

經濟部商業發展署
113 年度
推動商業服務業品牌價值創新成長計畫

品牌價值管理輔導/海外市場布局輔導
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 113 年 4 月



目錄

壹、 辦理目的	3
貳、 申請資格	3
參、 輔導申請與執行時間	4
肆、 輔導主題與申請說明	4
伍、 評分標準	6
陸、 應注意事項	7
柒、 諮詢服務	8
捌、 作業流程圖	8
玖、 附件	9
附件一、輔導申請表	9
附件二、申請企業/輔導單位切結書	11
附件三、輔導提案簡報大綱	12
附件四、輔導計畫書	13



壹、辦理目的

鼓勵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「113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)，協助商業服務業擴大品牌經營規模、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、經營商業服務業^[註1]之本國公司、商業或有限合夥登記之企業，且淨值應為正值^[註2]且非屬銀行拒絕往來戶。
- 二、申請輔導之品牌，商標權人須為申請企業，並於主管機關註冊且權利期限不得早於輔導結束日(若輔導過程中有新商標或商標異動，應向主管機關提出申請)。
- 三、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。
- 四、每一企業或負責人僅能申請 1 類且 1 案為限，同一輔導內容於同(113)年度不得重複申請政府各部會相同輔導計畫。
- 五、申請企業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或身心障礙者權益保障法之相關規定，且情節重大經各中央目的事業主管機關認定之情事。
- 六、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。

註1：依據財政部稅籍登記行業代號，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」。

註2：公司淨值之認定，以申請時最近一年度會計師財務簽證之查核報告書為準；若無會計師簽證之查核報告書，則以營利事業所得稅結算申報書之財務報表為準。於計畫申請當年度始登記成立者，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。

參、輔導申請與執行時間

- 一、申請時間：自公告日起至113年5月24日(五)17:00止。
- 二、輔導時間：自評選結果公告日起，至113年11月10日(日)止。

肆、輔導主題與申請說明

一、輔導主題(擇一申請)：

輔導類別	品牌價值管理輔導	海外市場布局輔導
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，長期積累品牌效益，創造品牌附加價值。	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，評估既有的品牌銷售模式，發展最適化的落地解決方案，協助臺灣品牌提升海外知名度、拓展海外市場。
輔導主題	<ol style="list-style-type: none"> 1. 品牌識別設計 (建立理念識別、行為識別及視覺識別) 2. 整合行銷實踐 (社群行銷、廣告行銷、SEO優化、公關活動、產品行銷及網站設計開發等) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 跨境提供服務 (文案、關鍵字或網站優化、廣告數據分析、策略投放及辦理海外數位行銷活動) 2. 商業據點呈現 (擬定海外適地化行銷策略、布建通路及辦理海外行銷活動)
輔導金額	每案上限為35萬元(含稅)	每案上限為70萬元(含稅)
案數	25案	10案
預期效益	<ol style="list-style-type: none"> 1. 品牌認知度提升 (如關鍵字搜尋排名、市場曝光率、網路觸及率及官網點閱率等) 2. 品牌忠誠度提升 (如消費者滿意度與回購率及會員數等) 3. 產品或消費者平均銷售單價提升 4. 建立永續品牌經營制度 5. 其它(可自行新增) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 品牌認知度提升 (如關鍵字搜尋排名、市場曝光率、網路觸及率及官網點閱率等) 2. 品牌忠誠度提升 (如消費者滿意度與回購率及會員數等) 3. 海外營收/出口金額增加 (產品或服務銷售至國外的金額提升) 4. 辦理海外數位及實體行銷活動 5. 其它(可自行新增)



二、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)及上傳應備資料。
- (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. 申請企業及輔導單位切結書(如附件二)。
 2. 輔導計畫提案簡報(參考附件三之簡報大綱)。
 3. 輔導計畫書(參考附件四之計畫書大綱)。
 4. 我國商標註冊證影本 1 份或電子商標註冊證電子檔。
 5. 最近一年度會計師財務簽證之查核報告書影本 1 份。
 6. 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 1 份(第一/二類票據信用資料查覆單，查詢日應在 113.04.01 以後)。
- (四) 上述流程與資料若有缺漏、錯誤，將由執行單位通知補件，未於期限內完成補件者視同放棄。



伍、評分標準

項目	說明	權重 (%)
完整性	<ul style="list-style-type: none"> 對於品牌經營理念與願景、產品定位與特色、銷售對象及產業環境，有詳細說明及介紹。 	20
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。 申請企業有建立品牌營運團隊，並有相關實績佐證者尤佳。 申請企業有客戶或實質經營據點或業務範疇涵蓋臺灣以外至少 1 個地區以上(港、澳、大陸視為同一地區)，並有相關實績佐證者尤佳。 	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。 企業內部組織落實程度。 	40
經費合理性	<ul style="list-style-type: none"> 相關執行費用估算與分配之合理性。 	10
總計		100
加分項目	<p>共通性項目：</p> <ul style="list-style-type: none"> 申請企業於申請截止前，參與執行單位辦理之「品牌資產或品牌投資」等相關選修課程者。 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、推動友善多元性別、員工友善育兒措施等】。 計畫執行中企業自行投入相關資源。 	10



陸、應注意事項

- 一、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 15 分鐘(申請企業 5 分鐘、輔導單位 10 分鐘)，簡報大綱及分配請參考附件三。
- 二、獲選過案之企業，於計畫執行期間與結案後，應配合輔導審查與查訪、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。
- 三、輔導評選會議得請申請企業調整輔導內容，若不同意則視同放棄。
- 四、經評選通過之輔導計畫，「品牌價值管理輔導」每案**最高可獲得 35 萬**；「海外市場布局輔導」每案**最高可獲得 70 萬**(以上均含稅)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，於執行單位通知時間內完成簽約程序。
- 五、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。
- 六、申請企業自行選定之輔導單位，應具有商業服務業品牌輔導經驗與實績，且須為依法登記之獨資、合夥、有限合夥事業、公司或依法設立之社團法人、財團法人，且不得有陸資投資(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)。並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或身心障礙者權益保障法之相關規定，且情節重大經各中央目的事業主管機關認定之情事。
- 七、企業所提供及填報之各項資料，皆應與現況事實相符，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。



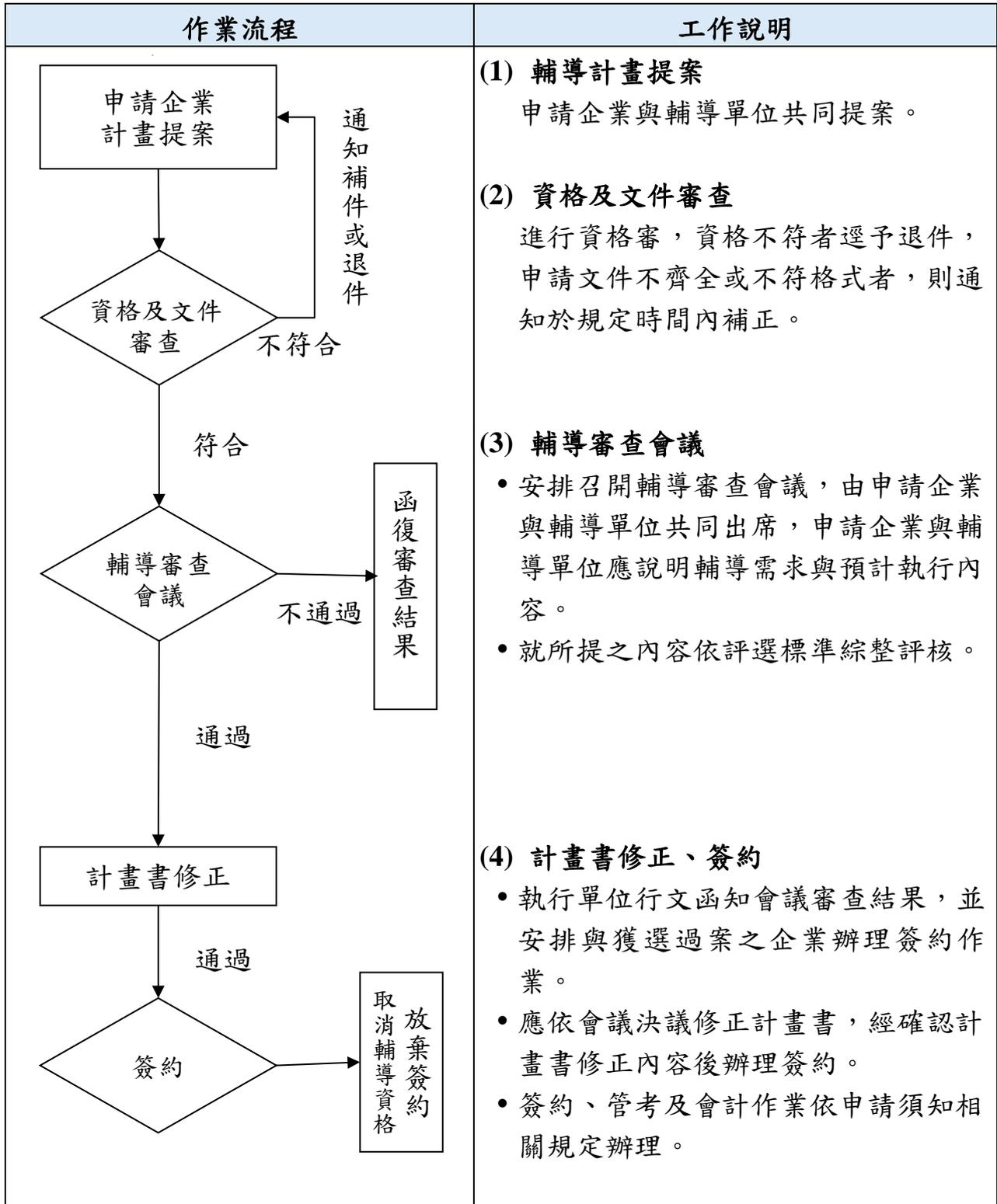
柒、諮詢服務

如有疑問，請洽執行單位：

財團法人中國生產力中心張小姐、李小姐

服務專線：(02)2709-0638 分機 227、220

捌、作業流程圖





玖、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：		海外品牌： <input type="checkbox"/> 有，名稱_____ <input type="checkbox"/> 無	
企業地址：		成立年分（西元年）：	
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	
聯絡人相關資訊			
企業負責人姓名：		職稱：	
申請聯絡人姓名：		職稱：	電話：_____ 信箱：_____
品牌相關資訊			
主要產品及服務		<input type="checkbox"/> 綜合零售 <input type="checkbox"/> 一般零售 <input type="checkbox"/> 生活服務 <input type="checkbox"/> 餐飲服務	
		(請以 50 字內，簡述本次主要申請品牌之產品與服務內容)	
品牌特色		市占率(%)_____ 目前銷售對象_____ 市場優勢：_____	
經營據點及範疇		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		獲選年度 <input type="checkbox"/> 112 <input type="checkbox"/> 111 <input type="checkbox"/> 110，計畫名稱 _____ <input type="checkbox"/> 無	
申請輔導目的(擇一勾選)			
<input type="checkbox"/> 品牌價值管理輔導	輔導主題(請擇一勾選)： <input type="checkbox"/> 品牌識別 <input type="checkbox"/> 行銷策略		
	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：_____ (目前所遇痛點與預計達成目標如何達成，並具提說明完成後的效益)			



<input type="checkbox"/> 海外市場布局輔導	輔導主題(請擇一勾選)： <input type="checkbox"/> 跨境提供服務 <input type="checkbox"/> 商業據點呈現	
	未來兩年目標市場(可複選)	<input type="checkbox"/> 美國 <input type="checkbox"/> 加拿大 <input type="checkbox"/> 英國 <input type="checkbox"/> 法國 <input type="checkbox"/> 歐洲_____地區 <input type="checkbox"/> 菲律賓 <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"/> 日本 <input type="checkbox"/> 韓國 <input type="checkbox"/> 中國大陸_____地區 <input type="checkbox"/> 其他_____國家 <input type="checkbox"/> 無
	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：_____		
(目前所遇痛點與預計達成目標如何達成，並具提說明完成後的效益)		
輔導單位資訊		
單位名稱：		統一編號：
輔導顧問：		職稱：
連絡電話：		行動電話：
信箱：		



附件二、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「113 年度推動商業服務業品牌價值創新成長計畫」，保證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，經主辦單位或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。

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。

在此保證本公司未有「113 年度推動商業服務業品牌價值創新成長計畫輔導申請須知」所述之應聲明事項，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 113 年 月

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、輔導計畫書

經濟部商業署

113 年度推動商業服務業品牌價值創新成長計畫

輔導計畫書【範本】

品牌價值輔導

(品牌識別或 行銷策略)

海外市場布局輔導

(跨境提供服務或 商業據點呈現)

《輔導計畫名稱》

輔導期間：自簽約日起至 113 年 11 月 10 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 113 年 0 月

目錄

壹、提案企業營運概況及產業環境說明	0
一、緣起.....	0
二、業者經營品牌發展現況及市場現況分析.....	0
貳、輔導起源與瓶頸分析	0
一、品牌發展遭遇問題.....	0
二、本年度輔導架構與內容規劃概述.....	0
參、輔導目標及方式	0
一、輔導單位實績	
二、輔導項目、過程及內容.....	0
肆、預計產出及效益	0
一、量化效益.....	0
二、質化效益.....	0
伍、實施查核點及資源需求	0
一、預定進度表.....	0
二、查核點說明.....	0
陸、參與人員簡歷表	0
一、輔導單位投入人月.....	0
二、企業投入人月.....	0
柒、經費需求表	0



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)

一、緣起

二、業者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

(請闡述面臨問題例如：品牌剛發展、品牌老化、市占率營收降低、品牌認知不一等)

二、本年度輔導架構與內容規劃概述

(請簡要敘明輔導主題、輔導目標、輔導工具、方法架構如何具體依計畫主題落實至企業內部)

參、輔導項目及方式

一、輔導單位實績

二、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，請用文字與圖示說明以下架構，展開至少5頁篇幅)

- 1.導入方法與工具：規劃以何種方法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。

肆、預計產出及效益

(請針對輔導後所能帶來之市場價值與競爭優勢等，或內部輔導方法應用之能力提升或流程改善等，分別敘明)

一、量化效益

評估項目	輔導前(2023年)成效(A)	輔導後(2024年)預計成效(B)	改善% (B÷A)	備註
網站或廣告 點閱率 觸及率 曝光率	○○% ○○% ○○%	○○% ○○% ○○%		
社群媒體粉絲數 (Instagram、 Facebook...等)	Instagram 追蹤○○○人 Facebook 追蹤○○○人	Instagram 追蹤○○○人 Facebook 追蹤○○○人 較 2023 年增加○○人		
會員數	○○○人	○○○人		
回購率	(如：○○%)	(如：○○%)		
通路據點數量(含經 銷代理商及其布點 數)	台灣○○○個 海外○○○個 (分布國家別：)	台灣○○○個 海外○○○個 (分布國家別：)		
新品項、客單價提升 (新台幣千元)	台灣○○○件 海外○○○件 ○○○,○○○千元	台灣○○○件 海外○○○件 ○○○,○○○仟元 較 2023 年增加○○千元		品牌價值管理 輔導(必填)
海外營收/出口金額 增加 (新台幣千元)	○○○,○○○千元	○○○,○○○仟元 較 2023 年增加○○千元		海外市場布局 輔導(必填)
其他(請針對擇定之 輔導主題列出預計 成效指標。)				
(表格請自行新增)				

二、質化效益

效益項目	輔導後效益
必須解決關鍵問題及成效	<p>針對品牌名稱、品牌架構、策略與溝通方式、以及形象規劃等各個面向進行優化，協助 OOO 以全新面貌重新導入市場。</p> <p>有助提升 OOO 在國際市場上的競爭力。數據顯示，OOO 在品牌輔導前，海外工程只佔總營收的 OO%，但在品牌輔導後，大幅提升到 OO% 並且持續成長。</p>
消費者反應	<p>在全新形象導入市場初期，不難發現消費者會主動於社群媒體上分享 OOO 的照片；隨著內用店全面優化，許多以外帶為主的客群也表示，會將 OOO 作為內用 OOO 的首選，可見 OOO 品牌體驗升級已深受消費者喜愛，精準的定位配合優秀的商業策略，也讓 OOO 於 OOO 年成功超越 OOO 成為 OOO 龍頭。</p>
品牌吸引力是否增加	<p>這次的改善，反映在「來店率」或「網路熱度」的數據上。</p>
企業持續投入品牌程度	<p>管理階層在品牌經營及推動上的資源支持及關注程度，包含時間、金錢、團隊、活動等。</p>
溝通整合效率是否提升	<p>OOO 找出更有力的溝通方式，讓 OOO 的團隊及消費者認同「OOO」的雙核心策略，同時透過 OOO 體驗結合，讓消費者感受到他們在 OOO 消費所創造出的社會價值。加上具體化的視覺設計，讓 OOO 的品牌理念更為清晰，行銷策略可以更聚焦，對外及對內的溝通上也變得更省力。</p>
(表格請自行新增)	

伍、實施查核點及資源需求

一、預定進度表

工作項目		月份							比重%
		5月	6月	7月	8月	9月	10月		
1		████████████████████							
2			████████████████████						
3			████████████████████						
4	計畫執行與管考	████████████████████							
累計工作進度(%)									100%

二、查核點說明

查核點編號	查核點日期	查核內容及成果績效概述	應備查核資料
A1	○月○日	例:工作項目 1，分析市場數據	市場調查數據分析報告一份
A2	○月○日	例:工作項目 2，進入目標客群市場	目標客群策略擬定計畫書一份
B1	○月○日	例:工作項目 3，提升發文頻率	社群媒體曝光率提升 20%
C1	○月○日	完成計畫所有需交付事項	
C2	○月○日	繳交輔導結案報告及準備結案簡報	

註 1：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，並以數據或明確之量化指標。

註 2：表格不敷使用，請自行增列並修正查核點。

陸、參與人員簡歷表

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
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
投入人月合計							

註：個人投入人月之上限，應為輔導計畫期間之月份總計數。

柒、經費需求表

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			
			平均月薪×人月數
小計			
二、業務費			
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
總計			

註 1：人事費：人事費用之額度上限不得超過輔導款之 30%。

註 2：業務費：顧問費、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：計程車費、國內差旅費等。

註 4：申請企業於計畫中自行投入資源、經費，應於表單下方補充之。