

財團法人商業發展研究院

109年度預算

財團法人商業發展研究院編

## 目 次

壹、 工作計畫.....	1
工作計畫 .....	2
貳、 預算表.....	18
預算表.....	19

# 壹、工作計畫

# 財團法人商業發展研究院

## 工作計畫

中華民國 109 年度

本院 109 年度預計收入為 495,000 千元，其中執行專案計畫業務收入為 493,100 千元，業務外收入為 1,900 千元。

本年度整體營運策略方向持續秉持以科技化、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之發展，其中核心重點業務為：

- 一、扮演我國服務業專業智庫，協助政府優化經營法制環境
- 二、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。
- 三、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」。
- 四、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。
- 五、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。
- 六、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。
- 七、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。

承上，本年度將以數位轉型、新南向市場開拓、連結在地、連結國際、鏈結中央與地方、企業接班與培訓數位人才等各面向，建構商業服務業完整生態系，協助商業服務業達永續發展之成效。

- 一、政府委辦計畫及補助計畫：本年度計畫經費預計為 410,605 千元。
- 二、自辦業務計畫：本年度計畫經費預計為 82,495 千元。
- 三、主要工作計畫說明如下：

### (一) 商業服務業發展動能推升計畫

計畫重點：

#### 1. 計畫目的

本計畫之總目標為「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」，藉由全面性、持續性的研究計畫，長期觀測我國商業服務業的發展與現況，將政府的資源做最有效的配置，與業者協作加速商業服務業發展。另，根據服務業發展所面臨的科技化及國際化問題，借鏡先進國家服務業發展的經驗，發展符合業者需求之相關工具，作為政府制定商業服務業發展政策的參考依據，強化我國商業服務業實務發展策略與作法，使商業服務業成為帶動我國經濟進一步成長的主力產業。

依目標將計畫分為三個策略方向推動，分別為「重要法規趨勢研析」、「國際市場拓展」、「產業價值提升」，計畫成果之擴散及政策形成則透過「成果擴散及政策廣宣」分項計畫加以實施與推動，各分項工作內容說明如下：

## 2. 主要工作項目

### (1)重要法規趨勢研析

- 新型態商業發展法規調和
- 當前重要法規對商業服務業之影響評估

### (2)國際市場拓展

- 我國零售與餐飲業拓展新南向國家策略與模式
- 國際重要區域貿易談判動態

### (3)產業價值提升

- 推動商業服務業數位轉型及提升英語力
- 推動我國商業服務業溫室氣體減量
- 前瞻研究
- 銀樓業發展策略與具體作法

### (4)成果擴散及政策廣宣

- 商業服務業基礎資料及年鑑
- 國際合作交流
- 成果及政策廣宣

預期效益：

本計畫著重在商業服務業基礎環境建置，透過商業服務業在科

技、產業資訊、經營模式等有系統、有組織的改進，使商業服務業朝向高創新、高品質、高水準服務之國際行列，未來預期將能引領我國產業發展，提高國家競爭力。預期效益包括：

#### A. 穩固商業基盤並發展優質之基礎環境

為帶動產業翻轉並營造全方位的商業經濟發展環境，透過「重要法規趨勢研析」分項進行健全商業法制的檢視，同時進行勞動法制之深入分析，提供為商服業提供法制面與人才面二大基礎支援，將有助於形塑適合我國服務業發展環境，進而與國際接軌，奠定我國服務業未來發展基石。

因應全球能源及環保議題與資源稀缺等問題，為我國商業服務業永續發展，規劃「智慧節能與前瞻趨勢」議題，協助政府預先掌握產業未來發展趨勢，預擬完善之節能政策與配套措施。

#### B. 帶動商業服務業科技力之轉型與躍升

除從產業面建構符合我國服務業發展之環境，因應科技快速發展，從企業面規劃「餐飲、零售業科技應用與推廣」，有效且穩健地引導整體商業服務業邁向數位化轉型，降低業者在轉型中所承擔的風險與成本，同步提升產業環境及企業經營體質，協助我國服務業整體升級與轉型。

#### C. 深化國際交流並即時掌握國際趨勢

鑑於我國內需市場有限，服務業廠商又以中小企業為主，故有必要針對我國商業服務業國際化、服務貿易、南向之機會相關議題進行策略提出，以「國際發展鏈結」分項，排除市場障礙並順利拓展我國商業服務業發展動能。

透過實際對外交流探索我國商業服務業對外拓展之機會，透過「臺日商業服務業合作交流」、「兩岸商業服務業合作交流」與國際接軌，奠定我國商業服務業對外發展基石。

#### D. 提升整體服務業與國家的研究發展強度

協助政府與企業從事創新研發，是培植企業因應市場變化與強化創新能力重要方式之一，換言之，面對快速變化的競爭環境，

鼓勵企業從事創新投資，係改善服務業的經營體質與應變環境變化的能力，有助於提升我國服務業的整體水準，進一步提升並累積我國的研究發展強度。

#### E. 提升商業服務業價值與核心競爭力

本計畫從法制面、環境面、產業面、人才面、國際面對我國商業服務業進行整體性、全面性之分析與價值提升策略研擬，透過各面向進行重要議題之研議、推廣、輔導及交流，強化我國商業服務業之價值，累積的商業服務業知識，並提升產業之核心競爭力。

### (二) 新南向市場創新行銷開發計畫

計畫重點：

#### 1. 計畫目的

有鑑於東協、南亞等新南向市場經濟成長快速、人口年輕化以及龐大的內需市場商機，值得我國業者持續開拓。而經本院優平方案執行 9 年期間已建立建構「市場商情、出口輔導、創新行銷」三合一適地化輔導行銷模式，且成效已逐漸顯現。因此新南向市場創新行銷開發計畫將以優平方案成效與能量為基礎並精進執行措施，除持續掌握新南向市場消費需求，開發及應用創新行銷模式以帶動我國消費相關產品之出口外，並進一步建構「市場商情」、「買主網絡」、「專家系統」、「市場測試」等平臺，最終匯集成我國出口東協、南亞之「出口永續推動大平臺」，建置我國海外市場商情基盤與主題商機，並持續發展輔導措施創新行銷模式，以帶動我國業者布局新南向市場，並形成我國出口新動能。

#### 2. 主要工作項目

- (1) 促成拓展目標市場之成功案例
- (2) 帶動我國業者拓展目標市場
- (3) 建立海外買主合作網絡
- (4) 建立我國東協、南亞消費商情專業資料庫

預期效益：

- 1.市場洞察優化，提供即時市場資訊：藉由數位媒體策略，運用贏得媒體（Earned media）、自有媒體（Owned media）、付費媒體（Paid media），以及線上線下行銷活動結合數位科技，即時搜集各市場目標客層行為偏好並加以分析，建置市場即時洞察資料庫，以提供我國企業即時獲取新南向市場瞬息萬變資訊。
- 2.建構國際買主網絡，加速海外通路布建：透過定期境外訪問或邀請來臺境內體驗，從關鍵買主視點掌握我國業者在目標市場面臨之關鍵議題，並蒐集關鍵買主回饋意見，協助我國業者選品並提供通路市場進入建議，進而建構關鍵買主合作網絡，提供我國業者更多合作契機。
- 3.鏈結海內外專家系統，全方位出口諮詢輔導：鏈結我國與新南向市場之海內外專家系統，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。盤點海內外專家系統包含產業公協會、跨領域專家、研究機構、數位與社群媒體，和國內外出口服務提供者（認驗證、法規、設計、行銷、金流、物流、資訊流等業者）。將上述專家系統鏈結，將能給予我國業者全方位諮詢輔導，本計畫將成為我國出口輔導的單一窗口，服務欲拓展新南向市場的企業客戶。
- 4.建置市場測試平臺，快速解決拓銷盲點：依據東協年輕世代對於數位社交的高度依存性，本計畫透過數位行銷集粉，建置目標市場哈臺粉絲數位社交平臺，透過線上線下粉絲回饋，可提供我國業者適度進行產品調整之市場測試服務，提供我國業者快速便利的市場測試平臺，解決業者市場拓銷盲點。
- 5.提升臺灣形象，擴大新南向市場商機：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，並與目標客層進行溝通，有效提升臺灣產品於目標市場受眾與買主之認知度與好感度與臺灣形象（Taiwan Premier），強化買主代理意願，以及目標受眾的購買意願，進而擴大市場商機。



### (三) 青年創新、創業輔導計畫

計畫重點：

#### 1. 計畫目的

本計畫旨在促進青年公共參與，累積青年人力資本、社會網絡與資本，進而提升青年國際競爭力，透過青年服務平台，不僅要促進溝通交流，更欲提供多種支援措施，包括導入業師輔導機制、串連既有的創業資源、培育青年創新創業實戰力，養成創業家精神，且將透過實體與虛擬等管道，以單一窗口的方式提供專業與便利的青年創業服務，並提供青年創業基地試行。

在青年實踐夢想的路上，雖然熱情與努力是基本要素，然而創意產生過程並非憑空想像，需知識基礎並配合資訊及靈感，「創意」思維才有可能實踐，而引發「創新」成果的展現，同時有賴各種創業支援，才有機會成功創業。

#### 2. 主要工作項目

- (1)盤點、彙總各類中央及地方政府與民間創業資源。
- (2)成立「青年創業服務中心」一站式服務實體據點，並派駐專人提供諮詢與轉介等服務。
- (3)設置「青年創業服務網」網站、臉書粉絲專業、Line 等管道提供虛擬服務。
- (4)籌組青年創業顧問團並提供一對一家醫式診斷諮詢服務。
- (5)規劃青年創業基地之營運並試行，提供創業孵化場域。
- (6)了解創業者需求，依各種需求舉辦多元創業活動，如相關說明會、講座、講習、課程、論壇、工作坊等支援與交流活動。
- (7)舉辦創業論壇暨營運成果發表會與創業市集，邀請創業典範成功者、青創基地負責人、在地成功業者等分享經驗與心得，同時展示營運成果。

預期效益：

集合過去在產業特色化、創新化、國際化、科技化與智慧化的知識能量與輔導經驗，及所建立的產官學網絡上，例如合作過之中

國大陸商務部所屬智庫國際貿易經濟合作研究院、經濟部、工業局、中小企業處及國貿局等政府單位，並結合地方政府、單位，如金門縣青年發展協會、金門大學等大專院校及合作過之企業等單位，有效落實本計畫，並提供青年完備創業政策工具與創業環境之政策建議，逐步打造出青年創新創業之完整生態系。

#### (四) 資料服務產業應用推動計畫

計畫重點：

##### 1. 計畫目的：

隨著網路帶動的數位化轉型，使得近年連網裝置的應用不斷地大幅攀升，再加上政府開放資料的浪潮興起、社群媒體的蓬勃發展，源源不絕的資料不停的被產生與蒐集，因資料總量越來越多且複雜，提供了更多資料加值應用的機會。根據研究機構 IDC 提出的預測，全球連網裝置會由 2016 年 200 億台，快速成長至 2025 年 800 億台，意味著每分鐘平均會有 15 萬台新裝置連上網路，因此全球累積的資料量也將由 2015 年的 10 ZB，躍升至 2025 年 180 ZB。而這些資料將有助於推升物聯網、大數據分析、人工智慧、雲端服務及資訊安全的發展，應用領域也應不僅只是應用在製造業上的工廠流程自動化，或金融業的數位金融 (Fintech)，還將有更多創新發展，如智慧城市當中的智慧交通、智慧能源、智慧建築、智慧生活等。

基於資料不斷地增加，市場規模也有驚人的成長。據 Statista.com 所揭露的大數據市場規模，指出資料應用的市場總營收可望從 2011 年的 76 億美元到 2017 年的 335 億美元，一路挺升至 2026 年的 922 億美元，前後 15 年的漲幅將有 1,113% (11 倍) 之多。也因此，許多企業展開策略性的數位轉型，推生資料服務產業的發展，形成資料服務產業的專業分工，包含資料蒐集與資料整合之資料提供服務業者、應用領域之資料分析與應用服務業者，以及因應資料視覺化應用而誕生之資料視覺化工具開發業者

等。根據國發會「產業人力供需資訊網」2018年最新統計，未來3年產業新增人力需求數前三名是保險業（1萬2059人）、通訊暨物聯網裝置與設備業（4933人）和資料服務業（3167人）。

雖是如此，資料服務業者要如何在競爭激烈的產業樣態中脫穎而出，仍有些關鍵的共通難題必須克服，如資料安全性、雲端系統的建置成本、跨域應用的專業知識缺乏及資料數據分析偏誤等，而成功營運的企業，又必須具備哪些重要因素，以利相關主管單位或創投企業在補助或投資時評估資料服務業者的營運體質，是亟待研究的重要課題。

## 2. 主要工作項目

- (1)瞭解資料服務業者之營運趨勢、經營樣態與經濟規模；
- (2)挖掘資料服務業者之營運成功與失敗要素；
- (3)分析資料服務業者之經營關鍵策略；
- (4)補足資料服務業者補助與輔導要點之缺漏與不足之處。

預期效益：

- 1.瞭解我國資料服務業者之經營現狀與組成結構。
- 2.釐清資料服務業者成功與失敗之關鍵因素。
- 3.刻劃符合我國資料服務業者市場經營的重要戰略。
- 4.提出資料服務業者政府協助與支持的政策建議。
- 5.即時提供主管機關具時效性之相關議題諮詢與參考資料

## (五) 科技應用驅動服務產業創新研發計畫

計畫重點：

### 1. 計畫目的

- (1)透過跨法人技術研發與整合，結合產業領域知識，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

(2)藉由技術模組化典範案例，強化市場信心，以加速創新服務解決方案複製擴散，期未來帶動 ICT-enabled 創新服務解決方案國際輸出。

## 2. 主要工作項目

(1)加速產業結構優化與轉型：以實體零售通路業者智慧化需求角度切入智慧零售所需之設備、場域設計規範，打造零售過程擬人社交/創新互動服務模式，結合跨業、跨域、跨用戶物聯網整合創新，實現 C2B 模式，以協助體驗坪效變現，強化 OMO 產業價值鏈，並推動數據驅動之創新服務落實並形成商業應用服務，擴大國際市場影響力及產值。發展比傳統設計方法快速 50% 的聯網服務設計方法與工具，以協助國內 AI、SI、UI 到 content 業者掌握服務回饋機制，建構 AI 到 Content 服務生態。

(2)附加價值提升：從智慧零售經營問題本質出發，結合領域知識，透過大數據、物聯網、自動化等應用科技，打造軟硬整合之智慧零售解決方案平台，提供具備最佳化的儲存架構以適應 AI 應用特性並加速 AI 工作負載，搭配智慧零售開發者套件，可立即使用多種主要的 AI 程式開發架構及函式庫，有助於快速建立、訓練及部署機器學習模型，有效協助零售產業打造消費優質體驗環境，提升服務及產品的附加價值。

(3)布局國際，拓展產業版圖：針對中小企業及大型企業打造智慧零售產品和解決方案：整合 AI 技術的影像辨識及語音應用、具備邊緣運算(Edge Computing)概念的運算器，專為 AI 應用最佳化而設計，支援 GPU 運算加速，整合 AI 所需的軟硬體，再透過 BAU 分析構建體驗的互動介面擬真測試、數據回饋與修正，建構智慧零售新事業及生態，以一站式 AI 解決方案降低部署障礙，以強化 OMO 之產業價值鏈，瞄準具潛力之東亞市場發展創新服務產品，進行適地化研發與場域實證，建立我國智慧零售與行銷科技國際化之灘頭堡，發展智慧零售服務系統輸出生態

圈，佈局國際智慧零售供應鏈。

預期效益：

1. 以智慧零售服務體系創新為題(場域體驗技術+產品+服務)，透過聯網服務建置工具與數據分析資訊匯流平台串聯與輔助，以跨國/跨領域系統服務及異質資料整合協助國內零售業布局東亞，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。
2. 協助零售業在「行為常模累積、數據基因的編碼、預測模型及創新服務模式」奠基核心能耐。透過預測模型打通線上與線下，深度融合虛擬與現實的各個碎片化場景和各個消費環節，將促成「零售服務 IoT 整體架構方案設計服務商」。
3. 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，形成具獲利能力與商業應用價值之服務系統模式。本計畫規劃於全程結案階段，以國際化行銷科技整合服務為基礎，建置具備可持續性經營優勢之商業模式，將研發成果商業化，期促成行銷科技成立新創公司。

#### (六) 健康促進服務產業發展推動計畫

計畫重點：

1. 計畫目的
  - (1)建構產業媒合平台：藉由本計畫之推動協助，核心團隊發揮綜整功能，推動產業各界進行商業媒合、促成跨業合作，為台灣健康促進產業市場之未來注入動力，透過垂直深化及水平擴散將產業供給端擴大至國際化規模。
  - (2)創新服務模式遴選：為協助健康促進產業發展出最具可行性之創新服務模式、促進產業發展，以提供滿足市場需求之服務，透過籌設審查委員會，依委員評審標準進行審查，以選出健康促進服務最具前景的業者進行輔導。
  - (3)推動產業創新服務模式輔導：將規劃完整之服務模式審查及計

畫管理機制，針對產業創新服務模式之運作推動及可行性、營運輔導、計畫之整理執行品質與進度掌控、各項研究調查計畫之進行、媒體廣宣效應以媒合促成產業跨業合作。

## 2. 主要工作項目

- (1) 持續追蹤台灣健康照護服務產業鏈結構及產值變化，並且針對促進產業連結與推展品牌等重要策略方向剖析標竿廠商案例營運模式研究，撰寫研究報告，並邀集產學研專家辦理策略峰會，以利訂定未來產業推動措施及國際合作之推動依據及參考方向。
- (2) 針對國外已有基礎的優質廠商，擬透過系統性營運輔導內容與程序，內容包括市場商機缺口、目標市場之消費者與競爭者分析與評估、創新服務模式塑造與驗證、異業合作、新服務消費測試與可行性分析等，提高產業競爭力及創新研發能力，進而佈局國際市場。另以專案方式長期輔導企業，提供客製化與專案化輔導協助排除企業經營障礙。
- (3) 將透過舉辦國際媒合拓銷商談會或產業交流活動，媒合海外業者與我國具國際化能量之潛力業者，包含運動健身、健康管理、醫療器材、醫療資訊系統、生技保健食品、醫學美容等範疇，藉此協助國內業者拓展國際商機，並進一步實際媒合交流，將達成簽訂跨境服務合作，以開啟合作契機。另外也推動產業創新發展之旗艦範例，以成果展示方式展現創新商業模式，以期能水平擴散複製成功營運模式，進而垂直深化健康照護產業之發展。

### 預期效益：

1. 台灣健康促進產業調查將可提供台灣產官學研等各單位作為瞭解台灣發展現況的參考，找出產業發展缺口及未來發展服務之重要策略因素。
2. 透過商機交流與對談，協助我國智慧健康照護產業拓展國內外市場，帶動業者跨業或跨境之合作契機。

3. 推動廠商投資健康促進產業帶動發展，以協助智慧健康照護服務業者拓展國際市場，提高國際能見度。
4. 輔導產業跨業服務整合，促進產業間垂直與水平整合及合作，形成產業價值鏈之完整體系。

## (七) 產業政策研究及規劃計畫

計畫重點：

### 1. 計畫目的：

- (1) 透過標竿各國推動產業共生策略之比較，瞭解組織分工與執行作法方面之異同，以利我國政策借鏡參考；
- (2) 經由產業共生企業案例運作模式分析，提出成功關鍵與重要環境要素，作為經驗複製之重要指標與依據；
- (3) 基於成功要素之認知，挖掘我國產業共生發展優勢與挑戰，促進相關產業尋求潛在商機；
- (4) 研擬我國政府發展以循環經濟為核心的產業共生模式之策略建議，加強政策有效性與施行推動力道。

### 2. 主要工作項目：

將從國內外指標型機構蒐集關於循環經濟與產業共生的相關文獻，掌握目前循環經濟發展趨勢與產業共生模式，也針對我國企業投入成效與政策施行內容進行二手資料的整理與歸納。並藉標竿各國發展的推動策略進行政策比較，從中提出推動循環經濟產業共生的關鍵要素與成功模式。接著，基於產業共生關鍵要素與成功模式的研究認知，回頭檢視我國既有產業優勢與國際發展中的角色地位，最後，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。

預期效益：

1. 認知投入循環經濟之效益與必要性，提出未來發展方向指引
2. 達到園區內跨產業互利共生之成效
3. 加速政府推動循環經濟策略方案之落實

## (八) 中小企業服務創新推動計畫

計畫重點：

### 1. 計畫目的

(1)近年服務創新成為引導新商業模式發展的關鍵，而我國中小企業多以服務業為主，其中又以民生服務業更與民眾生活息息相關，包含民眾生活的食衣住行等多個面向。產業範疇包含批發及零售業、住宿及餐飲業、資訊及通訊傳播業(e.g.電商平臺)、支援服務業(e.g.租賃業、人力仲介業)、其他服務業(e.g.汽車維修及美容業、美髮及美容美體業)等。依據 2017 中小企業白皮書，我國民生服務業之中小企業家數高達約 96 萬家，占整體中小企業比高達 68%，且提供超過 373 萬就業人數。此外，每年的新設中小企業中，以民生服務業的比例超過 7 成為最高，顯示中小型民生服務業在經濟發展、就業與創業的重要性。

(2)惟民生服務業目前面臨整體薪資偏低、投入研發比例低導致創新能量不足以及人均銷售額大幅下滑，以致於陷入成長遲滯等問題，為了解決微、中小型民生服務業面臨之發展困境，並促使其轉型升級，本計畫以資通訊科技應用、服務創新等面向，協助微、中小型民生服務業者服務升級、經營體質強化、服務價值提升、通路拓展等成效，並提升創新價值、夥伴合作關係、創新經營管理之模式等，以達成民生服務業高值化、生產力提高與數位科技應用之目標。

### 2. 主要工作項目

- (1)協助業者厚植創新體驗力與強化市場開拓力
- (2)推動企業智慧化並提升數位競爭力
- (3)強化微型企業生產力
- (4)民生服務業國際趨勢掌握與議題研析
- (5)配合本院專案進度管理與計畫廣宣及效益擴散

預期效益：



1. 辦理診斷輔導至少 25 案，協助業者進行服務體驗與市場拓銷輔導，深化輔導 5 家中小企業成為優質企業，優化其服務體驗及強化市場拓銷能力，輔導中小型民生服務業者以群聚模式進行創新轉型厚植創新體驗力。提供群聚業者商業模式、技術合作、服務創新、行銷推廣等客製化輔導，以創造消費新體驗。總計輔導群聚至少 6 案，每 1 群聚至少 8 家。
2. 運用數位競爭力診斷暨評估工具，進行 60 家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，深化輔導 5 家中小企業成為優質企業，強化數位競爭能力拓展商機，應用數位科技進行服務設計規劃並導入服務場域至少 2 案，建立 2 個數位創新示範體系，體系內至少 10 家民生服務業者應用數位創新應用服務。
3. 深化輔導至少 5 家微型企業，協助以科技工具運用、經營管理改善、營運模式優化等主題，協助企業強化企業經營體質與生產力，達成服務轉型、市場創新價值等目的，運用群聚輔導協助至少 80 家微型企業，以服務科技、服務管理、服務價值傳遞等創新應用模式，促進服務創新及企業生產力提升等至少 8 群，每一群聚之微型企業至少 10 家；其中屬延續案之群聚至多 2 群，透過計畫網站、專線電話及資通訊科技應用等工具提供諮詢與協處服務至少 2,000 人次。
4. 針對小型商家行業別現況、面臨問題與需求進行問卷調查與研析(例如對於企業的產品/服務、銷售、人才、研發、財務等面向)，並挑選至少 5 家小型商家標竿個案研析，提出適合我國小型商家發展之政策建議(含各部會分工推動之機制)研析報告 1 式，針對重要議題舉辦至少 3 場產官學研專家座談會。
5. 維運計畫網站 1 式，辦理聯合說明會至少 3 場次，蒐集彙總計畫標竿企業並彙編成計畫電子專刊並製作輔導成果微短片 1 支，辦理創新或數位服務體驗交流活動至少 2 場次，辦理服務創新應用論壇至少 1 場次，活動至少 150 人次參與，舉辦經營實務交流活

動，依照區域別舉辦至少 6 場次以上，每場至少 30 家企業以上，辦理 1 場次輔導成果發表暨商機交流活動，活動至少 200 人次參與，提升受輔導企業商機達 3 億元以上。

## (九) 智慧商業應用實務人才培訓計畫

計畫重點：

### 1. 計畫目的

智慧商業服務的來臨，經濟部提出亞洲矽谷智慧商業服務應用推動計畫，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，以提升企業營收與創造差異化競爭優勢。然發展智慧零售與智慧物流勢必改變人才需求，為了補足人才缺口，由上而下系統性傳遞智慧商業的觀念，本計畫擬辦理「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」，同時驗證「綜合零售物聯網應用企劃師」職能基準初稿並申請勞動部 iCAP，藉此培育零售與物流產業培育大數據分析、數位行銷、物聯網等領域之專業人才，以推動產業進步、提升我國商業服務業之競爭力

### 2. 主要工作項目

- (1) 「綜合零售物聯網應用企劃師」職能基準優化與申請 iCAP 認證：為協助業者、學校、機構單位擇用合適人才，進而適才適所，宜持續推動職能基準及能力鑑定制度，以作為業者客觀選才及評核人才能力之參考依據。
- (2) 智慧商業服務應用人才培訓課程：依管理職能需求，進行分級分群進行訓練，規劃高階商務、進階技術與基礎的漸進式課程，首先，先開辦高階商務培訓課程，讓高階經營者或主管透過課程了解智慧商業銷售、生產的服務應用，對企業的商業模式有進一步認識及改變，帶動其他員工精進智慧商業的職能。接著開立進階技術培訓課程，以中階主管與技術人員為對象，多運用案例操作演練方式讓參加學員快速學習，提升企業導入科技

的前期評估能力導入後的熟悉度。最後也讓對智慧商業有興趣的企業員工參與基礎課程，教導智慧商業具代表性的個案，使其精華重點擴散出去，讓企業整體上下對智慧商業具備一致性的概念，進而帶動整體產業升級。

(3)課後成效追蹤：為瞭解學員培訓成果及辦課成效，設計成效追蹤問卷來持續追蹤學員受訓前後及後續在職場上表現的成效差異，評估課程設計架構，同時也提供日後課程活動辦理之參考。

預期效益：

1. 透過本計畫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。
2. 完成「綜合零售業物聯網應用企劃師」職能基準初稿優化與申請 iCAP 認證，提供各界依其內涵辦理培訓課程及規劃能力鑑定機制，可作為企業、培訓機構、學校、個人的參考應用，透過課程成效評估來精進改善人才培育規劃與安排，打造未來產業，並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。
3. 開立 1 班高階商務培訓課程、4 班進階技術培訓課程、以及 2 班基礎培訓課程，預計培訓 300 位智慧商業服務人才，課程主要為補足在職能力之缺口，以支援智慧商業服務推動所需人才。
4. 透過課程成效評估的追蹤，來精進改善人才培育規劃與安排，打造未來產業，並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。

以上各計畫研究目的與執行內容，符合本院致力以建立商業基石，創造高品質、高附加價值之商業創新能量並整合資源，加速商業科技化、智慧化、文創化、環保化、國際化，協助商業服務業提升國際優質競爭力之設立宗旨。

## 貳、 預算表

# 財團法人商業發展研究院

## 109年度預算表

單位:新臺幣千元

前年度決算數	項目	本年度預算數	上年度預算數
	<b>財務收支</b>		
470,948	收入	495,000	450,000
468,921	業務收入	493,100	448,270
2,027	業務外收入	1,900	1,730
459,083	支出	486,000	439,000
456,613	業務支出	483,750	436,250
4	業務外支出	0	0
2,466	所得稅費用	2,250	2,750
11,865	本期賸餘	9,000	11,000
	<b>資產負債</b>		
455,128	資產	425,817	405,295
193,797	負債	144,486	132,964
261,331	淨值	281,331	272,331

註：政府補助計畫收入 70,366 千元；政府委辦計畫收入 340,239 千元。

