

財團法人
中國生產力中心

109 年度預算

財團法人中國生產力中心編

財團法人中國生產力中心

目次

頁次

壹、總說明

一、財團法人概況	1
二、工作計畫	3
三、本年度預算概要	29
四、前年度及上年度已過期間預算執行情形及成果概述	31
五、其他	51

貳、主要表

一、收支營運預計表	52
二、現金流量預計表	53
三、淨值變動預計表	54

參、明細表

一、收入明細表	55
二、支出明細表	56
三、不動產、廠房及設備暨投資性不動產投資明細表	57

肆、參考表

一、資產負債預計表	58
二、員工人數彙計表	60
三、用人費用彙計表	61

壹、總 說 明

財團法人中國生產力中心

總說明

中華民國 109 年度

一、財團法人概況

(一) 設立依據

民國 45 年 6 月 20 日經濟部以經臺 45 工字 06026 號函許可設立，並於同年 6 月 26 日向臺灣臺北地方法院完成設立登記。

(二) 設立目的

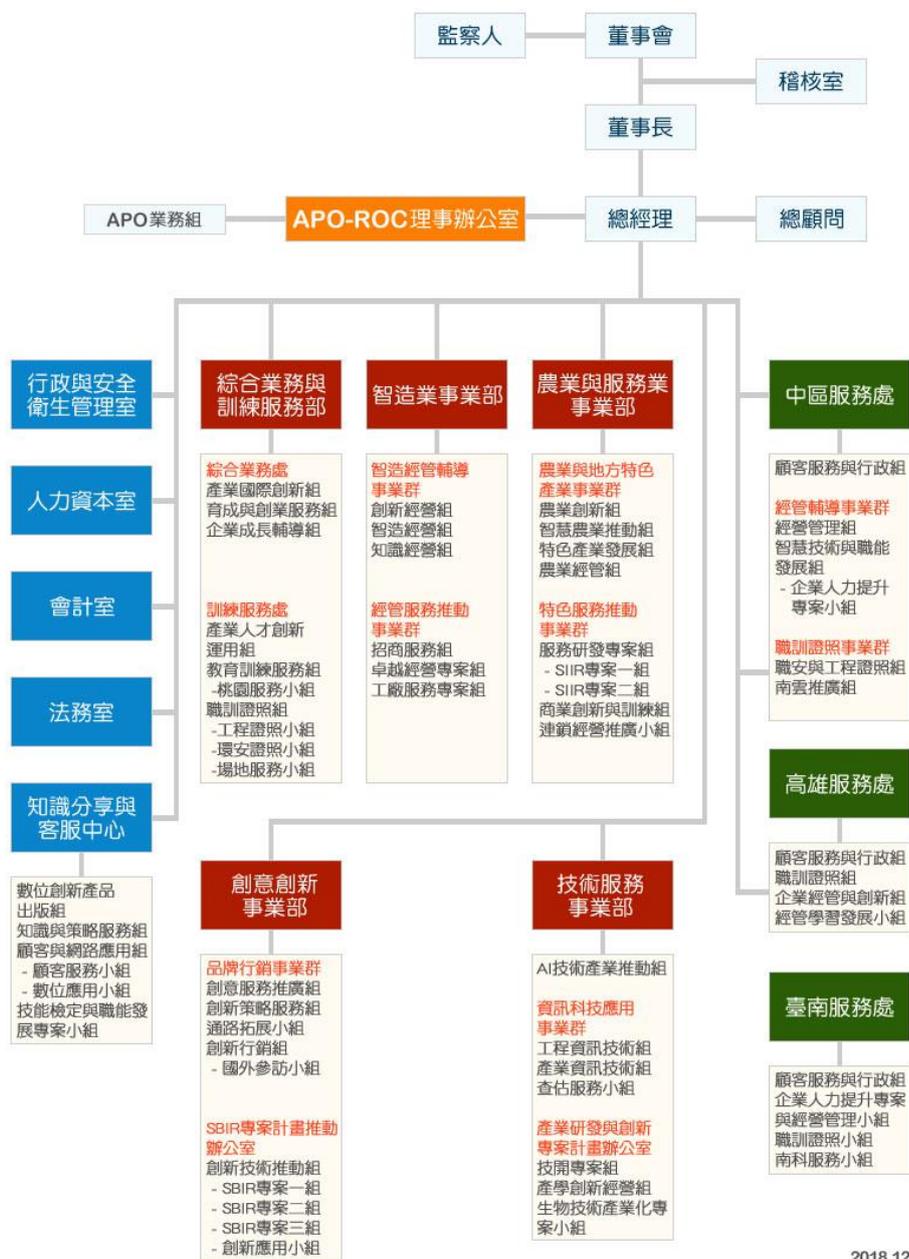
本中心以執行目的事業主管機關產業發展政策，協助企業精進經營管理技術，提升生產力與競爭力，促進經濟發展為目的，期望達到「扮演產業價值鏈轉型的推手」、「擔任華人經濟體網路化的樞紐」、「造就中國生產力中心成為知識管理的領導品牌」之願景。依據本中心捐助章程所訂之業務範圍為：

1. 企業診斷、諮詢及輔導。
2. 企業人才培育及教育訓練。
3. 企業新知推廣及媒體出版。
4. 企業文化與形象塑造。
5. 資訊及自動化技術之運用。
6. 企業經營投資策略之諮詢及輔導。
7. 消防、防災安全管理輔導及人才培訓。
8. 協助政府參與與辦理亞洲生產力組織（APO）相關事務。
9. 科技管理及策略之諮詢與輔導。
10. 其他有關企業經營管理服務事項。

(三) 組織概況

本中心在臺北、臺中、臺南、高雄及雲林各設有地區服務處，並依產業類別設有綜合業務與訓練服務部、智造業事業部、農業與服務業事業部、創意創新事業部、技術服務事業部及 APO-ROC 理事辦公室，以期就近提供便捷之教育訓練及企業輔導服務。

本中心組織圖如下：



2018.12

二、工作計畫

本中心以執行目的事業主管機關產業發展政策，協助企業精進經營管理技術，提升生產力與競爭力，促進經濟發展為目的，致力成為經營管理的人才庫及華人企業最具信賴價值的經營管理顧問機構。

依據政府 5+2 之智慧機械、循環經濟、亞洲矽谷、新南向等政策，推動企業生產力再造 (Productivity Again)，創建 MES+ 系統連結 CPC 服務生態系 (Ecosystem)，搭配五大服務團，以智慧化系統工具，提供輔導解決方案，協同顧客找尋市場商機。此外，整合產官學研專業組織，引進前瞻技術與辦理國際交流等活動，提供全方位及系統化之服務，並結合亞洲生產力組織 (Asian Productivity Organization, APO) 能量，協助我國及亞洲國家培訓專業人才、促進國際技術交流及提升生產力，不斷優化服務品質、創新作法與國際化能量。

整體而言，本中心依據捐助章程之業務範圍所訂工作計畫，有助於整體產業發展，符合設立目的。主要工作計畫說明如下：

(一) 自辦業務計畫

本年度自辦業務計畫經費預計為 5 億 2,320 萬元，以提供經營管理診斷、輔導及諮詢、人才培育及教育訓練、經管新知推廣及媒體出版、企業文化與形象塑造、資訊及自動化技術之應用、經營投資策略之諮詢及輔導、其他有關經營管理服務事項。主要工作計畫說明如下：

1. 企業經管諮詢診斷與輔導：

以豐富全方位之經管知識與經驗，協助企業在經營效率之精進，並強調企業主體策略之轉向，以產業升級為基礎，更力求原產業橫向或縱向之延伸拓展，深耕於價值較高之焦點式經

營模式。提供企業導入智慧製造、精實生產、生產製造管理技術優化與升級、總體經營績效整合管理、全面品質管理體系、知識管理、大數據分析、研發創新及品牌行銷等全面輔導服務，規劃及建構企業未來發展藍圖。本著創造企業附加價值為基礎，以引領顧客成功為理念，融合綠色生產要素，並善用新時代智慧技術來推動生產力提升，伴隨企業策略規劃一起成長，建構具備核心競爭優勢之路。

2. 資訊智慧化技術服務：

以全方位資通訊技術 (ICT)，提供企業 E 化諮詢、診斷、流程精實改造、MES+智慧機械製造執行系統、ERP 系統、知識管理平臺、專案管理系統、商業服務智慧化系統、營建工程資訊管理系統、人才資本發展系統及電子商務平臺規劃建置與輔導等服務，以大數據分析、流程分析、資訊服務與績效評量等專業核心能力，整合經營知識與智慧系統，協助企業以資訊化方法提升經營管理能量，精確掌握各種生產力情報，大幅升級營運競爭力。

3. 人才培育及教育訓練：

擔任企業專業人才培育與發展之服務平臺，因應我國產業發展政策及國際經濟發展趨勢，提供各級產業生產、行銷、人資、研發、財務等經管課程，培訓優質專業人才，為企業組織學習與永續發展之最佳夥伴。

辦理各類主題多國考察團及國際專業人士來臺考察團，致力推動產業生態系之出口，拓展國內企業對於標竿學習之視野，並安排經貿交流、標竿企業見學、專業課程研修等業務，共同開拓國內外市場商機。

4. 國際組織合作服務：

本中心以中華民國名義參與亞洲生產力組織（Asian Productivity Organization, APO），為創始會員國之一，並作為我國與 APO 接軌之橋樑，賡續承辦 APO 研討會及各會員國考察團之聯繫服務工作，及執行 2020 年 APO 在我國舉行之各項計畫等國際業務，善盡國際組織會員國之責任，促進國際技術交流，與民間共同推動實質外交。

5. 管理新知推廣及媒體出版：

出版價值創新、經營管理、策略規劃、顧客滿意、品質管理及品牌行銷等各類經管叢書，提供前瞻之資訊、觀念及有效運作模式，為企業及專業人士取得經管知識之最佳捷徑，並協助企業創造知識價值。

為專業經理人量身訂作之能力雜誌月刊，報導嶄新之產業趨勢、企業策略及經管新知，提供成功企業之實例報導，以利企業掌握新知，進行標竿學習，提升經營能力。

另本於以知識回饋社會之心，將輔導案例與顧問專業智財數位化，建構 MKC（Management Knowledge Center）經管知識中心，提供企業經營管理知識。

(二) 政府委辦計畫及補助計畫

主要係配合政府經濟與產業發展政策，憑藉本身專業能耐，以公開競標方式，積極爭取符合本中心業務專長及職掌之專案，並依規定圓滿達成任務之規劃與執行，為主管機關政策之擘劃與推動、產業能量之厚植與提升，盡最大之努力，有效整合及運用政府資源，協助各行業成長躍升。本年度政府委辦計畫經費預計為 4 億 4,816 萬 5 千元；政府補助計畫經費預計為 2,700 萬元。預計執行如列：

1. 小型企業創新研發計畫 (SBIR) 管理與推動計畫 (109.01-109.12)

(1) 計畫重點：

- 運用政府政策工具，依中小企業所提之研發計畫提供資源協助，推動中小企業進行產業技術、產品與服務之創新計畫，引導中小企業投入研發活動，培育中小企業研發人才及累積研發能力，提高我國中小企業技術水準，進而提升我國產業之競爭力及傳統產業之轉型升級。
- 辦理中小企業創新技術與創新服務研發計畫之補助，在有限的資源下，為使中心資源合理分配並有效率執行政府創新產業政策推動，積極規劃「新一代SBIR計畫」，精進創業型SBIR機制，並連結在地產、官、學促進區域平衡發展。此外，辦理地方型SBIR，從「地方優勢產業」的思維出發，推動中央地方攜手補助方案，由中央補助各縣市地方型SBIR所推薦前瞻技術創新研發，協助國內中小企業之永續經營及成長茁壯，以達到政府積極落實照顧中小企業之施政目標。

- 持續推動創業型SBIR計畫，精進SBIR創業海選計畫，以三階段一條龍之概念，第一階段利用海選方式擴大參與機制，簡化補助款核銷規定；第二階段創新擇優持續補助，輔以顧問諮詢輔導，著重於產品服務研發；第三階段著重於將產品與服務原型投入商業市場追求變現，對等補助最高50%金額，鼓勵新創中小企業成功達成商業化目標。
- 延續創新研發成果之效益，將強化SBIR創新大聯盟（IRG）社群之建立，規劃多元及深度交流活動，引導業者互相合作，期能帶動廠商水平及垂直協作，籌組研發聯盟合作產生綜效，以提升產業創新研發能量及共創價值。

(2) 預期效益：

- 搭配多元輔導資源措施，鼓勵中小企業提升既有之技術水準，或以原有核心技術擴大產業應用層次，轉換成其他型態產業，提供中小企業更完善之協助。同時，亦積極協助中小企業投入研發資源提升產品品質之附加價值，以健全企業體質。
- 為促進地方產業提升創新研發能量，配合地方政府補助經費，協助地方政府辦理地方優勢產業創新研發計畫，從地方優勢產業之思維出發，提升創新研發能量，落實鼓勵中小企業創新研發之政策得以在地方紮根，深化結合地方發展特色，注入創新元素，促進平衡區域發展。
- 落實面對面溝通服務，擴展研發補助機制，推動新青創企業研發投入，培植聚焦地方優勢產業，有效活絡地方經濟發展鏈結及支援研發輔導，協助中小企業研發成果商品化，健全企業體質以提升研發價值商機。另搭配亞洲矽谷推動方案，強化國際鏈結行銷效能，打造臺灣矽谷創業模式，推動鏈結國際及軟硬整合綜效，提升跨域創新涵量。

2. 推動中小企業跨域創新國際化加值計畫（109.01-109.12）

(1) 計畫重點：

- 依目標市場研析區域產業、新興客群、通路型態、海外駐地廠商需求等資訊，探討企業佈局海外市場之策略及模式，提出海外商機情資及創新商業模式分析建議。提供企業即時性資訊回饋，滿足臨時資訊需求，包含海外案例資訊、臺灣關聯業者資訊、產業與政策動態等。
- 針對國內優質出口實力及具潛力之中小企業，運用企業出口能量評量系統，盤點優質中小企業之能量，了解企業出口準備度情形，提出系統性定向推動之作法，結合技術服務機構服務能量登錄之顧問服務團隊，提供諮詢診斷服務，聚焦匯聚出口新動能。
- 辦理系列課程、講習、座談會、論壇或研討會等，培訓具出口實力或潛力之優質企業，邀請實務經驗豐富之專家，以內容講解、案例分享、影片講解及小組討論之教學手法，趨勢與實作雙軌並行，俾利學員增加課程講座內容之應用度；協助資訊服務、電子商務、物聯應用、國際商情等業者確認市場需求目標，聚焦物聯應用、數位創新及關鍵技術，掌握消費者先機及海外市場行銷等資訊。
- 針對亞洲國家出口目標市場，結合海內外公協會行銷資源，前往馬來西亞、泰國及越南等東南亞國家，了解當地市場商機，進行企業實質對接。
- 維運出口跨域合作網絡與媒合平臺，深耕海外市場出口之生態體系，介接優質夥伴及關鍵策略合作，除了強化生態體系原有成員永續發展，帶動具出口實力或潛力企業串連海內外具影響力通路或供應鏈平臺，強化市場擴散能力，建立國內中小企業出海口模式。

- 辦理中小企業海外事業交流會議，搭配媒合活動、企業參訪商談、企業應用展會等多元管道行銷及推廣，協助國內生態體系業者思考海外市場評估及進入策略，促進雙邊企業合作，強化企業合作交流出口動能，促成跨業跨域實質合作，協助開創跨域雙邊市場商機。

(2) 預期效益：

- 藉由研析出口型跨域合作創新輸出模式，推動跨業跨域出口潛力之生態體系，帶動生態系企業串連海內外具影響力通路或供應鏈平臺，促進海內外商機交流媒合，提供創新場域，為我國創新創業及發展重點產業注入動能。
- 運用海內外交流媒合、高峰論壇、企業應用展示、參訪觀摩等活動，介接國內外相關產業聯盟合作網絡與媒合平臺，鏈結海外大型企業及具影響力之通路，對接國內外優質之中小企業參與海外市場，共同拓展國際商機。
- 運用技術創新增值、市場商業模式共創、製造體系互補等經營管理提升手法，針對跨業跨域出口潛力生態體系進行客製化服務，提升國際服務輸出之產品力、營運力及競爭力；輔以企業創價模組講習，使其具備研發創新、成長策略、認證標章及智慧製造等能力，培育企業國際化經營管理之關鍵人才，成就跨域創新生態系之核心能耐。

3. 推動中小企業智慧製造數位轉型計畫（109.01-109.12）

(1) 計畫重點：

- 配合亞太經濟合作會議辦理工作坊及國際研討會議，運用馬臺經濟合作委員平臺之能量，於企業交流活動中創造商機，同步邀請馬來西亞等東協國家之優質中小企業參與來臺學習，為雙方合作商機增值加成。

- 建構中小企業成長支援系統，包含建立專業顧問團隊、產學合作機制、輔導工具資源運用，協助中小企業發展智慧製造能耐，如機臺連網行動管理、網實整合平臺建立、智慧工廠效率管理及體系整合共創商業模式等智慧製造輔導工作推動，提供客製化智慧製造輔導，建立產業別智慧製造發展模式，擴散中小企業導入時效與共創價值。
- 辦理企業共識營、數位轉型實戰工作坊或各種類型研討活動，規劃人才數位化基礎知識與應用之專業訓練課程，培養數位轉型專業顧問，引導企業重新思考商業模式，運用數據與資料掌握市場脈動，建立數位化營運之核心能力，創造持續性收益。
- 籌組中小型製造業之產業服務團，透過中小企業智造轉型發展、動態調查分析及5+2產業創新領域之基盤產業生產技術發展現況分析等資訊，協助中小企業應用智慧製造之策略。
- 聚合國內具領域專長特色之管理顧問業者或機構，發揮共同優勢提供企業全方位且高品質之跨領域輔導與訓練服務，組成臺灣管顧鉅群聯盟（Taiwan Mega Consulteam, TMCteam），建立共通性中小型製造業數位轉型評估機制，運用管顧戰情雲端服務平臺之評核指標，進行數位轉型經營診斷、缺口分析、諮詢建議、輔導改善、成效分析、追蹤優化等流程，透過智慧化之數位工具精進中小企業數位轉型輔導之能量，以達協助臺灣中小企業與海外臺商轉型升級之目的。

- 建立管顧戰情智慧雲服務，打造移動化數位諮詢創新服務平臺，串接數位轉型評量工具，藉由數位轉型專業培訓課程，擴散創新應用案例，擇優推動數位轉型診斷輔導服務典範案例。強化企業數位知識運用，協助企業轉型顧客價值導向商業模式，運用數位科技推動產業創新，強化數位基盤能量。

(2) 預期效益：

- 持續以企業與管顧業需求為出發點，整合輔訓服務與智慧應用資源，掌握關鍵創新能量，落實企業成長之觀點；透過各領域專業顧問團隊進行智慧製造輔導，融合跨界跨域創新輔導資源，達成提升產業各項競爭力指標，透過整合管顧與技服價值之網絡，再興臺灣中小企業。
- 結合縣市政府、專業技術法人及產業公協會等資源打造中小企業成長支援系統，作為發展新世代中小型製造業基礎，透過推動價值體系之數位智造轉型模式，全力推動中小企業數位轉型，翻轉更新企業體質形成製造業再興生態圈，帶領中企型製造業進入嶄新格局，達到臺灣中小企業耀眼國際之目標。
- 透過工作坊活動，擴散培育國內中小企業數位轉型管理顧問能量，精進中小企業轉型升級輔導服務，掌握中小企業現場需求痛點與規劃輔導服務路徑。透過國際及臺灣中小企業自動化改革經驗與技術，導入數位轉型方法論及案例，協助企業數位升級，共同提升產業競爭力。
- 藉由推動新世代中小企業體質升級與創新營運模式轉型，促使中小企業扮演區域創新服務樞紐，讓5+2產業創新能量改造臺灣產業體質，實質助益企業成長，振興在地經濟與就業成長並接軌國際。

- 落實解決海外臺商升級轉型之需求，聚合國內具領域專長特色之管顧機構，深耕馬來西亞、泰國、越南等新南向主力國家。借重我國與馬來西亞建立之馬臺經濟合作委員會資源，共同辦理APEC SME產業躍升講座暨企業交流媒合會，使能量極大化，促進雙方多元合作模式。

4. 中小企業經營成長增值計畫（109.01-109.12）

(1) 計畫重點：

- 成立中小企業經營輔導體系協調窗口，提供專人諮詢服務，根據企業需求提供諮詢與轉介政府各項輔導資源；維運與管理經營管理輔導體系網站，以及協助體系進行各種輔導資源推廣與宣導。
- 協助企業進行經營管理診斷，委派顧問專家到廠服務，藉由顧問團隊實際到廠現場訪談與診斷，深入了解企業實際營運狀況與困難點，進行問題分析，提供診斷之內容與建議，做為企業進行短期改善之依據。
- 召開評選會議，遴選深度個廠輔導資格之企業，透過長期陪伴式之深度輔導過程，穩健中小企業經營體質，進行能量創新；透過主辦單位於輔導期間安排到廠訪視，針對輔導內容提出建議，讓企業輔導成效更臻完善。
- 籌組輔導團隊協助企業推動生產力再造（Productivity Again）之重點，進行全方面體質診斷與輔導，提出企業中長期體質改善方案，協助企業進行長期整體發展之布局。

(2) 預期效益：

- 基於多年人才培育，創新推動學子新銳培育體系、在地化與國際化專家顧問介接機制，培育儲備顧問，增強現職顧問能量，提升管理研發創新價值，推動產業創新模式，並協助企業培養經營人才。

- 透過標準化之診斷輔導系統，由專業顧問提供適合之診斷報告，包括輔導建議及相關輔導資源，協助中小企業健全企業體制及提升經營管理能量。
- 透過短期到廠診斷，提供中小企業即時之改善建議，進行短期企業體質強化；依照企業需求，量身擬訂深度輔導之策略，協助中小企業進行改善與創新，提升經營管理能力與競爭力，優化經營體質邁向成長與追求卓越。

5. 中小企業服務優化與特色增值計畫（109.01-109.12）

(1) 計畫重點：

- 從顧客需求、創意點子發想、服務品質衡量、數位策略發展、市場行銷推廣、開放式創新等評估構面，採專家團隊二對一深入診斷服務模式，提出服務優化的具體改善建議，並導入以使用者需求與設計思考為主之創新方法，挖掘關鍵價值要素，進行作業流程改善或品牌重塑，提升服務品質，達成服務優化之輔導目標。
- 以具體商品體驗改善或創新為主題切入，針對顧客需求、創意發想、商品概念發展、商品原型測試，及市場行銷推廣等構面進行特色增值診斷服務並提出建議；協助企業關鍵價值要素結合設計美學等內容進行商品創新或設計改良，進而提升產品價值，達成特色增值之輔導目標。
- 籌組專業團隊並建構輔導模式，協助中小企業群聚聯盟盤點差異化價值；以使用者觀點，整合群聚價值鏈與支援群聚聯盟成員之專長，優化特色增值與服務，滿足顧客潛在需求，創造服務與商品之差異化價值。
- 舉辦研討會、國際論壇及成果發表會，彙集國內外服務設計專家與特色體驗之標竿企業，分享與交流成功創新個案，帶領企業以設計思考及流程改善開發產品新視角。

(2)預期效益：

- 透過企業診斷及輔導，由專業顧問團隊找出企業瓶頸與後續輔導方向之建議，達成服務優化；運用多元領域專家團隊協同診斷輔導，結合各領域專家，共同為申請企業診斷與輔導，透過跨域協同模式協助企業升級轉型，提升輔導產出價值，強化企業魅力特色及市場競爭力。
- 透過說明會介紹企業服務優化、特色加值與協同群聚等輔導資源，協助企業建立服務優化理念或進行設計加值，提升服務能力、設計能力、商品之功能性與感性價值，形塑企業魅力特色，提升企業服務優化能力；藉由實體活動與線上平臺加強對企業轉型升級能量注入，推廣輔導成功案例，促進產業間標竿學習，提供企業觀摩交流及商機媒合機會，強化市場拓商成效。

6.服務業創新研發計畫（109.01-109.12）

(1)計畫重點：

- 透過邀集各領域專家開設主題講座及專業課程，以一對一諮詢加速創新聚焦，提升企業知識涵量；加強整合行銷方式擴散創新標竿，擴大媒合及轉介管道，積極推動企業間資源鏈結；強化鏈結外部資源，如創投、創新競賽接軌等方式，協助企業取得創新資源，延續其創新能量；鼓勵企業以團體戰方式提升整體服務，擴展營運市場，塑造服務業群聚創新整合，以補助資源挹注、優質案例研析及行銷推廣擴散三大執行策略，有效提升服務業之總體價值與能量、創新能力及國際競爭力。

- 以提供個案補助方式分攤服務業者開發經費，透過前期啟發、標竿建立等方式，鼓勵商業模式創新，並以試營運驗證創新計畫之可行性，藉此持續創新校正，引導新業態及新業種之產生，進而強化服務業核心競爭力。鼓勵企業以團體戰方式打造服務生態系，達到綜效之經濟效益，提升品牌價值，邁向國際市場。
- 邀請專家組成審查委員會，不定期召開專家會議，適時調整服務業創新需求機制，透過審查機制擇優補助，協助企業結為生態系，以創新商業營運模式開拓市場。
- 追蹤與輔導亮點個案，將案例彙編成冊，分享創新軌跡及成效，並透過計畫網站、社群平臺及電子媒體策略合作，以時事議題、創新趨勢等話題，促進異業知識交流，展現計畫優良個案成果，作為業界學習之標竿，引導更多業者投入服務創新研發，輔以歷年績效成果之淬鍊，持續擴散創新知識，提升服務業創新研發及高質化能力。

(2) 預期效益：

- 因應產業趨勢，依循相關政策建議，透過計畫內外資源串連、成立專業顧問團隊提供諮詢輔導及轉介服務，使企業依據需求尋找創新研發所需資源，提升企業營運體質。以一站式滿足多元創新資源，提升服務業服務品質及附加價值，朝向高值化服務內容發展，提升國內服務業整體競爭力。
- 透過企業參訪、亮點標竿表揚及主題交流小聚，推動各產業結盟創新，加深受補助業者互動，提升合作機會，強化多元推廣管道行銷，提高個案成果之擴散效益，將創新內涵及成果傳達至更多業者，擴散創新知識與經驗，促進跨界合作及拓展商機，強化商業服務業競爭實力。

- 透過出版成果彙編，深入諮詢及傳遞知識，引導國內企業因應環境變化產出創新商業模式，應用新服務商品、新經營模式及新商業應用技術，以行銷方式推動試營運，加速企業快速驗證，提升企業營運體質，以發揮更具體之實質效益。

7.新南向產業鏈結增值計畫（109.01-109.12）

(1)計畫重點：

- 辦理計畫說明會暨清真專題講座，協助臺灣餐飲業者了解計畫資源、清真認證及餐飲品牌經營等議題，分享成功取得清真認證、餐飲品牌經營、科技應用及數位行銷等案例，加強餐飲業者職能，讓餐飲業者多元學習及追求卓越；建立清真輔導診斷機制，促進國內業者發展符合在地安全食材及提供適切產品服務；透過餐飲業者交流小聚，完備國內餐飲連鎖業者向新南向國家跨域拓展之能量。
- 邀集國內餐飲業者至新南向國家考察，與在地華商合作，直接與當地企業媒合及交流，以餐飲業合作創新思維、拓展海外商機為主軸，帶領業者貼進新南向國家餐飲市場，提供適切之政策面建議與資源，實地進行全面考察及多元特色餐飲體驗；辦理海外媒合會，協助餐飲業者搭接新南向國家在地華商、供應鏈、通路及平臺廠商，打造在地服務合作模式應用，提升業者海外市場洞察力及國際競爭力。辦理國際展覽，邀集國內餐飲連鎖業者參與新南向國家展覽行銷活動，塑造臺灣美食形象，並促進與當地買主交流與合作。

- 辦理餐飲服務業新南向創新與永續經營國際論壇，以新南向國家餐飲企業經營模式、海內外展店策略及國際餐飲創新服務為主軸，邀請國內外餐飲業標竿業者、政府部門或相關執行單位代表與會，提供與會者海外展店之知識與建議。
- 辦理媒體創意行銷活動，協助連鎖餐飲業者強化在地網路、社群、數位及電商廣宣，提升臺灣美食能見度，加深臺灣餐飲品牌之特色印象；透過實體展售活動，促進當地消費者對臺灣餐飲之體驗及認同度，健全業者開拓新南向市場之準備。

(2) 預期效益：

- 帶領臺灣餐飲業者至海外交流，了解新南向國際市場資訊、經營樣態、消費者偏好、相關投資環境及政府稅務法律規範等，建立雙方交流管道與合作商機。針對臺灣餐飲連鎖業者需求安排場域服務、展店通路、經營授權合作等參訪，加速業者通路布局腳步。
- 引進國外餐飲國際經營、品牌推廣及海外拓展方法，培養餐飲業經營人才營運能力，提供業者開拓新市場營運方向，刺激原經營模式成長，穩固餐飲國內營運，提升國際競爭力。
- 透過海外參訪交流，促使臺灣餐飲連鎖業者了解國際市場資訊、經營樣態、消費者偏好與習慣及相關投資環境等，建立雙方交流渠道與投資合作商機，以利後續臺灣餐飲業進入國際市場。

- 利用國際展覽之聚客力、行銷通路、品牌包裝手法行銷臺灣特色餐飲，搭配國內外行銷管道，朝向新南向國家發展，開拓臺灣美食新市場，增加餐飲品牌價值及國內外能見度；透過串聯多元數位、互動式行銷方式操作包裝計畫成果宣傳，強化新南向國家消費者及旅客對臺灣餐飲品牌之印記。

8. 餐飲業國際化推動計畫（109.01-109.12）

(1) 計畫重點：

- 辦理媒合交流活動，與海外商會或協會合作，以餐飲上下游及相關產業為主軸，邀請海外當地有意代理臺灣餐飲品牌之廠商、供應鏈、對臺灣餐飲品牌有興趣之通路及平臺廠商等出席，協助國內餐飲品牌至海外展店；提供業者國際展店法律與稅務諮詢服務，採隨到直接協助方式，提供業者開拓海外市場前，了解各國稅務、法律、商業談判知識，以提升海外展店成功率。
- 辦理餐飲業國際論壇，以國際品牌經營、在地行銷策略及餐飲趨勢應用等為探討主題，邀請國內外餐飲相關產業標竿業者、政府部門或相關執行單位代表與會，探討國際品牌經營與發展趨勢、各國推動餐飲業政策重點、當地市場與經營策略及創新科技應用等議題，提供與會者創新與永續經營之專業建議。
- 結合地方政府或跨部會資源，辦理臺灣滷肉飯節，遴選出具特色與潛力之餐飲業者，推廣給國內外旅客，並結合店家聯合促銷之方式，吸引國內外旅客，讓旅客體驗臺灣美食好滋味；舉辦臺灣美食祭及臺灣美食展等活動，邀集餐飲業者共同參與；運用數位平臺進行餐飲相關活動及議題操作，提升業者營業績效；邀請國際媒體參與報導及運用社群媒體，推廣餐飲美食國際化。

- 整合企業內部異質系統，輔導臺灣連鎖餐飲業者運用數據分析及人工智慧演算技術進行客群分析、精準行銷及營運優化，以數據驅動經營績效。結合政府開放資料（Open Data）及場域跨業數據資料，輔導餐飲業者運用人工智慧辨識及分析技術進行分析。

(2) 預期效益：

- 透過參訪交流、考察及參展，促進業者完備海外餐飲產業鏈上下游鏈結，提升臺灣餐飲業者標竿學習機會，提升餐飲軟實力。利用國際媒合交流活動，搭配國內外行銷管道，促進臺灣餐飲業者朝向國際化發展，增加市場競爭力，開拓臺灣美食新市場，增加餐飲品牌價值與國內外能見度。聚集國內外餐飲領域專家進行專題交流，提升國內餐飲服務創新及永續經營方法與趨勢新知。
- 集結臺灣餐飲美食展示、試吃及銷售，吸引國內民眾消費及體驗臺灣美食好滋味，提高餐飲業者知名度；提升臺灣滷肉飯聲量，維持國際美食地位，再創臺灣餐飲產業新風貌。
- 藉由數位平臺多元行銷臺灣餐飲品牌，讓遊客容易取得餐飲資訊，創造直接收益；結合國內外媒體和社群，與網路平臺業者合作，宣傳臺灣美食祭活動，吸引國內外觀光客共襄盛舉，推廣臺灣餐飲之知名度及國際能見度，並與異業合作聯合促銷優惠、網實整合等方式行銷宣傳，吸引人潮，產生延伸擴散效應，帶動消費者之餐飲消費。
- 協助業者導入智慧化應用，提升服務能量與效率；跨域合作建立智慧商情分析平臺，進行客群輪廓分析、商圈分析及櫃位調整，增加場域營運效能。

9.協助傳統產業技術開發計畫（109.01-109.12）

(1)計畫重點：

- 臺灣傳統產業仍具有其核心競爭優勢，主要源自於大量生產之代工模式，惟其運籌能力已面臨國際競爭壓力，本計畫提供研發補助經費，協助傳統產業業者進行產品開發、產品設計及研發聯盟，鼓勵運用數位元素優化新產品功能及開發新產品，引導創新研發新方向，以提高傳統產業新產品研發能量及競爭力，達永續發展之目標。
- 辦理產學媒合說明會，邀請具有創新技術需求業者及具有能量之大專院校育成中心、法人單位等參與，彙集技術供需，快速有效達成合作共識，深化產學合作之效益，提升媒合成效。
- 提供有創新需求之業者相關諮詢、訪視服務，了解業者目前發展狀況，提供內外部創新管理之改善建議，並針對前端市場之需求發掘、產品開發流程以及後端市場行銷到企業整體商業模式等，將新產品發展階段將遭遇之重點，透過專業顧問所提供之診斷服務，協助業者各發展階段之創新構想與轉型方向。輔導廠商辨別市場創新機會，設定創新產品或服務之發展方向，開發具商業化與市場可行性之創新產品或服務內容。透過設計思考及用戶經驗設計等創新方法，經由完成登錄技術服務機構之服務能量，協助企業洞悉顧客或市場需求以進行產品研發創新。

- 整合創新資源與創新管理能量登錄技服業者，辦理創新概念研習活動，以及安排創新領域專家及標竿企業進行分享，建置線上數位學習課程影片，翻轉過往專注技術與規格導向之思維，建立探索使用者與市場需求之創新能力，引領企業以不同角度思考產品與技術之觀點，並以設計思考及服務驅動角度翻轉商業模式與產品開發視角。從新產品開發流程、產品開發與行銷之架構，整合創新產品或服務開發各階段重點概念，達成系統化創新產品或服務之目標。

(2) 預期效益：

- 藉由引入國際創新方法，整合國內具創新輔導能量之單位，輔導企業建立創新模式與創新產品為標竿典範。推動創新輔導服務，達成傳統產業於創新端之供需平衡。致力於創新知識方法及工具之推廣與應用，以提升產業整體創新價值。協助業者建立創新研發能量，並運用系統性創新研發手法從事研發活動，提升產品附加價值，進而提升產業競爭力。
- 與科技部共同推動產學合作研發類別，提供研發補助經費，鼓勵產學共同合作進行創新研發；透過產學媒合會，建立產業及學界互動交流之平臺，導入學界豐沛研發能量進入產業，提升傳統產業核心技術能力，增加產品附加價值。
- 透過線上數位學習課程之引導，協助中小型製造業者認知用戶需求導向與製造服務化，了解創新並非憑空想像，而是嚴謹步驟與方法方能達成，進而開發市場潛在需求之創新產品與服務。透過實體研習活動、數位學習課程以及諮詢、輔導等積極作為，協助臺灣中小型傳統企業建立創新思維與文化，發展創新管理流程，以達協助推動產業升級轉型之目標。

10. 產業知識管理加值計畫 (109.01-109.12)

(1) 計畫重點：

- 研析國內外標竿企業運用資訊或技術於知識管理技術應用之作法，提供國內企業及技服業者在相關技術、資源投入及知識應用之參考。透過知識管理手法，推動產業數位轉型，協助企業運用知識管理基礎，結合資通訊科技與知識之創新應用，改善生產技術及營運效能，並透過知識數據活化與再利用，使企業後續得以順利銜接智慧化分析之相關技術。
- 透過座談會或企業參訪之形式，安排企業知識長、知識管理專家學者、標竿企業進行知識管理關鍵技術、知識管理新知、國際趨勢等主題之分享，搭建跨產業知識分享平臺，並串連知識長交流會、工作坊與公協會，快速擴散國內製造業產業智機化之發展。
- 集結產官學研能量，以知識管理角度出發，從過去計畫成果做延伸，建構單一產業適用之智慧化生產導入模式，診斷企業自動化水平，提供業者智慧化生產導入策略及明確產業智慧化生產升級流程。

(2) 預期效益：

- 營運知識管理專業社群，透過知識交流與分享，擷取各領域專家之隱性知識，積極強化組織內部與外部標竿學習及分享，協助企業快速結合資通訊技術之傳播，運用知識交流協助企業及員工能在既有知識上不斷累積、學習，促使知識有效學習與擴散。

- 協助製造業透過輔導與診斷資源，解決欠缺知識管理基礎所面臨之問題，進而提出產業邁向智慧化生產之發展方向，補足企業知識管理發展缺口，達到提升整體產業競爭力及加速重點產業智機化之成效。
- 藉由產業智慧製造知識加值應用研究，凝聚企業知識管理能量，借鑒先進國家智慧化生產趨勢或技術，研擬國內重點產業智慧化生產升級流程，促進企業知識管理再進化，透過輔導模式整合，達到推動重點產業智慧化生產加速成效。
- 結合政府及各領域專家協助產業提升知識能量，透過專案管理有效地掌握、整合及運用各項資源，協助企業快速解決升級轉型過程中所面臨之營運困境，進而提升整體之營運績效。

11. 企業經營品質躍升計畫（109.01-109.12）

(1) 計畫重點：

- 遴選具產業智機化潛力業者及具智機產業化之潛力企業，提供以卓越經營為核心，導入各種智慧技術如精實管理、大數據、物聯網、虛實整合等輔導及諮詢診斷服務，檢視經營管理須具備之基礎要件及邁向智機化應具備之核心能力，有效推廣卓越經營模式及鏈結智慧機械，協助轉介智慧技術需求，持續改善經營體質；辦理能量登錄審查會議，彙整與應用之管顧業輔導能量。
- 藉由諮詢診斷服務，視需求導入卓越經營評量或生產力再造成熟度評量，檢視經營管理應具備之基礎要件及邁向智慧機械與製造應具備之核心能力，作為永續經營發展方針之參考。

- 辦理卓越經營推廣說明會、實務工作坊、得獎廠商觀摩活動及得獎者事蹟刊載等各項媒體廣宣活動，包括平面、戶外及網路媒體等，擴大參與群落，蒐集國際與國內標竿案例及分析卓越經營獎得獎機關團體之績效評估，掌握全球經營管理趨勢，了解世界經管潮流脈動，織就卓越經營學習網絡。
- 辦理精銳企業交流成長活動，以每季主題式學習維繫成員凝聚力，透過深度交流全面經營品質新知，塑造企業永續發展相關技術與服務等創新模式。
- 維運卓越經營整合服務資訊網站平臺，確實掌控所有參獎者資訊，使獎項評選流程更加順暢，承繼卓越經營獎項精神之基礎，進而提升國家級卓越經營獎項新形象。
- 辦理國家品質獎評選與表揚活動，樹立卓越經營及經管技術足資典範之學習楷模，供各界觀摩學習，形成卓越經營風潮，提升產業競爭力。

(2) 預期效益：

- 透過卓越經營輔導，檢視企業經營現況及智機化程度，引領業者建立智機化產線及技術方案，應用於系統規劃、智機方案、設備連線、資訊整合、製程改善、產品品質提升或生產效能提高等，作為產業智機化之先導示範，引導業者邁向卓越，提升核心競爭力。
- 透過實踐管理顧問業能量登錄審查作業及管理顧問業促進投資資料彙報等機制，輔以卓越經營之商機媒合、經營諮詢診斷、經營輔導等服務，連結經營技術，導入智慧元素，深化產業卓越意識，持續精進卓越經營評量系統，帶領自主提升及持續改善。

- 運用推廣說明會結合小型觀摩活動、媒體廣宣塑造獎項恢弘氣勢，研究當代卓越經營管理趨勢，透過卓越經營整合服務資訊網站及線上評量系統，增進產業對卓越經營之嚮往與認知，擴大推廣參獎群落及卓越經營意識。
- 以實務工作坊擴大推廣範圍，促進精銳企業交流，將評量工具與企業實務經營結合，提供企業持續改善參考，推動精銳企業了解國家品質獎內涵，持續經營管理水準，實現全面卓越經營永續經營為理想。
- 藉由工業4.0、品質4.0或創新營運模式對卓越經營影響之個案研析，掌握國際相關標準及先進國家發展趨勢，促成與國際接軌之重要參考指標，建立卓越標竿品質技術。
- 透過辦理國家品質獎評選與表揚，發掘潛藏各行各業之標竿典範，樹立卓越經營及經管技術足資典範之楷模，刺激企業、組織及個人對卓越經營之競逐及長期投入，從內在經營體質調整，形成卓越經營風潮，提升產業競爭力，促進我國持續邁向卓越經營。

12. 亞洲生產力組織執行計畫及國際關係服務專案計畫 (109.01-109.12)

(1) 計畫重點：

- 辦理亞洲生產力組織(APO)年度工作項目，包括：出席APO理事會議(GBM)、聯絡官會議、策略規劃會議(SPW)及各國生產力機構主管工作會議(WSM)；規劃並執行APO 2020年在臺舉辦之研討、研習、訓練及多國性考察研習團等計畫。

- 執行會員國間之交流與合作、會務聯繫，推薦國內專業人士分赴會員國參訓及擔任APO專家，接待APO等國際機構官員、會員國生產力機構人員及APO專家來臺進行主題性與趨勢之考察與交流合作。編印提升生產力相關主題之英文電子出版品等工作。
- 辦理APO專家講師之延聘與派遣工作之推展，包括依我國產業需求，向APO提出專家來臺服務申請，以及依會員國所提需求，由我國派遣專家赴會員國服務。
- 邀請產、官、學、研各界專家，籌組亞洲綠色生產力綠耕隊出訪，選定亞洲生產力組織會員國（印度、寮國及泰國等）進行技術深耕交流，依據該國之綠色議題需求進行技術交流，將我國優勢產品、技術、服務與設備等推廣至目標會員國，衍生後續實質商機合作。
- 整合智慧製造智庫、相關設備及系統資源廠商，派遣核心技術顧問及專家學者，前往泰國及越南等國家辦理技術服務交流與媒合活動，進行智慧製造診斷輔導及商機媒合，加速會員國進行成果標竿學習。

(2) 預期效益：

- 參與亞洲生產力組織年度會議，了解APO策略及各會員國概況，彙整報告作為後續APO業務推動之參考。經由與會員國進行政策與技術交流，深入了解會員國需求及目前生產力發展之狀況。透過國際研討會等活動辦理，針對我國綠色優勢技術，邀集國內外專業人士共同研討與學習，帶動國內產官學研專業技術與知識之提升。透過在臺舉辦計畫活動，促進國際交流，展現我國之產業發展與成果，進而創造可能商機與未來合作機會。藉APO此一非政治性之國際平臺，積極參與國際事務活動，善盡國際組織會員國之責

任，鞏固我國在APO之地位與權益，落實政府推動之實質外交。

- 透過考察團、研討會、講習會、訓練班及專家服務等方式，配合各會員國經濟發展之實際需要，選擇特定項目與課程，由各會員國考察人員集中研習，或選派專家分赴各國指導，推介新知識、新觀念、新技術及新方法，激勵各會員國加速推動提高生產力之各項活動，拓展其國際化視野、提升專業能力，進而提升區域產業生產力與競爭力。
- 運用APO平臺，建立參與人員資料庫及人脈網絡，善用與各會員國所建立之情誼與溝通管道，搭配我國政府現今推動之新南向政策，增進我國與目標國家在經貿、產業及人才之交流及雙邊合作實質關係。
- 藉由在臺舉辦綠色生產力及智慧製造相關主題計畫活動，邀集國內外專業人士共同研討與學習，帶動亞太地區專業技術與知識之提升，促進國際交流；同時向APO各會員國貢獻我國產業優勢技術與經驗，形塑我國優質形象，拓展國內外產業鏈間之合作商機。
- 透過會員國間交流互訪及共同研議合作計畫，提供目標會員國所需之綠色議題解決方案，對外行銷我國優良法令制度及綠色優勢技術經驗，創造後續商機與合作。藉由與會員國合作辦理示範計畫，建構海外健全方案之孵育環境，輸出整套產品及技術服務，與APO會員國建構雙邊、多邊之交流合作模式，達到外交友好與綠色生產力提升之目的。

- 辦理APO各項計畫活動，展現我國在經管及產業發展領域上之成果及能量，以供會員國參考及標竿學習，擴散我國影響力，深耕我國在APO所扮演之角色及重要性。藉此了解會員國需求，進而創造我國與會員國間之實質交流合作機會及未來互利共贏之新合作模式，達成拓展商機及深化我國國際參與之綜效。

13. 大陸地區臺商經營管理實務講座計畫（109.01-109.12）

(1) 計畫重點：

- 為協助大陸地區臺商提升經營管理能力，與大陸各地區臺商投資企業協會共同舉辦公開課程培育臺商幹部，藉由講座課程方式加強企業內部經營管理、智慧製造、精實管理、策略管理、行銷管理及研發創新等能力，並提供相關協助資源，讓臺商在面對產業競爭及國際競爭雙重壓力，能掌握市場，保持競爭優勢。

(2) 預期效益：

- 透過經營管理實務講座以服務臺商，俾提升大陸臺商經營管理能力，協助臺商降低投資風險，落實政府關懷臺商之政策。

三、本年度預算概要

(一) 收支營運概況

1. 收入預算概要

- (1) 本年度勞務收入預算編列9億9,836萬5千元，較上年度預算數9億8,848萬元，增加988萬5千元，約1%，主要係持續開拓自辦業務收入及政府委辦計畫收入所致。
- (2) 本年度業務外收入預算編列260萬元，較上年度預算數260萬元，無增減變動。

2. 支出預算概要

- (1) 本年度勞務成本預算編列9億6,906萬5千元，較上年度預算數9億6,016萬6千元，增加889萬9千元，約0.93%，主要係持續開拓自辦業務與政府委辦計畫，支出相對增加所致。
- (2) 本年度業務外支出預算編列70萬元，較上年度預算數70萬元，無增減變動。
- (3) 本年度所得稅費用預算編列624萬元，較上年度預算數604萬3千元，增加19萬7千元，約3.26%，主要係稅前賸餘增加致所得稅費用增加。

3. 以上總收支相抵後，計賸餘 2,496 萬元，較上年度預算數 2,417 萬 1 千元，增加 78 萬 9 千元，約 3.26%，主要係承辦人才培育及教育訓練業務案件及利息收入較預期增加所致。

(二) 現金流量概況

1. 業務活動之淨現金流入 3,100 萬元。
2. 投資活動之淨現金流出 1,800 萬元，包括增加流動金融資產 500 萬元，增加不動產、廠房及設備 1,250 萬元，增加存出保證金 50 萬元。
3. 籌資活動無現金流量。
4. 現金及約當現金之淨增加 1,300 萬元，係期末現金 5 億 5,800 萬元，較期初現金 5 億 4,500 萬元增加之數。

(三) 淨值變動概況

本年度期初淨值9億680萬2千元，增加本年度贖餘2,496萬元，期末淨值為9億3,176萬2千元。

四、前年度及上年度已過期間預算執行情形及 成果概述

(一) 前年度決算結果及成果概述

1. 決算結果：

- (1) 勞務收入決算數 11 億 9,753 萬 8 千元，較預算數 9 億 7,869 萬元，增加 2 億 1,884 萬 8 千元，約 22.36%，主要係因自辦業務接案、政府委辦計畫及農委會補助計畫較預計增加所致。
- (2) 業務外收入決算數 435 萬 4 千元，較預算數 90 萬元，增加 345 萬 4 千元，約 383.78%，主要係因 106 年度購置承德訓練中心案未執行致自有資金增加所產生利息增加及轉列逾請求權時效尚未給付之款項等。
- (3) 勞務成本決算數 11 億 6,481 萬 3 千元，較預算數 9 億 4,688 萬 6 千元，增加 2 億 1,792 萬 7 千元，約 23.02%，主要係業務接案較預計增加，而所配合之必要業務支出增加所致。
- (4) 業務外支出決算數 57 萬 9 千元，較預算數 270 萬元，減少 212 萬 1 千元，約 78.56%，主要係實際無舉債故無利息費用、外幣資產評價之未實現損失及其他業務外支出摺節支出所致。
- (5) 所得稅費用決算數 721 萬元，較預算數 510 萬 1 千元，增加 210 萬 9 千元，約 41.34%，主要係所得稅率自 17%調整為 20%之故。
- (6) 以上總收支相抵後，計賸餘 2,929 萬元，較預算數 2,490 萬 3 千元，增加 438 萬 7 千元，約 17.62%，主要係承辦人才培育及教育訓練業務案件接案較預計增加，以及原預計以自有資金與貸款購置承德訓練中心案未執行，致利息淨收益較預計增加所致。

2. 計畫執行成果概述

前（107）年度自辦業務計畫完成企業輔導381案，教育訓練培訓達11萬5千人次，共計5億5,401萬2千元；執行政府委辦計畫54案，共計5億9,734萬5千元；執行政府補助計畫6案，共計4,618萬1千元，僅佔總收入3.84%。主要計畫成果概述如下：

(1) 小型企業創新研發計畫（SBIR）推動管理計畫

- 辦理中小企業「創新技術」與「創新服務」研發計畫之補助，107年度受理SBIR（含地方型SBIR及創業型SBIR）計畫申請1,144案，審核通過814案，政府補助金額7億4,975萬元，廠商自籌金額10億7,615萬元，強化中小企業創新研發能量、誘發業界研發投資，促使中小企業及傳統產業提升研發基礎，朝向高附加價值發展。
- 研擬加強推動「新一代SBIR」計畫（包含創業型SBIR及創新型SBIR），創業型SBIR之部分，辦理第2屆創業海選計畫（Stage1），共計100件計畫獲得推薦，每件計畫獎勵60萬元，並從106年度第1屆創業海選計畫（Stage1）結案計畫中，有19件計畫獲得推薦進入第二階段「創新擇優」（Stage2），總補助經費2,795萬元；創新型SBIR為擴大行動支付普及應用服務補助計畫，核定通過49案，補助款金額3億3,334萬元。
- 建立新創企業輔導陪伴機制，依據新創企業之財務、通路、技術、智財管理等七大資源需求，辦理創業輔導資源對接說明會、座談會及設立功能別諮詢窗口，立即解決問題，協助新創企業永續成長，計350人次參與，受理諮詢服務59家次。

- 針對 104 至 106 年度 SBIR 計畫結案廠商進行結案後之成效追蹤調查，平均政府每投入 1 元可引導中小企業 1.97 元之資本支出，成功帶動中小企業投資，促進投入開發新技術與新產品；約 39.46%計畫產出成果已達成商業化，創造 51 億 1,600 萬元商業產值，促進 20 億 8,100 萬元之後續衍生投資，增加就業 434 人次；在技術研發過程重視專利佈局與相關智慧財產認證，申請專利 554 件，取得專利 383 件。
- 地方型 SBIR 計畫計有基隆市、新北市、桃園市、新竹市、苗栗縣、臺中市、南投縣、彰化縣、雲林縣、嘉義縣、嘉義市、臺南市、高雄市、屏東縣、宜蘭縣、花蓮縣、臺東縣、澎湖縣、金門縣及連江縣等 20 縣市推動地方特色產業創新研發計畫。經濟部協助地方政府補助中小企業經費 1 億 9,900 萬元，地方政府配合投入補助中小企業 1 億 4,800 萬元，帶動 454 家企業投入在地特色產業之連結，促進各縣市產業聚落廠商之技術升級與價值創造。
- 為延續擴散創新研發業者互補合作，促進研發成果市場化，辦理創新大聯盟 (Innovation Research Group) 交流活動 3 場次，透過多元實體交流會、觀摩參訪等形式傳遞創新技術，掌握產業趨勢，帶動上中下游、水平或跨領域研發聯盟合作機會。舉辦「SBIR 20th 創新永續，智慧轉型系列成果展」，以創新永續及智慧轉型為主題，邀請獲補助之業者，以實虛整合、互動體驗之方式，展現產業創新之輔導成果。

(2) 推動中小企業智慧製造數位轉型計畫

- 辦理製造業系列活動推廣新智造意識，透過製造業列車巡迴駐點行程，以校園巡迴為重點，結合慶典時間及人潮地點規劃亮點，擴大活動綜效，體驗達 5,102 人次，觸及超過 10 萬人次。以跨界場域產學媒合、意識翻轉技藝傳承為目標，辦理新世代智造企業見學及新世代智造人才講座，邀請青年體驗企業智慧製造之魅力，推廣新智造意識，引發創意實現，促成社會翻轉與創新，計 1,138 人次參與。
- 蒐集先進國家標竿政策，如德國工業 4.0、美國先進製造夥伴計畫、日本產品製造產業振興計畫及南韓國家機器人產業政策等資料彙整分析，完成中小企業數位轉型服務團運作模式規劃報告，建立數位顧問輔導與診斷機制，協助提升企業內部管理數位能力，進軍國外電商銷售平臺。另透過盤點對 5+2 產業創新領域之基盤產業架構及製造技術現況，比較國際標竿廠商製造水準，完成 5+2 產業創新領域基盤產業成長機制規劃報告，以了解未來提升目標，整合地方公協會、廠商、學校、企業等資源，精進智造服務公司及创新中心等體系之智慧製造能耐。
- 以具可讀性之故事型案例，著重於產業缺口及廠商痛點之解決方案及過程分享，推廣智慧製造及數位轉型之新智造意識，完成數位轉型及智慧製造成果輔導案例 17 案，包含 60 家業者之示範性成果案例教材，其中電視主題案例，以個案探討方式，深入介紹計畫輔導內涵與成效，觸及超過 94 萬人次。
- 完成 120 家數位轉型體質改造臨場診斷及服務，以及 33 家數位轉型輔導，包括智慧運輸服務產業價值網絡新型態載具智慧運輸服務（成運汽車等 6 家）、智慧製造製程技術之

數位轉型價值網絡（大鏞科技等 3 家）、打造數位穩流油封智慧模組（亮宇油封）、產線良率提升創造高盈餘品質（冠馳）等，促進企業營收成長 2 億 1,000 萬元、增加投資 1 億 570 萬元、外銷訂單成長 1 億 3,760 萬元及增加就業人數 57 人。

- 完成 90 家智慧製造創新應用診斷服務，以及 61 家智慧製造輔導，包括打造 PCB 產業智慧製造服務平臺（興普科技等 5 家）、環保感應式龍頭組智慧製造價值網絡（彰一興實業等 5 家）、鋼材表面智慧檢測系統導入（盟鑫金屬）、提升膠帶產業智慧生產（光益包裝）等，促進企業營收成長 6 億 7,095 萬元、增加投資 8 億 3,610 萬元、外銷訂單成長 2 億 1,809 萬元及增加就業人數 138 人。
- 維運臺灣管顧產業鉅群聯盟（TMCteam），研發診斷與輔導一站式服務，以跨界合作模式為企業量身打造全面檢測分析，召開鉅群聯盟運作協調會議、系列講座或商機媒合會 12 場次，介接需求 30 案。以平臺經濟模式，透過知識體系、商業模式創新及數位化之交叉運用，進行跨域服務整合與海外商機拓展，以行銷華人管顧能量。
- 為持續深耕東南亞市場，配搭亞太經濟合作會議（Asia-Pacific Economic Cooperation, APEC）運作資源，辦理「APEC 中小企業 O2O 論壇」活動，由精密機械、醫療器材、美妝產品及綠能產品四領域企業，共同參與馬來西亞海外拓銷團，促進商機媒合。並以臺灣經濟成長「製造群聚與地方創生」為主軸議題，辦理中小企業產業智慧化躍升講座，暢談分享臺灣產業發展之標竿案例，吸引馬來西亞產業對臺灣智慧製造與數位轉型經驗之興趣。

(3) 中小企業經營成長加值計畫

- 完成短期診斷 60 案，針對企業所面臨之問題，提供解決方案，供廠商進行改善，並視需要有效轉介相關輔導體系或政府資源，發揮各輔導體系整合功能。為協助企業因應內外環境變化，加強經營管理知識與技巧，完成企業輔導 6 家（禾眾企業社、泰隆得餐飲、榮泉汽水、巧也小吃、自鵬紙器、達穎塑膠），以企業醫生之角色，為企業生產流程、行銷通路、人力資源、規章制度等進行輔導升級，強化企業體質，以利長期發展之布局，促進企業營業額成長 2,550 萬元，生產成本降低 227 萬元。
- 為協助輔導廠商進行異業結盟，共同推動跨區合作及永續經營之合作，促成新型態之交流，針對特定合作主題進行群聚輔導，帶領中小企業提出主題合作模式，完成主題式合作輔導 3 案，參與互助合作業者 34 家，促成合作商機 2,900 萬元。整合廠商價值鏈之合作，以達成共同開發產品、技術、通路、採購或新事業機會等目的，完成實質合作輔導 2 案，合作企業 13 家，透過實質合作之運作平臺，互相提升企業優勢及經營體質，促進營業額成長 1,320 萬元。
- 協助中小企業創新產品行銷曝光、技術交流與資金募集，統籌經濟部中小企業處資源，整合經濟部相關局處商機媒合相關活動，辦理 10 場中小企業商機媒合系列活動，協助 113 家企業廠商參展，展出 120 項技術及產品，共有 46,085 人次參與、媒合 1,186 次、預估媒合商機 6 億 3,306 萬元。另辦理中小企業商機創造展示交流會 2 場，526 人次參與、媒合次數達 684 次、衍生合作商機 3 億 4,320 萬元；舉辦臺日跨國商機媒合會 3 場，聚焦於生技醫藥、先進製造領域，促成 110 次媒合洽談，衍生後續合作商機。

- 營運商情資源分享平臺，促成技術升級與商機媒合，提供商情與活動等資訊，包括最新產業發展訊息、輔導廠商成果報導、商機媒合活動、研討會、訓練課程等活動及優質企業產品之訊息，創造多元資訊串流，進行廣宣擴散。

(4) 餐飲業科技應用推動計畫

- 辦理日本海外交流媒合活動，帶領臺灣餐飲業者了解日本市場資訊、經營樣態、消費者偏好及投資環境等，已協助 2 家業者（河邊及雅茗）規劃或已於日本展店；提供展店相關資訊及轉介服務，協助促進 6 家業者（The Alley 鹿角港、五十嵐等）分別於美國及日本籌劃或進行展店。辦理說明會暨趨勢講座及小聚活動 8 場次，計 323 人次參與；透過交流小聚及趨勢課程辦理，提供餐飲業者交流平臺，促進產業交流及異業結合效益；海外展店法務及會計諮詢 2 案，協助業者整合運用資源，健全營運發展。
- 為協助餐飲業者升級轉型，建立餐飲業者諮詢診斷與輔導機制，分別導入品牌形象、環境優化、服務精進、導入科技化應用及清真認證等內容，利用知名店家及連鎖餐飲業者之示範效果，提升臺灣餐飲業者服務能量，使消費者有感，藉以再造整體餐飲業發展競爭力。完成示範輔導 4 案（集山實業、艾可國際、暮盆實業及王長發實業）、單店輔導 12 案，包括環境優化類別 6 家（紅豆食府、丸嵐小吃店、金龍飯店、古都食堂、沁園春餐廳及林聰明沙鍋魚頭）、清真認證類別 3 家（金都餐廳、璞鈺商行及淡水紅樓中餐廳）、升級再造類 3 家（仙園海鮮、港都餐飲及樂子餐廳），輔導後提升營業額 1 億 6,776 萬元、擴散應用於 78 家門店、增加投資 1 億 8,200 萬元、擴展 24 間分店及增加就業人數 724 人。為協助餐飲業者注入成長動能、優化服務品質，將

具體可行之案源引薦至資金投資資源，完成協助見康食品、福慧根湯、福友餐飲、小春樓滷味、港都餐飲等 12 家業者申請創投資金挹注，以提升業者服務能量。

- 為強化消費者對優質餐飲業及特色美食商品之認識，透過行銷展覽活動之聚客力，推廣業者品牌形象，辦理臺灣美食展，設立「美味食光」主題館，邀請 29 家業者，以經典美饌、臺灣滷肉飯、特色飲品及美食擔露四大主題區進行推廣，並透過 Facebook 線上直播、大會宣傳大使逛展及國飯代言人—莎莎互動等活動，吸引至少 8.5 萬人次參觀，創造營收 280 萬元之經濟效益。
- 辦理「臺灣美食行動 GO」活動，邀集 620 個品牌及 760 家業者參與，以 2018 臺灣滷肉飯節、中式料理、異國料理及特色料理四大主題進行行銷推廣，期間經由手機廣告、APP 推播、EDM 專刊推廣、Facebook 粉絲團、Line@ 官方帳號宣傳及 YAHOO 首頁人氣品牌專區推廣，觸及 3,423 萬人次，吸引 31 萬人次參與，帶動餐飲營業額逾 5 億元。透過聯合促銷優惠、網實整合等數位行銷宣傳，產生延伸擴散效應。並以行動支付方式，將臺灣餐飲品牌之多元行銷曝光，吸引國內外遊客實際消費及體驗，提升臺灣餐飲業品牌知名度。
- 辦理 2018 臺灣滷肉飯節活動 9 場次，於國內進行滷肉飯系列活動推廣，並新增海外推廣活動，創造嶄新美食形象，吸引國內民眾及國際旅客消費、體驗臺灣美食好滋味，共有 18 萬人次參觀，營業額達 143 萬元，後續帶動滷肉飯業者營業額成長約 15%，金額達 2 億 8,000 萬元。
- 辦理「饗美食·臺灣國飯行」套裝行程活動，帶領國內外知名網紅踩線體驗，行程中搭配知名景點，與臺灣滷肉飯節

入選店家進行體驗交流，以及後續露出，觸及全球 1,800 萬人次以上，推廣臺灣餐飲之知名度及國際能見度；帶領臺灣餐飲業者赴日本參與「Taiwan Plus 2018 文化臺灣」，由臺灣滷肉飯節精選之三家特色店家推廣滷肉飯，吸引 5.5 萬日本民眾參與，營業額達 275 萬日元。

- 辦理餐飲新食代國際論壇，探討米其林指南於餐飲產業之影響、廚師技藝傳承、維持穩定團隊服務等餐廳管理之措施與制度，精進我國餐飲產業競爭力，共計 203 人參與。利用故事包裝手法，結合文化張力搭配文創等元素，完成臺灣美食意象宣傳影片，結合網路社群與影音等媒體進行推廣，並於臺北捷運電視、Youtube、Facebook 社群平臺等進行影片播放，計 1,008 檔次，觸及 1,500 萬次觀看，行銷臺灣美食文化，提高臺灣特色餐飲知名度。

(5) 連鎖加盟業能量厚植暨發展計畫

- 針對連鎖總部業者常面臨之經營經管問題，委派專業顧問進行輔導，協助解決總部營運功能角色、數據化門市管理、精進人事與督導機制之困難，提升企業經管體質，完成連鎖總部經營擴散輔導 25 家（總部營運 14 家、海外展店 6 家、加盟管理 5 家），促進產業投資 1 億 7,200 萬元、營業額增加 5 億 3,000 萬元及就業人數 377 人。
- 為協助業者強化門市營運能力，檢視其門市營運發展之輔導需求，包含行銷策略、品牌形象、標準化作業，委派適任之專業顧問協助企業熟習行銷工具應用、虛實整合策略、建立品牌形象、改善標準化作業等，完成 11 家企業輔導（門市營運 8 家、教育訓練 3 家），促進產業投資 3,626 萬元、營業額增加 7,760 萬元及就業人數 53 人。

- 為協助業者評估國際化輸出，成功拓展海外據點，檢視其國際化輔導發展潛力需求，包含海外輸出模式、國際商情掌握、海外授權管理等，依各家企業問題委派適任之專業顧問，協助企業分析海外市場、評估服務輸出模式、精進總部督導機制、國際合約設計等事項，完成國際化發展潛力輔導 8 家，以加速企業國際化腳步，共新增 23 個海外據點，其中新南向 5 個、區域中國大陸 10 個及其他國家 8 個，促進產業國內投資 5,300 萬元、國外投資 2 億 9,800 萬元、營業額增加 11 億元及就業人數 520 人。
- 帶領業者參與展會，設立臺灣連鎖品牌館，透過展會深化海外交流，媒合國際買主共創商機，並透過實地訪查當地商業發展情形、市場趨勢動態與關懷企業發展情形，掌握未來國內連鎖加盟行業推展至海外當地之政策方向。8 月帶領 8 家業者（五花馬、森邦、弘爺、揚秦、老四川、紅太陽、王長發、愛上香茅）參與「第六屆 CCH 廣州國際餐飲連鎖加盟展」，以及 11 月帶領 6 家業者（北之特樂銀、揚秦、森邦、鮮自然、景大、紅太陽）參與「2018 越南國際加盟零售展」，展期現場接單 82 萬美元，後續商機 260 萬美元，促成商機媒合 6 件。
- 為促進國內連鎖加盟業者海外對接能量，辦理國際企業交流會議，邀請當地有意代理臺灣連鎖品牌之買家來臺，與臺灣連鎖業者分享當地市場商機，並透過一對一洽談方式交流媒合，建立貿易洽談平臺及國際企業合作資源網脈，促進臺灣自有連鎖品牌業者與各國間行銷、經營技術與資金交流合作。3 月舉辦國際連鎖商機媒合會，舉行 34 場次對接洽談，現場成交額 3,000 萬元，一年後續商機 4,500 萬元。10 月辦理連鎖加盟業新南向市場企業交流會，邀請到

新南向國家之大型品牌業者、通路商，如菲律賓餐飲集團、泰國餐飲品牌通路商及對於臺灣化妝品牌、連鎖品牌有高度興趣之印度企業，於會中進行成功經驗分享與市場商機說明，計 29 個連鎖品牌業者共襄盛舉，進行 42 場洽談活動，促成未來一年商機 808 萬元。

- 辦理國際加盟產業高峰論壇，邀請新加坡、澳洲、紐西蘭、馬來西亞及印尼之產業協會代表分享當地加盟產業現況與商機，連鎖加盟業如何推動節能減碳及品牌發展國際化之具體建議為議題，帶動業者相互交流，提供臺灣加盟產業業者拓展海外據點之資訊，了解該國投資市場與趨勢。

(6) 廣告設計服務業加值計畫

- 為展現我國廣告設計服務業之創意設計與創新經營能量，舉辦「數位創意展」，共有 4 家廣告業者參展，透過最新技術或成果案例展覽，呈現多元創新之廣告媒體行銷能量，並促進業者跨領域交流，拓展商務合作機會及開創新營運服務模式，計 7,500 人次參觀及交流。
- 舉辦「DigiAsia 數位亞洲大會」論壇，匯集國內外廣告、行銷、管理、科技與設計業者參與，辦理 26 場主題演講，並結合 AI 相關應用，採用微軟人工智慧翻譯解決方案，由 AI 即時翻譯講師演講，將字幕直接顯示於講師簡報上方，提供最即時與準確之翻譯，並徵詢講師同意於 Facebook、Youtube 進行直播，擴散活動效益，共有來自 17 個國家 255 位外賓、409 位國內產業人士參與。

- 為深耕培育國內廣告設計青年人才，辦理國際創意工作坊 2 場次，共培訓 43 位設計師，主題為品牌創新創意及品牌設計之反思，邀請日本 2018 JAGDA 新人賞「花原正基」及新加坡 studioKALEIDO 傳授新趨勢觀點與手法，增進國際視野，學習創新觀點及技巧，從品牌創新與反思、平面設計應用、創意商機等多元角度，啟發學員之思維，有助於面對國際化市場快速變化，提升服務能量。
- 為鼓勵國內優良作品參與國際設計競賽，提升臺灣設計產業於國際舞臺展現之能量，透過蒐集與公告國際競賽訊息於社群平臺，協助國內業者與設計師踴躍嶄露頭角，彙整及協助國內優秀廣告、設計作品參與大型國際競賽，獲獎數達 96 件，包括如 LIA 倫敦國際獎、紐約藝術指導協會年度獎 (ADC) — 國際設計大獎、The ONE SHOW、英國 D&AD 設計與廣告大獎 (Design & Art Direction)、紐約國際廣告獎、K-DESIGN AWARD 韓國國際設計獎、英國 WIA 國際插畫大獎、坎城媒體創意獎、A' Design Award & Competition 等，並於廣告設計頻道粉絲專頁、廣告雜誌等刊登得獎人及作品介绍，觸發後續商機。
- 為協助廣告產業因應趨勢發展加速轉型，強化創意加值，透過與產業公協會合作，辦理 6 場廣告小聚交流活動，邀請產業界重量級設計專家擔任講者，以「品牌再生」、「經典永存」、「設計 Be New」及「從生活小設計到國際競賽主視覺」為主題，分別於臺北、臺中及高雄辦理，以實務經驗搭配主題演講，引發設計思維，以多元化主題交流及產業話題延續性，提高不同領域企業媒合機會，共 154 位產業人士參與。

- 完成 2 案廣告業數位分析技術及境外輸出服務之輔導（優愛德公司及域動行銷公司），透過推動廣告新興媒體跨境發展輔導措施，促進廣告產業多元化數位創新應用，技術引領跨域增值；並鼓勵本土廣告產業承接海外廣告業務、提供整合服務及異業合作等模式，開拓新興市場，促進業者海外發展與技術服務輸出，提高亞太地區市場發展能量。

(7) 經濟部招商投資服務中心專案專人專責客製化服務計畫

- 提供海外攬才諮詢及轉介服務，為關鍵技術人才提供諮詢服務及轉介服務 997 案次，協助在臺工作及後續關懷服務；專人赴海外進行招商服務 8 人次，宣傳臺灣投資環境及商機，吸引更多外商來臺投資；為掌握廠商投資計畫，加速廠商落實投資案，透過鏈結各機關及團體如各地方政府、駐臺單位、中介機構及國內外廠商，加強招商互動，服務中心受理投資服務案件後，由專案經理專責提供投資諮詢、平臺溝通協調、研商等諮詢服務共計 933 次，含括投資環境資訊與諮詢、協助土地廠辦、租稅、合作對象、行政流程、人才勞工等項目。透過協同中央及各地方政府深入產業聚落與訪廠，激勵業者持續加碼投資或針對已落實投資廠商，鎖定招商目標，不定期主動關懷或訪視，促成投資 67 案、投資效益 1,502 億元，增加就業 14,263 人次。
- 針對中央各部會及地方政府招商人員及服務中心專案人員應具備之專業知識、施政方針、各機關業務特性、如何發掘國內投資機會及潛在投資人，辦理說明會、座談會及研習活動等 11 場，包括與各產業推動辦公室（包含金屬機械運輸產業、網通電子資訊產業、能源產業及土地、生技化工民生產業等）、公協會及在臺商會交流活動、再生能源會議等，提升我國招商人員工作效率與服務品質，共計 721 人參與。

- 提升層級跨部會排除投資障礙，對於投資案涉及其他部會或地方政府重大投資障礙者，將由經濟部長召開跨部會之「協助民間投資案件排除投資障礙協調會」協助解決，如仍無法解決者，則由行政院跨部會投資平臺會議處理，以加速投資案件進行。在土地廠辦取得方面，中心作為產業用地媒合單一窗口，協尋土地供給資訊，強化媒合服務，藉以提供廠商多元土地資訊媒合管道。

(8) 產業知識管理加值計畫

- 辦理知識管理交流活動、專題競賽等交流活動 13 場，計 635 人次參與。結合高階經理人籌組跨產業知識社群「知識長交流會」4 場次，分別參訪中華汽車、高鐵探索館、友嘉集團及東元電機，透過標竿學習方式，引導企業進行知識分享與交流，並邀請專業經理人針對特定議題、經營管理或專業技術，於活動及網站分享知識與經驗，協助企業搭建跨產業知識分享平臺，促進企業由上而下推動知識管理制度，營造知識經濟發展環境，提升企業創新價值。
- 依 3D 列印產業之需求，對 3D 列印上游、中游及下游業者或各學校機關等研究機構進行調查訪談，整合上游材料與設備開發到下游產品生產與服務之知識與技術，完成 3D 列印產業知識與技術應用研究報告，透過知識交流串聯 3D 列印產業知識價值鏈，改善對客戶或供應商之關係管理，延伸出其他服務與創新價值。
- 完成知識加值應用輔導 2 案（崇越科技及新麗企業）：協助崇越科技進行知識創新及再利用，透過服務鏈知識內容盤點、職能規劃培訓、知識策展、創新領域專家培養、導入數據探勘、建立智慧預測模型等流程，落實大數據及人工智慧於知識管理之應用；協助新麗企業運用知識管理工具，

形塑知識型組織，推動企業永續發展，結合大數據應用進行問題解決，提升競爭力，輔導協助傳統機械設備數位升級，透過偵測點資料蒐集，將示範線所得資料進行大數據分析，藉此提高生產效率，最終結合知識管理與大數據分析技術，累積未來智慧製造升級之技術能量，促進企業帶動投資額 360 萬元，增加產值 870 萬元，節省成本 324 萬元，平均政府補助 1 元、企業配合投入 1 元、可降低成本 2.02 元、增加產值 5.44 元，輔導計畫之整體投入產出效益達 37.26 倍以上。

- 完成知識加值應用深度診斷 5 家，透過知識管理、生產力再造系統評量工具，結合國內具輔導能量之知識管理技術服務機構協助企業架構知識發展之策略與流程，進行面對面診斷與訪談，了解企業本身知識化程度、現有知識文件管理與組織知識傳承等相關管理制度是否完備，診斷其導入知識管理之現況，分析現況與瓶頸，規劃出最適合該受診斷組織文化與資源之建議方案，改善生產技術及營運效能，健全產業知識管理發展之環境與認知，朝向標竿企業之目標，並運用輔導資源，協助企業布建有利於智慧機械發展與應用之技術能量，提升整體產業之競爭力。
- 藉由亞洲第一套知識管理評量量表，建置評量網站，搭配生產力再造評量，結合產業及知識管理體系之發展趨勢，持續精進知識管理系統評量表及其功能，讓系統能與時俱進；完成 8 筆企業線上自評作業，透過線上評量之方式，擴大資料庫之基盤，分析國內企業知識管理推動情形及產業知識管理成熟度，並協助各企業於知識管理推動時，透過評量工具與數據，擬定明確知識管理發展策略及方向，將資源做更有效之配置及運用。

(9) 企業經營品質躍升計畫

- 完成工業 4.0 或創新營運模式對卓越經營影響之個案研析報告彙編，探討國際經管技術或手法對企業經營品質管理之影響，蒐集德國、美國、英國、韓國、日本及臺灣等共 12 個卓越企業案例，掌握國際經營管理發展趨勢，促成與國際接軌，建構卓越標竿品質輔導參考資料，協助產業提升競爭力。
- 完成卓越經營與智慧製造輔導 4 案，包括導入基礎輔導 2 案（一德金屬工業及王佳實業）及示範線輔導 2 案（義隆電子及新可大國際），以卓越經營評量或生產力再造成熟度評量切入，深入檢視經營現況，協助企業導入相關之經管技術及智慧技術，健全經營體質與強化績效，並協助進行精實管理及智機化規劃評估，其中 2 案進一步完成智機化實驗產線建立，促進企業增加產值 1 億 3,000 萬元、促成投資 5,600 萬元、降低成本 1,500 萬元及增加就業 10 人。
- 選定智慧機械與製造相關類型企業，完成提供卓越經營或生產力再造成熟度評量之諮詢診斷服務 15 案，協助國內產業找出瓶頸突破口，給予未來規劃與建議，提供進一步精實輔導與智慧化發展之配套資源，逐步提升核心競爭力。
- 辦理第 25 屆國家品質獎得獎廠商觀摩活動 2 場（玉山商業銀行及徠通科技），計 22 家企業、60 人參與。以全面卓越類—卓越經營獎之企業及個人為標竿學習目標，透過得獎廠商經驗分享，讓潛在申請者了解申請獎項之歷程，並針對有意願申請新制國家品質獎者進行後續追蹤與服務，增進潛在申請者對全面品質管理實踐之深切認知，激勵企業邁向卓越經營，鼓勵其挑戰新制國家品質獎，進而提升國內企業或組織整體品質水準。

- 辦理第 25 屆國家品質獎頒獎典禮，邀請受獎者、企業員工、審查委員及各界賢達共襄盛舉，頒發 30 家獲獎企業及個人，觀禮人數達 438 人。以交流卓越經營之理念、做法與分享國內外產業趨勢，使卓越經營於產業間能互相連結，提高獲獎者對獎項之向心力，激發其繼續影響、帶領產業走向卓越經營之使命感與榮譽心。頒獎典禮活動獲 20 則以上媒體報導，內容包含國家品質獎簡介、長官勉勵、得獎企業及得獎者，大幅提升國家品質獎之能見度，並藉由報導持續傳達國家品質獎之精神與卓越經營理念，帶動企業標竿學習。
- 完成第 25 屆國家品質獎卓越經營得獎者事蹟之平面媒體及關鍵字行銷製作及廣宣，透過專業雜誌報導第 25 屆國家品質獎卓越經營獎得主，激勵各界追求卓越經營；透過臉書及關鍵字廣告等方式推廣，關鍵字廣告點擊率已達 22,363 次，曝光度達 207 萬次。

(10) 亞洲生產力組織執行計畫及國際關係服務專案工作計畫

- 出席 APO 第 60 屆理事會議：亞洲生產力組織理事會議為亞洲生產力組織最高權力決策機構，由各會員國政府指派及授權代表 1 人為理事所組成，通常於每年 4 月召開。本屆會議主題，由 APO 中華民國副理事呂正華局長說明持續推動由效率驅動轉換為創新驅動模式之 5+2 產業創新計畫，同時執行「數位國家，創新經濟發展 (DIGI+) 方案」，並持續強化新南向政策，深化和新南向國家之合作關係，打造新南向產業生態鏈。

- 依據 APO 計畫通知書 (Project Notification) 之說明與規定，推薦我國產官學專業人士，分赴會員國參加研討會、研習會、訓練班及考察團等各項計畫活動。共派出 50 位代表我國出席在各會員國辦理之計畫活動，進行國際學術交流，互動討論趨勢技術與經營議題。
- 出席第 59 屆 APO 主管工作會議：工作會議為亞洲生產力組織年度重要大會，由各會員國政府指派及授權 2 人分別為工業與農業代表與會。會議中之工作策略規劃分成工業、服務業與農業兩組，討論未來兩 (2019-2020) 年度之計畫項目及計畫活動提出各方之建議，納入 APO 秘書處未來執行業務上之參考。
- 在我國共辦理 8 項 APO 重要計畫，國內外專家學員共 218 人參與。依計畫主題屬性及其參訓資格，邀請相關公民營單位推薦適當人選與會，並洽請來自學術研究機構相關領域學者專家、卓越企業高階主管於會中發表英文專題演講、分享案例經驗；此外，每項計畫均依主題安排參訪我國標竿企業，促進我國廠商與會員國建立友誼及溝通管道，創造未來合作商機。
- 在雙邊合作交流活動方面，1 月斐濟代表團來臺考察綠色卓越中心業務運作情形，以了解未來如何成立知識管理卓越中心。9 月泰國與馬來西亞籌組代表團來臺，參訪我國智慧機械、智慧製造及工業 4.0 之實績，並針對如何運用數位科技提升生產力之議題進行標竿學習與交流。

- 邀請產、官、學、研界專家，籌組亞洲綠色生產力綠耕隊出訪，與目標會員國進行技術深耕交流，或邀請國外專家來臺指導與交流，綠耕隊深耕印度、印尼、寮國、泰國及越南等 5 個目標會員國，以及至馬來西亞進行綠色產業商機探詢。協助 31 家廠商完成商機媒合，促成 5 件合作備忘錄簽署，投資達 9 億 6,456 萬元。
- 在單一考察研習團方面，我國積極向亞洲生產力組織申請單一國家考察團計畫，籌組「日本飲食教育考察研習團」於 6 月前往日本九州考察研習，學習日本食育 Japan Food Education 之運作體系，參訪日本第 13 屆食育推動全國大會，考察最新食育推進情報；9 月份籌組「韓國農業創新考察研習團」出訪韓國，學習韓國六級化及農業創新現況及事例，實際了解農業場域生產、加工及創新服務之運作。
- 在專家延聘及派遣方面，我國向 APO 提出專家來臺服務並獲准之申請案共 5 件，分別邀請來自美國、香港及日本專家來臺出席研討會議，並發表專題演講與座談諮詢。

(11) 大陸地區臺商經營管理實務講座計畫

- 於大陸江蘇省南通市等地舉辦 26 場臺商講座，共 1,271 人次參加，主題包含改善手法之應用技巧、智慧農業升級轉型及生產力再造、精實生產、工廠管理與改善、現場主管管理能力提升實務、APQP 先期產品品質規劃、製造業中階幹部管理能力培訓、推動企業轉型升級及 TQM 與精益生產管理等，藉由經營管理實務講座服務臺商，俾加強提升大陸臺商經營體質，降低投資風險，增進回臺投資意願，厚植深耕臺灣、布局全球之經濟實力，達成臺商兩岸雙贏之經營格局。

(二) 上年度已過期間預算執行情形

(截至 108 年 6 月 30 日止執行情形)

1. 勞務收入執行數 4 億 6,053 萬 9 千元，占全年預算數 9 億 8,848 萬元，達成率 46.59%。
2. 業務外收入執行數 155 萬 3 千元，占全年預算數 260 萬元，達成率 59.73%。
3. 勞務成本執行數 4 億 3,492 萬 2 千元，占全年預算數 9 億 6,016 萬 6 千元，達成率 45.30%。
4. 業務外支出執行數為 3 千元，占全年預算數 70 萬元，達成率 0.43%，主要係外幣未實現評價損失較預期減少。
5. 以上總收支相抵後，計稅前賸餘 2,716 萬 7 千元，占全年預算數 2,417 萬 1 千元，達成率 112.40%。

五、其他

截至108年6月底止，本中心重大承諾事項暨或有負債之說明：

- (一) 本中心因承接專案合約之履約保證等透過臺灣銀行、兆豐銀行及上海銀行開立3,962萬6千元之保證函。
- (二) 本中心無或有負債事項。

貳、主要表

財團法人中國生產力中心

收支營運預計表

中華民國109年度

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		比較增(減)數		說明
金額	%		金額	%	金額	%	金額	%	
1,201,892	100.00%	收入	1,000,965	100.00%	991,080	100.00%	9,885	1.00%	
1,197,538	99.64%	業務收入	998,365	99.74%	988,480	99.74%	9,885	1.00%	
1,197,538	99.64%	勞務收入	998,365	99.74%	988,480	99.74%	9,885	1.00%	
4,354	0.36%	業務外收入	2,600	0.26%	2,600	0.26%	-	-	
3,161	0.26%	財務收入	2,500	0.25%	2,500	0.25%	-	-	
1,193	0.10%	其他業務外收入	100	0.01%	100	0.01%	-	-	
1,172,602	97.56%	支出	976,005	97.50%	966,909	97.56%	9,096	0.94%	
1,164,813	96.91%	業務支出	969,065	96.81%	960,166	96.88%	8,899	0.93%	
1,164,813	96.91%	勞務成本	969,065	96.81%	960,166	96.88%	8,899	0.93%	
579	0.05%	業務外支出	700	0.07%	700	0.07%	-	-	
579	0.05%	財務費用	500	0.05%	500	0.05%	-	-	
-	-	其他業務外支出	200	0.02%	200	0.02%	-	-	
7,210	0.60%	所得稅費用	6,240	0.62%	6,043	0.61%	197	3.26%	
29,290	2.44%	本期賸餘	24,960	2.50%	24,171	2.44%	789	3.26%	

財團法人中國生產力中心
現金流量預計表
中華民國109年度

單位：新臺幣千元

項 目	預 算 數	說 明
業務活動之現金流量		
稅前賸餘	31,200	本表係採現金及約當現金基礎， 包括現金及自投資日起3個月內 到期或到期之債權憑證。
利息股利之調整	(1,400)	
未計利息股利之稅前賸餘	29,800	
調整非現金項目		
折舊費用	14,000	
業務資產及負債之淨變動		
應收款項減少	10,300	
預付款項(增加)	(4,600)	
其他流動資產(增加)	(700)	
應付票據及帳款(減少)	(12,527)	
其他應付款(減少)	(5,180)	
預收款項增加	1,500	
其他流動負債增加	3,050	
未計利息股利之現金流入	35,643	
收取之利息	1,800	
支付之利息	(400)	
支付之所得稅	(6,043)	
業務活動之淨現金流入	31,000	
投資活動之現金流量		
增加流動金融資產	(5,000)	
增加不動產、廠房及設備	(12,500)	
增加存出保證金	(500)	
投資活動之淨現金(流出)	(18,000)	
籌資活動之現金流量	-	
現金及約當現金之淨增加	13,000	
期初現金及約當現金	545,000	
期末現金及約當現金	558,000	

財團法人中國生產力中心
淨值變動預計表
中華民國109年度

單位：新臺幣千元

項 目	上 年 度 餘 額	本 年 度 增 (減) 數	截 至 本 年 度 餘 額	說 明
基金	10,000	-	10,000	
創立基金	1,814	-	1,814	
捐贈基金	695	-	695	
其他基金	7,491	-	7,491	
公積	568	-	568	
捐贈公積	568	-	568	
累積餘絀	896,234	24,960	921,194	
累積賸餘	896,234	24,960	921,194	
合 計	906,802	24,960	931,762	

參、明 細 表

財團法人中國生產力中心

收入明細表

中華民國109年度

單位：新臺幣千元

前年度決算數	項 目 名 稱	本年度預算數	上年度預算數	說 明
1,197,538	業務收入	998,365	988,480	收入預算之估列基礎：依以前年度實際營運情形及未來業務發展方向予以預估。收入預算具不確定性，主係因本中心需自主開拓業務，且自負盈虧，政府補助計畫係中華民國參與亞洲生產力組織（APO）國際事務等，僅佔總收入約3%，亦無政府補助基本營運收入，依政府採購法競標之政府委辦及自籌財源比率達97%。
1,197,538	勞務收入	998,365	988,480	
554,012	自辦業務	523,200	520,610	
207,774	企業經管諮詢診斷與輔導	193,000	190,000	
25,383	資訊智慧化技術服務	26,000	28,000	
306,902	人才培育及教育訓練	291,400	288,710	
537	國際組織合作服務	300	400	
12,341	管理新知推廣及媒體出版	12,500	13,500	
1,075	會員廠商服務	-	-	
597,345	政府委辦計畫	448,165	440,870	
88,038	工業局專案	80,000	72,000	
154,360	中小企業處專案	103,000	99,000	
92,420	商業司專案	72,000	70,000	
41,500	投資業務處專案	40,000	40,000	
221,027	其他專案	153,165	159,870	
46,181	政府補助計畫	27,000	27,000	
28,508	國際關係服務專案	25,000	25,000	
17,673	陸委會及其他政府專案	2,000	2,000	
4,354	業務外收入	2,600	2,600	
3,161	財務收入	2,500	2,500	
2,455	利息收入	1,800	1,600	
706	租金收入	700	900	
1,193	其他業務外收入	100	100	
1,193	什項收入	100	100	
1,201,892	總 計	1,000,965	991,080	

財團法人中國生產力中心

支出明細表

中華民國109年度

單位：新臺幣千元

前年度決算數	項 目 名 稱	本年度預算數	上年度預算數	說 明
1,164,813	業務支出	969,065	960,166	支出預算之估列基礎：依以前年度實際營運情形及未來業務發展方向予以預估，將隨所承接之業務計畫情況調整。
1,164,813	勞務成本	969,065	960,166	
529,801	自辦業務	498,655	496,925	
204,232	企業經管諮詢診斷與輔導	185,235	182,360	
25,337	資訊智慧化技術服務	25,350	27,300	
287,088	人才培育及教育訓練	276,050	274,275	
521	國際組織合作服務	300	400	
11,607	管理新知推廣及媒體出版	11,720	12,590	
1,016	會員廠商服務	-	-	
588,831	政府委辦計畫	443,410	436,241	
86,722	工業局專案	79,260	71,340	
152,295	中小企業處專案	102,070	98,110	
91,104	商業司專案	71,345	69,370	
40,965	投資業務處專案	39,650	39,650	
217,745	其他專案	151,085	157,771	
46,181	政府補助計畫	27,000	27,000	
28,508	國際關係服務專案	25,000	25,000	
17,673	陸委會及其他政府專案	2,000	2,000	
579	業務外支出	700	700	
579	財務費用	500	500	
-	利息費用	400	400	
579	兌換短絀	100	100	
-	其他業務外支出	200	200	
-	其他支出	200	200	
7,210	所得稅費用	6,240	6,043	
1,172,602	總 計	976,005	966,909	

財團法人中國生產力中心
 不動產、廠房及設備暨投資性不動產投資明細表
 中華民國 109 年度

單位：新臺幣千元

項 目	本 年 度 預 算 數	說 明
不動產、廠房及設備		
什項設備	12,500	配合專案執行將辦公室電腦設備及資訊設備升級或更新、教學設備更新、辦公室環境改善，以及教學與辦公環境冷氣更新等。
總 計	12,500	

肆、參考表

財團法人中國生產力中心
資產負債預計表
中華民國109年12月31日

單位：新臺幣千元

107年(前年) 12月31日實際數	項 目	109年12月31日 預計數	108年(上年) 12月31日預計數	比較增(減) 數
884,886	流動資產	905,799	892,799	13,000
534,788	現金	558,000	545,000	13,000
111,279	流動金融資產	116,000	111,000	5,000
	無活絡市場之債務工具			
111,279	投資-流動	116,000	111,000	5,000
233,100	應收款項	218,500	228,800	(10,300)
2,986	預付款項	9,799	5,199	4,600
2,733	其他流動資產	3,500	2,800	700
36,485	基金、投資、長期應收款、 貸款及準備金	36,485	36,485	-
10,000	基金	10,000	10,000	-
26,485	非流動金融資產	26,485	26,485	-
	無活絡市場之債務工具			
26,485	投資-非流動	26,485	26,485	-
380,936	不動產、廠房及設備	377,436	378,936	(1,500)
145,721	土地	145,721	145,721	-
376,171	房屋及建築	376,171	376,171	-
2,468	交通及運輸設備	2,468	2,468	-
60,382	什項設備	84,882	72,382	12,500
98	租賃權益改良	98	98	-
(203,904)	減:累計折舊	(231,904)	(217,904)	(14,000)
13,178	其他資產	13,565	13,065	500
3,065	遞延資產	3,065	3,065	-
3,065	遞延所得稅資產-非流動	3,065	3,065	-
10,113	什項資產	10,500	10,000	500
10,113	存出保證金	10,500	10,000	500
1,315,485	資產合計	1,333,285	1,321,285	12,000
	(接下頁)			

財團法人中國生產力中心
資產負債預計表
中華民國109年12月31日

單位：新臺幣千元

107年(前年) 12月31日實際數	項 目	109年12月31日 預計數	108年(上年) 12月31日預計數	比較增(減) 數
	(承上頁)			
429,906	流動負債	398,523	411,483	(12,960)
258,465	應付款項	219,473	236,983	(17,510)
129,429	應付票據及帳款	100,413	112,940	(12,527)
7,000	本期所得稅負債	6,240	6,043	197
122,036	其他應付款	112,820	118,000	(5,180)
19,084	預收款項	20,000	18,500	1,500
152,357	其他流動負債	159,050	156,000	3,050
2,948	其他負債	3,000	3,000	-
2,470	遞延負債	2,500	2,500	-
2,470	遞延所得稅負債-非流動	2,500	2,500	-
478	什項負債	500	500	-
478	存入保證金	500	500	-
432,854	負債合計	401,523	414,483	(12,960)
10,000	基金	10,000	10,000	-
1,814	創立基金	1,814	1,814	-
695	捐贈基金	695	695	-
7,491	其他基金	7,491	7,491	-
568	公積	568	568	-
568	捐贈公積	568	568	-
872,063	累積餘絀	921,194	896,234	24,960
872,063	累積賸餘	921,194	896,234	24,960
882,631	淨值合計	931,762	906,802	24,960
1,315,485	負債及淨值合計	1,333,285	1,321,285	12,000

註：上年預計數係就法定預計數按實際業務狀況調整之數額(即原有之調整後預計數)。

財團法人中國生產力中心
員工人數彙計表
中華民國109年度

單位：人

職 類 (稱)	本 年 度 員 額 預 計 數	說 明
正工程師/管理師	99	員額為預估，將隨承接計畫情況調整。
工程師/管理師	111	
副工程師/管理師	171	
助理工程師/管理師	72	
技術員/事務員	4	
總 計	457	

財團法人中國生產力中心
用人費用彙計表
中華民國109年度

單位：新臺幣千元

項目名稱 職類(稱)	薪資	超時工作 報酬	津貼	獎金	退休、卹償金 及資遣費	分攤保險費	福利費	其他	總計
董 監 事	-	-	-	-	-	-	-	330	330
職 員	326,356	3,800	-	62,551	26,268	39,544	2,228	-	460,747
總 計	326,356	3,800	-	62,551	26,268	39,544	2,228	330	461,077

說明：其他為董監事之兼職費