



108 年度推動商業發展成果彙編

經濟部商業司 編印

中華民國 109 年 02 月

目錄

產業輔導篇	1
亞洲矽谷智慧商業服務應用推動計畫	2
多通路物流服務推動計畫	8
冷鏈物流技術整合與應用服務推動計畫	13
港區物流增值服務推動計畫	17
跨境電商國際拓展推動計畫	21
網路購物產業價值升級與環境建構計畫	24
服務業創新研發計畫(SIIR)	27
餐飲業國際化推動計畫	31
新南向產業鏈結增值計畫	36
連鎖加盟業能量厚植暨發展計畫	41
生活服務業競爭力提升計畫	44
南部商業服務業產業輔導暨經營精進計畫	48
商業服務業能源管理與技術輔導計畫	54
環境建置篇	61
商業服務業發展動能推升計畫	62
公司治理推動計畫	77
消費者債務清償協助計畫	79
會計資訊品質提升計畫	80
商業資訊躍升計畫	82

產業輔導篇

計畫名稱：亞洲矽谷智慧商業服務應用推動計畫

執行單位：財團法人工業技術研究院

執行經費：200,326 千元

一、計畫願景、計畫目標

【計畫願景】

讓臺灣成為亞洲地區智慧商業服務的創新與應用基地。

【計畫目標】

應用物聯網、人工智慧等智慧科技，協助小型零售業者應用數位行銷方案建立會員經濟，並補助中大型業者打造創新商業服務示範案例，帶動商業服務模式的發展，以及解決方案的海外輸出。同時，透過人才培育及新創事業扶植，強化國內智慧商業服務基磐，帶動相關投資。

二、計畫內容概要

（一）擴散智慧商業服務方案

打造「智慧商業獅」形象大使，輔導國內商區內的店家導入本計畫所發展的共同行銷平台、互動行銷科技及社群應用工具等服務，協助店家行銷引客。同時，挹注補助資源，鼓勵零售服務業者運用科技推動智慧商業服務模式。除了在國內透過服務驗證(POS)、商業驗證(POB)驅動國內企業轉型及精進解決之方案功能外，更透過技術移轉與技術服務等方式，推動服務方案的國際輸出。

（二）推動創新商業服務模式

結合觀光旅遊、展演文創活動，發展新型態商業行銷模式，以平台經濟創造國內零售服務的商機。此外，針對配送服務缺工狀況，發展物流士輔助助理平台，協助中小型物流業透過行動化科技降低路線安排時間，提高配送效率。

(三) 建立創新創業基磐

推動國內商業服務邁向創新化與智慧化，鏈結國內外創新創業加速器及相關新創媒合資源，辦理新創事業學習、曝光、媒合、海外接軌活動，並舉辦人才培訓，培養國內擴展智慧商業服務之能力。

三、計畫重要成果

(一) 擴散物聯網智慧服務方案

- 1、推動 25 個商區(含 4 個觀光局公告的經典小鎮)及丹堤咖啡、怡客咖啡、一之鄉等 3 個連鎖品牌，導入智慧商業獅共同行銷服務，108 年 1 月至 12 月帶動消費金額達新臺幣(以下同)8,500 萬元。
- 2、與國內業者合作，108 年 10 月起將互動行銷數位看板導入馬來西亞 Sunway Pyramid 百貨的 Amori 鞋業專櫃，讓當地消費者體驗互動遊戲與行銷科技，10 月~12 月間共吸引 7,275 人次使用，創造 518 萬元營收。
- 3、推動國內景點電子套票及消費優惠券整合服務，108 年 1 月至 12 月共向海外銷售國內景點套票 10 萬 7,310 張，金額 2,859 萬元。

(二) 群聚業者建立商業服務生態系

- 1、推動 13 件智慧商業服務示範案例(包含寶島光學科技、三商餐飲等)，促成 2 萬 396 個服務據點導入分眾精準行銷、線上線下整合商務、自助寄取退件等智慧科技應用，帶動 154 億元零售服務營收及 15 億元投資。
- 2、針對不同業態的物流配送排程需求，優化物流士輔助助理功能，串接宅配物流、貨物運輸、3PL 及連鎖批發等 13 家中小型物流業者，每日減少 5~10 公里的車輛運行浪費及

0.5~1.2 小時的行駛路徑安排時間，大幅降低後勤管理成本，提升配送服務效能。

3、與產業公協會合作開設「高階商務」、「進階技術」、「基礎應用」等智慧商業科技培訓課程，包括商業模式的設計及實踐、物聯網應用企劃師系列等，培育發展智慧商業服務所需的關鍵人才達 355 人次。

4、以智慧商業服務為主題，徵選 43 家新創事業，提供與業界、創投業者互動與媒合管道，共培育 13 家符合國發會成功定義之新創事業，其中 5 家更分別獲得超過千萬元的資金挹注。

四、亮點案例

【寶島光學科技股份有限公司—極智配鏡體驗與全通路智慧引客服務】

（一）業者需求及面臨問題

- 1、因應驗光人員法的實施，眼鏡零售業者急需一套完整且精簡的驗光服務解決方案，讓門市人員可更快取得驗光執照，並加速門市驗光服務流程。
- 2、隱形眼鏡的營收占比逐年提升，且不再只有矯正視力的功能，各種放大片和變色片的上市，隱形鏡片儼然成為時下流行的美妝品之一。為了搭配臉型、膚色或裝扮，消費者常會要求試戴，但因無法重複使用，衍生大量試用成本。
- 3、互聯網世代崛起，顧客的購物行為趨向多樣性且具特色的消費樣態，因此零售業須針對消費者需求提供快速回應的服務，並推出個人化的優惠行銷策略。

（二）輔導重點

針對連鎖眼鏡零售門市的需求，結合人工智慧與物聯網等科

技，發展線上智慧客服、眼睛度數檢查自動紀錄、眼鏡產品適性推薦、隱形眼鏡虛擬試戴、會員精準分群服務，以及眼科和醫美院所之異業整合服務，提供消費者優質配鏡體驗與全通路服務環境。

（三）執行效益

1、推動創新商業服務

- （1）眼睛度數檢查自動紀錄：透過電腦連結驗光機，直接將檢查紀錄上傳至雲端，減少人工手寫時間，且避免輸入錯誤。
- （2）眼鏡產品適性推薦：依據門市問卷結果及驗光數據，應用大數據演算法取得個人化的商品推薦，實現精準行銷。
- （3）隱形眼鏡虛擬試戴：隱形眼鏡試戴麻煩又耗時，且並非每種鏡片都可試戴。透過 AR 科技，讓消費者不需試戴即可檢視是否搭配個人的臉型、膚色與衣著穿搭，滿意後再購買，減少因為試戴所耗費的成本。
- （4）眼科和醫美院所之異業整合：透過資料交換平台，整合眼科或醫美院所的資料，建立異業體系合作與分潤模式，並提供消費者完整的全眼服務履歷。例如，當發現顧客有青光眼病史時，可推薦配戴抗藍光的鏡片，有效保護顧客的視力。

2、打造智慧客戶服務

- （1）打造線上智慧客服，即時回應顧客所提出的問題，解決因客服人力不足所產生的服務斷鏈，並透過檔期促銷訊息，將線上客戶有效導流至線下進行購買，提升門市營業額。
- （2）應用大數據分析，將會員依據消費總額、消費頻率、最常使用訊息接收管道(如簡訊、網站、email 或 APP)進行分級分類，設計不同的優惠訊息推播，達到精準行銷，帶動回

購。

3、智慧服務方案應用成果

- (1)將智慧服務方案導入至全國 465 個門市，共服務 52 萬人次，帶動 19 億元消費金額。
- (2)整合 15 家鏡片、隱形眼鏡供應商及 31 家眼科、醫美院所，打造全國第一套全眼服務履歷機制。



圖 1、多焦點眼鏡試戴體驗區(配合適性化推薦服務)



圖 2、驗光場所重新規劃設計(配合自動化度數檢查服務)



圖 3、新展店之一 高雄漢神巨蛋門市

計畫名稱： 多通路物流服務推動計畫

執行單位： 財團法人工業技術研究院

執行經費： 27,750 千元

一、計畫願景、計畫目標

【計畫願景】

應用智慧化與自動化物流技術，協助國內電商物流轉型升級及推動跨境電商物流服務。

【計畫目標】

本計畫主要推動電商物流服務，協助臺灣電商物流業者在國內外建立具市場競爭力之物流服務機能，支援我國商品跨境銷售至馬來西亞、新加坡、印尼等市場。

二、計畫內容概要

（一）推動多種跨境電商物流服務模式

配合跨境電商發展，持續推動跨境電商物流服務模式，例如推動供應商先在國內集貨再共同出口以節省運費成本之集貨代運服務模式，或者協助供應商先備貨至海外倉庫以就近發貨之海外寄倉服務模式。此外，協助國內品牌商與供應商將產品上架大型電商平台、社群電商或行動電商，以拓展東南亞市場。

（二）推動跨境電商海外物流中心應用服務

透過與海外物流業者合作，於印尼新增2處海外倉物流應用，並持續推動馬來西亞、新加坡之海外倉物流服務，支援國內供應商於當地之發貨及配送需求，以及臺馬聯合網購節之商品配送需求。

三、計畫重要成果

（一）推動多種跨境電商物流服務模式

- 1、綜整跨境電商物流業者費用及服務模式，蒐集 19 家國內跨境物流業者於星馬、印尼之服務價格，並分析業者服務優劣勢，以供電商業者參考。
- 2、協助國內物流業者整合運能服務，例如利用資訊平台調度取件車隊、利用便利商店物流中心進行集貨、寄件服務，以降低跨境電商在國內階段之物流成本。
- 3、推動多倉調度模式示範案，協助國際快遞業者華美航運利用跨境物流資訊整合平台建立供貨調度機制，安排臺灣、美國之貨品調撥。
- 4、促成綠祚等 4 家業者選品參與新加坡郵政之樣品行銷方案，協助業者擴大其產品知名度，並瞭解當地對其產品之接受度，作為進入新加坡市場之參考(詳亮點案例)。
- 5、參考印尼電商市場調查次級資料，提出跨境電商銷售品項建議，協助業者評估是否進入印尼市場及挑選適合商品。
- 6、協助臺灣業者拓展印尼跨境電商市場，促成臺灣代營運商馬克汀透過印尼 FB、Instagram、LINE 社群及 Tokopedia、Bukalapak 等電商平台，協助 20 家廠商跨境銷售約 0.6 億元，並招募 45 個當地經銷商。
- 7、集結 PChome Thai、Pinkoi 等 10 家知名電商與品牌商，透過「臺灣美好生活直送(Taiwan Delivery)」行銷網頁，向新加坡、馬來西亞、印尼等東南亞國家消費者銷售美妝保養、母嬰用品、3C 電子、生活雜貨、食品飲料等臺灣商品，並帶動後續衍伸之物流服務。

（二）推動跨境電商海外物流中心應用服務

- 1、促成東渝國際與 Commit Trans Angkasa、明乾國際與 TABITHA

Express 合作，提供印尼 Commit Trans Angkasa、TABITHA Express 海外物流中心服務，並爭取優惠條件。

2、分析印尼電商貨物進口規定，包含稅率、違禁品與進口許可證申請須知，以利大批量出口之電商業者及跨境物流業者參考。

3、與「跨境電商國際拓展推動計畫」合作，於 2019 臺馬聯合網購節試辦共同行銷及補貼物流費用，促成國內供應商利用此次補助方案，擴大馬來西亞之跨境電商市場，帶動跨境物流營收約 129 萬元。

4、持續擴充跨境物流資訊整合平台之介接對象及內容，整合如 Amazon、eBay 等 9 家海外電商平台及 10 家物流業者資訊格式，供 186 家供應商查詢產品訂單資訊、倉儲狀況及運送情形。

(三) 本計畫促成 25 家國內外物流業者、代運營商與海外線下線上通路合作，以集貨代運、海外寄倉等跨境電商物流服務模式或物流技術，協助 154 家供應商與品牌商銷售至新加坡、馬來西亞、印尼等東南亞市場，共支援跨境電商商品銷售 5.9 億元，帶動跨境物流服務營收 1.5 億元。

四、亮點案例

【台灣冠庭國際物流股份有限公司—新加坡樣品行銷商物流整合模式】

(一) 業者需求及面臨問題

1、全球跨境電子商務蓬勃發展，而東南亞電商市場深具成長潛力，但臺灣商品的知名度在東南亞當地不及日韓商品，且我國業者不熟悉跨境電商物流運作及各國相關法規。

2、電商貨物樣多量少，運送方式以包裹居多，成本較大批運送

的方式高。

- 3、因電商貨物種類繁多，大小不一，故在人力測量貨物材積、重量時，較容易混淆、出錯。

（二）輔導重點

- 1、透過新加坡郵政之樣品試用平台推廣臺灣商品，蒐集當地消費者心得來評估當地接受程度，降低新市場之投入風險。
- 2、以集貨代運方式，集結大量樣品共同出口至新加坡，降低物流成本。
- 3、導入貨物材積重量自動辨識系統，大幅縮減量測貨物重量與材積的時間，亦降低抄寫錯誤等人為疏失的可能性。

（三）執行效益

- 1、促成 4 家業者選品參與新加坡郵政之樣品行銷方案，透過新加坡郵政樣品行銷平台，商品總觸及海外消費者達 224 萬人次，並吸引零售商詢問我業者於當地實體通路銷售之意願。
- 2、協調台灣冠庭提供新加坡郵政 EMS 和報關之優惠價格，集貨出口至新加坡郵政暫存倉，以利就近發貨。
- 3、協助台灣冠庭利用貨物材積重量自動辨識系統，加快貨物進倉及出口作業。

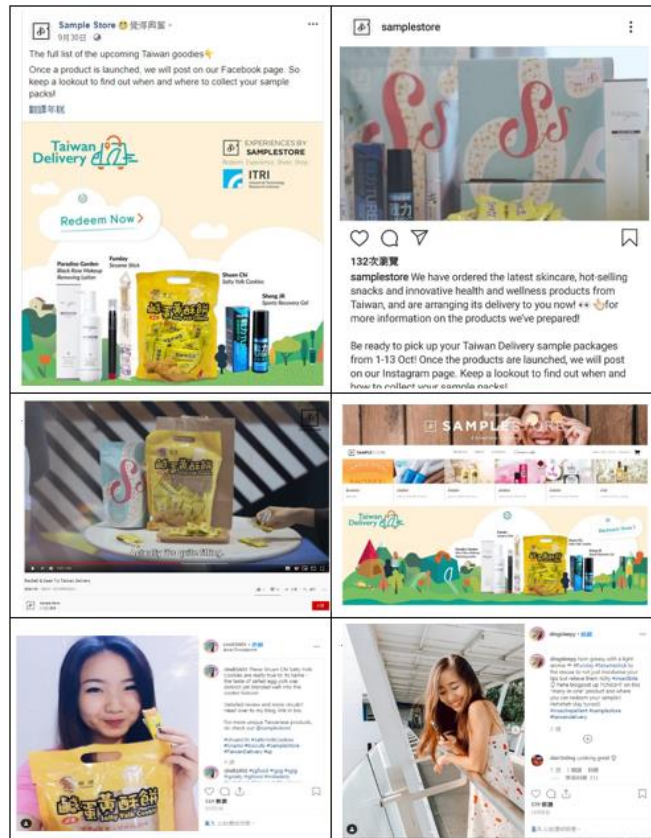


圖 4、業者於 Sample Store 行銷情形

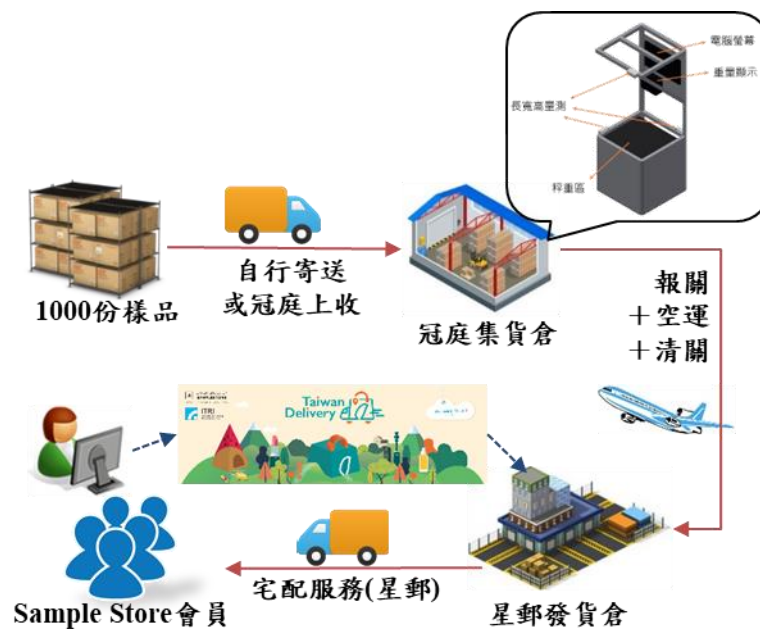


圖 5、新加坡樣品行銷商物流整合模式

計畫名稱： 冷鏈物流技術整合與應用服務推動計畫

執行單位： 財團法人工業技術研究院

執行經費： 30,706 千元

一、計畫願景、計畫目標

【計畫願景】

打造臺灣成為冷鏈物流創新服務基地，拓展東南亞市場。

【計畫目標】

發展符合藥品優良運銷規範(Good Distribution Practice, GDP)之醫藥物流管理模式，以維持藥品在運銷過程中的品質；應用冷鏈保鮮、溫濕度監測、儲配管理等技術，支援農產食品於海內外流通與銷售。

二、計畫內容概要

(一) 推動冷鏈儲運價值服務

針對 GDP 法規重點要求，發展智慧聯網(Internet of Things, IoT)平台、智慧監控 APP、溫度感測器等醫藥物流解決方案，協助業者建立生技醫藥物流服務管理模式，以符合 GDP 儲運環境監控規範。

(二) 建立跨國集運配管理與服務

以越南為優先推動的新南向國家，協助業者拓展跨國農產及食品冷鏈服務；另發展跨國產儲運整合管理模式，協助臺商物流業者建立儲運管理與調度服務，強化食品供應鏈，提高業者海外拓展能力。

(三) 強化冷鏈物流運作基磐

針對醫藥品、農產品、水產品之配送需求，強化蓄冷設備及冷鏈運力平台技術；另持續推動生鮮電商物流，擴散儲運整合及多溫共配等解決方案之應用，支援生鮮市場發展。

三、計畫重要成果

(一) 推動冷鏈儲運價值服務

- 1、依據生技醫藥儲運產業作業需求及衛生福利部食品藥物管理署 GDP，完成開發 IoT 冷鏈品質監管系統、智慧監控 APP、BLE (Bluetooth Low Energy) 溫度感測器等智慧醫藥物流解決方案。
- 2、應用前述醫藥物流解決方案及蓄冷設備，協助 5 家物流業者推動生技醫藥品流通加工、儲存與長效保溫配送之管理模式，提升物流服務營收 3,443 萬元。

(二) 建立跨國集運配管理與服務

- 1、結合台灣連鎖加盟促進會、台灣農特產品整合行銷推廣協會與中華貨物通關自動化協會，推動共 5,200 萬元之臺灣食材輸出至越南當地通路之集貨併櫃與通關，帶動物流服務營收 200 萬元。
- 2、協助商貿業者在臺灣接單調度，並以越南及柬埔寨海外倉對外發貨，將當地 2.5 億元之水產品、農產品等出口至海外市場，帶動物流服務營收 2,500 萬元。
- 3、與台灣冷鏈協會合作，聯合臺灣冷鏈設備、資通訊等企業，以科技整合行銷方式與越南地方政府、臺越商企業交流，促進冷鏈供需媒合，創造約 2,500 萬元軟硬體技術服務營收。

(三) 強化冷鏈物流運作基磐

- 1、精進蓄冷保鮮設備：完成長效輕量型蓄冷箱開發，以支援長距離城市物流共配模式；完成開發 2 種溫度範圍(2°C~8°C、8°C~14°C)的常溫蓄冷片，2°C~8°C 蓄冷片適用於醫藥物流；8°C~14°C 蓄冷片適用於蔬果物流。
- 2、應用蓄冷設備、溫度監控、AI Routing 排派車技術等技術，

協助 3 家業者推動水產品、冷凍食品、有機水果等之生鮮電商 020 多溫共配模式或配送路徑優化，提升物流運作效率 20%，支援 7,400 萬元生鮮商品之銷售。

三、亮點案例

【瑪里士實業有限公司－建立生技醫藥品長效保溫配送管理】

（一）業者需求及面臨問題

- 1、瑪里士實業有限公司(以下簡稱瑪里士)為醫藥物流商，主要以經銷及配送國外醫藥大廠的醫藥品為主要業務。為確保運送品質，醫藥品配送都是以自有車輛進行全臺灣醫療院所定期配送。有鑑於業務量及服務區域逐漸擴大，自有車輛已無法負荷全臺灣配送。
- 2、瑪里士預定於 109 年 4 月申請 GDP 認證展延，依其申請作業規劃，應於 108 年度夏季期間(9 月間)完成自有雙溫層配送車之溫度測繪作業，以符合 GDP 要求。

（二）輔導重點

- 1、應用蓄冷箱、蓄冷片及溫度感測器協助瑪里士將原先全由自有車配送改為非都會區委由第三方物流業者進行配送，以解決其日益擴增之業務量，同時維持醫藥品配送過程溫度之穩定性。其自有車輛則全集中應用於客戶密度高且營收占比高之都會區配送服務，透過應用冷鏈物流運力整合服務平台，亦協助瑪里士優化自有配送車輛之安排與調度，提高醫藥物流配送效率。
- 2、應用 BLE 溫度感測器，自 108 年 7 月起協助瑪里士進行車廂中溫度記錄器建置規劃，並於 9 月間完成自有雙溫層配送車之夏季溫度測繪作業。

（三）執行效益

協助瑪里士應用蓄冷箱、蓄冷片及溫度感測器，延長冷藏醫藥品配送保冷時效超過 30 小時，確保其醫藥品委外配送之品質；另導入冷鏈物流運力整合服務平台優化其車輛運作，配送點由平均 12 客戶點/天提升至 21 客戶點/天，運作效率提升 75%，促進物流委外營收約 21 萬元/月。

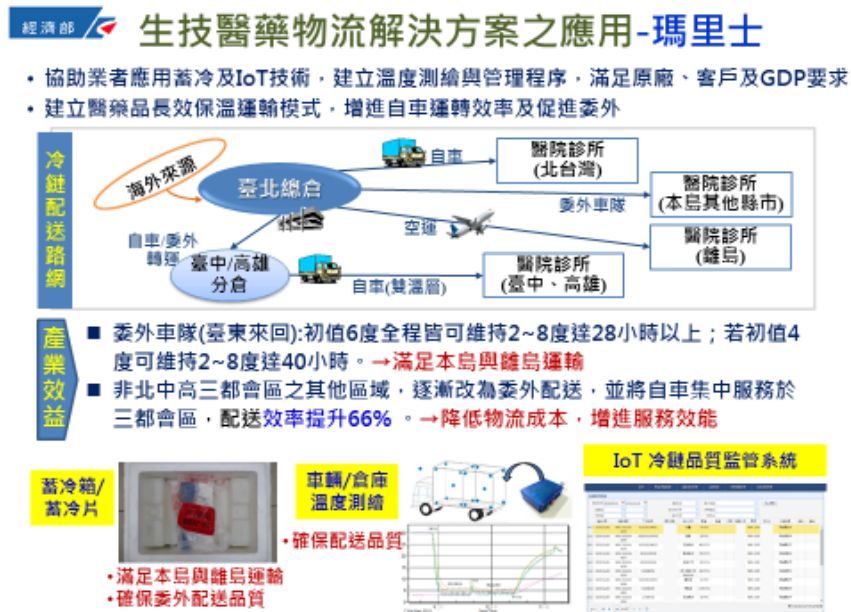


圖 6、瑪里士-應用生技醫藥物流解決方案推動生技醫藥物流服務

計畫名稱： 港區物流增值服務推動計畫

執行單位： 財團法人工業技術研究院

執行經費： 26,485 千元

一、計畫願景、計畫目標

【計畫願景】

提升國內外業者將貨物在臺灣轉口轉運或加值之金額。

【計畫目標】

協助貨運承攬業及倉儲物流業者掌握物流服務利基，進而促進國外貨物在臺灣進行中轉與物流加值；開發整合客戶訂單、貨物狀態、進出口報關等國際物流資訊之平台與技術，提升業者物流作業能力與效率。

二、計畫內容概要

（一）發展國際物流資訊平台與儲運管理技術，提升物流業者效率

- 1、擴增國際物流基礎資料查詢平台功能，讓業者在此平台上除快速查詢航船班訊息外，也可以查詢通關放行訊息。
- 2、以供應鏈資訊管理平台協助物流業者整合貨主之進出口供應鏈商流、物流資訊，並建立跨國物流資訊對接機制。
- 3、運用貨物驗收影像與單據自動比對技術，協助業者改善作業流程，提升物流作業效率。

（二）推動多元物流增值服務模式，以及跨國供應鏈整合服務，增加國際物流服務商機

協助國際物流服務業者深化物流運籌專業能力，並應用前述國際物流資訊平台與技術，強化國際物流資訊鏈結與跨國供應鏈整合服務，推動國外貨物在臺灣轉運、集併與物流加值管理。

三、計畫重要成果

(一) 擴增國際物流資訊平台功能與儲運管理技術，提升物流業者效率

- 1、國際物流基礎資料查詢平台提供 62 家航空公司及 20 家船公司之航船班表、離抵港時間等資訊，並連結通關放行訊息，解決物流業者原本要在各不同網站查詢資料之繁瑣作業，經測試可協助 7 家業者降低資訊整合查詢時間由 10 人時降至 2 人時，大幅提升作業效率。
- 2、擴大供應鏈資訊管理平台與新加坡東協數位貿易便捷化平台之資訊整合功能，將海外出口文件資訊轉換為符合國內物流系統可處理之電子資料格式，協助介宏、北鴻、大容等臺灣資訊業者接收跨國進口報關電子資訊，改變物流業者須分別在報關系統及物流資訊系統重複登打進出口資訊的現況。
- 3、開發貨物驗收影像與單據自動比對技術，並於 9 家儲運業者進行場域驗測，包含出口作業之「收貨進倉」與「裝櫃出倉」，以及進口作業之「拆櫃進倉」，提升拆併貨作業資訊整合度與即時性，節省人力 60%。

(二) 推動多元物流增值服務模式，以及跨國供應鏈整合服務，增加國際物流服務商機

- 1、協助 4 家國際物流業者推動多航程中轉、集貨集運與共配、產品發貨與及時調度等物流服務模式，建立中轉與物流增值服務案例，促成 12.1 億元之國外貨物來臺灣中轉增值，帶動物流服務營收 1.7 億元。
- 2、運用「進出口供應鏈整合資訊系統」協助 3 家國際物流業者整合跨境物流資源與資訊，支援手工具、汽車零組件、不織布、食品、五金配件、機械等產業之跨國供應鏈物流協同作業，帶動我國商品出口金額 3.3 億元及物流服務營收 1,276

萬元。

- 3、研析支援支援亞馬遜倉跨境物流操作模式之作業流程、適用對象以及物流成本分析，並協助 3 家業者推動臺灣出口至美國亞馬遜跨境電商(FBA)倉物流服務模式，配送商品包括電話配件、兒童用互動學習書、行李箱等產品。

四、亮點案例

【高雄自由貿易港建立民生用品發貨樞紐】

（一）業者需求及面臨問題

興和聯運有限公司(以下簡稱興和公司)為中小型承攬報關業者，透過與港區事業(凱士達國際股份有限公司)合作，利用高雄自由貿易港區在物流作業成本與港區作業環境的優勢，協助客戶自國外進儲民生用品於港區內進行加工，再依海外客戶訂單分批發貨至歐美各地。本案例不僅為興和公司開創中轉與增值商機，切入較為複雜的重整加工與發貨服務市場，亦同時降低其客戶之物流成本。

（二）輔導重點

促成興和公司協同港區事業、其他國際貨運承攬業、倉儲業者，透過專業分工與聯盟合作，在高雄自由貿易港區進行貨物報關承攬、拆櫃、點收貨、重整增值、入儲、庫存管理、報關出倉等作業，成功建立民生用品中轉增值與發貨基地。同時，透過運用「國際物流基磐資料整合平台」快速取得船期資訊，進行發貨至歐美市場。

（三）執行效益

- 1、建立民生用品來臺灣中轉發貨之物流模式，支援 8.5 億元之民生用品來臺灣中轉發貨，帶動物流服務營收 1.5 億元，降低客戶物流成本 1,700 萬元。

- 2、藉由「國際物流基磐資料整合平台」，提供單一查詢入口，協助業者快速掌握海運船期資訊，並減少人工查詢與資料彙整時間由 6 人時至 1 人時。

產品發貨與及時調度服務

-建立民生用品發貨樞紐-

推動國際貨運承攬業與港區事業合作，發揮臺灣自由貿易港區之存倉成本與腹地環境優勢，提供客製化物流服務(重整加值)，有效節省客戶物流成本。

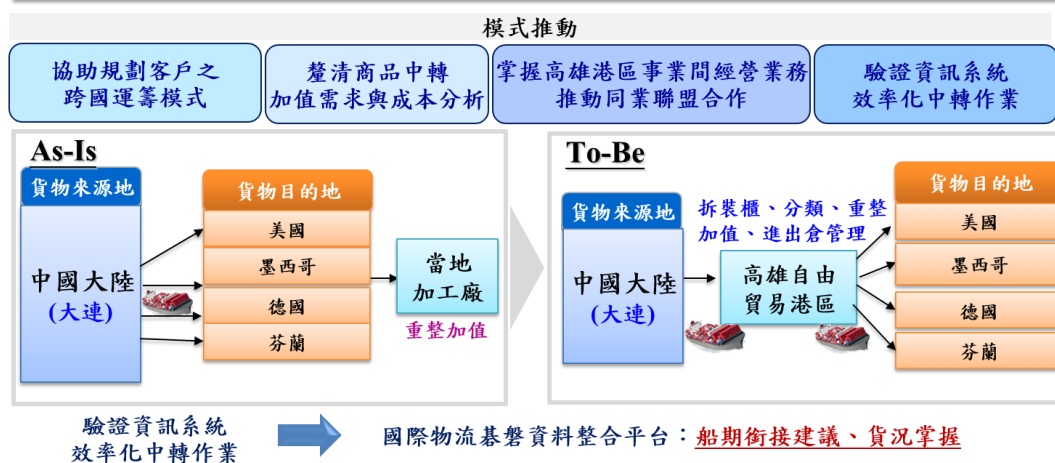


圖 7、於高雄自由貿易港推動民生用品重整加值與發貨服務

計畫名稱： 跨境電商國際拓展推動計畫

執行單位： 財團法人商業發展研究院

執行經費： 75,255 千元

一、計畫願景、計畫目標

【計畫願景】

為建構臺灣專屬的數位經濟通路，強化我國電商國際市場的競爭力，透過引導電商業者加深對國外市場的掌握、協助對接同業夥伴及開發適地化創新服務與模式，以推動臺灣電商布局全球之願景。

【計畫目標】

透過輔導資源厚植臺灣電商在國際市場之競爭力，以促進電商投入適地創新能力、擴大海外市場版圖與提高附加價值，進而達成跨境交易額之提升與高值創新經濟之推進。

二、計畫內容概要

（一）推動國際合作交流

舉辦國際媒合會，邀請當地合作夥伴，協助臺灣電商及品牌商與國外合作夥伴對接，共同拓展國際市場。

（二）推動聯合行銷活動

協助開發東協市場熱銷之臺灣商品，除上架至當地電商平台外，也搭配行銷活動，全力推廣臺灣電商及品牌。

（三）擴大電商國際銷售

協助電商業者導入創新服務與模式，串連各國電商推動單位及資源，降低跨境營運之障礙，帶動臺灣電商跨境交易額成長。

三、計畫重要成果

- (一) 辦理越南國際洽商團，帶領 Yahoo! 奇摩、軒郁國際等 21 家臺灣電商業者與當地電商及分銷商媒合超過 200 家次，促成臺灣業者易珈生技上架商品至越南電商平台 Tiki、邵旺國際貿易委託越南代理商 REBECA 作產品認證等 2 項跨國合作案。
- (二) 臺灣與馬來西亞首次合辦「2019 臺馬聯合網購節」，共計 62 家臺灣電商業者參與，帶動超過 2,300 個品牌及 11 萬項商品跨國線上銷售，10 天活動期間創造跨境交易額達 1,243 萬元。
- (三) 協助臺灣電商業者於跨境市場導入創新應用，帶動跨境交易額達 15 億元。

四、亮點案例

【愛桃子有限公司－創新 020 行銷模式】

(一) 業者需求及面臨問題

愛桃子有限公司為販售女性內衣之品牌電商業者，雖已在港澳及韓國線上銷售，但礙於公司營運現況無法拓展海外實體店面供消費者體驗，故難以深入了解使用者需求與擴展品牌形象。

(二) 輔導重點

由於來臺的港澳及韓國旅客眾多，協助愛桃子有限公司開發「創新 020 行銷模式」，除藉由讓港、澳、韓女性觀光客於實體店面試穿內衣外，同步也蒐集並整合海外線上官網及觀光客來臺體驗等相關數據，以擬定適合的行銷策略，進而提升觀光客回國後於線上消費的意願。

(三) 執行效益

協助愛桃子有限公司開發「創新 020 行銷模式」，並透過分析海外線上官網及實體門市體驗等相關數據後，擬定出適當的

行銷策略，達到單月跨境交易額增加至 118 萬元，成長 2.79 倍的佳績。

計畫名稱：網路購物產業價值升級與環境建構計畫

執行單位：財團法人資訊工業策進會

執行經費：20,500 千元

一、計畫願景、計畫目標

【計畫願景】

強化網路零售發展環境，促進網路交易蓬勃發展

【計畫目標】

透過法規宣導與法遵輔導、網購與數位行銷活動與資金媒合，提升業者法遵、網購應用、資安與個資保護能力，營造適合網路零售發展環境。

二、計畫內容概要

（一）建構網購產業發展新環境

輔導企業經營者完備其網路交易契約、無障礙網站建置觀念，加強法遵宣導；為保障消費者權益，協助主管機關查核網路交易契約、審查憑證實務作業基準（CPS）等，要求企業經營者落實法令遵循，以確保電子交易之安全。

（二）運用多元產業電商化活絡網購產業

透過活動舉辦，促成新開網路店家，協助中小型電商業者落實網實整合。辦理數位行銷相關活動或工作坊，結合國內外網路購物產業科技應用趨勢，如 AI、IoT、大數據、區塊鏈技術等。

（三）提升產業個資保護與資安防護能量

辦理個資管理及資安專業實務工作坊或相關課程，協助提升產業個資保護與資安防護能量。另協助進行實地資安訪查或協處，提供業者資安改善建議，並維運電子商務資安服務中

心 (EC-CERT)，推動網際網路零售業者資安聯防、維運中華臺北 PKI 暨電子認證聯盟和電子商務信賴安全聯盟，加強情資分享和資安防護能量。

三、計畫重要成果

(一) 協助電商企業申請或引入政府或民間投資方案

促成投資達 2.68 億元。

(二) 促成中小店家運用網購平台網路開店

輔導 35 家業者分別在 Line、樂天市場等平台開店，以及協助業者運用數位工具，提升營業額至少 15%。

(三) 實地訪查或協處發生個資外洩之電商業者

實地訪查與資安協處發生個資外洩之電商業者累計 43 件，並彙編資安手冊，以預防個資外洩風險。

四、亮點案例

【婕盈國際事業有限公司－協助廠商導入數位工具，有效提升 17%營業額】

(一) 業者需求及面臨問題

雖已透過 LINE 宣傳，但面臨無法做到真正精準的分眾發送訊息，導致營收無明顯成長。

(二) 輔導重點

使用第三方數位工具廠商開發的 LINE API 產品－ACHO ChatBot，作為本次的導入工具。

(三) 執行效益

透過導入聊天機器人數位工具，讓 Beauty Player(好玩客國際有限公司)，提供 24 小時的自動回覆功能，創造更直接的無斷

點的購物體驗服務，依照消費者產品的喜好做歸類，推播客製化的購物建議，做到更精準的再行銷將每則訊息轉換為導購收入，篩選出有使用專屬折扣碼與購買產品的顧客，實證期間(108年7~8月重要檔期期間)累計使用達折扣碼919筆，每筆訂單以平均交易金額1,000元計算，數位工具的使用為「Beauty Player」品牌增加90多萬元的營業額，營業額至少提升20%以上。

計畫名稱：服務業創新研發計畫(SIIR)

執行單位：財團法人中國生產力中心

執行經費：108,758 千元

一、計畫願景、計畫目標

【計畫願景】

依據「經濟部協助產業創新活動補助獎勵及輔導辦法」規劃「服務業創新研發計畫」，協助商業服務業發展，期能以補助的方式鼓勵業者投入研究新服務商品、新經營模式或新商業應用技術，強化商業服務業競爭力。

【計畫目標】

鼓勵商業服務業者投入自主創新，除透過資金補助外，並透過資源媒合、顧問輔導及行銷擴散等執行策略，為引導企業發展商業服務業趨勢，將創新概念聚焦，擬定四大補助主題：智慧商務、品牌創意、數位生活及休閒體驗，希望企業落實創新計畫可在市場上有更大的創新突破，促進產業發展。

二、計畫內容概要

（一）補助資源挹注：

- 1、受理個案申請至少 250 案，辦理個案審查會議至少 50 場等相關行政作業，核定補助個案計畫至少 70 案。
- 2、成立專業顧問團隊提供諮詢服務，辦理小型商談會至少 5 場次，協助個案申請業者撰寫個案計畫書至少 70 案。
- 3、計畫轉介服務計 20 件（如：創櫃板、SBIR 及創投轉介等其他政府資源）。

（二）優質案例研析

- 1、編製完成「服務創新誌」（成果彙編）1 式、電子版 1 式。

- 2、針對 105 至 107 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。

（三）行銷推廣擴散

- 1、辦理計畫相關說明會 12 場次，創新服務小聚及企業參訪活動共 4 場次。
- 2、辦理計畫成果發表及論壇各 1 場次。
- 3、維護並管理本計畫網站與社群媒體平台，發行電子報「SIIR 創新快遞」，累計 4 期。

三、計畫重要成果

（一）資源挹注

- 1、鼓勵企業研提計畫共計 503 案，經召開審查會 61 場及召聯會決議共核定 76 案(創新營運、服務生態系)，帶動業者相對投入研發經費 1.6 億元、營業額增加 5.8 億元、促成投資 1.2 億元，研發人才投入服務創新研發計畫共 230 人次。
- 2、開設專業顧問小型商談會、一對一專家諮詢、計畫撰寫特訓班共 6 場，共 42 家 56 人次參加。

（二）知識淬鍊

- 1、編製成果彙編-「服務創新誌」NO.2(第二期)封面與版型設計及完成 10 家優良業者成果彙編。
- 2、服務業創新研發計畫「績效追蹤及效益分析報告」1 式，追蹤結果顯示本計畫政府每投入 1 元可成功帶動近 4.06 元直接暨衍生投資效益、提升企業逾 3.31 倍營業額成長、創造逾 21.64 元營收效益；且每投入 100 萬元可創造約 3 人的就業機會。

（三）行銷推廣擴散

- 1、透過各項實體廣宣說明會共計 19 場次，與會人員共計 1,000

人次；計畫官方網站與社群平台的廣宣與擴散：FB 粉絲數達 7,266 人次、發佈電子報-「SIIR 創新快遞」4 期。

2、為協助企業交流辦理 1 場創新服務小聚共計 33 家 62 人參與；舉辦 3 場標竿企業參訪共 9 家企業實地體驗、企業互動交流 10 家次、網路媒體露出 6 則、電視露出 3 則。

3、結合數位時代「Meet Taipei」創新創業展辦理本年度成果展共 6 家展示計畫成果及辦理「數據領航迎向新商機」創新趨勢論壇，媒體露出 23 則、暢銷雜誌-數位時代跨頁報導 1 則、3 天參展人潮達 7 萬 6 千人次觀展，共超過 300 組臺灣創業公司參展、100 家以上的海外國際新創業者共同參與。

四、亮點案例

【鐵邦國際事業股份有限公司(扶旺號)—平價奢華鐵板早午餐 搶攻穆斯林市場】

(一) 業者需求及面臨問題

馬來西亞是東協第三大市場，其早午餐種類少且供不應求，而當地華人對臺灣餐飲品牌高度認同，故 Full Want(扶旺號)掌握需求與優勢，決定將「台式鐵板早午餐」跨國輸出。

(二) 輔導重點

- 1、協助開發清真認證餐飲商品：開發符合認證之鐵板土司與捲餅各 15 款。
- 2、融入臺灣味食材開發特色料理：使用臺灣本土食材，如：福源花生醬、林茂森紅茶進行特色料理開發。
- 3、協助建立國際餐飲連鎖品牌與展店：以馬來西亞作為穆斯林市場起點，開拓國際市場進行海外展店。

(三) 執行效益

- 1、馬來西亞已設立 1 家門市(吉隆坡-谷中城美佳廣場購物中心)並建立倉儲據點，開發符合清真認證之 30 種創意鐵板土司及捲餅，增加營業額 1,800 萬元。
- 2、拓展第二品牌國際加盟：發展連鎖體系具體事宜，包含規章、權利金、設備原料等，並提供低加盟成本以吸引加盟。



圖 8、扶旺號-馬來西亞門市



圖 9、以臺灣本土食材研發清真認證餐飲商品

計畫名稱： 餐飲業國際化推動計畫

執行單位： 財團法人中國生產力中心

執行經費： 34,260 千元

一、計畫願景、計畫目標

【計畫願景】

輔導我國餐飲業進行環境優化改善及科技導入應用，並以「優質餐飲、系統轉型，雙語環境、國際對接」策略，執行海內外行銷及國際合作交流，並協助臺灣餐飲業進軍國際市場，創造服務輸出之國際競爭優勢。

【計畫目標】

強化國內餐飲業科技應用擴散與環境優化能力，並配合國際拓展政策，透過國際媒合交流活動及海內外行銷活動等策略，提升餐飲業營業額、促進投資及國際展店。

二、計畫內容概要

協助我國餐飲業者導入科技應用及優化環境，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。

- (一) 辦理國際論壇及交流媒合活動共 2 場次，並透過法律稅務諮詢及其他資源轉介，促成業者海外展店 42 店。
- (二) 協助 23 家臺灣餐飲業者導入科技化服務及環境優化等輔導，以提升經營效率，至少提升營業額約 6,956 萬元、促進投資超過 682 萬元、提升就業人數 497 人、新增展店 27 店等。
- (三) 辦理國內外行銷活動至少 11 場次，以形塑臺灣美食意象及帶動餐飲消費至少 10 億元以上。

三、計畫重要成果

（一）開拓餐飲國際市場

- 1、辦理越南參訪與交流活動，帶領 20 位餐飲及老店業者赴越南胡志明市媒合交流考察，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；透過本活動、法律稅務諮詢及創投資金挹注等服務，至少促成業者海外展店 42 店。
- 2、辦理「2019 餐飲新食代國際論壇-米其林篇」，邀請香港、新加坡及臺灣米其林業者分享摘星秘訣，共計吸引 176 人次參與。

（二）多元行銷提升餐飲產值

- 1、辦理經濟部 2019 臺灣滷肉飯節，甄選 142 家優選滷肉飯節業者，從中推薦十全十美特色滷肉飯名單；並結合中央與地方政府，辦理活動共 5 場次，將國飯套餐及國飯宴推廣給國內外旅客，共吸引 5 萬人次參加。整體帶動滷肉飯業者營業額近 5.23 億元，並新增展店 3 家。
- 2、辦理「台灣美食展-美味食光」主題館，邀請 33 家業者區分四大主題區進行推廣，全程使用可回收餐具、AR 互動介紹、網紅直播、代言人推廣、大會舞臺集客、展區行銷活動辦理等；共計吸引 13.9 萬人次參觀，4 日活動創造計 400 萬元以上收入的經濟效益。
- 3、辦理「臺灣美食行動 GO」活動，邀集 678 品牌、767 家門店共同參與，並以六大主題搭配節慶進行推廣，透由手機廣告、APP 推播、品牌專區推廣、FB 等社群平臺推廣等，吸引逾 49 萬人次參與，帶動餐飲營業額逾 5.02 億元。
- 4、辦理國際媒體踩線團 1 場次，邀請 4 國共 5 家國際媒體在全臺踩線報導，另辦理國內網紅踩線推廣 2 場次，及邀請日本「地球散步」、香港「台北食玩買終極天書」旅遊書來臺採訪，總計露出共計觸及全球至少 2,055 萬人次以上。

（三）優質餐飲升級輔導

輔導國內 23 家餐飲業者導入科技應用及品牌優化等輔導，提升經營效率及服務能量，帶動業者提升營業額約 6,956 萬元、促進投資 682 萬元、增加就業 497 人及新增展店 27 店等。

四、亮點案例

【麻古茶坊股份有限公司－麻古多元點餐及多元支付服務輔導計畫】

（一）業者需求及面臨問題

餐飲業為人力短缺且服務成本過高的產業，希望透由導入科技，解決人力短缺問題，從線上點餐、多元支付至會員經營達到精準行銷之目的。

（二）輔導重點

- 1、改善過去傳統電話、線上點餐，無法掌握出餐進度及電話漏接等狀況，造成人力成本高且效率低，故導入社群線上點餐模組、消費者分流點餐模組、多元支付系統及電話不漏接導流線上模組，降低人員出錯率，並提升出餐效率及顧客滿意度。
- 2、優化會員經營方式，導入會員管理系統，紀錄會員的消費習慣，以進行後續營運及行銷策略，藉此提升營業效益及競爭力。



圖10、導入社群線上點餐模組FB及LINE@畫面，新增點餐功能鍵



圖11、電話未接轉SMS導流至社群線上點餐畫面，(左1、2)門市系統畫面顯示、(右1)消費者接受簡訊畫面



圖12、會員消費喜好、消費頻率等相關數據

(三) 輔導效益

1、質化效益：

協助餐飲業者有效運用科技化工具，建立具示範性且可擴散之餐飲科技應用個案，提升服務效率及消費有感之示範體驗。

2、量化效益：

輔導導入擴散至 120 家門店，輔導後營業額較 107 年 8 至 10 月同期增長 10%，提升約 1,081 萬元，投資額新增 100 萬元，增聘 5 位員工，新增展店家數 10 家。

計畫名稱：新南向產業鏈結加值計畫

執行單位：財團法人中國生產力中心

執行經費：9,750 千元

一、計畫願景、計畫目標

【計畫願景】

為加速臺灣餐飲連鎖業者連結新南向國家市場，解決普遍缺乏數位科技應用整合能力、國際展店經營管理、海內外行銷、展店及營運資源不足等問題，本計畫以「新南向合作推動臺灣餐飲系統轉型 結合數位行銷創造新局」為願景，協助餐飲業者與當地建立夥伴關係或合作商業模式，以建構在地安全食材、多元服務及數位行銷科技應用拓展海外商機，促進臺灣餐飲業再次經營轉型及開拓新南向國家市場。

【計畫目標】

計畫針對餐飲連鎖業者新南向發展經營創新需求，以加速提昇餐飲業者「國際合作 餐飲在地食材鏈結」、「創新經營 餐飲在地服務鏈結」、「多元行銷 餐飲品牌戰略鏈結」優化經營能力，培育餐飲展店及新南向人才，帶動新南向行銷及合作交流，提升營業實績。

二、計畫內容概要

（一）餐飲在地食材鏈結：

- 1、辦理計畫說明會暨清真主題講座 3 場次，每場次 30 人次。
- 2、專案輔導業者進行清真相關認證及申請 5 案。
- 3、辦理餐飲業者交流小聚 3 場次，總計 60 人次參與。

（二）餐飲在地服務鏈結：

- 1、辦理交流媒合考察團 1 場次，促進海外拓展商機架接。
- 2、辦理在地媒合活動 2 場次，協助餐飲業者與在地產業洽接服務合作 6 案。

3、辦理國際交流論壇 1 場次，促進 150 人以上參與。

(三) 餐飲品牌戰略鏈結：

1、辦理創意行銷活動 2 場次，增加新南向國家民眾及旅客對臺灣餐飲品牌印記。

2、辦理國際展覽 1 場次，邀集至少 4 家餐飲連鎖業者參與，塑造臺灣美食形象。

三、計畫重要成果

(一) 餐飲在地食材鏈結：

辦理兩階段清真認證專案輔導，共協助 6 家餐飲及餐旅業者取得穆斯林友善認證，包含：鳥哲燒物、Mamak 檔星馬料理、大安東尼義大利餐廳、臺北喜來登大飯店及麗格休閒飯店、貴山國際食品。

(二) 餐飲在地服務鏈結：

1、完成辦理「2019 泰國餐飲業商機媒合考察團」，共計 15 個餐飲品牌、17 位業者共同參與，活動安排媒合交流活動、臺商經驗分享會、官方投資及餐飲推動單位拜會、標竿企業參訪。其中與團成員「福慧根湯」依循考察之對接，於 108 年 8 月與泰國臺灣商會聯合總會在泰國辦理「福慧根湯海外招商說明會」，並取得實際訂單。

2、完成辦理「2019 臺泰商機媒合會」及「2019 臺越餐飲商機媒合會」，邀請泰國及越南 76 家在地企業，與 26 家臺灣業者進行一對一交流，促成服務合作 9 案，估計現場成交額 200.5 萬美元(約新臺幣 6,215.5 萬元)。其中，休閒國聯(鮮芋仙)已於 8 月完成曼谷市代理授權；千綾餐飲(千千的虎掌燒)，預計 108 年 12 月底前在胡志明市展店。

3、完成辦理「2019 餐飲新食代國際論壇-新南向篇」，邀約爭鮮

集團、越南餐飲協會、泰國大卡司集團及好物飛行進行分享，共計 176 人次參與。

（三）餐飲品牌戰略鏈結：

- 1、完成辦理「2019 臺馬聯合網購節」活動，共計 7 家業者報名參與，並和當地網紅合作，透過開箱文及影片曝光等方式進行廣宣。其中 3 家餐飲業者所長茶葉蛋、呷七碗及吾穀茶糧與電商平臺-好物飛行進行長期合作；璞鈺擂茶也受到馬來西亞業者「Wellings」的關注，並透由經銷商購買產品，並規劃進一步洽談合作。
- 2、完成辦理「2019 臺灣美食節」，共計邀集 22 家臺灣特色美食品牌參與，並透由馬來西亞 3 位網紅進行美食開箱等推廣宣傳，相關貼文觸及達 22.5 萬人，訂單數量 1,845 筆。
- 3、完成辦理「2019 Taiwan One More Time」，邀集 6 家商餐飲連鎖品牌赴泰曼谷 The EmQuatier 百貨公司參與展會，活動逾 32 萬人次參觀，並與安排當地 3 位網紅於展期間現場直播互動及拍攝短片，透過社群媒體進行廣宣。

四、亮點案例

【清真認證輔導案例—Mamak 檔星馬料理】

（一）業者需求及面臨問題

Mamak 檔星馬料理位於北車 2 樓商圈，而臺北車站為旅客相當密集的場域，穆斯林遊客比例也相當高，這也讓 Mamak 檔星馬料理看到商機，希望將系列產品全面調整為穆斯林友善餐點，吸引穆斯林上門消費。但因公司內部無人熟悉清真規範及推動方式，因此透過計畫搭接，進行 2 階段的諮詢及輔導，進而取得穆斯林友善餐廳認證。

（二）輔導重點

- 1、食材調整：協助業者調整菜單內容，避開豬製品及酒精等食材及肉製品需擁有清真認證標章，因部分食材、醬料於中央廚房製作，為避免與其他食品交叉汙染，故調整為所有食材及醬料在分店內製作。
- 2、教育訓練：安排教育訓練課程，協助業者認識穆斯林族群、伊斯蘭文化，包含宗教節慶、禮拜時間、飲食喜好等，使業者了解如何接帶穆斯林族群。
- 3、教法清洗：將廚房設備透過教法清洗儀式進行清潔。
- 4、取得認證：經認證單位-中國回教協會文件審核、現場勘查通過後，取得穆斯林友善餐廳認證。
- 5、行銷推廣：協助將餐廳資訊上架至清真·台灣 APP 平台，使國內、外穆斯林旅客得知穆斯林餐廳資訊。



圖13、穆斯林友善菜單



圖14、教法清洗儀式實況

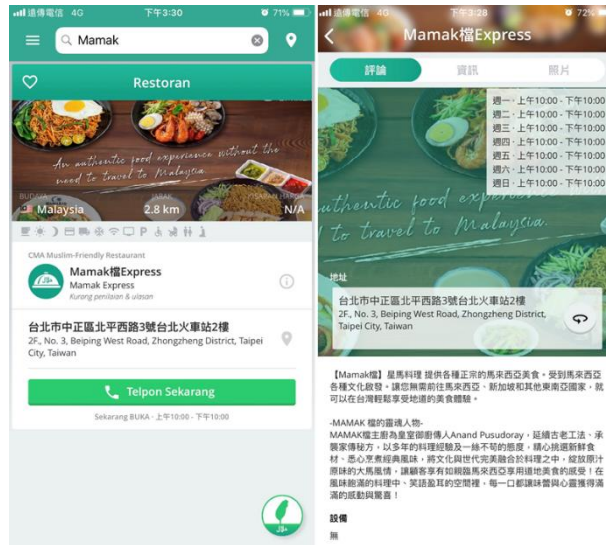


圖15、清真臺灣APP廠商介紹頁面

(三) 執行效益

透過計畫清真認證輔導，協助業者順利取得穆斯林友善餐廳認證，後陸續安排2家分店(如101店)進行清真認證，開拓國內穆斯林餐飲市場。

計畫名稱：連鎖加盟業能量厚植暨發展計畫

執行單位：財團法人中國生產力中心

執行經費：16,500 千元

一、計畫願景、計畫目標

【計畫願景】

為達到強健連鎖加盟企業體質，提升品牌形象，透過輔導資源協助連鎖企業及門店提升經營管理等面向，優化連鎖企業服務品質；另推動連鎖企業海外參展，提供海外市場拓展媒合商機，為進軍國際市場做準備，進而達到提升連鎖加盟業服務能量，厚植連鎖產業發展。

【計畫目標】

本計畫目標為引導連鎖加盟業者，透過經管輔導加值營運能力，發揮連鎖經營邊際效益，並搭建產業間多元交流合作平台，藉由國際展會參與、商機媒合活動等形式，有效協助企業拓展海外目標市場，提升 31.55 億元營業額，促進產業投資 3.89 億元。

二、計畫內容概要

（一）厚植經營體質

- 1、協助連鎖總部及單店發展多店共 35 家客製化輔導，針對企業經管體質、品牌發展、門市經營等提供顧問建議。
- 2、提升企業服務品質，辦理 3 場說明會、3 場服務設計工作坊、友善英語服務環境輔導 10 家、辦理 1 場連鎖加盟英語簡報實戰營，協助企業找到顧客服務缺口，提升國際英語服務能力。

（二）國際市場布局

- 1、辦理國際與大陸地區展會 2 場，設立臺灣連鎖品牌館增強國際市場曝光機會，提升臺灣連鎖品牌知名度。

- 2、協助 7 家具國際化發展潛力連鎖企業，評估適合其國際輸出方式與雙方資源能力，拓展海外據點。
- 3、辦理 2 場國際企業交流會議，藉國際企業來臺機會進行交流與媒合。

三、計畫重要成果

(一) 厚植經營體質

- 1、協助 35 家連鎖企業針對總部營運、門市營運管理及海外拓展等面向進行輔導，總計促進產業年度營業額 14.82 億元、國內新增投資金額 3.71 億元、國外新增 0.45 億元。
- 2、辦理北中南 3 場服務品質提升暨計畫資源說明會，邀請專家顧問分享提升服務品質之經驗與作法，總計 137 家企業、204 人出席與會。並辦理 3 場服務設計工作坊，運用使用者觀點發掘顧客痛點，總計 136 位參與。
- 3、配合雙語國家政策，總計協助 14 家連鎖企業建置雙語服務環境。
- 4、辦理 2019 連鎖加盟英語簡報實戰營，總計 22 家企業 45 位學員出席，傳授實用又易上手的方法，讓業者學習調整或製作企業簡介英語簡報，並選出 4 家表現優秀企業。

(二) 國際市場布局

- 1、帶領 16 家企業參與國際連鎖加盟展，展會總計促進 8 件商機媒合、吸引 754 位買主、現場接單 182 萬美元、後續合作商机 187 萬美元，並成功授權印尼 1 家連鎖品牌(Nuttea 堅果奶茶)。
- 2、協助 7 家國際化潛力企業針對海外輸出模式、海外授權管理等進行輔導，總計營業額增加 16.73 億元、國內新增投資金額 0.18 億元、國外新增投資 0.12 億元，以及新增 19 個海

外據點。

- 3、國內及新加坡辦理 2 場國際企業交流會議，總計洽邀 39 位海外買主，19 家臺灣品牌企業參與，進行一對一媒合洽談，估計後續合作商机 288 萬美元。

四、亮點案例

【名婕實業股份有限公司(主幼商場)—建立門市情報數據、運用話題行銷活化賣場】

(一) 業者需求及面臨問題

主幼商場主要門市位於屏東東港，賣場採取傳統的產品寄賣，長期採低價策略，不易再做促銷活動，且遭受電商衝擊。

(二) 輔導重點

- 1、指導總部與門市營運目標設定、調整現行組織架構，以定義總部各部門職務權責功能。
- 2、協助盤點品牌廠商營銷占比貢獻度、滯銷品分析、商品空間占比與顧客動線交叉分析，作為商品陳列參考。
- 3、指導運用創新行銷觀念，如：話題行銷，強化品牌知名度與品牌形象，以翻轉消費者僅是折扣促銷的低價印象。

(三) 執行效益

- 1、擬定未來短中長期的組織規劃方案，完成年度營業目標與 109 全年度的行銷計畫，並透過完善會議體制，強化總部各部門溝通與過程中管理。
- 2、從產品進貨、分類、編號與銷貨建立系統性標準原則，並建立門市情報數據管理，以能主導規劃門市商品組合與採購。
- 3、完成 2 場話題行銷活動，觸及潛在客群 223 人，恆春店客單價由原 617 元提升至 728 元，並帶動當月營業額增加 20%。

計畫名稱：生活服務業競爭力提升計畫

執行單位：財團法人資訊工業策進會

執行經費：9,870 千元

一、計畫願景、計畫目標

【計畫願景】

以消費者生活數據資料為核心，透過數據分析為基礎的研究設計模式，發展新型態生活服務，加速生活服務業的轉型創新，以提升我國生活服務業競爭力。

【計畫目標】

協助國內傳統生活服務業者導入科技應用服務，促發業者創發新型態生活服務，以提升生活服務業競爭力，同時透過網絡社群行銷前述示範案例，並促進異業間的整合與創新。

二、計畫內容概要

（一）新型態生活服務推動

- 1、分別針對洗衣業、美容美髮業、服飾零售業設計生活服務數位加值主題及服務模式。
- 2、辦理業者交流活動，促成 3 家企業或團隊合作實證，發展新型態生活服務。

（二）生活服務數位經營力提升

- 1、完成 2 個新型態生活服務轉型分析建議方案之服務資料分析與營運優化建議。
- 2、於北、中、南辦理生活服務數位經營人才培育課程，培育至少 200 位人才。

（三）多管道新生活服務交流擴散

1、研析國內外創新生活服務創新案例至少 30 則。

2、分享創新案例與產業新知等至少 80 則，辦理網路行銷活動，活動參與 1,000 人次。

三、計畫重要成果

針對洗衣業、美容與美髮產業及服務零售業，發展科技應用服務模式，並輔導業者實際導入。

- (一) 洗衣業數位創新服務：協助連鎖洗衣業者建置企業專屬 APP，並導入 7 家門市及 1 家洗衣工廠，提供消費者送洗衣物狀態查詢、線上客服等服務，改善門市與總部工廠間資訊不流通問題，提升洗衣產業之經營與服務效率。
- (二) 美容/美髮業服務優化：輔導美髮沙龍業者，於 3 家自有門市及 2 家知名門市導入「剪裁關鍵六要素智慧化推薦服務」建置與導入，提升美容美髮產業之顧客服務品質、優化門市經營效率。
- (三) 服飾零售業智慧行銷服務：協助艋舺服飾商圈 10 家門市，將服飾商品拍照上傳至「u.u 優優」粉絲專頁，消費者透過與「聊天機器人」互動，提供快速、便捷的個人化穿搭服務，增加業者線上銷售管道。

四、亮點案例

【亮麗專業洗衣公司－提高作業效率、強化顧客的安心感與信任感】

(一) 業者需求及面臨問題

- 1、業者需求：亮麗專業洗衣公司為南部連鎖洗衣企業，目前有 31 家門市與 1 家洗衣工廠，主要客群集中於臺南市、高雄市，業者為擴大經營規模，須強化總部資訊管理能力，且面臨自助洗衣店崛起，市占率已達 28%，亦衝擊到業者營運，亟須轉型。

- 2、產業問題：連鎖洗衣店因缺少數位化的管理，也面臨到門市與洗衣工廠間資訊不流通的問題，一旦遇到顧客對瑕疵衣認定有差異，就易造成消費糾紛。而預繳金制度，欠缺清楚扣款確認資訊，致使顧客有疑慮而產生不信任，造成顧客流失。

（二）輔導重點

- 1、協助釐清目標族群，重新檢視洗衣工廠作業流程，並設計消費者端的顧客服務情境。
- 2、就門市端及消費者端，檢視創新服務導入洗衣門市及民眾所遇到的困難點，並提出「連鎖洗衣顧客服務 APP」介面優化建議。
- 3、就洗衣工廠端部分，釐清所需之軟硬體需求規格，調整洗衣工廠作業流程，完成「總部連鎖洗衣服管理系統」及「工廠洗衣流程管理 APP」開發。

（三）執行效益

- 1、以系統化將送洗衣物建檔，讓民眾即時掌握送洗衣物狀態、儲值金和交易明細，還能直接線上與服務人員溝通、確認，一指搞定送洗問題。
- 2、輔導亮麗洗衣開發完成「總部連鎖洗衣服管理系統」，並整合前台的「連鎖洗衣顧客服務 APP」及「工廠洗衣流程管理 APP」，以利顧客即時掌握送洗衣物狀態、預繳金扣款資訊等，提高作業效率、強化顧客的安心感與信任感。



圖 16、亮麗專業洗衣公司現場

計畫名稱： 南部商業服務業產業輔導暨經營精進計畫

執行單位： 財團法人商業發展研究院

執行經費： 14,550 千元

一、計畫願景、計畫目標

【計畫願景】

本計畫融入商業服務業新六化精神，以科技化、智慧化、聯網化、文創化、環保化、國際化之趨勢主軸，藉由延伸中央部會資源與服務，鏈結產官學研平台，共同推動商業服務業現代化、高質化發展，以達到本計畫之願景—「優化南部及東部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，並打造優質商業服務業，落實區域均衡發展」。

【計畫目標】

本計畫扣合國內外商業服務業發展趨勢，推動南部及東部商業服務業轉型，朝「推動商業經營精進」、「培植關鍵商業人才」及「鏈結資源擴散能量」三個計畫目標邁進，以有效扶植南部及東部商業服務產業發展，進而開拓創新商業模式，提升商業服務業產值。

二、計畫內容概要：

本計畫重點工作項目包括協助企業鏈結政府資源、分析南部及東部商業服務業發展數據，盤點產官學研資源、鏈結公協會，辦理商業發展合作交流座談會，歸納區域商業發展特性與能量，提出區域商業發展策略。另也透過式培訓課程，例如關鍵數據班、主題實戰班級經營實學講堂等，提升商業服務業整體競爭力。

三、計畫重要成果

- (一) 串聯區域資源：辦理南部及東部 7 場次區域交流座談會，鏈結 25 個地方產業公協會、13 個大專院校，提出 7 份區域商業發展策略建議。

- (二) 辦理培訓課程：辦理高階數據養成班、主題實戰培訓班及經營實學講堂等，合計 412 人參與；透過主題式行銷活動(5 場實體活動、1 場線上活動)，共觸及 28 萬人次。
- (三) 精進輔導轉型：提供企業諮詢服務，完成諮詢 190 家次、專家診斷 65 家次，辦理創新發展輔導遴選 19 家潛力業者，並提供每家 8 萬元輔導款。
- (四) 南部網站知識網站，累積瀏覽人次已達 35 萬人次。舉辦業者聯誼會 3 場、成果發表會 1 場，共計 212 人次參與。

四、亮點案例

【香茗茶行－老品牌打造新形象計畫】

(一) 業者需求及面臨問題

大部分茶行包裝袋多屬制式化包裝，較無特色，常會造成品牌形象無法凸顯的問題，並且使消費者沒有記憶點和認同感。

(二) 輔導重點

為提升老品牌識別度、專業形象及知名度，輔導業者品牌設計美感與伴手禮禮盒之設計，藉此建立老茶行新品牌風格與形象，吸引新客族群青睞。

(三) 執行效益

- 1、老茶行融入年輕設計意象，增加品牌辨識度。
- 2、輔導期間為 108 年 6 月 1 日至 11 月 30 日，業者營業額為 180 萬元，約成長 20%(107 年受輔導前同期營業額為 150 萬元)。
- 3、透過網路行銷，增加 FB 粉絲人數：200 人次。
- 4、就業人數增加 6 人，門市拓展 2 間。



圖 17、老品牌 新包裝

【佑佑鍋燒麵－運用新媒體行銷計畫】

（一）業者需求及面臨問題

佑佑鍋燒麵現有 12 家分店，是高雄在地老品牌，以往多透過新聞媒體、電視報導的方式，宣傳品牌知名度，但現今的消費者，已改從社群媒體接收資訊，傳統媒體的效益難以衡量，且影響力已漸漸消失。

（二）輔導重點

突破傳統支付與行銷模式，輔導業者結合電子支付及社群行銷等數位科技應用；舉辦創意料理大賽，製造行銷話題。

（三）執行效益

- 1、藉由顧客品牌參與，提高佑佑鍋燒麵顧客忠誠度，並以線上社群平台，創造與消費者的互動，以 O2O 的方式，線上帶動線下消費，推動品牌升級，營造出佑佑鍋燒麵新穎形象，及提高品牌曝光度。
- 2、輔導期間為 108 年 6 月 1 日至 11 月 30 日，業者營業額為 110 萬元，約成長 22%（107 年受輔導前同期營業額為 90 萬元）。
- 3、衍生服務項目 2 項，包含官方 LINE 社群服務（開放顧客對話，帶動線下消費）及互動溝通平台（活動頁面，增強品牌曝光）。

4、衍生商品項目 1 項，推出新品：泡菜海陸鍋燒意麵。



圖 18、創意料理大賽 EDM

【水木加有限公司(小南天)－數位轉型計畫】

(一) 業者需求及面臨問題

希望提高營業額，加強老客戶回流率、新客戶的開發，以及旅宿業的數位轉型。

(二) 輔導重點

- 1、為建立完整客戶資料庫及行銷，導入顧客關係管理(CRM)系統，透過寄送電子郵件行銷(EDM)，提供專屬優惠，留住老客戶。
- 2、另運用 FB 廣告行銷，藉以開發新客戶。
- 3、新增網路商城，開拓電子商務市場。

(三) 執行效益

- 1、輔導期間為 108 年 6 月 1 日至 11 月 30 日，業者營業額為 400 萬元，約成長 30%(107 年受輔導前同期營業額為 300 萬元)。
- 2、衍生服務項目 3 項，包含線下體驗小賣店、線上商城、電子報服務。
- 3、入住率：老客戶回訪比例提升 1.5 倍。



圖 19、老友專屬優惠行銷

【大中圖書事業股份有限公司－數位轉型暨高效行銷整合計畫】

（一）業者需求及面臨問題

少子化、電子化及消費習慣改變的時代變遷及文教產業的市場飽和，因此圖書事業創新迫在眉睫，現今以顧客為導向的消費型態不能只是被動的販售書籍，需主動了解消費者並提供切中需求的產品和服務，才能提高忠誠度，以確保企業在市場上的競爭優勢。

（二）輔導重點

輔導業者導入企業資源管理系統(ERP)系統，整合三間不同定位店面（參考書批發店、商業圖書零售、閱讀空間服務）的系統，包括後廠的進銷庫存及供應商資料，以及針對消費者的會員資料蒐集、消費者輪廓分析、活動企劃，客戶及供應商資料建立，以系統應用帶動品牌定位轉型，包含企業營運數位化、消費紀錄大數據分析、精準行銷目標客群。

（三）執行效益

- 1、優化產業鏈，提升資訊共享性、正確性及完整性，提升作業效率，加快數據蒐集與整合，得以更順暢的回應顧客需求，並得以主動狙擊消費者喜好，降低行銷活動成本。

- 2、輔導期間為 108 年 6 月 1 日至 11 月 30 日，業者營業額為 548 萬元，約成長 30%(107 年受輔導前同期營業額為 420 萬元)。
- 3、衍生服務項目：舉辦專題講座、推出「集點閱讀趣」專案促銷活動並增加就業 1 人。



圖 20、行銷活動文宣

計畫名稱： 商業服務業能源管理與技術輔導計畫

執行單位： 財團法人台灣綠色生產力基金會

執行經費： 5,315 千元

一、計畫願景、計畫目標

【計畫願景】

我國「溫室氣體減量及管理法」住商部門第一期溫室氣體減量目標為 2020 年度應相較基準年(2005 年)減少總排放量 1.47 百萬噸二氧化碳當量(CO₂e)。透過本計畫積極推動節能減碳工作，除協助企業落實改善達到減碳目標外，更可協助降低能源成本，提高商業競爭力。

【計畫目標】

藉由輔導用戶進行節能管理與落實減碳為主軸，透過策略性分析用能結構、篩選用電標的，提供節能減碳輔導、協助雲端管理系統建置及媒合能源技術服務業導入節能技術服務業(ESCO)專案等方式，達到落實節能改善，同時培育企業雲端能源管理人才，建構智慧能源管理能力。另外協助連鎖企業建立能效管理指引及廣宣節能減碳資訊，促使企業用戶有效管理、操作及維護能耗設備/系統，達到提升能源使用效率。

二、計畫內容概要

(一) 節能輔導與落實

1、 節能檢測輔導與落實改善

- (1) 提供 20 家企業客製化節能評估報告，發掘節能潛力 690 萬度/年。
- (2) 分析行業用電特性並提出 2 個行業能效參考指標。
- (3) 調查 40 家歷年輔導用戶節能減碳落實情形。

2、 促成與能源技術服務業合作落實改善

促成 6 家企業導入 ESCO 專案，落實節電達 120 萬度/年。

3、建置連鎖企業雲端能源管理系統與技術能量

(1) 促成 1 家連鎖企業導入雲端能源管理系統。

(2) 辦理 3 場連鎖企業雲端能源管理訓練班，培育 90 人。

(二) 能效管理指引建立

1、研提 5 家連鎖企業客製化「能效管理指引與檢點表」。

2、製作 3 個行業別共通性管理指引，擴散 300 家。

(三) 節能創意廣宣

完成 1 式創新廣宣，搭配網路媒體或形象短片，擴散觸及 8 萬人。

三、計畫重要成果

(一) 節能輔導與落實

1、節能檢測輔導與落實改善

(1) 完成 20 家企業客製化輔導報告，合計發掘節電潛力 1,469 萬度/年、節省電費 4,435 萬元/年及降低 CO₂ 排放量 5,837 噸/年。

(2) 完成一般倉儲、低溫倉儲、超級市場及咖啡店等業別之單位面積用電量密度(EUI)能效參考指標。

(3) 完成 40 家歷年輔導用戶後續追蹤，改善措施落實率為 53%，節電量為 680 萬度/年、節省電費 2,466 萬元/年及降低 CO₂ 排放量 3,772 噸/年。

2、促成與能源技術服務業合作落實改善

協助太平洋崇光百貨(忠孝店及高雄店)、誠品生活(南西店)、大潤發流通事業(八德店)、新天地國際實業(東區店)、遠東

百貨(新竹店及花蓮店)和統昶行銷(桃園中鮮物流點)等 6 家用戶落實改善，合計節電量為 347 萬度/年、節省電費 1,067 萬元/年，減少 1,849 公噸 CO₂ 排放量。

3、建置連鎖企業雲端能源管理系統與技術能量

(1) 成功媒合 2 家連鎖企業導入雲端能源管理系統。

(2) 完成 3 場次連鎖企業雲端能源管理訓練班，合計 109 位參與。

(二) 能效管理指引建立

1、完成段純貞牛肉麵、拿坡里披薩、家樂福便利購、台灣屈臣氏和萊爾富物流等 5 家連鎖企業能效管理指引與檢點表。

2、完成零售、餐飲和倉儲等 3 業別共通性管理指引，發送給 68 家歷年受輔導用戶、函知產業公協會與地方政府 44 家，並同時刊登於商業服務業節能專區和節能服務網等，合計擴散中小企業達 4,400 家。

(三) 節能創意廣宣

與本土圖文作家兔包合作 30 秒節能廣宣短片，企業可透過設備汰換及維護保養，降低電費支出，以達到每月增加更多利潤。除刊登於經濟部商業司節能減碳專區提供用戶觀看外，為強化廣宣效果，於 10 月 17 日~11 月 16 日搭配網路媒體廣告推播(RTB 串流插播廣告)提升觀看人數，累計觸及人數達到 113,000 人次。

四、亮點案例

【節能減碳一條龍服務—新天地國際實業股份有限公司(東區店)】

(一) 企業需求及面臨問題

新天地國際實業為中部品牌婚宴會館，經營歷史悠久，空調

用電占整體用電占比約 60%，館內空調系統之冰水主機老舊且效率不彰，空調附屬泵尚未導入變頻裝置，冷卻水塔散熱不佳且缺乏能源管理系統，無法有效管控整體空調系統能效，致使年度電費高。

（二）輔導/協助重點

本團隊至現場勘查透過儀器檢測與資料分析掌握空調系統整體能效，提出導入變頻冰水主機、汰換冷卻水塔、附屬泵導入變頻及建置能源管理等措施給用戶參採。經與用戶討論後續落實意願，本團隊綜整前述改善措施協助用戶撰寫成 ESCO 專案計畫書和擬訂量測驗證計畫，並協助申請經濟部能源局節能績效示範推廣補助專案，經評選後順利獲得政府補助款項。



圖 21、新天地國際實業股份有限公司(東區店)改善前現場

（三）執行效益

本專案落實改善後可節省用電 290,723 度/年、減少 CO₂ 排放

量 155 公噸/年、節省費用 96.5 萬元/年及節能率 21.7%。

【創意圖文廣宣—創造更多利潤要怎麼做 30 秒節電短片】

（一）需求及面臨問題

商業服務業中小企業家數眾多且分散，加上企業人員缺乏節能減碳認知及專業技術，致使企業節能能量不足。

（二）輔導/協助重點

考量圖文作家兔包影片生動活潑且親民，搭配短片主題「創造更多利潤」等吸睛主題，以吸引中小型企業觀看，本短片內容為企業可透過關閉閒置電器、適當調整冷氣溫度、加強室內空氣循環、定期維護保養及汰換高效率設備等方式，降低電費支出，減少營運成本，等同於創造實質利潤，以建立企業節能減碳思維。

（三）執行效益

刊登於經濟部商業司節能減碳專區並搭配網路媒體廣告推播 (RTB 串流插播廣告)，於 108 年 10 月 17 日~11 月 16 日廣宣累計觸及人數達到 113,000 人次。



3	關關關置燈具	4	適當的調整溫度
5	加強室內的空氣循環	6	定期維護保養
7	簡單的方法 搭配不簡單的決心與毅力	8	讓你節電就是賺錢!

圖 22、節能短片畫面

環境建置篇

計畫名稱：商業服務業發展動能推升計畫

執行單位：財團法人商業發展研究院

執行經費：38,601 千元

一、計畫願景、計畫目標

【計畫願景】

為「促進服務業優質發展、提升競爭能力」，根據服務業發展所面臨的問題，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。

【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」，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，與業者協作加速商業服務業發展。另，根據服務業發展所面臨的國際化及節能減碳問題，藉由歷年研究成果，借鏡地方政府、專業顧問相關執行經驗，提供符合商業服務業之國際拓展、英語力、品牌策略、節能減碳等相關協助，並研擬商業服務業發展政策的參考依據，強化我國商業服務業實務發展策略與作法，使商業服務業帶動我國經濟進一步成長。依目標將計畫分六個策略方向推動，分別為「重要法規趨勢研析」、「國際市場拓展」、「提升英語力與科技力」、「溫室氣體減量」、「協助銀樓業發展」、「前瞻研究」，計畫成果之擴散及政策廣宣則透過「成果擴散及政策廣宣」加以實施與推動。

二、計畫內容概要

（一）重要法規趨勢研析：

- 1、社會企業與公司法制調和。
- 2、經濟事務財團法人法制調適評估。

(二) 我國零售與餐飲業拓展新南向國家策略與模式：

- 1、挑選適合拓展至新南向國家之零售、餐飲商機業別並建立進入策略。
- 2、媒合咖啡飲料及西點麵包業者拓展新南向國家市場。
- 3、進行區域貿易談判動態追蹤。

(三) 提升商業服務業英語力與科技力：

- 1、經典小鎮零售商家英語力現況盤點、輔導及檢核。
- 2、經典英語力與科技力工作坊。
- 3、規劃建置「英語友善地圖」。
- 4、商業服務業品牌行銷輔導。

(四) 溫室氣體減量：

- 1、溫室氣體減量示範輔導。
- 2、持續推廣線上節能財務試算系統。
- 3、辦理由商業服務業節能規劃師培訓課程。
- 4、推動公協會研提自主減量計畫，並辦理相關推廣作業。
- 5、建置「商業服務業節能減碳專區」。
- 6、協助經濟部商業司辦理溫室氣體減量管制平台及相關工作。

(五) 協助銀樓業發展：

- 1、了解銀樓產業發展問題。
- 2、提出銀樓產業輔導策略。

(六) 前瞻研究：

- 1、虛擬通貨對商業服務業之應用及影響。

2、商業服務業導入中高齡就業之策略規劃。

3、無人商業模式探討。

(七) 成果擴散及政策廣宣：

1、商業服務業年鑑。

2、國際合作交流。

3、成果及政策廣宣。

三、計畫重要成果

本計畫著重在商業服務業基礎環境建置，健全服務業基礎資訊，透過商業服務業在科技、產業資訊、經營模式等有系統、有組織的改進，從營運模式創新、服務創新等不同面向協助企業創新發展，並從政策、法制、財務面檢視我國服務業發展環境，提供國際化發展策略，以提升整體服務業與國家的發展強度，強化服務業核心競爭力。

(一) 重要法規趨勢研析：

1、社會企業與公司法制調和：經綜整專家意見，發現無論公司法專章或特別設立社會企業專法，均有利弊。建議現階段透過政策推動促進社會企業發展，持續關注。

2、經濟事務財團法人法制調適評估：研擬相關配套措施，並協助財團法人建立適法制度。完成經濟事務財團法人捐助章程範本及內部控制制度草案，辦政法規及內部控制宣導會 2 場，共 418 人次參與。

(二) 我國零售與餐飲業拓展新南向國家策略與模式：

1、協助具商機之手搖飲料店及炸雞業，擬定進入新南向國家模式及海外經營整體策略。

2、辦理零售與餐飲業進入新南向國家商機產業座談會 4 場，計

63 人次參與，直接提供經商資訊以及解決業者進入目標國家疑問。

- 3、辦理「2019 年臺馬商業服務業媒合參訪團」，計 15 家企業，30 人次參與，協助餐飲業者與馬來西亞業者對接媒合商機，促成雙邊合作交流，協助拓展當地市場。
- 4、製作拓展新南向六國、清真認證與東南亞消費特性懶人包 8 式，提供業者當地商情與經商環境資訊。

（三）提升商業服務業英語力與科技力：

- 1、盤點 4 處具國際觀光潛力之經典小鎮零售商家英語力現況，並執行商家英語力健檢，挑選且輔導 40 家經典小鎮零售商家提升英語力，完成其產品名稱與產品說明、常見設施標示英譯、製作英語字卡，其中並協助 26 家日語翻譯。另彙整與英譯商家常見問題，集結為英語手指書，每小鎮各 1 式，提供輔導商家使用，作為與外國觀光客溝通之輔助工具。
- 2、辦理 5 場英語力提升工作坊，且錄製 12 集線上教學影片，提供業者複習與應用，另進行 1 對 1 現地輔導，增加輔導店家面對英語系觀光客之臨場感。
- 3、為推廣英語友善店家，印製與發放鹿港老街英語友善店家地圖 10,000 份，同時亦將地圖製作為電子版，以供民眾免費下載。
- 4、辦理 5 場商業服務業科技力工作坊，透過實體方式協助商業服務業者提升科技應用能力，總計觸及 151 家商業服務業者，且協助 81 家原先尚未運用任何科技工具之業者，實際導入英語版 Google 我的商家、Google 翻譯或 Yelp 應用程式，躍升科技力。
- 5、輔導東部與南部商業服務業進行品牌行銷：於廣度層面，共舉辦 2 場「商業服務業品牌創新行銷集體輔導實戰工作坊」，

從品牌概念與架構起始，至產出品牌專屬 OGSM 企劃案，總計培訓 71 人次，產出「地方特色零售品牌行銷企劃書」51 份，使零售業者建立品牌概念與行銷知識外，更幫助業者落實企劃目標與達成策略。另分別自東部與南部各挑選 2 家優質業者，進行深度品牌診斷輔導，協助品牌正確定位並透過如品牌故事重塑、企業識別調整輔導等具體改造，展現品牌核心價值並提升競爭優勢，帶領品牌逐步走向國際。

（四）溫室氣體減量：

- 1、針對我國零售、餐飲連鎖加盟 16 家業者，進行整體節能改善輔導，以建立相關示範案例，並擴散至其他分店。
- 2、運用「商業服務業節能財務分析系統」，協助業者試算汰換老舊耗能設備後，可省下的電費及選擇合適的汰換設備決策方案，累計推廣 434 家次。建立「商業服務業節能減碳專區」，整合節能財務分析系統、節能手冊、輔導計畫、培訓課程、示範案例、資料庫與相關工具等，綜整政府相關公開資訊供業者免費參採，提供一站式整合服務，累計 11,608 瀏覽人次。
- 3、辦理由商業服務業節能減碳人才培訓課程 4 場，協助商家透過改善措施擬定及財務規劃，降低能源使用成本、提高獲利空間，計培訓 172 位企業內部節能推動之相關人員；辦理「企業節能減碳推動策略交流會」1 場，邀請業者現身說法公開節能秘訣，分享及擴散減碳作法，計 200 人次參與。
- 4、推動 3 家公協會研提自主減量計畫，由公協會發起，邀集企業會員共同參與用電現況調查及規劃自願性節能改善作法。

（五）協助銀樓業發展：

- 1、了解銀樓產業發展問題並研擬發展策略。
- 2、拍攝銀樓產業整體形象微電影。

- 3、辦理 3 場研討會，協助銀樓業者提升經營管理、網路行銷與珠寶專業之知識能力，計 310 家次業者參與。辦理「108 年全國金監會-優良廠商產品說明會」1 場，透過金飾產品展示、走秀與專題演講，協助銀樓業者進行廣宣，計超過 700 家次銀樓業者參與。

（六）前瞻研究：

- 1、虛擬通貨對商業服務業之應用及影響：蒐集國內外首次代幣發行（Initial Coin Offering, ICO）案例進行研析，釐清其內涵與特性，涉及之相關法規爭議，以及研析國外對於 ICO 類型之認定做法與監管法規。
- 2、商業服務業導入中高齡就業之策略規劃：針對我國商業服務業缺工問題進行分析，並彙集先進國家於促進企業進用中高齡勞動力的政策工具，且透過訪談針對相關問題提出解決策略。
- 3、無人商業模式探討：盤點國內外零售與餐飲業應用無人化商業模式之案例，並且探討商業應用場景與其效益，以及針對我國與國外案例應用無人化商業模式之落差進行分析，瞭解我國產業在發展無人化商業模式之進展與策略。

（七）成果擴散及政策廣宣：

- 1、完成商業服務業年鑑，收錄年度批發、零售、餐飲、物流發展相關數據，並分析提出未來發展趨勢。
- 2、配合行政院「雙語國家政策」，辦理「迺鹿港、溜英語」活動 1 場，翻轉小鎮風貌，迎接外國觀光客，吸引逾 600 人次參與，共同將小鎮觀光推向國際市場，促成業績成長 2~10%。
- 3、辦理「展望 2020 商業服務業發展趨勢研討會」1 場，分享創新商業模式及如何拓展國際市場的秘訣與成功經驗，協助業者掌握產業脈動，以及商業服務業未來發展，計 160 人次參

與。

4、辦理「2019 年臺日商業服務業交流研討會」1 場，吸引 135 人次參加，了解臺日合作最新趨勢，並聚焦於科技轉型與新南向進擊策略，以促進交流合作機會。

5、共同辦理「商業服務新亮點 南方進擊創商機」活動 1 場，吸引 106 人次參與，活動分享品牌魅力及行銷策略，協助商服業者掌握未來致勝關鍵商機，跳脫傳統經營模式，導入智慧商業服務。

四、亮點案例

【108 年商業服務業溫室氣體減量示範輔導】

（一）業者需求及面臨問題

我國商業服務業多屬於中小型企業，家數眾多且分散各地。相較於大型企業，商業服務業者透過不同管道獲得的節能資源（知識、資金、人才、技術）較為不足，再加上投資節能設備之成本高，且服務業企業電費占營業成本比重僅 1%至 5%，使其汰換耗能設備、自主減碳之意願偏低，沒有足夠的改善誘因。故針對商業服務業實質減量管理及推動機制方面，規劃以輔導款協助我國中小型商業服務業進行節能減碳，強化業者參與意願，並透過連鎖加盟體系特性及公協會資源，進行成果擴散。

（二）輔導重點

協助零售及餐飲連鎖加盟業者（包含總店、直營與直營加盟分店 5 家以上）進行整體節能改善，例如：照明、空調、冷凍冷藏等設備汰換、進行其他節能改善工程或導入能源管理系統等項目。本輔導案透過評選後輔導獲選單位執行節能改善，並辦理成果交流會，邀請業者分享實際經驗，以期建立商業服務業相關示範輔導案例、擴散推動成效，並有效降低

我國服務業溫室氣體排放量與用電量。

（三）執行效益

針對 16 家零售、餐飲連鎖加盟品牌業者，包含寶島眼鏡、弘爺漢堡、丹堤咖啡、希望創造、媚登峰、鮮自然、咕嚕咕嚕早午餐、龍達化妝品、新冠達火鍋、漫時光早午餐、順成西點、買辣麻辣燙、台灣迪卡儂、涓豆腐、鄧師傅滷味及益成檀香等，共計 44 家門市，協助其汰換老舊耗能設備，並導入節能改善工程，總計可節省用電約 38 萬度/年，節省電費約 153 萬元/年，換算減碳量則為 20.69 萬公斤二氧化碳當量(CO₂e)/年。

【成果案例一：寶島光學科技股份有限公司】

寶島眼鏡 108 年度規劃針對營業多年的門市進行裝修，請設備廠商評估後發現，分店基礎照明需求大，且冷氣機皆已使用超過 8 年以上，較無能源使用效率，故希望藉此次示範輔導案機會進行節能改善。寶島眼鏡鎖定【忠孝永春店】及【內湖路店】兩間分店導入節能減碳相關措施，規劃作法如下：

- 1、照明設備汰換（燈具 50 盞）。
- 2、空調設備汰換（冷氣 1 台）。
- 3、辦理企業內部節能推廣活動（3 場）。

表 1、寶島眼鏡改善前後環境與設備照片

	改善前	改善後	效益說明
照明設備改善			將原有的舊式燈泡、日光燈全數改成較省電且壽命較長的LED燈，照明設備每年約可節省 2.7 萬元。(本項節能率為 56.88%)
	▲輕鋼架日光燈	▲LED 照明燈具	
空調設備改善			將使用 8 年以上之舊有空調設備，汰換為能源效率一級變頻冷氣機，空調設備每年約可節省 5.9 萬元。(本項節能率為 27.63%)
	▲分離式冷氣	▲能效一級冷氣	

資料來源：本計畫整理。

註：廠商改善項目多，此處僅就各改善類別擇一項陳列。

寶島眼鏡透過前述節能措施，今年度【忠孝永春店】及【內湖路店】兩間分店共計節電 24,423 度/年，總節省電費 86,830 元/年，總節能率 33.09%，減少碳排放量計 13,017.46 公斤 CO₂e。

表 2、寶島眼鏡改善後效益彙整表

改善設備	照明設備	空調設備	合計
改善前總耗電量(度/年)	13,777	60,026	73,803
改善後總耗電量(度/年)	5,939	43,440	49,379
總節電量(度/年)	7,837	16,586	24,423
總節能率(%)	56.88	27.63	33.09
總節省電費(元/年)	27,817	59,013	86,830
總投資金額(元)	100,400	324,985	425,385
減碳量(公斤 CO ₂ e)	4,177.12	8,840	13,017.46

【成果案例二：台灣迪卡儂有限公司】

台灣迪卡儂賣場佔地大、營業時間長，店內照明與空調的耗電占比分別為 25%及 75%，故規劃照明設備汰換及搭配導入空調節能工程，希能達到節能減碳、減緩營運成本之目的。台灣迪卡儂規劃於【臺南仁德店】及【屏東店】兩間分店進行節能減碳相關措施，成果如下：

- 1、照明設備汰換(燈具 58 盞)。
- 2、空調設備汰換(節能風扇 22 台、空氣門 1 組、玻璃隔熱貼 1 片)。
- 3、辦理企業內部節能推廣活動(2 場)。

表 3、迪卡儂改善前後環境與設備照片

	改善前	改善後	效益說明
照明設備改善			將舊有的照明設備汰換為瓦數較低、發光效率較高之產品，照明設備每年可節省電費約 1.4 萬元。 (本項節能率 60%)
	▲戶外招牌燈 (T8 日光燈管 2 尺)	▲戶外招牌燈(DL-T816W4 呎燈管)	
空調設備改善			透過空調節能工程，如加裝風門、風扇、隔熱貼，空調設備每年可節省電費約 25.7 萬元。 (本項節能率 4.8%)
	▲賣場空調位置	▲加裝穩帝仕吊扇	

資料來源：本計畫整理。

註：廠商改善項目多，此處僅就各改善類別擇一項陳列。

台灣迪卡儂透過前述節能措施，今年度【臺南仁德店】及【屏東店】兩間分店共計節電 92,668 度，總節省電費 272,534 元，總節能率 5.07%，共減少 49,392 公斤 CO₂e。

表 4、灣迪卡儂改善後效益彙整表

改善設備	照明設備	空調設備	合計
改善前總耗電量(度/年)	8,760	1,820,774	1,829,534
改善後總耗電量(度/年)	3,504	1,733,362	1,736,866
總節電量(度/年)	5,256	87,412	92,668
總節能率(%)	60	4.80	5.07
總節省電費(元/年)	14,717	257,816.80	272,534
總投資金額(元)	7,500	99,000.00	106,500
減碳量(公斤 CO ₂ e)	2,801.45	46,590.60	49,392.04

【108 年提升商業服務業英語力】

(一) 產業需求/面臨問題：

近年來，來自國外觀光人次節節上升，為吸引國外觀光人潮帶動國內觀光商機，部分縣市如臺北市、臺南市等已積極布局，推廣商圈、店家雙語化，讓外籍人士皆能自在地在臺灣消費，帶動商家拓展國際旅客商機，振興旅遊業景氣。但是普遍來說，商家雙語程度如產品雙語標示、服務人員口說英語能力等，仍有待加強。因此，國家發展委員會提出「2030 雙語國家政策發展藍圖」，其中包括鼓勵企業提升英語力，同時結合交通部觀光局推出之「小鎮漫遊年」，引導地方發展，引客至臺灣經典小鎮觀光。在此基礎下，中央與地方攜手合作，共同厚植商家英語力與提升國際競爭力。

(二) 輔導/協助重點：

藉由與空中英語教室、大專院校英語相關系所合作，組成商家英語力輔導團隊，蒐集受輔導商家之熱門產品名稱、產品說明、常見問題、常見設施標示等中文資訊，翻譯與製作為雙語素材，以及舉辦英語力工作坊、1 對 1 現地輔導，藉此提升商家設施及人員英語力。此外，協助商家組成英語學習小組，蒐集且提供線上免費英語學習資源，以持續精進其英語

實力。同時，辦理科技力工作坊，協助輔導店家導入免費網路科技工具，提升店家之網路能見度。最後，完成英語友善店家清冊，並設計與印製英語友善店家地圖。透過跨部會、與地方政府合作，共同宣導與推廣商家英語力輔導成果。

(三) 執行效益：

協助 4 處具國際觀光潛力之經典小鎮，包括新北市九份老街、彰化縣鹿港老街、屏東縣東港鎮、臺東縣成功鎮，進行 40 個零售商家英語力提升輔導，且將商家店內設施標示雙語化，打造雙語友善商業環境，創造新營收，並提振經典小鎮國際形象與能見度，吸引外國觀光客，帶動地方經濟發展。以彰化縣鹿港老街為例，本年度協助商家英語力提升之輔導前、後效益說明如表 5。

表 5、鹿港老街商家英語力輔導效益

鹿港老街商家英語力輔導效益			
輔導店家	輔導前	輔導後	效益說明
E. Ris Handmade			■ 協助導入 20 項產品名稱英、日語字卡、10 項產品說明英語字卡，以及禁止攝影、如有損壞需賠償等英語設施標示字卡，另提供 1 本英語手指書。 ■ 10/30 辦理鹿港英語友善店家體驗活動當天，相對於以往同時段營收額成長 10%。
	產品名稱： 動物手作毛線鑰匙圈	英文： Handwoven animal keychain 日文： ハンドメイド毛糸アニマルキーホルダー	
			
	產品名稱： 真皮手機袋	英文： Leather phone pouch 日文： 本革スマホケース	

鹿港老街商家英語力輔導效益			
輔導店家	輔導前	輔導後	效益說明
三和珍食品			■ 協助導入 20 項產品名稱英、日語字卡、10 項產品說明英語字卡，以及營業時間、人氣商品等英語設施標示字卡，另提供 1 本英語手指書。 ■ 10/30 辦理鹿港老街英語友善店家體驗活動當天，相對於以往同時段營收額成長 20%，來客數增加 1 倍。
	產品名稱： 芝麻肉餅	英文： Meat pie with sesame sprinkles 日文： 豚肉入りパイごま風味	
			
	產品名稱： 傳統綠豆糕	英文： Traditional mung bean cake 日文： 伝統の緑豆落雁	
鹿港老街 英語友善 店家體驗 活動	 		為協助輔導店家拓展國際旅客商機，特選定 10/30 於彰化縣鹿港老街辦理英語友善店家體驗活動，推廣鹿港老街店家特色，吸引更多外國觀光客來訪，藉此擴大宣傳英語力輔導成果。 ■ 活動現場吸引逾 600 位當地民眾與觀光客熱情參與，成果豐碩。 ■ 透過活動過程，帶動民眾前往鹿港老街商家消費，活絡當地經濟。 ■ 活動以集章闖

鹿港老街商家英語力輔導效益			
輔導店家	輔導前	輔導後	效益說明
			關遊戲方式，吸引大批民眾前往輔導店家，引起當地其他店家關注，且積極表達參加英語力輔導之意願。
鹿港老街 英語友善 店家地圖	英語友善店家標章介紹  附上地圖 電子版 QR Code  註明店家 配合雙語 國家政策 店家資訊結合QR Code， 方便外國遊客搜尋店址	鹿港老街英語友善店家地圖資訊，涵蓋本計畫輔導、餐飲、連鎖相關計畫輔導等 28 家店家、當地熱門景點，以及前往當地交通方式。除了印製紙本地圖 10,000 份之外，亦將地圖製作為電子版，提供遊客下載。	

計畫名稱： 公司治理推動計畫

執行單位： 國立臺北商業大學

執行經費： 1,650 千元

一、計畫願景、計畫目標

【計畫願景】

為配合 108 年亞太地區防制洗錢組織(APG)對我國進行複審，持續辦理銀樓業之防制洗錢與打擊資恐，以提升銀樓業者防範洗錢犯罪能力。

【計畫目標】

配合 108 年亞太防制洗錢組織(APG)來臺複審，協助辦理我國銀樓業防制洗錢之風險評估、監理措施、教育訓練及查訪輔導等事宜，俾利 108 年第三輪評鑑結果能獲得佳績。

二、計畫內容概要

- (一) 建立銀樓業防制洗錢與打擊資恐之內部控制與稽核制度。
- (二) 辦理銀樓業者教育訓練至少 2 場。
- (三) 輔導並實地查訪銀樓業。
- (四) 製作與更新相關廣宣文案及訓練教材。
- (五) 公司治理相關議題之研討會至少 1 場。

三、計畫重要成果

- (一) 配合洗錢防制法，完成銀樓業防制洗錢與打擊資恐之內部控制與稽核制度之參考範本 1 式。
- (二) 舉辦銀樓業防制洗錢及打擊資恐之宣導會，共計 3 場(含與各地金銀珠寶公會及歐洲在臺商務協會共同辦理)，報名人數逾 175 人。

- (三) 協助經濟部查訪輔導 10 家銀樓業者。
- (四) 製作銀樓業防制洗錢與打擊資恐之廣宣袋子(內含更新之文宣手冊、申報表及內部控制與稽核制度參考範本等) 4,000 份且分送至全國 24 個金銀珠寶商業同業公會。
- (五) 公司治理議題：
- 1、辦理「公司組織解散清算程序」實務講座。
 - 2、舉辦「數位科技浪潮對企業營運管理之衝擊與因應」實務論壇。

計畫名稱： 消費者債務清償協助計畫

執行單位： 財團法人台灣中小企業聯合輔導基金會

執行經費： 2,095 千元

一、計畫願景、計畫目標

【計畫願景】

提供消費者必要協助與諮詢，促成債權債務雙方協商條件達成，共創雙贏以謀求社會之安定。

【計畫目標】

對債務人提供權益保障相關法令諮詢，輔導債務人進入債務協商程序。

二、計畫內容概要

受理消費者債務清償案件陳情，協助釐清個案債權債務法律關係，提供債務處理法律專業諮詢，促成與債權人協商或和解。

三、計畫重要成果

- (一) 設置免付費專線電話(0800-219777)，提供專業諮詢服務。
- (二) 協助釐清個案債權債務法律關係，提供債務處理法律專業諮詢，促成與債權人協商或和解，已協商案件後續追蹤關懷，以及將生活陷入困境者轉介社會急難救助機關。
- (三) 參與債務清償協調會（包含外縣市），提供必要之協助及建議。
- (四) 辦理消費者債務清償之案件 398 件以上，以及 108 年度以前申請之未結案件，均提供輔導及協助措施。

計畫名稱：會計資訊品質提升計畫

執行單位：財團法人中華民國會計研究發展基金會

執行經費：2,970 千元

一、計畫願景、計畫目標

【計畫願景】

提昇非公開發行企業之會計資訊品質及國際競爭力。

【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、計畫內容概要

（一）企業會計準則公報之維護與升級：預計發布企業會計準則公報問答集及參考範例共 15 則，完成 1 號以上企業會計準則公報增訂草案或修訂草案。

（二）加強宣導企業會計準則公報：舉辦成果說明會 3 場。

三、計畫重要成果

（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及參考範例共 17 則。
- 2、完成企業會計準則公報與金管會最新認可之 IFRSs 之差異分析。
- 3、於 108 年發布修訂之企業會計準則公報第 6 號「投資關聯企業及合資」、第 7 號「企業合併及具控制之投資」以及第 9 號「負債準備、或有負債及或有資產」。

（二）加強宣導企業會計準則公報

- 1、已於北部、中部及南部各 1 場，共 3 場宣導會，合計 380 參

加人次（每場平均約 127 人）。

- 2、舉辦新創企業主會計研習營 1 場，出席人數為 81 人。
- 3、宣導會及研習營之影音內容上網，供公眾隨時免費觀看學習。

計畫名稱：商業資訊躍升計畫

執行單位：宏碁資訊服務股份有限公司

執行經費：46,400 千元

一、計畫願景、計畫目標

【計畫願景】

藉由完善商工系統以及開放商工資料，創造智慧服務，提供民眾便捷服務及打造多元協作環境，進而提升經商便利度並利於吸引外資，促進經濟發展。

【計畫目標】

- (一) 整合服務功能，創新一站式智慧服務，提供民眾免書證商工行政實體登記服務及線上申辦服務，創造更便利數位申辦體驗。
- (二) 建立以資料為中心之商工資料服務，以開放格式提供可公開資訊，促進政府及民間跨域整合創新服務。

二、計畫內容概要

配合 107 年度修正後公司法、各公司登記機關以及民眾使用需求，擴充線上登記與繳費服務以及建置便民服務應用；配合國家發展委員會智慧政府規劃，持續開放商工 Open Data，並建置 My Data 個人化資料。

三、計畫重要成果

(一) 優化公司登記線上申辦服務功能

- 1、於公司與商業及有限合夥一站式線上申請系統，增加股份有限公司 21 項，有限公司 9 項，外國公司 15 項，外國辦事處 10 項公司登記線上申請服務項目，讓民眾辦理各項公司登記皆可於線上作業，推動公司登記全程線上化。

- 2、因應外界需求，於公司名稱及所營事業登記預查申請表、電子核定書、線上申請作業及預查登記系統新增「國外匯款使用英文名稱」自由填列事項，解決外國公司開設之帳戶無官方之公司英文名稱問題，提升外國公司設立分公司開立銀行帳戶之方便性。
- 3、配合推動公司登記表不強制要求加蓋大小章之措施，進行一站式線上申請系統功能調整，強化一人有限公司快速申辦服務，系統提供自動產製股東同意書並簽章作業機制，無需申請人於紙本同意書簽名再掃描上傳。
- 4、完成公司設立登記線上申辦 API 介面與 API 送件後之簽章繳費流程整合開發工作，提供多管道之業務申辦方式辦理公司設立登記，讓民眾可於民間常用專業稅務軟體或相關會計帳務資訊系統作業後，將資料連結至公司與商業及有限合夥一站式線上申請，無需多次作業。
- 5、結合戶政司 My Data 個人資料，於一人公司登記線上申辦替代檢附身分證明文件，便利民眾採免書證於線上辦理公司登記。

（二）持續推廣公司登記案函復工文采電子送達服務運用

- 1、經濟部商業司已於 107 年實施公司登記文件電子送達機制，讓民眾可於各式載具中隨時接收並瀏覽公文內容，減少政府機關郵遞費用，亦縮短民眾等待公文送達所花費時間，108 年度擴大電子送達服務項目，其可涵蓋之附件類型包含：登記表影像資料、章程影像資料、核准函文、宣導事項、電子收據、公司證明書，提供民眾更多便利服務。
- 2、建置「公司登記電子函復公文及其他電子文件驗證平台」，提供驗證無公司大小章登記表正確性之管道，以降低外界現行普遍依賴大小章之習慣，藉此逐步向民眾推廣公司登記線上

申辦採用無大小章之登記表，並已函請金融監督管理委員會銀行局轉知各金融機構申請使用，截至 12 月底共計 1,194 家金融機構完成註冊使用。

（三）深化推動開放政府資料之應用

- 1、配合國家發展委員會持續推動政府資料開放，108 年擴增開放資料集 89 項及 8 項 API，促使跨機關資料流通並提升施政效能，也同時滿足民眾對政府資料需求，活化政府資料利用。
- 2、配合國家發展委員會推動數位服務個人化(My Data)，108 年建置商業登記資料之相關 My Data，提供民眾下載個人化資料。

（四）擴增公示資料查詢功能

- 1、為讓外界可透過一般常用的商品或服務關鍵字，查詢到提供該商品或服務之相關公司資料，逐步結合各產業公協會等組織會員資料庫，標註企業所屬產業領域或生產產品類別，以達協助企業發掘新市場及找到合作夥伴之效果，108 年度於商工登記公示資料查詢服務擴充台灣連鎖加盟促進協會會員資料，包括產品或服務項目、公司網址、連絡電話等公開資訊，提供更便利的查詢服務。
- 2、為協助民眾能瞭解不同公司間擔任法人董監事之情形，增進公司透明度，促進有效公司治理，於商工登記公示資料查詢服務新增法人董監網路試用版服務，民眾查詢到特定公司後，可進一步看到擔任該特定公司的法人董監事之公司名稱，以及該特定公司擔任他公司的法人董監事之他公司名稱。

（五）協助公司登記行政作業電子化

- 1、配合公司法修正新增公司登記與管理系統功能，提供公司登記機關於辦理公司設立或修訂章程類案件，可依照公司章程條文型態，進行資訊系統註記，並可視登記與管理機關需求，

提供清冊與相關統計。

- 2、建置「公司負責人及主要股東資訊申報」行政查核管理子系統，提供管理單位進行通知限期改正、裁罰、報表統計等各項資訊作業，提供產製批次公文功能，以利快速發送正式通知請公司限期改正。
- 3、配合「外國公司登記（在臺分公司）、辦事處」及「大陸公司申請許可及設立在臺分公司、申請許可及設立辦事處報備」業務於108年10月1日由經濟部中部辦公室移回經濟部商業司，完成資料庫轉檔、定型函稿設定、資訊系統調整檢測等作業，協助業務順利移轉。

（六）其他便民創新服務

- 1、針對公司登記紙本申辦案件，導入線上繳費服務並優化臺灣Pay行動繳費方案作業流程，擴增民眾自行選擇適時適地的多元化繳費方案，以創造規費繳納機制的多元性，提升商工登記線上服務的方便性。
- 2、配合修正後公司法第28條規定，建置「公司依公司法規定公告資訊站」，並於108年11月1日供外界使用，免費提供公司辦理依公司法所定應行之公告，新增線上公告之方便管道。