

# 計畫書摘要表

## 一、計畫內容摘要(約 100 字)：

傳統銷售通路式微，加上疫情加速市場與產業生態改變，本計畫由雲世代接班人展開接班傳承，利用雲端與數位科技加速數位轉型，建置雲平台與美妝大數據，健全供應鏈與客戶管理的數位化能力，朝向創新服務開發與商模轉型。

藉由輿情分析系統蒐集美妝趨勢情資盤整與數據共享，協助降低品牌業者於前期投資的市場調查成本，透過市場銷售數據降低產品開發及滯銷風險，協助品牌商開發出更符合消費者需求產品；並輔以客端智慧經營與數據回饋，更切合消費者的需求，由第三代接班人帶領本公司數位轉型，並達成增加企業海外營收 5%、提高「關鍵員工」薪資成長 4%之計畫目標。

## 二、轉型規劃：

本公司轉型規劃如下：

### 1. 傳產服務雲端化：

本公司成立迄今 60 年，目前仍處於沒有雲平台及相關規劃的傳統階段，導致資料未能即時傳遞至供應鏈上下游，且缺乏數據分析的基礎，透過本計畫將建置雲端平台加速帶動產業鏈業者共同數位轉型。

### 2. 資訊揭露透明化：

本公司目前供應鏈資訊傳遞仍屬傳統方式下單傳遞，紀錄無法妥善留存且耗時、易錯，供應商資訊透過人工蒐集更新，難以對接品牌端的即時查詢需求。透過本計畫雲平台的建置，完善供應鏈資訊揭露以及健全供應鏈的管理，配合自有 ERP 系統以達成資訊的揭露及透明化，降低對外溝通的人力，提高決策品質及速度，強化往來夥伴間之合作關係。

### 3. 新品研發智慧化：

長期以來品牌商開發產品多仰賴經驗法則，無法掌握真正的市場消費需求，加上本公司目前仍使用傳統客服，難以快速及完整蒐集售後數據。因此，本計畫結合 AI 演算法進行電商大數據分析、消費者輿情、售後 AI 情境式客服工具，以快速取得精準的回饋數據，讓研發階段更科學、更有系統掌握市場需求及消費偏好，朝向智慧應用發展！

### 4. 商模轉型再進化：

美妝開發最終應回歸市場需求，除了完成品牌商提出的製造需求外，本公司轉型重點將發揮生產製造專業、數據資料應用、客服智慧結合，以雲平台及智慧工具升級原始的代工生產服務，透過本計畫導入 4 項創新服務、推動合作 3 項新產品的開發，產生接班實證的新商模！重新定義美妝製造業的角色。

## 三、產業地位：

公司在美妝保養品的製造鏈位於中游角色，在產業定位及帶動上具有一定的影響力！整體供應鏈是由一線品牌商來帶動，品牌商向本公司下單後，本公司向上串接原料、包材、瓶器等供應商，整體串接的相關業者，包含主力與次級供應商超過 50 家！

#### 四、預期效益

(一) 量化效益(結案當年效益(須於結案前進行查核，查核辦法請詳閱申請須知 P.8))

##### 1. 必要效益

必要效益	認定條件(請依企業評估本身計畫執行能力與預期效益勾選)	
提高員工薪資	<input checked="" type="checkbox"/> 基本必要條件	「關鍵員工」薪資成長 4%。
	<input type="checkbox"/> 次優條件	提高「研究發展人員」全體平均薪資 4%。
	<input type="checkbox"/> 最優條件	「企業全體員工」薪資成長 4%。
	<input type="checkbox"/> 其他條件	企業自行訂定達成條件，但須經技術審之審查委員同意。 自訂條件(請詳述)：
增加海外企業營收	<input type="checkbox"/> 基本必要條件	提高海外營收 3%以上
	<input type="checkbox"/> 次優條件	提高海外營收 4%以上
	<input checked="" type="checkbox"/> 最優條件	提高海外營收 5%以上
	<input type="checkbox"/> 其他條件	企業自行訂定達成條件，但須經技術審之審查委員同意。 自訂條件(請詳述)：

##### 2. 其他效益

(1) 增加產值 <u>18000</u> 千元	(2) 產出新產品或服務共 <u>5</u> 項	(3) 增加就業人數 <u>3</u> 人
(4) 投入研發費用 <u>    </u> 千元	(5) 促成數位轉型投資 <u>    </u> 千元	(6) 降低營運成本 <u>1000</u> 千元
(7) 帶動品質提升 <u>    </u> %	(8) 縮短產品交付週期 <u>    </u> %	(9) 提高客戶滿意度 <u>25</u> %
(10) 增加員工工作效率 <u>    </u> %	(11) 產能增加 <u>    </u> %	(12) 營運效率提升 <u>    </u> %
(13) 產品毛利率提升 <u>3.000</u> %	(14) 研發成本下降 <u>5.000</u> %	(15) 提供供應鏈業者市場情資 <u>3,000</u> 家
(16) 營業額提升(包含國內外) 國內 <u>10000.000</u> 千元 國外 <u>5000.000</u> 千元	(15) 雲端服務支出佔比提升 公有雲 <u>195.000</u> 千元 私有雲 <u>650.000</u> 千元 資訊系統支出 <u>845.000</u> 千元	

##### (二) 非量化效益

###### 1. 對本公司之助益

◎ 從「產品」為中心轉變成「顧客」為中心的思維

讓本公司思維轉變，從傳統以「產品」為中心的考量，轉變為思考客戶真正需求、少量客製化、客戶體驗及價值感受的以「顧客」為中心的思維，從產品設計研發到服務提供，都形成以顧客為中心的循環。

◎ 讓益美化工突破代工製造的舒適圈

益美化工雖然有自己的品牌，但仍局限於傳統代工的思維生產及經營，透過本次計畫可運用各種雲端服務、數據分析、客服機器人精準推薦行銷，以更快的速度、更低的成本，取得各類型多元且大量的潛在客戶數據，取得來源包括像社群媒體、電商購物網站等，以了解潛在客戶並回饋其需求。另外，透過大量客戶數據的蒐集與分析，可更即時的聽到客戶聲音、更準確的瞭解客戶群，也可依客戶個別的需求調整產品和服務，以提供更豐富的客戶體驗與價值感受。

###### 2. 對產業產生之貢獻

◎ 台灣美妝消費者大數據

本公司自有會員資料庫結合網路輿情，可產出具信度的美妝消費者產品偏好數據。

◎ 本土美妝產業合作營運

獲取資訊後，本公司除自行開發外，亦會與產業合作共享資訊，以共同提升服務為目標。

◎ 增加台灣美妝產業競爭力

回饋消費者需求給本土業者，且策略性推薦台灣品牌美妝保養品，累積台灣美妝產業與國際大廠競爭的實力。

3. 對消費大眾產生之貢獻

◎ 消費者心得評價蒐集

產品使用後的回饋可有效傳遞給業者，未來服務更加符合個人需求。

4. 對社會環境產生之影響

◎ 聚焦產品開發方向

依據數據討論產品方向，減少召開會議、討論產品與行銷方案過程耗費的資源。

◎ 依需求擬訂產量

業者依據市場實際需求擬訂各季產品生產/進貨數量，減少產品供過於求的資源浪費。

5. 對商業科技發展之影響

◎ 美妝消費者大數據

長時間累積形成的美妝消費者數據可計算出台灣消費者對美妝產品之需求；加以探究將可能應用於醫療、美容等相關場域中，開發出滿足國人需求又具有商業價值的產品。

填表說明：1.本摘要得於政府相關網站上公開發佈。

2.請重點條列說明，並以一頁為原則。

3.「增加企業海外營收」與「提高員工薪資」為企業申請計畫之必備效益，各別提供企業三階段條件，其中，基本必要條件為執行計畫至少須達到之必要效益，而次優條件與最優條件則具審查加分效果，企業得依衡量本身執行計畫能力與預期效益，自行選擇條件於計畫書內呈現，或企業也可自行訂定達成條件，但須經技術審之審查委員同意，若審查委員不同意，則企業至少應達成基本必要條件。