



第四屆品牌金船獎 商業計畫書研習營

海外僑臺商BP培訓講師
賴茂山
Richard

指導單位



國家發展委員會
NATIONAL DEVELOPMENT COUNCIL



中華民國僑務委員會
Overseas Community Affairs Council, Republic of China (Taiwan)



行政院農業委員會
COUNCIL OF AGRICULTURE, EXECUTIVE YUAN



行政院環境保護署
Environmental Protection Administration
Executive Yuan, R.O.C. (Taiwan)

主辦單位



中華民國全國商業總會
General Chamber of Commerce of the Republic of China



新北市政府
New Taipei City Government

第四屆品牌金船獎商業計畫書(海外僑臺商)培訓講師簡介



BP 培訓講師

賴茂山

Richard

現任

- 全國商業總會 品牌創新服務加速中心BAC智庫
- 全國商業總會 品牌加速國際授權CEO班 教練
- 英普國際管理顧問有限公司 總經理
- 中華國際文化商貿發展協會 理事長
- 現任各企業營運長、財務長及顧問

專業領域

- 國際企業運營管理
- 數位應用與數據庫
- 康養文創項目規劃
- 品牌行銷策略規劃
- 財務內控規劃管理
- 人力資源發展管理
- 人工智能項目應用
- 零售電商管理規劃

經歷

- APO-Digital Transformation for SMEs-講師
- 經濟部工業局2021年雲世代產業數位轉型-輔導顧問
- 勞動力發展署企業人力資源提升計畫-企業培訓講師

專業訓練

- SGS-ISO14064 組織溫室氣盤查主導查證員訓練
- SGS-GRI 永續報告準則(CSR報告標準)

政府專案

<政府專案代表>

- Digital Multicountry Observational Study Mission on Support for Digital Transformation for SMEs-講師
- 經濟部工業局2021年雲世代產業數位轉型-引領中小微型企業數位轉型戰略攻頂計畫-產業輔導顧問
- 經濟部2020年「運用AI數位精準廣告創造品牌知名度」-輔導顧問
- 經濟部2020年 SIG (Special Interest Groups)專案-商總BAC產業顧問
- 經濟部2019年 AIGO計畫第二屆「AI體況分析應用_3D感應辨識」-輔導顧問
- 經濟部2016年SBIR「脊椎感應穿戴式科技開發平台」-輔導顧問
- 經濟部2014年SBIR「體重管理雲端互聯網系統開發」-輔導顧問

<2019-2021 政府專案代表>

- 勞動力發展署企業人力資源提升計畫 企業培訓講師
 - 數位與財務管理課程
 - 系統化建置財報平台課程
 - 企業e化與主管管理課程
 - 財務管理與成本控管課程

<營運與財務培訓>

- 中華民國全國商業總會 2022 第四屆金船獎商業計畫(BP國內組)講師
- 中華民國全國商業總會 2021 第三屆金船獎商業計畫(BP)講師
- 中華民國全國商業總會 品牌加速國際授權CEO班 教練
- 中華民國全國商業總會 BAC
 - 第八期國際品牌經紀人 財務/PreIPO培訓講師
 - 第七期國際品牌經紀人 評審委員





目錄 CONTENTS

01

金船獎BP重點

02

金船獎BP撰寫重點

- 一、核心競爭力
- 二、經營管理/商業模式/解決痛點
- 三、財務經營/事業展望
- 四、企業永續願景與策略
- 五、環境永續績效
- 六、社會共融績效
- 七、供應鏈管理績效

03

附件佐證

04

TIP提醒

01

商業計劃書應用

金船獎BP 課程目的

提供給融資/金融單位，評估企業經營團隊、營運模式、資金運用、還款計畫及企業未來發展願景。

提供給企業創業初期或企業擴大需要增資，尋求外部投資者來評估企業商模、市場分析、團隊組成、估值計算、風險評估及進退場機制。

Business Plan



融資型BP

補助案BP

募資型BP

加盟型BP

著重企業品牌發展，評估其核心競爭力、商業模式、財務經營與事業展望、企業永續願景與策略。

依據中央或地方政府補助單位相關獎勵項目、申請條件規範書寫。
例如：SIIR、SBIR補助計畫書

提供給加盟單位，評估產業營運模式、企業經營團隊、市場差異化、加盟權利義務、及各階段策略方針。

商業計劃書重點-表達內容建議

金柏獎BP
課程目的

- 文字
- 統計表
- 統計圖
- 績效圖



Business Plan



融資型BP

補助案BP

募資型BP

加盟型BP

Brainstorming



01

商業計劃書重點-地雷區

金船獎BP
課程目的

- 只有故事，沒有績效。
- 第一唯一，缺乏驗證。
- 歷程描述，缺乏量化。
- 提出口號，缺乏策略。



Business Plan



融資型BP

補助案BP

募資型BP

加盟型BP

01

商業計劃書重點-企劃工具

金伯獎BP
課程目的

- SMART
- SWOT
- OGSM
- STP
- OKR
- Business Model Canvas

產出內容



質性內容：

創新品牌、商品、服務、技術、智產、市場、族群、商模、獲利模式、團隊、財務計畫、ESG永續發展...

量化內容：

銷售量、收入數、客戶數、下載數、排名、市占率、加盟數、目標、損益、資產負債、資金需求、國際拓展數...

Business Plan



融資型BP

補助案BP

募資型BP

加盟型BP





目錄 CONTENTS

01

金船獎BP重點

02

撰寫重點

- 一、核心競爭力
- 二、經營管理/商業模式/解決痛點
- 三、財務經營/事業展望
- 四、企業永續願景與策略
- 五、環境永續績效
- 六、社會共融績效
- 七、供應鏈管理績效

03

附件佐證

04

TIP提醒

第四屆品牌金船選拔-海外僑臺商組BP商業計劃書



項目	說明	
一、核心競爭力	1、創業歷程說明 2、事業發展過程 3、品牌力分析	4、創新研發能力 5、專業特色 6、創新創業成果說明
二、經營管理/商業模式/解決痛點	1、品牌商業模式 2、品牌差異化的優越性 3、產品市場分析	4、行銷通路 5、品牌經營及行銷能力
三、財務經營/事業展望	1、財務規劃 2、108~110年度財務報表	3、國內布局計劃 4、資本投入計畫
四、企業永續願景與策略	企業發展的永續願景與策略	
五、環境永續績效	企業產品產出過程中，如何促進環境永續績效	
六、社會共融績效	企業如何以社會需求為核心，建立共融的經營模式	
七、供應鏈管理績效	企業如何建置永續供應鏈管理	

小叮嚀：請依簡章表格書寫製作，勿擅自更動順序，以利評委依據標題規範內容評核。

金船獎計劃書撰寫攻略-核心競爭力



1、創業歷程說明

項目

一、核心競爭力

二、經營管理/ 商業模式/解決 痛點

三、財務經營/ 事業展望

四、企業永續願 景與策略

五、環境永續績 效

六、社會共融績 效

七、供應鏈管理 績效

創始於西元...，在百年的光陰洗禮中我們始終秉持...的核心價值，以自然大地的純淨能量，持續呵護消費者的健康與未來。我們的每項產品皆以「符合國際認可的生產及安全標準」進行製作，並通過...等多項認證，同時堅持100%台灣在地研發製造，使品質更加穩定可靠。...目前於全國共有10個營業據點及自營電商平台，並與知名...及連鎖超市進行合作，並攜手...等知名企業，讓熱愛...的顧客能透過更多元的管道購得產品。...致力於...美好生活的實踐，因此近年已逐步開拓大陸、東南亞及美國等地區業務，期待讓更多消費者感受天然無負擔的呵護力，朝向國際知名...品牌邁進。

...，為感念這片土地的滋養與孕育，...搭配...與原料萃取機，作為...及知識教育的基地。同時每年以契作方式向...原料，以確保農民生計...也得以延續。我們也持續...等社會團體合作，並長期投入...的贊助支持，希望能善盡企業社會責任，實踐永續發展，並將...的品牌精神在台灣的各個角落深耕萌芽，這樣的努力也讓我們於...永續發展...獎的肯定。

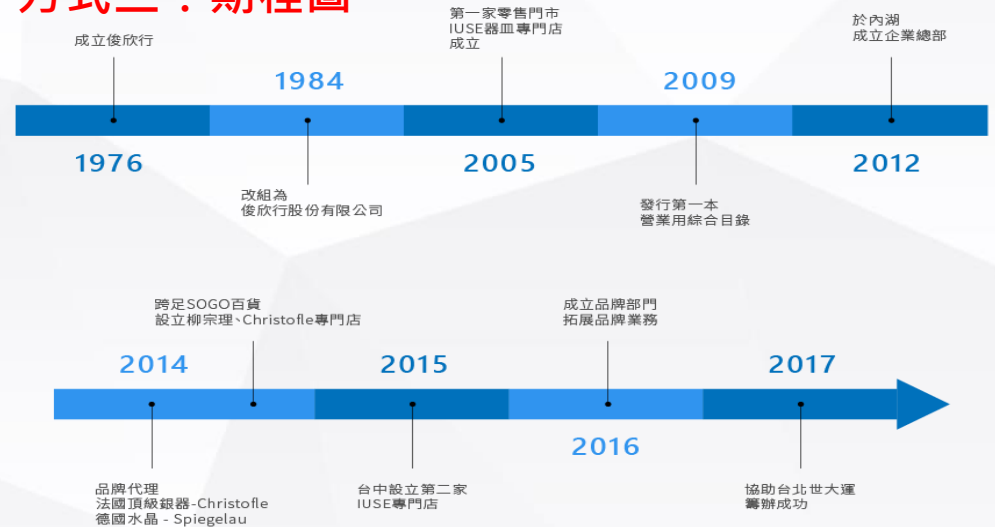
避免文字冗長，
可以調整精簡



方式一：條列法 品牌歷程里程碑

- 0000公司創立於0000年，品牌「0000」為核心理念
- 擁有專業.....團隊、.....團隊、.....團隊
- 0001年台灣第一間提供「.....」服務的0000產業
- 2002年台灣第一間創辦「.....」的0000產業
- 2003年投資建置.....
- 2004年台灣第一間研發「.....」的0000產業
- 2005年成立品牌「0000」的.....，擴張至.....之通路
- 2006年啟動0000/0000服務
- 2007年...擴建，量產.....，啟動「00000000」服務

方式二：期程圖



2、事業發展過程

項目

一、核心競爭力

二、經營管理/
商業模式/解決
痛點

三、財務經營/
事業展望

四、企業永續願
景與策略

五、環境永續績
效

六、社會共融績
效

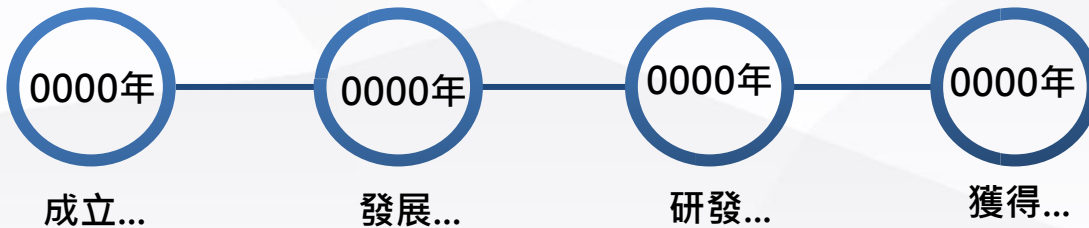
七、供應鏈管理
績效

000公司自20XX年00月成為「000」品牌後，.....與.....即共同展開.....模式，讓000、000事業.....，商品種類更為多元，提供全方位的服務予客戶，協助客戶解決所有的000000需求。

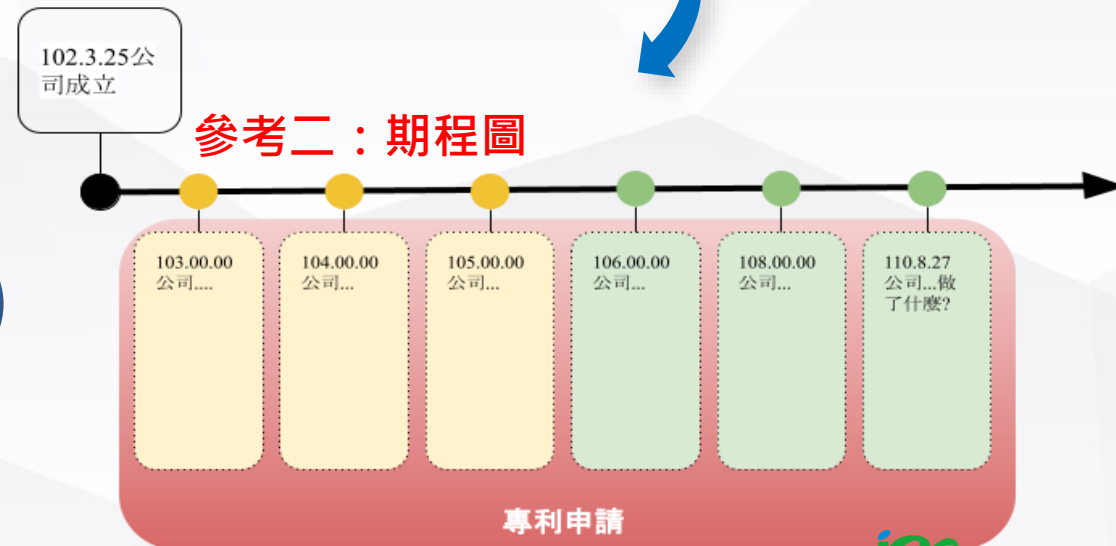
於20XX年度，「000」品牌就000、000及000的服務內容相較於20XX年度呈現??倍數的成長。考量疫情影響所導致的生活習性變化，推出多項000、000專案，以因應客戶僅能在國際從事日常活動的重大轉變，減輕消費者因受疫情影響的停業損失。

精簡文字+期程圖

參考一：期程法



參考二：期程圖



3、品牌力分析

「000」品牌運用0000性，量子每秒鐘可以達到上億次的高頻震動，通過000轉能000技術進行能量的「植入，從XXXX年起陸續研發...及具有...模組的000、000裝置、用於.....或.....、系統及其運作方法、.....及其使用方法等專利研發和國際申請，進而.....，企業用戶交易資料建構，透過實體消費者應用分享，節省.....，提升.....、增加.....等效益。透過企業使用數據分析與實際成效，掌握企業.....，形成本產品利用先進技術，將鍋爐的...予以消除，大幅減少鍋爐的內阻力及虛功，只要...即可輸出適當的動力，建立動力再生，節油“電”減碳，延長鍋爐的產品口碑。

精簡文字+產業比較圖

鍋爐類型	「0000」品牌鍋爐	燃氣鍋爐	燃煤鍋爐	燃油鍋爐	用電鍋爐
能源種類	甲醇	天然氣	煤碳	柴油	電
熱值	5600	8600	4000	10200	860
能效比	90%	60%	90%	95%	90%
燃料價格	2.5元/千克	4.5元/立方米	0.8元/千克	8元/千克	0.9元/度
燃料費用(元)	262.5	234	134	352	441
日常維護費	很低	很低	很高	很低	很低
日運行總費用(元/日)	262.5	234	204	352	441
年運行總費用(萬元/年)	9.45	8.43	7.35	12.68	15.88

項目

一、核心競爭力

二、經營管理/
商業模式/解決
痛點

三、財務經營/
事業展望

四、企業永續願
景與策略

五、環境永續績
效

六、社會共融績
效

七、供應鏈管理
績效

4、創新研發能力

000有限公司從2001年3月成立公司至今，致力000產品的產生是在物質原有頻率上的「000」**技術研發**，專利申請從新型專利，到自行研發申請發明專利，讓客戶在採購設備上擁有專利技術服務，企業能**快速完成.....專利社辦和管理**，協助與輔導..家企業節省.....，並打造了....的營業額。專利彙整內容彙整如下：

專利名稱	專利證號/申請案號	申請國別	專利權人	備註
[模糊]模組的帽子	[模糊] 49	美國	[模糊]	發明專利
	CN [模糊]	中國大陸		新型專利
[模糊]裝置	M [模糊] 號	中華民國	[模糊]	新型專利
	[模糊] 6.3號	中國大陸		新型專利
[模糊]配件或飾品的 [模糊]、系統及其運作方法	I [模糊] 號	中華民國	[模糊]	發明專利
[模糊]使用方法	I [模糊] 號	中華民國	[模糊]	發明專利
	申請案號：[模糊] 4	美國		發明專利
	申請案號：2 [模糊] 5	日本		發明專利
	申請案號：[模糊] 152	韓國		發明專利
	申請案號：[模糊] .8	中國大陸		發明專利
	申請案號：[模糊] 03.5	歐洲		發明專利
	申請案號：[模糊] 6W	新加坡		發明專利
	申請案號：[模糊] 6670	越南		發明專利
申請案號：P [模糊] 3	印尼	發明專利		

項目

一、核心競爭力

二、經營管理/
商業模式/解決
痛點

三、財務經營/
事業展望

四、企業永續願
景與策略

五、環境永續績
效

六、社會共融績
效

七、供應鏈管理
績效

5、專業特色

「000」品牌提供給000設備企業完勝關鍵就在.....的品質、效能，主要在於研發成功.....的「000產品」，許多客戶使用後在效能、可靠度及性價比能明顯感受，符合環保、節能、省成本的市場趨勢，解決0000業者的效能**痛點**。

0000業者以燃料燃燒或製程廢氣之熱量，經各種熱傳方式加熱密閉容器，「000產品」是一種以000成分為基礎開發的環保燃料，無毒、無殘液、無烟塵、無有害廢氣、無積垢、熱值高，完全燃燒后釋出二氧化碳和水，是既安全又經濟的清潔新燃料的裝置。

企業可支付...費可獲得經濟實惠的效益，設備裝置.....可增加或提升.....優點，並支援.....功能，能讓企業獲得「0000」品牌專業的.....。

項目

一、核心競爭力

二、經營管理/
商業模式/解決
痛點

三、財務經營/
事業展望

四、企業永續願
景與策略

五、環境永續績
效

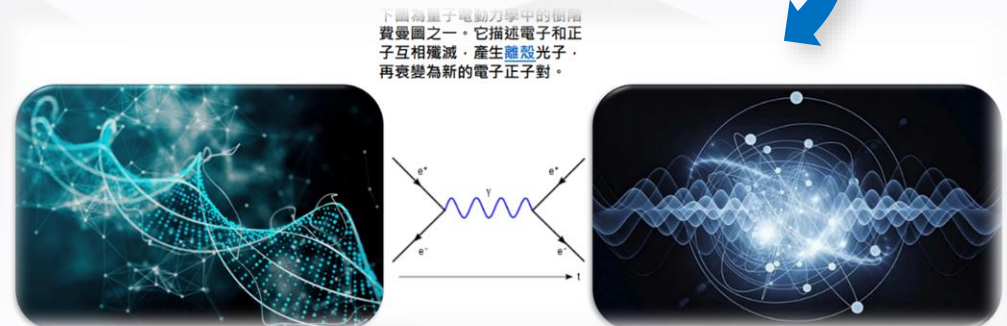
六、社會共融績
效

七、供應鏈管理
績效

精簡文字 + 檢測(技術)圖



參考一：檢測圖



參考二：技術圖

6、創新創業成果說明

項目

一、核心競爭力

二、經營管理/
商業模式/解決
痛點

三、財務經營/
事業展望

四、企業永續願
景與策略

五、環境永續績
效

六、社會共融績
效

七、供應鏈管理
績效

「0000」品牌從0000年9月成立公司至今，致力環保燃料專利開發，從新型專利，到自行研發申請發明專利，讓客戶在採購設備上擁有專利技術服務，企業能快速完成.....專利社辦和管理，協助與輔導..家企業節省.....，並打造了...的營業額。專利彙整內容彙整如下：

1. 000000機 (發明專利)
 2. 00000機 (新型專利)
 3. 00000通過驗證
 4. 00000國家政府專案()
 5. 00000論壇舉辦
 6. 00000期刊或著作發表
 7. 00000獲獎
 8. 00000商標申請(國家名稱...)
-(列舉法或製圖說明)

1、品牌商業模式說明

「0000」品牌因應社群平台的興起，電商版圖轉移。由傳統電商移轉至社群，產生新的社群電商需求，傳統電商已無法滿足現今市場狀況。「0000」品牌以店長/老闆是網紅為理念，完全貼合社群平台特性。對應小社團、LINE群等提供物流、金流、資訊流服務平台，透過分享賣貨或直播帶貨的快速交易模式，以提升0000方式平台流量、消費者購買轉移的缺陷。而平台商業模式也不同于傳統電商平台，以收取成交%計價模式，採用平台免付費使用機制，以「0000」品牌自身店點優勢推出嶄新的電商通路服務模式。



精簡文字 + 說明圖



示意圖參考來源：<https://www.smartm.com.tw/Article/333031cea3>

項目

一、核心競爭力

二、經營管理/
商業模式/解決
痛點

三、財務經營/
事業展望

四、企業永續願
景與策略

五、環境永續績
效

六、社會共融績
效

七、供應鏈管理
績效

1、品牌商業模式說明(續)-Business Model Canvas

導入STP市場定位的行銷理論 + 4P行銷組合 + 4C行銷理論

供給導向		價值導向	需求導向	
Key Partners 關鍵合作夥伴 (策略聯盟)	Key Activities 關鍵活動 Promotion (促銷)	Value Propositions 價值主張 Product (產品)	Customer Relationships 關係客戶 Communication(溝通)	Customer Segments 目標客層 Customer(顧客) Segmentation(市場區隔) Targeting(市場目標) Positioning(市場定位)
	Key Resources 關鍵資源 (資源基礎)		Channels 通路 Place (地點) Convenience(便利)	
Cost Structure 成本結構 Cost(成本)			Revenue Streams 收益流 Price (價格)	
財務導向				

項目

一、核心競爭力

二、經營管理/
商業模式/解決
痛點

三、財務經營/
事業展望

四、企業永續願
景與策略

五、環境永續績
效

六、社會共融績
效

七、供應鏈管理
績效

2、品牌差異化的優越性

「000」品牌鍋爐可以燃用各種能源，包括天然氣、煤、柴油、電、甲醇等。為了有利於應用，針對鍋爐在各大品牌差異作出比較參考。

項目

一、核心競爭力

二、經營管理/ 商業模式/解決 痛點

三、財務經營/ 事業展望

四、企業永續願 景與策略

五、環境永續績 效

六、社會共融績 效

七、供應鏈管理 績效

	「0000」品牌	A品牌	B品牌	C品牌
市佔率	 XX%	X%	X%	X%
會員數	 0000萬人	000萬人	00萬人	000萬人
回購業績	 0000萬	000萬	 0000萬	000萬
門市	 0000家	00家	000家	00家
專利	 10項	 10項	5項	無
...				
...				

2、品牌差異化的優越性(續)-SWOT Analysis

項目	內部	外部 O機會 (opportunity)	T威脅 (threat)
一、核心競爭力			
二、經營管理/ 商業模式/解決 痛點	<p>S優勢 (strength)</p>	<p>積極型策略 利用優勢 尋求可能性機會</p>	<p>緩和型策略 利用優勢 避開威脅性因子</p>
三、財務經營/ 事業展望	<p>W劣勢 (weakness)</p>	<p>調整型策略 利用機會 調整劣勢對應方案</p>	<p>防備型策略 迴避劣勢 避開威脅</p>
四、企業永續願 景與策略	五、環境永續績 效	六、社會共融績 效	七、供應鏈管理 績效

3、產品市場分析

項目

一、核心競爭力

二、經營管理/
商業模式/解決
痛點

三、財務經營/
事業展望

四、企業永續願
景與策略

五、環境永續績
效

六、社會共融績
效

七、供應鏈管理
績效

因

2021年4月21日，歐盟針對「歐洲氣候法 (European Climate Law)」徹夜協商，達成最新協議，該法將對**歐盟未來10年的氣候政策立下目標**，並進行長遠擘劃，目標在2030年前將淨排放量較基準年(1990年水準)降低55。

氣候峰會上，**英國大膽宣布2035年將較基準年(1990年)減少78%的二氧化碳排放**。國際能源署 (IEA) 於4月發布《2021全球電動車展望報告》指出，新冠肺炎 (COVID-19) 疫情持續發酵，造成**全球經濟衰退**，車輛總銷量下降了16%，但2020年登記的**新電動車數量卻破紀錄達到300萬輛，比2019年增加了41%**。

數據

	年/排名	2018		2019		2020*	
		1	Tesla	18%	Tesla	20%	Tesla
純電動車 BEV	2	北汽新能源	9%	比亞迪	10%	比亞迪	7%
	3	比亞迪	8%	北京紳寶	6%	Renault	6%
	4	Nissan	7%	Nissan	5%	Volkswagen	5%
	5	奇瑞	5%	寶駿	4%	五菱	5%
	年/排名	2018		2019		2020*	
插電混合式電動車 PHEV	1	比亞迪	22%	BMW	16%	BMW	14%
	2	BMW	14%	比亞迪	14%	Volvo	14%
	3	榮威	10%	Volvo	11%	Mercedes-Benz	12%
	4	Toyota	7%	Toyota	9%	Volkswagen	9%
	5	Volvo	6%	Mitsubishi	8%	Kia	6%

近年台灣電動化車款銷售統計

年	2017	2018	2019	2020	2021
電動化車款銷量*(輛)	10,209	9,657	29,958	47,765	68,018
占整體車市比重(%)	2.3	2.2	6.8	10.4	15.1
純電動車銷量(輛)	832	850	3,394	6,360	7,276

*註：電動化車款包含油電車 (HEV)、插電式油電車 (PHEV)、純電動車 (BEV)。
資料來源：交通部數據所、業者 製表：陳信榮

電動車 (簡稱 EV, Electric Vehicle)，只要是車上載有電動機的汽車，皆可以「EV」稱呼之。車業預估2022年台灣電動化車款銷量將更上層樓。

「000」品牌從.....至今，致力環保將在2年從00家....門市拓展000家，將業績000萬，提升到0000萬，.....。

分析

果

4、行銷通路

「000」品牌的「0000整合器 ABCPOWER」是得車輛駕駛起來更順暢。產業場域用於汽車、機車、貨車、大型車、特殊車輛等企事業單位場所。真正好的產品用途就是這麼廣泛，成為交通行業的通用設備。因此，會針對「全球(品牌客戶賣家)」、「網路(一般散客)」、「經銷(在地賣家)」.....為對象，做為「000」品牌行銷溝通的管道。

項目

一、核心競爭力

二、經營管理/
商業模式/解決
痛點

三、財務經營/
事業展望

四、企業永續願
景與策略

五、環境永續績
效

六、社會共融績
效

七、供應鏈管理
績效



5、品牌經營及行銷能力

項目

一、核心競爭力

二、經營管理/
商業模式/解決
痛點

三、財務經營/
事業展望

四、企業永續願
景與策略

五、環境永續績
效

六、社會共融績
效

七、供應鏈管理
績效

「000」品牌電商經營理念是以「下單快」、「成本零」為兩大主軸，在000產業中「000」品牌提出國際運費1元優惠(行銷亮點)，以此為誘因(品牌經營)讓上架廠商推廣「000」品牌平台並打通「000品牌國際通路和市占率，引導買家願意下單。藉由結合海外加盟000家數的店鋪寄取件的渠道，以及串接國際知名物流體系順暢的包裹配送，滿足賣家銷售、買家購物之需求。

「000」品牌行銷推動的階段，採顧客至上的行銷：以STP (Segmentation市場區隔、Targeting目標市場選擇、Positioning市場定位) 將主要溝通對象設定賣家導向，以目標性及針對性將賣家的訴求視為重要需求。另外更進一步透過互生互利行銷 (共同價值行銷) ，以「000」品牌網站會員經營，行銷操作(行銷能力)輪流採用：寄件運費優惠活動、限時速件送、以及貼文送點數等活動，行銷過程當中同時瞭解賣家的想法，進而使「000」品牌平台的發展規劃更貼近於賣家的真實需求。

1、財務規劃

項目

一、核心競爭力

二、經營管理/
商業模式/解決
痛點

三、財務經營/
事業展望

四、企業永續願
景與策略

五、環境永續績
效

六、社會共融績
效

七、供應鏈管理
績效

案例一：連鎖跨境電商參考

「000」品牌至2021止本公司登記資本額8仟萬元，實收資本額5仟萬元，由000股份有限公司持有本公司90%股份，為本公司之母公司。向000銀行申請履約保證額度及信用卡刷卡額度共6仟萬元，將應用在國際的商標與專利申請，並提拓展外駐點門市的家數，優先以泰國、越南、馬來西亞國家為主。

案例二：零售業參考

2001年1月成立，2002年1月正式生產銷售。至2002年1-6月營業額即達1000萬元，2002年度營業額更高達3000萬元。因營業銷售成績斐然，自2002年底即陸續增加「000」品牌產品的設備研發與機台擴充產能，2003年度營業額達近01億元。對比2002年度與0003年度營業額及營業淨利更是大幅度的成長。

以2002年度結算申報書所得淨額為500萬，以新創公司銷售第一年即能有盈餘產生已實屬不易；再則就償債能力→流動比率為120%，由此分析本公司的償付能力足以應付企業所可能面臨的短期流動性之風險。

2、2019-2021年三年財務報表

項目

一、核心競爭力

二、經營管理/
商業模式/解決
痛點三、財務經營/
事業展望四、企業永續願
景與策略五、環境永續績
效六、社會共融績
效七、供應鏈管理
績效

項目	2019年	2020年	2021年
營業收入			
營業成本			
毛利			
毛利率			
營業費用			
營業外收入			
營業外支出			
淨利			
淨利率			
EPS			

3、國際佈局或回台投資計畫

項目

一、核心競爭力

二、經營管理/
商業模式/解決
痛點

三、財務經營/
事業展望

四、企業永續願
景與策略

五、環境永續績
效

六、社會共融績
效

七、供應鏈管理
績效

- 以 [模糊] 台灣優勢基礎、透過香港市場驗證、擴散開發亞洲新興市場



MIT Solution Platform and Integrated Services
將台灣經驗，複製到香港市場(PoS/PoB)

benchmark

成熟的大市場—日本/韓國/
印度/中國 (1000場以上)

發展中的大市場—越南、印尼、菲律賓、泰國、馬來西亞 (500場以上)
發展中的小市場—柬埔寨(300場以下)

3、國際佈局或回台投資計畫(續1)

項目

一、核心競爭力

二、經營管理/
商業模式/解決
痛點

三、財務經營/
事業展望

四、企業永續願
景與策略

五、環境永續績
效

六、社會共融績
效

七、供應鏈管理
績效

近40年芝麻專業·行銷5大洲35國



3、國際佈局或回台投資計畫(續2)

項目

一、核心競爭力

二、經營管理/
商業模式/解決
痛點

三、財務經營/
事業展望

四、企業永續願
景與策略

五、環境永續績
效

六、社會共融績
效

七、供應鏈管理
績效

國際布局計劃

審慎評估東協商機計劃：以維色直揮軍越南。

東協經濟崛起，全球企業積極思考產銷布局的重新調整，其中越南簽定多國或雙邊貿易協定，產業鏈完整、享地利之便，市場非常多樣，

使外資投資不斷攀升，紛紛調整國際布局、產業升級或擴大營運規模，將東南亞的內需轉化為長期的市場，有鑑於此，著手進行市場

調查及策略分析，審慎評估以全國唯一榮獲環保標章、台灣精品獎雙認證，符合潮濕悶熱東南亞地帶消費者需求的

前進越南市場的可行性，計劃將越南作為繼中國之後另一個海外布局選項之一，運用集團的優勢搶得高階家具大單，也為未來國際發展空間預作準備。

3、國際佈局或回台投資計畫(續3)

項目

一、核心競爭力

二、經營管理/
商業模式/解決
痛點

三、財務經營/
事業展望

四、企業永續願
景與策略

五、環境永續績
效

六、社會共融績
效

七、供應鏈管理
績效

事業展望

項目	計畫說明
國際布局計畫	<p>深耕台灣</p> <p>既有█████品牌擴大布局，<u>持續拓展門店數</u></p> <p>開發非█████料理品牌，<u>提升市場佔有率</u> 百年品牌-█████</p> <p>█████新展3家門市，成績亮眼。</p> <p><u>榮獲3年█████米其林</u> ██████ 將於2020 下 半年開出首家</p>

4、資本投入計畫

一、第一階段

作為2022/6/1-2023/6/30經營用途。

計畫增資新台幣壹億元(NT 100,000,000)，資本額增為新台幣壹億叁仟萬元。

主要任務為撰寫技術文件、增補專利申請、商標申請、創新商業模式、增強市場驗證之實務經營。

項目	預估投入金額(年)
資本額	
專利增補開發	
國際商標申請	
技術文件專寫	
原物料採購	
硬體設備購置	
軟體平台租賃	
人才團隊雇用	
工廠租賃	
其他營運費用	
合計	100,000,000

二、第二階段

作為2023/7/1-2025/6/30經營用途。

計畫增資新台幣壹拾玖億元(NT 1,900,000,000)，資本額新台幣貳拾億叁千萬元。

針對佈局上市櫃、國內外市場作業，能源市場。

項目

一、核心競爭力

二、經營管理/
商業模式/解決
痛點

三、財務經營/
事業展望

四、企業永續願
景與策略

五、環境永續績
效

六、社會共融績
效

七、供應鏈管理
績效

企業發展的永續願景與策略

項目

一、核心競爭力

二、經營管理/
商業模式/解決
痛點

三、財務經營/
事業展望

四、企業永續願
景與策略

五、環境永續績
效

六、社會共融績
效

七、供應鏈管理
績效

「000」品牌的000產業，可成為一種風險防護機制，藉由直接及間接方式，實踐聯合國永續發展目標。我們認為，000產業在全球17項永續發展目標中，與5項目標習習相關，**透過履行企業社會責任，達成全球永續發展目標。**

「000」品牌於2018年**成立**「CSR委員會」，為**強化**委員會與董事會的連結度，於2020年**提升**「CSR委員會」為董事會設置的功能性委員會並更名「企業永續委員會」，由副董事長擔任召集人，並邀請獨立董事擔任委員。企業永續委員會主要任務為**執行ESG決策**、核准企業永續年度目標，並每半年召開會議且每年向董事會報告永續成果。

另，為**落實推動**ESG行動，於委員會下**設立**企業永續執行小組，由總經理帶領，依ESG議題分為「責任投資組」、「公司治理組」、「客戶關懷組」、「員工照顧組」、「社會公益組」、「環境永續組」及「業務夥伴組」共七大組，全力推動公司**各部門負責關注及執行ESG領域各項議題並每季向永續委員會報告。**

「000」品牌追求的包容性保險，主要是期望透過000產業產品、服務及社會責任作為，減輕利害關係人的各種風險（包括生命、健康），及減緩極端氣候對人身安全的影響。我們的行動，也將成為**實現永續發展目標的最大助力**，讓利害關係人可以從保險中，**獲得**全方位的風險保護機制。

企業產品產出過程促進環境永續績效

案例一：條列式參考

- 「000」品牌**遵守**國際法規，購買**符合**環境生態之農漁牧產品。
- 「000」品牌**協助**台灣農漁牧產銷售，**強化**集貨物流，**減少**貨運排碳10%，**提升**對環境探牌之效益。
- 設計冷「000」品牌凍製造工廠時，**採用**感應式燈泡，以及單價成本較高的輪管技術，**有效降低**70%電力損耗，**達到**省電又能愛地球之成效。
- 無紙化辦公室：預計**將辦**辦公室用紙量降低，**導入**數位簽核系統。

案例二：表格式參考

環境永續目標	導入管理系統	節能減碳	溫室氣體盤查
目標說明	<ul style="list-style-type: none"> •ISO 14064-1 (溫室氣體盤查標準) •ISO 14001(環境管理系統) •ISO 50001(能源管理系統) 	<ul style="list-style-type: none"> •以2015年為基線年，每年節能2%，5年內降低4%用電量 	<ul style="list-style-type: none"> •逐年增加自有大樓碳盤查比例
2020實績	<ul style="list-style-type: none"> •已70%完成2項環境系統之導入作業 	<ul style="list-style-type: none"> •節能成效2% 	<ul style="list-style-type: none"> •已完成80%自有大樓盤查作業
2020年環境出支總計：1,000,000元			

項目

一、核心競爭力

二、經營管理/
商業模式/解決
痛點

三、財務經營/
事業展望

四、企業永續願
景與策略

五、環境永續績
效

六、社會共融績
效

七、供應鏈管理
績效

企業以社會需求為核心建立共融的經營模式

項目

一、核心競爭力

二、經營管理/ 商業模式/解決 痛點

三、財務經營/ 事業展望

四、企業永續願 景與策略

五、環境永續績 效

六、社會共融績 效

七、供應鏈管理 績效

「000」品牌秉持000產業會饋社會積極推動「公益服務業」的理念，本公司長期投入社會公益不遺餘力，透過各項公益捐助、慈善公益活動，幫助社會上需要協助的弱勢朋友們，同時也倡議環保活動，為守護地球盡一份心，以具體行動發揮000產業愛護精神，實踐企業社會責任。

本公司2020年榮獲000中央單位「000賽」之「000績效卓著獎」及「000永續關懷獎」以及辦理0000；另，本公司社會責任報告書，執行情形如下：

- 1.XXX公益，募集000萬元，協助00弱勢團體，成效...提升XX%。
- 2.條列...
- 3.條列...

企業建置永續供應鏈管理

項目

一、核心競爭力

二、經營管理/ 商業模式/解決 痛點

三、財務經營/ 事業展望

四、企業永續願 景與策略

五、環境永續績 效

六、社會共融績 效

七、供應鏈管理 績效

「000」品牌針對**供應商規範與管理**，公司藉由**審查與規範管理落實**，與供應商進行交易前，除確切瞭解交易對象背景、財務狀況、營運狀態等，皆必須進行利害關係人檢核、反資恐與制裁名單檢核，確定符合本公司法令遵循相關規範，以避免商業交易風險，包含下列幾項要點：

1. 為了**降低企業斷鏈**所造成的威脅、**保護**公司智慧財產（含機密資料）及客戶機密資料，以**維持公司競爭優勢**，公司於2008年1月取得資訊安全管理系統國際**標準**ISO / IEC 27001：2008年**認證**後，未來每三年也將進行證書重新認證的程序，持續維持ISO / IEC 27001：2008年認證。
2. 依照本公司請採購**作業準則**中訂定廠商評選相關規範，**建立完善的評選制度**，必須經由公平、公正且公開的審核制度進行廠商評選，**擇優廠商配合**。
3. 為**落實**採購管理，公司設立採購審議**委員會**，主要職責為審核合格廠商名單並**適時檢討、修正及特殊採購案件**。



目錄 CONTENTS

01

金船獎BP重點

02

金船獎BP撰寫重點

- 一、核心競爭力
- 二、經營管理/商業模式/解決痛點
- 三、財務經營/事業展望
- 四、企業永續願景與策略
- 五、環境永續績效
- 六、社會共融績效
- 七、供應鏈管理績效

03

附件佐證

04

TIP提醒

附件的建議



駐外館處
推薦函



獎項



商標



專利



證書



補助
專案



優良
事蹟



目錄 CONTENTS

01

金船獎BP重點

02

金船獎BP撰寫重點

- 一、核心競爭力
- 二、經營管理/商業模式/解決痛點
- 三、財務經營/事業展望
- 四、企業永續願景與策略
- 五、環境永續績效
- 六、社會共融績效
- 七、供應鏈管理績效

03

附件佐證

04

TIP提醒

TIP

- 一、主辦單位對於商業計畫書的內文有限制，約莫**15頁**為宜。
- 二、每一單元均有其審核意義，應**精闢扼要**。
- 三、用字遣詞以**正向積極**為宜，**不建議消極悲觀、批評字眼**。
- 四、商業計劃書以表達**團隊**未來的方向與策略為重點，建議以團隊共創為內容，**避免個人主義**。
- 五、除非必要，**盡量避免用詞感謝**主辦單位相關人員。

TIP (續)

- 六、**因個資法及商業法**，謹慎內容中標註之人名及企業名稱。
- 七、商業計畫書**主體為企業本身**，因此各句中不需隨時標註企業為主詞，大段之首則可斟酌使用。
- 八、主辦單位聲明之各項規範，務必遵守。例如格式之變動，但因文字多寡而延伸之表格擴大，不在此限。
- 九、依據主辦單位需要了解的規劃撰寫，以利評核。
- 十、大方向表達現況與未來計畫，**忌繁文或細節敘述**。

CONCLUSION



Q&A





感謝

Thank
you

Brand in Taiwan

第四屆品牌金船獎BP培訓

賴茂山 講師

手機：0933-294101

電郵：maoshanlai@gmail.com

Line ID：maoshanlai



第四屆品牌金船獎

海外僑臺商組

報名申請網址

<https://www.roccobac.com/s/GQIAAA>

中華民國全國商業總會徵件服務窗口

廖芳妙副主任 candy@roccoc.org.tw

林品好專員 joyce@roccoc.org.tw

02-2701-2671轉232/219