

財團法人商業發展研究院



中華民國 112 年度決算

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、收支營運表.....	23
二、現金流量表.....	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 112 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。

112 年度總營收新臺幣 7 億 1,999 萬元，其中政府補助經費比重由 111 年之 10.2% 降至 112 年之 9.4%，符合持續降低依賴政府補助經費之政策目標；民間收入新臺幣 1 億 3,331 萬元，其比重占整體營收達 18.5%，顯現本院努力廣闢收入來源，並提高自主營運比重，績效良好，營收結構更加健全。

112 年主要整體成效包含產出 42 份研究報告及 1 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 60 項、研發 7 項創新服務或經營模式，協助 137 家企業創新加值。申請獲得 2 項新型專利。辦理人才培訓合計培訓人數達 7,561 人次，彌補產業所需人才缺口。

本院 112 年合計輔導 2,366 家企業升級轉型，其中協助 41 家製造業服務化、1,190 家服務業科技化，協助其提升產業競爭力。籌組 1 件產業聯盟，合計有 3 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新臺幣 6.15 億元、獲得國際訂單新臺幣 8.86 億元。促進廠商投資 832.46 億元、創造就業人數達 5,031 人。另配合新南向政策，基於團隊過去深耕新南向市場的經驗，並綜合當今新南向市場趨勢，推出年度「五大主題商機」對應新南向的個別目標市場，共招募受輔導業者達 300 家次，舉辦 614 場媒合洽談會、創造逾 50 家次成功與新南向買家接觸的精彩案例，以及新臺幣 8.54 億元預計接單金額。

就本院執行專案主要亮點計畫，說明主要之推動效益及對產業影響及價值貢獻如下：

一、政策及產業研究：

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。

(一) 「112 年度推動商業服務業高值發展策略布局計畫」主要執行效益及對產業影響說明如下：

本計畫辦理公司法研商會議 6 場、商品標示法研商會議 3 場，並參與多場商業法規或商業政策之研商、調適會議，如電子遊戲場業管理條例、企業併購法與商品標示法行政函釋、中古汽車買賣定型化契約應記載及不得記載事項等。使經濟部之政策規劃與實施工作能夠順利地進行、逐步健全我國商業法制環境。

辦理 3 場與 CPTPP 相關商業服務業說明會及座談會、訪談 15 家國內中大型商業服務業企業及公協會，參與業者共計 55 家(餐飲業 27 家、零售業 10 家、生活服務業 7 家以及其他行業 11 家)，以深入瞭解我國商業服務業在 CPTPP 主要成員國的貿易與投資概況，並且知悉目前業者進入所面臨的市場限制和經營障礙；同時，與業者交流分享對於市場開放的意見與建議。

引導微、小型商業服務業者運用雙語商業資源入口網資源，網站累計瀏覽數已超過 48 萬人次，打造其店內雙語環境，共計 517 人次。另外，辦理連鎖海外拓銷班、連鎖總部雙語班，分別強化 20 家連鎖企業、28 位企業經理人，以及 21 家連鎖企業、33 總部或門市人員英語口說溝通技巧，提升連鎖產業英語能量，且為拓展海外市場業務奠定良好的商務英語根基。

辦理「銀樓業經營能力提升工作坊」30 場，合計參與人數為 1,124 人，課程內容以「數位行銷」類別的手機珠寶攝影為最多，其次為「經

營管理」類別課程，特別是行銷議題，最為業者所重視；協助銀樓業者參與經濟部商業發展署辦理之「2023 幸福婚宴嘉年華」，吸引超過 300 對新人參觀選購。

《2023 商業服務業年鑑》以「生成式 AI 與新經貿環境下之服務業永續發展」為主軸，除更新商業服務業相關政策及國內外重要數據資料外，亦邀請專家分別從 ESG 永續經營、人工智慧應用、人力轉型策略、服務貿易協定動態、企業海外布局對策、服務創新模式等六大構面深入探究，輔以國內外知名案例，讓讀者快速掌握國內外商業服務業的前瞻商機，做為企業邁向永續經營的參考。新書發表記者會活動當天及活動後進行媒體報導與露出，包括經濟日報、工商時報等平面媒體，以及中央通訊社、自由時報、聯合新聞網、中時新聞網、華視新聞網等網路媒體，計 56 則。

經由連鎖加盟調查分析，連鎖加盟企業與餐飲業的基本輪廓共有 12 項特色，包含零售業純粹以直營連鎖占多數、餐飲業則是直營連鎖和加盟並存居多；新創品牌多以餐飲業為主等。此外，也就連鎖加盟品牌認為加盟合約最重要的內容、最需要協助的項目以及加盟店與第三人產生糾紛責任比重等進行瞭解，協助商業發展署從中探知我國連鎖加盟特性，並掌握我國連鎖加盟業者經營動態。

(二) 「112 年技能檢定政策及制度意見交流計畫勞務委外案」主要執行效益及對產業影響說明如下：

因應產業型態及技術快速發展及變遷，勞發署透過擴大產業參與技能檢定試務，如提高產業參與題庫命製及監評作業比例等，強化技能檢定鏈結產業需求，以降低檢用落差。為瞭解技術士證是否受事業單位肯認，將擇定三職類群就僱用、薪資待遇及升遷等面向進行問卷調查，另輔以技術士投保資料分析渠等人員就業及薪資情形。

(三) 「112 年度重要農漁產品項外銷 CPTPP 目標成員國市場調查計畫」主要執行效益及對產業影響說明如下：

本計畫為有助於我國擘劃市場開拓及產業布局策略，在過去對 CPTPP 協定的經濟面研究基礎上，鎖定具有競爭力的農漁產品進行目標

國家消費市場的流通情資與商機調查，共調查日本、加拿大等 12 個 CPTPP 成員國的國家市場特性；聚焦調查新加坡及馬來西亞兩樣農產品「石斑魚及釋迦」市場需求、出口關稅及檢疫等相關情資，全計畫合計完成四份研究報告。

(四) 「高雄市 112 年度仲介本國人在國內工作之私立就業服務機構評鑑計畫」主要執行效益及對產業影響說明如下：

透過客觀評鑑制度，監督並提升私立就業服務機構服務品質，促使高雄市各私立就業服務機構確實依相關法令規定辦理，提升服務品質及功能。提供高雄市民及事業單位選擇私立就業服務機構之參考，進而保障市民求職權益。計畫辦理訪視並評鑑 6 家私立就業服務機構、評鑑後輔導及改善建議 4 家、優良就業服務機構表揚與法令宣導會 1 場次及評鑑後檢討會議 1 場次，並修改 113 年評鑑表與評鑑項目及提供 114 年評鑑重點與方向建議。

二、產業發展及輔導推廣(含 ESG 永續發展)：

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。

(一) 「112 年度建構商業服務業永續發展環境計畫」主要執行效益及對產業影響說明如下：

本計畫完成日本實現 GX 綠色轉型的基本方針、日本《能源使用合理化法》及相關規範、日本脫碳生活全民運動、新加坡 2030 年綠色發展藍圖、新加坡《資源永續法》及相關規範、新加坡綠建築總體規劃及相關配套措施中與商業部門減碳相關內容之重點摘述，累計蒐集 7 個。另，完成氣候法及其子法、再生能源發展條例對服務業之影響分析。

累計蒐集 20 則國內外商業服務業節能減碳標竿案例，並放置於「商業服務業節能減碳專區」供業者與民眾參考。

採用「長期能源替代規劃系統模型(Long-range Energy Alternatives Planning System, LEAP)」模型，完成基礎情境(BAU)之能源需求量與排放量模擬，以及第三期階段管制目標之排放路徑。

舉辦跨部會溝通會議 2 場次，透過會議與各部會商討第三期階段管制目標及各部會減碳效果，並將加強措施納入 LEAP 模型進行推估。

為促進企業、公協會與政府間交流互動，以取得減碳共識、促成公私協力，舉辦共 4 場次產業溝通座談會，邀請零售(專賣零售業)、餐飲(餐食業與飲料業)及生活服務業業者(洗衣業與美容美髮業)參與，共計 151 人參與交流。

本計畫課程設計以淨零碳排基礎知識為出發點，規劃「企業永續 ESG」與「ISO14064-1 溫室氣體盤查」兩項主題，先以國內外永續趨勢以及如何開始進行企業 ESG 相關內容做規劃，再行進入到溫室氣體盤查教學，使企業先瞭解經營如何納入 ESG 概念與永續議題後，再進行溫室氣體盤查工具之教學；除了主題的差異以外，亦依據課程內容之難易程度分為基礎班及進階班等兩類型。已於台北、台中、高雄等地區完成辦理減碳人才訓練班 10 場次，共計培訓 1,288 人次。

辦理「商業服務業低碳轉型交流論壇」，透過國內外相關領域專家學者、代表性業者分享與對談，交流國際減碳趨勢、低碳商業模式與國內成功案例之經驗，擴大企業與消費者參與，參加人數達 135 人。

於世界地球日前夕(4/21)辦理倡議會，邀請服務業代表發表企業淨零目標，並號召企業員工積極參與，共同正視近在眼前的危機，希冀藉由企業淨零作法影響民眾消費行為，進一步產生實質行動及改變。共邀集 15 家標竿服務業參與，共同宣示減碳目標「2023 年倡議廠商節電 1,600 萬度、減碳 8,000 噸」。

為向消費者推廣綠色消費的理念、引導消費大眾改變日常生活行為模式，創造綠色轉型新商機，並進一步促使企業投入，本計畫配合參與行政院消費者保護處辦理之「聰明消費嘉年華園遊會」。經統計，攤位互動人數達 2,400 人次以上，並在「喜愛攤位」票選中獲得 117 張票數。

本計畫與服務業創新研發計畫、商業服務業低碳循環發展計畫、智

慧物流服務發展計畫、流通服務智慧化推動計畫、商業服務業智慧減碳補助計畫等商業發展署 6 大計畫，辦理聯合成果展，展示今年計畫執行之成果。展區結合永續消費、綠色餐飲、智慧零售，解密商業與服務業創新成果，打造永續商業服務生態圈，觸及約 3,750 人次。

輔導家樂福桂林店美食街餐廳成為環保餐廳，結合家樂福自身為綠色商店，打造結合綠色商店與環保餐廳的低碳場域；另邀請家樂福響應推廣綠色消費，於全臺量販店及超市店辦理綠色商品滿額抽獎活動，共已促成綠色商機 3.56 億元。

(二) 「推動低碳消費服務計畫」主要執行效益及對產業影響說明如下：

本計畫輔導 10 家商業服務業推動低碳服務，並聚焦於結合資通訊技術，優化活動與用電行為，協助建構淨零排放數據治理，強化節能減碳實施能力，總減碳量達 1,081.17 公噸。選出餐飲業 2 家、物流業與零售業各 1 家示範觀摩企業，完成 4 場次觀摩活動規劃，總計共 77 名參與。

為能擴散減碳成果，以提升企業與社會大眾對減碳之認同感，參與「2023 亞太永續博覽會」，對外展現經濟部商業發展署在淨零議題之相關成果，參與活動人次約達 1,000 人次。

為引導我國商業服務業加速落實綠色轉型，辦理「綠色消費發展趨勢論壇」，活動包含「專題演講」及「展示與交流媒合」兩項目，期盼從日常的食、衣、住、行開始，改變民眾生活型態，並透過共享及永續的商業模式，落實低碳的經營型態，本次論壇共計有 102 人次參與。

與 momo 購物網合作辦理「綠色購物節」活動，包括直播、生活週、有獎徵答等項目。共計銷售綠色商品 24,827 件，銷售金額達 4,993 萬元；與燦坤合作辦理「綠色生活應援祭」活動，推廣低碳或環保商品，鼓勵消費者選購綠色商品或服務，並提高低碳消費意識。總計銷售 23,622 件綠色商品，銷售額達 4.31 億元。

(三) 「112 年臺南市商業服務業 ESG 概念店輔導計畫」主要執行效益及對產業影響說明如下：

為協助內需型連鎖企業永續轉型，本計畫輔導 5 個連鎖品牌共 10

分店獲得 ESG 概念店認證。期間辦理 ESG 實戰工作坊提升企業對溫室氣體盤查之認知，輔導計 14 家企業，並輔導企業產出組織溫室氣體盤查清冊 7 式及減碳藍圖 10 式；在行銷推廣方面共完成小型記者會 2 場次、節目採訪 1 場次、中華日報專訪 1 場次並製作成果宣導影片 1 支，合計媒體露出 34 則。

(四) 「112 年新南向市場創新行銷計畫」主要執行效益及對產業影響說明如下：

以國際行銷輔導為核心，實施範疇為新南向市場(包含東南亞 6 國、印度、紐澳)，並以「年度主題商機」跨產業整合我國出口業者，整體計畫以臺灣產業的優勢作為出發點，向新南向市場買家推廣臺灣的產業解決方案，進而激發其採購臺灣產品的意願，以協助我國中小企業產品出海新南向市場。

2023 年為本計畫實施的第二年，基於團隊過去深耕新南向市場的經驗，並綜合當今新南向市場趨勢，推出年度「五大主題商機」對應新南向的個別目標市場，五大主題商機分別為：食品科技(印尼、菲律賓)、醫療科技(印度、越南)、循環經濟(馬來西亞、泰國)、智慧農業(泰國、紐澳)、智慧能源(新加坡、馬來西亞)。共招募受輔導業者達 300 家次，舉辦 614 場媒合洽談會、創造逾 50 家次成功與新南向買家接觸的精彩事例，以及新臺幣 8.54 億元預計接單金額。

(五) 「推動電商零售業發展計畫」主要執行效益及對產業影響說明如下：

因應數位經濟發展及國際經貿情勢，整合環境面、營運面、市場面與創新面等四項策略及措施推動電商零售業發展，提出完善電商零售業發展環境、提升電商零售業者營運能力、促進電商零售業合作商機、輔導電商零售業跨境創新應用等四項主要推動策略，以達成健全電商零售業發展環境、推動電商零售業創新升級與提升電商零售業者產業規模之目標。

本計畫透過垂直電商模式帶動食品業跨境交易額新臺幣 4,850 萬元、母嬰用品跨境交易額新臺幣 5,160 萬元；透過電商零售業者應用數位新科技帶動交易額新臺幣 506 萬元；「電商嘉年華」之線上活動帶動跨境

交易額 1,104 萬元。以上合計帶動交易額達新臺幣 1.16 億元。

(六) 「112 年度雲世代商圈數位轉型及永續發展計畫」主要執行效益及對產業影響說明如下：

本計畫透過「商圈數位轉型輔導」、「商圈數位行銷及通路推廣」及「商圈種子人才培能」等三大策略，協助商圈小型和微型企業運用數位和雲端工具，推動商圈和企業數位轉型，促進地方經濟發展。

在「商圈數位轉型輔導」方面，本分項以商圈為推動範圍，商圈內全職員工人數 9 人以下企業為主要輔導對象，透過協助企業導入及使用數位工具，以期提升營運效率。在雲端工具方面，因疫情已解封，國際觀光客將陸續造訪台灣，為了提升商圈店家知名度，今年以城鄉島遊平台為商圈導入之雲端工具，讓商圈可發布活動相關訊息、行銷資訊等於平台上，搭配社群媒體進行商圈推廣。

在「商圈數位行銷及通路推廣」方面，完成「2023 商圈超玩咖評選活動」，經過初選及複選實地訪視，選出 4 組共 17 處商圈遊程

在「商圈種子人才培能」方面，辦理「商圈種子課程」，開設遊程設計及社群行銷 2 大系列，共 6 門課程。於北、中、南辦理 3 場「商圈激勵營」，主軸為商圈遊程規劃，邀請業界專家分享，協助商圈了解熱銷遊程的特點、成本定價及綠色旅遊等執行面議理東部及中部 2 場商圈幹部經營成長班，以商圈組織經營管理、檢視商圈經營及發展策略、商圈組織人才培育、商圈經營與行銷趨勢，透過這些主軸課程及活動，引導參與幹部思考商圈未來經營方向。

(七) 「112 年消費數據驅動精準研發製造(C2M)推動計畫」主要執行效益及對產業影響說明如下：

本計畫今年有 30 家中小型製造業者申請使用 C2M 產業數據分析服務，數據平台的分析範圍涵蓋智慧家庭、手工具、食品製造、機能服飾、汽車零配件等 5 個產業，單日使用平台最多可達 116 家次。透過對業者的訪談，發現今年加入品牌競爭分析之後，業者能更快掌握目前市場上的競爭狀況，透過客觀的數據分析做出行銷及研發決策，有效解決業者過去只能靠有限人力搜尋資料、對消費市場掌握有限的問題。並輔

導 6 家(包含首君、英發、伯鑫、敦義五金、立捷國際、和光工業)中小型製造業者，其中 POB 業者 2 家(敦義五金、立捷國際) 完成產品開發建議及上架 Amazon 平台，銷售額達成 815 萬元以上。

(八) 「112 年度推動中小企業創新經濟開拓市場計畫」主要執行效益及對產業影響說明如下：

整體計畫運用「數據驅動」帶領中小企業應用數位科技、凝聚執行共識、強化群聚知能與資源共享，達成協助年度提升群聚成員總體營業額達 3 億 3,109 萬元，取得政府資源共計 1,200 萬元。

提供創新經濟開拓市場諮詢診斷服務，並適時宣導與導引運用政府輔導資源，完成 317 家中小企業診斷輔導，協助中小企業評估公司能量，以尋求合適之政府輔導資源。完成促進相關業者輔導能量、產品與服務資源連結，促成媒合洽談 19 案，並簽訂合作意向書。

推動中小企業創新經濟模式輔導 6 案，及 B 類平臺聯盟型 5 案，帶動 136 家中小企業參與創新經濟平臺或生態系，形成 2 個示範案例。辦理創新經濟跨域人才培育教育訓練 62 場次，共計培訓了 451 位學員。且於網站上架 12 支數位學院影片累積總觀看已達 7,517 次，112 年度以來新增觀看數達 3,149 次。

於計畫申請須知公告後辦理辦理線下計畫諮詢說明會共 3 場，於現場介紹計畫內容、瞭解業者需求，根據業者提案規劃給予參考建議。並辦理推動中小企業創新經濟攻略市場發展推廣活動 5 場次，包含群聚輔導啟動活動 Kick-off meeting、群聚成員參訪交流 2 場次；場域與企業參訪交流活動 2 場次。促進受輔導群聚成員間互動討論計畫理念，分享創新服務模式、增加群聚間合作機會，並增進同業異業交流媒合之機會。

(九) 「112 年度水利產業國內外展覽推動計畫」主要執行效益及對產業影響說明如下：

考量國際間對水利領域屢有創新應用，國內相關產業亦推陳出新，本計畫將匯聚臺灣水資源上中下游相關業者，協助國內廠商參加國內外展覽，展出水利產業新產品以及新技術發表，進而推動擴大需求以鼓勵廠商投資研發，創造產業發展良性循環。

台灣國際水週展期 3 天共吸引 1,324 位國內外買家參訪水利署水利產業主題館，開發潛力國內外買主共 290 位，預估接獲訂單商機新臺幣 3,500 萬元。展後追蹤調查 10 位買主進展，買主皆對台灣國際水週整體參訪體驗表示高度滿意，參訪展覽的目的為尋找新產品、拓展水利產業人脈網絡和學習產業新知與技術，初步了解來自馬來西亞、印度、泰國企業買主多有不錯媒合成效。

完成印尼雅加達國際水工程大展參展及媒合商談會；阿姆斯特丹國際水展參展及媒合商談會，亦完成辦理 2 場展後經驗分享交流會。

(十) 「112 年水利國際論壇及交流推動計畫」主要執行效益及對產業影響說明如下：

2023 年水利署國際論壇與 IWA Aspire 會議暨展覽共同辦理，五天議程總計來自世界 30 餘國、超過 1,000 位水領域專家出席會議。國際論壇總計產、官、學界約 791 人次，線上參與 1,711 人次，現場實體會議與線上參與直播總計 2,502 人次。

(十一) 「112 年南部商業服務業經營精進計畫」主要執行效益及對產業影響說明如下：

本計畫打造品牌一條街為臺灣特色街區共同品牌，辦理「高雄市仁武區火鍋一條街」、「屏東市職人一條街」、「高雄市三民區南北貨一條街」及「臺南市中西區餐酒一條街」聯合行銷活動，搭配聯合行銷導入街店輔導共計 85 家，觸及超過 5.1 萬人次，媒體露出共 78 則，提升品牌一條街的知名度及媒體曝光，透過聯合行銷辦理與輔導，提升店家活動期間營業額 5% 以上；推廣品牌行銷上，優化品牌一條街網站，強化線上 SEO 搜尋成效，並輔以多元媒體管道曝光，與生活風格雜誌《小日子生活誌》合作，搭配社群平台擴散，計畫總體推廣品牌行銷觸及超過 24 萬人次。

(十二) 「2023 年海外臺商精品選拔暨輔導活動」主要執行效益及對產業影響說明如下：

計畫為連結提升海外臺商獲獎公司能互相交流，進而提升合作機會，提供獲獎公司橫向交流以及與國內產官學界連結之機會，因而辦理歷年

金質獎及銀質獎精品所屬公司的 5 天 4 夜研習參訪活動：「2023 年海外臺商精品獎獲獎企業邀訪團」。共有 19 位團員參與，活動內容以「永續發展」、「智慧製造」以及「品牌策略」為主軸，包括拜會 3 處政府單位、5 家永續企業參訪、4 場工作坊及座談、餐敘等，加深海外僑臺商間更緊密的交流；於官網宣傳歷年獲獎企業資訊及受訪影片、研習參訪活動花絮影片，以推廣海外臺商精品選拔活動，並且透過發布新聞稿，爭取媒體曝光，讓更多海內外業者家喻戶曉而有意願參與。官網觸及率超過 1 萬 3 千人次。

(十三) 「經濟部 112 年度促進臺商轉型升級計畫」主要執行效益及對產業影響說明如下：

協助臺商因應各類的經商環境的變化，以採取適當的應變策略趨吉避凶，掌握商機，並邁向永續發展之道。辦理案源開發共 32 家，共招商金額達新臺幣 307.66 億元，三年期計畫累計投資金額新臺幣 1,488.42 億元，對國內經濟成長率有所貢獻；辦理兩個主題式臺商服務系列活動及舉辦 1 場次臺商研討會，參與人數達 318 人次，連結全球海外臺商組織，發揮本計畫的影響力道與貢獻強度；完成臺商服務團，參訪中國崑山、上海等臺商共 7 家，精準媒合臺商回臺投資與升級轉型合作機會；完成專題研析 2 本、臨時議題 4 則，提供政策建議及臺商轉型策略，提升臺商競爭優勢。

(十四) 「客庄地方創生移居及海外體驗見學計畫」主要執行效益及對產業影響說明如下：

第一屆及第二屆獲補助客庄地方創生移居計畫移居者共 30 位，提供 2 年每月陪伴教練輔導協助，陪伴教練輔導共計執行 689 次，其中視訊輔導次數共計執行 152 次。共辦理 6 場次體驗見學及交流聚會活動，總參與人數為 109 人次。以深入體驗、地方巡禮、交流學習、資源共享等面向進行，各地方創生成功案例經由此活動，讓每位移居者體驗移居、返鄉生活的酸甜苦辣。

客庄移居及地方創生論壇於臺北、高雄共辦理 2 場次，總參與人數為 101 人，以「青年回鄉 在地創生」為主軸，邀請地方創生推動成功團

隊經驗分享，並安排參與團隊及與會人員根據主題發表看法、提出問題並進行深度討論。

(十五)「高雄商業服務業招商推動委託專業服務案」主要執行效益及對產業影響說明如下：

本計畫共輔導 5 家企業，包含癮揪鍋物、莎士比亞烘焙坊與幕府壽司，透過 OMO 數位行銷與品牌線上官網轉型，製造話題、提升品牌知名度；科技餐飲服務體驗方面則輔導本格燒肉(中山店)與貝隆餐酒館進行服務優化，導入數位點餐系統、餐飲服务型機器人等科技工具，提升餐廳場域的用餐體驗與服務效率提升，啟動整合性服務體驗，協助聚焦品牌特色，優化品牌官網、強化社群行銷，協助提升流量觸及，並帶動營業額 850 萬元。

輔導 12 家高雄企業拓展亞馬遜跨境電商平台，完成開通帳號並上架之品牌業者計 10 家，包括憶諾行銷、金瑞盛、光城貿易、伊詩嘉、安妮絲薇、奇來生技、日日國際、今一電、得澄國際及一鳴生技，其中已開賣品牌業者共計 4 家，分別為憶諾行銷、金瑞盛、奇來生技及安妮絲薇；共上架 49 項產品，其中開賣 36 項產品，累積銷售訂單 410 筆。計畫期間，輔導安妮絲薇及得澄國際同時布局線下通路，分別上架北美 TJX 百貨通路及大華 99 超級市場，透過 OMO 線上線下行銷策略，帶動安妮絲薇銷售逾 30 萬盒（約新臺幣 2,300 萬元）及得澄國際 6 千罐訂單效益。

(十六)「111 年至 112 年臺灣豬外銷市場調查暨推動計畫」主要執行效益及對產業影響說明如下：

完成 9 份研究報告，包含日本、新加坡及菲律賓「豬肉產品市場鏈結與流通調研」及「潛在買主調查」報告共 6 式、西班牙、丹麥及印尼等 3 式「標竿國案例研究報告」；招募具出口實績或潛力臺灣廠商共 27 家，並媒合其中 19 家廠商，與菲、日、新三國潛在買主進行一對一精準媒合共 44 次。促成臺灣睽違國際 24 年後首櫃生鮮豬肉出口菲律賓，及其他出口訂單，成交金額達 15 萬美元。

舉辦臺灣豬肉外銷菲律賓、日本、新加坡市場 3 場情資座談會，產

官學共計 203 位參與；辦理一場國際論壇，邀請菲律賓等四位國際豬肉市場專家進行分享、透視國際豬肉市場需求，共 328 位與會人員。計畫期間發布 6 則新聞稿及 3 則專題報導，以擴大成果之推廣效益，相關媒體露出共計 95 次。

另外創新加值服務包含菲律賓蘑菇潛力市場流通調查研究、製作臺灣豬肉廠商商品之中、英、日文三本型錄及菲、日、新三國資訊儀錶板 1 式。

(十七)「112 年三新一跨域-後疫情時代臺灣農產品海外市場創新計畫」主要執行效益及對產業影響說明如下：

輔導廠商採用新產品、新通路、新市場及跨領域合作之三新一跨域原則於日本、新加坡、馬來西亞及馬紹爾群島舉辦 6 場次行銷活動。線上線下共吸引 265 萬人次參與，並有 64 場次活動廣告或媒體露出，成功促成新臺幣 1,860 萬元的銷售額及 320 公噸的後續訂單。

(十八)「112 年臺灣豬菲律賓市場推廣計畫」主要執行效益及對產業影響說明如下：

為提升臺灣豬肉商品海外能見度，本計畫招募輔導 10 家台灣豬肉外銷廠商，並協助廠商申請菲律賓產品許可證、及輔導出口各項作業；鏈結菲律賓五星級飯店 Sofitel 中的高端餐廳 Spiral 應用臺灣豬肉及豬肉加工品開發 5 項台灣特色料理；邀請 11 家主流及一般媒體、網紅前往參加展售會及高端餐廳試吃；與零售通路合作辦理兩場展售會(8 日)，貨品全數完售，活動期間舉辦直播活動共吸引 1.2 萬人次觀覽；舉辦一場商洽會共吸引 15 家共 28 位菲律賓廠商代表出席、進行 38 家次媒合，現場促成新臺幣 270 萬元訂單及 332 萬元 MOU；媒體擴散部分共有 44 則新聞、貼文、影片露出，包含臺灣媒體 26 則，菲律賓當地 20 則。

(十九)「臺中市產業招商推動計畫後續擴充」主要執行效益及對產業影響說明如下：

為落實臺中市政府前店招商引資、強化後廠產業行銷，以「專案、專人、專責、全程客製化」之方式，執行各式機關需求之招商服務、推動重要投資計畫、推廣行銷、提供投資相關事項諮詢及協助，並協助排

除投資障礙。本計畫訪視交流與協助投資障礙排除 34 家廠商，預計能促進 518 億元投資及超過 4 千名就業機會，其中重大投資「豐富專案」歷經多年努力完成招商投資，亞洲大學將投入 55 億元興建「亞洲大學豐富健康產業園區」。另外辦理 2 場產業論壇及 1 場（豐富專案）簽約儀式，3 場活動共計 577 位人士參與，相關報導網路新聞 56 則及影音媒體 6 則，大力宣傳機關產業政策與招商成果。

(二十)「臺中市未登記工廠管理及輔導業務委託專業服務案」主要執行效益及對產業影響說明如下：

為提供充足輔導資源，增加業者配合輔導政策意願，減少資訊不對稱，特別辦理「成立未登記工廠產學輔導團」、「未登記工廠行政支援服務」及「管理輔導政策宣導」三大工作項，協助市府經發局順利進行未登記工廠的管理及輔導工作。辦理「納管補正親辦教學說明會」，合計共 14 場次、85 家工廠參與及「雄股長工廠改善計畫家教班」，合計 27 場、235 人次參與，能更有效率地執行諮詢工作。另外舉辦「臺中市未登記工廠輔導暨永續淨零碳排座談會」，共計 625 人參與，並加以剪輯並上字幕，以廣惠未能到場之民眾。工廠改善計畫提送比率由 111 年為 21.9%，112 年為 99.0%，於執行期間上升 77.1%。

(二十一)「電子商務平台桃園好物專區行銷計畫」主要執行效益及對產業影響說明如下：

本計畫目標是以協助桃園業者拓展數位通路、強化桃園在地數位轉型能量、提升在地業者數位轉型輔導效益、串聯中央政策與導入數位轉型產業能量，進而促進桃園產業數位轉型發展，帶動桃園產值與就業提升。已協助輔導 52 家新進業者、串聯 151 家計有業者，共上架 404 項商品於專區。舉辦桃園好物電商專區招商輔導暨宣傳說明會，並完成電商專區數位媒體置頂廣告曝光 2 則，共計 7 天，曝光數達 73.2 萬人次。

二、應用研究：

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。

(一) 「112 年度新常態下服務科技輔導數位轉型計畫」主要執行效益及對產業影響說明如下：

本計畫完成精準健康大數據治理平臺建置，串聯 30 家與健康相關之跨領域業者（包括葡萄王生技等生技業；台東基督教醫院等醫療業；南山人壽等保險業；TRAIINGE 等運動業；台灣大哥大等電信業；華碩 ASUS 等 IoT 裝置業；仁寶等資服業）參與應用驗證。推廣平臺服務至美國、加拿大、英國、法國、越南、新加坡等國家，新增會員 102,019 人（含國際會員 48,632 人），促成投資 7,000 萬元。

完成精準行銷服務雲端平臺建置，鏈結 3 家資服業者（艾生雲端、靈知科技、雲一）、531 家餐飲旅宿或批發零售業者（包括舊振南、饗賓集團、無礙玩家社企電商、裕珍馨、靈知科技）參與應用驗證，促成投資 2 億 8,000 萬元，並促成國際合作馬來西亞零售商新興電器公司使用「精準行銷服務雲端平臺」。

(二) 「委託辦理輔導客庄小微企業使用雲服務數位工具計畫勞務採購案」主要執行效益及對產業影響說明如下：

本計畫輔導 787 家客庄小微企業使用雲市集服務、數位工具以及數位支付應用，其中包含雲市集 251 家、數位工具 357 家、數位支付 179 家；輔導 10 家客庄小微企業客製化平臺系統維運作業，包含導入會員資料庫系統、串接金流（LINE PAY、藍新金流等服務）社群媒體、客製功能介面、商品上架等。

為提升輔導業者曝光度，於社群媒體進行四階段廣告投放，並依據廣告主題設定關鍵字，精準投放受眾，並刊登 24 家受推廣店家資訊於「天下雜誌-微笑臺灣」，增加店家曝光率。經四階段廣告投放結果，觸及人數約 45 萬人。

三、人才培育：

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。

- (一) 「2023 年僑務委員會第 1 期海外商會領導班暨海外商會秘書長班、第 2 期海外商會領導班暨海外商會菁英班」主要執行效益及對產業影響說明如下：

協助搭建海外僑臺商與國內產官學研等各界雙邊互動溝通平台，促進海內外交流合作，共拓全球市場商機。培訓學員人數 126 位；精選參訪企業 25 家，短時間了解台灣 ESG/CSR、新興科技、社群媒體經營與網紅行銷等主力廠商；舉辦菁英交流會，協助國內業者拓展國際市場；新創企業媒合共 40 家；共簽署 MOU 192 份；促成洽談合作 9 件，亦促成投資，包括越南、日本等 3 位臺商會長投資創造淨 100 萬美元(約新臺幣 3,000 萬元)。建立 Line 群組，促進商機交流與學習成長及維繫國內與海外僑臺商關係並追蹤商機。。

- (二) 「2023 年全球僑界青年高峰會」主要執行效益及對產業影響說明如下：

本計畫辦理一團次僑界青年高峰會，共 74 位來自 27 個國家，包含歐洲、北美洲、中南美洲、非洲、亞洲、大洋洲等地，並創建 LIINE 群組鏈結各地代表，增進交流機會。本屆高峰會滿意度調查回收率近九成，其中有九成以上僑青對本次高峰會服務感到非常滿意。

- (三) 「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：

本計畫依據行政院「數位國家・創新經濟發展方案(2017~2025 年)」-主軸五：「培育跨域數位人才行動計畫」辦理，藉由本研習單位鏈結相關合作廠商資源及能量，以策略聯盟方式培育政府推動 5+2 產業創新計畫的智慧機械、亞洲・矽谷之跨域人才，加速啟發其創新思維及應用能力，進而達成人才與產業之成功媒合就業，共培育 15 名跨域數位人才。

- (四) 「台灣品牌耀飛計畫」主要執行效益及對產業影響說明如下：

本年度品牌企業研習營將依據企業／產業發展品牌各階段所需之

人才缺口，進行整體性規劃，並配合政府產業政策推動之方向，除了品牌策略與經營管理層面之外，並將前瞻性的商業應用科技與品牌營運結合，以全方位協助企業推動品牌發展。本年度共執行 5 家企業，共計 5 個班次，培訓人數累計 135 人次，並辦理 2 場品牌議題論壇及 1 場品牌講座，參加的成員涵蓋企業中高階主管、員工及品牌推動之相關部門，並多數企業均表示對其品牌發展具有助益，未來仍希望能更進一步的參與相關活動，持續累積品牌的知識，並逐漸建立品牌的思維。。

(五) 「職業訓練職類發展計畫藍圖」主要執行效益及對產業影響說明如下：

臺北市職能發展學院欲針對現今的勞動市場，提供前瞻性的職能培育政策及課程。透過委託本院分析產業政策與發展趨勢及人力需求方向並提出未來 3 年職訓發展藍圖建議。計畫中配合業主完成 6 場次的產業座談會，並蒐集大台北地區 5+2 產業與勞動力市場供需缺口等資料進行分析，包含各相關機關、各該產業目的事業主管機關、民間團體、事業單位等，彙整出未來職能培訓方向及建議。研究結果建議臺北市應以下列「六大類人才」培訓擘畫藍圖：IT 智慧應用人才、數位經濟與商務人才、新世代技師人才、健康照護人才、休閒服務人才、環境永續人才。

(六) 「基業長青創二代經營實學班」主要執行效益及對產業影響說明如下：

以「數位時代下的經營與管理思維」、「二代傳承與開展新事業」及「家族企業治理、傳承與接班座談」為三大主軸，從時事議題切入，帶動二代們由外部環境趨勢至內部營運狀況分析，反思自家企業機會與挑戰，並使二代們結識夥伴，分享與學習，建立高價值關係人脈，創造合作共贏的機會。

本院在經營模式、品牌行銷、成長策略、產業趨勢等領域皆能提供企業二代專業諮詢，以「高階領導」為核心，透過「做中學」的方式，協助二代們順利接班，此外，每期課程都會與時俱進、跟隨時事，提供前瞻性見解與分析。培訓至今計 195 位企業二代，同時建立家長會，強化一代與二代們連結，彼此分享與學習，建立高價值人脈，創造合作共贏的機會。

(七) 「三五精進班-企業主共創成長課程」主要執行效益及對產業影響說明如下：

本課程規劃十大領域，涵蓋零售產業、工商業 4.0 發展、企業 ESG、電子商務、健康策進、百貨流通、餐飲觀光業、數位轉型等等，邀請知名企業高階主管，透過商研院業界人脈，協助企業主拓展各領域產業，進而促進跨域發展，深入探討經營理念、方法、模式及策略，促成事業媒合，攜手共創商機。培訓累計 157 位企業主，透過課程交流及企業媒合，促進商機。

(八) 「ESG 人才培訓課程」主要執行效益及對產業影響說明如下：

本院以持續落實淨零轉型，協助輔導服務業提升市場競爭力為目標，讓企業主透過實務案例深入了解永續轉型過程，培育學員成為數位經濟與 ESG 新時代企業永續經營不可或缺的核心人才，充分結合產品與服務，確保永續經營成長立與競爭力。一系列課程包含：【ISO14064-1 溫室氣體盤查實務】、【ISO14067 碳足跡盤查實務】、以及【ESG 永續發展專案管理師】、【永續報告書規劃師】、【碳資產管理師】、【企業自主碳盤查】、【碳盤查輔導顧問師】等實作課程，達到落實節能減碳，提升公司獲利目的。共開立 32 班認證及培訓課程，共計 841 位學員參與。

四、其他：

(一) 「112 年辦理受嚴重特殊傳染性肺炎影響事業基本工資補貼計畫」主要執行效益及對產業影響說明如下：

有鑑於內需產業受到疫情嚴重衝擊，又逢基本工資調漲，爰行政院核定經濟部針對 2023 年 1 月工資調整，且受疫情影響衰退事業規劃相關補貼方案，以減緩調漲基本工資造成的負擔。本計畫已受理 24,629 案，駁回 6,494 案；核准 18,011 案，照顧 661,283 人次（全時員工 481,434 人次、部分工時 179,849 人次），核准金額約 5 億 4,363 萬元。

(二) 「交通部民用航空局辦理受疫情影響營運艱困之商業服務設施業者員工薪資補貼」主要執行效益及對產業影響說明如下：

民航局為了提振商業服務設施及空廚地勤業者，使其度過疫情帶來的衝擊，制定薪資補貼之方案，歷經三年下來總計補貼超過六萬四千人次，補貼金額超過 10 億元。透過薪資補貼政策，的確減緩業者發薪的壓力與困境，並使產業穩定發展。

(三) 「運動產業紓困勾稽與追回案件」主要執行效益及對產業影響說明如下：

運動產業紓困振興特別預算第 3 次追加預算總計 12.01 億元，係針對受疫情影響之運動事業 12 項業別及相關從業人員，補助員工薪資酬勞及相關營運成本，運動產業紓困 4.0 共受理 15,601 件申請（運動事業計 2,781 件、從業人員 12,820 件），已撥款 11,692 件申請案（運動事業計 2,402 件、從業人員 9,173 件），撥款金額計約 14 億 3,559 萬元。

(四) 「臺中餐飲安心吃振興補貼計畫委託專業服務案」主要執行效益及對產業影響說明如下：

臺中市政府推出「紓困振興 e79 計畫」，其中，7 是 7 大紓困，9 代表 9 大振興。振興其中一環以「臺中餐飲安心吃振興補貼計畫」鼓勵業者針對營業場所進行清消作業，建立安心餐飲環境，補貼本市餐飲業者環境清消費，以振興餐飲業。

計畫內容協助線上申請案件之諮詢、建檔、製冊、歸檔、審查、撥款、不合格案件之退補件通知等工作，並應依申請補助者之需求，協助輔導相關申請事宜，並快速撥款補助業者一次性定額 5,000 元為主。其中辦理 1 場記者會，申請業者計有 12,782 家，撥付 12,532 家，補助款共撥付 6,266 萬元。

(五) 「參與聯合國 UN/CEFACT 國際組織拓展數位經貿外交計畫」主要執行效益及對產業影響說明如下：

本院許添財董事長首度以國家智庫商研院董事長身分出席 UN/CEFACT 第 40 屆論壇，持本國護照順利進入聯合國，並獲免安檢快速通關禮遇。本院長期推動專業、務實、有貢獻地參與聯合國等國際機構之研究，與友我國家攜手連署在聯合國 UN/CEFACT 組織的新計畫提案「Travel Agency and DMC&DMO Package Tour Project」獲聯合國秘書

處批准通過，並於第 40 屆論壇的閉幕結論報告時宣達。

本次與會，本院許董事長不但面對面與主席及四位 UN/CEFACT 副主席交流，爭取對我國的支持，同時聯合國 UN/CEFACT 副主席 Mr. Tahseen Ahmad Khan 在主持電子資料(eData)管理與數據治理(data governance)工作小組會議時，當場向本院許董事長誠懇邀請商研院代表臺灣，能以臺灣經濟地位與優勢，對聯合國相關議題研究做出貢獻。許董事長於會中允諾支持，並表達臺灣商研院將與各國專家、機構相互交流並交換資訊，共同參與該工作小組。

本院 112 年度總營收新臺幣 7 億 1,999 萬元，民間收入新臺幣 1 億 3,331 萬元，其比重占整體營收達 18.5%。主要效益說明如下：

- (一) 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。
- (二) 本院來自民間計畫委託案，合計 78 案，顯現本院努力廣闢收入來源，並提高自主營運比重。
- (三) 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成立初期超過五成大幅降低至 112 年度之 9.4%。

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 112 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

收支營運表

中華民國 112 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	
804,126,594	收入總額	619,940,000	719,990,674	100,050,674	16.14	政府委辦計畫收入 519,029,141元，政府補 助計畫收入67,650,643 元。 政府委辦計畫增加所 致。 計畫衍生收入成長所 致。 民間計畫收入成長所 致。 定存利息較預期利息增 加所致。 係零星什項收入。
801,926,468	業務收入	618,740,000	717,078,392	98,338,392	15.89	
658,574,123	勞務收入	529,127,000	586,679,784	57,552,784	10.88	
658,574,123	專案計畫收入	529,127,000	586,679,784	57,552,784	10.88	
3,814,711	計畫衍生收入	1,653,000	3,046,863	1,393,863	84.32	
139,537,634	服務收入	87,960,000	127,351,745	39,391,745	44.78	
2,200,126	業務外收入	1,200,000	2,912,282	1,712,282	142.69	
2,085,783	財務收入	1,200,000	2,852,434	1,652,434	137.70	
114,343	其他業務外收入	0	59,848	59,848	-	
789,752,258	支出總額	613,741,000	707,131,120	93,390,120	15.22	
786,649,025	業務支出	612,191,000	704,157,858	91,966,858	15.02	
653,446,807	勞務成本	529,127,000	581,090,877	51,963,877	9.82	
653,446,807	專案計畫支出	529,127,000	581,090,877	51,963,877	9.82	
3,814,711	計畫衍生支出	1,653,000	3,046,863	1,393,863	84.32	
127,619,319	服務支出	80,811,000	117,638,845	36,827,845	45.57	
1,768,188	管理費用	600,000	2,381,273	1,781,273	296.88	
18,979	業務外支出	0	41,519	41,519	-	
18,979	財務費用	0	41,519	41,519	-	
3,084,254	所得稅	1,550,000	2,931,743	1,381,743	89.14	
14,374,336	本期賸餘	6,199,000	12,859,554	6,660,554	107.45	

現金流量表

中華民國 112 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	15,791,297	
調整項目		
收入支出項目		
利息收入	(2,852,434)	
利息費用	41,519	
呆帳損失	3,618,300	
備抵呆帳迴轉收入	(40,800)	
折舊費用	3,270,451	
攤銷費用	822,761	
與業務活動相關之流動資產(負債) 變動數		
金融資產 - 流動減少	3,856,623	
應收款項減少	14,455,186	
預付款項增加	(7,707,692)	
其他資產 - 流動增加	(526,081)	
存出保證金減少	17,925,000	
應付款項減少	(10,751,500)	
其他負債 - 流動減少	(939,099)	
存入保證金減少	(2,412,554)	
業務產生之現金	34,550,977	
收取之利息	2,539,810	
支付之利息	(60,498)	
支付之所得稅	(3,083,531)	
業務活動之淨現金流入(流出)	33,946,758	
投資活動之現金流量		
購入不動產、廠房及設備	(2,807,457)	
購入無形資產	(1,572,920)	
其他資產 - 流動減少	23,918,646	受限制存款
投資活動之淨現金流入(流出)	19,538,269	
籌資活動之現金流量		
短期債務減少	(39,000,000)	
籌資活動之淨現金流入(流出)	(39,000,000)	
現金及約當現金之淨增(淨減)	14,485,027	
期初現金及約當現金	46,224,431	
期末現金及約當現金	60,709,458	

財團法人商業發展研究院

淨值變動表

中華民國 112 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	95,538,635	12,859,554	0	108,398,189	本年度增加數 係本期賸餘增 加數。
未指撥累積餘絀	95,538,635	12,859,554	0	108,398,189	
合計	298,538,635	12,859,554	0	311,398,189	

財團法人商業發展研究院

資產負債表

中華民國 112 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	359,765,744	382,542,275	(22,776,531)	(5.95)
現金及約當現金	60,709,458	46,224,431	14,485,027	31.34
流動金融資產	79,405,787	83,262,410	(3,856,623)	(4.63)
應收款項	193,723,410	211,443,472	(17,720,062)	(8.38)
預付款項	10,464,887	2,757,195	7,707,692	279.55
其他流動資產	15,462,202	38,854,767	(23,392,565)	(60.21)
非流動資產	124,958,530	142,596,365	(17,637,835)	(12.37)
其他金融資產 - 非流動	98,500,000	98,500,000	0	0.00
不動產、廠房及設備	13,669,322	14,718,316	(1,048,994)	(7.13)
無形資產	3,637,344	2,301,185	1,336,159	58.06
其他資產 - 非流動	9,151,864	27,076,864	(17,925,000)	(66.20)
資產合計	484,724,274	525,138,640	(40,414,366)	(7.70)
流動負債	167,718,584	218,579,950	(50,861,366)	(23.27)
短期債務	0	39,000,000	(39,000,000)	(100.00)
應付款項	132,248,159	143,018,638	(10,770,479)	(7.53)
應付所得稅	2,932,629	3,084,417	(151,788)	(4.92)
其他負債 - 流動	32,537,796	33,476,895	(939,099)	(2.81)
非流動負債	5,607,501	8,020,055	(2,412,554)	(30.08)
存入保證金	5,607,501	8,020,055	(2,412,554)	(30.08)
負債合計	173,326,085	226,600,005	(53,273,920)	(23.51)
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	108,398,189	95,538,635	12,859,554	13.46
未指撥累積餘絀	108,398,189	95,538,635	12,859,554	13.46
淨值合計	311,398,189	298,538,635	12,859,554	4.31
負債及淨值合計	484,724,274	525,138,640	(40,414,366)	(7.70)

註：創立基金之定期存款，經董事會決議及經濟部許可，依據財團法人第 19 條第 4 項第 4 款

「捐助財產超過主管機關捐助財產總額，為辦理捐助章程所定業務所必須，而動用其超過部分。」得於 1 億 2,000 萬元創立基金動用額度內調度，以節省借貸之利息費用。

主辦會計：吳金妃



董事長：許添財

