

財團法人商業發展研究院

中華民國 107 年度決算書

財團法人商業發展研究院 編

目次

| | |
|-----------------|----|
| 壹、工作報告 | 1 |
| 工作報告..... | 2 |
| 貳、財務報表 | 22 |
| 一、收支營運決算表 | 23 |
| 二、現金流量決算表 | 24 |
| 三、淨值變動表 | 25 |
| 四、資產負債表 | 26 |

壹、工作報告

財團法人商業發展研究院

工作報告

中華民國 107 年度

配合經濟部法人革新政策推動，本院持續深耕在地服務、共創國際鏈結、加速產業創新。並秉持本院許添財董事長提出以科技化、智慧化、聯網化、文創化、環保化、國際化等新六化，促進我國服務業新發展。

107 年主要整體成效包含產出 55 份研究報告及 14 本出版品、透過法規制度及特定議題研究被作為政策建議參採數達 25 項、研發 46 項創新服務或經營模式，協助 18 家企業創新加值。申請 1 項新型專利及 1 項發明專利，並獲得 3 項發明專利。辦理人才培訓合計培訓人數達 1,781 人次，其中 1,288 人次為協助南部企業培養專業人才，用以彌補產業所需人才缺口。

本院 107 年合計輔導 805 家企業升級轉型，其中協助 166 家服務業科技化、44 家服務業國際化、26 家傳統產業特色化，協助其提升產業競爭力。籌組 1 件產業聯盟，合計有 46 家企業共襄盛舉，整合彼此間資源及能量，共同合作拓展海外及新興市場。另具體產業經濟效益包含協助企業營業額增加 59.9 億元、獲得國際訂單 6.4 億元。促進廠商投資 8.1 億元（其中 6.4 億元為在台投資）、創造就業人數達 99 人。另配合新南向政策，成立 5 個海外台灣產品網路電商平台專區，促成 400 個台灣品牌及 61,890 項商品上架銷售。

目前本院政府補助經費比重已由 106 年之 28.4% 降至 107 年之 24.3%，符合持續降低依賴政府補助經費之政策目標。惟補助計畫金額及案件數較 106 年下降之差額 818 萬元，已由本院努力開拓民間案源所增加之 1,236 萬元加以補足。顯示本院自主營運比重提高、績效良好，營收結構更加健全。

1. 配合新南向政策，推動東協跨境電商

- (1) 輔導 3 家臺灣電商平臺業者落地經營：(1) 輔導落地泰國之 62icon 與泰國投資局討論投資獎勵提案方向；(2) 輔導落地印尼之 Rocketindo 成立代營運網站、引薦台灣品牌電商上架、協助開發熱銷品及強化曝光策略；

(3)輔導落地越南之 BizBox 成立代營運網站、協助舉辦行銷活動推廣臺灣商品。

(2) 協助好物飛行於馬來西亞、Rocketindo 於印尼、BizBox 於越南共開設 5 個臺灣商品專區，同時搭配 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；另計畫整體面藉由提供輔導服務，已帶動好物飛行、Pinkoi、DRS 等業者達成超過新臺幣 8 億元之海外交易額。

(3) 錄取 11 家受補助廠商，核定政府補助款總計 5,850 萬元，並帶動跨境交易額總計約 44 億元及促成廠商投資總計約 1.6 億元。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分眾網紅行銷模式、會員經濟行銷模式、社群電商行銷模式及微商通路模式等 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。

2.發展創新海外聯合行銷模式，開拓新南向市場

(1) 鎖定東協及印度中產階級消費市場，精準掌握新興市場總體環境及消費與通路需求，提供客製化輔導，並以創新行銷手法示範，帶動最終消費品之出口。在市場商情優化上，完成印度、菲律賓、寮國市場商情研究外，並進行非關稅貿易障礙研究，網站瀏覽人數達 161.7 萬人次。

(2) 推動泰國家居商品/越南親子商情輔導拓銷聯盟/出口明星育成/馬來西亞、泰國創新海外聯合行銷/越南媒合拓銷團/新加坡線上試行銷等活動，輔導力霸、岱宇國際、米大師、滙嘉、京晨、義美、美科、太肯詠麗、日正、杏輝、采研等 110 家業者拓展市場，協助業者與逾 100 家國際買主媒合洽談，共計取得 5.5 億新台幣海外訂單。

3.建置整合系統平台，依據技術分析調校營運模式

(1) 開發智慧零售解決方案「RCA(Retailing Loyalty Ripple Effect on Consumer Shopping Experience and Behavioral Analysis)」及 OKM 平台(消費者行為常模及分析預測、顧客評等系統、通路行為預測系統)。成

功把商業環境經營思維帶入並協助國內 IOT 相關產業業者(拓連科技、盟立自動化、昱勝資訊)的相關系統產品切入零售產業科技化，並依據實際商業營運進行相關技術調教，協助國內零售業者(信義誠品生活、義大購物世界)及馬來西亞新興電器規劃智慧零售場域，透過強化體驗坪效來帶動整體營運，增加人流量 10%，營業額成長 3%，新增會員數成長 2%。

- (2) 完成開發商業智能資訊平台 1 案，並提供分群、分類、關聯、預測等功能，經實際導入受輔導購物中心大魯閣、義大世界等二家業者，及大魯閣業者內店家 18 家等業者，透過平台之執行擬定導客系統，讓大魯閣新時代購物中心業者於二次行銷活動中節省大量廣告費用，並獲得約 20%之營收。

4.強化中央與地方區域鏈結，建構中央與地方政府溝通平台

針對我國 22 縣市政策組織動能、產業發展現況以及產業環境整備度等進行研究，以了解地方產業發展相關議題，提出 22 縣市產業研究報告 1 份；調查中央及地方政府相關產業資源，以了解產業生產要素相關資源概況，完成產業資源調查報告 1 份。透過既有聯繫平台，凝聚中央地方產業發展共識，107 年於 4/17、6/6、7/13、11/19 分別在新竹縣、桃園市、彰化縣、台南市舉辦產業政策交流活動共計 4 場次。為將產業政策重點資訊傳達給地方政府，強化中央與地方之政策鏈結，釐清產業政策內涵，於 6/15、10/30 分別在新竹市（AI 產業）、臺中市（智慧機械）舉辦產業政策說明活動共計 2 場次。

5.掌握勞動政策變革議題，提供即時效益及對策分析

提出商業服務業在勞基法新制下之影響評估，並盤點勞基法、施行細則及相關函釋內容，研析其對產業影響；針對我國勞動派遣法及基本工資法之現況、立法原則、外國立法例進行探討。完成餐飲業、批發零售業人力供需分析、人才流向調查、受求職者青睞之企業與缺工狀況調查。

6.協助地方政府招商策略規劃，提升經濟發展成長新動能

本院作為臺中市總體招商之總顧問，以「專案、專人、專責、全程客製化」之方式，協助廠商排除投資障礙，加速落實在臺中投資計畫。建構臺中市單一投資招商窗口及改版「投資臺中」網站，網站瀏覽人次計 11,128 次、資料庫使用次數 1,235 次。撰寫「臺中市招商策略研究」，經機關審查核定通過，並納入未來招商推動方向。提交「臺中市政府補助及獎勵企業營運總部投資實施辦法」推動策略獲機關核定並據以執行，實際拜訪 11 間潛力廠商，具體獲得 1 間外商投資申請，流程進行中。並針對重點招商地塊，包括水湳智慧城第一種創新研發專用區、第二種經貿專用區，掌握 4 家潛在投資廠商，配合機關招商時程推動招商。

7.進行跨單位合作，推展服務創新成果

- (1) 與中華民國資訊軟體協會合作，進行跨法人群聚輔導，協助中小企業前進南向市場，推展優質產品及服務。在市場面部分，輔導四大組題群聚共計 46 家企業，成功開拓新南向市場創造海外商機達新台幣 1.83 億元。產業面部分，則導向分層輔導籌組三大群聚 15 家企業、輔導 5 家優質企業、協助 80 家企業診斷，累積創造海外商機達新台幣 8.83 億元。
- (2) 透過本院、工研院、阿物國際、中山大學電子商務研究中心「即時訊息分析」技術協力建構，平臺設計以響應式網頁設計（RWD）方式製作前後臺。在品牌商部分，累計提供 92 家臺灣中小企業應用即時資訊分析成果，並成功輔導其中 25 家 MIT 品牌、透過華美航運集團在地和握之電商平臺進入新南向市場。藉由量化分析工具結合零售行銷，一方面提升我國零售業數位轉型能力，一方面有助於我國數位科技方案業者建立實證應用實績，具有數位科技與服務創新結合的示範意義。
- (3) 與中華民國全國中小企業總會、資訊工業策進會、台灣經濟研究院協助微中小型民生服務業者以資通訊科技應用、服務創新等面向，指導業者強化經營體質、提升服務價值及拓展通路，並藉由創新價值、夥伴合作關係、創新經營管理模式，促進民生服務業高值化、生產力提升與數位

科技應用之目標。共提供 2,193 案次諮詢服務、籌組 12 個群聚(142 家業者)、總計輔導 247 家業者，並協助 2 家業者導入數位科技於實體場域、形成 2 個創新示範體系，促成 73 家民生服務業者應用數位創新應用服務，提升受輔導企業營業額達 31,478 萬元。

8.強化與國內外產、官、學研界交流與合作

107 年共簽署 11 件合作備忘錄(MOU)，如與美商即時創新公司(RTI)簽署 MOU，雙方就人工智慧、區塊鏈、DDS (Data Distribution Service) 等領域合作。並與印尼政府指定為唯一認證機構「伊斯蘭學者理事會食品、藥品及化妝品評鑑機構」(LPPOM MUI) 合作，有助於台灣廠商快速進入印尼及其他穆斯林市場。規劃透過與全球最大穆斯林組織 NU(Nahdlatul Ulama) 共同推動清真認證，將以系統化方式規劃輔導或開立保證班，期望透過各項合作案，為台灣企業開創商機。另有 7 件與國內外業界如義大開發股份有限公司、誠品生活股份有限公司、PChome Thailand Co., Ltd.等公司建立技術交流及輔導合作模式，不僅可提升本院之專業智庫形象與國際知名度；另一方面由本院扮演跨單位跨領域整合平台，協助政府推動經濟發展。

9.舉辦國際考察交流團，考察國際標竿案例及促成跨國商機

107 年共舉辦 9 場次參訪團，彙整重點成果如下：

(1) 2018 日本零售餐飲科技參訪洽商團

以「零售/餐飲的科技創新」為主軸，探索日本零售如何運用科技創新手法，考察 Sensy、Parco 百貨、Psychic VR Lab、Treasure data、Lawson 等企業，利用 AI 滿足客製化需求的精準行銷/商店預測顧客行走路徑，獎勵客戶多走幾步路給予折價券以增加業績，隨不同年齡層進來時間不同，每天產品依不同時段變更位置，利用 360 度精準拍攝，VR 一指選購，讓體驗到位/百貨公司進化到第 3 個 SC (shopping center-social center-serendipity center)

(2) 2018 日本百年老店創新與轉型考察團

帶領全台近 20 家中小企業前往日本京都，共同針對百年老店創新與轉型進行深度考察。透過實地考察日本歷史悠久的 7 家京都老店，與其核

心人物交流，期望能夠激發企業的自我精神價值，學習成功企業轉型心法，發揚傳統獨特核心技術，自創台灣國際品牌。

(3) 台日商業服務業媒合參訪團

辦理台日服務業企業交流媒合會，參與業者共計 20 人次，可擴大台日商業服務業業者交流的機會，實際促使兩國的商業服務業進行交流，如直接與日本交流協會、JETRO、PARCO 等企業直接交換意見，對方亦可接受我方的拜訪，並針對多項合作發展的議題進行廣泛且深入的討論；在業者媒合交流方面，亦開始實質討論相互合作與投資之可能性。

(4) 2018 年韓國首爾世界清真日洽商觀摩團

為瞭解韓國對穆斯林市場發展的準備，至韓國首爾參加「世界清真日」博覽會活動，另拜訪韓國三星集團總部交流 Digi+數位創新、智慧城市、企業數位科技應用等議題，帶領業者發展清真認證產品，開發穆斯林市場商機，促進清真認證產品業者的實質交流與互動。

10. 配合經濟部推動南北均衡發展，加強推動南部商業服務業升級。本院為落實就地、就近協助南部輔導產業發展，經經濟部商業司指導與協助，已於 106 年 8 月 17 日於高雄市成立南部院區暨經濟部南部商業服務業推動專案辦公室，協助南部地區發展推動高質化服務業。107 年南部重要成果如下：

- (1) 辦理計畫說明會，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，參與人數達 308 人，將輔導資源帶到各縣市。
- (2) 辦理交流論壇及需求調查，於嘉義市等南部及東部縣市舉辦商業發展圓桌論壇會議，合計 6 場次，參與人數達 51 人，並連結南部及東部縣市政府單位與公協會，完成需求調查報告 1 式，對於開拓商業司南部服務據點之知名度具重要意義。
- (3) 辦理商業服務業專業課程，包括：連鎖加盟、電子商務專業課程，合計開設 12 場次、培訓 89 人；連鎖加盟、電子商務之管理人才實作工作坊，合計開設 2 場次、培訓 76 人，可提升人才實作應用能力、自我品牌定位重新建構及強化企業的品牌價值。

- (4) 建置專家顧問團進行企業顧問諮詢診斷，根據初步諮詢後之商家發展現況與問題，提供進一步到場專業診斷服務，完成諮詢服務 164 家次，專家實地診斷達 70 家次。在連鎖加盟類及電子商務類示範輔導部分，完成示範輔導業者達 14 家，合計增加營業額約 1,232 萬元、營業額成長率平均約為 81%。
- (5) 進行南部品牌聯合行銷推廣活動，107 年 10 月 10 日至 11 月 21 日推廣期間會員人數從 0 人累積至 17,000 人，平均提升營業額 20%。
- (6) 透過各項活動如：(1)虛實整合新零售趨勢論壇，合計 113 人共同與會，透過推動經驗分享與面對面交流，協助業者尋求適合自己的虛實整合商業模式。(2)中高階經營實學講堂，共計 50 人參與，藉由創新科技應用工具，幫助企業領導者建構新商業營運模式發想。(3)成果發表會，合計 161 人參與，現場分析商服趨勢、成果案例以及 VR 機車試乘體驗，有效擴散輔導資源及提高業者知名度。
- (7) 優化南部及東部商業服務業知識分享平台，累積瀏覽人次達 128,719 次。持續經營 LINE@生活圈串聯網站，目前會員人數已達 507 人。

另就本院執行專案計畫類型，區分為(一)政策及產業研究；(二) 產業發展及輔導推廣；(三)應用研究；(四)人才培育；(五)跨單位合作；(六)其他等 6 類，以下說明主要之推動效益及對產業影響及價值貢獻。

(一)政策及產業研究：

執行「107 年度商業服務業發展動能推升計畫」、「強化我國科技政策之區域創新生態體系發展計畫」等 7 項專案計畫。主要推動方向及重點工作為：強化本院扮演我國服務業主要智庫之角色，協助政府研擬優化商業服務業經營環境之策略及措施，加強商業服務業基礎環境建置，健全服務業基礎資訊，透過科技、產業資訊、經營模式等有系統、有組織的改進，從營運模式創新、服務創新等不同面向協助企業創新發展，並從政策、法制、財務面檢視我國服務業發展環境，以提升整體服務業與國家的發展。為能確保國家重大科技政策順利推動並產出成果，透過政策前瞻的決策支援模式，協助政府推動區域產業創新，於地方建立諮詢平台，廣納我國區域產官學研專家意

見，針對我國區域發展情況提出具體政策建議，以完善區域產業創新發展環境，提昇我國整體創新競爭力。

主要執行效益及對產業影響說明如下：

1. 法制優化調適

(1) 商業政策法規調整

針對電子遊戲機訂定明確而可操作之分級分類標準提出建議，並盤點檢討既有函釋。另完成比對 279 項商業團體分業標準與 778 項營業項目與之內容差異。並針對新興產業如娃娃機、電話亭 KTV、密室逃脫等切合時宜之議題提供分析資料。辦理公司法宣導會北、中、南、東 6 場次，計出席 864 人次。

(2) 勞動法令對商業服務業之影響評估

提出商業服務業在勞基法新制下之影響評估，並盤點勞基法、施行細則及相關函釋內容，研析其對產業影響；針對我國勞動派遣法及基本工資法之現況、立法原則、外國立法例進行探討。完成餐飲業、批發零售業人力供需分析、人才流向調查、受求職者青睞之企業與缺工狀況調查。

2. 國際發展鏈結：針對新南向國家基礎環境及產業現況，盤點新南向重點 6 國(馬、星、印尼、菲、越、泰)商機業別：烘焙業、咖啡飲料業，分析產業競爭環境及經商相關法規，提出進入新南向國家策略。此外針對各國服務貿易開放程度落差分析及商業服務業重點產業政策，提出未來雙邊經貿或者合作議題。

3. 產業價值提升

(1) 協助 569 家中小型零售(445 家)與餐飲(124 家)業者了解科技應用能力；針對 130 家次有基礎的業者，提供科技躍階工具，進行媒合；組成輔導團隊進行諮詢診斷，完成 40 家以上業者科技躍階。

(2) 完成「中小型商業服務業節能示範輔導」案，補助 6 家連鎖加盟業者 9 家門市，透過汰換老舊設備，可節省用電 20 萬度/年、電費 80 萬元/年。並完成商業服務業線上「節能減碳財務分析系統」，提供不同節能投資方案之成本效益試算，推廣超過 250 家次使用。

- (3) 描繪 2025 年與 2030 年商業服務業(批發零售、餐飲、物流)可能發展樣貌，並提出商業服務業後續可值得關注的議題，包含「綠色力量興起」、「人口與家庭結構改變」、「消費者願意為好的體驗付費」、「生活型態改變」、「數位科技發展」等。
- (4) 辦理 6 場次「商業科技應用規劃師」、「企業節能規劃師」課程，培訓 151 人次。
4. 成立「商業服務業溫室氣體減量專案辦公室」，協助經濟部商業司推動商業部門節能減碳之行政作業與跨部會溝通窗口，包含：辦理 3 場跨部會溝通平台會議，劃分商業部門第一階段溫室氣體排放管制目標，並說明《溫室氣體減量及管理法》(簡稱溫管法)下各部會之配合事項；以及與地方政府、公協會共同探討協助產業進行節能減碳之分層推動作法。亦協助經濟部商業司完成溫管法下相關配合事項，包含：彙整溫室氣體減量相關數據，進行滾動式修正與更新；研擬商業服務業與工商服務業的管制目標與節能策略作法，進而提出行動方案，並規劃推動時程；以及模擬不同節能減碳作法下，可能產生的衝擊與影響，進而提出評估報告，以期更全面性地推動我國商業服務業節能減碳。
5. 以商品標示及「電器」、「洗衣」定型化契約之評估檢討為重點，電器買賣定型化契約應記載及不得記載事項是法院於定紛止爭的重要裁判依據，仍有其重要的實務效益及消費權益的維護。較值得討論取消者係行政院公告「至少一日」的契約審閱期，因不論有無實際簽約，依消費者保護法第 17 條第 5 項規定，仍會構成契約之內容，故即使無契約審閱期間，或甚至未簽約，對消費者仍有一定之保護。並搭配 3 場商品標示及 2 場定型化契約之宣導說明會，蒐集業者寶貴意見，亦充分使業者瞭解法規之內容與法規遵循之重要性。另透過 3 部以動畫呈現之商品標示宣導短片，「商品標示法」、「服飾與織品商品標示基準」、「電器及電子商品標示基準」，以生動活潑的方式，使得民眾與業者更容易法規遵循之重要性。

6. 完成區域創新政策相關研究：研析先進國家之區域科技產業創新政策機制，提出適合我國國情之政策與推動機制建議，打造區域科技產業聚落，提供科技政策決策支援工作，作為中央強化我國區域創新政策機制的參考。完成科技政策之區域產業發展影響研究 3 份、國家科技政策之區域創新機制研究(國外案例)1 份。
7. 支援中央瞭解地方科技政策需求：藉由次級資料分析、訪談 22 次、座談會 35 場次、辦理科技政策高峰論壇與廣宣 3 場次等活動，蒐集地方產官學研專家等利害關係人對地方科技產業創新政策意見，以協助瞭解地方科技政策需求與發展利基及現況，作為區域創新的科技政策決策支援系統。
8. 強化地方與中央推動科技政策之共識：藉由宣導中央政府重大科技產業創新政策，並訪談地方政府政策組織動能，聚焦科技發展方向，以府際合作共同擬訂科技政策焦點議題。藉由組成任務型聯合工作小組，舉辦各種會議增進交流互動，透過參與、學習、認同的過程，凝聚產業推動共識，完成成立「區域創新生態體系推動組織」暨協助地方與中央政府之科技政策研討或交流 15 件。
9. 協助地方提升科技政策推動能量：在地方政府部分，協助科技政策相關局處了解中央政府科技政策組織運作、相關政策目標與措施等重要推動事項，以深化地方政府官員對中央政策的了解與支持。在產學專家部分，鼓勵地方跨領域專家參與科技政策之策劃及推動，如於各區成立科技政策小組，以形成科技政策專家網絡，一方面藉由地方的研討會議進行跨領域的交流與學習，另一方面利用赴中央參與科技政策的規劃會議，以提升地方專家對國家科技政策的視野與資訊，完成「區域科技政策小組」5 式暨協助地方與中央政府之科技政策研討或交流(6 件/式，共 30 件)，以及協助地方政府推動區域產官學聯盟 5 式。
10. 配合市府產業推動需求，以及中央政府產業推動規劃之成熟度，完成國際產業政策趨勢及重點產業推動項目報告 1 份、臺中市及國內其他縣市產業發展現況報告 1 份。並聚焦臺中市優先推動議題，完成 1 場次 5+N 產

業創新相關主題論壇(達 496 人次)，以及 6 場次科技政策座談會(達 889 人次)，聚集各產業深具代表性之領域專家，對於府際交流與凝聚府際產業推動共識有實質助益。

11. 透過科技創新政策環境與決策支援計畫澄清政策價值、取得政策正當性並確保行政可行性之效益。完成科技創新政策調查評估報告 2 式、強化科技創新思維座談會 6 場、科技創新機制論壇 1 場。
12. 針對我國 22 縣市政策組織動能、產業發展現況以及產業環境整備度等進行研究，以了解地方產業發展相關議題，提出 22 縣市產業研究報告 1 份；調查中央及地方政府相關產業資源，以了解產業生產要素相關資源概況，完成產業資源調查報告 1 份。透過既有聯繫平台，凝聚中央地方產業發展共識，107 年於 4/17、6/6、7/13、11/19 分別在新竹縣、桃園市、彰化縣、台南市舉辦產業政策交流活動共計 4 場次。為將產業政策重點資訊傳達給地方政府，強化中央與地方之政策鏈結，釐清產業政策內涵，於 6/15、10/30 分別在新竹市 (AI 產業)、臺中市 (智慧機械) 舉辦產業政策說明活動共計 2 場次。

(二) 產業發展及輔導推廣：

執行「107 年度優質平價新興市場精進方案」、「健康促進服務產業發展推動計畫」、「107 年度中小企業服務創新推動計畫」、「107 年度電子商務兆元推升計畫」、「106 年度跨境電子商務交易躍升旗艦計畫」、「南部商業服務業產業輔導暨經營精進計畫」、「107 年度中小企業拓展新南向市場計畫」等 17 項專案計畫。

主要推動方向及重點工作包含輔導及協助廠商發展新興市場，重點工作包含持續帶動我國業者拓展東協六國、印度等目標市場，擴大爭取新興市場商機，並輔導我國具優勢產業的企業與產品成功進軍新興市場；運用產業價值鏈群聚輔導協助中小企業與新南向市場及全球市場進行雙邊及多邊商機媒合，共創合作互惠模式，並建立中小企業與國際經貿夥伴長期合作關係。

主要執行效益及對產業影響說明如下：

1. 鎖定東協及印度中產階級消費市場，精準掌握新興市場總體環境及消費與通路需求，提供客製化輔導，並以創新行銷手法示範，帶動最終消費品之出口。在市場商情優化上，完成印度、菲律賓、寮國市場商情研究外，並進行非關稅貿易障礙研究，網站瀏覽人數達 161.7 萬人次。推動泰國家居商品/越南親子商情輔導拓銷聯盟/出口明星育成/馬來西亞、泰國創新海外聯合行銷/越南媒合拓銷團/新加坡線上試行銷等活動，輔導力霸、岱宇國際、米大師、滙嘉、京晨、義美、美科、太肯詠麗、日正、杏輝、采研等 110 家業者拓展市場，協助業者與逾 100 家國際買主媒合洽談，共計取得 5.5 億新台幣海外訂單。
2. 完成健康促進產業研究調查 1 式，包括現況分析、營收估算、個案標竿以及產業鏈結未來發展方向等；並完成健康促進服務產業創新服務模式輔導，包含三緯國際、潛立方、創淨科技、愛迪斯科技、慶旺科技、鼎澄生醫、亞果遊艇、日星交通、大心數位等 9 案，促進投資 5 億元，另外亦完成健康產業業者客製化諮詢訪視診斷服務 32 案及完成協助產業排除經營或法規障礙 10 案。在計畫推廣部分，則舉辦國際論壇 1 場次、國際拓銷商談會 1 場次；並完成 8 案業者簽訂業者跨業或跨境合作備忘錄，跨境包含台灣受恩與新加坡 Vault Dragon、輕適能與新加坡 Golden Gate Ventures、萬國健康與新加坡 Vault Dragon 等，跨業則包含歐立達與雄獅、筆記網路與歐立達、筆記網路與虹映科技、亞果與雄獅、大心與蛹之生等。
3. 與中華民國全國中小企業總會、資訊工業策進會、台灣經濟研究院協助微中小型民生服務業者以資通訊科技應用、服務創新等面向，指導業者強化經營體質、提升服務價值及拓展通路，並藉由創新價值、夥伴合作關係、創新經營管理模式，促進民生服務業高值化、生產力提升與數位科技應用之目標。共提供 2,193 案次諮詢服務、籌組 12 個群聚(142 家業者)、總計輔導 247 家業者，並協助 2 家業者導入數位科技於實體場域、形成 2 個創新示範體系，促成 73 家民生服務業者應用數位創新應用服務，提升受輔導企業營業額達 31,478 萬元。

輔導 3 家臺灣電商平臺業者落地經營：(1)輔導落地泰國之 62icon 與泰國投資局討論投資獎勵提案方向；(2)輔導落地印尼之 Rocketindo 成立代營運網站、引薦台灣品牌電商上架、協助開發熱銷品及強化曝光策略；(3)輔導落地越南之 BizBox 成立代營運網站、協助舉辦行銷活動推廣臺灣商品。

4. 協助好物飛行於馬來西亞、Rocketindo 於印尼、BizBox 於越南共開設 5 個臺灣商品專區，同時搭配 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；另計畫整體面藉由提供輔導服務，已帶動好物飛行、Pinkoi、DRS 等業者達成超過新臺幣 8 億元之海外交易額。
5. 錄取 11 家受補助廠商，核定政府補助款總計 5,850 萬元，並帶動跨境交易額總計約 44 億元及促成廠商投資總計約 1.6 億元。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分眾網紅行銷模式、會員經濟行銷模式、社群電商行銷模式及微商通路模式等 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。
6. 為將經濟部資源帶至南部及東部地區，至各縣市辦理政府整合資源說明會 6 場次，合計 308 人參加。並分別依據電子商務、連鎖加盟開設課程，共 165 人。輔導團隊提供企業諮詢診斷，依據業者屬性給予不同建議，共完成 164 家次業者諮詢，專家診斷 70 家次。另本年度首度辦理創新發展輔導，遴選 14 家優質業者，提供輔導款項。在成果擴散方面，集結 20 家南部及東部業者進行聯合行銷，協助其導入會員數據行銷系統，會員人數從 0 人累積至 17,000 人，業者平均提升營業額 20%。透過經營實學講堂、虛實整合論壇、成果發表會等活動，合計 324 人參加。
7. 與中華民國資訊軟體協會合作，進行跨法人群聚輔導，協助中小企業前進南向市場，推展優質產品及服務，在市場面部分，輔導四大組題群聚共計 46 家企業，成功開拓新南向市場創造海外商機達新台幣 1.83 億元。

產業面部分，則導向分層輔導籌組三大群聚 15 家企業、輔導 5 家優質企業、協助 80 家企業診斷，累積創造海外商機達新台幣 8.83 億元。

8. 為推廣客家飲食文化，提升客家特色餐廳市場競爭力，以「客家美食 HAKKAFOOD」進行品牌行銷，策略性輔導及扶植客家餐廳轉型，提升餐廳整體服務與料理品質，輔導 26 家認證餐廳訪視至少 52 次，創新改良 12 道客家菜式，同時辦理「客家廚師海外參賽培訓班」，經培訓之客家廚師可自行報名海外參賽，最好成績為國際賽事獲得銅牌。並邀請法國藍帶廚師及米其林廚師來台，參加「客家美食國際廚藝交流活動記者會」與台灣客家廚師進行交流活動，整體擴大展現客家美食輔導能量，希冀為臺灣客家美食創意產業開創新局，逐步將客家美食推向國際舞臺。
9. 培育水利產業中「智慧水務產業」及「再生水產業」的發展環境，並透過系列活動辦理以積極促動市場推動。完成辦理 3 場國外大型水展覽，包括 2018 年印尼泗水國際水工程大展、新加坡 SIWW 國際水週及國際水協會世界水會議及展覽；3 場國內專業水展覽：高雄台灣國際水展覽、台北水產業展及南港循環經濟展。透過 6 場以上展覽將台灣淨水系統、高階水處理解決方案及智慧防汛水資源管理方案行銷到全球，以開啟在國內外市場知名度。亦透過 2 場國際研討會、13 場主題研討會及 2 場產業策略行銷會議推動產業行銷。另為促使廠商開拓國外水資源市場，亦完成對東南亞重點 7 個國家的產業調查分析，以了解目標市場狀況及未來市場空間及機會。
10. 為提升國內整體旅遊住宿品質，透過一系列專業培訓、實地訪查等機制的輔導與查核，107 年共遴選出 207 家好客民宿，榮獲好客民宿認證標章的民宿都富有多樣化的經營風貌，不僅是獲得經營品質及旅宿安全上的認可，更是對旅客旅遊住宿的承諾。
11. 以「茶」作為台灣文化生活品牌，型塑品牌開發及馬來西亞市場拓展的基礎。試營運期間，共計 25 項茶文化品牌參與推廣計畫，包含 17 項茶葉、3 項茶器與 5 項茶文創相關商品，其中有 12 項品牌業者於跨境電商

平台上架完成，共計銷售出 200 件商品，預估全年帶動國內茶文化產業產值新台幣 1 億元。臺灣茶文化獨立式著陸頁面投放之 Google 聯播網廣告與 Facebook 貼文廣告、跨境電商平台 WORLDiBUY 及集團於官網、粉絲頁等管道進行曝光，共計觸及目標人次達 710,202 人次。

12. 本院作為臺中市總體招商之總顧問，以「專案、專人、專責、全程客製化」之方式，協助廠商排除投資障礙，加速落實在臺中投資計畫。建構臺中市單一投資招商窗口及改版「投資臺中」網站，網站瀏覽人次計 11,128 次、資料庫使用次數 1,235 次。撰寫「臺中市招商策略研究」，經機關審查核定通過，並納入未來招商推動方向。提交「臺中市政府補助及獎勵企業營運總部投資實施辦法」推動策略獲機關核定並據以執行，實際拜訪 11 間潛力廠商，具體獲得 1 間外商投資申請，流程進行中。並針對重點招商地塊，包括水湳智慧城第一種創新研發專用區、第二種經貿專用區，掌握 4 家潛在投資廠商，配合機關招商時程推動招商。
13. 為促進民間團體和社會大眾了解及推廣社會企業的理念，透過專經管初階和進階課程及社會企業工作坊的方式，共計培育 78 名學員，讓學員了解運用財務管理及企劃撰寫技巧，幫助他們增加工作技能及建構社會企業相關知識。並於 5/25 及 11/12 辦理「有本生活坊」、「好好園館」及「台灣藍鵲茶」社會企業參訪活動，共吸引 118 位民眾參與，促使民間團體、社會大眾了解社會企業概念並激盪出關於社會企業的創新創意想法。另辦理社會企業創業家養成營活動，共媒合 10 位大專院校學生參與光原社會企業、社企一起幫及甘樂文創三家社會企業之 7-8 月實習，增加其職場的適應力與競爭力，從而拓展就業機會，並可減少企業職前訓練成本，儲值就業人才。另辦理多元培力單位人員 2 場參訪活動，透過參訪績優企業，可以學習其經營模式和商品行銷等方式，促進其瞭解社會企業概念、營運模式。

(三)應用研究：

執行「科技應用驅動服務產業創新研發計畫(1/3)」及「前瞻商業智能資訊平台與營運模式優化計畫」。主要推動方向及重點工作包括：透過重要議題演算法開發與整合應用，為我國零售業者建立與消費者間的即時實體溝通管道，同時蒐集消費者行為資訊提高企業對消費者的理解，深入分析建立消費者行為模式，辨識消費者特徵以進行各種智慧零售服務，達到線上與線下即時整合的目標。另以購物中心為標的，由購物中心業者提供消費、營運、與場域資料，本院提供技術，透過協同開發智能運算平台，進行智能平台開發。

主要執行效益及對產業影響說明如下：

- 1.以「科技應用驅動服務產業創新」為研究標的，透過重要議題演算法開發與整合應用，為我國零售業者建立與消費者間的即時實體溝通管道，同時蒐集消費者行為資訊提高企業對消費者的理解，深入分析建立消費者行為模式，辨識消費者特徵以進行各種智慧零售服務，達到線上與線下即時整合的目標。107 年度完成專利申請 2 件(1 件發明專利，1 件新型專利)、獲得發明專利 3 件、技術服務案 15 件、促成投資 1.45 億元。
- 2.開發智慧零售解決方案「RCA(Retailing Loyalty Ripple Effect on Consumer Shopping Experience and Behavioral Analysis)」及 OKM 平台(消費者行為常模及分析預測、顧客評等系統、通路行為預測系統)。協助百貨通路業者透過每分鐘場域內購物者即時影像、特徵及數據等消費者行為的快速識別與分析，協助業者優化商品組合、展示、購物路徑及人員派任，提高消費者對商品及活動的參與度，強化實體店面體驗坪效，透過即時回饋機制將縮短 52%的客製化產品推播、產品上架評估與櫃位及現場人員配置調整的時間，作為推估櫃位的上架費參考依據。並分析去識別化後會員背景資料、來店時間及交易頻率、金額及品項歷史資料搭配目標族群評估(前期研發成果)，建立每種消費群體與產品關聯的推薦模型，以利高效推薦最適商品，強化與會員關係緊密度，增加回購率。實施過程中成功把商業環境經營思維帶入並協助國內 IOT 相關產業業者(拓連科技、

盟立自動化、昱勝資訊)的相關系統產品切入零售產業科技化，依據實際商業營運進行相關技術調教，目前已協助國內零售業者(信義誠品生活、義大購物世界)及馬來西亞新興電器規劃智慧零售場域，透過強化體驗坪效來帶動整體營運，增加人流量 10%，營業額成長 3%，新增會員數成長 2%。

3. 建構商業情報洞悉平臺，提供海外行銷熱點分析、海外 SEO 搜尋引擎優化等功能，協助我國業者進行商業決策之重要基礎。係透過本院、工研院、阿物國際、中山大學電子商務研究中心「即時訊息分析」技術協力建構，平臺設計以響應式網頁設計 (RWD) 方式製作前後臺。平臺透過中山大學電子商務研究中心「即時訊息分析」技術，採取多元數據來源整合與爬取 (包括企業資訊、付費資料庫、會員數據庫、社群平臺論壇、關聯 Web/app、開放統計資料以及專利文件等)，建置海外第 3 方資料來源(data pool)，抓取新加坡最大電商平臺 (含 25,731 項商品資訊、8,004 則評論)、馬來西亞電商平臺 (含 41,857 筆商品資訊，5,822 則評論)、馬來西亞最大民間論壇 (含 5,715 項主題、108,750 篇文章)，以及星馬主要新聞網站等巨量資訊進行分析，提供我國品牌商掌握海外市場情報，應用開發繁簡中文及英文之語意分析模型，並以主題分類方式針對數據爬取成果進行視覺化圖表呈現，挖掘巨量數據的商業價值。107 年實證業者為華美航運集團採用商業情報洞悉平臺之行銷熱點分析、消費者動態分析等功能。在品牌商部分，累計提供 92 家臺灣中小企業應用即時資訊分析成果，並成功輔導其中 25 家 MIT 品牌、透過華美航運集團在地合作之電商平臺進入新南向市場。藉由量化分析工具結合零售行銷，一方面提升我國零售業數位轉型能力，一方面有助於我國數位科技方案業者建立實證應用實績，具有數位科技與服務創新結合的示範意義。
4. 完成開發商業智能資訊平台 1 案，並提供分群、分類、關聯、預測等功能，經實際導入受輔導購物中心大魯閣、義大世界等二家業者，及大魯閣業者內店家 18 家等業者，透過本平台之執行擬定導客系統，如讓大魯閣新時代購物中心業者於二次行銷活動中節省大量廣告費用，並獲得約

20%之營收。

(四)人才培育：

執行「107 年度智慧商業服務職能基準發展暨人才培訓」、「107 年流行音樂產業職能專業基準及其課程研發」、「DIGI+Talent 跨域數位人才加速躍升計畫」、「品牌台灣發展計畫第二期_品牌企業研習營」、「107 年度智慧商業服務職能基準發展人才培訓」等 5 項專案計畫。透過人才培訓，提供產業及各機構管道，開班授課培育、訓練產業所需人才，以協助服務業升級。

主要執行效益及對產業影響說明如下：

- 1.推動跨國職業訓練、職能發展等交流，辦理「產業人力培訓國際專班」規劃，以利我國相關產業的發展。依據勞動力發展署需求擇定專案會展人員(event coordinator)，提交課程計畫書、授課內容設計、上課教材編撰及蒐集其他相關補充資料等。運用次級資料收集的方式，綜述目前會展產業的概況以及台灣會展政策推動的方向，並依據 APEC 觀光職業標準指南(event coordinator)之內容進行課程規劃初稿。接續召開專家座談會，首先針對預期達成的目標與專家進行說明，再依據已完成的課程初稿進行討論，勾勒出會展人員課程規劃的初步架構。本計畫之專家座談會共計召開 3 次，並於期間內輔以專家訪談，以充實 event coordinator 之課程內容與執行細節，另外也可與台灣目前各部會針對會展人員之培訓方向進行區隔，補足目前會展產業之人才培訓缺口。
- 2.建立專業職能基準，並據以發展課程，作為學校開設專業課程及民間辦理專業職能訓練之參考依據，以加速縮短學訓用落差、強化產學合作功能，落實人才開發與養成之目標。建置「演唱會視訊工程師」與「舞台設計師」職能基準，並通過 Icap 勞動部職能基準審查上架。完成「演唱會視訊工程師」與「舞台設計師」課程綱要建置，未來可以模組化方式進行人才培訓，受益專業人員將可達 2,000 人以上，並訪談產業專家共計 20 人次以上。
- 3.邀請品牌經營與管理、品牌策略規劃、媒體行銷等各領域之知名學者與具豐富實務經驗之專業經理人擔任講師，辦理 5 場次「品牌企業研習營」，

包括巨大機械之品牌創新商業模式、品牌行銷力-打造 A 咖團隊共 2 場次/76 人次；光電半導體協會之站上國際市場高峰的利器行銷工業品牌、數位時代翻轉行銷與數據資料分析應用共 2 場次/45 人次；益富公司之品牌行銷成功必勝五大元素 1 場次/31 人次。

4. 透過產學研合作方式，合作廠商包括數位整合行銷類、線上電商平台類、及金融科技類 3 家合作廠商，提供每位研習生每週至少 1.5 天的實務研習及實務研習專題製作，有效提升研習生未來於業界發展所需之數位能力及經驗。並指導研習生進行實務研習專題撰寫，產出 4 組實務研習專題，並完成 2 場研習生報告說明會、3 場課程、2 場演講及 2 場參訪，累積 28 小時。
5. 完成「綜合零售物聯網應用企劃師」職能基準初稿，並依據 106 年我國「智慧商業服務科技實務人才供需分析調查」，「數位行銷」、「全通路/多元通路整合」、「大數據分析」、「物聯網運用」相關人才為目前零售、物流與資服業等需求業者認為最為缺乏之人才，經由公協會辦理課程之成效驗證後重新調整與規劃新的課程架構，發展出「智慧零售-數位行銷專員」、「智慧零售-大數據分析師」、「智慧零售-物聯網企劃專員」、「智慧物流-大數據分析師」與「智慧物流-物聯網企劃專員」共 5 個系列課程。完成開立 10 班智慧商業服務人才培訓基礎課程，以及 2 班智慧商業服務人才培訓進階課程，符合結業資格共 377 位。

(五)跨單位合作

1. 與中華民國資訊軟體協會合作，進行跨法人群聚輔導，協助中小企業前進南向市場，推展優質產品及服務。在市場面部分，輔導四大組題群聚共計 46 家企業，成功開拓新南向市場創造海外商機達新台幣 1.83 億元。產業面部分，則導向分層輔導籌組三大群聚 15 家企業、輔導 5 家優質企業、協助 80 家企業診斷，累積創造海外商機達新台幣 8.83 億元。
2. 透過本院、工研院、阿物國際、中山大學電子商務研究中心「即時訊息分析」技術協力建構，平臺設計以響應式網頁設計（RWD）方式製作前後臺。在品牌商部分，累計提供 92 家臺灣中小企業應用即時資訊分析成

果，並成功輔導其中 25 家 MIT 品牌、透過華美航運集團在地和握之電商平臺進入新南向市場。藉由量化分析工具結合零售行銷，一方面提升我國零售業數位轉型能力，一方面有助於我國數位科技方案業者建立實證應用實績，具有數位科技與服務創新結合的示範意義。

- 3.與中華民國全國中小企業總會、資訊工業策進會、台灣經濟研究院協助微中小型民生服務業者以資通訊科技應用、服務創新等面向，指導業者強化經營體質、提升服務價值及拓展通路，並藉由創新價值、夥伴合作關係、創新經營管理模式，促進民生服務業高值化、生產力提升與數位科技應用之目標。共提供 2,193 案次諮詢服務、籌組 12 個群聚(142 家業者)、總計輔導 247 家業者，並協助 2 家業者導入數位科技於實體場域、形成 2 個創新示範體系，促成 73 家民生服務業者應用數位創新應用服務，提升受輔導企業營業額達 31,478 萬元。

(六)其他：

本院 107 年度民間收入約 8,246 萬元，其比重占整體營收達 17.5%。主要效益說明如下：

- 1.將本院研究能量進行成果擴散，協助廠商升級轉型，提高產品及服務之附加價值，以落實政府產業結構優化政策。
- 2.來自民間企業委託案，合計 60 案，總委託金額為 7,400 萬元，有助於本院廣關收入來源，提高自主營運比重。
- 3.貫徹本院持續降低依賴政府補助經費之目標。政府補助經費比重已由以往超過五成大幅降低至 107 年度之 24.3%。

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，加速商業知識化，提升國際優質競爭力之設立宗旨。本院 107 年度執行政府委辦計畫及補助計畫皆達預定進度，且績效良好。

貳、財務報表

財團法人商業發展研究院

收支營運決算表

中華民國 107 年度

單位：新臺幣元

| 上年度 決算數 | 項 目 | 本年度 預算數 (1) | 本年度 決算數 (2) | 比較增(減) | | 說明 |
|--------------------|-------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------------|---|
| | | | | 金額 (3)=(2)-(1) | % (4)=(3)/(1)*100 | |
| 432,133,885 | 收入總額 | 350,000,000 | 470,948,086 | 120,948,086 | 34.56 | 政府委辦計畫收入273,765,493元，政府補助計畫收入114,720,535元。政府委辦計畫較預算略有成長。計畫衍生收入增加。民間計畫收入成長所致。小額受贈收入增加。定存利率較預期利率增加所致。係零星什項收入。支出增加原因分述如下 |
| 430,262,276 | 業務收入 | 348,270,000 | 468,921,149 | 120,651,149 | 34.64 | |
| 362,188,561 | 勞務收入 | 301,440,000 | 388,486,028 | 87,046,028 | 28.88 | |
| 362,188,561 | 專案計畫收入 | 301,440,000 | 388,486,028 | 87,046,028 | 28.88 | |
| 1,956,905 | 計畫衍生收入 | 1,690,000 | 2,933,811 | 1,243,811 | 73.60 | |
| 66,116,810 | 服務收入 | 45,140,000 | 77,401,310 | 32,261,310 | 71.47 | |
| 0 | 受贈收入 | 0 | 100,000 | 100,000 | 100.00 | |
| 1,871,609 | 業務外收入 | 1,730,000 | 2,026,937 | 296,937 | 17.16 | |
| 1,850,629 | 財務收入 | 1,730,000 | 2,021,437 | 291,437 | 16.85 | |
| 20,980 | 其他業務外收入 | 0 | 5,500 | 5,500 | 100.00 | |
| 418,576,335 | 支出總額 | 345,390,000 | 459,083,181 | 113,693,181 | 32.92 | |
| 416,176,142 | 業務支出 | 344,446,000 | 456,613,486 | 112,167,486 | 32.56 | |
| 354,445,719 | 勞務成本 | 301,440,000 | 384,444,458 | 83,004,458 | 27.54 | |
| 354,445,719 | 專案計畫支出 | 301,440,000 | 384,444,458 | 83,004,458 | 27.54 | |
| 1,956,905 | 計畫衍生支出 | 1,690,000 | 2,933,811 | 1,243,811 | 73.60 | |
| 59,639,561 | 服務支出 | 40,530,000 | 68,872,357 | 28,342,357 | 69.93 | |
| 133,957 | 管理費用 | 786,000 | 362,860 | (423,140) | (53.83) | |
| 6,323 | 業務外支出 | 0 | 4,151 | 4,151 | 100.00 | |
| 6,323 | 其他業務外支出 | 0 | 4,151 | 4,151 | 100.00 | |
| 2,393,870 | 所得稅 | 944,000 | 2,465,544 | 1,521,544 | 161.18 | |
| 13,557,550 | 本期賸餘 | 4,610,000 | 11,864,905 | 7,254,905 | 157.37 | 資產處分損失 |

財團法人商業發展研究院

現金流量決算表

中華民國 107 年度

單位：新臺幣元

| 項 目 | 本 年 度 | 說 明 |
|-----------------------|-------------------|-----|
| 業務活動之現金流量 | | |
| 稅前賸餘 | 14,330,449 | |
| 利息股利之調整 | (2,021,437) | |
| 未計利息股利之稅前賸餘 | 12,309,012 | |
| 調整非現金項目： | | |
| 折舊費用 | 2,390,431 | |
| 攤銷費用 | 1,178,646 | |
| 處分資產短絀 | 4,151 | |
| 資產及負債之淨變動： | | |
| 應收票據及帳款 | (30,726,632) | |
| 其他應收款 | (146,523) | |
| 預付款項 | 26,400 | |
| 其他流動資產 | 499,726 | |
| 應付款項 | 25,369,181 | |
| 其他流動負債 | 39,344,835 | |
| 業務活動產生之現金 | 50,249,227 | |
| 收取之利息 | 1,830,793 | |
| 支付之所得稅 | (2,420,145) | |
| 業務活動之淨現金流入(流出) | 49,659,875 | |
| 投資活動之現金流量 | | |
| 購置不動產、廠房及設備 | (987,348) | |
| 存出保證金增加 | (1,291,930) | |
| 購置無形資產 | (99,330) | |
| 受限制銀行存款減少(增加) | 13,535,214 | |
| 投資活動之淨現金流入(流出) | 11,156,606 | |
| 籌資活動之現金流量 | | |
| 存入保證金—流動增加(減少) | 1,039,880 | |
| 籌資活動之淨現金流入(流出) | 1,039,880 | |
| 現金及約當現金之淨增(淨減) | 61,856,361 | |
| 期初現金及約當現金 | 63,004,714 | |
| 期末現金及約當現金 | 124,861,075 | |

財團法人商業發展研究院

淨值變動表

中華民國 107 年度

單位：新臺幣元

| 項 目 | 本年度期初 餘額 (1) | 本 年 度 | | 本年度期末 餘額 (4)=(1)+(2)-(3) | 說 明 |
|-------------|--------------------|-------------------|------------|--------------------------------|-------------------------|
| | | 增 加 (2) | 減 少 (3) | | |
| 基金 | 203,000,000 | | | 203,000,000 | |
| 創立基金 | 150,000,000 | | | 150,000,000 | |
| 其他基金 | 53,000,000 | | | 53,000,000 | 營運基金 |
| 累積餘絀 | 46,466,540 | 11,864,905 | 0 | 58,331,445 | 本年度增加數 係本期賸餘增 加數。 |
| 累積賸餘 | 46,466,540 | 11,864,905 | 0 | 58,331,445 | |
| 合計 | 249,466,540 | 11,864,905 | 0 | 261,331,445 | |

財團法人商業發展研究院

資產負債表

中華民國 107 年 12 月 31 日

單位：新臺幣元

| 項 目 | 本年度決算數 (1) | 上年度決算數 (2) | 比較增(減) | |
|------------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------------|
| | | | 金額 (3)=(1)-(2) | % (4)=(3)/(2)*100 |
| 流動資產 | 290,260,740 | 211,401,920 | 78,858,820 | 37.30 |
| 現金及銀行存款 | 124,861,075 | 63,004,714 | 61,856,361 | 98.18 |
| 應收票據及帳款 | 144,129,793 | 113,403,161 | 30,726,632 | 27.10 |
| 其他應收款 | 804,666 | 467,499 | 337,167 | 72.12 |
| 預付款項 | 969,868 | 996,268 | (26,400) | (2.65) |
| 受限制銀行存款 | 18,703,273 | 32,238,487 | (13,535,214) | (41.98) |
| 其他流動資產 | 792,065 | 1,291,791 | (499,726) | (38.68) |
| 投資及準備金 | 150,000,000 | 150,000,000 | 0 | 0.00 |
| 定期存款 - 創立基金 | 150,000,000 | 150,000,000 | 0 | 0.00 |
| 不動產、廠房及設備 | 4,443,566 | 5,850,800 | (1,407,234) | (24.05) |
| 什項設備 | 19,643,420 | 19,262,472 | 380,948 | 1.98 |
| 租賃權益改良 | 28,627,228 | 28,448,321 | 178,907 | 0.63 |
| 減：累計折舊 | (43,827,082) | (41,859,993) | (1,967,089) | 4.70 |
| 無形資產 | 989,356 | 2,068,672 | (1,079,316) | (52.17) |
| 無形資產 | 4,016,730 | 3,917,400 | 99,330 | 2.54 |
| 減：累計攤銷 | (3,027,374) | (1,848,728) | (1,178,646) | 63.75 |
| 其他資產 | 9,434,314 | 8,142,384 | 1,291,930 | 15.87 |
| 存出保證金 | 9,434,314 | 8,142,384 | 1,291,930 | 15.87 |
| 資產合計 | 455,127,976 | 377,463,776 | 77,664,200 | 20.58 |
| 流動負債 | 193,796,531 | 127,997,236 | 65,799,295 | 51.41 |
| 應付款項 | 128,644,571 | 103,275,390 | 25,369,181 | 24.56 |
| 應付所得稅 | 2,444,471 | 2,399,072 | 45,399 | 1.89 |
| 其他流動負債 | 59,064,389 | 19,719,554 | 39,344,835 | 199.52 |
| 存入保證金 | 3,643,100 | 2,603,220 | 1,039,880 | 39.95 |
| 負債合計 | 193,796,531 | 127,997,236 | 65,799,295 | 51.41 |
| 基金 | 203,000,000 | 203,000,000 | 0 | 0.00 |
| 創立基金 | 150,000,000 | 150,000,000 | 0 | 0.00 |
| 其他基金 | 53,000,000 | 53,000,000 | 0 | 0.00 |
| 累積餘絀 | 58,331,445 | 46,466,540 | 11,864,905 | 25.53 |
| 累積賸餘 | 58,331,445 | 46,466,540 | 11,864,905 | 25.53 |
| 淨值合計 | 261,331,445 | 249,466,540 | 11,864,905 | 4.76 |
| 負債及淨值合計 | 455,127,976 | 377,463,776 | 77,664,200 | 20.58 |

主 辦 會 計：吳 金 妃

董 事 長：許 添 財