



新南向政策貿易成果 與推動建議

◎王素鸞／中華經濟研究院第三（臺灣經濟）研究所 研究員

相較於2016年新南向政策推動前，2019年對新南向國家出口占比有所提高，顯示新南向政策仍具一定成效。惟在後疫情時代，可強化對跨境電商拓銷海外市場的協助，以及在大型賽事與大型國際活動恢復舉行之時增加臺灣曝光機會；另可制訂臺灣品牌日於全球同日積極推動，以及進一步規劃新南向國家產業差異化的拓銷策略。

關鍵詞：新南向政策、出口拓銷、臺灣品牌日

Keywords: New Southbound Policy, Export Promotion, Taiwanese Brands' Day

為拓展我國新的經貿領域，並重新定位在亞洲地區所扮演的角色，蔡英文總統自上任以來，特別針對對外經貿戰略擬定新南向政策綱領，其中除了揭示新南向政策理念，也提出短中長程目標、行動準則及推動架構，並作為引領政府施政的方向。

2016年的新南向政策綱領所擬定的總體及長程目標，在於促進與新南向國家彼此間的連結層面，從而在經貿、科技、文化等各層面，達到共享資源、人才與市場，創造互利共贏的新合作模式，進而建立「經濟共同體意識」，並有效解決相關問題和分歧。

在短中程目標中的其中一項為促進並擴大貿易、投資、觀光、文化及人才等雙向交流。在推動策略方面，與貿易有關的主要針對我國與東協、南亞及紐澳等國具有高度互補性的領域，特別是在資通訊、內需產業、能源及石化、新農業、金融服務等，擬建立供應鏈連結，為下一世代的產業和貿易分工合作及早布局。

2019年對新南向國家出口占比提高1個百分點

新南向國家總共包括18國，分別為印