

十大重點服務業 再創台灣新榮景

行政院國會聯絡組 賴祐民

回顧台灣經濟發展歷程，由於所得增加帶動消費性服務業需求的提高，以及專業分工刺激分配性及技術支援性服務業的發展，服務業扮演的角色日益重要。根據統計資料，2010年我國整體服務業名目GDP約9.1兆台幣，占GDP的比重達67.1%，平均就業人數617萬人，占總就業人數的比重為58.8%，由各項數據顯示，服務業已成為我國經濟活動的主體，也是創造就業的主要來源。

有鑑於此，積極推動服務業之發展，成為當前重要之政策方向。行政院參照總統府財經諮詢小組會議決議，考量促進投資、增加就業及提升出口競爭力等因素，選定美食國際化、國際醫療、流行音樂及數位內容、會展產業、國際物流、高科技及創新產業籌資平台、都市更新、WiMAX產業、華文電子商務、高等教育輸出等十大重點服務業，作為推動的主軸。茲就十大重點服務業之推動背景、目標、策略、效益等分述如下：

壹、美食國際化，全世界讚嘆

美食已成為今日諸多國家文化輸出及國際推廣之主流，泰、韓等已成功將美食行銷推廣至世界的國家，未來都可作為台灣美食行銷海外之借鏡與參考。

台灣美食匯集中華與異國料理融合之傳承，有著有容乃大、博大精深的特色，目前雖仍處於耕耘階段，但已漸漸打出品牌，成功吸引國際旅客來台嚐



鮮。台灣餐飲業者雖多為中小企業，但對市場需求反應靈活、快速、有彈性，且文化素材豐富，具備以文化為內涵之餐飲發展深度及潛力，部分企業並已建立國際化品牌通路，未來發展深具潛力。

台灣餐飲模式多元，目前在海外展店的國際連鎖加盟餐廳品牌已有 30 個，店數約 900 家，連鎖加盟店已成為餐飲業進軍國際市場的重要經營模式。推動台灣美食國際化，未來將以鄰近國家為首要考量，然後循序提升台灣美食全球曝光度。為了將台灣美食推上國際舞台，政府透過多次拜訪業者及與業界座談，歸納出整體產業目前面臨之主要問題，包括自我品牌形象與企業知名度建立困難、國際性專業人才不足、無法有效掌握海外市場資訊與服務業規範、以及業者資金籌集困難等。衡量台灣美食產業的優、劣勢，並參考學者專家意見後，草擬「台灣美食國際化行動計畫」，並且在 2010 年 6 月由行政院正式核定通過。

「台灣美食國際化行動計畫」主要是以「在地國際化」及「國際當地化」作為推動主軸，其下另有推動策略及作法。其中「在地國際化」重點在於協助台灣在地餐飲業者儲備國內外展店能量，籌組國際化推動聯誼會，建構交流平台，提升廚師國際化品質、增加餐飲業上下游就業人口、強化台灣美食曝光率及餐飲品質，以打造國際知名度。相關推動重點包括奠定國際化展店基礎及培育台灣國際名廚兩個面向。

在奠定國際化展店基礎方面，將籌設美食聯誼會，藉由政府與民間的雙向溝通協調，將台灣美食推上國際舞台；成立國際化輔導團隊，運用科技技術提供業者服務品質；此外一方面協助餐飲業者參與國內外交流會，另一方面結合僑委會資源，邀請僑營餐館業者回台參訪觀摩，促成與國內餐飲業者及連鎖業者交流媒合；最後則將透過 Gourmet Taiwan 的標章認證、民國 2011 年的美食嘉年華會、以及文化包裝和國際廣宣來提升台灣美食的國際形象。

而培育台灣國際名廚方面，則希望結合餐飲院校或民間協會辦理台灣美食廚師訓練與海外參賽培訓，透過篩選機制，選派得獎廚師參加國際廚藝競賽，爭取國際榮譽及聲望；此外也打算協助國廚師至國內知名飯店、大專院校或海外地區（如法國藍帶廚藝學院）進行美食講座或客座表演，希望在推廣台灣美食文化之餘，也能增加餐飲業國際廚藝知識的交流及傳承。

「國際當地化」以提供國際展店支援輔導、群聚台灣美食專區兩大主軸，提供海外商機媒合機會、發展台灣美食專區、建立海外行銷基礎與進行台灣美食海外推廣。主要內容包括結合外交部、僑委會、台商協會及僑社等資源，建立海外展店諮詢窗口，提供業者海外展店必要的協助及輔導。同時針對主要國際城市，將選擇具特色之地點如海外購物中心、百貨商場等，複製台灣美食商圈，塑造台灣美食特區意象。此外，還將協調於國內機場關建美食專區，並洽談進駐國外機場事宜，希望將台灣美食推向國際舞台；同時也將統一菜餚用語翻譯，並運用文化及故事性包裝，製作台灣美食說帖，利用網路社群軟體快速推廣至全球等。最後將配合行政院觀光局推動的重點地區，結合旅行社、航空公司、各國觀光推動單位，規劃美食主題遊程導覽手冊。

「台灣美食國際化行動計畫」將以追求「讓世界讚嘆的台灣美食」的願景，推動期間自 2010 至 2013 年，4 年總計投入 11 億元，預期將促進國內外展店新增 3,500 家、創造 10,000 個就業機會、國際化品牌新增 20 家、培訓國際化人才 1,000 人次、協助商機媒合 500 家次、及促進民間投資 20 億元。其中海外展店部分，將以世界主要地區（含東協、紐澳、歐美、日韓等）國際城市為目標，並優先考量以大陸為先行市場。

貳、醫療產業國際化，台灣服務在世界

我國醫療服務產業處於成熟階段，醫療服務擁有高品質、高科技之水準，服務效率亦高且具有價格競爭之優勢。為提升我國醫療產業在國際上的能見度，同時促進國內醫療服務的升級轉型，並克服對手國之先占優勢，行政院於2010年6月核定衛生署提報「台灣醫療服務國際化行動計畫」。本計畫係以「顧客走進來，醫療走出去，提升高品質醫療的服務形象」為願景，自2010至2013年積極推動，並整合部會資源，由相關部會共同參與醫療服務國際化整體規劃小組，進行醫療服務國際化策略之規劃、建構國際醫療環境及進行整體行銷。

台灣在醫療技術、品質及價格上有相當優勢，加上兩岸三通、經貿關係正常化均有利於台灣爭取大陸客源，且我國處於亞洲重要經濟樞紐位置，短期之目標市場將為亞洲臨近國家（中國大陸、越南、菲律賓等）之高所得族群，中長期之目標市場則鎖定歐美、澳洲等地區之華僑及國際人士。衛生署「台灣醫療服務國際化行動計畫」，將使「台灣服務」（Served by Taiwan）成為台灣經濟的新標誌，其具體做法摘述如下：

- (一) 建立醫療服務國際化平台，並持續強化該平台之功能成立「醫療服務國際化專案管理中心」，作為我國國際醫療資訊流通及整合之平台，建立外語化資料、專業培訓暨課程規劃、參與國際醫療服務展覽與會議、辦理對外醫療服務國際化窗口，執行溝通協調與諮詢服務等事宜。
- (二) 籌組醫療服務國際化整體規劃小組，藉以整合、協調各部會資源籌設「醫療服務國際化整體規劃小組」，由衛生署、行政院經濟建設委員會、交通部觀光局、行政院新聞局、經濟部國際貿易局、行政院大陸委員會、僑務委員會、外交部等有關機關，以及相關領域專家者共同擔任小組委員，依實際計畫推動情形召開會議檢討推動策略與方針，並適時整合各部會可供投入之資源。

- (三) 辦理整合行銷及促進策略結盟，建立產業模式。例如：整合跨部會資源，進行多元化行銷，透過短片製播、記者會、跨媒介宣傳、影音輸出產品執行，將台灣醫療優勢推廣至海外。另可對輔導醫療院所與相關資源進行連結與整合。
- (四) 法規適度鬆綁，以利營造產業發展環境。放寬醫療廣告限制、簡化醫療簽證之申請程序；訂定「醫院設立或擴充許可辦法」，提供國際醫療病床設立依據。
- (五) 參考國際經驗，研擬「專辦國際醫療之醫療機構管理辦法」、「專辦國際醫療醫院設置標準」等配套法規，規劃專辦國際醫療之醫療機構於指定區域設立。
- (六) 辦理產業調查計畫，全面盤點我國國際醫療能量及資源，藉由全面性調查，瞭解我國醫療機構對於推動醫療服務國際化之投入意願與概況，並推估相關產值效益。

預計推動台灣國際醫療服務國際化行動計畫，可於 4 年內誘發民間投資累積達 40.8 億元，提供國際醫療服務達 45,558 人次，創造我國國際醫療產業價值達 109.9 億元，且可新增 3,860 個就業機會。

質化效益部分，本計畫將結合台灣的優質醫療、高科技與親善服務，藉由整體行銷「醫療服務國際化」，塑造我國醫療服務品牌暨提升外交與觀光發展，並透過產、官、學界相關資源及醫療服務網絡之協調整合，營造國內國際醫療產業環境發展，提供予國內醫療界持續進步動力，提升我國醫療產業之競爭力，促進醫療產業永續發展。

叁、流行音樂龍頭，數位產業典範

台灣流行音樂曾經在 90 年代創造出 123 億元之產值高峰，並在華語地區發揮深厚的文化影響力，迄今無論在音樂製作、創作人才及藝人培訓等方面，

仍居華語地區翹楚。惟近十餘年間，與全球的音樂產業同時面臨從 CD、MP3、手機鈴聲市場、到 iPod 的載體變革，再加上盜版、網路音樂侵權行為的衝擊影響，致使台灣流行音樂市場規模縮小、產值下滑；惟台灣流行音樂在華語地區仍居翹楚，為維持華語音樂龍頭優勢，實有必要透過政府資金的挹注與協助，提高民間投資的動能與意願，並以發揮引導與乘數效果為原則，協助流行音樂產業在研發、行銷、國內外市場、法令、人才培育、資產保存以及活絡資金運用等方面的發展。

另一方面，由於流行音樂所展現的不只是音樂的創意與發行，同時展現了台灣相較於其他國家的優勢生活型態與文化力。因此，如果有政府做產業的後盾與推手，促使更多充滿創意的流行音樂創作產出，則其影響勢必跨越有形的地理疆界，不但能提升海外的產值能量，更能將台灣流行音樂的文化浪潮向國際輸出，成為台灣文化創意產業中耀眼的明星產業。

為推動台灣流行音樂發展，政府已自 2010 年起，由行政院新聞局推動執行「流行音樂產業發展行動計畫」，該計畫並已於 2010 年 6 月 17 日由行政院



正式核定，預計以 5 年為期（2010-2014 年），投入新台幣 21 億元，協助業者在人才培育、活絡市場、創新行銷及接軌國際等面向的發展，期在 5 年內總產值突破 500 億元，並以促進業者投資、開創台灣音樂品牌價值、提高數位音樂及提升就業人口等為目標。

「流行音樂產業發展行動計畫」的細部計畫內容包括：

- (一) 網羅明珠計畫：透過人才培育與養成，厚植國內流行音樂人才素質。執行措施包括：辦理音樂創作類團體及個人的創、製、行銷培育專案、培植多元語言創作人才、於大專院校或技職學校增設流行音樂專業課程，鼓勵唱片界與教育界建教合作、鼓勵國際師資技術之交流與合作等。
- (二) 深耕夢土計畫：透過法令鬆綁及相關措施，期能活絡國內流行音樂市場。具體措施包括：擴大金曲獎規模、辦理金曲音樂週活動；自 2011 年起辦理獨立音樂獎項；針對流行音樂資產進行保存、典藏及展示；輔導數位音樂的發展等。
- (三) 傳播天音計畫：創新流行音樂的發展及行銷模式，包括：獎勵製作以音樂為題材的跨界合作事項（如製作大型音樂劇、電玩遊戲、歌舞電影及電視節目等）、輔助音樂產業之創新行銷模式、輔導辦理國內音樂展演活動與推廣、推動表演空間輔導獎助計畫，以及辦理流行音樂市場調查及研究工作等。
- (四) 飛騰萬里計畫：為開拓海外華語市場，接軌國際市場，及培植國際型表演實力，政府將採多管齊下的方式辦理相關措施，包括：輔導音樂表演工作者赴海外駐點演出及參加國際音樂節、補助業者及從業人員赴海外研習及參加國際音樂獎項、與大陸進行智慧財產權的協商等。

透過「流行音樂產業發展行動計畫」之落實執行，將可提升台灣流行音樂的創、製、銷能量，帶動產業創新及升級，並提高國內流行音樂總產值，促使 2010 年至 2014 年之 5 年總產值突破 500 億元；此外，也有助於創造工作機會、吸引人才回流，5 年就業人數由 1,400 人增加為 2,800 人；而透過政府提供

的資金協助，將可提升產業發展動能，促進業者每年相對投資約 3,500 萬元，5 年投資額至少達 1 億 7,500 萬元。

除了流行音樂外，數位內容亦為我國推動文化創意產業之重點。為推動我國數位內容產業蓬勃發展，行政院於「兩兆雙星核心優勢產業計畫」中將數位內容產業列為重要推動產業之一，並於 91 年 5 月 13 日核定通過第一期「加強數位內容產業發展推動方案」，主要為推動我國成為「亞太地區數位內容開發、設計及製作中樞」，並運用數位科技，提升台灣整體產業競爭力，帶動相關製造業及周邊衍生性知識型服務業之發展。為延續第一期方案，行政院於 96 年 8 月 6 日核定通過第二期「加強數位內容產業發展推動方案」，將原有「功能導向」轉為「任務導向」之發展策略，擬定更前瞻之產業政策，期能將台灣數位內容產業升級並推向國際市場。2010 年 7 月行政院核定「數位內容產業發展行動計畫」。該計畫係以「發展台灣成為全球數位經濟產業發展成功之典範，並成為娛樂及多媒體創新應用的先進國家」為願景，自 2010 至 2013 年積極推動，預期我國數位內容產業產值在 2013 年達到 7,800 億元之目標，並將於 4 年內促成產業投資額達 1,000 億元、國際合作金額達 140 億元，促成產業創新產品數量達 200 件，帶動衍生產值達新台幣 100 億元，培育 5 家年營收新台幣 30 億元之國際級企業，開發國際級產品達 10 件，培訓產業專業人才達 8,000 人次，並可新增 31,500 個就業機會。

「數位內容產業發展推動計畫」乃遵循國家中長期發展經濟與科技願景，擘劃經濟科技施政藍圖，引領科技資源投入，主要分為「產業發展環境整備」、「產業專業人才培育」、「國際市場行銷推廣」、「學習典藏加值應用」等四大面向進行推動：

(一) 產業發展環境整備：本項工作推動重點主要為結合產業界、政府單位、相關公協會及學界等資源，執行促進投資、產業輔導、獎勵補助、營運協助、國際合作、區域發展及產業政策研究等工作，積極整合創意與內容產業，促進產業加值與應用流通，並落實區域性產業的均衡發展。

- (二) 產業專業人才培育：推動數位內容產業，人才培育占了很重要的一環，除了繼續補足人才缺口外，將加強與主流平台結合培訓及提升培育品質；在國際接軌方面，除繼續引進國際師資 / 課程外，將加強學員 / 師資國際化培育及與國外公司專案合作；在原創人才創意輔導方面，將加強創意商品化、創作授權、及創業輔導；在共用設施方面，除繼續提供設備共用服務外，將加強提供開發諮詢及輔導。在拓展應用方面，將進行與硬體整合，創新應用研究合作簽署合作意願書，在拓展國際市場方面，將進行大陸及歐盟市場相關推動法規研究，並蒐集及分析資訊軟硬體、數位裝置及數位內容之創新應用產品，以提供台灣資訊產業發展及推動方向之建議。
- (三) 國際市場行銷推廣：本項推動工作主要重點為提升國內數位內容產業市場的應用及協助業者拓展國際市場。透過競賽、建立「台灣館」形象、拓銷商談等活動，一方面協助產業發掘好的創作人才及題材，以帶動國內優質產品的產出，活絡市場發展，提升內容業者研發自製率；另一方面則引導優秀的作品或公司向國際市場邁進，提升我國數位內容產品國際地位及知名度，從而打開國際市場大門；舉辦大型國際活動「台北國際數位內容高峰論壇暨交流會」，邀請國際買家來台，促成合作機會，並建立產業正面形象為任務。
- (四) 學習典藏加值應用：本項重點工作以數位學習產業發展、數位學習企業應用、數位典藏加值應用為推動重點，一方面厚植廠商核心能力，協助數位學習產業善用新興科技發展創新服務及營運模式，另一方面有效運用獎勵刺激，增加市場的需求，同時輔導企業提升數位學習的應用成效；此外，以華語文數位學習為殺手級應用，深入了解海外主要國家在地華語文市場的需求與潛力，輔導華語文數位學習廠商建立優質產品或服務，並透過整合平台、教材與海外行銷團隊，發展華語文教材綱要，協助華語文數位學習產業進行學習品質管控，全面提升產業服務及內容品質。

肆、擴大會展產業規模，提升台灣國際地位

會展產業包括會議（Meeting）、獎勵旅遊（Incentive）、大型國際會議（Convention）以及展覽（Exhibition），又稱 MICE 產業。會展產業對當地經濟可產生直接效益，包括門票及營收所得、就業機會的增加等，此外，會展產業具有多元整合特性，舉辦會展活動可帶動周邊產業如住宿、餐飲、運輸、旅行、裝潢等行業之發展，並促進有形商品和無形商品之銷售，形成龐大產業關聯效果。鑒於會展產業深具發展潛力，行政院於 2010 年 11 月核定經濟部提報之「台灣會展產業行動計畫」，預計未來 3 年將投入 21.89 億元，期能擴大會展產業規模、帶動經濟成長，長期則希望能將台灣建設為亞洲會展重鎮。

據經濟部國際貿易局調查，2008年會展產業直接與周邊效益達新台幣714億元，就業人數為12,815人，其中會議產業的產值（即直接產業收益）為新台幣86.31億元，展覽產業產值為158.47億元，獎勵旅遊則為39.6億元。此外，依國際會議協會（International Congress & Conference Association, ICCA）所公



布的統計，2009年在我國舉辦之協會型國際會議共91場，居全球第32位，亞洲第7位。展覽部分，依國際展覽聯盟（Union des Foires Internationales, UFI）統計，2009年我國展覽使用面積亦排名亞洲第7名，重要國際展覽包括台北國際電腦展、台北國際自行車展、台北國際工具機展、台北國際汽車零配件展等。

在獎勵旅遊部分，依經濟部調查，2008年我國獎勵旅遊的產值為新台幣39.6億元，參與行業包括旅行業、旅館業、專業會議籌組公司（PCO）、公關業及口譯業等。其中51%的產值來自於旅行業者，為新台幣20.18億元，另有18.7億係來自旅館業者。由此可知，旅行業及旅館業在獎勵旅遊產業中扮演極為重要的角色。為積極推動獎勵旅遊，交通部觀光局自2005年起提供獎勵旅遊來台優惠措施，邀請海外企業決策者來台熟悉旅遊，並編列獎勵旅遊宣傳手冊，並將配合建國百年紀念活動，擴大獎勵旅遊優惠措施。

為積極推動會展產業發展，未來政府將以「建構具吸引力國際會展環境」、「建構科技化會展服務」作為執行主軸，相關推動策略做法如下：

- (一) 建構具吸引力國際會展環境方面，包括：強化硬體建設，擴建南港展覽館及新建高雄世貿展會中心；強化辦理會展及獎勵旅遊能力；爭取國外、大陸人士來台開會、觀展、獎勵旅遊；擴大會展國際行銷；塑造會展品牌形象；開辦會展人才培育與認證，以及鼓勵民間投資會展產業。
- (二) 建構科技化會展服務方面，重點包括規劃會展卡；推動綠色會展，開發手機、PDA專用網頁，強化e化服務；強化虛擬會展功能，延伸實體展覽效益，以及建立會展商機媒合線上服務等。

上述各項推動策略均涵蓋若干創新做法，如整合運用我國既有之各項會展資源，以因應未來辦理大型會展需求；活用故宮博物院、中山樓等特殊場館，以爭取獎勵旅遊客源；爭取大陸台商企業回台辦理員工訓練或企業會議，舉辦參訪之旅等相關措施。此外，該計畫亦涵蓋開發手持裝置專用網頁、加強會展網路行銷和服務E化、以及揭露會展活動碳足跡等先進綠色會展（GreenMICE）之觀念。

鑒於歐美國家會展產業發展已趨成熟，加上會議、展覽及獎勵旅遊也逐步出現區域化的現象，未來亞太地區會展產業快速發展之態勢值得期待，尤其兩岸關係和緩更將有助於我國會展產業之推動，希望透過此一結合跨部會資源之計畫，能夠持續擴大我國會展產業規模，創造更多就業機會，帶動國內經濟的持續成長，藉由會展提升台灣國際地位與能見度。

伍、發展區域物流產業，打造國際營運中心

近年全球區域經濟興起，區域經貿組織普遍發展，新興國家的經濟開放與快速成長；加以網際網路、資訊、電子商務及物流服務的蓬勃發展與應用，區域供應鏈物流潛在市場更受到國際重視，物流運籌的競爭策略已經成為國家經濟發展策略中重要的一環。在此趨勢下，如何發展國際物流以創造區域性的供應鏈連結，成為國際貿易便捷化的主流工作之一。為持續強化我國全球運籌能力，強化物流軟硬體實力發展，整合關、港、貿相關系統之聯繫合作，促進產業供應鏈的串連界接，不僅是物流產業發展政策中強化全球布局之重要策略，也是提升台灣經貿競爭力的重要核心。

根據 2010 年世界銀行 LPI 評比，我國在「國際運輸」及「貨物追蹤」2 項，表現優於整體水準，「及時性」則有待大幅加強。與亞洲國家（包含新加坡、日本、香港、韓國、大陸等）相較，我國在「通關效率」、「基礎建設」及「物流服務」等 3 項略有落後，有急起直追之必要。台灣如能充分運用兩岸相同語文、市場整合力及靈活的供應彈性，與國內外同業進行合作聯盟；改善相關運輸基礎設施；並朝向全球化的運籌模式提供整合性服務；將可增加國際企業在台營運利基，並促使國際物流協同金流、資訊流，創造台灣經貿運籌全球的機會。

爰此，行政院 2010 年 10 月核定「國際物流服務業發展行動計畫」，該計畫結合商流、金流、資訊流的環境，創造優質的國際營運平台，以支援貿易活



動、創造台灣經貿運籌全球的機會。計畫目標係進行關、港、貿等跨部會整合，於 2020 年打造台灣成為亞太區域物流增值及供應鏈資源整合之重要據點。

該計畫之策略主軸朝四面向推展，分別是奠定台灣物流業之基礎實力、促進物流鏈結的相關合作、打造國際一流的軟硬體基礎建設、開創亞太供應鏈的物流新機，以提升台灣在亞太地區海空運之樞紐地位。依據以上之策略，相關機關研訂具體措施，其核心內容說明如下：

- (一) 提升通關效率：因應東亞區域整合之經貿新局，為促進貿易便捷，須以新思維持續簡化關務作業程序，使關務成為國家經濟發展助力，使廠商以台灣作為全球運籌中心。
- (二) 完善基礎建設：面對全球運籌模式的調整，未來我國海、空運輸及周邊產業將成為帶動整體經濟發展的火車頭，因此轉為由港口擴及腹地，進而連結產業供應鏈發展的全方位競爭以為因應。
- (三) 強化物流服務：在亞太物流網絡中，建立陸海空網路連結模式與調度機能，迅速支援國內外產業客戶調度產品與運作國際物流活動，並輔導業者建置海内外專業物流服務模式，爭取更多國際商機。
- (四) 促進跨境發展與合作：兩岸關係正常化發展，政府應協助產業以全球運籌之策略布局，整合全球之商貿貨源與物流資源，以台灣為樞紐，讓「台灣製造」的優質廠商及商品行銷亞洲，並輻射全球各地。

為提升我國供應鏈連結整體能力，是項計畫以 LPI 之「通關效率」、「基礎建設」與「物流服務」等 3 分項排名至少於 2012 年時各推升 2 個名次，作為本計畫之總體績效指標。至於分項指標則藉由關港貿整合等進出口貨物通關效率、軟硬體建設之貨運年成長率、大型物流中心設置、協助物流業者國際布局、帶動民間投資等次要指標之訂定，測度各分項目標達成效果，以持續檢討計畫執行成效。因應後 ECFA 時代，行政部門當以更積極的角色與作為，以物流協助企業打造國際供應鏈；並藉由國際物流服務業之發展，促進兩岸間產業資源流通，以強化台灣企業之全球布局。因此，透過政府積極推動國際物流服務業發展的策略性作為，除能提高國際競爭力，並可成為亞太區域物流增值及供應鏈資源整合之重要據點。

陸、強化高科創產，設置籌資平台

在資本市場全球化之趨勢下，各國均面臨相當激烈的競爭環境，我國資本市場除了發展成熟度高且交易熱絡外，相較其他市場還具有許多競爭優勢，深具成為區域籌資中心之潛力。在既有優勢下，為促進我國資本市場的國際化與多元化，金管會除開放海外企業來台第一上市（櫃）及登錄興櫃股票，並陸續採行相關開放措施，包括放寬海外企業來台上市（櫃）資格限制及籌資限制、放寬上市（櫃）標準、簡化海外企業來台上市（櫃）相關程序、開放香港及韓國交易所掛牌企業申請來台第二上市（櫃）或發行 TDR 等有價證券等，其中在推動海外高科技事業來台上市（櫃）方面，除開放海外科技事業申請第一上市（櫃），並已建置「高科技事業資訊揭露專區」，使投資人更易查詢科技事業財務業務資訊。在相關措施陸續實施後，至 2010 年 10 月底，已累積有 24 家海外企業完成 TDR 掛牌、3 家海外企業完成第一上市（櫃）、13 家海外企業登錄為興櫃公司，另有 60 餘家海外企業申報輔導。上開海外企業中約有半數來自科技產業，包括 2 家來自矽谷之美國公司，此顯示台灣證券市場之高科技產業群聚效應，已逐漸獲得國際間普遍認同。

為進一步建構我國成為亞太地區高科技及創新產業籌資平台，爰 2010 年行政院核定「高科技及創新產業籌資平台」方案，計畫透過下列措施，逐步推動我國資本市場成為具區域特色之國際級資本市場：

- (一) 改善證券法規制度：包括研修「證券交易法」，增訂「外國公司」專章以進一步強化對投資人之保障、推動國內會計準則與 IFRS 接軌、與國外證券市場合作，強化跨國監理機制、強化外國企業資訊揭露及改善退場機制、研議放寬外國企業股票面額規範等。
- (二) 擴大市場規模：包括吸引企業在台籌資、制訂合理具競爭力之上市（櫃）標準及便利之審查機制、持續擴大國際債券市場規模、提供投資人關係服務、吸引資金在台交易、適時檢討金融商品賦稅、提供多元化金融商品、擴大證券期貨業務範圍及產品種類、針對法人及散戶投資人提供差異化服務、持續推動大陸合格機構投資人（QDII）投資我國股市等。
- (三) 吸引優質策略性產業上市（櫃）：證交所與櫃買中心於上市（櫃）審查過程將加強審查外國企業財務、業務之健全性，並優先推動擁有關鍵技術之外國企業來台上市（櫃），以補強我國產業鏈之缺口。



- (四) 擇訂重點產業推動其上市（櫃）：證交所與櫃買中心將參酌政府推動之六大新興產業、新興智慧型產業及重點服務業等政策，作為重點推動上市（櫃）之產業。
- (五) 協助推動無形資產評價俾創新產業上市（櫃）：會計基金會持續研訂有關無形資產評價準則等相關公報並加強宣導，以協助創新事業上市（櫃）。
- (六) 強化金融人才培養：包括培訓跨領域及國際化金融人才及積極延攬外籍專業金融人才。
- (七) 積極對外行銷等措施：包括與國際媒體合作，塑造台灣資本市場整體形象、舉辦國內外企業及專業投資機構之招商及宣導行銷及與外交部駐外單位合作辦理海外宣導活動，吸引海外優質企業來台上市（櫃）等。

透過相關措施之推動，預期將可達成之效益包括：增加新上市櫃家數（預計於 2010 至 2013 年間新上市櫃家數增加 330 家，其中外國企業增加 117 家，本國企業增加 213 家）、籌資金額倍增（於 2013 年達到籌資新台幣 2,680 億元之目標）、提升科技業與創新上市櫃公司市值（由 2009 年底之 12 兆 6,200 億元上升至 2013 年底之 16 兆 8,365 億元），以及創造證券事業就業人數（預估未來 4 年新增證券商從業人員 1,864 人）。

柒、推動都市更新，促進地域再生

在評析現行「都市更新推動計畫」（2009-2012 年）及國內外相關情勢後，我們找出現階段都市發展四大困境，包括政府部門推動人力不足、未能有效整合民間產業相關資源、未能確切掌握各地區更新需求以及欠缺整體規劃開發概念等，進而提出「都市更新產業行動計畫」，以全方位推動都市更新，進一步帶動國內相關產業經濟成長。

由於我國都市更新起步較晚，檢視現階段推動都市更新經驗及未來政策方向，希望達成下列總體目標，全方位推動都市更新：由「基地再開發」為主的

更新模式，推進到「地區再發展」以及「地域再生」；由「投資型」都市更新擴展為「社區自助型」都市更新；由「重建型」都市更新延伸到「整建維護型」都市更新；兼顧「都市個別老舊合法建築物」生活機能改善。



「都市更新產業行動計畫」將藉由法規鬆綁、經費補助、低利貸款、教育訓練及專業團隊協助等方式，提高住戶參與都市更新之意願。

(一) 都市更新執行策略

1. 配合修訂都市更新公開評選等相關法令。
2. 檢討修訂中央及地方都市更新基金支用及管理辦法，增加經費運用彈性。
3. 結合都市更新產業，建立產業整合平台。
4. 成立中央都市更新組織，統一負責公有土地更新。
5. 整合公部門跨域資源，共同推動都市更新。
6. 因應各地區都市發展需求，建立多元化更新實施策略及獎勵補助機制。
7. 加強都市更新專業培訓，提升公、私部門都市更新專業技能。
8. 持續辦理民間更新案專案協助，輔導其儘速實施。
9. 運用中央都市更新基金，補助住戶推動自力更新。
10. 輔導建築經理公司、物業管理公司轉型或輔導成立都市更新代辦實施機構，提高住戶推動自力更新可行性。

11. 配合都市更新前置作業貸款要點及都市更新事業優惠貸款要點，協調各金融機構評估提供融資優惠貸款及提高貸款額度，擴大協助都市更新事業機構籌措事業實施經費。
12. 修訂「都市更新前置作業融資計畫貸款要點」等規定，擴大提供「都市更新會」籌措事業實施經費。
13. 依各地區住宅使用需求，選定國有非公用土地規劃興建合宜住宅，提供中產階級民衆及青年成家選擇。

(二) 推動都市老舊合法建築物機能改善執行策略

1. 適用對象及範圍：都市計畫範圍內公共設施及設備機能不足之中低層老舊合法建築物，經全部區分所有權人同意辦理原有建築物之重建、改建及修建者。
2. 重建獎勵規定：原建築容積或樓地板面積高於法定容積者，按建物原申請核准容積或原樓地板面積重建。於規劃設計階段如能導入綠建築手法或提高耐震性能、採用綠建材、提升建築自動化、運用綠色能源、改善無障礙環境及節能省水等機能，予以適度建築容積獎勵。
3. 改建、修建獎勵規定：既有五層樓以下非公共使用之合法建築物，增設供行動不便者使用升降機者，其設施升降機間及面積不計入法定建築面積及容積。如能提高建築物耐震能力、取得綠建築標章、設置無障礙環境或改善節能省水設施者，將給予部分獎勵經費。
4. 符合相關規定者，另提供重建、改建、修建利息補貼。

本計畫預期效益如下：完成 50 處政府為主更新地區先期規劃及前置作業；完成 15 處政府為主都市更新案關聯性公共工程闢建；完成 15 處政府為主都市更新案招商投資；輔導 100 件民間都市更新事業計畫核定實施；完成整合 150 個社區自力實施都市更新事業；完成 100 件私有老舊公寓大廈整建、維護規劃設計及工程施作；受理 2 萬戶老舊建物申請重建、修繕貸款利息補貼及獎勵經費；完成 4,000 戶合宜住宅興建。

捌、WiMAX產業再進化，無線寬頻示範島

政府自 2005 年 8 月公布「台灣 WiMAX 發展藍圖」，同時也透過「行動台灣應用推動計畫」與「WiMAX 研發加速計畫」，推動 WiMAX 產業多年來已具成效。不僅完整建構 WiMAX 核心技術、設備到應用服務之產業價值鏈，並提供產業試煉場，成功落實 WiMAX 晶片、終端設備、測試驗證等，都已在台灣生根發展，同時，首度跨入局端微型基地台研發製造，且全球 90% 以上 WiMAX 終端設備由台灣供應。

目前新興國家對於建置 WiMAX 無線寬頻服務具有強烈之需求，需要網路整合、用戶端設備及應用服務經驗，台灣如能建立自主的 End to End Solution，將有機會發展 WiMAX 服務輸出。因此，總統府財經諮詢小組於 2009 年 10 月 15 日會議中，選定 WiMAX 為未來十大重點服務業發展項目之一，經濟部也將 WiMAX 列為全球招商的重點產業，擬定「WiMAX 產業發展行動方案」，希望 WiMAX 應用服務能成為產業另一波成長的新動力，進而帶動整體解決方案的輸出。

該方案提出「讓台灣成為全球無線寬頻服務示範島，並成為解決方案輸出國」之願景，並預計於 2013 年達成以下目標：

1. 營造 WiMAX 應用服務環境，加速無線寬頻應用服務的興起，進而帶動整體經濟、國家競爭力的發展，並為民衆提供更便利的政府應用、即時的休閒娛樂、快樂即時學習的高品質生活。



2. 整合 WiMAX 上、中、下游產業價值鏈，建立無線寬頻接取網路解決方案能量，提升我國產業競爭力，藉此進軍國際市場，達到整體解決方案輸出。

在發展策略方面，該方案提出兩大策略：

(一) 發展 WiMAX 系統整合軟實力，建立 End to End Solution 本策略下有 3 項重點措施分為：

1. 建立 WiMAX 系統整合軟實力：解決國產微型基地台 (Pico BS) 與商用網路介接問題，完成國產基地台之商用測試，發展 WiMAX 完整解決方案。促成與國際大廠策略聯盟，發展系統整合商機。

另運用政府資源，鼓勵民間業者開發 WiMAX 關鍵產品。

2. 促成國內成立系統整合 (SI) 公司，整合產業能量達到服務輸出目標，如成立以 4G 解決方案為主的通訊系統整合公司 (SI)，整合台灣產業能量達到服務輸出目標。又如推動台灣高鐵上提供 WiMAX 服務，讓 SI 公司取得歷練機會。

3. 掌握外交經貿機會以及兩岸搭橋計畫，以政府力量力推無線寬頻解決方案輸出，如利用經援外交機會，輸出 WiMAX 解決方案至邦交國。或藉由兩岸搭橋計畫將規劃納入「運用 WiMAX 建立地區專網」為合作議題，以政府力量力推無線寬頻解決方案輸出。

(二) 擴大應用領域，累積 WiMAX 服務營運與互通互連經驗，本策略下有 3 項重點措施分為：

1. 智慧台灣應用優先使用 WiMAX 網路平台。

2. 六大新興產業各相關部會提供業者補助，發展 WiMAX 網路平台應用，如：健康照護、能源資通訊相關應用。



3. 政府各部會可擴展執行工作導入 WiMAX 應用服務。

隨著數位匯流之快速發展，WiMAX 隨時隨地寬頻上網網路環境的建構，可帶動六大新興產業創新服務，本案如落實推動，可發揮以硬帶軟的效益，厚植台灣產業軟實力。我國若能進一步發展網路與服務整合技術，建立無線寬頻接取網路解決方案能量，推動通訊系統整合公司設立，將可完備我國 WiMAX 產業鏈，提升我國產業競爭力，藉此進軍新興市場，並可帶動我國通訊產業新一波的發展。

玖、電子商務國際化，華文中心在台灣

台灣電子商務近幾年每年超過 20% 的成長已經證明電子商務發展的強大潛力，如果我們掌握機會，極有潛力發展全球華文市場，特別是大陸市場新版圖。台灣在電子商務發展上目前面臨著兩個主要交易安全問題，其一為企業內部對於個人資料管理問題，以及在交易過程當中資料外洩之安全風險。因此如何建立一個完整的電子商務個人資料管理機制，以及如何強化整體電子交易環境的安全，將為推動電子商務活絡最急迫的事情。因此本計畫首要是在建立可信賴的電子商務安全環境，使得企業及消費者對於參與電子商務交易活動有一定的信心。同時亦建立一套「個人資料管理制度」以及配套的隱私標章發放制度，以協助國內電子商務產業強化內部個人資料管理能力，奠定未來電子商務交易進一步發展的基礎。

「華文電子商務計畫」係在電子商務整體交易安全環境建置改善與民衆信心建立後，將放眼華文市場發展之潛力，推動我國成為華文電子商務市場的中心，期望在 2015 年帶動 1 兆元的電子商務交易額，以及增加就業機會。本計畫將建立跨部會協調機制以協調、整合相關工作，並解決電子商務產業之問題與困難。並建立台灣電子商務產業進入華文市場所需要的金流、物流、商品交互

認證等基礎環境，發展台灣成為電子商務實驗創新的園地。並協助廠商強化海外銷售能力，培育電子商務國際行銷人才。

本計畫主要目的在將我國特色商品、虛擬服務銷售到華人市場，增加就業的機會，促進電子商務之國際化、科技化或投入電子商務相關產業，增加工作機會。期望在民國 104 年（西元 2015 年）將台灣打造成為全球華文電子商務營運中心，同時並促使電子商務市場規模達到 1 兆元年交易額，帶動至少 8.2 萬就業機會。

本計畫預期目標如下：

1. 推動 B2C 與 C2C 2.5 倍以上成長，年營業額達到 1 兆元、新增就業人口 8.2 萬人。
2. 促成年營業額超過 100 億的電子商務平台至少 8 家。
3. 推廣 2,000 家具備台灣特色商品之業者行銷國際。
4. 完善資安通報服務中心，提升 2,400 家次業者資安品質，推動網路商店導入身分確認機制 600 家。
5. 健全產業個人資料管理基礎，協助 1,000 家企業進行內部個人資料管理診斷評估。

拾、輸出高等教育輸出，招收境外學生

隨著國際化時代來臨，海外招生已成為各大學院校必行的趨勢；目前各大學招收外國學生多半「各顯神通」，難脫「單打獨鬥」困境。教育部日前訂定「補助台灣高等教育輸出計畫要點」，鼓勵民間團體及大專院校有策略地推動外國優秀學生來台讀大學本科與研究所；目標訂在 2020 年時，外國學生要占所有高教學生十分之一，約十三萬人。

為擴大招收境外學生，教育部提供以下政策工具：

1. 設置台灣獎學金：自 93 年度開始實施，由 4 部會（教育部、外交部、經濟部及國科會）提供外國學生來台攻讀學位，97 年度 4 部會共計核發 90 國 1,356 名，其中本部計 552 名。
2. 教育部華語文獎學金：自 94 年度開始實施，係提供外國學生來台研習華語文；97 年度計核發 36 國 221 名獎學金。
3. 各校自設外國學生獎學金：由本部補助各大專院校及其附設華語文教學機構設置外國學生獎學金，97 年度計補助我大學校院 57 所及其附設華語文中心 13 所。
4. 高中國際學生獎學金：教育部於 96 年發布「教育部高級中等學校國際學生獎學金實施要點」，去（97）年係第一年辦理，有 10 位外國高中生順利來台進入五所高中職校隨班附讀。2009 年預計有 16 位外國高中生進入台灣高中職校就讀。
5. 設置台灣教育中心：擴大台灣高等教育及華語文教學輸出宣傳，自 95 年起推動設置「台灣教育中心」，至 2009 年計已於越南（河內、胡志明市）馬來西亞（吉隆坡）、泰國（清邁、曼谷）、韓國（首爾）、蒙古（烏蘭巴托）、印尼（雅加達）及印度（印多爾）成立 9 所「台灣教育中心」。
6. 於海外辦理台灣教育展：補助財團法人高等教育國際合作基金會及大學校院辦 APAIE 亞太教育展、NAFSA 美洲教育展、EAIE 歐洲教育展、ACTFL 全美外語教學學會年會（華語展）、及於韓國首爾、印度及越南舉辦台灣教育展，促進國內大學校院國際教育交流，及鼓勵境外優秀學子來台留學或研習華語。
7. 修正發布「僑生回國就學及輔導辦法」：於 2009 年 1 月 13 日修正發布「僑生回國就學及輔導辦法」，放寬國內大學取得學士學位（含應屆畢業）之僑生，得採申請方式入學碩士班，以培育我產業界海内外可資運用之優秀人才。

此外，教育經驗的輸出、華語產業的輸出，亦為高等教育輸出的重點所在。教育經驗的輸出，可以拿工程教育認證為例證。工程科技領域向為我國教育的強項之一，為持續提升競爭力及與國際接軌，於 92 年成立工程教育認證組織－中華工程教育學會（IEET），自 93 學年度啟動工程教育認證，從最初 12 個學系參與，至 97 學年度已成長至 59 校 344 個系所通過認證。短短 5 年，國內有 70% 的相關系所投入工程教育認證。我國工程教育認證推動至今，成果已受國內外認可與重視。例如：96 年 6 月成為華盛頓協定（WA）之正式會員；97 年受日本專業工程師協會邀請為創始會員，計畫組成亞洲國家區域性協定；2009 年起亞洲及太平洋工程師組織聯盟（FIEAP）特請我國協助為東協國家制定工程教育認證指導方針。

至於華語產業的輸出，主要是華語師資的培育與選送。比如教育部補助外國華語教師來台短線教學培訓，2009 年計有韓、德、美三國共 62 名教師來台培訓。又如選送具國際競爭力的華語師資赴國外任教，教育部的「選送華語教師計畫」自 1984 年以來即持續推動，至 2009 年為止，共選送 304 位教師赴 14 個國家大學任教。此外，政府也和各國簽訂協議進行華語助教輸出，例如和美國各州簽訂教育合作備忘錄，2009 年已選送 11 名教師（含 10 名華語及 1 名英語老師）赴美國各州中小學任教。

以上十大重點服務業，政府刻正積極推動。服務業之重要性，誠如行政院吳院長所言：發展服務業有助於擴大內需、改善所得分配、縮小城鄉差距及提高民衆生活水準，十大重點服務業在各主管機關的努力下，已擬定具體推動計畫，應落實推動。而根據初步估計，推動十大重點服務業，預期將可提高服務業出口競爭力，帶動民間投資 4,000 億元，新增逾 18 萬個就業機會，2013 年並可創造兆元以上產值。此外，十大重點服務業還和六大新興產業、四項新興智慧型產業等環環相扣，推動雙十旗艦計畫，除可加速我國產業之結構轉型，提升國家整體競爭力外，並可整合服務與製造業，提高產業附加價值，使我國產業實力軟硬兼具，再創台灣產業新榮景。