



# 106 年度推動商業發展成果彙編

經濟部商業司 編印

中華民國 106 年 12 月

# 目 錄

<b>第一篇 前言</b> .....	<b>1</b>
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
<b>第二篇 推動商業現代化計畫介紹</b> .....	<b>8</b>
連鎖加盟業能量厚植暨發展計畫(2/4).....	8
廣告設計服務業增值計畫(2/4).....	11
<b>第三篇 推動商業科技發展計畫介紹</b> .....	<b>13</b>
商業資訊躍升計畫(2/4).....	13
會計資訊品質提升計畫(2/4).....	16
商業管理提升計畫(2/4).....	17
多通路物流服務推動計畫(2/4).....	19
港區物流增值服務推動計畫(2/4).....	21
冷鏈物流技術整合與應用服務推動計畫(2/4).....	23
推動保鮮溯源物流服務計畫(2/4).....	25
亞洲矽谷智慧商業服務應用推動計畫(1/4).....	27
社群分享商務推動發展計畫(1/4).....	30
網路購物產業價值升級與環境建構計畫(1/4).....	32
電子商務兆元推升計畫(1/4).....	35
餐飲業科技應用推動計畫(1/4).....	38
服務業創新研發計畫(1/4).....	40
餐飲老店故事行銷計畫(1/4).....	42
新興科技商業應用體驗環境推動計畫(1/4).....	45
服務業能源管理與技術輔導計畫(1/4).....	47
以服務增值再造生活服務業競爭力計畫(1/4).....	50
服務業結構調整與科技應用規劃計畫(2/2).....	52
商業服務業發展動能推升計畫(3/4).....	55

<b>第四篇 成功輔導案例介紹</b> .....	<b>59</b>
多通路物流服務推動計畫【倉儲自動化、揀貨排程與路徑優化技術】 .....	59
冷鏈物流技術整合與應用服務推動計畫 .....	62
亞洲矽谷智慧商業服務應用推動計畫【臺灣優質肉製品全通路創新經營計畫】 .....	64
社群分享商務推動發展計畫【i-Beacon 新創應用示範】 .....	66
推動保鮮溯源物流服務計畫【商品流通溯源示範體系】 .....	68
港區物流增值服務推動計畫.....	71
服務業創新研發計畫(SIIR)【運用全自動蒸煮機創新服務計畫】 .....	73
新興科技商業應用示範案輔導計畫【O2O 餐飲零售互動整合系統】 .....	75
餐飲業科技應用推動計畫.....	77
以服務增值再造生活服務業競爭力計畫【USPACE 車位共享平台計畫】 .....	79
商業服務業發展動能推升計畫【零售科技導入與應用】 .....	82

# 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)，2016 年我國服務業實質國內生產毛額 (GDP) 約 10.25 兆元，佔整體產業比重達 64.43%，受全球經濟復甦乏力影響，壓抑內需市場表現，幸至下半年因出口由衰退轉回正成長，我國經濟表現才逐步回穩，較 2015 年微幅成長 1.44%。2017 年受景氣持續回溫，國際內需市場擴張，在出口成長與民間消費熱絡之推力下，我國服務業可望維持平穩表現。

至於 2016 年我國商業服務業 (含批發、零售與餐飲業) GDP 為 3.47 兆元，佔整體產業比重為 21.85%，因至第三季起才因出口改善，帶動消費與投資逐步上揚，內需明顯回溫而推升商業服務業業績表現，因此僅較 2015 年成長 1.18%。2017 年受國際市場持續穩定復甦，加上電子相關產品需求逐步攀升，將可助激勵商業服務業的業績增長。

再由投入面觀察，2016 年國內服務業就業人數為 666.6 萬人，較 2015 年增加 0.86%，占總就業人數比重 59.16%；2017 年 10 月服務業就業人數約為 675.3 萬人，占總就業人數比重 59.16%。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) 2016 年就業人數為 311.9 萬人，佔總就業人數約 27.68%；2017 年 10 月就業人數為 316 萬人，占總就業人數比重 27.76%，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。

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，除擬定「推動商業法制革新」、「優化經商環境」、「推動重點服務業」、「推動智慧商業」與「推動連鎖加盟發展」之商業發

展策略，並分別提出至 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。

表 1 我國商業服務業近年表現

西元年	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 (%)
2009	-	68.55	-	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	3.24	64.13	3.53	21.99	6,525	58.90	3,050	27.53
2015	1.15	64.85	0.41	21.92	6,609	59.02	3,092	27.61
2016	1.44	64.43	1.18	21.85	6,666	59.16	3,119	27.68
2017(Q1~Q3)	-	63.86	-	21.77	6,753	59.33	3,160	27.76

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、運輸及倉儲業、住宿及餐飲業。

2.2017 年：

- 產出面各業成長率係相對去年同期(Q1~Q3)計算而得。
- 投入面之就業人數採用 10 月公布資料。

3.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，2011 年~2016 年採用中華民國行業標準分類(第九次修正)數據，2017 年以後採用中華民國行業標準分類(第十次修正)數據。

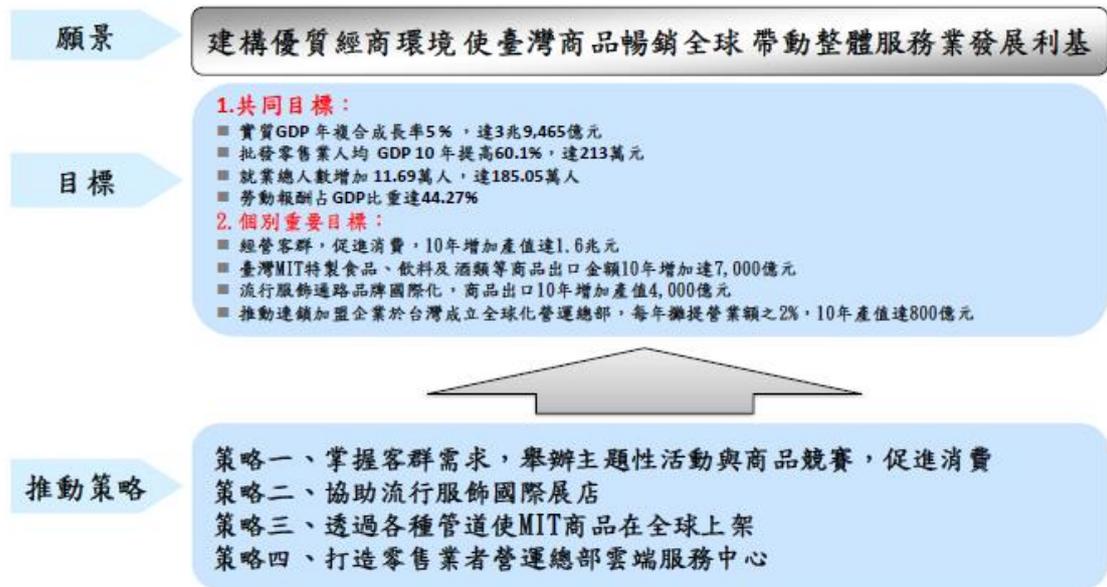


圖 1 2020 年批發零售業發展藍圖

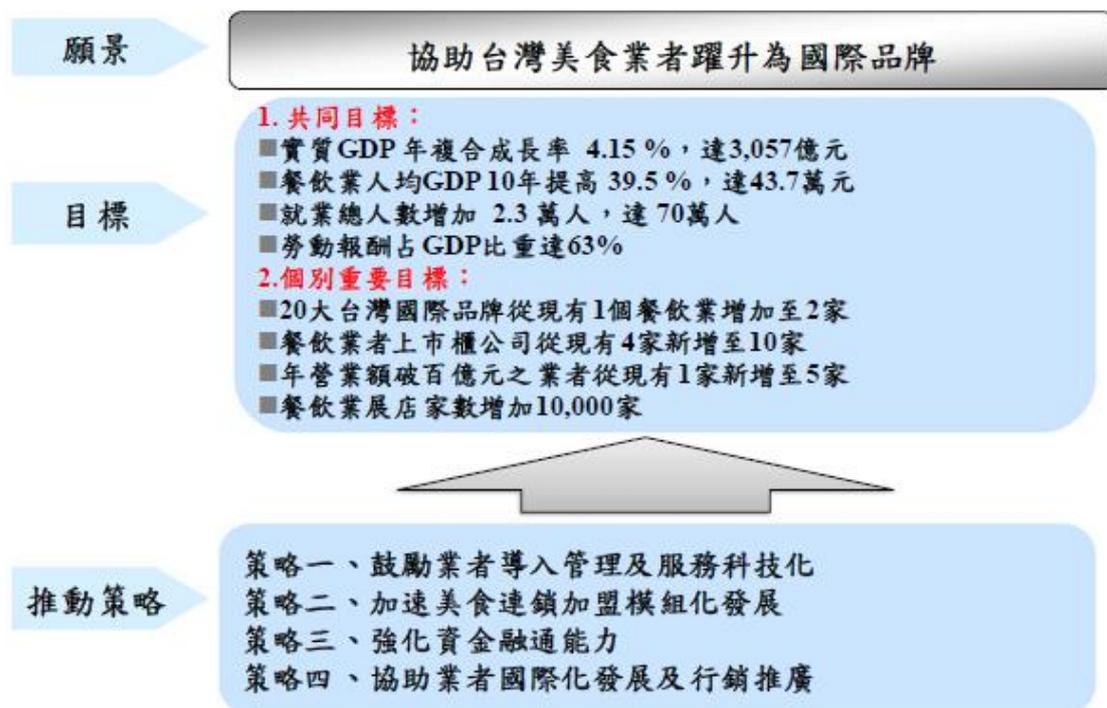


圖 2 2020 年餐飲業發展藍圖

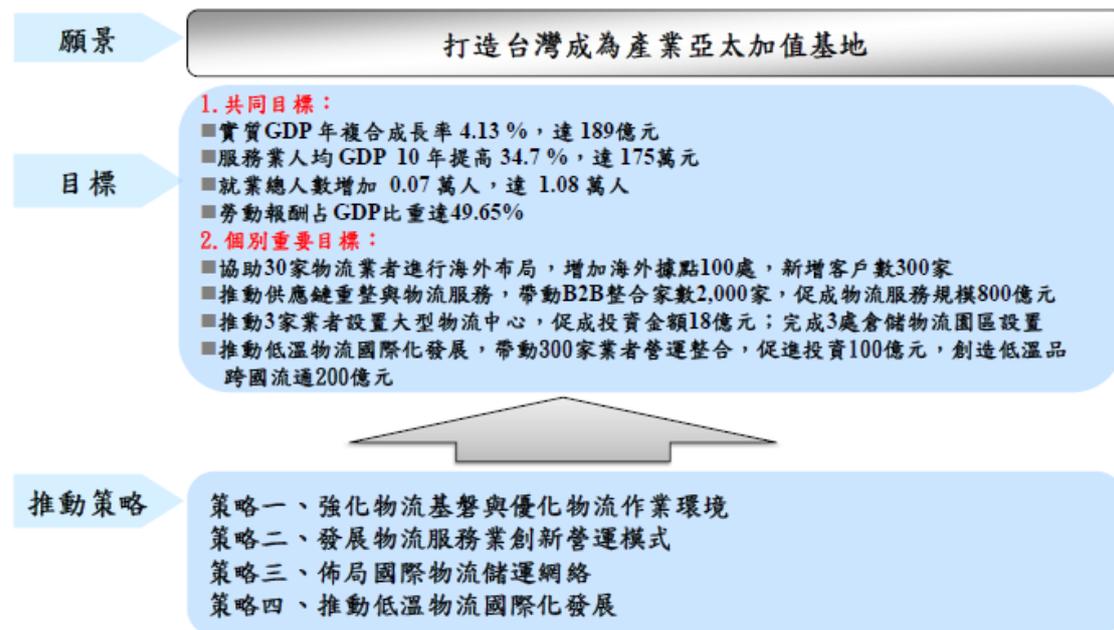


圖3 2020年物流業發展藍圖

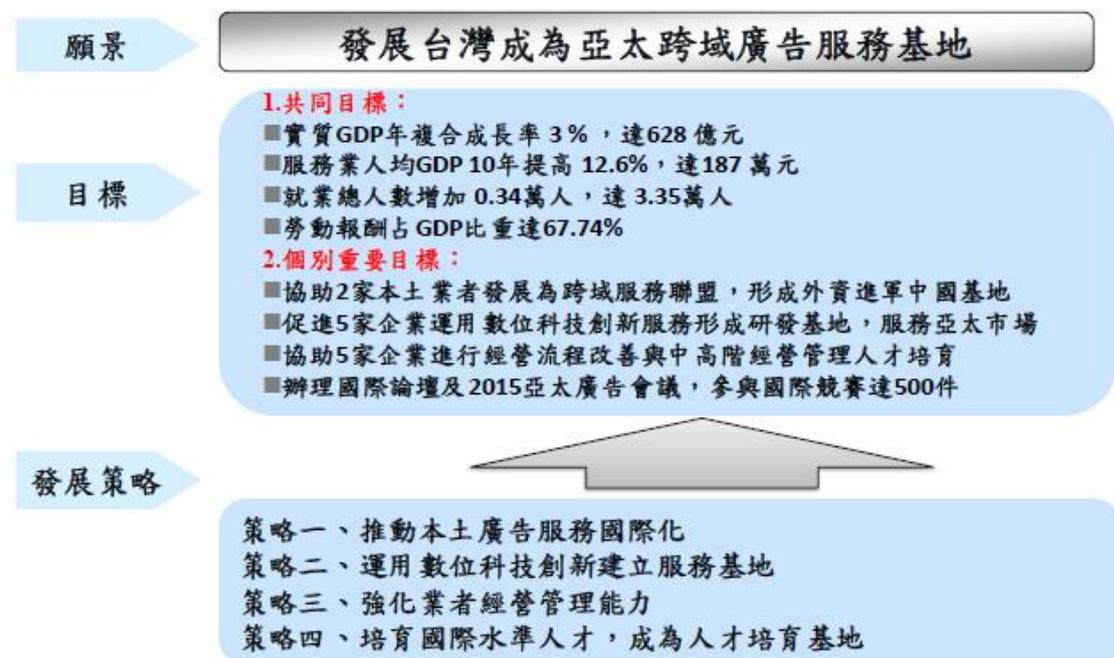


圖4 2020年廣告業發展藍圖

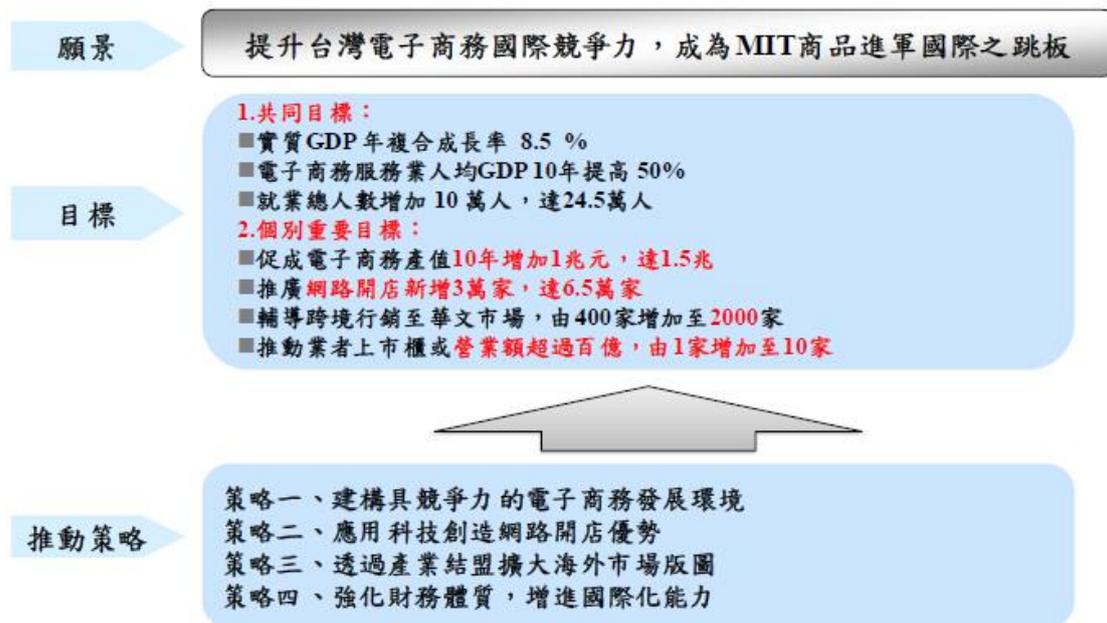


圖 5 2020 年電子商務業發展藍圖

## 第二章 商業司委辦計畫清單

為配合經濟部長期推動的「產業轉型」政策，商業司除持續創造商業服務業更有利的發展條件，並發揮實質功能，以發展商業創新服務與科技應用及重點服務業為施政重點，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。下表列出商業司現行執掌之商業發展與科技業務詳細計畫清單。

表 2 106 年度商業司施政計畫清單

工作計畫	計畫名稱
推動商業現代化	連鎖加盟業能量厚植暨發展計畫
	廣告設計服務業增值計畫
推動商業科技發展	多通路物流服務推動計畫
	港區物流增值服務推動計畫
	電子商務兆元推升計畫
	網路購物產業價值升級與環境建構計畫
	社群分享商務推動發展計畫
	網際網路內容防護機構計畫
	服務業能源管理與技術輔導計畫
	以服務增值再造生活服務業競爭力計畫
	服務業結構調整與科技應用規劃計畫
因應虛擬世界法規調適商業法制環境建置計畫	

工作計畫	計畫名稱
	餐飲業科技應用推動計畫
	餐飲老店故事行銷計畫
	服務業創新研發計畫
	新興科技商業應用體驗環境推動計畫

## 第二篇 推動商業現代化計畫介紹

---

### 連鎖加盟業能量厚植暨發展計畫(2/4)

---

執行單位： 中國生產力中心

執行時程： 106 年 3 月~106 年 12 月

執行經費： 18,500 千元

---

#### 一、計畫目標

- (一) 透過強健連鎖加盟企業體質，維持企業競爭優勢，使其經營管理、資源整合能有效運用，並在具備創新能力下建構多樣態的經營模式。
- (二) 引導連鎖加盟業者，透過品牌經營，邁向國際與市場佈局，使企業擴大經營規模並具國際競爭力，以達永續經營之目標。

#### 二、計畫內容概要

##### (一) 厚植經營體質

1. 協助 25 家以上連鎖總部，針對經營管理與發展機制等提供輔導與協助。
2. 協助 25 家以上企業規模擴展，如單店發展多店或多門市體系，或多店發展為連鎖體系。
3. 提出服務品質提升方案 1 式，辦理 3 場次北中南說明會。

##### (二) 國際市場佈局

1. 協助連鎖企業參與國際或大陸地區展會 2 場次，增加國際市場曝光度，促成 6 件商機媒合。
2. 協助 8 家以上具國際化發展潛力連鎖企業，評估適合之國際輸出方式等，完成 15 個海外據點。
3. 藉國際連鎖企業來臺參訪機會，辦理 2 場次國際企業交流會議。

### (三) 產業商情資訊

1. 調查每月國內批發零售業新增投資案源，並每季提供批發零售業面臨困境與所需協助資源等。
2. 辦理計畫成果推廣與分享活動 1 式。

## 三、計畫成果與目標達成情形

### (一) 厚植經營體質

1. 完成 25 家連鎖企業總部輔導，提升總部支援與管控能力，協助其品牌建立與價值提升、強化連鎖門市進銷存運作、完善加盟制度契約等面向，解決業者的經營困難。
2. 完成 25 家企業規模擴展輔導，協助建立門市標準化制度、組織分工與變革管理、教育訓練與人力資源規劃等面向，強化門市營運能力。
3. 完成服務品質提升方案 1 式，辦理 5 場次北中南說明會，總計 86 家企業 130 人次參與。

### (二) 國際市場佈局

1. 帶領 7 家業者參與菲律賓亞洲連鎖加盟展，預計促成 5 件商機媒合，225 萬美元商機；帶領 8 家業者參加廣州國際特許連鎖加盟展，預計促成 3 件商機媒合，192 萬美元商機。
2. 完成 9 家具國際化發展潛力之連鎖企業輔導，協助提供國際市場情蒐、國際佈局策略、海外營運管理、國際授權合約等，解決業者海外拓點困境。並鼓勵連鎖業者積極發展海外市場，協助業者完成 15 個以上海外據點布局。
3. 辦理 2 場次國際企業交流會議，邀請印尼、菲律賓、澳洲、印度 4 位海外買主，藉來臺參訪機會進行交流媒合，共計 15 家國內業者參與。

### (三) 產業商情資訊

1. 調查批發零售相關產業商情資訊，總計 6 案新增投資案源共 1,374.3 億元，並針對批發零售面臨困境與協助資源完成

7 篇報告。

2. 辦理計畫線上成果推廣與媒體廣宣 1 式，彙整本年度受輔導企業提供輔導成果影片與成效，以電子報方式進行連鎖加盟企業資訊觸達，並將計畫成效以新聞稿方式進行媒體廣宣。

---

## 廣告設計服務業加值計畫(2/4)

---

執行單位： 中國生產力中心

執行時程： 106 年 1 月~106 年 12 月

執行經費： 6,320 千元

---

### 一、計畫目標

促進廣告設計服務業國際交流，及因應數位科技發展，鼓勵臺灣青年創新並協助產業人才國際化發展。

### 二、計畫內容概要

#### (一) 創意彰顯，國際爭鋒

1. 籌辦臺灣平面設計獎競賽、成果展覽活動，鼓勵設計創作以提高國際知名度。
2. 辦理國際專業課程，引進國外創意、品牌行銷等觀點，提升國內人才多元設計服務能力。
3. 協助優良作品參與國際競賽，奠基臺灣於國際的創意排名及促進國際曝光。

#### (二) 網實整合，知識擴散

1. 辦理國際設計趨勢論壇，協助產業瞭解全球發展趨勢，累積國際競爭力。
2. 維運社群交流平臺，發揮知識分享、計畫廣宣擴散之綜效。
3. 透由小聚交流，以數位化整合行銷與國際化經營觀點為研討議題，促進產業交流，提升從業人員服務能量。

### 三、計畫成果與目標達成情形

#### (一) 創意彰顯，國際爭鋒

1. 辦理「2017 臺灣國際平面設計獎」共計 71 個地區/國家，4,906 件作品參與競賽，與國際設計社團組織以及國內產業社團協會與學校合作推廣，展現我國設計競賽之品牌。辦理

「優選作品展覽」，吸引共 1,007 人次參與；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. 辦理「國際創意工作坊-品牌創新變革」及「國際創意工作坊-用設計說話」共 2 場次，培訓 44 人次，提升國內人才掌握創意設計關鍵技術，強化多元行銷服務能力。
3. 協助優良廣告與設計業者參與坎城國際創意節、THE ONE SHOW、德國 iF 與美國傳達藝術年度設計及廣告獎等競賽，獲獎數達 83 件，成功提升臺灣於國際之創意排名 3 個名次。

## (二) 網實整合，知識擴散

1. 辦理國際設計趨勢論壇，藉由國內外設計專家分享全球設計趨勢，培訓 106 人次，累積國際競爭力。
2. 維運臉書粉絲團，貼文數 294 則，粉絲數 5,250 人，觸及人數達 34 萬人次；建立 line 群組交流平臺，發揮知識擴散之整體綜效。
3. 辦理廣告小聚活動 3 場次，培育跨界人才共 208 人次，強化數位整合行銷能力，引領產業跨領域創新加值，提升從業人員服務能量。另辦理 1 場次設計小聚交流活動「臺灣視覺設計社團聯合大會」，共計 10 個設計產業公協會理事長參與，藉由設計相關協會會員互動及設計相關產品展示介紹，協助廠商進行媒合交流。

## 第三篇 推動商業科技發展計畫介紹

---

### 商業資訊躍升計畫(2/4)

---

執行單位： 宏碁資訊服務股份有限公司

執行時程： 106 年 1 月~106 年 12 月

執行經費： 54,600 千元

---

#### 一、計畫目標

- (一) 優化商工基礎建設提高資源配置彈性
- (二) 提升商工數位服務強化跨域協作效能
- (三) 結合雲端社群資源擴增商工便民應用

#### 二、計畫簡介

- (一) 商工行政資訊系統再造
  - 1. 公司登記與管理系統再造（第二階段）。
  - 2. 公司登記與管理系統免書證服務。
  - 3. 強化一站式申請作業服務網站。
  - 4. 案卷影像掃描儲存系統再造。
  - 5. 商工行政公示系統強化。
- (二) 商工行政便民應用服務擴增
  - 1. 建立規費多元繳納機制。
  - 2. 公司案件進度查詢英文介面。
  - 3. 商工行政資料視覺化服務。
- (三) 雲端服務技術深化
  - 1. 異地備份機制建置。
  - 2. 商工資料庫獨立儲存資源池建置。
- (四) 開放資料及跨域服務整合。
  - 1, 擴增開放商工行政資料集及開放資料 API。
  - 2. 建置開放資料混搭機制。

3. 動產擔保交易系統強化。

(五) 入口網與業務輔助服務強化

1. 商工行政服務入口網強化。
2. 商工行政業務輔助系統強化。

三、計畫成果與目標達成情形

(一) 商工行政資訊系統再造

1. 完成公司登記系統再造上線，提供全國公司登記機關駐點輔導，上線滿意度達88.12%。
2. 完成公司登記與地政服務共享協作平台介接，簡化民眾申辦手續，配合推動民眾洽辦業務免附書件服務。
3. 辨識既有公司登記表與章程案卷影像作業，共完成136萬6,782筆影像檔。
4. 一站式線上申請案件數量逾121,654件，較上年同期成長10.6%，以臨櫃辦理交通往返與等候時間3小時（每工時240元時間成本）及交通費用300元計算，為企業及民眾節省124,087千元時間與交通成本。
5. 公示系統關鍵字查詢次數至少達2,631萬1,188次。

(二) 商工行政便民應用服務擴增

1. 一站式線上申請作業網站導入超商繳納規費，提供民眾多元繳費方式，提升商工便民服務品質。
2. 建置「商工行政資料視覺化服務網站」，提供「公司法人、董監事持股網絡」、「民眾經營公司網絡」、「105年設立及解散撤銷行業異動分析」及「20年間公司解散撤銷資料統計分析」查詢服務。

(三) 雲端服務技術深化

1. 完成三種異地備份機制類型，分別為商工正式資料庫備份(1.5TB)、商工影像系統影像檔備份(8TB)及商工虛擬機備份檔(13TB)。

2. 建置商工資料庫獨立儲存資源池，系統工作負載量降為僅原先的 50% 左右，提升整體系統效能。

#### (四) 開放資料及跨域服務整合

1. 共擴增開放 91 項商工資料集及 9 項 API，使用次數達 3,873 萬以上，共新增 53 個介接單位(用途比例分別為:資料查詢佔 47%、研究分析佔 17%、資料驗證佔 16%、廠商通訊錄 16%及其他佔 4%)，增加商工資料透明度，提高商業資訊附加價值。
2. 動產擔保公示查詢次數共計 8,235,801 筆，自 103 年 3 月上線起，至 106 年 10 月底止，累計查詢已達 29,751,550 筆。

#### (五) 入口網與業務輔助服務強化

全國商工行政服務入口擴增英文版介面，入口網使用次數已逾 1,610 萬次，滿意度度達 91.04%。

---

## 會計資訊品質提升計畫(2/4)

---

執行單位： 中華民國會計研究發展基金會

執行時程： 106 年 1 月~106 年 12 月

執行經費： 3,500 千元

---

### 一、計畫目標

完善我國商業法規制度，提昇國內非公開發行企業財務報表編製者與使用者對於企業會計準則公報之瞭解。

### 二、計畫簡介

- (一) 對企業會計準則公報於實務上之應用提供釋疑及指引
- (二) 加強宣導企業會計準則公報
- (三) 並持續依國際財務報導準則 IFRSs 之修訂更新公報

### 三、計畫成果與目標達成情形

- (一) 企業會計準則公報更新、釋疑及指引
  1. 完成企業會計準則公報問答集20則，企業會計準則公報參考範例20則。
  2. 完成企業會計準則公報與2013年版IFRSs及金管會最新認可之IFRSs之差異分析更新65項。
  3. 因應國際會計準則理事會(IASB)於2014年6月發布「農業：生產性植物」，說明與農業活動有關之生產性植物應按不動產、廠房及設備之會計處理，修訂第8號「不動產、廠房及設備」及第17號「生物資產」。
- (二) 加強宣導企業會計準則公報
  1. 製作企業會計準則公報簡介短片 2 則。
  2. 舉辦成果發表會 9 場(台北 5 場、台中 2 場、高雄 2 場)，共計 1,096 人次參加。

---

## 商業管理提升計畫(2/4)

---

執行單位： 中華民國全國商業總會

執行時程： 106 年 3 月~106 年 12 月

執行經費： 1,440 千元

---

### 一、計畫目標

建立一致體例架構之定型化契約，以供業者落實遵行，提升政府管理效能，使企業得與永續發展共進互得其利。

### 二、計畫簡介

#### (一) 定型化契約之評估檢討

1. 組成研修小組，研修小組成員至少包括 4 位學者專家，召開至少 12 場會議。
2. 以對照方式研議「汽車買賣、中古汽車買賣、套書及其相關影音商品買賣、婚紗攝影及禮服租用」等定型化契約範本暨其應記載及不得記載事項之內容，建立一致性架構。
3. 依前項一致性架構，提出「汽車買賣、中古汽車買賣、套書及其相關影音商品買賣、婚紗攝影及禮服租用、電器買賣、洗衣」等 6 項定型化契約範本暨其應記載及不得記載事項所需之法制作業文書（含總說明及對照表等）。

#### (二) 定型化契約之訪查及宣導

擇定 2 項業別，深入瞭解定型化契約遵行情形，並作成書面報告。

#### (三) 協助完成辦理定型化契約或商品標示法規之座談會。

#### (四) 依政府指示議題，提供相關資料蒐集及諮詢意見。

### 三、計畫成果與目標達成情形

#### (一) 定型化契約之評估檢討

1. 組成研修小組，成員包括 6 位學者專家，召開 18 場研修會議。

2.建立定型化契約範本暨其應記載及不得記載事項之一致體例架構。

3.依前項一致性架構，研析修正「汽車買賣、中古汽車買賣、套書及其相關影音商品買賣、婚紗攝影及禮服租用、電器買賣、洗衣」等6項定型化契約範本暨其應記載及不得記載事項，並完成其所需之法制作業文書。

(二) 定型化契約之訪查及宣導

擇定電器、洗衣等2個業別，辦理定型化契約訪查及宣導公會（新北市電器商業同業公會、台北市洗衣商業同業公會）或業者（大同綜合訊電股份有限公司、臻穎股份有限公司）共4家，作成訪查書面報告，再輔導其改善定型化契約遵循情形。

(三) 辦理1場「婚紗攝影（禮服租售及拍照）契約範本修正草案暨增訂其應記載及不得記載事項」草案研商會議。

(四) 協助蒐集美國加州及紐約州檸檬法規範概況等資料，供作修法（汽車買賣定型化契約範本暨其應記載及不得記載事項）參考。

---

## 多通路物流服務推動計畫(2/4)

---

執行單位： 工業技術研究院

執行時程： 106 年 3 月~106 年 12 月

執行經費： 33,000 千元

---

### 一、計畫目標

計畫以電商多通路（指供應商可透過電商平台多類型的方式進行銷售，如 B2C、B2B2C 等）物流服務為主要推動範疇，包含國內電商及跨境電商。在國內部份，從物流服務各流程構面切入(訂單、倉儲、配送、回收與存貨調度)，應用科技建立智慧物流營運解決方案，以提升國內電商物流營運效能，建立符合快速反應需求的電商物流服務；在跨境部份，將協助國內物流業者，應用物流決策支援管理系統，快速整合商流與物流資訊，建立跨境電商之戶到戶（Door-to-Door）集運配服務，支援臺灣跨境電商之發展。

### 二、計畫簡介

#### （一）國內電商物流轉型升級

協助國內 10 家電商業者與物流業者引進物流技術，建立訂單資訊共享與分析機制、智慧化的倉儲管理模式、效率化的物流配送調配體系等優化方案。

#### （二）跨境電商海外物流據點建置與服務網絡擴散

選定新加坡與馬來西亞做為進入東協市場的據點，推動集貨代運與海外寄倉物流服務模式，整合境內外物流業者群聚合作，提升跨境電商物流效率並降低成本。

#### （三）成果廣宣與擴散

透過網路社群經營，以及舉辦商機媒合與推廣活動、計畫成果發表會，推廣計畫推動方向與成果，並強化我國物流服務業者服務能量與海外布局發展能見度，協助業者進行供需媒合與跨業合作。

### 三、計畫成果與目標達成情形

#### (一) 國內電商物流轉型升級

1. 綜整電商物流產業之關鍵作業瓶頸、共通性需求，規劃訂單預測與倉儲決策支援、倉儲智動化、揀貨排程與揀貨路徑規劃、配送路線排程決策等技術解決方案。
2. 協助家庭雲端(鮮食家)、芬芳烹材、聲寶百利市、億康摩斯、東稻家居、便利帶、萊爾富、新竹物流、華美航運、富萊特(找好運)等 10 家業者優化其物流配送調配體系，縮短訂單履行時間 10%、縮短逆物流作業時間 15%，帶動國內物流服務收入 2 億元。

#### (二) 跨境電商海外物流據點建置與服務網絡擴散

1. 因應全球跨境電商市場成長及配合新南向政策，協助 74 家國內供應商進行臺灣商品之海外市場拓銷，透過臺灣代運營商「哈台灣 Ha Taiwan」串接東南亞各大電商平台，如 Lazada、11street、Shopee，共計上架 450 個品項，藉由促進商流發展帶動物流需求。
2. 整合國內供應商、國內外電商與物流業者共同推動跨境電商物流服務，促成臺灣商品出口金額達 5 億元，帶動跨境電商物流服務收入 2 億元，並與 SnT、iStoreISend 等馬來西亞業者合作、建立 2 處海外倉。

#### (三) 成果廣宣與擴散

為推廣計畫推動方向與成果，辦理計畫說明會、臺星臺馬新南向商貿(跨境電商)與物流實戰攻略、臺馬跨境電商與物流服務交流論壇、2017 智慧商業暨物流成果發表會等共計 8 場成果廣宣活動，出席人數逾 670 人次，並帶領國內供應商、電商與物流商，參加新加坡「新零售物流 4.0 革命高峰論壇」、馬來西亞「2017 雪蘭莪智慧城市與未來商務展」，推廣智慧物流與跨境電商物流模式。

---

## 港區物流增值服務推動計畫(2/4)

---

執行單位： 工業技術研究院

執行時程： 106 年 3 月~106 年 12 月

執行經費： 31,638 千元

---

### 一、計畫目標

協助國際物流業者建立具彈性客製化之國際貨物安排能力，並協助國內外各供應鏈體系業者整合營運流程，降低貨物在臺轉運之成本支出，並加快貨物流通速度。

### 二、計畫簡介

#### (一) 推動多元物流增值服務模式

協助國內 4 家國際貨物承攬或倉儲業者，發展各式港區增值與中轉發貨之物流模式，強化與海外代理、國內加工廠以及合作物流業者間之整合度，支援產業在全球市場的貨物運配與增值服務布局。

#### (二) 發展國際物流資源整合與儲運管理系統

建立外貨中轉拆併貨作業模式，並協助國際貨物承攬或倉儲業者進行拆併貨儲區管理與貨品重量確認，同時透過資訊透明化與共享，強化國內外物流供應鏈之連結度，提升資源調度能力，以提高外貨來臺之轉運效率以及降低轉運成本。

#### (三) 成果擴散與廣宣

綜整本計畫所進行的物流服務推動模式、案例或技術成果，透過交流座談、說明會、成果發表等相關會議，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) 推動多元物流增值服務模式

1.協助雷富通運、欣洋通運、海駿、台驊國際物流、凱士達國

際、京揚國際、弘茂運通等7家國際物流業者，以港區為基地，吸引10億元之國內外貨物在臺灣進行轉口轉運、整併或加值，創造物流服務營收1.2億元。

2.藉由推動案例與商機探索，歸納7式臺灣中轉物流加值服務商機，供國際物流業者仿效複製，以擴大中轉物流加值服務商機與產業影響範圍。

## (二) 發展國際物流資源整合與儲運管理系統

為支援前述各項模式之推動，發展物流資源整合與儲運管理支援技術，協助業者推動物流服務流程科技化營運，包含：

- 1.國際物流基磐資料整合平台：利用自動擷取技術匯集20家航空公司及3家海運公司公開資訊(Open Data)，提供國際承攬業單一查詢平台，協助業者快速進行國際運輸安排、跨國貨物狀態追蹤、集併發貨與調度規劃等作業。
- 2.拆併貨儲區管理與貨物重量自動偵測技術：整合影像辨識、行動秤重與無線通訊技術，在貨物入儲時，自動獲得貨物重量資訊，協助倉儲業者簡化貨物過磅作業，提升中轉作業效率。
- 3.優化進出口供應鏈資訊整合系統：整合供應商出貨訂艙與併艙資訊，承攬、海外貨代、倉儲與運輸等物流資訊，以及收貨人貨品到貨驗收資訊，完成全程供應鏈資訊透通之共享平台。
- 4.以上技術已應用於40家業者，促進拆併貨作業時間由3人天縮短至1人天，降低資訊整合查詢時間由10人時至2人時。

## (三) 成果擴散與廣宣

辦理共計10場之計畫說明會、全球商機研習交流會、自由貿易港區委託加工實務操作說明會、成果發表會，出席人數逾760人次。

---

## 冷鏈物流技術整合與應用服務推動計畫(2/4)

---

執行單位： 工業技術研究院

執行時程： 106年1月~106年12月

執行經費： 33,535千元

---

### 一、計畫目標

本計畫以利基產品為標的，在國內以冷鏈服務整合商物流創造價值；在國際推動海外冷鏈商貿物流據點布建與整合，擴大國際市場商機。

### 二、計畫簡介

- (一) 發展農產品高運力物流整合服務，提高冷鏈儲運價值：構建冷鏈物流運力整合服務平台，協助業者組成冷鏈儲運服務聯盟。另發展農產品高運力物流服務模式，並與零售體系合作，創造產品附加價值，降低耗損。
- (二) 建立低溫品跨國集運配撥服務，強化跨國食材調度管理：以掌握商機優勢為目標，規劃以臺灣為調度中心之跨國食材調度管理模式，促進食材快速流通與掌握冷鏈物流跨國服務商機。
- (三) 建立品質管理實施方案，強化冷鏈物流運作基磐：發展冷鏈物流暫存保鮮容器，補強冷鏈物流服務缺口，架構品質管理機制與科技化監管模式，強化冷鏈物流服務，並推動場域示範。

### 三、計畫成果與目標達成情形

- (一) 農產品高運力物流服務模式發展與體系推動
  - 1. 完成開發「冷鏈物流運力整合服務平台」，整合全日物流等11家物流車隊業者，組成冷鏈儲運服務聯盟，因應南北貨物長途轉運之需求，推動車求貨、貨求車等運能資源與貨源資訊的共享，提高配送作業效率15%，降低了物流成本20%與碳排量16%。

2. 整合全聯、締盟、慕渴等零售體系與物流業者，應用前述平台、蓄冷設備、食品循環再利用管理機制及供需資訊匯集系統，強化農產食品循環供應鏈整合與品質管理，並提升再利用價值，減少報廢率20%。

## (二) 建立跨國食材集運配撥體系

1. 建構跨國食材供需與轉運調度模式，整合物流商、國際商貿商、出口商與加工業者等 20 家企業，推動跨國食材進出口供應鏈，連結 3 處海外貨源與 5 處海外通路，打造跨國水產品商物流流通服務。
2. 完成開發跨國食材供需調度系統，應用物流服務協助控管商品之數量、效期、狀態，協助國際業者訂單管理、跨國商品管理與貨況追蹤。

## (三) 強化冷鏈物流運作基磐

1. 因應機場、港口以及無溫控揀貨區的低溫品保溫需求，應用軟性隔熱包材，完成符合標準棧板尺寸之覆蓋式及可裁切式暫存保鮮容器。
2. 完成開發冷鏈物流品質管理功能模組，整合農產食品儲運溫溼度建議，並與物流業者合作，建立品質管理機制與科技化監管模式。
3. 應用蓄冷設備、無線溫度感測記錄器與冷鏈物流品質管理機制，推動離島畜產品冷鏈物流服務模式。

- (四) 協助業者應用前述冷鏈物流軟硬體技術，支援 8 億元低溫品海內外銷售服務，促成冷鏈物流服務營收 1 億元。

---

## 推動保鮮溯源物流服務計畫(2/4)

---

執行單位： 工業技術研究院

執行時程： 106 年 1 月~106 年 12 月

執行經費： 20,000 千元

---

### 一、計畫目標

因應城市食品安全流通之目標，以及產業對於同時兼顧品質、成本、效率、可追溯之城市冷鏈物流服務需求，計畫透過推動與建立「無人化寄取貨服務」、「商品流通溯源示範體系」、「擴大創新城市冷鏈物流服務」，以及「環境感知網絡技術應用」等服務模式，改善現行宅配作業降低物流成本，以及運用便捷、省力化之物流歷程追溯(品質管理)機制，協助臺灣通路商、供應商及物流業朝向物流服務科技化轉型發展，提升國內冷鏈物流服務能量。

### 二、計畫簡介

- (一) **推動無人化寄取貨服務**：於臺北、花蓮、桃園、臺中、臺南與高雄等地建置城市物流自動存取服務(智取站)，改善現行宅配作業因消費者無法當場取貨、需進行二次投遞造成效率不彰之物流瓶頸，降低宅配物流成本，並開發行動 APP 簡化操作流程、提升使用者體驗。
- (二) **商品流通溯源示範體系**：透過計畫所開發之「保鮮溯源管理平台」與「環境感知網絡技術平台」，串接農委會之農產品產銷履歷資料，結合了物流溫度履歷與農產品產銷履歷，使得食材溯源履歷更為完整。
- (三) **擴大創新城市冷鏈物流服務**：運用蓄冷設備和貨車多溫共配、機車冷鏈快遞等物流服務，協助零售與餐飲業者有效維持末端配送之低溫商品品質，支援中小型供應商在外展售低溫商品的保鮮暫存需求，並以參與商品流通溯源示範體系的業者為後續擴大推動之基礎，協助國內業者維持商品配送品質。

- (四) **開發環境感知網絡技術應用**：應用環境感知網絡技術、行動科技(手機 APP)及後端管理平台，透過多元訊號感測記錄器，提供便捷化的物流歷程記錄解決方案，協助國內業者掌握冷鏈物流歷程資訊，釐清發生問題的環節點，提升物流配送之品質管理。

### 三、計畫成果與目標達成情形

(一) 無人化寄取貨整合服務推動：

擴展無人化寄取貨服務(智取站)之服務模式範疇與據點，智取站已減少 6,000 個包裹之重複投遞，有效改善宅配業者因無效率的投遞作業，節省物流成本 100 萬元。

(二) 保鮮溯源物服務擴大推動：

1. 結合農委會之農產品產銷履歷資料與本計畫所開發之保鮮溯源管理平台、環境感知網絡技術，與有心肉舖子合作建立超過 500 家業者、共計 700 個據點之商品流通識別與物流作業溫度追蹤之示範體系。
2. 協助漢記公司(品牌為朱記餡餅粥)等多家餐飲業者，導入蓄冷式設備，解決以冷藏車共同配送冷凍品之冷鏈物流困境，其中央廚房對全臺門市據點之成品或半成品配送，全面運用末端通路多溫共配服務模式，減少冷凍車輛使用 1,200 趟、降低冷鏈物流成本 600 萬元。
3. 協助大潤發應用蓄冷設備，建構機車冷鏈快遞物流服務模式，以克服機車宅配網購低溫商品之冷鏈物流困境，增加網路購物之低溫商品選購商機，減少冷凍(藏)車輛使用 600 趟、降低冷鏈物流成本 200 萬元。

---

## 亞洲矽谷智慧商業服務應用推動計畫(1/4)

---

執行單位： 工業技術研究院

執行時程： 106 年 1 月~ 106 年 12 月

執行經費： 250,290 千元

---

### 一、計畫目標

#### (一) 發展智慧零售與物流創新服務解決方案

運用智慧商業科技，參考國際趨勢，以軟硬整合思維，自主研發各式創新商業服務解決方案，包含消費通路服務、營運決策管理，以及物流協同服務等面向，推動以消費者為核心的創新消費服務，發掘未來可大規模擴散的智慧商業應用，打造屬於臺灣的全通路服務與消費購物體驗，並提供商業服務從業者優質工作環境。

#### (二) 建立智慧零售與物流多元示範案例

為刺激國內零售業與支援性服務業積極導入智慧科技應用，並朝向智慧商業服務發展，本計畫擬以所發展的智慧商業服務應用模式為基礎，於商區、校區、園區等實際生活圈，打造多元示範區域，帶動位於區內的零售業者應用共同示範與應用多項智慧商業服務應用科技，以驅動國內智慧零售商業模式成形。同時，亦將透過補助機制，輔導國內業者應用成熟智慧科技，打造全通路服務、優質服務體驗與促使商業科技應用規模化。

#### (三) 人才培育與創新創業推動

為推動國內商業服務邁向創新化與智慧化，本計畫擬透過與民間創新創業媒合交流平台合作，建立創新創業團隊培育機制，並舉辦人才培訓，藉以培養國內擴展智慧商業服務之實力與基磐。

### 二、計畫簡介

#### (一) 發展智慧零售商業模式與應用

智慧零售以消費者需求為核心，研發智慧零售與物流服務方案。

(二) 推動智慧商業服務補助案例與實證場域

運作輔導補助機制，推動全通路服務與優質購物服務案例，並打造多元實證場域，引入創新技術、新創事業方案至場域，以帶動智慧商業服務的創新概念實體化機會。

(三) 智慧商業創新人培育與新創扶植

透過與民間創新創業媒合交流平台合作，建立創新創業團隊培育機制，並舉辦人才培訓，以培養國內擴展智慧商業服務之實力與基磐。

(四) 智慧商業服務共創推動

整合創新創業社群媒合平台，利用既有資源與培育機制，強化新創事業關鍵創業知識；並引入產業專家的諮詢指導與公開發表資源，提高新創事業曝光並進行資金媒合。

三、計畫成果與目標達成情形

(一) 建立軟硬整合物聯網創新方案研發能力

發展智慧零售與物流創新應用方案

- 1.智慧零售以消費者需求為核心，研發 5 項智慧零售與物流服務方案(電子禮券整合核銷、跨業紅利點數累兌、光通訊行銷、以圖尋物導購及包裹智取站共用)。
- 2.整合 200 家業者(包含大潤發、橡木桶洋酒、點鑽整合行銷、墨攻、宜睿、騰雲、中華郵政、新竹物流等)，帶動民間 1.5 億元商業投資及 10 億元營收。
- 3.整合中華郵政、新竹物流、嘉里大榮等物流業者，以及萬洲通等智取站櫃體布建商，打造國內包裹智取站服務模式。目前已成功促成中華郵政、掌櫃智慧企業投入 1.6 億元資金，由北到南設置 1,500 個智取站服務點。

(二) 群聚業者擴大商業服務創新生態系

- 1.推動智慧商業服務補助案例與實證場域

(1)以智慧零售服務為主題，評選國內 21 家業者，運用物聯網、大數據等相關科技，提供消費者創新購物體驗，並促成 3,300 個商業服務據點往智慧化轉型，服務使用達 5 千萬人次，以及 6 億元商業投資與 40 億元營收。

(2)整合新北市、桃園市與臺中市三地 928 家在地商圈業者，引入多項智慧商業應用方案，吸引 22 萬人次前往體驗，帶動 5,000 萬元的消費。以大新板商圈為例，串聯在地 705 家商家，應用智慧科技打造行動用餐候位服務、I.G.回憶社群集客服務、轉運站智慧集客、廣告智慧選播服務、商區人流分析等，帶動 10 萬個消費人次，創造 1,654 萬元消費金額。

## 2.智慧商業創新人才培育與新創扶植

(1)完成勞動部 iCAP 關於綜合零售業大數據分析師與綜合零售業數位行銷專員職能基準之品質認證審查，做為產學界人才培育參考。

(2)與民間創新創業媒合平台(數位時代之創業小聚)合作，評選 12 家新創事業，提供創業知識學習、國內外大型展會曝光及創投媒合機會，成功促成其中 7 家業者獲得群眾募資、天使基金等注資超過 8,120 萬元。

## 3.智慧商業服務共創推動

(1)推動智慧商業共創工作坊，促成新漢公司利用以大帶小、以軟帶硬模式，並與思凱睿克公司、誠屏科技，共同與法商 Quividi 簽署國際合作備忘錄，共同發展創新商業零售解決方案，並將陸續導入國內大型連鎖購物中心及賣場。

(2)促成寶鏡科技與亞迪電子共同合作，打入日本智慧零售市場，並與英國創投簽屬投資合作備忘錄，預計可獲得 40 萬美金(約新臺幣 1,200 萬元)的注資。

---

## 社群分享商務推動發展計畫(1/4)

---

執行單位： 資訊工業策進會

執行時程： 106 年 2 月~106 年 12 月

執行經費： 22,761 千元

---

### 一、計畫目標

以社群網路為核心，協助網創團隊朝向社群化服務發展，並與既有業者合作，共同以社群分享的新機制，發展創新增值服務，並協助網創團隊與市場接軌、通路合作或朝向國際發展及吸引創投資金挹注。

### 二、計畫簡介

#### (一) 深耕社群商業創新智慧服務培育機制

1. 辦理社群商業智慧產業育成輔導。
2. 建置社群商業智慧整合培育平台。
3. 鏈結既有業者與網創團隊。

#### (二) 社群商業創新智慧服務推動發展

1. 舉辦 IDEAS Show 活動。
2. 推動 APEC 會員經濟體之社群商務交流及合作。
3. 推動社群商業創新智慧服務。

#### (三) 推動社群商業創新智慧服務國際合作

1. 促成國際創投資源媒合。
2. 推動網創團隊國際發展。

### 三、計畫成果與目標達成情形

#### (一) 培植國內網創團隊與既有業者接軌

1. 透過 IDEAS Show 企業主題專場，媒合 19 家網創服務與零售通路業者。
2. 將網創團隊服務，推廣至零售、觀光、旅遊、餐飲等業者，

已推動 121 家國內店家與網創團隊進行合作。

3. 協助百貨品牌業者創智勵導入 Oready VR 技術。
4. 與阿瘦實業合作，結合線上 APP 主題活動，線下吸引年輕客群走進阿瘦門市，共媒合 9 組網創團隊，協助促成合作機會。

## (二) 協助國內網創團隊邁向國際

1. 輔導協助 10 家網創團隊參與國際育成及交流活動

5 月帶領 10 家網創團隊參與新加坡 Tech in Asia 活動，並帶領團隊拜會 bash、Plug & Play、SEEDPLUS、Golden Gate Ventures、SGInnovate 等創投及育成單位，已有諸多團隊與當地業者洽談合作，並與創投洽談投資中。

2. 輔導協助 11 家網創團隊參與國際性發表及創投媒合機會

106 年 6 月帶領 8 家網創團隊參與 Mobile World Congress 上海的新創展區參展，並舉辦 1 場國際商機媒合會；9 月並輔導協助 3 家團隊於德國 IFA 展新創專區發表及進行展示，團隊於展後，已與當地創投、業者洽談投資、合作中。

---

## 網路購物產業價值升級與環境建構計畫(1/4)

---

執行單位： 資訊工業策進會

執行時程： 106 年 3 月~106 年 12 月

執行經費： 28,100 千元

---

### 一、計畫目標

- (一) 建構網購產業發展新環境
- (二) 促進網購應用能力
- (三) 提升電商安全體質

### 二、計畫簡介

#### (一) 建構網購產業發展新環境

觀測與研析國際與我國法制暨產業生態，完善國內法制與市場發展，建構良好網購產業及法制環境。

#### (二) 促進網購應用能力

1. 應用政府資源的能力：鏈結政府及民間資金，協助電商業者發展取得發展資金。
2. 應用數位行銷的能力：鼓勵業者上架商品至網購平台，強化中南東部企業主數位行銷能力。

#### (三) 提升電商安全體質

強化電商資訊安全與個人資料保護之規範推廣、平台維運、聯盟運作、行政檢查，提升民眾對電子商務交易安全的信賴。

### 三、計畫成果與目標達成情形

#### (一) 建構網購產業發展新環境

1. 法制研析：綜整 8 個先進國家電子商務產業立法趨勢，包含中國大陸、新加坡、荷蘭、美國、日本、韓國、義大利和英國等，並研擬政策建言。
2. 產業研析：針對 4 大面向包含總體經濟、市場趨勢、國際標

竿大廠策略及創新應用，進行國際電子商務領域發展趨勢研究，並利用關鍵數據提供政策調整之參考。

- 3.政策幕僚：針對政府法律/產業/跨單位之疑義提供幕僚意見。
- 4.舉辦 3 場新興網購消費法制宣導說明會講座，計有 237 人次參與，會中邀請產官學就網購產業新興發展模式及當紅消費者爭議進行討論。
- 5.辦理 6 場憑證實務作業基準(CPS) 審查會議，核准國內 11 件憑證實務作業基準修正版本，以利憑證機構進行法律遵循。

## (二) 促進網購應用能力

- 1.投融資輔導：舉辦 2 場次投資說明會，邀請業界講師及創投企業參與，共計獲得 1 億 3 千多萬的投資資金，包含 8 家企業獲得創投投資，以及協助 7 家具潛力企業參與加強投資策略性服務業實施方案。
- 2.輔導業者申請適用投資抵減辦法之研發支出抵減：本年度 3 家電商業者申請，總計研發投入 9301 萬元，預期可抵減 1395 萬元。
- 3.協助業者商品上架國內電商平台：舉辦 4 場次網路開店講座活動，媒合國內電商及具商品力業者，於中南東部共有 165 人次參加，促成 30 家成功網路開店。
- 4.人才培育：全台各地舉辦 3 場電子商務數位行銷營，針對有意進行線上銷售的業者/個人教授數位行銷方法，共計 175 人次參與。

## (三) 提升電商安全體質

- 1.建立網際網路零售業者個資法遵文件：規畫建立個資資安基本查核表，電商企業可一步一步自我檢視，提升自我防護能力。辦理網際網路零售商個資、資安風險管理等相關法令說明會，針對資安基本查核要求、個資法遵等議題進行分享討論，2 場次共 196 人次參與。
- 2.以「網路零售業資安基本查核表」推動電商資安基礎安全之資

安要求，迄今已進行實地資安訪查及技術協處共 32 家次、辦理 6 場(共 20 家次)個資保護行政檢查。

- 3.邀請台灣駭客年會資安專家與電商業者進行座談，針對業者面臨之個資外洩或遭受資安攻擊事件進行討論意見交流，此為實戰面談，採閉門會議，足以強化業者資安風險意識。
- 4.維運 EC-CERT，並提供會員資安情資。目前與國內資安組織情資交換累計 102 則(如漏洞訊息、釣魚網站、中繼站清單)，並發布資安警訊累計 56 則。

---

## 電子商務兆元推升計畫(1/4)

---

執行單位： 商業發展研究院

執行時程： 106 年 3 月~106 年 12 月

執行經費： 42,660 千元

---

### 一、計畫目標

為促進我國電子商務平臺國際化，協助電子商務平臺拓展境外市場。計畫以輔導臺灣電商平台業者找尋當地金、物流支援服務商，並協助我國平台業者在目標市場舉辦行銷活動，以平臺力量帶動臺灣品牌業者及網路服務業者一同前進星、馬、印、泰等東協市場及大陸地區。

### 二、計畫簡介

- (一) 強化臺灣電商平臺業者經營東協跨境電商市場的能力，完善跨境電商營運生態體系包含商品、平台、社群、金流及物流的運作順暢。
- (二) 輔導電商平台結合臺灣明星商品，在東南亞目標市場舉辦聯合社群行銷活動，提升臺灣電商平臺及明星產品知名度，並藉由各項國際論壇、招商媒合、產業交流活動提升平臺業者與國際對接能力，發揮電商的通路角色帶動品牌業者出口。
- (三) 建置「跨境電商服務網」，整合東南亞的消費情資、稅制、通關等電商資訊，以提供我們國內電商業者一站式資訊平台供業者蒐集。
- (四) 針對有意願但尚未前往東南亞市場之國內電商業者，為協助其評估於泰國、馬來西亞、菲律賓、越南、印尼、新加坡等東南亞市場發展可能遭遇的初期法律或會計問題，委請熟稔前述市場的專業律師和會計師擔任顧問提供諮詢服務。
- (五) 針對東南亞星、馬、泰、印、菲、越等 6 個市場消費者進行調研，了解當地市場消費者偏好，並發掘臺灣明星商品；另彙整

馬來西亞與泰國當地有關電商法規、公司設立等相關資訊。

### 三、計畫成果與目標達成情形

#### (一) 輔導電商平臺落地經營

106 年度計畫共新增協助 2 家臺灣電商平臺（奧丁丁、MamiBuy）分別於馬來西亞與印尼落地經營；本計畫協助奧丁丁與臺灣 30 家商品供應商進行媒合，提供上架商品；另 MamiBuy 係屬於販售母嬰商品的電商平臺，為擴充平臺流量及顧客黏著度，本計畫亦協助 MamiBuy 招收印尼當地會員，總計招收到 5,000 名會員。

#### (二) 輔導電商平臺設立商品專區

計畫於 106 年度共輔導 7 家臺灣電商業者，於星、馬、泰、印、菲、中國大陸及日本共開設 15 個臺灣商品專區、1 個跨境直送專區，總計共推廣 900 個臺灣品牌、14 萬項商品上架銷售。各臺灣商品專區詳述如下：

1. 馬來西亞：uitox 於馬來西亞 Lazada、11street、Shopee 各成立 1 個 Taiwan Select 商品專區。
2. 泰國：WORLDiBuy 於泰國 PChome Thai 成立 1 個商品專區。
3. 新加坡：博客來成立 1 個新加坡跨境直送專區。
4. 菲律賓：輔導台貿透過 Facebook 社群線上行銷於 Lazada 開設臺灣專區 TeBuy。
5. 印尼：輔導 Rocketindo 於印尼 blibli 開設臺灣專區 Taiwan Premium，並於印尼 8 大電商平臺（Lazada.id、Bukalapak、Shopee、Tokopedia、blibli、elevenia、Orami、JD.id）上架商品。
6. 中國大陸：協助 uitox 與大樹連鎖藥局上架天貓開設 2 個臺灣專區，台貿全球在天貓、淘寶、蘇寧、京東開設 4 個臺灣專區。

7. 日本：協助臺灣樂天在日本樂天、uiox 在 SHOPLIST、WORLDiBUY 在日本亞馬遜，以臺灣生活為主題，設置 3 個商品專區。

(三) 促成臺灣與東協電商產業合作

106 年度計畫於星、馬、泰、印、菲、中國大陸及日本共協助進行 20 件合作案。

---

## 餐飲業科技應用推動計畫(1/4)

---

執行單位： 中國生產力中心

執行時程： 106 年 2 月~106 年 12 月

執行經費： 32,877 千元

---

### 一、計畫目標

強化國內餐飲業科技應用能力及配合新南向政策，透過科技應用輔導、國際媒合交流活動、海內外行銷活動等策略，提升餐飲業營業額、促進投資及新南向國家展店。

### 二、計畫簡介

協助我國餐飲業者導入科技應用，並透過辦理海內外行銷活動，提升企業知名度；同時藉由海外參展及媒合會等形式，尋求海外拓展機會，因應餐飲業者國際展店發展需求。

具體實施：

- (一) 參與新南向國家展會及辦理交流媒合活動，以協助業者開拓商機。
- (二) 辦理國內外行銷活動，以形塑臺灣美食意象及帶動餐飲消費。
- (三) 協助臺灣餐飲業導入科技化服務及辦理顧問輔導以提升經營效率。

### 三、計畫成果與目標達成情形

#### (一) 開拓新南向市場

1. 辦理新加坡參訪交流活動，帶領 13 家餐飲相關業者赴新加坡交流考察，促成 4 家業者與新方業者洽談合作，並建立與海外公協會、廠商交流管道，以促進業者後續合作洽談。
2. 參與 2017 菲律賓臺灣形象展及辦理海外展店輔導，以推廣

臺灣美食意象及協助 5 家餐飲業新南向市場展店。

3. 辦理亞洲餐飲產業發展專家會議暨高峰論壇，邀請印度、越南、泰國、馬來西亞、新加坡、日本及臺灣專家分享各國餐飲發展現況及趨勢，參與人數達 213 人以上。
4. 辦理新南向餐飲國際展店人才培育，培育內容包含經營策略、商圈評估、運籌管理、科技應用等，參訓人次達 826 人。

## (二) 網實行銷，增加知名度

1. 辦理 2017 臺灣滷肉飯節，甄選 78 家滷肉飯業者，並於 6 都辦理巡迴列車活動，共 50,049 人參與，媒體露出共 230 則，業者營業額平均提升 1~2 成。
2. 辦理臺灣美食祭聯合行銷活動共 670 個品牌 1,438 家門店參與，並於 OpenRice、GOMAJI、愛評網、臺灣美食網、Facebook 等網路平台辦理行銷廣宣，以刺激消費。
3. 邀約國際媒體及部落客來臺採訪拍攝、及海內外美食平臺廣宣、參與日本東京世界旅遊博覽會，觸及人數達 200 萬人以上，媒體曝光達 130 則以上。
4. 整體行銷活動帶動餐飲周邊營業額逾 6 億元。

## (三) 輔導業者，提升科技能量

輔導國內 11 家餐飲業者提升服務及科技導入能量，其中示範性輔導案 4 案，每案科技應用模組拓散至 5 家門市，科技化示範案如：弘爺漢堡進行 APP 優化並導入行動支付及 POS 系統整合；太魯閣國際(樂麵屋)導入排隊系統、自助點餐系統、自動帶位系統、數位顧客問卷等。

## (四) 產業總體目標達成

帶動民間投資達 53 億，新增國內展店 980 家、國外展店 370 家，帶動就業人數成長 6,000 人。

---

## 服務業創新研發計畫(1/4)

---

執行單位： 中國生產力中心

執行時程： 106 年 1 月~106 年 12 月

執行經費： 146,639 千元

---

### 一、計畫目標

依據「經濟部協助產業創新活動補助及補助辦法」規劃「服務業創新研發計畫」，協助商業服務業發展，期能以部分補貼的方式鼓勵業者投入研究新服務商品、新經營模式、新行銷模式或新商業應用技術開發，以提升業者之競爭力。啟發業者自主從事研究發展的意願，引導新業態及業種之產生，進而強化商業核心競爭力。

### 二、計畫簡介

#### (一) 資源挹注

1. 受理個案申請至少 200 案，辦理計畫審查會議至少 50 場。
2. 核定補助計畫至少 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 104 及 105 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。
2. 辦理計畫成果發表或論壇 1 場次，亮點廠商參訪 1 場次。
3. 維護並管理本計畫網站，發行電子報，累計 10 期。

4. 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 322 案，經召開審查會 76 場及召開聯會決議共核定 91 案(創新營運、整合聯盟)，補助業者因計畫而增加營業額 4.48 億元、促成投資額至少 0.92 億元、新增之聘用人數共 217 人，顯見已帶動服務業之創新動能。

#### (二) 資源整合

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、異業媒合等計畫或單位，轉介達 21 家 22 件。

#### (三) 知識淬鍊

編製計畫補助以 12 個創新案列之故事文宣品成果專輯-『創新達人教你這樣做服務』，個案研析-『用創新點亮服務商機』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 5 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 23 場次，與會人員共計 1,239 人次。另虛擬通路的廣宣(電子報 12 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 109 筆專欄文章(含青創資訊 42 筆)，總計觸達 186,323 瀏覽人次。除強化業者對執行創新研發計畫了解，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。

---

## 餐飲老店故事行銷計畫(1/4)

---

執行單位： 中國生產力中心

執行時程： 106 年 2 月~106 年 12 月

執行經費： 22,500 千元

---

### 一、計畫目標

發掘並協助臺灣 20 年以上在地特色餐飲老店提升競爭力及經營轉型，運用數位行銷創造老店品牌價值，推動有感行銷強化消費者的認同感，實質促進商機及拓展市場，帶動我國餐飲老店永續經營。

### 二、計畫簡介

#### (一) 餐飲老店，精選優薦

甄選經營 20 年以上具在地特色與觀光潛力的餐飲業者，進行品牌故事採訪及行銷品彙編。

#### (二) 創新營運，永續經營

辦理餐飲老店小聚、國際交流論壇及經管數位學習課程，輔導老店業者進行環境品質改善、品牌形象提升或營運模式優化，協助業者學習科技工具與技術應用，提升經營效益與開拓新客源。

#### (三) 故事行銷，推展國際

拍攝餐飲老店節目並剪輯微電影於網路社群、臺北捷運及桃園機場捷運推播，邀請東南亞國際媒體團來臺，搭配系列輕旅行及臺灣美食祭，結合國內外網路美食平臺業者推行國外旅客來臺優惠，辦理台灣美食展首次全程採用可回收餐具，推行臺灣餐飲高質化，並行銷臺灣餐飲老店開拓新南向國家市場。

### 三、計畫成果與目標達成情形

#### (一) 餐飲老店，精選優薦

完成甄選 119 家具行銷潛力的特色餐飲老店，進行 42 家品牌故事中、英、日版本彙編，並於臺灣觀光局 12 處駐外單位及國內重要旅遊中心發送。

## (二) 創新營運，永續經營

1. 輔導12家餐飲老店，如：西伯里品牌形象設計有限公司與鄧師傅功夫菜進行中式甜品禮盒包裝及瓶身設計改造；京岳設計有限公司協助廟口海產小吃及七里坡，將店內用餐環境結合品牌故事牆呈現等，促成投資2,500萬元。
2. 完成餐飲老店交流小聚4場次及經管數位學習課程，以「數位科技應用、餐飲品牌經營、餐廳行銷模式」為題，共82位業者參與，維運LINE交流群組，隨時透過群組分享討論精進學習，如：台北牛乳大王透過餐飲交流活動及群組找到新的合作夥伴。
3. 完成辦理「餐飲服務業的永續經營與創新國際論壇」，以「餐飲標竿學習」及「品牌永續經營」為題，邀請國內、新加坡、日本等4位領域專家及餐飲代表分享，共185人次參與，協助餐飲老店及相關業者激發創新經營與永續發展思維。

## (三) 故事行銷，推展國際

1. 拍攝餐飲老店節目2集，並剪輯微電影精華宣傳片於網路社群媒體、臺北捷運及桃園機場捷運及電子媒體傳播，涵蓋新加坡、馬來西亞、泰國、菲律賓、日本及韓國等，觸及達3,000萬人次，加深餐飲老店品牌國際認知。
2. 辦理「2017台灣美食展」，以「美味食光100+老店 必嚐滋味」為主題，邀集全臺28家餐飲老店，特別全程使用可回收式餐具，提升臺灣優質的餐飲文化與環保意識，營業額達251萬以上；參與「東京世界旅遊博覽會」及「馬來西亞臺灣形象展」，逾12.7萬人參觀，與頑固株式會社及Management & Network Office二家企業簽定MOU，並吸引72位買主洽談。
3. 辦理「美味食光·輕旅行」及「臺灣美食祭-百道經典」行銷

系列活動4場次，邀集119個老店品牌，與3大網路電商共同推動，搭配網路社群及數位行銷，結合美食平台包含：愛評網、OpenRice開飯喇、GOMAJI、ICRT廣播與國內外媒體聯合廣宣等，提高消費者到店家費，並結合發票抽獎箱活動增加消費者再次持續消費，帶動餐飲及周邊營業額1億元以上。

---

## 新興科技商業應用體驗環境推動計畫(1/4)

---

執行單位： 商業發展研究院

執行時程： 106 年 1 月~106 年 12 月

執行經費： 23,200 千元

---

### 一、計畫目標

持續新興科技篩選與應用場域的徵選機制，並依據商業場域導入科技與發展創新服務體驗的需求，輔以國內外新興科技應用案例分析，作為提供我國服務業應用新興科技發展體驗服務的參考。

### 二、計畫簡介

#### (一) 建構前瞻科技應用服務場域

1. 收集國內外新興科技應用案例 50 則。
2. 辦理跨領域專家座談會議 1 場，產出服務體驗模式報告 1 份。

#### (二) 應用場域徵選與科技服務模式

1. 辦理說明會 2 場，深化輔導業者 3 家，示範場域體驗活動 3 場及成果展示會 1 場。
2. 提供諮詢診斷服務業者至少 7 家，舉辦顧客旅程地圖服務體驗模式設計工作坊 1 場。
3. 搭配示範案推動新興科技應用海外示範案例至少 2 件。

#### (三) 建構計畫推動管考以及國際交流與應用機制

1. 舉辦國際交流暨媒合活動 1 場次，帶領相關價值鏈業者參與國際交流網路連結合作 2 場。

### 三、計畫成果與目標達成情形

#### (一) 建構前瞻科技應用服務場域

1. 收集國內外新興科技商業應用發展現況案例 50 則，並據產業別或科技應用差異，歸納出科技應用模式「智慧快捷餐飲服務體驗模式」及「公共場域智慧交通增值模式」。

2. 於辦理跨領域專家座談會議1場，邀請產官學研代表共19位，評估未來科技應用順序，產出科技服務體驗模式報告1份。

## (二) 應用場域徵選與科技服務模式

1. 辦理徵選說明會 2 場次(155 位人員與會)。經評選後獲選輔導業者 4 家(為宇萌數位科技、百世文創、健中資訊、福來許生活企業)，促使業者投入達 91,850 千元進行科技建置。示範場域體驗活動 2 場(宇萌數位及福來許生活企業)，3,000 人次以上參與；辦理成果展示活動 1 場次，請歷年業者分享，及相關業者展出科技應用包括影像辨識、AR/VR、數據分析、人流分析及精準行銷等，計 200 人次以上的業者參與。
2. 建立顧問諮詢體制與功能輔導團隊，完成 9 家業者諮詢診斷服務。辦理顧客旅程地圖服務體驗模式設計工作坊，共 21 家業者(24 人)參與。
3. 協助示範案業者與海外業者合作，宇萌數位科技於馬來西亞技術輸出、百世文創與山地星基金會完成「智慧導覽 APP」合約簽訂、健中資訊於墨爾本 Meet At 903 系統技術輸出等，海外輸出金額計新臺幣 563,335 元。

## (三) 建構計畫推動管考以及國際交流與應用機制

1. 國際交流與合作推廣
  - (1) 舉辦「商業科技新視界 開創未來新商機」國際交流暨論壇活動，現場共 219 家(306 人次)參與。
  - (2) 國際參訪交流:辦理日本「未來零售」主題交流合作洽談、考察，共10家企業(14名業者)參團。辦理星馬零售科技展覽交流洽商團：共計5家企業(12名業者)參與。成果如下：示範案宇萌數位科技及健中資訊參與Future Commerce展出，簽訂13張合作意向書(MOU)。辦理2場媒合會，促成臺灣與東南亞業者簽訂合作備忘錄9式。

---

## 服務業能源管理與技術輔導計畫(1/4)

---

執行單位： 台灣綠色生產力基金會

執行時程： 106 年 4 月~106 年 12 月

執行經費： 5,230 千元

---

### 一、計畫目標

本計畫以溫室氣體減量及管理法項下商業服務業部門主責工作為主軸，研擬商業服務業減碳推展工作為基礎架構，並以輔導商業服務業能源用戶進行節能管理與落實減碳為主軸，提供商業服務業節能減碳輔導、導入雲端管理模式及媒合能源技術服務業等方式，達到落實節能改善之目標。另針對氣候變遷議題，調查商業服務業連鎖企業因應氣候變遷衝擊之調適資訊，並辦理綠色節能人才培訓課程，廣納各界意見並形成共識，同時彙集能源領域最新節能技術與成功案例，協助企業培訓節約能源專業人才，達到擴散節能效益之目的。

### 二、計畫簡介

#### (一) 研擬溫室氣體減量及管理法項下商業服務業節能輔導措施與減碳成本評估

1. 依據商業服務業主要行業：批發零售業、物流、餐飲及工商服務業，依行業屬性研擬整體之現場節能減碳輔導措施。
2. 建置商業服務業節能減碳資料庫，內容包含各項節能減碳措施預算編列、減碳潛力、減碳成本與預期效益，並諮詢專家或產業意見。

#### (二) 執行商業服務業節能減碳輔導

1. 商業服務業節能檢測與輔導。
2. 協助企業落實節能績效保證專案
3. 氣候變遷調適調查
4. 蒐集沙崙綠能科技城智慧新節能技術資料

5.辦理商業節能減碳種子教師人才培訓

6.節能減碳輔導成果後續追蹤

(三) 協助相關行政作業與政策交辦

1.協助溫管法項下彙整服務業相關可推動之節能減碳措施，供服務業其他主管部會參採。

2.協助審視各主管部會所提節能減碳措施及減量數據之合理性，提供各部會節能減碳減量措施撰寫諮詢與資料審視。

三、計畫成果與目標達成情形

(一) 研擬溫室氣體減量及管理法項下商業服務業節能輔導措施與減碳成本評估

1.召開專家及產業諮詢會議 1 場次。

2.依行業屬性研擬整體之現場節能減碳輔導措施，分析商業服務業節能輔導措施及成本效益評估藉此做為推廣用戶採行進行改善或擬定相關策略之參考依據。

(二) 節能減碳輔導

1.輔導台電用電契約容量 100kW~800kW 之商業服務業用電代表性用戶 15 家及 5 家商業連鎖企業，發掘節電潛力 2,096.6 萬度/年，節電效益達 6,495 萬元/年。

2.輔導統一超商股份有限公司及台灣屈臣氏個人用品商店股份有限公司實施節能績效保證專案，預估落實節電量 998.5 萬度/年。

3.完成 2 處連鎖企業氣候變遷調適現訪，藉由企業調適能力調查，提供商業業者瞭解進行除節能改善，亦應將氣候變遷納入考量，以減緩氣候變遷之衝擊。

4.針對沙崙綠能科技城推動之節能技術，如太陽能光電及智慧能源管理系統進行蒐集與彙整，評估商業業者可投入之技術，於店面設計階段時考量節能減碳，以減少後續因應營運時所造成額外能源成本。

5.完成2場次種子教師人才培訓課程，培訓學員共74人，邀請節能各領域專家，提供節能減碳診斷方法及可自行改善措施手法。

---

## 以服務增值再造生活服務業競爭力計畫(1/4)

---

執行單位： 資訊工業策進會

執行時程： 106 年 2 月~106 年 12 月

執行經費： 15,100 千元

---

### 一、計畫目標

藉由科技化服務增值與推廣，提升我國生活服務業之經營能力，以及產業人才的科技化提升，促使內需型產業轉型升級。本年度以「建構科技增值示範標竿」、「凝聚產業公會·孕育跨域人才」以及「推廣數位應用·接軌數位消費環境」為三大重點方向。各分項工作規劃為「推動增值應用示範，產出 4 項生活服務增值應用示範案，引導生活服務科技化工具或平台之投資 400 萬元」、「產業跨域人才提升」以及「服務推廣體驗達 2.5 萬人次」三大重點工作目標。

### 二、計畫簡介

#### (一) 建構科技增值示範標竿

1. 研擬生活服務業推動主題，並徵選生活服務業增值應用示範案。
2. 帶動 4 家業者投入生活服務業科技應用開發，並提供服務規劃、建置及實證之輔導。

#### (二) 凝聚產業公會·孕育跨域人才

1. 提升公會服務能量，藉助公會加強政策溝通。
2. 建立傳統生活服務產業人才培育機制，並輔導產業公會自主辦理。
3. 輔導講堂培育產業跨域人才，顧問企業診斷，改善企業體質。

#### (三) 推廣數位應用·接軌數位消費環境

1. 維運生活服務社群平台並分享創新增值案例，引領產業創新服務發展方向。

2.透過網路行銷及實體成果體驗活動，強化成果擴散。

### 三、計畫成果與目標達成情形

#### (一) 形成新型態的生活服務

- 1.促成6家業者投入生活服務科技應用開發，打造產業標竿示範，包含：停車位共享、場地空間共享、居家修繕媒合、溯源食材採購、藥師到府、旅遊包車媒合。
- 2.引導業者投入科技化服務開發近500萬元，帶動市場產值近1,900萬元，服務遍布全臺18個縣市，導入1,395間停車業者、場地業者、照護機構、幼兒園、旅遊顧問，及串接412位農民、司導、裝修師傅、藥師。

#### (二) 養成領域專業知識

- 1.建立產業專業技能及經營管理人才培育機制，完成數位生活人才養成，洗衣業者 328 人次、美容美髮業者 76 人次，總計 404 人次。
- 2.協助洗衣及美容美髮業者接軌科技化經營轉型，完成經營管理顧問診斷 42 間店家、虛實門店改造輔導 12 間店家。
- 3.提升公會服務企業會員之能量，輔導 14 家洗衣公會及 13 家美容美髮公會辦理學習與訓練交流活動，總計參與人數 3,134 人次。

#### (三) 打造數位生活環境

- 1.維運生活服務社群平台，粉絲數達到 9,273 人，總計分享生活服務相關新知貼文共 143 則，其中包含了 31 則創新案例、13 則新聞動態、24 則時事趨勢、51 則生活服務相關活動及廣宣、24 計畫相關資訊公告與分享，粉絲頁貼文總共獲得 122 萬的曝光次數。
- 2.擴散計畫成果，透過網實整合行銷推廣，促進 271 人次服務實體體驗，網路活動總曝光量達 260 萬人次，活動總瀏覽數達 108 萬人次。

---

## 服務業結構調整與科技應用規劃計畫(2/2)

---

執行單位： 台灣經濟研究院

執行時程： 106 年 3 月 ~ 106 年 12 月

執行經費： 9,950 千元

---

### 一、計畫目標

- (一) 建立國內外服務業的觀測指標，並深入探討服務業結構調整之議題，以瞭解我國服務業及商業服務業的發展變化、問題癥結、科技應用、升級情勢與未來趨勢，同時瞭解台灣服務業與商業服務業未來可能的國際化發展走向，進而研提適切且可行的產業結構調整之策略規劃。
- (二) 配合「亞洲·矽谷推動方案」，掌握台灣商業服務業對於培育創新人才與發展創新商業模式之現況、問題，進而研提政策建議，供政府推動施政措施之參據。

### 二、計畫簡介

#### (一) 臺灣服務業與商業服務業發展政策與策略之規劃

##### 1. 臺灣服務業與商業服務業發展情勢研析與政策規劃

建構與調整國內外服務業的長期觀測指標，瞭解我國服務業及商業服務業的發展現況、問題與未來可能發展趨勢，並研提產業結構調整之短中長期策略建議。

##### 2. 各國商業服務業發展政策對我國之啟示

系統性瞭解主要國家的商業服務業發展政策與執行內容，並反思我國商業服務業政策的優劣與執行成效，以做為後續產業政策調整之參考。

#### (二) 商業服務業創新環境之發展策略

##### 1. 商業服務業創新人才培育之規劃

從未來商業服務業發展趨勢，研析台灣商業服務業整體創新人才需求，並研提適切的策略建議，以供政府規劃關鍵

人才培育之參據。

## 2.商業服務業產學研創新合作平台機制之建立

掌握台灣商業服務業在產學研合作的現況及問題，並研提加強產學研合作之規劃建議，提升產業創新能量(如商業模式、技術、人才等)。

## 3.促進臺灣商業服務業商業模式創新之國際連結

從未來商業服務業發展趨勢，盤點我國與國外商業服務業進行國際創新合作的可能性(包含商業模式、經營觀念、人才、技術、資金、場域等)，提出與國際創新連結的可行政策與運作實務模式之建議。

### (三)我國商業服務業情勢資訊之提供

- 1.每月、每季蒐整國內外各項最新經貿統計資料，以及商業服務業相關經濟指標資料。
- 2.提交各國(含我國)總體經濟、個別商業及經貿政策最新動態評析，並於每月、每季定期編定與發佈每月商業服務業現況、每季商業服務業發展情勢季報，掌握商業服務業發展趨勢。

### (四)即時性經貿議題對商業服務業影響之掌握與因應

就各項即時性議題，進行短期性專題研究至少 5 則以上，以知悉國內外突發性重大經貿事件對我國商業服務業之影響，並提供政府因應措施建議之參考。

## 三、計畫成果與目標達成情形

### (一)臺灣服務業與商業服務業發展政策與策略之規劃

完成「各國商業服務業發展政策對我國之啟示」與「臺灣服務業與商業服務業發展情勢研析與政策規劃」報告各一式，除蒐整分析外國推動服務業發展之政策方向與實施策略，了解未來全球服務業之長期發展趨勢；並研擬具體可行之服務業發展策略規劃建議，協助政府推動服務業之產業結構調整及優化政策。

(二) 商業服務業創新環境之發展策略

完成「商業服務業創新人才培育之規劃」、「商業服務業產學研創新合作平台機制之建立」與「促進臺灣商業服務業商業模式創新之國際連結」報告各一式，掌握台灣商業服務業發展創新生態系所需之環境條件與現況，深入分析目前面臨瓶頸與問題癥結，據以研擬創新發展策略規劃建議供政府參酌。

(三) 我國商業服務業情勢資訊之提供

提供「服務業及商業服務業現況月報」12份及「商業服務業發展情勢季報」4份，隨時掌握商業服務業發展現況與趨勢。

(四) 即時性經貿議題對商業服務業影響之掌握與因應

因應國內外臨時性之經貿事件對台灣商業服務業所造成之影響，配合國家產業政策需求，就指定議題進行即時性專題研究5則，俾利提供政府即時因應建議之參考。

---

## 商業服務業發展動能推升計畫(3/4)

---

執行單位： 商業發展研究院

執行時程： 106 年 1 月~106 年 12 月

執行經費： 53,052 千元

---

### 一、計畫目標

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」，藉由全面性、持續性的研究計畫，長期觀測我國商業服務業的發展與現況，將政府的資源做最有效的配置，加速商業服務業發展。另，根據服務業發展所面臨的科技化及國際化問題，借鏡先進國家服務業發展的經驗，作為政府制定商業服務業發展政策的參考依據，強化我國商業服務業發展策略，使商業服務業在未來成為帶動我國經濟進一步成長的主力產業。

依目標將計畫分為四個策略方向推動，分別為「法制優化調適」、「創新資源驅動」、「區域談判觀測」、「產業發展鏈結」，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「成果擴散及政策交辦」分項計畫加以實施與推動，將政府的資源做最有效的配置，加速商業服務業發展。

### 二、計畫簡介

#### (一) 法制優化調適

1. 研析與推動商業組織治理優化、興利型法規及相關法制。
2. 推動跨領域商業法制諮詢平台。

#### (二) 創新資源驅動

1. 提出連鎖加盟契約範本，推動我國商業服務業創新。
2. 建置商業服務業人力資本基礎資訊，並提出關鍵勞動政策對商業服務業之影響與因應對策。

#### (三) 區域談判觀測

研析區域服務貿易對我國商業服務業之影響分析，並提出因應台美商業服務業合作新局之影響評估。

#### (四) 產業發展鏈結

1. 研提促進新興生活服務業發展之建議、輔導業者導入零售科技與應用，並研析現行營業項目適用性。
2. 建置商業服務業景氣指標與景氣展望對策系統、撰寫商業服務業年鑑及服務業經營活動報告，及建置商業服務業資訊網 (CIIS)。

#### (五) 前瞻研究

因應全球減碳行動，進行商業服務業節能減碳之研究。

#### (六) 成果擴散及政策交辦

藉由辦理研討會等推廣媒介，擴散研究之效益。

### 三、計畫成果與目標達成情形

#### (一) 法制優化調適

辦理 4 場法制諮詢小組會議，蒐集 37 人次專家學者意見，參與公司法主管機關或學者專家法制議題討論會議 6 場。提出廢止無記名股票建議、洗錢防制實質受益人、公司治理專責人員、非公開發行股份有限公司董監人數限制、委託書與電子投票、登記代理人政策建議、少數股東保護不足、二次盈餘分派、公司財簽大小公司劃分政策建議共 9 項；辦理公司法部分條文修正草案公聽會 7 場，各界人士逾 1,500 人次參與。並針對商品禮券草案、非公開發行公司辦理分割會計之疑義、LINE 及臉書網購法律爭議進行討論。

#### (二) 創新資源驅動

協助辦理勞基法新制座談會 4 場次，並建置商業服務業調適指引手冊 1 式。進行連鎖加盟契約修正，完成《連鎖加盟契約範本》1 式，健全連鎖加盟體系；據此協助迷客夏、弘爺漢堡、可爾姿、滷底撈(兆紅) 等 4 家連鎖加盟總部優化原有契約。於

台北世貿「2017 連鎖加盟大展秋季展」針對欲進入加盟產業前，如何審視契約進行專題分享，與會人員超過 300 人次。建置我國服務業勞動者之基本數據資料庫 1 式，及提出勞動相關動態情資 8 則。

### （三）區域談判觀測

提供 TPP、RCEP 及 TiSA 等協定 18 則最新動態情資與即時分析，提供 12 則美、臺間貿易現況相關數據統計情資。研析區域服務貿易對我國之影響分析，動態跟進先進國家對於商品與服務貿易的策略做法，評估我國的挑戰與機會，提供相關單位談判時之參考。

### （四）產業發展鏈結

完成 50 家中小型零售業業者科技落點評測，協助 30 家業者進行科技導入輔導並提供專家診斷/建議分析。分別深入訪談生活服務業業者共 20 家，完成我國生活服務業發展與婚慶產業探討，分別提出新興趨勢、業者面臨挑戰及政策建議。提供新興行業工商登記建議，包含密室逃脫、太陽能熱水器、露營區、軟裝設計、電子商務等新興產業之業別與定義等分析建議供營業項目代碼表修訂之參考。完成商業服務業年鑑及產業經營活動報告各 1 式，建置商業服務業資料庫 1 式，動態掌握商業服務業基礎資訊逾 60 萬筆，以及發送電子報 54 期。追蹤新興產業之動態趨勢，輔導業者推動創新發展；透過資訊網站的建置，提供業者產業新知、政府政策等。

### （五）前瞻研究

分析服務業未來可能情境 3 種，預估服務業各細項業別 GDP 成長率及推估服務業各細項業別二氧化碳減量目標，針對服務業發展節能減碳之議題，進行研討，完成具前瞻性之策略建議，提供「服務業部門溫室氣體減量推動工作及跨部會溝通平台會議」參考。

### （六）成果擴散及政策交辦

106年9月20日完成台日商業服務業交流研討會，台灣與日本企業共70家參與，撮合臺日業者赴新南向機會：PARCO與ARON透過本平台，準備與台灣業者共同合作探詢東南亞市場。並完成與日方正式合作交流管道。辦理連鎖加盟法規管理專業人才訓練，協助有意進入連鎖加盟市場或是已進入連鎖加盟市場之業者更了解該市場之遊戲規則並協助其遵法，共計辦理3場次；培訓87人次。辦理職能基準發展規劃培訓師課程，以教導企業發展內部關鍵人才的職能基準，也讓學員了解如何應用計畫已完成的職能基準於企業內人才的選育用留，進而建置企業內部的人才庫。共計辦理3場次；培訓95人次。針對商業服務業業者辦理「看見服務新動能開創未來新商機」計畫成果發表會，會中將商業服務業包含「零售創新」「共享經濟」「綠色經營」「服務創新模式」「人才發展策略」等趨勢面向，配合案例有一番深度剖析，提供服務業下一步運籌帷幄的指南。共計辦理3場次；584人次參與。

## 第四篇 成功輔導案例介紹

計畫名稱：多通路物流服務推動計畫

廠商名稱：新竹物流股份有限公司

輔導計畫：倉儲智動化、揀貨排程與路徑優化技術

示範性質：創新模式與改善流程

### 產業需求及面臨問題

一、物流業者之倉儲作業普遍面臨缺工困擾、作業環境不良、出貨作業複雜等議題。

二、新竹物流自 2013 年 6 月新增小物(軟包、硬箱、信封)配送服務，至今每天待分貨的包裹高達 8 萬多件，其中電商商品佔七成，相關作業人力與時間隨之增加，歸納整理新竹物流之現況瓶頸如下：

- (一) 傳統分貨以人力為主要模式，少子化形成極大壓力。
- (二) 物流中心須搬運重物、環境差，人力流動率高。
- (三) 電商出貨快速，貨物大小尺寸差異大，自動化不易。

### 輔導重點

一、原有營運模式(As-Is)：過去新竹物流對於轉運站包裹的分貨流程，各環節皆依賴大量勞力從事分貨作業，作法如下：

- (一) 物流士將新竹以北未分貨的物流箱從貨車上卸下，集中至某個區域後，將每個物流箱之包裹逐件取出並刷條碼，再將包裹放到輸送帶上，其他的人員判斷每個包裹上的號碼，再依據不同的到著碼放到不同的箱子，分貨完畢的物流箱再由人員搬運至貨車。
- (二) 新竹物流擁有多個分貨作業據點(包含三重、五股、土城、中壢所等)，總共需要 60 至 80 名分貨員。

(三) 每箱分貨時間至少 5 分鐘，每個據點每個晚上的作業時間約 8 小時(18：00~02：00)。

(四) 分貨員需彎腰搬取重物，分貨時需手拿讀取器掃描貨件條碼。

二、應用驗證模式(To-Be)：依新竹物流之智動化需求，於單一作業據點(三重所)導入高速分揀設備與輸送帶，將其作業效率化，但此轉運所內之搬運與分揀作業，維持原有之作業流程，其設備導入後作業流程如下：

(一) 在刷取條碼的部分，雖然還是由人工作業，但人員不需要手拿讀取器，也不需要搬取重箱。

(二) 物流士會將新竹以北未分貨的物流箱全部送到此轉運所，並統一由此轉運所分揀分送，作業人員約 28 人。

(三) 每箱分貨時間 2 分鐘，此轉運所每個晚上的作業時間約 6 小時(19：00~01：00)。

## 執行效益

一、打造國產第一套智動化物流分揀技術，協助國內物流業者克服人力短缺、效率不彰等問題。

二、導入智動化物流分揀技術，促使新竹物流之人力需求降低約 65%，大幅提高分揀速度，由每小時 3,600 件增加至 12,000 件。

三、新竹物流因應智動化物流分揀技術及相關設備導入，共促成國內投資 1.5 億元。



**計畫名稱：冷鏈物流技術整合與應用服務推動計畫**

**廠商名稱：全日物流股份有限公司**

**輔導計畫：冷鏈物流技術整合與應用服務推動**

**示範性質：創新模式與改善流程**

### **產業需求及面臨問題**

- 一、民眾消費力提升與生鮮電商興起，使得低溫品配送效率與品質成為焦點，為了擴大服務能量以滿足低溫品增加的需求，第三方物流業者必須投入各地低溫倉與冷鏈車輛的建置，投資成本龐大。
- 二、供需資訊不透通，回頭車空車率高；淡旺季商品流量變化大，業者經常調度不及；且物流業勞力密集，又面臨少子化問題，缺工嚴重。

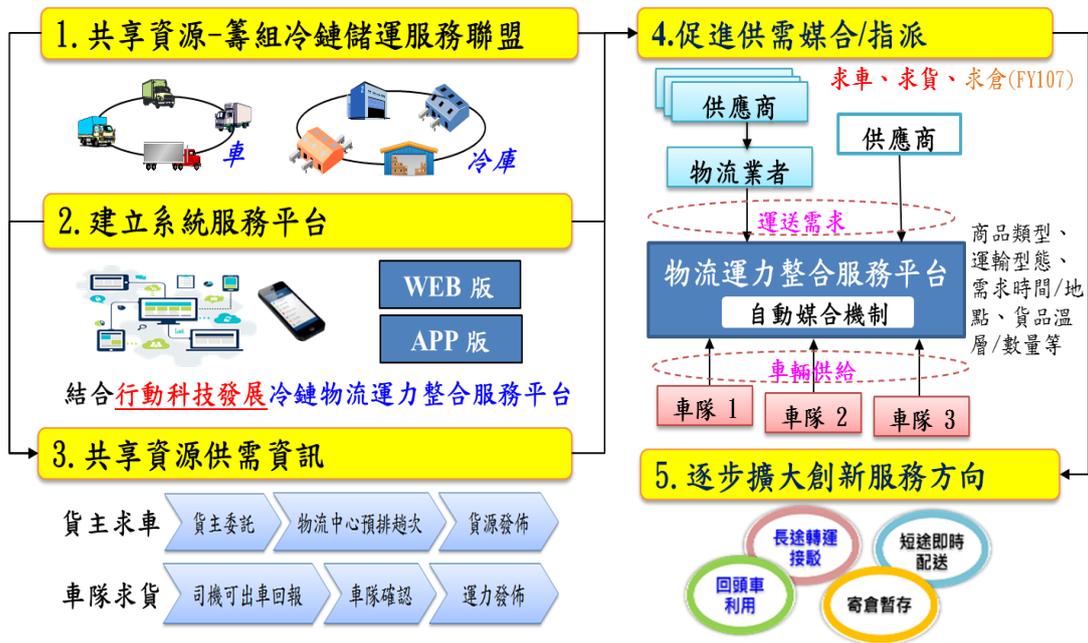
### **輔導重點**

整合全日、長榮、尚裕、翰維、尚億、東進、南捷、順兆、銷龍、京達、弘道等 11 家物流車隊業者組成冷鏈儲運服務聯盟，應用「冷鏈物流運力整合服務平台」及行動化與溫度感測技術，推動車求貨、貨求車等運能資源與貨源資訊的共享，並以全日物流在全臺之北中南低溫統倉為驗證場域，因應南北貨物長途轉運之需求，快速媒合貨物與運送車輛，並做好跨企業之運送品質與進度即時追蹤，不僅提高了配送作業效率，也減少資源的浪費。

### **執行效益**

- 一、推動車求貨、貨求車等運能資源與貨源資訊的共享，及時回報貨況與提高車輛裝載率，提升配送效率 15%，降低物流成本 20%與碳排放量 16%。
- 二、透過充足與快速調度的運力支援，協助企業發展各種行銷通路管道。

### 三、整合中小型貨物運輸商，提升整體冷鏈物流之服務水平。



高運力物流服務模式



冷鏈物流運力整合服務平台-系統示意圖

**計畫名稱：亞洲矽谷智慧商業服務應用推動計畫**

**廠商名稱：黑橋牌企業股份有限公司**

**輔導計畫：臺灣優質肉製品全通路創新經營計畫**

**示範性質：創新模式與改善流程、全通路服務**

### **產業需求及面臨問題**

- 一、既有肉品市場競爭激烈，會員招募與管理困難，品牌與產品行銷溝通不足。
- 二、消費族群多樣化，單一行銷管道效果不佳。
- 三、消費趨勢影響，虛擬通路蓬勃發展，消費習性與模式多樣化。

### **輔導重點**

- 一、建立智慧調撥服務、分次與跨店取貨服務、建立線上預訂(已訂單)服務，提供多元行銷管道之消費服務。
- 二、建置智慧商情分析，建立多元化的行銷方案與管道，滿足多元族群消費需求。

### **執行效益**

- 一、建立調撥服務、分次與跨店取貨服務、商情分析，提供多元消費管道與服務，提升消費服務品質及競爭力。
- 二、導入智慧科技商業服務使用人次達 70 萬人次，導入智慧科技商業服務據點數 931 家，帶動消費金額 1.5 億元，帶動投資金額 2 億元。

智慧調撥案例說明：透過本計畫的智慧調撥平台，A門市收到甲客戶D下單後(取得收據)，客戶E再B門市取貨，後續因偏好某品項，F依最初收據或是商品上的黑橋牌LoGo再C店換取等值商品



黑橋牌智慧調撥作業



2017/6/27~6/30 「黑橋牌好食在台灣」食品展活動

計畫名稱：社群分享商務推動發展計畫

廠商名稱：德廣數位設計、采馥虛擬科技、光隼電子商務

輔導計畫：i-Beacon 新創應用示範

示範性質：跨領域整合、特色加值

### 產業需求及面臨問題

網創團隊創業初期，最需要資金與業務連結，本計畫除透過 IDEAS Show，媒合創投與團隊，更與國內既有業者連結，為網創團隊爭取實證機會。

### 輔導重點

本計畫於 106 年與臺北大眾捷運股份有限公司（北捷）進行合作，藉由承租北捷 Beacon，輔導協助合適的創業服務團隊，將服務應用導入到臺北捷運 42 個站點，進行服務推播或其他應用。

### 執行效益

德廣數位設計、采馥虛擬科技及光隼電子商務是 3 家具代表性的實證團隊，以下以德廣數位設計為例：

透過德廣「TaiwanGo」的 APP 定位應用、與行銷服務設計，讓民眾在旅遊中透過 AR 擴充實境與遊戲互動，進行捷運室內任務闖關換獎勵，導入民眾購物消費，創造新商機。



資料來源、資策會數位服務創新研究所(服創所)

圖 德廣數位設計服務畫面

**計畫名稱：推動保鮮溯源物流服務計畫**

**廠商名稱：有心事業有限公司**

**輔導計畫：商品流通溯源示範體系**

**示範性質：創新模式與改善流程**

### **產業需求及面臨問題**

政府針對農漁畜產品，已推動產銷履歷機制，協助農漁畜產品供應商建立產品來源與流通管理，然農漁畜產品等低溫品的流通銷售過程涉及在一連串物流節點間的運輸轉移與儲存作業，低溫品一旦失溫，即可能發生不可逆的品質劣化現象，甚至產生有毒物質或病菌。但因溫度監控管理耗時費力，僅少數大型物流業者針對運輸配送階段進行溫度記錄，亦未落實完整供應鏈(如倉儲、流通加工與配送)之溫度追蹤服務。

### **輔導重點**

以本計畫開發之「保鮮溯源管理平台」為資料整合中心，串接本計畫開發之「環境感知網絡技術平台」物流溫度履歷資訊，及農委會「產銷履歷加工系統」農產品源頭管理資訊，協助有心事業有限公司(有心肉舖子)結合其供應鏈業者(包括供應商、經銷商、物流業、餐飲與零售通路)，提供民眾完整食品流通歷程記錄。

### **執行效益**

1. 結合農委會農產品源頭管理之「產銷履歷加工系統」與本計畫之「環境感知網絡技術平台」，建立超過 500 家業者(127 家供應商、56 家團膳業者、5 家生鮮超市/量販店及 331 家餐廳)、共計 700 個據點之商品流通識別與物流作業溫度追蹤「雙溯源」示範體系，促成服務之商品價值 5 億元。
2. 透過結合物流溫度履歷與農產品產銷履歷，使得食材溯源履

歷更為完整，除了可以提供客戶了解食材每個配送階段的溫度歷程外，更能讓客戶了解產銷履歷食材的公開生產追溯資訊，讓客戶安心與放心。

—— 產銷履歷驗證食材 ——

菜名 山藥百合雞							
產銷履歷食材/加工品	最新進貨日期	進貨重量(公斤)	供貨廠商	批次號碼/追溯號碼	流通過程	配送廠商	進貨歷史
 產銷履歷驗證產品 白肉雞 <a href="http://taft.coa.tw">http://taft.coa.tw</a>	2017/08/18	6	十八匠作-碩威	00500610170048	<a href="#">點我</a>	十八匠作-碩威	<a href="#">點我</a>

菜名 四神龍骨湯							
產銷履歷食材/加工品	最新進貨日期	進貨重量(公斤)	供貨廠商	批次號碼/追溯號碼	流通過程	配送廠商	進貨歷史
 產銷履歷驗證產品 豬肉 <a href="http://taft.coa.tw">http://taft.coa.tw</a>	2017/08/11	10	十八匠作-碩威	00631012702845	<a href="#">點我</a>	十八匠作-碩威	<a href="#">點我</a>

保鮮溯源管理平台－食材之進貨、源頭與流通管理



## 產銷履歷驗證食材 出貨證明單

產銷履歷產品驗證資訊

產銷履歷驗證農產品

306.0公斤

白肉雞

00500610170048  
http://taff.coa.tw



產銷履歷產品流通資訊

出貨品項: 白肉雞(306.0公斤)

出貨日期: 2017/08/15

出貨廠商: 有心肉舖子

地址: 412台中市大里區中興路二段671巷110號

電話: 04-24833832

網址: http://www.withheart.com.tw/

進貨廠商: 御軒食品有限公司

地址: 236新北市土城區日新街37之1號

電話: (02)2273-5338

網址:

產銷履歷農產品  
二維條碼認證追溯服務

查詢號碼: 00500610170048

查詢品名: 白肉雞

查詢日期: 2017/08/14

查詢地點: 有心肉舖子

查詢結果: 查詢成功

查詢品名: 白肉雞

查詢地點: 有心肉舖子

查詢日期: 2017/08/14

查詢結果: 查詢成功

### 尋找心餐廳-菜單追蹤



家樂福三民店

電話: (02)2767-0702

地址: 105台北市松山區三民路160號

前往網站

供應商資訊

供應商資訊: 十八匠作-碩威

聯絡電話: 02-22988882

地址: 新北市五股區五工六路53-2號

廠商網站:

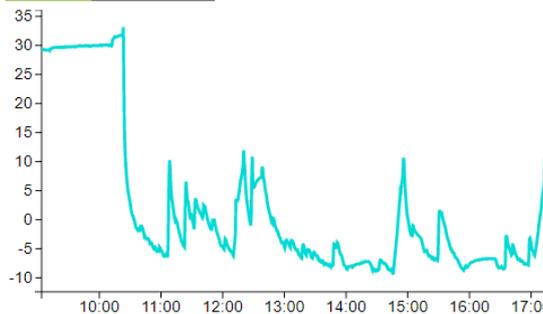
保鮮溯源管理平台－出貨證明單(附 QR Code 可供查詢)

供應商資訊

十八匠作-碩威

物流車當日車溫

配送廠商: 十八匠作-碩威



廠商網站

菜名: 山藥百合雞

產銷履歷食材/加工品	數量	單位	供應商	查詢號碼	操作	進貨歷史
白肉雞	6	公斤	十八匠作-碩威	00500610170048	點我	十八匠作-碩威 點我

保鮮溯源管理平台－物流溫度履歷資訊

**計畫名稱：港區物流增值服務推動計畫**

**廠商名稱：海駿股份有限公司、凱士達國際股份有限公司**

**輔導計畫：港區物流增值服務推動**

**示範性質：創新模式與改善流程**

### **產業需求及面臨問題**

- 一、近來全球經濟景氣疲軟、再加上臺灣產業外移導致進出口貨運量萎縮，在亞洲地區，隨著中國大陸沿海港口(如:上海、深圳、寧波、青島、廣州、天津港)與韓國釜山、香港、新加坡等港口的擴張，已嚴重威脅高雄港地位。尤其是上海港，其身居長江出海口，腹地廣大，近年來每年均呈現高速成長，就地理區位的優勢來看，上海港與高雄港類似，均位於亞太樞紐，若高雄港無法突破現況，將影響其國際樞紐地位。
- 二、國際貨物中轉作業涉及角色眾多與流程繁瑣，且臺灣並無一整合性、可串連從頭到尾之國際物流作業資訊的資訊平台，對於從事國際物流服務業者十分不便，也耗費大量人力和時間成本。

### **輔導重點**

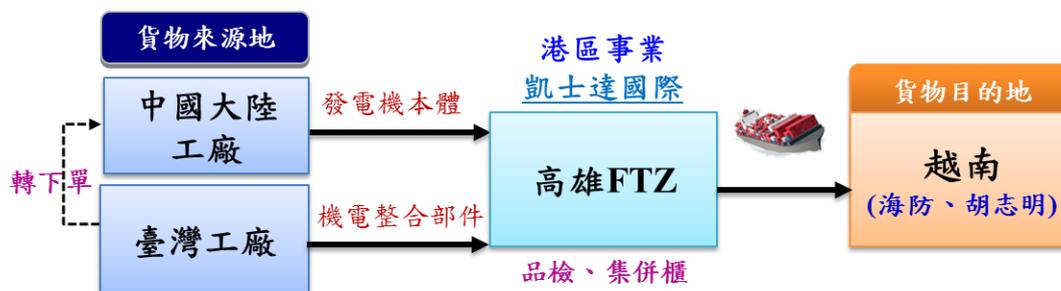
為培養與輔導具國際競爭力，專注本業且深耕技術的國際物流業者，運用臺灣地理位置優勢與政策立基，本計畫今年度協助海駿公司、凱士達(股)公司於高雄自由貿易港區建立集貨集運與共配、全球發貨與調度中心等物流服務，支援發電機、汽車維修零件產業集貨併運與海外發貨中心等物流服務，並運用科技化技術提升其物流作業效率，包括透過導入貨物重量自動偵測技術、國際物流基磐資料整合平台、進出口供應鏈資訊整合系統，強化業者日常作業管理能力，以支援其物流增值服務，進一步吸引國外貨物來臺灣中轉增值，帶動臺灣物流服務商機。

## 執行效益

- 一、協助海駿公司、凱士達(股)公司等業者應用國際物流資源整合與儲運管理相關技術，提升國際運輸安排、跨國貨物狀態追蹤、集併發貨與調度規劃等作業效率。
- 二、吸引發電機、汽車維修零件產業在臺灣進行轉口、轉運、整併或增值，中轉之貨品金額達5億元，增加物流服務營收5千萬元。



海駿公司將來自越南、中國大陸與臺灣本地供應商的汽車維修零件，以高雄自由貿易港區倉庫，處理驗收、分揀貨與集併裝櫃作業，並安排船期分別運送至海外客戶地區型倉庫較近的港口，支援其快速運送至各地區型倉庫及營業所。



凱士達(股)公司協助將中國大陸管制品(發電機本體)進儲高雄自由貿易港區，併裝臺灣製機電整合部件至目的港越南，有效節省物流成本。

**計畫名稱：服務業創新研發計畫(SIIR)**

**廠商名稱：樂活速食坊股份有限公司**

**輔導計畫：運用全自動蒸煮機創新服務計畫**

**示範性質：創新模式與改善流程**

### **產業需求及面臨問題**

台灣外食族數量驚人，造就餐飲服務業的蓬勃發展，但微波食品有健康疑慮，而市井小吃良莠不齊，勢必需要新速食產品誕生。

### **輔導重點**

藉由簡單、快速、安全、美味的服務設計，使用者不必費心蒸煮程序，平均約 1 分鐘即可完成美食(如：湯麵、乾麵、小籠包、燙青菜等)。

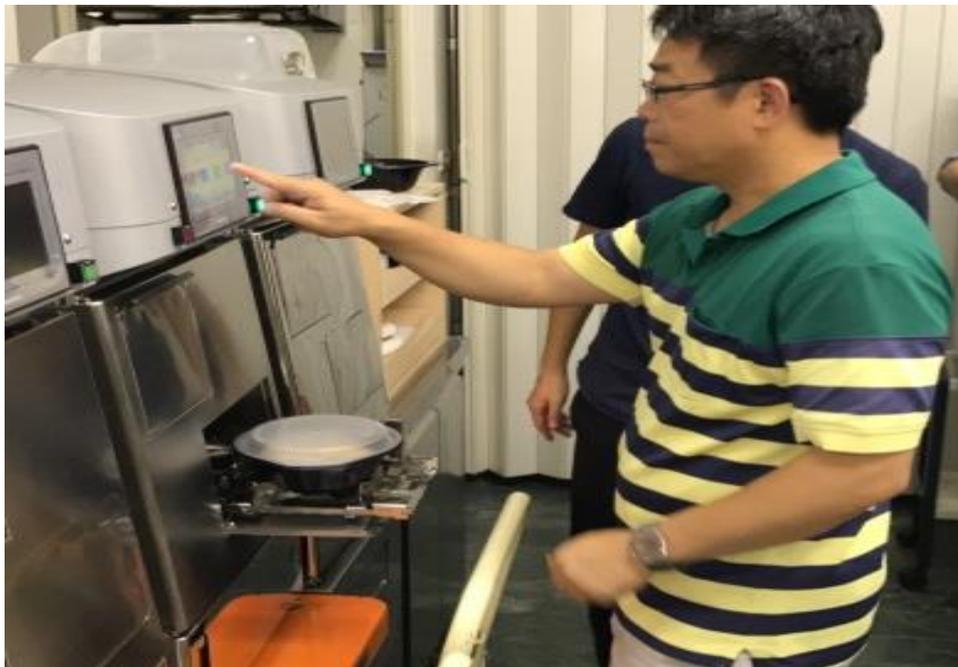
### **執行效益**

- 一、 一鍵自動煮：開發 10 款冷凍蒸煮食品，包裝透過 QR-code 供機器辨識自動蒸煮，並可供消費者微客製濃度調整。
- 二、 5 省經濟學：自動蒸煮機具備省人力(1 人控制)、省時間(1 分鐘)、省維護(自動清潔)、省培訓(步驟簡易)、省空間(佔位小)，自動蒸煮技術專利獲准達 7 件、3 國家(德國、日本、中國)。
- 三、 標準化食堂：食品外包裝可查詢食材履歷，藉成立示範店推廣標準化美食概念，並導入全家便利商店至少 5 間分店合作，3 個月試營運增加產值 600 萬。

## 自動辨識蒸煮法



機器辨識自動煮流程



料理不用費心思，一鍵自動享美食

計畫名稱：新興科技商業應用示範案輔導計畫

廠商名稱：健中資訊股份有限公司

輔導計畫：O2O 餐飲零售互動整合系統

示範性質：國際接軌

### 產業需求及面臨問題

- 一、同業彼此的產品同質性高因此競爭激烈，要提高獲利除了產品本身要具有獨特性之外，配合科技裝置的使用更可以強化行銷的力度，善用多媒體互動導覽機設備的建置提高訂單處理的效率並可降低管理成本，配合會員管理 CRM 系統可以做更精確的行銷，進而提高客戶服務滿意度。
- 二、大型連鎖加盟體系除了有加盟金的門檻外還有抽成增加維運的成本，因此市場上是由中小型零售業佔多數，但大部份店家個別規模不大因此不具有規模經濟的效益，管理成本不容易降低，加上同業彼此產品的同質性高因此競爭激烈，藉由良好的科技工具導入，能有效進行會員管理，包括多媒體互動看板以及平板結合 POS 機的搭配運用，可增加接單人員處理的工作效率，透過雲端的管理系統能夠快速即時的做商品的盤點以及帳務的統計，有利於降低店面的管理成本。
- 三、小規模的零售通路店家需求單純，不需要導入太過複雜且客製化程度低的大型 POS 管理系統，因此規畫使用平板電腦為輸入界面，結合簡易型 POS 系統，以及透過 APP 網頁的訂購系統，並提供現金及信用卡的線上支付的功能，可即時產出報表簡化帳務的流程易於做管理。
- 四、透過會員管理 CRM 系統的導入統計顧客的消費資訊，可更進一步蒐集客戶需求提供個別化的服務，或針對目標客群可提供即時有效的行銷方案。

## 輔導重點

- 一、多媒體集客，透過互動看板及 APP、網頁及行動支付功能自助選購結帳
- 二、多媒體集客互動導覽機提供即時產品資訊與自助選購結帳功能
- 三、加速服務流程，多媒體平板 EPOS 機提供選購以及即時帳務管理功能，EPOS 機可及時列印明細分單
- 四、加速訂單作業流程，整合二維條碼使用行動支付及訂單作業，服務人員透過平板電腦點選或掃描產品二維條碼可即時或離線處理訂單資訊
- 五、整合會員管理，會員後台 CRM 管理系統結合互動看板提供即時互動式行銷方案的操作平台，雲端維運系統讓經營者能及時掌握維運相關資訊

## 執行效益

科技體驗達 800 人次、使用率達 50%、APP 下載 6000 次、場域營業額提升 10%、業績累計達 85 萬元、海外擴散促成澳洲、泰國業者簽約使用共 2 家。



APP 點餐畫面

計畫名稱：餐飲業科技應用推動計畫

廠商名稱：弘爺國際企業股份有限公司

輔導計畫：餐飲業科技應用推動

示範性質：創新模式與改善流程

## 產業需求及面臨問題

### 早午餐市場競爭

早午餐市場競爭，連知名連鎖餐飲業者也加入戰局，估計至少搶走了 10%~20% 客源。在未來臺灣的早餐產業會更加激烈，如何從潮流中掌握到機會點，並運用新的商業模式及商業應用技術來突破現階段的商業環境，是決定早餐產業永續生存的關鍵。

目前線上付款方式與種類繁多，付款方式各有不同。面對各種的支付方式，包含信用卡、第三方支付、電子票券、點子錢包等未來行動支付的發展，則必須提供更簡易、安全、迅速的付款方式，才能吸引消費者的使用。

## 輔導重點

強化弘爺訂餐 APP，並且利用非儲值式的第三方支付服務，並整合 POS 店家門市提供線上支付線下取貨等行動支付方式，本服務主要以整合 POS 系統以及 APP 帶給消費者更為多元的服務流程及多元支付服務。

### 一、行動點餐 APP 與線上支付

導入整合訂餐及行動支付功能之 APP 服務，消費者透過手機就能完成訂餐及付款並可指定取餐門市，讓消費者到店家即可享受美味的早餐無須苦候，進而提升顧客對服務的滿意度，而透過分析會員消費資料，更可適時進行各別消費者有興趣的促銷優惠訊息推播，以提升營業額。

### 二、POS 系統更新並整合多元支付工具，供門市店家使用

透過點餐與行動支付 APP 的導入，並介接 POS 系統，可讓分店工作人員清楚掌握訂單資訊，進而排定工作流程，以增加門店人員

工作效率，而各門店管理經營情形可透過 POS 系統彙整至總部，以加強管理效率。APP 上每筆消費者訂單資訊，更可作為業者開發新品項、提供創新服務的依據，讓產品開發不在僅是依賴市場直覺，而有數據分析後的支撐基礎。

### 執行效益

- 一、縮短前置作業時間：減少顧客購買服務的時間、精力與體力消耗。
- 二、降低成本：利用 APP 之推播功能，降低行銷成本及提高行銷之效率。
- 三、消費資訊收集：依 APP 訂餐資料進行顧客分析，以區域不同消費習慣進行產品調整。
- 四、增加消費者互動：不定期發佈推播訊息問卷，以了解目前消費者最新想法以及觀感，並於 APP 公佈產品檢驗報告，增加消費者信賴度。
- 五、行動支付減少結帳時間：透過導入行動支付，以縮短顧客結帳等待時間，增加顧客滿意度。



訂餐 APP 優化，並導入行動支付功能，以跟上行動支付發展之腳步。

計畫名稱：以服務增值再造生活服務業競爭力計畫

廠商名稱：悠勢科技股份有限公司

輔導計畫：USPACE 車位共享平台計畫

示範性質：創新模式與改善流程

## 產業需求及面臨問題

### 一、停車位不足

根據交通部統計，新北市汽車登記總數高達 80 萬輛，但公私有停車格卻只有 67 萬格，足足短少了 13 萬格，根據台北市政府交通統計數據顯示，台北市汽車登記數量逐年成長，截至 104 年底包含自用及營業用小客車總數超過 80 萬輛，而停車位的登記數量僅 72 萬格，停車位缺口達 8 萬格。這些停車格，其中超過 7 成屬於私人車位且閒置率約 3~5 成，也就是雙北地區約有 97 萬停車位是車主自行使用，且大部分時間是閒置狀態。

### 二、車位難找導致違停問題嚴重

依據臺北市 1999 市民熱線檢舉資料統計，因為找不到車位而貪圖方便，車輛違停在紅線或併排停車造成交通問題，141 萬件違反道路交通管理事件中，高達 47.4% 為「不依規定停車或臨時停車」，其中以松山區、中山區、大安區檢舉數最高，顯示違規停車已是都會區主要的交通問題。

### 三、找車位導致多餘二氧化碳排放

臺灣地區自小客車駕駛人每次於居家及工作場所附近尋找車位約 16.1 分鐘，其中以臺北市地區最嚴重，尋找車位的時間每次高達約 24.8 分鐘。若以行車時速 20 公里/小時換算，駕駛人尋找車位的時間相當於多開了 5.4 公里，換算排放了相當於 1.3 公斤的二氧化碳。尋找車位所造成的多餘碳排放量，無形中增加了環境的汙染。

## 輔導重點

### 一、智慧型車位地鎖

開發全臺第一款搭載有藍芽控制模組，及完整串接金流服務的軟硬整合解決方案。透過手機綁定藍芽操控權限，車位主透過 USPACE APP 自行管理車位，除了可操控車位地鎖外，亦可將控制權限分享給特定人士。

### 二、「一鍵停車」快速媒合技術

為了簡化及加速駕駛人尋找停車位，依照駕駛人的設定及過去交易紀錄，以駕駛人地理位置為中心錨點，針對價格、常用地址、距離、車輛高度等參數，透過演算邏輯，快速推薦最適停車格。在選定停車格後，可以透過 USPACE APP 進行導航，駕駛人不需要再另外開啟其他導航服務。

### 三、動態定價演算法

串接政府開放資料，針對全臺灣公有停車場定價及使用狀況等數據進行分析，針對差異化不大且需求彈性低的停車位，採取高低定價策略，並且再考量天氣因素、滿車狀態、特約合作店家、行銷活動專案等，調整上下各 5% 作為動態定價的參數基礎，除了刺激客單價提升，同時增加使用者不同體驗與感受。

## 執行效益

一、USPACE 共享停車位服務已導入 202 格停車位、14 間停車場業者，合作特約店家近 400 家，服務範圍已擴展至臺北市、新北市、臺中市、高雄市。

二、自 2017 年 8 月起試營運 3 個月，完成 741 筆交易，平均提高閒置車位使用率 2.33%，最高可為車位主創造每月超過 10,000 元收入。

三、創新服務模式獲得大型企業或國際業者合作機會：串接遠通電收(etag)閘道管理系統，閘道管理停車場加入停車位共享服務、協助優步(Uber)管理場站停車位、協助特斯拉(Tesla)管理充電站

停車位、智慧地鎖為奧迪汽車(AUDI)加值選配項目、協助台北市政府管理路外停車格。



USPACE 共享停車服務-松山菸廠旁



智慧地鎖是 USPACE APP 運作的核心關鍵



按下一鍵停車 即可搜尋附近車位



透過智慧型手機 遙控升降地鎖

**計畫名稱：商業服務業發展動能推升計畫**

**廠商名稱：零售業**

**輔導計畫：零售科技導入與應用**

**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**

企業適度應用資訊科技以解決營運模式、提升消費者體驗與組織績效等商業問題，是促使其成長與發展的重要關鍵。然而，對於國內中小型零售業而言，不僅在科技採用度、科技投入費用、IT 專職人力、先進科技應用的普及率等皆偏低之外，亦因缺乏創新應用知識與方法以及跨領域知識之不足，往往對於新科技的導入與應用態度較為保守。業者如欲導入科技運用，一定要先知道自己的科技狀態處於哪個階段，即科技落點的位置，讓業者可自我檢視其科技運用的狀態，才足以導入合適科技，進行有效之發展規劃。

### **輔導重點**

計畫運用過去已開發的一套評測工具，以零售業為應用場域，進行評測、診斷與商模建議之輔導，目標是 30 家企業，期望推升商業服務業業者科技應用的程度。同時，配合專家協作會議機制，動態調整與精進工具，並擴大科技落點評測工具適用於餐飲業；再者，持續進行商業服務業科技落點調查，以建構總體趨勢長期觀察。

### **執行效益**

- 一、完成 50 家中小型零售業業者科技落點評測，協助 30 家業者進行科技導入輔導並提供專家診斷/建議分析。
- 二、辦理零售業科技應用落點分析工具專家協作會議 3 場次，共有 23 人次業者參與。

三、完成開發適用餐飲業科技應用落點分析工具 1 式。

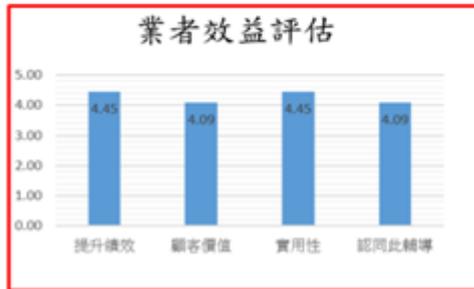
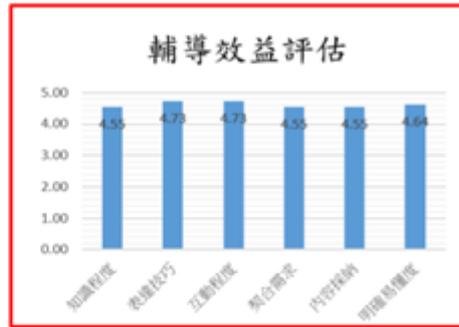
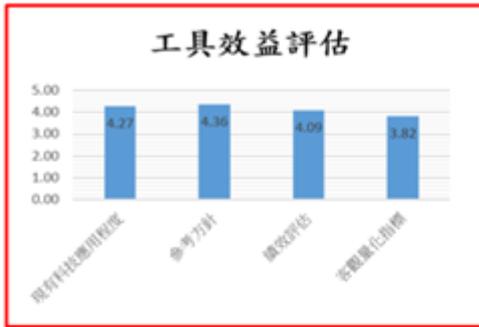
四、完成中小型零售業科技應用準備度調查報告 1 式。

科技應用狀態	主要特色	狀態意涵	科技導入解決問題	環階可能成效
階段一(Threshold)	使用電腦	企業對產業共通性科技有興趣，不知使用	導入科技解決業務流程效率性	資訊科技應用，降低管理成本
階段二(Beginner)	使用網路及Email	企業初步對產業共通性科技有應用能力，不知下一步規劃	導入科技與員工或外部人員聯繫，解決資訊流通性	增加曝光度，提高營收
階段三(Intermedia)	使用企業網站、POS	企業對產業共通性科技應用能力一般狀況，缺乏新科技應用能力	導入科技提升產品或品牌曝光度，解決客戶諮詢及售價雙向溝通	發現與鎖定潛在客群
階段四(Advanced)	使用e-Commerce及SOLOMO	產業共通性科技已成企業營運重要要素，創新科技應用尚起步	導入科技虛實通路成長，部份解決顧客服務流及金流，與供應商各類互動	1. 提升內部資訊生產力 2. 經營忠誠會員或粉絲
階段五(E-Business)	開放平台、虛實整合、VR/AR導入	企業已有能力且應用產業創新科技於商業活動創新，持續應用	導入科技虛實通路成長，解決顧客服務流及金流，與供應商各類互動，促進電子商務協同運作	1. 提供消費者更佳消費體驗 2. 有效壓低庫存，提升配送效率
階段六(SMART)	Big Data分析、AI人工智慧	企業充分具備創新科技應用能力，追求智慧化及效益最大化	從消費者需求出發，新型科技導入，解決基於數據事實的管理決策之精確化	整合各類數據分析，達到精準營銷與最大獲利

零售業科技應用落點評測工具



執行零售業科技應用落點評測與輔導



註:1. 滿分 5 分  
2. 樣本數係以目前回收樣本為準

業者對於落點分析工具與輔導之效益評估結果