壹、 健全消費法制環境

一、 推動緣由

本部考量近年來商業應用資訊技術(如電子標示、網路購物)、國際化之趨勢，並配合行政院推動雙語政策以及促使違規業者積極遵法,於保障消費者權益前提下，修正商品標示法。

二、 修正亮點

（一）本部得衡量消費者權益、交易習慣及商品特性，公告商品排除適用本法規定(例如：二手商品)。

（二）本部得公告特定類別之商品得採電子標示方式呈現法定應標示事項(例如:可以 QR Code 呈現廠商資訊、原產地等)。

（三）部分應標示事項不強制一律以中文標示(例如：可將原產地「日本」標示為「Japan」)。

（四）原則上維持先限期改正後處罰之機制，但情節重大或該商品對身體或健康具有立即危害者，地方政府得逕予裁罰並令限期改正。

貳、 強化商工行政資訊系統

一、 推動緣由

賡續配合國家發展委員會數位政府規劃，並結合新興資訊科技以及各界需求，持續擴增商工行政應用服務與完備商工資料基礎環境,以創設更便利的數位服務，提升民眾對政府服務滿意度。

二、 推動作法與規劃

整合與優化商工數位服務功能，提供民眾簡便的商工行政實體登記服務及線上申辦服務，創造更便利的數位申辦體驗。

三、 未來重要工作及預期效益

持續擴增商工行政智慧服務，如完成手機掃描應備文件功能建置、公司登記線上申辦API（應用程式介面，Application Programming Interface）適用範圍新增變更、抄錄等公司登記事項、讓公司與商業及有限合夥一站式線上申辦系統依照不同的使用者身分進行分流操作、配合智慧政府規劃將商工登記資料介接T-Road等，促進政府商工登記與管理之服務效能，進而提高民眾對政府服務之滿意度。

參、 促進商業服務業發展

一、 跨境電子商務

（一）推動緣由

針對有跨境經營意願之電商業者，媒合與國外業者合作機會，拓展國際市場，促使業者成功將臺灣商品賣到國外去，提升跨境電商交易額。

（二）具體做法與規劃

1、輔導電商業者投入跨境創新服務，拓展國際市場，提升跨境交易額。

2、輔導電商業者針對不同國家開發熱銷商品，擴大電商業者跨境銷售。

3、辦理交流媒合活動，提高電商業者跨國合作機會。

（三）未來重要工作及預期效益

1、輔導12家電商業者於海外市場導入跨境創新，預計帶動跨境交易額新臺幣3億元。

2、協助臺灣電商業者對接海外產業資源，舉辦跨國網購節等聯合行銷活動拓展海外市場，預計協助業者線上跨境上架至少240個臺灣品牌及400項臺灣商

品。

3、透過諮詢服務、情資分享及辦理主題式電商交流活動，帶動更多電商與品牌進軍海外市場。

二、 智慧物流

（一）推動緣由

協助物流業者運用科技，以提升跨境電商及冷鏈商品於國內外流通及銷售的作業效率，並確保冷鏈商品品質與降低運送成本。

（二）具體做法與規劃

1、針對跨境電商貨物小量多樣的特性，推動集貨代運等服務以降低運費成本，另透過物流資訊彙整平台提升效率，支援商品出口至東南亞、美國、日本等市場。

2、應用多溫層保冷、溫溼度監控及配送排程等技術，協助業者提升冷鏈集運與配送的效率與品質；同時，集結食品與物流相關企業與協會，共同推動臺灣商品、冷鏈物流服務及技術輸出至越南、印尼等東協市場。

（三）未來重要工作及預期效益

1、 促成國內外物流業者合作，推動跨境電商貨品集運出口或於海外就近發貨等服務以降低跨境電商業者運費成本，並透過物流資訊整合及作業流程改善，提升效率；109 年預計協助 5 億元商品出口至東南亞與美國、日本市場，帶動物流服務營收 1 億元。

2、 聯合物流業者與在地農產品、食品業者，於彰化、南投、臺南等地區推動冷鏈集運服務，預期將 B2C 物流費用由 1 件 270 元降低為 200 元。協助 5 家業

者強化生鮮商品與醫藥品之品質監管與保溫運送能力；集結 20 家企業與海內外協會，推動臺灣商品、冷鏈物流服務及技術輸出至越南、印尼等東協市場。109 年預期支援 12 億元之低溫品於國內外銷售，帶動冷鏈物流服務營收 1.8 億元。

三、 餐飲美食

（一）推動緣由

透過輔導餐飲業開拓國際市場及協助導入科技化應用服務，以加速餐飲業國際拓展及促使餐飲業升級轉型。

（二）具體做法與規劃

1、 辦理餐飲商機媒合會，以協助業者開拓國際市場。

2、 辦理國內外行銷活動、媒體報導，以推廣臺灣美食形象及帶動餐飲業營業額成長。

3、 協助餐飲業導入智慧應用及單店與群聚輔導。

4、 協助受疫情影響之餐飲業者紓困申請、資源轉介等，以協助業者度過難關。

（三）未來重要工作及預期效益

1、 預計促進餐飲業國內外展店新增 1,350 家，帶動就業人數 6,000 人。

2、 辦理國內外系列行銷活動(如經濟部 2020 臺灣滷肉飯節系列活動、優質臺菜餐廳徵選等)，預計 5 萬人次以上參觀。

3、 輔導餐飲業升級轉型，拓展新南向市場，進行海內外行銷及國際合作交流。

四、 連鎖加盟

（一）推動緣由

透過產業輔導精進企業連鎖管理能力，擴大經營規模並具國際競爭力，落實國際市場佈局。

(二)具體做法與規劃

1、 輔導連鎖企業之總部營運、加強門市經營與國際化發展等面向。

2、 辦理國際拓展產業聯盟及交流媒合會，藉由結盟合作、資訊共享降低市場進入障礙，以及協助業者精準對接提高合作機會，以推動臺灣連鎖品牌拓展國際事業版圖。

(三)未來重要工作及預期效益

持續協助企業強化營運機制、促進產業轉型升級以提升整體競爭力，並針對企業營運所遭遇之問題，提供產業專家輔導；亦將安排國際企業交流會議，協助海內外企業媒合交流，加速連鎖加盟企業海外市場拓展佈局，預計促成產業新增投資額2.5億元。

肆、 商業智慧化與創新研發

一、 推動智慧商業應用

(一)推動緣由

協助零售服務業者應用智慧科技，打造差異化服務，掌握消費者需求及創新商業服務模式，並扶植創新創業，以促使產業升級轉型。

(二)具體做法與規劃

1、 打造智慧商業獅形象大使，與行銷和資服業者合作，輔導商區內店家導入共同行銷平台、互動行銷科技及社群應用工具等服務，協助店家行銷引客。

2、 運用補助機制，鼓勵零售服務業者運用科技推動智慧商業服務模式，建立國內智慧零售示範案例。

3、 鏈結國內外新創加速器及資源，辦理新創事業曝光、媒合、海外接軌活動，爭取投資與擴大營運布局。

（三）未來重要工作及預期效益

1、 持續招募店家加入數位行銷服務體系，促進零售店家使用數據分析及數位科技，進行精準行銷，並擴大資源投放及行銷活動效益，帶動店家營收成長。

2、 協助 12 件智慧商業示範案例進行廣宣擴散，加速國內零售業者應用數位科技驅動創新商業模式。

3、 促進國內外業者合作，將已在國內場域驗證過的智慧商業解決方案推廣到海外，促成 3 件輸出實績。

二、 服務業創新研發

（一）推動緣由

推動商業服務業者致力於新服務商品、新經營模式或新商業應用技術之創新研發。

（二）具體做法與規劃

以補助企業部分研發資金方式，協助業者提升創新能力及國際競爭力，發展更多元的服務業樣貌。

（三）未來重要工作及預期效益

協助獲補助業者網路、社群或數位行銷廣宣，辦理企業交流參訪、創投媒合交流等活動，協助企業找資金，帶動跨業合作商機。預計帶動業者相對投入研發經費 1.5 億元、營業額增加 1.5 億元。

伍、 商業服務業因應武漢肺炎疫情措施

一、 推動緣由

（一）因武漢肺炎疫情衝擊內需消費市場，影響民眾消費意願，零售、餐飲業等商業服務業營收下滑。本部分別協助餐飲、零售業者上架外送服務及電商服務，

以促進業者數位轉型，並增加企業多元銷售管道、提高能見度；同時，推動免費培訓課程，以協助餐飲、零售業企業管理階層及從業人員提升營運實力及人力資本。

（二）本部推動商業服務業艱困事業薪資及營運資金補貼，協助營業額衰退達5成之艱困企業與疫情發展中渡過難關，並維持員工生計；疫情趨緩後，則以舉辦餐飲、零售大型主題行銷活動，加速復甦內需市場買氣、鼓勵民眾消費。

二、 具體做法與規劃

（一）推動餐飲、零售業數位轉型及人才培育：

1、設置「經濟部餐飲業上架外送服務推動計畫」、「經濟部零售業上架電商服務推動計畫」諮詢服務窗口，及建置申請平台管理系統強化補助作業，評選出具優惠方案之外送服務及電商服務業者，協助餐飲業者上架外送服務及零售業者上架電商服務。

2、以多元管道行銷推廣計畫，如辦理計畫資源說明會、製作說明影片及懶人包宣導並透過數位平台宣傳等，以吸引餐飲及零售業者參與計畫；彙編優質案例產出專刊，以增加餐飲、零售業業者曝光度。

3、與餐飲、零售企業及公協會合辦人才培訓課程，並於全臺開辦免費實體課程、網路課程供業者報名，包含數位行銷、經營管理等課程內容。

（二）針對營業額衰退達50%之商業服務業艱困企業，補貼該企業正職員工3個月經常性薪資費用4成(每人每

月上限 2 萬元)，及以正職員工數乘以 1 萬元補貼一次性營運資金;而企業於受補貼期間不得實施裁員、減薪或放無薪假等，以維持員工於疫情期間穩定就業。

(三)餐飲零售振興消費行銷：邀集全國知名特色之餐飲及零售業，共同辦理辦理中、大型實體活動、線上線下串流促銷活動、聯合展售等，並結合時令節慶、振興券業者加碼等優惠，攜手結合地方政府，協助餐飲及零售業者營業額提升，促進國內消費活力。

三、 未來重要工作及預期效益

(一)推動餐飲、零售業數位轉型及人才培育：

1、持續協助餐飲及零售業者進行數位轉型，跳脫單一管道銷售方式，由實體店面及通路導入外送服務及電商平台，除擴大銷售管道之外，促使餐飲、零售業者增加產品行銷能力，預計帶動受補助餐飲業者整體營收達 4 億元以上、促成零售業者商品上架電商創造營收超過 2 億元。

2、預計至 110 年 6 月 30 日止共計開辦 400 班人才培訓課程，協助企業培養、精進餐飲業及零售業各種人才經營實力，提升服務能量。

(二)協助商業服務業艱困企業渡過疫情，預計至少保住員工就業 33 萬人；後續亦將對受商業服務業薪資及營運資金補貼之企業進行查核，以確保員工權益。

(三)餐飲零售振興消費行銷：

1、辦理實體餐飲行銷活動至少 14 場次，帶動餐飲業者新臺幣 3 億產值及後續新臺幣 5 億商機；並透過網路社群推廣，於美食、旅遊、團購平臺辦理數位

主題行銷活動，帶動餐飲業者新臺幣 3 億產值及後續新臺幣 3 億商機。

2、辦理 2 場零售業主題購物活動、5 場次實體促銷活動及 1 場次線上線下促銷活動，創造至少 1.37 億元消費額。