

財團法人商業發展研究院

中華民國 108 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.....	19
一、收支營運決算表.....	20
二、現金流量決算表.....	21
三、淨值變動表.....	22
四、資產負債表.....	23

壹、工作報告

財團法人商業發展研究院

工作報告

中華民國 108 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。

108 年主要整體成效包含產出 40 份研究報告及 2 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 3 項、研發 6 項創新服務或經營模式，協助 14 家企業創新加值。申請 2 項新型專利及 2 項發明專利，並獲得 1 項新型專利。辦理人才培訓合計培訓人數達 3,228 人次，其中 672 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 108 年合計輔導 792 家企業升級轉型，其中協助 348 家服務業科技化、13 家服務業國際化、50 家傳統產業特色化，協助其提升產業競爭力。籌組 17 件產業聯盟，合計有 20 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 19.2 億元、獲得國際訂單 22.7 億元新台幣。促進廠商投資 11.1 億元新台幣（其中 7.1 億元新台幣為在台投資）、創造就業人數達 346 人。另配合新南向政策，協助我國零售與餐飲業擬定進入新南向國家模式與海外經營整體策略及帶領我國業者與馬、菲、印當地經銷代理、通路業者進行媒合洽談，並於開設海外臺灣品牌專區推廣我國 97 個品牌，共促成 35 家業者進入目標市場。

目前本院政府補助經費比重已由 107 年之 24.3% 降至 108 年之 23.6%，符合持續降低依賴政府補助經費之政策目標，顯示本院自主營運比重提高、績效良好，營收結構更加健全。

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「108 年度商業服務業發展動能推升計畫」、「因應虛擬世界法規調適商業法制環境研析計畫」、「區域產業政策鏈結計畫」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。

1. 「108 年度商業服務業發展動能推升計畫」主要執行效益及對產業影響說明如下：

(1) 重要法規趨勢研析

- 社會企業與公司法制調和：經綜整專家意見，發現無論公司法專章或特別設立社會企業專法，均有利弊。建議現階段透過政策推動促進社會企業發展，持續關注。
- 經濟事務財團法人法制調適評估：研擬相關配套措施，並協助財團法人建立適法制度。完成經濟事務財團法人捐助章程範本及內部控制制度草案，辦理法規及內部控制宣導會 2 場，共 418 人次參與。

(2) 我國零售與餐飲業拓展新南向國家策略與模式

- 協助具商機之手搖飲料店及炸雞業，擬定進入新南向國家模式及海外經營整體策略。
- 辦理零售與餐飲業進入新南向國家商機產業座談會 4 場，共計 63 人次參與，直接提供經商資訊以及解決業者進入目標國家疑問。
- 辦理「2019 年臺馬商業服務業媒合參訪團」，共 15 家企業及 30 人次參

與，協助餐飲業者與馬來西亞業者對接媒合商機，促成雙邊合作交流，協助拓展當地市場。

- 製作拓展新南向六國、清真認證與東南亞消費特性懶人包 8 式，提供業者當地商情與經商環境資訊。

(3) 提升商業服務業英語力與科技力

- 盤點 4 處具國際觀光潛力之經典小鎮零售商家英語力現況，並執行商家英語力健檢，挑選且輔導 40 家經典小鎮零售商家提升英語力，完成其產品名稱與產品說明、常見設施標示英譯等，其中並協助 26 家日語翻譯。另彙整與英譯商家常見問題，集結為英語手指書，每小鎮各 1 式，提供輔導商家使用，作為與外國觀光客溝通之輔助工具，另配合行政院「雙語國家政策」，辦理「迺鹿港、溜英語」活動 1 場，翻轉小鎮風貌，迎接外國觀光客，吸引逾 600 人次參與。
- 辦理 5 場英語力提升工作坊，且錄製 12 集線上教學影片，提供業者複習與應用，另進行 1 對 1 現地輔導，增加輔導店家面對英語系觀光客之臨場感，並為推廣英語友善店家，印製與發放鹿港老街英語友善店家地圖 10,000 份，同時亦將地圖製作為電子版，以供民眾免費下載。
- 辦理 5 場商業服務業科技力工作坊，透過實體方式協助商業服務業者提升科技應用能力，總計觸及 151 家商業服務業者，且協助 81 家原先尚未運用任何科技工具之業者，實際導入英語版 Google 我的商家、Google 翻譯或 Yelp 應用程式，躍升科技力。
- 輔導東部與南部商業服務業進行品牌行銷：於廣度層面，共舉辦 2 場「商業服務業品牌創新行銷集體輔導實戰工作坊」，從品牌概念與架構起始，至產出品牌專屬 OGSM 企劃案，總計培訓 71 人次，產出「地方特色零售品牌行銷企劃書」51 份，使零售業者建立品牌概念與行銷知識外，更幫助業者落實企劃目標與達成策略。另分別自東部與南部各挑選 2 家優質業者，進行深度品牌診斷輔導，協助品牌正確定位並透過如品牌故事重塑、企業識別調整輔導等具體改造，展現品牌核心價值並提升競爭優勢，帶領品牌逐步走向國際。

(4) 溫室氣體減量

- 除針對我國零售、餐飲連鎖加盟 16 家業者，進行整體節能改善輔導，以建立相關示範案例，並擴散至其他分店外，並運用「商業服務業節能財務分析系統」，協助業者試算汰換老舊耗能設備，累計推廣 434 家次，且建立「商業服務業節能減碳專區」，整合節能財務分析系統、節能手冊、輔導計畫、培訓課程、示範案例、資料庫與相關工具等，綜整政府相關公開資訊供業者免費參採，提供一站式整合服務。
- 辦理商業服務業節能減碳人才培訓課程 4 場，協助商家透過改善措施擬定及財務規劃，降低能源使用成本、提高獲利空間，共培訓 172 位企業內部節能推動之相關人員；辦理「企業節能減碳推動策略交流會」1 場，邀請業者現身說法公開節能秘訣，分享及擴散減碳作法，共計 200 人次參與。
- 推動公協會研提自主減量計畫，由公協會發起，邀集企業會員共同參與用電現況調查及規劃自願性節能改善作法。

(5) 了解銀樓產業發展問題並研擬發展策略，為協助銀樓業者提升經營管理、網路行銷與珠寶專業之知識能力，舉辦 3 場研討會，共計 310 家次業者參與，以及辦理「108 年全國金監會-優良廠商產品說明會」1 場，透過金飾產品展示、走秀與專題演講，協助銀樓業者進行廣宣，共計超過 700 家次銀樓業者參與，更拍攝銀樓產業整體形象微電影協助推廣銀樓業發展。

2. 「因應虛擬世界法規調適商業法制環境研析計畫」主要執行效益及對產業影響說明如下：

針對新興經濟發展模式及我國整體產業調整所可能面臨的商業法制議題前瞻研析，研提妥適之法規調適政策與配套措施，以利法制健全並與國際接軌、創造良善商業發展環境俾利我國經濟發展。

(1) 因應虛擬世界法規調適公司法修正議題之調適研究：參考虛擬世界法規調適及公司法因應調適之專題研究，公司法制對於洗錢防制之規範與調適，對於「防制洗錢金融行動工作組織」(Financial Action Task Force,

FATF)制定的防制洗錢及打擊資恐相關標準，研訂相關法規命令、建置監管機制、執行措施等進行研究分析，並就政策及條文進行綜整研析。

- (2) 因應虛擬世界法規調適公司法修正議題之子法需求研究：107 年公司法部分修法草案變動之條文共 148 條，新增多項授權子法須訂定，如經濟活動具有一定規模之公司之財務報表之查核簽證，該一定規模之標準訂定；公文書以電子方式送達之實施辦法；電子方式申請各項登記之實施辦法等，為求法規範變動之調適，並研擬相關法規配套措施，以完善公司法修法。
 - (3) 因應新興經濟發展模式所衍生商業法制議題前瞻研析：因應新興經濟發展模式所衍生的商業法制議題，須就經濟部指定之即時性議題或爭議個案，進行短期專題研究及相關法制調整建議，以及調整方案與政策說帖，以提供經濟部即時因應之參考。
3. 「區域產業政策鏈結計畫」主要執行效益及對產業影響說明如下：
- (1) 調查 22 縣市政府產業發展議題與需求，綜整政府產業相關資源，並於 108 年 11 月 14 日辦理一場府際合作交流研討會議，建立中央與地方交流機制，並作為相關政策制訂參考，完成 22 縣市產業發展即時議題研究報告 1 份、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，108 年於 4/29、6/10、7/23、8/7、8/29、12/6 在嘉義縣、高雄市、新竹縣、新北市、基隆市、臺南市等地分別辦理 6 場次政策交流會議，共計 271 名產官學研專家與會。
 - (2) 為促進中央與地方府際合作、活化區域創新生態體系以及協助推動區域科技政策，透過「區域創新生態推動組織」，協助地方與中央政府區域科技產業相關諮商與交流辦理 19 場次，並據以調查「科技政策溝通機制」建立之研究，並鏈結強化兩大機制區域科技政策小組(7 式，42 場次)以及科技政策行動聯盟(4 式，21 場次)。
 - (3) 凝聚地方與中央推動科技政策之共識：藉由針對重要科技政策議題舉辦科技論壇 3 場次，促進產官學研各界對科技政策的瞭解，強化政策

溝通的成效，並辦理中央及地方科技政策人才交流會議 2 場，研究適合我國政府運作的人才交流機制，以提升政策效能。

4. 「區域創新科技政策發展計畫」主要執行效益及對產業影響說明如下：

完成區域創新政策相關研究：藉由參考先進國家區域創新特區作法，探討科技政策組織創新推動模式，協助提出適合臺灣學習個案經驗、推動機制與組織、配套措施法規等建議，以及結合我國的國情，綜合考慮資料獲取性和指標的可操作性，分別提出我國區域創新政府機制變革研究報告及區域科技創新能力評估機制研究報告各 1 份。

5. 「技能檢定與技能競賽制度文獻蒐集彙整與質性分析」主要執行效益及對產業影響說明如下：

在技能檢定與技能競賽制度上，進行文獻蒐集彙整與質性分析，透過文獻資料、訪談專家 31 人次與座談會 3 場次進行了解，並提出建議解決方案供政府單位做為未來施政改善方向。

6. 「中高齡人力運用暨職場指引手冊編撰計畫-以服務業為例」主要執行效益及對產業影響說明如下：

台灣首例編撰中高齡人力運用手冊，結合商業服務業年鑑資訊與蒐集分析英國、日本、新加坡、韓國等國之中高齡人力運用暨職場職引手冊，並參考 600 份企業端問卷及 12 家企業深度訪談進行編撰。

7. 「輔導老舊旅館轉型先行研究案」主要執行效益及對產業影響說明如下：

協助老舊旅館轉型之先行研究其具體作法，如老舊旅館之問題與衝擊、老舊旅館轉型創新的成功關鍵因素、導入青年投入旅館經營的可行性評估、提出老舊旅館轉型創新的可行方案等項目，作為未來政策規劃參考依據。

(二)產業發展及輔導推廣：

執行「108 年度新南向市場創新行銷開發計畫」、「108 年度健康促進服務產業發展推動計畫」、「108 年度中小企業服務創新推動計畫」、「跨境電子商務交易躍升旗艦計畫」、「水利產業創新發展推動及市場行銷」、「南部商

業服務業產業輔導暨經營精進計畫」、「臺中市社會創新產業發展計畫」等 12 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。

1. 「108 年度新南向市場創新行銷開發計畫」主要執行效益及對產業影響說明如下：

聚焦新南向市場消費需求主題商機，群聚國內關聯性產業廠商，籌組市場開拓聯盟，以臺灣生活型態輸出之模式，透過線上策展及線下買主媒合活動，並運用數位科技、數位行銷與新媒體推播，協助廠商開發多元通路：

- (1) 商情研究：完成印尼市場議題研析與政策、跨國清真議題、出口成本結構關稅、東協熱數據商情研析、東協/印度數位政策等 5 案研究、研析我國首次針對印尼、馬來西亞、新加坡、菲律賓、泰國、韓國、阿聯酋等 7 國清真認證制度、調查韓國、中國大陸新興數位科技及新媒體趨勢應用等研究，並參與臺灣印尼食品產業對話會議，釐清印尼清真認證新制與 BPOM 規範。

舉辦研討會 11 場、國際論壇(台北、花蓮)1 場，逾 2,250 人次與會，國際論壇線上直播觀看次數達 4,511 次，觸及人數達 12,150 人。建置市場資訊網，收錄逾 2,500 則專業商情報告專文，製播市場商情等影音內容，網站瀏覽人次達 430 萬人次。

- (2) 出口輔導：推動 45 家業者參與菲、馬與印度跨產業群聚輔導，連結逾 25 名菲、馬、印度等跨領域專家出口支援系統，確保商品出口目標市場能確實執行，並降低媒合障礙。

我國首次參與印度綠能建築峰會(IGBC's Green Building Congress)，建置

Wow!Taiwan 節能綠建築專區，針對不同買主之環保與淨化需求規劃適地行銷，有效拓銷我國相關產品，以及帶領我國業者與馬、菲、印逾 90 家大型/當地經銷代理、通路業者媒合洽談，舉辦逾 170 場一對一媒合，促成 15 家業者成功進入目標市場。

- (3) 創新行銷：推動印度、越海外創意策展及菲、馬境內體驗行銷，共計 60 家者參與，建置「Wow!Taiwan」策展網站，推廣我國 97 個品牌，觸擊東協/印度消費者 2,800 萬次，另我國首次於印度 Amazon 開設臺灣品牌專區(Wow! Taiwan 專區)，於排燈節(Diwali) 進行推廣透過越南微網紅部隊推廣我國品牌，曝光數約 86 萬次、互動留言逾 1.2 萬則與馬/菲藝人合作拍攝「Wow!Taiwan」影音 MV，線上累積獲得 60 萬曝光量，促成 20 家業者成功進入目標市場。

2. 「108 年度健康促進服務產業發展推動計畫」主要執行效益及對產業影響說明如下：

完成健康促進產業研究調查 1 份及健康促進產業市場分析與實務研究報告 3 份，包括針對日本健促市場的概況、標竿企業個案研析等；並完成健康促進服務產業創新服務模式輔導，包含吉樂健康、信馨居服、祥和物流、綠樣實業、歐立達、英特泰斗、群健科技、金寶電子、淇譽電子、寶聯通綠能等 10 案，促進投資 5.2 億元新台幣，另外亦完成健康產業業者客製化諮詢訪視診斷服務 47 案及完成協助產業排除經營或法規障礙 20 案。在計畫推廣部分，則舉辦國際論壇 1 場次、國際拓銷媒合會 1 場次、年度成果發表會 1 場次；並完成 8 案業者簽訂業者跨業或跨境合作備忘錄，包含信馨公司與日本 TANOTECH 株式会社、信馨公司與日本麻生介護、歐立達與日本柳生商會、歐立達與日本万方国际株式会社、歐立達與日本 Boutiques、綠樣與日本万方国际株式会社、創淨科技與日本 Meri-tech3、吉樂健康與三美等。

3. 「108 年度中小企業服務創新推動計畫」主要執行效益及對產業影響說明如下：

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 2,188 案次諮詢服務，辦理診斷輔導 107 家，持續深化輔導 21 家業者，籌組 14 個群聚(138 家業者)，建立 2 個數位創新示範體系，總計輔導 256 家業者應用數位創新及體驗服務，促成受輔導中小企業商機達約 3.05 億元新台幣。

4. 「跨境電子商務交易躍升旗艦計畫」主要執行效益及對產業影響說明如下：

錄取 11 家受補助廠商，核定政府補助款總計 5,314 萬元新台幣，並帶動跨境交易額總計約 1.7 億元新台幣及促成廠商投資總計約 1.4 億元新台幣。輔導樂利數位及七彩翼分別開發 Instagram 標籤(Hashtags)行銷模式及微商分銷模式等 2 項創新模式，並辦理 1 場電商媒合活動，協助 4 家平臺業者與國內品牌供應商媒合 72 家次。為推廣電商創新應用及行銷模式，厚植電商業者創新能量及發展，於 108 年 1 月 22 日舉辦成果發表會，共計 200 人次參與，並持續經營跨境電商服務網平臺與 Facebook 粉絲團社群服務：Facebook 粉絲團粉絲人數已達 12,688 人、LINE 群成員達 389 人。

5. 「水利產業創新發展推動及市場行銷」主要執行效益及對產業影響說明如下：

為促進台灣水利產業發展，鏈結南向新興市場，辦理四場海外展覽暨商談拓銷，帶動超過 30 家廠商出國拓展並與印尼、泰國買家展開商業洽商，預期帶動商機超過一億元新台幣。辦理第一屆台灣國際水週 TIWW，招商 52 家廠商辦理 102 個攤位展示，來自 45 國，國內外買家超過 4500 人次，洽談商機預估達 5 億元新台幣。辦理 28 場國際論壇，1,600 人次聽眾，邀請 25 位國外專家分享。辦理 10 場次商業媒合，2 場次跨業交流會，1 場次商業計畫輔導會議。並衍生 1 家新創公司。

6. 「南部商業服務業產業輔導暨經營精進計畫」主要執行效益及對產業影響說明如下：

為將經濟部資源串聯至南部及東部地區，與南部五縣市及花蓮台東縣市之地方政府及 25 個地方產業公協會(如 6 縣市工策會、商業會、青創協會等)、大專院校代表等(如中正大學、高雄科技大學、屏東大等 13 個學校)，針對 7 縣市區域發展亮點、策略及合作方式進行深度區域交流座談會，提出 7 份區域商業發展策略，並辦理高階管理人才數據班(2 班)、主題實戰培訓班(4 班)及經營實學講堂(2 場)等，合計 412 人參與。另外進行品牌實體(5 場)與線上(1 場)行銷，觸及人數約 28 萬人次。輔導團隊提供企業諮詢診斷，依據業者屬性給予不同建議，完成 190 次業者諮詢，65 家次專家診斷。創新發展輔導，遴選優質業者，提供輔導款項，合計 19 家(連鎖加盟 5 家、電子商務 14 家)。在推廣能量擴散方面，舉辦業者聯誼會(3 場)，共計 115 人次參與。另透過南部網站知識網站分享活動、課程及商業新知，108 年度累積瀏覽人次達 35 萬 6 千人次，並於 108 年 11 月 15 日辦理成果發表會，共有 106 人參與。

7. 「臺中市社會創新產業發展計畫」主要執行效益及對產業影響說明如下：

為推動臺中市社會創新產業發展，透過設立社會創新公民學堂，搭配社會創新知識庫，以虛實整合方式來提供臺中地區社會創新倡議交流平台，搭配甄選育成社會創新企業、扶持社會企業發展、協助登錄認證等方式，進行臺中的社會創新運動，協助解決台中市現有之社會問題並扶持台中市社會企業發展與鼓勵社會創新。108 年度完成 1 場記者會，並集結臺中在地社創廠商 50 家進行輔導，另完成 6 場輔導工作坊、3 場專業課程、1 場成果發表論壇及 1 行銷活動，共動員超過 3 萬人次參加。

8. 「106-108 年客家美食整合推廣計畫」主要執行效益及對產業影響說明如下：

為推廣客家慢食及傳遞健康食農理念，結合 2019 桐花祭系列主題活動，規劃並辦理四場次「客家慢食新市集」，邀請輔導之社區、在地小農及農特產品業者參與市集展攤銷售，現場由社區媽媽運用在地食材提供限量特色客家美食，以及在地小農提供自產自銷農特產品等，透過市集活動輔導小農與消費者面銷展售技巧，拓展客庄小農產品商機媒合機會。計有新福源花生醬二代店、大孀婆食品、銀龍食品行、瀾濃夏滢藍、

新竹縣寶山鄉橄欖產銷班等共 40 家業者參與。

9. 「豐富專案及水湳經貿園區招商暨整體發展評估計畫」主要執行效益及對產業影響說明如下：

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。累計辦理 3 場招商說明會，共吸引潛在投資廠商約 200 人次與會。提交「豐富專案二期生技園區招商先期可行性評估」研究報告一式，經機關核定納為後續推動招商參考。水湳經貿園區第一種創新研發專用區及豐富專案，已掌握 2 案源，賡續配合機關招商時程推動招商。

10. 「推動社會企業發展計畫」主要執行效益及對產業影響說明如下：

為促進民間團體和社會大眾了解及推廣社會企業，延續累積培育社會企業人才的理念，辦理社會企業參訪及社會企業創業家養成營的形式來孵育未來社會企業的新血和宣導社會企業的理念給一般民眾，社會企業家養成營將學生與社會企業媒合，培養社會企業創業家提升學員實務經驗及專業能力和吸引有意投入社會企業的年輕人，完成社會企業參訪各 2 場、舉辦社會企業工作坊 16 小時、專案經理/管理人訓練課程初階課程 30 小時、專案經理/管理人訓練課程進階課程 60 小時及社會企業創業家養成營實習 176 小時，培育人才超過 50 位以上。

11. 「金門青年三創(創意、創新與創業)服務平台」主要執行效益及對產業影響說明如下：

為配合金門縣政府推動青年創新創業，除了透過盤點、彙總各類中央及地方政府與民間創業資源外，辦理一場「金門青年三創服務平台」啟動記者會，邀請唐鳳政委赴金門，宣示縣府推動青年三創企圖心。透過籌組青年創業顧問團提供一對一家醫式診斷諮詢服務，共輔導 97 案，計有 120 人次，其中 4 案獲得縣府青創貸款 470 萬元新台幣。另依創業家所需，安排舉辦多元創業活動，如說明會、講座、課程、論壇等支援與交流活動，共辦理 30 場次，參加人數為 885 人。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、兩岸青創基地負責人、

在地成功業者等分享經驗與心得，同時展示「金門青年三創服務平台」營運成果。並於當地設立「金門青年三創服務中心」一站式服務實體據點，提供諮詢與轉介等服務，且設置「金門青年三創服務網」網站、臉書粉絲專業、Line 等管道提供虛擬服務，臉書粉絲團共觸及 256,696 人，官網瀏覽人次共 31,244 人次。

12. 「2019 年高雄招商行銷推廣委託專業服務案」主要執行效益及對產業影響說明如下：

協助高雄市政府提升國際城市形象及知名度，擴大城市行銷，創造城市經濟效益：

- (1) 規劃以醫美觀光為主題設計參加 108 年 11 月 8-9 日的菲律賓臺灣形象展海外展展覽及文宣編撰等，並拍攝高雄招商環境及產業宣傳影片 1 支(含中、英、日、韓 4 種語言字幕)，另透過建置跨境電商高雄專區並塑造 MIK 高雄品牌形象，共有高雄 60 家業者上架 519 項商品。
- (2) 邀集「高雄好物市集」十餘家業者一同前往深圳市參加 108 年 11 月 1 日舉辦之「2019 台灣創藝生活節」，並於展區設置高雄大街，為期 5 日的現場銷售金達 55 萬元新台幣，帶動電商市集專區累計約 150 筆訂單，後續衍生訂單約 134 萬元新台幣，深圳展國外新聞曝光共計 1,400 萬流量。
- (3) 辦理網紅比賽 1 場次，線上觸及人數達 21 萬人次，線下觸及 550 人次，並於 108 年 12 月 14 日進行網紅頒獎典禮；辦理電商平台操作及運營訓練課程 4 梯次，參與家次共計 64 家次(96 人次)。

(三)應用研究：

執行「科技應用驅動服務產業創新研發計畫(2/3)」。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。

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。108 年度完成專利申請 4 件(2 件發明專利，2 件新型專利)、獲得新型專利 1 件、專利應用 1 件、技術移轉 1 件、技術服務案 19 件、促成投資 2.1 億元新台幣。

2.透過 RCA 智慧零售解決方案：(1)智慧零售資訊雲-串連新的零售產業智慧化生態、商業策略模型應用程式及支援 Open API 來達到跨終端裝置的檔案同步與跨產業業者的檔案分享；(2)消費者智慧應用程式(APP)-以消費行為分析(影像辨識)、產品區導航、時尚購物服務預約助理發展 360 度商品多視角的系統工具。(3)智慧零售邊緣終端機-零售通路中不同物聯網服務與設備間的資源整合及預處理，加速後端模型處理速度。而本院則負責：(1)專案團隊進場服務；(2)專業場域與解決方案；(3)界定新需求及新應用；(4)新技術與新應用的規劃/整合及導入進行顧問服務。

在 108 年運用「新零售」概念，以視訊系裝置、物聯網、時尚大數據、人物誌及互動系統元素建構並提供「虛擬試衣服務」，消費者透過與螢幕互動模式，從眾多服飾中挑選合適之組合，再通知櫃檯服務員拿所選取之服飾進行實際試穿，由於消費者在螢幕上已經透過視覺大致了解服飾搭配後樣貌，便可加速購買決策時間，這種虛擬試穿方式，為消費者提供同時探索更多品牌及更多飾品之機會，而無需要親自去嘗試每件衣飾組合，消費者僅需透過系統來預約虛擬試穿系統中所挑選展示風格的顏色、試穿時間及地點(分店別)，即可透過最佳化流程系統來提供消費者最及時的服務，並結合國內知名的服飾設計師，分別在百貨公司 SOGO、新光三越及名品設計師零售店等處場域提供消費者虛擬造型體驗。

3.以 107 年度建置之海外商情數據管理平臺及商業情報洞悉平臺為基礎，

108 年除持續擴充科技工具選擇，更將技術運用鎖定於兩項工具，分別為跨螢數位行銷方案，以多元數位接觸點資訊掌握功能研發與應用，以優化使用者體驗、提升行銷效益；另一項產出，則為精準數位行銷方案，藉由跨產業別的銷售預測功能研發與應用，可彈性設置多元變數及權重，以提升我國數位行銷實力。

(1)跨螢數位行銷方案：分析海外線上消費者的數位軌跡、消費動向以及語意差異，可追蹤海外消費者線上行為與偏好，以提供業者進行數位廣告投放、海外訂價與市場選品策略擬定。

(2)精準數位行銷（銷售預測）：以會員資料為基礎進行消費行為預測，並以行銷自動化工具進行精準行銷，實現精準行銷自動化方案與銷售預測能力建置銷售數據預測模型。

(四)人才培育：

執行「重點產業高階人才培訓與就業計畫」、「智慧商業應用實務人才培訓」、「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」等 4 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。

1. 「重點產業高階人才培訓與就業計畫」主要執行效益及對產業影響說明如下：

以運用本院長期累積之產研經驗及人才培訓模式，進行博士級產業訓練菁英培訓與就業工作，促進其有效發揮學研能量於產業實習場域，並快速適應職場就業型態，共培訓 12 人，其中 6 人進入醫療、光電等產業就業。

2. 「智慧商業應用實務人才培訓」主要執行效益及對產業影響說明如下：

驗證「綜合零售物聯網應用企劃師」職能基準初稿與申請 iCAP 認證，依管理職能需求，進行分級分群進行訓練，分別規劃高階商務培訓課程、進階技術培訓課程及基礎應用培訓課程共 7 班，培訓人數累積達 335 人次：(1)高階商務培訓課程(1 班)：以企業經營者或高階主管為培訓

對象(30 小時/班)，符合結業資格者達 33 人次；(2)進階技術培訓課程(4 班)：與中華民國物流協會、台灣國際物流暨供應鏈協會、社團法人台灣連鎖加盟促進協會、中華民國商品條碼策進會等 4 家公協會合辦，以「商業模式」、「數位行銷專員」、「物聯網企劃師」、「大數據分析師」4 個主題各開 1 班(42 小時/班)，符合結業資格達 230 人次；(3)基礎應用的漸進式課程(2 班)：開設「智慧商業個案師資種子班」與「智慧商業工作坊」(30 小時/班)，符合結業資格者達 72 人次。藉以支援智慧商業服務推動所需人才，建立國內智慧商業服務規模化基礎。

3. 「DIGI+Talent 跨域數位人才加速躍升計畫」主要執行效益及對產業影響說明如下：

透過產學研合作方式，合作廠商包括網路服務/電子商務類、資料科學與數據分析類、智慧內容類及智慧聯網類等 8 家合作廠商，提供研習生為期 6 個月實務研習及專題課程，包含：大數據應用專案、wikiwiki 創作平台、多語言搜尋結果優化等題目，有效提升研習生未來於業界發展所需之數位能力及經驗，共培育 38 位跨域數位人才，並協助 4 位研習生繼續於研習單位擔任正式/臨時/實習人員。

4. 「品牌台灣發展計畫第二期」主要執行效益及對產業影響說明如下：

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 7 場次「品牌企業研習營」，包括四零四科技股份有限公司之品牌策略簡報 1 場次/30 人次；益富實業股份有限公司之品牌形象打造、客戶服務與客訴處理共 2 場次/68 人次；漢磊科技股份有限公司之品牌創新思維 1 場次/36 人次；頂鮮擔仔麵股份有限公司之品牌價值評估 1 場次/24 人次；承隆能源科技股份有限公司之品牌績效提升、品牌行銷力共 2 場次/64 人次，並於台北、台南及台中舉辦品牌發展策略議題講座 3 場次，共 220 人次參與。

(五)跨單位合作

- 1.透過本院、工研院與中山大學資管系及高雄科大資管系合作，協力將校方技術建構「商業智慧 BI 輿情監控自動化平台」及「商業流程自動化(RPA)行銷支援方案」等研發成果擴增至商業應用領域，以商業流程自動化、大數據與商業智慧分析技術，分別與鮮速冷鏈科技、哈瑪星科技等標竿業者，共同打造創新技術實施場域、服務流程與商業模式，完成創新服務與技術實證，並依實證回饋自我修正學習模型，同時將數據轉化萃取為知識庫，並結合本院商情洞悉平台進行擴散，合計增加學校收益 320 萬元新台幣，並帶動跨境電子商務、商業智慧服務及應用關聯產業產值提升 2,000 萬元新台幣、提高就業人數 20 人。
- 2.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 2,188 案次諮詢服務、籌組 14 個群聚(138 家業者)、總計輔導 247 家業者，建立 2 個數位創新示範體系，總計輔導 256 家業者應用數位創新及體驗服務，促成受輔導中小企業商機達 3.05 億元新台幣。

(六)其他：

本院 108 年度民間收入約 13,788 萬元新台幣，其比重占整體營收達 28.7%。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 46 案，總委託金額為 9,402 萬元新台幣，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大幅降低至 23.6%。

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 108 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 108 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	
470,948,086	收入總額	450,000,000	480,314,178	30,314,178	6.74	政府委辦計畫收入228,839,706元，政府補助計畫收入113,593,352元。 原計畫規模調整致相關衍生收入略減。 民間計畫收入成長所致。 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
468,921,149	業務收入	448,270,000	478,303,230	30,033,230	6.70	
388,486,028	勞務收入	367,320,000	342,433,058	(24,886,942)	(6.78)	
388,486,028	專案計畫收入	367,320,000	342,433,058	(24,886,942)	(6.78)	
2,933,811	計畫衍生收入	2,800,000	2,064,637	(735,363)	(26.26)	
77,401,310	服務收入	78,150,000	133,805,535	55,655,535	71.22	
100,000	受贈收入	0	0	0	0.00	
2,026,937	業務外收入	1,730,000	2,010,948	280,948	16.24	
2,021,437	財務收入	1,730,000	2,007,710	277,710	16.05	
5,500	其他業務外收入	0	3,238	3,238	100.00	
459,083,181	支出總額	439,000,000	478,044,844	39,044,844	8.89	
456,613,486	業務支出	436,250,000	477,884,893	41,634,893	9.54	
384,444,458	勞務成本	365,000,000	338,934,183	(26,065,817)	(7.14)	
384,444,458	專案計畫支出	365,000,000	338,934,183	(26,065,817)	(7.14)	
2,933,811	計畫衍生支出	2,800,000	2,064,637	(735,363)	(26.26)	計畫衍生收入減少，相對衍生支出減少。
68,872,357	服務支出	68,152,000	127,683,953	59,531,953	87.35	服務收入增加致相對服務支出增加。
362,860	管理費用	298,000	9,202,120	8,904,120	2,987.96	所承接計畫給付之管理費較低，致本院管理費得分攤至計畫之比重下降。
4,151	業務外支出	0	7,990	7,990	100.00	
4,151	其他業務外支出	0	7,990	7,990	100.00	貸款利息支出
2,465,544	所得稅	2,750,000	151,961	(2,598,039)	(94.47)	
11,864,905	本期賸餘	11,000,000	2,269,334	(8,730,666)	(79.37)	

上年度 決算數	項 目	本年度 預算數	本年度 決算數	比較增(減)	
				金額	%
0	本期其他綜合餘絀	0	80,976	80,976	100.00

財團法人商業發展研究院

現金流量決算表

中華民國 108 年度

單位：新臺幣元

項 目	本 年 度 決 算 數	說 明
業務活動之現金流量		
稅前賸餘	2,421,295	
利息股利之調整	(2,007,710)	
利息費用之調整	7,990	
未計利息股利之稅前賸餘	421,575	
調整非現金項目：		
折舊費用	2,080,407	
攤銷費用	530,696	
資產及負債之淨變動：		
應收款項	25,955,445	
長期應收款	(35,930,254)	
預付款項	103,475	
其他流動資產	(869,322)	留抵稅額及暫付款等
應付款項	(28,745,074)	
其他流動負債	(53,186,540)	
業務活動產生之現金	(89,639,592)	
收取之利息	2,167,751	
支付之所得稅	(2,504,560)	
業務活動之淨現金流入(流出)	(89,976,401)	
投資活動之現金流量		
增加備供出售金融資產 - 非流動	(2,838,424)	
增加不動產、廠房及設備	(762,130)	
減少存出保證金	1,663,310	
增加無形資產	(90,000)	
其他流動資產	11,829,935	受限制銀行存款
投資活動之淨現金流入(流出)	9,802,691	
籌資活動之現金流量		
增加短期債務	15,000,000	
增加長期債務	10,000,000	
減少存入保證金	(1,586,350)	
籌資活動之淨現金流入(流出)	23,413,650	
現金及約當現金之淨增(淨減)	(56,760,060)	
期初現金及約當現金	124,861,075	
期末現金及約當現金	68,101,015	

財團法人商業發展研究院

淨值變動表

中華民國 108 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	58,331,445	2,269,334	0	60,600,779	本年度增加數 係本期賸餘增 加數。
累積賸餘	58,331,445	2,269,334	0	60,600,779	
淨值其他項目		80,976	0	80,976	本年度增加數 係備供出售金 融資產未實現 餘絀
累積其他綜合 餘絀		80,976	0	80,976	
合計	261,331,445	2,350,310	0	263,681,755	

資產負債表

中華民國 108 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	196,321,106	290,260,740	(93,939,634)	(32.36)
現金及約當現金	68,101,015	124,861,075	(56,760,060)	(45.46)
應收款項	118,818,973	144,934,459	(26,115,486)	(18.02)
預付款項	866,393	969,868	(103,475)	(10.67)
其他流動資產	8,534,725	19,495,338	(10,960,613)	(56.22)
投資、長期應收款、貸款及準備金	188,849,654	150,000,000	38,849,654	25.90
備供出售金融資產 - 非流動	2,919,400	0	2,919,400	100.00
長期應收款	35,930,254	0	35,930,254	100.00
其他金融資產 - 非流動	150,000,000	150,000,000	0	0.00
不動產、廠房及設備	3,125,289	4,443,566	(1,318,277)	(29.67)
什項設備	19,931,121	19,643,420	287,701	1.46
租賃權益改良	28,627,228	28,627,228	0	0.00
減：累計折舊	(45,433,060)	(43,827,082)	(1,605,978)	3.66
無形資產	548,660	989,356	(440,696)	(44.54)
無形資產	4,106,730	4,016,730	90,000	2.24
減：累計攤銷	(3,558,070)	(3,027,374)	(530,696)	17.53
其他資產	7,771,004	9,434,314	(1,663,310)	(17.63)
存出保證金	7,771,004	9,434,314	(1,663,310)	(17.63)
資產合計	396,615,713	455,127,976	(58,512,263)	(12.86)
流動負債	120,877,208	190,153,431	(69,276,223)	(36.43)
短期債務	15,000,000	0	15,000,000	100.00
應付款項	99,907,487	128,644,571	(28,737,084)	(22.34)
應付所得稅	91,872	2,444,471	(2,352,599)	(96.24)
其他流動負債	5,877,849	59,064,389	(53,186,540)	(90.05)
長期負債	10,000,000	0	10,000,000	100.00
長期債務	10,000,000	0	10,000,000	100.00
其他負債	2,056,750	3,643,100	(1,586,350)	(43.54)
存入保證金	2,056,750	3,643,100	(1,586,350)	(43.54)
負債合計	132,933,958	193,796,531	(60,862,573)	(31.41)
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	60,600,779	58,331,445	2,269,334	3.89
累積賸餘	60,600,779	58,331,445	2,269,334	3.89
淨值其他項目	80,976	0	80,976	100.00
淨值合計	263,681,755	261,331,445	2,350,310	0.90
負債及淨值合計	396,615,713	455,127,976	(58,512,263)	(12.86)

註 1：將定期存款 - 創立基金之上年度決算數 150,000,000 元，重分類至其他金融資產 - 非流動。

註 2：將受限制銀行存款之上年度決算數 18,703,273 元，併入其他流動資產項下。

主 辦 會 計：吳 金 妃

董 事 長：許 添 財