

政府科技發展中程個案計畫書
科技發展類前瞻基礎建設計畫

經濟部商業發展署
「建構零售暨服務業數據共享創新服務計畫」
(核定本)

計畫全程：110年1月至114年8月

中華民國113年9月

目 錄

壹、基本資料及概述表(A003).....	2
貳、計畫緣起	8
一、 政策依據	8
二、 擬解決問題之釐清.....	8
三、 目前環境需求分析與未來環境預測說明.....	13
四、 本計畫對社會經濟、產業技術、生活品質、環境永續、學術研究、 人才培育等之影響說明.....	18
參、計畫目標與執行方法.....	20
一、 目標說明	20
二、 執行策略及方法	25
三、 達成目標之限制、執行時可能遭遇之困難、瓶頸與解決的方式或 對策	35
四、 與以前年度差異說明.....	38
五、 跨部會署合作說明.....	38
肆、前期重要效益成果說明.....	39
伍、預期效益及效益評估方式規劃.....	49
陸、自我挑戰目標.....	50
柒、經費需求/經費分攤/槓桿外部資源.....	52
捌、儀器設備需求.....	56
玖、就涉及公共政策事項，是否適時納入民眾參與機制之說明	57

壹、基本資料及概述表(A003)

審議編號	114-1404-11-20-01			
計畫名稱	建構零售暨服務業數據共享創新服務計畫			
申請機關	經濟部商業發展署			
預定執行機關 (單位或機構)	經濟部商業發展署			
預定 計畫主持人	姓名	蘇文玲	職稱	署長
	服務機關	經濟部商業發展署		
	電話	(02)2343-3300	電子郵件	cfhsu3@aoc.gov.tw
計畫摘要	<p>本計畫主要透過數據驅動與數位科技導入，協助商業服務業者數位轉型及商業模式創新，優化營運體質及產業競爭力，進一步協助優質企業拓展國際市場。本計畫針對業者之數位程度不同提供適性輔導措施：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 針對數位化程度較低的業者，協助其導入現有市面上之雲端解決方案，例如客戶關係管理(CRM)、雲端進銷存管理、企業管理、雲端收銀(POS)、多元線上支付、開店平台工具、客戶訂位/預約服務、碳排計算、其他等，提升其數位營運力。 2. 針對數位化程度較高之商業服務業者，由領頭羊業者帶動其合作夥伴，導入雲端服務或 AI 技術產品方案所產生之數據回饋，驅動業者進行數位轉型及商業模式創新，優化營運體質及產業競爭力，進一步協助優質企業拓展國際市場，進而提升營收、帶動員工薪資成長。 <ol style="list-style-type: none"> (1) 「國際市場數據應用」由領導業者帶領合作成員，導入數據分析工具，進行國外數據加值應用，協助臺灣業者打開國際市場，拓展海外市場通路與營業額。 (2) 「AI 商務應用」由領導業者針對產業痛點，導入 AI 技術應用之產品或演算法，進行數據驅動商業決策，以提升服務效率或改善服務品質之創新商業模式。 3. 針對有數位轉型需求之商業服務業者，提供專家服務機制，透過諮詢媒合會、補助案關懷審查會等方式，提供有數位轉型需求或正在數位轉型之企業專家諮詢服務，針對其轉型過程遇到的問題提供建議，並彙整輔導歷程及數位轉型典範案例，滾動修正商業服務業數位案例彙編 1 式，供有數位轉型需求之業者參考。 			
計畫目標、預期 關鍵成果及與部	計畫目標及預期關鍵成果			與部會科技施政 目標之關聯
	114 年度			

會科技施政目標之關聯	<p>目標 1:調升員工薪資</p> <p>關鍵成果 1:協助業者導入 AI 技術進行數據驅動商業決策，建立 15 案典範案例，帶動 3,000 家店家數位轉型，提升企業營收成長至少達 4%。</p> <p>關鍵成果 2:協助商業服務業者優化營運流程、提升經管效率，並有效降低營運成本，帶動員工薪資成長至少 3.25%。</p> <p>關鍵成果 3:促成 900 家中小型商業服務業者上雲使用數位服務。</p>	經濟部:2:引領產業創新轉型與發展模式
	<p>目標 2:普及擴散服務業數位轉型</p> <p>關鍵成果 1:透過雲服務及數位工具，協助零售、餐飲、生活服務業數位轉型，累計輔導家數涵蓋率 8%。</p>	經濟部:2:引領產業創新轉型與發展模式
	<p>目標 3:拓銷海外市場</p> <p>關鍵成果 1:建立 2 案典範案例，帶動 110 家店家瞭解國際客源之消費習慣，透過國際通路銷售，增加海外客源，帶動海外營收成長 5%。</p>	經濟部:2:引領產業創新轉型與發展模式
預期效益	<p>本計畫預期效益如下：</p> <ol style="list-style-type: none"> 發揮數據價值：運用科技補足企業內外部數據缺口，掌握消費者行為與偏好，實現精準預測與行銷，帶動店家數位轉型。 推動創新服務：透過商業模式的創新、服務流程的改善，增加來客量及銷售額，提升企業營運效率與附加價值。 開發新收入：以數據驅動企業發展新品牌、新通路、新產品，以及新客群。 <p>拓展國際市場：串接國際消費數據，掌握各地消費者的購物偏好，協助業者擬定海外行銷策略，提高海外市場銷售額。</p>	
計畫群組及比重	<p>請依群組比重填寫，需有比重最高之群組，且加總須 100%。</p> <p><input type="checkbox"/> 生命科技 ____ % <input type="checkbox"/> 環境科技 ____ % <input type="checkbox"/> 數位科技 ____ %</p> <p><input type="checkbox"/> 工程科技 ____ % <input type="checkbox"/> 人文社會 ____ % <input type="checkbox"/> 科技創新 _100_ %</p>	
計畫類別	<input checked="" type="checkbox"/> 前瞻基礎建設計畫	
前瞻項目	<input type="checkbox"/> 綠能建設 <input checked="" type="checkbox"/> 數位建設 <input type="checkbox"/> 人才培育促進就業之建設	
推動 5G 發展	<input type="checkbox"/> 是 <input checked="" type="checkbox"/> 否	
中長程個案計畫	<input checked="" type="checkbox"/> 是，中長程個案計畫名稱：建構零售暨服務業數據共享創新服務計畫	
資通訊建設計畫	<input type="checkbox"/> 是 <input checked="" type="checkbox"/> 否	

政策依據	1. FIDP-20210207020000：前瞻基礎建設計畫(110 年修訂版)：4.7.2 建構零售暨服務業數據共享創新服務計畫。 2. PRESTSAIP-0110DG0203010000：「智慧國家方案(2021-2025 年)」(原 DIGI+方案)：主軸二：數位創新、3.產業轉型基盤、(1)促進雲世代產業數位轉型。 3. EYGUID-01130303000000：行政院 113 年度施政方針：三、加速產業智慧化、低碳化轉型，建構綠色消費型態，創造綠色成長新動能；驅動新創及引領中小企業升級發展，創新商業服務模式與品牌；協助企業取得資金，加速國家重點產業創新轉型。 4. AI-20230204000000：臺灣 AI 行動計畫 2.0：2.4 強化中小企業導入 AI 轉型升級				
計畫額度	■ 前瞻基礎建設額度				
執行期間	114 年 01 月 01 日 至 114 年 8 月 31 日				
全程期間	110 年 01 月 01 日 至 114 年 8 月 31 日				
前一年度預算	年度	經費(千元)			
	113	229,160			
資源投入	年度	經費(千元)			
	110	230,000			
	111	230,000			
	112	230,000			
	113	229,160			
	114	190,000			
	合計	1,109,160			
	114 年 度	人事費	11,230	土地建築	0
		材料費	0	儀器設備	0
		其他經常支出	178,770	其他資本支出	0
經常門小計		190,000	資本門小計	0	
經費小計(千元)		190,000			
部會施政計畫關鍵策略目標	維繫產業競爭優勢				
本計畫在機關施政項目之定位及功能	行政院「智慧國家方案(110-114 年)」納入雲世代產業數位轉型等前瞻數位科技，聚焦於數位創新，以產業轉型基盤為軸心，提升企業數位與應用雲端服務能力，推動產業創新轉型。從數位經濟到平台經濟，中小企業面臨巨大的挑戰以及轉型迫切需求，但卻缺乏投入數位轉型的方向與作法。因				

	<p>此，本計畫聚焦於建立數位轉型的典範案例，並促成業者與數位夥伴間的合作關係，形成水平或垂直合作之生態系，樹立中小企業可學習之榜樣。並利用所打造的典範案例，從點線面帶動整體中小企業之數位轉型，轉動整個服務業之發展，提升企業營運效率，並開拓新市場與通路。</p>			
計畫架構說明	依細部計畫說明			
	細部計畫 1 名稱	建構零售暨服務業數據共享創新服務計畫		
	114 年度 概估經費 (千元)	190,000	計畫屬性	產業服務與應用
	主管機關	經濟部商業發展署	預定執行機構	經濟部商業發展署
	細部計畫 重點描述	<p>本計畫針對數位程度不同之商業服務業者提供適性輔導措施：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 針對數位化程度較低的業者，協助其導入現有市面上之雲端解決方案，例如客戶關係管理(CRM)、雲端進銷存管理、企業管理、雲端收銀(POS)、多元線上支付、開店平台工具、客戶訂位/預約服務、碳排計算、其他等，以提升其數位營運力。 2. 針對數位化程度較高之商業服務業者，透過「國際市場數據應用」或「AI 商務應用」補助，協助領頭羊業者帶動其合作夥伴，導入雲端服務或 AI 技術產品方案所產生之數據回饋，驅動業者進行數位轉型及商業模式創新，優化營運體質及產業競爭力，進一步協助優質企業拓展國際市場，進而提升營收、帶動員工薪資成長。 <ol style="list-style-type: none"> (1) 「國際市場數據應用」係由領導業者帶領合作成員，導入數據分析工具，進行國外數據加值應用，協助臺灣業者打開國際市場，拓展海外市場通路與營業額。 (2) 「AI 商務應用」則由領導業者針對產業痛點，導入 AI 技術應用之產品或演算法(如：資料探勘、機器學習、自然語言處理等)，進行數據驅動商業決策，以提升服務效率或改善服務品質之創新商業模式。 3. 提供專家服務機制：籌組產官學研專家團，透過諮詢媒合會、補助案關懷審查會等方式，提供有數位轉型需求或正在數位轉型之企業專家諮詢服務，針對其轉型過程遇到的問題提供建議。此外，彙整輔導歷程及數位轉型典範案例，供有數位轉型需求之業者參考。 		

	預期關鍵成果	<p>114 年預期關鍵成果：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 促成 15 案數據應用典範案例，帶動 3,000 家店家，協助業者導入 AI 技術，藉數據驅動創新商業模式開發，發展新通路與新營收來源，提升獲利能力，帶動員工薪資成長至少 3.25%，提升企業營收成長至少達 4%。 2. 促成 2 案拓展國際市場典範案例，帶動 110 家店家瞭解國際客源之消費習慣，透過國際通路銷售，增加海外客源，帶動海外營收成長 5%。 3. 促成 900 家中小型商業服務業者上雲使用數位服務。 		
	細部計畫 2 名稱	無		
	114 年度概估經費 (千元)		計畫屬性	
	主管機關		預定執行機構	
	細部計畫重點描述			
	預期關鍵成果	<p>114 年預期關鍵成果：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 2. 3. 		
前一年計畫或相關之前期程計畫名稱	建構零售暨服務業數據共享創新服務計畫			
前期主要績效	<p>110 年度至 112 年度執行成果效益：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 導入雲端解決方案 110-111 年遴選九大類別、508 個雲端解決方案，112 年遴選 142 個雲端解決方案，合計協助 5,598 家中小型店家導入雲端解決方案，提升數位營運能力。 2. 數位轉型補助 110-112 年推動 78 個數位轉型案例，包含零售業 45 案、餐飲業 19 案、休憩服務業 8 案及生活服務業 6 案，整體帶動 20,418 家業者導入數位工具，數據驅動數位轉型，新增 3,296 個就業機會，促成消費金額逾 161.37 億元、提升營業成長 123.09 億元、投資 30.23 億元，海外營收逾 83.36 億元。 3. 輔導諮詢服務 			

	<p>透過關懷會議、期中、期末審查會等方式，提供數位轉型個案業者細緻化諮詢，克服數位轉型過程所遇到之問題；並每年完成數位轉型指南 1 式、懶人包 1 冊以及線上評估量表，逐年滾動修正。</p> <p>4.推廣與成果擴散</p> <p>(1)辦理 25 場計畫說明會活動、辦理 7 場次推廣上雲媒合說明會、完成 29 個數位轉型個案報導及微短片等進行推廣。</p> <p>(3)辦理「跨國商機媒合會」，邀請新南向國家數位工具業者分享各國企業數位應用趨勢，並與我國 25 家業者進行媒合交流，促成商機逾 2,000 萬元。</p> <p>(4)辦理個資宣導暨安全維護計畫教育訓練課程，共計 33 家業者、35 位學員參與，增進業者對於個資及資安的認識。</p> <p>(5)舉辦「數據共享成果交流會」，邀請個案業者及產官學專家共計 143 人參與，並規劃於 113 年持續辦理，以促進跨業、跨域之合作可能。</p> <p>(6)與雲世代相關計畫共同辦理「2022 年數位綠色雙轉型聯合成果展」，實體及線上累計參與人數 16,648 人次。</p>			
跨部會署計畫	<input type="checkbox"/> 是 <input checked="" type="checkbox"/> 否（若屬跨部會合作計畫，請續填說明。）			
	合作部會署 1	無	114 年度經費 (千元)	
	負責內容			
	合作部會署 2	無	114 年度經費 (千元)	
負責內容				
中英文關鍵詞	<p>數據驅動、服務創新、數位轉型、國際拓銷、生成式 AI</p> <p>Data-driven, service innovation, digital transformation, international marketing, generative AI</p>			
計畫連絡人	姓名	許綺芳	職稱	專員
	服務機關	經濟部商業發展署		
	電話	(02)2343-3300 分機 7413	電子郵件	cfhsu3@aoc.gov.tw

貳、計畫緣起

一、政策依據

- (一) 為振興經濟、帶動整體經濟動能，因應國內外新產業、新技術及新生活趨勢，推動促進轉型之國家前瞻基礎建設。2021 年起推動後 4 年前瞻計畫(又稱前瞻 2.0)，持續強化國家重要基礎建設，並針對 5G、數位發展、AI、資安等六大核心戰略產業，產業振興發展所需基礎建設等持續推動並擴大產業數位轉型。因此本計畫擬以前瞻視野角度，協助零售暨服務業包含零售、休憩服務、餐飲、生活服務進行服務雲端化及數位化，以數據驅動商業決策，針對民眾日常生活配套應用進行加值，推動民眾有感之數位建設項目。
- (二) 2021 年 5 月 6 日行政院核定「智慧國家方案(2021~2025 年)」，以「2030 實現創新、包容、永續的智慧國家」為願景，並以促進社會整備(Society Ready)為核心價值，推動國家社會的整體數位轉型。本計畫扣合「數位基盤」構面，促進雲世代產業數位轉型：以雲端應用作為核心，透過跨部會政策規劃與評估，協調必要資源，並促進公私協力推動跨行業、跨領域之產業轉型。運用資料驅動企業發展，透過商業模式的創新、服務流程的改善，串接國際消費資料，提升企業營運效率與附加價值。
- (三) 行政院科技會報第十七次會議決議，需協助中小企業掌握與因應數位經濟與 AI 興起帶來之影響，期隨時滾動檢視政府政策，以提升產業創新與國際競爭力。

二、擬解決問題之釐清

儘管面臨全球經濟不確定性的局面，企業仍致力於創新數位轉型，領導者亦積極支持企業採用新興科技，期快速創造價值。依據 KPMG「2023 全球科技應用調查報告」顯示，企業領導者非常樂觀看待興新科技所帶來的效益，並認為能夠提高產業生產力。

如今，數位轉型不再是選項，而是企業的必經之路，敏捷靈活的決策，將能夠使領等者在競爭中脫穎而出，成為企業在數位經濟中蓬勃發展的關鍵要點，因此在不確定的經濟情況之下，調查結果顯示企業投資新興科技的數量增加三倍，2022 年僅 10%，2023 年則增加至 38%；且 68% 企業領導者將 AI 視為實現目標的重要技術。

市調公司國際數據資訊(IDC)統計中指出，全球數位轉型相關支出，預計將在 2026 年達到 3.4 兆美元，複合年增長率(CARG)預期達到 16.3%。而隨著全球數位化轉型市場蓬勃發展，雲端運算、AI、大數據、5G 等技術的應用範圍不斷擴大，全球企業的數位化轉型已經來到了持續發展階段，這也促使了企業不斷加大其在數位化轉型的投入。

商業服務業包含批發、零售、餐飲、物流等因應商業活動而衍生的多樣業種、業態，可支援上游製造業、農業等生產活動，亦能鏈結下游消費市場，促進商品、經濟等流通能量，扮演我國經濟動能非常重要的角色。商業服務業逐年邁入精緻化、客製化，並著重客戶體驗，依據 2023 年商業服務業年鑑指出，2022 年臺灣商業服務業共計 93.11 萬家，占整體營利事業家數 58.3%，就業人口達 680 萬，占總就業人數近 60%，且我國服務業創造的產值超過 13 兆元，占 GDP 約 61%，可見，商業服務業在我國經濟發展和就業穩定中扮演著重要角色，應持續發揮出數位轉型後的韌性，以因應未來更強調 AI、大數據等數位創新科技應用、去實體化及重視永續議題的不斷變化的局勢。

臺灣企業約 98% 屬中小企業，其中 6 成為獨資企業，且多為家族經營型態，於該類企業資金來源單一。現今為推動數位轉型亟需產業共襄盛舉，然而這些企業在數位化所面臨的挑戰，大多為企業規模不大、營業據點不多、投資預算有限、數位工具採購決定權較為集中、使用數位工具人才需訓練等，因此在推動企業購入並使用數位工具與數位解決方案上多有挑戰。

綜整以上分析，歸納出我國商業服務業者在數位轉型過程中實際將面臨以下問題：

(一) 痛點一：企業營運體質不健全

根據資誠 PwC「2022 臺灣中小企業數位轉型現況與需求調查」指出，已有高達 91% 的中小企業投入轉型，年成長近 2 成，顯示多數企業已認知到不轉型就沒有競爭力。不過，轉型非一蹴可及，中小企業長期面臨轉型困境，包括高流動率造成的人力短缺、研發投入不足導致產品或服務缺乏差異性、科技化程度不深而難以因應數位化浪潮，以及缺乏數位行銷能力與社群經營等挑戰，亟需以數位轉型因應經營模式以及市場變化，從激烈的競爭中脫穎而出。

(二) 痛點二：資源單薄缺乏行銷

臺灣商業服務業者多屬中小型企業，其多以傳統行銷管道為主，如紙本、面對面、電話等方式，造成觸及客群受到限制，就算有使用 FB、Line 等方式推廣，卻僅流於分享促銷資訊，缺乏與客戶有效互動，此外中小型企業多半亦無整合市場數據之分析資源及能力，以致無法掌握本身市場定位與目標客群，無法精確擬定行銷策略。

根據經濟合作暨發展組織 OECD (2021) 的資料，只有 60% 的中小企業採用了新的數位科技，意味著在有限的資源條件下，中小企業數位轉型的推手、採用的數位技術、轉型過程的議題及預期達到的創新成果必然不同於資源相對豐沛的大型企業。

(三) 痛點三：缺乏數位轉型驅動能量

經濟學人智庫 Economist Intelligence Unit (EIU) 於 2024 年 4 月公佈首屆「亞洲數位轉型指數」，我國排名第五，排名相對落後新加坡、韓國、日本、香港等。經濟學人智庫報告中指出：拿下第一的新加坡表現強勁，主因是數位基礎建設完善，以及政府政策高度支持並鼓勵企業善用新創技術，而臺灣在未滿 50 人的中小型企業，仍以第 2 級基本電腦軟體為主要的數位工具，未滿 10 人的小

微型企業，仍多以第 1 級紙本或人工管理，當多數企業缺乏數位化、系統化之技術及環境時，勢必對企業未來升級及轉型造成阻礙。

(四) 痛點四：鼓勵商業服務業推動商模再造

我國服務業就已經受到全球科技浪潮的衝擊，雖然整體服務業占 GDP 及就業人數逾 6 成，但因無大型企業的雄厚財務與人才，長期處於創新能力不足，面臨轉型升級、價值提升等挑戰。隨數位科技的快速發展與日益變革，不僅改變了消費行為與產業疆界，更是業者進行組織調整改革的關鍵。

根據瑞士洛桑管理學院 (IMD) 2023 年全球數位競爭力調查評比，我國在全球 64 個主要國家及經濟體中排名第 9 名，顯見我國推動雲世代產業數位轉型，在基礎建設及研發應用已有成果。惟企業的數位轉型較少有運用數位化流程創造出新產品、服務、開發新市場或創造新的獲利模式的型態，未來企業除善用現有數位資源外，也應盤點後續發展的應用方向，並再進行深化，例如若某企業在顧客獲取、開拓的階段已有顯著的成效，則建議再往下一階段發展出新產品、服務，或開發新客戶或新地點等不同市場，深化數位轉型的作法。

為因應上述困境和挑戰，隨著數位化浪潮的到來，企業數位轉型已成為維持競爭力和創新的必然之路。在這個過程中，數據分析和 AI 成為了企業不可或缺的工具。本計畫將協助商業服務業者，依據企業週期與需求，**導入適切的數位方案並深化推動轉型，運用數據分析和 AI 提升營運效益**，並以標竿企業的應用典範做為參考依據，鼓勵開創新商模。

表1 我國商業服務業者面對數位轉型 SWOT 分析

SWOT 分析矩陣		內部分析	
		優勢 Strengths	劣勢 Weaknesses
		<p>1. 國內中小企業占整體企業的98.92%，是臺灣民生經濟中最重要的一環；且服務業為我國經濟生產及就業穩定的產業主力。</p> <p>2. 政府施政目標支持，持續協助中小企業數位轉型，並驅動新創及提升中小企業競爭力，開發新商業服務模式，建構綠色轉型意識及消費。</p> <p>3. 疫情成為企業推動數位轉型的入門磚，企業可趁勢調整營運方針，透過智慧化應用創造新商業、獲利模式。</p>	<p>1. 中小企業缺乏完善數位轉型布局的觀念，導入數位服務並非僅是疫情的一時之計。</p> <p>2. 缺乏工具應用概念，較難依企業發展階段如實盤點需求，導入切中痛點的數位解決方案。</p> <p>3. 受到少子化趨勢的衝擊，產業面臨缺工問題，數位人才稀缺。</p> <p>4. 多數中小企業的數位轉型仍處於初淺應用階段，缺乏開發新產品服務、新市場或商模等深化階段。</p>
外部分析	機會 Opportunities	SO 增長策略	WO 移轉策略
	<p>1. 雙軸轉型為各國企業努力目標，宜盡早與世界接軌。</p> <p>2. 數位轉型的跨業競爭，各企業更應善用群體聯盟共創彼此的市場定位價值，共同合作加速帶動轉型。</p> <p>3. 企業導入數位科技，可累積未來跨域整合能力，並提供創新的服務體驗。</p> <p>4. 數位服務串整線上/線下的特性，可發揮綜效提升客戶的黏著度及忠誠度，進而獲取更多客流與金流。</p>	<p>1. 籌組專業專家輔導團，提供企業營運和數位能力缺口相關問題諮詢，並針對轉型過程遇到棘手問題提供專業的解決方案建議與提供資源媒合。</p> <p>2. 針對中小企業提供導入數位轉型工具，促進整體競爭力之提升，同時為改善企業體質，以建構創新應用模式，將辦理遴選及推動雙線輔導機制、推動企業數位優化進而數位轉型，以協助我國中小型企業建構創新數位轉型之服務，加速數位經濟發展動能。</p> <p>3. 以區域整合或產業串聯形塑商業發展特色，採深化型輔導、鏈結相關組織資源，建立企業間合作模式，達到企業永續營運之目標。</p>	<p>1. 為有效推動數位轉型補助案，協助零售、餐飲、休憩及生活服務業等商業服務業者，透過數位服務及數位工具，進行優先共創或進階領航類別提案，強化企業數位營運能力，優化企業營運體質及產業數位競爭力。</p> <p>2. 進行深化型之優先共創或進階領航類別提案，強化輔導企業蒐集並分析數據資料，發展新商業模式、新通路、新服務等，帶動業者營收提升，並進軍海外市場。</p> <p>3. 結合產學研專家經驗與能量，協助零售暨服務業者，透過數據驅動與數位科技，推動數位轉型及商業模式創新。</p>
		ST 多元性策略	WT 防禦策略
威脅 Threats		<p>1. 針對優質案例，針對數位應用工具導入後之亮點或示範案例，進行相關商業服務模式研究，產出數位轉型個案成果彙編，提供給其他企業商業模式之市場行銷策略。</p> <p>2. 不定期辦理媒合諮詢並提供專家諮詢，達到提升企業數位應用能量，以利更多中小型企業在數位科技服務上的發展及轉型相關之應用。</p> <p>3. 安排國內業者與國際性服務平台、海外數位解決方案業者進行交流，辦理跨國商機媒合會，帶領業者接軌國際、拓展海外通路。</p>	<p>1. 為加速數位轉型政策紮根或落地，藉由與媒體合作方式，宣導及擴散數位轉型之推動效益。</p> <p>2. 提供業者申請政府資源諮詢及管道，辦理實體或線上計畫說明會，並製作相關數位轉型說明影片或懶人包。</p> <p>3. 製作拍攝成果微短片並辦理成果案例交流會，邀集計畫過去參與補助之廠商，現身說法分享轉型過程案例、激勵其他中小企業學習，進而鼓勵更多的業者投入數位創新、轉型之行列，加值並翻轉產業，加速帶動整體產業數位優化、數位轉型進程。</p>

三、目前環境需求分析與未來環境預測說明

(一) 目前環境需求分析

根據波士頓顧問公司 (BCG) 2022 年發布的《全球數位轉型調查報告》指出，數位轉型成功的企業不僅利潤平均增長率為其它企業的兩倍，更有兩倍的機會能夠延續所創造的價值。然而 2021 年全球僅有三成五 (35%) 的企業達成數位轉型目標。而臺灣有將近 80% 的公司都正在進行數位轉型，但其中卻有 90% 以上的公司將面臨著嚴重的轉型失敗風險。BCG 研究指出，若要提高轉型成功的可能性，企業應具備六大關鍵因子：具有明確轉型目標的整合策略、從高階到中階主管的承擔、配置高素質的人才、利用敏捷管理思維帶動整體組織變革、有效監督目標達成進度、以及具備商業導向的模組化技術與數據平台。

本計畫自 110 年至 112 年輔導 78 案數位轉型個案，綜觀商業服務業，於供應端需加強數位服務系統及優化顧客服務流程之運用，需求端需因應民眾的消費模式、生活型態與工作模式之改變，產業數位發展情形，茲分述如下。

1. 數據驅動消費決策

消費者更傾向於線上購物，補足實體購物的不足；餐飲店家導入自助點餐、線上點餐、外帶外送等多元服務，增加客群。這種變化推動數據驅動的消費決策，如線上平台蒐集消費者的購物行為購物數據，並運用、數據瞭解消費者偏好，進而推薦更適合消費者的產品、餐點或服務，也透過數據分析優化自身的產品與價格，進而提高銷售業績。並藉由與上游供應鏈業者、經銷通路、加盟店家等合作夥伴數據分享，進而提高庫存周轉率、降低營業成本。

2. 數位化通路演進及 D2C 模式

全通路 (Omnichannel) 成為商業服務業者連結線上、線下服務接

觸點的重要策略。業者開始進行數位轉型，運用各種數位化通路，直接面對消費者（Direct to Consumer, D2C）的營運模式，並能有效地蒐集與分析消費者數據，藉此調整產品、價格、餐點口味及行銷策略等，以提高營運效益。

3. 企業重視永續議題

民眾對於個人健康和安全的關注度提升，影響了消費者的購買決策，業者也增加健康和 safety 相關產品或服務，以符合消費者需求，更傾向選擇友善和重視永續的產品和服務。如餐飲業者「爭鮮」透過數位工具提供食材履歷、與小農合作提供在地食材並導入國際商情分析，協助國內食材業者製造符合國外消費者產品，符合消費者於食品消費上關心的議題。零售業者「台灣卡多摩嬰童館」導入婦嬰商品交易平台，提供消費者二手婦嬰幼童商品交易，將二手商品送交門市至總部鑑價中心評估可再利用價值，並獲得二手交易回饋獎勵，增加老客再回購機率，實踐綠色循環利用機制。

4. 新科技應用增加消費者體驗

業者更注重消費者體驗的感受，透過引進新興科技，例如 AI、生成式 AI、虛擬實境（VR）和擴增實境（AR）等數位技術，提供更多元化、更貼近消費者需求的服務，如「漢來美食」將銷售與採購、庫存等營運數據使用機器學習演算法發展 AI 預測模型，針對銷售品項與數量、原料庫存品項與數量進行銷售和庫存採購預測，提供決策輔助，提高供應鏈管理效率。

根據國際研究機構 Gartner「2023 年十大戰略技術趨勢」，2027 年會超過 70% 的企業將使用雲平台（Integrated Computing Platform, ICP）來加速其業務發展，而 2023 年這一比例還不到 15%，企業可以利用產業雲平台的服務，更快速的搭建基礎模組和實現數位業務，提升敏捷性和推動創新。

Gartner 研究副總裁 Sid Nag 認為，雲端已不可或缺，現今不再是由雲端模式驅動業務成果，而是由業務成果塑造雲端模式，例如企業部署生成式 AI 服務時，基於基礎架構規模的考量，會尋求公有雲方案來加以應用。

另外，IDC 市場調查機構所公布 2023 年臺灣 ICT 市場十大趨勢預測顯示，市場中仍存在著勞動力短缺、供應鏈與通膨等因素影響，中小企業想要生存甚至脫穎而出需要明確的數位化策略、具藍圖的技術布局、以及更有效的內部治理。在有限的經費考量下，透過雲端解決方案提升服務、改善客戶體驗，增進營運靈活度與市場競爭力將是中小企業經濟壓力下的重要技術投資。**IDC 預估到 2025 年，全球有三成的中小型企業會將其一半的核心工作附載轉移到雲端**，以提高業務敏捷度和持續推升企業彈性。

此外，麥肯錫 2023 年發表的研究報告中指出，在全球 1,684 家受訪的企業中，約 30% 的業者經常性的使用生成式 AI，協助公司各部門的運作。此外，許多業者期望在生成式 AI 進行更多的投資，認為這將在未來三年內對行業競爭造成重大、顛覆的變化。最顯著的發展之一就是生成式 AI 的突破。這種技術正迅速發展於行銷、產品設計、客戶服務、營運管理等領域。

在這種趨勢之下，AI 的開發不再是大型科技公司的專利，而是變成一種普及的工具，可以根據不同行業的需求進行調教和應用。考慮到臺灣中小企業資源有限，亟需決定適當數位技術規模的協助，藉此推動成長，刺激整體經濟復甦及發展。若要善用 AI、大數據的力量，上雲就成為必要策略，因此透過 AI 技術、雲端服務及數據驅動，協助中小型商業服務業數位轉型及商業模式創新則為本計畫重要目標。

(二) 未來環境預測

近年資訊科技發展迅速，如大數據、5G、物聯網、AI 及雲端運算等數位應用技術日趨成熟，其運用範圍不僅限於單一領域，更串起不同類型產業創造整體綜效，全面推動各產業轉型發展的進程，也因為智慧工具服務的瞬息萬變，讓企業開始拓展多元商機，而形成產業策略結盟、發展生態圈的趨勢。另一方面，個人資料數據蒐集與應用普及，也讓各國更加重視隱私權議題，而隨之不斷調整相關配套法規的方針，科技業也開始制定個人資料維護協定。

未來商業環境的發展趨勢，勢必將隨著國際局勢的脈動、數位科技的推陳出新而不斷變動，因此企業更需有彈性韌性兼具的策略，並更具體掌握未來發展環境的脈絡，才能洞察融合數位科技創新應用的先機，有效協助企業技術升級拓展商業版圖。

1. 數據驅動企業發展

2020 年歐盟發布「歐洲數據應用市場檢視工具」The European Data Market Monitoring Tool¹，研究報告指出，2019 年美國數據市場價值為 1,848 億歐元（約 6.1 兆新臺幣）、日本 329 億歐元（約 1.1 兆新臺幣）、巴西 79 億歐元（約 2,591 億新臺幣）；歐盟 27 國（不含英國）則是接近 580 億歐元（約 1.9 兆新臺幣）。而臺灣數據市場價值，依據我國發展資料經濟之策略及展望計畫，顯示 2018 年數據市場產值約 88.83 億歐元（約 2,914 億新臺幣），與歐盟、美國、日本市場之價值規模差異仍大，仍然有很高的成長空間。

數據的價值即在於透過開放數據分享、分析與應用，幫助企業即時決策並創造兼具韌性與彈性的流程，因此數據的應用將是企業

¹ 《臺灣經濟研究月刊》〈從數據經濟發展趨勢談小店家數位轉型方向與策略〉（2021）

數位轉型重要的一環。特別是商業服務業者的服務範疇涵蓋了食、衣、住、行、育、樂等日常生活領域，然而許多國內的服務業經營者多屬中小企業，囿於資金不足、缺乏人力資源與數位应用能力薄弱，在轉型的路程上仍有許多挑戰尚待克服，惟若能有效運用數據驅動企業數位轉型、價值升級，善用高價值數據開發創新產品／服務與商業模式，亦將是發展臺灣民生經濟的關鍵動力。

2. 生態系競合思維，共創新商業價值

在全球化的新時代中，許多產業為尋求更多商機可能，而開始加速數位轉型並跨足異業領域合作，使產業別界線變得模糊，並激發各種結盟合作型態的可能。經濟學者詹姆斯·摩爾(James F. Moore)提出「商業生態系」(Business Ecosystem)的概念，並點出應用的核心—「商業生態系統之間的競爭，是促成產業轉型的關鍵，而不是個別公司之間」。

放眼未來產業發展趨勢，對於本身資源較少抑或是很難用單一服務和大集團競爭的中小企業，商業生態系策略正是屬於他們可把握的機會，亦能讓客戶比較產品背後的商業價值，而非僅是產品本身，以休憩服務業的應用情形為例，可以結合數位工具串整旅宿週邊的景點、商圈資訊，同步帶動地方商業生態圈共榮。因應數位轉型帶來更多的跨業界競爭，各企業都應及早思考如何面對未來新商業模式的發展與挑戰，運用群體聯盟共創企業間彼此的市場定位價值；本計畫亦鼓勵以合作結盟、以大帶小模式共同帶動轉型。

3. AI 已成為全球數位化的主流

市調機構 Precedence Research 報告指出，2022 年全球零售業 AI 技術導入規模約達 84.1 億美元，預估至 2032 年將增至 457.4 億美元，年均複合成長率 (CAGR) 達 18.45%。此外，美國零售聯

合會（NRF）亦表示，AI 技術正在重組零售業營運方式，有助於提高零售企業在客戶鎖定、營運作業、價格制定、銷售預估與廣告行銷方面的準確度與效率。

AI 技術演進上，將從原本被動分析 AI，發展成能主動預測 AI，例如，行銷 5.0 聚焦在科技及數據運用，透過 AI 主動分析達到快速且精準地為不同客群量身打造行銷策略。因此未來 AI 應用場景也將逐步朝向跨多場域和虛實融合應用來發展，甚至須因應新場景和應用的新挑戰。

隨著新科技的不斷革新，企業要能夠持續地進行數位轉型並精進其服務內容，在未來線上線下的關係，將透過基礎設施與生態系的日漸完善，轉變成真正「虛」與「實」融合，而在交互作用下產生綜效，提升客戶的黏著度及忠誠度，進而獲取更多客流與金流，加速其生態圈活動循環。本計畫亦將輔導業者導入 AI、大數據等創新數位科技，發展新商業模式、新通路或新服務，邁向數位轉型階段。

四、本計畫對社會經濟、產業技術、生活品質、環境永續、學術研究、人才培育等之影響說明

（一）社會經濟

本計畫針對產業之痛點，導入數位科技加速落實數位轉型，帶動產業升級，強化臺灣全球競爭力，期達成「六大核心戰略產業」之願景。本計畫特別區別國內外市場，並透過跨單位交流，創造合作綜效及降低資源重複投資，協助企業透過數據驅動，發展新商業模式，以利整體社會經濟蓬勃發展。

（二）產業技術

本計畫擬依據業者不同的商業模式導入合適之技術與科技能量，例如：AI、大數據分析、物聯網、CRM 等，並與公協會、專業

領域專家、技術服務專家合作，規劃數據驅動策略、進行服務協同設計、國際落地等，優化我國數位轉型實戰經驗及能量提升我國人才就業率與薪資成長。

(三) 生活品質

本計畫將導入數位科技應用協助企業發展創新營業模式，增加企業營業效率及消費便利性，帶給消費者更好的購物及服務體驗，提升整體生活品質。同時，促成數位相關產業獲得更多資源，開發更具效能的數位科技產品，提供民眾優質的生活環境。

(四) 學術研究

透過實驗場域平台，整合企業專家、法人、公協會之資源及能量，增加我國產業數位轉型之相關研究案例，促進該領域研究蓬勃發展。

(五) 人才培育

因應 2030 年產業競爭與數位創新，透過導入數位科技、場域驗證、專家輔導、從做中學等方式，提升產業數位轉型意識，加速各企業重視內部人才之數位轉型訓練或招募數位應用人才，進而帶動培育數位相關產業及特殊技術人才，充裕我國產業數位人才需求。

參、計畫目標與執行方法

一、目標說明

計畫全程總目標(end point)					
因應「六大核心戰略產業」政策及未來數位經濟發展，建立零售、休憩、餐飲、生活服務業透過數據加值，驅動商業模式轉型之典範案例，形成水平或垂直合作之生態系，樹立企業可學習之數位轉型榜樣。					
里程碑(milestone)					
年度	第一年 民 110 年	第二年 民 111 年	第三年 民 112 年	第四年 民 113 年	第五年 民 114 年 (8 月)
年度目標	<ol style="list-style-type: none"> 1. 促進零售、休憩、餐飲暨生活服務業者與數據服務提供者合作，獲取消費者偏好及營業相關數據，完備內部資料基礎建設，發展新服務設計或商業模式優化。 2. 蒐集及串聯內外部數據資料庫，協同解決方案業者加值，開始以數據輔助商業決策。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 持續促進零售、休憩、餐飲暨生活服務業者群聚且跨域合作，完備內部資料基礎建設並以數據輔助商業決策，帶動企業發展新服務。 2. 協助中小型業者增加新客戶、銷售管道等，由主導業者向外連結多元商品、銷售通路及行銷宣傳等資源。 3. 帶領業者整合內部外部數據，制定海外行銷策略，發展海外市場。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 協助零售、休憩、餐飲暨生活服務業者，整合跨境電商或挖掘第三方數據，發展海外行銷策略或新品設計，拓展海外市場。 2. 持續深化中小型業者數據分析方案，設計成效追蹤機制。 3. 協助業者以數據串聯企業其他資料庫，找到最佳企業營運解決方案，擴散數據加值功能。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 透過垂直或水平串聯供應端或區域性店家，於銷售、行銷、製造等交互發揮數據功能。 2. 引領中小型業者形成國際化服務生態系，透過平台業者鏈結國際客源。 3. 發展數據轉型營運策略達成商模創新與創造獲利的目標。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 透過垂直或水平串聯供應端或區域性店家，於銷售、行銷、製造等交互發揮數據功能。 2. 引領中小型業者形成國際化服務生態系，透過平台業者鏈結國際客源。 3. 發展數據轉型營運策略達成商模創新與創造獲利的目標。
預期關鍵成果	<u>零售服務數位化推動計畫:</u> 1.1 促成 150 家業	<u>零售服務數位化推動計畫:</u> 1.1 促成 150 家業	<u>零售服務數位化推動計畫:</u> 1.1 促成 150 家業	<u>零售服務數位化推動計畫:</u> 1.1 促成 150 家業	1. 發展 12 項新通路、新商業模式、新產品。

	<p>者發展20項新通路/商業模式/產品/新型態服務；促成休憩服務業發展5項新數位增值服務，20項特色新產品/服務，促成100家業者新增國內通路。促成典範案例5例。</p> <p>1.2完成產業數位轉型指南1式。</p> <p>1.3帶動100家業者透過國際通路銷售，瞭解國際客源之消費習慣，調整銷售品項及訂價，增加客源及銷售額。促成典範案例1例。</p> <p>1.4促成2,400家店家員工薪資成長4%、海外營收占比增加0.1%，且企業附加價值率增加0.1%、帶動電子化支付金額占比達4%。</p>	<p>者發展20項新通路/商業模式/產品/新型態服務；促成休憩服務業發展5項新數位增值服務，20項特色新產品/服務，促成100家業者新增國內通路。促成典範案例5例。</p> <p>1.2完成產業數位轉型指南1式。</p> <p>1.3帶動100家業者透過國際通路銷售，瞭解國際客源之消費習慣，調整銷售品項及訂價，增加客源及銷售額。促成典範案例1例。</p> <p>1.4促成3,000家店家員工薪資成長4%、海外營收占比增加0.1%，且企業附加價值率增加0.1%、帶動電子化支付金額占比達4%</p>	<p>者發展20項新通路/商業模式/產品/新型態服務/經營模式；促成休憩服務業發展5項新數位增值服務，20項特色新產品/服務，促成100家業者新增國內通路。促成典範案例5例。</p> <p>1.2完成零售服務(包含零售及休憩服務業)數位轉型指南1式，並逐年滾動調整。</p> <p>1.3協助100家業者鏈結國際社群或行銷平台，透過數據蒐集及增值，瞭解國際消費者之消費習慣，調整銷售品項、商品訂價及行銷策略，擴大其國際客源及增加海外銷售。促成典範案例1例。</p> <p>1.4促成2,350家店家員工薪資成長4%、100家海外營收占比增加0.1%，且企業附加價值率增加0.1%。</p>	<p>者發展20項新通路/商業模式/產品/新型態服務/經營模式；促成休憩服務業發展5項新數位增值服務，20項特色新產品/服務，促成100家業者新增國內通路。促成典範案例5例。</p> <p>1.2完成零售服務(包含零售及休憩服務業)數位轉型指南1式，並逐年滾動調整。</p> <p>1.3協助100家業者鏈結國際社群或行銷平台，透過數據蒐集及增值，瞭解國際消費者之消費習慣，調整銷售品項、商品訂價及行銷策略，擴大其國際客源及增加海外銷售。促成典範案例1例。</p> <p>1.4促成2,350家店家員工薪資成長4%、海外營收占比增加0.1%，且企業附加價值率增加0.1%。</p> <p>1.5促成900家中</p>	<p>2.促成15案數據應用典範案例，帶動3,000家店家開創新通路、創造企業營收成長，並彙整市場數據及導入預測功能，員工薪資成長3.25%，提升企業營收成長至少達4%。</p> <p>3.促成2案拓展國際市場典範案例，帶動110家店家鏈結國際社群或行銷平台，透過數據蒐集及增值，瞭解國際消費者之消費習慣，調整銷售品項、商品訂價及行銷策略，增加海外客源，帶動海外營收成長5%。</p> <p>4.促成900家中小型商業服務業者上雲使用數位服務。</p>
--	---	--	--	--	--

	<p><u>餐飲暨生活服務業數位化推動計畫:</u></p> <p>2.1 促成5案領航型業者完成數位轉型模式建置，增加國際通路2處，完成餐飲暨生活服務產業數位轉型模式藍圖規劃1式。</p> <p>2.2 推動220家共創型業者應用多通路管理工具及進階客情平台解決方案，開創新通路、創造企業營收成長。</p> <p>2.3 公有雲雲端支出占比成長30%；帶動電子化支付占比成長3%。</p> <p>2.4 促成2,000家員工薪資成長4%、45家海外營收比例增加0.1%、企業附加價值率增加0.13%。</p>	<p><u>餐飲暨生活服務業數位化推動計畫:</u></p> <p>2.1 促成6案領航型業者完成數位轉型模式建置，增加國際通路4處。完成餐飲暨生活服務產業數位轉型典範案例集1式。</p> <p>2.2 推動220家共創型業者應用多通路管理工具及進階客情平台解決方案，開創新通路、創造企業營收成長。</p> <p>2.3 公有雲雲端支出占比成長30%；帶動電子化支付占比成長3%。</p> <p>2.4 促成2,575家員工薪資成長1.8%、100家海外營收比例增加0.1%、企業附加價值率增加0.13%。</p>	<p>1.5 促成900家中小型零售及休憩服務業者上雲使用數位服務。</p> <p><u>餐飲暨生活服務業數位化推動計畫:</u></p> <p>2.1 促成5案領航型業者完成數位轉型模式建置，增加國際通路1處，完成餐飲及生活服務產業數位轉型模式藍圖規劃1式。</p> <p>2.2 推動220家共創型業者應用多通路管理工具及進階客情平台解決方案，開創新通路、創造企業營收成長。</p> <p>2.3 公有雲雲端支出占比成長30%，帶動電子化支付占比成長3%。</p> <p>2.4 促成餐飲及生活服務產業1,950家員工薪資成長3.6%、海外營收比例增加0.1%，且企業附加價值率增加0.13%。</p> <p>2.5 促成900家中小型餐</p>	<p>小型零售及休憩服務業者上雲使用數位服務。</p> <p><u>餐飲暨生活服務業數位化推動計畫:</u></p> <p>2.1 促成5案領航型業者完成數位轉型模式建置，增加國際通路2處，完成餐飲及生活服務產業數位轉型典範案例集1式。</p> <p>2.2 推動220家共創型業者應用多通路管理工具及進階客情平台解決方案，開創新通路、創造企業營收成長。</p> <p>2.3 公有雲雲端支出占比成長30%，帶動電子化支付占比成長3%。</p> <p>2.4 促成餐飲及生活服務產業1,950家員工薪資成長5.5%、海外營收比例增加0.1%，且企業附加價值率增加0.13%。</p> <p>2.5 促成900家中小型餐</p>	
--	---	---	---	---	--

			飲及生活服務業者上雲使用數位服務。	飲及生活服務業者上雲使用數位服務。	
年度目標達成情形(重大效益)	<p>1.建立26案數位轉型典範案例，協助零售、餐飲、休憩服務及生活服務業導入雲端服務及數據整合，以瞭解顧客輪廓，建立以數據為依據的經營模式，進而發展新商業模式。</p> <p>2.促成6,713家企業員工薪資成長4%。</p> <p>3.拓銷3案海外市場典範案例，串接國際商情數據，掌握消費者的購物偏好，擬定海外拓銷策略，提高海外市場銷售額。</p> <p>4.促成483家業者瞭解客戶之消費習慣，透過國際通路銷售或採購，促成國際商機合作。</p>	<p>1.建立27案數位轉型典範案例，協助零售、餐飲、休憩及生活服務業導入雲端服務及數據整合，以瞭解顧客輪廓，建立以數據為依據的經營模式，進而發展新商業模式。</p> <p>2.促成7,876家企業員工薪資成長4.69%。</p> <p>3.110年至111年，計5案海外市場典範案例，串接國際商情數據，掌握消費者的購物偏好，擬定海外拓銷策略，提高海外市場銷售額。</p> <p>4.促成968家業者瞭解客戶消費，透過國際通路銷售或採購，促成國際商機合作，促</p>	<p>1.建立26案數位轉型典範案例，協助零售、餐飲、休憩及生活服務業導入雲端服務及數據整合，以瞭解顧客輪廓，建立以數據為依據的經營模式，進而發展新商業模式。</p> <p>2.促成4,505家企業員工薪資成長6.79%。</p> <p>3.4案拓銷海外市場典範案例，串接國際商情數據，透過數位工具及共享數據瞭解客戶之消費習慣，拓展國際通路銷售或採購，提高海外市場銷售額。</p> <p>4.促成1,294家業者瞭解客戶消費，透過國際通路銷售或採購，促成國</p>	--	--

	<p>5.補助中小微型之餐飲、零售、休憩服務及生活服務業者使用雲服務，遴選54家服務提供者，九大類別168項雲端方案，合計2,541家業者申請。</p> <p>6.完成商業服務業數位轉型指南指引1式，結合餐飲、零售、休憩服務及生活服務業者之共通需求及數位解決方案，彙整出數位轉型模組建議，讓欲進行數位轉型業者有SOP可參考。</p> <p>7.組成數位轉型諮詢專家輔導團1團，協助數位轉型個案以合宜成本及良好品質導入基礎的數位工具，做好數據蒐集及共享的資料基礎。</p>	<p>成國際商機達9,766萬元，海外營收占比增加2.99%。</p> <p>5.補助中小微型之餐飲、零售、休憩服務及生活服務業者使用雲服務，遴選54家服務提供者，九大類別508項雲端方案，合計1,390家業者申請。</p> <p>6.完成商業服務業數位轉型指南指引1式，結合餐飲、零售、休憩服務及生活服務業者之共通需求及數位解決方案，彙整出數位轉型模組建議，讓後續其他業者進行轉型時，有詳細流程(SOP)可參閱。</p> <p>7.組成數位轉型諮詢專家輔導團1團，協助數位轉型個案以合宜成本及良</p>	<p>際商機合作，促成國際商機達83.36億元，海外營收占比增加7.9%。</p> <p>5.補助中小微型之餐飲、零售、休憩服務及生活服務業者使用雲服務，遴選35家服務提供者，九大類別142項雲端方案，合計1,805家業者申請。</p> <p>6.完成商業服務業數位轉型指南指引1式，結合餐飲、零售、休憩服務及生活服務業者之共通需求及數位解決方案，彙整出數位轉型模組建議，讓後續其他業者進行轉型時，有詳細流程(SOP)可參閱。</p> <p>7.組成數位轉型諮詢專家輔導團1團，協助數位轉型個案以</p>		
--	---	--	--	--	--

		好品質導入基礎的數位工具，做好數據蒐集及共享的資料基礎。	合宜成本及良好品質導入基礎的數位工具，做好數據蒐集及共享的資料基礎。		
--	--	------------------------------	------------------------------------	--	--

二、 執行策略及方法

本計畫主要聚焦在零售、餐飲、休憩服務暨生活服務業等商業服務業。包含「綜合商品零售業」、「食品、飲料零售業」、「家用器具及用品零售業」、「化粧品零售業」、「電子購物業」等零售行業、「餐飲業」，以及休閒、遊憩、旅遊等相關服務等業者或地方特色型的休憩服務場域，或提供日常生活服務之業者，例如美容美髮、時尚設計、家事服務等，共同建構創新商業服務，擴散商業服務業數位轉型。

上述所提行業都與民眾生活息息相關，更是創新服務的搖籃，但是多數企業僅處於數位化階段，仍未到達數位優化與數位轉型。因此，本計畫總目標為透過數位科技協助企業轉型升級、創新商業模式、開拓國際市場，進而提升員工薪資。

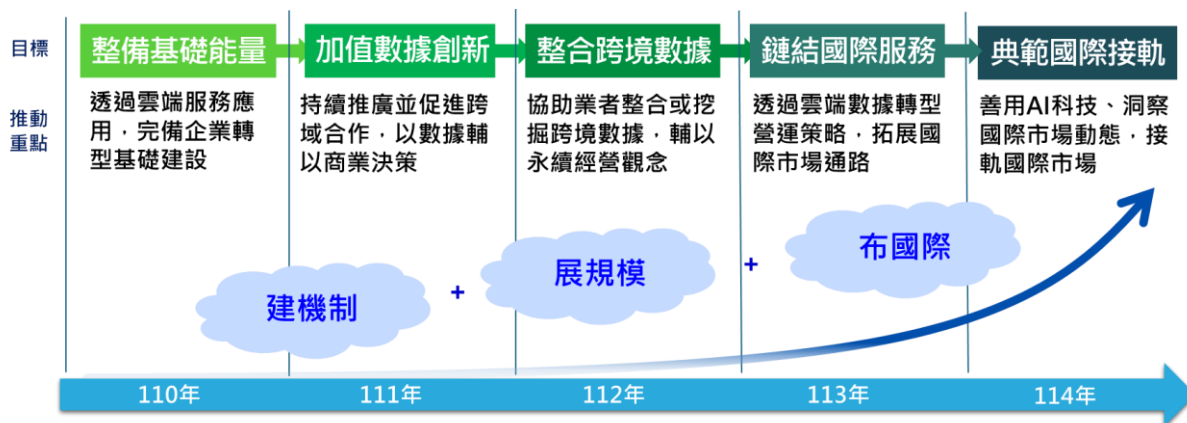
本計畫配合雲世代產業數位轉型主軸計畫，針對數位化程度較低的業者，協助其導入雲端解決方案以提升其數位營運力。遴選行業別適用的雲端應用服務並歸納為九大類，包含客戶關係管理(CRM)、雲端進銷存管理、人力資源管理(HR)、雲端收銀(POS)、數位行銷工具、會員集點服務、開店平台工具、客戶訂位預約服務、行動支付等。

(一) 架構與策略說明

本計畫針對產業之痛點，依據業者不同之商業模式，導入合適之技術與科技能量，例如：AI、雲端服務、大數據分析等，協助企業以服務數位創新價值為核心的市場導向多元發展，進行「數位轉

型」，透過數據驅動，發展新商業模式，增加企業營業效率及消費便利性，帶給消費者更好的購物及服務體驗。並以「建機制」、「展規模」、「布國際」三階段來推動。

臺灣市場規模有限，且企業規模以中小型業者為主，故以前期計畫打下根基：持續推動雲端解決方案，強化企業數位營運能力，透過數據驅動新商模/消費者體驗/新客群/新市場通路。讓企業從掌握自身的核心能力、為客戶創造價值為出發點，調整企業營運與營業目標，降低營運、行銷、銷售成本，進而提升企業附加價值，攜手開拓國際市場，提升國際營收，增加國際顧客群。



(二) 執行方法(措施)與工作項目

本計畫將以「固基盤」、「助上雲」、「促轉型」及「續擴散」、四大推動策略為核心，建構整體計畫執行工作，並由各分項工作輔以細項之工作執行內容，透過數據驅動與數位科技導入，協助商業服務業者數位轉型及商業模式創新，優化營運體質及產業競爭力，攜手開拓國際市場，提升國際營收，增加國際顧客數量。

數據共享驅動零售暨服務業數位轉型



1. 建立數位轉型基磐

本計畫為因應企業上雲、數位工具等轉型所面臨之上述挑戰，將致力於協助業者以數據驅動優化商業決策，籌組專家輔導團提供企業諮詢服務予輔導企業。

(1) 籌組專家輔導團

籌組堅強陣容之「數位轉型專家輔導服務團」，串聯產業之線上、線下資源，打造健全的數位轉型一站式之諮詢服務網絡，包含營運管理、組織再造、人力資源、數位行銷、AI 技術、數位工具等。並定期召開輔導關懷會議，針對年度執行情形進行檢討，溝通新年度輔導之重點及注意事項，豎立輔導目標，共同協助商業服務業者由數位化轉為數位優化，進而數位轉型。

- A. 進行企業營運診斷，協助整合各環節主導人員，成立企業內常態小組或推動專案。並基於企業數位能力或數據資產，產生的新產品或新服務模式，創造新利潤空間與價值。
- B. 引導業者建立數據應用中長程規劃與營運模式，媒合平台及服務協作者合作共創，以利企業可達到以下效益：
 - a. 提高工作流程效能、數據支援營運決策。

- b. 提升顧客接觸、精準掌握消費者輪廓之效益。
- c. 瞭解業者數位轉型過程中，數據蒐集分享的重要性，在輔導團中，也將徵選個資專家，提供個資徵詢服務，避免企業在蒐集及利用數據違反個資法規定。

多角化輔導策略

【多角化輔導軸心重點】

透過輔導專家的協助，將能有效發揮其能量，協助商業服務業者即時找出痛點、改善問題、解決困難。專家輔導團將以他們實務經驗，全面輔導計畫所推動的轉型進程中的每個環節，確保企業能夠順利執行增值轉型的進程。

輔導方針 1：找出痛點、對症下藥

藉由輔導專家的專業指導，企業能夠迅速辨識出問題所在，並提供改善方案。這種及時的協助使得企業能夠更迅速地適應市場變化，增強競爭力。同時，輔導專家也能夠幫助企業在數位轉型的過程中克服困難，提供實用的解決方案，使得轉型過程更加順利。

輔導方針 2：溝通即時、琢磨細節

本計畫所推動的生態系統將因輔導專家的參與而更具實踐性。這些輔導專家將以其經驗豐富的專業知識，確保每個環節都能得到有效輔導，幫助有需求的企業成功實現增值轉型，並在數位化時代保持競爭優勢。

(2)滾動修正並產出案例彙編

以本計畫透過專家輔導團，針對數位轉型個案，盤點產業數位缺口及進行企業個別數位能力體檢，根據徵選出的典範案例之共通需求，歸納出商業服務業之成果彙編。中小企業數位轉型成功案例，將有利於中小企業未來進行數位轉型時評估之依據。

A. 案例成果彙編

彙整數位轉型案例成果製作成 ebook 電子書，讓民眾更瞭解政府投入之輔導資源與策略以及落實之成果效益，使企業透過案列分享及分析，進行思考數位轉型之落實，期提升零售暨服務業擁抱數位科技之意識、激勵產業數位化與創新、推動數位服務落地應用。

B. 數位化諮詢及診斷評量

- a. 設計數位轉型診斷評量，以線上調查問項，立即提供企業數位轉型能量評估，並擴大累積產業數位轉型資料庫。
- b. 規劃透過 AI chat bot 的方式，提供廠商簡易諮詢服務。

(3) 數位轉型個案績效追蹤

設計「數位轉型個案成效追蹤調查問卷」，藉以掌握前期數位轉型個案之營運現況、成果延續，如帶動之消費金額、營收成長及合作成員等後續效益，以及未來預計導入數位應用、推動永續發展議題等規劃。

2. 推動中小企業上雲

為符合中小企業實際需求，強化企業數位應用能力，鼓勵資訊服務廠商帶動中小企業使用雲服務，故本計畫規劃「雲端解決方案」補助模式協助其發展，普及帶動中小型業者上雲，提升其數位營運力與數位轉型準備度。

針對數位化程度較低的業者，協助其導入現有市面上之雲端解決方案，例如雲端收銀、雲端進銷存管理、客戶關係管理、行動支付等，以提升其數位營運力。

(1) 雲端解決方案遴選及申請

提供具雲的彈性、延展性且邊際成本低的雲端方案，不納入單純租用運算資源、單機軟體、一次性作業或委外服務；惟單純行動支付服務，但加入雲端 POS 系統則可納入。雲端解決方案經過審核作業、公告通過並上架計畫網站，店家可依其需求導入適用之雲端解決方案，補助方式

規劃為每一店家補助上限 3 萬元、使用期間 4 個月，補助金額與自付金額比例為 1:1，提高中小企業自主投入意願，較能彰顯計畫效益。

例如：透過導入雲端 POS 系統，提供餐廳、飲料業者點餐結帳、線上接單、銷售分析、會員集點及電子發票等雲服務，提供經營數據同步儲存至雲端，透過雲端處理交易資料，自動產出營業報表及各類別菜單銷售情況，進行自動分析，讓業者以低成本快速使用數位工具，掌握客群喜好，協助業者精準行銷。

(2) 雲端方案推廣擴散

A. 上雲推廣活動

規劃辦理各區域(北、中、南、東及離島地區)推廣上雲媒合活動，說明中小企業申請雲端解決方案補助方式，並媒合特定產業店家與適合之服務提供者，並邀請相關產業公會參與，由適合之雲端服務提供者介紹雲服務方案，並由專人現場手把手教學店家申辦，增加店家申請意願，進一步提升上雲數量。

B. 案例微短片

挑選導入雲端方案之小微店家以報導式呈現，介紹店家經營背景、遇到痛點、使用雲端解決方案的情境展示、使用心得或效益等，透過媒體平臺及社群網絡擴散，以輕鬆易懂、具故事性的敘事手法推廣雲端解決方案後所帶來的成效，藉此鼓勵更多中小微型店家投入使用雲端服務。

(3) 雲端方案核銷及查驗

由服務提供者先確認店家申請資格，進入本計畫管理系統代店家申請三階段資格審查，包含申請資格、簽約及導入流量證明等，完成以上階段之店家並通過電訪查核確認，始可由服務提供者代店家申請經費核撥，以利計畫落實輔導之成效。

3. 促成服務業數位轉型

(1) 徵求數位轉型案源

- A. 過往輔導資源與產業網絡關係，開發具潛力數位轉型個案，包括國內商業服務業者，或相關資訊服務業者提供數位工具導入輔導協助。
- B. 進行數位轉型個案審視與訪談，並安排專家協助，針對個別企業輔導訴求的重點，協助其強化營運體質，並改善其跨境營運上的缺口，開創市場新商機，增加企業於市場上的能見度，進而改善智慧創新商業模式，成為未來計畫補案示範個案之案源。
- C. 設立多樣客服管道，包括電子信箱、電話專線、社群媒體及網站等，提供各式諮詢，達到政府輔導資訊之即時揭露與提供的目的。同時，依各區需求辦理輔導說明會，透過現場暨網路轉播。同時透過辦理工作坊、診斷輔導具潛力企業或其他輔導單位推薦與自行申請。

(2) 輔導數位轉型案例

為協助商業服務業之業者，透過導入雲端服務或 AI 技術產品方案所產生之數據回饋，驅動業者進行數位轉型及商業模式創新，優化營運體質及產業競爭力，進一步協助優質企業拓展國際市場。

本計畫將針對數位化程度較高之商業服務業者，透過「國際市場數據應用」或「AI 商務應用」補助，協助領頭羊業者帶動其合作夥伴，導入雲端服務或 AI 技術產品方案所產生之數據回饋，驅動業者進行數位轉型及商業模式創新，優化營運體質及產業競爭力，進一步協助企業拓展國際市場，進而提升營收、帶動員工薪資成長。

A. 國際市場數據應用

係由領導業者帶領合作成員，導入數據分析工具，進行國外數據加值應用，協助臺灣業者打開國際市場，拓展海外市場通路與營業額。

例如：某台式餐飲集團旗下有 6 大品牌，銷售包含咖啡、便當、麵食

等多樣產品，朝「多品牌、跨市場」的發展策略，打造複合式跨國連鎖品牌，結合臺灣總部中央工廠生產與供貨技術，並整合國內以外帶、線上訂購服務的商業模式等相關數據進行海外市場分析，導入營運戰情雲平台掌握全球營運據點銷售、供貨及會員數據等；透過跨境中介雲串接海外當地異質系統串接，海外據點使用門店管理雲、採購雲，實現產銷一條龍與規模經濟等優勢，降低開發新市場的學習成本，快速建立共同行銷語言，加速消費者購買決策，提升購買率，針對目標族群積極拓寬海外市場版圖，呈現數位轉型之最佳亮眼案例。

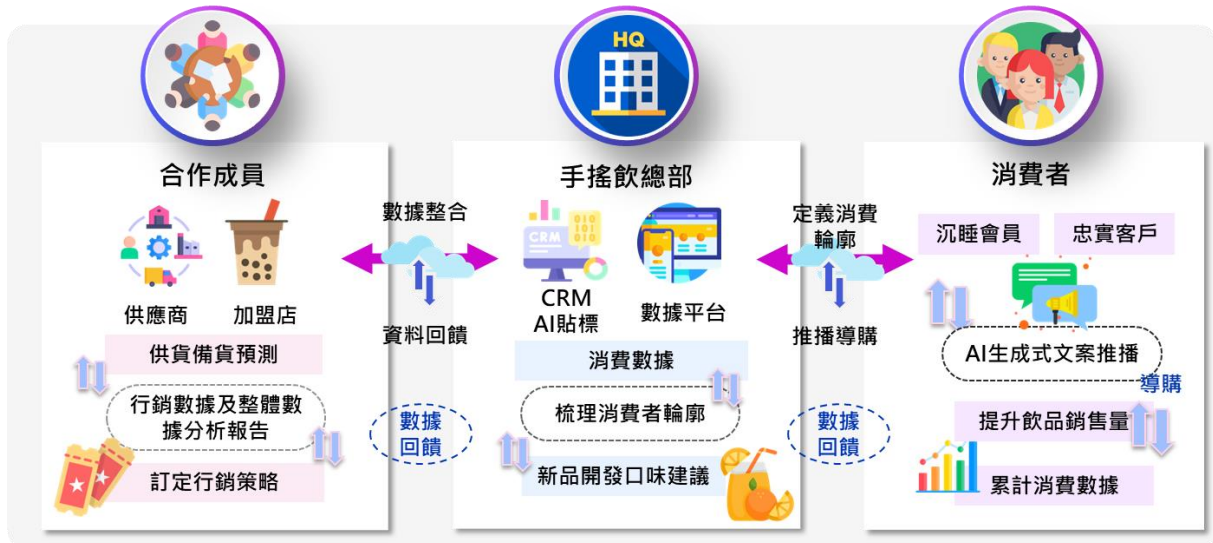


B. AI 商務應用

則由領導業者針對產業痛點，導入 AI 技術應用之產品或演算法(如：資料探勘、機器學習、自然語言處理等)，進行數據驅動商業決策，以提升服務效率或改善服務品質之創新商業模式。

例如：某手搖飲業者建置營運數據分析平台，蒐集消費會員數據並藉由 AI 貼標，解決飲品市場喜好變遷快速痛點，精準掌握客戶消費喜好，並運用數據分析帶動總部開發新品，提供供應商庫存供貨建議，進一步瞭解消費者的輪廓與消費型態，透過生成式 AI 產生文案

推薦，以優化行銷效益。



4. 推廣服務成果宣導

(1) 計畫推廣宣傳

本計畫亦將透過廣宣來擴散典範案例，達到規模化與最大效益擴散效應，並依循「投入(Input)-執行(Process)-產出(Output)-成果(Outcome)-效益(Impact)」進行規劃，以確保資源投入符合整體計畫願景目標與確實反映年度執行績效，進而回饋導引「雲世代產業數位轉型」的精進調整。協助企業藉由辦理活動來提升數位應用能力，進而達到商業目的，並建立及推廣數位應用工具導入後之成果交流活動，或提出亮點案例，豎立企業數位典範形象，帶動其他業者效仿，發展產業數位優化之進程。

(2) 研擬數據分享資訊安全計畫

A. 規範各企業參與補助計畫需研擬資訊安全計畫，將資安管考導入企業數位轉型計畫中，並規定資安經費編列需符合政府計畫管考投入經費比例規定，合作之資訊服務業者亦須提出資安防護能力相關證明，且使用的資安軟、韌、硬體產品，不得為中國生產或開發。此外，規劃依本計畫數據共享模式，擬訂定個資聲明及其相關注意事項規範，提供個案業者進行參考，以免觸犯個資條款。

B. 為增進受補助廠商對於個資及資安的認識，本計畫辦理個資宣導暨安全維護計畫教育訓練課程，課程內容涵蓋個資保護法、個資安全管理制度、資安風險管理等議題，由資深講師以實務經驗分享，並進行互動討論，讓學員們能深入瞭解個資及資安的重要性。

(3) 落實性別平等政策

為落實我國性別平等政策綱領，本計畫除聚焦協助商業服務業數位轉型及商業模式創新，並對參與計畫之個案企業內員工等進行性別統計，如有性別比例差距過大之情形，滾動檢討並分析原因，研提改善對策與考核指標，以落實營造性別平等環境。並透過相關產業公協會管道，積極鼓勵女性企業主申請本計畫，以提供不同性別者平等機會取得社會資源。將積極鼓勵女性企業主及中高階主管申請/參與本計畫，以提供不同性別者平等機會取得社會資源；針對「數位轉型示範案例」設計淺顯易懂成果宣傳內容，以顧及弱勢性別資訊獲取能力，以落實性別主流化政策。亦將引導業者蒐集消費數據，依性別、興趣進行消費者分群，透過分析不同性別之消費喜好，提供客製化行銷方案，以強化性別分析效益。

三、達成目標之限制、執行時可能遭遇之困難、瓶頸與解決的方式或對策

(一)計畫遭遇困難及解決方案

本計畫是臺灣政府推動中小企業數位轉型的重要政策之一，該計畫透過補助中小企業導入數位技術及服務，協助中小企業提升營運效益。截至 112 年度，本計畫已協助 78 個數位轉型個案企業導入數位技術及服務。推動過程遭遇困難與解決對策如下：

1. 企業數位轉型意識不足：分區辦理雲端方案推廣活動，邀請餐飲、洗衣、糕餅、美容美髮、旅行業等產業公協會、各地區夜市(市集)組織及服務提供者共同合作，於說明會後由專人現場手把手教學店家申辦，增加店家申請意願。
2. 數位轉型及個資人才缺乏：辦理「個資宣導暨安全維護計畫教育訓練課程」，提升中小企業對個人資料保護的意識與認知並提供數位轉型的相關知識與技能，協助中小企業具備數位轉型的基礎能力。

(二)後續精進措施

鑑於數位經濟、科技應用的日漸普及，數位轉型已成為企業不得不面對的議題，而中小企業相較於大型企業面臨了更多的挑戰。中小企業廠商普遍都面臨著規模小、風險承受能力有限、資金取得成本高、人力不足、以及訂單不穩定等諸多挑戰，在這些現實因素影響下，大多數廠商即便知道數位轉型的重要性，卻難以撥出資源與時間進行投入，或是對於數位轉型如何進行，與現有業務如何對接與應用仍有疑惑，就此本計畫之執行建議及後續精進作法，如下：

1. 持續推動中小微型店家導入雲端解決方案

將持續搭配各產業公協會、各地區在地組織、夜市(市集)等，積極主動的推廣雲端解決方案，期望帶動中小微型商業服務業者導入雲

服務，提升營運效益。

2. 輔導業者導入數位工具，加速產業數位及淨零轉型

因應大環境的改變，在本計畫推動下，加強企業數位應用能力，透過導入雲端服務、數位工具，不但能轉型進化，還能帶動產業上、下游合作夥伴，創造共好商機，消費者也能享受更便利的智慧服務。為此，本計畫將接續協助零售暨服務業者，透過數位轉型掌握市場變化，隨時轉換無接觸營運模式，優化消費者數位體驗，並運用數據分析，調整經營管理決策、或營運/服務提供模式，進而低碳轉型，推動社會與企業永續發展布局，達到雙軸轉型的目標鏈結國際趨勢。

3. 數位轉型同時，業者對於提升個資安全亦不容忽視

在企業數位轉型的過程，勢必面臨資安維護的一波波挑戰。倘若網站與服務端內部存在弱點、POS系統被駭客入侵、甚至是物聯網裝置有資安漏洞，不單是業者在商品採購與庫存管理有較大的阻礙，同時更會危害消費者權益並造成門市經營困難。隨著數位應用服務的擴大，為避免顧客個資遭到竊取或外流，個資曝險的情況亦將更為嚴重，業者數位轉型與提升資安層級應同步進行。本計畫除訂定「個資聲明及其相關注意事項規範」提供業者進行參考，也開辦「個資宣導暨安全維護計畫教育訓練課程」，將個資觀念推廣落實於商業服務業。

4. 導入 AI 技術對服務業轉型升級的重要性

2023 年 ChatGPT 浪潮來襲影響全世界，與消費者體驗有關的零售暨服務業，生成式 AI 很早就開始被應用。除了電商在 SEO、關鍵字廣告、虛擬人行銷等，也可以根據消費者的購物習慣生成個性化的推薦以提高銷售轉換率。其應用領域包括分析顧客數據並為消費者提供更具個人化的推薦、庫存管理的趨勢及預測分析、自動生成

行銷文案與產品摘要內容、協助設計及開發新產品，實現更加快速且客製化的顧客體驗服務。類似 ChatGPT 的生成式 AI 對零售暨服務業而言，將是當前協助產業數位轉型的重要工具，本計畫擬鼓勵業者導入 AI、生成式 AI 等技術進行數據驅動，成為示範案例。

5. 持續輔導業者導入數位工具，進行數據共享加速產業轉型

因應大環境的改變，在本計畫推動下，加強企業數位應用能力，透過導入雲端服務、數位工具，帶動產業上、下游合作夥伴，創造共好商機，消費者也能享受更便利的智慧服務。

四、與以前年度差異說明

年度 差異項目	112-113 年度	114 年度
促成典範 案例	每年度促成 10 案，共計 20 案	促成 15 案
帶動店家 數位轉型	二年合計帶動 8,600 家店家數位 轉型 1.零售、休憩服務店家數位轉型 ▪ 112 年帶動 2,350 家 ▪ 113 年帶動 2,350 家 合計帶動 4,700 家 2.餐飲、生活服務店家數位轉型 ▪ 112 年帶動 1,950 家 ▪ 113 年帶動 1,950 家 合計帶動 3,900 家	帶動 3,000 家商業服務業店家數 位轉型
員工薪資 成長	▪ 112 年帶動促成 4,300 家店家， 員工薪資成長 4% ▪ 113 年帶動促成 4,300 家店家， 員工薪資成長 4%	員工薪資成長 3.25%
拓展海外市 場典範案例	每年 4 案，帶動 400 家店家	2 案，帶動 110 家店家
海外營收成 長	帶動 400 家店家，海外營收占比 增加 0.1%	海外營收成長 5%
企業附加價 值率增加	企業附加價值率增加 0.1%	提升企業營收成長至少達 4%
中小企業 上雲	每年度 1,800 家，合計 3,600 家	推動 900 家

五、跨部會署合作說明

本計畫非跨部會署計畫。

肆、前期重要效益成果說明

一、分年度重要執行成果

(一) 110 年度重要執行成果：

1. 建立零售服務數位轉型基磐

- (1) 於 110 年 5 月 27 日籌組專家輔導團，透過實體交流活動，提供有數位轉型需求之業者諮詢診斷服務。
- (2) 完成數位轉型指南指引 1 式，協助中小企業理解數位轉型的重要性，提供中小企業數位轉型的階段診斷與行動方案，並針對國內零售業、餐飲業、休憩服務業與生活服務業的數位轉型成功案例做深入的研究，盤點出中小企業數位轉型的成功關鍵，藉此找到數位轉型的契機。

2. 推動數位轉型補助案例

針對中大型數位能力較高之店家，由主導業者帶動區域店家的共創型，或是透過連鎖加盟業者連結中下游、門店及合作夥伴的領航型，來協助店家透過數位工具共享數據，發展新商業模式。數位轉型補助分為「優先共創」及「進階領航」2 類：

- (1) 優先共創型係以「群聚聯盟」的合作方式推動數位轉型，由領導業者帶動區域發展(如百貨商場、主題樂園等)，或集結具有共同數位轉型需求之成員廠商，導入共通雲端解決方案，以群聚合作共同銷售商品或提供服務。
- (2) 進階領航型以「以大帶小」合作方式推動數位轉型，由領導業者帶領其生態係價值鏈上之廠商，利用雲端解決方案，整合內、外部經營數據，透過數據共享與回饋，發展新服務、新商品等。

總計推動 26 案補助案，促成數位轉型典範案例，並帶動 6,713 家零售、餐飲、休憩及生活服務業者薪資成長 4%，其中包含 3 案帶動 483 家擴及海外市場。

3. 建立海外拓展典範案例

建立 3 案典範案例，帶動 483 家業者瞭解國際客源之消費習慣，透過國際通路銷售，增加海外客源，帶動海外營收占比(預估)增加 0.1%。

4. 推廣雲服務

總計遴選 54 家服務提供者，九大類別 168 項雲端方案，價格區間落在 6,800 元至 6 萬元，店家可依其轉型需求進行選用。110 年至 111 年預計協助 3,000 家中小型零售、餐飲、休憩服務、生活服務業者上雲，計 2,541 家中小微店家申請補助。

5. 計畫管考與典範案例擴散

進行計畫管理、業務推動、專家團媒合諮詢、典範案例擴散、發展數位指南等工作。

(1) 辦理線上計畫推廣說明會 3 場次(2 場數位轉型補助、1 場雲端解決方案補助)。

(2) 製作說明會影片懶人包，上傳至計畫官網中，便於業者瞭解本計畫申請作業。

(3) 辦理 1 場次數位轉型諮詢媒合會，共計 19 家零售、餐飲連鎖業者與 8 家數位工具解決方案業者，進行一對一諮詢媒合。

(二) 111 年度重要執行成果：

1. 建立零售服務數位轉型基磐

(1) 自 110 至 111 年，從本計畫輔導之 52 案例，盤點商業服務業者在進行數位轉型期間，產生出共通的四大面向需求，並以此設計「數位轉型評估量表」，並透過量表來評比、進而篩選出 30 個數位轉型典範案例，並完成數位轉型指南報告及懶人包，以利後續提供中小企業轉型參考。

(2) 111 年 10 月 18 日辦理「數位轉型諮詢媒合會」，活動採封閉式諮詢媒合方式，邀請數位工具業者分享成功案例，並針對企業

營運及數位能力缺口進行一對一諮詢診斷；另追蹤現場媒合意願高之廠商，後續提供諮詢服務，以利未來計畫推廣作業。

2. 推動數位轉型補助案例

共計二梯次27案受補助個案，包含零售業18案、餐飲業4案、休憩服務業3案及生活服務業2案。

- (1) 優先共創型：如「某觀光酒店」因疫情影響，重創觀光旅遊產業，因透過本計畫建置資訊共享雲平台與數位行銷系統，整合嘉義在地旅遊景點、傳統工藝、創意園區與聚落店家至少 214 家，並建立合作聯盟機制，建置社群連結與導流服務機制，同時運用 line@會員服務管理，有效分析消費者輪廓與主動行銷機制，建立原(文)創旅遊情報整合模型，不僅提升消費者旅遊深度，也與合作夥伴共同分享利潤、共創服務商機，累計服務使用人次達 66 萬次，創造嘉義地區觀光消費金額逾 3,144 萬元、營業額成長提升 1.52 倍。
- (2) 進階領航型：如「某連鎖加盟早午餐店」透過總公司以大帶小之方式，帶動 287 家以上傳統早餐店家，導入「採購進貨服務」、「線上點餐服務」、「鄰近店取服務」等三大服務，優化供應鏈合作流程，促成傳統早餐店數位轉型，並藉由大量蒐集消費者資訊，進行數據分析，提升消費者體驗，帶動整體早、午餐消費金額逾 2,995 萬元，近 1.4 倍成長，加盟店進貨訂單近 2.3 倍成長。

3. 建立海外拓展典範案例

110 年至 111 年，計 5 案海外市場典範案例，串接國際商情數據，掌握消費者的購物偏好，擬定海外拓銷策略，提高海外市場銷售額。

4. 推廣雲服務

完成雲端解決方案遴選，共計九大類別、508 個雲端解決方案，價格區間落在 6,800 元至 6 萬元，供小店家依其轉型需求選用。111

年協助 1,390 家中小型零售、餐飲、休憩服務、生活服務業者上雲，110-111 年共計補助 3,793 家中小微店家。

5. 計畫管考與典範案例擴散

- (1) 為有效推廣計畫補助業者成功數位轉型之成果，完成 20 個數位轉型個案報導及微短片，於計畫網站及今周刊推廣。
 - (2) 111 年 10 月 22 日至 25 日與雲世代相關計畫共同辦理「2022 年數位綠色雙轉型聯合成果展」，設置「數位雲-商業服務區」提供民眾現場體驗零售、餐飲、生活服務及休憩服務等數位應用互動體驗情境。成果展期間，實體活動及線上展累計參與人數 16,648 人次。
 - (3) 於 111 年 12 月 6 日舉辦「數位轉型 攜手前行」數據共享成果交流會，共邀集 52 案受補助業者及產官學專家共計 143 人參與，透過交流會互動之下，促進後續跨業、跨域合作。
- (三) 112 年度重要執行成果：

1. 建立零售服務數位轉型基磐

- (1) 自 110 至 112 年起，已陸續輔導 78 個案例，將持續彙整及追蹤數位轉型成功案例績效，滾動修正數位轉型指南，並產出個案成果彙編。
- (2) 產製「數位轉型評估量表」，於資訊管理平台新增數位轉型線上評量功能，於 112 年 10 月開放零售、餐飲、休憩服務及生活服務業者自行線上測試企業數位轉型現況並產出自評報告，提供企業掌握數位轉型缺口給予建議。
- (3) 因應企業上雲、數位工具等轉型趨勢，本計畫協助業者以數據驅動優化商業決策，籌組「專家輔導團」，透過跨業合作交流活動、社群媒體及不定期線上輔導會議，蒐集產業轉型痛點並針對受補助業者營運和數位能力缺口提供解決方案建議與資源媒

合。

2. 推動數位轉型補助案例

推動26案受補助個案，包含零售業13案、餐飲業8案、休憩服務業2案及生活服務業3案。

- (1) 優先共創係以「群聚聯盟」合作方式推動數位轉型，由提案廠商帶動區域發展，或集結具有共同數位轉型需求之廠商，導入共同之雲端解決方案，並以群聚合作之方式，銷售商品或提供服務。
- (2) 進階領航係如以「以大帶小」合作方式推動數位轉型，帶領其生態系、價值鏈之廠商，利用雲端解決方案，整合內、外部經營數據，透過數據共享與回饋，發展新服務、新商品等。

3. 建立海外拓展典範案例

推動4案拓展海外市場，促成1,294家業者串接商情數據，瞭解客戶消費習慣，提高海外銷售額。

4. 推廣雲服務

完成雲端解決方案遴選，共計九大類別、142個雲端解決方案，價格區間落在6,800元至6萬元，供小店家依其轉型需求選用。111年預計協助1,805家(1,934家次)中小型零售、餐飲、休憩服務、生活服務業者上雲。

5. 計畫管考與典範案例擴散

- (1) 辦理11場次提案說明會、簽約說明會、會計核銷說明會等活動，共442人次參與，有助業者瞭解及後續計畫執行。
- (2) 辦理7場次雲端解決方案補助推廣上雲媒合說明會，共342人次參與，邀請服務提供者進行案例分享並現場手把手教學店家申辦，增加店家申請意願，進一步提升小店家上雲家數。
- (3) 112年8月22日辦理「Breaking Boundaries-Global Digital Tools

Discussion Meetup」跨國商機媒合會，邀請新南向國家數位解決工具業者分享國際連鎖通路數位服務應用案例，並與我國業者進行媒合，促成商機逾 2,000 萬元。

- (4) 辦理 1 場個資宣導暨安全維護計畫教育訓練課程，共計 33 家業者、35 位學員參與，增進業者對於個資及資安的認識，並於課程中進行「個人資料檔案安全維護計畫」實作訓練。

二、里程碑達成情形

(一) 110 年度重要執行成果：

1. 建立 26 案數位轉型典範案例，協助零售、餐飲、休憩及生活服務業導入雲端服務及數據整合，以瞭解顧客輪廓，建立以數據為依據的經營模式，進而發展新商業模式。
2. 促成 6,713 家企業員工薪資成長 4%。
3. 上述 26 案個案，其中包含 3 案拓銷海外市場典範案例，串接國際商情數據，掌握消費者的購物偏好，擬定海外拓銷策略，提高海外市場銷售額。
4. 促成 483 家業者瞭解客戶之消費習慣，透過國際通路銷售或採購，促成國際商機合作。
5. 補助中小微型之餐飲、零售、休憩服務及生活服務業者使用雲服務，遴選 54 家服務提供者，九大類別 168 項雲端方案，合計 2,541 家業者申請。
6. 完成商業服務業數位轉型指南指引 1 式，結合餐飲、零售、休憩服務及生活服務業者之共通需求及數位解決方案，彙整出數位轉型模組建議，讓欲進行數位轉型業者有 SOP 可參考。
7. 組成數位轉型諮詢專家輔導團 1 團，協助受補助企業以合宜成本及良好品質導入基礎的數位工具，做好數據蒐集及共享的資料基礎。

(二) 111 年度重要執行成果：

1. 建立 27 案數位轉型典範案例，協助零售、餐飲、休憩及生活服務業導入雲端服務及數據整合，以瞭解顧客輪廓，建立以數據為依據的經營模式，進而發展新商業模式。
2. 促成 7,876 家企業員工薪資成長 4.69%。
3. 110 年至 111 年，計 5 案海外市場典範案例，串接國際商情數據，掌握消費者的購物偏好，擬定海外拓銷策略，提高海外市場銷售額。
4. 促成 968 家業者瞭解客戶消費，透過國際通路銷售或採購，促成國際商機合作，促成國際商機達 9,766 萬元，海外營收占比增加 2.99%。
5. 補助中小微型之餐飲、零售、休憩服務及生活服務業者使用雲服務，遴選 54 家服務提供者，九大類別 508 項雲端方案，合計 1,390 家業者申請。
6. 完成商業服務業數位轉型指南指引 1 式，結合餐飲、零售、休憩服務及生活服務業者之共通需求及數位解決方案，彙整出數位轉型模組建議，讓後續其他業者進行轉型時，有詳細流程(SOP) 可參閱。
7. 組成數位轉型諮詢專家輔導團 1 團，協助受補助企業以合宜成本及良好品質導入基礎的數位工具，做好數據蒐集及共享的資料基礎。

(三) 112 年度重要執行成果：

1. 建立 26 案數位轉型典範案例，協助零售暨休憩服務業導入雲端服務及數據整合，以瞭解顧客輪廓，建立以數據為依據的經營模式，進而發展新商業模式。
2. 促成 4,504 家企業員工薪資成長 6.79%。(薪資調升部分，統計受輔導業者於數位轉型輔導前後之員工薪資調升。其中，零售業成長 6.1%、餐飲業成長 6.52%)
3. 拓銷 4 案海外市場典範案例，串接國際商情數據。

4. 促成 1,294 家合作業者，透過數位工具及共享數據瞭解客戶之消費習慣，拓展國際通路銷售或採購，促成國際商機達 83.36 億元，海外營收成長增加 7.9%。
5. 補助中小微型之餐飲、零售、休憩服務及生活服務業者使用雲服務，遴選九大類別 142 項雲端方案，112 年度計 1,805 家店家申請選用。
6. 自 110 至 112 年起，已陸續輔導 78 個案例，持續彙整及追蹤數位轉型成功案例績效，滾動修正數位轉型指南。並針對過往受補助業者進行績效指標追蹤問卷，以利瞭解補助個案之成效並同步製作懶人包以利提供中小企業閱讀參考之轉型指南。
7. 組成數位轉型諮詢專家輔導團 1 團，協助受補助企業以合宜成本及良好品質導入基礎的數位工具，做好數據蒐集及共享的資料基礎。

三、可量化經濟效益

項次	指標項目	單位	【累計至112年】	
			目標值	實際值
1	促成企業員工薪資成長	家	14,275	20,418
2	帶動業者增加海外客源及營收	家	545	1,805
3	協助零售暨服務業者使用雲服務	家	4,800	5,598

(一) 110 年度重要執行成果：

導入雲端解決，鼓勵以大小或群聚共同合作方式，帶動 6,713 家業者薪資成長、帶動消費金額已達 4.01 億元、增加業者營收成長達 13.09 億元。

1. 促成產值提升或創新模式帶動消費金額達 4.01 億元，帶動合作店家實質消費效益。
2. 增加業者營收成長達 13.09 億元，疫情帶動低接觸消費型態，導入雲端應用將線下、線上融合成為趨勢。
3. 促進業者投資達 7,163 萬元，間接帶動相關產業復甦。
4. 鼓勵業者新聘員工，增加就業人數計 403 人，促使商業服務業蓬勃

發展。

(二) 111 年度重要執行成果：

導入雲端解決，鼓勵以大小或群聚共同合作方式，帶動 7,876 家業者薪資成長、帶動消費金額已達 4.01 億元、增加業者營收成長達 13.09 億元。

1. 進行產學合作 2 案，促進企業引進學研智財成果運用等，形成示範性案例。
2. 整合法人之能量 2 案，透過實驗場域平台，促成企業與法人共同投入資源發展，增加我國產業數位轉型之相關研究案例，促進智慧商業領域研究蓬勃發展。
3. 推動 27 案數位轉型補助案，共計導入 81 項雲端解決方案。
4. 增加業者營收成長達 34.08 億元，疫情帶動低接觸消費型態，導入雲端應用將線下、線上融合成為趨勢。
5. 促進消費金額達 56.84 億元，間接帶動相關產業復甦。
6. 鼓勵業者新聘員工，增加就業人數計 1,197 人，促使商業服務業蓬勃發展。
7. 促進業者投資達 5.1 億元以上，間接帶動相關產業復甦。
8. 擴大經濟部節能減碳推動策略績效，透過數位工具導入，減少紙張使用達 726,726 公斤，有效發揮節能減碳效益，降低中小企業能源成本。

(三) 112 年度重要執行成果：

導入雲端解決，鼓勵以大小或群聚共同合作方式，帶動 4,504 家業者薪資成長、帶動消費金額已達 44.13 億元、增加業者營收成長達 29.27 億元。

1. 促成產學合作 3 案，透過企業引進學研智財成果運用等等，形成示

範性案例，健全企業與學校之間的合作環境，創造無數商機與就業機會。

2. 推動 26 案數位轉型案例，共計導入 78 項雲端解決方案。
3. 增加業者營收成長達 29.27 億元，疫情帶動低接觸消費型態，導入雲端應用將線下、線上融合成為趨勢。
4. 促成產值提升或創新模式帶動消費金額逾 44.13 億元，帶動合作店家實質消費效益。
5. 鼓勵業者新聘員工，增加 345 個就業機會，促使商業服務業蓬勃發展。
6. 促進業者投資達 7.57 億元，間接帶動相關產業復甦。
7. 擴大經濟部節能減碳推動策略績效，透過數位工具導入，減少紙張使用達 33,172 公斤，有效發揮節能減碳效益，降低中小企業能源成本。

四、不可量化經濟效益

- (一) 建立臺灣零售暨服務業者營運之核心競爭力，透過創新多元的數位應用工具，擴大產業規模與數位轉型加值，藉由應用驅動來快速鏈結海外市場。
- (二) 創造從數位經濟延伸至平台經濟之商機，協助業者使用雲服務，擴大商業服務網絡合作，推動國內零售暨服務業之產業發展。
- (三) 促成產學合作，透過企業引進學研智財成果運用等等，形成示範性案例，健全企業與學校之間的合作環境，創造無數商機與就業機會。
- (四) 以大帶小群聚帶動之產業創新模式，使其發揮產業價值鏈之綜效，帶動其他產業效應擴散；透過需求盤點，評估潛在合作機會後，進行跨群聚交流與資源串接，協助中小企業跨業合作，挖掘新商機。
- (五) 持續進行個案執行成果績效追蹤，增加我國產業數位轉型之相關研究案例，促進智慧商業領域研究蓬勃發展。

伍、預期效益及效益評估方式規劃

- 一、促成3,000家商業服務業員工薪資成長3.25%。以數位轉型個案業者之勞保投保證明，114年比113年同期之員工薪資調升比例。
- 二、帶動110家商業服務業者海外營收成長5%。國際市場數據應用之數位轉型個案之海外營收後台系統數據，114年較113年同期海外營收增加之比例。
- 三、建立15案零售、餐飲、休憩服務及生活服務業數據應用體系，並彙整市場數據及導入預測功能，提升企業營收成長至少達4%。以數位轉型個案業者之財務報告證明，114年較113年同期營收增加之比例。
- 四、促成900家中小型零售、餐飲、休憩服務及生活服務業者上雲使用數位服務，以申請雲端解決方案定型化契約、發票及4個月以上使用流量證明。

陸、自我挑戰目標

商業服務業與民眾生活息息相關，更是國內新創服務應用最廣的領域。但是多數商業服務行業以傳統經營方式居多，數位化程度不一。雖有部分業者投入數位轉型，但數位意識不足，多數企業仍仰賴經驗式決策，轉型速度慢。本計畫可自我挑戰的內容：

114 年度

1. 本計畫協助商業服務業者透過數位工具及雲端平台，將分散在線上線下、與各行銷溝通介面之消費紀錄、集點及會員經營等數據，進行全通路式整合，以利進行精準行銷及優化店鋪、動線等。原計畫效益擴散可從 3,000 店家提升至 3,500 店家。
2. 原設定協助業者導入 AI 技術進行數據驅動商業決策，建立 15 案數位轉型示範案例，挑戰目標提高 18 案示範案例。

112 年度及 113 年度挑戰目標及達成情形：

112 年度里程碑：

1. 促成 2,350 家零售及休憩服務員工薪資成長 4%；帶動 100 家零售及休憩服務業者海外營收占比增加 0.1%。
2. 促成 1,950 家餐飲及生活服務業員工薪資成長 3.6%；帶動 100 家餐飲及生活服務業者海外營收占比增加 0.1%。
3. 建立 2 案零售、餐飲、休憩服務、生活服務業數據應用體系，並彙整市場數據及導入預測功能。
4. 促成 1,800 家中小型零售、餐飲、休憩服務、生活服務業者上雲使用數位服務。

112 年度達成情形：

1. 促成 2,648 家零售及休憩服務員工薪資成長 6.1%；帶動 460 家零售及休憩服務業者海外營收成長增加 7.9%。
2. 促成 1,856 家餐飲及生活服務業員工薪資成長 6.52%；帶動 834 家餐飲

及生活服務業者海外營收成長增加 7.9%。

3. 建立 4 案零售、餐飲、休憩服務、生活服務業數據應用體系，並彙整銷售數據及導入預測功能，拓展海外市場。
4. 促成 1,805 家中小型零售、餐飲、休憩服務、生活服務業者上雲使用數位服務。

113 年度里程碑：

1. 促成 2,350 家零售及休憩服務員工薪資成長 4%；帶動 100 家零售及休憩服務業者海外營收占比增加 0.1%。
2. 促成 1,950 家餐飲及生活服務業員工薪資成長 5.5%；帶動 100 家餐飲及生活服務業者海外營收占比增加 0.1%。
3. 建立 2 案零售、餐飲、休憩服務、生活服務業數據應用體系，並彙整市場數據及導入預測功能。
4. 促成 1,800 家中小型零售、餐飲、休憩服務、生活服務業者上雲使用數位服務。

柒、經費需求/經費分攤/槓桿外部資源

經費需求表(B005)

單位：千元

細部計畫名稱	計畫屬性	114 年度(8 月)		
		小計	經常支出	資本支出
建構零售暨服務業數據共享創新服務計畫	產業服務與應用	190,000	190,000	0

114 年度經費需求表

經費需求說明

- 1.人事費：預計投入研究員50人月、副研究員35人月、助理研究員35人月、研究助理40人月，共計160人月，合計11,230千元。配置人員規劃為進行計畫管理、業務推動、監督與管控課程辦理情形、專家輔導團媒合諮詢、典範案例擴散、數位轉型成果案例彙編、計畫成效追蹤等工作。
- 2.材料費：無
- 3.其他費用：為推動國際市場數據應用及AI商務應用之企業典範案例推動補助款項、雲端解決方案遴選、中小微企業上雲服務補助款項、計畫廣宣及個案分享等推動工作所需業務費、審查費、出席費、旅運費、管理費等費用，合計178,770千元。

114 年度經費需求表

單位：千元

計畫名稱	細部計畫重點描述	預期關鍵成果	114 年度						
			小計	經常支出			資本支出		
				人事費	材料費	其他費用	土地建築	儀器設備	其他費用
建構零售暨服務業數據共享創新服務計畫	本計畫針對業者數位程度不同提供適性輔導措施： 1.針對數位化程度較低的業者，協助其導入既有之雲端解決方案，提升其數位營運力。 2.針對數位化程度較高之業者，透過「國際市場數據應用」或「AI商務應用」補助，協助領頭羊業	1.發展 12 項新通路、新商業模式、新產品。 2.促成 15 案數	190,000	11,230	0	178,770	0	0	0

計畫名稱	細部計畫重點描述	預期關鍵成果	114 年度						
			小計	經常支出			資本支出		
				人事費	材料費	其他費用	土地建築	儀器設備	其他費用
	<p>者帶動其合作夥伴，導入雲端服務或 AI 技術產品方案所產生之數據回饋，驅動業者進行數位轉型及商業模式創新，優化營運體質及產業競爭力，進一步協助優質企業拓展國際市場，進而提升營收、帶動員工薪資成長。</p> <p>3. 籌組產官學研專家團，透過諮詢媒合會、補助案關懷審查會等方式，提供有數位轉型需求之企業專家諮詢服務。並彙整輔導歷程及數位轉型典範案例，滾動修正商業服務業數位案例彙編 1 式，供有數位轉型需求之業者參考。</p>	<p>據應用典範案例，帶動 3,000 家店家，創造企業營收成長，員工薪資成長 3.25%，營收成長達 4%。</p> <p>3. 促成 2 案拓展國際市場典範案例，帶動 110 家店家，海外營收成長 5%。</p> <p>4. 促成 900 家中小型商業服務業者使用雲服務。</p>							

經費分攤表(B008)

114 年度

跨部會 主提/合提機關 (含單位)	細部計畫名稱	負責內容	預期關鍵成果	經費額度
無				
經費合計				

捌、儀器設備需求

無。

玖、就涉及公共政策事項，是否適時納入民眾參與機制之說明
無。