



發行人：高長  
社長：張世泰  
總編輯：姜志俊  
編輯委員：石美瑜 李永然 蔡世明  
林永法 袁明仁 蕭新永  
石賜亮 林中和  
執行編輯：巫毓美  
攝影：黃偉遜  
發行所：臺北企業經理協進會  
地址：臺北市信義區基隆路一段  
149號10樓之6  
電話：(02)2756-3266  
傳真：(02)2756-5518  
E-mail：cpmaot@ms22.hinet.net

設計印刷：瑞明彩色印刷有限公司  
地址：新北市新莊區化成路267  
巷13號  
電話：(02)2991-7945  
(02)2991-7529  
傳真：(02)2991-9113  
E-mail：rayming@so-net.net.tw

行政院新聞局登記證局版北市誌字第875號  
中華郵政北台字第6445號執照登記為雜誌交寄  
本刊圖文均有著作權，未經同意不得轉載、翻印

稿約：歡迎惠賜稿件，文章以2-3千字為主，  
文責自負，本刊對來稿有刪改權，不願  
刪改者請預先聲明，並請勿一稿數投；  
不適者不予刊登。

臺商張老師  
諮詢服務申請表



愛滋病防治衛教宣導  
**ADS** 如何預防愛滋病  
★避免性濫交及嫖妓  
★不與人共用針頭、針筒  
★正確使用保險套

**ADS** 諮詢與檢驗  
詳見衛生署疾病管制局  
http://www.cdc.gov.tw/  
FB : www.facebook.com/TWCDC  
微博 : weibo.com/u/3963161340

如需本刊，歡迎洽閱

## 目錄

本月刊全文均已登上「大陸臺商經貿網」  
網址：<http://www.chinabiz.org.tw>



## 臺商張老師月刊

臺北企業經理協進會發行  
中華民國八十七年五月創刊  
中華民國一〇九年六月十五日出版

### 焦點主題

- |                        |     |
|------------------------|-----|
| 2 疫情過後臺商因應新環境的經營策略     | 謝慶源 |
| 3 疫情過後臺商因應新環境改變的五大經營對策 | 袁明仁 |
| 5 後疫情時代的全球供應鏈調整策略      | 張明杰 |
| 6 後疫情時代臺商應有的人資管理新思維    | 蕭新永 |

### 企業經商環境

- |                        |     |
|------------------------|-----|
| 7 「人大」、「政協」會後之中國大陸經濟情勢 | 高長  |
| 8 中國大陸的六保措施與臺商應注意事項    | 洪清波 |

### 企業經營實務

- |                 |     |
|-----------------|-----|
| 9 數位經濟的企業創新策略健檢 | 顏敏仁 |
| 10 臺商應重新檢視全球化布局 | 何淑敏 |

### 產業服務實務

- |                     |     |
|---------------------|-----|
| 11 分散風險與基業長青        | 石賜亮 |
| 12 兩岸新興產業發展契機       | 鄧岱賢 |
| 13 疫情過後臺商因應新環境變動的創新 | 徐丕洲 |

### 諮詢解答

- |                                       |     |
|---------------------------------------|-----|
| 15 中國大陸籍之非婚生子女如何繼承臺灣遺產？               | 鄭瑞崙 |
| 16 臺灣接單中國大陸生產並交貨中國大陸錢進臺灣              | 蔡卓勳 |
| 17 臺籍人員在中國大陸確診武漢肺炎或疑似患者，<br>醫療費用如何支付？ | 袁明仁 |
| 18 如何申請在中國大陸地區從事技術合作？                 | 黃鑾鋐 |

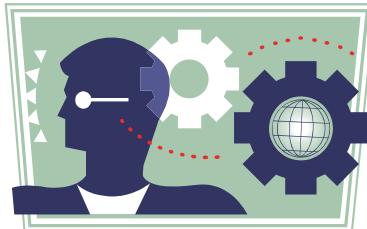
### 兩岸資訊站

- |                 |        |
|-----------------|--------|
| ■臺灣地區資訊         |        |
| 19 兩岸經濟交流統計速報   | 陸委會經濟處 |
| 兩岸重要經濟指標統計速報    | 陸委會經濟處 |
| ■中國大陸地區資訊       |        |
| 20 中國大陸最新法規動態摘要 | 姜志俊    |

### 臺商張老師現場駐診活動時間（七月份）

地點	日期	類別	地點
北部	07/02	產業服務類	臺北企業經理協進會會議室 14:00 ~ 16:00
	07/07	財稅會審類	
	07/09	人力資源類	
	07/14	產業服務類	
	07/16	人力資源類	
	07/21	財稅會審類	
	07/23	產業服務類	
	07/28	法律服務類	
	07/30	產業服務類	
北區	07/15	財稅會審類	台北內湖科技園區發展協會 14:00~16:00

駐診活動採「預約制」，請先致電本會秘書處(02)2756-3266盧小姐，索取駐診諮詢服務申請單，以利後續安排事宜！



# 疫情過後臺商因應新環境的經營策略

■ 謝慶源

「嚴重特殊傳染性肺炎」(COVID-19；簡稱「武漢肺炎」)自今年初在中國大陸爆發病蔓延全球，對全球經濟產生重大影響。臺商因處於全球生產鏈的中層，上有國際買主，下則有中國大陸員工，在疫情中受到雙重衝擊。究竟目前臺商的處境如何？疫情過後，臺商的經營模式又該做哪些調整，才能因應這個充滿不確定性的新環境？

在這波疫情中，臺商不論在「國際接單」或者「中國大陸生產」兩方面都受到很大的影響。在「國際接單」方面，由於臺商生產的產品主要出口到歐美，如今因疫情肆虐，歐美民眾的消費意願下降，廠商也減少下單。事實上，臺商在第一季的生產並不受影響，因為這些訂單在過年前即已下定，真正的影響從第二季才開始，目前部分臺商已出現無單可接的情況。

而在「中國大陸生產」方面的衝擊，可以分兩個階段來看。第一階段是年後開工期間，許多臺商工廠都出現缺工的現象，因為當時中國大陸多個城市仍在封城，人員無法流動，尤其是湖北員工回廠上班的限制更多。第二階段則是在第二季之後，大部分員工已返崗，但是臺商卻因訂單減少、產能利用率下修，用不到這麼多工人，卻還是得支付員工商資。由於現在「國際接單」仍然困難，臺商只能苦撐，等待訂單回流。

中國大陸政府為了協助臺商度過難關，出臺了《關於應對疫情統籌做好支援臺資企業發展和推進臺資項目有關工作的通知》（「對臺 11 條」），內容涵蓋對臺商減稅、減免社保費用、解決貸款，擴大內需市場，協助臺商進入「新基建」等措施。其中部分條款能夠幫助臺商緩解燃眉之急，如減免社保費用、擴大貸款等；另一部分則是協助臺商改變經營模式，如引導臺企拓展內銷市場、協助臺商參與基建投資項目等。

由於目前歐美疫情仍在持續，對臺商的影響究竟有多大還難以評估，但經過這次事件，臺商的經營模式可做一些調整，以減少再度遇到這類事件的風險。茲提供三類調整方向以供參考。

第一、拓展內銷、分散風險。目前製造業臺商多以出口為主，容易受匯率、國際政經情勢、市場消費力等不可控的情勢所影響。我們建議這類臺商可嘗試拓展或擴大內銷市場，以分散風險。中國大陸在「對臺 11 條」中也提到將幫助臺商對接內需市場，臺商可充分利用相關政策。

第二、縮小生產規模、將部分生產流程外包。企業一旦生產規模大，用地、用工以及相應而來的固定成本就高，且遇到突發狀況時也難以彈性調整。我們建議這類臺商可將部分生產流程外包給當地廠商，適度縮小企業或工廠規模，以保持企業在調度上的彈性。目前中國大陸各類中小型的代工廠相當多，生產出來的產品品質也不差，臺商只要做好品管即可。

第三、進一步進行升級、推進自動化生產。目前多數製造業臺企還是勞力密集型企業，當遇到景氣蕭條時，即便產能不足也要支付員工薪資。我們建議這類企業應進一步升級，加強自動化生產，以減少人力開銷。

武漢肺炎來得既快又兇猛，全球經濟都受到不同程度的衝擊，經過這次疫情，臺商應該思考的不是如何度過這個難關，而是學習如何在充滿不確定的環境中長久生存，畢竟未來的國際局勢充滿變數，突發狀況將層出不窮。臺商只有盡量分散風險、提升企業運作彈性、提高自身的競爭力，才是長久之計。（本文作者謝慶源現為小牛津教育集團董事長、臺商張老師）



# 疫情過後臺商因應新環境改變的五大經營對策



■ 袁明仁

武漢肺炎疫情衝擊到企業既有的經營策略及商業模式，對有些行業幾乎顛覆了原有的營運模式。在疫情衝擊下，服務行業在中國大陸的商業活動受到很大的衝擊。外銷製造業更是面臨供應鏈斷鏈、物流中斷，訂單撤單、斷單的嚴重打擊。

企業如何抓住疫情後的變數和機會，已成為企業負責人及經營層重點思考的問題。企業應及時掌握疫情後外部環境的變化，盡快提出對策，及時調整經營策略，降低疫情對企業經營的影響。

## 一、疫情對「營運模式」改變的因應策略

疫情給企業造成最大的困難，無論是服務業還是製造業，第一是產品或服務銷售困難，第二是員工出差受阻所造成的客戶拜訪及訂單獲取困難。對製造業而言，不管是全球供應鏈運轉困難和本土供應鏈運轉困難都是企業面臨的最大困難。

後疫情時代要做好經營策略的調整，企業應對疫情有兩個 sop，首先是確保疫情當下如何生存；其次是在疫情過後，如何掌握市場快速成長的商機。服務業因應疫情的程度取決於其商業模式，許多過去不曾使用過的技術、產品或服務，都可能在疫情中意外成為符合市場需求的產品或服務。

例如：房屋仲介，雖然過去有「視訊看房」的線上產品，但主要仍依賴線下服務，不過在這次疫情衝擊下，此一技術就成為炙手可熱的創新服務。此外，直播賣產品雖然已很普遍，但曾經嘗試的企業卻不多。格力公司董事長董明珠在「抖音」首次直播為公司進行品牌宣傳，直播首秀累計觀看 431 萬人次，商品銷售額約 23 萬元

人民幣。董明珠第二次在「快手」直播賣格力產品，直播銷售 3 億人民幣。直播將是未來企業負責人推廣及行銷公司產品的一大挑戰及機會。

## 二、疫情對「工作型態」改變的因應策略

疫情造成人與人被迫隔離，無法面對面溝通，迫使企業改變工作型態。中國大陸臺商針對工作型態的改變，採取了各種應對措施，其中轉為線上辦公的應對方法排在第一位。疫情過後，企業透過線上召開全國業務及主管會議將會常態化。企業與客戶透過線上進行訂單及產品的溝通討論將會更加頻繁。未來企業編列出差住宿費用的預算將大幅降低。企業透過遠距辦公或居家工作的新型態工作模式將會成為新常態，未來企業的員工加班費用支出將大幅減少。此外，企業在與客戶的溝通互動及產品行銷推廣方面，將更加倚賴抖音短片行銷、微信行銷、小程序 app 行銷等平臺。

## 三、疫情對「消費型態」改變的因應策略

這波疫情改變了我們的生活，間接的也改變了整個市場生態，消費者行為和市場需求都和以往不同。疫情過後，生活型態將默默的改變，民眾減少旅遊的規劃，減少參加相關的社交活動，減少外食。相反地，收看串流影音平臺的人數將大幅增加，外送餐飲需求大增。

疫情可能會帶來消費觀念的巨大轉變，它將對既有產業以及行業造成一定的衝擊。疫情過後消費者可能提高了對健康和衛生的重視，由此產生的消費觀念變化將影響到日後的市場趨勢，保健品、醫療領域可能迎來新的機會。此外，企業應分析預測疫情過後消費者對產品的需求和服



務，盡快調整產業與產品的方向。

另外，疫情期間所埋下的陰影很可能會改變一個人的價值觀，企業在產品開發時，應洞悉此一消費趨勢的變化，提前做好準備及因應，以及時搶佔疫情後的市場商機。

#### 四、疫情對「數位化經營能力」改變的因應策略

疫情過後，企業要擁抱數位化，積極改變和提升數位化生產、辦公模式。從事餐飲業者可以採取新型態數位工具來做因應。例如：在中國大陸可以與多個平臺 APP 進行合作，例如：「餓了麼」、「美團」、「大眾點評」等。在臺灣可以與下列美食平臺合作：「UBER EATS」、「FOODPANDA」。商家可以趁疫情這段時間強化員工數位工具的使用能力及運用深度。例如：運用美食平臺累積企業會員機制，透過串接外掛模組，把客戶分流做的更精準，在「微信公眾號」或「LINE」上點餐收集會員資訊，留住自己的客戶，以利找到企業的目標消費客群。

透過消費者常用的 Google 或「大眾點評」商家搜尋評價，網路評價會強化消費者對企業的印象。在客源的拓展上，可以選擇 Facebook、微信等工具，並搭配 LINE 或微信官方帳號做深度經營。

今年由於疫情關係，上半年的實體展覽全部取消，企業減少了招攬新客戶的渠道，有些廠商尋找替代方案，例如：廠商共同舉辦線上聯合婦幼展，把線下展覽轉換到線上。可以在「抖音」、「微信公眾號」、「FB」做廣告增加曝光，再協助消費者加入上述官方帳號購物，透過官方帳號，除了客服外，可以做行銷推廣。例如：推出新產品或有優惠活動時，以官方帳號推播，提高顧客對官方帳號的黏著度。

生產數位化、自動化、遠距辦公化，可以有效幫助企業降低成本，同時也是未來發展的趨勢。例如：透過行動應用程式 (App)，包含聊天

機器人、AI 點餐等創新功能，創造使用者良好的體驗及增加與顧客互動。未來某些崗位，如果不能實現遠距辦公或居家辦公，不僅會招不到人員，甚會影響到企業的運作成本。

#### 五、疫情對「供應鏈備援機制」及「供應鏈彈性」改變的因應策略

疫情後可能產生一定規模的反全球化現象，未來國際貿易的產業鏈分工，可能更朝向當地化、區域化調整。企業應強化供應鏈備援機制，降低斷鏈風險。企業供應鏈體系應增強其風險應對能力和供應彈性，減少企業不可預期和控制的風險。根據客戶重要性、訂單重要性、上下游原物料供給等來合理分配產能和供貨。高端產品、附加價值高的產品及有國安風險的產品，例如 ICT 資通訊產品、5G 產品等，建議政府提供政策協助企業將上下游供應鏈移回臺灣投資。

#### 六、疫情衝擊的因應實例

河南省某臺資飼料企業，因疫情造成人員無法拜訪客戶，該公司透過微信關懷客戶，並指導客戶應對疫情的方法，避免客戶流失。同時請客戶拍攝使用該公司飼料取得良好效果的短片，在微信群及抖音播放，並透過「畜牧網」進行直播銷售產品。為了解決因疫情造成飼料無法及時送到客戶，該公司透過捐贈當地防疫物資共同抗疫，同時以養豬影響民生為由，獲得當地政府提供的「民生重要物資運輸通行證」，確保飼料運送暢行無阻。該公司不僅克服非洲豬瘟的難關，同時順利度過疫情的衝擊，2020 年 3、4 月份業績比去年同期成長了 25%。

在臺灣，有一家在臺北市饒河街夜市做臭豆腐的攤販，以饒河街美食做宣傳，在 FB 做廣告，並透過 Line 官方帳號，將因人流減少造成的業績下滑，提升了 2 成的業績。（本文作者袁明仁現為華信統領企業管理諮詢顧問有限公司總經理、臺商張老師）



# 後疫情時代的全球供應鏈調整策略

■ 張明杰

繼貿易戰及武漢肺炎疫情在全球蔓延之後，臺積電日前宣布投資 120 億美元在美設立 5 奈米製程新廠的新聞，讓市場一度熱議的後疫情時代全球供應鏈重組話題再度浮上檯面。

## 供應鏈全面移出中國大陸並非一蹴可幾

越南被公認為貿易戰最直接受益者，卻因此承受不少貿易順差大幅成長壓力；2018 年越南對美商品貿易順差 394.9 億美元（以下同），去年大幅成長 41.3% 來到 557.9 億，無怪乎川普在去年的 G20 峰會前夕即點名暗示將對越南加徵關稅。貿易戰及武漢肺炎疫情吸引不少臺商回流，但臺商回流貿易順差也回流，臺灣去年對美商品貿易順差成長 51.7% 達 230.4 億，明顯觸及美國商務部的匯率操縱國觀察名單紅線。

今年 4 月印度推出生產獎勵計畫指南，希望 5 年後能成為全球電子產品製造中心，日前更且一度傳出 Apple 準備把 20% 產能從中國大陸移往印度；然疫情的無差別衝擊讓「能否快速恢復正常運作」成為選擇生產基地的新考量，印度政府日前實施第四輪全國封鎖，即便有部分智慧手機企業獲准恢復生產，但工人數仍被限定為原來人數的 15 ~ 30%。

分散生產基地、降低對單一國家生產依賴已成為後疫情時代全球供應鏈重組的最優先選擇策略，但羅馬並不是一天造成的、生產基地的全面移出中國大陸更非一蹴可幾，除人口紅利外還必需通盤考量政府政策及基礎設施配套等綜合成本；中國大陸之所以成為今日的世界工廠是累積數十年有機成長的結果，放眼全球暫時還很難有任何單一國家或地區可以完全替代。

## 臺商因應策略

就如同當年製鞋及紡織產業移出中國大陸一樣，電子業的生產基地外移已是客觀上的必然，貿易戰及疫情只是讓決策時間點提前；就長期發展趨勢及經濟量體而言，印度堪稱 1990 年代的中國大陸，儼然成為下一個世界工廠的最佳替代人選。美中兩大經濟體博奕讓全球開始朝二元化方向發展，企業應跳脫供應鏈全面移出中國大陸思維、重新思考在全球二元化發展趨勢下如何魚與熊掌兼得、同時成為中美兩大品牌企業的長期合作夥伴。

中國大陸即將超越美國成為全球第一大消費市場，在大者恆大趨勢下，以臺資企業的文化、理念、財力、通路與人才資源，能夠買的起門票進入這個大聯盟等級的國際市場、甚且經得起考驗堅持到最後的微乎其微；臺資企業應思考如何發揮既有生產優勢與國際品牌大廠合作、站在巨人的肩膀上前進。最後也是最重要的，在技術及商業模式破壞性創新影響下，臺灣可代工品項及品牌數同步下滑；創新是企業維持持續性競爭優勢的最重要因素，但唯有主動良性割捨自己最引以為傲的競爭優勢才能避免陷入戰略僵化困境。

正當市場一窩蜂熱烈追捧電子商務的同時，馬雲在 2016 雲棲大會上宣布電商已死、主動向舊愛說再見轉向擁抱新零售；同樣的，面對外在環境巨變，臺灣的支柱產業角色已不能再唯電子業是賴，後疫情時代來臨，5G、AI、線上消費及遠距醫療等新興產業不斷崛起，臺灣是否也應主動割捨既有代工生產優勢，提早思考支柱產業主角角色要不要換人做做看？（本文作者張明杰現為富拉凱投資銀行首席經濟學家、臺商張老師）



# 後疫情時代臺商應有的 人資管理新思維

■ 蕭新永

武漢肺炎疫情逐漸減緩，結束可期。種種跡象顯示，疫情結束後，將會改變企業的管理思維與操作模式。不論未來會否再出現類似此次疫情之「不可抗力因素」，企業應當從長計議，打破過去承平時期的習慣性思維，重新規畫新的管理思維與操作模式，以預為因應未來可能的變化，這是當前臺商應該思考的課題。

## 線下線上(O2O)人資管理操作新模式

可預見的未來，網路人資管理的「不接觸溝通時代」已經來臨。從這次疫情的對應政策來看，官方勞動政策鼓勵企業與員工居家辦公、視訊會議、網路培訓、群站連絡與報告，從面對面溝通轉變不見面不接觸的網路溝通，將成為企業的常態管理模式。

例如一家廈門臺商準備以A股上市，上市審查會議改為直接在工廠用視訊和審議委員對話。如果光靠視訊會議就能決定上市的結果，則這種視訊會議工具就顯得很重要。企業得要認真應對，才有勝算機會。所以企業要考慮到，遠距視訊的溝通模式，不論是工廠管理、採購管理、人資管理，都將成為常態。

再者，許多公司於疫情期間要求員工「居家辦公」，也是同樣的遠距工作模式，須考慮到企業資源條件，但也是未來的人資管理模式。

## 企業的人資政策與管理制度應當進行修正

未來的人資管理操作將發展成線下線上新模式，遠距管理成為新人資管理模式的操作重點，關鍵在如何有效達到過程管理的管控要求。因此，臺商的人資管理的程序，從招募、任用、考勤、請假、工資、績效到員工的解雇與離職等制度(程序與內容)，都應當考慮到遠距操作的管

控細節，才能進行合理化管理。例如「居家辦公」的員工，如何進行日常管控，以明確考勤、績效、加班、請假作業，甚至社保的有效操作，等等都需要站在線上線下兩方面考慮，並符合勞動法律與企業管理目的。

## 招募遠距工作族成為企業的人才僱用政策方向

疫情結束後，遠距工作族的佔比與崗位種類將會與日俱增，由於遠距工作族將是企業的專業人才，臺商的遠距工作人才僱用政策應當建立，成為在人才市場競爭下的優勢品牌。遠距工作也讓企業可以用更合理的價格，僱用到最適化的員工，而不受限於企業所在地，在遼闊的中國大陸市場，更顯需要，如程式設計師、業務、行銷、教育訓練、財務等工作職務。

## 未來將是數位化企業與人才的時代。

由於不可預測的疫情或其他不可抗力因素之突發事件，企業不得不在人資管理層面加速變革推動，現場上班的勞動者逐漸減少，造成勞資雙方都需要同時強化本身的數位化專業技術與能力，以應付將來的市場競爭。因此數位轉型是企業永續經營的核心競爭工具，也是就業者能夠自我立身於職場不被淘汰的轉型與定位，才能符合數位化企業的需要。

所以在供應(供給)鏈、銷售(需求)鏈中，數位化人才是疫情結束以後的人才市場主流。

由於網際網路、行動網路、人工智能、大數據等等高科技工具的發明與軟體設計等新科技的協助，使得線下與線上結合人資管理模式新思維得以順利實現，更是企業取得優勢競爭的新模式。(本文作者蕭新永現為遠通國際經營管理顧問公司總經理、臺商張老師)



# 「人大」、「政協」會後之中國大陸經濟情勢

■ 高 長

中國大陸「人大」、「政協」兩大年度例行會議，受到武漢肺炎疫情影響而延宕，5月22日在北京正式登場，國務院總理李克強在「人大」會場上提出「政府工作報告」，其中除了闡述過去一年施政的成果，更重要的內容是宣布未來一年的施政方向與預定目標，以及未來可能採取的經濟政策措施。

由於美中貿易戰餘波盪漾，中國大陸經濟下行不止，加上今年初春爆發武漢肺炎疫情，讓疲弱不振的經濟形勢雪上加霜，第一季的經濟成長衰退了6.8%，衰退幅度創下歷史紀錄。目前中國大陸境內的疫情雖然已明顯緩和，且工商業活動也逐漸恢復，但距離正常水準還有一大段，尤其由於疫情還在世界各國蔓延，帶衰全球經濟景氣和國際貿易活動，外需減弱或將進一步不利於中國大陸對外貿易之拓展，因此，整體而言，今年中國大陸的經濟表現恐難以樂觀。國際貨幣基金(IMF)最新的預測指出，2020年中國大陸經濟成長率估計可達1.2%。

### 不確定的國內外環境，未設定經濟成長目標

或許是因為今年之內不確定性因素太多，尤其武漢肺炎疫情何時才能解除警報，其造成的衝擊會持續多久、衝擊的程度會有多深，坦白說很難準確評估，因而李克強的政府工作報告並未明確設定經濟成長目標，這是1994年中國大陸開始設置經濟成長目標以來，首次未提出具體目標。

其實，在「兩會」之前，中國大陸的經濟學家即曾經就是否要設經濟成長目標展開辯論，最後主張不該設成長目標的專家意見占了上風。李克強解釋，「主要是因為全球疫情和經貿形勢不確定性很大，未來發展面臨一些難以預料的影響因素。」放棄經濟成長目標，無異於承認武漢肺炎疫情過後的經濟復甦困難重重，有專家指出，這樣的安排凸顯了宏觀調控的底線思維和更加重視風險管理的心態，可見在疫情衝擊和外部不確定性不斷升高的背景下，中國大陸經濟形勢之嚴峻，已瀕臨可容忍的底線。

疫情打亂了中國大陸經濟成長的步調。

2012年間，習近平提出「中國夢」，具體陳述要在2021年徹底消除絕對貧困，要讓數以百萬計民眾的生活水準大幅提高；2020年原本是實現「中國夢」的關鍵一年，武漢肺炎疫情是否會讓中國夢無法兌現，大家都在看。這次疫情對中國大陸可能造成的經濟危機，也將對中國大陸社會穩定帶來嚴峻的挑戰。

### 主要經濟指標的預設目標偏向寬鬆

儘管沒有具體預設經濟成長目標，但李克強在報告中還是具體提出了四個經濟目標數字，同時，相較於上年度，這些指標都呈現一定程度的下調和寬鬆。譬如，城鎮新增就業900萬人以上，上年度設定的是1,100萬人以上；城鎮調查失業率和登記失業率分別設定為6%左右和5.5%左右，而上年度預設的目標分別為5.5%和4.5%；居民消費價格漲幅設定為3.5%左右，上年度則訂在3%左右。

為了挽救經濟頹勢，中國大陸或將倚重財政政策工具。李克強政府工作報告中提出，今年的財政赤字率將從上年度的2.8%提高到3.6%，這意味著今年將新增1萬億元的資金釋出，若再加上為應對疫情的1萬億元特別國債，顯示為提振經濟而新增注資將高達2萬億元。

### 更加倚賴財政政策工具振興經濟

值得一提的是，除了發行特別國債，新增的財政赤字也可能以債務融資的方式呈現；同時，政府工作報告中提到今年將安排地方政府專項債券3.75萬億元，較上年度增加1.6萬億元，或將推高中國大陸的政府債務率。

中央財政新增2萬億、地方專項債增加1.6萬億，新增財政資源共計3.6萬億元，約占GDP的3%左右，儘管這樣的財政擴張規模遠低於歐美各國，但在財政收入萎縮且降幅不小的情況下，振興經濟的錢從哪裡來，仍備受關注。量化寬鬆政策造成印鈔過多，可能衍生泡沫經濟，以及通脹風險。（本文作者高長現為臺北企業經理協進會理事長、臺商張老師）



# 中國大陸的六保措施與臺商應注意事項

■ 洪清波

2020年4月17日，中共中央政治局召開會議（以下簡稱【會議】），分析研究當前經濟形勢，部署當前經濟工作。會議首次強調保居民就業、保基本民生、保市場主體、保糧食能源安全、保產業鏈供應鏈穩定、保基層運轉，六方面「保」的工作，與對當前形勢的判斷密不可分。

### 首保居民就業，保基本民生

此次會議的最大亮點就是提出「六保」這個新詞，詳細與先前的「六穩」比對，就業都是列在第一位。居民有工作就有收入，有收入才能有消費，經濟發展才有基礎。

在武漢肺炎疫情影響下，對低收入群體，特別是困難群體，保障就業和保民生的重要性也更加突顯。全國城鎮調查失業率，3月份為5.9%，比2月下降0.3個百分點，但綜合分析，就業壓力仍然很大。

保就業與保民生相輔相成，已成為當前中國大陸最優先的施政重點，不只為了維護經濟發展，更重要的是維護社會穩定。

### 助力市場主體平穩運行

企業是市場的主體，目前中國大陸市場主體超過1億戶，各類市場主體既是國民經濟發展的主要力量，也是承載居民就業的主要領域。對中國大陸而言，保市場主體，在疫情之下更顯緊迫。

現階段最需解決的困難，在於幫扶包括中小企業在內的市場主體，從稅收、費用、各類成本、資金等方面給予支持，幫助他們更好地渡過難關。穩住了企業才有可能穩住就業，才有可能穩住經濟，才有可能穩住經濟大盤，保證經濟平穩運行。

要以更大的宏觀政策力度應對疫情影響。在財政政策方面，強調積極的財政政策，提高赤字率，發行抗疫特別國債，增加地方政府專項債券，同時減稅降費。在貨幣政策方面，運用降準、降息、再貸款等手段，保持流動性合理充裕，引導貸款市場利率下行，把資金用到支援實體經濟特別是中小微企業上。

在財政政策的工具中，發行特別國債是多年

以來再次重啟，而貨幣政策中，近年來中國大陸降息、降准較為謹慎。因此，總體來看，中國大陸利用政策工具是有空間的。

### 保糧食能源安全和產業供應鏈穩定

糧食和能源均是關係經濟社會發展的全域性、戰略性問題。當前應抓好春耕備耕，糧食生產。能源方面，則需研判疫情和國際能源市場變化的影響，協調好國際、國內兩個市場，保持供需平衡。

保產業鏈供應鏈穩定，是復工達產的重要保障。只有保持中國大陸產業鏈、供應鏈的穩定性和競爭力，促進產業鏈協同復工復產達產，中國大陸經濟復甦的主動權才掌握在自己手裡。

保基層運轉，主要就是要保障各級部門和公共服務機構開門辦公的經費，使教育、醫療、治安、水電、公交等公共服務正常運轉。這是推動各項政策實施的基礎條件，也是保障群眾切身利益的基本要求。

### 臺商要重視「二保」— 保健康和保企業正常運轉

「六保」剛剛提出來，具體的政策，或各種措施的實施細則，尚待落實，這些都需要時間。各種救急的紓困措施，臺商能否實質受惠有待時間證明。

值得一提的是，4月29日中國農業農村部官網公布一項文件，標題為：「農業農村部召開非洲豬瘟防控等工作督導總結視訊會議強調，針對新問題採取硬措施，確保非洲豬瘟疫情不反彈」，顯示隱藏在非洲豬瘟背後的食安問題，及武漢肺炎可能復發衍生的健康問題仍然威脅居民的正常生活。

臺商在中國大陸除了努力拚事業，留意中國大陸官方實行的各種政策措施，不錯過善用當地各項紓困或優惠措施，保企業正常運轉，更重要的是保身體健康，這「二保」是臺商的當務之急。（本文作者洪清波現為橋投資服務公司執行董事、臺商張老師）



# 數位經濟的企業創新策略健檢

■ 顏敏仁

數位經濟帶動產業朝跨世代、跨境、跨領域與虛實整合等商務發展趨勢，全球產業格局已然翻轉。後疫情環境下企業數位轉型因應與商業模式創新更顯迫切，企業的創新事業策略發展與數位轉型能力是新經濟時代的核心競爭力，如何透過創新思維與數位科技如大數據、人工智能、智慧物聯網、AR/VR 等等，來改變並精進企業經營方向或營運模式，重新塑造競爭優勢與新商業模式，是今後企業永續發展的關鍵議題。

因應中國大陸市場的變化、新南向以及亞洲市場創新經濟體系發展，臺商需要延伸傳統偏重生產的接單式製造思維，躍進為開放市場驅動的高附加價值服務創新思維，在企業經營與事業發展過程中，策略性的讓科技研發、商業模式創新及市場發展加乘串連為可持續發展的產業價值鏈與創新生態系統，以提升企業在全球市場的競爭優勢。本文彙整筆者參與日本和德國企業數位轉型策略研究之成果（如下表），從八個面向提出數位經濟的企業創新策略健檢評量模型，俾有助於企業轉型創新的準備度，進而引導有效的精進發展方向。

1. 經濟連結 (Economic Alignment)
◆ 請以貴公司之角度說明當前經濟和產業環境，以及企業如何強化市場需求的連結（如顧客溝通管道）？
◆ 企業是否清楚未來三年對企業影響最大的市場趨勢為何？
◆ 企業是否能定期評估各項轉型的策略行動與其優先次序如何影響其收益與成本？
◆ 企業是否有促進顧客對於企業產品和服務體驗價值的設計或反饋機制？
2. 科技應用 (Technology Utilization)
◆ 企業創新核心技術為何？如何將核心技術應用於轉型過程並連結企業經營（商業模式）？例如：技術創新是由大數據、人工智能、物聯網、或雲端計算等等所驅動，它如何連結商業模式？
◆ 企業創新之成果，除了研發是否有涵蓋到企業整體發展的生態系統？

3. 人才培育 (Talent Development)
◆ 職能落差是否存在於不同管理階層和企業員工？
◆ 企業對於人力資源管理和人才培育的政策為何？
◆ 企業在人才招聘、培訓和留用政策，是否有制定可隨著服務和產品轉型而調整的策略？
4. 供應鏈合作 (Supply Chain Collaboration and Partnership)
◆ 是否曾面臨採購、工程和製造的問題和困難？
◆ 企業在品質、法規和風險管理層面，如何有效與供應商合作？
◆ 企業是否有系統性的協調與整合策略以管理各合作夥伴之關係？
5. 市場競爭力 (Market Competitiveness)
◆ 企業在國內和全球市場的競爭優勢為何？
◆ 企業對於其優勢、劣勢、機會和主要競爭對手的理解為何？
◆ 企業如何贏過競爭對手以達可持續發展的商業模式？
◆ 企業如何以設計、製造和服務的經營理念區隔競爭對手並滿足目標顧客的期待？
6. 創新生態系 (Innovation Ecosystem)
◆ 企業之技術創新、商業模式和市場開發如何相互連結？
◆ 企業是否有能取得外部資源（政府、學術和產業）的支持以達成商業想法的創新？
◆ 企業對於在創新生態系統的策略聯盟機制為何？如何透過生態系統促進合作並受益？
◆ 產、官和學界的合作如何支持企業工業 4.0 數位轉型策略？相關政府政策或有益於企業發展之產業／商業環境為何？
7. 策略管理 (Strategic Management)
◆ 企業對於轉型是否訂有明確可量化的目標？例如財務指標、顧客和市場目標、內部學習成長曲線或公司文化等等？
◆ 過去的管理績效為何？
◆ 現在的成長表現優於 / 低於過去績效的原因？
◆ 對於未來三年預期績效表現為何？
◆ 企業如何達成未來績效目標？
◆ 趨動績效表現的因素為何？如何有效進行管理？
◆ 可能降低績效表現的因素為何？企業如何進行有效控管？
8. 法規制度 (Regulation of Operations)
◆ 在環境法規和國際標準化制度上 (ex: ISO) 如何連結全球的市場？
◆ 全球相關國際標準制度對於企業的影響為何？企業如何解決所面臨的困難？

（本文作者顏敏仁教授為日本亞洲生產力組織學術首席顧問、臺商張老師）



# 臺商應重新檢視全球化布局

■ 何淑敏

近年來，國際局勢瞬息萬變，繼美中貿易戰開打及英國脫歐帶來的市場不確定性之後，又逢武漢肺炎疫情快速蔓延，中國大陸首當其衝，為了圍堵疫情擴散，各大城市紛紛採取封城以及延後開工等措施，讓以中國大陸為生產基地的臺商進退不得。

新型冠狀病毒命名為 COVID-19( 即 coronavirus disease 2019 的縮寫 )，沒有想到它不限於中國大陸武漢，而是全球蔓延，至 5 月 19 止全球已經有 489 萬 863 人確診，死亡人數 32 萬 130 人。美國成為重災區，有 155 萬 294 人確診，死亡人數 9 萬 1 千 981 人，中國大陸有 8 萬 2 千 960 人確診，死亡人數 4 千 634 人，超過 2003 年 SARS 的疫情，多數災情集中於中國大陸。

有感於國際局勢瞬息萬變及武漢肺炎疫情肆虐，臺商應更積極於「全球化布局分散風險」之思考，筆者僅以下列 5 個面向簡述如下：

### 一、產銷供應鏈地點重新衡量

美中貿易戰發動後，關稅提高使得出口成本暴增，已經引發一波企業出走。如今又爆發武漢肺炎疫情問題，將加速企業轉移至其他國家，以降低供應鏈風險。類似的風險不僅會發生在中國大陸，也會發生在其他國家，且有流行病學家警告，疫情或將能有效控制，但未必會如 SARS 至夏天後從此就消失無蹤，極有可能在冬天又捲土重來。國際大廠為因應此問題，未來可能會要求供應商或代工業者在不同的國家建立第二或第三供應鏈。臺商應針對此一趨勢，及早進行多國布局，接近銷售市場建立生產線在這關稅壁壘的趨勢下，可能是不得不採的思維。

### 二、資金回臺投資

中國大陸過去向來是臺商對外直接投資的主要目的地及生產重鎮，惟受美中貿易戰影響，全球供應鏈出現轉變，臺商正逐漸分散海外生產基地，並把回臺投資作為調整生產地點之重要選項。

為掌握此契機，政府於 108 年 1 月 1 日啟動「歡迎臺商回臺投資行動方案」( 108 年至

110 年 )，以企業需求為導向，設置「投資臺灣事務所」，以單一窗口提供專人專案專責服務，整合土地、水電、人力、稅務與資金等政策措施，並縮短行政流程，積極協助臺商回臺投資，期帶動本土產業共同發展，形塑完整的上、中、下游產業供應鏈，增加經濟動能，厚植臺灣未來產業發展實力。

### 三、勞力密集加速南進

從經濟的角度來看，整體產銷供應鏈調整並不容易，疫情雖仍在持續中，却已見美中持續角力交惡，此將加速臺商移往東南亞。臺商或許不是政府提倡「新南向」才去，而是避免關稅損失，但前往東協或印度除了考量運輸、生產成本外，尚要考量當地政府招商政策及執行力以及上下游供應鏈之完整性與否。

### 四、技術提升加強運用自動化機器人

在工業化 4.0 的發展下，無人工廠興起，利用機器人取代大量勞工，簡化生產流程，24 小時的不間斷生產，並可運用 AI 與大數據先進技術優化生產效率。更重要的是，無人工廠生產據點的選項很多，無須局限於中國大陸、東南亞或印度等勞力密集的地區。其技術密集的特性，可讓無人工廠快速轉移至其他地區，亦是各國歡迎的新興投資，為投資獎勵優先的對象。建議臺商應技術提升加強運用自動化機器人。

### 五、提高防災意識

天災、人禍、流行病爆發已經成為常態現象。以天災為例，在氣候變遷下，大雨、海嘯、乾旱、( 自然界的 ) 火災、地震甚至是蟲災發生的機率大增，都可能影響經濟發展與臺商的生產活動，故臺商選擇生產據點時，就需要提早考量各項風險以為因應對策，以規避風險，將傷害降至最低。

綜上所述，值此國際局勢瞬息萬變及武漢肺炎疫情肆虐，臺商應更積極於「全球化布局分散風險」之思考，提早因應可能之變化。( 本文作者何淑敏現為智興科技有限公司財務長、臺商張老師 )



# 分散風險與基業長青

■ 石賜亮

長期以來，企業經營追求卓越，不斷改造創新，擴大基業的核心能力，在精益求精中，以如何建立一個偉大，而且可以保持長盛不衰的經營體質的企業為目標。從以往見證的案例中，不乏成就非凡的產業明星，值得參考借鏡。

然而，就在美、中貿易戰的衝擊尚未平息之際，卻因前所未有的流行病毒的傳染肆虐，捲起了影響全球經濟幾乎暫時停滯的世紀大考驗，也使基業長青的論述出現破口。長盛不衰仍然還需要有度過不可抗力風險的能耐，在極度的危機中，調整適應的能力，才有可能在驚濤駭浪的衝擊之後，迅速恢復重新再出發的元氣。

面對無法抗拒的經營困境，預防性的風險分散，與適時經營方式的彈性調整，將成為長青企業的必要條件。經過了這段考驗之後，在經營上值得我們先從生產、行銷、組織運行管理……等幾個層面來探討。

## 一、生產的風險分散與調整

- (一) 地區的分散：由於是否為增收關稅地區，以及可能受到疫情影響人員受到管控無法生產運作的因素，過度集中自然就會隱藏高度風險。適度的分散可以使運作保持應對彈性。
- (二) 原材料來源的彈性調整：單一來源的供應，只要在供應方出現不可抗力的狀況時，將會使整個生產線因此而停頓。在平時就得建立不同地緣的供應商，同時適度的將安全庫存量備足，避免斷貨的危機。
- (三) 協力廠供應鏈彈性調整：以確保不會受到任何意外事故而斷鏈為最高原則，從省內到省外，從國內到海外，預備性的風險防範措施，使生產作業無後顧之憂。
- (四) 作業員的彈性調整：本地員工與外縣市員工的比率，配合作業的輪班制，保持均衡性的比率，以免因落差而無法順利生產。
- (五) 自動化作業系統的彈性增設：不論是局部還是全線，逐步建置，包括線上作業或搬運倉儲系統，對人力的依賴盡量配置在可控制的範圍。

(六) 建置自給自足的供電系統：在萬一缺電的情況下，仍然可以完成自己生產作業的需求。

## 二、行銷的風險分散與調整

- (一) 行銷客戶家數與國家地區的分散與調整：避免過度集中或完全集中，以非常時期的心態，在平時就做好推廣的佈局，以免在突發情況發生時，整個行銷產生停滯掛零的現象。
- (二) 產品的適度擴充與調整：多樣產品會降低依賴單一產品的風險係數，尤其配合行銷地區和客戶的推廣，不論景氣或局勢變化好壞，還可以避過低潮谷底，得到生存的支撐。

## 三、組織運行管理的風險分散與調整

- (一) 行政人員線上網路作業系統的建置與模擬：在無法到達辦公室工作場所時的情況下，為了使業務順利推進的視訊聯絡與紀錄之系統，在平時就得建置，同時也模擬使用。
- (二) 財務單據的簽核與網上收支金流作業系統的建置與模擬：對於公司內部費用的核銷，以及銀行帳戶的金流進出，事先和金融機構建置安全作業系統。以保障在人員無法到位時，可以透過網路視訊及安全認證完成金流的順暢運行。
- (三) 其他如研發、技術人員，也可以透過視訊開會方式，進行工作進度執行的掌控，讓同事熟悉作業方式。
- (四) 公司對外的合約，在履行的承諾約束上，要加註對於不可抗力的情況下，彈性合理的放寬限制的條文，以免違約受罰的風險。

以上的內容是對企業在運作上，面對客觀環境無法抗拒的困境中，採取預防性的風險分散，與彈性調整的措施。然而，最重要的一點，還是要回歸到企業的體質，企業的資本能力以及平時擁有的自有資金水位，要能保持足夠的營養，才可能度過風暴期的考驗，再創成長的高峰。(本文作者石賜亮現為兩岸經貿交流權益促進會理事長、臺商張老師)



# 兩岸新興產業發展契機

■ 鄧岱賢

今（2020）年世界相當不平靜，除了有「新型冠狀病毒」（COVID-19）肺炎疫情肆虐外，美中貿易衝突、香港反送中等，都深深影響臺商在全球的投資經營佈局。所幸，目前兩岸都推出了新興產業發展計畫，相信會提供臺商更多更好的發展契機。

## 六大核心戰略產業吸引廠商落地投資

蔡英文總統在520就職演說中提出打造「六大核心戰略產業」，讓臺灣成為未來全球經濟的關鍵力量，這六大核心戰略產業包括：第一，資訊及數位相關產業；第二，5G（第五代行動通訊技術，The Fifth Generation Mobile Networks）、數位轉型，以及國家安全的資安產業；第三，生物及醫療科技產業；第四，軍民整合的國防及戰略產業；第五，綠電及再生能源產業。第六，確保關鍵物資供應的民生及戰備產業。

這六大核心戰略產業非常適合當前臺灣經濟發展之需要，政府也將投入大量的人力、物力與財力，臺商若能配合政府的政策，投資經營相關產業的發展，相信前景可期，特別是臺灣將在今年就要推出5G的手機與周邊相關的產品，伴隨而生的商機無限。而生物及醫療科技產業更是符合當前防疫之需要，亟需更進一步發展。

無獨有偶，中國大陸自2018年開始陸續提出「新基礎建設」計畫，到2020年已經推出具體的方案，發展的產業包括，5G、物聯網、工業互聯網、衛星網路等通訊網路領域，AI（人工智能，Artificial Intelligence）、雲端運算、區塊鏈等等七項新技術領域，同時也涵蓋健康、資訊、數位等新興消費增長點。

## 中國大陸推出「新基礎建設計畫」

過去中國大陸的基礎建設著重在鐵路、公路與機場、俗稱「鐵工機」，現在則著重在「網路」

建設，建構人類的網路世界，現代人類已經離不開手機，未來人類將完全生活的網路世界中，離不開屏幕，這不但改變了人類的生活型態，更會顛覆企業的經營模式。

兩岸英雄所見略同，同時運用政府的力量，發展5G、AI、雲端運算等資訊科技產業，同時這些先進技術運用在大健康產業、消費等各行各業之中，可見這些產業確實有發展的前景，臺商要妥善因應這些最新進科技發展的趨勢。尤其是中國大陸經濟發快速，目前是全球第二大經濟體，2019年「國內生產總值」GDP超過14萬億美元，人均GDP突破一萬美元，不但成為世界工廠，也是世界市場。

同時中國大陸也是全世界最大貿易國，2018年貿易總額為4兆6230億美元；出口金額全球第一，2018年總金額為2兆4,870億美元；進口金額全球第二，2018年總金額為2兆1,360億美元，外匯儲備全球第一，超過3兆美元，吸引外資金額也最多，累計超過2兆美元。臺商要善用兩岸經濟各自擁有的利基，為自身企業開拓更廣闊的空間。

當前世界經濟詭譎多變，行政院為協助臺商順利返臺投資，推動「歡迎臺商回臺投資行動方案」，實施期程為3年（108年至110年），以企業需求為導向，提供客製化單一窗口服務，整合土地、水電、人力、稅務與資金等政策措施，積極協助臺商回臺投資，進而帶動本土產業共同發展，形塑完整的上、中、下游產業供應鏈，以厚植臺灣未來產業發展實力，增加經濟動能。

截至目前為止，核准臺商回臺投資金額已超過1兆36億新臺幣，臺商若是能投資在「六大核心戰略產業」，相信會有極大的發展前景，並以此為基礎，用貿易方式來經略中國大陸廣大的市場，尤其是近來提出的「新基礎建設」，相信未來會有極大的發展前景。（本文作者鄧岱賢為原海基會經貿處處長、臺商張老師）



# 疫情過後臺商因應新環境變動的創新

■ 徐丕洲

日本經營顧問大師田邊昇一說：「企業是一連串困難的連續業，也是環境的適應業，今天的繁榮也不代表明天也是如此」。熊彼德教授也說：「創新是企業發展的原動力」。適逢武漢肺炎疫情方興未艾，企業經營必須因應新環境的變局，謹提供下述創新經營的商業模式供企業界先進參考。

## 一、餐飲業的創新商業模式：

如眾週知，疫情來襲，危機也是轉機，餐飲業為了因應後疫情時代的新環境，原先的商業模式已不符市場需求，必須進行一些變革。

### (一) 外食熱改變整體的營運結構：

頗具盛名的餐飲業者鬍鬚張的統計，自去年9月全門市與外送平臺合作之後，外送業績占比持續升高，今年4月更帶動整體外食（外送及外帶）業績高達60%，高於內用，由此可見發展外送平臺必能增加能見度，就算平臺上餐廳越來越多，競爭日益劇烈，餐飲品牌還是可以加入，唯需注意物流抽成的問題。

### (二) 雲端廚房興起，展店不用再比大間：

疫情加速顛覆餐飲業的商業模式，當客人習慣吃外食，品牌開設「純外帶」店，雲端廚房的成功率就會增加，未來在A級B級商圈找C級地段店面將是常態。

筆者認為最直接影響的將是未來展店會以小坪數為主，最多或許30至40坪，不可能再看到過去百坪的寬敞店型，甚至可能只留幾張桌子，滿足少數的內用客人。

品牌一定要去適應消費者的習慣，例如鬍鬚張的重慶北路店，由於當地不好停車，客人只要事先打個電話，到門口按一聲喇叭員工就會拿著餐點立即到路邊結帳，這就是一種滿足消費者行為的嘗試。

### (三) 餐飲同業彼此拉抬，開啟異業合作：

鬍鬚張與百靈(BRAUN)刮鬍刀嘗試跨界行銷，拿公司的招牌鬍子開玩笑，消費者掃描QR code把鏡頭對準鬍鬚張Logo，就可以透過擴增實境(AR)嘗試修鬍子，再憑照片可兌換購物金額與滷肉飯兌換券。鬍鬚張全臺73間門市從今年3月起，超商銷售的洋芋片口味多了「滷肉飯」、「雞肉飯」2種，鬍鬚張與樂事推出聯名活動，消費者若撕下外包裝截角至門市用餐滿100元，可享免費小菜優惠。

如眾週知，由於疫情使得消費者不敢到街邊店內卸下口罩，張口吃飯，今年4月底鬍鬚張首次推出冷凍料理包，取名居家三寶，同步在官網與73間門市開賣，目標將藥膳豬腳、麻油雞及清燉牛肉等湯品賣到消費者家中。

又與豆府集團、莫凡彼等8個品牌共組大聯盟，首次與其他餐飲公司合作，共同推出7日冷凍料理包，瞄準不想外出及居家管理的自煮商機。

## 二、會員訂閱制的商業模式為何會異軍突起？

### (一) 會員訂閱制是能夠讓客戶無限使用的商業模式：

如眾週知，手機網路的電信費用與網路相關



的各種服務，諸如 Netflix 等影音平臺、防毒軟體、各式生活支援 APP、Uber Eat 外送平臺、亞馬遜尊榮會員服務紛紛推出繳月費無限吃到飽，日本更有 APP 推出繳月費就能每天到合作餐廳領取一次套餐，或在某家餐廳無限次用餐或無限次使用服務的商業模式，茲以下表分述說明為何消費者願意接受會員訂閱制商業模式的要因分析：

項目	重點說明
(一) 月繳固定費用對固定收入消費者而言，非常容易計算支出費用	上班族加入繳交固定費用，每天就能到廠商合作的餐廳領取餐點，不再為餐費支出煩惱。
(二) 繳月費能無限使用服務的商家形塑更加的信賴感	(1) 好事多繳年費就能隨意退貨的制度，讓客戶安心買更多，反正不滿意可以退。(2) 亞馬遜尊榮會員只要年繳固定費，只要購物就能免運費，客戶繳會費後多利用就會買的更多。
(三) 月繳訂閱制使客戶養成定期扣款的習慣，提升客戶的黏著度	(1) 一般言之，除非出現重大事故，客戶不太容易終止購買。(2) 例如貓砂、飼料等之飼養寵物的必要支出，若採用月費制加宅配到府服務，將省去消費者前往店家購買的時間與搬運體力，訂購之後往往會連續購買好多年，提升重複購買力。
(四) 訂閱制將散客變成熟客，讓消費者變成 VIP 會員	(1) 讓客戶感覺似乎加入私人俱樂部，提升客戶的優越感與尊榮感。(2) 若能加上免排隊，優先取貨，會員專屬優惠等特殊服務，更能抓住客戶的心。
(五) 增加企業與客戶的直接頻率	企業可直接聽取客戶真實意見，讓訂購制的會員意見成為改善或擴張服務的好幫手。
(六) 對企業而言，穩定的會員訂購有助於現金流量的穩定	(1) 不用擔心系統性風險降臨時的衝擊。(2) 必須積極開拓入會的會員人數，訂戶制服務往往依賴網路外部效應。(3) 換言之，加入的人數愈多，愈能從中賺取利潤，但若長期無法累積使用戶數量到一定規模經濟，恐怕反而會是沉重的營運壓力，經營者必須要有深刻的認識與警惕。

(二) 會員訂閱制可透過大數據精準行銷，大幅開拓客源：

在武漢肺炎疫情衝擊下，以手搖飲料店起家的現榨鮮果飲品牌大苑子，它的銷售業績不但沒

有衰退，反而呈現出二位數的成長，其經營的秘訣，乃係透過 APP 會員的精準行銷手法，茲列表分述如下：

項目	重點說明
(一) 會員卡綁定行動支付	(1) 大苑子從 2006 年開始發行實體會員卡(旺卡)，10 年累積 175 萬旺卡會員，至 2016 年已超前部署進入行動支付，其中 79 萬會員綁定行動支付。(2) 上述不僅是載具的改變，而且是數據的收集與應用，數據是掌握在品牌經營上，擁有龐大的 APP 會員，即為精準的會員行銷。(3) 透過數據的收集，即可精準掌握柳橙綠茶是賣給誰？過去這個人也買了什麼樣的產品？這個人多久來一次？每次來買多少？(4) 利用 APP 進行會員活動，例如天氣變化時業績可能下滑 3 成，為提升業績曾辦過限時兌換的雨天券，曾經 1 小時內超過千人去店家兌換，有效拉抬各店家的業績。(5) 大苑子經營不只是飲料而是經營顧客的生活。(6) 今年 4 月 24 日正式推出訂閱制，1 個月 499 元可以喝 10 杯，首波配合的門市有 45 家，同時透過臉書Messenger 每天推播。
(二) 訂閱制平衡淡季業績	(1) 飲料業是淡旺季明顯的產業，希望透過訂閱制填補淡季數字，提供更穩定的現金流量。(2) 外帶式飲料已是臺灣消費者的日常習慣，可以按照水果時令開發不同的飲料。(3) 訂閱制會員也能買鮮奶、鮮果等多元商，加上數位科技應用普及，亦可提供轉贈服務，可以讓 APP 會員透過分享大苑子飲品進行社交活動，也有助於品牌新客源的開拓。
(三) 舉辦共識營與加盟主互動	(1) 透過品牌共識營，經營者親身與店長和加盟商互動，並採用小廠活動藉以更深入溝通。(2) 大苑子的督導人員會不定期進行門市稽查，並設有考核賞罰制度。

(本文作者徐丕洲現為榮泰企管顧問有限公司董事長、臺商張老師)



## 中國大陸籍之非婚生子女 如何繼承臺灣遺產？

■ 鄭瑞嵩

### ■ 臺商諮詢問題摘要

老王是臺灣人，在臺灣有老婆及3名子女，因長期在中國大陸廣東深圳工作，認識一位中國大陸女子林小姐，兩人進而交往並產下一子小王，後老王於今年初去世，老王在臺灣遺有兩棟房子及銀行現金，中國大陸人民小王應如何繼承老王的遺產？

### ■ 臺商張老師諮詢解答

(一) 依兩岸人民關係條例第67條第1項、第4項本文規定，被繼承人在臺灣地區之遺產，由中國大陸地區人民依法繼承者，其所得財產總額，每人不得逾新臺幣二百萬元。超過部分，歸屬臺灣地區同為繼承之人；臺灣地區無同為繼承之人者，歸屬臺灣地區後順序之繼承人。第1項遺產中，有以不動產為標的者，應將中國大陸地區繼承人之繼承權利折算為價額。同條例第66條第1項規定，中國大陸地區人民繼承臺灣地區人民之遺產，應於繼承開始起三年內以書面向被繼承人住所地之法院為繼承之表示；逾期視為拋棄其繼承權。

(二) 因小王為中國大陸地區人民，所以他要繼承老王在臺灣的遺產，有不得超過兩百萬元的限制，而且不能繼承不動產，只能將其繼承權利折抵為價額，此為中國大陸繼承人繼承臺灣遺產之限制。

(三) 中國大陸地區人民小王繼承臺灣遺產的法律程序：

1. 中國大陸繼承人小王應在中國大陸當地之公證處辦理親屬關係公證書及委託公證書：有關親屬關係公證書，應載明被繼承人在中國大陸有無配偶、子女、父母、兄弟姐妹及其存歿情形；委託公證書係因中國大陸人士來臺之許可範圍及停留時間而有所限制，故宜委託在臺親友或律師辦理。接著將上述兩項公證書向海基會申請驗證。
2. 然後於三年內以書面向被繼承人死亡時的臺灣戶籍所在地地方法院提出繼承之表示。
3. 法院將審核身分後通知是否准予備查。
4. 小王如收到法院准予備查之通知，得依規定向遺產管理人或全體繼承人要求計算並交付遺產（兩百萬元內為限）。

如遺產管理人或全體繼承人拒絕交付，則應向管轄法院訴請交付遺產。（本文作者鄭瑞嵩現為瑞瀛兩岸法律事務所所長、臺商張老師）



# 臺灣接單中國大陸生產並交貨 中國大陸錢進臺灣

■ 蔡卓勳

## ■ 臺商諮詢問題摘要

請教中國大陸三角貿易問題，中國大陸子公司向臺灣母公司購買材料，臺灣母公司下單給中國大陸的材料廠商，中國大陸廠商直接出貨給中國大陸子公司組立成品後再內銷中國大陸；問題如下：中國大陸子公司而言是外購內銷，我公司想將部分金流控制在臺灣，要如何運作？

## ■ 臺商張老師諮詢解答

1. 中國大陸對於外匯是嚴格管制國家，有關資金流的原則是：誰進口就應誰付匯（向進口報關人收取外匯）。貴公司想將金流控制在臺灣母公司，應了解外幣交易只適用進出口業務，收付外匯須有報關單為依據並開立 INVOICE，凡在中國大陸國內交易是採用人民幣交易並應開立增值稅發票，款項不得匯出境外。
2. 貴公司操作模式：客戶為中國大陸公司，供應商為中國大陸材料廠的情況下，擬採以臺灣母公司據點為交易主體，向中國大陸材料廠下單採購，直接交貨至中國大陸子公司，再內銷給中國大陸客戶的方式進行，但想將部分金流控制在臺灣，只有走“物流園一日遊”（出口復進口），這才是您合理的選擇。
3. 因此，依據上述問題描述，建議採用多角貿易交易流程 -- “物流園一日遊”形式，虛擬出口復進口操作模式，藉此造成進出口等事實，取得相關憑証（進出口報關單），即可付匯至臺灣公司。中國大陸保稅物流園區視為境內關外，“入區退稅”政策，以“先出口，再進口”的運作方式。
4. 其操作方法如下：
  - (1) 先出口：中國大陸材料廠出貨至物流園時需對車輛和貨物進入進行報關，申報出口報關程序。中國大陸材料廠如屬增值稅一般納稅人可適用增值稅免抵退政策。
  - (2) 再進口：中國大陸子公司再去辦理進口報關程序申請車輛帶貨離開保稅區拉貨回廠：從物流園拉貨進境，可採用一般貿易進口或是保稅方式進口兩種方式。若中國大陸子公司採一般貿易進口方式，則需承擔進口環節的關稅及 13% 增值稅。進口環節之關稅及增值稅的計稅基礎為貨物完稅價格。如此一來，只要將貨物在保稅物流園辦理相應的出口、進口及進出區報關手續之後，貨物就相應的實現了與出口到國外後再返回進口的功能。交易流程為：A、訂單流：中國大陸子公司→臺灣母公司同時臺灣母公司→中國大陸的材料廠；B、物流：中國大陸材料廠→保稅物流園→中國大陸子公司；C、金流：中國大陸子公司→臺灣母公司同時臺灣母公司→中國大陸材料廠。實務上一般都用境外公司 OBU 代替臺灣公司。

實際操作上應同時報出口再報進口，貨直送買家，這個過程從車輛進到保稅區到放行出區一般只需要兩三個小時。因為是走流程，最好是採一對一的進出口方式較方便通關，也容易被海關接受。（本文作者蔡卓勳現為 TSAI&TEAM 蔡老師企業經營團隊總經理、臺商張老師）

# 臺籍人員在中國大陸確診武漢肺炎或疑似患者，醫療費用如何支付？ ■ 袁明仁

## ■ 臺商諮詢問題摘要

我最近即將到中國大陸上海工作，請問在隔離期間要支付那些費用？若不幸在中國大陸確診武漢肺炎，醫療費用由誰支付？支付方式為何？

## ■ 臺商張老師諮詢解答

臺商、臺幹及臺籍人員到中國大陸工作、居住或生活，必須了解各個省市的隔離規定，隔離期間的費用，以及隔離期間的費用支付方式。同時也需瞭解中國大陸對臺籍人士確診武漢肺炎的醫療費用支付方式，以規避或降低可能的金錢損失。

根據 2020 年 4 月 19 日，發佈的《關於外籍新冠肺炎患者醫療費用支付有關問題的通知》，針對確認武漢肺炎和疑似患者的外籍人員醫療費用等事宜，規定如下：

一、外籍人員集中隔離產生的費用，原則上由個人承擔。以上海為例，對來自重點國家和地區名單的，入境人員到達後均需集中隔離健康觀察 14 天。集中隔離觀察期間，需自理住宿費和餐費。住宿費原則上有每人每天 200 元左右或 400 元人民幣左右兩個檔次。

二、針對外籍新冠肺炎確診和疑似患者：1、有參加中國大陸基本醫保的，基本醫保、大病保險應按規定支付，其餘費用由患者個人負擔；2、未參加中國大陸基本醫保的，醫療機構應當先救治後收費，醫療費用由患者個人承擔。參加商業健康保險的，由商業保險公司按合同及時支付。

三、留院觀察期間發生的醫療費用，參加基本醫保的按規定支付，未參加的則由個人負擔。雖然《通知》並未特別指明臺灣人員的適用問題，但依據以往慣例，臺籍人員通常會比照外籍人員的規定處理。

臺商更關心的是醫療費用多少的問題。根據中國大陸國家醫保局的資料顯示，武漢肺炎確診住院患者人均醫療費用達 2.15 萬元人民幣。重症患者人均治療費用超過 15 萬元人民幣，少數危重症患者治療費用達到幾十萬元人民幣。中國大陸對本國公民確診患者的醫療費用，在基本醫保、大病保險、醫療救助等按規定支付後，個人負擔部分由財政給予補助，意味著，中國大陸公民武漢肺炎患者的治療費用幾乎全部由中國大陸政府負擔。

根據《通知》，外籍及臺灣人員如確診或疑似感染武漢肺炎，無法享受由政府全部承擔的優惠，而是根據其是否參加醫保而定。有參加中國大陸醫保的臺籍人員，患者需要承擔的醫療費用是多少？住院治療費用的報銷比例約在 80% 至 95% 之間，其他需自付。

臺籍人員在中國大陸投保的情形如何呢？中國大陸要求臺灣人員繳納社保，早在 2005 年就已實施，但多年來因為社保繳納系統、員工本人及用人單位等多方因素，導致臺籍人員社保繳納的人數很少。2020 年 1 月 1 日起實施的《香港澳門臺灣居民在內地（中國大陸）參加社會保險暫行辦法》，又剛好遇到武漢肺炎，導致企業減薪、裁員、停工停產，很多臺籍老闆及臺籍幹部也因此未前往中國大陸工作，因此臺籍人員在 2020 年實際依《暫行辦法》參加社保的案例仍不多。也就是說大部分的臺籍人員一旦在中國大陸確診武漢肺炎，全部費用都要自付。（本文作者袁明仁現為華信統領企業管理諮詢顧問有限公司總經理、臺商張老師）



# 如何申請在中國大陸地區從事技術合作？

■ 黃鑾銀

## ■ 臺商諮詢問題摘要

請問之前中國大陸提出對臺 31 條措施中，由中國大陸科技部發布國科發資〔2020〕107 號之國家重點研發計畫，因本公司與中國大陸地區公司合作研發 5G 物聯網技術，惟研發項目需同時向中國大陸及臺灣地區相關主管機關提出申請，目前想詢問臺灣地區負責這部分的主管機關為何？目前是否有相關法令或規定？謝謝！

## ■ 臺商張老師諮詢解答

一、依據「兩岸人民關係條例」第 35 條及第 86 條之規定如下：

1. 第 35 條：臺灣地區人民、法人、團體或其他機構，經經濟部許可，得在中國大陸地區從事投資或技術合作；其投資或技術合作之產品或經營項目，依據國家安全及產業發展之考慮，區分為禁止類及一般類，由經濟部會商有關機關訂定項目清單及個案審查原則，並公告之。但一定金額以下之投資，得以申報方式為之；其限額由經濟部以命令公告之。

臺灣地區人民、法人、團體或其他機構，得與中國大陸地區人民、法人、團體或其他機構從事商業行為。但由經濟部會商有關機關公告應經許可或禁止之項目，應依規定辦理。

臺灣地區人民、法人、團體或其他機構，經主管機關許可，得從事臺灣地區與中國大陸地區間貿易；其許可、輸出入物品項目與規定、開放條件與程序、停止輸出入之規定及其他輸出入管理應遵行事項之辦法，由有關主管機關擬訂，報請行政院核定之。

第一項及第二項之許可條件、程序、方式、限制及其他應遵行事項之辦法，由有關主管機關擬訂，報請行政院核定之。

本條例中華民國九十一年七月一日修正生效前，未經核准從事第一項之投資或技術合作者，應自中華民國九十一年七月一日起六個月內向經濟部申請許可；屆期未申請或申請未核准者，以未經許可論。

2. 違反第 35 條第 1 項規定從事一般類項目之投資或技術合作者，處新臺幣五萬元以上二千五百萬元以下罰鍰，並得限期命其停止或改正；屆期不停止或改正者，得連續處罰。

違反第三十五條第一項規定從事禁止類項目之投資或技術合作者，處新臺幣五萬元以上二千五百萬元以下罰鍰，並得限期命其停止；屆期不停止，或停止後再為相同違反行為者，處行為人二年以下有期徒刑、拘役或科或併科新臺幣二千五百萬元以下罰金。

法人、團體或其他機構犯前項之罪者，處罰其行為負責人。

違反第 35 條第 2 項但書規定從事商業行為者，處新臺幣五萬元以上五百萬元以下罰鍰，並得限期命其停止或改正；屆期不停止或改正者，得連續處罰。

違反第 35 條第 3 項規定從事貿易行為者，除依其他法律規定處罰外，主管機關得停止其二個月以上一年以下輸出入貨品或廢止其出進口廠商登記。

二、建議貴公司依據現行政府相關發令規定，向經濟部投資審議委員會，先行提出申請，再與中國大陸相關合作單位進行合作協議：先行上經濟部投資審議委員會的網站：[www.moeaic.gov.tw](http://www.moeaic.gov.tw) 下載「在中國大陸地區從事技術合作申請表」，填寫後送經濟部投資審議委員會。（本文作者黃鑾銀現為臺北市電腦商業同業公會副總幹事、臺商張老師）

# 兩岸經濟交流統計速報

109年3月份

大陸委員會經濟處製表

民國109年5月1日

項目	當月統計數	當年累計數	歷年累計數	資料來源
兩岸貿易(億美元)(註1)	109年3月 135.2 (5.4%)	109年1-3月 347.3 (3.8%)	81年~109年3月 19,049.9	
對中國大陸出口	80.9 (3.2%)	214.1 (5.7%)	12,288.5	財政部統計處
自中國大陸進口	54.2 (9.0%)	133.2 (0.9%)	6,781.4	
出(入)超	26.7 (-7.0%)	81.0 (14.6%)	5,487.1	
企業赴中國大陸投資	109年3月 49 (19.5%)	109年1-3月 131 (3.1%)	80年~109年3月 44,056	經濟部投資審議委員會
投資件數	7.7 (278.8%)	20.1 (63.9%)	1,885.2	
投資金額(億美元)(註2)	—	—	—	中國大陸「商務部」、「CEIC資料庫」
參考數據：中國大陸方面發布*	—	—	—	中國大陸「商務部」、「CEIC資料庫」
投資項目個數	—	—	—	107年1-12月 4,911 (41.8%)
實際利用金額(億美元)	—	—	—	107年1-12月 13.9 (-21.5%)
兩岸人員往來	—	108年 613.0 (-0.1%)	76年~108年 11,154.6	中國大陸「文化部、旅遊部」、「CEIC資料庫」
赴中國大陸旅遊人數(萬人)*	—	109年1-3月 0.1 (-99.5%)	76年~109年3月 9.5 (-88.0%)	內政部移民署
中國大陸人民來臺人數(萬人)	—	—	3,160.9	

註1：依上表中兩岸貿易金額，109年1~3月臺灣對中國大陸貿易佔我外貿總額比重23.5%；其中，出口佔我總出口比重27.2%，進口佔我總進口比重19.3%。有關兩岸貿易估計，配合經濟部國際貿易局自100年8月起，不再發布以估算方式統計的兩岸貿易統計，將自101年1月起按財政部之「海關進出口貿易統計月報」統計。財政部自105年起由廣義特殊貿易制度改採一般貿易制度，新制資料追溯推估至90年；另108年9月19日發布，配合聯合國「國際商品貿易統計」相關規範，溯自90年1月起修正資料。

2. 自107年6月起，經濟部投審會公布赴陸投資統計均含補辦案件。

3. 依經濟部統計，截至109年5月底止，企業赴中國大陸投資佔我對外投資總額比重為56.6%。

4. ( )係指較上年同期增減比率。

\*中國大陸自2019年起僅公布年資料。

109年3月份

大陸委員會經濟處製表

民國109年5月1日

項目	臺灣		中國大陸		備註
	109年1-3月	109年1-3月	109年1-3月	109年1-3月	
國內生產毛額(GDP)	46,283.61 (億元新臺幣)	1,535.11 (億美元)	206,504.3 (億元人民幣)	29,146.3 (億美元)	*註3 6.8%
經濟成長率	1.54%	—	—	—	
物價(年增率)	0.01% -7.32%	0.55% -5.03%	—	—	
物價 消費者價格(CPI) 躉售物價(WPI)	—	—	—	—	
對外貿易(億美元)	537.5 (-0.1%) 282.7 (-0.6%) 254.8 (0.5%) 27.8 (-10.0%)	1,478.5 (3.6%) 786.8 (3.7%) 691.7 (3.5%) 95.2 (5.3%)	109年3月 1,478.5 (3.6%) 786.8 (3.7%) 691.7 (3.5%) 95.2 (5.3%)	109年3月 1,478.5 (3.6%) 786.8 (3.7%) 691.7 (3.5%) 95.2 (5.3%)	109年1-3月 9,432.2 (-8.4%) 4,782.1 (-13.3%) 4,650.1 (-2.9%) 132.0 —
核淮外人投資	109年1-3月 件數 金額(億美元)	109年1-3月 件數 金額(億美元)	109年1-3月 件數 金額(億美元)	109年1-3月 件數 金額(億美元)	109年1-3月 68年~109年3月 —
外匯存底(億美元)	4,803.85 新臺幣兌1美元 人民幣兌1美元	—	—	—	109年3月底 30,606.33 —

註1：( )係指較上一年同期增減比率。

註2：有關貿易統計部分，財政部自105年起由廣義特殊貿易制度改採一般貿易制度，新制資料追溯推估至90年。

註3：另108年9月19日發布，配合聯合國「國際商品貿易統計」相關規範，溯自90年1月起修正資料。

資料來源：1. 臺灣方面統計：(1)行政院主計總處

(2)財政部統計處

(3)經濟部統計處

2. 中國大陸方面統計：(1)中國大陸「國家統計局」

(2)中國大陸「海關總署」

(3)中國大陸「商務部」

(4)中國大陸人民銀行

■ 中國大陸地區資訊

# 中國大陸最近法規動態摘要

■ 姜志俊輯錄

## 國家法律

● 社區矯正法

中國大陸全國人民代表大會 2019 年 12 月 28 日修正公布，共九章 63 條，自 2020 年 7 月 1 日起施行，其主要內容如下：

- 一、執行範圍：社區矯正決定機關判處管制、宣告緩刑、裁定假釋、決定或者批准暫予監外執行時應當確定社區矯正執行地。社區矯正執行地為社區矯正對象的居住地。
- 二、法律依據：社區矯正決定機關判處管制、宣告緩刑、裁定假釋、決定或者批准暫予監外執行，應當按照刑法、刑事訴訟法等法律規定的條件和程序進行。
- 三、報到期限：人民法院判處管制、宣告緩刑、裁定假釋的社區矯正對象，應當自判決、裁定生效之日起十日內到執行地社區矯正機構報到。人民法院決定暫予監外執行的社區矯正對象，由看守所或者執行取保候審、監視居住的公安機關自收到決定之日起十日內將社區矯正對象移送社區矯正機構。
- 四、管理規定：社區矯正對象在社區矯正期間應當遵守法律、行政法規，履行判決、裁定、暫予監外執行決定等法律文書確定的義務，遵守國務院司法行政部門關於報告、會客、外出、遷居、保外就醫等監督管理規定，服從社區矯正機構的管理。
- 五、教育幫扶：縣級以上地方人民政府及其有關部門應當通過多種形式為教育幫扶社區矯正對象提供必要的場所和條件，組織動員社會力量參與教育幫扶工作。

## 地方性法規

● 安徽省食品安全條例

中國大陸安徽省人民代表大會 2020 年 4 月 30 日修正公布，共六章 96 條，自同年 6 月 1 日起施行，其主要內容如下：

- 一、適用範圍：本條例適用於本省行政區域內的食品、食品添加劑、食品相關產品的生產、經營、使用、貯存、運輸和安全管理等活動。食用農產品的市場銷售、有關安全資訊的公佈等，遵守本條例的有關規定。
- 二、生產責任：食品生產經營者應當依照法律、法規和食品安全標準從事食品生產經營活動，採取有效措施預防和控制食品安全風險，誠信自律，保

證食品安全，接受社會監督，承擔社會責任。

- 三、網路規範：通過網路食品交易協力廠商平臺和自建網站等方式銷售食品的，應當依法取得食品生產經營許可或者小餐飲備案證明。網路食品交易協力廠商平臺提供者和入網食品生產經營者應當在網站首頁或者經營活動主頁面的顯著位置公示食品生產經營許可證明、營業執照、備案證明。
- 四、自動販售：利用自動售貨設備銷售食品的，應當在自動售貨設備的顯著位置公示經營者的名稱、位址、聯繫方式、食品經營許可證編號等資訊。
- 五、食品攤販規範：在不影響城市交通和環境衛生的情形下，縣級人民政府可以確定臨時經營區域和經營時段，允許食品攤販擺設攤點，但是幼稚園、中小學校門口二百米範圍內不得確定為食品攤販經營活動區域。

● 北京市野生動物保護管理條例

中國大陸北京市人大常委會 2020 年 4 月 24 日公布，共六章 49 條，自同年 6 月 1 日起施行，其主要內容如下：

- 一、適用範圍：本市行政區域內野生動物及其棲息地保護、野生動物危害預防，及其監督管理等相關活動，適用本條例。本條例規定的野生動物及其製品，是指野生動物的整體（含卵、蛋）、部分及其衍生物。
- 二、保護原則：本市依法對野生動物實行分級分類保護。本市嚴格按照國家一級、二級重點保護野生動物名錄和有重要生態、科學、社會價值的陸生野生動物名錄，對珍貴、瀕危的野生動物和有重要生態、科學、社會價值的陸生野生動物實施重點保護和有針對性保護。
- 三、野放規範：野生動物主管部門可以會同有關社會團體根據野生動物保護等需要，組織單位和個人進行野生動物放歸、增殖放流活動。禁止擅自實施放生活動。
- 四、禁獵規定：禁止獵捕、獵殺列入名錄的野生動物，禁止以食用為目的獵捕、獵殺其他陸生野生動物，但因科學研究、種群調控、疫源疫病監測等法律法規另有規定的特殊情況除外，具體管理辦法由市野生動物主管部門制定。
- 五、資訊共用：野生動物主管部門和市場監督管理等部門應當將單位或者個人受到行政處罰的資訊，共用到本市公共信用資訊平臺。有關政府部門可以根據本市公共信用資訊管理規定，對單位或者個人採取懲戒措施。（本文作者姜志俊現為翰笙法律事務所主持律師、臺商張老師）