



# 111 年度商業發展工作計畫 執行成果彙編

經濟部商業司 編印

中華民國 112 年 01 月



# 目錄

產業輔導篇 .....	1
流通服務智慧化推動計畫 .....	3
電商通路物流服務推動計畫 .....	7
溫控物流服務發展計畫 .....	12
建構零售暨服務業數據共享創新服務計畫 .....	16
服務業創新研發計畫(SIIR) .....	21
餐飲業國際化推動計畫 .....	26
臺灣餐飲服務輸出拓展計畫 .....	31
臺灣老店創新發展與國際推廣計畫 .....	38
連鎖加盟鏈結國際發展計畫 .....	43
生活服務業競爭力提升計畫 .....	48
南部商業服務業產業輔導暨經營精進計畫 .....	52
商業服務業溫室氣體盤查輔導與培訓計畫 .....	56
環境建置篇 .....	61
商業服務業發展動能推升計畫 .....	63
會計資訊品質提升計畫 .....	72
商業資訊躍升計畫 .....	73



# 產業輔導篇



---

**計畫名稱：流通服務智慧化推動計畫**

---

執行單位：財團法人工業技術研究院

執行經費：91,141 千元

---

### 一、計畫願景、計畫目標

#### 【計畫願景】

應用智慧商業科技驅動臺灣商品流通服務轉型。

#### 【計畫目標】

應用 AIoT 等創新科技，帶動創新商業服務方案及模式發展與應用，厚植中大型流通服務業者創新能力，建立小型業者數位科技使用規模。

### 二、計畫內容概要

- (一) 發展創新流通服務模式與解決方案：運用 AI 及 IoT 科技，發展智慧流通服務解決方案，協助業者布局疫後消費新生態商機，並透過專利、技術移轉或技術服務的方式，擴散研發成果。
- (二) 推動智慧流通服務示範案例：補助國內流通服務業者導入智慧科技，強化商品供需鏈運作效率，並透過以大帶小或整合共享模式，擴大智慧科技應用規模。
- (三) 擴散智慧流通服務方案：透過國內外業者合作，整合虛擬門市、數位優惠券等數位方案，提升國內流通服務業者的全通路行銷與引客導流能力，另與海外當地推廣業者合作，共同開展海外應用商機。

### 三、計畫重要成果

#### (一) 發展創新流通服務模式與解決方案

- 1、創新商業服務解決方案：運用 AI 及 IoT 科技，發展「數位

行銷內容智慧建構方案」及「零售數位行銷推播訂閱方案」，並與台灣樂天市場(股)、玩藝國際(股)合作、大地商場、愛碼市智能科技(股)合作實證，協助降低圖文平均製作時間(60分鐘降至20分鐘)，線上平台訪客停留時間平均提高1倍以上，及實體通路搭配數位看板提供行銷推播，提高11%銷售量。

- 2、智慧物流服務解決方案：運用智慧光學辨識及人工智慧技術，發展「物流紙本單據數位化」，並與大昌華嘉(股)合作實證，協助節省12小時/天的人力成本；開發「物流士退貨輔助系統」，並與全順物流(股)合作實證，有效減少20%的退貨處理時間。

## (二) 推動智慧流通服務示範案例

補助7案創新服務模式示範案例，如中天眼鏡結合上下游業者等流通業者，導入數位聯合行銷服務、融像量測智慧配鏡、跨店聯盟售後服務等，共同提供消費者新的配鏡與聯盟合作服務，並透過以大帶小或整合共享模式，擴大智慧科技應用規模。111年度共促成5,414個營業據點導入創新營運服務，新增新臺幣(以下同)12.6億元商品銷售與服務營收。

## (三) 擴散智慧流通服務方案

- 1、運用全景影像技術，整合數位優惠券、商品互動模組等數位方案，發展虛擬門市服務，提升全通路行銷與線上線下的導客能力，強化顧客對於品牌的印象。111年度協助Tina廚房、詩肯柚木家具、NATURALLY JOJO服飾、基隆陽明文化藝術館、大溪形象商圈、大成鋼隆美、國道蘇澳服務區-全家便利商店等7家品牌業者(11間門市，涵蓋食、衣、住、行、育、樂六類零售業)導入營業。
- 2、與馬來西亞及印尼在地推廣業者合作，運用其行銷資源、業

務管道及客服能量，推動「虛擬門市」串接「數位優惠券」服務方案，共推動馬來西亞 Joy & Peace、印尼 CV. Surya 等 14 家品牌業者導入營運。

#### 四、亮點案例

### 【中天眼鏡股份有限公司－「台灣好眼鏡」智慧配鏡創新通路服務聯盟】

#### （一）業者需求及面臨問題

- 1、隨著臺灣人口老化與重度使用 3C 產品人口逐年攀升，帶動臺灣眼鏡業高價值市場商機，也吸引許多國內外品牌不斷搶攻國內市場。
- 2、日系快時尚眼鏡業者及本土的大型連鎖業者所挾帶的豐厚資源優勢，更加大本土中小型眼鏡行的生存壓力，因此，協助國內中小型眼鏡業者升級轉型成為當務之急。

#### （二）輔導重點

- 1、協助中天眼鏡推動智慧配鏡之創新通路服務聯盟，從消費者配鏡流程的痛點出發，結合全國 100 家獨立眼鏡行，共組「台灣好眼鏡」聯盟。
- 2、以聯合採購、數位聯合行銷、於店內設置「台灣好眼鏡」店中櫃、提供融像量測智慧配鏡服務、跨店聯盟售後服務等服務流程的創新優化，以及銷售資料的可視化分析，共同提供周全的服務體驗。

#### （三）執行效益

- 1、串聯 100 家業者共同提供創新及數位化服務模式，協助中小型獨立眼鏡行數位轉型，獲得高效率與低庫存成本的供補貨作業效益。
- 2、跨通路導購轉換率從 5% 提升至 11%，提升眼鏡上下游同盟業

者之營業額及競爭力。



圖 1、中天眼鏡—獨立眼鏡行共組「台灣好眼鏡」聯盟，店內設置品牌(Prize 台灣好眼鏡)店中櫃

---

**計畫名稱： 電商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： 27,150 千元

---

## 一、計畫願景、計畫目標

### 【計畫願景】

建構具國際競爭力之臺灣電商物流產業，立基臺灣及助攻產品出口國際主要電商市場。

### 【計畫目標】

以國內及跨境電商物流為主要推動範疇，應用AIoT、自動化等科技，輔導我國倉儲業、貨運承攬業、汽車貨運業及遞送服務等業別之中小型企業朝向智慧物流發展，提升電商物流產業效率與服務品質。

## 二、計畫內容概要

### （一）發展智慧電商物流中心

因應電商倉儲物流之多品項、小批量、多批次、短週期等特點，推動電商物流智慧化與資源整合，完成1處電商物流多功能型示範倉建置，並應用智慧揀理貨技術，提高電商倉儲出貨效率。

### （二）跨境電商物流服務推動

利用跨境物流資訊整合、跨企業協調運作或媒合供需雙方合作等方式，推動便利商店集貨、海外中轉分倉等服務模式，降低物流成本、擴大商品出口。

### （三）推動電商配送共享服務

配合多元的電子商務類型，整合宅配、區域運輸業者及中華郵政服務資源，促成區域快速發貨或增加電商配送服務範圍，提升包裹配送效率或降低整體配送時間10%。

### 三、計畫重要成果

#### (一) 發展智慧電商物流中心

- 1、與台灣準時達合作建置電商物流多功能示範倉，應用自主研发倉儲管理與控制系統，結合搬運機器人、電子標籤揀貨、自動材積重量辨識、自動貼標、疊貨機器手臂等國產自動化設備，協助電商訂單之揀貨到出貨流程改為人機協同作業模式，提升倉儲出貨效率 75%。
- 2、協助全台物流於瑞芳的電商冷凍自動倉儲，驗證理貨站動態分區指派、漸進式立體儲能最佳化等智慧揀理貨技術，減少物流箱被重複揀出次數及安排最適回儲儲位，提升訂單處理效率 34.8%。
- 3、協助便利存持續應用包材指引技術彌補人工作業經驗差異，減少包裝作業時間 8.3%，並優化包材技術之演算法，提高建議包材準確率 8.5%，增加易碎、不可倒置等品項之包裝視覺提示。

#### (二) 跨境電商物流服務推動

- 1、協助跨境物流業者利用便利超商店到店及郵政服務網絡，降低跨境電商之國內集貨成本，與四大超商(統一超商、萊爾富、全家、OK)、中華郵政完成物流資訊串接，1.4 萬個超商門市及郵局營業據點支援電商賣家之跨境包裹寄件。
- 2、促成國際貨物承攬業者獅威物流整合國內外運輸、倉儲等成員建立跨境電商頭程物流服務，並透過跨境物流資訊整合平台對接物流服務商倉儲管理系統(WMS)資料庫，強化跨境運籌服務能力；藉由集結多批商品一次發貨送到海外倉，協助客戶降低國際運輸成本 34%，或加快海外庫存調撥時效 50%至 65%。
- 3、跨境物流資訊整合平台新增全家、OK、統一超商、中華郵政

及海外倉儲之貨況與庫存資訊，越南、菲律賓、南韓、中國大陸等地之國際物流服務查詢，並與臺北市進出口公會、中華民國全國商業總會，以及與臺泰、臺馬聯合網購節合作，共同推動跨境物流方案與平台服務運用。

### (三) 推動電商配送共享服務

1、透過郵政運力協作配送服務模式試行，協助嘉里大榮物流數位化轉運中華郵政資料，節省郵寄核對紙本、查詢貨況等作業時間 12.5%，配送至屏東縣泰武鄉、來義鄉、恆春鎮，臺東縣海端鄉、延平鄉、太麻里鄉等 20 個區域的貨件，90%可於 D+1 日抵達。

2、協助電商自建物流業者米食家企業整合自有車隊運量，運用「配送排程與路線規劃」技術安排最適化運輸車輛與路線，達到最小化車數並提高平均裝載率 12%，單日配送總時間降低 12%。

(四) 111 年度計畫透過物流技術與服務模式之應用及持續推動，共帶動電商物流服務營收逾 1 億元。

## 四、亮點案例

### 【台灣準時達國際物流股份有限公司－電商物流多功能示範倉】

#### (一) 業者需求及面臨問題

1、台灣準時達業務原本以 B2B 物流服務為主，大多是板進板出的作業，由人工方式處理輔以叉車等簡易機械；近年跨足電子商務領域，如蝦皮、momo、Yahoo 等電商平台，面對少量多樣的精細型貨物處理，需要大量的揀理貨人力，存在人力短缺、薪資成本增加等風險。

2、電商倉儲物流具有多品項、小批量、多批次、短週期等特點，以人工作業不僅費工耗時，亦容易發生人為失誤。

## (二) 輔導重點

輔導業者從流程優化與效率提升兩方向規劃自動化與無人化的作業方式，整合倉儲管理系統(WMS)、倉儲通訊控制系統(WCS)、可程式化控制器(PLC)三項應用軟體，結合搬運機器人(AMR)、電子標籤揀貨(CAPS)、自動材積重量辨識、動力滾筒、自動貼標、疊貨機器手臂等 6 種國產自動化設備，完成電商訂單從揀貨到出貨流程之人機協同作業模式。

## (三) 執行效益

- 1、協助台灣準時達打造「以物就人」電商物流示範倉，電商訂單出貨環節轉換為人機協同作業方式，如搬運機器人減少揀貨員走動找貨、CAPS 播種牆增加理貨正確率、系統量測包裹材積重量節省人力及避免失誤、機器黏貼託運面單並將包裹堆疊到籠車等，使得訂單揀貨至出貨的平均作業時間從 8 分鐘縮短至 2 分鐘，效率提升 75%。
- 2、分析不同型態業務之物流作業流程，視企業實際作業需求導入自動化設備來減少人工作業及人為錯誤，打造適合中小型電商倉儲業者應用的自動化作業流程，協助物流企業從勞力密集朝向技術及知識密集轉型，運用科技提升效率以增加臺灣的競爭力。



圖 2、電商物流多功型示範倉導入前後差異比較

---

**計畫名稱： 溫控物流服務發展計畫**

---

執行單位： 財團法人工業技術研究院

執行經費： 24,672 千元

---

一、計畫願景、計畫目標

**【計畫願景】**

打造智慧溫控物流支援產業多元供銷，立基臺灣拓展連結東南亞等國際市場。

**【計畫目標】**

應用 AIoT、自動化等科技技術，發展支援餐飲、生鮮電商等產業之快速供貨與遞送服務模式，推動符合國際規範之溫控服務，並聯合協會與業者，共同拓展海外溫控市場。

二、計畫內容概要

(一) 發展溫控品外送物流服務模式

- 1、結合 AIoT 進行提送貨排程優化、商流與物流流程整合與冷熱食跨溫管理。
- 2、建立 1 個最後一哩溫控物流服務模式示範體系，降低物流成本 15%。

(二) 發展溫控儲運技術與管理系統

- 1、發展溫控檢核管理系統，協助 1 家物流業者建立 ISO 23412:2020 自主檢核機制。
- 2、開發蓄熱片與冷熱食共配保溫容器，以維持產品外送的溫度需求。
- 3、發展自動化溫控儲運技術，降低低溫嚴苛環境之作業瓶頸，並提升出貨效率率 15%。

### (三) 推動進出口集運管理優化與海外擴散

- 1、協助物流業者評估物流容器、包材等資源回收與再利用機會，設計進出口物流包裝資材之處理機制。
- 2、與協會、業者合作，共同推動溫控物流服務、技術或設備輸出海外 2 案。

## 三、計畫重要成果

### (一) 發展溫控品外送物流服務模式

- 1、發展溫控品外送調度演算平台，透過商、物流整合架構串接餐飲、生鮮、社群等外送營運平台，優化提送貨排程與派遣；送貨階段則應用冷熱食共配技術及溫度感測器，確保食品溫度的穩定與安全性。
- 2、與全球快遞、米特交通運輸合作，應用溫控品外送調度演算平台(包含 AI 派遣演算法、AI 排程演算法等)、物流運力平台、冷熱食共配技術等，推動餐飲、生鮮等溫控品外送物流服務等 2 個示範體系，降低物流成本 33%，共支援 9,000 萬元溫控品之流通，並帶動物流服務營收 2,650 萬元。

### (二) 發展溫控儲運系統技術

- 1、依據 ISO 23412:2020 條文規範，結合自我評估檢視表，完成開發溫控檢核管理系統，並與 BSI Taiwan(英國標準協會臺灣分公司)合作，協助新竹物流與嘉里大榮進行 ISO 23412:2020 預驗證，並促其改善作業流程與管理文件，以符合國際規範。
- 2、完成設計與開發棕櫚蠟蓄熱片，經測試在攝氏 26~28 度的溫度環境下，可維持食品溫度 60 度以上達 120 分鐘；完成開發冷熱食共配保溫容器，在 15~20 度環境下測試多溫層保溫性能，在 2 小時內，熱食層可維持 60 度以上，冷藏層可維持 8

度以下，符合設計要求與產業需求。

- 3、完成開發自動化溫控儲運技術，包含脈波量測動態分揀、主線混合投入等控制技術，並導入於全日大林冷鏈物流中心實證；透過結合 IoT 與資料分析，從分單到分區，精進食材自動化分揀作業，提升在低溫環境下的自動化設備運作效率達 20%，並支援 1 億元低溫商品之出貨，帶動營收 1,500 萬元。
- 4、因應產業需求，擴散應用冷鏈物流解決方案，協助 2 家業者建立電商商品、醫材之溫度管理及保溫配送，支援 2 億 4,200 萬元貨品之流通，並帶動物流服務營收 1,470 萬元。

### (三) 推動進出口服務與海外擴散

與台灣冷鏈協會共同運作南向冷鏈發展聯盟，舉辦 2 場線上技術分享會及參與 2 場論壇，拓展臺灣冷鏈技術海外輸出的機會，促成台灣新創冷鏈公司與越南臺商和欣悅公司簽訂顧問培訓案，以及邵利公司與越南大發食品簽訂急速凍結庫與保存庫之技術合約，另促進台灣冷鏈協會與馬來西亞 Sudu Emas Group (金湯匙集團)簽訂合作備忘錄。

## 四、亮點案例

### 【全日大林冷鏈股份有限公司－自動化溫控儲運技術應用實證】

#### (一) 業者需求及面臨問題

揀理貨為低溫倉儲作業中最耗時費力部分，作業人員需長時間在低溫環境下工作，易影響健康，而造成工作準確性及效率下降等現象。

#### (二) 輔導重點

結合 IoT 與資料分析技術，提升自動化分揀設備之效能，降低人員在低溫環境的作業時間。

- 1、應用主線混合分揀模式，食材依訂單分揀裝箱：應用主線混

合貨品投入控制技術，各個投入站可同時將各自負責的貨品投入於主線上，貨品依照訂單需求分撥至各流道中，以快速匯集訂單商品進行包裝。

- 2、應用動態分揀控制技術，貨箱依送貨區域分揀：利用脈波量測原理計數，並換算貨物實際長度，再驅動控制系統調變速度，縮短前後商品之間隔距離，不僅加速作業，也可節省建置成本。

### (三) 執行效益

- 1、透過主線混合分揀控制技術，將每次批量訂單的預分作業與理貨時間由原先之 15 分鐘縮減為 12 分鐘，提升運作效率達 20%。
- 2、透過動態分揀控制技術，將產能由每分鐘約 50 件，提升至每分鐘約 60 件，提升 20% 的運作效率。

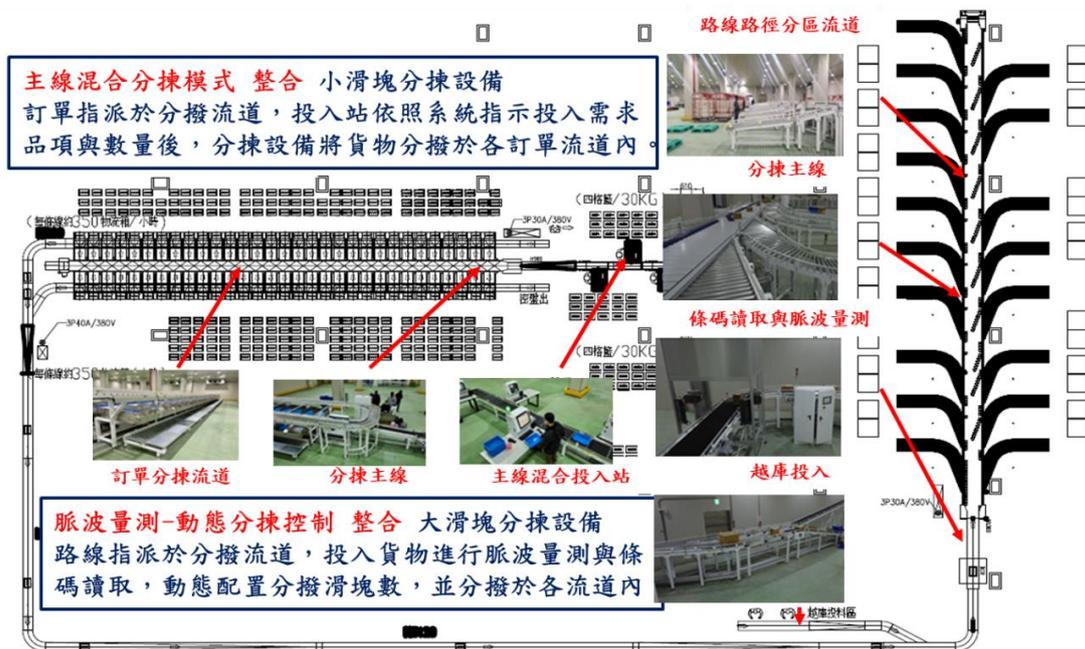


圖 3、主線混合分揀模式與動態分揀控制導入於全日大林冷鏈物流中心

---

**計畫名稱： 建構零售暨服務業數據共享創新服務計畫**

---

執行單位： 中華民國資訊軟體協會

執行經費： 459,592 千元(110-111 年度)

---

## 一、計畫願景、計畫目標

### 【計畫願景】

協助商業服務業透過數據驅動創新商業模式，樹立數位轉型榜樣。

### 【計畫目標】

輔導零售、餐飲、休憩服務及生活服務業者運用數位工具蒐集數據，透過數據驅動創新服務模式，優化營運體質及產業競爭力。

## 二、計畫內容概要

本計畫協助零售業、餐飲業、休憩服務業及生活服務業等四大領域業者導入所需之雲端服務，並依照業者數位能量及需求提供不同推動作法：

### (一) 導入雲端解決方案

針對中小型數位能力較弱之店家，協助選用合適雲端解決方案，提升其數位營運力，帶動中小型零售、餐飲、休憩服務、生活服務業者上雲使用數位服務。

### (二) 數位轉型補助

針對中大型數位能力較高之業者，由主導業者帶動區域店家的優先共創型，或是透過連鎖經營業者連結中下游、門店及合作夥伴的進階領航型，來協助店家透過數位工具共享數據，發展新商業模式。

### (三) 輔導諮詢服務

提供企業營運和數位能力缺口的諮詢輔導，針對轉型過程遇到的問題提供解決方案建議或資源媒合。

### 三、計畫重要成果

#### (一) 導入雲端解決方案

遴選九大類別、508 個雲端解決方案，包含 428 個單項方案、80 個組合方案，價格區間落在 6,800 元至 6 萬元，共計 3,793 家(4,198 家次)中小型零售、餐飲、休憩服務、生活服務業者依其轉型需求選用。。

#### (二) 數位轉型補助

推動 52 案數位轉型個案，包含零售業 32 案、餐飲業 11 案、休憩服務業 6 案及生活服務業 3 案，整體帶動 15,914 家合作業者，增加 2,951 位就業人數，並促成消費金額逾 117.24 億元，增加業者營收成長達 93.82 億元，及 22.66 億元的投資。

#### (三) 輔導諮詢服務

透過關懷會議、補助案期中、期末審查會等方式，提供受補助廠商細緻化諮詢，克服數位轉型過程所遇到之問題；並完成商業服務業數位轉型指南 1 式及懶人包 1 冊，提供有數位轉型需求之企業參考。

#### (四) 推廣與成果擴散

- 1、辦理 14 場補助方案之申請須知說明會、簽約說明會、會計核銷說明會等活動，以利業者了解及後續作業事宜。
- 2、製作數位轉型補助申請、雲端解決方案申請說明影片，並透過計畫網站、YouTube 進行後續推廣。
- 3、為有效推廣計畫補助業者成功數位轉型之成果，完成 20 個數位轉型個案報導及微短片，於計畫網站推廣。
- 4、舉辦「數位轉型 攜手前行」數據共享成果交流會，邀請 52 案受補助業者及產官學專家共計 143 人參與，增進業者間交流互動，進而促進跨業、跨域之合作可能。

- 5、完成 20 個數位轉型個案報導及微短片，於計畫網站及今周刊推廣。
- 6、111 年 10 月 22 日至 25 日與雲世代相關計畫共同辦理「2022 年數位綠色雙轉型聯合成果展」，提供民眾現場體驗數位應用互動體驗情境。

#### 四、亮點案例

### 【饗賓餐旅事業股份有限公司—打造訂餐共享平台 攜手餐飲同業共創智慧化】

#### (一) 業者需求及面臨問題

- 1、食材供應商及總部中央廚房無法同步掌握各門市銷售資訊，造成門市補貨不及無法上菜，或存貨過量造成食材浪費。
- 2、民眾食安意識抬頭，消費者無法即時取得完整的食材履歷(例如食材生產地、農毒物殘留分析、運送安全履歷等)。
- 3、再者，受四大外送平台與訂餐 APP 抽成，多數餐飲同業多數屬中小微型店家，支援不足、耐受力不佳，沒有足夠資訊進行網路推廣與行銷，更無法支撐店務人事與採購成本的支出，現金週轉容易發生困難，許多餐飲知名店家都紛紛歇業。

#### (二) 輔導重點

##### 1、導入預測補貨雲服務

- (1) 饗賓門市每日盤點庫存並將資訊上傳至預測補貨雲平台，平台將依據各門市的歷史資料、訂位資訊、行銷活動等推算各食材的安全庫存量，並自動算出門市各項食材之叫貨量。
- (2) 供應商可即時查詢中央廚房、各門店的食材庫存資訊，解決門市補貨不及或存貨過量造成食材浪費的問題，提高供應商的補貨彈性、降低供應商前置作業時間。

## 2、食安整合雲服務

- (1) 提供餐飲供應鏈端的中小店家(包含肉品類、蔬果類、海鮮類等)上傳食材履歷、配送履歷等資訊，並串聯中央儲房加工紀錄，進行食材源頭管理。
- (2) 消費者可運用 APP 或掃描 QR code，即時取得產品生產地資訊、供應商及食安履歷等，讓消費者吃得放心。

## 3、線上訂餐外送雲服務

導入旗下 8 個品牌 42 間餐廳，並開放中小微型同業免上架費、免維護費，降低店家被抽成的壓力，也透過饗賓品牌知名度與曝光率，帶動店家共好營運。

## 4、戰情數據分析平台

提供中小微餐飲同業銷售、會員輪廓之戰情數據，進行餐飲業數據分析與經營管理傳承分享，協助中小微餐飲業者轉型，經營提升。

### (三) 執行效益

帶動 103 家以上中小型食材供應商，運用食安整合雲服務，共享食材履歷資訊，提供「線上訂餐外送雲服務」，導入旗下 8 個品牌 42 間門市(饗食天堂、果然匯、開飯、饗泰多等)，並已開放 109 家餐飲同業免上架費、免維護費，降低店家被抽成的壓力，也透過饗賓品牌知名度與曝光率，帶動店家共好營運。線上訂餐人次達 68,561 次以上，帶動餐飲消費金額逾 4.5 億元，超過原本預期的 3.2 倍以上。



圖 4、饗賓餐旅食安履歷—透過 QR Code 提供原材料產地和檢驗報告



圖 5、饗賓餐旅線上訂餐平台不僅有旗下品牌，也與餐飲同業結盟

---

**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：87,856 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以「數位應用、體驗情境、低碳循環」為主題，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，以「補助資源挹注、優質案例研析、行銷推廣擴散」做為策略，透過提供企業研發資金之方式，鼓勵企業以「數位應用、體驗情境、低碳循環」為主題進行創新研發，引導企業快速創新校正，將行銷模式視為試營運基礎，鼓勵企業進行推廣行銷，引導服務業發展多元通路，進而強化服務業網實整合力，並以創造服務群聚共好互利，以群聚方式放大服務業創新集客力，進而創造服務業國際拓銷優勢，藉以穩固營運模式的建立，並達到永續發展之總體目標。

### 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，辦理個案審查會議等相關行政作業，協助經濟部核定之補助個案計畫至少 60 案。
- 2、辦理小型商談會至少 3 場次及申請計畫書撰寫輔導會議至少 1 場次。
- 3、辦理計畫相關說明會至少 12 場次（如：補助申請期間、簽約前、期中查訪前、期末查訪前等）。

## (二) 優質案例研析

- 1、當年度補助案推薦優質案例 10 個，編輯成果彙編數位版 1 式。
- 2、針對過往年度結案之個案，辦理執行成果績效追蹤。

## (三) 行銷推廣擴散

- 1、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。
- 2、透過多媒體創意行銷，協助強化網路、社群及數位行銷廣宣，提高獲補助業者知名度，至少 8 家。

## 三、計畫重要成果

### (一) 資源挹注

- 1、鼓勵企業研提創新研發計畫共計 324 案，經召開審查會 49 場，召聯會決議共核定 61 案，其中「先期創新」46 案、「轉型創新」6 案、「服務生態系」3 案、「連鎖加盟體系」6 案，總補助經費計 73,266 仟元。帶動業者投入研發經費 1.84 億元、增加營業額 7.87 億元。促成投資額 1.38 億元、增加就業人數 155 人。
- 2、辦理專業顧問小型商談 3 場次共計 24 家企業參加，辦理申請計畫書撰寫輔導會議 1 場次與會企業共計 61 家。
- 3、辦理各項說明會包含實體 9 場次及線上 3 場次，共計辦理 12 場次，與會人員共計 516 人次。

### (二) 知識淬鍊

- 1、完成成果彙編電子書-「服務創新誌」NO.5 封面與版型設計及完成 10 家優良業者成果彙編 1 式。
- 2、服務業創新研發計畫「績效追蹤及效益分析報告」1 式，追

蹤結果顯示計畫總體效益部分：在帶動投資效果上，商業司每投入 1 元可成功帶動近 3.7 元直接暨衍生投資效益；在創造營收效益方面，商業司每投入 1 元可創造逾 17.68 元營收效益；在新增就業機會方面，商業司每投入 1 百萬元可創造約 2 人的就業機會；在促進企業合作方面，商業司每投入 1 百萬元可創造約 2 件合作案。

### (三) 行銷推廣擴散

- 1、舉辦「商業創新好效綠 減碳永續綠生活」計畫聯合成果發表與商業發展研究院「商業服務業節能低碳推動計畫」及塑膠工業技術發展中心「商業服務業節能低碳示範推廣計畫」共同辦理，活動中展示 111 年度 6 家創新成果、3 家優良案例成果分享，媒體露出 3 則、共計 3,264 人次參與活動。
- 2、計畫官方網站與社群平台的廣宣與擴散，FB 粉絲追數達 8,964 人次；計畫管考、標竿企業推廣、資源轉介貼文達 63 則，觸及人數達 51,688 人次。

## 四、亮點案例

### 【世代設計股份有限公司—世代設計 REturntle 好歸塑計畫】

#### (一) 業者需求及面臨問題

許多企業有心投入循環回收、支持環境永續的理念，即使已推出相關回收計畫，卻無經驗及資源、將廢棄物回收再製，因此僅能交由環保業者協助回收載運處理，或者從經營策略面即無產品及廢棄物回收再製的觀念。而投入資源回收的背後，整個流程有機會再縮減、優化，更加達到減碳的成果，這些資源也應該被再運用。

#### (二) 輔導重點

本案與裕隆集團達成合作協議，從 2021 年底著手進行開發、

製造可移動式的寶特瓶回收處理機，今年(2022)開發出全球第一台移動式的寶特瓶回收處理機「REturntle 好歸塑專車」，於小琉球進行推廣活動。

### (三) 執行效益

- 1、好歸宿專車：改裝車體結合塑膠粉碎機，實現全球第一台移動式回收機，可將寶特瓶縮減至原體積 1/30，提高回收效率與再製率，並以行動支付回饋回收金，增加民眾使用意願，增加民眾使用率。
- 2、循環商機：試營運至小琉球推動 1 萬人次回收體驗，已回收 5 萬個寶特瓶(減碳 1,350kg)，並與企業合作再製商品，如披肩/漁夫帽/海灘褲/背心/沙灘袋/手提袋等，創造 1,000 萬元產值。



圖 6、經濟部長視察好歸宿專車



圖 7、塑膠粒回收及塑膠粒製作商品

---

**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： 31,000 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、餐飲產業沙龍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、111年9月12日至9月15日帶領11家品牌業者辦理「2022馬來西亞餐飲商機媒合活動」1場次，成功促成6案合作案，預估合作金額達233萬美元(約新臺幣7,223萬元)。
- 2、參與2022台灣美食展—「臺灣好食館」，邀請全臺30家業者，以四大主題區進行推廣，全程使用環保器皿；活動現場提供數位支付服務、販售石斑魚料理推廣，共吸引7.4萬人次，帶動現場消費近400萬元營業額。
- 3、分別於111年8月、10月及12月辦理交流活動共3場次，以全通路、綠色餐廳及智慧餐飲等議題邀請標竿業者進行分享，共計吸引70名餐飲業者參與。
- 4、已協助12家餐飲業者進行投件申請工業局「加強投資策略性服務業推動計畫」，包含元初豆坊、御福園、老媽拌麵、麗采蝶茶館、紅太陽及大展國際餐飲等，爭取創投資金之挹注，以弭平資金缺口，擴大政府資源運用。

#### (二) 多元行銷刺激消費

- 1、辦理「2022年臺菜餐廳徵選」活動，共徵選69家山海臺菜餐廳，由委員從中選出111年度10大山海臺菜餐廳代表，並於111年10月26日舉辦「山海臺菜餐廳頒獎活動暨佳餚宴」，共吸引逾150人次參加，分別透過記者會、KOL開箱體驗、Podcasts、廣播、臺菜頒獎儀式暨佳餚宴、發函給地方政府及千家企業進行推廣等，以提升業者知名度，整體帶動臺菜餐廳業者營業額約7,637萬元。

- 2、辦理「2022 餐飲新食代產業沙龍」，邀約米其林綠星餐廳邀請陽明春天江孝儒副總經理、EMBERS 郭庭瑋主廚及高雄餐旅大學李怡君副教授擔任講師進行分享，吸引 45 人次參與，並搭配網路直播，擴大活動效益。
- 3、與 Goma ji 平台合作辦理主題行銷活動「2022 臺灣美食行動 GO」，共計邀集 712 家餐飲業者、560 個品牌參與，帶動餐飲產業整體營業額提升達 2.64 億元。
- 4、辦理「2022 年盒餐徵選」活動，共徵選 98 家盒餐業者，包含 20 項/家精選及 78 項/家優選業者，辦理頒獎、展售等推廣活動共 3 場次，共吸引逾 8.7 萬人次，整體帶動盒餐業者營業額約 1,218 萬元。

### (三) 優質餐飲升級輔導

- 1、輔導國內 9 家業者導入品牌優化、環境改造與清真認證等輔導，以提升店家高值化服務，並推廣業者品牌形象，達到增加買氣、活絡整體經濟收益之目的。
- 2、協助 6 家連鎖餐飲業者透過整合科技工具蒐集會員數據、分析，掌握門店營運狀況及會員習性、喜好，進行精準行銷推廣，提升品牌競爭力，共帶動營業額 2.51 億元、投資額 5,596 萬元、就業人數新增 180 人、擴散 182 家門店、新增展店 22 家。
- 3、完成建置系統性餐飲業輔導資料庫一式，以利系統性掌握餐飲業發展脈絡、業者展店動向及歷年輔導狀況，持續維護 3,247 筆之餐飲產業名單。

### 四、亮點案例

**【人杰老四川餐飲管理顧問股份有限公司－提升外帶轉型與強化會員經濟、營運管理數據分析變現整合應用計畫】**

### (一) 業者需求及面臨問題

目前老四川在營運上面臨兩個主要問題，第一是因疫情因素導致外帶市場需求增加，但目前外帶的營收卻未達到預期；第二是無法從會員消費數據中掌握有效目標客群以及會員樣貌，進而評估行銷的投資效益並做即時的營運優化。

### (二) 輔導重點

- 1、優化外帶點餐系統，推動外帶服務轉型：透過升級 POS 系統與導入新的外帶點餐系統，同時調整外帶流程的標準作業程序(SOP)，讓外帶營收有顯著提升。
- 2、建立營運數據儀表板，掌握會員數據與樣貌：運用大數據分析工具，剖析會員消費偏好，精準分析與掌握關鍵營銷數據，強化會員經營與差異行銷的投放成效，進一步提升營運效益。

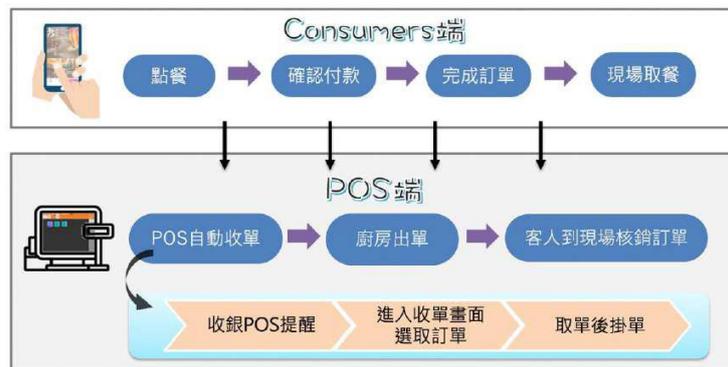


圖 8、外帶訂餐系統與 POS 系統整合



圖 9、門市人員確認外帶自取訂單之情境

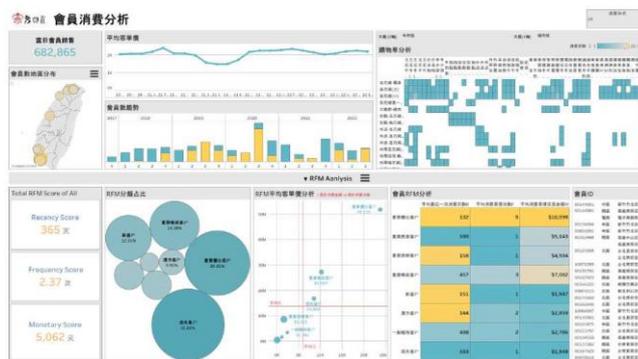


圖 10、營運數據儀表板

### (三) 輔導效益

#### 1、質化效益

- (1) 整合線上點餐外帶自取模組與 POS 系統，建立標準作業流程，有效掌握各分店服務品質狀況，進而提升外帶客戶之體驗滿意度。
- (2) 透過營運分析儀表板挖掘各分店的翻桌率、品項銷售排名趨勢等數據，協助營運者作為預測未來營運策略之參考標的，進一步提升營運效益。
- (3) 分析顧客消費偏好與習性，掌握顧客生命週期價值(Customer Lifetime Value)，制訂專屬行銷活動，喚醒沉睡客戶、深耕潛力客戶，提高新舊會員黏著度。

#### 2、量化效益

- (1) 優化線上點餐外帶自取模組，並導入擴散至 13 家門店，提升營業額 1.24 億元，投資金額 4,200 萬，增聘員工 50 位，新增展店家數 3 家。
- (2) 響應國際減碳與淨零趨勢，透過導入科技化工具，減少紙張使用，每年減少約 624 公斤碳排放量。

---

**計畫名稱：臺灣餐飲服務輸出拓展計畫**

---

執行單位：財團法人中國生產力中心

執行經費：25,320 千元

---

## 一、計畫願景、計畫目標

### 【計畫願景】

協助具國際競爭力之臺灣餐飲業者，依據國際餐飲市場與顧客消費需求，徵選商家進行輔導，建構品牌行銷與事業發展模式並搭接海外優質合作夥伴，發展雙邊互利合作機制；輔導新產品開發與國際行銷，提升國際輸出能量。期能加速落地商轉營運，協助業者發展產品輸出或海外展店模式，帶動臺灣餐飲服務輸出。

### 【計畫目標】

本計畫以「行銷臺灣特色美食，促進海外輸出落地，進軍國際市場」為目標，推動重點將以「特色聚焦·跨域整合」、「標竿建立·國際布局」及「海外擴散·國際指名」來優化臺灣餐飲業者服務輸出能力，建立成功餐飲國際拓展輸出商業模式，帶動海內外行銷及國際合作交流，提升營業實績。

## 二、計畫內容概要

### （一）臺灣好食徵選推廣

辦理「臺灣好食」徵選及行銷推廣活動，鼓勵業者運用在地食材，找出具國際輸出潛力及臺灣代表性之美食；並邀約國內外通路商、貿易商等相關業者進行選品，促進業者國內外拓展通路機會，提升臺灣美食國際聲量。

### （二）加速臺灣餐飲產品開發與通路拓展

透過設計、餐飲、食安及食品加工等領域專家，協助餐飲業者因應國際市場及消費需求，開發適合海外輸出之產品，建立服務輸出模式，發展海外市場策略及模式，完備品質認驗

證與標章取得、報關與倉儲物流運籌等配套機制，建立落地輸出模式並複製擴大輸出。

### (三) 臺灣美食國際輸出與海外消費促進

為推廣臺灣餐飲在海外的知名度，提升海外消費者對臺灣餐飲之消費優質體驗，將結合社群媒體辦理跨境行銷活動，強化臺灣美食意象與消費促進，並串聯海內外資源，合作辦理國際商談會或線上數位展覽媒合，推介臺灣美食品牌，增進商機對接，促進國際布局及輸出。

## 三、計畫重要成果

### (一) 臺灣好食徵選推廣

- 1、完成辦理臺灣好食徵選 1 式，共選出 36 家業者及 47 個品項，並於 111 年 10 月 5 日(三)至 10 月 18 日(二)辦理行銷推廣活動 1 場次，協助獲選業者及輸出輔導業者共 16 個品牌上架全家好生凍生鮮集市，並設置活動專區搭配折價券及抽獎活動等規劃，進行商品銷售及導購，提升品牌知名度。活動期間共完成 351 筆訂單，活動專區達 30,530 瀏覽人次，累積銷售額逾 30 萬元。
- 2、辦理通路商選品活動 1 場次，共有 21 家臺灣好食與輸出輔導業者，及 10 家國內外通路商、貿易商、經銷商等共同參與，包含：7-11、全家、大潤發、澳洲海旭國際、美國綠鉑特等，媒合雙方進行洽談，共計安排 49 場次一對一洽談，促成業者拓展國內外通路機會。其中，媽祖埔豆腐張已於 11 月上架大潤發超市；而玉米三巷冰淇淋、鄧師傅功夫菜及津醬將分別與澳洲及美國貿易商進行合作，上架海外通路。

### (二) 加速臺灣產品開發與通路拓展

- 1、產品開發共輔導 6 家業者，包含：海濱海產、平埔黑豬、喬郁實業、食在福鍋燒意麵、十二月及翰諾，針對 4 國(美國、

印尼、香港、澳洲)開發適合海外輸出之商品，輔導內容包括產品研發、包裝設計及協助進行產品檢驗等。共計開發出 12 項新產品，帶動提升營業額及投資額逾 1,578 萬元。

2、通路拓展共輔導 5 家業者，包括：欣葉、青青食尚花園會館、儂來餐廳、春水堂及吉鄉好粽，針對 3 國(日本、英國、澳洲)建立海外目標市場進入策略及模式，輔導內容包括商標註冊、稅籍登記、產品檢驗及進口通關等。共計開發 9 項新產品及拓展 9 項新通路，帶動提升營業額及投資額逾 2,202 萬元。

### (三) 臺灣美食國際輸出與海外消費促進

1、以辦桌為主軸，與美國 HMART 超市合作舉行「臺灣美食節」(2022 Taiwan Food Festival)活動，協助鄧師傅、呷七碗、關北紅豆餅、這一鍋、老四川、萬丹椒朋友及食在福鍋燒意麵等 7 家業者上架至 18 家門市，總採購金額約 27.4 萬美元(約新臺幣 877 萬)。活動中搭配 2 位當地 KOL 進行宣傳，於社群平台發布 4 則活動訊息，影片達到逾 2.6 萬觀看人次；整體消費筆數逾 17,500 筆，促進整體營業額逾 46.8 萬美元(約新臺幣 1,498 萬元)。

2、辦理跨洲際「國際商談媒合會」1 場次，共計邀集 8 國 16 家買主，與 24 家臺灣餐飲業者參與，完成 102 場一對一媒合洽談，中英文媒體報導共 29 則。共促成媒合 6 家業者簽訂合作意向書；整體合作商機約 48.8 萬美元(約新臺幣 1,561 萬元)。

3、辦理「臺灣餐飲國際布局商務交流會」1 場次，共有 11 家餐飲業者及北美、亞洲、澳洲等 12 家臺商企業參與，共進行 37 場一對一洽談，促成 3 家業者簽訂合作意向書；整體合作商機約 40 萬美元(約新臺幣 1,280 萬元)。

4、參與法國國際美食村(Village International de la Gastronomie)活動，現場展售商品包括刈包、珍奶、地瓜QQ球、鹽酥雞、烤香腸等經典臺灣美食，儂來餐廳通路拓展輔導案之產品也於活動現場展示。活動整體共計逾4萬人次參與，營業額達1.98萬歐元(約新臺幣62萬元)。

#### 四、亮點案例

##### **【春水堂實業股份有限公司－春水堂臺灣特色茶食通路拓展導】**

###### (一) 業者需求及面臨問題

春水堂已在日本及香港發展多年並在當地市場佔有一席之地，現欲將海外事業版圖由亞洲推向歐洲拓展，但因歐洲距離較遠，擔心風險及成本較高。故先鎖定英國市場，建立一套完整、流暢的出口機制，透過將產品上架當地超市及線上平台方式，先提升春水堂品牌在英國的能見度及知名度，為之後歐洲展店奠定更加穩固的客群基礎。

###### (二) 輔導重點

###### 1、品牌建置、商品規劃

- (1) 英國商標註冊：已申請英國3款5類商標，目前正在英國商標局審理中，取得商標代號分別為UK00003821289、UK00003821317、UK00003821333、UK00003821338、UK00003821343。

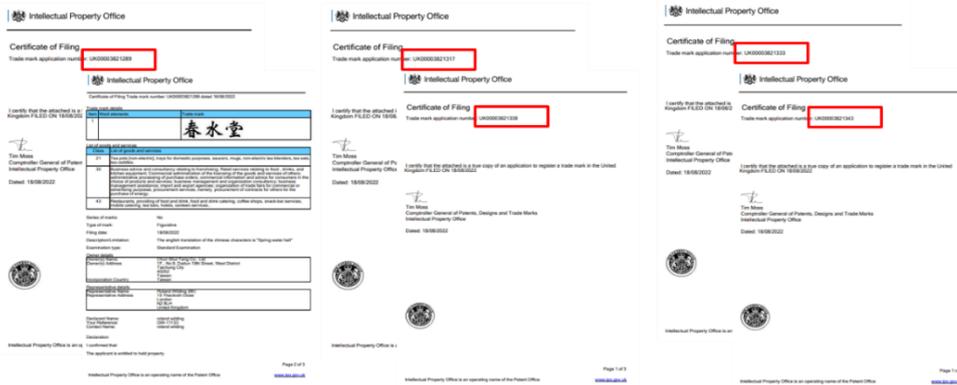


圖 11、春水堂英國商標註冊文件

(2) 產品開發：針對英國市場，開發三項新產品，包含：香辣特調米 Q 糕、醬滷百頁豆腐及醬香辣四方干，並完成商業攝影、主視覺設計與商品包裝設計等。



香辣特調米 Q 糕

醬滷百頁豆腐

醬香辣四方干

圖 12、春水堂針對英國市場開發之三項產品

2、進出口作業：將產品進行裝櫃作業，完成出口報單、產品成分表、通路提報、微生物檢驗報告及九大營養成分檢驗報告等文件，以利進行報關相關作業。

微生物檢驗報告

產品通過檢測，符合英國法規



圖 13、微生物檢測報告

3、海外行銷：辦理 6 場次英國實體超市試吃會，推出商品促銷優惠，如：單品折扣、買二送一、特別組合等，並印製海報、傳單等進行超市推廣。另，安排社群媒體廣告推播，及邀約網紅名人(如：英國讀者太太、Foodjunkie 及 Izpeipei 等)進行宣傳，並於 111 年 11 月 21 日正式發布新聞稿，宣告春水堂進軍英國冷凍調理食品市場。



圖 14、實體超市試吃會



圖 15、KOL 於社群媒體進行推廣

- 4、 通路推廣：規劃在 40 家英國重點超市通路進行推廣，範圍涵蓋全英國，包含：HMART(英國最大的韓國超市)、榮業行(英國最大華人超市)、Tian Tian Market、KIKI & MIUMIU、Seoul Plaza 等。同時，也上架 OOLiOs、Panda Fresh 及 EAT 等線上電商平台進行推廣。



圖 16、上架英國超市及電商之照片

### (三) 執行效益

春水堂成功將 3 項臺灣特色茶食輸出至英國逾 40 家實體超市及電商平台，提升營業額及投資額逾 748.6 萬元，藉由商品銷售，除可了解當地市場口味，以利日後精準調整商品線設定外，也可提升春水堂在英國市場品牌認同度，塑造春水堂在英國市場的故事性與品牌魅力，發揮臺灣味茶食軟實力，以吸引優質代理商，奠定春水堂日後歐洲展店的基礎。

---

**計畫名稱：臺灣老店創新發展與國際推廣計畫**

---

執行單位：中華民國全國商業總會

執行經費：6,980 千元

---

## 一、計畫願景、計畫目標

### 【計畫願景】

本計畫將甄選具特色與發展潛力的臺灣老店與臺灣餅業者，並透過深度輔導，協助運用科技提升效率及開拓客源，促成經營轉型及開拓新市場；編撰老店故事集、設計臺灣餅國際性團體標章及運用多元媒體行銷，增加國際能見度與知名度，進而帶動傳統老店業者新一波維新風潮，更是創造臺灣餅國際里程碑。

### 【計畫目標】

希冀藉由本計畫的提出，不僅表揚優良臺灣老店及臺灣餅業者，傳承及創新其經營之道，也希望透過輔導，加速商業模式改變。促進數位轉型，深化經營體質，促成經營轉型與新市場開發，擴大業者國際能見度及知名度。

## 二、計畫內容概要

### (一) 「優良臺灣老店」選拔、輔導與頒獎行銷

- 1、辦理「優良臺灣老店」選拔及頒獎，至少選出 10 家。
- 2、運用科技及創新手法，深度輔導甄選出之老店導入各種科技工具與技術應用。
- 3、以「主題性」撰擬「臺灣老店故事集」，並運用多元媒體廣宣。

### (二) 「臺灣餅」甄選與輔導

- 1、辦理「臺灣餅」選拔，至少 100 家業者參與。
- 2、輔導 20 家臺灣餅業者進行產品、包裝等優化，帶動業者營收提升 100 萬元。

### (三) 拓展通路

參加展會 2 場次及通路媒合，至少成功協助 10 家業者上架通路。

## 三、計畫重要成果

### (一) 辦理「2022 優良臺灣老店」選拔、輔導與頒獎行銷

- 1、優良臺灣老店選拔：111 年度共計 38 家老店業者報名參選。選出 7 家「優良老店」及 3 家「菁英老店」共 10 家老店業者得獎，獲獎後來客數增加 1 至 3 成，營業額提升 1 成，社群粉絲及網路關鍵字搜尋皆有所提升。新增 11 家老店業者加入「百年暨一甲子老店聯誼會」。
- 2、深度輔導甄選之老店：輔導 4 家老店業者(影片行銷、門店改造及包裝輔導)，包含：志斌食品股份有限公司、谷芳茶業有限公司、三陽食品有限公司、玉山碾米工廠，共計拍攝宣傳影片 5 支，共計店面改造 1 式，共計設計產品包裝 2 式，至少提升營業額 15%以上。
- 3、主題性撰擬「臺灣老店故事集」：書籍搭配 12 家老店訪談 Podcast，Podcast 上架一個月累計下載數 1,542；聽眾職業分析：他服務業(28%)、製造業(27%)、批發及零售業(25%)、金融及保險業(4.4%)、營建工程業(4.3%)；熱門收聽時段為 08:30-09:30、15:30-16:30 及 22:00-00:00 等時段。

### (二) 「2022 臺灣餅」甄選與輔導

- 1、臺灣餅甄選：111 年度共計 110 家臺灣餅業者報名參選。選出 32 件「傳承獎」及 37 件「創新獎」共 69 件臺灣餅得獎作品，獲獎後營業額提升 1 成，社群粉絲及網路關鍵字搜尋皆有所提升。
- 2、輔導 20 家臺灣餅業者進行產品、包裝等優化：媒合設計廠商，

並進行包裝優化設計一式，新式包裝已有業者投入門店使用，協助業者提升其行銷與品牌形象，於網絡銷售上穩健發展，進而提高收益。

### (三) 拓展通路

#### 1、展會活動 2 場次

111 年 8 月 5-8 日假世貿一館辦理 2022 年臺灣美食展，計有 2 家臺灣餅業者、5 家老店業者參展。111 年 8 月 5-21 日線上展會活動臺泰網購節，計有 6 家老店業者參展。8 月 19-22 日假世貿一館辦理 2022 臺北食品暨伴手禮國際博覽會，計有 4 家臺灣餅業者、4 家老店業者參展。111 年 9 月 17-18 日假南港展覽館二館 7 樓辦理幸福婚宴嘉年華，計有 8 家臺灣餅業者及 1 家老店業者參展。111 年 10 月 21-11 月 6 日線上展會活動臺馬網購節，計有 4 家老店業者及 1 家臺灣餅業者參展。展會總計帶來 \$1,490,755 的營業額。

#### 2、通路媒合，至少成功協助 10 家業者上架通路

華信航空登機證優惠活動合作，共計上架活動 27 家業者。華信航空春節機上小點心，共計 6 家業者配合。華信小鋪共計上架 2 家業者。Pchome 購物，共計 2 家業者上架。Yahoo 超級商城，共計 1 家業者上架。YSG Singapore，共計 4 家業者上架。婚紗與臺灣餅異業合作，共計 8 家臺灣餅業者上架。2022 年臺灣食品全球 GO 韓國拓銷團共計 14 家老店及臺灣餅業者參加與韓國通路採購洽談。

### 四、亮點案例

#### **【志斌食品股份有限公司—臺灣水果入醬推廣輔導】**

##### (一) 業者需求及面臨問題

志斌食品股份有限公司於 2022 年新研發出芒果辣椒醬、芋頭

豆瓣醬、鳳梨豆瓣醬、鳳梨辣椒醬、梅子豆瓣醬等以在地臺灣水果入醬的新品。並榮獲經濟部 2022 年臺灣設計產業翱翔計畫協助設計並於臺灣設計展展出。鳳梨系列之鳳香豆瓣醬和鳳香辣椒醬更已在臺北忠孝 SOGO 百貨進行短期檔期試賣，消費者在進行試吃並與第一線銷售人員溝通時，現場消費者無不對於臺灣鳳梨入醬這樣的口感和創意持正面評價，唯消費者需要更多資訊的是醬類的烹飪和食用方式有疑問，若能以影片快速讓消費者了解，更能有效提升品牌效益與銷量，也替臺灣農民帶來經濟效益。

## （二） 輔導重點

1、 運用拍攝商品影片，邀請臺灣十大傑出青年葉宗奇，擔任影片中的教學主廚，示範如何以一醬一菜，三分鐘快速出好菜。再者，志斌團隊更尋找專業烹飪教室，作為影片拍攝地點。多元運用「拌、蒸、煮」樣樣皆可，呈現出志斌的醬是提升臺灣美食的好物，洋溢著滿滿的臺灣味。

## 2、 行銷推廣

影片上架 YouTube 官方頻道，製作 QR code 供門市及外展客人掃碼觀看，並於官方 LINE 及官網推播宣傳，以此影片快速讓消費者接收到醬的使用方法，能更有效提升品牌效益與銷量。

## （三） 執行效益

傳承臺灣在地特色風味，首次以影片行銷方式，打造烹飪教學、帶動消費人潮，並透過社群行銷，擴散品牌知名度與累積網路聲量。臉書貼文曝光觸及率明顯提升，烹飪教學影片的 LINE 圖文，消費者開封率較以往推播明顯提升超過 25%，以及消費者在 Google 以關鍵字搜尋「豆瓣醬料理」，連帶使「董事長和岡山豆瓣醬」關鍵詞，兩者在線上搜尋

度均有所提升。

---

**計畫名稱：連鎖加盟鏈結國際發展計畫**

---

執行單位：財團法人中國生產力中心

執行經費：21,670 千元

---

### 一、計畫願景、計畫目標

#### 【計畫願景】

提供連鎖品牌企業突破單點式發展，建構體質面、行銷面、國際面更宏觀之成長路徑與服務體系，創建連鎖體系共創共好的產業發展方向與成功之道。

#### 【計畫目標】

協助連鎖品牌企業推動數位轉型、建構服務輸出與國際曝光，促進發展與海外布局，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）總部服務力提升

- 1、協助 10 家連鎖企業進行示範數位輔導。
- 2、協助 25 家連鎖企業進行總部經管輔導。。
- 3、辦理 3 場次北中南計畫說明會。

#### （二）多元行銷

- 1、辦理聯合行銷活動 1 場。
- 2、辦理口語表達訓練 1 場。

#### （三）品牌輸出國際布局

- 1、協助至少 5 家以上具國際化發展潛力之連鎖企業進行市場國際化示範輔導。

- 2、協助至少 5 家連鎖企業之國際拓展輔導。
- 3、聯合國際行銷 1 式，協助至少 5 家企業發展創新商業合作模式。
- 4、參與 2 場次國際連鎖展會，協助 40 家次企業參展，促成 6 件 MOU。
- 5、辦理 2 場次國際商機媒合，帶領 20 家次企業與海外買主媒合，促成 6 件 MOU。
- 6、帶領 6 家連鎖企業和海外公協會、企業拜會 1 式。
- 7、研析海外國家消費市場 1 式。
- 8、辦理臺菲連鎖加盟產業交流活動 1 式。

### 三、計畫重要成果

#### (一) 總部服務力提升

- 1、協助 10 家連鎖企業提升會員服務，運用數位科技，協助連鎖企業總部優化營運能力，強健企業體質，總計促進產業投資額 3.9 億元以上、新增就業人數 777 人、新增國內銷售據點 94 個、新增海外銷售據點 1 個。
- 2、協助 25 家受輔導企業之總部功能強化，協助企業針對經營管理問題進行改善與營運能力提升；總計促進產業投資額 1.7 億元以上、新增就業人數 455 人、新增國內銷售據點 133 個。
- 3、辦理北中南計畫說明會暨媒合會 3 場次，並邀請專業顧問分享數位管理與敏捷連鎖事業議題，總計 102 家企業、139 人次出席與會。

#### (二) 多元行銷

- 1、辦理聯合行銷活動 1 場，總計 34 家品牌參與、網路廣告露

出數達 2,025,837 觸及人次。

2、辦理口語表達訓練活動 1 場，總計 90 人次，16 家企業參與。

### (三) 品牌輸出國際佈局

1、協助 6 家受輔導企業之國際拓展模式建立，協助企業針對國際經營管理與國際市場布局問題進行改善；總計促進產業投資額 0.53 億元以上、新增就業人數 118 人、新增國內銷售據點 37 個、新增海外銷售據點 2 個。

2、協助 5 家已有海外門市之連鎖企業優化拓展模式，促進海外展店；總計促進產業投資額 0.56 億元以上、新增就業人數 126 人、新增國內銷售據點 35 個、新增海外銷售據點 14 個。

3、辦理連鎖品牌聯合國際行銷，共計 9 家連鎖品牌參與，成功協助巧幫滷味與甘心樂意之商品上架馬國連鎖土產通路(魷魚先生)。

4、分別協助 40 家次連鎖加盟企業參與「菲律賓亞洲連鎖加盟展」及「越南國際加盟零售展」，共促成 9 件 MOU，預計後續營業商機達 670 萬美元以上。

5、辦理國際商機媒合活動 2 場次，帶領 36 家次連鎖企業與海外買主媒合洽談，共促成 6 件 MOU，預計後續營業商機達 340 萬美元以上。

6、帶領我國 16 家連鎖企業和海外公協會、企業，進行組織拜會 1 式。

7、完成海外市場研析報告 1 式，針對印尼泗水連鎖產業發展狀況與進入機會與困難進行研析。

8、完成臺菲產業交流活動 1 式，總計 16 家企業、22 人次參與，並促成台灣連鎖加盟促進協會與菲律賓特許經營協會共同簽訂合作備忘錄。

#### 四、亮點案例

##### **【麗文文化事業股份有限公司—校園書局數位轉型-會員大數據分析強化精準行銷】**

###### (一) 業者需求及面臨問題

深耕大學校園許久，有穩定的會員來源與數量，但缺乏會員分類機制且無法掌握會員喜好，以致行銷活動無法有效推播，造成各項優惠參與及兌換成效不彰，連帶影響各項服務推動。

###### (二) 輔導重點

- 1、建立會員分群資料：針對會員使用歷程分群標籤並提供優惠回饋，提升會員動回訪率及黏著度。
- 2、優化最新消息推播功能：建立消息推播內容，依設定條件發送給會員，如當月壽星、畢業生服務、新生專區等。

###### (三) 執行效益

- 1、提升會員每日簽到人數至 3,560/日。
- 2、提升點數兌換率由 17%上升至 25%。
- 3、新增 6 項會員服務(生日禮金、校園 KOL 招募、會員互動活動、門市消費折抵等)。

##### **【動心國際股份有限公司—凍心炸冰淇淋海外合作之應對銷】**

###### (一) 業者需求及面臨問題

已與擁有咖喱餃連鎖品牌的馬來西亞商洽談 2 年；由於缺乏當地商情與國際經驗，對國際客戶較難有主導權。

###### (二) 輔導重點

- 1、成功的談判，奠基海外事業體：簽訂海外代理合約並合資成

立分公司與工廠。

- 2、產出馬來西亞展店規劃策略書：將品牌適地化及設立每年展店目標。
- 3、海外參展發掘潛在合作夥伴：協助優化「2022 菲律賓亞洲連鎖加盟展」參展策略設定。

### （三）執行效益

- 1、確立海外合作模式，與馬來西亞合作夥伴共同成立合資分公司與生產工廠，第一期投資為 320 萬元。
- 2、完成馬來西亞市場的展店策略規劃書 1 式，並完成馬國百貨專櫃設計，預計 2023 年開設 2 家示範直營店。
- 3、達成馬來西亞與菲律賓區域簽訂 2 家海外 MOU。
- 4、成功於「2022 菲律賓亞洲連鎖加盟展」獲得 200 份單店加盟及 30 份代理品牌的意願申請。

---

**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：8,450 千元

---

## 一、計畫願景、計畫目標

### 【計畫願景】

本計畫以生活服務業為推動標的，以訂定區域服務新方向、精進整合創新實力、孕育跨領域數位創新人才、擴大供需活化產業環境為策略，提升我國生活服務業之競爭力，達成「以生活所需，幸福所繫為本，打造民眾優質數位生活體驗」之願景。

### 【計畫目標】

扶植生活服務業者，並扣合消費者新生活型態，運用數位科技協助生活服務業者增加服務之附加價值，達成區域創新、整合創新、跨域人才孕育、跨業生態促成之目的，在變動商業環境下持續保有服務競爭力。

## 二、計畫內容概要

### (一) 建構新型態生活服務競爭力提升攻略

- 1、建立 1 套企業競爭力評核指標及評量機制，為生活服務業者打造問題探索的工具。
- 2、協助生活服務業者評估自身之競爭力，讓業者掌握自身各方面競爭力可利用優勢與待補足之處。

### (二) 生活服務數位經營力提升

- 1、蒐集及研析生活服務創新案例，提供業者思考創新應用服務。
- 2、設計生活服務數位增值主題，引動業者投入開發生活服務數位增值解決方案，並應用於美容美髮、清潔服務、居家修繕

等領域。

(三) 推廣生活服務應用，加速數位應用普及

1、辦理 3 場公協會數位應用講座，至少 250 位人參與。

2、產出生活創新應用短影片作品，於社群網路平台分享。

三、計畫重要成果

(一) 針對 5 個領域別(洗衣業、美髮及美容美體業、清潔服務業、其他個人及家庭用品維修業、資源回收處理業)計 198 家業者進行競爭力評核。其中，有 38 家接受診斷諮詢服務。

(二) 設計生活服務數位加值主題 3 項(智慧化流程、安心化服務、多元化服務)，促成 3 家企業合作實證，發展 LINE Bot 垃圾收取服務、美業專屬即時預約晚鳥媒合服務、線上材料商城購買配送服務，並輔導業者實際導入，提升營業額、服務效率及服務滿意度。

(三) 與臺灣省女子美容商業同業公會聯合會、中華民國洗衣商業同業公會全國聯合會、臺北市電器商業同業公會等公協會合作，共辦理 5 場數位應用講座，總計 636 人次參與。

四、亮點案例

**【垃圾科技股份有限公司-LINE Bot 垃圾收取服務】**

(一) 業者需求及面臨問題

1、業者需求：依據消費者預約的收取地點及時間，透過人工作業方式安排騎士(收取垃圾者)的工作與收送路徑，當消費者臨時改期或取消，需要再重新安排並與騎士聯繫與確認，花費相當多時間；當消費者要調整或取消預約，或是要追蹤騎士的收送狀況，皆需重新打電話等待客服人員與騎士確認，再回覆給消費者，導致服務工作效率低。

- 2、產業議題：國內多數房屋無集合式垃圾場，住戶需要自己追垃圾車。然而，公有垃圾車均為定點定時清運，但現代人工作繁忙，難以配合垃圾車時間，因而選擇垃圾代收業者協助，但是現有的垃圾代收業者資訊不明確、付款採信任制，且多以業者自己方便收取為主，如時間、地點，較難配合消費者的需求。

## (二) 輔導重點

- 1、從服務流程出發，輔導業者釐清現有的服務流程與各利害關係人的接觸點，包含消費者、騎士與合作店家(放置垃圾)，並重新定義目標族群(行動不便的老人、工作繁忙的上班族、照顧孩童的父母)，以及協助擬定平台與店家的合作機制(以資源交換的方式，店家提供垃圾放置空間，垃圾可收免費收取店家垃圾)。
- 2、輔導業者在計算配送半徑，可參考傳統物流的評估項目，包含宅配費用、車子租金為、司機薪資和基本送件量等，並依據垃圾可的服務範圍、騎士量能、案件量等，建議業者在配送半徑距離，不超過5分鐘機車距離。
- 3、由於業者面臨騎士數量不足的問題，本計畫輔導業者與區域快遞的機車騎士合作，並提醒區域快遞的司機年齡較大，可能在教育訓練上需要花更多時間，並建議垃圾可與快遞洽談合作應出可提供的固定業務數，以提升快遞業者合作意願，並保有長期合作關係。

## (三) 執行效益

- 1、透過 LINE Bot 整合垃圾收送路徑規劃系統，當消費者調整或取消收送日期，系統動態調整收送路徑，有效妥善運用騎士的工作時間，而當消費者可以透過 LINE Bot 追蹤騎士的收送進度，不需要再花時間打電話詢問客服人員，可提升服務便

利性，根據業者的滿意度調查顯示，會員與騎士對於新服務的滿意度都高達 85 分以上。

- 2、為店家與業者創造互惠合作機會，由店家提供場地擺放垃圾桶作為清運的中繼站，垃圾可免費提供清運服務，除縮短騎士收取垃圾的時間，也解決店家的垃圾處理問題。
- 3、導入 LINE Bot 讓消費者可彈性調整垃圾收送時間，不需要再致電客服人員要求調整，可大幅降低雙方溝通的時間，並透過此服務讓消費者隨時掌握收送狀態，藉此提升服務便利性，服務導入後，客訴率下降 53.5%。

---

**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： 11,308 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」、「美學翻轉體驗行銷」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

- (一) 計畫主要內容以提升品牌價值為核心，以南部及東部群聚型產業聚落為輔導重點，推動品牌一條街之聯合行銷與街店輔導；為提升人才量能辦理主題式人才培訓及經營實學講堂，持續優化南部及東部商業服務業經營環境、提升業者面對國內、外競爭之發展動能。
- (二) 透過持續性專案計畫之推動並落實各項工作內容，提升品牌一條街知名度，以品牌經營結合科技應用，強化南部及東部商業服務業拓展創新商業模式之經營能量，落實輔導經營精進、提升區域發展動能，促進商業服務業提升品牌價值及整體競爭力。

### 三、計畫重要成果

- (一) 完成 4 場品牌一條街聯合行銷活動辦理及 2 場次記者會，媒體曝光達 101 則；強化 4 條街品牌行銷及環境美學，完成 74 間店家，共 124 家次的品牌輔導；完成品牌一條街 CI 識別設計，進行《微笑臺灣》雜誌刊登。
- (二) 辦理主題式人才培訓課程 6 場次，並加入實作演練，共 182 人參與；辦理經營實學講堂 2 場次，共 122 人次參與。
- (三) 維運南部商業服務業知識分享網站，累積流量達 201 萬人次，共發布訊息 34 則，透過經營社群媒體，發布商業新知及活動、課程等資訊共計 27 則，目前好友數已達 2,713 人。

### 四、亮點案例

#### 【品牌一條街—高雄南北貨一條街】

##### (一) 業者需求及面臨問題

店家大多數為傳統經營模式，數位化應用程度低。

##### (二) 輔導重點

- 1、輔導南北貨一條街店家導入數位支付工具。
- 2、輔導店家進行網路直播帶貨。

##### (三) 執行效益

- 1、活動新增營業額 114 萬元。
- 2、增加網路瀏覽 2,358 人次。
- 3、增加粉絲人數 2,256 人次。



圖 17、南北貨一條街特色產品及店家直播帶貨

### 【品牌一條街—臺南餐酒一條街】

#### （一）業者需求及面臨問題

- 1、因為疫情店面生意流失嚴重，海安路街道商業定位需再次調整與行銷。
- 2、以街道為單位的整體品牌行銷活動，初始階段店家認同感偏低。

#### （二）輔導重點

- 1、凝聚店家對餐酒一條街的認同感，打造安全夜經濟、循環經濟的一條街品牌意象。
- 2、輔導店家參與聯合優惠活動，推出全台首次街區店家聯合的餐酒節及主題日活動。

#### （三）執行效益

- 1、增加營業額 20%。
- 2、促成額外投資 120 萬元。
- 3、增加網路瀏覽 47 萬人次。
- 4、增加粉絲人數 5,000 人次。



圖 18、舉辦餐酒節吸引大量消費者及導入北極熊打卡點宣導環保概念

---

**計畫名稱： 商業服務業溫室氣體盤查輔導與培訓計畫**

---

執行單位： 財團法人台灣綠色生產力基金會

執行經費： 4,600 千元

---

## 一、計畫願景、計畫目標

### 【計畫願景】

我國第二期溫室氣體減量目標為 2025 年較基準年(2005 年)排放總量減 10%，而住商部門於 2025 年度應較基準年減少總排放量 27.9%，即 2025 年排放量降至 41.421 百萬噸 CO<sub>2</sub>e，爰透過本計畫協助企業推動溫室氣體盤查作業，協助企業找出碳排熱點，未來可以藉此落實減碳目標，降低營運能源成本，提高商業競爭力。

### 【計畫目標】

本計畫為協助商業服務業掌握溫室氣體排放與建構減碳能量，透過盤查數位工具協助商業服務業掌握溫室氣體排放情形。輔導企業推動溫室氣體和碳足跡盤查，建立示範案例，協助企業撰寫微型抵換專案計畫書與取得第三方單位聲明書，建構抵換專案能量。辦理企業減碳能量訓練班，建立盤查面、落實面和管理面能力，以培訓企業自行推動盤查與減碳能量。

## 二、計畫內容概要

### (一) 建立溫室氣體盤查數位工具

建立溫室氣體盤查數位工具，透過輸入能源與資源使用量，自動計算出溫室氣體排放量，以協助企業掌握溫室氣體排放情形。

### (二) 推動企業溫室氣體盤查輔導

參考國際 ISO14064 溫室氣體盤查標準，盤查商業服務業企業之溫室氣體排放情形，並編撰溫室氣體盤查案例，提供企業參考。

### (三) 推動服務碳足跡盤查輔導

參考國際 ISO14067 產品碳足跡量化標準，協助商業服務業企業推動碳足跡盤查，使企業掌握服務碳排放情形。

### (四) 建構企業微型抵換專案能量

輔導商業服務業企業推動微型抵換專案，協助撰寫抵換專案計畫書與通過第三方單位確證或查證，取得聲明書，建構企業推動微型抵換專案能量。

### (五) 辦理企業減碳能量訓練班

辦理企業減碳能量訓練班，協助學員建立盤查面、落實面和管理面等各面向觀念與基礎能力，以培訓企業自行推動盤查與減碳能量。。

## 三、計畫重要成果

### (一) 建立溫室氣體盤查數位工具

- 1、完成溫室氣體盤查數位工具建置，可透過網址 <https://SIGGQ.tw/>或經濟部 2050 淨零排放專區連結提供企業進行使用。
- 2、透過產業公協會粉絲團、服務業節能服務網及商業司-關心商業大小事等網頁進行宣傳，藉此提升工具廣度，促使更多用戶瀏覽或使用，累計瀏覽人次約 93,000 人次。

### (二) 推動企業溫室氣體盤查輔導

- 1、協助大潤發內湖二店、家樂福新店店、統一時代百貨和夢時代購物中心等 4 家完成 110 年溫室氣體盤查作業。經分析得知主要碳排放熱點為使用電力。。
- 2、完成 1 份溫室氣體盤查案例，行業別分為百貨公司、量販店及購物中心等，內容包含溫室氣體執行流程、溫盤項目說明、

行業別溫盤特性、熱點排放說明及行業別減碳建議等，提供給商業服務業者參採，以助於業者瞭解溫室氣體盤查執行流程與排放特性等。

### (三) 推動服務碳足跡盤查輔導

- 1、參採 ISO14067 產品碳足跡，依據環保署公告百貨零售服務 (Retail Sale Services) 之碳足跡產品類別規則，完成遠東巨城購物中心完服務碳足跡作業。
- 2、111 年度服務碳足跡排放量為 25,515,842.41 公斤 CO<sub>2</sub>e/年，依功能單位計算結果為 54.33gCO<sub>2</sub>e/m<sup>2</sup>-hr。

### (四) 建構企業微型抵換專案能量

- 1、完成家樂福宜蘭店之空調冰水主機微型抵換專案計畫書，專案執行後每年預估減碳量 109 公噸 CO<sub>2</sub>/年。完成統一速達之電動機車微型抵換專案計畫書，專案執行後每年預估減碳量 4.6 公噸 CO<sub>2</sub>/年。
- 2、陪同家樂福宜蘭店和統一速達第三方確證作業，順利通過並取得聲明書。

### (五) 辦理企業減碳能量訓練班

完成 8 場次訓練課程，協助學員建立盤查面、落實面和管理面等各面向觀念與基礎能力，培訓學員共計 419 人。

## 四、亮點案例

### 【建構企業微型抵換專案能量—統一速達股份有限公司】

#### (一) 業者需求及面臨問題

統一速達為國內知名物流業者，每年固定汰換老舊燃油機車，考量未來國際節能減碳及淨零排放趨勢，推動先期電動機車導入計畫，以降低物流碳排放。另外結合微型抵換專案機制，

將前述減碳效益換成減量額度(碳權)，累積實務推動經驗，未來可應用於企業碳中和。

## (二) 輔導重點

- 1、至統一速達說明微型抵換專案內容，蒐集專案相關資訊與數據、選用適當減量方法學、進行法規外加性分析及環境衝擊分析與公眾意見等，並依據環保署規定，完成專案計畫書。
- 2、協助企業用戶媒合經環保署核可之第三方查驗機構進行確證作業，並於確證過程中，協助問題答詢與釋疑，順利取得第三方機構聲明書。
- 3、後續配合環保署審查會議時間，陪同企業與會並依委員建議修正計畫書內容，以完成微型抵換專案之註冊申請作業。

## (三) 執行效益

- 1、111 年度為先期示範專案，計畫範疇為雙北 8 間營業所，計有 10 台老舊燃油機車汰換為電動機車。採用國際減量方法學「AMS-III.C/電動和混合動力載具之排放減量」。
- 2、專案執行後每年預估減碳量 4.6 公噸 CO<sub>2</sub>/年，累計 10 年計入合計 46 公噸 CO<sub>2</sub>/年。規劃未來陸續導入電動機車，汰換潛力為 1,500 台，減碳潛力量為 690 噸/年。以計入期 10 年計算，減量額度(碳權)潛力量為 6,900 噸。



# 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：34,135 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科技化及國際化問題，借鏡先進國家服務業發展的經驗，發展符合業者需求之相關工具，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實務發展策略與作法，使商業服務業成為帶動我國經濟進一步成長的主力產業。依目標將計畫分五個策略方向，分別為「重要法規趨勢研析」、「重要議題研析」、「商業雙語改造增值」、「銀樓產業行銷輔導」，及「提升競爭力」加以實施推動。

## 二、計畫內容概要

### （一）重要法規趨勢研析

- 1、企業併購法修正案議題。
- 2、商品標示修正案法規調適。
- 3、小型議題及政策專題研析。

## (二) 重要議題研析

### 1、CPTPP 與服務貿易協議之情資觀測

- (1) 研析我國加入 CPTPP 相關議題。
- (2) 研提主要經貿議題之動態情資分析。
- (3) 辦理雙邊及多邊涉外業務。
- (4) 辦理產業影響座談會及與公協會或企業訪談。

### 2、連鎖加盟調查

- (1) 完成連鎖加盟調查問卷至少 300 份。
- (2) 完成 111 年連鎖加盟調查分析報告。
- (3) 完成連鎖加盟增值規劃內容。

### 3、商業服務業年鑑

編纂並出版商業服務業年鑑暨電子書，並辦理新書發表會。

## (三) 商業雙語改造增值

- 1、商業服務業雙語培訓。
- 2、雙語資源推廣應用。

## (四) 銀樓產業行銷輔導

- 1、協助銀樓業者參加異業結合展售會。
- 2、協助銀樓業者推動線下線上(O2O)經營模式。
- 3、推動銀樓產業共學機制。

## (五) 提升商業服務業競爭力

- 1、研析「臺灣商業服務業發展情勢研析與策略調整」。
- 2、研析「數位轉型趨勢下的勞動新型態與相關法規」。

- 3、研析「虛擬貨幣發展趨勢及監理挑戰」。
- 4、研析「商業服務業重要物資成本結構分析」。
- 5、進行經濟部商業司所指定之短期專題研究。

### 三、計畫重要成果

#### (一) 重要法規趨勢研析

- 1、企業併購法修正案：對於與企業併購法修正案立法院審議中所提出之相關議題進行研析與建議包括：(1)商定留用權；(2)無形資產認定標準；(3)新創事業之年限觀察與建議；(4)保障股東權益納入企併法目的之外國立法例觀察與建議等議題，協助經濟部完成本修正案通過立法院審議。本修正案終則於111年5月24日完成立法院三讀通過，並於111年6月15日以總統華總一經字第11100048761號令公布。
- 2、商品標示法修正案：對於與商品標示修正案立法院審議中所提出之相關議題進行研析與建議包括：對於外界認為應納入商品標示之項目，協助經濟部完成本修正案通過立法院審議。本修正案終則於111年5月24日完成立法院三讀通過，並於111年6月15日以總統華總一經字第11100048761號令公布。

#### (二) 重要議題分析

##### 1、CPTPP 與服務貿易協議之情資觀測

- (1) 追蹤加入 CPTPP 入會程序、時程；盤點 WTO 與 CPTPP 於商業服務業的規範、開放條件與承諾差異比較；瞭解我國商業服務業個別市場發展概況；蒐集公協會對於市場開放之意見與建議等；聚焦在 8 項重點產業，完成 8 大重點產業談判資料表，協助商業司能夠更快速地回應相關事宜。
- (2) 提供 4 則動態情資分析、辦理與 CPTPP 相關商業服務業說明

會或座談會 3 場、訪談 15 家國內中大型商業服務業企業及公協會，深入瞭解 CPTPP 等國際貿易協議對產業之影響、產業需求與困難。

- (3) 配合商業司職責所需，協助處理雙邊及多邊相關涉外業務，例如處理韓國、馬來西亞、越南、印尼、泰國、新加坡、歐盟、英國、墨西哥和史瓦帝尼等國家之商業司涉外業務，提供 APEC 服務業小組或政策檢討小組服務貿易限制之資料。

## 2、連鎖加盟調查

- (1) 完成連鎖加盟調查問卷，並於 3 月初展開首次連鎖加盟網路調查；於 6 月底完成符合母體分佈之有效問卷為 330 份。
- (2) 完成連鎖加盟調查之分析報告書，解析我國連鎖加盟經營現況、就業情況、產業特性等，探詢連鎖加盟總部和加盟店間的權利義務關係，成為商業服務年鑑獨有資源；舉辦連鎖加盟趨勢分享會，共計 13 位業者、5 位學者參與。
- (3) 執行我國連鎖加盟調查增值內容，建構連鎖加盟企業資料庫，共計 3,413 家連鎖加盟企業資料；探索連鎖加盟企業評量指標之國外案例，分析 Franchise Direct、Entrepreneur、National Retail Federation、Franchise Gator 等機構之評選指標。

## 3、商業服務業年鑑

- (1) 編撰並出版《2022 商業服務業年鑑》一式 1,000 冊與電子書，以「ESG 低碳與數位轉型」為主軸；公布 111 年度批發、零售、餐飲、物流及連鎖加盟等商業服務業發展現況資料，針對年度重大產業趨勢以專題篇邀請產業巨擘提出未來發展建議，以協助業者面對未來挑戰。
- (2) 新書出版發表會中邀請 ESG 及數位轉型撰稿作者進行專題演講分享，透過產業界重量級作者撰稿提高年鑑影響力。

### (三) 商業雙語改造增值

- 1、協助我國商業服務業擴大市場規模、提高競爭力，總計辦理 7 場次雙語精進營活動，分別為單店雙語營造班 5 場、連鎖門店優化班 1 場、連鎖海外商務班 1 場。其中，單店雙語營造班以輔導商業服務業者運用已建置之雙語商業資源入口網資源，以及逐步解說商業實用英語會話，藉此打造店家雙語環境、強化服務人員英語口說能力，總計吸引 135 家企業、322 人次參加，且針對參與店家需求，額外翻譯未納入雙語商業資源入口網之品項名稱雙語檢索資料 92 筆，且提供店家使用。
- 2、考量各連鎖企業總部雙語化深度不一，為提升我國商業服務業連鎖產業英語能量，辦理連鎖門店優化班，協助連鎖品牌門店建立雙語環境、提升種子幹部英語口說能力，於英語培訓後能夠快速擴散至各家門店；總計吸引 25 家企業、31 位總部或門市人員參加。此外，已協助其中 21 家企業、完成 834 筆熱門品項名稱或菜單翻譯，且提供連鎖企業運用。
- 3、企業於國際化發展過程中，通常需以英語向國際買主介紹自家產品及溝通合作細節。為強化品牌英語簡報與服務人員英語口說溝通技巧，辦理連鎖海外商務班，總計吸引 20 家企業、33 位高階經理人參加，且協助 22 家連鎖企業完成品牌簡報雙語化，為連鎖企業拓展海外市場業務奠定良好的商務英語根基。
- 4、加強雙語商業資源入口網輔導資源擴散，已透過商業服務業雙語精進營活動、產業公協會、各地育成中心、國際學校、大專院校外籍生相關社團等管道，宣傳雙語商業資源入口網，期能將歷來英語友善店家資訊推廣予在臺外籍人士，以吸引其到訪消費，網站瀏覽數已超過 17.6 萬人次。再者，為引導店家持續自主學習英語，維運「走入英語角」臉書粉專，蒐

集與定期發佈免費英語學習資源，提供其運用。

#### (四) 銀樓產業行銷輔導

- 1、協助銀樓業者參加「2022 台北秋季結婚購物節」展會活動，合計有 12 家銀樓業者參展，至銀樓攤位洽詢人數約 600 人，成交金額約 200 萬元。
- 2、辦理「社群工具操作與社群經營」與「影音工具操作實務」工作坊 5 場，參加業者共 102 家，協助業者透過網路行銷工具將消費者從網路導流至實體店家。
- 3、辦理「銀樓業產業新知與企業經營研討座談會」1 場，採實體與線上同步進行方式，合計 61 位銀樓業者參與。

#### (五) 提升商業服務業競爭力

- 1、提升產業競爭力為核心目標，自統合資源角度，掌握臺灣商業服務業詳實且客觀的產業發展資訊。透過每季提供商業服務業發展情勢季報，協助即時掌握商業服務業最新發展動態及趨勢；並透過長期議題研究，持續追蹤臺灣商業服務業發展情形與問題癥結，以及各國因應通膨及數位發展策略，提出相關政策建議，做為制定適當政策及策略之參考依據。
- 2、因應目前經貿趨勢及新興科技發展對商業服務業之影響，透過專題深入爬疏；進行數位轉型趨勢下的勞動新型態與相關法規研析，以及虛擬貨幣發展趨勢及監理挑戰；並因應當前全球通膨議題，進行我國商業服務業重要物資成本結構分析，針對重要民生物資價格的訂定做試算，掌握可能之合理定價範圍，並因應較大價格變動研提適切可行的政策建議。

### 四、亮點案例

#### 【111 年商業雙語改造增值】

##### (一) 業者需求及面臨問題

- 1、自疫情爆發以來，嚴重衝擊全球經濟發展與民眾生活步調。為加強控制疫情與維護全民安全，我國政府自 109 年 3 月 19 日起實施邊境管制及檢疫措施，以期將病毒阻絕於境外。在此規範之下，雖然短期內缺乏外國觀光客，但從內政部移民署外僑居留人數統計資料可知，截至 111 年 7 月底止，持有效居留證之在臺外國人約 74.8 萬人，仍可見有不少生活於臺灣的外籍人士。
- 2、由於我國內需市場小，於 111 年 10 月 13 日國境解封，邁入後疫情時代，企業仍須面對全球市場與國際競爭。大部分中小型商業服務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。英語為當今國際間主要的溝通語言，對於商業服務業從業人員而言，透過英語直接溝通，將有助於瞭解國際顧客偏好，進而增加客源對象。面對顧客突發銳減之際，店家可藉此培養國際溝通與服務能力，營造友善經商環境，為迎接未來的復甦預做準備。

## (二) 輔導重點

- 1、為提升商業服務業店家英語能力，以吸引外籍人士入店消費，甚至擄獲海外買主或國際夥伴的心，成功拓展海外業務，提供英語學習資源與辦理雙語培訓為厚植企業競爭力之重要做法。
- 2、考量單店企業多屬於 5 人以下店家，人員外出參加實體課程將受影響，再加上疫情衝擊影響，採取線上視訊方式，使用 Google Meet 視訊軟體，辦理單店雙語營造班 5 場次，每場次課程各 2 小時；引導商業服務業者運用已建置之雙語商業資源入口網雙語資源外，亦安排英語講師以講座形式，逐步解說商業服務業實用英語會話，協助店家熟悉常見英語句型，強化店家英語口說能力。
- 3、針對連鎖企業總部或門店人員，辦理連鎖門店優化班，規劃

商業實用英語會話、英語跨文化溝通等兩大主題，且透過英語助教模擬情境展示，以及學員分組演練，強化人員英語口說能力。再者，參與企業代表須於課程正式展開前，提供其熱門商品或菜單中文版或待校正英文版內容，由外籍師資預先將企業熱門商品或菜單雙語化。活動過程中，透過 4~6 人為一組的分組模式，進行說故事挑戰、推銷商品與服務、情境對話練習、顧客狀況劇場模擬等練習，搭配助教從旁協助或提供建議，提高學習效果。

- 4、對於有意拓展海外市場之連鎖企業，辦理連鎖海外商務班，藉由模擬海外招商各式情境實戰演練，強化品牌英語簡報與服務人員英語口說溝通技巧。參與企業須於課程正式展開前，提供中文版簡報，或是待校正之英文版簡報，由外籍師資預先將企業中文版簡報雙語化。課程內容涵蓋建立開口說自信、小聊天與即戰金句、參展情境模擬競賽、英語簡報說帖練習等主題，由講師講授課程，且透過 5~6 人為一組的分組模式，引領企業學員練習，亦搭配助教從旁協助，加深實戰運用，提高整體學習效果。

### （三）執行效益

- 1、辦理連鎖海外商務班，吸引 20 家企業、33 位高階經理人參加，且協助 22 家連鎖企業完成品牌簡報雙語化，為連鎖企業拓展海外市場業務奠定良好的商務英語根基。以清原芋圓、阿聰師的糕餅主意為例，111 年度協助企業品牌簡報雙語化或內容校正，活動前、後效益說明如下表。

雙語精進營-連鎖海外商務班效益

企業名稱	雙語化/校正前	雙語化/校正後	效益說明
丸芋堂國際餐飲有限公司(清原芋圓)			活動前企業品牌簡報僅有中文版，經由活動後，協助完成品牌簡報雙語化。企業於參加 2022 年 10 月辦理之新加坡國際食品設備暨餐飲展時，已導入加盟簡介英文版，後續亦會將此簡報提供海外加盟主參考。
沃農士食品股份有限公司(阿聰師的糕餅主意)			活動前企業雙語品牌簡報品質有待加強，經由活動後，協助校正簡報內容。企業已運用雙語品牌簡報向 5~10 組參觀阿聰師芋頭文化館觀光工廠的外籍團客介紹。

2、辦理連鎖門店優化班，吸引 25 家企業、31 位總部或門市人員參加。此外，已協助其中 21 家企業、完成 834 筆熱門品項名稱或菜單翻譯，且提供連鎖企業運用。以阿聰師的糕餅主意為例，111 年度協助企業將熱門品項名稱雙語化，活動前、後效益說明如下表。

雙語精進營-連鎖門店優化班效益

企業名稱	品項英語翻譯前	品項英語翻譯後	效益說明
沃農士食品股份有限公司(阿聰師的糕餅主意)	舉例：德式酒釀起司蛋糕	舉例： German fermented rice wine cheesecake	活動前企業之部分產品未以英語呈現。活動後已導入 30 項英語品項名稱。企業已使用產品雙語字卡服務 10~20 組外籍消費者。

---

**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：2,210 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：商業環境變動頻繁，會計原則之內容與教學應當持續優化，方符企業運作需要。
- (二) 加強宣導企業會計準則公報：強化中小企業對於企業會計準則公報之瞭解及運用。

### 三、計畫重要成果

#### (一) 企業會計準則公報維護與升級

- 1、配合 110 年修正企業會計準則公報第 15 號「金融工具」，修正企業會計準則公報第 2 號「財務報表之表達」。
- 2、企業會計準則公報問答集及參考範例共新增 15 則，檢討 10 則。

#### (二) 企業會計準則公報之宣導

- 1、錄製並上網企業會計準則公報影音課程 3 場，點閱率達 1500 人次。
- 2、辦理實體新創企業主研習營 1 場，出席人數 81 人。

---

**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、安碁資訊股份有限公司

執行經費：46,366 千元

---

### 一、計畫願景、計畫目標

#### 【計畫願景】

創造智慧便捷服務，塑造友善經商環境。

#### 【計畫目標】

- (一) 提供民眾與公務機關更便利的商工行政數位服務，提升商業行政效率與經商便利性。
- (二) 促成商工登記資料合法有效利用，增進政府及民間跨域整合創新服務。
- (三) 確保商工行政資訊系統資訊安全環境。

### 二、計畫內容概要

以行政作業與民眾需求為起點，結合我國數位政府發展規劃，擴充一站式線上登記網站申請機制，並建置與強化便民數位服務，並優化 MyData 與 Open Data，持續依法提供商工登記資料，促進資訊有效利用，此外辦理資訊安全相關作業與進行資料庫升級，確保資訊服務之系統安全。

### 三、計畫重要成果

- (一) 提升線上登記申辦便利性
  - 1、為提升公司登記代理人線上申辦意願，線上申辦規費繳納增加臨櫃或郵寄繳費機制，針對需繳較大額規費之部分登記案件，代理人可先完成線上申請，再行請公司持單繳費，無需由代理人墊付。
  - 2、為完善公司與商業變更登記併案辦理稅籍變更登記之服務，

優化資料即時傳輸機制，並同步修改提供民間會計軟體使用之公司登記線上申辦介接 API，以提供更佳的一站式申辦服務。

- (二) 推動雙語國家政策：針對「外國公司登記」及「外國公司分公司設立登記」與「外國公司辦事處設立登記」等和外國公司來臺設立據點有關之案由，建置線上英文操作介面，便利國外人士線上於網路申辦設立登記相關業務，政府對企業整合單一服務入口網亦將於 111 年底提供英文版網頁，以減少外國公司來臺投資障礙。
- (三) 擴充企業整合查詢服務：擴大政府對企業服務整合單一入口網智慧搜尋範圍，資料搜尋來源將包括更多機關網站，進一步減少民眾搜尋資訊的時間成本。
- (四) 持續充實商工登記資料 MyData 和 Open Data 服務
  - 1、為使個人化資料自主運用(MyData)資料集更符合實務使用所需，增加公司登記資料 MyData 服務所提供之資料欄位，使資料更具實用性，以落實民眾資料回歸於民眾自主使用的簡政便民美意。
  - 2、於政府資訊開放平台新增 9 項 Open Data 資料集服務，並增加 85 個單位進行資料介接。
- (五) 促進公司登記資訊透明化：商工登記公示資料查詢服務新增以「舊公司統編」、「舊公司名稱」和「章程所訂外文公司」為查詢條件之機制，以提高公司登記資訊透明度，保障交易安全。
- (六) 公司/商業跨機關通報服務優化：強化公司/商業跨機關通報服務，新增名稱變更通報服務，及將監理機關納入通報對象，讓民眾透過一站式線上申請服務系統，辦理公司/商業名稱或地址變更登記時，亦可同時申請將變更資料通知給其他機關

(構)，民眾無需多處奔波辦理變更並簡化行政機關行政作業。

#### (七) 其他重要成果

- 1、強化商工資訊基礎建設安全性：因應原廠版本支援規定，將商工行政資料庫軟體版本升級為 Oracle Database 19c，並且建置新的 (VMware vSphere 7.0) 商工虛擬資源池以確保商工資訊安全。
- 2、提升民眾權益保障：為便利民眾確認是否被利用作為商業組織負責人，新增查詢個人是否擔任商業負責人之服務，以免民眾在不知情的情形下負擔負責人應負之法律義務。
- 3、商工行政資訊安全防護工作：遵循資通安全管理法與本部資安管理規範，持續針對商工行政各項資訊系統進行資安監控服務、資安檢測服務、防毒檢測服務、系統主機健康狀況監控服務、資安事故緊急回應服務、資訊安全管理制度輔助服務等，確保各項商工行政服務系統日常運作之安全性。