



經濟部商業發展署
Administration of Commerce, MOEA

115 年度 推動商業服務業品牌價值創新成長計畫

品牌價值管理/海外市場布局/品牌海外落地
輔導申請須知

主辦單位：



經濟部商業發展署
Administration of Commerce, MOEA

執行單位：



中國生產力中心
CPC China Productivity Center

中 華 民 國 1 1 5 年 5 月



目錄

壹、 辦理目的.....	3
貳、 申請資格.....	3
參、 申請與執行時程.....	4
肆、 申請說明.....	4
伍、 輔導主題.....	5
陸、 評分標準.....	7
柒、 注意事項.....	8
捌、 諮詢服務.....	9
玖、 作業流程圖.....	10
拾、 附件.....	11
附件一、輔導申請表.....	11
附件二、輔導計畫書範本.....	13
附件三、輔導提案簡報大綱.....	22
附件四、商標授權合約書.....	23
附件五、申請企業/輔導單位切結書.....	25
附件六、蒐集個人資料告知事項暨個人資料提供同意書.....	26



壹、辦理目的

為協助臺灣商業服務業朝國際品牌邁進，經濟部商業發展署(以下簡稱本署)辦理「115 年度推動商業服務業品牌價值創新成長計畫」(以下簡稱本計畫)，協助商業服務業提升品牌價值，加強國際競爭力，以達品牌永續經營的目標。

貳、申請資格

- 一、申請企業須為經營商業服務業之本國公司、商業或有限合夥登記之企業。本須知所指商業服務業係依據財政部稅籍登記行業代號認定，包含「G 批發及零售業」、「H 運輸及倉儲業」、「I 住宿及餐飲業」、「J 出版、影音製作、傳播及資通訊服務業」、「M 專業、科學及技術服務業」、「N 支援服務業」、「P 教育業」、「R 藝術、娛樂及休閒服務業」或「S 其他服務業」。
- 二、申請企業之資產淨值應為正值，公司淨值之認定，以最近一年度營利事業所得稅結算申報書，須包含損益及稅額計算表、營利事業所得基本稅額申報表及資產負債表(權益總額)等；若無營利事業所得稅結算申報書，則以申請時最近一年度會計師財務簽證之查核報告書為準。於 115 年度始登記成立者，得以設立登記資本額查核報告書，以及最近一期會計師期中查核/核閱報告或申請前一個月之自編財務報表代替。如淨值原為負數，但於計畫申請前因辦理增資，期中財務報表已轉為正值，視同符合申請規定。
- 三、申請企業非屬銀行拒絕往來戶，由票據交換所或受理查詢之金融機構出具非拒絕往來戶及最近三年內無退票紀錄證明(第一類票據信用資料查覆單)，且紀錄查詢日應在收件截止日前半年內。
- 四、申請輔導之品牌商標應於經濟部智慧財產局註冊，商標權期間不得早於輔導結束日，且商標權人須為申請企業；若商標所有權為企業負責人所有，則須提供商標授權書授權申請企業於輔導計畫中使用。
- 五、申請企業應自行選定輔導單位共同提案，輔導單位須具有商業服務業品牌輔導經驗與實績，且為依法登記之獨資、合夥、有限合夥事業、公司或依法設立之社團法人、財團法人。
- 六、申請企業與輔導單位非屬陸資投資，依經濟部商業發展署商工登記公示資料查詢服務公告資料，或經濟部投資審議司陸資來台投資事業名錄進行認定。
- 七、每一受輔導企業或申請企業負責人當年度僅能申請 1 類且 1 案為限，同一輔導內容於同(115)年度不得重複申請政府各部會相同輔導計畫；且三年內不得就相同輔導主題申請本計畫。
- 八、申請企業及輔導單位應自提案計畫當日起回溯計列聲明下列事項：
 - (一)近五年內未曾有執行政府相關計畫之重大違約紀錄。



(二)未有因執行政府相關計畫受停權處分，且其期間尚未屆滿情事。

(三)近三年無欠繳應納稅捐情事。

(四)近三年無嚴重違反環境保護、勞工或食品安全衛生相關法律，且情節重大經各中央目的事業主管機關認定之情事。

(五)近三年無違反身心障礙者權益保障法之相關規定。

九、若有違反上列各項申請資格與條件規範之情事，執行單位得駁回申請、取消入選資格、終止或解除契約，並停止或追回已撥付之輔導經費。

參、申請與執行時程

一、申請時間：自公告日起至115年6月15日(一)17:00止。

二、資格審查：計畫收件截止後1個月內進行資格及文件審查，後續將個別通知「資格審查結果」與「評選會議時間」。

三、評選會議：會議時間依執行單位通知，會議後將另行通知「評選結果」。

四、輔導時間：自評選結果通知日起，至115年10月31日(六)止。

五、輔導簽約：依評選會議審查意見修正輔導計畫書，修正通過後簽訂三方輔導合約。

六、期中訪視：輔導期間每案至少安排1次期中訪視，確認計畫執行進度。

七、期末審查：期末審查將以實體會議方式辦理，會議後須依照委員意見修正「輔導成果報告」，並獲得委員確認通過。

肆、申請說明

一、申請方式與應備資料

(一) 全面採線上申請，請至本計畫網站(<https://brand.cpc.tw/>)進行帳號登入，使用工商憑證完成驗證後，始可填寫輔導申請資料表(如附件一)並上傳應備資料。

(二) 無「工商憑證」者，請洽「經濟部工商憑證管理中心」進行申請(網址：<https://moeaca.nat.gov.tw/>，電話：(02)412-1166)。

(三) 應備資料

1. 輔導計畫書(請參考附件二撰寫)。

2. 輔導計畫提案簡報(請參考附件三)。

3. 最近一年度營利事業所得稅結算申報書或會計師財務簽證之查核報告書影本。

4. 票據交換所或受理查詢之金融機構出具非拒絕往來戶及最近三年內無退票紀錄證明(第一類票據信用資料查覆單)，查詢日應在收件截止日前半年內。

5. 中華民國商標註冊證、電子商標註冊證或智慧局商標檢索系統查詢報表。



6. 商標授權合約書(若商標權人為申請企業則不需提供，格式如附件四)。
 7. 申請企業及輔導單位切結書(格式如附件五)。
 8. 蒐集個人資料告知事項暨個人資料提供同意書(格式如附件六)。
- (四) 上述應備資料若有缺漏，執行單位將通知補件，未於通知期限內完成補件者視同放棄。

伍、輔導主題

一、品牌價值管理輔導

輔導主題	品牌價值管理
輔導重點	協助企業定義品牌的價值、理念、態度、定位、形象並將品牌內涵轉化為視覺、產品、服務、體驗，以消費者需求為核心，長期積累品牌效益，創造品牌附加價值。
輔導內容	1.透過確立品牌願景與使命、核心價值、品牌故事、品牌標語、品牌價值論述，建立品牌策略、理念識別、視覺識別等方式，輔導品牌定位與價值提升。 2.透過社群行銷、廣告行銷、網站 SEO、公關活動、產品行銷及網站建置等方式輔導品牌整合行銷，提升品牌認知度。
預期效益	1. 國內年度營業額成長、客單價提升 2. 品牌知名度提升 如品牌社群帳號追蹤人數增加、官網點閱率增加、網路觸及率提高、網路搜尋排名提升等。 3. 品牌忠誠度提升 如品牌社群粉絲數增加、會員數增加、回購率提升等。 4. 市場影響力提升 如網路正反聲量增加、銷售通路增加等 5. 其它品牌價值提升效益
輔導經費	每案上限為 35 萬元(含稅)
輔導案數	25 案

二、海外市場布局輔導

輔導主題	海外市場布局
輔導重點	協助企業瞭解海外市場，從消費族群、競品分析、品牌溝通策略及市場行銷等解析各面向，以消費者需求為核心，評估既有的品牌銷售模式，制定最適化的落地策略，協助臺灣品牌提升海外知名度、完成海外市場布局。
輔導內容	1. 以數據分析、市場調研掌握目標市場商情，確認競爭狀況並進



	<p>行市場測試，同時連結海外合作資源。</p> <p>2. 完備品牌在地化準備，掌握文化、金流、通路、法規、在地合作與認證檢驗等，協助產品進入當地通路或建置跨境電商。</p>
預期效益	<p>1. 海外年度營業額成長、銷售量增加</p> <p>2. 品牌國際知名度提升 如品牌海外社群帳號追蹤人數增加、跨境官網點閱率增加、網路觸及率提高、網路搜尋排名提升等。</p> <p>3. 海外合作夥伴增加 如潛在海外合作經銷商或通路增加等。</p> <p>4. 市場影響力提升 如海外網路正反聲量增加、品牌海外社群粉絲數增加、社群媒體貼文數量增加、按讚增加數等。</p> <p>5. 其它海外市場拓展效益</p>
輔導經費	每案上限為 40 萬元(含稅)
輔導案數	10 案

三、品牌海外落地輔導

輔導主題	品牌海外落地
輔導重點	協助企業評估既有海外市場經營模式，發展符合目標市場需求之品牌落地策略，透過網實整合行銷與在地市場溝通，強化品牌與海外消費者之連結，提升品牌當地認知度與市場影響力。
輔導內容	<p>1. 協助以海外自有門市、電商平台、代理經銷等方式上架多元通路，落實品牌產品輸出。</p> <p>2. 透過投入目標海外市場之網實整合活動，包含數位行銷、在地營運優化、跨境電商經營、廣告數據分析與策略投放等方式，協助企業深化與當地市場之溝通互動，提升品牌曝光、消費者認知及市場接受度。</p>
預期效益	<p>1. 海外年度營業額成長、銷售量增加</p> <p>2. 海外銷售通路增加</p> <p>3. 品牌忠誠度提升 如品牌海外社群粉絲數增加、海外會員數增加等。</p> <p>4. 市場影響力提升 如海外網路正反聲量增加、品牌海外社群粉絲數增加、社群媒體貼文數量增加、按讚增加數等。</p> <p>5. 其它海外市場拓展效益</p>
輔導經費	每案上限為 70 萬元(含稅)



輔導案數 10 案

陸、評分標準

項目	品牌價值管理	海外市場布局	品牌海外落地	權重 (%)
共通性指標	可行性： <ul style="list-style-type: none"> • 設立明確輔導目標及實施方法，並有預期具體成果。 • 輔導單位實績與計畫執行能量(人力與資源規劃合理性)評估。 • 申請企業高層支持且參與計畫者尤佳。 • 相關執行費用估算與分配之合理性。 			30
	效益性： <ul style="list-style-type: none"> • 預期輔導主題之成果與產業效益。 • 量化效益及質化效益可提升程度(如：營業額、通路據點數量、品牌知名度、回購率等)。 • 企業內部組織落實程度。 • 輔導帶來效益性之方法。 			30
輔導主題指標	<ul style="list-style-type: none"> • 企業對於品牌經營理念、願景及核心價值、產品定位與特色、銷售對象及產業環境，有詳細說明及介紹。 • 計畫內容包含品牌核心梳理、提升品牌一致性，並聯動消費者體驗提升及永續品牌經營制度。 • 計畫預期成果能提升品牌知名度、品牌忠誠度、品牌市場影響力等品牌價值相關指標。 	<ul style="list-style-type: none"> • 掌握目標市場商情，確認產品/服務適配性，進行市場測試，降低進入之不確定性，並連結在地合作資源。 • 計畫內容包含數據分析、市場調研、完成品牌在地化準備，掌握文化、金流、通路、法規、在地合作與認證檢驗等，輔導產品進入當地通路或建置跨境電商。 • 計畫預期成果能提升海外年度營業額成長、目標市場知名度、市場影響力等品牌價值相關指標。 	<ul style="list-style-type: none"> • 企業以海外自有門市、電商平台、代理經銷等方式上架多元通路，落實品牌產品輸出。 • 透過海外市場網實整合活動，提升品牌於目標市場之曝光度、消費者互動率、品牌認知度及市場觸及成效，強化品牌與當地消費族群之連結。 • 計畫預期成果能提升海外營收、海外銷售通路、品牌國際知名度與海外市場影響力等品牌價值相關指標。 	40
總計				100



項目	品牌價值管理	海外市場布局	品牌海外落地	權重 (%)
加分項目	加分項目包含但不限於以下項目，企業須主動提出佐證資料。 <ul style="list-style-type: none"> • 品牌有自營之實體門市據點或線上通路。 • 自品牌商標註冊公告日起，至本計畫須知公告日止，其期間已屆滿3年。 • 計畫執行中企業額外資源投入。 • 配合政府政策推動事項，如淨零碳排、數位轉型、員工加薪、中高齡(45歲以上)雇用就業、推動多元友善(如：導盲犬友善、性別友善、親子友善、無障礙等)、企業托老及政府認可之職場雙語能力認證(如多益、全民英檢、雅思或托福)人數比例於計畫推動事務之專案團隊佔比等。 			10

柒、注意事項

- 一、申請企業與輔導單位應確認並負責任何所提供之資料或研究成果無侵犯他人相關智慧財產權。
- 二、申請企業及其輔導單位，就本計畫執行直接相關聯之各項產出及執行過程中所使用之軟體、硬體產品或相關服務，不得採用任何中國品牌產品。
- 三、申請企業及輔導單位所提供及填報之各項資料，皆應與現況事實相符，申請企業如提供不實資料或偽造等涉及違法等情事，經查證屬實即駁回申請，已核定計畫則撤銷核定並追回已撥付之經費。
- 四、申請企業及輔導單位應親自出席評選會議並共同簡報，簡報時間總計10分鐘(申請企業2分鐘、輔導單位8分鐘)，實際時間依執行單位通知為準，簡報大綱請參考附件三。
- 五、輔導評選會議得請申請企業及輔導單位調整輔導內容，若不同意則視同放棄。
- 六、經評選通過之輔導計畫，「品牌價值管理」每案最高可獲得35萬元(含稅)；「海外市場布局」每案最高可獲得40萬元(含稅)；「品牌海外落地」每案最高可獲得70萬元(含稅)之輔導經費(由審查委員決議，需全數使用於該工作項目，不得移作他用)，並須依審查意見修正輔導計畫書。
- 七、輔導計畫書修正通過後，由執行單位通知簽訂三方合約，申請企業與輔導單位應於通知時間內完成簽約程序，輔導款將依輔導合約規定撥付予輔導單位。
- 八、簽約後若怠於執行輔導計畫者，執行單位有權終止契約，並自終止日起，該企業與輔導單位三年內不得再申請相關計畫之輔導或補助。但如因遭遇技術、市場變遷等不可抗力之情形，屬明確合理且不可歸責於申請企業者不在此限。
- 九、執行過程中，申請企業與輔導單位得依雙方共識書面提出計畫變更申請，同時檢附資料敘明變更理由、變更內容、前後差異等。本項申請應於計畫結



案前 1 個月提出，經審查委員同意後辦理。

十、申請企業與輔導單位須依執行單位通知期限，提供期中簡報、輔導成果報告、佐證資料及相關附件，若無法達成計畫書所填列之預期成效，執行單位得進行減價驗收；若未依規定完成結案或經催告後仍未改善者，執行單位得依輔導合約規定終止輔導。

十一、申請企業與輔導單位共同責任與義務

- (一) 共同提案並出席評選會議、期中訪視、期末審查會議、不定期查訪。
- (二) 輔導期間配合政府機關、執行單位查核，包含執行狀況、工作進度與經費支用情形，並接受執行單位委請之專業機構會計稽核人員進行帳務查核。
- (三) 依政府機關、執行單位推廣計畫之需求，出席計畫成果發表會、計畫說明會等相關宣導活動。
- (四) 執行單位編撰之研究報告及出版品等，得運用申請企業與輔導單位提供之計畫成果及內容，其智慧財產權等一切相關權利歸屬經濟部商業發展署。
- (五) 結案後應配合成效調查與追蹤(如成果效益、投資金額、創造營收、或通路拓展等)與相關活動等。

十二、申請企業及輔導單位若有下列情事之一者，執行單位得駁回申請或中止輔導，並依約採取必要之法律追訴行動：

- (一) 無正當理由停止輔導專案內工作，或未依專案執行及進度嚴重落後且未能於期限內改善。
- (二) 輔導款挪移他用。
- (三) 所進行之工作與計畫書內容有嚴重差異。
- (四) 其他違反法令或合約之重大情事，顯然影響專案之進行者。

捌、諮詢服務

執行單位：財團法人中國生產力中心

服務專線：(02)2698-2989 分機 02448、03250、03532、03575



玖、作業流程圖

作業流程	工作說明
<pre> graph TD A[申請企業計畫提案] --> B{資格及文件審查} B -- 不符合 --> C[通知補件或退件] C --> A B -- 符合 --> D{輔導評選會議} D -- 未入選 --> E[通知審查結果] D -- 入選 --> F{計畫書修正} F -- 不通過 --> G[取消輔導資格] F -- 通過 --> H[三方簽約] H --> I[撥付第一期輔導款] I --> J[期中訪視] J --> K{期末審查會議} K -- 不通過 --> L[修正後通過/減價驗收] K -- 通過 --> M[結案] </pre>	<p>(1) 輔導計畫提案</p> <ul style="list-style-type: none"> 申請企業與輔導單位進行洽商，選擇欲申請之輔導類別並研提輔導計畫書，備妥相關申請文件，向執行單位（中國生產力中心）申請。 <p>(2) 資格及文件審查</p> <ul style="list-style-type: none"> 進行資格與文件初審，資格不符者逕予退件，申請文件不齊全或不符格式者，則通知於規定時間內補正。 <p>(3) 輔導評選會議</p> <ul style="list-style-type: none"> 召開輔導評選會議，由申請企業與輔導單位共同出席，申請企業應說明輔導需求與預計執行內容。 輔導計畫之計畫主持人或主要執行者應出席會議並進行簡報。 輔導評選會議將就各輔導提案計畫所提之內容，依評選標準綜整評核，擇優遴選。 <p>(4) 計畫書修正、簽約</p> <ul style="list-style-type: none"> 執行單位通知會議審查結果，並安排與審查通過之輔導企業辦理簽約作業。 入選輔導之企業應依會議決議修正計畫書，並經委員確認計畫書修正內容後辦理簽約。 簽約、管考及會計作業依申請須知相關規定辦理。 <p>(5) 輔導執行</p> <ul style="list-style-type: none"> 期中訪視：輔導期間每案至少安排 1 次期中訪視，確認輔導執行進度。 期末審查會議：期末審查將以實體會議方式辦理，會議後須依照委員意見修正輔導成果報告，並獲得委員確認通過。



拾、附件

附件一、輔導申請表

申請基本資訊			
企業名稱：			
統一編號：			
品牌名稱：			
營業登記地址：			
通訊地址：			
成立年分（西元年）：		海外據點： <input type="checkbox"/> 無 <input type="checkbox"/> 有，國家_____	
所屬產業別：		實收資本額（元）：	
主要產品/服務：			
企業員工數	國內總人數：_____人	國外總人數：_____人	
企業相關資訊			
企業負責人姓名：		職稱：	性別：
申請聯絡人姓名：		職稱：	電話： 信箱：
品牌相關資訊			
品牌商標權利期間	自____年____月____日起至____年____月____日止		
品牌特色	主要銷售客群_____ 市場優勢：_____		
經營據點及範疇	現有品牌產品或服務上架實體及網路通路數(含經銷代理)		
	產品/服務名稱：	實體/網路通路名稱：	家數：
	品牌實質經營據點或業務範疇是否涵蓋台灣以外至少一個地區或國家？ <input type="checkbox"/> 否（以下免填） <input type="checkbox"/> 是 請說明經營據點或業務範疇在全球分佈比例情形（例：A國10%、B國15%等）：		
品牌團隊	<input type="checkbox"/> 無 <input type="checkbox"/> 有，近三年企業內部品牌團隊企劃實例：		



近3年政府計畫參與狀況	<input type="checkbox"/> 無 <input type="checkbox"/> 114年度獲選，計畫名稱 _____ <input type="checkbox"/> 113年度獲選，計畫名稱 _____ <input type="checkbox"/> 112年度獲選，計畫名稱 _____		
申請輔導目的(擇一勾選)			
<input type="checkbox"/> 品牌價值管理	主要動機： <input type="checkbox"/> 市場定位不明 <input type="checkbox"/> 差異性待提昇 <input type="checkbox"/> 消費者回購率不高 <input type="checkbox"/> 行銷操作失敗 <input type="checkbox"/> 其他_____ 計畫摘要：_____ (簡單說明目前所遇痛點、預計達成目標如何達成，並具提說明完成後的效益)		
<input type="checkbox"/> 海外市場布局 <input type="checkbox"/> 品牌海外落地	<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td data-bbox="231 725 507 913"> 未來兩年目標市場(可複選) </td> <td data-bbox="512 725 1439 913"> <input type="checkbox"/>無 <input type="checkbox"/>美國 <input type="checkbox"/>加拿大 <input type="checkbox"/>英國 <input type="checkbox"/>法國 <input type="checkbox"/>菲律賓 <input type="checkbox"/>日本 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>馬來西亞 <input type="checkbox"/>越南<input type="checkbox"/>印尼 <input type="checkbox"/>泰國 <input type="checkbox"/>新加坡<input type="checkbox"/>韓國 <input type="checkbox"/>中 <input type="checkbox"/>國大陸 <input type="checkbox"/>其他國家_____ </td> </tr> </table> 主要動機： <input type="checkbox"/> 目標市場定位不明 <input type="checkbox"/> 目標受眾定義阻礙 <input type="checkbox"/> 跨境服務提供困難 <input type="checkbox"/> 品牌知名度不足 <input type="checkbox"/> 競品競爭激烈 <input type="checkbox"/> 品牌營收虧損 <input type="checkbox"/> 其他_____ 計畫摘要：_____ (簡單說明目前所遇痛點、預計達成目標如何達成，並具提說明完成後的效益)	未來兩年目標市場(可複選)	<input type="checkbox"/> 無 <input type="checkbox"/> 美國 <input type="checkbox"/> 加拿大 <input type="checkbox"/> 英國 <input type="checkbox"/> 法國 <input type="checkbox"/> 菲律賓 <input type="checkbox"/> 日本 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 馬來西亞 <input type="checkbox"/> 越南 <input type="checkbox"/> 印尼 <input type="checkbox"/> 泰國 <input type="checkbox"/> 新加坡 <input type="checkbox"/> 韓國 <input type="checkbox"/> 中 <input type="checkbox"/> 國大陸 <input type="checkbox"/> 其他國家_____
未來兩年目標市場(可複選)	<input type="checkbox"/> 無 <input type="checkbox"/> 美國 <input type="checkbox"/> 加拿大 <input type="checkbox"/> 英國 <input type="checkbox"/> 法國 <input type="checkbox"/> 菲律賓 <input type="checkbox"/> 日本 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 馬來西亞 <input type="checkbox"/> 越南 <input type="checkbox"/> 印尼 <input type="checkbox"/> 泰國 <input type="checkbox"/> 新加坡 <input type="checkbox"/> 韓國 <input type="checkbox"/> 中 <input type="checkbox"/> 國大陸 <input type="checkbox"/> 其他國家_____		
輔導單位資訊			
單位名稱：			
統一編號：			
營業登記地址：			
通訊地址：			
輔導顧問：	職稱：		
連絡電話：	行動電話：		
信箱：			
輔導窗口：	職稱：		
連絡電話：	行動電話：		
信箱：			
輔導經驗實績			
說明： (請闡述過往參與輔導相關計畫或曾協助企業之成果與成效)			



附件二、輔導計畫書範本

經濟部商業發展署

115 年度推動商業服務業品牌價值創新成長計畫

輔導計畫書

- 品牌價值管理
- 海外市場布局
- 品牌海外落地

《輔導計畫名稱》

輔導期間：自簽約日起至 115 年 10 月 31 日

申請企業：○○○

輔導單位：○○○

主辦單位： 經濟部商業發展署
Administration of Commerce, MOEA

執行單位： 中國生產力中心
CPC China Productivity Center

中 華 民 國 1 1 5 年 ○ 月



目錄

壹、申請企業營運概況及產業環境說明	○
一、企業介紹與申請緣起	○
二、企業經營品牌發展現況及市場現況分析	○
貳、輔導需求與瓶頸分析	○
一、品牌發展遭遇問題	○
二、輔導需求說明	○
參、輔導項目及方式	○
一、輔導單位經驗實績	○
二、輔導架構與內容規劃概述	○
三、輔導項目、過程及內容	○
肆、預計產出及效益	○
一、量化效益	○
二、質化效益	○
伍、實施查核點	○
一、查核點說明	○
陸、參與人員簡歷表	○
一、輔導單位投入人月	○
二、企業投入人月	○
柒、經費需求表	○
一、輔導經費明細	○



壹、申請企業營運概況及產業環境說明

※請闡述面臨問題：包含但不限於大環境趨勢、市場機會點等；輔導主題選擇海外市場局者，請說明進行海外市場布局的動機。

一、企業介紹與申請緣起

※撰寫品牌簡介、產品/服務簡介、申請動機等內容。

二、企業經營品牌發展現況及市場現況分析

(一) 品牌發展現況

※申請「海外市場布局」類別者，請說明現階段海外市場銷售、通路合作或市場拓展相關經驗，並說明產品或服務是否已具備跨足國際市場之輸出條件，如標準化、量產能力或跨境銷售基礎等，同時補充品牌對外溝通基礎資料，如品牌簡介、產品資訊、品牌故事、官方網站或社群平台等相關內容。

※申請「品牌海外落地」類別者，請說明已掌握之目標市場消費需求、通路結構及在地市場資訊，並具備海外銷售通路基礎(含實體通路、代理經銷或跨境電商等)，同時說明後續通路拓展、展店或市場落地規劃，以及產品或服務是否已具備規模化營運、跨市場複製或在地落地推動條件等相關內容。

(二) 市場現況分析

貳、輔導需求與瓶頸分析

一、品牌遭遇問題

※請列點說明與本次申請輔導相關之品牌遭遇問題，例如：新創品牌定位不明、品牌老化、營收降低、品牌認知不一等。

二、輔導需求說明

※說明本次輔導之核心需求，包括企業品牌發展需求及顧問可協助面向。

參、輔導項目及方式

一、輔導單位經驗實績

※請闡述過往輔導相關案例、輔導計畫的方式或策略，及具體輔導成效。若無相關輔導計畫經驗，請撰寫曾協助品牌經營之成果與成效。

(一) 輔導單位簡介

(二) 品牌輔導經驗與實績

二、輔導架構與內容規劃概述

※請簡要敘明本案輔導主題、輔導目標、輔導架構、輔導工具之規劃，以及說明透過本案輔導帶來前後差異化轉變之驗證作法。



三、輔導項目、過程及內容(請分項說明)

※依據輔導架構展開說明輔導項目、輔導方式及輔導產出，請用文字與圖示輔助說明。

(一) ○○○

1. 導入方法與工具

※請說明將以何種策略分析工具來協助釐清此階段瓶頸及執行規劃。

2. 參與人員

※請敘明過程中的內外部參與對象。

3. 預計階段性產出

※預計產出內容，以如何承接下一階段的輔導執行。

(二) ○○○

1. 導入方法與工具

2. 參與人員

3. 預計階段性產出

肆、預計產出及效益

※請針對輔導後所能帶來之品牌價值提升指標與競爭優勢等質量化效益，分別敘明。

一、量化效益

選項	評估項目	輔導前	輔導後預期 成果 (2026年)	備註
品牌價值 管理必填	國內年度營業額成長	新臺幣○元	新臺幣○元	提供財務資料佐證
海外市場 布局、品 牌海外落 地必填	海外年度營業額成長	新臺幣○元	新臺幣○元	提供財務資料佐證
必填	通路夥伴增加	實體：○個 線上：○個	實體：○個 線上：○個	提供清單與照片/圖片 佐證
	知名度提升	Instagram 追 蹤○人 Facebook 追 蹤○人	Instagram 追 蹤○人 Facebook 追 蹤○人	提供平台數據佐證
	品牌忠誠度提升 (新增會員人數)	○人	○人	提供會員統計資料(去 識別化)佐證
選填	品牌忠誠度提升 (回購率)	○%	○%	1.計算公式：第二次 以上購買的顧客÷曾 購買的顧客總數 2.提供後台數據佐證
	網路正反聲量增加	○次	○次	提供社群媒體貼文數 量、按讚數、正反面 評價數量等網路聲量



				相關數據佐證
	市占率提升 (產品銷售量增加)	件/份	件/份	1.主要產品/輔導案相關產品銷售量 2.提供銷售報表佐證
	平均客單價提升	○元	○元	提供銷售報表佐證
	新產品開發	○件	○件	提供設計圖、樣品或商品上架照片
	其他：_____			請針對擇定之輔導主題列出預計成效指標)

二、質化效益

評估項目	輔導前	輔導後效益	備註
必須解決關鍵問題及成效			說明輔導前品牌遭遇問題及瓶頸，以及本次輔導的解決方式和最後成效。
STP 市場區隔、目標顧客與市場定位			說明品牌市場區隔、品牌的目標顧客群，以及消費者對品牌在市場上的印象。
品牌一致性			建立品牌 Logo/Slogan 和品牌識別延伸應用、品牌識別系統完整、品牌在所有對外接觸點（如視覺、語氣、體驗）呈現穩定、可識別且相互呼應的形象。
數位行銷規劃			建置品牌官網、官網 SEO/GEO、建置 GOOGLE 商家檔案、數位廣告投放、數位媒體版面曝光等短中長期數位行銷規劃。
企業持續投入品牌經營			輔導後，企業能持續運用輔導成果，並持續投入資源在品牌經營，包含時間、經費、團隊、活動等。
其他：_____			請針對擇定之輔導主題列出預計成效指標

註 1：以上質化效益欄位，請依本案規劃選填 1 項以上。

註 2：若表格不敷使用，請自行增列。



伍、實施查核點

一、查核點說明

查核點	查核日期	查核內容及成果績效概述	應備查核資料 (以量化/實際產出為主)	比重%
A	○月○日	例:市場數據分析(問卷調查等)	市場調查報告一式(包含數據分析、問卷調查、訪談紀錄)	20
B	○月○日	例:目標客群市場分析(市場區隔、目標市場與定位)	目標客群策略擬定分析一式	30
115/8/31 前完成以上查核內容並提供應備查核資料、期中簡報				
C	○月○日	例: 品牌識別系統(品牌價值說明、Logo 設計、包裝設計等)	品牌識別設計手冊一式	20
D	○月○日	例: 1.新增社群媒體貼文○○○篇，並達成觸及數人次達以上。 2.數位廣告投放○式，並達成○○○人次曝光/觸及。	數位行銷規劃與執行成果報告一式(含行銷效益)	20
E	○月○日	例: 舉辦○場線上/線下行銷活動，透過○○○○○○○，增加○○○會員數。	行銷活動規劃與執行成果報告一式(含規劃、執行紀錄與效益)	10
115/10/31 前完成以上查核內容，並提供各項目應備查核資料、輔導成果報告				

註 1：以上查核內容及成果績效概述、應備查核資料、比重%為參考範例，請依本案規劃撰寫。

註 2：查核點應按時間先後與計畫順序依序編列，查核內容應以具體完成事項可評估分析為原則，並為數據化或明確可量化之數值。

註 3：若表格不敷使用，請自行增列並修正查核點。



陸、參與人員簡歷

請於表中填寫本計畫輔導單位與申請企業之參與人員，輔導單位投入人力之「投入人月合計」與「經費需求表」中人事費之規劃應相符；且個人投入人月之上限，應為輔導計畫期間之月份總計數。

一、輔導單位投入人力

編號	姓名	職稱	公司名稱	經歷及工作年資	最高學歷(學校系所)	參與工作分項	投入人月
1							
2							
3							
投入人月合計							

二、申請企業投入人力

編號	姓名	職稱	公司名稱	經歷及工作年資	最高學歷(學校系所)	參與工作分項	投入人月
1							
2							
3							
投入人月合計							
中高齡就業(45歲以上)共____人；女性共____人。							

註：若表格列數不敷使用，請自行增列。



柒、經費需求表

一、輔導經費明細(必填)

單位：新臺幣元

	輔導款	占比 (%)	備註 (填寫各預算項目之計算公式)
一、人事費			
例:王小明			平均月薪×人月數 例：10,000 元×4 人月=40,000
○○○			
○○○			
小計		%	不得超過輔導款 30%
二、業務費			
設計費			
印刷費			
場地費			
宣傳費			
委託勞務費			
			請依本案規劃自行填寫
小計		%	
三、旅運費			
計程車費		%	趟次×人次×車資
國內差旅費		%	(住宿費×天數)+(雜費×天數)+交通費
小計		%	
總計(含稅)		100%	品牌價值管理輔導款上限 350,000 元 海外市場布局輔導款上限 400,000 元 品牌海外落地輔導款上限 700,000 元

註 1：人事費：應為輔導單位投入本計畫之人事費用，人事費合計不得超過輔導款 30%。

註 2：業務費：勞務委託費、印刷費、場地費、設備使用費及租用費、行銷廣宣費、雜支等。

註 3：旅運費：如計程車費、國內差旅費等，但不包含國外差旅費。

註 4：若表格列數不敷使用，請自行增列



二、企業投入經費明細(非必填)

本表為申請企業規劃於計畫中自行投入之經費，請依本案情況填寫，若無本項請刪除。

	輔導款	占比 (%)	備註 (填寫各預算項目之計算公式)
一、人事費			
		%	平均月薪×人月數
		%	
小計		%	
二、業務費			
		%	
		%	
		%	
小計		%	
三、旅運費			
		%	趟次×人次×車資
		%	(住宿費×天數)+(雜費×天數)+交通費
總計(含稅)		100%	

註：若表格列數不敷使用，請自行增列



附件三、輔導提案簡報大綱

項次	內容	比例(%)	主講者
一	背景說明 (一) 企業經營品牌發展概述(公司/品牌經營理念與願景) (二) 品牌市場現況(產業趨勢、市場定位、銷售對象及競品分析等)	15	申請企業
二	品牌發展瓶頸 (一) 品牌發展遭遇問題分析 (二) 輔導對策與執行架構概述 (三) 輔導單位執行優勢	25	輔導單位
三	輔導項目執行作法 (一) 工作項目(輔導整體執行規劃、各工作分項規劃與執行做法) (二) 申請企業與輔導單位之專案組織架構、工作項目及工作分配說明 (三) 實施查核點(主要工作項目、預定執行期程、查核點)說明 (四) 經費需求說明(須列表呈現各工作項目之費用組成，且輔導款不得用於資本門購置)	40	
四	預期成果效益 依據輔導目標及方式填寫適當之質化、量化目標與達成策略及效益驗證方式說明(須包含關鍵績效指標)	10	
五	企業發展影響與延伸效益 (一) 輔導前後差異 (二) 未來效益延伸[輔導成果於短期目標(1年)、中期目標(2~3年)、長期目標(3年以上)如何持續運用]	10	申請企業



附件四、商標授權合約書

商標授權合約書

商標權人（甲方）：

被授權人（乙方）：

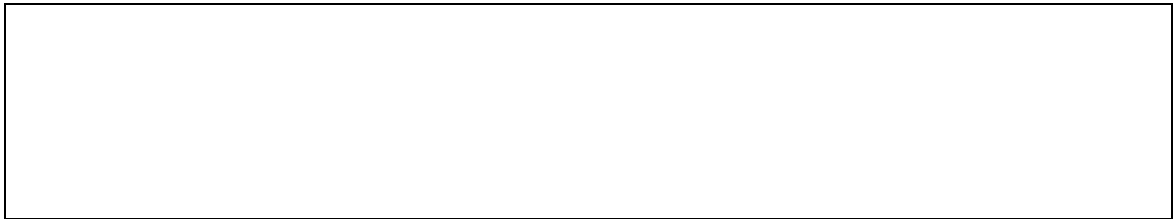
茲乙方參與經濟部商業發展署「115 年度推動商業服務業品牌價值創新成長計畫」，需使用甲方註冊商標，甲方同意將商標授權予乙方，相關條約如下：

第一條 授權商標

商標名稱：

商標註冊號：

商標圖樣：(如下)



第二條 合約期間

本合約授權期限為中華民國 115 年 月 日起至 115 年 月 日止。

第三條 授權方式

- 一、非專屬授權。
- 二、使用地區：中華民國。(若為海外市場布局/品牌海外落地可增加使用地區)
- 三、費用：無償。

第四條 授權使用商品或服務

第○○類、第○○類、...(請參照商標註冊證類別)

第五條 使用方式

- 一、乙方應以符合商標法所定之使用方式，使用甲方註冊商標。
- 二、乙方經甲方同意後得以形式上微調商標圖樣的大小、比例、字體或書寫排列方式等。
- 三、乙方不得以任何形式和理由，將甲方授權使用之商標再許可給第三方使用。

第六條 合約修訂

本合約之修訂，得由雙方視需要，以正式公文方式進行修訂，用印後寄送至本合約雙方當事人簽約地址為準。

第七條 合約終止

乙方有違反或不履行本合約之規定時，甲方得隨時終止本合約，乙方不得有異議；甲方若因乙方之前述行為而遭受任何損害，乙方應負賠償責任。合約終止後，如另有損害賠償請求權者，不因終止權之行使而受影響。

第八條 約定事項



附件五、申請企業/輔導單位切結書

申請企業/輔導單位切結書

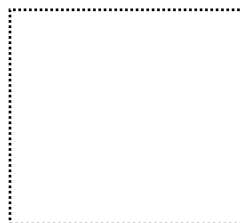
本公司_____申請參與經濟部商業署「115 年度推動商業服務業品牌價值創新成長計畫」，在此保證：

1. 所提供之相關資料皆正確無誤，如有涉及個人資料，同意於本計畫執行範圍內加以蒐集、處理、利用；若資料有不實或偽造等情事，經經濟部商業發展署或委託之計畫執行單位查證屬實後，將立即停止各項輔導與活動資源，同時將自付輔導期間產生之相關費用。
2. 不侵害他人之專利權、專門技術及著作權等相關智慧財產權，如有不實願負一切責任，經濟部商業發展署委託之計畫執行單位得駁回其申請或依職權撤銷補助並解除契約。
3. 若核撥輔導款單位收到法院或行政執行處扣押債權之強制執行命令，即無異議同意本計畫依令停止簽約、撥付輔導款等相關作業，並得逕行書面通知解除契約。
4. 同意提供「蒐集個人資料告知事項暨個人資料提供同意書」以供經濟部商業發展署在辦理「推動商業服務業品牌價值創新成長計畫」使用。
5. 未以相同或類似計畫重複申請政府其他計畫補助之情形，若曾接受經濟部商業發展署或其他政府相關專案之輔導、補助、委託（含承包）或合作，本次提案計畫之內容不與過往計畫重覆。
6. 過去 5 年內若曾執行政府科技計畫，無重大違約紀錄，亦無因履行政府之補助契約，受停權處分而期間尚未屆滿情事。
7. 過去 3 年內無欠繳應納稅捐情事。
8. 經評定入選後，願配合計畫所需之查訪、成效調查追蹤(如成果效益、投資金額、創造產值、展店等)與相關活動等。如因故未能於期限內完成本案輔導，願負擔已執行輔導項目之執行費用；若中途退出，已知未來三年內不得再參與本計畫之相關輔導與活動。
9. 簽訂輔導合約後，願依執行單位通知期限，提供期中簡報、輔導成果報告、佐證資料及相關附件，若無法達成計畫書所預期成效，執行單位得進行減價驗收；若未依規定完成結案或經催告後仍未改善者，執行單位得依輔導合約規定終止輔導。

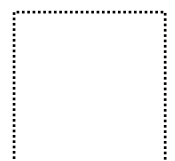
若經查證有違反上述保證內容，將無條件退出輔導計畫。

特此證明

申請企業/輔導單位公司章：



負責人簽章：



中 華 民 國 1 1 5 年 月

