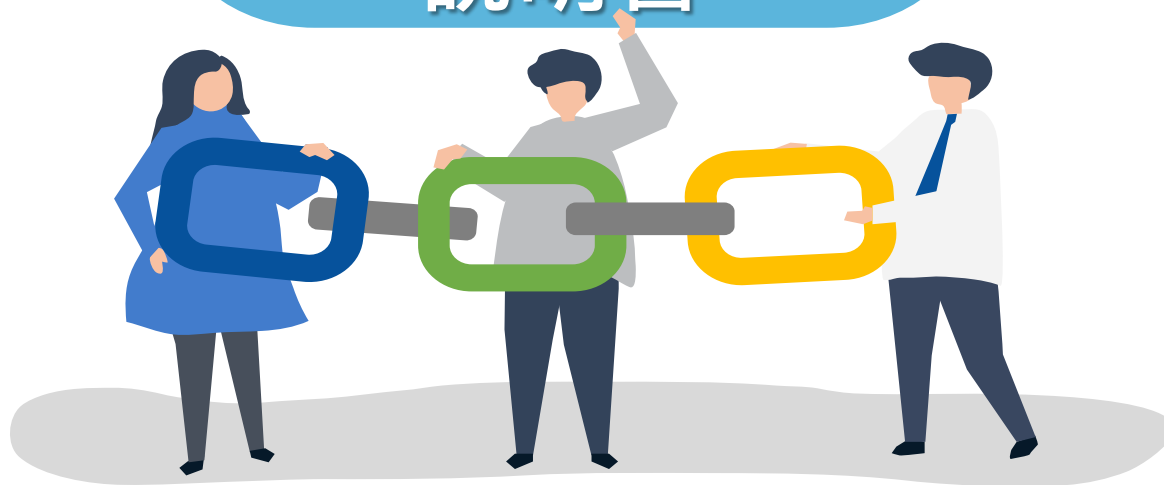


經濟部產業展署 113年度消費數據驅動精準研發製造(C2M)補助

C2M 申請須知
說明會



大綱



壹、計畫背景



貳、申請須知



參、提案重點



肆、個案計畫審查重點

壹、計畫背景(1/3)

政策依據 - 雲世代產業數位轉型整體架構

中小企業數位轉型，開拓新商模、創造新價值、再創新榮景

目標



員工薪資調升



海外市場突破



中小企業上雲率提升

優先推動

製造

產業發展署

零售暨服務

商業發展署

農漁產銷

農業部

小微型企業

中小及創新企業署

基盤

數位平臺服務與科技研發(政府雲/產業雲/試驗場域)(數位產業署)
幕僚及統籌(臺灣雲市集/數位青年/顧問服務)(數位產業署)

壹、計畫背景(2/3)

政策依據 - 各次領域提供產業需求的服務，建典範，擴散推廣。

製造業

零售暨服務業

中小微型企業

農漁業

產業發展署

商業發展署

中小及新創企業署
(原民會/客委會)

農業部

- 紡織/食品加工/
橡塑膠/化妝品/
金屬製品

- 餐飲/零售/休憩
服務/生活服務

- 一般中小微型企業
- 9人以下商圈、場域、
特色主題/產業、原
民事業、客庄為主

- 養殖漁業
- 外銷潛力作物

- ✓ 服務團諮詢診斷
&推薦中小型製
造業者選用雲端
方案
- ✓ 各領域客製輔導
- ✓ 補助研發建典範

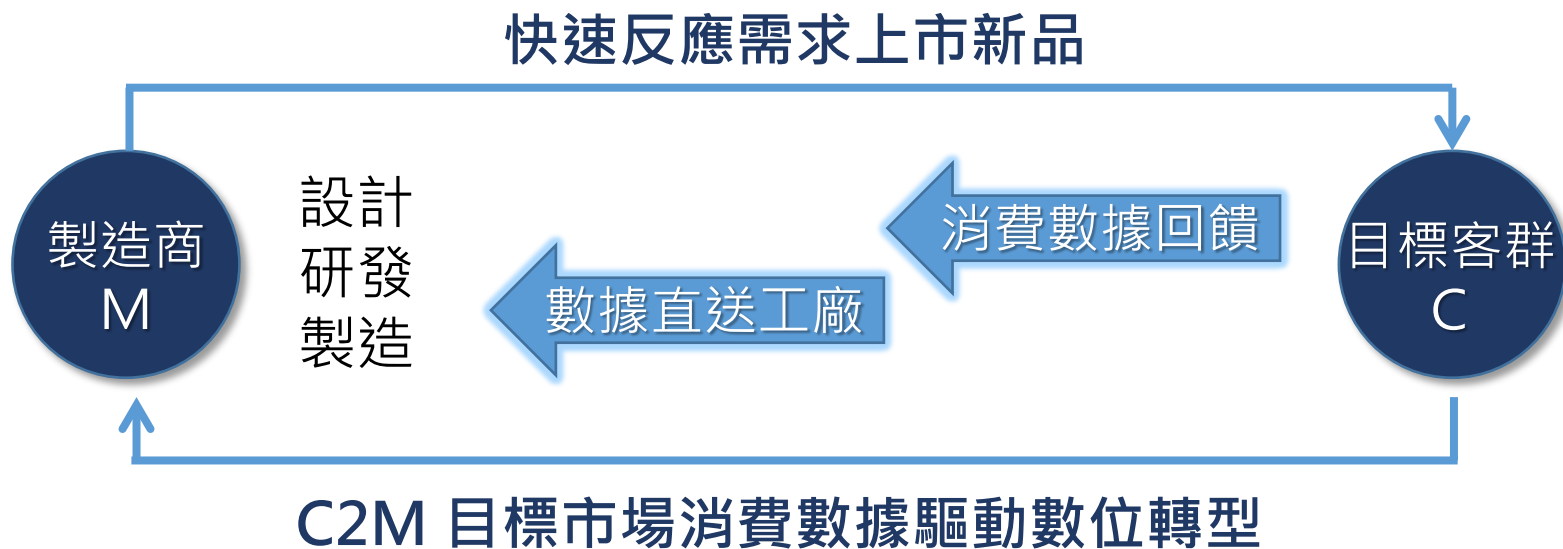
- ✓ 促進中小型業者
選用雲端方案
- ✓ 推動中大型業者
邁向數位轉型

- ✓ 在地數位培能
- ✓ 數位增值應用
- ✓ 市場通路拓銷
- ✓ 數據商機掌握

- ✓ 導入數位科技
- ✓ 推動農漁產銷與
農機創新營運
- ✓ 複製成功案例擴
散成果

壹、計畫背景(3/3)

本主題式計畫係以建構運用市場數據的**C2M新製造模式**(Customer to Manufacturer，導入**目標市場消費數據**於供應鏈體系中，發展產品需求模型增進製造體系反應市場需求的速度，反饋於產品開發及修正，從而強化製造體系向前整合)為主軸，補助中小型製造業者建構「**消費數據驅動精準研發製造體系**」，透過研析市場消費數據、帶動產品研發升級。



貳、申請須知(1/9)

一、申請對象及資格(1/3)

本計畫由中小型製造業（**終端產品**業者為佳）提出申請，應符合下列申請資格：

- (一) 申請業者須依法辦理公司登記或商業登記【**不含本國營利事業之分公司及外國營利事業在台設立之分公司**】。
- (二) 申請業者及委外廠商**不得有陸資投資**，依經濟部商業司商工登記公示資料查詢服務公告資料或經濟部投資審議委員會陸資來台投資事業名錄進行認定。
- (三) 申請業者以製造業為限，須依法辦理工廠登記（依法免辦工廠登記者應檢附主管機關核發之證明文件），且**年營業收入應於新臺幣20億元以下**；若屬中堅企業可放寬至年營業收入於新臺幣100億元以下。年營業收入之認定以會計師財務簽證之查核報告書或營利事業所得稅結算申報書之財務報表為認定依據，並以過去1年或過去3年之平均孰低者計。
- (四) 申請業者須非屬銀行拒絕往來戶。非屬銀行拒絕往來戶之認定依「**台灣票據交換所**」**所出具證明資料為準**，應由該所出具受理截止日前半年內之「票據信用查覆單」，並加蓋查覆單位圖章。

貳、申請須知(2/9)

一、申請對象及資格(2/3)

(五) 申請業者之公司淨值應為正值。

1. 公司淨值之認定，以申請時最近一年度會計師財務簽證之查核報告書為準；若無會計師簽證之查核報告書，則以營利事業所得稅結算申報書之財務報表為準。
2. 公司於計畫申請當年度始登記成立者，得以公司設立登記資本額查核報告書，以及最近一期會計師期中查核/核閱報告或申請前一個月之自編財務報表代替。
3. 如公司淨值原為負數，但於計畫申請前因辦理增資，期中財務報表已轉為正值，視同符合申請規定。

貳、申請須知(3/9)

一、申請對象及資格(3/3)

(六) 申請業者曾獲本主題式計畫或其他雲世代產業數位轉型相關計畫補助者（包含但不限下列計畫），不得申請本計畫，**惟雲世代產業數位轉型(台灣雲市集、雲市集工業館)之計畫不在此限：**

1. 數位雲服務主題式研發補助計畫。
2. 中小製造業接班傳承數位轉型主題式研發計畫。
3. 金屬製品數位轉型增值主題式研發計畫。
4. 金屬製品數位轉型暨供應鏈韌性升級計畫。
5. 雲世代農業數位轉型業界參與計畫。
6. 建構零售暨服務業數據共享創新服務計畫。

(七) 曾獲本局「智慧機械-產業聚落供應鏈數位串流暨 AI 應用計畫」**補助且正在執行中的業者**，不得申請。

(八) 本計畫與「中小製造業接班傳承數位轉型主題式研發計畫」，**業者僅能擇一申請。**

貳、申請須知(4/9)

二、申請、執行期間及補助上限

- (一) 申請期間：112年10月12日起至112年11月27日止。
- (二) 計畫執行期間：計畫起始日以113年1月1日起至113年11月30日止。
- (三) 補助上限：每案以新臺幣1,000萬元為上限，政府經費以50%為上限。

貳、申請須知(5/9)

三、補助標的

依企業目標進行市場/客群數據分析、建構以數據分析為基礎的精準研發系統，並與ERP/PLM等資訊系統整合，最終進行目標驗證與回饋。

1. 進行目標市場/客群數據分析：

1) 整合目標市場及客群相關數據：

- A. 口碑數據：目標客群使用產品後的評價意見，如：功能討論、產品評價等。
- B. 銷售數據：目標市場的產品銷售狀況，如：價格、銷售金額、數量等。
- C. 規格數據：目標市場競爭產品的設計規格數據。

2) 進行需求及競爭分析：目標市場及客群相關數據進行ETL處理，分析產品偏好、市場競爭狀況、產品規格等，透過 BI 介面顯示產品的市佔率、滿意度、功能偏好、規格偏好、使用意見等分析成果。

2. 建構精準研發系統：

- 1) 對目標市場/客群需求分析之結果，進行產品開發方向之相關性分析，發掘產品關鍵功能、規格，轉換為明確的產品規格建議數據，並透過 BI 介面顯示。
- 2) 使用智慧化工具，如：生成式AI、產品配方演算法，將建議的規格，轉換成明確的研發成果(如：產品設計圖或配方組合)。

3. 資訊系統整合：

- 1) 說明精準研發系統如何與研發管理系統(如：PLM、PDM)、ERP系統串接，以管理研發成果。
- 2) 若無產品研發系統須說明未來研發系統開發方案，以完成研發流程串接。

4. 目標驗證與回饋：依據數據來源說明目標市場、客群、通路的新產品試銷驗證規劃，如何驗證營運、產品研發及數據應用轉型目標。最後回饋驗證成果到初始的目標市場/客群分析。

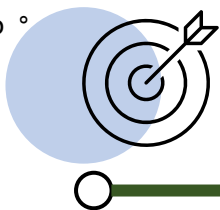
貳、申請須知(6/9)

四、國際案例說明

Nike 2017年推出 Consumer Direct Offense 計畫

營運痛點

- 2007-2016年以通路批發為主，對目標客群需求缺乏掌握、成長停滯(4-6%)，競爭對手Under Armor平均成長16%。

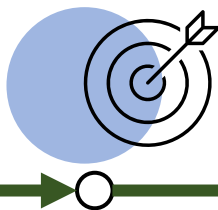


#營運轉型目標

過去以代理、批發為主的銷售方式，轉為強化會員經營及直營通路，**提升直營通路銷售額30%**。

研發痛點

- 產品研發週期長達130天，落後對手30天以上

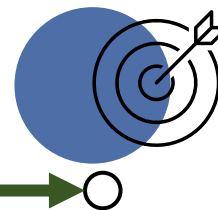


#研發轉型目標

過去透過市調、會議討論產品開發方向，轉為透過掌握需求、傳換成設計規格，**提升25%產品研發及決策速度**。

數據痛點

- 透過通路代理銷售缺乏使用者數據，亦缺乏整合外部競爭數據



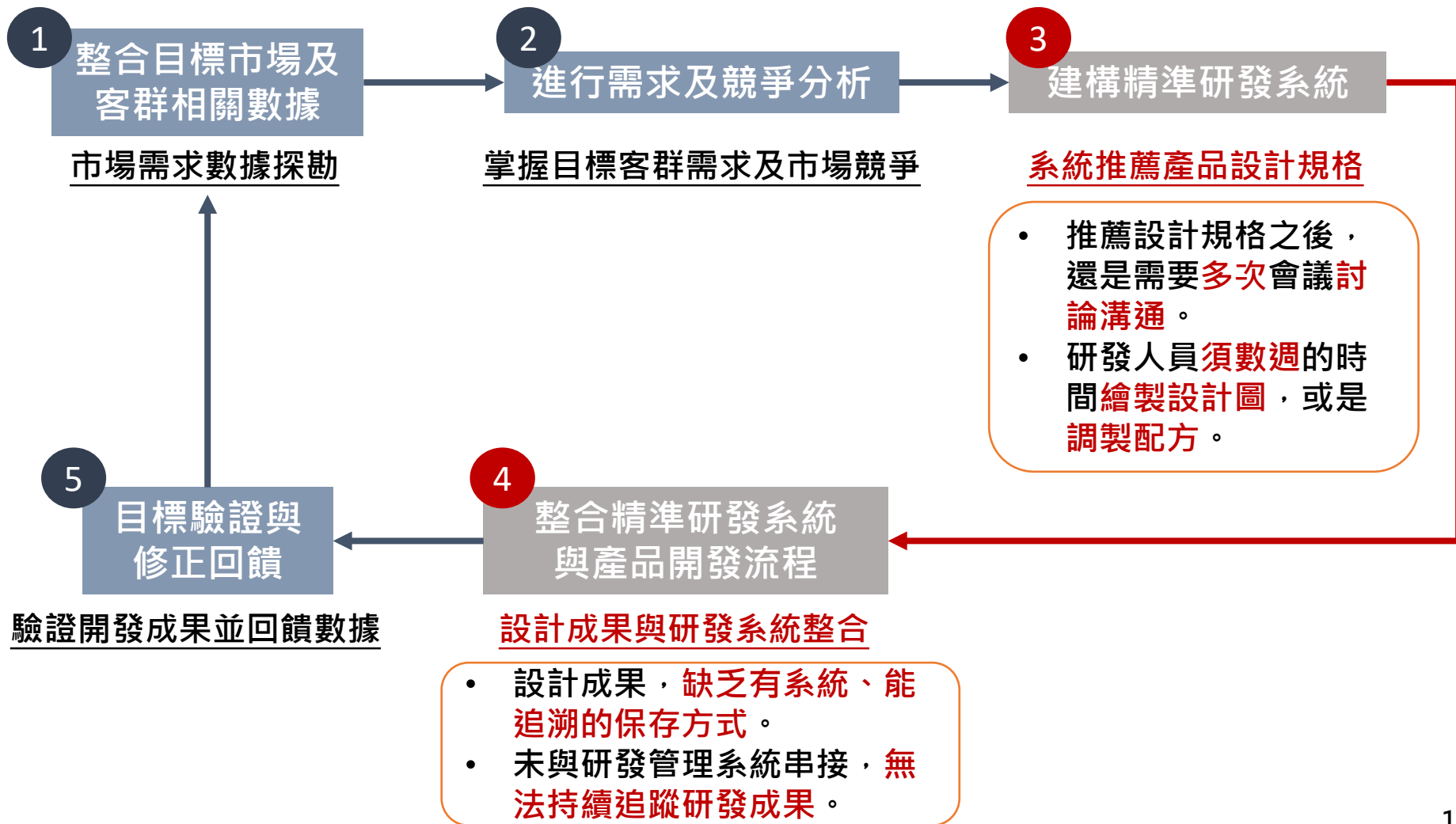
#數據應用轉型目標

開發Nike Run Club app、建立直營體驗店，收集會員**體驗數據**。整合Amazon、Facebook**外部競爭數據**，建立協助決策及研發的數據系統。

2020年在疫情下整體營收成長達**13%**，大幅領先競爭對手Under Armor(**負成長1%**)

貳、申請須知(7/9)

五、過去業者執行 C2M 需要突破的關鍵障礙



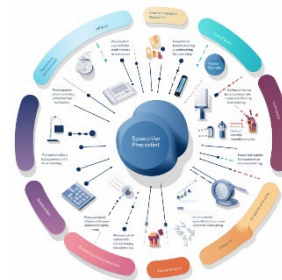
貳、申請須知(8/9)

六、113年 C2M 執行目標

過去 C2M
累積成果

掌握顧客需求

整合目標市場 / 顧客數據、分析顧客需求、掌握關鍵**研發規格**。



未來 C2M
強化項目

智慧化工具產生設計

透過生成式 AI 設計、特徵分析等技術，產生**設計圖或配方表**，**模擬專業設計**，**提升產品開發速度**。



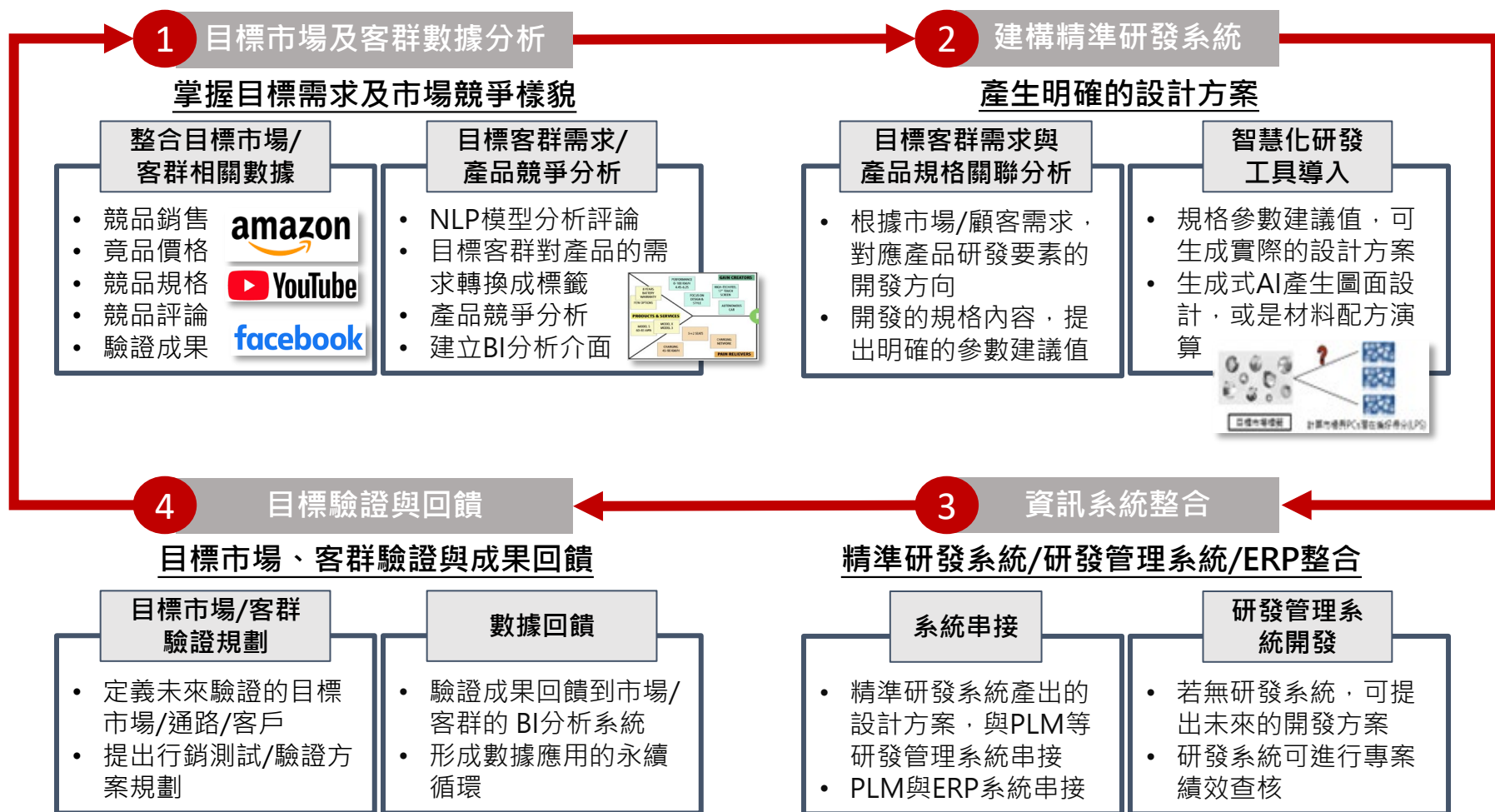
智慧化研發知識管理

以數據及系統**儲存老師傅的經驗**，並與ERP整合，**提升研發傳承能力**。



貳、申請須知(9/9)

七、計畫整體數據應用流程



參、提案重點(1/2)

一、提案重點

整體計畫目標

1. 公司背景及產業現況說明

- 1) 說明公司的主要產品線、近三年營運狀況。
- 2) 說明產業現況，及產業現況造成的轉型需求。

2. 設定計畫目標

- 1) **營運轉型目標**：對全部或部分產品線，提出轉型目標，以符合轉型需求(例如：透過開發新產品，發展新客戶，提升代工營收20%，解決營收成長停滯問題)，明訂目標客群或通路，及新產品開發方向。並進行客群需求、市場競爭或產品規格等分析。
- 2) **研發轉型目標**：說明研發流程如何串接客群需求、市場競爭或產品規格分析成果，透過智慧化工具(如：生成式AI、演算法等)產生研發成果(如：產品設計圖或配方組合)，提升研發效率(如：縮短研發時間20%)，以支持營運轉型目標。並透過研發管理系統(如：PLM、PDM)管理研發成果，完成與ERP的串接。
- 3) **數據應用轉型目標**：說明數據收集的內容與方式，以提供客群需求、市場競爭或產品規格等分析使用。說明整體數據的處理流程，數據的維運方式(自行處理或委外)，以建立數據應用的永續循環。

系統規劃內容

1. 目標市場及客群數據分析

1) 整合目標市場及客群相關數據：

- A. 口碑數據：目標客群使用產品後的評價意見，如：功能討論、產品評價等。
- B. 銷售數據：目標市場的產品銷售狀況，如：價格、銷售金額、數量等。
- C. 規格數據：目標市場競爭產品的設計規格數據。

2) 進行需求及競爭分析：目標市場及客群相關數據進行ETL處理，分析產品偏好、市場競爭狀況、產品規格等，透過 BI 介面顯示產品的市佔率、滿意度、功能偏好、規格偏好、使用意見等分析成果。

2. 建構精準研發系統

- 1) 對目標市場/客群需求分析之結果，進行產品開發方向之相關性分析，發掘產品關鍵功能、規格，轉換為明確的產品規格建議數據，並透過 BI 介面顯示。
- 2) 使用智慧化工具，如：生成式AI、產品配方演算法，將建議的規格，轉換成明確的研發成果(如：產品設計圖或配方組合)。

叁、提案重點(2/2)

系統規劃內容

3. 資訊系統整合

- 1) 說明精準研發系統如何與研發管理系統(如：PLM、PDM)、ERP系統串接，以管理研發成果。
- 2) 若無產品研發系統須說明未來研發系統開發方案，以完成研發流程串接。

4. 目標驗證與回饋

- 1) 依據數據來源說明目標市場、客群、通路的新產品試銷驗證規劃，如何驗證營運、產品研發及數據應用轉型目標。最後回饋驗證成果到初始的目標市場/客群分析。

預期效益

1. 須說明各項預期效益與計畫工作項目之連結，並敘明指標計算方式。
2. 預期效益
 - 1) 下列六項指標至少選擇三項：產品毛利率提升、新產品開發週期下降比例、成本回收期間下降比例、研發成本下降比例、會員回購率提升、ODM代工訂單成長率。
 - 2) 加分項目：**海外市場突破**、員工薪資成長。
 - 3) 自提指標：因執行本計畫所產生之其他效益。

可行性分析

1. 過去實績

- 1) 提案廠商說明過去系統整合導入經驗。
- 2) 說明委外廠商過去執行經驗。

2. 計畫團隊及執行能力

- 1) 計畫主持人資歷說明。
- 2) 計畫團隊人力規劃與參與計畫人員簡歷。
- 3) 數據人員的規劃及數據治理工作內容說明。

3. 提案廠商整備度

- 1) 數據整備度：提案廠商目前數據應用現況，例如：目前已掌握數據或已執行的分析項目。
- 2) 彈性生產能力：提案廠商目前產品的開發週期及生命週期，是否可快速反應市場需求、調整設計。

4. 可行性評估

- 1) 風險評估：期間可能遭遇的風險評估以及相對應措施。
- 2) 關鍵因素：分析關鍵成功因素，包括關鍵夥伴、關鍵技術能量、專業人才等。
- 3) 經費預算：需說明計畫經費投入規劃，各科目經費預算編列應清楚說明(例如：雲端服務支出佔資訊系統支出至少20%)，須符合會計科目所涵蓋的內容。
- 4) 資安規劃：包含網路、應用及設備層的軟硬體、管理及教育訓練，並提供資安架構圖等之現況盤點及規劃構想並附上資通安全自評表。

肆、個案計畫審查重點(1/4)

一、審查原則

整體計畫目標(20%)

1. 公司背景及產業現況說明

- 1) 能具體說明主要產品類型、近三年營收數字為佳。
- 2) 能提供產業分析數據，說明產業現況所造成的痛點，及明確的轉型需求為佳。

2. 設定計畫目標

- 1) **營運轉型目標**：透過客群需求、市場競爭或產品規格等分析後，具體說明本提案計畫營運轉型目標客群、通路及新產品開發方向，並帶動增加企業海外營收10%(增加之海外營收須超過計畫總經費之50%)以上為佳。
- 2) **研發轉型目標**：能具體說明如何串接客群需求、市場競爭或產品規格分析，轉換成研發規格。透過智慧化工具產生研發成果(如：產品設計圖或配方組合)，明定研發效率指標(如：縮短研發時間20%)。並透過研發管理系統(如：PLM、PDM)管理研發成果，並與ERP的串接為佳。
- 3) **數據應用轉型目標**：能具體說明數據收集的內容與方式，以提供客群需求、市場競爭或產品規格等分析使用。規劃整體數據處理流程，後續維運方式，能建立數據應用的永續循環為佳。

系統規劃內容(50%)

1. 目標市場及客群數據分析

- 1) **整合目標市場及客群相關數據**：資料品質及數量以能協助達成計畫目標，並說明該數據收集之一致性、完整性、更新頻率、準確性者為佳。
- 2) **進行需求及競爭分析**：有具體的目標市場及客群相關數據ETL處理方案，能進行產品偏好、市場競爭狀況、產品規格等分析，並透過 BI 介面顯示產品的市佔率、滿意度、功能偏好、規格偏好、使用意見等分析成果為佳。

2. 建構精準研發系統

- 1) 能將**目標市場/客群需求分析**之結果，進行產品開發方向之相關性分析，用於發掘產品關鍵功能、規格，轉換為明確的產品規格建議數據，並**透過 BI 介面顯示**為佳。
- 2) **使用智慧化工具**，如：生成式AI、產品配方演算法，將建議的規格，轉換成明確的研發成果(如：產品設計圖或配方組合)為佳。

肆、個案計畫審查重點(2/4)

系統規劃內容

3. 資訊系統整合

- 1) 能具體說明精準研發系統如何與**研發管理系統**、**ERP系統**串接，並有效管理研發成果者為佳。
- 2) 無產品研發系統者能規畫**未來研發系統開發方案**，完成研發流程串接者為佳。

4. 目標驗證與回饋

- 1) 提案廠商具有目標市場銷售經驗或已具備海外拓銷合作夥伴。並能夠具體說明新產品試銷數據，**回饋驗證到初始的目標市場/客群分析**為佳。

預期效益

1. 預期效益與計畫工作項目是否有效連結，為遴選評估之依據。
2. **預期效益** (查核辦法請詳參附件二)
 - 1) **六項指標至少選擇三項**：效益指標可反映企業競爭力、研發效率、目標客群關係，且與計畫有直接關聯為佳。
 - 2) **加分項目**：海外市場突破(例如：海外營收提升、通路擴張、市場擴張等)、員工薪資成長。
 - 3) **自提指標**：因執行本計畫所產生之其他效益，並詳述計算方式及查核辦法為佳。

可行性分析

1. 過去實績

- 1) 提案廠商曾主導系統整合導入經驗為佳。
- 2) 委外廠商過去實績與本案相關者為佳。

2. 計畫團隊及執行能力

- 1) 主持人具有國際市場拓展經驗者佳。
- 2) 團隊具備領域專家、技術整合、數據分析人員、電商行銷人員為佳。
- 3) 具體說明數據分析人員的配置或雇用計畫，並說明未來的數據指裡工作內容為佳。

3. 提案廠商整備度

- 1) 提案廠商掌握之數據有助於轉換成研發規劃，並具備分析經驗者為佳。
- 2) 提案廠商產品開發週期在一年以下，並可快速調整設計反應市場需求者為佳。

4. 可行性評估

- 1) 規劃與開發時程需合理，風險評估應包括如何因應全球國際經貿等相對應的風險控制措施。
- 2) 提案廠商掌握完成計畫之關鍵因素者為佳。
- 3) 經費編列需合理(例如：需編列雲端服務支出佔資訊系統支出至少20%)。
- 4) 具體說明資訊安全控管作業，確保產品製造者(提案廠商)及使用者(目標客群)享有安全可靠流程為佳。

肆、個案計畫審查重點(3/4)

三、預期效益指標說明(1/2)

預期效益	認定條件 (可反映企業競爭力、研發效率、目標客群關係，且與計畫有直接關聯為佳)	查核準則	
		建議目標*	計算公式說明
6項指標 至少 選擇3項	產品毛利率提升	3%以上	$(\text{本期銷售價格} - \text{本期進貨成本}) \div \text{本期銷售價格}$
	新產品開發週期下降比例	10%以上	$(\text{原產品開發週期} - \text{新產品開發週期}) \div \text{原產品開發週期} \times 100\%$
	新產品成本回收期間下降比例	10%以上	$(\text{原產品成本回收期間} - \text{新產品成本回收期間}) \div \text{原產品成本回收期間} \times 100\%$
	研發成本下降比例	10%以上	$(\text{原產品研發成本} - \text{新產品研發成本}) \div \text{原產品研發成本} \times 100\%$
	會員回購率提升	5%以上	$(\text{本期會員總購買次數} - \text{前期會員總購買次數}) \div \text{前期會員總數} \times 100\%$
	ODM代工訂單成長率	5%以上	$(\text{本期代工訂單金額} - \text{前期代工訂單金額}) \div \text{前期代工訂單金額} \times 100\%$

*建議目標為建議的量化效益目標值，業者仍可依產業狀況及計畫實際情形自行設定目標值。

肆、個案計畫審查重點(4/4)

三、預期效益指標說明(2/2)

預期效益	認定條件 (可反映企業競爭力、研發效率、目標客群關係，且與計畫有直接關聯為佳)	查核準則	
		建議目標*	計算公式說明
加分項目	員工薪資成長**	5%以上	最少5名計畫團隊成員，113年10月之本(底)薪，較參與本計畫首月之本(底)薪增加，增加的薪水不含獎金、加班費等非本(底)薪項目。
	海外市場突破	業者自提	1. 業者自提計算績效計算方式。例如：海外營收提升***，113年9-10月之海外營業金額，較112年9-10月之海外營業金額增加。 2. 其他海外市場突破，例如：新代理商、新客戶等。
業者自提指標	因執行本計畫所產生之其他效益	業者自提	業者自提指標請詳述計算方式及查核辦法。

*建議目標為建議的量化效益目標值，業者仍可依產業狀況及計畫實際情形自行設定目標值。

**員工薪資成長，以企業薪資清冊/薪資條作為憑證。

***(1)自行出口者：以財政部營業人銷售額與稅額申報書之零稅率銷售額，作為認定憑證。

(2)經貿易商出口或電商平台銷售者：提供海外訂單，及對應的出貨單、匯款水單或貿易商出口等可證明國外輸出的相關單據，作為認定憑證。