

財團法人商業發展研究院

109 年度營運及資金運用計畫

(自 109 年 1 月 1 日至 109 年 12 月 31 日止)

財團法人最近年度營運及資金運用計畫

財團法人名稱:商業發展研究院

主管機關：經濟部

年度：109 年度

捐助機關（構）：

經濟部推廣貿易發展基金、經濟部中小企業發展基金、財團法人中華民國對外貿易發展協會、經濟部加工出口區作業基金、行政院國家發展基金管理會、行政院國家科學技術發展基金、中華郵政(股)公司、財團法人資訊工業策進會、中華電信(股)公司、陽明海運(股)公司、富邦金融控股(股)公司、新光金融控股(股)公司、台新金融控股(股)公司、金鼎集團、遠雄企業集團、鄉林建設事業(股)公司、裕隆企業集團、和泰汽車(股)公司、信義房屋仲介(股)公司、統一超商(股)公司、新光三越百貨(股)公司、仰德集團、三圓建設(股)公司、台灣省商業會、華南金融控股(股)公司、台北市進出口商業同業公會、中華民國中小企業協會。

起迄日期：109 年 1 月 1 日至 109 年 12 月 31 日

一、營運計畫

（一）工作計畫

商業發展研究院（以下簡稱本院）以建立國內商業發展基石、厚實商業創新能量、加速商業知識化進程、整合商業資源及提升我國商業國際競爭力為宗旨。本院的營運方向定位為「研究為本、發展為主」，並以協助台灣服務業轉型升級發展為目標。109 年度政策方針、執行策略與運作方式，簡述如下：

1.政策方針

本院將秉持許添財董事長提出營運策略方向，以科技化、智慧化、聯網化、文創化、環保化、國際化等六化方式，協助商業服務業發展。

2.執行策略與運作方式

(1)服務產業別

- A.以協助服務業相關業態（如批發業、零售業、餐飲業、物流業及電子商務等）發展為主。
- B.另依產業價值鏈，協助製造業進行前端產業分析/生活型態研究/消費行為研究及經營模式設計；另進行後端品牌/行銷、通路（實體/虛擬/跨境電商）及顧客參與(服務設計)等業務。

(2)核心業務

- A.扮演我國服務業專業智庫，協助政府優化經營法制環境。
- B.研發創新營運及服務模式，協助服務業者系統化、品牌化及國

際化。

- C. 結合 AI、物聯網、大數據、區塊鏈等科技，推動商業服務業「數位轉型」。
- D. 推動跨業合作營運與異業結盟模式，協助健康照護產業發展。
- E. 配合新南向政策，推動東協跨境電商及優質平價商品精進方案，提升東協出口動能，並促進台灣、東協雙方雙向經貿投資往來。
- F. 透過南部院區及中部院區籌備處，加強與地方政府、公協會連結，推展地方特色產業創新生態系，促進商業區域平衡發展。
- G. 強化中央與地方區域科技政策鏈結，建構產官學研科技產業網絡，促進區域創新生態體系發展。

(3)擬訂強化創新核心價值之具體作為：

A.數位轉型：

- a.運用 Application-driven ICT 結合營運模式(軟硬整合)、智慧場域規劃設計及輔導機制、智慧零售解決方案之軟硬整合平台及服務數據回饋支援，聚焦智慧零售通路服務體系，協助我服務產業發展跨設備的高值化資料應用服務，吸引國內軟硬體業者及相關業者投入。
- b.運用數位競爭力診斷暨評估工具，進行中小型業者之診斷輔導，協助業者進行數位競爭力診斷及發展建議。
- c.創新智慧零售服務體系(場域體驗技術+產品+服務)，打造東亞智慧化服務驗證場域，加速製造業及服務業投資服務創新，成立智慧零售新事業及生態，佈局東亞智慧零售供應鏈。
- d.建置國際化行銷科技 (Martech Hub) 整合服務，以行銷科技結合多元零售通路為主要驗證場域，打造具備可持續性經營優勢之商業模式。

B.新南向市場開拓：

- a.持續與印尼 NU 合作推動「Agriculture Supply Chain Setup (農業供應鏈建置)」、「Halal Food Industrial Ecosystem (清真產業園區生態系)」、「Rural Area' s Local Dishes (印尼農村在地餐桌)」、「Talent Training Program for NU(NU 人才培訓專校)」及「Care Attendants Training Program (健康照護培訓專案)」等五大脫貧計畫，協助台灣企業產品拓展印尼市場，並協助台灣企業至印尼投資，掌握龐大市場商機，同時促進台印雙方經貿往來。
- b.108 年至 110 年將促成拓展目標市場之成功案例至少 105 案同時帶動我國至少 315 家次業者拓展目標市場、建立海外買主 200 家合作網絡、建立我國東協、南亞消費商情專業資料庫。
- c.運用線上線下行銷活動結合數位科技，建置市場即時洞察資料庫，以便我國企業即時獲取新南向市場瞬息萬變資訊。

- d.數位行銷集粉，建置目標市場哈臺粉絲數位社交平臺，提供我國業者適度進行產品調整之市場測試服務，快速解決拓銷盲點。
 - e.鏈結我國與新南向市場海內外專家系統，提供我國業者進入新南向市場全方位深度諮詢與出口輔導。
 - f.整合新南向市場新媒體資源使其發揮綜效，擬定適地化媒體溝通策略，提升整體臺灣形象(Taiwan Premier)，擴大新南向市場商機。
- C.連結在地：
- a.透過南部院區及中部院區籌備處，協助中南部發展商業，促進商業區域平衡發展。
 - b.積極協助地方政府因應數位經濟時代來臨，透過結合AI、物聯網、大數據、區塊鏈等新興科技，進行地方創生、智慧城市發展及引資招商工作。
- D.連結國際：
- a.研發創新營運及服務模式，協助服務業者品牌化、國際化。
 - b.與國際機構交流合作：持續與既有各MOU簽署國際機構與最新簽訂MOU的印尼NU(伊斯蘭教士聯合會)、印尼Djuanda大學等單位合作，協助我國廠商拓展海外市場，提高全球競爭力。
 - c.定位本院為專業國際行銷推動型智庫，研發網路經濟時代的國際貿易、電商市場與數位行銷策略與模式，培養網路經濟國際貿易人才，以協助政府制訂跨境電商新貿易政策，加值我國產品與服務之出口貿易能力，並輔導我國業者佈局海外新市場。
- E.鏈結中央與地方：
- a.強化中央與地方區域科技政策鏈結，建構府際合作機制。
 - b.協助地方政府研提未來產業推動目標與產業重點發展項目，並協助產業政策諮詢。
 - c.辦理各項產業聯盟平台(包括智慧機械、E-Team、臺灣光谷、AIM等)之座談會、交流會議或小組會議等。
 - d.與中央政府合辦(智慧機械及航太或5+N產業相關)論壇，協助彙集產、官、學各方意見。
 - e.凝聚科技政策共識與社會溝通，促進區域創新生態體系發展。
 - f.提出我國循環經濟產業共生政策之建議與未來經驗複製之作法與擴散方向，協助加速政府推動循環經濟策略方案之落實。
- F.協助企業接班與培訓數位人才：
- a.持續舉辦「基業長青創二代班」，協助企業二代從中領略企業經營價值的精髓，並透過異業交流，解決民間企業接班問題。
 - b.辦理智慧商業應用實務人才培訓，協助國內零售業與相關支援整合服務業導入智慧商業科技應用，發展新型態商業服務

模式，將商業服務朝向智慧化及創新化發展，以提升企業營收與創造差異化競爭優勢。

- c.辦理「智慧商業服務應用人才高階商務、進階技術、基礎培訓之培訓課程」，預計培訓 300 位智慧商業服務人才，補足在職能力之缺口，以支援智慧商業服務推動所需人才。
- d.結合亞洲矽谷及其他數位經濟相關計畫，以利提升國內人才競爭力，強化企業商業智慧化的策略。

(二) 財務收支及資產負債狀況

單位:新台幣千元

項目	107 年度決算	108 年度預算	109 年度預算
1.財務收支			
收入	470,948	450,000	495,000
支出	459,083	439,000	486,000
餘絀	11,865	11,000	9,000
2.資產負債			
資產	455,128	405,295	425,817
負債	193,797	132,964	144,486
淨值	261,331	272,331	281,331

二、資金運用計畫

- (一) 不動產、廠房及設備暨投資性不動產投資計畫
 什項設備：500 千元。
- (二) 資金轉投資計畫：無。
- (三) 其他重要投資及理財計畫：無。