

計畫書摘要表

一、計畫內容摘要(約 100 字)：

本計畫擬開發「廣吉食品消費數據沖出最佳配方與包材設計新產品開發計畫」，透過消費數據達成「快速挖掘新產品配方研發」、「降低整體物流成本」及「提高精準推薦行銷」為主軸規劃完整消費數據驅動精準研發製造解決方案。本計畫主要開發穀類沖泡飲品新產品進入北美市場，從多個資料來源收集社群網站如臉書的網路輿情、以及收集網購平台的評論、還有官方客服信箱的意見回饋，經過數據分析後，可以幫助公司更全面的去了解整個食品市場，找出值得切入的空白點，降低進入北美市場的門檻，同時切合消費者的需求，並達成增加企業海外營收10%提高員工薪資5%之計畫目標。

二、計畫創新重點(約 100 字)：

(一)沖調品配方最適化分析：多個資料來源收集社群網站如臉書的網路輿情、以及收集網購平台的評論、還有官方客服信箱的意見回饋，經過數據分析後，找出候選的新品設計配方供產品開發時的重要參考。

(二)沖調品包裝 SKU 與物流配送最佳化分析：規劃以零售包裝(unit)及運輸包裝(carton)進行成本估算，透過商品之尺寸、重量及包裝條件即時試算，協助廣吉對經銷體系的包裝/MOQ 建議及成本估算。

(三)沖調品行銷決策分析：運用已收集好的自有商品和競爭商品的銷售數據及口碑數據，進行競品分析。

(四)沖調品售後互動分析：運用互動機器人技術，快速收集顧客對於該產品的建議。

三、執行優勢：

廣吉食品對於各項養生及有助於優化體質的食品，廣吉永遠站在消費者角度進行設計與研發，不斷嘗試與強化食品所能提供的健康與天然要素，努力讓消費者在品嚐美味的過程中，同時感受食用廣吉產品所帶來的正面改變。廣吉食品自 2005 年起，以研發製造出更優質安全的食品為使命，於台南仁德區斥資上億打造技術與專業兼具的生物科技導向的食品加工廠。通過 ISO 9001、ISO 22000、ISO 14001、FSSC22000、HACCP / 符合 FS209D 的無塵室(潔淨室)作業標準。廣吉食品不只在意食的美味，更重視食的品質，因此特別設有「品質」管理委員會及「衛生」管理委員會，延攬業界學者專家共同商討產品的研發設計與改善計畫。同時也開設有「品質管制暨研究發展課」，專責監督與指導製作過程與流程，目的都在於維持穩定的品質與保證食品的安全性。

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)	
增加企業海外營收	<input checked="" type="checkbox"/> 基本必要條件	提高海外營收 10%
	<input type="checkbox"/> 次優條件	提高海外營收 11%
	<input type="checkbox"/> 最優條件	提高海外營收 12%

	<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，至少應達基本必要條件以上水準。自訂條件(請詳述)：
提高員工薪資	<input checked="" type="checkbox"/> 基本必要條件	提高「關鍵員工」薪資 5%
	<input type="checkbox"/> 次優條件	提高「創新或研究發展人員」全體平均薪資 5%
	<input type="checkbox"/> 最優條件	提高「企業全體員工」平均薪資 5%
	<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，至少應達基本必要條件以上水準。自訂條件(請詳述)：

2.其他效益

(1)增加產值 <u>3000</u> 千元	(2)產出新產品或服務共 <u>2</u> 項	(3)增加就業人數 <u>0</u> 人
(4)投入研發費用 <u>20000</u> 千元	(5)促成數位轉型投資 <u>3000</u> 千元	(6)降低營運成本 <u>0</u> 千元
(7)帶動品質提升 <u>0</u> %	(8)縮短產品交付週期 <u>0</u> %	(9)提高客戶滿意度 <u>0</u> %
(10)增加員工工作效率 <u>0</u> %	(11)產能增加 <u>0</u> %	(12)營運效率提升 <u>0</u> %
(13)產品毛利率提升 <u>0.000</u> %	(14)研發成本下降 <u>0.000</u> %	(15) 導入 C2M 之產品毛利率提升 <u>2.000</u> %
(16)營業額提升(包含國內外) 國內 <u>0.000</u> 千元 國外 <u>3000.000</u> 千元		

(二)非量化效益

1.從「產品」為中心轉變成「顧客」為中心的思維

讓廣吉食品轉變思維，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。

2.讓廣吉品牌突破代工製造的舒適圈

廣吉食品雖然有自己的品牌，但鮮少能掌握自己的終端客群資訊，然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。

3.無縫接軌二代接班傳承經營

近年來正陸續進入了世代接班的階段，廣吉食品第一代白手起家的創業者順利交棒二代，成為一個考驗企業永續經營的關鍵課題。隨著時間空間的改變，中小企業第一代的商業模式已經受到衝擊，有必要進行修正。第一代成本導向型代工與傳統貿易模式，在數位經濟時代已經受到嚴重的挑戰與衝擊，例如，參與國際商務展交通費高、參展費用高，但是效益低，不容易真正找到適合的客戶。二代接班經營可以嘗試採用數位貿易，也就是在網路上找到客戶、在網路上讓客戶認識商品、在網路上做生意等。所以透過本計畫讓廣吉食品可以創造新的商業模式，成為新型態的中小企業。

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。

4.預期效益應客觀評估，並作為本計畫驗收成果之參考，若無請填「0」（其他效益）。