****

**國家發展委員會 澄清稿**

**「消費提振措施」相關說明**

[吳明蕙/國家發展委員會經濟發展處處長，電話：2316-5851]

104年11月5日

 「消費提振措施」自10月30日推出以來，媒體、輿論十分關注，部分報導內容多有誤解，本會說明如下：

一、「消費提振措施」僅為政府振興經濟政策的一環

針對今（104）年全球經濟成長不如預期，衝擊我國整體經濟表現。政府已於7月27日提出「經濟體質強化措施」，聚焦於「產業升級」、「出口拓展」及「投資促進」三面向，研提短期作法與長期扎根對策，以強化國內經濟體質，確保經濟穩健成長。

考量出口拓展成效，短期取決於國際經濟情勢，非全然操之在我；投資促進則需較長期間才能彰顯政策效益，為加速景氣復甦速度及力道，於是提出消費提振措施。換言之，「消費提振措施」僅為政府振興經濟政策的一環。

二、「消費提振措施」旨在發揮誘發民間消費之乘數效益

本次「消費提振措施」，秉持「政府補助、企業加碼、全民共享」原則。希望透過補貼民眾購買部分產品價格一定比率，誘發民眾加碼消費，並強調公私協力合作，鼓勵業者配合政府額外加碼促銷折扣，以提高民眾購物慾望，營造年終購物節慶熱潮，發揮立即激勵經濟的乘數效果。

三、「消費提振措施」已考量偏鄉、弱勢

本次推出的「消費提振措施」屬於短期刺激內需措施，本質上與社會福利政策有別。惟為照顧弱勢，若干項目針對偏鄉、弱勢者加碼優惠。例如在數位生活方面，提供低收入戶、偏遠地區用戶固網寬頻升級之加碼補助，以縮短數位落差。

四、基於WTO貿易平等互惠原則，「消費提振措施」並未限制本土品牌

「消費提振措施」之補助產品，為遵守WTO規定，並未限制本土品牌，惟補助產品之選取，已將提振本土產業供應鏈列入考量。

以節能產品為例，國產冷氣機銷售量占83%、國產電冰箱銷售量占65%、國產瓦斯熱水器銷售量占99%、國產瓦斯爐銷售量占96%、30吋以上顯示器皆為國產，僅進口電視機銷售量稍高。至手機產品部分，由於國內製造商在全球手機產品供應鏈占有舉足輕重之地位，對國內廠商亦有助益。

五、補貼2G升速主要為達成縮短數位落差、提升頻譜使用效益等目的

本次「消費提振措施」推出補助固網寬頻升級、2G門號升速4G暨換購4G手機等計畫，主要希望透過2G門號用戶升級4G，未來可加速2G頻譜提早繳回，作為4G服務使用，以活化頻率，提升整體頻譜使用效益，帶動行動寬頻產業及應用發展。同時亦可彌平數位匯流及新興科技快速發展下所產生的數位落差與近用障礙。