經濟部

104 年度推動商業發展成果彙編

經濟部商業司編印

中華民國 104 年 12 月

目錄

第一篇　前言 1
第一章　商業發展政策與願景 1
第二章　商業司委辦計畫清單 6

第二篇　「推動商業現代化計畫」簡介 8
推動連鎖加盟業躍升發展計畫(4/4) 8
連鎖總部市場佈局能量強化計畫(4/4) 8
優良服務輔導與宣導計畫 11
推動商業設計暨廣告服務業發展計畫(4/4) 14
推動廣告服務業發展計畫 14
推動商業設計發展計畫 17
商圈競爭力提升四年計畫(3/4) 19
商圈永續發展推動暨專案管理計畫 19

第三篇　「推動商業科技發展計畫」簡介 21
商工行政資訊系統服務躍升及安全強化計畫(1/4) 21
國家工商登記資料庫雲端服務運用計畫(3/4) 27
國家雲端工商行政主機虛擬化計畫 27
國家雲端工商行政開放資料分享計畫 30
招商及投資服務計畫-貿商 e 化服務流程再造及整合計畫(4/5) 32
貿商行政服務系統再造計畫 32
以服務加值再造生活服務業競爭力計畫(2/4) 34
電子商務雲端創新應用與基礎環境建置計畫(3/4) 37
商業服務業科技化與國際化發展計畫(3/4) 40
全球產業合作推動及商務科技化示範應用計畫(3/4) 42
智慧聯網商區整合示範推動計畫 42
網路社群創新型服務發展計畫(4/4) 44
華文電子商務暨交易安全推動計畫(5/5) 47
華文電子商務科技化與國際化計畫 47
電子商務交易安全推動計畫 50
電子商務個人資料管理制度推動計畫 53
物流中堅企業國際化推動計畫(1/4) 55
商業服務跨業聚合加值推動計畫(1/4) 57
商業服務業智慧化共通應用推動計畫(2/4) 59
傳統產業亮點維新計畫(2/4) 61
推動保鮮溯源物流服務計畫 61
低溫物流國際化發展推動計畫(3/4) 63

供應鏈重整之物流推動計畫(3/4).....65
商業服務價值提升計畫(3/4).....67
時尚產業科技行銷應用計畫(1/4).....70
台灣餐飲國際化及科技化服務計畫(1/4).....73
台灣餐飲業科技化服務及發展計畫.....73
台灣餐飲業行銷推廣計畫.....75
服務業創新研發計畫(2/4).....78
新興科技商業應用體驗環境推動計畫(2/4).....80
展示科技應用服務發展計畫(4/4).....83
服務業能源管理與技術輔導計畫(2/4).....86
商業服務業發展動能推升計畫(1/4).....88

第四篇　成功輔導案例介紹.....92
商業服務業科技化與國際化發展計畫(行動商務虛實行銷服務模式實證)...92
華文電子商務科技化與國際化計畫(推動我國平台至東南亞落地經營).....95
電子商務交易安全推動計畫(「輔導業者導入 CNS 27001」工作).....97
電子商務雲端創新應用與基礎環境建置計畫(協助業者發展創新行動應用) 100
以服務加值再造生活服務業競爭力計畫(傳統產業賦予新生命-洗衣 O2O 智能 App) 102
網路社群創新型服務發展計畫(IDEAS Show+蝴蝶計畫).....104
供應鏈重整之物流推動計畫(供應商共用「多點庫存整合與物流服務系統」建置與營運) 108
商業服務價值提升計畫(weGoLuck 2.0 全球貿聯網「B2B2C 微跨境商務營運服務推動計畫」) 111
商業服務業智慧化共通應用推動計畫(網路 easy 購).....114
推動保鮮溯源物流服務計畫(城市場域之機車冷鏈快遞服務模式).....117
低溫物流國際化發展推動計畫(低溫品轉運與分撥之服務驗證).....119
物流中堅企業國際化推動計畫(自由貿易港區前店後廠營運模式及系統驗證)122
展示科技服務發展計畫(時尚許願球示範案例).....125
智慧聯網商區整合示範推動計畫(旅遊隨經濟－智遊商區整合服務合作實證案) 127
商業服務業科技化與國際化發展計畫(行動商務虛實行銷服務模式實證).129
新興科技商業應用體驗環境推動計畫(燦坤 2.0 虛實整合零售創新應用計畫) 132
臺灣餐飲業科技化服務及展計畫(螢火蟲計畫).....134
推動廣告服務業發展計畫(新媒體應用與 Big Data 之結合-以美合國際實業(股)公司為例).....137
臺灣餐飲業行銷推廣計畫(臺灣吃透透聯合行銷活動).....139
服務業創新研發計畫(SIIR)-創新營運類別(「Mamibuy」母嬰分眾社群一站式整合服務計畫) 143

時尚產業科技行銷應用計畫(時尚跨業優惠電子禮物卡 App).....147
連鎖總部市場佈局能量強化計畫(2015 新創之火競賽).....149
優良服務輔導及宣傳計畫.....152
商圈核心競爭力深植南區計畫(商圈核心競爭力深植北區計畫/市場行銷)155
協助商業服務業發展動能推升計畫(中小型批發零售業科技應用落點分析).158

第一篇　前言

第一章　商業發展政策與願景

依據行政院主計處資料顯示(參下頁表 1)，2015 年我國服務業實質國內生產毛額（GDP）約 9.997 兆元，佔整體產業比重達 64.80%，在面臨國內外經濟復甦動能遲緩、全球金融市場動盪不安等利空因素影響，連帶壓抑內需市場表現，僅較 2014 年微幅成長 0.39%；其中商業服務業（含批發、零售與餐飲業）GDP 為 3.38 兆元，佔整體產業比重為 21.65%，因國內經濟數據表現不如預期，民眾購買意願降低,各通路商雖展開大規模促銷活動,但對於終端買氣提振幅度有限,因而出現大額消費需求遞延情形，使產業景氣持續落底，表現由正轉負，較 2014 年衰退 0.57%。

再由投入面觀察，2015 年國內服務業就業人數為 660.9 萬人，較 2014 年增加 1.29%，占總就業人數比重 59.02%，顯示服務業為臺灣就業市場的經濟主體。至於商業服務業（含批發及零售業、運輸及倉儲業、住宿及餐飲業)就業人數為 309.2 萬人,佔總就業人數約 27.61%，較其他細項服務業高，可知其具有較佳的就業吸納效果，可扮演支撐產業間或與終端消費者的要角；在整體產業發展與轉型過程中，足以擔任推升我國經濟成長的關鍵性角色。

為加速產業結構轉型腳步,經濟部積極推動「經濟動能推升方案」,以「製造業服務化、服務業科技化與國際化、傳統產業特色化」(三業四化)為主軸，全方位推動國內產業優化轉型。

表 1　我國商業服務業近年表現

年	產出面				投入面			
	服務業		商業服務業		服務業		商業服務業	
	成長率(%)	占整體比重(%)	成長率(%)	占整體比重(%)	就業人數(千人)	佔整體比重(%)	就業人數(千人)	佔整體比重(%)
2007	—	67.86	—	23.09	5,962	57.92	2,878	27.96
2008	0.37	68.25	0.37	23.01	6,036	58.02	2,871	27.60
2009	-1.03	68.55	-2.20	22.86	6,051	58.87	2,830	27.53
2010	6.30	65.95	6.87	22.08	6,174	58.84	2,878	27.43
2011	3.07	65.27	4.14	22.16	6,276	58.60	2,902	27.10
2012	1.27	64.96	1.33	22.00	6,380	58.75	2,964	27.29
2013	2.29	65.15	2.64	22.09	6,456	58.87	3,017	27.51
2014	2.91	64.20	3.18	21.93	6,525	58.90	3,050	27.53
2015	0.39	64.80	-0.57	21.65	6,609	59.02	3,092	27.61

資料來源：中華民國統計資訊網（http://ebas1.ebas.gov.tw/pxweb/Dialog/NI.asp），總體統計資料庫（http://ebas1.ebas.gov.tw/pxweb/Dialog/statfile9L.asp）。

註：1.商業服務業包含批發及零售業、住宿及餐飲業。

2.投入面就業人數 2011 年以前採用中華民國行業標準分類(第八次修正)數據，之後採用中華民國行業標準分類(第九次修正)數據。

由於服務業吸納就業效果大，且具有在地消費、投資特性，對擴大內需、促進就業及改善所得分配有很大助益。為進一步強化服務業發展動能，特別針對主管的批發零售、餐飲、物流等 8 項主要服務業及數位內容、無線寬頻應用等 7 項整合性服務業提出「經濟部服務業發展藍圖」，作為經濟部推動服務業之指導方針。其與「三業四化」－服務業科技化與國際化呼應外，另增「服務業整合化與特色化」，加強服務業跨領域整合與差異化，進一步提升附加價值並擴大服務市場規模，使服務業成為帶動台灣經濟持續成長的引擎。

配合經濟部主要施政方向與措施，商業司對於主管範圍－批發零售、餐飲、物流、廣告及電子商務等服務業，以發展國際化、開拓廣大市場之思維，分別提出至 2020 年的發展願景，並就該產業 GDP 實質成長率、人均 GDP、就業人數與勞動報酬占 GDP 比重等指標擬定發展目標，同時據此制訂相對應的個別產業發展策略與亮點措施，以協助業者因應當前商業環境快速發展所需的立場，持續透過顧問諮詢、ICT 技術導入、資金挹注、人才培訓等等輔導措施及相關作為，來協助我國商業服務業業者達到創新營運模式、強化企業體質、提升技術

水準與服務品質、增強國際競爭力等目標。關於 5 項產業未來發展藍圖，請參圖 1～圖 5。

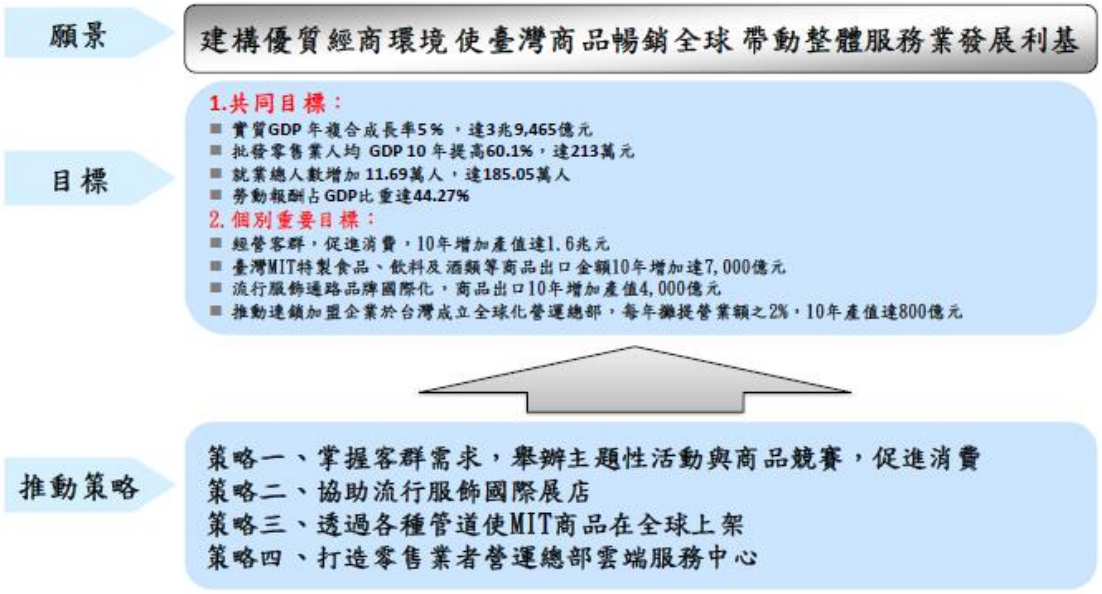


圖 1　2020 年批發零售業發展藍圖

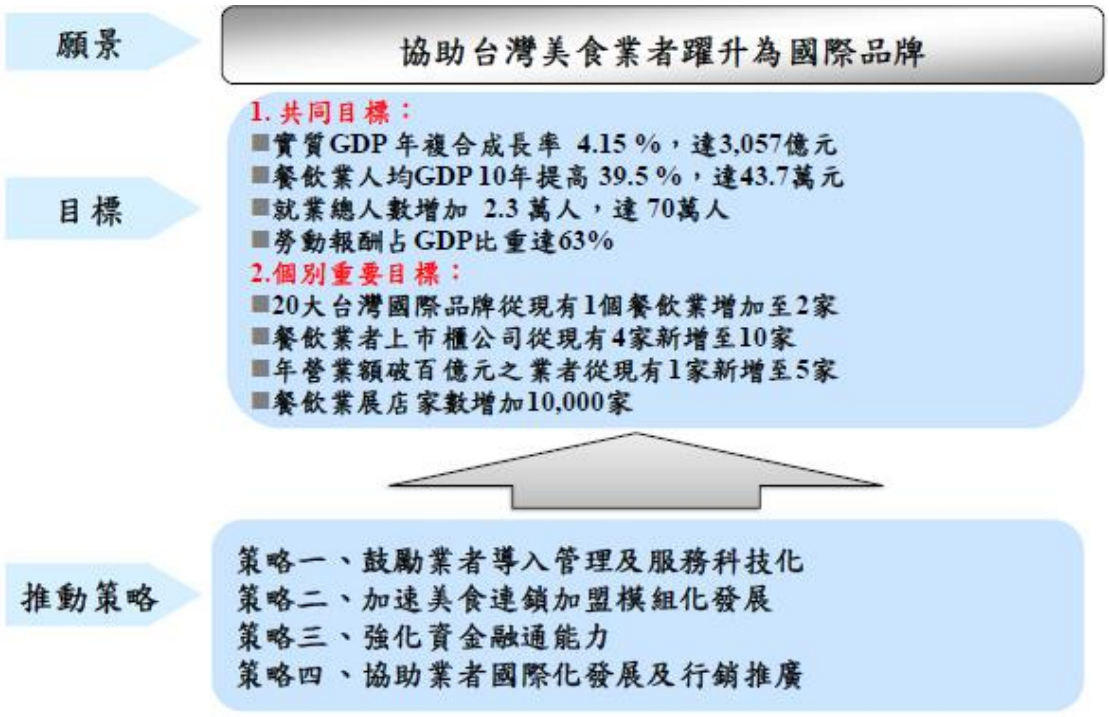


圖 2　2020 年餐飲業發展藍圖

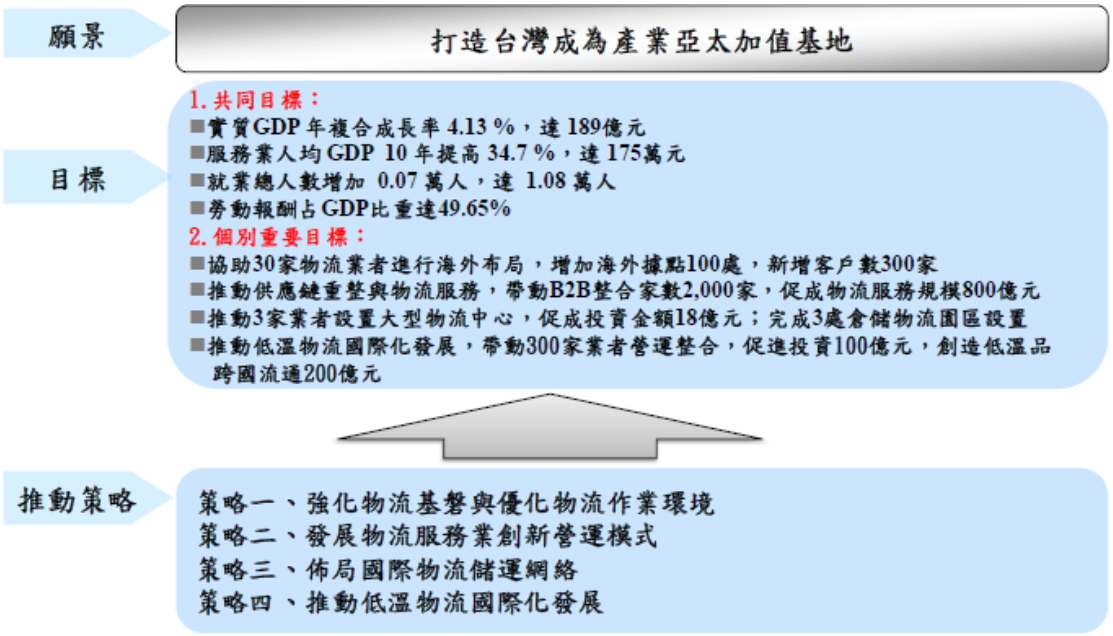


圖 3　2020 年物流業發展藍圖

圖 4　2020 年廣告業發展藍圖

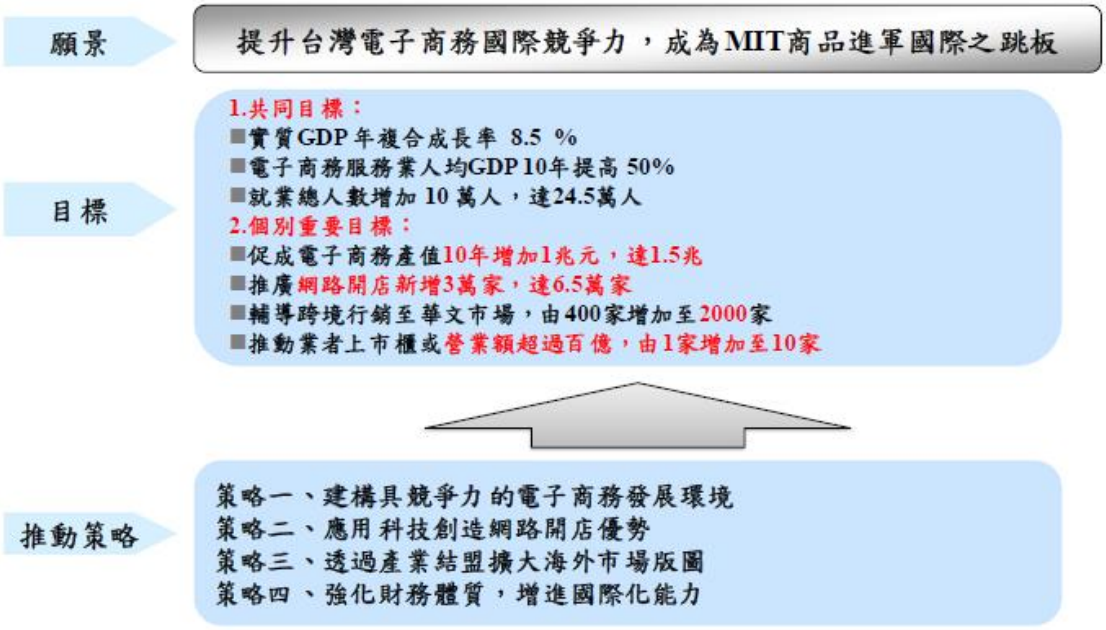


圖 5　2020 年電子商務業發展藍圖

第二章　商業司委辦計畫清單

為配合推動重點服務業之發展，並鼓勵運用電子商務、連鎖加盟及運籌服務能量，研發創新整合之商業加值服務體系，促進服務業科技化及國際化，厚實服務能量，強化商業服務業競爭優勢，商業司現行所執掌之商業發展與科技業務，分別由「推動商業科技發展計畫」與「推動商業現代化計畫」執行。下表列出詳細計畫清單。

表 2　104 年度商業司施政計畫清單

工作計畫	重要計畫項目	細部執行計畫
推動商業科技發展	商業服務業科技化計畫	商業服務業科技化與國際化發展計畫(3/4)
		智慧聯網商區整合示範推動計畫(3/4)
	物流國際化與科技化推動計畫	物流中堅企業國際化推動計畫(1/4)
		推動保鮮溯源物流服務計畫(2/4)
		低溫物流國際化發展推動計畫(3/4)
		供應鏈重整之物流推動計畫(3/4)
	電子商務發展與安全推動計畫	電子商務雲端創新應用與基礎環境建置計畫(3/4)
		網路社群創新型服務發展計畫(4/4)
		華文電子商務暨交易安全推動計畫(5/5)－ 華文電子商務科技化與國際化計畫 電子商務交易安全推動計畫 電子商務個人資料管理制度推動計畫
	提升服務業競爭力與高值化輔導推動計畫	時尚產業科技行銷應用計畫(1/4)
		服務業能源管理與技術輔導計畫(2/4)
		以服務加值再造服務業競爭力計畫(2/4)
	台灣餐飲國際化及科技化服務計畫	台灣餐飲國際化及科技化服務計畫(1/4)－ 台灣餐飲業科技化服務及發展計畫 台灣餐飲業行銷推廣計畫
	商工資訊創新服務與安全認證推動計畫	商工行政資訊系統服務躍升及安全強化計畫(1/4)
		國家工商登記資料庫雲端服務運用計畫(3/4)－ 國家雲端工商行政開放資料分享計畫 國家雲端工商行政主機虛擬化計畫
		貿商行政服務系統再造計畫(4/5)
	商業發展科技研究能量建置及輔導計畫	服務業創新研發計畫(2/4)
		商業服務業發展動能推升計畫(1/4)

工作計畫	重要計畫項目	細部執行計畫
		新興科技商業應用體驗環境推動計畫(2/4)
		展示科技應用服務發展計畫(4/4)
	推動優質智慧商業計畫	商業服務跨業聚合加值推動計畫(1/4)
		商業服務業智慧化共通應用推動計畫(2/4)
		商業服務價值提升計畫(3/4)
推動商業現代化	推動連鎖加盟業躍升發展計畫	推動連鎖加盟業躍升發展計畫(4/4)－ 連鎖總部市場佈局能量強化計畫 優良服務輔導與宣導計畫
	商圈競爭力提升計畫	商圈競爭力提升四年計畫(4/4)－ 商圈永續發展推動暨專案管理計畫
	推動商業設計暨廣告服務業發展計畫	推動商業設計暨廣告服務業發展計畫(4/4)－ 推動廣告服務業發展計畫 推動商業設計發展計畫

第二篇　「推動商業現代化計畫」簡介

中程計畫名稱：推動連鎖加盟業躍升發展計畫(4/4)

(2 細項計畫之 1)

計畫名稱：連鎖總部市場佈局能量強化計畫(4/4)
計畫網址：http://cf.tier.org.tw/
執行單位：台灣經濟研究院
執行經費：15,300 千元

一、計畫目標

（一）創新健體—「加值創新元素、精進企業體質」

（二）國際拓展—「勾勒體系脈絡、建立拓展方程式」

（三）行銷推廣—「行銷特色總部、提高品牌曝光度」

（四）商情掌握—「掌握產業趨勢、解決諮詢問題」

二、計畫內容概要

（一）國際化輔導

1.輔導連鎖企業新增服務輸出與拓展海外據點，成為國際化總部。

2.協助連鎖企業進行海內外拓銷商機媒合，並藉由國際化主題講座，分享業者海外拓展之成功經驗。

（二）創新與創業競賽活動

辦理連鎖加盟產業創新與創業競賽活動，並引介優勝團隊相關資源以協助其落實創新概念。

（三）人才培育輔導

1.透過追蹤診斷、輔導與課程培育，維持連鎖總部競爭力。

2.辦理企業內訓課程，並追蹤輔導連鎖企業設立企業大學之機制導入與施行。

（四）行銷推廣

利用平面、電子媒體以及參與國際展會等方式，強化連鎖企業品牌形象。

（五）連鎖產業商情研究

1.透過連鎖產業經營概況調查掌握產業脈動與未來發展方向。

2.設立連鎖加盟諮詢窗口服務與相關作業機制。

三、計畫成果與目標達成情形

（一）國際化輔導

1.輔導 9 家連鎖企業精進營運總部管理機制、新增 11 項服務輸出以及拓展 29 個海外據點。

2.共計協助 7 家連鎖企業參與 2 場次國際相關會議展覽，媒合 47 件商機洽談，增加企業於國際市場曝光度。

3.辦理 3 場次連鎖產業國際化主題講座，累計參與人數達 391 人。

4.辦理 2 場次海外拓銷商機媒合及企業回台上市(櫃)說明會、國外 9 家與國內 3 家企業參訪，促成 11 件合作意向書。

5.完成 39 件連鎖總部國際化諮詢輔導。

6.彙整綜合零售業與一般零售業發展體系脈絡研究。

（二）創新與創業競賽活動

1.辦理 1 場次連鎖加盟創新與創業競賽(2015 新創之火競賽)，挖掘 3 家具創新經營模式之新創企業，後續輔以創投媒合、國內創業展會補助以及雜誌媒體專訪與推廣等相關資源，為連鎖加盟業引入創新活力。

（三）人才培育輔導

1.完成 103 年通過追蹤評鑑 6 家總部企業之診斷、輔導諮詢服務與 2 班次管理人才培訓實體課程，共計 41 人次參訓。

2.以內訓方式辦理 2 家連鎖企業管理人才班實體課程，開課時數總計 56 小時，參訓人數總計 172 人。

3.追蹤輔導 103 年度 2 家獲選企業完成善設立學習型、知識型企業大學，整合企業培訓資源與升遷制度，施行與調整學院課程，共計培訓 539 人次以上。

（四）行銷推廣

1.計畫網站與連鎖大未來 FB 粉絲團之產業訊息分享超過 1,300 篇。

2.平面媒體報導共計 6 則。

（五）連鎖產業商情研究

1.完成 110 件連鎖加盟一般諮詢服務。

2.完成連鎖產業經營概況調查報告一式。

3.完成調查國內市場批發零售業之新投資案源金額達 330 億。

中程計畫名稱：推動連鎖加盟業躍升發展計畫(4/4)

(2 細項計畫之 2)

計畫名稱：	**優良服務輔導與宣導計畫**
計畫網址：	http://gsp.cpc.org.tw/GSP/Web/default.aspx
執行單位：	財團法人中國生產力中心
執行經費：	共 8,400 千元

一、 計畫目標

提升業者服務品質促進標竿學習強化業者聯誼交流達成認證轉型－延續優良服務認證之認證規範與內容為基礎，以作為業者經營體質與服務品質精進之參考；透過專業輔導，促進業者不斷自我提升，運用業者聯誼會組織，串聯業者力量，一同對外宣導提供優良服務之觀念，以獲得消費者之認同並增進業者之形象。

二、 計畫內容概要

（一）推廣與輔導

1.辦理計畫推廣說明會至少 1 場次，並受理業者的申請輔導服務。

2.輔導曾獲優良服認證門店至少 5 家，根據其發展潛力與需求評選，提供針對服務品質提升或規模擴展方面的進階輔導，延續輔導效益，並建立成功輔導模式分享給其他業者。

3.協助 104 年獲得認證業者辦理行銷活動 1 場次。

（二）追蹤評核

1.舉辦評核人員培訓，並組成評核工作小組，並依評核作業辦法執行管考，以維繫評核人員素質，並汰換不適任者。

2.針對 93-103 年曾獲認證門店進行門店標章清查管理作業。

（三）體系強化

1.協助聯誼會組織運作，建立業者聯誼互動之平臺，並辦理優良服務業者聯誼會活動 3 場次。

2.協助聯誼會業者辦理同異業聯合行銷活動 1 場次。

（四）標竿擴散

辦理標竿企業觀摩 1 場次，透過參訪獲政府及國家相關獎項之典範企業與其績優作為分享，以達標竿學習之效益。

（五）其他臨時交辦事項

派駐專任人員，於指定之辦公處所執行計畫。

三、 計畫成果與目標達成情形

（一）推廣輔導

1.分別於北、中、南辦理聯誼暨認證轉型說明會，北區共 67 家連鎖業者、81 家單店業者參與；中區共 19 家連鎖業者、59 單店業者參與；南區共 17 家連鎖業者、65 家單店業者參與；連鎖企業出席率達 95%以上。

2.共 9 家業者申請進階輔導資源，經評選後共 5 家獲得顧問升級輔導資源，協助企業商品開發量增加 3~5 種，FB 粉絲團按讚數提升 20%，營業額較去年同期成長 5%以上，並降低客訴率超過 10%。

3.分別於台北、台中及高雄辦理「服務的品質與創新」講座 3 場次，以講座搭配個案分析方式協助業者提升顧客滿意度及繪製服務藍圖與標準服務流程。

4.於兩廳院自由廣場辦理為期 2 日之展銷活動 1 場次，2 日來客數累計 12,000 人次，創造營業額 2,500,000 元，消費者整體滿意度達 9 成以上。

（二）追蹤評核

1.舉辦訪視人員培訓共計 3 場次，合格率為 81%，協助各行業之專業評核員及訪查員了解評核及訪查作業，以針對表單確實評核，並提供業者經營管理及發展之建議。

2.針對不符 GSP 認證資格業者進行標章清查作業，總共 680 家

次，避免造成消費者之疑慮及提高標章公信力

（三）體系強化

1.分別於北、中、南三區辦理聯誼會，單店合計共 205 人次，連銷企業共 105 家參與，增加聯誼會成員對 GSP 認證業務之熟悉度，並提供業者交流之平台，強化業者彼此合作機會。

2.藉由愛合購平台，導入同異業行銷機制 1 式，總計折價券下載數達 15,000 次以上，累計媒體曝光觸達數達 3,800,000 次以上。

（四）標竿擴散

標竿學習義美食品活動 1 場次，針對企業之客訴處理與服務流程進行參訪與效益收斂討論，統計企業滿意度 8 成以上，透過異業多元化學習，導引企業提升服務品質，創造差異化服務。

中程計畫名稱：推動商業設計暨廣告服務業發展計畫(4/4)

(2 項細項計畫之 1)

計畫名稱：推動廣告服務業發展計畫
計畫網址：http://gcis.nat.gov.tw/ad/Web/index.aspx
執行單位：中國生產力中心
執行經費：5,351 千元

一、計畫目標

引導本土業者透過發展數位化及新興型態廣告，提升整體競爭力，並以跨域整合服務模式進軍國際市場；並結合臺灣科技島能量，運用新數位科技創新服務，提高附加價值產生差異化利基，形成國際化的核心競爭優勢。推動業者參與國際競賽或交流活動，接軌國際有效提升國際知名度，汲取國際經驗、知識與產業新趨勢，提升我國人才國際市場服務能量，發展廣告服務業成為推動臺灣經濟成長的動力的主力產業支撐我國經濟發展。

二、計畫內容概要

（一）推動產業發展環境

1.推動產業趨勢研析，促進資訊透明交流與發展。

2.辦理新媒體創新技術應用輔導，引領產業跨領域創新加值，促進廣告效益優化。

（二）廣告服務國際行銷與推廣

1.協助辦理 2015 亞洲廣告會議國際研討會活動，突顯我國廣告傳播產業專業水準及國際視野進化，促進趨勢與新知擴散，累積國際服務能量。

2.協助業者參與國際競賽，奠基國際化專業與知名度。

3.維運計畫網站，更新國內外產業訊息，促進資訊流通。

（三）產業整合與跨域人才培育

1.協助業者整合運用政府專案資源，促進產業投資與廣告服務與技術輸出。

2.辦理趨勢課程，培育數位行銷與國際化經營人才。

（四）計畫行銷與政策配合：配合政策支援活動、管考及廣宣。

三、計畫成果與目標達成情形

（一）推動產業發展環境：

1.推動廣告業趨勢商情蒐集 12 式，供後續政策推動與產業發展參考。

2.辦理新媒體創新技術應用輔導共 3 案，引領產業跨領域創新加值，促進廣告效益優化；可帶動業者提升營業額 1.337 億、衍生產值 4.97 億。

（二）廣告服務國際行銷與推廣：

1.辦理 Clouidea 雲創臺北國際研討會 1 場次，讓世界看見臺灣廣告創意能量，提升產業國際形象；共計吸引 18 國/地區、1,572 位國內外廣告相關業者參與。

2.推動業者參與國際廣告競賽獲獎 62 件；並辦理參賽經驗傳承座談會及分享會各 1 場次，共計 212 人次參與。

3.計畫網站及 FB 粉絲團維運推廣，更新計畫及產業新知超過 500 筆以上。

（三）產業整合與跨域人才培育：

1.彙整政府計畫資源與優惠貸款措施 1 式，辦理政府資源推廣說明 4 場（183 人次），另協助 5 家業者運用政府資源並促進產業投資。

2.以數位廣告趨勢及跨國創意為主軸，辦理趨勢課程及國際論壇共 3 場次（412 人次），以培育產業跨域數位及廣告創意人才。

（四）計畫行銷與政策配合：

完成行政配合及計畫活動廣宣，另針對文化部文化創意產業發展法修正一案、放寬外籍白領聘僱限制、兩岸文化創意產業自由貿易試驗區、「服務貿易協定」（TiSA）議題、廣告業者針對國際網際網路連線系統進行資料彙整及業者訪問事宜，並彙整會議相關資料提報與長官參研。

中程計畫名稱：推動商業設計暨廣告服務業發展計畫(4/4)

(2 項細項計畫之 2)

計畫名稱：推動商業設計發展計畫
計畫網址：http://ciis.cdri.org.tw/
執行單位：中國生產力中心
執行經費：5,356 千元

一、計畫目標

在「發展臺灣成為臺商跨域商業設計服務中心」的願景下，104年度計畫以「引領亞太」為重點，計畫工作項目聚焦在國際人才多元能量培育及國際創意設計交流互動，以發揮跨域國際整合行銷效能，帶動商業設計產業海外服務能量及深化與國際接軌。

二、計畫內容概要

（一)跨域學習，加值服務：引進並擴散國內外創意設計、品牌、行銷等趨勢，提升中高階人才多元設計服務及營運能力養成。協助業者整合運用政府專案資源，促進產業多元服務與技術輸出，擴大價值鏈服務範圍。

（二）優質創意，國際爭鋒：辦理國際級商業設計競賽活動，提升臺灣商業設計能量及彰顯國際知名度。行銷推廣新銳商業設計師，推廣設計品牌及知名度。

（三）行政管考，政策配合：配合政策所需支援相關產業活動、政策及計畫推動方案計畫研擬及計畫行政管考等相關事項。

三、計畫成果與目標達成情形

（一）跨域學習，加值服務

1.透過案例分享經驗傳承，協助業者社群整合運用政府專案資源，促進產業多元服務與技術輸出。

2.串連外部資源與活動共同辦理,擴大國際專業課程辦理綜效；引進國外設計創意方法與品牌、行銷等新趨勢，提升中高階人才多元設計服務及營運能力養成。

3.追蹤歷年計畫相關執行成效，了解產業需求。

（二）優質創意，國際爭鋒

1.鼓勵各界優秀設計人才從事商業服務設計及積極投入創作。

2.深化國際接軌，提升臺灣商業設計能量及彰顯國際知名度。

3.推動新生代設計師成長、成熟及優質服務，促進新生代人才進入接班梯隊。

（三）優質創意，國際爭鋒

1.提供計畫推動構想書、政策研擬等資料以彙併文創計畫推動。

2.計畫行政管考以落實執行及效益彰顯。

3.辦理說明會暨專題演講擴大產業相關人才參與。

4.透過多元電子化方式之操作應用，持續推動計畫活動訊息及擴散計畫成果效益。

中程計畫名稱：商圈競爭力提升四年計畫(3/4)

計畫名稱：商圈永續發展推動暨專案管理計畫
執行單位：中衛發展中心
執行經費：2,900 千元

一、計畫目標

（一）提供優質智庫服務

（二）落實計畫分類管考

（三）商圈人才培育推動

二、計畫內容概要

（一）智庫服務

1.幕僚規劃與業務執行：協助進行全國商圈政策與經管相關之幕僚規劃與業務執行。

2.研擬全國商圈發展相關政策：配合商圈未來政策導向，進行深入研究，以利中央進行未來商圈政策之規劃或調整。

（二）計畫管考

1.辦理各分項計畫之管考評核：例行性作業管考以月為單位；另外，視計畫實際執行需求辦理現地訪視、期中及期末審查會議。

2.調整商圈評核指標：依據商圈現有狀況制定可呈現質化與量化之指標，瞭解中央政府資源對商圈產業效益。

（三）人才培訓

1.編製商圈專業經理人課綱：組成商圈經營教材編輯委員會，訂定商圈經營教材綱要。

2.培訓商圈專業經理人：依商圈經營教材綱要籌備課程與講師內容。招生對象主要為現有商圈輔導團隊成員、商圈組織經營人員，以及具投入地方商圈經營活動之大專院校生。

三、計畫成果與目標達成情形

（一）智庫服務

1.研擬商圈政策研究報告34件，包含消費趨勢報告18份、市場資訊報告3份、商圈輔導建議報告12份、商圈政策規劃報告1份，作為政府政策依據。

2.協助商業司政策擬定與提供商圈資訊，提供產業商情研究，以利產業掌握市場資訊。

3.發行商圈電子報3期，促進商圈成員市場訊息及知識增長。

4.研擬104~108年商圈政策規劃報告，作為來年度商圈輔導之參考依據。

（二）計畫管考

1.商圈政策推動成效之政府計畫資料庫，引領政府商圈政策之計畫資源及推動成效朝數位化發展。

2.透過管考商圈輔導計畫建皆達成：

(1) 商圈整體就業人增加1,897人。

(2) 支撐商圈整體營業額達97.9億元。

(3) 商圈民間自主投資額增加86億29738萬元。

(4) 促進辦理7場國內外展售或推廣活動。

(5) 商圈觀光或購物提升1,878萬人次。

（三）人才培育

1.培育商圈經理專業人才21人，提升商圈經營管理量能。

2.取得商圈數位學習平台認證224人，擴大商關發展關係人學習效益。

第三篇　「推動商業科技發展計畫」簡介

中程計畫：商工行政資訊系統服務躍升及安全強化計畫(1/4)

計畫名稱：商工行政資訊系統服務躍升及安全強化計畫
執行單位：探網科技股份有限公司
執行經費：9,500 千元

一、計畫目標

（一）導入巨量資料處理與分析技術，規劃國內經濟政策的決策輔助資訊及運用架構。

（二）配合我國參與區域經濟整合的政策，重新規劃商工行政資訊服務系統的整體系統功能與架構，並利用虛擬化與雲端運算技術，降低後續維護費用。

（三）規劃導入資訊監控系統，確保商工行政系統服務水準。

（四）強化商工行政資訊安全，在商工行政個資防護既有的基礎上，留存商工系統個資軌跡資料，善盡資料保管人責任。

二、計畫內容概要

（一）規劃巨量資料技術應用

1. 規劃巨量資料來源分析。

2.規劃巨量資料分析模式。

3.規劃巨量資料導入機制。

4.規劃巨量資料分析部署平台及技術架構。

5.規劃巨量資料應用運作模式。

6.巨量資料概念驗證。

（二）規劃公司登記與管理系統再造

1.完成業務流程規劃。

2.完成資料庫規劃。

3.完成跨機關資料介接規劃。

4.完成整體雲端架構規劃。

（三）規劃商工行政資訊系統加值應用

1.完成 10 種商工行政登記資料的新增加值應用或功能規劃。

2.完成多元化公司與商業登記前應經許可業務暨項目資訊服務規劃。

3.完成商工登記案件主動通知規劃。

（四）開發公司名稱及所營事業預查智慧型審核輔助系統

1.開發智慧型預查審核輔助功能。

2.開發公司名稱申請前預審服務功能。

（五）開發應經許可業務知識服務網站

1.完成多元化查詢之應用服務內容規劃。

2.完成知識資訊即時上架更新機制規劃。

3.完成知識服務網雛型系統開發建置。

（六）提供效能監控追蹤服務

1.效能監控追蹤系統建置。

2.每月產出月工作報告。

（七）提供個資軌跡留存服務

1.個資軌跡留存系統建置。

2.每月產出月工作報告。

三、計畫成果與目標達成情形

（一）規劃巨量資料技術應用

1. 完成巨量資料技術導入與應用規劃書

(1)規劃三種巨量資料分析平台

內含規劃三種巨量資料分析平台，分別為 Hortonworks 的 HDP、Cloudera 的 CDH 以及我國財團法人資訊工業策進會所研發的巨量分析平台 Bistro。

(2)規劃 10 種巨量資料應用

包含商圈輿情系統、長期事件觀察系統、新聞輿情追蹤系統、電子商務經濟活動觀測、關注字詞偵測與偏好模型建製、實體關聯網路建立與分析、緊急輿情偵測與通報、客服紀錄分析應用系統、網站使用行為紀錄分析、趨勢預測與關聯分析。

2. 完成商圈輿情分析，並驗證各流程之可行性及不同方法的效果。

（二）規劃公司登記與管理系統再造

1. 完成業務流程規劃書

(1) 對各申登機關：完成標準化業務流程圖與標準化業務流程程序說明。

(2) 對未來系統開發與維護人員：完成業務流程圖、程序說明提供開發與維護人員快速、通盤的了解「公司登記與管理系統」整個業務流程。

2. 完成資料庫架構規劃書

(1) 規劃建構個資安全防護網

(2) 重新訂定出標準資料庫清單及資料庫關聯圖，提供資料檔之間的業務邏輯關聯。

(3) 規劃業務資料主檔與歷史異動資料檔採完整對映模式，提高存取效能，降低系統邏輯處理複雜度。

(4) 規劃建立資料庫軌跡存留制度，留下足以追蹤稽核之軌跡。提供判斷是系統運作或人為操作問題時的依據。

(5) 建立資料庫導入與移轉模式，提供未來系統再造時資料庫移轉作業的要點。

(6) 規劃資料屬性具有選擇性的欄位代碼化集中管理，提高系統運用彈性。

3. 完成跨機關資料介接規劃書

(1) 簡化跨機關資料介接方式，由原先 5 種方式，簡化為 2 種機制，減輕維護管理負擔。

(2) 規劃以 MS SQL、MySQL…做為跨機關資料介接時所使用的資料庫，取代原先 Oracle enterprise version，降低資料庫採購及維運成本，提高擴充的彈性。

(3) 以模組化介接方式，透過設定參數，保存個別機關的介接資訊，縮短介接服務完成時間。

(4) 以資料敏感性就源管理，提升資料存取安全性。

(5) 建立介接服務的服務管理機制與使用管理機制，提升跨機關資料介接服務的可用性、可管理性。

4. 完成整體雲端架構規劃書

(1) 主要分為基礎服務 IaaS、平台服務 PaaS 與創新應用服務 SaaS 三部份，共規劃 28 個創新應用服務模組，4 個平台服務模組及 3 個基礎服務模組。

(2) 以虛擬化雲端架構降低維護費用。

(3) 建立分層處理方便擴充系統架構，以確保未來系統可永續經營。

(4) 將巨量資料分析所需的系統資源納入整體雲端架構，提供次世代系統再造建置平台。

（三）規劃商工行政資訊系統加值應用

1. 完成 10 種商工行政登記資料的新增加值應用或功能規劃書。

(1) 五種民眾面加值應用

--提供便捷的興趣點(POI point of interest)商業活動查詢平台。

--提供八大行業公司行號營業狀態及其管理資訊(都計、建管、消防、衛生)查詢服務。

--提供八大行業公司行號查詢及檢舉服務。

--提供創業或投資者查詢商業興衰資訊服務。

--提供公司行號相關認證(例如：專利)查詢服務。

(2) 八種政府機關面加值應用

--提供公司登記與管理資料庫多角度查詢暨統計分析服務。

--提供跨單位(平行單位)公司行號清冊產製服務。

--提供公司行號負責人變更異常查詢警示服務。

--提供公司或董監事投資事業關聯查詢服務。

--提供進出口廠商產業發展分析服務。

--公司登記管理系統異常處理警示服務。

--提供多角度公司登記資料查詢統計分析。

--提供公司登記資料歷史資料查詢服務。

2. 完成多元化公司與商業登記前應經許可業務暨項目資訊服務規劃書。

(1) 完成多元化公司與商業登記前應經許可業務暨項目資訊服務規劃書。

(2) 整理並表列出應經許可業務公司登記 20 項與商業登記 10 項營業項目。

3. 完成商工登記案件主動通知規劃書。

(1) 整合貴部跨機關資料介接平台

透過與跨機關資料介接相同架構之平台，以 FTP 的方式，將加密過後之資料傳送至地方主管機關，再搭配採用公文及 E-mail 的方式，通知相關單位以達到主動通知的目標。

(2) 透過現有公文系統

利用電子公文系統，將加密過後之檔案,以公文附件的方式進行資料傳送。

(3) 以系統對系統的 Web service API 方式，直接即時交換資料

如果各地方主管機關已有管理系統可以支援 Web service API 方式，或計劃建置管理系統，可以考慮以系統直接介接方式取得資料。。

（四）開發公司名稱及所營事業預查智慧型審核輔助系統

完成系統，以協助將審核經驗知識化，審核機制標準化，資訊

化，以加速審查作業。並避免審查標準不一，建立審核知識庫，以利審核人員的經驗傳承及客服人員教育訓練。

（五）開發應經許可業務知識服務網站

完成建立雛型系統，展示多元化查詢，以及提供知識資訊即時上架更新機制，以作為未來正式開發系統時的參考架構。

（六）提供效能監控追蹤服務

1. 完成效能監控追蹤系統建置，並每月產出月監控報告。
2. 提供 7 × 24 效能監控與追蹤。
3. 提供定期效能月報表產出。
4. 提供逐月追蹤系統整體效能變化。
5. 提供分析當月效能瓶頸點以及改善建議。
6. 提供依照效能緩慢之個案與 AP 開發團隊進行效能改善之探討與追蹤。

（七）提供個資軌跡留存服務。

1. 完成個資軌跡留存系統建置，並每月產出月報告。
2. 完成以下包含資料庫、網頁及個資存取軌跡之稽核紀錄
   (1) 資料庫及個資軌跡追蹤報表
   (2) 網頁活動存取軌跡呈現使用者名稱及單位
   (3) 建立存取個資表格之回傳值全記錄
   (4) 個資更改之軌跡查詢實例
   (5) 網頁使用者存取公司登記與管理系統的軌跡報表

中程計畫：國家工商登記資料庫雲端服務運用計畫(3/4)

(2 細項計畫之 1)

計畫名稱：國家雲端工商行政主機虛擬化計畫

執行單位：中華電信股份有限公司數據通信分公司

執行經費：8,646 千元

一、計畫目標

（一）虛擬化平台擴充與維運

（二）移轉 SPARC 平台資訊系統至 x86 虛擬化平台

（三）商工行政系統單一簽入功能強化

（四）商工行政資料庫移轉先期規劃

二、 計畫內容概要

（一）虛擬化資源池軟硬體設備擴充

虛擬化平台之維運管理，包含集中化管理、資源分配最佳化、服務不中斷及虛擬化安全等管理服務；同時考量 104 年度系統移轉之運算能量需求，故需進行虛擬化平台之伺服器擴充工作。

（二）移轉 SPARC 平台資訊系統至 x86 虛擬化平台

將 8 個 Sun SPARC 平台系統移轉至 x86 虛擬化平台，與新版單一簽入機制進行整合，並執行系統驗證。

（三）商工行政系統單一簽入功能強化

為配合商工行政服務系統架構虛擬化目標，及考量目前之機制無法支援新型虛擬化架構，103 年度已將單一簽入機制移轉至 x86 平台，並驗證其可行性；104 年度將配合 SPARC 平台資訊系統之移轉進行功能強化工作。

（四）商工行政資料庫移轉先期規劃

因應虛擬化目標，各項商工行政服務系統已逐年進行虛擬化移轉，必須對於商工行政資料庫移轉在實務上面臨之問題，

進行前期作業規劃並研擬移轉之相關執行策略。

三、 計畫成果與目標達成情形

（一）擴充與維運虛擬化平台

擴充虛擬化資源池主機與容量，提升提高儲存速度及系統穩定性；建置 HP DL380p Gen8 x86 架構伺服器 2 台(256GB RAM，安裝單 CPU)，供商業司資訊系統資料庫移轉驗證使用；建置 Synology RS2414RP+網路儲存設備 1 台(3TB 共 12 顆)，提供國光機房內部的 DB、光碟影像、VM 備份等使用之儲存設備。

已提供本年度虛擬化移轉之 48 台 x86 架構伺服器，108 台虛擬伺服器累計使用，節省重複購置伺服器設備之成本 9,800 千元。

（二）移轉 SPARC 平台資訊系統至 x86 虛擬化平台

商業登記資訊系統、電子遊戲場業營業級別證管理系統、服務者提供證明書查詢與作業機制、公司商業登記及財稅登記資料單一窗口查詢、會計師查核簽證作業以及商工 WebIR 服務、商工登記資訊系統介接機制、商工資訊異動通報服務及外單位介接服務等 8 個 SPARC 應用系統移轉到 x86 虛擬化平台。將 SPARC 架構之工商系統移轉至虛擬化平台，降低主機軟硬體維運費用，且不受限於封閉型架構主機之高額維運費用，可彈性分配資訊經費，預計每年將可節省 500 千元之主機軟硬體維護費。

（三）商工行政系統單一簽入功能強化

在虛擬化平台建置單一簽入機制，取代原單一簽入、商工目錄、註冊服務等 3 個系統，並持續維護 11,176 個帳號內容，並確保服務可用性，開發不同 java 版本元件，以確保舊應用系統可使用新的單一簽入服務與提升 SSO 應用伺服器之安全性。每年可降低系統開發成本及設備維護費共 600 千元。

（四）商工行政資料庫移轉先期規劃

商工行政資料庫移轉先期規劃工作，主要目標是進行「將 SPARC 平台 Oracle database 11g Enterprise Edition 的商工行政資料庫移轉至 x86 Server linux 平台並使用 Oracle database 11g Standard Edition 運作」的概念性驗證，內容包含概念性驗證環境、移轉概念驗證說明、測試方法及環境、測試報告與安裝及測試紀錄等，並產出商工行政資料庫移轉先期規劃報告書。為未來實際移轉節省資料庫軟體授權費用共 11,832 千元，維護每年費用節省 2,366 千元。

中程計畫：國家工商登記資料庫雲端服務運用計畫(3/4)

(2 項細項計畫之 2)

計畫名稱：國家雲端工商行政開放資料分享計畫
計畫網址：https://data.gcis.nat.gov.tw/
執行單位：資拓宏宇國際股份有限公司
執行經費：3100 千元（含委辦費 3100 千元）

一、計畫目標

（一）規劃及研擬國家商工依法可開放資料內容及機制

（二）擴充工商資料雲端開放資料庫

（三）開發建置國家工商資料雲端介接服務

（四）擴充及維運商工行政資料開放平臺

（五）辦理教育訓練、宣導及推廣

二、計畫內容概要

（一）規劃及建置國家工商雲端資料平台

分析並提供批次性依法可開放公司登記資料，透過各項國家工商雲端服務，提供企業及民眾取得公司登記資訊的方便性，提升民眾對政府滿意度。

（二）建置資訊介接應用服務

並透過說明會與工商創新雲端應用活動的舉辦，提供民間或其他機關使用公司登記資料，增加國內資服業者透過工商登記資料加值應用，提高工商資訊附加價值，滿足並增加民眾需求及便利性。

三、計畫成果與目標達成情形

(一)規劃及研擬國家工商依法可公開資料內容及機制

平台開放申請介接以來，介接使用量屢創新高，為提供穩定之服務環境，維持各項服務之可用性，採取管制介接使用量之方式，用以保障平台服務之品質，並且避免不當之使用量造成之資源浪費。

(二)擴充工商資料雲端開放資料庫

本年度執行之工作內容包含依營業項目細類分類提供公司登記名錄清冊下載、及營業項目細類分類提供商業登記名錄清冊下載及公司登記分公司基本資料集，同時亦配合臨時交辦依法可公開資料集之擴增共10項。

(三)開發建置國家工商資料雲端介接服務

本年度配合國發會應用程式介面規範調整，檢視現行國家工商資料開放平台的各API，並針對現行的API進行適度的調整，以確保現行已介接的應用程式可順利運作，同時強化公司登記及商業登記資料集服務並配合臨時交辦擴增依法可公開之資料介接服務共7項。

(四)擴充及維運雲端資料平台

完成開發介接使用量管理機制建置以及配合國發會發布之詮釋資料交換調整資料上下架機制工作包含：「政府資料開放跨平臺介接規範」適用性評估以及跨平臺介接程式開發。

(五)辦理教育訓練、宣導及推廣

參與全國大專院校資訊應用服務創新競賽並設立工商創新雲端應用組，吸引 19 所大專組隊參加，舉辦北中南校園推廣說明會，吸引 153 位學生參與。

中程計畫：招商及投資服務計畫-貿商ｅ化服務流程再造及整合計畫(4/5)

計畫名稱：貿商行政服務系統再造計畫
執行單位：宏碁股份有限公司
執行經費：9,868 千元

一、計畫目標

（一）協助我國經商環境改革

（二）擴充線上申辦服務能量

（三）建置優質便捷資訊服務

二、計畫內容概要

（一）擴大一站式服務流程項目

1. 擴充憑證授權毋須負責人親自線上辦理之減章措施，藉以增加公司登記線上申請之操作便利性，並能兼顧安全性。

2.建置工作規則線上檢核填報系統，提供事業單位線上訂定工作規則，大幅縮短擬定時間，免去親自送件辦理。

（二）建置優質化貿商資訊服務

1.建置公司登記案件線上補正服務，便利公司線上辦理，節省交通往返與臨櫃辦理之成本，並可加速完成核准登記。

2.擴充動產擔保公示查詢服務介接機制，與集中版之登記管理及線上辦理系統整合，已成為各界獲取動產擔保交易資訊主要管道。

3.完成電子遊戲機管理系統改版建置，提供電子遊戲場管理業務資訊作業支援與線上申辦服務，提高行政效率與為民服務品質。

三、計畫成果與目標達成情形

（一）擴大一站式服務流程項目，提供全程為民服務

1.擴充公司及商業一站式線上申請作業有限合夥等 5 項服務流

程，本年度截至 11 月商工線上申辦案件數量達 112,637 件，為民眾節省 114,899 千元時間與交通成本。

2.擴充憑證授權毋須負責人親自線上辦理之減章措施、及開放公司登記線上補正等整合創新機制,簡化線上申請作業流程，提高企業線上申請意願。

3.完成工作規則線上檢核系統建置，提供事業單位線上訂定工作規則，大幅縮短工作規則擬定時間及企業開辦時間，有助於提升我國經商環境便利性。

（二）建置優質化便捷資訊服務，提升政府行政效率

1.整合全國登記機關之動產登記資料，自 103 年 3 月 26 日起至 104 年 11 月累計查詢超過 1,200 萬筆，節省 4.8 億元至各機關搜尋作業成本，已成為各界獲取動產擔保交易資訊主要管道，並促進企業利用其動產取得所需融資。

2.以介接傳輸方式即時提供勞動部、投審會、公路總局資料交換機制，加速資訊傳遞並有效利用政府資訊整合。

3.依登記機關作業需求及配合閉鎖型公司、及有限合夥事業組織型態新法上路，擴充便民線上申請服務，協助經濟部達成吸引國外資金來台投資及健全創新創意環境目標。

中程計畫：以服務加值再造生活服務業競爭力計畫(2/4)

計畫名稱：以服務加值再造生活服務業競爭力計畫
計畫網址 : https://www.facebook.com/lifeindustryincubator/
執行單位：資訊工業策進會
執行經費：15,217 千元

一、計畫目標

（一）活化知識，訂定服務新方向

（二）科技加值，精進創新軟實力

（三）服務推廣，活化產業環境

二、計畫內容概要

（一）生活服務產業加值創新研究

1.蒐集國內及國外生活服務產業創新案例 30 則，分享於計畫粉絲團，並編輯成冊，發送給生活服務業者。

2.以服務創新三角模型分析生活服務業，完成生活服務業經營策略建議報告 1 式。

3.擬訂 104 年生活服務業徵選須知，並辦理徵選暨業界交流分享會 3 場次

（二）創新加值應用輔導

1.維運生活服務業顧問諮詢窗口，至少提供 100 家業者顧問實地訪視輔導服務。

2.產生至少 3 項科技化解決方案，並示範導入業界。

3.輔導 103 年示範案擴散導入店家，持續追蹤導入成效。

（三）服務推廣及產業人才提升

1.數位整合行銷活動 1 檔次，示範案成果推廣觸及人次達 30,000 人次；粉絲專業突破 1,000 位。

2.服務加值成果發表會 1 場次，至少 120 人次參與。

3.科技行銷教育訓練課程 8 場次，至少 160 人次參與，協助 100

家業者完成科技行銷工具之建置導入。

4.辦理校園創意競賽 1 場，至少產出 3 件雛型解決方案。

5.協助至少 30 個公會辦理企業會員能量提升之各項活動。

三、計畫成果與目標達成情形

（一）生活服務產業加值創新研究

1.完成創新案例30則分析與編撰成冊，並分享於計畫粉絲團，透過公會與計畫活動，已發送給201家生活服務業者。

2.完成生活服務業經營策略報告，提出3大方針與4大策略：多角經營策略、區域聯盟策略、異業整合策略與延伸前場餐飲策略。

3.擬訂104年生活服務業徵選須知，並辦理徵選暨業界交流分享會3場次，共計60家業者參與交流，促成7家業者提出服務規劃構想。

（二）創新加值應用輔導

1.完成101家(洗衣32家；美容美髮68家；家居清潔1家)顧問實地到店訪視輔導，促成店家再展店及持續經營。

2.輔導4家業者建置4項科技化加值解決方案，促成方案導入100家美髮店家；372家洗衣店家；以及新聘80個家事服務從業人員。

3.持續輔導103年示範案業者擴散，共計新增導入店家數達330家店。

（三）服務推廣及產業人才提升

1.辦理數位整合行銷活動1檔次，含3場地面推廣活動，參與人次達2,258人次，活動推廣觸及人次達31,199人次，計畫粉絲專頁粉絲人數達已達1,433位。

2.完成服務加值成果發表會1場次，邀請示範業者現場展示，並規劃體驗闖關遊戲，吸引超過30位公會幹部到場體驗，共計有300位民眾參與現場體驗。

3.辦理科技行銷教育訓練課程9場次，共計397人次參與，促成281家店設立社群專頁。

4.與政治大學聯合舉辦校園創意競賽，共計有23組、100位學生跨校組團參加，產出7項與生活服務相關之科技應用雛型，並媒合業界專家與創業顧問，協助雛型市場化機會。

5.輔導30家公會辦理企業會員能量提升研習活動，共計吸引4,872名從業人員參與。

中程計畫：電子商務雲端創新應用與基礎環境建置計畫(3/4)

計畫名稱：電子商務雲端創新應用與基礎環境建置計畫

執行單位：財團法人資訊工業策進會

執行經費：21,000 千元

一、計畫目標

本計畫依據電子商務發展綱領，整合法制研析、調查研究、產業輔導、行銷推廣人才，協助建構適合國內平台業者及已成熟商家與商品之電子商務業者發展的基礎環境，並協助業者運用政府現行投資或補助機制取得資金資源。主要重點：

1.依據總統裁示，協助成立行政院電子商務小組，藉由產業座談會或工作小組會議或跨部會協商等方式，協助產業釐清問題，面對問題，解決問題，提出我國電子商務發展白皮書，並從法制面與市場面精進電子商務發展的基礎環境。

2.鼓勵業者運用政府政策工具取得研發投資/營運資金，協助創新應用新科技。

3.藉由不同形式的活動，整合傳統媒體與新興網路媒體，進行推廣與擴散。

二、計畫內容概要

（一）以障礙協處及研究調查健全電子商務價值鏈

因應電子商務趨勢演變研擬並推動電子商務/電子交易相關法制，規範網路購物交易秩序，建立減少消費者糾紛機制，促進消費者權益保護。進行電子商務趨勢觀測及相關議題研析，掌握我國最新電子商務發展現況。

（二）提升電商企業創新應用，帶動創投或投資

引領電子商務業者投入創新研發，申請研發投資抵減，並結合現有政府與民間投資與媒合機制，協助電子商務業者在不同階段善用政府資源，取得資金，以促成電商企業變大變強。

（三）結合臺灣網購業者和運用整合行銷創造商機引動仿效

透過聯合網路購物/行動購物平台業者引領具特色的供應商，以整合行銷方式推廣，創造網路購物趣話題促進消費。透過活動及廣宣整合行銷推廣，達到擴散引動仿效的作用。

三、計畫成果與目標達成情形

（一）研究成果包含：

1.協助行政院電子商務小組召開院設小組會議，在蔡委員主持下進行跨部會協商，針對電商發展主要議題，已獲得初步成果。

2.完成「網路智慧新臺灣政策白皮書_電子商務子題」編撰。

3.完成「零售業等網路交易定型化契約應記載及不得記載事項」訪視5家之調查分析報告

4.完善第三方支付服務法制，建立「一定金額以下代理收付款項」業務之管理規範，進行第三方支付業者訪查，輔導業者遵法，優化產業環境。

5.完成我國B2C網路商店經營現況調查報告。

（二）整合創新案例 1 案，協助業者發展行動應用創新，提升科技應用能力。促進電子商務產業在行動商務或雲端商務之創新應用。

（三）產業經濟，協助產業發展：

1.配合經濟部台灣好食節，2月辦理台灣電子商務網路聯合行銷活動，導入重視食品衛生安全概念，配合節慶(情人節與農曆年)創造民眾對於台灣食品信心，活動創造營收超過150億。

2.配合行政院促進經濟消費提振措施， 12月加碼舉辦網路聯合行銷，結合實體銷售與網路促銷，配合節慶(聖誕節)暖心送愛，提振民眾消費信心，促近年終買氣。

（四）民生/環境，成果包括：

1.協助青年運用電子商務進行網路/行動開店59家促進就業。

2.依照企業資金需求規模，配合政府政策協助至少6家業者申請。

3.鼓勵電子商務產業業者運用現有政府或民間投資機制，與現有媒合機制，促成2家興櫃。

4.協助國內5家廠商申請政府投資抵減等優惠，鼓勵電商企業投入研發增強企業自身競爭力。

（五）其他績效構面，成果包括：

協助商業司協處其他部會、立委交辦事項及回應消費者電子商務法制、營運、第三方支付、電子簽章、消保規範等等問題。

中程計畫：商業服務業科技化與國際化發展計畫(3/4)

計畫名稱：商業服務業科技化與國際化發展計畫

執行單位：資訊工業策進會

執行經費：25,450 千元

一、計畫目標

（一）以商圈、中小型零售業、連鎖店與國際通路為推動目標輔導 50 家商業服務業者

（二）發展商業服務業顧客消費端之行動商務、互動行銷、智慧分析等共通工具/平台

（三）發展商業數據收集、分析、資料探勘、視覺化分析

（四）協助 2 家商業服務業者，發展創新商業模式

（五）發展可模組化、標準化並有利於商業運用於營運總部及連鎖加盟國際布局之雲端科技工具 1 式，導入應用建立跨國商業運籌示範案例 3 件

二、計畫內容概要

（一）推動行動與雲端科技方案

1.透過拜訪潛力企業，瞭解企業在行動與雲端技術之缺口，以使計畫提出有效之科技解決方案。

2.以公開管道吸引業者主動參與受輔以進行服務實證，以強化產品行銷力、營運力、國際力為訴求，協助受輔業者導入科技解決方案。

（二）推動國際示範案例

1.考量切合當地目標市場業態、消費行為模式與廠商之產品服務，為業者量身規畫合適之行動與雲端科技解決方案，並協助導入進行實證。

2.藉由建構海外通路合作之方式，強化國內業者跨國銷售的力度，厚植我國商業服務業的跨國行銷實力。

三、計畫成果與目標達成情形

（一）商業服務業產業需求分析

針對商業服務業中的商圈、中小型零售、連鎖店與國際通路四種業態分析其對於行動與雲端科技的需求。

（二）建立商業服務業雲端行動服務顧問團

1. 以具備專業知識與實務經驗之雲端或行動商務領域專家，組織「雲端行動服務顧問團」，協助商業服務業者提升對雲端行動商務之瞭解，加強應用能力以順利導入雲端行動商務應用。
2. 完成針對分店數 100 家以上之 1 家大型零售連鎖業者震旦行、分店數 10 家以上之 70 家中小型零售連鎖業者如宜得利家居、金石堂、有機緣地等，以及 1 個商圈業者一中街商圈為行動商務服務實證之導入。

（三）商業服務業國際化推動

協助商業服務業連結行動商務平台，發展創新商業模式，輔導建立國際行動雲端服務合作案例 3 件，合作對象包含馬來西亞佳禮資訊網、新興電子，以及菲律賓金士康集團。

（四）整合行動商務共通平台

建置行動商務共通平台，並在其架構上發展 Beacon 店內行銷、MIT 全球 GO 行動購物解決方案，與 Goodscovery 以圖導購服務，導入解決方案的商家與系統平台管理者可透過智慧商務的各項 API 串接行動購物 APP 上的各項功能。

（五）發展行動商務服務技術與工具

結合 ICT 技術建構創新試驗平台與實證環境，發展出 3 種行動與雲端科技解決方案，包含 MIT 全球購-行動購物解決方案、行動商務聯合行銷解決方案、Beacon 店內行銷解決方案。透過易於操作的 App 為媒介，協助業者簡化營運流程、滿足顧客需求並促進持續購買，並持續與客戶互動經營客群，提高經營績效。

中程計畫：全球產業合作推動及商務科技化示範應用計畫(3/4)

計畫名稱：智慧聯網商區整合示範推動計畫
計畫網址：http://www.iotcommerce.org/bin/home.php
執行單位：資訊工業策進會
執行經費：51,090 千元

一、計畫目標

（一）引領商業應用

（二）勾勒服務規格

（三）確保服務實證

（四）擴大加值移轉

二、計畫內容概要

（一）推動聯網商區應用：於北、高實證目標場域中，輔導至少 2 組跨領域團隊，於 2 個目標商區中投入智慧聯網商區建置與實證，並在全通路及近端商務的研究基礎上，應用至少 2,000 件聯網物件，推動至少 8 項聯網商務服務。

（二）發展商務解決方案：針對聯網商區服務應用與集客主體需求，發展出至少 2 項創新聯網商務解決方案，所發展之解決方案應具有於全通路擴散或近端體驗增值的效益，以契合聯網商區整體發展方針。

（三）透過聯網商區之推動，整合跨領域商業服務價值鏈，引領至少 2 組團隊，發展如聯網化之智慧經營、聯網化市場行銷及聯網化貨品/服務管理、流程優化，促成投資金額至少 5,000 萬元之目標。

三、計畫成果與目標達成情形

（一）產業面

以北、高商區為應用場域，聯網技術與解決方案為工具、創

新商業模式與服務設計為腳本，發展領先全球的聯網商務生態體系，為我國聯網技術及創新產品找尋合適的商業應用市場，有效解決技術發展領先市場應用之供需步調不一致的問題，並以合作實證模式驗證多項聯網商務發展的可行性，作為後續聯網方案輸出或商務服務擴散之基礎。

（二）市場面

輔導5組跨領域商業營運合作團隊，引動業者投資金額5,000萬元，帶動業者建構15項於購物消費、餐飲服務、觀光旅遊、便利金流體驗等商區內之創新聯網應用服務或解決方案，同步提升商業服務業者與聯網技術或產品開發業者，透過聯網商務提升企業營收與競爭力。

（三）環境面

藉由聯網商務之推動與設計，創造商區環境中至少2,000項物件聯網化，同步帶動巨量資料分析、雲端平台應用契機，搭配計畫團隊在創新主題之研究與分享，帶動更多業者投入聯網商務服務之應用。

中程計畫：網路社群創新型服務發展計畫(4/4)

計畫名稱：網路社群創新型服務發展計畫
計畫網址：http://www.startup.org.tw
執行單位：資訊工業策進會
執行經費：9,930 千元

一、計畫目標

（一）建立國內前瞻網路創意輔導培育機制：新創團隊服務及商業實證資源之結合，與實體育成機制的輔導，加速服務成型，降低創業風險，並完成商業實證後外銷國際市場，讓台灣成為網路社群創新服務的實證基地。

（二）集結網路創意，多元化服務出口：舉辦網路創意展(IDEAS Show)，並鏈結美、日等國及大陸之網創服務展示舞台，引發產業關注，聚焦發展多元服務出口之擴散機制，搭建亞洲新創網路服務匯集平台。

（三）推動國內網創業者積極發展國際市場：以台灣的網路自由度與創意實證經驗為競爭優勢，透過持續性國際網路服務市場在地客製化的創新研發能量，打造網創業者成為接替台灣硬體製造業的全球明日之星。

（四）打造全球資金市場與國內網創產業的媒合亮點：架構全球性的網創事業資金市場交流平台，協助國內網創業者得以快速獲得市場資金的投入，加速總體網創服務產業推向國際化的擴張能力。

二、計畫內容概要

（一） 促進產業經濟

1. 建立 IDEAS 加速器機制，至今已協助至少 40 個網創團隊進行國內外發表活動。
2. 舉辦創投媒合會並成立創投 SIG，累積促成 17.55 億之投資

金額。

（二） 提升社會福祉提升、環境保護安全

1. 營運網站平台，帶動國內其他領域產業了解當前網路社群趨勢，促成潛在的跨領域產業合作商機。
2. 召開機制會議，事先調整計畫內部未及時反映趨勢之方法/作為，降低執行計畫的風險。
3. 參與國際知名 TechCrunch 競賽活動，讓新創團隊藉由國際級舞台鍛鍊實力。

（三） 政策管理、人才培育、法規制度、國際合作、推動輔導

1. 舉辦國際創業課程，提升國內網創團隊全球競爭力，創造被投資價值。
2. 舉辦蝴蝶計畫深度培育團隊，協助初創團隊調整商業模式，提升創業存活度。
3. 辦理 IDEAS Show 網路創意展，聚焦產業力量並引發產業關注。

三、計畫成果與目標達成情形

(一)網路社群創新型服務產業培育機制

1.辦理網創產業育成輔導，已進行兩場機制小組會議，並針對年度規劃、地方型創業活動及IDEAS SHOW進行討論。並從今年IDEAS Show決賽團隊中，徵選出8個具有國際發展潛力的團隊成為蝴蝶計畫團隊。

2.與新北市經發局合作，推動新北市IDEAS Show地方型創業活動一場，參賽團隊共計48家，進入決賽有10家團隊，並開設30小時創業課程，以及帶領金革唱片等10家團隊前往新加坡參加Echelon進行成果展示並與國際創投交流。

3.發展網創產業三網整合培育平台，組織產業專家顧問團，包括電信業、網站業、創投業以及企業經營專家，共計舉辦9場交流活動，614人參加。

4.建立國內外投資源媒合平台，於1月6日至3月7日拜訪之初創投等17家創投公司進行訪談了解創投投資問題、投資環境及各創投投資標的。創投SIG成員共計13間創投企業，並舉辦3場創投交流會議。截至今年11月底已促投17.55億台幣。

（二）網路社群創新型服務產業推動發展

1.舉辦 IDEAS SHOW 產業行銷活動，於 7 月 25 日於集思台大國際會議中心國際會議廳舉行 IDEAS SHOW，參賽團隊共計 80 家，國內上台發表團隊共計 20 家，國際上台發表團隊共計 13 家，共計 807 人參與，於 7 月 24 日至 7 月 25 日辦理一場 IDEAS Expo 博覽會，共計 58 家廠商參展，類型包括行動應用、雲端平台、軟硬整合等，兩天共計 3228 人次參觀。於 7 月 24 日於集思台大國際會議中心國際會議廳舉行舉行國際研討會，邀請國內外知名講師 Misfit Wearables CEO Sonny Vu 等 28 位蒞臨演講與進行創業經驗分享，共計 807 人次參與

2.推動網創產業進行國際發展，已輔導活動通等 7 個網創團隊前往日本、美國、中國大陸等地進行國際業務發展。

3.進行國際商機市場產業研究，完成國際網創服務趨勢研究報告出版品一冊。

中程計畫：華文電子商務暨交易安全推動計畫(5/5)

(3 細項計畫之 1)

計畫名稱：華文電子商務科技化與國際化計畫

執行單位：資訊工業策進會

執行經費：14,475 千元

一、計畫目標

（一）以平台大帶小方式，促進跨境產業合作

（二）整合資源，強化海外市場行銷

（三）推動金流與法制業務

（四）協助政府其他相關推動電子商務交辦任務

二、計畫內容概要

（一）促進跨境產業合作

以平台業者為主要輔導對象，帶動網路商家與相關支援服務業者進行跨境產業合作，透過兩岸搭橋、跨境商機媒合、平台橋接、配合 APEC 進行臺菲交流等產業交流活動，以及運作障礙協處機制、研擬兩岸產業合作分組之幕僚作業、網站連通檢測與協商等工作，協助臺灣電子商務業者建立良好跨境產業合作機會。

（二）強化海外市場行銷

輔導有意發展海外市場的優質商家上架至具備跨境能力的臺灣電子商務平臺，建立網路商店與平台良好的分工合作體制。另外透過快搜臺灣的維運及串聯觀光局資源，進行海外聯合行銷活動，促進商家跨境銷售機會。總部輔導、典範塑造

（三）推動金流與法制業務

透過研析電子商務發展相關法制議題，推動業者導入金流交易機制來達成，除提供電子商務有關涉外經貿法制與事務協處諮詢，並將辦理跨境結匯評鑑業務，藉以協助我國電子商務業者

推動創新跨境金流業務，讓商家合法經營境外生意。

三、計畫成果與目標達成情形

（一）促進跨境產業合作

1. 兩岸交流層級提升與突破，完成新設兩岸電子商務產業合作分組，針對電子商務試驗園區、兩岸產業合作及相關議題等進行交流，預計可帶來更進一步成果。
2. 促成臺灣跨境通平台與上海自貿區所成立之上海跨境通平台進行平台橋接合作，協助臺灣商家以合法正規管道拓展中國大陸市場。
3. 輔導 shopping99 至馬來西亞與菲律賓落地經營亮點案例，以平台帶動商家進行東南亞卡位。
4. 促成網路品牌商跨境產業合作，提升跨境知名度與加速拓展多元銷售管道，共計促成兩岸合作 22 案、臺菲合作 6 案。

（二）強化海外市場行銷

1. 輔導 55 家網路商家透過國內 PChome 全球購、shopping99 境外網站、momo 直配中國大陸館等進行上架，建立跨境產銷分工體系。
2. 強化快搜臺灣導航網站營運，並介接觀光局資源，成為面向全球的臺灣商品入口指名網站：
   (1) 快搜臺灣網站改版：擴增多語介面(繁中、簡中、英文、日文)，將快搜臺灣定位從面向中國大陸擴大為面向全球，協助臺灣商品以群聚力量提高形象與能見度。
   (2) 商家擴大招募：本年度共新增招募 76 家業者進駐快搜臺灣中文專區；新增招募 51 家業者進駐快搜臺灣英文專區。
   (3) 連結資源，舉辦聯合行銷活動：結合 10 家平台業者及觀光局資源，本計畫於 10 月 15 日至 31 日舉辦第三屆「臺灣網商節」海外聯合行銷活動，觸及 1,085,202 位海外網

友，帶來共 4,018,336 流量。

（三）推動金流與法制業務

1. 推動跨境代理結匯相關工作，完成擬訂跨境代理結匯推薦機制，另針對專法頒布前已通過資格之 6 家業者，進行持續輔導與管考，至本年度結束累計(連同 103 年度)跨境交易額達新臺幣 25 億元。
2. 配合 APEC 電子商務小組(ECSG)提供法制幕僚協處，促成我國與會員國之間未來合作機會。

中程計畫：華文電子商務暨交易安全推動計畫(5/5)

(3 細項計畫之 2)

計畫名稱：電子商務交易安全推動計畫
計畫網址：http://ec-cert.org.tw/
執行單位：資訊工業策進會
執行經費：20,676 千元

一、計畫目標

（一）建立電子商務資安服務單一窗口

（二）協助業者分析實際資安事件發生原因

（三）針對個別業者需求提供改善建議

（四）輔導追蹤提升資安改善成效

二、計畫內容概要

（一）推動電子商務個資外洩防範措施

1.訂定電子商務個資外洩資安防護參考指引，協助業者盤點各項資安風險以利降低個資外洩事件發生。

2.提供電商業者資安諮詢、資安訪查與協處等服務。

3.輔導業者導入 CNS 27001，提供資安輔導顧問，協助業者建立資安管理制度。

（二）維運電子商務資通聯防平台

1.維運電商資安中心相關服務系統，並與 165 反詐騙專線合作，提供電子商務詐騙情資分析服務。

2.與國內其他警訊分析分享中心介接，提供電商業者最新資安情資。

3.結合電子商務相關公協會推動資安防護。

（三）推動國際資安合作交流

1.建立跨國資安事件處理機制，協助電商業者阻擋或處理國外攻擊。

2.參加國際資安組織合作交流，取得最新資安趨勢及情報。

3.參與亞洲 PKI 聯盟會議，掌握亞太 PKI 電子認證發展趨勢。

三、計畫成果與目標達成情形

（一）推動電子商務個資外洩防範措施

1.訂定電子商務個資外洩資安防護參考指引草案 1 式，網路下載人數為 500 人。

2.提供電商業者技術服務 92 案(資安事件訪查 30 家次、電商業者資安事件協處 29 件、電商業者資安事件資安諮詢服務 33 件)。減少資安顧問服務成本的支出達 161 萬元外，並降低業者因個資外洩所造成之營業額損失至少 10%。預期每年將能減少詐騙件數 6,000 件以上,防止詐騙金額損失達 4 億元以上

3.「電子商務個資外洩資安防護參考指引」推廣說明會及電子商務資安服務推廣活動共 4 場，提升電商業者資安意識，共計 311 人與會,預估媒合資安業者與資安業者案件達 107 件。

4.遴選並輔導 1 家廠商於年底取得 CNS 27001 國家標準，對國內電商業者將產生示範效果。另促成廠商自行投資 ISO27018、BS10012 及 PCIDSS 的導入及驗證金額 300 萬元，加強資安防護設備投資金額50 萬元以及每年投資相關資安設備安全檢測費用金額 20 萬元。

5.辦理資安人才培訓課程共培育出 30 位電商業者資安種子人才，初估節省企業人才訓練成本初估為 60 萬元，後續由將種子人才繼續擴散，資安人才數及節省訓練費用將以等比級數增加。

（二）維運電子商務資通聯防平台

1.辦理電子商務信賴安全聯盟年會，共計 170 家次廠商參與，推動電子商務業者相關業者加入聯盟成員,會員人數已達 376 人，估計聯盟所有會員產值占整體電子商務產值超過三分之二。

2.維運 EC-CERT 網站瀏覽人數達 27,965 人次，完成電子商務資安情資交換 129 則、電子商務資安警訊發布 65 則，及產出 21 家電商業者資安事件趨勢分析圖，並以簡訊方式提供 174 個會員最新資安警訊，預估可節省電商業者省資安顧問服務成本達 3,341 萬元。。

（三）推動國際資安合作交流

1.國際資安組織情資交換及跨國資安事件處理 28 件。

2.參與亞洲 PKI 聯盟（APKIC）馬來西亞及印尼 2 場會議，促成印尼 PKI 協會來台與國內廠商簽署合作備忘錄,帶動後續國際合作可能之投資商機。

3.出席 2015 APCERT AGM & Conference 年會，與各國 APCERT 會員交流並參與資安事件處理演練，建立跨國資安事件處理的熟練度。

中程計畫：電子商務個人資料管理制度推動計畫(5/5)

(3 細項計畫之 3)

計畫名稱：電子商務個人資料管理制度推動計畫
計畫網址：https://www.tpipas.org.tw/
執行單位：資訊工業策進會
執行經費：5,366 千元

一、計畫目標

穩固產業遵循法制信心，強化個人資料保護與管理基礎，建立安心、信賴的電子商務發展環境。

二、計畫內容概要

（一）制度維運

完備個人資料保護與管理制度規範、制度推行組織與維運相關配套措施。使制度推動依循我國個資保護相關法令規定及國際趨勢。協助企業有效建立個人資料保護與管理機制，促成法制遵循目標。

（二）國際交流

參與 APEC 等隱私/標章制度國際會議，並與國際間相關個人資料保護制度交流合作。除掌握國際趨勢外，並助益制度效益向國際擴散，進一步結合制度規範與國際個資保護相關規範與措施，有助跨國商務之發展。

（三）制度推廣

擴大企業制度推廣作業，包括推動 TPIPAS 機構之發展、制度宣導與整體機制之持續精進。並持續確保授證機制之運作與公正性，以建立標章之信賴度與識別力，擴散制度效益，並建立消費者對取得標章企業之認同。

（四）法制協助

協助擬定網路零售業及服務平台業之個資安全維護計畫及業務

終止後個資檔案處理辦法之作業辦法，助益經濟部管理產業個資法遵。

三、計畫成果與目標達成情形

（一）制度建置與國際交流

1.持續完備制度關聯規範，並完成委員會之結成與組織規劃。

2.持續與日本 JIPDEC 進行交流，維持制度之國際能見度。

（二）制度廣宣

擴散與推廣制度概念，協助各事業及產業認識與導入個資管理制度概念，104 年度執行成果如下：

1.TPIPAS 推廣說明會與制度研討會:於高雄及臺北各舉辦一場，吸引共 209 人出席參與。

2.媒體露出：於商業周刊刊登 1 篇、文化快遞 3 篇，吸引國際媒體 Bloomberg BNA 主動報導，提高制度能見度。

（三）法制協助

協助擬定網路零售業及服務平台業之個資安全維護計畫及業務終止後個資檔案處理辦法之作業辦法，助益經濟部管理產業個資法遵。本作業辦法已於 104 年 9 月 17 日正式公告施行。

中程計畫：物流中堅企業國際化推動計畫(1/4)

計畫名稱：物流中堅企業國際化推動計畫
計畫網址：http://gcis.nat.gov.tw/like/
執行單位：工業技術研究院
執行經費：24,653 千元

一、計畫目標

本計畫掌握自由貿易港區前店後廠運作與物流服務輸出機會，發展港區物流營運管理與加值服務模式，建立物流資源整合與儲運管理支援平台，協助物流業者提高進出口協作能力。

二、計畫內容概要

（一）推動物流加值服務與輸出模式

協助國內自由貿易港區內 4 家物流業者，推動「前店後廠」營運模式，建立物流業者成為中堅企業之實力。另透過國際案例研究，針對國內物流業者的關鍵服務能力進行探討。

（二）發展物流資源整合與儲運管理支援平台

整合港區管理單位與儲運物流服務業者發展前店後廠保稅物料儲運管理系統，以及貨品快速入出區及生產製造監管技術，以提升國際保稅物料委外加工物流作業效率。

（三)成果廣宣與擴散

綜整本計畫所進行的推動案例與研究成果，透過成果發表會，推廣計畫執行成效與相關系統技術。

三、計畫成果與目標達成情形

（一）推動物流加值服務與輸出模式

1.完成自由港港區事業之潛力物流中堅企業之分析與評估，及各自由港與鄰近相關產業聚落的鏈結關係與產業規模特性分析。

2.推動6項「前店後廠」營運模式案例，包含:包裝茶飲料(京揚國際-泰山企業)、冷凍水產加工食品(全日物流-欣榮食品)、觸控面板(裕隆行國際運流-明興光電)、銑刀(裕隆行國際運流-漢台科技)、自行車車架(裕隆行國際運流-雅棋德科技)、堅果糕點(永塑國際物流-今達食品)等，創造國際物流服務規模達4.78億元，並提升物流服務營收達0.92億元。。

3.研析「共享經濟模式」、「整案輸出方式」、「供應鏈協同模式」3個主題之國際服務輸出案例，包含：機車快遞媒合平台-GoGoVan、電商物流智能置物櫃-Cleveron公司、生活協同組合-東督COOP、以及自由貿易港區：JSI logistics inc

（二）發展物流資源整合與儲運管理支援平台

1.完成「前店後廠保稅物料儲運管理系統」之功能模組規劃與系統開發，成功導入桃園空港港區事業-裕隆行國際運流進行系統驗證。

2.完成「貨品快速入出區及生產製造監管技術」之系統開發，成功導入前述6項前店後廠委外加工營運模式案例進行系統驗證。

（三）成果廣宣與擴散

1.完成「自由貿易港區前店後廠模式營運建置流程說明手冊」，並完成裕隆行、公成興、全日等3個輔導案例之哈佛教案製作，並透過「台灣產業物流運籌知識服務網」(http://gcis.nat.gov.tw/like/)進行分享。

2.5月14日假臺北科技大樓4002會議室辦理「自由貿易港區前店後廠營運模式說明會」，說明物流中堅企業意涵與自由貿易港區前店後廠營運模式，並提出協助業者導入前店後廠營運模式的流程與相關應用技術等方案。

3.12月9日假臺大醫院國際會議中心2樓會議室舉辦「經濟部104年度物流計畫聯合成果發表會」，本計畫於會中分享與展示自由貿易港區前店後廠營運模式與管控技術，以及其驗證推動案例。

中程計畫：商業服務跨業聚合加值推動計畫(1/4)

計畫名稱：商業服務跨業聚合加值推動計畫

執行單位：工業技術研究院

執行經費：39,760 千元

一、計畫目標

發展可加速企業跨業聚合之服務整合平台，有效運用商業科技與輔導機制建構創新商業服務生態系，帶動消費及促成投資，驅動商業服務升級。

二、計畫內容概要

（一）發展商業服務生態系

1.分析 10 件國際商業服務生態系及完成我國商業服務生態系發展模式規劃。

2.完成 1 套創新商業服務生態系評選指標並評選出本年度 2 項創新商業服務示範生態系。

3.完成顧問團籌組與建立顧問諮詢服務機制。

（二）整合商業科技應用

1.完成 2 項創新商業服務生態系與科技整合之驗證，串聯至少 30 家業者參與驗證。

2.建立應用服務驗證與擴散之標準導入程序(SOP)。

3.完成下期程創新商業服務生態系規劃。

（三）媒合交流與成果推廣

1.完成 2 場次服務說明會、2 場次工作坊、1 場次產品發布會及 1 場次企業見學活動。

2.舉辦成果發表會 1 場。

三、計畫成果與目標達成情形

（一）發展商業服務生態系

1.以跨業聚合加值為推動策略，彙整分析 10 件國際商業服務生態系案例在各策略的作法，做為我國參考。並採用 Iansiti and Levien (2004)所提出商業生態系中各角色的定位，以培育關鍵者 (Keystone)創建平臺，結合支配者 (Dominator)驅動利基者(Niche Players)持續創新的方式，推動健康發展的商業服務生態系。

2.發展 1 套創新商業服務生態系評選指標，做為未來評選潛力生態系基礎。

3.籌組輔導與規劃顧問團隊，並建立其顧問諮詢服務機制。

（二）整合商業科技應用

1.建構移動經濟與宜居經濟 2 項商業服務生態系雛型，並運用跨業聚合加值平臺進行 POC/POS 服務驗證；以 Jasons Market Place、信義居家服務中心與忠泰生活「北歐櫥窗」為軸心企業，串聯 126 家業者(移動經濟串聯 5 個業種、90 家業者，宜居經濟串聯 4 個業種、36 家業者)，包含餐飲業、零售業(伴手禮、精品、傢俱家飾)、服務業(包含養生服務業、裝潢設計、3D 設計、居家修繕與清潔等)及行銷服務業者，加入生態系共同跨業合作、推動新興業務，目前促成就業人數 48 人、帶動消費 1.15 億元、促進投資 6,000 萬。

2.完成 4 個下期程創新商業服務生態系建議方案：以共享經濟及共創虛實整合商業服務生態系等做為下年度發展主題，針對運動健身、時尚美妝、養生樂活、母嬰親子等進行分析。

3.建立服務驗證與擴散之標準導入標準手冊 1 式：以 SEE 服務體驗工程方法論及 PDCA 循環為理論基礎，發展創新應用服務驗證與擴散的標準導入程序，作為驅動跨業生態系之軸心業者與成員發展創新服務、在原有的技術核心上提供更多元服務內容之指引。

中程計畫：商業服務業智慧化共通應用推動計畫(2/4)

計畫名稱：商業服務業智慧化共通應用推動計畫
計畫網址：http://cpckm.ekm.org.tw/BISP/Web/default.aspx
執行單位：中國生產力中心
執行經費：11,300千元

一、計畫目標

（一）共通應用平台建構與功能擴充

（二）智慧化應用示範輔導及擴散

（三）產業交流與成果擴散

二、計畫內容概要

（一）共通應用平台建構與功能擴充

1.開發半成品式的智慧化技術資訊模組，讓業者可以自行簡單客製化後就能立即操作使用。

2.以商業模式創新架構(Business Model Innovation, BMI)為理論依據，進行國內外智慧化商業模式與技術應用案例解析。

3.藉由媒合服務，提供業者資源查詢，透過平台加入會員後，了解智慧化需求，由適合顧問協助導入應用。

（二）智慧化應用示範輔導及擴散

1.輔導企業從商業模式解析、建構到應用平台之智慧化技術資訊模組，建構整個智慧化經營模式以提升經營效益。

2.開辦商業模式九宮格課程，透過盤點商業模式中各項關鍵因素，擬訂業者未來發展具體策略及工作事項。

（三）產業交流與成果擴散

舉辦計畫說明會、技術交流會及成果發表會，分享新知、新訊，推廣給社會大眾及業者，提升此領域之未來發展。

三、計畫成果與目標達成情形

（一）共通應用平台建構與功能擴充

1.完成6項智慧化技術資訊模組及2大加值服務。使業者透過半成品式模組，快速形成一個可具備智慧化基礎應用之功能。而加值服務更符合業者需求及消費者使用意願，進而提升企業整體營業額。

2.解析8例國內外智慧化商業模式與技術應用案例。以結構化方式呈現多種智慧化商業模式創新應用，解析商業模式創新作為與未來可能應用之範疇，提供企業未來發展之標竿學習對象。

3.建構媒合資源服務。業者透過平台功能加入會員後，瞭解其智慧化應用需求，引介相關專長之輔導顧問，透過諮詢訪談找出最適之智慧化服務，協助導入至企業。

（二）智慧化應用示範輔導及擴散

1.示範輔導9家廠商。其服務提升之營業額達1億204萬元，降低成本達2,095萬元，利潤提升達5,227萬元，並且帶動就業人次達612人。從目標方向釐清、價值分析與情境建構、繪製商業模式藍圖、智慧化工具導入到商業模式推動，以達到智慧化應用推廣至企業的成效。

2.舉辦3場創新商業模式工作坊，報名104人次。工作坊以商業模式九宮格，盤點商業模式中各項關鍵因素，利用創新工具找出未來發展的方向與策略及商業模式中真正最需改善的地方，並將其落實為未來執行的具體工作事項。

（三）產業交流與成果擴散

舉辦2場計畫說明會、1場技術交流會及1場成果發表會。透過企業自評追蹤活動參與企業，共有63家企業有意願於一年內展開智慧化工作，可能促成投資金額為670萬。期望業者共同參與相關活動，加速智慧商務平台擴散，達到消費者有感服務，共創商業智慧化創新服務科技之力量。

中程計畫：傳統產業亮點維新計畫(2/4)

計畫名稱：推動保鮮溯源物流服務計畫

執行單位：工業技術研究院

執行經費：26,942 千元

一、計畫目標

（一）冷鏈物流服務模式推動

（二）保鮮溯源管理服務平台建置與推動

二、計畫內容概要

（一）冷鏈物流服務模式推動

1.擴大「多溫共配與到店取貨之物流服務」推動

2.擴大「大樓物管暫存支援物流服務」推動

3.進行機車快遞冷鏈宅配物流服務模式之研究

（二）保鮮溯源管理服務平台建置與推動

1.冷鏈物流離鏈時間對於食品安全之影響

2.溯源機制與物流履歷模組功能擴充，以及無線溫度感測技術開發

3.保鮮溯源管理服務機制驗證推動

三、計畫成果與目標達成情形

（一）協助建立 2 個物流服務示範體系，其一為機車冷鏈快遞服務模式：協助鮮乳坊利用機車冷鏈宅配服務超過 20 萬瓶鮮乳，商品價值超過 1,500 萬元；協助穀得食務所運用機車快遞進行多溫層配送服務，大幅改善冷凍肉品配送品質、降低貨損率，服務商品價值 200 萬元；其一為社區通路之末端物流集散服務，協助東京都物業引進 40 家供應商、逾 250 項低溫食品進行社區生活服務 O2O 網購銷售服務，帶動社區通路低溫品營收 308 萬元、年成長率 32%，同時亦帶動統一速達之物流營收成長，

並提高配送效率、避免重複配送及降低營運成本。

（二）針對低溫品，發展都市通路據點配送取貨模式，減少冷凍(藏)車輛使用達 2,808 趟、降低物流成本達 842.4 萬元。

（三）整合 22 家之食材供應業者與下游餐飲業者、生鮮加工廠等，合作推動低溫品保鮮溯源服務，且服務平台之溫度追蹤紀錄達 170 萬筆、使用人次達 2,400 人次。

（四）提升國內冷鏈物流服務品質，發展冷鏈物流創新營運模式，確保「最後一哩路」物流活動之保鮮訴求，打造全程不斷鏈之儲運服務，透過保鮮溯源服務之食材價值達 4.9 億元，同時促進物流產業投資 4,100 萬元。

中程計畫：低溫物流國際化發展推動計畫(3/4)

計畫名稱：低溫物流國際化發展推動計畫
計畫網址：http://cold.logistics.org.tw/
執行單位：工業技術研究院
執行經費：36,560 千元

一、計畫目標

本計畫以「城市零擔分撥」與「冷鏈服務體系整合推動」為推動主軸，應用已發展之相關服務模式與系統，整合推動低溫品集運跨境及城市儲配服務體系，並促成國際化推廣機會。

二、計畫內容概要

（一）冷鏈物流國際化服務模式推動與驗證

延續 103 年度的城際集散轉運模式，提出城市零擔分撥模式，有效銜接多溫品轉運與至末端分撥流程，以最適成本與資源使用率提供最佳的運送品質。並整合業者構建驗證場域，以進行實地驗證。

（二）冷鏈物流技術整合與應用發展

建置「城際轉運調度管理系統」，管理與整合幹線運輸及末端派送需求及運輸資源調度，同時記錄運程中商品裝載容器的轉換紀錄，以利後續溫度追蹤管理。同時，研發符合藥品物流配送需求之蓄冷容器雛型，以打入高價品的冷鏈物流服務市場。

（三）冷鏈物流服務整合與商機推動

由「低溫品集運跨境及城市儲配服務體系推動」及「冷鏈物流技術擴散」兩個方向切入，利用已發展的冷鏈物流服務模式與軟硬體工具，促成冷鏈服務體系的整合推動，創造國際冷鏈物流服務價值與機會。

三、計畫成果與目標達成情形

（一）應用已發展之冷鏈物流服務模式與技術，整合新竹物流、全日物流、政陽汽車貨櫃貨運等 78 家次業者進行產業應用整合驗證，並推動低溫品集運跨境及城市儲配服務體系，促成低溫品跨境流通量達 13.7 億元，創造冷鏈物流服務產值達 1.94 億元。

（二）針對城際轉運與城市內多溫品分撥作業，完成城際轉運調度管理系統之開發；另為因應高價低溫品之冷鏈物流服務需求，開發長效、輕量、可折疊式蓄冷容器，今年先以醫藥冷鏈物流服務切入，以不活化疫苗為標的，與疾病管制署及新竹縣衛生局合作，以新竹縣為驗證場域(包含：竹東等 13 個鄉鎮衛生所)，應用本蓄冷容器進行疫苗提領及運送之驗證流程。

（三）持續維運「兩岸冷鏈物流技術與服務聯盟」（目前會員數共計 253 家），推動兩岸冷鏈物流合作，迄今已媒合兩岸企業或組織共簽署 51 項合作意向書或合約，促成投資與採購(規劃、建置)金額累計逾 29 億元。除了積極推動兩岸冷鏈物流合作，本計畫也協助貿易業者（台灣之窗股份有限公司）建立香蕉國際營運中心，推動香蕉國際冷鏈儲運模式，應用溫度監控設備進行香蕉跨境運輸、催熟過程以及內陸配送之溫度變化監管，同時利用全球貨況追蹤系統監控貨物全程儲運狀態與品質，支援其擴展日本、韓國、中國大陸、中東地區等海外市場。

（四）完成禽畜肉品與藥品物流儲運規範研究及新加坡與紐西蘭冷鏈物流產業調查分析，並透過冷鏈聯盟運作，完成優良冷鏈物流廠商評鑑機制規劃。

中程計畫：供應鏈重整之物流推動計畫(3/4)

計畫名稱：供應鏈重整之物流推動計畫
計畫網址：https://gcis.nat.gov.tw/like/Home/Index
執行單位：工業技術研究院
執行經費：41,974 千元

一、計畫目標

（一）供應鏈重整之物流模式分析與發展：針對臺灣產製商品之銷售與跨境電商營運，分析與規劃供需運籌與物流服務模式。

（二）支援流通運籌模式推動：協助產業共用或共通之模式或系統之驗證，並建構流通運籌基磐-流通運籌平臺與跨境物流通道，以達成「協助 5 家物流業者轉型發展，並整合 1,000 家供應商之臺灣產製商品海外銷售達 12 億元。」

（三）物流服務基礎能力提升：辦理供應鏈運籌與管理培訓課程，培育產業供需鏈結運籌人力；並以臺灣產製商品之流通為主軸，透過產學整合運籌規劃，提升產品流通運籌能力。

（四）成效廣宣與擴散：推動過程辦理驗證模式成功經驗分享與擴大臺灣供應商參與；亦會透過公開之模式說明與成果發表，擴大計畫成果綜效。

二、計畫內容概要

（一）環境剖析、模式驗證

蒐集國內外物流產業與產業物流相關環境趨勢與問題，並聚焦於供需流通、物流服務之模式發展，輔導 3 案例並驗證臺灣產製商品之供需運籌模式與供應鏈物流活動。

（二）務實機制、全球布局

協助流通運籌平臺發展，支援臺灣產製商品進行跨境銷售之營運與通路擴展，協助拓展境外通路，並強化物流業者之全球競爭能力。

（三）產學合作、技能提升

培育產業供需鏈結運籌人力，並以臺灣產製商品流通運籌分析、規劃與整合為核心，透過課程設計辦理及產學整合運籌規劃方式，以提升產品流通運籌能力。

三、計畫成果與目標達成情形

（一）推動臺灣產業供應鏈重整之物流模式

推動實務性之供應鏈重整模式，協助產業共用或共通之模式或系統之驗證建置，並建構流通運籌基磐，包括流通運籌平臺與跨境物流服務通道，輔導12家物流業者轉型發展，協助產業擴大商品銷售版圖，並整合1,665家供應商之臺灣產製商品銷售達19億元。

（二）物流服務基礎能力提升

整合產官學研資源，辦理供應鏈運籌與管理培訓課程，培育產業供需鏈結運籌人力190人次；並以臺灣產製商品之流通為主軸，透過產學整合運籌規劃，研議產業未來發展策略，規劃出符合產業未來可行之發展方案，並定位物流業在運籌與供應鏈活動中重要的支援角色，強化產業核心競爭能量，創造更高之供應鏈服務價值和營收。

（三）成果廣宣與擴散

執行計畫成果廣宣與擴散，分析與整理供應鏈重整輔導3案例，推廣臺灣產製商品銷售模式、擴散驗證案例成果與經驗；辦理完成推動計畫說明會、服務模式與整合系統之研討活動與交流、產學運籌規劃研討觀摩暨商品流通招商說明會共 7 場次，以及成果發表會 1 場次，以擴大政策推廣之成效。

中程計畫：商業服務價值提升計畫(3/4)

計畫名稱：商業服務價值提升計畫
計畫網址：http://gcis.nat.gov.tw/ecpp/
執行單位：台北市電腦商業同業公會
執行經費：25,950 千元

一、計畫目標

（一）持續強化優質商業服務應用案例的服務整合度與擴散聯結度，並提升其服務創新能力與市場開拓能量，建立競爭優勢。

（二）藉由業者自主創新與擴散營運能量，以服務共享平臺方式持續帶動中小型商業服務業者導入應用。

二、計畫內容概要

（一）扶植優質服務加值模式

1.協助我國商業服務業者結合學研資源，並運用 ICT 技術建構虛實整合服務平臺，並帶動商業服務網絡合作業者共同發展可提升網絡合作業者對消費者服務能力與服務價值之優質服務模式，而共同擴大或開發新市場商機。

2.協助我國商業服務業者發展並導入「智慧分析」系統，於蒐集、分析市場或消費者相關資訊後，產生可滿足消費者個人化需求、迅速回應市場變化、精準預測市場動態或適切媒合同異業者商機…等加值效益之商業服務商。

（二）掌握產業應用趨勢脈動

1.研析 102～103 年度輔導案例之商業服務模式、服務流程、技術應用、市場行銷策略…等，並進行比較及提出研析報告。

2.邀請產、官、學研及資訊服業者等代表與會，就優質服務模式之加值應用方式、擴散管道、未來應用發展趨勢…等進行交流互動。

（三）強化產學合作建立典範

1.精選當年度優質服務案例，製編為兼具理論性及實務性之優質服務標竿教學個案，藉以將成功創新服務模式予以加值與累積。

2.針對有意發展服務創新與加值應用模式業者辦理研習課程，就服務創新加值策略規劃、營運模式及導入實務等內容…等進行專題演講,協助業者建立正確之服務創新與加值應用觀念，提升其規劃能力。

（四）推廣擴散計畫亮點成果

1.將優質服務案例撰寫成易於大眾理解閱讀之情境式媒體報導，將優化智識進予以加值與擴散，進而協助商業服務業者提升其優化應用之規劃與建置能力。

2.針對不同對象之屬性而規劃差異性廣宣活動，逐步導引業者由知悉、而學習、而導入優化商業應用。

三、計畫成果與目標達成情形

（一）扶植優質服務加值模式

1.完成輔導8個優質服務應用案例，帶動各區域產業價值鏈949家商業服務業者導入應用，形成商業服務網絡。

2.協助業者降低成本達1.07億元/年，帶動企業投資金額達2.05億元/年，促使業者增加營收達2,95億元/年，影響產業間電子商務交易金額達40.88億元/年以上，並協助業者擴大營運規模增加就業機會達243人次。

3.總計召開5場次輔導相關說明會，協助業者瞭解如何申請補助計畫及計畫執行期間之相關配合作業注意事項。

（二）掌握產業應用趨勢脈動

1.製編1冊「102-103年度優質服務應用案例績效追蹤評析報告」，追蹤 102-103 年度輔導個案之後續績效指標水準及擴散成效。

2.召開 1 場次專家策略會議，以使本計畫之輔導機制與實施方

法能更符合趨勢發展與產業需求。

（三）強化產學合作建立典範

1.製編 3 個本土性之優質服務標竿教學個案，供大專院院作為教學使用，培育更多優秀人才。

2.舉辦3場次商業服務價值提升研習活動(累計66家次業者)，協助企業找出研擬服務創新方案時所可能面臨的挑戰，進而提出因應方案。

（四）推廣擴散計畫亮點成果

1.舉辦「優質智慧商業推動計畫聯合成果發表會」，進行案例成果發表，並設置成果展示與體驗區，讓與來賓快速瞭解推動成果，實際體驗創新服務形式，約 300 人次參與。

2.於經濟日報、Uper、中央社…等媒體露出計畫成果及活動訊息等報導。

3.將本年度 3 家優質服務應用案例之輔導成果製成宣導短片，透過計畫或社群網絡廣為散布。

4.完成於計畫網站發佈優化商業網絡輔導公告、計畫相關活動新資訊等訊息及網站資訊內容持續維護作業。

中程計畫：時尚產業科技行銷應用計畫(1/4)

計畫名稱：時尚產業科技行銷應用計畫
計畫網址：http://www.taiwanfashion.com.tw/
執行單位：工業技術研究院
執行經費：5,300 千元

一、計畫目標

（一）發展時尚產業科技行銷應用能量，帶動企業跨業合作，提升產業附加價值。

（二）強化優質時尚產業善用科技質量，拓展商業服務模式。

（三）增進產業科技應用能力，提高附加價值，提升市場競爭力。

（四）增進特色消費體驗，增加來客率，提升品牌附加價值，拓展市場商機。

二、計畫內容概要

（一）全球及台灣時尚產業發展趨勢研究

1.完成全球時尚產業科技行銷發展趨勢研究

2.完成國際時尚創新行銷科技應用標竿案例 10~15 例

3.完成台灣時尚產業創新行銷科技需求研究

4.成立時尚產業跨領域 SIG 聯盟，舉辦交流活動 2 場次

（二）時尚產業科技加值應用輔導與驗證

1.完成參與廠商輔導公告與申請，並舉辦 2 場次業界說明會

2.完成至少 10 家時尚廠商創新行銷科技應用之諮詢輔導

3.完成至少 1 家時尚廠商導入創新行銷服務科技應用與成效分析

4.促成至少 2 家企業，自行投入或爭取政府資源，進行創新行銷服務科技應用，建立國內時尚企業應用科技行銷之典範案例

5.完成台灣時尚產業科技加值應用藍圖規劃

（三）時尚產業跨業合作推動與成果擴散

1.維運 TW Fashion 網站與粉絲團，將時尚粉絲團人數增至 2 萬人

2.完成時尚產業跨業行銷平台推動藍圖規劃

3.應用時尚品牌群聚平台 APP，至少整合 20 家業者參與提供優惠，APP 下載量至少 3,000 人次

4.舉辦時尚產業科技行銷服務體驗應用推廣會 1 場次、計畫成果發表會 1 場次

三、計畫成果與目標達成情形

（一）全球及台灣時尚產業發展趨勢研究

1.完成全球時尚產業科技行銷發展趨勢研究報告 1 份。

2.完成國際時尚創新行銷科技應用標竿案例 19 例。

3.8/31 舉辦「時尚跨業合作新趨勢」SIG，共計 28 家廠商、47 人與會。9/24 舉辦「科技行銷應用新趨勢」SIG，共計 16 家廠商、30 人與會。

（二）時尚產業科技加值應用輔導與驗證

1.參與廠商公告與申請，4/28 於台中文化大學推廣教育部、4/29 於台北台大國際會議中心，舉辦兩場業界參與輔導說明會，共計有 26 家企業、30 人次參加。

2.計有 13 家企業提出申請，12 家企業完成諮詢訪視輔導。

3.經評估輔導廠商意願及技術可行性，針對創思、倚淇、麗儀 3 家公司，進行科技行銷應用導入與成效驗證，預估參加企業自行投入500千元用於店端設備、資訊設備及行銷活動投資，並促成麗儀 840 萬元、創思 180 萬元、倚淇 40 萬元之營收增加。

（三）時尚產業科技加值應用輔導與驗證

1.與瑞賦科技、台灣禮物卡公司，以工研院服科中心協同開發之行動支付平台及 App 為基礎，轉型應用於時尚業者，以電

子禮物卡方式提供優惠，進行跨業行銷合作，共計 40 個時尚品牌參與合作。

2.促成參與/合作時尚相關企業進行店端設備、資訊設備及行銷活動等相關投資，共計 13,830 千元。促成瑞賦科技投資成立樂邁利達股份有限公司，提供時尚產業電子商務平台服務。

3.估計為參與時尚品牌促成營收增加共 650 萬元，其中折扣券(9 折)帶動消費約 150 萬元、抵用券帶動消費約 500 萬元。

4.12/10 舉辦「時尚科技行銷應用成果發表會」，及「時尚產業科技行銷服務體驗應用推廣會」，展示實境動漫引客服務、指向性喇叭品牌故事介紹、時尚跨業優惠電子禮物卡 App 三項服務，計有 42 家廠商、119 人參加與體驗。

5.維運 TW Fashion 網站與粉絲團：

- Facebook 網頁 https://www.facebook.com/taste.tw、粉絲專頁按讚人數達 19,980 人、共計 PO 文 147 篇、貼文觸及人數超過 64,499 人。
- Fashion Taiwan 網站 http://www.taiwanfashion.com.tw/、首頁參觀人數 172,762。

中程計畫：台灣餐飲國際化及科技化服務計畫(1/4)

(2 細項計畫之 1)

計畫名稱：台灣餐飲業科技化服務及發展計畫
計畫網址：http://www.gourmettw.com
執行單位：中衛發展中心
執行經費：15,279 千元

一、計畫目標

協助我國臺灣餐飲業導入餐飲科技應用，進行企業創新人才培訓、以及提供餐飲資源服務，進而帶動餐飲產業穩定發展，建立餐飲產業新亮點。

二、計畫內容概要

（一）實施餐飲科技輔導暨補助作業

因應我國與國際之市場趨勢潮流，協助應用適切之創新智慧科技以提升營運效率、開拓新客源，強化企業營運競爭力。

（二）餐飲業人才培訓

依據職能分屬規劃人才培訓課程內容，同時注入創新思維、迎合市場動態，以作為強力支援餐飲業者升級轉型永續發展之基礎。

（三）推動計畫整合服務

透過專案辦公室，提供餐飲相關計畫資源轉介服務與智庫幕僚服務，提升整體計畫溝通協調資源運用之效能。

三、計畫成果與目標達成情形

（一）實施餐飲科技輔導作業

1.完成「餐飲科技輔導暨補助作業」8案(百富通餐飲、天和鮮物、五晟餐飲、點水樓、众社企、臺灣農業跨領域發展協會、銘宇興業、東西文化創意)。導入餐飲科技應用技術預計增加營

業額81,250千元、降低成本4,045千元、促成投資55,490千元，透過補助經費挹注經營能量與發展服務合作機制，進行餐飲協同群聚科技整合應用,達到健全餐飲業者經營管理之精神，提升臺灣美食之發展能力。

2.協助餐飲相關企業，運用雲端科技，群聚餐飲業者進行產業垂直、水平體系之整合，帶動 27 家業者群聚合作。

（二）餐飲業人才培訓

1.進行經營管理公開班 72 小時實體班開課作業，完成 619 人次培訓，以及設置臺灣美食網人才培訓專區 1 式。

2. 完成內部訓練暨企業包班 9 案，包含企業內訓訪談輔導 18 場次，總計產出內訓手冊 9 式、企業包班培訓 28 場次(和緣餐飲、饌巴黎、KIKI 餐廳、TJB 港式飲茶、周氏蝦捲、鼎王、阿霞餐廳)，總計課程時數 168 小時。

（三）推動計畫整合服務

1.完成現場訪視 51 家次。協助 3 家業者申請計畫「餐飲科技應用輔導」(其中 5 家順利通過審查)、34 家業者參與行銷計畫之聯合行銷活動、媒合 8 家業者國際媒體採訪。

2.完成協助企業申請信保或創投共10案。自 102 年至 104 年止，共協助推薦 23 家餐飲企業媒合創投資金，其中有 4 家已獲得創投公司與國發基金投資(人杰老四川餐飲管理顧問股份有限公司、旺巴黎企業股份有限公司、臺中空廚股份有限公司、京越國際(股)公司)。國發基金與專業管理公司共同投資臺灣餐飲企業(約 3.92 億元)佔比 10%，僅次於資訊服務業(33%)排名第二。

3.完成設置專案推動辦公室及派駐人員 1 名，整合政府單位資源、辦理相關庶務工作。

中程計畫：台灣餐飲國際化及科技化服務計畫(1/4)

(2 細項計畫之 2)

計畫名稱：台灣餐飲業行銷推廣計畫
計畫網址：http://www.gourmettw.com/
執行單位：中衛發展中心
執行經費：16,528 千元

一、計畫目標

計畫採全方位之系統化行銷，聯合臺灣餐飲業者及優良國際展店品牌進行整合宣傳並帶動全民參與，更透過國際論壇活動及國際媒體露出，進行國內外議題串聯，虛實整合宣傳推廣。計畫發展目標：

（一）透過行銷推廣活動，增加業者營收，建立國內餐飲業品質，行銷臺灣餐飲業品牌。

（二）透過國際媒體與參展，建立國際市場行銷基礎及增加臺灣餐飲業品牌曝光率，打造國際知名度

二、計畫內容概要

（一）提升國內品牌認知

1. 藉由國內展銷活動，帶領業者參與，增加業者曝光機會與民眾認識度，促進餐飲營業額。
2. 不定期更新及維護計畫網站，提供使用者完整產業動態。

（二）建立國際行銷管道

1. 藉由國外展覽活動及國際媒體廣宣，增加臺灣美食國際知名度，吸引國外觀光客來臺享用臺灣美食。
2. 為提升業者國際發展能力，透過國際美食論壇，了解國際發展現況。

（三）計畫整合服務

推動政策相關工作與協助各式活動及文書作業執行，以提升政策與美食之間的連結，強化計畫推動目標，提升業者國際化競

爭力與媒合機會。

三、計畫成果與目標達成情形

（一）提升國內品牌認知

1. 完成「2015 臺灣吃透透」之聯合行銷活動 1 場次（含 4 場系列活動）及活動啟動記者會 1 場次。以聯合行銷之方式，結合優質餐廳、餐飲老店、地方或中央認證或輔導之餐飲業者、美食伴手禮業者等超過 2,642 家餐飲美食業者(含分店)參與，共吸引約 26 萬人次參與活動，促進營業額 6 億元。
2. 完成國內會展(臺灣美食展)參展 1 場次。以「臺灣好滋味」為主題。透過展演活動與科技互動體驗，營造臺灣餐飲產業之國際優良形象，增加業者媒體曝光機會，提升業者知名度和媒合機會，以帶動民眾至餐廳消費。
3. 不定期更新及維護計畫網站，提供使用者完整產業動態、美食文化介紹。並且與衛生福利部食品藥物管理署合作，於計畫網站轉載並宣導有關食品標示、國民飲食指標、食品添加物管理等資訊，以利餐飲業者以及民眾深入認識食品安全及認證，協助民眾慎選安全美食。

（二）建立國際行銷管道

1. 辦理東京世界旅遊博覽會參展暨交流活動 1 場次，於東京世界旅遊博覽會設置「食旅臺灣」展中館，吸引 2.66 萬人次參觀主題館，媒體露出 5 則。另帶領參展業者與當地官方/準官方單位交流建立來臺投資展店契機；針對餐飲廠商需求安排場域服務、展店通路、經營授權合作等相關之標竿業者進行交流，該活動簽署 10 家次合作意向書。
2. 辦理國際美食論壇，以「創新經營」為主題，透過國內外產、官、學各界菁英互相交流與經驗分享，針對多元經營、科技應用、服務體驗三個子題進行探討。該活動吸引約 500 位餐飲相關人士參與，媒體露出 20 則。

3. 邀請日本、馬來西亞、香港及大陸 4 地區共 25 家媒體來拍攝，針對「食節氣」主題共拍攝 27 家餐飲相關業者，其媒體露出共計 61 則，媒體價值約 3,264 萬元，觸及人次達 3,064 萬人次。

（三）計畫整合服務

推動政策相關工作與協助各式活動及文書作業執行，以提升政策與美食之間的連結，強化計畫推動目標，提升業者國際化競爭力與媒合機會。

中程計畫：服務業創新研發計畫(2/4)

計畫名稱：服務業創新研發計畫
計畫網址：http://gcis.nat.gov.tw/neo-s/Web/default.aspx
執行單位：中國生產力中心
執行經費：145,376 千元

一、計畫目標

整合服務創新資源，引導業者提升科技化創新研發能量，並促成整合聯盟群聚，創造產業競爭力，進而提升服務產值與就業人數。

二、計畫內容概要

（一）資源挹注

1. 受理個案計畫申請至少 250 案，辦理計畫審查會議至少 50 場。
2. 核定補助個案計畫至少 80 案，依個案契約時程，完成簽約、預算審查、撥款、進度查核、財務查核及結案作業。

（二）資源整合

計畫轉介服務計 20 件(如：創櫃板、SBIR 等其他政府計畫)。

（三）知識淬鍊

1. 編製個案成果專輯 1 式 150 冊、電子版 1 式。
2. 撰寫個案研析 1 式、電子版 1 式。
3. 針對 102 及 103 年度結案之個案計畫，辦理績效追蹤及效益分析，提出個案績效追蹤及效益分析報告 1 式。
4. 撰寫 5 篇創新知識研析，每篇約 1,500 字。

（四）知識擴散

1. 辦理計畫相關說明會 12 場次（含提案、簽約、期中、期末說明會）。
2. 維護並管理計畫網站，每月發行電子報 1 期。
3. 配合辦理策略合作說明會 5 場；小型商談 5 場。

三、計畫成果與目標達成情形

（一）資源挹注

鼓勵企業研提計畫共計 277 案，經召開審查會 58 場及召聯會決議共核定 82 案(創新營運、整合聯盟)，帶動營業額增加 5.01 億、促成投資 1.01 億，研發人才投入服務創新研發計畫共計 6,45 人次，其中高知識人才含博士佔 9 人、碩士 97 人、大學 379 人，顯見本計畫已帶動服務業之創新動能。

（二）資源整合

本年度已轉介單位共計有：CITD 計畫、中央 SBIR 計畫、地方型 SBIR、創櫃板、馬上辦服務中心、新興育成計畫補助、創新優化計畫補助、產業創新騰龍搶珠計畫、法人輔導、異業媒合等 14 項計畫或單位，轉介達 23 案。

（三）知識淬鍊

編製計畫補助以 8 個創新案列之故事文宣品成果專輯-『翻轉消費』,個案研析-『用創新，翻轉服務思維－三大企業個案解析』1 式、服務業創新研發計畫『績效追蹤及效益分析報告』1 式、創新知識物件(MKC)累積篇幅 6 篇。

（四）知識擴散

透過各項實體廣宣說明會及配合公部門跨部會合作推廣說明會共計 25 場次，與會人員共計 1,233 人次。另虛擬通路的廣宣(電子報 10 期、計畫網站)、FB 粉絲團發佈轉介服務創新相關論壇、活動、課程及案例逾 78 筆專欄文章(含青創資訊 11 筆)，總計觸達 110,985 瀏覽人次。除強化業者對計畫之了解，並邀請過去執行績優之業者分享創新歷程，透過實體活動促使業者持續投入創新研發。

中程計畫：新興科技商業應用體驗環境推動計畫(2/4)

計畫名稱：新興科技商業應用體驗環境推動計畫
計畫網址：http://www.etos.org.tw
執行單位：商業發展研究院
執行經費：30,048 千元

一、計畫目標

藉由新興科技導入，協助商業服務業提升附加價值，擴大既有的服務市場。

二、計畫內容概要

（一） 商業應用環境推動與設計

1.產出可持續維運新興科技商業應用環境規劃，達成新興科技應用於商業環境的建置與創新服務。

2.針對國際上所發展的新興科技，找出在台灣場域缺乏體驗價值的潛在原因以及解決方案。

（二） 商業環境體驗實證示範輔導與推動

1.將台灣場域應用的經驗透過企業內部機制擴散，達成服務業海外輸出的目標。

2.每年產出「新興科技體驗服務推動藍圖」，作為後續推動工作的參考依據。

（三） 國際領先商業應用體驗分析、推廣與擴散

1.透過「國際創新應用交流活動」，提高國內企業與產業整體競爭力。

2.將各年度的示範場域的建置成果透過體驗活動方式推廣。

（四） 計畫整合服務推廣及管考

1.推動輔導補助機制。

2.計畫整合服務與加強推廣。

三、計畫成果與目標達成情形

（一） 新興科技體驗模式研究與前瞻應用分析

1.研析全球新興科技服務產業應用趨勢：提供新興科技未來發展趨勢報告 1 份及臺灣 2016 年新興科技體驗服務藍圖 1 式。

2.蒐集國內外新興科技應用個案：收集國內外新興科技導入之使用案例 60 則。

3.新興科技商業應用體驗模式設計與方法論工具應用：精進服務業科技化導入應用方法論與工具，透過個案、工作坊等活動推廣服務業應用科技化導入手法；分析出 5 項商業應用體驗模式。

（二） 場域建置與體驗環境建構

1.推動服務業者與科技業者媒合與交流平臺：媒合臺灣服務業者與科技業者供需，找出 24 家示範場域與技術輔導案，進行諮詢診斷服務 28 家業者。舉辦顧客旅程地圖服務體驗模式設計工作坊 1 場以上,提供計畫參與業者策略與營運模式建議。

2.推動興科技商業應用示範案例：推動業者建立不同類型之新興科技應用示範案 5 件。

3.新興科技應用示範案例成果展示與擴散：藉由場域徵選機制說明會 2 場，推動實體新興科技商業應用體驗示範場域之建立，建構產業應用價值鏈，並透過示範場域體驗活動 3 場、示範場域成果展示會 1 場,建立創新營運模式行銷擴散機制。

（三） 建構國際合作網路與資源應用

1.邀請國際專家來臺,針對 104 年度獲選案例個別提供輔導「場域內的科技應用與服務設計建議」2 案。

2.以國際服務業業者應用科技服務的創新經驗為主題，辦理國際研討會 1 場次，促進國際交流與合作機會。

3.善用國際網路資源，透過歐洲與美國駐外據點協助，建立與國際交流網絡連結合作案 2 件。

4.參訪國際前瞻服務科技研發單位以及參與國際活動，促進國

際經驗擴散與交流管道，並蒐集國際新興科技應用案例4案。

中程計畫：展示科技應用服務發展計畫(4/4)

計畫名稱：展示科技應用服務發展計畫
計畫網址：http://www.exhibit-tech.org/
執行單位：資訊工業策進會
執行經費：7,933 千元

一、計畫目標

（一）研析產業趨勢：研究產業發展現況與趨勢、國際展示應用案例、價值鏈供需兩端缺口與發展現況，並研擬應用服務推動方向，同時透過電子報與業界分享及交流。

（二）凝聚產業價值鏈：維運實虛整合之交流平台、聯誼會及社群討論區，並藉講座及工作坊等活動，凝聚共識、整合議題與培育人才。

（三）推動應用實證：運用諮詢輔導機制，搭配輔導款進行小規模實證示範，協助業者利用系統化方法投入展示應用服務驗證。

（四）促進國際化發展：以展示科技為題，帶領價值鏈團隊參與國際展會活動，並透過實體交流活動，強化我國展示技術之應用發展。

二、計畫內容概要

（一）推動展示科技於商業應用及新興展示模組之創新應用示範案

以「新興展示模組應用」及「商業空間創新應用」為主軸，利用商業空間應用，推動應用實證，創造常態型展示商機，提升隱性產業的直接具體成效。

（二）掌握展示科技發展趨勢，引領業者參與國際型展會活動

以展示科技為題，設計情境式體驗方案，帶領 10 家之價值鏈團隊參與國際型會展活動，讓展示科技設計實力得以第一線呈現於國際業者面前，提升商機媒合機會。

（三）進行跨業交流與資訊分享，並利用工作坊競賽活動，培育更多

展示科技的新興人才

利用交流網、粉絲頁、電子報等方式，主動分享全球創新案例，並辦理實體交流聯誼活動，及創意工作坊，讓展示科技創新應用服務知識擴散。

三、計畫成果與目標達成情形

（一）整合創新面

1.輔導3家業者透過「臉部偵測、數位刺繡技術」、「球型投影與行動裝置互動、3D數位影像技術」、「地投影結合體感互動技術，進行服務加值，提供消費互動體驗。

2.舉辦創意工作坊，促成15所學校跨校、跨系合作，提出展示科技創意規劃構想及實作，並引動2組團隊成立2家新創公司。

（二）產業經濟面

1.以共創方式廣邀業者針對公共空間或商業空間，以展示科技進行空間活化，引動6家業者提出創意構想，促成3家業者進行建置，促成業者投資額11,674千元。

2.輔導日曜科技以「穿戴式應用解決方案」申請工業局市場應用型計畫之合作資源500萬元。

3.媒合宇萌數位科技及創投進行交流，爭取投資機會，促成宇萌數位科技於上海成立分公司籌備處。

（三）國際交流面

1.安排新加坡及山東商務參訪團參訪103年輔導示範案成果，並親臨現場體驗。

2.整合計畫過往輔導之展示科技應用產品或模組，包含：裸式3D水族箱、IR融合實境虛擬試衣、互動式購物牆、移動式地投影及AR互動童書等，前往新加坡參加IoT Asia 2015展會活動，吸引包括：新加坡自動化協會、HUTCABB公司、印度Aagnaa公司表達合作興趣。

3.持續協助新創公司Future Farm，衍生創造營業額近新台幣3,000萬元，並在菲律賓、加拿大等地設立服務據點。

中程計畫：服務業能源管理與技術輔導計畫(2/4)

計畫名稱：服務業能源管理與技術輔導計畫
計畫網址：http://proj.tgpf.org.tw/DOC/index.asp
執行單位：台灣綠色生產力基金會
執行經費：5,400 千元

一、計畫目標

本計畫之推動策略以能力建構、實質減量及後續擴散等三方面進行規劃：

（一）能力建構部份為透過「商業氣候變遷調適與節能減碳策略研究」以研擬出國內商業調適策略。

（二）實質減量以「節能減碳輔導」為主軸，針對商圈、連鎖企業及物流業業之節能檢測與輔導，並促進服務業能源效率提昇。

（三）後續擴散為「節能減碳廣宣服務」，透過擴大辦理節能減碳人才培訓及加強節能廣宣等模式深入能源用戶，宣導節能減碳觀念與作法，引領商業服務業力行各項節能減碳措施。

二、計畫內容概要

本計畫內容主要為探討商業因應氣候變遷衝擊之調適策略，並針對一般零售連鎖企業進行調適資訊調查，輔導商圈與連鎖企業提出節能改善措施與需求誘因調查，及物流業之節能診斷。辦理節能技術示範觀摩會與綠色人才培訓，以鼓勵企業追求卓越綠色環保商店經營與專業人才能力提升，提供業界參考與學習。計畫工作包括節能減碳策略研究、節能減碳輔導及節能減碳廣宣服務。

三、計畫成果與目標達成情形

（一）節能減碳策略研究

1.完成近年來國內外氣候變遷災害資訊蒐集，作為商業服務業氣候變遷調適策略規劃之參考，藉以編撰「商業氣候變遷調

適認知手冊」1 份。

2.完成 5 處代表性連鎖企業及 3 處連鎖企業營運管理中心氣候變遷衝擊調查及輔導，了解企業對氣候變遷衝擊之應變能力，建立企業將氣候變遷風險納入營運方針。

3.完成美國、日本及我國相關商業服務業節能推動措施彙整，歸納我國推動建議；研擬一般餐飲業與物流業之用電指標參考值

（二）節能減碳輔導

1.完成 5 處商圈共 100 店家節能輔導，發掘節電潛力 68.5 萬度、效益 243.8 萬元，減少 356.9 噸 CO_2 排放。

2.完成 5 處連鎖企業 20 家分店節能輔導，發掘節電潛力 1,566.4 萬度/年、效益 7,900.2 萬元，減少 8,160.9 噸 CO_2 排放。

3.完成輔導 5 家物流中心，發掘節電潛力 80.9 萬度/年、效益 394.1 萬元，減少 421.5 噸 CO_2 排放，以照明改善潛力最大。

4.完成 5 處 ESPC 先期評估，針對欲汰換之照明設備進行改善效益統計，預計可創造 ESCO 產值 1,970 萬元之附加價值。

5.完成 103 年度受輔導用戶調查，用戶希望可持續提供節能技術服務與技術手冊，協助落實節能改善。

（三）節能減碳廣宣服務

1.完成廣宣品製作 USB 傳輸線 300 個及造型迴紋針 500 個；完成編撰餐飲物流業節能技術手冊 1 款。

2.依「政府網站改善計畫」完成網站更新，累計瀏覽人次 1.4 萬人。

3.辦理 2 場次節能示範觀摩會，共計 67 人次參與，提供服務業參與人員學習效仿。

4.完成辦理節能專業人才培訓班共 3 場次培訓 100 人，建立節能減碳專業人才培訓模式，供相關單位參考。

中程計畫：商業服務業發展動能推升計畫(1/4)

計畫名稱：協助商業服務業發展動能推升計畫
計畫網址：http://ciis.cdri.org.tw/
執行單位：商業發展研究院
執行經費：57,019 千元

一、計畫目標

本計畫之總目標為「優化商業服務業經營環境、提升業者面對國內、外競爭下之發展動能」，因此將計畫分為兩個主要方向推動，分別為針對總體面之「商業服務業經商環境優化」及針對各產業之「商業服務業發展推動」，開展出各分項子題，以達成計畫目標。

「商業服務業經商環境優化」分為「政策發展面」、「產業結構面」及「前瞻研究」三個分項，負責掌握產業法規調適、消費趨勢動態變化以及相關國際協定影響等總體面的議題；「商業服務業發展推動」則係以「產業基礎資訊」及「產業驅動面」兩大分項作為主軸，針對個別產業的景氣指標、經營活動及發展趨勢等部分進行全方面分析研究及輔導。為建立商業服務業前瞻性發展與趨勢研究能量，提前評估並引進適合發展之創新觀念與商業型態，於計畫內規劃「前瞻研究」分項；計畫成果之擴散及政策形成則透過「成果擴散及政策廣宣」分項計畫加以實施與推動。

二、計畫內容概要

- 商業服務業經商環境優化

（一）政策發展面

1.閉鎖型公司法規調適

2.公司法、企併法、商業登記法規盤點與調適

3.強化服務業創新與研發能量

4.活化創新資金取得管道及投資抵減措施

5.關鍵人才職能基準建置

（二）產業結構面

1.消費市場結構改變與商業趨勢發展分析

2.區域談判資訊建置評估

（三）前瞻研究與政策交辦

- 商業服務業發展推動

（一）產業基礎資訊

1.商業服務業四大產業分析報告

2.商業服務業十六項產業別經營活動報告

3.商業服務業景氣指標

4.商業服務業年鑑

5.資料庫建置及商業服務業資訊網維運及推廣

（二）產業驅動面

1.批發零售業創新趨勢與升級轉型策略

2.異業整合價值創造協作機制

3.批發零售業科技應用落點與發展規劃

4.批發零售業科技應用量表開發之協作機制

5.產業衝擊救濟與輔導

6.服務業國際化能力指標、診斷與輔導

（三）成果擴散與政策廣宣

1.兩岸現代服務業交流

2.國際研討會及成果廣宣

三、計畫成果與目標達成情形

（一）推動服務業創新及發展有利環境：透過研擬我國公司法修正建議及草案、公司法、企併法、商業登記法、公司法、企併法、商業登記法，推動服務業經商環境優化；完成「閉鎖性公司法規調適」、「公司法、企併法、商業登記法規盤點與調適」、「強化服務業創新與研發能量」、「活化創新資金取得管道及投資抵減措施」、「關鍵人才職能基準建置」5 項研究分析，提出閉鎖

性公司專節法規修正草案、經濟部認定中小企業經營商業服務業從事研究發展活動作業要點、公司法自我交易理論、有限合夥法第 14 條出資比例、公司英文名稱研究、有限合夥法第 27 條第 3 項子法草案暨企業會計準則公報過渡規定之調適、股東權利保護公司法之調適、商品標示第 11 條疑義、禮券定型化契約等 9 項法規調適建議，公司法修正案（閉鎖性股份有限公司專節）於 104 年 6 月 15 日立法通過。並完成零售業門市主管與區域主管職能基準建置 2 式及課程藍圖 2 式，作為人力供需兩端的連結機制，以健全我國商業環境促進商業發展而努力。

（二）建立產業結構優化資訊：透過「消費市場結構改變與商業趨勢發展分析」、「區域談判資訊建置評估」2 項研析，對內建立人口結構、社會變遷、科技化發展與消費趨勢之間的關聯性，進而釐清我國近年的消費結構趨勢與契機，對外掌握區域貿易協議現況，建構我國商業服務業於 FTA 談判的資訊，並提早洞察國內市場脈動，並利用地理資訊系統，以視覺化方式呈現地方的家庭消費型態動態演變過程及我國家庭消費型態在空間上整體形態的變化之「我國家庭收支 GIS 圖層」及「家庭消費型態空間分布概況資料庫」各 1 式，以因應市場需求轉變，以內外兼顧方式，來促進我國商業服務業發展，優化我國商業服務業環境。

（三）建構商業服務業發展關鍵能量：提供國內外服務業相關統計數據蒐集、新聞資訊與產業分析報告、國際資訊、及台灣法規相關資訊；完成建構「商業服務業資訊網(CIIS)」充實資料庫產業動態資料超過 60 萬筆，每月發布 2 期電子報，發送對象超過 20 萬人；針對批發、零售、餐飲與物流四大產業進行現況、重大議題與未來趨勢進行探討，更提供主要競爭對手及目標國資訊，使業者提早布局及了解未來產業變化；進行整體服務業及 15 項服務業分業別進行 2013-2013 經營活動資料蒐集與分

析，以了解整體服務產業之發展現況與變化；另每月發佈「商業服務業景氣指標」，深入批發及零售業、運輸及倉儲業與住宿及餐飲業之產業景氣調查及分析，協助業者掌握產業發展脈動；彙整出版「2015 年商業服務業年鑑」，協助企業進行產業分析、瞭解產業的發展，以達成促進服務業優質發展的目標。

（四）掌握商業服務業發展驅動力：鑑於國際經濟環境變遷快速，商業服務業發展牽動我國產業發展方向，面對全球化經濟競爭浪潮、區域經濟的加速整全，必須運用創新發展、科技化及國際化的思維來調適產業發展政策；完成「批發零售業創新趨勢與升級轉型策略」、「批發零售業科技應用落點與發展規劃」、「產業衝擊救濟與輔導」、「服務業國際化能力指標」4 項研究分析；建立「異業整合價值創造協作機制」及「專家協作機制」，協助業者透過與專家及其他業者的交流，掌握趨勢與商機、提供可靠且有用的專業知識、激盪可能的創新想法與經驗；發展中小型批發零售業科技應用落點分析工具 1 式，包括企業科技應用準備度分析量表與企業科技應用狀態索引，作為業者發展規劃科技應用之參考方針；研擬「因應貿易自由化產業調整支援方案」，做為政府協助商業服務業者降低貿易自由化過程中所遭受之損失，以提振業者向上推升之動能。

（五）前瞻研究：完成「社會企業促進發展與提升之研議」、「新興形態服務業分析」、「前瞻我國商業服務業薪資與勞工議題」等 3 項前瞻研究。

（六）成果擴散與政策廣宣：完成辦理「第三屆(2015)兩岸現代商業服務業合作發展會議」1 場，會議聚焦於連鎖加盟、跨境電子商務、商貿物流、租賃服務、兩岸商業服務業政策措施說明等商業服務業發展議題進行交流。完成辦理辦理北、中、南成果發表會 4 場，計 571 人次與會。

第四篇　成功輔導案例介紹

計畫名稱：商業服務業科技化與國際化發展計畫

輔導措施：行動商務虛實行銷服務模式實證

廠商名稱：震旦行

示範性質：導入行動電商虛實整合行銷

產業需求及面臨問題：

一、 震旦行過去以實體店為主要銷售通，銷售的產品以手機 3C 週邊商品為主。隨著競爭愈來愈激烈，管理成本愈來愈高，毛利愈來愈低，希望能藉由電子商務提昇業績及營業額，並接觸到新的潛在客群。

二、 震旦行想開發的電子商務並不希望只是將實體店的商品原封不動的搬到電子商務，而是希望能有所區隔，甚至是提供更加值的服務，但是卻沒有人力去開發新商品。

三、 未來震旦行有跨境電商的需求，希望能提供進入中國等跨境市場的分析與建議，以作為未來營運上的策略擬定參考。

輔導重點：

一、 導入行動電商平台

提供給震旦行完整的行動電商整組解決方案，並由震旦行自行決定電商品牌為「速購網」從行動官網 APP 到金流與電商後台（含交易數據分析），不需要增加額外的人力及成本，即可馬上與電商市場接軌。

二、 導入商品

經由禾多導入食衣住行育樂等上千樣商品豐富其電商網站，銷售人員立即就有上千樣品可以販售，無需專人再行開發商品。銷售人員只要成功銷售任一件商品即可分潤。

三、 導入電商諸葛亮跨境商情分析平台

震旦行目前除於國內市場銷售商品外，同時亦針對未來進行跨境銷售進行評估，因此協助震旦行導入使用資策會開發之電商諸葛亮商情分析系統，透過平台取得中國市場情報資訊，以瞭解目前大陸電商市場零售商品的銷售現況，以作為進軍中國進行跨境銷售的重要參考依據，未來亦將以此為目標持續輔導震旦行進行跨境市場開拓，擴大市場機會。

執行效益：

一、 下載次數:自 10/5~11/30 日止,速購網下載次數已突破四萬次，名列購物 APP 第 15 名。

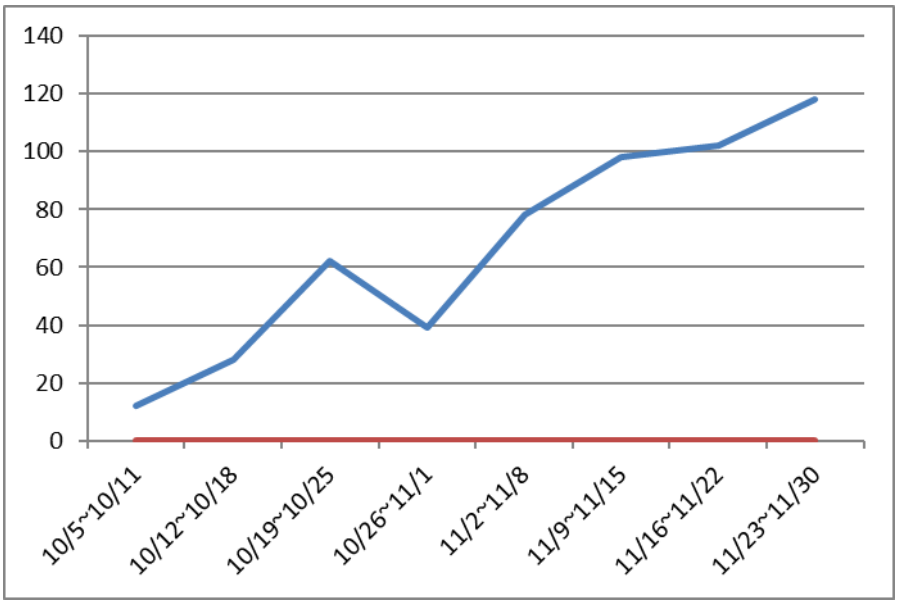
二、 交易件數:自 10/5 開始至 11/30 為止,已成功交易 537 筆訂單。

三、 營業額：以每件交易客單價平均$625 計算，共創造了$335,625 的營業額，相當於一個實體店月營業額的 15%~20%。

四、 轉換率：相較於一般電商的轉換率 0.4%，速購網的轉換率約 1.1%，將近三倍。

五、 協助廠商註冊電商諸葛亮商情分析平台，藉以瞭解中國跨境市場資訊，做為下階段跨境經營的策略參考依據。

震旦行行動電商網站及 APP



從 10/5 開始至 11/30 為止，已成功交易 537 筆訂單。

速購網的安卓系統下載次數已名列購物項目第 15 名，下載次數已超過四萬次。

計畫名稱：華文電子商務科技化與國際化計畫

輔導措施：推動我國平台至東南亞落地經營

廠商名稱：耐德科技(shopping99)

示範性質：國際接軌

產業需求及面臨問題：

公司初期以國內市場為主，2013 年開始希望拓展鄰近的東南亞市場，但對當地商情、法令、物流及通路等不熟悉，需要計畫協助。

輔導重點：

一、 協助拓展馬來西亞市場:協助業者於 2014 年建立與馬來西亞最大電子商務平台 Lelong 之橋接合作，同時與當地物流業者 iSiSlogestic、商品導購業者 Cari 等進行串接，2015 年更進一步輔導業者在馬來西亞自建英文平台且設立營運據點進行營運(my.shopping99.com)。

二、 協助拓展菲律賓市場:協助業者於 2014 年至菲律賓自建英文平台且設立營運據點進行營運(ph.shopping99.com)，並與當地連鎖通路業者 TID 集團及相關金物流業者合作。

執行效益：

一、 對公司效益：協助業者成功進入東南亞市場，目前海外營收年增數千萬並高度成長，未來可逐步複製經驗拓展越南、泰國等東南亞市場，朝成為東協最大的年輕女性購物網站之目標邁進。

二、 對產業帶動影響：東南亞市場之電子商務發展尚在起步，當地較無壟斷市場之平台業者，因此藉由臺灣平台落地經營後，可帶動相關金物流、與臺灣網路商家等抱團進入，並提供統整服務，達成以平台大帶小之輸出模式。

shopping 99 在馬來西亞自建平台，帶動臺灣美妝保養品業者銷售

計畫名稱：電子商務交易安全推動計畫

輔導措施：「輔導業者導入 CNS 27001」工作

廠商名稱：冰河森林數位科技有限公司（以下稱冰河公司）

示範性質：創新模式與改善流程暨國際接軌

產業需求及面臨問題：

一、 公司業務起飛，內部資訊安全迫切需求

冰河公司為國內中小型電商業者，經營民宿入口網及玩具網路販售業務，因業務大幅成長，公司資訊安全風險相對提升，104年接受商業司輔導，期望提升公司內部資安作為。

二、 國際接軌資安要求

104年因業務拓展國際，國外業者要求冰河公司需有資安證照，期望藉由資策會協助，順利拓展國際市場。

輔導重點：

一、 公司資安現況評估。

二、 資安教育訓練。

三、 輔導導入 CNS27001 資安管理制度並協助取得 CNS27001 國際資安證照。

執行效益：

一、 資安管理制度符合度由輔導前 30%提升至輔導後 100%。

二、 冰河公司接受資策會輔導 CNS27001 導入後，自費委請第三方評鑑單位，於 104 年 12 月順利通過評鑑，取得國際證照。

三、 因取得資安國際證照，資策會間接協助冰河公司順利與美國 PriceLine 集團能持續進行合作洽談，成功拓展國際商機。

ISMS 系統的系統導入，源於今年 2015 年的經濟部的資安導入補助案，冰河森林數位科技股份有限公司在重重競爭中獲選為今年的資安 CNS/ISO27001 認證導入廠商由軟協與資策會協助執行指導。

從 2015 年六月底，我們確認獲得導入補助後，七月起就開始了一連串不間斷的教育訓練以及規範導入過程，以一個中小型的網際網路企業，且已經習慣以節省資源方式運作的一個組織，在導入過程中不只遇到公司原定專案被迫 DELAY，也發生由於管控確認內容變更，以及必須臨時暫停與櫃買中心輔導的內規內控輔導協助；在有限人力下，雖備感糾結與需要耗費大量時間溝通，我們公司仍然排除萬難於 10 月底完成了 ISMS 輔導，這其中發生工程部門處理資訊人力不熟悉、參與的人力變動、機房的轉出需求準備工作、以及其他許多非計劃內的狀況，雖然變動在一般企業是常態，但也對應了產業界在面對資安挑戰時，我們需要具備的應變力以及配合政策寬緊上布局的常態彈性。

我是專案主持人，但是同時之間兼具公司負責人，許多時刻除了必須掌握公司內各種態勢，也必須要出外面對代表公司應對榮榮碌碌；雖然本身具備 IT 背景以及足夠的資安產業知識，但是在企業內部的管理上，總是難免會百密一疏，導入 ISMS 對我們公司來說，其實對我們公司工作者來說具備巨大的助益；一般在管理上，透過 PDCA 進行監管與推動前進並不是困難理解或是特殊的學問，但是在經營者層級上我們所認知的，畢竟不容易有效的傳達教導以及上行下效；在專案管理的範疇中有許多項目與公司治理的基本觀念範疇是一致的，但是這次資策會的顧問在整個導入過程中，雖然大多數都在我可以理解的範圍內，但是我也看到了接觸國際旗艦等級雲端架構與物聯網時代的串接，其實也具備重大的資安需求與管理哲學需要被溝通，這是我之前沒有想過要給與工程單位同仁適當教導的項目，經過李顧問協助後猛然點醒，才知道我們公司與國際級大企業公司的串接接軌時運作方向，只要有接觸到交易與金流就會有個資與誠信審查流程需要被檢核，這領域在國際上的標準要求以及管控上的精準度是更為嚴苛的。

ISMS 導入期間，剛好有發生國際串接廠商有要求本公司必須要導入完畢 PCI-DSS 資安認證，才有辦法繼續提供給我們公司直接的客戶端機敏資訊。這也許是巧合，或者是注定，偏偏在我們希望可以通過資安 27001 認證時才發生此事，在在證明了國際雲端機制上的資安要求，並且讓本公司與國際的競爭對手拉開距離。我也深刻相信，資安認證在未來也必定變成國內廠商與企業領導人在引領企業邁向全球時，需要面對的不可避免課題。為開啟了我們公司為了長久在網際網路國際服務上持續耕耘，必須要種下紮根深刻的果實，才可期待未來成為雲蓋廣蔭的擎天大樹。

在資策會李顧問協助過程中，許多事情照樣發生，今年是我們公司大幅度曝光的一年，由於我們公司由於是國內新創產業中很少數以旅創與電商雲端整合服務脫穎而出的廠商，因此與資策會、北市產發局、經濟部、交通部、金管會與多個公協會或

團體均多有互動，所有接觸到的廠商與公部門或私領域先進，均對本公司期待甚深；多數人聽到我們正做 ISMS 導入與預定認證 CNS/ISO27001 均保持正面看法。國內導入相關輔導與認證的廠商也許不能算多，但是政府若能有效推動，促進全民資安教育與觀念上的提升，相信在不久的將來後，台灣必定可以從科技島升級為資安雲端網路島，引導世界創新前進，成為亞洲與世界上最值得信任的創新型網際網路產業的巨擘。

網路無國界，資安在人心。
領略了千百寒暑的奮鬥卻仍簞瓢屢空，就應停止掘地三尺而自限，放寬格局以展顏；振奮紮根，步步為營，逐圖進取，以信為立。
信任，來自於安全。安全，來自游刃有餘的防禦能力與管控能力。
我是喜愛研究科普的人，我想，如果在這宇宙有同步時空，我如果能看的到我們沒有導入資安的冰河森林，那該是怎樣的一個窘迫模樣!!!
今天，我們已經看不到過去我們公司未導入資安前的似懂非懂；增加的是，在輔導 ISMS 後的冰河森林數位科技，正走向摺疊時空奇異點後的不可知美麗新未來。
謝謝經濟部；謝謝軟協與資策會，謝謝李顧問；更謝謝辛苦的公司各部門配合導入的夥伴以及資安官 MELANIE 黃淑綾小姐。
因為你們的協助，更因為資安管控與認證的導入順利，且將讓我們的企業更加地接近卓越。我對一切感到無比的感恩，我對所獲得的一切充滿熱盈的感謝。

冰河森林數位科技股份有限公司
總經理　李健輝

冰河公司李健輝總經理來信感謝商業司之協助及資策會之輔導

計畫名稱：電子商務雲端創新應用與基礎環境建置計畫

輔導措施：協助業者發展創新行動應用

廠商名稱：時間軸股份有限公司

示範性質：特色加值

產業需求及面臨問題：

一、 成立之初為網路聯播平台，推出以時間軸來訂閱 RSS 內容的好時光貼曆，曾創造單日 1,500 萬網頁瀏覽量。中期轉型 APP 開發，提供品牌 APP 設計製作及行銷，如可口可樂、爭鮮迴轉壽司、全家便利商店等。 2013 年遠傳電信投資後，開發自有品牌 APP，如巷弄美食地圖，並於 2014 年陸續推出 Qbon 行動優惠廣告聯播平台，以及全新的電商品牌 friDay 購物。

二、 過去時間軸以 APP 開發及行動廣告見長，如何在激烈競爭的電商領域中更進一步，時間軸從提供消費者購買服務的角度，分析臺灣電商市場可區隔為傳統零售、網路購物(PC 端)、行動購物(手機端)，時間軸為新興進入業者，經營重點應切入以行動裝置為主的行動購物。

輔導重點：

整合平板行動裝置與新媒體創作平台，藉由主題式的策展企劃包裝商品資訊，並結合行動購物功能，吸引消費者閱讀、建立觀念、進而引導購物，成為新的行動內容電商模式。

執行效益：

一、 提出策展型電商的概念，結合行動購物 APP 與網路達人的品味與推薦，期能透過便捷的瀏覽動線與設計，往行動商務、行動應用、數位內容等三大面向發展，為消費者創造好買、好逛、好好玩的網路消費體驗。

二、 購物前先透過搜尋引擎輸入關鍵字→瀏覽論壇討論或使用者心得→進行網路比價→作出購買決策，已是消費者常見的網路購

買行為模式。策展型電商整合主題達人撰文及關聯商品推薦，則是縮短了消費者的搜尋推薦文的時間；從閱讀行為中，讓消費者對商品產生理性思考與感性影響，即使未立即購物，也會留下此平台擁有達人建議的潛在印象，成為消費者未來再次造訪的種子。

三、 網站平台的版面規劃與視覺設計較易落實策展型的概念，但行動裝置的尺寸較小，操作方式也異於電腦，並有作業平台上的差異，包含 Android 及 iOS 等。如何讓消費者在行動裝置上觸碰 APP，就彷彿進入一個內容編排精美的網站，背後可整合跨平台的內容產製技術，例如 AppCross，將更多時間投入在主題與商品的呼應，達到理性與感性並陳的購買說服效果，使消費者在情境導引的過程中，產生消費動機，並進而引發購買行為。

時間軸整合平板行動裝置與新媒體創作平台推出策展型電商-選物誌

計畫名稱：以服務加值再造生活服務業競爭力計畫

輔導措施：傳統產業賦予新生命-洗衣 O2O 智能 App

廠商名稱：衣貝潔有限公司

示範性質：創新模式與改善流程暨特色加值

產業需求及面臨問題：

一、 洗衣產業

（一）傳統單店洗衣業者行銷資源少，經營方式多被動等待顧客上門

（二）消費者取衣時間不固定，使得店內送洗衣服庫存成本增加

（三）洗衣業者在服務完成後無法掌握消費者隱性抱怨

二、 消費者

（一）習慣性在網路上搜尋洗衣店家位置與評價，沒有一個專屬洗衣的查詢管道

（二）洗衣服務多為親自前往店家送/取件，便利性不夠高

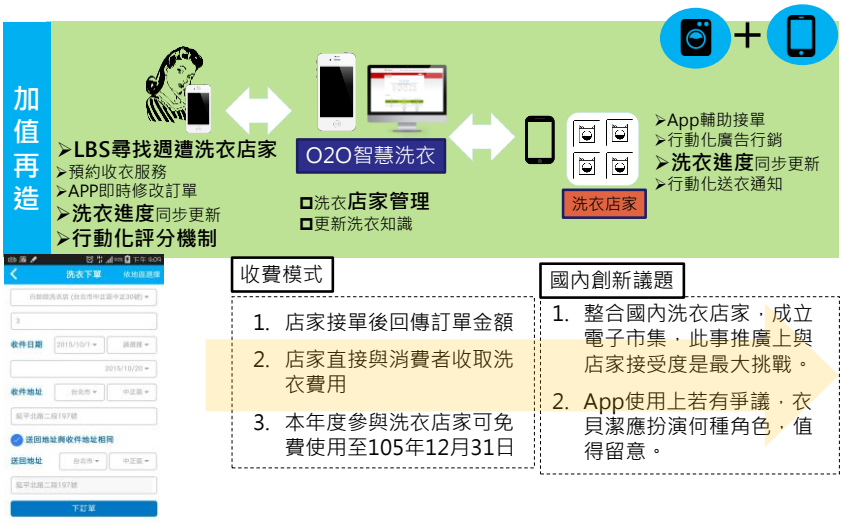
輔導重點：

輔導洗衣產業建立「洗衣電子市集」，完成「洗衣 020」服務建置，透過電子市集讓洗衣店家資訊上架至「洗衣 020」平台，同時可自主發送行銷訊息給店內會員，強化單店行銷。此外，亦透過行動應用，讓消費者可隨時下單，與店家聯繫到府收/送衣時間，提供更便利的洗衣預約服務，同時也因為設定取衣提醒功能，大幅降低洗衣店家庫存率。

執行效益：

凝聚傳統洗衣單店成立電子市集，店家可透過 App 自主發送優惠訊息給會員，服務上線不到 2 個月的時間，已成功吸引全台 5%洗衣店家(300 家)導入洗衣 020 服務，且已有消費者下載並體驗洗衣預約服務次數達 7,700 次。

衣貝潔_全國洗衣電子市集



洗衣 O2O 服務示意圖

成果發表會

(商業司張峯源專委、TCFA 洪雅齡秘書長體驗洗衣 O2O 服務)

計畫名稱：網路社群創新型服務發展計畫

輔導措施：IDEAS Show+蝴蝶計畫

廠商名稱：異域科技股份有限公司

示範性質：創新模式與改善流程暨國際接軌

產業需求及面臨問題：

一、創業資金不足

二、募資技巧

三、國際化發展

輔導重點：

一、4 場次業師媒合會

透過育成訓練，提升國內網創團隊能量，並藉由競賽與交流平台，輔導團隊上台發表，進而獲得創投媒合機會，提高新創網路服務存活率，強化網路產業環境。

（一） 第 1 場

1. 時間：7 月 15 日
2. 地點：民生科技大樓(台北市民生東路四段 133 號 14 樓)
3. 人次：16 組團隊

（二） 第 2 場

1. 時間：8 月 21 日
2. 地點：民生科技大樓(台北市民生東路四段 133 號 14 樓)
3. 人次：12 組團隊

（三） 第 3 場

1. 時間：9 月 25 日
2. 地點：民生科技大樓(台北市民生東路四段 133 號 14 樓)
3. 人次：11 組團隊

（四） 第 4 場

1. 時間：11 月 6 日

2. 地點：民生科技大樓(台北市民生東路四段 133 號 8 樓)

3. 人次：5 組團隊

二、30 小時創業課程

30 小時創業講堂，平均參與者 66%為創業中之創業家、約 50%為創業 1-3 年之創業者、15%係已創業 3-5 年之創業家。總共培育創業團隊 224 人次，平均每次約 20 人參與，參與公司或團隊共 25 家。

日期	類別	時間	名稱	講師
8/1(六)	國際募資	0900-1200	投資案源分析 －新創公司投資評估與財務分析	如海投資(股)公司 黃凱祥財務經理
8/1(六)	國際發展	1300-1600	海外架構介紹 (中國大陸/其他國家)	美商中經合集團陳儀雪合夥人
8/1(六)	國際募資	1600-1800	國際創投介紹	英屬開曼商豐盛資本秦人駿副總經
8/13(四)	國際募資	1830-2130	IPO 之路	前小米科技喻銘鐸財務長
8/29(六)	國際發展	9000-1200	英文簡報技巧與實戰演練	林大班 POWER FOR POINT 共同創辦人
8/29(六)	國際行銷	1300-1500	國際行銷發展與開拓－國際行銷之各國文化差異	Garage+業師夥伴楊志偉
8/29(六)	國際募資	1500-1800	如何募資到國際資金&談判技巧	Fortune Securities Inc., USA 李尚倫 Managing Director of Asia Pacific
9/12(六)	國際行銷	0900-1200	國際行銷決策步驟 －如何準備走向國際	宇柏資訊 (股)公司秦玉玲董事總經理
9/12(六)	國際募資	1300-1500	國外加速器介紹 －如何進駐國外加速器	Cubie Messenger 共同創辦人程希瑾
9/12(六)	國際發展	1500-1800	商務書信溝通	POWER FOR POINT JOY Huang
10/1 (四)	國際募資	1830-2130	Demo Pitch 演練	祥峰創投章慶誠總經理 RZ Group 副總戴秋華 Pinehurst Advisors Tiffany Wu

執行效益：

一、業師媒合會

業師媒合會-1

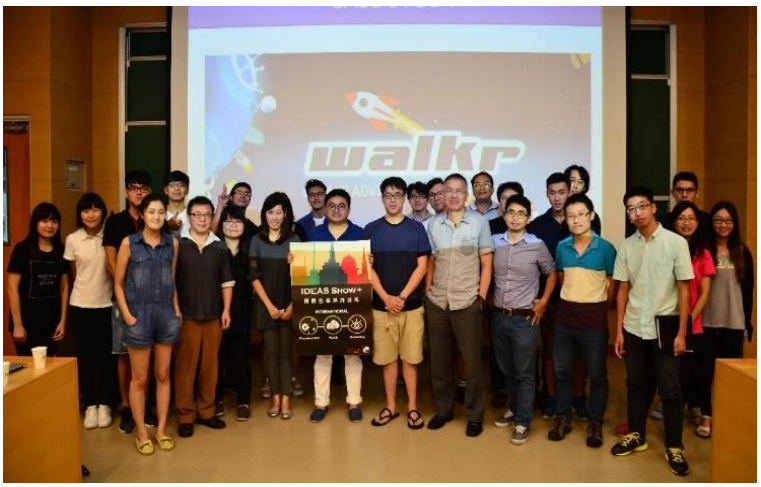
業師媒合會-2

業師媒合會-3

二、30 小時創業課程

創業課程-1

創業課程-2



創業課程-3

計畫名稱：供應鏈重整之物流推動計畫

輔導措施：供應商共用「多點庫存整合與物流服務系統」建置與營運

廠商名稱：締盟股份有限公司

示範性質：創新模式與改善流程、多點庫存整合與物流服務系統

產業需求及面臨問題：

一、 臺灣供應商處於弱勢，知名通路上架困難（品項數不足、品牌度不夠、合約與上架管理複雜）。

二、 多通路檔期銷售活動，需承受多點庫存壓力。

三、 多通路商業模式不同，庫存類別與管理方式複雜度高。

四、 面臨未來跨境電商銷售之潛在庫存風險。

輔導重點：

一、建立檔期活動銷售與運籌協同模式：針對臺灣供應商商品，提供多通路檔期活動規劃與銷量預測，進行供應商倉庫多點庫存調配與供補貨協同服務，與進行多通路訂單整合與共同配送機制，促成國內供應商多通路銷售之銷量增加與營收成長。

二、建置多點庫存整合與物流服務系統：針對臺灣供應商面對多通路之檔期活動銷售與運籌協同作業，發展多點庫存整合與物流服務系統（功能包含：產品管理、通路管理、運籌協同管理、銷售協同管理等），並進行實務作業與應用，以支援供應商商品供應網實多通路之檔期(非常態性)銷售模式，促進供應商之流通銷售交易最大化。

三、協助推廣與供應商應用：運用系統推廣服務網站與社群進行招商，並且舉辦招商活動、服務模式推廣與案例分享等相關研討會議，招募供應商與通路商。舉辦檔期銷售活動與物流整合系統導入之教育訓練，具體說明國內多通路銷售物流服務與系統運作流程及各廠商導入方式、配合事項與導入成效評估等作業，擴大營運市場。

執行效益：

一、量化效益

KPI 值		執行前	104 年目標	104 年達成
締盟公司	增加物流相關業務收入(包含通路上架與行銷委託服務與物流服務)	800 萬元	2,000 萬元	2,241 萬元
	參與檔期銷售活動之上架產品品項數	200 品項	500 品項	772 品項
商品供應商	檔期銷售活動銷售金額	3,000 萬元	6,000 萬元	13,581 萬元
	導入多點庫存整合與物流服務系統家數	0 家	200 家	304 家
通路業者	參與網實多通路檔期活動之家數	0 家	500 家	709 家
第三方物流業者	投入本計畫物流服務業者	0 家	3 家	3 家
其他效益	增加就業人數	-		11 人
	增加物流業民間投資金額	-		520 萬元
	增加產業企業投資金額	-		2,035 萬元

二、非量化效益

（一）產業之效益

1.協助供應商參加通路之節慶檔期活動(如：中元節、中秋節、周年慶、雙 11 光棍節)，以及通路自行舉辦之檔期銷售活動，引導中小型業者以通路業者期望的操作方式參與檔期銷售活動，快速增加產品銷售量。

2.供應商為配合通路銷售與流通運籌作業，促使上游系統與多點庫存整合與物流服務系統資料串接，進行物流、商流整合，提升廠商流通 E 化作業能力。

（二）企業之效益

1.與流通服務企業，如攝影、包裝、物流宅配等企業形成檔期銷售活動流通運籌服務價值鏈，提供供應商相關服務；並與供應商建立合作，透過系統將供應商部分庫存空間串聯起來，成為外部動態庫存，並配合通路需求，統籌供應商多點庫存之出貨作業，舒緩旺季銷售爆倉問題。

2.依據過往檔期銷售數據、各通路店長提供各店銷售目標與通路商企劃與產品經理告知檔期活動企劃與內容，協助供應商做好產品規劃與預估銷量，並做好活動執行前期籌備工作，形成檔期銷售活動供銷協同作業模式。

（三）物流業之效益

增加多家供應商參與檔期銷售活動，帶動供應商產品銷售量，以及發展供應商多點庫存整合服務，因而大幅增加銷售檔期活動期間之物流服務需求，創造物流業者營收。

協助供應商商品進店陳列販售

協助供應商商品上通路貨架

協助供應商商品進通路總倉

計畫名稱：商業服務價值提升計畫

輔導措施：weGoLuck 2.0 全球貿聯網「B2B2C 微跨境商務營運服務推動計畫」

廠商名稱：聚豐全球（股）公司

示範性質：跨領域整合、創新模式與改善流程、國際接軌

產業需求及面臨問題：

我國的製造產業採聚落型態分佈居多，規模屬中小型企業(微型企業),具有優良設計水準、良好服務品質以及具彈性的高生產能力，但因為缺乏自我行銷能力與銷售通路，多數流於代工製造，更深陷微利時代。

為了使臺灣中小型業者能真正走到國際市場、縮短通路鏈結並提升出口利潤，聚豐全球公司打破傳統的國際貿易型態，以精簡的貿易供應鏈，讓臺灣中小型業者透過本計畫建構之「weGoLuck 2.0 服務平台」，直接與美國在地電商接軌，協助臺灣中小型業者發展跨境 B2B2C 商機。

輔導重點：

（一）臺灣服務據點：建構「weGoLuck 2.0 全球貿聯網」一站式服務平臺，成功提供國內 12 個產業、合計 127 家中小型業者（製造業者及貿易商）海外市場商情、最適化商品品項（商品策略行銷白皮書）與定價分析（即時調價系統）等服務；並聯結海空運業者、國際快遞業者及報關業者，協助處理國際物流作業(含物流成本最佳化分析)，使前述中小型業者得以快速掌握海外市場需求及擇定最適物流配送方案，成功於美國 eBay 及 amazon 等電商上架，並降低開發海外新市場的成本與風險，進而成功擴展跨境電子商務新商機。

（二）美國服務據點：設置在地倉儲中心並聯結美國在地貨運業者，商品直接由在地倉儲出貨，降低美國消費者等待時間。並設立客服中心與市場行銷服務中心,協助臺灣中小型業者處理在地行銷與客服務事宜，及蒐集美國在地市場商情。

執行效益：

一、對臺灣中小型業者之益處

（一）協助國內中小型製造供應商找到利基商品

1.利用商品策略行銷白皮書，針對 90 天銷售、市場競品、建議售價等進一步分析，協助國內中小型製造供應商找到利基商品，並且可以快速上架。

2.提供專人顧問諮詢服務，輔以訪談提供中小企業自我檢測，進一步指導中小型業者的商品上架策略。

（二）協助國內中小型製造供應商找到最適訂價策略

新增空運選項（空運 7 天/最小批量 30 pics），並透過平臺計算物流遞送策略及成本試算後，挑選最佳的遞送方式，為供應商提供更好的價格擬定策略。

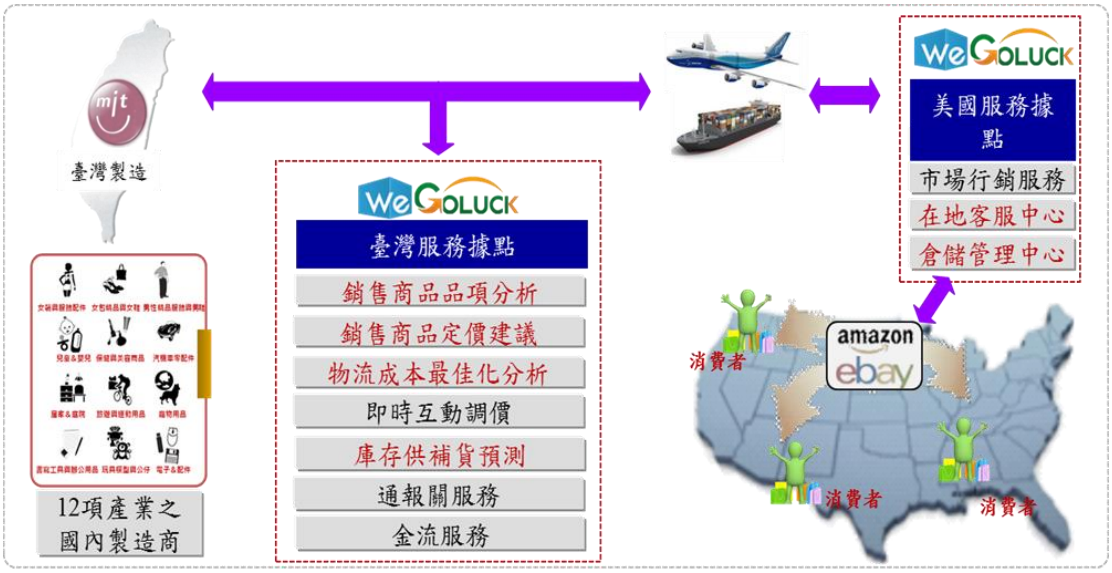
（三）協助國內中小型製造供應商即時反應市場變化

1.提供優化的即時調價系統，輔以顧問諮詢指導，讓供應商易於了解獲利模式。

2.提供一站式跨境商務服務平臺，整合境外電商相關業者組成聯盟，提供完整服務（包含實體、虛擬），讓上下游廠商都可找到利基商品及獲利模式，形成跨境商務服務的媒合平臺。

二、主要執行績效：

提升國內小型製造批發商於美國 amazon 及 ebay 之上架率達 30%，降低每件小批量商品之平均出口物流成本達 10%以上，並使整體服務滿意度達 95%以上。



聚豐全球公司 weGoLuck 2.0 全球貿聯網服務模式圖

計畫名稱：商業服務業智慧化共通應用推動計畫

輔導措施：網路 easy 購

廠商名稱：遊遍天下實業有限公司

示範性質：創新模式與改善流程

產業需求及面臨問題：

一、市場競爭激烈

台灣在成衣製造代工技術與品質成熟，機能性服飾市場不論品質與價格都逐漸趨向產品同質化的激烈競爭。

二、消費市場需求

遊遍天下需要發展品牌獨特的差異化價值，將「時尚」結合「機能」之設計為主流，依照消費市場需求與缺口從事產品設計。

三、降低庫存壓力

結合實體與虛擬通路，訂出完善的行銷計畫與產品訂量，以多元通路管道以降低庫存壓力。

輔導重點：

一、智慧化創新輔導

透過智慧型手機行動裝置，與使用者的採買行為互相串連，強化 APP 應用程式，發送氣象通知，帶給消費者不同傳統行銷的體驗服務機制，並將臉書內崁膜組織社群行銷應用工具，連接官網開拓網路商機。

APP 應用程式 GPS 定位將虛擬通路引流至實體店面，由 Beacon 定位追蹤接近實體店面範圍，進入門市後手機 APP 推播「機能性品項」；企業可結合「線上網路」對應到「線下實體」，透過「O2O」經營模式，讓網路購物時實體化，將虛擬通路與顧客整合。

二、智慧化應用說明

透過 APP 精準掌握消費者與問卷管理服務以及主動推播功能，兌換管理服務持續吸引消費者的注意，透過與官網之間的連結，刺激

消費購買行為，創造高營收。消費者由 APP 顯示門市地圖，至羽絨衣觀光工廠試穿與選購，利用展場導購服務，將科技化系統導入營運管理，提升與顧客接觸的廣度及深度，讓全家人的羽絨衣都在遊遍天下，並穿著遊遍天下服飾遊遍天下。

而整體品牌行銷及科技化應用整合部分，包括官方網站、科技化行銷服務應用 APP 、官方 Facebook 粉絲專頁等。透過資訊科技運用輔助實體通路顧客服務的過程，提升消費者對遊遍天下品牌機能性服飾的專業形象。透過科技化行銷服務應用 APP 建置提升品牌能見度，並可以增加與顧客互動機會。而由 APP 推播及 Facebook 的經營，定期分享新產品活動及訊息，提升品牌知名度及開拓新客源。

執行效益：

關鍵績效指標	輔導前	輔導後
智慧化應用服務提升之產值（單位：元）	1000 萬元	1800 萬元
智慧化應用服務降低之成本（單位：元）	200 萬	380 萬
智慧化應用服務之利潤提升（單位：元）	750 萬	926 萬
智慧化應用服務之帶動就業人次（單位：人）	2 人	10 人
自訂可反應計畫績效之指標（單位：元）	1000 萬元	1800 萬元

遊遍天下實業有限公司品牌 APP-網路 easy 購

遊遍天下實業有限公司　網路 easy 購-服務情境

計畫名稱：推動保鮮溯源物流服務計畫

輔導措施：城市場域之機車冷鏈快遞服務模式

廠商名稱：慕渴股份有限公司

示範性質：創新模式與改善流程

產業需求及面臨問題：

慕渴股份有限公司成立於 2015 年初，其品牌為鮮乳坊，創始人是一位在全臺 10 個縣市、30 座牧場出診，守護超過 6,000 頭乳牛健康的乳牛獸醫師，透過募資平台發起「白色的力量：自己的牛奶自己救」專案而募得創始資金，協助國內酪農小農建立自有品牌，並以無成份調整的加工方式生產鮮乳，藉由鮮乳坊—小農鮮乳直送平台銷售鮮乳品。

慕渴公司所銷售之鮮乳，因無成分調整、無添加物，是對溫度極為敏感的天然產品、且僅有 12 天有效期限，迫切需要高品質、高效率、低成本之城市冷鏈物流系統。

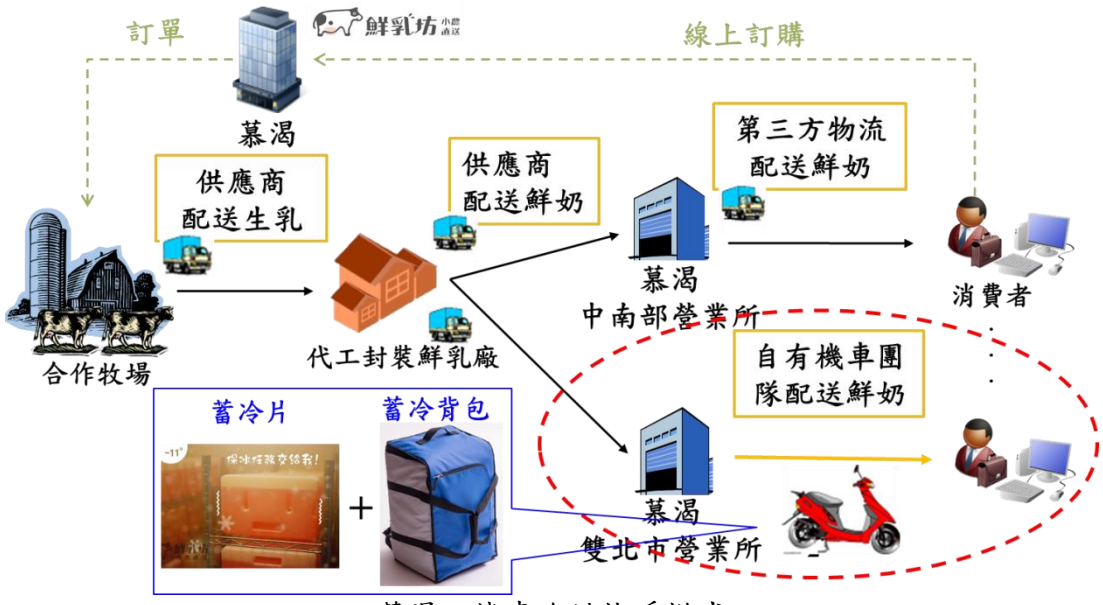
輔導重點：

訪談慕渴公司之產品冷鏈物流需求，針對其產品天然、無成分調整、無添加物之特性，建立以高機動性機車搭配保鮮監控技術之機車冷鏈快遞服務，達成短程配送、少量商品裝載與機動性高之保鮮運配能力。

執行效益：

一、專為雙北地區(臺北市、新北市)地區之配送，導入冷鏈機車配送模式(B2C)。從今年 5 月開始營運至今已配送超過 20 萬瓶鮮乳、服務之商品總價值約 1,500 萬元。

二、以保鮮與監控技術確保機車載具配送鮮乳品之品質。



慕渴之機車冷鏈快遞模式

慕渴之機車冷鏈快遞驗測照片

計畫名稱：低溫物流國際化發展推動計畫

輔導措施：低溫品轉運與分撥之服務驗證

廠商名稱：政陽貨櫃汽車貨運股份有限公司及其於廈門之子公司—廈門正暘物流有限公司

示範性質：創新模式與改善流程

產業需求及面臨問題：

一、兩岸冷鏈貿易在政府與業界的推動下，近幾年快速的成長，臺商正暘物流具有跨境低溫產品物流配送之能力，成為許多臺灣業者選擇配合的物流業者。

二、生鮮食品效期短，容易因為物流處理不當或是保存不當而失溫腐敗，對於傳統的物流業者而言是一個全新的考驗。正暘物流近幾年來，一直關切冷鏈物流的服務品質提升，積極投資冷鏈物流設備，包括低溫倉儲、低溫配送車、冷凍設備及器材等。

三、目前中國大陸在末端通路的冷鏈物流能力不足，未來正暘物流將持續突破低溫品流通之瓶頸，提升臺灣生鮮食品外銷之機會與品質，並期望以創新的冷鏈物流模式爭取更多的服務機會。

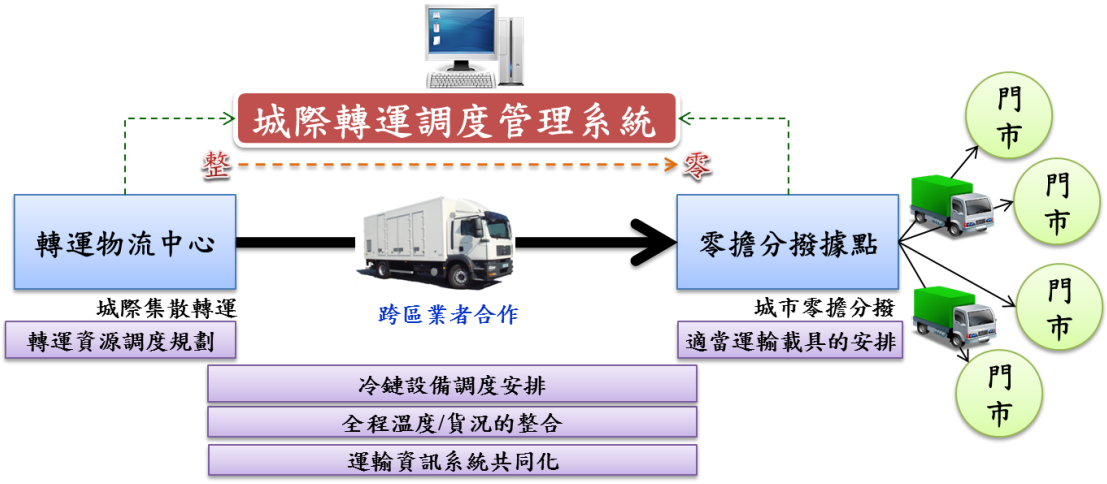
輔導重點：

本計畫與政陽貨櫃汽車貨運股份有限公司合作，以完整的冷鏈物流技術能量，透過技術驗證　技術移轉　技術擴散等階段，協助其設立於廈門之純臺資子公司-廈門正暘物流有限公司，驗證與導入本計畫發展的服務模式、保鮮設備、管理系統與監控技術。藉由推動城際集散轉運與零擔分撥服務，構建其於福建省內(廈門與福州)的城市與城際冷鏈物流服務，以及廈門上海間的多溫品長途轉運物流服務，成功由常溫物流服務業者升級成為多溫層物流服務業，快速布局華南地區的冷鏈物流服務市場，以服務臺灣低溫品供應商在中國大陸的銷售通路布局需求。

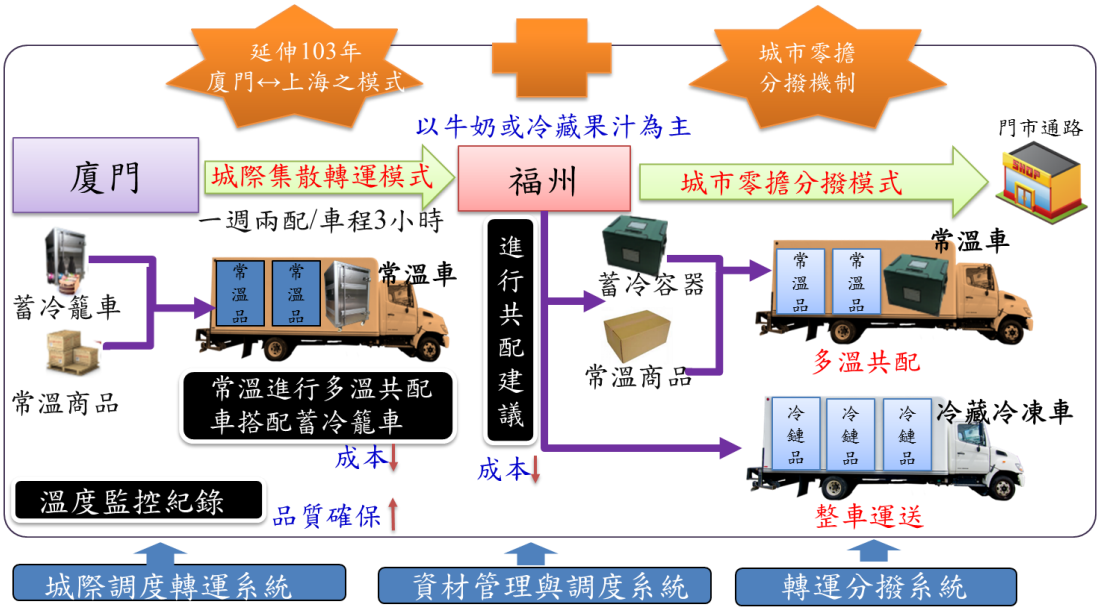
執行效益：

廈門正暘物流透過驗證逐步導入冷鏈物流服務解決方案，2015年至今已增加新臺幣5,500萬元營收(占總營業額22%)。以下簡述其現階段冷鏈物流發展概況：

- 建立福州市(福建省會)多溫品分撥據點，並利用城際集散轉運建置廈門與福州間的低溫品長途運送，同時藉由今年城市零擔分撥模式的運作，構建全程冷鏈物流服務。
- 成為福建省見福便利店之低溫品統倉，完成福建省內500家門市之配送網絡。
- 成為美宜佳便利店(廣東省最大便利店)於廈門泉州20家門市之冷鏈物流配送。
- 提供光明乳業(中國大陸乳業第一品牌)於廈門市300處鋪貨據點之配送服務。



城市零擔分撥模式



低溫品轉運與分撥之服務驗證

計畫名稱：物流中堅企業國際化推動計畫

輔導措施：自由貿易港區前店後廠營運模式及系統驗證

廠商名稱：京揚國際股份有限公司(前店)/
泰山企業股份有限公司(後廠)

示範性質：創新模式與改善流程

產業需求及面臨問題：

一、根據臺灣區製茶工業同業公會整理，臺茶總產值約 700～800 億，其中包裝飲料茶約 250 億元、餐飲 300～350 億元、外銷約 6 億元、內銷禮品及小三通 180～250 億元。然而臺灣茶葉種植產量有限，但使用範圍廣，每年消耗至少上萬噸。

二、臺灣茶葉拼配技術與經驗豐富，國內外大廠紛紛尋找臺灣業者協助調配，對於大宗商用茶實有迫切進口外貨的需求。因此，由國外進口原物料再進行加工加值，確實可以增加外貿實績。

輔導重點：

一、目前多數茶葉進口關稅雖逐步調降，但仍有 17%的關稅須支付。為解決國內產量不足及關稅高的問題，團隊協助泰山導入前店後廠模式，並媒合前店(京揚)予後廠(泰山)，促成雙方合作。

二、針對農產品在生產製程中，易有水份蒸發、鍋邊殘留等情形，在保稅原料使用與成品製作的控管、用料清表的核定及保稅貨物料帳處理上，有很多的模糊空間和爭議點，執行團隊協調第三方公正單位-茶改場來協助解決損耗率問題，以協助農委會、交通部航港局、海關等單位判定專案申請內容之妥適性。

三、本案成品已非能見原本原物料之型態，係屬實質轉型加工，而其生產製造完成後所產生之殘渣，依法本須運回自由貿易港區，但這些殘渣若無其他附加價值產生，復運回自由貿易港只是徒增物流成本，因此，亦請第三方公正單位協助釐清。

四、支援與協調委託加工審查之相關事宜，包含審查資料蒐集與整理、審查過程之溝通與統整進度、保稅品與廢棄物存放專區之監管

機制建立，並取得航港局委託加工核准函。

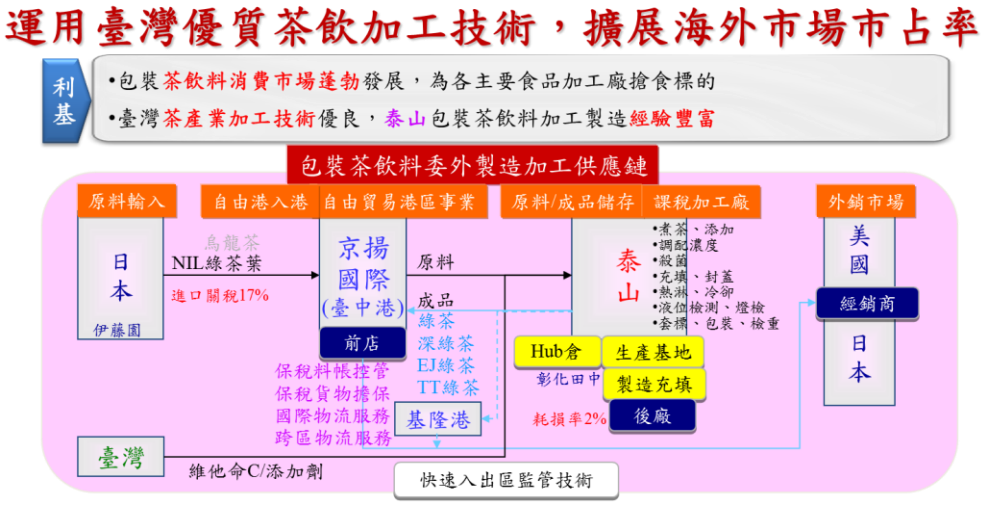
五、本案由於客戶要求特殊裝箱(櫃)方式，造成如將成品運回原臺中自由貿易港區，再復點重裝，恐造成貨物損耗，因此計畫協助京揚國際取得跨部會會商原則同意成品得不復運回自由貿易港區後，由港區事業協助逕在後廠依報關及查驗程序辦理出口與相關料帳核銷。(由臺中港進口，基隆港出口)。

六、導入貨品快速入出區及生產製造監管技術，建立資訊整合平台協助建立前店後廠間保稅物料、成品料帳協同資訊之溝通機制。

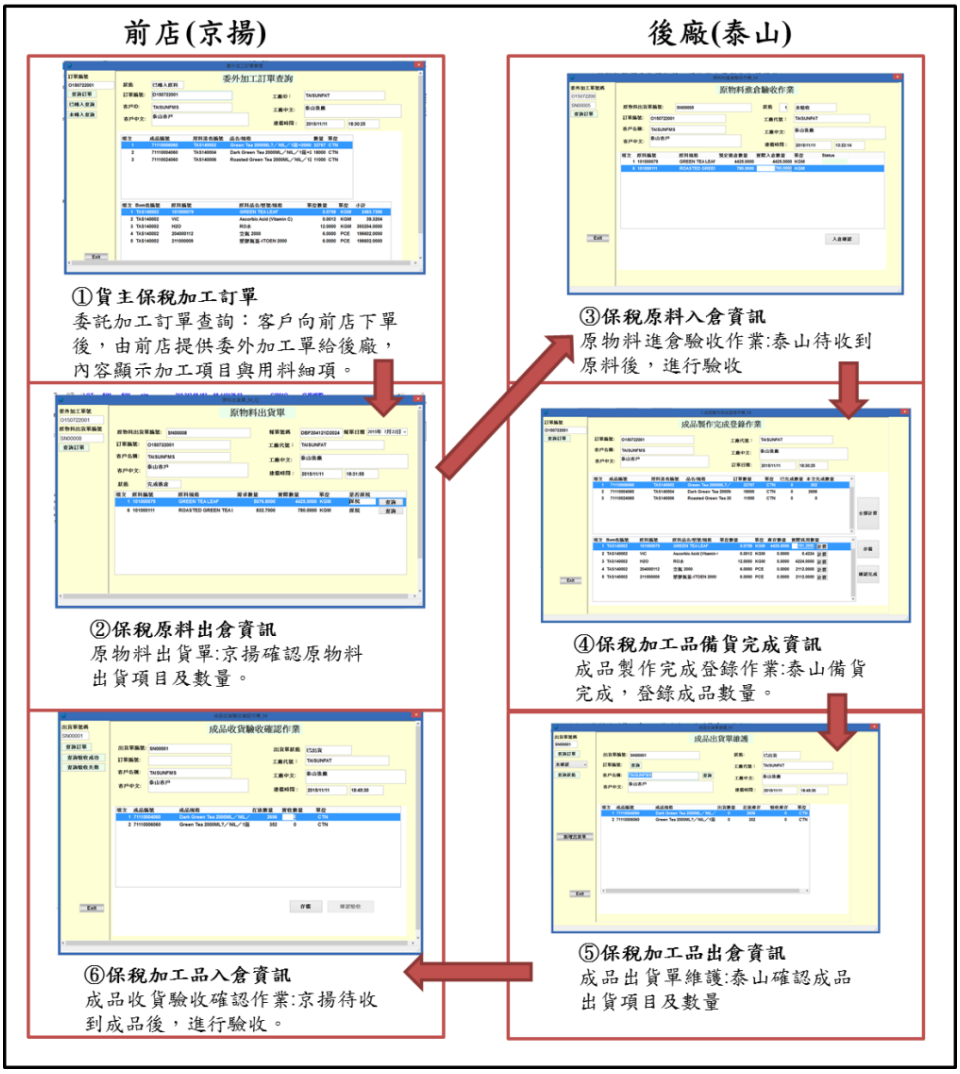
執行效益：

一、提升臺灣包裝茶飲料出口營收 9,418 萬元。

二、整合 14 家供應鏈業者(京揚、近鐵、伊藤園、泰山、正伊興業、翔太、陸海運輸、長榮、群大、大振、中國貨櫃、萬海、仁信、禧瑪諾)，104 年度新聘 23 名員工，並投資 1,260 萬元進行資訊工具、堆高機、倉庫硬體等設備採購。



泰山企業包裝茶飲料前店後廠營運模式



貨品快速入出區及生產製造監管技術之導入

計畫名稱：展示科技服務發展計畫

輔導措施：時尚許願球示範案例

廠商名稱：晶華國際酒店

示範性質：跨領域整合、創新模式與改善流程、特色加值

產業需求及面臨問題：

臺北國際晶華酒店的市場定位是全臺北最卓越、最受歡迎的國際五星級飯店，提供國際商旅與本地顧客享有最優質的品味生活享受。為創造飯店先進與創新優質的品牌形象，故結合球型投影技術，創造與其他市場競爭對手的差異性，並活化公共空間，同時達到推廣科技運用以及創造品牌新形象之目標。

輔導重點：

一、至「臺北國際晶華酒店」進行實地洞察建議，其適合應用投影之場域以 B2 閒置店面空間為主，主要 3 個店面，希望基本上是一可移動式裝制配合 3 個區域輪流展演，而主要訴求為打造一個給予旅客進行體驗的 DISPLAY 店面。

二、以 co-design 方式，廣邀展示科技發展聯誼會成員針對臺北國際晶華酒店 B2 挑高區或中央大廳，提出可行的展示應用創意構想，並透過公開徵選方式，促成鑫彩科技與臺北國際晶華酒店合作，溝通可行之展示科技應用方案。

三、考量臺北國際晶華酒店中庭挑高區的空間與使用球體的大小，提供球影投影技術及動線建議。

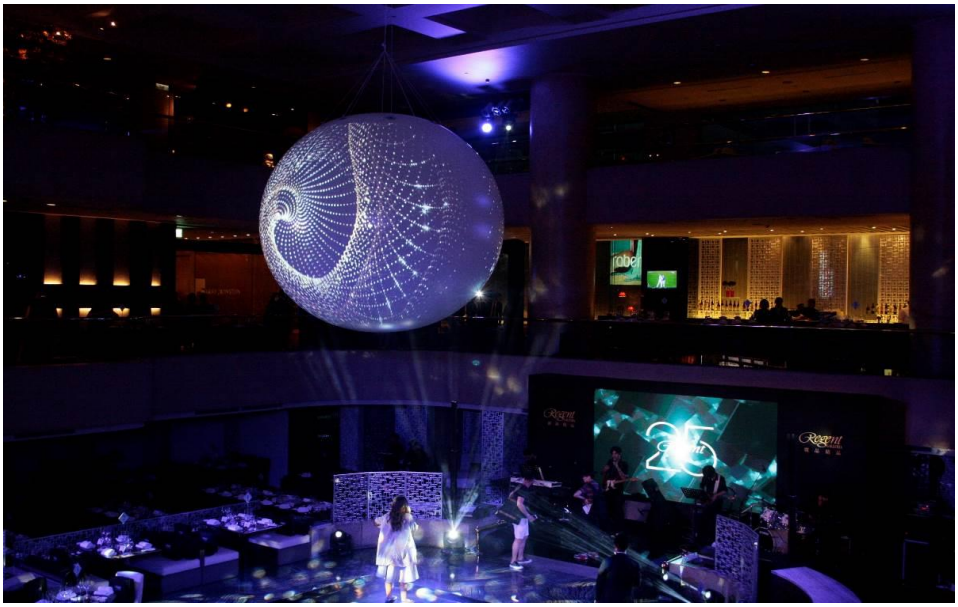
四、針對品牌經營上，建議業者思考未來如何運用此數位行銷方式加強消費民眾和飯店之間體驗經驗，提升品牌認知的黏著性。

執行效益：

一、可優化消費者消費體驗，於 11 月 27 日推出後，超過吸引 1,200 人次體驗，客戶滿意度提高 15%。

二、兼具互動性與互動投影的許願球，活化飯店空間及氛圍。

江文若司長、張峯源專委、資策會龔仁文以及晶華薛雅萍執行長出席記者會



「晶華 25 週年薪傳之夜」活動以球形投影作為主場秀

計畫名稱：智慧聯網商區整合示範推動計畫

輔導措施：旅遊隨經濟－智遊商區整合服務合作實證案

廠商名稱：易飛網國際旅行社股份有限公司

示範性質：跨領域整合、創新模式與改善流程、特色加值

產業需求及面臨問題：

隨著手機的普遍化加上物聯網科技及電子商務的快速成長，如果能夠再近一步配合上環境中種種相關的感知器設備，企業就有機會創造出新興經濟模式，讓無論消費者在何處或者在移動(行動)中，也都能夠主動隨著時間、地點、需求不同提供有效資訊，並且協助消費者完成隨身購買與支付行為的隨處消費服務。

輔導重點：

一、透過顧問輔導機制，以特定主題之服務設計為主，展開各項欲驗證的聯網創新服務及對應需要的解決方案後，透過實證輔導資源及跨領域、跨平台專家顧問服務團，提供顧問輔導與諮詢。

二、擬訂智慧聯網商區應用服務發展方向，協助業者釐清服務驗證主題及服務目標對象，發展 3 項創新服務應用情境，將透過「旅遊管家隨身服務」、「好運觀巴資訊隨行服務」、「商區小資遊隨地服務」，串連智遊商區整合平台，共同完成促進商區發展與帶動消費經濟的目標。

三、進行焦點訪談及服務體驗活動，蒐集深度服務實證體驗之回饋與建議，供輔導價值鏈團隊作服務修正之參考，據此提出商區聯網服務改善建議，以做為服務升級或智慧商區服務複製擴散時之改善參考。

執行效益：

透過發展一站式的智遊商區整合服務，從出發前的旅遊服務規劃、預購到抵達旅遊目的地後的伴遊服務，為消費者打造自由行便利消費、輕鬆旅遊的友善環境，同時帶動商區內 400 家合作店家的整體產值，

優化高雄在地觀光巴士與商家的聯網能量，更為旅遊聯網商務樹立嶄新的應用示範，讓後續更多觀光相關領域的業者有一個聯網服務的重要參考標竿。

串連國內大型旅遊業者及整合價值鏈，打造智遊商區整合新服務

計畫名稱：商業服務業科技化與國際化發展計畫

輔導措施：行動商務虛實行銷服務模式實證

廠商名稱：震旦行

示範性質：導入行動電商虛實整合行銷

產業需求及面臨問題：

一、震旦行過去以實體店為主要銷售通，銷售的產品以手機 3C 週邊商品為主。隨著競爭愈來愈激烈，管理成本愈來愈高，毛利愈來愈低，希望能藉由電子商務提昇業績及營業額，並接觸到新的潛在客群。

二、震旦行想開發的電子商務並不希望只是將實體店的商品原封不動的搬到電子商務，而是希望能有所區隔，甚至是提供更加值的服務，但是卻沒有人力去開發新商品。

三、未來震旦行有跨境電商的需求，希望能提供進入中國等跨境市場的分析與建議，以作為未來營運上的策略擬定參考。

輔導重點：

一、導入行動電商平台

提供給震旦行完整的行動電商整組解決方案，並由震旦行自行決定電商品牌為「速購網」從行動官網 APP 到金流與電商後台（含交易數據分析），不需要增加額外的人力及成本，即可馬上與電商市場接軌。

二、導入商品

經由禾多導入食衣住行育樂等上千樣商品豐富其電商網站，銷售人員立即就有上千樣品可以販售，無需專人再行開發商品。銷售人員只要成功銷售任一件商品即可分潤。

三、導入電商諸葛亮跨境商情分析平台

震旦行目前除於國內市場銷售商品外，同時亦針對未來進行跨境銷售進行評估，因此協助震旦行導入使用資策會開發之電商諸葛亮商

情分析系統，透過平台取得中國市場情報資訊，以瞭解目前大陸電商市場零售商品的銷售現況，以作為進軍中國進行跨境銷售的重要參考依據，未來亦將以此為目標持續輔導震旦行進行跨境市場開拓，擴大市場機會。

執行效益：

一、下載次數：速購網下載次數已突破四萬次，名列購物 APP 第 15 名。

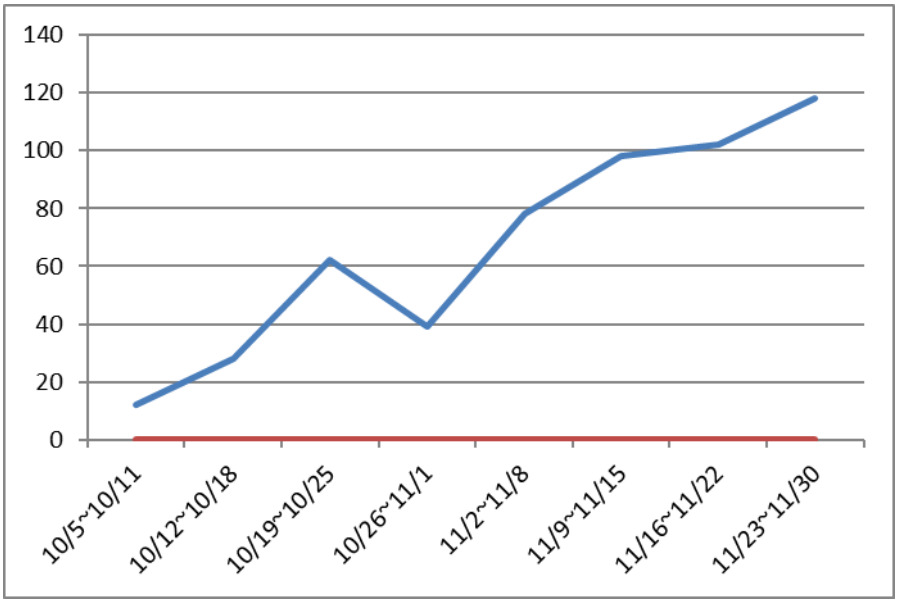
二、交易件數：已成功交易 537 筆訂單。

三、營業額：以每件交易客單價平均$625 計算，共創造了$335,625 的營業額，相當於一個實體店月營業額的 15%～20%。

四、轉換率：相較於一般電商的轉換率 0.4%，速購網的轉換率約 1.1%，將近三倍。

五、協助廠商註冊電商諸葛亮商情分析平台，藉以瞭解中國跨境市場資訊，做為下階段跨境經營的策略參考依據。

震旦行行動電商網站及 APP



成功交易 537 筆訂單

速購網的安卓系統下載次數已名列購物項目第 15 名，下載次數已超過四萬次。

計畫名稱：新興科技商業應用體驗環境推動計畫

輔導措施：燦坤 2.0 虛實整合零售創新應用計畫

廠商名稱：燦坤實業股份有限公司

示範性質：創新模式與改善流程

產業需求及面臨問題：

一、傳統零售模式引客力與提袋率不足

二、實體門店淪為電子商務體驗館

三、支付流程缺乏效率與配套優質工具

輔導重點：

一、APP 與 Beacon 整合應用服務

二、APP 與影像辨識技術整合應用服務

三、APP 與行動支付整合服務

執行效益：

一、計畫執行期間，累積長短距離 Beacon 推播次數達 29,143 次，除擴大門店服務覆蓋範圍，並發揮導客入店的行銷效益外；配合消費者行為與消費紀錄，提供客製化商品優惠訊息，進而改善導購率從 23%提升到 60%，有效提升顧客提袋率與實質營業收益。

二、有鑑於電商的快速發展，3C 產品消費過程中，比價成為顧客購買與否的關鍵要素之一，藉由導入產品影像辨識功能，結合比價引擎整理之各通路產品售價，有效導引消費者快速進行實體與電子商城產品及價格比較，於執行期間累積 App 下載 4,212 次，辨識功能使用 11,673 次，提升燦坤快 3 電子商城營業收益從 3%到 5%。

三、整合長短距離 Beacon 推播、影像辨識功能、行動支付及電子錢包功能，優化燦坤實體及電商會員消費流程，提升商品選購與結帳服務效率及顧客滿意度，燦坤黃金傳說 2.0 版介面整體滿意度達 85%，使用體驗整體滿意度達 81%。

燦坤零售創新應用服務

計畫名稱：臺灣餐飲業科技化服務及展計畫

輔導措施：螢火蟲計畫

廠商名稱：百富通(股)有限公司（莫凡彼餐廳）

示範性質：創新模式與改善流程、特色加值

產業需求及面臨問題：

一、高齡化社會的來臨，影響視覺障礙族群人口激增。

二、餐廳需提供更周全且詳盡地介紹餐廳環境和餐點內容之服務，既有的服務人力不足提供適切的服務。

三、目前尚未有專門且專業為視障者提供引導服務之餐廳。

輔導重點：

一、運用 Beacon 做為視障者餐廳室內導航系統

（一）藉由國內外視障引導相關文獻、專家學者座談會，產出視障友善餐廳應具備之資源規範文件。

（二）佈建與測試餐廳室內 Beacon 導航系統。

二、專屬視障導引的 App 系統

（一）實際服務內容設計應用與 APP 人機介面設計，開發莫凡彼咖啡館視障引導 App（iOS）系統。

（二）辦理員工視障服務之教育訓練、視障者體驗服務與智慧友善視障服務餐廳成果發表會。

執行效益：

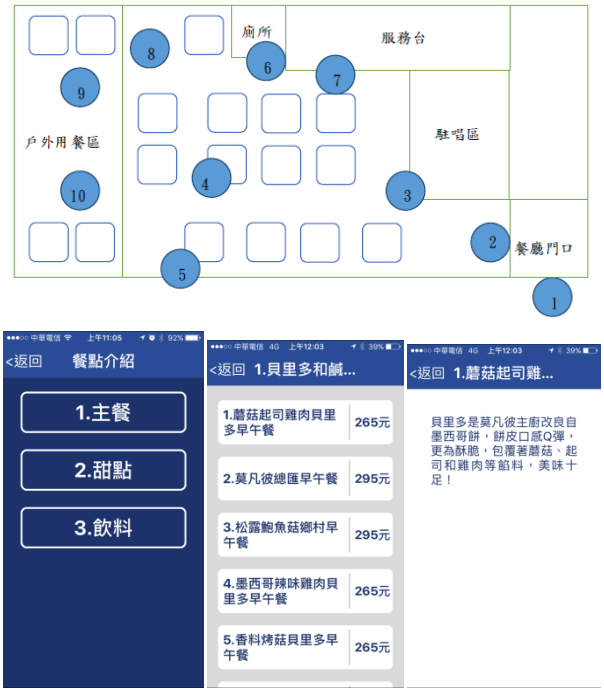
一、預期增加營業額 1,500 仟元、產出(衍生)服務 1 項，提升視障者用餐滿意度達 8 成。

二、透過應用 Beacon 技術，設計方便視障者使用的語音報讀室內導航 APP 系統，讓視障者能獨自到店用餐且享受到平等權益。未來將擴散至旗下 7 個品牌和 31 間分店。

三、透過結合 Beacon 技術之視障者語音報讀室內導航 APP 系統的開發，視障者協會可以將其運用在其他空間，例如：藝術展覽、高

鐵、捷運及百貨商場等。

四、預計明年度將此模組複製到關西休息站之商場空間，新東陽及 101 大樓亦已評估導入之可行性。



莫凡彼咖啡館 Beacon 基本設置例圖與 APP 介面設計

解說 Beacon 科技應用視障智慧體驗流程

計畫成果發表會各界表示贊同

上圖：101 商場行銷部網路行銷呂芷霖主任（左一）、 中華民國視障者家長協會藍介洲秘書長（左二）、 經濟部商業司陳秘順副司長（左三）、高鐵營運處邱顯鳴副理 （右三）

下圖：新東陽許清圳董事（右一）、百富通方子雄董事長（右二）、高公局許鉦漳總工程司（右三）

計畫名稱：推動廣告服務業發展計畫

輔導措施：新媒體應用與 Big Data 之結合-以美合國際實業(股)公司為例

廠商名稱：美合國際實業股份有限公司

示範性質：創新模式與改善流程

產業需求及面臨問題：

傳統的廣告投放只能透過廣告曝光量及產品購買量來得知廣告效益，但不同屬性之消費者在每一階段的媒體在廣告行銷過程所扮演之角色是不同的（如：讓民眾產生認知、引起興趣、促動購買慾、發生購買行動…等），應分析並即時修正廣告投放的內容及策略。

輔導重點：

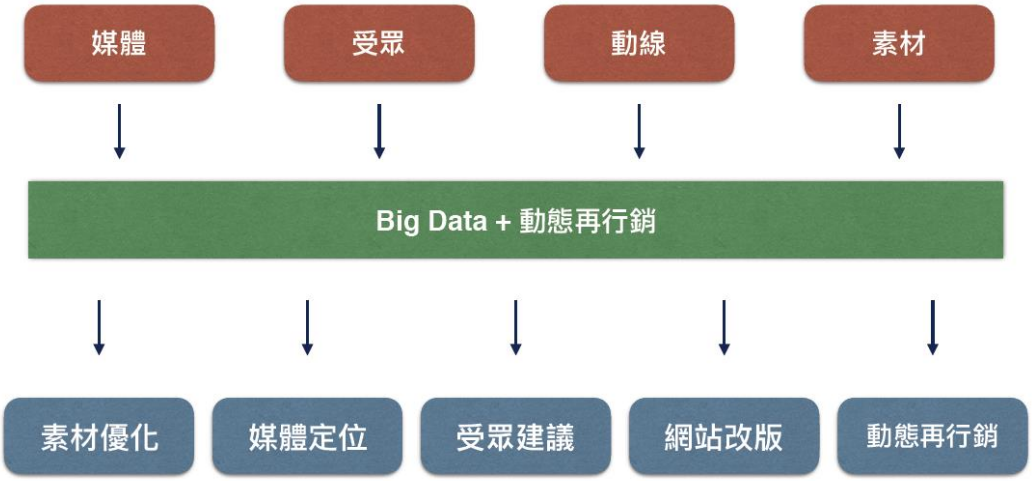
計畫導入Google Analytics及自定義廣告系統，每日追蹤並運用大數據分析方式，針對分眾目標族群的網頁瀏覽路徑進行分析反饋，讓廣告主及業者進行行銷策略修正；並透過程式建置串連產品資料庫與廣告系統，快速投放在每一個目標消費者、有興趣或會引起其發生購買行動的相關廣告接收裝置；如此一來除了可以有效協助廣告主分析重組媒體組合外，更能有效換算整體廣告投資報酬率（ROI），並有效提升整體業績量(營業額、客單及利潤)。

執行效益：

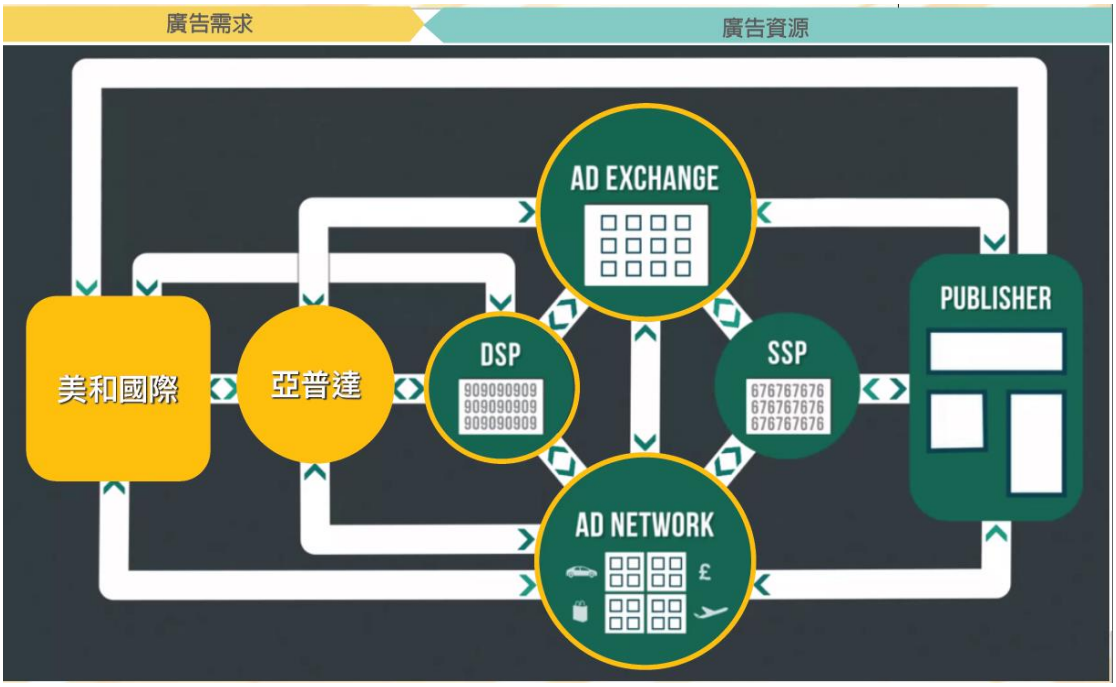
一、銷售業績達 2,890 萬元以上、新訪客增加 267,450 人次、增加約 73.3 萬次以上造訪次數，以及 9,195 萬次以上的廣告曝光機會；並平均每人增加 3.07 頁的瀏覽頁數（計畫執行前平均 7.93 頁，計畫執行後平均 11 頁）

二、依照不同分眾、Big Data 的分析及自定義廣告，讓廣告在投遞時更能有效的減少不必要曝光及點擊，以降低訂單成本，更能有效提升整體轉換(業績)量。而搭配 Big Data 在廣告執行，未來除了可以評估每筆訂單廣告成本外，更能了解各媒體所帶來的網路實際銷售業

績，藉此方式更能換算整體廣告投資報酬率(ROI)；現今廣告評估的標準就不會只是每筆訂單成本，更能精準的分配廣告投資的比例。



計畫內涵



動態再行銷運作模式

計畫名稱：臺灣餐飲業行銷推廣計畫

輔導措施：臺灣吃透透聯合行銷活動

廠商名稱：優質餐廳(如點水樓、金色三麥、欣葉等)、餐飲老店(金都、海霸王等)、地方或中央認證或輔導之餐飲業者、美食伴手禮業者等超過 2,642 家餐飲美食業者

示範性質：跨領域整合

產業需求及面臨問題：

一、提升國內品牌認知，增加臺灣美食國際知名度，吸引國外觀光客來臺享用臺灣美食。

二、提升餐飲營業額。

輔導重點：

以臺灣吃透透為主軸辦理聯合行銷活動，增加部會合作與異業結盟，透過交通部觀光局、航空公司、旅行社及飯店等多管道推廣，並整合媒體資源為活動進行宣傳。

一、辦理聯合行銷優惠、登錄發票抽大獎、臺灣美食優惠護照、跟著美食去旅行等 4 場系列活動，藉此帶動國內民眾及國外自由行旅客來臺餐飲消費。

二、跨領域及產業與交通部觀光局、航空公司、旅行社、飯店等合作，增加活動及餐飲業者曝光度。

三、推出中、英、日文版臺灣美食護照(含電子書)吸引國外自由行旅客使用，更有效影響餐飲產業利用外語說菜與介紹餐廳之觀念。

四、邀請幸運民眾、部落客、媒體組成美食旅行團，品嚐當季、當地的食材，並串連地方特色、人文歷史、風景名勝及各地區餐廳形成 Fun 樂活的美食觀光遊。

五、於桃園機場第一、二航廈接機大廳設立臺灣吃透透機場迎賓櫃檯，第一線接觸國際旅客介紹臺灣吃透透活動與臺灣美食。

六、透過國際媒體以及國外展覽共同推廣臺灣吃透透活動。

執行效益：

一、本年度臺灣吃透透活動共吸引約 26 萬人次參與活動，促進營業額 6 億元。活動媒體露出共 1,046 則，總計媒體價值為 3,323,120 元。

二、與交通部觀光局、中華航空、旅行社、飯店合作，對國外旅客規劃美食優惠護照及增加活動宣傳管道，以提升國外旅客來臺品嚐臺灣美食之意願與機會。

三、臺灣吃透透機場迎賓櫃檯，有效接觸國際旅客並介紹臺灣吃透透活動與臺灣美食，觸及人數高達 5 萬人次。

四、藉由廣宣平臺，提升優質餐廳、餐飲老店、地方或中央認證或輔導之餐飲業者、美食伴手禮業者等業者之能見度，帶動國內外消費者至店內消費，有效提升經濟效益，提昇對餐飲產業的肯定。

五、自 101～103 年連續宣傳推廣並結合國際媒體宣傳，帶動業者國內外名氣，進而增加營業額，如芒果恰恰，從原本國內一家普通的芒果冰專賣店，透過吃透透有計畫的行銷與國際媒體報導，現已拓展到韓國、日本、馬來西亞、泰國數十家的國際名店，並成為商業週刊今年報導亮點，同時芒果冰淇淋成為長榮航空東京線與大阪線指定冰品；商機媒合頂鮮 101，於頂鮮 101 使用套餐即送芒果恰恰冰淇淋。後續更將與昇恆昌、日本三麗鷗洽談合作。

2015 臺灣吃透透 熱烈開跑

臺灣吃透透 食節氣 FUN 樂活

臺灣吃透透機場迎賓櫃檯，介紹國外旅客用餐的好去處

跟著美食去旅行，產地到餐桌的全盤體驗

計畫名稱：服務業創新研發計畫(SIIR)-創新營運類別

輔導措施：「Mamibuy」母嬰分眾社群一站式整合服務計畫

廠商名稱：紳太國際資訊股份有限公司

示範性質：跨領域整合、創新模式與改善流程、特色加值、三業四化-服務業科技化

產業需求及面臨問題：

一、產業現況

面對少子化和家庭所得增加的趨勢，加上父母長輩對下一代的用心與重視，每戶家庭對於孩童的花費支出逐年提升，並驅使嬰幼兒產品走向精緻化與高品質化，也使得母嬰市場商機無限，前景一片亮麗。

二、營運危機

（一）許多購物平台推播之商品多為廣告主下廣告成本，進而將商品列入前幾名愛用好物之商品排名，非真正好物推薦，故無法提升媽咪族群對電子商城的信任。

（二）因排名計算機制對母嬰市場有其缺陷，使其他廠商之新興或好用商品無法有效露出於目標族群，降低廠商廣告投放之意願。

輔導重點：

一、建立一站式商品評鑑指南服務

（一）真實推薦機制

透過群眾智慧的力量，以最真實的評鑑內容及商品評等，作為媽咪們在選購商品的參考依據。

（二）50 大嚴選商品推播機制

不同於以往商品排名的機制設計，藉由會員瀏覽比例、消費者評等及銷售數量等項目加上參數計算，提供具參考價值的商品排名。

二、精準預未來購買行為

打造會員互動與寶寶護照服務，縮小目前市場上能預測的目標客群，依創新服務產生用戶口碑及寶寶年齡等資訊，精準預測媽咪未來

的購買行為。

執行效益：

一、量化效益：

（一）增加營業額：本計畫產生之廣告收入，達到 4,500 仟元。

（二）降低成本：廣告投放更精準，減少廣告商溝通成本 400 仟元。

（三）增加就業人數：2 人(相較前年同期增加之全職人員)。

（四）額外投入研發經費：平台維護、建置及主機費用 2,000 仟元。

二、質化效益：

（一）促進其他產業的整合服務發展：

紳太計畫將促使更多產業投入分眾社群一站式整合服務開發的行列，讓更多商品資訊及消費者經驗獲得保存，透過容易活潑生動的資訊搜尋與瀏覽服務網站，使得龐大的資料量的活化，為資訊帶來更多加值多元應用的機會，有助於社會智慧的累積與經驗的傳承。

（二）影響國內產業發展及關連性：

透過「Mamibuy」母嬰分眾社群一站式整合服務，將能大幅提高商品資訊的使用效率及傳播效率，降低搜尋的成本，使更多新手父母快速地得到想要的資訊並立即購買，全面提升國內數位資訊被運用的可能性和可用性。

您想找甚麼呢?
社群
熱銷
團購
分類
活動
依年齡找商品
懷孕中
生產後
0-1歲
1-3歲
3-6歲
6歲以上
商品分類
媽咪清潔保養
生活百貨 | 廚具
啟蒙閱讀 | 童書

50 大嚴選商品推薦

Pacific Baby 美國不鏽鋼保鮮太空瓶7oz (健康綠)

此產品的整體評等 ★★★☆☆ (共90人評價)

感謝您要為本產品發表您的看法。這是專屬於MamiBuy媽咪/爸比的發表園地，請確定您所談的都是使用本產品後的想法。您的評論將有助於增進其他媽咪/爸比對本產品的瞭解。MamiBuy在此謝謝您對新手爸媽的經驗貢獻!

Part 1 完成即可獲得好雞 金一點 (必填)

價格實惠	★★★☆☆
使用效果	★★★☆☆
方便使用	★★★☆☆
材質品質	★★★☆☆
清潔容易	★★★☆☆

點選 您認為本產品的優點 (可複選)

質料好 防曬 物超所值 純棉 物超所值 純棉

質料好 防曬 質料好 防曬 物超所值 純棉

Part 2 完成即可獲得好雞 金一點 (非必填)

寫下您的評語：(內文需填寫20字以上) 選填

Part3 完成即可獲得好雞 金一點 (非必填)

上傳使用照片 (選填) 限3張

新增照片

我保證這則論內容是以本人的切身經歷為依據，皆為本人的真實評論，且本人與此產品無個人或商業關係，也無收受饋贈或金錢以撰寫這則評論， 會員填寫評鑑規範

送出評鑑

消費者評鑑

計畫名稱：時尚產業科技行銷應用計畫

輔導措施：時尚跨業優惠電子禮物卡 App

廠商名稱：阿瘦實業、倚淇國際、遙逸國際等 40 個時尚品牌參與時尚跨業優惠合作

示範性質：創新模式與改善流程、特色加值

產業需求及面臨問題：

一、時尚品牌廠商很期望跨商品業種合作，但因商品流行性高，且行業行銷活動頻繁，跨業合作礙於人力與時間資源，常心有餘而力不足。

二、各時尚品牌企業原本也就針對會員，提供折扣或優惠，如只單純提供會員優惠券，對時尚品牌企業的誘因也不高。

三、無法與實體門市/線上 EC 平台之核銷清算流程結合，會造成參與合作時尚品牌企業之問題。

輔導重點：

一、針對各時尚品牌特定會員，把優惠(coupon)以電子禮物卡(free gift card)方式贈送與取得，改變消費者接收到 coupon 的感受。

二、此電子禮物卡(free gift card)已經是行動支付方式之一，整合了店端 POS 核銷流程，可以讓品牌通路企業作後續清算分潤與行銷效益分析之用。

三、本計畫開發之時尚跨業合作電子禮物卡 App，將會由台灣禮物卡公司承接商業維運，因此參與之時尚品牌企業，可持續參與合作，或未來轉發行自有品牌禮物卡(電子禮券)，至於 App 開發商—瑞賦公司，也為了永續維運此平台服務，成立樂邁利達新創公司。

執行效益：

一、促成參與/合作時尚相關企業進行店端設備、資訊設備及行銷活動等相關投資，共計 13,830 千元。

二、促成瑞賦科技投資成立樂邁利達股份有限公司，提供時尚產

業電子商務平台服務。

三、估計為參與時尚品牌促成營收增加共 650 萬元，其中折扣券(9 折)帶動消費約 150 萬元、抵用券帶動消費約 500 萬元。

時尚跨業合作電子禮物卡 App

計畫名稱：連鎖總部市場佈局能量強化計畫

輔導措施：2015 新創之火競賽

廠商名稱：紙綸科技有限公司

示範性質：創新模式與改善流程

產業需求及面臨問題：

一、增加新創能量曝光

國內零售產業蓬勃發展，新創團隊極需提供曝光舞台展現，加上零售產業逐漸往線上與線下整合的全通路時代，在各種電子商務的新創團隊如雨後春筍般形成之時，實體通路的變革上也須有創新的思維打破現狀，因此如何自產品面、行銷面、通路面進行改變與創新將成為實體零售業未來發展的趨勢與重點。

二、拓展國際市場

連鎖企業進軍國際市場往往會遇到許多問題，為因應不同的政府規定及風俗民情，連鎖企業須隨之應變，以擬定對應之策略及執行方式。為協助企業掌握海外的商機，並減少連鎖企業海外經營所面臨的障礙，期望透國際化輔導，協助連鎖企業進行國際化佈局。

輔導重點：

一、2015 新創之火競賽選拔

(一)諮詢與商機媒合

透過深度訪談了解新創團隊需求，提供創新模式建議與政府資源引介。另辦理「發現新耀星加強投資媒合會」與企業參訪，提供投資人與新創團隊媒合與交流，並後續追蹤投資人投資意願及潛力夥伴所需協助內容。

(二)協助參與國內創業展會

協助參與國內創業展會-「2015 台灣網路人氣美食展、優良食品暨創業加盟大展」，增加與多家國內外經銷商洽談合作的機會。

(三)行銷推廣

協助安排天下雜誌專訪，報導得獎隊伍之創業歷程與創新模式分享，並於計畫網站與社群網站強力推廣團隊網路宣傳影片，以期提高企業曝光。另於 10 月 16 日假東吳大學場地舉辦頒獎典禮暨成果發表會，邀請業界、學界與一般社會大眾一同與會，由得獎團隊以公開形式發表各自的競賽企劃成果與未來發展。

二、國際化輔導

透過實地訪視與診斷，協助業者建立營運總部管理機制與創新服務模式等面向，並規劃經營策略與市場拓展改善方案，以期加速拓展國內據點與服務輸出等具體成果。

執行效益：

一、2015 新創之火競賽選拔

（一）諮詢與商機媒合

商機媒合會後推薦有 7 家以上的創投公司表示將與企業進行後續洽談，另亦推薦紙綸科技為加強投資策略性服務業實施方案之潛力案源。

（二）協助參與國內創業展會

共計 20 家國內外經銷商洽談合作，其中已有 2 家進行細部合作方案研擬，包括與 Beuni 洽談客製化相機的合作，以及與柬埔寨和菲律賓討論海外特殊景點紀念品合作案。

二、國際化輔導

紙綸科技目前利用精簡的人事成本，構築四家分店的連鎖網絡，擅於單店管理，但仍需加強加盟模式與經銷商洽談策略。透過國際化輔導，調整其加盟模式以店中店及店中櫃之方式為主，而授權金及產品折數則需以產品販售的速度為考量，今年度已與馬來西亞及澳門之買主接洽產品輸出事宜，並進駐蘇州誠品，目前評估設立上海店面之可行性。

國際化企業輔導諮詢過程

發現新耀星加強投資媒合會
(簡報者為紙綸科技林董事長)

2015 台灣網路人氣美食展、優良食品暨創業加盟大展-補助得獎隊伍參展

計畫名稱：優良服務輔導及宣傳計畫

輔導措施：進階輔導

廠商名稱：萬全馨食品行

示範性質：創新模式與改善流程

產業需求及面臨問題：

一、網路行銷

（一）官網基礎功能不完整-無電商及 CRM 功能

1. 沒有<購物車>，只能透過下載訂單再傳真到店鋪，訂購商品程序繁瑣。

2. 沒有<會員註冊>，過去消費者訂單資料沒有好好建檔管理，也就沒有顧客資料庫最進一步活動推波。

（二）FB 粉絲團-目前以 PO 店內參展活動訊息為主，經營日期間隔有 1-2 個月，讓網友覺得沒有關注。

（三）團購網-17 life、購麻吉、愛合購: 網購經營三年多沒有獲利，平均一個月接3-4張單,有時損益兩平,大多時候是虧損狀態。目前已經沒有參加團購網。(因為加入團購網後衍生出殺價問題，消費者沒有徑團購網活動，私下詢問要求大量購希望獲得更優惠價格。)

二、品牌建立

（一)不清楚消費者從何處管道得知萬全馨品牌？無從針對這些客群最相對性行銷活動及宣傳。

輔導重點：

一、網路經營概念輔導

（一）規劃 10 小時課程，分別在五次輔導中建立市場行銷概念和網路行銷技巧應用。

1. 現況盤點網路經營狀況和網路行銷技巧輔導。

2. 網路經營-業績如何來?

3.萬全馨官網盤點

4.萬全馨粉絲團盤點

5.網路公司配合計畫執行與進度二次評估說明

6.品牌故事重編輔導

7.關鍵字埋入技巧

（二）建置官網基礎功能-<購物車>和<會員註冊>

便利網友看到商品介紹後能夠立即下單訂購，並且透過註冊會員資料，增加更多顧客群成為中心粉絲、會員。

（三）完成官網功能建置和活動行銷設計後，蒐集經由官網註冊會員名單，透過 line@ 訊息活動發送

二、品牌故事規劃

重新編製品牌故事，原先品牌故事敘述較為生硬，並將內容修改較為感性詞語。透過部落客行銷和粉絲團，line@活動置入，吸引消費者目光，擴大客源。

執行效益：

一、輔導計畫行銷執行說明與網路經營現況資料蒐集

輔導前	輔導後
1.沒有市場概念，覺得複雜。 2.沒有行銷想法，覺得複雜。 3.對於網路行銷需要建設的功能花費較為保守，覺得困難。 4.行銷活動由許氏姐妹分工負責，但想法與意見沒有同步 5.積極參加業外課程活動但實務應用少	1.網路經營概念輔導： 建構營業額=過店客數(到達率)X 成交率概念及提升之道 2.網路經營現況盤點: 2-1 萬全馨網頁排名 2-2 SEO 2-3 網站功能檢視：官網流量，要求網路公司加掛 google 分析器(免費)這樣才看的到檔期促銷活動效益。 Banner 活動告知設計. 2-4 粉絲團觸及人數 594 人 3.掀起對網路行銷討論並調整

二、品牌故事重編

輔導前	輔導後
著重在生硬的製作過程與技術，對顧客較無有感而發或對商品品牌產生感想。	萬全馨品牌故事修正重點： 關鍵字埋入如：大甲鎮瀾宮、台中市伴手禮、大甲名產、大甲伴手禮、肉乾、香腸、肉脯鬆、豬肉乾、一甲子老店…等關鍵字，並在官網後台網路語法置入關鍵字，提升 SEO。

三、官網購物車建置優化與商品標示分類調整

輔導前	輔導後
1.沒有購物車功能 2.標題分類不明確	1.增<購物車>功能 2.標題分類重訂
 輔導前官網	 增加購物車之官網

四、網頁 SEO 優化與關鍵字行銷置入

輔導前	輔導後
官網之[商品介紹][詳細說明]沒有關鍵字置入	官網之[商品介紹] 產品名關鍵字置入如：祖傳肉角-大甲名產

計畫名稱：商圈核心競爭力深植南區計畫

輔導措施：商圈核心競爭力深植北區計畫/市場行銷

廠商名稱：屏東縣三地門商圈

示範性質：特色加值

產業需求及面臨問題：

一、缺乏整體形象包裝：觀光環境缺乏整體形象包裝，商業性不足。

二、產業豐富度不足，不具購買吸引力：缺乏以文化及在地特色串連為主題的相關產業。商街目前雖有遊客人潮，但商種不具購買吸引力，導致僅限目的型客群消費。

三、缺乏整合性：觀光串連規劃，缺乏地區性整合行銷。

四、周邊資源缺乏串聯：商業行為缺乏流動到其他地區，週邊資源串聯不夠，無法發酵擴散效益。

輔導重點：

一、重新定位

蘇澳冷泉的核心價值在於「原住民文化」、「特色產業」、「山海景觀」，也是整體宣傳行銷三地門的重要資源基礎與魅力亮點，將商圈定位為以「文化傳承」保留人文地景、以「產業群聚」活絡區域發展、以「集體合作」聯合宣傳行銷、以「行動創新」加值三地門魅力，打造三地門養生旅療、原住民文化體驗、生態環境教育的三地門觀光小鎮。

二、友善易遊

透過商圈網站、雙語導覽 DM、旅遊諮詢服務、交通接駁、環境設施等旅遊服務，營造三地門成為南臺灣及東臺灣友善易遊的國際觀光魅力鄉鎮。

三、文化行銷

透過三地門觀光導覽大使服務隊的培訓與試營運，宣傳行銷地方美食、伴手禮、文創商品、人文景觀、特色展館等，藉由行銷保存文

化傳統與發展產業，達到商圈永續經營的目標。

四、資源整合

利用辦理街區共識會議、異業結盟、活動辦理、套裝遊程規劃推動，打造三地門地區成為有機食材養生旅療、原住民文化體驗、生態環境教育的三地門觀光小鎮。

執行效益：

一、以「樂齡深度體驗」為主軸，整合三地門商人文地產，辦理商圈遊程體驗活動，有效提升商圈營業額成長兩成以上。

二、將特色文化商品化，推動商圈紀念文宣品，增加商圈行銷 E 化服務功能，開拓商圈業者市場潛力。

三、以三地門豐年祭為主軸，延續三地門多元文化之傳承，吸引各年齡的遊客前往屏東三地門進行各項觀光與遊憩活動。

地磨兒部落深度導覽

禮納里文化館迎賓舞

溫泉生態體驗

計畫名稱：協助商業服務業發展動能推升計畫

輔導措施：中小型批發零售業科技應用落點分析

廠商名稱：中小型批發零售業(86 小舖、雲端酒市國際、台灣尼德、天母精品眼鏡、海瑞食品)

示範性質：創新模式與改善流程、提升科技應用能力

產業需求及面臨問題：

科技應用儼然已成為現今批發零售業改善營運模式、提升消費者體驗與組織績效等之重要關鍵。然而，科技應用對於國內中小型批發零售業而言，無論在科技應用的接受度、科技應用的投入費用、先進科技應用的普及率皆偏低之外，抑或面臨科技應用複雜度高等問題。過去研究指出上述問題往往都與企業科技應用準備度有密切關係。因此，分析國內中小型批發零售業的科技應用準備度，已成為商業服務業發展動能中一項重要的課題。

輔導重點：

目前多數科技應用準備度量測方法工具，較缺乏根據中小型批發零售業的特徵進行開發。因此，為了提供國內中小型批發零售業者在科技應用過程中，能夠有較為明確的方向與因應策略，本研究以科技應用準備度理論、中小企業科技導入漸進模式為基礎，配合專家協作會議機制，發展一套中小型批發零售業科技應用落點分析工具，協助業者診斷本身的科技應用準備度，並根據評估結果所得到的狀態意涵與策略建議，作為企業後續規劃與發展科技應用策略之重要參考用途，進而提升企業科技應用能力。

執行效益：

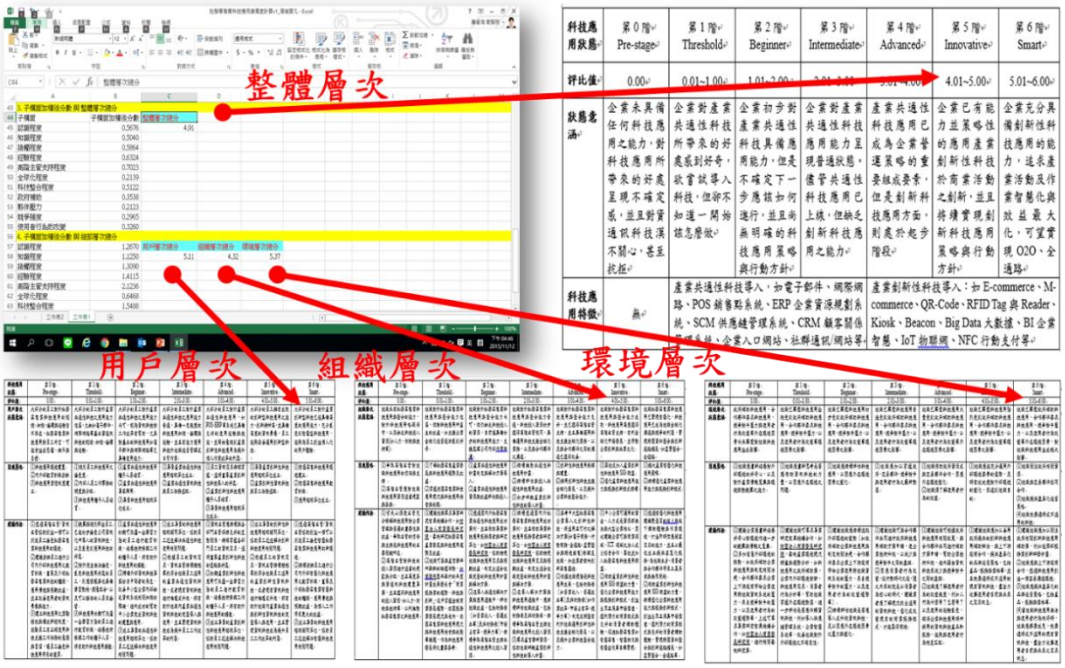
一、發展一套中小型批發零售業科技應用落點分析工具，包含科技應用準備度量表以及科技應用狀態索引 1 式。

二、辦理批發零售業科技應用落點分析工具專家協作會議 4 場次，每場次至少 6 家業者。

三、尋找國內中小型批發零售業者，合作進行科技應用落點分析工具實作 1 式。

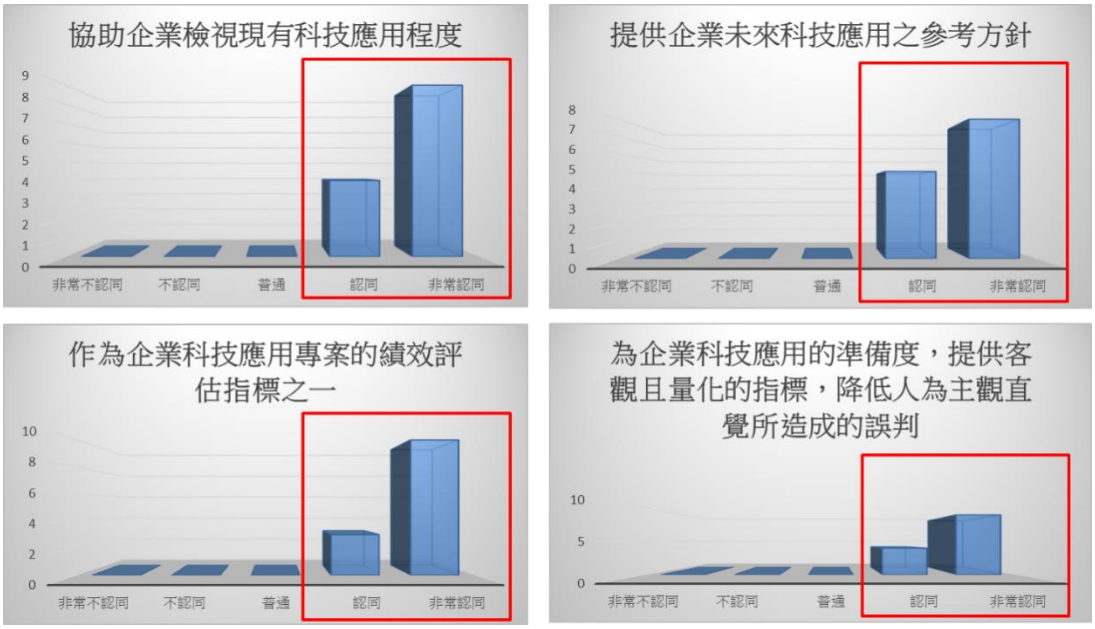
四、科技應用落點分析工具效益評估報告 1 式。

五、「批發零售業科技應用落點分析工具專家協作會議」互動交流報告 1 式。



批發零售業科技應用落點分析工具(EXCEL 版)

批發零售業科技應用落點分析之輔導方式



輔導業者對於落點分析工具之效益評估結果