

2012
中小企業白皮書

邁向區域經濟整合下之中小企業新出路

經濟部 發行
經濟部中小企業處 編印

部長序

2011 年受歐債危機影響，全球經濟成長減緩，台灣也受波及，根據行政院主計總處估計，2011 年台灣經濟逐季放緩，全年呈現 4.03% 的中度成長率；而 2011 年台灣失業率持續下跌，全年失業率由上年 5.21% 下降至 4.39%。

根據《2012 年中小企業白皮書》資料顯示，2011 年台灣中小企業家數 127 萬 9,784 家，創下近年來最高紀錄，占全體企業家數 97.63%；在經營型態上，有 56.72% 的中小企業採獨資方式經營；就銷售值而言，2011 年中小企業的銷售值 11 兆 2 千億元（年增 4.84%），占全部企業比率為 29.64%；在就業人數方面，2011 年中小企業的就業人數 833 萬 7 千人（年增 1.78%），占全國就業人數 77.85%。

台灣中小企業的發展演變，一向受到國內外人士矚目，本部自 1992 年起每年均發布《中小企業白皮書》，將當年台灣中小企業概況，面臨重大課題和因應之道，以及政府對中小企業之政策與措施，作完整的整理、報導分析，供各界參考。

由歷年的資料可以得知，台灣中小企業在台灣經濟發展過程中，一直扮演舉足輕重的角色，不僅是台灣經濟的中流砥柱，更是就業吸收和平均所得分配的要角；在經濟不景氣時，中小企業能發揮靈活彈性的經營特質，具有穩定經濟波動及防止失業惡化的功能。

2011 年台灣中小企業的營運轉趨活絡，未來面臨區域經濟進一步整合的大趨勢，如何審時度勢妥當因應是重大課題，本年白皮書第貳篇乃以「區域經濟整合下之中小企業群聚轉型與升級」和「區域經濟整合下之中小企業綠色產業

商機」作為兩大專題，探究在區域經濟整合下，中小企業如何提升競爭力，持續蓬勃發展。

本年的白皮書承繼往年，依〈中小企業發展條例〉規定編撰，全書仍分三大篇。第壹篇為中小企業營運動向，共有 5 章，分別是 2011 年總體經營環境的變化、中小企業發展動向、財務與資金融通、人力資源，以及經濟情勢變化及因應；第貳篇則有中小企業群聚轉型與升級和綠色產業商機兩大專章。第參篇則為當年政府之中小企業政策與措施，分成 5 章。此外，書後附有中小企業之主要相關法令、中小企業統計表等 9 項資料，供各界參考應用。

本書係在本部中小企業處結合各有關單位，以及編審委員們通力合作下如期完成，除對所有參與人員的辛勞表示感謝外，更期待各界專家不吝惠賜寶貴意見，供改進參考。

經濟部部長

施顏祥

謹識

2012 年 8 月

目 錄

部長序	2
目 錄	4
凡 例	8
圖 次	9
表 次	12
提 要	16

第壹篇

中小企業營運動向

第 1 章	2011 年總體經濟環境的變化	24
	第 1 節 國際經濟環境的變化	24
	第 2 節 台灣經濟環境的變化	30
	第 3 節 主要國家中小企業發展情勢	36
第 2 章	中小企業發展動向	47
	第 1 節 中小企業整體經營情勢	47
	第 2 節 中小企業與地方經濟	53
	第 3 節 女性企業經營現況	58
	第 4 節 中小型製造業經營情勢	62
	第 5 節 中小型批發、零售及餐飲業經營情勢	72
	第 6 節 中小企業之創新研發	82
第 3 章	中小企業的財務與資金融通	86
	第 1 節 中小企業整體財務分析	86
	第 2 節 中小企業財務比率分析	95
	第 3 節 金融機構與中小企業資金融通	101

第 4 章	中小企業的人力資源	108
第 1 節	中小企業的勞動力運用	108
第 2 節	中小企業的勞動條件	122
第 3 節	中小企業的人才培訓	124
第 4 節	2012 年人力需求趨勢	126
第 5 章	2012 年國內外經濟變化及因應對策	128
第 1 節	2012 年國際經濟情勢	128
第 2 節	2012 年台灣經濟情勢	134
第 3 節	審時度勢、因勢利導、求新求變	140
第 4 節	因應經濟環境變化之政府對策	146

第貳篇

中小企業專題研析

第 6 章	區域經濟整合下之中小企業群聚轉型與升級	154
第 1 節	產業群聚升級轉型與企業合作之理論基礎	155
第 2 節	中小企業合作個案分析	160
第 3 節	主要國家推動產業群聚經驗	179
第 4 節	中小企業群聚升級轉型之因應策略	182
第 7 章	區域經濟整合下之中小企業綠色產業商機	185
第 1 節	國際重要綠色規範與主要國家綠色新政	186
第 2 節	綠色產業發展現況與趨勢	194
第 3 節	我國綠色產業發展現況	197
第 4 節	政府相關輔導措施	203
第 5 節	綠色創新商機個案研析	206
第 6 節	中小企業掌握綠色商機之策略與做法	209

第參篇

中小企業政策與措施

第 8 章	提供資金融通與充實投資能量	214
	第 1 節 提供財務融資服務與協處	214
	第 2 節 中小企業融資信用保證	219
	第 3 節 強化投資中小企業	230
第 9 章	協助升級轉型與提升研發能量	234
	第 1 節 促進中小企業數位加值應用	234
	第 2 節 品質提升創新轉型	243
	第 3 節 輔導綠色環保節能減碳	247
	第 4 節 技術升級與增進創新研發能量	249
第 10 章	強化創業創新育成動能	255
	第 1 節 激發創業點子，強化創業動能	257
	第 2 節 精進育成特色，加速新事業成長	262
	第 3 節 優化創新事業支援網絡	265
	第 4 節 婦女創業輔導	270
第 11 章	活絡地方經濟與促進商機	275
	第 1 節 地方產業創新策略	275
	第 2 節 活絡地方產業創新發展	281
	第 3 節 促進商機拓展	286
第 12 章	其他與中小企業相關支援	295
	第 1 節 參與國際中小企業會議及活動	295
	第 2 節 政府其他輔導資源	306
	第 3 節 培育中小企業人才	309
	第 4 節 精進法規調適	314

附 錄

附錄 1	中小企業主要相關法令	320
	中小企業發展條例	320
	中小企業認定標準	327
附錄 2	中小企業統計表	329
附錄 3	2011 年中小企業傑出獎項得獎名錄	381
附錄 4	中小企業政策性專案貸款	386
附錄 5	中小企業融資服務窗口（總行）通訊處	387
附錄 6	區域及各縣市中小企業服務中心	388
附錄 7	2011 年全國中小企業發展會議結論	389
附錄 8	中小企業相關活動大事紀	392
附錄 9	資料來源及參考文獻	401

名詞索引

凡 例

1. 自 2007 年起，依據《中華民國第八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，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，須注意此項行業變動。
2. 本書所稱之中小企業，除特別加註說明外，係依據 2009 年 9 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、銷售值、內銷值，以及出口值之統計資料，整理自財政部財稅資料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. 本書使用財政部財稅資料中心營業稅徵收原始資料所計算之統計資料，以 2011 年 12 月 31 日為截止時間；第貳篇及第參篇為事實資料及執行政策與措施，原則上以 2012 年 6 月 30 日為截止時間。
6. 本書數字由於尾數採四捨五入進位，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，代表意義如下：0 表示數值不及一單位；- 表示無數值。另外，為保護個別廠商之財務資料，家數小於 3 之銷售值（包括內銷值及出口值）以「*」表示。
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	國際原油價格走勢	30
圖 1-2-1	2011 年景氣對策信號	31
圖 1-2-2	2010 年至 2011 年台灣經濟成長率	32
圖 1-3-1	美國富國／蓋洛普小型企業指數	42
圖 2-2-1	2011 年中小企業地區及主要縣市家數分布情形	54
圖 2-3-1	2011 年銷售值之內銷及出口比率－按企業主性別	61
圖 2-3-2	2011 年企業家數及銷售之產業部門比率－按企業主性別	61
圖 2-4-1	製造業自有品牌現況	71
圖 3-2-1	2009 年及 2010 年企業之短期流動性	96
圖 3-2-2	2009 年及 2010 年企業長期安定性	97
圖 3-2-3	2009 年及 2010 年企業之經營能力	100
圖 3-2-4	2009 年及 2010 年企業獲利能力	101
圖 3-3-1	1994 年至 2011 年直接與間接金融比率	102
圖 3-3-2	2000 年至 2011 年企業籌資管道之比較	102
圖 3-3-3	2000 年至 2011 年台灣一般銀行對中小企業放款情況	104
圖 3-3-4	1998 年至 2011 年五大銀行新承作放款平均利率	107
圖 4-1-1	2006 年至 2011 年台灣地區就業人數	109
圖 4-1-2	2010 年及 2011 年中小企業就業人數前五大行業及比率	109
圖 4-1-3	2006 年至 2011 年台灣地區受僱人數	110
圖 4-1-4	2010 年及 2011 年中小企業受僱人數前五大行業及比率	110
圖 4-1-5	2010 年及 2011 年中小企業就業者及受僱人數－按年齡結構	111
圖 4-1-6	2010 年及 2011 年中小企業就業者及受僱人數－按性別結構	111
圖 4-1-7	2010 年及 2011 年中小企業就業者及受僱人數－按學歷結構	112
圖 4-1-8	歷年自營作業者人數變化	113
圖 4-1-9	2004 年至 2011 年因業務緊縮或關廠歇業失業者	119
圖 5-2-1	台灣經濟成長率	134
圖 5-4-1	黃金十年 國家願景計畫	147

圖 5-4-2	經濟景氣因應方案	149
圖 6-1-1	鑽石模型與產業群聚的形成	157
圖 6-1-2	產業群聚轉型升級與企業合作策略	160
圖 6-2-1	2000 年至 2011 年我國自行車外銷量價統計	161
圖 6-2-2	1990 年至 2011 年我國工具機相關產品外銷量價統計	166
圖 6-2-3	M-Team 組織運作概況	168
圖 6-2-4	我國「青銅、黃銅製一般用閥」外銷量及外銷單價變化	173
圖 7-1-1	G20 國家平均每人經濟振興方案與平均每人綠色投資金額	192
圖 7-1-2	綠色投資分配	193
圖 7-2-1	環保議題對企業發展之影響	196
圖 7-2-2	全球環境議題解決方式的演進	196
圖 7-4-1	國家節能減碳總計畫架構	204
圖 7-5-1	世堡紡織環保再生織物	206
圖 7-5-2	「龍盟紙」產品	207
圖 7-5-3	宏鑫光電 Smart Lighting 系列產品	208
圖 7-5-4	歐萊德品牌 LOGO	209
圖 8-1-1	中小企業財務融資輔導機制	215
圖 8-2-1	信保基金之設立與運作方式	221
圖 8-2-2	「促進就業融資保證專案」實施內容	223
圖 8-2-3	最近十年信保基金承保情形	228
圖 8-3-1	加強對中小企業投資架構	230
圖 8-3-2	早期階段、策略性服務業投資專戶措施	232
圖 9-1-1	深耕中小企業數位關懷計畫實施策略	235
圖 9-2-1	中小企業創新轉型輔導推動重點策略	244
圖 9-2-2	中小企業創新轉型輔導策略與推動重點	244
圖 10-0-1	創業台灣重要措施及其效益	257
圖 10-1-1	創業促進之推動架構	258
圖 10-1-2	創業促進措施	258
圖 10-2-1	打造創新型核心中小企業做法	265
圖 10-3-1	北中南東區域育成網絡	266

圖 10-4-1	婦女創業菁英計畫執行架構	271
圖 10-4-2	微型創業鳳凰計畫執行架構	273
圖 11-1-1	台灣地方特色產業發展脈絡	276
圖 11-1-2	發展地方產業推動架構	278
圖 11-1-3	形塑特色產業魅力，活絡地方經濟發展策略	278
圖 11-1-4	地方特色產業國際化推動架構	279
圖 11-2-1	地方產業發展基金推動架構	282
圖 11-3-1	中小企業商機拓展推動架構	286
圖 11-3-2	中小企業商機拓展實施策略措施	287
圖 11-3-3	台日中小企業合作交流平台推動架構	291

表 次

表 1-1-1	先進經濟體經濟成長率	25
表 1-1-2	主要先進經濟體財政情勢	27
表 1-1-3	新興市場國家經濟成長率	28
表 1-2-1	2005 年至 2011 年台灣重要經濟指標	32
表 1-2-2	2005 年至 2011 年台灣對外貿易概況	33
表 1-2-3	2011 年台灣主要貿易國家進出口貿易值及結構	34
表 1-2-4	2011 年台灣與東協 10 國貿易統計	35
表 1-3-1	韓國新科技購買保證計畫表現	39
表 1-3-2	美國中小企業主目前面臨最重要課題	40
表 1-3-3	美國中小企業主 2012 關注之課題	40
表 1-3-4	影響美國中小企業 2012 持續發展之因素	41
表 1-3-5	影響美國中小企業 2012 雇用新進人力之因素	41
表 2-1-1	2010 年及 2011 年企業家數、銷售值、就業及受僱人數規模別概況	48
表 2-1-2	2006 年至 2011 年中小企業家數、銷售值變動情形	49
表 2-1-3	2006 年至 2011 年中小企業產業部門概況	50
表 2-1-4	2006 年至 2011 年新設中小企業家數及銷售占全部中小企業比率	51
表 2-1-5	2011 年新設中小企業家數及銷售之產業部門概況	51
表 2-1-6	2010 年及 2011 年企業家數及比率－按經營組織型態	52
表 2-1-7	2007 年至 2011 年中小企業經營年數比率變動	52
表 2-1-8	2006 年至 2011 年中小企業出口貢獻及出口傾向	53
表 2-2-1	中小企業行業家數比率－按縣市前 3 位	55
表 2-2-2	中小企業行業銷售值比率－按縣市前 3 位	55
表 2-2-3	2011 年五都企業家數、銷售值及就業人數比較	56
表 2-2-4	五都企業家數比較－按產業別	57
表 2-2-5	五都企業銷售值比較－按產業別	57
表 2-2-6	地方產業資源投入概況	58
表 2-3-1	2011 年企業家數及銷售之規模別概況－按企業主性別	59

表 2-3-2	2011 年企業家數－按經營年數及企業主性別	60
表 2-3-3	2011 年企業組織型態家數－按企業主性別	60
表 2-3-4	2011 年企業家數及銷售之行業比率－按企業主性別	62
表 2-4-1	預期 2011 年獲利較 2010 年增減情形	63
表 2-4-2	預期獲利增加之原因	63
表 2-4-3	預期獲利減少之原因	64
表 2-4-4	對國內事業之經營策略	64
表 2-4-5	最主要外銷市場上所面臨之困境	65
表 2-4-6	2009 年及 2010 年主要外銷市場	66
表 2-4-7	外銷市場之競爭對手	66
表 2-4-8	內銷市場之競爭對手	67
表 2-4-9	企業取得市場優勢的關鍵能力	68
表 2-4-10	中日韓－東協 FTA 及歐韓、美韓生效後之影響	69
表 2-4-11	面臨區域整合之趨勢，期待政府採取的措施	70
表 2-4-12	無自創品牌的原因或研發所遭遇的困難	71
表 2-4-13	推動自創品牌最需要政府協助措施	72
表 2-5-1	2011 年商品之銷售流向結構	73
表 2-5-2	2010 年及 2011 年商品對消費者之銷售管道	74
表 2-5-3	國內商業營業據點區域分布情形	75
表 2-5-4	商業經營上遭遇的困境	76
表 2-5-5	批發零售及餐飲業所採取的經營策略	77
表 2-5-6	環境因素對企業之影響	77
表 2-5-7	批發零售業商品銷售強調的特色	78
表 2-5-8	為提升競爭力，政府應提供之協助	79
表 2-5-9	企業採取之業務拓展方式	79
表 2-5-10	未來希望加強拓銷之海外市場	80
表 2-5-11	未來產業發展最需解決之瓶頸	81
表 2-5-12	擴大產業國際化最具影響力措施	82
表 2-5-13	擴大開放陸客來台觀光，對營收之直接影響	82
表 2-6-1	2007 年至 2010 年全國研發經費－依執行部門別	83

表 2-6-2	2006 年至 2010 年企業部門執行研發經費—依規模別	84
表 2-6-3	2010 年海外投資事業母公司研發支出	84
表 2-6-4	2009 年及 2010 年海內外投資事業母公司研發經費比率	85
表 3-1-1	2008 年至 2010 年共同比資產負債表	87
表 3-1-2	2010 年各行業共同比資產負債表—中小企業	88
表 3-1-3	2010 年各行業共同比資產負債表—大企業	90
表 3-1-4	2008 年至 2010 年共同比損益表	92
表 3-1-5	2010 年各行業綜合損益結構	93
表 3-2-1	2010 年各行業綜合財務報表	98
表 3-3-1	2010 年底企業負債結構	103
表 3-3-2	2011 年對中小企業放款餘額前十大銀行	105
表 3-3-3	2010 年及 2011 年對中小企業放款比率前十大銀行	105
表 3-3-4	2010 年及 2011 年金融控股公司子公司之銀行對中小企業放款餘額 與比率	106
表 4-1-1	2010 年及 2011 年雇主屬性	113
表 4-1-2	2010 年及 2011 年自營作業者屬性	114
表 4-1-3	2010 年及 2011 年女性雇主及自營作業者行業別分布	115
表 4-1-4	2010 年及 2011 年部分工時勞工運用概況	116
表 4-1-5	2010 年及 2011 年臨時性或派遣人力使用狀況	117
表 4-1-6	2006 年至 2011 年企業引進外勞人數—按規模別	118
表 4-1-7	2010 年及 2011 年失業者屬性	119
表 4-1-8	2010 年及 2011 年離開前職的理由	120
表 4-1-9	2006 年至 2011 年前職在中小企業就業者的轉業選擇	120
表 4-1-10	2007 年至 2011 年勞委會辦理創業研習情形	121
表 4-1-11	2007 年至 2011 年勞委會提供創業協助成果	121
表 4-2-1	2009 年及 2010 年行業別的薪資占營業費用比率	122
表 4-2-2	2010 年及 2011 年行業別每週工時	123
表 4-2-3	2010 年及 2011 年各行業平均主要工作月收入—按規模別	124
表 4-3-1	2006 年至 2011 年協助企業人力資源提升	125
表 4-3-2	2010 年接受職業訓練人次	125

表 4-3-3	2009 年及 2010 年職業訓練經費占營運成本及營業費用比率	126
表 4-4-1	事業單位預計 2012 年 7 月底較 4 月底僱用人力增減情形	127
表 5-1-1	全球及主要地區經濟成長率	129
表 5-2-1	國際競爭力評比	137
表 5-2-2	2011 年及 2012 年 GEDI 之各國排名	138
表 6-2-1	A-Team 的歷年發展主軸	163
表 6-2-2	推動群聚升級轉型之企業合作內涵分析	177
表 7-1-1	美國景氣對策中環保與能源領域的主要對策	187
表 7-1-2	全球經濟振興方案與綠色投資（至 2009 年 6 月）	191
表 7-1-3	綠色投資與 BAU 情境比較（以全球 GDP 的 2%投資）	193
表 7-3-1	環保產業範疇與定義	198
表 7-3-2	我國狹義綠色產業經營現況	199
表 7-3-3	2011 年台灣狹義綠色產業	200
表 7-4-1	2011 年國家節能減碳總行動方案重要執行成果	205
表 8-2-1	提供企業各階段需求之融資保證	222
表 8-2-2	信保基金火金姑（相對保證）專案一覽表	224
表 8-2-3	2007 年至 2012 年 6 月信保基金承保情形	226
表 8-2-4	2007 年至 2012 年 6 月信保基金協助中小企業承保情形	226
表 8-2-5	2011 年信保基金承保情形統計－依保證項目別	227
表 8-2-6	2012 年 6 月底信用保證戶上市、上櫃及興櫃家數表	228
表 8-2-7	2012 年 6 月底信用保證戶獲獎家數表	229
表 10-2-1	育成中心地區及類型分布	263
表 12-2-1	經濟部輔導中小企業之資源經費	307
表 12-2-2	經濟部輔導中小企業之經費變化	308
表 12-2-3	2011 年由政府出資之中小企業專案貸款	309

提 要

2011 年受歐洲主權債務危機擴大、先進經濟體財政與就業情勢嚴峻，新興市場國家經濟受歐美先進經濟體需求減弱，以及東日本大地震、海嘯造成供應鏈中斷的衝擊，加上上半年部分新興市場國家以緊縮政策對抗通貨膨脹，明顯削弱經濟成長動能。

2011 年台灣總體經濟受全球景氣復甦動能放緩影響，由第 1 季經濟成長率 6.62%，逐季下滑至第 4 季為 1.85%，全年經濟成長 4.03%；出口由上半年的 7.89%，降至下半年的 1.46%，全年成長 4.53%；民間投資上半年成長 7.62%，下半年因國外需求減弱，產能利用率下滑，轉為負成長 11.47%，全年負成長 2.47%。面對如此的國內外經濟環境，在政府政策協助下，2011 年台灣中小企業無論在家數、銷售值、就業等都較上年成長，茲將 2011 年台灣中小企業的各種經營發展情勢及政府推動之政策措施摘述如下：

► 中小企業家數創近年來最高紀錄

利用財稅資料中心營業稅徵收資料及行政院主計總處人力資源資料顯示，2011 年台灣中小企業企業家數、銷售值（包括內銷值及出口值）、就業及受僱人數仍呈正成長。

- 2011 年中小企業家數創近年來最高紀錄，有 127 萬 9,784 家，占全體企業家數的 97.63%，較 2010 年成長 2.55%；有 80.09% 為服務業；50.94% 經營批發及零售業；約有 5 成 7（56.72%）採獨資方式經營；46.61% 分布在北部地區，經營超過 10 年的中小企業占 47.01%。
- 中小企業銷售值、內銷值及出口值占全體企業比率分別為 29.64%、34.51% 及 16.29%，分別較上年成長 4.84%、5.37% 及 1.85%。銷售值中之內銷值所占比率高達 85.30%，顯示中小企業主要營收來自內銷；而中小企業總出口值的 71.62% 由製造業所貢獻。
- 在女性企業方面，女性企業家數占總家數 36.03%；經營超過 10 年占 44.52%；有 63.43% 採獨資方式經營；以經營服務業為主（占 85.63%）；經營批發及零售業占 53.15%；營收有 8 成來自內銷。

► 中小企業 2010 年因營業費用降低，獲利能力提升；2011 年銀行對中小企業放款金額及比率均增加

因財政部財稅資料中心最新營利事業所得稅申報資料為 2010 年，因此有關中小企業財務及比率分析資料落後 1 年；而金融機構與中小企業資金融通部份，資料則為 2011 年。

- 2010 年中小企業流動資產比率降低，較 2009 年減少 1.95 個百分點，為 48.43%，流動資產比率不足 50%，且現金比率也較 2009 年減少 2.5 個百分點，為 17.64%。可見中小企業短

期償債能力較2009年降低，在經濟復甦過程中，可能受到歐洲主權債務危機的影響，中小企業應變能力略微下滑。

- 在營業成本方面，2008-2010年中小企業營業成本皆呈遞減趨勢，2010年中小企業營業成本微幅減少0.1個百分點，為80.88%；營業費用方面，2010年中小企業一改近年來逐年增加趨勢轉為降低，營業費用較2009年減少1.46個百分點，為16.97%。2010年中小企業因營業費用的降低，獲利能力提升。
- 在企業獲利方面，2010年中小企業的獲利能力明顯提升；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、淨值獲利率等，2010年皆為正值且明顯成長，可見中小企業獲利正逐漸增加中，企業經營漸入佳境。
- 在銀行放款方面，至2011年底，一般銀行（含外國銀行在台分行，但不含海外放款部分）對中小企業的總放款餘額約4兆917億元，較2010年底增加3,981.67億元，年增率為10.78%，占銀行總放款比率由2010年的19.85%，增加為20.80%。另根據金管會統計資料顯示，2011年本國銀行對中小企業放款的比率為46.89%，較2010年增加1.50個百分點。顯示，銀行對中小企業放款亦隨景氣復甦而成長。

➤ 中小企業就業及僱用、雇主人數增加，自營作業者人數減少

2011年台灣整體勞動力有1,120萬人，其中就業（包含雇主、自營作業者、受僱者、無酬家屬工作者）1,070萬9千人，失業49萬1千人，勞動力參與率為58.17%，失業率平均4.39%。中小企業的人力資源現況入下：

- 2011年中小企業就業人數達833萬7千人，僱用員工人數為595萬8千人，較2010年分別增加1.78%與2.64%，雇主人數總計有47萬8千人，較2010年增加約5,550人，增幅1.17%。不過，自營作業者自1992年後，長期處於下降趨勢，至2011年已降至132萬3千人，較2010年減少約6千人，為近年來的新低人數。整體中小企業女性負責人合計達433,459人，其中女性雇主人數92,013人，自營作業者人數341,446人，均較2010年增加。
- 中小企業人事成本占營業費用比重約為3至4成，2010年僅少數產業的人事成本提高，多數企業的職業訓練經費比例也未因景氣復甦而提升。
- 2012年國內因景氣趨緩，致未來人力需求增幅有限，而全球也因為經濟的不確定性增高，投資活動存在著極度的不平均，以致抑制新工作機會的產生，不過，新興國家創造就業機會的可能性仍比已開發國家樂觀。

➤ 2012 年上半年由於國際景氣未明，經濟擴張步調溫和，政府推動多項短期、中長期對策以因應

- 2012年上半年全球經濟呈現復甦步伐疲弱、歐元區主權債務危機遲未平息及失業率續居歷史新高、國際油價先漲後跌，近期回升、東亞主要國家受景氣低迷影響，外貿成長相應轉緩，但全球物價漲勢和緩，亞太區域經濟整合持續推展。
- 2012年上半年台灣經濟景氣低緩，行政院主計總處下修經濟成長率預測、整體物價溫和上漲、工業生產負成長、對外貿易仍處低迷、ECFA貨品貿易早期收穫計畫實施已獲成效，台灣仍積極推動對外洽簽經濟合作協議（ECA）。
- 面對險峻之國、內外經濟情勢，政府已著手規劃並採取短期刺激景氣措施及積極推動短期及中長期並進方案，短期從「經濟景氣因應方案」、「101出口龍騰計畫」，以提振景氣；中長期推動「黃金十年 國家願景計畫」、調整產業結構的「三業四化」，以及拓展新興市場、積極加入區域經濟整合等重點工作，以加速經濟體質再造，以打造產業永續競爭力。

➤ 中小企業合作策略是促進產業群聚、轉型與升級之關鍵因素

1990年代中期之後，台灣中小企業在整體銷售值及直接出口值等經營指標的表現，已逐步被大企業超越，多轉變為大企業的協力體系企業，直接開拓海外市場的能力有衰退趨勢。近來我國已簽署的「E C F A」與「台日投資協議」，以及未來將進行的「跨太平洋經濟戰略夥伴協定」等東亞相關經貿協議，將促使我國逐步融入東亞區域經濟整合行列中，而對其他經濟體的經貿開放趨勢，亦將對我國中小企業產生正反兩極影響。基於這些經營環境變化，我國中小企業勢必持續面對突破市場開拓困境與掌握新商機。我國中小企業在發展與成長過程中，宜多與地區經濟結合，形成產業群聚特色。因此，持續活用產業群聚特色，推動企業合作策略來建構市場或技術層面上的差異化競爭優勢，進而促進地區產業進行升級轉型，將成為重要解決途徑。

➤ 區域經濟整合下之中小企業綠色產業商機

- 近年來，全球各地因氣候異常所帶來的地震、風災、水災、乾旱等天災頻繁，種種地球的反噬作用，已促使世界各國開始反思如何在經濟成長與環境之間尋求平衡。除此之外，能源的耗竭危機也在提醒全球人民應當珍惜資源的使用，因此，「節能減碳」成為全球共識，綠色產業也應運而生，涵蓋範圍從生活用品、科技產品，到包裝紙、紡織品，皆可朝向綠色產品發展。因此，綠色產業已然被各國視為在欲振乏力的經濟中，帶來無窮希望的新興產業。

—就廣義的綠色產業而言，中小企業可獲得的商機無限，就狹義綠色產業來說，目前的規模約新台幣300億元，但是未來市場規模可達900億。不過，其仍有相當的困難與挑戰需要克服。針對中小企業，建議應掌握綠色潮流、落實產業綠化以掌握廣義的綠色產業商機，而政府則可從積極宣導，降低中小企業資訊落差、持續推動產業聚落，促進技術升級、加速ECFA談判時程，主動爭取加入區域經貿組織，以擴大市場規模、加速產業升級，以掌握上游關鍵地位、強化溝通協調，提升政策一致性等方面著手，以協助企業掌握狹義綠色商機。

➤ 建置中小企業財務融通輔導機制，提供資金融通與充實投資能量

鑑於中小企業因缺乏足夠的擔保品、會計制度不全、財務基礎與管理薄弱、難獲銀行信賴等因素，導致核貸結果未能滿足中小企業的實際需求，政府積極建置中小企業財務融通輔導機制，提供資金融通與充實投資能量。

—提供財務融資服務與協處：政府透過成立馬上解決問題中心、設置「中小企業融資服務窗口」、成立財務金融服務團，創新型中小企業財會資訊應用與輔導、受理及協助企業債權債務協商、中小企業專案貸款、推動本國銀行加強辦理中小企業放款方案、青年築夢創業啟動金貸款等措施，提供中小企業財務融通諮詢與協助。

—藉中小企業信用保證基金提供多元融資保證，以提高銀行承貸意願：為充實信保基金保證能量，以持續推動協助中小企業取得融資，2011 年政府編列預算 56.956 億元，另加計簽約金融機構之捐助款 22 億元，合計約 79 億元。在移送信用保證金額方面，各銀行為協助中小企業資金送保融資金額由 2010 年 8,638 億元增加至 2011 年 1 兆 118 億元，增幅 17.13%，創成立 37 年承作之最高紀錄，有效發揮協助中小企業取得融資之效能。

—運用國家發展基金及中小企業發展基金，設立創業育成投資專戶、中小企業開發公司、加強投資中小企業實施方案及開辦早期階段投資專戶等策略，以加強投資具發展潛力、早期階段之中小企業。

➤ 協助升級轉型與提升研發能量

近年國際競合趨勢多變，中小企業面臨營運瓶頸及轉型壓力，此時需要升級轉型與提升研發能量，以因應重重考驗。因此，政府積極推動多項措施以協助中小企業。

—自2012年起推動「深耕中小企業數位關懷計畫」，以「深耕數位應用，增進自主學習」為主軸，以e-CARE輔導模式分四項重點進行，將針對全台偏鄉之微型企業、中小企業

提供在地化、區域化、精緻化、深耕化的關懷服務，以養成個人企業、扶植當地區域發展、產出主題式群聚、增加學習人口、推動數位學習應用。

- 為協助中小企業強化品質基盤能力及協同運籌，善用品質利基進行轉型及創新，掌握國內外規範與標準，協助企業在產品、技術及市場方面的突破，2012年推動「中小企業創新轉型輔導」策略，經由品質精進、群聚網絡發展、科技加值應用，迎合綠色趨勢，厚植中小企業創新能力。
- 提供創新研發輔導及經費補助（傳統產業技術開發、小型企業創新研發、推動地方產業創新研發、業界開發產業技術、創新科技應用與服務、學界協助中小企業科技關懷、服務業創新研發計畫等），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。

➤ 推動「創業台灣計畫」強化創業創新育成動能

- 接續「創業領航計畫」，自2012年起推動「創業台灣計畫」(Start-Up Taiwan)，以「精進育成加速卓越」為主軸，透過「激發創業點子，強化創業動能」、「精進育成特色，加速新事業成長」及「優化新創事業支援網絡」三大策略，加強篩選優質創業點子，營造創業者實驗場域，並導入點子工場、業師陪伴及育成加速器機制，提供創業新秀及拔尖個案客製化服務，並透過北中南東創業創新服務中心，結合區域產業資源，擴大在地服務能量，完善新創事業支援環境。
- 在協助婦女創業方面，中小企業處自2012年起推動「婦女創業菁英計畫」，藉由選拔婦女創業菁英，提供輔導、創業籌資、商機媒合、廣宣加值及舉辦經驗分享會等服務，培育婦女創業亮點；另外，行政院經建會、青輔會及勞委會分別透過「縮減婦女數位落差實施計畫」、「飛雁專案」及「微型創業鳳凰計畫」，開辦創業研習課程、創業諮詢與輔導，以提升婦女創業能力、創業協助，順利一圓創業夢想。

➤ 活絡地方經濟與促進商機

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，依發展脈絡可分特色初建期、特色深化期、產品創新期、特色行銷期，及 2011 年推動的亮點提升期。

- 經濟部中小企業處於2012年推動地方特色產業輔導計畫，以形塑具競爭力之臺灣特色產業為願景，並以活絡地方經濟・創造在地就業為目標。輔導重點為協助國內地方特色產業強化產業組織發展、提升企業經營能力、改善地方視覺形象、引領地方產業走向國際化、打造更具特色之產業亮點、增加地方特色產業經濟能量及促進在地就業。

—行政院於2009年度起設置「地方產業發展基金」，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，再透過地方提案、中央補助之原則，協助地方產業發展。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，提供屬地方特色產業且低污染之中小企業進駐使用。

—為促進中小企業商機拓展，經濟部中小企業處、國際貿易局、工業局、技術處、商業司，以及行政院農委會等單位執行多項策略方案，積極協助廠商發掘新市場，拓展國內外行銷通路，以促成商機媒合及技術交流、躍升中小企業行銷價值、以優質平價產品拓展新興市場、促進台日中小企業合作交流、推動新鄭和計畫強化出口動能，以及協助品牌企業拓展國際市場等。

➤ 其他與中小企業相關支援措施

—為加強中小企業政策之國際典範學習與移轉、擴大參與國際社群，拓展與國際社會之實質往來，提升中小企業國際能見度，積極舉辦及參與國際中小企業事務與活動。我國多年來透過積極參與APEC、ICSB及AABI等國際組織與中小企業相關之會議及活動，於國際間分享我中小企業發展經驗。

—2011年政府用於協助中小企業之資源包括：政府向中小企業採購金額約6,959億元；輔導中小企業經費約307億元；協助中小企業專案貸款約27億元。

—為解決我國中小企業人才需求問題，政府寬列經費，結合產學研專家，依產業結構發展、中小企業創新與因應全球化挑戰，規劃許多符合需求之人才培育計畫。

—為避免各項管制政策或法規可能對中小企業造成負擔過重、難以與大型企業公平與合理競爭，因此持續推動改善中小企業法制環境工作。

第壹篇



中小企業

營運動向

本篇共分 5 章

第 1 章 2011 年總體經濟環境的變化

第 2 章 中小企業發展動向

第 3 章 中小企業的財務與資金融通

第 4 章 中小企業的人力資源

第 5 章 2012 年國內外經濟情勢變化及因應對策

第 1 章 2011 年總體經濟環境的變化

受歐洲主權債務危機擴大、先進經濟體財政與就業情勢嚴峻、新興市場國家通貨膨脹與資產價格泡沫化壓力，以及國際油價震盪等因素影響，2011 年全球經濟成長減緩，且續呈先進經濟體景氣疲弱、新興市場國家相對穩健擴張之局面。依環球透視機構（Global Insight Inc.）估計，2011 年世界經濟成長率為 3.0%，低於 2010 年的 4.4%。

無疑的，總體環境的變化，攸關中小企業的經營、發展。本章分 3 節扼要說明，第 1 節概述國際經濟環境的變化；第 2 節則就台灣經濟環境作簡要分析；第 3 節概述主要國家中小企業的發展。

第 1 節 國際經濟環境的變化

2008 年至 2009 年全球金融風暴，重創全球經濟；2010 年爆發歐洲主權債務危機，使得全球經濟無法獲得足夠的時間來休養生息，尤其歐美先進國家的經濟，除了德國外，基本面仍處於較惡劣的情境中，而亞洲新興國家，在全球金融風暴後，2010 年經濟復甦的態勢較明顯；2011 年歐美先進經濟體財政與就業情勢嚴峻、新興市場國家通貨膨脹與資產價格泡沫化壓力，以及國際油價上漲等因素影響，2011 年全球經濟逐季惡化，全球經濟成長減緩，呈現先進經濟體景氣疲弱、新興市場國家經濟相對穩健擴張。

一、先進經濟體復甦動能不振

2011 年先進經濟體受制於財政赤字嚴峻、國內消費及投資需求不振，整體景氣疲弱、就業市場表現欠佳，平均經濟成長率由 2010 年的 3.2%減緩至 1.6%，對全球經濟成長貢獻率由 2010 年的 52.3%降為 38.1%。其中，美國上半年經濟表現欠佳，下半年因政府債務危機暫時解除帶動景氣回溫，全年成長 1.7%；歐盟由於主權債務危機延燒，各國政府積極整頓財政、削減支出，經濟成長率 1.6%；日本受東日本大地震及海嘯衝擊、日圓升值抑低出口動能等影響，經濟轉呈負成長 0.7%，亦出現 1980 年石油危機以來首見的商品貿易入超。

（一）美國經濟成長減緩

2011 年上半年，美國因民間消費支出疲弱、財政赤字壓力未解，加以歐債危機、國

際油價攀升等因素影響，經濟成長表現欠佳，失業率居高不下；惟下半年美國政府債務危機暫時解除，致民間消費與投資雙雙回溫、企業加速回補庫存，景氣逐漸好轉，失業率略降。2011 年經濟成長率則由 2010 年的 3.0%減緩為 1.7%。

鑒於經濟復甦程度未如預期，且就業市場持續疲弱，2011 年美國延長薪資稅減免及失業救濟方案，美國聯邦準備理事會（Fed）並採扭轉操作等寬鬆貨幣政策，以及推出多項出口貿易改善措施等，以刺激景氣回升，並創造就業機會。

表 1-1-1 先進經濟體經濟成長率

單位：%

地區(國)別	2010 年	2011 年	季 別			
			I	II	III	IV
先進經濟體	3.2	1.6	—	—	—	—
美 國	3.0	1.7	2.2	1.6	1.5	1.6
歐 盟	2.0	1.6	2.4	1.6	1.4	0.8
德 國	3.7	3.0	4.6	2.9	2.7	2.0
法 國	1.7	1.7	2.4	1.7	1.5	1.2
英 國	2.1	0.7	1.5	0.4	0.3	0.5
義 大 利	1.8	0.4	1.2	1.0	0.4	-0.4
日 本	4.4	-0.7	-0.2	-1.7	-0.4	-0.5

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：行政院主計總處，《國民經濟動向統計季報》，第 137 期, 2012 年 5 月版。

（二）歐盟復甦動能遲滯

2011 年由於主權債務問題延燒，而歐盟紓困援助計畫不足、金融市場流動性不足且歐洲銀行體質脆弱，導致希臘、葡萄牙等高債務國家政經情勢動盪。另一方面，歐盟國家為削減財政赤字、化解債務風險，紛紛提出振興經濟措施退場政策，加以失業率攀升等因素，致使景氣更趨疲弱。歐盟國家經濟成長率與去年同季比較，由第 1 季之 2.4%，逐季下滑至第 4 季之 0.8%，全年平均經濟成長率由 2010 年的 2.0%降為 1.6%。

2011 年歐盟景氣回升強度有限，且各國復甦步調不一致。其中，德國因對外貿易持續擴張，復以失業率改善，內需動能轉強，2011 年經濟成長率達 3.0%；英國、法國在大規模財政緊縮措施制約下，2011 年經濟成長率分別為 0.7%、1.7%。而在高赤字及高債務國家中，希臘、葡萄牙經濟持續衰退，2011 年經濟分別負成長 6.9%、1.5%，義大利、西班牙則僅有 0.4%及 0.7%的低度成長。

（三）日本景氣大幅衰退

2011 年，日本外有歐美經濟疲弱，內有東日本大地震衝擊日本產業供應鏈，以及日圓升值抑低日本出口動能等因素影響，全年經濟呈現衰退，經濟成長率由 2010 年的 4.5%，遽降為負成長 0.7%。

在商品出口方面，受東日本大地震及海嘯衝擊，2011 年日本汽車與半導體等電子零組件出口大幅減少，加以歐美需求減弱、日圓升值等因素影響，成長率由 2010 年的 24.4% 轉呈負成長 2.7%。進口方面，因核電廠事故使原油、液化天然氣等進口需求攀升，加以國際油價上揚，進口成長率達 12.1%。全年商品貿易入超高達 2 兆 5,647 億日圓，為 1980 年石油危機以後首次出現之貿易入超。

因歐債危機及美國債務攀高，日圓成為全球資金的避風港，投機性交易推升日圓升值，2011 年日圓兌美元升值 5.2%。為避免日圓持續升值，不利出口，日本央行於 2011 年 10 月採行寬鬆貨幣政策，追加金融資產收購計畫規模。

（四）先進經濟體就業市場改善遲緩

根據國際勞工組織（ILO）《2012 年全球就業趨勢》報告，2011 年先進經濟體勞動市場持續低迷。ILO 指出，先進經濟體已陷入高失業率、工資提高緩慢導致需求疲軟，進而影響企業信心和僱用意願，從而再影響就業的惡性循環。ILO 估計，2011 年先進經濟體失業率 8.5%、失業人數 4,350 萬人，較 2010 失業率 8.8%、失業人數 4,470 萬人略見改善。

2011 年美國 1 至 10 月失業率徘徊於 9.0% 左右，其後勞動市場緩步改善，失業率呈下降趨勢，至 12 月已降至 8.5%。全年平均失業率 8.9%、失業人數 1,374.7 萬人，較 2010 年平均失業率 9.6%、失業人數 1,482.5 萬人改善。

2011 年歐盟平均失業率 9.7%，維持 2010 年水準。德、英、法 3 大經濟體中，德國就業市場領先復甦，失業率由 2010 年的 7.1% 降至 5.9%；法國失業率由 2010 年的 9.8% 略降至 9.7%；英國失業率則由 2010 年的 7.8% 續增至 8.0%。西班牙、希臘等高財政赤字及高債務國家，失業率則分別由 2010 年的 20.1%、12.6%，續增至 21.7%、17.7%。

2011 年日本失業率由 2010 年的 5.1% 降至 4.5%，相較於美國及歐盟之高失業情勢，日本就業市場相對穩定。

（五）先進經濟體財政情勢仍屬嚴峻

2008 年下半年全球爆發金融海嘯，各國政府為振興經濟紛紛提出景氣刺激措施，導致財政赤字及政府債務大幅攀高，不利經濟長期穩健成長，隨著全球經濟逐步復甦，IMF、

世界銀行等國際金融與經濟機構呼籲各國應進行財政重整（fiscal consolidation），致力削減政府預算赤字與債務累積，重建財政的健全性與可持續性，以避免爆發財政危機，對全球經濟構成風險。

依 IMF 估計，2011 年先進經濟體平均財政赤字占 GDP 比率由 2010 年的 7.7%降為 6.6%。其中，歐盟為防止主權債務危機延燒，財政緊縮幅度最為顯著，財政赤字占 GDP 比率由 2010 年的 6.5%降至 4.6%；美國為化解政府債務危機而擰節支出，赤字比率亦由 2010 年的 10.5%減為 9.6%；先進經濟體中僅有日本為因應東日本大地震災後重建所需，致財政赤字占 GDP 比率由 2010 年的 9.4%續升至 10.1%。（表 1-1-2）

表 1-1-2 主要先進經濟體財政情勢

單位：%

地區(國)別	財政赤字占 GDP 比率			政府債務占 GDP 比率		
	2010 年	2011 年	2012 年	2010 年	2011 年	2012 年
先進經濟體	7.7	6.6	5.7	99.3	103.5	106.5
美 國	10.5	9.6	8.1	98.5	102.9	106.6
歐 盟	6.5	4.6	3.8	79.6	82.4	84.5
德 國	4.3	1.0	0.8	83.2	81.5	78.9
法 國	7.1	5.3	4.6	82.4	86.3	89.0
英 國	9.9	8.7	8.0	75.1	82.5	88.4
義大利	4.5	3.9	2.4	118.7	120.1	123.4
西班牙	9.3	8.5	6.0	61.2	68.5	79.0
比利時	4.2	4.2	2.9	96.2	98.5	99.1
希 臘	10.6	9.2	7.2	142.8	160.8	153.2
愛爾蘭	31.3	9.9	8.5	92.5	105.0	113.1
葡萄牙	9.8	4.0	4.5	93.4	106.8	112.4
日 本	9.4	10.1	10.0	215.3	229.8	235.8

資料來源：IMF, *Fiscal Monitor*, April 2012.

二、亞太地區新興市場國家經濟成長趨緩

2011 年新興市場國家經濟受歐美先進經濟體需求減弱，以及東日本大地震、海嘯造成供應鏈中斷的衝擊，加以上半年部分新興市場國家以緊縮政策對抗通貨膨脹，明顯削弱經濟成長動能，整體成長率由 2010 年的強勁復甦 7.7%略降為 6.0%，惟對全球經濟成長貢獻率仍達 6 成。2011 年上半年，中國大陸、印度、印尼等多國面臨高通膨壓力與景氣過熱隱憂，但隨著全球景氣走緩，國際商品需求降低，以及各國積極調控財經政策，下半年已漸獲緩解。（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	2010 年	2011 年
新興市場國家	7.7	6.0
亞太地區	9.2	7.0
中國大陸	10.4	9.3
亞洲四小龍	8.2	4.0
新加坡	14.8	4.9
南韓	6.3	3.6
臺灣	10.7	4.0
香港	7.1	5.0
東協四國	6.9	4.3
泰國	7.8	0.1
馬來西亞	7.2	5.1
印尼	6.1	6.6
菲律賓	7.6	3.7
印度	8.8	6.8
巴基斯坦	4.1	2.4
拉丁美洲	6.7	4.3
巴西	7.5	2.7
阿根廷	9.2	8.9
哥倫比亞	4.0	5.9
秘魯	8.8	6.9
智利	5.2	6.0
墨西哥	5.5	3.9
東歐／中東與非洲	4.9	5.0
俄羅斯	4.3	4.3
土耳其	9.2	8.5
匈牙利	1.2	1.7
捷克	2.6	1.7
波蘭	3.9	4.3
南非	2.9	3.1
埃及	5.1	1.8
以色列	4.8	4.8
摩洛哥	3.7	4.8
沙烏地阿拉伯	4.6	6.8

資料來源：依據 Global Insight Inc., Global Insight's Comparative World Overview, May 2012 資料估算；台灣則依行政院主計總處 2012 年 5 月最新發布資料。

(一) 中國大陸經濟成長趨緩

2011 年，儘管中國大陸經濟受到國外需求萎縮，以及當局為抑制景氣過熱，自第 2 季起陸續採取貨幣緊縮政策等因素干擾，然受惠於民間消費與投資持續暢旺，經濟成長

率仍高達 9.3%，較 2010 年的成長率 10.4%降低 1.1 個百分點，且對全球經濟成長率的貢獻由 2010 年的 17.9%大幅提升為 25.7%。2011 年 3 月中國大陸公布的「十二五」規劃，將致力擴大內需與調整經社結構。

（二）亞洲四小龍投資與出口成長均減緩

2011 年亞洲四小龍因歐美市場景氣欠佳，存貨回補降低，投資與出口成長均減緩，加以前一年比較基礎較高，經濟成長率由 2010 年的 8.2%高峰下降至 2011 年的 4.0%。其中，香港經濟成長率由首季的 7.6%，逐季降至第 4 季的 3.0%，全年成長率為 5.0%，居亞洲四小龍之首；新加坡 2011 年第 2 季因生物製藥及電子產業景氣下滑，成長率降為 1.1%，所幸下半年生物製藥產業轉折向上，全年經濟成長率為 4.9%，較 2010 年復甦高點下降 9.9 個百分點；南韓因外需減弱影響出口，2011 年經濟成長率降為 3.6%，較 2010 年低 2.7 個百分點。

（三）東協四國中以泰國經濟重創最嚴重

2011 年，東協四國經濟成長率由上年的 6.9%降為 4.3%。其中，印尼因經濟成長多仰賴內需，且出口以石油、棕櫚油、天然氣等資源性產品為主，經濟成長率續由 2010 年的 6.1%上升至 6.6%。馬來西亞及菲律賓則在內、外需同時轉緩之下，經濟成長率分別降為 5.1%、3.7%；泰國受東日本震災中斷產品供應鏈的波及，以及 2011 年底巨大洪災的衝擊，製造業遭致重創，第 4 季經濟負成長 9.0%，全年僅成長 0.1%。

（四）印度成長力道下滑

印度經濟具備高儲蓄率與高投資率、年輕勞動人口眾多，以及中產階級快速擴張等有利條件；惟 2011 年一方面受美國經濟走緩與歐元區債務危機影響，另一方面因印度央行（RBI）為遏制國內高通貨膨脹壓力，大幅緊縮貨幣政策，致削弱經濟成長動能。2011 年成長力道由上年的 8.8%下滑至 6.8%。

（五）拉丁美洲受歐債危機衝擊經濟成長動能下滑

2011 年拉丁美洲新興市場國家，經濟成長率由 2010 年的 6.7%降至 4.3%，對全球經濟成長貢獻率為 8.3%。其中，巴西因高通貨膨脹抑低經濟成長動能，2011 年經濟成長率由 2010 年的 7.5%劇降至 2.7%；阿根廷經濟在寬鬆財經政策挹注下，民間消費持續熱絡，2011 年經濟成長率高達 8.9%為中南美洲最高，但低於上年的 9.2%，秘魯 6.9%及智利 6.0%次之。

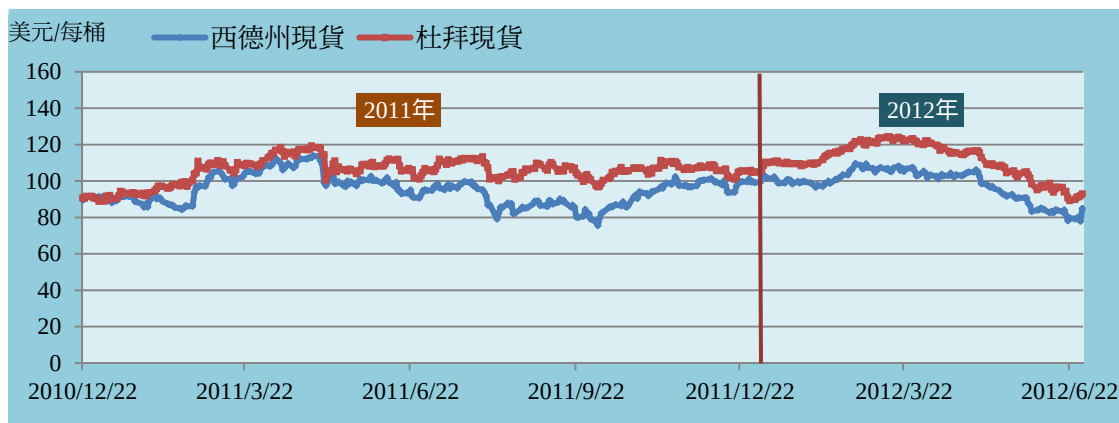
（六）東歐／中東與非洲之產油國受惠油價上漲微幅提升

2011 年東歐／中東與非洲新興市場國家，部分國家雖因政治衝突與社會動亂阻礙經濟發展，然因產油國受惠上半年油價上漲，2011 年整體經濟成長率由 2010 年的 4.9%，微幅提升為 5.0%，對全球經濟成長貢獻率為 11.1%。其中，土耳其因銀行體系與財政結構健全，且大力推展經濟改革，2011 年經濟成長率高達 8.5%；沙烏地阿拉伯拜高油價之賜，2011 年經濟成長率由 2010 年的 4.6%提高為 6.8%，摩洛哥、以色列、俄羅斯及波蘭則介於 4.8%至 4.3%之間。

三、國際原油價格呈現震盪起伏走勢

2011 年原油市場呈現震盪起伏的走勢，上半年由於西亞、北非政局動盪不安，擔憂石油供應中斷成為支撐油價上漲的因素，加上日本發生地震災難後，需要大量的石油，彌補核電廠關閉引發的電力短缺，一度將油價推升至 2008 年 9 月以來的新高。下半年則在美國經濟成長減緩、歐洲債務危機尚未解決下，市場需求轉為疲弱，國際油價因此滑落，然在伊朗、敘利亞局勢緊張的加速刺激下，油價仍維持在每桶 100 美元以上。（圖 1-1-1）

圖 1-1-1 國際原油價格走勢



附註：表中之日期及數值係指西德州原油該日期每桶價格。

資料來源：經濟部能源局，石油資訊系統。

第 2 節 台灣經濟環境的變化

根據行政院主計總處估計，2011 年國內經濟在 2010 年成長率 10.72%的高基數下，中度成長 4.03%。輸出受歐美經濟趨緩影響，成長率由上半年的 7.89%，降至下半年的 1.46%，全年成長 4.53%。民間投資上半年成長 7.62%，下半年因國外需求減弱，產能利

用率下滑，轉為負成長 11.47%，全年負成長 2.47%。民間消費因就業穩定回升，前 3 季均有 3%以上的成長，至第 4 季始因經濟前景不明影響消費信心，僅成長 1.06%，全年成長 2.97%。2011 年台灣總體經濟相關指標說明如下：

一、台灣經濟景氣趨於低緩狀態

由行政院經建會發布的景氣對策信號觀察，2011 年 1 月到 2 月雖然連續亮出「黃紅燈」，顯示景氣維持熱絡，3 到 7 月亮出代表景氣穩健的「綠燈」，8 月卻出現「有不景氣之虞」的「黃藍燈」，連續三個月後至 11 月亮出代表「不景氣」的「藍燈」，持續到 12 月，且綜合判斷分數一路下跌，表示景氣低迷，經濟也逐漸滑落。（圖 1-2-1）

圖 1-2-1 2011 年景氣對策信號

月 份		1 月	2 月	3 月	4 月	5 月	6 月	7 月	8 月	9 月	10 月	11 月	12 月
項 目	燈 號												
	分 數	34	34	31	29	27	25	23	20	21	19	16	14
貨幣總計數 M1B													
直接及間接金融													
股價指數													
工業生產指數													
非農業部門就業人數													
海關出口值													
機械及電機設備進口值													
製造業銷售值													
批發、零售及餐飲業營業額指數													

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。

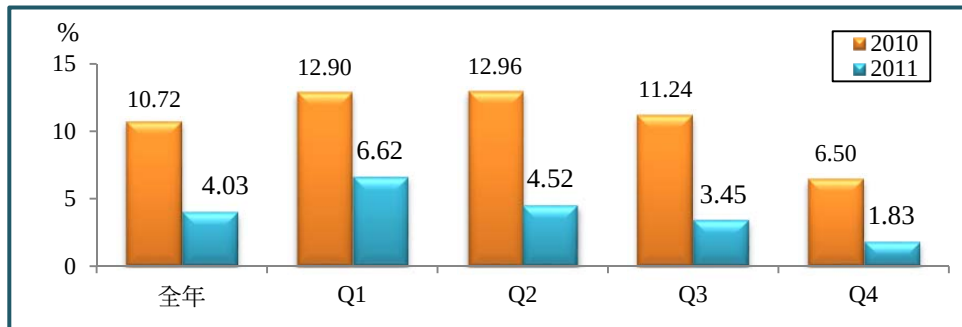
資料來源：行政院經建會，《台灣景氣指標》，2012 年 2 月。

二、雖然台灣經濟成長由強轉弱，但平均每人所得突破兩萬美元

2011 年上半年國內經濟穩健擴張，平均經濟成長率 5.57%（第 1 季 6.62%、第 2 季 4.52%）；下半年因歐債危機升高，全球經濟成長趨緩，導致台灣出口成長下滑民間投資轉呈衰退，平均經濟成長率降為 2.64%（第 3 季 3.45%、第 4 季 1.85%）；全年經濟成長率 4.03%。（圖 1-2-2）

2011 年平均每人 GNP 2 萬 690 美元（新臺幣 60 萬 9,590 元），每人 GDP 2 萬 122 美元，均首次突破 2 萬美元大關。

圖 1-2-2 2010 年至 2011 年台灣經濟成長率



資料來源：行政院主計總處，2012 年 5 月。

三、消費物價溫和上漲

2011 年上半年國際原物料價格續居高檔，下半年受全球經濟景氣趨緩影響，價格走勢轉呈平穩，通膨壓力趨緩，環球透視機構 Global Insight 估計世界通膨率為 4.0%。2011 年國內天候穩定，蔬果價格持穩，加上新臺幣升值效應，躉售物價指數 (WPI) 上漲 4.32%，消費者物價指數 (CPI) 上漲 1.42% (表 1-2-1)，漲幅為亞洲四小龍最低 (南韓漲 4.0%、新加坡漲 5.2%、香港漲 5.3%)；不包括蔬果、水產及能源之總指數 (即核心 CPI) 年增率為 1.13%。

表 1-2-1 2005 年至 2011 年台灣重要經濟指標

單位：%

年別 \ 指標	經濟成長率	躉售物價	消費者物價	賦稅收入	貨幣總計數		新台幣匯率 (兌 1 美元)	勞動力參與率	失業率
					M1B	M2			
2005	4.70	0.62	2.31	12.98	7.10	32.17	6.20	57.78	4.13
2006	5.44	5.63	0.60	2.13	5.30	32.53	6.18	57.92	3.91
2007	5.98	6.47	1.80	8.31	6.44	32.84	4.16	58.25	3.91
2008	0.73	5.15	3.53	1.53	-2.94	31.52	2.71	58.28	4.14
2009	-1.81	-8.74	-0.87	-13.07	16.54	33.05	7.45	57.90	5.85
2010	10.72	5.46	0.96	6.01	14.93	31.64	4.53	58.07	5.21
2011	4.03	4.32	1.42	8.78	7.16	29.46	5.83	58.17	4.39

附註：除勞動力參與率、失業率和匯率（平均）外，其餘皆指年增加率。

資料來源：行政院主計總處「國民經濟動向統計季報」、「人力資源調查統計月報」及中央銀行「金融統計月報」。

四、民間部門及公共部門投資負成長

2011 年上半年，國內廠商因應出口訂單需求，持續增加投資，民間投資實質成長 7.62%。下半年隨國外需求減弱，產能利用率下滑，科技業者縮減半導體及面板等設備購置支出，以新臺幣計價資本設備進口衰退逾 20%，民間投資轉為實質負成長 11.47%。全年民間投資名目金額 2 兆 2,062 億元（其中半導體業、光電業及電信業投資合計 5,503 億元）占名目 GDP 比率 16.05%，實質負成長 2.47%，對經濟成長負貢獻 0.35 個百分點。

2011 年公共工程執行績效良好，其中 1 億元以上公共建設計畫預算執行率 92.15%，其中「愛臺 12 建設」政府投資部分預算執行率 91.50%。全年政府固定投資名目金額 4,720 億元，占名目 GDP 比率 3.43%，剔除物價因素後，實質負成長 5.40%，對經濟成長負貢獻 0.16 個百分點。

五、對外貿易總值及出超金額均較 2010 成長

延續 2010 年全球經濟復甦，世界貿易量回升，相較於 2010 年，2011 年台灣經濟持續成長，貿易總值增加 5,897 億美元（或增加 12.14%）；出口成長雖趨緩，惟出口總額達 3,083 億美元首度突破 3 千億美元大關，較 2010 年增加 12.26%，進口總值為 2,814 億美元，成長 12.02%；2011 年貿易維持出超，金額增加 14.79%。（表 1-2-2）。另出口結構仍過度集中中間財（占總出口比率 73.85%），易受外在因素衝擊。

表 1-2-2 2005 年至 2011 年台灣對外貿易概況

單位：億美元；%

指 標 年 別	貿 易 總 值		出 口 總 值		進 口 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
2005	3,810	8.52	1,984	8.81	1,826	8.21	158	16.19
2006	4,267	11.99	2,240	12.89	2,027	11.00	213	34.78
2007	4,659	9.19	2,467	10.12	2,193	8.17	274	28.64
2008	4,961	6.47	2,556	3.63	2,404	9.67	152	-44.65
2009	3,780	-23.79	2,037	-20.32	1,744	-27.48	293	93.03
2010	5,258	39.09	2,746	34.82	2,512	44.08	234	-20.47
2011	5,897	12.14	3,083	12.26	2,814	12.02	268	14.79

附 註：1.出口總值、進口總值為「出口總值＝出口＋復出口」、「進口總值＝進口＋復進口」。

2.金額以億美元為單位（因四捨五入關係，出入超或出口、進口數字加總與累計數未盡相符）；
成長率以百萬美元為計算單位而得之。

資料來源：經濟部國際貿易局，《中華民國貿易統計重要參考指標》，2012 年 2 月。

六、貿易地區仍以中國大陸為主

2011 年台灣對主要貿易國或地區出口，皆較 2010 年增加；在主要貿易國家中，占我國出口比率，以中國大陸和香港出口合計達 40.2% 最高，年增加 8.1%，直接對中國大陸出口占 27.2%（增加 9.1%），對東協六國出口占 16.5%，年增加 22.7%。

2011 年自主要貿易國家或地區進口，也多呈現增加；占進口比率仍以日本 18.5% 最高，較 2010 年僅增加 0.6%，直接自中國大陸進口占 15.5%，年增 21.3%。（表 1-2-3）

表 1-2-3 2011 年台灣主要貿易國家進出口貿易值及結構

單位：億美元；%

主要國家與地區	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	3082.99	100.0	12.3	2816.05	100.0	12.0	266.94	14.9
中國大陸及香港	1,240.54	40.2	8.1	452.83	16.1	20.5	787.71	2.1
直接對中國大陸	839.65	27.2	9.1	436.07	15.5	21.3	403.58	-1.5
香 港	400.89	13.0	6.0	16.76	0.6	2.9	384.13	6.2
美 國	363.65	11.8	15.6	257.59	9.1	1.5	106.07	74.3
日 本	182.38	5.9	1.3	522.11	18.5	0.6	-339.72	0.2
新 加 坡	168.81	5.5	39.6	79.58	2.8	4.1	89.22	100.4
南 韓	123.82	4.0	15.9	178.66	6.3	11.25	-54.84	2.0
歐 盟	312.14	10.1	6.3	295.90	10.5	13.8	16.24	-51.8
東協六國	507.41	16.5	22.7	326.59	11.6	13.5	180.82	43.8
其 他	184.24	6.0	29.5	702.79	25.1	31.94	-518.55	32.8

附 註：1.出口總值、進口總值為「出口總值＝出口＋復出口」、「進口總值＝進口＋復進口」。

2.金額以億美元為單位（因四捨五入關係，出入超或出口、進口數字加總與累計數未盡相符）；成長率以百萬美元為計算單位而得之。

資料來源：財政部，2011 年 12 月海關進出口貿易統計快報（2012 年 1 月 9 日發布）。

另外，若以東協 10 國觀察，2011 年我國與東協貿易總值約 843.64 億美元，其中東協自台灣進口金額達 515.43 億美元，出口至台灣金額達 328.21 億美元。2011 年較 2010 年貿易總額增幅達 19.08%，東協自台灣進口之金額增加 22.83%，出口至台灣金額增加 13.63%，顯示台灣出口貿易，逐漸移往東協。（表 1-2-4）

另分別從東協各國來看，2011 年新加坡與我國的貿易總值最高，達 248.38 億美元，其次為馬來西亞（155.03 億美元）、第 3 為印尼（122.74 億美元），越南（108.72 億美元）和泰國（105.33 億美元）分居第 4、第 5。（表 1-2-4）

表 1-2-4 2011 年台灣與東協 10 國貿易統計

單位：億美元

國 別	貿易總值	自台灣進口	出口至台灣
東協 10 國總計	843.64	515.43	328.21
新 加 坡	248.38	168.80	79.58
馬來西亞	155.03	68.92	86.12
印 尼	122.74	48.37	74.37
越 南	108.72	90.27	18.45
泰 國	105.33	61.39	43.94
菲 律 賓	93.79	69.64	24.14
東 埔 塞	6.64	6.31	0.33
緬 甸	2.07	1.33	0.74
汶 萊	0.79	0.38	0.42
寮 國	0.13	0.02	0.11

資料來源：經濟部國際貿易局貿易統計系統 <http://cus93.trade.gov.tw/FSC3/FSC3050F.ASPX>

七、貨幣與金融面受景氣走緩影響較大

- (一) 利率政策：2011 年上半年全球經濟維持成長力道，國內經濟亦穩健成長，惟鑑於市場利率逐步走高，且通膨壓力可能升高，央行兩度調升利率各半碼。7 月之後，歐債危機影響全球金融穩定，全球經濟成長因而減緩，波及國內出口、投資及消費等活動。鑒於全球經濟存在諸多不確定性，不利國內經濟成長及物價穩定，央行於 9 月及 12 月兩次理事會決議維持各項政策利率不變，以維持物價穩定，並維護整體經濟金融穩健發展。
- (二) 銀行放款與投資：2011 年初，由於景氣活絡，民間資金需求升溫，銀行對民間部門債權擴增，全體金融機構放款與投資年增率持續上升，3 月底達 8.17% 高點。下半年隨景氣走緩，民間投資動能漸趨下滑，資金需求減弱，全體貨幣機構放款與投資年增率回降，至 12 月底為 6.0%，全年平均 7.44%。
- (三) 貨幣總計數：2011 年上半年，因銀行放款與投資持續成長，日平均貨幣總計數 M2 年增率大致呈上升趨勢。下半年隨景氣走緩，銀行放款與投資成長減緩，加上外資淨匯出，M2 年增率轉呈下降趨勢，至 12 月為 5.01%。全年平均 M2 年增率為 5.83%。（表 1-2-1）
- (四) 新臺幣匯率：2011 年 9 月以前，新臺幣對美元大致呈升值趨勢，之後由於歐債問題難解，市場擔憂全球經濟前景，國際金融市場震盪，提升美元避險需求，致美元走強，加上外資匯出，新臺幣對美元貶值，9 月 22 日貶破 30 元（30.37 元），10 月 4 日續跌至 30.68 元。隨著歐債危機暫獲紓緩，美元走弱，新臺幣對美元止貶回穩，至 12 月底為 30.29 元。全年平均為 29.46 元。（表 1-2-1）

八、就業人數增加、失業率持續減少、薪資微升

2011 年國內勞動情勢趨穩，失業率 4.39%，已連續 2 年下降；勞動力參與率 58.17%，為近 3 年來最高。2011 年就業增加率 2.06%，其中上半年政府積極媒合產業及勞工就業，加以廠商擴大員工僱用，就業人數顯著增加，下半年雖隨景氣走緩，製造業人力需求趨緩，惟因服務業人力需求增加，總就業人數大致呈增加趨勢，至 12 月達 1,080 萬 2 千人。2011 年青年（15 至 24 歲）失業率達 12.47%，為整體失業率的 2.84 倍，反映青年就業問題不容忽視。另 2011 年國內非勞動力人數首度突破 8 百萬人（達 805 萬 3 千人），閒置人力持續增加，削弱經濟成長潛能。

薪資方面，2011 年工業及服務業受僱員工每人每月平均薪資 4 萬 5,642 元，較 2010 年增加 2.73%，係歷年最高水準；其中，經常性薪資 3 萬 6,803 元，增加 1.47%。扣除物價漲幅後，實質平均薪資與實質經常性薪資分別增加 1.29% 及 0.04%。此外，2011 年服務業就業占總就業人數 58.60%，工業就業占 36.34%，農業就業占總就業人數則降至 5.06%。

第 3 節 主要國家中小企業發展情勢

隨著全球社會與經營環境的變化，各主要國家中小企業的發展究竟如何，以下謹就相關資料作扼要說明：

一、日本中小企業景況

根據《2011 年日本中小企業白皮書》的資料，日本中小企業約 419.1 萬家，約占日本總企業家數 420.3 萬家的 99.7%。從就業人口來看，中小企業約僱用 2,827 萬名員工，占總就業人數 4,273 萬名的 66.2%，占製造業附加價值總額 80.3 兆日圓之 57.8%。

就 2011 年全年而言，整體產業的業況判斷，景況好轉企業比率小於景況下降企業比率，雖受東日本大地震影響，於第二季時一度差距擴大，全年差距縮小。就製造業的業況判斷，景況好轉企業比率小於景況下降企業比率，自第三季開始連續兩期差距縮小，但全年差距擴大。在製造業十四種業別中，受東日本大地震影響，僅家具及裝備品、窯業及土石製品、鋼鐵及非鐵金屬等三種業種別的差距縮小，其餘如食品、纖維工業、木材及木製品、化學等十一種業種別的差距擴大。就非製造業的業況判斷，景況好轉企業比率小於景況下降企業比率，自第三季開始連續兩期差距縮小，全年差距亦縮小。以產業別來看，第二季時受東日本大地震影響，全體差距擴大，但以全年而言，全體（如建

設業、批發業等）差距皆為縮小。

就地區別的業況判斷，景況好轉企業比率小於景況下降企業比率，第一季：八個地區中，僅九州・沖繩一個地區的差距擴大，北海道等七個地區的差距縮小；第二季：受東日本大地震影響，北海道、東北、關東等全體八個地區的差距皆擴大；第三季及第四季：全體八個地區的差距皆縮小。以全年而言，八個地區的差距皆為縮小。

就全產業的資金調度言，景況好轉企業比率扣除景況下降企業比率的數值，於第二季時一度差距擴大，全年差距縮小。就長期資金借入難易度看，景況好轉企業比率小於景況下降企業比率的數值，於第二季時一度差距擴大，全年差距縮小。而短期資金借入難易度，景況好轉企業比率小於景況下降企業比率，第二季時一度差距擴大，全年差距縮小。至於員工人數過剩或不足的數值，自第三季開始連續兩季轉為不足，全年不足感增加。

二、中國大陸中小企業景況

根據《中國大陸中小企業 2011 年藍皮書》，2010 年中國大陸中小企業景況如下：

（一）全國規模以上工業中小企業發展情況

2010 年全年規模以上工業中小企業總產值為 49.77 萬億元（人民幣，以下同），與上年同期相比增加 32.88%，占全國之規模以上工業企業總產值 70.32%。

2010 年至 11 月，全國規模以上中小企業實現銷貨收入為 42.55 萬億元，與上年同期相比增加 33.47%；上繳稅金總額為 14,707.84 億元，與上年同期相比增加 28.32%；企業實現利潤 25,944.43 億元，與上年同期相比增加 50.50%；全國規模以上中小企業家數達 44.93 萬戶，與上年同期相比增加 7.11%；從業人員 7,056.17 萬人，與上年同期相比增加 8.64%。

（二）中小企業實有戶數情況

中國大陸中小企業實有戶數定義包括：全國實有企業戶數和全國實有個體工商戶戶數，由於中國大陸目前不存在中小企業戶數統計，而認為 99%數量的企業皆為中小企業，故用總企業戶數加上個體工商戶戶數作為替代指標，利用此指標的變化趨勢反映中小企業戶數變動情況。

至 2010 年底，全國實有企業為 1,136.48 萬戶，比上年同期增加 93.13 萬戶，增加率為 8.93%；內資企業實有 246.44 萬戶，較上年同期減少 12.72 萬戶，減少 4.91%；私營企業 845.51 萬戶，比上年同期增加 14.23%；外資企業 44.52 萬戶，比上年同期增加 2.53%；

全國新登記實有企業為 176.21 萬戶，比上年同期增加 15.02%；新登記私營企業為 157.66 萬戶，比去前同期增長 20.84%；新登記外資企業為 4.06 萬戶，較上年同期增長 2.27%；新登記內資企業有 14.19 萬戶，比上年同期減少 5.4%。

全國實有個體工商戶有 3,452.89 萬戶，與上年相比增加 7.99%；從業人員 7,007.56 萬人，增加 6.41%；資金數額為 1.34 萬億元，增加 23.31%。

（三）中小企業行業分布情況

由實有戶數看來，全國實有批發和零售企業 397.09 萬戶，與上年同期相比增加 9.11%，位居首位；製造業為 242.25 萬戶，與上年同期相比增加 4.33%，居次位；租賃與商業服務位居第三，有 105.55 萬戶，比上年同期增長 17.32%；水利、環境與公共設施管理業為 5.27 萬戶，比上年同期增長 11.42%；衛生、社會保障與社會福利業為 1.64 萬戶，與上年持平；教育業為 1.64 萬戶，比上年同期增長 5.8%。

（四）中小企業服務體系建設情況

中小企業信用擔保機構由 2000 年的 97 家發展到 2010 年的 5,547 家，增長 57 倍，擔保資金由初期 30 億元發展到現在 3,389 億元，成長了 113 倍，信用擔保體系基本形成；體系架構的部分，全國中小企業服務機構由 2000 年的 33 家成長到現在已經有 818 家；在提升中小企業素質方面，自 2003 年來，中央財政累計投入了 1.8 億元，共完成 30 多萬人次的免費集中培訓、50 萬人次的遠程網路培訓計畫、110 萬人次的資訊化培訓；中小企業創業服務方面，中央財政安排創業輔導服務資金 7,262 萬元，支持 522 家服務機構並為 11.9 萬的初創業者提供了服務；其他還有如：加快公共服務平台建立以支撐中小企業創新發展、加快建設資訊服務網路以暢通中小企業之資訊渠道等。

（五）中小企業管理資訊化建設情況

目前中國大陸中小企業正處於轉型升級階段，企業從專注內部生產逐漸轉為注重效益、效率和提高市場影響能力上面，至 2010 年，已建立中小企業資訊化輔導站 280 家，新認證管理健康體驗師 1,125 人，為五萬多家中小企業提供管理運營的企業健康體檢，幫助 13 萬中小企業實施了企業資訊化。

三、韓國中小企業景況

根據 OECD 2006 年的數據，韓國企業中有 98.9% 為中小企業，1.1% 為大型企業。就業人口 71% 中，服務於中小企業，29% 服務於大型企業。

韓國政府早從 1996 年開始，即致力於增進中小企業的創新，成立「新科技購買保證計畫」（New Technology Purchasing Assurance Programme），透過中小企業產品的公共購買來激勵更多自主性的科技發展，並在 1996 年成立中小企業處(SMBA)對公共機構提供補助去採購中小企業的科技性產品，進而促進中小企業的科技發展，根據韓國的〈促進中小企業及產品鼓勵採購法案〉（Promotion of Small and Medium Enterprises and Encouragement of Purchase of Their Products Act.），若中小企業的科技性產品被標註為保證購買的商品，則 SMBA 可以推薦所有公共機構以及政府機關優先購買此項產品，而根據此項法案，最少有 20%的產品被分類為是新且傑出的產品(new excellent product, NEP)，將會透過此計畫而被政府保證購買。

OECD 2002-2004 年的調查資料指出，韓國中小企業在有產品創新、程序創新、非技術類創新、合作創新等方面之企業，其數量皆低於大型企業；而關於中小企業的相關工作主要由韓國中小企業處（Small and Medium Business Administration, SMBA）負責，主要任務在協助韓國中小企業建構企業家精神、人力資源、財務支援、行銷與創新活動等。

在 2010 年，韓國的公共機構及政府機關對於新科技性產品所採購的金額佔所有採購總金額的 9%以上，採購中小企業新科技性產品的金額達到 20,785 億元韓幣（約等於 19 億美元）。（表 1-3-1）

表 1-3-1 韓國新科技購買保證計畫表現

單位：百萬元韓幣

項 目 \ 年 別	2004	2005	2006	2007	2008	2009
政府購買中小企業產品金額	150,973	158,184	190,128	193,010	242,052	224,302
政府購買中小企業新技術性產品金額	5,251	6,144	10,744	13,705	16,808	20,785
新技術性產品金額佔總金額的比例	3.5%	3.9%	6.9%	7.1%	6.9%	9.3%

資料來源：OECD，2011，*Demand-Side Innovation Policies*。

四、美國中小企業景況

依據美國人口普查局（US Census Bureau）2008 年普查資料，美國中小企業家數約 27,262,983 家，占全國所有企業家數 27,281,452 家之 99.93%；全國所有企業雇用員工數約 120,963,551 人，中小企業雇用員工數約為 59,693,991 人。另外，美國 2008 年全部企業總產值為 14.4 兆美元、2009 年為 14.35 兆美元；2008 年中小企業總產值為 5.616 兆美元、2009 年為 5.596 兆美元。聯邦政府之小型企業署（Small Business Administration, SBA）為中小企業之主管機關；該署在全美設立 10 個地區分署（SBA Regional Office）及在各

州設立獨立辦事處（Local SBA Office），負責推動及執行聯邦政府之中小企業發展政策及相關措施。

依 2011 年 10 月富國／蓋洛普（Wells Fargo/Gallup）對美國中小企業主的調查，詢問他們「所面臨的最大問題為何？」，如表 1-3-2 所示，對於美國的小型企業主來說，依循政府管制是他們今日所面臨的最大問題（22%），而其他前四大困擾則依序是消費者對於經濟的信心（15%）、欠缺消費需求（12%）、欠缺信貸供應（10%），以及政府與總統欠缺領導能力（9%）。（表 1-3-2）

表 1-3-2 美國中小企業主目前面臨最重要課題

單位：%

項 目	情 形	結 果
依循政府管制		22
消費信心		15
欠缺消費需求		12
欠缺信貸供應		10
貧乏的領導能力／政府／總統		9
現金流		7
新的健康照護政策		5
來自大企業或海外的競爭		4
就業不足		4

資料來源：Wells Fargo/Gallup Small Business Index, Oct. 3-6, 2011；GALLUP。

展望 2012 年，美國小型企業主的困擾事項，如表 1-3-3 所示，約有 1/3 的小型企業主非常或頗為擔心他們自己可能面臨歇業。同樣的，約有 1/3 的小型企業主擔心自己沒有能力與大企業或海外競爭者一較高下、困擾於無法雇用足夠的人力、或是沒有辦法支付員工薪資。而有 30% 的小型企業主預期他們不得不進行裁員。

表 1-3-3 美國中小企業主 2012 關注之課題

單位：%

項 目	情 形	小 計	非常擔心	頗為擔心
有能力與大企業或海外競爭者一較高下		37	21	16
面臨歇業		36	15	21
無法雇用足夠的人力		36	15	21
沒有辦法支付員工薪資		32	14	18
必須進行裁員		30	14	16

資料來源：Wells Fargo/Gallup Small Business Index, Oct. 3-6, 2011；GALLUP。

就個人來說，67% 的小型企業主憂心無法為自己準備足夠的退休資金，49% 的小型

企業主則有感於與家人相處或是培養自己興趣的時間不夠。

當被問到什麼是有助於公司在 2012 年能夠發展得更好的因素時，多數小型企業主的答案是銷售量提升（15%）、創造就業（14%）以及減少政府管制（12%）。（表 1-3-4）

表 1-3-4 影響美國中小企業 2012 續發展之因素

單位：%

項 目	情 形	結 果
提升銷售量		15
創造就業		14
減少政府管制		12
經濟情勢獲得改善		8
現金流		7
選新總統		7
信貸可得性		6
較好的租稅法律		6
消費信心		5
房屋市場獲得改善		4

資料來源：Wells Fargo/Gallup Small Business Index, Oct. 3-6, 2011；GALLUP。

小型企業主表示，收益和銷售量增加（27%）、經濟情勢獲得改善（20%），以及銷售成長或生意擴張（17%），是最能促使他們在 2012 年雇用新進人力的誘因。（表 1-3-5）

表 1-3-5 影響美國中小企業 2012 用新進人力之因素

單位：%

項 目	情 形	結 果
當收益或與銷售量提升時		27
當經濟情勢獲得改善時		20
當有必要支援發展或擴張計畫時		17
當有必要晉用人力以補足離職空缺時		10
當晉用人力能獲得租稅獎勵時		7
其他因素		7

資料來源：Wells Fargo/Gallup Small Business Index, Oct. 3-6, 2011；GALLUP。

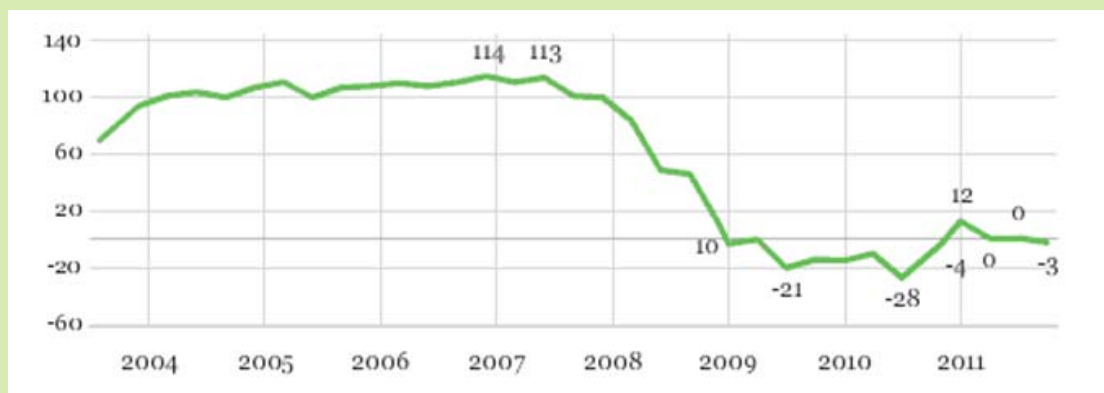
富國／蓋洛普小型企業指數（小型企業指數包括經營者預估其商業活動近來的情形和他們對於未來十二個月的預期，就整體財務狀況，收入，現金流量、資本額和就職數量，以及取得信用的容易與否等。）在 2011 年 10 月達到-3，這表示小型企業主繼前兩季以來，持續維持對於美國經濟前景的中立態度，亦即不樂觀也不悲觀。（圖 1-3-1）

小型企業指數可看作就是經濟活動的前兆。它在 2006 年底曾達到最高峰，而在 2007

年 6 月則是另一次高點，之後就在同年開始衰退。該指數自 2008 年至 2009 年中期持續下降，即便經濟學家表示經濟衰退已經正式結束。而在那之後，隨著經濟復甦較預期來得緩慢，指數表現也略見改善，一直到 2010 年 7 月才又再次面臨新低。指數的恢復情形顯著，並在 2011 年 1 月轉為積極，但在之後又形惡化。

總的來說，美國小企業主認為他們今日面對最大的問題是政府管制，此項結果與近來的另一項蓋洛普調查（10 月 6-9 日）當中有 14% 的美國人認為，降低政府管制是創造就業機會的最好辦法。

圖 1-3-1 美國富國／蓋洛普小型企業指數



資料來源：Wells Fargo/Gallup Small Business Index, Oct. 3-6, 2011；GALLUP。

在政府管制所帶來的公共利益以及對於商業進行管制所付出的成本之間，始終存在著論辯，也必然需要取得平衡。制度變化雖然可能對個別公司或產業帶來重大影響，但這對美國整體經濟通常不會帶來決定性影響。但是這些都並非屬於正常的經濟時期，而小企業主也似乎覺得政府的管制，正是讓他們艱難的經營環境更具挑戰性的因素。

小企業主所遭遇挑戰的強度，反映在他們之中有 1/3 的人擔心自己的公司可能會在 2012 年面臨歇業，或是沒有足夠的錢來支付員工的薪資。小企業主為了維持生存，在面對景氣循環時總表現出靈活且能夠適應的樣子。但是，疲弱不振的經濟情勢已經從 2008 年開始持續至今。另一次經濟衰退所造成經濟的脆弱性，可能對於美國的許多小型企業及他們所雇用的人員帶來可怕的後果。

五、英國中小企業景況

英國對中小企業之認定並無單一標準，惟依據英國主管中小企業業務之英國商業創新技能部（Department for Business Innovation & Skills, BIS）對中小企業之認定係以僱用

之員工人數作為標準：僱用員工介於 0-9 人者為微小型企業；0-49 人者為小型企業；50-249 人者為中型企業。該部之中小企業統計亦係依據 250 員工以下作為中小企業認定之標準，此外，亦有以公司之營業額及總資產作為中小企業認定標準者。依據英國商業創新技能部至 2010 年初之統計，英國約有 448 萬家企業，其中 99.8% 為中小型企業，中小型企業提供 1,331 萬人就業機會，占英國私人企業 59.1% 之就業及 48.6% 之營業金額。

在英國中小企業近年主要政策方面，英國財政大臣奧斯本（George Osborne）2011 年 3 月 22 日於下議院提出 2011/12 預算法案，旨在經濟穩定成長及創造工作機會，目標為創造 20 國集團（G20）中最具競爭力的稅務制度、讓英國成為歐洲最適合創業、融資和成長的地點、鼓勵以投資和出口為管道，讓經濟更平衡、教育水準更高、且為歐洲最能適應情勢變化的勞動力。其具體內容如下所述。

- （一）企業稅自 2011 年 4 月起再調降 2%，成為 26%，預定 2014 年前降至 23%；銀行稅自 2012 年 1 月起調高，以抵銷銀行享有的優惠。
- （二）為提升英國的競爭力，2012 年修改受控外國公司（Controlled Foreign Company）規定，包括海外理財收入在英國的實際稅率為 5.75%。
- （三）2011 年將中小企業研發稅減免比率提高至 200%，2012 年增至 225%。
- （四）自 2011 年 4 月起，將企業投資計畫（Enterprise Investment Scheme）稅款減免比率增至 30%。
- （五）符合「企業家減免（Entrepreneurs' Relief）」資格的資本收益終生限制額加倍。

六、德國中小企業景況

依據德國中小企業研究所之定義，員工最多不超過 500 人及每年的營業額最多不超過 5 千萬歐元的企業可稱為中小企業。德國有 350 萬家中小企業包括手工藝業者、工業、商業、觀光業、服務業及自由業，占德國總企業家數的 99.7%。OECD（2005）指出，德國將中小企業視為產業結構轉變與經濟成長的主要原動力，而中小企業透過持續回應顧客需求與高科技發展需求的過程來提升競爭力。為了推動中小企業成為經濟成長與就業市場的支柱，德國聯邦政府在 2003 年 1 月推動「中小企業創新方案」（SME Initiative），並於 2007 年 6 月經由國會通過後實施。該方案的主要目標在於提升中小企業創新動能，從而促進就業，帶動整個國民經濟的發展；包括八項主要內容：（一）為中小企業建立良好商業環境；（二）降低官僚障礙；（三）提倡創業；（四）獎勵中小企業創新；（五）推廣職業訓練與勞工技能教育；（六）改善中小企業融資現況與投資；（七）鼓勵風險

基金對高科技產業與新興科技產業投資；（八）提高中小企業國外市場占有率。

另外，為協助中小企業的發展，德國政府在其聯邦經濟與科技部（Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie, BMWI）下設中小企業政策處（Mittelstandspolitik）與中小企業諮詢委員會（Mittelstandsbeirat），以制定促進中小企業發展之相關政策。其中，德國中小企業諮詢委員會的主要任務在於即時研析國內外經濟與科技情勢結構變化對中小企業的影響，並為聯邦經濟與科技部長提供政策上的參考建議，而中小企業相關政策則是由德國中小企業政策處來制定。

七、法國中小企業景況

根據歐盟統計資料庫（Eurostat SBS database）數據，2004 年符合歐盟中小企業標準之中小企業（員工人數在 250 人以下、營業額在 5,000 萬歐元以下或資本額在 4,300 萬歐元以下之企業）為 227 萬餘家，占法國企業總數 99.8%，其僱用人數達 883 萬人，占法國就業人數 61.4%，其提供之附加價值約達 4,122 億歐元。

2007 年 12 月，法國政府提出促進中小企業成長的減稅措施，協助研發型中小企業的成長，主要內容包括：（一）對 2013 年 12 月 31 日前成立的創新型中小企業免征地方經濟捐稅與不動產稅，以及免稅期 7 年；（二）出售這些研發型中小企業股份時，如果出售方持有股份 3 年或 3 年以上，則免征資本利得稅；（三）對於大學生或研究人員創業，根據相關規定給予較大程度的降稅優惠。法國亦積極協助中小企業取得資金融通管道，每年都會提出中小企業融資支援措施，並提升相關金融機構對中小企業融資意願，目前法國負責中小企業融資機構包括了法國信託投資銀行，以及法國中小企業銀行和投資戰略基金等。另外，法國奧賽歐集團（OSEO innovation）於 2005 年創立，主要任務為促進中小企業技術創新、協助技術轉移以及提供創新研發資金。2011 年，法國奧賽歐集團與合作金融機構共對 8.4 萬家法國中小企業提供了 310 億歐元創新研發貸款。

八、OECD 國家從事中小企業智財權管理

根據 2011 年 OECD 的年度報告，妥善管理智慧財產成為知識經濟中面對市場競爭的關鍵。取得並管理智慧財產權（IPRs）是企業得以將其創新潛力與創造力轉化為市場價值與競爭力的重要因素，尤其對於商業模式強烈倚賴智慧財產的新興企業與中小企業來說更是重要。

前揭報告指出，雖然 OECD 國家已經逐漸意識到中小企業 IPRs 管理的重要性，但少有針對中小企業之制度架構或相關措施，部分原因是由於決策者面對持續變化的智慧

財產現況作出適當反應的時間，往往趕不上技術創新的步伐。然而，這也涉及政府與決策者對於包括中小企業之智慧財產管理實務、法規與制度對於中小企業之影響、以及中小企業在快速變遷的市場架構之的發展需求等事項，有訊息不足的問題。

有關 OECD 國家從事 IPRs 保護之現況，可歸納如下：1.管制革新仍為進行式，且未來需要進行仔細評估；2.中小企業大多使用策略性方法與保密協定，而非使用正式 IPRs（例如專利、商標與版權）；3.中小企業大多欠缺對於 IPRs 的認知與 IPRs 策略；4.中小企業運用 IPRs 時會遭遇外在阻礙，其中尤以進行跨國經營時，面臨的阻礙為最。

為加強中小企業參與創新、價值創造與生產力提升，OECD 建議決策者應該設想一個包括以下七項要素的綜合性途徑，來解決影響中小企業接觸 IP 制度的內部與外部障礙：

- （一）提升對於 IPRs 之積極認知：中小企業大多只把 IPRs 認為是防禦性工具，因而錯失機會以建立其無形資產的價值並強化其競爭地位。資訊與訓練課程的目標應該在提升對於 IPRs 之積極用途的認知，亦即將 IPRs 當作是能夠提高創新經營策略的戰略性資產。
- （二）建立各種 IP 工具的普及性知識與他們所適用的戰略目標：為了提升 IPR 知識的普及性，相關政策應該包含半正式保護方式（例如契約）、各種 IP 工具，不同工具間的相互作用等，從而協助中小企業建立其個別策略。亦即，相較於目前產業所使用的標準與最佳作法，應該是經過更廣泛整理與區分的。
- （三）促進 IP 教育與訓練，為中小企業引進相關服務與專業知識：政策須解決中小企業在 IP 領域上專業知識之欠缺。與 IP 相關之訓練應該更接近中小企業的實際經營領域，並且應該是基於針對標的中小企業母體及其經營環境之有效評估。IP 教育課程應顧及更廣博的專業輪廓。而專業知識應建立在中小企業通常會接觸的專業服務市場上。因此，高等教育課程（例如科學、工程、設計與藝術創作）應該包括一些與 IPRs、IPRs 的策略性運用及其影響有關的內容。
- （四）解決中小企業在取得 IPRs 時的財務限制：政策應處理限制中小企業（特別是微型企業與傳統產業）使用正式 IPRs 時的財務限制。相關方案尤其應該解決他們在第一次接觸 IP 制度所遭遇的障礙，協助企業學習關於戰略性選擇以及如何發展例行程序以運用和管理無形資產。然而，財政支援本身並不足以創造從事 IP 制度之誘因。為了提升其有效性，此些倡議應該結合足夠的資訊與支援服務。
- （五）使整體 IPRs 制度對中小企業更加友善：包括：1.簡化程序並縮短申請時間，尤其是針對創新需時極短的產業，政府應該考慮創設快速申請通道並加速許可過程；

2. 尋求費用與成本架構之平衡，不僅滿足中小企業受限於財務而期待減輕成本負擔，也能經由收費引發潛在申請人的自主選擇，打消無謂的申請；3.改善訴訟與執法機制，縮減 IP 執法程序的時間和成本，提高企業對於執法機制的信心，並設法解決司法體系之中欠缺 IPR 專業知識的問題，增加透明度並簡化程序，並探究爭端解決機制的替代方案（例如：以行政程序來仲裁爭端、分權式的協調機制）。

（六）針對跨國性中小企業，改善跨國 IP 資訊、合作與執法：本國的 IP 機關應提供更全面性的國外 IP 制度相關資訊，以協助中小企業尋求國際化經營。若身為國際條約的成員，則藉由給予中小企業更廣泛的資訊與支持，使其能接觸到由這些條約所帶來的保護機制。

（七）改善衡量中小企業智慧資產及評估其管理之基準：協助中小企業接觸並運用 IP 制度之政策，應建立在一個衡量架構之上，而這個架構不僅考量到中小企業創新過程與結果所具備的特徵，也同時考量特定產業在創新與競爭上的性質。尤其是在創意產業與資通訊部門，目前以專利為基礎的衡量方法將中小企業的創新與智慧資產視為是有限度的。針對這些產業的措施尤其應充分考慮商標、版權、保密協議、半正式方法以及其他「軟策略」（例如保密與信任），而這些也是最廣為中小企業使用的保護機制。

第 2 章 中小企業發展動向

2011 年受歐洲債務危機影響，全球經濟成長減緩、逐季下滑，台灣也受波及，根據行政院主計總處估計，2011 年台灣經濟逐季放緩，全年呈現 4.03% 的中度成長率。本章主要以中小企業主要觀察指標來瞭解 2011 年台灣中小企業的發展現況。

本章分 6 節，第 1 節中小企業整體經營情勢，主要是以企業 4 個觀察指標（家數、銷售值、內銷值、出口值）作規模別、產業別觀察，並作歷年比較，另外，也觀察中小企業經營組織型態、經營年數、新設企業、出口貢獻及出口傾向；第 2 節以中小企業相關指標觀察中小型企業與地區經濟之關係；第 3 節仍利用中小企業相關指標資料，瞭解女性企業經營現況；第 4 節由經濟部統計處對製造業經營實況調查結果，以瞭解中小型製造業的經營情勢；第 5 節也藉由批發零售及餐飲業的調查結果，以瞭解其經營情勢；第 6 節分別以行政院國科會《科學技術統計要覽》及經濟部投審會《2011 年對海外投資事業營運狀況調查》中有關中小企業研發經費作分析。

另外，2010 年有關家數、銷售、就業、受僱、縣市別家數及銷售，以及製造業中分業、婦女企業等行業統計資料，已整理成中小企業統計表，請參閱本書附錄 2 各附表。而就業及僱用等相關資料分析，請參閱本書第 4 章；本章第 1 節統計資料，整理自財政部財稅資料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。

第 1 節 中小企業整體經營情勢

2011 年台灣中小企業家數、銷售值、內銷值、出口值、就業及受僱人數均較 2010 年成長，家數有 127 萬 9,784 家，占全部企業家數的 97.63%，較 2010 年增加 3 萬 1,786 家，或增加 2.55%

一、2011 年台灣企業家數、銷售值、內銷值、出口值、就業及受僱人數均較 2010 年成長

在全球經濟成長動能趨緩下，2011 年台灣整體經濟較上年僅小幅成長，而依營業稅徵收資料及行政院主計總處人力資源資料顯示，2011 年台灣企業家數、銷售值（包括內銷值及出口值）、就業及受僱人數仍呈正成長。

其中，中小企業家數、銷售值、內銷值、出口值較 2010 年分別成長 2.55%、4.84%、5.37%、1.85%；不過除家數增幅高於 2010 年之外，銷售值、內銷值及出口值的成長幅度，都不及 2010 年，分別幅滑落 11.7、10.07、21.22 個百分點；大企業 2011 年也均呈正成長，但跌幅均較中小企業大。（表 2-1-1）

2011 台灣經濟成長由強轉弱，景氣由年初的過熱的逐漸轉為 11 月、12 月的藍燈，影響中小企業及大企業的經營，逐漸下滑，不過仍呈小幅成長。

表 2-1-1 2010 年及 2011 年企業家數、銷售值、就業及受僱人數規模別概況

單位：家；百萬元；千人；%

指 標	全部企業		中小企業		大 企 業	
	2010 年	2011 年	2010 年	2011 年	2010 年	2011 年
家 數	1,277,585	1,310,791	1,247,998	1,279,784	29,587	31,007
比 率	100.00	100.00	97.68	97.63	2.32	2.37
年增率	1.54	2.60	1.30	2.55	12.78	4.80
銷 售 值	36,239,637	37,881,681	10,709,005	11,226,933	25,530,632	26,654,748
比 率	100.00	100.00	29.55	29.64	70.45	70.36
年增率	20.87	4.53	16.54	4.84	22.79	4.40
內 銷 值	26,216,138	27,754,779	9,088,972	9,576,948	17,127,166	18,177,832
比 率	100.00	100.00	34.67	34.51	65.33	65.49
年增率	18.20	5.87	15.44	5.37	19.71	6.13
出 口 值	10,023,499	10,126,901	1,620,033	1,649,985	8,403,466	8,476,916
比 率	100.00	100.00	16.16	16.29	83.84	83.71
年增率	28.48	1.03	23.07	1.85	29.57	0.87
就業人數	10,493	10,709	8,191	8,337	1,253	1,334
比 率	100.00	100.00	78.06	77.85	11.94	12.46
年增率	2.09	2.06	1.56	1.78	6.77	6.50
受僱員工人數	8,104	8,328	5,805	5,958	1,250	1,332
比 率	100.00	100.00	71.63	71.54	15.42	15.99
年增率	2.72	2.77	2.22	2.64	6.73	6.58

附 註：表中「全部企業」之就業人數及受僱員工人數及比率，尚包括受政府僱用的 104 萬人及其比率（政府僱用人數占就業人數 9.69%、占全部受僱人數 12.48%）。

資料來源：1.家數及銷售值資料整理自財政部財稅資料中心，營業稅徵收原始資料，2011 年。

2.就業及受僱人數資料整理自行政院主計總處，《人力資源統計月報》原始資料，2011 年。

二、中小企業家數、銷售結構及近年變動情勢

（一）2011 年中小企業家數年增加 2.55%

2011 年全部企業家數有 131 萬 791 家。其中，中小企業有 127 萬 9,784 家，占全部企業家數的 97.63%，較 2010 年增加 3 萬 1,786 家，或增加 2.55%；大企業家數有 3 萬 1,007

家，占 2.37%，家數增加 1,420 家，增幅為 4.80%。（表 2-1-1）

中小企業家數在 2007 年至 2009 年連續 3 年減少，自 2010 年回升，2011 年更創下近年來最高紀錄。（表 2-1-2）

（二）中小企業銷售值中，內銷值占 85.30%，出口值占 14.70%

2011 年全部企業銷售值新台幣 37 兆 8,817 億元，較 2010 年增加 4.53%。其中，中小企業銷售值為 11 兆 2,269 億元，較 2010 年增加 5,179 億元（或增 4.84%）；大企業銷售值為 26 兆 6,547 億元，增加幅度（4.40%）相對較小，致使中小企業占全部企業銷售值的比率，由 2010 年 29.55%略增至 29.64%。（表 2-1-1）

中小企業銷售值中，內銷值占 85.30%，有 9 兆 5,769 億元，較 2010 年增加 4,880 億元（或增 5.37%）；出口值占 14.70%，有 1 兆 6,500 億元，年增加 299.5 億元（或增 1.85%）。顯示中小企業的營收主要來自內銷。

近 6 年中小企業銷售值之變化，2008 及 2009 受金融海嘯的影響，兩年銷售值及內銷值都衰退，2010 年景氣強勢反彈，兩者均大幅回升，2011 年景氣趨緩，但仍約有 5% 的增幅；出口值在 2009 年大幅滑落近 2 成，但 2010 年因景氣強勢反彈及比較基數較低，增幅高達 23.01%，2011 年出口值又因比較基期較高，及經濟復甦腳步趨緩，影響出口，增幅大幅滑落 21.22 個百分點，但仍呈正成長。（表 2-1-2）

表 2-1-2 2006 年至 2011 年中小企業家數、銷售值變動情形

單位：家；千人；百萬元；%

年 別 指 標	2006 年	2007 年	2008 年	2009 年	2010 年	2011 年
家 數	1,244,099	1,237,270	1,234,749	1,232,025	1,247,998	1,279,784
比 率	97.77	97.63	97.70	97.91	97.68	97.63
年增率	1.47	-0.55	-0.20	-0.22	1.30	2.55
銷 售 值	10,241,215	10,481,910	10,462,696	9,189,463	10,709,005	11,226,933
比 率	29.84	28.34	29.69	30.65	29.55	29.64
年增率	2.41	2.35	-0.18	-12.17	16.54	4.84
內 銷 值	8,678,992	8,842,983	8,817,989	7,873,111	9,088,972	9,567,948
比 率	33.91	32.49	34.23	35.50	34.67	34.51
年增率	2.33	1.89	-0.28	-10.72	15.44	5.37
出 口 值	1,562,224	1,638,927	1,644,707	1,316,352	1,620,033	1,649,985
比 率	17.89	17.06	17.36	16.87	16.16	16.29
年增率	2.86	4.91	0.35	-19.96	23.01	1.85

資料來源：整理自財政部財稅資料中心，營業稅徵收原始資料，2006 年至 2011 年。

三、中小企業產業結構變化

由表 2-1-3 觀察產業部門結構，2011 年中小企業家數以服務業家數最多，所占比率超過 8 成，近 6 年來中小企業服務業的家數，維持在 80.99%至 80.09%之間；2011 年中小型工業家數占 19.01%，但其營收占全部中小企業 5 成（50.13%），出口值所占比率更高達 72.50%；農業所占比率在 4 項指標都不及 1%。

表 2-1-3 2006 年至 2011 年中小企業產業部門概況

單位：家；%

年 別 項目別	2006 年	2007 年	2008 年	2009 年	2010 年	2011 年
中小企業家數	1,244,099	1,237,270	1,234,749	1,232,025	1,247,998	1,279,784
農 業	0.88	0.87	0.89	0.90	0.91	0.90
工 業	18.13	18.79	18.83	18.75	18.67	19.01
服務業	80.99	80.33	80.28	80.24	80.42	80.09
中小企銷售值	10,241,215	10,481,910	10,462,696	9,189,463	10,709,005	11,226,933
農 業	0.14	0.15	0.16	0.18	0.17	0.16
工 業	48.85	50.04	50.09	45.85	49.41	50.13
服務業	51.01	49.81	49.75	53.96	50.42	49.70
中小企內銷值	8,678,992	8,842,983	8,817,989	7,873,111	9,088,972	9,567,948
農 業	0.15	0.16	0.16	0.19	0.18	0.17
工 業	45.00	46.14	46.05	42.35	45.47	46.28
服務業	54.85	53.71	53.79	57.46	54.36	53.55
中小企出口值	1,562,224	1,638,927	1,644,707	1,316,352	1,620,033	1,649,985
農 業	0.10	0.11	0.11	0.15	0.14	0.12
工 業	70.25	71.09	71.77	66.82	71.52	72.50
服務業	29.64	28.79	28.12	33.03	28.34	27.38

資料來源：整理自財政部財稅資料中心，營業稅徵收原始資料，2006 年至 2011 年。

四、新設企業的中小企業家數占 99.72%、銷售值占 64.34%

2011 年新設企業（指經營未滿 1 年）有 9 萬 9,827 家，其中 99.76%為中小企業，計有 9 萬 9,584 家；新設中小企業銷售值 1,809 億元，占全部新設企業 64.34%；內銷值 1,724 億元，占 81.53%；出口值 86 億元，占 12.28%。（附錄 2 附表 9）顯示新設中小企業營收主要來自國內銷售。

進一步觀察 2011 年新設中小企業在整體中小企業中所扮演的角色，新設中小企業家數占全部中小企業比率 7.77%，為近 6 年來次高；不過新設中小企業在營收（銷售值、內銷值，以及出口值）方面，則為近 6 年來最低。

表 2-1-4 2006 年至 2011 年新設中小企業家數及銷售占全部中小企業比率

單位：家；百萬元；%

年 別		2006 年	2007 年	2008 年	2009 年	2010 年	2011 年
指標／項目	全部中小企業	1,244,099	1,237,270	1,234,749	1,232,025	1,247,998	1,279,784
	新設中小企業	108,320	92,956	86,325	88,531	93,609	99,584
	占全部比率	8.71	7.51	6.99	7.19	7.50	7.78
銷售值	全部中小企業	10,241,215	10,481,910	10,462,696	9,189,463	10,709,005	11,226,933
	新設中小企業	236,973	209,849	176,941	157,579	309,088	180,937
	占全部比率	2.31	2.00	1.69	1.71	2.9	1.61
內銷值	全部中小企業	8,678,992	8,842,983	8,817,989	7,873,111	9,088,972	9,576,948
	新設中小企業	221,496	192,999	165,219	147,318	170,476	172,362
	占全部比率	2.55	2.18	1.87	1.87	1.88	1.80
出口值	全部中小企業	1,562,224	1,638,927	1,644,707	1,316,352	1,620,033	1,649,985
	新設中小企業	15,477	16,851	11,722	10,261	138,612	8,575
	占全部比率	0.99	1.03	0.71	0.78	8.56	0.52

資料來源：整理自財政部財稅資料中心，歷年營業稅徵收原始資料。

依產業觀察，2011 年新設中小型服務業無論在家數、銷售值、內銷值及出口值所占比率均最高，且都超過 7 成，其中，服務業比率高達 85.42%。顯示 2011 年新設的中小企業大多從事服務業。（表 2-1-5）

表 2-1-5 2011 年新設中小企業家數及銷售之產業部門概況

單位：家；百萬元；%

項 目	家 數	銷售值		內銷值		出口值	
		結構比	結構比	結構比	結構比	結構比	結構比
總 計	99,584	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
農 業	618	0.62	0.25	0.25	0.25	0.25	0.26
工 業	13,901	13.96	23.86	23.79	23.79	25.23	25.23
服務業	85,065	85.42	75.89	75.95	75.95	74.51	74.51

資料來源：整理自財政部財稅資料中心，營業稅徵收原始資料，2011 年。

五、約有 5 成 7 的中小企業採獨資經營

2011 年全部企業有 55.39%採獨資方式經營，家數有 72 萬 6,060 家；其中，獨資經營的中小企業就有 72 萬 5,885 家，占 99.98%。（表 2-1-6）

就中小企業而言，獨資經營的家數占 56.72%最多；有限公司家數占 28.30%次之；股份有限公司占 8.55%居第 3。三者合占全部中小企業總家數比率高達 93.57%，其餘經營組織型態所占比率都相當低。（表 2-1-6）

大企業的經營組織型態明顯不同，以股份有限公司占 55.92%最高，有限公司（占 23.34%）次之，分公司（占 9.64%）居第 3，三者合占 88.90%。（表 2-1-6）

表 2-1-6 2010 年及 2011 年企業家數及比率－按經營組織型態

單位：家；%

組織型態	2010 年				2011 年			
	中小企業	結構比	大企業	結構比	中小企業	結構比	大企業	結構比
總 計	1,247,998	100.00	29,587	100.00	1,279,784	100.00	31,007	100.00
股份有限公司	112,220	8.99	17,635	59.60	109,465	8.55	17,340	55.92
有限公司	351,979	28.20	6,683	22.59	362,162	28.30	7,238	23.34
無限公司	43	0.00	2	0.01	50	0.00	2	0.01
兩合公司	11	0.00	1	0.00	10	0.00	1	0.00
合 夥	20,714	1.66	72	0.24	21,948	1.71	86	0.28
獨 資	710,894	56.96	164	0.55	725,885	56.72	175	0.56
外國公司	3,039	0.24	694	2.35	3,164	0.25	715	2.31
外國公司辦事處	101	0.01	19	0.06	93	0.01	19	0.06
分 公 司	28,157	2.26	2,517	8.51	30,854	2.41	2,988	9.64
其 他	20,840	1.67	1,800	6.08	26,153	2.04	2,443	7.88

資料來源：整理自財政部財稅資料中心，營業稅徵收原始資料，2010 年及 2011 年。

六、經營超過 10 年以上的中小企業約占 4 成 7

以經營年數觀察，2011 年經營未滿 1 年（新設）的中小企業家數占 7.78%，經營未滿 5 年者占 30.69%，超過 10 年者占 47.01%；大企業經營未滿 1 年家數僅占全部大企業的 0.78%，經營未滿 5 年者占全部企業的 11.18%，而超過 10 年者占全部大企業的 69.52%。顯見，中小企業保有比大企業更具彈性進出市場的特色，但仍有 4 成 7 的中小企業穩固經營超過 10 年。（表 2-1-7）

表 2-1-7 2007 年至 2011 年中小企業經營年數比率變動

單位：%

經營年數	年別				2011 年	
	2007 年	2008 年	2009 年	2010 年	中小企業	大企業
全部中小企業家數	1,237,270	1,234,749	1,232,025	1,247,998	1,279,784	31,007
未滿 1 年	7.51	6.99	7.19	7.50	7.78	0.78
1-2 年	8.57	7.25	6.76	6.95	7.20	2.06
2-3 年	8.09	7.34	6.16	5.75	5.88	2.64
3-4 年	6.31	7.08	6.45	5.38	5.04	2.70
4-5 年	5.86	5.61	6.33	5.75	4.79	3.00
5-10 年	20.11	20.64	21.01	21.95	22.30	19.30
10-20 年	23.97	24.63	25.10	25.33	25.05	33.95
20 年以上	19.58	20.47	21.02	21.39	21.96	35.57

資料來源：整理自財政部財稅資料中心，歷年營業稅徵收原始資料。

若以時間序列觀察中小企業經營年數比率變化，經營年數超過 20 年者，在 2007 年占 19.58%，其後逐年上升，至 2011 年上升至 21.96% 最高。（表 2-1-7）

七、中小企業直接出口貢獻降低，出口傾向則增加

以財稅資料中心營業額統計，中小企業出口值在 2006 年為 1 兆 5,622 億元，出口貢獻（中小企業出口值／全體企業出口值）為 17.89%，之後大都呈現逐年下滑趨勢，2010 年降至最低 16.16%。2011 年微幅上升至 16.29%。（表 2-1-8）

表 2-1-8 2006 年至 2011 年中小企業出口貢獻及出口傾向

單位：百萬元；%

項 目		2006 年	2007 年	2008 年	2009 年	2010 年	2011 年
全 體 企 業	出口值 (A)	8,731,753	9,608,324	9,476,222	7,802,519	10,023,499	10,126,901
	銷售值 (B)	10,241,215	10,481,910	10,462,696	9,189,463	10,709,005	11,226,933
中 小 企 業	出口額 (C)	1,562,224	1,638,927	1,644,707	1,316,352	1,620,033	1,649,985
	出口貢獻 C/A	17.89	17.06	17.36	16.87	16.16	16.29
	出口傾向 C/B	15.25	15.64	15.72	14.32	15.13	14.70

附 註：中小企業出口貢獻=（中小企業出口值／全體企業出口值）×100%；

中小企業出口傾向=（中小企業出口值／中小企業銷售值）×100%。

資料來源：整理自歷年財政部財稅資料中心營業稅徵收原始資料。

近 6 年來，中小企業出口傾向（中小企業出口值／中小企業銷售值比率）比率均未超過 2 成，以 2008 年最高，為 15.72%；而 2009 年最低，僅 14.32%。顯示，中小企業主要以內銷為主，占八成以上。

中小企業出口貢獻及出口傾向的轉折變化，一般認為主因是與台灣的產業結構與外銷型態調整有關，因為發展高技術層次、高附加價值及低耗能策略性工業（如電子資訊工業、精密機械、金屬工業）、高科技產業（如資訊、消費性電子、半導體、航太、尖端材料生物科技及製藥等），致使台灣外銷轉變為以大型企業為主的貿易類型。而中小企業經營亦有所轉變，成為大企業的衛星工廠、針對特定工業材料及零組件進行專業化生產等。亦即，中小企業改變過去直接外銷的角色，轉為藉由大企業進行間接外銷的支援者或支持者角色，對外銷的重要性不減，但無法在出口所占比率上呈現。

第 2 節 中小企業與地方經濟

台灣中小企業在經濟發展過程中扮演舉足輕重的角色，對台灣經濟在創造附加價值、促進經濟成長、提供就業機會、平衡城鄉差距、健全分工網絡上等重要重要性與重大貢獻。本節將進一步以地區、縣市別與五都來看 2011 年地方的中小企業家數、產業、營收及政府輔導資源投入等概況。

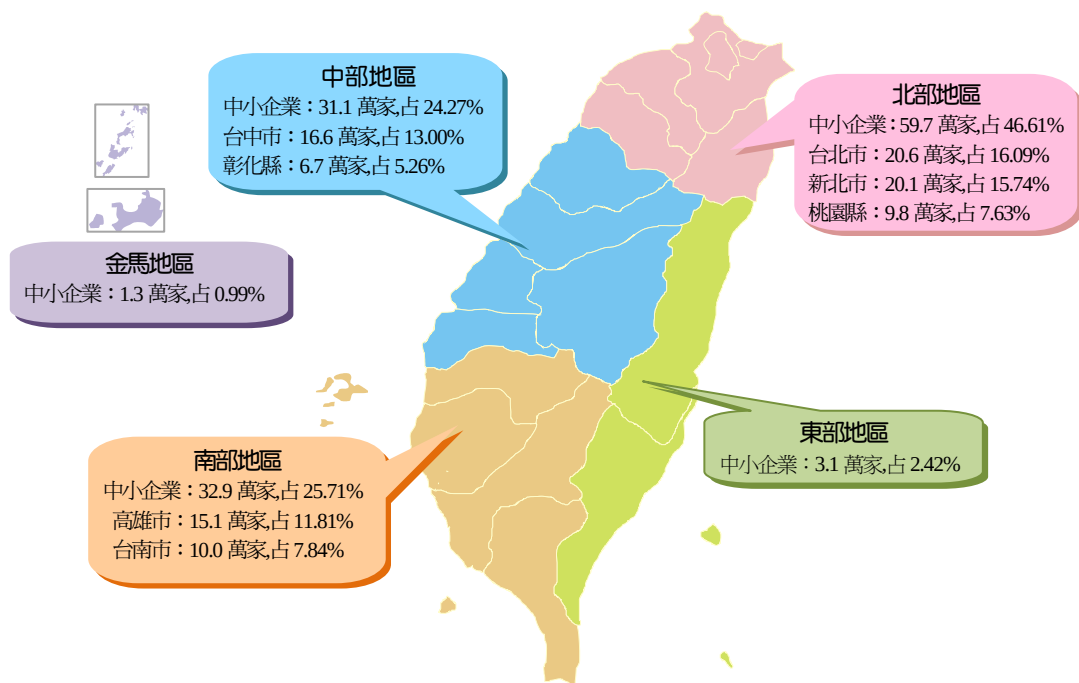
一、中小企業家數北部地區最多，南部地區次之

若依地區別觀察，2011 年有 46.61% 的中小企業集中在北部地區；中部及南部地區分別占 24.27% 及 25.71%；(圖 2-2-1) 大企業家數也集中在北部地區，所占比率更高達 63.11%。(參見附錄 2 附表 10)

二、台北市中小企業家數所占比率最高，新北市次之

依縣市別觀察，2011 年中小企業家數前 10 大，主要集中於台灣西半部的都會地區及其衛星縣市。其中，以台北市的 20 萬 5,939 家最多，占中小企業總家數 16.09%；新北市 20 萬 1,418 家（占 15.74%）居次；台中市有 16 萬 6,388 家（占 13.00%）位居第 3。（圖 2-2-1 及參見附錄 2 附表 10）

圖 2-2-1 2011 年中小企業地區及主要縣市家數分布情形



附註：北部地區包括：台北市、新北市、基隆市、宜蘭縣、桃園縣、新竹市、新竹縣；中部地區包括：苗栗縣、台中市、彰化縣、南投縣、雲林縣；南部地區包括：嘉義市、嘉義縣、台南市、高雄市、屏東縣、澎湖縣；東部地區包括：花蓮縣、台東縣；金馬地區包括：金門縣、連江縣。

資料來源：整理自財政部財稅資料中心，營業稅徵收原始資料，2011 年。

2011 年除連江縣中小企業家數減少外，其餘 21 個縣市皆較 2010 年增加，其中，以台中市、新北市、桃園縣、高雄市及台北市分別較 2010 年增加較多。

大企業家數主要集中在北部地區，以台北市 1 萬 204 家最多；新北市 4,743 家、台中

市 3,391 家分別居第 2、3 位。（參見附錄 2 附表 10）

三、台北市服務業家數所占比率最高

若以行業／縣市家數比率觀察，2011 年農林漁牧業家數以高雄、宜蘭及新北市最多；製造業則以新北市、台中市及彰化縣家數最多；台北市的服務業家數居各縣市之冠（表 2-2-1），尤以資訊及通訊傳播業、金融及保險業、資訊及通訊傳播業，所占比率（分別為 43.12%、39.74%、34.07%）都相當高。（參見附錄 2 附表 10）

表 2-2-1 中小企業行業家數比率－按縣市前 3 位

行業別	第 1 位		第 2 位		第 3 位	
	縣市名稱	比率(%)	縣市名稱	比率(%)	縣市名稱	比率(%)
中小企業總家數	台北市	16.09	新北市	15.74	台中市	13.00
農林漁牧業	高雄市	37.02	宜蘭縣	18.43	新北市	11.15
工業	新北市	20.92	台中市	17.82	高雄市	9.37
製造業	新北市	22.61	台中市	22.02	彰化縣	12.40
營造業	新北市	19.37	高雄市	12.62	台中市	12.60
服務業	台北市	18.38	新北市	14.56	高雄市	12.11
批發及零售業	台北市	17.70	新北市	15.24	台中市	12.02
住宿及餐飲業	台北市	15.59	高雄市	13.55	台中市	11.59

資料來源：整理自財政部財稅資料中心，營業稅徵收原始資料，2011 年。

四、新北市占中小企業總銷售值最高

2011 年中小企業銷售值，若以縣市觀察，新北市最高占 19.15%、台北市（18.68%）次之，高雄市（12.87%）第 3。以行業／縣市觀察，高雄農林漁牧業家數最多（占 37.01%），其銷售值占 31.99%仍居各縣市之冠；製造業則以新北市、台中市、彰化縣家數最多，但銷售值則以台中市、新北市及台南市所占比率最高；台北市的服務業銷售值所占比率，均居各縣市之冠。（表 2-2-2 及附錄 2 附表 10）

表 2-2-2 中小企業行業銷售值比率－按縣市前 3 位

行業別	第 1 位		第 2 位		第 3 位	
	縣市名稱	比率(%)	縣市名稱	比率(%)	縣市名稱	比率(%)
中小企業總銷售值	新北市	19.15	台北市	18.68	高雄市	12.87
農林漁牧業	高雄市	31.99	彰化縣	7.75	台南市	7.72
工業	新北市	16.67	台中市	15.96	台南市	11.70
製造業	台中市	16.80	新北市	16.55	台南市	13.68
營造業	新北市	17.49	台北市	16.68	高雄市	13.60
服務業	台北市	24.91	新北市	16.76	台中市	12.62
批發及零售業	台北市	22.88	新北市	18.07	台中市	13.01
住宿及餐飲業	台北市	26.20	台中市	12.25	新北市	11.97

資料來源：整理自財政部財稅資料中心，營業稅徵收原始資料，2011 年。

五、五都中小企業家數、銷售值及就業概況

2010 年台北縣升格為新北市、台中縣市、台南縣市及高雄縣市分別合併且升格為直轄市，為重大的政治與區域治理變革。主要目的在於藉由縣市合併，以擴大腹地、整合資源，進而強化競爭力；即使我國北中南都有國際性大都會，強化都會建設之整體規劃能力，擴大其行政組織和人力資源，拓展直轄市的發展腹地，使直轄市具備充足的水源、完善的內外聯絡交通設施（如捷運、海港、機場），以及廣大的腹地，科技園區與大學等，以利其推動國際都會規格的交通網絡建設，提昇都會經貿競爭力，以因應全球化區域主義和城市競爭的新局勢。

由表 2-2-3 資料顯示：五都中以台北市中小企業的家數、就業人數占優勢；新北市的家數所占比率居次，但銷售值所占比率最高；台中市家數及營收居五都第 3，但就業人數所占比率則是五都之末；高雄市在製造業大量外移之後，中小企業家數及營收所占比率僅超越台南市，居第 4 位，但就業人數則僅次於台北市居次。

表 2-2-3 2011 年五都企業家數、銷售值及就業人數比較

單位：家；百萬元；千人；%

指標／項目	城市	總 計	台北市	新北市	台中市	台南市	高雄市
家數	全部企業	1,310,791	216,143	206,159	169,779	102,197	154,203
	中小企業	1,279,784	205,939	201,416	166,388	100,384	151,096
	比 率	100.00	16.09	15.74	13.00	7.84	11.81
	大企業	31,007	10,204	4,743	3,391	1,813	3,107
銷售值	全部企業	37,881,681	12,216,800	4,177,230	3,575,047	2,461,579	4,181,297
	中小企業	11,226,933	1,828,023	1,874,483	1,603,292	1,031,318	1,259,396
	比 率	100.00	16.28	16.70	14.28	9.19	11.22
	大企業	26,654,747	10,388,777	2,302,746	1,971,754	1,430,261	2,921,901
就業人數	全部企業	10,709	1,207,066	1,852,786	1,238	897,327	1,270,379
	中小企業	8,337	841	1,532	1,024	708	965
	比 率	100.00	15.13	12.58	8.47	8.78	12.87
	大企業	1,334	202	168	113	117	172

附 註：表中比率係指該直轄市中小企業家數（或銷售值、就業人數）占全部中小企業之百分比。

資料來源：整理自財政部財稅資料中心，營業稅徵收原始資料，2011 年。

若以三級產業觀察五都之家數分布，原高雄市合併高雄縣之後，中小型農業家數比率居五都之冠，亦為全國最高（占 37.01%）；中小型工業則以新北市的家數最多，台中市次之；而台北市則以服務業占 18.38%比率居首。（表 2-2-4）

另外，觀察五都之三級產業之營收，大致與家數分布比率一致，中小型農業的營收以高雄市所占比率（31.99%）明顯高於其他直轄市，台南市的農業所占比率 7.72%居次，

可能根其發展精緻農業，行銷國際所得利潤較高所致；工業以新北市居冠，台中次之；而台北市則以服務業營收比率明顯高於其他直轄市。（表 2-2-5）

表 2-2-4 五都家數比較－按產業別

單位：家；%

年 別 指標/項目		總 計	台北市	新北市	台中市	台南市	高雄市
農 業	全部企業	11,612	296	1,292	325	301	4,288
	中小企業	11,569	285	1,290	322	299	4,282
	比 率	100.00	2.46	11.15	2.78	2.58	37.01
工 業	全部企業	250,286	18,562	52,134	44,143	19,353	23,340
	中小企業	243,228	17,254	50,876	43,340	18,817	22,687
	比 率	100.00	7.09	20.92	17.82	7.74	9.33
服 務 業	全部企業	1,048,915	197,291	152,735	125,315	82,544	126,575
	中小企業	1,025,009	188,406	149,252	122,730	81,269	124,127
	比 率	100.00	18.38	14.56	11.97	7.93	12.11

附 註：表中比率係指該直轄市產業別中小企業占全部企業之百分比。

資料來源：整理自財政部財稅資料中心，營業稅徵收原始資料，2011 年。

表 2-2-5 五都銷售值比較－按產業別

單位：百萬元；%

年 別 指標/項目		總 計	台北市	新北市	台中市	台南市	高雄市
農 業	全部企業	33,843	5,503	1,692	1,668	5,496	6,966
	中小企業	18,321	1,168	996	965	1,414	5,861
	比 率	100.00	6.38	5.44	5.27	7.72	31.99
工 業	全部企業	17,273,196	2,742,019	1,843,629	1,860,165	1,529,437	2,317,477
	中小企業	5,628,418	436,668	938,039	898,297	658,786	611,868
	比 率	100.00	7.76	16.67	15.96	11.70	10.87
服 務 業	全部企業	20,574,642	9,469,278	2,331,909	1,713,214	926,646	1,856,853
	中小企業	5,580,194	1,390,188	935,448	704,030	371,117	641,667
	比 率	100.00	24.91	16.76	12.62	6.65	11.50

附 註：表中比率係指該直轄市產業別中小企業占全部企業之百分比。

資料來源：整理自財政部財稅資料中心，營業稅徵收原始資料，2011 年。

綜合以上資料顯示，五都中的高雄市為主要中小型農漁業縣市，新北市為中小型工業城市，台北市聚集服務業最多，台中市中小企業在家數（工業）居第 3，但其就業人數在五都中最少；台南市中小型農業雖然家數在五都中倒數第 2，但可能與其發展精緻農業（如蘭花）且行銷國際，以致其中小型農業營收居 5 都第 2。

六、政府輔導地方產業以南部地區投入資源居冠

2009 年至 2011 年度中小企業處地方特色產業輔導計畫及地方產業發展基金補助計畫，共投入 65 項計畫、經費總計新台幣 408 萬 3,240 元，協助南部地區（嘉義縣市、大台南、

大高雄及屏東縣）發展地方特色產業，無論在計畫數及投入之經費，都將近計畫總數及總投入經費之三成，為全國各區之冠（表 2-2-6）。主要原因除了南部地區有豐富的特色元素亟需資源協助開發之外，過去數年間之自然災害（如風災、水災）對於南部地區造成的損害較其他地區更為嚴重，亦需資源投入協助產業重建、轉型或發展，因此近年來投注於南部地區的產業發展資源，其比例高於其他地區。

表 2-2-6 地方產業資源投入概況

單位：案；千元；%

項 目		合 計	北 區	中 區	南 區	東 區	跨 區
總 計	計畫數	225	42	59	65	54	5
	經 費	1,377,068	245,650	361,414	408,324	306,604	55,076
	比 率	100%	17.84%	26.25%	29.65%	22.26%	4.00%
地方特色產業輔導	計畫數	18	3	6	3	4	2
	經 費	69,688	5,250	19,914	10,824	12,624	21,076
	比 率	100	7.53	28.58	15.53	18.12	30.24
地方產業發展基金（補助）	計畫數	148	28	38	47	32	3
	經 費	1,209,180	223,300	315,000	369,900	266,980	34,000
	比 率	100%	18.47%	26.05%	30.59%	22.08%	2.81%
地方產業發展基金（輔導）	計畫數	59	11	15	15	18	0
	經 費	98,200	17,100	26,500	27,600	27,000	0
	比 率	100%	17.41%	26.99%	28.11%	27.49%	0

資料來源：經濟部中小企業處，2012。

就計畫領域而言，由於南部地區向來以一級產業為重，配合其產業特性及發展需求，因此計畫領域的範圍多以食品加工、田園休閒、創意美食為主軸，其中又以地方食品加工為最大宗。然而配合國內產業發展趨勢的推動之下，近年來逐漸加重文化及觀光等層面之內涵，透過文化元素加值產業，並藉由觀光旅遊串聯各個特色企業，形成多元產業彼此互補、相輔相成的產業發展型態。

第 3 節 女性企業經營現況

財政部財稅資料中心資料並未區分企業負責人的性別，僅能以企業負責人身分證號碼的第 1 個阿拉伯數字作為判定性別依據。但企業負責人若為法人或外國人，則無法區分性別，統計時未予納入；至於部分企業以女性掛名負責人，但並未實際執行業務、或僅占很小股份等情形，則無法排除。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。

2011 年企業主為女性的企業（以下簡稱女性企業）家數占合計總家數比率為 36.03%；女性企業 98.83% 為中小企業；經營 10 年以上占 44.52%；約有 6 成 3 採獨資方式經營；

營收有9成來自內銷；以經營服務業為主（占62.90%）；批發及零售業的家數、銷售值及出口值所占比率均超過4成5。2011年女性企業家數及銷售結構及其變動如下：

一、女性企業的家數占合計家數比率超過3成

2011年可以區分企業負責人性別的企業家數總計有130萬559家。其中，女性企業家數有46萬8,553家，占合計家數36.03%，比率超過三成，相較於2010年，家數增加1萬4,245家（或增3.14%）。女性企業中高達98.83%為中小企業（46萬3,061家），亦即女性企業以中小企業為主。（表2-3-1）

表 2-3-1 2011 年企業家數及銷售之規模別概況－按企業主性別

單位：家；百萬元；%

指 標 \ 規模別	企業合計	中小企業	大 企 業
家數合計	1,300,559	1,271,506	29,053
女性企業	468,553	463,061	5,492
比 率 ¹	100.00	98.83	1.17
比 率 ²	36.03	36.42	18.9
男性企業	832,006	808,445	23,561
銷售值合計	34,182,204	10,873,920	23,308,284
女性企業	5,057,364	2,595,187	2,462,176
比 率 ¹	100.00	51.32	48.68
比 率 ²	14.8	23.87	10.56
男性企業	29,124,840	8,278,733	20,846,107
內銷值合計	25,700,249	9,367,829	16,332,421
女性企業	4,062,436	2,325,972	1,736,464
比 率 ¹	100.00	57.26	42.74
比 率 ²	15.81	24.83	10.63
男性企業	21,637,813	7,041,856	14,595,957
出口值合計	8,481,955	1,506,092	6,975,863
女性企業	994,928	269,215	725,713
比 率 ¹	100.00	27.06	72.94
比 率 ²	11.73	17.88	10.4
男性企業	7,487,027	1,236,877	6,250,150

附 註：1.表中女（男）性企業係指企業負責人登記為女（男）性者。

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

3.表中比率¹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為女性企業占男女合計企業之百分比。

資料來源：整理自財政部財稅資料中心，營業稅徵收原始資料，2011年。

二、女性企業經營超過10年約占4成5

2011年女性企業經營未滿1年的家數占8.35%，高於男性企業主企業（以下簡稱男性企業）的7.16%；女性企業經營超過5年的家數占67.56%，經營超過10年家數占44.52%；男性企業則分別占71.17%及49.40%。（表2-3-2）

表 2-3-2 2011 年企業家數－按經營年數及企業主性別

單位：家；%

企業主性別 經營年數	男女性企業合計		女性企業		男性企業	
	家 數	結構比	家 數	結構比	家 數	結構比
合 計	1,300,559	100.00	468,553	100.00	832,006	100.00
未滿一年	98,683	7.59	39,132	8.35	59,551	7.16
1~2 年	91,654	7.05	35,227	7.52	56,427	6.78
2~3 年	75,206	5.78	29,510	6.30	45,696	5.49
3~4 年	64,663	4.97	24,862	5.31	39,801	4.78
4~5 年	61,688	4.74	23,266	4.97	38,422	4.62
5~10 年	289,102	22.23	107,970	23.04	181,132	21.77
10~20 年	328,624	25.27	114,007	24.33	214,617	25.80
20 年以上	290,939	22.37	94,579	20.19	196,360	23.60

附註及資料來源：同表 2-3-1。

三、女性企業約有 6 成 3 為獨資經營

由表 2-3-3 顯示，2011 年女性與男性企業，均以獨資經營所占比率最高，分別為 63.43% 及 51.48%，有限公司次之，股份有限公司再次之。不過，女性企業採獨資經營比率相對高於男性企業；採有限公司及股份有限公司經營的比率，則略低於男性企業。（表 2-3-3）

表 2-3-3 2011 年企業組織型態家數－按企業主性別

單位：家；%

企業主性別 組織型態	男女性企業合計		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	1,300,559	100.00	468,553	100.00	832,006	100.00
股份有限公司	123,449	9.49	29,854	6.37	93,595	11.25
有限公司	367,036	28.22	121,472	25.92	245,564	29.51
無限公司	51	0.00	19	0.00	32	0.00
兩合公司	11	0.00	2	0.00	9	0.00
合 夥	22,008	1.69	7,534	1.61	14,474	1.74
獨 資	725,557	55.79	297,226	63.43	428,331	51.48
外國公司	2,174	0.17	736	0.16	1,438	0.17
外國公司辦事處	57	0.00	10	0.00	47	0.01
分 公 司	32,468	2.50	5,446	1.16	27,022	3.25
其 他	27,748	2.13	6,254	1.33	21,494	2.58

附註及資料來源：同表 2-3-1。

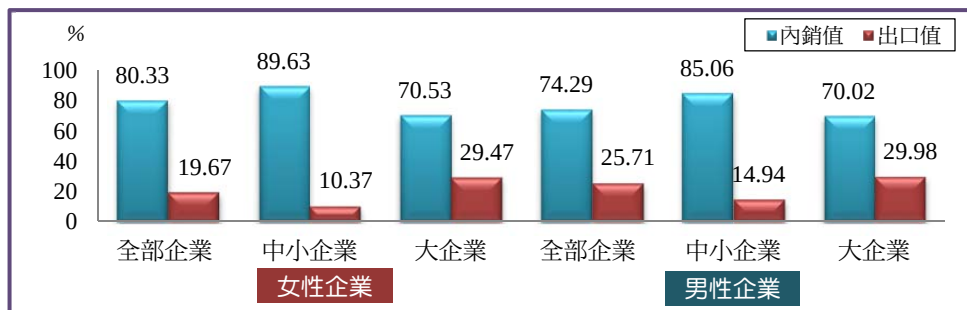
四、女性企業的銷售值占合計企業比率未達 2 成

2011 年女性企業銷售值為 5 兆 574 億元，占男女合計銷售值 14.80%；內銷值為 4 兆 624 億元，占合計內銷值 15.81%；出口值為 9,949 億元，占合計出口值 11.73%。就整體企業而言，女性企業的銷售值占合計企業比率，均遠低於男性企業。（表 2-3-1）

五、女性企業主企業比男性企業主更傾向於內銷

2011 年女性企業內銷值占女性企業銷售值 80.33%，較出口值（占 19.67%）高出 60.66 個百分點；男性企業內銷值占男性企業銷售值 74.29%，較出口值（占 25.71%）高出 48.58 個百分點，女性企業的營業收入較男性企業更依賴國內銷售。（圖 2-3-1）

圖 2-3-1 2011 年銷售值之內銷及出口比率－按企業主性別

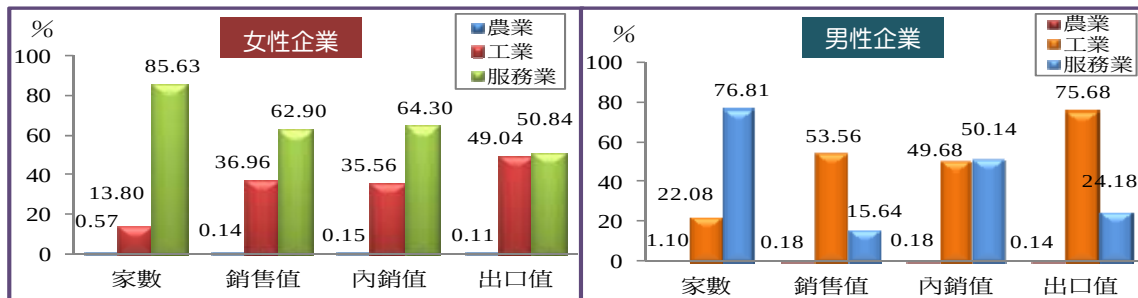


附註及資料來源：同表 2-3-1。

六、女性企業家數及營收服務業所占比率超過五成

以產業部門觀察，女性企業的中小企業，無論家數、銷售值及出口值，均以服務業占全部女性企業比率最高，尤以服務業的家數占 85.63% 最高。男性企業除服務業的家數比率 76.81% 較高外，其內銷值服務業與工業接近，出口值則工業部門明顯高於服務業，工業部門出口值所占比率高達 75.68%。（圖 2-3-2）

圖 2-3-2 2011 年企業家數及銷售之產業部門比率－按企業主性別



附註及資料來源：同表 2-3-1。

七、女性企業以批發及零售業為主

依行業別觀察，2011 年女性企業家數、銷售值、內銷值及出口值，均以批發零售業所占比率最高（分別為 53.15%、46.04%、45.74%及 48.61%）；男性企業的銷售值、內銷值及出口值皆以製造業所占比率最高（分別為 41.94%、36.13%及 75.05%）。這些數據顯示，女性企業以經營批發零售業為主，也是主要營收來源，而男性企業雖然也以批發

零售業家數最多，但主要營收則來自製造業。（表 2-3-4）

表 2-3-4 2011 年企業家數及銷售之行業比率－按企業主性別

單位：%

項 目 行業別	家 數		銷售額		內銷值		出口值	
	女性企業	男性企業	女性企業	男性企業	女性企業	男性企業	女性企業	男性企業
總 計	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
農林漁牧業	0.57	1.10	0.14	0.18	0.15	0.18	0.11	0.14
礦業及土石採取業	0.06	0.12	0.19	0.39	0.21	0.46	0.01	0.00
製造業	7.92	12.18	25.70	41.94	23.09	36.13	48.19	75.05
電力及燃氣供應業	0.01	0.03	0.03	0.03	0.04	0.03	0.00	0.00
用水供應及污染整治業	0.45	0.60	0.63	0.46	0.69	0.53	0.16	0.08
營造業	5.35	9.16	10.40	10.74	11.53	12.53	0.68	0.55
批發及零售業	53.15	49.65	46.04	3.40	45.74	35.96	48.61	22.95
運輸及倉儲業	1.67	2.78	2.78	2.26	3.01	2.57	0.80	0.47
住宿及餐飲業	12.79	7.75	3.94	2.09	4.39	2.45	0.02	0.01
資訊及通訊傳播業	1.03	1.37	0.98	0.85	1.04	0.94	0.49	0.34
金融及保險業	0.94	1.15	1.75	1.78	1.95	2.09	0.08	0.02
不動產業	1.61	2.17	1.73	1.57	1.92	1.84	0.09	0.03
專業、科學及技術服務業	2.87	2.99	2.12	1.45	2.29	1.66	0.64	0.28
支援服務業	2.45	2.14	1.55	0.96	1.72	1.12	0.07	0.05
教育服務業	0.09	0.10	0.05	0.06	0.05	0.07	0.00	0.00
醫療保健及社會工作服務業	0.03	0.03	0.03	0.01	0.03	0.02	0.00	0.00
藝術、娛樂及休閒服務業	1.73	1.79	0.48	0.40	0.53	0.47	0.02	0.00
其他服務業	7.28	4.91	1.46	0.82	1.63	0.97	0.02	0.02

附註及資料來源：同表 2-3-1。

第 4 節 中小型製造業經營情勢

為瞭解國內製造業在經營概況、外銷拓展動向、自有品牌發展情形，及貿易自由化之影響，本節摘錄及整理自經濟部統計處 2011 年 7 月辦理之「製造業經營實況調查」，而於同年 10 月出版之《製造業經營實況調查報告》統計資料。該調查家數計 3,074 家，回收有效樣本 2,926 家，回收率達 95.19%；企業規模區分：大型企業係指員工人數達 200 人（含）以上之企業；中型企業指員工人數 100 人至未滿 200 人之企業；小型企業指員工人數未滿 100 人之企業。

一、製造業的經營概況與動向

（一）預期 2011 年獲利較 2010 年增加者占 3 成 2

2011 年受到歐美債務危機及日本 311 震災的波及，各國經濟復甦力道減緩，加上原物料飆漲壓縮獲利空間，業者保守看待 2011 年獲利成長，預期獲利較 2010 年增加者占 32.02%，

減少者達 33.97%，維持不變者占 34.01%，企業規模愈大者預期獲利的比率較高；整體製造業動向指數（預期增加家數之比率+0.5×預期持平家數之比率）為 49.03，其中之大、中型企業看法較佳（分別為 57.09、52.45），小型企業偏向悲觀（44.02）。（表 2-4-1）

表 2-4-1 預期 2011 年獲利較 2010 年增減情形

單位：%

項 目	總 計	大型企業	中 型 企 業	小 型 企 業
合 計	100.00	100.00	100.00	100.00
增 加	32.02	45.79	39.64	22.98
不 變	34.01	22.60	25.61	42.07
減 少	33.97	31.61	34.74	34.95
獲利動向指數	49.03	57.09	52.45	44.02

附 註：動向指數＝預期增加家數之比率+0.5×預期持平家數之比率。

資料來源：經濟部統計處，《製造業經營實況調查報告》，2011 年。

（二）預期獲利增加之主原因以「市場需求量擴張」最為顯著

根據 2011 年調查，預期 2011 年獲利會增加之主因，以「市場需求擴張」（占 32.88%）最為顯著，其次依序為「新產品推出」（占 14.93%）、「產能擴充」（占 10.91%）、「產品售價提高」（占 10.52%）及「行銷方式強化」（占 8.18%）。以企業規模別觀察，中型企業在「行銷方式強化」之比率明顯較大型及小型企業高；而小型企業之「市場需求擴張」（占 35.54%）比率顯著高於中型（29.13%）、大型（32.09%）企業。（表 2-4-2）

表 2-4-2 預期獲利增加之原因（加權）

單位：%

項 目	總 計		大型企業		中 型 企 業		小 型 企 業	
	2010 年 調 查	2011 年 調 查	2010 年 調 查	2011 年 調 查	2010 年 調 查	2011 年 調 查	2010 年 調 查	2011 年 調 查
市場需求量擴張	40.09	32.88	39.79	32.09	40.47	29.13	40.13	35.54
新產品推出	12.49	14.93	13.88	16.68	12.39	14.98	11.31	13.03
產能擴充	8.60	10.91	9.49	12.21	8.80	12.29	7.67	8.87
產品售價提高	8.07	10.52	9.53	11.97	7.18	10.43	7.32	9.02
行銷方式強化	8.66	8.18	6.71	7.82	10.07	10.43	9.52	7.47
管銷費用降低	5.12	4.23	5.25	3.96	5.26	3.82	4.92	4.71
產品不良率降低	4.79	3.40	4.35	2.87	4.1	2.38	5.62	4.46
原物料成本降低	4.78	4.19	4.18	3.44	4.25	3.82	5.65	5.16
配銷推路增加	3.05	4.37	2.61	3.02	3.44	5.27	3.19	5.36
自有品牌受到好評	1.50	3.97	1.50	3.35	1.57	4.96	1.47	4.16
匯率變動	1.30	1.20	1.03	1.18	1.16	0.93	1.63	1.35
其 他	1.54	1.22	1.68	1.41	1.32	1.55	1.57	0.85

附 註：本表採用加權比率法統計，係由各項目之重要程度分數值除以全部回表業者分數總值計算之。最主要為 3 分，次要為 2 分，再次要為 1 分。

資料來源：經濟部統計處，《製造業經營實況調查報告》，2011 年。

(三) 預期獲利萎縮原因以「原物料成本上漲」為首

預期 2011 年獲利減少的前 5 大原因，以「原物料成本上漲」占 30.01% 為首，其次依序為「市場需求量萎縮」（占 26.34%）、「產品售價下滑」（占 13.32%）、「匯率變動」（11.79%）及「新競爭對手的加入」等。以企業規模別觀察，小型企業在「原物料成本上漲」（占 31.46%）及「市場需求量萎縮 5.29%」（占 28.68%）的比率相對較大、中型企業高；大型企業受到產品售價下滑及匯率變動影響相對較大。（表 2-4-3）

表 2-4-3 預期獲利減少之原因（加權）

單位：%

項 目	總 計		大型企業		中 型 企 業		小 型 企 業	
	2010 年 調 查	2011 年 調 查	2010 年 調 查	2011 年 調 查	2010 年 調 查	2011 年 調 查	2010 年 調 查	2011 年 調 查
原物料成本上漲	32.97	30.01	33.01	27.00	31.66	29.78	33.38	31.46
市場需求量萎縮	26.14	26.34	19.48	23.85	25.24	22.13	28.24	28.68
產品售價下滑	15.19	13.32	17.07	16.66	14.64	14.04	14.84	11.57
匯率變動	5.26	11.79	8.53	15.56	7.25	14.61	3.73	9.25
新競爭對手的加入	5.81	5.29	4.83	5.21	6.00	5.73	6.02	5.20
管銷費用增加	6.14	5.01	8.05	4.39	6.28	5.28	5.58	5.23
產品替代性高	2.02	2.07	3.22	1.51	1.95	2.47	1.71	2.22
配銷通路減少	1.99	1.14	0.32	0.27	2.37	0.79	2.33	1.65
設備耗損、產能降低	1.83	1.40	2.09	1.23	1.26	1.24	1.93	1.52
產品生命週期縮短	1.02	1.11	0.97	0.96	1.95	1.46	0.75	1.08
其 他	1.63	2.52	2.42	3.36	1.39	2.47	1.49	2.15

附註及資料來源：同表 2-4-2。

觀察近 2 年預期獲利萎縮之原因，「原物料成本上漲」雖為最主要原因，但 2011 年無論企業規模，其所占比率均已下降。

(四) 今後對國內事業之經營策略傾向於維持現狀

新興國家需求穩定成長，帶動外銷持續走強，國內製造業產能亦見提升。調查顯示有逾 1 成 8 的業者今後對國內事業之經營策略趨向於擴大現有規模，且企業規模愈大者愈顯著，大型企業（占 32.21%）明顯高於中型企業（占 20.04%）及小型企業（占 10.33%）。

表 2-4-4 對國內事業之經營策略

問項 \ 規模別/年別	總 計		大型企業		中型企業		小型企業	
	2010 年	2011 年	2010 年	2011 年	2010 年	2011 年	2010 年	2011 年
擴大現有規模	23.73	18.05	36.91	32.21	28.85	20.04	14.75	10.33
維持現有規模	72.38	78.43	61.7	66.71	68.75	78.17	79.43	84.44
縮小現有規模	3.89	3.52	1.39	1.08	2.4	1.78	5.82	5.23

資料來源：經濟部統計處，《製造業經營實況調查報告》，2011 年。

不過，若與 2010 年調查比較，則企業經營相對趨於保守，無論企業規模，維持現有規模比率增加，縮小現有規模比率減少。（表 2-4-4）

二、拓展外銷

（一）在外銷市場上所面臨主要困境為同業競爭激烈

根據 2011 年調查，在外銷市場上主要面臨「同業競爭激烈」、「匯率波動太大」，分占 38.27%、32.14%，明顯高於其他選項，其餘依序為「行銷通路未完備」、「外銷拓展人才缺乏」、「關稅的不平等待遇」等，其中「匯率波動太大」所造成的外銷困境，無論企業規模大小，相較於 2010 年調查提高約近 2 倍。（表 2-4-5）

表 2-4-5 最主要外銷市場上所面臨之困境（加權）

單位：%

項 目	總 計		大型企業		中 型 企 業		小 型 企 業	
	2010 年 調 查	2011 年 調 查	2010 年 調 查	2011 年 調 查	2010 年 調 查	2011 年 調 查	2010 年 調 查	2011 年 調 查
同業競爭激烈	41.64	38.27	42.85	39.11	40.01	35.43	41.68	38.76
匯率波動太大	17.90	32.14	17.78	31.83	17.91	33.26	17.99	31.93
行銷通路未完備	7.78	5.90	7.72	5.79	8.56	6.62	7.36	5.69
外銷拓展人才缺乏	7.09	5.62	6.13	4.97	7.07	5.84	7.81	6.08
關稅的不平等待遇	5.90	4.56	7.27	5.41	6.18	4.72	4.73	3.78
市場資訊缺乏	4.62	4.14	4.63	4.16	4.16	4.35	4.87	4.04
環保要求嚴苛	3.31	2.04	2.81	1.58	3.38	2.83	3.64	2.08
產品遭仿冒	2.31	1.72	1.50	1.23	2.17	1.39	2.98	2.27
資金調度不易	1.77	1.51	1.28	1.14	1.71	1.48	2.16	1.82
檢驗、檢疫標準趨嚴或時間過長	1.88	1.28	1.87	1.16	2.31	1.85	1.65	1.15
當地保護主義阻撓	2.01	1.27	2.65	1.99	2.42	0.74	1.30	0.91
其 他	3.80	1.54	3.51	1.63	4.12	1.48	3.82	1.49

附註及資料來源：同表 2-4-2。

（二）中國大陸為我國企業最大外銷市場

根據 2011 年的調查，有逾 2 成 5 的製造業者 2010 年主要外銷市場為中國大陸，顯示近年中國經濟快速成長，消費能力大增，龐大的市場需求，對國際經濟產生舉足輕重的影響，對台灣的影響更是日益增加。其餘海外市場依序為：北美（占 16.37%）、歐洲（占 11.95%）、東協（占 9.65%）、日本（占 9.48%）等。（表 2-4-6）

無論企業規模大小皆以中國大陸市場為主要外銷市場，北美、歐洲市場分居 2、3，企業規模愈大者愈明顯。（表 2-4-6）

表 2-4-6 2009 年及 2010 年主要外銷市場（加權）

單位：%

項 目	總 計		大型企業		中 型 企 業		小 型 企 業	
	2010 年 調 查	2011 年 調 查	2010 年 調 查	2011 年 調 查	2010 年 調 查	2011 年 調 查	2010 年 調 查	2011 年 調 查
中國（含港澳）	21.86	25.27	25.92	28.50	22.01	25.49	19.20	23.06
北美（美加墨）	18.58	16.37	21.72	21.65	20.66	18.47	15.52	12.18
歐 洲	12.90	11.95	15.41	13.51	13.67	14.51	10.93	10.06
東 協	12.03	9.65	11.79	10.82	12.74	10.72	11.82	8.52
日 本	10.15	9.48	11.15	10.82	10.23	12.37	9.47	7.62
中 南 美	2.59	1.98	2.78	2.09	2.89	2.44	2.31	1.75
印 度	1.77	1.40	1.27	1.22	1.73	1.00	2.10	1.66
中 東	1.80	1.48	1.50	1.27	1.86	1.70	1.96	1.54
紐西蘭、澳大利亞	1.73	1.60	1.68	1.40	2.31	2.31	1.47	1.48
南 韓	1.94	2.46	2.65	3.51	2.05	2.44	1.44	1.78
其他國家	1.32	1.48	1.60	1.93	0.99	1.35	1.29	1.22

附註及資料來源：同表 2-4-2。

（三）國內同業取代中國系企業成為業者在外銷市場首要對手

根據 2011 年的調查，在外銷市場主要競爭對手，國內同業占 27.14%，所占比率較 2010 年調查上升，今年取代中國系企業（占 26.43%）躍居首位，顯示國內企業已從價格競爭轉為品質競爭，品質亦獲國際肯定，有利國內企業強化擴展國際市場之優勢。其餘依序為：海外台商（占 15.41%）、日系企業（占 9.71%）、韓系企業（占 8.54%）、美系企業（占 5.56%）、歐系企業（占 3.81%）。（表 2-4-7）

表 2-4-7 外銷市場之競爭對手（加權）

單位：%

項 目	總 計		大型企業		中 型 企 業		小 型 企 業	
	2010 年 調 查	2011 年 調 查	2010 年 調 查	2011 年 調 查	2010 年 調 查	2011 年 調 查	2010 年 調 查	2011 年 調 查
國內同業	24.89	27.14	23.68	24.98	25.19	24.26	25.66	30.27
中國系企業	26.00	26.43	23.14	22.35	25.81	25.64	28.32	30.33
海外台商	15.35	15.41	12.32	12.84	15.33	16.04	17.70	17.40
日系企業	9.81	9.71	12.15	12.60	9.49	11.47	8.19	6.43
韓系企業	7.84	8.54	10.07	11.42	6.68	7.97	6.78	6.26
美系企業	6.25	5.56	8.44	7.47	6.17	6.30	4.60	3.58
歐系企業	5.04	3.81	5.51	4.34	5.29	4.82	4.53	2.91
東協系企業	4.06	2.75	4.12	3.30	5.11	2.71	3.40	2.30
其他國家	0.76	0.65	0.57	0.72	0.91	0.79	0.82	0.53

附註及資料來源：同表 2-4-2。

依企業規模觀察，小型企業在外銷市場上，受到中國大陸、國內同業、海外台商之產品競爭程度，明顯高於中、大型企業。而大型企業則是遭受日、韓、美企業的威脅較

大。(表 2-4-7)

與 2010 年調查比較,中型企業受到國內同業、中國系企業及海外台商競爭比率減少,但受到日系、韓系及美系企業等競爭對手比率增加;小型企業則受到國內同業、中國系企業競爭對手比率增加。(表 2-4-7)

(四) 中小企業在內銷市場上主要競爭對手為國內同業

根據調查,近 2 年來在內銷市場的競爭對手中,逾 6 成以國內同業為主,中國系企業次之(約占 1 成 2),海外台商再次之(約佔 1 成),日系企業及韓系企業分別為第 4、5 位。整體而言,我國製造業在內銷及外銷市場上除面對國內同業競爭外,最主要的競爭對手為中國系企業,其次為海外台商。中小型企業的競爭對手中國系企業及海外台商所占比率高於大企業。(表 2-4-8)

表 2-4-8 內銷市場之競爭對手(加權)

單位: %

項 目	總 計		大型企業		中 型 企 業		小 型 企 業	
	2010 年 調 查	2011 年 調 查	2010 年 調 查	2011 年 調 查	2010 年 調 查	2011 年 調 查	2010 年 調 查	2011 年 調 查
國內同業	60.27	60.68	55.03	54.25	61.49	58.38	62.74	65.14
中國系企業	12.08	12.28	9.51	9.93	12.05	11.19	13.59	13.99
海外台商	10.36	9.69	9.32	8.18	10.36	9.70	10.96	10.58
日系企業	7.39	7.37	11.02	11.49	7.57	9.59	5.21	4.30
韓系企業	3.84	4.36	6.01	7.68	2.83	4.49	3.05	2.39
美系企業	2.49	2.84	4.46	4.82	2.37	3.30	1.40	1.54
歐系企業	1.68	1.54	2.64	2.46	1.30	1.70	1.30	0.95
東協系企業	1.33	0.72	1.43	0.85	1.64	0.98	1.12	0.57
其他國家	0.56	0.51	0.58	0.34	0.38	0.67	0.63	0.56

附註及資料來源:同表 2-4-2。

(五) 品質、信譽、售後服務為業者勝出之三大關鍵因素

隨著全球經濟復甦,消費者不再只傾向購買較低價位產品,調查顯示,業者認為取得市場優勢的關鍵力以「產品品質佳」(占 24.52%)居首,惟較 2010 年減少 11 個百分點,其次為「公司信譽良好」(占 15.84%)及「售後服務佳」(占 9.67%),比率較 2010 年提高,顯示現今企業競爭優勢不只著重品質,亦須搭配良好信譽及完善服務。(表 2-4-9)

依企業規模觀察,大型企業在「新產品開發能力強」、「生產效率高」、「行銷通路廣」、「掌握市場資訊能力佳」的競爭力較中、小型企業為佳。而小型企業則在「產品品質佳」、「公司信譽良好」、「售後服務佳」、「交貨速度快」等相對較具優勢。

表 2-4-9 企業取得市場優勢的關鍵能力（加權）

單位：%

項 目	總 計		大型企業		中 型 企 業		小 型 企 業	
	2010 年 調 查	2011 年 調 查	2010 年 調 查	2011 年 調 查	2010 年 調 查	2011 年 調 查	2010 年 調 查	2011 年 調 查
產品品質佳	35.52	24.52	34.05	22.56	36.63	24.89	35.79	25.51
公司信譽良好	13.60	15.84	14.06	14.01	12.20	16.25	14.00	16.75
售後服務佳	6.10	9.67	5.38	8.83	6.27	8.02	6.39	16.63
產品具獨特性	9.66	9.40	9.36	9.63	9.66	10.11	9.82	9.07
交貨速度快	8.05	8.08	6.58	5.80	8.09	6.22	8.79	9.92
定價策略正確	8.00	6.31	7.09	5.17	8.09	5.32	8.44	7.23
新產品開發能力強	7.92	6.06	10.85	9.50	8.17	6.30	6.27	4.07
生產效率高	4.72	7.57	4.65	8.18	4.78	7.08	4.73	7.38
行銷通路廣	2.94	4.54	4.34	6.06	3.15	5.20	2.12	3.50
經營、管理能力優	2.47	4.18	2.89	5.46	2.37	6.22	2.30	2.86
掌握市場資訊能力佳	-	3.13	-	4.37	-	3.81	-	2.23
其他	0.52	0.67	0.48	0.41	0.11	0.57	0.73	0.85

附註及資料來源：同表 2-4-2。

三、貿易自由化之影響

當前東亞區域經貿整合趨勢加速，由於台灣的經濟發展高度依賴對外貿易，一旦各國與東協 FTA 陸續生效後，台灣將面臨高關稅障礙，遭受貿易移轉和投資移轉等不利衝擊。屆時台商為了維護自己產品的競爭力，及確保自己的市場利益，可能加速產業外移到東協或中國，此舉將嚴重衝擊國內就業市場。兩岸 ECFA 順利簽署，可望降低東亞區域經貿整合對台灣的負面影響，有助於順勢融入東亞區域經濟整合。

（一）中日韓－東協 FTA 及生效後對製造業營業收入、產品競爭力產生不利影響

根據 2011 年調查結果顯示，中日韓分別和東協（東協加 3）簽訂 FTA 生效後對國內企業之「營業收入」及「產品競爭力」之衝擊擴大，其不利影響大於有利，使展望指標分別為-17.16 及-18.42。顯示東協加 3 生效後，我國產品在中日韓及東協市場所面臨的高稅差之不利影響將逐漸顯現。（表 2-4-10）

按企業規模觀之，無論企業規模大小皆呈負向展望，其不利的比率皆逾 1 成 4，有利的比率皆不足 1 成。大型企業認為東協加 3 生效後對「營業收入」及「產品競爭力」的不利影響皆較中、小型企業為高，致負向展望指標隨企業規模愈大愈顯著。（表 2-4-10）

表 2-4-10 中日韓－東協 FTA 及歐韓、美韓 FTA 生效後之影響

單位：%

項 目	東協加三				歐韓、美韓 FTA			
	2011 年 調 查	大 型 企 業	中 型 企 業	小 型 企 業	2011 年 調 查	大 型 企 業	中 型 企 業	小 型 企 業
營業收入								
合 計	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
有 利	5.60	7.57	6.01	4.50	4.65	4.81	4.01	4.74
無 影 響	71.63	63.22	69.93	76.35	74.98	66.59	76.84	78.72
不 利	22.76	29.21	24.05	19.15	20.37	28.61	19.15	16.53
展望指標	-17.16	-21.64	-18.04	-14.65	-15.72	-23.80	-15.14	-11.79
產品競爭力								
合 計	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
有 利	5.37	7.21	4.90	4.56	4.55	4.69	3.79	4.68
無 影 響	70.85	61.78	69.49	75.81	74.63	65.99	75.95	78.65
不 利	23.79	31.01	25.61	19.64	20.82	29.33	20.27	16.67
展望指標	-18.42	-23.80	-20.71	-15.08	-16.27	-24.64	-16.48	-11.99

附 註：展望指標＝有利比率－不利比率。

資料來源：經濟部統計處，《製造業經營實況調查報告》，2011 年。

（二）歐韓、美韓 FTA 生效後對企業之「營業收入」及「產品競爭力」產生不利衝擊

台灣主要外貿競爭對手韓國，其與歐盟 FTA 自 2011 年 7 月開始生效，美韓 FTA 2012 年元旦已上路，使得台灣產業界面臨強大競爭壓力。

調查結果顯示，歐韓、美韓 FTA 生效後對國內企業「營業收入」、「產品競爭力」產生不利影響之比率皆逾 2 成，遠高於有利之比率（5%以下），顯示台灣產品在歐盟與美國市場可能受到南韓挑戰，遭受衝擊頗大。（表 2-4-10）

按企業規模觀之，無論企業規模大小皆呈負向展望，其不利的比率皆逾 1 成 6，有利的比率皆不足 5%。大型企業認為歐韓、美韓 FTA 生效後對「營業收入」、「產品競爭力」的不利影響皆較小型企業為高，致負向展望指標（分別為-23.80%及-24.64%）隨企業規模愈大愈顯著。（表 2-4-10）

因此在面對歐韓、美韓訂立 FTA 之際，我國除積極推動台歐盟 ECA 及台美 FTA 外，未來將透過對受創產業之輔導、提升我國產業競爭力及加強新興產業的合作機會以降低衝擊，並強化協助我廠商拓銷新興市場，及持續透過目前多邊及雙邊管道，以協助廠商消除在該等國家面臨之貿易及投資障礙。

（三）面臨區域整合之趨勢期待政府協助拓展市場及改善國內投資環境，以因應貿易自由化

在面臨整合之趨勢，有 18.86%的業者最希望政府能「協助拓銷市場」來克服營運困境，「改善國內投資環境」（占 18.33%）次之、「獎勵創新研發」（占 10.72%）再次之，其餘依序為：輔導產業升級、優先與重要貿易國洽簽 FTA、加速培育產業所需人才及協調主要貿易國降低貿易障礙等。（表 2-4-11）

表 2-4-11 面臨區域整合之趨勢，期待政府採取的措施（加權）

單位：%

項 目	總 計	大型企業	中 小 企 業	
			中型企業	小型企業
協助拓銷市場	18.86	16.72	19.05	20.01
改善國內投資環境	18.33	14.37	15.58	21.36
獎勵創新研發	10.72	12.34	12.40	9.32
輔導產業升級	9.95	6.95	9.58	11.74
優先與重要貿易國洽簽 FTA	9.64	16.26	11.38	5.43
加速培育產業所需人才	7.22	7.08	6.97	7.37
協調主要貿易國降低貿易障礙	5.06	7.57	6.00	3.38
爭取大陸加速擴大早收清單	4.77	6.30	6.04	3.54
放寬對外投資限制	4.02	4.83	4.16	3.53
加強反傾銷案件之處理	2.06	2.05	2.16	2.03
扶助受衝擊之產業	4.59	3.41	3.83	5.47
其 他	4.79	2.14	2.85	6.84

附註及資料來源：同表 2-4-2。

中、大型企業最希望政府「協助拓銷市場」（分別占 19.05%、16.72%），以提升產品出口機會；企業規模愈大者在「優先與重要貿易國洽簽 FTA」、「協調主要貿易國降低貿易障礙」、「爭取大陸加速擴大早收清單」等方面的需求度愈高；小型企業最企盼政府加強「改善國內投資環境」（占 21.36%），以吸引國內外企業在台深耕，另在「輔導產業升級」、「扶助受衝擊之產業」之需求較大型企業殷切。（表 2-4-11）

四、自有品牌發展情形

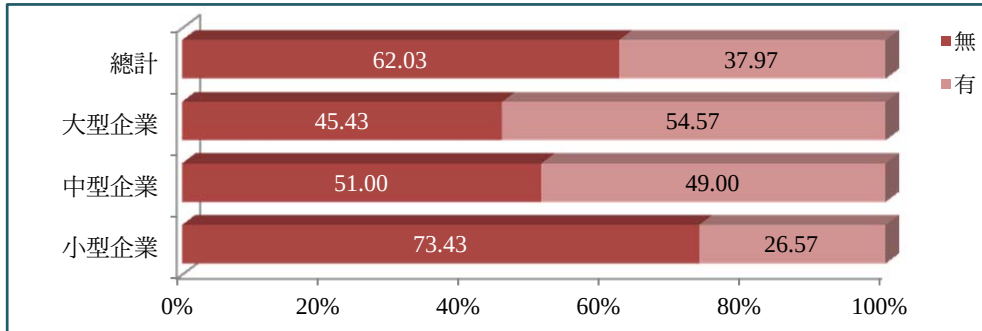
（一）有 3 成 8 業者已建立自有品牌，以大型企業居多

受到代工微利化影響，代工生存模式愈來愈艱困，惟有加速建立與強化企業競爭的核心技術能力，有效的整合資源，提升產品品質、提高附加價值生產，創造自有品牌，並進行全球化的品牌行銷，打響品牌知名度，成為提升產業競爭力必然途徑之一。

調查顯示有發展自有品牌業者占 37.97%，企業規模愈大者擁有自有品牌的比率愈高，

大型企業占 54.57%，明顯高於小型企業(占 26.57%)。(圖 2-4-1)

圖 2-4-1 製造業自有品牌現況



資料來源：經濟部統計處，《製造業經營實況調查報告》，2011 年。

(二) 研發人才不足及成本過高為發展自有品牌之最大障礙

無自有品牌或在研發過程中所遭遇的困難，以「技術研發人才不足」、「自創成本過高」，均占 2 成 1 以上最高，凸顯業者在人才及資金面的困境；其餘依序為：資金短缺、缺乏產品或服務之差異與利基性、品牌行銷管理經驗不足、市場資訊缺乏、產品定位不明。(表 2-4-12)

表 2-4-12 無自創品牌的原因或研發所遭遇的困難（加權）

單位：%

項 目	總 計	大型企業	中 小 企 業	
			中型企業	小型企業
技術研發人才不足	21.76	18.99	22.52	22.95
自創成本過高	21.13	19.98	21.85	21.50
資金短缺	9.74	4.90	7.91	12.67
缺乏產品或服務之差異與利基性	9.65	13.25	11.50	7.33
品牌行銷管理經驗不足	7.40	10.21	6.76	6.16
市場資訊缺乏	6.89	7.26	7.00	6.68
產品定位不明	5.77	4.85	5.41	6.34
無法取得組織或股東的支持	1.28	1.00	1.72	1.30
其 他	16.38	19.87	15.33	15.06

附註及資料來源：同表 2-4-2。

無論企業規模大小皆以「技術研發人才不足」、「自創成本過高」為發展自有品牌之最大困難，其中企業規模愈大者在「缺乏產品或服務之差異與利基性」、「品牌行銷管理經驗不足」方面之障礙明顯較小型企業為高，小型企業則以「資金短缺」為主，明顯高於中大型企業。(表 2-4-12)

（三）「輔導產品與服務品質全面升級」及「提供資金融通協助」並列為最迫切政府協助的項目

推動自有品牌最需要政府協助的前三大項目為「輔導產品與服務品質全面升級」（占 16.69%）、「提供資金融通協助」（占 16.22%）及「協助拓建行銷網路」（占 14.79%）；其餘依序為：提供商情資訊、輔導廠商建立全面品牌管理系統、提供財務金融、法規諮詢服務、舉辦國內外拓銷活動。（表 2-4-13）

除小型企業以「提供資金融通協助」（占 18.82%）列為首要項目外，中、大型企業則以「輔導產品與服務品質全面升級」（分別占 17.27%、17.29%）的需求最高；中、大型企業對「協助拓建行銷網路」、「輔導廠商建立全面品牌管理系統」、「舉辦國內外拓銷活動」之需求較小型企業為殷切。（表 2-4-13）

表 2-4-13 推動自創品牌最需要政府協助措施（加權）

單位：%

項 目	總 計	大型企業	中 小 企 業	
			中型企業	小型企業
輔導產品與服務品質全面升級	16.69	17.29	17.27	16.19
提供資金融通協助	16.22	12.16	14.86	18.82
協助拓建行銷網路	14.79	16.18	17.13	13.36
提供商情資訊	11.89	11.03	11.26	12.53
輔導廠商建立全面品牌管理系統	8.21	9.92	9.61	6.89
提供財務金融、法規諮詢服務	6.88	6.87	6.99	6.85
舉辦國內外拓銷活動	6.37	7.96	7.74	5.11
辦理全員品牌管理人才培育	4.35	6.07	3.87	3.56
輔導品牌廠商上市櫃	2.29	2.03	2.40	2.41
其 他	12.31	10.49	8.86	14.29

附註及資料來源：同表 2-4-2。

第 5 節 中小型批發、零售及餐飲業經營情勢

本節摘錄經濟部統計處 2012 年 4 月辦理之「批發、零售及餐飲業經營實況調查」統計資料。該調查目的是瞭解當前國內批發、零售及餐飲業業者在商品銷售、經營環境、經營動向及產業國際化等方面之現況，作為政府訂定商業輔導決策及業者拓展業務之參考依據。調查實際回收樣本數為 3,023 家（回收率 93.02%）。本節大企業係指員工數達 100 人（含）以上之企業、中小企業指員工人數未滿 100 人以下之企業。

一、批發及零售業之商品銷售流向

(一) 2011 年中小企業商品內銷對象以批發及零售商最高

2011 年批發、零售業的商品銷售對象分配比率，內銷金額占商品銷售總額 74.33%，外銷占 25.67%，整體商品銷售仍呈現內需為主。依企業規模觀察，大企業之內銷比率 76.39%，高於中小企業之 71.33%，中小企業規模越大內銷比率越低。（表 2-5-1）

批發零售業內銷對象中，以消費者占總銷售額 26.01%為最高，批發及零售商（占 23.83%）次之，民營工廠（占 16.30%）第 3。依企業規模觀察，2011 年中小企業內銷對象中，以「批發及零售商」占總銷售額 25.66%最高，民營工廠（占 21.90%）次之，消費者（占 15.55%）再次之；大企業對消費者之銷售比率（33.16%）顯著高於中小企業，主因各大百貨公司、便利商店及量販店等賣場銷售對象皆以消費者為主所致。2011 年中小企業內銷比率較 2010 年高出 14.2 個百分點，其中銷售對象以消費者增加最多。（表 2-5-1）

表 2-5-1 2011 年商品之銷售流向結構

單位：百萬元；%

項 目		2011 年 總 計	中小企業					大企業 2011 年
			2010 年 總 計	2011 年 總 計				
					未滿 5 人	5~49 人	50~99 人	
銷售對象合計		100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
內 銷	小 計	74.33	57.17	71.33	91.66	75.17	61.82	76.39
	民營工廠	16.30	18.45	21.90	19.50	24.76	16.94	12.47
	公營事業	0.53	0.37	0.73	0.43	0.84	0.55	0.39
	國內貿易商	7.14	5.26	6.99	6.18	6.98	7.10	7.24
	批發及零售商	23.83	21.81	25.66	54.15	26.02	21.57	22.58
	政府機關	0.53	0.42	0.50	0.67	0.58	0.33	0.54
	消費者	26.01	10.86	15.55	10.74	15.99	15.33	33.16
外 銷	小 計	25.67	42.83	28.67	8.34	24.83	38.18	23.61
	日 本	2.42	11.09	1.99	2.53	2.45	1.09	2.71
	美 國	1.73	2.01	2.92	0.65	3.18	2.72	0.91
	歐 洲	1.94	2.74	3.85	0.48	5.35	1.49	0.64
	韓 國	1.24	-	2.98	0.48	0.35	8.09	0.06
	中國大陸(含港澳)	14.68	20.52	12.57	1.84	8.39	21.53	16.12
	東 南 亞	2.01	4.16	2.75	1.97	2.92	2.55	1.51
	其他地區	1.65	2.32	1.62	0.39	2.20	0.71	1.66

資料來源：經濟部統計處，《批發、零售及餐飲業經營實況調查報告》，2012 年。

(二) 2011 年批發零售業之商品外銷市場以中國大陸所占比率最高

2011 年批發零售業之外銷對象，以中國大陸占 14.68%最高，比率顯著高於其他外銷國家，顯示近年隨著大陸經濟快速成長，對其周邊國家帶來龐大商機，台灣因地理位置

接近亦直接受惠；日本占 2.42%為第 2 大出口地區。

依企業規模觀察，2011 年中小企業之外銷對象，以中國大陸占 12.57%最高，歐洲 3.85%第 2，韓國及美國，分居 3、4；日本則由 2010 年占 11.02%，大幅下滑至只占外銷 1.99%；大企業 2011 年商品外銷中國大陸占 16.12%，明顯高於中小企業。（表 2-5-1）

（三）商品透過實體店面形式銷售給消費者的比率最高

2011 年批發、零售業商品對消費者的銷售管道觀察，以實體店面銷售之比率占 87.05%最高，顯示購買者仍習慣於實體店面購買商品，其次為網路銷售（占 7.18%，其中自行架設網站 6.94%、透過入口網站 0.24%），直銷方式（占 1.82%）再次之。依企業規模觀察，大企業採店面銷售方式（占 94.35%）顯著高於中小企業（占 64.25%）；而中小企業則在採網路銷售（占 25.55%，其中自行架設網站 25.04%、透過入口網站 0.51%）及直銷之比率（占 5.41%），相對高於大型企業；2011 年中小企業透過網路銷售的比率較 2010 年增加 4.2 個百分點，採店面銷售方式明顯減少 6.2 個百分點，而直銷也呈減少現象。（表 2-5-2）

表 2-5-2 2010 年及 2011 年商品對消費者之銷售管道

單位：%

項 目	2010 年 總 計	2011 年 總 計	中小企業		大企業 2011 年
			2010 年	2011 年	
總 計	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
實體店面銷售	89.03	87.05	70.92	64.25	94.35
網路銷售（自行架設網站）	5.34	6.94	18.83	25.04	1.15
網路銷售（透過入口網站）	0.23	0.24	0.52	0.51	0.16
直銷（多層次傳銷）	2.84	1.82	6.12	5.41	0.67
透過自動販賣機銷售	0.11	0.62	0.42	0.03	0.81
透過電視購物台銷售	0.33	0.51	0.04	0.23	0.60
透過郵購	0.10	0.16	0.07	0.14	0.16
其 他	2.02	1.76	3.08	3.31	1.26

資料來源：經濟部統計處，《批發、零售及餐飲業經營實況調查報告》，2012 年。

二、經營環境與策略

（一）2011 年底中小型批發零售及餐飲業國內營業據點，以北部地區約占 6 成最多

商業經營最基本的考慮，就是設立地點的條件，而營業據點人口的多寡、商圈人流、區域用途及發展程度等，亦是業者設立營業據點考量的因素。依調查結果顯示，2011 年底批發零售及餐飲業營業據點區域分布，以北部地區占 56.77%（其中台北市占 21.61%及

新北市占 18.70%) 最多，南部地區占 22.83% (其中高雄市占 10.91%) 次之，中部地區占 17.91% 再次之，營業據點分布亦反映台灣地區人口與區域經濟發展的概況。(表 2-5-3)

表 2-5-3 國內商業營業據點區域分布情形

單位：%

項 目	2010 年 總 計	2011 年 總 計	中小企業		大企業 2011 年
			2010 年	2011 年	
總 計	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
北部地區	61.02	56.77	69.09	59.78	54.99
台北市	25.12	21.61	31.72	24.55	19.87
新北市	18.97	18.70	21.83	22.20	16.63
北 2 都以外之北部地區	16.93	16.46	15.54	13.03	18.49
中部地區	16.64	17.91	13.32	16.90	18.51
南部地區	20.26	22.83	15.90	21.58	23.57
高雄市	9.38	10.91	7.89	10.18	11.35
高雄市以外之南部地區	10.88	11.92	8.01	11.40	12.22
東部地區	1.86	2.21	1.45	1.58	2.58
離 島	0.23	0.29	0.23	0.19	0.35

資料來源：經濟部統計處，《批發、零售及餐飲業經營實況調查報告》，2012 年。

依企業規模觀察，在北二都（台北市及新北市）中小企業之分布比率顯著高於大企業，中部、南部地區則大企業比率較多。

觀察近 2 年調查結果台北市的中小企業減少 9.4 個百分點，中部及南部地區的中小企業比率則呈穩定增加現象。

（二）商業經營上所面臨的困境以市場競爭激烈比率最高

隨著消費習慣轉變、產銷通路大幅調整及國外經營技術的大量引進，使得批發、零售及餐飲業經營型態產生巨大改變；傳統零售店面經營方式逐漸式微，取而代之的是大型化、複合化、連鎖化、多樣化、網路化及無店面化的經營趨勢，並使業者在經營上遭遇形形色色的困境。

由加權之調查結果顯示，企業在經營上所面臨的困境，以「市場競爭激烈」占 27.30% 為最高，「進貨成本增加」占 17.99% 次之，「景氣不佳客源不足」占 16.57% 再次之。依企業規模觀察，中小企業業者對「進貨成本增加」、「景氣不佳客源不足」的感受較深，其比率相對高於大企業。（表 2-5-4）

與 2011 年調查結果比較，2012 年中小企業市場競爭激烈所占比率略減，但由於原物料成本大漲影響，「進貨成本增加」的比率增加，2012 年國內經濟成長變弱，「景氣不佳客源不足」的比率較 2011 年調查增加 3.5 個百分點；不過，由於政府大幅調降所得稅

致「稅負過重」的比率下降。(表 2-5-4)

表 2-5-4 商業經營上遭遇的困境(加權)

單位：%

項 目	2011 年 調 查	2012 年 調 查	中小企業		大企業 2012 年
			2011 年	2012 年	
市場競爭激烈	28.23	27.30	27.74	27.02	28.77
進貨成本增加	17.26	17.99	17.73	18.46	15.50
景氣不佳客源不足	12.91	16.57	13.62	17.12	13.69
稅負過重	7.02	6.16	7.32	6.45	4.68
勞動成本提高	4.96	5.14	4.67	4.85	6.67
營業用地價格或房屋租金過高	4.99	4.90	4.43	4.11	9.01
銷售商品價格下跌	4.48	4.89	4.51	5.09	3.81
消費者偏好變動大	5.17	4.41	5.03	4.24	5.28
資金取得不易	3.86	3.93	4.10	4.28	2.11
缺乏專業人才	3.12	2.75	3.10	2.55	3.85
商品壽命週期縮短	2.59	2.27	2.28	2.18	2.75
國際化能力不夠	1.32	0.79	1.39	0.87	0.38
研發不足，商業創新活動難以提升	1.08	0.79	1.06	0.77	0.87
產業相關商情搜集不易	0.99	0.46	1.02	0.41	0.75
科技應用能力欠缺	0.57	0.20	0.63	0.24	0.00
其 他	1.43	1.44	1.36	1.35	1.89

附 註：加權比率係由各項目之重要程度分數值除以全部回表業者分數總值計算之。最主要為 3 分，次要為 2 分，再次要為 1 分。

資料來源：經濟部統計處，《批發、零售及餐飲業經營實況調查報告》，2012 年。

(三) 中小企業以「拓展銷售通路及規模」為優先採行的經營策略

面對國際化、自由化之衝擊，導致產銷通路的大幅改變，為期使企業能永續經營，需審度與評估企業內外之生產與經營上的變數，快速採取相對應的經營策略，方能屢戰屢勝創造輝煌的經營成果。

由加權之調查結果顯示，「拓展銷售通路及規模」(占 18.64%)、「提升服務品質」(占 18.27%)、「提高商品價值」(占 15.41%)及「薄利多銷」(占 15.17%)為批發、零售及餐飲業目前所採行的前四大經營策略。(表 2-5-5)

依企業規模觀察，中小企業採行「薄利多銷」策略的業者比率比大企業高出 11.82 個百分點，差距最為顯著，顯見中小企業面對激烈的競爭，較常採取以衝高銷售總量方式來創造利潤。而資本及人才較優勢的大企業則在「提升服務品質」、「提高商品價值」、「擴增直營店或連鎖加盟處」、「加強廣告促銷活動」及「創新營運模式」等策略上比率較高。(表 2-5-5)

表 2-5-5 批發零售及餐飲業所採取的經營策略（加權）

單位：%

項 目	2011 年 調 查	2012 年 調 查	中小企業		大企業 2012 年
			2011 年	2012 年	
拓展銷售通路及規模	18.37	18.64	18.79	18.78	17.96
提升服務品質	19.72	18.27	19.54	17.84	20.43
提高商品價值	14.87	15.41	14.63	15.05	17.22
薄利多銷	13.83	15.17	15.40	17.10	5.28
加強廣告促銷活動	6.11	5.97	5.83	5.69	7.37
開發新事業	5.16	5.71	5.20	5.80	5.28
增強物流能力	5.13	4.53	5.27	4.78	3.22
推動商品國際化	4.44	4.44	4.46	4.56	3.82
擴增直營店或連鎖加盟處	4.00	4.24	3.01	3.09	10.14
創新營運模式	4.43	3.95	4.06	3.63	5.61
策略聯盟(企業合作)	2.64	2.51	2.48	2.42	2.96
其他	1.31	1.17	1.33	1.26	0.71

附註及資料來源：同表 2-5-4。

與 2011 年調查結果比較，2012 年中小型批發、零售及餐飲業採取「提高商品價值」、「薄利多銷」等策略所占比率增加，而「提升服務品質」的比率則減少。

（四）影響商業經營最重要的環境因素為「國內市場的興衰」

由加權之調查結果顯示，高達 35.02%業者表示「內需市場的興衰」為影響企業經營最重要的外在環境因素，「國際市場的景氣」（占 15.48%）及「新台幣匯率的波動」（占 11.95%）分居第 2、第 3。（表 2-5-6）

表 2-5-6 環境因素對企業之影響（加權）

單位：%

項 目	2011 年 調 查	2012 年 調 查	中小企業		大企業 2012 年
			2011 年	2012 年	
內需市場的興衰	33.90	35.02	33.45	34.64	36.94
國際市場的景氣	14.29	15.48	14.62	16.06	12.53
新台幣匯率的波動	12.84	11.95	13.15	12.26	10.35
國內政局	4.99	6.24	4.94	6.42	5.35
兩岸關係	4.28	4.18	4.38	4.18	4.16
工時及基本工資的調整	3.69	4.01	3.48	3.71	5.54
交通便利性	5.66	4.00	5.61	4.02	3.90
國內股市的波動	3.85	3.95	3.79	3.53	6.07
法規牽絆	3.28	3.49	3.22	3.12	5.39
政府行政效率	2.78	2.92	2.83	2.95	2.75
國內房地產價格的漲跌	1.97	2.33	2.07	2.48	1.57
治安狀況	2.37	1.87	2.41	2.00	1.22
電子商務的普遍性	2.04	1.70	1.88	1.76	1.41
工商綜合區的設立	1.82	1.21	1.86	1.25	0.99
其 他	2.25	1.67	2.30	1.63	1.83

附註及資料來源：同表 2-5-4。

依企業規模觀察，中小企業認為「國際市場的景氣」、「新台幣匯率的波動」及「國內政局」等之影響較大；而大企業認為「內需市場的興衰」、「工時及基本工資的調整」、「國內股市的波動」及「法規牽綁」等環境因素影響較高。

與 2011 年調查結果比較，2012 年中小企業受到國內外市場景氣、國內政局等之影響比率增加；而受新台幣匯率的波動、兩岸關係、交通便利性等影響比率減少。

三、經營動向

（一）品質、實用性及價格為業者商品銷售的前三大特色

由加權之調查結果顯示，業者在商品銷售上，最多強調「商品品質優良」（占 25.25%），顯見好品質的商品最能被在市場接受，「商品具實用性」占 18.13%次之，「商品價格合理」占 16.59%再次之。（表 2-5-7）

依企業規模觀察，中小企業在「商品品質優良」、「商品實用性」及「商品價格合理」上相對高於大企業；大企業則在「商品品牌具知名度」之比率顯著高於中小企業。

表 2-5-7 批發零售業商品銷售強調的特色（加權）

項 目	2011 年 調 查	2012 年 調 查	中小企業		大企業 2012 年
			2011 年	2012 年	
商品品質優良	23.28	25.25	22.88	25.42	24.33
商品具實用性	16.82	18.13	17.24	19.02	13.18
商品價格合理	17.68	16.59	18.69	17.57	11.07
商品品牌具知名度	11.8	11.58	11.04	10.69	16.54
商品具獨特性	8.61	7.71	9.01	7.61	8.27
商品具齊全性	8.65	7.63	8.57	7.36	9.13
商品具價值感	5.21	5.66	5.08	5.33	7.49
商品具時尚性	3.27	3.43	3.00	3.04	5.60
商品具創新性	3.61	3.10	3.45	2.95	3.92
其 他	1.06	0.93	1.04	1.02	0.47

單位：%

附註及資料來源：同表 2-5-4。

與 2011 年調查結果比較，2012 年中小企業在商品品質、實用性的比率增加；而商品價格、品牌知名度、獨特性及齊全性之比率均減少。（表 2-5-7）

（二）較多業者期望政府提供「開發新興商機」與「增加企業低率貸款」等協助

由加權之調查結果顯示，約 2 成 3 的業者希望政府提供的協助為「提供新興商機」最多，「增加企業低利貸款」占 22.15%次之，「提供經營管理新知」占 14.66%再次之。

依企業規模觀察，中小企業期望政府在「增加企業低利貸款」的協助上，顯著較大企業殷切；大企業則在「建構完備的電子商務環境」、「檢討商業法規，簡化行政流程」及「協助人才培訓」方面比率較高。（表 2-5-8）

表 2-5-8 為提升競爭力，政府應提供之協助（加權）

單位：%

項 目	2011 年 調 查	2012 年 調 查	中小企業		大企業 2012 年
			2011 年	2012 年	
開發新興商機	23.90	22.74	23.96	22.73	22.79
增加企業低利貸款	20.88	22.15	21.97	23.29	16.33
提供經營管理新知	17.25	14.66	17.57	14.76	14.13
協助成立策略聯盟	11.29	10.28	11.34	10.29	10.25
輔導商業 e 化	8.67	8.03	8.51	8.27	6.83
建構完備的電子商務環境	5.22	6.13	4.66	5.60	8.79
檢討商業法規，簡化行政流程	3.65	5.70	3.23	5.03	9.08
協助人才培訓	3.04	4.56	2.95	4.24	6.21
其 他	6.09	5.75	5.80	5.78	5.58

附註及資料來源：同表 2-5-4。

與 2011 年調查結果比較，2012 年中小企業期望政府在「檢討商業法規，簡化行政流程」、「增加企業低利貸款」及「協助人才培訓」的比率增加較多；而期望政府「提供經營管理新知」比率明顯減少。

（三）約 7 成 4 的中小企業採取「業務人員推廣」方式拓展業務

依調查結果顯示，7 成 3 的企業採取「業務人員推廣」進行業務拓展，顯示直接面對客戶具快速有效促進交易過程的優點，仍是業者最多使用的業務拓展方式；「經銷商代理」（占 32.90%）及「網路行銷」（占 24.19%，其中自行架設網站占 15.26%、透過入口網站占 8.93%）分居第 2、第 3 位。（表 2-5-9）

表 2-5-9 企業採取之業務拓展方式（複選）

單位：%

項 目	2011 年 調 查	2012 年 調 查	中小企業		大企業 2012 年
			2011 年	2012 年	
業務人員推廣	76.94	73.38	77.14	73.97	69.98
經銷商代理	30.57	32.90	30.56	32.48	35.35
網路行銷（自行架設網站）	13.85	15.26	12.70	13.66	24.46
型錄行銷	11.62	12.75	10.08	11.15	22.03
網路行銷（透過入口網站）	8.43	8.93	7.09	7.50	17.19
電視台行銷	4.22	4.43	3.11	3.23	11.38
多層次傳銷（直銷）	1.91	2.22	2.01	2.10	2.91
其他	8.40	10.75	7.74	10.35	13.08

附註及資料來源：同表 2-5-4。

依企業規模觀察，大企業挾資本及資源優勢，除「業務人員推廣」外，各項業務拓展比率均高於中小企業。

2012 年中小企業除「業務人員推廣」比率減少外，其餘各項業務拓展比率均較 2011 年調查提高。

四、產業國際化及未來發展

（一）約 6 成的中小企業業者未來希望加強拓展中國大陸市場

依調查結果顯示，中國大陸因龐大的市場商機與地理位置優勢，有 6 成 3 的業者未來希望加強拓展大陸市場，其餘海外市場依序為：東協（占 27.58%）、歐洲（占 23.57%）、北美（占 23.33%）、日韓（占 18.10%）、印度中南美中東等新興市場（占 17.01%）及非洲（占 2.92%）（表 2-5-10）

依企業規模觀察，大企業業者對「中國大陸」（占 81.12%）市場的重視顯著高於中小企業，而中小企業則相對重視「東協」、「歐洲」、「北美」及「印度、中南美、中東等新興市場」等海外市場。（表 2-5-10）

表 2-5-10 未來希望加強拓銷之海外市場（複選）

單位：%

項 目	2011 年 調 查	2012 年 調 查	中小企業		大企業 2012 年
			2011 年	2012 年	
中國大陸	69.71	63.18	67.85	59.41	81.12
東 協（ASEAN）	24.95	27.58	25.54	28.82	21.68
歐 洲	16.02	23.57	17.11	26.62	9.09
北 美	16.58	23.33	17.60	24.85	16.08
日、韓	16.87	18.10	17.19	18.38	16.78
印度、中南美、中東等新興市場	11.95	17.01	12.89	18.68	9.09
非 洲	1.41	2.92	1.57	3.09	2.10
其 他	3.44	2.07	3.31	1.76	3.50

附註及資料來源：同表 2-5-4。

觀察近 2 年調查結果，中小企業希望加強拓展市場僅「中國大陸」比率減少（減 8.44 個百分點），其餘均增加，其中以歐洲及北美比率分別增加 9.51 及 7.25 個百分點最多。

（二）「市場導向的政策規劃不夠」、「國內企業規模過小」及「行政效率不彰」為產業發展亟需解決的前 3 大瓶頸

由加權之調查結果顯示，未來產業發展最需解決的瓶頸，以「市場導向的政策規劃不夠」占 16.09% 最高，「國內企業規模過小」（占 13.35%）次之，「行政效率不彰」（占

13.25%) 再次之。(表 2-5-11)

表 2-5-11 未來產業發展最需解決之瓶頸 (加權)

單位：%

項 目	2011 年 調 查	2012 年 調 查	中小企業		大企業 2012 年
			2011 年	2012 年	
市場導向的政策規劃不夠	15.92	16.09	16.03	15.71	18.22
國內企業規模過小	12.86	13.35	13.37	14.24	8.42
行政效率不彰	10.38	13.25	10.49	13.60	11.27
國際化不足	9.34	10.88	9.05	10.72	11.80
地方產業整合度不佳	10.94	10.51	11.38	11.23	6.52
產業政策偏重產品技術領域	7.94	8.03	7.66	7.78	9.42
在地生活型態未充分轉化為商機	8.25	6.99	8.29	6.74	8.42
高階國際專業經營人才的培育不足	4.39	4.91	4.15	4.48	7.33
國內網站規模及服務安全性待加強	4.63	4.28	4.51	4.12	5.14
綠色商業發展待落實	5.13	3.35	5.16	3.12	4.66
網路交易金流機制尚未完備	3.24	3.16	3.11	2.85	4.90
其 他	6.97	5.19	6.81	5.42	3.90

附註及資料來源：同表 2-5-4。

依企業規模觀察，中小企業認為未來發展需解決的瓶頸，在「市場導向的政策規劃不夠」、「國內企業規模過小」、「行政效率不彰」及「地方產業整合度不佳」比率較為顯著；大企業則在「市場導向的政策規劃不夠」、「行政效率不彰」及「國際化不足」等比率較高。(表 2-5-11)

與 2011 年調查結果比較，2012 年中小企業在「國內企業規模過小」、「行政效率不彰」及「國際化不足」等比率增加，其中尤以「行政效率不彰」增加 3.11 個百分點較高。

(三) 約 4 成 7 的業者認為「推動台灣商業品牌發展策略」為擴大產業國際化最具影響力的措施

調查結果顯示，業者認為擴大產業國際化最具影響力的措施為「推動台灣商業品牌發展策略」(占 46.84%)，顯示建立及推展品牌的策略不僅能提高商品價值，亦為商品國際化最有效的利器；其次為「積極推動參與區域經濟整合」占 32.29%，是以積極參與國際合作乃正確有效的努力方向；至於「善用台商布局全球的優勢」及「藉助政府部門資源挹注」分別占 11.15%及 9.73%，分居第 3 及第 4 位(表 2-5-12)。

與 2011 年調查結果比較，2012 年中小企業「推動台灣商業品牌發展策略」及「藉助政府部門資源挹注」比率增加，前者增加 6.68 個百分點最多；而「善用台商布局全球的優勢」則減少 6.14 個百分點。(表 2-5-12)

表 2-5-12 擴大產業國際化最具影響力措施

單位：%

項 目	2011 年 調 查	2012 年 調 查	中小企業		大企業 2012 年
			2011 年	2012 年	
總 計	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
推動台灣商業品牌發展策略	40.16	46.84	40.07	46.75	47.30
積極推動參與區域經濟整合	34.16	32.29	33.85	32.31	32.16
善用台商布局全球的優勢	16.82	11.15	17.36	11.22	10.79
藉助政府部門資源挹注	8.85	9.73	8.72	9.72	9.75

資料來源：經濟部統計處，《批發、零售及餐飲業經營實況調查報告》，2012 年。

（四）約 2 成 4 業者的營收直接受惠開放陸客來台觀光政策

隨著兩岸關係的和緩，兩岸交流亦日益頻繁，政府遂於 2008 年 7 月 18 日正式開放大陸人民來臺觀光，自 2008 年 7 月迄 2011 年 10 月底，大陸旅客來台觀光達 277 萬餘人次。另依交通部觀光局估計，陸客來台已為國內帶來新台幣 1,392 億元之觀光外匯收益，創造旅遊外匯收入，增進國內觀光產業發展，促進兩岸交流合作與良性互動。

由 2012 年調查結果顯示，有 23.59% 的批發、零售及餐飲業業者營收直接受益開放陸客來台觀光。依企業規模觀察，大企業受益之比率（占 35.48%）顯著高於中小企業（占 21.33%）；中小企業 2012 年認為有助益的比率由 2011 年的 17.44% 提升為 21.33%（表 2-5-13）。

表 2-5-13 擴大開放陸客來台觀光，對營收之直接影響

單位：%

項 目	2011 年 調 查	2012 年 調 查	中小企業		大企業 2012 年
			2011 年	2012 年	
總 計	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
有助益	19.84	23.59	17.44	21.33	35.48
無助益	80.16	76.41	82.56	78.67	64.52

資料來源：經濟部統計處，《批發、零售及餐飲業經營實況調查報告》，2012 年。

第 6 節 中小企業之創新研發

就企業創新研發投入而言，主要以研發經費作為指標，本節先就分全國和企業部門研發經費投入加以探討。同時，為了瞭解我國海外投資事業的研發投入情形，利用經濟部投審會《2011 年對海外投資事業營運狀況調查》之原始資料加以整理分析，以對我國中小企業的研發投入狀況作概括性的了解。

一、全國和企業部門研發經費投入

（一）全國研發經費

依據 2011 年版《科學技術統計要覽》的數據，我國在 2010 年的研發經費為新台幣 394,960 百萬元，較上一年度成長 7.57%。其中，高達 71.54% 的比率是來自企業部門，其次是政府部門的 15.96%；12.15% 則是來自高等教育部門；僅有 0.36% 來自私人非營利部門。由此可知，企業部門一直是我國研發經費最主要的來源。（表 2-6-1）

表 2-6-1 2007 年至 2010 年之全國研發經費—依執行部門別

單位：百萬元；台幣

項 目	2007 年	2008 年	2009 年	2010 年
總 計	331,386	351,405	367,174	394,960
企業部門	229,126	248,363	257,405	282,546
政府部門	60,643	58,928	61,587	63,020
高等教育部門	40,400	42,905	46,823	47,970
私人非營利部門	1,218	1,209	1,359	1,424

資料來源：行政院國科會，《科學技術統計要覽》，2011 年。

（二）企業部門研發經費

依行業別區分，企業部門的研發經費以製造業占最多，其投入之研發經費合計約為 2,571.49 億元，占全體企業部門研發經費比率高達 91.01%；而服務業研發經費則占全體比率 7.24%；其餘業別（電力及燃氣供應業、用水供應業、汙染整治業，以及營造業）合計僅占 0.31%。一般而言，製造業（特別是高科技產品製造業）較服務業或其他業別，較有研發需求，因此製造業的研發經費遠高於其他業別。

由歷年各執行部門的研發經費變動趨勢可知，企業部門研發經費有較明顯的成長，自 2006 年的 207,238 百萬元增加到 2010 年的 282,546 百萬元，年平均成長率為 7.27%；而企業部門投入占全國研發經費投入的比率亦最高，同期間由 69.14%，上升至 71.54%。在所有部門中，企業部門投入增幅是最大的。（表 2-6-2）

若依企業員工人數來進行區分，則可發現員工數小於 200 人的中小企業，其研發經費連續 3 年成長，2008 年成長 17.17%；2009 年成長 2.05%；2010 年成長 4.46%。大企業亦是年年增加，其中，雖然 2008 年較 2007 年成長 6.68%，小於中小企業的增幅，但 2009 年較 2008 年成長 3.98%，2010 年較 2009 年成長 10.89%，連續兩年大於中小企業的增幅。整體而言，企業的研發經費每年皆有成長。（表 2-6-2）

表 2-6-2 2006 年至 2010 年之企業部門執行研發經費—依規模別

單位：百萬元；台幣

項 目	2006 年	2007 年	2008 年	2009 年	2010 年
總 計	207,238	229,126	248,363	257,405	282,546
中小企業合計	33,159	37,437	43,864	44,764	46,759
0-99 人（員工數）	17,803	19,140	23,200	23,600	23,115
100-19 人（員工數）	15,356	18,297	20,664	21,164	23,644
大型企業合計	174,078	191,690	204,498	212,640	235,787
200-499 人（員工數）	27,417	31,614	36,039	35,401	38,530
>= 500 人（員工數）	146,661	160,076	168,459	177,239	197,257

資料來源：行政院國科會，《科學技術統計要覽》，2011 年。

二、海外投資事業研發經費

（一）海外投資事業母公司研發支出

依據經濟部投審會《2011 年對海外投資事業營運狀況調查》（調查資料年度：2010 年）原始資料得知，2010 年外投資事業母公司研發支出大型企業平均研發支出約為 29,152 萬元，為中小企業平均 4,720 萬元的 6.17 倍。（表 2-6-3）

表 2-6-3 2010 年海外投資事業母公司研發支出

單位：家；萬元；%

規模別	填答家數	平均全年營業額	填答家數	平均全年研發支出總額	全年研發支出占全年營業額比率
大型企業	461	2339,584	400	29,152	1.25
中小企業	142	112,842	95	4,720	4.18

附 註：1.全年研發支出佔全年營業額比率大企業統計家數 400 家，中小企業統計家數 95 家。

2.本表中之中小企業係指員工人數未滿 200 人者；大型企業則為員工人數 200 人及以上。

資料來源：經濟部投審會，《2011 年對海外投資事業營運狀況調查》之調查原始資料計算整理。

（二）海外投資事業研發經費的配置

若進一步就國內事業與海外事業加以區分，與 2009 年相較，大企業研發經費的配置依舊是以國內事業為主，且比率從 75.24% 升至 96.09%；而中小企業的配置比率從 67.15% 升至 86.14%。由此可知，目前台灣企業的研發仍以台灣為中心，且與過去相較，有急速增加的趨勢。（表 2-6-4）

表 2-6-4 2009 年及 2010 年海內外投資事業母公司研發經費比率

單位：%

規模別	項 目	全年營業額比率		全年研發支出總額比率	
		2009 年	2010 年	2009 年	2010 年
大型企業	國內事業	61.39	67.54	75.24	96.09
	海外事業	38.61	32.46	24.76	3.91
中小企業	國內事業	65.73	68.84	67.15	86.14
	海外事業	34.27	31.16	32.85	13.86

附 註：1.全年營業額比率大企業填答家數 442 家，中小企業填答家數 135 家。

2.全年研發支出總額比率大企業填答家數 383 家，中小企業填答家數 92 家。

3.本表中之中小企業係指員工人數未滿 200 人者；大型企業則為員工人數 200 人及以上。

資料來源：經濟部投審會，《2011 年對海外投資事業營運狀況調查》之調查原始資料計算整理。

第 3 章 中小企業的財務與資金融通

要想了解中小企業的現況與發展，財務分析是不可或缺的一環；藉由各項財務指標數據，即得以窺知企業的經營管理狀況。本章第 1 及 2 節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，僅能擷取財政部財稅資料中心 2010 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互動情形。

第 1 節 中小企業整體財務分析

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，藉以了解整體中小企業財務結構。

一、中小企業資產配置

（一）流動資產降低，存貨比率減少，應變能力略微降低

由表 3-1-1 可以得知，2010 年大企業與中小企業流動資產比率均降低，大企業減少 1.97 個百分點，為 58.57%；中小企業減少 1.95 個百分點，為 48.43%，中小企業短期償債能力較 2009 年降低，且流動資產比率不足 50%；再觀察現金項目比率，2010 年大企業現金比率降低 0.22 個百分點，為 23.66%，而中小企業現金比率也減少 2.5 個百分點，為 17.64%。可見 2010 年雖然全球景氣持續復甦，2010 年更由於比較基期低，經濟成長率達 10.72%，創近 20 年來最大增幅，但中小企業操作靈活度與應變能力並未因而提高，表現略低於大企業。

表 3-1-1 資料顯示，經濟持續復甦中，大企業的存貨比率增幅降低，2009 年增加 1.44 個百分點，而 2010 年大企業存貨比率為 7.21%，較 2009 年僅略為增加 0.02 個百分點；而中小企業存貨比率由 2008 年到 2010 年雖然仍呈現降低趨勢，但 2009 年降幅為 2.32 個百分點，而 2010 年中小企業存貨比率為 15.49%，較 2009 年僅減少 0.08 個百分點。可見在經濟復甦過程中，可能受到歐洲主權債務危機的影響，中小企業應變能力略微下滑。

表 3-1-1 2008 年至 2010 年共同比資產負債表

單位：%

項 目	大 企 業			中小企業		
	2008 年	2009 年	2010 年	2008 年	2009 年	2010 年
流動資產	62.34	60.54	58.57	49.76	50.38	48.43
現金	24.87	23.88	23.66	15.13	20.14	17.64
應收款項	28.27	26.32	26.09	12.80	11.48	11.83
存貨	5.75	7.19	7.21	17.89	15.57	15.49
預付款項	1.19	0.45	0.47	1.46	1.34	1.46
其他流動資產	2.26	2.70	1.14	2.48	1.85	2.02
基金及長期投資	18.15	20.89	23.24	22.61	25.41	27.59
固定資產	15.22	14.13	13.91	24.08	21.00	20.75
土地及房屋	6.52	6.21	5.99	13.85	13.52	13.83
機械設備	7.84	7.09	6.82	8.92	6.35	5.69
其他固定資產	0.85	0.83	1.10	1.31	1.13	1.23
無形及其他資產	4.29	4.43	4.28	3.56	3.21	3.23
資產 = 負債 + 淨值	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
負 債	74.66	73.57	73.83	52.80	55.87	56.47
流動負債	55.19	54.07	53.01	43.60	46.94	47.54
短期借款	37.34	37.64	35.32	11.55	12.07	12.29
應付款項	8.06	8.46	8.48	11.37	12.77	13.44
預收款項	5.39	3.99	3.92	3.81	3.91	3.84
其他流動負債	4.40	3.98	5.29	16.87	18.19	17.96
長期負債	11.49	9.40	13.04	7.02	7.22	7.39
長期借款	4.55	5.65	5.90	5.11	5.10	5.61
其他長期負債	6.94	3.75	7.15	1.90	2.12	1.79
其他負債	7.98	10.10	7.77	2.18	1.72	1.54
淨 值	25.34	26.43	26.17	47.20	44.13	43.53

資料來源：整理自財政部營利事業所得稅申報原始資料。

觀察表 3-1-2、3-1-3 各大業別財務指標資料可見，18 大業別中，中小企業流動資產超過 50%者有製造業、營造業、批發及零售業、運輸及倉儲業、專業、科學及技術服務業、支援服務業等 6 個業別，與去年相同，但電力及燃氣供應業流動資產大幅降低 10.59 個百分點，運輸及倉儲業大幅降低 17.78 個百分點，資訊及通訊傳播業大幅降低 23.54 個百分點，造成整體資料下滑；觀察表 3-1-2 並與 2009 年資料對照得知，2010 年 18 大業別中，除礦業及土石採取業、運輸及倉儲業、資訊及通訊傳播業、支援服務業及醫療保健及社會工作服務業 5 個業別中小企業現金比率低於 2009 年，其他 13 個業別包括農林漁牧業、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、住宿及餐飲業、金融及保險業、不動產業、專業、科學及技術服務業、教育服務業、藝術、娛樂及休閒服務業、其他服務業現金比率均高於 2009 年；另外，18 大業別中，中小企業存貨比率低於 2009 年有農林漁牧業、製造業、電力及燃氣供應業、營造業、住宿

及餐飲業、資訊及通訊傳播業、不動產業、支援服務業、教育服務業、藝術、娛樂及休閒服務業、其他服務業等 11 個業別。在經濟持續復甦中，由現金比率與存貨比率的變化，可以得知以業別而言，多數中小企業短期應變能力與 2009 年相差不大，但因受電力及燃氣供應業、運輸及倉儲業、資訊及通訊傳播業少數個別產業流動資產比率大幅下滑影響，使得中小企業整體應變能力相較 2009 年末見顯著提升。

表 3-1-2 2010 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	48.45	47.32	61.08	17.92	43.77	84.93	70.50	53.61	26.72
現金	17.97	18.94	17.03	11.33	18.24	21.23	22.89	28.59	14.00
應收款項	8.30	12.98	21.28	3.19	12.59	21.66	17.69	18.15	4.49
存貨	8.17	11.55	20.02	1.45	9.12	36.52	25.94	0.98	5.28
預付款項	11.17	2.02	1.45	0.79	1.81	1.91	1.86	3.21	1.71
其他流動資產	2.83	1.82	1.29	1.15	2.02	3.61	2.12	2.68	1.24
基金及長期投資	6.93	0.70	1.58	10.81	2.66	1.07	8.37	3.63	6.20
固定資產	41.20	48.23	35.43	69.08	49.55	10.66	18.53	39.00	60.59
土地及房屋	12.36	26.26	21.00	24.53	21.53	4.29	12.45	10.26	42.79
機械設備	23.15	19.26	12.78	56.14	27.04	5.78	5.04	27.53	13.09
其他固定資產	5.69	2.72	1.65	-11.60	0.99	0.60	1.04	1.21	4.71
無形及其他資產	3.42	3.74	1.91	2.19	4.02	3.34	2.60	3.76	6.50
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	71.67	62.24	66.39	65.17	52.13	66.69	67.29	43.69	76.93
流動負債	61.74	56.02	59.06	37.52	40.18	63.67	62.10	36.54	50.68
短期借款	22.66	12.75	16.08	9.97	10.33	8.54	13.54	11.98	10.74
應付款項	9.58	11.83	21.19	21.00	13.90	14.66	18.69	10.09	8.64
預收款項	0.68	0.35	2.48	0.00	1.56	28.85	1.13	0.51	1.16
其他流動負債	28.83	31.09	19.31	6.55	14.39	11.62	28.75	13.97	30.15
長期負債	6.44	5.10	6.29	24.70	11.31	2.25	3.94	5.73	24.14
長期借款	6.30	4.32	5.65	23.55	9.58	2.01	3.67	4.99	23.06
其他長期負債	0.14	0.78	0.64	1.15	1.73	0.24	0.26	0.75	1.08
其他負債	3.48	1.12	1.05	2.95	0.65	0.77	1.26	1.41	2.11
淨值	28.33	37.76	33.61	34.83	47.87	33.31	32.71	56.31	23.07
資本	50.73	39.00	30.05	113.55	58.21	34.21	49.52	80.58	46.50
公積及盈餘	-22.40	-1.24	3.56	-78.72	-10.34	-0.89	-16.81	-24.27	-23.43

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 2010 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	19.98	21.33	41.61	58.98	59.46	49.02	35.34	15.44	44.74
現金	8.96	16.92	9.97	29.55	34.36	31.45	16.11	8.60	22.30
應收款項	5.93	2.49	3.96	17.52	18.00	12.82	13.37	2.23	7.71
存貨	2.89	0.62	21.86	5.69	1.50	1.57	3.81	1.12	10.48
預付款項	1.04	0.17	2.37	2.41	2.01	1.45	0.81	2.08	1.84
其他流動資產	1.16	1.12	3.44	3.81	3.58	1.73	1.24	1.40	2.40
基金及長期投資	70.28	74.79	18.18	17.77	7.31	9.84	0.69	5.87	30.56
固定資產	6.80	2.75	32.06	19.22	22.44	36.62	57.17	70.89	18.41
土地及房屋	3.60	2.44	28.21	13.26	8.18	29.78	41.57	55.96	11.71
機械設備	2.53	0.24	1.36	4.78	9.47	4.89	12.63	8.53	5.49
其他固定資產	0.67	0.07	2.48	1.18	4.79	1.95	2.97	6.41	1.21
無形及其他資產	2.94	1.13	8.15	4.03	10.79	4.52	6.80	7.80	6.30
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	31.37	32.00	71.30	60.97	48.26	82.86	55.88	84.82	51.70
流動負債	22.42	24.14	54.27	49.65	40.80	74.69	33.37	50.77	39.41
短期借款	5.04	6.07	20.66	9.97	8.35	18.35	8.17	12.66	5.80
應付款項	7.27	8.55	7.71	12.59	11.05	8.20	11.08	9.22	10.55
預收款項	0.97	0.09	3.84	4.27	1.30	9.63	1.67	2.41	3.43
其他流動負債	9.14	9.44	22.06	22.83	20.11	38.51	12.45	26.48	19.62
長期負債	8.44	7.10	13.73	10.26	5.87	2.00	20.77	9.70	6.68
長期借款	3.18	2.74	12.41	9.84	5.32	1.94	19.96	9.04	6.48
其他長期負債	5.27	4.36	1.33	0.42	0.54	0.07	0.81	0.66	0.20
其他負債	0.51	0.76	3.30	1.06	1.60	6.17	1.74	24.35	5.61
淨值	68.63	68.00	28.70	39.03	51.74	17.14	44.12	15.18	48.30
資本	64.44	43.05	31.86	55.26	72.63	69.08	67.16	42.06	36.89
公積及盈餘	4.19	24.95	-3.16	-16.23	-20.89	-51.93	-23.04	-26.88	11.41

資料來源：整理自財政部營利事業所得稅申報原始資料。

（二）經營態度仍持保守，基金及長期投資比率持續增加

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轉變為現金的投資，2010 年企業的資金運用情形，由表 3-1-1 中可得知，基金及長期投資占總資產的比率，大型企業較 2009 年增加 2.35 個百分點，為 23.24%；中小企業則是增加 2.18 個百分點，為 27.59%。2010 年雖然全球景氣已由金融海嘯影響逐漸復甦，但由此比率觀察，不論是大企業或中小企業其資金配置於基金及長期投資部分仍持續增加，可能受到歐洲主權債務危機影響，企業對於未來經營仍持較保守的態度。另方面考量金融市場處低利率

時代，企業不願將資金存入銀行賺取微薄的利息收入，故調整資金配置，增加基金及長期投資比率，運用其他的投資工具以獲取較高的收益率。

（三）中小企業固定資產比率減少

由表 3-1-1 中可得知，在固定資產方面，2010 年大型企業固定資產比率較 2009 年略為減少 0.22 個百分點，為 13.91%；而中小企業的固定資產比率則略為減少 0.25 個百分點，為 20.75%。

表 3-1-3 2010 年各行業共同比資產負債表—大企業

單位：%

項 目	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	54.59	20.02	37.79	20.44	8.08	82.82	60.78	23.87	17.80
現金	14.23	15.04	11.04	9.15	2.70	11.39	15.37	14.98	9.91
應收款項	14.96	2.66	16.38	6.19	2.35	13.10	25.56	5.61	3.44
存貨	14.86	0.49	8.62	2.86	2.49	52.89	16.21	1.65	1.67
預付款項	9.08	0.67	0.68	0.98	0.29	2.04	1.67	0.54	1.57
其他流動資產	1.46	1.17	1.06	1.25	0.25	3.40	1.97	1.09	1.21
基金及長期投資	9.88	47.45	24.71	6.92	1.33	6.53	14.70	11.89	10.84
固定資產	33.17	13.61	33.54	69.72	86.12	7.44	19.92	55.04	62.99
土地及房屋	18.80	18.00	13.10	9.62	31.51	4.86	14.99	12.35	48.88
機械設備	12.01	1.40	19.32	55.15	54.36	1.91	2.90	29.13	7.13
其他固定資產	2.37	-5.79	1.12	4.95	0.24	0.67	2.03	13.57	6.98
無形及其他資產	2.36	18.92	3.95	2.93	4.47	3.21	4.60	9.20	8.37
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	55.86	25.05	45.24	43.54	36.23	72.45	61.55	60.21	56.49
流動負債	48.44	19.33	28.90	18.63	11.36	67.76	51.66	24.98	28.24
短期借款	13.07	8.78	9.12	7.07	5.87	6.25	14.96	4.58	9.01
應付款項	14.44	6.98	17.36	5.77	3.97	14.41	28.47	14.81	10.19
預收款項	7.50	0.05	0.88	2.45	0.88	43.08	2.38	3.43	1.97
其他流動負債	13.43	3.52	1.54	3.34	0.65	4.03	5.85	2.14	7.07
長期負債	4.31	4.16	13.70	23.02	14.13	3.01	7.45	25.68	24.52
長期借款	4.31	4.16	9.43	18.42	13.41	2.17	6.45	19.53	22.39
其他長期負債	0.00	0.00	4.27	4.60	0.72	0.85	1.01	6.15	2.13
其他負債	3.10	1.56	2.64	1.89	10.74	1.67	2.44	9.55	3.73
淨值	44.14	74.95	54.76	56.46	63.77	27.55	38.45	39.79	43.51
資本	31.83	66.19	28.22	34.86	44.99	27.67	21.85	16.96	37.92
公積及盈餘	12.31	8.75	26.54	21.61	18.78	-0.12	16.60	22.83	5.58

資料來源：整理自財政部營利事業所得稅申報原始資料。

表 3-1-3 2010 年各行業共同比資產負債表—大企業（續）

單位：%

項 目	資訊及 通訊播業	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	28.57	69.99	57.75	64.62	38.15	58.13	26.54	11.07	58.35
現金	14.34	31.14	8.26	28.34	11.80	46.46	10.75	6.93	12.71
應收款項	10.54	33.14	3.28	17.54	20.67	5.56	12.92	1.53	7.75
存貨	1.48	4.49	41.87	15.86	2.73	0.94	2.38	1.09	19.79
預付款項	0.73	0.22	1.35	1.26	1.28	2.51	0.30	0.53	0.65
其他流動資產	1.48	1.00	3.00	1.63	1.67	2.66	0.19	0.99	17.45
基金及長期投資	14.35	25.16	10.69	16.73	15.06	2.36	0.06	13.99	6.15
固定資產	40.87	1.20	23.26	9.99	40.92	19.39	71.61	66.12	21.65
土地及房屋	18.48	1.04	17.44	6.72	8.98	6.71	51.90	50.05	9.71
機械設備	22.19	0.11	0.73	2.33	8.29	6.01	11.72	5.44	4.15
其他固定資產	0.19	0.05	5.09	0.94	23.65	6.67	7.99	10.63	7.79
無形及其他資產	16.21	3.65	8.29	8.66	5.87	20.12	1.79	8.81	13.85
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	35.01	89.43	63.70	43.65	72.38	79.91	62.89	60.76	86.35
流動負債	24.01	66.19	46.34	37.51	41.03	76.63	38.41	23.90	71.76
短期借款	3.36	52.10	22.47	5.89	20.73	0.50	10.70	8.06	4.46
應付款項	14.51	2.75	8.14	17.54	12.22	17.21	24.34	8.18	10.97
預收款項	3.03	4.27	7.15	12.15	4.34	53.23	0.39	2.29	54.65
其他流動負債	3.11	7.07	8.58	1.92	3.74	5.69	2.98	5.37	1.68
長期負債	8.28	12.63	14.67	3.71	16.54	3.06	11.81	17.08	13.81
長期借款	6.60	3.18	13.87	3.26	16.50	3.06	10.92	16.48	1.07
其他長期負債	1.68	9.44	0.80	0.45	0.04	0.00	0.89	0.61	12.73
其他負債	2.73	10.61	2.69	2.44	14.81	0.23	12.66	19.77	0.78
淨值	64.99	10.57	36.30	56.35	27.62	20.09	37.11	39.24	13.65
資本	32.49	5.64	22.53	23.60	18.69	28.49	32.36	36.38	9.93
公積及盈餘	32.49	4.94	13.77	32.75	8.92	-8.40	4.76	2.86	3.72

資料來源：整理自財政部營利事業所得稅申報原始資料。

二、中小企業財務結構分析

由中小企業的資產配置觀察，2008 年到 2010 年中小企業的流動資產比率先增加後減少，到 2010 年流動資產比率為 48.43%。再觀察其債務結構，可對中小企業之整體財務狀況有全面性的了解。整體而言，中小企業的負債比率呈增加趨勢，2010 年負債比率為 56.47%，流動負債比率與負債比率趨勢相同，2010 年流動負債比率為 47.54%。

（一）流動負債比率提高，短期資金融通壓力仍大

由表 3-1-1 觀察，2010 年中小企業流動負債比率仍呈現增加趨勢，增加 0.6 個百分點，為 47.54%；而大企業則減少 1.06 個百分點，為 53.01%。中小企業流動負債比率雖

較大企業來得低，但由 2010 年中小企業流動負債占全體負債比率觀察，仍高達 84.19%，仍較大型企業該比率的 71.80% 明顯偏高，而且大企業的流動負債呈遞減趨勢，中小企業則呈現逐年增加，反映中小企業短期資金融通的壓力仍大，負債部分應增加長期負債，減少短期負債，以降低短期融通壓力。

（二）長期負債比率增加

由表 3-1-1 觀察，2010 年中小企業長期負債比率增加 0.17 個百分點，為 7.39%；大企業則增加 3.64 個百分點，為 13.04%。長期負債係指企業不需於一年，或一個營業週期以內償還之負債資產，如應付公司債或長期應付票據。中小企業因多數為家族企業，所以資本化不足，財務透明度不佳，經營管理能力較不足，進而影響金融機構對中小企業長期資金融通的意願，雖然 2008~2010 年長期負債比率呈增加趨勢，但增幅有限，長期負債比率仍偏低。

三、中小企業綜合損益

（一）營業成本比率呈遞減，企業持續獲利

就營業成本占營業收入淨額比率而言，由表 3-1-4 得知，2008-2010 年大企業及中小企業營業成本皆呈遞減趨勢，2010 年大企業營業成本減少 2.08 個百分點，為 89.71%；中小企業營業成本微幅減少 0.1 個百分點，為 80.88%，不論大企業或中小企業，企業持續獲利。

表 3-1-4 2008 年至 2010 年共同比損益表

單位：%

項 目	規模別/年別	大 企 業			中小企業		
		2008 年	2009 年	2010 年	2008 年	2009 年	2010 年
營業收入淨額		100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
減：營業成本		93.12	91.79	89.71	83.70	80.98	80.88
營業毛利		6.88	8.21	10.29	16.30	19.02	19.12
減：營業費用		5.44	6.39	6.40	17.35	18.43	16.97
營業淨利		1.45	1.82	3.89	-1.05	0.59	2.14
加：非營業收入		2.14	1.90	2.10	1.70	1.86	2.51
減：利息支出		1.51	1.47	1.34	1.25	1.10	0.83
減：其他非營業費用		0.41	0.35	0.29	0.74	0.54	0.45
本期損益		1.67	1.90	4.35	-1.34	0.81	3.37

資料來源：整理自財政部營利事業所得稅申報原始資料。

就 2010 年大企業與中小企業營業成本觀察，依行業別的中小企業與大企業營運成本比較（表 3-1-5），可發現 18 個行業中，除了農林漁牧業、住宿及餐飲業、藝術、娛樂及休閒服務業之營業成本比率較大企業高之外，其他行業中小企業的營運成本比率普遍

較大企業來得低。

（二）營業費用比率降低，獲利提升

營業費用係指企業為銷售或管理活動而發生的各項支出，包含銷售費用、管理費用、研發費用等。2010 年中小企業的營業費用比率一改近年來逐年增加趨勢，營業費用轉為降低，2010 年中小企業營業費用減少 1.46 個百分點，為 16.97%；反觀 2010 年大企業的營業費用比率為 6.40%，較 2009 年略微增加 0.01 個百分點，雖然中小企業營業費用比率遠高於大企業，但在 2010 年大企業呈微幅增加，而中小企業則由過去增加趨勢轉為降低，顯見中小企業獲利提升。

2010 年中小企業營業費用由過去幾年逐年增加趨勢，轉為降低，比較 2009 年與 2010 年資料，可發現 2010 年 18 個行業中，除了電力及燃氣供應業、資訊及通訊傳播業、不動產業、支援服務業及醫療保健及社會工作服務業 5 個業別營業費用高於 2009 年外，其他 13 個業別營業費用均低於 2009 年，中小企業營業費用的降低，提升中小企業的獲利能力（表 3-1-5）。

表 3-1-5 2010 年各行業綜合損益結構

單位：%

項 目	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
中小企業									
營業收入淨額	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
減：營業成本	84.32	80.37	85.59	74.67	69.27	83.91	79.78	68.99	59.44
營業毛利	15.68	19.63	14.41	25.33	30.73	16.09	20.22	31.01	40.56
減：營業費用	14.78	16.19	10.74	27.30	27.92	12.20	19.92	29.10	43.13
營業淨利	0.90	3.44	3.68	-1.96	2.82	3.89	0.30	1.91	-2.58
加：非營業收入	3.83	0.56	0.86	1.18	0.73	0.40	1.44	1.88	1.55
減：利息支出	1.88	0.68	0.42	3.44	0.39	0.24	0.54	0.89	0.52
減：其他非營業費用	1.01	0.57	0.29	0.62	0.90	0.23	0.29	0.47	0.72
本期損益	1.84	2.75	3.83	-4.85	2.25	3.83	0.90	2.43	-2.26
大 企 業									
營業收入淨額	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
減：營業成本	78.71	92.01	88.73	80.96	84.42	91.12	86.06	82.04	51.98
營業毛利	21.29	7.99	11.27	19.04	15.58	8.88	13.94	17.96	48.02
減：營業費用	14.33	6.69	6.05	2.58	7.98	4.95	11.17	8.91	42.50
營業淨利	6.96	1.31	5.22	16.46	7.60	3.93	2.77	9.05	5.52
加：非營業收入	2.95	6.65	2.54	0.87	1.29	1.68	1.68	2.82	1.52
減：利息支出	1.96	0.13	2.00	0.37	1.77	1.24	1.09	1.87	1.46
減：其他非營業費用	0.60	0.34	0.37	1.14	0.93	0.45	0.22	2.01	1.31
本期損益	7.35	7.49	5.39	15.81	6.20	3.93	3.14	7.99	4.27

資料來源：整理自財政部營利事業所得稅申報原始資料。

表 3-1-5 2010 年各行業綜合損益結構（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
中小企業									
營業收入淨額	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
減：營業成本	56.97	58.56	61.52	55.23	45.44	30.60	52.82	53.39	58.42
營業毛利	43.03	41.44	38.48	44.77	54.56	69.40	47.18	46.61	41.58
減：營業費用	54.1	40.32	43.34	47.59	52.88	76.21	55.52	59.63	42.70
營業淨利	-11.06	1.12	-4.86	-2.82	1.68	-6.81	-8.34	-13.02	-1.12
加：非營業收入	4.73	104.21	13.44	3.29	4.11	3.20	1.86	13.10	3.11
減：利息支出	4.11	20.49	5.89	0.99	2.81	0.35	1.46	4.36	1.39
減：其他非營業費用	1.47	5.24	5.28	0.91	0.36	0.76	0.36	1.74	0.36
本期損益	-11.91	79.60	-2.59	-1.44	2.62	-4.72	-8.30	-6.02	0.24
大 企 業									
營業收入淨額	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
減：營業成本	57.49	95.41	71.95	69.21	73.34	47.90	89.39	50.49	58.81
營業毛利	42.51	4.59	28.05	30.79	26.66	52.10	10.61	49.51	41.19
減：營業費用	25.66	3.33	9.48	19.61	22.11	52.01	8.67	44.96	27.50
營業淨利	16.85	1.26	18.57	11.17	4.55	0.09	1.94	4.55	13.69
加：非營業收入	1.92	1.74	1.90	2.27	2.73	2.44	0.97	3.25	2.63
減：利息支出	1.20	0.68	1.26	1.36	0.82	1.25	0.23	6.70	2.52
減：其他非營業費用	1.23	0.04	1.55	0.44	0.58	0.08	0.43	1.65	0.22
本期損益	16.34	2.29	17.67	11.65	5.88	1.20	2.26	-0.55	13.58

資料來源：整理自財政部營利事業所得稅申報原始資料。

就營業費用而言，營業費用省一塊錢，就等於公司獲利多一塊錢，在微利的時代，企業增加獲利最快的方式就是節省成本（Cost Down），多數企業無論賺錢或虧錢，都會持續思考如何降低費用及節省成本，中小企業在營業費用上遠高於大企業，可能因為經營管理能力不足，加上規模小，議價能力有限，導致管銷成本無法壓低，但若將營業費用比率降低，對於中小企業獲利提升將有助益。

（三）營業費用與營業成本均降低，營業淨利增加

在成本結構上，中小企業的營業費用比率遠高於大型企業，而營業成本則較大型企業為低，使得中小企業的營業淨利能維持為正，惟2008年中小企業的營業成本大幅增加，而營業費用也微幅增加，造成中小企業的營業淨利由正轉負，呈現虧損，這是中小企業自2000年以來，營業淨利首次轉為負，而2009年由於營業成本降低幅度遠大於營業費用增加幅度，使得中小企業營業淨利再度由負轉正，至2010年，由於營業成本與營業費用都呈現降低，使得2010年營業淨利增加1.55個百分點，為2.14%。

就 2010 年各行業綜合損益結構觀察（表 3-1-5），可發現 18 個行業中，除了礦業及土石採取業、製造業、用水供應及污染整治業、營造業、運輸及倉儲業、支援服務業等 6 個行業外，另增加農林漁牧業、批發及零售業、金融及保險業 3 個業別。整體而言，中小企業營業淨利在改善中，在營業淨利為負數的 9 個業別中，除了資訊及通訊傳播業、醫療保健及社會工作服務業淨利未獲改善，其他 7 個業別包括電力及燃氣供應業、住宿及餐飲業、資訊及通訊傳播業、不動產業、專門、科學及技術服務業、教育服務業、藝術、娛樂及休閒服務業、其他服務業業別雖仍為負數，但負值在縮小中，顯示隨著經濟逐漸復甦，中小企業個別行業仍有進步的空間。

（四）本期損益增加，經營狀況持續改善中

由表 3-1-4 得知，2009 年在走過金融風暴衝擊後，企業經營狀況逐漸改善，中小企業盈餘也由虧轉盈。2010 年中小企業本期損益增加 2.56 個百分點，由 0.81% 增加為 3.37%；而大企業也增加 2.45 個百分點，由 1.90% 增加為 4.35%。2010 年中小企業在業外收支方面，非營業收入比率增加 0.65 個百分點，為 2.51%，而利息支出比率和其他非營業費用比率則雙雙微幅減少，使得本期損益增加。顯現中小型企業隨著經濟好轉，經營狀況持續改善中。

就 2010 年各行業綜合損益結構觀察（表 3-1-5），可發現中小企業在 18 個行業中，有農林漁牧業、礦業及土石採取業、製造業、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、金融及保險業、支援服務業、其他服務業等 10 個行業本期損益出現盈餘，另 8 個行業則呈現虧損；出現盈餘行業中僅金融及保險業之盈餘高於大企業。

中小企業的營運條件、資源，皆不如大企業穩定，在民間消費減少、經營環境呈現衰退的情況下，中小企業的營運受到嚴重衝擊；隨著經濟慢慢復甦，中小企業具靈活特性，透過營業成本降低及營業費用有效控制，增加獲利，經營狀況持續改善。

第 2 節 中小企業財務比率分析

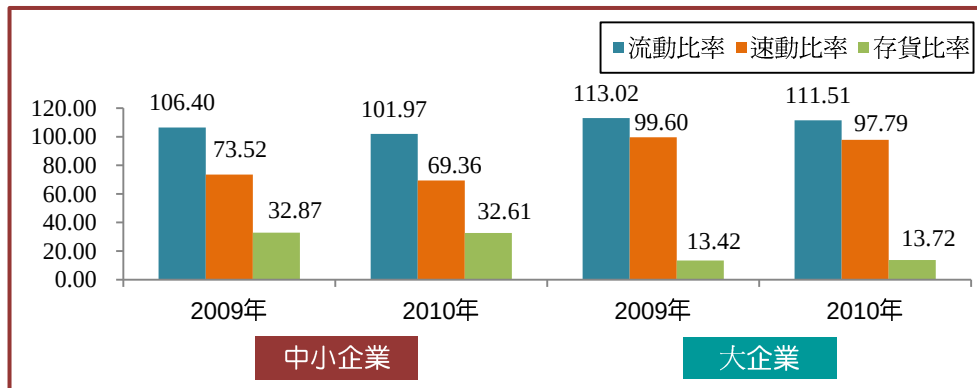
一、短期償債能力有待提升

中小企業流動比率在 2009 年為 106.40%，2010 年減少 4.43 個百分點，為 101.97%，速動比率（quick ratio）也減少 4.16 個百分點，為 69.36%，存貨比率也降低 0.26 個百分點，為 32.61%（圖 3-2-1）。流動比率為企業短期清償能力，一般財務良好公司參考值，流動比率為 200%，表示 2 元的流動資產用來償還 1 元的流動負債；而速動比率為 100%，表示 1 元可馬上變現的

流動資產，可用來償還 1 元流動負債；存貨比率則影響中小企業的短期變現能力。2010 年中小企業的流動比率與速動比率雖未達財務良好標準值，且略微降低，流動比率超過 100%，存貨比率僅呈現微幅下降，顯示雖然景氣持續復甦中，但中小企業短期償債能力並未明顯增加，面對外在經濟的衝擊應變能力有待提升。

反觀大企業的短期償債能力，2009 年流動比率為 113.02%，2010 年則減少 1.51 個百分點，為 111.51%，速動比率則較 2009 年減少 1.81 個百分點，為 97.79%，速動比率不足 100%，存貨比率增加 0.3 個百分點，為 13.72%（圖 3-2-1）。可發現大企業短期償債能力比中小企業佳，但相較 2009 年，其各項短期指標則呈現微幅衰退，顯示雖然景氣持續復甦中，但大企業及中小企業在經濟復甦的過程中短期償債能力表現仍無明顯好轉。

圖 3-2-1 2009 年及 2010 年企業之短期流動性



附註：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。

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。

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資料原始資料。

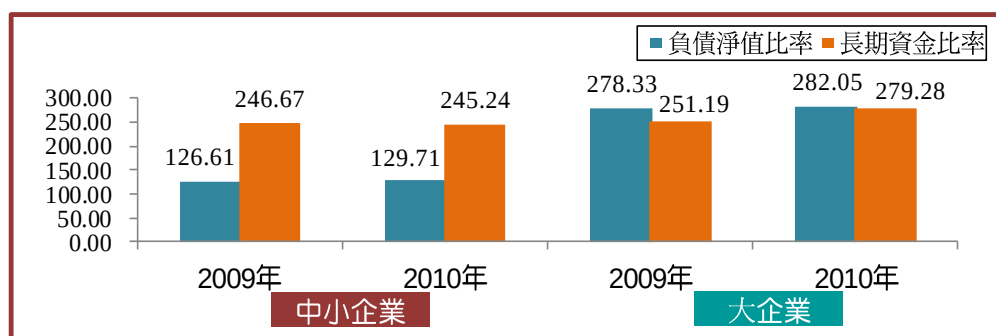
由上述中小企業的流動比率、速動比率與存貨比率觀察，可發現中小企業的應變能力並未隨著經濟復甦而明顯改善，未來中小企業更應謹慎控管流動資產或流動負債之結構，提高其短期償債能力，做好存貨管理，進而提升本身競爭力。

由表 3-2-1 可以得知，中小企業在 18 個行業中，速動比率在參考值 100 左右，即短期償債能力較佳之行業有：運輸及倉儲業、專業、科學及技術服務業、支援服務業 3 個行業；大企業速動比率超過參考值 100 則有礦業及土石採取業、製造業、資訊及通訊傳播業、金融及保險業、專業、科學及技術服務業 5 個行業。近幾年，台灣經濟結構已逐漸由製造業轉向服務業，由短期償債能力觀察，償債能力較佳者，除大企業中的礦業及土石採取業、製造業外，幾乎都是服務業。

二、企業長期安定性提高

負債比率以一般參考值 100%而言，表示每 1 元資本就有 1 塊錢的負債，比率越高表示財務槓桿操作越大。2009 年中小企業之負債比率為 126.61%，到了 2010 年則增加 3.1 個百分點，為 129.71%。而 2010 年大企業之負債比率增加 3.72 個百分點，為 282.05%（圖 3-2-2）。2010 年大企業與中小企業負債比率均小幅增加，主要是雖然景氣慢慢復甦，但未來前景並不明確，大企業負債比率維持在高檔，而中小企業在財務槓桿操作上採取穩健方式所致。

圖 3-2-2 2009 年及 2010 年企業長期安定性



附註：負債比率＝負債÷淨值×100%，參考值為 100，低於參考值為佳。

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。

中小企業負債淨值比接近標準值，對債權人而言，有足夠的資本保障；對投資者而言，經營者適度利用借款，來經營業務增加收入。大企業其負債淨值比則遠高於參考值，顯示大型企業呈現高度的財務槓桿操作。在低利的時代，適逢景氣回春，透過財務槓桿操作，以低利借款用以經營，能創造更高獲利；但若財務操作不當，發生資金缺口無法回補，則有引發財務危機之虞。

長期資金比率主要是用來衡量企業長期資金之籌措是否適當，因為企業固定資產的資金來源，應以長期性資金較為恰當。2010 年不論中小企業或大企業，其長期資金比率皆遠高於標準值 100%，有助於企業長期安定性。中小企業長期資金比率在 2010 年減少 1.43 個百分點，為 245.24%；大企業則增加 28.09 個百分點，為 279.28%（圖 3-2-2）。不論大型企業或中小企業，長期資金都足以支應購置長期資產之所需，顯示長期資金配置皆屬穩健。

整體資料顯示中小企業對債權人的保障略顯不足，就個別行業的負債比率觀察，由表 3-2-1 資料得知，18 個行業中，中小企業負債淨值比低於 100%者有運輸及倉儲業、

資訊及通訊傳播業、金融及保險業、支援服務業四個行業；這四個行業分別與大企業比較，相同行業下大企業除了資訊及通訊傳播業之負債比率均低於標準值外，其他三個行業之負債比率均高於標準值。

就個別行業之長期資金比率觀察，雖然整體資料顯示中小企業與大企業長期資金配置穩健，由表 3-2-1 行業別觀察，18 個行業中，中小企業長期資金比率明顯低於 100% 者有農林漁牧業、礦業及土石採取業、電力及燃氣供應業、住宿及餐飲業、教育服務業、藝術、娛樂及休閒服務業等 6 個行業。這 6 個行業分別與大企業比較，大企業除藝術、娛樂及休閒服務業低於標準值外，其他 5 個行業之長期資金比率皆高於標準值。顯示藝術、娛樂及休閒服務業之長期安定性相較於其他產業明顯不足。

表 3-2-1 2010 年各行業綜合財務報表

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
中小企業									
流動比率	78.13	84.57	103.41	47.76	108.57	134.99	113.25	147.03	52.73
速動比率	64.95	63.92	69.51	43.90	85.94	76.94	71.59	144.34	42.31
存貨比率	13.18	20.65	33.90	3.86	22.63	58.05	41.67	2.68	10.42
負債比率	252.98	164.84	197.56	187.12	108.91	200.18	205.76	77.59	333.54
長期資金比率	84.75	88.76	112.62	86.18	119.83	329.53	198.25	158.76	77.90
淨值週轉率	1.89	2.52	4.62	0.52	1.23	3.33	3.62	1.27	2.97
應收款項週轉率	6.49	7.31	7.30	5.68	4.68	5.06	6.71	3.93	15.29
固定資產週轉率	1.31	1.97	4.39	0.26	1.19	10.29	6.41	1.83	1.13
商品週轉率	6.59	8.21	7.76	12.54	6.46	3.00	4.58	72.98	12.98
營業獲利率	1.84	2.75	3.83	-4.85	2.25	3.83	0.90	2.43	-2.26
資產總額獲利率	2.41	5.41	16.78	-1.27	2.68	39.42	5.77	4.45	-2.56
固定資產獲利率	0.99	2.61	5.94	-0.88	1.32	4.25	1.07	1.74	-1.55
大 企 業									
流動比率	112.70	103.58	130.59	109.72	71.13	117.87	117.97	95.43	63.06
速動比率	82.02	101.07	100.80	94.35	49.22	42.60	86.50	88.82	57.16
存貨比率	30.68	2.51	29.79	15.37	21.91	75.27	31.47	6.61	5.90
負債比率	126.53	33.43	82.61	77.11	56.83	262.93	160.06	151.35	129.84
長期資金比率	146.10	581.41	204.37	114.00	90.41	426.11	229.83	119.10	107.95
淨值週轉率	1.70	0.44	1.68	1.08	0.38	1.78	5.17	0.69	1.25
應收款項週轉率	5.02	12.38	5.61	9.85	10.42	3.88	7.75	4.91	15.86
固定資產週轉率	2.26	2.42	2.74	0.87	0.28	6.84	9.95	0.50	0.87
商品週轉率	5.05	67.93	10.66	21.30	9.83	0.96	12.22	16.62	32.76
營業獲利率	7.35	7.49	5.39	15.81	6.20	3.93	3.14	7.99	4.27
資產總額獲利率	16.62	18.13	14.78	13.83	1.76	26.89	31.26	3.99	3.70
固定資產獲利率	5.51	2.47	4.95	9.64	1.52	1.93	6.24	2.19	2.33

資料來源：整理自財政部營利事業所得稅申報原始資料。

表 3-2-1 2010 年各行業綜合財務報表（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
中小企業										
流動比率		89.16	88.51	76.64	118.85	146.01	65.63	105.89	30.41	113.45
速動比率		76.27	85.93	36.38	107.39	142.32	63.54	94.48	28.19	86.88
存貨比率		12.88	2.58	40.26	11.46	3.69	2.10	11.41	2.21	26.57
負債比率		45.70	47.06	248.44	156.21	93.28	483.37	126.67	558.60	107.04
長期資金比率		1133.82	2725.20	132.43	256.36	256.21	52.29	113.50	35.11	298.83
淨值週轉率		0.26	0.04	0.24	1.29	1.62	4.90	1.28	1.39	1.11
應收款項週轉率		2.98	1.17	1.72	2.88	4.65	6.55	4.24	9.47	6.98
固定資產週轉率		2.60	1.06	0.21	2.63	3.73	2.29	0.99	0.30	2.92
商品週轉率		6.12	4.68	0.31	8.88	55.67	53.61	14.88	18.80	5.14
營業獲利率		-11.91	79.60	-2.59	-1.44	2.62	-4.72	-8.30	-6.02	0.24
資產總額獲利率		-30.98	84.17	-0.55	-3.79	9.78	-10.82	-8.22	-1.79	0.70
固定資產獲利率		-2.11	2.32	-0.18	-0.73	2.20	-3.96	-4.70	-1.27	0.13
大 企 業										
流動比率		119.13	107.46	125.46	172.43	93.05	75.86	69.10	46.33	82.26
速動比率		112.96	100.57	34.50	130.11	86.39	74.63	62.89	41.75	54.36
存貨比率		6.17	6.89	90.96	42.32	6.66	1.23	6.21	4.57	27.90
負債比率		53.88	845.70	175.47	77.47	262.11	397.85	169.45	154.82	632.58
長期資金比率		179.12	1904.62	217.65	600.76	107.83	119.32	68.32	85.18	125.38
淨值週轉率		0.76	3.16	0.99	1.50	2.71	6.79	3.42	0.74	3.07
應收款項週轉率		4.71	0.99	10.83	4.81	3.62	24.52	9.81	19.02	5.34
固定資產週轉率		1.21	27.44	1.53	8.44	1.83	7.03	1.77	0.44	1.91
商品週轉率		33.56	7.33	0.85	5.32	27.43	144.89	53.16	26.55	2.09
營業獲利率		16.34	2.29	17.67	11.65	5.88	1.20	2.26	-0.55	13.58
資產總額獲利率		19.84	62.85	26.99	98.30	10.76	8.42	3.99	-0.24	25.95
固定資產獲利率		8.11	0.77	6.32	9.83	4.41	1.63	2.86	-0.16	5.68

資料來源：整理自財政部營利事業所得稅申報原始資料。

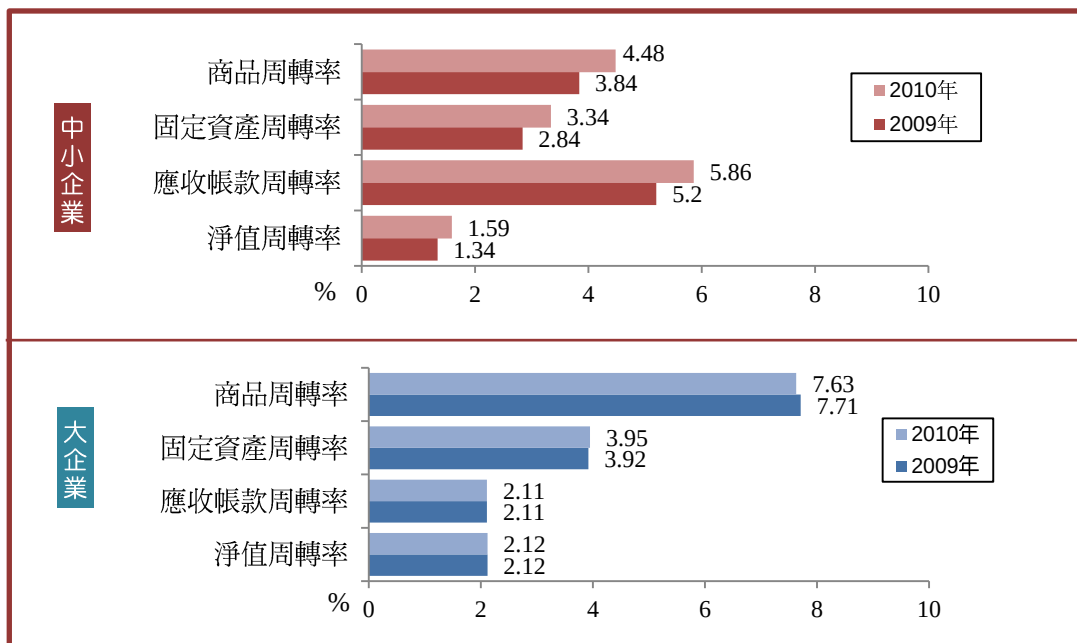
三、各項經營能力指標的表現已略微進步

企業經營效率之高低，可透過商品運用效率、固定資產使用效率、收款的成效以及資本的運用效率等指標加以衡量。商品周轉率是判斷商品庫存數量是否理想的一個指標，也就是判斷庫存金額與銷售金額是否可以達到相對穩定的平衡狀態；固定資產周轉率用以衡量公司廠房、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，安定力較弱，太低則表示自有資本太多或營業額太少。

以 2010 年的資料觀察，中小企業的應收帳款周轉率由 2009 年的 5.20，增加為 5.86，

商品周轉率也由 3.84 增加為 4.48，顯示中小企業的經營能力較 2009 年略微進步；而大企業，應收款項周轉率與 2009 年持平，為 2.11，商品周轉率由 7.71 略微減少為 7.63。由上述兩指標觀察，中小企業其經營能力較 2009 年進步，而大企業則略微退步（圖 3-2-3）。

圖 3-2-3 2009 年及 2010 年企業之經營能力



附註：1.淨值週轉率=營業收入淨額/平均淨值；2.應收款項週轉率=營業收入淨額/平均應收帳款；
3.固定資產週轉率=營業收入淨額/平均固定資產；4.商品週轉率=營業收入淨額/平均存貨。
5.圖中淺色線條為 2009 年資料，深色線條為 2008 年資料。

資料來源：整理自財政部營利事業所得稅申報原始資料。

以淨值周轉率及固定資產周轉率兩項經營指標觀察，2010 年中小企業的固定資產周轉率由 2009 年 2.84 增加為 3.34；淨值周轉率由 1.34 增加為 1.59；而大企業的固定資產周轉率由 2009 年 3.92 增加為 3.95；淨值周轉率則持平為 2.12。2010 年中小企業與大企業的固定資產使用效率均較 2009 年進步，但中小企業的淨值周轉率微幅增加，而大企業則持平；就淨值周轉率指標來看，中小企業相對大企業表現略佳（圖 3-2-3）。

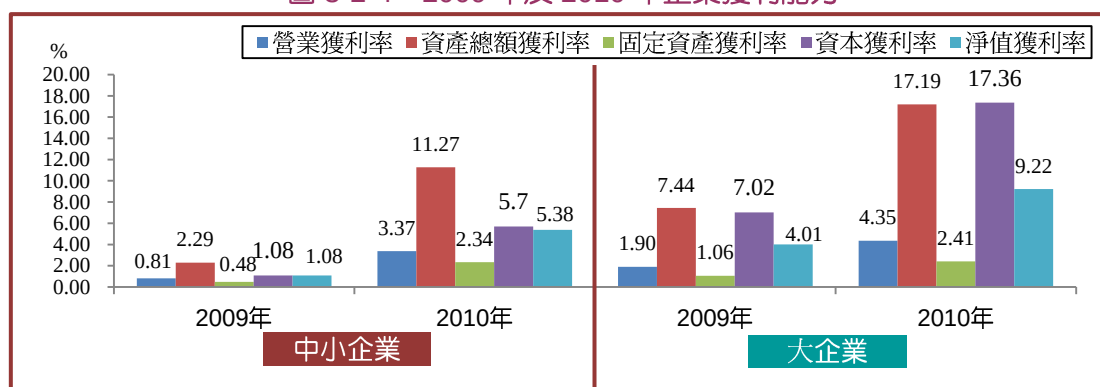
綜合以上資料可發現，過去受到 2008 年金融海嘯影響，不論大企業或中小企業，其經營效能皆受到衝擊，雖然 2009 年恢復的力道有限，但隨著景氣慢慢復甦，2010 年大企業與中小企業的經營能力已逐步提升，整體而言，中小企業進步情況略優於大企業。

四、獲利能力增加，企業經營漸入佳境

2010 年大企業與中小企業的獲利能力，均呈現明顯成長。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、淨值獲利率等，2010 年皆為正值且明顯成長（圖 3-2-4），可見中小企業正逐漸由金融風暴的衝擊中慢慢恢復，中小企業的經營也漸入佳境。比較大企業與中小企業獲利指標，可發現在營業獲利率與固定資產獲利率上，中小企業的成长優於大企業，在資產總額獲利率、資本獲利率、淨值獲利率 3 指標上，大企業成长則優於中小企業，由獲利能力指標顯示，大企業及中小企業獲利正逐漸增加中，企業經營漸入佳境。

圖 3-2-4 2009 年及 2010 年企業獲利能力



附註：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／固定資本；資產總額獲利率=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 金融機構與中小企業資金融通

資金是企業的命脈，對於資金較不充裕的中小企業而言，確保資金流動通暢、靈活周轉，是企業營運相當重要的課題。企業資金的來源可分為內部與外部資金，內部資金主要包括企業盈餘及提存的各項準備，金額的多寡主要取決於企業的經營狀況；外部資金除了私人借貸與商業信用外，主要是向銀行借款以及在金融市場發行各種證券。

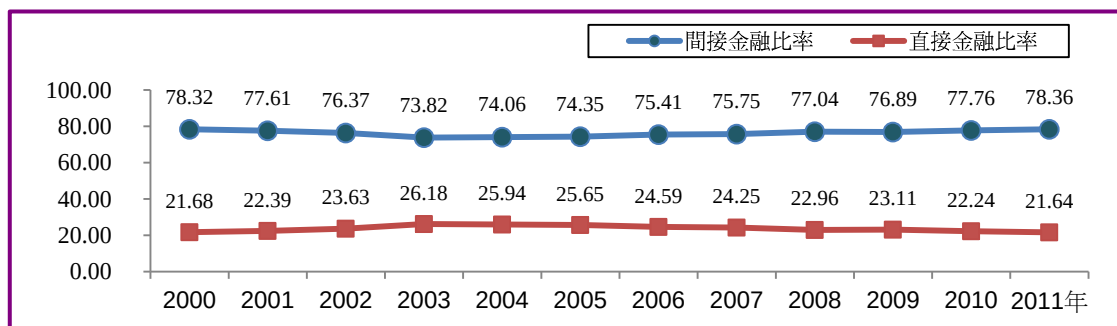
一、籌措資金的管道

（一）籌措資金的管道來自於直接金融與間接金融

籌措資金的管道，分為直接金融與間接金融兩種方式。直接金融比率自 1994 年以來幾乎逐年上升，至 2003 年底已達 26.18%，2004 年至 2008 年則呈現下降趨勢，大致介於 22%~26%，2009 年則微幅增加為 23.11%，2010 年後則呈微幅下跌，2011 年其比率為 21.64%。而間接金融在 2004 年至 2008 年連續 5 年呈現成長趨勢，2009 年則呈微幅下跌，

其比率為 76.89%，2010 年後則又微幅增加，2011 年比率達 78.36%，間接金融仍然是企業取得資金的主要方式。（圖 3-3-1）

圖 3-3-1 1994 年至 2011 年直接與間接金融比率

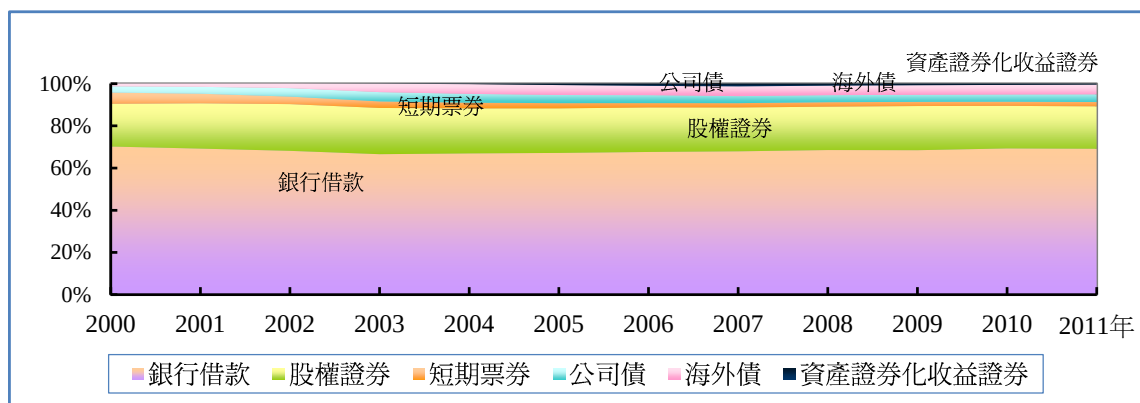


資料來源：中央銀行，《直接金融與間接金融存量分析》，2012 年 4 月。

（二）金融機構放款為企業主要籌資管道

就企業籌資管道觀察，近年來，各種管道所占的比率大致穩定，並無太大變化。2011 年整體企業的籌資管道，金融機構放款占 69.15%，其他來源則依序為：股權證券 20.12%、海外債 4.59%、公司債 3.66%、短期票券 2.01%，以及資產證券化收益證券 0.48%（圖 3-3-2）。

圖 3-3-2 2000 年至 2011 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，《直接金融與間接金融存量分析》，2012 年 4 月。

（三）企業資金來源愈趨多樣化

隨著金融服務的多元化發展，企業資金來源亦呈多樣化，除自有資金外，透過金融機構借貸或在資本市場發行票券、債券或股票等方式，皆是企業運用財務槓桿取得資金的來源。但中小企業或因企業主對融資工具認識不足，或受限制於本身財務報表不符合

直接金融融資條件，透過直接金融方式籌資占其資金來源的比重仍偏低，根據中央銀行「中華民國公民營企業資金狀況調查結果報告」顯示，在負債結構上，大、中、小企業均集中於金融機構借款及商業受信（即交易性負債，主要為應付及預收款項），惟隨著直接金融與間接金融融資工具的多元發展，中小企業籌資管道也應該更靈活與多元，中小企業主應該充實直接金融融資工具知識，了解其融資的條件，在企業經營上多加準備，讓企業符合其融資的條件，讓中小企業的資金來源更多元。（表 3-3-1）

表 3-3-1 2010 年底企業負債結構

單位：新台幣億元；%

項目別	大企業		中企業		小企業	
	金額	比重	金額	比重	金額	比重
負債合計	158,431	100.00	45,061	100.00	9,795	100.00
1.金融機構借款	64,092	40.45	20,667	45.86	4,707	48.06
2.政府借款	94	0.06	76	0.17	1	0.01
3.企業及個人借款	2,130	1.34	298	0.66	23	0.24
4.國外借款	991	0.63	15	0.03	4	0.04
5.附買回交易	-	-	-	-	-	-
6.短期票券	3,597	2.27	56	0.12	0	0.00
7.國內公司債	5,782	3.65	-	-	0	0.00
8.國外有價證券	870	0.55	-	-	0	0.00
9.商業受信(交易性負債)	76,134	48.06	23,598	52.37	5,022	51.27
10.各項準備及其他	4,741	2.99	351	0.78	38	0.38

附註：1.— 無資料或數值不明，0 係數值不及半單位。

2.各表細項加總因四捨五入，或與總數未盡相符。

資料來源：中央銀行，直接金融與間接金融存量分析《公民營企業資金狀況調查結果報告》，2011 年 12 月。

由於中小企業資金融通的管道仍以銀行貸款的間接金融方式為主，以下就中小企業與銀行間的資金往來情況做進一步分析（表 3-3-2、3-3-3、3-3-4）。

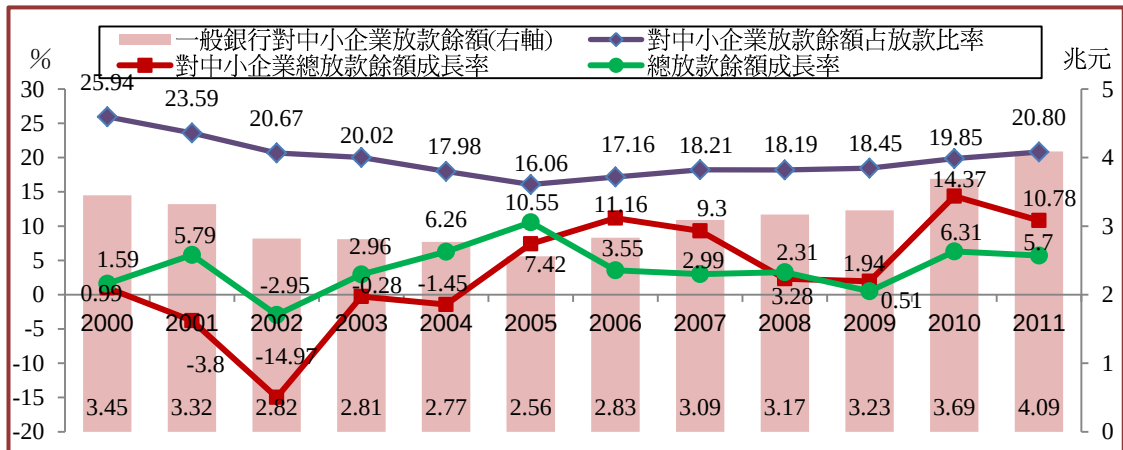
二、本國銀行對中小企業放款餘額持續增加

至 2011 年底，一般銀行（含外國銀行在台分行，但不含海外放款部分）對中小企業的總放款餘額約為 4 兆 917 億元，較 2010 年底增加 3,981.67 億元，年增率為 10.78%，占銀行總放款比率由 2010 年的 19.85%，增加為 20.80%（圖 3-3-3）。另根據金管會統計資料顯示，2011 年本國銀行對中小企業放款（含催收）餘額為 4 兆 739 億元，占全體企業放款餘額的比率為 46.89%，較 2010 年 3 兆 6,765 億元增加 3,984 億元，占全體企業放款餘額的比率亦增加 1.50 個百分點。

2011 年一般銀行（含外國銀行在台分行）對中小企業放款（含催收款）餘額與對中小企業放款比率均較 2010 年底增加，而 2011 年一般銀行（含外國銀行在台分行）對中

小企業放款餘額成長率為 10.78%，明顯高於總放款餘額成長率的 5.70%。

圖 3-3-3 2000 年至 2011 年台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」÷「對中小企業放款占放款百分比率」推算而得。

資料來源：行政院金融監督管理委員會銀行局，《金融統計輯要》歷年資料。

中小企業一直是台灣經濟發展的基石，而中小企業因高度的資訊不對稱、財會制度不健全等因素，常淪為銀行融資體系下的相對弱勢族群。政府了解中小企業融資的困境，包括金管會、經濟部中小企業處、信保基金等單位，皆推出相關輔導及保證措施，以協助中小企業取得資金。

金管會於 2005 年 7 月起實施〈本國銀行加強辦理中小企業放款方案〉，2008 年下半年受全球金融海嘯影響，造成景氣衰退，嚴重衝擊我國中小企業之生存，政府適時提出「政府挺銀行、銀行挺企業、企業挺勞工」的三挺政策，信保基金也於 2008 年底推出「信保基金千金挺專案」，協助中小企業在景氣低迷時能順利取得資金，度過營運困境，也獲致相當的成效。另配合提升國內就業率政策，信保基金 2010 年更進一步推出「促進就業融資保證專案」，協助企業順利取得營運所需資金，鼓勵增加雇用勞工，以維持及創造就業機會。

三、對中小企業放款以公營色彩銀行為主，惟民營銀行放款比重逐年增加

2011 年對中小企業放款最多的前十大銀行，市場占有率為 75.07%，但具公營色彩的銀行對中小企業放款之市場占有率高達 68.15%，可見對中小企業放款主要仍集中在具公營色彩的銀行。2011 年各銀行對中小企業放款餘額，以第一商業銀行為最高，對中小企業放款餘額為 4,865.58 億元，市場占有率為 11.89%，其次為合作金庫商業銀行，對中小

企業放款餘額為 4,840.02 億元，市場占有率為 11.83%。對中小企業放款較多銀行集中在公營色彩銀行之原因，除配合政策外，主要係 8 家銀行總放款餘額占全體一般銀行（含外國銀行在台分行）總放款餘額達 60.47%所致（表 3-3-2）。

表 3-3-2 2011 年對中小企業放款餘額前十大銀行

單位：新台幣百萬元；%

銀 行 別	放款餘額	市場占有率	占該行放款比率
合 計	3,071,448	75.07	-
第一商業銀行	486,558	11.89	40.91
合作金庫商業銀行	484,002	11.83	26.35
臺灣中小企業銀行	355,997	8.70	40.32
華南商業銀行	344,929	8.43	28.49
彰化商業銀行	293,474	7.17	28.56
臺灣土地銀行	288,143	7.04	16.72
兆豐國際商業銀行	269,363	6.58	26.94
臺灣銀行	266,238	6.51	13.13
玉山商業銀行	159,072	3.89	26.24
上海商業儲蓄銀行	123,672	3.02	37.31

資料來源：行政院金融監督管理委員會銀行局，統計資料庫動態查詢系統，2012 年。

2011 年各銀行對中小企業的放款占該行放款之比率，以第一商業銀行為最高，占該行放款比率的 40.91%，其次為台灣中小企業銀行。放款比率最高的前十大銀行新增安泰銀行取代玉山銀行，排名也有所變動。以中小企業放款比率前十大銀行分析，除 4 家為民營銀行包括華泰銀行、安泰銀行、上海商銀及台中商銀等，其餘 6 家主要以公營銀行為主。由此可見，對中小企業放款比率占該行放款比率較高之銀行，主要仍以公營色彩行庫為主，惟非公營色彩行庫之放款比率已逐漸提高（表 3-3-3）。

表 3-3-3 2010 年及 2011 年對中小企業放款比率前十大銀行

單位：新台幣百萬元；%

銀 行 別	2010 年		2011 年	
	放款餘額	占該行放款比率	放款餘額	占該行放款比率
第一商業銀行	455,825	41.02	486,558	40.91
臺灣中小企業銀行	341,089	38.70	355,997	40.32
上海商業儲蓄銀行	115,242	37.26	123,672	37.31
台中商業銀行	85,779	35.30	100,920	37.01
華泰商業銀行	23,787	27.05	25,844	29.52
彰化商業銀行	257,269	26.40	293,474	28.56
華南商業銀行	308,250	26.15	344,929	28.49
兆豐國際商業銀行	245,490	25.44	269,363	26.94
安泰商業銀行	43,395	23.13	49,865	26.82
合作金庫商業銀行	436,999	25.34	484,002	26.35

資料來源：行政院金融監督管理委員會銀行局，《金融業務統計輯要》第 411 期，2012 年。

四、金控公司子公司銀行對中小企業放款大幅增加

自 2001 年底實施〈金融控股公司法〉以來，金融控股公司陸續成立。至 2011 年底，本國銀行屬金融控股公司子公司之銀行計有 16 家。根據金管會統計，2011 年這 16 家金融控股公司子公司之銀行合計對中小企業之放款餘額為 2 兆 8,736.6 億元，較 2010 年的 2 兆 5,692.6 億元大幅增加約 3,044 億元，年增率為 11.85%，較 2011 年全體一般銀行（含外國銀行在台分行）對中小企業放款餘額年增率的 10.78% 來得大。顯示 2011 年中小企業放款成為銀行主要的衝刺業務之一，使得全體一般銀行對中小企業放款大幅成長，而金融控股公司承作中小企業放款金額成長幅度更大（表 3-3-4）。

表 3-3-4 2010 年及 2011 年金融控股公司子公司之銀行對中小企業放款餘額與比率

單位：新台幣百萬元；%

銀 行 別	2010 年		2011 年			
	對中小企業放款餘額	占該行放款比例	對中小企業放款餘額	占該行放款比例	對中小企業放款餘額增減數	年增率
總計(全體一般銀行)	3,693,542	19.85	4,091,709	20.80	398,167	10.78
第一商業銀行	455,825	41.02	486,558	40.91	30,733	6.74
合作金庫商業銀行	436,999	25.34	484,002	26.35	47,003	10.76
華南商業銀行	308,250	26.15	344,929	28.49	36,679	11.90
彰化銀行	257,269	26.40	293,474	28.56	36,205	14.07
臺灣銀行	239,794	12.12	266,238	13.13	26,444	11.03
兆豐國際商業銀行	245,490	25.44	269,363	26.94	23,873	9.72
玉山商業銀行	137,057	24.34	159,072	26.24	22,015	16.06
永豐商業銀行	88,326	14.66	86,676	14.58	-1,650	-1.87
國泰世華商業銀行	97,656	12.15	106,482	12.33	8,826	9.04
台北富邦銀行	75,908	9.80	84,648	10.12	8,740	11.51
中國信託商業銀行	65,227	8.25	68,888	8.51	3,661	5.61
元大商業銀行	58,831	21.47	76,909	23.91	18,078	30.73
臺灣新光商業銀行	44,796	14.40	77,739	22.46	32,943	73.54
台新國際商業銀行	45,731	9.30	54,615	10.22	8,884	19.43
日盛國際商業銀行	11,160	9.25	13,811	11.36	2,651	23.75
中華開發工業銀行	940	1.57	257	0.41	-683	-72.66

資料來源：行政院金融監督管理委員會銀行局，統計資料庫動態查詢系統，2012 年。

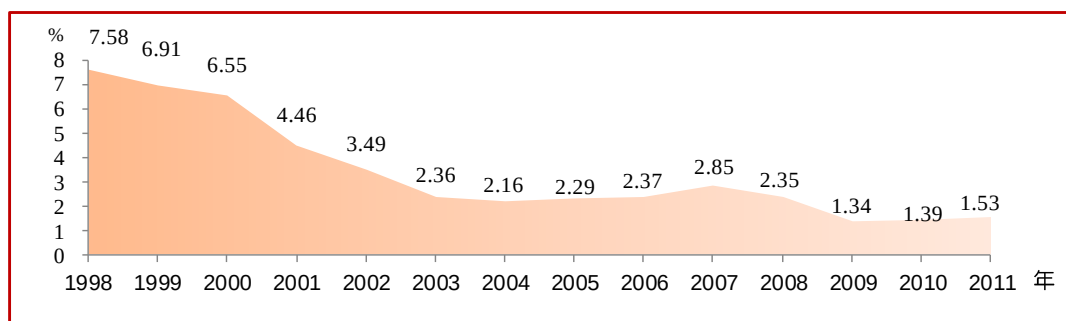
相較於 2010 年，金控公司子公司銀行在 2011 年對中小企業放款年增率增加幅度最大者為臺灣新光銀行，增加 73.54%；其次為元大銀行，增加 30.73%。對中小企業放款餘額增加最多的則是合作金庫商業銀行，增加 470.03 億元；其次為華南商業銀行，增加 366.79 億元（表 3-3-4）。

五、2011 年企業資金取得成本略微提高

中央銀行為避免經濟發展過熱，並因應國際利率水準的調升，自 2004 年底起逐漸調高利率，結束寬鬆的貨幣政策，至 2008 年 6 月達到自 2001 年以來的最高點，重貼現率為 3.625%。其後因國內經濟受金融海嘯衝擊面臨衰退，中央銀行多次調降重貼現率並進一步引導市場利率下降，至 2009 年 2 月 19 日，重貼現率降為 1.25%，為 2008 年 6 月以來的最低點，但隨著景氣復甦，中央銀行為避免經濟發展過熱，並因應國際利率水準，於 2010 年 6 月 25 日調升重貼現率為 1.375%，隨後逐次調升，於 2011 年 7 月 1 日調升為 1.875%。

由中央銀行的資料顯示，五大銀行新承作放款平均利率，一路從 1998 年的 7.58% 下滑至 2004 年的 2.16%；2006 年回升為 2.37%，2007 年再升至 2.85%。隨後受到金融海嘯的影響，放款平均利率在 2008 年呈現下滑，五大銀行新承作放款平均利率為 2.35%，到了 2009 年更下滑到 1.34%，隨著經濟情況好轉，五大銀行新承作放款平均利率微幅調高，2011 年調為 1.53%，企業的資金成本略微上揚（圖 3-3-4）。

圖 3-3-4 1998 年至 2011 年五大銀行新承作放款平均利率



附註：1.圖中利率為當年 12 月加權平均利率。

2.2008 年 10 月以前五大銀行為：台灣銀行、合作金庫銀行、第一商業銀行、華南銀行及彰化銀行；自 11 月起五大銀行調整為台灣銀行、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。

第 4 章 中小企業的人力資源

經歷國際金融海嘯衝擊後，2011 年初國際景氣已處於回升的階段，不過，第 2 季起，接連發生日本強震及歐洲債信事件，使得全球經濟面臨高度不確定性，而新興市場國家在逐漸升高的通膨壓力下，採取各種應變措施也使得經濟擴張速度趨緩，根據環球透視（Global Insight）的預測，2011 年經濟成長率 3.0%，較 2010 年的 4.0% 為低。國內景氣受國際景氣走弱影響，出口成長幅度逐季縮小，民間投資也隨著國外需求減弱、產能利用率下滑而縮減，不過，來台旅客人數大幅成長，使得觀光收入仍有不錯的表現，就業人數因而顯著提升，經濟成長率達 4.04%，進一步推升人力需求。本章將說明 2011 年中小企業的人力運用、勞動條件、人才培育現況與未來職場需求發展趨勢。

在資料的使用上，原則上以員工數的定義標準計算，即礦業及土石採取業、製造業、營造業員工 200 人以下，其它各業 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明。

第 1 節 中小企業的勞動力運用

2011 年台灣整體勞動力有 1,120 萬人，其中就業（包含雇主、自營作業者、受僱者、無酬家屬工作者）1,070 萬 9 千人，失業 49 萬 1 千人，勞動力參與率為 58.17%，失業率平均 4.39%。因為全球金融海嘯逐漸遠離，使得勞動力較 2010 年增加 13 萬人，就業人數更增加 21 萬 6 千人，失業人數也減少 8 萬人以上。以下詳述 2011 年中小企業的人力運用情形。

一、中小企業創造 833 萬個以上的就業機會

2011 年中小企業就業人數達 833 萬 7 千人，較 2010 年的 819 萬 1 千人為多，但占全國就業人數的比重 77.85%，則較 2010 年所占比重 78.06% 下滑，主要是大企業就業人數的增速（6.50%）遠高於中小企業就業人數的成長速度（1.78%）。（圖 4-1-1）

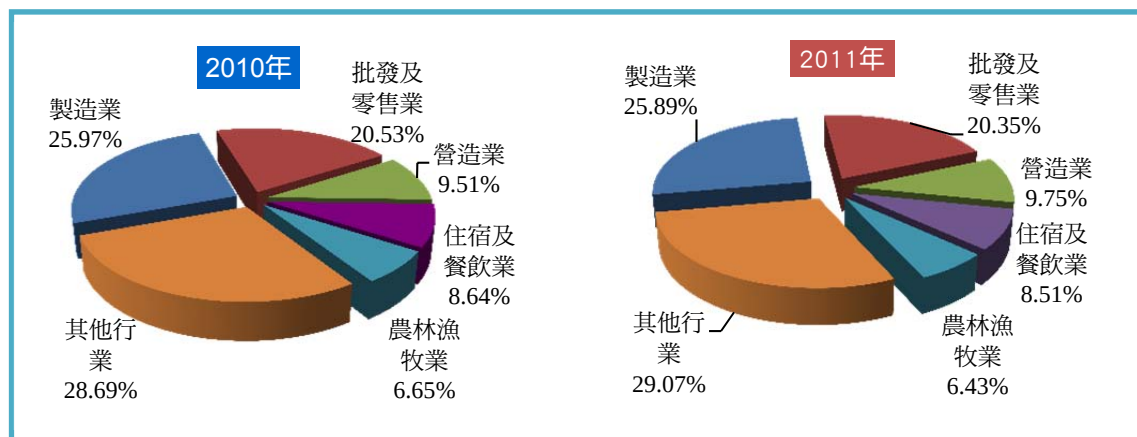
圖 4-1-1 2006 年至 2011 年台灣地區就業人數



資料來源：整理自行政院主計總處，歷年《人力資源統計月報》原始資料。

以行業別觀察，2011 年中小企業就業人數以製造業 215 萬 8 千人，占中小企業就業人數 25.89% 最高；批發及零售業就業人數 169 萬 6 千人（占 20.35%）居次；營造業 81 萬 3 千人（占 9.75%）居第三。（圖 4-1-2）

圖 4-1-2 2010 年及 2011 年中小企業就業人數前五大行業及比率

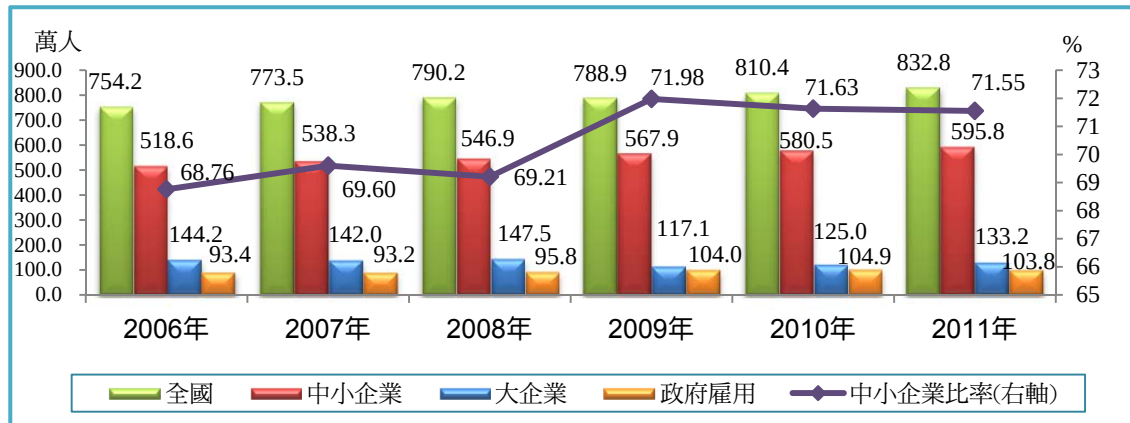


資料來源：行政院主計總處，《人力資源統計月報》原始資料，2010 年、2011 年。

二、中小企業僱用 595 萬 8 千人

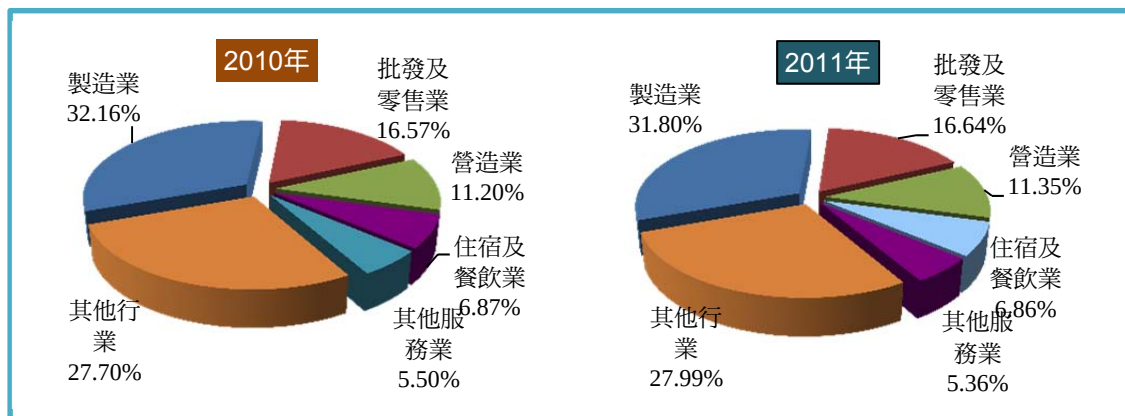
2011 台灣地區全年平均受僱者（包含受政府僱用者、受私人僱用者）總人數為 832 萬 8 千人，較 2010 年增加 22 萬 5 千人或 2.77%。其中，中小企業受僱員工人數為 595 萬 8 千人，較 2010 年增加 2.64%，占總受僱員工人數比率 71.54%。（圖 4-1-3）2011 年中小企業受僱員工人數，以製造業的 189 萬 5 千人（占 31.80%）最多，批發及零售業 99 萬 2 千人（占 16.64%）居次；營造業 67 萬人（占 11.35%）居第三（圖 4-1-4）。

圖 4-1-3 2006 年至 2011 年台灣地區受僱人數



資料來源：整理自行政院主計總處，歷年《人力資源統計月報》原始資料。

圖 4-1-4 2010 年及 2011 年中小企業受僱人數前五大行業及比率



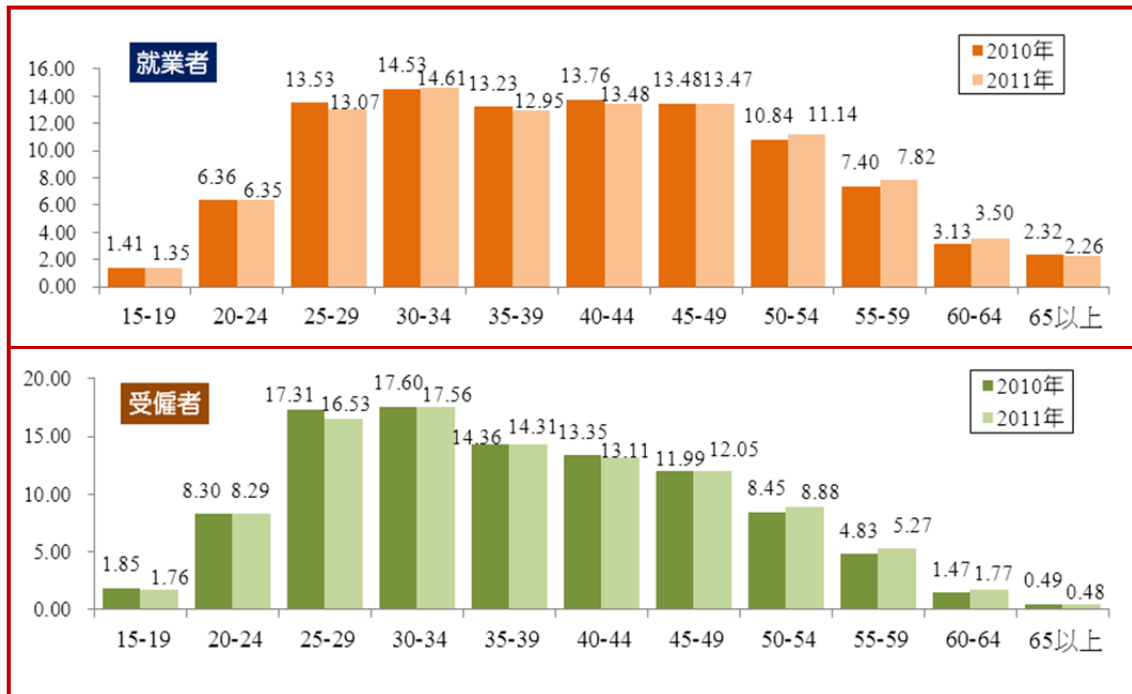
資料來源：行政院主計總處，《人力資源統計月報》原始資料，2010 年、2011 年。

三、中小企業人力大學畢業者漸增

2011 年無論中小企業就業者或中小企業受僱者，皆以年齡在 30 歲至 34 歲族群人數最多，所占比重分別為 14.61%、17.56%，就業者次要年齡族群為 40 歲至 44 歲、45 歲至 49 歲，而受僱者則是 25 歲至 29 歲的族群，可見受僱者的年齡較就業者年輕。中小企業就業者或受僱者的男女性比例都大於一，顯見男性人數仍然占多數。

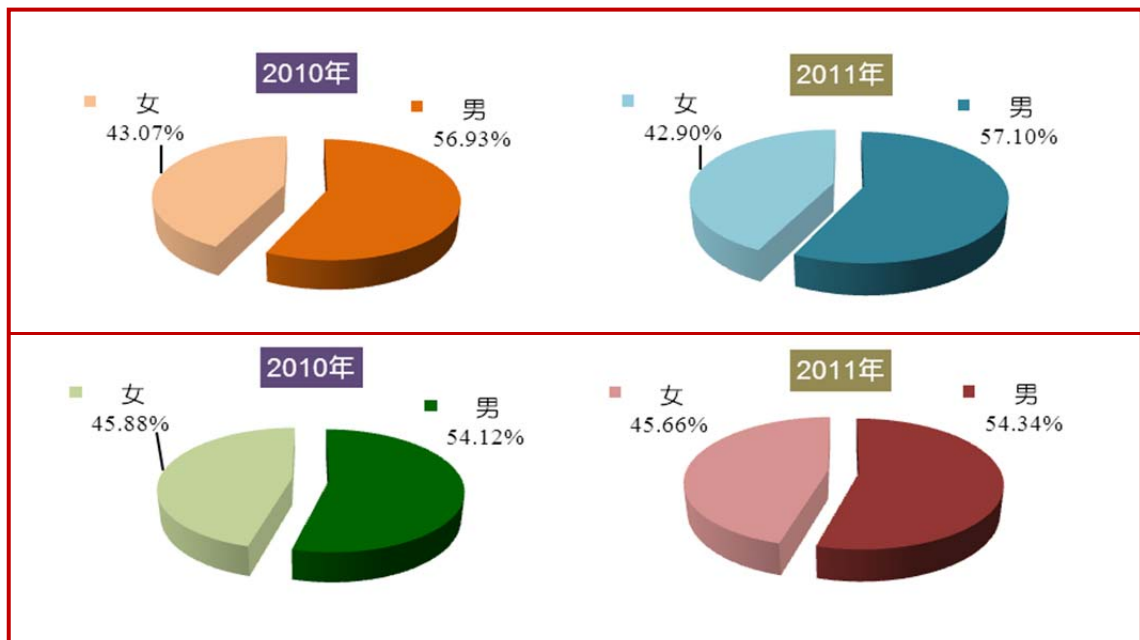
以學歷來看，2011 年中小企業就業者及受僱者均以高職畢業者所占比重最高，不過，比率逐年下降，相對於 2010 年，該比率分別下降 0.20 個百分點與 0.56 個百分點，而大學學歷者的比率逐年提高，在就業者及受僱者中所占比重分別提高 0.98 個百分點與 1.19 個百分點，主因大學教育漸趨普及。（圖 4-1-5 至圖 4-1-7）

圖 4-1-5 2010 年及 2011 年中小企業就業與受僱人數－按年齡結構



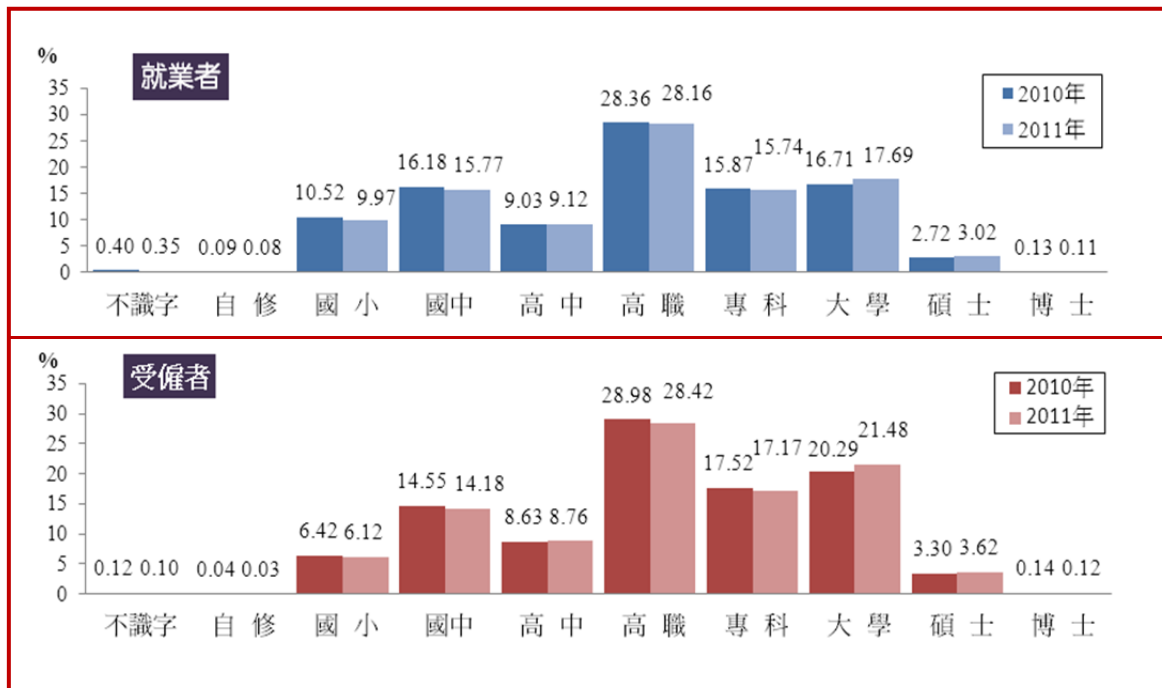
資料來源：行政院主計總處，《人力資源統計月報》原始資料，2010年、2011年。

圖 4-1-6 2010 年與 2011 年中小企業就業者及受僱人數－按性別結構



資料來源：行政院主計總處，《人力資源統計月報》原始資料，2010年、2011年。

圖 4-1-7 2010 年與 2011 年中小企業就業者及受僱人數－按學歷結構



資料來源：行政院主計總處，《人力資源統計月報》原始資料，2010年、2011年。

四、中小企業雇主人數增加近 6 千人

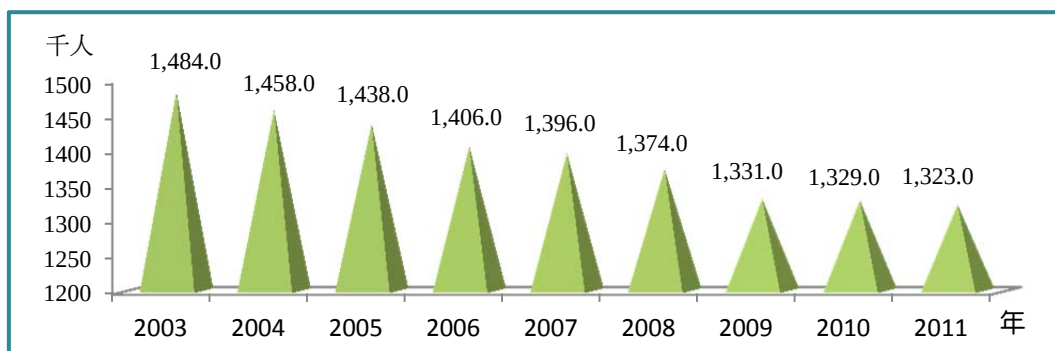
中小企業雇主（指自己經營或合夥經營事業而僱用他人幫助工作之就業者）在 2011 年總計有 47 萬 8 千人，而大企業雇主只有約 1,600 人，其中中小企業雇主較 2010 年增加 5,550 人，增幅為 1.17%，而大企業雇主則較 2010 年減少 720 人，減少幅度達 30.8%，顯示 2011 年景氣復甦，雖然就業人數及受僱人數業人數增加，創業人數也趨增，但大企業雇主人數反而減少。與大企業雇主的年齡結構比較，中小企業雇主相對年輕，而學歷的分佈也較為廣泛，不似大企業雇主半數以上都擁有大學學歷。（表 4-1-1）

五、自營作業者人數逐年下降

自營作業者除自己或合夥經營事業外，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 及 1992 年達到最高點 157 萬 2 千人後，長期處於下降趨勢，至 2011 年已降至 132 萬 3 千人（圖 4-1-8），較 2010 年減少約 6 千人。

從年齡結構觀察，自營作業者的年齡以 40 歲至 59 歲最多，而且在 2011 年所占人數比重都較 2010 年為高，可見中高齡人士創業趨勢逐漸形成。（表 4-1-2）

圖 4-1-8 歷年自營作業者人數變化



資料來源：行政院主計總處，《人力資源調查統計年報》，2003 年至 2011 年。

表 4-1-1 2010 年及 2011 年雇主屬性

單位：千人；%

項 目	年別	2010 年		2011 年	
		中小企業	大企業	中小企業	大企業
總人數		472.78	2.34	478.33	1.62
比率		99.51	0.49	99.66	0.33
年 齡		100.00	100.00	100.00	100.00
15~19		0.02	—	0.00	—
20~24		0.20	—	0.23	—
25~29		2.23	—	1.97	—
30~34		6.47	—	6.00	5.38
35~39		11.98	4.07	10.66	4.34
40~44		17.02	7.28	16.46	5.92
45~49		20.32	9.32	19.84	19.30
50~54		19.85	19.41	20.06	8.45
55~59		13.33	28.70	15.25	22.38
60~64		5.58	19.28	6.47	21.66
65 以上		2.99	11.94	3.06	12.56
性 別		100.00	100.00	100.00	100.00
男		80.90	86.82	80.76	90.86
女		19.10	13.18	19.24	9.14
學 歷		100.00	100.00	100.00	100.00
不識字		0.06	—	0.06	—
自 修		0.04	—	0.01	—
國 小		7.94	—	8.76	—
國 (初) 中		15.39	9.81	14.59	6.38
高 中		10.37	7.38	10.13	13.77
高 職		26.63	—	27.23	—
專 科		19.31	21.48	19.46	12.72
大 學		16.35	33.07	15.65	52.65
碩 士		3.50	18.91	3.79	4.98
博 士		0.41	9.34	0.32	9.50

資料來源：行政院主計總處，《人力資源統計月報》原始資料，2010 年、2011 年。

表 4-1-2 2010 年及 2011 年自營作業者屬性

單位：千人；%

項 目 \ 年 別	2010 年	2011 年
總人數	1,329	1,323
年 齡	100.00	100.00
15~19	0.07	0.07
20~24	0.66	0.67
25~29	2.93	2.77
30~34	5.76	5.91
35~39	9.25	8.38
40~44	14.31	14.20
45~49	17.01	17.10
50~54	16.96	17.15
55~59	15.38	15.43
60~64	8.77	9.42
65 以上	8.91	8.89
性 別	100.00	100.00
男	74.80	74.20
女	25.20	25.80
學 歷	100.00	100.00
不識字	1.22	1.12
自 修	0.25	0.24
國 小	25.33	24.25
國（初）中	22.88	22.69
高 中	9.86	9.75
高 職	24.53	25.71
專 科	9.81	9.73
大 學	5.23	5.45
碩 士	0.85	1.02
博 士	0.05	0.06

資料來源：行政院主計總處，《人力資源統計月報》原始資料，2010 年、2011 年。

六、女性中小企業負責人約 43 萬 5 千人

2011 年中小企業雇主中，女性雇主人數 92,013 人，較 2010 年增加 1,706 人(1.89%)，在中小企業雇主中占 19.24%，自營作業者中女性人數 341,446 人，較 2010 年增加 6,416 人(1.91%)，在自營作業者中占 25.80%，從中可見在女性中小企業中，自營作業者的增加速度略快於雇主。整體中小企業女性負責人(包括中小企業女性雇主與自營作業者)人數達 433,459 人，較 2010 年增加 8,122 人，成長 1.91%，占整體中小企業負責人數的

24.06%。

從中小企業女性負責人的行業分布來看，除了批發及零售業是中小企業雇主與自營作業者的共同首選外，女性雇主人數的其餘四大行業分別為住宿及餐飲業、其他服務業、製造業、教育服務業，而自營作業者的其餘四大行業則為其他服務業、住宿及餐飲業、農、林、漁、牧業、專業、科學及技術服務業，與雇主的選擇並不相同。（表 4-1-3）

表 4-1-3 2010 年及 2011 年女性雇主及自營作業者行業別分布

單位：人；%

項目 年 別 行業別	雇 主		自 營 作 業	女性雇主				女性自營作業	
	中小企業	大企業		中小企業		大企業			
	2011	2011		2010	2011	2010	2011	2010	2011
總人數	478,332	1,619	1,323,410	90,307	92,013	309	148	335,030	341,446
農、林、漁、牧業	9,161	—	323,344	838	372	0	0	35,351	35,407
礦業及土石採取業	41	—	—	0	0	0	0	—	—
製造業	121,216	1,197	70,932	9,641	9,520	0	0	7,587	7,241
電力及燃氣供應業	—	—	91	109	—	0	0	—	34
用水供應及污染整治業	2,780	—	3,877	97	451	0	0	304	641
營造業	58,545	—	55,873	3,215	4,077	0	0	476	830
批發及零售業	117,302	—	400,459	23,675	23,192	81	0	134,259	131,928
運輸及倉儲業	8,989	—	78,226	1,431	1,522	0	0	1,825	2,203
住宿及餐飲業	50,282	40	146,735	19,158	19,649	0	0	59,921	62,259
資訊及通訊傳播業	5,184	19	7,691	1,264	1,201	0	0	1,462	1,485
金融及保險業	1,354	—	2,130	355	106	138	0	183	539
不動產業	3,592	—	4,533	655	311	0	0	1,237	1,361
專業、科學及技術服務業	25,963	46	35,983	6,673	7,386	0	0	11,718	11,845
支援服務業	8,901	110	10,373	1,745	2,664	32	33	3,009	4,012
教育服務業	14,506	115	13,097	7,343	7,682	57	115	8,982	9,034
醫療保健及社會工作服務業	15,242	91	11,145	2,389	1,952	0	0	1,187	1,256
藝術、娛樂及休閒服務業	4,473	—	12,638	1,529	1,430	0	0	4,409	4,827
其他服務業	30,800	—	146,283	10,190	10,499	0	0	63,121	66,543

資料來源：整理自行政院主計總處，2010、2011 年《人力資源統計月報》原始資料。

七、景氣前景不確定，中小企業使用臨時性或派遣人力增加

由於景氣好轉，企業界使用全日工作的人力明顯增加，根據 2011 年《台灣地區人力運用調查》的結果，中小企業全日工作者大幅增加 17 萬人，大企業則增加 5 萬 8 千人，相對的，中小企業使用部分工時的人力略微減少 1 萬 7 千人，而大企業使用部分工時的人力仍增加 1 萬 2 千人。雖然如此，部份工時人力仍以協助中小企業較多，達 33 萬 8 千

人，其中又以中小型服務業使用較為普遍，批發及零售業、住宿及餐飲業是使用較多的行業，可見中小企業或服務業對部分工時勞工的依賴。（表 4-1-4）

雖然中小企業使用部份工時的人數減少，不過，2011 年中小企業使用的臨時性或派遣人力 445,709 位，仍較 2010 年增加 730 人，而大企業不僅在部份工時人力增加，在臨時性或派遣人力也較 2010 年大幅增加 12,000 人以上，政府機關所使用的人數則減少 2 萬 1 千人以上。在中小企業中，雖然使用臨時性及派遣人力數量最大的是營造業，2011 年達 12 萬 3 千人以上，也較 2010 年增加 6,249 人，不過，增幅最大的則為資訊及通訊傳播業，達 140.14%，而人數增加最多的則是金融保險業的 7,370 人。（表 4-1-5）

表 4-1-4 2010 年及 2011 年部分工時勞工運用概況

單位：千人

年 別 項 目 行 業 別	2010 年						2011 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	7,792	355	1,255	8	1,028	21	7,962	338	1,313	20	1,016	19
農林漁牧業	527	22	1	—	4	—	513	19	2	0	4	0
礦業及土石採取業	4	—	0	0	0	—	3	—	787	3	1	—
製造業	2,059	43	716	2	32	—	2,103	35	2	—	32	—
電力及燃氣供應業	4	—	3	—	23	—	3	—	1	—	24	—
用水供應及污染整治業	27	1	2	—	46	1	31	—	11	—	44	—
營造業	748	32	9	—	11	—	777	28	45	4	8	—
批發及零售業	1,600	88	49	—	7	5	1,617	87	58	1	5	2
運輸及倉儲業	288	6	53	—	54	1	290	7	17	0	49	2
住宿及餐飲業	659	48	16	1	0	—	644	58	60	—	0	—
資訊及通訊傳播業	143	6	54	—	2	—	148	5	88	3	1	—
金融及保險業	296	18	96	—	13	—	306	15	2	—	13	—
不動產業	63	1	4	—	2	—	81	1	32	—	1	—
專業、科學及技術服務業	253	8	35	—	26	—	271	5	15	0	27	—
支援服務業	205	16	16	0	1	—	212	15	66	9	1	—
教育服務業	0	0	0	0	388	2	200	21	121	—	314	15
醫療保健及社會工作服務業	179	24	74	3	322	11	193	11	3	—	82	—
藝術、娛樂及休閒服務業	178	10	117	2	75	1	67	5	4	—	16	0
其他服務業	67	5	6	—	18	1	502	26	2	0	4	—

資料來源：行政院主計總處，《台灣地區人力運用調查》原始資料，2010 年、2011 年。

表 4-1-5 2010 年及 2011 年臨時性或派遣人力使用狀況

單位：人

行業別 \ 項 目	2010 年			2011 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	444,979	22,310	71,940	445,709	34,453	50,506
農、林、漁、牧業	26,866	—	—	21,707	—	125
礦業及土石採取業	210	—	—	415	—	—
製造業	62,972	9,699	—	61,177	13,444	399
電力及燃氣供應業	194	—	176	—	—	324
用水供應及污染整治業	2,710	—	8,157	1,242	119	5,379
營造業	116,881	—	699	123,130	322	168
批發及零售業	69,142	635	5,577	73,587	3,657	1,817
運輸及倉儲業	11,744	2,054	2,446	7,812	1,169	2,819
住宿及餐飲業	44,125	799	—	45,868	244	—
資訊及通訊傳播業	2,262	—	—	5,432	805	—
金融及保險業	6,257	454	—	13,627	3,431	—
不動產業	2,825	923	—	1,660	188	664
專業、科學及技術服務業	5,226	—	1,132	5,127	—	140
支援服務業	40,692	1,85	—	35,817	2,116	—
公共行政及國防：強制性社會安全	—	—	25,488	—	—	15,614
教育服務業	14,297	3,788	24,543	8,907	5,830	19,480
醫療保健及社會工作服務業	7,195	1,794	1,300	11,531	3,128	1,445
藝術、娛樂及休閒服務業	5,480	179	1,741	4,496	—	1,362
其他服務業	25,901	—	681	24,174	—	770

資料來源：行政院主計總處，《台灣地區人力運用調查》原始資料，2010 年、2011 年。

八、中小企業使用外勞比重提高

近 3 年來，國內產業外勞人數持續攀升，至 2011 年，有效核准人數已達 250,498 人，比 2010 年增加 41,898 人，在台人數 219,136 人，也比 2010 年增加 33,336 人（表 4-1-6）。以運用外勞的企業規模別來看，2011 年大企業核准人數 107,859 人，較 2010 年增加 14,218 人，中小企業為 148,639 人，則增加 33,680 人，若以在台人數看，則大企業在台外勞人數 95,427 人，增加 12,232 人，中小企業雖僅增加 20,807 人，不過，人數已達 123,412 人，所占比重也超過 56%，維持自 2008 年以來中小企業使用外勞人數過半的趨勢，也創歷史次高紀錄。主要是國內核配機制自 2009 年起調整，可能在目前的機制下，中小企業運用外勞較為容易。

表 4-1-6 2006 年至 2011 年企業引進外勞人數—按規模別

單位：人；%

年 別	規模別	有效核准人數			在台人數		
		總 計	中小企業	大企業	總 計	中小企業	大企業
2006		206,385	93,507 (45.31)	112,878 (54.69)	181,648	79,388 (43.70)	102,260 (56.30)
2007		211,821	100,064 (47.24)	111,757 (52.76)	191,923	90,632 (47.22)	101,291 (52.78)
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	148,639 (59.64)	107,859 (43.06)	219,136	123,412 (56.32)	95,427 (43.68)

附 註：1.僅包含製造業與營造業所引進的外勞人數。

2.以員工人數 200 人以下定義為中小企業。

3.括號內數據為分配比。

資料來源：行政院勞委會職業訓練局。

九、來自中小企業失業人數減少

2011 年台灣地區失業人數較 2010 年減少 8 萬 6 千人左右，失業率下降至 4.39%。除了初次尋職者外，來自中小企業的失業人數由 40 萬 2 千人減為 32 萬 7 千人；來自大企業的失業人數則由約 4 萬 2 千人減為 3 萬 7 千人。從來自中小企業的失業者看，以高職學歷的失業者人數較多，而大企業、政府部門、初次尋職者都以大學程度的失業人數較多。（表 4-1-7）

由於工作場所業務緊縮或歇業的原因而失業的人數，在 2009 年達到高點後，已經連續 2 年下滑，2011 年已降至 14 萬 7 千人，降幅 38.4%。（圖 4-1-9）無論來自中小企業、大企業或政府部門，因工作場所業務緊縮或關場歇業而失業者，所占比重都相對下降，但因對原有工作不滿意的比重則明顯提高，應與景氣復甦有關。（表 4-1-8）

表 4-1-7 2010 年及 2011 年失業者屬性

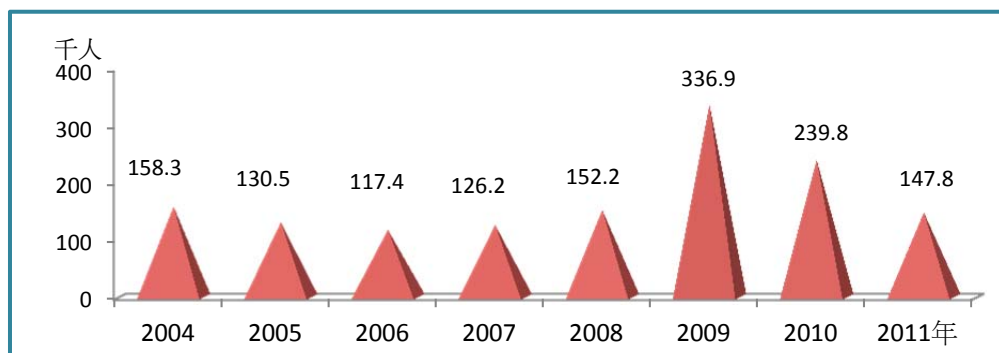
單位：千人；%

年 別 項 目	2010 年				2011 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	401.90	41.67	28.71	104.60	327.35	37.26	26.39	100.15
比率	69.67	7.22	0.50	18.13	66.65	7.59	5.37	20.39
年 齡	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
15~19	1.73	0.20	0.32	7.90	1.67	0.55	0.20	9.80
20~24	9.44	9.38	9.41	51.89	10.91	13.36	6.69	50.66
25~29	19.81	26.84	25.64	31.94	19.82	28.81	21.64	30.23
30~34	16.99	23.49	10.30	5.64	17.39	19.49	11.99	6.49
35~39	12.81	13.44	7.78	1.85	12.55	11.62	9.99	1.55
40~44	12.23	11.46	10.15	0.24	11.59	10.96	11.75	0.73
45~49	12.33	9.00	10.90	0.22	11.45	6.16	15.20	0.13
50~54	8.77	3.78	12.15	0.10	8.03	5.45	12.25	0.19
55~59	4.81	2.10	11.56	0.21	5.15	3.09	6.87	0.17
60~64	1.02	0.30	1.67	0.01	1.38	0.50	3.21	0.03
65 以上	0.07	—	0.12	—	0.05	—	0.21	0.02
性 別	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
男	65.09	57.73	56.69	57.58	63.36	57.37	51.26	54.71
女	34.91	42.27	43.31	42.42	36.64	42.63	48.74	45.29
學 歷	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
不識字	0.04	0.20	—	0.01	0.03	—	0.02	0.02
自 修	0.03	0.01	—	—	0.02	0.03	—	—
國 小	6.99	0.69	10.22	0.32	6.20	2.01	7.53	7.53
國（初）中	19.26	4.90	13.50	4.24	16.79	4.64	14.20	14.20
高 中	10.05	7.07	4.89	5.07	10.31	6.52	6.25	6.25
高 職	31.22	26.91	19.07	18.78	31.72	24.27	19.88	19.88
專 科	14.32	23.92	15.67	8.95	13.95	21.56	14.12	14.12
大 學	16.08	28.62	31.47	53.66	19.06	33.60	32.13	32.13
碩 士	1.90	7.47	4.93	8.76	1.90	7.17	5.62	5.62
博 士	0.11	0.21	0.26	0.22	0.02	0.19	0.26	0.26

附 註：表中類別為失業者前職之企業規模。

資料來源：行政院主計總處，《人力資源統計月報》原始資料，2010 年、2011 年。

圖 4-1-9 2004 年至 2011 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，《人力資源調查統計年報》，2004 年至 2011 年。

表 4-1-8 2010 年及 2011 年離開前職的理由

單位：千人；%

項 目	年 別	2010 年			2011 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		401.90	41.67	28.71	327.35	37.26	26.39
工作場所業務緊縮或歇業		54.24	45.02	10.61	41.05	30.59	7.70
對原有工作不滿意		30.17	42.37	9.96	41.68	54.43	13.41
健康不良		2.27	2.84	1.23	2.58	3.96	0.98
季節性或臨時工作結束		10.18	5.75	72.88	10.50	7.58	70.63
女性結婚或生育		0.48	0.35	0.64	0.85	0.32	1.41
退 休		0.30	0.73	2.78	0.28	1.15	3.34
家務太忙		0.95	1.30	0.04	1.18	1.04	0.46
其 他		1.41	1.64	1.86	1.89	0.92	2.07

附 註：表中類別為失業者前職之企業規模。

資料來源：行政院主計總處，《人力資源統計月報》原始資料，2010 年、2011 年。

十、中小企業轉業人數減少約 4 千人

2011 年來自中小企業的轉業者總計有 53 萬 2 千人，較 2010 年減少 4 千人，其中前往大企業工作的人數為近 5 年來最多的一年，前往政府機關就業的人數則約維持在 2 萬 2 千人左右，不過，都僅分別占中小企業轉職人數的 9.03%、4.22%，可見中小企業員工轉職至大企業或政府機關並不容易。（表 4-1-9）

表 4-1-9 2006 年至 2011 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
2006	428	367	85.79	48	11.27	13	2.95
2007	439	390	88.65	38	8.62	12	2.73
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

附 註：2009 年 9 月修訂的中小企業定義統計，其中礦業、製造業、營造業以外的業別員工人數在 100 人以下，屬中小企業。

資料來源：行政院主計總處，歷年《台灣地區人力運用調查報告》。

十一、政府積極促進創業

為鼓勵民眾創業，中小企業處與勞委會積極辦理相關的創業課程、創業協助與培育活動，其中中小企業處所投入的工作包括「精進育成發展環境」、「建構創業知識資訊

平台」及「協助取得創業資金」，除設立北、中、南、東中小企業創業創新服務中心，並且透過篩選機制輔導經評選過的優質創業個案，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，開辦初階、進階、精修創業學程，推廣創業永續學習，以及協助爭取創投資金，提高創業成功率，並且培育育成專業人才，提升我國育成服務與顧問服務能量。

勞委會則以辦理創業班、提供創業諮詢服務為主，其中 2011 年所辦理的創業入門班，總計近 8,000 人次參加，進階班合計 4,020 人次參加，精進班則有 1,363 人次參加，合計共 13,344 人次參與（表 4-1-10）。提供創業諮詢服務共計 4,661 人次，協助完成創業 1,867 人，總計創造 5,235 個就業機會。（表 4-1-11）

表 4-1-10 2007 年至 2011 年勞委會辦理創業研習情形

年 別		入門班	進階班	精進班	年度合計
2007 年 3 月至 12 月		7,356	1,720	535	9,611
2008 年		8,243	2,841	2,708	13,792
2009 年		8,940	5,050	1,822	15,812
2010 年		8,000	4,601	1,285	13,886
2011 年	男	2,743	1,180	402	4,325
	女	5,218	2,840	961	9,019
	小計	7,961	4,020	1,363	13,344
合 計		40,500	18,232	7,713	66,445

資料來源：行政院勞委會。

表 4-1-11 2007 年至 2011 年勞委會提供創業協助成果

年 度	諮詢輔導人次	協助完成創業人數	創造就業機會（含本人）
2007 年 3 月至 12 月	2,024	1,276	2,983
2008 年	2,693	1,168	2,819
2009 年	4,016	2,149	6,494
2010 年	5,916	1,715	5,328
2011 年	4,661	1,867	5,235
合 計	19,310	8,175	22,859

資料來源：行政院勞委會。

第 2 節 中小企業的勞動條件

一、2010 年少數中小企業人事成本比重大幅提高

本項統計的營運成本包含營業費用與營業成本，其中營業費用包括：薪資、租金、旅運費、廣告、水電瓦斯費、郵電費、保險費、交際費、訓練費等，薪資為營業費用的一部分。由於各業營業成本不同，因此人事費占營業費用與營運成本的比重也有所不同。2010 年，景氣較金融風暴期間復甦，不過，企業調薪者寡，因此各業別薪資占營業費用或營運成本比率多有下降，以中小企業來看，2010 年人事成本占營業費用比重約為 3 至 4 成，其中以教育服務業、藝術、娛樂及休閒服務業、金融及保險業的人事成本占營業費用比重上升最多，可能與前一年度的人事成本下降有關。至於考慮營業成本後，工業部門的人事成本占營運成本的比率大幅降低，服務業的人事成本占營業費用比率約為占營業費用比率的一半左右。（表 4-2-1）

表 4-2-1 2009 年及 2010 年行業別的薪資占營業費用比率

單位：%

行業別	規模別 年 別	薪資占營業費用比率				薪資占營運成本比率			
		中小企業		大企業		中小企業		大企業	
		2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010
農、林、漁、牧業		32.45	32.01	39.55	37.25	5.06	4.89	6.27	5.74
礦業及土石採取業		17.80	16.71	44.16	32.61	3.09	2.84	3.97	2.21
製造業		34.44	32.88	23.95	23.54	4.41	3.84	1.69	1.51
電力及燃氣供應業		32.41	32.00	45.58	46.37	8.39	8.80	1.54	1.43
用水供應及污染整治業		29.41	27.65	55.34	55.21	9.15	8.39	5.39	4.77
營造業		39.10	38.39	45.55	47.61	5.20	5.03	2.28	2.45
批發及零售業		43.73	42.97	34.27	34.57	9.45	8.84	3.29	3.24
運輸及倉儲業		37.82	35.96	46.62	46.51	12.12	11.08	4.35	4.61
住宿及餐飲業		37.10	36.92	38.19	37.30	16.63	16.07	17.92	16.78
資訊及通訊傳播業		45.02	46.62	30.92	30.98	21.72	22.56	9.29	9.56
金融及保險業		23.21	29.47	43.99	46.33	10.66	12.13	1.43	1.56
不動產業		35.76	35.76	22.66	24.33	12.96	14.83	2.46	2.83
專業、科學及技術服務業		42.61	42.16	32.90	35.26	20.65	19.79	7.69	7.79
支援服務業		52.95	51.87	38.31	42.30	29.44	29.26	8.93	9.80
教育服務業		47.35	74.89	43.08	47.62	34.89	22.87	23.33	24.79
醫療保健及社會工作服務業		51.75	46.64	39.03	37.86	28.02	33.36	3.28	3.35
藝術、娛樂及休閒服務業		34.40	47.02	30.33	31.40	19.28	24.14	13.35	14.79
其他服務業		39.58	33.83	34.22	33.41	17.96	18.20	10.57	10.65
整體產業		39.30	38.55	32.59	32.72	7.59	6.92	2.13	2.14

附註：營運成本包含營業成本及營業費用。

資料來源：整理自財政部財稅資料中心營利事業所得稅申報資料，2009 年、2010 年。

二、多數業別每週工時變化不大

2011 年中小企業，以住宿及餐飲業的每週工作時數最長，達 48.41 小時；其次為其他服務業的 46.68 小時；工時最短的為教育服務業的 38.39 小時及農、林、漁、牧業 40.03 小時。（表 4-2-2）各業中，2011 年持續 2010 年的趨勢，多數行業的工時變化不大，僅電力及燃氣供應業、資訊及通訊傳播業的工時減少較為明顯。

表 4-2-2 2010 年及 2011 年行業別每週工時

單位：小時／週

項 目 行業別	2010 年			2011 年		
	中小企業	大企業	政 府	中小企業	大企業	政 府
農、林、漁、牧業	40.01	45.33	40.02	40.03	43.84	39.31
礦業及土石採取業	41.65	44.88	40.21	41.95	—	41.44
製造業	42.41	43.68	40.19	42.56	42.97	39.77
電力及燃氣供應業	43.30	41.53	40.35	42.22	41.31	39.63
用水供應及污染整治業	42.69	42.06	40.36	43.47	42.59	40.50
營造業	39.64	43.61	39.59	40.14	43.23	39.63
批發及零售業	46.93	43.56	39.64	46.46	42.93	39.38
運輸及倉儲業	46.07	43.54	40.49	45.50	43.25	39.63
住宿及餐飲業	48.44	44.37	42.33	48.41	45.39	42.31
資訊及通訊傳播業	42.86	42.08	40.22	41.88	42.52	42.09
金融及保險業	42.61	42.73	41.42	41.94	41.87	39.85
不動產業	46.30	45.22	41.12	46.31	44.34	37.26
專業、科學及技術服務業	42.28	42.13	40.19	41.89	42.24	39.24
支援服務業	43.85	47.33	39.36	43.47	47.55	36.85
教育服務業	38.23	34.55	35.56	38.39	35.90	36.27
醫療保健及社會工作服務業	44.74	43.23	42.03	44.12	43.82	41.58
藝術、娛樂及休閒服務業	45.92	45.68	40.49	45.41	44.00	39.28
其他服務業	46.51	44.37	41.51	46.68	41.47	40.67

資料來源：整理自行政院主計總處，2010 年及 2011 年《人力資源統計月報》原始資料。

三、中小企業以電力及燃氣供應業員工平均月收入最高

由表 4-2-3 的資料顯示，2011 年部份行業的中小企業主要工作收入較 2010 年為低，多數小幅增加，不過，仍有調幅高達 1 萬元以上者，例如用水供應及污染整治業，電力及燃氣供應業也增加 9 千元以上。就各行業中小企業員工的主要工作收入來看，以電力及燃氣供應業的平均收入最高，每月近 4 萬元，其次為藝術、娛樂及休閒服務業，每月約 3 萬 1 千元。不過，也有部份行業的主要工作收入持續在基本工資以下，如農、林、漁、牧業、住宿及餐飲業，可能與行業特性有關。（表 4-2-3）

表 4-2-3 2010 年及 2011 年各行業平均主要工作月收入－按規模別

單位：千元

項 目 行業別	2010 年			2011 年		
	中小企業	大企業	政 府	中小企業	大企業	政 府
農、林、漁、牧業	15.83	25.59	41.26	15.71	20.34	31.24
礦業及土石採取業	32.11	—	40.00	29.34	—	63.91
製造業	20.31	27.23	50.07	20.97	28.56	36.87
電力及燃氣供應業	30.51	39.78	63.03	39.55	50.04	39.57
用水供應及污染整治業	19.19	31.45	25.93	29.25	31.05	24.60
營造業	28.92	42.53	30.20	29.71	41.66	39.59
批發及零售業	20.06	28.20	22.31	20.76	24.72	23.71
運輸及倉儲業	23.67	35.68	22.75	25.38	33.57	23.22
住宿及餐飲業	17.24	15.59	30.00	17.18	20.05	17.60
資訊及通訊傳播業	26.15	48.38	52.94	24.68	36.42	40.16
金融及保險業	25.97	30.33	55.82	29.71	33.80	54.19
不動產業	26.20	28.33	37.27	24.40	30.42	34.00
專業、科學及技術服務業	27.15	54.83	41.19	27.25	59.27	37.60
支援服務業	20.48	24.03	29.32	21.85	24.53	26.58
教育服務業	23.21	25.01	24.43	22.91	28.61	29.47
醫療保健及社會工作服務業	24.41	30.89	21.32	26.99	38.65	35.25
藝術、娛樂及休閒服務業	23.55	28.66	25.08	31.38	30.53	24.30
其他服務業	20.07	25.21	30.31	19.93	28.12	27.55

資料來源：行政院主計總處，《台灣地區人力運用調查》原始資料，2010 年、2011 年。

第 3 節 中小企業的人才培訓

一、企業參與個別型訓練的家數大幅增加

景氣逐步復甦後，企業辦理員工訓練的家數與人數，相較於 2010 年略有減少，以勞委會所補助辦理的個別型訓練（個別企業或團體依其經營發展需要辦理）與聯合型計畫（協助企業人力資源提升聯合型計畫）來看，2011 年補助 1,779 家企業辦理個別型訓練，班數達 41,173 班，不過，人數略較 2010 年減少，為 863,296 家，而聯合型計畫則無論在補助案數、參訓家數、訓練班數或訓練人次上，均有下滑現象，可能因為聯合型計畫以鼓勵企業聯合其關連性產業事業單位辦理員工聯合訓練為目的，較為不易執行，因此，訓練人次遠低於個別型計畫，且近三年逐漸降低。（表 4-3-1）

表 4-3-1 2006 年至 2011 年協助企業人力資源提升

年 別 \ 項 目	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
2006	1,551	22,486	424,311	87	668	2,814	102,867
2007	1,307	26,953	547,805	102	1,891	2,692	108,389
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

資料來源：行政院勞工委員會職業訓練局，2012 年 4 月。

二、2010 年中小企業參加職業訓練人次約 34 萬人

自 2007 年起，政府提出多項人才培訓、加值充電計畫，提供勞工進修，因此，參加職訓人次不斷增加，2010 年職業訓練人次達 4,733,179 人次，其中 200 人以上的公民營事業，受訓人次達 400 萬人以上，而中小企業辦理職業訓練的意願則不高，僅 34 萬人次左右，可能一方面怕影響員工上班，另一方面也可能擔心培訓後，反而促成員工離職。

表 4-3-2 2010 年接受職業訓練人次

單位：人次

年 別 \ 項 目	全體受訓人次	公民營事業單位 (未滿 200 人)	公民營事業單位 (200 人以上)	其 他
2010	4,733,179	341,713	4,124,975	226,491

- 附 註：1. 公民營事業單位 200 人以上係指 200 人及以上的公、民營事業單位所辦的訓練。
 2. 公民營事業單位未滿 200 人除包括 200 人以下的公、民營事業單位外，還包括參加學校附設、財團法人附設、公共職訓機構附設等職訓機構進修訓練的人次。
 3. 其它包括政府機關訓練的人次及學校附設、財團法人附設、公共職訓機構附設等職訓機構養成訓練的人次。
 4. 2010 年統計的接受職業訓練人次係推估數。

資料來源：行政院勞委會職業訓練局，〈職業訓練概況調查報告〉。

三、企業職業訓練經費比例多呈大幅下降

國內企業對於人才培訓經費職業訓與經濟景氣與否的相關性較低，因此，即使 2010 年景氣趨於穩定，但人才培訓費用的投入並未相對提高，一般而言，大企業的訓練經費占營運成本與營業費用的比重也較高，不過，2010 年中小型醫療保健及社會工作服務業、專業、科學及技術服務業、藝術、娛樂及休閒服務業的訓練費占營業成本的比重卻高於大企業達 0.07 個百分點以上，可見中小企業仍然重視人才培訓，而藝術、娛樂及休閒服務業 2010 年的人才培訓經費比重更比 2009 年提高達 0.11 個百分點以上，在所有中小企業中特別顯眼。（表 4-3-3）

表 4-3-3 2009 年及 2010 年職業訓練經費占營運成本及營業費用比率

單位：%

行業別	規模別 年 別	占營業費用比率				占營運成本比率			
		中小企業		大企業		中小企業		大企業	
		2009	2010	2009	2010	2009	2010	2009	2010
農、林、漁、牧業		0.06	0.07	0.01	0.03	0.01	0.01	0.00	0.01
礦業及土石採取業		0.01	0.01	0.05	0.02	0.00	0.00	0.01	0.00
製造業		0.12	0.11	0.18	0.18	0.02	0.01	0.01	0.01
電力及燃氣供應業		0.09	0.11	0.15	0.23	0.02	0.03	0.01	0.01
用水供應及污染整治業		0.10	0.12	0.72	0.73	0.03	0.04	0.07	0.06
營造業		0.15	0.15	0.22	0.21	0.02	0.02	0.01	0.01
批發及零售業		0.09	0.08	0.16	0.18	0.02	0.02	0.02	0.02
運輸及倉儲業		0.12	0.12	0.29	0.26	0.04	0.04	0.03	0.03
住宿及餐飲業		0.05	0.09	0.16	0.22	0.02	0.04	0.07	0.10
資訊及通訊傳播業		0.18	0.19	0.58	0.53	0.09	0.09	0.17	0.16
金融及保險業		0.24	0.20	0.22	0.24	0.11	0.08	0.01	0.01
不動產業		0.14	0.12	0.25	0.23	0.05	0.05	0.03	0.03
專業、科學及技術服務業		0.23	0.25	0.18	0.17	0.11	0.12	0.04	0.04
支援服務業		0.17	0.16	0.10	0.24	0.09	0.09	0.02	0.06
教育服務業		0.17	0.00	0.38	0.33	0.13	0.00	0.20	0.17
醫療保健及社會工作服務業		0.26	0.24	0.77	0.08	0.14	0.17	0.07	0.01
藝術、娛樂及休閒服務業		0.07	0.18	0.09	0.11	0.04	0.09	0.04	0.05
其他服務業		0.13	0.08	0.41	0.47	0.06	0.04	0.13	0.15
整體產業		0.12	0.11	0.21	0.21	0.02	0.02	0.01	0.01

資料來源：整理自財政部財稅資料中心，營利事業所得稅申報資料，2009 年、2010 年。

第 4 節 2012 年人力需求趨勢

一、景氣趨緩人力需求增幅受限

根據行政院勞工委員會於 101 年 4 月 23 日至 101 年 5 月 10 日間針對員工規模 30 人以上之事業單位辦理「101 年第二次人力需求調查」，發現因為歐債危機再起、中國經濟成長趨緩，影響我國出口表現，且物價上漲預期心理、股市交易清淡使內需市場降溫，導致廠商增僱員工的意願傾向保守。預計 2012 年 7 月底企業人力需求將較 4 月底淨增加 49.1 千人，其中以製造業淨增加 22.4 千人（電子零組件製造業淨增加 7.1 千人、電力設備製造業淨增加 2.8 千人、電腦電子產品及光學製品製造業淨增加 3.5 千人）較為明顯，其次為支援服務業淨增 8.2 千人、批發及零售業 4.0 千人、住宿及餐飲業 3.9 千人（近八成五集中於餐飲業），金融及保險業 3.1 千人。至於所需職類多為技術員及助理專業人員，需求淨增加 12 千人，其次為基層技術工及勞力工，需求淨增加約 11 千人，再次為技藝、機械設備操作及組裝人員，需求淨增加約 10 千人，可見技術及基層人力的需求仍大。（表 4-4-1）

表 4-4-1 事業單位預計 2012 年 7 月底較 4 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		前四大職類			
			增 加 雇 用	減 少 雇 用	技術員及 助理專業 人員	基層技術 工及勞力 工	技藝、機 械設備操 作及組裝 人員	服務及銷 售工 作 人員
總 計		49,077	58,024	8,947	11,912	11,045	10,278	7,666
製造業		22,413	28,192	5,779	4,611	9,067	4,055	56
污染整治業		15	15	—	—	5	—	—
營造業		151	1,446	1,295	- 528	-410	985	—
批發及零售業		3,958	4,580	622	1,982	210	272	1,228
運輸及倉儲業		1,743	1,812	69	410	10	1,185	50
住宿及餐飲業		3,895	4,255	360	—	-38	—	3,927
資訊及通訊傳播業		1,626	1,758	132	1,093	—	30	459
金融及保險業		3,110	3,212	102	2,625	—	—	100
不動產業		340	340	—	340	—	—	—
專業、科學及技術服務業		658	812	154	214	—	22	202
支援服務業		8,222	8,536	314	923	2,045	3,614	1,302
醫療保健及社會工作服務業		1,914	1,914	—	187	—	4	—
藝術、娛樂及休閒服務業		886	965	79	26	156	—	346
其他服務業		146	187	41	29	—	111	-4

資料來源：行政院勞委會。

二、全球就業仍見成長遲緩趨勢

根據國際勞工組織（International Labor Organization, ILO）2012 年的全球就業趨勢報告，估計 2012 年全球必須創造近 6 億份工作機會，才能防止更嚴重的失業潮，而且即使到 2016 年，失業率也不會比 2012 年有所改善，全球可能仍會維持在 6% 的失業率。青年的失業機率为成年人的三倍之多，而且多數青年只能找到兼職或是短期約聘的工作，所以青年勞工將會是經濟危機的主要受害者，在 2012 年青年失業率也不會大幅改善。目前全球性的經濟問題，大大的減少創造新工作的能力，在經濟危機發生期間，全球的就業率從 2007 的 61.2% 年降至 2010 年的 60.2%，是 1991 年有記錄以來下降幅度最大的一次，ILO 估計，2012 年至 2016 年的就業率，也不會有太明顯的改善。

除了亞洲以外，其他的開發中國家的勞動產出成長明顯落後於先進經濟體，更加劇了生活標準的差距以及削弱濟貧政策的有效性。另一方面，由於全球經濟的不確定性增高，投資活動也存在著極度的不平均，以致扼止了新工作機會的產生，使就業率急遽下降，不過，新興國家的投資率則已回復到經濟危機爆發前的水準，且被預期為可望超過中長期的水準，因此預期未來就業機會的創造仍以新興國家為主。

第 5 章 2012 年國內外經濟變化及因應對策

2012 年上半年全球經濟，隨著歐債危機蔓延，加以美國復甦動能和緩、新興經濟體成長降溫，短期內全球經濟難以明顯改善。國內經濟，受全球經濟走緩影響，2012 年上半年對外貿易、工業生產與外銷訂單皆呈負成長，消費者物價年增率微升，就業人數增加，失業率微升，景氣燈號連續自 2011 年 11 月至 2012 年 7 月連續第 9 個月出現藍燈。整體而言，當前景氣仍處低緩。

對於未來的發展，企業主仍必須體察環境之變化、彈性因應；政府也必須審時度勢、調整對策。就中小企業言，不僅要持續從管理面著手，進行經營合理化的調整，以提升資源運作效率、強化企業體質，也應求新求變，重視品牌、創新。更關鍵的是，必須掌握整體大趨勢的脈動，迎向時代發展的主流。

面對全球經濟低緩，政府自 2011 年下半年已著手規劃並採取短期刺激景氣措施，以及中長期因應經濟環境變化對策，以加速經濟體質再造，讓台灣經濟成功轉骨，打造產業永續競爭力。

本章分 4 節，第 1 節先概述 2012 年國際總體經濟情勢；第 2 節概述 2012 年台灣經濟情勢；第 3 節分析中小企業如何審時度勢求新求變以因應環境變化；第 4 節則為因應經濟環境變化之政府對策。

第 1 節 2012 年國際經濟情勢

2012 年初以來，起先隨著希臘債務危機暫獲舒緩、美國經濟持續轉佳，全球經濟暫露曙光。惟近期歐洲政局紛擾，歐債危機蔓延，加以美國復甦動能和緩、新興經濟體成長低於預期，全球經濟成長欲振乏力。主要國際經濟指標動向簡述如下：

一、全球經濟復甦步伐疲弱

2012 年根據國際貨幣基金（7 月 16 日）預估，全球經濟成長率 3.5%，2012 年由 4.1% 下修至 3.9%；亞洲開發銀行（7 月 12 日）則全面下修 2012 年與 2013 年新興亞洲、美國與歐元區經濟成長預測。

環球透視機構（以下簡稱 GI）預估 2012 年經濟成長率約 1.3%~1.4%；新興國家由於

國外需求減弱及內需擴張轉緩，成長動能亦明顯減速，惟經濟成長率預估仍可達 5.2% 以上，續為全球經濟成長主要動能。

- (一) 美國：由於失業率仍居高點、房地產市場低迷與全球金融市場風險猶存等因素影響，經濟擴張步調溫和，環球透視機構 7 月預估 2012 年經濟成長 2.0%。
- (二) 歐元區：由於歐債危機遲未平息、財政整頓衝擊實體經濟、金融部門去槓桿化過程尚需時日，GI 預測 2012 年衰退 0.4%。
- (三) 日本：受外需疲弱與日圓升值影響，日本出口動能減弱，但由於 311 強震災後重建需求支撐國內投資，節能汽車補貼政策有效刺激國內消費，內需已有好轉跡象，GI 估計 2012 年經濟成長 2.4%。
- (四) 中國大陸：2012 年上半年經濟延續 2010 年第 4 季以來的逐季下滑走勢，惟因官方推出多項新刺激措施影響，下半年經濟成長可望回穩。GI 預估 2012 年經濟成長率為 7.8%(下修 0.1 個百分點)。

表 5-1-1 全球及主要地區經濟成長率

單位：%

地區別	機 構 年 別	環球透視機構（GI）							IMF		
		2011	2012					2013	2011	2012	2013
				Q1	Q2	Q3	Q4				
全 球		3.0	2.7(2.7)	2.7	2.6	2.6	2.8	3.0(3.0)	3.9	3.5(3.5)	3.9(4.1)
先進國家		1.5	1.3(1.4)	1.4	1.4	1.1	1.3	1.4(1.5)	1.6	1.4(1.4)	1.9(2.0)
美 國		1.7	2.0(2.1)	2.0	2.0	2.1	2.1	2.0(2.1)	1.7	2.0(2.1)	2.3(2.4)
歐元區國家		1.5	-0.4(-0.4)	-0.1	-0.6	-0.8	-0.3	-0.1(-0.1)	1.5	-0.3(0.3)	0.7(0.9)
日 本		-0.7	2.4(2.4)	2.7	3.4	1.7	1.9	1.8(1.8)	-0.7	2.4(2.0)	1.5(1.7)
新興國家		6.2	5.2(5.2)	5.1	4.9	5.2	5.4	5.5(5.5)	6.2*	5.6(5.7)*	5.9(6.0)*
亞太地區(不含日本)		6.7	6.1(6.2)	5.9	5.8	6.1	6.5	6.3(6.4)	7.8**	7.1(7.3)**	7.5(7.9)**
中國大陸		9.3	7.8(7.9)	8.1	7.6	7.7	7.9	7.9(8.0)	9.2	8.0(8.2)	8.5(8.8)

附 註：表中 GI 括弧內數值係 2012 年 6 月預測；IMF 括弧內數值係 2012 年 4 月預測；*為新興及開發中國家；**為亞洲開發中國家。

資料來源：World Overview, Global Insight Ltd., Jul. 15, 2012.

IMF, World Economic Outlook Update, Jul. 16, 2012.

展望未來，歐債危機將續為全球經濟面臨的最主要風險。此外，中國大陸、印度等新興國家經濟成長速度可能減緩、歐美先進國家金融體系脆弱及失業率居高不下，以及中東北非地緣政治僵局致國際油價走勢仍存不確定性等，亦將影響全球經濟表現。

二、全球物價漲勢和緩

2012 年受國際景氣趨緩影響，全球物價漲勢於 2011 年 9 月觸頂後持續走緩。根據

GI 估計，2012 年 1 至 6 月平均全球 CPI 上漲率為 3.3%，低於 2011 年同期之 3.8%。

近期主要國家相繼採行寬鬆貨幣政策，國際流動性充足，加以中東情勢緊張及美國遭逢嚴重乾旱，為國際原油及商品價格上漲埋下隱憂。惟因國際經濟前景疲弱抑制需求，全球物價漲勢可望持續和緩。GI 預估 2012 年全球 CPI 上漲率為 3.1%，低於 2011 年的 4.0%。

三、歐元區國家失業率續創新高

2012 年上半年，美國失業率與 2011 年同期相比明顯改善，但仍偏高，歐元區失業率持續創新高，亞洲新興國家失業率則呈略有改善。OECD 國家 2012 年 5 月失業率為 7.9%，其中失業率前 3 高國家依序為：西班牙（24.6%）、葡萄牙（15.2%）與愛爾蘭（14.6%）。

歐元區 2012 年 5 月失業率達 11.1%，續為 1999 年實施歐元單一貨幣以來最高水準，主要經濟體中，德國失業率 5.6%，法國失業率 10.1%，西班牙 24.6%（為歐元區最高），義大利 10.1%；美國 6 月失業率為 8.2%；日本 5 月失業率為 4.4%；韓國 5 月失業率為 3.2%。

四、2012 年上半國際油價先漲後跌，近期回升

2011 年底因伊朗研發核武，歐美研議對該國實施制裁，引發石油供給短缺疑慮；2012 年國際油價一路上漲至 3 月 1 日每桶 126.20 美元。其後因沙烏地阿拉伯承諾增加石油供給、美國原油庫存增加及歐債危機情勢惡化，國際油價波動下滑，至 6 月 21 日每桶 89.23 美元。（參閱第 1 章圖 1-1-1）後續因挪威北海石油工業罷工、7 月初歐盟對伊朗禁運令生效等因素皆助長油價漲勢，國際油價於 7 月 24 日回升至每桶 103.26 美元。

在國際總體經濟面未獲改善前，全球原油仍有供過於求的現象，原油價格缺乏有力支撐；又歐債危機短期內不易消除，國際油價大幅上揚的可能性不高，根據路透社、彭博社（Bloomberg）及美國能源資訊署（EIA）等國際專業機構預估 2012 年原油價格將介於 92~112 美元/桶之間。

五、東亞主要國家受景氣低迷影響，外貿成長相應轉緩

歐美國家受景氣低迷影響，進口需求趨於遲滯，致全球貿易擴張速度隨之減緩。IMF 於 2012 年 7 月估計，2012 年世界貿易量擴張率將由 2011 年的 5.9%，下修至 3.8%。

2012 年美國經濟緩步復甦，1 至 5 月商品進口成長 7.2%，低於去年同期之 18.6%；歐盟經濟陷入衰退，1 至 5 月商品進口減少 4.6%，亦遠低於去年同期 23.0% 的成長率。日本受日圓升值及原油、液化天然氣等能源進口大幅增加，1 至 5 月商品出口成長率 5.4%，低於進口成長率 12.8%，致呈現 377.7 億美元的商品貿易逆差。

受歐美景氣疲弱衝擊，東亞主要國家外貿成長相應轉緩。1 至 6 月韓國、新加坡商品出口分別成長 0.6%、2.7%、台灣商品出口衰退 4.7%，香港 1 至 5 月商品出口成長 1.6%，均遠低於去年同期 15% 以上的成長率。中國大陸 1 至 6 月商品出口成長 9.2%，亦較去年同期 24.0% 的成長率明顯下滑，惟仍相對優於其他東亞國家。

六、全球經濟景氣面臨四大風險

主要國際經濟機構對於全球經濟前景的看法轉趨保守。除歐債危機恐擴大蔓延，使全球經濟面臨嚴峻下滑風險外，歐美先進國家財政、金融體系脆弱及失業率居高不下、中國大陸、印度等新興國家經濟成長可能減緩，以及中東北非地緣政局持續緊張，致國際油價走勢仍存不確定性等，均將影響全球經濟表現。2012 年全球經濟仍存諸多不確定性因素，主要有四：

（一）歐元區情勢嚴峻

歐元區經濟情勢依然嚴峻，雖然 2012 年 6 月 28-29 日歐盟峰會通過 1,200 億歐元刺激經濟方案、設立歐元區銀行監管機制，以及允許紓困基金直接注資銀行等多項措施，惟能否順利推行仍有相當疑慮；貨幣聯盟的生存必須以歐元區的廣泛結構改革作為支撐，方能解決經常帳失衡問題，短期內強化需求和危機管理仍屬必要。

（二）先進經濟體存在隱憂

美國財政可能出現過度緊縮，如果無法延長臨時性稅收減免（薪資稅減免與失業補助）措施和扭轉大幅度的自動削減財政支出機制，2013 年將出現經濟成長停滯。

美國和日本的中期財政整頓計畫進展不足，如不採取積極行動，未來主權借貸成本將急劇上升，全球市場可能發生動盪。

聯合國 2012 年 6 月 7 日指出，歐美金融部門去槓桿化、政府財政緊縮、失業率居高不下等，均將抑制經濟成長，並恐形成惡性循環。即使歐債危機得以緩解，今年歐盟經濟仍將處於停滯。

（三）新興與發展中經濟體成長減速

居近年世界經濟成長主要動能的中國大陸、印度等新興經濟體逐漸面臨成長瓶頸，將是威脅未來全球經濟成長的重大因素之一。其中，近期中國大陸內需、生產成長速度轉緩，國際主要機構相繼下修 2012 年中國大陸經濟成長率預測。惟中國大陸當局已陸續推出新一波汽車下鄉、節能家電補貼等擴張景氣措施，及調降存貸款基準利率、存款準

備率等寬鬆貨幣措施，全力「穩增長」。

（四）能源及商品價格走勢不確定

近期主要國家相繼採行寬鬆貨幣政策，國際流動性充足，加以中東情勢緊張及美國遭逢嚴重乾旱，恐推升國際原油及商品價格，為全球物價埋下隱憂。路透社、彭博社、美國能源資訊署等機構皆預測未來國際油價大幅飆升的機率應不大，惟仍應留意油價波動對經濟之衝擊。

七、亞太區域經濟整合持續推展

過去 10 年來，由於「世界貿易組織」（WTO）所推動的「杜哈回合」多邊貿易談判進展十分緩慢，各國為了協助廠商拓展市場，並強化國家整體競爭力，已逐漸將貿易政策的重心，轉為推動洽簽雙邊或複邊之自由貿易協定（FTA）或經濟合作協定（ECA）。目前東亞地區為全球洽簽經濟合作協定最多的區域之一，包括美國主導之「跨太平洋夥伴協定（Trans-Pacific Partnership Agreement, TPP）」，以及東協國家倡議之「東協區域廣泛經濟夥伴架構」(ASEAN Framework for Regional Comprehensive Economic Partnership, RCEP) 等。以下簡述亞太地區兩個主要的區域經濟整合。

（一）跨太平洋夥伴協定（TPP）

TPP 是第一個連結亞洲、太平洋與拉丁美洲地區的區域貿易協定。TPP 之前身為新加坡、紐西蘭、汶萊及智利等 4 國（Pacific 4，或 P4）於 2005 年共同簽署之「跨太平洋戰略經濟夥伴協定（Trans-Pacific Strategic Economic Partnership, TPSEP）」。根據 P4 時期簽署之 TPSEP，多數產品關稅在協議生效後大部分已降為零，僅允許少數農產品及特殊產品降稅時程延後，預計將在 2017 年前將所有關稅調降為零。

2008 年 9 月美國正式宣布加入 TPSEP，將協定名稱縮減為「跨太平洋夥伴協定（Trans-Pacific Partnership Agreement，簡稱 TPP）」。在美國加入後，談判動能增強，2011 年 TPP 成員包括 P4+美國、秘魯、澳洲、越南及馬來西亞等 9 個成員國；2012 年 6 月 TPP 成員國同意加拿大與墨西哥加入談判。

以目前正在進行中的 TPP 談判來看，所涉議題深度及廣度部分項目超越 WTO 規範，是一具高品質、高標準之協定，如果達成協議，TPP 成員國間將幾乎完全消除關稅障礙，大幅度取消非關稅障礙，開放服務業，加強對投資、勞工、環境與智慧財產權之保護，以及對電子商務、政府採購、金融服務業等進一步之開放。TPP 參與國已在 2011 年 11 月美國舉辦 APEC 領袖峰會時提出協定之廣泛大綱，該廣泛輪廓大綱已概述目前已近完

成之 20 章法律條文。

（二）東協國家倡議之「東協區域廣泛經濟夥伴架構」

東南亞國家協會（The Association of Southeast Asian Nations, ASEAN）簡稱「東協」，由印尼、馬來西亞、菲律賓、新加坡及泰國等五個創始會員國，於 1967 年 8 月 8 日在曼谷成立。在 1967 年五國簽署的東協宣言（ASEAN Declaration），1976 年東協會員國簽署《東南亞友好合作條約》。其後陸續有汶萊（1984 年）、越南（1995 年）、寮國和緬甸（1997 年），柬埔寨（1999 年）加入，形成目前東協 10 國。

以東協為主體的區域經濟整合不斷擴大經濟自由區範圍，包括：

- 1.「東協加一」：即「中國大陸－東協自由貿易區」〔China-Asean Free Trade Area, CAFTA〕，中國於 2002 年與東協正式簽署《東協－中國 CECA 經濟合作架構協定》，於 2010 年先與新加坡、馬來西亞、泰國、印尼、菲律賓和汶萊等國建成「中國－東協自由貿易區」，2015 年再與越南、寮國、緬甸及柬埔寨正式完成此自由貿易區的合作關係。
- 2.東協加三（中、日、韓）：即「東亞自由貿易區」；在 2005 年第 9 屆東協加三高峰會中，東協加三各國領袖簽署吉隆坡宣言，同意持續於每年東協高峰會時，併行召開東協加三高峰會；東協加三將以東協為驅力，繼續擔任推動東亞共同體的主力機制。
- 3.東協加六（中、日、韓、紐、澳、印）：即「東亞全面經濟夥伴協定」。東協加六的具體合作架構始於 2005 年第 1 屆東亞高峰會，宣言中指出期望在涉及共同利益與安全的政經議題上，促成東亞各國更廣泛的對話機會。東亞高峰會將配合既有的東協加一和東協加三機制，為孕育東亞區域的共同體發揮關鍵作用。
- 4.東協區域廣泛經濟夥伴關係架構」（ASEAN Framework for Regional Comprehensive Economic Partnership, RCEP）：為東協主導的新自由貿易架構。東協為強化日後與各對手國或其他外部經濟夥伴洽簽 FTA 或 CEP 的力量，在 2011 年 11 月第 19 屆「東協高峰會」通過正式文件。東協國家倡議把已與東協簽署自由貿易協定（FTA）的國家，橫向結合成更大區域的經濟整合。如果相關國家談判成功，將誕生東協、南韓、中國大陸、日本、印度、紐西蘭、澳大利亞等 16 個國家參加，涵蓋 30 億人口的龐大經濟區。RCEP 設定未來東協與其他經濟夥伴洽簽 FTA 或 CEP（Comprehensive Economic Partnership）時，可以納入協商之部門別，除了一般 FTA 中所涵蓋的貨品、服務與投資等議題外，也包括便捷化、經濟技術合作等重要內容。

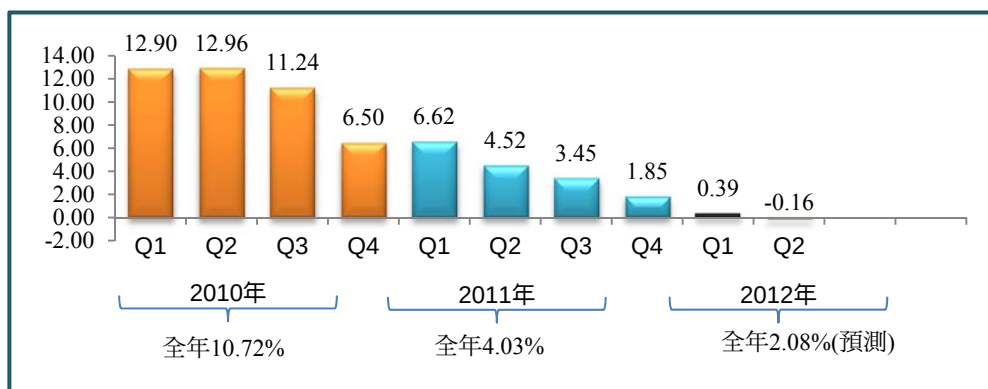
第 2 節 2012 年台灣經濟情勢

一、2012 年上半年經濟景氣低緩，行政院主計總處下修經濟成長率預測

2012 年第 1 季我國外銷轉呈縮減，按美元計價商品出口減幅 4%，為 2009 年第 4 季金融海嘯結束以來新低，按新台幣計價則減 2.68%，加計服務輸出並剔除物價因素後，商品與服務輸出實質負成長 3.29%。內需部分，民間消費因股市交易清淡與金融財富價值縮水抵銷部分動能，成長 1.72%；民間投資因廠商產能仍呈過剩，科技業者持續縮減資本支出，負成長 9.40%；併計政府消費與政府投資，第 1 季初步統計經濟成長 0.39%。

2012 年第 2 季受到出口縮減、民間消費及投資減弱影響，經濟成長率概估為-0.16%，為自 2009 年第 4 季回復正成長以來再度轉為負成長。受全球經濟走緩，限縮我出口成長空間；企業獲利不佳，衝擊消費信心與意願；廠商投資步調減緩影響民間投資意願，主計總處 7 月預測 2012 年經濟成長率為 2.08%。（圖 5-2-1）（行政院主計總處於 8 月 17 日下修 2012 年全年經濟成長率為 1.66%）

圖 5-2-1 台灣經濟成長率



資料來源：行政院主計總處 2012 年 7 月。

展望未來，歐債危機潛存風險仍高，美國經濟表現不如預期，中國大陸經濟明顯降溫，全球經濟短期內難望好轉，勢將影響我國出口動能。內需部分，外在環境不佳，廠商投資意願相對保守；加以股市量能萎縮、實質薪資未能提升等因素，對民間消費的支撐力道略顯不足，值得關注。

二、整體物價溫和上漲

2012 年 1-6 月 CPI 較去年同期上漲 1.47%，主要係因蔬菜、水電燃氣、燃氣、娛樂費用，以及水產品等價格上揚；WPI 上漲 0.45%，主因油品及機械設備處相對高檔。

展望 2012 年，中東情勢推升油價風險仍在，但近期國際原油及農工原料價格多呈回跌，預測今年 WPI 漲 1.5%；CPI 方面，國內油電價格調漲，消費者較常購買的商品與服務價格蠢動，惟因政府採取多項穩定措施及房租走勢平穩，有助於紓緩物價漲勢，主計總處預測全年上漲 1.90%。

三、工業生產負成長

受全球景氣前景未明、歐債危機遲遲未解等影響，2012 年上半年工業生產指數較去年同期減少 3%；其中，製造業減少 3.3%，建築工程業、礦業及土石採取業、電力及燃氣供應業、用水供應業則分別增加 4%、3%、0.6%、0.1%。上半年製造業四大行業，資訊電子（-3%）、金屬機械（4.6%）、化學工業（-3.2%）及民生工業（-1.3%）均呈減產。

2012 年上半年製造業中分類 26 個行業中，9 個行業較去年同期增產，增幅較大者為：菸草業（14.6%），其他運輸工具業（10.5%），飲料業（6.5%），汽車及其零件業（5%）；減幅較大者為：機械設備業（-12.6%），皮革、毛皮及其製品業（-12.4%），成衣及服飾品業（-11.8%），化學製品業（-8.5%）。

四、對外貿易仍處低迷

2012 年上半年我國對外貿易總額達 2,824.1 億美元，較 2011 年同期下滑 5.3%，其中出口 1,468.0 億美元，負成長 4.7%，進口 1,356.1 億美元，負成長 5.8%，累計出超 111.9 億美元，成長 10.7%。

2012 年上半年我出口呈現負成長之產品最主要者為電子產品（-4.1%占 27%），其中以 DRAM、太陽能光電、發光二極體三者衰退較著，但晶圓代工部分仍小有成長。主要原因為 LED 出口受中國、歐盟節能補助政策變動影響甚鉅，以及大陸 LED 廠在大陸在地化已逐漸成熟，足以和我廠競爭；太陽能電池則面臨歐盟財政緊縮衝擊，產業產能過剩、韓國廠商加入戰局等情況。其他出口呈現負成長之產品有基本金屬及其製品（-4.6%占 9.8%）、光學器材（-9.5%占 7.0%）、化學品（-10.5%占 7.3%）、資訊與通訊產品（-21.0%占 5.3%）及紡織品（-7.3%占 4.1%）等。分析上述產業上半年出口負成長，除受大環境不佳之影響及我參與區域經濟整合進展緩慢外，亦顯露出我出口產品過度集中與主力產

品競爭力不足情況。

展望 2012 年全年，隨全球景氣成長放緩，貿易擴增力道勢將疲弱，加以國內高科技廠商面對國際大廠的競爭威脅日益明顯，限縮出口成長空間，僅賴智慧型手持裝置不斷推陳出新，帶動相關產品需求，因而我國出口只能小幅成長。

五、ECFA 貨品貿易早期收穫計畫實施成效

ECFA 貨品貿易早期收穫計畫已於 2011 年 1 月 1 日起開始實施降稅，服務貿易早期收穫部門及開放措施亦已於 2011 年 1 月 1 日前全面實施。ECFA 貨品貿易早期收穫計畫至 2012 年 5 月執行情形：

- (一) 依據中國大陸海關統計，2012 年 1~5 月自台灣進口總額為 481.88 億美元，較 2011 年同期 513.2 億美元減少 6.1%。中國大陸陸方給予我國早期收穫清單內貨品之進口額約為 81.26 億美元，較 2011 年同期之 86.21 億美元減少 5.74%，其中約 32.4 億美元已適用優惠關稅，獲減免關稅約 1.95 億美元，累計 2011 年 1 月~2012 年 5 月獲減免關稅約 3.17 億美元。（註：依我國海關統計，2012 年 1~5 月台灣出口至中國大陸總額為 305.44 億美元，較 2011 年同期減少 9.58%，其中早期收穫清單內貨品之出口額約為 76.06 億美元，較 2011 年同期減少 3.02%。）
- (二) 另依據我國海關統計，2012 年 1~5 月我國自中國大陸進口值總計約為 170.9 億美元，較 2011 年同期減少 6.91%。ECFA 早收清單貨品進口值總計約為 19.85 億美元，較 2011 年同期減少 0.85%，其中約 5.66 億美元已適用優惠關稅，關稅減免總計 2,125 萬美元，累計 2011 年 1 月~2012 年 5 月獲減免關稅約 4,401 萬美元。
- (三) ECFA 原產地證明書從 2011 年 1 月 1 日起至 2012 年 6 月 30 日止累計核發 67,021 件，總金額約 96.79 億美元，其中農產品 1,552 件，為 3,447 萬美元，工業產品 65,469 件，約 96.44 億美元。

六、IMD 世界競爭力評比台灣世界競爭力總排名第 7

根據瑞士國際管理學院 (IMD) 2012 年 5 月發布的《IMD 世界競爭力年報》，在 59 個受評比的國家中，我國世界競爭力總排名第 7。四大類指標中，攸關國家長期發展的「政府效能」、「基礎建設」排名分別躍升至第 5、第 12，創歷年最佳成績，有利於國家長期競爭力提昇。「企業效能」排名第 4，仍維持歷年次佳。易受短期景氣波動影響的「經濟表現」排名滑落。（表 5-2-1）

表 5-2-1 國際競爭力評比

國際評比單位	國（地區）別	台 灣	美 國	日 本	南 韓	新加坡	香 港	中 國 大 陸
IMD (瑞士洛桑國際管理學院) 2012年世界競爭力排名(2012.05發布)		7名 (↓1)	2名 (↓1)	27名 (↓1)	22名 (同)	4名 (↓1)	1名 (同)	23名 (↓4)
WEF (世界經濟論壇) 2011年全球競爭力排名 (2011.09發布)		13名 (同)	5名 (↓1)	9名 (↓3)	24名 (↓2)	2名 (↑1)	11名 (同)	26名 (↑1)
BERI (商業環境風險評估公司) 2011年各國投資環境評估排名(2012.04發布)		4名 (↓1)	13 名 (↑1)	16 名 (↓3)	18名 (同)	1名 (同)	無標示	13名 (↑1)
Heritage Foundation (傳統基金會) 2012年經濟自由度(2012.01發布)		18名 (↑7)	10名 (↓1)	22名 (↓2)	31名 (↑4)	2名 (同)	1名 (同)	138名 (↓3)
World Bank (世界銀行) 2012 年經商便利度排名 (2011.10發布)		25名 (↑8)	4名 (↑1)	20名 (↓2)	8名 (↑8)	1名 (同)	2名 (同)	97名 (↓12)

附 註：1.瑞士洛桑國際管理學院（IMD）。
 2.括號內係較上年度或上次排名之增減。
 3.BERI 每年於 4 月、8 月及 12 月發布排名。

資料來源：各發佈機構。

另外，台灣在世界經濟論壇（WEF）2011 年公布的「全球競爭力指數」評比，在 142 個國家中，排名維持第 13 名，在亞太地區排名第 4。WEF 是由三大類指標組成，包括基本需要、效率增強及創新因素等三項，下再分成 12 個中項及 110 個細項指標。在 110 項評比中，台灣今年在 142 國家中排名第 1 的有 8 項，包括：專利權數、產業群聚、當地市場競爭度等。尤其，在台灣平均每人擁有之發明專利數上已連續 4 年全球第 1，台灣的平均發明專利數已超過美國，且專利數目大幅提升。

再根據美國商業環境風險評估公司（Business Environment Risk Intelligence, BERI）發布的 2011 年各國「投資環境風險評估報告」，台灣的投資環境評比與挪威併列全球第 3 名，在列入評比的全球 50 個主要國家中，僅次於新加坡、瑞士。台灣的投資環境在此次評比中列為 1B 等級，BERI 對投資人的建議是保持投資承諾，並認為我國國際收支雖有些微減少，但仍舊表現強勁。

七、全球企業家精神暨發展指標台灣名列第 10

美國中小企業總署，為有效反映及掌握企業家精神對國家經濟發展和消除貧窮的貢獻，於 2010 年 10 月，著手制定「全球企業家精神暨發展指標」（The global entrepreneurship and development index, GEDI），主要包括創業態度、創業活動及創業雄心等三大構面；其中，創業雄心是以該國創業活動指向「技術創新」、「經營策略」、「全球化」及「風

險資本」等為主要構面來設計相關指標，可激發國與國間對於「突破性創業精神之生態系統」之關注。台灣於 2012 年與荷蘭並列第十名，成為首次名列世界十大創業經濟體的亞洲國家。（表 5-2-2）

表 5-2-2 2011 年及 2012 年 GEDI 之各國排名

國 家	2011 年		2012 年	
	GEDI	排 名	GEDI	排 名
美 國	0.64	3	0.60	1
瑞 典	0.59	5	0.57	2
澳 洲	0.51	11	0.56	3
冰 島	0.57	6	0.55	4
丹 麥	0.67	1	0.55	5
加 拿 大	0.65	2	0.54	6
瑞 士	0.56	7	0.54	7
比 利 時	0.50	12	0.50	8
挪 威	0.53	10	0.49	9
荷 蘭	0.54	8	0.48	10
台 灣	—	—	0.48	10

資料來源：Zoltan J. Acs and Laszlo Szerb (2012)。

八、台灣積極推動對外洽簽經濟合作協議（ECA）

區域經濟整合風潮在全球各地漫延，我國主要的競爭對手韓國，已經與東協（ASEAN）、歐盟（於 2011 年 7 月開始生效）、美國（於 2012 年元月開始生效）、歐洲自由貿易協會、新加坡、智利、印度、秘魯及土耳其簽署 FTA。因此，韓國產品在國際市場中取得的市場進入優勢，對我國經貿發展與區域參與勢必造成影響。根據研究機構分析，區域經濟整合有加速之趨勢，若我國無法參與，將對我國經貿發展產生嚴重衝擊。以下概述我國積極洽簽的經濟合作協議。

（一）海峽兩岸經濟合作架構協議（ECFA）

ECFA 貨品貿易及服務貿易協議，雙方已就協議文本及市場開放等議題持續進行協商：

1. 貨品貿易協議：雙方已就協議文本之原產地規則、海關程序、技術性貿易障礙等議題充分交換意見。有關產品降稅安排，雙方也已就各類降稅比例之計算與降稅清單之安排進行討論。
2. 服務貿易協議：預計本協議之條文將分為一般性義務及規定、市場開放承諾表相關條文、及與協議生效修正有關之條文等。在市場開放方面，雙方已安排 31 個行業別之主管機關進行對口討論，進一步瞭解彼此提出之市場開放要求及未來開放意向。

ECFA 後續雙方磋商議題包括兩岸投保、貨品貿易、服務貿易、爭端解決四項協議，以及海關合作、貿易促進及貿易便捷化、金融合作、電子商務合作、中小企業合作等多項經濟合作事項；ECFA 後續 4 項協議中，投保協議已於第八次江陳會（2012 年 8 月 8-9 日）簽署（並包括簽署兩岸海關合作協議）；服務貿易協議協商規劃於 2012 年底完成；至於貨品貿易協議及爭端解決協議協商，將努力依政策指示於 2013 年年底前完成。

（二）台星經濟夥伴協議

2010 年 8 月新加坡與台灣共同宣布進行經濟夥伴協議的可行性研究，並於 2011 年 3 月正式進入實質談判，談判內容分為貨品、服務業市場開放與經濟合作 3 大主軸。在雙方談判團隊共同努力下，台星經濟夥伴協議（ASTEP）談判已有良好之進展。

（三）台紐經濟合作協議

台紐於 2011 年 12 月 15 日宣布完成個別研究，並同意進行共同研究。繼於 2012 年 5 月 18 日發布聯合新聞稿，宣布雙方將展開 ECA 談判，且迅於日前進行諮商。台紐雙方均盼能在短時間內，達成高品質之協定，完成台紐 ECA 之簽署。

（四）台日經濟合作

近年來台日雙邊經貿、投資合作關係進展順暢，產業合作益趨密切。2011 年 9 月 22 日簽署台日投資協議，即是雙方進一步強化合作關係的具體呈現。在上述基礎下，台日刻正研究續以堆積木（building blocks）模式，穩定、逐步推動台日間各項經貿合作協議，期早日達成全面性經濟合作關係。

（五）台歐盟經濟合作協議

有關台歐盟經濟合作協議方面，經我國持續努力，並與各會員國進行遊說，目前獲得部分重要會員國及多個歐盟或會員國層級公協會表達支持或樂觀其成之立場。另並洽獲歐洲議會於 2011 年 5 月 11 日通過決議案，強烈支持台歐盟簽署 ECA。經濟部將持續向歐盟進行遊說，並彈性運用堆積木策略，深化及加強台歐間各項議題合作。

（六）推動加入 TPP

馬總統已於「黃金十年」活力經濟政策中宣示，逐步創造條件，以加入 TPP 作為努力目標。政府部門將持續規劃國內因應自由化趨勢之中、長期調整方案與因應措施，以利 TPP 會員瞭解我國進一步自由化之決心。另外，依加入 TPP 談判之程序，台灣須獲得 TPP 全體會員支持，達到共識決方能加入，我國亦積極向 TPP 會員展開遊說。

第3節 審時度勢、因勢利導、求新求變

在全球經濟欲振乏力，甚且停滯膨脹還可能出現的混沌局勢下，面對上節所提的諸項環境變化因素，台灣中小企業如何審時度勢、因勢利導並求新求變呢？

一、抱持沒有不景氣、只有不爭氣理念披荊斬棘

俗話說：人有旦夕禍福，月有陰晴圓缺。而經濟循環也很正常，「否極泰來，樂極生悲」更是鮮活寫照，企業經營也逃不掉這種輪迴。經濟景氣時有人虧本，不景氣時有人賺錢，因而「沒有不景氣，只有不爭氣」也被某些企業家琅琅上口，將失敗、挫折轉化為向上力量，將「失敗為成功之母」化為行動。美國職籃 NBA「林來瘋」主角林書豪表現出的「逆境中不氣餒、充實自己俟機奮起」的永不放棄精神，是最近期的典範。

已故蘋果電腦創辦人賈伯斯曾經說過，這輩子對他最具毀滅性的打擊，就是 30 歲那一年，被自己的公司開除。後來他換了一個思考：「我發現我仍然愛著曾做過的事業。即使人們否定我，可是我還是愛做那些事情，所以我決定從頭來過。」換位思考後，人生忽然變得輕盈起來了！也獲得極大成就。

對一般人來說，在不景氣中存有逆向反思的概念，在追求內心安定之餘，更要發揮正面思考力量，享受身心靈平衡的生活，是現代人追求幸福的重要心法。如此一來，更有面對挫折的能力，身心健康、幸福感和薪資成就也比較高，在全球擔心景氣和未來關鍵時刻，即刻學習轉個念頭挑戰不景氣的概念，柳暗花明又一村等在前頭。

畢竟，人對事情的看法及感受，來自於自己怎麼看自己、自己跟自己說什麼說；同時人是在社會環境下生活，很容易被外在景氣，如果自己內心狀態有足夠的成熟與穩定，外在景氣如何不好，相信一定有適合自己的崗位，貢獻個人的專業，因此學習在內心欣賞自己、肯定自己表現是很重要的！天下沒有永遠的逆境來臨時，別人看到壓力，而你看到的是「機會」。

二、尋找關鍵競爭力

在經濟全球化的今天，國家和企業都面臨嚴峻挑戰，必須掌握關鍵因子，才能提升競爭力。整體而言，建立一個開放而公平競爭的環境是絕對必要的經濟政策，摒除處處以意識型態自我設限的閉鎖政策，才能使國家的整體經濟得到迅速發展。而開放最關鍵的是：不要模仿別人，如果只知模仿別人，則永遠也只能跟在別人後面，而要創造別人沒有，只有我獨有的（核心專長或核心競爭力），才能成為世界唯一。也就是說，只知

模仿就失去開放的意義，也沒有競爭力可言。

對企業來說，今日企業必須轉型成對未來變化主動管理的能力，高階領導必須體認自己的知識永遠不夠，不可以用過去經濟做為未來的判斷，應聽取各方意見，做出更好的管理決策。

在組織的架構裡，公司最高領導層應建立企業管理辦公室（Enterprise Management Office），並設計公司未來經營風險的計分卡，系統化收集外部關鍵資訊，主動發展公司新核心競爭力和商業模式的創新，讓公司高階領導層隨時面對外部的改變與衝擊，產生危機意識與轉動變革的企圖心。

在企業管理辦公室的運作裡，為更清楚面對外部環境的現實改變與衝擊的檢討與因應，應整合董事會的相關委員會及外部董事會的相關委員會及外部董事和組織變革顧問等。在同仁績效管理系統裡，應建立創新力的衡量指標，鼓勵創新的組織文化，並連結職位升遷與獎金報酬系統，才能有效提升企業競爭力。

三、利用「群眾資助」當創新推手

全球籠罩在巨大債務危機中，經濟二次衰退的陰霾再次瀰漫之際，許多企業儘管賺錢卻紛紛停止投資，造成工作機會減少，產品創新的機會也隨之減少。不過，大環境雖然不佳，卻阻擋不了民間蓬勃的發展活力，許多新創事業紛紛另闢財源出路，群眾資助（crowd-funding）就是其一。

以書本為例，美國第二大連鎖書店 Borders 宣布倒閉，震撼全球出版界，甚至有人認為「傳統書籍末日」即將來臨。但是，民間的出版能量並不因此停滯，反而有越來越多作家採用了群眾資助的出書模式，來延續創作事業。他們將寫到一半的「半成品」放到網路上供讀者試閱，有興趣的讀者便可出錢資助作家，待資金募集到足以支撐作者完成整部作品時，作者便開始全力寫作，完成書籍出版後，每位出資的「股東」都將獲贈一本新書作為謝禮。

其實，「群眾資助」的概念並不新，行之有年的「小額捐款」便是這類機制的最早原型。只是小額捐款多半用於慈善用途，過程中並不要求任何回報，是「捐獻救濟」的概念，是一種以捐助者為主體的行為；而群眾資助，則帶有較多的目的性，甚至希望獲得回報，是「投資挹注」的概念，而且是以被資助者為主體，被資助者必須設法吸引人們來投資挹注。

英國的「My Major Company (MMC)」音樂網站就是一個最佳案例。MMC 是一個網路平台，它讓所有的歌手或樂團得以將自己的音樂作品試聽帶或影像毛片在這個平台上向大眾播放，MMC 會選出 10 個最具潛力的音樂或影片，然後邀請用戶前來收看，並請用戶根據自己的意願來出錢投資，每筆投資金額從 5 英鎊到 1,000 英鎊均可。

只要籌資數字達到 10 萬英鎊，這筆款項將被系統鎖定，然後專款專用，提供給被資助的歌手或樂團用來製作唱片、甚至巡迴演出之用。而唱片、演唱會的淨收入將分成三份，其中 20% 給歌手做為獲利，40% 給 MMC 支付營運費用，另外 40% 則發還股東做為紅利，並依出資比例進行分紅。

可別小看這種微型投資 (micro-financing)，有時投資歌手的報酬率相當驚人。一名法國用戶便曾用 6,850 美元投資，最後竟然獲得高達 22 倍的報酬。

「群眾資助」之所以盛行，絕對與社群網站蓬勃發展、線上付款機制普及，以及網路安全性提高等因素密切相關，加上獲利分紅制度透明，因而讓創作者得以繞過傳統的出版公司或大眾市場的機制，直接與自己所屬的小眾市場接上線，從而汲取創新與生產的足夠能量。在不確定的年代理，「群眾贊助」可望成為呵護創意、灌溉成長的新搖籃。

四、打造品牌，你也做得到

發展品牌絕不是大型企業的專利，中小企業更需要品牌，才能被國際買主、消費市場充分識別出來。「品牌策略」泛指一系列提升品牌競爭力的行為，包括對外部環境的分析，同時要搭配銷售力、服務力，才能造就一個成功的品牌。經營品牌有四大面向：人才養成、擁有良品、目標市場與明確的產品定位。

台灣的研發、製造能力深受全球公認與肯定，搭配特有的產業群聚優勢、重視智慧財產權保護，以及可觀的專利數量，都將形成企業發展自有品牌的條件。

積極紮穩基本功，有助品牌永續經營。不要忘記，我們正走進一個以腦力為基礎，亦為重要資源的經濟時代，腦力勝過物質，如果無法為員工建立鍛鍊健康腦力、鼓勵多元思考與刺激想像力的環境，就無異於侵蝕企業長期累積的優勢，將在莫名其妙中徒然喪失競爭力與組織活力。

台灣企業正步入第二代，也就是第二個 30 年，我們還要積極鍛鍊很多基本動作，企業主如果還是缺乏對基本功與基礎功的投資，以及缺乏該有的耐心，那麼對於品牌的建立與永續經營是令人堪慮的。必須更加提高警覺，更堅定加速企業重新定位、重新對焦、

改變管理心態，並且落實創新文化與創新求變的制度。

本地中小企業打品牌的戰略，比較適合先在個別的利基市場展露亮點，再透過聯合品牌、團體作戰的模式出擊。

這類聯合行銷的實績目前已有台灣精品展示館、大型會展中的台灣名品館、高檔超市中的台灣精選農產品特區等。

五、善用雲端開拓潛在商機

對經費與人力有限的中小企業而言，在不需要花費太多 IT 維護預算的狀況下，就能享受到各種完整雲端服務，而將有限的人力專注於創意發想上，並且藉由雲端運算平台的協助，將各種可能的創意轉為潛在的商機。

隨著各種技術快速問世，網際網路已經成為生活中不可或缺的一部分，無論是從早期的網頁瀏覽、電子郵件收發等，一直到跨入 web 2.0 時代的各種討論區、部落格等互動式網站，多樣的變化不但改變人類既有的生活習慣，也改變了許多企業的經營型態。許多小型企業也從早期的實體店鋪經營，逐漸轉變為網路商店、線上服務等營運模式，以拓展各種潛在的商機。

在智慧型手機、平板電腦等上網裝置如雨後春筍般問世下，「雲端運算」已成為最受關注的議題，再加上近來相關技術與服務日漸成熟，全球各國的政府與企業莫不積極投入，寄望能夠在雲端運算產業中占有一席之地。

雲端運算之所以受到如此關注，在於它能夠提供企業最完整的 IT 運算平台，這對經費與人力有限的中小企業而言，可在不需要花費太多 IT 維護預算的狀況下，就能享受到各種完整服務，而將有限的人力，專注於各種創意與研發精神上。

台灣中、小企業大多具備快速反應能力的特性，不僅成功將各種貨品外銷世界各地，更是成為支撐台灣經濟成長的動力。而在中、小企業人力普遍低落的情況下，要邁向全球化布局的過程中，不光是處理來自全球各地客戶的訂單資料，還必須隨時掌握生產線的原料供應狀況，甚至要隨時觀察消費市場變化，才能搶食市場商機。但是受限於 IT 預算不足，若無法建置完善的自動化資訊系統，只依賴大量人工來處理訂單、報關資料，不但無法提供客戶最快速且優質的服務，更遑論有效掌握庫存貨品的數量，甚至無法針對不同貨品進行成本分析，這也是令中小企業營運成本與風險大幅提升的關鍵所在。

有鑑於此，負責台灣商品進出口通關系統建置的關貿網路，在 2000 年 7 月，便與新加坡、香港等國家建立了亞太電子商務聯盟，協助台灣貿易產業整合通關文件、貿易資訊、原產地證明等，並進入電子化外，更在 2010 年，推出了具備通關、運籌、供應鏈、金流、資訊安全等雲端運算服務的交易平台，提供中、小企業用戶更多、更方便的服務。

另一項「全球運籌平台」的雲端服務，則可以讓企業用戶在不需要花費更昂貴的資訊成本下，只要支付少數的費用，便能享受到出貨文件自動化、貨況追蹤透明化、異常管理圖像化、電子航貨資訊化等功能，達到提升營運效率，並掌握全球運籌新契機。

對中、小企業而言，雲端運算不再是高不可攀的名詞，而是只要能善用網路上各種資源，也能讓中、小企業搖身變成跨國企業，拓展龐大的市場商機。

六、綠色消費當道 環保行銷掀熱潮

隨著消費者開始重視消費與環保之間的關聯性，嗅覺敏銳的業者也搶搭這股商機，提供符合環保概念的產品、服務或行銷手法，希望能獲得消費者青睞。

提到「環保」很多人第一個會想到的品牌就是無印良品（Muji）。這個標榜「無品牌標誌的好產品」的日本雜貨品牌，7 年前由統一集團引進台灣，標榜簡約、自然的生活主張。「無印」取其包裝簡單、製造過程精簡，不拘泥於品牌的特質，而「良品」則對商品的品質承諾；儘管產品售價並沒有因此而更為低廉，但 Muji 仍受到許多死忠粉絲的支持。根據世界品牌實驗室（MBL）的《世界最具影響力的 100 個品牌》，Muji 排名甚至超越時尚盟主 GUCCI 與百年精品愛馬仕（Hermes），關鍵在於，「讓『精神重於一切』，低調、無印地在消費者心中販賣一種生活概念及方式，這些才是無印良品最重要的產品。」換句話說，當消費者購買 Muji 產品時，不只是單純的交易行為，更包含了對 Muji 品牌的認同。

根據調查，當消費者被迫在产品功能和拯救環境做選擇時，大多數人並不會犧牲自己的需要，隨著環保科技趨於成熟，如今的環保產品不但功能更強，也同時兼顧使用的便利性。

國際諮詢顧問公司麥肯錫曾經對不同國家的企業做調查，詢問「未來 5 年企業最重要的議題」，排名第一的就是環保議題。

向來被視為對地球生態環境影響甚鉅的科技業，近年來也積極轉向綠色設計、綠色採購、綠色製造到綠色行銷與服務，進而透過成立基金會、致力於環保節能與社會參與。

不論是實施綠色採購、或採行環保設計理念，目的無非就是希望獲得消費者青睞；而企業在以環保為訴求時，也應該考量產品及服務的功能、特色與便利性。

七、氣候產業現商機

全球因為氣候變遷與嚴重暖化所引起的危機正逐漸擴大，成為影響全球經濟活動的決定因素之一，並造成全球產業、就業、糧食供給等社會問題，先進國家及企業紛紛投入相關研究，積極進行天氣防護，期望預防或降低因氣候變遷對人身安全及產業環境，可能造成的影響與損害。

極端氣候已經趨於常態化，全球企業深切感受到愈來愈嚴峻的氣候衝擊。不過，氣候變遷對全球經濟及產業造成影響，但因應氣候變遷也衍生商機，包括：協助節能減碳的綠色環保商機，以及預防天災損害的天氣防護商機兩大類。洞悉全球脈動的台商應視危機為轉機，掌握產業轉型契機，著手規畫並因應氣候變遷帶來的改變，以實際行為守護地球。

氣候變遷所衍生的相關經濟商機，可以包括兩個層面，第一、節能減碳相關的綠色環保商機；第二、因應氣候變遷的天氣防護產業，也湧現不容忽視的龐大商機。

根據英國貿易投資署（UK Trade & Investment, UKTI）和經濟學人智庫（Economist Intelligence Unit）針對 700 多位來自亞太、北美、中東、西歐、拉丁美洲與非洲各產業，全球企業高層主管所做的調查報告《適應不確定氣候，充滿商機的世界》顯示，高達 2/3 的企業將氣候變遷視為機會，而非風險。

該份報告也顯示，有 64% 的企業開始密切注意氣候變遷背後所衍生的商機；46% 的企業早已針對適應氣候變遷進行研究。此外，每 5 家企業中約有 1 家（19%），已經從適應氣候變遷中，獲得相關的收益。

除了企業端，各國政府對氣候變遷所進行的調查適政策，也將衍生龐大的天氣防護商機，聯合國氣候變化綱要公約（UNFCCC）所提出的調適支出相當可觀，預計在 2030 年之前，聯合國會員國每年將投入 490~1,710 億美元的資金做氣候變遷調適工作；另外，世界銀行在 2010 年提出的研究報告也預估，2010~2050 年之間的每一年，開發中國家每年提出的氣候調適資金規模，預計在 750~1,000 億美元之間。

總之，氣候變遷所帶來的經濟活動改變，已經如火如荼的在世界各地發生，因此包括各國政府以及企業，紛紛投入發展氣候變遷所衍生出來的相關產業，包括節能減碳的

綠色經濟，以及為調適氣候變遷所發展的天氣防護相關產業與商品。如何協從企業或民眾因應氣候變遷可能造成的影響與損害，已成為當代顯學，亦為商機所在，台商應掌握趨勢，全力投入並發揮產業專長，共謀全球社會的永續發展。

八、善用社群力量找出路

今天，網路全面性的開始走向社群化，是 facebook 造成的另一個全面性衝擊！個人線上玩遊戲已走向網路社群的時代，從 facebook App 遊戲到 iPhone App 遊戲、XBOX360、Wii、PS3 等…所有推出的遊戲，幾乎都會跟 facebook 社群做連結，為的就是廠商希望贏得更多消費者的朋友圈（潛在消費者）。而且，每個人都可免費的發起自己所屬的臉書社團；每一個人不只可以加入所喜愛的名人、政治人物、品牌公司，直接跟他們做互動和對話，也可自己在 facebook 上經營自己的社群和藉此行銷自己。企業也無法置身事外，得開始學習讓自己「社群化」，好讓自己品牌可以透過網路社群的力量，得以發聲！

企業必須改變從過去封閉且單向的傾聽消費者心聲，轉變思維走向開放且雙向的與消費者互動。從昔日一成不變的單向廣告訴求，轉向以不同社群互動方式，才能打入已走向多元，極具個性、由消費者主導的市場。

2011 年最新的 Google 發佈智慧型手機使用調查結果指出，2011 年台灣使用者喜愛以手機聽音樂、上網、看電視或打電玩，行動搜尋相當受到歡迎，43%的人每天行動搜尋、2 成每天看影片，有高達近 4 成則喜歡瀏覽社交網站。社群與行動已密不可分。

近期，不少餐廳、服飾業者、SPA 美容，只要來客到店裡，用智慧型手機透過 facebook 打卡（check in）幫忙店家推薦，立即享有折扣，不難想見更多的社群即時性的傳遞訊息或「虛實整合互動」，已從固定地點上網，走入無時無刻，均可跟行動應用結合的新境界！

如今，facebook（或微博）已讓企業和個人有機會接觸一群新的觀眾或朋友，它改變了我和我們的關係，更因著社群化是無所不在的滲透你我，這世界也將產生前所未有的改變！面對新社群時代來臨，企業也必須跟上潮流。

第 4 節 因應經濟環境變化之政府對策

受歐債危機擴散，歐洲經濟恐陷衰退，加以美國及中國大陸經濟持續放緩影響，國際貿易活動明顯下滑。國際預測機構對全球經濟展望，已轉趨悲觀，並紛紛下調成長預測。面對此一險峻之國際經濟情勢，經濟部自 2011 年下半年開始，已著手規劃並採取短

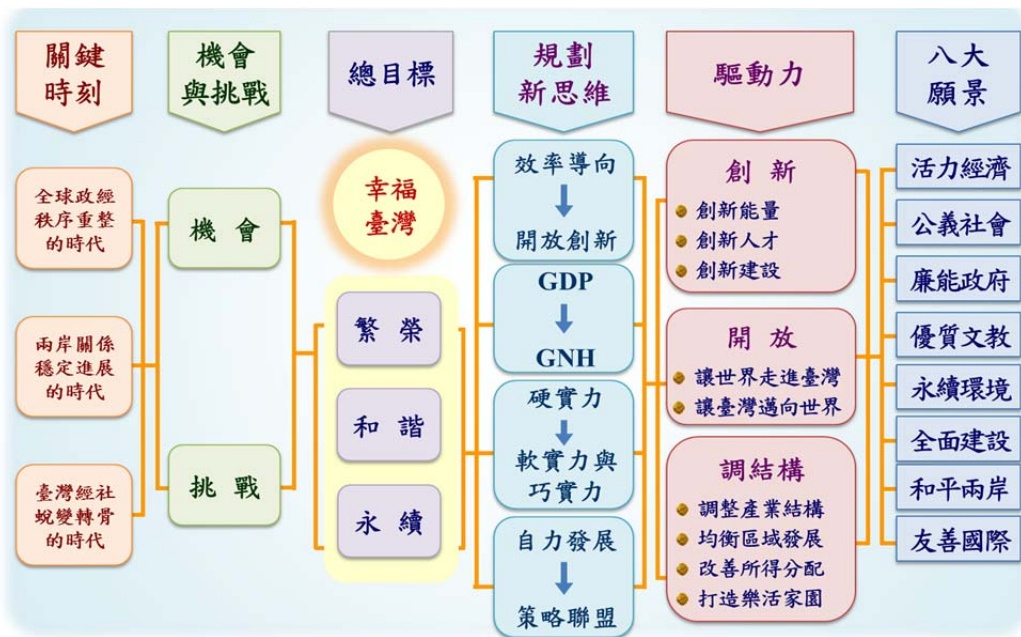
期刺激景氣措施。2012 年除配合行政院「國際經濟景氣因應小組」，並積極推動短期及中長期並進方案，短期從「促投資」、「助產業」、「旺消費」、「拼出口」等面向，提振景氣；中長期從「提升產業國際競爭力」、「多元發掘投資新動力」及「加速出口引擎推進力」等構面，加強推動如「三業四化」、中堅企業躍升、促進投資動能，以及拓展新興市場、積極加入區域經濟整合等重點工作，以加速經濟體質再造，讓台灣經濟成功轉骨，打造產業永續競爭力。以下為 2011 年至 2012 年積極推動之因應經濟環境變化之對策。

一、「黃金十年 國家願景」計畫

行政院院會 2012 年 6 月 7 日通過經建會所提「黃金十年 國家願景」計畫。(圖 5-4-1) 計畫有八大願景、31 項施政主軸。本項計畫將納入「2013-2016 年國家發展中期計畫」滾動修正，釐訂未來 4 年具體目標及政策措施，並研擬年度國家發展計畫分年落實。

(一) 計畫總目標：繁榮、和諧、永續的幸福臺灣。

圖 5-4-1 黃金十年 國家願景計畫架構



資料來源：行政院經濟建設委員會，2012 年。

(二) 規劃思維

1. 從「效率導向」邁向「開放創新」的成長驅動模式：透過「創新」、「開放」與「調結構」，提升經濟成長潛能，並透過稅收改善所得分配，及發展綠色科技兼顧環境永

續，打造「黃金十年成長途徑」。

2. 從「GDP」邁向「GNH」的政策關照模式：強調主觀感受的國民幸福總量(GNH, Gross National Happiness)，包括環境品質、生活素質、社會公義等人本關照，提升國民整體幸福感。為此，政府將參酌 OECD 於 2011 年公布的「美好生活指數」(Your Better Life Index)內涵，研擬建構一套貼近國人幸福感受、契合在地觀點且與國際接軌的「國民幸福指數」，於 2013 年公布。
3. 從「硬實力」擴及「軟實力」與「巧實力」的國力擴展模式：強化設計創新、品牌體驗、舒適生活、典章制度、互助關懷、人文素養、樂活環境等「軟實力」與「巧實力」，使臺灣的比較利益不僅來自硬體發展等「硬實力」。
4. 從「自力發展」到「策略聯盟」的經貿拓展模式：採取「一手拉技術，一手拉市場」策略聯盟方式，結合國外資源與自身優勢，並透過區域結盟，借力使力，掌握全球新商機。

(三) 關鍵驅動力

1. 創新

- **創新能量**：發展科技創新；推動品牌創新；進行產業創新，發展數位匯流、智慧生活、文創、綠能、醫療等新一波優勢產業；推動金融發展與樂活農業。
- **創新人才**：加速教育革新，推動世界一流大學及頂尖研究中心計畫，並發展臺灣成為東亞高等教育重鎮與華語文輸出大國；均衡人才供需，加強人才培育，提升勞動生產力，鬆綁人才延攬法規，提高留臺及來臺誘因；激發文化創意。
- **創新建設**：建置新世代知識公共建設，推動無線寬頻、寬頻匯流網路、雲端運算及智慧電網；透過土地開發及增額容積收益、租稅增額收益、民間財務主導公共建設等方式，加速跨域增值財務規劃；健全財政。

2. 開放

- **讓世界走進臺灣**：開展第三波經濟自由化，規劃自由經濟示範區、鬆綁企業經營投資相關法規；建設海空樞紐，包括：桃園國際機場(東亞空運樞紐)、高雄港(亞太樞紐港)；促進觀光產業升級，讓國際觀光客體驗臺灣魅力。
- **讓臺灣邁向世界**：加速經貿結盟，推動經濟合作協議(ECA)、加入跨太平洋夥伴協定(TPP)、積極進行 ECFA 後續協商；加強兩岸產業價值鏈合作；開拓新興市場商機；深化友善國際，擴大國際參與、人道援助及文化交流。

3. 調結構

- **調整產業結構**：促進產業結構朝多元、高值、低碳發展，邁向製造業服務化與綠色化、服務業科技化與國際化、傳統產業特色化與傳產維新；建構區域產業發展藍圖，活絡地區重點產業，創造在地就業。
- **均衡區域發展**：開展全面建設，促進區域均衡，在愛臺 12 建設的基礎上，進一步推動新世代策略性公共建設，創造公平均等的基本公共服務品質及發展機會。
- **改善所得分配**：啟動消費、投資、出口三引擎，帶動民間薪資與經濟成長同步；穩定物價；推動量能課稅，促進稅制公平；強化社會福利，增加低所得家庭就業機會。
- **打造樂活家園**：營造永續環境，推動綠能減碳、建設生態家園、強化災害防救；推動平安健康、扶幼護老、族群和諧、性別平等、居住正義、國防安全等施政主軸，確保安心生活。

二、因應經濟環境變化推動「經濟景氣因應方案」

為因應景氣變化，行政院於 2011 年 12 月 1 日通過「經濟景氣因應方案」，內容涵蓋七大策略：「穩金融」、「平物價」、「增就業」、「促投資」、「助產業」、「旺消費」、「拚出口」，並特別列舉出對短期經濟最具激勵效果之十大焦點項目，（圖 5-4-2）以期在短期內確保金融、物價與就業穩定，進而帶動經濟成長與就業持續增加，促使「內需」與「出口」雙引擎加溫轉動。

圖 5-4-2 經濟景氣因應方案



資料來源：行政院經濟建設委員會，2011 年 12 月。

三、面對嚴峻國際經濟情勢，推升台灣出口，政府以積極行動加強因應－「101 出口龍騰計畫」

全球經濟在 2012 年第 1 季曾經暫露曙光，惟又因歐債危機延燒不止、中國大陸經濟活動加速減緩調降經濟成長率目標、美國經濟復甦緩慢等國際情勢不利台灣出口，根據經濟部統計資料，我國 2012 年上半年出口、外銷訂單等呈現衰退現象（分別為-4.7%、-0.9%）。經濟部為於短期內提振出口情勢，將加強拓銷全球市場，針對歐美日等先進國家、新興市場（包括出口成長之東協市場）及大陸市場，依據市場特性規劃可於短期接單促進出口之拓銷多元作法，特別規劃「101 出口龍騰計畫」，全力協助我國廠商衝刺出口，期於短期內推升台灣出口。計畫執行期間自 2012 年 5 月 21 日至 12 月 31 日止。

「101 出口龍騰計畫」擬投入 31.6 億元，以中小企業為對象，規劃：金龍專案－擴大提供貿易金融支援；擒龍專案－積極洽邀買主來台採購；飛龍專案－密集規劃海外展團拓銷；E 龍專案－運用網路科技行銷；遊龍專案－加強推廣台灣產業國際形象；巨龍專案－協助整廠整案產業爭取國際標案等 6 大專案，從新增金援、商機媒合、海外展團、網路行銷、國際形象及爭取國際標案等全力協助廠商衝刺出口，預估可創造 21.2 億美元（折合約新台幣 625 億元）的商機。廠商可在貿易局網站（<http://www.trade.gov.tw>）及台灣經貿網（<http://dragon.taiwantrade.com.tw>），依拓銷需求找到適合運用的活動。

四、海外生產比重過高之因應對策

2011 年台灣整體產業的台灣接单、海外生產比重達到五成以上，據經濟部工業局表示，主要是因為國內產值比重較大、且較具有比較利益的產業，均屬於國際供應鏈的中上游產業，而國際上的生產訂單多屬於下游的成品類，加上台商長期的三角貿易分工，已經發展成為由台灣出口中間產品到中國大陸加工組裝，再出口到歐美的型態，因此造成整體產業呈現高海外生產比重的情況。

外銷訂單海外生產比重最高的產品類型主要為資訊通信類，而造成電子產業外銷訂單海外生產金額擴增主因來自於近年智慧型手機(apple iphone)、平板電腦(apple ipad)，中國大陸組裝代工出貨大幅擴增，進而造成我國海外生產金額大幅增加，以致在中國的比重有較高的比例。不過，隨著大陸工資快速成長，台商在中國大陸生產成本日益升高，台灣電子零組件業海外投資漸遷往東南亞等地區。

在全球無疆界的發展趨勢下，廠商基於拓展全球市場之目標，生產地點會隨著市場大小、發展程度、生產成本、勞動素質及生產網絡等因素而進行移，國內接单、海外生

產已成為許多跨國企業的運作模式；面對全球經貿與國際分工趨勢之變化，目前台灣產業投資已朝向新興產業及既有產業高值化、客製化、服務化與系統整合的方向發展，而經濟部亦已著手進行產業結構之調整，並提出「台灣產業結構優化策略」將以三業四化（製造業服務化、服務業科技化與國際化、傳統產業特色化）作為三大主要策略方向，未來將保留研發創新及關鍵技術於國內繼續推動產業升級，提升我國製造業與服務業之附加價值創造能力。

此外並將透過 ECFA 積極開展兩岸及全球商機，持續與主要經貿國家洽簽經濟合作協議（ECA），改善我經營與投資環境，並將透過資金協助、租稅優惠、技術輔導與補充性外勞政策，持續促成台商及外商在台投資，以改善海外生產比重過高，創造更多國民就業機會。

五、調整台灣產業結構，經濟部推動製造業服務化、服務業科技化與國際化、傳統產業特色化「三業四化」策略

為促進產業全方位創新發展，因應國際及兩岸產業發展趨勢與挑戰，兼顧國內區域產業發展平衡，經濟部依據行政院核定「產業發展綱領」精神，以 2020 年為目標，完成「2020 產業發展策略」。以「傳統產業全面升級」（傳產業特色化）、「新興產業加速推動」、「製造業服務化、服務業國際化、科技化」等三大主軸推動產業結構優化。

在「傳產業特色化」，是透過科技、美學加值，提升傳統產業的價值，如 ICT 應用、技術創新、特色產品開發及營運模式改善，並改善生產環境等軟實力，協助傳統產業在質與量上全面升級。

在「新興產業的發展」，經濟部將選出與目前行政院推動之六大新興產業、四大智慧型產業與十大重點服務業相關核心產業，包括綠能、生技、智慧電動車等產業，作為未來新興產業推動重點。

在「製造業服務化」，則以產品為中心的製造轉為以服務為中心導向的思考模式，製造業者不再只是單一產品供應者，而是提供一系列滿足客戶需求的服務，透過服務來凸顯產品差異化，進而增加客戶的黏密度，創造更高的附加價值。在「服務業科技化」，則是將服務業導入 ICT 能量，以降低交易成本提供更多的服務數量、更好的消費環境與服務品質；而「服務業國際化」，則是運用資源系統化、服務創新化等策略，提升我國服務業的國際能見度，並促進服務貿易的出口倍增。

六、經濟部推動我國參與經濟整合之策略

為因應此波經濟整合趨勢，經濟部正推動以下政策，以排除我國參與整合之障礙，並創造有利產業發展之環境。

- (一) 採取務實作法，與重要經貿夥伴啟動洽簽 ECA，以利我國逐步調整經貿體制，以及讓產業在衝擊較小的情況下，逐步調適：新加坡及紐西蘭為我國重要貿易夥伴，我國已與星、紐展開 ECA 之談判，進展良好；鑒於星、紐二國是東亞區域中簽署 ECA 最積極的國家之一，且其貿易體制甚為自由化，與其簽署 ECA 將有助我國體制規範與國際接軌，為我進一步融入區域經濟整合，提供有利條件。
- (二) 以可行性研究逐步創造有利條件：許多國家在決定是否展開洽簽 FTA 前，通常先透過進行個別研究與共同研究，以評估洽簽 FTA 可能創造之經貿利益，並據以評估是否正式展開談判。目前我國循此方式推動洽簽 ECA 之國家包括印度、菲律賓、以色列、印尼等。
- (三) 適當運用「堆積木」策略：「堆積木」策略係指：針對 ECA 之部分章節內容，與目標國簽署雙邊協定，以作為未來雙方洽簽全面性 ECA 之基礎。例如，美國、歐盟及日本為我主要貿易夥伴，在短期內不易與該等國家簽署 ECA 的情形下，便可適時運用「堆積木」策略。我國與日本即於 2011 年 9 月簽署「台日投資協議」，提升日商來台投資誘因。
- (四) 以加入 TPP 為目標：美國主導之 TPP，談判成員目前已有亞太地區 9 個國家，而加拿大及墨西哥正啟動加入談判之程序，日本亦曾表示興趣。TPP 一旦談判完成，很可能成為全球最大的市場之一，並成為亞太區域經濟整合之典範。經濟部已成立推案之專案小組，將多方努力，以營造有利環境，促進我國加入 TPP 的時間與條件。
- (五) 積極與產業界溝通，逐步創造經貿自由化及國際化的有利條件：由於目前許多國家洽簽之 ECA 均屬高品質、高標準的協定，須在貨品及服務貿易作出大幅度之市場開放，爰我國未來推動洽簽相關協定時，亦需對國內的敏感性產業作適當的輔導，以降低衝擊。目前具體作法，係委託國內專業學術研究機構，對相關議題進行研析，以做為決策參考；此外，我們亦透過實地訪談、舉行座談會等方式，持續與國內各產業部門進行對話，除瞭解業者需求，亦協助業界調整心態，因為要融入區域經濟整合，我們需有做好開放市場的心理準備才行。

第貳篇

中小企業專題分析

第6章 區域經濟整合下之中小企業 群聚轉型與升級

自 1960 年代以來，台灣中小企業積極開拓來自海外的轉出口加工訂單市場，扮演著支撐台灣經濟起飛的最大功臣，並從中磨練出開拓國際市場的能力。然而，依歷年中小企業白皮書統計資料可發現，中小企業直接出口值占企業總出口值的比率（直接出口貢獻度），從 1997 年的 26.42% 滑落至 2010 年的 16.16%；而中小企業直接出口傾向（中小企業出口值／中小企業銷售值）也從 1997 年的 18.22% 下滑至 2010 年的 15.13%。由這些數據可知，1990 年代中期之後，台灣中小企業在整體銷售值及直接出口值等經營指標的表現，已逐步被大企業超越，多轉變為大企業的協力體系企業，直接開拓海外市場的能力有衰退趨勢。另就中小行業別出口值而言，以中小型製造業所占比率最高，2007 年至 2009 年的數字分別為 70.18%、70.84% 及 65.91%，可知台灣中小企業欲持續拓展海外市場，中小型製造業必須扮演帶頭角色。

自 1998 年至 2010 年，我國與中國大陸的貿易總額由 224.9 億美元持續增加為 1,207.8 億美元，而台灣對中國大陸的出超金額則由 1998 年的 142.6 億美元增加至 2010 年的 488.8 億美元。兩岸間貿易往來狀況愈趨活絡，且以跨國企業為主軸的兩岸產業鏈分工狀態亦愈趨明顯，我國中小企業如何在其中掌握商機，將是重新成長的關鍵。UNCTAD（2004）的報告指出，中小企業提升出口能力的策略主要包括三項：1. 提升產品技術研發能力；2. 成為大型跨國企業的協力供應廠商，提升間接出口比率；3. 透過廠商間群聚合作模式來強化拓展海外市場能力。因此，我國中小企業除了持續加強專業技術能力之外，亦應形成高附加價值產品的產業網絡分工機制，透過群體合作來提升出口競爭力。

近年來，區域內多國間或兩國間自由貿易協定（Free Trade Agreement, FTA）或全面性經濟夥伴關係（Comprehensive Economic Partnership Agreement, CEPA）等區域經濟整合活動，成為亞洲各國經貿往來的興盛潮流。依世界貿易組織（World Trade Organization, WTO）的統計數據顯示，1990 年以前的 FTA 生效件數僅有 16 件，1990 年代期間為 51 件，截至 2012 年 8 月初，全球共有 338 個 FTA/ECA 生效實施，近 10 年間生效的 FTA/ECA 計 238 個已超過半數，其中亞太地區約有 60 餘個。這說明亞洲新興國家正積極透過自由貿易協定方式，來建構國家競爭優勢的基礎。近來，特別是 ASEAN+1 的大型 FTA 已於

2010 年正式生效，成為東亞區域整合趨勢的代表個案。

相對而言，我國當然也無法自外於此一潮流。

- 自 2008 年起，兩岸之間也重新啟動經貿相關協議交流機制，包括了八次「江陳會談」、搭橋專案及產業標準合作協議等。其中，「第五次江陳會談」簽署了「兩岸經濟合作架構協議」（Economic Cooperation Framework Agreement, ECFA），正式開啟兩岸自由貿易機制，繼而將針對各種產業進行關稅減免及降低非關稅障礙等層面，進行實質協議與談判。
- 2011 年 9 月 22 日，我國亞東關係協會與日本交流協會代表兩國政府在台北國賓飯店簽署「台日投資協議」，協議主要內容可歸納為三大項，分別為：促進投資、投資保障及投資自由化。基於「台日投資協議」之簽訂內容，預期將有助於日本企業來台設點，進一步與台灣企業合作開拓中國大陸市場。
- 2011 年 11 月，在檀香山舉行之 APEC 年會，TPP 推動進展成為關注焦點，TPP 成員並公布協定輪廓大綱(Outlines of the Trans-Pacific Partnership Agreement)。台灣未來若考慮加入，則必須撤除更多的貨品貿易限制規範。

上述這些經貿協議，皆可能促使我國逐步融入東亞區域經濟整合行列中，而對其他經濟體的經貿開放趨勢亦將對我國中小企業產生影響。特別是，在兩岸開啟兩岸自由貿易機制之後，各種產業將逐步完成關稅減免及降低非關稅障礙，這雖可以降低我國廠商出口成本，但亦可能加速大企業赴中國大陸設廠再回銷台灣國內市場之現象，或中國大陸低價產品傾銷台灣國內市場，都將對我國中小企業產生威脅。處此環境，我國中小企業正面臨突破困境、掌握新商機的課題與挑戰。長期以來，我國中小企業在發展與成長過程中，多與地區經濟結合，形成產業群聚特色。未來如何持續活用產業群聚特色，推動企業合作策略來建構市場或技術層面上的差異化競爭優勢，進而促進地區產業進行升級轉型，將是成功的重要關鍵。

第 1 節 產業群聚升級轉型與企業合作之理論基礎

一、產業群聚的效果與中小企業

近年來，產業群聚（Industrial cluster）的概念在各國政府制定產業政策的過程中，經常被拿來當作提升國家競爭力的參考依據，而世界各國的群聚效應也不斷被印證。「產業群聚」一詞經常被使用，但是其內涵與工業區的定義不同。一般學術上所指之產業群

聚，多以 Marshall（1890）及 Porter（1990;1998）所提出之定義為主。

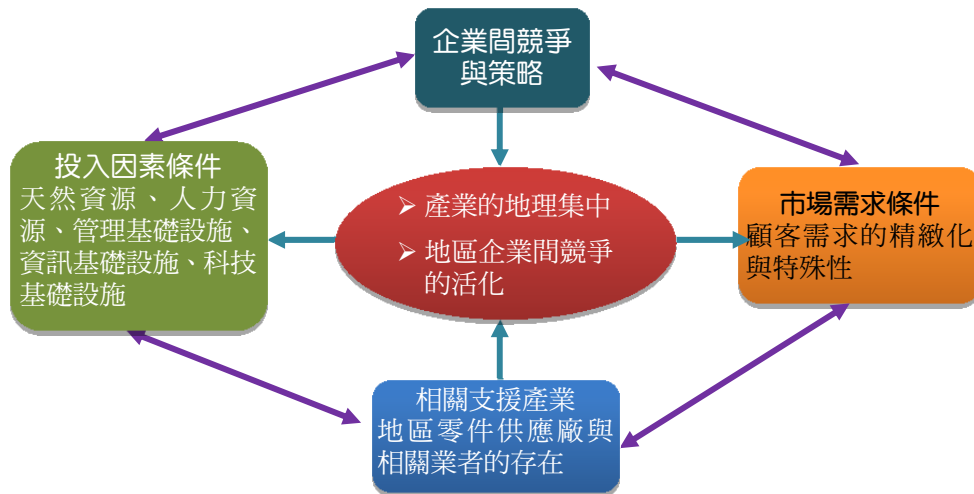
Marshall 於 1890 年所撰寫的 *Principle of Economics* 一書中，將廠商群集的地區稱之為「產業區塊」（Industrial district），並指出廠商聚集於同一地區的理由主要來自「外部經濟」（External economy）所帶來的效果；簡言之，隨著廠商所屬地區產業規模持續擴大，個別廠商的生產費用將隨之下降。外部經濟效果亦可分類成技術開發及資訊獲得、原物料供應、生產及人才確保等四個層面上的經濟效果。另外，他也認為，產業區塊的存在亦會帶來該地區內廠商之間的技術擴散、輔助性產業的成長、勞動力流入、資本流入等長期性的效果。由此可知，外部經濟乃是產業群聚形成的早期重要論述。

Porter 在 1990 年的 *The Competitive Advantage of Nations* 與 1998 年的 *On Competition* 的著作中，提出鑽石模型來說明維持國家競爭優勢的環境因素，並且更進一步地引申出「產業群聚」（Industrial Cluster）概念的重要性。他認為，競爭力形成的首要條件，乃在於產業與企業本身結構的強度，企業必須不斷地透過價值鏈的各種創新活動來削減與其他相關企業價值鏈連結的諸多費用，並且創造更高的附加價值，進而建構整個價值系統（整個產業）的競爭優勢。如圖 6-1-1 所示，建構有利的環境條件將有助於產業維持競爭優勢，包括了投入因素條件（Input factor conditions）、市場需求條件（demand conditions）、相關支援產業（Related and supporting industries）及企業間競爭與策略（Firm strategy and rivalry）等四項，亦稱為鑽石模型（Diamond model）。其中，投入因素條件包括了天然資源、人力資源、資金、管理基礎設施、資訊基礎設施、科技基礎設施等；市場需求條件包括該國或該地區顧客的需求特性等；相關支援產業則包括該地區零件供應廠與相關業者等諸多供應鏈成員等；企業間競爭與策略則涵蓋了影響企業設立、組織管理方式的國內條件及國內或區域內競爭對手的特徵等。此外，產業的地理集中與地區企業間競爭等兩個因素將更進一步驅動鑽石模型的動態變化，提升地區產業乃至國家競爭優勢的程度；由此可導引出「產業群聚」概念的重要性（Porter, 2000）。

所謂的產業群聚，乃是一種特定領域的相關企業、專業供應商、服務提供者以及相關研究機構等集中於相近的地理位置、並且同時呈現競爭與合作的狀態，亦是增加出口及導入外資的重要原動力（Porter, 1998）。可知，產業群聚的概念整合了上述企業間競爭與產業的地理集中等兩個驅動鑽石模型的因素。山崎朗（2005）解釋 Porter 提出產業群聚的背景並認為，即使是全球化競爭時代，深植於地區內、且無法移動的固定要素仍然存在，包括了大學、研究機關、自治團體、社會資本及原物料產地特性等；此亦為支持產業群聚存在的重要理由。Porter（1998）亦指出，相對於隨機分散式的買家與賣家間市場交易型態，集中於一個地區內的企業群或機構群，能夠透過彼此間不斷磨合來提

升信賴與協調程度，進而建構效率及彈性上的競爭優勢。此外，地區群聚內的企業能夠透過頻繁的互訪與面對面接觸等方式來形成持續性關係（Ongoing relationships），這將激發企業提早進行新產品技術或服務上的學習（Porter, 1998）。

圖 6-1-1 鑽石模型與產業群聚的形成



資料來源：Porter（2000）。

山本健兒（2005）也指出，基於地理集中的特性，產業群聚亦可被視為地區型群聚（local cluster），其重要意涵在於激發創新，可透過鑽石模型的四個環境條件的緊密互動來達成。例如，處於產業群聚內的企業，不但能夠隨時掌握該產業相關技術發展與市場的最新資訊，明確地定義市場需求，而且也能活用諸多相關廠商與支援機構的互補性資源，這都有助於推動符合該產業特性的技術創新活動。由此可知，Porter 所提出的產業群聚概念以外部經濟效果為基礎，結合創新與競爭概念，將有助於理解地區產業持續發展的策略意涵。

另外，王健全等人（2003）認為，產業群聚對中小企業的影響主要包括三個層面，分別為提供互補性資源、競爭驅力的強化以及加速對技術與市場之反應。渡邊幸男（2006）指出，中小企業大多生存在大小企業聚集的特定地區內，在地理上並非單獨存存在。他亦分析各國中小企業發展個案，整理出產業群聚對中小企業帶來幾項正面效果，包括了節省研發或製造成本、促進競爭與市場開拓、互補分工下的穩定交易關係、以及信賴基礎的建構等。首先，在節省成本方面，由於群聚內存在著各種中小型製程廠商、零組件供應商、貿易公司、材料商、學研機構、律師及代書等，且彼此間相隔不遠，因此，企業在開發新產品或收集相關資訊時，可以節省製造成本、資訊收集成本及運輸成本等，對缺乏資金的中小企業有相當助益。其次，在促進競爭與市場開拓方面，由於群聚內存

在著各種專業型中小企業，將迫使中小企業不斷深化本身的專業技術能力，並積極開拓群聚內各種產業的需求市場。在互補分工下的穩定交易關係方面，由於群聚內中小企業間經常相互進行委託交易，一旦某家企業接到外部訂單，即會將其中部分業務委託給最擅長該業務之企業，以因應各種高單價且高難度之市場需求，這也促使群聚內中小企業形成長期互補分工之默契，亦能確保企業的穩定發展。最後，在信賴基礎的建構方面，由於群聚內中小企業互補分工機制的運作，長期保持合作關係的中小企業將逐步建構信賴基礎，亦能防止投機行為發生。由此可知，產業群聚的盛衰對中小企業的營運有著相當大的影響。

二、產業群聚之衰退

Porter (1998) 指出，再有活力的產業群聚都無法永遠維持競爭力於不墜之地。藤田昌久 (2003) 亦指出，隨著產業群聚規模逐步擴大，其所在地區的地價及人工成本上漲，且交通的混雜程度也隨之提升，這將造成大企業外移，產業群聚所擁有的外部經濟及知識創新等競爭優勢將逐步式微。

Porter (1998) 從鑽石模型理論之中，將產業群聚縮小、衰退的原因，區分為內部因素與外部因素。首先，內部因素是指產業群聚內部運作機制的僵化現象 (rigidity)，這導致生產力與創新程度受到限制，使得該群聚從內部開始產生衰退。所謂內部僵化現象，包括：1. 現有規範制度造成諸多限制且欠缺彈性；2. 企業的寡占或獨占現象，阻礙競爭發生且弱化地方的競合關係；3. 大學等學研機構營運缺發彈性卻無法予以改革；4. 企業勇於創新的精神式微等。

產業群聚僵化現象除了導致群聚內部改善與創新的步調緩慢，並將使群聚內廠商疲於因應經營費用急增的問題，而無力推動群聚轉型升級。另一方面，即便當地存在良好的競合關係，並且藉由外包生產或移轉生產據點等全球化策略來取得經營成本之內外平衡，但只要內部僵化問題一日不解決，產業群聚終將失去生產力或創新動能，競爭優勢亦將被其他地區的產業群聚取代。

其次，外部因素雖源自於諸多層面，其中最重要的首推技術環境的急速變化。技術上的落後使得產業群聚原有的優勢不再，若未能及時從其他的當地研究機關取得新技術，或是自行進行開發，將導致產業群聚的競爭優勢被其他地區所取代。再者，顧客需求的變化也會招致當地需求與外在環境需求的背離，影響產業群聚的生產力與創新程度。企業雖然可以積極地藉由全球化策略來銜接與外部環境之斷層，或是取得專利授權等運用其他不同方法來解決技術落後的問題，但就長期而言，若無法在新技術領域上確保一定

程度的能量，或是無法順應新型態需求，產業群聚將逐漸衰退。

三、促進群聚轉型升級與企業合作模式

在一國經濟邁向國際化發展的情況之下，具標準化特徵的技術資源可逐漸透過全球運籌的方式取得，而具備差異化特徵的先端技術資源則必須留在國內或地區內持續累積，這也意味著既有的產業群聚必須不斷的轉型與升級，才能避免被淘汰的命運。

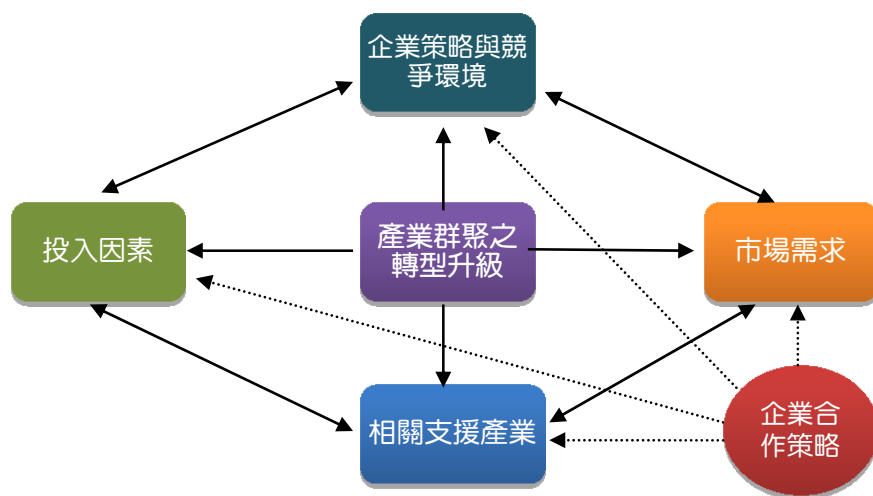
Florida (1998) 指出，學習型地區 (learning region) 乃是促進創新與經濟成長的重要泉源，它可視為是一個知識與創意的收集器或儲藏所，能夠提供知識創造所需的基本環境與基礎設施。學習型地區的特徵與傳統的大量生產地區之差別在於必須累積相當程度的知識研發能量。因此，產業群聚欲維持永續發展，必須轉型成為學習型群聚。金井一賴 (1999) 針對北海道札幌地區產業群聚的企業家活動進行調查研究，結果發現企業家所主導的群聚成員的學習平台活動能夠促進誘發諸多創新團體的形成，提升群聚創新的效果。魏聰哲、童靜瑩 (2011) 在考察日本九州半導體群聚轉型個案之後亦指出群聚內平台組織的重要性；他們認為，產業群聚內知識型平台具激勵學習與知識傳遞之功能，能夠促進地區廠商進行創新與競爭，有助於地區產業技術持續升級與轉型。這些觀點與伊丹敬之 (1999) 所提出的「場」(field) 概念類似。

「場」意指一種促進參與成員進行相互觀察、相互溝通理解、共同塑造共同體驗狀況的體制；而藉由場的創造可促進學習的效果 (伊丹敬之，1999)。事實上，無論是「場」的機制或「平台組織」的運作，皆可視為促進企業合作的策略模式。

Porter (1998) 指出，就促使產業群聚的升級而言，企業間非正式網絡、產業聯盟或產業公協會等企業合作團體所能發揮的功能相當多，舉凡以中立地位協助制定共通規範、開拓共同市場需求、擔任展覽會或派遣代表團的主辦單位、結合當地研究機構以提供人才訓練及技術研發種子等，只要是符合群聚共通利益的活動，皆為企業合作團體可發揮效果的場域。特別是以中小企業為主的產業群聚，格外需要企業合作團體的存在。譬如：由荷蘭花卉栽培業者組成的荷蘭花卉協會及花卉栽培業者研究團體協會，扮演著促進共同行銷及移轉應用研究成果的角色，成為提升該國花卉產業群聚競爭力的主要動力。吳惠林、吳明澤、杜英儀 (2008) 亦指出，產業公會等企業合作組織在台灣已經成為另類的專業貿易商，經常帶領企業進行聯合參展以開拓國外市場。因此，舉辦產業公協會間的橫向交流與經驗分享、培訓公協會人員的國際市場行銷能力，有助於提升中小企業群聚的國際競爭力。

如圖 6-1-2 所示，企業合作策略模式對於產業群聚轉型升級的影響，泛及鑽石模型的四大構面。其中，最顯著的即是投入因素之改善，包括了提升人才素質、提升當地大學研究活動之素質、建構專業基礎設施、提供該產業專業資訊等。在相關支援產業方面，透過企業作模式亦可能吸引外部供應商、服務業者或互補性產品廠商進駐該產業群聚，使得產業群聚能夠與外部接軌，促成群聚內技術知識的新陳代謝。在企業間競爭與策略方面，企業可透過企業合作模式來理解產業技術發展方向，進而修正本身的產品研發策略方向。在市場需求條件方面，透過企業合作團體來與外部專業研究機構制訂新品質標準，將有助於群聚內廠商朝向更高階市場領域發展。

圖 6-1-2 產業群聚轉型升級與企業合作策略



資料來源：吳惠林、魏聰哲（2011）。

第 2 節 中小企業合作個案分析

近年來，中小企業群聚現象顯著的中部地區已成立諸多企業合作團體，各該團體促使產業群聚轉型升級的企業合作策略模式，都可成為重要參考個案。

一、促進自行車產業群聚升級轉型之企業合作個案

（一）我國自行車產業群聚發展概況

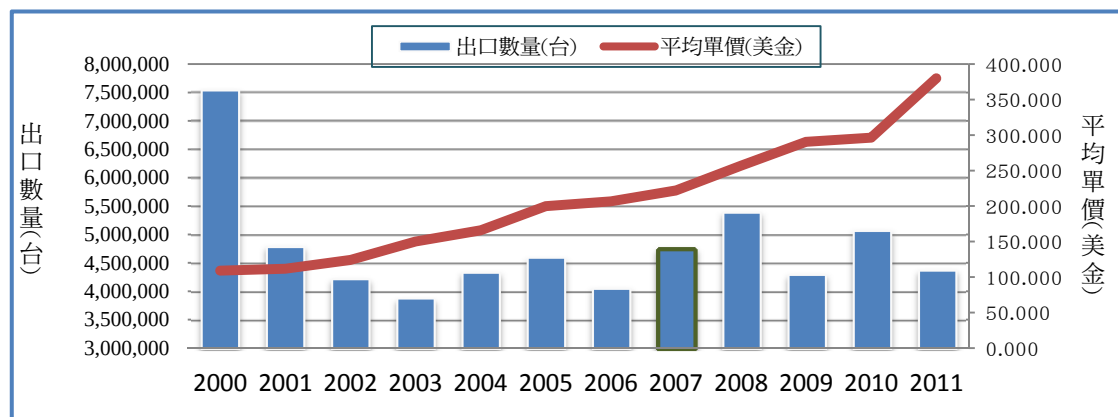
歷經 1970 年代的能源危機與 1980 年代自行車的需求擴張，台灣自行車出口量快速上升，並且在國際間嶄露頭角，順勢登上全球自行車生產的霸主。1978 年到 1986 年間，台灣自行車外銷量年年增長，在 1980 年超越日本，隨後更連續 16 年維持全球自行車最

大出口國的地位。在 1986 年，台灣自行車出口量，已增為 1,023 萬 9,473 輛，較 1971 年成長近 40 倍，平均單價為 40.83 美元，亦遠高於 1971 年的水準。1991 年，我國自行車出口值突破 10 億美元；1995 年更突破 10.6 億，再創歷史高峰。

2000 年之後，中國大陸自行車的出口量與出口金額急速成長，使得全球市場供過於求，迫使台灣自行車廠商開始處於低價競爭的困境。如圖 6-2-1 所示，自 2000 年至 2003 年間，台灣自行車出口量有非常顯著的下滑趨勢，由 2000 年的 753 萬台驟減至 2001 年的 480 萬台，再降至 2003 年的谷底 388 萬台；與 2000 年的黃金時期相比，跌幅達 49%。在此同時，自行車出口單價雖由 109 美元緩步上升至 150 美元，但由於中國大陸的大量出口競爭，低階廉價自行車款充斥使台灣自行車產業面臨削價競爭的惡性循環。

自 2003 年起，台灣自行車廠商共組「社團法人台灣自行車協進會」（A-Team），開始探索高附加價值的策略思維，試圖推動中部自行車產業群聚之升級轉型。如圖 6-2-1，我國自行車出口量逐漸由谷底反轉，由 2004 年的 435 萬台、2005 年的 460 萬台爬升至 2008 年的 540 萬台；與 2003 年相比，增幅達 40%。在此同時，平均單價也從 2003 年的 150 美元逐步上升至 2008 年的 253 美元，與 2003 年的水準相比，增幅高達 68%。之後受到金融海嘯的影響，儘管 2009 年出口量下跌，但 2010 年便立即回復正常出口水平，而且平均單價同樣地也維持上升動能。

圖 6-2-1 2000 年至 2011 年我國自行車外銷量價統計



附註：依 HS 分類（台灣貨品號列）之「折疊二輪腳踏車（87120010109）」與「其他腳踏車（87120010902）」加總計算而得。

資料來源：經濟部國際貿易局中華民國進出口統計資料庫、台灣自行車輸出業同業工會。

另外，依據自行車暨健康科技工業研究發展中心所整理的數據，截至 2009 年為止，自行車產業相關廠商約有 658 家，中部地區約有 522 家，占有 79%，由此可知，自行車相關零組件廠商多集中於臺灣中部地區，且多以自行車整車廠為主要客戶的中小型廠商，

整車大廠包括巨大機械及美利達等，皆位於台中市、彰化縣地區，與周邊中小型零組件廠商形成自行車產業群聚。

（二）「社團法人台灣自行車協進會」（A-team）

為了因應經營環境的惡化，巨大機械工業股份有限公司的劉金標董事長打破「同業即冤家」的成見，主動號召其競爭對手美利達自行車公司與 11 家供應廠商，於 2003 年組成「社團法人台灣自行車協進會」（A-team），期望藉由整車廠與零組件廠商之間的緊密合作，促進零件創新升級，供應品質更高、更具創新設計的新產品，開創高附加價值市場，並與中國大陸生產的自行車產品形成市場區隔。A-Team 亦獲得經濟部工業局的支持，由中衛中心結合豐田國瑞汽車及慧國工業體系資源，協助導入「豐田生產方式」（TPS），使庫存降低、生產效率提升，並由巨大、中衛、豐田派人組成輔導團隊，對零組件廠商進行教育訓練等。

1.成立宗旨

A-Team 成立的主要宗旨，乃是藉由產業上下游的合作與整合，使自行車廠與零組件供應商具有相同的目標與願景，彼此建立並維持緊密的夥伴關係，透過資源共享與相互觀摩，提升組織內成員公司價值及競爭力。A-Team 更期望與全球自行車業者結盟，發揮平台功能，產生群聚效果，塑造良性的競爭與互動，讓台灣成為全球高級量產化自行車及零件的研發及供應重鎮。A-Team 成立之後，其發展主軸亦隨著環境變化及成員廠商能力提升而有所改變，如表 6-2-1 所述。就組織運作機制而言，根據章程規定，A-Team 會員分為一般會員與贊助會員兩類，一般會員多為台灣自行車協力廠與成車廠；贊助會員則多為國際知名品牌及通路商。截至 2012 年 4 月為止，A-Team 共有 21 家一般會員廠商、7 家贊助會員廠商。此外，A-Team 設有會長、副會長職位，並另設事務局為執行單位。在入場機制方面，申請加入一般會員的廠商，必須符合幾項條件，包括：在台灣必須要有生產廠房或研發中心、認同 A-Team 章程理念、具有共同推動 A-Team 活動之能力與貢獻、以及對 A-Team 未來發展具有重要性等。

2.影響與效應

A-Team 對於中部自行車產業群聚轉型升級的影響，可用「鑽石模型」的四大構面來說明：

（1）投入因素

A-Team 成立後，邀請國瑞汽車、慧國工業與中衛中心共同指導，協助所屬成員導入 TPS、TQM 與 TPM 等所謂的 3T 生產管理系統，由這些顧問團隊的專業師資，定期針對

成員廠商舉辦教育訓練與典範工廠觀摩，每半年亦舉辦成果發表會，成為會員間學習交流的平台。A-Team 所屬成員多為一階零件協力廠商，這些一階零件協力廠在獲得 3T 知識之後，亦會將所學到之知識擴散傳授至二或三階協力廠，譬如：A-Team 所屬變速器廠商便將其 3T 管理方式傳授至其彈簧製造協力廠商。除此之外，在接受教育訓練後，巨大與美利達內部也逐步培養出自己的種子師資，轉而為一階協力廠進行輔導培育。不僅如此，一階協力廠也會自行仿效相同的模式，培養自己內部的師資，並針對其供應廠商進行訓練，輔導及時交貨、庫存管理等技能。A-Team 事務局幹部亦曾受邀至「彰化企業經營研究協會」演講，針對中部地區約兩、三百位中小企業經營者進行 3T 推廣經驗分享，達成中小企業間知識擴散之效果。由此可知，A-Team 除了與外部產學機構合作，建構成員廠商間知識共享機制之外，亦能將知識經驗擴散至周邊中小企業，發揮提升中部自行車群聚人才素質之效果。

表 6-2-1 A-Team 的歷年發展主軸

時 間	發 展 主 軸
2003 年	強化所有成員的製造和運作能力，達成交貨及時化目標，並持續精進。
2004 年	強化所有成員新產品開發能力、工具及系統維護能力，並持續精進。
2005 年	1.與全球專賣零售業者共同努力，以合理的售價和利潤，開發具創新價值、高品質的商品。 2.透過緊密且高效率的供應服務體系運作，使得專賣零售商能超越其他通路，具有更大的競爭優勢。
2006-2008 年	及時交貨（JIT）、高品質（Best Quality）、價值創新（Value Innovation）
2009 -2011 年	協同管理、協同開發、協同經營與行銷。
2012-2014 年	1.強化基本實力（Strength）：3T（TPS/TQM/TPM）管理的日常化、透過價值工程手法（VA/VE）達成優質平價目標。 2.提升形象（Image）：塑造品質、交期及流行的新典範（Quality, Delivery, Fashion）、響應碳足跡運動（Carbon Footprint）。 3.自行車樂活騎乘（Cycling LoHas）：建構台灣成為自行車天堂，擴大推廣國內市場之自行車騎乘文化。

資料來源：依 A-Team 官方網站資料整理。

（2）市場需求條件

A-Team 目前響應環保思維所推動的碳足跡專案，與「自行車暨健康科技工業研究發展中心」及成功大學共同合作，輔導 A-Team 成員廠商取得綠色標章，可藉此提升 A-Team 所屬成員的社會形象。另外，A-Team 成員廠商亦積極籌組自行車隊，擴大推廣國內自行車樂活騎乘文化，亦有助於擴大國內高階產品之市場需求。

（3）相關支援產業

隨著 A-Team 帶動自行車產品高附加價值化成效之擴大，亦吸引外國關鍵零組件廠商加入 A-Team 成為贊助會員，將促進國內外零組件技術知識交流。

（4）企業策略與競爭環境

A-Team 提供一個學習平台，使得成員廠商得以獲得更多資訊，提升成員廠商的經營體質，並逐步推動高階產品或零組件的研發策略。另外，諸多非 A-Team 之廠商也有意願前往 A-Team 成員廠商的廠區進行觀摩，進而仿效 A-Team 導入 3T 體系等。而無論是不是 A-Team 成員，最終仍是依照產品品質與廠商能力來獲得訂單，A-Team 所塑造的內外競爭機制亦成為激發成員廠商進步的原動力，也帶動了非會員廠商的學習效果，進而提升整體中部自行車產業群聚的升級與轉型。

（三）自行車零件產業研發聯盟

在經濟部技術處「傳統產業加值創新科技關懷計畫」的補助之下，金屬工業研究發展中心以自行車產業大本營彰化大甲鎮為核心，整合鄰近外埔鄉及台中市零組件廠商，共同成立首屆「台灣自行車零件產業群聚研發聯盟」，參與成員包括維格、維鎂、旭生、一心、竣益及工易等六家自行車零組件廠商。由金屬中心切入新技術，協助廠商開發差異化、輕量化、高價值與高質化之自行車組件，包含輕量化軸心腳踏板、高階鋁合金機械人自動化銲接車架、前叉及高銲接品質鈦合金車架等開發，以技術升級來提升市場競爭力。身為主導廠商的維格工業表示，該聯盟廠商都是業界具專業技術所長的公司，在金屬中心協助下，期望能搭起相互溝通橋樑，並激發出眾多不同以往的火花。

依自行車零件產業研發聯盟結案報告，維格工業的成果為整合高強度鋁合金選用、設計及異材接合製程技術，世界首度將鋁合金材料應用於自行車軸心之開發，推升 踏板之開發應用層次。旭生與竣益兩家廠商同樣也有相當成果，其建立鋁合金自行車車架及前叉之 CMT 銲接技術、銲件具有高品質的魚鱗片外觀，焊接速度較傳統手工 TIG 技術提高達 29.4% 以上。一心公司則應用 Ti 合金局部保護焊接技術於 Ti 合金車架之開發，從鋼製車架領域步入高質化 Ti 合金車架領域。維鎂公司以模流分析技術，改善現有流道設計，減少廢料。

該聯盟對於自行車產業群聚轉型升級的影響，主要在於鑽石模型的相關支援產業構面。在該聯盟的運作之下，自行車零件廠商已能體認研發高值化技術的重要性，未來將凝聚共識持續申請 SBIR、建立創新技術聯誼會等，將技術研發成果持續擴散，提升自行車零組件技術的創新能量。

二、促進中部工具機產業群聚升級轉型之企業合作個案

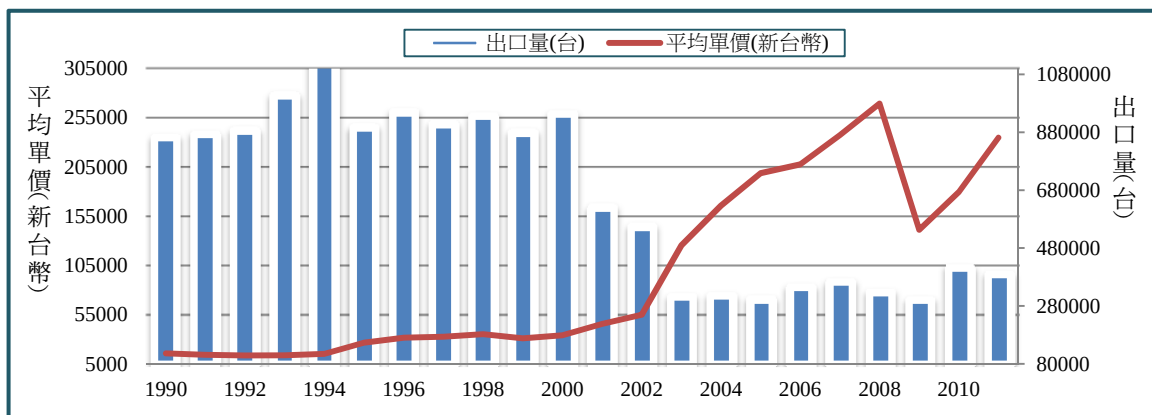
（一）我國工具機相關產業群聚發展概況

我國工具機相關零組件廠商多集中於台灣中部地區，以工具機大廠為主要客戶之中小型衛星工廠，形成世界著名的台灣中部精密機械產業群聚。中衛發展中心（2011）指出，該產業群聚為一條沿著大肚山台地，長約 60 公里、寬約 14 公里，從神岡、大甲、豐原、太平、大里、直到南投工業區，就業人口超過 30 萬人，年產值 9000 億，可謂為全球單位面積產值第一、密度最高的精密機械群聚。截至 2010 年為止，散布在台中、彰化的工具機廠超過 300 多家；若加上衛星工廠，總家數達 1,000 家。其中，有 8 成其員工僱用規模在 50 人以下，有近 9 成其公司資本額都在新台幣 6,000 萬元以下，可知中部經濟精密機械產業群聚以中小企業為主（莊致遠，2010）。依據楊建家（2008）的分析資料，工具機相關零組件廠商，包括模組廠商及中小型零組件製造廠；其中，重要模組廠商可分類為五大鑄件、主軸、刀庫、刀塔、ATC、控制器、滾珠螺桿/線性滑軌、配電盤、冷卻系統、伸縮護蓋、板金外罩、鐵屑輸送機及分度盤等模組廠商，而中小型零組件製造廠則包括模組層級以下的中小型零組件廠(五金件)、模具廠、鑄鍛造廠或機械加工廠商等。

該產業群聚以複數工具機廠或專業模組廠為核心帶動周邊中小型零組件製造廠的模式，即呈現「多核心帶動大量衛星」的策略模式，培育出客製化、彈性互補、專業分工及快速供貨的產業鏈特徵。再者，群聚內各廠商的分布皆在車程一小時內，透過專業分工與技術深化，可降低製造成本，並建構升彈性速度的優勢，因此，接到外部訂單的組裝廠不需投入大量成本也可迅速因應客戶需求。近年來，台灣中部的機械設備產業群聚逐步具備國際競爭優勢，吸引更多廠商進駐，成為極具活力的台灣產業群聚代表。

由圖 6-2-2 可知，我國工具機相關產品外銷狀況大致可以 2002 年為分水嶺。在 1990 年至 2002 年間，我國工具機產業出口量平均約在 80 萬台至 100 萬台間，並在 1994 年達到最高峰 1,152,032 台。然而，此期間平均單價緩步上升，約落在 1.5 萬元至 5 萬元的區間內。由於此階段我國工具機產業技術尚未成熟，因此僅能出口較低單價之產品，以價取勝，整體產值並不如出口數字亮眼。2000 年以後，整體出口量開始下滑，由 2000 年的 94 萬 5,163 台降至 2003 年的 31 萬 2,986 台，跌幅達 66.8%。相較之下，出口單價卻開始急劇上升，由 2002 年平均 5.5 萬元（54,801 元）上升至 2008 年接近 27 萬元（269,481 元）。

圖 6-2-2 1990 年至 2011 年我國工具機相關產品外銷量價統計



附註：依 HS 分類（台灣貨品號列）之「NC 車床（2912001）」、「其他車床（2912002）」、「鑽床（2912012）」、「銑床（2912022）」、「鋸床（2912024）」、「磨床（2912042）」、「綜合加工機（2912051）」、「其他 NC 工具機（2912090）」、「其他切削工具機（2912190）」、「壓床（2919010）」、「液壓壓床（2919025）」、「其他金屬成型機（2919090）」加總計算而得。

資料來源：經濟部國際貿易局中華民國進出口統計資料庫。

（二）「台灣工具機產業 M-Team 聯盟」

台灣工具機產業在市場開拓與技術升級等層面上雖具有一定的國際競爭力，但仍然存在諸多隱憂。事實上，相對於日本與德國廠商，台灣工具機產業廠商在客製化、加工精度與生產品質、機台運作穩定性等層面仍有待加強。譬如：台灣工具機產業的品質水準與日本相比，一般業界都有「159」的認知，意指同類產品，台灣品質水準可達日本的 9 成，但售價僅為 5 成；可知產品品質穩定性、產品耐久性、關鍵組件自製率等問題雖僅差距日本一小步，但卻造成了品牌價值的懸殊落差。近年來，中國大陸廠商採購台灣專業零組件廠商之標準型零件，進而快速組裝成低價工具機產品，對台灣整機廠商造成威脅；再加上某些大陸零組件廠商突破了過去的瓶頸，工具機組裝所需之零組件亦開始能由國內產品自給自足，對台灣零組件廠商亦造成威脅。另外，2000 年初期，經濟景氣佳，中國大陸市場需求量大，產生供不應求現象，其原因可歸諸於當時台灣工具機供應鏈體系之生產前置期太長。而開拓海外市場時，台灣廠商經常採單打獨鬥模式，且同業競爭激烈。

有鑑於此，台灣主要工具機廠商及專業模組廠開始思索如何提升產品技術的附加價值。2006 年，台中精機及永進機械等兩家工具機廠，結合 21 家專業模組廠或零組件廠共組 M-Team 聯盟，讓成員提升產品技術品質，不受金融風暴衝擊。2011 年 4 月，M-Team 的核心廠商增加東台、台灣麗馳及百德機械等 3 家工具機廠，參與的專業模組廠或零組

件廠家數則增加至 43 家，成員廠商希望透過 M-Team 聯盟的共創及學習機制，達成整機廠商產品可保固兩年、單價提升一萬美元的目標。

1. 成立宗旨

M-Team 成立的目的，乃是藉由工具機廠商與零組件供應廠商之合作關係，形成緊密網絡，以快速反應市場需求，提升價值鏈活動之效益，建構產業競爭優勢。然而，目前 M-Team 是由多個工具機廠體系所組成，在實際運作上必須先釐清工具機廠與各自供應廠商所面臨的問題，再共同研擬合作策略，企業合作難度更高。就廠商參加條件而言，以願意根留台灣、將廠房設立在台灣的業者為主，而零組件廠應對聯盟內工具機廠應優先供應零組件。

2. 組織運作機制

如圖 6-2-3 所示，會員大會為 M-Team 的最高主管單位，下設會長、副會長與輔導法人代表整席位，由整機廠高階主管、協力廠經營者，與中衛中心代表共同組成。會長與副會長之任期各一年，並且由中心廠選派代表。兩位副會長其中一位由中心廠選派，並為下一屆會長之接任人選；另一則由協力廠推派代表擔任。輔導法人代表由中衛發展中心顧問代表擔任。會員大會每年定期召開，由工具機廠輪流擔任主席。討論事項包括：審查團隊目標、制定聯盟短、中、長期之活動方向與合作議題、國際性活動規劃、政府資源爭取等。推動委員會負責推動 M-Team 事務而組成之跨體系專案式組織，屬活動相關事務的最高指揮、監督單位，每半年召開一次會議。成員仍由兩間整機廠高階主管、協力廠經營者，與中衛中心代表共同組成。工作內容包含設定活動方針與目標、審議活動計劃、掌握執行方向、核定活動組成、決議活動計劃等。另外，事務局專為 M-Team 活動規劃與掌控單位，整合外部資源與訂定內部目標，成員包含工具機廠之中階主管、協力廠代表與中衛中心代表，局長由會長之任職公司指派擔任；副局長則由中心廠之副會長任職公司指派。

3. 影響與效益

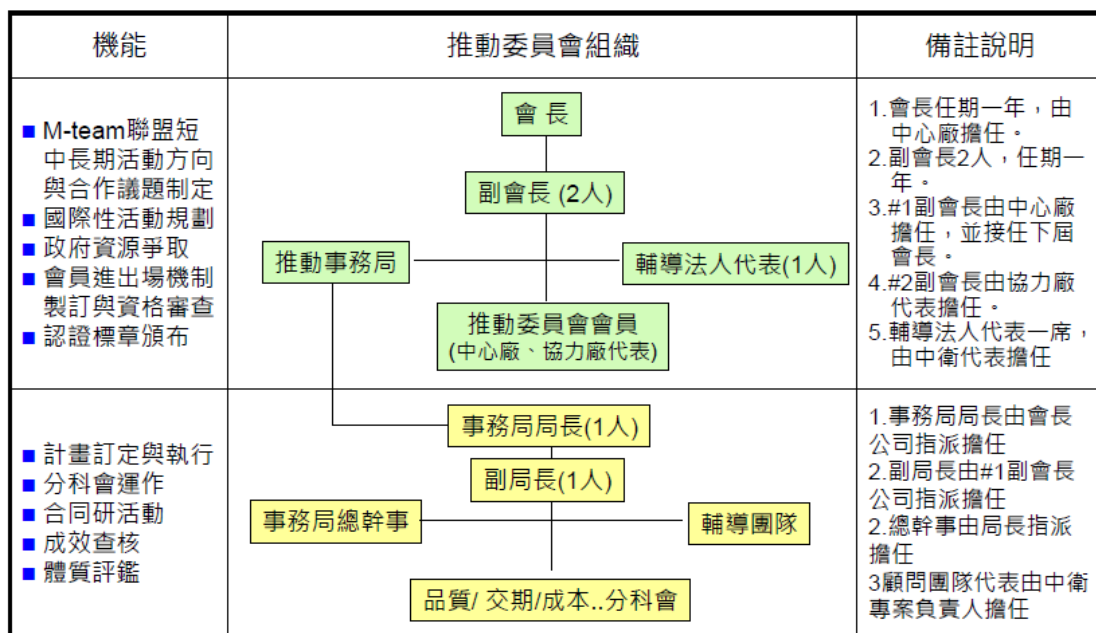
M-Team 對於中部工具機產業群聚轉型升級的影響，可用鑽石模型的四大構面來說明。

(1) 投入因素

M-Team 過每月一次的合同研活動（各協力廠輪流進行成果發表並接受其他成員指摘）、大規模集合訓練（每次一至兩百人）、廠商間相互觀摩、業外標竿企業觀摩學習、改善成果發表會等活動，來增進工具機及相關零組件廠商人員對 TPS、TQM、TPM 等 3T 生產管理系統的認知，吸收精實製造知識，並藉此達成減少浪費、降低庫存、提升產

能及降低生產週期等現場合理化目標。再者，M-Team 聯盟內成員廠商多為一階零組件廠，如哈柏精密工業公司（冷卻系統廠商）、台灣引興公司（滑軌伸縮護罩、機械外觀鍍金、鐵屑輸送機製造廠）等，亦會將上述所學到之精實製造知識，傳承給所屬二階及三階的中小型機械加工廠商，造成產業群聚內的精實製造技術傳播效果，提升中部工具機產業群聚人才素質。

圖 6-2-3 M-Team 組織運作概況



資料來源：財團法人中衛發展中心。

(2) 市場需求條件

M-Team 積極推動成員廠商聯合參與國內外工具機展，並計畫制訂 M-Team 經典標章，提升台灣產品形象；此外，亦持續推動工具機產品朝高精度、高速化、複合化、大型化發展，並延長保固期。可知，M-Team 正透過共同行銷與研發方式，試圖提升台灣工具機產品的市場位階，開拓高級品市場需求。

(3) 相關支援產業

M-Team 希望未來能透過優先供應與共同研發，培育本土零件供應廠商，塑造第二甚至第三家具國際競爭力的「上銀科技」（滾珠螺桿及線型滑軌的世界級廠商）。另外，M-Team 事務局人員亦認為，兩岸簽訂 ECFA 之後，為符合原產地規則，短期或可吸引發那克、三菱電機及西門子等日德數值控制器廠商來台設生產線，在這些外國關鍵零組件大廠的在地影響之下，將有助於台灣工具機相關零組件及機械加工廠商技術水準之提

升。中衛發展中心（2011）亦指出，日本工具機關鍵模組件多為整機廠自行研發製造，不像台灣中部有完善的協力供應體系，若能藉由 ECFA 效應促進台灣與日本整機廠合資成立公司，藉以帶動台灣零組件廠商的技術水準，乃是最直接的方式。

（4）企業策略與競爭環境

M-Team 積極建構良性競爭的機制，成員廠商在參與活動過程中逐步具備開放相互觀摩之心胸，透過知識共享與學習，達成看得見的良性競爭機制，並在生產層面建立信賴合作之基礎。M-Team 聯盟內中心廠也接受非 M-Team 聯盟廠商觀摩其廠房設備，引發非 M-Team 聯盟廠商的學習競爭意識，譬如：近來友嘉實業集團開始籌組 F-Team 等；這都將促進中部工具機相關產業群聚內精實製造的良性競爭氛圍，提升台灣工具機產業的品質水準。M-Team 亦針對外觀美學設計、增加零組件共用化程度、設備遠端監控系統、關鍵模組件研發等研發議題進行討論，希望導引廠商對產品工業設計及 ICT 加值等領域之重視，並修正產品研發策略方向，朝向高級品領域邁進。

三、促進手工具產業群聚升級轉型之企業合作個案

（一）我國手工具機產業發展及群聚分布概況

手工具係指以手操作為主的延伸工具，產品種類從一般性家庭維修所需之消費型手工具，到工業製造或設備維修保養用途之高精度特殊規格之手工具，市場需求範圍涵蓋甚廣且產品要求差異頗大。

依據中衛發展中心提供資料指出，我國 2008 年手工具廠商約有 636 家，其中有 80.97% 的廠商位於台中及彰化等中部地區，而從業員數在 100 人以下之廠商約占有 98%，可知手工具產業多分布於中部地區，而且具備中小企業群聚特徵。手工具之製造流程從原料選擇與購入開始、經過鍛造成形、熱處理、研磨，到後製程的拋光、電鍍組裝作業等，均需要中心廠與零件廠及相關加工製程廠商之密切配合與協力。

我國手工具產品以外銷為主，且多為國外通路商及製造品牌廠商進行代工業務，是典型的代工型態出口導向產業；然而，國內市場卻多達 320 種手工具品牌，呈現多種品牌產品低價競爭的局面。與世界各國相較，自 1998 年至 2002 年我國之出口金額更在全球 21 個主要工業國之中蟬聯第一，在國際上曾有「手工具王國」美譽。

然而，傳統手工具業屬於勞力密集與加工技術門檻低之產業，使得成本成為取得競爭優勢之重要關鍵。就外部環境來說，新興國家紛紛投入手工具市場之生產行列，尤以中國大陸挾其低成本優勢出口中低階產品之威脅為最，於 2003 年取代我國成為全球第一

大手工具出口國。依據中華民國進出口統計資料，2008年我國手工具業產品以機械維修、DIY 市場及農林園藝應用為主，出口金額仍維持自 2003 年以來每年均超過 500 億元的水準，達到約 558.9 億元，卻被德國所超越，退居全球手工具出口國家第三位。之後，2009 年受到金融海嘯影響，海外訂單大幅衰退。2009 年出口值為新台幣 429.6 億元，僅略優於 2002 年的 426.7 億元。2010 年出口值狀況雖有復甦，達到 539 億元，仍未回復至金融海嘯前水準。

（二）手工具產業聯盟（T-Team）

2008 年，國內手工具品牌大廠的金統立公司向中衛發展中心提議，取得經濟部工業局「跨體系協同商務管理計畫」的補助，正式成立「手工具產業聯盟」（T-Team），並於 2009 年及 2010 年先後納入國內 OEM 知名大廠磯慶實業公司、工具箱廠商明昌國際公司及其各自的協力體系廠商，我國手工具產業開始思考如何透過群體戰方式來維持國際競爭力，以突破上述困境。

1. 主要目標

T-Team 的主要目標乃著眼於未來如何提升並維持台灣手工具產業在全球市場的競爭力。參與 T-Team 的核心廠與協力體系廠商之間不僅止於零組件交易關係，而是將協力廠視為是中心廠生產線的延伸，雙方共同謀求生產、管理及研發的同步運作與合理化，持續提升產品品質、降低生產成本與交期，為顧客及彼此創造最大價值。因此，T-Team 在發展策略上訴求幾項主軸，包括：（1）由中衛發展中心協助製程合理化，減少產品在製程間搬運成本；（2）設立公司形式之「台灣手工具菁英聯盟」，對內作為 T-Team 之領頭羊企業，對外作為 T-Team 與國外通路商訂單接洽之單一窗口；（3）促進 T-Team 成員與非 T-Team 廠商之間的良性競爭。

2. 營運模式

隨著 T-Team 的擴張，其營運模式亦會產生調整與變化。2008 年成立之初的主要活動為利用群聚內的資源，彼此分享知識技術，以扶植金統立公司體系內之協力廠商，提升上下游管理能力，使各協力廠由單一製程加工者轉型為具部分系統整合能力的模組供應商。隨著磯慶實業公司於 2009 年加入 T-Team 之後，合作模式轉為二體系之間的標竿學習模式，以資源共享作為運作主軸，就特定品項分享彼此的庫存資訊並進行產品相互調撥，藉此降低製造成本。2010 年，T-Team 納入明昌體系之後的聯盟內部合作模式，對內持續扶植體系內廠商，藉由內部與外部之互相觀摩學習以提升管理能力，並經由共同平台以從事資訊的即時交換與專業控管，使彼此藉由庫存共享與統籌統購以達到資源

共享目的；對外則透過以 T-Team 之名共同參與 2010 年在台北世貿中心所舉行的台灣五金展等聯合行銷方式，吸引國內外媒體報導，增加國際曝光程度。

3. 影響與效益

就 T-Team 對中部手工具產業群聚的影響而言，T-Team 運作至 2010 年之實施成效，主要展現在「投入因素條件」方面，尤其在提升協力廠的生產管理能力層面上（尚未涉及研發能力之提升）具有一定成效。事實上，經由中衛發展中心之駐廠輔導，以及中心廠與中衛發展中心共同合作執行協力廠之教育訓練，激發協力廠（加工製程廠及零配件廠）在生產管理上的學習，展現的成果包括了減少平均採購週期、平均訂單交期以及平均年庫存金額等，這也意味著協力廠生產管理能力提升。

4. 金融海嘯及停止運作

遭逢金融海嘯之後，手工具廠商訂單銳減，致使 T-Team 於 2010 年之後停止運作。究其原因包括：沒有具號召力之核心廠加入、未能如預期般設置公司形式之「台灣手工具菁英聯盟」及欠缺領頭羊企業強力凝聚 T-Team 成員廠商的向心力等。未來若考慮重啟營運，除了加強成員之參與程度與合作深度之外，亦應建立參與成員的淘汰機制，朝向互信互助的目標邁進。

（三）金屬手工具製造產業研發聯盟

我國手工具產業受到中國大陸等地的低價產品衝擊，勢必需要跳脫成熟期產品或中低階產品的生產模式，在設計上必然朝向精密化、多功能、富創意性及符合人體工學趨勢發展；亦即藉由提升產品品質及附加價值，與以低價為訴求的產品進行區隔，維持我國手工具產品在國際市場上的競爭力。

在經濟部技術處「傳統產業加值創新科技關懷計畫」的補助之下，金屬工業研究發展中心結合手工具製造廠商（包括首君、凱睿、具昇、宗珀、豐泰等 5 家廠商）、學界（以清華大學與南開科技大學為主），組成「金屬手工具製造產業研發聯盟」，共同開發精密數位工具組合包。由於 5 家廠商產品線各具特色，因此採用專業分工方式，各自配合學研機構導入技術能量或接受相關協助，以開發各類高值化產品，期望藉由精密數位工具組合包，讓台灣手工具產業與國外精密保修市場接軌，塑造「品牌台灣」（Branding Taiwan）的形象。

依金屬手工具製造產業研發聯盟結案報告，該聯盟之主要成果除了將精密數位化技術、薄型輕量化技術及單件多功能設計導入手工具產品之外，同時亦藉由包裹式銷售方式，搭配成精密數位輕巧工具組合包，增加產品價值。另外，該聯盟也舉辦「金屬手工

具製造產業聚落技術交流座談會」、「金屬手工具製造產業聚落成果發表會」以及「金屬手工具製造產業聚落加值創新論壇」等會議活動來讓手工具廠商理解手工具朝向高附加價值化發展的重要性。事實上，已有 1、2 家手工具廠表達願意加入該聯盟的意願，使得後續組合包產品得依據不同產業的保修需求替換其組合內容，開發專屬於不同產業的保修組合包，並延續包裹式銷售，使得小廠商能夠經由高值化技術，增加產品價值，擺脫僅能為人作嫁、替大廠代工的經營模式。

該聯盟對於手工具產業群聚轉型升級的影響，主要在於鑽石模型的「投入因素」與「企業戰略與競爭環境」構面。首先，在「投入因素條件」方面，該聯盟成員除了廠商亦包括廠商及學研機構大學，產學合作開發所產生的成果，除了開發出高附加價值產品之外，更能藉著共同研發過程提升手工具產業人材之技術能力，並深化學研機構將新技術產業化之經驗。在「企業戰略與競爭環境」方面，該聯盟積極透過座談會或發表會等管道，闡述精密數位化手工具組合包的創新思維，除了能夠改變聯盟成員廠商的研發策略，亦能提供聯盟外廠商理解手工具研發新趨勢。

四、促進水五金產業群聚升級轉型之企業合作個案

（一）我國水五金產業發展及群聚分布概況

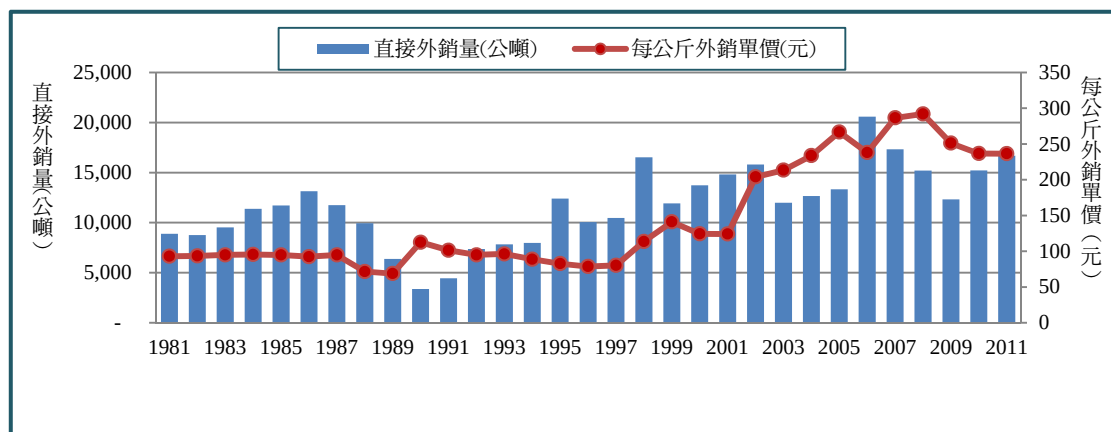
所謂的水五金產業，意指水用五金相關產業，譬如：衛浴設備用閥、栓、泵等，俗稱水龍頭。若依我國行業標準分類，水五金行業可被歸類為編號 2933 之「泵、壓縮機、活栓及活閥製造業」。依行政院主計處 2006 年工商普查的統計資料，我國水五金業企業單位家數為 1,185 家，從業員數為 17,904 人，每家企業平均從業員數約為 15 人，可知我國水五金產業廠商幾乎皆為中小企業。我國各縣市水五金業家數占全國總家數比率排名分別為，彰化縣的 43%（540 家）、台中縣的 15%（178 家）、台北縣的 11%（135 家）、桃園縣 7%（80 家）的及高雄縣的 5%（63 家）等，這顯示彰化縣為我國水五金廠商的集中地區。彰化縣各鄉鎮水五金業家數占彰化縣總家數比率排名分別為，鹿港鎮的 67%（340 家）、和美鎮的 13%（63 家）、秀水鄉的 3%（15 家）、線西鄉的 2%（10 家）及伸港鄉的 1%（7 家）等。可知，彰化縣鹿港鎮為我國水五金產業群聚地區，且具備中小企業群聚特徵。

眾所皆知，彰化縣鹿港鎮頂番里（俗名頂番婆）一帶是現今台灣水五金之重要生產基地。我國水五金產業於 1960 年代開始形成群聚現象，以頂番里（舊稱頂番婆）為中心之方圓五公里內，廠商分布涵蓋鹿港鎮、秀水鄉及和美鎮，1970 年代全盛時期曾達一千多家相關廠商，供應全球 90% 以上的水龍頭相關產品。1990 年代開始有廠商外移中國大陸

陸，目前約有六百多家廠商聚集，仍為台灣最大的水五金產業群聚地區。水五金發展協會陳技正理事長指出，彰化縣水五金業者多由家庭式工廠起家，幾十年來累積了相當純熟的製造經驗，可活用既有的產業群聚效應來建構低成本、高品質及快速交貨的競爭優勢。彰化縣水五金產業群聚擁有各類水五金製程廠商，包括銅材粗加工廠商、鑄造廠商、鍛造沖壓廠商、機械加工廠商、表面拋光與電鍍廠商及最終組裝廠商等，形成群聚內彈性互補分工之機制。

依經濟部統計局工業產品群資料庫統計資料，我國「青銅、黃銅製一般用閥」(2933)品項的外銷量從1981年的8,888公噸增加至1987年的11,745公噸後開始下滑，於1990年下滑至最谷底的3,373公噸；1995年則重新回到12,411公噸，並於2006年達到頂峰的20,586公噸；2009年受到金融海嘯之影響下降至12,324公噸，隨後亦有復甦，2011年達到16,686公噸。在外銷單價變化方面則呈現緩步攀升的狀況，每公斤外銷單價從1981年的92.96元提升至2011年的236.38元(圖6-2-4)。由此可知，我國水五金產業在1990年代曾面臨台幣升值及廠商出走中國大陸等困境而造成外銷出口量銳減，但隨後在當地廠商積極導入自動化設備與提升製造技術能力之後，不論是外銷出口量或單價皆有提升趨勢，這亦說明我國水五金產業正在積極升級與轉型。

圖 6-2-4 我國「青銅、黃銅製一般用閥」外銷量及外銷單價變化



資料來源：依經濟部統計局工業產品群資料庫整理。

事實上，水五金相關業者也認為，兩岸積極推動自由貿易協定，這對外銷廠商而言，在材料取得成本競爭力提升上有幫助，但也面臨 OEM 大客戶(如：歐美品牌廠商及大型貿易商等)與國內衛浴設備品牌大廠轉往中國大陸設廠或尋新供應商之危機。另外，台灣廠商產品單價較高較無法銷往大陸市場，而中國大陸廠商廉價產品卻能逐步侵蝕量販店及大賣場等大型通路市場，皆為台灣水五金產業之隱憂。

（二）彰化縣水五金產業發展協會

1970 年代，彰化縣鹿港頂番地區製造水龍頭等銅製水五金業十分發達，全盛時期當地製造廠約有 1000 家，曾被稱為台灣「水龍頭的故鄉」。然而 1980 年代起，對內面臨國內人工薪資調整及環保問題，對外則開始遭遇中國大陸及東南亞國家低價產品的威脅，致使部份業者將工廠外移至人工成本較低的地區，至今只剩約 600 家廠商，但仍然為台灣水五金產業集中地區。有鑑於此，當地產官學界皆認為需要一個能夠整合當地水五金產業技術及生產資源的平台組織，以推動水五金產業進行升級轉型。在彰化縣鹿港鎮公所、工業局中部辦公室及產業代表的共同催生之下，於 2008 年 9 月成立「彰化縣水五金產業發展協會」。現任水五金產業發展協會理事長、亦是武風企業公司總經理的陳技正先生強調，未來產業發展應以企業合作方式取代過往單打獨鬥的業務發展模式。

1. 成立宗旨與運作模式

依《2012 台灣水五金年鑑》，目前約有 95 家企業會員，包括：水五金製造廠商、衛浴設備製造商、貿易商、國際檢測認證機構(NSF International)等。就協會運作機制而言，該協會提供會員廠商政府相關補助或輔導措施資訊及國際參展資訊等，促進該地區水五金廠商的資訊共享，並提升台灣水五金廠商的國際視野。該協會也擔任與外部技術輔導單位接軌的技術資源整合平台，以提升水五金產業的技術層次；譬如：該協會與工業局委託工研院機械所執行之「地方型群聚產業發展計畫」接軌，持續讓外部智庫輔導廠商導入關鍵性共通技術(如：重力鑄造自動化澆注、光觸媒型抗菌鍍膜表面處理、可調色之抗菌鍍層等)及創新產品設計技術(如：奈米抗汙水龍頭產品、低耗電感應式水龍頭產品、結合玻璃材料之藝術造型水龍頭等)。陳理事長亦指出，期盼未來能設立水五金產業博物館，透過水五金產業發展史之導覽與文物展示，讓社會大眾了解水五金產業，同時也行銷展示會員廠商產品，以提升地區產業品牌形象與拓展商機；而博物館若與鹿港地區觀光結合，更可提升水五金產業知名度，並吸引潛在顧客聚集。

2. 影響與效益

該協會對於中部工具機產業群聚轉型升級的影響，可用鑽石模型的四大構面來說明。

（1）投入因素

水五金產業發展協會與建國科技大學合作開設生產管理課程（如：豐田式精實生產管理學士學分班），鼓勵會員企業參與，強化廠商產品品質及內部管理體制。此外，也與金屬工業研究發展中心共同舉辦衛浴產品法規修訂會議，提升該地區水五金廠商對相關法規知識的認知程度。

（2）市場需求條件

該協會內設置「台灣水五金驗證標準計畫」推動工作小組，與金屬工業研究發展中心所屬實驗室合作訂定衛浴產品之驗證標準，如：產品毒性、反燙傷設計規格、產品壽命等相關標準；這除了可提升消費者對台灣水五金產業之信賴，亦可讓國內消費者提升對水龍頭產品的安全使用認知程度，讓國內市場需求層次提升。而未來亦將考慮推動協會認證標章「Water Ware」，塑造台灣水五金產業品牌形象。

（3）相關支援產業

該協會與工研院機械所合作輔導廠商開發相關關鍵技術（如上述之關鍵性共通技術及創新產品設計技術等），藉此提升該地區水五金製程廠商（如：鑄造廠、拋光廠及電鍍廠等）技術能力。另外，基於環保問題，重要成形製程技術主流已逐步從傳統沙模鑄造技術轉變成鍛造或沖壓技術，透過水五金產業發展協會之資訊交流平台功能，亦將有助於鑄造廠導入新技術進而轉型，如：導入集塵設備、採用重力鑄造或低壓鑄造等。

（4）企業策略與競爭環境

該協會與陸委會及經濟部共同舉辦座談會，使政府得與當地水五金廠商溝通，解決阻礙廠商競爭力提升的諸多課題。而美國檢測認證機構的「恩賜福標準驗證有限公司」（NSF International）亦為協會成員，將有助於當地水五金廠商提升對品質之重視程度，進而修正本身的產品研發策略。與工研院及金屬工業研究發展中心共同舉辦相關技術成果發表會，讓當地水五金廠商能相互觀摩研發成果，形成廠商間「良性競爭」的氛圍。

（三）台灣水五金專業聯盟

由於水五金廠商皆為中小企業，向來以為國際品牌廠商代工為主，甚少能夠接觸到終端使用客戶，亦無法真正了解使用者需求。再者，水五金廠商多仰賴大型貿易商來取得訂單，則常發生同業削價競爭的問題；而即使廠商透過個別參展方式來接觸客戶，但由於攤位太不醒目，無法吸引買家注意。有鑑於此，彰一興實業公司總經理王翔鴻曾先生應該以行銷共同品牌模式來突破上述困境，於是透過國貿局「品牌台灣發展計畫：輔導產業群聚發展共同品牌」的協助，成立「台灣水五金專業聯盟」。

1. 運作機制

目前，該聯盟內成員有 13 家公司，雖多為同業，但各家公司產品以市場區隔，形成水平分工及共創市場之合作模式。就運作機制而言，水五金專業聯盟以「量身訂做」及「完整的解決方案」為策略主軸，推動共同品牌參展及品牌教育訓練活動，並加強廠商

對產品設計重視程度。在推動「T.A.P」共同品牌參展時，展前會邀及參展廠商進行展前訓練會議，內容包括：相互介紹彼此產品特色、相互支援機制、製作共同品牌識別系統。而在國貿局及外貿協會協助之下，亦會不定期進行品牌教育訓練，包括：品牌溝通、品牌定位、中英文網頁管理、共同品牌識別系統及海外參展攤位設計等課程。

在該聯盟的運作之下，共同品牌 T.A.P.已經接到美國廚房設備品牌廠商之訂單。王總經理也指出，「2009 年 5 月在美國參加全世界衛浴三大展覽之一的 KBIS 廚房衛浴展覽時，T.A.P.雖然只是台灣館裡面的一個不大的攤位，卻因為有共同品牌識別、形象清楚，使得參展人數是其他台灣廠商的 3、4 倍以上」。由此可知，該聯盟能夠促進成員廠商以「T.A.P.」的共同品牌直接獲得國外衛浴設備廠商的青睞，讓國外買家也能意識到台灣水五金品牌產品的存在，如：自動感應式水龍頭等。

2.影響與效益

台灣水五金專業聯盟對於中部水五金產業群聚轉型升級的影響，可用鑽石模型的四大構面來說明。

（1）投入因素

該聯盟主要鼓勵成員廠商參與貿協及相關顧問公司所舉辦之品牌管理訓練課程，藉此提升相關人材的產品行銷能力。王總經理也認為，可與學校共同舉辦設計競賽，但參賽學生需事前接受「產品技術商業化概念」相關課程，由具有實務經驗之成員廠商擔任講師，才能發揮產學合作效果，儲備研發人材。

（2）市場需求條件

該聯盟透過共同參展與教育訓練等活動來提升成員廠商對發展品牌之重視程度，如：達成能感動消費者的產品設計、提升產品附加價值、導入自動化設備等。另外，聯盟領導廠商（彰一興實業）已放棄自有公司品牌，全面投入發展聯盟共同品牌「T.A.P.」，而聯盟領導廠商亦會將產品訂單訊息轉給最擅長製造該產品的聯盟成員廠商，藉此達到互補分工之效果，提升共同品牌知名度。

（3）相關支援產業

由於成員廠商各有專長的零組件研發技術，因而廠商之間可相互提供所擅長之零組件來進行組裝，滿足各種客戶層需求之產品，並從中深化廠商的零組件研發能力。譬如：聯盟領導廠商的彰一興實業公司，可提供水龍頭感應裝置加上其他成員廠商的工業設計技術，發展新式感應式衛浴五金產品，以因應市場新需求。

(4) 企業策略與競爭環境

欲成為該聯盟成員廠商，必須取得相關品質認證資格、具備走出去（打造台灣品牌）之意識、以及具有開放相互觀摩之心胸。再者，若發現有搶單行為、有仿冒行為、無法對所製造出之產品品質負責，則必須退出該聯盟。而透過上述進退場機制及廠商參與聯盟活動過程，亦能夠塑造「對話型競爭」（你好，我要比你更好）或「看得見的良性競爭」，並建立信賴合作之基礎。另外，該連盟也希望透過本身開拓品牌的行動，刺激貿易商改善目前「貿易商接單、廠商生產」模式的問題，逐步將訂單報價資訊透明化，給與製造廠商公平競爭之機會。

以下依鑽石模型四大構面，將前述企業合作個案依推動產業群聚升級轉型之策略內涵分析如表 6-2-2。

表 6-2-2 推動群聚升級轉型之企業合作內涵分析

群聚升級轉型構面 /企業合作個案	投入要素條件	市場需求條件	相關支援產業	企業策略與競爭環境
中部自行車產業群聚	「社團法人台灣自行車協進會（A-team）」	1. 與產學機構合作，建構成員廠商間知識共享機制。 2. 透過演講或一階零件廠將知識經驗擴散至周邊中小企業。	1. 推動碳足跡專案，與外部學研機構合作，輔導成員廠商取得綠色標章，提升社會形象。 2. 推廣國內自行車樂活騎乘文化，有助於擴大國內高階產品需求。	1. 吸引外國關鍵零件廠商加入成為贊助會員，有助於促進國內外零組件技術知識之交流。 2. 提供學習平台，提升成員廠商的經營體質，有助於推動高階產品或零組件的研發策略。 3. 刺激外部廠商進而仿效導入 3T 生產管理系統等。
	自行車零件產業研發聯盟		1. 促進零件廠商體認研發高值化技術的重要性 2. 將凝聚共識持續申請 SBIR、建立創新技術聯誼會等，提升自行車零組件技術的創新能量。	
中部工具機產業群聚	「台灣工具機產業 M-Team 聯盟」	1. 透過合同研等活動來增進廠商對 3T 生產管理系統的理解，達成生產現場合理化目標。 2. 聯盟成員多為一階零組件廠商，會將所學到之精實製造知識，傳承給所屬二階及三階	1. 推動成員廠商聯合參國內外工具機展，並計畫訂訂 M-Team 經典標章，來提升台灣產品形象。 2. 透過共同行銷與研發，提升台灣工具機產品的市場位階，開拓高級品	1. 透過優先供應與共同研發，培育本土零件供應廠商，塑造第二甚至第三家具國際競爭力的「上銀科技」。 2. 成員廠商在參與活動過程中逐步開放相互觀摩之心胸，透過知識共享與學習，促進良性競爭機制，在生產面建立信賴合作基礎。 3. 引發外部廠商的學習競爭意識，促進產業群聚內良性競

群聚升級轉型構面 /企業合作個案		投入要素條件	市場需求條件	相關支援產業	企業策略與競爭環境
		的中小型機械加工廠商，提升整體產業群聚的人才素質。	市場需求。		爭氛圍。 3.透過研發議題的共同討論，引導廠商對產品工業設計及ICT 加值的重視，修正產品研發策略。
中部手工工具產業群聚	「台灣手工工具產業聯盟」(T-Team)	透過教育訓練活動，促進協力廠在生產管理上的學習，達成減少採購週期、訂單交期以及年庫存金額等成果，協力廠生產管理能力獲得提升。			
	金屬手工工具製造產業研發聯盟	透過產學合作研發，提升手工工具產業人材之技術能力，並深化學研機構將新技術產業化之經驗。			透過座談會或發表會等管道，闡述數位化手工工具組合包的創新思維，改變成員廠商的研發策略，亦提供聯盟外廠商理解手工工具研發新趨勢。
彰化縣水五金產業群聚	彰化縣水五金產業發展協會	1.與建國科技大學合作開設生產管理課程，鼓勵會員企業參與，強化廠商產品品質及內部管理體制。 2.與金工中心共同舉辦衛浴產品法規修訂會議，提升廠商相關法規知識的認知程度。	1.設置「台灣水五金驗證標準計畫」小組，與外部實驗室合作訂定衛浴產品之驗證標準。 2.推動協會認證標章「Water Ware」，塑造台灣水五金產業品牌形象。	1.與工研院合作輔導廠商開發相關關鍵技術，提升該地區水五金製程廠商（鑄造廠、拋光廠及電鍍廠等）技術能力。 2.協助廠商導入集塵設備、重力或低壓鑄造等，以因應環保汙染問題。	1.與政府單位共同舉辦座談會，使政府得與當地水五金廠商溝通，解決可能阻礙廠商發展的問題。 2.吸引美國檢測認證機構的成為協會成員，將有助於當地水五金廠商提升對品質之重視程度，並修正產品研發策略。
	台灣水五金專業聯盟 (T.A.P.)	鼓勵成員廠商參與質協及相關顧問公司所舉辦之品牌管理訓練課程，藉此提升相關人材的產品行銷能力。	1.透過共同參展與教育訓練等活動來提升成員廠商對發展品牌之重視程度。 2.聯盟領導廠商會將產品訂單訊息轉給最擅長製造該產品的聯盟成員廠商，藉此達到互補分工之效果，提升共同品牌知名度。	成員廠商各有專長，因而可互相提供所擅長之零組件來進行組裝，來滿足各種客戶層需求之產品，並從中深化廠商的零組件研發能力。	1.進場：取得相關品質認證資格、具備走出去之意識、具有開放相互觀摩之心胸。 2.退場：有搶單行為、有仿冒行為、無法對製造品質負責。 3.透過聯盟活動過程來塑造「對話型競爭」，並建立信賴合作之基礎。

資料來源：吳惠林、魏聰哲（2011）。

第 3 節 主要國家推動產業群聚經驗

一、日本大田地區中小企業群聚發展經驗

東京都大田區為日本國內相當著名的中小型工廠群聚地區。二次大戰結束後民生用機械零件需求復甦，再加上韓戰時期對維修用機械零件需求增加的影響，該區的訂單量自 1950 年代開始大幅成長，吸引諸多製造業者進駐，形成群聚現象。1960 年代起，各大企業持續將工廠遷移至大田區外，在這波遷移潮中，以承包機械加工作業為主的中小型製造業仍持殘留在大田區內。此時，這些中小型製造業不得不降低對大企業之依賴程度，獨立向外尋求訂單。另外，為了因應 1973 年第一次石油危機等所造成的訂單需求減少，這些中小企業也從過去仰賴大企業訂單的生存型態，轉變成積極提升技術層次、並與複數公司進行交易的經營模式。

就大田區的工廠數變化來看，1983 年底達到 9,190 家之巔峰後縮減，到了 2008 年末，家數已減少過半，僅餘 4,362 家，員工數也縮小為三分之一。造成工廠與員工數持續減少的原因，包括了地區內企業設立海外據點之風潮、以及工廠繼承者不足的問題等。即使如此，大田區由於靠近羽田機場而佔有地利之便，而該地區由政府支援措施也能符合企業需求，因此也受到企業主肯定。近年來，年輕人至大田區中小企業就職、大田區內創業個案也逐漸地增加。機械及金屬加工領域的中小企業，也開始活用大田區的人脈網絡，開始建構因應多樣化訂單需求的互補分工體制。另外，也有諸多中小企業開拓大學及研究機構等特殊市場需求，藉此提高客製化因應能力，尋求多角化發展。

大田區於 2009 年 3 月制訂的「大田區產業振興基本戰略」，展現出了維持產業聚落發展的願景，主要分成五個方向：1.實施能夠維持、強化製造型聚落的工廠佈局政策；2.強化經營諮詢、下單或接單的討論溝通，提升廠商經營能力；3.以亞洲市場為中心進行海外市場的開拓支援；4.環境、醫療福祉、飛機等的新市場開拓支援；5.培育新世代經營者、強化事業繼承支援活動。依據該振興基本戰略的內容，自 2009 年度開始，日本政府對於大田區內工廠的新設及增設的部份費用進行補助，為了強化競爭力，也大幅擴充「新製品・新技術開發補助事業」。而 2000 年於大田區創立的工廠住宅計畫「技術之翼大田」，基於容易透過大田區及東京都政府機關蒐集到各種資訊，且住宅區內因中小企業聚集而容易形成企業合作網絡等理由，因此吸引不少企業將總部工廠轉移至此工廠住宅區內。

為使高度技術集聚地的大田區產業能擴大發展，並能順應產業構造的變化，公益財

團法人「大田區產業振興協會」應運而生。該協會的理監事由大田區官員、該區產業代表人士、大學教授及會計師等所組成，針對尋求新商機的企業，提供諮詢服務與交流場所等支援，同時也為勞動者爭取福利。

- 在促進商機媒合方面，該協會提供各式展示會及商談會的支援服務。譬如：舉辦「加工技術展示商談會」，使大田區內在金屬機械加工、模具及熱處理等領域，具有高度精密加工技術的企業，有機會將自身的優秀技術展示給潛在客戶群。同時，為協助擴大市場，該協會也整合廠商參與日本海內外各種展覽，期望以規模優勢取得訂單。
- 在經營與技術支援方面，包括以舉辦競賽方式，發掘大田區內的優秀創業者，提供業者的新產品及新技術的發表機會等；而針對創業者也有各式支援計畫，包括謀求擴大通路時的宣傳補助、創業諮詢等。
- 在人才培育方面，則規劃中小企業與青年人才的媒合活動，並提供徵人資訊網站。另外，也策畫「大田區少年少女俱樂部」，針對區內的小學四年級到國中生，提供一個能體驗製作樂趣的交流場所，並舉辦工廠參觀活動，以培養大田區製造業人才。

除上述措施，該協會也提供產學合作的交流機會，舉辦研討會，由大學教授等針對各式新技術進行演講，期望將技術種子導引至實用化方向發展。

二、法國「競爭力產業聚群政策」推動經驗

邁入2000年之後，法國政府為了因應產業成熟化及企業外移等課題，開始思考能夠全面提升產業競爭力之政策。依據「領土整治與競爭力跨部會委員會」(Comité Interministériel Aménagement et Compétitivité des Territoires, CIIACT)之建議，於2004年9月推動「競爭力產業聚群政策」(法文：Pôle de Compétitivité；英文：Competitive Clusters)，要求全國22個省區研提各地區具有競爭力優勢之產業群聚發展計畫，送交該會評選。截至2007年7月為止，總共認定了74個競爭力產業聚群據點。

「System@tic Paris-Réon」為大巴黎地區(Ile-de-France)中被選定之競爭力產業聚群據點，主要鎖定在交通運輸、電信及國防安全等產業範疇，其目標為在複雜電子系統領域上能夠達到引領世界的地步，包括商業、金融、衛生、安全、能源、運輸等各項尖端設備上的電子導航、監控以及控制系統等。該據點內擁有諸多整合系統設計、運算以及系統維護方面的領導企業，包括阿爾卡特(Alcatel)、歐洲航太(EADS)、法國電信(France Télécom)、摩托羅拉(Motorola)、雷諾(Renault)及山進(Sagem)等。

該產業群聚的營運機構為「System@tic」，主要任務包括：(1)整合當地相關產業發

展機構的領導統御能力，持續推動巴黎地區的技術研發活動；(2)以進軍全球為目標，協助創業中企業及技術型中小企業成長；(3)讓世界了解巴黎地區的魅力，吸引企業的研發中心進駐等。目前，System@tic 的參加成員總數超過 500 個單位，包括 100 家以上的大企業，300 家以上的中小企業，以及多達 80 所研究機構與大學，雇用總數多達 10.2 萬人。其中，System@tic 積極鼓勵中小企業參與，以獲得穩定之發展，而中小企業欲加入該組織，必須具備公司總部設在大巴黎地區、所保有之技術必須符合該產業群聚發展範疇等條件，亦即透過產業群聚政策來促進具技術能力的中小企業在地生根。

System@tic 的理事會，每三年改選一次，從企業成員中選出 34 名代表（中小企業占 15 名），調查機構成員中選出 14 名代表等共 55 名代表組成。另外，營運事務局人員共有 15 名，多具有理工科系的博碩士學位，包含 1 位局長、3 位行政人員、3 位國際業務人員、3 位廣宣人員以及 5 位領域別研發專案經理。就營運機制而言，該事務局以 5 位專案經理為主軸，來推動各種研發專案計畫的認定與管理營運工作。2005 至 2010 年之間，包括中央與地方政府、以及民間企業或機構等，共投入 110 億歐元推動了 245 項主題的研發專案計畫，其中，電子系統設計與發展工具類占 89 項、國防安全類有 49 項、通信類為 53 項、汽車交通類有 33 項及自由開放軟體類的 21 項。事實上，參與 System@tic 的成員企業也表示，透過 System@tic 的平台功能，不但可讓有優秀技術能力的企業能夠順利取得資金，更可增加中小企業與大企業的交流機會，發揮群聚成員的創新研發綜效。

三、德國「尖端群聚競爭計畫」推動經驗

2006 年 8 月，德國聯邦政府整合所有部會資源，訂定了「高科技政策」，這是該國首次制定促進國家層級研究發展與創新的整體性策略，期望在 2020 年之前使該國成為世界首屈一指的研究型國家。其中，由德國聯邦教育研究部(Bundesministerium für Bildung und Forschung, BMBF)所主導的「尖端群聚競爭計畫」(Spitzencluster-Wettbewerb)，為高科技政策中最重要組成計畫。尖端群聚競爭計畫之第一階段為 2006 年至 2009 年，自 2010 年起則為第二階段。而被選為尖端群聚競爭據點或地區，必須符合三項條件：（一）具有穩固基礎，並且具有足為產業聚落之能力；（二）具備創新能力、專業特長及競爭力，並且具有得以提升前述能力之策略；（三）目前已具有實力，並且可以預期其成果之實用化將為經濟界或個別投資人帶來龐大財政貢獻。Biotechnologie-Cluster Rhein-Neckar(簡稱 Bio-RN 群聚計畫)為其中的代表典範。

德國聯邦政府在 1996 年開始推動生技發展區域計畫(Bio Regio)，「萊茵暨內卡爾大都市圈」(Region Rhein-Neckar, Metropolregion Rhein-Neckar, Rhein-Neckar-Dreieck)，曾

被選定為德國國內三大生技產業振興地區之一。2008 年 9 月，該地區亦被認定為生技領域的先端群聚競爭據點「Bio-RN 群聚」，並成立產業群聚營運機構「Management GmbH」，於 2009 年 3 月開始運作。Bio-RN 群聚計畫的推動二項主軸策略，第一項為以民間企業為群聚活動的訴求對象；第二項為補助措施不局限於企業規模大小。首先，就群聚活動的訴求對象而言，Bio-RN 群聚計畫的推動目的，主要為將研究成果與促進該地區投資、商品化及雇用等經濟效果相結合，才能創造更大的資金來源。如果將主要資金補助對象設定為大學等研究機關，則補助資金可能僅會被活用在基礎研究上，無法真正帶動地區經濟發展。因此，該群聚計畫希望打造一個可活用民間企業商品化能力的環境，大學則是扮演解決企業基礎技術問題的支援角色。其次，就資金補助的企業規模而言，基於中小企業擁有創新頻率較高的優勢，目前歐盟各國對於中小企業補助程度較大企業高。但 Bio-RN 群聚計畫中，考慮到大企業也具有將新技術商品化並迅速推出市場的優勢，因此不依企業規模大小，而改變贊助比率，研發補助比率一律設定為 50%。

Bio-RN GmbH 的參與成員中，與生物技術關係的中小企業有 77 家，大企業有 3 家，以及 6 所大學或研究機構，而參與的相關團體或企業的所在地，皆分布在該協會方圓 30 公里內，希望能藉此促進當地產學人士的緊密交流。Bio-RN GmbH 的事務局人員主要由專案管理人員與廣宣人員所組成，積極推動技術移轉、專利申請支援、臨床實驗之安排、協助找尋共同研發夥伴(如：群聚內企業與外部企業之媒合等)以及提供實驗室或辦公室等服務。另外，該事務局也以培育研發專案推動經理人材為目標，積極招募外部優秀生技人才。Bio-RN GmbH 亦與 Bio-RN 協會(Bio-RN Association)、海德堡科技園區有限公司、萊茵暨內卡爾工商協會、萊茵暨內卡爾都市圈機構(Metropolregion Rhein-Neckar)等該地區產官組織緊密合作，推動產業群聚計畫活動，形成聯邦政府與地方州政府資源接軌的運作機制。就預期成果而言，Bio-RN GmbH 希望在五年內能取得 BMBF 約 4000 萬歐元的補助金，並同樣創造外部投資資金約 4000 萬歐元，來執行 36 項能與地區經濟發展結合的研發專案計畫。

第 4 節 中小企業群聚升級轉型之因應策略

在我國逐步融入東亞區域經濟整合行列之過程當中，自由貿易的活絡勢必提升東亞各國產業競爭程度，對我國中小企業產生影響。為因應此環境變化，必須透過企業合作模式來促進產業群聚升級與轉型，以維持我國中小企業之國際競爭力。根據前述國內外個案分析結果，欲透過企業合作模式來促進產業群聚升級與轉型，可採取下列策略方向：

一、以核心企業及關鍵人物為主軸，凝聚互信合作之基礎

推動多家中小企業進行合作的初期，由於參與企業尚處於磨合階段，整體向心力亦需要凝聚，因而必須有核心企業發揮領導角色，並結合政府資源或輔導機構來提供相關支援。而這些核心企業也必須擁有業界平均水準以上的技術能力、營業規模或是成長力，如此才能發揮影響力，促進企業進行合作交流。另外，推動企業合作相關活動時，則必須存在著扮演領頭羊的關鍵人物，能夠規劃企業合作模式之長期發展方向，並協調企業之間的利害關係，如此才能建構互信合作之基礎，邁向共創之路。

二、建構互補分工體制，強化生產效率及彈性等競爭優勢

參與企業合作團體的中小企業經營者應重新檢視企業本身之經營方針及核心能耐，並主動向團體內的成員企業說明本身技術強項、可分享的資源及目前所欠缺的部份，如此才能深化企業間相互理解程度，創造互補分工的契機。事實上，參與企業如果基於投機的心態而相互藏私，則將失去企業合作之意義，亦浪費成本與時間。身為企業合作網絡整合者的企業聯盟事務局或產業發展協會，更應分析參與企業成員的相關經營資訊，結合各企業所擅長之技術或經驗，促使網絡內企業相互提供技術支援，達成生產效率及彈性上的競爭優勢，藉此爭取具備高複雜度與高附加價值的市場訂單。

三、形塑良性競爭氛圍，激發參與企業在研發、生產及行銷層面之共同學習動機

企業合作團體應制定明確的成員進場與退場機制，形成成員企業的共識，杜絕投機行為發生，形塑參與成員企業能夠安心與其他企業交流合作的基礎環境。就提升我國產業發展的角度來看，諸多企業合作團體的參加條件包括：必須在台灣設立生產或研發據點、必須取得相關品質認證資格、具備打造台灣品牌之意識、以及具有開放相互觀摩之心胸等；就退出或淘汰的條件而言，可包括：有搶單行為、有仿冒行為、無法對所製造出之產品品質負責、在台灣無任何生產或研發據點等。另外，企業合作團體亦應多舉辦企業相互觀摩與知識分享等學習型活動，並透過這些活動，塑造「看得見的良性競爭」、「你好，我要比你更好！」的氛圍，激發企業在研發、生產及行銷層面上的相互學習動機。

四、發展難以被移轉或模仿的地區產業技術特徵

就中小企業所具有的技術特徵而言，大多都是以專業熟練技術人員為中心，且多與地區產業相結合，這些技術並非從其他地區或國外所引進，而是中小企業為因應不同特

殊訂單需求而不斷試行錯誤後累積的經驗成果，譬如：只有該地區廠商才有辦法完成的鑄造或鍛造技術等。因此，以中小企業為主的企業合作策略，應思考如何整合地區長期累積的技術資源，避免具有技術能力的廠商外移或破產，才能促使具有特色的技術生根台灣，維持差異化競爭優勢。

五、強化企業合作之影響與效益，促進產業群聚持續升級轉型

近年來，政府單位積極推動以產業群聚相關輔導或補助計畫，包括：中小企業處的「群聚創新整合型服務計畫」、工業局的「地方型群聚產業發展計畫」與「跨體系協同商務管理計畫」、技術處的「傳統產業加值創新科技關懷計畫」以及國貿局「品牌台灣發展計畫：輔導產業群聚發展共同品牌計畫」。這些政策措施皆希望透過各種企業合作模式的開花結果，帶動地區產業的發展。企業合作團體的營運成果，不應侷限於企業合作成員間，更應擴散至周邊中小企業、學術研究機構以及地方行政單位等，創造知識的波及效果。就政府的政策措施而言，未來應強化企業合作團體成果對產業群聚轉型升級的正面影響，可用鑽石模型的四大構面來進行檢討。

- 在投入因素方面，應獎勵企業合作團體與學術研究機構共同舉辦專業技術研討會或管理課程，邀請地區中小企業進行交流與經驗分享，藉此擴展業界人才的能力範疇，並達成地區知識擴散效果。
- 在市場需求條件方面，可提供企業合作團體制定產業標準化規格之諮詢輔導或補助，強化產業因應市場潛在需求之能力。
- 在相關支援產業方面，應促進地區產業內的複數企業合作團體進行連結，強化地區產業競爭優勢，吸引地區外關鍵技術廠商進駐，促進產業群聚內知識新陳代謝的效果。
- 在企業策略與競爭環境方面，應協助企業合作團體宣傳成果，引發地區內其他企業的學習競爭意識，增加企業合作團體的數量，提升產業群聚內良性競爭氛圍。

第 7 章 區域經濟整合下之中小企業 綠色產業商機

近年來全球各地氣候異常，風災、水災、乾旱、地震等天災頻繁，種種地球的反噬作用，已促使世界各國開始反思如何在經濟成長與環境之間尋求平衡。除此之外，能源的耗竭危機也在提醒全球人民應當珍惜資源的使用，因此，「節能減碳」成為全球共識，綠色產業也應運而生，涵蓋範圍從生活用品、科技產品，到包裝紙、紡織品等，皆朝向綠色產品發展。因此，在全球欲振乏力的經濟氛圍中，綠色產業已被各國視為可以帶來無窮希望的新興產業。

此外，世界各國對於節能減碳、地球環境保護的要求，也從最初的公約制訂等法制層面，逐漸延伸到企業的綠色產品生產與消費者的綠色消費上。在此共識之下，發展綠色產品已漸漸成為企業優良形象的表徵，與消費者購買與否的重要考量因素。另一方面，除了國際組織制訂公約之外，愈來愈盛行的區域經濟整合組織，也積極落實綠色規範。例如，2011 年 11 月 APEC 在美國夏威夷召開的「21 國領導人會議」，即決議：全力推動綠色貿易，大幅削減綠色產品的關稅，並將在 2012 年制定包含太陽能板、風力水力發電渦輪機，以及空氣過濾設備等綠色商品的清單，期望在 2015 年底能將關稅降至 5% 以下。同時，也設定在 2035 年底，降低 45% 能源密集度的目標，並協助企業和人民以較低的成本取得重要的環境科技，促進地球的永續發展。

面對全球逐步朝綠色產品發展的趨勢，國際大型企業紛紛透過全球產業供應鏈體系，要求製造商進行溫室氣體盤查、產品碳足跡（carbon footprint of products）盤查計算，以及公開產品碳資訊。因此，如何在區域經濟整合下，掌握此一綠色潮流，進而從中發掘商機，對向來扮演國際大型企業產業供應鏈重要角色的我國中小企業而言，至屬重要。

鑑於綠色產業發展始於各國對環境保護的公約，繼而透過觀念的推廣，慢慢形成全球人民對於節能減碳的共識，而後有綠色產業的衍生，因此，本文先簡述目前國際重要規範，以及主要國家推動綠色新政的相關做法；再就國際間綠色產業的發展趨勢加以探討，並瞭解國內綠色產業的發展與政府協助；最後為相關策略的研提。

第 1 節 國際重要綠色規範與主要國家綠色新政

現行國際環境與能源相關規範與標準，主要包括：蒙特婁議定書、聯合國氣候變化綱要公約、京都議定書、巴塞爾公約等幾項。其中，蒙特婁議定書主要針對臭氧層的保護與管制消耗臭氧層物質加以規範；聯合國氣候變化綱要公約的目的，則為穩定大氣中溫室氣體的濃度，以防止氣候系統受到危險的人為干擾；京都議定書則是「聯合國氣候變化綱要公約」的補充條款，對大氣中的溫室氣體含量設定減量目標與時程，以防止劇烈的氣候改變對人類造成傷害；巴塞爾公約係為了規範國際間有害廢棄物的跨國運送，防制環境污染，因此經由聯合國制訂管制公約。

各項國際重要環境與能源規範對產業的影響，以環保產業所受衝擊最直接；而對相關產業的影響，則從產業價值鏈的內生改變做起。由於綠色產業多為內需市場部分，因此國家的產業政策或產業發展策略，成為推動綠色產業的重要舵手。以下將先說明「綠色新政」(Green New Deal)的緣起與概念等，後續再概述主要國家推行的「綠色新政」，俾進一步瞭解綠色產業未來可能的發展。

一、綠色新政的內涵

「綠色新政」構想源於聯合國秘書長潘基文於 2008 年 12 月 11 日在「聯合國氣候變化綱要公約第 14 次締約國大會 (COP14) 暨京都議定書第四次締約國會議 (CMP4)」波蘭波茲南 (Poznan, Poland) 氣候的會談，敦促各國合作發展「綠色新政」，將投資轉向於因應氣候變化、促進綠色經濟成長與就業，以修護支撐全球經濟的自然生態系統，解決氣候變遷與經濟衰退的雙重危機。聯合國環境規劃署 (UNEP) 於 2009 年 2 月公佈「全球綠色新政」(Global Green New Deal, GGND) 報告書，揭示帶動全球經濟復甦、創造綠色就業機會，以及達成聯合國的千禧年發展目標 (Millennium Development Goals, MDGs) 等三大目標 (呂慧敏，2010)。

根據 2009 年 UNEP 全球綠色新政政策簡報，「綠色新政」的三大主要目標為：

- (一) 促進全球經濟復甦、保持並創造就業機會，以及保護弱勢群體；
- (二) 降低碳依賴程度，減緩生態退化，推動清潔而穩定的經濟發展；
- (三) 促進永續、包容性增長，實現千年發展目標 (MDG)，在 2015 年之前消滅極端貧困。

綠色新政措施包含三類：

- (一) 高達 3 兆美元的財政刺激方案中，有關綠色產業的部分；
- (二) 實施國內政策改革，以促進國內綠色經濟投資的成功；

（三）對國際政策結構和國際合作方式進行改革，推動並支持國家計畫。

此外，在推行綠色新政時，必須對已開發國家、新興國家、經濟轉型國家、開發中與未開發國家採用「共同但有區別的責任」原則。因此，公平而公正的綠色新政，應提倡已開發國家本著效率和公平的原則，在金融、貿易、技術、能力建設等領域，為其他國家提供額外的支持。至於國家刺激方案和政策，新興國家、經濟轉型國家及未開發國家各有其特定情況。因此，在涉及大規模公共支出計畫和政策措施方面，這些國家的優先順序可能與已開發國家不同。所以，UNEP 列出的相關政策並非通用，應根據不同國家的具體情況進行修正。

二、主要國家綠色新政措施

（一）美國

呂慧敏（2010）指出，美國總統歐巴馬在競選期間發表“New Energy for America”政策宣言，提出防止地球暖化、降低原油進口依存度等長期計畫，預定在 10 年內推動 1,500 億美元以上的清潔能源開發計畫，並藉此創造 500 萬人的就業機會。為達成 New Energy for America 的長期目標，美國於 2009 年 2 月 17 日通過〈2009 美國復甦暨再投資法案〉（American Recovery and Reinvestment Act），以財政支出與減稅措施為手段，共提出約 600 億美元預算的環保、能源相關對策（參見表 7-1-1）。

表 7-1-1 美國景氣對策中環保與能源領域的主要對策

政策工具	對 策	規 模
歲 出	充實智慧電網（Smart Grid）基礎設備	110 億美元
	補貼州政府之能源效率化、省能源計畫	63 億美元
	對再生能源（風力、太陽能）等進行融資保證	60 億美元
	補貼中低所得者的住宅改善禦寒設備	50 億美元
	改善聯邦政府的能源使用效率	45 億美元
	研發石化燃料的利用技術（清潔煤技術、CCS 技術等）	34 億美元
	補貼美國國產的次世代電池	20 億美元
減 稅	延長再生能源事業的稅賦減免	131 億美元
	擴大家庭省能源投資的減稅額（每一家庭以 1,500 美元為上限）	20 億美元
	購買油電混合車等的減稅措施	20 億美元

資料來源：呂慧敏（2010）。

根據美國政府的試算，該項法案的能源領域對策至 2010 年底可因此而直接、間接創造就業效果達 45.9 萬人，其中，直接就業效果為 30.5 萬人，間接就業效果為 15.3 萬人。另外，46%的效果會在 2009 年顯現，而 41%的效果會在 2011 年顯現。也就是，此項能源領域的對策，在政策實施開始的第一年就可以創造超過 20 萬人的就業。

（二）歐盟

根據經建會綜合計劃處（2010）資料，歐盟提出的「氣候與能源套案（Climate-Energy Legislative Package）」、「能源技術策略計畫（SET-Plan, Strategic Energy Technology Plan: Investing in the Development of Low Carbon Technologies）」以及「能源技術策略計畫（SET-Plan, Strategic Energy Technology Plan: Investing in the Development of Low Carbon Technologies）」可稱為歐盟的「綠色新政」，全力帶領歐盟朝向低碳經濟的綠色成長新模式邁進。

2009 年 4 月間通過的「氣候與能源套案」，設定於 2020 年之前，溫室氣體排放量較 1990 年降低 20%、再生能源比例增加至 20%，且能源效率提升 20%等 3 項目標。2009 年 10 月間推出的「能源技術策略計畫（SET-Plan）」，擬於下個 10 年間（2010-2020 年）再增加 500 億歐元的額外投資，以加速推動合乎成本效益之低碳技術（low-carbon technology）的發展與策略布局。具體內容分為三大面向，包括歐洲產業計畫方案（European Industrial Initiatives），將廣續推動 7 項產業計畫方案，合計經費超過 530 億元。包括：太陽能[包括太陽光電（PV）與聚太陽動力（CSP）]（經費 160 億歐元）、碳捕捉與儲存（經費 130 億歐元）、生質能源計畫（經費 90 億歐元）、核能[尤指第四代反應爐（Generation-IV reactor）]（經費 70 億歐元）、風力（經費 60 億歐元）、電網計畫（經費 20 億歐元）、燃料電池與氫氣（經費 4.7 億歐元）等。能源效率—聰明城市計畫方案（Energy efficiency—Smart Cities Initiatives），則將投入 110 億歐元，鼓勵各城市或地區設定比現階段更具雄心的溫室氣體減量 40%的目標。歐洲能源研究聯盟（European Energy Research Alliance, EERA），將投入 50 億歐元，進一步提升歐盟會員國間之研究合作，共同參與研究計畫的擬定與執行，縮短將研究成果轉化為市場商機所需之時程，並透過「歐洲大學學會」延攬優秀的能源研發人才。

2010 年 3 月底發布的「EUROPE 2020 策略」願景，再度強調「氣候與能源套案」所設定的 3 項節能減碳執行目標，以利各會員國據以制定國家執行目標與計畫。

（三）日本

根據呂慧敏（2010）資料，日本環境省（部）於 2009 年 4 月 20 日公布日本版的 Green New Deal「綠色經濟與社會變革」政策，該項政策的具體目標是在 2020 年，日本社會能達成：1.普及省能源家電、次世代汽車和省能源住宅；2.引進全球最高效率或是管理系統的環保產業；3.活用地區的自然資源與人才；4.實現密集都市（Compact City）、美麗國土；5.推動資源回收、再利用、CO₂減量，活用再生能源，確保資源及能源，並且希望透

過此目標，將環境產業市場規模由 2006 年的 70 兆日圓擴大到 2020 年的 120 兆日圓，藉此創造就業，使就業人口可以由 2006 年的 140 萬人增加到 2020 年的 280 萬人。

此外，日本選定亞太複數地區之「環保模範城市」，透由環境省，以及非政府組織、非營利組織、國際協力機構（JICA）、國內外企業、各研究機構、大學等，與亞洲各國合作推動環保事業，以普及日本的環保技術，並活絡日本經濟。為讓這些做法能夠順利進行，日本也與亞洲地區內的大學、研究機構、產業界、行政機構等合作，舉辦研討會或是提供相關資訊，提升日本企業、大學或是研究機構對研發環境污染對策技術的誘因。

（四）韓國

根據羅鈺珊（2011）及經濟部工業局（2009）資料指出，韓國總統李明博在 2008 年 8 月 15 日慶祝韓國建國 60 周年時宣佈：「低碳與綠色成長」為韓國新國家願景，並宣告韓國將由依賴石化燃料、追求數量成長，轉型為以新興與再生能源的使用達到質量成長的經濟體。該年策劃成立直接隸屬總統管轄的「綠色成長委員會」（Presidential Committee on Green Growth, PCGG），於 2009 年 7 月 6 月召開之第四次報告會議中發表，「綠色成長國家策略與 5 年計畫」揭櫫韓國擬於 2020 年前擠進全球 7 大綠色產業強國。

該計畫提出因應氣候變化與能源自立、創造新成長動力、改善生活品質及加強提高國家地位等 3 大推動策略及 10 大政策方向，往後 5 年間每年將提供 2%GDP，5 年合計 107 兆韓元的支援，希望能藉此達到於 2020 年擠進全球 7 大、於 2050 年晉升為全球前 5 大綠色產業強國，以及至 2020 年，溫室氣體排放量要減少 30%、新能源使用達 6.08%、綠色科技在國際市場的占有率達 10%、主要產業的綠色產品外銷增加 22%等目標。

韓國政府於 2010 年 1 月 13 日發佈〈低碳綠色成長基本法〉（Framework Act on Low Carbon, Green Growth），規定政府每 5 年必須訂定一個涵蓋 20 年的 5 年計畫。

PCGG 在「卓越綠色科技發展與商業化策略」中，已策略性地選擇出 27 項核心技術，並依此規劃短中長期政府投資計劃。現階段，韓國政府已選定充電電池、LEDs、綠色資通訊、太陽光電、綠色汽車、智慧電網、先進核能、燃料電池、碳捕獲與封存、水資源處理等 10 項關鍵綠色技術進行研發補助。此外，為了擴大投資，韓國政府發行利息所得不需繳納之綠色債券與存款以及成立了 5 千億韓元之綠色基金，使綠色專案之資金可順利週轉。

在政府由上而下的強力推動之下，韓國企業也開始擴大其綠色投資，並進行事業結構的調整。韓國 30 家企業團體在 2008 至 2010 年間已投資 15.1 兆韓元在綠色部門，投

資年增率高達 74.5%，並預定在 2011 至 2013 年間另外投入 22.4 兆韓元，預估在綠色領域可以創造 96 萬個工作機會。

自 2008 年起，韓國與再生能源有關的公司在數目上已成長 2.2 倍，從業人員增加 3.6 倍，銷售額增加 6.5 倍，出口成長 5.9 倍，在私部門投資方面也成長 5 倍。對於傳統產業的綠化工作，目前韓國知識經濟部已選定鋼鐵、汽車、半導體、石油化學、造船與航海、顯示器、紡織、機械、數位家庭用設備業等 11 項重點產業，著手進行綠化具競爭力的重點產業、重建重點產業結構、綠化整個產業價值鏈等 3 項工作。

另一方面，有鑑於目前發展的綠色科技仍具有高風險及需要一段時間才能回收等特性，韓國在 2010 年開始實行「綠色認證」（Green Certificate），配合許多支持綠色認證事業或科技的作法，藉此降低投資人的不信任感，譬如優先貸款並享有優惠利率、優先參與公共研發計畫、政府採購、市場行銷等，並且能優先獲得低薪的軍方替代役人力提供。

（五）中國大陸

根據京華工程顧問股份有限公司（2011）資料，中國綠色新政，首推「十二五」計畫。該計畫第六篇「綠色發展-建設資源節約型、環境友好型社會」中闡述，有關日趨強化的資源環境約束，必須增強危機意識，樹立綠色、低碳發展理念，主要內容如：積極應對全球氣候變化、加強資源節約和管理、大力發展循環經濟、加大環境保護力度、促進生態保護和修復及加強水利和防災減災體系建設等。

根據中國大陸環境規劃院推估，「十二五」期間環保投資金額需求約為 3.1 兆人民幣，相較於「十一五」期間增加一倍以上。於「十二五」期間，都市污水處理、污泥處理、脫硫脫硝等重點領域環保投資金額將達到 1.2 兆人民幣，帶動環保產業產值 1.32 兆人民幣，環保產業產值將因政策推動及投資增長而大幅提升。

中國大陸全國工商聯分析認為，預計到 2015 年，節能環保產業總產值將達 5.3 兆人民幣，相當於同期 GDP 的 10% 左右，年平均成長率將達 20%，節能環保主要企業的產值年平均成長率將達 30%，培育出數家年產值超過百億元的大型節能環保企業。此外，中國大陸環境保護部表示，中國大陸環保產業在未來將保持年平均成長率 15%-20%，成為世界翹楚之一。

在新興能源發展方面，擬在 2011 至 2020 年十年間，以開放市場吸引內外資的方式，累計增加直接投資 5 兆人民幣，發展中國大陸新興能源產業。該規劃內容主要為先進核能、風能、太陽能、生物質能、地熱能、非常規天然氣等新能源和可再生能源，並對新

興能源的開發利用、潔淨煤、智能電網、分散式能源、車用新能源等能源新技術的產業化應用制訂明確規劃。估計 2015 年中國大陸電動汽車量計畫達到 100 萬輛，動力電池產能約達 100 億瓦時；至 2020 年，中國大陸非化石能源占一次能源消費的比重要達到 15% 左右，單位 GDP 二氧化碳排放強度比 2005 年下降 40%~45%。

三、綠色新政的投資趨勢

林蕙薰（2010）指出，自從 UNEP 提出綠色新政後，美國、歐盟及日本等國家已紛紛響應，積極擴大綠色投資，加速發展綠色經濟。根據 UNEP 報告研究團隊首席 Edward. B. Barbier 教授最新資料（2010 年 1 月），至 2009 年 6 月全球經濟振興方案規模達 3 兆 163 億美元，其中有 15.4%（4,633 億美元，占全球 GDP 比率 0.7%）的財政支出投入綠色經濟相關領域（表 7-1-2）。

表 7-1-2 全球經濟振興方案與綠色投資（至 2009 年 6 月）

單位：十億美元；%

國 家	經濟振興方案 (A)	綠色投資 (B)	低碳投資	GDP (2007 年購買力平價) (C)	經濟振興方案綠色投資比率 (D)=(B)/(A)	綠色投資占 GDP 比率 (E)=(B)/(C)
澳 洲	43.8	9.3	9.3	773	21.2	1.2
加 拿 大	31.8	2.8	2.5	1,271	8.3	0.2
中國大陸	647.5	216.4	175.1	7,099	33.4	3.0
法 國	33.7	7.1	7.1	2,075	21.2	0.3
德 國	104.8	13.8	13.8	2,807	13.2	0.5
日 本	639.9	36.0	36.0	4,272	5.6	0.8
南 韓	38.1	36.3	14.7	1,206	95.2	3.0
英 國	34.9	3.7	3.7	2,130	10.6	0.2
美 國	787.0	94.1	78.5	13,780	12.0	0.7
歐 盟	38.8	22.8	22.8	14,430	58.7	0.2
G20 國家	2,702.2	454.7	366.3	63,145.8	16.8	0.7
全球總計	3,016.3	463.3	373.9	65,610	15.4	0.7

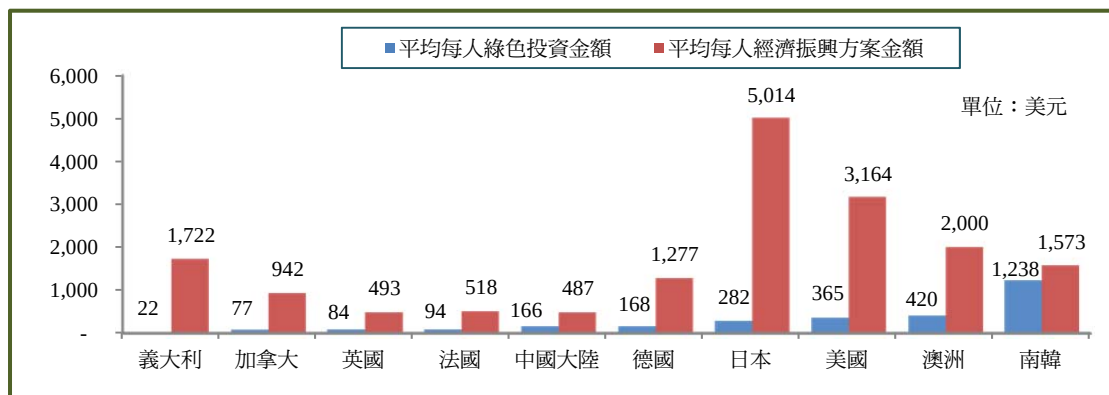
資料來源：林蕙薰（2010）。

而 G20 國家經濟振興方案綠色投資比率則達 16.8%（4,547 億美元，占 GDP 比率 0.7%）。其中，中國大陸 2,164 億美元最多（占 GDP 比率 3%），其次為美國 941 億美元（占 GDP 比率 0.7%）、南韓 363 億美元（占 GDP 比率 3%）、日本 360 億美元（占 GDP 比率 0.8%），歐盟則僅 228 億美元（占 GDP 比率 0.2%）。

值得重視的是，南韓經濟振興方案綠色投資比率高達 95.2%，平均每人綠色投資金額 1,238 美元（圖 7-1-1），領先其他各國，凸顯其致力投入綠色經濟，轉型為綠色國家的願景與目標。南韓綠色投資主要涵蓋低碳計畫（包括開發鐵路及大眾運輸系統、高燃

料效益車輛及清潔燃料、節能、綠建築等，占 GDP 比率 1.2%）、水資源管理、資源回收及生態保護等。

圖 7-1-1 G20 國家平均每人經濟振興方案與平均每人綠色投資金額（截至 2009 年 8 月）



資料來源：林蕙薰（2010）。

在綠色投資結構內容上，G20 國家綠色投資金額 4,547 億美元中 3,663 億美元為低碳投資（占 80.6%），項目包括：再生能源、碳捕捉及封存、能源效率、公共運輸系統、及改善輸電網路，顯示綠色投資將引領產業典範移轉，朝低碳化發展。

2009 年，UNEP 繼提出全球綠色新政報告後，2011 年 2 月續發表「邁向綠色經濟：實現永續發展與消除貧窮之途徑（Towards a Green Economy: Pathways to Sustainable Development and Poverty Eradication）」研究報告。

該報告指出（林季鴻，2011），在增進 GDP 及就業成長方面，綠色投資的短期經濟效果並不特出，但中長期效果就略勝一籌；如增加考量對環境及社會的效應，綠色投資的優越性將更顯著（表 7-1-3）。因此，自 2011 年起，如每年以全球 GDP 的 2% 進行綠色投資，至 2050 年，全球的人均卡路里、林地面積均將增加，而水需求量、廢棄物總填埋量、生態足跡對應生物承载力之比率等則大幅減少；另初級能源需求下降，而再生能源占初級能源需求比率則顯著上升。

由於綠色投資將引領全球綠色經濟發展，因此 UNEP 主張將全球 GDP 的 2% 投資於農業、建築業、能源供給、漁業、林業、工業、旅遊業、交通運輸業、廢棄物管理、水資源等十大綠色領域，俾帶動全球經濟朝向低碳、高資源效率的綠色成長發展。另外，UNEP 還建議將綠色投資多集中於能源供給業（占 26%）、交通運輸業（占 17%）、建築業及旅遊業（分占 10%）等能源密集度偏高之行業（圖 7-1-2），以提高能源效率及降低碳依賴程度。

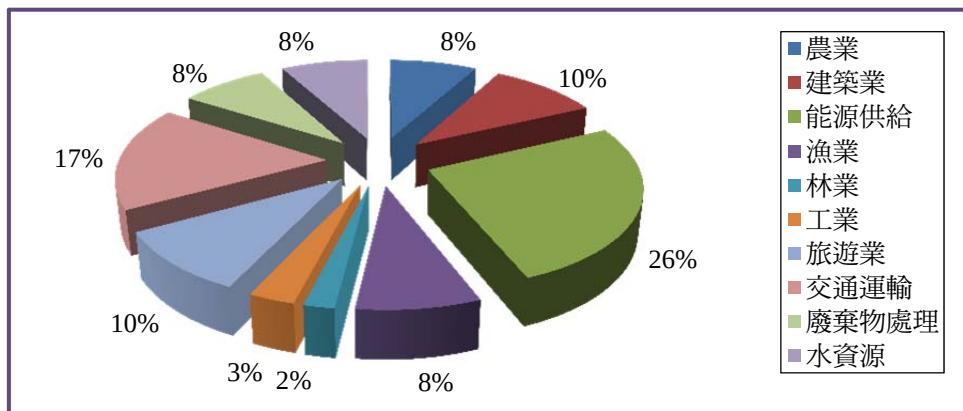
表 7-1-3 綠色投資與 BAU 情境比較（以全球 GDP 的 2%投資）

項 目	2011	2015			2020		
		BAU	綠 色 投資	增減率 (%)	BAU	綠 色 投資	增減率 (%)
GDP (美元)	69,334	79,306	78,690	-0.8	92,583	92,244	-0.4
人均 GDP (美元)	9,992	10,959	10,874	-0.8	12,205	12,156	-0.4
就業 (百萬人)	3,187	3,419	3,441	0.6	3,722	3,701	-0.6
人均卡路里	2,787	2,857	2,865	0.3	2,946	2,955	0.3
林地 (10 億公頃)	3.9	3.9	4.0	1.4	3.9	4.0	3.3
水需求量 (千米立方/年)	4,864	5,275	5,081	-3.7	5,792	5,375	-7.2
廢棄物總填埋量 (10 億噸)	8	8	8	-4.9	9	8	-15.1
生態足跡/生物承载力比率	1.5	1.6	1.5	-7.5	1.7	1.4	-12.5
初級能源需求 (百萬噸油當量/年)	12,549	13,674	13,245	-3.1	15,086	13,709	-9.1
再生能源占初級能源需求比率 (%)	13	13	15	—	13	17	—
項 目	2011	2030			2050		
		BAU	綠 色 投資	增減率 (%)	BAU	綠 色 投資	增減率 (%)
GDP (美元)	69,334	119,307	122,582	2.7	172,049	199,141	15.7
人均 GDP (美元)	9,992	14,577	14,926	2.4	19,476	22,193	13.9
就業 (百萬人)	3,187	4,204	4,143	-1.5	4,836	4,864	0.6
人均卡路里	2,787	3,050	3,093	1.4	3,273	3,382	3.4
林地 (10 億公頃)	3.9	3.8	4.1	8.1	3.7	4.5	21.2
水需求量 (千米立方/年)	4,864	6,784	5,889	-13.2	8,434	6,611	-21.6
廢棄物總填埋量 (10 億噸)	8	10	6	-38.3	12	2	-87.2
生態足跡/生物承载力比率	1.5	1.8	1.4	-21.5	2.2	1.2	-47.9
初級能源需求 (百萬噸油當量/年)	12,549	17,755	14,269	-19.6	21,687	13,051	-39.8
再生能源占初級能源需求比率 (%)	13	12	19	—	12	27	—

資料說明：按 2010 年美元幣值計算；BAU 指一般投資 (business as usual)。

資料來源：林季鴻 (2011)。

圖 7-1-2 綠色投資分配



資料來源：林季鴻 (2011)。

第 2 節 綠色產業發展現況與趨勢

本節將就綠色產業的定義與範疇加以論述，其次試圖描繪出目前國際間綠色產業的發展趨勢。

一、定義與範疇

「綠色產業」一詞涵蓋範圍甚廣，但若從其精神來說，依據 2007 年國際綠色產業聯合會（International Green Industry Union）的定義：「如果產業於生產過程中，基於環保考量，借助科技，以綠色生產機制，力求於資源使用上節約以及污染減量的產業，我們可稱其為綠色產業。」也就是說，只要企業藉由提升其技術、設備、產品與服務之能源資源的使用效率，使生產過程中或產品所產生的污染，能達到減輕環境負荷、無害，或對環境友善化者，皆可稱之為「綠色產業」（余騰耀，2009；張嘉玲、陳明義，2009）。

準此，「綠色產業」的範疇包括：一般的環保產業、資源再生產業、清淨與再生能源產業、節能減碳產業、使用再生能資源與清潔生產機制之傳統產業、水資源、地貌改造復育、製造綠色產品與原料的產業、相關驗證產業、以綠色為考量之服務業、經營綠色基金之金融服務業等。綜言之，這些應用科技與設備可促進產業達到「可回收、低污染、省能源」三個綠化指標的相關產業，即可納入綠色產業的範疇（余騰耀，2009）。

從商品面來看，世界貿易組織（WTO）以「環境友善」的出發點來定義相關產品，據此，「綠色產品」亦應為環保商品，其主要的目的來自於環保商品的自由化，可帶來所有國家更高品質的生活以及更潔淨的環境。OECD 環保產業非正式工作小組（Informal Working Group on the Environment Industry）於 1995 年第一次工作會議時，曾針對環保商品與服務業概念性地提出一初步定義，此即：「環保商品與服務業包含：為衡量、預防、限制、減少與矯正對水、空氣與土壤的環境損害，以及與廢棄物、噪音和生態系相關的問題，而生產的產品與提供的服務。以上包括減低環境風險以及降低污染與能源使用之清潔技術、商品生產與服務之提供」。據此，OECD 將環保商品區分為三大類，包括：（一）污染防治；（二）清潔生產技術；以及（三）資源管理；其中污染防治類又分為廢氣、廢水、固體廢棄物、復原、噪音、監測六小類；清潔生產技術則分為清潔技術與清潔產品；而資源管理類則包括室內廢氣、水源、回收材料、再生能源、節約能源、永續農業、森林、風險管理、生態旅遊及其他等 10 項（孫偉碩、陳慈君與朱寶萱，2011）。

此外，從綠色貿易的角度來看，綠色產業包括：「所有有助於環境及生態永續發展的商品、服務、資源、權利」。若從用途面來看，則指用於環境保護或復元的相關商品

或服務，如：污染防治設備及服務、廢水處理、廢棄物回收及還元、碳儲存技術等。進一步擴大其範疇，則可指自生產、消費到回收（棄置）的全生命週期中，所衍生對環境及生態的衝擊小於傳統產品的商品或服務（溫麗琪、羅時芳，2011）。

根據上述，本文將環保產業、資源再生以及再生能源與清淨能源產業定義為狹義的綠色產業範疇，而廣義來說的綠色產業範疇，則只要有關節能減碳的商品、服務、資源、權利，皆視為本文所要探討的「綠色產業」。

二、綠色產業發展趨勢

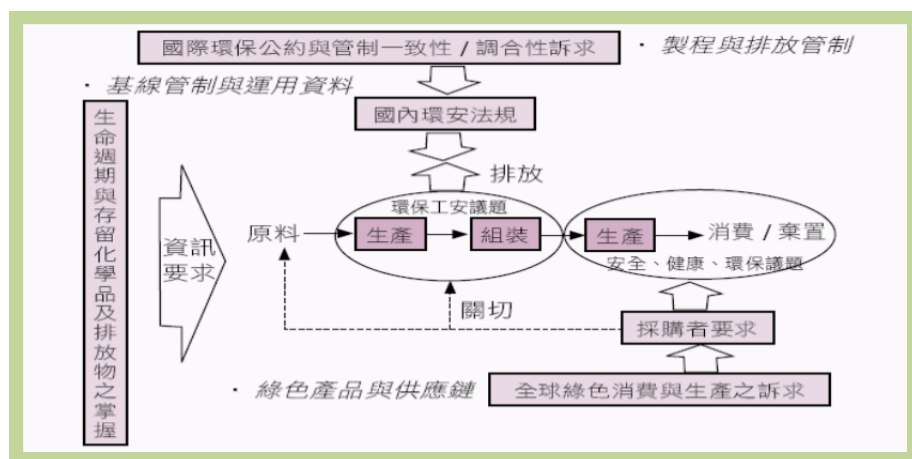
綠色產業的發展，從一開始傳統認知的清潔生產環保產業，到後來只要跟節能減碳相關的產品與服務以及再生能源產業等，皆可納入「綠色產業」的範疇之中。亦即，不論是產品生產前的原物料要求、生產過程中對地球環境降低傷害等的各種技術、設備與服務，或是潔淨能源的使用，以及產品的資源回收再製等的產業價值鏈活動，皆是綠色產業的一環。而對環境的保護也從最初的降低臭氧層損害，逐步擴大到溫室氣體的控制與各種有害物質的管制與運送要求等。由上可知，綠色產業不但具有保護地球的重大效益之外，各種衍生出來的相關「產業綠化」活動，亦成為驅動全球經濟的重要因素。

鑑於綠色產業的包羅萬象，以下從「目的面」將綠色產業大略劃分為節能減碳的環保產業，以及資源永續使用的再生能源產業，並分別概述其發展趨勢。

（一）環保產業

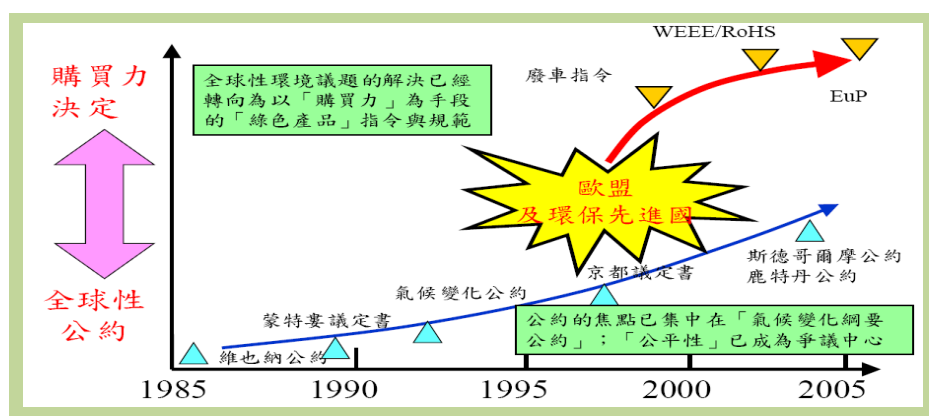
環保產業的發展，一開始即因各項公約的要求，促使各國均朝保護環境的方向發展，進而衍生出各項環境指令或標章，要求產品必須符合才得以進入市場。但在今日環保意識逐漸普及之際，這股綠色潮流也全面蔓延到消費者。亦即，在消費者逐漸認同節能減碳，力行環保的綠色消費觀念之下，企業已從不得不遵守各項環保規範要求，以求進入市場的情況，逐漸轉變為主動善盡環保責任，藉此塑造優良企業形象，並增加品牌銷售力，甚而以綠色採購要求其供應商共同善盡保護環境的責任。環保議題對企業發展的影響如圖 7-2-1 所示。簡言之，環保產業發展的主要的驅動因素，已從國際公約的管制，慢慢轉變為由「購買力」決定（圖 7-2-2）。

圖 7-2-1 環保議題對企業發展之影響



資料來源：商業發展研究院，經濟部商業司（2010），《2010 年商業服務業年鑑》。

圖 7-2-2 全球環境議題解決方式的演進



資料來源：楊致行（2012），《企業與產品的國際綠色議題評斷》。

（二）再生能源產業

從「可回收、低污染、省能源」三個綠化指標出發，綠色產業除了上述的環保產業之外，再生能源產業亦具備了低污染與省能源的特性。根據聯合國環境規劃署（UNEP）的定義，「再生能源」係指理論上能取之不盡的天然資源，過程中不會產生污染物，例如太陽能、風能、地熱能、水力能、潮汐能、生質能等，都是轉化自然界的能量成為能源，並在短時間內（幾年之內，相對於億年以上才能形成的石化燃料）就可以再生。

而在以往被廣泛使用的石油、煤炭、天然氣等化石能源終有耗竭的一天，以及對環境永續造成影響的趨勢之下，再生能源在可預見的未來，將在能源供給上扮演越來越重要的角色。因此，世界各國皆加強潔淨能源（再生能源、氫能與核能等）的開發。

雖然各國皆極力開發新能源、提升能源使用效率，但目前所使用的石化能源在成本上仍是遠低於再生能源。也正因為如此，國際能源總署（IEA）的「2011 年世界能源展望報告」（WORLD ENERGY OUTLOOK）指出，石化燃料占能源消費的比例至 2035 年依舊高達 75%，僅比 2010 年的 81% 小幅下降 6%。

不過，由於石油價格將藉由交通需求及上游成本的增加，使原油進口價格預期在 2035 年將超過 210 美元/桶（以 2010 年為基期的名目價格），且中國與歐盟在 2035 年對再生能源的政策補貼將高達 1,800 億美元，是現今的 5 倍之多（補貼政策將可促使非水電可再生能源在發電中的占比從 2009 年的 3% 增加到 2035 年的 15%），因此，再生能源將有機會慢慢擴大其在能源消費中的比例。

第 3 節 我國綠色產業發展現況

由於綠色產業範疇如前所述，廣義的綠色產業只要與節能減碳相關即可納入，且國際組織以及各國目前對於綠色產業的定義、分類以及統計方式都還在不斷改善當中，因此目前尚未出現全球統一的作法（溫麗琪等，2011）。另外，依據工業局 2010 年度「環保產業推動計畫」資料指出，我國主計總處、環保署及工業局各對環保產業範疇有所定義，經分析後發現，主計處之行業分類並未特別針對部分環保產業做出定義；環保署主要針對其列管廠商以「特定環境保護服務業」定義；工業局則將環保產業分為「環保設備及材料製造業」、「資源再生產品製造業」及「環保技術服務業」等 3 大類 15 小類。因此，本文將根據工業局（2010）在考量環保產業逐漸走向綠色產業之趨勢、工業局產業永續發展之規劃重點（國際發展、產業綠化、綠色產業）以及「與國際環保趨勢接軌」及「範疇分類對象明確、產值可計算掌握」等因素後，所定義之環保產業範疇，作為分析我國綠色產業發展現況之依據（表 7-3-1）。

本文使用財稅資料中心的營業稅徵收原始資料，估計狹義綠色產業 2008-2011 年的家數、營業額、內銷與外銷值資料，並依據〈中小企業認定標準〉將大企業與中小企業劃分出來，惟「中華民國稅務行業標準分類」（第 6 次修訂）與工業局定義的環保產業範疇並無法完全對應，因此仍有差距。以下分別說明我國綠色產業的發展現況。

表 7-3-1 環保產業範疇與定義

大分類	小分類	定 義
環 保 服務業	環境檢測服務	凡從事空氣、水、土壤、生態等環境品質之物理性、化學性及生物性檢測服務之行業均屬之。
	廢水處理	凡從事廢水處理之行業均屬之，如下水道系統及污水處理設施之經營、家庭廢水之收集及清運、水溝、廢水坑及化糞池之清理，流動廁所清潔服務、廢水之稀釋、篩選、過濾及沉澱等、游泳池及工業廢水清理、下水道及排水管之維護及清理等。
	廢棄物清除處理	凡從事無害及有害廢棄物清除、搬運及處理之行業均屬之。
	環境工程及技術顧問服務	凡從事環境工程設計建造，設備之代操作、技術研發、評估訓練以及相關技術顧問之行業均屬之。
	病媒防治	從事蟲、蟎、鼠等病媒、害蟲防治及殺菌消毒之業者。
	資源回收	凡從事資源回收物分類、處理或再利用成再生資源之行業均屬之，如廢塑膠再製粒、廢車船拆解、車殼粉碎、廢輪胎粉碎、廢家電（電腦）拆解、廢日光燈管回收處理、以及從事廢紙、廢鐵、廢木材、廢玻璃、煤灰等再利用。
	污染整治業	凡從事污染整治之行業均屬之。如受污染土壤及地下水消毒、受污染水面消毒及清理、油溢清理、減少有毒物質（如石棉、鉛顏料等）之危害等。
	能源技術服務業（ESCO）	在電力與燃料使用上幫助使用者減少溫室氣體排放及降低運轉費用。凡從事能源開發、能源交易、擴大能源績效、溫室氣體減量等行業均屬之。
	環境相關驗證服務	從事環境管理系統 ISO 與綠色產品管理系（WEEE、RoHS）以及溫室氣體減量等相關驗證業。
	環境管理技術服務	從事環境管理系統（ISO14000）輔導以協助業者通過 ISO 之機構均屬之。
環 保 設備業	環保設備與器材製造業	凡從事環保設備與相關零組件製造修配之行業均屬之，如噪音防制設備、空氣污染防治設備、廢水處理設備、溫室氣體減量設備等。
	環保材料製造業	凡從事用於環保設備與設施、下水道所需之材料、藥劑等製造，以提供作為污染防治、降低環境衝擊之行業。
環 保 資源業	水資源供給業	凡從事工商服務業及民生用水之集取、淨化、配送及新興水資源產業均屬之，如海水、河水、湖水、雨水及地下水等之開發，集取、淡化、淨化及以管線或貨車方式配送用水等。
	資源化產品製造業	凡對於廢棄物或可利用物質進行資源化並製成再生產品之行業。
	再生能源應用	可生生不息、循環再利用的再生資源，包括太陽能、生質能、地熱、海洋能、風力、廢棄物沼氣、非抽蓄水力或其他經中央主管機關認定之可永續利用能源。

資料來源：經濟部工業局（2010），「環保產業推動計畫期末成果報告」。

一、綠色產業家數

我國狹義綠色產業 2008-2011 年的家數分別為 27,166 家、27,350 家、27,626 家與 28,739 家，總數並無明顯變化。其中絕大部分為中小企業，歷年皆占 95% 以上（表 7-3-2）。

表 7-3-2 我國狹義綠色產業經營現況

單位：家；億元新台幣

指 標 \ 年 別	2008 年	2009 年	2010 年	2011 年
家 數				
中小企業	26,041	26,300	26,552	27,644
大 企 業	1,125	1,050	1,074	1,095
合 計	27,166	27,350	27,626	28,739
營業額				
中小企業	3,945.52	3,579.68	3,908.61	3,898.65
大 企 業	5,997.13	6,575.59	7,280.12	7,333.02
合 計	9,942.66	10,155.27	11,188.73	11,231.67
內銷值				
中小企業	3,685.85	3,390.19	3,599.29	3,660.45
大 企 業	5,759.36	5,251.55	5,502.53	5,387.61
合 計	9,445.20	8,641.73	9,101.82	9,048.06
外銷值				
中小企業	259.68	189.49	309.32	238.20
大 企 業	237.78	1,324.04	1,777.59	1,945.41
合 計	497.45	1,513.53	2,086.91	2,183.61

資料來源：王素鸞與蔡金宏（2012）。

依產業大分類來看，以環保服務業家數最多，家數約達 2.7 萬家，其次環保資源業與環保設備業，皆僅有 300 至 400 家（表 7-3-3）。究其環保服務業結構，以環境工程及技術顧問服務家數最多，約為 1.9 萬家。但其中絕大部分為其他土木工程業（凡從事 421 及 422 小類以外土木工程之興建、改建、修繕等行業均屬之，如水道、堤壩、港埠、飛機場、工業區、煉油廠、電力及電信傳送塔、遊樂區及各種室外運動（球）場等營造及土地填築、河道開鑿、港灣疏濬等工程。涉及增設道路、公共設施等之土地劃分工程亦歸入本類。）

由上述資料可看出，我國狹義綠色產業發展符合前述，相關政策措施與法令規章，目前仍是主要的驅動因子。各企業為能符合相關規範，因而衍生出相關的檢測、能源技術、驗證等服務業。同時，在大企業將污染整治內化為企業本身經營行為後，也造成了污染整治業類廠商的大幅減少。

表 7-3-3 2011 年台灣狹義綠色產業

單位：家；億元新台幣

大分類	小分類	產業別	家 數	營業額	內銷值	外銷值
環 保 服務業	環境檢測服務	中小企業	93	4.79	4.01	0.77
		大 企 業	11	226.16	216.86	9.30
		合 計	104	230.95	220.87	10.08
	廢水處理	中小企業	602	50.72	48.96	1.76
		大 企 業	29	87.36	84.11	3.25
		合 計	631	138.08	133.07	5.01
	廢棄物清除處理	中小企業	4,670	365.59	359.04	6.55
		大 企 業	176	705.83	614.87	90.96
		合 計	4,846	1,071.42	973.91	97.51
	資源回收	中小企業	1,145	77.11	71.61	5.50
		大 企 業	45	136.08	127.07	9.01
		合 計	1,190	213.19	198.68	14.51
	污染整治業	中小企業	48	6.08	6.08	0.00
		大 企 業	7	34.46	32.04	2.42
		合 計	55	40.54	38.12	2.42
	環境工程及技術顧問服務	中小企業	18,817	2,997.50	2,977.82	19.67
		大 企 業	687	5,247.27	3,754.82	1,492.46
		合 計	19,504	8,244.77	6,732.64	1,512.13
	病媒防治	中小企業	325	11.82	11.81	0.01
		大 企 業	1	2.41	2.41	0.01
		合 計	326	14.23	14.21	0.02
	能源技術服務業（ESCO） & 環境管理技術服務	中小企業	1,155	63.89	59.36	4.52
		大 企 業	34	120.61	100.88	19.73
		合 計	1,189	184.49	160.24	24.25
	環境相關驗證服務	中小企業	167	10.04	9.63	0.41
		大 企 業	3	7.77	7.68	0.09
		合 計	170	17.81	17.31	0.49
	中小企業合計		27,022	3,516.09	3,548.32	39.20
	大企業合計		993	6,487.64	4,940.74	1,627.21
	小 計		28,015	10,003.73	8,489.06	1,666.42
環 保 設備業	環保設備與器材製造業	中小企業	248	79.00	58.72	20.27
		大 企 業	15	156.01	63.75	92.26
		合 計	263	235.01	122.47	112.53
	環保材料製造業	中小企業	-	-	-	-
		大 企 業	-	-	-	-
		合 計	-	-	-	-
	中小企業合計		248	79.00	58.72	20.27
	大企業合計		15	156.01	63.75	92.26
	小 計		263	235.01	122.47	112.53
環 保	水資源供給業	中小企業	217	31.85	31.70	0.15
		大 企 業	65	312.23	312.14	0.09

大分類	小分類	產業別	家 數	營業額	內銷值	外銷值
資源業		合 計	282	344.08	343.85	0.24
	資源化產品製造業	中小企業	-	-	-	-
		大 企 業	-	-	-	-
		合 計	-	-	-	-
	再生能源應用	中小企業	157	200.28	21.70	178.57
		大 企 業	22	296.83	70.98	225.84
		合 計	179	497.10	92.68	404.42
	中小企業合計		374	232.13	53.41	178.73
	大企業合計		87	609.06	383.12	225.93
	小 計		461	841.19	436.53	404.66
	中小企業合計		27,644	3,898.65	3,660.45	238.20
大企業合計		1,095	7,333.02	5,387.61	1,945.41	
小 計		28,739	11,231.67	9,048.06	2,183.61	
中小企業占總家數比率			96.19%			

附 註：環保材料製造業無對應之稅務行業；資源化產品製造業包含於資源回收業中。

資料來源：王素鸞與蔡金宏（2012）。

二、營業額

我國狹義綠色產業營業額從2008年的9,942.66億元增加至2011年的1兆1,231.67億元，增加幅度為12.96%。其中以環保服務業為主要營業額來源，歷年營業額分別為9,056.31億元、9,354.43億元、1兆3.73億元、1兆155.48億元。其中，中小企業歷年營業額為3,621.18億元、3,325.07億元、3,516.09億元、3,587.52億元，占比約為36%。以整體狹義綠色產業來看，中小企業歷年占全體企業營業額比率則分別為39.68%、35.25%、34.93%、34.71%。

營業額最高的仍是環境工程及技術顧問服務類，2011年達8,244.77億元，中小企業部分為2,997.50億元，占36.36%。若考慮環境工程及技術顧問服務類絕大部分為其他土木工程業，營業額最高的係廢棄物清除處理類，其營業額約達1,000億元，中小企業亦有400億元之規模。營業額次之的則是屬環保資源業內的再生能源應用類，營業額約為4-500億元，其中主要來自太陽能電池製造的貢獻。

中小企業營業額從2008年至2011年有明顯增加的業別為：資源回收類從41.16億元增加至77.11億元；能源技術服務業（ESCO）與環境管理技術服務從38.54億元增加至63.89億元；環境相關驗證服務類從2.83億元增加至10.04億元；環保設備與器材製造業從61.24億元增加至79.00億元。

另外，值得注意的是，雖然環保設備與器材製造業類中小企業營業額增加緩慢，但大企業部分成長快速，從41.60億元增加至156.01億元，成長幅度約為4倍之多。而在污染整治業類部分，則隨著家數的快速減少，連帶使整體營業額也從172.98億元減少至

40.54 億元，中小企業部分更是由 33.42 億元減少僅剩 6.08 億元。

三、內銷值

我國狹義綠色產業內銷值從 2008 年的 9,445.20 億元逐步減少至 2011 年的 9,048.06 億元。主要由於環保服務業內銷值減少所致，歷年環保服務業內銷值分別為 8,921.24 億元、8,145.28 億元、8,506.13 億元、8,489.06 億元。其中，中小企業歷年營業額為 3,575.62 億元、3,289.55 億元、3,481.82 億元、3,548.32 億元。隨著大企業內銷值的減少，中小企業在環保服務業內銷值的占比逐漸增加至 2011 年的 41.80%。以整體狹義綠色產業來看，中小企業歷年占全體企業內銷值比率則分別為 39.02%、39.23%、39.54%、40.46%。

內銷值最高的仍為環境工程及技術顧問服務類，歷年營業額分別為：7,327.31 億元、6,811.90 億元、6,897.87 億元以及 6,732.64 億元。中小企業部分則為：3,037.95 億元、2,796.17 億元、2,926.07 億元、2,977.82 億元。占比分別為 41.46%、41.05%、42.42%、44.23%。

以內銷值變化來看，中小企業營業額從 2008 年至 2011 年有明顯增加的為：資源回收類從 37.86 億元增加至 71.61 億元；能源技術服務業（ESCO）與環境管理技術服務從 34.93 億元增加至 59.36 億元；環境相關驗證服務類從 2.70 億元增加至 9.63 億元；環保設備與器材製造業從 46.75 億元增加至 58.72 億元。

內銷值的減少，主要係因環境工程及技術顧問服務類中，大企業內銷值的減少所致。自從 2008 年到 2011 年，共減少 534.54 億元，幅度達-12.46%。

四、外銷值

我國狹義綠色產業外銷值從 2008 年的 497.45 億元大幅增加至 2011 年的 2,183.61 億元。主要由於環保服務業外銷值增加所致，歷年環保服務業外銷值分別為 135.07 億元、1,209.15 億元、1,497.61 億元、1,666.42 億元。其中，中小企業歷年營業額為 45.56 億元、35.52 億元、34.27 億元、39.20 億元。中小企業在環保服務業外銷值的占比，由於大企業外銷值的大幅增加，其比率分別為 33.73%、2.94%、2.29%、2.35%。以整體狹義綠色產業來看，中小企業歷年占全體企業外銷值比率則分別為 52.20%、12.52%、14.82%、10.91%。

外銷值最高的仍為環境工程及技術顧問服務類，歷年營業額分別為：41.50 億元、1,134.35 億元、1,376.60 億元以及 1,512.13 億元。中小企業部分則為：20.95 億元、14.39 億元、13.56 億元、19.67 億元。占比分別為 50.48%、1.27%、0.98%、1.30%。進一步觀察，環境工程及技術顧問服務類大企業外銷值的增加，主要來自於天然氣總管及管線營

建大幅增加所致，在 2008 年並無此項外銷值，2009 年起，每年的外銷值分別為 1,101.36 億元、1,339.21 億元以及 1,449.88 億元。

以外銷值變化來看，中小企業營業額從 2008 年至 2011 年有明顯增加的為：環境檢測服務類從 0.05 億元增加至 0.77 億元；資源回收類從 3.30 億元增加至 5.50 億元；能源技術服務業(ESCO)與環境管理技術服務從 3.60 億元增加至 4.52 億元；環境相關驗證服務類從 0.13 億元增加至 0.41 億元；環保設備與器材製造業從 14.49 億元增加至 20.27 億元；再生能源應用類從 339.26 億元增加至 2010 年的 495.24 億元，但 2011 年又下滑至 404.42 億元。

值得注意的是，除了環境工程及技術顧問服務類由於天然氣總管及管線營建外銷值大幅增加之外，環境檢測服務類、廢棄物清除處理、環保設備與器材製造業與再生能源應用亦有明顯的增加。

由表 7-3-2 與表 7-3-3 中可以得知，我國狹義的綠色產業以中小企業為主體，且以內需市場為主。由於台灣市場規模不足，因此其營業額並無明顯的成長，尤其是中小企業。在大企業部分，其內銷值甚至出現負成長的情形。在外銷部分，如扣除大企業因天然氣總管及管線營建外銷值大幅增加的因子之後，整體狹義綠色產業的外銷值亦無明顯的成長。綜合上述，我國狹義綠色產業目前在市場開拓方面，仍須持續努力。

第 4 節 政府相關輔導措施

我國為因應全球減碳的趨勢，宣告 2010 年為「節能減碳年」，並成立「行政院節能減碳推動會」，綜整目前各級機關相關節能減碳計畫，結合相關部會規劃我國「國家節能減碳總計畫」，訂定國家節能減碳總目標，加速落實各部門節能減碳策略措施並實踐分年目標，藉由政策全面引導低碳經濟發展，並形塑節能減碳社會。除此之外，中小企業相關之輔導綠色環保節能減碳措施，請參見第 9 章第 3 節。

一、國家節能減碳總計畫

「行政院節能減碳推動會」為行政部門推動「國家節能減碳總計畫」的最高指導單位。由行政院副院長擔任召集人，設副召集人 3 人，由行政院秘書長及 2 位政務委員共 3 人擔任副召集人；另有 14 個部會首長擔任委員，領域橫跨內政、外交、交通、教育、環保、財政、科技、農業等範疇，由經濟部擔任秘書處統籌規劃。

國家節能減碳總目標為：

（一）節能目標：

未來 8 年每年提高能源效率 2% 以上，使能源密集度於 2015 年較 2005 年下降 20% 以上；並藉由技術突破及配套措施，2025 年下降 50% 以上。

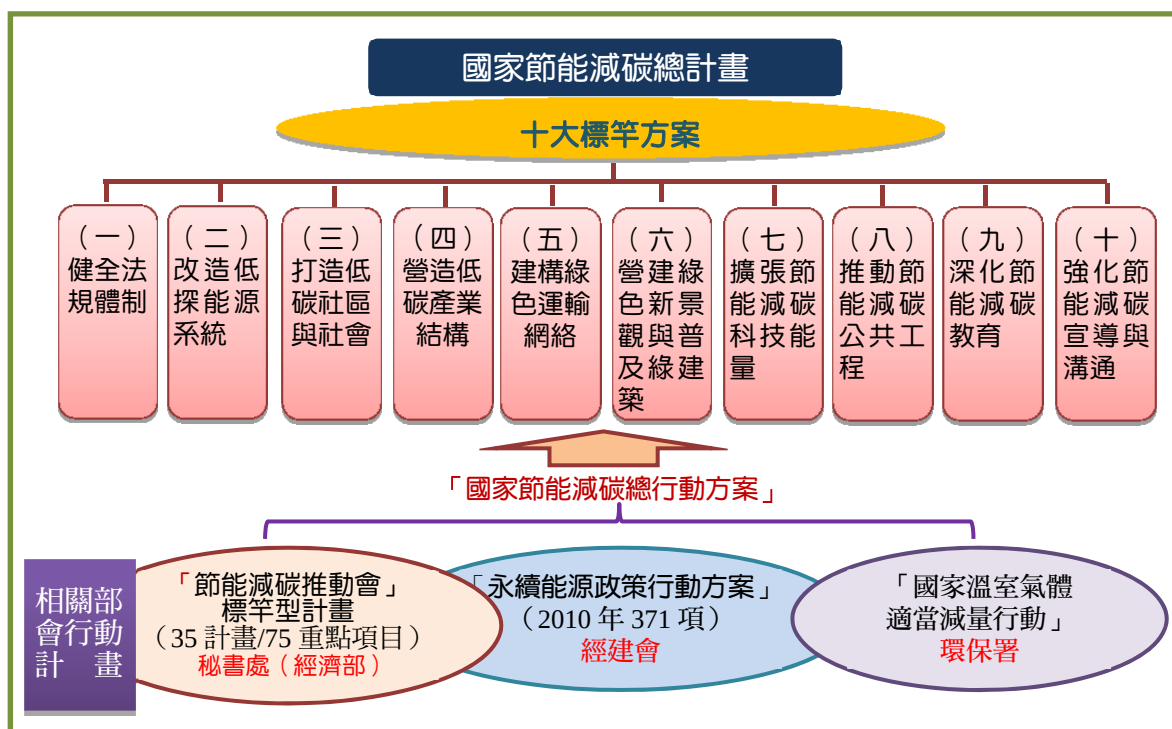
（二）減碳目標：

全國二氧化碳排放減量，於 2020 年回到 2005 年排放量，於 2025 年回到 2000 年排放量。

二、國家節能減碳總計畫架構及政策內容

「國家節能減碳總計畫」除整併「永續能源政策行動方案」（2010 年 371 項）之外，也納入「節能減碳推動會」新增標竿型計畫與重點推動項目，及未來「國家溫室氣體適當減量行動」新增項目。經綜整各計畫年度執行措施後，由環保署彙整為「國家節能減碳總行動方案」，由經建會管考。在十大標竿方案下，計有 35 項標竿型計畫及 75 個重點推動項目。其架構如圖 7-4-1 所示。

圖 7-4-1 國家節能減碳總計畫架構



資料來源：行政院節能減碳推動會秘書處（2010）。

三、國家節能減碳總計畫執行績效

根據經建會「國家節能減碳總行動方案 100 年度執行檢討」指出，2011 年之能源密集度較 2010 年下降 4.90%；CO₂ 排放密集度下降 1.44%。整體而言，2011 年整體目標達成率達 95.6%，成效良好。有關十大標竿方案之全年重要執行成果，如表 7-4-1。

表 7-4-1 2011 年國家節能減碳總行動方案重要執行成果

十大標竿方案	重要執行成果
健全法規體制	- 經濟部能源局完成「永續能源基本法」、「能源發展綱領」草案。 - 環保署、財政部持續推動「溫室氣體減量法」、「能源稅」立法及相關配套措施。
低碳能源系統改造	- 台電公司啟用全國最大的高雄永安鹽灘地太陽光電發電場，全年總發電量約 600 萬度，每年可減少約 3,623 噸 CO₂ 排放量。 - 經濟部能源局完成 100 年至 114 年長期電力負載預測及電源開發規劃，以及我國整體風能發展策略規劃報告。
打造低碳社區與社會	- 環保署推動「低碳城市推動計畫」，優先選取新北市、台南市等 4 座城市，完成 52 個低碳示範社區之節能診斷，並補助 19 個地方政府辦理「低碳示範社區」計畫。 - 交通部完成與臺東及屏東縣政府協商辦理綠島及小琉球電動機車環境等配套措施。
營造低碳產業結構	- 經濟部能源局完成全國交通號誌燈 100%換裝成節能減碳 LED 燈，每年可省 2.5 億度電、減少 CO₂ 排放 15.5 萬噸。台灣成為僅次於新加坡，全球第二個將傳統白熾燈交通號誌全部淘汰的節能國家。 - 工業局完成林園、觀音、台南科技、台中、大甲幼獅等工業區及重點產業聚落能資源鏈結，可減少 29.6 萬公噸 CO₂ 當量/年。
建構綠色運輸網絡	- 交通部持續推升高鐵運量，100 年度旅客運量達 3,474 萬人次，可減少約 19.5 萬公噸 CO₂ 排放量；交通部已核定補助 15 個縣市辦理智慧交通控制，並已函知公路業者公路汽車客運車輛汰舊換新補助辦法。 - 內政部完成補助地方政府辦理 169 項市區道路人行及自行車環境建置改善計畫。
營建綠色新景觀與普及綠建築	- 內政部完成 2,004 家綠色便利商店認證之現場評估作業。 - 農委會新植造林 7,091 公頃，撫育 54,704 公頃，加強造林已逐漸顯現成效。
擴張節能減碳科技能量	- 國科會推動 25 項產學合作案，補助 200 項目標導向型研究計畫，技轉收入增加 2.5 億元，相關產業產值年增 20%。 - 教育部辦理能源科技創意競賽暨計畫成果展示，厚植各階段的學生參與能源科技研究能量。
節能減碳公共工程	- 工程會辦理 169 件工程查核，協助機關落實節能減碳規劃。 - 工程會辦理政府採購內化節能減碳宣傳班，參訓人數達 10,622 人。
深化節能減碳教育	- 教育部執行低碳校園專案計畫，補助金門縣、澎湖縣等縣市的 13 所學校，進行傳統燈具之汰換。 - 環保署完成編製「氣候變遷圖解小百科」，供民眾免費下載，促使民眾增進瞭解氣候變遷知識。
強化節能減碳宣導與溝通	- 經濟部能源局完成 168 家政府機關學校節能技術服務，發掘節能潛力減少 CO₂ 排放量 5.3 萬公噸/年，以提升公部門節能減碳能力。 - 農委會辦理合理化施肥宣導講習及觀摩計 632 場次，宣導政府節能減碳政策。

資料來源：行政院經建會（2012），「國家節能減碳總行動方案」100 年度工作計畫達成率 95.6%成效良好，新聞稿，網址：<http://www.cepd.gov.tw/ml.aspx?sNo=0016652>。

第 5 節 綠色創新商機個案研析

由於環保意識的逐漸抬頭以及相關技術的進步，在全球大力推行綠色經濟之際，綠色商品也慢慢打開市場，隨著這股綠色潮流，國內企業力圖將綠色概念融入產業發展之中，希冀透過綠色環保的加持，提高產業附加價值，達到產業升級轉型的目的。以下介紹相關綠色創新商機案例，藉此陳述綠色商機發展的可能性。

一、世堡紡織（SUPERTEX）

世堡紡織成立於 1975 年，從員工 2 人、資本額僅新台幣 9 萬元起家，到現今年營收超過新台幣 2 億元，產品行銷橫跨五大洲，顧客遍佈於 53 國家，為世界級大廠的主要供應商。其主要產品為各種特殊功能用布，包括：寶特瓶環保再生布、遠紅外線、吸濕快乾、抗菌防臭、防污、抗靜電防焰、夜光布、超細纖維、竹炭纖維、抗 UV...等等複合功能特殊用布。

其中，寶特瓶環保再生布從 1997 年起投入，將回收的寶特瓶經過一系列製程做成環保再生織物（圖 7-5-1）。雖然當時市場尚未成熟，且上游製程控管不易，導致商品價格過高無法普及，但自 2003 年與慈濟環保志工合作後，良率大幅提升，加上世堡紡織與供應鏈廠商進行垂直整合，終使此產品成為該公司獲利的重要來源。2010 年更獲頒全球首張德國萊茵再生材質驗證證書，肯定了世堡紡織在環保再生布上的努力。

圖 7-5-1 世堡紡織環保再生織物



資料來源：世堡紡織，網址：<http://www.supertextile.com/index.asp?lang=1>。

此外，世堡紡織優良的創新與環保能力也促使該公司屢獲各種獎項肯定，包括磐石獎、優良設計產品獎、全國工業減廢績優工廠獎、企業環保獎、節約能源優等獎，以及工業永續精銳獎等，並通過 ISO14001、OHSAS18001、QS9000、環保標章及台灣精品等認證。

在環保的努力上，世堡紡織除了推行工業減廢中衛體系，整合上中下游廠商建立綠色供應鏈，宣示不使用違反環境相關物質的責任保證，遵守歐盟 RoHS、EuP 環保指令之外，該公司更於 2010 年獲得行政院國家永續發展獎及第二屆遠見雜誌環境英雄獎，2011

年獲得第一屆台灣綠色典範獎。世堡紡織已成為台灣企業推行綠色工作的表率。

二、龍盟科技 (Taiwan Lung Meng Tech)

鑑於傳統木漿紙生產必須砍伐樹林，製成木漿後再造紙，在製漿過程中，必須添加強酸、強鹼及漂白劑等作為去雜質和漂白的化學原料，同時要用大量的清水洗滌，才能作成潔白的木漿。造紙過程中亦須使用清水溶漿，所用過的廢水雖經處理，達到政府廢水排放基準，然還是含有不少廢棄雜質，隨廢水排放到河川及海洋中。另外，傳統木漿紙雖然可以回收，但是回收後還是需要添加水攪拌成漿，並加以洗滌後再漂白才能使用，其過程不但複雜且會製造大量廢水。

龍盟科技歷經 12 年的研發，終於利用大量的無機礦粉（石頭粉）與少量的塑脂，利用塑膠射出成型概念，在製紙過程中完全不砍樹木、不使用水、不添加酸鹼、不漂白、不排放廢水、不排放廢氣，而能製造出與木漿紙功能相似的新紙張，且更具備防水、耐磨、易摺等優異特性。相較於傳統木漿紙生產，1 公噸石頭紙可以保護 20 棵樹，減少 75.7 公斤的固體廢物，減少 19 公斤的廢水和 107 公斤的廢氣，以及節約 1,646 公斤的水。

「龍盟環保紙」或簡稱「龍盟紙」，已獲得世界 40 多國的發明專利。其用途包羅萬象，可用於汽車說明書、墊餐紙、冷凍食品標籤、平板電腦外殼、商務手機外殼、皮套、筆記本等產品上（圖 7-5-2）。而龍盟科技也成為微軟、麥當勞、豐田、宏碁、IKEA、7-11 等多家世界知名企業的供應商。

圖 7-5-2 「龍盟紙」產品



資料來源：石頭紙應用有限公司，

網址：<http://www.stonepaperapp.com/index.php?menu=Our%20Products&lang=ch>。

另一方面，「龍盟紙」除通過 ISO14001 環境認證外，其回收及製造特點已通過 C2C（cradle to cradle）搖籃到搖籃銀級認證。該認證主要概念是向大自然學習，所有東西皆為養份，皆可回歸自然。利用「養分管理」觀念出發，從產品設計階段就仔細構想產品結局，讓物質得以不斷循環。搖籃到搖籃可分成兩種循環系統：生態循環及工業循環。

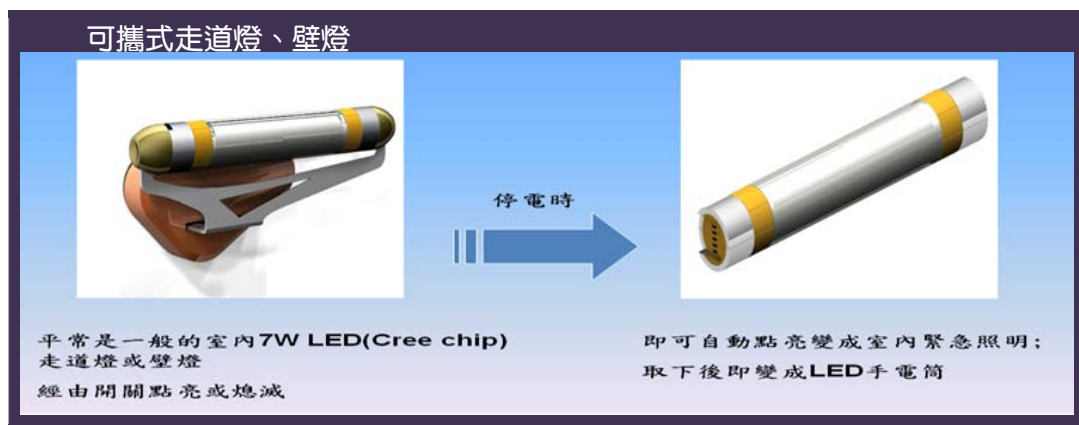
生態循環產品由生物可分解的原料製成，最後回到生態循環提供養分；工業循環產品材料則持續回到工業循環，將可再利用的材質以同等級或升級回收，再製成新的產品。而在全球 400 多項通過搖籃到搖籃的認證中，已有 2 項台灣產品獲得銀級認證，龍盟科技是台灣第一家獲得搖籃到搖籃認證的廠商。

三、宏鑫光電科技（Just Power）

宏鑫光電科技股份有限公司的前身是宏鑫半導體股份有限公司，成立於 2009 年 3 月，成立之初營業項目著重在半導體測試相關機械設備及電子零組件的製造。有鑑於地球資源的日益消耗，基於企業永續經營的使命及響應政府環保節能的政策，遂於 2010 年投入研發人力開發 LED 照明相關產品並於 2010 年 7 月將公司名稱變更為宏鑫光電科技股份有限公司。

宏鑫公司全系列的产品皆以 LED 智慧照明為核心，將一般 LED 照明燈具與緊急照明功能相結合，使其在平時有電時即是一般 LED 照明，停電時自動具有緊急照明功能；並搭配有智慧型遙控器，可帶給消費者更簡便、更聰明的照明新選擇，讓消費者居家安全更有保障。此外，宏鑫公司在 2011 年初更以 Smart Lighting 系列可攜式壁燈入圍 2011 年台灣國際照明科技展所舉辦之創新產品獎。

圖 7-5-3 宏鑫光電 Smart Lighting 系列產品



資料來源：宏鑫光電科技股份有限公司，

網址：<http://www.jpiti.com.tw/products/product-type/smart-wall-lamp>。

四、歐萊德國際股份有限公司（Hair O'right）

歐萊德自 2002 年自創品牌「歐萊德 O'right」以來，主要從事於美髮產品之製造與銷售，與一般同業不同的是，歐萊德以「更美、更好」為品牌願景，致力於創造綠色產品。

其品牌意涵，「O」即是象徵理想中美麗的地球，秉持著愛地球、做環保之決心，希望地球上每一個人都能做出正確地、適當地「right」行為，讓地球「更美、更好」。

歐萊德的綠色產品皆採用不破壞自然生態，不產生環境荷爾蒙，且通過歐盟有機認證 ECOCERT 及美國有機認證 USDA 的天然有機認證原料。另外，在製程中皆融入綠色概念，如使用了不含重金屬，無毒無刺鼻味無污染的大豆環保油墨印製、通過環保再生證認與 FSC 負責任森林管理委員會認證的文宣及包裝用紙、由廢棄蔬果與植物萃取澱粉製成的生物分解瓶等等。而符合生態、節能、減廢、健康的綠建築概念，以風力與太陽能發電製造產品，設計水循環利用讓資源再生的全台第一座「綠色化妝品 GMP 廠房」，也是歐萊德致力環保減碳的最佳證明。

因此，歐萊德於 2010 年成為全台第一家榮獲產品「碳足跡標籤」的中小企業，2011 年獲得殊榮包括：全台評比第一名的「台灣綠色典範獎」、數位時代消費者日常用品類化妝品「綠色品牌」調查第一名、學學文創志業第三屆「學學獎」綠色產業特別獎、台灣中小企業「企業社會責任獎(CSR)」以及經濟部 2011 台灣創新企業 100 強等等。

圖 7-5-4 歐萊德品牌 LOGO



資料來源：歐萊德國際股份有限公司，

網址：<http://www.orient.com.tw/ch/html/index.html#M3>

第 6 節 中小企業掌握綠色商機之策略與做法

綠色新政自聯合國提出之後，各國紛紛響應，並據以提出相關節能減碳措施。由於綠色新政的推行需端視各國自己本身的經濟發展情況，而決定重點政策為何，因此，各國綠色新政的重點方向皆不相同。然而，在目前發展綠色產業的主要驅動力仍取決於政府的情況之下，大致上各國發展綠色產業政策的方向，可以該國是否為已開發為界限。也就是說，由於已開發國家石化能源用量龐大，目前主要大力推動的綠色產業乃是著重

在再生能源的發展。而開發中或是未開發國家則由於本身的各項經濟基礎設施尚未完備，對於綠色新政的呼應，可能僅止在如何減碳的環節之上。

另一方面，各國皆極力發展綠色產業的目的，除了永續發展之外，更是著眼於其對經濟成長有所助益的可能性。這是因為傳統經濟發展模式到現今已經瀕臨成長的極限，而各國在金融海嘯後都需要一個新的經濟成長模式，以確保經濟的發展。因此，綠色產業皆被各國視為產業發展的明日之星。

然而，就廣義的綠色產業而言，中小企業可獲得的商機實可稱之無限。因為在各環保指令的要求與民眾環保意識的覺醒下，含有環保意識的各式綠色產品，小至使用環保材料的各式生活日用品，大至與環保相關的食衣住行育樂等層面，都為中小企業開創一新的市場。中小企業只要積極符合各種環境保護指令與發揮創意，促使相關產品順利進入綠色商品市場，即能在該市場中占有一席之地。

另一方面，狹義綠色產業所指乃是環保服務業、環保設備業以及環保資源業，其主要範疇在於協助產業綠化，讓產品從設計、生產、回收到再製等過程，都符合環保的精神，減少對環境的損害。而根據商業發展研究院（2010）的研究，狹義綠色產業目前的規模約新台幣 300 億元，但是未來市場規模可達 900 億。不過，其仍有相當的困難與挑戰需要克服。

更進一步來說，雖然我國狹義綠色產業在技術上領先中國、東協等國家，而且產業輔導與相關法規完整，政府也透過綠色採購與公共工程帶動發展。但是，由於國內廠商多為中小企業，因此面臨到法規與資訊的獲取困難、相關政策繁雜及協調不易、市場規模小、競爭激烈等問題。不過，因我國位處亞太樞紐，居東亞區域經濟有利位置，且在與中國大陸同文同種的情況下，在簽訂 ECFA 後，更有利於在區域經濟發展中打入其內需市場。另外，我國電子產業上下游完整，產值龐大，也有利環保服務業的發展。然而需注意的是，中國大陸十二五規劃亦針對環保產業重點發展，而且技術先進國家也積極爭取中國大陸市場，因此，我國狹義綠色產業仍須政府調整相關資源加以協助。相信在政府提供適當的資源與協助下，狹義綠色產業的發展潛力將更為可觀。

綜合上述，以下分別針對中小企業如何掌握廣義的綠色產業商機，以及政府如何協助企業掌握狹義綠色商機，提出相關建言。

一、中小企業如何開拓綠色商機

（一）掌握綠色潮流

目前綠色產品大行其道，中小企業欲掌握此一商機，就必須先瞭解目前的綠色潮流與趨勢。時值政府大力推行綠色貿易之際，以出口為主的中小企業應積極瞭解政府的相關措施，藉此獲得必要的輔導資源，以深化綠色環保成份，同時獲得重要認證，才可能藉由出口擴大貿易規模，奠定綠色商機。

舉例來說，目前經濟部的「綠色貿易推動方案」已針對 WTO 貿易與環境委員會特別會議（CTESS），提出的 408 項新版環境商品清單，以及從台灣綠色典範獎得主與綠色產品型錄中的廠商，篩選出具出口競爭力者，提供諮詢輔導等協助。中小企業如能從中瞭解目前綠色產品的發展趨勢，進一步從產業綠化過程，找出與綠色概念相互結合的綠色產品，並充分利用政府的輔導資源，相信將更有利於綠色商機的開拓（如世堡紡織即是在參加工業局減廢計畫過程中，發掘出寶特瓶環保再生布的商機）。

（二）落實產業綠化

現行相關的國際環保公約或指令已成為市場進入的障礙或門檻之一，因此，中小企業若要進入市場，就必須先符合各項環保要求。職是之故，不論是 ISO14000、WEEE 或是 RoHS 等等，中小企業都應先符合本身產品所需的環保要求。也就是說，中小企業唯有先從自己本身開始綠化，才能掌握跨入綠色商機的門票。

二、政府應採措施

（一）積極宣導，降低中小企業資訊落差

鑑於我國狹義綠色產業多為中小企業，在先天的資源上已經遠少於大型企業。另外，相關法規政策又多而繁雜，如〈空氣污染防治法〉下的相關辦法，共有 81 個之多。這此情形之下，雖然目前政府單位都有公開相關資訊，但由於中小企業的解讀能力與大企業相比，較為不足，因此，應採取更主動積極的措施讓資訊公開的效益發揮，如定期舉辦研討會或說明會以及透過各公協會，加強法規與政策的宣導力道等等。

（二）持續推動產業聚落，促進技術升級

我國狹義綠色產業目前面臨技術能力仍落後歐、美、日等環保技術先進國家，加上規模多為中小企業，因此若要提升其技術能力，可藉由產業群聚所引發的知識外溢效果來促進。雖然環保署正在推動「環保科技園區推動計畫」，並已在桃園、台南、高雄及

花蓮成立四個環保科技園區，不過，目前正式營運的廠商家數不多（在桃園為 6 家、台南 7 家、高雄 21 家、花蓮 4 家），且各園區特色較不顯明，對於群聚效果的誘發，難有一定成效。為解決上述困境，政府應努力推動園區的營運，並持續提供廠商入駐誘因，建立園區個別特色，才能藉由群聚效果提升廠商的技術能力。

（三）加速 ECFA 談判時程，主動爭取加入區域經貿組織，以擴大市場規模

狹義綠色產業以內需市場為主，但台灣腹地狹小，市場規模不足，加上廠商技術無明顯差異，因此競爭相當激烈，唯有擴大市場規模，才能避免廠商陷入彼此削價競爭的困境。目前我國在東亞區域經濟中擁有與中國大陸簽訂 ECFA 的優勢，我們應充分利用此一優勢，透過 ECFA 談判，爭取擴大環保設備產業的優惠項目，讓我國技術仍領先中國大陸廠商的利基下，搶占較其他國家先一步的商機，及早在中國大陸站穩腳步。

另外，目前中日韓 FTA 正如火如荼展開，我國如僅依賴 ECFA 將有市場過於集中於中國大陸的風險。因此，除了加速 ECFA 的談判時程外，與其他國家的 FTA，如與新加坡的台星經濟夥伴協議（ASTEP），與紐西蘭的台紐經濟合作協議（ECA）、與美國的台美 FTA、與歐盟的台歐 FTA，也應加速進行。而對於被視為擴大版的亞洲太平洋經濟合作會議（APEC）－泛太平洋戰略經濟夥伴關係協議（Trans-Pacific Strategic Economic Partnership Agreement, TPP），應更積極爭取加入，以與東協+3 或中日韓 FTA 等國公平競爭綠色產業的商機。

（四）加速產業升級，掌握全球產業供應鏈上游關鍵地位

根據王素彎與蔡金宏（2009）的研究，台灣與中國大陸（含香港）產業上下游的分工合作程度較高，屬於垂直分工類型，而與歐盟、NAFTA 以及東協，則屬於產業同質性較高的水平分工型態。因此，在區域經濟整合的前提下，我國應以產業升級為主要策略，以掌握產業價值鏈上游的關鍵地位。

（五）強化溝通協調，提升政策一致性

綠色經濟已從單純的廢棄物處理、污染控制，逐漸擴及減廢減容、污染預防，再到循環產業、循環環境、永續發展，涉及的業務也擴及經濟部、環保署、營建署等，相關政策的整合愈來愈重要，尤其跨部會的溝通，更能避免互相扞格，或資源重複之情事，也更能提升政策綜效。

第參篇

中小企業政策與措施

第 8 章 提供資金融通與充實投資能量

我國中小企業輔導政策始於 1964 年，在「中美基金」下設置小型貸款之融資項目，協助中小企業向國外進口機械設備，開啟中小企業輔導政策；1974 年成立「財團法人中小企業信用保證基金」（以下簡稱信保基金），協助具有發展潛力但欠缺擔保品之中小企業，分擔銀行融資風險，以提高銀行對中小企業融資之意願；1976 年 7 月台灣省營之「台灣合會儲蓄公司」改制為「台灣中小企業銀行」，成為中小企業之專業銀行；1981 年成立「經濟部中小企業處」；1982 年設立「財團法人台灣中小企業聯合輔導基金會」（以下簡稱聯輔基金會），使中小企業輔導體系略具雛型；為配合國內外經濟環境變遷之需求，於 1991 年研訂「中小企業發展條例」，依據該條例第 12 條規定，訂定「中小企業輔導體系建立及輔導辦法」，建構完善之中小企業發展政策及輔導措施；1992 年設立「中小企業財務融通輔導體系」，輔導中小企業健全會計制度、改善財務結構，並提供信用保證與資金融通協助。

隨著貿易自由化，全球區域經濟整合已成趨勢，國際經貿環境瞬息萬變，檢視近年國際經貿環境：2008 年受全球金融海嘯影響，致使景氣衰退及信貸緊縮；2009 年金融海嘯逐漸平息，全球經濟板塊由歐美移向亞洲，尤以新興市場經濟快速復甦最受重視；2010 年兩岸經濟協議（ECFA）、兩岸金融監理備忘錄（MOU）、國際財務報導準則（IFRSs）；2011 年歐債危機及美國債信評等遭受調降等，皆影響台灣經濟環境，促使國內產業結構調整與改變，中小企業資金運用與經營模式面臨著新的挑戰，但也為追求彈性創新之中小企業帶來新商機。

第 1 節 提供財務融資服務與協處

中小企業因缺乏足夠的擔保品、保證人不易尋覓、會計制度不全，無法提供詳盡的財務資料、無信用基礎、財務基礎與管理薄弱，難獲銀行信賴、缺乏完整的償債計畫、未來收益不確定性高，以及缺乏相關財會人才等因素，銀行在審核融資資金時，往往無法正確判斷該企業真實營運現況及承貸風險，導致核貸結果未能滿足中小企業的實際需求。有鑑於此，政府積極建置有效財務融通輔導機制，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，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，以提升財務管理能力；同時透過金融機構廣設融資服務窗口，並

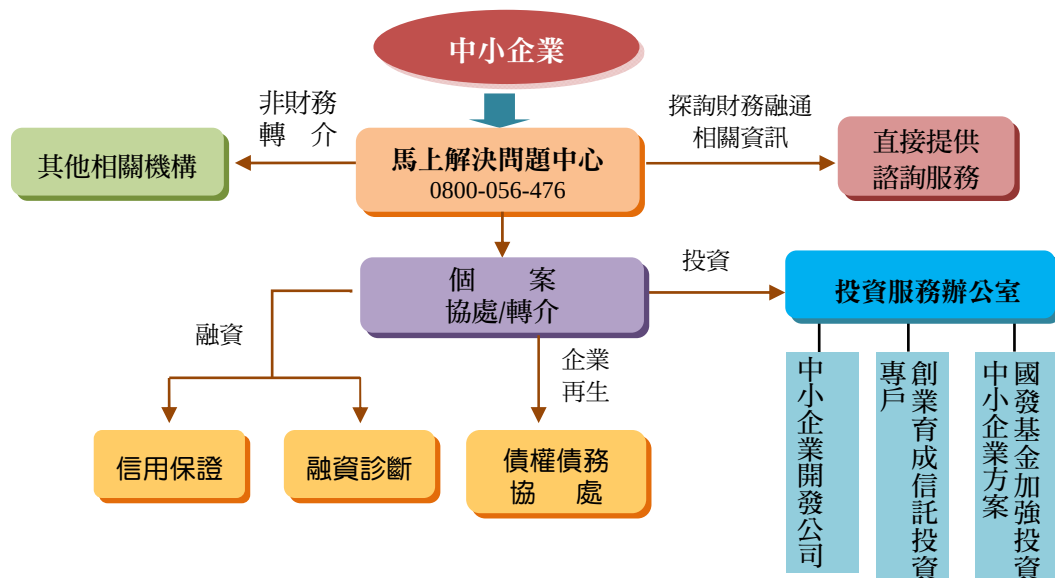
結合中小企業信用保證基金、聯合輔導基金會及民間創業投資資源，協助中小企業取得投融資金及信用保證，暢通中小企業融資管道，協助企業在競爭激烈的環境下永續發展。

一、提供中小企業財務融通諮詢與協助

因中小企業在資金、人力、技術及資訊取得等先天條件上均較為缺乏，以致在因應問題能力上常顯不足，於面臨經營困境時，常因無力自行克服，且得不到即時有效協助。經濟部中小企業處為能加強協助中小企業順利取得與有效利用外部資源，於 1996 年成立「馬上解決問題中心」。提供中小企業迅速且又有效的服務，及時解決中小企業在經營上面臨的各種困難，尤其是與融資相關之諮詢與協助（包括貸款展延、債權協調、增貸等方面），以增強對環境變化與面臨問題時之應變能力，提升競爭力。

馬上解決問題中心於 2011 年總計受理服務案件計 2,683 件，其中電話諮詢共計 2,333 件；財務協處案件計 350 件。中小企業財務融通協處機制如圖 8-1-1。

圖 8-1-1 中小企業財務融通輔導機制



資料來源：經濟部中小企業處，2011 年。

二、設置中小企業融資服務窗口，協助資金融通與諮詢服務

自 1998 年起為提供中小企業主有效的融資資訊、擴大中小企業融資服務管道，於各大金融機構營業單位設置「中小企業融資服務窗口」。透過各窗口的服務機制，扮演政府與企業間的橋樑角色：一方面對業者提供政府融資相關活動與資訊，藉以改善企業過度依賴地下金融情形；另一方面則向政府反映業界之意見與需求，提供政府各部會制定

政策之參考。根據統計資料顯示，截至 2011 年 12 月底，透過中小企業融資服務窗口協助申請政策性專案貸款件數為 153,511 件，核貸件數 135,154 件，協助企業取得融資 1 兆 800 億 9,684 萬 9 千元；在其他非政策性專案貸款方面，申請服務件數為 1,072,369 件，核貸件數為 977,400 件，協助企業取得融資 8 兆 5,228 億 8,404 萬元。

除協助資金融通外，針對其他諮詢服務項目，包含各項管理諮詢服務、各種企業診斷輔導資源，以及轉介至其他機構之個案服務件數亦達 128,598 件，由此可知除協助資金融通外，中小企業融資服務窗口對於中小企業經營管理改善作業推動亦相當積極。

另為利中小企業瞭解銀行所提供之融資產品，金管會鼓勵銀行擇定承作中小企業融資較高之分行，設置融資諮詢窗口，並於金管會銀行局網站揭露銀行對中小企業融資單一諮詢窗口及人員聯絡名單，以提供中小企業更有效率之融資服務。

三、辦理中小企業融資服務平台，協助中小企業順利取得融資

為協助中小企業順利取得銀行融資，藉由提供更透明之營運資訊予銀行作為貸款評估之參考，便利銀行在瞭解中小企業之營運模式情況下，因明確掌握中小企業的資金需求，進而提高對中小企業之融資額度，媒合資金短缺之中小企業。由中小企業發展基金出資新台幣 500 萬元，合作金庫、第一銀行、台灣中小企銀、玉山銀行及中國信託商業銀行等 5 家銀行各捐贈 500 萬元，合計 3,000 萬元，辦理「中小企業融資服務平台」（網址：<https://loansp.moeasmea.gov.tw>），已於 2009 年 4 月 1 日上線，第 2 階段陸續另有 19 家銀行加入，加強對中小企業之服務。

四、成立財務金融服務團，以利中小企業取得營運發展資金

經濟部中小企業處成立財務金融服務團，透過中小企業財務融通輔導平台建立，以協助中小企業建立合宜的會計制度，並改善其財務結構，俾利中小企業取得未來營運發展資金，及提升中小企業之競爭力。其主要服務內容包括：

- （一）協助中小企業於銀行申辦貸款審查前，提供有關財會融資問題、營運計畫等諮詢服務，及健全財務資金管理、內部控制等廠商現場諮詢及診斷輔導企業。
- （二）協助銀行辦理放款後債款權管之追蹤輔導。<http://smefinance.moeasmea.gov.tw/>

五、創新型中小企業財會資訊應用與輔導

創新研發導向之企業主多以技術或業務出身為主，企業內缺乏財會專業人員處理公司財務與稅務，尤其對於小規模企業或新創企業而言，更有其運作的困難性。為協助解

決創新型中小企業面臨許多的財會管理困境，經濟部中小企業處推動「創新型中小企業財會資訊應用與輔導計畫」，彙整相關資源與輔導能量，規劃中小企業簡易資金管理工具、提供中小企業財會資訊應用輔導服務平台，及配合專業財會輔導機制，俾作為提供中小企業創新發展與成長之助力，以期達到「推動財會資訊科技化，優化創新型中小企業財會管理知能」之目標。2012 年計畫執行重點服務項目包括：（一）提供「中小企業簡易資金管理工具」財會軟體；（二）辦理中小企業財會資訊應用廣宣；（三）維運「中小企業財會資訊應用輔導服務平台」；（四）推動中小企業創新發展輔導服務。

六、受理及協助企業債權債務協商

為協助營運困難之企業，紓解其金融機構貸款償還壓力，經濟部訂定「經濟部協助企業辦理銀行債權債務協商作業要點」，防止因資金周轉不靈影響其持續經營。有協處需求之企業得依要點提出申請，經評估診斷通過函轉最大債權金融機構召開債權債務協商會議議定續借、展延或協議清償方案。

另依據行政院「經濟景氣因應方案」，受理及協助企業債權債務協商，採取措施如下：

- （一）經經濟部負責受理之窗口評估可行後，由最大債權金融機構召開協商會議。
- （二）會議經佔金融機構債權總額 2/3 以上同意後，全體金融機構應一體遵循，協助企業辦理債權債務協處。
- （三）受理申請期限至 2012 年 12 月底為止。

七、提供財務管理專業服務－聯輔基金會

為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。於 1982 年，由臺灣銀行、土地銀行、合作金庫、第一銀行、華南銀行、彰化銀行及台灣中小企業銀行等 7 家金融機構捐助基金成立「財團法人台灣中小企業聯合輔導基金會」，針對向金融機構融資遭遇困難且具發展潛力之中小企業，提供綜合輔導並協助資金融通，另外，為落實輔導工作，而增添培育專業人才及出版財管叢書業務，以擴大服務範圍，戮力提昇中小企業競爭力。

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。

八、透過各項專案資金，協助中小企業取得專案融資

中小企業政策性專案貸款係政府為改善環境污染、降低勞動成本、協助取得建廠用

地、提升競爭力及提高投資意願等目的，透過各種專案基金以直接或搭配銀行資金方式，協助中小企業取得專案融資，其與一般融資之不同，在於具有特定目的使用、提供利息優惠等特色。

現行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、發展觀光、出口海外投資、復舊類、小額、國際專利訴訟、服務發展及返台投資等 11 類 24 項。（請參閱本書附錄 4）。其中，由行政院開發基金搭配辦理之中小企業專案貸款有輔導中小企業升級貸款、振興傳統產業優惠貸款等；中小企業發展基金辦理之專案貸款有：出口、海外投資類（出口貸款、海外投資貸款、海外營建工程貸款）、中小企業災害復舊專案貸款、貿易自由化受損產業升級轉型貸款等項專案貸款。

九、持續推動本國銀行加強辦理中小企業放款方案

為協助中小企業取得營運資金，強化銀行金融中介功能，金融監督管理委員會（以下簡稱金管會）自 2005 年 7 月 1 日起實施「本國銀行加強辦理中小企業放款方案」，平均而言，每年均達成對中小企業放款餘額增加 2,000 億元之預期目標。金管會為鼓勵銀行與中小企業建立長期夥伴關係，協助中小企業取得營運資金，繼續實施第六期（實施期間：2011 年 1 月 1 日至 2011 年 12 月 31 日），截至 2011 年 12 月底本國銀行對中小企業放款（含催收）餘額為 4 兆 739 億元。相較於 2010 年底增加 3,974 億元，成長幅度達 10%，信保基金並配合提供 5 至 9 成之融資保證。

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 2012 年持續推動第七期「本國銀行加強辦理中小企業放款方案」，預期在經濟成長率符合行政院主計處預期正數情形下，2012 年 12 月底本國銀行對中小企業放款總餘額較 2011 年 12 月底增加新臺幣 2,200 億元。放款對象增列經中小企業信用保證基金保證符合「商業登記法」第五條之小規模商業及認定視同中小企業者，並新增「均衡區域發展特別獎」，對於辦理成效良好銀行提供獎勵措施，以鼓勵銀行加強對中南部及花東、離島等地區之中小企業辦理放款，平衡區域發展。

十、提供「貿易自由化受損產業升級轉型貸款」

貿易自由化開放過程中，不免對國內較為弱勢產業產生影響，為降低衝擊，創造優勢，促進升級轉型，提振產業競爭力，經濟部針對易受貿易自由化影響產業推動「因應貿易自由化產業調整支援方案」，依業者可能受衝擊之情形區分為「振興輔導」、「調整體質」及「損害救濟」三種階段之調整支援措施。其中，在「損害救濟」階段，經濟

部提供「貿易自由化受損產業升級轉型貸款」，作為貿易自由化受損產業（企業）之損害救濟措施。該貸款係針對經「經濟部貿易調查委員會貨品進口救濟案件」認定損害成立之產業（企業），協助業者轉換業種與產品。

經濟部並自 2010 年度起至 2019 年度止，每年由中小企業發展基金編列新台幣 1 億元，10 年合計 10 億元，以協助「損害救濟」業者，取得升級轉型所需資金，並由信保基金提供 10 成信用保證，金融機構無需負擔任何風險，以強化金融機構核貸意願，協助受損企業取得升級轉型資金。

十一、協助青年逐夢創業－青年築夢創業啟動金貸款

經濟部與行政院青年輔導委員會共同規劃辦理之「青年築夢創業啟動金貸款」於 2012 年 8 月中旬開辦至明年底，20 至 45 歲具中華民國國籍之初創事業青年均可於所創事業依法完成公司、商業設立登記或立案之六個月內向承貸金融機構提出申請。只要受過政府認可之培訓單位相關訓練，包括創業計畫書撰寫、財務管理、創業適性評估（創業風險認知）等課程至少 30 小時，且擔任所創事業之負責人就可提出，貸款資金可用於創業準備期所需之辦公室租賃或購置廠房、機器設備或營運週轉金等各項準備金、開辦費，目前承貸金融機構共有 18 家，除八大行庫外，尚有一些民營銀行也願意配合政策承貸，且對銀行來說，不只有政府提供最長一年之 1% 利息補貼，還有中小企業信用保證基金提供最高九成至九五成不等之信用保證，大幅提高對青年創業啟動金貸款承貸意願。

以創業青年申貸 100 萬元為例，於年利率 1.95%，貸款期限 6 年，寬限期 1 年之授信條件下，第一年每月繳息 1,625 元，自第二年起，採本息按月平均攤還，每月繳納 17,506 元，貸款相關細節可電洽馬上解決問題中心，免付費服務電話：0800-056-476。

第 2 節 中小企業融資信用保證

政府為加強對中小企業提供信用保證，於 1974 年成立中小企業信用保證基金（簡稱信保基金）。又為使信用保證制度及產業輔導機制更能配合產業政策發展需要，促使產業政策制定與執行方向一致，行政院於 2003 年 5 月 15 日核定，將信保基金日的事業主管機關由財政部改隸經濟部，持續配合政府辦理各項振興經濟及穩定就業等政策，積極發揮信用保證功能，協助中小企業順利取得金融機構融資，俾促進經濟發展及社會安定。

一、信保基金之宗旨及功能

信保基金創設宗旨，在其捐助章程第一條即揭櫫：「設置目的，在提供直接及間接信用保證，以協助中小企業取得融資，發展經濟。」具體言之，信保基金對中小企業提供信用保證，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。

信用保證的主要功能為：

（一）排除中小企業申請融資時擔保品欠缺之障礙

中小企業申請融資困難之原因，就其內部因素來說，一部分是經營能力或經營績效問題；另一部分則是擔保能力問題。就後者而言，乃中小企業本身規模小，資金來源不易，財務結構相形脆弱，所產生之普遍現象。信用保證之提供，對於具有發展潛力，經營狀況與信用紀錄正常之中小企業，可排除其擔保品欠缺之障礙，解決申請融資之困難。

（二）提高金融機構辦理中小企業融資意願

由於中小企業融資筆數多、金額小，因此，融資作業成本相對較高；加以中小企業會計制度一般多不健全，徵信不易，且其先天上即缺少自有資金，易受景氣衰退影響而倒閉，故融資風險較高。以上這些特性，往往減低金融機構對中小企業融資之意願。信用保證之提供，可使金融機構對中小企業融資風險直接降低，辦理意願提高，亦使信保基金與金融機構辦理中小企業之無擔保品信用融資作業能力逐步提高，彌補辦理中小企業融資成本較高、風險較大之先天缺陷。

（三）配合有關輔導機構擴大輔導效果

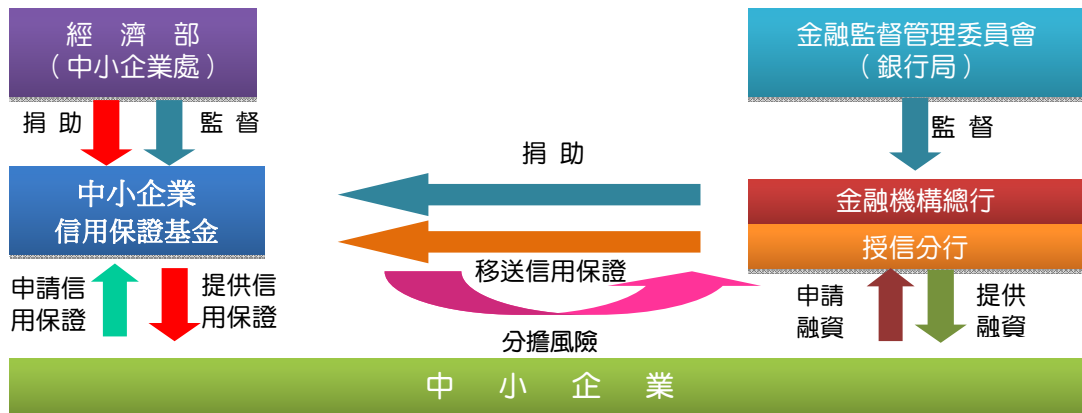
信用保證之提供，除以中小企業經營狀況、信用紀錄、貸款運用及償還計劃等為辦理依據以外，亦以政府政策為依歸。在消極方面為對各項輔導措施，配合提供信用保證，使輔導業務所需相關融資得以辦理，落實輔導效果；積極方面，則在將每一信用保證措施均與產業發展方向配合，引導中小企業融資之辦理，與中小企業升級的需要相結合，誘導中小企業改善其經營管理，提升生產技術與研究發展能力，達到自助人助之輔導目標。

二、信保基金之運作機制及申請信用保證之方式

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，截至 2012 年 6 月，政府累計捐助為 836.82 億元，占總捐助比例為 80.65%；簽約金融機構累計捐助為 200.75 億元，占總捐助比例為 19.35%；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通。換言之，中小企業因信用保證而自金融機構取得融資，如未依約履行還本付息之義務，經金融機構依法訴追，仍無法一部或全部受償時，即由信保基金依保證成數分擔融資損失。藉此，信保基金與金融機構得共同發揮專業功能，對保證案件之授信風險從不同角度評估和管控，使雙方之努力能發揮互補效果。此外，在不影響中小企業取得資金的前提下，信保基金採行多項風險控管措施，對送保案件品質不佳之金融機構採取降低保證成數等措施，使金融機構承擔較高損失，不致將風險較高之邊際客戶移送信保基金保證，並促其改善授信送保案件品質。

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。

凡營運、票信及債信正常，且符合金融機構徵、授信規定之中小企業，均可申請信用保證。申請信用保證的方式，計有透過金融機構申請及直接向信保基金申請二種管道，企業得視其需要選擇辦理。

（一）透過金融機構申請

信保基金與全國 40 家主要金融機構簽約辦理貸款信用保證，企業可就近直接向該 40 家金融機構約 3,000 多個營業單位申請，再由金融機構依下列方式移送信用保證。

1. **授權保證**：信保基金為簡化作業程序，便利授信單位為企業申請信用保證及辦理送保，特就各保證項目分定授權額度及送保規定，在各該範圍內之授信案件，授權授信單位先行承作，再移送信保基金追認保證。
2. **專案保證**：超過授權範圍或信保基金認為有個案審查需要之授信案件，授信單位須於授信前先經信保基金審核同意後，再憑以辦理授信送保。

3. **批次保證**：係以風險總量管制的概念，事先約定一定代位清償比率之方式，由信保基金提供十成保證為原則之信用保證，藉以建構一種有別於授權、專案保證逐筆核算分攤風險之送保環境，讓金融機構可各自依其授信政策、授信商品及企業營運和資金需求狀況，決定授信案件之用途、額度、期間、償還方式等。

為提升整體服務效能，建構更友善業務網路送保操作環境，信保基金整合並重新規劃上列之「授權保證」及「專案保證」等，使金融機構端申請作業流程，改由單一入口網辦理，並於 2012 年 7 月 1 日啟動信用保證網路作業新系統。

（二）直接向信保基金申請

為增加企業申請管道，協助具有研發、經營管理、市場拓展能力等發展潛力，但無法循市場機制直接洽往來金融機構申請貸款之中小企業取得金融機構融資，信保基金推出「直接保證」。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，信保基金經檢視文件齊全且符合申請資格後，進行評估，並得視案情需要實地訪查，經信保基金審核通過之案件即核發承諾書予申貸企業，申貸企業得執承諾書於所載有效期間內，自行向往來金融機構申請融資，惟承諾書並非金融機構同意融資的唯一必要條件，金融機構仍保有最後准駁的權利。目前「直接保證」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劃之企業。

三、信保基金配合政府政策擴大辦理信用保證業務

為協助中小企業獲得營運所需之融資，信保基金先後開辦多項保證業務，舉凡中小企業各階段營運所需融資均包含在內。（表 8-2-1）目前辦理中者計有一般貸款、購料週轉融資、外銷貸款、履約保證、商業本票保證、政策性貸款、批次信用保證及小額簡便貸款等。

表 8-2-1 提供企業各階段需求之融資保證

企業成長階段	創 建 期	成 長 期	成 熟 期	衰退與創新成長期
資金需求主要內容	創業資金、研發資金、購置生產設備、產品開發及行銷	短中期週轉金、中長期資金—擴充設備、產能、存貨規劃、強化行銷能力及健全管理制度	中長期資金、研發資金—擴充產能、改善財務結構及管理制	研發資金—開發新產品、新技術
可應用之主要融資保證	青年創業貸款、微型創業鳳凰貸款、小額簡便貸款、知識經濟企業融資、新創事業貸款、小店家貸款、信扶專案創業貸款	一般貸款、商業本票保證、外銷貸款、購料週轉融資、履約保證、政策性貸款、知識經濟企業融資	自有品牌貸款、政策性貸款、知識經濟企業融資	政策性貸款、知識經濟企業融資、貿易自由化受損產業升級轉型貸款

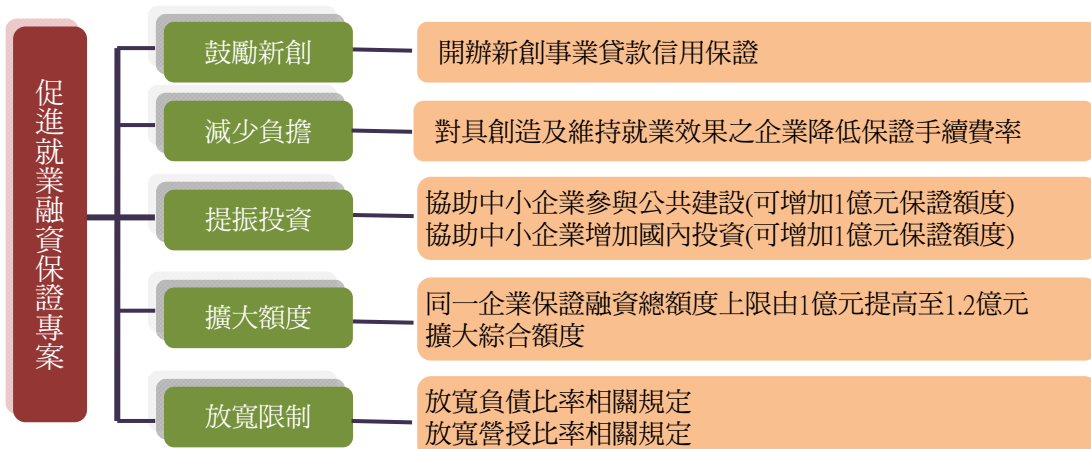
資料來源：財團法人中小企業信用保證基金。

除一般中小企業信用保證業務外，信保基金亦配合政府各項政策推動需要，辦理多項專案信用保證。目前，信保基金配合政府政策辦理之貸款信用保證如下：

（一）促進就業融資保證專案

為配合政府之「振興經濟促進就業措施」，協助企業順利向金融機構取得營運所需資金，以維持及創造就業，於檢討 2008 年底起為因應全球金融海嘯所推出「千金挺專案」之實施績效後，為進一步配合政府促進就業之政策，2010 年推出「促進就業融資保證專案」，除維持原有放寬措施，並將新創事業貸款納入信用保證範圍，不受保證對象標準有關連續營業規定限制，及對具維持及創造就業效果之企業降低保證費率等；2011 年為持續配合提升國內就業率政策，在兼顧中小企業融資及保證風險下，經修正並延長該專案相關措施辦理期限至 2011 年 12 月底止；又 2012 年為因應全球經濟趨緩隱憂，確保我國經濟成長，經濟部配合行政院推動「經濟景氣因應方案」，延長「促進就業融資保證專案」實施期限至 2012 年 12 月 31 日止。（圖 8-2-2）

圖 8-2-2 「促進就業融資保證專案」實施內容



附註：信保基金於 2012 年 7 月 1 日實施「信用保證網路作業新系統」，上列部分措施有配合調整。
資料來源：財團法人中小企業信用保證基金。

（二）創業貸款信用保證

為輔導創業青年開創事業，創造工作機會，信保基金於 1986 年 10 月即開辦青年創業貸款信用保證業務。近年來，行政院勞工委員會、法務部、臺北市政府及新北市政府等，陸續以火金姑(相對保證)方式與信保基金合作辦理相關創業貸款信用保證業務。2011 年 7 月，財團法人中國信託慈善基金會為協助弱勢民眾經由創業脫離貧困，特提供保證專款，委由信保基金辦理「信扶專案貸款信用保證」業務，為民間單位委託信保基金辦理創業貸款保證之首例。

（三）火金姑(相對保證)專案信用保證

信保基金於 2006 年 3 月推動火金姑（相對保證）專案業務，主要目的為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，及鼓勵企業投入創新研發，提高產品附加價值，促進產業升級。目前已有中國鋼鐵公司、中華電信公司、麗寶建設集團等知名企業完成捐助。（表 8-2-2）

表 8-2-2 信保基金火金姑（相對保證）專案一覽表

合作對象		信用保證項目	適用對象
企業	中國鋼鐵（股）	火金姑（相對保證）專案	中小企業
	中華電信（股）		
	麗寶建設（股）		
中央 機關	行政院勞委會	微型創業鳳凰貸款	中高齡創業者、創業婦女
		就業保險失業業者創業貸款	創業之就業保險失業業者
	法務部財團法人 臺灣更生保護會	更生事業甘霖專案貸款	創業之更生人
	交通部觀光局	旅行業貸款	中小企業
	行政院體委會	運動服務業貸款	中小企業
	行政院經建會	離島永續發展優惠貸款	中小企業
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、攤商
		臺北市中小企業策略性及創新升級融資貸款	臺北市中小企業
		臺北市青年創業融資貸款	臺北市之創業青年
	新北市政府	新北市政府幸福創業微利貸款	新北市之弱勢創業民眾
	高雄市政府	高雄市小蝦米商業及策略性貸款	高雄市之公司、商號、攤商
	宜蘭縣政府	宜蘭縣政府幸福貸款	宜蘭縣之公司、商號、攤商
	臺南市政府	臺南市中小企業貸款	臺南市之公司、商號、攤商
	屏東縣政府	屏東縣中小企業貸款	屏東縣之公司、商號、攤商
	澎湖縣政府	澎湖縣中小企業融資貸款	澎湖縣之公司、商號、攤商

資料來源：財團法人中小企業信用保證基金。

2007 年 5 月，信保基金將火金姑（相對保證）專案之合作對象延伸至政府機關，結合政府輔導政策與信用保證資源，共同協助個人或中小（微型）企業自金融機構取得創業或營運所需資金，以發揮資源共乘效果。

（四）災害復舊貸款信用保證

1. 中小企業災害復舊專案貸款信用保證：為協助因遭受災害致營業場所、廠房、商品、原物料及在製品等受毀損之中小企業取得從事復舊所需資金，於 2006 年 5 月開辦此項業務。
2. 協助天然災區住宅修繕貸款信用保證：為協助天然災害受災民眾，取得家園重建所需資金，於 2008 年 10 月開辦此項業務。

（五）特定產業貸款信用保證

1. 電影事業廣播電視節目供應事業及有聲出版事業優惠貸款信用保證：為配合政府振興影視產業，推動重點影視產業發展，以協助影視產業之中小企業取得營運資金，於 2007 年 2 月開辦此項業務。
2. 重點服務業融資信用保證：為配合經濟部推動重點服務業發展，協助具發展潛力之重點服務業獲得資金融通，強化競爭力，配合提供信用保證，於 2010 年 5 月開辦此項業務。
3. 貿易自由化受損產業升級轉型貸款信用保證：為減緩易受貿易自由化影響之產業衝擊，協助業者轉換業種與產品，俾利受損產（企）業取得升級轉型貸款資金，配合提供信用保證，於 2010 年 7 月開辦此項業務。

（六）其他專案貸款信用保證

1. 自有品牌推廣海外市場貸款信用保證：為協助企業在國際上建立並推廣自有品牌，於 1990 年 10 月開辦自創品牌貸款信用保證業務（自創品牌貸款於 2006 年 6 月更名為自有品牌推廣海外市場貸款）。2006 年 12 月配合經濟部「品牌台灣發展計畫」，提高每一申貸企業信用保證額度為 2 億元。本項保證對象包含非中小企業。
2. 國內民營企業國際專利權訴訟貸款信用保證：為協助國內民營企業取得因應國外企業國際專利權訴訟所需資金，於 2005 年 7 月開辦此項業務。本項保證對象包含非中小企業。
3. 協助中小企業赴有邦交國家投資融資信用保證：為配合政府「榮邦計畫」政策，協助國內廠商赴有邦交國家投資取得所需資金，於 2006 年 1 月開辦此項業務。
4. 提升景氣非中小企業專案貸款信用保證：為配合政府提升景氣及協助企業取得營運資金，提供信用保證，於 2012 年 2 月開辦此項業務。
5. 小店家貸款信用保證：為落實政府促進就業政策，鼓勵金融機構運用自有資金，協助小規模商業取得所需營運資金，於 2010 年 5 月開辦此項業務。
6. 中小企業新創事業貸款信用保證：為鼓勵創新創意，推動新創事業發展，誘發企業創新經營模式，促進產業創新改變，提升產業競爭能力，配合提供信用保證，於 2010 年 7 月開辦此項業務。

四、信保基金信用保證成效

信保基金經過 38 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，且保證金額迭創歷史新高紀錄。

(一) 協助中小企業取得信用融資

截至 2012 年 6 月底，信保基金已累計協助 321,747 家企業，自金融機構取得融資金額 9 兆 4,226 億元，保證金額 6 兆 6,820 億元，承保件數 4,696,567 件。其中累計承保中小企業家數 313,638 家，協助中小企業取得金融機構融資金額計 9 兆 2,679 億元，保證金額 6 兆 5,701 億元，承保件數 4,641,799 件。（表 8-2-3）

表 8-2-3 2007 年至 2012 年 6 月信保基金承保情形

年 別 \ 項 目	保證戶數 (戶)	承保件數 (件)	保證金額 (億元)	融資金額 (億元)	年底保證餘 額(億元)	年底融 資餘額(億元)
2007	154,859	238,801	2,906.11	4,952.57	3,589.98	5,541.29
2008	147,452	237,446	3,307.57	5,231.51	3,289.88	5,013.95
2009	139,755	254,807	4,752.48	6,312.07	3,939.28	5,324.39
2010	135,821	312,593	6,925.98	8,637.87	4,895.77	6,254.93
2011	136,244	342,796	8,084.26	10,118.34	5,541.23	6,998.51
2012 年 1-6 月	130,202	178,747	4,304.11	6,405.33	5,841.12	7,368.74

附註：上列之保證戶數係年度全體保證案件戶數，不含 2003 年 1 月信保基金接受教育部、臺北市政府及高雄市政府委託代為辦理高級中等以上學校學生就學貸款、2004 年 8 月 1 日開辦之留學貸款、2005 年 7 月 1 日開辦之青年海外生活體驗貸款及 2011 年 6 月 1 日開辦之臺北市青年留學貸款信用保證業務。

資料來源：財團法人中小企業信用保證基金。

表 8-2-4 2007 年至 2012 年 6 月信保基金協助中小企業承保情形

年 別 \ 項 目	保證戶數 (戶)	承保件數 (件)	保證金額 (億元)	融資金額 (億元)	年底保證餘 額(億元)	年底融 資餘額(億元)
2007	147,227	236,409	2,882.10	4,927.21	3,485.53	5,425.50
2008	139,768	235,020	3,278.30	5,196.54	3,187.05	4,899.46
2009	130,269	248,374	4,620.30	6,131.41	3,767.68	5,113.94
2010	124,932	305,463	6,765.92	8,428.01	4,687.50	6,005.62
2011	124,640	336,973	8,003.82	10,017.20	5,364.00	6,793.36
2012 年 1-6 月	118,416	176,263	4,276.99	5,372.66	5,676.51	7,180.19

資料來源：財團法人中小企業信用保證基金。

表 8-2-5 2011 年信保基金承保情形統計－依保證項目別

單位：件；億元

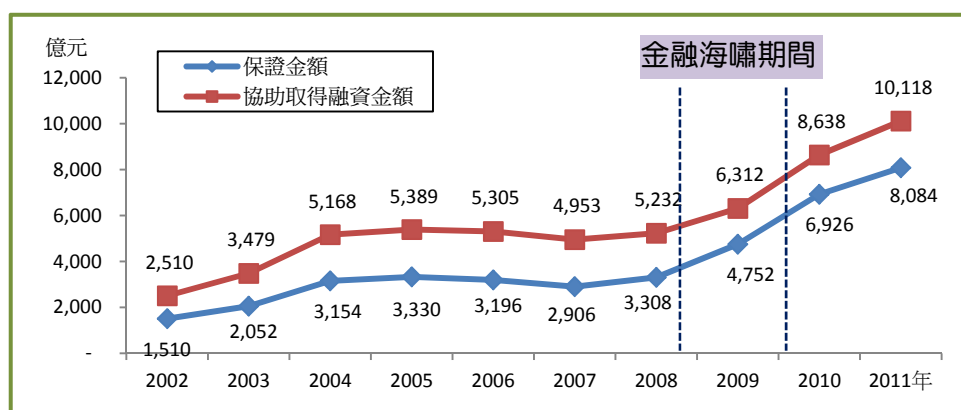
保證項目	保證件數	保證金額	融資金額
一般貸款	130,933	3,295.70	4,326.14
購料週轉融資	77,887	1,488.01	1,966.15
外銷貸款	2,333	49.93	65.31
履約保證	7,563	123.02	160.96
商業本票保證	149	7.80	10.32
政策性貸款	1,128	53.66	68.48
批次信用保證	23,385	1,400.43	1,400.74
小額簡便貸款	1,412	10.78	14.22
小店家貸款	11	0.03	0.04
中小企業新創事業貸款	10	0.15	0.16
災害復舊貸款	14	0.34	0.38
自有品牌貸款	3	0.13	0.17
青年創業貸款	2,576	18.15	20.25
重建家園貸款	71	1.01	1.01
促進產業研究發展貸款	15	0.81	0.95
知識經濟企業融資	58	1.61	2.39
電影事業廣播電視節目供應事業及有聲出版事業優惠貸款	4	0.19	0.24
運動服務產業貸款	24	0.52	0.64
火金姑（相對保證）專案貸款	3,750	32.79	34.67
火金姑（相對保證）微型創業鳳凰貸款	718	3.96	4.17
火金姑（相對保證）旅行業貸款	11	0.26	0.29
火金姑（相對保證）臺北市中小企業融資貸款	79	0.48	0.52
火金姑（相對保證）臺北市中小企業策略性及創新升級融資貸款	55	0.58	0.64
火金姑（相對保證）臺北市青年創業融資貸款	95	0.44	0.46
火金姑（相對保證）新北市政府幸福創業微利貸款	28	0.10	0.11
火金姑（相對保證）高雄市小蝦米商業及策略性貸款	27	0.08	0.09
火金姑（相對保證）宜蘭縣政府幸福貸款	4	0.02	0.02
信扶專案創業貸款	26	0.03	0.03
擴大綜合額度	87,851	1,443.83	1,838.11
擴大購料週轉融資保證	21	0.15	0.18
協助中小企業參與公共建設	1,515	97.15	126.56
協助中小企業增加國內投資	109	12.08	15.62
振興經濟非中小企業專案貸款	909	39.23	57.44
莫拉克颱風受災觀光產業貸款	3	0.04	0.04
莫拉克颱風受災企業融資	12	0.63	0.70
莫拉克颱風受災住宅貸款	7	0.13	0.13
合計	342,796	8,084.26	10,118.34

資料來源：財團法人中小企業信用保證基金。

（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傾向保守，中小企業受先天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，以彌補金融機構辦理融資信心之不足，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。（圖 8-2-3）

圖 8-2-3 最近十年信保基金承保情形



資料來源：財團法人中小企業信用保證基金。

（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 2012 年 6 月底，已成長茁壯超過中小企業認定標準，成為大企業者計 2,488 家；股票已上市、上櫃及興櫃者合計 779 家（表 8-2-6）；歷年「國家磐石獎」、「小巨人獎」、「創造就業貢獻獎」、「中小企業創新研究獎」及「國家品質獎」之得獎企業中約 63% 為經信保基金保證協助取得金融機構融資之企業。（表 8-2-7）

表 8-2-6 2012 年 6 月底信用保證戶上市、上櫃及興櫃家數表

類別	經信保基金保證之企業家數 A	上市、上櫃及興櫃企業總家數 B	保證企業所占比重 (%) A/B
上市	268	832	32.21
上櫃	359	622	57.72
興櫃	152	274	55.47
合計	779	1,728	45.08

資料來源：財團法人中小企業信用保證基金。

表 8-2-7 2012 年 6 月底信用保證戶獲獎家數表

得獎項目	屆 別	年 度	得獎之保證 企業家數	得獎企業 總家數
小巨人獎	1-14 屆	1998-2011	160	209
國家品質獎	1-22 屆	1990-2012	12	19
國家磐石獎	1-20 屆	1992-2011	166	221
創新研究獎	1-18 屆	1993-2011	390	560
創造就業貢獻獎	1- 7 屆	2010-2011	59	236
合 計	-	-	787	1,245

資料來源：財團法人中小企業信用保證基金。

五、信保基金 2012 年積極推動之新措施

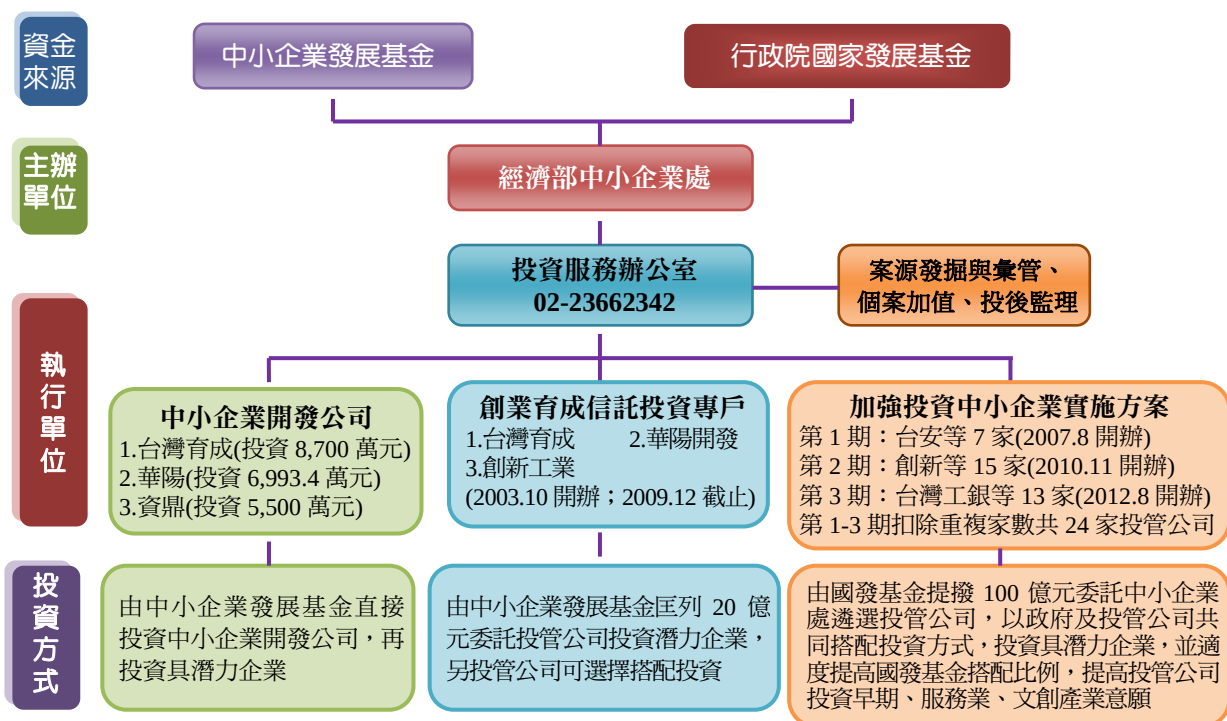
為擴大協助中小（微）型企業順利取得營運資金，並活絡地方經濟小規模商業貸款，信保基金除積極與各機關（構）合作辦理「火金姑專案」貸款保證外，亦將配合經濟部之輔導政策，積極在 2012 年推出「幸扶安心專案」、「返鄉築夢專案」及「亮點繁星專案」等貸款信用保證。

- （一）**火金姑專案**：目前地方政府已有臺北市、新北市、臺南市、高雄市、屏東縣、宜蘭縣、澎湖縣等 7 個地方政府加入。為提升各縣市政府參與意願，已放寬各級政府與保證基金搭配比例（中央部會 5：5、五都 4：6、其它縣市政府 3：7），以擴大相對保證專案之普及性，活絡地方小規模商業。
- （二）**幸扶安心專案**：結合非政府組織（NGO）力量，爭取社福或慈善機構合作，由經濟部轉介政府相關財務融通資源，協助微小型企業取得小額營業週轉金。
- （三）**青年築夢專案**：為協助新創事業發展，提供籌設階段之創業啟動金，並鼓勵青年返鄉築夢創業，形塑在地產業特色，由信保基金提供專案信用保證之創業啟動金，配合銀行自有資金，給予最高保證成數 9 成 5、最高額度 200 萬元之創業啟動金，以促進就業，繁榮地方經濟。
- （四）**亮點繁星專案**：為協助國內生技、綠能、醫療、文創、美食、物流等重點新興產業發展，配合政府政策針對國內六大新興產業、四大新興智慧型產業及十大重點服務業提供直接信用保證，平均保證成數提高至 8 成以上，據以暢通中小企業融資管道。

第 3 節 強化投資中小企業

為提升中小企業競爭力及資金募集管道，於 1993 年 3 月 26 日發布〈中小企業開發公司設立營運管理辦法〉，以參與設立中小企業開發公司之方式，對中小企業進行投資或提供經營管理及諮詢顧問輔導等業務。另外，為協助中小企業解決權益資金取得問題，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 2007 年 8 月行政院國家發展基金撥款 100 億元，委託中小企業處辦理「加強投資中小企業 100 億元計畫」。(圖 8-3-1)

圖 8-3-1 加強對中小企業投資架構



資料來源：經濟部中小企業處，2012 年。

一、設置投資服務辦公室

中小企業處為使投資計畫進行更具效率，於 2007 年 9 月成立「投資服務辦公室」。投資服務辦公室定位在協助委託單位執行「加強投資中小企業實施方案」及「創業育成信託投資專戶」二投資計畫，提供智庫幕僚及行政支援服務。對中小企業、育成中心輔導廠商提供整合輔導及媒合國內外創投資金服務，並作為執行計畫的投管公司與中小企業間溝通協調的平台。服務對象包括：（一）投資基金委託單位：行政院國家發展基金

管理會、中小企業發展基金管理委員會；（二）有資金需求的中小企業；（三）專業管理公司。

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於 2007 年 4 月 17 日決議通過「加強投資中小企業實施方案」，並由國發基金提撥 100 億元，委託中小企業處辦理「加強投資中小企業 100 億元計畫」。執行期限 10 年，前 7 年進行投資，後 3 年進行剩餘投資案處分，於 2007 年 8 月 30 日正式啟動。中小企業處已遴選 24 家投管公司，採共同搭配投資方式，投資具發展潛力之中小企業，促進中小企業發展。

「加強投資中小企業實施方案」委託投管公司原以 1：1 資金搭配方式投資具發展潛力中小企業，為推動中小企業發展，改善早期階段企業籌資不易的問題，並配合行政院推動服務業發展方案提升國內就業機會，2010 年 9 月修正〈加強投資中小企業實施方案作業要點〉，調整資金搭配方式：

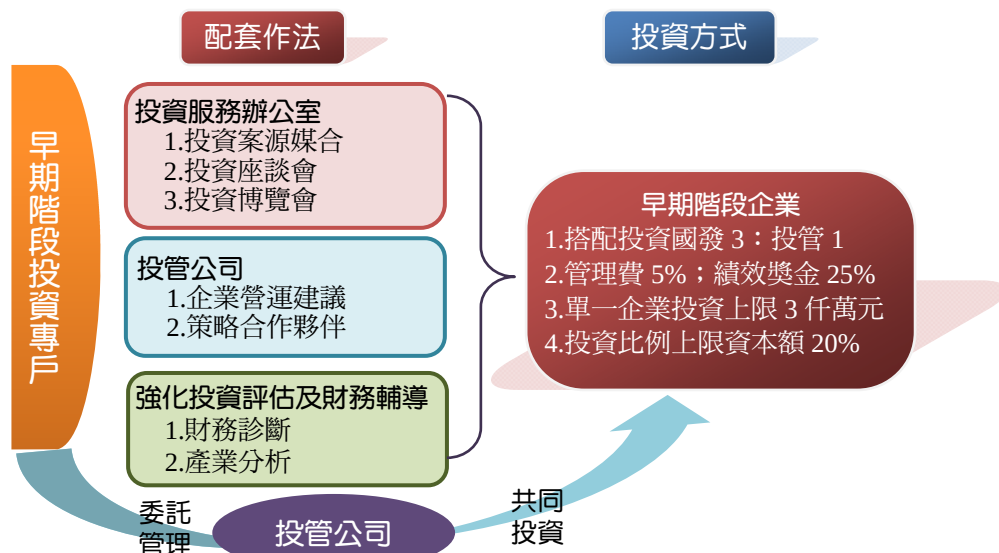
- （一）投資種子期及創建期企業，搭配投資比例國發基金 3：投管公司 1。
- （二）投資文化創意產業，搭配投資比例國發基金 3：投管公司 1。
- （三）投資重點服務業，搭配投資比例國發基金 2：投管公司 1。
- （四）專業管理公司投資評估時點前一年內，國內僱用員工增加 30 人（含）以上者，搭配投資比例國發基金 2：投管公司 1。

藉由上述各項措施提高投管公司投資新興產業之誘因，引導民間資金配合政府政策投資至各項重點發展產業，截至 2012 年 6 月底，合計投資 96 家企業、累計國發基金投資金額 32 億 6,041 萬元，管理公司搭配投資金額 24 億 4,621 萬元，總計投資金額 57 億 662 萬元。另外，引進美、日等國外資金達 4 億 8,764 萬元、誘發民間投資 232 億元；協助企業取得智慧財產權約 1,093 件，獲得國內外獎項 121 件及穩定就業數達 11,149 人，對國內中小企業發展及提供就業機會有明顯助益。

三、加強投資中小企業實施方案－早期階段投資

為持續改善早期階段企業籌資問題，規劃運用「加強投資中小企業實施方案」開辦「早期階段投資專戶」：委託投管公司以搭配投資方式，共同投資早期階段企業相關措施如下：（圖 8-3-2）

圖 8-3-2 早期階段、策略性服務業投資專戶措施



資料來源：經濟部中小企業處，2012 年。

四、設立創業育成信託投資專戶投資發展潛力中小企業

經濟部中小企業處依據中小企業發展條例第 9 條第 1 項第 3 款、中小企業發展基金收支保管及運用辦法第 6 條暨中小企業發展基金管理委員會第 29 次決議，以「中小企業創業育成信託投資專戶」委託專業管理公司（含中小企業開發公司、金融機構及創導性投資公司）對國內具發展潛力之新創中小企業進行投資。

中小企業處於 2003 年 5 月 29 日奉行政院同意，自中小企業發展基金提撥新台幣 20 億元，以特定用途信託資金方式，成立「中小企業創業育成信託投資專戶」，將資金交付受託銀行控管，並於 2003 年 10 月開始進行投資。

截至 2012 年 4 月底，已投資 80 家（82 案）中小企業（投資後上市上櫃 15 家），發展基金投資金額計 15 億 1,830 萬元，管理公司搭配投資金額計 16 億 7,921 萬元，投資收益現金股利 9,359 萬元、處分利得 2 億 6,280 餘萬元。

五、設立中小企業開發公司投資中小企業

依據「中小企業發展條例」，設置「中小企業發展基金」，制定〈中小企業開發公司營運管理辦法〉，設立中小企業開發公司，除直、間接參與投資，協助中小企業取得資金外，還提供中小企業國內外技術合作、市場與產品開發和經營管理顧問與諮詢，以及中小企業中長期資金規劃。

獲得中小企業發展基金挹注的開發公司有：台灣育成中小企業開發公司（投資 8,700 萬）、華陽開發（投資 6,993.4 萬）、資鼎中小企業開發公司（投資 5,500 萬）。

2011 年投資產業分布：光電業占 18%、生化科技占 10%、電子零組件業占 28%、軟體及 IC 設計業占 15%，資通訊業占 16%，其他（含奈米科技）占 29%。

截至 2012 年 6 月底，已投資 266 家中小企業，投資金額計 41 億 3,568 萬元。

第 9 章 協助升級轉型與提升研發能量

政府致力於資訊應用輔導服務，主要希望透過各項輔導計畫，協助企業應用網路及相關資訊技術，以達到縮減作業流程、降低經營管理及行銷業務各層面成本等效益，並協助企業運用 e 化與世界接軌，進而開拓網路世界中「看不見的新市場」。

中小企業雖缺乏規模力量，但具彈性、速度、效率及順應國際市場變動等特性，因此中小企業的生存之道不在與其他企業進行大規模之成本競爭，而在於根據環境、市場及客戶需求，不斷創新研發，並及時提供差異化及高附加價值產品，才能在國際大廠環伺的激烈競爭環境中，突破重圍以持續生存及發展。

經濟部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，提供許多創新研發輔導及經費補助，包括協助傳統產業技術開發計畫（CITD）、小型企業創新研發計畫（SBIR）、業界開發產業技術計畫（ITDP）、創新科技應用與服務計畫（ITAS）及服務業創新研發計畫（SIIR）等，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。

本章涵括 2011 年及 2012 年政府協助中小企業升級轉型（電子化導入、品質及管理能力提升、技術升級）及提升研發能量等相關政策與措施。

第 1 節 促進中小企業數位加值應用

經濟部依電子化的導入流程及中小企業資通訊應用需求，提供中小企業一系列資通訊應用輔導計畫，包括導入前之規劃、導入中執行輔導及導入後績效評估與追蹤，從導入應用、人才培訓到知識的累積，提供一路相隨的關懷服務。以下分述 2011 年至 2012 年相關輔導計畫推動執行情形。

一、深耕數位應用，增進自主學習

經濟部中小企業處自 2005 年起推動「縮減產業數位落差計畫」以「提升中小企業數位應用能力」為推動目標，輔導未滿 20 人之傳統產業、小企業及新創企業發展數位商機，及運用數位學習提升人力素質與競爭力。2011 年計協助 2,139 家企業導入電子化應用，輔導 22 個微型企業 e 化群聚，帶動資訊服務業 5,471 萬元以上商機。

2012 年起推動「深耕中小企業數位關懷計畫」（2012-2015），以「深耕數位應用，

增進自主學習」為主軸，以 e-CARE 輔導模式分四項重點進行（圖 9-1-1），將針對全台偏鄉之微型企業、中小企業提供在地化、區域化、精緻化、深耕化的關懷服務，著重於質的提升，以養成個人企業、扶植當地區域發展、產出主題式群聚、增加學習人口、推動數位學習應用為重點目標。e-CARE 輔導重點分述如下：

圖 9-1-1 深耕中小企業數位關懷計畫實施策略



資料來源：中小企業處，2012 年。

- （一）**Care—在地數位關懷（Coach）**：針對偏鄉之微型企業，以結合當地資訊服務顧問及志工，運用社會服務關懷方式，瞭解企業數位需求優先順序，提供適性化數位能力提升服務。
- （二）**cAre—數位升級輔導（Advance）**：篩選已數位化且具潛力、有意願之中小企業提供適性化數位再升級輔導服務。
- （三）**caRe—數位轉型輔導（Reconstruct）**：協助有潛力微型企業轉換營運模式或利基市場，透過產學合作或共同平台行銷推廣，減少學習與營運成本，進而改變產業的商業模式，帶動商機。
- （四）**carE—數位應用擴散（Expand，e→e+）**：推動優良企業的產品及服務形象，運用網路提高知名度，鼓勵中小企業參考運用，擴大輔導效益。

二、推動國際網路行銷，拓展國際網路新通路

為整合國際網路行銷模式，協助具外銷潛力企業開啟國際網路新通路，進而獲取海

外訂單，帶領中小企業打出海外新通路、新市場、新商機。經濟部中小企業處「推動中小企業國際網路行銷計畫」。主要服務項目：

- (一) 提供多元化國際網路行銷服務模式，協助外銷型中小企業運用各種電子商務營運模式，拓增海外行銷通路，開發國際網路新市場。
- (二) 輔導企業透過國際網路外銷工具之應用及導入，開創海外新通路、新商機，並分析複製其成功經驗，成為中小企業之典範。
- (三) 廣邀具網路外銷意願及潛力之中小企業，推動參與國際網路行銷案例分享活動，提升企業投入網路外銷市場之基本知識與經驗。

另外，遴選合法登記成立之中小企業，其產品具外銷特色、高產值、高市場佔有率、已在國內穩定發展或已有網路行銷經驗之潛力優質中小企業，協助其增進國際網路行銷能力建立成功國際網路行銷模式，提升外銷商機。

三、推動雲端運算服務，促進升級轉型

經濟部中小企業處為協助國內中小企業運用雲端運算服務，依據「經濟部協助產業創新活動補助及輔導辦法」推動「雲端運算推廣服務計畫」，以協助國內雲端運算相關業者因應環境變遷，創新雲端服務模式，並輔導中小企業導入及運用雲端運算服務，以提升競爭力及促進升級轉型。

本項計畫以帶動台灣雲端運算技術研發與創新應用為重點，成立中小企業雲端運算推廣服務中心，盤點現有雲端服務資源；並訪查中小企業對雲端服務之需求，媒合供需。尋求適合中小企業優先服務項目，促成符合中小企業需求的多元化雲端應用，使廣大中小企業能享受到雲端運算帶來的便利。

挑選高附加價值的關鍵應用領域，提供經費補助，鼓勵資服業者升級發展雲端運算技術創新、系統創新與服務創新之整體解決方案開發。在改變服務模式，滿足中小企業共同需求的雲端服務下，加速推動雲端服務模式的成型，形成示範並全面擴散，以拓展新的市場或新的應用，甚至新的產業或商機。

四、推動善用資通訊科技，提升創新加值能量

經濟部中小企業處為推動中小企業善用資通訊科技、厚植創新能力，藉由輔導中小企業應用資通訊科技。整合異業、價值鏈或經營、服務、行銷、商業應用等模式創新、升級，促進中小企業個別或群體（或群聚）營運加值、升級或轉型。執行「中小企業資

訊創新升級計畫」推動重點如下：

- (一) **資訊創新升級**：選擇產品或服務具潛力之優質中小企業、供應鏈或價值體系企業群，輔導其提升資訊應用能力，協助其價值整合或模式創新、升級，促成企業(群)得以知識加值、價值鏈成長、供應鏈整合，進而擴展營運規模。
- (二) **服務基盤整備**：建立系統化評量機制，透過診斷及追蹤，瞭解及回饋中小企業資訊通訊應用的需求及輔導效益，累積建構中小企業輔導履歷及輔導服務資料庫，落實分級、分類提供適時、適性一路相隨之輔導服務，並建立科學化、系統化方法及基礎研析輔導效能。

五、智慧財產權加值運用

經濟部中小企業處推動「創新中小企業智慧財產價值計畫」，協助具技術創新之中小企業，進行智慧財產經濟價值及多元化智財運用之輔導評估，並由計畫專家輔導企業內相關智財組織，強化中小企業重視智慧財產權，進而縮短研發時程及節省相關的研發投入成本，以期在智慧財產的整體價值鏈上，包括智財管理保護、智財引進/移轉、流通運用等各階段，進行整合性的連結與評估輔導服務。計畫主要工作項目包括：

(一) 維運「中小企業智權加值服務中心」，優化中小企業智權能力

1. 提供企業即時性諮詢服務與建議，協助企業處理智權問題。
2. 宣導及維運中小企業智權加值服務平台，以達知識效益的傳遞與計畫成果擴散。
3. 彙編中小企業智權 QA 手冊，提供中小企業智財規劃及篩選專利事務所之參考。
4. 辦理中小企業智財論壇及計畫成果展示會。

(二) 規劃智權專案輔導機制，提升中小企業營運面智財運用能力

1. 提供中小企業在智慧財產權面之短期診斷並提出建議解決方案，以為中小企業未來研擬智財策略之參考。
2. 在廠商創新產品開發或現有產品改良過程中提供所需的智權相關輔導。
3. 與大專院校簽訂「專利授權合作平台機制」合作備忘錄，協助中小企業取得技術專利。
4. 協助中小企業導入智慧財產管理制度，並協助通過台灣智慧財產管理規範驗證。

六、推動製造業價值鏈資訊應用，提升產業競爭優勢

為運用資通訊科技，協助製造業廠商營運模式創新、作業流程改善，深化製造能量，並逐步朝價值鏈兩端的研發設計和行銷通路延伸，進而鼓勵運用資通訊科技，提升全球運籌能力，經濟部工業局推動「製造業價值鏈資訊應用計畫」。輔導種類、申請資格及補助金額如下：

- (一) **營運總部資訊應用**：申請廠商需於境外設有公司，具備跨國經營能力且以台灣作為決策中心及價值創造的企業營運總部/本部者。政府補助金額以兩年補助 1,000 萬元為上限（限國內發生之費用）。
- (二) **價值鏈資訊應用**：申請廠商需為國內中心廠商，且於台灣具備上下游價值鏈體系者，並已建置企業資源規劃系統等企業內資訊應用基礎者。政府補助金額以兩年補助 500 萬元為上限（限國內發生之費用）。
- (三) **XaaS 共通服務應用**：申請廠商需為國內製造業，以 XaaS 為基礎，運用軟體服務化（Software as a Service，SaaS）、平台服務化（Platform as a Service，PaaS）、基礎設施服務化（Infrastructure as a Service，IaaS）等雲端軟體應用模式及服務，架構具創新性之 IT 服務平台，促成跨業整合或串接價值鏈等相關服務。

上述所導入之資訊應用，必須結合申請公司經營策略並符合體系成員需求，以提高營運活動附加價值。每一輔導計畫執行行程以 2 個年度為原則，申請公司提出之配合款不得低於計畫總經費 50%。

七、輔導傳統製造業 ICT 應用加值

政府正積極與大陸及世界各國洽簽相關自由貿易協定，簽署 ECFA 及 FTA 之後產業可在較低的限制條件在各地自由地貿易，但也將面臨來自各國更加激烈的競爭。面對開放後的自由貿易市場，台灣整體產業仍擁有相當優勢，但相對較為弱勢的產業，則需再加以改善體質，以因應未來更加嚴峻的挑戰。

伴隨資訊技術進步及與通訊技術之數位匯流，過往企業電子化係利用網路及資訊技術，促使企業營運流程改善，以降低成本或提升效率，經濟部工業局推動「傳統產業 ICT 共通性加值計畫」，以電子化為基礎，再整合資通訊軟硬體相關技術，加值企業之產品及服務流程，促使企業提升附加價值及創新營運模式。輔導種類及補助費用如下：

- (一) **ICT 加值體系輔導**：優先以成衣、內衣、毛衣、泳裝、毛巾、寢具、織襪、製鞋、袋包箱、陶瓷、石材、家電、木竹製品、動物用藥、農藥、環境用藥及其他產業

等 17 項加強輔導產業，以及印刷工業、工具機、紙容器、模具、食品、運動用品、車輛零組件等 ECFA 台灣早收清單 267 項可能受貿易自由化影響之業者；政府補助金額以兩年補助 500 萬元為上限（限國內發生之費用）。

（二）ICT 增值產品增值輔導（產品增值服務）：須結合（至少）一種產品與 ICT 功能，使產品具備聯網功能，並滿足使用者需求，提供目標市場「增值型服務」；政府補助金額以兩年補助 500 萬元為上限（限國內發生之費用）。

（三）ICT 增值產品服務輔導（產品整合服務）：提案業者需能有效整合相關產品製造業者、結合多家業種業態之產品與功能，提供目標市場「整合型服務」，並提供後端服務內容；政府補助金額以兩年補助 1,000 萬元為上限（限國內發生之費用）。

每一輔導計畫執行期程以二個年度為原則，申請公司提出之配合款不得低於計畫總經費 50%，且應依原提報之廠商配合款及核定之政府補助款，確實執行計畫。

八、推動物流利基化與供應鏈服務發展

為發展「國際供應鏈管理服務」，提升 ICT 增值整合服務，協助產業建構效率化的全球商業鏈，經濟部商業司自 2009 年起執行「物流利基化與供應鏈服務推動計畫」，推動我國物流業以策略聯盟方式，擴大全球服務項目與跨國服務據點，發展成為大型化、國際化之整合型物流服務業者，並朝提供供應鏈管理服務發展；同時鼓勵物流業發展專業度高、服務增值性大的利基化物流服務，透過創新 e 化服務，整合其上下游體系，建立專業化利基市場競爭力，朝提供創新化、差異化、增值化的物流服務發展。2012 年物流服務補助，預計補助至少 2 個物流聯盟服務示範案及補助至少 4 個物流利基化服務示範案。

（一）物流聯盟服務示範案：推動物流業進行垂直或水平整合，藉由業務合作、股權參與、股權轉換、合資發展或企業併購等多種聯盟方式達成核心業務互補、流程整併與改善、資訊整合，擴大全球服務項目與跨國服務據點，成為提供全流程、整合性國際物流服務業。除以合併收購、策略聯盟，不斷大型化、國際化之外，更須提升資通訊科技 ICT 的應用，持續發展出新的業務形態，順應企業客戶的需求，積極拓展全球服務涵蓋面，加速切入或延伸海外市場，形成優勢競爭。政府補助款額度以新台幣捌佰萬元為上限，且應低於計畫總經費二分之一。

（二）物流利基化服務示範案：補助目的在於發展專業度高、服務增值性大的利基化物流服務，並運用創新 e 化科技及增值 e 化應用，整合上下游體系，提供整合增值

服務以滿足企業客戶，例如：即時貨況追蹤、全程溫度監控、資產追蹤管理、RFID 應用系統及供應鏈狀態追蹤等 e 化創新模式，建立利基化物流市場專業獨特的競爭力。並鼓勵物流業者創新的營運模式、IT 模式、物流服務模式等，結合物流、資訊流、金流，提供差異化、增值化的物流服務，產生新創服務模式，提升競爭優勢。政府補助款額度以新台幣肆佰萬元為上限，且應低於計畫總經費二分之一。

（補助適用對象及需求規格詳閱網站；<http://gcis.nat.gov.tw/elogistics>）

九、推動智慧辨識應用服務

為輔導我國商業服務業者推動多元化且具價值之商業服務，滿足終端使用者便利消費及加值服務需求的目標，並協助發展新事業及新型態服務模式，提升創新服務能量。經濟部商業司自 2011 年起執行「智慧辨識服務推動計畫」，鼓勵商業服務業者以推動商業智慧聯網（IoT）之商業行動化服務應用為目標，透過感知辨識應用（如智慧型手機、平板電腦、RFID、LBS、虹膜辨識…等）、通訊聯網與雲端運算之整合，將各種資訊經由資通訊網路即時準確地傳遞至後端進行分析和處理，讓使用者透過軟、硬體結合的應用，在任何時間、任何地點獲得所需之資訊與服務，體驗無縫隙服務環境所帶來的價值性，促使台灣商業服務業朝向提升服務價值、客製化及便利化的創新服務發展，建立台灣成為智慧辨識服務發展的示範環境，進而成為亞太區智慧型服務應用領先者。輔導類型及補助費用如下：

- （一）**智慧辨識服務示範個案：**以感知辨識技術，結合通訊連網及雲端運算規劃出至少 1 種服務功能，此服務功能可快速擴散複製使用於各類型或連鎖體系與民生消費相關之店家，並可讓使用者感受客製化及便利的服務，提升使用者與店家間之連結度及忠誠度。本案可申請之政府補助款額度以新台幣三百萬元為上限（限國內發生之費用），且應低於計畫總經費二分之一。
- （二）**智慧辨識服務示範線：**以感知辨識技術，結合通訊連網及雲端運算規劃出至少 3 種服務功能，此服務功能須能於異業間之店家整合使用，可讓使用者獲得連續性的服務，感受客製化及便利的服務，提升使用者與店家間之連結度及忠誠度。本案可申請之政府補助款額度以新台幣七百萬元為上限（限國內發生之費用），且應低於計畫總經費二分之一。
- （三）**智慧辨識整合服務平台：**以感知辨識技術，結合通訊連網及雲端運算規劃出至少 8 種服務功能，此服務功能須能於異業間之店家整合使用，並以單一窗口模式提供使用者便利的整合性服務；另外整合服務平台須提供至少 2 種共通性服務，如

金流管理、物流管理、資訊交換、電子發票、安全管理……等功能提供服務供應者，建立一商業共享平台，確保使用者在安全可靠的環境下享受服務。本案可申請之政府補助款額度以新台幣一千二百萬元為上限（限國內發生之費用），且應低於計畫總經費二分之一。

十、推動產業運籌服務化

經濟部商業司為協助我國產業全球布局與物流業運籌服務發展，依據「產業運籌服務化推動計畫」之政府補助款及輔導作業措施，推動「產業運籌服務化輔導作業」，以促進產業升級與創新、加強物流網路發展與整合、提升物流服務業之能力與品質為方向，強化國內產業供應鏈管理力與價值鏈競爭力，並推動產業全球運籌之 BPO (Business Process Outsourcing) 營運流程外包服務。

本項輔導以 ECFA 早收產業、台灣具關鍵零組件/成品優勢之產業或台灣具品牌行銷力之傳統產業為標的，其產業業者、物流儲運業者或運輸承攬商為輔導對象，進行以下範疇之推動：

- （一）運用 ECFA 兩岸稅務優惠，促進國際/兩岸供應鏈重分工，創造商品外銷與銷陸商機及 MIT 價值。
- （二）掌握台灣關鍵零組件優勢，發展台材外用之零組件供應運籌模式或優化存貨策略與管理模式，以效率化零件供應網絡，創造價值與商機。
- （三）掌握台灣商品品牌優勢，建立成品兩岸/全球行銷之產銷供應鏈與調撥運籌模式，讓企業根留台灣及促進市場拓展。
- （四）推動物流業配合台商海外布局，整合當地物流資源，協助物流業建構國際物流服務網絡，提供台商供應鏈管理服務。
- （五）推動 BPO 價值服務模式，建立 BPO 運籌服務系統，鼓勵產業將非核心之企業運籌作業外包予第三方運籌服務業者，促進產業聚焦於核心能力發展，並輔導運籌服務商(國際物流相關業者)融入產業供應鏈體系，提升物流服務加值度。
- （六）另配合兩岸低溫物流政策推動，將優先保留 30%~50%輔導經費於低溫物流提案。

十一、優化商業創新與網絡發展

為鼓勵我國商業服務業者與其商業往來合作夥伴共同運用資通訊科技，經濟部商業司自 2009 年起推動可拓展新市場商機或提升對消費者服務價值之優質商業模式，執行

「優化商業創新與網絡發展計畫」。受補助之提案重點應藉由資通訊科技之運用，達成下列作為：

- (一) 發展為拓展新市場商機，而進行跨國體系之經營管理、海外商業據點之佈建、通路之整合與開發、顧客服務或市場行銷等營運作業之強化與再造；或
- (二) 發展多元化服務模式、擴大服務規模及提升產業整體競爭力，而進行營運模式創新、同業或異業之企業間策略聯盟；或
- (三) 為提升對消費者之服務能力或價值，而發展創新服務，或進行企業間營運流程的再造、服務流程的改善、知識的分享或行銷通路之開發、強化與整合；或
- (四) 其他可拓展商業服務業者之新市場商機或可提升對消費者之服務能力或價值。

十二、推動華文電子商務科技化與國際化

台灣電子商務發展成熟，商品亦具有優質平價之特色，因此台灣極俱發展華文電子商務市場的優勢。由商業司執行之「華文電子商務科技化與國際化計畫」，主要即在推動以大陸市場先行之全球華文電子商務市場，協助國內業者藉由電子商務進入大陸市場，並輔導業者將商品行銷至大陸，成為拓展大陸市場成功模範。2012年執行重點工作如下：

- (一) **協助企業應用電子商務拓展大陸市場：**遴選具豐富大陸跨境電子商務或虛實通路整合經營經驗與服務能力之網路平台業者組成電子商務顧問輔導團；協助台灣特色商家應用電子商務拓展大陸市場，並深化輔導業者行銷大陸；營運海外行銷支援中心，提供台灣企業相關諮詢服務。
- (二) **建立兩岸電子商務接軌之基礎環境：**研析大陸市場消費者行為，與推動大陸電子商務戰略；協助銀行與電商業者共同合作方式推動第三方支付；建立跨境物流效率化及多元通路拓展；透過跨部會協調會議，協調解決跨境障礙；促成業者上市櫃，強化台灣電子商務業者競爭力。
- (三) **促成兩岸商機媒合與推廣：**舉辦兩岸搭橋活動、產業交流、參訪團、商機媒合等活動，與大陸地方重點城市深度合作；媒合台灣電子商務平台與大陸平台介接，促成兩岸業者實際合作。

第2節 品質提升創新轉型

一、協助中小企業品質提升

為協助中小企業落實品質管理制度，培訓卓越品質管理人才，進而提升中小企業經營管理績效、產品或服務之品質與品級、品質管理能力、品質經營水準，創造台灣中小企業品質新形象，經濟部中小企業處持續推動「中小企業品質管理提升計畫」，包括「產業輔導」、「人才培育」二部份，執行重點工作如下：

（一）產業輔導

1. **企業短期診斷**：協助中小企業在經營品質、產品或服務品質及流程品質等構面提供短期診斷，有效引導與應用政府資源。
2. **優質企業輔導**：輔導企業挑戰國家品質獎、國家磐石獎、小巨人獎、中小企業創新研究獎等國家級品質獎項，形塑產業卓越品質典範，建立中小企業學習標竿。
3. **一般性輔導**：依據中小企業需求規劃適用之品質輔導專案，協助中小企業建立制度及持續改善。
4. **產業群聚輔導**：依據產業特性將水平合作或垂直分工之廠商聚集，建立群聚品質組織運作機制，輔導群聚廠商共同創造價值及競爭優勢，開拓市場與品牌。

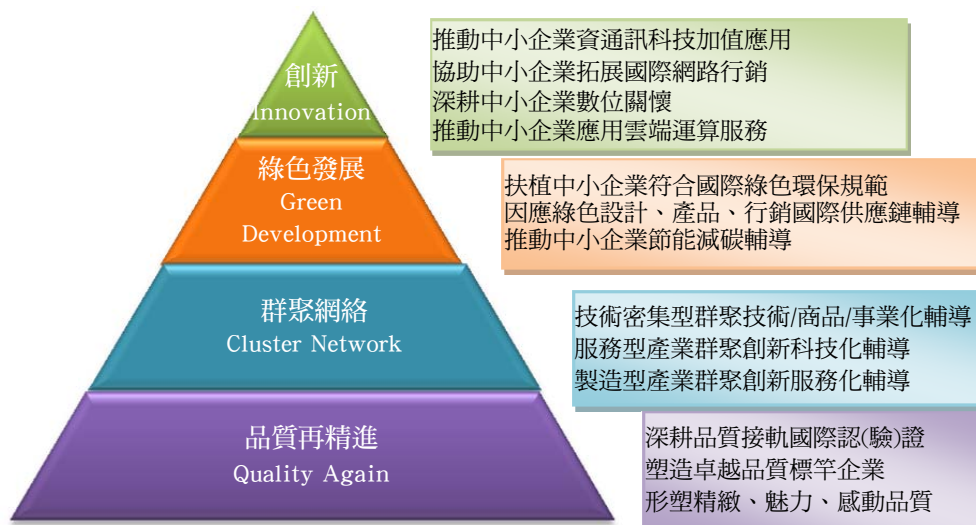
（二）人力養成

1. **品質實體課程**：辦理品質經營觀念認知與創新服務應用課程，培育中小企業種子人才。
3. **企業內訓**：量身訂做符合中小企業需求之廠內人力養成企業內訓。
2. **品質系列主題研討會**：透過品質週活動辦理，規劃品質系列議題，深入探討國內、外品質發展趨勢及品質新知傳遞。

二、協助中小企業品質轉型創新，提升企業競爭力

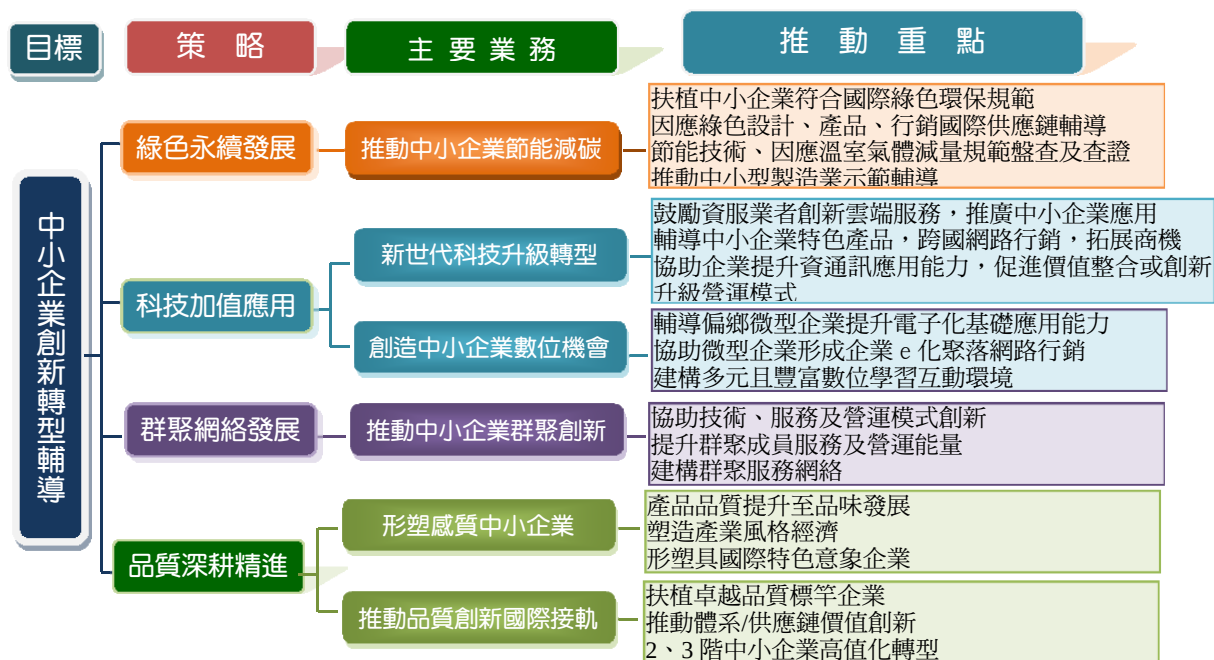
經濟部中小企業處為協助中小企業強化品質基盤能力及協同運籌，善用品質利基進行轉型及創新，掌握國內外規範與標準，協助企業在產品、技術及市場方面的突破，2012年推動「中小企業創新轉型輔導」策略，期能經由品質精進、群聚網絡發展、科技加值應用，迎合綠色趨勢，厚植中小企業創新能力。主要業務及推動重點如圖9-2-1、圖9-2-2。

圖 9-2-1 中小企業創新轉型輔導推動重點策略



資料來源：經濟部中小企業處，2012 年。

圖 9-2-2 中小企業創新轉型輔導策略與推動重點



2012 年度預計投入 3.65 億元

1. 建立 12 個以上創新型中小企業群聚，創新服務加值。
2. 輔導 1300 家中小企業資通訊科技加值升級、推動 10 萬人次運用數位學習，優化軟實力利基。
3. 提供 400 家中小企業品(感)質提升、輔導 40 家企業通過國際品質驗證，體質改造及核心能力。
4. 創造就業機會 400 人，增加產值、商機、資金投入 40 億元。

資料來源：經濟部中小企業處，2012 年。

三、提升中小企業感質競爭優勢

經濟部中小企業處以打造優質、感質的中小企業新形象為發展願景，提升整體感質形象、創造產業合作綜效及強化特色競爭優勢為推動目標，自 2009 年起執行「感質中小企業推動計畫」，協助中小企業產品或服務由「基本需求導向」邁向「體驗與感動」，由生產產品朝向深化技術及產品工藝發展，以形塑企業魅力特色及提升企業經營價值，共創產業風格經濟。2012 年計畫以「幸福客廳」為主題，鼓勵企業品質經營延展到感質創造，激發顧客心靈的觸動，創造出感性價值。執行重點工作項目：

- （一）**感質企業形塑**：提供中小企業申請諮詢訪問，提供感質專家意見。
- （二）**感質輔導**：協助具感質元素之廠商產業協同之輔導，帶動市場新商機。
- （三）**舉辦感質賞**：透過廠商/學生徵件，深化感質議題之影響力。

感質中小企業推動計畫，鼓勵中小企業發展感質商品/服務，提高附加價值，關鍵在於市場的發展性。2012 年預計於輔導、甄選、研析等工作之外，加重感質商品及企業推廣。推廣手法包含網路露出、媒體專輯曝光等，並媒合業者與相關虛實通路，協助從創意經濟與美感創新中起步的產品及企業，增加市場力、促進消費力，以擴散計畫影響力、提升大眾的認知參與，並擴大產業附加價值、創造具體商機。

四、推動體系供應鏈合作，提升供應鏈價值及品質效能

經濟部中小企業處執行「提升體系供應鏈創新價值及品質輔導效能計畫」，主要在於推動中小企業與大企業體系供應鏈實質合作及價值提升示範體系輔導，結合實質輔導機制建立，協助中小企業提高產品市場價值及提升產業價值鏈，帶動中小企業商機及技術提升契機。

執行重點工作包括：（一）建立企業及輔導顧問運用之共通品質改善手冊；（二）建立中小型服務業適用之共通性服務品質參考指引；（三）建立中小企業適用品質認（驗）證管理系統建議分析報告；（四）輔導中小企業與大企業體系供應鏈實質合作及價值提升示範體系；（五）辦理示範體系觀摩交流及示範發表；（六）品質標竿案例及中小企業品質資源手冊索取。

五、推動中小企業群聚創新整合服務

為促進產業技術與知識的升級，藉由技術、網路、專業知識與服務及輔導中小企業，運用群聚輔導模式協助企業升級轉型，進行產品、營運模式及服務創新，帶動經濟規模

增加內需市場，帶領企業進入國際市場，建構優勢價值群聚，提升競爭力，經濟部中小企業處推動「中小企業群聚創新整合服務計畫」。具體推動措施包括：

- (一) 協助以服務業為主之中小企業形成具國際競爭力之優勢群聚，以產業群聚角度提供完整的配套，透過科技、創新、文化、知識、電子商務、轉介等方式，使群聚成員廠商形成一個具高產品附加價值、高知識經濟且緊密的價值鏈，並透過典範移轉擴散與技術，擴展全球市場。
- (二) 協助以製造為主的中小企業群聚，結合知識服務業者，提供以客戶為導向的創新服務模式：如研發服務（產品企劃、工程技術）及運籌服務（庫存代管、理貨配點、一次購足），將單純的製造價值加上服務價值，形成增加獲利之營運模式。
- (三) 協助以技術為主之中小企業，運用群聚及聯盟方式，提供技術及商品化輔導，促成合作共同創新產品內涵及發掘事業化機會，培養中小企業研發、營運、行銷與品牌的能力。

六、中小企業創新服務憑證，協助中小企業運用學術資源投入創新研發

經濟部中小企業處自 2010 年起，為配合國家重大產業與科技政策方向，鼓勵中小企業運用學研機構資源投入創新研發服務，提升現有產學合作創新服務能量，誘發需求面之服務市場，營造產學雙向互動之驅動力，推動「中小企業創新服務憑證計畫」。

本項計畫以曾受中小企業處補(捐)助之育成中心及教育部核定之 31 所產學合作激勵方案學校作為知識服務機構，由中小企業提出創新服務計畫，審議核定之企業可獲得新台幣 30 萬元之創新服務憑證補(捐)助款，企業以此向知識服務機構換取客製化創新服務。

2010 年至 2011 年度共有 201 家企業獲得補助，共計產出/衍生新產品或服務 438 件，帶動企業投入研發費用約 8,243 萬元、促進新就業人數約 266 人。其中約 46% 的企業為首次獲得政府計畫補助者，並且有 73% 屬微、小型企業、31% 屬新創企業。2012 年預計發放 125 件創新服務憑證。2012 年持續執行。

七、新興中小企業創新服務加值計畫

為帶動國內中小企業發展服務創新，創造企業新價值，提升競爭力，經濟部中小企業處推動「新興中小企業創新服務加值計畫」，推動作法上採取實質輔導，帶領業者建立

服務思維，掌握消費者需求與市場脈動；從中探索服務創新需求與商機，再進行服務設計並善用科技，發展高獲利營運模式與服務系統。同時經由服務創新案例分享及安排商機合作，推動更多的業者積極參與服務創新的躍升行列。主要工作內容包括：

- (一) 研析中小企業服務創新趨勢，並辦理培育活動與服務創新論壇，建立中小企業服務創新基礎能量。
- (二) 提供中小企業創新服務加值輔導，引導業者營運加值。
- (三) 安排服務創新案例分享與商機促成，創造亮點產業，帶動業者積極合作參與服務創新。

第 3 節 輔導綠色環保節能減碳

一、輔導中小企業因應國際綠色供應鏈

為協助中小企業因應國際綠色產品指令及大廠綠色採購要求，建立綠色供應鏈之管理能力，有效與客戶之綠色供應鏈接軌，創造台灣中小企業綠色產品競爭優勢，並與大廠綠色供應鏈接軌，創造綠色商機，經濟部中小企業處推動「中小企業因應國際綠色供應鏈輔導計畫」，其執行重點工作如下：

- (一) 協助中小企業綠色供應鏈之限用物質、製程、管理制度、法規或綠色環保議題相關之品質、環保及安全等問題進行診斷及諮詢輔導。
- (二) 輔導遭受歐盟綠色產品指令（WEEE、RoHS、EuP、ELV 及客戶綠色採購要求(客戶無鹵素要求)等）衝擊之中小企業。
- (三) 系統化管理產品及流程上有害物質、進行符合綠色產品之標準驗證輔導，並深化品質技術提供長期穩定品質產品。
- (四) 綠色供應鏈體系示範輔導，並擴散帶動供應鏈中小企業。
- (五) 建置新指令輔導模式案例，並編撰示範案例因應教材，作為後續擴大應用。
- (六) 辦理綠色供應鏈管理師班及稽核員、綠色供應鏈專家座談會、研討會及相關觀念認知與應用推廣講習。

二、輔導中小企業節能減碳，降低成本拓展商機

因應全球經濟結構變動，國際能源價格上漲及全球暖化等議題發酵，對於中小企業

在國際舞台之競爭力造成極大挑戰。如何將接踵而來的壓力轉化為中小企業綠色成長的動力，攸關中小企業永續發展。經濟部中小企業處推動「中小企業節能減碳輔導計畫」，提供諮詢診斷與減量輔導等多元服務，協助中小企業廠商建構節能減碳能力與推動減量管理工作，達成降低生產成本及確保產品競爭力之目標。重點服務內容包括：

- (一) **赴廠諮詢診斷服務**：配合廠商需求，協助檢視生產設備節能效率、溫室氣體排放、綠色產品等現況，提供全面諮詢診斷服務與改善建議。
- (二) **節能減碳技術輔導**：協助廠商進行生產設備節能效率提升、產品生態化設計、溫室氣體及產品碳足跡、水足跡盤查與查證、能源管理系統建置與驗證等輔導，確保符合國際綠色採購要求及全球節能減碳趨勢。
- (三) **產業別示範輔導**：針對中小企業家數及規模較大之產業，結合公協會、驗證單位、研究法人、學者專家等資源，建置適當輔導模式，並編撰示範案例及技術手冊、擴大推廣應用。
- (四) **綠色人才養成**：結合管理、材料、技術等領域專家辦理系列課程講習或技術研討會，協助中小企業綠色節能環保人員、節能技術、清潔生產人員及節能減碳等人員養成。

三、輔導產業永續發展與因應國際環保標準

受全球氣候變遷與環境衝擊的影響，「永續發展」已成為普世之共同價值，近年來產品環境資訊揭露已成趨勢，繼產品環境宣告（EPD）、產品碳足跡（Carbon Footprint）之後，因全球氣候變遷導致水資源匱乏問題日益嚴重，產品水足跡（Water Footprint）將成為重要的環保議題，而生態效益（Eco-efficiency）則是由商機利潤與盈餘的角度，量化企業於碳足跡、水足跡減量的環境績效，藉以有效達成企業兼顧商機利潤與生態環境保護之經營理念。為「塑造產業永續發展優良環境」與「協助產業加速創新」，以確保產業競爭力，經濟部工業局推動「產業永續發展與因應國際環保標準輔導計畫」，期協助產業有效因應國際環保規範/標準，並建立企業永續發展的基礎。

2012 年，經濟部工業局持續提供「產品環境宣告、產品水足跡、產品系統生態效益評估等輔導。輔導類型及重點工作如下：

- (一) **輔導類/技術合作類**：1.產品生態化設計體系輔導；2.產品環境宣告（EPD）輔導；3.產品類別規則（PCR）建立。
- (二) **諮詢服務類 / 技術工具類**：1.歐盟 EuP/ErP 指令諮詢服務；2.國際環保規範/標準

諮詢服務；3.歐美地區通報違規產品改善諮詢服務；4.企業社會責任報告書諮詢服務；5.化學物質資訊管理工具；6.整合式產品綠色採購評估工具。

第 4 節 技術升級與增進創新研發能量

由於國際競合趨勢多變，中小企業面臨營運瓶頸及轉型壓力，更需要加強創新、研發等能力以因應重重考驗，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，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。

一、改善中小企業工作環境，促成產業永續發展

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，必須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，產業安全衛生技術的提升除可避免職業災害發生外，亦能減少業者經營損失、改善生產環境、提高生產效率與勞工就業意願、降低營運風險、促成產業永續發展，經濟部工業局推動「中小企業工作環境改善計畫」。

輔導重點內容包括：（一）工作環境改善基礎技術輔導；（二）工業區區域聯防推助輔導；（三）風險管理技術輔導；（四）法規研議及國際安全衛生趨勢蒐集；（五）其他宣導與推廣。

二、提供中小企業即時技術輔導加速技術升級轉型

經濟部工業局為協助中小企業技術升級轉型，自 2009 年起推動「中小企業即時技術輔導計畫」，由政府提供輔導經費，運用財團法人、大專院校及技術服務業者等輔導單位既有成熟之技術服務能量，針對中小企業升級轉型之生產、研發、物流、智財、節能減碳、自動化及電子化等所需技術，提供即時性、小額度、短時程之技術輔導，以強化中小企業體質，並加速其技術升級轉型。

有別於經濟部其他長期性或大型研發之輔導計畫，中小企業即時技術輔導計畫以小額度、短期程、即時性的輔導方式，由政府出資 80%，以減輕受輔導企業負擔，並善用民間豐沛的研發能量，讓中小企業在最短時間內，突破現有技術困境。執行方式為先透過諮詢及現場訪視服務，瞭解業者在面對研發、設計、生產、專利商品化、自動化及電

子化等技術升級轉型方面問題，視個案提出改善建議後，再進一步由技術服務團隊赴廠進行升級轉型所需之技術輔導。

2011 年政府投入新台幣 1.28 億元輔導經費，共完成 742 家中小企業升級轉型輔導，協助業者增加產值 15.81 億元、降低生產或營運成本 7.06 億元及穩定現有中小企業就業人數 2,226 人。輔導之 742 家中小企業，以地區別分布來看，北部地區為 301 家占 40%，中部地區 201 家占 27%，南部地區 212 家占 29%，東部及離島等其他地區 28 家占 4%；以產業別分布觀之，金屬機電產業 143 家為最大宗，其次依序為化學工業 79 家、電子資訊產業 63 家等。

中小企業即時技術輔導計畫自 2009 年實施至今將屆滿 3 年，為鼓勵國內更多技術服務單位加入本計畫輔導行列，自 2012 年度起，輔導單位資格將由現行須通過工業局技術服務機構服務能量登錄合格之財團法人、大專院校及技術服務業者，擴大為不限登錄合格之上述單位，惟為鼓勵輔導單位參與服務能量登錄，通過登錄合格單位審查評選時將給予加分優惠；另為滿足廣大中小企業之需求，除原配合行政院推動「發明專利產業化推動方案」政策，持續辦理專利商品化輔導外，並開始將節能減碳等永續發展類別，列為重點輔導項目。

三、推動「協助傳統產業技術開發計畫」以協助傳統產業技術開發，厚植創新研發能力

經濟部工業局為協助我國傳統產業升級轉型，自 2001 年起逐年編列經費推動「協助傳統產業技術開發計畫（CITD）」，透過提供傳統產業研發補助資金，鼓勵業者自行研發差異化、高附加價值產品，厚植我國傳統產業之創新研發能力。計畫補助內容包括：

- （一）**產品開發**：每個案補助上限為新台幣 200 萬元。
- （二）**產品設計**：每案補助上限為新台幣 50 萬元。
- （三）**研發聯盟**：每案補助上限新台幣 1,000 萬元，主導業者補助上限新台幣 250 萬元，個別參與者新台幣 200 萬元。

2011 年工業局投入約新台幣 4 億元經費，補助 292 家業者相對投入逾 5.7 億元研發經費，衍生產值達 214 億元、降低生產成本達 20 億元、產出新產品及衍生商品達 378 項，並增加就業 500 人。補助之 292 家廠商中，中小企業有 275 家占 94.18%；以產業別觀之，機械設備製造業 48 家（16.44%）為最大宗，其次依序為技術服務業 34 家（11.64%）、金屬製品製造業 32 家（10.96%）等。

2012 年度工業局賡續編列 3.65 億元挹注「協助傳統產業技術開發計畫」，持續鼓勵業者投入創新研發工作，以開發出具備市場競爭力之新產品，維繫傳統產業永續經營。

四、推動「小型企業創新研發計畫」，鼓勵小型企業進行技術、產品與服務之創新研發

經濟部為鼓勵中小企業進行產業技術、產品與服務之創新研究，依據〈經濟部協助產業創新活動補助及輔導辦法〉。經濟部技術處自 1999 年起持續推動「小型企業創新研發計畫」(Small Business Innovation Research, 簡稱 SBIR)。隨後於 2008 年開始執行「地方產業創新研發推動計畫」(地方型 SBIR)，積極投入地方特色產業之研發，以協助各直轄市、縣(市)政府，推動地方特色產業創新研發計畫。

自 1999 年開始推動 SBIR，迄 2012 年 5 月底，累計已通過 4,570 件創新研究計畫，政府補助金額近新台幣 87 億 9,400 萬元，帶動中小企業再投入研究經費逾新台幣 166 億 7,700 萬元，對於提高我國中小企業技術水準、提升我國產業之競爭力、及傳統產業之升級轉型，有相當之助益。

「地方產業創新研發推動計畫」(地方型 SBIR)推動至 2011 年 12 月底，核定補助計畫計 996 案，帶動中小企業投入研發經費總計新台幣 11 億 5,900 萬元以上，逐步提升地方特色產業聚落創新研發之能量。

五、推動「業界開發產業技術計畫」，鼓勵企業從事技術創新及應用研究，提升產業價值

為促進產業升級，提升產業價值，鼓勵企業從事技術創新及應用研究，依據「經濟部協助產業創新活動補助及輔導辦法」，經濟部技術處自 1999 年起推動「業界開發產業技術計畫(ITDP)」，藉以政府的部分經費補助，降低企業研發創新之風險與成本，且研發成果歸廠商所有，以積極鼓勵業者投入產業技術研發工作，在業界提出申請及執行計畫過程中，輔導業界建立研發管理制度、強化研發組織、培育及運用科技人才、誘發廠商自主研發投入與後續投資，並促進產、學、研之間的交流與合作，健全業界整體發展能力。

本項畫自 1999 年至 2012 年 5 月底，已核定 857 項計畫，1,371 家廠商，引導廠商投入 445 億 3,599 萬元、近 1 萬 5,500 人之研發人力。

六、推動「創新科技應用與服務計畫」，鼓勵企業創新科技應用與服務，帶動產業發展新商機

經濟部技術處推動「創新科技應用與服務計畫（ITAS）」，鼓勵企業規劃、開發具創新性、示範性、共通性或整合性，且具科技涵量之應用與服務，多元發展創新營運模式，帶動產業發展新商機。在計畫的推動上，除鼓勵企業創新創意先導應用與服務外，也以主題性產業政策推動方式，鼓勵企業針對產業面、社會面及生活面的創新需求趨勢或機會缺口，透過科技的整合與應用，發展創新服務與營運模式，以加速催化製造業服務化、製造與服務整合、服務創新及科技化服務業等新興應用服務的發展。

推動重點工作項目包括：（一）智慧生活科技運用（i236）計畫；（二）健康照護創新服務政策性項目；（三）製造服務推動計畫。

本項計畫自 1999 年開始推動，截至 2012 年 5 月底，累計補助核定 408 件計畫，促成中小企業自籌投入金額逾 124 億元，投入直接研發人力超過 7,700 人，涵蓋產業包括製造業及服務業。

七、推動「學界協助中小企業科技關懷計畫」，協助中小企業提升核心技術能量，強化產業競爭力

面對新興國家低價工資競爭以及全球經濟朝向國際化與區域化發展之下，我國中小企業正面臨重大之挑戰，為能使中小企業「求新」與「求變」，導入創新思維，以因應全球不斷變化之環境，經濟部技術處自 2008 年起規劃推動「學界協助中小企業科技關懷計畫」，協助產業升級，利用學界豐沛研發能量，藉由專家診斷方式協助產業投入研發，並有效運用政府研發補助資源，建立學界成為企業發展之長期夥伴，以提升中小企業核心技術能量，強化產業競爭力。

本項計畫係結合傳統產業創新聯盟近 10 所法人單位，以及全國近 145 所大專院校超過 5,000 位專家共同組成產學研價值平台，所輔導產業範圍涵蓋資訊、電子、機械、民生化工、食品、生技等，融入創新設計、材料與製造科技以及民生用品等相關主題，以期建立更具豐富的創新價值活動，發揮產學合作加值效應。

迄 2011 年 12 月底，已有 3,713 家中小企業受惠，期間學校專家協助廠商解決即時技術問題超過 13,300 件；促成中小企業研提通過政府研發計畫 175 案、投入之研發經費超過 7 億元，協助廠商投資建置相關研發設備超過 35 億元以上；協助廠商爭取訂單金額 40 億元，並促進就業達 3,000 餘人次。

八、推動「服務業創新研發計畫」，協助服務業提升創新能力、服務產值、開創新局及國際競爭力。

有鑑於我國產業發展環境轉型，服務業已成為目前國家經濟發展的重心。經濟部商業司為配合知識經濟發展、創造就業機會、提高產品或服務之附加價值，進而提升服務業競爭力，鼓勵服務業業者投入創新研究發展，並推動唯一針對服務業創新研發之政府補助計畫－「服務業創新研發計畫（SIIR）」（原計畫名稱為「協助服務業創新研究發展計畫」）。以「服務業研發創新與價值創造」為總目標，透過部份補助之方式，鼓勵企業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）之創新研發，透過國內、外商業據點之佈建、展銷通路之整合與開拓、顧客服務系統之維運、自有品牌之建立，以及跨國體系之營運等創新活動，協助服務業提升創新能力、服務產值、開創新局及國際競爭力。

申請計畫須為創新、可行並具效益，其執行內容可包含實際營運、通路測試、試賣試用、會員招商、行銷企劃、商品品牌化、市場拓展等營運模式，且須於結案當下產生相當產值或效益。計畫執行迄 2011 年 12 月底，經濟部商業司投入逾新台幣 14 億 8 千萬元之補助款，經費挹注促成服務業者營業額增加約 10 倍（137 億 1,300 萬元），帶動增加就業人數達 5,348 人以上，成就逾 1,078 案創新服務計畫，鼓勵企業投入創新活動，與企業一起加速服務業產業升級、開創台灣的新服務藍海。

九、補助農企業技術研發、品牌開發、創新營運模式研究

為鼓勵農業企業主動投入經費於自行研發，或將已有初步研發成果之技術與產品商品化，以加速農業科技之產業化及提升農業產業競爭力，行政院農業委員會自 2007 年起開放農企業申請「農業產業技術研究發展補助計畫（簡稱農業業界科專計畫）」，期透過農業業界科專計畫的執行，協助產業界建立良好研發管理制度、培養研發人才及降低研發財務風險，加速提升農企業之研發能量。

農業業界科專計畫除補助關鍵性技術研發工作之外，另對於農產品品牌開發、創新營運模式及創造農業產業價值等類型研發活動，亦皆可向行政院農業委員會提出申請。農業業界科專計畫補助研發人員人事費、設備使用費、技術移轉與委託研究費及材料費等。計畫分為二類型，說明如下：

- （一）**先期研究/先期規劃（Phase 1）**：計畫時程以不超過 1 年為原則，經費補助上限為 30 萬元，補助比例上限 50%。

(二) 研究開發/細部計畫 (Phase 2)：計畫時程以不超過 3 年為原則，每一公司 3 年內補助經費總和不得超過 1,500 萬元，補助比例上限 50%。

另針對進駐行政院農業委員會設置之農業科技園區或創新育成中心之農業企業機構，得列為優先補助對象，期以鼓勵業者善用政府已開發之軟硬體資源，發揮產業聚落效應，提高整體經營效益。

本計畫執行迄今，已核定補助 38 件計畫，並有 14 件計畫結案。結案計畫已產出的 23 項產品，累計產值約達 1.67 億元，增加就業人數 40 人；促成業者節省成本 10~50%、營業額增加 3~5 成、產能提升 5~10 倍，並已有業者簽訂國外代工合約及開闢國外市場，將本國產品行銷至國外。

十、補助農業生物科技園區事業研發或技術與產品商品化

面對知識密集產業之發展趨勢，農企業需持續投入研發以創造更高的附加價值。行政院農業委員會屏東農業生物技術園區籌備處為降低園區事業投入研發計畫之風險，鼓勵並加速投入研發或技術產品商品化，循序漸進地精進核心技術，以提升全球市場競爭力，爰依據「農業科技園區設置管理條例」第七條第一項第三款規定，訂定「農業生物科技園區促進園區事業研究發展補助要點」，俾推動農業生物科技園區內之園區事業投入創新技術之研究發展。

推動「農業生物科技園區促進園區事業研究發展補助計畫」，其目的在於鼓勵農業生物科技園區進駐業者主動投入經費於自行研發，或將已有初步研發成果之技術與產品商品化，並獨享研發成果所產生之智慧財產權，以加速農業科技之產業化及提升農業產業競爭力。計畫提供之補助款，數額不得逾研究經費總額 50%，每案補助以 100 萬元為上限。

第 10 章 強化創業創新育成動能

在台灣中小企業展現源源不絕的創業、創意、創新下，不論是瑞士洛桑國際管理學院或是世界經濟論壇中，台灣的經濟力表現常是名列前茅。為了幫助更多具有好點子的潛在創業者實現夢想，並推動臺灣創意、創新、創業能量，中小企業處自 2009 年推動「創業領航計畫」，設置北、中、南、東四區中小企業創業創新服務中心，建立區域通路，擴大在地服務量，透過創業諮詢、創業創新養成學苑、創業家圓夢坊、婦女創業育成網絡、創業競賽事業化輔導、精進育成發展環境等計畫及機制，達到「精進育成發展環境」、「創業知識資訊平臺」、「協助取得創業資金」策略目標，幫助創業者邁向知識型創業領域。創業協助及創業領航計畫執行成果如下：

- (一) 中小企業創業創新服務中心：北、中、南、東各區服務中心 2009 年至 2011 年，計整合區域 199 個聯盟成員資源，提供創業創新諮詢服務 16,140 件；協助中小企業深度診斷（含臺商）814 件，促成產學研合作 113 件，協助取得政府資源達 1.2 億元。
- (二) 育成中心：1997 年至 2011 年全國計有 130 所育成中心，累計補助 103 所，補助經費 23.43 億元。另依地區特色及產業需求設立南港軟體、南港生技、南科及高雄軟體育成中心，累計培育 5,024 家中小企業，誘發投增資金額逾 701 億元，協助企業取得專利 3,106 件、技術移轉 1,475 件，促進就業機會 89,276 人。
- (三) 建構育成網路：於 2008 年起，已完成建構資通訊應用、生技醫療、綠能及文化創意產業等 4 個專業育成網絡，結合 207 個專業單位及學校，提供全方位服務，至 2011 年底累計促成產學合作 578 案，總金額達 2.7 億元，並輔導 70 家新創企業成立。
- (四) 推動「中小企業終身學習護照制度」：自 2000 年至 2010 年累計發行 20 萬 1,054 本，2011 年起全面推動終身學習護照電子化，提供線上即時查詢與列印服務，計 3 萬 1,533 人申請使用終身學習護照。
- (五) 產學研究資源整合平臺：2009 年至 2011 年底，已完成建置以產業/產品/技術結構為主之研發成果資訊整合平臺，內含 32 項次產業約 23 萬筆以上研發成果資料、增修系統功能及改善使用者介面且強化網路行銷、促成瀏覽大幅提升為 34,000 餘人次、登入廠商數達 2,568 家、完成 LED 照明、太陽光電、CMOS 感應器、3D

立體影像、RFID、遠距照護、智慧電動車與物聯網等 8 項次產業研發成果地圖、完成產業資料分析報告及全球產業鏈所對應相關專利分析、推動 8 個產業共同研發群聚、共計 32 廠商參與、及促成 30 建產學合作案。

(六) 創業圓夢計畫：自 2004 年起推動，提供創業顧問諮詢、創業創新養成學苑、創業家圓夢坊、新創事業獎選拔、商機及技術媒合、轉介進駐育成中心等服務平臺。累計至 2011 年止，已提供 66,217 人次之創業諮詢輔導，培育 18,435 位新創企業經營管理人才；另經由創業家圓夢坊已成功輔導 1,910 家新創企業成功創業，共創造 10,543 個創業機會，並帶動投資 99.4 億元。第 1 屆至第 10 屆新創事業獎 148 家優質新創企業，5 家被併購、8 家企業獲得大企業或創投投資、20 家進駐育成中心及 10 家上市（櫃）。

(七) 創業競賽事業化輔導：建立創意、創新與創業系統化輔導機制，協助個案與創投業者進行資金媒合，成立新創企業。為能發掘國內擁有可行性、創新性之創業團隊或新創企業，以投資觀點選拔並培育中小企業新亮點，2011 年特別辦理「臺灣天使投資選秀會」，共 103 個團隊參賽，截至 2011 年底，已完成 5 場次中大型資金媒合會，誘發投資 1,340 萬元。

為持續營造台灣優質創業環境，提供有志創業者從新秀拔尖、加速育成到結合天使網絡及區域產業資源，以完善新創事業支援環境，經濟部中小企業處接續「創業領航計畫」自 2012 年起推動「創業台灣計畫」(Start-Up Taiwan)，以「精進育成加速卓越」為主軸，透過「激發創意點子，強化創業動能」、「精進育成特色，加速新事業成長」及「優化新創事業支援網絡」三大策略，加強篩選優質創意點子，營造創業者實驗場域，並導入點子工場、業師陪伴及育成加速器機制，提供創業新秀及拔尖個案客製化服務，並透過北中南東創業創新服務中心，結合區域產業資源，擴大在地服務能量，完善新創事業支援環境。2012 年至 2015 年期間，預計每年至少輔導 1,200 家中小企業（含促成新創事業 400 家），新增 2,000 個就業機會，維持 30,000 個就業機會，帶動投增資逾 50 億元。創業台灣推動構如圖 10-0-1。

本項計畫藉由「創業點子星光大道」網路活動，鼓勵民眾發揮創意，提出極具新意的創業點子後，透過業師陪伴及創業工作坊等機制，增加構想的可行性；另外透過育成中心提供「創業點子工場」及「育成加速器」等多項協助創業計畫，加強優質創業點子的篩選，並營造創業者實驗場域，加速構想產品化與事業化。同時，透過專家系統化的輔導，包含提供技術評估、研發投入、市場調查與商情分析、育成輔導、國際商機媒合

到創投引進等一站化的服務，提高新創事業的成功率。

圖 10-0-1 創業台灣重要措施及其效益



資料來源：經濟部中小企業處，2012 年

第 1 節 激發創業點子，強化創業動能

為激發創意點子，強化創業動能，推動創業促進四個相關計畫：創業點子星光大道、創業育成學堂、創業星光幫及婦女創業菁英計畫。創業促進之推動架構及措施如圖 10-1-1、10-1-2。婦女創業菁英計畫參閱本章第 4 節，其餘三項計畫分述如下：

一、創業點子星光大道

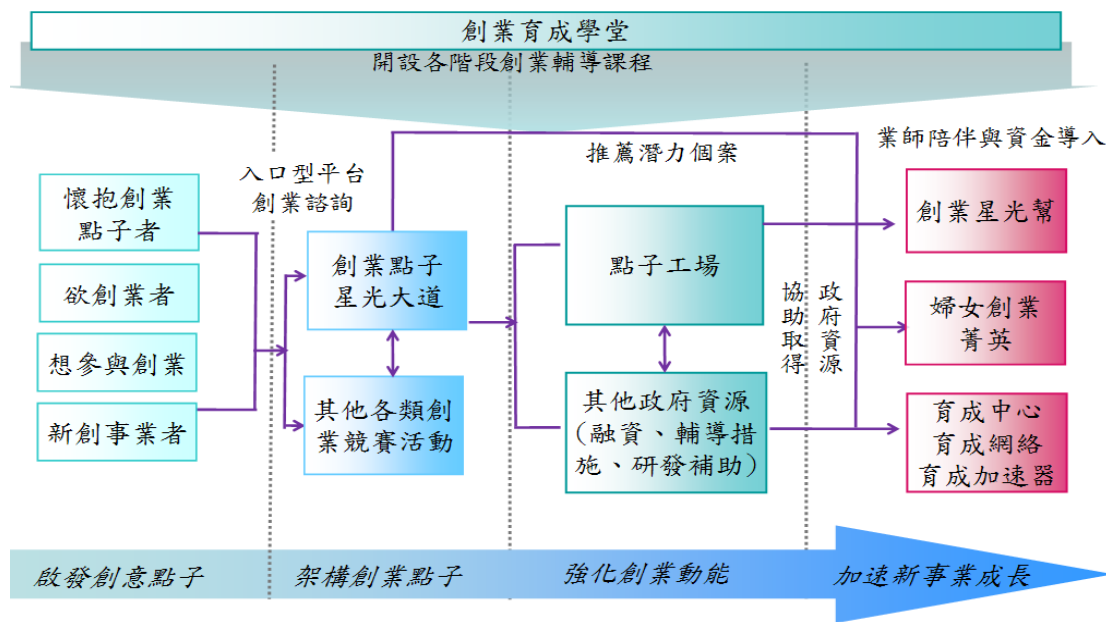
創業點子星光大道計畫係整合、報導及擴散創業台灣及全球創業週系列活動資訊及優質輔導個案成效，提供中小企業創業所需即時資訊外，另也協助有意創業者將創業構想具體化，提供創業資訊與諮詢服務，以利民眾做好創業前的準備工作，進而增加其創業成功機會，以帶動國內創業創新風潮，進而擴散創新意識，激發創業點子，型塑創業型社會，將台灣打造為全球中小企業創業成長發展的最適園地。2012 年執行重點措施如下：

（一）設立創業台灣諮詢中心主動聯繫、關懷追蹤

為擴大服務能量範圍，讓民眾感受政府服務設立創業台灣諮詢中心，以拓展服務對

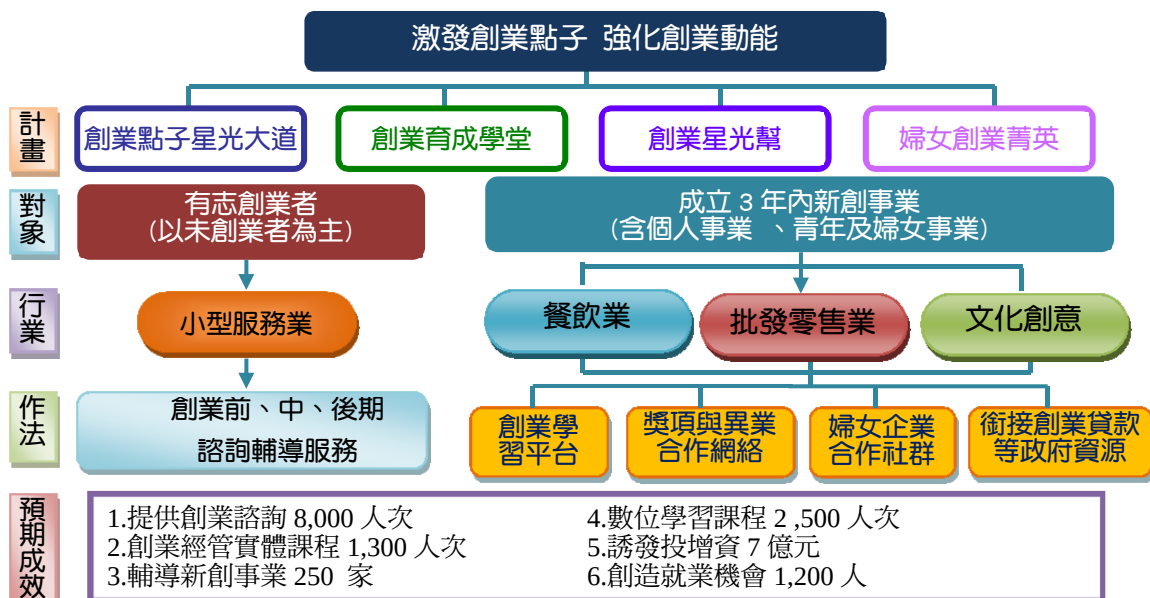
象、主動關懷瞭解服務成效、掌控計畫進度及品質、提升整體服務滿意度，執行下列工作項目：

圖 10-1-1 創業促進之推動架構



資料來源：經濟部中小企業處，2012 年。

圖 10-1-2 創業促進措施



資料來源：經濟部中小企業處，2012 年。

1. **主動出擊關懷：**免費 0800-589-168 諮詢專線針對有志創業者、新設登記之企業主、青創貸款獲貸企業等，並寄發關懷信函主動關心。
2. **多元諮詢管道：**透過免費電話及創業圓夢網等提供電話諮詢、面對面諮詢、網路諮詢、並舉辦在地聯合諮詢講座。
3. **後續追蹤關懷：**接受過創業諮詢服務之個案，以電話、網路問卷等方式對諮詢服務滿意度、創業現況等進行追蹤調查，展現主動關懷。

（二）設立創業圓夢網站及刊物充實創業民眾知能

1. 設立創業圓夢網站

透過創業台灣計畫入口網站（<http://sme.moeasmea.gov.tw/SME>），整合創業資源，提供個人企業便捷完整之創業情資，並主動發送創業訊息。網站內容包括：創業台灣計畫資源介紹、創業課程活動訊息、創業知識分享、企業商品展示櫥窗、企業商品展示櫥窗、線上創業諮詢及創業台灣電子報等。

2. 創業相關刊物

- （1）每月發送「創業台灣電子報」提供最新創業資訊及政府相關輔導服務措施。
- （2）每年出版 5 期創業創新育成雙月刊，報導創業育成最新訊息及優質創業典範企業。
- （3）每年出版創業管理研究期刊及創業教戰手冊等，前者係專業性學術期刊，後者是針對初創業者所設計之實用手冊，需要者可上網索取，寄送創業育成相關領域。

（三）創業點子海選 選拔創業星光

「創業點子星光大道」為創業台灣計畫中廣邀國人創業點子的主要入口平台活動，除與一般創業競賽透過層層決選出亮點星光個案外，創業點子星光大道舉辦多場實體創業者交流活動，如創星小聚工作坊、創業社交圈、創業故事分享會等共六場，同時邀請國內得獎之新創企業者和創投天使經理人，共同來分享創業與創投觀點，並串聯國內外創業社群，如 Startup Weekend、全國各地育成中心、時代基金會與國創會等各項創業競賽，共同舉辦 10 場創業點子諮詢分享會。

二、創業育成學堂

在全球化及知識經濟的時代中，提供有志創業民眾或新創企業主持續進修的管道，藉由多元且創新的教育方式進行多面向的扶植，進而提高創業成功率、啟動創業風氣，並有效推廣創業永續學習，帶動知識型的創業風潮。

- (一) **創業基礎課程**：針對初創業與準備之創業人才設計創業家基礎課程，依創業概念養成、實際創業準備內容、如何找尋商機、運用政府資源等共辦理六梯次於台北市、新北市、新竹市、台中市、台南市、高雄市等縣市辦理。
- (二) **產業別學程班**：針對有志創業民眾，或處於創建期至成長期之間的新創事業主提供產業趨勢、時勢商機講座，安排標竿學習，邀請產業界菁英人士擔任講師，提供創業者產業資訊，了解產業競爭環境。
- (三) **創業家特訓營**：為強化中小企業創意、創新、價值能量，提升中小企業競爭能力，塑造「創業型社會」，因此規劃辦理三天二夜的創業家特訓營，提供有志創業的民眾及婦女激發創意，團體動能訓練激發創意，活動中小組（報名將以創業團隊型式報名）討論形成可行性創業模式，最後各組上台簡報營運計畫書，業師指導其內容，強化創業競爭力，成為具發展潛力的中小企業廠商，並邁向「創新突破」型經濟發展。
- (四) **「中小企業網路大學校」**數位學習入口網開設「創業育成學院」為因應經貿環境變化，協助創業者或有意創業者掌握最新創業趨勢、經營資訊及國際創業領域發展趨勢，加強創業家全方位經營理念，培訓所需專業知識與國際化所需之技能，使創業主運用本身的經營特色與競爭優勢，掌握顧客未來需求趨勢，創造企業更多競爭優勢，提升其市場競爭力。創業育成學院將提供 25 門教材，預計六月底可上網學習。

三、創業星光幫

創業星光幫計畫以鼓勵新創事業創新發展，檢視企業營運模式之發展性、建構新創事業服務網絡、協助新事業商機媒合，爭取創業天使投資機會。另外也藉由新創事業獎之選拔，樹立創業成功典範。服務對象為已創業並於（2009 年 1 月 1 日）後成立之新創事業主，其服務內容和具體作法如下：

(一) 服務內容

1. 透過創業顧問檢視 3 年內成立之新創事業經營模式或發展方向，提升創業存續力。
2. 鼓勵具備優質營運模式之 3 年內成立新創事業，舉辦新創事業獎，以樹立創業標竿典範。
3. 結合產、學、天使投資人及中小企業處創業相關計畫，舉辦天使投資人與商機媒合活動，協助新創事業爭取早期創業資金及商機媒合。

4. 為形塑創業星光幫，集結本處創業相關輔導團隊所輔導 50 個典範案例，藉由 Youtube 影片專區的設立，帶動「創業台灣」（Start-Up Taiwan）風潮。
5. 建構新創事業服務網絡，結合本處創業相關計畫於北、中、南、東辦理創業經驗分享會，以促成新創事業共同成長。

（二）具體作法

1. 多元支援網絡，貫徹大手牽小手理念

- （1）**企業輔導**：籌組輔導業師團並結合 3 區域產學合作中心，進行企業問題診斷及分級輔導，協助 220 家企業決解問題及順利營運，帶動民間投資額新台幣 7 億元，創造就業機會 1,200 名。此外，另提供 35 家企業深度輔導服務及協助 15 家企業取得政府相關認證，協助新創事業經管能力從 A 邁向 A+。
- （2）**推廣活動**：結合婦女菁英計畫於台北、台中、高雄及花蓮舉辦 4 場次創業甘苦經驗分享會、並透過企業主寶貴的經營經驗分享，來提升中小企業產品、服務水準及深化支援新創事業穩定發展之動力。除此之外，就營運成長期之潛力企業投入天使業師輔導資源，協助企業財務面管控能力提升及經管能力全面升級，並舉辦 6 場次商機與資金媒合交流會，協助已接受過天使業師輔導之企業爭取投資資金。
- （3）**多元媒體**：採用虛實並用之廣宣管道（網路、平面、廣播及 Youtube），並與創業台灣各計畫活動連結，在各計畫活動中廣發 DM 及進行計畫說明，有效推廣計畫執行內容。

2. 舉辦第 11 屆新創事業獎 總獎金高達 240 萬元

為鼓勵新企業積極發展新技術、新設計、新產品及新服務，每年舉辦新創事業獎選拔表揚，凡依我國公司法登記之企業，成立 3 年內之新創事業，獎項選拔分為科技利基產業、創新傳統產業、策略知識服務業及微型企業等 4 組，每組遴選前 3 名，各得獎金新台幣 30 萬元、20 萬元、10 萬元及頒發獎座、獎狀，並藉由年度聯合頒獎典禮吸引各媒體進行採訪與曝光，除協助獲獎之新創事業開擴市場知名度，更提振創業家精神與塑造社會創業風氣。

四、大專畢業生創業服務計畫（U-Start）

除上述之外，教育部為縮短大專校院學生畢業與就業間連結之平台落差，建立產學合作創業就業機制，結合各部會產業發展之資源，引導大專校院學生就業機會，特實施「大專畢業生創業服務計畫」，並與各大專校院育成單位合作。2012 年度大專畢業生創

業服務計畫，由 2007 學年度至 2011 學年度畢業生提出創業申請計畫，經審核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費用新臺幣（以下同）15 萬元及創業團隊創業基本開辦費 35 萬元，獲補助之創業團隊經參與第二階段創業競賽且成績績優者，教育部得再補助至多 100 萬元創業開辦費。本計畫每校最多可申請 10 件，預計在大專校院育成中心培育 40 個創業計畫。

第 2 節 精進育成特色，加速新事業成長

為協助中小企業創業及創新，經濟部中小企業處自 1997 年起結合政府、研究機構、大學校院與民間企業推動育成政策，鼓勵設立育成中心。另外，為了加速創業育成效率，2012 年在創業台灣計畫特推動「創業點子工場」及「育成加速器」相關計畫，協助將分佈台灣各地育成中心，凝聚成為一個互利共生的台灣育成系統，並以培育出更多優質的創新中小企業為目標邁進。

一、創新育成中心及創新作法

「育成中心」是一個孕育新事業、新產品、新技術及協助中小企業升級轉型的場所，藉由提供進駐空間、儀器設備及研發技術、協尋資金、商務服務、管理諮詢等各項協助，並有效結合多項資源，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

1. 全國創新育成中心共計有 130 所，分布於 20 縣市。2012 年接受經濟部中小企業處補助之育成中心計 76 所，補助金額 1.57 億元。
2. 育成中心地區及類型分布，如表 10-2-1。
3. 依政策及產業發展需求，經濟部於北部及南部直接設置包括南港軟體育成中心（資通訊軟體產業輔導）；南港生技育成中心（生技產業輔導）；南科育成中心（生物科技、電子、資訊、精密機械等綜合產業創新研究輔導）；高雄軟體育成中心（核心領域為數位內容、資訊軟體、科技化服務等相關產業），並規劃籌設新竹生醫產業及育成中心（醫藥及醫療器材等相關產業）與台中軟體育成中心（數位內容、資訊軟體）。

表 10-2-1 育成中心地區及類型分布

單位：家

類 型	總 計	北 區	中 區	南區及離島	東 區
總 計	130	58	28	38	6
大學院校型	98	40	22	31	5
財團法人型	13	7	4	1	1
政府機構型	13	6	1	6	0
民間經營型	6	5	1	0	0

資料來源：經濟部中小企業處，2012 年。

4. 育成中心培育領域：全國育成中心培育領域，以資訊電子占 28.53% 最高，其他比率較高領域依序為生物科技 14.83%、機械電機 13.44%、教育文化藝術 5.74%、環保產業 4.66%、多媒體傳播 4.42%、材料原料 4.05%、醫療產業 3.75%、民生工業 3.67%。
5. 育成輔導績效：自 1997 年推動育成政策以來，計補助育成中心 23.43 億元，累計培育 5,024 家中小企業，誘發投增資金額 701 億元，育成新創企業 1,920 家，進駐企業之從業人數 89,276 人，歷年累計協助育成企業取得專利 3,106 件，協助育成企業取得技術移轉 1,475 件，且已有 53 家育成企業上市／上櫃。

（二）育成中心創新精進

1. 發展育成中心特色

育成中心數量不斷成長，為因應產業需求、提供多樣服務，並鼓勵各育成中心發展獨特的營運模式與核心專長，以促成創業創新之亮點案例。經濟部中小企業處自 2012 年起，積極推動育成中心分類制度，促使育成中心朝向「科技利基」及「新興服務」二大類型發展，使育成中心營運更具特色、培育產業更加聚焦，並能滿足不同需求與類型之進駐企業，引導育成中心特色化發展，並將有限資源聚焦於核心領域，形成規模經濟，使資源的使用效能達到最佳化，以期落實當前育成中心轉型自給自足之目標。

此外 2012 年度補（捐）助制度調整以「基本營運補（捐）助」+「特色加值補（捐）助」為主要架構，可同時兼顧基本營運維持與育成特色化的目標。申請之育成中心只需通過計畫書審查，即可獲得基本補助額度 100 萬元；在取得基本營運補助以維持正常營運為前提下，各育成中心得依其未來發展方向、定位、優勢與核心培育領域等，自提加值營運項目或營運計畫：如育成企業國際化輔導、財務輔導支援、行銷市場開拓等等，申請特色加值補助，最高得申請 400 萬元。

2. 推動育成標章機制

台灣大部分的育成中心培育領域廣泛，政府積極推動育成標章制度，可引導育成中心配合產業發展趨勢，以相對優勢資源來區隔出各自的特色、建立服務品牌、提升專業能力。

育成標章認證是在審核各育成中心企業培育的基礎環境，包括硬體設備、育成企業篩選與出場及後續輔導機制、育成中心經營管理 SOP、育成回饋機制等。同時調整補助機制，來鼓勵育成中心朝向特定產業領域或專門服務功能之特色精進，並開發創新之加值服務模式。至於一些中心因地處偏遠或其他原因造成資源缺乏的育成中心，在未取得標章之前，會積極輔導這些育成中心一步步到位，獲得育成標章。

3. 推動育成軟著陸營造友善投資環境

在接軌國際方面，政府積極進協助育成中心取得美國育成協會軟著陸認證，與美國育成協會、亞洲育成協會、歐盟商業與創新中心等簽訂跨國共同育成備忘錄。

美國育成協會（NBIA）所辦理的軟著陸認證（Soft Landing），是指一項協助外國企業在本國營運的服務，通過認證的育成中心表示具有國際育成能力的資格。台灣目前具有接納培育外國企業能力的育成中心共計有 17 所，並已有 3 家育成中心獲得 NBIA Soft Landing，將陸續推薦優秀育成中心參加認證，提供外國新創公司在台灣進行市場評估、招募人員、翻譯、專利申請與知識產權管理等多項服務。

二、創業點子工場&育成加速器打造創新型核心中小企業

國內目前有許多的創業競賽，提供大專校院學生激發創新創意的平台，例如，TiC 100、U-Start、創業競賽事業化輔導計畫等；每年不乏吸睛的點子卻礙於技術、資金或營運模式等而扼殺了創業之路。點子工場將創業點子經由篩選機制來評估創意的可行性，從點子構想、樣品製作到雛型製作，在不同的階段提供不同的環境與協助；再結合「育成加速器」來加速研發成果事業化。

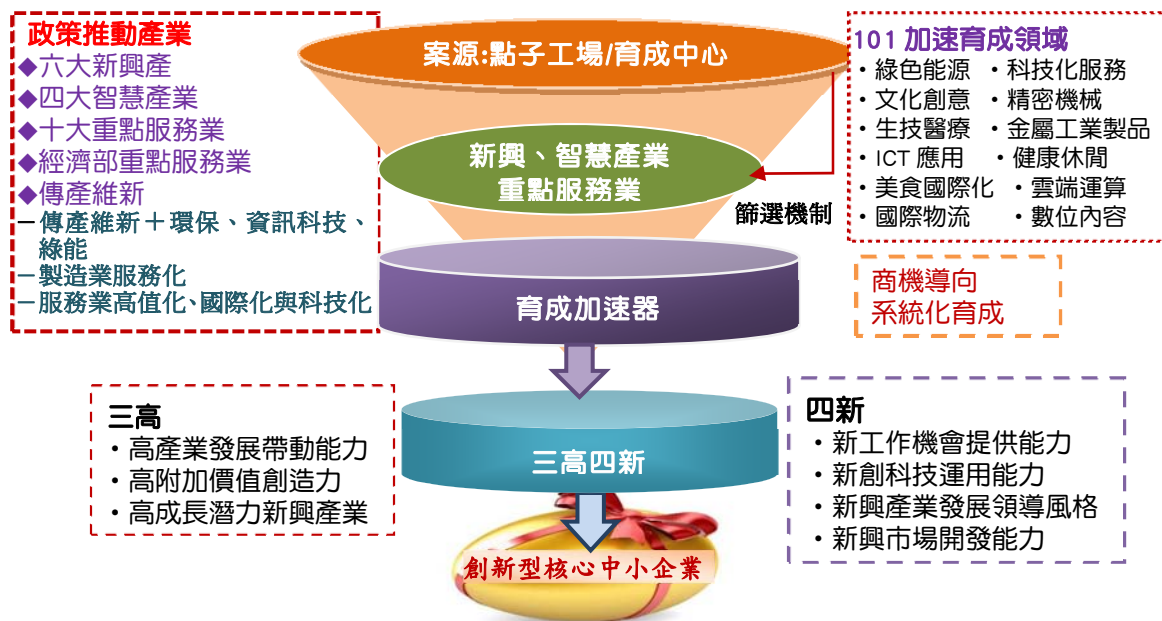
至於「育成加速器」，則是新創公司在經過篩選機制後，開始以商機為導向，由專家做系統化的輔導，包含提供技術評估、研發投入、市場調查與商情分析、育成輔導、國際商機媒合到創投引進等一站化的服務，提高新創事業的成功率，真正落實加速「讓好的創意技術化、好的技術產品化、好的產品事業化」的理想。

豐富的點子來自於點子工場和育成中心，包括政府重點扶植的六大新興產業、四大智慧產業、十大重點服務業，及經濟部重點服務業；經過篩選機制挑選出來的新創事業，再進入育成加速器，以商機為導向、做系統化的輔導，讓這些新創事業成長茁壯更

有競爭力；最後成為符合「三高」與「四新」的「創新型核心中小企業」。(圖 10-2-1)

藉由建構育成創新服務機制，強化我國育成中心優質發展環境，重點培育高成長潛力之產業，加速培育能量，推動新興產業之發展，以商機為導向，提升企業永續經營能力，引領產業邁向「創新突破」型經濟發展。

圖 10-2-1 打造創新型核心中小企業做法



資料來源：經濟部中小企業處，2012 年

第 3 節 優化創新事業支援網絡

一、建構「北、中、南、東區域育成網絡」區域服務通路

為有效整合國內育成中心資源，充分發揮輔導服務效能，提升產業育成輔導績效與整體競爭力，依區域產業需求活化育成聯合輔導網絡，建構「北、中、南、東區域育成網絡」提供北中南東區域特色產業一站式輔導與全方位的專業服務，以促進我國創業育成體系之精進與特色化。

經濟部中小企業處為落實產業再造「協助中小企業發展」之新經濟政策施政理念，繼 2009 年啟動「創業領航計畫」後，於 2012 年繼續由「創業台灣計畫」(Start-Up Taiwan) 接棒帶領台灣經濟正式邁入一個新的里程碑。而原先依區域產業特色，成立的「北、中、南、東區中小企業創業創新服務中心」，將透過優化產業網絡，結合區域特色培育新創

事業，盤點北中南東區域內重點產業之分布與發展，建立創業資源整合中心及媒介中心，鼓勵育成中心扮演與區域產業鏈結之窗口，搭配點子工場及育成加速器，提供創業者及新創企業一個創業實驗及成長之環境。（如圖 10-3-1）

圖 10-3-1 北中南東區域育成網絡



資料來源：經濟部中小企業處，2012 年。

（一）設置北、中、南、東區實體服務據點

「北、中、南、東區域育成網絡」為有效整合國內育成中心資源，充分發揮輔導服務效能，提昇產業育成輔導績效與整體競爭力，並配合行政院廿大產業，依區域產業需求活化育成聯合輔導網絡，並於北、中、南、東各區設置實體服務據點，以育成能量優勢互補方式，提供全國區域特色產業一站式輔導。建構依各同時具備區域特色產業育成網絡與輔導育成中心功能的區域整合與支援單位，提供全方位的專業服務，促進創新育成體系之精進與特色化。

（二）建構區域產業創新創業育成網絡

盤點與整合各區區域內育成中心、地方政府及學研資源與輔導能量，除了建立實體的區域資源整合中心，並以「服務聯盟」匯集串聯北區知識、人脈、資金、技術等資源，提供區域產業育成網絡，與未來新建構之產業育成網絡下的中小企業之各種創業創新支援，以回應不同的企業經營型態，提供客製化輔導服務，強化產業優勢，進而朝向國際

育成發展。

（三）提供創業、創新諮詢及診斷服務

依各區域產業成員之各項輔導能量，據以擬定新創或創新中小企業之發展策略及具體輔導方式，推動創新特色產業聯盟，透過之產業聯盟或異業結盟之方式，篩選並提供優質個案共同諮詢診斷與聯合研發等輔導，推薦優質企業進入點子工場與育成加速器輔導，打造系統化育成服務，以加速企業成長。

（四）創業創新活動之舉辦及宣導

面對 21 世紀全球化的浪潮趨勢，「國際化」已成為企業生存的發展走向。北中南東育成網絡將以延續已有網絡成果與建構新的網絡為基礎，進行海外投資環境評估分析、國際會展行銷輔導、智財佈局與移轉輔導、跨國參訪商機交流、台商回台投資相關輔導協助，幫助企業逐步向國際發展，取得更多的經營資源與機會。同時藉由舉辦國際育成研討會、廣宣媒合說明會，及計畫聯合成果發表會，以加強推廣創業創新服務商機，建立同（異）業交流平台，促進商機媒合，活絡市場交易。

二、推動「中小企業創新服務憑證補（捐）助」

配合國家重大產業與科技政策方向，鼓勵中小企業運用學研機構資源投入創新研發服務，提升現有產學合作創新服務能量，誘發需求面之服務市場，營造產學雙向互動之驅動力。於 2010 年起，針對中小企業處補(捐)助育成中心畢業／進駐廠商推動「中小企業創新服務憑證補（捐）助計畫」，除技術可行性研究及智財布局規劃外，有關研發流程建構再造、新產品（服務）研發之客製化規劃或評估、創新性產品或技術之測試驗證、商品化或產業化策略規劃等皆可申請，審議核定且通過結案審查之企業可獲得新台幣 30 萬元之補（捐）助款，以此向知識服務機構換取客製化創新服務。

2011 年共 111 家企業獲得補助，產出新產品或服務 162 件、衍生新產品或服務 224 件、促成企業投入研發費用約 7,907 萬元、降低成本約 3,936 萬元、促進新就業人數達 216 人等。其中約 45%企業為首次參與政府研發補助計畫、77%屬微小型企業、43%屬新創企業、屬服務業之企業達 20%。2012 年計 207 家企業提出申請，其中約 50%企業為首次參與政府研發補助計畫、86%屬微小型企業、46%屬新創企業、而屬服務業之企業亦多達 26%。

2012 年為配合政府重點施政政策及嘉惠更多中小企業，依據過去 2 年推動經驗及產、

官、學、研各方建議進行計畫機制調整規劃，包含擴大計畫補助範圍至創業創新輔導、設計、行銷、新品上市規劃等範圍；並放寬補助對象至非屬育成中心進駐或畢業之企業皆可提出申請；同時，亦加強輔導微、小型企業、新創企業及首次參與政府研發補助計畫者申請本計畫，預計將有 125 家企業獲得補助，以嘉惠更多中小企業，提升其創新力及競爭力，並使大學校院研發資源得以有效移轉至產業界，促使產學雙方共同開創更豐碩的創新能量。

三、中小企業經營管理與育成人才與發展

為致力新創事業發展，發掘具潛力及核心競爭力之企業，進而建構台灣成為亞洲地區創業育創新基地，經濟部中小企業處在企業創業過程中，除協助新創企業取得創業相關資源外，亦著重養成相關專業輔導人才，藉此具體強化新創事業並提升經營管理能力，提高創新研發事業成功機會。

（一）培育育成專業人才

藉由辦理全方位專業之育成培訓課程，提升育成從業人員及專業顧問等之輔導能量，促進彼此交流互動，以提升新創企業成功率及有效擴大中小企業產值。

1. 規劃全方位教育訓練機制，建置課程地圖

規劃完善的教育訓練機制及完整統化的課程地圖培訓機制，培育現職育成從業人員、有志投入育成產業的畢業生及待業人口等生力軍，到作育英才的師資培訓等，才能厚植人力資本，強化產業競爭力。

2. 建構加值學習管道，匯集知識能量，厚植育成產業實力

依據實際輔導經驗，建構資深育成經理共同交流機制，凝聚共識，發揮學習交流之價值與服務，提升育成產業人才素質，同時達到人脈累積，奠定能量基礎，發揮組織學習成效，產生學習價值。

3. 提供良好育成就業環境，吸引優質人才投入

藉由吸引更多優質人才投入育成產業，提供符合育成產業獨特且專業之輔導技能與需求，提升育成中心服務服務培育企業的品質與能量，以提供我國良好育成就業環境，快速帶動產業發展。

2011 年辦理 528 小時共通性與專業性育成專業人才培訓課程，共培育 213 人次，同時完成相關教材之修訂，並有 81 位學員取得育成專員、育成經理人與資深經理人認證考試。

（二）中小企業經營領袖班

「中小企業經營領袖研究班」乃經濟部中小企業處為強化台灣產業的競爭優勢，突破困境，協助中小企業高階經理人員因應全球政治、經濟、社會及科技等方面激烈的變化與衝擊，所建構之終身學習網絡，主要實施活動如下：

1. **中小企業經營領袖分享會**：以分享與學習專題，鼓勵參與中小企業領袖班歷屆學員參與此論壇活動，由經驗分享達成知識傳遞，針對企業的未來發展開拓，創造與會企業的媒合機會。
2. **中小企業領袖班課程**：採取實務性的互動研討、持續性的學習網絡，專業性的前瞻觀點，建構出國際財經與產業趨勢分析、市場發展策略、創新研發與服務、標竿企業參訪的課程內容。
3. **中小企業經營領袖研討會**：以產官學界的多元觀點進行互動的座談方式進行，除了讓中小企業具備前瞻眼光與視野，也給中小企業下一個階段的目標，提升中小企業競爭力。

本計畫自 2003 年開辦至 2011 年計已培訓 1,294 位中小企業高階主管，並定期推薦優秀學員參與亞洲生產力組織海外研討會，透過企業間互相學習與經驗分享，樹立企業學習之新典範，並創造中小企業新優勢，培育具前瞻思維與國際視野之中小企業領導人，並協助企業能在全球多變的市場環境中占有一席之地。培訓相關訊息，詳網站 <http://open.moeasmea.gov.tw/>

（三）中小企業經營管理人才培訓暨趨勢專題研討

經濟部中小企業處為提升中小企業人力素質與創新能力，積極推動「中小企業經營管理人才培訓暨趨勢專題研討工作計畫」，協助國內中小企業提升經營效率與建構優質核心競爭力。

1. **中小企業經營管理人才培訓**：針對中小企業主及中高階主管所需專業與國際化之技能，規劃辦理接班人研習 12 班、海外台商高階經理人研習 2 班、女性領導人研習 2 班等實務訓練課程，總計培訓時數 288 小時、培訓人數 400 人次；並依北、中、南三區不同之屬性需求分配各班比重。
2. 業其宏觀思維及產業趨勢的觀察力與決策力，今年度分別規劃「行銷創意拓商機」、「轉型升級觀政策」、「市場動態論全球」三大系列主題，並邀請產業及研究單位傑出人士蒞臨分享；總計研習時數 45 小時、培訓人數 2,650 人次。

本計畫開辦迄今已培育 93,618 名中小企業幹部及高階經理人，提供各類適合高階經理人及企業幹部研習課程及專題演講，預期效益提升中小企業人力素質，以面對全球化市場之競爭與挑戰。

四、提供創業諮詢輔導服務

行政院勞工委員會為協助民眾創業，推動全方位的創業諮詢輔導服務計畫，開辦一系列創業研習課程，及完善的創業顧問諮詢輔導陪伴機制，全程免費服務，並設置創業諮詢專線 0800-092-957 及微型創業鳳凰計畫網站（beboss.cla.gov.tw）。另對於婦女及中高齡者，提供貸款金額最高 100 萬元，為期 7 年，免保人、免擔保品且前 2 年免息的「微型創業鳳凰貸款」。

第 4 節 婦女創業輔導

一、行政院經濟建設委員會「縮減婦女數位落差實施計畫」

為縮減婦女數位落差，提供婦女基礎電腦使用相關訓練，行政院經濟建設委員會於 2007 年度運用中美基金推動「縮減婦女數位落差試辦計畫」，2008 年起正式推動「縮減婦女數位落差實施計畫」，補助民間非營利團體/學校辦理相關訓練課程，以創造婦女社會與經濟方面的多重機會，進而提升其受僱或創業的能力，2012 繼續辦理。

二、中小企業處「婦女創業菁英計畫」

經濟部中小企業處自 2007 年起推動「婦女創業輔導計畫」以來，幫助許多女性一圓創業夢想，2010 年更整合資源及擴大能量，推動「婦女創業育成網絡計畫」並與中小企業處「創業領航計畫」下各項輔導資源銜接，以全方位婦女創業服務機制，即時性創業資訊交流平台、系統化創業教育研習培訓等服務外，透過「婦女創業創新聯盟」，建立婦女創業育成服務網絡，以創意激發、資源整合及創新營運模式推廣，鼓勵更多具有創意格局的女性企業創造價值差異化的事業。

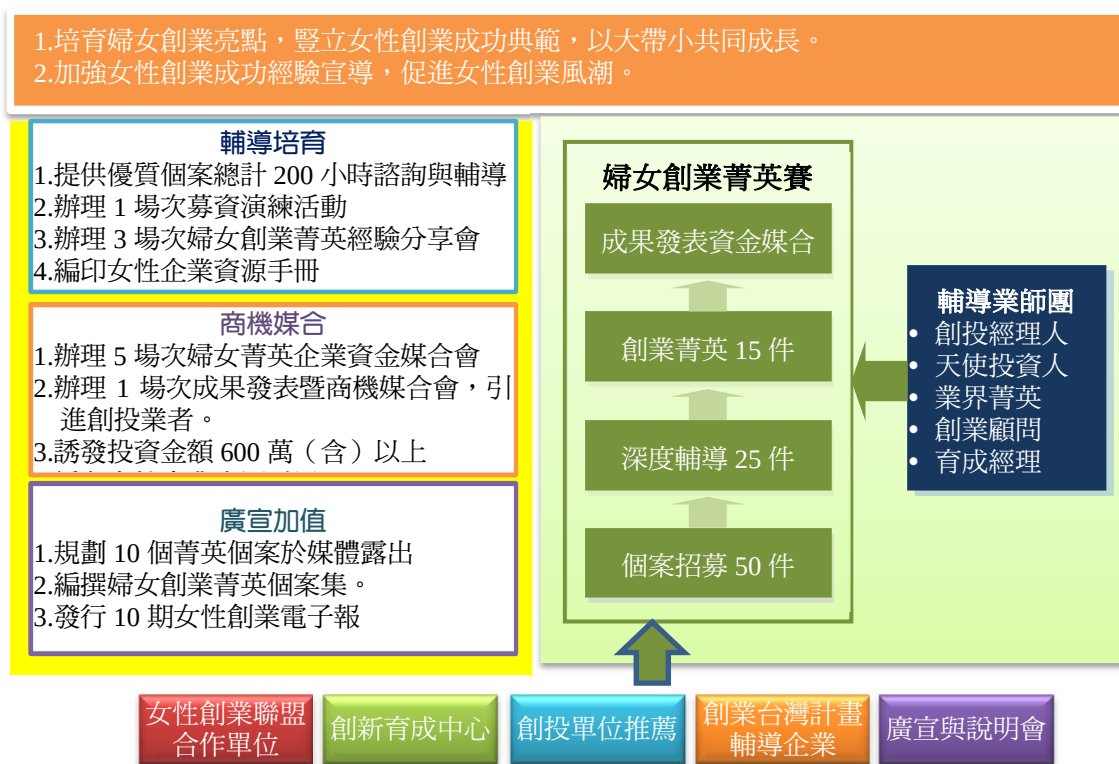
2011 年度「婦女創業育成網絡計畫」計提供 3,640 人次女性企業諮詢服務、結合台師大等 9 家育成中心成立「婦女創業育成聯盟」，辦理商機媒合及成果擴散活動共 5 場次，累計商機 500 萬元以上、發行 10 期電子報、協助 10 個弱勢婦女個案曝光、編製女性企業資源手冊 2,000 本及中英文成果專刊 100 本。

2012 年在創業台灣計畫下推動「婦女創業菁英」分項計畫，與各項創業輔導資源銜

接，提供全方位婦女創業服務機制。（圖 10-4-1）。

「婦女創業菁英計畫」藉由選拔婦女創業菁英，提供輔導、創業籌資、商機媒合、廣宣加值及舉辦經驗分享會等服務，培育婦女創業亮點，樹立女性創業成功典範，以大帶小共同成長，並加強女性創業成功經驗宣導，鼓勵女性提升自主經濟力與競爭力，進一步促進女性創業風潮。本計畫服務之對象為負責人為女性或業務執行者為女性之企業或有志創業之女性。服務內容包括：

圖 10-4-1 婦女創業菁英計畫執行架構



資料來源：經濟部中小企業處，2012 年。

（一）遴選婦女菁英企業

辦理婦女創意菁英賽，招募並遴選優質女性創業菁英個案，提供輔導、資金媒合，協助培育婦女企業新亮點。

（二）提供婦女菁英企業輔導服務

提供婦女菁英企業或創業團隊關於市場機會分析、智慧財產權分析與申請、營運計畫書優化、經營管理、財務規劃、募資技巧等諮詢與深度輔導服務。

（三）婦女菁英企業商機加值

辦理資金媒合與商機媒合活動，引進創業者及天使投資人，協助優質婦女菁英企業獲得資金媒合機會。另規劃婦女創業菁英個案於媒體露出、彙編婦女菁英企業個案集，並辦理婦女創業菁英經驗分享會，以加強女性創業成功經驗宣導，促進女性企業共同成長。

（四）女性創業資訊整合窗口

彙整政府輔導女性創業相關訊息，每月發行女性創業電子報、編印女性企業資源手冊、充實創業圓夢網婦女創業菁英專區，提供婦女創業成功個案及創業知識。

三、行政院青年輔導委員會「飛雁專案」

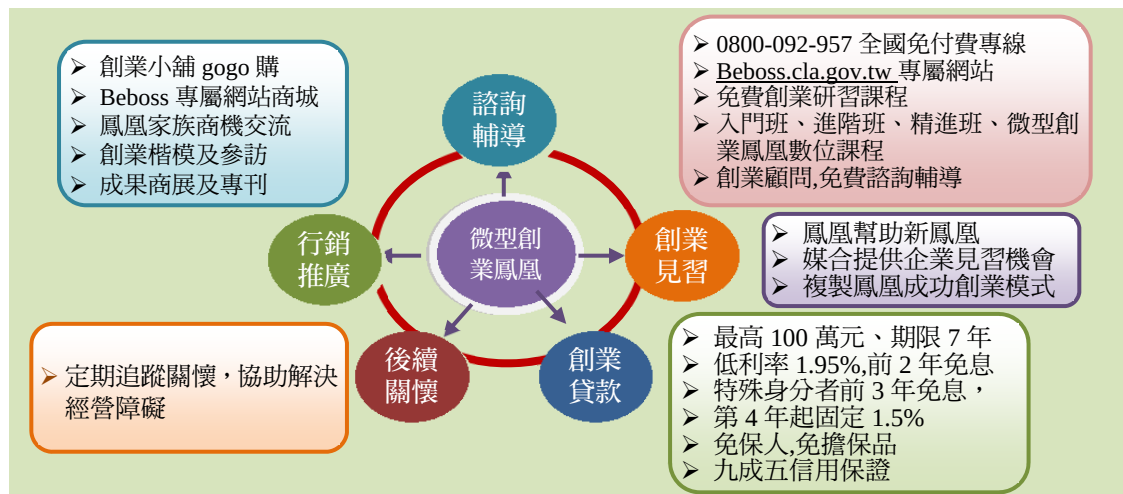
行政院青年輔導委員會推動「女性創業育成班」，針對有創業意願、欲進一步充實創業知識的女性，透過不同多元化之系列課程與活動，連結更多資源及不同領域經驗的整合，建構出完整的輔導機制，建構女性創業的友善環境，協助更多女性朋友踏出創業的第一步，讓有意創業的女性得到最合乎需求的實質支援，順利一圓創業夢想，進而成就新世紀之婦女產業世界。2012 年度將辦理女性創業育成班 21 班，每班次課程 3 天，授課時數共計 21 小時。招訓對象主要為已創業、具創業意願或欲進一步充實創業知能之女性，並以持相關單位證明之弱勢婦女、已創業及青創貸款獲貸者，具有優先上課資格。提供課程包括「女性創業自我評量」、「女性創業的基本認識與準備」、「女性創業的行業商機與創業模式」、「女性創業資金籌措與政府資源」、「如何撰寫營運計畫書」、「財務及稅務分析規劃」、「公司及票據法。商標權、著作權、智慧財產權」、「故事行銷品牌及說寫技巧」、「創業計畫書報告」以及「創業達人專題演講」、「創業姊妹經驗分享」等。業務窗口：行政院青輔會第一處（02）2356-6319。

四、行政院勞工委員會「微型創業鳳凰計畫」

為提升婦女及中高齡者勞動參與率，建構創業友善環境，協助女性及中高齡者發展微型企業，創造就業機會，提供創業諮詢輔導服務及低利免擔保之創業貸款。微型創業鳳凰計畫架構及執行措施，如圖 10-4-2。

創業鳳凰計畫自 2007 年推動至 2011 年 12 月底止，全國開辦的創業研習課程（包括入門班、進階班及精進班）共計 780 場次，58,770 人次參加，創業貸款金額 131,694.5 萬元，諮詢輔導 15,793 人次，協助 6,829 人完成創業，共創造 19,446 個就業機會。

圖 10-4-2 微型創業鳳凰計畫執行架構



資料來源：行政院勞工委員會，2012 年。

五、串聯婦女企業互助網絡

藉由「婦女創業創新聯盟」的籌組與推動、商機交流活動及策略聯盟夥伴的合作，建立婦女企業群聚網絡，協助創業婦女拓展人脈，並透過此網絡相互支持扶持，得以使婦女企業持續成長，促進商機媒合。目前該聯盟已串聯北、中、南 9 家創新育成中心，集合彼此有限資源擴散效益，以相互轉介婦女企業主個案，滿足婦女企業各方面之需求。此外聯合創業創新聯盟舉辦聯合講座與市集，透過實體的活動平台，整合聯盟資源及擴散能量，進而提供女性企業群聚平台。

六、女性企業資訊交流平台

藉由資訊交流平台建置及婦女企業電子商務輔導措施，包括創業圓夢網 (<http://sme.moeasmea.gov.tw>) 婦女創業專區等，提供線上諮詢服務。此外，亦透過台灣婦女企業網 (<http://womenbusiness.taiwantrade.com.tw>)、婦女企業電子商務網 (<http://www.women-village.org.tw>)、等網站協助女性企業推廣國內外商機。

七、創業貸款協助

婦女創業時協助取得資金管道，包括：

- (一) 行政院青年輔導委員會「青年創業貸款」：貸款對象為年齡 20 歲~45 歲，且公司或行號設立未滿 5 年之負責人或股東。<http://www.nyc.gov.tw/1016-1.php>

- (二) 行政院勞工委員會「微型創業鳳凰貸款」：凡年滿 20 歲至 65 歲婦女，3 年內曾參與政府實體創業研習課程，並經創業諮詢輔導，所經營事業員工數（不含負責人）未滿 5 人，貸款金額最高 100 萬元，貸款前 2 年免息，由勞委會全數補貼。若具特殊身分如特殊境遇家庭、家暴被害人、職災戶、犯罪被害人、低收入戶、天然災害受災戶、受貿易自由化影響勞工及獨力負擔家計者等弱勢族群者，前 3 年免息，第 4 年起固定負擔年息 1.5%，利息差額由勞委會補貼。

http://beboss.cla.gov.tw/cht/index.php?code=list&flag=detail&ids=4&article_id=39

- (三) 行政院勞工委員會「就業保險失業者創業協助」：貸款對象為就業保險被保險人失業而有意自行創業者，曾接受創業諮詢輔導及適性分析，參加創業經營管理培訓，並經勞委會輔導依法設立登記者，為所創事業之負責人。貸款金額最高 100 萬元，貸款人前 3 年免繳利息，由勞委會全數補貼，第 4 年起固定負擔年息 1.5%，利息差額由勞委會補貼。

- (四) 經濟部中小企業處「中小企業新創事業貸款」：貸款對象為依法辦理公司或商業登記未滿 3 年且經經濟部獎（補）助、輔導（不含諮詢）之新創中小企業，並檢附相關證明文件。

第 11 章 活絡地方經濟與促進商機

全球經濟發展呈現「在地化」及「全球化」兩種分立趨勢與潮流。在地化是運用地方的特色、文化及資源，結合地方獨特的發展背景，引領在地產業發展具特色商品或特色旅遊，因此具有歷史性、獨特性或文化性，進而發展為鄉、鎮、區地方特色的產業，同時在國內外消費市場的驅動下，逐漸於國際舞台上嶄露頭角，成為新興的經濟尖兵。

經濟部中小企業處自 1989 年開始投入資源協助發展地方特色產業。本章第 1 節陳述台灣地方特色產業發展脈絡，以及不同的時期執行的重點輔導措施。

為活絡地方產業創新發展，經濟部中小企業處、工業局、技術處、商業司、行政院農委會等單位推動多項策略措施，以協助地方特色產業深耕加值、運用地方產業發展基金協助發展地方產業、協助地方設置微型園區、推動觀光工廠輔導與評鑑、創意生活產業發展、地方產業創新、提升商圈競爭力等，第 2 節陳述地方產業創新發展重點措施。

在全球貿易快速擴充的推動下，逐步開放的全球市場將帶來無限商機，為協助我國中小企業拓展商機，經濟部中小企業處、國際貿易局、工業局、技術處、商業司，以及行政院農委會等單位推動多項策略方案，以促成商機媒合及技術交流、躍升中小企業行銷價值、以優質平價產品拓展新興市場、促進台日中小企業合作交流、推動新鄭和計畫強化出口動能，以及協助品牌企業拓展國際市場等，相關策略及措施在第 3 節陳述。

第 1 節 地方產業創新策略

一、地方特色產業定義

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。地方特色產品（OTOP）分為以六大品類：加工食品、文化工藝、創意生活、在地美食、田園休閒及節慶民俗。

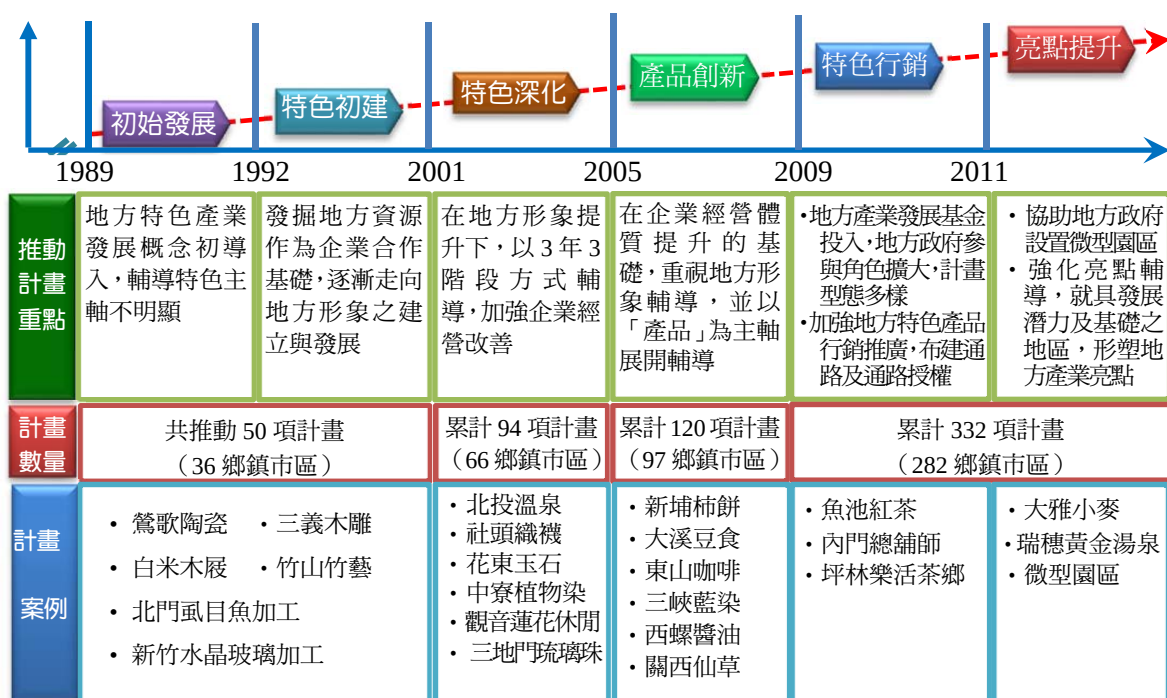
地方產業不但攸關地方經濟之發展，也是當地居民賴以維生的命脈，更是安定社會、穩定就業的重要力量。經濟部中小企業處自 1989 年開始投入資源，輔導地方特色產業發展。目前包括經濟部、內政部等各部會，為協助縣市政府發展地方產業，進而活絡地方

經濟，以各種不同的方式及角度，結合地方政府積極輔導發展地方特色產業，雖然各機關的輔導標的有所區隔，但基本上共同目標都在於再造地方生機、創造產業精品，強化產品競爭力及開發商業潛力。

二、地方產業重點輔導策略發展

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。台灣地方特色產業發展脈絡如圖 11-1-1。在不同的時期執行的重點輔導措施如下：

圖 11-1-1 台灣地方特色產業發展脈絡



資料來源：中小企業處，2012 年。

- (一) **初始發展**：經濟部中小企業處自 1989 年起推動「地方特色暨社區小企業輔導計畫」，因地方特色產業發展概念初導入，輔導特色主軸不明顯。
- (二) **特色初建**：自 1992 年起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。輔導案例如：鶯歌陶瓷、三義木雕、白米木屐、竹山竹藝、北門虱目魚加工、新竹水晶玻璃加工等。
- (三) **特色深化**：自 2001 年起在地方形象提升下，以 3 年 3 階段方式輔導，協助業者從事產品研發、策略聯盟、企業診斷、人才培訓、資源調查、觀光規劃、形象塑

造及展示促銷等等措施，並擴增標竿優秀輔導業者觀摩機會。輔導案例如：北投溫泉、社頭織襪、花蓮玉石、中寮植物染、觀音蓮花休閒、三地門琉璃珠等。

（四）產品創新：2005 年在企業經營體質提升的基礎，以「產品」為主軸展開輔導，並開始地方特色產業多元資訊網（<http://www.otop.tw>）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，整合地方特色產業輔導計畫相關成果，以地方特色網為基礎平台，藉由通路的建置與國際市場的拓展，多元推廣國內優質特色產品，活絡地方經濟。輔導案例如：新埔柿餅、大溪豆食、東山咖啡、三峽藍染、西螺醬油、關西仙草等。

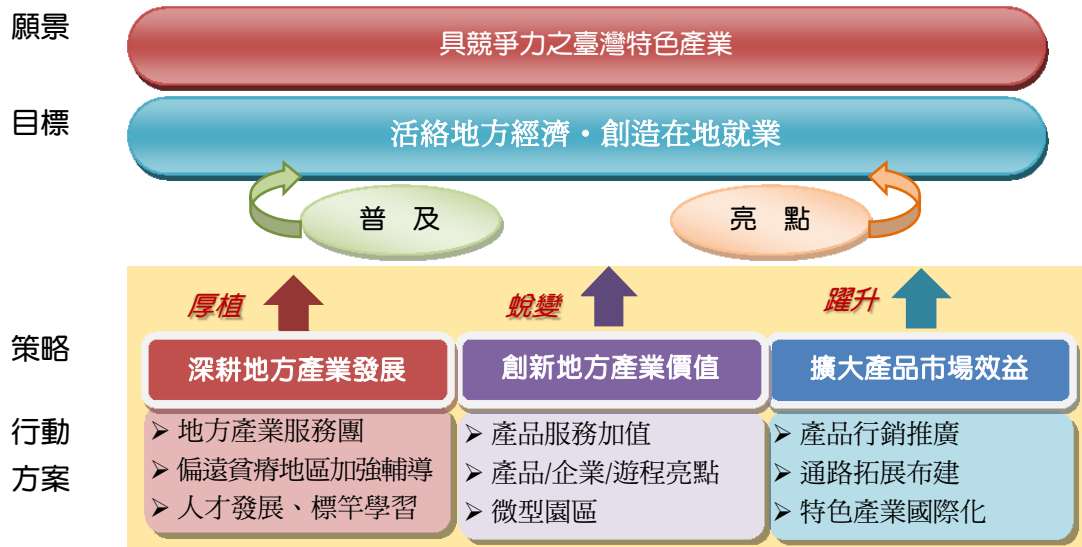
（五）特色行銷：2009 年成立地方產業發展基金，地方政府參與角色擴大，由地方政府主動規劃其地方特色產業發展藍圖及推動計畫，以地方提案、中央補助之原則，增加計畫型態多樣，協助地方產業發展，並特別針對人口外移、所得偏低地區加強輔導，以促進地方的就業機會。加強地方特色產品行銷推廣方面，推廣能展現台灣地方特色且優質形象之產品，開拓內、外銷市場與發展地方旅遊業，並鎖定具國際市場發展潛力之地方特色產業，輔導提升產業價值鏈。除設立 OTOP 館外，並以通路授權之方式推動，鼓勵更多通路商投入地方特色產品之販售。輔導案例如：魚池紅茶（中央主導）、內門總舖師（地方政府投入）、坪林樂活茶鄉（地方政府投入）。

（六）亮點提升：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。輔導案例如：大雅小麥（中央主導）、瑞穗黃金湯泉（中央主導）、微型園區（地方政府投入）。

三、地方產業輔導－形塑特色產業魅力，活絡地方經濟發展

經濟部中小企業處為提升中小企業之經營能力，活絡地方經濟，2012 年推動地方特色產業輔導計畫，以形塑具競爭力之臺灣特色產業為願景，並以活絡地方經濟・創造在地就業為目標。透過專業輔導團隊，經由地方參與，致力於發展具特色之地方產業。輔導重點為協助國內地方特色產業強化產業組織發展、提升企業經營能力、改善地方視覺形象、引領地方產業走向國際化、打造更具特色之產業亮點、增加地方特色產業經濟能量及促進在地就業。推動架構及策略如圖 11-1-2、圖 11-1-3。2012 年主要行動策略如下：

圖 11-1-2 發展地方產業推動架構



資料來源：經濟部中小企業處，2012 年。

圖 11-1-3 形塑特色產業魅力，活絡地方經濟發展策略



資料來源：經濟部中小企業處，2012 年。

(一) 台灣地方特色產業國際化

台灣地方特色產業國際化的推動，乃以地方產業發展具國際化潛力者、具國際化推廣條件及產業整合情況良好的主題型特色產業為推動範疇。經濟部中小企業處於 2008 年

開始推動特色產業國際化輔導作業，以台灣茶產業為啟始，陶瓷、玻璃等二個產業主題則接續在後，逐步推動地方特色產業國際化輔導工作。地方特色產業國際化推動，主要行動策略如圖 11-1-4 所示：

圖 11-1-4 地方特色產業國際化推動架構



資料來源：經濟部中小企業處，2012 年。

為延續且擴大前述主題型產業國際化成果，自 2012 年起，經濟部中小企業處乃綜整中小企業業者國際化之歷程，規劃系列性的資源投入與產業輔導作法（）。其中，為能持續累積主題產業國際化經驗，規劃籌組 OTOP 產業聯盟；此外，為能系統化於國際市場上推廣地方產業，故仍延續以主題產業為標的方式進行國際化輔導。在前述二大面向下，重要推動措施如下：

- 1. OTOP 產業聯盟推動：**產業聯盟主要乃在於綜合規劃主題產業篩選作業、行銷網站，並發展國際市場的營運機制；綜合推動產業交流及商情研析，提升地方產業業者國際行銷能量；並且積極媒合地方產業、通路商及設計單位等業者，擴大產品創新及服務創新等相關產業推動效益。

2. 主題型產業國際化輔導：經主題產業篩選作業後，提出台灣竹與台灣糕餅產業為本年度輔導標的：

- (1) 台灣竹產業：著重協助檢視與強化生產流程控管能力，降低生產成本、提高訂單談判力；加強與市場及設計單位多元交流，提高產品多元創新及設計質感；並綜合推動部落格、APP 等行銷工具，並透過參展及通路拓展方式，擴大產品的國際市場行銷；藉由前項工作積極建構業者與外部單位良善生產合作、設計合作機制。
- (2) 台灣糕餅產業：著重採取品牌識別共識操作、品牌課程交流活動等方式，強化業者品牌型塑的概念及操作手法；多元結合 ICT 科技、自走地圖等工具，亮麗呈現台灣糕餅特色，提高對國際市場的吸引力；並積極與國內外主題活動、實體通路進行合作推廣，以提高能見度；前項工作乃以強化產業品牌為訴求、多元推廣為手法，並著眼於能持續洽談國際通路合作事宜。

(二) 亮點輔導

經濟部中小企業處 2009 年起推動地方產業發展基金計畫，由地方政府主導地方產業發展，中央給予經費補助，使地方政府參與角色擴大，本項工作目的旨在於「發掘特色亮點」，以「地方申請，中央委辦」之概念，形塑地方產業亮點，作為其他地區或業者之標竿學習典範，期藉此促使地方產業蓬勃發展，並提升地方產業輔導施政的能見度。

亮點輔導計畫以創新輔導作法形塑出地方特色亮點，期透過提升在地產業發展與總體產值、深化地方產業特色與觀光意象，進而打造出具特色的城市品牌，增加國際能見度並強化地方競爭力。其輔導工作項目如下：

- 1. 品牌形塑與行銷推廣：**定位地方產業特色形象，強化地方獨特主題魅力，並透過創意行銷手法推廣，及有效的商業經營模式，進而達到提升國際知名度與活絡地方經濟的目標。
- 2. 地方產業創新優化輔導：**導入創新務實的經營理念、美學創意加值的產品設計與研發，及科技應用知識和技術研發服務，以協助促進地方產業轉型，並提升地方產業的等級與附加價值。
- 3. 執行創意輔導工作項目之規劃：**新增創意及其他工作項目之規劃，如產業之連結、區域之整合等，以增加計畫效益。
- 4. 地方產業永續發展輔導：**協助組織與地方政府規劃地方環境改善和資源投入，整合現有地方社群組織能量與資源，同時辦理軟體服務體驗或硬體景觀美學輔導，以強化地方組織永續經營之能力。

第 2 節 活絡地方產業創新發展

一、地方特色產業深耕加值輔導

經濟部中小企業處以建構「一鄉鎮一特產」為目標，透過台灣 OTOP 共同標示形象，推廣能台灣地方特色且優質形象之產品，開拓內、外銷市場開拓與發展地方旅遊業，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，塑造台灣地方特色亮點，提高台灣整體形象，致力發展地方產業。

2012 年地方特色產業相關輔導計畫項目如下：

- (一) **地方特色產業國際化輔導**：推動一鄉鎮一特色，以台灣 OTOP 共同標示形象，促進地方產業走向國際化，2012 年針對竹產業及糕餅產業 2 個具國際市場發展潛力之地方特色產業輔導進行輔導 2 年。
- (二) **地方特色產業亮點輔導**：甄選具發展潛力及基礎之地區進行輔導 2 年，藉以深化地方產業特色，建立區域品牌，並帶動示範效果，期能達到「一縣一標竿，全國灑亮點」的目標。
- (三) **地方特色產品行銷推廣**：推動優質地方特色產品，拓展台灣 OTOP 品牌知名度，辦理 8 場次之實體大型展售會。
- (四) **地方產業遊程及通路拓廣**：辦理 OTOP 系列大賞活動，擴大與具通路性質之組織或業者合作，以作為 OTOP 通路標章推動對象，評選具臺灣地方特色之遊程，結合交通或旅遊業者、休閒事業及媒體工具共同行銷推廣。

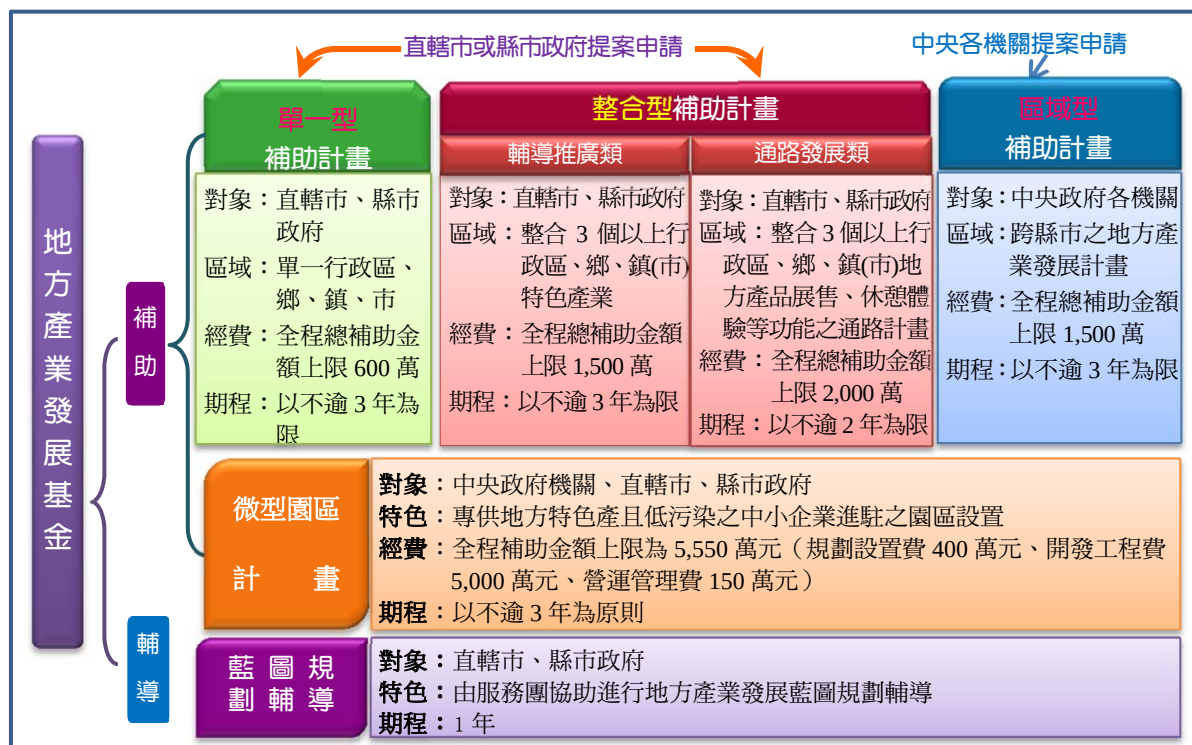
2011 年執行成效：1.辦理地方特色產業輔導，2010 年至 2011 年完成 5 個潛力型產業及 2 個主題型產業輔導，協助創造就業 2,463 人次，增加產值 4 億元，舉辦全國地方特色產業經營人才培育課程，培訓 2,111 人次；2.維運 OTOP 臺北 101 館、烏日高鐵站館及南投日月潭館，2011 年計協助 453 家地方特色產品業者上架 5,100 項產品，增加營業額 3,351 萬元。

二、運用地方產業發展基金協助發展地方產業

行政院於 2009 年度起設置「地方產業發展基金」，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，再透過地方提案、中央補助之原則，協助地方產業發展。由地方提出需求、中央給予補助計畫類型有：「單一型補助計畫」、「整合型補助計畫」，以及「區域型補助計畫」三種；由直轄市或縣市政府代表向基金提案申請「單一型補助計

畫」，審查結果雖未獲補助，但已於計畫綜合資料表中表達願意自動移轉申請輔導計畫之行政區、鄉、鎮、市，可透過此補強措施，向中央申請輔導計畫。由中央提供輔導之提案計畫。可分為「實質輔導計畫」及「發展藍圖規劃輔導」兩大類型。地方產業發展基金推動架構如圖 11-2-1。

圖 11-2-1 地方產業發展基金推動架構



資料來源：地方發展基金網站 <http://fund.sme.gov.tw>

自 2009 年推動至 2011 年底，共補助 22 個縣市、150 項計畫，補助金額約 12.3 億元，累計已協助 3,500 家地方企業，帶動就業 5 萬人，協助廠商提升營業額 15 億元，促進民間投資 14 億元。

三、協助地方設置微型園區

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需求，提供屬地方特色產業且低污染之中小企業進駐使用。以部分補助為原則，每園區設有補助上限（最高補助金額為 5,550 萬元），其餘不足之開發費用由申請機關編列預算支應。補助計畫分二類型：

類型 I

- 計畫基地未取得開發許可且需辦理規劃作業者
- 補助項目：規劃設置費

類型 II

- 計畫基地經目的事業主管機關核准設置並取得開發許可者
- 補助項目：開發工程費、營運管理費

2011 年核定 5 個微型園區進行規劃開發。補助金額 9,250 萬元，預計 3 年內可進駐 139 家地方特色產業及中小企業，提升年產值 43.9 億元。

四、推動觀光工廠輔導與評鑑

經濟部工業局/中部辦公室有鑑於產業觀光已成全球趨勢，且為因應產業升級需要，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」，賦予廠商企業再造之新契機，並提供民眾兼具知識性及趣味性的觀光休憩新選擇，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，為因應參與觀光工廠輔導計畫之廠商不同程度經營與運作現況，以區隔其觀光推展與實際施作之工作項目差異性，依據觀光工廠輔導指標建議項目，分為「觀光工廠輔導」與「觀光工廠評鑑」兩種。由廠商依指標項目完成之多寡，自行選擇輔導種類，說明如下：

（一）觀光工廠輔導：領有工廠登記證，從事製造加工且具有觀光教育或產業文化價值，產品、製程或廠地廠房適宜發展觀光者，需由輔導團隊協助規劃者，一年以接受輔導一次為限。輔導費用：廠商配合款 35 萬元以上（含共同廣宣費用）；計畫輔導經費 35 萬元（上限）。

（二）觀光工廠評鑑：廠商已自力完成工廠觀光化所必需評鑑項目，經審查委員依觀光工廠評鑑評分表項目進行評分，整體評鑑分數達 85 分（含）以上者通過認證，並頒授觀光工廠輔導標章乙式。評鑑費用：廠商報名時繳交評鑑審查費用 3 萬元（含初評及複評）；通過評鑑後再繳交評鑑作業費用 2 萬元（含評鑑獎牌及共同廣宣費用）。

五、推動創意生活產業發展，提升經濟活動之附加價值，拓展新商機

為協助國內產業轉型升級、增進就業機會、協助業者結合創意、文化元素，開發產品、場所、服務、活動之創意商品或服務，進而創新經營模式，提升經濟活動之附加價值，拓展新商機，經濟部工業局持續推動「創意生活產業發展計畫」。執行作法如下：

（一）評選創意生活事業：選拔具亮點潛力之創意生活事業，讓創新思維的經營模式，

產生更深遠的推廣效益，協助企業持續發展與成長。

- (二) **推動顧客體驗輔導，並提供諮詢及訪視診斷服務：**為協助業者發展創意生活事業，提供業者相關經營課題及相關服務資源之諮詢及診斷服務，並藉由推動創意生活事業輔導，協助業者轉型升級並深化風格經營。
- (三) **行銷生活風格特色：**推廣創意生活的品牌形象，創造創意生活產業商機。
- (四) **深化產業合作交流：**透過共通的平台建置，促進業者交流合作之價值與經營效益。

至 2011 年已累計評選創意生活事業 173 家，支撐營業額約 237 億元。促成投資計 10.2 億元，支撐產業就業機會累計約 10,000 人。

六、推動地方產業創新引擎計畫，以帶動台灣產業創新研發，快速提升地方產業競爭力

為積極促進各縣市地方產業發展、帶動區域經濟繁榮，經濟部技術處自 2008 年起推動「地方產業創新引擎計畫」，整合工研院、中科院、資策會等 18 個法人及研發機構能量，透過各法人研究單位對各縣市產業之責任分工與分區認養機制，積極針對各縣市產業與聚落規劃產業高值化目標、協助在地企業籌組研發聯盟、申請政府研發補助計畫等，以帶動台灣產業創新研發突破困境，快速提升地方產業競爭力。

自 2008 年至 2012 年 4 月，已促成 481 個地方產業研發聯盟，逾 957 家廠商獲得研發計畫補助，累計投入研發金額達 108.97 億（政府補助 42.69 億元，企業投入 66.28 億元）。

透過本計畫，成功讓政府資源擴散到離島、花東等偏遠地區，對於活化、延伸我國傳統產業之創新網路有極大幫助。例如金門雖然地處離島，企業數量少、規模與研發資源相對弱勢，但食品所協助在地業者，利用欄柵技術並結合食品包裝技術，降低產品發霉風險，有效延長肉乾之保存期限，讓金門牛肉乾成功熱銷海內外；台東縣的地方特色農業，與工研院的研發能量相互結合，採低溫萃取、低溫濃縮、冷凍乾燥等生產流程技術，創造出洛神紅膠囊，也為當地的有機農業，成功注入新興科技與產品加值的創新因子。

七、推動商圈輔導計畫，提升商圈競爭力

經濟部商業司以持續提升「商圈競爭力」為目標，以「多元激發商圈競爭力、打造國際示範商圈」作為計畫願景，期望結合趨勢與商業技術，並塑造商圈專業經營人才，藉以提升商圈經營優勢及建立國際化旗艦商圈，同時透過主動創造亮點消費議題，多方開發商圈展銷管道，穩固商圈經濟基礎，藉以深化商圈經營實力、提升商圈發展體質及強化永續

發展能量，以商圈業者經營提升及市場消費者品質提升等兩大需求兼顧為目標。

2012 年提升商圈輔導計畫項目如下：

- (一) **國際型商圈輔導**：甄選 4 處具備國際化潛力之商圈，含新北市九份商圈、台中市新社商圈、彰化縣鹿港商圈及台南市安平商圈為輔導標的，透過集結國內具國際化潛力之商圈，打造商圈旗艦標竿，促進國外遊客至商圈遊憩消費，並建構友善商圈遊憩資訊，吸引國際自由行之遊客，提升商圈國際能見度。
- (二) **內需型商圈輔導**：甄選 15 處內需型商圈為輔導標的，含新北平溪商圈、台北市艋舺大理街服飾商圈、宜蘭蘇澳冷泉商圈、金門金城商圈、新竹內灣商圈、苗栗南庄商圈、台中天津路服飾商圈、彰化田尾商圈、彰化員林商圈、雲林北港商圈、嘉義新港商圈、台南孔廟商圈、高雄甲仙商圈、屏東小琉球商圈與台東知本商圈，透過商圈競爭力深植北、中、南區等三項計畫資源投入，藉以深化各商圈特色，建立區域品牌，帶動其它商圈學習效果，以達到「國民旅遊好所在」之目標。
- (三) **商圈特色整合行銷**：透過媒體行銷，進行市場傳播、擴大廣宣，提供整合行銷及通路擴大方案，協助商圈進行最高效益之行銷工作，並建構適切的銷售通路，以達到商圈與國際接軌之目標。
- (四) **全國商圈永續發展推動平台**：執行各分項計畫及子計畫之運作管控、商圈盤點與資料庫建置，協助人才培育相關輔導資源之導入等，確保地方商圈發展符合整體商圈競爭提升之政策目標。

2012 年預期量化成效：1.受輔導商圈營業額成長 5%；2.受輔導商圈新增就業人數 280 人；3.受輔導商圈新增遊客人次 5%。

2012 年預期質化成效：1.引導商圈追隨相關商業發展趨勢，創造獨特利基，並協助商業科技與經營技術進入商圈，完備商圈永續發展能量，達到促進商圈關係人之進出，有效活絡區域經濟；2.為各地商圈創造出其獨特之魅力價值，促進地方商圈之經濟成長，集結國內最具國際化潛力及成為國際遊客指名消費之國際型商圈，藉以打造商圈旗艦標竿，建立國際級商圈典範以提供觀光客來台消費體驗，成為國家商圈的領航者，作為商圈發展優質案例。

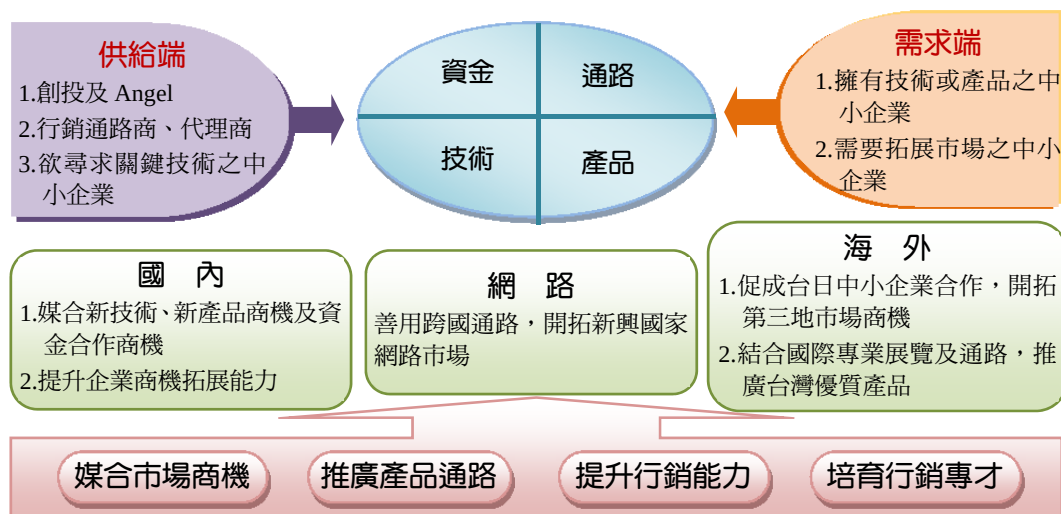
第 3 節 促進商機拓展

為促進中小企業商機拓展，經濟部中小企業處、國際貿易局、工業局、技術處、商業司，以及行政院農委會等單位，執行多項策略方案積極協助廠商發掘新市場，拓展國內外行銷通路，以促成商機媒合及技術交流、躍升中小企業行銷價值、以優質平價產品拓展新興市場、促進台日中小企業合作交流、推動新鄭和計畫強化出口動能，以及協助品牌企業拓展國際市場等。以下為 2011 年至 2012 年相關單位所執行之促進中小企業商機之重點策略與措施。

一、中小企業商機拓展策略

2012 年經濟部中小企處推動中小企業商機拓展，以中小企業行銷價值躍升為願景，執行媒合市場商機、推廣產品通路、提升行銷能力、培育行銷專才等策略（圖 11-3-1、圖 11-3-2），執行重點項目包括：

圖 11-3-1 中小企業商機拓展推動架構

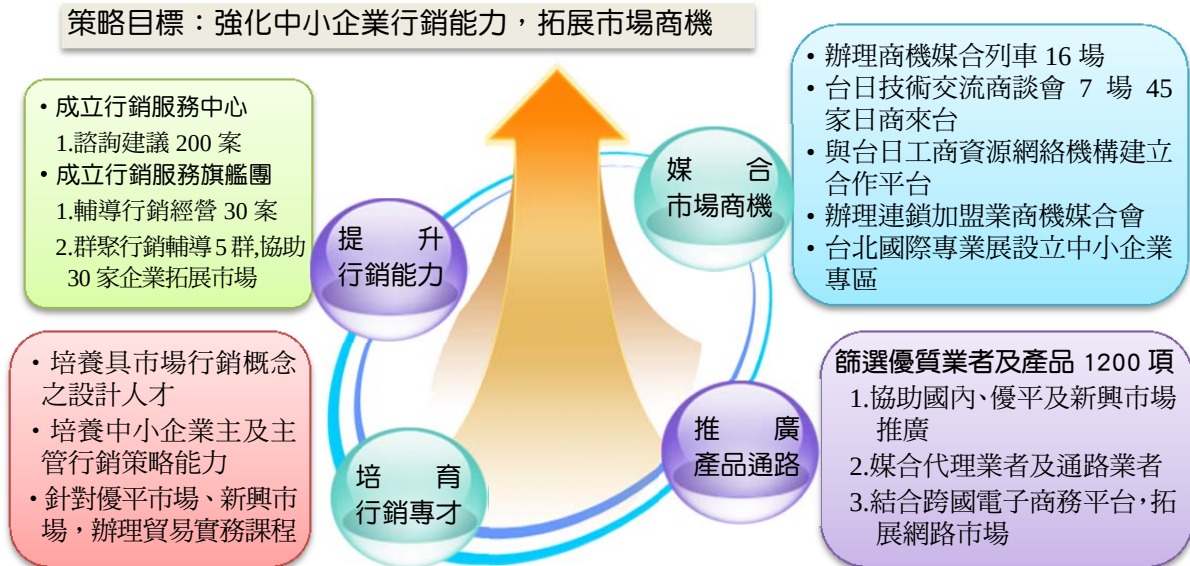


資料來源：經濟部中小企業處，2012 年。

- (一) 提升中小企業行銷能力：成立中小企業行銷服務中心及行銷服務旗艦團，透過提供諮詢服務、行銷經營輔導及群聚行銷輔導等，協助中小企業拓展商機。
- (二) 辦理商機媒合列車，提供中小企業新技術新產品商機媒合平臺，創造合作商機。
- (三) 篩選優質業者及產品，透過媒合代理業者及通路業者，及跨國電子商務平臺，拓展市場商機。

(四) 2012 年預計可輔導中小企業商機媒合 600 家，媒合洽談 1,000 次，商機諮詢輔導 200 案，促成商機 7 億元以上。

圖 11-3-2 中小企業商機拓展實施策略措施



資料來源：經濟部中小企業處。2012 年。

二、提供商機媒合平台及塑造技術交流機會

為協助傳統產業及新興高科技產業拓展市場，釋放高附加價值之技術與產品資訊，經濟部中小企業處透過辦理「中小企業商機媒合列車」活動，以輔助中小企業順利取得商機媒合管道以及尋求策略合作夥伴，並塑造成投資方尋找優質案源的重要場合，即讓具備專業能力卻缺乏資源的業者，能以跨界和異業合作的方式，獲得資源整合與利益加乘的效益。2012 年執行工作項目如下：

- (一) 提供商機媒合資源共享平台，持續傳遞予企業商機媒合與升級轉型資訊。
- (二) 塑造新技術新產品發表展示機會，依活動功能性質區分為以下三大類：
 - 新產品媒合類**：以新產品展示暨商機洽談會的方式，協助中小企業釋放新產品資訊，以拓展商機並尋求合作的機會。
 - 新技術媒合類**：經由新技術展示及媒合交流活動，協助中小企業技術升級及尋找創業投資的機會。
 - 資金媒合類**：以募資座談會等方式協助中小企業與資方建立合作洽談溝通管道。
- (三) 針對廠商個別情況安排技術諮詢及媒合服務。

2011 年「中小企業商機媒合列車」計辦理 16 場媒合活動，共有 613 家廠商參展，超過 10 萬人參與活動，媒合次數達 4,403 次，促成 128 件合作案，合作金額則超過 4 億元。6 年下來，已協助數千家中小企業獲得商機媒合機會，促成超過 17 億的合作商機。2012 年將續辦理 16 場商機媒合及技術交流活動，希望匯聚能量，成就更多具發展潛力的中小企業。

三、提供行銷服務協助中小企業成長與產業轉型

台灣中小企業一向在創新能力與技術領導有相當精彩的表現，但在世界越來越扁平化，企業更需轉變為軟性經濟的創造者及生活型態的先驅者。然而，不管是全球品牌到通路拓展，中小企業仍面臨全球運籌、自有品牌的發展與管理、國際行銷人才等課題。

經濟部中小企業處了解中小企業對行銷輔導資源需求殷切，於 2012 年起積極推動「中小企業行銷價值躍升計畫」，提供輔導措施以協助企業成長及產業轉型；同時成立「中小企業行銷服務中心」，藉由提供 One Stop Service，包含諮詢服務、資源轉介、訊息整合、規劃管理、追蹤關懷等五項服務，協助中小企業克服行銷障礙。同時為了加速中小企業擴展商機，更邀請 30 位以上品牌策略、產品發展及通路拓展專業行銷顧問，共同籌組 3 大「行銷服務旗艦團」：

- （一）**品牌策略行銷服務旗艦團**：注重消費者行為研究、市場調查、品牌定位等服務。
- （二）**產品發展行銷服務旗艦團**：注著重產品開發、平面設計、包裝設計、定價策略、行銷活動等服務。
- （三）**通路拓展行銷服務旗艦團**：著重經銷、代理通路、專賣店規劃等服務。

為了協助中小企業解決多種樣態行銷問題，中小企業處於行銷服務中心設立免付費諮詢服務專線「0800-017-868」，由專職顧問負責提供行銷諮詢服務，另建置 App 應用程式，可下載行銷資源手冊、行銷服務團資訊、海外展銷訊息等，協助中小企業即時掌握計畫最新活動訊息。

四、以實體及通路協助中小企業推廣國際行銷

為協助我國中小企業藉由參加海外行銷團、參與國際專業展會、提升連鎖加盟中小企業國際競爭力方案及加入國際電子商務網站，以實體及網路通路接觸潛在買主，並培養業者之國際行銷經驗與能力，期以最小成本提升我國中小企業國際曝光度，協助拓展海外市場與國際接軌，並提升台灣產業形象，經濟部中小企業處自 2010 年起推動「中小企業國際行銷推廣輔導計畫」。2012 年執行工作項目如下：

- (一) **海外行銷團**：於天津台灣名品博覽會及南京台灣名品交易會設立「中小企業展示專區」，並積極邀請當地買主至本專區洽談，促成參加廠商與當地通路商媒合之效益，並邀請當地媒體採訪我參展商，以提高展出成效及產品知名度。
- (二) **台北國際專業展展示專區**：響應全球節能風潮，將於「台灣國際綠色產業展」設立「中小企業展示專區」，依廠商規模大小和需求，規劃聯合形象展示區，包括產品展示及型錄展示等模式，協助有意試探新市場的業者，逐步搶占市場商機，蒐集商機，解決中小企業業務人員不足之困難。
- (三) **提升連鎖加盟中小企業競爭力**：台灣連鎖加盟產業蓬勃發展，逐漸引發國際關注，而中小企業規模的連鎖加盟業者又最具潛力進行海外擴張，為加速協助業者與國際舞台接軌，將帶領中小企業參加土耳其連鎖加盟國際博覽會暨世界連鎖組織年會，一方面協助中小企業連鎖品牌進軍新興市場，打響知名度；另一方面建立通路人脈，蒐集資訊與汲取產業趨勢，推動海外展店，進而提升國際競爭力。
- (四) **網路行銷**：輔導新登記辦理進出口業務中小企業廠商，應用 Taiwan SME 網站 (www.TaiwanSME.com) 進行網路行銷，協助新輔導之 100 家廠商翻譯及上傳英文及簡體型錄，並加入台灣經貿網半年期企業網頁會員，以爭取海外商機。

五、推動「優質平價新興市場推動方案」以協助業者爭取新興市場

新興市場擁有龐大且快速成長的新興中產消費族群，其追求優質平價之生活型態，所形成強調「平價奢華、高貴不貴、物超所值」消費模式之「新平實消費」主張，將形成市場的新商機，經濟部於 2010 年起推出為期 3 年（2010 年至 2012 年）之「優質平價新興市場推動方案」，鎖定中國大陸、雙印（印度、印尼）及越南等新興市場，結合經濟部各相關單位包括技術處、工業局、中小企業處、商業司及貿易局之資源，從「市場需求」、「創新研發」、「生產設計」、「國際行銷」等四大面向，分別架構「創新研發生產平台」、「國際行銷整合平台」、「環境培育塑造平台」等 3 大主軸，協助廠商從產品技術、生產、設計、品牌、行銷等源頭，給予業者整體輔導及協助，將有助於爭取新興市場之商機。

- (一) **創新研發生產平台**：在「創新研發生產平台」上，導入新興市場需求的概念，發展新興市場所需要優質平價產品為主要目標，整合資源，在研發、設計、生產、品牌等階段即導入優質平價之產品概念，開發符合當地生活習慣、消費需求之產

品。透過經濟部技術處、工業局、貿易局之各項年度專案計畫包括技術處透過業界科專補助業者進行產品研發驗證、工業局 7 項專案計畫（包括因應貿易自由化加強產業推動計畫、協助傳統產業技術開發計畫、中小企業即時技術輔導計畫、推動優質平價產品或重要零組件開發、主導性新產品開發計畫及市場應用型補助計畫、智慧生活應用推動計畫）、及貿易局之品牌輔導計畫，將研發、製造、品牌三合一，在該等階段即導入優質平價之產品概念，發展符合新興市場需求之產品及零組件，並運用台灣在設計、創意、美學等能量，提高產品之附加價值。

（二）國際行銷整合平台：透過國際行銷推廣之作法，將我國優質平價產品推展至國際市場，在網路行銷部分，在國際知名網站如（台灣經貿網、易趣網、淘寶網）設置「台灣館」，透過網路行銷台灣產品；在行銷拉力作法部分，於台北國際專業展中設置「體驗行銷專區」或實際參訪我產業聚落，利用體驗行銷方式，讓國際買主實際體驗我國創新研發之科技與產品；在行銷推力作法部分，將透過佈建海外行銷通路（如協助推廣在中國大陸市場之「台灣食品專區」、針對廠商自發推動成立之「台灣名品一條街」等給予宣傳推廣之協助），擴大辦理台灣名品展，加強推廣品牌形象，透過補助公協會建置「台灣形象館」，及透過參展團、拓銷團、網路與平面行銷推廣等措施，協助優質平價商品拓展海外市場。

（三）環境培育塑造平台：為協助業者瞭解新興市場之總體環境、產業現況、及消費需求等資訊，將透過「新興市場消費需求深度調查」進行新興市場情報之深度調查，協助業者瞭解市場。另積極進行人才培訓包括「建立新興市場產品設計中心」、「海外業務尖兵種子育成計畫」、培訓產業人才及國際行銷人才等工作，提升業者競爭力。另本部將積極透過論壇、說明會、座談會等方式，加強宣導說明，將優質平價政策概念進行傳播與擴散，協助業者爭取商機。

六、推動台日中小企業合作交流，協助業者開發新事業或透展國際市場

由於世界經濟重心轉移，中國大陸市場的崛起，促使台灣必須重新思考與他國的資源結盟，增強競爭優勢，以在各國的經濟競賽中，取得最佳戰略的地位。2009 年為台日「特別夥伴關係促進年」，雖然台日兩國間不論從歷史淵源、地緣關係的角度，或是經貿往來、科技交流的情形來看，關係均非常密切，但除了與日本大企業間的合作外，仍有必要跳脫現有結構，思考與日本中小企業合作之可能性。

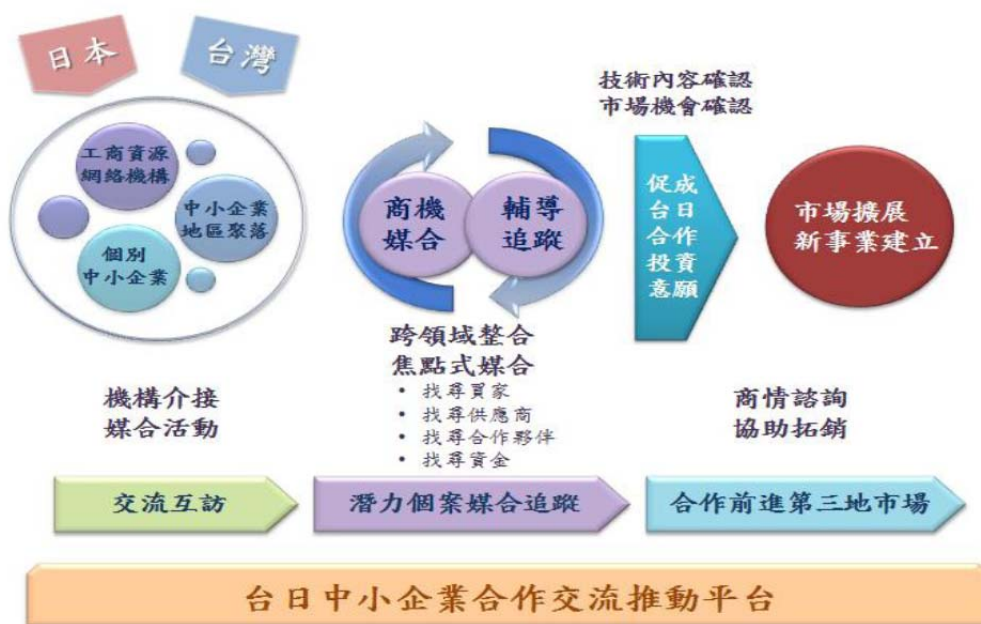
為創造台日中小企業互動交流與互利雙贏的合作模式，經濟部中小企業處推動「台

日中小企業合作交流推動計畫」，以強化台日地區聚落與工商資源網絡機構介接，建立通暢的合作聯繫管道；運用中小企業交流互訪、技術媒合會、市場商機交流研討會等活動，塑造密切的交流並彙集潛在合作機會；以媒合促成服務與資源整合，促成台日中小企業實質合作。帶動雙方中小企業技術整合升級，強化合作夥伴關係，以期未來能在亞洲黃金三角的架構下，順勢開發新事業或拓展第三地及國際市場，贏取共同經濟利益。

（圖 11-3-3）2012 年本計畫主要服務內容如下：

- （一）建立台日中小企業合作整合平台，讓台日相關資訊透明化，建立主要媒合運作模式，增加合資企業進入第三地市場的成功率。

圖 11-3-3 台日中小企業合作交流平台推動架構



資料來源：經濟部中小企業處。

- （二）建立台日中小企業需求資料庫，同時滿足台日中小企業/對日業務單位以及政府主管單位的需求，將資訊流引導成為一股推動台日中小企業合作進軍第三地的強大力量。
- （三）舉辦台日中小企業媒合交流活動，依資料庫之廠商需求，策略性的進行配對媒合，增加媒合精準度，並輔以顧問系統進行個案協助，主動找尋高附加價值的合作方向，拓展商機，促使台日企業朝向實質合作的方向邁進。
- （四）提供第三地市場商情與動向，強化 ECFA 後對台灣有利的產業商機蒐集，突顯台

灣之戰略價值，加速吸引日本中小企業能量進入台灣，形成跨國供應鍊及跨國產業群聚。

七、協助及強化廠商出口動能－新鄭和計畫

2008 年發生全球金融風暴，重創全球經濟，因此經濟部立即推出「新鄭和計畫」，規劃從「完善貿易金融環境」、「強力拓展大陸市場及新興市場」、「爭取全球政府採購商機專案」及「強化軟實力出口」等面向推動各項專案，具體推動作法並涵蓋資金、市場、產業及能力建構等面向，期望藉由本計畫給予我國廠商拓展海外市場之全方位協助，強化廠商出口動能。

- (一) **貿易金融專案：**具體作法包括辦理優惠出口貸款方案，提供優惠貸款利率，降低廠商出口資金成本；推動轉融資促進出口方案，擴大與全球轉融資銀行之合作及轉融資額度，提供優惠融資利率，鼓勵國外買主進口台灣商品，以促進出口；辦理「加強輸出保險準備計畫」，針對出口廠商之徵信費、保險費給予優惠，協助廠商以最小成本獲得最大保障。
- (二) **逐陸專案：**透過辦理市場調查，了解市場需求、「舉辦展會建立台灣產品知名度、推廣台灣品牌」、協助台商布建行銷通路、網路推廣一系列之策略，同步以「推」與「拉」方式向中國大陸市場行銷台灣商品，爭取大陸內需市場商機。
- (三) **鯨貿計畫：**以重點市場為核心，延伸擴散拓展週邊潛力國家，針對個別新興市場特性規劃共通拓銷作法，如補助公協會赴新興市場參展拓銷並設置國家形象館、聯合攤位及主題館，另新增補助個別廠商參展、海外業務尖兵種子育成、舉辦歐盟暨新興市場採購夥伴大會及廣邀新興市場買主來台採購等作法協助廠商搶占新興市場商機。
- (四) **爭取全球政府採購商機專案：**積極開拓美國、歐洲市場、巴西世足賽、奧運之採購商機、強化我廠商爭取國際標案能力、積極洽邀國外得標廠商來台採購等措施，協助我廠商爭取全球政府採購商機。
- (五) **服務業專案：**協助文化創意、觀光醫療、營建環保、連鎖加盟等服務業提升國際競爭力，透過促成國際策略聯盟、辦理海外展團行銷等活動，協助我服務業拓展國際市場。

八、協助品牌企業拓展國際市場，使產品具國際市場競爭力

本計畫涵蓋「營運品牌創投基金」、「完善品牌發展環境」、「進行品牌價值調查」、「擴大品牌人才供給」及「建構品牌輔導平台」等措施，藉由結合產、官、學各界的力量，協助企業藉由發展品牌，使產品在國際市場上有更強之競爭力。

- (一) 營運品牌創投基金：由政府與民間合資成立品牌創投基金，協助具潛力企業發展國際品牌。
- (二) 完善品牌發展環境：提供品牌發展所需之資金融通；建置「品牌台灣」網站，提供企業品牌訊息及交流平台；舉辦品牌台灣計畫說明會與成果發表會，廣宣品牌發展觀念與本局輔導資源。
- (三) 辦理品牌價值調查：建立與國際接軌之品牌價值比較指標，並提供具國際品牌潛力企業適當之輔導資源。
- (四) 擴大品牌人才供給：辦理「全面品牌管理人才培訓班」，以系統化課程培育品牌管理專才。另辦理品牌核心知識講座、品牌大師講座及台灣國際品牌論壇等活動，提供企業最新品牌知識。
- (五) 建構品牌輔導平台：由專業品牌顧問公司以「建立全面品牌管理系統」模式協助企業建構品牌經營策略、全球化管理及通路布建等。

九、拓銷台灣農產食品

根據行政院農業委員會統計。2011 年我主要農產食品出口總值達 46.68 億美元，較 2010 年成長 16.08%（較 2009 年成長 45.52%），出口至中國大陸更達 6.70 億美元，較 2010 年年成長 25.86%（較 2009 年成長 84.09%），展現過去幾年來拓銷台灣優質食品的努力已有具體成效。

籌組食品行銷主要活動包括分別在台北及高雄辦理 2 場大型採購洽談會、14 項國際專業展參展團與拓銷團，於中國大陸上海、蘇州、武漢等地設置 6 處「台灣食品專區」，協助臺灣生鮮蔬果拓展國際市場，與日本、香港、中國大陸、新加坡、馬來西亞、美國、加拿大等國之通路商合作，辦理 40 場通路促銷活動，並為提升台灣食品產業行銷競爭力，輔導廠商進行品牌形象與產品包裝改善，2011 年計完成 10 案及辦理成果發表會。總計服務食品廠商 1,667 家次，合計促成商機 4.43 億美元。

十、提升外銷農產品品牌形象及改善產品包裝設計

不管是哪一種產業，都發生產品日漸趨同之現象，而「品牌」，是唯一能夠產生差異化的最佳途徑，是給予產品明確定位、鮮明特質與風格，並深度整合產品的手法。行政院農業委員會為強化我國農產品國際競爭力，特以「外銷農產品品牌輔導專案管理」計畫，輔導國內具農產品外銷實績之出口廠商，提升品牌形象及改善產品包裝設計，塑造臺灣農產品安全健康與品質優良之形象，進而提高外銷產量。申請業參與本輔導方案，每家受輔導外銷業者至少需提出 6 項以上品牌或包裝設計物之需求，設計費用由該會負擔 1/2，以 40 萬元為上限，另由受輔導外銷業者自行負擔 1/2。

第 12 章 其他與中小企業相關支援

我國對於 APEC 中小企業工作小組的貢獻不遺餘力，中小企業處賴前處長杉桂擔任 2011 及 2012 年 APEC 中小企業工作小組會議主席，各會員體肯定並讚揚我國於每年兩次會議之各項議程設定及工作計畫擬定之努力。本章第 1 節將 2011 年及 2012 年參與之重要國際會議作重點陳述。

〈中小企業發展條例〉第 4 條揭示，應於每年年度終了發布中小企業白皮書，應書明用於中小企業之所有資源，因而自 2001 年起，白皮書中皆以專節說明。本章第 2 節就各項中小企業輔導經費、政府採購，以及中小企業專案貸款之政府出資部分，作統計說明。

近年來，面對全球化及貿易自由化的挑戰，中小企業更需要運用宏觀視野與創新思維，關注產業與市場發展動態，方能在競爭激烈的市場中立於不敗。另外，為解決我國中小企業從傳統勞力密集產業，轉變為技術密集之知識經濟產業過程所衍生之人才需求問題，經濟部等單位寬列經費，結合政府、產學研專家，依產業結構發展與中小企業創新與因應全球化挑戰，規劃符合需求之人才培育，以充裕產業專業人才及提升人才素質。本章第 3 節彙整各相關單位之人才培育計畫。

有鑑於中小企業在我國經濟活動中扮演關鍵角色，而各級政府機關於制（訂）定或修正法規時，往往疏於衡量中小企業經營困境，以致若干法規成為中小企業窒礙難行的束縛。根據〈中小企業發展條例〉第 12 條之 1 規定：「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。」為避免各項管制政策或法規可能對中小企業造成負擔過重、難以與大型企業公平與合理競爭，因此改善中小企業法制環境工作並未停止，本章第 4 節為 2011 年相關中小企業法規調適重點工作。

第 1 節 參與國際中小企業會議及活動

為加強中小企業政策之國際典範學習與移轉、擴大參與國際社群，拓展與國際社會之實質往來，提升中小企業國際能見度，積極舉辦及參與國際中小企業事務與活動。我國多年來透過積極參與 APEC（Asia Pacific Economic Cooperation）、ISBC（International

Small Business Congress)、ICSB(International Council for Small Business)及AABI(Asian Association of Business Incubation)等國際組織與中小企業相關之會議及活動，於國際間分享我中小企業發展經驗；近來亦藉由育成扶植及產學合作等方式互相交流並共同成長，達成拓展國際視野及雙邊交流目的。以下為 2011 年至 2012 年舉辦及參與之國際中小企業事務與活動。

一、參與及舉辦 2011 年相關國際會議

(一) 舉辦「APEC 中小企業因應貿易自由化風險」研討會

為協助中小企業因應國際危機，我國於 2009 年向 APEC 倡議設立 APEC 中小企業危機管理中心(SCMC)，獲該年度領袖會議一致支持及列入聲明，並於 2010 年 5 月 24 日在台北成立。為因應貿易自由化所衍生之議題，中心於 2011 年 8 月 16、17 兩日邀請多位國內外專家，遠東國際大飯店舉辦「APEC 中小企業因應貿易自由化風險」研討會探討貿易自由化下的危機與轉機，協助中小企業更加了解出口貿易之風險，吸引 APEC 各國產官學界共 400 餘人參加。

為期 2 天的研討會中，第一天探討當前中小企業所面臨的貿易環境及相關風險管理對中小企業發展及經濟成長的重要性；第二天則針對政府政策如何協助中小企業提升對自由貿易環境與國際競爭力，以及國際貿易中信用與政治風險之管理等面向進行議題討論及經驗分享。研討會並制定「APEC 中小企業因應貿易自由化風險之原則」，作為消除貿易障礙之重要參考依據，並期在 APEC 中小企業從事國際貿易時，得以消彌或控制潛在之風險、強化中小企業因應能力。

(二) 出席「2011 APEC 國際中小企業高峰論壇」

香港中小型企業總商會主辦，香港貿易發展局、香港中華廠商聯合會共同協辦的「2011 APEC 國際中小企高峰論壇」，於 2011 年 12 月 1 日在香港會議展覽中心舉行，論壇主題為攜手開拓新興市場，邀請包括我國、新加坡、香港、印度、智利、英國、土耳其等代表分享相關經驗，出席人士包括國際中小企業界產官學專家約 300 人。

賴前處長以 APEC 中小企業工作小組主席的職能分享，我國政府透過營造優質中小企業發展環境、強化中小企業經營管理輔導功能、建構中小企業創業創新育成平台、提升中小企業科技資訊應用能力，以及整合中小企業財務融通機制等作法，輔導中小企業升級轉型以及拓銷國際市場。此外，並分析全球化下的經濟失衡、新興市場的商機、APEC 合作進展及台港合作等議題，及和與會講者共同探討中小企業如何因應現時國際經濟經

營困境，深化兩岸三地中小企業的交流與合作，共同開拓包括中國大陸市場在內的新興市場商機。

本次論壇期間，香港貿發局同時於 12 月 1 日至 3 日在香港會展中心舉辦年度「國際中小企業博覽會」及「創新科技及設計博覽會」，博覽會以「新啟發 新商機」為主題，展館分為商貿支援館及市場商機館等兩大主題，展出內容包括理財融資、電子商貿、營商支援服務、政府及商會、中國商機、海外商機及創業營商等，吸引超 250 家參展。

（三）出席第 33 屆 APEC 中小企業工作小組會議

2011 年「第 33 屆 APEC 中小企業工作小組會議」於 12 月 15 至 16 日在泰國曼谷舉行。為因應中小企業貿易障礙，並延續美國於 2011 年 5 月 APEC 貿易暨中小企業部長聯席會議提出之「解決中小企業貿易障礙（Addressing Barriers to Trade for Small and Medium-sized Enterprises in APEC）」文件，我國主政第四項「降低物流運輸及相關成本」後，交由美方綜整並提出「開創有利中小企業出口的優質環境指導方針（Guidelines on Creating a Favorable Environment for SME Exporters）」文件，該文件已順利提交 2011 年資深官員會議（CSOM）及檀香山年度部長會議（AMM）採認。

我國於會中亦分享「中小企業的危機警鐘——我國危機管理中心（The Alarm Bell of SMEs—APEC SCMC）」，該中心自 2010 年 5 月 24 日成立以來，除定期發行由產學專家監測之危機監測報告，報告內容數次提及歐債危機、新興市場通膨、貨幣危機等目前市場關注之經濟危機及自然災害，並提供建議方案。危機管理中心後續規劃上，未來監測之重點除持續著重總體經濟之觀察，更希望透過專家建構經濟趨勢之監測機制，俾使監測報告更具備前瞻性，發揮替中小企業預警危機之功能。2012 年中心配合 SMEWG 策略計畫轉型為「APEC 中小企業趨勢監測電子報（APEC SME Monitor）」，關注相關影響中小企業創業創新及國際化相關因素，並配合多年期計畫與災防中心合作將天然災害監測及制定企業營運持續計畫（Business Continuity Plans，簡稱 BCPs）作法經驗納入電子報內容，此電子報創刊號已於 2012 年 5 月發行。

而針對天然災害已嚴重影響供應鏈議題，我國提出協助中小企業因應天然災害緊急應變以便捷化投資及貿易之多年期計畫（Improving Natural Disaster Resilience of APEC SMEs to Facilitate Trade and Investment）。爰透過我國多年期計畫之進行，協助制定企業營運持續計畫（BCPs）強化及提升中小企業對天然災害之防災應變知識及能力，以及建立天然災害管理的政策架構模式（PFMs）改善整體防災環境，實為達到提升 APEC 區域經貿投資環境與安全性成長之必要工作，於會中獲各會員體熱烈支持。

會議中我國亦呼應美國報告 Start-up APEC 新計畫及韓國報告 APEC Start-up 研討會新計畫，說明我國 2011 年參與及串連「全球創業週（GEW）」系列活動情形，包括活動參與人次高達 13,300 人次，期間邀請全球創業週總裁 Jonathan Ortman 與會，O 總裁並於 GEW 官網發表「台北放眼全球散播下一波創業種子」報導，另說明我國於 Start-up 相關議題累計之多年成果，未來我國除與美國考夫曼基金會（Kauffman Foundation）合作，持續進行全球創業週活動，亦將積極參與相關 APEC Start-up 計畫，結合我國創業台灣計畫能量，以利我中小企業發展等。

本次第 33 屆中小企業工作小組會議雖因泰國嚴重水災而延期，但於我國擔任主席之領導下，與各會員體合作，建立會議延期應變機制，於會期間順利完成綜整貿易障礙第一至四項之「開創有利中小企業出口之優質環境指導方針」及策略計畫修訂等重要成果，並於 12 月順利完成相關會議舉辦事宜，達成我國參與 APEC 年度重要工作及目標，並獲得所有會員體一致肯定，美國商務部副助理部長 Mr. Craig Allen 特致函感謝我國經濟部中小企業處賴前處長杉桂擔任主席之卓越領導及豐碩成果。

（四）舉辦 APEC 中小企業創業創新及雲端運算研討會

針對美國在 APEC 中小企業工作小組中所提出中小企業降低物流運輸及相關成本之貿易障礙，經濟部中小企業處提出透過雲端運算技術來改善物流效率以及降低相關成本之建議，藉 APEC 第 33 屆中小企業工作小組會議期間，於 2011 年 12 月 13 日與美國商務部在泰國曼谷共同舉辦「APEC 中小企業創業創新及雲端運算研討會（APEC SME Workshop on Innovation, Entrepreneurship and Cloud Computing）」。

研討會強調中小企業可運用雲端運算之技術，提高供應鏈及企業經營管理效率，更將實體貨物運送流程結合虛擬雲端服務，大幅提高物流運送之效率、品質及安全，並有效降低其物流成本。專家並提出目前雲端運算必須以企業主需求與使用者便利性出發，才能提供具實用性之服務。同時建議可透過政府協助增加企業獲取資訊與導入雲端技術。本次研討會與會人士包括多國在泰商務機構及商會、泰國當地中小企業代表、我駐泰國代表處經濟組、以及各 APEC 經濟體代表，與會人數逾 100 人，與會者在中小企業領域均有重要影響力，相信透過我國與會專家經驗分享與交流，對我國資訊技術能力與雲端服務形象之提升甚有助益。

二、我國參與及舉辦 2012 年相關國際會議

（一）出席 2012「『APEC 企業諮詢委員會』第一次大會（ABAC I）之『APEC 中小企業高峰會』」及 ABAC 代表與 APEC 資深官員對話會議

APEC 中小企業高峰會由 ABAC 與香港貿易發展局合辦，於 2012 年 2 月 21 日在香港舉行，主題為創業精神（Entrepreneurship in Asia-Pacific），邀請來自中國大陸、香港及台灣的傑出企業家和商界精英，分享他們成功創業及拓展業務的經驗，聚焦討論中小企業面對的資金、管理、業務拓展等多方面議題，並詳細探討政府如何配合並協助中小企業持續發展。會議議題包括「台灣創業家的成功故事」、「創業家是天生還是後天培育」、「創業資金從何來」、「重新打造家族企業」、「政商合作支持中小企發展」、「從區域角度分析政府對中小企業發展的支持」、「大企業家剖析成功之道」及「標竿」等子題，獲與會各界熱烈迴響。

另外，ABAC 代表與 APEC 資深官員對話會議於 2 月 22 日在香港會議展覽中心召開，分別討論「貿易與投資自由化及擴展區域經濟整合」、「強化糧食安全」、「建立可靠供應鏈」及「培養創新型成長」等議題。我國接任 2011 至 2012 年 APEC-SMEWG 主席，本處派員出席本次會議，藉以瞭解 ABAC 之運作模式、工作重點與在中小企業相關議題之進展，並與國內參與 APEC 相關議題之橫向聯繫及溝通。

（二）出席第 34 屆 APEC 中小企業工作小組（SMEWG）會議

第 34 屆 APEC 中小企業工作小組暨相關會議於 2012 年 4 月 22 日至 26 日在汶萊舉辦。經濟部中小企業處賴處長杉桂擔任 APEC 中小企業工作小組會議主席，本次會議討論重點主要議題與成果包括：檢視 SMEWG 在 2009-2012 年策略計畫及 5 項優先領域的工作成果、完成 SMEWG 在未來 4(2013-2016)年策略計畫初擬、研商解決貿易障礙以強化中小企業貿易與投資能力、推廣中小企業因應災害持續營運機制、邀請 APEC 企業諮詢委員會（ABAC）及緊急應變工作小組（EPWG）代表的跨機構合作、協助中小企業取得融資、發展節能減碳之綠色企業、及最佳政策範例分享等。

此外本次會期間，美國舉辦「醫療器材產業企業倫理研討會」，推動 APEC 經濟體商業環境透明化，以利中小企業進入全球供應鏈，賴處長並應美方邀請擔任研討會開幕致詞貴賓，說明打造一個開放透明的經營環境，將有利中小企業跨國商品及服務之運作。會後，美方並安排賴處長接受媒體專訪，獲汶國各大媒體大幅報導。另韓國舉辦第 2 次綠色倡議研討會，各會員體於會中分享綠色行動計畫（GAPs）及最佳範例，亦討論未來計畫與會員體的合作領域。我國則主辦 SMEWG 2013~2016 年策略計畫草擬會議。

我國除擔任主席與主辦會員體美國及 APEC 秘書處共同合作主導議程設定外，並於會中提出 5 項報告，獲與會各會員體支持。本次會議討論成果亦與當前經濟發展趨勢契合，如解決貿易障礙、區域經濟整合，企業倫理、企業持續營運、參與全球生產鏈、節

能減碳、綠色創新等，皆可作為各會員體國內政策發展針砭及提升中小企業競爭力之重要方向。本次會議相關成果將提交本年 8 月 3 日舉行的 SEMM 採認。我國於會期間與汶國官員互動密切，合作無間，對於促進台汶雙邊關係確有助益，另全案活動及賴處長專訪獲汶國各大中英文電子及平面媒體熱烈報導計 10 餘篇，有效提升我國積極參與及貢獻 APEC 之正面形象。

（三）出席第 57 屆 ICSB 會議

國際中小企業聯合會（International Council for Small Business, ICSB）為重要的中小企業國際組織之一，總部設在華府的喬治華盛頓大學，著重在中小企業學術領域的探討研究，定期出版學術性期刊（Journal of Small Business Management, JSBM）有專屬網站（<http://www.icsb.org>）提供許多有關中小企業、創業、管理及企業諮詢等資訊。ICSB 中華民國分會目前由中國青年創業協會總會擔任分會秘書處窗口，積極辦理分會運作、活動辦理等工作，每年擔任組團參與大會。

第 57 週年的 ICSB 2012 年全球大會於 2012 年 6 月 10 至 13 日於紐西蘭威靈頓舉行，本年會議主題：「領先優勢－藉由合作，創造力與永續性發展」（Leading From The Edge: Through Collaboration, Creativity and Sustainability）。本次年會專題共有 18 大類專題，包括：1. 領先優勢；2. 原住民創業精神；3. 移民及族群創業；4. 創業精神之教育、培訓及支援；5. 中小企業的創造力與創新；6. 社會型中小企業；7. 創業與經濟發展；8. 小型企業的管理；9. 小型企業的合作；10. 小型企業經營業績；11. 國際化創業；12. 創業者與企業主的心理學；13. 創新創業；14. 家族企業；15. 公司創業家精神；16. 研究方法與理論發展；17. 批判性創業研究；18. 女性創業。

賴前處長杉桂應邀以 APEC 中小企業工作小組主席暨 APEC 危機管理中心執行長身份出席 ICSB 2012，暢談我國推動中小企業相關議題之工作進展與經驗，另亦出席週邊研討會及論壇，分享我國辦理「改善 APEC 中小企業天然災害之復原力以促進貿易及投資便捷化」多年期計畫之內容。

（四）舉辦協助中小企業因應天然災害緊急應變多年期計畫之系列會議及研討會

為協助中小企業因應天然災害，我國於 2011 年 APEC 資深官員會議（SOM1）提出「協助中小企業因應天然災害緊急應變以便捷化投資及貿易之多年期計畫（Improving Natural Disaster Resilience of APEC SMEs to Facilitate Trade and Investment）」，獲 APEC 通過並補助三年經費。計畫透過中小企業工作小組（Small and Medium Enterprise Working

Group, SMEWG) 與 EPWG (Environmental Protection Working Group) 的合作，自 2012 年起分三年三階段進行。

2012 年為資料蒐集與分析階段，將建立聯絡人網絡，並與各國進行聯合研究，分析 APEC 區域內中小企業面對天然災害威脅之現況，初步擬定 BCPs 及 PFM 之指導原則與檢查表，並將於 2012 年 8 月第 35 屆中小企業工作小組及中小企業部長會議 (Small and Medium Enterprises Ministerial Meeting, SMEMM) 等會議報告成果。

第二階段為種子教育期，將擬訂協助中小企業因應天然災害之教材手冊、指導原則與檢查表，並舉辦第二次專家會議，教育種子講師。

第三階段將聚焦知識擴散，推廣中小企業制定營運持續計畫。邀請三個會員體舉辦研習營，舉辦高階對話，並利用擬定之準則及教材，各 APEC 會員體的中小企業運用。2012 年在臺舉辦下列會議：

1. **聯絡人網絡會議暨第一次專家會議**：於 7 月 11 日舉辦，邀請 EPWG 主席、EPWG 及 SMEWG 各經濟體聯絡人、國家災害科技防救中心（以下簡稱災防中心），及專家小組共同參加。聯絡人網絡會中將討論本計畫內容及執行進度、聯絡人網絡之功能，及後續之活動安排，並確認 2013 年之專家，與訓練種子講師之規劃。第一次專家會議中，ADRC 與災防中心將分享研究調查結果，及推動 APEC 區域中小企業企業持續計畫及政策架構之建議方案，並邀請參與本計畫之專家小組進行報告，研擬「協助中小企業因應天然災害緊急應變」指導原則，成果提交第 35 屆 SMEWG 及第 19 屆 SMEMM 等會議報告。
2. **APEC 強化中小企業持續營運能力參與全球生產鏈研討會**：為強化國內中小企業持續營運能力以參與全球生產鏈，並擴大本計畫對國內中小企業之助益，於 7 月 12 日舉行對外開放之國際研討會議。本研討會以資通訊產業作為標竿產業，邀請產官學界（災防中心、ADRC、ABAC 與各中小企業）逾 200 人與會。分別邀請宏碁電腦施振榮董事長、澳洲中小企業司司長 Michael Schwager 等擔任講座；另邀請積電等 ICT 產業代表就持續營運計畫提供案例及經驗分享，作為強化我國中小企業參與全球生產鏈，及 APEC 建構可靠的供應鏈之參考。
3. **企業永續計畫 (BCPs) 最佳案例參訪行程**：於 7 月 13 日上午，邀請 EPWG 主席、EPWG 及 SMEWG 各經濟體聯絡人、國家災害科技防救中心，及專家小組參訪我國建立 BCPs 有成之企業，並實地參訪台積電，以瞭解企業實際運作 BCPs 之模式，讓各與會者深入體會制定並推廣 BCPs (Business Continuity Plan, BCP) 之重要性。

（五）舉辦「APEC 中小企業提升運籌成本效益」研討會

2011 年 5 月中小企業及貿易部長聯席會議聯合宣言敦促，解決中小企業面臨的 9 項貿易障礙，以全面改善中小企業的經商環境。2011 年我國已針對中小企業第四項貿易障礙——降低物流運輸及相關成本，提出透過雲端運算技術來改善物流效率以及降低相關成本之建議，並於 2011 年 12 月 13 日與美國在曼谷合辦「APEC 中小企業創業創新及雲端運算研討會」（APEC SME Workshop on Innovation, Entrepreneurship and Cloud Computing）。

為提升我國中小企業運籌管理能力，以積極促進參與國際供應鏈及強化亞太區域內物流業者之運籌服務能力，2012 年經取得 APEC 計畫經費補助，於 7 月 11 日於台北舉辦「APEC 中小企業提升運籌成本效益」（APEC SME Workshop on Transporting Goods and Services Reliably and Cost-Efficiently）研討會，邀集產官學代表逾 100 人，透過最佳案例分享，提升 APEC 區域內的中小企業降低運輸成本之能力。研討會重點包括：1. 運用 ICT 及創新技術，強化業界合作並降低運輸成本；2. 分享各國創新物流營運模式，以提升運籌效率；3. 強化區域中小型物流業者競爭能力。會議相關結論，並提交第 35 屆中小企業工作小組及第 19 屆中小企業部長會議參採。

（六）出席 APEC 第 19 屆中小企業部長及第 35 屆中小企業工作小組會議

APEC 第 19 屆中小企業部長(SMEMM)會議業於本(2012)年 8 月 3 日在俄羅斯聖彼得堡舉行，會前(8 月 1 日至 2 日)並先舉行第 35 屆中小企業工作小組會議。2012 年 APEC 主辦會員體俄羅斯設定之中小企業部長會議主題為「強化 APEC 中小企業合作，促進創新型中小企業成長」，三項子題為：1. 協助中小企業營運國際化，並支援出口導向型中小企業；2. 培育創新型中小企業成長；3. 支持新創事業及青年創業家。我國分就子題 1 及 3 以「強化中小企業持續營運能力參與全球生產鏈」及「促進創業創新加速卓越成長」為題作專題報告。

本屆中小企業部長會議宣言納入我國所推動之重要成果包括：1. 創新為創業過程中最重要之環節，藉由鼓勵創業可推動中小企業創新成長；推動 APEC 地區創業發展不僅可創造工作機會，並能促進 APEC 會員體之國際商務貿易往來。2. 為確保中小企業與經濟成長不受天然災害影響並建立可靠供應鏈，與會部長均支持我國所提出之多年期計畫，並一致認同我國所擬定之「推動中小企業營運持續計畫以建立可靠供應鏈指導原則」，呼籲 APEC 各論壇及政府依循此指導原則協助中小企業，建立災害預防及應變機制。3. 為提振新創企業及中小企業之成長，部長會議採認我國所研提之「APEC 創業加速器倡議」，並鼓勵各經濟體密切合作共同推動此倡議。

另我國擔任 2011 至 2012 年中小企業工作小組（SMEWG）主席，並於第 35 屆會議中有效凝聚各會員會具體共識及最佳政策範例，順利送交 8 月 3 日舉行之中小企業部長會議採認。我擔任主席期間之具體成果，包括研商解決貿易障礙以增進中小企業出口能力，改善中小企業經商環境，提升中小企業對天災之緊急應變能力等議題並提出政策建議，以及推動中小企業創業創新、企業倫理、綠色成長等議題之發展及完成制定未來 4 年(2013-2016)SMEWG 之策略計畫。會後 APEC 秘書處執行長 Noor 大使特別稱許我國擔任 SMEWG 主席期間之貢獻及卓越領導，落實推動本小組 4(2009-2012)年期策略計畫，成果豐碩，堪為 APEC 各次級論壇之典範與標竿。

三、簽署台以中小企業合作瞭解備忘錄

第 9 屆台以經技合作會議由經濟部黃次長重球率團於 2011 年 11 月 16 日在以色列特拉維夫舉行，由以國工貿勞工部長辛宏（Shalom Simhon）與黃次長共同主持會議開幕式。會議結束後黃次長與以國工貿部總司長 Sharon Kedmi 共同見證我駐以代表張良任與以國駐台代表何璽夢（Simona Halperin）簽署「台以中小企業合作 瞭解備忘錄」，期盼透過上述合作協議之簽署，共同強化台以兩國中小企業間之交流及合作關係。

四、執行台斐中小企業備忘錄

為落實推動「第 5 屆台斐（南非）經貿諮商會議」決議，增進台斐雙邊中小企業實質合作與發展，雙方於 2009 年 10 月完成簽署「台斐中小企業協議備忘錄」，做為建立雙方合作共識及推動人才培訓計畫之依據。該備忘錄以 3 年為一期，內容包括在台執行「國際最佳典範推廣計畫：學習台灣經驗」（The International Best Practice Exposure Program：Learning from the Taiwan Experience）課程，協助南非貿工部中小企業局成員來台受訓南非貿工部中小企業局（Seda）自費組團學習台灣經驗。

2011 年 11 月 14-20 日 Seda 派遣該局同仁一行人 24 人來台進行訓練，除原先課程，亦配合全球創業週（GEW）活動，安排參與 2011 國際創業創新育成論壇及赴台中參觀 2011 產學育成創業領航創新研究成果展，並參觀員林及鹿港兩地傳統老街，獲得對創業育成輔導工作的新觀念。團員首次走訪北、中台灣兩地，對於兩地文化差異感到相當特別，並熱情的與我國各地中小企業主交流，體驗我國在輔導中小企業上的用心及努力。

五、台菲中小企業食品發展領域技術合作備忘錄

為落實推動「第 15 屆台菲（菲律賓）經濟合作會議」決議，增進雙方中小企業實質發展與合作，雙方於 2009 年 2 月 12 日「第 16 屆台菲經濟合作會議」完成簽署「台菲中

小企業食品發展領域技術合作備忘錄」。本（2012）年 6 月底菲國技術團考察團一行（計 15 人）在本處協助下，由執行單位中華整廠發展協會（TTA）安排參訪我北、中、南等地之蔬菜栽植業及畜牧與肉品加工業，作為產業標竿學習典範；另菲國暫訂本年 9 月邀請我國專家赴菲進行產業診斷。

此外，菲律賓貿工部次長 Ms. Merly Cruz 藉出席第 18 屆台菲經濟合作部長級會議期間，來台考察我國一鄉鎮一特產（OTOP）之輔導體系，並尋求該國服務設備共享計畫在台採購相關設備之合作可行性。在本處及 TTA 協助下，安排參訪我農漁產品生產線、咖啡生產廠等設備供應業者，並拜會我輸出入銀行、財團法人中衛發展中心（CSD）及 OTOP 業者，隨後出席於 8 月 16 至 17 日舉行之第 18 屆台菲經濟合作部長級會議，在本部卓次長及菲國 M 次長共同見證下，由我駐菲代表處及菲國駐台代表處共同簽署「台菲中小企業發展技術合作意向書」。

六、參與「全球創業觀察」調查研究計畫

全球創業觀察（Global Entrepreneurship Monitor, GEM）為美國 Babson College 及英國 London Business School 多位教授於 1997 年成立，於 1999 年正式啟動研究及調查機制，參與國家數自當年 10 國，發展至 2011 年已達 54 國，GEM 係以國家為單位，為目前國際最具規模之大型創業調查計畫，亦是許多國家制訂創業政策與教育之重要參考依據。

為協助推動參與 GEM 相關創業調查活動，特委由中國青年創業協會總會與政治大學創新與創造力研究中心共同組成「GEM Taiwan 2011」研究團隊，年度完成 2,000 份樣本數的「成人人口調查」（Adult Population Survey, APS）及「國家專家調查」（National Expert Survey, NES）。此研究於 2011 年 5 至 7 月進行全台隨機抽樣調查，並訪談來自九大領域、36 位專家，透過面訪方式，探詢各領域專家對國家創業機會與能力的專業意見，並作為未來調查創業架構之基礎。

其重要研究結果包括：我國成人人口中約有 7.9% 的比例正投入於「早期創業階段」（正在籌備創業到創業三年半內），且約有 38.9% 受訪者認知有潛在創業機會，未來 3 年中想要創業的民眾比例則達 29.7%。而在整體創業環境優劣部分，我國在實體基礎建設取得、對創新的關注等面向較佳，教育訓練、財務支持則仍有進步空間。

七、參與「全球創業週」活動

「全球創業週 Global Entrepreneurship Week」是一個橫跨全球六大洲，累積將近 120 個國家，串連全球 2 萬 4 千個組織，辦理超過 3 萬 7 千場創業活動，吸引將近 7 百萬人

共同響應的國際盛事。此活動起源於 2008 年，由美國 Ewing Marion Kauffman Foundation 暨英國 Make Your Mark Campaign 共同發起。本活動的核心訴求，係在此週內聚集世界各地具有創業抱負及經驗的年輕人，參與各區域中創業相關活動。激勵個人運用想像力及創造力，發掘個人潛力以產出創新思維，並且賦予更深一層的意義—將想法付諸於行動，使其更加具備創業家精神。

透過全球活動的串聯，讓創業資訊網絡跨越國界與組織，進而了解世界各地的創業政策與施行方針，協助人們激盪出創新的思維，突破國際經濟逐漸走緩的困境。正所謂「創業家是後天努力而成絕非天生」，「創業」亦如同各項教學傳授的技能一般，需要具有豐富經驗的企業家及學者傳遞知識。藉由此次盛會讓各領域專家齊聚一堂，鼓勵年輕人成為下一代的企業人才，進一步革新以往的創業歷程，為世界上更多的人帶來益處，正面影響他們的生活、家庭與社會。

2010 年台灣首次正式加入此活動行列，號召國內各項創業活動加入串聯，2011 年我國更以創業台灣（Start-Up Taiwan）作為品牌概念，形塑「日日創業日，週週創業週」氛圍，讓全球感受到台灣的創業優勢與能量。2012 年於「創業台灣計畫」啟動之際，宣示創業台灣（Start-Up Taiwan）理念持續推行，邀請全民一同發揮創意提出創業點子，並透過點子工場及育成加速兩項機制，展現我國精實創業新趨勢。

八、舉辦第 17 屆「亞洲育成協會年會」

為推動我國創新育成絡網進行國際交流與接軌，汲取國際育成經驗與新知，以加強育成中心之專業輔導能量，並建構優質中小企業培育環境，向來是政府對於輔導與照顧中小企業之重點政策之一。

台灣為亞洲育成協會（Asian association of Business Incubation, AABI）發起國之一，我國亦擔任現任會長，並於 2011 年 11 月 15 日至 18 日於台北舉辦「第 17 屆亞洲育成年會暨國際研討會」，邀集世界各國包含美國、加拿大、歐盟以及亞洲地區 16 個會員國之育成機構及經理人進行國際育成經驗交流分享，並共同探討育成發展趨勢，以作為我國創新育成相關政策長遠發展之針砭。

大會區分為第 17 屆 AABI 年會暨國際創業創新育成論壇兩大主軸。本屆主題著重於國際育成網絡合作、育成產業發展趨勢、優化育成輔導方案等議題，由各國與會者從全球觀點與各種面向提供創業及育成的意見，並進行交流與討論。透過本次活動舉辦，希冀能向亞洲各國行銷台灣、推展台灣的創業創新育成等經驗，讓世界看見台灣育成的發展與營運、中小企業的創新與能力。

九、舉辦「國際創業創新育成論壇」

為促進國內創業活動與國際銜接，借鏡國內外創業管理知識，經由跨國交流研討，提供新創企業全球化的國際觀，於 2011 年 11 月 17 日在台北規劃辦理國際創業創新育成論壇，除結合「第 17 屆亞洲育成年會暨國際研討會」外，另搭配婦女創業育成網絡計畫、精進育成發展環境計畫，產業別育成網絡計畫（資通訊應用、文化創意、綠色能源、生技醫療）及 ICSB-ROC 年度會員大會共同辦理本論壇。

本次論壇以亞太創業為主軸，以「前瞻全球創業，聚焦亞洲趨勢」為主題，帶領有志創業者從全球角度看亞洲創業潛力，並從亞洲看見全球創業的未來。活動安排焦點論壇、行家講座、育成講座及高峰論壇。並邀請國內外對中小企業創業有深入觀察的產官學界代表，針對相關議題進行專題演講及交流座談。

第 2 節 政府其他輔導資源

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，本節有關政府用於協助中小企業之所有資源，包括各項輔導經費、政府採購，以及各項中小企業專案貸款政府出資部分等的統計。總計 2011 年政府向中小企業採購、輔導中小企業或專案貸款的資源共 7,292.44 億元，不過，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的經費，分別說明如下。

一、政府向中小企業採購金額約 6,959 億元

根據「政府採購資訊公告系統」的決標資料統計，2011 年政府採購金額達 1.40 兆元，較 2010 年的 1.31 兆元增加近 9 百億元，其中由中小企業承包或分包政府的採購金額，由 2010 年的 5,929.99 億元大幅增加為 6,959.15 億元，總計增加 1,029.16 億元，其中尤以財政部所屬國營事業、台北市政府向中小企業採購金額分別大幅增加 266 億元與 255 億元以上最多，而新北市議會、高雄市政府、台中市政府則分別減少 131 億元、46 億元與 32 億元以上的採購。

政府採購中由中小企業承包或分包的比率，由 2010 年的 45.00% 提高至 50.00%，其中有 18 個政府單位向中小企業採購的比率達 100%，採購比率達 90% 以上的單位也有 34 個，行政院文化建設委員會和蒙藏委員會向中小企業採購比率提高 50 個百分點以上，不過，苗栗縣議會向中小企業採購比率卻大幅降低達 73 個百分點。

二、輔導中小企業經費約 307 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（含政府捐助中小企業信保基金）、工業局、國貿局、商業司、技術處、投資業務處等與 11 項輔導體系有關的政府決算數，以及勞委會人才培訓經費。

就與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，2011 年計有 371.35 億元，其中用於中小企業的經費為 284.87 億元，占有所有決算經費的 76.71%（表 12-2-1）。就單位別來看，以技術處的經費 120.08 億元用於中小企業最多；其次為中小企業處全數投入於輔導中小企業的 77.26 億元（其中包括政府捐助中小企業信保基金的 56.96 億元）；再次為工業局的 42.68 億元。

表 12-2-1 經濟部輔導中小企業之資源經費

主辦單位	年度經費	單位：千元；%	
		2011 會計年度 決 算	用於中小企業 總 額
中小企業處（含中小企業發展基金）	7,725,941	7,725,941 (100.00)	
工業局（工業技術輔導及產業園區開發管理基金）	6,445,686	4,268,158 (66.22)	
國貿局（國外市場行銷輔導與推廣貿易基金）	4,559,671	3,949,102 (86.61)	
商業司（推動商業現代化及商業科技發展）	1,354,442	536,193 (39.59)	
技術處	17,049,070	12,007,677 (70.00)	
合 計	37,134,810	28,487,071 (76.71)	

附 註：1.括弧中為占總決算百分比；
2.中小企業的經費中含有捐助中小企業信用保證基金 56.96 億元。
資料來源：經濟部所屬單位。

若與 2010 年相較，經濟部整體中小企業輔導經費減少 3.26 億元，不過，輔導中小企業之經費占整體經費比重則提高 1.40 個百分點，其中技術處與中小企業處分別大幅減少 6.10 億元、4.07 億元，國貿局與工業局則各增加 4.02 億元與 3.21 億元。雖然輔導經費各有增減，但在其經費比重中，輔導中小企業經費比重並不與經費增減呈正向關係，例如工業局用於中小企業經費雖然增加，所占比率卻下滑 1.39 個百分點，而技術處雖然用於中小企業的金額減少達 6 億元以上，然所占比重仍提高 1.59 個百分點。（表 12-2-2）

2011 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 20.10 億元挹注中小企業信保基金，以充實基金保證能量，因此，合計公

私部門的輔導資源，2011 年計有 304.97 億元用於輔導中小企業。

表 12-2-2 經濟部輔導中小企業之經費變化

單位：仟元

主辦單位	年度經費	2010 用於中小企業總額 ①	2011 用於中小企業總額 ②	增減金額 (百分點) ③=②-①
中小企業處(含中小企業發展基金)		8,132,790 (100.00)	7,725,941 (100.00)	-406,849 (0.00)
工業局(工業技術輔導及產業園區開發管理基金)		3,946,733 (67.61)	4,268,158 (66.22)	321,425 (-1.39)
國貿局(國外市場行銷輔導與推廣貿易基金)		3,546,932 (79.76)	3,949,102 (86.61)	402,170 (6.85)
商業司(推動商業現代化及商業科技發展)		569,116 (40.74)	536,193 (39.59)	-32,923 (-1.15)
技術處		12,617,529 (68.41)	12,007,677 (70.00)	-609,852 (1.59)
合 計		28,813,100 (75.31)	28,487,071 (76.71)	-326,029 (1.40)

資料來源：經濟部所屬單位。

另在人力資源投資部分，勞委會所辦理的事業單位人力資源提升計畫，包括個別型及聯合型計畫，總經費約 3.34 億元。其中個別型係針對個別事業單位提供協助，鼓勵事業單位運用既有設備與資源或專業人才培訓機構，提升生產力與品質，聯合型則係結合 2 家以上事業單位，規劃辦理在職員工聯合進修訓練活動，以擴散、分享教育訓練之經驗與資源，並同時提升事業單位人力資源，以建構產業或區域升級發展。總計該項事業單位人力提升計畫，用於辦理中小事業單位人才培訓經費 約 1.61 億元，總計政府用於輔導中小企業的經費約 306.58 億元。

三、協助中小企業專案貸款約 27 億元

與中小企業有關的專案貸款，包括輔導中小企業升級貸款、輔導青年創業貸款、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）、行政院勞委會微型創業鳳凰貸款等 6 種。合計 2011 年由政府出資的中小企業專案貸款約 26.71 億元。（表 12-2-3）。

表 12-2-3 2011 年由政府出資之中小企業專案貸款

單位：億元

貸 款 名 稱	辦 理 對 象	方 式	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	每筆貸款由行政院開發基金出資四分之一，承貸銀行出資四分之三	63.15	15.79
輔導青年創業貸款	20-45 歲初創業青年	每筆貸款由中美基金出資二分之一，承貸銀行自行出資二分之一	21.98	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	5.11	5.11
協助中小企業紮根專案貸款	中小企業	經建會自中長期資金提撥專款或銀行以自有資金支應	50.50	2.92
原住民綜合發展基金貸款（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	由原住民委員會全額出資	2.74	2.74
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，由勞委會補貼利息	4.18	0.15
合 計			147.66	26.71

資料來源：各單位。

第 3 節 培育中小企業人才

一、數位學習、創業育成、經營管理人才培育－中小企業處

經濟部中小企業處大力推動人才培育相關計畫，依據中小企業不同需求，開設中小企業創業創新養成學苑、中小企業經營領袖研究班、育成專業人才計畫、管理顧問服務科技發展計畫、開辦中小企業網路大學校、推動中小企業終身學習護照等。歷經長期努力，經濟部中小企業處主辦之各項人才培育相關計畫，已成為提供中小企業培養前瞻能力，強化專業涵養的重要自我學習成長管道。以下為 2011 年至 2012 年中小企業處相關之主要培育措施。

（一）中小企業網路大學校

「中小企業網路大學校」是經濟部中小企業處所推動之學習網站，於 2006 年 8 月成立。以建構優質網路學習環境，激發企業員工學習動機，進而帶動中小企業運用網路學習之風氣為目標。至 2012 年 4 月瀏覽人次累積已突破 1 千萬人次，吸引 45 萬多個中小企業學員加入學習。網站（<http://www.smelearning.org.tw/>）目前共設有資訊科技、財務融通、行銷流通、人力資源及綜合知識五大學院，提供逾 1 千門以上課程，累計已超過

349 萬人次選課學習，更有 750 家的中小企業採用網站作為企業內訓的平台。

（二）培育中小企業經營領袖

「中小企業經營領袖研究班」乃經濟部中小企業處為強化台灣產業的競爭優勢，突破困境，協助中小企業高階經理人員因應全球政治、經濟、社會及科技等方面激烈的變化與衝擊，所建構之終身學習網絡。自 2002 年開辦至 2011 年止，總計已培訓 1,294 位中小企業高階主管。歷屆學員皆來自體質健全之中小企業，不乏小巨人獎、國家磐石獎、國家品質獎之得主。培訓相關訊息，詳網站 <http://open.moeasmea.gov.tw/>

（三）培育育成專業人才與專業人才認證

中小企業處推動「培育成專業人才計畫」，藉由辦理育成專業人才認證考試及開辦育成專業人才課程培訓，運用前瞻、專業且多元之培訓體系，形塑我國新創事業培育與顧問服務之能量，在創業、創新及經營管理提供更專業協助，以提升新創事業成功率及中小企業競爭力。執行重點工作包括：1.辦理我國育成專業人才認證考試；2.辦理育成專業人才培訓課程；3.制定標準化教材。

（四）辦理財務人才培育產學合作

為鼓勵公私立大學及技專校院商學科系辦理財務人才培育產學合作計畫，建置商學相關系所就學與就業並重之教學模式，擬透過辦理「創新型中小企業財會資訊應用發展—人才培育產學合作計畫」、「中小企業財務人員種子師資培訓班」及「中小企業財務人員培育專班」共同培育學生財務技能，並與「中小企業財務人才認證制度」接軌，培訓符合中小企業需求之財會專業人才，以協助學生順利進入就業市場，故經濟部中小企業處特委託財團法人台灣中小企業聯合輔導基金會（以下簡稱本會）辦理「創新型中小企業財會資訊應用發展—人才培育產學合作計畫」，希冀建立學校與產業界合作模式並順利推動本計畫，爰訂定本要點。合作對象 公私立大學、技專校院。

（五）中小企業經營管理顧問師培訓

經濟部中小企業處辦理之「中小企業經營管理顧問師培訓班」課程規劃以兩階段進行：第一階段「中小企業管理顧問師班」（課程時數 121 小時）、第二階段「中小企業經營顧問師班」（課程時數 105 小時）。課程內容含括企業管理實務到經營策略等領域，並以模組化模式進行行銷管理、服務流程與人資管理、企業管理能力與診斷輔導技巧、策略行銷與價值經營及企業資源整合與轉型等系列課程之安排，希望透過

兩階段系統化培訓，培育具現代化管理技術及國際宏觀視野之經營管理顧問人才，以輔導中小企業提高經營績效。課程相關訊息查詢網站（<http://www.moeasmea.gov.tw> 或 <http://www.bmca.org.tw>）。

（六）訓練資訊－政府教育訓練整合服務資訊網

中小企業處於 2007 年完成建置「政府教育訓練整合服務網」(<http://get.nat.gov.tw>)，彙整包括行政院勞工委員會職業訓練局、行政院國軍退除役官兵輔導委員會、行政院青年輔導委員會、行政院原住民族委員會、經濟部工業局、經濟部商業司、經濟部中小企業處、經濟部技術處、台北市政府勞工局職業訓練中心及高雄市政府勞工局訓練就業中心等 10 個政府機關辦理之課程訊息。

二、各產業專業人才培訓計畫－經濟部工業局

2012 年度經濟部工業局辦理 20 項人才培訓計畫，其中在職班及養成班培訓課程領域涵蓋：化學產業、文化創意產業、智慧電子產業、食品製造業、紡織產業、資訊通訊產業、資訊應用服務業、綠能產業、網路通訊產業、數位內容產業、機械設備製造業、醫療器材製造業、藥品器材製造業等。

產業專業人才培訓相關計畫包括：資訊應用服務人才培訓計畫、智慧電子學院計畫、數位內容產業發展躍進計畫、高分子產業加值輔導推廣計畫、製造業節能減碳服務團計畫、製造業產品碳足跡輔導與推廣計畫、強化企業智慧財產經營管理計畫、台灣設計產業翱翔計畫、資訊服務業 IFRS 及 XaaS 創新服務推動計畫、產業創新騰龍搶珠計畫、機械產業藍領及白領人才培訓計畫、產業人才扎根計畫、提升資訊軟體品質計畫、網路通訊產業發展推動計畫、數位學習與典藏產業推動計畫、製藥產業技術推廣與輔導計畫、醫療器材產業技術輔導與推廣計畫、因應貿易自由化加強輔導型產業之紡織相關產業輔導計畫、食品產業價值鏈整合及加值推動計畫、紡織相關產業技術與設計人才培訓計畫。

三、研發及管理科技人才培訓－經濟部技術處

（一）培訓跨領域科技管理國際人才（跨領域科技管理研習班）

2010 年起推動「跨領域科技管理國際人才培訓計畫」（2010 年至 2013 年），培訓方式分為國內培訓先修班及國外培訓。國內培訓先修班受訓學員自行負擔學費新台幣貳萬元整；國外培訓政府補助 50% 為原則，廠商出資 50%。每年招生 1 次，於 1-3 月招生。

（二）培訓研發管理與經營策略專業人才

從 2000 年起，經濟部配合行政院推動科技人才培訓及運用方案，由技術處研擬專案遴選具科技背景之研究發展或管理人才，在國內外接受創新研發策略規劃、產品創新實務做法與創新研發營運管理之主題課程。協助業界培養國際科技管理人才，加速推動新興產業之發展。

四、培育國際企業經營人才－經濟部國際貿易局

為因應業界對外貿實務人才的需求，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。另委託外貿協會執行「會展人才培育與認證計畫」以培育會展專業人才。2012 年預定辦理項目如下：

（一）職前訓練

1. **國際企業經營班（國企班）**：2012 年預計培訓 372 名學員，施以 1 至 2 年住校式密集的外語及商務課程訓練，包括 1 年期經貿組、1 年期國際行銷人才英語組、1 年期服務業菁英幹部英語組、1 年期企管碩士學程組、2 年期英語組、2 年期日語組及 2 年期歐(德、法、西、俄、葡)/韓/阿語組。該班自成立以來，已培養 3,395 名畢業生，投身外貿及周邊行業者達 90%。
2. **國際貿易特訓班（國貿班）**：2012 年預計培訓 188 名學員，施予 6 個月的國貿實務及商務英語課程。該班自成立以來，已培養 1,947 名畢業生。

（二）在職訓練

1. **碩士後國際行銷班**：2012 年預計辦理 2 期共招收 90 名學員，施以 6 個月以國際行銷為主軸之經貿課程專業訓練，該班自成立以來，總計培訓 708 名學員。
2. **碩士級商務英語班**：2012 年預計辦理 2 期共招收 160 名學員，施以 6 個月專業的商務英語技巧訓練，該班自成立以來，總計培訓 1,650 名學員。
3. **短期在職訓練班**：配合貿易業者需求，於台北、新竹、台中、台南、高雄開辦經貿實務及外國語文短期研習班，2012 年預計辦理 180 班，參訓人次 4,100 人。

（三）培育會展人才及認證

1. 會展人才認證制度

- (1) **辦理認證制度教育訓練**：分別於台北、新竹、台中、高雄等地辦理初階及進階認證班 7 班，預計培訓 200 人次。
- (2) **推動認證制度**：辦理「會議展覽專業人員初階認證考試」暨「會議展覽專業人員進階認證考試」，預計 3,000 人報名，其中初階考試通過人數為 1,200 人，進階會議通過人數為 5 人，進階展覽通過人數 5 人。引進國外展覽組織 International Association of Exhibitions & Events 之 Certified in Exhibition Management(簡稱 CEM) 認證課程與考試，預計 10 位獲得 CEM 認證；引進國際會議組織 Convention Industry Council 之認證 The Certified Meeting Professional(簡稱 CMP)，預計 10 位獲得 CMP 認證。

2. 會展人才培訓課程

辦理會展種子師資培訓班、國外(英國、韓國及美國)會展參訪團、會展英語課程、會展活動接待英語班、Global Certificate in Meetings and Business Events、及參與國際會議與商務旅行要訣班等 31 班，預計參訓學員 731 人。

五、服務業人才培訓－經濟部商業司

- (一) 為協助國內餐飲業者拓展國際市場腳步，藉以提升台灣美食國際地位及帶動國內就業人數，特辦理國際經營管理人才及專業店長人才培育系列課程，以培育優質國際餐飲人才，建立店務經營的觀念與實務經營技巧，培養餐飲相關專業能力，厚植人力資本，增加企業拓展市場的成功機會，並達到餐飲事業之永續經營，提升台灣在地美食文化與餐飲品牌國際化。
- (二) 2012 年度推動連鎖業人才躍升計畫，旨在協助我國連鎖及加盟商業，因應對經營管理之人才需求，完備商業服務業之在職人員培育為目標，提供各項專業課程。為因應產業國際化及跨國經營需求，辦理海外經理人才訓練班，提供海外駐點經理管理人才培育訓練。另為因應企業內部自力訓練之需要，亦推廣辦理數位學習課程，由專業顧問協助企業設計及製作內部數位學習課程，建立數位學習課程創建基礎能力及自訓能量。
- (三) 為協助商業服務業培育優質商業經營人才，針對優化商業網絡輔導之教學個案及案例彙編，進行培訓課程規劃，協助商業服務業企業人才瞭解、運用創新資通訊科技工具，並使企業得以產業界成功優化案例為依循，促成知識交流與經驗分享，促使企業瞭解顧客需求，並深度經營目標市場，本年度預計培訓 750 人次。

(四)鼓勵物流公協會及民間培訓機構，辦理符合政府物流推動政策及物流產業需求之國際物流培訓課程與認證機制，預計培訓取得結業證書或通過國際認證獲頒證書之國際物流專業人才 150 人；另檢視現有物流人才培訓補助作業機制，針對人培訓補助的課程範疇、補助對象、補助標準、招生廣宣等進行討論，作為未來培訓補助推動方向的參考。

六、產業碩士專班－教育部

產業碩士專班，自 2011 年春季班起由教育部主辦。產業碩士專班是根據產業需求，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。產業碩士專班每年分春、秋季招生，且產業碩士生入學即簽訂培訓契約，未來需至贊助企業服務 2 年。產業碩士專班辦理領域各校得依產業實際需求與企業共同合作研提，所提開辦領域可涵蓋下列產業：1.電機領域；2.光電領域；3.資通領域；4.文化創意領域；5.生醫領域：生物科技、製藥；6.金融領域、財富管理等產業；7.民生工業領域；8.服務領域；9 其他領域。2012 年度產業碩士專班秋季班核定通過 48 班，合計 680 名。網址：<http://imaster-moe.iiedu.org.tw/>

第 4 節 精進法規調適

我國自 2000 年增訂「中小企業發展條例」第 12 條之 1 後，除了積極推動中小企業法規調適機制外，並定期檢討與中小企業有關的法規，同時評估中小企業適應能力及對中小企業的影響。2011 年度並主動蒐集中小企業所遭遇的法規問題，提供相關協處工作，同時辦理提升中小企業法規知能的相關活動，期能降低中小企業遵循法規的成本，改善中小企業法制環境。以下分別摘述 2011 年度在健全法制環境上的主要成果。

一、2011 年度執行成果

(一)為協助中小企業獲得優質成長環境，並扮演中小企業與政府機關協調法規問題之橋樑，故經濟部中小企業處建立一套完善的法規調適運作機制，從法規問題蒐集與評估、建置法規檢視中心到後續的處理方式，已經形成標準法規調適作業流程。2011 年度透過主動訪視公協會、中小企業主反映、各輔導體系之轉介或陳情案，以及主動檢視法規草案公告、新聞事件等蒐集而來受理的法規調適案，總計 83 件，其中以與經貿法規相關的案件最多，達 43 件，與勞工法規、財稅法規相關的

則各有 14 件，與環保法規相關的有 12 件。經評估應予轉介者，共轉介 42 案；而經評估應深入檢視者共 41 案，其中仍以經貿組的分案數計 14 案最多，勞工組也有 13 案。可見中小企業很需要政府在法規調適方面的協助。

- (二) 2011 年度計有 51 個中央部會與 14 個地方縣市政府回覆，並表示有新制（訂）或修正與中小企業相關的法規共 39 案。經檢視瞭解，新制（訂）定或修正之法案，大多對中小企業無不利益之情形，僅少數可能影響中小企業權益。
- (三) 經濟部中小企業處為健全中小企業法務制度，以及推動中小企業法規知能，已建置一個全天候服務的中小企業法律資訊網站，期藉由網路的虛擬平台，提供中小企業更多的法律相關服務及知識，同時確保中小企業的權益，該網站自 2005 年迄 2011 年止，累計總瀏覽人次高達 351 萬人次以上，在主要網站的法規諮詢關鍵字排行均為第 1 名，可見其利用率之高與中小企業對法規知識需求的迫切性。
- (四) 在法規知能提升方面，經濟部除了提供法務諮詢外，為使中小企業及相關從業人員對立法院通過之「個人資料保護法」有所認識，以及提供消費者更好的產品或服務，並提升其妥適處理消費爭議的能力，2011 年特別編撰「中小企業因應個人資料保護法手冊」及「消費者保護指引手冊」，以強化中小企業法務常識，進一步提升企業的法務競爭力。

二、2011 年經濟部與中小企業有關的法規研析

2011 年度經濟部與中小企業有關的法規研析，主要為檢視中小企業經營環境，並為健全發展法制環境提出新的思考方向。本年研析題目包括中小企業稅務問題及爭訟研究、中小企業導入國際會計準則之評估、中小企業法定勞動成本負擔之研究，以及申請建築許可之遵法成本評估，主要研究結果摘述於下。

- (一) 宣導與明訂審查準則，以減少中小企業稅務爭訟：為促進國內稅制健全化與中小企業的蓬勃發展，本年度以中小企業的租稅爭訟所衍生的法制議題為研究標的，探討如何縮短徵納雙方的認知差距。研究結果發現中小企業 2010 年度常見的稅務爭訟條文，在「營業稅法」部分，依序為第 19 條、第 43 條及第 3 條；在「所得稅法」部分，則為第 83 條、第 24 條及第 80 條。建議短期內應就中小企業應注意事項加以宣導、製作「實務查核重點說明書」，長期則應將各種收入、成本及費用之證明文件，明列於查核準則中，以減少徵雙方的爭議。

- (二) 因應國際趨勢，應制訂中小企業版的會計準則，並提供適當的輔導措施：台灣之上市（櫃）公司及公開發行公司將分別於 2013 年及 2015 年起，採用國際財務報導準則（以下簡稱 IFRS），而國際會計準則理事會（IASB）為使中小企業便於使用 IFRS，也發布了 IFRS for SME，雖然我國中小企業導入 IFRS for SME 有助於利害關係人瞭解相關資訊，然基於財務報導須考量我國中小企業之經濟利益及商業環境，應就中小企業之規模、環境、管理上之需求及財務報表外部使用者等因素，考量建署專屬中小企業的會計準則，透過政府提供適當的輔導措施及資源，降低中小企業轉換會計制度的困難度，並提升中小企業會計人員素質，以提高中小企業採行 IFRS for SME 的效益。我國中小企業若採用 IFRS for SME，在不同的情境模擬下，會計人員的教育訓練成本都是左右整體遵法成本的關鍵，若能採取集體教育訓練方式，則整體遵法成本將可大幅降低。
- (三) 中小企業法規勞動成本高達 2,849 億元，不低於鄰近競爭國，應常態監測，避免中小企業勞動成本競爭力弱化：根據相關勞工法令的規定，2010 年我國中小企業需支付的勞健保、退休金提撥、資遣費、職工福利金等法定勞動成本，高達 2,849 億元。隨著勞保費率每提高 0.5%，則中小企業的整體法定勞動成本將增加約 37 億元，而二代健保實施、長照保險推行等，都將不斷加重企業所需負擔的法定勞動成本，其對中小企業在經營成本的負擔上，應予重視。為避免中小企業企業所負擔的法定勞動成本不斷提高，建議常態監測中小企業法定勞動成本負擔、強化跨部會協商機制，以降低相關費率調整對整體經營環境的影響，並應定期檢討相關基金績效，而非一味地調整費率彌平虧損，增加企業負擔。
- (四) 縮短申請建築許可的等待時間，可大幅降低企業的機會成本：我國在世界銀行所發布的「2011 年全球經商環境報告」中，有關申請建築許可的全球排行第 95 名，相較於日、韓、新、港等競爭國家，我們的排名相對落後。估計 2010 年我國中小企業申請建築許可的遵法成本總計為 8.7 億元。由於等待行政審查等作業時間，而導致中小企業可能的潛在營業額損失和利息負擔等機會成本，才是促進行政機關加速各項作業審查及進行的關鍵。另發現若以我國目前的建築許可等待時間計算，則每一家申請企業等待的機會成本為 277.4 萬元，而時間若縮短為與新加坡相同，則等待的機會成本可降為 31.4 萬元，節省 246 萬元。因此，建議應朝簡化程序方向思考，例如設立單一申請窗口，統籌處理建照與使用執照的相關作業，並且授權委外審查，推動電子化作業系統，檢討相關法規等均為可行作法。

三、未來展望

未來經濟部中小企業處將持續落實「中小企業發展條例」第 12 條之 1 的規定，積極推動中小企業法規調適分析工作，強化法規檢視中心之能量，促使法規檢視功能更有效率的發揮。其次，加強與各機關溝通協調，建立多元對話平台，以落實解決中小企業的營運法規障礙。

另為因應全球化的經商環境，加強智慧財產權、消費者保護的知能推廣，使智慧財產權成為中小企業可攻可守的武器，並強化中小企業處理消費爭議的能力，以降低中小企業經營的法律風險，提高中小企業的法規競爭力，創造企業與消費者雙贏的局面，將是未來的努力方向。

在法規興利與革新方面，除了減少法規對中小企業不公平或不當的限制，避免各項管制政策或法規對中小企業造成負擔過重情事發生外，並將從創新思考的角度，積極推動促進中小企業發展的相關法規，以建構優質的中小企業法制環境。

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 2010 年中小企業傑出獎項得獎名錄

附錄 4 中小企業政策性專案貸款

附錄 5 中小企業融資服務窗口（總行）通訊處

附錄 6 區域及各縣市中小企業服務中心

附錄 7 2011 年全國中小企業發展會議結論

附錄 8 中小企業相關活動大事紀

附錄 9 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 24 條之 1

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，得洽商公民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

中小企業為改進生產技術、發展新產品而支付之研究發展、實驗費用，准在當年度課稅所得內減除。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。

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

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台幣八千萬元以下者。
- 二、除前款規定外之其他行業前一年營業額在新台幣一億元以下者。

各機關基於輔導業務之性質，就該特定業務事項，得以下列經常僱用員工數為中小企業認定基準，不受前項規定之限制：

- 一、製造業、營造業、礦業及土石採取業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台幣八千萬元以下。

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。

中小企業定義之演變

行業別 修改年	製造業、營造業、礦業及土石採取業	農林漁牧業、水電燃氣業、服務業
1967年 9月	資本額在新台幣五百萬元以下者，或常雇員工在一百人以下者（製造業、礦業及土石採取業）。	全年營業額在新台幣五百萬元以下者，或常雇員工在五十人以下者。
1973年 3月	登記資本額在新台幣五百萬元以下，資產總值不超過新台幣二千萬元。或登記資本額在新台幣五百萬元以下，常雇員工人數合於下列標準者：1.製衣製鞋、電子業在三百人以下者。2.食品業在二百人以下者。3.其他各業在一百人以下者。	
1977年 8月	實收資本額在新台幣二千萬元以下，資產總值不超過新台幣六千萬元者，或常雇員工不超過三百人者（製造業）。實收資本額在新台幣二千萬元以下。常雇員工在五百人以下者（礦業及土石採取業）。	每年營業額在新台幣二千萬元以下，或常雇員工在五十人以下者。
1979年 2月	實收資本額在新台幣二千萬元以下，資產總值不超過新台幣六千萬元者，或常雇員工不超過三百人者（製造業）。實收資本額在新台幣四千萬元以下者（礦業及土石採取業）。	每年營業額在新台幣二千萬元以下，或常雇員工在五十人以下者。
1982年 7月	實收資本額在新台幣四千萬元以下，資產總值不超過新台幣一億二千萬元者。（製造業）實收資本額在新台幣四千萬元以下者。（礦業及土石採取業）	每年營業額在新台幣四千萬元以下者。
1991年 11月	實收資本額在新台幣四千萬元以下，資產總值不超過新台幣一億二千萬元者（製造業、營造業）。實收資本額在新台幣四千萬元以下者（礦業及土石採取業）。	每年營業額在新台幣四千萬元以下者。
1995年 9月	實收資本額在新台幣六千萬元以下者，或經常僱用員工數未滿二百人者。	前一年營業額在新台幣八千萬元以下者，或經常僱用員工數未滿五十人者。
2000年 5月	實收資本額在新台幣八千萬元以下者，或經常僱用員工數未滿二百人者。	前一年營業額在新台幣一億元以下者，或經常僱用員工數未滿五十人者。
2005年 7月	實收資本額在新台幣八千萬元以下者，或經常僱用員工數未滿二百人者。	前一年營業額在新台幣一億元以下者，或經常僱用員工數未滿五十人者。 **依據《第七次修訂之行業標準分類》修改第二條二之行業。
2009年 9月	實收資本額在新台幣八千萬元以下者，或經常僱用員工數未滿二百人者。	（除左欄所規定外之行業）前一年營業額在新台幣一億元以下者，或經常僱用員工數未滿一百人者。

附錄 2 中小企業統計表

目 次

附表 1	2009 年至 2011 年企業家數－按行業及規模別	330
附表 2	2009 年至 2011 年企業銷售值－按行業及規模別	332
附表 3	2009 年至 2011 年企業內銷值－按行業及規模別	334
附表 4	2009 年至 2011 年企業出口值－按行業及規模別	336
附表 5	2009 年至 2011 年就業人數－按行業及規模別	338
附表 6	2009 年至 2011 年受僱員工人數－按行業及規模別	340
附表 7	2011 年產業之各項指標－按企業規模別	342
附表 8	2011 年中小企業之行業與各項指標概況	343
附表 9	2011 年新設企業各項指標值－按行業及規模別	344
附表 9	2011 年新設企業各項指標值－按行業及規模別（續）	345
附表 10	2011 年各縣市企業家數－按行業及規模別	346
附表 11	2011 年各縣市企業銷售值－按行業及規模別	354
附表 12	2011 年企業之行業規模別家數－按經營組織型態別	362
附表 13	2011 年企業之行業家數及銷售值－按銷售值級距	366
附表 14	2011 年企業之行業家數－按資本額級距	368
附表 15	2011 年製造業中業別家數－按規模別	370
附表 15-1	2011 年製造業中業別銷售值－按規模別	371
附表 15-2	2011 年製造業中業別內銷值－按規模別	372
附表 15-3	2011 年製造業中業別出口值－按規模別	373
附表 16	2011 年女性企業家數及銷售值－按行業及規模別	374
附表 16-1	2011 年女性企業內銷值及出口值－按行業及規模別	375
附表 17	2011 年就業人數－按縣市及企業規模別	376
附表 18	2011 年各縣市企業之家數及銷售值－按資本額級距	377

附表 1 2009 年至 2011 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		大企業	
			結構比		結構比		結構比
總 計	2009	1,258,260	100.00	1,232,025	97.91	26,235	2.09
	2010	1,277,585	100.00	1,247,998	97.68	29,587	2.32
	2011	1,310,791	100.00	1,279,784	97.63	31,007	2.37
農、林、 漁、牧、業	2009	11,169	100.00	11,129	99.64	40	0.36
	2010	11,386	100.00	11,344	99.63	42	0.37
	2011	11,611	100.00	11,568	99.63	43	0.37
礦業及土石 採 取 業	2009	1,424	100.00	1,403	98.53	21	1.47
	2010	1,391	100.00	1,370	98.49	21	1.51
	2011	1,266	100.00	1,245	98.34	21	1.66
製 造 業	2009	134,881	100.00	130,017	96.39	4,864	3.61
	2010	134,994	100.00	129,983	96.29	5,011	3.71
	2011	141,103	100.00	135,768	96.22	5,335	3.78
電力及燃氣 供 應 業	2009	396	100.00	278	70.20	118	29.80
	2010	424	100.00	293	69.10	131	30.90
	2011	425	100.00	294	69.18	131	30.82
用水供應及 污 染 整 治 業	2009	7,019	100.00	6,785	96.67	234	3.33
	2010	7,172	100.00	6,894	96.12	278	3.88
	2011	7,259	100.00	6,930	95.47	329	4.53
營 造 業	2009	93,735	100.00	92,507	98.69	1,228	1.31
	2010	95,657	100.00	94,415	98.70	1,242	1.30
	2011	100,230	100.00	98,988	98.76	1,242	1.24
批 發 及 零 售 業	2009	656,076	100.00	642,235	97.89	13,841	2.11
	2010	662,467	100.00	646,101	97.53	16,366	2.47
	2011	668,996	100.00	651,955	97.45	17,041	2.55
運 輸 及 倉 儲 業	2009	31,154	100.00	30,329	97.35	825	2.65
	2010	31,166	100.00	30,181	96.84	985	3.16
	2011	31,420	100.00	30,405	96.77	1,015	3.23
住 宿 及 餐 飲 業	2009	113,703	100.00	113,447	99.77	256	0.23
	2010	117,521	100.00	117,207	99.73	314	0.27
	2011	123,237	100.00	122,862	99.70	375	0.30

附 註：1.自 2007 年起本表內之數據改按中華民國第 8 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、礦業及土石採取業實收資本額在新台幣八千萬元以下，其他行業前一年營業額在新台幣一億元以下者。

資料來源：整理自財政部財稅資料中心，2009 年至 2011 年營業稅徵收原始資料（樣本值加總）。

附表 1 2009 年至 2011 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		大企業	
			結構比		結構比		結構比
資 訊 及 通 訊 傳 播 業	2009	15,985	100.00	15,360	96.09	625	3.91
	2010	16,555	100.00	15,862	95.81	693	4.19
	2011	16,906	100.00	16,201	95.83	705	4.17
金 融 及 保 險 業	2009	16,058	100.00	14,102	87.82	1,956	12.18
	2010	16,100	100.00	14,035	87.17	2,065	12.83
	2011	16,131	100.00	13,918	86.28	2,213	13.72
不 動 產 業	2009	21,214	100.00	20,092	94.71	1,122	5.29
	2010	23,176	100.00	21,975	94.82	1,201	5.18
	2011	26,300	100.00	25,108	95.47	1,192	4.53
專業、科學及 技 術 服 務 業	2009	35,966	100.00	35,397	98.42	569	1.58
	2010	37,146	100.00	36,505	98.27	641	1.73
	2011	38,752	100.00	38,054	98.20	698	1.80
支 援 服 務 業	2009	27,423	100.00	27,147	98.99	276	1.01
	2010	27,999	100.00	27,683	98.87	316	1.13
	2011	29,115	100.00	28,750	98.75	365	1.25
教 育 服 務 業	2009	933	100.00	927	99.36	6	0.64
	2010	1,137	100.00	1,130	99.38	7	0.62
	2011	1,275	100.00	1,267	99.37	8	0.63
醫療保健及社 會工作服務業	2009	352	100.00	344	97.73	8	2.27
	2010	394	100.00	386	97.97	8	2.03
	2011	391	100.00	382	97.70	9	2.30
藝術、娛樂及 休 閒 服 務 業	2009	22,578	100.00	22,487	99.60	91	0.40
	2010	22,397	100.00	22,301	99.57	96	0.43
	2011	22,682	100.00	22,579	99.55	103	0.45
其 他 服 務 業	2009	68,194	100.00	68,039	99.77	155	0.23
	2010	70,503	100.00	70,333	99.76	170	0.24
	2011	73,692	100.00	73,510	99.75	182	0.25

附註及資料來源：同附表 1。

附表 2 2009 年至 2011 年企業銷售值－按行業及規模別

單位：百萬元；%

行業別／年別	規模別	全部企業		中小企業		大企業	
			結構比		結構比		結構比
總 計	2009	29,981,803	100.00	9,189,463	30.65	20,792,340	69.35
	2010	36,239,637	100.00	10,709,005	29.55	25,530,632	70.45
	2011	37,881,681	100.00	11,226,933	29.64	26,654,748	70.36
農、林、漁、牧、業	2009	32,436	100.00	16,825	51.87	15,611	48.13
	2010	38,884	100.00	18,326	47.13	20,558	52.87
	2011	33,843	100.00	18,321	54.14	15,522	45.86
礦業及土石業 採 取	2009	43,951	100.00	35,034	79.71	8,916	20.29
	2010	48,313	100.00	37,813	78.27	10,500	21.73
	2011	46,953	100.00	37,568	80.01	9,386	19.99
製 造 業	2009	10,456,268	100.00	3,131,140	29.95	7,325,128	70.05
	2010	13,482,749	100.00	4,072,627	30.21	9,410,122	69.79
	2011	14,122,135	100.00	4,338,874	30.72	9,783,261	69.28
電力及燃氣業 供 應	2009	671,938	100.00	3,889	0.58	668,050	99.42
	2010	773,073	100.00	3,515	0.45	769,557	99.55
	2011	833,515	100.00	3,372	0.40	830,143	99.60
用水供應及 污 染 整 治 業	2009	139,577	100.00	48,887	35.03	90,690	64.97
	2010	178,359	100.00	56,259	31.54	122,101	68.46
	2011	190,891	100.00	55,021	28.82	135,869	71.18
營 造 業	2009	1,772,663	100.00	994,645	56.11	778,017	43.89
	2010	1,962,639	100.00	1,120,723	57.10	841,917	42.90
	2011	2,079,702	100.00	1,193,584	57.39	886,119	42.61
批 發 及 零 售 業	2009	10,938,212	100.00	3,654,849	33.41	7,283,363	66.59
	2010	13,139,161	100.00	3,986,557	30.34	9,152,605	69.66
	2011	13,723,088	100.00	4,085,832	29.77	9,637,256	70.23
運 輸 及 倉 儲 業	2009	884,290	100.00	229,935	26.00	654,355	74.00
	2010	1,059,266	100.00	250,518	23.65	808,748	76.35
	2011	1,005,769	100.00	261,337	25.98	744,432	74.02
住 宿 及 餐 飲 業	2009	324,152	100.00	243,558	75.14	80,594	24.86
	2010	369,476	100.00	269,507	72.94	99,970	27.06
	2011	420,527	100.00	297,131	70.66	123,396	29.34

附註及資料來源：同附表 1。

附表 2 2009 年至 2011 年企業銷售值－按行業及規模別（續）

單位：百萬元；%

行業別／年別		規模別	全部企業	結構比	中小企業	結構比	大企業	結構比
資 訊 及 通 訊 傳 播 業	2009	780,409	100.00	90,962	11.66	689,448	88.34	
	2010	853,621	100.00	97,102	11.38	756,519	88.62	
	2011	906,897	100.00	100,770	11.11	806,127	88.89	
金 融 及 業 保 險	2009	2,140,811	100.00	192,787	9.01	1,948,023	90.99	
	2010	2,268,459	100.00	197,876	8.72	2,070,583	91.28	
	2011	2,451,486	100.00	195,036	7.96	2,256,450	92.04	
不 動 產 業	2009	745,093	100.00	143,520	19.26	601,574	80.74	
	2010	867,849	100.00	157,187	18.11	710,662	81.89	
	2011	825,421	100.00	175,783	21.30	649,638	78.70	
專業、科學及 技 術 服 務 業	2009	556,988	100.00	156,592	28.11	400,396	71.89	
	2010	640,896	100.00	175,298	27.35	465,598	72.65	
	2011	618,877	100.00	181,488	29.33	437,389	70.67	
支 援 服 務 業	2009	246,748	100.00	102,544	41.56	144,204	58.44	
	2010	294,066	100.00	113,018	38.43	181,048	61.57	
	2011	341,936	100.00	121,455	35.52	220,481	64.48	
教 育 服 務 業	2009	6,241	100.00	4,186	67.06	2,056	32.94	
	2010	6,902	100.00	4,965	71.93	1,937	28.07	
	2011	8,138	100.00	6,057	74.42	2,082	25.58	
醫療保健及社 會工作服務業	2009	3,749	100.00	1,653	44.10	2,096	55.90	
	2010	4,366	100.00	1,842	42.19	2,524	57.81	
	2011	4,728	100.00	1,920	40.62	2,807	59.38	
藝術、娛樂及 休 閒 服 務 業	2009	75,548	100.00	42,642	56.44	32,906	43.56	
	2010	72,341	100.00	43,624	60.30	28,717	39.70	
	2011	73,876	100.00	46,376	62.78	27,500	37.22	
其 他 服 務 業	2009	162,729	100.00	95,815	58.88	66,914	41.12	
	2010	179,217	100.00	102,249	57.05	76,968	42.95	
	2011	193,900	100.00	107,008	55.19	86,891	44.81	

附表 3 2009 年至 2011 年企業內銷值－按行業及規模別

單位：百萬元；%

行業別／年別	規模別	全部企業		中小企業		大企業	
			結構比		結構比		結構比
總 計	2009	22,179,910	100.00	7,873,111	35.50	14,306,799	64.50
	2010	26,216,138	100.00	9,088,972	34.67	17,127,166	65.33
	2011	27,754,779	100.00	9,576,948	34.51	18,177,832	65.49
農、林、 漁、牧業	2009	28,241	100.00	14,856	52.60	13,385	47.40
	2010	33,769	100.00	16,016	47.43	17,752	52.57
	2011	29,567	100.00	16,339	55.26	13,228	44.74
礦業及土石 採 取 業	2009	43,520	100.00	34,796	79.95	8,724	20.05
	2010	47,718	100.00	37,500	78.59	10,219	21.41
	2011	46,182	100.00	37,259	80.68	8,923	19.32
製 造 業	2009	5,540,738	100.00	2,263,079	40.84	3,277,659	59.16
	2010	7,183,762	100.00	2,928,313	40.76	4,255,449	59.24
	2011	7,795,202	100.00	3,157,153	40.50	4,638,049	59.50
電力及燃氣 供 應 業	2009	658,770	100.00	3,784	0.57	654,986	99.43
	2010	758,789	100.00	3,422	0.45	755,367	99.55
	2011	817,410	100.00	3,329	0.41	814,081	99.59
用水供應及 污染整治業	2009	134,125	100.00	47,338	35.29	86,787	64.71
	2010	168,561	100.00	54,632	32.41	113,929	67.59
	2011	178,826	100.00	53,599	29.97	125,228	70.03
營 造 業	2009	1,635,776	100.00	984,966	60.21	650,810	39.79
	2010	1,801,239	100.00	1,108,468	61.54	692,771	38.46
	2011	1,905,758	100.00	1,180,816	61.96	724,942	38.04
批 發 及 零 售 業	2009	8,646,425	100.00	3,243,563	37.51	5,402,862	62.49
	2010	10,160,204	100.00	3,552,451	34.96	6,607,753	65.04
	2011	10,655,208	100.00	3,657,554	34.33	6,997,654	65.67
運 輸 及 倉 儲 業	2009	662,590	100.00	220,630	33.30	441,959	66.70
	2010	754,294	100.00	241,349	32.00	512,945	68.00
	2011	724,199	100.00	252,593	34.88	471,606	65.12
住 宿 及 餐 飲 業	2009	322,875	100.00	243,448	75.40	79,427	24.60
	2010	367,833	100.00	269,379	73.23	98,454	26.77
	2011	419,940	100.00	297,013	70.73	122,927	29.27

附註及資料來源：同附表 1。

附表 3 2009 年至 2011 年企業內銷值－按行業及規模別（續）

單位：百萬元；%

行業別／年別	規模別	全部企業		中小企業		大企業	
			結構比		結構比		結構比
資 訊 及 通 訊 傳 播 業	2009	697,871	100.00	84,549	12.12	613,322	87.88
	2010	759,262	100.00	91,159	12.01	668,103	87.99
	2011	807,960	100.00	94,949	11.75	713,011	88.25
金 融 及 保 險 業	2009	2,136,177	100.00	192,353	9.00	1,943,824	91.00
	2010	2,266,254	100.00	197,233	8.70	2,069,021	91.30
	2011	2,449,468	100.00	194,508	7.94	2,254,960	92.06
不 動 產 業	2009	736,622	100.00	143,797	19.52	592,825	80.48
	2010	859,734	100.00	156,609	18.22	703,125	81.78
	2011	821,829	100.00	175,189	21.32	646,640	78.68
專業、科學及技 術 服 務 業	2009	451,111	100.00	150,464	33.35	300,647	66.65
	2010	510,715	100.00	168,598	33.01	342,117	66.99
	2011	495,441	100.00	175,335	35.39	320,106	64.61
支 援 服 務 業	2009	243,319	100.00	101,656	41.78	141,663	58.22
	2010	288,708	100.00	111,759	38.71	176,949	61.29
	2011	334,531	100.00	120,445	36.00	214,086	64.00
教 育 服 務 業	2009	6,154	100.00	4,171	67.78	1,983	32.22
	2010	6,836	100.00	4,957	72.51	1,879	27.49
	2011	8,070	100.00	6,050	74.97	2,020	25.03
醫療保健及社 會工作服務業	2009	3,414	100.00	1,557	45.60	1,857	54.40
	2010	4,255	100.00	1,779	41.81	2,476	58.19
	2011	4,567	100.00	1,847	40.44	2,720	59.56
藝術、娛樂及休 閒 服 務 業	2009	75,433	100.00	42,538	56.39	32,895	43.61
	2010	72,078	100.00	43,453	60.29	28,625	39.71
	2011	73,705	100.00	46,264	62.77	27,441	37.23
其 他 服 務 業	2009	156,751	100.00	95,566	60.97	61,185	39.03
	2010	172,126	100.00	101,894	59.20	70,231	40.80
	2011	186,915	100.00	106,705	57.09	80,210	42.91

附註及資料來源：同附表 1。

附表 4 2009 年至 2011 年企業出口值－按行業及規模別

單位：百萬元；%

行業別／年別	規模別	全部企業		中小企業		大企業	
			結構比		結構比		結構比
總 計	2009	7,801,893	100.00	1,316,352	16.87	6,485,541	83.13
	2010	10,023,499	100.00	1,620,033	16.16	8,403,466	83.84
	2011	10,126,901	100.00	1,649,985	16.29	8,476,916	83.71
農、林、 漁、牧業	2009	4,195	100.00	1,969	46.94	2,225	53.06
	2010	5,115	100.00	2,309	45.14	2,806	54.86
	2011	4,276	100.00	1,981	46.34	2,294	53.66
礦業及土石 採 取 業	2009	431	100.00	238	55.36	192	44.64
	2010	594	100.00	314	52.76	281	47.24
	2011	771	100.00	309	40.03	462	59.97
製 造 業	2009	4,915,530	100.00	868,061	17.66	4,047,470	82.34
	2010	6,298,987	100.00	1,144,314	18.17	5,154,673	81.83
	2011	6,326,933	100.00	1,181,721	18.68	5,145,212	81.32
電力及燃氣 供 應 業	2009	13,168	100.00	105	0.79	13,064	99.21
	2010	14,284	100.00	93	0.65	14,190	99.35
	2011	16,105	100.00	43	0.26	16,062	99.74
用水供應及 污染整治業	2009	5,452	100.00	1,549	28.42	3,903	71.58
	2010	9,798	100.00	1,627	16.60	8,171	83.40
	2011	12,064	100.00	1,422	11.79	10,642	88.21
營 造 業	2009	136,887	100.00	9,679	7.07	127,208	92.93
	2010	161,400	100.00	12,255	7.59	149,145	92.41
	2011	173,944	100.00	12,768	7.34	161,176	92.66
批 發 及 零 售 業	2009	2,291,787	100.00	411,286	17.95	1,880,501	82.05
	2010	2,978,957	100.00	434,105	14.57	2,544,852	85.43
	2011	3,067,880	100.00	428,278	13.96	2,639,602	86.04
運 輸 及 倉 儲 業	2009	221,700	100.00	9,305	4.20	212,395	95.80
	2010	304,972	100.00	9,169	3.01	295,802	96.99
	2011	281,570	100.00	8,744	3.11	272,826	96.89
住 宿 及 餐 飲 業	2009	1,277	100.00	110	8.58	1,167	91.42
	2010	1,643	100.00	128	7.78	1,515	92.22
	2011	587	100.00	119	20.21	468	79.79

附註及資料來源：同附表 1。

附表 4 2009 年至 2011 年企業出口值－按行業及規模別（續）

單位：百萬元；%

行業別／年別	規模別	全部企業		中小企業		大企業	
			結構比		結構比		結構比
資 訊 及 通 訊 傳 播 業	2009	82,539	100.00	6,413	7.77	76,125	92.23
	2010	94,359	100.00	5,942	6.30	88,417	93.70
	2011	98,937	100.00	5,822	5.88	93,116	94.12
金 融 及 保 險 業	2009	4,634	100.00	434	9.37	4,200	90.63
	2010	2,204	100.00	643	29.16	1,561	70.84
	2011	2,018	100.00	528	26.16	1,490	73.84
不 動 產 業	2009	8,471	100.00	-277	-	8,748	-
	2010	8,115	100.00	578	7.12	7,538	92.88
	2011	3,592	100.00	594	16.53	2,998	83.47
專業、科學及技 術 服 務 業	2009	105,877	100.00	6,128	5.79	99,749	94.21
	2010	130,181	100.00	6,700	5.15	123,481	94.85
	2011	123,436	100.00	6,153	4.98	117,283	95.02
支 援 服 務 業	2009	3,429	100.00	888	25.90	2,541	74.10
	2010	5,358	100.00	1,259	23.50	4,099	76.50
	2011	7,405	100.00	1,010	13.64	6,395	86.36
教 育 服 務 業	2009	87	100.00	14	16.43	73	83.57
	2010	65	100.00	8	11.56	58	88.44
	2011	69	100.00	7	9.67	62	90.33
醫療保健及社 會工作服務業	2009	335	100.00	96	28.78	239	71.22
	2010	111	100.00	63	56.82	48	43.18
	2011	160	100.00	73	45.68	87	54.32
藝術、娛樂及休 閒 服 務 業	2009	115	100.00	104	90.22	11	9.78
	2010	263	100.00	171	65.20	91	34.80
	2011	170	100.00	112	65.57	59	34.43
其 他 服 務 業	2009	5,977	100.00	248	4.16	5,729	95.84
	2010	7,092	100.00	355	5.00	6,737	95.00
	2011	6,985	100.00	304	4.35	6,681	95.65

附 註：因為中小型不動產業 2009 年的出口值為負值，因此結構比不統計。
資料來源：同附表 1。

附表 5 2009 年至 2011 年就業人數－按行業及規模別

單位：千人；%

行業別／年別		規模別	全部 企業	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	2009		10,279	100.00	8,066	78.47	1,173	11.41	1,040	10.11
	2010		10,493	100.00	8,191	78.06	1,253	11.94	1,049	10.00
	2011		10,709	100.00	8,337	77.85	1,334	12.46	1,038	9.69
農、林、 漁、牧、業	2009		543	100.00	537	98.97	1	0.12	5	0.91
	2010		550	100.00	545	99.08	1	0.10	5	0.83
	2011		542	100.00	536	98.88	1	0.15	5	0.97
礦業及土石 採 取 業	2009		5	100.00	4	85.24	0	0.88	1	13.88
	2010		4	100.00	4	86.59	0	0.65	1	12.76
	2011		4	100.00	3	86.50	0	0	1	13.50
製 造 業	2009		2,790	100.00	2,111	75.65	651	23.33	28	1.02
	2010		2,861	100.00	2,127	74.34	705	24.63	29	1.03
	2011		2,949	100.00	2,158	73.19	762	25.85	28	0.96
電 力 及 燃 氣 供 應 業	2009		29	100.00	3	10.67	2	7.19	24	82.15
	2010		29	100.00	3	10.88	3	8.78	23	80.34
	2011		29	100.00	3	10.41	3	10.47	23	79.12
用 水 供 應 及 污 染 整 治 業	2009		73	100.00	27	36.72	0	0.68	46	62.60
	2010		78	100.00	29	37.79	1	1.36	47	60.86
	2011		79	100.00	32	41.12	1	1.89	45	56.99
營 造 業	2009		788	100.00	769	97.64	8	1.05	10	1.31
	2010		797	100.00	779	97.73	9	1.10	9	1.17
	2011		831	100.00	813	97.85	9	1.10	9	1.05
批 發 及 零 售 業	2009		1,735	100.00	1,669	96.20	55	3.19	11	0.61
	2010		1,747	100.00	1,682	96.26	54	3.11	11	0.63
	2011		1,763	100.00	1,696	96.20	57	3.26	10	0.54
運 輸 及 倉 儲 業	2009		402	100.00	289	71.83	55	13.68	58	14.49
	2010		404	100.00	295	73.11	53	13.11	56	13.78
	2011		411	100.00	296	72.04	60	14.57	55	13.38
住 宿 及 餐 飲 業	2009		693	100.00	677	97.62	16	2.27	1	0.11
	2010		727	100.00	708	97.37	19	2.56	1	0.08
	2011		728	100.00	709	97.43	18	2.53	0	0.04

附 註：1.自 2007 年起本表內之數據改按中華民國第 8 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二百人，其他行業經常僱用員工數未滿一百人者。

資料來源：整理自行政院主計處，《人力資源統計月報》原始資料（推估值），2011 年。

附表 5 2009 年至 2011 年就業人數－按行業及規模別（續）

單位：千人；%

行業別／年別	規模別	全 部 企 業		中 小 企 業		大企業		政 府 僱 用	
			結構比		結構比		結構比		結構比
資 訊 及 通 訊 傳 播 業	2009	207	100.00	147	71.16	59	28.38	1	0.46
	2010	208	100.00	148	71.34	58	27.14	1	0.52
	2011	218	100.00	156	71.67	61	27.97	1	0.37
金 融 及 保 險 業	2009	413	100.00	310	75.01	86	20.80	17	4.19
	2010	428	100.00	315	73.69	96	22.34	17	3.97
	2011	428	100.00	321	75.08	92	21.47	15	3.45
不 動 產 業	2009	68	100.00	64	94.35	2	3.27	2	2.38
	2010	75	100.00	70	93.75	3	3.39	2	2.86
	2011	87	100.00	83	95.50	2	2.74	2	1.76
專 業、科 學 及 技 術 服 務 業	2009	315	100.00	248	78.55	37	11.77	31	9.68
	2010	325	100.00	258	79.36	38	11.58	29	9.07
	2011	339	100.00	270	79.70	43	12.69	26	7.61
支 援 服 務 業	2009	232	100.00	212	91.55	19	8.14	1	0.31
	2010	236	100.00	217	91.81	19	7.98	0	0.21
	2011	247	100.00	227	91.99	19	7.62	1	0.39
公 共 行 政 及 國 防； 強 制 性 社 會 安 全	2009	382	100.00	1	0.16	0	0.03	381	99.82
	2010	389	100.00	0	0.00	0	0.00	389	100.00
	2011	388	100.00	0	0.00	0	0.00	388	100.00
教 育 服 務 業	2009	613	100.00	217	35.38	65	10.62	331	54.00
	2010	619	100.00	218	35.27	69	11.20	331	53.53
	2011	629	100.00	226	36.00	71	11.26	332	52.74
醫 療 保 健 及 社 會 工 作 服 務 業	2009	368	100.00	185	50.31	107	29.18	75	20.51
	2010	386	100.00	192	49.56	116	30.09	79	20.35
	2011	408	100.00	203	49.67	124	30.37	82	19.97
藝 術、娛 樂 及 休 閒 服 務 業	2009	96	100.00	76	79.28	5	4.93	15	15.79
	2010	98	100.00	76	77.62	6	5.64	16	16.74
	2011	94	100.00	75	79.38	4	4.51	15	16.11
其 他 服 務 業	2009	527	100.00	519	98.66	5	0.87	2	0.47
	2010	532	100.00	525	98.59	5	0.91	3	0.49
	2011	536	100.00	528	98.40	6	1.03	3	0.57

附註及資料來源：同附表 5。

附表 6 2009 年至 2011 年受僱員工人數－按行業及規模別

單位：千人；%

行業別／年別		規模別	全 部 企 業	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	2009		7,889	100.00	5,679	71.98	1,171	14.84	1,040	13.18
	2010		8,104	100.00	5,805	71.63	1,250	15.42	1,049	12.95
	2011		8,328	100.00	5,958	71.54	1,332	15.99	1,039	12.46
農、林、漁、牧、業	2009		84	100.00	79	93.36	1	0.75	5	5.89
	2010		83	100.00	78	93.92	1	0.64	5	5.44
	2011		84	100.00	78	92.77	1	0.99	5	6.23
礦業及土石業採 取	2009		4	100.00	4	84.13	0	0.95	1	14.92
	2010		4	100.00	4	86.16	0	0.67	1	13.17
	2011		4	100.00	3	86.36	0	0.00	1	13.64
製 造 業	2009		2,522	100.00	1,843	73.10	650	25.77	28	1.13
	2010		2,600	100.00	1,867	71.82	703	27.05	29	1.13
	2011		2,684	100.00	1,895	70.60	761	28.35	28	1.06
電 力 及 燃 氣 供 應 業	2009		29	100.00	3	10.67	2	6.88	24	82.44
	2010		29	100.00	3	10.38	3	8.83	23	80.79
	2011		29	100.00	3	10.13	3	10.51	23	79.36
用 水 供 應 及 污 染 整 治 業	2009		66	100.00	20	30.09	0	0.75	46	69.16
	2010		70	100.00	21	30.62	1	1.51	47	67.86
	2011		70	100.00	23	33.35	1	2.14	45	64.51
營 造 業	2009		658	100.00	640	97.21	8	1.22	10	1.57
	2010		668	100.00	650	97.31	9	1.29	9	1.40
	2011		694	100.00	676	97.43	9	1.32	9	1.25
批 發 及 零 售 業	2009		1,008	100.00	942	93.47	55	5.48	11	1.05
	2010		1,028	100.00	962	93.66	54	5.27	11	1.07
	2011		1,059	100.00	992	93.67	57	5.43	10	0.90
運 輸 及 倉 儲 業	2009		309	100.00	196	63.40	55	17.77	58	18.83
	2010		310	100.00	202	65.00	53	17.06	56	17.93
	2011		319	100.00	204	64.02	60	18.76	55	17.22
住 宿 及 餐 飲 業	2009		395	100.00	379	95.83	16	3.97	1	0.20
	2010		418	100.00	399	95.43	19	4.44	1	0.13
	2011		428	100.00	409	95.64	18	4.29	0	0.07

附註及資料來源：同附表 5。

附表 6 2009 年至 2011 年受僱員工人數－按行業及規模別（續）

單位：千人；%

行業別／年別	規模別	全 部 企 業		中 小 企 業		大企業		政 府 僱 用	
		數 量	結構比	數 量	結構比	數 量	結構比	數 量	結構比
資 訊 及 通 訊 傳 播 業	2009	196	100.00	136	69.58	59	29.94	1	0.48
	2010	196	100.00	136	69.66	58	29.79	1	0.55
	2011	204	100.00	142	69.71	61	29.90	1	0.39
金 融 及 保 險 業	2009	409	100.00	306	74.83	86	20.94	17	4.23
	2010	424	100.00	312	73.49	95	22.50	17	4.01
	2011	423	100.00	317	74.83	92	21.69	15	3.48
不 動 產 業	2009	60	100.00	56	93.60	2	3.71	2	2.70
	2010	66	100.00	61	93.03	2	3.72	2	3.24
	2011	78	100.00	74	94.98	2	3.06	2	1.96
專 業、科 學 及 技 術 服 務 業	2009	247	100.00	180	72.66	37	15.01	31	12.33
	2010	255	100.00	188	73.69	38	14.74	29	11.56
	2011	268	100.00	199	74.30	43	16.06	26	9.64
支 援 服 務 業	2009	210	100.00	191	90.77	19	8.89	1	0.34
	2010	216	100.00	197	91.12	19	8.65	0	0.23
	2011	224	100.00	204	91.23	19	8.34	1	0.43
公 共 行 政 及 國 防； 強 制 性 社 會 安 全	2009	382	100.00	1	0.16	0	0.03	381	99.82
	2010	389	100.00	0	0.00	0	0.00	389	100.00
	2011	388	100.00	0	0.00	0	0.00	388	100.00
教 育 服 務 業	2009	582	100.00	186	31.95	65	11.18	331	56.87
	2010	588	100.00	187	31.87	69	11.78	331	56.35
	2011	598	100.00	195	32.69	71	11.82	332	55.49
醫 療 保 健 及 社 會 工 作 服 務 業	2009	334	100.00	152	45.35	107	32.09	75	22.56
	2010	354	100.00	159	44.99	116	32.81	79	22.20
	2011	377	100.00	171	45.46	124	32.89	82	21.65
藝 術、娛 樂 及 休 閒 服 務 業	2009	76	100.00	56	74.00	5	6.08	15	19.92
	2010	80	100.00	58	72.61	5	6.82	16	20.57
	2011	73	100.00	53	73.42	4	5.81	15	20.77
其 他 服 務 業	2009	317	100.00	310	97.77	5	1.45	2	0.78
	2010	327	100.00	319	97.74	5	1.45	3	0.80
	2011	328	100.00	319	97.38	6	1.68	3	0.94

附註及資料來源：同附表 5。

附表 7 2011 年產業之各項指標－按企業規模別

單位：家；百萬元；千人；%

指標／產業別	規模別	總計 (1)	結構比	中小企業 (2)	結構比	(2)/(1)%	大企業	結構比
家數		1,310,791	100.00	1,279,784	100.00	97.63	31,007	100.00
農業		11,611	0.89	11,568	0.90	99.63	43	0.14
工業		250,283	19.09	243,225	19.01	97.18	7,058	22.76
服務業		1,048,897	80.02	1,024,991	80.09	97.7	23,906	77.10
銷售值		37,881,681	100.00	11,226,933	100.00	29.64	26,654,748	100.00
農業		33,843	0.09	18,321	0.16	54.14	15,522	0.06
工業		17,273,196	45.60	5,628,418	50.13	32.58	11,644,778	43.69
服務業		20,574,642	54.31	5,580,194	49.70	27.12	14,994,447	56.25
內銷值		27,754,779	100.00	9,576,948	100.00	34.51	18,177,832	100.00
農業		29,567	0.11	16,339	0.17	55.26	13,228	0.07
工業		10,743,379	38.71	4,432,156	46.28	41.25	6,311,223	34.72
服務業		16,981,834	61.19	5,128,453	53.55	30.20	11,853,381	65.21
出口值		10,126,901	100.00	1,649,985	100.00	16.29	8,476,916	100.00
農業		4,276	0.04	1,981	0.12	46.34	2,294	0.03
工業		6,529,817	64.48	1,196,262	72.50	18.32	5,333,555	62.92
服務業		3,592,808	35.48	451,742	27.38	12.57	3,141,066	37.05
就業人數		10,709	100.00	8,337	100.00	77.85	1,334	100.00
農業		542	5.06	536	6.43	98.88	1	0.06
工業		3,892	36.34	3,010	36.10	77.35	776	58.17
服務業		6,275	58.60	4,790	57.47	76.35	557	41.77
受僱人數		8,328	100.00	5,958	100.00	71.54	1,332	100.00
農業		84	1.01	78	1.31	92.77	1	0.06
工業		3,481	41.79	2,601	43.65	74.72	774	58.14
服務業		4,764	57.20	3,279	55.04	68.84	557	41.79

附註：1.表中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.表中就業及受僱人數的總計尚包括受政府僱用的 104 萬人。

資料來源：1.財政部財稅資料中心，營業稅徵收原始資料（樣本值加總），2011 年。

2.行政院主計處，《人力資源統計月報》原始資料（樣本推估值），2011 年。

附表 8 2011 年中小企業之行業與各項指標概況

單位：家；百萬元；千人；%

行業別	指 標	家 數	銷售值	內銷值	出口值	就 業 人 數	受 僱 人 數
總 計		1,279,784	11,226,933	9,576,948	1,649,985	8,337	5,958
農林漁牧業		11,568	18,321	16,339	1,981	536	78
礦業及土石採取業		1,245	37,568	37,259	309	3	3
製造業		135,768	4,338,874	3,157,153	1,181,721	2,158	1,895
電力及燃氣供應業		294	3,372	3,329	43	3	3
用水供應及污染整治業		6,930	55,021	53,599	1,422	32	23
營造業		98,988	1,193,584	1,180,816	12,768	813	676
批發及零售業		651,955	4,085,832	3,657,554	428,278	1,696	992
運輸及倉儲業		30,405	261,337	252,593	8,744	296	204
住宿及餐飲業		122,862	297,131	297,013	119	709	409
資訊及通訊傳播業		16,201	100,770	94,949	5,822	156	142
金融及保險業		13,918	195,036	194,508	528	321	317
不動產業		25,108	175,783	175,189	594	83	74
專業、科學及技術服務業		38,054	181,488	175,335	6,153	270	199
支援服務業		28,750	121,455	120,445	1,010	227	204
教育服務業		1,267	6,057	6,050	7	226	195
醫療保健及社會工作服務業		382	1,920	1,847	73	203	171
藝術、娛樂及休閒服務業		22,579	46,376	46,264	112	75	53
其他服務業		73,510	107,008	106,705	304	528	319
結 構 比							
總 計		100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
農林漁牧業		0.90	0.16	0.17	0.12	6.43	1.31
礦業及土石採取業		0.10	0.33	0.39	0.02	0.04	0.06
製造業		10.61	38.65	32.97	71.62	25.89	31.80
電力及燃氣供應業		0.02	0.03	0.03	0.00	0.04	0.05
用水供應及污染整治業		0.54	0.49	0.56	0.09	0.39	0.39
營造業		7.73	10.63	12.33	0.77	9.75	11.35
批發及零售業		50.94	36.39	38.19	25.96	20.35	16.64
運輸及倉儲業		2.38	2.33	2.64	0.53	3.55	3.43
住宿及餐飲業		9.60	2.65	3.10	0.01	8.51	6.86
資訊及通訊傳播業		1.27	0.90	0.99	0.35	1.87	2.38
金融及保險業		1.09	1.74	2.03	0.03	3.85	5.32
不動產業		1.96	1.57	1.83	0.04	0.99	1.24
專業、科學及技術服務業		2.97	1.62	1.83	0.37	3.24	3.34
支援服務業		2.25	1.08	1.26	0.06	2.72	3.42
教育服務業		0.10	0.05	0.06	0.00	2.72	3.28
醫療保健及社會工作服務業		0.03	0.02	0.02	0.00	2.43	2.87
藝術、娛樂及休閒服務業		1.76	0.41	0.48	0.01	0.89	0.90
其他服務業		5.74	0.95	1.11	0.02	6.33	5.36

資料來源：同表附表 7。

附表 9 2011 年新設企業各項指標值－按行業及規模別

單位：家；百萬元；%

行業別／指標		規模別		總 計		中小企業		大企業	
				結構比		結構比		結構比	
總 計	家 數			99,827	100.00	99,584	99.76	243	0.24
	銷售值			281,236	100.00	180,937	64.34	100,298	35.66
	內銷值			211,400	100.00	172,362	81.53	39,038	18.47
	出口值			69,835	100.00	8,575	12.28	61,260	87.72
農 漁 牧 業	家 數			618	100.00	618	100.00	0	0.00
	銷售值			460	100.00	460	100.00	0	0.00
	內銷值			438	100.00	438	100.00	0	0.00
	出口值			22	100.00	22	100.00	0	0.00
礦 業 及 土 石 採 取 業	家 數			72	100.00	70	97.22	2	2.78
	銷售值			271	100.00	270	99.75	*	0.25
	內銷值			271	100.00	270	99.75	*	0.25
	出口值			0	100.00	0	0.00	*	0.00
製 造 業	家 數			5,551	100.00	5,478	98.68	73	1.32
	銷售值			31,463	100.00	22,241	70.69	9,221	29.31
	內銷值			26,946	100.00	20,216	75.02	6,730	24.98
	出口值			4,517	100.00	2,025	44.84	2,491	55.16
電 力 及 燃 氣 供 應 業	家 數			16	100.00	16	100.00	0	0.00
	銷售值			47	100.00	47	100.00	0	0.00
	內銷值			47	100.00	47	100.00	0	0.00
	出口值			0	100.00	0	0.00	0	0.00
用 水 供 應 及 污 染 整 治 業	家 數			584	100.00	581	99.49	3	0.51
	銷售值			1,769	100.00	1,391	78.64	*	21.36
	內銷值			1,742	100.00	1,364	78.31	*	21.69
	出口值			27	100.00	27	100.00	0	0.00
營 造 業	家 數			7,765	100.00	7,756	99.88	9	0.12
	銷售值			19,470	100.00	19,222	98.73	248	1.27
	內銷值			19,358	100.00	19,111	98.72	248	1.28
	出口值			112	100.00	112	100.00	0	0.00
批 發 及 零 售 業	家 數			46,152	100.00	46,034	99.74	118	0.26
	銷售值			171,628	100.00	91,900	53.55	79,728	46.45
	內銷值			107,143	100.00	85,996	80.26	21,147	19.74
	出口值			64,485	100.00	5,904	9.16	58,581	90.84
運 輸 及 倉 儲 業	家 數			1,185	100.00	1,180	99.58	5	0.42
	銷售值			3,747	100.00	3,105	82.85	643	17.15
	內銷值			3,422	100.00	2,942	85.96	481	14.04
	出口值			325	100.00	163	50.13	162	49.87
住 宿 及 餐 飲 業	家 數			16,312	100.00	16,310	99.99	2	0.01
	銷售值			17,111	100.00	16,786	98.10	*	1.90
	內銷值			17,111	100.00	16,786	98.10	*	1.90
	出口值			0	100.00	0	100.00	0	0.00

附 註：為保護個別廠商之財務資料，家數小於 3 之銷售值（包括內銷值及出口值）以「*」表示。

資料來源：整理自財政部財稅資料中心，2011 年營業稅徵收原始資料（樣本值加總）。

附表 9 2011 年新設企業各項指標值－按行業及規模別（續）

單位：家；百萬元；%

規模別		總 計	結構比	中小企業	結構比	大企業	結構比
行業別／指標							
資 訊 及 通 訊 傳 播 業	家 數	1,724	100.00	1,720	99.77	4	0.23
	銷售值	5,297	100.00	3,027	57.15	2,270	42.85
	內銷值	5,145	100.00	2,875	55.88	2,270	44.12
	出口值	152	100.00	152	100.00	0	0.00
金 融 及 保 險 業	家 數	743	100.00	742	99.87	1	0.13
	銷售值	2,505	100.00	1,984	79.19	*	20.81
	內銷值	2,484	100.00	1,962	79.01	*	20.99
	出口值	22	100.00	22	100.00	0	0.00
不 動 產 業	家 數	3,751	100.00	3,731	99.47	20	0.53
	銷售值	13,633	100.00	7,742	56.79	5,891	43.21
	內銷值	13,632	100.00	7,740	56.78	5,891	43.22
	出口值	2	100.00	2	98.24	0	1.76
專 業、科 學 及 技 術 服 務 業	家 數	3,771	100.00	3,768	99.92	3	0.08
	銷售值	5,387	100.00	4,728	87.76	*	12.24
	內銷值	7,041	100.00	6,407	91.00	*	9.00
	出口值	147	100.00	121	82.60	26	17.40
支 服 務 業	家 數	2,597	100.00	2,596	99.96	1	0.04
	銷售值	2,775	100.00	2,644	95.27	*	4.73
	內銷值	2,760	100.00	2,629	95.24	*	4.76
	出口值	15	100.00	15	100.00	0	0.00
教 服 務 業	家 數	232	100.00	232	100.00	0	0.00
	銷售值	263	100.00	263	100.00	0	0.00
	內銷值	262	100.00	262	100.00	0	0.00
	出口值	1	100.00	1	100.00	0	0.00
醫 療 保 健 及 社 會 工 作 服 務 業	家 數	32	100.00	32	100.00	0	0.00
	銷售值	39	100.00	39	100.00	0	0.00
	內銷值	39	100.00	39	100.00	0	0.00
	出口值	0	100.00	0	0.00	0	0.00
藝 術、娛 樂 及 休 閒 服 務 業	家 數	2,202	100.00	2,202	100.00	0	0.00
	銷售值	1,715	100.00	1,715	100.00	0	0.00
	內銷值	1,705	100.00	1,705	100.00	0	0.00
	出口值	10	100.00	10	100.00	0	0.00
其 他 服 務 業	家 數	6,520	100.00	6,518	99.97	2	0.03
	銷售值	3,655	100.00	3,372	92.28	*	7.72
	內銷值	3,655	100.00	3,372	92.28	*	7.72
	出口值	0	100.00	0	100.00	0	0.00

附註及資料來源：同附表 9。

附表 10 2011 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	台北市	高雄市	新北市	基隆市	宜蘭縣
總 計	1,310,791	216,143	154,203	206,161	18,220	26,635
中小企業	1,279,784	205,939	151,096	201,416	18,066	26,342
結構比	100.00	16.09	11.81	15.74	1.41	2.06
大 企 業	31,007	10,204	3,107	4,743	154	293
農林漁牧業	11,611	296	4,288	1,292	20	2,133
中小企業	11,568	285	4,282	1,290	20	2,132
結構比	100.00	2.46	37.02	11.15	0.17	18.43
大 企 業	43	11	6	2	0	1
礦業及土石採取業	1,266	104	113	75	7	142
中小企業	1,245	98	109	70	7	140
結構比	100.00	7.87	8.76	5.62	0.56	11.24
大 企 業	21	6	4	5	0	2
製造業	141,103	7,454	9,440	31,696	663	2,380
中小企業	135,768	6,669	8,999	30,694	646	2,333
結構比	100.00	4.91	6.63	22.61	0.48	1.72
大 企 業	5,335	785	441	1,002	17	47
電力及燃氣供應業	425	68	47	68	9	8
中小企業	294	51	37	48	7	5
結構比	100.00	17.35	12.59	16.33	2.38	1.70
大 企 業	131	17	10	20	2	3
用水供應及污染整治業	7,259	665	1,105	926	121	112
中小企業	6,930	628	1,050	887	117	110
結構比	100.00	9.06	15.15	12.80	1.69	1.59
大 企 業	329	37	55	39	4	2
營造業	100,230	10,270	12,635	19,368	1,733	2,537
中小企業	98,988	9,807	12,492	19,176	1,730	2,512
結構比	100.00	9.91	12.62	19.37	1.75	2.54
大 企 業	1,242	463	143	192	3	25
批發及零售業	668,996	121,037	79,666	102,028	8,895	12,005
中小企業	651,955	115,415	77,811	99,390	8,820	11,860
結構比	100.00	17.70	11.94	15.24	1.35	1.82
大 企 業	17,041	5,622	1,855	2,638	75	145
運輸及倉儲業	31,420	5,662	4,945	6,696	1,262	742
中小企業	30,405	5,233	4,774	6,604	1,229	726
結構比	100.00	17.21	15.70	21.72	4.04	2.39
大 企 業	1,015	429	171	92	33	16
住宿及餐飲業	123,237	19,324	16,673	13,880	2,474	2,604
中小企業	122,862	19,157	16,645	13,847	2,472	2,596
結構比	100.00	15.59	13.55	11.27	2.01	2.11
大 企 業	375	167	28	33	2	8

資料來源：同附表 9。

附表 10 2011 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	台北市	高雄市	新北市	基隆市	宜蘭縣
資訊及通訊傳播業	16,906	7,430	1,171	2,849	140	140
中小企業	16,201	6,986	1,145	2,759	138	137
結構比	100.00	43.12	7.07	17.03	0.85	0.85
大 企 業	705	444	26	90	2	3
金融及保險業	16,131	6,564	1,623	1,945	143	128
中小企業	13,918	5,531	1,439	1,683	133	101
結構比	100.00	39.74	10.34	12.09	0.96	0.73
大 企 業	2,213	1,033	184	262	10	27
不動產業	26,300	6,836	2,354	4,235	210	525
中小企業	25,108	6,367	2,258	4,029	207	519
結構比	100.00	25.36	8.99	16.05	0.82	2.07
大 企 業	1,192	469	96	206	3	6
專業、科學及技術服務業	38,752	13,423	3,443	6,176	343	476
中小企業	38,056	12,967	3,425	6,095	343	475
結構比	100.00	34.07	9.00	16.02	0.90	1.25
大 企 業	698	456	18	81	0	1
支援服務業	29,115	4,656	3,328	3,875	467	581
中小企業	28,750	4,496	3,288	3,827	466	580
結構比	100.00	15.64	11.44	13.31	1.62	2.02
大 企 業	365	160	40	48	1	1
教育服務業	1,275	363	201	153	9	15
中小企業	1,267	359	201	152	9	15
結構比	100.00	28.33	15.86	12.00	0.71	1.18
大 企 業	8	4	0	1	0	0
醫療保健及社會工作服務業	391	120	48	45	9	8
中小企業	382	114	47	44	9	8
結構比	100.00	29.84	12.30	11.52	2.36	2.09
大 企 業	9	6	1	1	0	0
藝術、娛樂及休閒服務業	22,682	3,151	2,844	2,784	350	517
中小企業	22,579	3,113	2,834	2,773	349	515
結構比	100.00	13.79	12.55	12.28	1.55	2.28
大 企 業	103	38	10	11	1	2
其他服務業	73,692	8,722	10,279	8,068	1,365	1,582
中小企業	73,510	8,665	10,260	8,048	1,364	1,578
結構比	100.00	11.79	13.96	10.95	1.86	2.15
大 企 業	182	57	19	20	1	4

資料來源：同附表 9。

附表 10 2011 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	桃園縣	新竹市	新竹縣	苗栗縣	台中市	彰化縣
總 計	100,287	24,869	23,742	25,479	169,779	68,321
中小企業	97,654	24,114	22,954	25,122	166,388	67,352
結構比	7.63	1.88	1.79	1.96	13.00	5.26
大 企 業	2,633	755	788	357	3,391	969
農林漁牧業	484	238	108	140	325	442
中小企業	482	238	107	139	322	440
結構比	4.17	2.06	0.92	1.20	2.78	3.80
大 企 業	2	0	1	1	3	2
礦業及土石採取業	58	18	46	83	100	33
中小企業	58	18	46	82	100	33
結構比	4.66	1.45	3.69	6.59	8.03	2.65
大 企 業	0	0	0	1	0	0
製造業	11,749	2,555	2,566	2,910	30,502	17,100
中小企業	10,931	2,325	2,258	2,775	29,892	16,840
結構比	8.05	1.71	1.66	2.04	22.02	12.40
大 企 業	818	230	308	135	610	260
電力及燃氣供應業	26	7	10	13	44	24
中小企業	16	3	6	10	28	18
結構比	5.44	1.02	2.04	3.40	9.52	6.12
大 企 業	10	4	4	3	16	6
用水供應及污染整治業	747	162	182	207	880	394
中小企業	692	156	169	202	850	370
結構比	9.99	2.25	2.44	2.91	12.27	5.34
大 企 業	55	6	13	5	30	24
營造業	8,865	2,052	2,527	2,619	12,617	4,056
中小企業	8,796	2,026	2,506	2,608	12,470	4,040
結構比	8.89	2.05	2.53	2.63	12.60	4.08
大 企 業	69	26	21	11	147	16
批發及零售業	51,048	11,935	11,217	12,107	80,358	31,499
中小企業	49,783	11,640	10,887	11,952	78,367	30,938
結構比	7.64	1.79	1.67	1.83	12.02	4.75
大 企 業	1,265	295	330	155	1,991	561
運輸及倉儲業	2,080	346	381	428	2,875	877
中小企業	2,009	332	372	420	2,796	860
結構比	6.61	1.09	1.22	1.38	9.20	2.83
大 企 業	71	14	9	8	79	17
住宿及餐飲業	8,505	2,710	2,387	2,741	14,272	4,866
中小企業	8,476	2,699	2,383	2,738	14,236	4,862
結構比	6.90	2.20	1.94	2.23	11.59	3.96
大 企 業	29	11	4	3	36	4

資料來源：同附表 9。

附表 10 2011 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	桃園縣	新竹市	新竹縣	苗栗縣	台中市	彰化縣
資訊及通訊傳播業	892	346	212	163	1,692	300
中小企業	869	314	201	159	1,660	297
結構比	5.36	1.94	1.24	0.98	10.25	1.83
大企業	23	32	11	4	32	3
金融及保險業	925	325	198	167	1,631	432
中小企業	800	268	174	149	1,441	387
結構比	5.75	1.93	1.25	1.07	10.35	2.78
大企業	125	57	24	18	190	45
不動產業	2,178	665	650	423	3,690	724
中小企業	2,100	631	622	417	3,524	710
結構比	8.36	2.51	2.48	1.66	14.03	2.83
大企業	78	34	28	6	166	14
專業、科學及技術服務業	2,524	702	569	392	5,071	908
中小企業	2,495	677	546	390	5,033	903
結構比	6.56	1.78	1.43	1.02	13.23	2.37
大企業	29	25	23	2	38	5
支援服務業	2,741	710	637	687	3,848	986
中小企業	2,709	695	630	686	3,820	981
結構比	9.42	2.42	2.19	2.39	13.29	3.41
大企業	32	15	7	1	28	5
教育服務業	87	48	23	5	137	37
中小企業	86	47	23	5	137	37
結構比	6.79	3.71	1.82	0.39	10.81	2.92
大企業	1	1	0	0	0	0
醫療保健及社會工作服務業	14	8	9	4	36	13
中小企業	14	8	9	4	35	13
結構比	3.66	2.09	2.36	1.05	9.16	3.40
大企業	0	0	0	0	1	0
藝術、娛樂及休閒服務業	1,762	423	476	593	2,274	1,117
中小企業	1,750	422	473	591	2,268	1,116
結構比	7.75	1.87	2.09	2.62	10.04	4.94
大企業	12	1	3	2	6	1
其他服務業	5,602	1,619	1,544	1,797	9,427	4,513
中小企業	5,588	1,615	1,542	1,795	9,409	4,507
結構比	7.60	2.20	2.10	2.44	12.80	6.13
大企業	14	4	2	2	18	6

資料來源：同附表 9。

附表 10 2011 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	南投縣	雲林縣	嘉義市	嘉義縣	台南市	屏東縣
總 計	23,987	28,357	17,194	19,704	102,197	35,573
中小企業	23,736	27,989	16,978	19,456	100,384	35,163
結構比	1.85	2.19	1.33	1.52	7.84	2.75
大 企 業	251	368	216	248	1,813	410
農林漁牧業	305	201	43	184	301	424
中小企業	303	199	43	179	299	421
結構比	2.62	1.72	0.37	1.55	2.58	3.64
大 企 業	2	2	0	5	2	3
礦業及土石採取業	61	41	4	9	35	46
中小企業	61	41	4	9	35	46
結構比	4.90	3.29	0.32	0.72	2.81	3.69
大 企 業	0	0	0	0	0	0
製造業	1,699	1,918	915	1,964	12,648	1,537
中小企業	1,637	1,872	912	1,914	12,199	1,475
結構比	1.21	1.38	0.67	1.41	8.99	1.09
大 企 業	62	46	3	50	449	62
電力及燃氣供應業	10	8	3	12	31	16
中小企業	4	4	1	8	23	12
結構比	1.36	1.36	0.34	2.72	7.82	4.08
大 企 業	6	4	2	4	8	4
用水供應及污染整治業	127	268	68	184	557	320
中小企業	124	262	66	178	533	309
結構比	1.79	3.78	0.95	2.57	7.69	4.46
大 企 業	3	6	2	6	24	11
營造業	2,218	2,889	986	1,984	6,081	3,043
中小企業	2,213	2,871	979	1,976	6,026	3,030
結構比	2.24	2.90	0.99	2.00	6.09	3.06
大 企 業	5	18	7	8	55	13
批發及零售業	12,417	16,052	9,043	10,094	52,189	18,411
中小企業	12,286	15,823	8,888	9,955	51,162	18,151
結構比	1.88	2.43	1.36	1.53	7.85	2.78
大 企 業	131	229	155	139	1,027	260
運輸及倉儲業	481	588	416	718	1,253	556
中小企業	478	581	408	715	1,223	554
結構比	1.57	1.91	1.34	2.35	4.02	1.82
大 企 業	3	7	8	3	30	2
住宿及餐飲業	2,811	2,158	2,306	1,728	12,397	4,764
中小企業	2,800	2,158	2,303	1,728	12,383	4,759
結構比	2.28	1.76	1.87	1.41	10.08	3.87
大 企 業	11	0	3	0	14	5

資料來源：同附表 9。

附表 10 2011 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	南投縣	雲林縣	嘉義市	嘉義縣	台南市	屏東縣
資訊及通訊傳播業	122	132	128	57	686	173
中小企業	120	127	126	54	675	170
結構比	0.74	0.78	0.78	0.33	4.17	1.05
大企業	2	5	2	3	11	3
金融及保險業	142	203	222	92	888	238
中小企業	125	175	202	79	782	212
結構比	0.90	1.26	1.45	0.57	5.62	1.52
大企業	17	28	20	13	106	26
不動產業	284	345	371	166	1,535	437
中小企業	282	331	364	161	1,489	432
結構比	1.12	1.32	1.45	0.64	5.93	1.72
大企業	2	14	7	5	46	5
專業、科學及技術服務業	418	368	394	221	2,153	537
中小企業	418	366	392	220	2,143	533
結構比	1.10	0.96	1.03	0.58	5.63	1.40
大企業	0	2	2	1	10	4
支援服務業	637	502	461	503	2,138	832
中小企業	635	501	459	501	2,120	831
結構比	2.21	1.74	1.60	1.74	7.37	2.89
大企業	2	1	2	2	18	1
教育服務業	18	15	13	9	90	21
中小企業	18	15	13	9	89	21
結構比	1.42	1.18	1.03	0.71	7.02	1.66
大企業	0	0	0	0	1	0
醫療保健及社會工作服務業	15	7	5	0	28	8
中小企業	15	7	5	0	28	8
結構比	3.93	1.83	1.31	0.00	7.33	2.09
大企業	0	0	0	0	0	0
藝術、娛樂及休閒服務業	728	678	387	417	1,830	1,212
中小企業	725	677	386	416	1,824	1,210
結構比	3.21	3.00	1.71	1.84	8.08	5.36
大企業	3	1	1	1	6	2
其他服務業	1,494	1,984	1,430	1,362	7,357	2,998
中小企業	1,492	1,979	1,428	1,354	7,351	2,989
結構比	2.03	2.69	1.94	1.84	10.00	4.07
大企業	2	5	2	8	6	9

資料來源：同附表 9。

附表 10 2011 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	台東縣	金門縣	連江縣
總 計	6,042	19,312	11,845	11,880	863
中小企業	6,017	19,152	11,762	11,847	857
結構比	0.47	1.50	0.92	0.93	0.07
大 企 業	25	160	83	33	6
農林漁牧業	23	162	169	29	4
中小企業	23	162	169	29	4
結構比	0.20	1.40	1.46	0.25	0.03
大 企 業	0	0	0	0	0
礦業及土石採取業	8	203	73	7	0
中小企業	8	200	73	7	0
結構比	0.64	16.06	5.86	0.56	0.00
大 企 業	0	3	0	0	0
製造業	260	635	294	189	29
中小企業	260	627	294	188	28
結構比	0.19	0.46	0.22	0.14	0.02
大 企 業	0	8	0	1	1
電力及燃氣供應業	1	9	7	3	1
中小企業	0	6	6	1	0
結構比	0.00	2.04	2.04	0.34	0.00
大 企 業	1	3	1	2	1
用水供應及污染整治業	17	110	75	24	8
中小企業	17	107	72	23	8
結構比	0.25	1.54	1.04	0.33	0.12
大 企 業	0	3	3	1	0
營造業	375	1,947	767	553	108
中小企業	375	1,943	756	548	108
結構比	0.38	1.96	0.76	0.55	0.11
大 企 業	0	4	11	5	0
批發及零售業	3,187	9,630	6,253	9,659	266
中小企業	3,173	9,535	6,209	9,645	265
結構比	0.49	1.46	0.95	1.48	0.04
大 企 業	14	95	44	14	1
運輸及倉儲業	324	367	155	182	86
中小企業	321	360	151	175	84
結構比	1.06	1.18	0.50	0.58	0.28
大 企 業	3	7	4	7	2
住宿及餐飲業	847	3,114	1,998	494	184
中小企業	845	3,103	1,994	494	184
結構比	0.69	2.53	1.62	0.40	0.15
大 企 業	2	11	4	0	0

資料來源：同附表 9。

附表 10 2011 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	台東縣	金門縣	連江縣
資訊及通訊傳播業	41	105	91	29	7
中小企業	39	102	89	28	6
結構比	0.24	0.63	0.55	0.17	0.04
大企業	2	3	2	1	1
金融及保險業	32	123	79	29	2
中小企業	30	106	72	27	2
結構比	0.22	0.76	0.52	0.19	0.01
大企業	2	17	7	2	0
不動產業	92	332	170	77	1
中小企業	91	329	167	77	1
結構比	0.36	1.31	0.67	0.31	0.00
大企業	1	3	3	0	0
專業、科學及技術服務業	45	333	144	97	17
中小企業	45	332	144	97	17
結構比	0.12	0.87	0.38	0.25	0.04
大企業	0	1	0	0	0
支援服務業	334	587	395	166	44
中小企業	334	587	394	166	44
結構比	1.16	2.04	1.37	0.58	0.15
大企業	0	0	1	0	0
教育服務業	5	12	11	3	0
中小企業	5	12	11	3	0
結構比	0.39	0.95	0.87	0.24	0.00
大企業	0	0	0	0	0
醫療保健及社會工作服務業	0	6	6	2	0
中小企業	0	6	6	2	0
結構比	0.00	1.57	1.57	0.52	0.00
大企業	0	0	0	0	0
藝術、娛樂及休閒服務業	124	427	410	116	62
中小企業	124	425	410	116	62
結構比	0.55	1.88	1.82	0.51	0.27
大企業	0	2	0	0	0
其他服務業	327	1,210	748	221	44
中小企業	327	1,210	745	221	44
結構比	0.44	1.65	1.01	0.30	0.06
大企業	0	0	3	0	0

資料來源：同附表 9。

附表 11 2011 年各縣市企業銷售值－按行業及規模別

單位：百萬元；%

縣市別 行業別及規模別	總 計	台北市	高雄市	新北市	基隆市	宜蘭縣
總 計	37,881,681	12,216,800	4,181,297	4,177,230	166,243	254,303
中小企業	11,226,933	1,828,023	1,259,396	1,874,483	88,267	146,573
結構比	100.00	16.28	11.22	16.70	0.79	1.31
大 企 業	26,654,747	10,388,777	2,921,901	2,302,746	77,976	107,731
農林漁牧業	33,843	5,503	6,966	1,692	131	791
中小企業	18,321	1,168	5,861	996	131	688
結構比	100.00	6.38	31.99	5.44	0.71	3.76
大 企 業	15,522	4,335	1,105	*	0	*
礦業及土石採取業	46,953	5,707	5,597	3,545	5,234	2,860
中小企業	37,568	2,811	1,917	2,489	5,234	2,638
結構比	100.00	7.48	5.10	6.63	13.93	7.02
大 企 業	9,386	2,896	3,680	1,056	0	*
製造業	14,122,135	2,034,606	1,873,861	1,506,753	26,969	94,026
中小企業	4,338,874	227,965	439,157	717,915	11,169	55,545
結構比	100.00	5.25	10.12	16.55	0.26	1.28
大 企 業	9,783,261	1,806,641	1,434,705	788,838	15,800	38,482
電力及燃氣供應業	833,515	74,171	154,462	45,118	10,186	539
中小企業	3,372	480	503	608	126	102
結構比	100.00	14.25	14.93	18.04	3.73	3.04
大 企 業	830,143	73,691	153,959	44,510	*	*
用水供應及污染整治業	190,891	30,118	36,163	18,304	1,840	1,070
中小企業	55,021	6,331	7,918	8,248	762	599
結構比	100.00	11.51	14.39	14.99	1.39	1.09
大 企 業	135,869	23,788	28,245	10,056	1,078	*
營造業	2,079,702	597,416	247,393	269,909	12,765	28,613
中小企業	1,193,584	199,080	162,372	208,779	12,459	21,043
結構比	100.00	16.68	13.60	17.49	1.04	1.76
大 企 業	886,119	398,336	85,021	61,130	*	7,570
批發及零售業	13,723,088	5,211,794	1,448,983	1,786,623	52,755	87,247
中小企業	4,085,832	934,862	472,737	738,187	34,213	44,021
結構比	100.00	22.88	11.57	18.07	0.84	1.08
大 企 業	9,637,256	4,276,932	976,247	1,048,436	18,542	43,226
運輸及倉儲業	1,005,769	480,863	114,289	93,018	32,108	9,889
中小企業	261,337	50,937	46,553	30,789	10,932	6,654
結構比	100.00	19.49	17.81	11.78	4.18	2.55
大 企 業	744,432	429,926	67,736	62,229	21,176	3,235
住宿及餐飲業	420,527	139,345	46,822	40,824	4,083	7,532
中小企業	297,131	77,849	33,922	35,569	3,794	5,010
結構比	100.00	26.20	11.42	11.97	1.28	1.69
大 企 業	123,396	61,496	12,900	5,255	*	2,523

資料來源：同附表 9。

附表 11 2011 年各縣市企業銷售值－按行業及規模別（續 1）

單位：百萬元；%

縣市別 行業別及規模別	總 計	台北市	高雄市	新北市	基隆市	宜蘭縣
資訊及通訊傳播業	906,897	630,244	37,435	82,916	5,441	3,578
中小企業	100,770	56,695	5,601	15,077	509	421
結構比	100.00	56.26	5.56	14.96	0.51	0.42
大 企 業	806,127	573,550	31,834	67,838	*	*
金融及保險業	2,451,486	1,985,280	79,282	89,917	6,031	7,646
中小企業	195,036	66,385	21,034	24,284	2,758	1,962
結構比	100.00	34.04	10.78	12.45	1.41	1.01
大 企 業	2,256,450	1,918,895	58,248	65,634	3,273	5,684
不動產業	825,421	385,743	56,428	122,789	2,755	3,306
中小企業	175,783	52,877	15,695	27,746	906	2,295
結構比	100.00	30.08	8.93	15.78	0.52	1.31
大 企 業	649,638	332,866	40,734	95,043	*	1,011
專業、科學及技術服務業	618,877	347,447	19,772	57,752	1,058	1,165
中小企業	181,488	85,397	12,761	28,096	1,058	1,061
結構比	100.00	47.05	7.03	15.48	0.58	0.58
大 企 業	437,389	262,050	7,011	29,656	0	*
支援服務業	341,936	194,918	26,025	30,055	2,008	1,697
中小企業	121,455	29,061	14,179	16,558	1,784	1,582
結構比	100.00	23.93	11.67	13.63	1.47	1.30
大 企 業	220,481	165,857	11,846	13,497	*	*
教育服務業	8,138	2,634	917	1,093	14	49
中小企業	6,057	1,704	917	847	14	49
結構比	100.00	28.13	15.14	13.98	0.24	0.82
大 企 業	2,082	930	0	*	0	0
醫療保健及社會工作服務業	4,728	3,092	463	251	22	3
中小企業	1,920	986	243	120	22	3
結構比	100.00	51.34	12.63	6.23	1.12	0.17
大 企 業	2,807	2,106	220	*	0	0
藝術、娛樂及休閒服務業	73,876	24,214	6,923	7,749	893	1,591
中小企業	46,376	11,896	5,517	5,553	778	854
結構比	100.00	25.65	11.90	11.97	1.68	1.84
大 企 業	27,500	12,318	1,406	2,196	*	*
其他服務業	193,900	63,704	19,514	18,923	1,950	2,701
中小企業	107,008	21,540	12,510	12,623	1,619	2,046
結構比	100.00	20.13	11.69	11.80	1.51	1.91
大 企 業	86,891	42,164	7,004	6,300	*	655

附 註：為保護個別廠商之財務資料，家數小於 3 之銷售值（包括內銷值及出口值）以「*」表示。
資料來源：同附表 9。

附表 11 2010 年各縣市企業銷售值－按行業及規模別（續 2）

單位：百萬元；%

縣市別 行業別及規模別	桃園縣	新竹市	新竹縣	苗栗縣	台中市	彰化縣
總 計	3,596,773	1,593,598	967,210	617,574	3,575,047	1,291,514
中小企業	1,134,205	185,351	202,861	240,536	1,603,292	566,436
結構比	10.10	1.65	1.81	2.14	14.28	5.05
大 企 業	2,462,568	1,408,247	764,349	377,038	1,971,754	725,079
農林漁牧業	1,685	137	555	501	1,668	2,039
中小企業	1,083	137	222	292	965	1,420
結構比	5.91	0.75	1.21	1.59	5.27	7.75
大 企 業	*	0	*	*	*	*
礦業及土石採取業	1,435	186	2,042	1,887	4,694	372
中小企業	1,435	186	2,042	1,080	4,694	372
結構比	3.82	0.50	5.44	2.87	12.49	0.99
大 企 業	0	0	0	*	0	0
製造業	1,563,385	1,113,267	536,134	339,104	1,508,700	625,494
中小企業	544,880	52,968	74,245	146,740	728,890	308,822
結構比	12.56	1.22	1.71	3.38	16.80	7.12
大 企 業	1,018,505	1,060,299	461,889	192,364	779,810	316,672
電力及燃氣供應業	97,368	61,067	11,706	56,317	88,986	36,000
中小企業	252	*	33	79	286	162
結構比	7.48	2.28	0.99	2.33	8.49	4.80
大 企 業	97,115	60,990	11,673	*	88,700	35,838
用水供應及污染整治業	35,550	3,345	5,073	2,291	17,988	9,497
中小企業	7,115	1,186	1,372	1,170	7,318	2,580
結構比	12.93	2.16	2.49	2.13	13.30	4.69
大 企 業	28,435	2,159	3,701	1,122	10,670	6,918
營造業	140,213	42,129	37,582	23,305	239,798	200,206
中小企業	115,464	28,664	27,601	19,913	157,109	36,282
結構比	9.67	2.40	2.31	1.67	13.16	3.04
大 企 業	24,749	13,465	9,982	3,391	82,688	163,925
批發及零售業	1,407,812	238,659	234,999	157,856	1,294,451	346,584
中小企業	347,060	70,532	68,292	49,845	531,616	175,429
結構比	8.49	1.73	1.67	1.22	13.01	4.29
大 企 業	1,060,752	168,127	166,706	108,011	762,835	171,156
運輸及倉儲業	117,018	6,589	8,248	5,413	58,046	11,162
中小企業	26,781	3,074	4,316	4,153	28,416	8,512
結構比	10.25	1.18	1.65	1.59	10.87	3.26
大 企 業	90,238	3,515	3,932	1,260	29,630	2,650
住宿及餐飲業	32,988	10,079	7,303	5,267	47,300	8,772
中小企業	23,806	7,379	5,817	4,779	36,396	8,226
結構比	8.01	2.48	1.96	1.61	12.25	2.77
大 企 業	9,182	2,700	1,486	*	10,904	546

資料來源：同附表 9。

附表 11 2010 年各縣市企業銷售值－按行業及規模別（續 3）

單位：百萬元；%

縣市別 行業別及規模別	桃園縣	新竹市	新竹縣	苗栗縣	台中市	彰化縣
資訊及通訊傳播業	13,083	26,102	16,278	5,134	39,947	9,125
中小企業	3,591	2,033	1,784	689	7,841	894
結構比	3.56	2.02	1.77	0.68	7.78	0.89
大企業	9,493	24,069	14,494	4,446	32,105	*
金融及保險業	58,227	25,278	9,373	6,348	82,218	17,249
中小企業	12,075	3,537	2,540	2,739	21,029	7,632
結構比	6.19	1.81	1.30	1.40	10.78	3.91
大企業	46,151	21,741	6,833	3,609	61,189	9,617
不動產業	53,552	22,081	14,762	4,798	106,948	8,373
中小企業	15,104	4,626	4,892	2,706	23,256	4,284
結構比	8.59	2.63	2.78	1.54	13.23	2.44
大企業	38,448	17,455	9,869	2,092	83,692	4,090
專業、科學及技術服務業	31,707	28,655	73,508	1,511	34,810	3,081
中小企業	11,020	3,571	3,037	1,031	19,928	1,924
結構比	6.07	1.97	1.67	0.57	10.98	1.06
大企業	20,687	25,084	70,471	*	14,883	1,157
支援服務業	20,174	10,017	4,524	2,636	21,166	4,124
中小企業	12,794	3,211	3,180	2,481	15,421	2,800
結構比	10.53	2.64	2.62	2.04	12.70	2.31
大企業	7,380	6,806	1,344	*	5,745	1,324
教育服務業	973	471	89	30	798	154
中小企業	308	359	89	30	798	154
結構比	5.09	5.93	1.47	0.50	13.17	2.54
大企業	*	*	0	0	0	0
醫療保健及社會工作服務業	58	7	44	4	491	21
中小企業	58	7	44	4	140	21
結構比	3.03	0.35	2.28	0.18	7.30	1.11
大企業	0	0	0	0	*	0
藝術、娛樂及休閒服務業	5,579	1,316	2,446	1,181	6,726	1,572
中小企業	3,249	1,149	1,127	798	5,506	1,424
結構比	7.01	2.48	2.43	1.72	11.87	3.07
大企業	2,330	*	*	*	1,220	*
其他服務業	15,964	4,212	2,544	3,991	20,312	7,689
中小企業	8,131	2,652	2,227	2,008	13,681	5,499
結構比	7.60	2.48	2.08	1.88	12.79	5.14
大企業	7,833	1,559	317	*	*	2,189

資料來源：同附表 9。

附表 11 2011 年各縣市企業銷售值－按行業及規模別（續 4）

單位：百萬元；%

縣市別 行業別及規模別	南投縣	雲林縣	嘉義市	嘉義縣	台南市	屏東縣
總 計	249,113	1,405,555	212,095	265,511	2,461,579	351,650
中小企業	129,141	346,949	97,723	162,311	1,031,318	164,696
結構比	1.15	3.09	0.87	1.45	9.19	1.47
大 企 業	119,972	1,058,606	114,372	103,199	1,430,261	186,954
農林漁牧業	1,375	1,061	98	1,450	5,496	1,886
中小企業	800	661	98	449	1,414	1,127
結構比	4.36	3.61	0.53	2.45	7.72	6.15
大 企 業	*	*	0	*	*	759
礦業及土石採取業	1,387	1,031	36	452	483	1,974
中小企業	1,387	1,031	36	452	483	1,974
結構比	3.69	2.74	0.10	1.20	1.29	5.26
大 企 業	0	0	0	0	0	0
製造業	102,517	1,150,606	27,600	133,716	1,347,691	100,890
中小企業	44,839	220,618	21,519	92,289	593,524	41,587
結構比	1.03	5.08	0.50	2.13	13.68	0.96
大 企 業	57,679	929,988	*	41,427	754,167	59,303
電力及燃氣供應業	12,547	31,043	*	11,068	88,174	13,443
中小企業	35	16	*	66	152	115
結構比	1.04	0.46	0.16	1.97	4.52	3.41
大 企 業	12,512	31,028	*	11,002	88,021	13,328
用水供應及污染整治業	1,297	3,198	938	2,640	12,836	5,349
中小企業	878	2,154	404	1,277	3,466	1,171
結構比	1.60	3.92	0.73	2.32	6.30	2.13
大 企 業	*	1,043	*	1,362	9,370	4,178
營造業	17,846	43,855	15,280	18,192	80,253	28,944
中小企業	16,641	41,415	12,744	16,452	61,161	25,652
結構比	1.39	3.47	1.07	1.38	5.12	2.15
大 企 業	1,205	2,440	2,536	1,740	19,092	3,291
批發及零售業	77,879	134,294	122,279	77,212	767,315	155,601
中小企業	44,649	61,895	44,604	40,148	286,005	68,585
結構比	1.09	1.51	1.09	0.98	7.00	1.68
大 企 業	33,230	72,399	77,675	37,064	481,310	87,017
運輸及倉儲業	4,647	10,134	4,663	3,996	26,325	4,394
中小企業	4,005	4,588	3,052	2,451	14,656	3,847
結構比	1.53	1.76	1.17	0.94	5.61	1.47
大 企 業	*	5,546	1,611	*	11,670	*
住宿及餐飲業	8,513	3,560	7,485	2,615	22,965	9,446
中小企業	5,897	3,560	4,475	2,615	20,030	6,931
結構比	1.98	1.20	1.51	0.88	6.74	2.33
大 企 業	2,615	0	*	0	2,935	2,515

資料來源：同附表 9。

附表 11 2011 年各縣市企業銷售值－按行業及規模別（續 5）

單位：百萬元；%

縣市別 行業別及規模別	南投縣	雲林縣	嘉義市	嘉義縣	台南市	屏東縣
資訊及通訊傳播業	3,854	4,969	4,676	1,851	10,416	5,363
中小企業	423	351	518	333	2,816	380
結構比	0.42	0.35	0.51	0.33	2.79	0.38
大企業	*	4,618	*	*	7,600	*
金融及保險業	6,409	8,844	8,004	3,796	38,771	9,918
中小企業	2,849	2,830	3,007	896	11,766	3,804
結構比	1.46	1.45	1.54	0.46	6.03	1.95
大企業	3,560	6,015	4,996	2,900	27,005	6,114
不動產業	1,300	4,819	3,921	1,976	24,436	2,810
中小企業	1,054	2,108	2,275	858	9,941	1,813
結構比	0.60	1.20	1.29	0.49	5.66	1.03
大企業	*	2,711	1,646	1,118	14,496	997
專業、科學及技術服務業	1,263	1,357	1,686	686	9,831	1,901
中小企業	1,263	1,080	1,044	586	6,320	1,017
結構比	0.70	0.60	0.58	0.32	3.48	0.56
大企業	0	*	*	*	3,511	884
支援服務業	1,776	1,851	1,642	2,050	11,437	2,051
中小企業	1,520	1,745	1,414	1,498	6,985	1,797
結構比	1.25	1.44	1.16	1.23	5.75	1.48
大企業	*	*	*	*	4,452	*
教育服務業	63	31	95	7	568	81
中小企業	63	31	95	7	440	81
結構比	1.03	0.51	1.58	0.11	7.26	1.34
大企業	0	0	0	0	*	0
醫療保健及社會工作服務業	23	9	14	0	117	13
中小企業	23	9	14	0	117	13
結構比	1.18	0.45	0.72	0.00	6.07	0.66
大企業	0	0	0	0	0	0
藝術、娛樂及休閒服務業	2,154	1,884	808	497	4,167	2,295
中小企業	787	760	701	349	3,277	1,309
結構比	1.70	1.64	1.51	0.75	7.07	2.82
大企業	*	*	*	*	890	*
其他服務業	4,263	3,009	3,083	3,306	10,298	5,290
中小企業	2,029	2,097	1,717	1,584	8,765	3,493
結構比	1.90	1.96	1.60	1.48	8.19	3.26
大企業	*	912	*	1,722	1,533	1,796

資料來源：同附表 9。

附表 11 2011 年各縣市企業銷售值－按行業及規模別（續 6）

單位：百萬元；%

縣市別 行業別及規模別	澎湖縣	花蓮縣	台東縣	金門縣	連江縣
總 計	24,778	160,930	66,268	42,475	4,139
中小企業	16,414	81,416	42,851	22,001	2,689
結構比	0.15	0.73	0.38	0.20	0.02
大 企 業	8,364	79,513	23,417	20,473	1,450
農林漁牧業	45	311	398	49	5
中小企業	45	311	398	49	5
結構比	0.24	1.70	2.17	0.27	0.03
大 企 業	0	0	0	0	0
礦業及土石採取業	434	4,439	1,589	1,569	0
中小企業	434	3,714	1,589	1,569	0
結構比	1.16	9.89	4.23	4.18	0.00
大 企 業	0	*	0	0	0
製造業	354	17,799	4,500	13,695	467
中小企業	354	10,416	4,500	913	20
結構比	0.01	0.24	0.10	0.02	0.00
大 企 業	0	7,383	0	*	*
電力及燃氣供應業	1,102	27,023	2,318	*	*
中小企業	0	224	47	*	0
結構比	0.00	6.64	1.38	0.05	0.00
大 企 業	1,102	26,799	*	*	*
用水供應及污染整治業	123	851	1,979	361	77
中小企業	123	427	318	127	77
結構比	0.22	0.78	0.58	0.23	0.14
大 企 業	0	*	*	*	0
營造業	3,547	16,199	9,344	5,871	1,041
中小企業	3,547	13,153	7,241	5,770	1,041
結構比	0.30	1.10	0.61	0.48	0.09
大 企 業	0	3,046	2,103	102	0
批發及零售業	11,952	64,847	29,171	13,654	1,122
中小企業	7,342	35,907	19,440	9,575	889
結構比	0.18	0.88	0.48	0.23	0.02
大 企 業	4,610	28,940	9,731	4,079	*
運輸及倉儲業	1,957	5,158	4,108	3,025	718
中小企業	946	3,486	1,567	1,303	321
結構比	0.36	1.33	0.60	0.50	0.12
大 企 業	*	1,672	2,541	1,722	*
住宿及餐飲業	1,814	8,419	4,374	838	183
中小企業	1,492	5,176	3,388	838	183
結構比	0.50	1.74	1.14	0.28	0.06
大 企 業	*	3,243	986	0	0

資料來源：同附表 9。

附表 11 2011 年各縣市企業銷售值－按行業及規模別（續 7）

單位：百萬元；%

縣市別 行業別及規模別	澎湖縣	花蓮縣	台東縣	金門縣	連江縣
資訊及通訊傳播業	854	3,071	1,768	618	174
中小企業	91	372	188	151	11
結構比	0.09	0.37	0.19	0.15	0.01
大企業	*	*	*	*	*
金融及保險業	903	5,112	2,446	422	11
中小企業	497	2,000	1,190	210	11
結構比	0.25	1.03	0.61	0.11	0.01
大企業	*	3,112	1,257	*	0
不動產業	523	2,240	1,401	458	0
中小企業	374	1,701	815	458	0
結構比	0.21	0.97	0.46	0.26	0.00
大企業	*	*	*	0	0
專業、科學及技術服務業	46	1,045	315	252	28
中小企業	46	653	315	252	28
結構比	0.03	0.36	0.17	0.14	0.02
大企業	0	*	0	0	0
支援服務業	624	1,660	1,000	476	26
中小企業	624	1,660	658	476	26
結構比	0.51	1.37	0.54	0.39	0.02
大企業	0	0	*	0	0
教育服務業	2	36	31	*	0
中小企業	2	36	31	*	0
結構比	0.03	0.60	0.51	0.01	0.00
大企業	0	0	0	0	0
醫療保健及社會工作服務業	0	61	36	*	0
中小企業	0	61	36	*	0
結構比	0.00	3.19	1.87	0.09	0.00
大企業	0	0	0	0	0
藝術、娛樂及休閒服務業	164	1,167	393	114	42
中小企業	164	628	393	114	42
結構比	0.35	1.35	0.85	0.25	0.09
大企業	0	*	0	0	0
其他服務業	334	1,490	1,095	192	35
中小企業	334	1,490	735	192	35
結構比	0.31	1.39	0.69	0.18	0.03
大企業	0	0	*	0	0

資料來源：同附表 9。

附表 12 2011 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		1,310,791	126,805	369,400	52	11
中小企業		1,279,784	109,465	362,162	50	10
結構比		100.00	8.55	28.30	0.00	0.00
大 企 業		31,007	17,340	7,238	2	1
農林漁牧業		11,611	984	843	1	2
中小企業		11,568	956	836	1	2
結構比		100.00	8.26	7.23	0.01	0.02
大 企 業		43	28	7	0	0
礦業及土石採取業		1,266	353	481	0	0
中小企業		1,245	333	480	0	0
結構比		100.00	26.75	38.55	0.00	0.00
大 企 業		21	20	1	0	0
製造業		141,103	34,385	52,666	3	0
中小企業		135,768	29,202	52,542	3	0
結構比		100.00	21.51	38.70	0.00	0.00
大 企 業		5,335	5,183	124	0	0
電力及燃氣供應業		425	158	123	0	0
中小企業		294	84	112	0	0
結構比		100.00	28.57	38.10	0.00	0.00
大 企 業		131	74	11	0	0
用水供應及污染整治業		7,259	706	2,924	1	0
中小企業		6,930	567	2,809	1	0
結構比		100.00	8.18	40.53	0.01	0.00
大 企 業		329	139	115	0	0
營造業		100,230	6,177	42,962	8	1
中小企業		98,988	5,321	42,619	6	1
結構比		100.00	5.38	43.05	0.01	0.00
大 企 業		1,242	856	343	2	0
批發及零售業		668,996	50,952	199,531	24	2
中小企業		651,955	43,259	193,694	24	1
結構比		100.00	6.64	29.71	0.00	0.00
大 企 業		17,041	7,693	5,837	0	1
運輸及倉儲業		31,420	4,604	9,470	0	2
中小企業		30,405	4,061	9,257	0	2
結構比		100.00	13.36	30.45	0.00	0.01
大 企 業		1,015	543	213	0	0
住宿及餐飲業		123,237	1,703	4,136	2	0
中小企業		122,862	1,502	4,083	2	0
結構比		100.00	1.22	3.32	0.00	0.00
大 企 業		375	201	53	0	0

一 按經營組織型態別

單位：家；%

合 夥	獨 資	外國公司	外國公司 辦 事 處	分公司	其 他
22,034	726,060	3,879	112	33,842	28,596
21,948	725,885	3,164	93	30,854	26,153
1.71	56.72	0.25	0.01	2.41	2.04
86	175	715	19	2,988	2,443
861	8,688	5	0	28	199
861	8,688	5	0	28	191
7.44	75.10	0.04	0.00	0.24	1.65
0	0	0	0	0	8
59	326	2	0	16	29
59	326	2	0	16	29
4.74	26.18	0.16	0.00	1.29	2.33
0	0	0	0	0	0
2,655	49,675	173	9	625	912
2,655	49,674	167	7	625	893
1.96	36.59	0.12	0.01	0.46	0.66
0	1	6	2	0	19
7	53	1	0	18	65
7	52	1	0	9	29
2.38	17.69	0.34	0.00	3.06	9.86
0	1	0	0	9	36
110	3,306	6	2	47	157
109	3,301	5	2	39	97
1.57	47.63	0.07	0.03	0.56	1.40
1	5	1	0	8	60
2,480	48,037	94	17	168	286
2,480	48,028	79	11	168	275
2.51	48.52	0.08	0.01	0.17	0.28
0	9	15	6	0	11
9,537	369,013	2,264	57	21,623	15,993
9,465	368,879	1,835	53	20,245	14,500
1.45	56.58	0.28	0.01	3.11	2.22
72	134	429	4	1,378	1,493
679	12,405	94	8	1,059	3,099
678	12,405	52	7	984	2,959
2.23	40.80	0.17	0.02	3.24	9.73
1	0	42	1	75	140
2,631	111,125	74	0	2,387	1,179
2,626	111,124	73	0	2,299	1,153
2.14	90.45	0.06	0.00	1.87	0.94
5	1	1	0	88	26

資料來源：整理自財政部財稅資料中心，2011 年營業稅徵收原始資料（樣本值加總）。

附表 12 2011 年企業之行業規模別家數

行業別／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
資訊及通訊傳播業		16,906	4,414	7,264	1	0
中小企業		16,201	3,890	7,210	1	0
結構比		100.00	24.01	44.50	0.01	0.00
大 企 業		705	524	54	0	0
金融及保險業		16,131	4,728	3,055	2	1
中小企業		13,918	4,225	3,041	2	1
結構比		100.00	30.36	21.85	0.01	0.01
大 企 業		2,213	503	14	0	0
不動產業		26,300	8,506	11,671	5	3
中小企業		25,108	7,668	11,446	5	3
結構比		100.00	30.54	45.59	0.02	0.01
大 企 業		1,192	838	225	0	0
專業、科學及技術服務業		38,752	5,378	19,466	3	0
中小企業		38,054	4,955	19,333	3	0
結構比		100.00	13.02	50.80	0.01	0.00
大 企 業		698	423	133	0	0
支援服務業		29,115	2,438	9,497	1	0
中小企業		28,750	2,231	9,416	1	0
結構比		100.00	7.76	32.75	0.00	0.00
大 企 業		365	207	81	0	0
教育服務業		1,275	104	314	0	0
中小企業		1,267	101	314	0	0
結構比		100.00	7.97	24.78	0.00	0.00
大 企 業		8	3	0	0	0
醫療保健及社會工作服務業		391	42	70	0	0
中小企業		382	38	68	0	0
結構比		100.00	9.95	17.80	0.00	0.00
大 企 業		9	4	2	0	0
藝術、娛樂及休閒服務業		22,682	555	1,663	1	0
中小企業		22,579	506	1,652	1	0
結構比		100.00	2.24	7.32	0.00	0.00
大 企 業		103	49	11	0	0
其他服務業		73,692	618	3,264	0	0
中小企業		73,510	566	3,250	0	0
結構比		100.00	0.77	4.42	0.00	0.00
大 企 業		182	52	14	0	0

一按經營組織型態別（續）

單位：家；%

合 夥	獨 資	外國公司	外國公司 辦 事 處	分公司	其 他
222	3,581	242	3	470	709
222	3,581	197	1	434	665
1.37	22.10	1.22	0.01	2.68	4.10
0	0	45	2	36	44
137	2,085	295	2	4,581	1,245
137	2,085	210	1	3,324	892
0.98	14.98	1.51	0.01	23.88	6.41
0	0	85	1	1,257	353
511	3,246	108	1	564	1,685
509	3,228	100	1	547	1,601
2.03	12.86	0.40	0.00	2.18	6.38
2	18	8	0	17	84
466	12,275	389	11	259	505
466	12,273	317	9	242	456
1.22	32.25	0.83	0.02	0.64	1.20
0	2	72	2	17	49
434	14,961	49	2	1,237	496
430	14,961	40	1	1,187	483
1.50	52.04	0.14	0.00	4.13	1.68
4	0	9	1	50	13
9	238	4	0	186	420
9	238	4	0	186	415
0.71	18.78	0.32	0.00	14.68	32.75
0	0	0	0	0	5
4	122	7	0	3	143
4	122	7	0	3	140
1.05	31.94	1.83	0.00	0.79	36.65
0	0	0	0	0	3
269	19,557	37	0	217	383
268	19,555	35	0	198	364
1.19	86.61	0.16	0.00	0.88	1.61
1	2	2	0	19	19
963	67,367	35	0	354	1,091
963	67,365	35	0	320	1,011
1.31	91.64	0.05	0.00	0.44	1.38
0	2	0	0	34	80

資料來源：資料來源：同附表 12。

附表 13 2011 年企業之行業家數及銷售值

銷售值級距 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
總 計	家 數	1,310,791	289,415	662,667	109,037	96,098	49,924
	銷售值	37,881,681	46,469	1,012,754	783,519	1,374,742	1,228,804
農 林 業	家 數	11,611	8,571	2,266	253	205	118
	銷售值	33,843	225	2,915	1,787	2,923	2,900
礦 業 及 土 業	家 數	1,266	434	275	106	114	102
	銷售值	46,953	23	571	765	1,651	2,549
製 造 業	家 數	141,103	18,630	51,344	18,957	17,830	9,552
	銷售值	14,122,135	2,300	108,178	136,691	255,905	236,375
電 力 及 燃 氣 供 應 業	家 數	425	79	86	38	41	18
	銷售值	833,515	3	202	255	629	425
用 水 供 應 及 污 染 整 治 業	家 數	7,259	1,833	2,926	647	632	421
	銷售值	190,890	315	4,907	4,667	9,168	10,496
營 造 業	家 數	100,230	20,155	40,669	14,487	11,470	5,141
	銷售值	2,079,702	2,244	89,060	103,686	162,738	126,133
批 發 及 零 售 業	家 數	668,996	131,422	354,808	54,669	50,681	27,143
	銷售值	13,723,088	19,582	521,759	393,430	726,070	667,096
運 輸 及 倉 儲 業	家 數	31,420	11,232	9,069	2,726	2,829	1,986
	銷售值	1,005,769	2,646	16,671	19,897	41,159	49,654
住 宿 及 餐 飲 業	家 數	123,237	22,964	90,299	3,528	3,008	1,349
	銷售值	420,527	5,994	104,501	25,316	43,050	32,861
資 訊 及 通 訊 傳 播 業	家 數	16,906	5,892	6,084	1,579	1,259	521
	銷售值	906,897	456	11,577	11,322	17,971	12,749
金 融 及 保 險 業	家 數	16,131	4,841	4,044	920	909	679
	銷售值	2,451,486	500	6,661	6,617	13,234	16,882
不 動 產 業	家 數	26,300	10,439	7,495	2,638	1,959	901
	銷售值	825,421	324	15,778	19,113	27,767	21,910
專 業、科 學 及 技 術 服 務 業	家 數	38,752	12,799	17,036	3,538	2,437	983
	銷售值	618,877	1,840	29,995	25,326	34,202	24,029
支 援 服 務 業	家 數	29,115	7,817	15,595	2,562	1,472	550
	銷售值	341,936	1,501	27,703	18,000	20,623	13,543
教 育 服 務 業	家 數	1,271	463	485	151	92	44
	銷售值	7,843	57	989	1,044	1,349	1,079
醫 療 保 健 及 社 會 工 作 服 務 業	家 數	391	135	164	36	20	13
	銷售值	4,728	15	291	270	304	286
藝 術、娛 樂 及 休 閒 服 務 業	家 數	22,682	7,777	13,387	666	384	110
	銷售值	73,876	1,464	18,229	4,667	5,549	2,687
其 他 服 務 業	家 數	73,692	23,932	46,635	1,536	756	293
	銷售值	193,900	6,980	52,767	10,667	10,452	7,148

—按銷售值級距

單位：家；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 以 上
21,605	13,512	9,643	7,259	5,688	8,301	17,993	19,649
745,453	603,535	527,630	469,712	425,480	742,177	2,504,841	27,416,567
65	34	20	15	10	11	21	22
2,252	1,523	1,092	969	749	987	2,885	12,637
36	27	15	26	12	22	52	45
1,259	1,204	829	1,676	890	1,978	6,918	26,641
4,426	2,776	2,058	1,666	1,216	1,961	4,403	6,284
152,866	124,277	112,607	107,598	90,921	175,433	620,117	11,998,867
8	8	2	4	4	6	26	105
283	365	108	265	304	533	3,887	826,256
141	106	66	51	47	60	164	165
4,898	4,762	3,632	3,326	3,540	5,310	22,055	113,814
2,066	1,260	847	601	439	646	1,333	1,116
71,066	56,179	46,381	38,924	32,895	57,514	184,203	1,108,678
11,126	6,845	4,840	3,492	2,861	4,068	8,771	8,270
383,775	305,584	264,625	226,020	213,977	363,915	1,219,073	8,418,183
956	534	340	256	217	260	480	535
32,913	23,788	18,677	16,526	16,236	23,172	65,209	679,224
630	399	267	184	102	132	209	166
21,731	17,776	14,609	11,939	7,613	11,741	29,035	94,361
237	197	141	100	91	100	272	433
8,170	8,717	7,778	6,445	6,759	8,827	38,153	767,974
506	436	412	359	328	484	1,073	1,140
17,688	19,625	22,559	23,277	24,523	43,470	146,919	2,109,531
496	358	260	201	138	223	509	683
17,143	15,975	14,267	13,030	10,369	20,108	72,272	577,366
436	256	176	151	92	150	333	365
15,000	11,397	9,632	9,795	6,873	13,398	46,643	390,746
250	154	102	79	75	94	180	185
8,579	6,900	5,553	5,141	5,610	8,303	24,643	195,838
13	11	2	0	0	2	4	4
444	504	102	0	0	195	488	1,593
5	2	2	2	1	2	2	7
174	91	105	127	78	179	251	2,556
74	49	44	36	23	29	67	36
2,563	2,174	2,386	2,323	1,721	2,614	9,186	18,314
134	60	49	35	29	51	94	88
4,651	2,694	2,688	2,266	2,193	4,502	12,902	73,989

資料來源：整理自財政部財稅資料中心，2011 年營業稅徵收原始資料（樣本值加總）。

附表 14 2011 年企業之行業家數

行業別／項目		資本額級距	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
總 計	家 數		1,310,791	527,874	317,218	222,203	128,206	54,351
	結構比		100.00	40.27	24.20	16.95	9.78	4.15
中 小 企 業	家 數		1,279,784	522,545	316,842	220,769	125,389	50,762
	結構比		100.00	40.83	24.76	17.25	9.80	3.97
農 林 業	家 數		11,611	6,167	2,824	1,217	559	487
	結構比		100.00	53.11	24.32	10.48	4.81	4.19
漁 牧 業	家 數		1,266	111	274	330	222	172
	結構比		100.00	8.77	21.64	26.07	17.54	13.59
礦 業 及 土 產 業	家 數		141,103	33,325	23,652	30,768	25,770	11,780
	結構比		100.00	23.62	16.76	21.81	18.26	8.35
製 造 業	家 數		425	106	53	79	44	47
	結構比		100.00	24.94	12.47	18.59	10.35	11.06
電 力 及 燃 氣 供 應 業	家 數		7,259	1,555	2,128	1,513	1,170	506
	結構比		100.00	21.42	29.32	20.84	16.12	6.97
用水供應及污染整 治 業	家 數		100,230	9,230	39,911	29,549	10,757	5,872
	結構比		100.00	9.21	39.82	29.48	10.73	5.86
營 造 業	家 數		668,996	288,805	153,271	114,441	69,738	24,189
	結構比		100.00	43.17	22.91	17.11	10.42	3.62
批 發 及 零 售 業	家 數		31,420	12,533	3,900	4,058	4,299	2,102
	結構比		100.00	39.89	12.41	12.92	13.68	6.69
運 輸 及 倉 儲 業	家 數		123,237	83,681	33,202	3,694	1,081	688
	結構比		100.00	67.90	26.94	3.00	0.88	0.56
住 宿 及 餐 飲 業	家 數		16,906	2,201	4,543	5,085	2,252	1,223
	結構比		100.00	13.02	26.87	30.08	13.32	7.23
資 訊 傳 播 業	家 數		16,131	5,899	1,011	4,189	904	876
	結構比		100.00	36.57	6.27	25.97	5.60	5.43
金 融 及 保 險 業	家 數		26,300	3,189	4,713	6,111	2,241	2,824
	結構比		100.00	12.13	17.92	23.24	8.52	10.74
不 動 產 業	家 數		38,752	6,621	12,099	12,609	4,138	1,763
	結構比		100.00	17.09	31.22	32.54	10.68	4.55
專業、科學及技術 服 務 業	家 數		29,115	7,841	10,480	4,409	4,016	1,349
	結構比		100.00	26.93	36.00	15.14	13.79	4.63
支 援 服 務 業	家 數		1,275	641	286	223	65	32
	結構比		100.00	50.27	22.43	17.49	5.10	2.51
教 育 服 務 業	家 數		391	161	90	62	33	11
	結構比		100.00	41.18	23.02	15.86	8.44	2.81
醫療保健及社會 工 作 服 務 業	家 數		22,682	13,170	7,770	1,022	289	156
	結構比		100.00	58.06	34.26	4.51	1.27	0.69
藝 術 、 娛 樂 及 休 閒 服 務 業	家 數		73,692	52,638	17,011	2,844	628	274
	結構比		100.00	71.43	23.08	3.86	0.85	0.37
其 他 服 務 業	家 數							
	結構比							

—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
25,914	7,043	2,991	4,493	4,002	2,312	6,608	7,576
1.98	0.54	0.23	0.34	0.31	0.18	0.50	0.58
23,003	5,922	2,411	3,601	3,183	916	2,443	1,998
1.80	0.46	0.19	0.28	0.25	0.07	0.19	0.16
230	26	6	18	22	8	24	23
1.98	0.22	0.05	0.16	0.19	0.07	0.21	0.20
82	22	8	11	13	1	9	11
6.48	1.74	0.63	0.87	1.03	0.08	0.71	0.87
5,894	1,474	807	1,053	1,245	729	1,835	2,771
4.18	1.04	0.57	0.75	0.88	0.52	1.30	1.96
18	8	0	4	6	2	12	46
4.24	1.88	0.00	0.94	1.41	0.47	2.82	10.82
168	36	10	40	36	17	34	46
2.31	0.50	0.14	0.55	0.50	0.23	0.47	0.63
2,306	498	164	392	309	133	786	323
2.30	0.50	0.16	0.39	0.31	0.13	0.78	0.32
8,516	2,198	966	1,358	1,207	748	1,806	1,753
1.27	0.33	0.14	0.20	0.18	0.11	0.27	0.26
2,614	1,123	61	304	93	34	138	161
8.32	3.57	0.19	0.97	0.30	0.11	0.44	0.51
339	91	39	56	71	38	115	142
0.28	0.07	0.03	0.05	0.06	0.03	0.09	0.12
484	169	82	188	121	82	176	300
2.86	1.00	0.49	1.11	0.72	0.49	1.04	1.77
784	187	97	309	222	168	548	937
4.86	1.16	0.60	1.92	1.38	1.04	3.40	5.81
3,466	848	214	514	481	260	764	675
13.18	3.22	0.81	1.95	1.83	0.99	2.90	2.57
588	189	65	138	95	49	193	205
1.52	0.49	0.17	0.36	0.25	0.13	0.50	0.53
255	72	448	65	39	21	62	58
0.88	0.25	1.54	0.22	0.13	0.07	0.21	0.20
5	8	2	1	4	1	2	5
0.39	0.63	0.16	0.08	0.31	0.08	0.16	0.39
7	1	2	3	3	1	6	11
1.79	0.26	0.51	0.77	0.77	0.26	1.53	2.81
75	28	9	18	16	10	58	61
0.33	0.12	0.04	0.08	0.07	0.04	0.26	0.27
83	65	11	21	19	10	40	48
0.11	0.09	0.01	0.03	0.03	0.01	0.05	0.07

資料來源：整理自財政部財稅資料中心，2011 年營業稅徵收原始資料（樣本值加總）。

附表 15 2011 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		141,104	135,769	96.22	100.00	5,335	100.00
食品製造業		9,742	9,532	97.84	7.02	210	3.94
飲料製造業		666	645	96.85	0.48	21	0.39
菸草製造業		7	5	71.43	0.00	2	0.04
紡織業		5,219	4,952	94.88	3.65	267	5.00
成衣及服飾品製造業		4,424	4,381	99.03	3.23	43	0.81
皮革、毛皮及其製品製造業		1,688	1,649	97.69	1.21	39	0.73
木竹製品製造業		2,835	2,801	98.80	2.06	34	0.64
紙漿、紙及紙製品製造業		2,925	2,826	96.62	2.08	99	1.86
印刷及資料儲存媒體複製業		7,905	7,845	99.24	5.78	60	1.12
石油及煤製品製造業		193	178	92.23	0.13	15	0.28
化學材料製造業		1,429	1,227	85.86	0.90	202	3.79
化學製品製造業		2,177	2,029	93.20	1.49	148	2.77
藥品製造業		374	264	70.59	0.19	110	2.06
橡膠製品製造業		1,395	1,329	95.27	0.98	66	1.24
塑膠製品製造業		10,179	9,924	97.49	7.31	255	4.78
非金屬礦物製品製造業		3,144	2,982	94.85	2.20	162	3.04
基本金屬製造業		6,098	5,802	95.15	4.27	296	5.55
金屬製品製造業		36,057	35,561	98.62	26.19	496	9.30
電子零組件製造業		5,611	4,581	81.64	3.37	1,030	19.31
電腦、電子產品及光學製品製造業		3,309	2,775	83.86	2.04	534	10.01
電力設備製造業		5,207	4,873	93.59	3.59	334	6.26
機械設備製造業		15,597	15,177	97.31	11.18	420	7.87
汽車及其零件製造業		2,440	2,283	93.57	1.68	157	2.94
其他運輸工具製造業		2,198	2,066	93.99	1.52	132	2.47
家具製造業		2,144	2,120	98.88	1.56	24	0.45
其他製造業		4,535	4,382	96.63	3.23	153	2.87
產業用機械設備維修及安裝業		3,606	3,580	99.28	2.64	26	0.49

資料來源：整理自財政部財稅資料中心，2011 年營業稅徵收原始資料（樣本值加總）。

附表 15-1 2011 年製造業中業別銷售值－按規模別

單位：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		14,122,135	4,338,874	30.72	100.00	9,783,261	100.00
食品製造業		431,799	169,569	39.27	3.91	262,230	2.68
飲料製造業		56,247	33,685	59.89	0.78	22,562	0.23
菸草製造業		15,938	6,163	38.67	0.14	9,775	0.10
紡織業		483,035	123,656	25.60	2.85	359,379	3.67
成衣及服飾品製造業		85,344	56,555	66.27	1.30	28,788	0.29
皮革、毛皮及其製品製造業		85,307	36,720	43.04	0.85	48,587	0.50
木竹製品製造業		45,552	35,562	78.07	0.82	9,990	0.10
紙漿、紙及紙製品製造業		217,899	127,779	58.64	2.94	90,121	0.92
印刷及資料儲存媒體複製業		152,653	82,226	53.86	1.90	70,427	0.72
石油及煤製品製造業		1,198,040	66,568	5.56	1.53	1,131,472	11.57
化學材料製造業		1,061,648	430,593	40.56	9.92	631,055	6.45
化學製品製造業		332,139	76,737	23.10	1.77	255,402	2.61
藥品製造業		83,891	6,726	8.02	0.16	77,164	0.79
橡膠製品製造業		121,128	40,935	33.79	0.94	80,193	0.82
塑膠製品製造業		429,355	264,207	61.54	6.09	165,148	1.69
非金屬礦物製品製造業		345,799	150,155	43.42	3.46	195,644	2.00
基本金屬製造業		1,484,032	271,809	18.32	6.26	1,212,223	12.39
金屬製品製造業		1,075,322	674,842	62.76	15.55	400,480	4.09
電子零組件製造業		3,116,133	578,845	18.58	13.34	2,537,288	25.93
電腦、電子產品及光學製品製造業		814,264	117,003	14.37	2.70	697,262	7.13
電力設備製造業		593,062	219,729	37.05	5.06	373,333	3.82
機械設備製造業		775,293	418,455	53.97	9.64	356,838	3.65
汽車及其零件製造業		539,505	81,467	15.10	1.88	458,038	4.68
其他運輸工具製造業		278,340	83,570	30.02	1.93	194,770	1.99
家具製造業		53,368	42,858	80.31	0.99	10,510	0.11
其他製造業		170,774	85,694	50.18	1.98	85,080	0.87
產業用機械設備維修及安裝業		76,269	56,766	74.43	1.31	19,503	0.20

資料來源：同附表 15。

附表 15-2 2011 年製造業中業別內銷值－按規模別

單位：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		7,795,202	3,157,153	40.50	100.00	4,638,049	100.00
食品製造業		407,715	161,564	39.63	5.12	246,151	5.31
飲料製造業		54,779	33,079	60.39	1.05	21,700	0.47
菸草製造業		13,906	6,163	44.32	0.20	7,743	0.17
紡織業		289,371	100,839	34.85	3.19	188,533	4.06
成衣及服飾品製造業		60,006	38,756	64.59	1.23	21,251	0.46
皮革、毛皮及其製品製造業		37,739	22,209	58.85	0.70	15,530	0.33
木竹製品製造業		40,972	32,440	79.17	1.03	8,532	0.18
紙漿、紙及紙製品製造業		182,335	113,865	62.45	3.61	68,471	1.48
印刷及資料儲存媒體複製業		99,933	73,812	73.86	2.34	26,121	0.56
石油及煤製品製造業		733,822	66,425	9.05	2.10	667,397	14.39
化學材料製造業		648,641	405,580	62.53	12.85	243,061	5.24
化學製品製造業		222,418	61,146	27.49	1.94	161,272	3.48
藥品製造業		71,015	6,454	9.09	0.20	64,561	1.39
橡膠製品製造業		63,171	29,856	47.26	0.95	33,315	0.72
塑膠製品製造業		296,555	210,161	70.87	6.66	86,394	1.86
非金屬礦物製品製造業		221,122	122,336	55.33	3.87	98,786	2.13
基本金屬製造業		1,089,035	223,822	20.55	7.09	865,213	18.65
金屬製品製造業		751,403	555,364	73.91	17.59	196,039	4.23
電子零組件製造業		656,614	150,810	22.97	4.78	505,805	10.91
電腦、電子產品及光學製品製造業		315,245	65,924	20.91	2.09	249,321	5.38
電力設備製造業		371,940	160,163	43.06	5.07	211,777	4.57
機械設備製造業		422,612	273,812	64.79	8.67	148,800	3.21
汽車及其零件製造業		434,809	63,570	14.62	2.01	371,239	8.00
其他運輸工具製造業		133,887	48,253	36.04	1.53	85,634	1.85
家具製造業		33,856	29,631	87.52	0.94	4,225	0.09
其他製造業		80,758	54,528	67.52	1.73	26,230	0.57
產業用機械設備維修及安裝業		61,541	46,593	75.71	1.48	14,948	0.32

資料來源：同附表 15。

附表 15-3 2011 年製造業中業別出口值－按規模別

單位：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		6,326,933	1,181,721	18.68	100.00	5,145,212	100.00
食品製造業		24,084	8,005	33.24	0.68	16,079	0.31
飲料製造業		1,468	606	41.28	0.05	862	0.02
菸草製造業		2,032	0	0.00	0.00	2,032	0.04
紡織業		193,663	22,817	11.78	1.93	170,846	3.32
成衣及服飾品製造業		25,337	17,800	70.25	1.51	7,538	0.15
皮革、毛皮及其製品製造業		47,568	14,511	30.51	1.23	33,057	0.64
木竹製品製造業		4,579	3,122	68.18	0.26	1,457	0.03
紙漿、紙及紙製品製造業		35,564	13,914	39.12	1.18	21,650	0.42
印刷及資料儲存媒體複製業		52,720	8,414	15.96	0.71	44,306	0.86
石油及煤製品製造業		464,218	143	0.03	0.01	464,076	9.02
化學材料製造業		413,006	25,013	6.06	2.12	387,994	7.54
化學製品製造業		109,721	15,592	14.21	1.32	94,129	1.83
藥品製造業		12,875	272	2.11	0.02	12,603	0.24
橡膠製品製造業		57,957	11,079	19.12	0.94	46,877	0.91
塑膠製品製造業		132,800	54,046	40.70	4.57	78,754	1.53
非金屬礦物製品製造業		124,677	27,819	22.31	2.35	96,858	1.88
基本金屬製造業		394,997	47,988	12.15	4.06	347,010	6.74
金屬製品製造業		323,919	119,478	36.89	10.11	204,440	3.97
電子零組件製造業		2,459,518	428,035	17.40	36.22	2,031,483	39.48
電腦、電子產品及光學製品製造業		499,019	51,078	10.24	4.32	447,941	8.71
電力設備製造業		221,122	59,566	26.94	5.04	161,556	3.14
機械設備製造業		352,681	144,643	41.01	12.24	208,039	4.04
汽車及其零件製造業		104,696	17,897	17.09	1.51	86,800	1.69
其他運輸工具製造業		144,453	35,317	24.45	2.99	109,136	2.12
家具製造業		19,512	13,228	67.79	1.12	6,285	0.12
其他製造業		90,016	31,166	34.62	2.64	58,850	1.14
產業用機械設備維修及安裝業		14,728	10,173	69.07	0.86	4,555	0.09

資料來源：同附表 15。

附表 16 2011 年女性企業家數及銷售值－按行業及規模別

單位：家；百萬元；%

行業別／規模別	指 標	家 數			銷售值		
		男女合計	女性企業	結構比	男女合計	女性企業	比 率
總 計	合 計	1,300,559	468,553	36.03	34,182,204	5,057,364	14.80
	中小企業	1,271,506	463,061	36.42	10,873,920	2,595,187	23.87
	大 企 業	29,053	5,492	18.90	23,308,284	2,462,176	10.56
農 漁 牧 業	中小企業	11,563	2,638	22.81	18,310	3,691	20.16
	大 企 業	43	9	20.93	15,522	3,980	25.64
礦 業 及 土 石 採 取 業	中小企業	1,243	283	22.77	37,248	4,921	13.21
	大 企 業	21	1	4.76	9,386	48	0.51
製 造 業	中小企業	135,137	36,682	27.14	4,139,265	666,861	16.11
	大 企 業	4,576	505	11.04	8,207,836	309,684	3.77
電 力 及 燃 氣 供 應 業	中小企業	285	67	23.51	3,286	904	27.52
	大 企 業	126	12	9.52	816,234	5,221	0.64
用 水 供 應 及 污 染 整 治 業	中小企業	6,921	2,077	30.01	54,837	16,436	29.97
	大 企 業	324	78	24.07	133,655	23,442	17.54
營 造 業	中小企業	98,818	24,782	25.08	1,158,777	269,931	23.29
	大 企 業	1,049	223	21.26	776,596	89,441	11.52
批 發 及 零 售 業	中小企業	647,452	246,099	38.01	1,475,943	1,194,783	80.95
	大 企 業	15,966	3,535	22.14	8,149,014	1,482,126	18.19
運 輸 及 倉 儲 業	中小企業	30,165	7,714	25.57	258,954	72,236	27.90
	大 企 業	916	144	15.72	591,312	47,818	8.09
住 宿 及 餐 飲 業	中小企業	121,847	59,227	48.61	275,173	102,275	37.17
	大 企 業	352	74	21.02	106,901	15,808	14.79
資 訊 及 通 訊 傳 播 業	中小企業	15,836	4,771	30.13	95,567	25,524	26.71
	大 企 業	614	89	14.50	733,680	81,495	11.11
金 融 及 保 險 業	中小企業	13,701	4,368	31.88	192,797	45,454	23.58
	大 企 業	2,137	374	17.50	2,160,203	206,696	9.57
不 動 產 業	中小企業	24,974	7,435	29.77	174,767	44,806	25.64
	大 企 業	1,175	248	21.11	641,934	117,224	18.26
專 業、科 學 及 技 術 服 務 業	中小企業	37,454	13,312	35.54	175,374	55,011	31.37
	大 企 業	594	102	17.17	348,045	46,633	13.40
支 援 服 務 業	中小企業	28,629	11,343	39.62	119,351	40,096	33.60
	大 企 業	324	65	20.06	173,209	18,575	10.72
教 育 服 務 業	中小企業	1,239	427	34.46	5,952	1,207	20.27
	大 企 業	7	0	0.00	1,962	0	0.00
醫 療 保 健 及 社 會 工 作 服 務 業	中小企業	376	131	34.84	1,887	698	36.98
	大 企 業	8	0	0.00	2,394	0	0.00
藝 術、娛 樂 及 休 閒 服 務 業	中小企業	22,518	8,013	35.58	45,370	12,485	27.52
	大 企 業	99	15	15.15	27,008	3,348	12.40
其 他 服 務 業	中小企業	73,348	33,692	45.93	106,059	37,867	35.70
	大 企 業	170	18	10.59	76,709	10,637	13.87

附 註：1.本表女性企業係指該企業負責人為女性，但負責人若為法人或外國人，因無法區分性別，統計時未將其納入，因此本統計表未涵蓋全部企業。

2.表中之比率為女性企業占「男女合計」百分比。

資料來源：整理自財政部財稅資料中心，2011 年營業稅徵收原始資料（樣本值加總）。

附表 16-1 2011 年女性企業內銷值及出口值－按行業及規模別

單位：百萬元；%

行業別／規模別		內銷值			出口值		
		男女合計	女性企業	比 率	男女合計	女性企業	比 率
總 計	合 計	25,700,249	4,062,436	15.81	8,481,955	994,928	11.73
	中小企業	9,367,829	2,325,972	24.83	1,506,092	269,215	17.88
	大 企 業	16,332,421	1,736,464	10.63	6,975,863	725,713	10.40
農 漁 業	中小企業	16,331	3,389	20.75	1,979	302	15.24
	大 企 業	13,228	3,564	26.95	2,294	416	18.12
礦 業 及 土 石 採 取 業	中小企業	37,177	4,889	13.15	72	32	45.10
	大 企 業	8,923	48	0.54	462	0	0.00
製 造 業	中小企業	3,081,232	537,130	17.43	1,058,034	129,731	12.26
	大 企 業	4,147,202	171,981	4.15	4,060,634	137,703	3.39
電 力 及 燃 氣 供 應 業	中小企業	3,274	902	27.55	12	2	20.91
	大 企 業	802,713	5,221	0.65	13,521	0	0.00
用 水 供 應 及 污 染 整 治 業	中小企業	53,415	15,996	29.95	1,422	440	30.93
	大 企 業	123,696	22,310	18.04	9,960	1,132	11.37
營 造 業	中小企業	1,150,173	268,105	23.31	8,604	1,826	21.23
	大 企 業	616,249	89,260	14.48	160,347	182	0.11
批 發 及 零 售 業	中小企業	3,596,203	1,063,923	29.58	414,741	130,860	31.55
	大 企 業	5,939,661	920,790	15.50	2,209,353	561,335	25.41
運 輸 及 倉 儲 業	中小企業	250,949	70,072	27.92	8,006	2,164	27.03
	大 企 業	388,495	38,136	9.82	202,816	9,682	4.77
住 宿 及 餐 飲 業	中小企業	275,057	102,223	37.16	116	53	45.28
	大 企 業	106,440	15,808	14.85	460	1	0.18
資 訊 及 通 訊 傳 播 業	中小企業	90,086	24,200	26.86	5,481	1,324	24.15
	大 企 業	649,382	70,342	10.83	84,299	11,153	13.23
金 融 及 保 險 業	中小企業	192,308	45,242	23.53	489	212	43.44
	大 企 業	2,158,908	206,422	9.56	1,295	274	21.17
不 動 產 業	中小企業	174,189	44,575	25.59	578	232	40.08
	大 企 業	639,011	115,512	18.08	2,923	1,712	58.57
專 業、科 學 及 技 術 服 務 業	中小企業	170,126	53,286	31.32	5,248	1,725	32.87
	大 企 業	259,062	45,039	17.39	88,983	1,593	1.79
支 援 服 務 業	中小企業	118,502	39,902	33.67	848	194	22.89
	大 企 業	172,178	18,306	10.63	1,031	269	26.08
教 育 服 務 業	中小企業	5,946	1,206	20.28	6	0	7.81
	大 企 業	1,900	0	0.00	62	0	0.00
醫 療 保 健 及 社 會 工 作 服 務 業	中小企業	1,828	698	38.18	59	0	0.00
	大 企 業	2,307	0	0.00	87	0	0.00
藝 術、娛 樂 及 休 閒 服 務 業	中小企業	45,274	12,432	27.46	96	53	55.68
	大 企 業	26,950	3,344	12.41	58	4	7.22
其 他 服 務 業	中小企業	105,758	37,803	35.74	301	64	21.34
	大 企 業	75,722	10,380	13.71	986	257	26.06

附註及資料來源：同附表 16。

附表 17 2011 年就業人數－按縣市及企業規模別

單位：千人；%

縣市別	規模別	全部 企業	結構比	中小 企業	結構比	(2)/(1)%	大企業	結構比	政府 僱用	結構比
總計		10,709	100.00	8,337	100.00	77.85	1,334	100.00	1,038	100.00
台北市		1,207	11.27	841	15.13	69.66	202	10.09	164	15.84
高雄市		1,270	11.86	965	12.87	75.96	172	11.57	134	12.88
新北市		1,853	17.30	1,532	12.58	82.66	168	18.37	153	14.79
基隆市		171	1.60	143	0.54	83.51	7	1.72	21	2.03
宜蘭縣		212	1.98	173	1.12	81.87	15	2.08	23	2.26
桃園縣		922	8.61	659	15.26	71.45	204	7.90	60	5.74
新竹市		195	1.82	117	4.48	59.89	60	1.40	18	1.76
新竹縣		232	2.17	149	4.93	64.33	66	1.79	17	1.63
苗栗縣		259	2.42	177	4.46	68.29	60	2.12	23	2.17
台中市		1,238	11.56	1,024	8.47	82.69	113	12.28	101	9.76
彰化縣		610	5.70	530	2.80	86.90	37	6.36	43	4.10
南投縣		247	2.31	204	1.14	82.73	15	2.45	27	2.64
雲林縣		334	3.12	269	2.43	80.42	32	3.22	33	3.18
嘉義市		122	1.14	87	1.03	71.36	14	1.04	21	2.03
嘉義縣		260	2.43	219	1.41	84.40	19	2.63	22	2.10
台南市		897	8.38	703	8.78	78.33	117	8.43	77	7.44
屏東縣		389	3.63	320	1.60	82.33	21	3.84	47	4.57
澎湖縣		39	0.36	26	0.05	67.41	1	0.31	12	1.16
花蓮縣		148	1.38	114	0.70	76.87	9	1.37	25	2.40
臺東縣		104	0.97	85	0.20	82.15	3	1.02	16	1.52

資料來源：整理自行政院主計處，《人力資源統計月報》原始資料（推估值），2011 年。

附表 18 2011 年各縣市企業之家數及銷售值－按資本額級距

資本額級距 行業別／項目		總 計	台北市	高雄市	新北市	基隆市	宜蘭縣
總 計	家 數	1,310,791	216,143	154,203	206,159	18,220	26,635
	銷售值	37,881,681	12,216,800	4,181,297	4,177,230	166,243	254,303
未滿 0.1 百萬元	家 數	527,874	53,219	75,444	48,608	9,261	13,846
	銷售值	6,418,123	1,307,590	885,456	536,098	66,099	83,790
0.1~1 百萬元	家 數	317,218	48,119	29,025	60,155	4,414	7,993
	銷售值	1,233,558	179,994	126,696	204,074	12,926	25,367
1~5 百萬元	家 數	222,203	45,764	24,063	49,666	2,396	2,550
	銷售值	2,240,133	532,953	221,562	457,367	16,386	17,541
5~10 百萬元	家 數	128,206	34,484	13,276	27,009	1,333	1,052
	銷售值	2,621,346	839,415	234,599	462,778	12,573	13,788
10~20 百萬元	家 數	54,351	14,854	6,401	10,309	415	545
	銷售值	2,241,300	647,943	239,765	396,672	8,812	21,968
20~30 百萬元	家 數	25,914	6,808	2,969	4,771	195	341
	銷售值	1,788,703	507,010	190,306	313,439	7,720	17,372
30~40 百萬元	家 數	7,043	2,147	773	1,255	96	81
	銷售值	695,082	225,043	75,070	109,853	3,790	6,795
40~50 百萬元	家 數	2,991	862	313	541	20	25
	銷售值	414,548	124,669	49,266	67,281	813	3,854
50~60 百萬元	家 數	4,493	1,617	435	734	21	40
	銷售值	714,273	275,548	62,783	102,235	1,374	5,486
60~80 百萬元	家 數	4,002	1,385	333	669	14	41
	銷售值	743,082	208,933	69,834	111,541	1,275	5,200
0.8~1 億元	家 數	2,312	856	160	379	6	26
	銷售值	577,835	226,752	53,134	70,563	661	4,528
1~2 億元	家 數	6,608	2,684	512	1,058	23	62
	銷售值	2,220,761	937,409	212,204	287,637	8,407	15,757
2 億元以上	家 數	7,576	3,344	499	1,005	26	33
	銷售值	15,972,934	6,203,543	1,760,622	1,057,691	25,406	32,858

資料來源：整理自財政部財稅資料中心，2011 年營業稅徵收原始資料（樣本值加總）。

附表 18 2011 年各縣市企業之家數及銷售值－按資本額級距（續 1）

資本額級距 行業別／項目		桃園縣	新竹市	新竹縣	苗栗縣	台中市	彰化縣
總計	家數	100,287	24,869	23,742	25,479	169,779	68,321
	銷售值	3,596,773	1,593,598	967,210	617,574	3,575,047	1,291,514
未滿 0.1 百萬元	家數	31,586	11,535	9,988	14,082	63,175	33,118
	銷售值	667,829	194,075	77,319	229,728	698,713	197,917
0.1~1 百萬元	家數	29,165	5,578	5,957	5,873	45,252	16,982
	銷售值	104,869	21,011	21,689	22,019	187,732	83,453
1~5 百萬元	家數	19,433	3,587	3,666	2,932	30,985	9,118
	銷售值	206,127	34,123	41,140	25,287	305,987	103,242
5~10 百萬元	家數	10,029	1,975	1,668	1,255	17,010	5,475
	銷售值	200,596	38,540	54,537	20,099	369,820	121,259
10~20 百萬元	家數	4,570	937	1,022	613	6,796	1,811
	銷售值	186,649	46,248	36,071	18,406	298,523	90,481
20~30 百萬元	家數	2,489	412	493	323	3,140	893
	銷售值	161,457	24,508	30,010	18,263	236,238	74,957
30~40 百萬元	家數	613	121	151	76	774	209
	銷售值	51,540	16,722	14,461	7,601	78,319	25,832
40~50 百萬元	家數	297	69	82	31	327	88
	銷售值	43,766	7,327	10,965	3,740	39,509	13,389
50~60 百萬元	家數	390	84	85	46	479	121
	銷售值	71,989	8,065	23,648	6,622	75,103	19,689
60~80 百萬元	家數	339	83	98	46	446	122
	銷售值	83,755	22,657	19,580	7,033	93,518	27,169
0.8~1 億元	家數	203	48	50	29	242	69
	銷售值	57,232	6,089	6,677	5,683	64,197	21,562
1~2 億元	家數	508	165	171	72	603	164
	銷售值	196,604	42,690	44,220	21,589	199,417	76,220
2 億元以上	家數	665	275	311	101	550	151
	銷售值	1,564,361	1,131,544	586,894	231,505	927,971	436,347

資料來源：整理自財政部財稅資料中心，2011 年營業稅徵收原始資料（樣本值加總）。

附表 18 2011 年各縣市企業之家數及銷售值－按資本額級距（續 2）

資本額級距 行業別／項目		南投縣	雲林縣	嘉義市	嘉義縣	台南市	屏東縣
總計	家數	23,987	28,357	17,194	19,704	102,197	35,573
	銷售值	249,113	1,405,555	212,095	265,511	2,461,579	351,650
未滿 0.1 百萬元	家數	13,236	15,535	10,340	12,140	57,334	21,892
	銷售值	69,069	264,800	110,019	83,217	709,872	119,505
0.1~1 百萬元	家數	6,445	7,318	3,196	3,816	19,223	8,372
	銷售值	25,686	28,754	13,530	18,500	95,451	29,260
1~5 百萬元	家數	2,343	2,961	1,958	1,984	12,275	3,025
	銷售值	21,427	32,009	17,078	18,501	133,848	29,641
5~10 百萬元	家數	990	1,301	931	875	7,207	1,118
	銷售值	15,063	26,255	18,010	17,410	139,353	21,024
10~20 百萬元	家數	471	618	383	437	2,920	568
	銷售值	16,641	25,316	13,906	18,539	132,528	23,119
20~30 百萬元	家數	260	283	200	216	1,476	287
	銷售值	13,009	16,621	10,942	17,528	112,502	22,078
30~40 百萬元	家數	48	74	54	60	343	76
	銷售值	5,092	8,376	4,199	5,562	46,393	5,386
40~50 百萬元	家數	29	39	26	17	176	29
	銷售值	4,127	6,722	2,181	3,194	27,841	4,363
50~60 百萬元	家數	27	46	21	43	214	31
	銷售值	4,350	4,024	1,005	9,356	34,507	3,996
60~80 百萬元	家數	28	46	18	29	237	28
	銷售值	7,823	9,728	6,031	10,779	46,140	7,151
0.8~1 億元	家數	21	20	17	14	132	24
	銷售值	4,084	2,978	2,039	7,374	36,714	6,337
1~2 億元	家數	46	58	27	41	302	62
	銷售值	11,816	9,750	3,390	16,398	104,725	26,462
2 億元以上	家數	43	58	23	32	358	61
	銷售值	50,925	970,220	9,767	39,151	841,703	53,328

資料來源：整理自財政部財稅資料中心，2011 年營業稅徵收原始資料（樣本值加總）。

附表 18 2011 年各縣市企業之家數及銷售值－按資本額級距（續 3）

資本額級距 行業別／項目		澎湖縣	花蓮縣	台東縣	金門縣	連江縣
總計	家數	6,042	19,312	11,845	11,880	863
	銷售值	24,778	160,930	66,268	42,475	4,139
未滿 0.1 百萬元	家數	4,319	10,819	8,074	9,978	345
	銷售值	14,664	54,324	30,711	15,959	1,372
0.1~1 百萬元	家數	1,099	5,273	2,466	1,105	392
	銷售值	2,974	16,211	8,940	3,898	524
1~5 百萬元	家數	387	1,799	801	443	67
	銷售值	2,459	13,453	6,124	3,292	588
5~10 百萬元	家數	125	669	238	156	30
	銷售值	1,418	9,903	3,364	1,377	164
10~20 百萬元	家數	56	386	124	97	18
	銷售值	1,156	10,552	5,944	1,783	277
20~30 百萬元	家數	27	212	81	35	3
	銷售值	756	9,267	2,713	1,762	244
30~40 百萬元	家數	7	39	21	21	4
	銷售值	224	2,972	1,065	504	284
40~50 百萬元	家數	1	11	0	7	1
	銷售值	151	1,136	0	254	0
50~60 百萬元	家數	6	30	9	14	0
	銷售值	228	3,585	573	108	0
60~80 百萬元	家數	6	18	9	5	2
	銷售值	319	2,065	2,129	185	239
0.8~1 億元	家數	0	9	6	1	0
	銷售值	0	635	556	40	0
1~2 億元	家數	4	23	10	12	1
	銷售值	95	3,337	1,868	320	447
2 億元以上	家數	5	24	6	6	0
	銷售值	333	33,489	2,283	12,993	0

資料來源：整理自財政部財稅資料中心，2011 年營業稅徵收原始資料（樣本值加總）。

附錄 3 2011 年中小企業傑出獎項得獎名錄

一、2011 年小巨人獎暨國家磐石獎得獎名單

	小巨人獎得獎企業名單	國家磐石獎得獎企業名單
1	允統塑膠工業股份有限公司	車美仕(股)公司
2	台灣航空貨運承攬股份有限公司	亞信電子(股)公司
3	帛漢股份有限公司	泓瀚科技(股)公司
4	商尼製輪實業股份有限公司	航翊科技(股)公司
5	徠通科技股份有限公司	捷騰光電(股)公司
6	凱美塑膠機械股份有限公司	祥圃實業(股)公司
7	喬崴進科技股份有限公司	統欣生物科技(股)公司
8	智盛全球股份有限公司	喬崴進科技(股)公司
9	童心園實業股份有限公司	鼎漢國際工程顧問(股)公司
10	瑞基海洋生物科技股份有限公司	
11	駿瀚生化股份有限公司	

資料來源：經濟部中小企業處，2011 年。

二、中小企業創新研究獎暨新創事業獎

(一) 2011 年新創事業獎得獎名單

組 別	獎 項	公 司 名 稱
科技利基產業組	金質獎	創源生物科技股份有限公司
	銀質獎	明晶光電科技股份有限公司
	優質獎	迪吉亞節能科技股份有限公司
創新傳統產業組	金質獎	華捷商務航空股份有限公司
	銀質獎	展邑科技有限公司
	優質獎	環保之家國際企業有限公司
策略知識服務業組	金質獎	騎士堡國際事業有限公司
	銀質獎	金品食品企業有限公司
	優質獎	器研所有限公司
微型企業組	金質獎	奎貝克有限公司
	銀質獎	文保科技工作室
	優質獎	香榭拾柒巧克力工坊

資料來源：經濟部中小企業處，2011 年。

(二) 2011 年中小企業創新研究獎得獎名單

得獎企業	創新產品
電子與資訊類	
天眼衛星科技有限公司	天眼全方位運輸資源整合平台
巨盛電子股份有限公司	電腦檔案鎖
佳榮能源科技股份有限公司	發電花鼓驅動式 LED 自行車燈整流模組
岱鐸科技有限公司	無線數位電視接收器
盈科泛利股份有限公司	活動通 Accupass®電子票券服務平台
網奕資訊科技股份有限公司	IWB 互動教學系統
齊碩科技股份有限公司	可邏輯配置之單三相多迴路電力監測器
鴻進科技股份有限公司	直流無刷微軸流扇
機械與自動化類	
全研科技有限公司	A&F XXY 對位模組
家登精密工業股份有限公司	光罩清洗機 3.0
振躍精密滑軌股份有限公司	鋼纜式制動功能之精密鋼珠滑軌
益全機械工業股份有限公司	VH-119U 五軸綜合加工機
興鋼精機廠股份有限公司	創新型天車結構-半門式門型加工中心機，LG-2500
鋁鴻企業股份有限公司	靜音加壓送水機改良
材料與生技類	
生泰合成工業股份有限公司	梯比匹定
光弘科技股份有限公司	奈米晶盜口內牙鑽頭系列
恩良企業股份有限公司	第三軌支持礙子
崇仁科技事業股份有限公司	Sil.Flex™ 氣切軟墊
華佑企業股份有限公司	無鉛化 IFT 電感元件
微細科技股份有限公司	TPE 發泡技術-軟硬通吃之新材料總合研究
服務類	
中華海洋生技股份有限公司	室內生態循環養殖技術整廠輸出服務
宇萌數位科技股份有限公司	3D 繽紛煙火魔幻卡
綜合類	
三雨國際股份有限公司	可重覆使用之機能性環保尿布
天語生物科技股份有限公司	台灣蘭花藝術皂
比德堡精密實業有限公司	嵌入式晴雨窗
成光科技股份有限公司	SC4040 電動代步車(全罩式電動代步車)
阮的肉干有限公司	筷子肉干
波動能科技開發股份有限公司	健波負離子除氯蓮蓬頭
珂奇開發有限公司	Egretta Road Sprint T-70
榮星紙業股份有限公司	汽車零件包裝設計

資料來源：經濟部中小企業處，2011 年。

三、2011 年中小企業研究博碩士論文獎

(一) 博士論文獎得獎名單

姓 名	研 究 主 題	學校名稱系所	指導教授
尹其言	以競爭智慧觀點支援企業高階主管決策之研究	國立政治大學/資訊管理學系	季延平
利尚仁	敘說持續開創的組織－以 BS 文教企業集團為例	國立中山大學/企業管理系	蔡敦浩 劉育忠
吳章瑤	以文化差異探討行動商務購物使用意圖之研究	國立高雄第一科技大學/管理學院管理研究所	孫思源 許孟祥
周家慧	行銷動態能力發展機制之研究：學習觀點	國立中興大學/企業管理學系	方世榮
梁瑋鈞	華人家族主義如何影響家族企業：一項雙元系絡的觀點	元智大學/管理學院	黃敏萍
郭小喬	中小企業創業政策評選模式：多準則決策模式應用	國立中央大學/企業管理系	蔡文賢
廖正時	創新可靠度配當方法	國立交通大學/工業工程與管理學系	張永佳 梁高榮
廖珮玟	企業導入數位學習之創新擴散通用模型與整合型科技接受模式的多層次分析	國立臺灣師範大學/科技應用與人力資源發展學系	余 鑑 于俊傑

資料來源：經濟部中小企業處，2011 年。

(二) 碩士論文獎得獎名單

姓 名	論 文 題 目	學校名稱及系所	指導教授
李姿融	風格創新過程之研究－以台灣製鞋業為例	國立台北大學/ 企業管理學系	林婷鈴
杜楚萍	中小企業的CRM 建構之研究－以管理活動 為中介	正修科技大學/ 經營管理研究所	汪秩仁
林宜屏	以數位化行銷提昇企業經營之競爭優勢	朝陽科技大學/ 資訊管理系	王淑卿
林祐群	促銷效果、廣告效果與顧客忠誠度之關係： 以全聯福利中心為例	國立台灣大學/ 農業經濟研究所	雷立芬
施麗婷	影響綠色創業導向因素之跨層次研究－以環 保產業為例	國立高雄應用科 技大學/企業管 理系	黃義俊
范志丞	中小型資訊產業競爭關係之研究	亞洲大學/國際 企業學系	劉子琦
郭家毓	智慧資本、組織創新與其營運績效關係之研 究－以咖啡連鎖餐飲業台商為例	靜宜大學/觀光 事業學系	岑淑筱
鄭喬云	綠色EQ對消費者品牌評價之影響－以碳足 跡標章知覺為中介變項	國立屏東科技大 學/高階經營管 理碩士在職專班	廖世義
羅梅青	中小企業廠商合作研發策略與創新失敗－台 灣創新廠商之驗證	國立台灣大學/ 經濟學研究所	林惠玲

資料來源：經濟部中小企業處，2011 年。

四、2011 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

類 別	書 名	作 者	譯 者	出 版 單 位
經 營 管理類	高績效教練	Sir John Whitmore	江麗美	城邦文化事業股份有限公司／經濟新潮社
	偉大的企業家都嗜血？：從掠食者到商場英雄的成功之道大揭密	Michel Villette 、 Catherine Vuillermot	洪世民	財信出版有限公司
	零與無限大：許文龍幸福學	林佳龍		早安財經文化有限公司
	做決定前，應該讀點經濟學－ 做決定前，應該讀點經濟學從 經濟學的觀點看日常生活和企 業管理	常青		遠流出版事業股份有限公司
	我在中國打造百億事業－理解 中國模式，經商無往不利	Jack Perkowski	黃逸華	遠流出版事業股份有限公司
	為什麼A+巨人也會倒下－企業 從卓越走向衰敗的五個階段，以 及如何谷底翻身、反敗為勝	Jim Collins	齊若蘭	遠流出版事業股份有限公司
	賦權：當責式管理的延伸實踐	張文隆		城邦文化事業股份有限公司／商周出版
科技與 資訊類	《facebook 臉書效應》從0到7 億的串連	David Kirkpatrick	李芳齡	天下雜誌股份有限公司
財務與 金融類	稻盛和夫的實學：經營與會計	稻盛和夫	蔡青雯	天下雜誌股份有限公司
創新與 創業類	企業進化論：順勢應變求存，8 個智勝對手、創新成長的贏家 金律	Jim Champy	李宛蓉	城邦文化事業股份有限公司／商周出版
	設計思考改造世界	Tim Brown	吳莉君	聯經出版事業股份有限公司
傳記類	玩美法藍瓷：陳立恆的文創人 生路	陳立恆		城邦文化事業股份有限

資料來源：經濟部中小企業處，2011 年。

附錄 4 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
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3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10-1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	微型創業鳳凰貸款	行政院勞工委員會		√	√		√	√				√
	青年創業貸款	行政院青年輔導委員會		√	√		√	√		√		√
	中小企業新創事業貸款	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	經濟部工業局、行政院文化局、內政部			√	√			√	√		√
	文化創意產業優惠貸款	行政院文化部	√	√	√		√	√			√	
	自有品牌推廣海外市場貸款	經濟部國際貿易局			√				√		√	√
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	√	√	√		√	√			√	√
出 口 海 外 投資類	出口貸款	經濟部中小企業處			√	√						√
	海外投資貸款	經濟部中小企業處			√							√
	海外營建工程貸款	經濟部中小企業處			√				√			√
復舊類	中小企業災害復舊專案貸款	經濟部中小企業處	√	√	√			√				√
小 額	中小企業小額簡便貸款	經濟部中小企業處			√		√	√				√
國際專 利訴訟	國內民營企業國際專利權訴訟貸款	經濟部中小企業處						√	√	√		√
服 務 發展類	流通服務業及餐飲業優惠貸款	經濟部商業司	√	√	√	√	√	√			√	√
	促進服務業發展優惠貸款	行政院經濟建設委員會	√	√	√	√		√	√	√		
返 台 投資類	台商回台投資專案融資	經濟部工業局	√	√	√	√	√	√			√	

資料來源：經濟部中小企業處，2011 年。

附錄 5 中小企業融資服務窗口（總行）通訊處

單位名稱	電 話	地 址	網 址
臺灣銀行	(02)2349-3456	台北市重慶南路 1 段 120 號	www.bot.com.tw
臺灣土地銀行	(02)2348-3456	台北市館前路 46 號	www.landbank.com.tw
合作金庫商業銀行	(02)2311-8811	台北市館前路 77 號	www.tcb-bank.com.tw
第一商業銀行	(02)2348-1111	台北市重慶南路 1 段 30 號	www.firstbank.com.tw
華南商業銀行	(02)2371-3111	台北市重慶南路 1 段 38 號	www.hncb.com.tw
彰化商業銀行	(04)2222-2001	台中市中區自由里自由路 2 段 38 號	www.chb.com.tw
上海商業儲蓄銀行	(02)2581-7111	台北市民權東路 1 段 2 號	www.scsb.com.tw
台北富邦商業銀行	(02)2771-6699	台北市仁愛路 4 段 169 號	www.fubon.com
國泰世華商業銀行	(02)8722-6666	台北市松仁路 7 號 1 樓	www.cathaybk.com.tw
中國輸出入銀行	(02)2321-0511	台北市南海路 3 號 8 樓	www.eximbank.com.tw
高雄銀行	(07)557-0535	高雄市左營區博愛二路 168 號	www.bok.com.tw
兆豐國際商業銀行	(02)2563-3156	台北市忠孝東路 2 段 123 號	www.megabank.com.tw
花旗（台灣）銀行	(02)8726-9600	台北市信義區松智路 1 號	www.citibank.com.tw
臺灣中小企業銀行	(02)2559-7171	台北市塔城街 30 號	www.ttb.com.tw
渣打國際商業銀行	(03)524-5131	新竹市中央路 106 號	www.standardchartered.com.tw
台中商業銀行	(04)2223-6021	台中市西區民權路 87 號	www.tcbbank.com.tw
京城銀行	(06)213-9171	台南市中西區西門路 1 段 506 號	www.ktb.com.tw
大台北商業銀行	(02)2557-5151	台北市延平北路 2 段 133 號	www.bankoftaipei.com.tw
華泰商業銀行	(02)2752-5252	台北市長安東路 2 段 246 號	www.hwataibank.com.tw
台灣新光商業銀行	(02)2389-5858	台北市忠孝西路 1 段 66 號	www.skbank.com.tw
陽信商業銀行	(02)2820-8166	台北市中正路 255 號	www.sunnybank.com.tw
板信商業銀行	(02)2962-9170	台北縣板橋市文化路 1 段 11 號	www.bop.com.tw
三信商業銀行	(04)2224-5171	台中市中區吉祥里公園路 32-1 號	www.cotabank.com.tw
聯邦商業銀行	(02)22556-8500	台北市承德路 1 段 105 號 1 樓	www.ubot.com.tw
遠東國際商業銀行	(02)2378-6868	台北市敦化南路 2 段 207 號 26 樓	www.feib.com.tw
元大商業銀行	(02)2173-6699	台北市敦化南路 1 段 66 號	www.yuantabank.com.tw
永豐商業銀行	(02)2506-3333	台北市南京東路 3 段 36 號 1 樓	www.banksinopac.com.tw
玉山商業銀行	(02)2719-1313	台北市民生東路 3 段 115、117 號	www.esunbank.com.tw
萬泰商業銀行	(02)2701-1777	台北市敦化南路 2 段 39 號	www.cosmosbank.com.tw
台新國際商業銀行	(02)2568-3988	台北市中山北路 2 段 44 號	www.taishinbank.com.tw
大眾商業銀行	(07)224-2220	高雄市苓雅區中正二路 58 號	www.tcbank.com.tw
日盛國際商業銀行	(02)2561-5888	台北市重慶南路 1 段 10 號 1 樓	www.jihsunbank.com.tw
安泰商業銀行	(02)2718-9999	台北市民生東路 3 段 158 號	www.entiebank.com.tw
中國信託商業銀行	(02)2722-2002	台北市松壽路 3 號	www.chinatrust.com.tw

資料來源：經濟部協助中小企業資源手冊。

附錄 6 區域及各縣市中中小企業服務中心

名 稱	住 址	電 話
經濟部中區聯合服務中心	408 台中市黎明路二段 503 號 7 樓	04-22521111
經濟部南區聯合服務中心	801 高雄市成功一路 436 號 9 樓	07-2710900
基隆市中小企業服務中心	200 基隆市信二路 224 巷 8 號(產業發展處)	02-24224897
台北市中小企業輔導服務中心	110 台北市內湖區洲子街 12 號 4 樓	02- 27995122
新北市中小企業服務中心	248 台北縣新莊區五權一路 1 號 2 樓之 3	02-22994586
宜蘭縣中小企業服務中心	260 宜蘭市縣政北路 1 號	03-9252717
桃園縣中小企業服務中心	330 桃園市縣府路 1 號 2 樓	03-3366795
新竹市中小企業服務中心	300 新竹市中正路 120 號	03-5255201
新竹縣中小企業服務中心	302 新竹縣竹北市光明六路 10 號 3 樓	03-5510917
苗栗縣中小企業服務中心	360 苗栗市府前路 1 號	037-323593
台中市中小企業服務中心	403 台中市三民路一段 158 號 8 樓	04-22226443
彰化縣中小企業服務中心	500 彰化市中興路 100 號 8 樓	04-7278086
南投縣中小企業服務中心	540 南投市中興路 669 號 5 樓	049-2222120
雲林縣中小企業服務中心	640 雲林縣斗六市雲林路 2 段 515 號 5 樓	05-5335937
嘉義市中小企業服務中心	600 嘉義市中山路 199 號(市政府南棟大樓)	05-2248308
嘉義縣中小企業服務中心	612 嘉義縣太保市祥和一路 1 號	05-3620362
台南市中小企業服務中心	708 台南市永華路二段 6 號 15 樓	06-2953281
高雄市中小企業服務中心	802 高雄市四維三路 2 號 9 樓	07-3373160
屏東縣中小企業服務中心	900 屏東市自由路 527 號 1 樓	08-7324324
花蓮縣中小企業服務中心	970 花蓮市府前路 17 號	038-223432
台東縣中小企業服務中心	950 台東市博愛路 277 號	089-323330
澎湖縣中小企業服務中心	880 澎湖縣馬公市治平路 32 號 4 樓	06-9264857
金門縣中小企業服務中心	893 金門縣金城鎮民生路 60 號	082-326204

資料來源：經濟部中小企業處。

附錄 7 2011 全國中小企業發展會議重點結論

2011 全國中小企業發展會議共討論 5 大議題，為中小企業未來發展藍圖提出 70 項重大建議各議題主要重點結論如下：

一、共同議題：掌握新經貿脈動，優化經營新價值

- (一) 在「趨勢因應」方面包括：研擬中小企業發展政策性指導文件、構築中小企業創新網絡、強化國際市場拓銷支援機制、研議設立中小企業政策銀行之可行性等。
- (二) 在「企業倫理」方面包括：強化我國企業社會責任標準之推動，俾與國際規範接軌、營造企業誠信經營價值，推廣企業社會責任相關觀念、鼓勵企業實踐企業社會責任，以促進所得均衡等。
- (三) 在「創新人力」方面包括：強化人力結構，激發中小企業創新能量、活用高階退休人力，厚實中小企業創新基礎、優化培訓機制，以利中小企業創新人力養成等。
- (四) 在「法規調和」方面包括：檢視中小企業經營法規障礙與問題、強化中小企業法規調適能量、掌握中小企業國際法規謀合(regulatory convergence)議題等。

二、特別議題一：形塑特色產業魅力，活絡地方經濟發展

- (一) 在「地方自主」方面包括：強化地方產業發展基金機制配套，提升地方產業服務團功能、引領地方共同規劃產業發展藍圖，培育地方產業發展人才、深化地方亮點建立標竿，帶動地方區域發展等。
- (二) 在「創意設計」方面包括：運用科技加值生活，促進地方產業創意升級、結合文化品味生活，展現地方產業特色價值、運用美學豐富生活，營造地方產業感動氛圍、創造經濟優化生活，推動地方產業總體營造等。
- (三) 在「多元行銷」方面包括：交互運用虛實多元通路、借力使力，善用政府及民間相關資源、結合強勢媒體提升曝光量及知名度等。
- (四) 在「微型企業」方面包括：提供對微型企業友善的政策機制、建立資源共享網絡，協助微型企業取得營運相關資訊、推動創新技術應用，提升產品力、行銷力與營運能力、建立及推廣微型企業群營運標竿典範等。

三、特別議題二：強化青年創業動能，打造創業型社會

- (一) 在「激勵青創」方面包括：提供創業商機情資分析，建立優質案源篩選機制、深化國內外創業教育銜接，營造創業者實驗場域、建構完善創業資金體系，推動天使投資人網絡、推動創業臺灣計畫，形塑創業型社會等。
- (二) 在「創業育成」方面包括：研商推動育成標章認證，調整育成補助機制、運用企業營運思維，建立育成中心自主營運模式、建立育成加速器，打造創新型核心中小企業、建立創業資源整合中心，結合區域特色培育新創事業等。
- (三) 在「創業支援」方面包括：持續並擴大辦理創新服務憑證，整合教育部相關部會創業輔導方案、建置新創事業實體及網路商城等行銷通路，協助鏈結市場商機、導入大企業資源，加速新創事業成長、建立跨國育成合作機制，協助新創企業開拓與布局海外市場，加速成功等。

四、分項議題一：加強網絡群聚連結，推升中小企業創新能量

- (一) 在「網路行銷」方面包括：推動建立雲端技術、營運、行銷共通介面，發展產業鏈雲端 SaaS 多元服務營運解決方案、甄選推廣適合中小企業之行動加值應用服務，協助優質產品善用 Apps 行銷利器，創新行銷營運模式、扶植電子商務相關服務產業，導入輔導服務顧問機制，加速中小企業進入網路市場、推動中小企業智慧整合創新加值，鼓勵產業群聚領先群及亮點企業開發前瞻智慧技術應用等。
- (二) 在「群聚創新」方面包括：推動主題式群聚創新輔導、協助技術或產值領先之潛力企業，朝多元技術整合、高知識涵量及創造品牌價值群聚發展、建立群聚實體或虛擬網絡交流平台等。
- (三) 在「品質永續」方面包括：推動中小企業基磐技術紮根輔導，協助中小企業發展核心關鍵技術、建立中小企業品質認(驗)證標準資訊平台、建立中小型服務業品質管理機制，研擬台灣中小型服務業適用之共通性服務品質參考手冊、推動導入國際品質相關認(驗)證標準等。
- (四) 在「綠色新機」方面包括：推動台灣綠色小巨人計畫、建立有效之認(驗)證標準經驗交流平台、建置中小企業綠色數據資料庫、輔導中小企業參與國內外相關獎項競賽、推動塑造綠色企業文化等。

五、分項議題二：建構多元資金管道，強化中小企業財務體質

- （一）在「財務體質」方面包括：研議擴大編制及建立在地輔導機制，並結合各地金融機構形成財務輔導網絡、運用適當之政策工具於申請信保基金或銀行融資時，信用評比予以加分、培訓財會專業人才，媒合企業需求與專業人員就業機會、持續關注中小企業國際財務報導準則（IFRS for SME）對中小企業適用之影響，並適時提供因應建議等。
- （二）在「多元融資」方面包括：促請信保基金適時研提適合產業需求之融資保證方案、協助弱勢民眾創業，以縮短貧富差距、建請信保基金優先於台南、嘉義或雲林地區增設服務據點、鼓勵金融機構善用「中小企業融資服務平台」。
- （三）在「活絡投資」方面包括：協助企業朝向產業國際合作發展，結合國內投、融資及保證資源，共同扶植國內具潛力之中小企業、研議鼓勵創投募集早期階段投資資金之政策誘因、適度提高管理費及績效獎金等誘因、辦理投資說明會及媒合會，開發具潛力案源、加強與證券相關單位合作協助中小企業順利進入資本市場等。

附錄 8 中小企業相關活動大事紀

(期間：2011 年 1 月 1 日至 2012 年 6 月 30 日)



2011 年

2011/01/06 經濟部中小企業處主動關懷提供中小企業法律諮詢服務

在經濟部中小企業處自 1994 年起建構中小企業法律諮詢服務機制，提供法律諮詢服務與協助處理法律上的問題，敦聘 147 位律師擔任中小企業榮譽律師，免費提供中小企業各項法律問題諮詢服務。法律諮詢網站 <http://law.moeasmea.gov.tw>、免付費專線 0800-589169，並於各縣市辦理現場法律諮詢活動等服務，亦可透過網站交叉搜尋律師之服務地區與專長領域，即時尋求就近服務律師之協助。

2011/01/19 經濟部春節聯合促銷活動，打響建國百年刺激消費的第一炮！

經濟部在新春之際特聯合中小企業處之 OTOP 寶島好禮、商業司之台灣美食伴手禮、台糖養生保健食品等共同攜手合作，舉辦經濟部伴手禮春節促銷活動，並串聯 OTOP 各特色店家推出多項春節旅遊優惠。OTOP 南投日月潭館、台北 101 館及高鐵烏日館於春節期間（1 月 25 至 3 月 2 日）辦理多項折扣活動及台灣福袋購買活動；台糖推薦多款養生保健好禮，並推出慶祝建國百年與台糖 65 周年的「迎春紅包送的 coupon 券」，集結了台糖七個事業部的回饋折價。經濟部伴手禮結合全省多家 OTOP 地方特色店家遊程串聯及提供餐飲、住宿、體驗活動、伴手禮等折扣優惠，讓民眾春節旅遊樂開懷。

2011/02/22 「創新求進步 加人有補助」 促進中小企業創新增僱員工補助已開始受理申請

經濟部中小企業處業自 2011 年 3 月 1 日起至 6 月 30 日受理中小企業申請創新增僱員工補助，補助截止時間為 2012 年 8 月 31 日，所補助之增僱員工應失業達 3 個月以上，每人每月補助 1 萬元，補助期間 6 個月，若增僱員工年滿 45 歲者，則無失業期間之限制，且補助期間得延長為 1 年，增聘員工之最低薪資為 27,880 元。經濟部中小企業處已成立專案辦公室（聯絡電話：02-66130601 轉 801 至 812），並已設置網站（網址：<http://www.smile.org.tw>）公告相關申請書表文件及各縣市舉辦之說明會等詳細資料。

2011/03/08 台灣 OTOP 設計大賞徵件 4 月 1 日至 30 日 百萬酬賞～挑戰你的創意極限

2011 年第五屆的甄選主題設定為：「庶民時尚·平價奢華」，期望設計者能藉由設計重新思考價值與價格之間的平衡點，並援引建國百年所涵養之豐富庶民文化及地方特色，由日常生活之中發想平價優質的產品設計，奠基百年台灣的庶民時尚風格。比賽類別分為生活工藝類與產品包裝類，鼓勵設計者及地方特色業者，以地方特色產品為基本素材，設計開發創新的生活用品、工藝品或產品包裝。OTOP 地方特色網 (www.otop.tw)。

2011/03/28 經濟部召開「中小企業政策審議委員會」第 16 次會議，已獲豐碩共識，將積極推動辦理

第 16 次中小企業政策審議委員會議於 3 月 25 日召開，由林政務次長聖忠主持，包括內政部、財政部、教育部、國防部等相關部會及產、學、研界代表共同參與，會中除提報本會上（第 15）次會議決議事項執行情形、本會委員改聘、續聘作業情形、2010 年中小企業白皮書摘要說明、法規調適、融資輔導、金管會協助中小企業融資及「創業者失業保險」之後續研究等 7 項報告案外，並針對「大專畢業生創業服務計畫」、「大專畢業生創業育成輔導資源」及「配合行政院組改及五都作業修正中小企業政策審議委員會組織規程」等 3 項議題進行討論。

2011/04/22 創業領航 拼亮台灣 台中文創園區舉辦創新論壇暨商機展示會

經濟部中小企業處 4 月 22 日於台中文化創意產業園區舉辦「創業領航 拼亮台灣－創新論壇暨商機展示會」，邀請 30 家中小企業，透過攤位展示、創業趨勢座談及創新論壇等方式，並結合創投公司與參展企業資金媒合機會，分享創新力產品發表。

本年度創業領航計畫除持續推動現有措施外，也特別針對「青年」、「婦女」及「弱勢」等對象加強創業輔導與社會關懷。2011 年度創新作法包括「創業顧問專業輔導團」協助最熱門之五大創業族群創業，也開辦「個性化商品創業班」、「校園青年創業班」等創業培訓課程；另外透過「創業諮詢巡迴列車」、「慶創業・拼銷售商機交流會」、「創業新秀工作坊」等系列活動。

2011/04/06 信保基金開辦促進產業創新或研究發展貸款及文化創意產業優惠貸款信用保證

通函各簽約金融機構，為配合政府鼓勵企業從事創新或研究發展及促進文化創意產業升級政策，承辦銀行得依據「促進產業創新或研究發展貸款要點」及「文化創意產業優惠貸款要點」，對符合信保基金保證對象標準之中小企業辦理之授信，得依信保基金「政策性貸款信用保證要點」移送信用保證。

2011/05/19 出席 2011 年 APEC 中小企業部長會議

經濟部林政務次長聖忠率團出席 5 月 20 至 21 日在美國蒙大拿州 Big Sky 市舉行之「第 18 屆 APEC 中小企業部長會議」，林次長於 5 月 20 日參加貿易部長會議後，續參加貿易暨中小企業部長聯席會議及 21 日之中小企業部長會議，並於會中說明我國協助中小企業提昇國際化能力、爭取海外商機及取得綠色貿易商機相關政策，獲得高度肯定，納入本次中小企業部長會議宣言。

5 月 21 日上午舉行之中小企業部長會議，中小企業處賴處長杉桂擔任本次中小企業工作小組主席，於會中報告工作小組之結論。林次長於會中就第四項議題：「制訂支援中小企業綠色成長政策」發言，說明我國自 2011 年起推動為期 3 年之「綠色貿易推動方案」，以國際行銷為主軸，透過「綠色貿易輔導服務」、「提升綠色貿易競爭力」及「綠色貿易行銷推廣」三大策略暨作法，協助我中小企業爭取全球綠色商品及服務貿易商機。

2011/06/03 2011 OTOP 魅力臺灣遊程大賞徵件 6 月 1 日至 30 日 分享私房遊程~拿大獎

經濟部中小企業處舉辦「2011 第一屆 OTOP 魅力臺灣遊程大賞」活動。徵選主題為「在地玩味・臺灣品味」，鼓勵青年將臺灣地方特色景點，與本處輔導之台灣 OTOP 地方特色店家結合，規劃具台灣在地風味的 OTOP 特色遊程。遊程內容須涵蓋 2 處以上 OTOP 輔導店家，將在地美食、生活工藝、地方節慶、田園休閒或創意生活等元素與地方特色產業結合，設計具地方特色的一日遊或二日遊自助行程，帶動旅客體驗獨特在地文化，深入了解地方特色產品之內涵，加深入與城鄉土地之交流，細細品味台灣獨特之美。

2011/06/10 「促進就業融資保證專案」相關措施延至 2011 年 12 月 31 日

為持續配合提升國內就業率政策，協助企業順利取所需資金，中小企業信用保證基金已修正該基金「促進就業融資保證專案」相關措施，並將其辦理期限由 2011 年 6 月 30 日，延長至 2011 年 12 月 31 日。

2011/06/15 2011 中小企業社會責任與誠信經營研討暨優良 CSR 頒獎典禮

於 6 月 15 日舉辦「2011 中小企業社會責任與誠信經營研討暨優良 CSR 頒獎典禮」，會中除了宣布「2011 年台灣中小企業優良 CSR 徵選」的調查報告外，匯聚產、官、學界之 CSR 專家，一同探討企業 CSR 的推動，如何讓企業、環境與人群共榮互利。

此次 CSR 評比共分成四個面向，分別是「公司治理、誠信清廉」、「勞資關係、公共安全」、「環境保護、節能減碳」以及「顧客權益、社會公益」等。經評審團審查選出具優良 CSR 成效之中小企業，共有 10 家獲獎企業：世堡紡織股份有限公司、巨鷗科技股份有限公司、正安公寓大廈管理維護股份有限公司、全國生物科技股份有限公司、科達製藥股份有限公司、創源生物科技股份有限公司、歐都納股份有限公司、歐萊德國際股份有限公司、樹德企業股份有限公司、頤德國際股份有限公司。

2011/06/22 經濟部舉辦中小企業經營領袖分享會暨成果展

經濟部於 6 月 22 日舉辦「中小企業經營領袖分享會暨成果展」，特別邀集了逾 200 位的中小企業領袖與會，是臺灣中小企業領袖近年來最大的盛會。

經濟部中小企業處自 2002 年起開辦「中小企業經營領袖研究班」，每年透過課程培訓與研討參訪等方式，匯聚國內中小企業領袖，並建立自主的後續商機交流網絡，為國內培育中小企業卓

越領導人才的最佳平台，迄今已培訓 1,350 位中小企業領袖。

2011/06/25 「慶創業、拼銷售・2011 北區商機媒合暨育成招商展售會」

經濟部中小企業處 6 月 25 日於板橋火車站 B1 廣場熱鬧舉辦「慶創業、拼銷售・2011 北區商機媒合暨育成招商展售會」，邀集 32 家創意企業及 14 家創新育成中心共同展出，透過商品展售、紫領創業論壇及近百項特惠創意商品等，並結合創投舉辦「錢進企業資金媒合會」。

為帶動全國消費力，2011 年經濟部中小企業處於 6 月、8 月、10 月及 11 月於北、南、東及中部舉辦「慶創業、拚銷售商機媒合暨育成招商展售會」，邀集特色企業共襄盛舉，刺激地方消費力，分別以「數位文創」、「港口觀光」、「鐵馬自遊日」及「豐收」為主題，運用展銷活動讓民眾體驗台灣中小企業創意及產品實力。

2011/06/29 拼亮台灣 中小企業勇闖品牌路

為強化人才資本能量，提升中小企業競爭力，經濟部中小企業處於全國北、中、南巡迴辦理「中小企業趨勢講堂」，邀請專家學者及典範企業家，針對中小企業主及中高階主管所需專業知識與產業趨勢進行分享。首場品牌系列講座以「中小企業勇闖品牌路」為主題，於 6 月 29 日舉辦大型論壇，邀請貴賓，暢談中小企業發展品牌的機會與挑戰。

2011/06/30 政府支持綠能產業 大廠共創就業機會第 2 回創造就業貢獻獎表揚

為鼓勵民間企業根留臺灣、投資臺灣及創造就業機會而舉辦的「創造就業貢獻獎」，第 2 回表揚典禮於 6 月 30 日舉行。「創造就業貢獻獎」為經濟部 2010 年在行政院指示下與行政院勞工委員會所共同合辦，每季表揚 1 次，其目的是為表彰對重振臺灣就業機會與景氣有功的企業。

本回表揚對象為 100 年第 1 季積極落實企業社會責任、提供工作就業機會之企業。本次入圍的 26 家企業中，以餐飲業表現相對亮眼，總計創造 6,014 人次之就業機會。

2011/07/07 2011 產學合作研習營 英國牛津大學產學顧問面對面傳授產學專業技能 激盪產學新知能

為提升國內大專校院產學合作從業人員之專業能力，經濟部中小企業處依「整合型產學合作跨部會工作小組」決議辦理「2011 產學合作研習營」，於 7~8 日舉辦，本活動邀請英國牛津大學 Isis Innovation Ltd 技轉公司之主管與高級顧問擔任講師，採研習與個案討論併行方式，讓大專校院產學合作從業人員瞭解推動產學合作的核心技能，同時藉此與國外專家進行面對面互動學習，以提高產學合作從業人員之專業能力，更期望能藉此提升產學合作之成效及服務品質。

2011/07/23 建國百年經建特展 中小企業館驚豔好禮多！

經濟部規劃「建國百年 經建特展」以「創新經濟 樂活台灣」作為展覽主軸，全場由「時光迴廊」、「工業館」、「技術創新館」、「國際貿易館」、「水利館」、「商業服務館」、「新能源館」、「中小企業館」、「中油公司館」、「台糖公司館」、「台電公司館」共 11 個子題館所構成，展出內容則以「過去」、「現在」及「未來」規劃，運用動、靜態方式完整呈現國內百年來經濟發展的歷程與豐碩成果，並勾勒出未來發展的願景。高雄場於 7 月 23 日至 7 月 29 日在高雄巨蛋登場、台中場於 8 月 20 日至 26 日在台中世貿中心舉辦、台北場於 9 月 24 日至 10 月 2 日舉辦。其中「中小企業館」共規劃「拼亮台灣區」、「創業台灣區」、「藍海群俠區」、「科技魔法體驗區」、「OTOP 驚豔台灣區」等五大區，參展的廠商都是台灣極具生命力、創新力的廠商，有些也是民眾耳熟能詳的中小企業。

2011/08/03 2011 台灣 Qualia 感質賞頒獎典禮暨感質生活設計研討會

經濟部中小企業處所主辦的第二屆「2011 台灣 Qualia 感質賞頒獎典禮暨感質生活設計研討會」於 8 月 3 日舉行。會中邀請得獎企業分享得獎作品的感質創意理念，也邀集產、學界之感質生活設計專家，一同分享感質設計到感質行銷的經驗。

今年共有 189 件商品類、19 件服務類、144 件設計類，共計 352 件作品參賽，最後評選出感質商品 2 件優秀賞，6 件感質商品佳作賞、2 件感質服務佳作賞、感質設計金獎、銀獎、銅獎各 1 件與 6 件佳作獎。此外，徵件活動增辦網路人氣票選活動，選出 2 件感質商品人氣獎與 1 件感質設計人氣獎。

2011/08/11 「全家出遊 999，歡樂全台趴趴走」地方產業旅程試遊團啟動儀式

由經濟部舉辦的「全家出遊 999，歡樂全台趴趴走」地方產業旅程試遊團記者會，於 8 月 11 日假南投埔里造紙龍手創館舉行記者會啟動儀式，為提供全國家長暑假出遊新選擇，以及迎接陸客自由行政策後的觀光旅遊人潮，2011 年的 OTOP 遊程規劃，以在地特色、觀光工廠及特色商圈為主軸迎接商機，並特別推出「全家出遊 999」優質方案，期待能強化地方特色文化，帶動產業發展，結合美食、生活、節慶、休閒及創意等元素。傳遞 OTOP 一級棒、特色商圈 High 翻天、觀光工廠 Show 創意的整體意象，藉以扶植地方產業之發展，並提供國人在地觀光旅遊嶄新選擇，以魅力台灣精緻遊程為議題，達到消費乘數效果。

2011/08/12 信保基金相對保證（火金姑）專案再添生力軍－「宜蘭縣政府幸福貸款」及「澎湖縣政府中小企業融資貸款」正式起跑！

信保基金與台北市、新北市、高雄市等地方政府合作辦理相對保證（火金姑）專案，以協助中小微型企業取得營運、週轉或創業所需融資，自開辦以來共計提供保證 1,791 件，協助取得融資 13.50 億元，因成效良好，2011 年宜蘭縣及澎湖縣政府已加入並開辦本專案貸款。

信保基金未來將持續擴大推動相對保證（火金姑）專案效益，鼓勵各縣市政府分享中央政府資源，協助小規模企業排除融資障礙，並藉由放寬本專案提撥資金搭配比率，提高地方政府參與意願，俾落實照顧弱勢，提升就業機會，活絡地方經濟。

2011/08/16 APEC 中小企業因應貿易自由化風險研討會開幕引目光

經濟部中小企業處於 8 月 16 至 17 日舉辦「APEC 中小企業因應貿易自由化風險研討會」，本次研討會邀集國內產、官、學、研各界菁英，及來自美國、加拿大、澳洲、紐西蘭、馬來西亞、菲律賓、印尼、日本、新加坡、秘魯及墨西哥等國之官員、學者及其他 APEC 會員體代表等共 4 百餘人，共同進行意見交流及經驗分享。

研討會第一天探討當前中小企業所面臨的貿易環境及相關風險管理對中小企業發展及經濟成長的重要性，主要議題包括：如何提升中小企業因應貿易自由化之競爭力、匯率波動如何對中小企業產生影響、中小企業如何利用遠期外匯交易和外匯期權作為避險工具、及中小企業如何因應標準與法規對於貿易自由化與國際貿易障礙的影響；第二天則針對政府政策如何協助中小企業提升對自由貿易環境與國際競爭力，以及國際貿易中信用與政治風險之管理等面向進行議題討論及經驗分享，以提供國內外中小企業主在貿易自由化的環境中如何做好風險管控及相關因應措施建議。

2011/08/30 宣布第 14 屆小巨人獎得獎名單；與金貿獎聯合舉行頒獎典禮

「第 14 屆小巨人獎」選拔活動，自 4 月份受理報名，經 3 階段嚴格評選，自報名的 59 家績優中小企業，選出 11 家傑出外銷企業，於 8 月 30 日舉行記者會，正式宣布得獎名單。

於 8 月 31 日與國際貿易局「金貿獎」聯合舉行頒獎典禮，邀請各績優廠商代表及卓越中小企業、產官學界人士、工商團體領袖、各國駐華使節及商務代表等，共同為拓展國際經貿的績優企業同聲喝采！

2011/08/30 經濟部中小企業處提供南瑪都颱風受災企業協助措施

鑒於全台多處遭受南瑪都颱風豪大雨侵襲，中小企業處目前提供之協助，包括受災企業持有受災地區鄉（鎮、市、區）公所或地方主管機關出具之受災證明或經銀行調查屬實者，可申請「中小企業災害復舊專案貸款」，利率最高依郵政儲金二年定期儲金機動利率加百分之一（目前最高為 2.375%）；擔保品不足者，得依中小企業信用保證基金保證有關規定送請信保基金提供貸款金額最高 9 成之信用保證。此外，受災中小企業亦可申請「協助中小企業紮根貸款」，另銀行以自有資金提供救助貸款部分，如果受災企業擔保品不足者，中小企業處將協助洽請中小企業信用保證基金予以保證。

2011/08/31 創意 GAGA 叫 工作跑不掉－100 年度電子商務行銷創意競賽頒獎典禮

由經濟部中小企業處舉辦的「電子商務行銷創意競賽」，已邁入第六屆，本次共有 47 組隊伍參賽，經過書面初審之後，緊接著複賽是為期一個半月的網路行銷實戰。來自全台大專校院跨校

組成的 21 組競賽隊伍，於 8 月 31 日進行複賽成果簡報，評審團以行銷規劃創意、實戰成果，及導入網路行銷後對中小企業網路能力提升、學習成長、互動程度，加上 BLOG 及 FACEBOOK 粉絲專頁經營績效五大層面評選出美食組與實用組前三名，並於當日舉行競賽頒獎典禮。各組前三名分別得到價值 6 萬元、3 萬元、1 萬元的等值獎品。

2011/09/09 擦亮創業點子，展現創意光輝－創業點子星光大道 圓你一個創業夢

中小企業處於 9 月起推出「創業點子星光大道」網路活動。此活動亦為全球創業週(GEW)串聯活動之一，活動目標－鼓勵民眾發揮創意，激發創業構想進，並以「Start-Up Taiwan」為共同精神。

「創業點子星光大道」採用分組競賽形式，活動過程將安排顧問、各領域專家，以及網友回饋，讓參賽者在投稿過程中獲取寶貴建議。針對已創業組別設置業師陪伴機制，前十強入圍者參加「創業工作坊」之課程，協助參賽者編修出可操作之創業規劃書。另外，針對欲創業組別之前十強入圍者，安排創業入門課程。

2011/09/14 2011 OTOP 海外伴手禮品評會「食在精選・工藝好禮」

由經濟部中小企業處舉辦的「2011 OTOP 海外伴手禮品評會」活動，於 9 月 14 日舉行，邀請各國使節及百名外國友人一同體驗臺灣伴手禮的獨特魅力。今年首度舉辦「2011 OTOP 海外伴手禮大賞」，以臺灣地方特色為主軸，藉由各部會、直轄市及縣（市）政府推薦各地伴手禮品項後，由專家學者選出現場共 25 項食品、7 項工藝伴手禮品項，並藉由今天品評會活動邀請外國貴賓透過試吃、鑑賞等體驗活動，票選出最佳人氣海外辦手禮食品及工藝各 3 項。

2011/09/28 2011 年台北國際發明暨技術交易展－中小企業館

「台北國際發明暨技術交易展」於 9 月 29 日至 10 月 2 日展出，主要由經濟部、國防部、教育部、國科會、農委會共同主辦，並由所屬研究機構及國內外產學研單位籌設 12 個專館，展示內容包含各領域發明產品、產業技術及專利。中小企業處特於技術交易區規劃「中小企業館」，以「智慧生活百分百」為主題，展出中小企業創新產品在生活上之運用，呈現台灣中小企業創新研發成果。

2011/10/04 召開「全球管理顧問領袖論壇」

2011 年國際管理諮詢協會理事會(ICMCI)於 10 月份在台灣舉行，經濟部中小企業處特於 ICMCI 世界年會前夕，邀請歐、美、亞、澳等國之頂尖企管顧問，於 10 月 4 日至 10 月 5 日與我國管理權威學者及業界菁英，召開「全球管理顧問領袖論壇」。論壇以「預見 2021-管理新思維」為題，希望透過專題演講、個案分享及座談交流等方式，剖析產業經營新趨勢及企業創新經營模式，並將各國最新的企業管理經驗、標竿輔導案例及顧問業在全球市場的商機與挑戰等關鍵因素，分享予國內中小企業及輔導專家，以協助台灣中小企業在全球化的浪潮中洞燭機先。

2011/10/04 「貿易自由化受損產業升級轉型貸款」預為貿易自由化受損產業(企業)備妥轉型升級金援

經濟部預先針對易受貿易自由化影響產業推動「因應貿易自由化產業調整支援方案」，「貿易自由化受損產業升級轉型貸款」係對已受貿易自由化衝擊之受損害業者，經「經濟部貿易調查委員會貨品進口救濟案件」認定損害成立後，提供融資協助，係屬經濟部執行的「因應貿易自由化產業調整支援方案」－「產業升級轉型輔導」之「協助業者轉換業種與商品融資」之支援措施，自 2010 年度起至 2019 年度止，每年由中小企業發展基金編列新台幣 1 億元，10 年合計 10 億元，預為因應以協助「損害救濟」業者，取得升級轉型所需資金，並由信保基金提供 10 成信用保證，金融機構無需負擔任何風險，以強化金融機構核貸意願，協助受損企業取得升級轉型資金。

2011/10/07 「慶創業・拚銷售」活動 東台灣廠商熱情響應

為充實中小企業創新、轉型的實力並促進地方消費，經濟部中小企業處 2011 年特別於北、南、東、中四區舉辦，業已於 6 月、8 月舉辦北區及南區二場。延續北區及南區促進地方消費之活動主軸，本活動先行於 10 月 7 日安排 10 家優質廠商與創投業者進行「中小企業資金媒合會」，10 月 8 日再由強調「低碳、樂活」的展售活動。來自宜蘭、花蓮、台東的 43 家廠商、超過 100 種產品，

配合主題規劃創業創新區、幸福手創區、健康慢活區、深海藍金區、低碳環保區、米食饗宴區等六個展售區，讓參與民眾以「吃、喝、玩、樂」方式，了解在地創新、創意產品的吸引力。

2011/10/07 舉辦第十屆中小企業經營領袖研討會

為擴大國內中小企業經營領袖的交流基礎，中小企業處於 10 月 7、8 日舉辦為期 2 天「100 年度中小企業經營領袖研討會」，邀請國內超過 200 位中小企業經營領袖與會。2011 年研討會以「綠色經營」及「提升軟實力」為主題。

2011/10/19 啟動媒合交流 開創台日合作新契機

中小企業處主辦「台日中小企業創新技術合作交流與投資媒合會」，於 10 月 19 日舉行，會中除安排國內優質中小企業發表創新技術成果外，也邀請日本中小企業來台與國內業者進行技術交流與投資合作洽談，以促成雙方攜手合作開創新市場。共有 17 家台灣中小企業以及 4 家由日本創投公司推薦的日本優質中小企業發表創新技術。

2011/10/19 第 20 屆國家磐石獎暨第 13 屆海外台商磐石獎頒獎典禮

第 20 屆國家磐石獎暨第 13 屆海外台商磐石獎頒獎典禮於 10 月 19 日舉行，計有 9 家國內卓越中小企業獲頒「國家磐石獎」，9 家傑出台商獲頒「海外台商磐石獎」。今年得獎企業領域包含光電、IC 設計、動物飼料加工、墨水製造、機械製造及顧問服務等，獲獎企業在「整體管理制度」、「創新策略」、「行銷策略」及「人力發展」及「社會責任」等方面皆有具體的績效呈現，所提供的服務與技術多能在全球市場居領導地位。

2011/10/21 2011 OTOP 大賞頒獎典禮暨地方特色國際嘉年華 耀眼登場

由經濟部中小企業處舉辦的「百年心、地方情、OTOP 足感心」2011 OTOP 大賞頒獎典禮暨地方特色國際嘉年華，於 10 月 21 日舉辦。此次 OTOP 大賞頒獎典禮集結了「第五屆台灣 OTOP 設計大賞」、「第一屆 OTOP 魅力台灣遊程大賞」、「第一屆 OTOP 海外伴手禮大賞」創意得獎作品共 64 件，以及 9 處 OTOP 授權通路點，此外還有 350 家地方特色商家將進行為期三天(21-23 日)的展銷嘉年華。

2011/10/21 「2011 中小企業投資博覽會」熱鬧登場

中小企業處主辦「2011 中小企業投資博覽會」，於 10 月 21 日熱鬧登場，邀集 20 家潛力企業及 2 家國發基金投資企業共同展出，活動內容包含投資專題演講、商品展示、廠商發表、被投資企業經驗分享及現場媒合洽談，並於會中票選「最佳人氣、最佳創意獎、最值得投資獎」。

中小企業處也結合青創總會、創投公會、台灣工業銀行共同辦理本博覽會。並邀請已獲投資之企業進行經驗分享，包括募資前之準備、與創投接觸之技巧，另有企業募資發表及產品展示。

本博覽會以「投資亮點 共創利基」為活動主軸，以光電資通、生技綠能、傳統材料等類別展出，讓民眾及投資者可以體驗到台灣中小企業發展潛力及產品實力。

2011/10/25 全國首創 創業育成商品布建實體通路展售會 勁速開跑！

經濟部中小企業處指導，國立臺北科技大學研展中心於 10 月 25 日盛大開幕，開幕特展以「創新創意」、「節能永續」、「樂活美學」的概念，將全國育成企業傑出之研發技術應用於生活中，藉以提升新一代生活的「品質」、「便利」與「趣味」，全面提升生活美學。臺北科技大學配合建國百年及百年校慶，率先設置全國首創大學研發成果展示及交易中心，作為國內大學創新研發、產學合作與育成企業之技術與商品實體推廣平台，也是全國創新、創業、育成商品之大市集，協助育成企業鏈結商業通路，形成全世界首創之育成品牌。

2011/10/27 舉辦 2011 全國中小企業發展會議

為擘劃我國中小企業未來發展藍圖，經濟部於 10 月 27、28 日邀集產官學研界各界菁英，共同辦理 2011 全國中小企業發展會議。會議以「新時代，新挑戰—中小企業展現新實力」為主題，討論議題包含 5 項議題及 18 項子議題。

2011/11/14 學研淘金 無限商機 研發成果資訊整合平台成果發表會

為強化創業育成發展，打造台灣「創業型經濟」的優質環境，中小企業處委請工業技術研究

院推動「研發成果資訊整合平台」計畫，於 11 月 14 日舉辦「學研淘金 無限商機 研發成果資訊整合平台成果發表會」。平台彙集了國內 32 個產業、25 萬筆的研發成果資料；提供合作媒合機會，讓中小企業能迅速尋求異業結盟、產業鏈連結的合作對象。目前「研發成果資訊整合平台」計畫已協助推動包含 LED 照明、太陽能電池、CMOS 影像感測、3D 立體影像顯示、無線感測網路於遠距醫療照護的應用、無線射頻應用、智慧電動車以及物聯網等八項重點次產業的產業資訊地圖，亦促成十餘項產業群聚的形成。為使政府資源有效整合應用，「研發成果資訊整合平台」自 101 年度起將由行政院國家科學委員會接管營運。

2011/11/17 中小企業 拼亮台灣 與世界接軌－2011 國際創業創新育成論壇

於 11 月 17 日舉辦「2011 國際創業創新育成論壇」，論壇由經濟部中小企業處「創業創新養成學苑計畫」主辦，除結合「第 17 屆亞洲育成年會暨國際研討會」外，另搭配精進育成發展環境計畫、產業別育成網絡計畫、整合型產學合作推動計畫及 ICSB-ROC 年度會員大會共同辦理，會中邀請到世界各國包含美國、加拿大、歐盟以及亞洲地區 16 個會員國之育成機構及經理人，進行國際育成經驗交流分享，並共同探討育成發展趨勢，彙集國內外專家學者對針對亞太地區中小企業「創新、創業、育成」能量進行產官學界交流。

2011/11/17 2011 產學育成 創業領航 創新研究成果展

經濟部中小企業處結合教育部、行政院國家科學委員會、行政院農業委員會與協辦單位台中市政府等相關資源，於 11 月 18、19 日假大台中盛大辦理「2011 產學育成 創業領航 創新研究成果展」。11 月 18 日舉辦績優育成中心獎、育成中心最佳人氣獎、第 18 屆中小企業創新研究獎、第 10 屆新創事業獎、傑出技術移轉貢獻獎、智財權保護運用獎、技術移轉菁英獎、成果管理權責人員貢獻獎及優質農業研發成果管理單位獎的聯合頒獎典禮，並結合 15 家優質中小企業，分享如何運用育成資源創新、戰勝商場的「破殼而出」新書發表會。

此外，於會展規劃「育成招商展示專區」、「新創事業獎專區」、「創業輔導關懷專區」、「北中南東區中小企業創業創新服務中心專區」、「產業專業育成網絡專區」、「中小企業創新研究獎專區」及「產學合作成果專區」等七大專區共 211 攤展位，提供百項商品促銷活動。

2011/12/01 「2011 國際中小企高峰論壇」－經濟部中小企業處處長應邀分享經驗

由香港中小型企業總商會主辦，香港貿易發展局、香港中華廠商聯合會共同協辦的「2011 國際中小企高峰論壇」，於本 12 月 1 日在香港會議展覽中心舉行，論壇主題為『攜手開拓新興市場』，邀請包括我國、新加坡、香港、印度、智利、英國、土耳其等代表分享相關經驗，出席人士包括國際中小企業界產官學專家約 300 人。

本次論壇期間，香港貿發局同時於 12 月 1 日至 3 日在香港會展中心舉辦年度「國際中小企業博覽會」及「創新科技及設計博覽會」。博覽會以「新啟發 新商機」為主題，展館分為商貿支援館及市場商機館等兩大主題，展出內容包括理財融資、電子商貿、營商支援服務、政府及商會、中國商機、海外商機及創業營商等，吸引超 250 家參展商透過展覽、研討會、交流活動等，提供實用的資訊及服務。

2011/12/13 「APEC 中小企業創業創新及雲端運算研討會」於泰國曼谷隆重登場

經濟部中小企業處於 12 月 13 日與美國商務部在泰國曼谷共同舉辦「APEC 創業創新及雲端運算研討會(APEC SME Workshop on Innovation, Entrepreneurship and Cloud Computing)」研討會。本次研討會與會人士包括多國在泰商務機構及商會、泰國當地中小企業代表、我駐泰國代表處經濟組、以及各 APEC 經濟體代表，報名人數近 100 人，與會者在中小企業領域均有重要影響力，相信透過我國與會專家經驗分享與交流，對我國資訊技術能力與雲端服務形象之提升甚有助益。

2011/12/15 餐飲業績亮眼 缺工急 用好薪留住人才 第 4 回創造就業貢獻獎表揚

為鼓勵民間企業根留臺灣、投資臺灣及創造就業機會而舉辦的「創造就業貢獻獎」，2011 年度第 4 回表揚典禮於 12 月 15 日舉行，由蕭副總統親自接見 40 家企業代表予以嘉勉，行政院吳院長頒贈表揚狀。入選的 40 家企業包括有餐飲服務業、觀批發零售業、綠能產業等，共創造了 6,553 人就業機會。



2012 年

2012/03/08 Start-Up Taiwan 創業台灣 迎向國際 強棒出擊

經濟部中小企業處為打造友善創業環境，鼓勵台灣新世代科技應用創業育成，並與國際相關微創投社群連結，已與玉山創投、Microsoft 及 Google 共同完成台灣，也是全球第一個 Startup Labs 活動。

2012/03/29 經濟部啟動中小企業媒合列車 鼓勵業者跨界合作共創商機

經濟部中小企業處 2012 新產品發表商機媒合會，29 日在台北啟動。活動匯聚 32 家包含資訊通信、材料電光、綠能環保及民生樂活等四大領域的創新企業，發表最新的應用技術與產品，展現科技與生活結合的最新面貌，吸引超過六百位尋找合作商機的業者參與。現場詢問與洽談氣氛熱絡，預估後續衍生合作商機將超過新台幣上億元。

2012/04/09 中小企業處處長賴杉桂 臉書上線與民面對面！

經濟部中小企業處處長賴杉桂臉書 4 月 9 日上線！(<http://www.facebook.com/moeasmea>)為了讓網友、中小企業者更深入瞭解經濟部中小企業處的施政方針與作為，賴杉桂加入 FB，他希望未來藉由這個園地能和網友們作更即時的溝通與交流，更希望大家能在批評指教之餘，也能不吝對經濟部中小企業處及全國各地中小企業致力於「拼亮台灣」的努力多按些「讚」！

臉書開版第一天，賴杉桂想要推薦給大家一首「中小企業之歌—拼亮台灣」的歌曲，向廣大的中小企業致敬。他希望能以這首歌來凝聚中小企業力量，為中小企業加油、喝采。（歌曲連結網址 <http://www.youtube.com/watch?v=E0DxE668p8w>）

2012/04/13 創業台灣計畫(Start-Up Taiwan)啟動儀式暨第 11 屆中小企業經營領袖班分享會

經濟部中小企業處自 2012 年起推動「創業台灣計畫」，並於 4 月 13 日舉辦「創業台灣計畫啟動儀式暨中小企業經營領袖分享會」，有超過 400 位之中小企業高階領袖及國內創業新秀共同與會。本次活動結合「創業台灣計畫啟動儀式」及「中小企業經營領袖分享會」，上午舉辦「創業實現夢想·創新加速卓越」論壇，正式啟動「創業台灣計畫」，下午專題演講與綜合論壇及歷屆創新經營與傑出的領袖班學員及歷屆領袖班學員分享企業經營心得。

2012/04/19 「享好禮·促消費」OTOP 邀您一睹台灣好禮之光「2012 年台灣伴手禮名品展」

經濟部中小企業處於 4 月 19 日至 22 日在台北世舉行的「台灣伴手禮名品展」，分為三大類好禮展售區(地方伴手、工藝精品、創意生活)及台灣精粹館通路採購專區，精選近 100 家全台各鄉鎮的「OTOP 時尚精粹」企業，共展售 300 多項優質商品，涵蓋曾獲得國際設計包裝大獎、OTOP 設計大賞及各鄉鎮特選十大伴手好禮等殊榮之地方好禮。

2012/04/28 2012 年台灣城鄉禮讚·台北嘉年華

4 月 28 日(六)至 29 日(日)「城鄉禮讚·台北嘉年華」中經濟部地方特色產業專區，在台北市府前廣場將匯集 230 家來自全國各地的特色業者展售近千件地方特色產品，參展廠商運用巧思與創意詮釋、展現獨特商品精神，將臺灣在地特色推廣給國內遊客。活動並將在大陸各網站及微博進行廣宣，國內各大飯店也將配合宣傳。

2012/05/18 中小企業處成立行銷服務旗艦團，協助中小企業滾動億元商機

經濟部中小企業處在 2012 年起整合產、官、學資源籌組中小企業行銷服務旗艦團，協助中小企業解決行銷所面臨的問題，提升行銷競爭力。5 月 18 日舉辦「中小企業行銷服務旗艦團成立 協助中小企業強化競爭力」記者會。會中宣布將成立「中小企業行銷服務中心」以及「品牌策略」、「產品發展」、「通路拓展」3 大行銷服務旗艦團。同時，將採用 App 應用程式，以推播訊息告知，便於中小企業即時掌握計畫最新活動訊息，協助中小企業滾動億元商機。

2012/06/20 經濟部促成台日中小企業策略合作 攜手開拓第三地市場商機

經濟部中小企業處所舉行的「中小企業商機媒合列車」，20 日舉行本年度第三場活動「台日中小企業技術合作商機媒合會」，活動共計邀請台灣 10 家及日本 8 家優秀中小企業齊聚一堂，共同發表並展示涵蓋光學電子、雲端智慧生活、創意娛樂 APP 及環保節能等領域共 18 項關鍵技術

與創新商品，同時進行近百場一對一媒合洽談會。會中也安排了政府研發補助計畫的專題講座，向與會者介紹政府與民間資源。

2012/06/20 創業台灣天使俱樂部 協助創業家爭取第 1 桶金

經濟部中小企業處為強化新創事業初期資金募集網絡，2012 年度連結「創投公會」、「台灣雲端運算產業協會」、工研院與有意投資早期階段企業之大企業及天使投資人等相關資源，成立「創業台灣天使俱樂部(Startup Taiwan Angel Club)」。於 6 月 25 日下午 5 時於台灣雲端運算產業協會，針對 App 舉辦「創業台灣天使俱樂部首部曲」，提供給所有創業團隊及新創事業一個與資金方溝通更友善、有效率的平台管道，不論是想創業但不知道如何跟投資人爭取第一桶金的創業家；或是有良好營運模式卻遍尋不著可用資源投入的新創事業；還是想投資有發展潛力的早期事業卻苦尋不著好案源的投資人，都歡迎您參加「創業台灣天使俱樂部」。

附錄 9 資料來源及參考文獻

中文部分

1. UNEP(2009)。全球綠色新政政策簡報。
2. 工業技術研究院(2010)，《地方型群聚產業發展計畫：99 年度專案計畫期末執行成果報告書》，經濟部工業局。
3. 工業技術研究院(2011)，〈再展龍頭風采 水五金敲開 500 億產值大窗〉，《工業技術與資訊》，No.221，25-33 頁。
4. 工業技術研究院，《中小企業產政經動態趨勢觀測平析》，中小企業處委託。
5. 中央銀行，《金融統計月報》，2011 年。
6. 中華民國對外貿易發展協會(2009)，〈台灣水五金專業聯盟〉，《品牌台灣發展計畫 輔導專刊》，88-101 頁。
7. 王素鸞、蔡金宏(2012)。白皮書特定專題：區域經濟整合下之中小企業與綠色產業商機期中報告。經濟部中小企業處。
8. 王健全、王素鸞、傅豐誠等(2003)，《2003 年 APEC 產業群聚現況計畫報告書》，經濟部中小企業處。
9. 朱寶萱、孫偉碩、陳慈君(2011)。綠色產業發展的國際現況與策略研析。碳經濟, 22, 頁 29-56。
10. 行政院主計處(2008、2006)，工商普查資料。
11. 行政院主計處，《人力資源統計月報》原始資料，2011 年。
12. 行政院主計處，《國民所得統計及國內經濟情勢展望》，2012 年 5 月。
13. 行政院主計處，《國民經濟動向統計季報》，2012 年 5 月。
14. 行政院金融監督管理委員會銀行局，《金融業務統計輯要》，2012 年 5 月。
15. 行政院國家科學委員會，《中華民國科學技術統計要覽》，2011 年版。
16. 行政院經建會綜合計畫處(2010)。歐盟的綠色成長新模式。
17. 行政院經濟建設委員會，《經濟論衡》，第 9 卷第 12 期，2011 年。
18. 行政院經濟建設委員會網站，<http://www.cepd.gov.tw>。
19. 余騰耀(2009)。我國綠色產業科技與市場發展趨勢。機械月刊, 35, 頁 65-82。
20. 吳惠林、杜英儀、吳明澤(2008)，〈台灣中小企業合作模式之演變〉，《中小企業發展季刊》，第 10 期，135-154 頁。
21. 呂慧敏(2010 年 6 月 10 日)。綠色新政(Green New Deal)的意義與課題。國際經濟情勢雙週報(1706), 頁 5-15。
22. 呂錫民(2011)。科學發展。科學發展(468), 頁 60-65。

23. 李宜修(2011)，《鹿港水五金產業區位形成與生產網絡之變化》，國立台灣師範大學地理系碩士論文。
24. 京華工程顧問股份有限公司(2011)。中國「十二五計畫」環保產業商機分析報告。
25. 林季鴻(2011)。綠色投資引領全球綠色經濟發展。擷取自行政院經建會，
<http://www.cepd.gov.tw/ml.aspx?sNo=0015099>。
26. 林瑞彬(2009)，《台灣工具機產業生產方式變革之探討》，東海大學工業工程與經營資訊研究所碩士論文。
27. 林蕙薰(2010)。全球綠色新政潮流下，綠色投資分配趨勢。擷取自行政院經建會：
<http://www.cepd.gov.tw/ml.aspx?sNo=0013444>。
28. 金屬工業研發中心(2011)，《金屬手工具製造產業研發聯盟結案報告》，經濟部技術處。
29. 洪秀菊(2011)。聯合國千禧年發展目標及全球治理。崇右學報, 17(1)。
30. 胡思聰(2011)。COP 17 對我國減碳策略的啟示。擷取自國政分析：
<http://www.npf.org.tw/post/3/10126>。
31. 財政部，《進出口貿易統計》，<http://www.mof.gov.tw>。
32. 財政部財稅資料中心，營業稅徵收統計原始資料，歷年。
33. 高玉媚(2010)，〈檢視台灣水五金業蛻變與新生的歷程〉，《國際商情雙週刊》，第303期，83-85頁。
34. 商業發展研究院、經濟部商業司(2010)。2010年商業服務業年鑑。
35. 國際能源署(2011)。WORLD ENERGY OUTLOOK。
36. 張啟人(2008)，〈創造協同合作優勢邁向工具機產業新紀元—以工具機產業 M-Team 為例〉，《經濟部工業局協同商務電子報》，2008年第7期。
37. 張啟人(2010)，〈創造協同合作優勢 打造台灣工具機群聚新故鄉—M-Team 讓工具機產業紮根台灣放眼全球〉，《品質月刊》，第46卷3期。
38. 張嘉玲、陳明義(2009)。綠色產業發展趨勢。科學與工程技術期刊, 5(1), 頁11-17。
39. 莊致遠(2010)，〈中部精密機械產業群聚、完整中衛體系獨步全球〉，《貿易雜誌》，2010年4月號，20-23頁。
40. 游志華(2011)〈創造台灣工具機產業升級轉型新契機—工具機產業雙核心協同合作深化計畫(下)〉，《經濟部工業局協同商務電子報》，2011年12期。
41. 游志華(2011)〈創造台灣工具機產業升級轉型新契機—工具機產業雙核心協同合作深化計畫(上)〉，《經濟部工業局協同商務電子報》，2011年第11期。
42. 楊建家(2008)，《台灣工具機模組廠的類型、特質與供應鏈管理》，東海大學工業工程與經營資訊研究所碩士論文。

43. 楊致行(2012)。企業與產品的國際綠色議題評斷。「經濟部綠色貿易推動方案」。101 年政策宣導說明會。
44. 溫麗琪、羅時芳(2011)。國際綠色貿易趨勢和臺灣推動概況。經濟前瞻, 135, 頁 5-8。
45. 經濟部,《100 年度中小企業融資協助執行成果報告書》, 2012 年 3 月。
46. 經濟部工業局中部經濟辦公室(2010),〈水五金產業蛻變展新生〉,《產經彰化》, No.10, 12-15 頁。
47. 經濟部中小企業處, 中小企業法規調適檢討報告書, 2012 年。
48. 經濟部投資業務處, 網址: www.dois.moea.gov.tw。
49. 經濟部投資審議委員會,《核准對外投資統計》。
50. 經濟部能源局網站: <http://www.moeaboe.gov.tw>
51. 經濟部國貿局(2009 年 7 月 16 日)。韓國公布推動綠色成長之國家策略 5 年計畫。擷取自 產業永續發展整合資訊網: <http://proj.moeaidb.gov.tw/isdn/News/news-more.asp?nplSh4dl>。
52. 經濟部國貿局網站, <http://www.trade.gov.tw/>。
53. 經濟部國貿局, TPP 下的台灣機會與挑戰—TPP 現況與說明簡報, 2012 年 6 月。
54. 經濟部統計處,《批批發、零售及餐飲業經營實況調查報告》, 2012 年。
55. 經濟部統計處,《製造業經營實況調查報告》, 2011 年。
56. 經濟部統計處網站, <http://www.moea.gov.tw/>。
57. 葉芷嫻(2011),〈再展龍頭風采 水五金敲開 500 億產值大窗〉,《工業技術與資訊》, 第 221 期, 25-33 頁。
58. 彰化縣水五金產業發展協會(2012),《2012 台灣水五金年鑑》, 彰化縣水五金產業發展協會。
59. 賴瑩瑩(2012)。參加「巴塞爾公約第十次締約國會議」。出國報告。
60. 聯合國報告“World Population Ageing 2009 及“World Population Prospects: The 2010 Revision”。
61. 魏聰哲、童靜瑩(2011),〈日本九州半導體產業群聚發展策略與知識型平台功能〉,《產業與管理論壇》, 第十三卷第四期, 30-53 頁。
62. 羅鈺珊(2011)。韓國綠色成長策略。全球台商 e 焦點(193)。

網路資料

1. 《金屬手工具製造產業研發聯盟結案報告》，
<http://network.stars.org.tw/Blog/Post.aspx?PostId=b8d91d86-5013-4110-be15-ff56c44edf03&AspxAutoDetectCookieSupport=1>
2. 中華經濟研究院。碳捕獲與封存簡介。網址：
<http://www.cier.edu.tw/ct.asp?xItem=13479&CtNode=253&mp=1>，上網日期：2012/4/9。
3. 台灣經貿網，<http://www.taiwantrade.com.tw>
4. 行政院環保署。網址：<http://www.epa.gov.tw/ch/SitePath.aspx?busin=7603&path=10402&list=10402>，
上網日期：2012/4/3。
5. 李孟諺（2010），〈我手工具業發展機會與挑戰〉，《工業總會服務網 財經文摘》，網址：
<http://www.cnfi.org.tw/kmportal/front/bin/ptdetail.phtml?Part=magazine9908-485-9>
6. 周思齊。美國太陽能租稅獎勵措施概述。網址：
<http://www.pwc.com/tw/zh/challenges/taxation/taxation-20110505.jhtml>，上網日期：2012/4/11。
7. 游志華（2010），〈建構體系協同商務新模式、開創我國手工具產業新藍海〉，《經濟部工業局 協同商務電子報》，網址：http://proj.moeaidb.gov.tw/cm/epaper/files/99e_02.pdf
8. 黃馨怡（2010），〈跨體系協同採購管理—以手工具產業為例〉，《經濟部工業局 協同商務電子報》，網址：http://proj.moeaidb.gov.tw/cm/epaper/files/99e_03.pdf
9. 黃馨怡（2011），〈深根台灣 打造手工具新藍海（上）、（下）〉，《經濟部工業局 協同商務電子報》，網址：http://proj.moeaidb.gov.tw/cm/epaper/files/100e_07.pdf、
http://proj.moeaidb.gov.tw/cm/epaper/files/100e_08.pdf
10. 經濟部工業局，<http://www.moeaidb.gov.tw/external/view/tw/index.html>
11. 彰化縣水五金產業發展協會，<http://www.taiwanplumbing.com.tw/>
12. 維基百科。巴塞爾公約。網址：
<http://zh.wikipedia.org/wiki/%E5%B7%B4%E5%A1%9E%E7%88%BE%E5%85%AC%E7%B4%84>，上網日期：2012/4/3。
13. 環境資訊中心。網址：<http://e-info.org.tw/column/eccpda/2004/ec04031601.htm>，上網日期：2012/4/9。

外文部分

1. Zoltan J. Acs and Laszlo Szerb (2012), *The 2012 Global Entrepreneurship and Development Index (GEDI) : Perspectives from the Americas*, Center for Entrepreneurship and Public Policy.
2. Maskell, P. and Malmberg A. (1999) ,“Localized learning and industrial competitiveness” , Cambridge Journal of Economics, Vol.23, pp.167-185.
3. Porter, M.E. (1990) , *The Competitive Advantage of Nations*, NY: The Free Press.
4. Porter, M.E. (1998) , *On Competition*, Boston, MA: Harvard Business School Press.
5. Porter, M.E. (2000) “Locations, Clusters, and Company Strategy,” in *The Oxford Handbook of Economic Geography*, edited by Christensen, C.R., Oxford University Press, pp. 253-274.
6. UNCTAD (2004) ,*Promoting the export competitiveness of SMEs*, Geneva.
7. 山本健兒(2005) ,《産業集積の経済地理》,法政大 出版局。
8. 山崎朗(2005) ,〈産業クラスターの意義と現代的課題〉,《組織科》,第巻第3,4-14頁。
9. 古永義尚(2008) ,〈産業集積がもたらす外部経済効果を支えるもの ～産地の企業事例が示す企業間 係を調整する「ルール」の重要性～〉,《中小企業 合研究》,第9,68-88頁。
10. 石倉洋子、藤田昌久、前田昇、金井一頼、山崎朗編著(2003) ,《日本の産業クラスター戦略ー地域における競 優位の確立》,有斐閣。
11. 前田昇(2003) ,〈欧米先進事例から見たクラスター形成・促進要素〉,石倉洋子、藤田昌久、前田昇、金井一頼、山崎朗編著,《日本の産業クラスター戦略ー地域における競 優位の確立》,有斐閣,129-174頁。
12. 渡幸男、小川正博、黒 直宏、向山雅夫(2007) ,《21世紀中小企業論》,有斐閣。
13. 藤田昌久(2003) ,〈空間経済 視点から見た産業クラスター政策の意義と課題〉,石倉洋子、藤田昌久、前田昇、金井一頼、山崎朗編著,《日本の産業クラスター戦略ー地域における競 優位の確立》,有斐閣,211-261頁。