



109 年度推動商業發展成果彙編

經濟部商業司 編印

中華民國 110 年 01 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	3
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
改善升級物流業物聯網資訊安全計畫	17
跨境電商國際拓展推動計畫	20
網路購物產業價值升級與環境建構計畫	23
服務業創新研發計畫(SIIR)	26
餐飲業國際化推動計畫	31
新南向產業鏈結加值計畫	36
連鎖加盟及餐飲鏈結發展計畫	40
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	47
商業服務業能源管理與技術輔導計畫	50
環境建置篇	55
商業服務業發展動能推升計畫	57
公司治理推動計畫	74
消費者債務清償協助計畫	76
會計資訊品質提升計畫	77
商業資訊躍升計畫	79

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：176,789 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、人工智慧等多項科技，協助在地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模示範案例，帶動智慧商業服務發展，以及輸出解決方案到海外市場。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) 推動創新商業服務與數據加值，透過前期累積之大量零售消費數據進行解析，並利用可視化工具協助零售業者掌握數據，驅動創新零售與物流加值服務。
- (二) 優化物流士輔助助理平台，協助中小型物流業者串接該平台，提升配送作業效能。
- (三) 推動智慧零售示範案例，補助零售業者導入 IoT 等科技，並逐步推廣至各分店，達到擴散效果。
- (四) 計畫發展之服務方案透過技術移轉與技術服務等方式，提升國內業者服務能量，並尋求海外輸出機會。
- (五) 辦理智慧商業服務管理與實務應用培訓課程，透過經驗分享、參展媒合、場域實證等措施，協助國內智慧商業科技新創事業媒合商機。

三、計畫重要成果

(一) 擴散物聯網智慧服務方案

- 1、結合在地商區活動，以「QR code、光碼行銷導購、累點與核銷」服務，引導人潮至週邊店家消費，於鹿港場域驗證總計串聯 114 家不同業態的店家、收集超過 3,407 位會員，帶動商區消費達新臺幣(以下同)700 萬元。
- 2、推動「智慧商業獅」共同行銷平台在全臺 448 個商區，已有 6,911 間中小型零售店家加入，會員數自去年成長 228%，會員人數達 12 萬 5,000 人；結合實體行銷活動，將「智慧商業獅」核銷管理系統導入 7 個商區店家，創造 1,937 萬元業績，帶動商區消費達 1 億 3,600 萬元。
- 3、因應疫情，海外部分透過馬來西亞合作夥伴 Grand Advance Technology Sdn Bhd 代為洽商，服務當地有意導入我方智慧商業服務方案的業者，共完成 3 件海外輸出案例，協助 Feca Malaysia Sdn Bhd(生活用品零售品牌)及 Hands Percussion Sdn Bhd(藝術表演業者)，導入數位優惠券，推動會員行銷；協助 White Sand Café Sdn Bhd(餐飲業者)，導入線上點購，提供顧客無接觸點餐及美食外帶服務。

(二) 群聚業者建立商業服務生態系

- 1、推動 12 件智慧商業服務示範案例(含曼都、楓康超市等)，促成 2 萬 3,742 個服務據點導入個人化服務體驗，發展創新商業模式或服務型態，帶動營收 214 億元及 19 億元投資。
- 2、推廣物流士輔助助理平台實證，參與業者包含大昌華嘉(股)、中華僑泰物流(股)、全順物流(股)、嘉里大榮(股)、嘉里快遞(股)、通盈貨運(股)及金百利克拉克(股)等業者，累積約 1 萬 6,779 車次，總計 17 萬 2,391 個配送點，平台累計流量約 124 萬 2,720 次。

3、與產業公協會合作開設「高階策略工作坊」、「進階技術」、「基礎應用」，包括人工智慧、物聯網應用、數位行銷人才、大數據分析等智慧商業科技應用相關課程，培育人才達 341 人次。

4、109 年度扶植智慧商業服務新創事業，共招募 18 家新創業者，提供與業界、創投媒合管道外，同時促成零售百貨場域驗證，培育 4 家符合國發會成功定義之新創事業，共獲得 7,000 萬元資金挹注。

四、亮點案例

【曼都國際股份有限公司－曼都國際美麗新經濟智慧商業發展計畫】

（一）業者需求及面臨問題

隨著資訊網絡與行動通訊設備的發展，消費者購買美容美髮產品之類型及管道漸趨多元，且近來因疫情影響體驗型服務業，來客數大幅減少，加上消費者對即時客服回應需求增加，因此門市店家需要即時數據分析及決策輔助，以提供更優質的服務。

（二）輔導重點

以商情分析和智能客服為主軸，輔以異業合作平臺，建構「美麗商情分析」、「數據輔銷秘書」、「曼都美麗嚴選」、及「曼都美麗管家」四大創新服務，以新科技連結產業上下游，促成即時決策的新型態商業模式，並推動各門市店家導入即時數據分析，快速回應消費者需求及提供即時客服。

（三）執行效益

1、美麗商情分析

主要對象為總公司，整合企業內部數據，透過資料探勘和語意分析等技術，挖掘潛在商情，進而掌握各區銷售狀況及客

群偏好，作為規劃未來新服務、新產品及新行銷策略時的重要參考。

2、數據輔銷秘書

- (1) 以數據輔銷秘書串接美麗商情分析，利用分類演算法，將消費者和產品自動化分群，讓門市發送個人化行銷方案及貼心提醒，大幅減少過去罐頭式廣告對消費者的干擾，更有效率經營客群、掌握銷售狀況。
- (2) 以數據輔銷秘書整合小型顧客關係管理系統和導購系統，協助門市及設計師進行智慧化客戶管理，增加累積熟客的機會。
- (3) 自動辨識顧客消費途徑，以此結算分潤機制，增加設計師銷售動機，帶動整體企業成長。

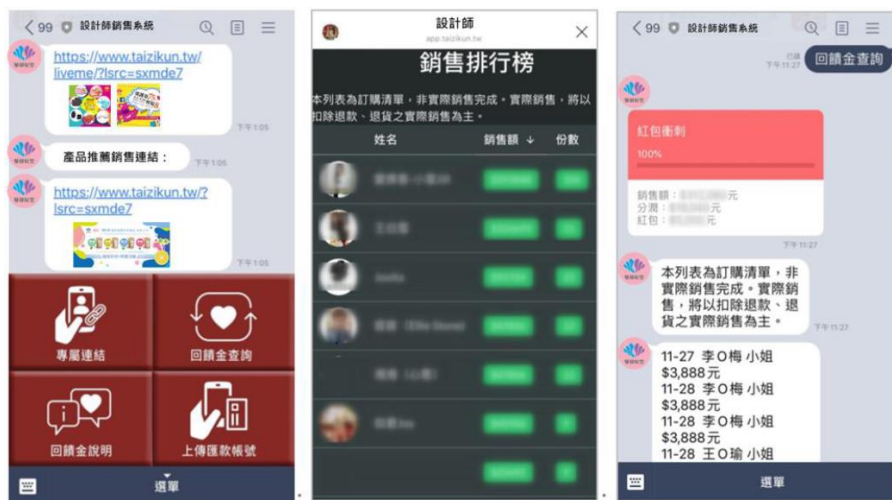


圖 1、數據輔銷秘書之導購成果統整示意圖

3、曼都美麗管家

透過智能客服系統，消費者可即時預約服務、取得諮詢，而各類型產品與行銷活動、回購週期等消費行為結合曼都美麗嚴選，提供個人化回購提醒、專屬行銷方案，優化購物體驗。

4、曼都美麗嚴選

與產業鏈中其他品牌合作(例如：保養、彩妝等)，共同開發獨家產品，上架至曼都嚴選線上商城，並與整個創新服務系統串接，根據會員與消費數據進行偏好分類，做為擬訂後續服務優化策略之參考，提升消費者忠誠度，並透過異業合作帶動整體產業鏈共同獲利。

5、整體效益

- (1) 翻轉美容美髮產業傳統營運模式，並突破體驗型服務產業經營範疇，串接產業上下游，打造美容美髮產業的新樣貌。
- (2) 導入智慧科技商業服務方案於曼都總公司、實體門市 234 家、產業上下游業者 76 家，共 311 家服務據點，服務人次達 397 萬人次，帶動 6 億 3,900 萬元消費金額。



圖 2、曼都美麗管家首頁示意圖

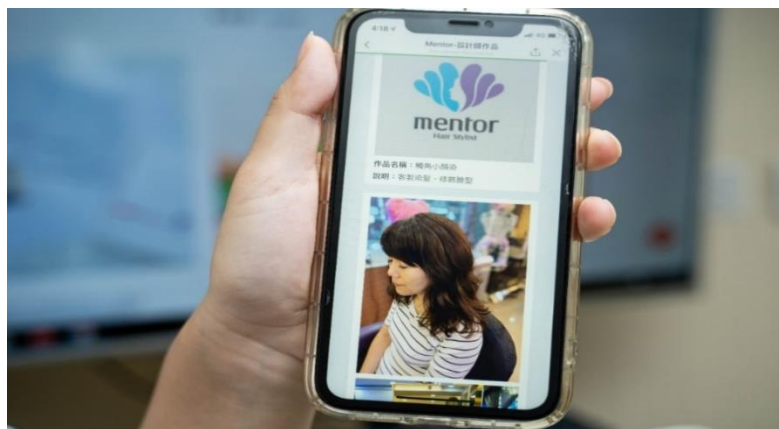


圖 3、曼都美麗管家-設計師作品示意圖

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： 35,000 千元

一、計畫願景、計畫目標

【計畫願景】

聯合快遞、倉儲、貨運承攬、報關等業者共同推動跨境電商物流服務，應用智慧化與自動化技術協助國內電商物流轉型升級。

【計畫目標】

本計畫主要推動跨境電商物流服務，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、泰國、日本、美國等市場。

二、計畫內容概要

（一）推動跨境電商多通路之物流支援模式

透過在國內集貨後共同出口等方式節省運費成本，支援國內品牌與供應商拓展海外市場；並協助業者導入揀理貨相關系統及技術，提升集貨、出貨等作業效率。

（二）推動跨境電商海外物流中心應用服務

促成海內外物流業者共同合作協助馬來西亞、新加坡、印尼、泰國、美國、日本等地之商品發貨、配送、退貨重整、暫存及轉運等，同時運用跨境物流資訊整合平台，協助上下游業者串接訂單、物流等資訊。

三、計畫重要成果

（一）推動跨境電商多通路之物流支援模式

- 1、與國際快遞、便利商店等業者合作，推動多種跨境電商物流支援模式：

- (1) 推動馬來西亞快速到貨服務，協助國際快遞業者好馬吉以數據經驗分撥貨物，以未在時限(72 小時)內送達免運費的誘因吸引國內業者參與，驗證跨境物流服務流程與時效，目前超過六成包裹能在時限內配達。
- (2) 推動保稅轉運物流模式，利用我國自由貿易港區優勢與優惠，與臺灣準時達合作促成日本藥品商之電商貨物來臺加值，並導入儲位配置技術提升出貨效率。
- (3) 推動離島電商物流，協助金門當地海運承攬商儒馨於料羅港區設置前置倉，配合每日金廈海運船班與預清關機制，商品可於出貨後 4 日內送達中國大陸消費者。
- (4) 推動寄件取貨(First mile delivery)模式，促成一路發、台灣冠庭 2 家國際快遞業者與萊爾富合作，透過便利商店之寄件服務來集貨，協助臺灣品牌供應商與個人賣家節省國內運費。

(二) 推動跨境電商海外物流中心應用服務

- 1、針對在泰國有海外物流中心服務之需求者，媒合其與智信數位(GoodDeal)、泰國冠庭洽談海外倉服務方案，協助爭取租金優惠等。
- 2、協助業者在 Amazon 現有物流模式(Fulfillment by Amazon, FBA)下，操作跨境電商物流及跨境逆物流服務：
 - (1) 與淨水器業者迪壽公司、萬泰國際物流合作，透過跨境物流資訊整合平台，協助賣家提升訂單管理、庫存管理等作業效率。
 - (2) 美國與日本之電商退貨品，搭配成岳國際之網購代運進口臺灣的順路班機，以及包裹整併(材積變小)服務，協助賣家節省國際運費。

- (三) 推動電商物流即時化應用技術應用，協助準時達、東方超捷、好馬吉等業者導入材積重量辨識系統，提升貨物處理效率、減少人因錯誤；協助沐伊印尼倉、智信泰國倉透過揀儲位配置技術應用，減少揀貨總行走距離、提高倉庫出貨速度。
- (四) 本計畫促成 36 家國內外物流業者共同推動電商物流服務，透過集貨代運、保稅轉運等模式以及材積辨識、儲揀位配置等技術應用，支援供應商與品牌商銷售至馬來西亞、新加坡、泰國、日本、美國等市場，帶動跨境電商商品銷售 9 億 5,000 萬元、跨境物流服務營收 1 億 8,000 萬元。

四、亮點案例

【好馬吉有限公司－馬來西亞快速到貨服務推動】

(一) 業者需求及面臨問題

馬來西亞線上購物市場持續增長，而商品的快速、準確配達是消費者下單考量的主要因素之一，惟馬來西亞進口清關時程冗長，且部分跨境電商包裹會因收件人拒收、包裹遺失、地址錯誤等問題，而未能送達當地消費者手中。

(二) 輔導重點

- 1、分析好馬吉過往對馬來西亞跨境電商包裹運送情形，協助其規劃 72 小時快速到貨服務，將原有作業流程劃分為收貨、貨物分類、清關文件審閱、最後一哩路配達時效追蹤等環節，並協助其將各環節程序優化。
- 2、協助導入材積重量辨識系統，於收貨時自動量測貨物重量尺寸，並串連計價系統快速取得報價。
- 3、建立依馬來西亞郵遞區號分區之包裹配送時效資料庫，統計清關到配達的總時數，排序各區的最適配送物流業者。
- 4、協助好馬吉與馬來西亞物流業者 Ninja Van、DHL Express、

TITUS、Pos Laju、Pgeon 進行資訊串接，快速取得貨況與完成配送時間點，以即時回覆電商客戶包裹運送情形。

（三）執行效益

- 1、協助好馬吉導入材積重量量測系統，單件貨物量測時間由約 22 秒縮短至約 10 秒，並自動匯入量測數據以排除人為作業失誤。
- 2、協助好馬吉綜整出臺灣至馬來西亞快速配達服務模式，縮短配送所需天數，並將問題件比例降低至 2.7%，帶動物流服務營收約 590 萬元。
- 3、以班機離臺起算 72 小時內未送達、免收當次運費為誘因，吸引 Dr. CINK、提提研、森田藥妝等 15 家品牌商參與試行，促成商品銷售約 8,925 萬元；目前選擇快速到貨的包裹超過六成能在時限內配達。

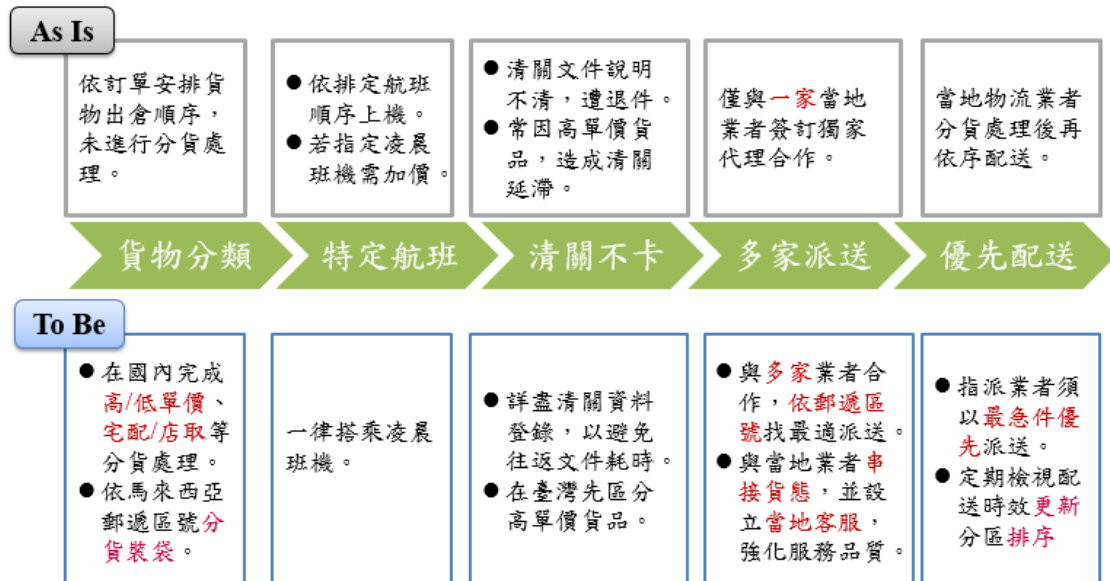


圖 4、馬來西亞快速到貨服務推動之前後流程差異

導入前	作業流程： 刷貨物條碼→手動測量材積、重量→資料手動輸入系統→分貨到指定國家運送袋 作業時間：22 秒	
導入後	作業流程： 刷貨物條碼→上材積重量測量系統刷條碼入好馬吉系統→分貨到指定國家運送袋 作業時間：10 秒	

圖 5、好馬吉導入材重辨識系統之前後作業差異

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： 29,750 千元

一、計畫願景、計畫目標

【計畫願景】

打造冷鏈物流創新服務基地，連結東南亞市場拓展國際。

【計畫目標】

應用多溫層保冷、溫溼度監控及配送排程等技術，協助物流業者提升冷鏈集運與配送的效率與品質；聯合物流相關協會與企業，將冷鏈服務、技術或設備輸出至東南亞市場。

二、計畫內容概要

(一) 推動冷鏈儲運整合服務模式

與物流業者及供貨商合作，發展區域型冷鏈集運服務模式，建立冷庫、低溫車輛等儲運資源與蓄冷設備及系統之共用方案，服務產品集聚區域之保鮮運送。

(二) 推動新南向冷鏈商物流與技術服務

集結臺灣農漁、食品加工、物流、通路等業者及協會，運作冷鏈新南向發展聯盟與類國家隊，共同行銷與擴大推動越南等地之食品與國際冷鏈服務市場；並與海外臺商合作，擴大冷鏈物流服務模式或技術之輸出應用。

(三) 發展與擴散冷鏈物流解決方案

發展-30℃以下之蓄冷片及擴增濕度感測技術，並結合冷鏈規範(如 GHP、PIC/S GDP)，擴散應用各項冷鏈物流技術與管理系統，輔導業者建立低溫品長途儲運與短程店配、宅配之服務流程，提高物流服務品質。

三、計畫重要成果

(一) 推動冷鏈儲運整合服務模式

- 1、為支援冷鏈集運服務模式之推動，擴增「IoT 冷鏈品質監管系統」及「冷鏈物流運力整合服務平台」功能，新增「冷鏈資源管理」與「訂單彙總」模組，協助業者透過系統管理與平台媒合，降低 25% 物流成本及提高運配效率 20%。
- 2、應用蓄冷設備、IoT 冷鏈品質監管系統及冷鏈物流運力整合服務平台等技術，輔導物流業者與在地的農漁產供貨商合作，於南投、彰化、臺南、花蓮等地區推動冷鏈集運服務模式，促進倉儲、車輛或蓄冷設備等資源共享，以及應用資訊平台進行訂單、配送、資源等管理，共支援 1 億 4,472 萬元農產食品之流通或銷售，帶動物流服務營收 1,271 萬元。

(二) 推動新南向冷鏈商物流與技術服務

- 1、應用跨國食材供需調度系統及冷鏈物流運力整合服務平台，協助臺越兩地企業建立跨國集貨併運與海外倉發貨之追蹤管理機制，並進行供應鏈履歷資料之管理與分析，促進 22 家臺商企業國際佈局，共支援 5 億 7,000 萬元商品之流通或銷售，帶動物流服務營收 1 億 1,850 萬元。
- 2、與台灣冷鏈協會、冷鏈新南向發展聯盟及冷鏈類國家隊共同推動冷鏈新南向服務，媒合臺灣系統設備商協助越南臺商建設符合標準規範之冷庫，創造約 6,000 萬元營收，並與越南臺商共同規劃越南林同省智慧農業冷鏈園區之發展方向。已促成有意願合作之臺越兩地企業於 109 年 8 月 21 日設立登記「新創冷鏈國際發展股份有限公司」，共同掌握冷鏈新南向發展機會。

(三) 發展與擴散冷鏈物流解決方案

- 1、補強冷鏈蓄冷服務之技術與管理缺口，完成開發超低溫(-33

°C)蓄冷片，及延伸濕度控管發展溫濕度感測器。

- 2、應用蓄冷設備、溫濕度監控、AI Routing 排派車等技術與管理系統，輔導 10 家業者強化品質監管與保溫運送能力，共支援 9 億 2,110 萬元之生鮮水產、醫藥品、冷凍冷藏食品等商品之最後一哩宅配、長途保鮮運輸、跨區店配等運輸與配送服務，帶動物流服務營收 6,040 萬元。

三、亮點案例

【綠森林農產有限公司－區域型冷鏈集運服務】

（一）業者需求及面臨問題

綠森林農產有限公司(以下簡稱綠森林公司)是一家專門服務有機農產的物流企業，目前全年服務約 300 戶有機小農，為集結更多的中南部偏鄉小農產品共同行銷至全臺灣，綠森林公司亟需系統化的管理以提升物流作業效率、降低物流成本及維持產品運送品質。

（二）輔導重點

- 1、促成綠森林公司與南投台灣好菇及埔里地區小農、臺南文蛤業者黃芬香生態養殖場、七股黑面文蛤產銷班等業者合作，於南投與臺南地區分別共用冷庫資源進行集貨後，再以冷藏車輛搭配蓄冷設備共同配送農產品、水產品與冷凍食品，推動冷鏈集運與多溫共配服務，降低物流成本。
- 2、為支援前述服務模式之推動，協助綠森林公司應用溫溼度感測器及 IoT 冷鏈品質監管系統，自動記錄冷庫、車廂的溫溼度，並透過手機 APP 即時掌握全程貨況；另應用冷鏈物流運力整合服務平台，支援訂單、託運單與儲運資源管理，降低人員訂單彙整、面單處理與貨況查詢時間，提升物流作業效率。

(三) 執行效益

- 1、藉由冷鏈集運與多溫共配服務，降低供應商 35%的物流成本，並透過冷鏈物流技術與管理系統之導入應用，提升物流作業效率 50%，共支援 1 億 3,000 萬元農產品及水產品於北、中、南部之流通與銷售，帶動物流服務營收 650 萬元。
- 2、促進綠森林公司突破過去僅提供有機店的統倉配送服務，新增 B2B 店配與 B2C 團購宅配服務業務。

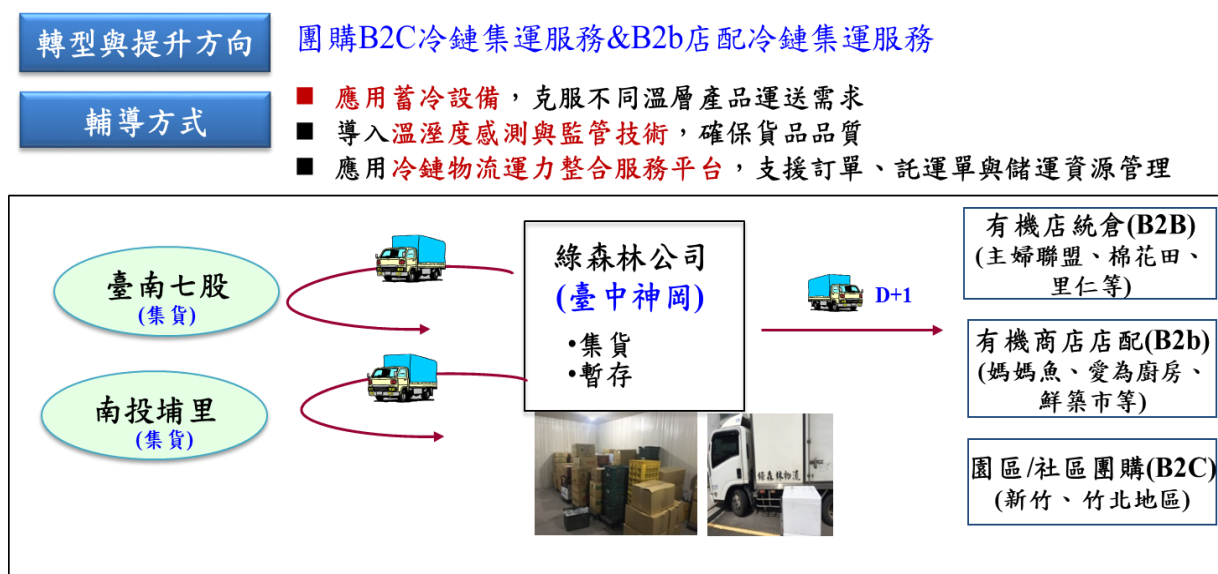


圖 6、綠森林公司-區域型冷鏈集運服務之推動方式

計畫名稱： 改善升級物流業物聯網資訊安全計畫

執行單位： 財團法人工業技術研究院

執行經費： 委辦費 11,460 千元、代管補助款 15,835 千元

一、計畫願景、計畫目標

【計畫願景】

提升物流業資安防護能力，強化跨國供應鏈安全。

【計畫目標】

補助國際物流業者強化資訊安全防護能力；協助國際物流業者檢視其資安現況。

二、計畫內容概要

（一）物流資安問題分析與技術評估

與物流業者合作分析國際物流作業之資訊傳遞方式，找出可能的安全弱點，並與資安廠商合作提出適用之資安解決方案。另製作國際物流資安問題分析與技術評估檢視表，提供物流業者自我評估其資安風險。

（二）物流資安升級場域建置與驗測

補助 4 家物流業者導入與驗證國際物流或儲運物聯網之資安防護方案；補助 1 家資訊業者提升其既有物流資訊技術產品或服務之安全等級。

三、計畫重要成果

（一）物流資安問題分析與技術評估

- 1、調查國際物流業者作業流程資訊化情形及其資安執行現況，並依海空運出口作業流程，綜整各環節所涉及的對象、應用系統與表單、資料傳輸方式或格式等，完成國際物流作業流程資訊與數位化情形分析，以及國際物流業者資安現況分析。

- 2、依據國際物流業者資訊技術應用情形與資訊傳遞方式，以物聯網三層式架構，歸納評估較有資訊安全疑慮的環節、資安弱點與解決方案；另參考國際組織對於供應鏈安全的規範與資訊安全管理標準，完成「國際物流資安問題分析與技術評估檢視表」，並應用本表協助 30 家國際物流業者自我檢視其資安現況與定位。
- 3、綜整分析 ISO 28000 供應鏈安全管理系統規範、ISO 27001 資訊安全管理系統、ISO/IEC 29182 物聯網資訊安全標準、美國國家標準暨技術研究院資訊安全架構(NIST CSF)，以及國際運輸及物流組織對於資安防護之相關規定、供應鏈安全規範等內容，並依據國內物流業者資安現況彙整為國際物流資安防護指引建議，供國內物流業者參考。

(二) 物流資安升級場域建置與驗測

- 1、補助跨國物流集團、垂直型物流聯盟、區域型國際物流業者、自由港區事業等類型共 4 家國際物流業者及 1 家物流資服業者導入資安防護方案，帶動 301 家供應鏈夥伴提升資安防護能力，促進業者資安升級投資 1,756 萬元，帶動物流業從業人員提升物流資安意識共計 2,536 人。
- 2、帶動 2 家業者應用導入國際資安標準規範，並申請 ISO 27001 資安國際認證；其中，W 公司已於 109 年 11 月 27 日通過實地審查，成為我國第一家取得 ISO 27001 認證的海運承攬業者。

四、亮點案例

【W 公司－國際物流聯盟資訊安全提升計畫】

(一) 業者需求及面臨問題

W 公司提供垂直型物流服務，包含國際貨物承攬業務、船務代理、倉儲服務、航運服務等，故須將大量的跨國物流資料

電子傳輸予供應鏈上的各物流夥伴。由於曾發生在其不知情的狀況下，電腦設備和網點被當做不法跳板的資安事件而被告，W 公司企圖建立全面的資安防護制度，並以通過 ISO 27001 資安驗證為目標；同時，透過完善聯盟成員間資訊傳遞安全管理，提升整體物流聯盟的產業競爭力。

(二) 輔導重點

- 1、導入 ISO/IEC 27001 標準管理制度，並參考 NIST Cybersecurity Framework 資訊安全框架進行資安風險評鑑，改善發現到的風險項目；辦理資安培訓活動，提升相關人員之資安意識。
- 2、建立機房監控措施，包含防駭與軌跡管理、追蹤病源系統等，並建立經加密之資訊傳遞通道，建構制度文件與機敏資料管理系統，同時建立系統、資料備份備援機制。

(三) 執行效益

- 1、建置與落實 ISO 27001 資訊安全管理制度，並通過 ISO 27001 認證審查，有效提高資安管理品質。
- 2、建立資安管理標竿，帶動供應鏈夥伴資安升級家數 31 家。
- 3、投資資安防護方案金額 517 萬元。
- 4、辦理「資訊安全制度培訓課程」，參與人次共計 189 人。另培訓 10 人次資訊人員之資安攻防演練相關專業能力。



圖 7、國際物流聯盟資訊安全提升計畫之推動作法

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： 69,943 千元

一、計畫願景、計畫目標

【計畫願景】

推動臺灣電商布局全球。

【計畫目標】

透過提供電商或品牌商海外市場的最新情資、協助對接同異業合作夥伴及開發適地化創新服務與模式，以提升跨境交易額。

二、計畫內容概要

（一）整合服務強化電商跨境能量

辦理主題電商交流座談，協助發掘與驗證解決跨境障礙之方案。另舉辦國際媒合會，協助臺灣電商及品牌商對接國外合作夥伴，共同拓展國際市場。

（二）推動跨境創新提升電商競爭力

補助及輔導臺灣電商業者在國際市場創新服務或模式，創造差異化競爭優勢，帶動跨境銷售。

（三）促進國際合作拓展新興市場

與東協各國政府或電商公協會合辦聯合網購節或臺灣週活動，提升臺灣業者在新興市場之知名度。

（四）適地化策略開發成熟市場

協助臺灣商品上架日本電商平臺或輔導臺灣電商落地新加坡開站；輔導臺灣電商就其出口品項，選擇合適的中國大陸跨境電商口岸。另因應海外市場特色，協助業者採取不同行銷

方式，如日本以社群行銷為主，中國大陸則是社群行銷與電商平臺並進。

三、計畫重要成果

- (一) 於 109 年 10 月 13、14 日辦理日本市場電商交流媒合會，結合視訊與現場會議等方式，協助 137 家臺灣業者與 Rakuten Japan(視訊)、Amazon Japan、Pinkoi、代營運商 Brangista(視訊)進行 104 家次媒合，共促成 4 件合作案，包括向米與宣洋實業上架 Amazon Japan；aPure 與昆豪上架樂天臺灣館。
- (二) 臺灣與馬來西亞於 109 年 9 月 25 日至 10 月 6 日合辦「2020 臺馬聯合網購節」，共計 69 家臺灣電商業者參與，帶動 2,617 個品牌及 12 萬項商品跨境銷售，12 天活動期間創造跨境交易額 1,340 萬元。另與落地泰國經營之臺灣電商 PChome Thai、Pinkoi 及 Puff 於 109 年 9 月 21 日到 10 月 16 日合作辦理臺灣週聯合行銷活動，帶動 916 個品牌及 2 萬項跨境銷售，26 天活動期間創造跨境交易額 949 萬元。
- (三) 協助 12 家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 40 億元。

四、亮點案例

【白馬製造股份有限公司－國際復古車跨境互動體驗數位優化銷售計畫】

(一) 業者需求及面臨問題

該公司銷售客製化的汽車排檔桿與排氣管，以喜歡改裝汽車的消費者為銷售對象。改裝汽車的消費者習慣向經銷商諮詢商品規格，甚至到經銷商門市試用商品，滿意後才向經銷商訂製商品。受疫情之累，白馬製造的歐美經銷商多數無法開店營運，白馬製造之跨境銷售訂單也隨之減少。

（二）輔導重點

本計畫補助白馬製造分別以擴增實境技術、人工智慧技術開發手機APP與智慧客服機器人。客戶在APP點選商品規格後，將手機畫面對準汽車排檔桿或排氣管位置，即可看到客製化排檔桿或排氣管虛擬安裝後的效果，開啟音效還可以聽到踩油門後排氣管發出的聲響。再加上智慧客服機器人大幅縮短下班時間海外客戶等待回覆的時間，讓白馬製造化危機為轉機，業績正向成長。

（三）執行效益

本計畫補助期間之跨境訂單共 2,626 筆、銷售額為 2,300 萬元，分別較 108 全年成長 9%、22%；智慧客服機器人使用數達 9,351 人次。

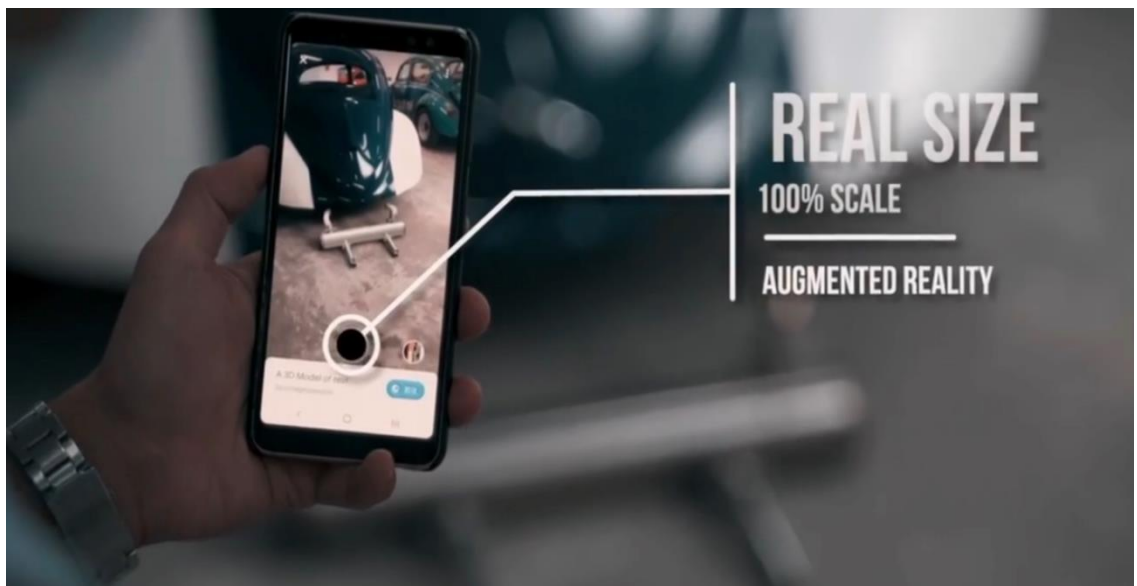


圖 8、虛擬實境 APP

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： 19,740 千元

一、計畫願景、計畫目標

【計畫願景】

穩固我國網路購物環境之基盤，促進網路零售產業永續發展。

【計畫目標】

配合網路零售產業之發展，以趨勢分析、法規調適、科技應用、資源媒合、個資保護、資訊安全等面向，協助業者正向成長，建構網路零售產業永續發展之基礎環境。

二、計畫內容概要

（一）建構網購產業發展新環境

配合電子商務發展，提供相關國際法制趨勢觀測，加強法遵資訊分享，協助企業落實法令遵循，提出法規調適建議、法制實務問題分析及網路交易手冊各 1 式，並辦理至少 2 場宣導說明會。

（二）多元產業電商化活絡網購產業

辦理至少 4 場網路開店活動及至少 2 場數位工具應用工作坊，並協助網路零售業者申請或引入政府或民間投資方案，促成投資至少 1 億元。

（三）推動資安與個資

強化網路零售業者有關個資與資安之法令遵循，提供個資資安參考資料 1 式，並對個資外洩者提供資安訪查協處至少 15 家次及技術性查核至少 5 家次。

三、計畫重要成果

（一）建構網購產業發展新環境

- 1、完成蒐整國際電子商務關聯議題之法制政策趨勢，包含平台連帶責任、消費者保護（線上紛爭解決機制、退換貨爭議、確認機制）、無障礙網站法制趨勢、個資保護、數位經濟、電子文件和電子簽章法、第三方支付等。
- 2、辦理宣導說明會 2 場次，分享國內電子商務法制爭議與實務意見交流，強化業者法遵概念，並藉由業者經驗分享及活動現場展覽攤位，協助電商業者開展友善網路購物，共計 131 人出席，YouTube 直播觀看人數達 590 人。

（二）多元產業電商化活絡網購產業

- 1、辦理 4 場網路開店活動及 2 場數位工具應用工作坊，促成新開網路店家 25 家，並協助業者搭配數位工具使用，學習分眾行銷，提升 15%營業額。
- 2、協助 4 家業者提出資金媒合申請，促成投資金額 2 億 3,500 萬元。

（三）推動資安與個資

- 1、實地訪查與資安協處發生個資外洩之網路零售業者累計 17 件，並彙編「網際網路零售業個資與資安管理參考手冊」1 式，提升業者對於資安風險的警覺性以及強化其資安防護能力。
- 2、完成高風險業者資安技術性查核 5 家次，發現業者網站存在中、高等級資安漏洞，以及對於來自國外異常登入 IP 並未建立阻擋或異常偵測機制，並將相關發現提供給業者參考改善。
- 3、警政署移送之案件，經安排資安訪視、提供資安協處及行政檢查後，超過 9 成業者案件數下降。

4、對個資外洩高風險者，推動資安監控平台概念性驗證 1 家。

四、亮點案例

【薩摩亞商皇后國際有限公司台灣分公司(Queen Shop)－推動網購資安監控平台概念性驗證】

(一) 業者需求及面臨問題

有心人士鎖定國內網購業者網站皇后國際(Queen Shop)系統進行攻擊，業者因經營成本考量，並未導入資安監控服務，業者都是在發生個資外洩事件後，經由受害顧客接獲詐騙電話才得知發生資安事件。

(二) 輔導重點

針對皇后國際(Queen Shop)之網路架構及防禦需求，進行防火牆日誌之收容及網路流量監測，透過監控網路環境，針對惡意攻擊或異常行為進行偵測並觸發告警，提醒業者適時採取應變行動。

(三) 執行效益

協助皇后國際(Queen Shop)發現惡意攻擊行為，即時運用防火牆阻擋連線，以杜絕攻擊者藉由不斷的偵查行為以尋得主機漏洞後進行攻擊，並協助業者落實系統安全性修補、病毒碼更新及防火牆檢驗規則等資安管理作業，降低發生資安事故的風險。

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：16,589 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，並透過資源媒合、顧問輔導及行銷擴散等執行策略，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，進而強化服務業網實整合力，進而創造國際拓銷優勢，並達到永續發展之目標。

二、計畫內容概要

（一）補助資源挹注

- 1、受理個案申請至少 200 案，辦理個案審查會議至少 50 場等相關行政作業，協助經濟部核定之補助個案計畫至少 70 案。
- 2、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。

（二）優質案例研析

- 1、完成 10 家優良業者成果，編製成果彙編。
- 2、針對過往年度結案之個案計畫，辦理執行成果績效追蹤，預計完成服務業創新研發計畫「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(提案、簽約前、期中查訪前、期末查訪前)說明會至少 12 場次。
- 2、為協助企業交流，促進創新知識及經驗擴散，辦理參訪、創投媒合會或相關系列交流活動至少 4 場次。
- 3、為推廣服務業創新成效，辦理計畫補助優良案例發表至少 1 場次。

三、計畫重要成果

（一）資源挹注

- 1、鼓勵企業研提計畫共計 487 案，經召開審查會 57 場次，會議決議核定補助 75 案，其中「創新營運-先期創新」58 案、「創新營運-轉型創新」12 案、「服務生態系」5 案，總補助經費計 7,860 萬元。統計帶動業者投入研發經費 1 億 5,000 萬元、增加營業額 3 億 970 萬元。促成投資額 5,100 萬元、增加就業人數 154 人。
- 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 5 場，共 72 家 79 人次參加。

（二）優質案例研析

- 1、編製成果彙編-「服務創新誌」NO. 3(第三期)封面與版型設計及完成 10 家優良業者成果彙編。
- 2、完成服務業創新研發計畫「績效追蹤及效益分析報告」1 式。

（三）行銷推廣擴散

- 1、透過各項實體廣宣說明會共計 13 場次，與會人員共計 980 人次；另透過計畫官方網站與社群平台的廣宣與擴散，FB 粉

絲數達 8,134 人次。

- 2、為協助企業交流，辦理 2 場創新服務小聚，共計 34 家 42 人參與；舉辦 2 場標竿企業參訪、企業互動交流 10 家次、電視露出 1 則。
- 3、辦理 109 年 SIIR「創新・創生活」優良案例成果發表會(南部場)及 109 年 SIIR「創新・正發聲」優良案例成果交流會(北部場)，109 年度成果展共 11 家展示，4 家優良案例分享，媒體露出 15 則、200 人次與會。

四、亮點案例

【動心國際股份有限公司－凍心炸冰淇淋的 OE 餐車加盟與國際行銷推廣計畫】

(一) 業者需求及面臨問題

推廣品牌加盟時發現有「人事成本、開店雜支、場地費用」的市場經營問題，其中最無法克服的問題是「場地費用過高」。於是動心研發改良式「OE 餐車加盟」的創新商業模式，解決傳統之 OE 餐車建置費用太過高等問題，並以加拿大為首次品牌國際經銷據點通路，同時也能使合作廠商受惠，創造多贏的局面。

(二) 輔導重點

- 1、協助動心國際 OE 餐車加盟，建立品牌識別度與企業形象，及開發 6 種頂級口味新商品(泰國奶茶、玫瑰荔枝、百香芒果牛奶、花生提拉米蘇、鴛鴦奶茶、草莓優格)。
- 2、透過創新技術研發提高商品價值與利潤，凍心炸冰淇淋是由義式冰淇淋加特製配方土司，經過-18°C 急速冷凍和高溫超過 200°C 的冰與火結合，焯煉而成的奇幻甜點。

(三) 執行效益

- 1、**拓加盟**：拓展市場銷售通路，於臺灣新增 2 間直營店(臺北 A11 旗艦店、新北板橋直營店)、16 個通路據點(如：新北市、臺中市、花蓮縣、屏東縣和高雄市)，包含 2 個 OE 餐車加盟(苗栗縣、高雄)及新增 1 個國際經銷通路商(加拿大)，營業額達 300 萬元。
- 2、**創品牌**：為利於品牌建立與品牌價值，對消費者更具吸引力，以藍色和黃色為品牌識別印記設計核心，建立加盟及開拓直營體系具體事宜，並拍攝 2 部形象宣傳微電影，打造臺灣專業炸冰淇淋的品牌形象。



圖 9、OE 行動餐車



圖 10、凍心炸冰淇淋

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： 36,653 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，海外媒合、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

（一）開拓餐飲國際市場

與國內外商業會、餐飲相關協會組織等合作，辦理海外交流媒合、異業商機媒合擴展國際通路、餐飲國際論壇活動及國際餐飲創投資金挹注等，以擴大餐飲業者合作效益。

（二）多元行銷刺激消費

結合地方政府或跨部會資源辦理大型行銷活動，以推廣臺灣特有餐飲料理及文化；結合數位媒體、國際媒體報導，協助餐飲業者完成創意服務營運之商業模式，推動臺灣餐飲業者與國際接軌、展店布局及行銷臺灣美食。

（三）優質餐飲升級輔導

以餐飲服務歷程為核心，藉由環境優化、店家形象改造及連

鎖業者科技化應用典範輔導，以使餐飲業朝國際化、數位化轉型，提升服務能量、提高產業營收。

三、計畫重要成果

(一) 開拓餐飲國際市場

- 1、與韓國 Asiawide 特許經營顧問有限公司、Coed 展覽公司及 Reed 展覽公司合作，辦理臺韓餐飲商機線上媒合會活動，召集我國 11 家餐飲業者及韓國 18 家餐飲產業業者，透過遠端數位媒合系統及口譯服務進行媒合，完成 42 場對接洽談，共媒合 3 家餐飲業者與韓國企業簽定合作意向書。
- 2、辦理「2020 餐飲新食代國際論壇-米其林篇」，邀請義大利、香港及臺灣米其林業者分享摘星秘訣，共計吸引 170 人次參與。
- 3、辦理異業商機媒合擴展國際通路活動共 3 場次，針對海外營運經驗、商機擴展、通路擴展、品牌經營、媒體行銷及數位行銷等主題進行分享，共計吸引 91 名餐飲業者參與。
- 4、協助暮盆實業股份有限公司、台灣三麥酒業股份有限公司、茶月食品有限公司、龔記實業等 12 家餐飲業者申請「加強投資策略性服務業推動計畫」。

(二) 多元行銷刺激消費

- 1、辦理經濟部 2020 臺灣滷肉飯節，甄選 156 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 4 場次，將國飯套餐及國飯宴推廣給國內外旅客，共吸引餘 10 萬人次參加。整體帶動滷肉飯業者營業額約 3 億 9,000 萬元，並新增展店 10 家。
- 2、辦理 2020 經典臺菜餐廳徵選活動，甄選 60 家優選臺菜餐廳業者，從中推薦 12 家經典臺菜餐廳名單；並於廚師節辦理經

典臺菜佳餚宴活動共 1 場次，邀約駐臺單位及國內外媒體參與體驗，將經典臺菜推廣給國內外旅客，整體帶動臺菜業者營業額約 6 億 3,400 萬元。

- 3、辦理「臺灣美食行動 GO」活動，邀集 508 個品牌搭配節慶進行推廣，透由手機廣告、APP 推播、FB 等社群平臺推廣等，吸引逾 50 萬人次參與，帶動餐飲營業額約 4 億 1,600 萬元。

（三）優質餐飲升級輔導

- 1、輔導國內 27 家餐飲業者導入科技應用及品牌優化等輔導，至少提升營業額 3,541 萬元。
- 2、輔導國內 7 家連鎖餐飲業者進行升級轉型輔導，至少提升營業額 1 億 2,723 萬元，投資額 4,485 萬元，就業人數新增 371 人，新增展店 51 家，擴散至 637 家門店應用。

四、亮點案例

【路易莎職人咖啡股份有限公司-黑卡 2.0 之智慧餐飲輔導計畫】

（一）業者需求及面臨問題

路易莎咖啡為強化顧客體驗、改善消費流程並解決客訴，預期建置線上訂餐、客戶管理等系統(CRM)，並鏈結「黑卡」會員機制，透由導入智慧餐飲、會員消費資訊報表、會員喜好分析功能等大數據分析模組，升級成「黑卡 2.0 架構」進而做到分級推播行銷、分級集點等手法，促進會員成長並奠定總部數據營運之基礎。

（二）輔導重點

- 1、建置客戶管理系統(CRM)功能，解決會員意見蒐集不齊全問題，提供顧客合理發聲管道並解決、蒐集客訴問題，提供訓練部門參考並作為公司未來培訓教材及督導使用。
- 2、建置線上訂餐功能，優化門市服務流程及顧客消費體驗，進

而達到解決門市排隊問題所造成的客訴，並藉由雲端鏈結黑卡、CRM 等功能，將資訊數據化傳遞至分析模組。

- 3、建置會員喜好分析功能，如推播內容之觸及數及點擊數報表、會員線上訂餐報表、會員消費資訊報表等分析模組，以利品牌總部能更清楚瞭解會員之喜好，為總部打造數據營運之基礎。
- 4、升級黑卡功能模組並建置會員集點兌換功能，進而做到分級推播行銷、分級集點等手法，促進會員購買動機，結合大數據分析瞭解會員之喜好，解決營業額未有顯著成長問題。



圖 11、會員分眾機制及推播功能

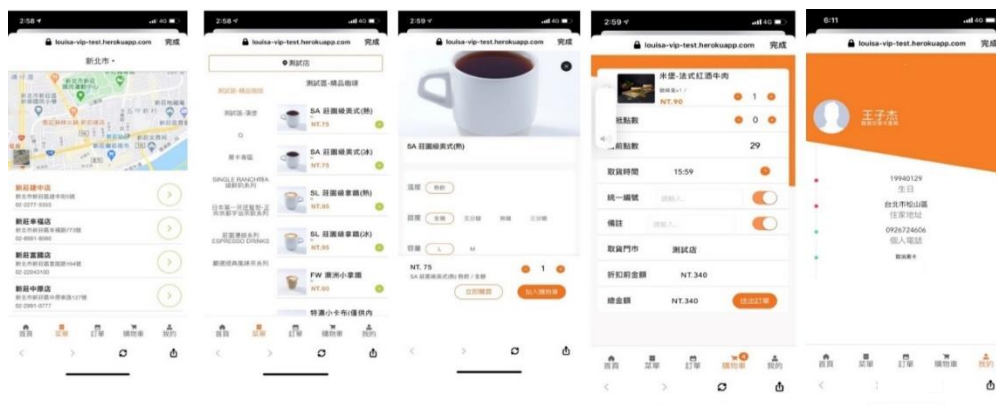


圖 12、線上點餐流程



圖 13、結合線上點餐功能，加速門市出餐作業

	county	district	平均單次消費金額	總會員消費次數 ▾
1.	新北市	板橋區	131.11	12,924
2.	台北市	大安區	127.51	9,982
3.	台北市	內湖區	131.8	8,720
4.	桃園市	桃園區	142.15	8,415
5.	新北市	中和區	126.53	8,143
6.	台北市	中山區	128.72	7,409
7.	高雄市	三民區	140.94	7,301
8.	新北市	新莊區	127.87	6,284
9.	台北市	松山區	127.91	5,968
10.	新北市	三鶯區	126.93	5,919
11.	台北市	士林區	128.88	5,795
12.	台北市	信義區	124.75	5,792
13.	台中市	西屯區	145.44	5,601

圖 14、數據分析報表

(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 505 家門店，提升營業額達 432 萬元，新增展店家數 32 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： 7,996 千元

一、計畫願景、計畫目標

【計畫願景】

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，協助臺灣餐飲連鎖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「清真友善環境推動」、「海外商機合作嫁接」及「多元行銷國際推展」策略優化經營營運能力，培育餐飲展店，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）清真友善環境推動

對接新南向國家餐飲特殊性，建立餐飲連鎖業者清真諮詢診斷機制，並協助輔導進行清真 Halal 相關認證申請及行銷推廣，促進業者發展符合安全食材及提供穆斯林消費市場適切產品服務，完備國內餐飲連鎖業者拓展新南向國家市場之能量。

（二）海外商機合作嫁接

協助餐飲連鎖業者建立及進入新南向國家在地產業鏈，搭接地經貿華商、供應鏈、通路及平臺商等，透過與在地業者交流媒合活動，協助餐飲連鎖業者打造在地服務合作模式，提升業者海外市場洞察力及國際競爭力。

（三）多元行銷國際推展

透過在地多媒體、網實群聚、平臺跨域及體驗服務，提供餐飲業者創新與多元行銷，協助餐飲進入新南向國家，提高業者之品牌知名度與指名度。

三、計畫重要成果

（一）清真友善環境推動

- 1、於 109 年 3 月 17 至 3 月 20 日辦理北、中、南部 3 場次說明會暨餐飲主題講座，以「清真認證」及「餐飲科技應用、智慧餐飲」為主軸，邀請大安東尼總經理、樂子美式餐廳負責人、鳥哲燒物店長、港都餐飲負責人、嘉義兆品酒店經理與弘爺國際經理，與業者作經驗分享及交流，共計 104 名業者出席。
- 2、辦理兩階段清真認證專案輔導，共協助 7 家業者取得穆斯林友善餐廳/餐旅認證及食品認證，包含：趣淘漫旅、林銀杏國際有限公司、Hotel HI 飯店、統一墾丁渡假村、Ice Monster、葉永昌食品、展新麵線。
- 3、協助 15 家取得穆斯林友善餐飲或穆斯林友善餐旅業者之資訊登錄於清真認證相關平臺，如新月平臺、清真臺灣、交通部觀光局-穆斯林友善環境、臺灣清真推廣中心等。

（二）海外商機合作嫁接

- 1、完成辦理「2020 臺泰餐飲商機線上媒合會」、「2020 國際連鎖餐飲商機線上媒合會」及「2020 臺印餐飲商機線上媒合會」共 3 場次，邀約 28 家臺灣餐飲連鎖品牌及 30 家外國企業參與，促成服務合作 9 案。
- 2、完成辦理「2020 餐飲國際拓展分享會」臺北及臺中 2 場次，分別以菲律賓及印尼為主軸，除邀請兩國駐臺辦事處及具當

地展店經驗的業者進行分享外，亦安排深度交流，邀請清真認證、網紅行銷及跨境電商等領域專家，與業者近距離討論，共計 106 人次參與。

（三）多元行銷國際推展

- 1、辦理馬來西亞、新加坡「2020 臺灣美食節」及印尼「2020 臺灣美食館」共 3 場次，邀集 36 家業者參與，安排 15 位網紅開箱宣傳及 10 篇活動預熱媒體曝光文章。
- 2、辦理臺北及新北兩天一夜清真美食體驗活動，串聯清真友善餐廳、餐旅等 5 家清真輔導廠商及文化景點，安排 3 位穆斯林網紅、素人及 2 位臺灣網紅參與體驗，並拍攝影片及撰寫文章進行分享，推廣臺灣清真友善環境。
- 3、參與「2020 印尼線上臺灣形象展」，以臺灣美食為主軸，邀集 Choice 巧思、所長茶葉蛋、迷客夏、賣灶 Lo. Ve 及無二吉時 5 家業者參與，提高餐飲業者於國際曝光度。

四、亮點案例

【清真認證輔導案例－展新麵線】

（一）業者需求及面臨問題

展新麵線食品有限公司，旗下有 Mr. 麵線餐飲品牌，共有 5 間分店，主要產品為麵線，因欲前往新南向國家(印尼)展店及開發即食料理包，故有麵線取得國際清真認證之需求。



圖 15、展新麵線食品-麵線取得印尼 MUI 清真認證

(二) 輔導重點

- 1、食材確認及調整：協助業者確認原物料內容並調整，避開動物製品及酒精等食材。
- 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，使業者了解如何接待穆斯林族群。
- 3、稽核訪廠：心忠管理顧問股份有限公司(印尼 MUI 在臺代表處) 安排印尼稽核員進行線上訪廠，依原料使用方式、製程動線及相關品保標準程序及執行紀錄表等文件，完成訪廠程序。

(三) 執行效益

透過計畫清真認證輔導平臺，協助業者順利取得印尼 MUI 清真認證，促進營業額達 270 萬元，增加海外代理商達 1 家及拓展 1 國(印尼)的銷售區域。



圖 16、展新麵線食品-即食料理包

計畫名稱：連鎖加盟及餐飲鏈結發展計畫

執行單位：財團法人中國生產力中心

執行經費：17,790 千元

一、計畫願景、計畫目標

【計畫願景】

以單店多店、連鎖總部及餐飲業者為主要對象，強化企業營運能量並提升服務效能，推動專業顧問輔導，精進業者營運管理制度，協助業者從單多店發展成連鎖體系，連鎖總部朝向國際發展；另協助企業站上國際舞台，帶領優質連鎖與餐飲品牌曝光國際，鏈結目標市場在地資源，落實品牌海外授權，共創我國連鎖加盟與餐飲產業榮景。

【計畫目標】

- (一) 透過客製化輔導提升連鎖加盟與餐飲企業體質，加強門市經營與連鎖總部的管理能力；並有效整合企業資源，開發創新特色服務與行銷方案，共創市場商機。
- (二) 推動連鎖加盟與餐飲品牌國際化發展，帶領企業前進國際舞台，並進行連鎖品牌國際市場佈局，擴大經營規模與國際競爭力，以達永續經營的目標。

二、計畫內容概要

(一) 服務力提升

- 1、辦理北、中、南部 3 場次計畫說明會，推廣計畫資源內容及進行政策宣導。
- 2、協助 57 家連鎖企業進行客製化輔導，針對企業經營管理、品牌發展、門市經營等提供顧問建議並評估適合其國際輸出方式與目標市場建議。

（二）品牌輸出國際佈局

- 1、協助 9 家連鎖企業進行疫後國際主題式輔導，針對疫情後之國際情勢，與企業急需協助的國際管理重點進行專業輔導。
- 2、辦理數位優惠券聯合行銷系列活動一式，結合 31 家連鎖品牌，以提供數位優惠券之形式，進行品牌聯合行銷。
- 3、辦理 1 場連鎖企業口語表達魅力訓練營，協助我國連鎖企業管理人員，提升專業職能，促進連鎖加盟業發展。
- 4、辦理 2 場國際企業線上交流會議，邀請海外買主與國內具潛力連鎖企業媒合洽談，於疫情期間持續創造國際拓展機會。
- 5、成立國際拓展產業聯盟，藉由結盟合作資訊共享，促成國際經驗快速複製、加速海外落地準備。

三、計畫重要成果

（一）服務力提升

- 1、協助 57 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，總計促成產業投資額 2 億 5,000 萬元及新增就業人數 1,000 人，並增加 14 家海外據點。
- 2、辦理北、中、南部 3 場次計畫資源說明會，邀請業界律師分享法律經驗與常見問題，總計 47 家企業、77 人出席與會。

（二）品牌輸出國際佈局

- 1、協助 9 家連鎖企業，進行疫後國際主題式輔導，包含 4 案營運成本管控及 5 案國際行銷數位化，總計促成產業投資額 3,360 萬元及新增就業人數 45 人，並增加 44 家海外據點。
- 2、辦理 2 場國際企業線上交流會議，總計洽邀 23 家海外企業、13 家臺灣品牌進行一對一交流，估計後續合作商机達 328 萬美元。

- 3、辦理數位優惠券聯合行銷系列活動一式，吸引 31 家連鎖業者參與，透過主題式活動網站及網紅體驗會活動曝光，共計媒體露出 5 則，曝光次數 100 萬以上。
- 4、辦理 1 場連鎖企業口語表達魅力訓練營，總計 40 家連鎖企業 152 位門市店長與人資共同參與。
- 5、成立國際拓展產業聯盟，共辦理 4 場次交流活動，總計 58 家企業、73 人參與。

四、亮點案例

【一品國際餐飲有限公司(一品活蝦)－建立內部創業制度、規劃海外拓展策略】

(一) 業者需求及面臨問題

- 1、發跡於臺北市東區，於國內有 6 間直營店及 1 間加盟店，期待以內部加盟回饋夥伴。
- 2、中國大陸深圳有 1 間加盟門市，因缺乏明確授權合約制定，與合作夥伴出現摩擦，在總部為知情且未交付授權金情況下私自開設新門市。
- 3、目前有澳洲及香港代理商洽談品牌代理，但對於海外授權合約制定、法規及合作模式無明確規劃方向。

(二) 輔導重點

- 1、以財務規劃、分潤機制及條款進行內部加盟合約規劃，採取「委託經營」模式拓展內部加盟，並以中小型店為主。
- 2、指導海外授權要件，以商標註冊作為出發點，保護品牌於當地發展之總部主導權。
- 3、提供與海外代理商洽談過程及簽約前應注意事項。

(三) 執行效益

- 1、建立內部加盟合約與條件規劃一式，並有兩組資深夥伴洽談議約中。
- 2、增加總部商標註冊處理技能，以名稱搭配圖式進行操作，並於目標發展國家一併註冊相似商標。
- 3、與海外代理商先簽訂意向書列明重要商業條件，並在一定期間內採「獨家議約」模式開展海外代理合作。

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：9,300 千元

一、計畫願景、計畫目標

【計畫願景】

推動生活服務業成為蘊含科技創新軟實力之數位生活新經濟產業。

【計畫目標】

以消費者資料為核心，輔導業者發展創新生活服務，加速生活服務業的轉型創新，以提升我國生活服務業之服務品質與競爭力。

二、計畫內容概要

（一）生活服務創新應用推動

- 1、透過解析重度數位生活消費者的樣貌及網路輿情，及產業議題分析，歸納出消費者對生活服務的使用需求，提出數位加值生活服務建議。
- 2、分別針對美髮及美容美體業、洗衣業及一甲子老店等設計生活服務數位加值主題及服務模式。
- 3、探索消費者需求，與業者共創創新服務構想，引導業者發展生活服務創新服務模式。

（二）生活服務產業經營優化

- 1、蒐集並分析生活服務之營運數據，完成服務經營優化建議方案，協助業者調整行銷策略，提升會員轉換率，降低行銷資源。
- 2、辦理北、中、南部生活服務數位經營人才培育課程。

（三）數位生活應用交流廣宣

1、研析國內外生活服務創新案例，提供業者思考創新應用服務在臺灣環境下的潛在商機。

2、維運知識交流網絡，分享創新案例與產業新知等，進行知識擴散。

三、計畫重要成果

(一) 針對洗衣業、美髮及美容美體業及一甲子老店，促成 4 家企業合作實證，發展智助洗衣消費整合服務、洗衣店全方位雲端銷售時點情報系統(POS)服務、美髮業零工整合與人力資源共享創新服務以及智慧銷售創新服務，並輔導業者實際導入，提升營業額、來客數及服務作業效率。

(二) 辦理洗衣暨數位經營技能培訓課程，培育至少 303 位人才。

四、亮點案例

【東雅國際美容事業股份有限公司－美容美髮沙龍的人資共享創新服務】

(一) 業者需求及面臨問題

1、業者需求：東雅國際美容事業股份有限公司為連鎖美髮業者，門市據點遍及北、中、南部，各門店房租及營運成本不斷上漲，既有的美髮服務項目有限，亟需提升門店營業收入。

2、產業問題：因一例一休實施導致設計師和助理薪資結構改變，造成人力聘用不易與人事固定成本提高，且美髮業淡旺季、平假日人力需求落差大，造成人力資源無法有效運用。

(二) 輔導重點

1、釐清設計師閒置時間、消費者等候時間長之問題，提出設計師共聘概念，建議美髮業者導入人力排程管理方案。

2、以使用者需求及門店作業角度，優化美髮服務流程，增加行

動預約、行動打卡及頭皮管理等服務，完成服務模式設計，另提供美髮業者與系統商合約條文建議，確保雙方權益。

- 3、建立數據追蹤機制，規劃資料蒐集欄位(包含使用者樣貌、訂單內容、服務喜好)，作為後續行銷決策參考。

(三) 執行效益

- 1、擴大客戶群經營，提升品牌忠誠度與黏著度

導入 APP 系統使門店與設計師可以便利、即時與顧客分享資訊，提高顧客互動與黏著度，建立顧客信賴感，可以發揮廣告推播、口碑傳遞、社群經營整合行銷之功效。

- 2、增加美髮產業服務競爭力，創造就業機會

結合美容美髮公會資源，合作推廣將「零工整合與人力資源共享創新服務」導入至 46 家美髮門店及 166 位設計師參與，透過 APP 能智能化的接收所有預約，有效掌握工作排程，彈性跨店服務減少閒置時間，使得人力資源能妥善運用，達到提高服務效能、門店營收及創造就業機會的多重好處。

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： 12,546 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邀集橫跨南部3縣市之中式大餅產業，辦理「南臺灣大餅節」徵選及頒獎等行銷活動，期推動大餅成為亮點產業；透過培訓課程，例如關鍵數據班、新媒體主題戰班等，提升商業服務業整體競爭力。亦提供業者諮詢診斷服務，給予企業經營或轉型之建議，另透過創新發展輔導，遴選亮點業者，提供輔導款與陪伴式輔導。

三、計畫重要成果

- (一) 南臺灣大餅節：首度辦理「南臺灣大餅節」，遴選出傳承組及創新組合計 30 家次業者獲獎，並拍攝兩支宣傳影片。頒獎儀

式暨記者會共吸引 350 人次參與，另協助大餅業者參加「2020 台北食品暨伴手禮博覽會」，設立南臺灣大餅主題館，吸引過 19 萬民眾湧入。

(二) 人力培訓課程：辦理高階數據養成班、新媒體主題實戰培訓班，合計辦理 8 班別，共 445 人參與。

(三) 精進輔導轉型：提供企業諮詢服務，完成諮詢 230 家次、專家診斷 65 家次，辦理創新發展輔導遴選 20 家潛力業者，並提供每家 8 萬元輔導款及 6 個月陪伴輔導，促成業者增加營業額達 3,018 萬元。

(四) 南部網站知識網站：累積瀏覽人次已達 100 萬人次；經營 LINE@生活圈，累計會員數達 1,884 人。

四、亮點案例

【天好運餐飲-創新營運管理暨數位行銷輔導計畫】

(一) 業者需求及面臨問題

業者希望連結零售經驗整合新品牌未來發展，發掘需求面向：如網路訂餐及會員數位工具、自助點餐數位化、官網建立以及拓展新門市據點。

(二) 輔導期間：109 年 6 月 5 日至 11 月 30 日

(三) 輔導重點

- 1、型塑餐飲品牌，數位行銷升級。
- 2、導入線上外送平台，POS 系統串接。
- 3、社群網路經營管理。
- 4、餐飲總部籌劃，加盟店拓展。

(四) 執行效益

- 1、咚雞咚雞社群網站會員數額 2,777 人次，受輔導後新增 1,470 人(成長 53.2%)。
- 2、新展店 4 間家加盟店(高雄鳳山店 10 月、建功店 11 月、楠梓店 12 月、左營店 110 年 2 月開幕)。
- 3、109 年輔導期間營業額為 542 萬元，營業額成長率 31%。
- 4、增加 10 位新聘同仁(包含展店經理、區督導、PT)。
- 5、輔導後新增 4 項服務項目(線上點餐平台 Nidin、外送平台 Uber 與 Foodpanda、LINE@會員、研發新商品)。



圖 17、天好運-高雄熱河總店

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： 5,317 千元

一、計畫願景、計畫目標

【計畫願景】

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 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】

協助商業服務業透過現場輔導，協助業者申辦政府補助資源與辦理節能團購導。另透過模擬軟體協助連鎖企業研析低碳節能門市最適化規劃與系統配置及編撰客製化門市設計指南提供參採，辦理連鎖企業節能種子團隊訓練，培訓企業具備節能改善落實能力，以促進商業服務業達到溫室氣體減量長期目標。

二、計畫內容概要

(一) 節能檢測輔導

- 1、輔導 60 家企業檢視設備與操作管理，提供簡易節能評估表。
- 2、20 家企業深入輔導，除節能改善外，包含雲端能源管理系統和能效檢點表，提供評估報告書。
- 3、問卷調查歷年 50 家企業，分析落實情形和統計實質效益。

(二) 節能落實改善

- 1、媒合企業與技術業者合作，協助 8 個企業落實改善。
- 2、促成 1 家連鎖企業集團導入雲端能源管理系統，引介技術業者協助系統規劃及建置。

- 3、媒合企業與技術業者辦理節能團購，2 個行業別以優惠價格採購高效設備，促成落實改善。

（三）低碳節能門市研析

模擬 1 家企業門市系統配置，編撰客製化節能門市設計指南。

（四）辦理連鎖企業節能種子團隊訓練班

辦理 1 場次節能種子團隊訓練班，培訓節能人員。

三、計畫重要成果

（一）節能檢測輔導

- 1、完成 60 個企業簡易輔導及 20 家企業深入輔導，共發掘節電潛力 1,546.7 萬度/年、節省電費 4,834.5 萬元/年及減碳 7,872.7 噸/年 CO₂。
- 2、彙整零售業、餐飲業、倉儲業、工商服務業、鞋店、食品零售業、手搖飲店及速食店等業別電力流向及節能改善建議分析內容。
- 3、完成 50 家歷年輔導企業用戶後續追蹤，提出節能改善措施共計 168 項，企業實際已落實 103 項措施，落實率為 61%。

（二）節能落實改善

- 1、完成協助 33 家企業媒合技術業者、協助撰寫 ESCO 專案計畫書及協助申請政府補助資源，其中 22 家已通過政府補助、9 家已送件申請補助和 2 家已完成計畫書。
- 2、媒合誠品知味市集(南西店)與台灣松下銷售(股)有限公司，完成冷凍冷藏雲端能源管理系統建置應用。
- 3、完成媒合 7 家企業參加節能團購，採購 22 台分離式空調設備，預估每年節電 4 萬度、節省 14.1 萬元電費和減碳 20.4 噸/

年 CO₂。

（三）低碳節能門市研析

- 1、完成拿坡里披薩門市之空調和照明模擬，並提出「導入吊隱式分離空調/調整出風回風口/空氣簾改善」和「導入 LED 高效率燈具」節能改善建議。
- 2、客製化節能門市設計指南，共提出電力、照明、空調及冷凍冷藏等系統之規畫設計面和操作維護面等 71 項建議。

（四）辦理連鎖企業節能種子團隊訓練班

辦理 2 場次連鎖企業節能種子團隊訓練班，培訓人數共 50 位。

四、亮點案例

【低碳節能門市研析-三商餐飲股份有限公司(拿坡里披薩)】

（一）企業需求及面臨問題

企業現場經常出現因空調出風/回風口配置不適當，造成空氣流場及溫度分布不均，使得現場人員將空調溫度持續調低，因而增加空調耗電。另一方面因燈具配置位置不適當，造成空間照度不均勻或部份區域照度不夠，使得後續增加部分照明燈具，因而增加照明耗電。

（二）輔導重點

- 1、收集企業門市平面圖、設備規格及設備配置等資料。
- 2、透過專業軟體(DIALux 照明、CFD 流體力學)，建構空調及照明等模擬模型。
- 3、透過儀器量測溫溼度、空調出風風速或照明照度等數值，與模擬模型進行比對，檢視實際量測數值與模擬模型數值之差異，以確認模型具可信度。

- 4、透過模型調整空調出風/回風口或照明燈具配置位置等參數，研析各種方案與門市耗能關係，並評估節能效益，以得知最適化且低能耗門市規劃與系統配置。

（三）執行效益

- 1、透過照明模擬分析，提出「導入 LED 高效率燈具」建議，除可降低門市照明用電外，亦有效提升室內照度。
- 2、透過空調模擬分析，提出「導入吊隱式分離空調、調整出風回風口與空氣簾位置改善」建議，有效解決門市作業區於烹調時，因現場氣壓分佈不均，使得作業區熱負荷及氣味往客席區飄散，影響用餐環境與品質。
- 3、倘全台 161 門市導入前述空調和照明改善建議，預估可節省用電 323 萬度/年，減少電費 970 萬元/年，減碳 1,651 公噸/年 CO₂。

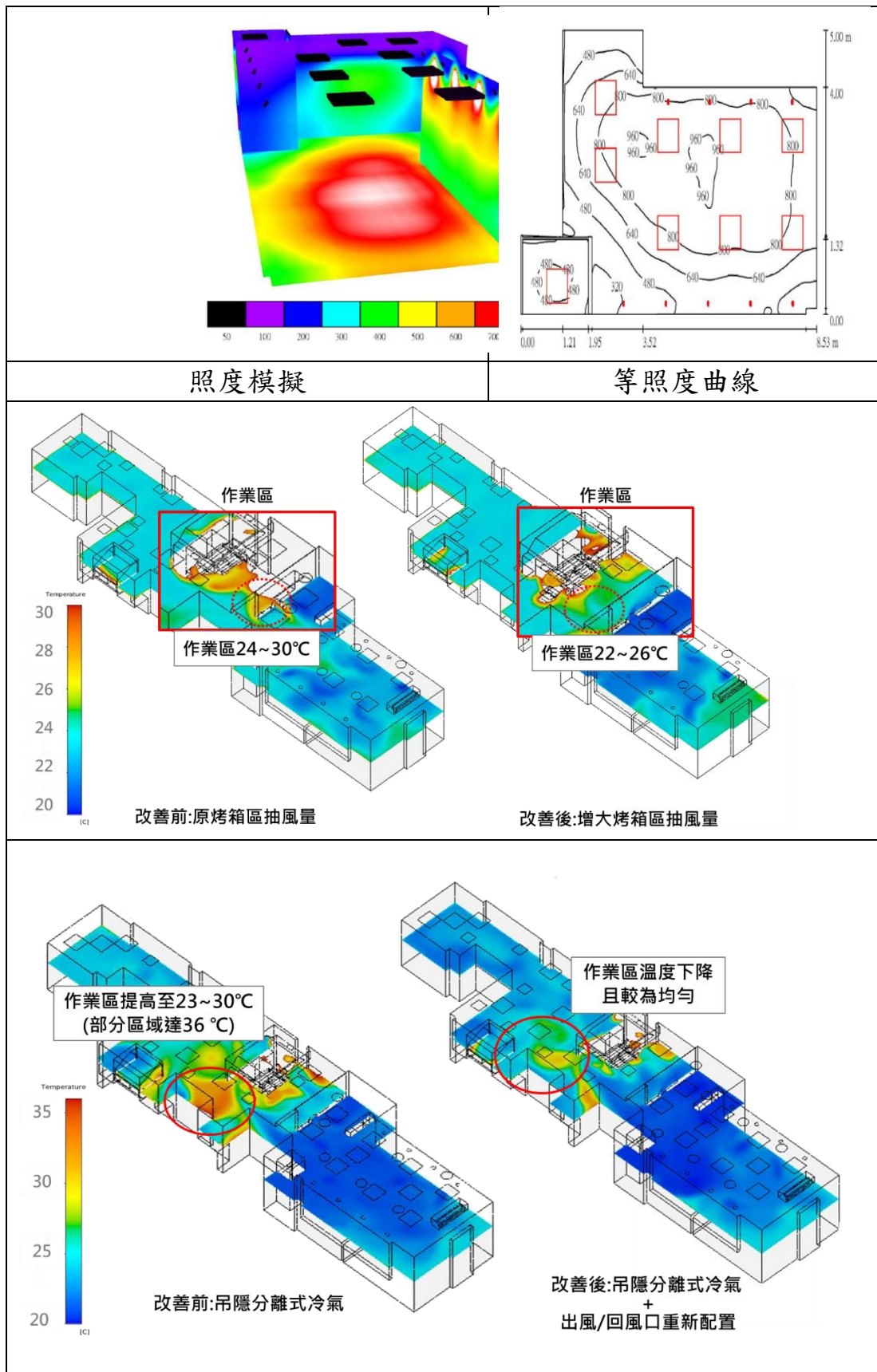


圖 18、拿坡里披薩門市照明照度和空調溫度分佈模擬

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：37,627 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，協助商業服務業進行國際拓展、英語力、品牌策略、節能減碳等相關輔導與推動，以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「法制優化調適」、「國際發展鏈結」、「提升英語力」、「溫室氣體減量」、「特定商業服務業輔導」，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）法制優化調適

1、商業法制調適。

2、商業法制小型議題。

（二）提升零售及餐飲業者拓展新南向國家能量

1、強化零售與餐飲業者拓展海外市場實戰能力。

2、協助零售與餐飲連鎖總部建立雙語門店。

(三) 提升商業服務業英語力與科技力

1、具觀光魅力商業群聚零售、餐飲店家英語力輔導及評核。

2、建置互動英語友善店家地圖。

3、舉辦英語力成果展示活動。

(四) 溫室氣體減量

1、輔導企業落實節能改善。

2、協助商業公協會推動自主減碳。

3、商業節能設備以租代買機制建構。

4、建置商業個案能耗資料群集。

5、商業節能額度抵換策略規劃。

6、協助商業部門跨部會推動產業溫室氣體減量。

7、商業節能減碳成果廣宣與商機媒合活動。

8、企鵝探長政策宣導品。

(五) 特定商業服務業輔導

1、針對東部、南部、離島商業服務業業者，進行品牌行銷診斷、輔導及工作坊。

2、協助銀樓業行銷力提升輔導規劃。

(六) 成果擴散及政策廣宣

1、商業服務業年鑑。

2、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，透過商業服務業在、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) 法制優化調適

- 1、企業併購法制調適：針對企業併購法修正案，包括：強化併購資訊揭露、鬆綁異議股東收買請求權、放寬非對稱併購適用範圍、併購下市門檻等四個重要議題，參考學說見解、各國立法例並蒐集產官學研意見，分析歸納後，總結建議供立法政策參考，並協助經濟部辦理研商企業併購法部分條文修正草案座談會 1 場。
- 2、商品標示相關規範之全盤檢視與研究：盤點我國商品標示相關規範、文獻與學說，並蒐集彙整產官學研之意見，總歸納後，提出建議供立法政策參考。並協助經濟部辦理「商品標示法」修正草案會議 2 場、「商品標示法」修正草案之再修正條文研商會議 1 場。
- 3、非屬電子遊戲機未來之管理方向與法規調適：盤點非屬電子遊戲機管理重要函釋與規範，並就檢察署與法院多數見解，對於非屬電子遊戲機改機問題，提出非屬電子遊戲機改機裁處判斷程序，以利中央及地方對於非屬電子遊戲機管理政策參考。
- 4、新型態支付方式與禮券定義範圍之關聯性研究：就禮券、電子票證、電子支付之商業模式進行解析與比較，評估禮券與支付之關聯性，除可建立禮券與支付區分原則，並於消費者權益考量下，發現禮券相關資訊之揭露之必要，另就第三方

禮券與支付之緊密關聯，建議第三方禮券應持續進行觀察是否有規管不足現象，以利未來建構更加有效完善之禮券管理架構。

- 5、公司法修法後函釋檢討：配合公司法之修正，舉辦公司法函釋檢討會議，確認函釋內容是否已不合時宜、需進行調整，或仍得繼續適用進行討論，以利修正後公司法於實務之落實，109 年度總計召開 17 次檢討會議，檢討函釋總計 943 則。
- 6、商品標示法函釋檢討：於商品標示法修正草案訂定過程中，依經濟部草案版本盤點與比對商品標示法函釋內容與草案不符情形，先行檢視其適用性，發現歷來函釋與草案有所抵觸者多與草案第 6 條及第 7 條相關，檢討結果可作為未來商品標示法修正案通過後，變更行政解釋之參考。

（二）提升零售及餐飲業者拓展新南向國家能量

- 1、新南向國家拓展實戰營：辦理「拓展新南向國家實戰營」2 場，課程包含海外經商(如海外加盟實務、加盟契約、東南亞投資稅務與清真認證)及英語簡報(如簡報架構與設計與簡報英語)等課程，共有 48 家連鎖總部參加。
- 2、英語簡報實戰營：辦理 3 天 2 夜英語簡報實戰營 1 場，課程涵蓋簡報架構與製作、英語商談技巧、品牌簡報成果發表與海外買家商談模擬，企業報名家數達 20 家。
- 3、連鎖總部雙語門店：輔導可不可熟成紅茶、鮮自然茶飲與悟饕池上飯包等連鎖總部建立雙語門店，輔導方案包含提供總部雙語化菜單與門店資訊、提供人員口說內訓、外師到店一對一訪視等，協助連鎖總部建立 15 家雙語門店。

（三）提升商業服務業英語力

- 1、遴選 4 處具觀光魅力商業群聚總計 80 家零售、餐飲店家提升英語力，完成其品項/菜單之名稱、說明或成分、常見設施標

示英譯，以及額外協助其中 59 家品項/菜單之名稱日語翻譯、9 家韓語翻譯，製作成雙語字卡或菜單。另彙整與英譯店家常見問題，彙編為英語有聲書，每輔導地區各一式，提供輔導店家使用，作為與外籍消費者溝通之輔助工具。

- 2、錄製 12 支線上英語教學短片，提供業者自學與應用；藉由舉辦 12 場英語小聚活動，以及英語外師 1 對 1 實地輔導，增加輔導店家英語口說練習機會與面對英語系消費者之臨場感。
- 3、為增加輔導地區國際能見度與展現商業服務業店家英語力輔導成果，設計、印製與發放 4 處輔導地區英語友善店家地圖各 1 萬份，同時建置互動式英語友善店家地圖—「英語店家通」APP，內容收錄超過 120 個英語力輔導店家資訊，藉此加強宣傳受輔導店家雙語服務能量，吸引外籍人士入店消費。
- 4、建立商業服務業英語學習臉書社團—「走入英語角」，發布線上免費英語學習短片超過 40 則、國發會雙語資料庫學習資源網宣傳 1 則、線上英語諮詢服務資源宣傳 5 則、英語小聚活動紀錄 12 則、店家特色介紹 13 則。
- 5、於臺中草悟道商區舉辦「穿梭草悟道 遇見英語角」英語友善店家體驗活動，以集章換好禮方式串聯整場活動，吸引逾 800 位民眾參與。

（四）溫室氣體減量

- 1、輔導我國商業部門 30 家連鎖加盟業者、3 家商業公協會，共計協助 52 家門店，更換或使用照明、空調、冷凍冷藏、供熱等節能設備及從事其他節能改善行為，建立示範輔導案例，並擴散至其他分店、企業會員，預估總計減碳量為 414,495 公斤 CO₂e。
- 2、鏈結 4 個商業相關公協會，輔導 21 家企業會員基礎用電資料盤查並研提「溫室氣體自主減量行動方案」，並參與公協會相

內部活動(如:會員大會、理監事會等)分享相關案例，擴散節能認知至其他會員。

- 3、首次發起「商業部門節能設備團購活動」，透過 LED 燈具以量制價方式，降低設備購買成本，提高業者改善誘因。截至 109 年 12 月 15 日止，共促成 26 筆訂單，預估每年可省 8,003 度電，預估每年可減少 4,073 公斤 CO₂e。
- 4、透過國際趨勢、個案蒐集、業者訪談等，了解相關推動形式及實務作法，並經檢視我國現況、面臨阻礙等，以期預先建構我國商業部門以租代買、節能額度抵換策略運作機制。
- 5、針對 107-108 年度示範輔導廠商(53 個店址)，分為餐飲業、零售業進行統計概述，並依其用電特性、規劃項目進行分析，並歸納出七點特性，作為後續推動示範輔導案執行面之參考。
- 6、協助商業司辦理溫室氣體減量管制平台及相關工作，完成第二期階段管制目標衝擊影響評估報告、行動方案及劃分住商部門減量責任等。
- 7、辦理「商業服務業節能減碳示範廠商頒證典禮」1 場，共計 54 家企業及公協會代表受邀出席領證。
- 8、製作「企業，如何成功 cost down?」短片 1 支，邀請歷年標竿企業分享改善經驗及節電成效，並將短片上架於 YouTube、經濟部官網等資訊平台進行推廣。

(五) 特定商業服務業輔導

- 1、針對東部、南部、離島商業服務業業者，進行品牌行銷工作坊及個別輔導。
- (1) 辦理「品牌行銷群聚輔導實戰工作坊」共 3 場，培訓 70 名業者，產出 70 份「品牌前期定位規劃與品牌故事」，於課後進

行「線上專家顧問諮詢服務」，回覆學員課後問題。使業者具備品牌知識外，並針對品牌定位與品牌故事進行實戰練習，落實將知識活用於商業之價值。

- (2) 進行品牌診斷輔導工作，協助地區業者發展，共延續輔導 4 家以及診斷 5 家品牌企業，期間協助業者建立品牌與改善行銷，針對不同業者的品牌需求，提出專屬品牌建立與改善等建議，提供業者個性化品牌建構需求，達建立獨特品牌辨識度與行銷核心之目的。

2、協助銀樓業行銷力提升輔導規劃。

- (1) 舉辦「2020 高雄愛情珠寶首飾嘉年華」1 場，透過與其他領域產品進行跨域的整合展售活動，將銀樓的產品再次呈現在高端消費者的選項中，共邀集 17 家金飾廠商與 6 位工藝大師參展。
- (2) 辦理北、中、南部 3 場次「銀樓業行銷研討會」，以提升銀樓業者網路行銷的知識，同時也介紹目前網路行銷的發展情況與工具，參加銀樓業者共 270 人。
- (3) 辦理 5 場次「智慧型手機珠寶攝影術」工作坊，協助銀樓業者將其產品資訊數位化，進而得以進入數位行銷的領域，參加銀樓業者共 77 人。
- (4) 協助銀樓業者發想腳本，並運用手機與影片編輯 APP 製作網路宣傳短片 1 支。

(六) 成果擴散及政策廣宣

- 1、編撰並出版《2020~2021 商業服務業年鑑》一式 1,000 本，收錄分析 109 年度批發、零售、餐飲、物流發展相關數據，並進行提出未來發展建議；同時就商業服務業近年重要發展專題進行討論，以協助業者面對未來新經濟下的商業服務業發展挑戰。

- 2、配合 109 年度年鑑主題「低接觸經濟下的商業服務業發展」，於松菸文創園區閱樂書店舉辦 1 場新書發表會，會中邀請專家作者群進行導讀演講，現場吸引媒體與聽眾等超過 60 位來賓共襄盛舉。
- 3、配合行政院「雙語國家政策」，於臺中草悟道商區舉辦「穿梭草悟道 遇見英語角」英語友善店家體驗活動，活動前、後新聞或貼文露出共 22 則。辦理「商業服務業節能減碳示範廠商頒證典禮」，媒體曝光計有 4 則，為商業服務業節能減碳宣傳。

四、亮點案例

【109 年協助商業服務業提升英語力】

（一）業者需求及面臨問題

我國商業服務業內需市場小，且大部分中小型業者多面臨缺乏資金的先天條件不足，時常需透過政府資源協助以提升其產業競爭力。新冠肺炎疫情發生之前，來自國內外觀光人次屢創新高，為能提供更優質的服務，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。然而，大多數店家之雙語程度如品項標示、菜單、服務人員口說英語能力等，仍有待加強。配合行政院提出以 2030 年為目標，將臺灣打造成為雙語國家，國家發展委員會提出之「2030 雙語國家政策發展藍圖」，其中包括鼓勵企業提升英語力。在此基礎之下，如何透過改善店家英語環境與加強人員英語口說能力，促成第一線以外城市的潛在觀光景點崛起。未來於疫情趨緩、解除邊境管制措施後，吸引國際觀光客來訪，增強經濟復甦動能，將成為重要課題。

（二）輔導重點

為有效提升具觀光魅力商業群聚零售、餐飲業店家英語力，

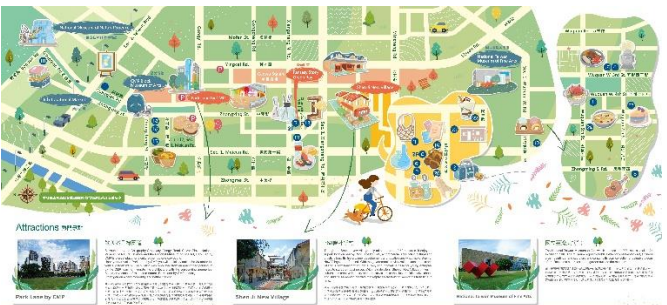
與空中英語教室、4 處輔導地區附近大專院校英語相關系所以專業互補與分工合作模式，共同組成英語力輔導專家團隊，實質協助店家增強英語應用能力。店內英語環境改善方面，蒐集受輔導店家熱門品項/菜單之名稱、說明或成分、常見問題、常見設施標示等中文資訊，進行英譯並提出雙語素材；人員英語口說能力強化方面，則透過錄製線上英語教學短片、辦理英語小聚活動、提供線上英語諮詢服務，以及由英語外師至輔導店家進行 1 對 1 個別諮詢輔導。此外，亦成立商業服務業英語學習臉書社團，不定期發布線上免費英語學習資源，以增加店家自主學習英語之動機。最後，綜整輔導店家資訊清冊，且製作英語友善店家地圖，透過各種管道發送資訊廣宣。除電子檔放置網路供民眾公開運用，4 處商業群聚各 1 萬份紙本地圖，亦陸續分送至當地遊客中心、旅館、民宿等地，為輔導店家加值宣傳。

（三）執行效益

協助 4 處具觀光魅力商業群聚，包括基隆環港商區、臺中草悟道商區、高雄鹽埕商區、花蓮三中商區，進行總計 80 個零售、餐飲業店家英語力提升輔導，將其店內設施標示雙語化，打造雙語友善商業環境，創造新營收，以期藉此提升國際形象與能見度，吸引外籍人士入店消費，帶動地方經濟發展。以臺中草悟道商區 BAGCOM Store 為例，109 年度協助店家提升英語力之輔導前、後效益說明如表 1。

表 1、臺中草悟道商區店家輔導效益

草悟道商區店家英語力輔導效益			
輔導店家	輔導前	輔導後	效益說明
BAGCOM Store			■ 輔導前店內僅少數產品放置英語介紹字卡，且服務人員較無自信開口講英文。輔導後已協助導入 10 項產品名稱英/日語字卡、10 項產品說明英語字卡，以及人氣商品、如有需要購買請洽櫃台等英語設施標示字卡，另提供 1 本英語有聲書；而服務人員已能運用流利英文說明產品使用方式、清洗方式、保固期等問題，且有自信地向外國消費者介紹自家產品。 ■ 10/31 辦理「穿梭草悟道 遇見英語角」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 15%。
	產品名稱：斜肩包	英文：Crossbody bag 日文：ショルダーバッグ	
			
	產品名稱：雨罩	英文：Bag cover 日文：レインカバー	
臺中草悟道商區英語友善店家體驗活動			為協助 109 年度英語力輔導店家宣傳，選定 10/31 於臺中范特喜綠光計畫辦理「穿梭草悟道 遇見英語角」英語友善店家體驗活動，推廣草悟道商區店家特色，吸引更多外籍人士到訪，藉此擴大宣傳英語力輔導成果。 ■ 規劃英語友善市集、設計英語闖關遊戲，以集章換好禮方式串聯整場活動，另安排藝文表演，帶動現場氣氛。 ■ 活動現場吸引逾 800 位當地民眾與觀光客熱情參與，更促進民眾前往店家消費，活絡當地經濟，成果豐碩。

草悟道商區店家英語力輔導效益			
輔導店家	輔導前	輔導後	效益說明
			
臺中草悟道商區英語友善店家地圖	■ 地圖正面  ■ 地圖反面 		臺中草悟道商區英語友善店家地圖資訊，涵蓋 24 個輔導店家、當地熱門景點，以及前往當地交通方式。除了印製紙本地圖 1 萬份之外，亦將電子檔放置網路供民眾下載運用。

【109 年商業部門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中小型企業，家數眾多且分散各地。相較於大型製造業者，商業服務業者可獲得的節能資源（知識、資金、人才、技術）較為稀少，再加上投資節能設備成本高，電價相對偏低導致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，投入輔導款以協助我國中小型商業服務業落實節能減碳，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

協助商業部門業者(連鎖加盟總部、公協會)進行整體節能改善，例如：照明、空調、冷凍冷藏、熱水熱泵等設備汰換、進行其他節能改善工程或導入能源管理系統等項目。本輔導案由商研院輔導申請單位執行改善作業，偕同節能顧問實地診斷、補助汰換老舊設備，並於期末辦理成果交流會，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

109 年度針對 30 家商業部門業者，進行整體節能改善輔導，如：更換或使用節能照明、空調、冷凍冷藏等設備，或從事其他節能改善工程或系統，共計 52 家門市進行改善，估計可節省用電約 73.28 萬度/年，共助業者省下約 271 萬元/年的電費，換算減碳量則為 41.44 萬公斤 CO₂e/年。

（四）企業改善作法

109 年度企業改善作法，以汰換照明系統及汰換空調系統為最多數，其中照明系統因汰換容易、節電率高且回收年限較短，再加上汰換數量的加乘效果，成為各項改善措施中，節能效益最高之項目，以下以 109 年度改善企業中「節電率最高」及「省下最多錢」兩個案例進行分享。

《節電率最高：慶洲股份有限公司》

1、公司簡介

慶洲股份有限公司(以下簡稱慶洲公司)成立於 1973 年，經營的事業含括紙容器製造業、紙製品製造業、建材批發業、倉儲業、住宅及大樓開發租售業、工業廠房開發租售業、不動

產租賃業等。其中，倉儲租賃提供倉儲物流業冷凍冷藏貨品存放、流通加工及運輸配送等服務。截至目前為止，慶洲公司於全臺共有 17 個倉儲據點。慶洲公司基本資料表如表 2。

表 2、慶洲公司基本資料表

慶洲股份有限公司	項目	資料
	產業類型	倉儲業
	主要產品	倉儲空間租售
	營業時間	08:30~22:30
	總家數(直營/加盟)	17
	規劃改善家數	2

資料來源：本計畫整理。

2、改善規劃及成果

慶洲公司規劃於「菱電倉」及「開和 2 號倉」二間倉儲進行照明設備汰換(燈具 50 盞)節能減碳相關措施，規劃作法如表 3。

表 3、慶洲公司改善前後環境與設備照片

	改善前	改善後
照明設備汰換	 現場使用中400W複金屬燈	
	▲傳統 400W 複金屬天井燈 (開和 2 號倉)	▲軒豐 F9-100-5-095 100W 天井燈(開和 2 號倉)

	改善前	改善後
照明設備汰換		
	▲傳統 400W 複金屬投光燈(菱電倉)	▲軒豐投光燈 SU-F9-100-5-095 (菱電倉)

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，詳細請見各單位完工證明文件

3、節能效益

透過前述節能措施，慶洲公司 109 年度示範輔導店家計節電 324,648 度/年，總節省電費 901,759 元/年，總節能率 75%，減少碳排放量計 123,934 公斤 CO₂e，慶洲公司節能效益表詳如表 4 所示。

表 4、慶洲公司節能效益表

改善系統	照明系統	合計
改善前總耗電量(度/年)	324,648	324,648
改善後總耗電量(度/年)	81,162	81,162
總節電量(度/年)	243,486	243,486
總節能率(%)	75	75
總節省電費(元/年)	901,759	901,759
總投資金額(元)	676,480	676,480
減碳量(公斤 CO ₂ e)	123,934	123,934

資料來源：本計畫整理(數值皆已四捨五入至整數)。

《省下最多錢：漁拓企業股份有限公司》

1、公司簡介

漁拓企業股份有限公司(品牌名稱：漁拓釣具)創立於 1976

年，早期代理及批發進口釣具及高爾夫用具為主，為了普及釣魚休閒活動，以直營模式投資經營，成功的將傳統釣具經營模式轉型為企業化組織經營，為開發出更適合臺灣海域環境的商品，建立自有品牌「HR Hearty Rise」，生產製造高品質釣竿，行銷全世界。

在不斷的求新、求變理念下，1986 年漁拓率先以開放超市型態經營，開放式的貨品陳列，明朗舒適的展示空間設計，童叟無欺的統一價格，成為臺灣釣具業的榜樣，目前在臺灣約有 15 家直營門市，在服務更多的釣友的理念下在臺灣已形成連鎖服務網，投入服務廣大釣友的行列。漁拓釣具基本資料表如表 5。

表 5、漁拓釣具基本資料表

	項目	資料
	產業類型	零售業
	主要產品	漁具、釣具
	營業時間	15
	總家數(直營/加盟)	11:00~22:00
	規劃改善家數	7

資料來源：本計畫整理。

2、改善規劃及成果

漁拓釣具規劃於「東華門市」、「忠孝門市」、「亞東門市」、「基隆門市」、「健行門市」、「桃園門市」及「仁慈門市」共 7 間分店進行節能減碳相關措施，範例如表 6 漁拓釣具改善前後環境與設備照片，規劃作法如下：

- (1) 照明設備汰換（燈具 451 盞）
- (2) 辦理企業內部節能推廣活動（1 場）

表 6、漁拓釣具改善前後環境與設備照片

改善前

▲T5 電子式輕鋼架燈 14W*4 支 1 盞 (桃園門市)

改善後

▲OSTAR OST60602440 LED 平板燈 24W (桃園門市)

照明設備汰換

成果推廣活動

2020年10月教育訓練

訓練對象：店長、副店長(以上人員)

訓練時間：2020/10/14(週三)

訓練地點：彰的羅東門市(龜山店)

報告地點：彰的羅東門市(龜山店)

2020年10月教育訓練紀錄表

序	姓名	職別	單位	姓名	職別	單位	姓名	職別	單位
02-01	陳力源	總經理	彰的	1	陳力源	彰的	14	陳力源	彰的
02-02	陳力源	總經理	彰的	2	陳力源	彰的	15	陳力源	彰的
02-03	陳力源	總經理	彰的	3	陳力源	彰的	16	陳力源	彰的
02-04	陳力源	總經理	彰的	4	陳力源	彰的	17	陳力源	彰的
02-05	陳力源	總經理	彰的	5	陳力源	彰的	18	陳力源	彰的
02-06	陳力源	總經理	彰的	6	陳力源	彰的	19	陳力源	彰的
02-07	陳力源	總經理	彰的	7	陳力源	彰的	20	陳力源	彰的
02-08	陳力源	總經理	彰的	8	陳力源	彰的	21	陳力源	彰的
02-09	陳力源	總經理	彰的	9	陳力源	彰的	22	陳力源	彰的
02-10	陳力源	總經理	彰的	10	陳力源	彰的	23	陳力源	彰的
02-11	陳力源	總經理	彰的	11	陳力源	彰的	24	陳力源	彰的
02-12	陳力源	總經理	彰的	12	陳力源	彰的	25	陳力源	彰的
02-13	陳力源	總經理	彰的	13	陳力源	彰的	26	陳力源	彰的
02-14	陳力源	總經理	彰的	14	陳力源	彰的	27	陳力源	彰的
02-15	陳力源	總經理	彰的	15	陳力源	彰的	28	陳力源	彰的
02-16	陳力源	總經理	彰的	16	陳力源	彰的	29	陳力源	彰的
02-17	陳力源	總經理	彰的	17	陳力源	彰的	30	陳力源	彰的
02-18	陳力源	總經理	彰的	18	陳力源	彰的	31	陳力源	彰的
02-19	陳力源	總經理	彰的	19	陳力源	彰的	32	陳力源	彰的
02-20	陳力源	總經理	彰的	20	陳力源	彰的	33	陳力源	彰的
02-21	陳力源	總經理	彰的	21	陳力源	彰的	34	陳力源	彰的
02-22	陳力源	總經理	彰的	22	陳力源	彰的	35	陳力源	彰的
02-23	陳力源	總經理	彰的	23	陳力源	彰的	36	陳力源	彰的
02-24	陳力源	總經理	彰的	24	陳力源	彰的	37	陳力源	彰的
02-25	陳力源	總經理	彰的	25	陳力源	彰的	38	陳力源	彰的
02-26	陳力源	總經理	彰的	26	陳力源	彰的	39	陳力源	彰的
02-27	陳力源	總經理	彰的	27	陳力源	彰的	40	陳力源	彰的
02-28	陳力源	總經理	彰的	28	陳力源	彰的	41	陳力源	彰的
02-29	陳力源	總經理	彰的	29	陳力源	彰的	42	陳力源	彰的
02-30	陳力源	總經理	彰的	30	陳力源	彰的	43	陳力源	彰的
02-31	陳力源	總經理	彰的	31	陳力源	彰的	44	陳力源	彰的
02-32	陳力源	總經理	彰的	32	陳力源	彰的	45	陳力源	彰的
02-33	陳力源	總經理	彰的	33	陳力源	彰的	46	陳力源	彰的
02-34	陳力源	總經理	彰的	34	陳力源	彰的	47	陳力源	彰的
02-35	陳力源	總經理	彰的	35	陳力源	彰的	48	陳力源	彰的
02-36	陳力源	總經理	彰的	36	陳力源	彰的	49	陳力源	彰的
02-37	陳力源	總經理	彰的	37	陳力源	彰的	50	陳力源	彰的
02-38	陳力源	總經理	彰的	38	陳力源	彰的	51	陳力源	彰的
02-39	陳力源	總經理	彰的	39	陳力源	彰的	52	陳力源	彰的
02-40	陳力源	總經理	彰的	40	陳力源	彰的	53	陳力源	彰的
02-41	陳力源	總經理	彰的	41	陳力源	彰的	54	陳力源	彰的
02-42	陳力源	總經理	彰的	42	陳力源	彰的	55	陳力源	彰的
02-43	陳力源	總經理	彰的	43	陳力源	彰的	56	陳力源	彰的
02-44	陳力源	總經理	彰的	44	陳力源	彰的	57	陳力源	彰的
02-45	陳力源	總經理	彰的	45	陳力源	彰的	58	陳力源	彰的
02-46	陳力源	總經理	彰的	46	陳力源	彰的	59	陳力源	彰的
02-47	陳力源	總經理	彰的	47	陳力源	彰的	60	陳力源	彰的
02-48	陳力源	總經理	彰的	48	陳力源	彰的	61	陳力源	彰的
02-49	陳力源	總經理	彰的	49	陳力源	彰的	62	陳力源	彰的
02-50	陳力源	總經理	彰的	50	陳力源	彰的	63	陳力源	彰的
02-51	陳力源	總經理	彰的	51	陳力源	彰的	64	陳力源	彰的
02-52	陳力源	總經理	彰的	52	陳力源	彰的	65	陳力源	彰的
02-53	陳力源	總經理	彰的	53	陳力源	彰的	66	陳力源	彰的
02-54	陳力源	總經理	彰的	54	陳力源	彰的	67	陳力源	彰的
02-55	陳力源	總經理	彰的	55	陳力源	彰的	68	陳力源	彰的
02-56	陳力源	總經理	彰的	56	陳力源	彰的	69	陳力源	彰的
02-57	陳力源	總經理	彰的	57	陳力源	彰的	70	陳力源	彰的
02-58	陳力源	總經理	彰的	58	陳力源	彰的	71	陳力源	彰的
02-59	陳力源	總經理	彰的	59	陳力源	彰的	72	陳力源	彰的
02-60	陳力源	總經理	彰的	60	陳力源	彰的	73	陳力源	彰的
02-61	陳力源	總經理	彰的	61	陳力源	彰的	74	陳力源	彰的
02-62	陳力源	總經理	彰的	62	陳力源	彰的	75	陳力源	彰的
02-63	陳力源	總經理	彰的	63	陳力源	彰的	76	陳力源	彰的
02-64	陳力源	總經理	彰的	64	陳力源	彰的	77	陳力源	彰的
02-65	陳力源	總經理	彰的	65	陳力源	彰的	78	陳力源	彰的
02-66	陳力源	總經理	彰的	66	陳力源	彰的	79	陳力源	彰的
02-67	陳力源	總經理	彰的	67	陳力源	彰的	80	陳力源	彰的
02-68	陳力源	總經理	彰的	68	陳力源	彰的	81	陳力源	彰的
02-69	陳力源	總經理	彰的	69	陳力源	彰的	82	陳力源	彰的
02-70	陳力源	總經理	彰的	70	陳力源	彰的	83	陳力源	彰的
02-71	陳力源	總經理	彰的	71	陳力源	彰的	84	陳力源	彰的
02-72	陳力源	總經理	彰的	72	陳力源	彰的	85	陳力源	彰的
02-73	陳力源	總經理	彰的	73	陳力源	彰的	86	陳力源	彰的
02-74	陳力源	總經理	彰的	74	陳力源	彰的	87	陳力源	彰的
02-75	陳力源	總經理	彰的	75	陳力源	彰的	88	陳力源	彰的
02-76	陳力源	總經理	彰的	76	陳力源	彰的	89	陳力源	彰的
02-77	陳力源	總經理	彰的	77	陳力源	彰的	90	陳力源	彰的
02-78	陳力源	總經理	彰的	78	陳力源	彰的	91	陳力源	彰的
02-79	陳力源	總經理	彰的	79	陳力源	彰的	92	陳力源	彰的
02-80	陳力源	總經理	彰的	80	陳力源	彰的	93	陳力源	彰的
02-81	陳力源	總經理	彰的	81	陳力源	彰的	94	陳力源	彰的
02-82	陳力源	總經理	彰的	82	陳力源	彰的	95	陳力源	彰的
02-83	陳力源	總經理	彰的	83	陳力源	彰的	96	陳力源	彰的
02-84	陳力源	總經理	彰的	84	陳力源	彰的	97	陳力源	彰的
02-85	陳力源	總經理	彰的	85	陳力源	彰的	98	陳力源	彰的
02-86	陳力源	總經理	彰的	86	陳力源	彰的	99	陳力源	彰的
02-87	陳力源	總經理	彰的	87	陳力源	彰的	100	陳力源	彰的
02-88	陳力源	總經理	彰的	88	陳力源	彰的	101	陳力源	彰的
02-89	陳力源	總經理	彰的	89	陳力源	彰的	102	陳力源	彰的
02-90	陳力源	總經理	彰的	90	陳力源	彰的	103	陳力源	彰的
02-91	陳力源	總經理	彰的	91	陳力源	彰的	104	陳力源	彰的
02-92	陳力源	總經理	彰的	92	陳力源	彰的	105	陳力源	彰的
02-93	陳力源	總經理	彰的	93	陳力源	彰的	106	陳力源	彰的
02-94	陳力源	總經理	彰的	94	陳力源	彰的	107	陳力源	彰的
02-95	陳力源	總經理	彰的	95	陳力源	彰的	108	陳力源	彰的
02-96	陳力源	總經理	彰的	96	陳力源	彰的	109	陳力源	彰的
02-97	陳力源	總經理	彰的	97	陳力源	彰的	110	陳力源	彰的
02-98	陳力源	總經理	彰的	98	陳力源	彰的	111	陳力源	彰的
02-99	陳力源	總經理	彰的	99	陳力源	彰的	112	陳力源	彰的
02-100	陳力源	總經理	彰的	100	陳力源	彰的	113	陳力源	彰的

▲10/14 於新開幕之羅東門市辦理節能推廣活動，此次節能宣導活動主要對象為門市店長，希望可以由店長自身做起，再佈達給門市人員正確節能的觀念，以避免不必要的電費支出，降低門市營業成本，提升門市的獲利。

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，詳細請見各單位完工證明文件。

3、節能效益

透過前述節能措施，漁拓釣具 109 年度示範輔導店家計節電 62,346.24 度/年，總節省電費 259,063 元/年，總節能率

57.14%，減少碳排放量計 109,105.92 公斤 CO₂e，漁拓釣具節能效益表詳如表 7 所示。

表 7、漁拓釣具節能效益表

改善系統	照明系統	合計
改善前總耗電量(度/年)	109,105.92	109,105.92
改善後總耗電量(度/年)	46,759.68	46,759.68
總節電量(度/年)	62,346.24	62,346.24
總節能率(%)	57.14	57.14
總節省電費(元/年)	259,063	259,063
總投資金額(元)	676,500	676,500
減碳量(公斤 CO ₂ e)	31,734.24	31,734.24

資料來源：本計畫整理(數值皆已四捨五入至整數)。

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】

持續強化防制洗錢以提升銀樓業者防範洗錢與打擊資恐之能力，俾益於增進國際商業活動往來與信譽評等，成為國際洗錢防制的重要夥伴。

【計畫目標】

配合 108 年亞太防制洗錢組織(APG)評鑑報告結果後續事宜，並持續辦理銀樓業防制洗錢與打擊資恐之風險評估、監理查核及教育訓練等，以提升銀樓業防範洗錢與打擊資恐之能力。

二、計畫內容概要

- (一) 辦理國際評鑑報告結果後續事宜。
- (二) 辨識並持續評估銀樓業之洗錢與資恐風險。
- (三) 辦理銀樓業者教育訓練至少 5 場次。
- (四) 輔導並現地或非現地查訪銀樓業者。
- (五) 製作與更新相關廣宣文案或訓練教材。
- (六) 公司治理相關議題之研討會至少 1 場次。

三、計畫重要成果

- (一) 配合 APG 第三輪相互評鑑結果，撰擬改善銀樓業國際評鑑報告結果之缺失事項及修正子法部份條文。
- (二) 舉辦銀樓業防制洗錢及打擊資恐教育宣導會，共計 9 場次，報名人數逾 665 人。

- (三) 協助經濟部查訪輔導 10 家銀樓業者。
- (四) 製作 3 個版本之相關銀樓業防制洗錢與打擊資恐推動作業之訓練教材及宣導影音，供業者及民眾隨時隨地於網站下載與觀看。
- (五) 公司治理議題
 - 1、辦理「EAS(企業會計準則)會計項目表修正案徵詢會議」。
 - 2、舉辦「2020 企業傳承與稅務規劃-企業永續經營」實務論壇，參加人數計有 249 人。

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： 2,045 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 350 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：2,815 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 10 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：企業會計準則公報成果說明會 3 場次、宣導短片 1 支及新創企業主會計研習營 1 場次。

三、計畫重要成果

(一) 企業會計準則公報之維護與升級

- 1、修訂企業會計準則公報第 1 號「財務報導之觀念架構」第 2 號「財務報表之表達」、第 7 號「企業合併及具控制之投資」。
- 2、新增企業會計準則公報問答集及參考範例共 10 則。
- 3、檢討企業會計準則公報問答集及參考範例 60 則。

(二) 加強宣導企業會計準則公報

- 1、錄製並上傳網路 3 場次企業會計準則公報成果說明會，供公眾隨時免費觀看學習，點閱率達 1,500 人次。

- 2、辦理實體新創企業主會計研習營 1 場次，出席人數 83 人。
- 3、以情境劇動畫方式，製作 3 支實務案例短片上網，供公眾隨時免費瀏覽。

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：34,593 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) 提升商工資訊服務功能，創新一站式智慧服務，提供民眾更便利的商工行政數位申辦體驗，並促進商業行政作業資訊化，提升行政效率。
- (二) 建立以資料為中心之商工資料服務，提供民眾可公開之登記資訊，促進政府及民間跨域整合創新服務。

二、計畫內容概要

依據商業行政作業與民眾需求，結合國家發展委員會智慧政府規劃，增加一站式登記網站功能，並建置便民服務應用，以及持續依法釋出資料，促進資訊有效利用。

三、計畫重要成果

(一) 優化公司登記線上申辦服務功能

- 1、為便利公司登記線上申辦，建置手機掃描應備文件功能，讓企業可以用手持裝置拍照或選取相簿圖檔上傳應備文件至一站式線上申請系統，另導入國民身分證影像 My Data 機制，經民眾授權後線上取得國民身分證資料，讓民眾不用一一掃描應備文件。

- 2、為使公司登記線上申辦系統能與外界常用套裝會計軟體銜接，以方便代理人線上送件，開發公司變更登記線上申辦之 API 提供資服業者採用，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。
- (二) 增加公司登記案函復公文採電子送達服務運用：持續優化公司登記文件電子送達效能，增加公司的歷史登記表與章程抄錄電子送達作業功能，協助民眾可於各式載具中隨時接收並瀏覽公文內容，縮短民眾等待公文送達所花費時間。
- (三) 促進公司登記資訊有效利用
- 1、依據政府資料開放政策，擴增開放 28 項資料集，進一步促成新增 102 個單位介接商工行政開放資料 API，公私協力開發新的應用，也同時滿足民眾對政府資料需求，活化政府資料利用。
 - 2、為協助各機關能有效完成法定業務，依法提供商工登記資料，新增資料介接服務給 11 個行政機關，促使跨機關資料流通並提升施政效能。
- (四) 提升商業行政作業資訊化服務：強化公司登記與管理系統功能，如為確保電子送達公文內容正確性，建置預覽功能以利發文人員檢核，調整線上補繳規費前案存查流程，增加決算書表執行統計表與罰鍰收繳統計表。
- (五) 繳費多元化：無論紙本郵遞送件與線上申辦均可使用信用卡、金融帳戶轉帳、晶片金融卡等三種線上支付方式外，更新增於臨櫃辦理可採 Taiwan Pay 行動支付，便利民眾繳費。
- (六) 其他便民服務
- 1、公司依公司法規定公告資訊站增加授權機制，讓公司可以委託他單位(如辦理股務代理業務之公司)代理公司處理公告作業，便利公司履行公司法所規定之公告義務，109 年公告刊

登數為 3,394 件，並增加友善列印功能，讓民眾可列印公告內容。

- 2、因應每年持續增加的查詢商工登記公示資料的需求，調整系統核心程式，提升服務效能，強化公司資訊透明度。
- 3、提供民眾使用健保卡或自然人憑證即可查詢有無被當作人頭虛設公司，保障民眾權益。

（七）公司登記線上申請與電子送達機制推廣

- 1、為推廣線上申辦及電子送達服務，已拜訪 14 家會計師事務所及 4 家大型連鎖公司，以及完成大型宣導說明會 14 場次，進而引導民眾認識線上申辦服務；另外，為促進全國登記機關共同推動，已舉辦 8 場次駐點服務及教育訓練。
- 2、降低各界對公司登記表上大小章之依賴，持續推廣無大小章公司登記文件驗證平台服務，協請內政部、國家通信傳播委員會及司法院，分別向地政機關、電信業者及法院宣導，以透過確認公司登記內容正確性方式取代過去驗證登記表大小章模式，截至 109 年 10 月底，已有申請使用帳號的單位共 1,373 個，有助於後續外界擴大採用無大小章登記表。