

經濟部中小及新創企業署
115 年度社會創新海外拓展計畫
遴選簡章

主辦單位：經濟部中小及新創企業署
執行單位：KPMG 安侯永續發展顧問股份有限公司

中華民國 115 年 3 月

目 錄

壹、計畫簡介	3
一、 緣起	3
二、 海外拓展路徑說明	3
三、 申請原則	3
四、 計畫聯絡資訊	5
貳、海外參展計畫實施方式	6
一、 執行方式	6
二、 時程規劃	9
三、 遴選標準	10
四、 報名資料	11
五、 應遵守事項	12
參、海外快閃合作計畫實施方式	14
一、 執行方式	14
二、 時程規劃	15
三、 遴選標準	16
四、 報名資料	16
五、 應遵守事項	16
肆、海外合作提案挑戰賽實施方式	18
一、 執行方式	18
二、 時程規劃	19
三、 遴選標準	19
四、 報名資料	20
五、 應遵守事項	21
伍、其他事項	22
附件一、報名表：海外參展計畫	附-1
附件二、報名表：海外快閃合作計畫	附-5
附件三、報名表：海外合作提案挑戰賽	附-9

附件四、蒐集個人資料告知事項暨當事人同意書	附-13
附件五、切結書	附-14

壹、計畫簡介

一、緣起

全球供應鏈正面臨人權與環境盡職調查的強化要求，中小企業為維持競爭力，必須在治理、社會與環境面推動永續創新，否則將失去與大型企業合作的機會。隨著亞洲在全球貿易中的地位持續提升，供應鏈亟需創新策略以強化韌性與永續轉型，各國亦陸續推出政策支持中小企業轉型。

我國多年推動「社會創新行動方案」，至 2025 年社會創新採購累計超過新台幣 118 億元，顯示國內市場規模與商業運作能力已趨成熟。然而，受限於市場規模，具潛力的社創組織積極尋求國際連結，以拓展海外機會。國際趨勢顯示，永續供應商與創新夥伴需求將持續增加。我國社創在科技力、創新力及產品多樣性上具優勢，若能開拓亞洲市場交流管道，將有助於對接國際需求。據此，為協助社會創新組織拓展海外市場，辦理 115 年度社會創新海外拓展計畫遴選機制。

二、海外拓展路徑說明

為協助不同階段的社會創新組織有效拓展海外市場，計畫依組織之海外拓展階段及特性，提出三種海外拓展路徑，目標提供搭配差異化資源與輔導模式。三種海外拓展分別為：海外參展計畫、海外快閃合作計畫、海外合作提案挑戰賽（請見表 1）。

表1 海外拓展路徑說明綜整表

序	拓展路徑	目標
1	海外參展計畫	建立國際市場認知、提升品牌知名度、累積海外參展經驗、建立商業合作網絡。
2	海外快閃合作計畫	提升品牌能見度、驗證市場需求，為後續市場拓展奠定基礎。
3	海外合作提案挑戰賽	導入競賽機制，鼓勵具海外拓展能力與策略思維的社會創新組織提出最適合自身產品或服務的海外行動方案。提升臺灣社創在國際市場的集體能見度，促進跨組織合作，強化市場進入效率。

三、申請原則

（一）申請資格

- 1、申請單位應為經濟部中小及新創企業署「社會創新組織登錄資料庫」登錄之組織。以公司登記之單位優先考量。
- 2、無刑事違法情事（依法務部檢察機關公開書類查詢系統之資料）。
- 3、國際拓展方案全程以英語及日語交流為主，參與人員須具備英語或日語或其他當地語言溝通能力。
- 4、已有日本代理商之組織將納入優先考量。

（二）適用對象

- 1、海外參展計畫：適用於處於海外市場經營初期、已具備海外參展或外銷經驗、極需拓展初步海外商務網絡之申請者，亦涵蓋首次嘗試出海、希望透過參展機制提升國際曝光度並掌握海外市場輪廓者。
- 2、海外快閃合作計畫：適用於產品或服務已具成熟度、並於國內具穩定銷量之組織。申請者需具備可於海外市場展示或試銷之展品，並處於探索海外市場機會的行動階段。目標協助組織近距離接觸海外消費者、買主或潛在合作方，快速取得市場回饋、驗證產品接受度，並強化品牌於海外市場的知名度。
- 3、海外合作提案挑戰賽：適用於具備一定國際經驗及明確海外拓展計劃之組織。申請者需具備海外拓展策略規劃能力、執行經驗及既有海外網絡，並提出具策略性的海外合作行動方案。執行海外行動時，應攜手至少三家具相似性質或具互補協作潛力，且已登錄「社會創新資料庫」之組織共同出海。

（三）申請及遴選方式

- 1、此簡章涵蓋三種國際拓展路徑方案（詳第貳章至第肆章），請報名單位依自身條件及需求評估申請，繳交對應之申請資料。
- 2、報名「海外參展計畫」者，若經錄取，將併同參與「海外快閃合作計畫」，無須另行提交報名資料。本計畫採二階段審查，完成網路報名後，將由執行單位執行資料書審，確認資料完備且資格符合者，應出席實體審查會議，由委員會綜合審查。
- 3、除單獨申請「海外快閃計畫者」可書面送審外，其他兩計畫須由申請單位代表至現場報告。
- 4、海外參展計畫，原則上以未曾享有本署出國參展資源之組織優先，實際名單將以現場評審委員討論決定之。

(四) 申請方式：採網路報名。

- 1、請下載並填寫對應之必要報名資料檔案(如下表)。
- 2、所有檔案上傳前，請重新命名為【品牌名稱】繳交項目名稱(範例：【安侯永續】遴選簡報)。
- 3、完成各項應備文件後，請於 Google 主報名表單上傳需求文件，完成申請。主報名表單之連結如下：
<https://forms.gle/b63uwifDarBpVgzQ9>。

表2 海外拓展計畫報名相關檔案下載彙整表

	報名資料	說明與下載連結
1	報名表	海外參展計畫： 下載連結 海外快閃合作計畫： 下載連結 海外合作提案挑戰賽： 下載連結
2	遴選簡報	請以 16:9 比例製作，無格式要求
3	蒐集個人資料告知事項暨當事人同意書	下載連結
4	切結書	下載連結
5	財務資料	114 年損益表(若無 114 年，請提供 113 年)
6	公司 LOGO 及產品照片、影片或 DM	請提供 PNG、JPEG、EPS 格式
7	其他認證資料	產品得獎、認證證明等

(五) 說明會：

本計畫將於 115 年 4 月 1 日下午 14 時辦理線上說明會，說明三種海外拓展路徑及對應之規劃，歡迎有意願申請之單位參加了解。報名連結：<https://www.surveycake.com/s/k80q0>

四、計畫聯絡資訊

(一) 主辦單位：經濟部中小及新創企業署

(二) 執行單位：KPMG 安侯永續發展顧問股份有限公司

林顧問師 電話：02-8101-6666 ext. 23031

E-mail：yuwenlin@kpmg.com.tw

黃研究員 電話：02-8101-6666 ext.36105

E-mail：stevehuang6@kpmg.com.tw

貳、海外參展計畫實施方式

一、執行方式

(一) 選擇日本辦理海外社會創新交流及參展

日本社會創新領域自十年前起穩定發展，並於 2023 年在《整合性創新策略綱領》(Integrated Innovation Strategy) 中提出「創新生態圈策略」，以多元策略模式推動社會創新概念。

對應臺灣採用「責任消費、責任採購、社會採購」概念，日本以「倫理消費」為核心概念推動。2024 年，日本倫理推進協議會 (JEI) 公布倫理消費市場大調查，指出日本 2023 年倫理消費市場規模已達近 8 兆日圓 (約新台幣 1.76 兆元)，且預期將持續成長。其中，消費比例最高的類別包括在地消費、能源相關產品及生活居家用品。(資料來源：日本倫理市場規模調查，2024 年 10 月，倫理市場規模調查執行委員會。)

從民間影響力投資、倫理消費，到政府對新創及中小企業的支持，日本已形成由民間與官方共同推動的成熟影響力經濟格局，成為我國組織拓展國際社會創新影響力的重要參考與合作據點。

(二) 參與展會：日本家居禮品雜貨展-夏季展 2026 Tokyo Lifestyle Week Summer。

- 1、參展及交流日期：2026 年 6 月 22 日(一)至 6 月 26 日(五)。
- 2、展會日期：2026 年 6 月 24 日(三)至 6 月 26 日(五)。
- 3、展會地點：日本東京國際會展中心 (Tokyo Big Sight)。
- 4、主辦單位：RX Japan 株式會社、Constellar Exhibitions Pte Ltd LIFESTYLE Week 展會事務局。
- 5、展會簡介：此展為日本市場及亞洲國際零售通路拓展的重要窗口，涵蓋綜合型禮品、家居、美妝、文具等 11 主題展區，多元展區打造高效商務場域。2025 年此展共吸引 45,000 位買主、超過 1,100 家來自多國之參展商。

(三) 出國日程規劃

東京國際禮品暨家居品博覽會 (LIFESTYLE Week Tokyo) 展期為 2026 年 6 月 24 日至 6 月 26 日，考量交流參訪行程時間，共同之行程將規劃於 2026 年 6 月 22 日至 6 月 26 日等五日之間。

請欲參團組織最晚於 2026 年 6 月 21 日抵達東京。日程概要說明如下表：

日期	行程	行程概述		
		上午	下午	晚間
2026/06/21(日)	啟程	桃園→東京		
2026/06/22(一)	交流	(暫) 預留交流行程		
2026/06/23(二)	交流			
2026/06/24(三)	展期	Tokyo Lifestyle / 臺灣永續選物館開幕活動	Tokyo Lifestyle	(暫) 預留與當地組織交流之可能
2026/06/25(四)		Tokyo Lifestyle	Tokyo Lifestyle	
2026/06/26(五)		Tokyo Lifestyle	Tokyo Lifestyle	

註：交流及參訪行程將依實際聯繫情況調整，並於出團行前說明會公告。

(四) 獲選組織權利義務

- 1、依本計畫報名辦法並通過遴選之組織，將由主辦單位協助參展報名、攤位空間、展攤設計施作及海外參展期間之交流行程。展示空間為集合參展，上該事項將由執行單位統一安排及執行辦理。
- 2、參團組織須全程參與行前培訓課程，始得獲取前述相關計畫資源。
- 3、採複合式展區規劃，本計畫參團組織名額至多 12 家，每家參與人數至多 2 人。遴選結果公告後，備取組織得採自費方式參與本計畫。
- 4、須配合計畫分享赴日經驗，並接受本計畫至少三年之後續成效追蹤與資料回報。
- 5、將併同參與「海外快閃合作計畫」，執行規劃詳第參章。

(五) 參展週交流行程規劃

除參加日本東京國際禮品暨家居品博覽會 (LIFESTYLE Week Tokyo)，本計畫亦將於此趟國際交流行程中，規劃與日本臺灣商會組織、官方及民間推動社創之組織、過往合作之社會創新組織網絡（包含但不限於亞太社會創新合作獎、亞太社會創新高峰會等）交流，以協助組織促成商務合作。規劃交流對象如下：

- 1、商會/民間社創組織：商工團體、成功上陸日本之臺灣品牌等。
- 2、中介組織：在日積極推動社會創新或永續發展之單位。
- 3、官方單位：台北駐日經濟文化代表處、官方成立之中介機構。

(六) 行前培訓規劃說明

表3 海外參展行前培訓規劃表（暫）

課程主題		時數	課程內容規劃（暫）	擬邀請授課單位（暫）
1	日本進出口商業法規	1	日本進出口合規風險實務（含事前稽核流程）、已在日本上市商品需注意之法規更新趨勢（環保、溯源要求等）	紳運/銓連股份有限公司
2	日本市場產業動態及日本市場攻略	1	日本零售與分銷通路進階分析、日本通路洽談進階策略（資料準備、價格談判、供應鏈承諾）、臺灣品牌在日成功案例的成長曲線拆解與失敗風險警示	東京台灣商工會
3	國際會展參展策略	2	展會商務開發進階技巧：提前對接名單、買主旅程設計與高效轉單策略、日本買主決策流程解析與因應策略、展後遠端管理 SOP（日本客戶維繫禮儀、提案文件規格、跟單節奏）	滿力國際股份有限公司
4	參展實務	0.5	利用展會官方系統提升買主曝光率（大會網站演算法、買家邀請工具）、建立日本經銷網絡的實際操作流程	貿友展覽事業股份有限公司
5	行前說明	0.5	深化行程中之商務資源使用策略	KPMG 執

課程主題		時數	課程內容規劃（暫）	擬邀請授課單位（暫）
			（商會、官方單位、既有網絡）、針對已具日本經驗廠商，補充客製化市場切入與媒合建議	行團隊

註：以上僅為初步規劃，將依實際安排為準。

（七）參團組織應負擔費用

- 1、參團組織需自行負擔成員之機票及住宿費用、海外參展週期間之交通及餐食費用、展品攜帶或運輸相關費用。
- 2、若有以下衍伸費用，亦應由參團組織負擔：
 - （1）展品包裝報關、出口裝櫃、船運、保險、在目的地國之通關提貨、內陸運輸及進場、關稅費用及相關手續費用。
 - （2）展品貨運費用（參團組織得委由臺灣展務代理商合作之貨運公司負責辦理，或自行處理）。
 - （3）超出主辦單位所提供標準攤位配備之其他佈置品、裝潢費用、淨地攤位之佈置及裝潢費用。
 - （4）參團組織行李超重與因攜帶展示/樣品所發生之關稅等費用。
 - （5）超出主辦單位補助之國外展會當局發行之買主手冊中參團組織資料登錄費。
 - （6）展會活動結束後之樣品處理費用。
 - （7）其他臨時發生且於主辦單位預算外之費用，如臨時展場用水、用電、壓縮空氣等。

二、時程規劃

表4 海外參展計畫時程規劃表

時程	事項
2026 年 4 月 1 日	【線上說明會】歡迎有意願申請之單位參加了解。 報名連結： https://www.surveycake.com/s/k80q0
即日起至 2026 年 4 月 22 日止	【開放線上報名】 報名時應完整填寫報名表及繳交應備報名資料。報名表及上傳資料連結：

時程	事項
	https://forms.gle/b63uwifDarBpVgzQ9 。 執行單位將有專人審核文件，若資料不齊則通知補件，請於 2026 年 4 月 24 日（五）17:00 前完成補件，資料不齊者視同放棄。 通過資格審查之組織，應實體參與遴選會議。敬請事先預留時間。
2026 年 4 月 29 日	【遴選會議】 通過資格審查者，可進入遴選階段，由報名組織現場簡報(依報名時提交之簡報檔案)，依委員提問進行綜合詢答，最終將選出正取 12 家，備取 3 家。
2026 年 5 月	【名單公告】 參團組織名單將以 E-mail 及電話通知，並公告於「社會創新平台」網站。
公告日後 7 日內	【開放自費參團報名】 未通過遴選但欲報名自費參團之組織，得以 E-mail 向計畫聯絡人報名參加交流行程。如報名組織超過 5 家，則依遴選分數較高者為優先。成功報名自費參團名單將以 E-mail 個別通知。
2026 年 5 月中至 6 月初	【行前培訓】
2026 年 6 月 22 日至 26 日	【東京交流及參展】
2026 年 6 月底至 7 月初	【快閃合作計畫】 廠商無須實際出席參與，相關規則比照簡章後段規定

三、 遴選標準

申請「海外參展計畫」者，依下表核心指標審查：與臺灣永續選物館主題契合度、對目標國家市場的拓展動機、產品或技術的外銷能力或潛力、社會影響力與優良實績，以及參展或 B2B 合作成功經驗。

表5 海外參展計畫遴選標準說明表

項目		權重	評分說明
1	社會使命以及與臺灣永續選物館主題契合度	25%	組織業務直接連結本計畫欲設立之「臺灣永續選物館」主軸，創新解決方案類型可為「循環創新與環境韌性」(如循環經濟類)、「科技與數位創新」(如科技創新產品)、「健康與糧食安全」(如農業物產)、「社會韌性與公平」(如促進弱勢就業產品)或「教育與文化創新」(如地方文化特色產品)等類別，唯須清楚說明欲參展拓銷之實體商品。
2	對拓展目標國家市場具高度動機	25%	1.拓展目標國家市場為組織發展重要方向，可提出行動方案、在目標國家的商務接洽或經營實績。 2.對於目標國家市場具一定程度的了解及適應性，並於簡報中說明該市場與自身發展之連結。
3	產品或技術已具備外銷力或高度外銷潛力	25%	1. 公司經營穩定性：申請單位須具備健全的營運基礎與持續經營能力，並提供近3年度營業額、實收資本額、員工人數及財務狀況等資料，作為評估企業規模、資源調度能力及海外拓展可行性之依據。 2. 產品及服務具備良好品質及可靠性。 3. 產品及服務在國際市場具備競爭優勢。 4. 具備清楚的外銷策略或經驗或具有外銷潛力。
4	具社會影響力優良實績	15%	1. 社會使命清晰，且團隊已有明確對應之創新解方。 2. 社會影響力具體可說明，且有高度潛力規模化。
5	具參展經驗/B2B 合作成功經驗	10%	過往曾參與國內外商展、B2B 對接或合作之成功經驗。

四、報名資料

參團組織應於報名時提供下列資料，以供遴選會議、後續宣

傳及行銷使用。所有檔案上傳前，請重新命名為【品牌名稱】繳交項目名稱（範例：【安侯永續】遴選簡報）。

- （一）報名表（附件一）。
- （二）相關同意書：蒐集個人資料告知事項暨當事人同意書（附件四）、切結書（附件五）。
- （三）遴選簡報：請同時繳交 PPT 及 PDF 格式，內容須包含組織及產品介紹、商業模式、社會影響力成果分析、海外市場拓展及國際交流實績、日本市場拓展策略與規劃、其他海內外參展或 B2B 合作成功經驗（建議對應評方項目製作）。簡報含封面封底不超過 8 頁，且不得於會議當天抽換內容。
- （四）財務資料：114 年損益表（若無 114 年，請提供 113 年）。
- （五）公司 LOGO 及產品照片、影片或 DM（請提供 PNG、JPEG、EPS 格式），若有實體產品，建議於遴選當天攜帶至會場。
- （六）其他認證資料：
 - 1、產品得獎、認證證明（如 ISO 認證等國內外政府或知名機構認可之設計或發明競賽得獎／專利權／著作權）
 - 2、進口許可、認證（如 FDA、CE、TFDA 及其他國家醫療品認證等）。

五、應遵守事項

- （一）參團組織於活動期間如有違反下列規定者，主辦單位將列為不良廠商紀錄，除可能立即取消當下參加活動之資格，並視情況於一至三年內不接受其參加主辦單位任何國內、外貿易推廣活動，其情節重大者，主辦單位得評估延長不受理其報名之年限。
 - 1、參展組織須派員全程參加展覽、在場負責說明及接洽交易。
 - 2、參團組織於團體活動及正式會場時應著正式整齊服裝，遵守國際禮儀。
 - 3、廠商人員必須參與共同行程，若因個人關係，未能參加全程者，其個人行程變更所須增加之費用，由個人自行負擔。
 - 4、參展組織不得與其他廠商共用其攤位，亦不得擅自轉讓攤位。
 - 5、參展組織不得申請臺灣其他政府計畫或相關計畫之補助參加同一展覽，若查證屬實，將取消參團資格。

- 6、為維護整體形象，參展組織抵達目的地後如須於其攤位內張貼任何宣傳品，應事先妥為規劃並提先通知執行單位，且展示品需與提報大會之名單一致。
 - 7、參展組織之展品、出版品及宣傳圖文、網站內容等，不得涉及仿冒或侵害其他公司之專利、商標、著作權及其他智慧財產權，如有違法之情事，由廠商自行負責，包含但不限於衍生之訴訟仲裁等費用或因此致使主辦及執行單位、第三人受有損害之損害賠償責任。如展品、文宣及網站內容上標有商標、圖樣等著作權者，或是涉及專利者，請備妥合法使用之授權影本或相關文件，以免涉及仿冒或侵權糾紛。
 - 8、展會結束後，組織應清空其展示/樣品及宣傳品，否則主辦單位有權向參展組織收取代理清潔費用。
 - 9、不得進行任何損及國家、主辦及執行單位、其他業者利益或名譽之行為。
 - 10、不得以標示「Made in China」、「中國製造」、「中国制造」等文字之樣品、型錄等相關物品參加本活動。
- (二) 參團組織於共同行程開始後，未能及時參加排定之行程者，視為自願放棄其權利，不得向主辦單位要求退費或任何補償。
 - (三) 旅行中各航空公司自有其個別條例，直接對乘客及行李負責，行程如有交通延誤、行李損失或意外事件等情事時，悉由各該運輸公司依其所訂之條例直接對人員負責。
 - (四) 為因應出國行程，請參團組織自行檢視自身保險項目並斟酌是否自行增加投保其他保險項目。
 - (五) 為適應當地交通時間或天候及其他特殊狀況，基於維護團員之最高利益，主辦單位保留本計畫預定行程表之更動權。
 - (六) 參團組織應協助提供成果報告及相關資料以便主辦單位分析市場及統計計畫成果，其涉及業務機密部分，主辦及執行單位將予以保密。
 - (七) 參團組織應詳閱「東京國際禮品暨家居品博覽會(LIFESTYLE Week Tokyo)」參展條款及規範，予以配合及遵守。
 - (八) 凡於報名表等資料提交後，視同遵守本簡章之各項規定，倘無法同意前述各項權利及義務，請勿報名本次行程。

參、海外快閃合作計畫實施方式

一、執行方式

(一) 執行策略

- 1、規劃延續 114 年出國計畫之國際合作基礎，115 年海外快閃合作計畫以「聚焦日本市場」為原則規劃，透過辦理「快閃活動」強化品牌故事與創新亮點，提升整體曝光與商務效益。
- 2、強化社群與媒體傳播效能，透過視覺設計、話題營造及線上線下整合，擴大品牌聲量，並規劃執行現場互動與名單收集，形成後續商務轉化。
- 3、執行團隊將協助現場推廣並提供專業執行支援。
 - (1) 物流：廠商應配合執行團隊作業，將預計展示之產品，於活動前運送至指定之據點，以利後續協助於快閃活動展示布置。若有販售交易，協助執行日本發貨事宜。
 - (2) 金流：現場若有販售交易，建議直接透過廠商之電商平台或代理商完成交易。若廠商無上述條件，得選擇委由執行單位處理交易事宜（廠商需自行負擔可能衍生之服務費用）。
 - (3) 活動空間規劃設計、宣傳、市場測試與現場互動：廠商應配合執行團隊，提交對應之資料。
- 4、為整合資源以降低進場成本，執行單位將執行活動場地洽談、空間規劃及協助現場推廣。

(二) 廠商應負擔費用

- 1、若有展品貨運費用衍伸費用，應由組織負擔。組織得自行處理或委由臺灣展務代理商合作之貨運公司負責辦理。
- 2、快閃活動結束後之樣品處理費用。
- 3、其他臨時發生且於主辦單位預算外之費用，如臨時用水、用電、壓縮空氣等。

(三) 快閃活動類型以及目標辦理場地彙整如下表。後續將配合實際申請廠商特性擇一適合類型辦理。

表6 快閃活動類型綜整表（本次將擇一形式辦理）

類型		特色與目的	目標辦理場域
1	Pop-Up Kiosk 車站快閃	小型攤位形式，快速曝光、強化品牌識別；適合短期測試與高頻互動。	大眾交通運輸場站/JR 出入口空間
2	Retail Pop-Up 百貨快閃	提供短期銷售與品牌展示；強化產品體驗與品牌故事呈現；可搭配限定商品提升話題性。	東京主要商圈百貨快閃專區（如：涉谷、銀座、表參道）、既有商務網絡對象之營業空間
3	Lecture Pop-Up 專題講座與品牌分享會	以小型沙龍 / 講座深化品牌價值傳遞與專業形象；促進媒體與KOL 交流。	快閃空間、共享辦公室、文化沙龍

二、 時程規劃

- （一）辦理期間：目標配合參展計畫，於展會展期前後辦理，以利強化臺灣永續選物館之熱度，亦可邀請潛在買主再次前來，強化品牌記憶，並於場域收集市場回饋。
- （二）場域規劃：依產品類型以及地點特性，可區分三類型，說明如下。後續將配合實際申請廠商特性擇一辦理。
 - 1、車站型快閃活動：執行 2 天至 7 天短期策略，快速測試市場反應，適合高流量、短接觸場景，並降低租金成本。
 - 2、百貨商場型快閃活動：執行 14 天以上，以確保足夠的客群觸及與銷售數據累積，適合海外產品測試與品牌形象建立。
 - 3、專題講座與品牌分享會：執行 1 至 3 日的短期活動，目標以品牌價值深化與專業內容傳遞為主軸，強化與日本在地社群、潛在合作夥伴及媒體互動。可搭配現場體驗展示或限定商品，提升參與者記憶點與後續商務轉化可能性。
- （三）整體時程規劃：為確保快閃活動順利推進並達成預期目標，執行階段區分為初步企劃期、細部企劃期、啟動週、快閃期間及後期追蹤。

三、 遴選標準

申請「海外快閃合作」者，依下表核心指標審查「海外快閃合作計畫書」，目標評估申請單位之產品定位與創新性、市場測試計畫執行可行性及成效驗證能力。

表7 海外快閃合作計畫遴選標準說明表

項目	權重	評分說明
1 產品定位與社會創新性	60%	評估欲參加快閃之產品/服務是否具明確定位、差異化優勢及創新亮點，能有效回應目標市場需求。
2 市場測試計畫可行性	40%	是否有足夠完整行銷素材可供快閃活動使用，並對自身目標市場與客群有一定理解，且可配合販售營運模式。

四、 報名資料

廠商應於報名時提供下列資料，以供委員書會審查，以及執行團隊後續快閃宣傳及行銷使用。所有檔案上傳前，請重新命名為【品牌名稱】繳交項目名稱（範例：【安侯永續】遴選簡報）。

- （一）同海外參展計畫應提交資料，包含：報名表（附件二）、蒐集個人資料告知事項暨當事人同意書（附件四）、切結書（附件五）、遴選簡報、公司 LOGO 及產品照片等、其他認證資料。
- （二）海外快閃合作計畫書（同附件二）：內容至少包含但不限於：預計測試之產品說明、市場測試計畫（如：目標市場與客群定位、測試方式、資料收集方法與指標等）。
- （三）財務資料：114 年損益表（若無 114 年，請提供 113 年）。

五、 應遵守事項

- （一）廠商於活動期間如有違反下列規定者，主辦單位將列為不良廠商紀錄，除可立即取消當下參加活動之資格，並視情況於一至三年內不接受其參加主辦單位任何國內、外貿易推廣活動，其情節重大者，主辦單位得評估延長不受理其報名之年限。
 - 1、廠商之展品、出版品及宣傳圖文、網站內容等，不得涉及仿冒或侵害其他公司之專利、商標、著作權及其他智慧財產權，如有違法之情事，由廠商自行負責，包含但不限於衍生之訴訟仲裁等費用或因此致使主辦及執行單位、第三人受有損害

之損害賠償責任。如展品、文宣及網站內容上標有商標、圖樣等著作權者，或是涉及專利者，請備妥合法使用之授權影本或相關文件，以免涉及仿冒或侵權糾紛。

2、不得進行任何損及國家、主辦及執行單位、其他業者利益或名譽之行為。

3、不得以標示「Made in China」、「中國製造」、「中国制造」等文字之樣品、型錄等相關物品參加本活動。

(二) 為適應當地交通時間表或政治變動及其他特殊狀況，基於維護廠商之最高利益，主辦單位保留本計畫預定期程表之更動權。

(三) 廠商應協助提供成果報告及相關資料以便主辦單位分析市場及統計計畫成果，其涉及業務機密部分，主辦及執行單位將予以保密。

(四) 凡於報名表等資料提交後，視同遵守本簡章之各項規定，倘無法同意前述各項權利及義務，請勿報名本計畫。

(五) 須配合計畫分享赴日經驗，並接受本計畫至少三年之後續成效追蹤與資料回報。

肆、海外合作提案挑戰賽實施方式

一、執行方式

鼓勵有意往海外市場發展之組織提出最適合自身產品或服務特性之海外拓展方案，並依目標國家市場特性，靈活規劃行動策略，以提升國際市場進入的成功率。

(一) 競賽模式設計

- 1、本挑戰賽目標對象為具備海外網絡、海外拓展執行能力及策略思維之領航型社會創新組織，並要求其在執行海外行動時，應攜手至少三家具相似性質或可協同合作的社會創新組織(需同為社會創新資料庫登錄組織)共同出海，形成群聚效應。此設計旨在透過核心組織的專業與資源，擴大臺灣社創在國際市場的集體能見度，並促進跨組織合作，提升市場進入效率。
- 2、應以「擴大臺灣社創之海外能見度、促進拓展海外市場」為目標，提出因地制宜之海外拓展方案，涵蓋國際商展參與、快閃展售、產品聯合發表會或體驗活動、商務媒合會市場拓展行動等市場拓展相關行動。申請者應於「海外合作提案計畫書」充分說明執行構想。

(二) 獎勵機制

- 1、目標透過競賽選出三家領航組織，並依據評審委員會之綜合評選決議，分別給予前三名獎勵。
 - (1) 首獎給予新台幣十五萬元整。
 - (2) 貳獎給予新台幣十萬元整。
 - (3) 參獎給予新台幣五萬元整。
- 2、輔導查核：
 - (1) 領航組織應於初次輔導查核前，提交修正之「海外合作提案計畫書」。經評審書面審核同意後始得核發獎勵。
 - (2) 領航組織應接受執行單位之至少兩次輔導查核。
- 3、成果報告：領航組織應於 115 年 11 月 10 日(二)前，提交海外合作成果報告。
- 4、相關費用之撥付(含查核節點、分期撥付方式與支付程序等)，將由雙方(領航單位公司及執行單位)以合約書明定並據以辦

理。

二、 時程規劃

表8 海外合作提案挑戰賽時程表

階段	預估時程	主要內容
受理報名	即日起至 2026 年 4 月 22 日止	報名時應完整填寫報名表及繳交應備報名資料。報名表及上傳資料連結： https://forms.gle/b63uwifDarBpVgzQ9 執行單位將有專人審核文件，若資料不齊則通知補件，請於 2026 年 4 月 24 日（五）17:00 前完成補件，資料不齊者視同放棄。 通過資格審查之組織，應實體參與遴選會議。敬請事先預留時間。
遴選會議	2026 年 4 月 29 日	由受邀之外部專家擔任遴選委員，實體審查提案，選出三家「領航組織」。
初次輔導與檢核	2026 年 5 月中至 6 月底	依據組織特性，提供專業顧問，確認領航單位完成海外行動規劃、確認至少 3 家之合作意向書。 ※提交修正之「海外合作提案計畫書」。
期中輔導與檢核	2026 年 9 月	由執行單位安排個別輔導會議，確認三家領航組織推動海外行動之進度以及階段性辦理成果。
期末報告	2026 年 11 月	※提交「海外合作成果報告」。
成果發表	2026 年 12 月	成果發表將與 Buying Power 頒獎典禮聯合舉辦，三家領航組織將公開發表海外行動成果。

三、 遴選標準

- （一）申請「海外合作提案挑戰賽」者，依下表核心指標審查「海外合作提案計畫書」，目標評估提案之市場策略適切性、執行可行性、資源整合能力及預期效益等面向。
- （二）採書面資格審查以及實體簡報審查兩階段評選流程。
- （三）審查委員將針對組織提交基本資料、海外合作提案計畫書、現場簡報以及答詢內容，依以下評分標準表給予綜合評分（總分

為 100 分，倘最終有總分相同者，以配分最高之審查項目分數較高者為優先)，選出獲選之前三名。

表9 海外合作提案挑戰賽遴選標準說明表

項目		權重	評分說明
1	社會影響力	30%	提案是否具備明確社會創新意涵，並可展現社會影響力
2	創意性與行動策略適切性	25%	是否提出因地制宜的拓展方案，能呼應目標市場特性與品牌定位，並具體描述行動類型，且行動方案是否具創新思維，能提升品牌在國際市場的能見度與影響力
3	合作夥伴與資源整合能力	20%	是否提出合適的合作夥伴或資源整合計畫，能強化行動成效並降低執行風險(包含如何挑選共同參與社會創新組織，以及合作目標)
4	預期效益與社會責任價值	15%	是否明確描述預期效益（如品牌曝光、商機創造），並結合 ESG 或文化交流，展現社會責任與永續價值。
5	風險控管與應變構想	10%	是否提出基本風險辨識與應對策略，確保行動具備彈性與可持續性。

四、報名資料

廠商應於報名時提供下列資料，以供遴選會議、後續宣傳及行銷使用。所有檔案上傳前，請重新命名為【品牌名稱】繳交項目名稱（範例：【安侯永續】遴選簡報）。

- (一) 同海外參展計畫應提交資料，包含：報名表（附件三）、蒐集個人資料告知事項暨當事人同意書（附件四）、切結書(附件五)遴選簡報、公司 LOGO 及產品照片等、其他認證資料。
- (二) 海外合作提案計畫書（附件三）：內容至少包含但不限於：目標海外市場分析、預計合作夥伴、合作模式與執行策略，以及預期效益與成果衡量。
- (三) 財務資料：114 年損益表（若無 114 年，請提供 113 年）。

五、應遵守事項

- (一) 參加廠商於活動期間如有違反下列規定者，主辦單位將列為不良廠商紀錄，並視情況於一至三年內不接受其參加主辦單位任何國內、外貿易推廣活動，其情節重大者，主辦單位得評估延長不受理其報名之年限。
 - 1、海外行動之廠商展品、出版品及宣傳圖文、網站內容等，不得涉及仿冒或侵害其他公司之專利、商標、著作權及其他智慧財產權，如有違法之情事，由廠商自行負責，包含但不限於衍生之訴訟仲裁等費用或因此致使主辦及執行單位、第三人受有損害之損害賠償責任。如展品、文宣及網站內容上標有商標、圖樣等著作權者，或是涉及專利者，請備妥合法使用之授權影本或相關文件，以免涉及仿冒或侵權糾紛。
 - 2、不得進行任何損及國家、主辦及執行單位、其他業者利益或名譽之行為。
 - 3、不得以標示「Made in China」、「中國製造」、「中国制造」等內容之樣品、型錄等相關物品參加本活動。
- (二) 廠商應協助提供成果報告及相關資料以便主辦單位分析市場及統計計畫成果，其涉及業務機密部分，主辦及執行單位將予以保密。
- (三) 凡於報名表等資料提交後，視同遵守本簡章之各項規定，倘無法同意前述各項權利及義務，請勿報名本計畫。
- (四) 須配合計畫分享，並接受本計畫至少三年之後續成效追蹤與資料回報。

伍、其他事項

- 一、 本簡章如有未盡事宜，其解釋權僅屬主辦單位，且主辦單位得於不違反法令之前提，增訂補充規範。主辦單位保留調整活動內容或取消辦理之權利。
- 二、 廠商因辦理洽談所涉及的網路連結，引起無法預期且避免之任何損害，包括但不限於網路品質、勒索病毒、系統故障、資料損失、誹謗、侵害智慧財產權等，而造成利潤、商譽或其他無形損失，主辦及執行單位不承擔任何直接、間接、附帶、特別、衍生性或懲罰性賠償。
- 三、 廠商應確保執行自身提案內容，若因可歸責於廠商原因以致不符企劃之情形，經主辦單位確認，將不予給付承諾之經費。若有不可歸責於廠商之情形以致企劃無法完成(如天災影響)，將另行討論。
- 四、 廠商應自行承擔赴海外拓銷之相關風險（包括但不限於失竊、染疫、隔離），故若因此產生爭議，參加業者不得對經濟部、中小及新創企業署及安侯永續發展顧問股份有限公司提出任何訴求，包括不得提出民事、刑事或行政上之主張。

附件一、 報名表：海外參展計畫

「115 年度社會創新海外拓展計畫」報名表

海外參展計畫報名表			
廠商名稱 (中文)		廠商標誌，如 logo、商標等	
廠商名稱 (英文)			
統一編號		已登錄於社創組織登錄資料庫	☐ 是 ☐ 否，申請進度:_____
公司地址			
公司網站			
員工數	正職：_____人，約聘/兼職：_____人		
實收資本額			
114 年營收額			
113 年營收額			
112 年營收額			
組織違法情事	☐ 無 ☐ 有，目前狀態：_____		
(海外參展) 參團人員 1	(姓名)	英語能力	☐ 高級 ☐ 中級 ☐ 初級
	(職稱)	日語能力	☐ 高級 ☐ 中級 ☐ 初級
(海外參展) 參團人員 2	(姓名)	英語能力	☐ 高級 ☐ 中級 ☐ 初級
	(職稱)	日語能力	☐ 高級 ☐ 中級 ☐ 初級
聯絡人/職稱		e-mail	
聯絡電話		手機	
參展目的及需求	☐ 區域授權 ☐ 合作投資 ☐ 產品輸出 ☐ 市場測試 ☐ 其它 _____		

海外參展計畫報名表		
(海外快閃) 電商系統調查	1. 自家網站是否具備電商系統(具備收款功能且可收集買家資料)? ☐ 是 ☐ 否 2. 是否具備日文介面與日文客服? ☐ 是 ☐ 否, 請說明: _____ (以上調查將作為快閃活動執行之設計調整/參考)	
日本市場代理 狀況調查	☐ 已有代理商, 請提供名稱: _____ ☐ 尚無代理商, 請說明目前階段: _____ (以上調查將作為快閃活動執行之設計調整/參考)	
自費參團意願	若無入選, 是否有意願自費參與參展週相關行程? ☐ 是 ☐ 否	
組織介紹 (300 字內)	(請以中文說明組織經營理念及社會使命等, 並請以第三人稱視角撰寫)	
組織對應之 SDGs (至多三項)	☐ 1.消除貧窮 ☐ 2.消除飢餓 ☐ 3.健康與福祉 ☐ 4.教育品質 ☐ 5.性別平等 ☐ 6.淨水與衛生 ☐ 7.可負擔能源 ☐ 8.就業與經濟成長 ☐ 9.工業、創新與基礎建設	☐ 10.減少不平等 ☐ 11.永續城市 ☐ 12.責任消費與生產 ☐ 13.氣候行動 ☐ 14.海洋生態 ☐ 15.陸地生態 ☐ 16.和平與正義制度 ☐ 17.全球夥伴

海外參展計畫報名表	
社會影響力	依照上面選擇之 SDGs 列點，以具體質化或量化描述，包含對業務、價值鏈、產業、環境和社會的直接和間接影響評估指標，迄今為止帶來哪些影響或結果，每項至多 30 字，第一項為組織主要推廣之 SDGs。 (範例) 1.就業與經濟成長：114年為各地創造50個穩定工作機會 2.消除貧窮：114年責任採購額為小農平均年收入提高20% 3.減少不平等：透過責任採購之盈餘發展「一日小農體驗」活動帶動觀光產業發展
商業模式與營運現況 (300-500 字)	(請以文字說明公司之商業模式並將商業模式圖像化呈現，如目前產品數量、銷售管道與狀況、組織結構、影響力呈現等) (同時說明營運現況，如:產品、銷售通路與管道等)
預計於參展期間展示之產品/服務說明	(請以列點方式說明，每項產品/服務為一點，每項產品/服務 100 字，請說明欲參加快閃之產品/服務定位、差異化優勢及創新亮點，如何對應此次臺灣永續選物館主題)
日本市場分析與客群定位分析	(說明對於日本市場與客群定位之研析及理解，以及，貴單位之產品能否有效回應目標市場需求)

海外參展計畫報名表	
組織實績 (500 字)	(請敘述組織過往獲獎紀錄、參展經驗、合作具體成果等)
拓展日本/東北 亞/東協市場相 關計畫(500 字)	(請提出拓展日本、東北亞市場或東協市場相關之目標、策略、行動方案、實績或預期效益等)

附件二、 報名表：海外快閃合作計畫

「115 年度社會創新海外拓展計畫」報名表

海外快閃合作計畫報名表（暨海外快閃合作計畫書）			
廠商名稱 (中文)		廠商標誌，如 logo、商標等	
廠商名稱 (英文)			
統一編號		已登錄於社創組織登錄資料庫	☐ 是 ☐ 否，申請進度:_____
公司地址			
公司網站			
員工數	正職：_____人，約聘/兼職：_____人		
實收資本額			
114 年營收額			
113 年營收額			
112 年營收額			
組織違法情事	☐ 無 ☐ 有，目前狀態：_____		
聯絡人/職稱		e-mail	
聯絡電話		手機	
參與快閃之目的及需求	☐ 區域授權 ☐ 合作投資 ☐ 產品輸出 ☐ 市場測試 ☐ 其它 _____		
電商系統調查	1. 自家網站是否具備電商系統(具備收款功能且可收集買家資料)? ☐ 是 ☐ 否 2. 是否具備日文介面與日文客服? ☐ 是 ☐ 否，請說明: _____ (以上調查將作為快閃活動執行之設計調整/參考)		

海外快閃合作計畫報名表（暨海外快閃合作計畫書）		
日本市場代理 狀況調查	☐ 已有代理商，請提供名稱：_____ ☐ 尚無代理商，請說明目前階段：_____ （以上調查將作為快閃活動執行之設計調整/參考）	
組織介紹 (300 字內)	(請以中文說明組織經營理念及社會使命等，並請以第三人稱視角撰寫)	
組織對應之 SDGs (至多三項)	☐ 1.消除貧窮 ☐ 2.消除飢餓 ☐ 3.健康與福祉 ☐ 4.教育品質 ☐ 5.性別平等 ☐ 6.淨水與衛生 ☐ 7.可負擔能源 ☐ 8.就業與經濟成長 ☐ 9.工業、創新與基礎建設	☐ 10.減少不平等 ☐ 11.永續城市 ☐ 12.責任消費與生產 ☐ 13.氣候行動 ☐ 14.海洋生態 ☐ 15.陸地生態 ☐ 16.和平與正義制度 ☐ 17.全球夥伴
社會影響力	依照上面選擇之 SDGs 列點，以具體質化或量化描述，包含對業務、價值鏈、產業、環境和社會的直接和間接影響評估指標，迄今為止帶來哪些影響或結果，每項至多 30 字，第一項為組織主要推廣之 SDGs。 (範例) 1.就業與經濟成長：114年為各地創造50個穩定工作機會 2.消除貧窮：114年責任採購額為小農平均年收入提高20% 3.減少不平等：透過責任採購之盈餘發展「一日小農體驗」活動帶動觀光產業發展	

海外快閃合作計畫報名表（暨海外快閃合作計畫書）	
商業模式與營運現況 (300-500 字)	(請以文字說明公司之商業模式並將商業模式圖像化呈現，如目前產品數量、銷售管道與狀況、組織結構、影響力呈現等) (同時說明營運現況，如：產品、銷售通路與管道等)
組織實績 (500 字)	(請敘述組織過往獲獎紀錄、參展經驗、合作具體成果等)
拓展日本/東北亞/東協市場相關計畫(500 字)	(請提出拓展日本、東北亞市場或東協市場相關之目標、策略、行動方案、實績或預期效益等)
參與海外快閃合作計畫	
預計於快閃期間測試之產品說明	(請以列點方式說明，每項產品/服務為一點，每項產品/服務 100 字，請說明欲參加快閃之產品/服務定位、差異化優勢及創新亮點)

海外快閃合作計畫報名表（暨海外快閃合作計畫書）	
目標市場分析 與客群定位分析	（說明對於目標市場與客群定位之研析及理解，以及，貴單位之產品能否有效回應目標市場需求）
市場測試構想	（整體市場測試構想說明，舉例，除了推廣產品，是否有其他行銷規劃供快閃活動使用，配合販售營運模式構想） （若經入選，此部分將作為快閃活動執行之設計調整/參考）

附件三、 報名表：海外合作提案挑戰賽

「115 年度社會創新海外拓展計畫」報名表

海外合作提案挑戰賽報名表（暨海外合作提案計畫書）			
廠商名稱 (中文)		廠商標誌，如 logo、商標等	
廠商名稱 (英文)			
統一編號		已登錄於 社創組織 登錄資料庫	☐ 是 ☐ 否，申請進度:_____
公司地址			
組織網站			
員工數	正職：_____人，約聘/兼職：_____人		
實收資本額			
114 年營收額			
113 年營收額			
112 年營收額			
組織違法情事	☐ 無 ☐ 有，目前狀態：_____		
聯絡人/職稱		e-mail	
聯絡電話		手機	
海外拓展之目的及需求	☐ 區域授權 ☐ 合作投資 ☐ 產品輸出 ☐ 市場測試 ☐ 其它 _____		
目標拓展國家	國家名稱： 目標前往之地區/城市：		
提案摘要說明	(300 字以內說明，應包含本次行動計畫之商務拓展行動規劃)		

海外合作提案挑戰賽報名表（暨海外合作提案計畫書）		
組織介紹 - 中文 (300 字內)	(請以中文說明組織經營理念及社會使命等，並請以第三人稱視角撰寫)	
組織對應之 SDGs (至多三項)	☐ 1.消除貧窮 ☐ 2.消除飢餓 ☐ 3.健康與福祉 ☐ 4.教育品質 ☐ 5.性別平等 ☐ 6.淨水與衛生 ☐ 7.可負擔能源 ☐ 8.就業與經濟成長 ☐ 9.工業、創新與基礎建設	☐ 10.減少不平等 ☐ 11.永續城市 ☐ 12.責任消費與生產 ☐ 13.氣候行動 ☐ 14.海洋生態 ☐ 15.陸地生態 ☐ 16.和平與正義制度 ☐ 17.全球夥伴
社會影響力	依照上面選擇之 SDGs 列點，以具體質化或量化描述，包含對業務、價值鏈、產業、環境和社會的直接和間接影響評估指標，迄今為止帶來哪些影響或結果，每項至多 30 字，第一項為組織主要推廣之 SDGs。 (範例) 1.就業與經濟成長：114年為各地創造50個穩定工作機會 2.消除貧窮：114年責任採購額為小農平均年收入提高20% 3.減少不平等：透過責任採購之盈餘發展「一日小農體驗」活動帶動觀光產業發展	
商業模式與營運現況 (300-500 字)	(請以文字說明公司之商業模式並將商業模式圖像化呈現，如目前產品數量、銷售管道與狀況、組織結構、影響力呈現等) (同時說明營運現況，如:產品、銷售通路與管道等)	

海外合作提案挑戰賽報名表（暨海外合作提案計畫書）		
組織實績 (500 字)	(請敘述組織過往獲獎紀錄、參展經驗、合作具體成果等)	
海外合作提案計畫書		
提案摘要說明	(300 字以內說明，應包含本次行動計畫之商務拓展行動規劃)	
拓展目標國家 市場之計畫	) 請提出組織自身針對目標國家市場相關之目標、策略、行動方案、實績等，500 字內)	
目標市場分析 與客群定位分析	(說明對於目標市場與客群定位之研析及理解，以及，本次提案之合作計畫如何回應目標市場需求，500 字內)	
合作夥伴及合 作構想	單位 1 品牌名稱/公司名稱	單位 1 主要產品或服務
	單位 2 品牌名稱/公司名稱	單位 2 主要產品或服務
	單位 3 品牌名稱/公司名稱	單位 3 主要產品或服務
	(說明選擇合作夥伴之原因及合作目標，作為領航單位，如何協作整合各家之資源並擴大優勢，800 字內)	
	(備註：領航單位應攜手至少 3 家具相似性質或可協同合作之社會創新組織共同出海，請於申請階段提案說明預計共同合作之單位。確認入選後，應於初次輔導暨檢核日前，提交修正之「海外合作提案計畫書」，以及至少 3 家單位之合作意向書。)	

海外合作提案挑戰賽報名表（暨海外合作提案計畫書）	
合作模式與執行策略	（合作模式與執行策略是否因地制宜，如何能呼應目標市場特性與品牌定位，請具體描述行動類型，且行動方案是否具創新思維，能提升品牌在國際市場的能見度與影響力，800 字為限）
主要推廣之永續產品/服務介紹	（請以列點方式說明，每項產品/服務為一點，每項產品/服務 100 字，請說明欲參加快閃之產品/服務定位、差異化優勢及創新亮點）
預期效益與社會責任價值	（請以列點方式說明，300 字為限） （例如品牌曝光、商機創造，並結合 ESG 或文化交流，展現社會責任與永續價值）
成果衡量方式	（請以列點方式說明，300 字為限）
風險控管與應變構想	（針對本次海外拓展合作提案之執行，請提出基本風險辨識與應對策略，確保行動具備彈性與可持續性）

附件四、 蒐集個人資料告知事項暨當事人同意書

「115 年度社會創新海外拓展計畫」 蒐集個人資料告知事項暨當事人同意書

個資蒐集同意聲明：

為落實個人資料之保護，依照個人資料保護法第 8 條規定進行蒐集前之告知：

一、個人資料蒐集之目的及用途：

目的在於進行活動辦理之相關行政作業，主辦及執行單位將利用您所提供之 Email 及聯絡電話通知您活動之相關訊息。

二、蒐集之個人資料類別：

1. 中英文姓名
2. 身分證字號與護照資訊
3. 聯絡電話
4. 電子郵件信箱
5. 服務單位
6. 其他：主辦單位因活動需求所須蒐集之資料，由主辦單位另訂之。

三、個人資料利用之期間、地區及對象：

1. 期間：您同意報名參加活動之日起，至活動結束後一年為止。期間由主辦單位保存您的個人資料，以作為您本人及主辦單位查詢及確認證明之用。
2. 地區：您的個人資料將用於「115 年度社會創新海外拓展計畫」辦理之地區。
3. 對象：參與本計畫之相關人員。

四、依據個資法第 3 條規定，報名者對個人資料於保存期限內得行使以下權利：

1. 查詢或請求閱覽。
2. 請求製給複製本。
3. 請求補充或更正。
4. 請求停止蒐集、處理或利用。
5. 請求刪除。

五、提醒：

您可自由選擇提供個人資料，若其提供之資料不足或有誤時，將可能導致無法成功參與此次活動。

本人獲知且已瞭解上述事項，並同意貴單位於所列蒐集目的之必要範圍內，蒐集、處理及利用本人之個人資料。

此致

經濟部中小及新創企業署

(立書人親簽) _____

中 華 民 國 1 1 5 年 月 日

附件五、 切結書

「115 年度社會創新海外拓展計畫」切結書

本人_____申請參加經濟部中小及新創企業署委請安侯永續發展顧問股份有限公司辦理之「115 年度社會創新海外拓展計畫（以下簡稱本計畫）」，已詳實閱讀並充分瞭解經濟部中小及新創企業署辦理出國計畫之內容，並確認所填寫資料皆為屬實。如獲錄取本計畫出國參展及交流，本人願意確實遵守簡章各項約定。若有不實或違反規定，經查獲者，除喪失本計畫錄取資格外，願意接受主辦單位之懲處，並負相關法律責任。

（立書人親簽）_____

中 華 民 國 115 年 月 日