統計時未將其納入。

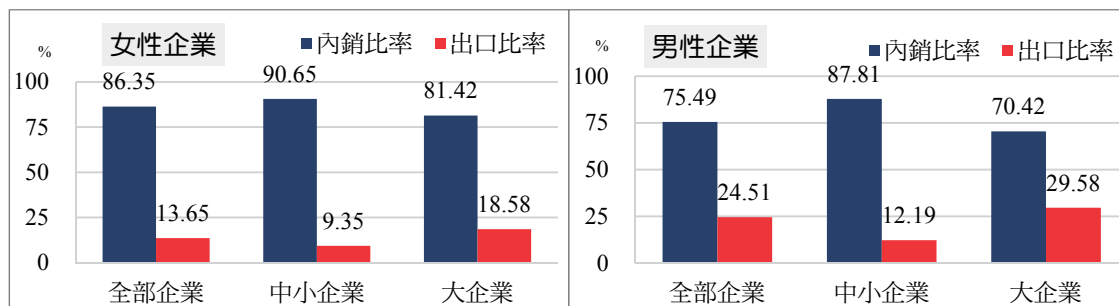
3.表中規模別比率¹定義為女性企業之中小企業（大企業）占全部女性企業之百分比；比率²為女性企業占企業合計之百分比。

資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2015 年。

二、女性比男性企業更傾向內銷，女性中小企業更甚

女性企業的整體銷售額較男性企業更依賴國內市場，尤其是女性中小企業，內銷比例更高。中小企業中，女性企業內銷比率高達 90.65%，內外銷比率差距達 81.30 個百分點，相較於男性內外銷比率差距的 75.62 個百分點，高出近 6 個百分點。（圖 2-2-1）

圖 2-2-1 2015 年銷售額之內銷及出口比率－按企業主性別



資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2015 年。

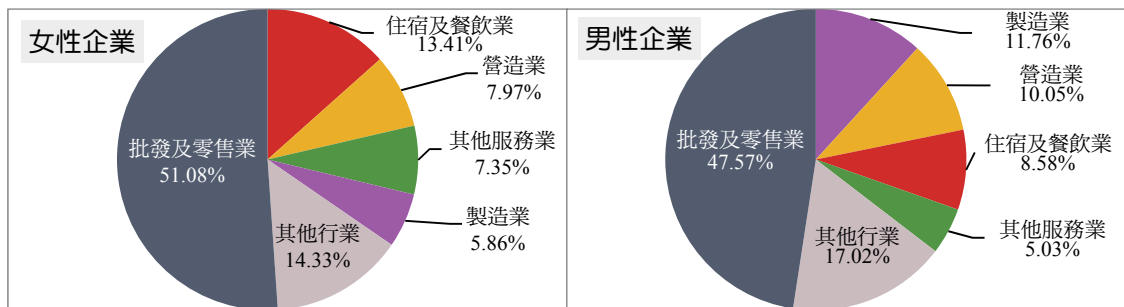
三、女性中小企業以經營批發零售業為主

觀察 2015 年中小企業產業部門家數分布，男、女性企業無論企業規模，都以服務業家數所占比率最高。女性企業服務業家數比率超過 8 成 5，男性企業的服務業家數比率亦有 7 成 6。

依行業別觀察，2015 年中小企業女性企業家數、銷售額及內銷額，以批發零售業所占比率最高（分別為 51.08%、43.26%及 43.30%）；出口額則以製造業最高（49.08%）。這些數據顯示，女性中小企業以經營批發零售業為主，也是主要營收來源。（附錄 2 附表 14 與附表 14-1）

2015 年中小企業女性企業家數排名前 5 大行業與男性企業相同，但排序上略有不同。女性企業依序為：批發及零售業（占 51.08%）、住宿及餐飲業（占 13.41%）、營造業（占 7.97%）、其他服務業（占 7.35%）、製造業（占 5.86%）。男性企業前 5 大行業：批發及零售業（占 47.57%）與女性相同，都位居第 1、製造業由第 5 位晉升為第 2 位（占 11.76%）、營造業仍維持在第 3 位（占 10.05%）、住宿及餐飲業由第 2 下降為第 4 位（占 8.58%）、其他服務業由第 4 位退居為第 5 位（占 5.03%）。（圖 2-2-2）

圖 2-2-2 2015 年中小企業企業家數之行業分布－按企業主性別



資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2015 年。

四、女性企業約有 6 成 1 為獨資經營

2015 年女性與男性企業，在組織型態結構上，都以獨資經營所占比率最高，女性占比為 60.76%，高於 6 成；男性占比為 49.46%，略低於半數。其次是有限公司，分別為 27.66%及 31.07%；股份有限公司再次之，分別為 6.39%及 11.07%。前 3 大組織型態占女性與男性企業比率，分別高達 94.81%與 91.60%，顯示女性與男性企業在組織型態的結構上相似，只是女性企業更集中在獨資的型態上。（表 2-2-2）

表 2-2-2 2015 年企業組織型態家數－按企業主性別

單位：家；%

組織型態 \ 企業主性別	企業合計		女性企業		男性企業	
	家數	結構比	家數	結構比	家數	結構比
總計	1,402,446	100.00	508,701	100.00	893,745	100.00
股份有限公司	131,485	9.38	32,522	6.39	98,963	11.07
有限公司	418,332	29.83	140,690	27.66	277,642	31.07
無限公司	92	0.01	33	0.01	59	0.01
兩合公司	25	0.00	10	0.00	15	0.00
合夥	27,693	1.97	9,993	1.96	17,700	1.98
獨資	751,188	53.56	309,105	60.76	442,083	49.46
本國公司之分公司	35,509	2.53	7,041	1.38	28,468	3.19
外國公司在臺之分公司	2,757	0.20	1,022	0.20	1,735	0.19
其他	35,365	2.52	8,285	1.63	27,080	3.03

附註：1.組織別分類中的「外國公司辦事處」，僅由外國公司向我國經濟部商業司報備設立，且依規定不得從事任何營利活動，因此自 2014 年起不計入企業家數。

2.「其他」係指非屬公司、獨資及合夥組織之營業人，以「本國公司不列為分公司之營業所（處）、門市（部）、分店等」為主。

資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2015 年。

五、女性企業經營年數小於 10 年之比例高於男性企業

2015 年女性新設企業（經營年數未滿 1 年）有 3 萬 6,819 家，低於男性新設企業的 5 萬 9,744 家。若由經營年數的結構看，經營年數少於 10 年者，女性企業略高於男性，分別為 51.31%和 48.23%；而經營年數多於或等於 10 年者，則男性企業略高於女性，分別為 51.77%和 48.69%（表 2-2-3）。

表 2-2-3 2015 年中小企業企業家數－按企業主性別與經營年數

單位：家；%

企業主性別 經營年數	企 業 合 計		女 性 企 業		男 性 企 業	
	家 數	結構比	家 數	結構比	家 數	結構比
總 計	1,371,859	100.00	502,470	100.00	869,389	100.00
成立未滿 1 年	96,563	7.04	36,819	7.33	59,744	6.87
1-2 年	93,349	6.80	35,056	6.98	58,293	6.71
2-3 年	90,312	6.58	34,521	6.87	55,791	6.42
3-4 年	74,426	5.43	28,842	5.74	45,584	5.24
4-5 年	68,829	5.02	26,844	5.34	41,985	4.83
5-10 年	253,576	18.48	95,736	19.05	157,840	18.16
10-20 年	350,332	25.54	126,442	25.16	223,890	25.75
20 年(含)以上	344,472	25.11	118,210	23.53	226,262	26.03

資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2015 年。

由此顯示，女性企業比男性企業較能因應經濟情勢與經營狀況，更靈活的進出市場，但這也顯示，女性企業的經營體質較男性企業略脆弱，使得女性企業的平均經營年數略低於男性企業。

第 3 節 中小型商業經營概況

有關我國中小型商業經營概況，依據經濟部統計處於 2015 年 5 月辦理之「批發、零售及餐飲業經營實況調查」結果進行說明，此調查企業規模別中，中小企業係指員工人數未達 100 人者，大企業係員工人數 100 人（含）以上者。

一、批發業經營實況

（一）批發業基本經營型態

2014 年中小型批發業者經營型態以非連鎖加盟體系為主（占 94.6%），有海外分支單位僅占 2.8%，大型批發業的經營結構與中小型企業相似，惟比重稍有不同。（表 2-3-1）

表 2-3-1 2014 年批發業的經營型態

單位：%

項 目	總 計	中小型企業	大型企業
樣本數（家）	1,867	1,621	246
連鎖加盟的經營型態	100.0	100.0	100.0
非連鎖加盟體系	94.2	94.6	91.1
加盟店、特約經銷商或代理商	5.0	4.9	5.7
連鎖加盟總部	0.9	0.5	3.3
有無海外分支單位	100.0	100.0	100.0
無	96.6	97.2	92.3
有	3.4	2.8	7.7

資料來源：經濟部統計處（2015 年 10 月），《批發、零售及餐飲業經營實況調查報告》。

（二）批發業之商品銷售對象

中小型批發業內銷與外銷占比分別為 67.2%與 32.8%，內銷對象以貿易、批發、零售商最多（占 41.8%），製造工廠次之（占 13.4%）；外銷地區以中國大陸（含港澳）為主（占 17.6%），其他地區均不高（歐洲與美國各僅占 3.8%）。（表 2-3-2）

表 2-3-2 2014 年批發業之商品銷售對象

單位：%

項 目	總 計	中小型企業	大型企業
內銷	65.3	67.2	63.9
貿易、批發、零售商	40.0	41.8	38.6
政府、一般民眾	11.1	8.1	13.5
製造工廠	9.2	13.4	5.9
母公司或關係企業	5.0	3.9	5.9
外銷	34.7	32.8	36.1
中國大陸(含港澳)	21.0	17.6	23.6
歐洲	3.2	3.8	2.7
東南亞	3.2	2.9	3.3
美國	2.7	3.8	1.9
日本	2.6	2.6	2.7
其他地區	2.0	2.1	1.9

資料來源：經濟部統計處（2015 年 10 月），《批發、零售及餐飲業經營實況調查報告》。

（三）批發業之商品進貨來源

中小型批發業商品進貨來自國內與海外採購的比例分別為 60.8%與 39.2%，國內採購對象以貿易、批發、零售商為主（占 25.7%），製造工廠次之（占 20.1%），母公司或關係企業再次之（占 13.5%）；海外採購來源地區分散，中國大陸（含港澳）（8.5%）與日本（7.6%）分居一、二位。（表 2-3-3）

表 2-3-3 2014 年批發業之商品進貨來源

單位：%

項 目	總 計	中小型企業	大型企業
國內採購	54.5	60.8	49.7
貿易、批發、零售商	24.7	25.7	23.9
製造工廠	16.1	20.1	13.0
母公司或關係企業	11.5	13.5	10.0
其他	2.2	1.5	2.8
海外採購	45.5	39.2	50.3
中國大陸(含港澳)	11.5	8.5	13.9
日本	9.9	7.6	11.6
東南亞	7.8	3.9	10.7
歐洲	6.1	5.4	6.7
美國	3.7	3.7	3.7
其他地區	6.5	10.0	3.7

資料來源：經濟部統計處（2015 年 10 月），《批發、零售及餐飲業經營實況調查報告》。

二、零售業經營實況

（一）零售業基本經營型態

中小型零售業經營形態以非連鎖（加盟）體系為主（占 83.8%），相較於大企業為高（占 69.6%），其次是加盟店、特約經銷商或代理商（占 12.9%）。（表 2-3-4）

表 2-3-4 2014 年零售業基本經營型態

單位：%

項 目	總 計	中小型企業	大型企業
樣本數	1,015	755	260
連鎖加盟的經營型態	100.0	100.0	100.0
非連鎖(加盟)體系	80.2	83.8	69.6
加盟店、特約經銷商或代理商	13.2	12.9	14.2
連鎖加盟總部	6.6	3.3	16.2
有無海外分支單位	100.0	100.0	100.0
無	98.7	99.5	96.5
有	1.3	0.5	3.5

資料來源：經濟部統計處（2015 年 10 月），《批發、零售及餐飲業經營實況調查報告》。

（二）零售業營業收入項目分配

中小型零售業營業收入項目以商品銷售收入最多（占 96.7%），其中又以進貨銷售收入最多（占 88%），其餘項目占比均低（2%以下）。（表 2-3-5）

表 2-3-5 2014 年零售業營業收入項目分配

單位：%

項 目	總 計	中小型企业	大型企業
合計	100.0	100.0	100.0
商品銷售收入	95.1	96.7	94.7
進貨銷售收入	88.8	88.0	88.9
自產產品	6.3	8.7	5.8
服務收入	2.0	0.9	2.2
餐飲供應收入	1.9	1.0	2.1
其他收入	1.1	1.4	1.0

附 註：1.餐飲供應收入係指從事餐飲服務所得之收入，包括服務費收入。

2.服務收入係指從服務性商品獲得收入，如代收服務。

資料來源：經濟部統計處（2015 年 10 月），《批發、零售及餐飲業經營實況調查報告》。

（三）零售業商品銷售結構

中小型零售業商品銷售結構以食品、飲料、菸酒類產品為主（占 33.3%），家庭器具次之（占 17.3%）；大企業也以食品、飲料、菸酒類產品為主（占 25.1%），但相較於小型企業，大企業在汽機車及零件類（占 16.4%）、資通訊產品類（占 11.7%），與衣著及服飾配件類（占 11.9%）有較高的銷售比例。（表 2-3-6）

表 2-3-6 2014 年零售業商品銷售結構

單位：%

項 目	總 計	中小型企业	大型企業
合計	100.0	100.0	100.0
食品、飲料、菸酒類產品	26.7	33.3	25.1
汽機車及零件類	14.5	6.1	16.4
資通訊產品類	11.3	9.5	11.7
衣著及服飾配件類	11.2	8.2	11.9
家庭器具	10.8	17.3	9.3
藥品及化粧品清潔用品	8.8	5.0	9.7
文教及娛樂類	4.0	5.6	3.6
住宅裝修材料及用品類	0.6	0.8	0.6
其它商品	12.2	14.2	11.8

資料來源：經濟部統計處（2015 年 10 月），《批發、零售及餐飲業經營實況調查報告》。

（四）零售業之商品進貨來源

中小型零售業的國內採購（占 85.7%）遠高於海外採購（占 14.3%），國內採購從貿易、批發、零售商進貨者最多（占 61.7%），母公司或關係企業次之（占 13.5%）；海外採購地區分散，歐洲稍高（占 4.5%），其他地區都在 3%以下。（表 2-3-7）

表 2-3-7 2014 年零售業之商品進貨來源

單位：%

項 目	總 計	中小型企業	大型企業
國內採購	89.3	85.7	90.1
貿易、批發、零售商	58.3	61.7	57.5
母公司或關係企業	21.3	13.5	23.0
製造工廠	8.8	9.1	8.8
其他	0.9	1.4	0.8
海外採購	10.7	14.3	9.0
中國大陸(含港澳)	2.5	2.6	2.5
日本	2.3	2.2	2.4
歐洲	2.1	4.5	1.5
美國	1.9	2.3	1.8
東南亞	1.4	1.5	1.3
其他地區	0.5	1.3	0.4

資料來源：經濟部統計處（2015 年 10 月），《批發、零售及餐飲業經營實況調查報告》。

第 4 節 中小企業研發經費概況

現今消費市場競爭激烈，且在各類產品技術與服務不斷翻新的趨勢下，研發創新為中小企業成長路上的重要課題。本節以行政院科技部《科學技術統計要覽 2015 年版》，說明 2014 年中小企業研發經費概況。

一、2014 年的研發經費較 2013 年成長 5.47%

依據《科學技術統計要覽 2015 年版》的統計數據，我國在 2014 年的研發經費為新臺幣 4,834.92 億元，較 2013 年的 4,548.91 億元，成長 6.29%。各部門研發經費投入占整體比率依序為：企業部門 77.15%、政府部門 12.56%，以及高等教育部門 9.95%；來自私人非營利部門的比率，僅有 0.33%；2014 年在企業部門及私人非營利部門呈正成長，在政府部門及高等教育部門呈負成長。另由表 2-4-1 數據得知，企業部門一直是我國研發經費的主要來源。

二、2014 年中小企業的研發經費成長高於大型企業

依企業規模觀察，大企業研發經費所占比率均大於中小企業；若再以企業員工數區分，可發現不論員工人數，其研發經費，整體皆呈正成長趨勢，2014 年較 2013 年成長 11.29%。大企業研發經費的投入，自 2010 年至 2014 年連續 5 年皆是正成長，2014 年較 2013 年成長 8.18%；大企業研發經費投入，2010 年至 2013 年之增幅皆大於中小企業，

惟 2014 年中小企業研發經費投入，增幅大於大企業。整體而言，企業部門的研發經費年年呈現穩定成長趨勢。（表 2-4-2）

表 2-4-1 2010 年至 2014 年全國研發經費－依執行部門別

單位：新臺幣百萬元；%

項 目	2010 年	2011 年	2012 年	2013 年	2014 年	比 率	成長率
總 計	394,960	413,293	431,296	454,891	483,492	100.00	6.29
企業部門	282,546	300,358	319,906	343,456	373,019	77.15	8.61
政府部門	63,020	62,546	61,172	60,993	60,734	12.56	-0.42
高等教育部門	47,970	48,978	48,898	48,987	48,131	9.95	-1.75
私人非營利部門	1,424	1,410	1,321	1,455	1,608	0.33	10.52

資料來源：行政院科技部（2015 年 12 月），《科學技術統計要覽 2015 年版》。

表 2-4-2 2010 年至 2014 年企業部門執行研發經費－依規模別

單位：新臺幣百萬元；%

項 目	2010 年	2011 年	2012 年	2013 年	2014 年	比 率	成長率
總 計	282,546	300,358	319,906	343,455	373,019	100.00	8.61
中小企業合計	46,759	43,865	45,213	47,361	52,709	14.13	11.29
0-99 人(員工數)	23,115	23,431	24,725	24,701	26,462	7.09	7.13
100-199 人(員工數)	23,644	20,434	20,488	22,660	26,247	7.04	15.83
大型企業合計	235,787	256,493	274,693	296,094	320,310	85.87	8.18
200-499 人(員工數)	38,530	40,889	45,561	46,593	50,210	13.46	7.76
≥ 500 人(員工數)	197,257	215,604	229,132	249,501	270,100	72.41	8.26

資料來源：行政院科技部（2015 年 12 月），《科學技術統計要覽 2015 年版》。

第 3 章 中小企業財務概況與資金融通

中小企業體質相對大企業薄弱，尤其是在財務面上，故要想了解中小企業的現況與發展，財務分析是不可或缺的；再者，對於資金不夠充裕的中小企業而言，確保資金融通順暢是十分重要的課題。準此，本章藉由各項財務指標數據窺知中小企業的經營管理狀況，第 1 節及第 2 節將說明中小企業的財務概況，惟礙於中小企業財務資料取得困難，僅能擷取財政部財政資訊中心 2014 年的營利事業所得稅申報資料，作為分析依據，故較其他章節的資料落後 1 年；第 3 節藉由觀察金融監督管理委員會調查數據的變化，審視中小企業與銀行間的資金融通。

第 1 節 中小企業整體財務概況

本節以共同比資產負債表（將資產負債表各項金額，以資產總額為基數 100，換算為共同比百分率）觀察企業資金運用與資產配置情形，藉以了解中小企業整體財務結構。

一、中小企業資產配置

（一）現金持有微幅減少

2014 年臺灣中小企業流動資產比率微幅下降，負債比率則微幅增加。其中，除了其他流動資產外，現金、應收款項、存貨及預付款項占總資產比率皆呈現下降。（表 3-1-1）

觀察各業別財務指標資料，2014 年 18 大業別中，中小企業流動資產超過 50%者，共計有製造業、礦業及土石採取業、營造業、批發及零售業、資訊及通訊傳播業、專業、科學及技術服務業、支援服務業，以及教育服務業等 8 個業別。相較於 2013 年，少了運輸及倉儲業，新增了資訊及通訊傳播業，以及教育服務業。（表 3-1-2 與表 3-1-3）

從中小企業現金比率來看，2014 年 18 大業別中，農林漁牧業、礦業及土石採取業、電力燃氣供應業、用水供應及汙染整治業、運輸及倉儲業、金融保險業、不動產業、專業科學及技術服務業、藝術娛樂及休閒服務業，以及其他服務業等，超過半數行業現金持有比率下降，顯示多數中小企業的短期應變能力較 2013 年下降。（表 3-1-2）

(二) 長期投資比率增加

長期投資係指企業為理財增值或營業目的（如技術性入股）等原因，而長期持有之投資，例如股票、可轉換公司債等，通常是指不準備在一年的營業期間內變現或處分的投資。2014 年中小企業及大企業的長期投資占總資產比率皆增加，惟中小企業增幅度較小，可能是因為經營環境仍充滿不確定性，企業經營態度皆趨於保守。（表 3-1-1）

(三) 固定資產比率提高

2014 年中小企業的固定資產比率微幅增加。檢視其細項，土地與房屋及機械設備兩項的比率微幅下降，其他固定資產的比率則呈現明顯增加。（表 3-1-1）

表 3-1-1 2013 年及 2014 年共同比資產負債表

單位：%

項 目	規模別	中小企業		大 企 業	
		2013 年	2014 年	2013 年	2014 年
流動資產		45.88	42.84	57.67	39.68
現 金		16.90	15.09	21.51	16.23
應收款項		11.79	11.49	28.55	14.56
存 貨		14.13	13.12	5.09	6.95
預付款項		1.39	1.21	0.45	0.74
其他流動資產		1.66	1.93	2.07	1.20
非流動資產		54.12	57.16	42.33	60.32
長期投資		29.32	31.34	25.43	35.98
(基金)		0.48	-	0.60	-
固定資產		21.56	22.46	11.55	15.92
土地及房屋		13.40	12.21	5.37	7.22
機械設備		6.90	5.59	5.50	7.81
其他固定資產		1.26	4.66	0.68	0.96
無形及其他非流動資產		2.76	3.36	4.75	8.42
資產=負債+淨值		100.00	100.00	100.00	100.00
負 債		52.64	54.03	77.22	66.68
流動負債		44.58	41.62	52.35	35.88
短期借款		13.04	12.52	37.23	19.80
應付款項		13.02	10.95	7.75	11.44
預收款項		3.76	3.64	3.41	2.15
其他流動負債		14.76	14.52	3.96	2.49
非流動負債		8.06	12.40	24.87	30.80
淨 值		47.36	45.97	22.78	33.32

附 註：1.2014 年營利事業所得稅申報刪除「基金及長期投資」一項，新增「非流動資產」一項，為「長期投資」、「固定資產」及「無形及其他非流動資產」之加總，2013 年比照相同項目加總而得。

2.2014 年營利事業所得稅申報合併「長期負債」及「其他負債」，新增「非流動負債」一項。2013 年比照相同項目加總而得。

資料來源：整理自財政部營利事業所得稅申報原始資料。

表 3-1-2 2014 年各行業共同比資產負債表－中小企業

單位：%

項 目 \ 行業別	農 林 漁牧業	礦業及 土石採 取 業	製造業	電力及 燃氣供 應 業	用水供應 及污染 整治業	營造業	批發及 零售業	運輸及 倉儲業	住宿及 餐飲業
流動資產	40.09	56.42	59.31	16.73	45.26	84.37	63.86	28.56	24.20
現 金	16.14	18.20	18.39	8.73	20.11	19.31	21.9	17.44	12.53
應收款項	7.74	12.31	20.12	4.54	12.95	19.36	16.25	8.03	4.55
存 貨	6.07	18.97	17.93	0.73	7.98	41.76	21.78	1.52	3.53
預付款項	8.07	4.04	1.56	0.72	1.57	1.92	1.95	0.86	1.54
其他流動資產	2.06	2.90	1.31	2.00	2.64	2.02	1.99	0.72	2.05
非流動資產	59.92	43.57	40.7	83.28	54.74	15.63	36.14	71.44	75.80
長期投資	7.33	0.84	1.60	7.85	10.97	1.14	14.3	4.15	9.75
固定資產	49.06	38.30	36.92	73.35	36.13	11.00	18.62	62.11	60.02
土地及房屋	14.69	17.69	22.67	12.49	18.40	4.04	12.56	2.77	42.51
機械設備	29.00	19.00	12.57	57.68	17.05	6.14	4.99	7.56	13.01
其他固定資產	5.52	1.68	1.69	3.18	0.69	0.83	1.11	0.39	4.50
無形及其他非流動資產	3.53	4.43	2.18	2.08	7.64	3.49	3.22	5.18	6.03
資產=負債+淨值	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
負 債	72.18	63.32	66.44	65.48	49.41	67.99	62.42	78.72	70.56
流動負債	57.73	56.96	57.86	37.48	40.24	64.60	55.40	33.32	44.11
短期借款	21.66	16.79	16.81	11.63	6.91	9.44	13.85	7.53	13.19
應付款項	9.87	15.56	20.58	18.33	13.46	13.42	18.07	3.81	7.72
預收款項	1.04	0.68	3.28	0.20	4.87	32.27	1.02	0.16	1.45
其他流動負債	25.15	23.93	17.20	7.33	15.00	9.46	22.46	21.82	21.74
非流動負債	14.45	6.37	8.58	28.00	9.17	3.39	7.02	45.40	26.46
淨 值	27.82	36.68	33.56	34.52	50.59	32.01	37.58	21.28	29.44

(續下表)

表 3-1-2 2014 年各行業共同比資產負債表－中小企業（續）

單位：%

項 目 \ 行業別	資訊及 通訊 傳播業	金融及 保險業	不 動 產 業	專業、 科學及 技術 服務業	支 援 服務業	教 育 服務業	醫療保 健及社 會工作 服務業	藝術、 娛樂及 休閒 服務業	其 他 服務業
流動資產	52.07	16.99	42.69	57.14	54.95	50.38	42.61	23.26	41.96
現 金	28.67	8.53	9.82	32.20	29.86	30.60	19.12	11.83	22.32
應收款項	11.47	5.73	3.16	13.60	19.07	11.45	21.26	5.44	7.77
存 貨	5.55	0.49	25.12	6.23	1.35	1.52	1.30	2.08	8.82
預付款項	2.89	0.20	1.58	2.18	1.90	3.01	0.34	1.85	1.04
其他流動資產	3.49	2.05	3.01	2.91	2.78	3.79	0.60	2.06	2.01
非流動資產	47.93	83.00	57.30	42.87	45.05	49.62	57.39	76.73	58.04
長期投資	16.13	80.55	15.79	16.80	14.85	11.85	3.32	7.54	34.57
固定資產	19.14	1.69	31.52	20.92	23.63	30.02	52.07	59.65	18.56
土地及房屋	11.49	1.50	27.21	14.07	6.60	20.33	37.07	42.57	13.61
機械設備	6.39	0.15	2.29	5.46	13.09	5.37	9.35	12.26	3.94
其他固定資產	1.35	0.04	2.06	1.42	3.97	4.32	5.65	4.83	1.02
無形及其他非流動資產	12.66	0.76	9.99	5.15	6.57	7.75	2.00	9.54	4.91

項 目 \ 行業別	資訊及通訊傳播業	金融及保險業	不動產業	專業、科學及技術服務業	支援服務業	教育服務業	醫療保健及社會工作服務業	藝術、娛樂及休閒服務業	其 他服務業
資產=負債+淨值	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
負 債	55.22	27.23	69.49	51.5	47.22	75.82	51.87	79.72	40.71
流動負債	48.54	17.88	50.79	43.33	38.94	65.41	41.47	49.19	32.02
短期借款	7.37	9.78	17.10	7.55	9.40	14.87	5.19	13.82	4.21
應付款項	14.03	3.21	8.50	11.91	11.91	12.35	14.05	8.68	7.18
預收款項	2.52	0.13	3.22	4.04	1.24	11.15	3.39	1.98	3.21
其他流動負債	24.61	4.76	21.97	19.83	16.39	27.04	18.84	24.71	17.43
非流動負債	6.68	9.35	18.70	8.17	8.28	10.41	10.40	30.52	8.69
淨 值	44.78	72.77	30.51	48.50	52.78	24.18	48.13	20.28	59.29

資料來源：整理自財政部營利事業所得稅申報原始資料。

二、中小企業財務結構狀況

觀察中小企業資產配置之後，進一步再看搭配債務結構，將可對中小企業整體財務狀況有全面性了解。以下分別說明中小企業債務結構。

（一）流動負債比下降

2014 年中小企業的整體負債比率較 2013 年增加；其中，流動負債比率下降，而大企業的流動負債比率減少的趨勢更明顯。一般而言，流動負債占整體負債比率下降，表示企業短期償債壓力減低。（表 3-1-1）

（二）非流動負債比上升

2013 年到 2014 年間，中小企業的非流動負債比上升，大企業更是明顯地增加。非流動負債包括長期負債及其它非流動負債。（表 3-1-1）

三、中小企業綜合損益

（一）營業成本比率減少，毛利改善

就營業成本占營業收入淨額比率而言，2014 年中小企業營業成本占比略減，大企業營業成本占比則略增，因而中小企業營業毛利占比較 2013 年微幅增加，大企業營業毛利占比則微幅減少。（表 3-1-3）

（二）營業費用比率微幅增加

營業費用指的是公司營運過程中所衍生出來的費用，例如員工薪資、租金等。2014

年中小企業的營業費用占營業收入淨額微幅增加，為 18.90%；大企業的營業費用占營業收入淨額的 7.56%，持續明顯低於中小企業的比率。（表 3-1-3）

（三）營業成本降幅大於營業費用增幅，企業獲利微增

中小企業營業成本較低，但營業費用比率遠高於大型企業。雖然 2014 年營業費用上升，但因營業成本下降幅度大於營業費用上升幅度，獲利改善。2014 年中小企業營業淨利比率增加至 2.79%；大企業營業淨利比率亦呈現增加，為 3.68%。（表 3-1-3）

表 3-1-3 2013 年及 2014 年共同比損益表

單位：%

項 目	規模別 年別	中小企業		大 企 業	
		2013 年	2014 年	2013 年	2014 年
營業收入淨額		100.00	100.00	100.00	100.00
減：營業成本		78.79	78.31	88.51	88.77
營業毛利		21.21	21.69	11.49	11.23
減：營業費用		18.69	18.90	7.93	7.56
營業淨利		2.53	2.79	3.56	3.68
加：非營業收入		1.55	1.57	3.15	3.90
減：利息支出		0.55	0.58	0.36	0.35
減：其他非營業費用		0.56	0.53	1.79	2.69
本期損益		2.98	3.25	4.55	4.53

附 註：1.營業收入為企業因銷售產品或提供勞務而取得的各項收入。

2.營業成本是指企業在一段時間內因主要營業活動，如銷售商品或提供勞務等，必須負擔的成本，且和營業收入直接有關之費用。

3.營業費用指的是公司營運過程中所衍生出來的費用，例如員工薪資、租金等。

資料來源：整理自財政部營利事業所得稅申報原始資料。

第 2 節 中小企業財務比率概況

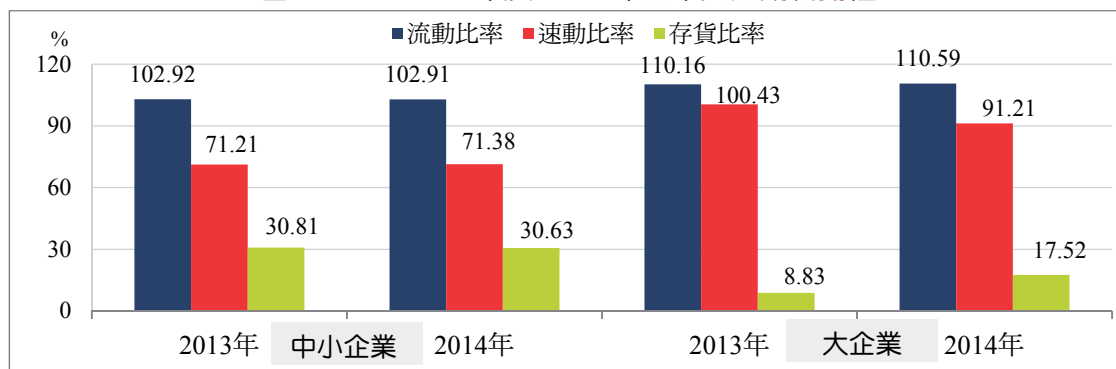
一、短期償債與清償能力微幅下滑

一直以來中小企業因財務條件，存在短期償債能力不足的問題，若同時面臨銷售成績不佳，將可能進一步惡化中小企業的償債能力。企業的短期償債能力可由流動比率、速動比率與存貨比率來表示。流動比率代表企業的短期清償能力；速動比率捕捉企業更加短期償債能力；存貨比率則表示中小企業的短期變現能力。

就短期償債能力來看，雖然 2014 年中小企業速動比率略為上升，但流動比率及存貨比率微幅下降，顯示短期償債能力微幅下滑。大企業在 2013 年的速動比率亦呈現下滑，

從 100.43% 下降至 91.21%；流動比率及存貨比率則是從 110.16% 及 8.83% 增加至 110.59% 及 17.52%。（圖 3-2-1）

圖 3-2-1 2013 年及 2014 年企業之短期流動性



附註：1. 流動比率 = 流動資產 ÷ 流動負債 × 100%，參考值為 200%，高於參考值為佳。
 2. 速動比率 = (流動資產 - 存貨) ÷ 流動負債 × 100%，參考值為 100%，高於參考值為佳。
 3. 存貨比率 = 存貨 ÷ 流動資產 × 100%。

資料來源：整理自財政部營利事業所得稅申報原始資料。

流動比率是反映公司的短期清償能力，一般財務良好公司之參考值約為 200%。無論是中小企業或大企業，多年來皆未達該水準，而中小企業又低於大企業。由於 2014 年中小企業的流動負債及流動資產比率皆下降的比率相當，因此流動比率微幅震盪。（圖 3-2-1）

速動比率之參考值為 100%，高於 100% 表示短期償債能力佳。中小企業整體速動比在 2014 年微幅增加，短期償債能力提高。反觀大企業速動比率在 2014 年雖呈現下滑，但仍超過參考值 100%，短期償債能力表現仍佳。（圖 3-2-1）

此外，從存貨比率觀察，雖然 2014 年大企業的存貨比率明顯增加，但仍持續低於中小企業，顯示大企業在存貨的管理上仍較有效率。（圖 3-2-1）

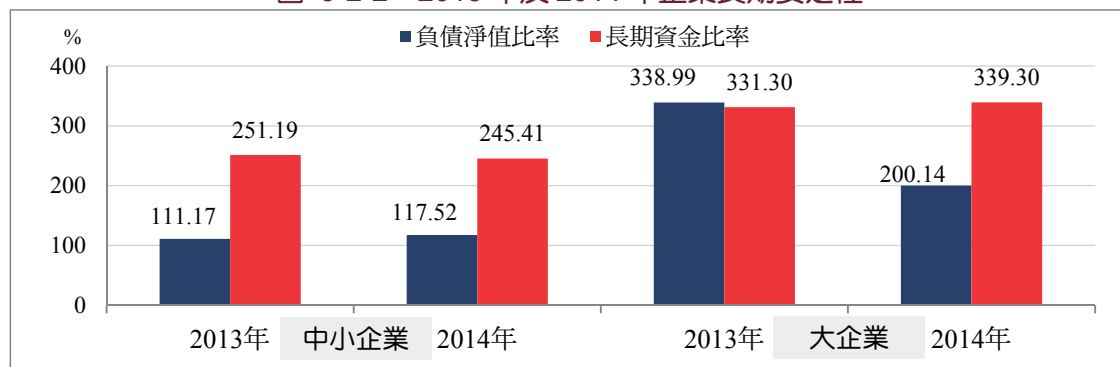
二、負債比率微幅增加，長期資金比率降低

負債淨值比一般參考值為 100%，代表每 1 元資本可相應償付 1 塊錢的負債，比率越高則代表財務槓桿操作越大。2014 年，中小企業之負債比率略微增加至 117.52%；大企業的負債比率則大幅下降至 200.14%。相對於大企業而言，中小企業的財務槓桿仍較大企業穩健，槓桿利用程度較低。（圖 3-2-2）

此外，當企業購買固定資產時，其資金來源以長期資金較恰當，故長期資金比率指標可衡量企業在資金運用的適當度。2014 年不論中小企業或大企業，長期資金比率雖高

於標準值 100%，但中小企業相對 2013 年卻略微減少，大企業則是明顯增加。顯示 2014 年大企業長期資金配置穩健度增加，中小企業雖微降，但仍在正常水準之上。（圖 3-2-2）

圖 3-2-2 2013 年及 2014 年企業長期安定性



附註：1. 負債比率 = 負債 ÷ 淨值 × 100%，參考值為 100%，低於參考值為佳。

2. 長期資金比率 = (淨值 + 長期負債) ÷ 固定資產 × 100%，參考值為 100%，高於參考值為佳。

資料來源：整理自財政部營利事業所得稅申報原始資料。

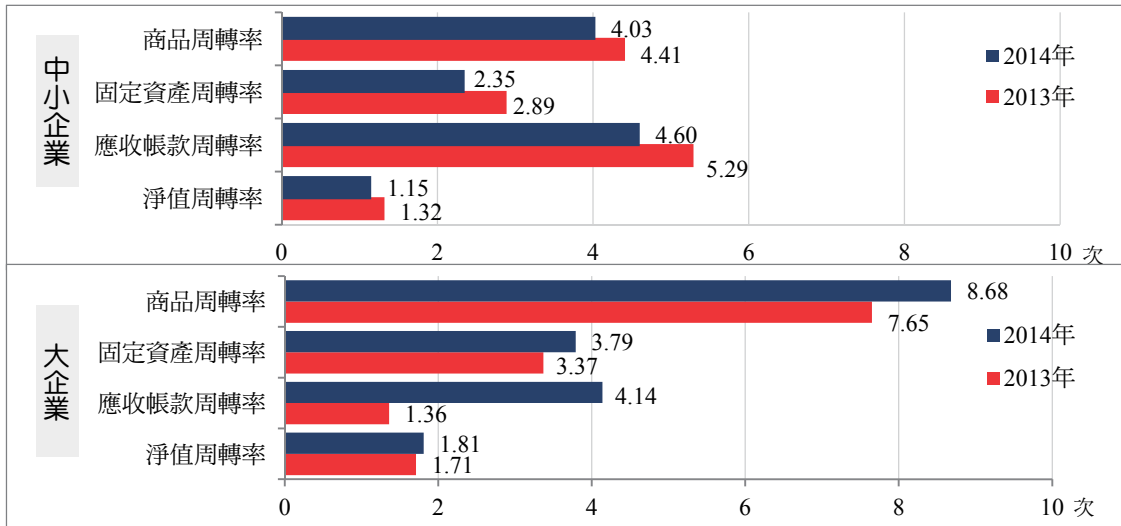
三、中小企業經營能力微幅下滑

商品運用效率、固定資產使用效率、收款的成效及資本的運用效率等指標，可衡量企業經營效率之高低。其中，商品周轉率是判斷出貨是否順暢的一項指標，換句話說，是判斷企業庫存與銷售是否穩定；固定資產周轉率可用來衡量公司廠房、機器設備、土地等固定資產的使用效率；應收帳款周轉率用以衡量企業信用擴張及收款之成效；淨值周轉率係表示自有資本的回收次數，太高表示自有資本太少或營業額的增加，而此將使企業經營穩定性較差，太低則表示自有資本龐大或營業額的減少。

2014 年，中小企業的應收帳款周轉率由 2013 年的 5.29 下降至 4.60，商品周轉率也由 4.41 下降至 4.03；反觀大企業，應收帳款周轉率由 2013 年 1.36 增加至 4.14，商品周轉率由 7.65 增加至 8.68。由上述兩項指標觀察，2014 年中小企業短期信用擴張減少、債務回收期延長，經營能力較 2013 年下降、弱化。（圖 3-2-3）

以固定資產周轉率及淨值周轉率兩項經營指標觀察，2014 年中小企業的固定資產周轉率由 2013 年 2.89 減少到 2.35；淨值周轉率由 1.32 下降至 1.15；而 2014 年大企業的固定資產周轉率由 2013 年 3.37 增加為 3.79；淨值周轉率亦由 2013 年 1.71 增加至 1.81。2014 年中小企業的固定資產使用效率退步；就淨值周轉率指標來看，中小企業亦較 2013 年表現略差。（圖 3-2-3）

圖 3-2-3 2013 年及 2014 年企業之經營能力



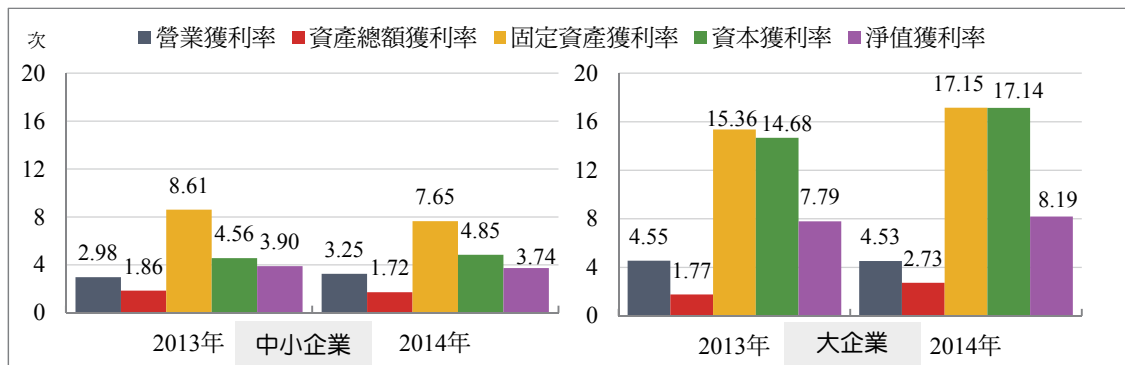
附註：1.淨值周轉率=營業收入淨額/平均淨值；2.應收款項周轉率=營業收入淨額/平均應收帳款；
3.固定資產周轉率=營業收入淨額/平均固定資產；4.商品周轉率=營業收入淨額/平均存貨。
5.上圖為中小企業周轉率，下圖為大企業周轉率。

資料來源：整理自財政部營利事業所得稅申報原始資料。

四、獲利能力微幅震盪

獲利能力指標包括：營業獲利率、資產總額獲利率、固定資產獲利率、資本獲利率及淨值獲利率等。2014年，中小企業營業獲利率及資本獲利率皆呈現微幅增長，由2013年的2.98及4.56上升至3.25及4.85。然其他指標如資產總額獲利率、固定資產獲利率及淨值獲利率則微幅下滑。（圖3-2-4）

圖 3-2-4 2013 年及 2014 年企業獲利能力



附註：1.營業獲利率=本期損益/營業收入淨額；固定資產獲利率=本期損益/固定資產；資產總
2.利率=本期損益/總資產；資本獲利率=本期損益/資本；淨值獲利率=本期損益/淨值。
資料來源：整理自財政部營利事業所得稅申報原始資料。

第 3 節 中小企業資金融通

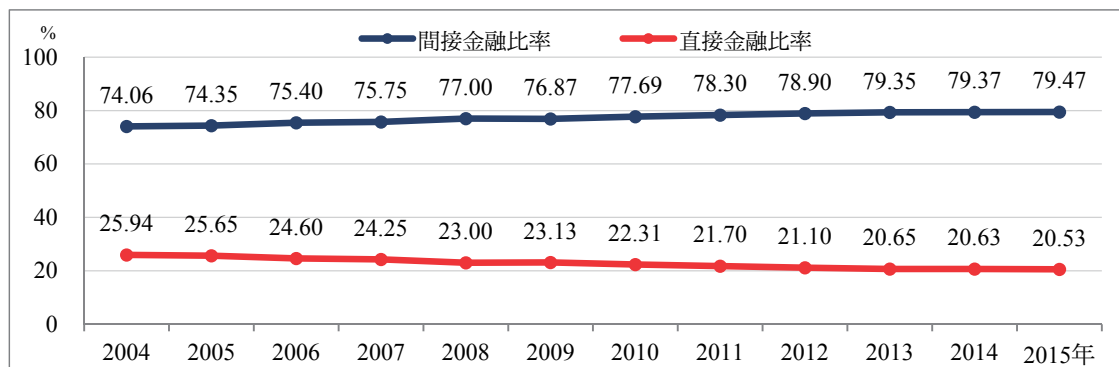
對於資金較不充裕的中小企業而言，確保資金流動通暢是相當重要的課題。企業資金可分為內部與外部資金，內部資金主要包括企業盈餘及各項提存準備，其金額的多寡取決於企業的營運狀況；外部資金除私人借貸與商業信用外，還包括向銀行借款及在金融市場發行的各種證券。相較於大型企業具有豐厚的盈餘及龐大的內部資金，中小企業對於外部資金的融通，仰賴程度高。

一、企業資金的融通

（一）間接金融為企業籌資主要管道

觀察國內 2006 年至 2015 年直接與間接金融的變化情形，國內間接金融存量比率自 2004 年以來呈現穩定成長，直接金融存量占比則逐年下滑，顯見間接金融持續為國內企業籌資的主要管道，且有不斷增加的趨勢。2015 年間接金融占比為 79.47%，直接金融比率為 20.53%。（圖 3-3-1）

圖 3-3-1 2004 年至 2015 年直接與間接金融比率

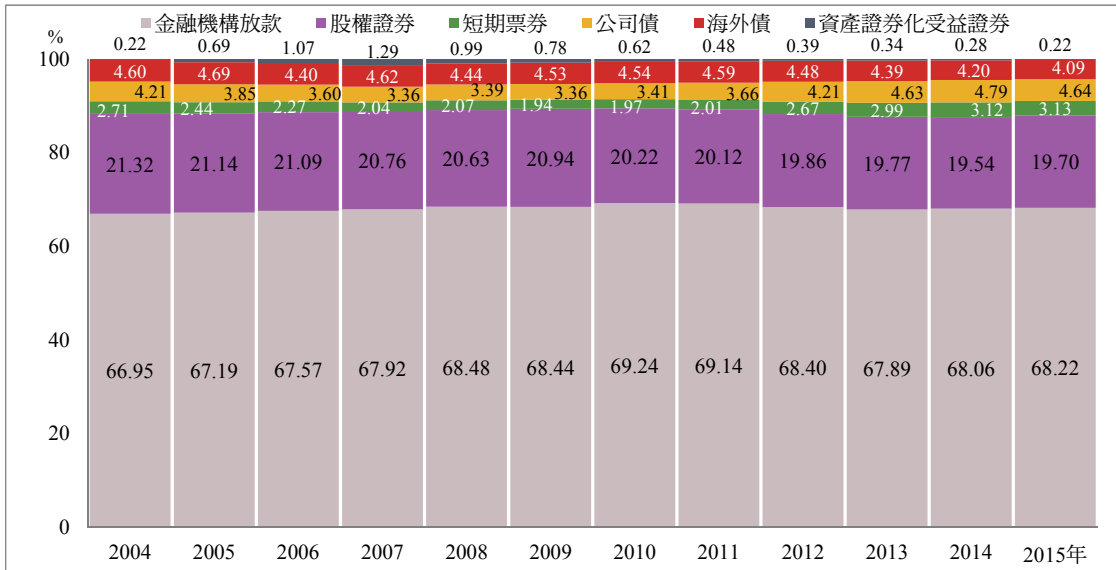


資料來源：中央銀行（2016 年 5 月），《直接金融與間接金融存量分析》。

從籌資的管道來看，企業自金融機構貸款的比例占所有籌資管道的 6 成以上，自 2004 年以來平均為 68.13%，2015 年則為 68.22%，較 2014 年增加 0.16 個百分點。資產證券化受益證券，則自 2008 年後持續減少，2015 年僅占 0.22%。股權證券則略為增加至 19.7%。

2015 年公司債占企業融資比重略微下降至 4.64%，短期票券則持續微幅增加為 3.13%；海外公司債比率，自 2011 年後則持續下滑至 4.09%。（圖 3-3-2）

圖 3-3-2 2004 年至 2015 年企業籌資管道之比較



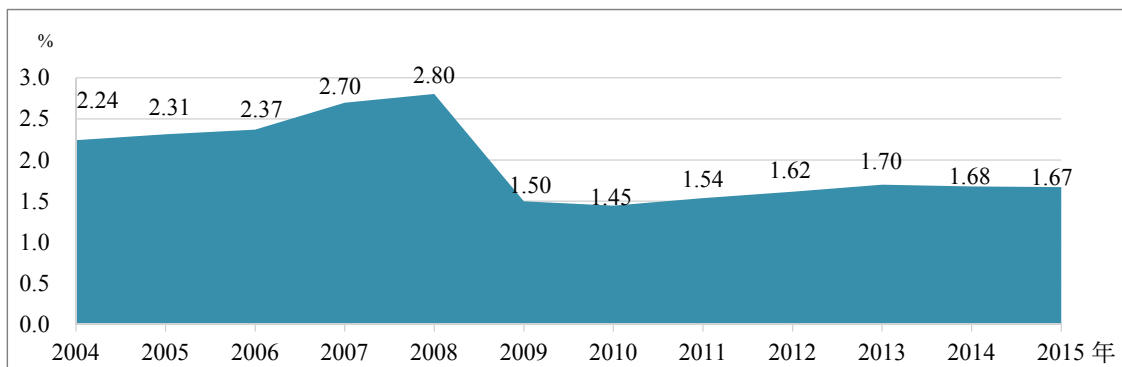
附註：1.金融機構包括：包含央行、其他貨幣機構及人壽保險公司；2.金融機構放款含催收及轉銷呆帳；3.籌資管道中不含金融機構投資及政府債券。

資料來源：中央銀行（2016 年 5 月），《直接金融與間接金融存量分析》。

（二）2015 年企業資金貸款成本持續下降

2015 年全球景氣持續趨緩，國內經濟成長明顯衰退，為 2010 年以來的新低。國內經濟成長動能減緩下，中央銀行連續 2 次調降政策利率，計 0.25%，2015 年底重貼現率、擔保放款融通利率及短期融通利率分別調降至 1.625%、2%、3.875%。企業資金貸款成本自 2013 年以來持續下降，2015 年 5 大銀行新承作放款平均利率為 1.67%。（圖 3-3-3）

圖 3-3-3 2004 年至 2015 年 5 大銀行新承作放款平均利率



附註：1.圖中利率為當年加權平均利率。2.2008 年 10 月以前 5 大銀行為：臺灣銀行、合作金庫銀行、第一商業銀行、華南銀行及彰化銀行；自 11 月起 5 大銀行調整為臺灣銀行、合作金庫銀行、第一商業銀行、華南銀行及土地銀行。

資料來源：中央銀行統計資料庫，2016 年 4 月。

（三）中小企業資金來源趨於單一

多數中小企業受限於本身財務條件或因企業主對融資工具認識不足，加之，難以符合財報要求，故在資本市場發行票券、債券或股票等方式皆鮮少被中小企業採用。迄今間接金融仍是中小企業貸款資金的主要來源。為使資金來源更多元化，臺灣的中小企業主應積極參與直接金融市場運作。

據中央銀行《中華民國公民營企業資金狀況調查結果報告》顯示，各類企業主要皆以金融機構借款及商業受信（即交易性負債，應付及預收款項）為融資主體。以金融機構借款的比重來看，相較於 2013 年底，中型及小型企業對金融機構借款的比重提高，分別為 51.98%及 55.48%，大型企業則是微降至 39.11%；商業受信部分，2014 年中型及小型企業資金來源為商業受信的比重降低，分別為 46.42%及 43.92%，大型企業則是微幅上升至 48.31%。（表 3-3-1）

表 3-3-1 2014 年底企業負債結構

單位：新臺幣千元；%

項 目 別	大 型 企 業		中 型 企 業		小 型 企 業	
	金 額	比 率	金 額	比 率	金 額	比 率
負債合計	21,155,183,638	100.00	4,862,330,925	100.00	810,626,850	100.00
1.金融機構借款	8,274,385,585	39.11	2,527,486,112	51.98	449,764,356	55.48
2.政府借款	16,683,024	0.08	1,118,508	0.02	57,329	0.01
3.企業及個人借款	281,592,853	1.33	44,464,840	0.91	4,359,999	0.54
4.國外借款	110,670,915	0.52	2,864,479	0.06	147,594	0.02
5.附買回交易	-	-	-	-	-	-
6.短期票券	530,414,880	2.51	8,102,066	0.17	10,711	0.00
7.國內公司債	1,065,847,734	5.04	-	-	53	0.00
8.國外有價證券	79,195,715	0.37	-	-	-	-
9.商業受信	10,220,516,632	48.31	2,256,930,308	46.42	356,022,634	43.92
10.各項準備及其他	575,876,301	2.72	21,364,611	0.44	264,174	0.03

附註：1.「-」代表無資料或數值不明，「0」係數值不及半單位。

2.各表細項加總因 4 捨 5 入，或與總數未盡相符。

3.資產總額在 3 億以上者為大型企業，介於 2,500 萬到 3 億之間者為中型企業，未滿 2,500 萬者為小型企業。

資料來源：中央銀行（2016 年 1 月），《公民營企業資金狀況調查結果報告》。

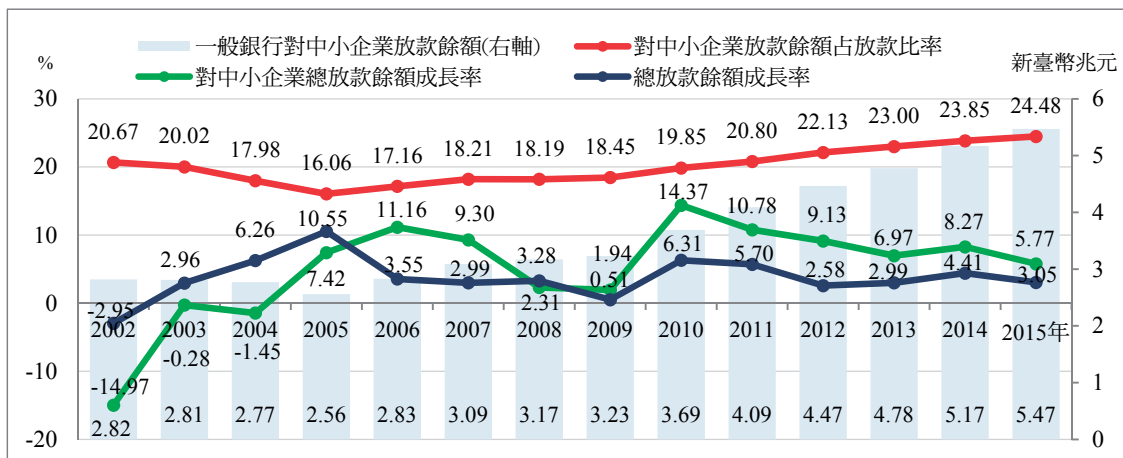
二、銀行對中小企業放款概況

由於中小企業資金融通的管道以銀行貸款為主，以下就中小企業與銀行間資金往來情況進一步分析。

（一）銀行對中小企業放款餘額維持高檔

截至 2015 年底，一般銀行（含外國銀行在臺分行，但不含海外放款部分）放款總額持續成長創下歷史新高，約 5.4 兆元；中小企業放款占總放款額的比率亦持續增加至 24.48%。2015 年對中小企業總放款餘額年成長率為 5.77%，仍高於總放款餘額成長率 3.05%。（圖 3-3-4）

圖 3-3-4 2002 年至 2015 年臺灣一般銀行對中小企業放款情況



附註：總放款餘額係由「一般銀行對中小企業放款（含催收款）餘額」÷「對中小企業放款占總放款百分比比率」推算而得。

資料來源：金融監督管理委員會銀行局，《金融統計輯要》歷年資料。

（二）中小企業放款集中度下降

2015 年銀行對中小企業放款總額排行仍是第一商業銀行、合作金庫銀行、臺灣中小企業銀行等具公營色彩的銀行位居前位。其中，前 8 名公營銀行合計放款市場占有率為 64.46%，而放款總額前 10 大的銀行累計市場占有率為 72.45%；較 2014 年前 8 名公營銀行市占率的 65.85%及前 10 大銀行市占率的 72.61%，略為減少。（表 3-3-2）

（三）2015 年對中小企業放款占總放款比重之前 10 大銀行，持續維持總放款的 3 成以上為中小企業放款

2015 年銀行對中小企業放款占該行總放款比重之前 10 大銀行與 2014 年相同，且持續維持占該行放款比重的 3 成以上。（表 3-3-3）

就單一銀行而言，仍以第一商業銀行對中小企業放款占該行放款比率最高，為 49.93%，較 2014 年增加。其次仍是臺灣中小企業銀行、台中商業銀行和上海商業儲蓄銀

行。2015 年對中小企業放款比率前 10 大銀行當中，公營銀行與民營銀行持續維持約莫各半。（表 3-3-3）

表 3-3-2 2015 年對中小企業放款餘額前 10 大銀行

單位：新臺幣百萬元；%

銀行別	放款餘額	市場占有率	占該行放款比率
合 計	5,470,092	72.45	-
第一商業銀行	608,232	11.12	49.93
合作金庫商業銀行	561,766	10.27	31.49
臺灣中小企業銀行	457,910	8.37	48.58
華南商業銀行	430,241	7.87	33.31
兆豐國際商業銀行	400,830	7.33	34.75
彰化商業銀行	385,264	7.04	34.26
臺灣土地銀行	343,131	6.27	21.47
臺灣銀行	338,493	6.19	15.37
玉山商業銀行	264,032	4.83	29.81
上海商業儲蓄銀行	172,915	3.16	38.96

資料來源：金融監督管理委員會銀行局（2016），《金融業務統計輯要》。

表 3-3-3 2014 年及 2015 年對中小企業放款比率前 10 大銀行排序

單位：新臺幣百萬元；%

2014 年			2015 年		
銀行別	放款餘額	占該行放款比率	銀行別	放款餘額	占該行放款比率
第一商業銀行	585,538	47.11	第一商業銀行	608,232	49.93
臺灣中小企業銀行	431,658	46.12	臺灣中小企業銀行	457,910	48.58
台中商業銀行	161,224	43.53	台中商業銀行	164,928	43.81
上海商業儲蓄銀行	156,315	36.74	上海商業儲蓄銀行	172,915	38.96
陽信商業銀行	76,241	36.39	陽信商業銀行	86,183	37.75
彰化商業銀行	363,930	33.96	華泰商業銀行	29,804	35.12
華泰商業銀行	25,698	33.30	兆豐國際商業銀行	400,830	34.75
板信商業銀行	40,634	33.13	彰化商業銀行	385,264	34.26
華南商業銀行	414,658	31.78	華南商業銀行	430,241	33.31
兆豐國際商業銀行	359,006	31.21	板信商業銀行	41,253	33.09

資料來源：金融監督管理委員會銀行局（2016），《金融業務統計輯要》。

（四）2015 年民營銀行持續積極辦理中小企業放款

2015 年對中小企業放款餘額前 10 大民營銀行和 2014 年相同，惟排名有些許變動。前 10 大民營銀行對中小企業放款餘額成長顯著，唯一例外為台灣新光商業銀行，呈現衰退。總體而言，民營銀行對中小企業放款餘額普遍呈現增加的趨勢，對於中小企業的資

金融通有很大的助益。(表 3-3-4)

表 3-3-4 2015 年民營銀行對中小企業前 10 大放款餘額

單位：新臺幣百萬元；%

銀行別	2014 年底放款餘額	2015 年底放款餘額	年增率
玉山商業銀行	239,965	264,032	10.03
上海商業儲蓄銀行	156,315	172,915	10.62
台中商業銀行	161,224	164,928	2.30
中國信託商業銀行	128,686	150,250	16.76
永豐商業銀行	120,977	131,690	8.86
臺灣新光商業銀行	127,283	121,469	-4.57
國泰世華商業銀行	116,454	118,841	2.05
台北富邦銀行	93,431	116,737	24.94
元大商業銀行	94,360	105,114	11.40
台新國際商業銀行	90,843	99,374	9.39

資料來源：金融監督管理委員會銀行局（2016），《金融業務統計輯要》。

外國銀行透過增加資本或營運資金的方式，適時地提供資金給中小企業，支持國內相關產業的發展。依放款餘額的年增率排行觀察，2015 年年增率最高者為日商三菱東京日聯銀行，為 1,101.93%，其次為香港東亞銀行，年增率為 51.95%。由於外國銀行對我國中小企業放款的金額並不高，因此每年變化幅度相對較大。(表 3-3-5)

表 3-3-5 2015 年對中小企業放款餘額年增率前 5 大外國銀行

單位：新臺幣百萬元；%

銀行別	2015 年底放款餘額	2015 年增加餘額	年增率
日商三菱東京日聯銀行	9,351	8,573	1,101.93
香港東亞銀行	2,100	718	51.95
日商瑞穗銀行	4,566	1,522	50.00
法商法國巴黎銀行	175	39	28.68
泰國盤谷銀行	268	-11	-3.94

資料來源：金融監督管理委員會銀行局（2016），《金融業務統計輯要》。

第 4 章 中小企業人力資源

2015 年全球經濟復甦不如預期，臺灣的經濟景況也現低迷。雖然 2015 年之經濟情勢未見復甦，但人力資源卻呈現成長的趨勢。根據行政院主計總處公布的數據，2015 年 GDP 成長率為 0.65%，勞動力有 1,163 萬 8 千人，較 2014 年增加了 10 萬 3 千人，而勞動參與率為 58.65%，較 2014 年略為提昇，就業人數亦較 2014 年增加約 11 萬 9 千人，平均失業率為 3.78%亦較 2014 年為低。

本章共分 3 節，第 1 節主要探討中小企業的勞動力運用，針對 2015 年就業者與失業者之特性（包括年齡、性別、學歷等）作規模別及產業別觀察，並比較其變化趨勢。另外，也將觀察中小企業在外籍勞工、部分工時、臨時性或派遣人力的使用狀況；第 2 節主要針對中小企業之勞動條件，特別在工時與薪資方面進行產業別的觀察；第 3 節則針對中小企業在人力資源方面的培育，主要分 3 個面向說明：首先統整政府資源在協助中小企業人力培育上的努力，其次針對中小企業參與在職訓練、創業輔導概況與成效進行說明，最後統整 2015 年人力需求概況。

在資料的處理方面，本章原則上以員工人數為標準以定義中小企業，即礦業及土石採取業、製造業、營造業員工 200 人以下，其它各產業別以 100 人以下者為中小企業。不過，由於資料上的限制，當無法根據該定義來區分時，將在文中適當處附註說明。

第 1 節 中小企業勞動力運用

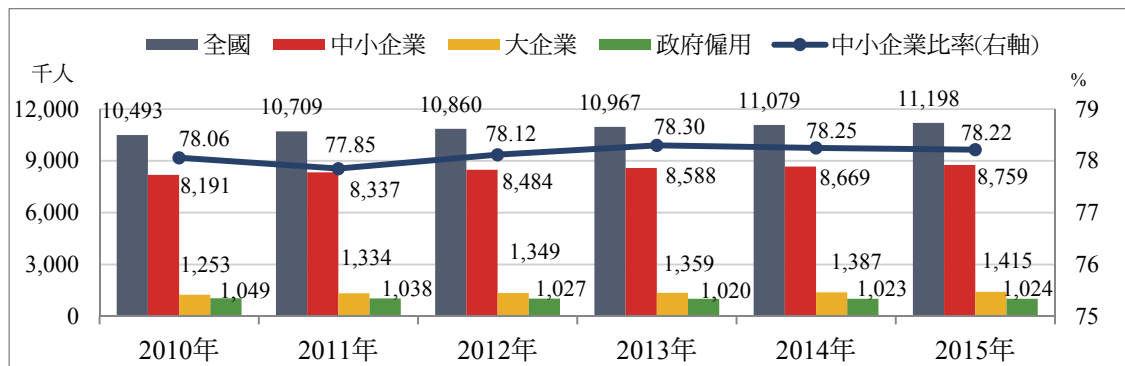
2015 年臺灣總就業人數（包含雇主、自營作業者、受僱者、無酬家屬工作者）為 1,119 萬 8 千人，其中，中小企業的就業人數為 875 萬 9 千人，約占全國總就業人數的 78.22%。自 2009 年金融海嘯以來，中小企業的就業人數就持續小幅增加，顯示中小企業所提供的就業機會是全國就業市場上一股穩定的力量。在失業上，2015 年前職為中小企業的失業人數降低，由 30 萬 3 千人減為約 26 萬 8 千人，降幅約為 11.57%，低於前職為大企業的失業人數降幅（為 0.74%）。中小企業失業者的特性、前職任職於中小企業的轉業者情況、中小企業在外籍勞工的需求與運用、全日工時與部分工時、臨時性或派遣人力的運用等，都顯示中小企業在人力運用上的特性，分述如下。

一、中小企業提供就業市場的穩定就業機會

2015 年臺灣總就業人數為 1,119 萬 8 千人，其中，中小企業的就業人數為 875 萬 9 千人，占全國總就業人數的 78.22%。而大企業的就業人數為 141 萬 5 千人（占 12.64%）；政府部門就業人數為 102 萬 4 千人（占 9.14%）。中小企業的就業人數相較於 2014 年，增幅約 1.03%，大企業增幅約 2.04%，政府僱用的增幅約 0.09%。

中小企業所提供的就業機會，為全國就業市場上一股穩定的力量。由近年來臺灣中小企業之就業人數來看，自 2010 年至 2015 年中小企業的就業人數均呈現每年小幅的成長，2010 年成長 1.55%（或 12 萬 5 千人）、2011 年成長 1.78%（或 14 萬 6 千人）、2012 年成長 1.76%（或 14 萬 7 千人）、2013 年成長 1.22%（或 10 萬 4 千人），以及 2014 年成長 0.95%（或 8 萬 1 千人）、2015 年成長 1.03%（或 9 萬人）。惟近 3 年中小企業就業人數之占比呈現下滑的趨勢。（圖 4-1-1）

圖 4-1-1 2010 年至 2015 年臺灣就業人數

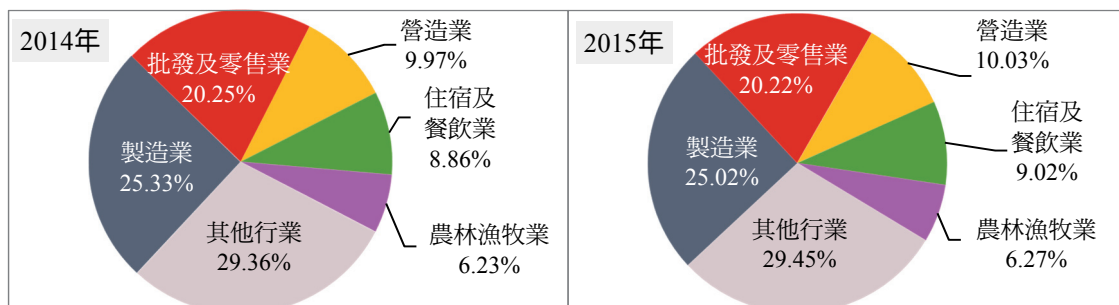


資料來源：整理自行政院主計總處，人力資源調查統計原始資料（推估值），2010 年至 2015 年。

在中小企業就業人數方面，若以行業別區分，2015 年前 5 大行業依序為製造業、批發及零售業、營造業、住宿及餐飲業，以及農林漁牧業。就業人數居首的製造業，有 219 萬 2 千人，占中小企業就業人數的 25.02%；其次為批發及零售業，其就業人數為 177 萬 1 千人，占 20.22%；再次為營造業，有 87 萬 8 千人，占 10.03%。相較 2014 年，雖然各行業之就業人數皆有增加，但行業別的就業人數占比結構變化不大。（圖 4-1-2）

若進一步比較三級產業之就業人數占比，可以發現在中小企業中，工業之就業人數的占比呈現逐年遞減趨勢（2013 年至 2015 年分別為 35.85%、35.79%與 35.52%），而服務業之就業人數的占比則呈現遞增趨勢（2013 年至 2015 年分別為 57.85%、57.94%與 58.21%）。（附錄 2 附表 7）

圖 4-1-2 2014 年及 2015 年中小企業就業人數前 5 大行業及比率

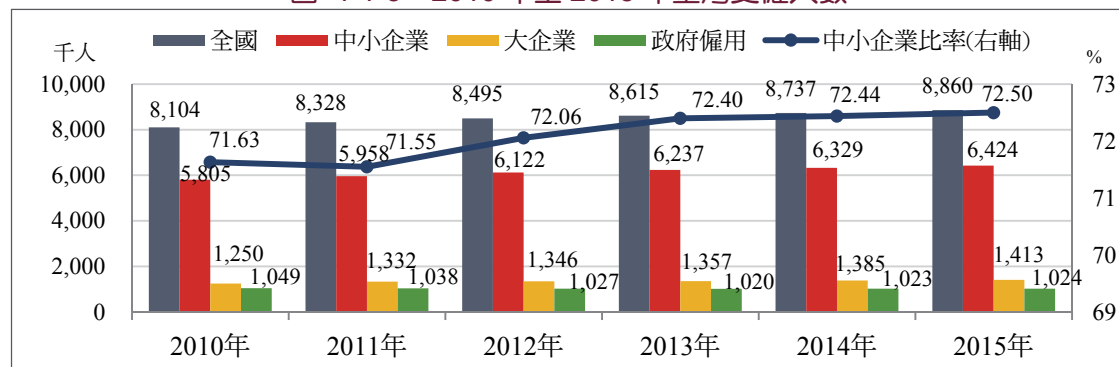


資料來源：整理自行政院主計總處，人力資源調查統計原始資料，2014-2015 年。

二、2015 年中小企業受僱人數占全國約 7 成

2015 年臺灣全年平均受僱（包含受政府僱用者、受私人僱用者）人數為 886 萬人，其中，中小企業受僱人數為 642 萬 4 千人，占全國受僱人數的 72.50%。相較於 2014 年臺灣全年平均受僱人數，增幅約為 1.41%；其中，中小企業增幅約為 1.49%；大企業增幅約為 1.99%；而政府僱用增幅為 0.09%。自 2010 年起，中小企業和大企業的受僱人數逐年增加，而政府僱用卻逐年減少，2014 年與 2015 年則略有回升；另外，自 2011 年起，中小企業的受僱人數比重也呈逐年提升的趨勢。（圖 4-1-3）

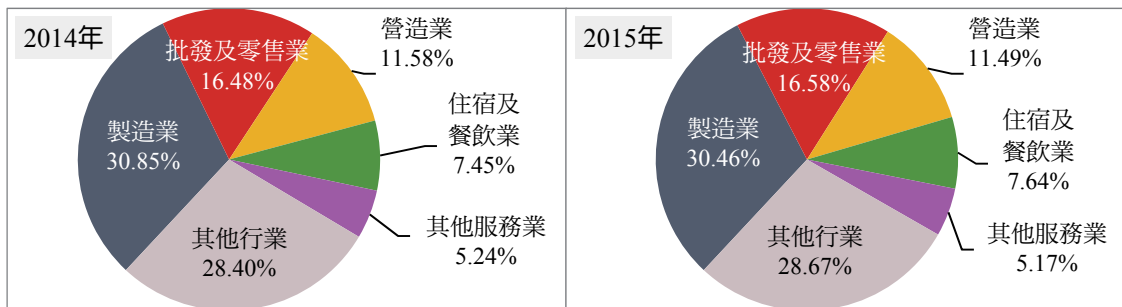
圖 4-1-3 2010 年至 2015 年臺灣受僱人數



資料來源：整理自行政院主計總處，人力資源調查統計原始資料，2010-2015 年。

2015 年中小企業受僱員工人數，若依行業區分，其分布的結構與就業人數類似，前 5 大產業分別為製造業、批發及零售業、營造業、住宿及餐飲業和其他服務業。為首的製造業，有 195 萬 6 千人，占 30.46%，其次為批發及零售業，有 106 萬 5 千人，占 16.58%；再次為營造業，有 73 萬 8 千人，占 11.49%。與 2014 年相較，中小企業受僱人數，若依行業別分類，其受僱員工結構變化不大。（圖 4-1-4）

圖 4-1-4 2014 年及 2015 年中小企業受僱人數前 5 大行業及比率



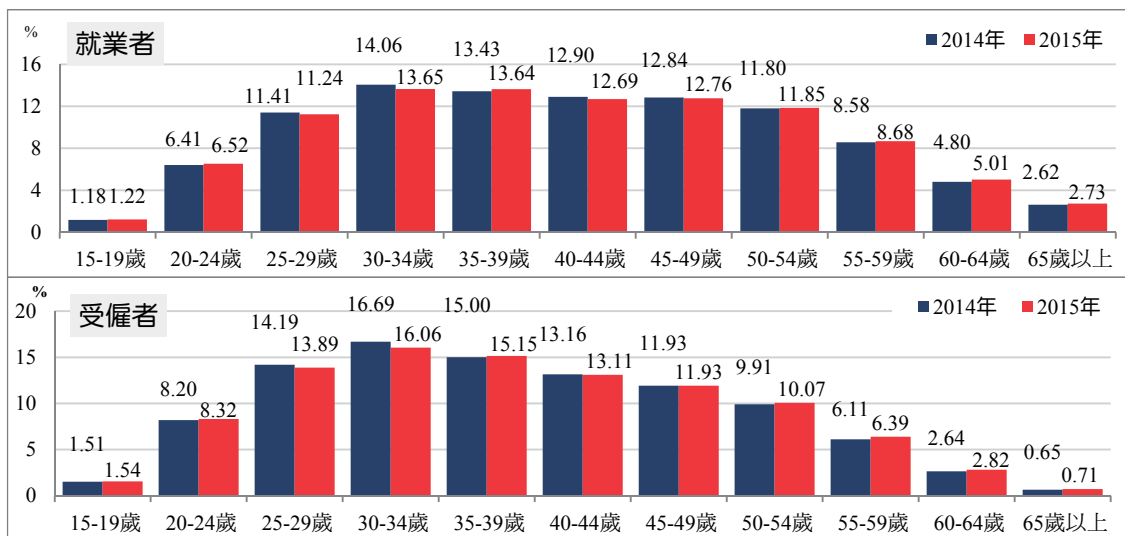
資料來源：整理自行政院主計總處，人力資源調查統計原始資料，2014-2015 年。

若檢視其近年來三級產業之受僱員工占比趨勢，可以發現工業的受僱員工占比逐年下滑（2013 年至 2015 年分別為 43.05%、42.98%與 42.48%），而服務業之受僱員工的占比則逐年提高（2013 年至 2015 年分別為 55.59%、55.71%與 56.17%）。（附錄 2 附表 7）

三、中小企業的人力結構：大學（含）以上學歷比率漸增

以 2015 年中小企業就業者及受僱者的年齡結構而言，無論就業者或受僱者，皆以 30 至 34 歲的族群人數最多，所占比率分別為 13.65%與 16.06%。就業者居次的族群為 35-39 歲與 45-49 歲，其占比分別為 13.64%與 12.76%；受僱者居次的族群則是 35-39 歲及 25-29 歲，其占比分別為 15.15%與 13.89%。（圖 4-1-5）

圖 4-1-5 2014 年及 2015 年中小企業就業者及受僱者人數－按年齡結構

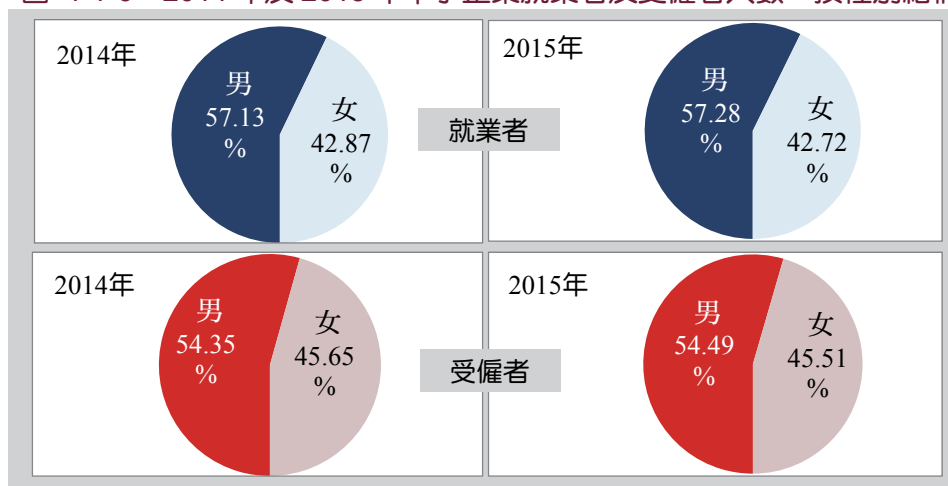


資料來源：行政院主計總處，人力資源調查統計原始資料，2014 年、2015 年。

觀察就業人數與受僱人數之年齡結構，可以發現隨著族群年齡的增加，就業與受僱員工年齡 15-19 歲、20-24 歲、25-29 歲，以及 30-34 歲族群，人數也隨之增加；而年齡為 35-39 歲、40-44 歲、45-49 歲、50-54 歲、55-59 歲、60-64 歲，以及 65 歲以上之族群，隨族群年齡的增加，就業及受僱人數呈現反向變動。由年齡族群之結果顯示，就業與受僱者在 30-34 歲之前，隨年齡上升之占比愈高，在 30-34 歲族群到達高峰，之後隨年齡增加而占比遞減，亦即對就業與受僱者而言，30-34 歲族群可能是勞動市場在年齡族群需求上的分界點。由近年來就業者與受僱者之年齡結構來看，又可以發現 50 歲以上之中、高齡就業者與受僱者，其占比正逐年提高，顯示我國人力資源呈現高齡化的趨勢。（圖 4-1-5）

若以性別結構來看，2014 及 2015 年不論就業者或是受僱者，男性比率（2015 年就業者比率：57.28%；受僱者比率：54.49%）均超過半數。2015 年男性比率略高於 2014 年之男性比率。（圖 4-1-6）

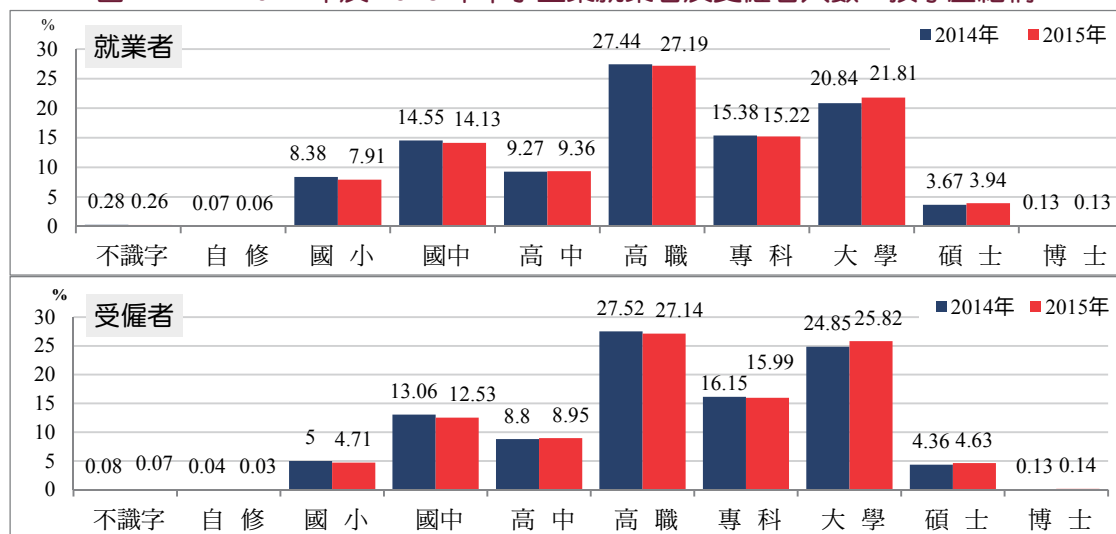
圖 4-1-6 2014 年及 2015 年中小企業就業者及受僱者人數－按性別結構



資料來源：整理自行政院主計總處，人力資源調查統計原始資料，2014-2015 年。

以學歷結構來看，2015 年中小企業之就業者以及受僱者，均以高職畢業者所占比重最高，分別為 27.19%及 27.14%。其次為大學的 21.81%及 25.82%，再次為專科的 15.22%及 15.99%。以學歷趨勢變化而言，除自修者外，2015 年擁有專科及以下學歷的就業者和受僱者人數比率，除就業者為高中學歷者之外，相較於 2014 年皆呈現下降的態勢。另外，相對擁有大學及以上學歷的就業者和受僱者比率，則多呈現增加的態勢，顯示近年來中小企業之就業者與受僱者的教育程度，均有提高的趨勢，此應與政府的高等教育普及化政策有關。（圖 4-1-7）

圖 4-1-7 2014 年及 2015 年中小企業就業者及受僱者人數－按學歷結構



資料來源：整理自行政院主計總處，人力資源調查統計原始資料，2014-2015 年。

四、2015 年中小企業雇主人數減少，且企業雇主較年輕，學歷分布也較廣泛

2015 年中小企業雇主(泛指自己經營或合夥經營事業而僱用他人幫助工作之就業者)人數相對減少，2015 年約有 44 萬 9 千人，而大企業則約 2.24 千人。與 2014 年相比，中小企業雇主減少約 8 千人，減幅約為 1.71%。但大企業雇主則增加約 870 人，其增幅為 63.77%。(表 4-1-1)

表 4-1-1 2014 年及 2015 年雇主屬性

單位：千人；%

項目 \ 年別	2014 年		2015 年	
	中小企業	大企業	中小企業	大企業
總人數	456.84	1.37	448.76	2.24
比率	99.70	0.30	99.50	0.50
年 齡	100.00	100.00	100.00	100.00
15-19 歲	-	-	0.02	-
20-24 歲	0.27	-	0.26	-
25-29 歲	1.91	-	1.61	-
30-34 歲	5.50	-	5.65	-
35-39 歲	9.18	14.79	9.52	10.61
40-44 歲	14.39	2.94	13.52	1.97
45-49 歲	18.10	12.27	17.65	1.45
50-54 歲	19.41	27.04	19.43	9.49
55-59 歲	16.57	12.67	16.37	34.95
60-64 歲	10.19	5.92	10.58	16.91

項目 \ 年別	2014 年		2015 年	
	中小企業	大企業	中小企業	大企業
65 歲以上	4.47	24.38	5.38	24.62
性 別	100.00	100.00	100.00	100.00
男	80.96	49.96	80.94	81.61
女	19.04	50.04	19.06	18.39
學 歷	100.00	100.00	100.00	100.00
不識字	0.05	-	0.02	-
自修	0.01	-	0.08	-
國小	7.69	-	7.02	-
國（初）中	14.42	-	14.32	-
高中	10.36	-	9.96	4.63
高職	26.05	24.66	26.91	4.56
專科	20.00	3.77	19.84	16.90
大學	16.36	35.34	16.68	35.42
碩士	4.57	36.23	4.72	35.22
博士	0.49	-	0.44	3.28

附 註：「-」表示無資料。

資料來源：整理自行政院主計總處，人力資源調查統計原始資料，2014-2015 年。

根據 2015 年的資料顯示，中小企業雇主年齡層級通常較大企業雇主來得年輕，且中小企業雇主的學歷分布也較廣泛。以雇主年齡而言，中小企業的雇主年齡在 60 歲以下者占 84.04%，但大企業的雇主，60 歲以上者約占 41.53%，顯見中小企業雇主相對年輕。另外，中小企業雇主的學歷分布也較廣泛，其中又以高職學歷者之占比較高，約占 26.91%，其次為專科（19.84%），而大學則再次之（16.68%）。但大企業雇主的學歷則超過 7 成集中在大學及以上的學歷（73.92%）。（表 4-1-1）

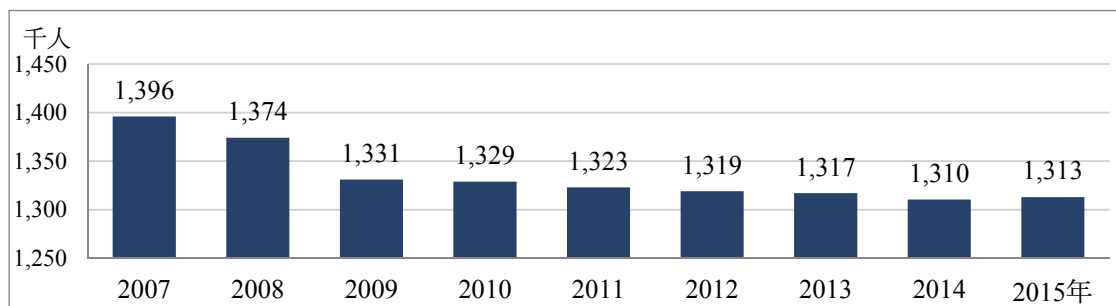
五、2015 年自營作業者人數增加，20-39 歲者比率增加

自營作業者除自己或合夥經營事業者外，並未以酬金僱用他人工作，因此規模較小，都屬於中小企業。國內自營作業者人數在 1991 年及 1992 年達到高點，之後長期處於緩慢下降的趨勢，惟 2015 年之自營作業者增加至 131 萬 3 千人，較 2014 年增加約 3 千人。（圖 4-1-8）

檢視 2015 年自營作業者的年齡結構分布，以 50-54 歲族群最多（占 17.43%），其次為 55-59 歲族群（占 15.88%），再其次為 45-49 歲（占 14.98%）。相較於 2014 年，年輕族群（20-39 歲）之自營作業者比率有增加的趨勢。若以學歷分布來看，自營作業者的學歷以高職（占 25.46%）之占比最高，其次為國（初）中（占 21.39%），再次為國小（占 21.31%）。相較於 2014 年，擁有大學及碩士學歷的自營作業者比率均略為增加，但博士

學歷的自營作業者則略為減少。(表 4-1-2)

圖 4-1-8 2007 年至 2015 年自營作業者人數變化



資料來源：行政院主計總處，人力資源調查統計原始資料，2007-2015 年。

表 4-1-2 2014 年及 2015 年自營作業者屬性

單位：千人；%

項目 \ 年別	2014 年	2015 年
總人數	1,310	1,313
年 齡	100.00	100.00
15-19 歲	0.05	0.05
20-24 歲	0.71	0.80
25-29 歲	2.45	2.80
30-34 歲	5.53	5.54
35-39 歲	8.25	8.56
40-44 歲	11.69	11.08
45-49 歲	15.54	14.98
50-54 歲	17.32	17.43
55-59 歲	16.14	15.88
60-64 歲	12.11	12.51
65 歲以上	10.19	10.36
性 別	100.00	100.00
男	74.45	74.71
女	25.55	25.29
學 歷	100.00	100.00
不識字	0.98	0.87
自修	0.18	0.15
國小	22.04	21.31
國（初）中	21.21	21.39
高中	10.68	10.51
高職	25.38	25.46
專科	11.23	10.93
大學	7.05	7.91
碩士	1.20	1.42
博士	0.06	0.05

資料來源：整理自行政院主計總處，人力資源調查統計原始資料，2014-2015 年。

六、2015 年中小企業的失業人數減少，惟減幅稍弱

2015 年臺灣失業人數為 44 萬人，較 2014 年減少約 1 萬 7 千人，減少幅度為 3.75%，失業率由 2014 年的 3.96% 下降至 3.78%。若由失業者前職的廠商規模別來看，前職為中小企業的失業人數由 30 萬 3 千人，減為 26 萬 8 千人，降幅為 11.75%；前職為大企業者的失業人數，則由 3 萬 2 千人，減少為 3 萬 1 千人，降幅約為 0.74%；前職為政府僱用的失業人數則由 1 萬 7 千人，減至 1 萬 5 千人，減幅為 11.93%；另外初次尋職者由 10 萬 5 千人，減至 10 萬 1 千人，減幅為 3.62%。（表 4-1-3）

表 4-1-3 2014 年及 2015 年失業者屬性

單位：千人；%

項目 \ 年別	2014 年				2015 年			
	中小企業	大企業	政府僱用	初次尋職者	中小企業	大企業	政府僱用	初次尋職者
總人數	302.94	31.67	17.14	104.95	267.88	31.44	15.10	101.15
比率	66.33	6.93	3.75	22.98	64.46	7.57	3.63	24.34
年 齡	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
15-19 歲	1.49	1.31	0.45	5.45	1.52	0.77	0.15	4.84
20-24 歲	12.45	9.74	4.70	56.75	12.94	9.07	8.05	52.08
25-29 歲	18.91	19.44	21.22	28.74	19.49	18.82	23.51	28.34
30-34 歲	17.20	24.40	15.57	6.39	17.24	24.95	30.02	8.77
35-39 歲	14.23	15.63	13.70	1.84	15.06	19.68	8.75	3.99
40-44 歲	10.92	11.63	10.15	0.33	9.98	11.57	8.13	1.12
45-49 歲	10.09	7.10	11.44	0.01	10.43	7.84	4.15	0.54
50-54 歲	7.73	5.73	10.15	0.38	7.69	5.00	9.71	0.25
55-59 歲	5.21	4.50	8.70	0.00	4.34	1.78	4.55	0.07
60-64 歲	1.70	0.52	3.92	0.12	1.28	0.54	2.63	-
65 歲以上	0.08	0.00	0.00	0.00	0.03	-	0.35	-
性 別	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
男	63.30	60.98	43.24	53.98	61.17	63.81	38.99	53.47
女	36.70	39.02	56.76	46.02	38.83	36.19	61.01	46.53
學 歷	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
不識字	0.03	-	-	-	0.04	-	-	-
自修	0.02	-	-	-	0.01	-	-	-
國小	4.94	0.49	5.39	0.17	3.12	0.45	2.88	0.12
國(初)中	16.16	5.29	6.29	1.98	12.58	2.59	5.61	1.21
高中	9.08	5.33	6.45	5.91	10.04	5.51	4.36	4.69
高職	28.42	24.70	17.03	12.41	31.21	20.18	18.03	9.70
專科	14.02	17.92	18.38	5.99	13.91	19.33	10.11	4.67
大學	24.39	36.80	39.02	62.89	26.05	42.91	48.01	65.85
碩士	2.83	8.90	6.98	10.36	2.99	9.03	11.00	13.54
博士	0.10	0.56	0.46	0.29	0.05	0.01	-	0.23

附 註：表中類別為失業者前職之企業規模。

資料來源：整理自行政院主計總處，人力資源調查統計原始資料，2014-2015 年。

觀察 2015 年失業者之年齡結構，前職公司規模為中小企業，其失業者最高占比落在 25-29 歲族群（19.49%），而前職公司規模為大企業者及政府僱用者，失業者最高占比皆落在 30-34 歲之間（比率分別為 24.95%、30.02%），初次尋職者則以 20-24 歲族群的失業者最多（52.08%）。若依性別來看，除前職為政府僱用的女性失業者多於男性，其餘皆為男性失業者多於女性失業者；依學歷來看，前職在中小企業者，以高職學歷的失業者之占比最高（31.21%），其次為大學學歷者（26.05%），而在大企業、政府僱用及初次尋職者中，則以擁有大學學歷失業者比率最高，分別為 42.91%、48.01%與 65.85%。尤其是初次尋職的失業者中，超過 6 成之擁有大學學歷者失業，亦較 2014 年為高，顯示我國勞動市場之青年失業，以及高學歷失業問題依然日趨嚴峻。（表 4-1-3）

至於離開前職的原因，由表 4-1-4 可以發現，2015 年之離職者，不論其前職之公司規模為中小企業或大企業者，其離職原因都以原有工作不滿意者之占比最高，分別為 50.90%與 61.38%，但前職為政府僱用者離開前職的主因，則是季節性或臨時工作的結束（占 55.63%）。

表 4-1-4 2014 年及 2015 年離開前職的理由

單位：千人；%

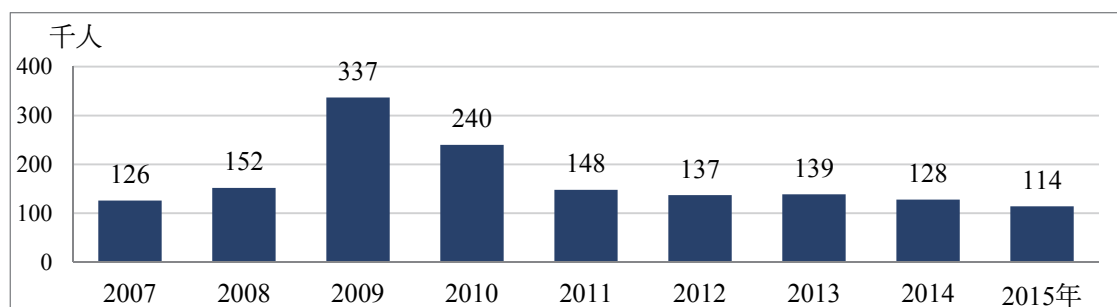
項目 \ 年別	2014 年			2015 年		
	中小企業	大企業	政府僱用	中小企業	大企業	政府僱用
總人數	302.94	31.67	17.14	267.88	31.44	15.10
工作場所業務緊縮或歇業	38.07	31.57	14.93	34.37	27.84	19.10
對原有工作不滿意	46.22	55.96	20.84	50.90	61.38	19.81
健康不良	2.39	3.05	2.64	3.10	1.45	0.21
季節性或臨時工作結束	10.55	4.33	52.04	8.86	4.25	55.63
女性結婚或生育	0.51	1.40	0.47	0.71	1.19	-
退休	0.14	0.81	4.29	0.09	1.22	3.07
家務太忙	0.76	1.09	0.16	0.61	0.97	0.17
其他	1.35	1.79	4.62	1.36	1.70	2.01

附註：表中類別為失業者前職之企業規模或就職機構。

資料來源：整理自行政院主計總處，人力資源調查統計原始資料，2014-2015 年。

由圖 4-1-9 可知，因工作場所業務緊縮或歇業而失業的人數，在 2009 年達到高點後，呈現逐年下滑。除 2013 年略為增加至 13 萬 9 千人外，至 2015 年已下降至 11 萬 4 千人。

圖 4-1-9 2007 年至 2015 年因業務緊縮或關廠歇業失業者



資料來源：行政院主計總處，人力資源調查統計原始資料，2007-2015 年。

七、企業對於外籍勞工的需求，中小企業占比近 6 成

近年來，國內產業外籍勞工人數持續攀升，至 2015 年，有效核准人數已達 41 萬 9,002 人，比 2014 年增加 6 萬 4,554 人；在臺外籍勞工人數為 35 萬 3,686 人，也比 2014 年增加 3 萬 2,417 人。以運用外籍勞工的企業規模別來看，2015 年不論大企業或中小企業，外籍勞工的核准人數及在臺人數均增加。

其中，2015 年有效核准人數中，小企業與大企業增加的人數，分別為 3 萬 3,781 人與 3 萬 773 人，大企業的外籍勞工核准人數之增幅（21.12%）大於中小企業（16.18%）；若以在臺人數計，中小企業與大企業分別增加 1 萬 3,347 人與 1 萬 9,070 人，其中大企業的增幅（14.22%）亦高於中小企業（7.13%）。（表 4-1-5）

表 4-1-5 2008 年至 2015 年企業引進外籍勞工人數－按規模別

單位：人；%

規模別 年別	有效核准人數			在臺人數		
	總計	中小企業	大企業	總計	中小企業	大企業
2008	220,696	113,530(51.44)	107,166(48.56)	191,768	100,496(52.40)	91,272(47.60)
2009	188,185	104,502(55.53)	83,683(44.47)	169,621	95,623(56.37)	73,998(43.63)
2010	208,600	114,959(55.11)	93,641(44.89)	185,800	102,605(55.22)	83,195(44.78)
2011	250,498	142,639(56.94)	107,859(43.06)	219,136	123,412(56.32)	95,724(43.68)
2012	260,308	157,221(60.40)	103,087(39.60)	233,572	139,176(59.59)	94,396(40.41)
2013	307,278	184,008(59.88)	123,270(40.12)	269,131	159,334(59.20)	109,797(40.80)
2014	354,448	208,765(58.90)	145,683(41.10)	321,269	187,159(58.26)	134,110(41.74)
2015	419,002	242,546(57.89)	176,456(42.11)	353,686	200,506(56.69)	153,180(43.31)

附註：僅包含製造業與營造業所引進的外籍勞工人數；以員工人數 200 人以下定義為中小企業；括號內數據為分配比率。

資料來源：本表由勞動部勞動力發展署提供。

八、中小企業運用部分工時、臨時性或派遣人力持續增加

2015 年中小企業對部分工時人力的需求，大於大企業及政府機關。根據 2015 年《臺灣地區人力運用調查》資料，關於部分工時的人力運用，中小企業的運用達 36 萬 6 千人，較 2014 年增加約 6 千人，但大企業對於部分工時人力的運用，則增加約 1 千人，而政府機關對於部分工時人力的運用則並無明顯變化。至於全日工作人力的運用，中小企業增加 11 萬 3 千人，大企業則僅增加 6 千人，政府機關則並無變化。（表 4-1-6）

表 4-1-6 2014 年及 2015 年就業者部分工時勞工運用概況

單位：千人

行業別	年別 項目	2014 年						2015 年					
		中小企業		大企業		政府機關		中小企業		大企業		政府機關	
		全日工作	部分工時	全日工作	部分工時	全日工作	部分工時	全日工作	部分工時	全日工作	部分工時	全日工作	部分工時
總計		8,307	360	1,338	23	1,011	15	8,420	366	1,344	24	1,011	14
農林漁牧業		523	13	1	-	6	-	536	11	1	-	4	-
礦業及土石採取業		4	-	-	-	-	-	3	-	-	-	1	-
製造業		2,176	43	753	1	26	-	2,189	46	762	3	21	-
電力及燃氣供應業		5	-	2	-	22	-	4	-	4	-	22	-
用水供應及污染整治業		37	2	2	-	43	-	35	1	1	-	46	-
營造業		831	30	10	-	7	-	844	31	8	-	8	-
批發及零售業		1,673	87	49	6	8	-	1,684	84	52	12	6	1
運輸及倉儲業		308	7	62	-	54	0	313	6	66	0	52	-
住宿及餐飲業		689	74	21	4	-	-	708	81	21	-	-	-
資訊及通訊傳播業		158	4	76	1	-	-	168	5	71	1	-	-
金融及保險業		299	9	94	3	13	-	315	8	81	2	15	-
不動產業		94	-	2	-	1	-	94	-	4	-	2	-
專業、科學及技術服務業		273	11	47	-	20	-	287	6	39	-	28	-
支援服務業		243	12	19	-	-	-	242	16	22	-	-	-
公共行政及國防；強制性社會安全		1	-	-	-	375	1	0	-	-	-	374	0
教育服務業		194	30	60	7	345	12	203	31	57	5	342	13
醫療保健及社會工作服務業		215	10	131	2	77	1	202	11	147	1	75	-
藝術、娛樂及休閒服務業		74	7	5	-	10	-	76	7	4	-	11	0
其他服務業		511	20	4	-	3	-	516	22	3	-	3	-

附註：「0」表示資料不足一單位；「-」表示無資料。

資料來源：整理自行政院主計總處，人力運用調查統計原始資料，2014-2015 年。

比較 2015 年之全日與部分工時人力，中小企業對於部分工時人力的運用約占全體人力之 4.17%，較 2014 年下降約 0.02 個百分點。而大企業與政府機關部分工時的比率分別為 1.79%與 1.40%。以行業別看，又以中小型批發及零售業、住宿及餐飲業使用最多部分工時人力。若以中小企業部分工時人力，相對於全日工時人力使用比率高低來看，以教育服務業最高，其次為住宿及餐飲業，再次者為藝術娛樂及休閒服務業。（表 4-1-6）

2015 年中小企業使用臨時性或派遣人力共 52 萬 6 千人，較 2014 年增約 1 萬 8 千人，增幅 3.46%。其中，以營造業使用最多臨時性及派遣人力，共有 16 萬 7 千人，較 2014 年增加 2 萬 4 千 2 百人。相較 2014 年，各產業部門中，以營造業增加最多臨時性及派遣人力，其次為製造業，增加約 6 千 3 百人，再次為住宿及餐飲業，增加約 4 千 6 百人。另外，大企業與政府機關使用臨時性或派遣人力則較 2014 年減少，減幅分別為 4.87%與 3.53%。（表 4-1-7）

表 4-1-7 2014 年及 2015 年臨時性或派遣人力使用狀況

單位：百人；%

項 目 行業別	2014 年			2015 年		
	中小企業	大 企 業	政府機關	中小企業	大 企 業	政府機關
整體產業	5,080	362	536	5,255	344	517
占比率	84.98	6.06	8.96	85.92	5.63	8.45
農、林、漁、牧業	265	-	5	310	-	0
礦業及土石採取業	-	-	-	1	-	-
製造業	655	152	2	718	102	4
電力及燃氣供應業	-	-	1	-	-	2
用水供應及污染整治業	16	8	14	9	-	12
營造業	1,424	-	9	1,666	-	3
批發及零售業	798	49	10	669	102	13
運輸及倉儲業	113	10	8	100	14	3
住宿及餐飲業	663	41	-	709	24	2
資訊及通訊傳播業	70	7	-	69	-	-
金融及保險業	29	4	-	54	5	-
不動產業	4	-	-	11	-	-
專業、科學及技術服務業	67	15	7	39	5	6
支援服務業	446	13	-	431	21	-
公共行政及國防；強制性社會安全	-	-	80	-	-	67
教育服務業	100	47	366	115	42	370
醫療保健及社會工作服務業	59	18	23	60	24	8
藝術、娛樂及休閒服務業	57	-	5	54	5	21
其他服務業	313	-	5	241	-	5

附註及資料來源：同表 4-1-6。

九、中小企業轉業人數略增，近 9 成仍留在中小企業

2015 年來自中小企業的轉業者總計有 57 萬 1 千人，較 2014 年增加 5 萬 7 千人。其中，高達 88.45%轉職後仍留在中小企業工作，前往大企業或政府機關工作者，則僅分別約為 8.52%與 3.02%。一方面顯示 2015 年雖有大量中小企業員工轉職，但大多在中小企業之間轉職，至大企業或政府機關並不容易，另一方面也顯示中小企業提供轉職者較多的選擇機會。（表 4-1-8）

表 4-1-8 2008 年至 2015 年前職在中小企業就業者的轉業選擇

單位：千人；%

年 別	總 計	留在中小企業		轉往大企業		轉往政府機關	
		人 數	比 率	人 數	比 率	人 數	比 率
2008	474	413	87.13	46	9.70	15	3.16
2009	518	472	91.14	24	4.69	22	4.17
2010	536	471	87.80	42	7.82	23	4.38
2011	532	461	86.75	48	9.03	22	4.22
2012	507	444	87.60	46	8.98	17	3.42
2013	509	453	88.99	38	7.38	18	3.63
2014	514	460	89.46	43	8.30	11	2.24
2015	571	505	88.45	49	8.52	17	3.02

附 註：礦業及土石採取業、製造業、營造業員工人數 200 人以下；其他業別員工人數在 100 人以下，屬中小企業。

資料來源：行政院主計總處，2008-2015 年《臺灣地區人力運用調查報告》。

第 2 節 中小企業勞動條件

由上節得知，中小企業對勞動市場的貢獻，除了提供近 8 成的就業機會外，更是穩定就業市場的重要力量。另外，雖然中小企業相對於大企業受僱員工的流動性較高，但前職於中小企業的轉業者中，近 9 成仍留在中小企業工作，中小企業在勞動條件上所能給予受僱者的部分，雖然不若大企業有優勢，但有其特性。本節僅針對工時、薪資這兩項勞動條件進行產業別觀察。

一、2015 年中小企業以住宿及餐飲業每週工時最長

2015 年中小企業之每週工時以住宿及餐飲業最長，達 46.69 小時，有職工作者約 78 萬 7 千人（占中小企業有職就業人數的 9.03%）。其次為不動產業的 46.11 小時，人數約 9 萬 6 千人（人數比率 1.1%），再次為其他服務業 46.04 小時，約 53 萬 6 千人（人數比率 6.15%）。工時最短的為教育服務業的 38.79 小時（人數比率 2.70%）。（表 4-2-1）

就有職工作者人數來看，中小企業中最多者為製造業（人數比率 25.03%），每週工時為 42.86 小時。人數次之的批發及零售業（人數比率 20.25%），每週工時為 45.65 小時，以工時的長度計，居第 5 位。相對於 2014 年，2015 年多數行業的工時變化並不明顯，僅住宿及餐飲業（人數比率 9.03%），工時增加超過 2 小時，較為明顯。（表 4-2-1）

表 4-2-1 2015 年就業者中有職工作者行業別人數及主要工作每週工時－按規模別

單位：千人；小時/週

項目 行業別	有職工作者人數			每週工時		
	中小企業	大企業	政府機關	中小企業	大企業	政府機關
農、林、漁、牧業	545.15	1.43	4.21	41.09	49.23	39.88
礦業及土石採取業	3.30	0.04	0.70	44.91	44.72	41.12
製造業	2,182.63	809.06	19.95	42.86	43.47	40.70
電力及燃氣供應業	4.21	2.43	23.09	41.43	41.14	40.22
用水供應及污染整治業	33.85	2.03	45.52	43.52	41.83	41.35
營造業	871.97	8.35	8.62	41.21	43.20	40.27
批發及零售業	1,765.72	64.34	6.56	45.65	42.99	41.26
運輸及倉儲業	321.62	65.15	47.84	45.93	44.45	41.14
住宿及餐飲業	786.86	22.26	0.38	46.69	45.22	44.18
資訊及通訊傳播業	170.88	74.30	0.35	42.47	42.81	38.42
金融及保險業	322.37	79.70	17.01	42.13	42.45	41.22
不動產業	95.72	2.51	1.41	46.11	47.82	40.37
專業、科學及技術服務業	291.06	44.05	25.37	42.06	42.07	40.39
支援服務業	253.73	25.27	0.33	44.94	48.53	39.39
公共行政及國防；強制性社會安全	0.60	-	371.69	39.65	-	42.27
教育服務業	235.28	55.17	308.73	38.79	37.37	38.20
醫療保健及社會工作服務業	217.87	137.55	79.32	43.65	44.65	43.17
藝術、娛樂及休閒服務業	79.84	5.31	13.71	43.97	45.06	39.70
其他服務業	535.90	6.00	2.18	46.04	43.06	41.68

附註：1.有職工作者定義為，就業者中，主要工作工時不為零者，因此各行業別有職工作者加總值與圖 4-1-1 中小企業就業人數不一致。2.「-」表示無資料。

資料來源：整理自行政院主計總處，人力資源調查統計原始資料，2014-2015 年。

二、中小企業以金融及保險業員工月收入最高

2015 年中小企業中，薪資最高的行業為金融及保險業，員工平均主要工作月收入約 4 萬 5 千多元（就業人數約占中小企業有酬就業人數的 3.92%）。其次為專業科學及技術服務業，員工平均主要工作月收入約為 4 萬 4 千多元（人數比率 3.46%），再次為電資訊及通訊服務業，月收入約為 4 萬 3 千多元（人數比率 2.10%）。收入最低者為農林漁牧業者，月收入約為 2 萬 5 千多元（人數比率 5.02%）。（表 4-2-2）

中小企業有酬就業人數比率最高的製造業（比率 26.50%），2015 年員工平均主要工作每月收入為 3 萬 5 千元；人數占比次之的批發零售業（19.17%），每月收入約 3 萬 6 千元。（表 4-2-2）

與 2014 年相比，2015 年中小企業員工平均主要工作每月收入減少者，共有 8 個行業。其中降幅最高者為公共行政及國防，月收入減少 8.15 千元；其次為電力及燃氣供應業，亦減少 5.95 千元。此外，依薪資減少多寡排序，依序為礦業及土石採取業、專業科

學及技術服務業、醫療保健及社會工作服務業運輸、教育服務業與支援服務業。就 2015 年月收入呈現增加的行業來看，不動產業月收入增加的幅度最高，為 2 千 5 百多元，其次為農、林、漁、牧業，增加 1 千 6 百多元，其餘行業成長幅度則相對有限，顯見 2015 年中小企業之勞動條件並未明顯改善。（表 4-2-2）

表 4-2-2 2015 年有酬就業者各行業人數及平均主要工作收入－按規模別

單位：千人；千元/月

項目 行業別	有酬就業人數			各行業平均主要工作收入			
	中小企業	大企業	政府機關	整體合計	中小企業	大企業	政府機關
農、林、漁、牧業	411.42	0.74	4.36	25.48	25.31	25.46	41.71
礦業及土石採取業	3.26	-	0.66	37.58	34.46	-	53.02
製造業	2,173.27	765.03	20.69	36.19	34.65	40.23	48.56
電力及燃氣供應業	4.42	3.65	22.24	55.80	35.89	48.95	60.88
用水供應及污染整治業	33.84	1.45	45.57	36.02	35.01	40.64	36.63
營造業	850.62	8.47	8.26	37.23	37.06	44.70	47.09
批發及零售業	1,572.22	63.71	6.53	35.72	35.61	37.97	38.62
運輸及倉儲業	315.87	66.59	52.40	39.86	36.65	49.33	47.16
住宿及餐飲業	686.22	21.09	0.16	30.17	30.06	33.87	20.24
資訊及通訊傳播業	172.55	71.49	-	45.28	43.02	50.74	-
金融及保險業	321.58	82.90	15.16	47.65	45.39	54.60	57.47
不動產業	92.52	4.00	1.91	40.63	40.15	55.08	33.79
專業、科學及技術服務業	284.04	38.14	28.07	47.61	44.11	62.19	63.16
支援服務業	252.43	22.23	0.24	29.02	28.45	35.54	32.99
公共行政及國防；強制性社會安全	0.06	-	374.38	47.94	40.00	-	47.94
教育服務業	227.69	62.73	354.52	45.46	32.01	55.89	52.26
醫療保健及社會工作服務業	209.44	148.10	75.34	45.07	40.37	46.36	55.60
藝術、娛樂及休閒服務業	79.40	4.41	11.68	33.27	32.53	35.46	37.50
其他服務業	509.81	3.03	3.10	31.45	31.37	39.69	35.68

附註：有酬就業者定義為，排除就業者中工時為 15 個小時及以上之無酬工作者；「-」表示無資料。
資料來源：整理自行政院主計總處，人力資源調查統計原始資料，2015 年。

第 3 節 中小企業人力發展

在全球化時代裡，中小企業想要贏得先機，唯有競逐人才、擁有人才及培育人才，才能面對更嚴苛的全球競爭之挑戰。除了經濟部中小企業處為中小企業量身訂做中小企業經營管理、創業育成人才培育外，其他相關政府單位，也針對各產業所需人才，選擇產業重點項目進行人才養成，這些措施亦適用於中小企業。另外，中小企業參與職業訓練的概況也將於本節中進一步說明。

一、政府相關單位有關中小企業人力發展的輔助措施

（一）中小企業經營管理、創業育成人才培育－經濟部中小企業處

經濟部中小企業處推動各項人才培育相關計畫，依據中小企業不同需求，規劃創業知能養成計畫、中小企業經營領袖暨傳承培訓計畫、管理顧問服務科技發展計畫、建置中小企業網路大學校，以及推動中小企業終身學習護照等。歷經長期努力，已成為提供中小企業培養前瞻能力，以及強化專業涵養的重要自我學習成長管道。

（二）各產業專業人才培訓計畫－經濟部工業局

為充裕產業升級轉型所需人才，建構專業人才培訓環境，經濟部工業局持續辦理產業專業人才發展計畫，以補足產業所需專業人才缺口，辦理範疇涵蓋重點產業人才需求調查、針對產業人才發展需求，辦理短期在職班及中長期養成班訓練、建置職能基準與能力鑑定，及產學合作培育人才。

2016 年工業局共有 19 項計畫辦理培訓課程，培訓產業領域涵蓋：化學、食品、紡織、智慧手持、智慧財產、智慧電子、資通訊服務、綠能、數位內容、精緻印刷、機械設備、醫療器材、製藥等重點產業。有關工業局產業專業人才發展計畫開課資訊，詳參工業技術人才培訓全球資訊網，網址：<https://idbtrain.stpi.narl.org.tw/classinfo.htm>。

（三）研發及科技管理人才培育－經濟部技術處

經濟部技術處培訓跨領域科技管理國際人才及服務創新研發管理專業人才。透過國內先修課程、國際研討會、國外研修團及業師指導實務操作、異地學習實地體驗之模式，協助學員應用所學，為企業導入創新管理制度激發創新能量。

（四）國際企業經營人才培育－經濟部國際貿易局

為因應業界對外貿實務人才的需求，經濟部國際貿易局委託外貿協會國際企業人才培訓中心，將培訓工作分為「職前訓練」及「在職訓練」兩大類，前者招收有志從事外貿事業青年，培養兼具良好外語能力及國貿實務的經貿專才；後者則以提昇業者貿易行銷經營能力為主。另外，也委託外貿協會執行「會展人才培育與認證計畫」，培育會展專業人才。此外，透過「補助國內公私立大學校院選送學生赴新興市場企業實習計畫」，培訓學生瞭解東南亞等新興市場之國際貿易流程、國際行銷經驗及跨國文化之企業管理

等，以期成為我國拓展國際市場之貿易尖兵。

（五）服務業人才培育－經濟部商業司

經濟部商業司針對服務業，推動許多人才培育計畫，如連鎖事業，為強化連鎖產業體質，辦理連鎖事業企業管理人才培訓課程並協助企業辦理內訓課程等輔導，精進企業人才培育機制，提升服務業人才素質，2015 年計有 213 人參與。

（六）產業碩士專班－教育部

自 2011 年春季班起教育部主辦產業碩士專班，根據產業需求，由企業與學校合作提出開課計畫申請，經教育部審查通過後辦理產業碩士專班，增補企業所需之碩士級人才。開辦領域涵蓋電機、光電、資通訊、文化創意、生醫、金融、民生工業、服務領域及其他領域等。

（七）人力資源提升與創業研習－勞動部

勞動部勞動力發展署及各分署推行「產業人才投資方案」，提升在職勞工的知識、技能及態度，結合民間訓練單位提供多元化實務導向的訓練課程，並補助每人 3 年內最高 7 萬元的訓練費用，激發在職勞工自主學習，累積個人人力資本，以達到提升國家整體人力資本的目標。

另外，勞動部勞動力發展署推動「企業人力資源提升計畫」，協助事業單位根據其組織營運策略，自行規劃或偕同具營運關連性的事業單位，辦理在職員工進修訓練，並補助部分訓練費用。自 2014 年起亦啟動「小型企業人力提升計畫」，針對員工人數 50 人以下的小型企業，提供專業化、個別化的輔導諮詢服務，並協助執行訓練課程。另外，亦舉辦創業研習課程，給意欲創業者適時的協助。

二、中小企業參與職業訓練概況

（一）協助企業提升人力資源聯合型計畫補助案數創近年新高

勞動部勞動力發展署所推動的「協助企業人力資源提升計畫」，2015 年總計補助 2,659 家辦理個別型訓練計畫（個別企業或團體依其經營發展需要辦理）與 199 件聯合型計畫（協助企業人力資源提升聯合型計畫）。（表 4-3-1）

表 4-3-1 2008 年至 2015 年勞動部協助事業單位辦訓情形

單位：家次；班次；案次；人次

項目 年別	個 別 型 計 畫			聯 合 型 計 畫			
	補助家數	訓練班數	訓練人次	補助案數	參訓家數	訓練班數	訓練人次
2008	1,415	38,282	733,638	112	2,088	4,583	131,971
2009	1,240	40,544	864,001	119	1,342	5,163	140,487
2010	1,793	40,902	869,520	126	775	3,617	130,244
2011	1,779	41,173	863,296	101	625	2,688	112,213
2012	1,204	27,269	600,480	127	463	1,730	58,624
2013	1,687	33,554	757,812	174	863	1,840	93,266
2014	2,802	45,151	753,720	242	966	2,766	91,412
2015	2,659	42,785	676,869	199	700	2,533	65,459

資料來源：本表由勞動部勞動力發展署提供。

（二）2014 年中小企業辦理職業訓練家數為 13.5 萬家，占參加勞工保險的事業單位約 27.7%

根據勞動部《2014 年職業訓練概況調查報告》，2014 年底參加勞工保險的事業單位，共有 48 萬 9,260 家，其中有辦理職業訓練者計 13 萬 5,659 家，占比約 27.7%。若從員工規模來看，隨著事業單位規模擴大，辦理職業訓練的家數比率也愈高，員工規模為 29 人及以下的企業中，有辦理職業訓練的比率僅 24.6%，員工規模為 30-99 人的企業，有辦理職業訓練的比率則提高達 72.1%，而員工規模達百人以上的事業單位（含 100-199 人與 200 人以上），辦理職業訓練的比率更高達 88.7%。此外，若就事業單位的營業額規模來看，亦呈現隨著事業單位之營業額規模愈大，有辦理職業訓練的比率亦隨之遞增的現象。

（表 4-3-2）

表 4-3-2 2014 年事業單位職業訓練辦理情形－按員工規模及營業額分

單位：家；%

項 目	家 數		未辦理職業訓練		有辦理職業訓練	
	家	%	家	%	家	%
總 計	489,260	100.0	353,601	72.3	135,659	27.7
員工規模						
29 人及以下	459,754	100.0	346,568	75.4	131,186	24.6
30-99 人	22,313	100.0	6,222	27.9	16,091	72.1
100-199 人	3,891	100.0	637	16.4	3,254	83.6
200 人以上	3,302	100.0	174	5.3	3,128	94.7
營 業 額						
未滿 500 萬元	229,631	100.0	193,110	84.1	36,521	15.9
500 萬元-未滿 1000 萬元	96,898	100.0	69,453	71.7	27,445	28.3
1000 萬元-未滿 4000 萬元	97,338	100.0	63,132	64.9	34,206	35.1

項 目	家 數		未辦理職業訓練		有辦理職業訓練	
	家	%	家	%	家	%
4000 萬元-未滿 1 億元	33,537	100.0	16,761	50.0	16,777	50.0
1 億元-未滿 5 億元	24,331	100.0	10,466	43.0	13,865	57.0
5 億元以上	7,525	100.0	680	9.0	6,845	91.0

資料來源：勞動部（2015），《2014 年職業訓練概況調查報告》。

由《2014 年職業訓練概況調查報告》得知，按行業別觀察，事業單位有辦理職業訓練之比率，以「用水供應及污染整治業」占 81.5% 最高，其次是「藝術、娛樂及休閒服務業」占 64.1% 及「專業、科學及技術服務業」占 63.1%，再次為「其他服務業」占 56.3%，而以「住宿及餐飲業」之 16.3% 最低。（表 4-3-3）

表 4-3-3 2014 年事業單位職業訓練辦理情形－按行業別分

單位：家；%

項 目	家 數		未辦理職業訓練		有辦理職業訓練	
	家	%	家	%	家	%
總 計	489,260	100.0	353,601	72.3	135,659	27.7
農、林、漁、牧業	904	100.0	626	69.3	278	30.7
礦業及土石採取業	150,663	100.0	103,338	68.6	47,325	31.4
製造業	388	100.0	284	73.3	104	26.7
電力及燃氣供應業	99,892	100.0	69,092	69.2	30,800	30.8
用水供應及污染整治業	205	100.0	38	18.5	167	81.5
營造業	3,714	100.0	1,801	48.5	1,912	51.5
批發及零售業	46,464	100.0	32,122	69.1	14,342	30.9
運輸及倉儲業	337,693	100.0	249,637	73.9	88,056	26.1
住宿及餐飲業	197,151	100.0	164,982	83.7	32,169	16.3
資訊及通訊傳播業	9,589	100.0	6,819	71.1	2,769	28.9
金融及保險業	19,854	100.0	11,916	60.0	7,937	40.0
不動產業	10,401	100.0	6,661	64.0	3,740	36.0
專業、科學及技術服務業	7,154	100.0	2,640	36.9	4,515	63.1
支援服務業	14,334	100.0	8,514	59.4	5,820	40.6
公共行政及國防；強制性社	32,452	100.0	23,934	73.8	8,519	26.2
教育服務業	13,690	100.0	8,868	64.8	4,822	35.2
醫療保健及社會工作服務業	21,800	100.0	10,524	48.3	11,276	51.7
藝術、娛樂及休閒服務業	1,810	100.0	649	35.9	1,161	64.1
其他服務業	9,459	100.0	4,129	43.7	5,330	56.3

資料來源：勞動部（2015），《2014 年職業訓練概況調查報告》。

（三）無論事業單位規模，職業訓練以「自辦訓練」為首選

根據《2014 年職業訓練概況調查報告》，無論事業單位規模大小，事業單位辦理職

業訓練方式以「自辦訓練」占 74.6%居首，其次依序為「派員訓練」占 50.9%、「委外訓練」占 20.3%及「補助個人進修」占 9.8%。「自辦訓練」比率隨員工數規模越大而遞增，由「29 人及以下」之 72.9%增至「200 人及以上」之 94.5%。而事業單位辦理訓練內容主要以「專門知識及技術訓練」占 57.7%最高，其次是「新進人員培訓」占 53.4%，「安全衛生訓練」占 50.5%居第 3，而以「外語能力訓練」之 4.6%最低。

事業單位認為辦理訓練後之成效，以「專業技能提升」之比率最高（61.8%），其次為「工作安全性提高」（50.2%），「產品及服務品質提高」（35.7%）居第 3，但對於生產力提高僅 14.8%；銷售及獲利能力的提高 10.1%，以及客戶滿意度提高 24.4%。約有 47.3%的事業單位有採取激勵措施來提升員工職訓績效。主要以納入升遷考量、納入年終考核、給予獎金或獎品、給予加薪以及予以表揚的方式獎勵。（表 4-3-4）

表 4-3-4 2014 年事業單位採取激勵措施的情形－按員工規模分

單位：家；%

員工規模別	有辦訓事業單位	無激勵措施	有激勵措施							
			合計	納入升遷考量	納入年終考核	給予榮譽假	給獎金或獎品	給加薪	予以表揚	其他
總計	135,069	52.7	47.3	16.8	18.5	2.1	19.6	14.8	14.4	0.2
29 人及以下	113,186	54.9	45.1	14.2	16.6	2.1	20.1	14.9	13.8	0.2
30-99 人	16,091	42.6	57.4	26.9	28.3	2.5	17.8	16.4	17.1	0.2
100-199 人	3,254	43.4	56.6	35.2	28.9	0.7	12.9	11.6	17.7	0.5
200 人以上	3,128	36.1	63.9	41.7	26.5	1.3	17.9	10.0	21.7	0.2

附註：激勵措施的採用為複選，故各項激勵措施比率合計可能大於有實施激勵措施的比率。

資料來源：勞動部（2015），《2014 年職業訓練概況調查報告》。

事業單位辦理職業訓練方面遭遇困難者僅占 27.1%，未遭遇困難者占 72.9%。觀察遭遇困難之原因，以「訓練時間不易安排」占 12.8%最高，其次為「員工流動率高」占 10.4%，「員工參訓意願不高」占 8.4%，居第 3。另外，2014 年事業單位辦理職業訓練需要政府提供協助者占 25.3%，較 2013 年增 3.2 個百分點。需要政府提供協助事項以「經費補助單位自行辦理訓練」占 13.1%較高，「直接補助參訓員工」占 12.5%居次，「提供公私立訓練機構課程資訊平臺」占 11.0%居第 3。

三、政府積極促進創業

表 4-3-5 顯示，勞動部 2015 年辦理的創業入門班，總計 7,107 人次參加，與進階班的 4,786 人次、精進班的 1,526 人次合計，共 13,419 人次參與，自 2008 年至 2015 年，總參加人次已超過 10.9 萬人次。

表 4-3-5 2008 年至 2015 年勞動部辦理創業研習情形

單位：人次

年 別		入 門 班	進 階 班	精 進 班	合 計
2008		8,243	2,841	2,708	13,792
2009		8,940	5,050	1,822	15,812
2010		8,000	4,601	1,285	13,886
2011		7,961	4,020	1,363	13,344
2012		7,700	4,252	1,232	13,184
2013		7,512	4,516	1,235	13,263
2014		7,476	3,924	1,390	12,790
2015	男	2,516	1,679	509	4,704
	女	4,591	3,107	1,017	8,715
	小 計	7,107	4,786	1,526	13,419
合 計		62,939	33,990	12,561	109,490

資料來源：本表由勞動部勞動力發展署提供。

另外，由表 4-3-6 得知，2015 年勞動部所提供的創業諮詢輔導服務，共計 4,432 人次，協助完成創業 1,228 人，總計創造 3,114 個就業機會。自 2008 年至 2015 年，累計創造 3 萬 5 千多個就業機會。

表 4-3-6 2008 年至 2015 年勞動部提供創業協助成果

單位：人次

年 別	諮詢輔導人次	協助完成創業人數	創造就業機會 (含 本 人)
2008	2,693	1,168	2,819
2009	4,016	2,149	6,494
2010	5,916	1,715	5,328
2011	4,661	1,867	5,235
2012	4,689	2,008	5,176
2013	4,087	1,671	4,156
2014	3,944	1,321	3,366
2015	4,432	1,228	3,114
合 計	34,438	13,127	35,688

資料來源：本表由勞動部勞動力發展署提供。

四、人力需求增加

為了解事業單位短期之人力需求狀況，勞動部依據〈統計法〉第 3、4 條及〈勞動部組織法〉第 2 條第 1 項第 8 款，針對員工規模 30 人以上的事業單位，辦理人力需求調查，於 2016 年 1 月 11 日至 1 月 29 日進行「2016 年第 1 次人力需求調查」，總計回收有效樣本 3,010 家，調查統計結果摘述如下：

由於全球經濟持續低緩成長態勢、國際競爭加劇，短期內出口未見明顯改善，使製造業用人需求趨於保守；惟內需因「短期消費提振措施」、擴張性財政政策以及民間投資持續擴增，有助維繫部分成長力道，致整體人力需求仍維持正成長。根據「2016年第1次人力需求調查」結果，有18.17%的事業單位表示，2016年4月底將較1月底增加人力僱用、68.97%需求不變、8.58%無法預估、4.28%將減少僱用；在僱用人數方面，2016年4月底預計增加僱用30.5千人、減少僱用11.2千人，計淨增加19.3千人。

與2016年1月底相比，4月底預計在工業部門淨增加8.1千人、服務業部門淨增加11.2千人。各行業中以製造業淨增8.3千人較為明顯，其次為批發及零售業淨增3.4千人、支援服務業淨增1.8千人、住宿及餐飲業淨增1.5千人。（表4-3-7）

表 4-3-7 事業單位預計 2016 年 4 月底較 1 月底僱用人力增減情形

單位：人

行業別	項目 淨增減 人數總計	按需求人數統計		前4大職類			
		增加 僱用	減少 僱用	技藝、機械 設備操作及 組裝人員	技術員及助 理專業人員	服務及銷售 工作人員	專業 人員
總計	19,334	30,537	11,203	7,073	6,101	3,317	2,671
製造業	8,276	14,153	5,877	5,888	2,578	1,342	21
污染整治業	88	115	27	-12	15	-	-
營造業	-240	736	976	-172	49	30	-
批發及零售業	3,418	3,992	574	345	1,504	343	926
運輸及倉儲業	550	1,091	541	291	85	2	-
住宿及餐飲業	1,501	2,583	1,082	-	58	-	999
資訊及通訊傳播業	973	1,301	328	-21	433	362	26
金融及保險業	575	791	216	-	555	93	-
不動產業	126	127	1	-	104	1	8
專業、科學及技術服務業	963	1,125	162	175	186	342	40
支援服務業	1,845	2,901	1,056	567	296	-19	543
醫療保健及社會工作服務業	1,211	1,331	120	-	229	800	136
藝術、娛樂及休閒服務業	35	220	185	12	7	21	-45
其他服務業	13	71	58	-	2	-	17

資料來源：勞動部（2016），《2016年度人力需求調查實施計畫（第1次）》。

在職業別方面，與2016年1月底相比，4月底各職類中以技藝、機械設備操作及組裝人員淨增加7.1千人最多，技術員及助理專業人員6.1千人次之，再次為服務及銷售工作人員淨增加3.3千人。（表4-3-7）

第 5 章 因應經濟環境變化之對策

2015 年全球經濟成長減緩，主因為已開發國家復甦緩慢，以及新興市場與發展中國家的經濟成長率不如預期。雖然美國經濟仍穩健成長，但因其他已開發國家經濟仍處低谷，新興市場與開發中國家經濟成長走勢平緩，預估全球 2016 年經濟成長率仍與 2015 年相差無幾，全球經濟前景充滿挑戰。

臺灣為出口導向的經濟體，全球經濟變化與顯著影響臺灣的經濟成長，2015 年臺灣主要貿易國的進、出口值均衰退，然而進、出口相抵，對中國大陸及香港、美國、東協十國雖仍維持出超，惟成長率仍不及上年（對美國除外）。因此，在出口動能不足，國內需求成為支撐經濟成長的必要動力，行政院主計總處推估 2016 年的經濟成長率將由國內需求支撐，政府於 2015 年推動的「生產力 4.0 發展方案」與新政府啟動的「5 大產業創新研發計畫」，將是推動臺灣產業升級轉型的重要推動力。

中小企業在此外部環境艱困之際，應掌握住政府推動的轉型升級措施，帶領臺灣經濟走出困境。本章就此課題進行探討，第 1 節介紹政府因應經濟環境變化之政府策略與作法；第 2 節則指出中小企業可能面臨的挑戰與發展方向。

第 1 節 因應經濟環境變化之政府對策

政府積極推動各項能夠兼顧內外變化因素的經濟政策，以回應產業界乃至於一般國民之期待，重要政策包括：「5 大產業創新研發計畫」、「新南向政策」、「經濟體質強化措施」、「生產力 4.0 發展方案」、「產業升級轉型行動方案」、「ide@ Taiwan 2020（創意臺灣）政策白皮書」、「創業拔萃方案」、「虛擬世界發展法規調適規劃方案」及「社會企業行動方案」等。

一、5 大產業創新研發計畫

為掌握下一世代產業發展機會，2016 年政府以「創新、就業、分配」為核心，選定綠色科技、國防產業、亞洲矽谷、生技醫藥、智慧機械 5 大創新產業，加上綠色創新化學材料及新農業等，推動臺灣經濟結構轉型與永續發展，並將「效率驅動」轉換為「創新驅動」，期望達成改善企業利潤、提高勞工薪資等目標。

在策略做法上，將更強調產業與在地學研資源及人才培育的連結，同時以區域發展平衡為前提，將中央與地方能量整合運用，引進先進國家技術及人才等，讓這些策略產業具備國際競爭力，並帶動周邊的中、小型產業及相關服務業共同升級，成為下階段臺灣經濟躍升的引擎。

整個推動架構中地方政府是合作夥伴，同時扶植中小企業，在創新、國際行銷、資金取得等方面提供中小企業協助，並強化產學研合作，讓大學與研發法人成為中小企業與地方產業研發或人才技術的後盾。

二、新南向政策

2016 年政府推動「新南向政策」，將東協十國、南亞六國列為重點發展區域，積極擴增對東南亞國家及印度出口，減少對單一市場的過度依賴與風險。政府並於 2016 年 6 月 15 日核定《總統府新南向政策辦公室設置要點》，特設置總統府新南向政策辦公室，主要任務為研議新南向政策相關策略與方法，以落實新南向政策之理念，促進區域發展交流及合作，提升國家經濟產業格局及多元性。

三、經濟體質強化措施

近年來，我國出口與投資不振，主要反映全球景氣不如預期及國際油價大幅下跌等，惟亦凸顯臺灣產業競爭、出口模式及投資不振等結構性課題。為強化經濟活力，行政院於 2015 年 7 月 27 日公布「經濟體質強化措施」，短期由強化投資、促進出口著手，並納入立即可著手推動的創新措施，俾為長期結構轉型預為布局；中長期則藉由產業、出口及投資新模式的打造，以扭轉過去出口代工低毛利的發展模式。

（一）主軸策略

經濟體質強化措施之 3 大主軸策略如下：

1. **產業升級**：創新驅動，促使產業競爭由「價格競賽」轉為「價值競爭」。
2. **出口拓展**：強化系統整合，帶動出口模式由「中間財商品出口」轉為「系統化商品與服務」。
3. **投資促進**：引導「國內外民間資金」及「政府資源」投入，促進產業升級與出口拓展。

（二）推動措施與具體作法

經濟體質強化措施之推動措施與具體作法如表 5-1-1 所示。

表 5-1-1 經濟體質強化措施推動措施與具體作法

策略	推動措施	具體作法
產業升級	打造創新創業生態體系	■ 放寬員工獎酬相關規定，如單一員工取得員工認股權憑證與限制員工權利新股之合計數不受限制。 ■ 引進國外新創人才及資金；積極推動「創業拔萃投資計畫」及「臺灣矽谷科技基金投資計畫」。
	推動產業鏈智慧化	■ 策略性選擇製造業、商業服務業、農業等領航產業，加速產業鏈垂直、水平數位化及智慧化，導入關鍵自主技術，加速培育產業網實系統軟硬實力。
	創新服務業發展型態	■ 加速金融數位化；強化智慧醫療、教育、文化娛樂及體驗服務之發展，促進生活創新應用。 ■ 推動民眾有感服務，滿足民眾「食在地」、「食便利」及「食安心」之消費需求。
	推動中小企業邁向中堅企業	■ 輔導潛力中堅企業由每 2 年 50 家擴增為每年 50 家。
	鞏固 5 大主力產業既有優勢	■ 挑選具國際競爭力及受中國大陸自主供應鏈威脅之主力產業，如：半導體、面板、車輛、機械、紡織，全力輔導。
出口拓展	服務業走出去拓展全球市場	■ 推動至少 10 個具潛力之整廠輸出/系統整合案例。 ■ 推動文創國家總動員，整合跨部會資源。
	服務業引進來擴大產業規模	■ 推動「觀光大國行動方案」，有效結合醫美健檢、美食、農業、文創、觀光工廠。 ■ 擴大觀光服務輸出，包括：優質團觀光簽證便捷措施；積極爭取海外臺商來臺獎勵旅遊；調降退稅門檻。 ■ 鼓勵發展銀髮養生產業。
	掌握全球市場新興商機	■ 拓展新興市場內需商機、重新布局歐美市場。
	虛實併進金融支援	■ 促進電商平臺全球化，鼓勵國內電商布局東協等新興市場；結盟跨境電商，擴大支援中小、中堅企業建構線上購物城 ■ 輸銀 3 年增資新臺幣 200 億元。
投資促進	擴大公共投資	■ 2016 年優先編列有助於改善投資環境之公共建設預算。 ■ 擴編科技發展預算，全力推動產業數位化與智慧化。
	吸引民間投資	■ 鎖定具投資潛力標的，如生技醫療、綠能、智慧城市及大型公共建設，研議調整保險業投資用不動產年化收益率 2.875% 限制可行性；研議放寬保險業者投資銀髮照顧相關產業。
	協助企業取得投資及併購資金	■ 提供新臺幣 5,000 億元的貸款總額度，協助非中小企業取得營運資金，擴大投資。 ■ 增加中小企業放款餘額 5,400 億元(18 個月)，協助取得融資。 ■ 國發基金與民間合組併購基金，並放寬企業併購融資條件，協助企業取得併購資金。
	研議成立主權基金	■ 加強政府退休及保險基金運用之橫向聯繫合作，提升基金營運效率與長期投資績效。 ■ 研議成立主權基金，就組織法制、資金籌措、人事制度、薪資結構等層面進行研析。

資料來源：國家發展委員會，2016 年。

四、生產力 4.0 發展方案

近年來，在消費者行為趨勢與價值創造、大量客製化的生產製造挑戰，以及世界各國提升製造競爭力等趨勢下，再加上臺灣面臨國內外挑戰與課題：國內面臨勞動人力、土地供應、人均產值成長趨緩、競爭力衰退課題；國際市場上遭遇歐美大廠積極搶單及紅色供應鏈雙重夾殺的嚴峻挑戰。臺灣亟需產業創新轉型，提升國際競爭力。

據此，2015 年 9 月行政院核定《行政院生產力 4.0 發展方案（核定本）》，期能開發智慧機械、物聯網及巨量資料雲端運算等技術，來引領製造業、商業服務業、農業產品與服務附加價值提升，同時，發展人機協同工作的智慧工作環境，以因應高齡化社會工作人口遞減的勞動需求。2016 年生產力 4.0 發展方案已融入「5 大產業創新研發計畫」，持續推展於亞洲矽谷計畫與智慧機械創新產業之中。

（一）願景目標

1. **願景：**以「加速產業鏈垂直、水平數位化及智慧化」為發展願景。推動時程為 2016 年至 2024 年。

2. **目標：**

（1）產業面：促進產業創新轉型

- A. 發展網實系統貫穿產業服務、行銷、設計、發展、製造之垂直整合與跨領域之水平合作；並創造以人為本之優質就業環境，帶動產業結構優化轉型。
- B. 整合多元零售通路及智動化物流服務，讓消費者得到便捷、安全、無縫且一致的消費體驗，提升整體商業服務業之經濟規模。
- C. 以創新技術推升生產效能與產銷品質，提高消費者對農產品安全信賴感，導入智慧農業促成產業轉型，樹立熱帶、亞熱帶農業經營新典範。

（2）技術面：掌握關鍵技術自主力

- A. 結合智慧機械、產業大數據、供應鏈聯網等網實整合智慧製造與服務技術，促進產業發展全方位系統整合解決方案。
- B. 發展高值積層製造技術，推動利基設備/材料/關鍵零組件/軟體/整合系統自主。
- C. 建置生產力 4.0 產業轉型所需的「共通技術基礎」（common infrastructure）與軟硬體工具（包括智慧機械聯網、大數據、雲端運算），以促進中小企業創新應用。

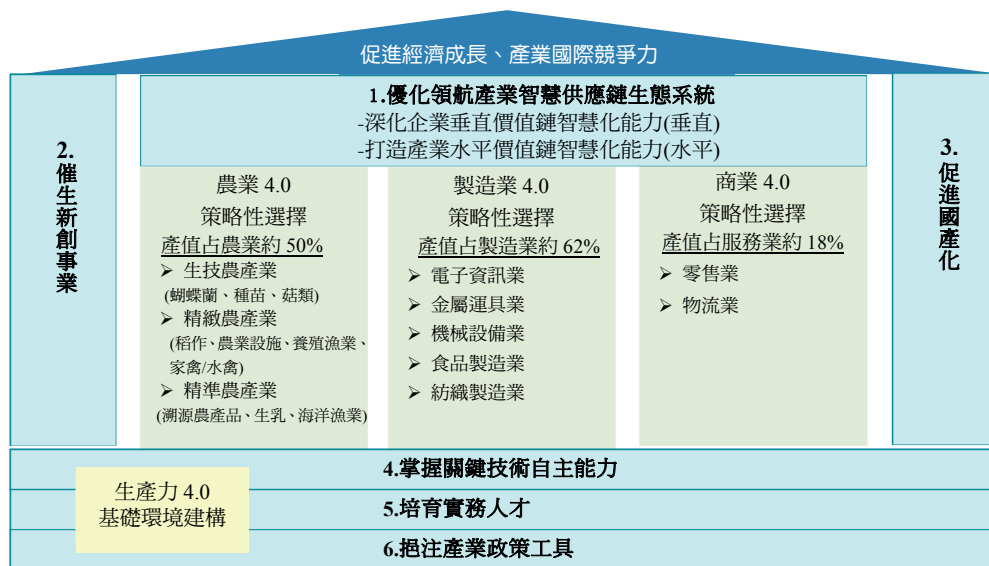
(3) 人才面：培育產業實務人才

- A. 培育生產力 4.0 設計開發人才。
- B. 提升在職人員生產力 4.0 職能。

(二) 主軸策略

6 項推動主軸包括「優化領航產業智慧供應鏈生態系統」、「催生新創事業」、「促進產品與服務國產化」、「掌握關鍵技術自主能力」、「培育實務人才」、與「挹注產業政策工具」，並以 18 項策略，60 項具體行動措施，推動生產力 4.0 產業發展。「行政院生產力 4.0 發展方案」6 項主軸策略如圖 5-1-1。

圖 5-1-1 生產力 4.0 發展方案主軸策略



資料來源：行政院（2015 年 9 月），《行政院生產力 4.0 發展方案（核定本）》。

五、產業升級轉型行動方案

為落實產業結構優化轉型，經濟部針對我國產業現況及特性，於 2014 年 10 月 13 日核定「產業升級轉型行動方案」，以「維新傳統產業」、「鞏固主力產業」與「育成新興產業」為 3 大主軸，結合「推高值／質－提升產品品級及價值」、「補關鍵－建構完整產業供應鏈體系」、「展系統－建立系統解決方案能力」，以及「育新興－加速新興產業推動」等 4 大策略來推動，鼓勵企業提升智慧、綠色及文創之高質化產業內涵。

為達成高質化產業發展目標，並將聚焦合理稅制、資金、科技、環境建置、土地取

得及人才培育等政策工具作為配套，以期企業轉型腳步更穩，並帶動更多中堅企業的發展。基於此方案，經濟部已協調國發基金提撥 200 億元成立產業再造基金，協助產業整合、併購。

（一）發展願景與目標

1. **願景**：以「前瞻趨勢、產業高質」為發展願景。推動時程為 2013 年至 2020 年。
2. **發展目標**：（1）製造業總產值由 2013 年 13.93 兆元升至 2020 年 19.46 兆元；（2）推動高質化產業發展（即具智慧、綠色、文創之產業內涵）；（3）服務業 GDP 達到 4.75 兆元。

（二）主軸策略

以推高值／質、補關鍵、展系統、育新興等 4 大策略模式，來推動產業技術之轉型升級，產業升級轉型推動策略如圖 5-1-2 所示。

圖 5-1-2 產業升級轉型行動方案推動策略



資料來源：經濟部（2015 年 2 月 16 日），《產業升級轉型行動方案報告》。

（三）推動作法

1. **強化政府協助措施**：包括合理稅制、資金取得、創投投資、科技預算、環境建置、土地取得及人才培育等配合政策工具。

2. **成立升級轉型服務團**：結合 22 家法人、7 大公協會及十多家學校能量成立產業升級服務團，從不同領域、不同地區協助產業全面升級。
3. **示範案例增強效果**：篩選 7 項優先產業進行示範，希望短期促使示範產業突破，長期朝整體產業升級轉型方向邁進。

六、ide@ Taiwan 2020（創意臺灣）政策白皮書

面對網路時代的新趨勢，政府應建構實體與網路世界間訊息交換的橋梁與平臺，藉由網路科技與創意，使政府施政更具前瞻性。據此，行政院指示國發會協同相關部會研訂網路政策白皮書，做為政府推動相關政策的指導原則，於 2015 年 7 月 2 日經行政院院會討論通過，以「ide@ Taiwan 2020（創意臺灣）政策白皮書」為正式名稱。

白皮書的施政願景為透過網路集聚眾人智慧，於 2020 年前建構具有“idea”概念的網路智慧新臺灣，塑造臺灣全民未來優質生活。其中，“i”代表智慧（intelligent）臺灣，希望能擴大網路創新發展與應用，營造舒適生活與環境，打造創新網路經濟模式；“d”代表數位（digital）國家，希望透過開放資料與巨量資料分析，及建構社群網路與政府的互動、互信機制，讓網路與實體世界相輔相成；“e”代表電子化政府（e-government）：經由精簡行政流程與效率化管理，提供主動、分眾和完整的民眾服務；“a”代表全民普及（accessible），希望落實近用權（access right）及縮減數位落差，讓全民都能享受豐富智慧生活。

（一）目標

1. 使政府施政更符合時代趨勢，並透過網路科技發展與應用，擴大施政效益、提升民眾生活品質。
2. 以「資料開放」及公眾參與公共政策議題的理念，滿足人民「知道」政府資訊的權利、邁向滿足人民「可用」政府資料及參與政府政策決定的權利，集合公共智慧與創意，促進政府運作透明、監督政府、改善公共服務品質，推動政府透明治理。
3. 以基礎環境、透明治理、智慧生活、網路經濟、智慧國土等 5 大構面並進，讓政策虛實整合，同時加速推動網路經濟。

（二）政策重點

1. **基礎環境**：提供新創公司彈性營運及籌資法制，如研議因應「共享經濟」的法規調適等；持續釋出 4G 寬頻，至 2017 年累計釋出 410MHz，讓民眾感受 4G 快速上網的便

利；全面推動光纖到府；建構超聯結服務網絡，促進智慧生活、智慧城鄉發展；提升資安治理與法規遵循強度，強化資安聯防機制。

2. **透明治理**：建立資料開放諮詢二級制，邀集民間代表建立資料分級標準；建置政府政策網路參與單一平臺，完備網路參與程序與法令，研議網路連署及網路投票可行性；運用巨量資料分析工具，主動挖掘民眾需求，並兼顧弱勢與非數位設備使用者，提供一致性創新主動服務。
3. **智慧生活**：打造全人全程的智慧化健康照護，建置社區遠距智慧照顧服務體制，完備獨居老人緊急救援系統；健全最後一哩校園網路基礎建設，強化資訊教育及資訊管理人力機制；推動虛實整合科技產製多元影視內容，促進產業轉型。
4. **網路經濟**：建立一站式政府資源網站及實體服務窗口，打造臺灣創新創業生態系統；推動國內外電子商務平臺雙向合作，協助國內平臺拓展海外市場，同時引導業者發展 O2O (Online To Offline) 等電商新型科技；營造有利發展數位金融之法治環境，研議開放電子支付機構新型態服務、推動金融資料開放及巨量資料應用，開發創新服務。
5. **智慧國土**：建置防救災民間協作機制，完備防救災監測網路與資料庫，同時運用巨量資料與群眾外包，提升決策準確度與確保資源快速投入；建置整合式運輸資料平臺，同時規劃觀光雲，促進觀光服務加值運用；建置全國好宅數位資料庫，及整合國土利用與監測資訊，讓民眾隨時隨地可取得確保居住與人身安全等相關資訊。

七、創業拔萃方案

隨著網路科技興起，軟實力已是未來競逐市場的關鍵，產業發展面臨與過去完全不同的挑戰，全球化的浪潮下，市場不局限於國內而擴張成全球市場，成長關鍵由技術密集走向創意密集導向，成長模式也由營收評價走向價值評價。同時，新創事業營運、行銷成本大幅降低，讓更多有潛力的年輕族群有機會與能力競逐全球市場。

為促進我國經濟與產業結構轉型、走出悶經濟的困局，據此，國家發展委員會（國發會）提出「創業拔萃方案」（Head Start Taiwan），並於 2014 年 8 月 19 日核定，結合民間及國際力量，善用我國優勢與利基，打造正向、完整、有效運作的創業生態系統（Ecosystem）。此方案不僅扶植具創新、高附加價值新創事業能夠快速成長茁壯，走向全球市場，也將塑造我國優異的創新創業國際形象，讓海外新創人才走進臺灣，進一步激發我國中小企業創新創業的能量。

（一）願景與目標

1. **願景**：加速臺灣產業轉型，為臺灣經濟注入新動能。推動時程為 2014 年至 2018 年。
2. **目標**：（1）促進國內投資約 86 億元、創造就業機會逾 5,000 人，以及帶動新創產業相關產值增加約 176 億元。（2）排除法規障礙、引入國際資金與專業知識、打造國際創新創業園區。

（二）發展重點及推動措施

以「法規鬆綁」、「引進國際資金及專業知識」，以及「打造國際創新創業園區」等 3 大策略為核心發展，推動人流、資訊流及知識流等相關具體措施，如表 5-1-2 所示：

表 5-1-2 創業拔萃方案推動策略與執行內容

推 動 策 略	執 行 內 容
法規鬆綁	新增閉鎖性公司規定、開放辦理「股權式群眾募資」、開辦「創業家簽證」，配合創業拔萃方案法規鬆綁研提「具創新能力之新創事業認定原則」等，並持續進行排除法規障礙之工作，創造有利於創新創業發展之環境。
引進國際資金及專業知識	由國發基金促成國內外創投合作及運用創新誘因機制，引導資金投資我國早期新創事業，以協助引進國際創投專業知識，帶動我國新創事業投資。目前已通過美國矽谷 500 Startups、本誠創業投資、TransLink Capital Partners、Infinity e.ventures Asia、華美科技創業投資等 5 件合作投資案，總募集資金約新臺幣 136 億元。
打造國際創新創業園區	引進國內外加速器、創投、專業業師等資源等，提供新創團隊一站式的服務，未來也將透過虛擬網絡，與美國矽谷、英國倫敦、新加坡等地之新創事業、投資人、育成或加速器機構等單位建立合作關係。目前已經成立國際創新創業園區籌備處「臺灣新創競技場」，協助新創事業鏈結國際資源，建構友善創新創業環境。

資料來源：國家發展委員會，2016 年。

八、虛擬世界發展法規調適規劃方案

近年來由於科技發展，已經徹底改變傳統生活模式，產業、工具及服務皆朝向智慧型發展，並逐漸將虛擬世界與真實生活作更緊密的結合，可以預期的是，隨著相關產業與科技之發展、應用，未來沒有任何人可以自外於此，虛擬世界將與真實生活密不可分。而以傳統製造業為立基之法規亦將受到衝擊。

觀諸歐美日韓等國，為因應智慧製造或智慧服務之未來產業發展趨勢，紛紛擬定相關發展計畫或策略，並就基礎建設、人才培訓與法規調適等面向預作籌畫，而建構友善的法規環境，更是促進智慧產業或服務發展之基礎。爰此，國家發展委員會以低度管理、

創新前瞻策略及彈性靈活規範為數位法制調適之上位政策，提出「虛擬世界發展法規調適規劃方案」，並於 2014 年 12 月奉行政院核定。

（一）3 大目標、10 項主題

1. **3 大目標**：打造臺灣成為網路公司的樞紐、型塑臺灣數位生活型態的未來願景、促進電子商務環境的安全與安心。
2. **10 項主題**：調適公司法制、提升網路金融服務、網路交易課稅、遠距教育、遠距醫療健康照護、遠距勞動、消費者保護、網路公民參與、政府資料開放及防範網路犯罪。

（二）推動機制

1. **法制議題盤點**：請相關部會盤點第一階段應予調適之法制議題，並研擬短中長期具體規劃措施及期程。
2. **意見徵集**：透過政府資料轉譯及線上論壇，作為前期意見徵集，並舉辦線上諮詢會議，透過網路媒體直播，以擴大民間參與。
3. **虛擬世界法規調適檢視機制**：適時召開專案會議，並於必要時委請專業團隊提供法律及相關作業之協助。
4. **追蹤、管考各議題主政部會法規調適工作推動進度及成果。**

九、社會企業行動方案

社會企業近年來在全球蔚為風潮，「社會企業」（Social Enterprise）以解決社會或環境問題為使命，並遵循市場機制，銷售其產品或服務獲利的組織，藉由青年投入社會企業，可以創造兼具經濟發展與公義社會的時代，同時建構青年得以自我實現的環境。據此，行政院於 2014 年 8 月起推動為期 3 年（2014 年至 2016 年）的「社會企業行動方案」。此方案之推動將有助於引導我國青年與女性，從事不同型態的創業經營模式，使中小企業對臺灣經濟發展創造無形價值面向的貢獻。

（一）目標

1. 提供友善社會企業發展環境。
2. 建構社會企業網絡與平臺。
3. 強化社會企業經營體質。

（二）發展重點

本方案由經濟部統籌，以「調法規、建平臺、籌資金、倡育成」4 大策略為核心發展相關具體執行方向，執行工作項目如表 5-1-3 所示。

表 5-1-3 社會企業行動方案執行工作項目

策 略	主 要 工 作 項 目	行 動 計 畫
調法規	透過法規調適機制檢視現行法令，健全社會企業環境。	1.社會企業法規調適計畫 2.老人福利服務相關法規命令增修研議
建平臺	向公私部門進行廣宣，並建置社會企業標竿案例。 設置社會企業輔導體系，並建立單一窗口及派案機制。 運用社會企業機制，進行全民相關服務需求之初步評估。 辦理社會企業國際論壇及交流活動，建立連結網絡。	1.社會企業網絡建置計畫 2.社會企業行銷推廣計畫 3.建構社會企業網絡與國際連結計畫 4.社會企業可茲提供全民相關服務之需求評估暨宣導
籌資金	引入公益創投及天使投資人等資源，協助社會企業取得資金。 研議使踐行 CSR 之企業組織可將相關資源投入社會。 研議於中小企業信用保證基金增設社會企業信用保證專案。 藉創櫃板制度，擴大推薦社會企業管道鼓勵民眾參與籌募資金。	1.社會企業資金動能提升計畫 2.增進（福利型）社會企業資金來源擴大弱勢服務
倡育成	鼓勵現有育成中心增設社會企業輔導機制。 透過大專院校現有育成資源，協助培育社會企業人才。 結合民間企業及大專校院育成中心資源，設立社輔導團隊。 盤點校園或公共閒置空間等資源，以作為社企推廣及育成相關用途。	1.社會企業經營體質提升計畫 2.社會企業諮詢輔導計畫

資料來源：經濟部（2014 年 9 月），《社會企業行動方案（2014-2016 年）（核定本）》。

第 2 節 中小企業可能的挑戰與發展方向

面對全球經濟低迷情勢，臺灣亦面臨國際供應鏈競爭的挑戰，以及國內基礎勞動力不足、高等教育失業嚴重與高齡化問題。同時，物聯網、金融科技與智慧工廠等，以網路為基礎架構的新經濟型態，正為世界帶來巨大轉變。如何掌握時機，善用金融科技進行融資、以物聯網開拓市場商機、以智慧工廠提高生產力與創造價值，突破人力資源不足與運用困境、提升高齡者生活品質，是我國政府與產業必須認真思考與付諸行動的。

本節依據 2015 年至 2016 年上半年的全球經濟變化，以及 2015 年中小企業經營動向

分析結果，提出我國中小企業面臨的內外挑戰及可能發展的方向：

一、加強企業合作之整合式行銷與經營模式，或技術提升的轉型

2015 年中小企業出口額 1 兆 4,779 億元，較 2014 年衰退。若比較近年中小企業的出口額占其銷售額的比率（出口傾向），2015 年中小企業的出口傾向為 12.52%，較 2014 年略為下降 0.10 個百分點，仍處於近年的相對低點。至於中小企業出口額占全部企業出口額比率（出口貢獻）為 15.21%，為自 2013 年以來之連續第 2 年增加，不過相較於 2012 年之 17.74%，仍有 2.53 個百分點差距，仍屬於相對低檔。造成近年中小企業出口額下滑的可能原因包括臺幣相對價格競爭之劣勢、我國在國際供應鏈的地位被競爭對手國替代、慣性與制度面因素等。

為因應中小企業出口衰退趨勢，在海外市場開拓上，除了政府相關出口輔助措施的協助外，如何團結不同廠商之人才、資金與訊息整合，發揮綜效，而非單打獨鬥的方式，進行整合式行銷，多元化經營模式與技術提升等轉型，皆是中小企業主可思考的方向。

二、對新創中小企業成長波動相對大的行業別，關注其對創業輔導與提升創業動能措施的利用與需求

中小企業向來具有比大企業更具靈活進出市場的特色，而新設企業更是企業與產業成長的活力來源。2015 年新設的中小企業家數增加 4,352 家或 4.43%，主要集中在批發及零售業、住宿及餐飲業，約占新設中小企業家數的 6 成 1。另外，近兩年新設中小企業家數成長波動相對劇烈的行業別，有住宿及餐飲業（2014 年成長率-3.45%；2015 年成長率 18.06%）、藝術娛樂及休閒服務業（2014 年成長率-39.92%；2015 年成長率 16.70%）、金融及保險業（2014 年成長率 15.64%；2015 年成長率-4.06%）、電力及燃氣供應業（2014 年成長率 13.46%；2015 年成長率-21.65%）、醫療保健及社會工作服務業（2014 年成長率-55.17%；2015 年成長率 6.19%），以及礦業及土石採取業（2014 年成長率 1.27%；2015 年成長率-35.59%）。

這些產業之波動如此劇烈，與總體經濟之成長模式（內需或外貿導向）、各業之產業周期循環，以及政府相關政策開放等相關。亦即，相關產業之家數或營業規模成長者，可能與現階段之成長模式、產業前景以及政策利多等相關。雖然廠商逐利而居本為天性，但過於震盪之成長變動，實不利於產業、廠商營運環境的形塑與發展。

雖然政府相關單位，有許多創業輔導與提升創業動能的措施，但若從新設中小企業增加家數的分布，以及近 2 年的波動來看，或可進一步利用此波政府開放資料以及巨量資料之連結應用，透過追蹤政府相關創業輔導措施被利用的情況，以及串接各式即時資訊，如廠商營業稅資料、通商經營近處之動態進出資料，以更客戶導向（即客製化）、及時回應廠商的需求，以及需要調整的方向等，將有助於相關政策與措施之規劃與效益評估。

三、金融科技（Fintech）時代來臨，網路金融發展將有助於增加中小企業資金來源管道

隨著網路經濟風潮的興起，金融科技（FinTech）來勢洶洶，「破壞式創新」挑戰既有的金融與消費行為，更帶來新的金融服務模式。由於中小企業先天經營體質較脆弱，不易取得營運資金，除了目前已有的信用保證機制協助中小企業自金融機構取得融資，因金融科技快速崛起的 P2P（peer to peer lending）營運模式，將可能協助中小企業更快速且更彈性的運用資金，提供更靈活的應收帳款與供應鏈融資，增進資產負債管理效率，促進中小企業升級。

所謂 P2P 是利用網路與平臺達到借貸的機制，透過平臺協助媒合，把借貸過程中的資料、資金及合約等程序在網路上進行。過去，銀行扮演債權人角色，對放款對象進行審核及放款，而 P2P 則是利用網路低成本及高效率的特性，透過資料分析技術審核借款人的信用，而審核過程中所使用的資料將不再僅限於聯徵信用資料，網路上的信用評價或是社群資料亦是審核信用的資訊來源。直接融資新管道的發展將有利於增加中小企業融資來源、擴大融資規模，關注相關網路金融服務的發展，中小企業主將可以更根據自身情況，選擇較低成本且適合自身經營條件的融資方式，在減輕經營的財務負擔後，可更專注於生產技術及效率的提升。

四、中小企業人力資源高齡化與高教育者的失業問題日益嚴重，應重視人力資源發展策略之長期規劃

2015 年全球經濟復甦腳步再度不如預期，來自新興市場經濟活動減速、國際油價大跌與金融市場波動加劇等不利因素所致，全球經濟情勢依然渾沌不明。而臺灣的經濟景況亦未見樂觀。根據行政院主計總處公布的數據，2015 年 GDP 成長率為 0.65%，但 2015 年就業人數與受僱人數仍呈現增加的趨勢。其中，中小企業的就業人數與受僱人數乃呈現高齡化與高教育程度的趨勢，且中小企業運用部分工時、臨時性或派遣人力亦持續增

加，應重視人力資源高齡化與高教育者失業的情況。

在人力資源發展策略方面，應有長期而全面的規劃，針對高齡化的人力資源，應重視高齡化之人力資源，其技能是否符合企業需求、供需雙方是否能夠銜接和是否提供再僱用或運用的獎助方案等，另外善用高齡者專業及經驗，補充少子化所帶來的勞動缺口，同時透過高齡者投入職場或參加公益服務等方式，以因應高齡化社會的來臨。

對於高學歷之潛在失業者，應加強提供大學生之就業資訊及生涯輔導，縮短求職等待時期；加強提供短期職業訓練，配合服務產業的人力需求，減少學用落差；並鼓勵企業進用大學畢業生，確實落實僱用大學畢業生之政策。

五、以「智慧製造」帶動中小企業升級轉型

智慧製造是傳統工業大國為了振興製造業，並與物聯網結合以創造市場價值的方案，德國、歐洲、美國、日本、韓國、臺灣紛紛展開了智慧製造的計畫，德國、美國有感於製造業外移與衰落的危機，基於本身特有的製造優勢，德國提出「工業 4.0」，美國提出「先進製造業夥伴關係計畫」，日本業界組成聯盟，目的在於透過整合監測、資通訊技術、機器人、雲端、數據分析重拾製造業的競爭力。我國政府有感於智慧製造的國際潮流與國內產業升級的必要性，於 2015 年提出了「生產力 4.0 發展方案」，2016 年進一步提出「5 大產業創新研發計畫」，其中以智慧機械創新產業做為推動智慧製造的基石。

在此波智慧化的浪潮，中小企業該如何因應，該如何順勢掌握機會提升生產力與創造市場價值？德國強調中小企業必須在科技研發進一步發展，以科研機構、學校與中小企業相互合作，促成智慧化的提升。日本以企業聯盟的方式，推升聯盟內中小企業工廠的智慧化水準。臺灣智慧製造的推動才剛開始，中小企業應掌握此機會，瞭解自身智慧製造的程度，積極參與政府推動的智慧製造方案，在各推動單位的協助之下，與大企業共同升級轉型。本課題將於第 6 章作較深入的分析。

六、導入物聯網應用，協助中小企業創新發展掌握商機

物聯網應用具有即時監控、回饋與增進資源配置效率等功能，可協助中小企業降低營運成本、提高勞動生產力、達到資源使用與配置效率，亦可透過新的產品與服務創造利潤。由於目前物聯網正在發展當中，仍有許多技術與服務應用尚待開發，具有發展潛能。首先是在發展初期，將會增加對聯網硬體與裝置的需求；其次，物聯網發展仍有技術上的挑戰，包括資訊安全、資料篩選、人工智慧與機器學習等，需要中小企業的研發

創新能量協助解決；而物聯網在各個垂直市場或場域的應用，包括智慧住宅、智慧醫療、智慧交通與智慧城市等大規模的佈建，更帶來無限商機。根據麥肯錫估算，物聯網應用到 2025 年約可創造 3.9 兆至 11.1 兆美元的經濟價值。因此，歐洲、新加坡、日本、韓國與中國，無不積極發展物聯網與應用產業。

為了協助我國中小企業掌握物聯網商機，建議應加強宣導，使中小企業與民眾了解物聯網的應用與服務，加速企業導入物聯網意願，並透過生態系建立方式，協助解決中小企業發展物聯網所面對的技術與成本投入問題。此外，也可透過誘因機制促使技術與資訊服務者與各行各業的中小企業進行示範案例合作，或透過政府採購與測試場域的建立，提供新創與物聯網企業試煉與發展機會。本課題將於第 7 章作較深入的分析。



第二篇

智慧經濟下 中小企業發展策略

第 6 章 以智慧化促進中小企業升級轉型

第 7 章 物聯網經濟下中小企業的契機

本年度中小企業白皮書以「智慧經濟下中小企業發展策略」為主題，透過本篇「以智慧化促進中小企業升級轉型」與「物聯網經濟下中小企業的契機」兩章，探討智慧經濟發展趨勢下，臺灣中小企業應如何掌握機會，以智慧製造提升生產力及以物聯網協助產業升級與轉型，再造中小企業彈性生產、敏捷製造與活力創業的動能，促成中小企業蓬勃發展。

「智慧製造」已成為近年全球工業國家產業發展的主流趨勢，呼應此一國際潮流與配合我國日益競爭的環境，我國於 2015 年提出「生產力 4.0 發展方案」、2016 年提出「5 大產業創新研發計畫」，中小企業在此智慧化的浪潮中，該如何掌握機會順勢升級與成長，第 6 章將從國際、公協會與企業推動智慧工廠的作法，討論中小企業升級轉型之道。

物聯網的應用不僅是智慧製造的一環，更將影響產業型態與生活，帶來無限商機。第 7 章將介紹物聯網趨勢及對產業的影響，以及國際與我國關於物聯網的相關政策，並透過我國新創與中小企業案例，了解臺灣中小企業在物聯網趨勢下發展之機會與挑戰。

第 6 章 以智慧化促進中小企業升級轉型

如今我們生活的周遭有許多被稱為智慧的事物，例如智慧手機、智慧家庭、智慧電網與智慧城市。在製造業，智慧製造、智慧生產與智慧工廠更是這幾年火紅的名詞，不僅是名詞，更是工業大國如火如荼進行中的動詞。德國、歐洲、美國、日本、韓國、臺灣紛紛展開了智慧製造的計畫，德國、美國有感於製造業外移與衰落的危機，基於本身特有的製造優勢，德國提出「工業 4.0」，美國提出「先進製造業夥伴關係計畫」，日本業界組成聯盟，目的在於透過整合監測、資通訊技術、機器人、雲端、數據分析重拾製造業的競爭力。我國政府有感於智慧製造的國際潮流，以及國內產業升級的必要性，於 2015 年提出了「生產力 4.0 發展方案」，2016 年繼續推動「5 大產業創新研發計畫」。

然而，在這波智慧製造的潮流中，中小企業是否也感受到時代的脈動？準備要迎接新的挑戰與升級？國際與臺灣又如何協助中小企業踏上智慧製造的道路？本章從德國、美國與日本智慧製造的一般政策開始，再介紹歐洲、德國與日本協助中小企業智慧製造的作法。進一步透過產業推動辦公室、公協會及廠商的個案訪談，瞭解政府推動智慧製造的現階段推動作法、廠商導入智慧工廠的經驗，以及對中小企業的建議。

第 1 節 智慧製造的興起與挑戰

一、德、美、日及我國智慧製造的興起

智慧製造（smart manufacturing）、智慧生產（smart production）與智慧工廠（smart factory）有許多不同的說法，有的認為從技術和管理的角度，智慧製造可以分成智慧生產與智慧工廠，智慧生產是整個製造營運之間的管理智慧化和資訊串聯，以達到管理流程自動化，而智慧工廠是現場設備自動化與智能化與智慧生產的連結。智慧工廠自動化與智慧化能將即時且透明資訊傳送至智慧生產階段，進行製造生產調整、安排或優化。智慧工廠說法更是多元，有的被描述成無所不在的工廠（U-Factory, Ubiquitous factory）、物聯廠（factory of things）、即時工廠（real-time factory）或是未來智能工廠（intelligent factory of the future）。

Radziwon et al.（2014）統合了眾家論述，為智慧工廠下了一個定義：智慧工廠是一

個生產製造的解決方法，智慧工廠提供了彈性且具適應力的生產流程，以因應外在即時多變的環境。此特殊解決方法與自動化有關，軟、硬體及機器聯繫在一起，在優化的過程中節省了勞動力與降低資源的浪費。同時，智慧的解決方案會在不同產業與非產業的合作中產生。這些概念具體呈現在德國、美國、日本與我國推動的相關方案上。

工業 4.0 一詞最早於出現於 2011 年漢諾威工業博覽會，2012 年由德國產業界和研究單位共同組成工業 4.0 工作小組，向德國政府提出實施工業 4.0 的建議。德國政府為了因應全球化發展的趨勢，產品生產週期縮短與勞動力下降等情境，以及因應 Google、Amazon 等網路巨擘可能未來壟斷網路的能力，於是決心發展工業 4.0，以提高傳統製造業的能量與確保德國在工業發展的優勢。德國聯邦經濟能源部以加工、汽車、機械、電子及資通訊等業為重點產業，以感測系統、機器人與資通訊技術為重點發展技術。

Davies (2015) 即認為智慧工廠與工業 4.0 可視為同意語，工業 4.0 包含了幾個創意技術的發展，一是資通訊技術的應用，不僅將工廠內與工廠外的資訊數位化，且可將生產、消費、物流與原料供應系統整合在一起。二是網宇實體系統 (Cyber-physical systems)，利用資通訊技術去監看與控制實體的運作，技術產品包括了感測器、智能機器人等。三是網路通訊技術，包括連結工廠內、供應商與經銷商的機器、產品、系統與人的無線網路技術。四是模擬技術，包括模型與產品與製程的虛擬模擬。五是巨量資料的蒐集、分析與探勘。

美國為了因應本土工廠外移及失業率攀升的現象，歐巴馬政府在 2009 年即提出一系列政策，以提振美國的製造業，2011 年再提出「先進製造業夥伴關係計畫」(Advanced Manufacturing Partnership, AMP)，推動先進材料、生產技術、先進製程、數據資料與設計等技術。2012 年進一步提出國家製造創新網路計畫 (National Network for Manufacturing Innovation, NNMI)，倡議與企業、大學及社區共同建置全國製造創新研究網路，2015 年陸續成立數個創新研究所，如積層製造、電力電子製造、數位製造和設計、輕量新金屬、先進複合材料、革命性纖維與紡織品等創新製造研究所。

日本無相應的工業 4.0 計畫，但在《2104 年製造業白皮書》中提及相關概念與重點的發展產業，如 3D 列印技術、機器人及再生醫療健康等。《2015 年製造業白皮書》進一步指出，日本製造業價值鏈未來應替日本進入工業 4.0 提供後援，並對工業 4.0 進行趨勢分析。同年提出機器人新戰略，著重於人機共存與未來工廠，技術策略為發展感測器、控制與驅動系統、雲端運算、人工智慧機器人，機器人相互聯網 (行政院，2015)。同時，業界也透過組成聯盟的方式，如以工廠互聯技術標準化、跨業互聯為目標的產業價

值鏈倡議（Industrial Value Chain Initiative）聯盟，與應用雲端監控系統進行生產管理為目標的工業 4.1J 聯盟（林葳均，2015）。

我國政府為因應勞動力下降、開發中國家搶佔量產市場，以及工業國搶佔中高階客製化市場的挑戰，於 2015 年提出「生產力 4.0 發展方案」，其中，在製造業領域，政府優先選定具備 IT 與自動化基礎的中堅企業及其供應鏈之電子資訊業、金屬運具業、機械設備業、食品及紡織等重點產業，建構生產力 4.0 創新營運模式，再透過複製擴散，逐步帶動中小企業升級。在商業服務業領域，選擇零售與物流業，透過大數據、物聯網、行動支付和自動化等技術應用，發展各項智慧加值應用及整合型服務，扶植智慧零售商業模式成形，打造消費優質體驗環境，提升服務效率及競爭力（行政院，2015）。

2016 年經濟部提出「智慧機械產業推動方案」整合了「生產力 4.0 發展方案」，以「智機產業化」與「產業智機化」為兩大願景，透過打造智慧機械之都、產學研能量整合、深化技術、建立系統性解決方案、提供試煉場域、國際合作及拓展外銷，以連結在地、未來與國際。其中，「產業智機化」的產業範疇包含航太、半導體、電子資訊、金屬運具、機械設備、食品、紡織、零售、物流及農業等產業。

二、中小企業智慧製造的挑戰

根據德國 IT 市場分析公司（Techconsult）2014 年對德國、澳洲和瑞士製造業的調查，在一千家的中小企業中，只有大約 3 分之 1（35.7%）的企業清楚瞭解工業 4.0 的概念，而其認知度又因產業類別與企業規模而有所差異。Radziwon et al.（2014）認為，製造業中多數的中小企業的確需要自動化的解決方法，但是否需要引進智慧工廠這樣先進的解決方法則有待商榷，他認為成本可負擔性是最重要的考量。DIGITIMES（2014）指出，中小企業對智慧化製造系統的導入障礙，最主要在於建置成本過高，以及效益不知如何評估。智慧化系統會依產業類別有所不同，系統內的設備數量為成本估算標準，除系統外，還有導入前的諮詢顧問、教育訓練與導入後的產品維修服務。然而，投資報酬率卻非短期可見，影響中小企業主的導入意願。前行政院長張善政指出，在物聯網時代，從感測器到後臺雲端、大數據分析等的供應鏈，都是臺灣的機會，若企業主的思維沒有改變，不願投資資訊科技，運用物聯網是不可能的（經濟日報，2015）。陳士端（2016）指出，中小企業的機械設備不多，業主對於設備熟悉度高，並不需要裝設感測器等監測與資料分析設備，應專注於如何提高產品差異性與產品品質的穩定。

運用物聯網的智慧製造為結合通路商、物料供應商、製造設備系統與終端消費者，

成為一個嶄新的生態系統。張建一（2015）指出，利基型的中小企業在未來趨勢下，未必要當整合者或是領導者，但一定要有被串聯起來的準備，在物聯網與智慧化生產的發展下，必須找出自己在產業價值鏈上的位階與未來的定位。他同時建議，只要具備 IT 及自動化基礎的中小企業供應鏈企業，應透過政府的輔導平臺，積極爭取參與政府的智慧製造方案。王彥文（2015）認為，政府在積極推動智慧製造的此刻，有意投入物聯網應用服務的中小企業，應盡速導入國際大廠推出的相關解決方案，同時思考如何運用蒐集的資料進行分析及應用。

從以上的介紹可知，智慧製造已是未來發展的趨勢，中小企業是否可以在此潮流中順勢而起、轉型升級或是淹沒於洪流之中？中小企業主的主客觀條件是決定因素，政府則是扮演領頭與臨門一腳的角色。以下再介紹國際推動中小企業智慧製造的作法。

第 2 節 國際推動中小企業智慧製造之作法

一、歐盟

中小企業是歐洲重要的經濟骨幹，以歐洲製造業來說，中小企業透過複雜的價值鏈緊密連結，為大型跨國企業供應零組件、產品或服務。考慮到大型企業與中小企業供應鏈間的相互依存關係，歐洲必須協助中小企業跟上智慧製造潮流。

不過，相較於大型企業，中小企業欲跨入工業 4.0 的門檻更高。首先從認知層面而言，一般中小企業較難觸及尖端科技，自然對其能帶來的潛在效益難以瞭解；再來是資金規模的問題，中小企業較難負擔工業 4.0 相關技術設備的投資與研發，也無法支撐起像工業 4.0 這樣尚需摸索的項目；此外，中小企業不易吸引技術型人才進入；最後，大型企業在邁向工業 4.0 的路上有各種優勢，可能會提升後進者的進入障礙。

為降低中小企業進入工業 4.0 市場與供應鏈的障礙，歐盟採納德國聯邦經濟及科技部的建議：公部門應向中小企業傳遞並解釋最新的研究資訊。而公共研發投資能夠降低部分民間企業的研發成本，並能提供一個相對較為公平的競爭環境。

（一）展望 2020 計畫

展望 2020（Horizon 2020）計畫是歐盟至今最大的研究創新補助計畫，以 2014 年至 2020 年為期，輔以近 8 百億歐元的經費，預計將有近 86 億歐元的經費會分配到中小企業手上。目的是要確保歐洲能持有世界水準的科技、移除創新障礙，並促進公私部門間

的合作創新。

為了讓參與者能夠專注在真正重要的工作上、加快進展，該計畫使用簡單的架構，盡量降低繁文縟節，並且對所有人開放。其補助項目分為 3 大類：

1. 傑出科學（Excellent Science）

主要目的在於加強及延伸歐盟現有的傑出科學基礎，以及強化人才培育；並且多由科學家來審定申請案件的優先順序。該項目之下又細分為 4 個區塊，專注在不同的目標上；而建置在同一架構下，能使這 4 個區塊朝更一致性的方向執行，以合理、簡單與集中的方式效率地前進。（表 6-2-1）

表 6-2-1 傑出科學項目

4 個 區 塊	目 標
歐洲研究委員會 (European Research Council, ERC)	為有天分、創意的個人及團隊提供資金，使其能追求最前端的科學。
未來新興科技 (Future and emerging technologies, FET)	1. 扶植跨領域的合作研究，特別是嶄新、高風險的創意。 2. 加速具有樂觀前景的新興科技研究發展。 3. 加速具有跨歐盟規模的科學團體發展。
新居禮夫人人才培育計畫 (Marie Skłodowska-Curie Action, MSCA)	提供傑出且創新的研究訓練、誘人的工作職缺和知識交流機會。
研究設施 (含線上設施)	強化研究機構的創新潛能與人力資本，協助開發世界級研究機構。

資料來源：整理自歐盟執委會，Horizon 2020 programme sections 資料。

2. 產業領導（Industrial Leadership）

協助創新企業在關鍵促成技術（Key Enabling Technologies）的研發，並對中小企業和剛起步的綠能創新企業的研發提供資金援助。此外，該項目也對中小企業提供資金、技術以外的協助，為中小企業創造一個有利於創新成長的環境。例如：提供量身訂製的服務與計畫、促進相關創新機構間的知識交流、補助以中小企業為服務對象的關鍵機構等。

3. 社會挑戰（Societal Challenges）

針對歐洲普遍遇到的議題，提供從研發到最終市場應用的協助。為了擴大影響層面，這部分聚焦在與人民密切相關的議題上，例如：能源、運輸、健康及環境等。其中預計約有 20% 的預算會用在中小企業上。

二、德國

德國製造業以質量和技術聞名，以此為基礎，德國發展出一套適合自己的工業 4.0 策略。然而無論是就經濟還是工業 4.0 的發展策略來說，中小企業皆是德國不可或缺的一環。德國企業以中小型佔大多數，在這之中有許多被賦予隱形冠軍的頭銜。這些隱形冠軍雖然規模不大、知名度低，卻具有傑出的研發能力，而走向工業 4.0 的部分關鍵技術可能就在這些中堅企業手中。

被稱作工業 4.0 教父的卡格曼教授（Henning Kagermann），對中小企業評論到：「中小企業可能需要一些政府的資金支持，但個人不認為錢必能帶來產業升級，科研才是關鍵，這才是中小企業需要政府資金的地方。但是過多的融資會導致公司的自主權低弱，反而可能影響到公司轉型的步伐。」其觀點顯著影響德國推動中小企業發展工業 4.0 的策略，德國對中小企業的協助措施主要聚焦在科學研發應用，以及對走向工業 4.0 的指導和介紹。

（一）東威斯特法倫利珀智能技術系統

東威斯特法倫利珀智能技術系統（Intelligent Technical Systems OstWestfalen-Lippe; It's OWL）是德國 2012 年選出的頂尖群集之一，係由企業、大學及研究機構共同組成的技術平臺，目標是在智能技術系統領域佔據領先地位。此平臺底下共有 46 個研究計畫，透過產學合作的方式，研究如何將科技實際應用在企業營運上，一步步實現工業 4.0。

針對中小企業的部分，該平臺提供可全額貸款的技術移轉服務。其中，技術提供者可獲得全額費用補助，但受轉移者必須完全負擔自己的成本，不可接受其他機構補助。此外，該技術轉移計畫必須和此技術平臺的目標策略一致，且過程中必須要有新的系統、產品、製程、方法、工具或技術服務的產生或導入。

（二）中小企業 4.0 能力中心

自 2015 年 9 月起，為協助中小企業對工業 4.0 技術的應用及開發，德國選出 10 個地方性 4.0 能力中心（截至 2016 年 1 月止），提供工業 4.0 相關的技術諮詢、員工培訓、資訊蒐集與傳播等服務，預計在一年內設立 16 座。

4.0 能力中心由研究機構、大學或法人主導，前二者占大多數，積極和當地大學、研究機構與政府單位等合作，設立示範性項目，展示實際可行、且中小企業負擔得起的解決方案。另外，企業也可以將自己的開發項目帶到 4.0 能力中心，在專業的指導下進行測試。

不同於地方性的中小企業 4.0 能力中心，德國另外針對數位化及電子商務的不同階

段，設置 4 個主題式機構協助 4.0 中心，分別為雲端、數位化處理、資訊溝通和電子交易。預計 2017 年將再依產業類別設立 4.0 能力中心，以完善布局。

（三）中央創新計畫

在研發資金方面，德國自 2008 年起即設立中央創新計畫，以促進中小企業的創新能力和競爭力成長。該補助計畫又分成 3 個部分，分別為個別計畫、合作計畫與網路合作計畫，如表 6-2-2 所示。

表 6-2-2 中央創新計畫

計畫類別	申請資格
個別計畫 (Individual Project Funding)	由單一企業獨自申請。
合作計畫 (Cooperation Project Funding)	企業與其他企業或研究機構合作，共同申請合作計畫補助。其中支付給研究機構的補助款最高可至全額。
網路合作計畫 (Cooperative Network Project Funding)	針對網路管理服務和網路合作下的研發項目提供補助，其中該網路須包含 6 家以上的中小企業。

資料來源：整理自德國聯邦經濟與科技部，Technology-Neutral Project Support 資料。

（四）資訊管道

即便對未來趨勢有一定的瞭解，一些企業對於智慧製造還是有所遲疑。根據一份對保時捷 MHP 內部兩百位經理的調查，其中一項令他們遲疑的因素就是「經濟效益不明」，而這也是談到工業 4.0 時常被問到的一個問題。針對這點，德國政府單位及其他公協會陸續提出目標性資訊協助。例如德國經濟及科技部提供的快速盤點工具，企業家可以從網站上簡單地得到客製化資訊，對工業 4.0 的初步目標、效益及相關技術等初步瞭解。

該站將企業施行智慧製造的效益、工業 4.0 的潛在功能及所需技術分門別類。以動機為起點，使用者由效益中選出自身的動機後，便能透過工具得到合適的潛在功能及所需技術資訊，藉此提供企業一個大致方向。如表 6-2-3 所示。

表 6-2-3 快速盤點工具

第一步：選出動機	第二步：選擇工業4.0潛在功能	第三步：瞭解所需技術
此工具將動機分為 5 大類別，各類別又細分出 5 個選項提供選擇： 1. 減少支出 2. 提升彈性 3. 透明化 4. 吸引人才 5. 提升客戶滿意度	將工業 4.0 的潛在功能分為 5 個區塊，並依據使用者的動機推薦： 1. 數據收集與處理 2. 補助作業系統 3. 網路連結/整合 4. 遠端操作與服務導向 5. 自動化與自動管理	將所需技術依據潛在價值和執行難度分類，供使用者瞭解相關資訊。

資料來源：整理自德國聯邦經濟與科技部，Industrie 4.0 für den Mittelstand 資料。

三、日本

相較於歐洲，日本在這次產業革命的起步較為緩慢；為了避免在這波浪潮中落後，同時也為了因應人口老化，日本以物聯網和機器人為策略主軸，積極趕上。2015 年發布的《製造業白皮書》指出，日本在資訊科技的應用相對落後，不但未將資訊科技引進製造業中，和美國相比，在非 IT 產業服務的 IT 人才比率也相對較低。

（一）產業價值鏈倡議

針對物聯網的應用，2015 年 6 月日本西岡靖之教授同 22 間企業，共同成立產業價值鏈倡議（Industrial Value Chain Initiative, IVI）。主要目的是透過網路建立一個能夠連結各企業，甚至是中小企業的結構。

由於一般製造業的生產環境複雜且異質，若強制套用一死板的新系統將會遭遇許多困難。IVI 並不打算強制建立一個標準架構，而是一步步地建立共同認知，逐步形成一寬鬆標準。

為了建立這樣的結構，IVI 底下設立多個商業情境工作小組，由不同企業共同合作，依照不同主題，研究企業在應用物聯網合作時可能會遇到的狀況。在建立商業情境時，需具體描繪出：1.當前的形勢和困難；2.解決方法；3.目的，也就是問題被解決的狀態；4.共通模型，也就是為了解決問題需要標準化的地方。其中，「中小企業運用機器人的生產系統」和「中小企業工廠的連結」工作小組，負責解決中小企業的相關問題。

（二）機器人革命倡議促進會

日本在 2015 年新機器人策略中指出，要實現機器人革命的關鍵要素有三：1.成為機器人的全球創新中心與普及機器人應用；2.讓日本成為機器人普及率最高的國家之一；3.在機器人應用物聯網方面佔據領先地位。

機器人革命倡議（Robot Revolution Initiative, RRI）促進會於 2015 年 5 月，由日本政府主導成立，其目標是要打造出人機協作的社會，在機器人技術上保持領先地位。其中在機器人普及方面，日本首相安倍晉三在成立典禮中，特別指出幾個推廣對象，包括中小企業、農業、醫療看護和老舊設施的檢測修復工作。目前對製造業的推廣，主要目標放在裝配加工程序上，預計在 5 年內提升中小企業的機器人使用率至 10%。而為了迎合中小企業的需求，機器人不能夠太大，或是只有特定功能，同時必須確保成本效益。

該促進會底下目前共有 4 個工作小組，分別以「物聯網對製造業的變化」、「機器

人利用促進」、「機器人創新」和「人才培育」為主題。針對中小企業，促進會目前採定的方案有二：1.設置中小企業副執行委員會，專門討論對中小企業推動互聯網的方案；2.預計由地方大學、技術中心和有機器人技術能力的中、大型企業共同合作，設立地方性機構，協助中小企業對機器人的研發及改造。

2016 年 4 月，機器人促進協會與德國工業 4.0 平臺達成合作約定，將共同研究產業網路安全、國際標準化、法規改革、促進中小企業、人力資源開發和研發等議題。

第 3 節 我國中小企業發展智慧製造案例分析

本節從公協會、智慧製造示範企業與中小企業的觀點，瞭解業界推動智慧製造的驅動力、作法與建議，以作為政府後續推動的參考。

一、個案訪談

（一）紡織產業發展推動辦公室

經濟部紡織產業發展推動辦公室（簡稱紡織業推動辦公室）成立於 2008 年，透過建立服務平臺、聘任專家顧問、串聯產學研及相關公協會等方式，以促成紡織業上、中、下游及異業的結盟，並推動機能性紡織品、技術發展差異化及高質化產品的發展。

1. 紡織業推動智慧製造的驅動力

紡織業一直面臨很大的競爭壓力，因應市場競爭，紡織業板塊轉移非常明顯，從早期的英國工業革命，轉移到德國，1 百多年前，德國轉移到美國，美國轉移到日本，日本轉移到臺灣、韓國，臺灣轉移到中國大陸，中國大陸現在人工成本高了，再轉移到越南、孟加拉、緬甸、柬埔寨，將來會轉到非洲。從上、中、下游產業鏈觀之，下游是隨便宜的人力而轉移，中、上游的核心技術尚可留在當地發展，織布染整是臺灣現在能做的，紡織業一直處於汰弱留強的競爭狀態中。

自動化是智慧製造一個重要且基礎的元素，在重視國際市場的紡織業，目前 70% 的戶外休閒服飾品牌，特別是機能性服飾，都跟臺灣的紡織業串聯。機能性布料的上下游核心技術都與自動化息息相關，特別是紡織業化妝師的染整業，除了賦予顏色外，也賦予貼合聚乙烯膜等多元材料，這需要仰賴後加工染整技術來達到這些功能，自動化可用來降低人力與提高價值，滿足品牌商的品質要求。

2. 企業對智慧製造的認知與作法

紡織業國際化程度很高，企業很早即導入企業資源規劃系統（Enterprise Resource Planning, ERP），以因應工廠全球的布局及品牌客戶的需求，特別是後者，國際客戶可能會因為供應商沒有導入 ERP 而不下訂單，為了避免在國際化供應鏈體系中被淘汰，企業非得升級。智慧製造需採取的行動遠高於 ERP 的導入，紡織業推動辦公室在許多公會舉辦說明會，讓業界瞭解智慧製造是一個必然的趨勢。

企業要邁向智慧製造有兩個必要因素，一是企業主的決心，二是本身具備的條件，包括了工廠自動化程度及 ERP 程度。智慧製造可說是過去自動化、電腦化和資訊化的延伸，過去企業可能做的較少，適逢政府推動智慧製造的機會，企業可以做多一點，以設備自動化增加戰力，以資訊化做為人力節省與客戶連結的輔助。

3. 紡織推動辦公室的角色

推動辦公室是推手與平臺，當業者有需求時，推動辦公室會請業者填寫自我盤點檢視表，據此瞭解業者所具備的條件，以及判斷業者是處於智慧製造的何種階段；其次，透過顧問訪廠的過程實際了解企業的需求，再來邀集法人、協進會、紡拓會、工研院幫業者提案爭取政府協助。提案之後，法人扮演協助與整合的角色，法人會找染整系統廠商、ERP 廠商及設備商，以連接硬體、軟體和韌體。推動辦公室也針對業者開設在職人才訓練班。推動辦公室以人纖、棉布印染和絲綢印染 3 個公會，先行推動智慧製造，協助成立 3 個推動委員會，其次舉辦媒合會，媒合設備商、系統商、軟體商與染整家業者。

4. 如何推動中小企業發展智慧製造

智慧製造的推動策略是以建立業界的示範廠（例如宏遠興業等）與法人的示範產線，讓中小企業來觀摩學習。業界普遍有跟隨的文化，看到大廠導入的效益出現之後，中小企業會有跟隨的傾向。邁向智慧製造所需的投資相當大，中小企業可從重點、局部，點到線到面，從機器一個部分去改裝，到生產線去改變，到整個工廠去改變，逐年、逐期來完成。對於有心推動智慧製造的中小企業，紡織辦公室建議政府以自動化設備投資抵減來鼓勵業者，之後再著墨於解決方案及創新營運模式的導入協助。

（二）宏遠興業

宏遠興業是一創新研發導向的紡織製造商，成立於 1988 年，垂直整合假撚、撚紗、織布、染整、印花和貼合塗佈等特殊後加工工程，並結合高科技與流行資訊，開發高附加價值的創新產品，供應全球運動、戶外活動、休閒、時尚及產業用材等領域之領導品

牌顧客。目前在臺南、中國上海及泰國擁有 3 個生產基地及 10 個行銷據點。宏遠與工業電腦大廠研華合力打造智慧工廠，預計在數年內逐步完成工業 4.0 的建構。

1. 邁向智慧製造的驅動力

紡織業在全球的競爭非常激烈，宏遠持續透過轉型升級與創新，維持與創造領先的地位，特別是宏遠在全球約有 3 百個知名品牌客戶，對世界的變化趨勢有很高的靈敏度。2014 年宏遠葉總經理接觸到工業 4.0 的相關書籍，發現在現在的時間點，先進國家包括德國、美國和日本，都正在朝虛實整合製造的方向走。宏遠看到這樣的趨勢，總經理帶領全球三廠的主管一起研讀了許多相關書籍，並組成讀書會深入探討工業 4.0。此外，宏遠體認到全世界人力成本快速增漲的現實，追求低廉人力成本並非長久之計，而工業 4.0 正巧是科技演進的趨勢，加上 ICT 產業與相關技術，如物聯網、大數據技術的逐漸成熟，投入工業 4.0 正逢其時。

2. 宏遠推動智慧製造的作法

宏遠自我評估只達到工業 1.5、2.0 的水準，隨後透過自我研究與標竿學習，提出了「宏遠 4.0 計畫」與「智慧宏遠」的願景，決定從務實的底層作業控制層開始，進行設備資訊的蒐集，再進一步做到自動化整合，達成智能化的水準。

紡織業有一些設備多屬單機設備，無法與整廠的設備串聯，所以必須投入很多的時間跟精力，將各個面向連結起來。在比較願景與現狀之間的缺口後，宏遠先洽詢原設備供應商的設備修改意願，若有困難，則外請顧問、資通訊商、系統整合商來進行評估與客製化，目標是先做到設備的監控控制與數據採集（Supervisory Control and Data Acquisition, SCADA），再逐步達成設備智慧聯網與製造執行系統（Manufacturing Execution System, MES）的導入，目前已有十多家廠商協助宏遠導入 MES 與 SCADA 系統。在各個廠區進行自動化的同時，系統的整合是未來要克服的挑戰，宏遠很早就導入企業資源規劃系統（ERP），但是為了達到智慧聯網、客戶連結與廠內製造執行系統連結，ERP 必須升級，以具備行動化與雲端化的平臺跟技術。在國際客戶多採用 SAP 與全球化布局的考量下，宏遠決定採用德國 SAP 公司的 ERP 系統，以優化公司整體的營運。

3. 與設備商、公協會與法人的互動

宏遠以其優勢地位要求某些設備商配合修改數據監控設備，設備商由此衍生的成本，宏遠會在合理的範圍內與其分攤，此舉可帶動設備商設備升級並增加其出口競爭力。例如，宏遠的假撚廠要進行設備改造時，曾經要求設備商配合，設備商一度因為修改數量

不多、控制面板為他廠設計，修改需新增額外花費而不願修改，後經宏遠提出成本分擔建議，且以修改後機種可開拓新商機為誘因，廠商最終同意修改。此改造後的設備後來參加米蘭國際紡織成衣機械展（ITMA），以工業 4.0 水準的紡織設備為訴求，爭取到許多商機。

宏遠以開放合作的態度與合作廠商共同打造紡織業的工業 4.0，設備改造後的成果都是合作廠商的實蹟，合作廠商的其他客戶都可到宏遠參訪，廠內每個完成自動化系統的地方，都會有合作廠商的名字貼在上面，為夥伴廠商行銷的同時，夥伴廠商也更加努力做好設備與軟體的提升。大廠如研華、SAP 視宏遠為成功的案例，微軟也有意與宏遠形成策略聯盟。另外，宏遠也與公協會、法人合作，安排廠商訪廠與爭取政府資源。

4. 如何推動中小企業發展智慧製造

工業 4.0 並沒有一致性定義，做法也很多種也很複雜，許多小型企業對工業 4.0 的概念並不足夠，即使有獎勵措施也不知道要從何處展開，政府應當盡量推廣工業 4.0 的概念並鼓勵廠商投入。宏遠並不好高騖遠，而是先瞭解自己的能耐與現況，在政府尚未推動 4.0 之前，已投入相當多的資金進行設備升級，瞭解過程中的諸多困難，因此建議政府應找升級意願強、肯投入資金及願意分享成果的廠商，特別是願意分享的廠商予以補助。設備與軟體的更新與改造所費不貲，臺灣中小企業缺乏資金，可能無法個別進行升級與改造，因此可借重廠商的改造經驗與成果，降低所需的花費。

（三）電機電子工業同業公會

1. 中小企業推動智慧製造的機會與挑戰

電機電子公會成員有 3 千多家，產品、技術、規模差距很大，傳統公會有家電、重電等，家電跟資通訊的應用、連結與加值都一直持續進行。會員很早就體認到勞動力不足的問題，有的會員搬到海外生產，有些則持續經營著國內的市場，內外需市場大小與總體經濟環境，將決定智慧製造的投資規模。

中小企業是大企業的下游，因應大企業產品交期的要求，若是趕不上就可能失去訂單，在此工業 4.0 的趨勢下，若能順應趨勢調整生產能量，就能安然度過，否則就有被淘汰的危機。

此外，有歷史的工廠，經營者對工廠製程、設備製程與保養非常了解，也有一定的技術人員在維護，若新購自動化設備將縮減既有人力與新增額外設備費用，這會影響經營者的投資意願。另外，智慧製造強調資訊的蒐集、分析與應用，特別需要資訊人才與

設備的投入，這也是中小企業所欠缺的。

2. 中小企業導入智慧製造的時機

不是每個中小企業都必須達到智慧製造的極致，可能在 2.0 或是 3.0 就已經具備競爭力，越複雜的生產製程、三班制或是需要多部機器串連生產，才可能需要工廠聯網監控、大數據分析。很多中小企業，多是單機生產，並不一定需要導入智慧生產。

然而，廠商在總體環境不佳的時刻，可趁機盤點競爭力問題所在，若是發覺競爭力問題可以經由自動化初步提升，之後可以等大環境改善、公司獲利增加，有擴大規模的需求時，再逐步更新投資設備朝工業 2.0、3.0、4.0 發展。

3. 政府與公協會如何協助中小企業發展智慧製造

過去在「生產力 4.0 發展方案」之下，工業局成立生產力 4.0 推動辦公室，也針對產業的特性，由數個公協會成立委員會來協助推動，以及成立相關的服務團。公會的角色，在於協助政府，政令宣導或服務會員，邀請政府部門或專家來舉行說明會、研討會，其次是參訪、協助診斷，輔導詢問。若有會員願意投入智慧製造，公會也會協助廠商申請政府資源，而設備與軟體的投資抵減，就是政府最直接的協助。

中小企業處在協助中小企業推動智慧製造，可朝 2 個方向思考，一是成立平臺，二是建立示範產業。中小企業處可藉專案成立智慧製造馬上辦中心，提供中小企業諮詢服務，透過網路平臺架設，連結工業局、技術處、商業司與農委會的推動網站，以及串接公協會委員會，進一步以獎勵、誘導、輔導、融資、找人才各面向協助廠商。二是聚焦於特定產業中有意提高競爭力的中小型廠商，透過專業團隊診斷及後續協助作為，建立示範，產生帶動效果。

（四）棉品實業

棉品成立於 1974 年，為一中小型企業，除了生產一般性的化學纖維與彈性纖維針織布料，近年產品融入環境保護的理念，開發天然染織品、有機、天然棉織品等產品。

1. 對智慧製造的瞭解與看法

棉品認為智慧製造是這個時代該做的，但不一定適合所有的中小企業。臺灣的中小企業長期替國外客戶代工，客戶要大量、快速、便宜的產品，中小企業都能依照客戶的要求達成，但那只是開發中國家的等級，要成為已開發國家的水準，必須要有自己的產品與定位，否則跟隨國外發展工業 4.0，本身的產業沒有提升，還是會落入追求低成本的

惡性循環之中。

2. 雲端數據貯存

棉品對雲端貯存資訊安全有疑慮，擔心公司多年累積的資料外洩，因此仍將維持過去資料管理與應用的方式，但是未來將尋求專家將資料串連，以做更有效的運用。

3. 政府應如何協助中小企業

棉品認為中小企業應先從自身的觀念改變起，去發掘新的市場價值，思考消費者的問題，持續突破，讓自己升級，不要有依賴政府的想法。政府協助產業的對象，應以能創造臺灣就業、在臺灣本地發展的公司為考量。

二、綜合歸納

依據訪談的分析，摘要整理出以下幾點結論。

（一）全球競爭、勞動成本提高是推動智慧製造的主要驅動力

高度仰賴國際貿易的我國，面對全球化競爭與國際客戶的要求，以及勞動成本高漲的壓力，無論是紡織業、電機電子業或是中小企業，不得不去思考提高生產效率與創造客戶價值的方法。紡織業除了向外尋找低廉的勞動資源外，更以開發機能性布料來開拓市場，投資智慧製造相關設備與軟體，是另一個突破勞動力限制與生產效率制約的方式，宏遠興業為一例。紡織業的中小企業，如棉品，在面臨相同的壓力之下，依恃著其對世界潮流的敏感度，選擇開發環保、有機的棉品而走向國際。不論是中堅企業（如，宏遠）或是中小企業（如，棉品），雖然對導入智慧製造的作法不同，擺脫低成本勞動力的追逐與創造新藍海為其共同的堅持。

（二）瞭解企業競爭力優劣所在，是踏上智慧製造的第一步

各個產業面臨的競爭環境不同，以及自身所擁有的條件不同，決定了不同生產力的階段。誠如紡織推動辦公室所說的，企業要邁向智慧製造有兩個必要因素，一是企業主的決心，二是本身具備的條件，包括了工廠自動化程度、ERP 程度。電機電子公會也表示，總體經濟環境不佳的時候，是企業盤點競爭力問題的時機，清楚了之後，再決定出發的方向。宏遠興業則是從評估自身所處生產力的階段開始，設定願景，找出缺口，逐步邁向智慧製造。

（三）以示範擴散，降低後進者進入障礙

公協會與法人等單位，正在與業界建立智慧製造的示範，藉由先進者的改造經驗與

效益展現，可降低後進者的進入障礙，藉由跟隨文化的正面力量，提高業者投資智慧製造的意願。紡織推動辦公室、電機電子公會扮演推動者的角色，藉由相關說明會與研討會的舉行、業者的現狀盤點與診斷分析，業界參訪觀摩、資源爭取、問題解決來推動產業生產力。示範廠，如宏遠興業也以其產業優勢地位，推拉並進帶動合作廠商技術提升與業務擴展，也為紡織同業斬荊闢棘，降低後進者進入智慧生產的阻力。

第 4 節 我國中小企業發展智慧製造之推動方向

一、增加中小企業對智慧製造的認識

中小企業最清楚自身所處的產業環境與生產設備，但是對智慧製造的認識可能不清楚，德國早於 2012 年即推出工業 4.0，兩年後，IT 市場分析公司對德國、澳洲與瑞士 1,000 家中小企業所進行的市調中發現，仍有 3 分之 2 的中小企業不知工業 4.0 為何物。誠如宏遠興業指出的，許多中小型企業對智慧製造的概念並不足夠，即使有獎勵措施也不知道要從何處展開，政府應當盡量推廣智慧製造的概念。未來政府將參酌前述公協會、廠商意見與國外作法，例如，由中小企業處成立智慧製造馬上辦中心，提供中小企業諮詢服務，連結經濟部與各產業公協會成立的智慧製造平臺，以即時掌握各重點產業的智慧製造說明會、研討會或是示範廠的觀摩活動，並適時的傳遞給中小企業。或是仿效德國經濟及科技部提供企業快速盤點工具的作法，讓中小企業可以從網站上簡單地得到客製化資訊，增加對智慧製造的目標、效益及相關技術等初步的瞭解。

二、協助中小企業瞭解自身所處智慧製造的位階，給予適當的輔導

對有意願進行智慧製造的中小企業，中小企業處未來亦可參酌紡織推動辦公室與電機電子公會的作法，尋找領域專家與法人進行盤點與診斷，確定中小企業生產力的位階、瞭解中小企業最需要協助的事項、提供建議與提供協助資源。或是建立中小企業智慧製造的示範工廠，以中小企業帶動中小企業。此外，亦將強化中小企業智慧製造輔導體系的整合，加強中小企業在智慧製造設備投資的資金協助，以及智慧製造人才的培育等作法。

第 7 章 物聯網經濟下中小企業的契機

1995 年全球第一家網路公司網景（Netscape）股票上市，宣告網路時代的來臨，也對人類生活與產業帶來持續且快速的改變。隨著資通訊科技發展迅速，網路所產生的應用不斷深入人們生活與產業活動中，也擴大將機器與物品連結上網。1998 年美國麻省理工學院 Auto ID 中心主任 Kevin Ashton 提出「物聯網」的概念（Internet of Things，簡稱 IoT），以全球網路建設為基礎，透過資料的蒐集及運算，連結實體物件與數據，進行各類包括監控、偵測與識別等服務。網路設備商思科（Cisco）更將物聯網的設備上網概念進一步延伸，提出「萬物聯網」（Internet of Everything）；在物聯網的下一個階段，智能技術除了讓人與人、人與機器的溝通更緊密，亦能透過人工智慧賦予機器學習（Machine learning）與機器間相互溝通並做決策的能力，結合人、物、資料與流程，在生活與工作的各種應用上爆發出更多的潛力，達到智慧城市或智慧地球願景。

近年物聯網商機隨著行動智慧通訊普及、感測器與雲端運算價格下降、無線傳輸應用增加等驅動力開始起飛；根據 BI Intelligence 估計，2017 年連網裝置將超越智慧型手機，預估 2018 年物聯網將進入商機爆發期。國際各大企業包括 Microsoft、Google、Apple、Intel、Samsung，以及臺灣的宏碁與研華等，不僅積極轉型且布局物聯網，並希望能透過開放式的 IoT 平臺建立生態系，以合作激發在各領域的創新技術與應用。

物聯網生態系需要借助中小企業的創新與彈性，進行技術、架構與產品開發；各大 IoT 平臺的競爭與套裝服務內容，也使中小企業與創新團隊更容易經由加入物聯網生態系，導入物聯網應用，發展新的服務與商業型態。大數據是物聯網價值核心，McKinsey 顧問公司預估目前被有效運用的數據只有不到 1%，物聯網能促進對數據的收集與運用，如何運用這些數據還等待新創與中小企業挖掘；Gartner 則預估，未來 50% 物聯網解決方案將來自成立 3 年內的新創公司。

物聯網應用即將進入爆發期；2016 臺北國際電腦展中即以物聯網為重心，行銷重點由零組件轉為物聯網技術應用、創新與解決方案，展示不少臺灣廠商在物聯網時代的轉型成果，也舉辦首屆 InnoVex 創新特區，鏈結全球新創業者與臺灣電子產業供應鏈。網路帶來許多創新機會與商機，破壞式創新也改變企業版圖。《數位時代》一段話點出網路特性帶來的影響力：「網際網路的興起，是產業史上第一次年輕企業能夠瞬間擊倒產

業老霸主，知識超越勞力、土地與資本，成為最強而有力的生產要素。」網路使人們不再受有形資源的限制，開啟了青年創業潮，也帶給中小企業機會，促進新型態的商業與服務崛起，物聯網時代也將啟動另一波數位革命。

有鑑於物聯網被視為驅動下一波數位革命的驅動力，各國政府也紛紛祭出策略措施，希望提升國家產業地位。本章將透過文獻與案例，介紹物聯網趨勢對產業與企業的影響，以及國際間推動物聯網發展的主要策略，協助企業了解物聯網商機與挑戰。

第 1 節 物聯網趨勢對產業發展的影響

本節先介紹物聯網生態系，並說明物聯網對產業的影響，以及物聯網商機。

一、物聯網生態系

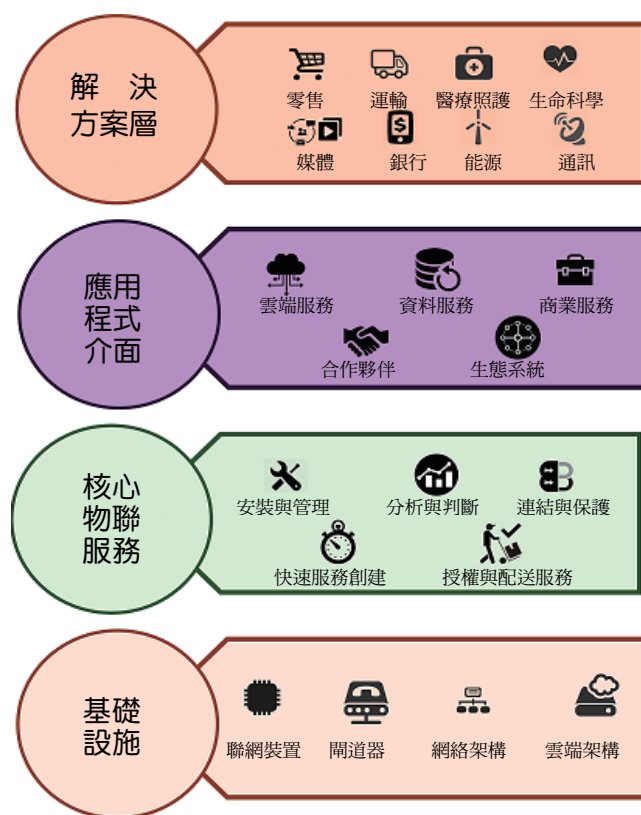
生態系概念源自生物學，近年被產業界廣泛引用，意指塑造一個類似大自然環境生態的體系，透過充足的養分和適合的環境，使這個生態圈產業鏈的每個環節各部門企業都能在適當的環境下相互合作，自我成長、汰換、再成長，生生不息支撐產業持續發展。如圖 7-1-1 所示，物聯網生態系由 4 個層級堆疊而成，包括：（一）物聯網裝置與雲端網路架構等基礎設施；（二）確保物聯網平臺連結性與安全性的核心物聯網服務；（三）支援不同標準的應用程式介面（Application Programming interface, API）所提供的雲端、資料與商業服務，這層級也是目前國際物聯網平臺發展各自生態系的主要內容；以及（四）各領域運用物聯網的解決方案。

而在圖 7-1-1 物聯網生態系底下，各大企業如 Amazon、Google、Microsoft、Intel 等，均致力於以自身專長，結合軟硬體外部資源打造各自的物聯網平臺。以 Intel 在 2014 年提出的物聯網平臺（Intel IoT Platform）架構為例，可以分為 4 個層級：（一）聯網裝置：透過智慧聯網裝置進行資料收集與啟動機器；（二）智慧邊緣：在資料收集端即透過資料分析篩選，決定哪些資料需要傳輸到資料中心或對裝置下指令；（三）將資料轉換成洞見：透過雲端管理系統儲存處理資料、進行雲端資料分析、裝置與網路管理；（四）資料視覺化與商業化：透過各種應用程式介面開發與分析，自動啟動相對應的營運決定，或提供各式商業服務與解決方案。

雖然 Intel 是由其專長軟硬體設備開發所建立的物聯網平臺，而 Amazon、Google、Microsoft 則分別以雲端架構、視覺資訊與大數據軟體系統等核心專長，發展物聯網平臺，然而其共同點均在整合外部資源建立開放性架構，達到技術、軟硬體與服務創新，同時

協助企業套用並修改所提供的物件，使企業專注發展增值功能，而不需發展基礎元件或建構整套物聯網系統，以降低進入物聯網障礙，並加快產品或服務上市時間。由於目前尚無任何一家企業，可以獨自掌握物聯網發展技術關鍵與商業模式，且物聯網真正的價值不是在硬體，而是在聯網後的創新服務，並透過這些創新服務供給創造市場需求，進一步拉抬硬體與平臺服務。

圖 7-1-1 物聯網生態圈



資料來源：Somasundaram Jambunathan(2015), *Internet of Things- Security and Privacy Consideration*.

因此，不同於過去企業單打獨鬥企圖壟斷市場的方式，物聯網下主流均認為應該把市場的餅做大，因此帶給新創團隊或中小企業以下契機：

- (一) **中小企業能快速導入物聯網創新：**各種開放性物聯網平臺提供簡易布建流程，以期促進廣泛層面的應用開發，使得新創或中小企業可以較低的成本，快速地進入物聯網生態系。此外，由於各企業平臺生態系的競爭，希望藉由新創或中小企業的創意，增加其平臺技術、價值與成功案例，也提供中小企業優惠方案，協助企業發展物聯網應用；如 Google 提供有潛力的新創團隊 10 萬美元，使用 Google

的雲端平臺，Amazon 也提供免費用量方案、技術支援、培訓，以及第三方合作網站的服務優惠等，吸引新創與中小企業的誘因機制。

（二）**增加與大企業合作的機會**：除了參與大企業的生態系，許多大企業也透過投資或併購，以獲取新創企業的研發能量，如 Google 併購 Nest，往智能家電領域發展，小米創辦人宣布將投資 100 家智慧硬體公司，鴻海也宣布將挪出 20%-30% 資源投資新創公司以布局物聯網，均使得新創與中小企業有更多機會與大企業合作，共同開發物聯網商機。

二、物聯網對產業的影響

（一）物聯網經濟階段性影響

物聯網包含「消費物聯」和「產業物聯」（Industrial Internet of Things）；前者主要在增加消費者生活健康、安全與便利；後者則應用在製造業、能源供應業、農業、礦業、運輸業、醫療保健服務業產業的升級轉型。根據 WEF（World Economics Forum），物聯網對產業的影響可以分為效率提升、創新產品服務、成果經濟與智能經濟 4 個階段。在效率提升階段，主要在利用物聯網的監控、最適化和自動化功能，促進操作效率，包括資源整合、降低操作成本、提升員工效率等；在創新產品服務階段，則會出現商業模式的改變，譬如改變現在以時間為主的租賃或買賣方式，改為產品共享並以使用量計價付費，如奧迪汽車的微分享計畫（Microsharing Plan），或是利用數據分析與軟體服務為產品加值（如智慧手環）；在成果經濟階段，將由平臺驅動經濟，企業間與顧客間合作增加，且企業將由銷售產品與服務，轉型為提供可衡量運用的數據、成果與問題解決方案，也可能出現按「成果付費」（pay-per-outcome）的商業模式；而物聯網最終將走向智能經濟，透過完善的聯網體系、人工智慧、自動與智能化，持續偵測服務需求，達成資源配置與使用最適化。

效率提升與創新產品服務在近兩年內就會廣泛發生，由 WEF 調查企業採用物聯網的理由顯示，企業利用物聯網以最適化資產利用、減少營運成本、提高勞工生產力與安全、創新服務以創造營收、維持企業永續發展與強化顧客體驗，即反映這個情況。（表 7-1-1）

然而，要走向智能經濟，仍有包括科技進展狀況、設備與系統互通性、資安隱私問題、智慧財產權、組織商業模式發展及政府法規發展等技術與非技術面因素需要克服。研究機構 Machina Research 在 2015 里斯本的物聯網大會上，即提出中小企業在物聯網大規模布建中有許多商機，但是目前應用的破碎性與多元化仍需要整合。由圖 7-1-2 可看

出物聯網如何串聯未來生活與產業，但要串聯並整合各節點的物聯網應用，機器之間的溝通（M2M）問題仍需要解決，也因此預估未來人工智慧與機器學習發展將是關鍵，研發型企業應及早投入相關領域。

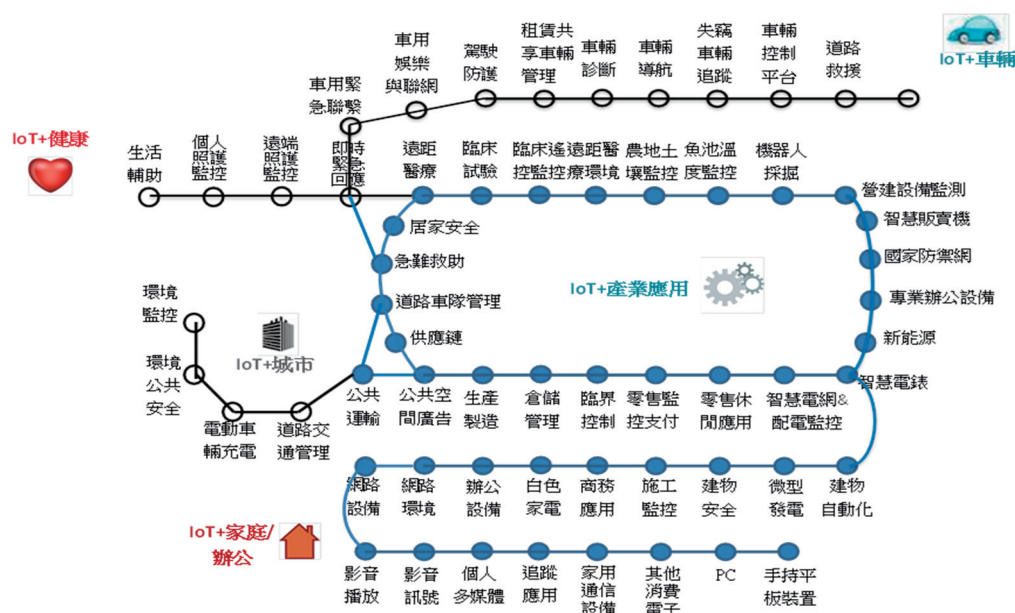
表 7-1-1 企業採用產業物聯網的理由

單位：%

項目 重要性	最適化 資產利用	減少 營運成本	提高 勞工生產力	強化 勞工安全	從新產品 和新服務 創造新收入	提高 永續性	強化 顧客體驗
極度重要	36	36	20	16	40	25	19
很重要	43	45	54	26	34	42	45
重要	16	16	22	28	25	30	26
稍微重要	4	3	4	28	0	3	10
不重要	1	0	0	2	1	0	0

資料來源：WEF(2015), *Industrial Internet of Things: Unleashing the Potential of Connected Products and Services*.

圖 7-1-2 物聯網串接產業



資料來源：IEK（2015），《推動中小企業站上互聯網+2.0 浪頭》，整理自 Machina Research 2015 簡報。

（二）跨界平臺與製造業服務化趨勢

由於物聯網時代硬體毛利會越來越低，因此有許多硬體廠商也開始跨界平臺，走入軟體與系統管理等服務。如本業在工規行動電腦的精聯電子奠定在其硬體裝置布局上，開發行動裝置與應用軟體管理平臺 Mobolink，提供雲端應用管理介面供其他廠商做跨

系統整合，並與微軟合作提供大數據服務；除了進行物流管理，未來也希望能做到預防性維修。電腦與工業自動化設備大廠研華科技，目前除了有各種溫室監控方案，也推出智慧農業解決方案，建構專為高檔魚類養殖的漁菜共生養殖溫室，透過對引進室內養殖池的海水進行溶氧、氨氮、pH 值與水溫等監測，管理者能以行動裝置隨時監看養殖場狀況；而當數據出現異常時，系統也會自動發送簡訊通知負責人，以便讓養殖溫室始終處於最適狀態。此外，也結合光電、建築及農畜牧業等跨界合作，打造 LED 植物工廠。

另一個國際著名案例為晶片大廠高通跨界智慧醫療。晶片大廠高通全資子公司於 2011 年成立 Qualcomm Life（高通生命），提供無線醫療服務，推出可插在插座上的 2net Hub 健康追蹤器與行動版 2net Hub，用戶不用任何操作或資通訊知識，2net Hub 就可以自動收集配戴者身上的血糖、血壓和心跳等健康接收器，發送到專業醫療平臺。2013 年高通進一步收購 HealthyCircles 照護協調平臺，以管理並傳輸數據，在用戶授權下將用戶數據傳輸給醫療照護機構，監控身體狀況、用藥與飲食，並依照數據使用量向合作的醫療或保險機構收取費用。醫護人員可監控用戶狀況，隨時提出警告或建議。數據範圍除了從患者端傳來的即時生理數據，還整合患者的家族病史與病歷紀錄等，提高遠端診斷與追蹤的準確度。高通並與包括羅氏（Roche）等近 500 家廠商合作，擴大聯網醫療規模。

（三）商業服務智慧互動化趨勢

除了製造業結合服務，物流與零售等商業服務則將呈現更透明、多元、互動與個性化趨勢。物聯網在商業服務的應用上，主要在提升消費者體驗、供應鏈優化與創造新的通路與商機。在消費者體驗方面，透過微定位技術，並結合消費者個人特性與歷史消費資訊，可以更準確地推播客製化商品訊息、折扣或禮品兌換卷，或根據待購清單帶領消費者直接走向標的，在消費者經過螢幕時顯示消費者可能有興趣的商品，並直接掃描螢幕 QR Code 購買商品等；消費者也可透過虛擬裝置試穿衣服或掃描商品資訊，了解更多商品成分、履歷或其他樣式顏色等。而商家則可透過消費者動線、商品與廣告停留時間調整商品擺設，透過智慧裝置監控商品存量或食物新鮮度，動態調整商品售價，或是依據人潮櫃檯開放數量，並引導消費者動向等。此外，結合家電製造、智慧裝置業者與零售平臺，也可在日常用品如洗衣精或食品存量低時，自動通知商家送貨，提高消費者購物便利性與忠誠度。智慧物流則是支援智慧零售重要的一環。物聯網的使用使得物流業者更能掌握全球貨物資料、貿易資料與物流追蹤，降低存貨存量，並提高貿易風險控管能力。

目前有許多大型百貨與零售業者如 Tesco、Walmart，以及我國的 101 百貨、全家便

利商店、燦坤與特定商圈小型商家等，都已開始利用物聯網以提升服務體驗與效率。在智慧應用趨勢下，消費者將更追求獨特與個性化的消費體驗，具特色的中小型商家將更容易被看見。小型商家除了能藉由物聯網服務平臺的平價服務，導入數據分析，也可以聚落或商圈方式，合作提供特色與優惠地圖推播。此外，也可藉由與大型零售百貨合作，提供更多元的商品，達到雙贏效果；譬如高雄夢時代百貨曾與資策會合作實驗計畫，在虛擬購物牆輪流推播會員商家商品，消費者可透過智慧型手機掃描，預約相關會員商家的商品與服務。

三、物聯網商機預估

Gartner 預測，2016 年全球連網物件數量將高達 64 億件，到 2020 年更將增至 208 億件；2016 年由物聯網硬體支出為 14,140 億美元，所帶動的服務支出金額達 2,350 億美元。目前物聯網商機還在物的擴大階段，隨著物聯網應用成熟，服務價值將高於硬體價值。McKinsey（2015）對 9 個物聯網使用場域的研究，預估到了 2025 年，物聯網可有 3.9 兆至 11.1 兆美元的市場價值。（表 7-1-2）

表 7-1-2 物聯網 2025 年經濟價值預估

單位：10 億美元

場 域	2025 年 物聯網價值	主 要 應 用
個 人	170-1,590	透過穿戴裝置等監控與管理疾病，增進健康與效率。
家 居	200-350	能源管理、安全管理、家務自動化、使用基礎付費的家電。
零 售	410-1,160	零售場域包括銀行、商店、運動中心等，應用在自動結帳、最適商品擺設、智慧客戶關係管理、客製化促銷、存貨管理等。
辦公室	70-150	組織改造、實境培訓、能資源監控管理、建築安全、員工管理。
工 廠	1,210-3,700	泛指標準化製程與重複性工作場域，包括醫院與農場；應用在最適化操作、預防性維護、存貨管理與健康安全維護。
工 地	160-930	包括礦氣油業與建築工地等場域，應用在最適化操作、設備維護、健康安全維護、以及物聯網驅動的研發。
交通工具	210-740	交通工具的維護，降低保險、事故、維修。
城 市	930-1,660	城市公共空間與設施，交通規劃與控制、智慧電網、環境監控、資源管理。
其 他	560-850	包括城市之外的自動車、實境路況、物流、導航等。
總 計	3,900-11,100	

資料來源：整理自 McKinsey Global Institute(2015), *The Internet of Things: Mapping the Value Beyond the Hype*.

由於物聯網還在起步階段，有許多技術面、經濟面及制度面的挑戰，其發展與應用在進程上還有許多不確定性，因此根據 McKinsey 的預估低點與高點有極大的差距。所謂挑戰是商機的偽裝，這些技術面與經濟面的挑戰，即是中小企業可以著力的方向。此

外，由於物聯網趨勢下，將出現許多針對特定族群、地區或產業的多元但小規模服務，適合中小企業規模，以及其靈活、彈性與創新特質，如何從已經建立的經驗觀察產業與消費者需求，切進適合自己的利基市場，進入物聯網平臺網絡，以掌握物聯網商機，是迫切需要思考的議題。

第 2 節 國際發展物聯網主要政策措施

由於新加坡與韓國與我國產業型態較相近，本節將簡述新加坡、韓國與臺灣的物聯網政策，協助中小企業發展物聯網措施，使中小企業了解在政府政策推動下的政策工具與發展機會。

一、國際發展物聯網主要政策措施

（一）新加坡

新加坡政府自 2006 年推動「2015 智慧國」（Intelligent Nation 2015, iN2015）的 10 年計畫，推動寬頻網路建設與普及；2014 年新加坡小於 10 人的企業有 86% 已採用寬頻網路，10 人以上的企業採用寬頻網路的比例更高達 97%，為全球網路整備度最高的國家。建立在「2015 智慧國」基礎上，2015 年新加坡政府緊接著利用物聯網科技，啟動全球第一個智慧國家藍圖「智慧國家 2025」（Smart Nation 2025）計畫。「智慧國家 2025」的核心為連結（Connect）、收集（Collect）與理解（Comprehend）；亦即，透過提供安全、高速、經濟、安全且具擴展性的全國資通訊基礎設施，以及遍布全國的感應器進行資訊收集，在資通訊安全保護及管理下，做適當的資訊分享，並透過收集的即時數據分析，預測民眾需求，提供更全面且完善的服務。

自宣布智慧國家計畫以來，目前已經有了顯著的進展，尤其是在解決新加坡面臨的交通壅塞、高齡化與人力不足問題上。2015 年新加坡已在裕廊湖區進行示範試點，打造異構網（Heterogeneous Network），使用戶在移動中及不同網路中能獲得高品質且不間斷的網路服務；新加坡國立大學也啟動物聯網遠端復健示範計畫，利用穿戴裝置監控中風復健與慢性病患數據，照護人員則透過手機或平板電腦指導復健。此外，利用智慧物流降低中小企業物流風險與存貨成本、透過資料分析改善交通系統、建立完整的網路安全防禦能力確保資料流通安全性、自動駕駛交通工具，以及產業與服務機器人使用等，均為新加坡智慧國計畫的優先項目。新加坡政府希望以整個新加坡為物聯網示範區，積極吸引新創企業到新加坡創業，提供創新智慧國家解決方案。

新加坡企業都必須要加入其所屬的公會，如新加坡製造業總會（Singapore Manufacturing Federation），其主事者不只有各產業領導業者，也包括政府人員，非常積極對其會員傳達各種政府政策與活動相關訊息，並透過電視廣播宣傳，使得新加坡的民眾與企業對政府政策與措施的了解程度極高，有助政策推行。在協助中小企業參與智慧國計畫方面，新加坡有以下作法：

1. 提供「生產力創新及優惠計畫」（Productivity and Innovation Credit），凡用於（1）購置或租用指定的資訊與科技及自動化設備、（2）員工培訓、（3）購置或授權使用知識產權、（4）註冊知識產權、（5）研究與發展，以及（6）或新加坡設計委員會個別批准的項目等 6 項提高創新與生產力方面的投資，都可申請現金補貼或稅額扣除。
2. 鼓勵資通訊業者提供中小企業採用新興資通訊升級的解決方案，並與中小企業合作進行示範計畫；有大規模布建潛力者與擴散效果者，可以透過「部門示範方案補助計畫」（Piloting New Sector Solutions）獲得成本最高 80% 的補貼。
3. 除了提供優惠稅率、建立創新創業園區及育成加速計畫吸引新創團隊，新加坡資通訊發展局（Information and Infocomm Development Authority, IDA）也透過「Accreditation@IDA 鑒定計畫」協助新創團隊取得政府採購專案。
4. 試辦資料即服務（Data-as-a-Service, DaaS），利用私部門與民眾提供資料，測試並探索公共資料平臺的可行性，以及增加資料品質與可見度，解決將資料貨幣化面臨的各種問題；此外，也運用各種如駭客松等活動推廣公開資料的運用。
5. 透過與 Intel、Microsoft 等企業合作，以及產業諮詢聯盟（Advisory Group, ARC）提供中小企業相關指導、諮詢與協助。譬如新加坡標準、生產力與創新局（Standards, Productivity and Innovation Board，簡稱 SPRING）與 Intel 合作，協助中小企業在物聯網與智慧穿戴領域的商機探索與技術性協助，目前已經與 9 個當地中小企業成立夥伴關係；Microsoft 也與超過 50 家當地資通訊企業成立夥伴關係，共同解決高齡化與智慧建築面臨的各種挑戰。
6. 以積極的態度協助新創企業面臨的法規問題，包括行動創新金融和無人車等，主管單位均積極參與討論，提供想法並協助排除新科技或服務測試遇到的法規障礙。

（二）韓國

韓國高速網路基礎設施完善，但在物聯網布局與競爭力上卻不如歐、美與中國等地，

韓國政府遂於 2014 年提出「發展物聯網總體規劃」(Master Plan for Building the Internet of Thing)，希望透過物聯網發展創造高速連結的數位革命，在 2020 年達到物聯網國內市場由 2013 年的 2.3 萬億韓元擴張到 30 萬億韓元，物聯網出口中小企業與中堅企業由 70 家提升至 350 家，就業由 2,700 人為增加至 30,000 人，使用物聯網的企業生產力與效率平均提升 30%的目標。

韓國提出 4 大物聯網發展策略，包括：1.增加政府之間，以及與國際企業、社群、服務提供者等合作，建立物聯網生態系統；2.改變過去閉門創新模式，鼓勵開放式創新；3.透過與國際夥伴合作，發展針對先進製造業的軟體與創新服務增值，由創新服務拓展全球市場；4.針對大企業、中小企業與新創公司制訂發展策略。其中，韓國政府針對中小企業與新創提出以下作法：

1. 建立並提供開放式平臺與試驗場域，以降低中小企業發展物聯網的成本與產品上市時程，並且支援軟體、感測器、裝置與使用者企業等不同部門的彼此合作。
2. 組織包括國際企業、大企業與小企業合作的計畫團隊，協助專業物聯網中小企業發展；並以區域特製計畫將物聯網技術應用在中小企業的製造，拉抬傳統產業的成長。
3. 透過團隊為主的教育與訓練，培育物聯網創業家，建立良好生態系統，並提供各種硬體、軟體或創客空間等免費資源，協助新創團隊由概念、創投、原型製造、商品化、進入國際市場與認證等，提供全面的支援與服務。

韓國政府自 2004 年起即開始智慧韓國(U-Korea)與智慧城市(U-City)計畫，期望藉其資通訊製造領導地位與全亞洲覆蓋率最高的快速網路為基礎，利用無線感測器，打造資源數位化、無縫行動連接的智慧城市。由於當時感測器價格昂貴、開放數據質量不佳，以及缺乏經驗等因素，遭遇許多挑戰；但隨著感測器價格下降，以及其經驗累積與政府的大力支持，將能快速協助中小企業打造物聯網生態圈。

值得借鏡的是，韓國政府以智慧城市示範區為試點，包括從零開始，填海造地建設的松島，在規劃期即堅持先進的資訊化觀念，開展涵蓋家居、廢棄物處理、醫療、交通、零售、娛樂、電力、能源與建築物等智慧建設與應用服務，並在城內設立技術園區，讓相關產業進入。松島智慧城預計於 2020 年完工。此外，韓國政府並於 2015 年宣布 14 個法規自由示範區(regulation-free zone)，成為物聯網、生物保健、無人機與智慧裝置應用的測試場域；在這些地區收集的大數據可以提供給企業應用，並在法規自由示範區裡測試，也能避免現有的法規對新興科技與服務的限制或阻礙。在南韓圍棋王在比賽中輸給

Google 的人工智慧程式 AlphaGo 後，南韓政府亦宣布，將投入 8.63 億美元（約 1 兆韓元）在接下來的 5 年專注 AI 人工智慧，也將吸引相關企業投入。

在智慧城市計畫下，韓國政府創造許多與新創中小企業合作的機會，包括設計遊戲任務提升觀光客體驗、透過物聯網分享當地居民停車位給觀光客使用，以及垃圾收集與交通安排等應用。預估在資通訊基礎扎實與政策推動下，韓國中小企業將能快速融入物聯網生態系，並會有顯著的成長。

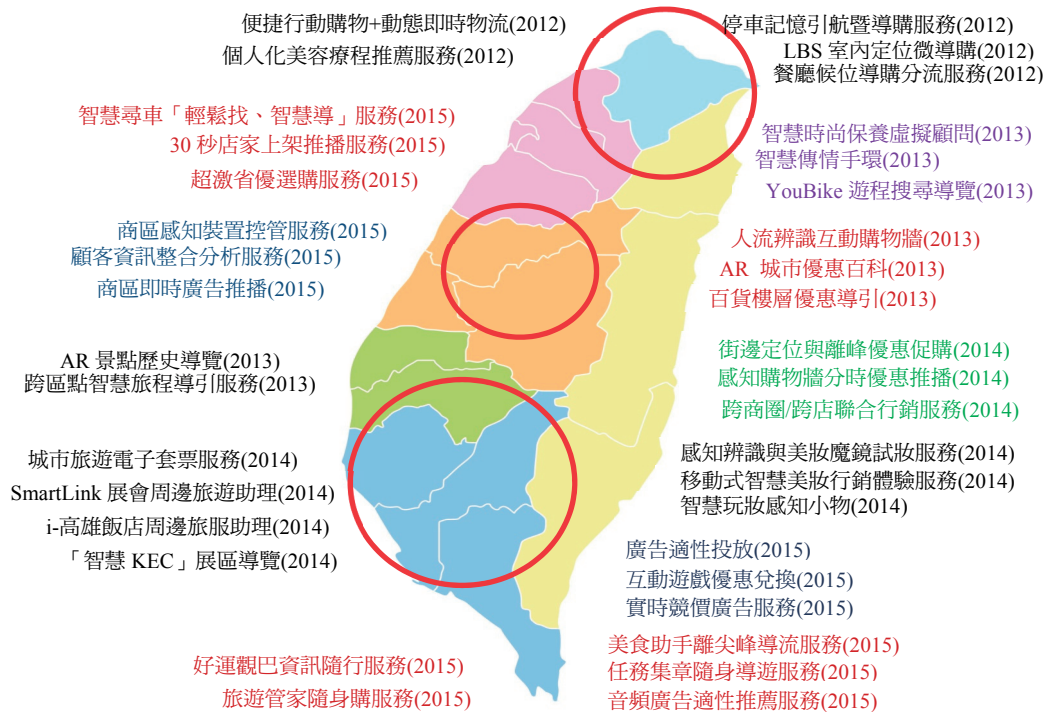
二、我國發展物聯網主要政策措施

臺灣資通訊基礎建設推動自 2002 年至 2016 年，歷經 e-Taiwan, u-Taiwan, i-Taiwan 3 個政策方案階段，主要以布建全國高速寬頻與無線網路、政府服務 e 化、縮短數位落差，並促進民間投資智慧產業等目標推動。

雖然物聯網在近兩年才在臺灣大量被提及，但依據 2011 年「行政院智慧聯網產業發展策略會議」，希望以智慧聯網為基礎建置商區創新服務，以及 2012 年「經濟動能推升方案」與「臺灣產業結構優化－三業四化行動計畫」中，推動服務業科技化與國際化的政策方針下，經濟部商業司委由資策會創新服務應用中心執行「智慧聯網商區整合示範推動計畫」，鼓勵商業服務、生活服務、資訊服務、媒體行銷、行動應用服務等領域業者組成團隊參與商區示範計畫，除了提升商業服務價值，也希望能以示範場域培養業者發展解決方案，並擴大規模應用到其他地區或輸出國際。「智慧聯網商區整合示範推動計畫」在 2012 年至 2015 年，於信義商區、大光華商圈、忠孝商圈、永康商圈、西門商圈、天母商圈、士林商圈、高雄展覽館、旗津、鹽埕、臺中勤美等商區，推動 37 項聯網創新服務（圖 7-2-1）。在計畫執行過程中，不僅促進中小企業業者組成團隊共同進行示範項目，也培養一些新創團隊與物聯網系統解決供應商。

自 2014 年起，物聯網應用快速成長，使產業與民眾生活產生巨大的改變，而為了解決產業與社會面臨的各種問題，臺灣的資通訊與產業政策，也朝向智慧化應用發展。2015 年政府公布並開始推動「創意臺灣」（ide@Taiwan2020）與「生產力 4.0 發展方案」兩項重大政策，2016 年新政府上臺後，並提出綠能、物聯網、生技、智慧機械與國防等 5 大產業創新研發計畫，以促進臺灣產業升級，並解決社會發展面臨的問題，並希望以亞洲矽谷計畫，帶動臺灣物聯網應用發展。這些政策與物聯網相關部分，整理如表 7-2-1。

圖 7-2-1 「智慧聯網商區整合示範推動計畫」執行成果



資料來源：資策會創新應用服務研究所提供。

表 7-2-1 臺灣物聯網相關政策

政策名稱	與物聯網有關之政策內涵
創意臺灣政策白皮書	■ 在以民為本、公私協力、創新施政的核心理念下，推動透明治理、智慧生活、網路經濟、智慧國土與完善基礎設施等 5 大構面 18 項子議題，進行動態調整。 ■ 在基礎環境整備方面，包括虛擬世界法規調適、資通訊環境整備與網路資安隱私聯防與相關產業發展。 ■ 智慧生活、網路經濟、智慧國土則是物聯網應用並導入民間創新應用的展現。
生產力 4.0 發展方案	■ 透過優化領航產業智慧供應鏈生態系統、催生新創事業、促進產品與服務國產化、掌握關鍵技術自主能力、培育實務人才、與挹注產業政策工具等 6 項推動主軸，推動生產力 4.0 產業發展，以加速產業鏈垂直、水平數位化及智能化加值轉型。 ■ 在生產力 4.0 基礎環境布建下，將研發包括智慧感測、異質網路整合、物聯網應用開發平臺、CPS 應用服務平臺、巨量資料分析平臺等，並聚焦 7 大產業的物聯網智慧應用。
5 大產業創新研發計畫	■ 在物聯網產業方面，將選定不同城市發展智慧城市，並優先投入智慧物流、交通與健康照護，作為物聯網與大數據應用的實驗場域。 ■ 選定桃園成為亞洲矽谷基地，建構亞洲創新創業中心與青年創新 IPO 中心，透過創新研發與國際合作，尋找智慧商機。

資料來源：整理自創意臺灣政策白皮書、生產力 4.0 發展方案與 5 大產業創新研發計畫。

這些政策中，主要是透過法規鬆綁、建構創新創業生態環境、技術研發等方式，以及創新應用等，達到產業升級與智慧國家目標。在上述政策方向之下，針對新創與中小企業的發展策略包括：

- (一) 透過公協會與推動委員會合作，宣導物聯網概念與示範，並針對中小企業需求，研發智慧生產、共通技術基礎平臺與物聯網平臺等，協助中小企業切入智慧製造市場。
- (二) 開放政府資料，並以推動產業輔導、創新應用競賽與資料開放人才培育，獎勵新創企業應用開放數據。
- (三) 透過健全法規制度，政府資金資助、引進專業能量與國際鏈結等，協助創新創業環境建置，相關措施與資源列舉如表 7-2-2。此外，為使創新創業團隊能依照需求尋找適當資源，也將創業資源統整於創業青年圓夢網，並透過經濟部中小企業處提供創業單一服務窗口服務。

表 7-2-2 臺灣協助創新創業政策

健全法規制度		政府資金協助	專業能量與國際鏈結
已完成	未來規劃		
強化新創事業籌資管道與人才進入，包括： ■ 有限合夥法 ■ 公司法閉鎖性股份有限公司專節 ■ 股權式群眾募資 ■ 電子支付機構管理條例 ■ 開放創業家簽證	■ 鬆綁學校及其師生參與創業規範 ■ 放寬高階及技術人才簽證及移民條件 ■ 所得稅制檢討 ■ 完善天使、創投及 IPO 機制 ■ 持續檢討虛擬世界法規，避免創新阻礙	■ 科技部：創新創業激勵計畫 ■ 經濟部：企業小頭家貸款、青年創業啟動金貸款 ■ 國發基金：創業天使計畫、創業拔萃方案投資計畫、臺灣矽谷科技基金 ■ 地方政府：臺北市創新育成暨天使投資補助	■ 與矽谷及國際加速器合作 ■ 臺灣創新創業中心/臺灣創新快製媒合中心(鏈結矽谷方案) ■ 臺灣新創競技場 ■ 大專院校與法人創新創業中心 ■ 臺北市創業門診(創業綜合科、會計、智財、法律、行銷、股權募資、投資) ■ 新北創力坊

資料來源：羅鈺珊（2016），《物聯網經濟下中小企業的契機》。

第 3 節 臺灣中小企業發展物聯網之案例與探討

本節首先將介紹臺灣物聯網企業成功案例，並與前述分析及公協會訪談結果，歸納物聯網下我國中小企業發展的機會與挑戰。案例分析包括物聯智慧有限公司、行動貝果、盾心科技，以及睿能科技，透過這些企業的發展歷程、產品服務內容，以及創業過程中所遇到的困難，了解臺灣中小企業目前在物聯網領域的應用、發展契機與其創業過程中

遇到的困難與挑戰。其中，睿能科技雖然在短期間即由20人的新創團隊發展成大型企業，但其發展過程正可說明在網路時代若產品或理念值得投資，很容易造成市場上主要領先企業洗牌或翻轉產業的特徵，也可說明物聯網時代解決問題是新創團隊切入的契機，因此仍納入標竿案例。

一、臺灣物聯網新創與中小企業案例

（一）物聯智慧（ThroughTek）

1. 公司發展歷程與現況

物聯智慧股份有限公司於2008年成立，致力於裝置連線技術與雲端服務平臺開發。成立之初為影像監控的系統整合商，業務包括協助各種專用場域的安防監控系統規劃與建置。之後在公共與商業監控市場逐漸飽，且以提供硬體為主的市場利潤空間越來越小的背景下，逐漸轉向消費型市場，開始運用軟體技術開發能力，協助客戶解決拓展消費型市場時，消費者購買安防監控類產品不易自行DIY完成安裝設定的問題；譬如為協助直覺的處理IP Camara硬體安裝與設備聯網等複雜的設定，物聯智慧開發設定容易、操作簡單之設備點對點（P2P）連線技術，應用於消費型影像監控產品之上，並研發了UID（每個聯網設備的身分識別碼）識別技術，將此識別碼以QR Code形式附在產品上，使用者只需掃描產品上的QR Code，即可輕鬆完成將設備連結網路的設定。這簡單快速的設定安裝方案，為物聯網硬體產品在終端消費市場快速擴散奠定了重要基礎。

物聯智慧董事長郭啟銘在早期主要是提供連線軟體技術及解決方案給中國大陸安防監控製造商，在臺灣尚未熟悉物聯網之前，即洞察萬物聯網的趨勢，以「物聯智慧」為公司命名，並逐漸擴大商業合作對象，至今OEM/ODM業者、晶片商、家電品牌商及電信商都是主要客戶群。物聯智慧未販售任何硬體產品，而是將其核心連線軟體技術SDK建置於SoC晶片當中，從韌體底層賦予各式硬體產品連上雲端的能力；同時，物聯智慧進一步開發Kalay雲端服務平臺，提供多種雲端服務，包含資料蒐集、數據分析及智慧後臺管理等。

物聯智慧目前總部與研發中心設在臺北，並在深圳、東京、上海、香港與倫敦設有營業據點。2015年合併營收超過新臺幣1億元。

2. 如何利用物聯網發展產品與服務內容

物聯智慧於2014年推出由Kalay Connect、Kalay Cloud及Kalay Apps組合而成的Kalay雲端服務平臺，為欲投入物聯網發展之企業型客戶擴大服務範疇，提供物聯網解決

方案。Kalay 名稱來自臺灣蘭嶼雅美（達悟）族的語言，意為「牽手」；象徵物聯智慧的雲端平臺極具彈性，可跨作業系統快速串聯各種智慧應用的特色。

有別於市場上一般雲端平臺以處理簡單資料為主，Kalay 雲端服務平臺專注於技術難度較高、資料量較大的影像應用解決方案，以點對點連線技術為基礎，連結不同品牌，支援各式作業系統，也開放應用程式介面與第三方服務對接，以彈性的模組化與雲端服務，協助企業快速擴充物聯網應用，並以數據分析協助企業取得市場先機並優化消費者體驗。Kalay 平臺現階段提供包含雲端儲存服務、即時監控及錄影、影像傳輸、多媒體影音、邏輯引擎、即時訊息推播、資料蒐集及分析、遠端控制及管理硬體裝置等十多種不同功能的模組，可依照不同市場及客戶需求，彈性選擇方案組合。目前全球已經有超過 1,100 萬臺影像監控裝置連接 Kalay 平臺。每個月有超過 1.6 億次的裝置聯網。

在企業解決方案上，Kalay 提供智慧工業、智慧零售、智慧農業、智慧建築及健康照護等服務；在消費應用端，則提供消費性電子產品、智慧手環和智慧眼鏡等穿戴裝置、安全監控、雲端儲存及電視機上盒等服務；智慧家庭的自動化套件包括網路攝影機、閘道器、各式感測器、具備監控功能的掃地機器人、保全看護機器人、可監控的門鈴等。

3. 主要合作夥伴與客戶

Kalay 目前已完成 180 種以上的晶片系統整合，是擁有完整產業生態鏈的物聯網平臺，策略合作夥伴超過 50 家，包括瑞昱、聯發科、德州儀器、恩智浦、安霸、博通、海思等。物聯智慧以核心之 Kalay 平臺與全球主要 OEM/ODM 廠、品牌商、系統整合商，以至晶片商建立緊密合作關係，能因應不同類型客戶之需求，協助快速導入產品開發，加速產品上市時程，更能有效節省營運成本。在建置雲端伺服器基礎架構方面，合作夥伴則包括亞馬遜 AWS、微軟 Softlayer、IBM Bluemix 與阿里雲等雲端服務商。2016 年的最新突破則是成功進軍中國大陸車聯網市場，物聯智慧與上海通用汽車建立合作關係，在其第三季推出的別克及雪佛蘭新車款中，將採用物聯智慧技術的智慧型行車紀錄器列為出廠標準配備。

物聯智慧未來將持續與 IC 設計廠深化合作，並奠基在安防監控、智慧家庭等領域基礎上，持續耕耘智慧家庭監控 DIY 產品市場，並持續深化與電信商、車聯網、智慧家電業者的整合應用，延伸至不同的物聯網垂直市場。

（二）行動貝果（MoBagel）

1. 公司發展歷程與現況

行動貝果（MoBagel）於 2009 年由一群專業的技術人員所組成，創立初期以開發 App、遊戲與雲端服務等軟體產品為主。2013 年，許多大公司看準 App 的商機，紛紛挺進 App 市場，使得像行動貝果這樣的小公司無法與大企業競爭而找尋另一條出路，以其技術開發能力推出 Meeti 物聯網雲端平臺，希望能協助傳統家電品牌發展智慧應用，在產品裡安裝軟體，做連網產品的資料分析。不過，在當時物聯網一詞在臺灣尚未被熟悉，且因合作的廠商認為產品尚無上網需求，在初期推展其物聯網服務時遭遇極大困難。

如同大部分的新創公司，行動貝果遇到最大的問題為資金不足與營運不易；直到行動貝果在 2014 年的「Salesforce \$1Million Hackathon」競賽中獲獎展現實力，開始吸引美國創投公司與投資人的注意。由於其資金來源多來自於美國創投公司，遂於 2015 年在美國成立公司，整併臺灣公司，成為跨國企業；美國辦公室主要為業務拓展，公司營運與研發都在臺灣。同年，行動貝果入選美國創業育成加速器 500 Startups，是唯一被錄取的臺灣團隊，獲得到矽谷學習行銷、融資與國際業務等機會。在 4 個月的訓練中，除了參與實務課程，亦有機會接觸當地客戶、廠商與國際企業等，更容易取得訪談機會以及募得資金，於是，行動貝果這一支有實力的團隊如虎添翼，逐漸打響名號與穩定發展，並獲得與日本軟銀（Soft Bank）合作機會進軍日本市場。

2. 如何利用物聯網發展產品與服務內容

行動貝果主要研發 App、各式平臺工具、雲端運算服務，透過將硬體商品搭載軟體技術並連上網路，蒐集產品的訊息與數據，再進行資料整合分析，提出行銷策略或環境改善等建議。行動貝果亦是透過與物聯網平臺如 Google, Amazon, Microsoft 合作快速導入物聯網工具並使用其平臺服務。不同於上述物聯網平臺的分析著重於過去歷史紀錄統計與現況管理，行動貝果專注在使用人工智慧與機器學習，分析未來趨勢與模擬預測。

相較於 Google 等物聯網平臺，行動貝果服務簡單精緻，更新改版快速，契合物聯網產業快速變化成長的特性，且可依照企業不同的需求提供客製化服務，或針對客戶需求設計研發軟體。有別於傳統高價的套裝軟體，行動貝果推出月費 99 美元和 499 美元的服務，快速打入物聯網市場。

在其服務應用方面，包括協助中華民國對外貿易發展協會追蹤世貿展覽遊客動態、廠商興趣與媒合，也參與 Panasonic 智慧家庭方案與 Philips 智慧建築監控，提供環境品質、空氣品質、人流及商場貨架預測分析。

3. 主要合作夥伴與客戶

目前，行動貝果獲得國發會、矽谷 500 Startups、FundersClub、新加坡最大電信商 SingTel innov8，以及日本軟銀等企業的投資，也獲得 Salesforce、Google、Microsoft Ventures、Amazon、Digital Ocean 平臺贊助，並透過與 Salesforce、Microsoft、Google、Amazon 及 ElectricImp 等進行策略聯盟，提供物聯網服務。

行動貝果目前業務拓展聚焦美國和日本兩大主要市場。在物聯網發展機會上，由於美國矽谷的資源豐富、投資風氣相當盛行，企業多抱持敞開與學習的心態，因此較容易找到願意投資的對象或合作夥伴。日本市場雖然屬於後進市場，起初對物聯網持保守態度，然一旦開始發展，速度便非常快；2015 年下半年日本開始對物聯網產生興趣，行動貝果剛好在對的時機點切入。行動貝果獲選日本軟銀的第一屆創新合作計畫，除了直接投資行動貝果的物聯網分析產品之外，軟銀也協助開拓日本市場，媒合許多知名品牌與行動貝果合作，目前在日本行動家電物聯網分析領域為市佔第一。主要廠商包括日本家電和商務機器，如公共洗衣機、自動販賣機和印表機等。由於中國因空氣品質不佳等監控需求，以及對創新服務接受度較高，行動貝果也開始進入中國市場。

（三）盾心科技（Umbo CV）

1. 公司發展歷程與現況

盾心科技公司成立於 2014 年，是全球少數同時擁有電腦視覺與機器學習技術團隊的公司。目前掌握這兩大人工智慧技術的公司多運用在無人車、無人機等領域，有鑑於全球安全監控市場已持續成長超過 10 年，但仍有許多問題未能解決，曾任職於安控公司擔任市場業務的 Umbo CV 執行長關宇翔嗅到人工智慧結合安控的商機。

在 2014 年時，臺灣的創業環境尚未成熟，而美國的創業環境則相對友善，因此盾心如同許多創業團隊都選擇在矽谷創業。盾心著重軟硬體整合的產品，儘管矽谷的創業資源豐富，然卻缺乏硬體的供應鏈產商。由於深圳硬體供應鏈知名度高，供應商多、生產成本低，且回應快速、洽談積極，因此成為多數外商尋找硬體合作對象的首選之地。但實際接觸後卻發現產品品質不穩定，因此關宇翔決定回到硬體供應鏈完整且品質良好的臺灣，尋找合作廠商與進一步發展的機會。

臺灣最大的優勢在大量優秀的軟硬體人才，但盾心科技創業遇到的最大挑戰卻是招募人才。在公司創立初期，關宇翔經過 6 個月的面談，才找到願意加入團隊者；後來因為獲得訂單與投資，才逐漸吸引更多成員加入。盾心科技目前的員工總數為 20 餘人，超過半數的員工為軟體研發人員，另有業務專員、硬體設計人員與產品開發人員等。

2. 如何利用物聯網發展產品與服務內容

安全監控業是個古老的產業，技術舊、產品舊、商業模式舊，且仍有許多人為或技術漏洞需要填補，因此萌生把物聯網技術引進安控業的想法。目前盾心科技所研發的攝影機具聯網功能，每臺攝影機都直接連結到雲端，並且結合人工智慧做影像辨識的技術。因為 Amazon 雲端服務市占率高，熟悉此系統的人多，且 Amazon 也對新創企業提供諮詢與資金，因此盾心科技選擇 Amazon 的雲端運算服務，但同時亦持續關注不同的雲端生態系統，如 IBM、Google 和 Microsoft 的雲端服務等，目的是為了瞭解各雲端所提供的差異化服務項目，以利用各平臺強項或因應業務與功能擴張需求。

盾心科技整合人工智慧的影像辨識軟體管理平臺 Aqua SmartCloud，與負責生產製造的硬體廠商合作後，開發出搭配使用的攝影機 Umbo SmartDome 來執行監視工作。基於電腦視覺與機器學習技術所開發出來的人工智慧影像辨識軟體，不僅可以偵測出異常，還可以發揮自我學習與分析能力，在短時間內藉由監控畫面展開學習，辨識影像中的物件與事件，像是侵入、群眾聚集、火災、搶劫等特殊危安事件。一旦發生意外或災害，即可透過系統即時通報負責單位，降低因安控人員疏忽未能即時反應機率，且進一步爭取更多救援時間。除了能偵測出異常，還可以準確判斷出事故類型，立即通報保全人員，減少誤判機率並加快危機處理時間。此外，人工智慧影像辨識軟體方案，不僅可幫企業降低維護成本，也可提升保全人力使用效率。

3. 主要合作夥伴與客戶

由於過去負責國外市場的背景，關宇翔相對熟悉國外市場，為了證明人工智慧與安控結合具備市場潛力，帶著測試產品前往美國、澳洲、杜拜等國家，先取得 4,000 萬元的訂單後，才回來開發產品。盾心科技亦於 2016 年 3 月 29 日宣布獲得 9,200 萬元種子輪投資，之初創投 AppWorks 領投，群聯電子、緯創資通、Mesh Ventures 聚達創投跟投，獲得臺灣指標創投及硬體大廠相挺。

盾心科技的商業模式主要針對企業（B2B），其設計的智慧安控攝影機已上市並逐漸量產，產品價格定價在一般中小企業均可負擔的範圍內，以歐美國家為主要銷售地點，亞洲市場目前也與具有購買興趣的客戶洽談中。

（四）睿能科技（Gogoro）

1. 公司發展歷程與現況

Gogoro 在 2011 年由前 HTC 創意長陸學森及前 HTC 技術長 Matt Taylor 共同創辦。

一開始 Gogoro 想做的是可以讓人帶著走並在不同系統共用的行動電源，建立能源網絡系統，而有了電池換電站“GoStation”的構想。GoStation 為一自動販賣機大小的換電站，只要拔出鞋盒大小的電池，插到換電站的空格，電池上頭的無線晶片會自動溝通，換一個充飽電的電池給使用者，用在電動機車或其他發電用途。陸學森的理念是在改變城市能源的使用方式、增加能源使用效率並降低對環境的衝擊，因此有了由智慧電池交換站、物聯網和電動機車所構成的新能源系統概念。而臺灣民眾習慣以機車為代步工具，也製造許多空氣汙染，也因此陸學森決定來臺發展，以臺灣成為其新能源系統的發源地與試煉場。這個構想獲得潤泰集團總裁尹衍樑 4,000 萬美元與宏達電董事長王雪紅 1,000 萬美元投資，成功募集初始創業資金。

由於創辦人與團隊本身就具有個人品牌與深厚的產業人脈，在外商臺籍菁英組成的核心團隊號召下，也因為自製自營電動機車的需求，很快由 20 多人團隊迅速擴展成目前超過 600 位規模的公司。然而看似極受幸運之神眷顧的新創公司，在成立之初也遭遇許多問題。首先是行動能源網絡系統是新觀念，也沒有既有的商業模式，因此必須要想出示範案例，也因為過去對電動機車時速、充電、里程等既定印象，不易找到願意合作的機車大廠，因此只能自己尋找合作夥伴研發製造電動機車，並於 2015 年正式推出他們的第一款產品 Smartscooter。其次是對於機車的刻板印象，使得 Gogoro 在初期布點時遇到一些阻礙。而 Gogoro 一開始以中高收入、喜歡潮流、3C 商品愛用者、喜歡客製化商品的族群為對象，訂價過高也造成進入市場的阻礙。這些問題都在決策團隊快速修正與大膽投資下一一解決。

2015 年 10 月 Gogoro 獲得《富比世》(Forbes) 評選「2015 全球百大新創物聯網公司」第 7 名，在當時總共募資 1 億 5,000 萬美元，是臺灣唯一上榜公司。在以公司規模、型態、員工資料、創意與顧客的生活連結等綜合指標評定的發展指數排行，Gogoro 更是高居第 2。在 Gogoro 官網上闡明，Gogoro 的創新價值不只在電動機車，而是在物聯網時代當中，帶給消費者突破傳統科技，同時也能於日常生活實用的產品核心價值。

2. 如何利用物聯網發展產品與服務內容

Smartscooter 靠核心 EV 電池維持電力，是 Gogoro 與 Panasonic 共同開發的電池，每一顆電池裡有 25 個感測器，監控電池壽命與使用方式，Smartscooter 上也有 30 個感測器以收集機車情況與使用者使用方式，提供專屬服務並收集數據用以改善產品設計。電動機車除了儀錶板能顯示電池電量，亦能透過專屬 App 查看，電池快沒電時也能透過 App 尋找距離最近的電池交換站。

Gogoro 能源網路換電池過程簡易，只要 6 秒鐘。當電池放回 GoStation 電池交換站時，經由近距離無線通訊技術上傳數據，騎乘者即可透過專屬 App 與帳號來掌握以往騎乘紀錄，包括平均時速、歷史最高速，而 Gogoro Smartscooter 智慧雙輪同時也能藉由數據分析騎乘者使用習慣，來控制電池出力等細微設計，達到更順暢、節能的表現。

除了機車故障或需要保養時有 App 推播預警與提醒，為了符合未來個人喜歡個性化事物趨勢，騎乘者也能設定儀表板色彩、音效、車燈主題等功能，創造獨特的騎乘體驗。由於電池的交換數據有助 Gogoro 了解各交換站的使用情況，也因此可以透過設計小遊戲，引導騎士在離峰時段或其他交換站換電池，以調節能源使用效率。

3. 主要合作夥伴與客戶

Gogoro 與 Panasonic 合作，使用與電動汽車 Tesla 相同的電池技術，並由世界傳動帶第一大廠 Gates 為其供應關鍵零組件，正新輪胎則為 gogoro 特製一款「雙能複合胎」。由於其設計概念與討喜的外表，Gogoro 電動機車在臺灣銷量逐漸增加，也與家樂福、便利商店等合作設置電池交換站，並與師大合作在師大商圈設立生態商店。由於大型都會城市目前均面對如何更有效率地改善能源的分布、管理與使用方式的挑戰，需要創新模式來協助能源使用效率與交通問題，達成智慧城市的目標，Gogoro 的電動機車不只有助紓解城市交通與汙染問題，其能源網絡系統與電池更能當成尖峰用電時的電源設備，調節尖峰與離峰時的電源使用量，也因此獲得許多歐洲城市的注意。Gogoro 將於 2016 年加入阿姆斯特丹「智慧城市體驗實驗室」計畫（Amsterdam Smart City Experience Lab），前往荷蘭阿姆斯特丹設置體驗店並建置電池能源交換網路。

二、綜合分析

由第 1 節的分析可歸納，物聯網趨勢下中小企業發展的契機包括：（一）平臺協助中小企業快速進入物聯網生態圈；（二）促進中小企業與大企業的合作；（三）創新服務與商品尚待開發；（四）挑戰即是商機所在。由上述物聯智慧、行動貝果、盾心科技及睿能科技發展過程，可發現這些創業者均由其過去工作經驗，發現物聯網的應用商機，而掌握物聯網發展契機，成為市場先驅者。

物聯智慧與行動貝果都是專業物聯網雲端服務平臺解決方案商，但也都加入如 Amazon、Google、IBM 等物聯網平臺生態圈，利用其提供的雲端服務平臺，進一步利基在自身技術，並以不同於大平臺的彈性，針對影像監控、智慧家庭與智慧建築等目標市場，為客戶提供客製、彈性、低成本的服務。盾心科技則是利用 Amazon 等雲端服務平

臺，快速開發技術與商品，結合臺灣硬體製造優勢，將物聯網導入傳統安全監控市場，解決安控市場人力與效率問題。由這 3 個案例技術可以發現，人工智慧、影像科技與機器學習均為物聯網發展的主要科技項目。睿能科技則是以解決城市能源使用問題的構想出發，掌握行動裝置、物聯網與大數據等科技趨勢，並結合臺灣的製造、設計與軟硬體整合優勢，將物聯網創新導入傳統機電產業，提供個人化服務。

由於目前物聯網正在發展階段，快速創新與商品化是掌握市場的關鍵，資金則能使研發團隊無後顧之憂大膽嘗試，快速從錯誤與商品反饋中學習，並嘗試各種平臺提供的模組與技術。由這些案例亦可發現，合作夥伴是這些企業能快速掌握物聯網發展契機的必要條件。除了利用物聯網平臺，以及與第三方服務、品牌或硬體製造商的策略聯盟，也都因為其創新服務與產品，獲得國發會、國內外創投或企業投資者的投資，解決資金問題，而能快速研發生產，領先進入市場布局。

物聯智慧與行動貝果曾經歷競爭壓力，而利用物聯網轉型；而上述企業在成立之初，也都因為物聯網概念在臺灣尚未普及，沒有可參考的商業模式或成功案例，而面臨尋找客戶、夥伴或人才的困境。值得注意的是，這些企業無論是市場或是團隊組成或背景也極國際化。行動貝果和盾心科技雖然研發與製造都在臺灣，但均因國內企業客戶對採用新科技或投資觀念較保守，選擇從國際市場出發，獲得肯定之後才回來開發國內市場，因此目前都以國際客戶為主；睿能科技雖然有其行銷策略，卻也是在國際展覽獲得好評，而受到臺灣市場矚目。顯示除了法規制度，國內創新創業文化與投資環境仍須加強。

三、臺灣中小企業機會與挑戰

（一）機會

由於物聯網是建立在互聯網的思維上，本質即為開放與合作。雖然傳統觀點認為，物聯網的發展是由大企業帶動，但大多數大型企業內部的產品開發過程過於笨重且透過投資報酬率驅動開發產品，這種方式不適合開發大量物聯網商品。物聯網不只技術分散，且物聯網下許多產品或服務需要客製化，有少量多樣的趨勢，適合中小企業的規模與彈性。第 1 節分析即指出物聯網趨勢使得中小企業能加入大企業的生態系，增加與其他企業合作的機會；物聯網的應用與創新服務，也造就許多新創企業的發展契機。由前述臺灣物聯網企業案例，也可看到利用物聯網平臺快速導入服務，與客戶共同研發以解決問題為導向開發利基市場，提供客製化小而精緻服務，以及獲得大企業投資或組成策略聯盟等共通性。

由於過去電子業的基礎，使得臺灣擁有全世界密度最高的工業電腦公司，以及優質的軟硬體科技人才；物聯智慧、行動貝果、盾心科技與睿能科技都是建立在創業者過去的工作與技術背景，且在業界經驗發現物聯網趨勢與市場需求，並利用臺灣優質人才組成團隊轉型成功者。隨著國際企業對物聯網的了解程度逐漸提高，以及尚有許多技術與服務尚待開發，全球企業與資金均在尋找有潛力的投資標的，在政府與企業的努力之下，臺灣優質團隊再次受到全球投資者與企業的注意，創新創業環境漸佳。預估在政府政策推動，建立物聯網示範場域並連結國際，以及更多成功案例啟發之下，會有更多臺灣的中小企業加入物聯網經濟，嶄露頭角。

（二）挑戰

歸納各文獻調查結果，影響企業使用物聯網的阻礙包括：1.管理階層不了解物聯網價值，缺乏願景與領導能力；2.缺乏足夠的標竿商業模式以供參考；3.不清楚科技現況，且科技快速變化影響企業投資意願；4.前期需要大量資本投資，不確定投資報酬率；5.製程或商業模式需要改變；6.基礎設施不足，且缺乏應用開發工具；7.缺乏足夠人才。這些阻礙對中小企業而言，都是極大的挑戰，亟需政策協助。透過訪談，發現除了上述共通性的障礙，基於臺灣產業發展歷史與企業文化，有些挑戰需要特別注意。

由於過去硬體代工產業的成功，目前許多臺灣企業雖然已經開始接觸物聯網，但許多思維仍從硬體與技術出發，希望透過大量聯網裝置獲利；然而，物聯網的核心價值是在透過這些硬體收集的數據，提供創新的服務以及商業模式，也就是應用服務那一塊。臺灣雖然也有很好的軟體人才，但較缺乏軟硬整合的人才。

Gartner 副總裁 Jim Tully 指出，物聯網發展將分為「物的增加」與服務驅動 2 個階段；第一階段製造業可能因此獲利，但最終物聯網帶來的價值主要將出自於服務，硬體生產價值較低；預估 2020 年，物聯網大約有 500 億美元的產值來自半導體、300 億美元來自通訊連結技術廠、60 億美元來自雲端平臺，而來自服務的產值，則會高達 2,500 億美元。因此，傳統組織必須以不同的思維看待物聯網商機，思考如何轉型提供創新服務。

此外，臺灣投資風氣較為保守，天使投資者不多，中小企業多依照客戶要求或市場需求調整，也就是被動式創新，與美國或中國現在以主動式創新帶動需求的情況相比，創新研發動力相較不足。矽谷文化中企業思考的是打造獨一無二的產品或服務，且較願意開放討論自己的創新想法，激發更多的創新思想，中國也因為有阿里巴巴與小米等成功案例，創新創業文化也漸成形，企業與消費者願意嘗試新的產品。反觀臺灣企業相對保守，習慣跟隨成功者的商業模式，容易喪失市場先機。

物聯網需要許多創新想法與先進技術，人員的國際流動與法規是否適合創新產業發展就更顯重要。臺灣的投資環境與法規對新創企業以及投資人來臺發展相對不友善，如創業申請流程繁瑣且冗長耗時，招募人員、辦理簽證和租稅制度亦不如其他國家具吸引力。臺灣最大的優勢在大量優秀的軟硬體人才，但由於國內人才大多不願意加入 10 人以下的新創公司，且現行規定企業聘僱外籍白領人士來臺工作，有資本額與營業額等限制，限制了國內新創企業聘僱外國人才。此外，有許多出國深造的潛力人才欲回臺投入產業、回饋社會，卻因薪資條件或國內沒有提供工作機會等因素，而未能返臺。因此，如何攬才、留才成了當務之急。此外，相對於其他國家智慧城市已有全面規劃或開始建置，臺灣缺乏大規模物聯網測試場域，影響臺灣物聯網企業發展與對國際相關人才的吸引力。

綜合上述分析，表 7-3-1 整理在物聯網下臺灣中小企業發展的機會與挑戰。

表 7-3-1 物聯網下臺灣中小企業機會與挑戰

機 會	挑 戰
■ 全世界密度最高的工業電腦公司支持與優質科技人才。 ■ 創新創業環境漸佳，全球企業與資金願意投資新創團隊與人才。 ■ 物聯網經濟尚待開發，促成大企業與中小企業合作契機，中小企業也有機會先進市場。 ■ 物聯網技術與市場分散，不集中在大企業，適合中小企業成本規模與客製化特性。 ■ 物聯網平臺協助中小企業快速發展或導入物聯網。 ■ 政府政策推動與示範場域商機。	■ 注重硬體獲利模式，缺乏軟硬整合、網路與系統整合人才。 ■ 中小企業與代工型態，使臺灣企業習慣沿用既有生產方式，注重短期利潤，由降低成本或開發新地理市場找尋商機，缺乏主動創新精神。 ■ 國內投資者相對保守，缺乏懂得物聯網產業的天使投資人，影響國內新創團隊競爭時效。 ■ 國內新創與企業較為穩健保守，習慣跟隨成功者產品或商業模式，較少破壞式創新。 ■ 臺灣網路與物聯網應用環境尚待建立，企業對物聯網科技採用不如新加坡、大陸與美國等地積極。 ■ 相較新加坡、韓國、中國等地，尚未建立智慧城市或物聯網示範場域，不利爭取相關國際人才與企業。

資料來源：羅鈺珊（2016），《物聯網經濟下中小企業的契機》。

第 4 節 協助中小企業物聯網經濟下發展之方向

有鑑於物聯網帶來的應用商機，各國政府紛紛制定物聯網發展政策，協助國內企業發展並邁向智慧國家。綜合物聯網發展趨勢、國際物聯網發展策略與個案訪談，思考未來政策可循以下方向推動。

一、加強宣導物聯網應用與商機

無論由國際調查資料或個案訪談都發現，管理階層不了解物聯網價值，缺乏願景，以及缺乏足夠的標竿商業模式可以參考，是企業導入物聯網，或是物聯網企業尋找合作

對象時最常面對的問題；尤其是中小企業，對於物聯網的了解，以及發展物聯網所需的技術與經費，更容易有不足的情況發生。然而由本文案例可知，目前有許多平臺或物聯網服務商，提供可負擔的資源或服務，可降低中小企業導入物聯網的技術與資金障礙。因此，將加強產業公協會對中小企業宣導物聯網應用商機與可運用資源，並善用媒體資源，介紹各行各業的物聯網應用及成效，擴大民眾與企業對物聯網的認識與想像，以增加企業與使用者導入物聯網意願。也可以考慮利用補貼或免稅等誘因，促進資訊服務提供者與企業合作導入物聯網，建立各行業物聯網應用示範案例。

二、結合大企業與產業專家協助中小企業物聯網發展

以新加坡為例，新加坡向來善於引進國際企業資源，與國內企業成立夥伴關係或開設相關訓練培育機構，協助國內技術與企業發展，在物聯網方面，也與 Intel 和 Microsoft 簽署合作協議，協助建立物聯網生態系。物聯網本來就有聯合發展的特性，且我國不僅有國際電子企業聚集，也有許多工業電腦與電子大廠如研華、宏碁、鴻海等，積極發展平臺，轉型為物聯網與系統整合企業。因此，將加強推動物聯網產業聯盟，結合國際與國內大企業，與中小企業成立夥伴關係，共同發展物聯網。此外，也應加強公協會角色，結合產學研專家，組成物聯網診斷團，主動協助中小企業了解物聯網資訊，並提供其發展建議。

三、整合資源設立中小企業物聯網發展平臺

目前國際與臺灣均有多家大型企業或中小企業依照自己的利基，發展物聯網平臺，且物聯網需要跨領域的資源、企業與人才共同發展。由於許多軟體人才不懂硬體供應鏈，或是硬體企業需要尋找軟體人才協助發展加值服務，在尋找合作夥伴、資源，或了解各物聯網平臺特點與方案時，往往需要耗費許多時間。因此，可研究是否仿效中小企業處青年創業圓夢網，設立物聯網資訊發展平臺，作為資訊提供、交流媒合與一站式服務窗口。平臺除了提供產業物聯網知識與應用案例，並蒐集介紹企業發展物聯網的所需資源，包括物聯網平臺、資金、人才與教育訓練、諮詢、輔導與活動等，也可以設立物聯網企業資訊區，收集國內物聯網企業並連結至企業網站，以及社群交流區，提供人才與企業技術交流與尋找合作夥伴的空間。

四、透過公部門或活動導入物聯網應用

將更積極透過各種商業或藝文活動的舉辦，導入國內物聯網企業的技術與服務；譬

如在夜市、歷史地區、博物館或花季等，利用物聯網導入各種遊戲，引發遊客興趣並蒐集遊客旅遊路線與消費行為，收集資訊並增加消費者體驗。此外，公部門應擴大對物聯網技術與服務的導入應用，如垃圾收集、取締違規、停車場使用、水資源與能源管理、智慧交通、智慧建築與智慧醫療等。針對市政面臨或公共服務面臨的問題，也可以透過提出問題徵求物聯網解決方案，以需求帶領國內物聯網企業發展。

五、加速建立物聯網示範場域

近期我國在虛擬世界法規、網路經濟政策與創新創業環境上，均已有規劃且逐步實行；「智慧聯網商區整合示範推動計畫」也在我國各地商區建置物聯網應用示範場域，並已經有初步擴散成果。然而，相較於新加坡與韓國均已著手建立智慧城市示範場域，臺灣的布建仍較屬於商業應用層面，且著重在消費者與通勤者的資訊推播或行銷。因此，我國應加速規劃，並布建大規模且深層應用的物聯網示範場域，參考韓國松島智慧城及法規自由示範區，提供新創團隊與企業實練場所，降低法規制度對技術與服務應用的阻礙，同時收集資訊，增加企業與政府對發展物聯網法規與實務的了解。此外，也可藉物聯網示範場域，吸引更多國際新創團隊與企業來臺，增加國內外企業合作的機會。





第三篇 中小企業政策與措施

第 8 章 完善財務融資服務與增進投資

第 9 章 促進升級轉型與提升研發能量

第 10 章 建構創新創業及育成加速機制

第 11 章 深耕地方產業及掌握市場商機

第 12 章 中小企業其他相關支援

為提供中小企業經營需求，經濟部依據〈中小企業發展條例〉第 12 條暨〈中小企業輔導體系建立及輔導辦法〉第 2 條規定，特設立「中小企業輔導體系」，輔導內容涵蓋中小企業發展各領域。據此，本篇歸納政府相關單位每年執行相關中小企業政策與措施，蒐集及呈列其具體措施與執行成果。

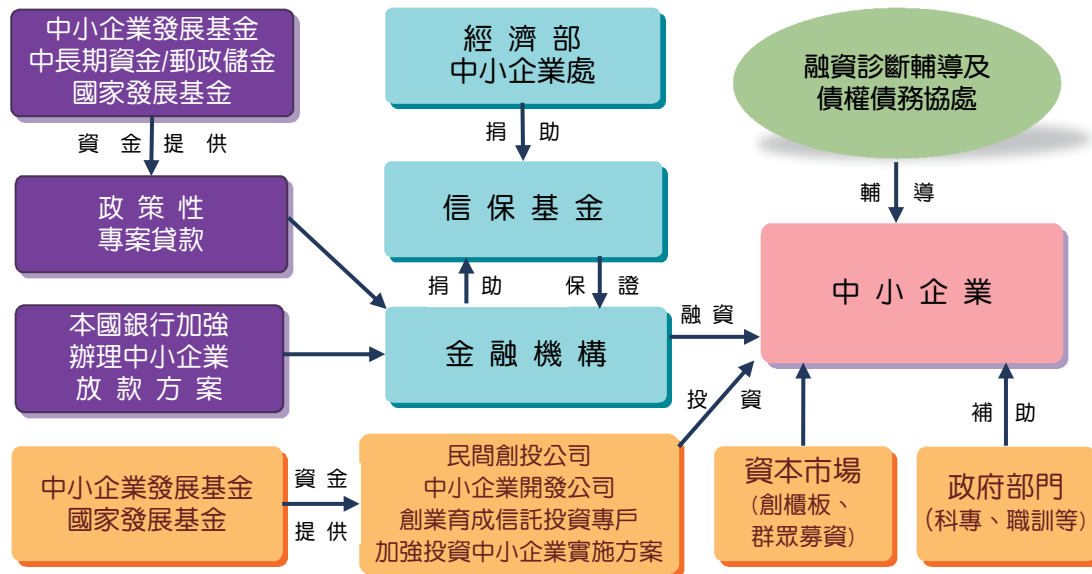
本篇分為 5 章，分別為「完善財務融資服務與增進投資」、「促進升級轉型與提升研發能量」、「建構創新創業及育成加速機制」、「深耕地方產業及掌握市場商機」及「中小企業其他相關支援」。就不同領域之中小企業輔導措施，提供各界及中小企業主瞭解政府多元輔導資源的管道。

第 8 章 完善財務融資服務與增進投資

為協助中小企業有效因應內外環境變化，使其穩健經營，經濟部中小企業處特設立「中小企業財務融通輔導體系」，範圍包括投資、融資、財會、信保、輔導與人才培育等，並持續加強信用保證服務能量，落實財務融通輔導相關支援措施，提供中小企業完善的財務融通支援。特別是為了強化微型創新企業的籌資能力，證券櫃檯買賣中心在主管機關支持下籌設「創櫃板」，提供「股權籌資」功能。另外，行政院亦於 2015 年 4 月准許民間業者申設股權式群眾募資平臺，推動股權式群眾募資創業，使新創企業取得資金管道將更加多元化。

本章說明 2015 年至 2016 年有關中小企業財務融資服務與協處機制、融資與信用保證，以及強化投資中小企業投資及多元籌資管道等政策與措施。圖 8-0-1 為現階段中小企業財務融通措施架構。

圖 8-0-1 中小企業財務融通措施架構



資料來源：經濟部中小企業處，2016 年。

第 1 節 財務融資服務與協處機制

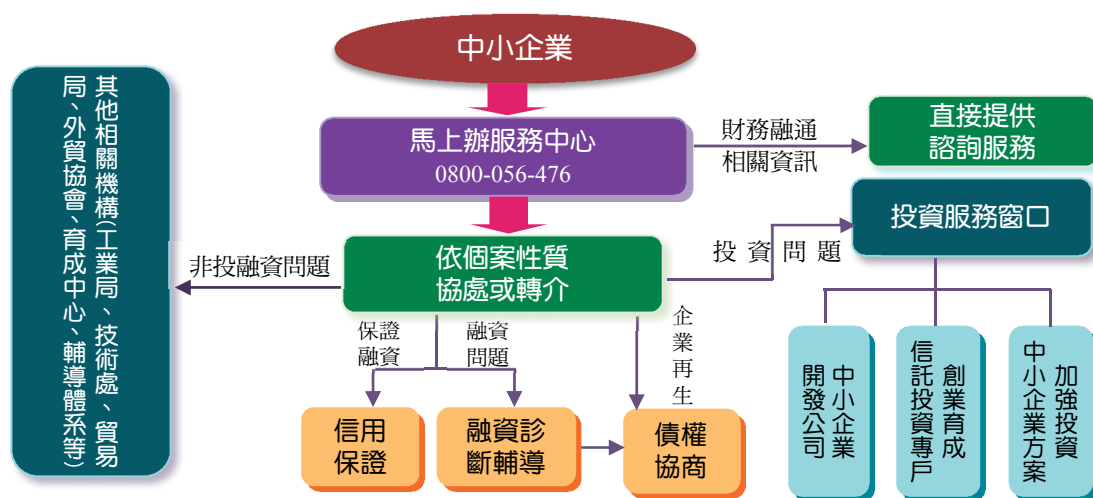
2015 年中小企業家數占臺灣全體企業的 97.69%，為我國經濟發展之主力，但中小企業的營運資金來源取得，因缺乏足夠的擔保品、保證人不易尋覓、會計制度不全等因素，使得銀行在審核融資資金時，無法判斷該企業真實營運現況及承貸風險，以致核貸結果未能滿足中小企業的實際需求。據此，2015 年及 2016 年政府積極推動財務融資服務及協處措施，分述如下：

一、中小企業融資輔導及財會加值服務

（一）融資輔導單一服務窗口－馬上辦服務中心

為加強協助中小企業解決經營問題，經濟部中小企業處設立「馬上辦服務中心」，透過聯繫相關輔導體系、協調與服務機制，及時、有效地協助中小企業解決營運問題，特別是與融資有關之諮詢與協助。2015 年成果：受理免付費 0800-056-476 專線諮詢服務工作計 20,884 案次（其中重大事件協處，提供蘇迪勒颱風協處措施服務資訊及電話關懷 1,141 案次），並視需求提供轉介輔導 370 件，辦理專業諮詢日活動 185 案，完成臨場協處 323 家次，另結合榮指員協進會及輔導顧問，至芳苑工業區服務中心及烏來災區，進行蘇迪勒颱風災後訪視及關懷協處，並於烏來區公所會議室辦理關懷烏來災區座談會，說明中央及地方政府協助資源，共 80 人參與；此外辦理教育訓練 3 場次、協助辦理政府資源廣宣工作 16 場次，參與者 1,330 人次。中小企業財務融資協處機制如圖 8-1-1。

圖 8-1-1 中小企業財務融資協處機制



資料來源：經濟部中小企業處，2016 年。

（二）中小企業融資診斷服務計畫

本計畫透過中小企業財務融通輔導平臺建立，強化中小企業體質，提供中小企業融資、財務諮詢及診斷輔導服務。2 項推動策略如下述：1.專業諮詢服務：針對企業問題提供即時諮詢服務；2.深化診斷輔導：（1）一般性融資、（2）企業現場訪視、（3）銀行債權債務協處，以及（4）財會及經營管理輔導。諮詢窗口：馬上辦服務中心。2015 年本計畫提供現場財務輔導共計 400 家次，其中協助 248 家企業融資診斷輔導，協助 44 家企業成功取得銀行融資，金額達新臺幣（以下同）2 億 8,765 萬元；另協助 192 家企業與銀行進行債權債務協商，協助企業協商成功計 116 家，展延金額 150 億 404 萬元。計畫網址：<http://smefinance.moeasmea.gov.tw/>。

（三）中小企業價值創新應用計畫

運用巨量資料分析技術，解讀市場趨勢、創新創業成功募資關鍵因素及早期資金運作模式，使關係人能活用資料並開發創新應用模式，提升創新創業者對市場需求的掌握度，並以需求為商業模式設定的基礎，建立輔導機制及具體作法，使創業與財務融通資源對接，強化企業發展所需之財務融通服務，促進新創企業國際連結。2015 年利用巨量資料分析技術，抓取國內外網路募資平臺、社群平臺，開發「財務數據創新趨勢平臺」（FinDit 平臺）網站，提供客製化搜尋服務，並提供百則以上新聞、20 篇研究報告、論壇與工作坊活動訊息、電子報及巨量資料標竿應用案例集，擴散相關應用知識，另辦理「創新創業與巨量資料應用國際論壇」，邀請 2 位國際講師、4 家新創及 4 位與談人進行專題演講，共 295 人出席。計畫網址：<http://findit.org.tw/>。

（四）提升中小企業財務自主能力計畫

本計畫目的為協助中小企業養成良好財務習慣、建立財會制度、改善財務體質，協助企業因應新版商業會計法規等，以順利銜接各項資源，達到財務自主營運之目標。服務項目主要分為 3 類：1.透過榮譽會計師提供線上互動、櫃臺、駐點等諮詢服務；2.分為產業集體輔導及現場訪視個別輔導；3.辦理新版商業會計法種子師資財會資訊推廣。2015 年透過榮譽會計師提供財會諮詢服務達 2,053 次、於北、中、南區馬上辦服務中心辦理企業財會定點諮詢服務 48 次、與 2 家公會/協會合作辦理產業集體輔導、提供現場訪視個別輔導 109 家、辦理中小企業財會主題分享會 23 場次，參與人數 1,022 人、辦理新版商會法規種子師資財會資訊推廣 6 場次，總參與人數 1,387 人、強化網站功能與財會新知推廣，如 FAQ、榮譽會計師諮詢服務等，並特別建置新版商會法專區，以提供企業財會知識。計畫網址：<http://www.careernet.org.tw/accounting/index.php>。

二、中小企業融資服務平臺與融資服務窗口

經濟部中小企業處設立「中小企業融資服務平臺」，主要目的在於協助中小企業順利取得銀行融資，藉由介接相關政府機關取得有關中小企業報稅資料、商業登記、工廠登記、投保情形及用電用水狀況等資訊，銀行得利用本平臺查詢該公司之經營資訊，因明確掌握中小企業的資金需求，進而提高對其之融資額度，達到資金短缺之中小企業、具融資意願之銀行及政府三贏的局面。另外，金融監督管理委員會（以下簡稱金管會）於網站揭露銀行對「中小企業融資服務窗口」（詳見附錄 4），以提供中小企業更有效率之融資服務。

三、財團法人臺灣中小企業聯合輔導基金會

「財團法人臺灣中小企業聯合輔導基金會」成立目的係配合政府發展中小企業之政策，提供綜合輔導，協助資金融通，改善財務管理，並培訓專業人才，俾強化中小企業經營體質提昇競爭力。主要服務項目包括：強化企業融資診斷服務、執行財務管理診斷及專案輔導、推動企業財務健檢 DIY 服務、培育企業各類專業人才、出版財務管理專業叢書、會員講習諮詢服務等。聯輔基金會網站：<http://www.sbiac.org.tw/index.jsp>。

四、本國銀行加強辦理中小企業放款方案

為鼓勵銀行與中小企業建立長期夥伴關係，營造有利中小企業融資環境，金管會於 2016 年持續實施「本國銀行加強辦理中小企業放款方案」（第 11 期），擬訂中小企業放款餘額之預期成長目標為 2,400 億元。2015 年度實施「本國銀行加強辦理中小企業放款方案（第 10 期）」之結果，2015 年底本國銀行對中小企業放款總餘額為 54,524 億元，較 2014 年底增加 2,885 億元，執行績效良好。金管會將持續實施本方案及相關協助中小企業融資之政策，以提高銀行辦理中小企業放款之意願。

相關網址：<http://www.banking.gov.tw/>。

五、獎勵本國銀行辦理創意產業放款方案

配合推動「金融挺創意產業專案計畫」，以及鼓勵銀行對創意產業辦理放款，金管會自 2014 年起實施「獎勵本國銀行辦理創意產業放款方案」，截至 2015 年 12 月底，本國銀行對創意產業放款餘額達 3,573 億元，較 2014 年 12 月底增加 991 億元，已達成前揭方案 2015 年度放款餘額成長目標 600 億元（目標達成率 165.2%），放款成效良好。

相關網址：<http://www.banking.gov.tw/>。

六、中小企業政策性專案貸款

「中小企業政策性專案貸款」係政府為營造青年創業環境、協助中小企業強化創新研發、鼓勵購置節能設備、紮根升級轉型、提升產品附加價值、促進出口企業國際競爭力，透過各項專案貸款，以資金搭配或運用金融機構資金方式，協助創業青年或中小企業，取得營運所需週轉金或購置土地、廠房、營業場所、各項設備等資本性支出所需資金，與一般融資不同，本專案特色為具有特定使用目的及提供利息優惠或信用保證。依現行（2016 年）政策性專案貸款類別包括有：升級紮根、購置設備、創業、研究發展、出口海外投資、發展觀光、其他及返臺投資等 8 類 23 項（詳見附錄 5）。

第 2 節 中小企業融資與信用保證

政府為加強協助中小企業獲得金融機構之資金融通，於 1974 年成立中小企業信用保證基金（簡稱信保基金）提供信用保證，並持續配合政府辦理之各項振興經濟及穩定就業等政策，積極發揮信用保證功能，俾輔導中小企業健全經營和發展，促進經濟發展及社會安定。本節說明信保基金協助中小企業順利取得金融機構融資之相關措施。

一、信保基金運作機制及申請信用保證方式

信保基金創設宗旨，在提供直接及間接信用保證，與各金融機構充分合作，共同推動中小企業融資輔導業務，以協助中小企業獲得金融機構之融資，進而強化中小企業之健全發展，促進我國經濟成長與社會安定。信用保證的主要 3 項功能：（一）排除中小企業申請融資時擔保品欠缺之障礙；（二）提高金融機構辦理中小企業融資意願；（三）配合有關輔導機構擴大輔導效果。

信保基金之設立與運作機制，主要係由政府定期編列預算及簽約金融機構配合挹注資金充實其保證能量，並採行與金融機構分攤融資損失之部分保證方式（圖 8-2-1），使其得以持續提供信用保證，協助具發展潛力但擔保能力不足之中小企業，自金融機構取得所需融資。

申請信用保證的方式，計有向「向金融機構申請」、「向信保基金申請」或「向合作單位之專責受理窗口申請」等 3 種管道，企業得視其需要選擇辦理：

（一）向金融機構申請

為方便全國各地中小企業運用信用保證機制，企業可就近直接向與信保基金有合作夥伴關係的 40 家金融機構，約 3,000 多個營業單位申請融資，再由金融機構透過信保基金「信用保證網路作業系統」申請移送信用保證，讓企業更方便及快速運用信用保證機制取得營運所需資金。

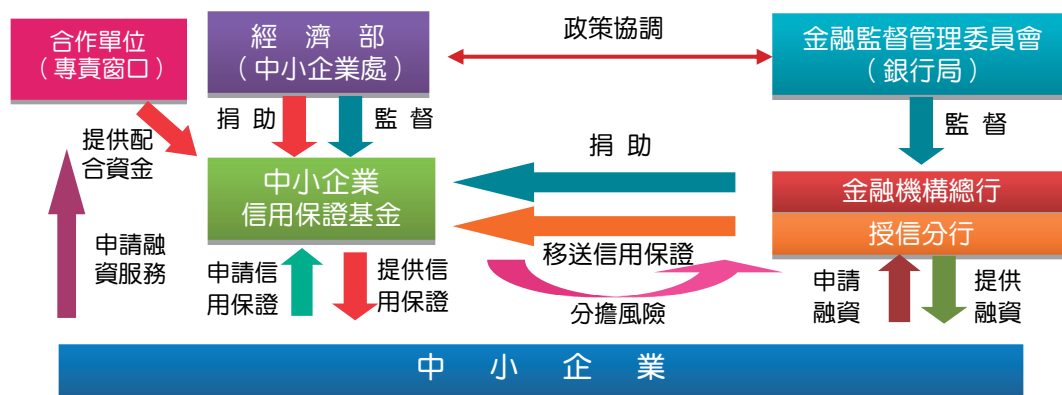
（二）向信保基金申請

為配合政府加強對具有研發創新、市場開拓等發展潛力中小企業之融資輔導政策，增加中小企業融資管道，信保基金推出「直接保證」，目前適用對象為政府指定之產業推動辦公室或輔導機構等單位推薦之企業，或曾獲相關獎項、通過政府研發輔導計畫之企業。企業可備齊申請書表及相關文件直接向信保基金申請信用保證。

（三）向合作單位之專責受理窗口申請

信保基金與中央政府相關單位、各縣市政府或企業以專款專用或相對保證方式合作提供較優惠之融資信用保證，各該合作單位並多設立專責窗口，提供諮詢、訓練課程、融資及保證協助、關懷輔導等服務，企業或欲創業者可直接向受理窗口申請。

圖 8-2-1 信保基金之設立與運作方式



資料來源：財團法人中小企業信用保證基金，2016 年。

二、信保基金信用保證成效

信保基金經過 42 年努力，不論在保證對象、保證項目、保證行業、保證額度、簽約金融機構，或是促進中小企業融資措施等方面，均有長足的發展。

（一）協助中小企業取得信用融資

信保基金於 1974 年 7 月成立，積極配合政府政策及中小企業融資需求，截至 2016

年 6 月底，信保基金已累計協助 381,585 家企業，自金融機構取得融資總金額 14 兆 7,349 億元，保證總金額 10 兆 8,560 億元，承保件數逾 625 萬件；另最近 5 年之全體承保情形如下表（表 8-2-1）：

表 8-2-1 2011 年至 2016 年 6 月信保基金全體承保情形

年 別 \ 項 目	保證戶數 (戶)	承保件數 (件)	保證金額 (百萬元)	融資金額 (百萬元)	年底保證 餘 額 (百萬元)	年底融資 餘 額 (百萬元)
2011	136,244	342,770	808,423	1,011,831	554,119	699,848
2012	139,095	370,144	911,183	1,142,475	610,065	767,883
2013	145,648	394,645	1,056,065	1,312,363	681,357	851,181
2014	115,879	405,113	1,140,854	1,425,826	698,933	885,961
2015	118,309	382,936	1,020,753	1,336,580	634,274	838,395
2016 年 1-6 月	111,991	181,980	475,611	635,559	622,997	831,571

附 註：2008 年發生金融海嘯後，信保基金配合政府三挺及促進就業等政策，推出多項放寬保證措施，保證金額連年提高，自 2013 年至 2015 年均超過 1 兆元；2015 年保證融資金額及保證餘額雖略低於 2014 年，然根據《金融統計輯要》歷年資料顯示，2015 年我國一般銀行對整體中小企業放款餘額仍維持在高檔，中小企業資金需求仍獲充分支持。

資料來源：財團法人中小企業信用保證基金，2016 年。

（二）減緩中小企業遭受外在不景氣衝擊

在經濟景氣衰退階段，金融機構融資作業往往相對保守，中小企業受先天融資條件不足等因素影響，在獲取融資上相形不利，此一階段對信用保證之需求更形提高，可藉以彌補金融機構辦理融資信心之不足，因此，信用保證對中小企業融資環境實具有穩定之作用。歷年來，信保基金在我國景氣循環處於谷底階段之前後期間，均擴大採行各項輔導中小企業取得融資之措施，藉以減緩中小企業遭受景氣蕭條期間及景氣復甦初期之不利因素影響，如 2008 年底金融海嘯期間，配合政府三挺政策，放寬相關規定，提高保證成數、保證額度及降低保證手續費率等，協助中小企業取得金融機構融資金額自 5,232 億元，攀升至 2015 年之 1 兆 3,366 億元，保證金額亦由 3,308 億元提高至 2015 年之 1 兆 208 億元。

（三）協助中小企業成長茁壯

曾經透過信保機制取得金融機構融資之中小企業，穩健經營，逐步擴充，截至 2016 年 6 月底，經輔導已成長茁壯超過中小企業認定標準者共計 2,668 家；股票已上市、上櫃及興櫃企業，在其屬中小企業階段曾經運用信保基金保證資源者合計 873 家（表 8-2-2）。歷年「國家磐石獎」、「小巨人獎」、「中小企業創新研究獎」及「新創事業獎」

之得獎企業中，有相當大之比例為經信保基金保證協助取得金融機構融資之企業。

表 8-2-2 2016 年 6 月底上市、上櫃及興櫃企業在屬中小企業階段曾運用信保家數

類 別	上市、上櫃及興櫃 企業總家數(A)	曾經運用信保基金保證 之企業家數(B)	保證企業所占比率 (B/A)(%)
上 市	899	303	33.70
上 櫃	721	410	56.87
興 櫃	278	160	57.55
合 計	1,898	873	46.00

資料來源：財團法人中小企業信用保證基金，2016 年。

三、信保基金配合政府政策持續推動相關信用保證業務

(一) 青年創業及啟動金貸款

為營造有利青年創業環境，輔導青年開創事業，提供籌設及開辦階段之創業啟動金，以因應創業後事業發展之需要，自 2014 年 1 月 1 日起整併「青年築夢創業啟動金貸款」及「青年創業貸款」為「青年創業及啟動金貸款」。中小企業信用保證基金提供保證成數最高 9 成 5，最低 8 成，貸款額度合計最高 1 千 8 百萬元；貸款範圍以營業所需準備金及開辦費用、週轉性或資本性支出為主。本貸款於 2014 年 1 月開辦以來，累計至 2016 年 6 月底，已承保 6,760 件，協助取得 67.15 億元創業資金。

(二) 中小企業創新發展專案貸款

為厚植中小企業創新能量，提供其創新經營振興發展資金，協助中小企業以創新與高科技的服務模式促進國際發展，經濟部於 2014 年 1 月 27 日起推出總額度 300 億元之「中小企業創新發展專案貸款」，提供週轉性貸款 1 年及資本性貸款 2 年之 1%利息補貼，並由信保基金提供貸款金額最低 8 成之信用保證，強化銀行承貸意願。本貸款於 2014 年 1 月開辦以來累計至 2016 年 6 月底，已承保 412 件，協助取得 20.94 億元營運資金。

(三) 企業小頭家貸款

為協助小規模事業以簡易且便利之融資方式，向金融機構取得小額營運週轉金，進而創造就業機會，活絡地方經濟，經濟部中小企業處持續辦理「企業小頭家貸款」，貸款利率由金融機構自行訂定，但移送信保基金保證案件，依不同保證成數計收。本貸款於 2012 年 10 月開辦累計至 2016 年 6 月底，已承保 8,986 件，協助取得 122.87 億元營運資金。

（四）相對保證專案信用保證

信保基金於 2006 年起推動「相對保證專案」業務，藉由龍頭企業與信保基金合作，捐助成立專款，信保基金並提供等額之相對資金支援辦理，提供上、中、下游企業、協力廠、經銷商或加盟企業信用保證，以確保其銷貨款項的收回，鼓勵企業投入創新研發，提高產品附加價值，促進產業升級。2007 年 5 月，專案合作對象延伸至中央相關部會及地方政府機關，由各級政府提撥專款與信保基金提供之相對資金，合作提供信用保證，結合政府輔導政策與信用保證資源，共同協助中小（微型）企業或個人自金融機構取得創業或營運所需資金，以形塑在地產業特色、活絡地方經濟，達資源共用加乘效果。專案一覽表如表 8-2-3。

表 8-2-3 信保基金相對保證專案一覽表

合 作 對 象		信 用 保 證 項 目	適 用 對 象
中央 機關	勞 動 部	微型創業鳳凰貸款	中高齡創業者、創業婦女
		就業保險失業者創業貸款	創業之就業保險失業者
	教育部體育署	中小型運動服務業貸款	中小型運動服務業者
	國家發展委員會	離島永續發展優惠貸款	符合「促進離島永續發展方針」或「離島綜合建設實施方案」等規定之中小企業
	行政院環保署	低碳永續家園專案貸款	從事空氣品質保護、空氣汙染改善等能源技術服務之中小企業
	交通部觀光局	受災旅宿業資本性融資	遭受天然災害之觀光旅館業、旅館業及民宿
地方 政府	臺北市府	臺北市中小企業融資貸款	臺北市之公司、商號、小規模商業
		臺北市青年創業融資貸款	臺北市之創業青年
	新北市府	新北市幸福創業微利貸款	新北市之弱勢創業民眾
		新北市中小企業融資貸款	新北市之公司、商號
	桃園市府	桃園市中小企業融資貸款	桃園市之公司、商號
	新竹市府	新竹市中小企業奠基貸款	新竹市之公司、商號
	新竹縣府	新竹縣圓夢貸款	新竹縣之創業民眾
	臺中市府	臺中市青年創業及中小企業貸款	臺中市之創業青年、公司、商號
	雲林縣府	雲林縣艱苦人創業微利貸款	於雲林縣興業或創業之民眾
	臺南市府	臺南市中小企業貸款	臺南市之公司、商號、小規模商業
	高雄市府	高雄市中小企業商業貸款及策略性貸款	高雄市之公司、商號、小規模商業
	屏東縣府	屏東縣中小企業貸款	屏東縣之公司、商號、小規模商業
	宜蘭縣府	宜蘭縣幸福貸款	宜蘭縣之創業民眾或公司、商號、小規模商業
	澎湖縣府	澎湖縣中小企業融資貸款	澎湖縣之公司、商號、小規模商業
	臺東縣府	臺東縣政府繁榮家園貸款	臺東縣之公司、商號、小規模商業

合 作 對 象		信 用 保 證 項 目	適 用 對 象
企業	中國鋼鐵(股)	企業相對保證專案	捐款企業推薦之上、中、下游廠商、協力廠商、經銷商或加盟商等中小企業
	中華電信(股)		
	麗寶建設(股)		

資料來源：財團法人中小企業信用保證基金，2016 年。

截至 2016 年 6 月底，相對保證專案辦理成效：1.與中央機關合作－保證 13,668 件，協助取得融資 103.54 億元；2.與地方政府合作－保證 5,810 件，協助企業取得融資 39.20 億元；3.與企業合作－保證 29,908 件，協助企業取得融資 243.71 億元。

第 3 節 強化投資中小企業及多元籌資管道

為協助中小企業解決權益資金取得問題，經濟部中小企業處於 2003 年 10 月成立「中小企業創業育成信託投資專戶」及行政院國家發展基金撥款 100 億元辦理「加強投資中小企業實施方案」，國發基金另提撥 100 億元辦理「加強投資策略性服務業實施方案」，另外，政府於 2013 年推出「創櫃板」，以及於 2015 年 5 月設立「群眾募資平臺」，以提升創新微型企業的競爭力，提供資金募集多元管道。

一、設立中小企業創業育成信託投資專戶

經濟部中小企業處為投資國內具發展潛力之中小企業，發揮中小企業發展基金投資功能，提升國家產業競爭力，於 2003 年 10 月成立「中小企業創業育成信託投資專戶」，以指定用途信託資金方式，由中小企業發展基金視實際運用情況撥交於指定信託銀行設立專戶保管，並委託中小企業開發公司、金融機構或創業投資事業擔任專業管理公司從事投資管理，投資範圍為新創之中小企業、育成中心培育之中小企業及升級轉型之中小企業。另為協助具國際技術移轉、技術合作、生產、通路、行銷、品牌及合資等之中小企業進行籌資，並得透過專業管理公司與輔導單位合作協助企業穩健發展，「中小企業創業育成信託投資專戶」匡列 9 億元，於 2015 年 5 月開辦「國際合作投資專案」。相關網址：<http://www.moeasmea.gov.tw/ct.asp?xItem=1284&ctNode=609&mp=1>。

二、國發基金「加強投資中小企業實施方案」

為帶動民間與創投資金共同投資中小企業，提升中小企業競爭力，行政院國家發展基金（國發基金）於 2007 年 8 月正式啟動「加強投資中小企業實施方案」，中小企業處

合計共遴選 28 家投管公司，採共同搭配投資方式，促進投資國內中小企業，協助早期階段中小企業取得資金。另設置投資服務窗口提供諮詢服務、發掘潛力個案、增進投資媒合及舉辦投資博覽會等。本方案迄 2016 年 3 月底已投資 218 家企業，政府資金投入逾 70 億元，創投搭配投資逾 66 億元，帶動民間投資 272 億元，經投資後，已有 65 家企業順利登錄興櫃或上市櫃。

相關網址：<http://www.moeasmea.gov.tw/ct.asp?xItem=1283&ctNode=609&mp=1>。

三、加強投資策略性服務業實施方案

為提振我國服務業投資能量，厚植服務業產業競爭力，國發基金特匡列 100 億元，委託經濟部工業局實施「加強投資策略性服務業實施方案」，專款用於投資國內服務業，並協助中小型服務業者投資。本方案特色為投資全程達 13 年（前 10 年投資、後 3 年進行處分）；由政府資金與民間創業者共同投資；並以加碼誘因鼓勵創投輔導業者達成政策指標。本方案於 2013 年 2 月遴選出 15 家具服務業投資能量之民間創投公司與國發基金專戶共同投資，截至 2015 年本方案已投資 46 家國內服務業者，合計投資金額已超過 50 億元。計畫網址：<http://www.issip.org.tw/ctrl?PRO=Index>。

四、創業輔導籌資機制－創櫃板

為提升國內具成長性的微型創新企業於上市籌資的可能與意願，並有獲得融資機會，擴大企業營運，進而推升經濟成長，證券櫃檯買賣中心自 2014 年 1 月推出「創櫃板」，為創新、創意構想之非公開發行微型企業「創業輔導籌資機制」，提供「股權籌資」功能，讓微型企業可以較低之成本募得營運所需資金。相較上櫃資本額須達 5,000 萬元的門檻，資本額 5,000 萬元以下之公司均可申請登錄創櫃板，並免辦理公開發行和獲利水準要求。截至 2016 年 5 月止，累積登錄創櫃板的公司共有 87 家，籌資金額約 2.19 億元。相關網址：

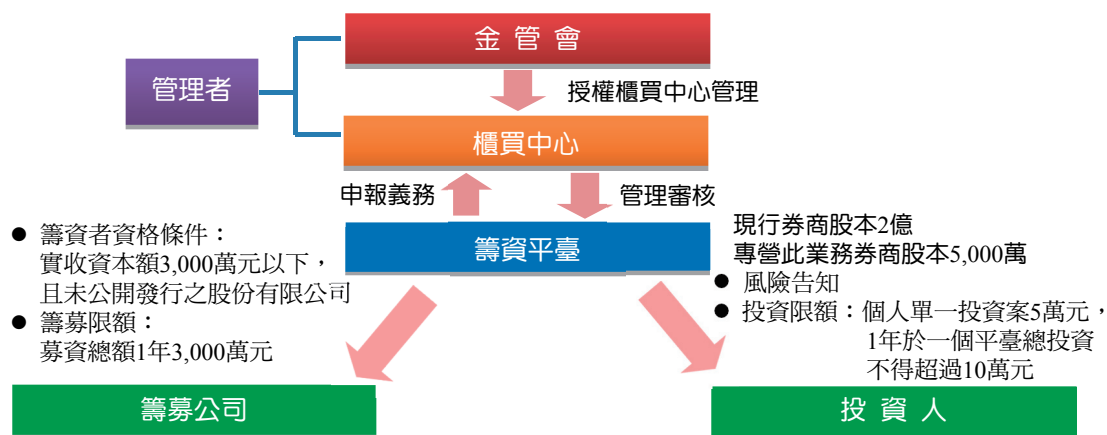
http://www.tpex.org.tw/web/regular_emerging/creative_emerging/Creative_emerging.php?l=zh-tw。

五、群眾募資計畫

為幫助年輕人創業，金管會推動「群眾募資計畫」，相關法規已於 2015 年 4 月底修正發布，資本額 3,000 萬元以下、尚未公開發行的股份公司，可到專業群眾募資平臺籌資，籌資總額 1 年不得超過 3,000 萬。投資人個人對單一投資案上限 5 萬元，且 1 年於一個平臺總投資不得超過 10 萬元，除了給新創團隊多一個募資的管道，同時也盡力保障

投資人的權益。截至 2016 年 5 月止，已有 6 家平臺業者經金管會核准，並有 3 家開業，2 家公司透過平臺籌資 1,200 萬元。圖 8-3-1 為群眾募資計畫架構。

圖 8-3-1 群眾募資計畫架構



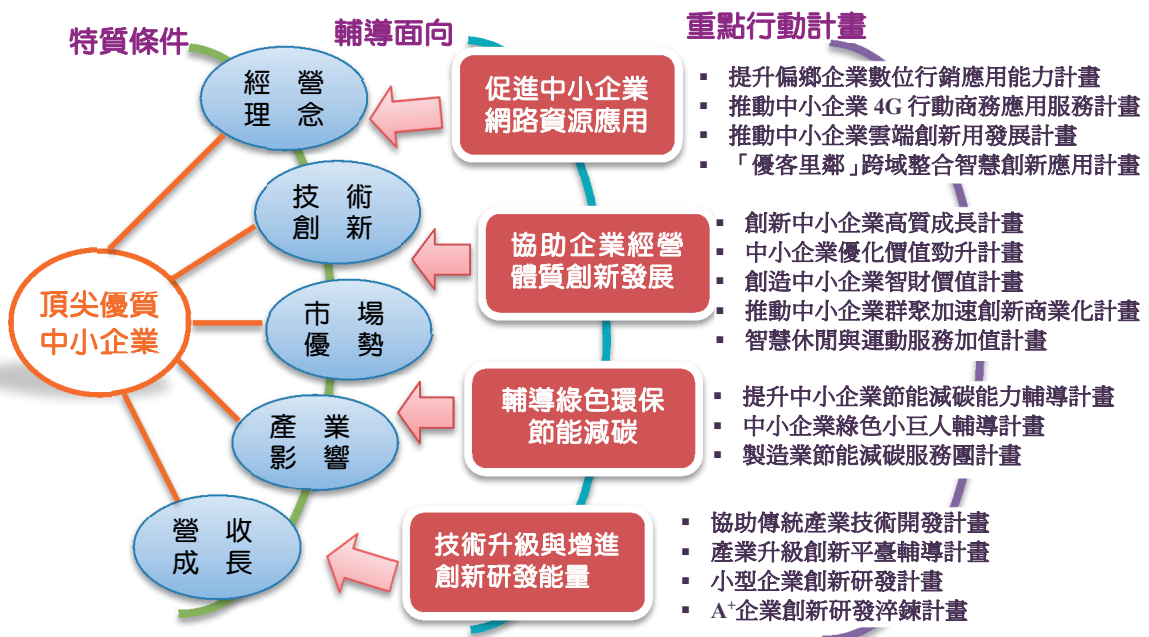
資料來源：金融管理監督委員會，2016 年。

第 9 章 促進升級轉型與提升研發能量

目前政府推動促進中小企業升級轉型與提升其研發能量，以扶植具國際市場拓展潛力、高技術創新能力、對網絡夥伴企業具有帶動效應之中小企業成為「頂尖優質中小企業」為目標，作為帶動及示範效益廠商，以領頭羊帶動企業群方式，提升整體中小企業動能，推行「促進中小企業網路資源應用」、「協助企業經營體質創新發展」、「輔導綠色環保節能減碳」及「技術升級與增進創新研發能量」等輔導面向。

輔導內容主要為協助中小企業整合虛實通路，透過自營網路、上架平臺或代銷代賣等通路模式提升商機；以品質為基盤，提升中小企業經營體質；挑選具綠色成長之中小企業，從市場／消費端強化綠色價值創新發展；協助具關鍵技術之潛力中小企業，朝高值化創新轉型。優質中小企業輔導策略如圖 9-0-1。

圖 9-0-1 優質中小企業輔導策略



資料來源：本書整理。

第 1 節 促進中小企業網路資源應用

為縮減中小企業作業流程、降低經營管理及行銷業務各層面成本，促進中小企業資

訊應用，經濟部中小企業處、工業局、商業司等單位，執行多項促進資訊應用輔導企業永續發展計畫，2015 年至 2016 年執行重點計畫如下：

一、提升偏鄉企業數位行銷應用能力計畫

為推動偏鄉群聚網銷共營與數位關懷，培植企業尖兵數位應用，並提升企業虛擬通路與商務應用，經濟部中小企業處執行「中小企業數位關懷普及計畫」及「中小企業數位應用深耕計畫」，創造偏鄉企業網路新市場、新通路及新商機。2016 年主要執行項目：（一）深入偏鄉推廣數位應用；（二）推動偏鄉數位群聚形成；（三）協助群聚拓展數位行銷；（四）滿足企業評估 e 化需求；（五）扶植企業資訊升級應用；（六）厚實群聚永續發展能量。2015 年主要成果為推動 256,431 人次運用數位化學習環境、24 個中小企業數位群聚，以及輔導 11 家優質中小企業。計畫網址：<http://e98.sme.gov.tw/>。

二、推動中小企業 4G 行動商務應用服務計畫

為推動 4G 行動商務應用服務發展，普及中小企業應用，讓中小企業可以隨時隨地輕鬆的應用各式 4G 行動商務應用服務，經濟部中小企業處「推動中小企業 4G 行動商務應用服務計畫」。2016 年主要執行項目：（一）推動 4G 行動商務 C-A-N-D 整合應用服務；（二）深化 4G 行動商務應用服務能量；（三）運用多元管道帶動市場風潮。截至 2016 年 3 月底，主要成果為完成 59 項「深入食衣住行生活閱聽，打造民眾有感 4G 體驗」以及「善用網路社群與電子商務，普及全民參與的 4G 服務」應用，累計超過 375 萬人次體驗，以及帶動 13.1 億元以上商機。計畫網址：<http://www.sme4g.com.tw>。

三、推動中小企業雲端創新應用發展計畫

為鼓勵中小企業整合推動雲端商務應用方案，創新企業經營模式，建立完善 IaaS、PaaS、SaaS、DaaS 等各層面雲端基礎應用，促進雲端商務應用服務創新發展與擴散，經濟部中小企處執行「推動中小企業雲端創新應用發展計畫」，整合各型中小企業全面打造雲端商務創新服務與典範案例。2016 主要以打造「特色應用，企業有感」的雲端服務為目標，策略主軸為「扶植中小企業雲端創新發展」、「深化政府雲鏈結及數據應用」及「加速推動中小企業雲端應用擴散」，加速帶動並提升中小企業雲端應用商機與產值。

四、「優客里鄰」跨域整合智慧創新應用計畫

為協助中小企業運用智慧創新跨域服務，強化農企業提升營運能量，深化智慧科技應用。經濟部中小企業處推動「優客里鄰」跨域整合智慧創新應用計畫，建置智慧創新

跨域服務平臺並透過跨域產業輔導與推廣，提升農民收益，滿足民眾需求，建構民眾及農民有感的在地消費，建立跨域整合智慧創新應用商轉典範。2016 主要輔導方式，透過產業群聚，整合農企業、食品加工、物流服務、電子商務等產業資源，健全產業價值鏈，促進關聯產業創新發展效益。

五、促進中小企業數位學習計畫

為協助中小企業運用數位資訊，滿足中小企業營運多元的知識需求，達到全民終身學習的目標，經濟部中小企業處推動「促進中小企業數位學習計畫」，建構「中小企業網路大學校」數位學習入口網站，經營專屬臺灣中小企業 One-Stop 充電站。2016 年服務項目：（一）提供近 700 門線上課程及名人演講廳、網大電子書、有聲書摘等輕學習；（二）專家協助導入企業組織學習專區；（三）提供中小企業從業人員申請終身學習電子護照；（四）提供企業表單及作業流程範本。2015 年主要成果：（一）協助 101 家企業運用數位學習資源進行組織學習；（二）累積推動 256,431 人次運用數位學習。計畫網址：<http://www.smelearning.org.tw/>。

六、製造業價值鏈資訊應用計畫

為協助製造業由代工製造（OEM）、設計製造（ODM），移轉至品牌製造（OBM）的發展需求，使製造業應用資通訊技術，發展顧客導向的創新服務營運模式，經濟部工業局推動「製造業價值鏈資訊應用計畫」。2016 年執行項目為產品 ICT 加值服務及價值鏈延伸性之廠商輔導，並導入國外成功案例的研析與經驗。2015 年共協助 12 家國內製造業者發展具創新服務之營運模式，帶動整合 385 家價值鏈上下游業者，提升資訊應用水準及經管能力，合計產值增加及成本節省之效益達 7.3 億元，促成製造業民間投資達 0.63 億元，增加資訊服務業商機達 0.25 億元。計畫網址：<http://www.ecos.org.tw/>。

七、商業服務價值提升計畫

經濟部商業司推動「商業服務價值提升計畫」，協助我國商業服務業者運用資通訊科技並整合服務價值鏈上之網絡成員，共同發展可強化參與夥伴業者經營管理成效，並提升商品配銷與顧客服務能力等之優質服務模式，或應用「數據分析」技術升級轉型為高值化、智慧化之科技化商業服務業者，進而擴大市場範圍或開發新市場商機，以及提升終端消費者服務價值。輔導策略包括「商業服務價值提升輔導」及「擴散商業服務應

用模式」。2015 年主要成果：（一）完成輔導 8 個優質智慧商業服務應用案例；（二）累計帶動 1,043 家商業合作夥伴導入應用；（三）協助輔導單位及其合作夥伴每年可降低成本達 1.14 億元。計畫網址：<http://gcis.nat.gov.tw/ecpp>。

第 2 節 協助企業經營體質創新發展

經濟部中小企業處為協助企業經營體質創新發展，創新中小企業高質成長計畫、中小企業優化價值勁升計畫、創造中小企業智財價值、群聚加速創新商業化，以及智慧休閒與運動服務增值計畫等多項計畫，其策略與措施於本節陳述。

一、創新中小企業高質成長計畫

經濟部中小企業處推動「創新中小企業高質成長計畫」，提升中小企業產品或服務之品質與管理能力，提高品質經營水準與經營績效，形塑臺灣中小企業品質新形象，創新中小企業成長新動能。2016 年執行項目：（一）產業輔導，包括品質輔導及諮詢診斷服務、一般企業輔導、優質示範個廠輔導及產業價值群落輔導；（二）人力養成；（三）廣宣推廣。2015 年主要成果：（一）4 個價值鏈／體系創新輔導、總輔導服務 140 家、培育品質相關人才至少 1,210 人次；（二）協助 10 家中小企業建立符合國內（際）客戶特定要求之標準或產品驗證，其中輔導 5 家中小企業獲得國家級品質獎項；（三）提高企業產值及創新效益 6.86 億元、降低成本 0.78 億元及創造 171 個工作機會。計畫網址：<http://smeq.moeasmea.gov.tw/>。

二、中小企業優化價值勁升計畫

經濟部中小企業處推動「中小企業優化價值勁升計畫」，運用優化價值鏈、差異技術、科技應用及服務驗證等優化價值元素，協助中小企業強化核心基盤能力及整合協同運籌，善用品質利基進行轉型及創新，掌握國內外規範與標準，發展高值化商品，提升品質能力及附加價值，跨越非關稅障礙，使中小企業邁向高成長。2016 年執行項目包括：企業諮詢診斷、價值創新輔導、國際驗證接軌輔導、價值鏈效能提升輔導以及品質創新意識推廣。2015 年主要成果：（一）完成 25 家企業諮詢診斷，3 個產業價值體系帶動 15 家企業品質提升輔導、；（二）整體協助中小企業品質轉型創新能力提升，達成節省成本 0.11 億元，增加產值 2.76 億元，創新效益 0.24 億元。

三、創造中小企業智財價值計畫

經濟部中小企業處推動「創造中小企業智財價值計畫」，藉由智權專案輔導提供企業產品或服務開發過程中所需之智權顧問能量，協助企業建立自我智財權管理運用能力與機制，提升研發效率。2016 年主要執行項目：（一）客製化輔導：提供短期診斷及專案輔導服務；（二）共通性服務：中小企業智權加值服務平臺，提供智慧財產相關諮詢及加值服務。2015 年主要成果：（一）提供全面即時之智權問題諮詢 108 案及 72 家企業智財診斷及建議服務；（二）客製化智權加值輔導 20 家企業，促進企業取得市場先機及提升研發效益；（三）藉智權專案輔導帶動企業後續投資金額及流通運用衍生收入金額，達 2.15 億元。計畫網址：<http://ipcc.moeasmea.gov.tw/>。

四、推動中小企業群聚加速創新商業化計畫

經濟部中小企業處執行「推動中小企業群聚加速創新商業化計畫」，協助中小企業運用創新營運模式及科技應用，發展創新型服務之中小企業，並鼓勵產業連結群聚應用知識服務創新營運，提升群聚價值及競爭力。2016 年輔導內容為協助中小企業運用群聚方式形成規模經濟，提供技術、科技、知識創新加值等整合輔導，進行產品、品牌經營、營運模式及服務創新，促成合作共同創新產品內涵、服務型態及營運模式，以提升產業價值。2015 年主要成果為推動 11 個創新型之中小企業群聚，帶動 211 家中小企業技術、服務及營運模式創新，增加就業人數 246 人，帶動知識密集服務業、創新型中小企業及資服業者之商機總計 21.35 億元。計畫網址：<http://www.smecluster.org.tw/>。

五、智慧休閒與運動服務加值計畫

經濟部中小企業處 2016 年推動「智慧休閒與運動服務加值計畫」，應用產業輔導經驗，輔以教育部體育署推動休閒運動服務發展能量，結合大型賽事活動與中小型區域活動雙引擎，應用智慧科技服務加值應用，發展多元體驗服務及商業行為，以驅動在地經濟及休閒運動產業發展，活絡在地中小企業經濟發展。

第 3 節 輔導綠色環保節能減碳

為因應全球綠色商機，協助中小企業朝綠色永續價值創新發展，經濟部中小企業處及工業局推動提升中小企業節能減碳能力輔導計畫、中小企業綠色小巨人輔導計畫及成立製造業節能減碳服務團計畫，提供諮詢診斷與減量服務，協助中小企業積極開創具高

度國際市場競爭力之 MIT 產品，搶攻全球綠色新商機。本節說明相關策略措施。

一、提升中小企業節能減碳能力輔導計畫

為協助中小企業節能環保並降低成本，提升中小企業的綠色永續因應能力及開創新商機，經濟部中小企業處推動「提升中小企業節能減碳能力輔導計畫」。2016 年執行項目：（一）赴廠諮詢診斷服務；（二）產業群聚示範輔導；（三）國際規範輔導；（四）綠色人才養成。2015 年主要成果：（一）完成 75 家企業諮詢診斷輔導，推估節省成本共計約 6,370 萬元/年（二）完成 10 家企業規範查證輔導，並取得國際證書；（三）完成 20 家企業產業群聚示範輔導，合計節省成本約為 532 萬元/年。

計畫網址：<http://GHGinfo.moeasmea.gov.tw/>。

二、中小企業綠色小巨人輔導計畫

為協助中小企業朝綠色永續價值創新發展，強化綠色環保、營運持續管理與企業社會責任能力。向下紮根培育綠色人才，建立綠色知識，向上形塑企業標竿，擴散優質典範，打造臺灣堅實中小企業綠色供應網絡與產業結構。經濟部中小企業處推動「中小企業綠色小巨人輔導計畫」，2016 年執行項目為赴廠諮詢診斷服務、優質亮點個廠輔導、綠色示範供應鏈輔導、綠色能力培育及典範擴散與行銷推廣。2015 年主要成果：（一）協助完成 120 家中小企業綠色諮詢診斷，提供綠色材料、製程、設計、回收等諮詢服務；（二）完成 14 家綠色優質廠商輔導，以及 5 個供應鏈或產業群聚，並結合 2 個產業公協會聯合輔導，帶動 103 家次中小企業體系擴散；（三）振興綠色營收與增加產值達 10.55 億元，節省成本 3.6 億元。計畫網址：<http://green.pidc.org.tw/>。

三、製造業節能減碳服務團計畫

經濟部工業局推動「製造業節能減碳服務團計畫」，協助製造業及早因應未來國內溫室氣體減量規範及國際節能減碳趨勢，使企業獲得生產成本降低及碳資產之雙重效益。2016 年執行項目：（一）節能減碳技術輔導：1.節電 1%訪視、2.中小企業節能診斷、3.耗能設備效率檢測輔導及 4.智慧節能監控技術應用示範；（二）溫室氣體抵換專案示範推廣；（三）節能診斷工具推廣應用；（四）舉辦說明會、人才訓練班等。2015 年主要成果：（一）完成 275 家廠商輔導與現場查訪、160 家廠商診斷工具推廣應用、19 家廠商溫室氣體抵換專案輔導與追蹤；（二）協助受輔導廠商節省能源使用成本約 10 億元。計畫網址：<http://www.ftis.org.tw/tigers/>。

第 4 節 技術升級與增進創新研發能量

相較於大型企業之雄厚資金及人才優勢，中小企業規模小，研發及專業人力缺乏，因此中小企業更需要加強創新與研發能力，以因應國際競合趨勢的營運瓶頸及轉型壓力等多重考驗。為鼓勵中小企業提升創新研發能力，並有效協助企業降低研發成本與風險，政府提供許多創新研發輔導及經費補助，期能帶動企業在創新研發方面的投入，促使其積極創新及轉型升級，加速整體產業升級，提升我國之國際競爭力。本節說明中小企業技術升級及提升研發能量策略。

一、產業工作環境改善計畫

為減少國內產業之職業災害、因應當前國內投資環境相對惡化、勞動力供需失衡、產業外移等因素所造成的經濟問題，積極改善投資發展環境、建立新的競爭優勢、降低整體營運風險，經濟部工業局推動「產業工作環境改善計畫」。2016 年執行項目：（一）工作環境改善基礎技術輔導；（二）風險管理技術輔導；（三）產業安全衛生法規研議；（四）其他宣導與推廣。2015 年主要成果包括針對工作環境具危險、辛苦或骯髒等 3K 因子之廠商（以中小企業為主）共 218 家廠商診斷諮詢技術輔導，整體改善率達 79.19%，以及完成 2 家廠商風險管理系統之安全供應鏈輔導並取得認證。計畫網址：<http://www.cesh.twmail.org/>。

二、中小企業即時技術輔導計畫

經濟部工業局推動「中小企業即時技術輔導計畫」，協助中小企業技術升級轉型，由政府提供輔導經費，結合財團法人、大專院校及技術服務業者等輔導單位既有成熟技術能量，提供短期程、小額度、即時性之技術輔導，解決其急迫性之技術問題，以提升其附加價值。2016 年執行項目：（一）個案輔導管理及推廣；（二）技術升級個案輔導：提供企業短期程、小額度、即時性的技術升級個案輔導。2015 年主要成果：（一）實際完成 293 家中小企業技術升級轉型輔導；（二）協助受輔導業者增加產值 6.24 億元，降低生產或營運成本 1.47 億元。計畫網址：<http://proj2.moeaidb.gov.tw/itap/index.php>

三、產業升級創新平臺輔導計畫

為協助推動產業升級轉型，原經濟部工業局推動之「標竿新產品創新研發輔導計畫」（含主導性新產品計畫、創新應用服務計畫），自 2015 年起調整為「產業升級創新平臺

輔導計畫」，引導業者開發具市場競爭力之產品或服務，並輔以產業推動及方案補強等措施，達到提升我國產業附加價值、產業結構優化，並鏈結國際市場。其中，「產業高值計畫」、「創新優化計畫」、「新興育成計畫」及「研發貸款計畫」說明如表 9-4-1 所示。

截至 2015 年共受理 181 年計畫案，核定 86 件，核定補助款達 14.98 億元，引導廠商投資金額達 24.23 億元，預計結案後帶銷售金額達 366 億元。計畫網址：<http://tiip.itnet.org.tw/>。

表 9-4-1 產業高值計畫、創新優化計畫、新興育成計畫及研發貸款計畫說明

項目	產業高值計畫	創新優化計畫	新興育成計畫	研發貸款計畫
計畫目的	引導產業朝向高值化發展，鼓勵業者切入高端產品應用市場，以提升整體產業附加價值率。	鼓勵具指標性廠商掌握關鍵技術/產品，以建構完整供應鏈體系，或引導業者建立整體系統解決方案，以擴大整廠整案海外輸出，爭取國際商機。	為因應產業需求及政策發展方向，發展替代性的主流新興產業，鼓勵業者進行開發新興產品或服務，進而構築產業生態體系，並鏈結國際市場。	為因應產業需求及政策發展方向，整合產業相關業者進行研發，建立產業研發能量，帶動相關產業健全發展及強化整體產業競爭力。
執行項目	補助款 由符合資格之廠商提出申請，經審議通過後，所核定之計畫總經費提供相對補助經費。	同左。	同左。	貸款 由符合資格之廠商提出申請，經審核通過後，推薦予銀行承貸，並由國發基金出資一半本金，以提供廠商研發融資。
審查重點	特質：具備切入高端市場之潛力、掌握關鍵技術及創新性、服務內涵具備科技含量及創新性、創造高倍數成長之高毛利產品。 產業：石化產品、金屬製品、紡織產品、食品體系、智慧節能產品等產業。	特質：超越目前國內產業技術水準；整體系統服務及商業營運模式、國內場域試煉規劃及導入等。 產業：工具機控制器、平面顯示器材料、半導體材料、餐飲、電子商務等產業。	特質：具新興產業形成與市場先導示範性，計畫內涵應具備技術或創新服務含量，並可帶動相關技術或產品發展。 產業：B4G/5G 通訊系統、新藥及醫材、3D 列印製造、電動車及儲能系統、智慧城市及智慧聯網、雲端產業及鉅量資料分析等產業。	特質：符合研發內容之技術、產品或服務。 產業：網際網路業、製造業、技術服務業、文化創意產業及流通服務業。

資料來源：經濟部工業局，2016 年。

四、協助傳統產業技術開發計畫

經濟部工業局據以推動「協助傳統產業技術開發計畫」，透過提供傳統產業研發補

助資金，鼓勵業者自主研發，以厚植我國傳統產業之創新研發能力、加速升級轉型及提升競爭力。2016 年執行項目：（一）產品開發：提升傳統產業新產品／新技術開發能力；（二）產品設計：鼓勵傳統產業運用設計服務業創意設計，導入產品設計美學；（三）研發聯盟：選擇優先發展之重點傳統產業，以產業聚落「聯合開發」模式，共同進行研究開發。2015 年主要成果為協助 419 家業者進行新產品開發及設計，投入補助經費 2.66 億元，投入研發經費逾新臺幣 4.87 億元，衍生產值效益達 72.30 億元。

計畫網址：<http://www.citd.moeaidb.gov.tw/CITDweb/Web/Default.aspx>。

五、小型企業創新研發計畫

經濟部自 1999 年起推動「小型企業創新研發計畫(Small Business Innovation Research，簡稱 SBIR)」，藉由政府的部分經費補助，降低中小企業研發創新之風險與成本，且研發成果歸廠商所有，以鼓勵中小企業進行創新研發活動，提升我國中小企業技術水準及我國產業之競爭力，以及協助地方產業之升級轉型。本計畫又分為「小型企業創新研發計畫」（經濟部 SBIR）以及自 2008 年起推動之「地方產業創新研發推動計畫」（地方型 SBIR），說明如表 9-4-2 所示。計畫網址：<http://www.sbir.org.tw/SBIR/Web/Default.aspx>。

表 9-4-2 小型企業創新研發計畫及地方產業創新研發推動計畫說明

項 目	小型企業創新研發計畫 (經 濟 部 SBIR)	地方產業創新研發推動計畫 (地 方 型 SBIR)
執行項目	受理中小企業申請關於產業技術與產品之創新研究，業者向經濟部 SBIR 計畫專案辦公室提出申請。	由經濟部配合匡列協助經費，辦理地方特色產業創新研發計畫之推動，業者向各直轄市、縣(市)政府提出申請。
主要成果	截至 2016 年 4 月底，累計通過 6,107 件創新研發計畫，政府投入補助金額約 107.11 億元，帶動中小企業投入研發經費約 205.40 億元。	截至 2016 年 4 月底，共補助 3,222 家中小企業，各縣市政府自行匡列經費累計約 8.04 億元，經濟部配合匡列協助經費累計約 14.01 億元，帶動中小企業投入地方產業創新研發經費總計約 37.24 億元。

附 註：小型企業創新研發計畫（SBIR）（含地方型 SBIR）自 2015 年 9 月 1 日起由經濟部技術處移撥至經濟部中小企業處接辦，使本計畫與經濟部中小企業處相關輔導中小企業資源作有效整合，以達到協助中小企業之總體綜效。

資料來源：經濟部中小企業處，2016 年。

六、傳統產業技術創新推動作法

經濟部技術處執行「傳統產業技術創新推動作法」，以專案方式整合相關法人研究機構，連結產學研各界能量，化被動為主動，提供多元化關懷輔導資源，協助傳統產業技術發展與升級。2016 年主要執行項目如表 9-4-3。

表 9-4-3 傳統產業技術創新推動作法執行項目

項目	傳統產業加值轉型推動計畫	學界協助中小企業科技關懷計畫	東部產業技術服務中心
計畫內容	藉由金屬中心、中科院及傳統產業創新聯盟等法人研發能量，協助傳統產業加值轉型；2015-2016 年度選定健身器材、製鞋、模具、不織布、鋁製造、縫紉機、系統廚具製造、印刷產業與體育用品等 9 項產業。	導入學界豐沛研發能量，分為： 1. 專案輔導：由學校組成專家團隊，解決廠商共通產業技術或跨領域需求。 2. 個案輔導：由專家協助個別廠商進行最長 6 個月之免費 1 對 1 診斷協助。	採跨法人聯合服務模式，由工研院及石資中心兩大研發法人機構於花蓮光華工業區成立服務團隊，視業者需求納入傳統產業創新聯盟、學界及西部其他法人能量，建構完成東部特色產業科技關懷平臺。
適用對象	法人選定輔導產業之廠商。	學校專家研提輔導之中小企業。	東部地區 5 人以下微型產業。
主要成果	截至 2015 年已促成投資 9.6 億元，衍生產值 5.9 億元，增加就業人數 23 人，協助業者研提政府研發補助計畫 18 案。	截至 2015 年已促成全國 140 所以上大學校院 6,912 位學界專家及 10,421 家次中小企業參與，導引廠商相關投資 54.4 億元，增加產值 55 億元。	截至 2015 年技術諮詢服務 2,027 家業者，協助申請 707 件政府輔導案，促成 26 件產業聯盟，促成廠商投資 9.3 億元，增加產值 11.3 億元，增加就業 335 人。
計畫網址	http://tipo.stars.org.tw/	http://sita.stars.org.tw/	http://www.eitsc.org.tw/

資料來源：經濟部技術處，2016 年。

七、A⁺企業創新研發淬鍊計畫

為符合國際創新政策趨勢，引導我國業者投入具潛力的前瞻產業技術開發，並鼓勵進行跨領域整合，以完備我國產業生態發展，經濟部技術處自 2014 年起，以「A⁺企業創新研發淬鍊計畫」銜接原「業界開發產業技術計畫」，持續推動補助企業投入創新研發業務。2016 年推動項目：（一）前瞻技術研發計畫：引導企業進行前瞻技術研發活動；（二）整合型研發計畫：鼓勵業者組成研發聯盟，進行垂直整合、橫向連結或研發程序整合；（三）鼓勵國內企業在臺設立研發中心計畫：以「研發環境建構」為主要任務，協助廠商建立完善的研發組織與研發管理制度；（四）專案類計畫：包括工業基礎技術計畫、快速審查臨床試驗計畫、歐盟多邊創新研發成員補助計畫及臺以創新研發成員補助計畫；（五）全球研發創新夥伴計畫：以產業政策為導向，盤點我國重點發展產業之技術缺口與需求，連結與我國產業互補互利之外國企業來臺從事創新研發活動。

原業界開發產業技術計畫，截至 2015 年已核定 1,079 件計畫，計有 1,678 廠商，引導廠商投入逾 531 億元、逾 2 萬 9,000 人之研發人力；A⁺企業創新研發淬鍊計畫截至 2015 年已核定通過 123 件研發計畫，政府投入補助金額 48.9 億元，帶動企業投入研發經費 70.9

億元。計畫網址：<http://aiip.tdp.org.tw/index.php>。

八、服務業創新研發計畫

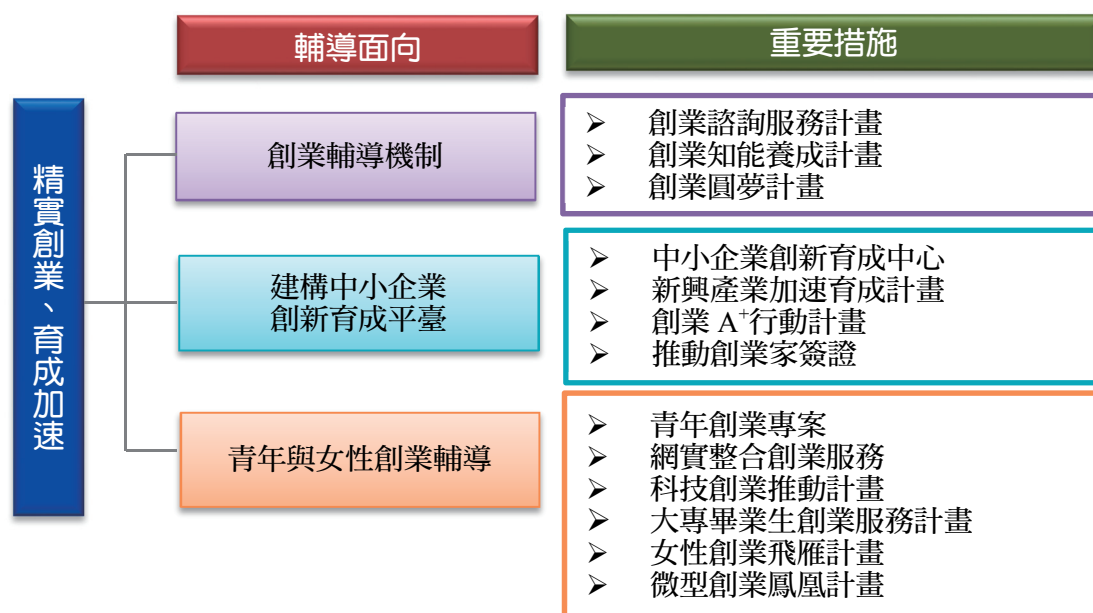
因應服務業已成為目前國家經濟發展的重心，經濟部商業司推動服務業創新研發計畫（Service Industry Innovation Research，簡稱 SIIR），以補助方式鼓勵服務業者積極投入新服務商品、新經營模式、新行銷模式及新商業應用技術（四新）之創新開發工作，創造競爭優勢。2016 年補助類別有「創新營運」及「整合聯盟」兩類。2015 年主要成果為核定補助 82 案、協助業者增加營業額 5.3 億元及促進新聘就業人力 302 人次。計畫網址：<http://gcis.nat.gov.tw/neo-s>。

第 10 章 建構創新創業及育成加速機制

2016 年公布的《2015-2016 全球創業觀察（GEM）》研究顯示，2015 年臺灣民眾的創業動機指數（Motivational Index）為 3.8，排全球第 13 名；民眾認為創業為好的生涯選擇（Entrepreneurship a good career choice）為 74.0%，排全球第 7 名；均反映臺灣是一個對創業創新熱忱及友善的國家。

為持續營造臺灣優質創業環境，政府建立從創意、創新到創業的完整生態圈，積極執行創業育成輔導相關計畫，包括推動「新興產業育成加速器」及開辦「創業家簽證」，深化前瞻及新興中小企業創業育成合作，鏈結國際育成網絡，引進國際人才。另外，行政院整合多方創業資源，執行「青年創業專案」，並推動「網實整合創業服務」，提供鐵三角創業服務。圖 10-0-1 為中小企業創業育成措施架構。

圖 10-0-1 中小企業創業育成措施架構



資料來源：本書整理。

第 1 節 深化創業輔導與提升創業動能

經濟部中小企業處整合能量打造創業服務單一窗口，並推動臺灣創業服務引擎，積

極優化創業環境，讓所有的創業好事盡在臺灣。創業輔導執行機制如圖 10-1-1。

圖 10-1-1 創業輔導執行機制



資料來源：經濟部中小企業處，2016 年。

一、創業諮詢服務計畫

經濟部中小企業處推動「創業諮詢服務計畫」，建立單一窗口，以協助有意創業者將創業構想具體化，提供創業資訊與諮詢服務，以利民眾做好創業前的準備工作，進而增加其創業成功機會。2016 年執行項目：（一）透過「0800-589-168 免付費創業諮詢專線」及全臺逾百位專業顧問，提供免費諮詢服務；（二）串聯創業輔導服務資源，維運「青年創業及圓夢網」創業服務單一入口網站；（三）國際學研社群連結：連結國際中小企業聯合會（ICSB）、全球創業觀察（GEM）、全球創業週（GEW）等國內外中小企業社群平臺，強化創業風氣及國際參與。2015 年至 2016 年 4 月主要成果為提供創業諮詢服務 13,244 人次，輔導成立 70 家新創企業及推薦案源至相關計畫。青年創業及圓夢網：<http://sme.moeasmea.gov.tw/startup/>。

二、創業知能養成計畫

為提升創業者基本知能，掌握最新創業趨勢、經營理念與資訊，協助青年建構完整

創業能力，啟發創意、創新思維，協助完成創業夢想，使中小企業永續經營，經濟部中小企業處持續推動「創業知能養成計畫」，適用對象為已創業、具創業意願或欲進一步充實創業知能之民眾，並以已創業或準備創業者為優先。2016 年計畫內容包括開辦創業育成班、創業主題班、創業論壇以及針對課程結訓學員進行追蹤關懷。2015 年至 2016 年 4 月底，已辦理創業育成班 32 班、創業主題班 20 班，共培訓 4,405 位有意創業之青年。創業知能養成學習網：<http://learningup.sme.gov.tw/>。

三、創業圓夢計畫

經濟部中小企業處執行「創業圓夢計畫」，主要服務成立 5 年內之中小企業，培育具有發展潛力之新創事業，強化企業經營體質。2016 年主要執行項目分為 3 類：（一）輔導支持：提供新創事業分級輔導、協助企業取得專業證照及申請政府相關補助、舉辦交流媒合活動；（二）多元活動：舉辦全臺巡迴 So-Fun 新創小聚促進異業交流、媒合商機，舉辦 B2B 展銷會協助曝光優質企業，帶來實質利潤；（三）獎項表揚：設立「新創事業獎」，表揚具創新產品、技術、流程或服務之新創事業。2014 年至 2015 年為止，成功輔導 415 家近 5 年成立的新創企業，新增或維持 2,554 個就業機會，帶動民間投資 36.81 億元。青年創業及圓夢網：<http://sme.moeasmea.gov.tw/startup/>。

第 2 節 精進育成特色及加速新事業成長

本節介紹中小企業創新育成平臺重要措施及實施方法，政府除了要強化育成中心特色外，提升直營育成中心營運效能，並著重國際參與，加速推動前瞻型中小企業及新興產業加速育成，鏈結國際育成合作網絡，並鼓勵國際創業人才來臺，協助我國中小企業切入國際市場，形成全球布局。

一、中小企業創新育成中心

自 1997 年起，經濟部中小企業處推動設立育成中心（Incubation Centers），並鼓勵公民營機構設立育成中心，以提供新創與創新企業進駐空間、儀器設備、研發技術、協尋創業資金、人力資源開發、參與國際事務等資源，讓中小企業取得在創業過程不同階段的支援，降低創業及研發初期的成本與風險，創造優良的培育環境，提高事業成功的機會。

（一）育成中心現況

- 截至 2015 年底全國共計逾 130 所創新育成中心，經濟部中小企業處於 2015 年補助 73 所育成中心，補助育成中心 1.59 億元。
- 中小企業處自 2002 年起配合園區開發，陸續設置南港軟體等 5 所直營育成中心，聚焦培育重點科技產業，提供中小企業不同發展階段完整育成服務。
- 育成輔導績效（表 10-2-1）：
 - 2015 年計補助 73 所育成中心，培育 1,951 家企業，誘發投增資約 170 億元，協助 9 家上市（櫃）企業，育成企業產出投增資金額／投入育成中心補助經費比例為 106.91 倍。
 - 累計至 2015 年底，中小企業處累計補助 120 所，共協助 86 家上市（櫃）企業，誘發投增資約 1,102 億元，維持及新增就業 223,266 人。

表 10-2-1 歷年育成輔導績效

項 目 \ 年 度		2011	2012	2013	2014	2015
投入	補助育成中心金額(億元)	1.41	1.52	1.57	1.52	1.59
產 出	培育中小企業家數	1,954	2,065	2,181	2,000	1,951
	育成新創企業家數	1,226	1,250	1,354	1,327	1,294
	維持就業人數	30,489	34,185	29,368	27,138	26,346
	協助育成企業取得專利件數	361	206	157	176	121
	協助育成企業取得技術移轉件數	195	84	62	71	118
	投入產出倍數比 (資本額增加量/補助金額)	45.11	36.43	49.32	63.16	106.91
	投增資金額(億元)	64	57	77	96	170
	上市上櫃企業家數	3	2	5	9	9

資料來源：經濟部中小企業處，2016 年。

4. 育成中心創新作法

- 特色專業化發展：呼應行政院青年創業專案政策指示，鼓勵育成中心資源串聯，朝 7 大特色模組，包括青年創業、女性創業、創新應用、跨國育成、前育成、社企育成及區域網絡，亦引導國內育成中心依母組織核心專長，選擇重點產業領域。透過政策引導育成中心朝專業化、特色化發展。
- 整合跨部會資源：為提升校園育成中心單位服務效能，強化校園創新創業育成資源及能量整合，透過共同查核指標設置與聯合審查訪視，使育成中心有效扮演校園創業資源導引平臺。

- (3) 育成多元成長：為鼓勵民間力量共同投入創新創業，自 2016 年起鼓勵新型態育成機構加入育成行列，透過民間參與，引進豐沛、生動的輔導模式，使育成輔導能量更多元，更符合青年創業需求。更引導學校型育成中心強化與學校教學研究連結，促使學校更重視育成中心的營運發展，進而形成集中資源、跨部會一條龍資源串接之創業補助機制，打造完善的創業環境。
- (4) 設計退場機制：針對執行成效不彰、執行率偏低、經理人異動頻繁與經費運用不符規定者，納入整體退場規劃參考，朝特色拔尖。
- (5) 育成網絡支援：透過區域網絡育成中心扮演領頭羊的角色，協助整合區域網絡內的資源，形成育成合作共享與支援平臺。此外，亦串聯民間育成辦理具代表性或大型之創業育成活動，促使育成體系多元化，並促進各類型育成中心交流及觀摩學習。育成加速卓越服務網：<http://incubator.moeasmea.gov.tw/>。

(二) 直營育成中心

中小企業處自 2002 年起配合園區開發，陸續設置南港軟體等 5 所直營育成中心，聚焦培育重點科技產業，提供中小企業不同發展階段完整育成服務。（表 10-2-2）

表 10-2-2 中小企業處直營的 5 所育成中心之聚焦培育領域及執行成效

名 稱	聚 焦 培 育 領 域	截至 2016 年 4 月 輔導成效
南 港 軟 體 育 成 中 心	電子商務、嵌入式系統、資訊軟體及網路通訊	■ 培育家數 167 家。 ■ 維持及新增就業人數 1,718 家。 ■ 誘發投增資金額逾 2.1 億元。 ■ 累計育成 11 家上市(櫃)企業。
南 港 生 技 育 成 中 心	醫藥、醫療器材、醫療保健、農業生技	
高 雄 軟 體 育 成 中 心	數位內容、資訊軟體、科技化服務	
南 科 育 成 中 心	電子資訊、生技醫療、綠能環保、精密機械	
新竹生醫產業及育成中心	高階醫材、新藥研發、ICT 醫材、藥物傳輸	

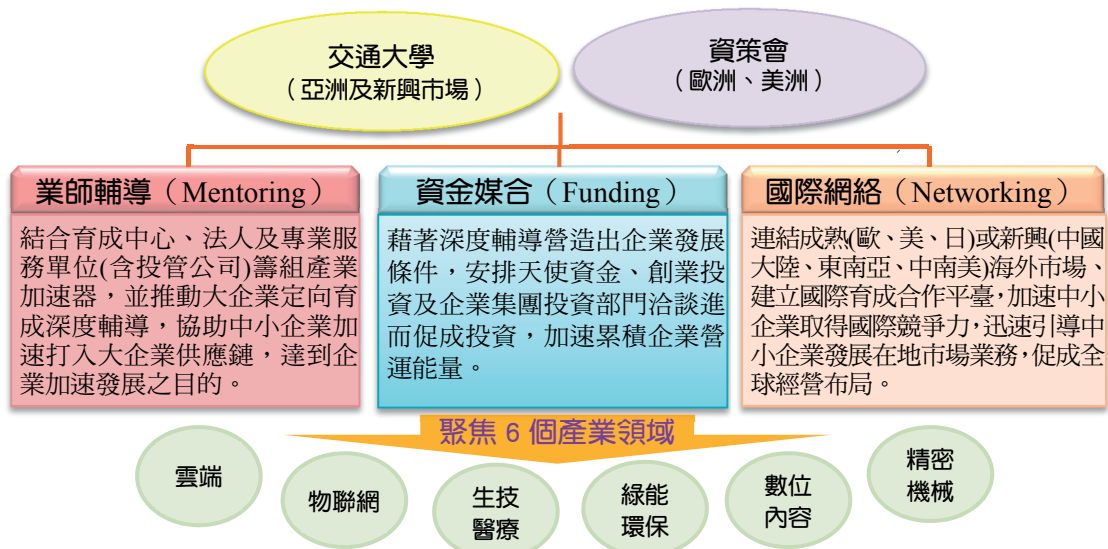
資料來源：經濟部中小企業處，2016 年。

二、新興產業加速育成計畫

經濟部中小企業處自 2013 年起推動「新興產業加速育成計畫」，針對歐洲、美洲、亞太及新興等 4 大國際市場，以策略聯盟方式擴大產業別育成加速服務能量。2016 年由資訊工業策進會及國立交通大學共同執行，聚焦雲端、物聯網、生技醫療、綠能環保、數位內容及精密機械等 6 大新興科技應用產業及次產業，2016 年將更著重客製化加速育成輔導，強化定向育成，促進中小企業與大企業合作，加速資金媒合與國際化，並助其

快速切入國際市場及產業供應鏈。(圖 10-2-1)

圖 10-2-1 新興產業加速育成平臺



資料來源：經濟部中小企業處，2016 年。

(一) 育成加速器特色

有別於一般以空間管理為目的的育成中心，育成加速器以投資組合操作概念的商業模式，由全國性的大區域中篩選出優質案源，透過業師輔導、早期資金提供及國際網絡鏈結，提供具全球市場競爭潛力之新創企業 3 至 6 個月短期的育成加速器服務。

(二) 定向育成

新興產業加速育成計畫提供一個育成交流平臺，並鏈結國際市場，依據中小企業市場導向與價值鏈需求，整合輔導能量及外部資源，協助臺灣新興產業快速發展適合產業屬性之 B2C/B2B/B2M 商業成長模式，進行與中大企業定向育成。

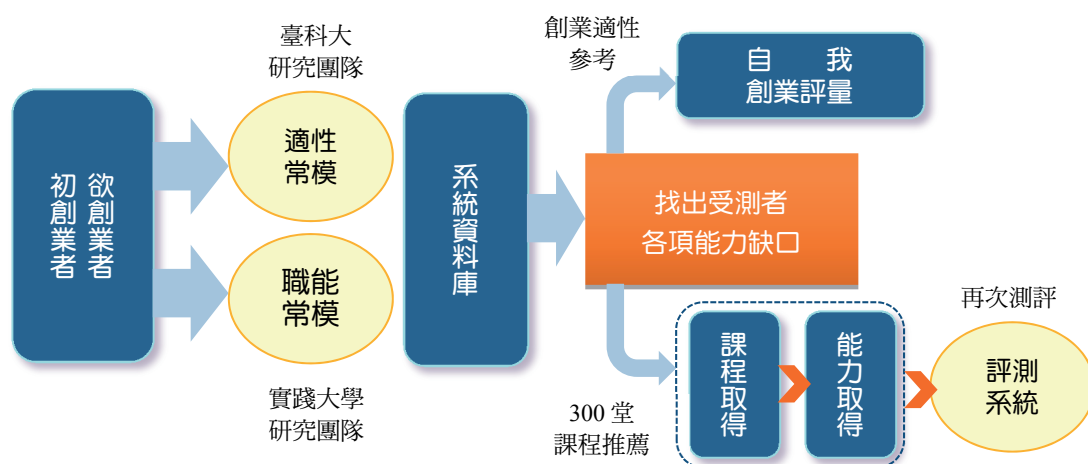
2015 年主要成果為輔導 85 家潛力中小企業，促進投增資金額近 13.2 億元。新興產業加速育成計畫網址：<http://sta.sme.gov.tw/>。

三、創業 A⁺行動計畫

為促進產業升級，驅動創新能量，並培植亮點新創團隊，經濟部中小企業處自 2015 年推動「創業 A⁺行動計畫」，工作項目分為 2 個部份：

- (一) **創業能力診斷及推薦系統**：提供創業者即時評量，創業者可依據分析結果，確認自身的創業核心能力及優弱勢，並透過創業知能養成課程相關的學習網路，進一步學習及補足其創業能力缺口。圖 10-2-2 為創業能力診斷及推薦系統運作方式。

圖 10-2-2 創業能力診斷及推薦系統運作方式



資料來源：經濟部中小企業處，2016 年。

- (二) **創業行動方案**：主要訴求係以中帶小，提供陪伴輔導的運作模式。透過遴選潛力新創團隊作為培育對象，搭配具有高度熱忱、豐富企業實戰經驗的創業導師，並依據導師團隊晤談，以及協助診斷新創企業所需資源及商業模式之缺口後，邀請擁有該資源能量之卓越中堅企業（國家磐石獎、小巨人獎、創新研究獎得主）加入本計畫，介接相關資源（通路、人脈、資金、技術...等）及提供市場端應備知識，以媒合具發展性之新創團隊營運模式與產品技術，有效達成新創企業與中堅企業雙方的整體共同成長。2015 年創業行動方案已促成 6 項合作案。計畫網址：<http://aplus.org.tw/>。

四、創業家簽證

近年來新加坡、韓國、智利、英國與加拿大等國，為吸引國際人才推出「創業家簽證」，參照此作法，行政院於 2015 年 7 月實施「創業家簽證」，凡具有創新能力及技術的外國及港澳創業家，經由經濟部認定符合一定創新條件者，可先取得 1 年居留，後續如設立公司且有營運事實，將可再申請延長居留 2 年。合法連續居留 5 年者，外國及港澳創業家可分別申請永久居留及定居，預計將可陸續吸引優秀的國外創業家來臺，為我國創新創業環境注入新的能量。創業家簽證自開辦至 2016 年 6 月底止，已有 13 案（18

名) 通過。相關規定如表 10-2-3。

表 10-2-3 創業家簽證相關規定

項 目	說 明
申 請 對 象	個人或團體，外籍及港澳人士
申 請 條 件	■ 獲得國內外創業投資事業投資，或於政府認定之國際性募資平臺籌資新臺幣 200 萬元以上者。 ■ 已獲同意進駐政府認定之創新創業園區、經濟部直營、合作或獲得經濟部近 3 年評鑑優良之育成機構。 ■ 取得國內外專利權，或事實足認具專業技能。 ■ 參加國內外具代表性之創業、設計競賽獲獎，或申請政府鼓勵外國創業家來臺專案計畫通過者。 ■ 個人設立符合「具創新能力之新創事業認定原則」之事業，擔任該事業負責人並投資新臺幣 100 萬元以上者，或團體成員擔任該事業之負責人、董監事、經理人或主管等職務，且合計投資金額達新臺幣 100 萬元以上者。 ■ 其他經中央目的事業主管機關認定或推薦具創新能力。
停 留 期 間	初簽 1 年居留期間，居留期間屆滿前，可持「已設立公司並具有營運事實」，再申請延長 2 年居留期限。
發 放 張 數	每年核發初簽 2,000 名，可以個人及團隊方式申請，每一團隊以 3 名為原則。
審 核 機 關	經濟部

資料來源：國家發展委員會，2016 年。

第 3 節 青年及女性創業輔導

國內整體創業活力旺盛，2015 年臺灣的新設企業高達 9 萬 8,507 家，而女性企業家數約 50 萬家（約占全體企業 36%），提供 5.4 兆之銷售額，顯示女性企業對我國經濟發展之影響力與重要性。本節針對青年及女性創業時，政府提供客製化及整合性之創業育成服務，以及融資資源協助措施進行說明。

一、青年創業專案

青年創業與創新為因應長期景氣波動與挹注經濟活力的重要關鍵，可加速產業轉型並提振國內經濟景氣，行政院推動 3 年期（2014 年至 2016 年）之「青年創業專案」，內容涵蓋「創夢啟發」、「圓夢輔導」、「投資融資」、「創新研發」4 大面向，彙整 13 個部會相關計畫（如表 10-3-1），透過對各部會資源的盤點，以及部會間的密切配合與資源整合，提供青年在創業前準備及各階段的多元輔導服務。2015 年帶動新創事業，包含青年創業、新興農業、文化創意產業及社會企業等共計 3,625 家，創造及穩定就業人數逾 5 萬 2 千人。

表 10-3-1 2016 年青年創業專案創業輔導資源

面向	部 會	計 畫 名 稱
創夢 啟發	經濟部	創業知能養成計畫、促進中小企業數位學習計畫
	教育部	大學校院創新創業扎根計畫、技職再造推動創新創業策略、智慧生活創新創業育成平臺計畫
	行政院農業委員會	農民學院-入門及初階訓練、農民學院-進階及高階訓練
	勞動部	微型創業鳳凰貸款、創業諮詢輔導服務計畫
	客家委員會	客庄青年新創事業競賽
	國軍退除役官兵輔導委員會	創業輔導活動計畫
圓夢 輔導	經濟部	創業諮詢服務計畫、創業圓夢計畫(含新創事業獎)、女性創業飛雁計畫、微型及個人事業支援與輔導計畫、網路社群創新型服務發展計畫、中小企業創新育成中心、新興產業加速育成計畫、創業楷模選拔
	教育部	大專畢業生創業服務計畫(U-START)
	文化部	文化創意產業創業圓夢計畫、輔導藝文產業創新育成補助計畫
	科技部	創新創業激勵計畫
	行政院農業委員會	加強培育農業工作者(辦理青年農民專案輔導及建立交流平臺)、農村再生整體發展計畫
	客家委員會	客家產業創新育成計畫
	原住民族委員會	臺灣原住民族精實創業輔導計畫
	交通部	青創文創直接承租臺灣鐵路管理局公用不動產方案
投資 融資	經濟部	青年創業及啟動金貸款、中小企業創新發展專案貸款、加強投資中小企業實施方案、加強投資策略性服務業實施方案
	文化部	文化創意產業優惠貸款
	勞動部	微型創業鳳凰貸款及創業諮詢輔導服務計畫
	行政院農業委員會	青年從農創業貸款
	金融監督管理委員會	「創意集資資訊揭露專區」平臺、「創櫃板」、「金融挺創意產業」專案計畫
	國家發展委員會	行政院國家發展基金創業天使計畫
	原住民族委員會	原住民族綜合發展基金貸款
	國軍退除役官兵輔導委員會	創業貸款利息補貼
創新 研發	經濟部	小型企業創新研發計畫(SBIR)、服務業創新研發計畫(SIIR)
	行政院農業委員會	農業科技產學合作、強化農業創新育成中心進駐業者

資料來源：經濟部中小企業處，2016 年。

二、網實整合創業服務

經濟部中小企業處運用網實整合模式，整合各部會之創業輔導資源，提供 O2O 創業服務，包括設置單一入口網站「青年創業及圓夢網」，並成立行政院青創基地，作為政府創業服務之實體窗口，同時推動創業臺灣 368 行動巡迴服務，作為前揭基地之延伸，提供各地青年創業服務，共同為青年創業注入新興活水，形成「創業鐵三角」：

(一) 青年創業及圓夢網：2015 年以使用者需求為導向升級為 2.0 版，匯聚青年創業專

案 13 部會創業輔導資源，區分為「找資金」、「創業能力診斷」、「青創基地與巡迴車」、「活動看板」、「創業服務資源」等專區，並提供 0800-589-168 免付費諮詢專線，串聯「創業圓夢 Start-up Hub」Facebook 粉絲頁，讓民眾可於線上快速便利取得政府與民間創業輔導資源及服務資訊，增進運用效能。青年創業及圓夢網：<http://sme.moeasmea.gov.tw/startup/>。

（二）**行政院青創基地**：於前行政院院長官邸（金華街 142 號）設立「青創基地」，將各部會線上創業服務資源，實體化整合集結於此，成立線下（Off-line）一站式創業服務窗口，提供創業資訊、業師諮詢、策展活動等實體服務，並發揮「Hub」角色，把創業社群或專業服務單位的資源導入基地，也把政府資源匯出到民間社群，攜手活絡創業生態圈。

（三）**創業臺灣 368 行動巡迴服務**：於北、中、南、東設有行動創業 368 巡迴車主動出擊，走遍全國 22 縣市，串聯地方政府、區域內傳統產業、返鄉創業者與在地創業社群共同進行交流，依在地青年需求，提供政府創業資訊巡迴服務。

三、科技創業推動計畫

經濟部中小企業處推動「科技創業推動計畫」，透過觀測國際創業政策與法規及辦理座談會，完備早期創業階段之創業政策，並建立 Aplustart 創新創業資源平臺，扮演國內創業競賽 Hub，鏈結國內公、私部門所辦理與科技創業有關之競賽活動，可讓創業者知悉過去競賽團隊之創業構想。同時透過簡易的線上報名，直接參與國內各項競賽，與其他創業團隊交流，激發更具新穎性及市場性之創業構想。此外，全臺各地創業者或新創事業，亦得透過本平臺與顧問及業師討論其創業或創意構想，藉由專業諮詢與業師顧問輔導，協助具有潛力及有創業意願之團隊，將提案轉化成可行之商業化計畫，增加創業成功之機率。本平臺已成功導入 2,722 案創業構想，主動探勘具潛力 376 案。創業構想計畫網址：<https://www.aplustart.org.tw/>。

四、大專畢業生創業服務計畫

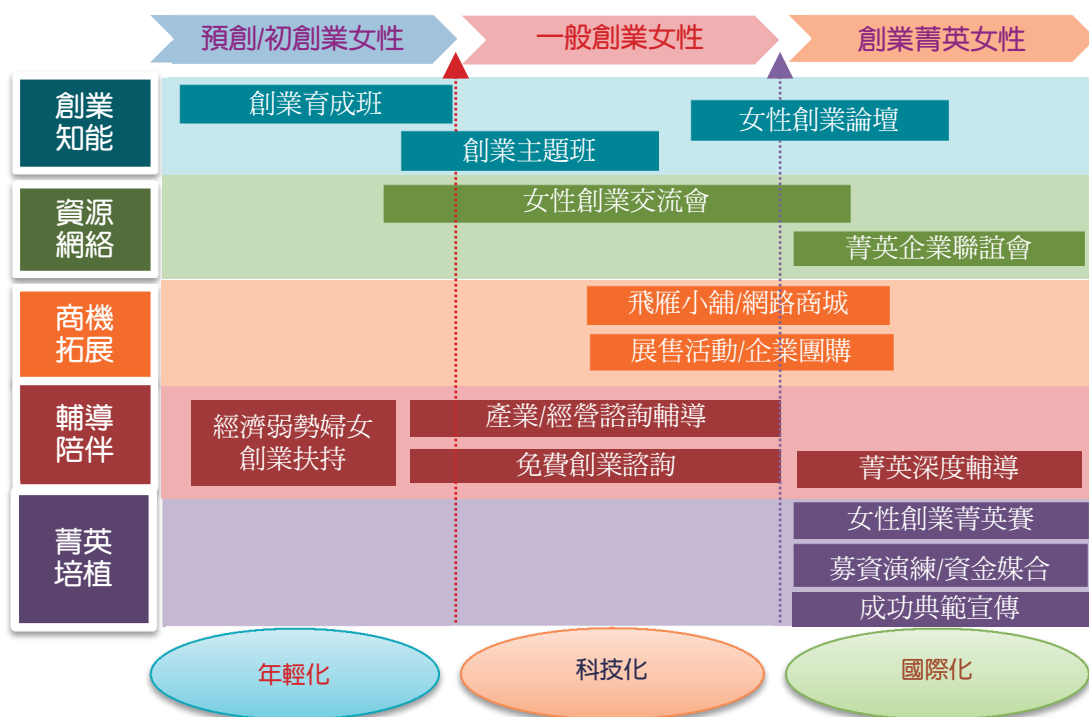
為建立大專校院產學合作創新創業機制，提供甫出大學校門青年一個實踐夢想的創業實驗場域，教育部青年發展署自 2009 年起推動「大專畢業生創業服務計畫」，以計畫補助為基礎，利用微型創業的彈性及育成協助，增加大專畢業生創業機會，期激發大專校院產學合作能量及提升校園創新創業文化。2016 年度計畫內容為創業團隊申請經審查

通過並接受學校育成單位輔導創業 6 個月者，由教育部補助學校育成輔導費及創業團隊創業基本開辦費。截至 2015 年度已有 654 組創業團隊獲此計畫補助，其中 330 組創業團隊完成創業夢想設立新創公司。計畫網址：<http://ustart.yda.gov.tw/>。

五、女性創業飛雁計畫

2016 年經濟部中小企業處推動「女性創業飛雁計畫」，依據女性創業特質，持續針對不同階段和不同需求之創業女性，提供客製化及整合性服務措施，持續推動女性創業育成相關措施，以「建基盤」、「助成長」、「選菁英」的概念，營造友善女性的創業環境，帶動女性創業風潮，提升女性經濟力與競爭力。2016 年計畫執行措施如圖 10-3-1。2015 年主要成果包括培訓 2,300 女性創業，陪伴式輔導 146 家女性企業經營，吸引投增資 9,240 萬元。計畫網址：<http://www.sysme.org.tw/woman/>。

圖 10-3-1 女性創業飛雁計畫執行措施



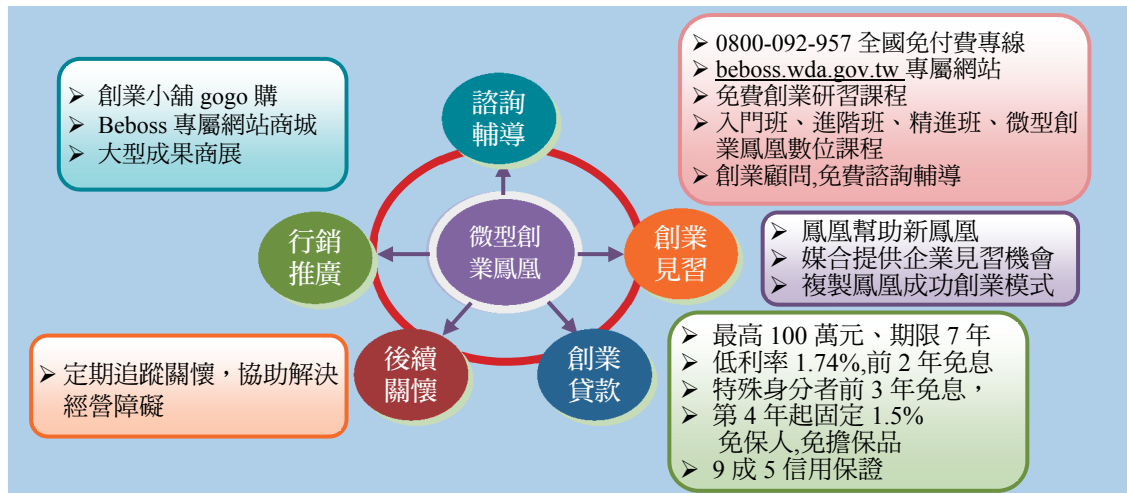
資料來源：經濟部中小企業處，2016 年。

六、微型創業鳳凰計畫

為協助 20-65 歲婦女及 45-65 歲中高齡民眾發展微型企業，創造就業機會，達到促

進就業之目的，建構創業友善環境，提供創業諮詢輔導服務及低利免擔保之創業貸款，勞動部勞動力發展署推動「微型創業鳳凰計畫」，其計畫架構及執行措施，如圖 10-3-2 所示。本計畫自 2007 年推動至 2015 年止，創業貸款金額 27 億元，諮詢輔導 35,882 人次，協助 14,385 人完成創業，共創造 38,671 個就業機會。

圖 10-3-2 微型創業鳳凰計畫執行架構

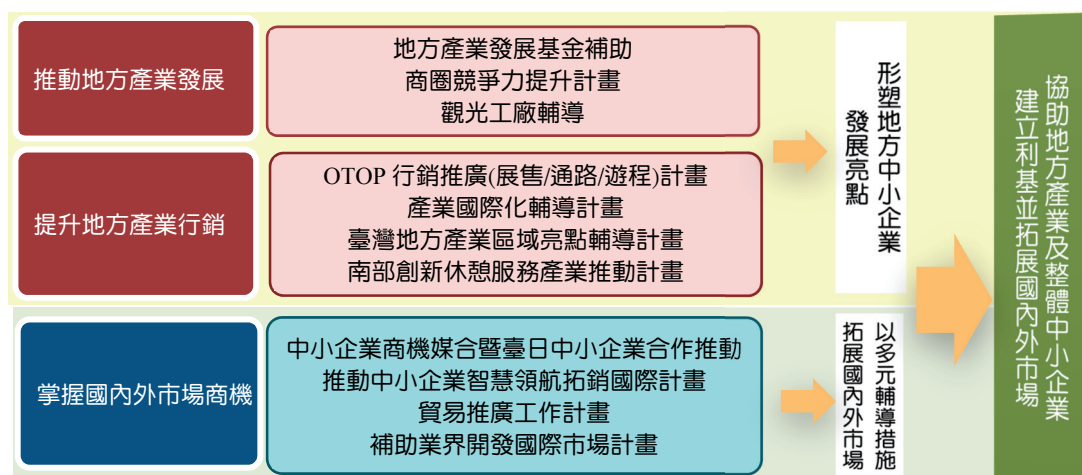


資料來源：勞動部，2016 年。

第 11 章 深耕地方產業及掌握市場商機

為活絡地方經濟發展，創造在地就業機會，政府以「地方產業發展基金」輔導地方中小企業特色化發展、推動觀光工廠，以及設置全國商圈永續發展推動平臺，平衡城鄉落差，創造在地就業機會。再者，臺灣「一鄉鎮一特產」(One Town One Product, OTOP)運用在地設計、生產及行銷，形塑區域品牌，擦亮地方中小企業的特色文化，擴大經濟效益。另外，鑒於我國中小企業的出口貢獻與出口傾向有逐年下降趨勢，政府並推動多項拓展海內外市場的措施，以國際市場為目標，協助中小企業發展茁壯。圖 11-0-1 為協助中小企業地方產業發展，以及拓展海內外市場之重點措施。

圖 11-0-1 推動中小企業地方產業發展及拓展海內外市場重點措施



資料來源：本書整理。

第 1 節 推動地方產業群聚發展

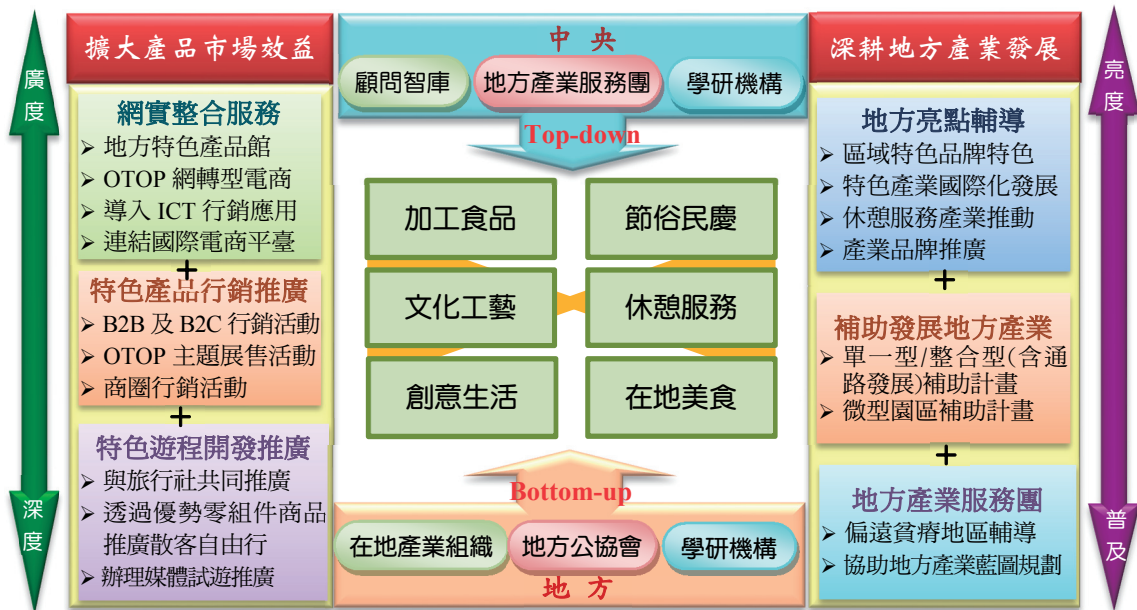
為活絡地方經濟發展，創造在地就業機會，政府積極投入資源協助地方產業特色化發展，並以「地方產業發展基金」，加強地方產業輔導，推動地方產業群聚發展。本節說明活絡地方產業發展之政策與措施。

一、地方產業發展策略

所謂地方特色產業，通常以鄉、鎮、市或社區（部落、聚落）等為主，發展出的特

色產品需具有當地特有的歷史性、文化性、獨特性或唯一性等特質之一，並運用當地素材、自然資源、傳統技藝、勞動力等，從事生產及提供服務，進而形成地方群聚之產業。經濟部中小企業處自 1989 年開始積極投入資源協助發展地方特色產業。地方發展策略推動地方產業發展策略架構如圖 11-1-1。

圖 11-1-1 推動地方產業發展策略架構



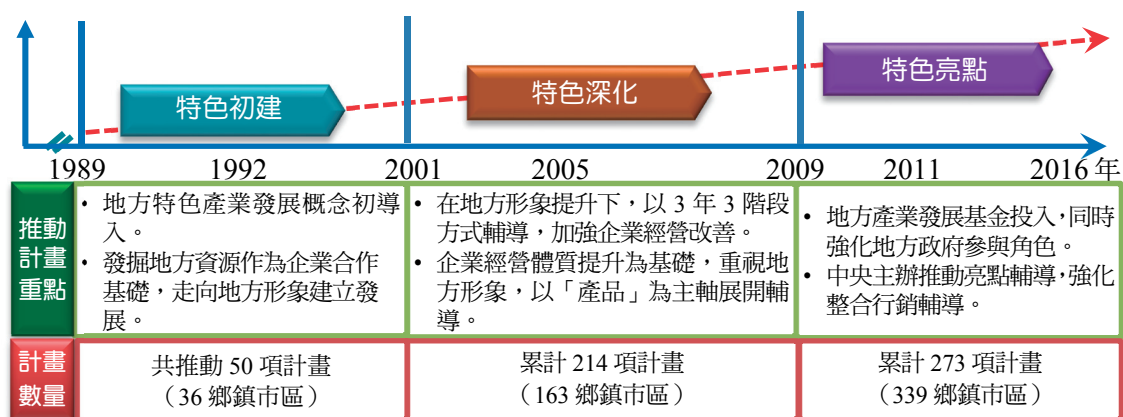
資料來源：經濟部中小企業處，2016 年。

1989 年起迄今臺灣地方特色產業發展脈絡如圖 11-1-2。歷年重點輔導措施說明如下：

- （一）**特色初建：**經濟部中小企業處自 1989 年開始積極投入資源，協助發展地方特色產業，初始以發掘地方資源作為企業合作基礎，逐漸走向地方形象之建立與發展。
- （二）**特色深化：**2001 年起以 3 年 3 階段方式輔導，並在協助企業經營體質提升的基礎上，以「產品」為主軸展開輔導，並開始地方特色產業多元資訊網的建置，以地方特色產品之發展為核心要素，強化地方特色產品市場競爭力。
- （三）**特色亮點：**2009 年成立地方產業發展基金，地方政府參與角色擴大，由地方政府主動規劃其地方特色產業發展藍圖及推動計畫，以地方提案、中央補助之原則，增加計畫型態的多樣化，協助地方產業發展，並特別針對人口外移、所得偏低地區加強輔導，以促進地方的就業機會。且自 2011 年起，運用地方產業發展基金補

助地方政府設置微型園區，以微型園區概念及群聚輔導方式，協助中小企業解決小規模合法用地取得問題。另為奠定全國各縣市地方產業發展的基礎及擴大產業發展績效，將就具發展潛力及基礎之地區，形塑地方產業亮點，以作為其他地區之標竿學習典範，並提升地方之國際能見度。

圖 11-1-2 臺灣地方特色產業發展脈絡



資料來源：經濟部中小企業處，2016 年。

二、運用地方產業發展基金推動地方產業發展

為促進地方產業長足發展、結合地方傳統人文藝術、繁榮地方經濟，增加就業機會，提高國家產經發展與成長之基本動能，經濟部自 2009 年起設置地方產業發展基金，本著「一鄉一品」之精神，以「地方需求、中央補助」為基金推動之軸心架構，補助類型分為「單一型補助計畫」、「整合型補助計畫」、「區域型補助計畫」及「微型園區補助計畫」等 4 類（圖 11-1-3）。2015 年度新核定補助計畫金額 1 億 5,300 萬元，核定案件數單一、整合約計 18 案。地方產業發展基金自 2009 年度成立迄今，政府資源運用遍及全國 339 個行政區，相較基金成立前，未受輔導資源挹注區域由 271 減為 29 個，輔導區域涵蓋率已達 92.12%。地方發展基金網址：<http://fund.sme.gov.tw/index.php>。

三、觀光工廠輔導計畫

經濟部工業局與經濟部中部辦公室自 2003 年起推動「觀光工廠輔導計畫」，協助具有產業文化或觀光教育價值的傳統工廠轉型為「觀光工廠」，讓原本具有特色的工廠更能彰顯寓教於樂的觀光價值與營運新模式。為使輔導計畫能有更具體的指標依據，自 2008 年起訂定並逐年修訂觀光工廠輔導評鑑作業須知；另外，為推動觀光工廠成為國際亮點，

遴選代表性觀光工廠，協助廠商深化經營能力及開拓市場知名度。2015 年重要成果包括 28 家個案輔導、工廠觀光化評鑑及延續性評鑑作業，促成投資 5.75 億元，增加產值 8.92 億元，創造直接就業 291 人，以及產業觀光人潮 2,200 萬人次。觀光工廠網址：<http://taiwanplace21.org/>。

圖 11-1-3 地方產業發展基金補助計畫



資料來源：經濟部中小企業處，2016 年。

四、商圈競爭力提升計畫

經濟部商業司以「多元激發商圈競爭力、打造國際示範商圈」為政策願景，自 2012 年起推動「商圈競爭力提升 4 年計畫（2012-2015 年）」，透過中央政策引導地方政府整合各部門資源，配合地方建設導入商圈治理及民間參與機制，持續提升商圈競爭力。2015 年重點策略：（一）整合趨勢與技術，提升商圈經營優勢；（二）透過商圈盤點與分類機制，導入適當的輔導資源；（三）創造亮點消費議題，配合特色整合行銷策略，提升商圈活力印象。2015 年主要成果為商圈整體就業人數增加 2,290 人、支撐商圈整體營業額達 90.20 億元、商圈民間自主投資額增加 5.17 億元。

第 2 節 提升中小企業行銷效能

為提升中小企業行銷效能，形塑優質區域品牌形象，經濟部中小企業處執行多項策略方案，用以積極協助中小企業運用在地資源，推廣臺灣地方特色且良好形象之產品，

創造優質區域品牌形象以擴大市場。以下為 2015 年至 2016 年執行之重點策略與措施。

一、臺灣 OTOP (One Town One Product) 行銷推廣計畫

經濟部中小企業處自 1989 年起推動的地方特色產業輔導政策，透過專業輔導團隊與業者的合作，運用地產資源，導入新技術、創意、服務及品牌概念，協助地方產業朝向精緻化與特色化發展，並透過臺灣 OTOP (One Town One Product) 「一鄉鎮一特產」共同標示形象，推廣臺灣地方特色且優質形象之產品，開拓內、外銷市場與發展地方旅遊業，並鎖定具國際市場發展潛力之地方特色產業，進行產業價值鏈提升，塑造臺灣地方特色亮點，提高臺灣整體形象。2016 年主要執行項目如下：

(一) OTOP 展售通路拓展

1. 委辦經營／補助地方設置區域展售通路

- (1) 協助委辦通路行銷，提升回饋金額。
- (2) 鼓勵地方政府布建通路，引導地方通路永續經營。

2. OTOP 通路授權

與交通節點、觀光飯店、風景名勝等通路業者合作，推廣設置 OTOP 授權通路。

(二) OTOP 遊程行銷推廣

開發具市場性之遊程，帶動地方特色產業旅遊商機，並系統性整合中小企業處管轄之地方特色產業，推出分眾旅遊方案，提供在地觀光旅遊之嶄新選擇。

(三) OTOP 獎項選拔

為促進地方特色產業業者積極投入產品創新研發、包裝設計改良、技術與服務升級，特辦理「臺灣 OTOP 產品設計獎」評選活動，以特色產品與地方故事為核心，藉由創意設計之加值，拓展臺灣地方特色產業的創新價值。

二、OTOP 國際化計畫推動暨輔導作業

「OTOP 國際化輔導計畫」以臺灣 OTOP 品牌共同標示形象，並整合相關產業聯盟組織、媒合國際通路合作等方式，促進臺灣地方特色產業走向國際化，落實 OTOP 產品持續販售與在地回饋。2016 年以加拿大、美國、新加坡、馬來西亞及香港等不同海外市场為目標，甄選具國際市場發展潛力之廠商與產品。輔導資源包括：（一）國際人才培

育、(二)國際通路商機媒合及(三)國際性展覽等；申請對象分為2類：(一)OTOP 食品：茶、休閒食品、醬料與糕餅；(二)OTOP 生活用品：陶瓷、玻璃、竹、清潔保養與香氛。2015年推動臺灣茶生活主題產業，帶動並維持廠商營業額達4,156萬元，新增擴大投資金額5,820萬元，穩定就業人數1,190人。

三、地方特色產業亮點輔導計畫

地方特色產業亮點輔導計畫以「地方申請，中央委辦」之概念，選擇需具有基礎環境力、地方經營力、產業發展力及品牌形象力等條件的示範效益地區、主題產業、特色企業、遊程或產品，進行輔導2年，藉以深化地方產業特色，形成地方產業發展之示範點。2015年持續協助新竹市米粉摺丸產品改良創新研發，並透過海外展銷及推廣活動，拓展國外市場商機；結合苗栗縣南庄鄉山水景觀、在地食材、賽夏泰雅客家多元文化、民宿聚集等資源，藉由產業創新優化輔導及品牌行銷推廣，形塑「南庄山水餐桌」區域品牌形象；透過產業美學深植、特色遊程推廣及國際化輔導與行銷等策略，強化臺中市新社區休憩服務產業本質，並協助新社區品牌邁向國際化。

四、南部創新休憩服務產業推動計畫

經濟部中小企業處執行「南部創新休憩服務產業推動計畫－臺南市中西區示範場域」，2015年將活動範圍從中西區擴散至大臺南市，已連結玉井、柳營、新化、關廟、中西區5條特色遊程，吸引21間在地特色店家上線單點體驗活動，運用中、英、日三國語言導入科技導覽系統及「i 憩頭@臺南」APP，以現代化的商業推動、科技互動的體驗與區域商務服務整合平臺的經營，打造區域品牌特色。2015年提升產值3,000萬元以上，並吸引全年來客數200萬人次以上。

計畫網站：<http://hyweb.moeasmea.gov.tw/moeasmea/wSite/mp?mp=00209>。

第3節 促進中小企業商機媒合與交流

為協助中小企業拓展商機，經濟部中小企業處及國際貿易局執行多項策略方案，積極協助中小企業促成商機媒合及技術交流，發掘新市場，拓展國內外行銷通路。以下為2015年至2016年相關單位執行促進中小企業商機媒合及拓展市場之重點策略與措施。

一、中小企業商機媒合暨臺日中小企業合作推動計畫

為協助中小企業深化市場商機拓展能力與創造多元策略合作機會，經濟部中小企業處 2014 年起推動「中小企業商機媒合暨臺日中小企業合作推動計畫」，以「創新型中小企業」為主要服務對象，媒合範圍擴及海外商機，2016 年重點執行項目包括：

- （一）經營中小企業商機媒合整合服務平臺：提供最新產業商情資訊，並建立臺日中小企業合作資源網脈，協助中小企業間商機合作。
- （二）發掘優質創新技術產品，提供商機發表與媒合機會：涵蓋國內與國際媒合，安排創新技術產品發表與展示，提供一對一媒合與後續追蹤服務，促成策略合作。
- （三）提升中小企業商機合作能耐：運用跨國合作經驗分享交流及菁英聯誼活動，帶動臺日產官學人脈連結與經驗傳承。

本計畫 2015 年之重要成果為促成 28 項策略合作成功案例，預估衍生商機 3.55 億元。
計畫網址：<http://www.technomart.org.tw/>。

二、中小企業參與產業價值鏈全球行銷促進計畫

經濟部中小企業處於 2015 年起推動「中小企業參與產業價值鏈全球行銷促進計畫」，群聚輔導中小企業連結全球價值鏈，提高創新產品或服務附加價值，強化企業設計研發、產品製造、品牌通路、銷售服務等能力，建構中小企業參與全球價值鏈創新模式與典範案例，進而促進中小企業升級並提升其國際競爭力。2016 年主要執行項目：（一）創新全球價值鏈輔導服務，建構創新全球價值鏈推動示範案例。（二）導入高價值創新科技，帶動核心企業上、中、下游價值鏈體系共同參與。（三）提高產品、服務及雲端貿易出口商機。計畫網址：<http://www.taiwanscm.org.tw/>。

三、推動中小企業智慧領航拓銷國際計畫

經濟部中小企業處於 2016 年起積極辦理「推動中小企業智慧領航拓銷國際計畫」，為協助中小企業量運用多元創新科技，達成智慧網實行銷於國際市場，培養中小企業國際化能量、厚植海外拓銷人才，強化跨國商業合作，進而促進更多中小企業以創新經營模式朝向海外發展。

- （一）企業欲透過跨境平臺經營外銷者：針對企業經營發展所面臨之技術或經營管理問題，選派相關領域專家，依服務需求赴企業現場進行企業訪視或診斷，提供業者

經營外銷之建議及具體作法，並媒合政府輔導資源，進行個別業者之行銷輔導，共同提升外銷產值。

- (二) **協助已有國際行銷概念且具外銷潛力之企業**：針對中小企業之需求，由國際行銷顧問團依實際臨場診斷中小企業行銷經營問題，並提出行銷改善方案，建議其執行國際行銷之具體方向，協助其運用網實整合創新行銷模式，開創新商機。計畫網址：<http://info.moeasmea.gov.tw>

四、微型及個人事業支援與輔導計畫

為營造友善開放的微型及個人事業成長與發展環境，經濟部中小企業處於 2012 年起推動「微型及個人事業支援與輔導計畫」，聚焦於員工人數未滿 5 人之微型企業、個人工作室或免辦商業登記之小規模商業，提供諮詢、診斷、知識交流、資源媒合、經營管理及拓展商機等輔導與支援服務，協助企業經營掌握資訊及經貿趨勢，以降低微型企業經營風險及成本，使其營運穩定並茁壯成長。2016 年計畫主要執行項目包括：（一）提供線上即時諮詢與協處服務；（二）微型及個人事業陪伴式輔導與群聚輔導；（三）辦理微型及個人事業職能提升學習活動；（四）推展微型及個人事業商機合作；（五）研究並提出與國內微型企業經營發展有關之研析報告。

計畫網址：<http://micro.sme.gov.tw/index.php>

五、貿易推廣工作計畫

為促進出口市場多元化，擴大新興市場之出口比重，經濟部國際貿易局推動「貿易推廣工作計畫」，工作項目如下：

- (一) **協助開發國際市場**：協助廠商全球布局，並逐年選定重點市場加強拓銷。透過組團參加全球重要國際專業展、籌組產業拓銷團、洽邀外商來臺採購及辦理臺灣名品展等，協助廠商爭取商機。另與海外通路商合作辦理臺灣產品促銷活動，協助廠商布建海外行銷通路，以及提供各項客製化專案服務，協助廠商開發海外市場潛在買主，深化與買主關係。
- (二) **提供商情資訊服務**：針對市場別、產業別或焦點議題進行市場調查研究、發行經貿透視雙周刊、「Taiwan Products」雜誌、海外市場經貿年報 APP 等，並營運貿易資料館，提供專業化經貿資訊服務，協助國內業者掌握全球經貿趨勢。營運臺灣經貿網「Taiwantrade」及買賣旺，協助廠商掌握全球商情商機。

(三) **擴展海外據點服務**：於全球重要城市設立服務據點，貼近出口市場提供廠商拓銷所需之商情商機等資訊與服務。另成立商務中心、杜拜中東市場行銷育成中心、印度臺灣商品行銷中心，協助廠商開發新客戶及爭取交易機會。

(四) **國際行銷人才培訓**：為培育國際行銷人才，辦理各類專業職前及在職訓練班，如國際企業經營班、國際貿易特訓班、碩士後國際行銷班，以及針對企業量身訂做之各類短期訓練班。計畫網址：<http://info.taiwantrade.com/CH/>

六、補助業界開發國際市場計畫

為鼓勵業者以多元、創新或發揮整合性行銷效益之作法，布建海外行銷通路，經濟部國際貿易局自 2013 年起辦理「補助業界開發國際市場計畫」，透過專案補助方式鼓勵廠商提出多元、創新及整合性之行銷活動拓銷國際市場，以帶動國內產品出口成長。2016 年補助案件 30 案，產業擴及民生化工、生技醫材、資訊電子、金屬機械、商業服務業，總補助金額達 1.14 億元。2016 年預計協助企業於海外布建約 347 個通路據點、457 個海外經銷商及代理商。計畫網址：<http://www.imdp.org.tw/index.php>。

七、服務業國際行銷計畫及海外布局計畫

為鼓勵國內服務業者積極拓展海外市場、提升國際知名度及能見度，經濟部國際貿易局執行「服務業國際行銷計畫」，辦理國際行銷活動，如海外推廣活動、洽邀媒體來臺體驗報導、網站行銷或建置、委外產品設計輔導及原創作品海外授權法律諮詢輔導，均可提出申請。2016 年計評選出 11 案，申請通過審核之申請案，以符合補助項目之總預算 50% 為限，分攤款金額最高上限為新臺幣 20 萬元。2015 年協助 11 家業者進行國際行銷活動，促成後續商機達 882 萬美元。

另為鼓勵國內服務業者積極進行海外布局，經濟部國際貿易局執行「服務業海外布局計畫」，服務業廠商成功達成海外布局可實質增加我國服務業輸出之具體行為所衍生之費用，如銷售據點租金、採購生財器具、原物料出口等，皆可提出申請。2016 年計評選出 5 案，申請通過審核之申請案，以實際支出總經費達核定之所列經費總額者，按核定金額之上限新臺幣 30 萬元予以核撥。2015 年協助 5 家業者成功達成海外布局，促成後續商機達 1,380 萬美元。計畫相關網址：<http://www.taiwantrade.com.tw/CH/>。

八、優質平價新興市場精進方案

為掌握新興市場中產階級興起，所形成新平實消費型態商機，經濟部國際貿易局鎖定東協 6 國（印尼、越南、菲律賓、馬來西亞、泰國、新加坡）及印度中產階級消費市場，精準掌握新興市場總體環境及消費與通路需求，並以創新行銷手法示範及帶動最終消費品出口新興市場。相關作法如下：（一）商情資訊優化：建置使用者友善介面之市場商情資料庫；（二）出口客製輔導：1.提供廠商出口能量線上診斷服務，出口潛力廠商提供出口導師實地訪視；2.出口明星育成輔導；（三）創新行銷模式：1.主題式海外聯合創新情境拓銷活動、2.推介國內廠商，與日本大型貿易商社及新加坡跨國經銷代理業者進行媒合；（四）多元管道進行成果擴散。計畫網址：<http://mvp-plan.cdri.org.tw/>

第 12 章 中小企業其他相關支援

為優化中小企業經營環境，政府持續推動中小企業相關支援，包括政府協助之各項中小企業輔導經費、政府出資各項中小企業專案貸款，以及政府向中小企業採購；健全中小企業法制環境，進行中小企業法規調適重點工作；加強中小企業政策之國際典範學習與移轉、提升我國中小企業國際能見度，參與及舉辦之中小企業國際事務與活動；辦理各項與中小企業相關之選拔表揚活動，提升其產品行銷及企業形象及發展商機。圖 12-0-1 為中小企業其他相關支援架構。

圖 12-0-1 中小企業其他相關支援架構



資料來源：本書整理。

第 1 節 協助中小企業輔導經費

為統計政府對中小企業協助的資源配置，〈中小企業發展條例〉規定在《中小企業白皮書》中應書明用於中小企業之所有資源，但條文中並未明白列示政府資源所涵蓋範圍，本節敘述有關政府用於協助中小企業之各項輔導經費、各項中小企業專案貸款政府出資部分，以及政府向中小企業採購等的經費統計。因資料取得限制，輔導資源與專案貸款出資部分，僅限於中央政府各一級機關之經費。

一、輔導中小企業經費約 274.18 億元

政府用於輔導中小企業的資源，統計範圍包括政府部門與中小企業輔導業務相關性較大的經費，例如經濟部中小企業處、工業局、貿易局、商業司、技術處等與 11 項輔導體系有關的政府決算數，以及勞動部人才培訓經費。

以中小企業輔導業務相關性較大的政府部門單位決算經費來看，2015 年計有 342.73 億元，其中用於中小企業的經費為 244.47 億元，占有決算經費的 71.33%。就單位別來看，以技術處的經費 115.64 億元用於中小企業最多；其次為貿易局的 49.11 億元；再次為工業局的 42.69 億元；而中小企業處全數投入輔導於中小企業的 31.23 億元，位居第 4。（表 12-1-1）

表 12-1-1 經濟部輔導中小企業之資源經費

單位：新臺幣千元；%

主辦單位 \ 年度經費	會計年度決算金額		用於中小企業總額		增減金額
	2014	2015	2014①	2015②	③=②-①
中小企業處	6,522,304	3,123,233	6,522,304 (100.00)	3,123,233 (100.00)	-3,399,071
工 業 局	6,311,938	6,510,477	3,959,094 (62.72)	4,268,590 (65.56)	309,496
貿 易 局	6,355,431	6,312,812	4,805,279 (75.61)	4,911,177 (77.80)	105,898
商 業 司	1,129,881	1,009,493	644,303 (57.02)	580,121 (57.47)	-64,182
技 術 處	17,300,847	17,316,559	11,633,422 (67.24)	11,563,878 (66.78)	-69,544
合 計	37,620,401	34,272,574	27,564,402 (73.27)	24,446,999 (71.33)	-3,117,403

附 註：1.括弧中為占總決算百分比。

2.中小企業處的經費中含中小企業輔導、中小企業發展基金及地方產業基金。

3.工業局的經費含工業技術輔導及產業園區開發管理基金。

4.貿易局的經費含推廣貿易基金。

5.商業司的經費含推動商業現代化及商業科技發展。

資料來源：經濟部所屬各單位。

與 2014 年相較，2015 年經濟部整體中小企業輔導經費減少 31.17 億元，年減 11.31%，主因為 2015 年中小企業處決算金額較 2014 年減少 33.99 億元，年減 52.11%。工業局、貿易局投入於輔導中小企業經費增加，分別為 3.09 億元及 1.05 億元；商業司、技術處投入於中小企業輔導經費減少，分別為 0.64 億元及 0.70 億元。（表 12-1-1）

2015 年除了經濟部相關單位的政府資源用於輔導中小企業之外，也有 40 家金融機

構，合計捐助 26 億元挹注中小企業信用保證基金。另在人力資源投資部分，勞動部勞動力發展署的協助事業單位辦理人力資源提升計畫，包括個別型及聯合型計畫，總經費約 5.25 億元，用於辦理中小事業單位人才培訓經費約 3.71 億元，總計政府用於輔導中小企業的經費約 274.18 億元。

二、協助中小企業專案貸款約 11.96 億元

2015 年由政府出資與中小企業有關的專案貸款，包括輔導中小企業升級貸款、青年創業及啟動金貸款、中小企業發展基金專案貸款、協助中小企業紮根專案貸款、原住民族綜合發展基金貸款（原住民青年創業貸款、原住民經濟產業貸款、原住民微型經濟活動貸款），以及勞動部微型創業鳳凰貸款等 6 種，合計約 11.96 億元。（表 12-1-2）

表 12-1-2 2015 年由政府出資之中小企業專案貸款

貸 款 名 稱	辦 理 對 象	方 式	單 位：新臺幣億元 辦 理 情 形	
			全部貸出 金 額	政 府 出 資
輔導中小企業升級貸款	中小企業	每筆貸款由行政院國家發展基金出資 4 分之 1，承貸銀行出資 4 分之 3	3.80	0.95
青年創業及啟動金貸款	20-45 歲創業青年	承貸銀行自有資金或搭配行政院國家發展基金資金	28.75	0.00
中小企業發展基金專案貸款	中小企業	中小企業發展基金全額出資	5.14	5.14
協助中小企業紮根專案貸款	中小企業	國家發展委員會自中長期資金提撥專款或銀行以自有資金支應	40.99	3.50
原住民族綜合發展基金貸款（原住民青年創業貸款、原住民經濟產業貸款、原住民微型經濟活動貸款）	原住民	由原住民族委員會全額出資	2.37	2.37
微型創業鳳凰貸款	20-65 歲婦女及 45-65 歲中高齡民眾	銀行自有資金貸放，由勞動部補貼利息	2.34	0.00
合 計			83.39	11.96

資料來源：行政院國家發展基金管理會、經濟部中小企業處、原住民族委員會與勞動部。

三、政府向中小企業採購金額約 6,610 億元

根據行政院公共工程委員會於 2016 年 3 月公布的《2015 年度政府採購執行情形》，2015 年政府採購金額達 10,260 億元，較 2013 年的 11,367 億元減少約 1,107 億元。統計逾 10 萬元之採購案，由中小企業承包或分包之金額約 6,610 億元，相較於 2014 年的 6,744

億元，減少了 164 億元，政府採購由中小企業承包或分包比率，由 2014 年的 54.86% 提升至 2015 年的 68.68%。其中，以經濟部所屬國營事業的採購金額最高，達 1,092 億元，其次為國防部的 719 億元。100 個招標機關中，有 16 個機關向中小企業採購的比率達 100%，採購比率達 80% 以上的單位高達 63 個。

第 2 節 精進中小企業法制環境

為使各機關於修、訂法規時能衡量中小企業之經營規模及特性，強化中小企業營運環境適應能力及協助升級轉型，以健全中小企業營運法規環境，政府持續推動改善中小企業法制環境工作。2015 年及 2016 年政府為持續協助中小企業營造優質法規環境之重點相關措施如表 12-2-1。

表 12-2-1 精進中小企業法制環境措施

重點項目	精進作法
法制作業	■ 〈中小企業發展條例〉第 35 之 2 條文修正
法規調適	■ 增訂〈公司法〉「閉鎖性股份有限公司」專節
	■ 鬆綁消保法 7 日猶豫期
	■ 放寬獨資合夥員工薪資列報上限
	■ 引導上市櫃公司參與社會企業
	■ 放寬外籍勞工留臺工作年限及工作認定

資料來源：經濟部中小企業處，2015 年。

一、中小企業法制作業：〈中小企業發展條例〉第 35 之 2 條文修正

〈中小企業發展條例〉於 2016 年 1 月 6 日總統令修正公布第 35 條之 2 條文，為增僱員工租稅優惠規定，為因應國際經濟情勢變化，增加投資、創造就業，加強經濟成長動力並吸引外資，經濟景氣指數達一定情形下，新投資創立或增資擴展的中小企業，達一定投資額、增僱一定人數員工，且提高企業整體薪資給付總額時，並符合一定要件下，可享租稅抵減優惠。希望透過租稅優惠政策，積極促進中小企業再投資及提升就業率。

二、中小企業重要法規調適

中小企業法規調適主要探討對中小企業重大影響之法規障礙議題，以確切就法制面協助中小企業因應經濟情勢與產業變化，2015 年及 2016 年主要法規調適議題包括研議增訂公司法「閉鎖型股份公司」專章、鬆綁消保法 7 日猶豫期、放寬獨資合夥員工薪資

列報上限、引導上市櫃公司參與社會企業，以及放寬外籍勞工留臺工作年限及工作認定，分述如下：

（一）〈公司法〉增訂「閉鎖性股份有限公司」專節

經濟部於 2015 年 2 月著手研修公司法，秉持放寬新創公司募資之法令限制，提供新創企業更具彈性之股權規劃空間，並尊重創業者創業理念與價值之理念，引進英、美等國之閉鎖性公司制度，增訂「閉鎖性股份有限公司」制度，2015 年 6 月 15 日立法院三讀通過，並由行政院定同（2015）年 9 月 4 日施行。本次〈公司法〉新法之修正特點說明如下：1.股權安排具有彈性，保留創業團隊主導權；2.降低創業門檻，鼓勵新創與對外引資；3.多次分派盈餘，有助新創事業引才留才；4.簡化公司治理，增加經營效率；5.保障少數股東與交易安全。

有關引進無面額股票制度，儘管面額大小或有無面額並不影響公司實質市場價值，但相同資本額的情況下，會影響公司可發行的股份總數，進而影響公司的股權設計結構。為讓創業家及投資人選擇更多元彈性，股票無面額亦規定於本次〈公司法〉閉鎖性股份有限公司專節。截至 2016 年 5 月 31 日止，已超過 162 家閉鎖性股份有限公司完成登記。

（二）鬆綁〈消費者保護法〉7 日猶豫期

依據〈消費者保護法〉原第 19 條第 1 項規定，郵購或訪問買賣之消費者，對所收受之商品不願買受時，得於收受商品後 7 日內，退回商品或以書面通知企業經營者解除買賣契約，無須說明理由及負擔任何費用或價款。惟經經濟部中小企業處法規調適機制檢視「消保法 7 日猶豫期間之法規制度」之外國立法例發現，除中國大陸及新加坡等國無猶豫期規定外，包括如日、韓、英、加等國，雖有猶豫期規定，皆設有除外規定（如：生鮮易腐蝕品及電子軟體等），反觀我國法制並無規範除外情形，顯未與時俱進、增加中小企業遵法成本。

透過法規調適機制協處，並積極蒐集相關產業及公協會意見向主管機關反映，2012 年立法院一讀通過，並歷時多年始於 2015 年 6 月 2 日立法院三讀通過〈消費者保護法〉第 19 條增列第 1 項但書及第 2 項，通訊交易由行政院訂定合理例外情事不適用第 1 項規定，增設除外規定，以平衡企業經營者和消費者權益。行政院消費者保護處復於 2016 年 1 月 1 日公告施行〈通訊交易解除權合理例外情事適用準則〉，易腐敗商品、客製化商品、已拆封之影音商品或以拆封個人衛生用品，經業者告知消費者排除 7 日解除權時，不再適用消保法第 19 條規定之 7 日解除權。

（三）放寬獨資合夥員工薪資列報上限

臺灣獨資合夥企業占中小企業過半，為鼓勵獨資合夥企業為基層員工加薪，財政部公告〈2015 年度營利事業借款利率最高標準及員工薪資通常水準〉，調高獨資、合夥企業員工的同業薪資水準上限，副理、單位主管、祕書及工程師等高級職工，月薪最高以 8.2 萬元為限，一般職工薪資上限則由原本的 5 萬元，一舉調高至 5 萬 7,500 元，讓獨資合夥企業替員工加薪金額均可列報為薪資費用。為員工加薪的企業主，於 2016 年申報營利事業所得稅時，可望享有租稅優惠，以呼應政府鼓勵針對「基層員工」加薪之政策。

（四）引導上市櫃公司參與社會企業

經濟部中小企業研議引導上市櫃公司參與社會企業，與金管會、證交所及櫃買中心等機關協商，研議將上市櫃公司參與或扶助社會企業，以列舉方式納入「上市上櫃公司企業社會責任實務守則」，爰由櫃買中心於 2016 年 4 月 22 日提出修正草案，增訂 27 條第 3 項，納入「櫃買中心所設置之社會企業」及「透過商業模式解決社會或環境等問題之組織」，以具體引導上市櫃公司履行企業社會責任（CSR），將資源投入社會企業發展，達成社會公益目標，進而促進經濟動能並營造友善社會企業發展環境。

（五）放寬外籍勞工留臺工作年限及工作認定

衡酌國內基層勞工長期缺工現況及未來勞動力結構的轉變，經濟部中小企業處建議勞動部重新調整藍領外籍勞工留臺工作年限至 15 年。〈就業服務法〉修正草案業經立法院審議，並於 2015 年 10 月 7 日經總統公布，藍領外籍勞工在臺工作期間，除家庭看護工經專業訓練或自力學習，符合勞動部所定之資格、條件者規定者，得延長至 14 年外，其餘藍領外籍勞工累計不得逾 12 年。

另外，並放寬外籍人士從事短期無償演藝活動，勞動部於 2015 年 9 月 18 日以函釋方式，放寬外國人「工作」之認定，外國人於工作之餘自發性、非經常性從事無相當對價報酬、不具指揮監督關係之藝術、表演行為，排除〈就業服務法〉之適用。

第 3 節 參與國際中小企業事務及活動

為推動中小企業國際化，促進國際協同合作，我國多年來透過積極參與亞太經濟合作會議（Asia Pacific Economic Cooperation, APEC）、經濟合作暨發展組織（Organization for Economic Cooperation and Development, OECD）、國際中小企業大會（International

Small Business Congress, ISBC)、國際中小企業聯合會(International Council for Small Business, ICSB)、美國育成協會(International Business Innovation Association, InBIA)及亞洲育成協會(Asian Association of Business Incubation, AABI)等國際組織與各類雙邊合作機會,分享我中小企業發展經驗,並推動我國與各國中小企業領域之合作,協調中小企業參與國際經貿事務,拓展國際市場商機;近年來我國亦藉由育成扶植及產學合作等方式,互相交流、共同成長,達到拓展國際視野及雙邊交流目的。以下為 2015 及 2016 年參與及舉辦的重要國際事務與活動。

一、參與中小企業國際會議或活動

(一) 2015 年出席第 40 及 41 屆 APEC 中小企業工作小組系列會議

為協助我國中小企業拓展國際視野,提升我國於 APEC 參與度,經濟部中小企業處每年兩次代表我國組團出席「APEC 中小企業工作小組會議」(APEC Small and Medium Enterprises Working Group Meeting)。2015 年兩次工作小組會議分別在 6 月於美國亞特蘭大及 9 月於菲律賓怡朗市召開。我國出席情形如下:

1. 「第 40 屆 APEC 中小企業工作小組系列會議」於 6 月 8-11 日在美國亞特蘭大舉行。期間 4 場週邊會議及 1 場工作小組會議,並計有來自 APEC 20 個經濟體逾 500 人次參加。我國除於工作小組會議報告我推動中小企業倡議進度及成果,並於 6 月 8 日與美國商務部合辦「APEC 加速器網絡一早階投資論壇」,當天由中小企業處葉處長雲龍、美國商務部次長 Mr. Bruce Andrews 及 APEC SMEWG 主席暨美國商務部國際貿易署首席副助理部長 Mr. John Andersen 共同為活動揭開序幕,計有來自 APEC 經濟體高階官員、跨國企業、國際創投、加速器代表及新創團隊等逾百人參與。
2. 「第 41 屆 APEC 中小企業工作小組系列會議」於 9 月 21-24 日在菲律賓怡朗市舉行。期間 4 場週邊會議及 1 場工作小組會議,計有 APEC 20 個經濟體約 500 人次參加。我國除於工作小組會議報告我推動中小企業倡議進度及成果,並與菲律賓於 9 月 21 日合辦「APEC 加速器網絡一早階投資論壇」及 9 月 22 日「APEC 中小企業持續營運研討會」2 場週邊會議,各約有百人與會。

(二) 2015 參與第 22 屆 APEC 中小企業部長會議

經濟部卓次長士昭率團出席 2015 年 9 月 25 日於菲律賓怡朗市舉行之「APEC 第 22 屆中小企業部長會議」(APEC Small and Medium Enterprises Ministerial Meeting),會

中卓次長就我國「APEC 加速器網絡」、「APEC 中小企業持續營運計畫」及「APEC 中小企業 O2O (Online-to-Offline, 網路到實體) 倡議」等 3 項倡議之發言內容，均列入「第 22 屆中小企業部長會議聯合聲明」中，APEC 加速器網絡並獲 APEC 中小企業工作小組主席列為年度績優計畫，於部長會議中公開讚揚，成果豐碩。

(三) 舉辦 2015 APEC 全球創業挑戰賽

2013 年及 2014 年間舉辦的 APEC 創業挑戰賽，我國新創團隊，如 2014 年優勝團隊「科智企業 (ServTech)」於美國矽谷，榮獲英特爾全球創業挑戰賽「網路、行動、軟體運算組冠軍」，為臺灣參與 Intel 全球創業競賽奪冠之首例；「艾爾希格 (AirSig)」賽後亦獲鴻海 200 萬美元入股，創下臺灣新創公司估值新高；顯示推動 APEC 加速器網絡及國際創業競賽，確可做為新創事業獲得早階投資之跳板，成功走向國際。

鑑於過去舉辦成效良好，2015 年度舉辦的「2015 APEC 全球創業挑戰賽」擴大為全球規模，由 APEC 各會員體與我國在海外合辦，2015 年 6 月 8 日在美國亞特蘭大、9 月 21 日在菲律賓怡朗市舉辦系列會議，為 10 月 19-20 日臺北的全球決賽暖身，並招募更多優秀創業團隊參加。

本次活動競賽領域訂為「互動學習」(Interactive Learning)、「身歷其境互動」(Immersive Collaboration)、「智慧交通」(Smart Mobility)、「智慧樓宇」(Smart Home)。最後，本挑戰賽 10 個獎項中，我國團隊即囊括 6 項大獎，包括宅妝 (iStaging)、GHOSTA、學悅科技 (Zuvio)、Loopd、sense-i、得仕優 (Docceo)，其中宅妝 (iStaging) 獲英特爾首獎獎金 10 萬美元及赴歐洲之機會，將冠軍殊榮留在臺灣。

(四) 參加第 24 屆 (2015 年) 歐洲商業育成網絡年會

經濟部中小企業處組團參加 2015 年 10 月 21 日至 11 月 1 日，於比利時布魯賽爾舉行之歐洲商業育成網絡 (European Business & Innovation Center Network, EBN) 第 24 屆國際育成年會，除促成我國育成中心與加速器等單位，藉由參與 EBN 年會之際，拓展其歐洲創業生態圈人脈及掌握創業關鍵議題發展，亦持續深化與 EBN 合作網絡與產業人脈。

(五) 2015 國際創業創新論壇

由經濟部中小企業處主辦的「2015 國際創業創新論壇」，於 2015 年 11 月 16 日在臺大醫院國際會議中心隆重登場，本次論壇邀請歐洲、新加坡及臺灣等各國創業專家及

新創業者分享當前創業趨勢與生態圈運作，同時針對創新商業模式、科技運用及企業社會責任等議題做深入淺出之討論，吸引超過 400 位創業民眾參與。

（六）舉辦 2015 全球創業週系列活動

2015 年全球創業週（11 月 16-22 日）持續由本處號召政府及民間單位參與，總計於當週串連 40 個創業相關活動，超過 36 個政府及民間單位共同響應，與全球 140 個國家交流豐沛的創業能量，也見證我國活躍的創業家精神。

（七）舉辦 2016 APEC 中小企業 O2O 創新創業國際論壇

2016 年我國於 4 月 24 日至 28 日出席在越南胡志明市召開之「第 42 屆 APEC 中小企業工作小組系列會議」期間，與越南合辦「2016 APEC 中小企業 O2O 創新創業國際論壇」，當天由中小企業處林副處長美雪與 SMEWG 主席美國商務部國際貿易署首席副助理部長 Mr. John Andersen、越南企業發展局副局長 Mr. Nguyen Hoa Cuong，以及菲律賓微中小企業發展局局長 Mr. Jerry Clavesillas 共同為論壇揭開序幕。我國一諾創新（iNNO）執行長郭展榮於會中分享我國及亞太創新創業生態圈發展與趨勢，宅妝（iStaging）及 EZTABLE 則與來自越南、泰國、菲律賓、馬來西亞、巴布亞紐幾內亞、中國大陸、墨西哥、智利、秘魯等，共計 10 個 APEC 經濟體的 15 個優質創新團隊，分享其成功運用 O2O，推展事業至國際市場的經驗。會中遴選出來自越南的團隊 Triip.me 贏得冠軍，獲邀參加後續同（2016）年 7 月在臺北召開的 O2O 高峰會。

二、促進中小企業雙邊或多邊國際交流合作

（一）**雙邊執行成果**：包含推動臺印度簽署中小企業合作備忘錄；出席菲律賓、新加坡、泰國、印度、歐盟等年度雙邊部次長級會議，並配合推動 WTO、TPP 等雙邊及多邊合作事宜。

（二）**簽訂合作意向書，推動跨國合作**：2016 年 4 月促成馬來西亞沙巴州工商業聯合會（Federation of Sabah Industries, FSI）與我中華亞太中小企業經濟合作促進會（CTAPEC）簽署中小企業合作備忘錄，強化臺馬民間中小企業合作基礎。

（三）**2015 年中小企業國際化促進成效**：截至 2015 年 12 月底止，接待外國訪賓共 73 團 467 人，包括團長為部次長以上官員 8 團、局處司長 9 團、國會議員 12 團、其餘為民間公協會、各國駐臺代表及地方中小企業官員等。其中訪團來自亞太地區（含亞洲及大洋洲）約占 29%、美洲地區約占 33%（含中南美洲 25%、北美 8%）、

歐洲地區約占 11%、非洲地區約占 11%、中東地區及其他約占 16%。

第 4 節 獎勵績優卓越經營典範

經濟部針對中小企業每年辦理各項選拔表揚活動，每年獲選之得獎企業深受各界一致肯定與重視，獲獎後均提升得獎企業的產品行銷及企業形象，更為企業帶來發展商機。2015 年各項選拔表揚活動已如期辦理完畢，得獎名單彙整在本書附錄 3。以下為重要獎項辦理目的及累積辦理成效。

一、國家磐石獎－表揚卓越中小企業

經濟部中小企業處特設「國家磐石獎」，目的為選拔經營穩健殷實，在管理、創新、品牌、服務、品質及形象等各方面均表現卓越，並對社會有具體貢獻之中小企業，作為業界之楷模，並給予公開表揚，以促進中小企業標竿典範之模式，塑造臺灣所有中小企業互相學習成功的模式，彼此激勵震盪，加速企業升級。本獎項表揚相關活動如下：

- (一) 於每年 10 月舉行頒獎典禮，由政府首長頒發當選證書和獎座。
- (二) 安排晉見總統及拜會政府首長，肯定其經營成就並彰顯政府對中小企業之重視。
- (三) 製作得獎專輯，擴大企業成功典範學習效果。
- (四) 舉辦成功經驗發表會，擴散當選企業之成功發展經驗。

本獎項舉辦至今（2016）年已邁入第 25 年，截至 2015 年止總計有 260 家得獎的企業獲得此殊榮，2016 年預計表揚 12 家企業，參選資格與方式可於「國家磐石獎官網」取得相關資訊（網址：<http://smeaward.moeasmea.gov.tw/moeasmea/wSite/mp?mp=00208>）。

二、小巨人獎－選拔外銷績優中小企業

經濟部中小企業處特設立「小巨人獎」，透過選拔表揚活動，評選出產品在國際市場具高度競爭力、企業經營管理制度健全，足堪為表率的外銷績優中小企業予以表揚，也期望藉由相關活動的舉辦，擴散宣導示範效果，並進一步促進同、異業交流，並激勵更多以臺灣為主要經營基地之中小企業，積極開拓國際市場。本獎項表揚相關活動如下：

- (一) 舉辦得獎企業頒獎典禮，由政府高階首長頒發獎座及中英文當選證書。
- (二) 出版「外銷績優中小企業得獎專輯」，擴大得獎業者海外商機。

(三) 舉辦得獎企業成功經驗發表會及實地觀摩活動，詳實介紹得獎企業成長與奮鬥歷程，擴大企業成功典範學習效果。

本獎項累計至 2015 年已有 263 家外銷績優中小企業獲獎，2016 年第 19 屆小巨人獎參選資格與方式可於「小巨人獎」網站（網址：<http://award.moeasmea.gov.tw/>）取得相關資訊。

三、創新研究獎－鼓勵傑出中小企業創新研究

為鼓勵中小企業從事創新研究發展、提升技術與服務水準、增強競爭力，經濟部中小企業處辦理「中小企業創新研究獎」，針對持續以有組織、有系統之方法，自行從事創新研究而有具體成效之中小企業，甄選較為傑出者予以獎勵，鼓勵企業持續累積研發能量，以期技術生根，進而達到產業升級與健全發展之目的。本獎項表揚相關活動如下：

- (一) 舉辦頒獎典禮，由政府高階首長頒發獎狀及獎金 15 萬元。
- (二) 編製「中小企業創新研究獎得獎專輯」及宣導影片，擴散得獎效益。
- (三) 提供參與產品展示及商機媒合之機會，協助企業推廣得獎產品。

本獎項累計至 2015 年共選出 770 件中小企業創新標的，獲獎企業已有 54 家上市上櫃，充分展現獲獎企業優質的競爭實力；2016 年度第 23 屆中小企業創新研究獎預計選出 30 家中小企業之創新產品，申請相關資訊請參考官網：<http://tsia.moeasmea.gov.tw/>。

四、新創事業獎－獎勵優秀新創企業

為營造優質創業環境，提振創業家精神，形塑臺灣成為創業型社會，經濟部中小企業處設立「新創事業獎」，為國內唯一以成立 3 年內之新創企業為遴選標的之國家級獎項，藉由選拔新創事業獎尋找國內具有創新技術、產品、服務或經營模式之新創企業，獎勵具創新營運模式之新事業體，樹立成功創業典範，帶動國內創新創業之風氣，為經濟注入活水。

得獎之獎勵活動除了獎金與獎狀外，另包括了協助獲獎廠商申請 SBIR 等研發計畫補助、協助取得創業融資或投資機會，以及可參加成果展促成商機媒合，給予廠商實質協助與提升新創事業的能見度。

本獎項累計至 2015 年總共有 196 家企業獲獎，已有至少 17 家企業上市、上櫃或公開發行，陸續有 37 家企業獲得國家級磐石獎、創新研究獎、小巨人獎及其他國內外獎項

的肯定，更有 38 家企業已獲創投投資或大企業所併購，均展現獲獎企業優質的競爭實力及獲得市場高度肯定。創新研究獎及新創事業獎自 2014 年起頒獎層級提高為經濟部，並與小巨人獎共同辦理。2016 年度第 14 屆新創事業獎可於以下網址取得相關資訊（網址：<http://sme.moeasmea.gov.tw/startup/modules/funding/detail/?sId=21>）。



附 錄

附錄 1 中小企業主要相關法令

附錄 2 中小企業統計表

附錄 3 2015 年中小企業傑出獎項得獎名錄

附錄 4 中小企業融資服務窗口

附錄 5 中小企業政策性專案貸款

附錄 6 區域及各縣市中小企業服務中心

附錄 7 中小企業相關活動大事紀

附錄 8 資料來源及參考文獻

附錄 1 中小企業主要相關法令

中小企業發展條例

中華民國 80 年 2 月 4 日總統令公布

中華民國 86 年 5 月 20 日總統令公布增訂第三十六條之一，修正第二條、第八條、第十三條、第二十八條、第三十條及第三十二條

中華民國 87 年 1 月 21 日總統令修正公布第三十六條及第四十條

中華民國 89 年 12 月 27 日總統令修正公布增訂第十二條之一條文，修正第三條、第四條、第十一條至第十三條及第四十條條文

中華民國 90 年 12 月 21 日總統令修正公布第九條

中華民國 92 年 12 月 17 日總統令修正公布第十三條及第三十二條

中華民國 98 年 11 月 25 日總統令公布增訂第二十四條之一

中華民國 103 年 6 月 4 日總統令修正公布第三十五條及第四十條條文；並增訂第三十五條之一、第三十六條之二及第三十六條之三條文；並自公布日施行，但第三十五條、第三十五條之一、第三十六條之二條條文施行期間自中華民國 103 年 5 月 20 日起 10 年止

中華民國 105 年 1 月 6 日總統華總一義字第 10400154141 號令修正公布第 36-2 條條文；第 2～5 項規定，自 105 年 1 月 1 日施行至 113 年 5 月 19 日止，不適用第 40 條條文但書之規定

第一章 總 則

第一條

為協助中小企業改善經營環境，推動相互合作，並輔導其自立成長，以促進中小企業之健全發展，特制定本條例；本條例未規定者，適用其他有關法律之規定。

第二條

本條例所稱中小企業，係指依法辦理公司或商業登記，合於中小企業認定標準之事業。前項認定標準，由中央主管機關按事業種類、資本額、營業額、經常僱用員工數等擬訂，定期報請行政院核定之。

其他機關為辦理中小企業輔導業務，得就業務需要，另定標準，放寬輔導對象。

第三條

本條例所稱主管機關：在中央為經濟部；在直轄市為直轄市政府；在縣(市)為縣(市)政府。

本條例所定事項，涉及目的事業主管機關職掌者，由主管機關會同目的事業主管機關辦理。

各級政府為本條例之施行，應設置或指定機構輔導之。

第四條

主管機關為達成本條例目的，應就左列事項，採取適當之輔導或獎勵措施：

- 一、市場之調查及開發。
- 二、經營合理化之促進。
- 三、相互合作之推動。
- 四、生產因素及技術之取得與確保。
- 五、人才之培育。
- 六、其他有關中小企業之創辦或健全發展之事項。

主管機關研擬前項政策、法規、措施時，除應促進小規模企業經營之改善與發展外，在金融、稅制及其他有關方面，不得有不公平之待遇。

中央主管機關就前二項之實施情形、檢討結果及未來展望，應於每年度終了發布中小企業白皮書，並書明用於中小企業之所有資源。

第五條

主管機關為輔導中小企業調查或開發市場，應對中小企業提供資訊服務、建立自有品牌、佈置行銷管道或開發市場有關之指導及協助，作為輔導重點。

第六條

主管機關為促進中小企業經營之合理化，應以左列事項為輔導重點：

- 一、研究發展及新產品之開發。
- 二、設備之更新及生產技術之改良。
- 三、經營管理方法之改進。
- 四、市場之開拓及資訊之獲得。
- 五、行業之轉換與調整。
- 六、經營要素及技術之取得。

第七條

主管機關為推動中小企業相互合作，應以左列事項為輔導重點：

- 一、業界垂直合併及中心衛星工廠制度之建立與推廣。
- 二、業界水平合併及聯合產銷制度之建立與推廣。
- 三、互助基金或合作事業。
- 四、技術合作與共同技術之開發。
- 五、共同設備之購置。
- 六、行銷據點之建立。

第八條

主管機關為協助中小企業取得及確保生產因素與技術，應以左列事項為輔導重點：

- 一、資本之形成及累積。
- 二、資金之融通。

- 三、土地、廠房、設備、營業場所及資訊之取得。
- 四、人才培訓及勞動力之提升。
- 五、原料及技術之確保。
- 六、中小企業利用資本市場獲取資金之輔導。
- 七、服務技術水準之提高。

第九條

中央主管機關應設置中小企業發展基金，其用途範圍如左：

- 一、支援輔導計畫所需之經費。
- 二、透過金融機構辦理專案性、緊急性及企業轉型、調適之融資及保證。但以金融機構或信用保證機構，不能按通常條件提供融資或保證者為限。
- 三、投資中小企業開發公司，或透過中小企業開發公司、金融機構與經認可的投資機構，共同投資中小企業。
- 四、資助為辦理第四條所定業務而設立之機構或法人。
- 五、其他有關促進中小企業健全發展及本條例規定之用途。

為中小企業發展基金之收支、保管及運用，應設置中小企業發展基金管理委員會；其組織及本基金之收支、保管及運用辦法，由行政院定之。

第十條

中小企業發展基金之來源如左：

- 一、中央政府逐年編列預算撥充。
- 二、其他專案基金撥充。
- 三、公民營企業團體或個人之捐贈。
- 四、基金之孳息。
- 五、其他收入。

前項第三款之捐贈，經主管機關之證明，依所得稅法之規定，准在當年度所得中減除，不受金額之限制。

第十一條

直轄市、縣（市）主管機關（以下簡稱地方主管機關）得視中小企業發展特性之需要，擬定輔導計畫，並編列預算負責執行。

地方主管機關為前項輔導計畫之推行，得向中小企業發展基金申請補助，或協助中小企業取得專案融資。

第十二條

主管機關辦理本條例之輔導業務，應視需要，聯合或委託公私立研究服務機構、金融機構、信用保證機構、貿易促進機構、工商業團體或其他機關團體共同辦理，並分別建立財務融通、經營管理、生產技術、研究發展、資訊管理、工業安全、污染防

治、市場行銷、互助合作及品質提升等輔導體系。

前項輔導體系之建立及輔導辦法，由中央主管機關擬訂，報請行政院核定之。

第十二條之一

各級政府於制（訂）定或修正與中小企業有關之法規時，應衡量中小企業之經營規模及特性，以利中小企業遵行。

中央主管機關應定期檢討與中小企業有關之法規，評估中小企業適應能力及對中小企業之影響，於年度終了三個月內，向立法院提出檢討報告。

第二章 融資與保證

第十三條

為充裕中小企業資金，中央主管機關應協調有關金融機構、信用保證機構，加強對中小企業融資、保證之功能。

為充裕中小企業信用保證機構之資金，中央主管機關應編列預算捐助該機構，以維持其應有之保證能量，與該機構簽約之金融機構亦應配合捐助，主管機關並得向企業界勸募。

前項各金融機構捐助之總額，得視需要逐年增加至總捐助額百分之三十五，由中央主管機關依其送保金額與逾期比率及代位清償金額，對企業授信餘額、淨值、盈虧情形及已捐助金額等定之。

中央主管機關應主動協助中小企業取得銀行貸款，並將年度執行成果報告送立法院。

第十四條

全國各銀行在其經營業務範圍內，應提高對中小企業之融資比例，並應設置中小企業輔導中心，加強服務。

第十五條

主管機關應協調有關單位寬籌中小企業專案貸款資金，責成主辦銀行辦理專案性、緊急性融資或配合企業轉型、調適之貸款；必要時，並得提高融資貸款及保證額度。

第十六條

前條所稱專案性融資，係指對中小企業為辦理左列計畫所提供之融資：

- 一、提高競爭能力之經營計畫。
- 二、研究發展、防治污染、拓展市場計畫。
- 三、創新產品、提升品級計畫。
- 四、配合環境保護、都市計畫、道路或其他由政府興辦之公共設施，必須遷廠之計畫。
- 五、其他經主管機關核定之專案計畫。

第十七條

第十五條所稱緊急性融資，係指對中小企業所提供之左列融資：

- 一、重大經濟變故期間，產銷週轉貸款。
- 二、重大天然災害復舊貸款。
- 三、其他緊急應變貸款。

第十八條

第十五條所稱配合企業轉型、調適之貸款，係指對中小企業所提供之左列貸款：

- 一、經濟景氣衰退期間，產銷週轉貸款。
- 二、行業轉換時，更換或添置機器設備貸款。
- 三、提高生產力，添置自動化設備貸款。

第十九條

金融機構或信用保證機構辦理前三條之貸款或保證者，得由中小企業發展基金撥款參與貸款或保證；其比例由主管機關依實際需要核定之。

前項各有關經辦人員，對非由於故意、重大過失或舞弊情事所造成之呆帳，依審計法第七十七條第一款之規定免除全部之損害賠償責任，並免除予以糾正之處置。

第二十條

對經營管理、財務及會計制度健全，依法繳清應納稅捐之中小企業，主管機關得協調有關金融機構、信用保證事業，優先給予融資、保證。

第二十一條

中小企業因配合環境保護、都市計畫、道路或其他由政府舉辦之建設，而業務受到影響或有遷移必要者，主管機關應協助其透過金融機構辦理週轉貸款、遷移貸款；必要時，並應協助其取得遷廠用土地。

第二十二條

中小企業因天災而受重大損害時，主管機關應協調財政機關辦理稅捐減免或其他救助。

第二十三條

為防止中小企業受業務往來企業倒閉之牽累而發生連鎖倒閉，主管機關得協調、輔導產業同業公會，設置或聯合設置防止中小企業連鎖性倒閉互助保證基金，對因此發生週轉或業務困難之中小企業，提供特別融資之信用保證。

互助保證基金設立初期，必要時，得由中小企業發展基金捐助之。

第三章 經營管理、市場與產品之開發

第二十四條

主管機關得設置或輔導民間設置中小企業指導服務中心，並得聯合公民營相關機構，共同對中小企業提供左列指導服務：

- 一、企業經營診斷。
- 二、中小企業銷售、生產技術、經營管理及財務結構之改善。

三、中小企業管理或技術人員之訓練。

四、產銷資訊及諮詢。

五、其他相關業務。

第二十四條之一

為協助發展地方特色產業，以促進地區經濟繁榮，政府得設立基金。

第二十五條

主管機關為增進中小企業經營效率，加強其競爭能力，得輔導中小企業共同從事生產、行銷、採購、運輸及合作開發技術與研究發展等事項。

第二十六條

中央主管機關得聯合相關機構及大專院校，培訓經營診斷及企業管理專業人才，提供對中小企業之指導服務。

第二十七條

各產業同業公會或工商業團體，其設有專責服務單位，對其中小企業會員提供服務者，主管機關得給予必要之協助。

第二十八條

為鼓勵中小企業製造高級產品、高附加價值產品或服務，開拓外銷市場，主管機關應會同有關機構予以技術及行銷指導，並協助參加國外展覽，獲取市場情報，辦理聯合廣告、註冊商標、申請專利或在國外共同設置發貨倉庫。

前項高級產品、高附加價值產品製造或服務計畫，經主管機關會同有關機關評鑑後認許者，得申請中小企業發展基金補助其產品及市場開發費用。

第二十九條

主管機關為輔導中小企業提高生產技術水準，得委託技術機構或聘請專家，為各行業研究開發新產品或引進新技術，提供指導與服務。

前項新產品或新技術之移轉，得由主管機關酌收成本費用；必要時，得由中小企業發展基金補助之。

第三十條

為協助中小企業研究發展，主管機關得與適當之技術研究機構合作，設立專為中小企業提供研究、試驗、開發技術、產品及服務之機構或場所。

中小企業得支付費用，申請利用前項機構或場所之設備，從事試驗研究。

第三十一條

主管機關於必要時，得洽商公營企業指派其技術人員，支援輔導體系，提供中小企業所需生產技術或服務技術之指導。

第三十二條

中央主管機關得設立或輔導設立中小企業開發公司，對有發展潛力之中小企業，

直接或間接投資，提供國內外技術合作、市場與產品開發或投資之諮詢顧問服務及其他相關業務。

中央主管機關應協助為辦理第四條所定業務而設立之機構及法人。

中央主管機關得協調銀行法之主管機關，核准銀行參與中小企業開發公司，逕行辦理前項業務。

中小企業開發公司所需資本，得由中小企業發展基金參與投資。

中小企業開發公司之設立營運管理辦法、中小企業發展基金參與投資之標準及比例，由行政院定之。

第四章 稅捐之減免

第三十三條

以工業區土地作價投資於中小企業者，經該中小企業同意，以該中小企業所取得之該中小企業之股票作為納稅擔保，投資人應繳納之土地增值稅，得自該項土地投資之年分起，分五年平均繳納。

前項投資之土地，以供該中小企業自用者為限；如非供自用或再轉讓時，其未繳之土地增值稅，應由投資人一次繳清。

第三十四條

中小企業因左列原因之一，遷廠於工業區、都市計畫工業區或於本條例施行前依獎勵投資條例編定之工業用地，其原有工廠用地出售或移轉時，應繳之土地增值稅，按其最低級距稅率徵收：

- 一、工廠用地，因都市計畫或區域計畫之實施，而不合其分區使用規定者。
- 二、因防治污染、公共安全或維護自然景觀之需要，而有改善之困難，主動申請遷廠，並經主管機關核准者。
- 三、經政府主動輔導遷廠者。

依前項規定遷建工廠後三年內，將其工廠用地轉讓於他人者，其遷廠前出售或移轉之原有工廠用地所減徵之土地增值稅部分，應依法補徵之。

第三十五條

為促進中小企業研發創新，中小企業投資於研究發展之支出，得選擇以下列方式抵減應納營利事業所得稅額，並以不超過該公司當年度應納營利事業所得稅額百分之三十為限；一經擇定，不得變更：

- 一、於支出金額百分之十五限度內，抵減當年度應納營利事業所得稅額。
- 二、於支出金額百分之十限度內，抵減自當年度起三年內各年度應納營利事業所得稅額。

供研究發展、實驗或品質檢驗用之儀器設備，其耐用年數在二年以上者，准按所得稅法固定資產耐用年數表所載年數，縮短二分之一計算折舊；縮短後餘數不滿一年

者，不予計算。

第一項投資抵減之適用範圍、申請期限、申請程序、核定機關、施行期限、抵減率及其他相關事項之辦法，由行政院定之。

第三十五條之一

為促進創新研發成果之流通及應用，中小企業以其享有所有權之智慧財產權，讓與非屬上市、上櫃或興櫃公司，所取得之新發行股票，免予計入該企業當年度營利事業所得額課稅。

個人以其享有所有權之智慧財產權，讓與非屬上市、上櫃或興櫃之公司時，該個人所得之新發行股票，免予計入其當年度綜合所得額課稅。

前二項股票於實際轉讓、贈與或作為遺產分配時，應將全部轉讓價格，或贈與、遺產分配時之時價作為該轉讓、贈與或遺產分配年度之收益，並於扣除取得前開股票之相關而尚未認列之費用或成本後，申報課徵所得稅。

前項股票發行公司於辦理前項規定之股票移轉過戶手續時，應於移轉過戶之次日起三十日內，向所在地稅捐稽徵機關申報。發行公司依前項規定應申報而未依限申報、未據實申報或未依限填發規定格式之憑單者，除依限責令補申報及填發憑單外，並按該股票轉讓金額處百分之二十之罰鍰。

中小企業或個人計算第二項及第三項所得時，如無法提出取得成本之證明時，得以其轉讓價格百分之三十計算該股票之取得成本。

第三十六條

中小企業得在不超過已收資本額一倍之限度內，保留盈餘，不予分配；超過以上限度而不分配者，就其每一年度再保留之盈餘，於加徵百分之十營利事業所得稅後，不受所得稅法之限制。

八十七年度及以後年度之保留盈餘，應依所得稅法規定辦理，不適用前項規定。

第三十六條之一

中小企業開發公司對成立未滿五年之中小企業投資，得經中央財政主管機關核准，按其投資總額百分之二十範圍內，提撥投資損失準備，供實際發生損失時充抵之。在提撥五年內若無實際投資損失發生時，應將提撥之準備轉作第五年度收益處理。

公司因解散、撤銷、廢止、合併或轉讓依所得稅法第七十五條規定計算清算所得時，依前項規定提撥之投資損失準備有累積餘額者，應轉作當年度收益處理。

第三十六條之二

為因應國際經濟情勢變化，促進國內中小企業投資意願及提升國內就業率，經濟景氣指數達一定情形下，新投資創立或增資擴展之中小企業達一定投資額，增僱一定人數之員工且提高該企業整體薪資給付總額時，得就其每年增僱本國籍員工所支付薪資金額之百分之一百三十限度內，自其增僱當年度營利事業所得額中減除。

前項員工年齡在二十四歲以下者，得就每年增僱本國籍員工支付薪資金額之百分之一百五十限度內，自其增僱當年度營利事業所得額中減除。

中小企業於經濟景氣指數達一定情形下，調高基層員工之平均薪資給付水準時，得就每年非因法定基本工資調整而增加支付本國籍現職基層員工薪資金額之百分之一百三十限度內，自其增加薪資當年度營利事業所得額中減除。但因增僱員工所致增加之薪資給付金額已適用前二項規定者，不得重複計入。

中小企業於本條適用期間，不符合前三項要件，自不符合要件之年度起，依所得稅法規定計算其營利事業所得額及應納稅額。

第一項、第二項及第三項所定經濟景氣指數達一定情形、適用期間、投資額、增僱員工之對象及人數、企業整體薪資給付總額、基層員工範圍及平均薪資給付水準計算方式、核定機關、申請期限、申請程序及其他相關事項之辦法，由中央主管機關會同財政部定之。

本條中華民國一百零四年十二月十八日修正之第二項、第三項、第四項及第五項規定，自一百零五年一月一日施行至一百十三年五月十九日止，不適用第四十條但書之規定。

第三十六條之三

產業創新條例中如有與本條例相同性質之租稅優惠，中小企業僅得擇一適用。

第五章 公共採購或公共工程之配合發展

第三十七條

各級政府及公營事業進行公告採購或興辦公共工程，應協助中小企業取得業務機會。

第三十八條

各級政府及公營事業辦理公告採購、公共工程或委託研究發展工作者，應依實際需要，建立供應廠商或投標廠商之中小企業資格及登錄制度。

第六章 附 則

第三十九條

行政院為審議中小企業發展政策，得設置中小企業政策審議委員會；其組織規程，由行政院定之。

第四十條

本條例自公布日施行。但第三十五條、第三十五條之一及第三十六條之二施行期間自中華民國一百零三年五月二十日起十年止。

中小企業認定標準

中華民國 80 年 10 月 19 日行政院台 80 經 33054 號函核定
中華民國 80 年 11 月 25 日經濟部經(80)企字第 059364 號函發布
中華民國 84 年 9 月 4 日行政院台 84 經 32284 號函修正核定
中華民國 84 年 9 月 27 日經濟部經(84)企字第 84029087 號函修正發布
中華民國 89 年 4 月 8 日行政院台(89)經 10056 號函核定
中華民國 89 年 5 月 3 日經濟部經(89)企字第 89340202 號函修正發布
中華民國 94 年 6 月 14 日行政院臺經字第 0940022741 號函核定
中華民國 94 年 7 月 5 日經濟部經(94)企字第 09400561550 號令修正發布
中華民國 98 年 8 月 17 日行政院臺經字第 0980048943 號函核定
中華民國 98 年 9 月 2 日經濟部經企字第 09800639470 號令修正發布
中華民國 104 年 3 月 4 日行政院臺經字第 1040008378 號函核定
中華民國 104 年 3 月 30 日經濟部經企字第 10404601530 號令修正發布

第一條

本標準依據中小企業發展條例（以下簡稱本條例）第二條第二項規定訂定之。

第二條

本標準所稱中小企業係指依法辦理公司登記或商業登記，並合於下列基準之事業：

- 一、製造業、營造業、礦業及土石採取業實收資本額在新臺幣八千萬元以下，或經常僱用員工數未滿二百人者。
- 二、除前款規定外之其他行業前一年營業額在新臺幣一億元以下，或經常僱用員工數未滿一百人者。

第三條

本條例第四條第二項所稱小規模企業，係指中小企業中，經常僱用員工數未滿五人之事業。

第四條

本標準所稱營業額，係以認定時前一年度稅捐稽徵機關核定之數額為準；其未經核定者，以下列規定認定之：

- 一、以事業加蓋稅捐稽徵機關收件戳之最近年度所得稅結算申報書所列之營業收入之數額為準。
- 二、事業未取得前款之證明文件者，以最近全年度營業人銷售額與稅額申報書之銷售額扣除受託代銷及非營業收入後之數額為準。
- 三、依法由稅捐稽徵機關查定課徵營業稅之營業人，前一年度之營業額推定為新臺幣一億元以下。

事業於前一年度始登記設立未滿一年或當年度設立登記者，依各期已申報之數額換算為全年度之數額。

第五條

本標準所稱經常僱用員工數，係以臺閩地區勞工保險機構受理事業最近十二個月平均月投保人數為準。

第六條

具有左列情形之一者，視同中小企業：

- 一、中小企業經輔導擴充後，其規模超過第二條所定基準者，自擴充之日起，二年內視同中小企業。
- 二、中小企業經輔導合併後，其規模超過第二條所定基準者，自合併之日起，三年內視同中小企業。
- 三、輔導機關、輔導體系或相關機構辦理中小企業行業集中輔導，其中部份企業超過第二條所定基準者，輔導機關、輔導體系或相關機構認為有併同輔導之必要時，在集中輔導期間內，視同中小企業。

第七條

本標準自發布日施行。

附錄 2 中小企業統計表

目 次

附表 1	2013 年至 2015 年企業家數－按行業及規模別	242
附表 2	2013 年至 2015 年企業銷售額－按行業及規模別	244
附表 3	2013 年至 2015 年企業內銷額－按行業及規模別	246
附表 4	2013 年至 2015 年企業出口額－按行業及規模別	248
附表 5	2013 年至 2015 年就業人數－按行業及規模別	250
附表 6	2013 年至 2015 年受僱人數－按行業及規模別	252
附表 7	2015 年產業部門之各項指標－按企業規模別	254
附表 8	2005 年至 2015 年中小企業之各項指標	255
附表 9	2015 年新設企業家數及銷售額－按行業及規模別	256
附表 9-1	2015 年新設企業內銷額及出口額－按行業及規模別	257
附表 10	2015 年各縣市企業家數－按行業及規模別	258
附表 11	2015 年各縣市企業銷售額－按行業及規模別	266
附表 12	2015 年企業之行業規模別家數－按經營組織型態別	274
附表 13	2015 年製造業中業別家數－按規模別	278
附表 13-1	2015 年製造業中業別銷售額－按規模別	279
附表 13-2	2015 年製造業中業別內銷額－按規模別	280
附表 13-3	2015 年製造業中業別出口額－按規模別	281
附表 14	2015 年女性企業家數及銷售額－按行業及規模別	282
附表 14-1	2015 年女性企業內銷額及出口額－按行業及規模別	283
附表 15	2015 年就業人數－按主要工作所在縣市及企業規模別	284
附表 15-1	2015 年受僱人數－按主要工作所在縣市及企業規模別	285
附表 16	2015 年企業之行業家數及銷售額－按資本額級距	286
附表 16-1	2015 年企業之行業家數及銷售額－按銷售額級距	288

附表 1 2013 年至 2015 年企業家數－按行業及規模別

單位：家；%

行業別／年別	規模別	全部企業	中小企業	中小企業比率		大企業	大企業比率	
				比	率		比	率
總計	2013	1,363,393	1,331,182	97.64		32,211	2.36	
	2014	1,386,128	1,353,049	97.61		33,079	2.39	
	2015	1,416,738	1,383,981	97.69		32,757	2.31	
農、林、漁、牧業	2013	12,088	12,027	99.50		61	0.50	
	2014	11,638	11,568	99.40		70	0.60	
	2015	11,649	11,580	99.41		69	0.59	
礦業及土石業採	2013	1,192	1,166	97.82		26	2.18	
	2014	1,177	1,151	97.79		26	2.21	
	2015	1,157	1,130	97.67		27	2.33	
製造業	2013	144,760	139,099	96.09		5,661	3.91	
	2014	147,404	141,817	96.21		5,587	3.79	
	2015	148,800	143,118	96.18		5,682	3.82	
電力及燃氣供應	2013	553	423	76.49		130	23.51	
	2014	680	546	80.29		134	19.71	
	2015	790	658	83.29		132	16.71	
用水供應及污染整治業	2013	7,506	7,211	96.07		295	3.93	
	2014	7,480	7,155	95.66		325	4.34	
	2015	7,527	7,237	96.15		290	3.85	
營造業	2013	108,779	107,498	98.82		1,281	1.18	
	2014	113,400	112,164	98.91		1,236	1.09	
	2015	118,230	117,000	98.96		1,230	1.04	
批發及零售業	2013	683,983	666,857	97.50		17,126	2.50	
	2014	686,183	668,428	97.41		17,755	2.59	
	2015	694,057	676,791	97.51		17,266	2.49	
運輸及倉儲業	2013	31,345	30,283	96.61		1,062	3.39	
	2014	31,399	30,281	96.44		1,118	3.56	
	2015	31,782	30,636	96.39		1,146	3.61	
住宿及餐飲業	2013	131,083	130,653	99.67		430	0.33	
	2014	134,809	134,326	99.64		483	0.36	
	2015	143,692	143,177	99.64		515	0.36	

(續下頁)

附表 1 2013 年至 2015 年企業家數－按行業及規模別（續）

單位：家；%

行業別／年別	規模別	全部企業	中小企業	中小企業 比 率	大企業	大企業 比 率
資 訊 及 通 訊 傳 播 業	2013	18,521	17,794	96.07	727	3.93
	2014	18,882	18,141	96.08	741	3.92
	2015	19,694	18,937	96.16	757	3.84
金 融 及 保 險 業	2013	17,381	14,947	86.00	2,434	14.00
	2014	17,989	15,490	86.11	2,499	13.89
	2015	18,650	16,107	86.36	2,543	13.64
不 動 產 業	2013	31,499	29,986	95.20	1,513	4.80
	2014	34,318	32,766	95.48	1,552	4.52
	2015	36,114	34,614	95.85	1,500	4.15
專業、科學及 技術服務業	2013	41,881	41,167	98.30	714	1.70
	2014	43,675	42,932	98.30	743	1.70
	2015	45,545	44,796	98.36	749	1.64
支 援 服 務 業	2013	29,039	28,607	98.51	432	1.49
	2014	28,857	28,376	98.33	481	1.67
	2015	29,692	29,184	98.29	508	1.71
教 育 服 務 業	2013	1,630	1,622	99.51	8	0.49
	2014	1,866	1,852	99.25	14	0.75
	2015	2,112	2,098	99.34	14	0.66
醫療保健及社 會工作服務業	2013	616	604	98.05	12	1.95
	2014	683	667	97.66	16	2.34
	2015	745	731	98.12	14	1.88
藝術、娛樂及 休 閒 服 務 業	2013	23,899	23,791	99.55	108	0.45
	2014	26,685	26,572	99.58	113	0.42
	2015	25,425	25,304	99.52	121	0.48
其 他 服 務 業	2013	77,638	77,447	99.75	191	0.25
	2014	79,003	78,817	99.76	186	0.24
	2015	81,077	80,883	99.76	194	0.24

附 註：1.自 2012 年起本表內之數據改按中華民國第 9 次修訂之新行業標準統計。

2.表中所稱中小企業係按中小企業認定標準規範之製造業、營造業、礦業及土石採取業之實收資本額在新臺幣 8 千萬元(含)以下;其他行業前一年營業額在新臺幣 1 億元(含)以下者。

3.組織別分類中的「外國公司辦事處」，僅由外國公司向我國經濟部商業司報備設立，且依規定不得從事任何營利活動，因此自 2014 年起不計入企業家數。

資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2013-2015 年。

附表 2 2013 年至 2015 年企業銷售額－按行業及規模別

單位：新臺幣百萬元；%

行業別／年別		規模別	全部企業	中小企業	中小企業 比率	大企業	大企業 比率
總計	2013		38,460,894	11,321,842	29.44	27,139,052	70.56
	2014		40,240,506	11,839,868	29.42	28,400,638	70.58
	2015		38,875,300	11,803,100	30.36	27,072,200	69.64
農、林、漁、牧業	2013		40,262	21,881	54.35	18,381	45.65
	2014		47,134	23,508	49.87	23,627	50.13
	2015		46,573	23,872	51.26	22,702	48.74
礦業及土石業採	2013		47,718	37,180	77.92	10,538	22.08
	2014		48,033	37,712	78.51	10,321	21.49
	2015		44,997	32,210	71.58	12,787	28.42
製造業	2013		14,368,660	4,074,252	28.36	10,294,408	71.64
	2014		15,054,553	4,323,807	28.72	10,730,746	71.28
	2015		13,962,100	4,140,270	29.65	9,821,840	70.35
電力及燃氣供應業	2013		944,235	4,281	0.45	939,954	99.55
	2014		1,016,077	4,557	0.45	1,011,519	99.55
	2015		895,508	5,295	0.59	890,214	99.41
用水供應及污染整治業	2013		182,086	54,501	29.93	127,586	70.07
	2014		187,655	55,979	29.83	131,676	70.17
	2015		167,779	55,929	33.33	111,850	66.67
營造業	2013		2,040,944	1,340,692	65.69	700,251	34.31
	2014		2,162,496	1,411,725	65.28	750,770	34.72
	2015		2,230,250	1,459,300	65.43	770,951	34.57
批發及零售業	2013		13,545,522	4,151,590	30.65	9,393,932	69.35
	2014		14,154,603	4,266,050	30.14	9,888,553	69.86
	2015		13,686,600	4,316,500	31.54	9,370,150	68.46
運輸及倉儲業	2013		1,077,132	262,169	24.34	814,963	75.66
	2014		1,098,184	269,873	24.57	828,311	75.43
	2015		1,136,500	269,441	23.71	867,056	76.29
住宿及餐飲業	2013		492,075	342,378	69.58	149,697	30.42
	2014		540,748	371,052	68.62	169,696	31.38
	2015		574,200	400,811	69.80	173,389	30.20

(續下頁)

附表 2 2013 年至 2015 年企業銷售額－按行業及規模別（續）

單位：新臺幣百萬元；%

行業別／年別	規模別	全部企業	中小企業	中小企業 比 率	大企業	大企業 比 率
資 訊 及 通 訊 傳 播 業	2013	1,016,833	109,473	10.77	907,360	89.23
	2014	957,248	113,244	11.83	844,004	88.17
	2015	1,069,990	117,262	10.96	952,733	89.04
金 融 及 保 險 業	2013	2,179,157	195,397	8.97	1,983,760	91.03
	2014	2,387,871	207,354	8.68	2,180,517	91.32
	2015	2,398,420	202,960	8.46	2,195,460	91.54
不 動 產 業	2013	1,161,144	225,317	19.40	935,827	80.60
	2014	1,136,063	226,824	19.97	909,239	80.03
	2015	1,116,710	237,569	21.27	879,142	78.73
專業、科學及 技 術 服 務 業	2013	653,793	198,268	30.33	455,525	69.67
	2014	674,048	210,774	31.27	463,274	68.73
	2015	681,936	210,016	30.80	471,920	69.20
支 援 服 務 業	2013	396,116	131,896	33.30	264,220	66.70
	2014	441,608	137,081	31.04	304,526	68.96
	2015	510,865	142,999	27.99	367,866	72.01
教 育 服 務 業	2013	10,523	7,822	74.33	2,701	25.67
	2014	12,282	8,708	70.90	3,574	29.10
	2015	14,336	10,099	70.45	4,237	29.55
醫療保健及社 會工作服務業	2013	6,036	2,179	36.11	3,856	63.89
	2014	8,995	2,184	24.28	6,811	75.72
	2015	12,357	2,579	20.87	9,778	79.13
藝術、娛樂及 休 閒 服 務 業	2013	80,067	48,626	60.73	31,441	39.27
	2014	85,389	50,765	59.45	34,624	40.55
	2015	91,675	54,203	59.12	37,472	40.88
其 他 服 務 業	2013	218,593	113,942	52.12	104,652	47.88
	2014	227,519	118,670	52.16	108,849	47.84
	2015	234,487	121,797	51.94	112,690	48.06

附 註：1.自 2012 年起本表內之數據改按中華民國第 9 次修訂之新行業標準統計。

2.表中所稱中小企業係按中小企業認定標準規範之製造業、營造業、礦業及土石採取業之實收資本額在新臺幣 8 千萬元(含)以下；其他行業前一年營業額在新臺幣 1 億元(含)以下者。

3.組織別分類中的「外國公司辦事處」，僅由外國公司向我國經濟部商業司報備設立，且依規定不得從事任何營利活動，因此自 2014 年起不計入企業家數。

資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2013-2015 年。

附表 3 2013 年至 2015 年企業內銷額－按行業及規模別

單位：新臺幣百萬元；%

行業別／年別	規模別	全部企業	中小企業	中小企業比率		大企業	大企業比率	
				比	率		比	率
總計	2013	28,624,527	9,897,617	34.58		18,726,910	65.42	
	2014	30,019,115	10,345,095	34.46		19,674,021	65.54	
	2015	29,158,900	10,325,300	35.41		18,833,600	64.59	
農、林、 漁、牧業	2013	34,984	19,202	54.89		15,782	45.11	
	2014	40,699	20,198	49.63		20,500	50.37	
	2015	39,479	20,422	51.73		19,057	48.27	
礦業及土石 採 取 業	2013	47,193	37,045	78.50		10,148	21.50	
	2014	47,525	37,498	78.90		10,026	21.10	
	2015	44,483	31,986	71.91		12,497	28.09	
製 造 業	2013	7,725,245	3,100,360	40.13		4,624,886	59.87	
	2014	8,051,699	3,285,618	40.81		4,766,081	59.19	
	2015	7,339,100	3,120,570	42.52		4,218,540	57.48	
電力及燃氣 供 應 業	2013	929,802	4,235	0.46		925,567	99.54	
	2014	997,862	4,425	0.44		993,436	99.56	
	2015	878,433	5,239	0.60		873,194	99.40	
用水供應及 污 染 整 治 業	2013	171,929	53,109	30.89		118,819	69.11	
	2014	176,909	54,551	30.84		122,358	69.16	
	2015	159,808	54,474	34.09		105,334	65.91	
營 造 業	2013	2,014,371	1,330,485	66.05		683,886	33.95	
	2014	2,129,604	1,399,939	65.74		729,665	34.26	
	2015	2,184,620	1,447,110	66.24		737,506	33.76	
批 發 及 零 售 業	2013	10,971,012	3,741,734	34.11		7,229,278	65.89	
	2014	11,594,689	3,852,488	33.23		7,742,201	66.77	
	2015	11,294,900	3,902,850	34.55		7,392,010	65.45	
運 輸 及 倉 儲 業	2013	783,928	252,503	32.21		531,424	67.79	
	2014	778,744	260,866	33.50		517,878	66.50	
	2015	795,922	261,112	32.81		534,811	67.19	
住 宿 及 餐 飲 業	2013	490,928	342,200	69.70		148,728	30.30	
	2014	539,368	370,911	68.77		168,457	31.23	
	2015	572,650	400,642	69.96		172,008	30.04	

(續下頁)

附表 3 2013 年至 2015 年企業內銷額－按行業及規模別（續）

單位：新臺幣百萬元；%

行業別／年別	規模別	全部企業	中小企業	中小企業 比 率	大企業	大企業 比 率
資 訊 及 通 訊 傳 播 業	2013	914,074	103,183	11.29	810,892	88.71
	2014	855,122	106,414	12.44	748,708	87.56
	2015	962,043	109,778	11.41	852,265	88.59
金 融 及 保 險 業	2013	2,174,011	194,720	8.96	1,979,291	91.04
	2014	2,382,067	206,663	8.68	2,175,404	91.32
	2015	2,389,520	202,209	8.46	2,187,310	91.54
不 動 產 業	2013	1,157,318	224,626	19.41	932,692	80.59
	2014	1,133,146	226,218	19.96	906,927	80.04
	2015	1,113,770	236,764	21.26	877,004	78.74
專業、科學及 技 術 服 務 業	2013	514,741	191,581	37.22	323,160	62.78
	2014	536,299	203,699	37.98	332,600	62.02
	2015	539,817	202,360	37.49	337,457	62.51
支 援 服 務 業	2013	390,026	130,685	33.51	259,342	66.49
	2014	435,345	135,978	31.23	299,367	68.77
	2015	504,251	141,886	28.14	362,365	71.86
教 育 服 務 業	2013	10,431	7,803	74.80	2,628	25.20
	2014	12,198	8,673	71.10	3,525	28.90
	2015	14,260	10,071	70.62	4,189	29.38
醫療保健及社 會工作服務業	2013	5,857	2,126	36.29	3,731	63.71
	2014	6,531	2,118	32.43	4,412	67.57
	2015	9,770	2,469	25.27	7,301	74.73
藝術、娛樂及 休 閒 服 務 業	2013	79,852	48,442	60.66	31,410	39.34
	2014	85,037	50,436	59.31	34,601	40.69
	2015	91,343	53,876	58.98	37,467	41.02
其 他 服 務 業	2013	208,825	113,578	54.39	95,246	45.61
	2014	216,274	118,402	54.75	97,872	45.25
	2015	224,724	121,441	54.04	103,284	45.96

附 註：1.自 2012 年起本表內之數據改按中華民國第 9 次修訂之新行業標準統計。

2.表中所稱中小企業係按中小企業認定標準規範之製造業、營造業、礦業及土石採取業之實收資本額在新臺幣 8 千萬元(含)以下；其他行業前一年營業額在新臺幣 1 億元(含)以下者。

3.組織別分類中的「外國公司辦事處」，僅由外國公司向我國經濟部商業司報備設立，且依規定不得從事任何營利活動，因此自 2014 年起不計入企業家數。

資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2013-2015 年。

附表 4 2013 年至 2015 年企業出口額－按行業及規模別

單位：新臺幣百萬元；%

行業別／年別		規模別	全部企業	中小企業	中小企業 比 率	大企業	大企業 比 率
總 計	2013		9,836,367	1,424,225	14.48	8,412,142	85.52
	2014		10,221,390	1,494,773	14.62	8,726,617	85.38
	2015		9,716,490	1,477,860	15.21	8,238,630	84.79
農、林、 漁、牧、業	2013		5,278	2,679	50.76	2,599	49.24
	2014		6,435	3,309	51.42	3,126	48.58
	2015		7,094	3,450	48.63	3,644	51.37
礦業及土石 採 取 業	2013		525	135	25.71	390	74.29
	2014		509	214	42.07	295	57.93
	2015		514	224	43.53	290	56.47
製 造 業	2013		6,643,414	973,892	14.66	5,669,522	85.34
	2014		7,002,855	1,038,190	14.83	5,964,665	85.17
	2015		6,623,010	1,019,700	15.40	5,603,300	84.60
電力及燃氣 供 應 業	2013		14,432	45	0.31	14,387	99.69
	2014		18,215	132	0.72	18,083	99.28
	2015		17,075	55	0.32	17,019	99.68
用水供應及 污染整治業	2013		10,158	1,391	13.70	8,766	86.30
	2014		10,746	1,428	13.29	9,318	86.71
	2015		7,970	1,455	18.25	6,515	81.75
營 造 業	2013		26,573	10,207	38.41	16,366	61.59
	2014		32,892	11,787	35.83	21,105	64.17
	2015		45,632	12,187	26.71	33,445	73.29
批 發 及 零 售 業	2013		2,574,510	409,856	15.92	2,164,655	84.08
	2014		2,559,914	413,562	16.16	2,146,352	83.84
	2015		2,391,790	413,650	17.29	1,978,140	82.71
運 輸 及 倉 儲 業	2013		293,204	9,666	3.30	283,538	96.70
	2014		319,440	9,007	2.82	310,432	97.18
	2015		340,575	8,330	2.45	332,246	97.55
住 宿 及 餐 飲 業	2013		1,147	177	15.48	969	84.52
	2014		1,380	140	10.18	1,240	89.82
	2015		1,550	169	10.91	1,381	89.09

(續下頁)

附表 4 2013 年至 2015 年企業出口額－按行業及規模別（續）

單位：新臺幣百萬元；%

行業別／年別		規模別	全部企業	中小企業	中小企業 比 率	大企業	大企業 比 率
資 訊 及 通 訊 傳 播 業	2013		102,758	6,290	6.12	96,468	93.88
	2014		102,126	6,829	6.69	95,296	93.31
	2015		107,952	7,484	6.93	100,468	93.07
金 融 及 保 險 業	2013		5,146	677	13.16	4,469	86.84
	2014		5,803	691	11.90	5,113	88.10
	2015		8,900	751	8.44	8,149	91.56
不 動 產 業	2013		3,826	691	18.05	3,135	81.95
	2014		2,917	606	20.76	2,312	79.24
	2015		2,943	805	27.37	2,138	72.63
專業、科學及 技術服務業	2013		139,052	6,687	4.81	132,365	95.19
	2014		137,749	7,076	5.14	130,674	94.86
	2015		142,119	7,656	5.39	134,463	94.61
支 援 服 務 業	2013		6,090	1,211	19.89	4,879	80.11
	2014		6,263	1,104	17.63	5,159	82.37
	2015		6,614	1,113	16.82	5,501	83.18
教 育 服 務 業	2013		91	19	20.61	73	79.39
	2014		84	35	41.63	49	58.37
	2015		76	28	37.33	47	62.67
醫療保健及社 會工作服務業	2013		178	54	30.00	125	70.00
	2014		2,464	66	2.66	2,399	97.34
	2015		2,586	110	4.24	2,476	95.76
藝術、娛樂及 休閒服務業	2013		215	184	85.47	31	14.53
	2014		352	329	93.59	23	6.41
	2015		332	327	98.35	5	1.65
其 他 服 務 業	2013		9,769	363	3.72	9,405	96.28
	2014		11,246	268	2.39	10,977	97.61
	2015		9,763	356	3.65	9,406	96.35

附 註：1.自 2012 年起本表內之數據改按中華民國第 9 次修訂之新行業標準統計。

2.表中所稱中小企業係按中小企業認定標準規範之製造業、營造業、礦業及土石採取業之實收資本額在新臺幣 8 千萬元(含)以下；其他行業前一年營業額在新臺幣 1 億元(含)以下者。

3.組織別分類中的「外國公司辦事處」，僅由外國公司向我國經濟部商業司報備設立，且依規定不得從事任何營利活動，因此自 2014 年起不計入企業家數。

資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2013-2015 年。

附表 5 2013 年至 2015 年就業人數－按行業及規模別

單位：千人；%

行業別／年別	規模別	總 計		中 小 企 業		大企業		政 府 僱 用
		總 計	比率	中 小 企 業	比率	大企業	比率	
總 計	2013	10,967	100.00	8,588	78.30	1,359	12.39	1,020
	2014	11,079	100.00	8,669	78.25	1,387	12.52	1,023
	2015	11,198	100.00	8,759	78.22	1,415	12.64	1,024
農、林、 漁、牧業	2013	544	100.00	537	98.78	1	0.25	5
	2014	548	100.00	540	98.52	1	0.27	7
	2015	555	100.00	549	98.98	1	0.26	4
礦業及土石 採 取 業	2013	4	100.00	3	85.30	-	-	1
	2014	4	100.00	3	86.48	0	0.00	1
	2015	4	100.00	3	81.33	0	0.97	1
製 造 業	2013	2,988	100.00	2,195	73.48	768	25.70	25
	2014	3,007	100.00	2,196	73.01	786	26.14	25
	2015	3,024	100.00	2,192	72.48	812	26.86	20
電 力 及 燃氣供應業	2013	29	100.00	3	11.77	3	9.69	23
	2014	29	100.00	4	14.05	3	8.64	22
	2015	30	100.00	4	14.12	2	8.13	23
用水供應及 污染整治業	2013	84	100.00	37	43.78	2	2.85	45
	2014	82	100.00	38	46.07	2	2.52	42
	2015	82	100.00	34	41.60	2	2.54	46
營 造 業	2013	861	100.00	843	97.99	10	1.11	8
	2014	881	100.00	865	98.08	9	1.01	8
	2015	895	100.00	878	98.10	8	0.93	9
批 發 及 零 售 業	2013	1,817	100.00	1,745	96.03	64	3.51	8
	2014	1,825	100.00	1,756	96.19	62	3.39	8
	2015	1,842	100.00	1,771	96.13	65	3.51	7
運 輸 及 倉 儲 業	2013	425	100.00	310	72.88	63	14.84	52
	2014	433	100.00	316	73.16	68	15.62	49
	2015	437	100.00	323	73.94	66	15.02	48
住 宿 及 餐 飲 業	2013	775	100.00	756	97.46	19	2.47	1
	2014	792	100.00	768	96.99	23	2.97	1
	2015	813	100.00	790	97.21	22	2.75	0

(續下頁)

附表 5 2013 年至 2015 年就業人數－按行業及規模別（續）

單位：千人；%

規模別		總 計		中 小 企 業		大企業		政 府 僱 用
行業別／年別			比率		比率		比率	
資 訊 及 通 訊 傳 播 業	2013	234	100.00	165	70.67	68	29.08	1
	2014	241	100.00	170	70.49	71	29.26	1
	2015	246	100.00	171	69.53	75	30.32	0
金 融 及 保 險 業	2013	422	100.00	320	75.82	86	20.31	16
	2014	416	100.00	316	75.87	84	20.23	16
	2015	420	100.00	323	76.97	80	18.98	17
不 動 產 業	2013	92	100.00	88	96.31	2	2.38	1
	2014	98	100.00	94	95.89	3	2.95	1
	2015	100	100.00	96	96.08	3	2.52	1
專 業、科 學 及 技 術 服 務 業	2013	347	100.00	278	80.21	44	12.74	24
	2014	354	100.00	287	81.18	44	12.35	23
	2015	362	100.00	292	80.67	44	12.28	26
支 援 服 務 業	2013	263	100.00	242	91.81	21	7.98	1
	2014	273	100.00	251	91.81	22	8.02	1
	2015	281	100.00	255	90.87	25	9.01	0
公 共 行 政 及 國 防；強 制 性 社 會 安 全	2013	383	100.00	1	0.23	0	0.02	382
	2014	378	100.00	1	0.16	0	0.00	377
	2015	375	100.00	1	0.16	0	0.00	374
教 育 服 務 業	2013	634	100.00	232	36.65	69	10.87	333
	2014	645	100.00	235	36.47	63	9.82	346
	2015	650	100.00	238	36.72	59	9.14	352
醫 療 保 健 及 社 會 工 作 服 務 業	2013	427	100.00	222	52.02	128	29.88	77
	2014	432	100.00	217	50.09	136	31.45	80
	2015	438	100.00	219	50.10	139	31.70	80
藝 術、娛 樂 及 休 閒 服 務 業	2013	96	100.00	75	77.48	6	6.36	16
	2014	95	100.00	76	79.82	6	5.91	14
	2015	99	100.00	80	80.83	5	5.35	14
其 他 服 務 業	2013	541	100.00	534	98.58	5	0.99	2
	2014	543	100.00	536	98.75	4	0.81	2
	2015	546	100.00	538	98.50	6	1.10	2

附 註：1.自 2012 年起本表內之數據改按中華民國第 9 次修訂之新行業標準統計。

2.表中所稱中小企業係指製造業、營造業、礦業及土石採取業經常僱用員工數未滿 2 百人，其他行業經常僱用員工數未滿 1 百人者。

3.表中「0」表示數字為 0 或不及一單位；「-」表示無資料。

資料來源：整理自行政院主計總處，人力資源調查統計原始資料，2013-2015 年。

附表 6 2013 年至 2015 年受僱人數－按行業及規模別

單位：千人；%

行業別／年別		規 模 別		中 小 企 業		大企業		政 府 僱 用
		總 計	比率	比率		比率		
總 計	2013	8,615	100.00	6,237	72.40	1,357	15.76	1,020
	2014	8,737	100.00	6,329	72.44	1,385	15.85	1,023
	2015	8,860	100.00	6,424	72.50	1,413	15.94	1,024
農、林、 漁、牧業	2013	88	100.00	81	92.42	1	1.57	5
	2014	90	100.00	82	90.93	1	1.64	7
	2015	92	100.00	86	93.86	1	1.55	4
礦業及土石 採 取 業	2013	4	100.00	3	84.72	-	-	1
	2014	4	100.00	3	85.76	0	0.00	1
	2015	4	100.00	3	80.74	0	1.00	1
製 造 業	2013	2,734	100.00	1,942	71.04	767	28.06	25
	2014	2,763	100.00	1,952	70.67	785	28.41	25
	2015	2,787	100.00	1,956	70.20	811	29.09	20
電 力 及 燃 氣 供 應 業	2013	29	100.00	3	11.77	3	9.69	23
	2014	29	100.00	4	13.78	3	8.67	22
	2015	30	100.00	4	13.49	2	8.19	23
用水供應及 污 染 整 治 業	2013	77	100.00	30	39.29	2	3.07	45
	2014	75	100.00	31	40.79	2	2.77	42
	2015	76	100.00	28	36.60	2	2.76	46
營 造 業	2013	727	100.00	710	97.62	10	1.31	8
	2014	750	100.00	733	97.74	9	1.19	8
	2015	755	100.00	738	97.75	8	1.11	9
批 發 及 零 售 業	2013	1,116	100.00	1,044	93.55	64	5.70	8
	2014	1,112	100.00	1,043	93.76	62	5.55	8
	2015	1,136	100.00	1,065	93.76	64	5.66	7
運 輸 及 倉 儲 業	2013	341	100.00	226	66.21	63	18.48	52
	2014	351	100.00	235	66.92	68	19.24	49
	2015	354	100.00	240	67.79	66	18.55	48
住 宿 及 餐 飲 業	2013	481	100.00	461	95.99	19	3.90	1
	2014	496	100.00	472	95.20	23	4.72	1
	2015	514	100.00	491	95.58	22	4.35	0

(續下頁)

附表 6 2013 年至 2015 年受僱人數－按行業及規模別（續）

單位：千人；%

規模別 行業別／年別		總 計		中 小 企 業		大企業	比率	政 府 僱 用
			比率		比率			
資 訊 及 通 訊 傳 播 業	2013	220	100.00	152	68.99	68	30.75	1
	2014	228	100.00	157	68.83	70	30.91	1
	2015	232	100.00	157	67.66	75	32.19	0
金 融 及 保 險 業	2013	418	100.00	316	75.57	86	20.52	16
	2014	412	100.00	312	75.63	84	20.43	16
	2015	416	100.00	319	76.74	80	19.17	17
不 動 產 業	2013	83	100.00	80	95.94	2	2.62	1
	2014	90	100.00	86	95.54	3	3.20	1
	2015	91	100.00	87	95.73	2	2.72	1
專 業、科 學 及 技 術 服 務 業	2013	274	100.00	205	74.90	44	16.16	24
	2014	280	100.00	214	76.29	44	15.55	23
	2015	293	100.00	223	76.13	44	15.14	26
支 援 服 務 業	2013	241	100.00	220	91.07	21	8.69	1
	2014	252	100.00	230	91.11	22	8.70	1
	2015	260	100.00	234	90.18	25	9.69	0
公 共 行 政 及 國 防；強 制 性 社 會 安 全	2013	383	100.00	1	0.23	0	0.02	382
	2014	378	100.00	1	0.16	0	0.00	377
	2015	375	100.00	1	0.16	0	0.00	374
教 育 服 務 業	2013	600	100.00	198	33.05	69	11.45	333
	2014	613	100.00	203	33.12	63	10.34	346
	2015	619	100.00	208	33.65	59	9.57	352
醫 療 保 健 及 社 會 工 作 服 務 業	2013	396	100.00	191	48.23	128	32.24	77
	2014	403	100.00	188	46.52	136	33.70	80
	2015	410	100.00	192	46.79	139	33.80	80
藝 術、娛 樂 及 休 閒 服 務 業	2013	75	100.00	53	71.07	6	8.10	16
	2014	73	100.00	54	73.71	6	7.70	14
	2015	79	100.00	60	75.97	5	6.70	14
其 他 服 務 業	2013	328	100.00	320	97.65	5	1.63	2
	2014	338	100.00	331	97.99	4	1.31	2
	2015	340	100.00	332	97.60	6	1.76	2

附 註：1.自 2012 年起本表內之數據改按中華民國第 9 次修訂之新行業標準統計。

2.表中所稱中小企業係指製造業、營造業、礦業及土石採取業經常僱用員工數未滿 2 百人，其他行業經常僱用員工數未滿 1 百人者。

3.表中「0」表示數字為 0 或不及一單位；「-」表示無資料。

資料來源：整理自行政院主計總處，人力資源調查統計原始資料，2013-2015 年。

附表 7 2015 年產業部門之各項指標－按企業規模別

單位：家；新臺幣百萬元；千人；%

規模別 指標／產業別	總 計 (1)	結構比	中小企業 (2)	結構比	(2)/(1)	大企業	結構比
家 數	1,416,738	100.00	1,383,981	100.00	97.69	32,757	100.00
農 業	11,649	0.82	11,580	0.84	99.41	69	0.21
工 業	276,504	19.52	269,143	19.45	97.34	7,361	22.47
服務業	1,128,585	79.66	1,103,258	79.72	97.76	25,327	77.32
銷 售 額	38,875,340	100.00	11,803,115	100.00	30.36	27,072,225	100.00
農 業	46,573	0.12	23,872	0.20	51.26	22,702	0.08
工 業	17,300,643	44.50	5,693,005	48.23	32.91	11,607,638	42.88
服務業	21,528,125	55.38	6,086,239	51.56	28.27	15,441,886	57.04
內 銷 額	29,158,853	100.00	10,325,260	100.00	35.41	18,833,593	100.00
農 業	39,479	0.14	20,422	0.20	51.73	19,057	0.10
工 業	10,606,446	36.37	4,659,379	45.13	43.93	5,947,067	31.58
服務業	18,512,928	63.49	5,645,459	54.68	30.49	12,867,469	68.32
出 口 額	9,716,487	100.00	1,477,855	100.00	15.21	8,238,632	100.00
農 業	7,094	0.07	3,450	0.23	48.63	3,644	0.04
工 業	6,694,197	68.90	1,033,626	69.94	15.44	5,660,571	68.71
服務業	3,015,196	31.03	440,780	29.83	14.62	2,574,417	31.25
就業人數	11,198	100.00	8,759	100.00	78.22	1,415	100.00
農 業	555	4.95	549	6.27	98.98	1	0.10
工 業	4,035	36.03	3,111	35.52	77.11	825	58.30
服務業	6,609	59.02	5,098	58.21	77.15	589	41.60
受僱人數	8,860	100.00	6,424	100.00	72.50	1,413	100.00
農 業	92	1.04	86	1.34	93.86	1	0.10
工 業	3,651	41.20	2,729	42.48	74.75	823	58.30
服務業	5,117	57.76	3,608	56.17	70.51	588	41.60

附 註：1.家數、銷售額、內銷額及出口額之農業係指農林漁牧業；工業包括礦業及土石採取業、製造業、電力及燃氣供應業、用水供應及污染整治業、營造業；服務業包括批發及零售業、運輸及倉儲業、住宿及餐飲業、資訊及通訊傳播業、金融及保險業、不動產業、專業、科學及技術服務業、支援服務業、教育服務業、醫療保健及社會工作服務業、藝術、娛樂及休閒服務業、其他服務業。

2.就業人數及受僱人數之農業及工業同上；其服務業包括批發及零售業、運輸及倉儲業、住宿及餐飲業、資訊及通訊傳播業、金融及保險業、不動產業、專業、科學及技術服務業、支援服務業、「公共行政及國防；強制性社會安全」、教育服務業、醫療保健及社會工作服務業、藝術、娛樂及休閒服務業、其他服務業。

3.表中就業及受僱人數的總計尚包括受政府僱用的 1,024 千人。

資料來源：1.整理自財政部財稅資料中心，營業稅徵收統計原始資料，2015 年。

2.整理自行政院主計總處，人力資源調查統計原始資料，2015 年。

附表 8 2005 年至 2015 年中小企業之各項指標

單位：家；新臺幣百萬元；千人

年 別 \ 指 標	家 數	銷售額	內銷額	出口額	就 業* 人 數
2005	1,226,095	10,000,220	8,481,397	1,518,823	7,648
2006	1,244,099	10,241,215	8,678,992	1,562,224	7,751
2007	1,237,270	10,481,910	8,842,983	1,638,927	7,939
2008	1,234,749	10,462,696	8,817,989	1,644,707	7,966
2009	1,232,025	9,189,463	7,873,111	1,316,352	8,066
2010	1,247,998	10,709,005	9,088,972	1,620,033	8,191
2011	1,279,784	11,226,933	9,576,948	1,649,985	8,337
2012	1,306,729	11,381,770	9,633,690	1,748,080	8,484
2013	1,331,182	11,321,842	9,897,617	1,424,225	8,588
2014	1,353,049	11,839,868	10,345,095	1,494,773	8,669
2015	1,383,981	11,803,100	10,325,260	1,477,860	8,759

附註：1.組織別分類中的「外國公司辦事處」，僅由外國公司向我國經濟部商業司報備設立，且依規定不得從事任何營利活動，因此自 2014 年起不計入企業家數。

2.表中「*」表示就業人數總計，尚包括「公共行政及國防；強制性社會安全」行業。

資料來源：1.整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2005-2015 年。

2.整理自行政院主計總處，人力資源調查統計原始資料，2005-2015 年。

附表 9 2015 年新設企業家數及銷售額－按行業及規模別

單位：家；新臺幣百萬元；%

行業別	規模別	全部企業	中小企業	結構比	大企業	結構比
家 數						
總 計		98,507	98,320	100.00	187	100.00
農、林、漁、牧業		780	780	0.79	0	-
礦業及土石採取業		59	59	0.06	0	-
製造業		5,337	5,285	5.38	52	27.81
電力及燃氣供應業		98	97	0.10	1	0.53
用水供應及污染整治業		411	409	0.42	2	1.07
營造業		9,230	9,226	9.38	4	2.14
批發及零售業		41,747	41,657	42.37	90	48.13
運輸及倉儲業		1,420	1,415	1.44	5	2.67
住宿及餐飲業		18,266	18,258	18.57	8	4.28
資訊及通訊傳播業		1,903	1,897	1.93	6	3.21
金融及保險業		1,012	1,009	1.03	3	1.60
不動產業		3,296	3,286	3.34	10	5.35
專業、科學及技術服務業		3,988	3,986	4.05	2	1.07
支援服務業		2,461	2,460	2.50	1	0.53
教育服務業		310	309	0.31	1	0.53
醫療保健及社會工作服務業		97	97	0.10	0	-
藝術、娛樂及休閒服務業		2,401	2,401	2.44	0	-
其他服務業		5,691	5,689	5.79	2	1.07
銷 售 額						
總 計		229,590	182,608	100.00	46,982	100.00
農、林、漁、牧業		665	665	0.36	0	-
礦業及土石採取業		168	168	0.09	0	-
製造業		28,472	25,433	13.93	3,039	6.47
電力及燃氣供應業		11,897	98	0.05	11,799	25.11
用水供應及污染整治業		1,222	966	0.53	256	0.54
營造業		24,461	24,146	13.22	316	0.67
批發及零售業		109,004	84,464	46.25	24,540	52.23
運輸及倉儲業		4,186	3,435	1.88	751	1.60
住宿及餐飲業		22,890	21,464	11.75	1,426	3.03
資訊及通訊傳播業		3,280	2,505	1.37	775	1.65
金融及保險業		970	639	0.35	331	0.70
不動產業		7,370	5,060	2.77	2,310	4.92
專業、科學及技術服務業		5,193	4,802	2.63	391	0.83
支援服務業		3,202	3,097	1.70	105	0.22
教育服務業		1,023	479	0.26	544	1.16
醫療保健及社會工作服務業		31	31	0.02	0	-
藝術、娛樂及休閒服務業		1,970	1,970	1.08	0	-
其他服務業		3,586	3,185	1.74	401	0.85

附 註：表中「0」表示數字為 0 或不及一單位；「-」表示無資料。

資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2015 年。

附表 9-1 2015 年新設企業內銷額及出口額－按行業及規模別

單位：新臺幣百萬元；%

行業別		規模別	全部企業	中小企業	結構比	
					大企業	結構比
內 銷 額						
總 計		212,681	169,577	100.00	43,104	100.00
農、林、漁、牧業		651	651	0.38	0	-
礦業及土石採取業		168	168	0.10	0	-
製造業		19,460	18,007	10.62	1,453	3.37
電力及燃氣供應業		11,897	98	0.06	11,799	27.37
用水供應及污染整治業		1,211	955	0.56	256	0.59
營造業		24,419	24,103	14.21	316	0.73
批發及零售業		102,064	79,599	46.94	22,465	52.12
運輸及倉儲業		3,922	3,278	1.93	644	1.49
住宿及餐飲業		22,888	21,463	12.66	1,426	3.31
資訊及通訊傳播業		2,910	2,244	1.32	665	1.54
金融及保險業		943	612	0.36	331	0.77
不動產業		7,348	5,039	2.97	2,310	5.36
專業、科學及技術服務業		4,995	4,604	2.72	391	0.91
支援服務業		3,198	3,093	1.82	105	0.24
教育服務業		1,023	479	0.28	544	1.26
醫療保健及社會工作服務業		31	31	0.02	0	-
藝術、娛樂及休閒服務業		1,968	1,968	1.16	0	-
其他服務業		3,585	3,185	1.88	400	0.93
出 口 額						
總 計		16,909	13,030	100.00	3,878	100.00
農、林、漁、牧業		14	14	0.23	0	-
礦業及土石採取業		0	0	0.02	0	-
製造業		9,012	7,426	69.00	1,586	40.90
電力及燃氣供應業		0	0	0.00	0	0.00
用水供應及污染整治業		11	11	0.10	0	0.00
營造業		43	43	0.82	0	0.00
批發及零售業		6,940	4,864	27.99	2,075	53.51
運輸及倉儲業		264	157	0.56	107	2.76
住宿及餐飲業		1	1	0.01	0	0.00
資訊及通訊傳播業		370	261	0.51	110	2.83
金融及保險業		27	27	0.05	0	0.00
不動產業		21	21	0.05	0	0.00
專業、科學及技術服務業		198	198	0.52	0	0.00
支援服務業		4	4	0.08	0	0.00
教育服務業		0	0	0.00	0	0.00
醫療保健及社會工作服務業		1	1	0.01	0	-
藝術、娛樂及休閒服務業		2	2	0.02	0	-
其他服務業		0.2	0	0.02	0.2	0.00

附 註：表中「0」表示數字不及一單位；「-」表示無資料。

資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2015 年。

附表 10 2015 年各縣市企業家數－按行業及規模別

單位：家；%

縣市別 行業別及規模別	總 計	臺北市	新北市	桃園市	臺中市	臺南市	高雄市
總 計	1,416,738	230,822	221,950	112,039	186,105	109,919	162,743
中小企業	1,383,981	220,235	216,851	109,249	182,373	108,018	159,465
結構比	100.00	15.91	15.67	7.89	13.18	7.80	11.52
大 企 業	32,757	10587	5099	2790	3732	1901	3278
農林漁牧業	11,649	455	799	652	467	358	4,027
中小企業	11,580	438	796	650	463	352	4,017
結構比	100.00	3.78	6.87	5.61	4.00	3.04	34.69
大 企 業	69	17	3	2	4	6	10
礦業及土石採取業	1,157	92	98	65	85	42	129
中小企業	1,130	82	95	62	84	42	124
結構比	100.00	7.26	8.41	5.49	7.43	3.72	10.97
大 企 業	27	10	3	3	1	-	5
製造業	148,800	8,331	34,426	12,584	30,806	13,243	10,213
中小企業	143,118	7,432	33,435	11,765	30,119	12,764	9,728
結構比	100.00	5.19	23.36	8.22	21.04	8.92	6.80
大 企 業	5,682	899	991	819	687	479	485
電力及燃氣供應業	790	105	78	38	73	70	83
中小企業	658	85	63	28	58	61	71
結構比	100.00	12.92	9.57	4.26	8.81	9.27	10.79
大 企 業	132	20	15	10	15	9	12
用水供應及污染整治業	7,527	651	910	823	944	615	1,189
中小企業	7,237	614	884	768	915	595	1,139
結構比	100.00	8.48	12.22	10.61	12.64	8.22	15.74
大 企 業	290	37	26	55	29	20	50
營造業	118,230	11,586	22,876	10,958	15,128	7,343	14,518
中小企業	117,000	11,122	22,678	10,879	14,981	7,290	14,386
結構比	100.00	9.51	19.38	9.30	12.80	6.23	12.30
大 企 業	1,230	464	198	79	147	53	132
批發及零售業	694,057	122,576	104,313	54,351	86,140	53,417	81,129
中小企業	676,791	117,038	101,444	53,083	84,109	52,393	79,247
結構比	100.00	17.29	14.99	7.84	12.43	7.74	11.71
大 企 業	17,266	5,538	2,869	1,268	2,031	1,024	1,882
運輸及倉儲業	31,782	5,666	6,599	2,243	3,144	1,279	5,086
中小企業	30,636	5,187	6,498	2,148	3,052	1,243	4,911
結構比	100.00	16.93	21.21	7.01	9.96	4.06	16.03
大 企 業	1,146	479	101	95	92	36	175
住宿及餐飲業	143,692	21,170	16,173	10,512	17,043	14,480	18,129
中小企業	143,177	20,948	16,130	10,477	16,984	14,461	18,089
結構比	100.00	14.63	11.27	7.32	11.86	10.10	12.63
大 企 業	515	222	43	35	59	19	40

(續下頁)

附表 10 2015 年各縣市企業家數－按行業及規模別（續 1）

單位：家；%

縣市別 行業別及規模別	總 計	臺北市	新北市	桃園市	臺中市	臺南市	高雄市
資訊及通訊傳播業	19,694	8,769	3,367	1,060	2,056	782	1,357
中小企業	18,937	8,294	3,263	1,038	2,015	769	1,329
結構比	100.00	43.80	17.23	5.48	10.64	4.06	7.02
大 企 業	757	475	104	22	41	13	28
金融及保險業	18,650	7,581	2,394	1,085	1,852	1,049	1,739
中小企業	16,107	6,477	2,092	911	1,598	924	1,528
結構比	100.00	40.21	12.99	5.66	9.92	5.74	9.49
大 企 業	2,543	1,104	302	174	254	125	211
不動產業	36,114	8,517	5,450	3,222	5,220	2,329	3,271
中小企業	34,614	8,020	5,211	3,089	4,974	2,253	3,141
結構比	100.00	23.17	15.05	8.92	14.37	6.51	9.07
大 企 業	1,500	497	239	133	246	76	130
專業、科學及技術服務業	45,545	15,745	7,313	3,017	5,948	2,598	3,961
中小企業	44,796	15,277	7,215	2,987	5,906	2,587	3,937
結構比	100.00	34.10	16.11	6.67	13.18	5.78	8.79
大 企 業	749	468	98	30	42	11	24
支援服務業	29,692	5,223	4,071	2,850	3,885	2,035	3,580
中小企業	29,184	4,992	4,013	2,818	3,836	2,014	3,520
結構比	100.00	17.11	13.75	9.66	13.14	6.90	12.06
大 企 業	508	231	58	32	49	21	60
教育服務業	2,112	693	238	129	297	132	254
中小企業	2,098	684	238	126	296	132	253
結構比	100.00	32.60	11.34	6.01	14.11	6.29	12.06
大 企 業	14	9	-	3	1	-	1
醫療保健及社會工作服務業	745	153	60	38	89	63	126
中小企業	731	145	58	37	88	63	124
結構比	100.00	19.84	7.93	5.06	12.04	8.62	16.96
大 企 業	14	8	2	1	1	-	2
藝術、娛樂及休閒服務業	25,425	3,880	3,545	2,037	2,548	1,932	2,814
中小企業	25,304	3,837	3,527	2,025	2,538	1,927	2,804
結構比	100.00	15.16	13.94	8.00	10.03	7.62	11.08
大 企 業	121	43	18	12	10	5	10
其他服務業	81,077	9,629	9,240	6,375	10,380	8,152	11,138
中小企業	80,883	9,563	9,211	6,358	10,357	8,148	11,117
結構比	100.00	11.82	11.39	7.86	12.80	10.07	13.74
大 企 業	194	66	29	17	23	4	21

（續下頁）

附表 10 2015 年各縣市企業家數－按行業及規模別（續 2）

單位：家；%

縣市別 行業別及規模別	基隆市	宜蘭縣	新竹市	新竹縣	苗栗縣
總 計	18,987	27,818	26,909	27,019	27,133
中小企業	18,835	27,511	26,147	26,160	26,749
結構比	1.36	1.99	1.89	1.89	1.93
大 企 業	152	307	762	859	384
農林漁牧業	27	1,265	249	185	205
中小企業	27	1,265	248	184	204
結構比	0.23	10.92	2.14	1.59	1.76
大 企 業	-	-	1	1	1
礦業及土石採取業	4	105	15	35	73
中小企業	4	105	15	34	72
結構比	0.35	9.29	1.33	3.01	6.37
大 企 業	-	-	-	1	1
製造業	719	2,376	2,613	2,975	2,785
中小企業	701	2,323	2,382	2,649	2,645
結構比	0.49	1.62	1.66	1.85	1.85
大 企 業	18	53	231	326	140
電力及燃氣供應業	6	9	17	22	22
中小企業	4	6	12	18	17
結構比	0.61	0.91	1.82	2.74	2.58
大 企 業	2	3	5	4	5
用水供應及污染整治業	122	115	151	149	214
中小企業	121	112	145	139	211
結構比	1.67	1.55	2.00	1.92	2.92
大 企 業	1	3	6	10	3
營造業	2,093	3,217	2,389	3,175	3,151
中小企業	2,091	3,195	2,363	3,149	3,139
結構比	1.79	2.73	2.02	2.69	2.68
大 企 業	2	22	26	26	12
批發及零售業	8,681	11,886	12,369	11,971	12,582
中小企業	8,612	11,741	12,070	11,629	12,425
結構比	1.27	1.73	1.78	1.72	1.84
大 企 業	69	145	299	342	157
運輸及倉儲業	1,258	754	313	410	437
中小企業	1,222	741	295	399	426
結構比	3.99	2.42	0.96	1.30	1.39
大 企 業	36	13	18	11	11
住宿及餐飲業	2,724	3,428	3,228	2,934	3,055
中小企業	2,722	3,416	3,216	2,928	3,053
結構比	1.90	2.39	2.25	2.05	2.13
大 企 業	2	12	12	6	2

（續下頁）

附表 10 2015 年各縣市企業家數－按行業及規模別（續 3）

單位：家；%

縣市別 行業別及規模別	基隆市	宜蘭縣	新竹市	新竹縣	苗栗縣
資訊及通訊傳播業	144	158	370	290	170
中小企業	142	154	352	276	165
結構比	0.75	0.81	1.86	1.46	0.87
大企業	2	4	18	14	5
金融及保險業	150	159	366	253	167
中小企業	138	125	308	224	138
結構比	0.86	0.78	1.91	1.39	0.86
大企業	12	34	58	29	29
不動產業	280	860	921	969	650
中小企業	276	850	887	926	642
結構比	0.80	2.46	2.56	2.68	1.85
大企業	4	10	34	43	8
專業、科學及技術服務業	400	568	868	748	434
中小企業	399	567	837	721	432
結構比	0.89	1.27	1.87	1.61	0.96
大企業	1	1	31	27	2
支援服務業	432	559	681	526	597
中小企業	431	555	665	516	594
結構比	1.48	1.90	2.28	1.77	2.04
大企業	1	4	16	10	3
教育服務業	10	27	75	35	19
中小企業	10	27	75	35	19
結構比	0.48	1.29	3.57	1.67	0.91
大企業	-	-	-	-	-
醫療保健及社會工作服務業	11	39	14	12	8
中小企業	11	39	14	12	8
結構比	1.50	5.34	1.92	1.64	1.09
大企業	-	-	-	-	-
藝術、娛樂及休閒服務業	411	552	498	567	626
中小企業	410	551	496	562	623
結構比	1.62	2.18	1.96	2.22	2.46
大企業	1	1	2	5	3
其他服務業	1,515	1,741	1,772	1,763	1,938
中小企業	1,514	1,739	1,767	1,759	1,936
結構比	1.87	2.15	2.18	2.17	2.39
大企業	1	2	5	4	2

（續下頁）

附表 10 2015 年各縣市企業家數－按行業及規模別（續 4）

單位：家；%

縣市別 行業別及規模別	彰化縣	南投縣	雲林縣	嘉義市	嘉義縣	屏東縣
總 計	71,759	25,227	30,684	17,613	20,764	38,914
中小企業	70,776	24,956	30,296	17,395	20,508	38,458
結構比	5.11	1.80	2.19	1.26	1.48	2.78
大 企 業	983	271	388	218	256	456
農林漁牧業	644	430	351	55	312	616
中小企業	638	428	348	55	308	607
結構比	5.51	3.70	3.01	0.47	2.66	5.24
大 企 業	6	2	3	-	4	9
礦業及土石採取業	25	56	39	5	15	38
中小企業	25	56	39	5	15	38
結構比	2.21	4.96	3.45	0.44	1.33	3.36
大 企 業	-	-	-	-	-	-
製造業	17,686	1,825	2,329	824	1,976	1,612
中小企業	17,410	1,756	2,269	818	1,920	1,536
結構比	12.16	1.23	1.59	0.57	1.34	1.07
大 企 業	276	69	60	6	56	76
電力及燃氣供應業	77	13	52	15	50	34
中小企業	71	8	50	13	46	29
結構比	10.79	1.22	7.60	1.98	6.99	4.41
大 企 業	6	5	2	2	4	5
用水供應及污染整治業	426	138	266	64	185	338
中小企業	412	135	258	61	178	326
結構比	5.69	1.87	3.57	0.84	2.46	4.50
大 企 業	14	3	8	3	7	12
營造業	4,842	2,387	3,438	1,160	2,203	3,395
中小企業	4,830	2,385	3,424	1,152	2,198	3,384
結構比	4.13	2.04	2.93	0.98	1.88	2.89
大 企 業	12	2	14	8	5	11
批發及零售業	31,570	12,420	16,382	8,917	10,165	19,288
中小企業	31,025	12,285	16,161	8,770	10,028	19,010
結構比	4.58	1.82	2.39	1.30	1.48	2.81
大 企 業	545	135	221	147	137	278
運輸及倉儲業	960	466	540	329	660	554
中小企業	940	462	525	322	656	551
結構比	3.07	1.51	1.71	1.05	2.14	1.80
大 企 業	20	4	15	7	4	3
住宿及餐飲業	5,664	3,366	2,734	2,546	2,171	6,079
中小企業	5,657	3,352	2,733	2,541	2,168	6,067
結構比	3.95	2.34	1.91	1.77	1.51	4.24
大 企 業	7	14	1	5	3	12

（續下頁）

附表 10 2015 年各縣市企業家數－按行業及規模別（續 5）

單位：家；%

縣市別 行業別及規模別	彰化縣	南投縣	雲林縣	嘉義市	嘉義縣	屏東縣
資訊及通訊傳播業	288	149	122	116	59	168
中小企業	284	146	119	114	54	164
結構比	1.50	0.77	0.63	0.60	0.29	0.87
大企業	4	3	3	2	5	4
金融及保險業	492	158	216	247	139	278
中小企業	433	136	186	224	121	248
結構比	2.69	0.84	1.15	1.39	0.75	1.54
大企業	59	22	30	23	18	30
不動產業	1,079	411	497	521	232	574
中小企業	1,062	407	477	513	229	567
結構比	3.07	1.18	1.38	1.48	0.66	1.64
大企業	17	4	20	8	3	7
專業、科學及技術服務業	1,041	436	467	420	245	585
中小企業	1,036	435	466	417	244	583
結構比	2.31	0.97	1.04	0.93	0.54	1.30
大企業	5	1	1	3	1	2
支援服務業	940	499	449	418	467	849
中小企業	932	498	444	416	463	847
結構比	3.19	1.71	1.52	1.43	1.59	2.90
大企業	8	1	5	2	4	2
教育服務業	40	24	22	24	9	27
中小企業	40	24	22	24	9	27
結構比	1.91	1.14	1.05	1.14	0.43	1.29
大企業	-	-	-	-	-	-
醫療保健及社會工作服務業	28	13	11	9	1	39
中小企業	28	13	11	9	1	39
結構比	3.83	1.78	1.50	1.23	0.14	5.34
大企業	-	-	-	-	-	-
藝術、娛樂及休閒服務業	1,216	786	701	357	446	1,187
中小企業	1,215	783	700	357	445	1,184
結構比	4.80	3.09	2.77	1.41	1.76	4.68
大企業	1	3	1	-	1	3
其他服務業	4,741	1,650	2,068	1,586	1,429	3,253
中小企業	4,738	1,647	2,064	1,584	1,425	3,251
結構比	5.86	2.04	2.55	1.96	1.76	4.02
大企業	3	3	4	2	4	2

（續下頁）

附表 10 2015 年各縣市企業家數－按行業及規模別（續 6）

單位：家；%

縣市別 行業別及規模別	澎湖縣	花蓮縣	臺東縣	金門縣	連江縣
總 計	6,175	20,478	13,118	19,642	920
中小企業	6,148	20,303	13,035	19,600	913
結構比	0.44	1.47	0.94	1.42	0.07
大 企 業	27	175	83	42	7
農林漁牧業	28	240	249	32	3
中小企業	28	240	249	32	3
結構比	0.24	2.07	2.15	0.28	0.03
大 企 業	-	-	-	-	-
礦業及土石採取業	8	167	55	6	0
中小企業	8	165	55	5	0
結構比	0.71	14.60	4.87	0.44	0.00
大 企 業	-	2	-	1	0
製造業	234	699	321	197	26
中小企業	234	690	321	196	25
結構比	0.16	0.48	0.22	0.14	0.02
大 企 業	-	9	-	1	1
電力及燃氣供應業	2	10	8	5	1
中小企業	1	7	7	3	0
結構比	0.15	1.06	1.06	0.46	0.00
大 企 業	1	3	1	2	1
用水供應及污染整治業	18	111	69	22	7
中小企業	18	109	68	22	7
結構比	0.25	1.51	0.94	0.30	0.10
大 企 業	-	2	1	-	-
營造業	446	2,103	923	788	111
中小企業	444	2,097	919	784	110
結構比	0.38	1.79	0.79	0.67	0.09
大 企 業	2	6	4	4	1
批發及零售業	2,962	9,653	6,315	16,700	270
中小企業	2,947	9,555	6,268	16,682	269
結構比	0.44	1.41	0.93	2.46	0.04
大 企 業	15	98	47	18	1
運輸及倉儲業	268	382	145	202	87
中小企業	264	373	141	195	85
結構比	0.86	1.22	0.46	0.64	0.28
大 企 業	4	9	4	7	2
住宿及餐飲業	1,045	3,614	2,692	671	234
中小企業	1,044	3,604	2,683	670	234
結構比	0.73	2.52	1.87	0.47	0.16
大 企 業	1	10	9	1	-

（續下頁）

附表 10 2015 年各縣市企業家數－按行業及規模別（續 7）

單位：家；%

縣市別 行業別及規模別	澎湖縣	花蓮縣	臺東縣	金門縣	連江縣
資訊及通訊傳播業	41	116	58	47	7
中小企業	39	113	55	46	6
結構比	0.21	0.60	0.29	0.24	0.03
大企業	2	3	3	1	1
金融及保險業	33	153	102	34	3
中小企業	31	134	96	32	3
結構比	0.19	0.83	0.60	0.20	0.02
大企業	2	19	6	2	-
不動產業	148	508	240	212	3
中小企業	148	498	234	207	3
結構比	0.43	1.44	0.68	0.60	0.01
大企業	-	10	6	5	-
專業、科學及技術服務業	50	351	206	119	25
中小企業	50	350	206	119	25
結構比	0.11	0.78	0.46	0.27	0.06
大企業	-	1	-	-	-
支援服務業	435	544	398	206	48
中小企業	435	543	398	206	48
結構比	1.49	1.86	1.36	0.71	0.16
大企業	-	1	-	-	-
教育服務業	12	23	12	8	2
中小企業	12	23	12	8	2
結構比	0.57	1.10	0.57	0.38	0.10
大企業	-	-	-	-	-
醫療保健及社會工作服務業	1	17	11	2	-
中小企業	1	17	11	2	-
結構比	0.14	2.33	1.50	0.27	-
大企業	-	-	-	-	-
藝術、娛樂及休閒服務業	130	509	503	132	-
中小企業	130	507	503	132	-
結構比	0.51	2.00	1.99	0.52	-
大企業	-	2	-	-	-
其他服務業	314	1,278	811	259	-
中小企業	314	1,278	809	259	-
結構比	0.39	1.58	1.00	0.32	-
大企業	-	-	2	-	-

附註：「-」表示無資料。

資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收原始資料，2015 年。

附表 11 2015 年各縣市企業銷售額－按行業及規模別

單位：新臺幣百萬元；%

縣市別 行業別及規模別	總 計	臺北市	新北市	桃園市	臺中市	臺南市	高雄市
總 計	38,875,340	12,556,527	4,461,618	3,397,228	3,817,573	2,268,768	4,062,832
中小企業	11,803,115	1,930,660	1,958,171	1,226,239	1,723,727	930,790	1,322,023
結構比	100.00	16.36	16.59	10.39	14.60	7.89	11.20
大 企 業	27,072,225	10,625,867	2,503,446	2,170,989	2,093,846	1,337,978	2,740,809
農林漁牧業	46,573	10,594	2,402	2,482	2,371	5,185	8,658
中小企業	23,872	1,990	1,545	1,528	1,421	1,552	7,052
結構比	100.00	8.34	6.47	6.40	5.95	6.50	29.54
大 企 業	22,702	8,604	856	953	950	3,634	1,605
礦業及土石採取業	44,997	8,807	2,877	1,673	3,872	716	4,490
中小企業	32,210	1,067	2,349	1,662	3,332	716	1,753
結構比	100.00	3.31	7.29	5.16	10.34	2.22	5.44
大 企 業	12,787	7,740	528	10	541	-	2,736
製造業	13,962,106	1,855,733	1,483,645	1,505,697	1,525,065	1,122,114	1,641,869
中小企業	4,140,270	236,415	683,344	544,910	722,344	436,041	403,151
結構比	100.00	5.71	16.50	13.16	17.45	10.53	9.74
大 企 業	9,821,836	1,619,317	800,300	960,786	802,721	686,073	1,238,718
電力及燃氣供應業	895,508	78,037	48,269	105,844	106,307	102,996	168,261
中小企業	5,295	787	677	23	244	546	658
結構比	100.00	14.86	12.78	0.44	4.60	10.31	12.43
大 企 業	890,214	77,250	47,611	105,573	105,630	102,752	167,715
用水供應及污染整治業	167,779	25,517	14,048	28,101	19,911	12,055	35,670
中小企業	55,929	5,149	8,087	7,355	8,038	4,594	9,116
結構比	100.00	9.21	14.46	13.15	14.37	8.21	16.30
大 企 業	111,850	20,368	5,960	20,746	11,873	7,460	26,554
營造業	2,230,253	681,672	343,699	173,817	271,496	97,725	271,297
中小企業	1,459,301	250,587	265,334	146,625	188,792	75,797	192,892
結構比	100.00	17.17	18.18	10.05	12.94	5.19	13.22
大 企 業	770,951	431,085	78,365	27,193	82,704	21,928	78,405
批發及零售業	13,686,649	5,208,758	1,897,125	1,146,455	1,348,479	726,892	1,451,026
中小企業	4,316,503	920,704	760,025	380,837	591,255	305,111	506,938
結構比	100.00	21.33	17.61	8.82	13.70	7.07	11.74
大 企 業	9,370,146	4,288,054	1,137,099	765,618	757,224	421,781	944,087
運輸及倉儲業	1,136,497	541,459	110,149	147,654	58,603	24,155	128,478
中小企業	269,441	50,278	31,553	29,162	30,138	14,543	49,493
結構比	100.00	18.66	11.71	10.82	11.19	5.40	18.37
大 企 業	867,056	491,182	78,596	118,492	28,465	9,612	78,985
住宿及餐飲業	574,200	188,576	55,506	46,979	63,424	34,244	58,683
中小企業	400,811	99,373	47,480	32,997	50,194	28,074	45,443
結構比	100.00	24.79	11.85	8.23	12.52	7.00	11.34
大 企 業	173,389	89,202	8,026	13,981	13,230	6,170	13,240

(續下頁)

附表 11 2015 年各縣市企業銷售額－按行業及規模別（續 1）

單位：新臺幣百萬元；%

縣市別 行業別及規模別	總 計	臺北市	新北市	桃園市	臺中市	臺南市	高雄市
資訊及通訊傳播業	1,069,995	749,751	102,783	14,509	44,924	19,708	40,872
中小企業	117,262	61,744	18,635	4,770	9,617	4,015	7,396
結構比	100.00	52.66	15.89	4.07	8.20	3.42	6.31
大 企 業	952,733	688,007	84,148	9,739	35,306	15,693	33,476
金融及保險業	2,398,417	1,902,794	101,299	61,437	95,822	39,888	79,997
中小企業	202,960	68,550	29,743	10,640	19,872	12,868	22,228
結構比	100.00	33.78	14.65	5.24	9.79	6.34	10.95
大 企 業	2,195,457	1,834,244	71,555	50,797	75,950	27,020	57,769
不動產業	1,116,710	490,471	148,829	71,146	175,839	42,399	73,113
中小企業	237,569	58,041	32,896	19,951	34,502	17,071	21,083
結構比	100.00	24.43	13.85	8.40	14.52	7.19	8.87
大 企 業	879,142	432,430	115,933	51,195	141,337	25,327	52,031
專業、科學及技術服務業	681,936	360,482	74,694	37,309	37,241	11,207	28,363
中小企業	210,016	98,479	31,853	13,684	22,685	7,889	15,052
結構比	100.00	46.89	15.17	6.52	10.80	3.76	7.17
大 企 業	471,920	262,003	42,841	23,625	14,555	3,318	13,311
支援服務業	510,865	327,105	38,099	24,835	31,335	12,378	35,302
中小企業	142,999	35,017	21,129	17,279	18,305	7,355	17,624
結構比	100.00	24.49	14.78	12.08	12.80	5.14	12.32
大 企 業	367,866	292,088	16,970	7,556	13,030	5,023	17,678
教育服務業	14,336	5,568	1,028	1,870	1,838	656	1,910
中小企業	10,099	3,495	1,028	659	1,430	656	1,366
結構比	100.00	34.61	10.18	6.52	14.16	6.50	13.52
大 企 業	4,237	2,073	-	1,211	409	-	544
醫療保健及社會工作服務業	12,357	4,023	786	2,754	716	181	3,472
中小企業	2,579	1,114	290	140	223	181	207
結構比	100.00	43.19	11.24	5.44	8.64	7.03	8.01
大 企 業	9,778	2,909	496	2,614	493	-	3,265
藝術、娛樂及休閒服務業	91,675	32,170	11,404	6,475	8,061	4,722	8,450
中小企業	54,203	14,057	7,714	4,046	6,051	3,828	5,925
結構比	100.00	25.93	14.23	7.46	11.16	7.06	10.93
大 企 業	37,472	18,113	3,691	2,429	2,010	894	2,525
其他服務業	234,487	85,011	24,958	18,439	22,703	11,243	22,809
中小企業	121,797	23,812	14,488	9,970	15,283	9,951	14,645
結構比	100.00	19.55	11.90	8.19	12.55	8.17	12.02
大 企 業	112,690	61,199	10,470	8,470	7,419	1,292	8,164

（續下頁）

附表 11 2015 年各縣市企業銷售額－按行業及規模別（續 2）

單位：新臺幣百萬元；%

縣市別 行業別及規模別	基隆市	宜蘭縣	新竹市	新竹縣	苗栗縣
總 計	166,670	275,946	2,007,220	1,029,943	797,105
中小企業	92,738	175,118	217,198	235,366	245,392
結構比	0.79	1.48	1.84	1.99	2.08
大 企 業	73,933	100,828	1,790,022	794,577	551,713
農林漁牧業	124	640	174	640	564
中小企業	124	640	57	357	400
結構比	0.52	2.68	0.24	1.49	1.67
大 企 業	-	-	117	284	164
礦業及土石採取業	4,241	2,326	187	1,738	2,046
中小企業	4,241	2,326	187	1,546	1,441
結構比	13.17	7.22	0.58	4.80	4.47
大 企 業	-	-	-	192	605
製造業	24,667	100,111	1,465,045	555,750	501,527
中小企業	11,656	66,650	67,081	80,563	137,795
結構比	0.28	1.61	1.62	1.95	3.33
大 企 業	13,011	33,461	1,397,964	475,186	363,732
電力及燃氣供應業	10,664	430	67,256	11,513	49,278
中小企業	92	271	146	133	140
結構比	1.73	5.11	2.75	2.51	2.64
大 企 業	10,641	339	67,133	11,380	49,139
用水供應及污染整治業	1,157	1,352	3,339	3,351	1,796
中小企業	693	628	1,129	1,012	1,059
結構比	1.24	1.12	2.02	1.81	1.89
大 企 業	464	724	2,210	2,339	736
營造業	14,576	31,772	51,879	50,065	29,106
中小企業	14,413	26,211	37,475	38,804	25,279
結構比	0.99	1.80	2.57	2.66	1.73
大 企 業	163	5,561	14,404	11,262	3,827
批發及零售業	51,866	90,679	278,846	237,254	169,498
中小企業	35,753	50,127	74,074	78,819	54,468
結構比	0.83	1.16	1.72	1.83	1.26
大 企 業	16,113	40,552	204,773	158,435	115,030
運輸及倉儲業	34,044	9,248	7,471	9,594	6,019
中小企業	11,060	6,565	2,697	4,536	4,359
結構比	4.10	2.44	1.00	1.68	1.62
大 企 業	22,984	2,683	4,774	5,058	1,660
住宿及餐飲業	5,159	10,877	12,958	10,826	6,552
中小企業	4,840	7,264	9,621	8,082	6,212
結構比	1.21	1.81	2.40	2.02	1.55
大 企 業	319	3,613	3,337	2,744	340

（續下頁）

附表 11 2015 年各縣市企業銷售額－按行業及規模別（續 3）

單位：新臺幣百萬元；%

縣市別 行業別及規模別	基隆市	宜蘭縣	新竹市	新竹縣	苗栗縣
資訊及通訊傳播業	5,758	3,891	24,016	19,467	5,238
中小企業	680	510	2,641	1,835	772
結構比	0.58	0.43	2.25	1.56	0.66
大企業	5,078	3,382	21,374	17,632	4,466
金融及保險業	5,590	8,207	19,434	10,595	6,997
中小企業	2,712	1,787	3,563	3,187	2,375
結構比	1.34	0.88	1.76	1.57	1.17
大企業	2,878	6,421	15,871	7,408	4,622
不動產業	2,505	7,939	26,056	25,154	7,351
中小企業	1,181	5,839	6,685	6,094	4,641
結構比	0.50	2.46	2.81	2.57	1.95
大企業	1,324	2,100	19,371	19,060	2,710
專業、科學及技術服務業	1,470	1,738	33,912	78,666	3,475
中小企業	1,028	1,613	3,616	3,656	1,076
結構比	0.49	0.77	1.72	1.74	0.51
大企業	442	124	30,296	75,010	2,399
支援服務業	1,708	1,937	8,810	6,549	2,781
中小企業	1,567	1,220	3,771	2,844	2,249
結構比	1.10	0.85	2.64	1.99	1.57
大企業	142	717	5,039	3,705	532
教育服務業	22	86	384	101	70
中小企業	22	86	384	101	70
結構比	0.21	0.85	3.80	1.00	0.69
大企業	-	-	-	-	-
醫療保健及社會工作服務業	20	25	29	88	6
中小企業	20	25	29	88	6
結構比	0.77	0.97	1.13	3.42	0.25
大企業	-	-	-	-	-
藝術、娛樂及休閒服務業	990	1,606	1,569	2,812	1,346
中小企業	882	1,028	1,207	1,140	834
結構比	1.63	1.90	2.23	2.10	1.54
大企業	108	578	362	1,672	512
其他服務業	2,042	2,902	5,833	5,781	3,456
中小企業	1,775	2,327	2,834	2,569	2,216
結構比	1.46	1.91	2.33	2.11	1.82
大企業	266	574	2,999	3,212	1,240

（續下頁）

附表 11 2015 年各縣市企業銷售額－按行業及規模別（續 4）

單位：新臺幣百萬元；%

縣市別 行業別及規模別	彰化縣	南投縣	雲林縣	嘉義市	嘉義縣	屏東縣
總 計	1,301,234	283,781	1,245,759	206,335	273,480	374,561
中小企業	616,778	136,258	339,685	105,959	166,526	183,643
結構比	5.23	1.15	2.88	0.90	1.41	1.56
大 企 業	684,455	147,523	906,075	100,376	106,954	190,919
農林漁牧業	2,693	1,388	1,304	121	2,240	4,053
中小企業	1,567	1,023	960	121	867	1,725
結構比	6.56	4.29	4.02	0.51	3.63	7.23
大 企 業	1,126	365	343	-	1,373	2,327
礦業及土石採取業	489	2,197	760	7	97	1,742
中小企業	489	2,197	760	7	97	1,742
結構比	1.52	6.82	2.36	0.02	0.30	5.41
大 企 業	-	-	-	-	-	-
製造業	771,257	128,908	979,334	26,457	133,393	103,284
中小企業	330,449	44,316	201,001	22,342	89,427	43,034
結構比	7.98	1.07	4.85	0.54	2.16	1.04
大 企 業	440,809	84,592	778,333	4,115	43,965	60,251
電力及燃氣供應業	39,607	14,210	28,303	8,855	9,427	14,300
中小企業	18	409	123	460	140	216
結構比	0.34	7.72	2.32	8.69	2.65	4.08
大 企 業	39,198	14,192	27,843	8,710	9,287	14,084
用水供應及污染整治業	6,145	1,324	4,078	1,083	2,842	4,284
中小企業	2,491	856	1,688	390	1,237	1,111
結構比	4.45	1.53	3.02	0.70	2.21	1.99
大 企 業	3,654	467	2,390	693	1,605	3,174
營造業	46,933	16,740	50,263	15,753	17,917	26,738
中小企業	45,090	16,049	47,394	12,666	16,498	24,757
結構比	3.09	1.10	3.25	0.87	1.13	1.70
大 企 業	1,844	691	2,869	3,086	1,419	1,982
批發及零售業	348,391	82,514	134,860	112,634	80,215	168,188
中小企業	184,607	48,682	65,392	47,338	44,906	80,251
結構比	4.28	1.13	1.51	1.10	1.04	1.86
大 企 業	163,785	33,832	69,468	65,296	35,308	87,936
運輸及倉儲業	13,395	4,303	11,391	4,428	5,344	4,508
中小企業	9,844	3,618	4,501	3,156	2,330	3,798
結構比	3.65	1.34	1.67	1.17	0.86	1.41
大 企 業	3,550	686	6,889	1,273	3,014	709
住宿及餐飲業	12,263	11,192	5,106	9,352	4,447	15,724
中小企業	11,370	7,868	4,717	6,452	3,797	10,715
結構比	2.84	1.96	1.18	1.61	0.95	2.67
大 企 業	893	3,324	389	2,900	650	5,009

（續下頁）

附表 11 2015 年各縣市企業銷售額－按行業及規模別（續 5）

單位：新臺幣百萬元；%

縣市別 行業別及規模別	彰化縣	南投縣	雲林縣	嘉義市	嘉義縣	屏東縣
資訊及通訊傳播業	9,561	4,272	4,999	5,009	2,005	5,781
中小企業	990	637	662	595	236	556
結構比	0.84	0.54	0.56	0.51	0.20	0.47
大企業	8,571	3,635	4,337	4,414	1,769	5,226
金融及保險業	18,671	6,144	9,411	7,662	5,670	9,753
中小企業	7,540	2,677	2,896	2,836	1,183	4,155
結構比	3.71	1.32	1.43	1.40	0.58	2.05
大企業	11,131	3,467	6,515	4,826	4,487	5,597
不動產業	13,849	2,885	6,555	5,344	2,501	4,379
中小企業	8,794	2,293	3,291	3,816	1,610	2,929
結構比	3.70	0.97	1.39	1.61	0.68	1.23
大企業	5,054	592	3,264	1,528	891	1,450
專業、科學及技術服務業	3,546	1,275	1,644	2,124	1,075	1,805
中小企業	2,309	1,168	1,409	1,080	807	1,094
結構比	1.10	0.56	0.67	0.51	0.38	0.52
大企業	1,237	108	235	1,044	268	711
支援服務業	5,008	1,359	2,165	1,910	3,265	2,164
中小企業	3,174	1,233	1,533	1,527	1,344	1,848
結構比	2.22	0.86	1.07	1.07	0.94	1.29
大企業	1,834	126	633	383	1,921	316
教育服務業	177	63	89	192	20	166
中小企業	177	63	89	192	20	166
結構比	1.75	0.63	0.88	1.91	0.19	1.65
大企業	-	-	-	-	-	-
醫療保健及社會工作服務業	36	27	25	26	0	34
中小企業	36	27	25	26	0	34
結構比	1.40	1.06	0.98	1.02	0.02	1.34
大企業	-	-	-	-	-	-
藝術、娛樂及休閒服務業	1,638	2,124	1,833	864	785	2,803
中小企業	1,517	1,018	761	864	457	1,487
結構比	2.80	1.88	1.40	1.59	0.84	2.74
大企業	121	1,106	1,072	-	327	1,316
其他服務業	7,964	2,464	3,976	4,200	2,237	4,855
中小企業	6,316	2,124	2,482	2,091	1,568	4,025
結構比	5.19	1.74	2.04	1.72	1.29	3.30
大企業	1,648	340	1,494	2,109	669	830

（續下頁）

附表 11 2015 年各縣市企業銷售額－按行業及規模別（續 6）

單位：新臺幣百萬元；%

縣市別 行業別及規模別	澎湖縣	花蓮縣	臺東縣	金門縣	連江縣
總 計	28,530	179,217	80,023	56,643	4,345
中小企業	19,180	94,606	46,861	33,403	2,793
結構比	0.16	0.80	0.40	0.28	0.02
大 企 業	9,351	84,611	33,163	23,240	1,552
農林漁牧業	106	337	399	95	4
中小企業	106	337	399	95	4
結構比	0.44	1.41	1.67	0.40	0.02
大 企 業	-	-	-	-	-
礦業及土石採取業	429	3,605	1,166	1,533	0
中小企業	429	3,169	1,166	1,533	0
結構比	1.33	9.84	3.62	4.76	0.00
大 企 業	-	435	-	0	0
製造業	683	20,965	3,626	12,607	369
中小企業	683	14,205	3,626	1,217	17
結構比	0.02	0.34	0.09	0.03	0.00
大 企 業	-	6,760	-	11,391	352
電力及燃氣供應業	1,188	26,819	2,688	1,064	191
中小企業	172	39	2	0	-
結構比	3.25	0.73	0.04	0.00	-
大 企 業	1,188	26,647	2,649	1,062	191
用水供應及污染整治業	117	885	467	212	47
中小企業	117	593	327	212	47
結構比	0.21	1.06	0.59	0.38	0.08
大 企 業	-	292	139	-	-
營造業	4,274	17,082	7,799	8,501	1,147
中小企業	3,732	14,228	7,264	8,446	966
結構比	0.26	0.98	0.50	0.58	0.07
大 企 業	542	2,853	535	54	180
批發及零售業	13,326	73,266	42,891	22,372	1,116
中小企業	8,406	40,265	21,738	15,876	931
結構比	0.19	0.93	0.50	0.37	0.02
大 企 業	4,919	33,002	21,153	6,496	185
運輸及倉儲業	2,508	5,849	3,442	3,659	797
中小企業	1,087	3,584	1,461	1,338	342
結構比	0.40	1.33	0.54	0.50	0.13
大 企 業	1,422	2,265	1,981	2,321	455
住宿及餐飲業	1,917	11,131	7,731	1,305	249
中小企業	1,781	8,118	5,038	1,125	249
結構比	0.44	2.03	1.26	0.28	0.06
大 企 業	137	3,012	2,692	180	-

（續下頁）

附表 11 2015 年各縣市企業銷售額－按行業及規模別（續 7）

單位：新臺幣百萬元；%

縣市別 行業別及規模別	澎湖縣	花蓮縣	臺東縣	金門縣	連江縣
資訊及通訊傳播業	932	3,497	1,989	834	201
中小企業	107	412	174	266	12
結構比	0.09	0.35	0.15	0.23	0.01
大企業	825	3,085	1,815	568	189
金融及保險業	871	5,237	2,405	524	10
中小企業	553	1,900	1,415	270	10
結構比	0.27	0.94	0.70	0.13	0.01
大企業	318	3,337	990	254	-
不動產業	664	4,803	2,353	2,574	1
中小企業	664	3,084	1,441	1,660	1
結構比	0.28	1.30	0.61	0.70	0.00
大企業	-	1,720	912	914	-
專業、科學及技術服務業	40	1,063	467	265	76
中小企業	40	669	467	265	76
結構比	0.02	0.32	0.22	0.13	0.04
大企業	-	394	-	-	-
支援服務業	743	1,734	927	692	58
中小企業	743	1,560	927	692	58
結構比	0.52	1.09	0.65	0.48	0.04
大企業	-	174	-	-	-
教育服務業	11	30	46	8	1
中小企業	11	30	46	8	1
結構比	0.11	0.29	0.45	0.07	0.01
大企業	-	-	-	-	-
醫療保健及社會工作服務業	1	87	17	1	0
中小企業	1	87	17	1	0
結構比	0.02	3.37	0.68	0.04	0.00
大企業	-	-	-	-	-
藝術、娛樂及休閒服務業	160	1,279	420	130	35
中小企業	160	643	420	130	35
結構比	0.30	1.19	0.77	0.24	0.07
大企業	-	636	-	-	-
其他服務業	388	1,684	1,228	270	44
中小企業	388	1,684	932	270	44
結構比	0.32	1.38	0.77	0.22	0.04
大企業	-	-	295	-	-

附註：「-」表示無資料。

資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2015 年。

附表 12 2015 年企業之行業規模別家數

行業別及規模別	組織別	總 計	股份有 限公司	有限公司	無限公司	兩合公司
總 計		1,416,738	135,335	422,967	95	28
中小企業		1,383,981	117,321	415,330	95	28
結構比		100.00	8.48	30.01	0.01	0.00
大 企 業		32,757	18,014	7,637	-	-
農林漁牧業		11,607	1,166	1,352	-	3
中小企業		11,580	1,139	1,352	-	3
結構比		100.00	9.84	11.68	-	0.03
大 企 業		69	49	9	-	-
礦業及土石採取業		1,157	333	450	-	-
中小企業		1,130	306	450	-	-
結構比		100.00	27.08	39.82	-	-
大 企 業		27	27	0	-	-
製造業		148,800	34,926	60,309	9	1
中小企業		143,118	29,442	60,143	9	1
結構比		100.00	20.57	42.02	0.01	0.00
大 企 業		5,682	5,484	166	-	-
電力及燃氣供應業		790	243	338	-	-
中小企業		658	167	330	-	-
結構比		100.00	25.38	50.15	-	-
大 企 業		132	76	8	-	-
用水供應及污染整治業		7,527	679	3,090	1	-
中小企業		7,237	550	3,003	1	-
結構比		100.00	7.60	41.50	0.01	-
大 企 業		290	129	87	-	-
營造業		118,230	6,673	51,594	13	2
中小企業		117,000	5,782	51,289	13	2
結構比		100.00	4.94	43.84	0.01	0.00
大 企 業		1,230	891	305	-	-
批發及零售業		694,057	52,068	216,920	46	11
中小企業		676,791	44,505	210,931	46	11
結構比		100.00	6.58	31.17	0.01	0.00
大 企 業		17,266	7,563	5,989	-	-
運輸及倉儲業		31,782	4,736	9,866	2	1
中小企業		30,636	4,153	9,615	2	1
結構比		100.00	13.56	31.38	0.01	0.00
大 企 業		1,146	583	251	-	-
住宿及餐飲業		143,692	2,463	6,425	3	2
中小企業		143,177	2,208	6,342	3	2
結構比		100.00	1.54	4.43	0.00	0.00
大 企 業		515	255	83	-	-

一按經營組織型態別

單位：家；%

合 夥	獨 資	本國公司 之分公司	外國公司在臺 之分公司	其 他
27,721	751,856	5,001	36,957	36,778
27,635	751,712	4,196	33,431	34,233
2.00	54.32	0.30	2.42	2.47
86	144	805	3,526	2,545
681	8,142	4	33	226
681	8,142	4	33	226
5.88	70.31	0.03	0.28	1.95
0	0	1	1	9
55	280	1	10	28
55	280	1	10	28
4.87	24.78	0.09	0.88	2.48
0	0	0	0	0
3,397	48,005	308	789	1,056
3,397	48,003	294	789	1,040
2.37	33.54	0.21	0.55	0.73
-	2	14	0	16
10	100	-	19	80
10	99	-	9	43
1.52	15.05	-	1.37	6.53
-	1	-	10	37
121	3,422	9	42	163
121	3,421	8	35	98
1.67	47.27	0.11	0.48	1.35
-	1	1	7	65
3,341	55,978	122	168	339
3,341	55,973	104	168	328
2.86	47.84	0.09	0.14	0.28
-	5	18	-	11
11,392	367,717	2,656	23,483	19,764
11,318	367,614	2,166	21,917	18,283
1.67	54.32	0.32	3.24	2.70
74	103	490	1,566	1,481
715	11,614	103	881	3,864
713	11,614	51	803	3,684
2.33	37.91	0.17	2.62	12.03
2	-	52	78	180
4,096	125,049	79	3,282	2,293
4,088	125,046	75	3,158	2,255
2.86	87.34	0.05	2.21	1.57
8	3	4	124	38

(續下頁)

附表 12 2015 年企業之行業規模別家數

行業別／規模別	總 計	股份有 限公司	有限公司	無限公司	兩合公司
資訊及通訊傳播業	19,694	5,159	8,955	1	1
中小企業	18,937	4,624	8,884	1	1
結構比	100.00	24.42	46.91	0.01	0.01
大 企 業	757	535	71	-	-
金融及保險業	18,650	5,295	4,400	4	3
中小企業	16,107	4,767	4,378	4	3
結構比	100.00	29.60	27.18	0.02	0.02
大 企 業	2,543	528	22	-	-
不動產業	36,114	10,550	17,529	6	2
中小企業	34,614	9,536	17,174	6	2
結構比	100.00	27.55	49.62	0.02	0.01
大 企 業	1,500	1,014	355	-	-
專業、科學及技術服務業	45,545	6,382	23,797	9	0
中小企業	44,796	5,939	23,643	9	0
結構比	100.00	13.26	52.78	0.02	0.00
大 企 業	749	443	154	-	-
支援服務業	29,692	2,981	10,650	-	-
中小企業	29,184	2,681	10,537	-	-
結構比	100.00	9.19	36.11	-	-
大 企 業	508	300	113	-	-
教育服務業	2,112	200	609	-	-
中小企業	2,098	195	609	-	-
結構比	100.00	9.29	29.03	-	-
大 企 業	14	5	0	-	-
醫療保健及社會工作服務業	745	50	90	-	-
中小企業	731	42	89	-	-
結構比	100.00	5.75	12.18	-	-
大 企 業	14	8	1	-	-
藝術、娛樂及休閒服務業	25,425	679	2,462	1	2
中小企業	25,304	622	2,454	1	2
結構比	100.00	2.46	9.70	0.00	0.01
大 企 業	121	57	8	-	-
其他服務業	81,077	730	4,122	-	-
中小企業	80,883	663	4,107	-	-
結構比	100.00	0.82	5.08	-	-
大 企 業	194	67	15	-	-

一按經營組織型態別（續）

單位：家；%

合 夥	獨 資	本國公司 之分公司	外國公司在臺 之分公司	其 他
262	3,386	378	370	1,182
262	3,385	325	324	1,131
1.38	17.88	1.72	1.71	5.97
-	1	53	46	51
141	2,087	318	4,820	1,582
141	2,087	252	3,300	1,175
0.88	12.96	1.56	20.49	7.29
-	-	66	1,520	407
707	4,070	365	611	2,274
707	4,047	360	588	2,194
2.04	11.69	1.04	1.70	6.34
-	23	5	23	80
626	13,342	504	286	599
626	13,340	430	264	545
1.40	29.78	0.96	0.59	1.22
-	2	74	22	54
507	13,427	68	1,341	718
506	13,426	52	1,283	699
1.73	46.00	0.18	4.40	2.40
1	1	16	58	19
22	452	13	197	619
22	452	12	195	613
1.05	21.54	0.57	9.29	29.22
-	-	1	2	6
7	440	5	3	150
7	440	5	3	145
0.96	60.19	0.68	0.41	19.84
-	-	-	-	5
305	21,166	47	225	538
304	21,164	39	199	519
1.20	83.64	0.15	0.79	2.05
1	2	8	26	19
1,336	73,179	20	396	1,294
1,336	73,179	18	353	1,227
1.65	90.48	0.02	0.44	1.52
-	-	2	43	67

附 註：1. 「-」表示無資料。

2. 組織別分類中的「外國公司辦事處」，僅由外國公司向我國經濟部商業司報備設立，且依規定不得從事任何營利活動，故自 2014 年起不計入企業家數。

資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收原始資料，2015 年。

附表 13 2015 年製造業中業別家數－按規模別

單位：家；%

行業中分類	規模別	全部企業 (1)	中小企業 (2)			大企業	結構比
				(2)/(1)	結構比		
總 計		148,800	143,118	96.18	100.00	5,682	100.00
食品製造業		9,889	9,640	97.48	6.74	249	4.38
飲料製造業		629	600	95.39	0.42	29	0.51
菸草製造業		8	5	62.50	0.00	3	0.05
紡織業		5,254	5,000	95.17	3.49	254	4.47
成衣及服飾品製造業		4,148	4,102	98.89	2.87	46	0.81
皮革、毛皮及其製品製造業		1,653	1,618	97.88	1.13	35	0.62
木竹製品製造業		2,892	2,860	98.89	2.00	32	0.56
紙漿、紙及紙製品製造業		3,078	2,981	96.85	2.08	97	1.71
印刷及資料儲存媒體複製業		8,534	8,466	99.20	5.92	68	1.20
石油及煤製品製造業		180	168	93.33	0.12	12	0.21
化學材料製造業		1,565	1,330	84.98	0.93	235	4.14
化學製品製造業		2,588	2,420	93.51	1.69	168	2.96
藥品製造業		380	250	65.79	0.17	130	2.29
橡膠製品製造業		1,582	1,512	95.58	1.06	70	1.23
塑膠製品製造業		10,478	10,206	97.40	7.13	272	4.79
非金屬礦物製品製造業		3,245	3,069	94.58	2.14	176	3.10
基本金屬製造業		6,801	6,483	95.32	4.53	318	5.60
金屬製品製造業		39,191	38,624	98.55	26.99	567	9.98
電子零組件製造業		6,125	5,099	83.25	3.56	1,026	18.06
電腦、電子產品及光學製品製造業		3,185	2,673	83.92	1.87	512	9.01
電力設備製造業		5,268	4,916	93.32	3.43	352	6.20
機械設備製造業		16,155	15,668	96.99	10.95	487	8.57
汽車及其零件製造業		2,300	2,140	93.04	1.50	160	2.82
其他運輸工具製造業		2,186	2,048	93.69	1.43	138	2.43
家具製造業		2,245	2,215	98.66	1.55	30	0.53
其他製造業		4,488	4,307	95.97	3.01	181	3.19
產業用機械設備維修及安裝業		4,753	4,718	99.26	3.30	35	0.62

(續下頁)

附表 13-1 2015 年製造業中業別銷售額－按規模別

單位：新臺幣百萬元；%

行業中分類	規模別	全部企業 (1)	中小企業 (2)			大企業	結構比
				(2)/(1)	結構比		
總計		13,962,106	4,140,270	29.65	100.00	9,821,836	100.00
食品製造業		492,325	197,260	40.07	4.76	295,065	3.00
飲料製造業		64,795	38,836	59.94	0.94	25,959	0.26
菸草製造業		26,737	11,525	43.11	0.28	15,211	0.15
紡織業		431,113	124,323	28.84	3.00	306,791	3.12
成衣及服飾品製造業		77,655	49,238	63.41	1.19	28,418	0.29
皮革、毛皮及其製品製造業		85,239	34,066	39.97	0.82	51,173	0.52
木竹製品製造業		47,423	36,074	76.07	0.87	11,349	0.12
紙漿、紙及紙製品製造業		199,046	121,363	60.97	2.93	77,683	0.79
印刷及資料儲存媒體複製業		160,727	80,743	50.24	1.95	79,985	0.81
石油及煤製品製造業		883,422	48,923	5.54	1.18	834,499	8.50
化學材料製造業		1,074,807	352,483	32.80	8.51	722,323	7.35
化學製品製造業		294,628	77,104	26.17	1.86	217,524	2.21
藥品製造業		99,249	8,895	8.96	0.21	90,354	0.92
橡膠製品製造業		117,001	40,256	34.41	0.97	76,745	0.78
塑膠製品製造業		447,759	264,269	59.02	6.38	183,490	1.87
非金屬礦物製品製造業		347,744	172,281	49.54	4.16	175,463	1.79
基本金屬製造業		1,181,215	242,001	20.49	5.85	939,213	9.56
金屬製品製造業		1,128,587	716,479	63.48	17.31	412,108	4.20
電子零組件製造業		3,463,196	429,127	12.39	10.36	3,034,069	30.89
電腦、電子產品及光學製品製造業		752,613	110,054	14.62	2.66	642,558	6.54
電力設備製造業		536,276	206,064	38.42	4.98	330,213	3.36
機械設備製造業		754,380	399,379	52.94	9.65	355,001	3.61
汽車及其零件製造業		587,762	75,466	12.84	1.82	512,296	5.22
其他運輸工具製造業		342,611	100,378	29.30	2.42	242,233	2.47
家具製造業		69,144	48,372	69.96	1.17	20,772	0.21
其他製造業		170,884	82,458	48.25	1.99	88,426	0.90
產業用機械設備維修及安裝業		125,767	72,851	57.93	1.76	52,916	0.54

(續下頁)

附表 13-2 2015 年製造業中業別內銷額－按規模別

單位：新臺幣百萬元；%

行業中分類	規模別	全部企業 (1)	中小企業 (2)			大企業	結構比
				(2)/(1)	結構比		
總計		7,339,101	3,120,565	42.52	100.00	4,218,535	100.00
食品製造業		461,467	187,400	40.61	6.01	274,067	6.50
飲料製造業		61,796	38,180	61.78	1.22	23,615	0.56
菸草製造業		23,447	11,525	49.15	0.37	11,922	0.28
紡織業		258,564	101,771	39.36	3.26	156,793	3.72
成衣及服飾品製造業		51,843	36,902	71.18	1.18	14,941	0.35
皮革、毛皮及其製品製造業		38,129	21,759	57.07	0.70	16,371	0.39
木竹製品製造業		42,798	32,868	76.80	1.05	9,930	0.24
紙漿、紙及紙製品製造業		170,117	110,126	64.74	3.53	59,991	1.42
印刷及資料儲存媒體複製業		105,723	76,718	72.57	2.46	29,005	0.69
石油及煤製品製造業		538,735	48,826	9.06	1.56	489,909	11.61
化學材料製造業		567,256	330,328	58.23	10.59	236,928	5.62
化學製品製造業		212,521	61,954	29.15	1.99	150,567	3.57
藥品製造業		81,769	8,185	10.01	0.26	73,584	1.74
橡膠製品製造業		61,436	28,941	47.11	0.93	32,495	0.77
塑膠製品製造業		305,614	213,038	69.71	6.83	92,577	2.19
非金屬礦物製品製造業		268,282	152,667	56.91	4.89	115,615	2.74
基本金屬製造業		829,501	199,981	24.11	6.41	629,519	14.92
金屬製品製造業		787,896	594,130	75.41	19.04	193,766	4.59
電子零組件製造業		630,063	138,379	21.96	4.43	491,684	11.66
電腦、電子產品及光學製品製造業		260,354	49,897	19.16	1.60	210,458	4.99
電力設備製造業		339,686	157,292	46.31	5.04	182,394	4.32
機械設備製造業		427,462	267,135	62.49	8.56	160,327	3.80
汽車及其零件製造業		458,130	57,597	12.57	1.85	400,533	9.49
其他運輸工具製造業		147,895	51,224	34.64	1.64	96,671	2.29
家具製造業		42,394	30,917	72.93	0.99	11,477	0.27
其他製造業		79,431	49,558	62.39	1.59	29,873	0.71
產業用機械設備維修及安裝業		86,792	63,269	72.90	2.03	23,523	0.56

(續下頁)

附表 13-3 2015 年製造業中業別出口額－按規模別

單位：新臺幣百萬元；%

行業中分類	規模別	全部企業 (1)	中小企業 (2)			大企業	結構比
				(2)/(1)	結構比		
總計		6,623,005	1,019,705	14.83	100.00	5,603,301	100.00
食品製造業		30,858	9,860	32.41	0.94	20,998	0.34
飲料製造業		2,999	656	27.02	0.07	2,343	0.03
菸草製造業		3,289	0	0.00	0.00	3,289	0.05
紡織業		172,550	22,551	12.64	2.26	149,998	2.72
成衣及服飾品製造業		25,812	12,336	64.47	1.62	13,476	0.16
皮革、毛皮及其製品製造業		47,109	12,307	27.86	1.31	34,802	0.59
木竹製品製造業		4,626	3,206	65.86	0.33	1,419	0.03
紙漿、紙及紙製品製造業		28,928	11,237	35.53	1.15	17,691	0.36
印刷及資料儲存媒體複製業		55,005	4,025	8.36	0.44	50,980	0.85
石油及煤製品製造業		344,687	98	0.02	0.01	344,590	9.72
化學材料製造業		507,551	22,156	3.98	2.24	485,395	9.41
化學製品製造業		82,107	15,150	17.19	1.40	66,957	1.18
藥品製造業		17,480	710	4.39	0.07	16,770	0.26
橡膠製品製造業		55,566	11,315	21.78	1.18	44,251	0.74
塑膠製品製造業		142,144	51,231	37.91	5.26	90,913	1.50
非金屬礦物製品製造業		79,462	19,614	27.17	2.44	59,848	1.14
基本金屬製造業		351,714	42,020	11.87	4.67	309,694	6.04
金屬製品製造業		340,691	122,349	34.97	11.79	218,342	3.82
電子零組件製造業		2,833,133	290,748	10.60	28.44	2,542,385	41.77
電腦、電子產品及光學製品製造業		492,259	60,158	9.26	4.59	432,101	7.83
電力設備製造業		196,590	48,772	25.89	4.96	147,818	2.47
機械設備製造業		326,919	132,244	39.32	13.18	194,674	3.54
汽車及其零件製造業		129,633	17,870	13.51	1.71	111,763	1.91
其他運輸工具製造業		194,716	49,154	26.63	4.08	145,562	1.96
家具製造業		26,750	17,455	63.66	1.63	9,295	0.16
其他製造業		91,453	32,900	35.99	3.28	58,553	1.02
產業用機械設備維修及安裝業		38,974	9,581	27.74	0.92	29,393	0.42

資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2015 年。

附表 14 2015 年女性企業家數及銷售額－按行業及規模別

單位：家；新臺幣百萬元；%

行業別	規模別	男 合 計	女 性 企 業				
			總 計	中小企業	結構比	大企業	結構比
家 數							
總 計		1,402,446	508,701	502,470	100.00	6,231	100.00
農、林、漁、牧業		11,639	2,764	2,745	0.55	19	0.30
礦業及土石採取業		1,155	270	266	0.05	4	0.06
製造業		147,569	40,616	40,045	7.97	571	9.16
電力及燃氣供應業		768	164	152	0.03	12	0.19
用水供應及污染整治業		7,509	2,205	2,137	0.43	68	1.09
營造業		117,981	29,652	29,425	5.86	227	3.64
批發及零售業		686,316	260,456	256,680	51.08	3,776	60.60
運輸及倉儲業		31,252	8,223	8,051	1.60	172	2.76
住宿及餐飲業		142,410	67,492	67,359	13.41	133	2.13
資訊及通訊傳播業		18,997	5,560	5,472	1.09	88	1.41
金融及保險業		18,252	5,979	5,401	1.07	578	9.28
不動產業		35,799	10,852	10,549	2.10	303	4.86
專業、科學及技術服務業		44,523	16,024	15,882	3.16	142	2.28
支援服務業		29,444	11,206	11,108	2.21	98	1.57
教育服務業		2,026	833	832	0.17	1	0.02
醫療保健及社會工作服務業		732	202	202	0.04	-	-
藝術、娛樂及休閒服務業		25,261	9,240	9,226	1.84	14	0.22
其他服務業		80,813	36,963	36,938	7.35	25	0.40
銷 售 額							
總 計		34,495,150	5,409,352	2,889,548	100.00	2,519,804	100.00
農、林、漁、牧業		45,960	10,353	5,272	0.18	5,081	0.20
礦業及土石採取業		44,821	4,316	4,055	0.14	262	0.01
製造業		11,995,854	1,061,021	708,179	24.51	352,842	14.00
電力及燃氣供應業		880,707	5,800	916	0.03	4,884	0.19
用水供應及污染整治業		166,161	39,674	16,077	0.56	23,597	0.94
營造業		2,136,416	443,622	353,275	12.23	90,346	3.59
批發及零售業		11,985,473	2,601,617	1,262,594	43.70	1,339,023	53.14
運輸及倉儲業		1,021,221	132,167	75,229	2.60	56,939	2.26
住宿及餐飲業		532,592	169,787	138,746	4.80	31,041	1.23
資訊及通訊傳播業		971,682	108,134	28,862	1.00	79,272	3.15
金融及保險業		2,284,620	343,678	60,086	2.08	283,593	11.25
不動產業		1,105,307	179,688	62,687	2.17	117,002	4.64
專業、科學及技術服務業		606,382	142,193	62,766	2.17	79,427	3.15
支援服務業		391,482	76,379	47,860	1.66	28,519	1.13
教育服務業		13,760	3,033	2,372	0.08	661	0.03
醫療保健及社會工作服務業		12,132	752	752	0.03	-	-
藝術、娛樂及休閒服務業		86,407	19,379	15,533	0.54	3,846	0.15
其他服務業		214,172	67,757	44,287	1.53	23,470	0.93

(續下頁)

附表 14-1 2015 年女性企業內銷額及出口額－按行業及規模別

單位：新臺幣百萬元；%

行業別	規模別	男 合 計	女 性 企 業				
			總 計	中小企業	結構比	大企業	結構比
內 銷 額							
總 計		26,628,370	4,670,992	2,619,246	100.00	2,051,746	100.00
農、林、漁、牧業		38,908	9,218	4,604	0.18	4,614	0.22
礦業及土石採取業		44,372	4,282	4,021	0.15	262	0.01
製造業		6,809,681	769,959	575,525	21.97	194,435	9.48
電力及燃氣供應業		865,285	5,796	913	0.03	4,884	0.24
用水供應及污染整治業		158,569	38,567	15,699	0.60	22,868	1.11
營造業		2,095,922	439,780	351,418	13.42	88,362	4.31
批發及零售業		9,901,994	2,198,021	1,134,125	43.30	1,063,896	51.85
運輸及倉儲業		746,928	118,890	73,563	2.81	45,327	2.21
住宿及餐飲業		531,089	169,575	138,680	5.29	30,895	1.51
資訊及通訊傳播業		875,253	103,838	26,992	1.03	76,846	3.75
金融及保險業		2,277,122	342,971	59,776	2.28	283,195	13.80
不動產業		1,102,425	179,073	62,497	2.39	116,576	5.68
專業、科學及技術服務業		473,209	124,941	61,164	2.34	63,777	3.11
支援服務業		386,208	75,474	47,532	1.81	27,943	1.36
教育服務業		13,687	3,021	2,359	0.09	661	0.03
醫療保健及社會工作服務業		9,578	748	748	0.03	-	-
藝術、娛樂及休閒服務業		86,083	19,316	15,470	0.59	3,846	0.19
其他服務業		212,059	67,520	44,159	1.69	23,361	1.14
出 口 額							
總 計		7,866,780	738,360	270,302	100.00	468,058	100.00
農、林、漁、牧業		7,052	1,135	668	0.25	467	0.10
礦業及土石採取業		449	34	34	0.01	0	0.00
製造業		5,186,173	291,062	132,654	49.08	158,408	33.84
電力及燃氣供應業		15,422	3	3	0.00	0	0.00
用水供應及污染整治業		7,592	1,107	378	0.14	729	0.16
營造業		40,495	3,842	1,857	0.69	1,985	0.42
批發及零售業		2,083,479	403,596	128,469	47.53	275,127	58.78
運輸及倉儲業		274,293	13,277	1,666	0.62	11,612	2.48
住宿及餐飲業		1,504	212	66	0.02	146	0.03
資訊及通訊傳播業		96,429	4,296	1,870	0.69	2,426	0.52
金融及保險業		7,498	707	310	0.11	397	0.08
不動產業		2,882	616	190	0.07	426	0.09
專業、科學及技術服務業		133,173	17,253	1,602	0.59	15,651	3.34
支援服務業		5,274	904	328	0.12	576	0.12
教育服務業		74	12	12	0.00	0	0.00
醫療保健及社會工作服務業		2,554	4	4	0.00	-	-
藝術、娛樂及休閒服務業		324	63	63	0.02	0	0.00
其他服務業		2,114	237	128	0.05	109	0.02

附 註：1.本表女性企業係指該企業代表人為女性，但代表人若為法人或外國人，因無法區分性別，統計時未將其納入，因此男女合計家數不同於附表 1 之全部企業家數。

2.「0」表示為 0 或不及 1 單位；「-」表示無資料。

資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2015 年。

附表 15 2015 年就業人數－按主要工作所在縣市及企業規模別

單位：千人；%

縣市別	規模別		中 小 企 業		大企業		政 府 僱 用	
	總計	結構比	中 小 企 業	結構比	大企業	結構比	政 府 僱 用	結構比
總 計	11,198	100.00	8,759	100.00	1,415	100.00	1,024	100.00
臺北市	1,913	17.08	1,360	15.53	303	21.40	249	24.36
新北市	1,607	14.35	1,370	15.65	127	8.94	110	10.73
桃園市	1,035	9.24	732	8.36	232	16.37	71	6.93
臺中市	1,410	12.59	1,188	13.56	125	8.82	97	9.50
臺南市	937	8.37	749	8.55	119	8.38	69	6.75
高雄市	1,316	11.75	1,022	11.67	173	12.23	121	11.80
基隆市	108	0.97	86	0.98	5	0.32	18	1.73
宜蘭縣	180	1.61	153	1.75	7	0.49	21	2.01
新竹市	296	2.64	164	1.87	112	7.90	21	2.01
新竹縣	232	2.07	154	1.76	62	4.35	16	1.60
苗栗縣	211	1.88	142	1.62	46	3.23	23	2.27
彰化縣	525	4.69	458	5.23	31	2.21	36	3.51
南投縣	211	1.89	177	2.02	9	0.62	26	2.50
雲林縣	281	2.51	223	2.55	30	2.11	28	2.75
嘉義市	115	1.03	92	1.05	7	0.52	16	1.57
嘉義縣	196	1.75	167	1.91	11	0.78	18	1.76
屏東縣	308	2.75	263	3.00	10	0.71	36	3.51
澎湖縣	33	0.30	23	0.26	0	0.00	10	0.97
花蓮縣	130	1.16	101	1.15	6	0.46	23	2.21
臺東縣	90	0.80	73	0.83	2	0.16	15	1.49
金 馬	1	0.01	1	0.01	-	-	0	0.02
其 他	62	0.55	62	0.71	-	-	-	-

附 註：1.「其他」指戶籍地設於臺灣地區，於國內中小企業就業，但在中國大陸(含港澳)或國外工作。

2.「0」表示為 0 或不及 1 單位；「-」表示無資料。

資料來源：整理自行政院主計總處，人力資源調查統計原始資料，2015 年。

附表 15-1 2015 年受僱人數－按主要工作所在縣市及企業規模別

單位：千人；%

縣市別 \ 規模別	總計		中 小 企 業		大企業		政 府 僱 用	
	總計	結構比	中 小 企 業	結構比	大企業	結構比	政 府 僱 用	結構比
總 計	8,860	100.00	6,424	100.00	1,413	100.00	1,024	100.00
臺北市	1,694	19.12	1,143	17.79	302	21.37	249	24.36
新北市	1,325	14.95	1,089	16.95	126	8.93	110	10.73
桃園市	885	9.99	583	9.08	231	16.37	71	6.93
臺中市	1,107	12.50	885	13.78	125	8.84	97	9.50
臺南市	704	7.95	517	8.05	118	8.38	69	6.75
高雄市	1,046	11.81	753	11.72	173	12.23	121	11.80
基隆市	82	0.92	59	0.92	5	0.32	18	1.73
宜蘭縣	128	1.45	101	1.57	7	0.49	21	2.01
新竹市	263	2.97	131	2.04	112	7.91	21	2.01
新竹縣	191	2.15	113	1.75	62	4.36	16	1.60
苗栗縣	159	1.79	90	1.40	46	3.23	23	2.27
彰化縣	369	4.17	302	4.70	31	2.21	36	3.51
南投縣	126	1.42	92	1.43	9	0.62	26	2.50
雲林縣	167	1.89	109	1.70	30	2.11	28	2.75
嘉義市	87	0.98	64	0.99	7	0.51	16	1.57
嘉義縣	105	1.19	76	1.19	11	0.78	18	1.76
屏東縣	200	2.26	154	2.40	10	0.71	36	3.51
澎湖縣	22	0.25	12	0.19	0	0.00	10	0.97
花蓮縣	91	1.03	62	0.97	6	0.46	23	2.21
臺東縣	54	0.61	36	0.56	2	0.16	15	1.49
金 馬	1	0.01	1	0.01	-	-	0	0.02
其 他	52	0.59	52	0.81	-	-	-	-

附 註：1. 「其他」指戶籍地設於臺灣地區，受僱於國內中小企業，但在中國大陸(含港澳)或國外工作。

2. 「0」表示為 0 或不及 1 單位；「-」表示無資料。

資料來源：整理自行政院主計總處，人力資源調查統計原始資料，2015 年。

附表 16 2015 年企業之行業家數及銷售額

資本額級距 行業別／指標		總 計	未滿 0.1 百萬元	0.1-1 百萬元	1-5 百萬元	5-10 百萬元	10-20 百萬元
全 部 企 業	家 數	1,416,738	527,486	380,078	247,192	131,032	60,583
	銷售額	38,875,340	6,700,156	1,425,760	2,377,658	2,606,863	2,306,318
中 小 企 業	家 數	1,383,981	521,634	379,647	245,736	128,442	57,146
	銷售額	11,803,115	2,843,775	1,320,514	1,921,663	1,797,933	1,441,273
大 企 業	家 數	32,757	5,852	431	1,456	2,590	3,437
	銷售額	27,072,225	3,856,381	105,246	455,995	808,930	865,046
農 漁 業	家 數	11,649	5,413	3,405	1,263	578	525
	銷售額	46,573	5,783	3,636	5,064	3,856	5,524
礦 業 及 土 石 採 取 業	家 數	1,157	79	251	305	188	164
	銷售額	44,997	8,020	1,624	3,415	3,630	6,018
製 造 業	家 數	148,800	29,045	28,876	35,138	25,888	12,338
	銷售額	13,962,106	1,179,432	167,695	390,004	514,434	543,144
電 力 及 燃 氣 供 應 業	家 數	790	126	141	187	80	115
	銷售額	895,508	696,479	436	1,447	1,880	4,819
用 水 供 應 及 污 染 整 治 業	家 數	7,527	1,528	2,334	1,579	1,165	506
	銷售額	167,779	33,236	8,012	14,927	19,905	15,355
營 造 業	家 數	118,230	9,152	50,919	34,240	11,777	6,581
	銷售額	2,230,253	115,838	235,763	302,767	181,264	210,571
批 發 及 零 售 業	家 數	694,057	283,535	173,926	122,112	67,553	25,871
	銷售額	13,686,649	2,685,853	703,786	1,267,482	1,524,140	1,172,598
運 輸 及 倉 儲 業	家 數	31,782	12,051	4,404	4,071	4,250	2,217
	銷售額	1,136,497	215,860	17,676	36,244	103,378	90,904
住 宿 及 餐 飲 業	家 數	143,692	89,958	44,819	4,983	1,562	999
	銷售額	574,200	239,741	107,320	43,785	25,783	24,284
資 訊 及 通 訊 傳 播 業	家 數	19,694	2,609	5,430	5,881	2,471	1,434
	銷售額	1,069,995	219,210	13,259	56,612	33,556	40,046
金 融 及 保 險 業	家 數	18,650	6,337	1,383	4,482	1,203	1,246
	銷售額	2,398,417	966,450	17,140	32,559	21,804	15,353
不 動 產 業	家 數	36,114	4,003	6,548	8,937	3,624	3,989
	銷售額	1,116,710	99,873	29,896	51,617	37,236	65,139
專 業、科 學 及 技 術 服 務 業	家 數	45,545	6,906	15,548	14,394	4,600	2,181
	銷售額	681,936	49,085	41,194	105,074	79,661	59,618
支 援 服 務 業	家 數	29,692	7,636	9,588	4,543	4,865	1,756
	銷售額	510,865	39,453	27,546	40,185	39,704	40,745
教 育 服 務 業	家 數	2,112	951	573	357	119	60
	銷售額	14,336	7,232	738	1,956	748	1,084
醫 療 保 健 及 社 會 工 作 服 務 業	家 數	745	380	197	70	35	18
	銷售額	12,357	4,359	600	401	530	219
藝 術、娛 樂 及 休 閒 服 務 業	家 數	25,425	13,915	9,186	1,400	395	192
	銷售額	91,675	35,900	15,753	9,468	6,928	1,977
其 他 服 務 業	家 數	81,077	53,862	22,550	3,250	679	391
	銷售額	234,487	98,352	33,686	14,653	8,425	8,921

一按資本額級距

單位：家；%

20-30 百萬元	30-40 百萬元	40-50 百萬元	50-60 百萬元	60-80 百萬元	0.8-1 億元	1-2 億元	2 億元 以上
30,437	7,470	3,563	5,098	4,740	2,661	7,476	8,922
2,009,855	726,730	438,192	778,633	770,491	597,389	2,267,261	15,870,032
27,201	6,301	2,864	4,142	3,826	1,443	2,936	2,663
1,041,896	329,813	186,585	334,986	391,882	92,892	53,876	46,028
3,236	1,169	699	956	914	1,218	4,540	6,259
967,960	396,917	251,607	443,647	378,609	504,497	2,213,386	15,824,004
263	44	11	27	30	15	33	42
4,697	1,414	918	972	1,610	1,307	2,865	8,928
92	18	8	10	12	3	14	13
5,198	1,538	910	594	971	292	4,480	8,307
6,591	1,564	848	1,174	1,409	798	2,063	3,068
502,271	188,885	116,312	202,012	276,422	218,903	756,388	8,906,205
34	12	7	6	11	4	18	49
2,484	1,163	1,083	1,712	2,094	194	7,096	174,621
180	34	15	32	46	19	40	49
9,355	3,146	1,077	4,229	11,264	5,398	6,441	35,434
2,750	502	207	441	372	153	745	391
178,376	44,694	27,666	77,992	73,257	24,683	204,211	553,171
9,928	2,343	1,120	1,499	1,401	855	1,968	1,946
936,904	320,051	201,950	335,913	292,596	254,774	877,152	3,113,451
2,872	1,010	73	346	114	39	154	181
111,606	60,807	9,800	38,211	16,524	6,986	78,806	349,696
526	140	63	96	99	66	173	208
16,162	6,085	3,480	4,617	10,444	6,442	21,469	64,587
603	190	96	213	134	86	221	326
45,056	13,797	5,668	18,926	17,929	39,410	85,338	481,188
1,058	273	157	328	276	196	637	1,074
16,029	16,002	6,117	25,671	7,388	6,709	26,159	1,241,035
4,248	884	300	630	608	294	979	1,070
123,744	33,063	13,240	45,283	33,172	16,885	88,655	478,906
774	211	75	163	127	72	232	262
37,243	18,456	9,247	10,867	16,962	4,263	39,834	210,433
287	142	547	76	56	30	80	86
15,923	11,972	27,966	7,348	7,298	9,248	51,911	191,564
20	8	-	3	3	2	8	8
147	425	-	58	712	80	738	420
5	4	3	3	3	1	6	20
192	43	61	6	6	41	537	5,360
102	30	17	26	17	14	58	73
1,843	1,221	134	907	904	238	3,163	13,240
104	61	16	25	22	14	47	56
2,626	3,966	12,564	3,314	939	1,535	12,018	33,487

附註：「0」表示為 0 或不及 1 單位；「-」表示無資料。

資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2015 年。

附表 16-1 2015 年企業行業之家數及銷售額

銷售額級距 行業別／指標		總 計	未滿 0.5 百萬元	0.5-5 百萬元	5-10 百萬元	10-20 百萬元	20-30 百萬元
全 部 企 業	家 數	1,416,738	308,038	713,753	122,201	106,811	53,802
	銷售額	38,875,340	43,050	1,106,275	878,502	1,528,111	1,322,422
中 小 企 業	家 數	1,383,981	307,565	713,525	122,051	106,589	53,653
	銷售額	11,803,115	43,263	1,105,745	877,391	1,524,807	1,318,689
大 企 業	家 數	32,757	473	228	150	222	149
	銷售額	27,072,225	-213	530	1,111	3,304	3,733
農 漁 牧 業	家 數	11,649	7,444	3,265	299	241	123
	銷售額	46,573	380	4,089	2,174	3,335	3,074
礦 業 及 土 石 採 取 業	家 數	1,157	383	268	115	96	60
	銷售額	44,997	17	590	834	1,378	1,504
製 造 業	家 數	148,800	19,283	54,109	20,669	19,510	9,641
	銷售額	13,962,106	2,212	115,681	149,327	280,303	237,218
電 力 及 燃 氣 供 應 業	家 數	790	247	210	73	57	20
	銷售額	895,508	14	521	509	839	487
用 水 供 應 及 污 染 整 治 業	家 數	7,527	1,973	3,037	682	683	347
	銷售額	167,779	346	5,196	4,882	9,822	8,504
營 造 業	家 數	118,230	22,864	47,319	17,679	14,137	6,357
	銷售額	2,230,253	2,605	104,919	126,662	200,548	156,084
批 發 及 零 售 業	家 數	694,057	132,846	368,666	57,961	53,110	28,401
	銷售額	13,686,649	14,778	546,852	416,323	762,060	697,715
運 輸 及 倉 儲 業	家 數	31,782	10,583	9,690	2,792	2,945	2,003
	銷售額	1,136,497	2,364	17,957	20,289	42,714	49,771
住 宿 及 餐 飲 業	家 數	143,692	24,346	105,097	4,994	4,334	1,992
	銷售額	574,200	6,289	127,582	36,186	62,050	48,624
資 訊 及 通 訊 傳 播 業	家 數	19,694	7,336	6,677	1,825	1,451	623
	銷售額	1,069,995	776	12,894	13,145	20,324	15,339
金 融 及 保 險 業	家 數	18,650	6,157	4,505	1,145	1,042	645
	銷售額	2,398,417	311	7,645	8,257	15,132	16,011
不 動 產 業	家 數	36,114	14,521	9,929	3,923	2,907	1,155
	銷售額	1,116,710	-2	21,285	28,603	41,369	28,332
專 業、科 學 及 技 術 服 務 業	家 數	45,545	15,752	19,318	4,311	2,893	1,094
	銷售額	681,936	2,080	34,885	30,715	40,737	26,923
支 援 服 務 業	家 數	29,692	8,460	14,277	2,839	1,862	778
	銷售額	510,865	1,561	24,783	20,196	26,201	19,035
教 育 及 服 務 業	家 數	2,112	815	755	251	150	69
	銷售額	14,336	107	1,451	1,797	2,093	1,700
醫 療 保 健 及 社 會 工 作 服 務 業	家 數	745	353	276	41	30	13
	銷售額	12,357	78	396	297	433	321
藝 術、娛 樂 及 休 閒 服 務 業	家 數	25,425	9,329	14,192	836	474	179
	銷售額	91,675	1,450	19,466	5,888	6,636	4,346
其 他 服 務 業	家 數	81,077	25,346	52,163	1,766	889	302
	銷售額	234,487	7,682	60,083	12,418	12,138	7,435

一 按銷售額級距

單位：家；新臺幣百萬元

30-40 百萬元	40-50 百萬元	50-60 百萬元	60-70 百萬元	70-80 百萬元	0.8-1 億元	1-2 億元	2 億元 及以上
24,453	14,932	10,352	7,754	6,047	8,962	19,319	20,314
843,337	667,102	566,960	502,462	452,491	801,488	2,691,025	27,472,116
24,330	14,821	10,244	7,632	5,948	8,752	5,396	3,475
838,978	662,106	561,000	494,537	445,088	782,616	749,821	2,399,075
123	111	108	122	99	210	13,923	16,839
4,359	4,996	5,961	7,925	7,403	18,872	1,941,204	25,073,042
70	39	36	29	20	14	31	38
2,421	1,734	2,005	1,916	1,492	1,253	4,117	18,585
34	35	24	16	13	20	57	36
1,206	1,567	1,313	1,059	959	1,805	8,418	24,348
4,558	3,072	2,108	1,620	1,246	1,956	4,743	6,285
157,869	136,981	115,551	104,797	93,167	174,883	667,712	11,726,406
9	11	11	7	6	7	32	100
312	505	602	457	441	610	4,633	885,580
190	85	82	55	33	70	136	154
6,516	3,824	4,496	3,568	2,467	6,306	19,052	92,798
2,646	1,499	976	698	577	784	1,439	1,255
91,179	66,724	53,478	45,182	43,143	70,122	198,006	1,071,602
12,474	7,330	4,995	3,773	2,953	4,282	9,017	8,249
429,221	327,739	273,345	244,567	221,049	382,855	1,250,728	8,119,418
922	569	367	268	199	298	573	573
31,753	25,480	20,167	17,347	14,928	26,673	78,304	788,752
927	521	378	256	151	181	287	228
31,998	23,301	20,627	16,634	11,291	16,230	39,878	133,510
332	200	163	121	72	137	267	490
11,558	8,926	8,966	7,757	5,437	12,140	37,915	914,818
551	473	406	357	304	522	1,302	1,241
19,231	21,272	22,291	23,144	22,803	46,864	180,938	2,014,519
665	448	336	238	198	294	662	838
22,932	19,966	18,409	15,465	14,743	26,465	92,772	786,370
484	307	217	143	110	167	346	403
16,739	13,710	11,921	9,261	8,251	14,794	48,203	423,717
344	180	138	97	87	122	255	253
11,900	8,066	7,497	6,363	6,526	10,871	36,397	331,470
24	9	10	3	8	4	7	7
830	403	549	199	604	366	818	3,418
2	5	6	-	1	4	3	11
69	219	331	-	71	365	443	9,334
79	67	34	32	33	49	73	48
2,724	3,017	1,874	2,067	2,442	4,291	10,299	27,173
142	82	65	41	36	51	89	105
4,879	3,670	3,539	2,680	2,677	4,596	12,391	100,299

附註：「-」表示無資料。

資料來源：整理自財政部財政資訊中心，營業稅徵收統計原始資料，2015 年。

附錄 3 2015 年中小企業傑出獎項得獎名錄

一、2015 年小巨人獎得獎名單

小巨人獎得獎企業名單			
1	凡事康流體科技股份有限公司	9	阿盛實業有限公司
2	正凌精密工業股份有限公司	10	美科科技股份有限公司
3	旭然國際股份有限公司	11	特典工具股份有限公司
4	協磁股份有限公司	12	常廣股份有限公司
5	和勤精機股份有限公司	13	傑智環境科技股份有限公司
6	怡凌股份有限公司	14	富田電機股份有限公司
7	油順精密股份有限公司	15	駿福交通器材股份有限公司
8	長聲工業股份有限公司		

資料來源：經濟部中小企業處，2016 年。

二、2015 年國家磐石獎得獎名單

國家磐石獎得獎企業名單			
1	立康生物科技(股)公司	6	勤貿實業(股)公司
2	皇廣鑄造發展(股)公司	7	勤誠興業(股)公司
3	益睿科技(股)公司	8	微程式資訊(股)公司
4	晨禎營造(股)公司	9	達爾膚生醫科技(股)公司
5	富田電機(股)公司	10	震虎精密科技(股)公司

資料來源：經濟部中小企業處，2016 年。

三、2015 年績優育成中心

組別	得獎育成中心
青年創業	時代基金會、國立高雄大學
婦女創業	國立空中大學、國立臺東大學
創新應用	國立臺灣科技大學、國立臺東大學、遠東科技大學
跨國育成	中原大學、朝陽科技大學
前育成	高雄醫學大學、長榮大學
社企育成	美和科技大學、長榮大學
區域聯盟	逢甲大學、國立高雄應用科技大學
最佳人氣	財團法人鞋類暨運動休閒科技研發中心、國立中正大學、國立高雄應用科技大學
最佳進步獎	國立臺東大學

資料來源：經濟部中小企業處，2016 年。

四、中小企業創新研究獎暨新創事業獎

(一) 2015 年新創事業獎得獎名單

新創事業獎得獎企業名單			
1	東方光能(股)公司	7	寶利拾(股)公司
2	精專生醫(股)公司	8	愛卡拉互動媒體(股)公司
3	鴻明環保科技(股)公司	9	社企流(股)公司
4	光宇材料(股)公司	10	鳴周科技(股)公司
5	幸福新生活有限公司	11	天下奇冰冰店
6	起士公爵有限公司	12	台灣尼德有限公司

資料來源：經濟部中小企業處，2016 年。

(二) 2015 年中小企業創新研究獎得獎名單

得獎企業	創新產品
九晟電子(股)公司	TD1400 TFT胎壓偵測系統
三餘文化(股)公司	書籍販售的加值服務
中華海洋生技(股)公司	FucoHiQ 褐抑定(小分子褐藻醣膠)藻寡醣加強配方
佑順發機械(股)公司	光聚合單面UV固化成型設備
宜瑪工具(股)公司	開口快速油管板手
長聲工業(股)公司	高產能固定式印刷機
威力暘電子(股)公司	超高效能 T8 LED 節能燈管
映智科技(股)公司	具有指紋辨識功能之儲存裝置
紅點子科技(股)公司	VoiceTube看影片學英語網站
飛統自動化實業有限公司-	自動化教學設備及教材
晟進科技(股)公司	新型精密加工治具的聯接裝置氣壓夾頭
真茂科技(股)公司	多功能健康資訊機
神葉花真絲有限公司	纖立絲®智慧型架片
神農資訊(股)公司	ImplantMax微創導引植牙手術器械
高明鐵企業(股)公司	超高剛性XXY精密對位平臺
偉本企業(股)公司	乾杯酒袋
富比積生物科技(股)公司	創新染髮劑：糖果染
微邦科技(股)公司	帕基艾兒攜帶型噴霧器
愛派司生技(股)公司	精密五軸CNC雕刻加工技術開發創新解剖型骨板
新晟光電(股)公司	光學透鏡應用於逆光標誌
聖僑資訊事業(股)公司	雲端行動商務系統
裕祥精機工業(股)公司	SST容積式電動注油機
嘉友電子(股)公司	DCT-511/DCR-511數位2.4G專業型雙向無線導覽系統
精凌科技(股)公司	STAF滾柱型線性滑軌(SG系列)
銜鴻金屬實業(股)公司	含有價金屬之酸液新穎處理製程(含再生料產品)
豬博士動物科技(股)公司	豬模式臨床前動物實驗研究服務平臺
豐彩化工(股)公司	LED-UV環保光固化數位墨水
雙冠生技(股)公司	飲料販賣桶/飲料運送桶/攜帶型飲料桶

資料來源：經濟部中小企業處，2016 年。

五、2015 年金書獎－優良中小企業經營管理出版品推廣活動得獎金書

書 名	作 者	譯 者	出 版 單 位
人才管理大戰略：決定企業長期強盛或短暫成功的關鍵經營技術	鄭晉昌著 邱立基/協助寫作	--	大雁文化事業股份有限公司/大寫出版
好主管要有口頭禪	OJT Solutions 股份有限公司	劉錦秀	大是文化有限公司
動態競爭優勢時代：在跨界變局中割捨+轉型+勝出的策略	莉塔·岡瑟·麥奎斯 Rita Gunther McGrath	洪慧芳	天下雜誌股份有限公司
從卓越到長青的關鍵決策：標竿龍頭企業屹立 20 年的制勝心法	天下編輯部/策劃著作 李吉仁、吳相勳/研究	--	天下雜誌股份有限公司
世界工廠大移轉：讓全球產能出走中國、回流美日的新「顧客式製造經濟」革命	劉仁傑、陳國民	--	大雁文化事業股份有限公司/大寫出版
物聯網革命：改寫市場經濟，顛覆產業運行，你我的生活即將面臨巨變	傑瑞米·里夫金 Jeremy Rifkin	陳儀 陳琇玲	城邦文化事業股份有限公司/商周出版
從逆襲到稱王：周鴻禕的互聯網方法論	周鴻禕	--	大是文化有限公司
看懂，然後知輕重：「互聯網+」的 10 堂必修課	黃俊堯	--	先覺出版股份有限公司
行銷 3.0(增訂版)：與消費者心靈共鳴	菲利浦·科特勒 Philip Kotler 陳就學 Hermawan Kartajaya 伊萬·塞提亞宛 Iwan Setiawan	顏和正	天下雜誌股份有限公司
參與感行銷時代：專注小眾忠誠度，讓粉絲滾動出不停止的品牌旋風	黎萬強	--	天下雜誌股份有限公司
MIT 黃金創業課：做對 24 步，系統性打造成功企業	比爾·奧萊特 Bill Aulet	吳書榆	城邦文化事業股份有限公司/商業周刊
TOMS Shoes：穿一雙鞋，改變世界	布雷克·麥考斯基 Blake Mycoskie	譚家瑜	聯經出版事業股份有限公司
六產達人：123 產如何點石成金	蘇錦夥	--	財團法人中衛發展中心
從 0 到 1：打開世界運作的未知祕密，在意想不到之處發現價值	彼得·提爾 Peter Thiel 布雷克·馬斯特 Blake Masters	季晶晶	天下雜誌股份有限公司
稻盛和夫的最後決戰：日本企業史上最震撼人心的「1155 天領導力重整」真實紀錄	大西康之	林冠汾	大雁文化事業股份有限公司/大寫出版
開關人生	林錫埭	--	文經出版社有限公司

資料來源：經濟部中小企業處，2016 年。

附錄 4 中小企業融資服務窗口

單位名稱	電話	地址
臺灣銀行	(02)23493497	臺北市重慶南路一段 120 號
台灣土地銀行	(02)23483344	臺北市中正區館前路 46 號 4 樓
合作金庫銀行	(02)23118811 轉 418	臺北市館前路 77 號 4 樓
第一商業銀行	(02)23484248	臺北市中正區重慶南路一段 30 號 10 樓
華南商業銀行	(02)66181535	臺北市中山區長安東路一段 18 號 3 樓
彰化商業銀行	(02)25362951 轉 2120	臺北市中山北路二段 57 號 11 樓
花旗(台灣)商業銀行	(02)25766705	臺北市南京東路四段 16 號 12 樓
上海商業儲蓄銀行	(02)25817111 轉 4101	臺北市民權東路一段 2 號 4 樓
台北富邦商業銀行	(02)66188600 轉 8618	臺北市中山北路二段 50 號 12 樓
國泰世華商業銀行	(02)87226666 轉 2809	臺北市松仁路 7 號 2 樓
中國輸出入銀行	(02)23210511 轉 529	臺北市南海路 3 號 7 樓
高雄銀行	(07)5570535 轉 356	高雄市左營區博愛二路 168 號
兆豐國際商業銀行	(02)25633156 轉 2555	臺北市吉林路 100 號 8 樓
中華開發工業銀行	(02)27561561	臺北市南京東路五段 125 號
台灣工業銀行	(02)87527000 轉 5010	臺北市內湖區堤頂大道二段 99 號 1 樓
華泰商業銀行	(02)27525252 轉 582	臺北市中山區長安東路二段 246 號
陽信商業銀行	(02)28208166 轉 155	臺北市北投區石牌路一段 90 號 4 樓
板信商業銀行	(02)29629170 轉 2673	新北市板橋區縣民大道二段 68 號 29 樓
三信商業銀行	(04)22257177 轉 315	臺中市自由路一段 101 號 5 樓
台灣新光商業銀行	(02)23895858	臺北市中正區忠孝西路一段 66 號
聯邦商業銀行	(02)27180001 轉 2336	臺北市民生東路三段 109 號 3 樓
遠東國際商業銀行	(02)23127664	臺北市襄陽路 1 號 5 樓
元大商業銀行	(02)21736699 轉 7308	臺北市敦化南路一段 66 號 1 樓
永豐商業銀行	(02)25088790	臺北市建國北路二段 9-1 號
玉山商業銀行	(02)21751313 轉 9764	臺北市松山區民生東路三段 115 號 6 樓
凱基商業銀行	(02)8023-9077 轉 2601	新北市中和市景平路 188 號 5 樓
台新國際商業銀行	(02)25056966 轉 850	臺北市中山區建國北路二段 17 號 8 樓
大眾商業銀行	(02)87869888 轉 2294	臺北市信義區信義路 5 段 2 號 6 樓
日盛國際商業銀行	(02)25615888 轉 2113	臺北市南京東路二段 85 號 9 樓
安泰商業銀行	(02)8712-3369 轉 312	臺北市民生東路三段 130 巷 9 號 12 樓
中國信託商業銀行	0800-520-178 (請按 9)專人接聽	請洽客服人員
台灣中小企業銀行	(02)25597171 轉 3121	臺北市塔城街 30 號
渣打國際商業銀行	全省市話 40510088 行動電(02)40510088	渣打銀行服務據點可由渣打官網查詢 www.standardchartered.com.tw
臺中商業銀行	(04)22236021 轉 5702	臺中市西區民權路 87 號 7 樓
京城商業銀行	(06)2141271 轉 191	臺南市西門路一段 506 號 1 樓
大台北商業銀行	(02)25575151 轉 2562	臺北市延平北路二段 133 號
匯豐(台灣)商業銀行	(02)8072-3993	新北市板橋區文化路二段 285 號 2 樓
澳盛銀行	(02)87225184	臺北市信義區松仁路 7 號 18 樓
星展銀行	(02)66128788	臺北市信義區松仁路 36 號 16 樓
中華民國銀行公會	(02)85962229 轉 2309 (02)85962229 轉 2358	臺北市德惠街 9 號 3 樓
中小企業信用保證基金	0800-089-921	臺北市中正區羅斯福路一段 6 號 3~5 樓

資料來源：金融監督管理委員會、財團法人中小企業信用保證基金，2016 年。

附錄 5 中小企業政策性專案貸款

類 別	政策性專案貸款名稱	主辦單位	用 途							資金來源		
			土地	廠房或營業場所	機器設備	新技術	e化設備	週轉金	其他	國家發展基金	中長期資金	中小企業發展基金 銀行自有資金
升 級 紮根類	輔導中小企業升級貸款－第10期	行政院國家發展基金	√	√	√	√	√	√		√		√
	振興傳統產業優惠貸款－第4期	行政院國家發展基金	√	√	√	√	√	√		√		√
	協助中小企業紮根專案貸款－第6期	經濟部中小企業處	√	√	√	√	√				√	√
	貿易自由化受損產業升級轉型貸款	經濟部中小企業處		√	√	√	√	√				√
購 置 設備類	購置自動化機器設備優惠貸款－第10期	行政院國家發展基金			√		√			√		√
	民營事業污染防治設備低利貸款－第6期	行政院國家發展基金			√		√			√		√
	購置節約能源設備優惠貸款－第2期	行政院國家發展基金			√	√	√			√		√
創 業 類	青年創業及啟動金貸款	經濟部中小企業處		√	√	√	√	√				√
	微型創業鳳凰貸款	勞動部		√	√		√	√				√
	中小企業創新發展專案貸款	經濟部中小企業處		√	√	√	√	√				√
研 究 發展類	促進產業創新或研究發展貸款	文化部、內政部、經濟部 工業局			√	√			√	√		√
	文化創意產業優惠貸款	文化部	√	√	√	√	√	√	√		√	√
	自有品牌推廣海外市場貸款	經濟部工業局			√				√	√		√
出 口 海 外 投資類	中小企業發展基金辦理出口貸款	經濟部中小企業處			√	√						√
	中小企業發展基金辦理海外投資貸款	經濟部中小企業處			√							√
	中小企業發展基金辦理海外營建工程貸款	經濟部中小企業處			√				√			√
發 展 觀光類	獎勵觀光產業升級優惠貸款	交通部觀光局	√	√	√	√	√	√			√	
	發展地方特色產業貸款	經濟部中小企業處	√	√	√	√	√	√			√	√
其 他 類	中小企業災害復舊專案貸款	經濟部中小企業處	√	√	√		√	√				√
	中小企業小頭家貸款	經濟部中小企業處			√	√	√	√				√
	促進服務業發展優惠貸款	行政院國家發展委員會	√	√	√	√	√	√	√	√		
	企業海外專利權訴訟貸款	經濟部中小企業處						√	√			√
返 臺 投資類	加強推動臺商回臺投資專案貸款－第2期	經濟部工業局	√	√	√	√	√	√			√	√

資料來源：經濟部中小企業處，2016 年。

附錄 6 區域及各縣市中小企業服務中心

區域及各縣市	住 址	電 話
臺北市	11008 臺北市信義區市府路 1 號 1 樓北區	(02)27256618
新北市	24892 新北市新莊區五權一路 1 號 2 樓之 3	(02)22994586
基隆市	20147 基隆市信二路 224 巷 8 號(產業發展處)	(02)24224897
宜蘭縣	26060 宜蘭縣宜蘭市縣政北路 1 號	(03)9252717
花蓮縣	97001 花蓮市府前路 17 號	(038)223432
桃園市	33001 桃園市縣府路 1 號 2 樓	(03)3366795
新竹市	30041 新竹市中正路 120 號	(03)5255201
新竹縣	30210 新竹縣竹北市光明六路 10 號 3 樓	(03)5510917
金門縣	89345 金門縣金城鎮民生路 60 號	(082)324836
經濟部中區 聯合服務中心	40873 臺中市黎明路二段 503 號 7 樓	(04)22521111
苗栗縣	36001 苗栗市縣府路 100 號 4 樓	(037)323593
臺中市	40343 臺中市三民路一段 158 號 8 樓	(04)22226443
南投縣	54050 南投市中興路 669 號 5 樓	(049)2222120
彰化縣	50051 彰化市南郭路 1 段 47 巷 13 號 6 樓	(04)7278086
雲林縣	64001 雲林縣斗六市雲林路二段 515 號 5 樓	(05)5335937
經濟部南區 聯合服務中心	80143 高雄市成功一路 436 號 9 樓	(07)2710900
嘉義市	60006 嘉義市中山路 199 號(市政府南棟大樓)	(05)2248308/(05)2254321#138
嘉義縣	61249 嘉義縣太保市祥和一路 1 號	(05)3620362/(05)3620300
臺南市	70801 臺南市永華路二段 6 號 15 樓	(06)2953281
高雄市	80203 高雄市苓雅區四維三路 2 號 9 樓	(07)3373160
屏東縣	90001 屏東市自由路 527 號 1 樓	(08)7324324
澎湖縣	88042 澎湖縣馬公市復國路 1 巷 6 號	(06)9264857
臺東縣	95043 臺東市博愛路 277 號	(089)323330

資料來源：經濟部中小企業處，2016 年。

附錄 7 中小企業相關活動大事紀

(期間：2015 年 1 月 1 日至 2016 年 6 月 30 日)

2015 年

2015/02/09 〈中小企業增僱員工薪資加成減除辦法〉正式上路

為鼓勵我國中小企業擴大招聘人才提升就業率，行政院於 2 月 6 日正式訂定發布〈中小企業增僱員工薪資費用加成減除辦法〉，啟動要件為「經濟景氣指數達一定情形」，亦即當失業率連續 6 個月高於中央主管機關所訂定之失業率數值並經公告認定後，自生效日起兩年內，中小企業有增僱本國籍員工並符合一定要件時，得按本辦法就每年增僱本國籍員工支付之薪資額加成 130%，申請抵減當年度營利事業所得稅。

2015/02/12 〈中小企業研究發展支出適用投資抵減辦法〉通過 歡迎中小企業多多運用

為讓我國中小企業願意投注更多資源於研究發展上，以促進產業升級，同時解決〈產業創新條例〉現行實務運作困境，〈中小企業發展條例〉第 35 條授權行政院訂定針對中小企業研發租稅減免方案的優惠措施。2015 年 2 月 9 日行政院正式公告通過「中小企業研究發展支出適用投資抵減辦法」，回溯自 2014 年 5 月 20 日施行起適用 10 年，期能讓中小企業對租稅優惠方案真正有感，願意加碼投入研發創新，帶動國內經濟景氣提升。

2015/04/13 群眾募資限額 增至 1,500 萬

行政院 4 月將開亞洲風氣之先，准許民間業者申設股權式群眾募資平臺。為了匯集人氣，政院傾向微調門檻，讓公司募資限額調高到 1,500 萬元；非專業投資人投資上限放寬到 10 萬元。這些修正將有助吸引國內外有潛力的新創公司在臺募資，投資人更可樂當「天使投資人」。

2015/04/21 2015 APEC 全球創業挑戰賽 正式開跑

經濟部中小企業處與美商英特爾 (Intel)、德商西門子 (Siemens) 在 2015 年 4 月 21 日於經濟部正式啟動「2015 APEC 全球創業挑戰賽」，創業團隊不僅可取得國際業師輔導、資金媒合及媒體曝光機會，更可將臺灣之創新能量鏈結至全球創業生態圈，讓世界看見臺灣蓬勃之創新能量。

2015/05/29 能量匯聚 釋放社會力 社會企業聚落 5 月 29 日正式啟動

座落於金華街前行政院長官邸，全臺第一個「社會企業共同聚落」在各界期待下，於 5 月 29 日舉辦開幕茶會，正式啟動營運。開幕茶會以「釋放社會力」為主軸，期待匯流後所釋放的社企力量，能夠增進臺灣社會創新。

2015/06/08 臺美攜手舉辦「APEC 加速器網絡—早階投資論壇」 加速新創事業成長

為推動亞太地區創新創業發展，經濟部中小企業處葉雲龍處長率團出席 2015 年 6 月 8-11 日在美國亞特蘭大舉行「第 40 屆 APEC 中小企業工作小組系列會議」，期間我國與美國商務部於 6 月 8 日共同合辦「APEC 加速器網絡—早階投資論壇」，計有來自 APEC 21 個經濟體高階官員、跨國企業、國際創投、加速器代表及新創團隊等逾百人踴躍參與，共同探討如何協助新創事業連結國際資源及取得早階投資機會，加速成長邁向國際。

2015/06/18 2015 歐亞中小企業政策交流與展望國際研討會 與英法簽署 MOU

2015 年 6 月 16 及 17 日假臺大醫院國際會議中心舉辦主辦的「歐亞中小企業政策交流與展望國際研討會」，經濟部中小企業處邀請到歐盟、英國、法國、及日本等 9 位專家學者，與國內的中小企業信保基金、臺灣經濟研究院等機構之菁英代表共同對話。此外，臺灣經濟研究院中小企業研究中心與英法兩國重要研究單位簽署合作意向書 (MOU)，分別是法國智庫 iFRAP 與英國倫敦

大學學院育成中心（UCL advances），成果豐碩。

2015/07/02 推動認養協作風潮 真實孵化新創企業

由經濟部中小企業處主辦的「創業 A+ Demo Show」，於 2015 年 7 月 2 日假公務人力發展中心圓滿落幕，包括 22 家中大型認養企業代表，以及 8 位創業導師，還有各界貴賓超過 100 人次蒞臨與會，共同聆聽新創企業團隊如何呈現其商業模式、產品與服務，現場互動討論熱烈，並期待透過本次活動開啟未來雙方合作與交流之共識，發展出具備商業價值的產品或服務模式。

2015/07/27 經濟部獎勵「中小企業信用保證融資業務績優金融機構及授信經理人」

為肯定金融機構及授信經理人積極透過信用保證機制加強對中小企業融資，經濟部於 2015 年 7 月 27 日假集思交通部國際會議中心國際會議廳舉行頒獎典禮，表揚「中小企業信用保證融資業務績優金融機構及授信經理人」，對所有得獎金融機構及授信經理人表達肯定與祝賀之意，並期許能在既有的基礎上，續創新猷。

2015/09/08 13 家新興產業企業於 2015 Digital Taipei 大秀臺灣創新應用與能量

為協助新創企業進行海內外市場商機拓展，2015 年度「新興產業加速育成計畫」結合 Digital Taipei 策劃《行動世代新興產業新秀展（Star-Show）》，於 9 月 8-9 日兩天，假臺北世界貿易中心南港展覽館展出，聚焦於數位內容、雲端應用、物聯網三大產業領域，透過跨界應用與內容整合之創業能量，由國內 13 家最具爆發力創新應用的創業團隊，共同為臺灣新興產業新秀打造一個多元展示及商機媒合平臺。

2015/09/15 以創新激發創新，建立高成長梯隊，讓中小企業發光發亮

由經濟部指導，經濟部中小企業處主辦，工研院和天下雜誌協辦的「中小企業轉型與對策展望峰會」於 9 月 15 日圓滿落幕。會議分為上、下午兩個場次，共約 400 位業者參加，由講者一起共商中小企業發展願景與因應趨勢的可行策略。

2015/09/16 社會企業商機及資金媒合會 持續展開

為營造有利社會企業創新、創業、成長與發展的生態環境，落實推動行政院「社會企業行動方案」，經濟部中小企業處自 2014 年起委託安侯建業聯合會計師事務所辦理「社企型公司環境建構與發展推動計畫」，以增進企業 CSR、創投、天使、國營事業、基金會投資社會企業或購買社會企業產品，2015 年規劃辦理 8 場資金及商機媒合活動，第 4 場定於 9 月 16 日於社會企業共同聚落舉辦，安排企業社會責任專題演講、社會企業快講，及一對一的媒合對談，增進社會企業取得商機及資金挹注。

2015/09/16 2015 數位娛樂募資關鍵商機論壇暨資金媒合會 加速數位娛樂投資機會

為孕育更多優質新創育成企業、借鏡國際成功經驗，加速新創企業能與創投進行交流，經濟部中小企業處於 2015 年 9 月 16 日假臺大醫院國際會議中心舉辦「2015 數位娛樂募資關鍵商機論壇暨資金媒合會」，安排就數位娛樂商機發表專題演說與對談，提供新創企業如何有效介接國內外數位娛樂供應鏈、服務鏈或跨國合作之重要參考依據，吸引國內外產業先進、新創團隊、天使創投、加速器代表等逾 200 人參與，同時安排優質新創團隊進行 Demo，以提高鏈結國際市場的機會，顯現我國年輕創業家的發展活力。

2015/09/22 臺菲合作舉辦「APEC 加速器網絡—早階投資論壇」

第 22 屆 APEC 中小企業部長暨第 41 屆工作小組系列會議訂 2015 年 9 月 21 至 25 日於菲律賓怡朗市召開，來自 APEC 21 個經濟體部、次長級代表、跨國企業領袖等逾百人共同出席。為推動亞太地區創業創新發展，我國亦與菲律賓貿工部合作在本屆部長會議期間於 9 月 21 日舉辦「APEC 加速器網絡—早階投資論壇」，吸引各經濟體官員、企業代表、國際創投、加速器及新創團隊等共襄盛舉。

2015/10/13 中小企業處聯合成果展 打造高成長企業 展現蛻變新風貌

為持續推動國內中小企業追求卓越並樹立企業標竿，經濟部中小企業處於 10 月 13 日假集思北科大會議中心，舉辦 2015 年度聯合成果展《邁向高成長 打造臺灣經濟新動能》，結合中小企業品質永續、群聚創新、管理顧問及智財價值等計畫輔導成果，展開趨勢講座、研討會、實體成果展示及高成長企業輔導成果發表觀摩會等多元活動。

2015/10/13 中小企業最高榮譽「第 24 屆國家磐石獎」暨「第 17 屆海外臺商磐石獎」出爐

眾所矚目的中小企業界盛事-「第 24 屆國家磐石獎」暨「第 17 屆海外臺商磐石獎」得獎名單，經過嚴謹審查過程，今年度共有 10 家國內卓越中小企業獲頒「國家磐石獎」及 5 家傑出臺商獲頒「海外臺商磐石獎」。獲獎企業以卓越的經營績效、完善的財務及管理制度勝出，充分發揮自我優勢，並分別在各自產業領域創造出亮眼佳績，表現足堪為中小企業表率。

2015/10/19 2015 APEC 全球創業挑戰賽登場 實現夢想的最佳舞臺

為促進我國創新創業與國際接軌，協助新創事業加速實現夢想，經濟部中小企業處與美商英特爾（Intel）及德商西門子（Siemens）攜手合作，於 2015 年 10 月 19 日至 20 日，假臺北文創大樓合辦「2015 APEC 全球創業挑戰賽」，瞄準數位經濟、物聯網下世代最新科技商機趨勢，打造最佳國際投資及募資平臺，吸引全球超過 200 名國內外企業菁英、天使投資人、創投、產業專家共襄盛舉。

2015/10/30 經濟部表彰績優婦女企業 2015 年女性創業菁英賽得主出爐

「第四屆女性創業菁英賽」得獎名單正式揭曉，「菁英組」、「新創組」、「社會企業組」分別由大舟企業股份有限公司、幸福新生活有限公司，以及愛一家親社會企業股份有限公司奪下后冠，世一文化事業股份有限公司，以及天一藥廠股份有限公司則拿下「菁英組」的二、三名。

2015/11/09 2015 行銷高峰論壇暨成果發表會 創新價值鏈 行銷大躍進

經濟部中小企業處於 2015 年 11 月 9 日假集思臺大會議中心舉辦「2015 行銷高峰論壇—拓展全球行銷 提升產業價值」，期望藉由本論壇分享推動「中小企業參與全球價值鏈」之輔導成功案例，並邀請全球行銷及產業價值業界專家，共同剖析全球行銷作法、產業新趨勢及實務案例經驗，以提升中小企業競爭力，促進經濟發展。

2015/11/16 2015 國際創業創新論壇 掌握全球創業契機、創新、趨勢

由經濟部中小企業處主辦「2015 國際創業創新論壇（IEI Forum）」於 11 月 16 日在臺大醫院國際會議中心隆重登場，今年論壇聚焦於「全球創業：契機、創新、趨勢」，全球所關心的創業議題始終圍繞創業創新與新科技趨勢，無論是產品、商業模式或是技術層次創新都是創業家們必經的成長之路，本論壇邀請到來自比利時、荷蘭、新加坡及我國的創業大師，共同探討國際間最夯的創業議題。

2015/11/18 2015 育成成果聯合表揚暨中小企業投資博覽會 展現新創事業無限潛力

為孕育臺灣更多優質創新育成企業，並活絡國內投資及創新創業環境，經濟部中小企業處於 2015 年 11 月 18 日在臺大醫院國際會議中心舉辦「2015 育成成果聯合表揚暨中小企業投資博覽會」，除表揚傑出育成單位、優質創新新創企業以及企業組織學習楷模及績優協調單位外，也有閉門式的一對一投資媒合會，並規劃 15 家潛力企業創意走秀，募資 DEMO 及針對新創籌資等相關資源，進行募資高峰論壇。

2015/11/27 2015《IDEAX 跨域創新論壇年會》青創力量 促進跨業交流 開創產業商機

經濟部中小企業處 2015 年度一共辦理 8 場跨域創新論壇，希望透過業者思維（Idea）的交錯（X），創造不同領域的中小企業合作機會。第 8 場次之「IDEAX 跨域創新論壇年度大會」於 2015 年 11 月 27 日假臺中市政府市政大樓舉行，以「青創世代：改變社會的力量」為主題，集邀多位不同領域專家學者蒞臨分享。

**2016 年****2016/01/06 行政院促成民間籌設社會循環基金增社會福祉**

行政院已於 2015 年底前促成民間籌設國內首檔社會企業循環基金—「社會福祉及社會企業公益信託循環基金」。此循環基金採公益信託方式，由受託銀行處理信託業務，設立後將為社企早期發展，提供小額投資的資金協助。

2016/03/01 信保基金保證成數與保證金額並未調降

金融海嘯前信保基金平均保證成數約 5.63 成，2008 年為因應金融海嘯之急迫需求，調高保證成數，迄今信保基金平均保證成數提升為 7.25 成，較以往保證成數相對處於高檔。另為協助中小企業自金融機構取得正常營運所需融資，信保基金對於履約正常之續約送保案件，亦依個案情況提高或依原成數續予核保，並未調降其原有之保證成數。

2016/04/27 臺越攜手舉辦「APEC 中小企業 O2O 創新創業國際論壇」

為協助我國及亞太中小企業掌握 O2O(Online-to-Offline)新商機，經濟部中小企業處出席 2016 年 4 月 24-28 日在越南胡志明市舉辦「第 42 屆 APEC 中小企業工作小組會議」。期間，我國與越南共同於 4 月 26 日，舉辦「APEC 中小企業 O2O 創新創業國際論壇」(APEC SME O2O Forum I)，計有來自 21 個經濟體高階官員、APEC 企業諮詢委員會(ABAC)代表、亞太地區跨境電商平臺、加速器與育成代表等超過 100 位貴賓踴躍參與，針對數位經濟及行動商務等當前國際重視議題進行討論，並有來自 APEC 10 個經濟體 15 個創新團隊進行展示(Demo)，透過跨境交流分享，尋找未來新商機。

2016/04/29 經部挺創青 邀新創企業代表發聲，串聯各部會資源共同營造零障礙創業生態

為使各部會資源有效協助創業青年，並廣納優化產業環境之建言，經濟部 2016 年 4 月 29 日假高雄「R7 創藝所在」舉辦「創新創業·從青開始」新創事業暨創業青年座談會，現場各部會代表與青年熱烈互動，並蒐集出許多改善創業現況之推動方案，為健全創業生態注入充沛的能量。

2016/06/01 2016 年 APEC 中小企業 O2O 國際培訓營

經濟部中小企業處於 2016 年 6 月 1-2 日連續兩天，在臺北舉辦「APEC 中小企業 O2O 國際培訓營」。隨著數位經濟及物聯網時代的來臨，協助亞太中小企業運用 O2O(網路到實體，Online-to-Offline)新商務模式，參與區域及全球數位經濟新藍海，同時強化中小企業數位競爭力及韌性(Digital Competitiveness & Resilience)，已成為未來 APEC 及我國推動中小企業成長及國際化之重點方向。

2016/06/21 「2016 中小企業智慧生活商機媒合會」 運用創新科技開啟中小企業跨域商機

經濟部中小企業處於 2016 年 6 月 21 日舉辦「2016 中小企業智慧生活商機媒合會」，精選 22 家企業展示智慧家庭、智慧照明、便利生活、互動教育、健康照護等領域之創意設計產品，透過展出交流，協助中小企業拓市場、創商機、尋得策略合作夥伴。

2016/06/23 「數位決策時代—邁向 Smart Enterprise」論壇

為提升國內管理顧問業及企業主管菁英之經營管理能量，協助企業提升競爭力，經濟部中小企業處於 2016 年 6 月 23 日在交通部集思會議中心舉行「數位決策時代—邁向 Smart Enterprise」論壇。本次活動以「數位轉型」為主題，針對企業數位轉型策略、技術、數據及組織層面進行專題演講，分享企業數位化經驗，現場吸引達 200 人共襄盛舉。

附錄 8 資料來源及參考文獻

中文部分

1. DIGITIMES (2014 年 3 月 1 日)，〈審慎評估效益 聰明導入智慧化系統〉。
2. 工業技術研究院 (2015)，〈推動中小企業站上互聯網+2.0 浪頭〉，工業技術研究院產業經濟與趨勢研究中心。
3. 中央銀行 (2016 年 1 月)，〈公民營企業資金狀況調查結果報告〉。
4. 中央銀行 (2016 年 4 月)，〈直接金融與間接金融存量分析〉。
5. 行政院 (2015)，〈行政院生產力 4.0 發展方案 (核定本)〉。
6. 行政院公共工程委員會 (2016)，〈2015 年度政府採購執行情形〉。
7. 行政院科技部 (2015 年 12 月)，〈科學技術統計要覽 2015 年版〉。
8. 行政院國發會 (2016 年 3 月)，〈臺灣景氣指標〉。
9. 李子彬、劉迎秋等 (2014)，〈中國中小企業 2014 藍皮書：經濟轉型與中小企業發展〉，中國發展出版社。
10. 林葳均 (2015)，〈淺談工業 4.0 浪潮下的國際製造業政策〉，《經濟前瞻》，第 162 期。
11. 金融監督管理委員會銀行局 (2016)，〈金融業務統計輯要〉。
12. 國家發展委員會 (2015 年 9 月)，〈經濟體質強化措施〉。
13. 張志勇、翁仲銘、石貴平、廖文華 (2013)，〈從網際網路到物聯網〉，《物聯網概論》。
14. 張建一 (2000)，〈企業如何運用生產力 4.0 方案強化國際競爭力及進行產業加值升級〉，《產業雜誌》，第 548 期。
15. 陳信宏、陳筆、彭素玲、羅鈺珊 (2015)，〈網際網路應用對我國總體經濟效應之估測〉，國家發展委員會委託研究。
16. 陳裕賢 (2014)，〈物聯網架構〉，國立臺北大學資訊工程學系。
17. 勞動部 (2016)，〈2016 年度人力需求調查實施計畫 (第 1 次)〉。
18. 勞動部 (2015)，〈2014 年職業訓練概況調查報告〉。
19. 經濟部 (2014 年 9 月)，〈社會企業行動方案 (2014-2016 年) (核定本)〉。
20. 經濟部 (2015 年 2 月 16 日)，〈產業升級轉型行動方案報告〉。
21. 經濟部工業局 (2015)，〈生產力 4.0 推動計畫—製造業 4.0 輔導案申請作業要點〉。
22. 經濟部統計處 (2015 年 10 月)，〈批發、零售及餐飲業經營實況調查報告 (第 2 季)〉。
23. 羅鈺珊 (2016)，〈物聯網經濟下中小企業的契機〉。
24. 羅鈺珊 (2015)，〈新加坡「智慧國 2025」之智慧商機〉，《全球臺商 e 焦點》，取自 <http://twbusiness.nat.gov.tw/epaperArticle.do?id=282820612>
25. 數位時代 (2015)，〈物聯生態系崛起〉，第 254 期，巨思文化股份有限公司。

外文部分

日 文

1. 中小企業廳 (2015)，〈2015 年版日本中小企業白皮書〉，中小企業廳。

德 文

1. Federal Ministry for Economic Affairs and Energy (2015). *Gabriel startet fünf Mittelstand 4.0-Kompetenzzentren, ein Kompetenzzentrum Digitales Handwerk und vier Mittelstand 4.0-Agenturen.*

2. Ferderal Ministry for Economic Affairs and Energy (2016). *Gabriel startet fünf weitere Kompetenzzentren zur Digitalisierung des Mittelstands*.

英 文

1. Davies R. (2015, September). *Industry 4.0: Digitalisation for productivity and growth*. Retrieved from [http://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document.html?reference=EPRS_BRI\(2015\)568337](http://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document.html?reference=EPRS_BRI(2015)568337)
2. Deloitte (2014). *The Internet of Things Ecosystem: Unlocking the Business Value of Connected Devices*. Deloitte Development LLC.
3. European Parliament (2016). *Economic and Scientific Policy*.
4. European Commission (2011). *Impact Assessment*. Working Paper.
5. Fertigung Mittelstand D/A/CH (2014). *Business Performance Index (BPI)*. Techconsult, Kassel.
6. Germany Trade& Invest (2014). *Industrie 4.0: Smart Manufacturing for the Future*.
7. Global Insight Inc.(May, 2016). *Global Insight's Comparative World Overview*.
8. Global Entrepreneurship Monitor (2016). *2015 Global Report*.
9. McKinsey Global Institute (2015). *The Internet of Things: Mapping the Value Beyond the Hype*. McKinsey & Company.
10. Ministry of Science, ICT and Future Planning (2014). *Master Plan for Building the Internet of Things (IoT)*. Ministries of the Republic of Korea.
11. Ministry of Economy, Trade and Industry (2015). *Summary of the FY 2014 White Paper on Manufacturing Industries*.
12. Headquarters for Japan's Economic Revitalization (2015). *New Robot Strategy*.
13. Paul Tate (2015). Germany Announces Five Industry 4.0 Competence Centers for SMEs, Manufacturing Leadership.
14. Somasundaram Jambunathan (2015). *Internet of Things- Security and Privacy Consideration*. Retrieved from <https://www.linkedin.com/pulse/internet-thingsiot-security-privacy-considerations-jambunathan>.
15. Radziwona A. ,Bilberga A. ,Bogersa M. ,Madsenb S. E. (2014). "The Smart Factory: Exploring Adaptive and Flexible Manufacturing Solutions", *Procedia Engineering*, Vol. 69,pp.1184-1190.
16. WEF (2015). *Industrial Internet of Things: Unleashing the Potential of Connected Products and Services*, World Economic Forum Report.
17. Werner Olle and Dietke ClaußIndustry (2015). *Industry 4.0 Needs SMEs*.

