

經濟部(商業司)106-109年度委辦計畫執行情形

| 年度 | 工作計畫 | 分支計畫 | 計畫名稱 | 得標單位 | 決標時間 | 實現金額(千元) | 內容摘要 | 執行效益檢討 |
|-----|----------|-----------------|-------------------|-------------|----------|----------|--|---|
| 106 | 推動商業科技發展 | 01物流國際化與科技化推動計畫 | 多通路物流服務推動計畫 | 財團法人工業技術研究院 | 106/3/22 | 33,000 | 一、國內電商物流轉型升級；綜整電商物流產業之關鍵作業瓶頸、共通性需求，規劃訂單預測與倉儲決策支援等技術解決方案。 二、跨境電商海外物流據點建置與服務網絡擴散：協助74家國內供應商透過臺灣代運營商「哈台灣 Ha Taiwan」串接東南亞各大電商平台。 | 執行成果及效益符合原訂目標。 一、協助10家業者應用科技技術，提升物流作業效率。 二、支援跨境電商銷售6億元，帶動物流服務營收2.1億元。 三、與國外業者合作2處馬來西亞海外倉服務。 |
| 106 | 推動商業科技發展 | 01物流國際化與科技化推動計畫 | 港區物流增值服務推動計畫 | 財團法人工業技術研究院 | 106/3/23 | 31,444 | 一、推動各式港區增值與中轉發貨之物流模式，強化與海外代理、國內加工廠以及合作物流業者間之整合度。 二、發展國際物流資源整合與儲運管理系統，提升資源調度能力，以提高外貨來臺之轉運效率以及降低轉運成本。 | 執行成果及效益符合原訂目標。 一、應用跨國物流資訊整合技術，協助7家國際物流業者推動多航程中轉與自由貿易港區委託加工等物流服務模式。 二、促進12.8億元之國內外貨物在臺灣轉口、整併或增值，帶動物流服務營收1.5億元。 |
| 106 | 推動商業科技發展 | 02電子商務發展與安全推動計畫 | 電子商務兆元推升計畫 | 財團法人商業發展研究院 | 106/3/10 | 42,660 | 一、建置「跨境電商服務網」，整合東南亞的消費情資、稅制、通關等電商資訊。 二、強化臺灣電商平臺業者經營東協跨境電商市場的能力。 三、輔導電商平台結合臺灣明星商品，在東南亞目標市場舉辦聯合社群行銷活動，提升知名度。 四、藉由各項國際論壇、招商媒合、產業交流活動提升平臺業者與國際對接能力，以帶動品牌業者出口。 | 執行成果及效益符合原訂目標。 一、建置「跨境電商服務網」網站平臺，網站總流覽量為28,667人次、不重複使用者為4,041人次。 二、協助2家臺灣電商平臺（奧丁丁、MamiBuy）分別於馬來西亞與印尼落地經營。 三、在8個目標市場輔導7家臺灣電商平臺拓展海外市場，開設15個海外商品專區、1個跨境直專區、上架1,147個品牌、171,482項商品，並30項合作案。 四、於越南及馬來西亞各辦理1場跨境電商媒合會，共帶領37家業者與當地電商業者洽商媒合50家次，促成6合作案。 |
| 106 | 推動商業科技發展 | 02電子商務發展與安全推動計畫 | 網路購物產業價值升級與環境建構計畫 | 財團法人資訊工業策進會 | 106/3/28 | 27,885 | 一、觀測與研析國際與我國法制暨產業生態。 二、鼓勵零售業者網路開店，活絡網路購物產業能量。 三、強化電商資安與個資之聯盟運作，提升電商交易安全。 | 執行成果及效益符合原訂目標。 一、辦理辦推廣消費者保護及無障礙頁面宣導說明會達3場次，共計238人次參與。 二、強化業者線上銷售與數位行銷能力，共培育279人次數位行銷人員，促成61家網路開店。 三、實地訪查與資安協處發生個資外洩之網路零售業者累計59件。 |

經濟部(商業司)106-109年度委辦計畫執行情形

| 年度 | 工作計畫 | 分支計畫 | 計畫名稱 | 得標單位 | 決標時間 | 實現金額(千元) | 內容摘要 | 執行效益檢討 |
|-----|----------|-----------------|-----------------------|-------------|----------|----------|---|---|
| 106 | 推動商業科技發展 | 02電子商務發展與安全推動計畫 | 社群分享商務推動發展計畫 | 財團法人資訊工業策進會 | 106/2/20 | 23,585 | <p>一、深耕社群商業創新智慧服務培育機制</p> <p>(一) 育成輔導社群商業智慧產業</p> <p>(二) 建置社群商業智慧整合培育平台並籌組創業及相關領域之專家聯盟</p> <p>(三) 鏈結既有業者與網創團隊</p> <p>二、社群商業創新智慧服務推動發展</p> <p>(一) 舉辦IDEAS Show活動</p> <p>(二) 推動 APEC會員經濟體之社群商務交流及合作</p> <p>三、推動社群商業創新智慧服務國際合作</p> <p>(一) 建立國際創投資源媒合平台</p> <p>(二) 推動網創團隊國際發展</p> | <p>執行成果及效益符合原訂目標。</p> <p>一、106年度聚焦兩大目標：(1)培植國內網創團隊與既有業者接軌(2)協助國內網創團隊邁向國際。</p> <p>二、結合「IDEAS Show+蝴蝶計畫」、及「IDEAS Night分享會」規劃6個月創新講座及新創輔導活動，繼而協助網創團隊與既有業者接軌，提供場域供國內網創團隊實證。</p> <p>三、第二次與APEC合辦IDEAS Show @ APEC Innovation，兩天活動共有來自全球9國的貴賓，以及5個經濟體（美、韓、越、秘、馬）共7位APEC官方代表蒞臨，2天共吸引近4,000人次參與。</p> <p>四、輔導及協助21家網創團隊參與國際育成活動、並進行參展與服務發表；並協助10家網創團隊進行國際業務發展。</p> |
| 106 | 推動商業科技發展 | 02電子商務發展與安全推動計畫 | 106及107年度網際網路內容防護機構計畫 | 台北市電腦商業同業公會 | 105/12/7 | 1,494 | <p>營運iWIN防護機構網站，觀察網際網路行為、接受民眾申訴及通報網路不妥內容、推動網站內容分級制度及建立自律機制，辦理上網安全教育宣導。</p> <p>(註：本案由通傳會採購，本部係分攤經費)</p> | <p>執行成果及效益符合原訂目標。</p> <p>一、「106年度網路內容分級實施現況報告」，除蒐集比較符合我國國情的澳洲、德國、荷蘭、韓國、新加坡及日本等主要國家之分級現況外，亦蒐集大型跨國平台如GOOGLE、APPLE、YAHOO)之用戶刊載標準及相關防護措施，作為我國網路內容分級制度推動策略之參考。</p> <p>二、已完成於官網更新 23 款、新增 5 款過濾防護機制並推廣予民眾使用。</p> <p>三、已完成 30 家平臺自律機制盤查，並透過增加防護機制，減少管理漏洞及與 iWIN 建立友善連結等方式彰顯自律成效。</p> <p>四、共受理民眾申訴案件9,865件，涉及入口網站、電子商務平台兩種類型平台計3,212件。</p> |

經濟部(商業司)106-109年度委辦計畫執行情形

| 年度 | 工作計畫 | 分支計畫 | 計畫名稱 | 得標單位 | 決標時間 | 實現金額(千元) | 內容摘要 | 執行效益檢討 |
|-----|----------|------------------|------------------|-------------|---------|----------|---|--|
| 106 | 推動商業科技發展 | 01物流國際化與科技化推動計畫 | 優良老店價值提升輔導計畫 | 中華民國全國商業總會 | 106/6/6 | 3,600 | <p>一、辦理「優良創新老店」選拔活動及行銷</p> <p>二、整合相關資源，提升老店品牌價值</p> <p>(一)強化資訊導航應用程式(APP)功能</p> <p>(二)舉辦2017「發現臺灣老店」微電影及「漫談老店」繪畫比賽</p> <p>(三)協助老店店家在海外及國內展示</p> <p>(四)招募會員，老店團體標章製作</p> <p>三、深化聯誼會跨業交流，輔導老店升級</p> <p>(一)製作會員名錄</p> <p>(二)辦理聯誼座談會及優良老店參訪觀摩</p> <p>(三)籌設顧問輔導團隊</p> <p>(四)振興記憶中的產業</p> <p>(五)接班人研習培訓課程</p> | <p>執行符合原訂目標，如期完成。</p> <p>一、辦理「優良創新老店」選拔活動及行銷:得獎店家訪客到訪與回訪率均有明顯提升約3-4成以上</p> <p>二、整合相關資源，提升老店品牌價值</p> <p>(一)台中、台南遊程地圖，及聯誼會老店全台分布圖，結合「臺灣老店」APP-地圖導引及當地觀光景點，引導國內外觀光客至老店</p> <p>(二)評選出微電影及繪畫比賽2個獎項共17件得獎作品，發出近15萬元總獎金(品)，電子媒體刊登載4則</p> <p>(三)協助老店店家在海外及國內展示</p> <p>三、深化聯誼會跨業交流，輔導老店升級</p> <p>(一)製作會員名錄1千本</p> <p>(二)辦理聯誼座談會及優良老店參訪觀摩</p> <p>(三)8家會員店家輔導及回訪</p> <p>(四)舉辦兩場研討會計有60餘人參加</p> <p>(五)振興記憶中的產業3場</p> |
| 106 | 推動商業科技發展 | 03提升服務業競爭力與高值化輔導 | 商業服務業溫室氣體減量及管理計畫 | 財團法人商業發展研究院 | 106/7/7 | 4,750 | <p>為配合「溫室氣體減量及管理法」減量責任，本司主責「商業部門」彙整各部會資料，成立商業服務業溫室氣體減量專案辦公室，協助商業部門節能減碳之行政作業並擔任跨部會聯絡窗口。減碳策略規劃方面首先盤點商業部門溫室氣體排放現況，並就其排放特性、減量面臨挑戰等，研提推動策略及措施；次按，運用經濟模型推估商業部門GDP成長率及CO2排放量，並評估不同減碳措施下對經濟之衝擊與影響及提交氣候變遷調適策略；在橫向溝通方面，藉由「商業部門跨部會會商平台」進行部會研商及彙整資料，並聽取專家學者意見，進一步研擬更精進之減碳措施。</p> | <p>執行成果及效益符合原訂目標。</p> <p>一、透過商業部門現況盤點、模型推估及衝擊影響評估等，提出第一期管制目標、推動策略及具體做法，後續配合國際趨勢及我國產業結構，進行滾動式調整。</p> <p>二、因商業部門企業家數眾多，且由數個主管機關所管轄，除了持續強化商業部門溫室氣體會商平台的功能，並根據各部會減量責任，加強管考其達成情形之外，未來應鏈結地方政府能量，並深化與商業公協會自主減量之合作，以擴散整體減量成效。</p> |

經濟部(商業司)106-109年度委辦計畫執行情形

| 年度 | 工作計畫 | 分支計畫 | 計畫名稱 | 得標單位 | 決標時間 | 實現金額(千元) | 內容摘要 | 執行效益檢討 |
|-----|----------|------------------|-----------------------|----------------|----------|----------|--|---|
| 106 | 推動商業科技發展 | 03提升服務業競爭力與高值化輔導 | 服務業能源管理與技術輔導計畫 | 財團法人台灣綠色生產力基金會 | 106/4/11 | 5,230 | 一、研擬溫室氣體減量及管理法項下商業服務業節能輔導措施與減碳成本評估 (一)依據行業屬性研擬商業服務業節能減碳輔導措施。 (二)建置商業服務業節能減碳資料庫，並召開1場次專家諮詢會議。 二、執行商業服務業節能減碳輔導 (一)針對商業服務業20家用戶提供節能輔導，發掘節能潛力至少為1,000萬度/年。 (二)協助2家企業落實執行節能績效保證專案，節電量至少20萬度/年。 (三)完成2家商業調適衝擊影響評估與因應。 (四)彙整沙崙綠能科技城智慧新節能技術資料 (五)辦理2場節能種子教師人才培訓 (六)節能減碳輔導成果後續追蹤 | 執行成果及效益符合原訂目標。 一、研擬溫室氣體減量及管理法項下商業服務業節能輔導措施與減碳成本評估 (一)完成研擬商業服務業節能減碳輔導措施。 (二)完成建置商業服務業節能減碳資料庫及召開1場次專家諮詢會議。 二、執行商業服務業節能減碳輔導 (一)完成商業服務業20家用戶節能輔導，發掘節能潛力2,096萬度/年。 (二)完成協助2家企業落實節能績效保證專案，落實節電量998萬度/年。 (三)完成2家商業調適衝擊影響評估與因應。 (四)完成彙整沙崙綠能科技城智慧新節能技術資料 (五)完成辦理2場節能種子教師人才培訓 (六)完成節能減碳輔導成果後續追蹤 |
| 106 | 推動商業科技發展 | 03提升服務業競爭力與高值化輔導 | 以服務加值再造生活服務業競爭力計畫 | 財團法人資訊工業策進會 | 106/2/21 | 15,100 | 一、挖掘產業需求，設計新型態生活服務主題，引動業者導入6項創新應用服務(停車位共享服務、溯源食材電商服務、裝修師傅行動媒合服務、空間共享活化服務、旅遊包車媒合服務、藥師到府諮詢服務)。 二、辦理北、中、南區洗衣人才培育課程，注入產業新知，提升業者技能與數位經營能力；輔導27間公會規劃活動(美容13間、洗衣14間)，透過作業流程的標準化作法，提升公會規劃及辦理活動能量。 三、辦理諮詢輔導講座，提供業者學習之機會，並進行業者深度顧問輔導服務，以落實輔導具體成果。 | 執行成果及效益符合原訂目標。 一、生活服務業加值應用示範服務導入予停車場、藥師、照護機構、幼兒園、農民、司機、旅遊顧問等使用，並促成服務體驗63,567人次，業者合作或投資創造產值1,644萬元。 二、因應洗衣產業人才培育與傳承，輔導公會辦理課程，共計326人次參與，提升洗衣產業整體體質與服務競爭力。 三、辦理洗衣和美容美髮輔導講座，協助113家洗衣業者Google商家建立輔導服務，並協助店家進行實體門店改造、網路門店與行銷改善、經營管理體質調整。 |
| 106 | 推動商業科技發展 | 03提升服務業競爭力與高值化輔導 | 服務業結構調整與科技應用規劃計畫(2/2) | 台灣經濟研究院 | 106/2/18 | 9,950 | 研析統計資料，彙整各國發展趨勢，並釐析國內創新環境發展現況，提出我國發展問題及政策調整建議。配合國內外經貿變化趨勢，執行短期專題研究： 一、臺灣商業服務業發展情勢研析 (一)臺灣服務業與商業服務業發展情勢研析與政策規劃 (二)各國商業服務業發展政策對我國之啟示 二、臺灣商業服務業發展情勢研析 (一)商業服務業創新人才培育之規劃 (二)商業服務業產學研創新合作平台機制之建立 (三)促進臺灣商業服務業商業模式創新之國際連結 四、因應即時性經貿議題對商業服務業影響與時事需求，進行短期性專題研究 5則。 | 執行成果及效益符合原訂目標。 一、完成「臺灣服務業與商業服務業發展情勢研析與政策規劃」、「各國商業服務業發展政策對我國之啟示」研究報告2份 二、針對國內商業服務業創新人才與創新商業模式現況，完成商業服務業「創新人才培育之規劃」、「產學研創新合作平台機制之建立」與「促進臺灣商業服務業商業模式創新之國際連結」報告3份 三、提供商業服務業發展現況月報12份、商業服務業發展情勢季報3份 四、完成5篇指定之短期性專題研究。包含(商業服務業投資招商策略、經濟結構崩壞危機浮現、經濟事務財團法人績效評鑑指標之研析、台灣發展藝術品拍賣產業之芻議、中小型服務業問題與提供問題協助) |

經濟部(商業司)106-109年度委辦計畫執行情形

| 年度 | 工作計畫 | 分支計畫 | 計畫名稱 | 得標單位 | 決標時間 | 實現金額(千元) | 內容摘要 | 執行效益檢討 |
|-----|----------|--------------------|-------------------------------|-------------|----------|----------|---|---|
| 106 | 推動商業科技發展 | 03提升服務業競爭力與高值化輔導 | 因應虛擬世界法規調適及新興經濟發展模式商業法制環境建置計畫 | 財團法人商業發展研究院 | 106/4/14 | 2,890 | <p>一、電子化登記制度分析</p> <p>(一)國外登記制度e化之分析與研究</p> <p>(二)國內登記制度e化之分析與研究</p> <p>二、強行法規與公司自治之規範專題研究</p> <p>(一)標竿國家公司法制中模範章程之研究</p> <p>(二)公司自治之界限研究</p> <p>(三)公司模範章程內容之權限與正當性之分析</p> <p>三、因應國內外突發性重大事件，配合經濟部提供政策即時研析，如對我國商業法制之法令疑義諮詢。</p> | <p>執行成果及效益符合原訂目標。</p> <p>一、釐清虛擬世界法規調適政策下商業法規調適方向與缺口。</p> <p>二、從虛擬世界法規與公司法觀點探究現行設立登記制度法規缺口並提出政策建議。</p> <p>三、因應虛擬世界需求，研提公司設立登記系統e化調適方案。</p> <p>四、因應虛擬世界需求，檢討強行法規與公司自治之規範採擇。</p> |
| 106 | 推動商業科技發展 | 04.臺灣餐飲國際化及科技化服務計畫 | 餐飲業科技應用推動計畫 | 財團法人中國生產力中心 | 106/2/24 | 32,877 | <p>一、餐飲開拓新南向市場：配合新南向政策，與海外商業會或餐飲相關協會、組織等合作，辦理交流媒合活動，另辦理經營策略、相關法規與實務探討等課程，提昇我國餐飲業國際接軌能力。</p> <p>二、海內多元外行銷國際合作刺激消費：辦理國內外行銷，結合地方政府或跨部會辦理大型「臺灣美食」行銷活動，及運用數位媒體進行餐飲相關議題操作，形塑臺灣美食意象及帶動餐飲消費。</p> <p>三、科技應用輔導模組擴散：協助餐飲業者導入科技應用、行動服務及數據分析等資通訊技術應用擴散，使餐飲業朝數位化轉型提升服務能量發展提高企業營收。</p> | <p>執行成果及效益符合原訂目標。</p> <p>一、辦理日本、新加坡及菲律賓等國際餐飲媒合及形象展覽活動共3場次，邀集51家業者參與，促成2家餐飲品牌與當地業者洽談業務合作，協助5家餐飲業6個品牌海外展店。</p> <p>二、協助11家餐飲業者導入科技應用輔導，帶動業者增加年營業額1億2,224萬元、促進投資額1,105萬元、降低成本103萬元、增設3間門店、增聘31位員工。</p> <p>三、辦理臺灣滷肉飯、臺灣美食祭等行銷活動共8場次，帶動業者增加營業額7.27億元。</p> <p>四、辦理國內外媒體採訪團活動共4場次，露出共90則，觸及與瀏覽人數超過739萬人次。</p> |
| 106 | 推動商業科技發展 | 04.臺灣餐飲國際化及科技化服務計畫 | 餐飲老店故事行銷計畫 | 財團法人中國生產力中心 | 106/2/3 | 22,500 | <p>1.餐飲老店精選推薦：發掘20年以上具文化特色與觀光潛力餐飲老店，透過品牌故事行銷以優化推介。</p> <p>2.創新營運永續經營：協助餐飲老店應用數位科技及經營管理升級轉型，以提升經營效率開拓新客源及市場。</p> <p>3.故事行銷國際推展：以故事化行銷重塑餐飲老店的新魅力並傳承經典美食文化，推動有感行銷強化消費者的認同感，實質促進商機及拓展市場。</p> | <p>執行成果及效益符合原訂目標。</p> <p>1.評選出119家特色餐飲老店，針對其中43家完成撰寫餐飲老店故事，藉由故事化包裝提升老店業者整體品牌能見度和餐飲附加價值，於「臺灣餐飲老店」粉絲專頁曝光次數達33萬次、觸及人數達29萬人次。</p> <p>2.協助10家餐飲業者導入數位科技應用輔導，帶動業者增加年營業額975萬元、促進投資5,600萬元、增聘1,097位員工。</p> <p>3.完成餐飲老店微電影拍攝及宣傳1式，共觸及2,811萬人次。</p> <p>4.辦理日本及馬來西亞等國際餐飲考察及形象展覽活動共2場次，邀集14家業者參與。</p> <p>5.辦理臺灣美食祭、參與台灣美食展及體驗團等行銷活動共5場次，帶動整體營業額達1.91億元。</p> |

經濟部(商業司)106-109年度委辦計畫執行情形

| 年度 | 工作計畫 | 分支計畫 | 計畫名稱 | 得標單位 | 決標時間 | 實現金額(千元) | 內容摘要 | 執行效益檢討 |
|-----|----------|------------------|------------------|-------------|----------|----------|--|--|
| 106 | 推動商業科技發展 | 06商業發展科技能量建置及輔導 | 新興科技商業應用體驗環境推動計畫 | 財團法人商業發展研究院 | 106/3/16 | 23,200 | 一、建構前瞻科技應用服務場域:收集國內外新興科技應用現況案例。 二、應用場域徵選與科技服務模式:徵選與科技服務模式輔導業者4家,辦理顧客旅程地圖服務體驗模式設計工作坊。 三、建構計畫推動管考以及國際交流與應用機制:辦理「商業科技新視界開創未來新商機」國際交流暨論壇活動。 | 執行成果及效益符合原訂目標。 一、建構前瞻科技應用服務場域:收集國內外新興科技應用現況案例,並據產業別或科技應用差異,歸納出科技應用模式「智慧快捷餐飲服務體驗」及「公共場域智慧交通加值體驗」。 二、應用場域徵選與科技服務模式:經評選後獲選輔導業者4家,促使業者投入91,850千元進行科技建置。辦理顧客旅程地圖服務體驗模式設計工作坊,共21家業者參與。協助示範業者與海外業者合作,海外輸出金額計新臺幣563,335元。 三、建構計畫推動管考以及國際交流與應用機制:辦理「商業科技新視界開創未來新商機」國際交流暨論壇活動,共306人次參與。 |
| 106 | 推動商業科技發展 | 06商業發展科技能量建置及輔導 | 服務業創新研發計畫(4/4) | 財團法人中國生產力中心 | 106/1/4 | 20,900 | 一、補助資源挹注:預計核定補助個案計畫至少80案,依約完成簽約、預算審查、撥款、進度查核、財務查核及結案作業。 二、行銷推廣擴散:辦理計畫相關說明會至少12場次、成果發表或論壇1場次,發行電子報,配合計畫推動時程,運用社群及電子報等多元推廣管道,宣導本計畫推動措施及執行成效等資訊。 | 執行成果及效益符合原訂目標。 一、補助資源挹注:核定補助計畫91案,依約完成相關結案作業。補助業者因計畫而增加營業額4.48億元、促成投資額至少0.92億元、新增之聘用人數共217人。 二、行銷推廣擴散:辦理實體廣宣說明會及配合公部門跨部會合作推廣說明會共計23場次,與會人員共計1,239人次,發行計畫電子報12期、FB粉絲團發佈轉介服務創新相關論壇、活動、課程及案例逾109筆專欄文章(含青創資訊42筆),總計觸達186,323瀏覽人次。 |
| 106 | 推動商業現代化 | 01連鎖加盟業能量厚植暨發展計畫 | 連鎖加盟業能量厚植暨發展計畫 | 財團法人中國生產力中心 | 106/3/10 | 18,500 | 一、厚植經營體質 (一)完成25家,連鎖總部經營發展輔導。 (二)完成25家,單店多店連鎖發展輔導 (三)服務品質提升方案執行,完成1式/5場說明會。 二、國際市場佈局 (一)參與國際展會促進商機,完成2場/6件商機媒合。 (二)國際化潛力企業拓點輔導,完成8家/8項服務輸出評估。 (三)國際企業媒合交流會舉辦,完成2場。 三、產業商情資訊 (一)批發零售業商情調研與策略建議,完成11篇。 (二)連鎖加盟機動調查,完成11篇。 (三)成果推廣分享活動辦理,完成1式。 | 執行成果及效益符合原訂目標。 一、厚植經營體質:促進產業新增5.28億元投資金額、就業人數916人、預估營業額增加13.17億元、21個海外據點。 二、國際市場佈局:2場展會,共有385位專業買主洽談,促進商機417萬美元,促成16件商機媒合。 |

經濟部(商業司)106-109年度委辦計畫執行情形

| 年度 | 工作計畫 | 分支計畫 | 計畫名稱 | 得標單位 | 決標時間 | 實現金額(千元) | 內容摘要 | 執行效益檢討 |
|-----|---------|----------------|-------------------|-------------------|-----------|----------|---|---|
| 106 | 推動商業現代化 | 02廣告設計服務業增值計畫 | 廣告設計服務業增值計畫 | 財團法人中國生產力中心 | 106/1/23 | 6,320 | 一、辦理2017「臺灣國際平面設計獎」(TiGDA)競賽及作品交流展覽：取得國際相關社團組織認證，並與國內相關協會共同合作推廣，共計71國 二、辦理國際趨勢論壇1場次，培育106人次，協助產業國際接軌；辦理國際創意工作坊2場次，學員共計44名，協助提升業者創作服務能力及國際競爭力。 三、辦理廣告設計小聚活動4場次，邀請業界進行產業發展交流、國際經驗分享，協助業者創新發展及商機媒合。 四、透過國際競賽情資蒐集與公告，藉此提升臺灣廣告設計能量及促進於國際舞臺曝光，年度獲獎數達95件。 五、新興廣告趨勢與市場商情蒐集彙整1案。 | 執行成果及效益符合原訂目標。 一、辦理「2017臺灣國際平面設計獎」，計有71個國家/區域、4,906件作品參賽。 二、協助國內廣告及設計作品參與國際競賽，獲獎達67件，促使臺灣於國際創意排名年度提升3名，至全球第31名。 三、促進業者合作或投資達2億元，增加就業200人次。 |
| 106 | 推動商業現代化 | 04健全營運主體維護商業秩序 | 工商憑證管理中心維護及資訊服務計畫 | 中華電信股份有限公司數據通信分公司 | 105/12/30 | 11,672 | 提供客服人員與客服系統回復民眾對於商工行政業務之相關問題。 | 執行成果及效益符合原訂目標。 提供商工諮詢專線，完成處理1萬1,573通語音傳真，及28萬4,789通來電。 |
| 106 | 推動商業現代化 | 04健全營運主體維護商業秩序 | 公司治理推動計畫 | 國立臺北商業大學 | 106/03/17 | 1,650 | 一、訂定訂定銀樓業防制洗錢相關子法 二、辦理銀樓業者至少2場座談會，從事人員至少2場教育訓練及製作宣導品 | 執行成果及效益符合原訂目標。 一、協助訂定銀樓業相關子法訂定。 二、辦理2場座談會，3場宣導會，印製宣導品(問答集6,000本、標語小海報4,000份、動畫2部、申報表4,000份)，查核10家銀樓業者。 |
| 106 | 推動商業現代化 | 04健全營運主體維護商業秩序 | 消費者債務清償協助計畫 | 財團法人台灣中小企業聯合輔導基金會 | 106/02/24 | 1,225 | 受理消費者債務清償陳情案200件以上 | 執行成果及效益符合原訂目標。 受理消費者債務清償陳情案315件 |
| 106 | 推動商業現代化 | 04健全營運主體維護商業秩序 | 商業管理提升計畫 | 中華民國全國商業總會 | 106/3/9 | 1,440 | 一、定型化契約之評估檢討 (一)組成研修小組，建立4項定型化契約範本暨其應記載及不得記載事項之一致性架構，以對照方式研議其內容。 (二)依前項一致性架構，提出6項定型化契約範本暨其應記載及不得記載事項所需之法制作業文書。 二、定型化契約之訪查及宣導 擇定2項業別，深入瞭解定型化契約遵行情形，並作成書面報告。 | 執行成果及效益符合原訂目標。 完成建立6項定型化契約之一致體例架構，並提出增(修)訂草案。協助召開1場定型化契約座談會。蒐集美國檸檬法資料，作為修訂汽車買賣定型化契約參考。辦理2項定型化契約之訪查，共4場次，蒐集修法建議，以供未來修法參考。 |

經濟部(商業司)106-109年度委辦計畫執行情形

| 年度 | 工作計畫 | 分支計畫 | 計畫名稱 | 得標單位 | 決標時間 | 實現金額(千元) | 內容摘要 | 執行效益檢討 |
|-----|----------|-----------------|-----------------|------------------------------------|----------|----------|---|--|
| 106 | 推動商業現代化 | 04健全營運主體維護商業秩序 | 推動商業服務業區域均衡發展計畫 | 財團法人商業發展研究院 | 106/3/7 | 18,394 | 本計畫之目標為「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」，期借鏡北部及先進國家服務業發展的經驗，結合人才培育企業、診斷輔導及拓展電子商務，提出南部商業服務業包含批發物流、零售、餐飲及生活服務等發產業展策略。包括設立計畫辦公室、建置南部商業服務業基礎資訊及策略研析、推動南部商業服務業聯盟、進行電子商務及實體店家諮詢診斷服務、辦理商服業專業培訓、提供諮詢診斷及輔導。 | 執行成果及效益符合原訂目標。 一、設立南部商業服務業推動專案辦公室，完成南部商業服務業產業發展研析報告1份。 二、成立南部商業服務業聯盟，促成業者跨業交流;辦理餐飲、零售、連鎖管理系列課程。 三、遴選示範輔導廠商、輔導廠商上架平台，共109個平台。辦理電商趨勢論壇暨南部電商媒合會，現場媒合率6成。 四、年度電商輔導店家進行群聚式推銷，帶動商機逾新台幣400萬營業額。實體電商診斷諮詢及辦理南部商業服務業新視野暨發展趨勢論壇辦理。 五、建置南部商業服務業知識分享平台1式、經營「南部商業服務情報通」粉絲團。舉辦成果發表會，現場邀請業者交流經驗分享及成果。 |
| 106 | 推動商業現代化 | 04健全營運主體維護商業秩序 | 經濟部辦公司登記事項契約書 | 臺北市府、新北市政府、桃園市政府、臺中市政府、臺南市政府、高雄市政府 | 106/1/6 | 152,767 | 一、依據公司法第5條第2項規定，委辦6直轄市政府辦理公司登記等相關事項。 二、委辦工作範圍：辦理轄區內實收資本總額未達新臺幣5億元之公司登記等相關事項（含公司法第9條、17條、17條之1），與辦理依公司法及企業併購法有關行政配合之公司登記事項，但外國公司之登記、加工出口區、科學工業園區內公司除外。 | 執行成果及效益符合原訂目標。 辦理件數總計487,826件： 臺北市府：192,708件、新北市政府：98,899件、桃園市政府：44,405件、臺中市政府：65,624件、臺南市政府：26,188件、高雄市政府：60,002件 |
| 107 | 推動商業科技發展 | 01物流國際化與科技化推動計畫 | 多通路物流服務推動計畫 | 財團法人工業技術研究院 | 107/3/2 | 23,285 | 一、透過集貨代運、海外寄倉等服務模式，支援臺灣商品在海外之新品試賣、網實通路整合銷售的物流需求。 二、建立海外發貨中心或新增海外發貨中心之服務項目。 | 執行成果及效益符合原訂目標。 一、促成16家國內外物流業者、2家臺灣代運營商與5家星馬地區線下線上通路合作，提高臺灣商品在星馬地區知名度。 二、支援跨境電商銷售額5.9億元，帶動物流服務營收1.6億元。 三、與國外業者合作2處新加坡海外倉服務。 |
| 107 | 推動商業科技發展 | 01物流國際化與科技化推動計畫 | 港區物流增值服務推動計畫 | 財團法人工業技術研究院 | 107/3/28 | 22,020 | 一、擴增國際物流資訊平台功能與技術，提升國物流業者效率。 二、推動多元物流增值服務模式，以及強化國際物流資訊鏈結與跨國供應鏈整合服務，提升貨運承攬業附加價值。 | 執行成果及效益符合原訂目標。 一、應用航班船期與貨況資訊整合技術，協助7家國際物流業者推動產品發貨與及時調度、多航程中轉等物流服務模式。 二、促進8.8億元之國外貨物在臺灣進行暫存、轉口或發貨，帶動物流服務營收1億元。 |

經濟部(商業司)106-109年度委辦計畫執行情形

| 年度 | 工作計畫 | 分支計畫 | 計畫名稱 | 得標單位 | 決標時間 | 實現金額(千元) | 內容摘要 | 執行效益檢討 |
|-----|----------|-----------------|-------------------|-------------|----------|----------|--|--|
| 107 | 推動商業科技發展 | 02電子商務發展與安全推動計畫 | 電子商務兆元推升計畫 | 財團法人商業發展研究院 | 107/3/14 | 21,155 | 一、布建臺灣自有跨境電商通路。 二、媒合臺灣與當地市場廠商，以提供進入當地市場機會。 三、協助業者解決跨境障礙。 四、結合熱銷商品、臺灣專區、聯合行銷擴大銷售額。 | 執行成果及效益符合原訂目標。 一、輔導印尼火箭(Rocketindo)與BizBox分別於印尼與越南落地經營。 二、舉辦「2018泰國電子商務洽商團暨TAIWAN-THAILAND ECOMMERCE DAY」，帶領20家臺灣業者至曼谷與泰國41家廠商進行62家次媒合、329人次參與及50則媒體露出。 三、協助6家業者解決品牌知名度不夠或是想申請當地政府獎勵措施，卻找不到合適窗口等落地經營問題。 四、協助馬來西亞好物飛行、印尼RocketIndo、越南Vietnam BizBox舉辦5場臺灣商品行銷曝光活動活動期間共促成 400 個臺灣品牌及 61,890 項商品銷售。 |
| 107 | 推動商業科技發展 | 02電子商務發展與安全推動計畫 | 網路購物產業價值升級與環境建構計畫 | 財團法人資訊工業策進會 | 107/2/21 | 22,204 | 一、研究電子商務發展趨勢，就產業現況提出法制建議。 二、鼓勵不同行業業者網路開店，強化數位應用能力以提升交易額。 三、深化網際網路零售業者個資法遵意識與自主管理能量。 | 執行成果及效益符合原訂目標。 一、辦理網路零售業趨勢發展宣導說明會1場次，共計57人次參與。 二、促成新開網路店家28家，並提升業者網路經營與行銷的能力，提升15%營業額。 三、實地訪查與資安協處發生個資外洩之網路零售業者累計53件。 |
| 107 | 推動商業科技發展 | 02電子商務發展與安全推動計畫 | 社群分享商務推動發展計畫 | 財團法人資訊工業策進會 | 107/3/30 | 16,872 | 一、培育商業服務新創團隊 (一) 篩選及輔導新創團隊 (二) 經營新創團隊資源募集平台與投資網絡 (三) 推動商服業者與新創團隊共創與驗證 二、辦理國際IDEAS Show與博覽會 (一) 舉辦2場國內主題型創意發表活動 (二) 舉辦1場國際型創意發表活動 (三) 舉辦1場國際型Expo新創博覽會 三、推動國際合作與輸出 (一) 推動新創團隊國際發展 (二) 推動國際交流及合作 | 執行成果及效益符合原訂目標。 一、促成至少 40 個商業智慧化服務團隊參與育成輔導。 二、推動商服店家與本計畫輔導之 7 個新創團隊合作，將新創團隊之智慧商業解決方案，導入知名 20 家商服業者、340 家店等。 三、輔導新創團隊就商業服務業者之需求，找出合適發展之主題，並經由專家顧問輔導以確保創新服務符合商業服務業者需求，推動 3 場創新服務示範場域。 |

經濟部(商業司)106-109年度委辦計畫執行情形

| 年度 | 工作計畫 | 分支計畫 | 計畫名稱 | 得標單位 | 決標時間 | 實現金額(千元) | 內容摘要 | 執行效益檢討 |
|-----|----------|-----------------|-----------------------|-------------|-----------|----------|---|---|
| 107 | 推動商業科技發展 | 02電子商務發展與安全推動計畫 | 106及107年度網際網路內容防護機構計畫 | 台北市電腦商業同業公會 | 105/12/7 | 1,500 | 營運iWIN防護機構網站，觀察網際網路行為、接受民眾申訴及通報網路不妥內容、推動網站內容分級制度及建立自律機制，辦理上網安全教育宣導。 (註：本案由通傳會採購，本部係分攤經費) | 執行成果及效益符合原訂目標。 一、「107年度網路內容分級實施現況報告」，分析指標性網際網路平臺管理規範，包含社群平臺、搜尋引擎及影音平臺等類別。 二、已完成於官網更新 35 款、新增 9 款過濾防護機制並推廣予民眾使用。 三、已完成 40 家平臺自律機制盤查，共有 30 家平臺透過增加防護機制，減少管理漏洞及與 iWIN 建立友善連結等方式彰顯自律成效。 四、共受理民眾申訴案件5,599件，涉及入口網站、電子商務平台兩種類型平台計1.053件。 五、透過多方利害關係人諮詢會議共識出電子商務平台販售成人用品防護模式、成人直播服務防護模式。 |
| 107 | 推動商業科技發展 | 02電子商務發展與安全推動計畫 | 跨境電子商務交易躍升旗艦計畫(1/3) | 財團法人商業發展研究院 | 107/03/20 | 8,590 | 一、辦理補助平台型及加值型電商之相關行政事務。 二、輔導電商業者開發新商業模式與聯合行銷等活動，帶動跨境交易額。 | 執行成果及效益符合原訂目標。 一、補助11家業者，帶動跨境交易額約44億元並促成廠商投資約1.6億元。 二、輔導紳太國際、耐德科技、美合國際及直流電通分別於印尼、菲律賓、中國大陸及馬來西亞開發社群電商、網紅行銷及微商通路等 4 項創新商業模式並辦理 8 場聯合行銷活動，總計帶動增加 16%跨境交易額、171 家、1,334 個國內品牌於境外上架 17,644 項商品。 |

經濟部(商業司)106-109年度委辦計畫執行情形

| 年度 | 工作計畫 | 分支計畫 | 計畫名稱 | 得標單位 | 決標時間 | 實現金額(千元) | 內容摘要 | 執行效益檢討 |
|-----|----------|------------------|----------------------|----------------|----------|----------|--|---|
| 107 | 推動商業科技發展 | 03提升服務業競爭力與高值化輔導 | 商業服務業能源管理與技術輔導計畫 | 財團法人台灣綠色生產力基金會 | 107/3/22 | 4,100 | <p>一、節能輔導與分析</p> <p>(一)針對商業服務業13家用戶提供節能輔導，發掘節能潛力至少為650萬度/年。</p> <p>(二)協助5家企業落實執行節能績效保證專案，節電量至少50萬度/年。</p> <p>(三)完成輔導1家企業建置雲端能源管理系統。</p> <p>(四)追蹤前三年「商業節能減碳輔導」計畫受輔導連鎖企業，並實地追蹤輔導3家企業，統計分析節能改善落實情形。</p> <p>二、溫室氣體減量研析</p> <p>(一)完成3家溫室氣體排放量及排放源盤查作業，並完成盤查標準作業程序SOP。</p> <p>(二)完成協助1家連鎖企業之商業評估調適衝擊影響。</p> <p>三、完成製作1式商業服務業節能創意廣宣</p> | <p>執行成果及效益符合原訂目標。</p> <p>一、節能輔導與分析</p> <p>(一)完成商業服務業13家用戶節能輔導，發掘節能潛力766萬度/年。</p> <p>(二)完成協助5家企業落實節能績效保證專案，節電量251萬度/年。</p> <p>(三)完成輔導1家企業建置雲端能源管理系統。</p> <p>(四)完成追蹤前三年「商業節能減碳輔導」計畫受輔導連鎖企業及實地追蹤輔導3家企業，統計節電量1,647萬度/年。</p> <p>二、溫室氣體減量研析</p> <p>(一)完成3家溫室氣體排放量及排放源盤查作業，並完成盤查標準作業程序SOP。</p> <p>(二)完成協助1家連鎖企業之商業評估調適衝擊影響。</p> <p>三、完成製作1式商業服務業節能創意廣宣</p> |
| 107 | 推動商業科技發展 | 03提升服務業競爭力與高值化輔導 | 生活服務業競爭力提升計畫 | 財團法人資訊工業策進會 | 107/3/1 | 9,315 | <p>一、針對美髮業、洗衣業、支援服務業設計創新服務模式，引導業者推出「個人設計師行動沙龍服務」、「新型態代駕服務」、「素人網紅照片行銷媒合服務」。</p> <p>二、蒐集及分析101,813筆生活資料，提出3個服務轉型建議具體方案，輔導業者運用分析建議方案進行品牌行銷服務優化及調整定價策略，為停車業者提升粉絲與品牌之間的互動率0.61%；提升場地租業者營業額13.5%，提升美妝專櫃廣告成效多出3倍。</p> <p>三、協助洗衣業者以訓練課程方式，提升公會服務企業會員能量，並接軌新一代數位消費族群，厚植企業經營體質。</p> | <p>執行成果及效益符合原訂目標。</p> <p>一、以消費者數位資料為核心，透過科技化的服務增值，引領美髮業者、代駕服務業者、汽車服務業者及美妝品牌業者等業者，發展新型態的服務模式，共吸引1,773家店家參與本次新興生活服務應用(髮廊沙龍媒合服務268家；代駕服務1,500間保養廠；美妝、超商等品牌店家5家)；及1,366位服務提供者(865位司機；501位設計師)，服務遍布7個縣市。促成投資額3,120萬元，衍生產值8,296.5萬元。</p> <p>二、因應洗衣產業人才培育與傳承，輔導公會辦理課程，共計351人次參與，提升洗衣產業整體體質與服務競爭力。</p> |
| 107 | 推動商業科技發展 | 03提升服務業競爭力與高值化輔導 | 因應虛擬世界法規調適商業法制環境研析計畫 | 財團法人商業發展研究院 | 107/5/1 | 3,300 | <p>一、公司洗錢防制法規及配套措施，包括：監管機制、公司組織洗錢防制與配套措施、相關政策綜整研析具提建議。</p> <p>二、公司法修正案相關配套措施進行研析，包括：公司治理人員制度、公司須財報簽證之認定標準、公司申請登記及公文書送達電</p> <p>三、因應新興經濟發展模式所衍生商業法制議題前瞻研析報告，尤其就公司法修正議題，實施產官學意見蒐集溝通，並研提具體分析及建議。</p> | <p>執行成果及效益符合原訂目標。</p> <p>一、公司洗錢防制政策及相關法規評估及研修參考案。</p> <p>二、公司財務報表必須查核簽證之標準外國立法評估案。</p> <p>三、電子申請登記及公文書送達實施辦法研修參考案。</p> <p>四、公司治理人員、發起人股份限制轉讓、董事報酬、董事長選任等規定之立法評估。</p> |

經濟部(商業司)106-109年度委辦計畫執行情形

| 年度 | 工作計畫 | 分支計畫 | 計畫名稱 | 得標單位 | 決標時間 | 實現金額(千元) | 內容摘要 | 執行效益檢討 |
|-----|----------|------------------|-------------------------|------------|---------|----------|--|--|
| 107 | 推動商業科技發展 | 03提升服務業競爭力與高值化輔導 | 臺灣老店創新發展與國際推廣計畫 | 中華民國全國商業總會 | 107/3/9 | 3,800 | <p>一、辦理「優良創新老店」選拔活動及行銷</p> <p>(一)辦理「優良創新老店」選拔</p> <p>(二)辦理老店故事行銷活動2場次</p> <p>(三)協助老店參與國內外展會活動2場次</p> <p>二、深化「百年暨一甲子老店聯誼會」跨業交流媒合</p> <p>(一)辦理聯誼會及參訪觀摩各1場次</p> <p>(二)辦理跨業交流學習3場次</p> <p>(三)進行數位行銷輔導</p> <p>三、提振記憶中產業</p> <p>(一)由地方政府或民間單位推薦，甄選2項在地特色產業</p> <p>(二)規畫相關行銷活動並協助永續經營，成為產業新標竿</p> | <p>執行成果及效益符合原訂目標。</p> <p>一、辦理「優良創新老店」選拔活動及行銷</p> <p>(一)優良創新老店選拔：選出10家優良臺灣老店及3家在地特色老店</p> <p>(二)故事行銷活動兩支影片瀏覽次數分別達8.9萬人次及達7千人觀看，兩場次銷售金額逾新臺幣4萬元</p> <p>(三)國內外展會：</p> <p>1.國內：計有13萬人次參觀，銷售金額達45萬</p> <p>2.國外：本次展覽共8家廠商詢問</p> <p>二、深化「百年暨一甲子老店聯誼會」跨業交流媒合</p> <p>(一)聯誼會活動共計73人參與</p> <p>(二)辦理跨業交流學習3場次，平均共44人參加</p> <p>(三)數位行銷輔導共30家進行搜尋引擎優化</p> <p>三、提振記憶中產業</p> <p>(一)選出老店：舊振南、郭元益、金華山及金樹山珠寶共同配合活動</p> <p>(二)行銷活動：「懷舊新情 幸福綿延一世」邀請88對新人參加</p> |
| 107 | 推動商業科技發展 | 03提升服務業競爭力與高值化輔導 | 商業服務業經濟情勢分析與我國策略規劃(1/2) | 台灣經濟研究院 | 107/3/6 | 5,200 | <p>研析統計資料，彙整各國發展趨勢，並深度探討新零售趨勢下我國零售業中高階人才發展策略，提出我國發展問題及政策調整建議。此外配合國內外經貿變化趨勢及當前重大議題，執行短期專題研究：</p> <p>一、商業服務業整體發展策略</p> <p>(一)臺灣商業服務業發展情勢研析與策略調整</p> <p>(二)提供臺灣商業服務業情勢資訊</p> <p>二、新零售趨勢下我國零售業中高階人才發展策略</p> <p>三、因應即時性經貿議題對商業服務業影響與時事需求，進行短期性專題研究5則。</p> | <p>執行成果及效益符合原訂目標。</p> <p>一、完成研究報告1份並定期提交月報、季報</p> <p>(一)完成「臺灣商業服務業發展情勢研析與策略調整」報告一式</p> <p>(二)提供商業服務業發展現況月報9份、商業服務業發展情勢季報3份。</p> <p>二、完成專題研究「新零售趨勢下我國零售業中高階人才發展策略」報告一式。</p> <p>三、完成6篇指定之短期性專題研究。包含(台灣未來景氣動向及因應措施、來台觀光客的消費型態趨向、台灣未來消費趨勢之轉變、網路評價對商業服務業的影響、中國惠台政策對台灣商業服務業的影響、分析台灣商業服務業的利潤率變化情形)</p> |

經濟部(商業司)106-109年度委辦計畫執行情形

| 年度 | 工作計畫 | 分支計畫 | 計畫名稱 | 得標單位 | 決標時間 | 實現金額(千元) | 內容摘要 | 執行效益檢討 |
|-----|----------|------------------|------------|-------------|----------|----------|---|---|
| 107 | 推動商業科技發展 | 03提升服務業競爭力與高值化輔導 | 懷舊產業提振輔導計畫 | 財團法人中國生產力中心 | 107/5/30 | 5,950 | <p>一、懷舊品牌篩選：建立懷舊產業評選機制及輔導診斷機制，挑選出具在地傳統民生文化特色及發展潛力之產業與業者進行計畫服務。</p> <p>二、經管創新提升：導入創新營運模式、經管能力、體驗服務與軟硬體優化等多面向輔導規劃，協助業者創造商機及建立懷舊產業典範。</p> <p>三、品牌行銷推廣：建立產業聯合品牌藉議題操作模式與大型跨域體驗活動，運用多元通路及延伸虛實互動服務商模，增加國內外能見度與知名度。</p> | <p>執行成果及效益符合原訂目標。</p> <p>一、懷舊品牌篩選：聚焦出三項最具代表性的懷舊產業-手工棉被、旗袍產業、西裝產業，依據品牌故事、文化內涵、觀光潛力等，共計評選出21家懷舊產業業者，並於三項產業中各評選出兩家示範業者進行精進輔導，共計6家業者。</p> <p>二、經管創新提升：針對21家業者進行數位優化輔導，利用科技工具促進業者數位化，透過自媒體分享體驗擴散行銷綜效，輔導後店家詢問度平均增加30%以上。</p> <p>三、品牌行銷推廣：為聯合廠商推動，規劃聯合品牌「懷舊新情」，並結合棉被、旗袍、西服、金飾、大小餅以「新六禮」結合成幸福產業推動。並與國內婚宴業者-大直典華洽談合作，讓新六禮成為長期推動結婚新時尚風潮之典範品牌商品。</p> |

經濟部(商業司)106-109年度委辦計畫執行情形

| 年度 | 工作計畫 | 分支計畫 | 計畫名稱 | 得標單位 | 決標時間 | 實現金額(千元) | 內容摘要 | 執行效益檢討 |
|-----|----------|-------------------|-------------|-------------|----------|----------|---|---|
| 107 | 推動商業科技發展 | 04臺灣餐飲國際化及科技化服務計畫 | 餐飲業科技應用推動計畫 | 財團法人中國生產力中心 | 107/1/26 | 34,237 | <p>一、餐飲開拓海外市場：與海外商業會或餐飲相關協會、組織等合作，辦理交流考察及媒合活動，推動餐飲業開拓海外市場。</p> <p>二、科技應用輔導模組擴散：協助餐飲業者創投資金挹注，及科技技術應用、清真認證及環境品牌形象提升等輔導，使餐飲業朝數位化轉型提升服務能量發展提高企業營收。</p> <p>三、海內多元外行銷 國際合作刺激消費：結合地方政府或跨部會資源辦理大型行銷活動，並與美食或團購等平臺合作推動數位行銷，刺激國內消費，提振景氣，另運用數位媒體進行餐飲相關議題操作，促進餐飲業者與異業合作。</p> | <p>一、帶領11業者辦理國際餐飲交流媒合活動1場次，以深化海外僑商協會交流，增進臺日餐飲業者合作商机，提升餐飲業赴日展店人脈與能量。</p> <p>二、輔導16家業者導入環境優化、清真認證及科技應用，協助業者升級轉型，提升營業額約1億6,775.68萬、投資超過1億8,200萬、提升就業人數724人、新增展店24間分店、擴散應用於78家。</p> <p>三、辦理臺灣滷肉飯節、臺灣美食行動GO、參與台灣美食展及參與「Taiwan Plus 2018文化臺灣」國際展會等行銷活動共13場次，帶動整體營業額達7.8億元。</p> <p>四、邀請4大洲共6位國際網紅在全臺踩線報導，總計露出效益共計觸及全球1,800萬人次以上。</p> |
| 107 | 推動商業科技發展 | 04臺灣餐飲國際化及科技化服務計畫 | 新南向產業鏈結增值計畫 | 財團法人中國生產力中心 | 107/3/9 | 9,873 | <p>一、餐飲在地食材鏈結：協助餐飲連鎖業者進行清真諮詢診斷及輔導，協助業者了解完備新南向國家拓展能量。</p> <p>二、餐飲在地服務鏈結：促進臺灣餐飲品牌進入在地產業鏈，透過國際交流媒合與考察團，搭接新南向國家在地華商、供應鏈、通路及平臺商媒合與佈建</p> <p>三、餐飲品牌戰略鏈結：透過在地多媒體、網實整合行銷，協助餐飲連鎖品牌打入新南向市場，提高業者之品牌知名度與指名度。</p> | <p>執行成果及效益符合原訂目標。</p> <p>一、協助6家業者取得取得穆斯林友善認證及國際穆斯林清真認證</p> <p>二、辦理馬來西亞餐飲業商機媒合考察團1場次，邀集11家業者參與，安排媒合交流活動、在地協會拜會、清真認證相關推動單位及標竿企業參訪，強化異業交流互動。</p> <p>三、辦理2018馬來西亞、越南商機媒合會共2場次，帶領16家國內餐飲業者參與，簽訂8張合作意向書。</p> <p>四、辦理「2018臺灣美食節」跨境電商行銷活動共1場次，邀集20家餐飲業者參與，促進營業額逾56萬臺幣。</p> <p>五、參與泰國「2018 Taiwan One More Time」及「2018泰國臺灣形象展」展覽活動共2場次，邀集12家餐飲業者參與，藉由展售、試吃及推廣等提升臺灣餐飲品牌知名度。</p> |

經濟部(商業司)106-109年度委辦計畫執行情形

| 年度 | 工作計畫 | 分支計畫 | 計畫名稱 | 得標單位 | 決標時間 | 實現金額(千元) | 內容摘要 | 執行效益檢討 |
|-----|----------|------------------|----------------------|-------------|----------|----------|---|---|
| 107 | 推動商業科技發展 | 06商業發展科技能量建置及輔導 | 服務業創新研發計畫(1/4) | 財團法人中國生產力中心 | 107/2/14 | 22,450 | <p>一、補助資源挹注:預計核定補助個案計畫至少70案,依約完成簽約、預算審查、撥款、進度查核、財務查核及結案作業。</p> <p>二、行銷推廣擴散:辦理計畫相關說明會至少12場次、成果發表1場次,發行電子報,配合計畫推動時程,運用社群及電子報等多元推廣管道,宣導本計畫推動措施及執行成效等資訊。</p> | <p>執行成果及效益符合原訂目標。</p> <p>一、核定補助計畫82案,協助業者撰寫計畫書82案,依約完成相關結案作業。帶動業者相對投入研發經費1.7億元、營業額增加5.9億元、促成投資1.1億元,研發人才投入服務創新研發計畫共239人次。</p> <p>二、辦理各項實體廣宣說明會及配合公部門跨部會合作推廣說明會共計13場次,與會人員共計1,144人次,計畫網站電子報10期、FB粉絲數達6,350人次,辦理「創新服務新商機」成果展1場次共有10家業者展示。</p> |
| 107 | 推動商業科技發展 | 06商業發展科技能量建置及輔導 | 科專補助計畫之內部控制及財務收支查核計畫 | 正興聯合會計師事務所 | 107/5/28 | 297 | <p>針對106年度已辦理完成科專補助計畫之執行單位進行內部控制及財務收支查核。</p> | <p>執行成果及效益符合原訂目標。</p> <p>106年度已結案之科專補助計畫,針對計畫執行單位包含財團法人工業技術研究院、財團法人商業發展研究院、財團法人中華民國會計研究發展基金會等3單位,就其計畫經費執行狀況、原始憑證保管情形及內部控制,已完成查核,並提出查核報告。</p> |
| 107 | 推動商業現代化 | 01連鎖加盟業能量厚植暨發展計畫 | 連鎖加盟業能量厚植暨發展計畫 | 財團法人中國生產力中心 | 107/2/7 | 16,350 | <p>一、厚植經營體質</p> <p>(一)完成25家,連鎖總部經營擴散輔導。</p> <p>(二)完成25家,門市營運管理輔導。</p> <p>(三)提升服務品質執行方案,辦理1式/3場說明會。</p> <p>二、國際市場布局</p> <p>(一)參加國際展會2場/6件商機媒合。</p> <p>(二)國際化發展潛力輔導,完成8家/8項服務輸出評估。</p> <p>(三)辦理2場國際企業交流會議。</p> <p>(四)辦理1場/100人次連鎖加盟業國際論壇。</p> <p>三、產業商情資訊</p> <p>(一)批發零售業商情調研與策略建議,完成10篇/4篇。</p> <p>(二)完成1式,連鎖加盟機動調查與臨時交辦事項。</p> <p>(三)辦理計畫成果推廣與分享活動1式。</p> | <p>執行成果及效益符合原訂目標。</p> <p>一、厚植經營體質:促進產業國內新增投資金額12.7億元、國外新增0.91億元、預估年度營業額增加9.06億元、就業人數增額950人、23個海外據點。</p> <p>二、國際市場布局:2場展會,共有470位專業買主洽談,促進商機342萬美元,促成6件商機媒合;2場交流會議,共有42家企業參與,進行76場媒合洽談,促進商機276.5萬美元。</p> |

經濟部(商業司)106-109年度委辦計畫執行情形

| 年度 | 工作計畫 | 分支計畫 | 計畫名稱 | 得標單位 | 決標時間 | 實現金額(千元) | 內容摘要 | 執行效益檢討 |
|-----|---------|----------------|-------------------|-------------------|-----------|----------|---|---|
| 107 | 推動商業現代化 | 02廣告設計服務業增值計畫 | 廣告設計服務業增值計畫 | 財團法人中國生產力中心 | 107/1/18 | 6,210 | 一、促進國內廣告及商業設計產業國際接軌，協助辦理DigiAsia數位亞洲大會，協助產業數位發展。 二、開辦國際趨勢論壇，協助國內企業發展國際市場。 三、辦理國際創意工作坊2場次、廣告設計小聚6場次，協助產業交流，引介前瞻趨勢。 四、鼓勵臺灣優秀人才投入創新及設計創作，積極參與國際競賽，以彰顯國際能見度。 五、辦理廣告新興媒體跨境發展輔導，促進整體廣告產業多元化數位創新應用，技術引領跨域增值。 | 執行成果及效益符合原訂目標。 一、辦理DigiAsia數位亞洲大會及創新創業嘉年華展區辦理「數位創意展」，呈現國內外廣告產業的技術應用，廣告廠商展位共計7500人次參觀及交流。 二、因應產業多元發展趨勢，藉由辦理產業交流活動，以數位行銷趨勢及技術應用為主題，強化產業能量提升及人才培訓，共計328人次。 三、協助國內優良設計及廣告作品參與國際競賽並獲獎38件。促進廣告業者合作或投資達1,500萬元，增加就業100人次。 四、廣告新興媒體跨發展輔導2案，協助臺灣廣告產業之數據分析、智慧投放、優化技術等商模優勢跨域合作及境外輸出，協助產業國計畫發展。 |
| 107 | 推動商業現代化 | 04健全營運主體維護商業秩序 | 工商憑證管理中心維護及資訊服務計畫 | 中華電信股份有限公司數據通信分公司 | 107/01/25 | 10,575 | 提供客服人員與客服系統回復民眾對於商工行政業務之相關問題。 | 執行成果及效益符合原訂目標。 提供商工諮詢專線，完成處理1萬954通語音傳真，及27萬2,141通來電。 |
| 107 | 推動商業現代化 | 04健全營運主體維護商業秩序 | 公司治理推動計畫 | 國立臺北商業大學 | 107/03/09 | 1,650 | 一、完成我國銀樓業防制洗錢評鑑報告1份。 二、辦理銀樓業者教育訓練至少2場。 三、辦理英譯銀樓業相關資料。 四、辦理研討會至少1場。 | 執行成果及效益符合原訂目標。 一、完成我國銀樓業防制洗錢評鑑報告。 二、辦理11場教育宣導會，更新文宣資料，查核9家銀樓業者。 三、英譯銀樓業防制洗錢及打擊資恐施行暨申報辦法修正條文。 四、辦理數位科技對企業營運管理之衝擊與因應實務論壇1場。 |
| 107 | 推動商業現代化 | 04健全營運主體維護商業秩序 | 消費者債務清償協助計畫 | 財團法人台灣中小企業聯合輔導基金會 | 107/03/02 | 2,095 | 辦理消費者債務清償案件350件以上 | 執行成果及效益符合原訂目標。 辦理消費者債務清償案件395件 |
| 107 | 推動商業現代化 | 04健全營運主體維護商業秩序 | 商業管理提升計畫 | 財團法人商業發展研究院 | 107/3/9 | 1,460 | 研擬符合消費者保護及產業發展需要之規定；法制作業文書至少3式。網路平台販售模式之業者或公協會推廣或訪談至少3家。宣導至少5場(標示至少3場，定型化契約至少2場)及短片至少1式。其他臨時交辦事項至少6式。 | 執行成果及效益符合原訂目標。 評估研修定型化契約及商品標示基準之法制文書5式。訪談或推廣網路平台業者或公協會3家。商品標示法及定型化契約宣導事宜(宣導會5場及短片3部)。其他即時議題及業者專家諮詢意見等7式。 |

經濟部(商業司)106-109年度委辦計畫執行情形

| 年度 | 工作計畫 | 分支計畫 | 計畫名稱 | 得標單位 | 決標時間 | 實現金額(千元) | 內容摘要 | 執行效益檢討 |
|-----|----------|-----------------|------------------------------|------------------------------------|----------|----------|---|--|
| 107 | 推動商業現代化 | 04健全營運主體維護商業秩序 | 107年度南部商業服務業產業輔導暨經營精進計畫(2/2) | 財團法人商業發展研究院 | 107/1/30 | 17,000 | 透過持續性專案計畫之推動，結合企業診斷、人才培育、產業輔導、行銷推廣，輔以產業趨勢策略分析，提升臺灣南部及東部服務業之能量，落實在地服務，強化產業培訓、經營地方特色產業，打造臺灣南部及東部成為優質商業服務業之地區。包括於南部及東部地區辦理計畫說明會;進行標竿企業參訪、策略研析;開設連鎖加盟及電子商務課程。建置專家顧問團，提供諮詢服務與診斷，遴選創新發展輔導業者及提供輔導款項;辦理品牌聯合行銷活動、虛實整合論壇、經營實學講堂、成果發表會等，並透過南部及東部商業服務業知識分享平台進行計畫推廣。 | 執行成果及效益符合原訂目標。 一、於南部及東部地區舉辦一系列政府資源整合說明會，合計6場次，將輔導資源帶到各縣市。另舉辦各縣市圓桌論壇會議，連結南部及東部縣市政府單位與公協會意見，完成需求調查報告。 二、辦理連鎖加盟、電子商務、實作工作坊等課程;完成諮詢服務164家次，專家實地診斷達70家次。遴選創新發展輔導業者達14家，營業額成長率平均約為81%。 三、品牌行銷活動推廣，辦理虛實整合論壇、經營實學講堂、成果發表會活動及媒體露出。 四、南部及東部商業服務業知識分享平台累積進13萬人次瀏覽，並經營LINE@生活圈提升計畫能見度。 |
| 107 | 推動商業現代化 | 04健全營運主體維護商業秩序 | 經濟部委辦公司登記事項契約書 | 臺北市府、新北市政府、桃園市政府、臺中市政府、臺南市政府、高雄市政府 | 107/1/2 | 151,132 | 一、依據公司法第5條第2項規定，委辦6直轄市政府辦理公司登記等相關事項。 二、委辦工作範圍：辦理轄區內實收資本總額未達新臺幣5億元之公司登記等相關事項（含公司法第9條、17條、17條之1），與辦理依公司法及企業併購法有關行政配合之公司登記事項，但外國公司之登記、加工出口區、科學工業園區內公司除外。 | 執行成果及效益符合原訂目標。 辦理件數總計506,983件： 臺北市府：201,152件、新北市政府：101,231件、桃園市政府：46,758件、臺中市政府：69,057件、臺南市政府：26,924件、高雄市政府：61,861件 |
| 108 | 推動商業科技發展 | 01物流國際化與科技化推動計畫 | 多通路物流服務推動計畫 | 財團法人工業技術研究院 | 108/3/25 | 27,750 | 一、推動跨境電商多通路之物流支援模式，如在國內集貨再共同出口以節省運費成本之集貨代運服務模式，或者協助供應商先備貨至海外倉庫以就近發貨之海外寄倉服務模式。 二、推動跨境電商海外物流中心應用服務。 | 執行成果及效益符合原訂目標。 一、促成25家國內外物流業者合作透過集貨代運、海外寄倉等服務模式或應用物流技術，協助供應商與品牌商銷售至新加坡、馬來西亞、印尼等市場。 二、支援跨境電商銷售6億元，帶動物流服務營收1.5億元。 |
| 108 | 推動商業科技發展 | 01物流國際化與科技化推動計畫 | 港區物流加值服務推動計畫 | 財團法人工業技術研究院 | 108/3/28 | 26,485 | 一、擴大供應鏈資訊管理平台與新加坡東協數位貿易便捷化平台之資訊整合功能，另新增貨物驗收影像與單據自動比對技術，節省報關資料重複登打時間。 二、推動多元物流加值服務模式以及跨國供應鏈整合服務，增加國際物流服務商機。 | 執行成果及效益符合原訂目標。 一、應用國際物流資訊整合與儲運管理技術，協助15家業者提升物流作業效率，並支援多航程中轉等物流服務模式之推動。 二、促進12.1億元之國外貨物來臺灣中轉加值及3.3億元之我國商品出口，帶動物流服務營收1.8億元。 |

經濟部(商業司)106-109年度委辦計畫執行情形

| 年度 | 工作計畫 | 分支計畫 | 計畫名稱 | 得標單位 | 決標時間 | 實現金額(千元) | 內容摘要 | 執行效益檢討 |
|-----|----------|-----------------|-----------------------|-------------|-----------|----------|---|--|
| 108 | 推動商業科技發展 | 02電子商務發展與安全推動計畫 | 跨境電商國際拓展推動計畫(2/3) | 財團法人商業發展研究院 | 108/3/20 | 33,000 | 一、舉辦國際媒合會，協助臺灣電商及品牌商對接當地業者，共同拓展國際市場 二、協助開發東協市場熱銷之臺灣商品，除上架至當地電商平台外，也搭配聯合行銷活動，推廣臺灣電商及品牌。 三、協助電商業者導入創新服務與模式，帶動臺灣電商跨境交易額成長。 | 執行成果及效益符合原訂目標。 一、辦理越南國際洽商團，媒合21家臺灣電商業者與當地電商及分銷商超過 200 家次，促成易珈生技上架商品至越南電商平台 Tiki、卻旺國際貿易委託越南代理商REBECA作產品認證等2項合作案。 二、於越南與七彩翼辦理聯合行銷活動1場，促成30個品牌、200項商品跨境銷售，帶動跨境交易額達新臺幣5,200萬元。 三、輔導與補助PChome、歐漾國際等15家電商業者投入跨境創新及拓展國際市場，帶動跨境電商交易額達35億元。 |
| 108 | 推動商業科技發展 | 02電子商務發展與安全推動計畫 | 網路購物產業價值升級與環境建構計畫 | 財團法人資訊工業策進會 | 108/3/6 | 20,500 | 一、加強宣導電子商務相關法令，協助企業落實法令遵循。 二、舉辦網路開店活動，落實網實整合，並辦理數位行銷工作坊。 三、針對發生個資外洩事件之業者進行資安訪查，擴大業者個資管理及資安防護能量。 | 執行成果及效益符合原訂目標。 一、辦理網路購物法制宣導說明會1場次，共計102人次參與。 二、輔導35家業者分別在amazon、Line、樂天市場等平台開店，以及協助業者運用數位工具而提升至少15%營業額。 三、實地訪查與資安協處發生個資外洩之網路零售業者累計43件。 |
| 108 | 推動商業科技發展 | 02電子商務發展與安全推動計畫 | 108及109年度網際網路內容防護機構計畫 | 台北市電腦商業同業公會 | 107/12/17 | 1,500 | 營運iWIN防護機構網站，觀察網際網路行為、接受民眾申訴及通報網路不妥內容、推動網站內容分級制度及建立自律機制，辦理上網安全教育宣導。 (本案由通傳會採購，本部係分攤經費150萬元) | 執行成果及效益符合原訂目標。 一、「108年度網路內容分級實施現況報告」，歸納與觀察我國兒少最常接觸與使用之Twitter、85 Tube、Tumblr、隨意窩、批踢踢實業坊、TikTok等6個社群平臺保護兒少網安之作法，進而提出適合我國平臺業者之網路管理措施與標準。 二、已完成於官網更新 38款、新增8 款過濾防護機制並推廣予民眾使用。 三、已完成 30 家平臺自律機制盤查，並透過增加防護機制，減少管理漏洞及與 iWIN 建立友善連結等方式彰顯自律成效。 四、共受理民眾申訴案件3,139件，涉及入口網站、電子商務平台兩種類型平台計513件。 五、透過多方利害關係人諮詢會議共識架設成人網站防護最低標準。 |

經濟部(商業司)106-109年度委辦計畫執行情形

| 年度 | 工作計畫 | 分支計畫 | 計畫名稱 | 得標單位 | 決標時間 | 實現金額(千元) | 內容摘要 | 執行效益檢討 |
|-----|----------|------------------|------------------|----------------|----------|----------|---|---|
| 108 | 推動商業科技發展 | 03提升服務業競爭力與高值化輔導 | 商業服務業能源管理與技術輔導計畫 | 財團法人台灣綠色生產力基金會 | 108/3/11 | 5,315 | <p>一、節能輔導與落實</p> <p>(一)針對商業服務業20家用戶提供節能輔導，發掘節能潛力至少為690萬度/年。</p> <p>(二)追蹤歷年輔導用戶至少40家次，統計節能改善落實情形。</p> <p>(三)協助6家企業落實執行節能績效保證專案，節電量至少120萬度/年。</p> <p>(四)完成輔導1家企業建置雲端能源管理系統。</p> <p>(五)辦理連鎖企業雲端能源管理訓練班3班次，共計培育90人次。</p> <p>二、商業服務業能效管理指引建立</p> <p>(一)協助5家連鎖企業總部導入「企業能效管理指引與檢點表」。</p> <p>(二)製作3個行業別共通性管理指引，擴散至少300家店家參採。</p> <p>三、完成製作1式創意廣宣，觸及人數至少8萬人。</p> | <p>執行成果及效益符合原訂目標。</p> <p>一、節能輔導與落實</p> <p>(一)完成商業服務業20家用戶節能輔導，發掘節能潛力1469萬度/年。</p> <p>(二)追蹤歷年輔導用戶至少40家次，節電量為680萬度/年。</p> <p>(三)協助6家企業落實執行節能績效保證專案，節電量至少347萬度/年。</p> <p>(四)完成輔導1家企業建置雲端能源管理系統。</p> <p>(五)完成連鎖企業雲端能源管理訓練班3班次，培育108人次。</p> <p>二、商業服務業能效管理指引建立</p> <p>(一)完成5家連鎖企業總部導入「企業能效管理指引與檢點表」。</p> <p>(二)完成3個行業別共通性管理指引，擴散至少4400家店家參採。</p> <p>三、完成製作1式創意廣宣，觸及人數至少11.7萬人。</p> |
| 108 | 推動商業科技發展 | 03提升服務業競爭力與高值化輔導 | 生活服務業競爭力提升計畫 | 財團法人資訊工業策進會 | 108/2/12 | 9,780 | <p>一、就美髮業、洗衣業、服飾零售業等在創新應用所遇到的問題，設計洗衣業數位創新、美容/美髮產業服務優化、服務零售業智慧行銷方案，輔導業者發展出「智慧化衣物安心洗服務」、「美髮關鍵六要素智慧化推薦服務」、「服飾零售業O2O智慧行銷服務」。</p> <p>二、協助業者培養數位經營力，透過服務營運數據洞察，提供行銷、定價、服務流程等經營優化建議。蒐集115,820筆生活數據，完成生活服務數據洞察與經營策略建議。業者採用後，有效提升冷門時段的使用人次，及提高會員電子報開信率，進而增加官網人數。</p> | <p>執行成果及效益符合原訂目標。</p> <p>一、生活服務業加值應用示範服務導入洗衣業、美髮沙龍、服飾零售業，總計有23家店家、1家工廠及156位服務提供者參與數位經營服務，促成投資額651萬元，衍生產值4,671.8萬元。</p> <p>二、因應洗衣產業人才培育與傳承，輔導公會辦理課程，共計236人次參與，提升洗衣產業整體體質與服務競爭力。</p> <p>三、完成辦理1檔網路行銷活動，包含粉絲專頁分享、關鍵字廣告、多媒體聯播網、部落客分享等方式，共吸引17,046人次參與。</p> |

經濟部(商業司)106-109年度委辦計畫執行情形

| 年度 | 工作計畫 | 分支計畫 | 計畫名稱 | 得標單位 | 決標時間 | 實現金額(千元) | 內容摘要 | 執行效益檢討 |
|-----|----------|------------------|-------------------------|------------|-----------|----------|--|--|
| 108 | 推動商業科技發展 | 03提升服務業競爭力與高值化輔導 | 商業服務業經濟情勢分析與我國策略規劃(2/2) | 台灣經濟研究院 | 108/3/5 | 5,250 | <p>研析統計資料，彙整各國發展趨勢，並深度探討擴大臺灣商業服務業市場規模之策略與作法，提出我國發展問題及政策調整建議。此外配合國內外經貿變化趨勢及當前重大議題，執行短期專題研究：</p> <p>一、商業服務業整體發展策略</p> <p>(一)臺灣商業服務業發展情勢研析與策略調整</p> <p>(二)提供臺灣商業服務業情勢資訊</p> <p>二、擴大臺灣商業服務業市場規模之策略與作法</p> <p>三、因應即時性經貿議題對商業服務業影響與時事需求，進行短期性專題研究 5則。</p> | <p>執行成果及效益符合原訂目標。</p> <p>一、完成研究報告並定期提交月報、季報</p> <p>(一)完成「臺灣商業服務業發展情勢研析與策略調整」報告一式</p> <p>(二)提供商業服務業發展現況月報10份、商業服務業發展情勢季報3份。</p> <p>二、完成專題研究「擴大臺灣商業服務業市場規模之策略與作法」報告一式。</p> <p>三、完成5篇指定之短期性專題研究。包含(利用行動支付剖析國內消費行為的可行性分析、基本工資調漲對於商業服務業利潤率變化的影響、雲嘉南高屏的商業服務業產業聚落、中國大陸停發赴臺自由簽證對於臺灣商業的影響及因應措施、手搖飲競賽之國際辦理情形)。</p> |
| 108 | 推動商業科技發展 | 03提升服務業競爭力與高值化輔導 | 臺灣老店創新發展與國際推廣計畫 | 中華民國全國商業總會 | 108/01/15 | 3,650 | <p>一、辦理「優良創新老店」選拔活動及行銷</p> <p>(一)優良創新老店選拔</p> <p>(二)辦理老店故事行銷活動1場次</p> <p>(三)協助老店參與海內外展會2場次及越南媒合交流</p> <p>二、深化「百年暨一甲子老店聯誼會」跨業交流媒合</p> <p>(一)辦理聯誼會及參訪觀摩1場次</p> <p>(二)歷年得獎店家追蹤回訪</p> <p>(三)辦理跨業交流學習營1場次，協助老店導入各種科技工具、技術應用及接班人能力養成</p> <p>三、老店傳承與科技應用輔導</p> <p>(一)店家基礎優化-Google我的商家建置</p> <p>(二)深度輔導</p> | <p>執行成果及效益符合原訂目標。</p> <p>一、辦理「優良創新老店」選拔活動及行銷</p> <p>(一)優良老店創新選拔提升老店知名度，整體營業額成長8%以上，促進異業合作</p> <p>(二)製作老店故事影片1支</p> <p>(三)參加台灣美食展，現場銷售金額達35萬元以上</p> <p>(四)「2019越南胡志明市媒合交流團」促成名璟農產與克林包子合作</p> <p>二、深化「百年暨一甲子老店聯誼會」跨業交流媒合</p> <p>(一)聯誼會活動共計66人參與</p> <p>(二)跨業交流學習營共計56人參加</p> <p>三、老店傳承與科技應用輔導</p> <p>(一)Google我的商家建置15家</p> <p>(二)深度輔導：輔導業者5家業者，增加粉絲團人數平均500人以上、觸及人數2,000人以上，提升7%營業額</p> |

經濟部(商業司)106-109年度委辦計畫執行情形

| 年度 | 工作計畫 | 分支計畫 | 計畫名稱 | 得標單位 | 決標時間 | 實現金額(千元) | 內容摘要 | 執行效益檢討 |
|-----|----------|-------------------|-------------|-------------|----------|----------|--|--|
| 108 | 推動商業科技發展 | 04臺灣餐飲國際化及科技化服務計畫 | 餐飲業國際化推動計畫 | 財團法人中國生產力中心 | 108/2/14 | 34,260 | <p>一、開拓餐飲國際市場：協助業者透過國際媒合交流，與海外商業會或餐飲相關協會、組織等合作，促進海外展店與合作效益。</p> <p>二、多元行銷刺激消費：結合各地方政府資源，辦理大型行銷活動；與數位平臺合做進行臺灣餐飲相關議題操作，刺激國內消費，三、優質餐飲升級輔導：協助餐飲業者進行品牌提升及環境優化改造，並協助連鎖餐飲業者導入科技應用，以提升我國餐飲業者服務能量與效率，使消費者有感，藉以再造整體餐飲業發展競爭力。</p> | <p>執行成果及效益符合原訂目標。</p> <p>一、辦理越南餐飲考察及媒合活動1場次，邀集20家餐飲業者參與，促成一品活蝦、鮮茶道等42家餐飲業者海外展店。</p> <p>二、辦理臺灣滷肉飯節、臺灣美食行動GO及參與台灣美食展等網實行銷活動共6場次，邀集942家業者參與，帶動餐飲營業額逾新臺三、輔導23家餐飲業者進行品牌優化、雙語友善環境及導入科技應用等，提升營業額約6,956萬、促進投資超過682萬、提升就業人數497人、新增展店27間分店、擴散家數176家。</p> <p>四、邀請泰國、越南、馬來西亞、美國、香港及國內網紅，進行體驗及採訪報導，行銷臺灣特色餐飲，總計露出至少44篇以上，觸及全球至少2,055萬人次以上。</p> |
| 108 | 推動商業科技發展 | 04臺灣餐飲國際化及科技化服務計畫 | 新南向產業鏈結增值計畫 | 財團法人中國生產力中心 | 108/1/21 | 9,750 | <p>一、餐飲在地食材鏈結：協助餐飲連鎖業者進行清真諮詢診斷及輔導，協助業者了解完備新南向國家拓展能量。</p> <p>二、餐飲在地服務鏈結：促進臺灣餐飲品牌進入在地產業鏈，透過國際交流媒合與考察團，搭接新南向國家在地華商、供應鏈、通路及平臺商媒合與佈建</p> <p>三、餐飲品牌戰略鏈結：透過在地多媒體、網實整合行銷，協助餐飲連鎖品牌打入新南向市場，提高業者之品牌知名度與指名度。</p> | <p>執行成果及效益符合原訂目標。</p> <p>一、完成12案清真諮詢診斷及協助6家業者取得穆斯林友善認證及國際穆斯林清真認證。</p> <p>二、辦理泰國餐飲業商機媒合考察團1場次，邀集17家業者參與，安排媒合交流活動、臺商經驗分享會、泰國投資委員會及餐飲推動單位拜會及標竿企業參訪。</p> <p>三、辦理2019臺泰、臺越商機媒合會共2場次，帶領26家國內餐飲業者，簽訂9張合作意向書。</p> <p>四、參與2019馬來西亞網路電商購物節、辦理「2019臺灣美食節」等跨境電商行銷活動共2場次，邀集29家餐飲業者參與，促進營業額逾新臺幣95.8萬元。</p> <p>五、參與泰國「2019 Taiwan One More Time」展覽活動1場次，邀集6家餐飲業者參與，藉由展售、試吃及推廣，直擊泰國對臺灣美食接受度，逾32萬人參觀。</p> |

經濟部(商業司)106-109年度委辦計畫執行情形

| 年度 | 工作計畫 | 分支計畫 | 計畫名稱 | 得標單位 | 決標時間 | 實現金額(千元) | 內容摘要 | 執行效益檢討 |
|-----|----------|-------------------|----------------------|-------------|----------|----------|---|--|
| 108 | 推動商業科技發展 | 04臺灣餐飲國際化及科技化服務計畫 | 小鎮餐飲優化輔導計畫 | 財團法人中國生產力中心 | 108/6/21 | 5,850 | <p>一、優質餐飲升級輔導：將以交通部觀光局小鎮名單中，依據店家聚集度、國際活動及觀光人潮盤點出具有發展潛力之小鎮，並協助店家進行品牌定位、環境優化、特色料理、數位定址輔導，提升經營效能及擴大消費市場。</p> <p>二、雙語友善環境建置：協助業者建置雙語餐飲環境及錄製雙語接待教學影片與製作字卡，使國際觀光客方便消費，創造優質的雙語用餐服務環境。</p> <p>三、多元體驗行銷：結合小鎮文化故事及特色景點，以主題包裝規劃國內旅遊體驗行程，促進消費者文化認同及參與，帶動經典小鎮觀光旅遊人潮。</p> | <p>執行成果及效益符合原訂目標。</p> <p>一、優質餐飲升級輔導：盤點2個經典小鎮，協助20家餐飲業者進行品牌定位、環境優化、特色料理、數位定址輔導。</p> <p>二、雙語友善環境建置：協助20家餐飲業者進行菜單雙語翻譯1式，並完成情境式雙語服務接待教學影片1式。</p> <p>三、多元體驗行銷：辦理2場次體驗行銷活動及邀請4國5家國際媒體來臺進行旅遊體驗，露出至少31篇以上，全球觸及至少達1,720萬人次。</p> |
| 108 | 推動商業科技發展 | 06商業發展科技能量建置及輔導 | 服務業創新研發計畫(2/4) | 財團法人中國生產力中心 | 108/2/20 | 17,411 | <p>一、補助資源挹注:預計核定補助個案計畫至少70案，依約完成簽約、預算審查、撥款、進度查核、財務查核及結案作業。</p> <p>二、行銷推廣擴散:辦理計畫相關說明會至少12場次、成果發表或論壇1場次，發行電子報，配合計畫推動時程，運用社群及電子報等多元推廣管道，宣導本計畫推動措施及執行成效等資訊。</p> | <p>執行成果及效益符合原訂目標。</p> <p>一、核定補助計畫76案，協助業者撰寫計畫書76案，依約完成相關結案作業。帶動業者相對投入研發經費1.6億元、營業額增加5.8億元、促成投資1.2億元，研發人才投入服務創新研發計畫共230人次。</p> <p>二、辦理各項實體廣宣說明會共計19場次，與會人員共計1,000人次；計畫官方網站與社群平台的廣宣與擴散FB粉絲數達7,266人次、發佈電子報-「SIIR創新快遞」4期，辦理優良案例成果展1場次及辦理「數據領航迎向新商機」創新趨勢論壇。</p> |
| 108 | 推動商業科技發展 | 06商業發展科技能量建置及輔導 | 科專補助計畫之內部控制及財務收支查核計畫 | 正興聯合會計師事務所 | 108/7/3 | 296 | <p>針對107年度已辦理完成科專補助計畫之執行單位進行內部控制及財務收支查核。</p> | <p>執行成果及效益符合原訂目標。</p> <p>107年度已結案之科專補助計畫，針對計畫執行單位包含財團法人工業技術研究院、財團法人商業發展研究院、財團法人中華民國會計研究發展基金會、財團法人資訊工業策進會等4單位，就其計畫經費執行狀況、原始憑證保管情形及內部控制，已完成查核，並提出查核報告。</p> |

經濟部(商業司)106-109年度委辦計畫執行情形

| 年度 | 工作計畫 | 分支計畫 | 計畫名稱 | 得標單位 | 決標時間 | 實現金額(千元) | 內容摘要 | 執行效益檢討 |
|-----|---------|------------------|-------------------|-------------------|-----------|----------|--|--|
| 108 | 推動商業現代化 | 01連鎖加盟業能量厚植暨發展計畫 | 連鎖加盟業能量厚植暨發展計畫 | 財團法人中國生產力中心 | 108/1/17 | 16,500 | <p>一、厚植經營體質</p> <p>(一)完成25家，連鎖總部經營擴散輔導。</p> <p>(二)完成10家，門市營運管理輔導。</p> <p>(三)提升服務品質執行方案，辦理1式/3場說明會/3場工作坊、14家/1場簡報營。</p> <p>二、國際市場布局</p> <p>(一)參加國際展會2場/6件商機媒合。</p> <p>(二)國際化發展潛力輔導，完成7家/7項服務輸出評估/19個海外據點。</p> <p>(三)辦理2場國際企業交流會議。</p> <p>三、產業商情資訊</p> <p>(一)完成連鎖產業經營概況資訊分享與臨時交辦事項。</p> <p>(二)辦理計畫成果推廣與分享活動1式。</p> | <p>執行成果及效益符合原訂目標。</p> <p>一、厚植經營體質：促進產業年度營業額增加21.55億元、就業人數增額1,076人、國內新增投資金額3.89億元、國外新增投資0.57億元。</p> <p>二、國際市場布局：2場展會，共有754位專業買主洽談，促進商機369萬美元，促成8件商機媒合；2場交流會議，共有19家企業參與，進行77場媒合洽談，促進商機288萬美元。</p> |
| 108 | 推動商業現代化 | 02廣告設計服務業增值計畫 | 廣告設計服務業增值計畫 | 財團法人中國生產力中心 | 108/1/15 | 5,000 | <p>一、辦理「臺灣國際平面設計競賽」1場次及國際交流成果展覽活動1場次，鼓勵各界優秀設計人才從事商業服務設計及積極投入創作，以提高國際曝光度。</p> <p>二、辦理小型國際創意工作坊1場次，協助廣告設計服務業者學習創新觀點及方法技巧。</p> <p>三、協助國內優良作品參與國際競賽，藉此提升臺灣廣告設計能量及促進於國際舞臺曝光，年度獲獎數達40件以上。</p> <p>四、辦理國際趨勢論壇1場次，內容涵蓋國際廣告設計趨勢，培訓廣告設計相關業者共計100人次以上。</p> <p>五、辦理廣告設計小聚，參與人數100人次以上，促進產業人士跨域交流，探討行業趨勢。</p> | <p>執行成果及效益符合原訂目標。</p> <p>一、辦理第九屆「臺灣國際平面設計獎」競賽，共計67個地區或國家，5,108件作品參賽，評選出37個獎項及140個優選作品，提升臺灣創意競賽品牌之國際知名度。</p> <p>二、促進國內優良作品參與國際競賽（如義大利A' Design Award & Competition、紐約廣告節、澳洲廣告獎等），藉以提升臺灣廣告設計能量及於國際舞臺曝光度，108年獲獎數達97件。</p> <p>三、促進廣告業者投資及產值提升達2.49億元。增加就業120人次等。</p> <p>四、辦理國際趨勢論壇、國際創意設計工作坊、廣告設計小聚等產業活動，共計489人次參與，活動辦理遍及國內南北地區，5. 透過國際產業專家分享趨勢新知，促進設計師能夠持續提升自我創新的競爭力，提供產業分享、經驗交流與商機媒合的平臺。</p> |
| 108 | 推動商業現代化 | 04健全營運主體維護商業秩序 | 工商憑證管理中心維護及資訊服務計畫 | 中華電信股份有限公司數據通信分公司 | 108/01/28 | 12,036 | <p>提供客服人員與客服系統回復民眾對於商工行政業務之相關問題。</p> | <p>執行成果及效益符合原訂目標。</p> <p>提供商工諮詢專線，完成處理1萬1,365通語音傳真，及30萬7,371通來電。</p> |

經濟部(商業司)106-109年度委辦計畫執行情形

| 年度 | 工作計畫 | 分支計畫 | 計畫名稱 | 得標單位 | 決標時間 | 實現金額(千元) | 內容摘要 | 執行效益檢討 |
|-----|----------|-----------------|------------------------------|------------------------------------|-----------|----------|--|---|
| 108 | 推動商業現代化 | 04健全營運主體維護商業秩序 | 公司治理推動計畫 | 國立臺北商業大學 | 108/02/18 | 1,650 | 一、完成我國銀樓業防制洗錢評鑑報告1份。 二、辦理銀樓業者教育訓練至少2場。 三、辦理研討會至少1場。 | 執行成果及效益符合原訂目標。 一、配合洗錢防制評鑑缺失事宜，並協助查訪10家銀樓業者； 二、辦理3場洗錢防制教育宣導會，並製作4,000份宣導袋(內含問答集、申報表、制度範本等)，分送全國24個銀樓公會； 三、辦理創新商業模式實務論壇1場。 |
| 108 | 推動商業現代化 | 04健全營運主體維護商業秩序 | 消費者債務清償協助計畫 | 財團法人台灣中小企業聯合輔導基金會 | 108/01/28 | 2,070 | 受理消費者債務清償陳情案350件以上 | 執行成果及效益符合原訂目標。 受理消費者債務清償陳情案398件 |
| 108 | 推動商業現代化 | 04健全營運主體維護商業秩序 | 108年度南部商業服務業產業輔導暨經營精進計畫(1/4) | 財團法人商業發展研究院 | 108/3/22 | 14,550 | 結合區域交流、產業輔導及產業趨勢策略分析為核心，結合企業診斷、人才培育等方式，打造南部及東部成為優質商業服務業之地區。包括分析南部及東部商業服務業發展數據，辦理商業發展合作交流座談會；開設高階管理人才數據養成班、主題式實戰培訓班、經營時學講堂；提供在地諮詢服務，及時、有效地協助中小企業解決突發問題，並協同各領域專家顧問群，提供專家診斷、另外遴選創新發展輔導業者，並提供輔導款；舉辦業者聯誼交流會、成果發表會，運用網站及Line@生活圈進行計畫能量宣傳及擴散。 | 執行成果及效益符合原訂目標。 一、辦理南部及東部7場次區域交流座談會，鏈結25個地方產業公協會、13個大專院校，提出7份區域商業發展策略建議。 二、完成培訓課程91%業者認為課程主題符合所需。辦理主題式行銷活動。諮詢服務及診斷服務完成65家次。 三、遴選創新發展輔導，提供輔導款項，協助業者增加營業額約3,295萬元；知識分享平台累計瀏覽超過35萬人次；line@生活圈，累計會員數超過1,200人；業者聯誼會及成果發表會，超過200人參與；活動媒體露出，合計10則。 |
| 108 | 推動商業現代化 | 04健全營運主體維護商業秩序 | 經濟部委辦公司登記事項契約書 | 臺北市府、新北市政府、桃園市政府、臺中市政府、臺南市政府、高雄市政府 | 108/1/7 | 155,445 | 一、依據公司法第5條第2項規定，委辦6直轄市政府辦理公司登記等相關事項。 二、委辦工作範圍：辦理轄區內實收資本總額未達新臺幣5億元之公司登記等相關事項（含公司法第9條、17條、17條之1），與辦理依公司法及企業併購法有關行政配合之公司登記事項，但外國公司之登記、加工出口區、科學工業園區內公司除外。 | 執行成果及效益符合原訂目標。 辦理件數總計515,674件： 臺北市府：204,547件、新北市政府：98,536件、桃園市政府：45,862件、臺中市政府：71,669件、臺南市政府：27,677件、高雄市政府：67,383件 |
| 109 | 推動商業科技發展 | 01物流國際化與科技化推動計畫 | 多通路物流服務推動計畫 | 財團法人工業技術研究院 | 109/3/20 | 35,000 | 一、持續推動跨境電商集貨代運等物流支援模式，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，包括發貨、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。 | 執行成果及效益符合原訂目標。 一、促成36家國內外物流業者合作透過集貨代運、保稅轉運等服務模式或應用物流技術，協助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。 二、支援跨境電商銷售9.5億元，帶動物流服務營收1.8億元。 |

經濟部(商業司)106-109年度委辦計畫執行情形

| 年度 | 工作計畫 | 分支計畫 | 計畫名稱 | 得標單位 | 決標時間 | 實現金額(千元) | 內容摘要 | 執行效益檢討 |
|-----|----------|-----------------|-------------------|-------------|----------|----------|---|--|
| 109 | 推動商業科技發展 | 01物流國際化與科技化推動計畫 | 改善升級物流業物聯網資訊安全計畫 | 財團法人工業技術研究院 | 109/5/13 | 11,432 | 一、補助國際物流業者強化資訊安全防護能力並擴散。 二、協助國際物流業者檢視其資安現況。 | 執行成果及效益符合原訂目標。 一、補助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。 二、促進業者資安升級投資1,756萬元 三、帶動物流業從業人員提升物流資安意識共計2,536人。 四、應用「國際物流資安問題分析與技術評估檢視表」，協助30家國際物流業者自我檢視其資安現況與定位。 |
| 109 | 推動商業科技發展 | 02電子商務發展與安全推動計畫 | 跨境電商國際拓展推動計畫(3/3) | 財團法人商業發展研究院 | 109/4/7 | 32,900 | 一、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，拓展當地市場。 二、補助電商跨境導入創新服務或模式。 三、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、協助電商業者以社群行銷擴大日、星市場；透過社群行銷與電商平臺拓展中國大陸市場。 註:本案保留1,607千元於110年度執行，尚未播付。 | 執行成果及效益符合原訂目標。 一、舉辦「日本電商交流媒合會」，共137家臺灣業者參與並媒合103家次，促成昆豪與aPure、向米與宣洋等4合作案。 二、補助白馬製造、好食樂等12家電商業者，帶動跨境電商交易額達44.6億元。 三、透過「2020臺馬聯合網購節」，及泰國、越南舉辦聯合行銷活動，促成2,600個品牌與120,000項商品跨境銷售，帶動跨境交易額達新臺幣1億元。 四、輔導好物飛行開設新加坡站、協助臺灣電商上架日本樂天臺灣館，帶動跨境交易額達新臺幣866萬元。另輔導承也國際在中國大陸整合供應鏈並擴展社群分銷通路，帶動跨境交易額達新臺幣1億元。 |
| 109 | 推動商業科技發展 | 02電子商務發展與安全推動計畫 | 網路購物產業價值升級與環境建構計畫 | 財團法人資訊工業策進會 | 109/3/16 | 19,740 | 一、掌握電商法制趨勢，持續完備相關規範。 二、舉辦網路開店活動，辦理數位行銷工作坊，協助業者提升營業額。 三、針對個資外洩之高風險業者，進行資安技術性查核，並提供資安改善建議。 | 執行成果及效益符合原訂目標。 一、辦理電商新趨勢暨法制宣導說明會2場，共計721人次參與。 二、促成新開網路店家25家，並協助業者運用數位工具分眾行銷，提升15%營業額。 三、實地訪查與資安協處發生個資外洩之網路零售業者累計15件；另統計警政署移送案件，經資安訪視、資安協處及行政檢查後，超過9成業者案件數下降。 |

經濟部(商業司)106-109年度委辦計畫執行情形

| 年度 | 工作計畫 | 分支計畫 | 計畫名稱 | 得標單位 | 決標時間 | 實現金額(千元) | 內容摘要 | 執行效益檢討 |
|-----|----------|------------------|-----------------------|----------------|-----------|----------|--|---|
| 109 | 推動商業科技發展 | 02電子商務發展與安全推動計畫 | 108及109年度網際網路內容防護機構計畫 | 台北市電腦商業同業公會 | 107/12/17 | 1,494 | 營運iWIN防護機構網站，觀察網際網路行為、接受民眾申訴及通報網路不妥內容、推動網站內容分級制度及建立自律機制，辦理上網安全教育宣導。 (本案由通傳會採購，本部係分攤經費150萬元) | 一、「109年度網路內容分級實施現況報告」，分析我國兒少常接觸社群，如IG、Dcard、Telegram，觀察此類平臺成為新型犯罪工具與對臺灣影響，並以英、韓對網路之治理政策及未來方向，作為臺灣網路治理反思與建議。 二、完成於官網新增8款過濾防護軟體，並推廣宣導予民眾使用。 三、完成30家平臺自律機制盤點，共30家平臺已透過增加防護機制減少觸法可能性。 四、共受理民眾申訴案件3,878件，涉及入口網站、電子商務平台兩種類型平台計773件。 五、兒少民眾宣導累計66場，總計10,991人次參與。線上推廣網路安全觀念，累計觸及299,532人次。 |
| 109 | 推動商業科技發展 | 03提升服務業競爭力與高值化輔導 | 商業服務業能源管理與技術輔導計畫(1/2) | 財團法人台灣綠色生產力基金會 | 109/2/14 | 5,317 | 一、節能檢測輔導 (一)針對商業服務業60家用戶提供節能輔導，發掘節能潛力至少為950萬度/年。 (二)追蹤歷年輔導用戶至少50家次，統計節能改善落實情形。 二、節能落實改善 (一)協助30個企業用戶申請政府補助資源，至少促成8個企業用戶落實，落實節電量至少160萬度/年。 (二)完成輔導1家企業建置雲端能源管理系統。 (三)促成至少2個行業別連鎖企透過優惠價格採購高能效設備業落實改善。 三、協助1個連鎖企業集團門市模擬及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1班次，共計培訓30人次。 | 執行成果及效益符合原訂目標。 一、節能檢測輔導 (一)完成商業服務業60家用戶節能輔導，發掘節能潛力至少為1545萬度/年。 (二)追蹤歷年輔導用戶至少50家次，落實節電量888.8萬度/年。 二、節能落實改善 (一)完成協助33個企業申請政府補助資源，促成22個企業用戶落實，落實節電量194萬度/年。 (二)完成輔導1家企業建置雲端能源管理系統。 (三)促成2個行業別(7家連鎖企業)採購高能效設備業，預計每年節電4萬度/年。 三、完成1個連鎖企業集團門市模擬及客製化節能門市設計指南。 四、完成辦理連鎖企業節能種子團隊訓練班2班次，共計培訓50人次。 |
| 109 | 推動商業科技發展 | 03提升服務業競爭力與高值化輔導 | 生活服務業競爭力提升計畫 | 財團法人資訊工業策進會 | 109/2/5 | 9,300 | 一、研擬3個生活服務推動主題(營運流程優化、顧客體驗優化、智慧行銷服務)，發展創新服務(智助洗衣消費整合服務、洗衣店全方位雲端POS服務、美髮業零工整合與人力資源共享創新服、一甲子老店智慧銷售創新服務)。 二、針對「洗衣服務之客群」釐清待解決問題，並訂定數據蒐集內涵與標的。完成蒐集並分析37,148筆生活服務營運數據，依據顧客群性質分類，提供分眾行銷建議(提供專屬儲值折扣、鎖定品項推廣)，經實證後，會員儲值活動轉換率提升8.19%，客單價成長13%。 | 執行成果及效益符合原訂目標。 一、促成生活服務業者發展生活服務創新服務模式，總計有71家店家及245位服務提供者參與數位經營服務。共促成業者投資額1,090萬元，衍生產值3,966.8萬元。 二、因應洗衣產業人才培育與傳承，輔導公會辦理課程，共計303人次參與，提升洗衣產業整體體質與服務競爭力。 |

經濟部(商業司)106-109年度委辦計畫執行情形

| 年度 | 工作計畫 | 分支計畫 | 計畫名稱 | 得標單位 | 決標時間 | 實現金額(千元) | 內容摘要 | 執行效益檢討 |
|-----|----------|------------------|-------------------|------------|----------|----------|---|---|
| 109 | 推動商業科技發展 | 03提升服務業競爭力與高值化輔導 | 提升我國商業服務業競爭力之策略計畫 | 台灣經濟研究院 | 109/2/26 | 4,100 | <p>研析統計資料，彙整各國發展趨勢，並深度探討重大勞動政策對我國商業服務業影響，提出我國發展問題及政策調整建議。此外配合國內外經貿變化趨勢及當前重大議題，執行短期專題研究：</p> <p>一、商業服務業整體發展策略</p> <p>(一)臺灣商業服務業發展情勢研析與策略調整</p> <p>(二)提供臺灣商業服務業情勢資訊</p> <p>二、重大勞動政策對我國商業服務業影響之研析</p> <p>三、因應即時性經貿議題對商業服務業影響與時事需求，進行短期性專題研究 5則。</p> | <p>執行成果及效益符合原訂目標</p> <p>一、完成研究報告1份並定期提交月報、季報</p> <p>(一)完成「臺灣商業服務業發展情勢研析與策略調整」報告一式</p> <p>(二)提供商業服務業發展現況月報10份、商業服務業發展情勢季報3份。</p> <p>二、完成專題研究「重大勞動政策對我國商業服務業影響之研析」報告一式。</p> <p>三、完成5篇指定之短期性專題研究。包含(因應 COVID-19(武漢肺炎)疫情各國相關紓困振興措施綜整、各國疫情期發放生活津貼之研究、對於振興臺灣經濟有幫助之事項、超高齡社會下臺灣未來生活服務產業之發展契機、展望商業服務業發展新趨勢)</p> |
| 109 | 推動商業科技發展 | 03提升服務業競爭力與高值化輔導 | 臺灣老店創新發展與國際推廣計畫 | 中華民國全國商業總會 | 109/1/31 | 3,760 | <p>一、辦理「優良創新老店」選拔活動及行銷</p> <p>(一)優良創新老店選拔</p> <p>(二)辦理網紅行銷活動1場次</p> <p>(三)參與國內展會活動1場次</p> <p>(四)參與國際交流媒合活動1場次(因受新冠肺炎疫情影響，辦理計畫變更，此工作項目取消)</p> <p>二、深化「百年暨一甲子老店聯誼會」跨業交流媒合</p> <p>(一)辦理聯誼會及參訪觀摩1場次</p> <p>(二)歷年得獎店家追蹤回訪</p> <p>三、老店傳承與科技應用輔導</p> <p>(一)辦理二代接班學習營1場次</p> <p>(二)深度輔導5家(因受新冠肺炎疫情影響，辦理計畫變更，此工作項目原4家增為5家)</p> <p>(三)店家基礎優化-Google我的商家建置</p> | <p>執行成果及效益符合原訂目標。</p> <p>一、辦理「優良創新老店」選拔活動及行銷</p> <p>(一)網路票選活動吸引超越80萬以上人次瀏覽</p> <p>(二)得獎業者於頒獎後(阿霞飯店、陳允寶泉及長順茶業等)營業額平均成長10-20%</p> <p>(三)展會6家業者4天營業額累積逾29萬元</p> <p>二、深化「百年暨一甲子老店聯誼會」跨業交流媒合</p> <p>(一)聯誼會活動由38家店家，54位業者參與本次活動</p> <p>(二)跨業交流媒合會</p> <p>1.統一超商：與6家業者接洽</p> <p>2.中華電信：與3家業者接洽</p> <p>三、老店傳承與科技應用輔導</p> <p>(一)二代接班學習營課程共計64位學員參與，整體滿意程度94.8%</p> <p>(二)深度輔導：</p> <p>1.榮記顏新發糕餅本次總營業額較去年同期成長約50%</p> <p>2.萬全馨食品行單項商品成長20%</p> <p>3.陳金福食品單項商品成長35%</p> <p>4.滴滴香茶行行銷介紹影片觀看次數一萬人次以上</p> |

經濟部(商業司)106-109年度委辦計畫執行情形

| 年度 | 工作計畫 | 分支計畫 | 計畫名稱 | 得標單位 | 決標時間 | 實現金額(千元) | 內容摘要 | 執行效益檢討 |
|-----|----------|-------------------|----------------|-------------|----------|----------|---|---|
| 109 | 推動商業科技發展 | 04臺灣餐飲國際化及科技化服務計畫 | 餐飲業國際化推動計畫 | 財團法人中國生產力中心 | 109/2/13 | 36,653 | <p>一、開拓餐飲國際市場：協助業者透過國際媒合交流，與海外商業會或餐飲相關協會、組織等合作，促進海外展店與合作效益。</p> <p>二、多元行銷刺激消費：結合各地方政府資源，辦理大型行銷活動；與數位平臺合做進行臺灣餐飲相關議題操作，刺激國內消費，促進買氣。</p> <p>三、優質餐飲升級輔導：協助餐飲業者進行品牌提升及環境優化改造，並協助連鎖餐飲業者導入科技應用，以提升我國餐飲業者服務能量與效率，使消費者有感，藉以再造整體餐飲業發展競爭力。</p> | <p>執行成果及效益符合原訂目標。</p> <p>一、辦理臺韓國際餐飲線上媒合1場次，邀集11家業者參與，簽訂8張合作意向書。</p> <p>二、辦理臺灣滷肉飯節、優質臺菜餐廳徵選及臺灣美食行動GO等網實行銷活動共6場次，整體帶動營業額近14.4億元。</p> <p>三、輔導34家餐飲業者進行品牌優化、導入數位應用及餐飲智慧模組應用等，提升營業額1.64億、投資額4,485萬、就業人數新增373人、新增展店51家、擴散637家。</p> <p>四、邀請6國媒體，針對經典臺菜、滷肉飯及餐飲新食代等計畫主題進行體驗及採訪，總計露出158則，國內至少觸及4,383萬、國際觸及至少291萬，共計至少達4,674萬人次以上。</p> |
| 109 | 推動商業科技發展 | 04臺灣餐飲國際化及科技化服務計畫 | 新南向產業鏈結增值計畫 | 財團法人中國生產力中心 | 109/2/11 | 7,996 | <p>一、清真友善環境推動：因應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，協助進行清真相關認證輔導及行銷，完備國內餐飲連鎖業者向新南向國家跨域拓展之能量。</p> <p>二、海外商機合作嫁接：協助餐飲連鎖業者建立及進入目標新南向國家在地產業鏈，透過與在地業者交流媒合活動協助餐飲業者打造在地服務合作模式。</p> <p>三、多元行銷國際推展：協助強化在地網路社群、數位及電商行銷，增加新南向國家消費者及旅客對臺灣餐飲品牌特色印記。</p> | <p>執行成果及效益符合原訂目標。</p> <p>一、完成13案清真諮詢診斷及協助7家業者取得穆斯林友善認證及國際穆斯林清真認證。</p> <p>二、完成辦理在地媒合活動3場次，帶領28家國內餐飲業者，簽訂9張服務合作意向書。</p> <p>三、辦理「2020臺灣美食節」等跨境電商行銷活動共2場次，邀集36家餐飲業者參與，促進營業額逾111.4萬臺幣。</p> <p>四、邀集5家業者參與「2020印尼線上臺灣形象展」，搭配線上媒合洽談進行，接獲訂單金額為13萬美金。</p> |
| 109 | 推動商業科技發展 | 06商業發展科技能量建置及輔導 | 服務業創新研發計畫(3/4) | 財團法人中國生產力中心 | 109/2/5 | 16,589 | <p>一、補助資源挹注:預計核定補助個案計畫至少70案，依約完成簽約、預算審查、撥款、進度查核、財務查核及結案作業。</p> <p>二、行銷推廣擴散:辦理計畫相關說明會至少12場次、成果發表或論壇1場次，發行電子報，配合計畫推動時程，運用社群及電子報等多元推廣管道，宣導本計畫推動措施及執行成效等資訊。</p> | <p>執行成果及效益符合原訂目標。</p> <p>一、核定補助計畫75案，協助業者撰寫計畫書75案，依約完成相關結案作業。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。</p> <p>二、辦理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，辦理2場創新服務小聚，共計34家42人參與。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)，共11家展示，4家優良案例分享，200人次與會。</p> |

經濟部(商業司)106-109年度委辦計畫執行情形

| 年度 | 工作計畫 | 分支計畫 | 計畫名稱 | 得標單位 | 決標時間 | 實現金額(千元) | 內容摘要 | 執行效益檢討 |
|-----|----------|-----------------|----------------------|-------------|-----------|----------|--|---|
| 109 | 推動商業科技發展 | 06商業發展科技能量建置及輔導 | 科專補助計畫之內部控制及財務收支查核計畫 | 正興聯合會計師事務所 | 109/11/18 | 294 | 針對108年度已辦理完成科專補助計畫之執行單位進行內部控制及財務收支查核。 | 執行成果及效益符合原訂目標。 108年度已結案之科專補助計畫，針對計畫執行單位包含財團法人工業技術研究院、財團法人商業發展研究院、財團法人中華民國會計研究發展基金會、財團法人資訊工業策進會等4單位，就其計畫經費執行狀況、原始憑證保管情形及內部控制，已完成查核，並提出查核報告。 |
| 109 | 推動商業現代化 | 01連鎖加盟及餐飲鏈結發展計畫 | 連鎖加盟及餐飲鏈結發展計畫 | 財團法人中國生產力中心 | 109/2/18 | 17,146 | 一、服務力提升 (一)辦理計畫說明會3場次。 (二)完成28家連鎖總部經營管理輔導。 (三)完成17家門市管理輔導。 (四)完成12家國際化潛力輔導。 二、品牌輸出國際佈局 (一)疫後國際主題式輔導，評選9家輔導企業。 (二)聯合行銷系列活動暨口語表達魅力訓練營1式/31家、辦理1場口語表達訓練營。 (三)辦理2場國際企業線上交流會議。 (四)成立產業聯盟，辦理4場實體社群小聚，目前累積73名成員。 | 執行成果及效益符合原訂目標。 一、服務力提升：促進產業投資額2.5億元以上、新增就業人數1,000人，並增加14家海外據點。 二、品牌輸出國際佈局：國際線上商機媒合會邀請23位海外買主、13家臺灣企業參與，簽訂5份MOU、後續合作商机328萬美元。 |
| 109 | 推動商業現代化 | 02廣告設計服務業增值計畫 | 廣告設計服務業增值計畫 | 財團法人中國生產力中心 | 109/2/17 | 4,923 | 一、辦理國際交流活動1場次，引進國際趨勢新知，厚植服務輸出能量。 二、辦理廣告新興媒體跨境發展輔導3案，協助我國廣告業者拓展境外商機接軌國際。 三、辦理國際創意設計工作坊及廣告小聚活動，強化知識學習及經驗分享。 四、執行臺灣國際平面設計獎競賽前期作業，籌備國際級競賽平台，提升臺灣商業設計能量之海外能見度。 | 執行成果及效益符合原訂目標。 一、辦理展覽及國際交流活動1場次，活動共547人次參與，直播觀看人數1,655人次，整合臺灣數位產業優勢，引入國際產業趨勢，提升國內業者境外服務拓展能力。 二、辦理廣告新興媒體跨境發展輔導3案，鼓勵國內廣告業者發展新興媒體科技、多元整合應用等技術核心，開發海外市場，提升產業經濟價值。 三、辦理國際創意設計工作坊1場次，培訓學員20名，學習創新觀點及方法技巧，內容涵蓋顧客體驗設計、動態設計等。 四、辦理廣告小聚3場次，計138名產業人士與會，內容涵蓋社群與分眾行銷、品牌與CSR、青年創意等，促進產業人士知識分享與跨域交流。 五、完成2021年臺灣國際平面設計獎競賽機制規劃與國際組織認證，藉由國際競賽交流，有助提昇我國創意軟實力與競賽品牌國際知名度。 |

經濟部(商業司)106-109年度委辦計畫執行情形

| 年度 | 工作計畫 | 分支計畫 | 計畫名稱 | 得標單位 | 決標時間 | 實現金額(千元) | 內容摘要 | 執行效益檢討 |
|-----|---------|----------------|------------------------------|------------------------------------|-------------------------|----------|--|--|
| 109 | 推動商業現代化 | 04健全營運主體維護商業秩序 | 公司治理推動計畫 | 國立臺北商業大學 | 109/02/07 | 1,600 | 一、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1份。 二、辦理銀樓業者教育訓練至少5場。 三、辦理研討會至少1場。 | 執行成果及效益符合原訂目標。 一、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、協助查訪10家銀樓業者； 三、辦理9場洗錢防制教育宣導會，並製作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； 四、辦理企業永續經營實務論壇1場。 |
| 109 | 推動商業現代化 | 04健全營運主體維護商業秩序 | 消費者債務清償協助計畫 | 財團法人台灣中小企業聯合輔導基金會 | 109/02/12 | 2,045 | 辦理消費者債務清償案件350件以上 | 執行成果及效益符合原訂目標。 受理消費者債務清償陳情案354件 |
| 109 | 推動商業現代化 | 04健全營運主體維護商業秩序 | 工商憑證管理中心維護及資訊服務計畫 | 中華電信股份有限公司數據通信分公司 | 109/01/03 | 10,338 | 提供客服人員與客服系統回復民眾對於商工行政業務之相關問題。 | 執行成果及效益符合原訂目標。 提供商工諮詢專線，處理1萬9,844通語音傳真，及28萬5,472通來電。 |
| 109 | 推動商業現代化 | 04健全營運主體維護商業秩序 | 109年度南部商業服務業產業輔導暨經營精進計畫(2/4) | 財團法人商業發展研究院 | 109/1/17 | 12,546 | 透過諮詢診斷、商服專業培力、亮點鏈結行銷、創新發展輔導等，以提升南部及東部商業服務業拓展創新商業模式之經營能量。包括擇定1個業亮點產業，舉辦亮點行銷活動及頒獎典禮、辦理高階人才數據班養成班、新媒體應用班。提供專家診斷，根據業者屬性及其經營問題，提出改善建議方案、遴選創新發展輔導業者及提供輔導款項、並透過專屬網站及LINE@生活圈，推廣本計畫知名度及成果效益。 | 執行成果及效益符合原訂目標。 一、首度辦理「南臺灣大餅節」，遴選30家次業者獲獎，拍攝2支宣傳影片。 二、頒獎儀式暨記者會共吸引超350人次參與，另協助大餅業者參展，吸引過19萬民眾湧入，媒體露出達59則。 三、透過人才培訓課程，共培訓445人次；完成諮詢診斷265家次，另遴選20家創新發展輔導業者，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超過3,000萬元；維運南部網站知識網站，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。 |
| 109 | 推動商業現代化 | 04健全營運主體維護商業秩序 | 經濟部委辦公司登記事項契約書 | 臺北市府、新北市政府、桃園市政府、臺中市政府、臺南市政府、高雄市政府 | 109/1/6 109/3/19(變更) | 152,067 | 一、依據公司法第5條第2項規定，委辦6直轄市政府辦理公司登記等相關事項。 二、委辦工作範圍：辦理轄區內實收資本總額未達新臺幣5億元之公司登記等相關事項(含公司法第9條、17條、17條之1)，與辦理依公司法及企業併購法有關行政配合之公司登記事項，但外國公司之登記、加工出口區、科學工業園區內公司除外。 | 執行成果及效益符合原訂目標。 辦理件數總計522,441件： 臺北市府：204,772件、新北市政府：102,120件、桃園市政府：48,904件、臺中市政府：76,641件、臺南市政府：27,169件、高雄市政府：62,835件 |