

108 年度新南向市場創新行銷開發計畫

商用通路佈建出口輔導業者甄選辦法

一、計畫說明

印度為世界第二多人口大國，且人口成長速度已超過中國大陸，據估 GDP 將於 2030 年達到 10 兆美金，屆時將成為世界第三大經濟體，居住與商業發展需求連年成長，近年因印度環保意識抬頭，能源消耗及碳排放量議題成為印度當地建築相關產業特別關注的一環，其影響範圍囊括商用建築、政府單位、公共運輸、民生住房等各式建築單位，並帶動能源節約相關軟硬體需求提升（簡如：監控系統、溫控系統、空調、節水裝置、感應器、感應光照裝置、能源節約控制系統、建築材料、裝潢材料等）及相關產業發展。

108 年度「新南向市場創新行銷開發計畫」（以下簡稱本計畫）將規劃辦理「商用通路佈建出口輔導」，並鎖定「印度節能建築商機」為主題，協助我國業者蒐集印度市場商情，並運用群聚之方式至印度進行商品行銷，進一步輔助參與業者尋求策略合作夥伴與商機媒合管道，以加速我國業者拓展印度市場，開發商機。

根據商業發展研究院(以下簡稱本院)市場調查研究成果發現，因應印度近年之都市發展以及該國環保意識備受重視，印度之節能、綠建築產業以及建築自動化與控制系統之市場仍處於擴張階段，本院今年採用群聚之方式，以國家隊之概念於印度進行產品行銷媒合活動，除提升我國品牌知名度、提升國家形象、蒐集印度商情之外，將為後續有意出口之我國業者於印度市場拓銷上打下基石。

二、辦理規劃

獲選參與本計畫之業者將可獲得以下拓銷資源：

- (一)買主需求開發：經由市場商情分析以及關鍵通路買主拜訪，蒐集潛在買主對業者產品回饋建議，並掌握最終使用者與供應鏈/價值鏈買主採購需求，釐清當地准證認證等法規。並透過舉辦如商情說明會、業者諮詢等服務，協助業者掌握市場與目標市場之買主需求。

- (二) **專家諮詢輔導**：整合架接市場產業相關之進出口公協會、臺商、專業媒體、意見領袖等海內外跨領域專家（如：專業職人、研究機構、產業期刊等），經建置專家顧問諮詢系統，提供如線上諮詢、會議諮詢或專家交流會議等多元方式，以協助我國業者解決出口拓銷、供應鏈整合對接之實務議題。
- (三) **專業行銷推廣**：結合當地產學單位，以專業行銷推廣，建立 MIT 產品供應鏈/價值鏈整合之形象，並建置海內外專家顧問諮詢系統，提供如線上諮詢、會議諮詢或專家交流會議等多元方式，以協助我國業者解決出口拓銷之實務議題。
- (四) **供應鏈/價值鏈媒合**：串連當地供應鏈/價值鏈買主與海內外專家系統網絡，並於目標市場舉辦媒合活動，以協助我國業者與目標市場潛在合作對象（建築商、建造商、進口代理商、具銷售功能之平臺等）進行提案媒合，拓展海外目標市場。

(五) 108 年市場、商機主題與產品範疇規劃

目標市場	商機主題	主題說明	產品範疇
印度	節能建築	因應印度都市化快速發展，進而帶動對環保節能、建築之需求，因此將以節能、綠建築、建築自動控制管理系統相關之環保節能建築為主題	監控系統、溫控系統、空調、節水裝置、感應器、感應光照裝置、能源節約控制系統、建築材料、裝潢材料...等

三、 辦理單位

- (一) 主辦單位：經濟部國際貿易局
- (二) 執行單位：財團法人商業發展研究院
- (三) 聯繫窗口：
 謝淳羽 研究員
 電話: 02-7707-4925
 電子郵件: DaikyoHsieh@cdri.org.tw

四、 申請資格

- (一) 符合我國公司法及貿易法登記之出進口業者，但不含外國營利事業在臺

設立之分公司及陸資企業（陸資企業依經濟部投資審議委員會陸資來臺投資名單認定），且無未了結之貿易糾紛（含仿冒案件）或其他如仿冒等不良紀錄者。

(二) 業者過去 3 年(105-107 年)無欠繳推廣貿易費，且無貿易糾紛(含仿冒案件)或其他不良紀錄者（以政府單位資料為準）。

(三) 參與產品範疇說明如下：

1. 使用者可直接購買之成品（如燈管燈泡、監控裝置、空調產品等）
2. 使用者可直接購買並自行組合(Do It Yourself, DIY)之配件(sub-system)。
3. 使用者可指定使用之耗材或零配件（例如：紅外線感應器、節電閥裝置等）。
4. 直接用於企業之成品（例如：溫控系統、百葉窗組、建築控制系統等）。
5. 用於生產上述最終產品而使用之機械設備、半成品、零配件(例如：省電燈管之燈座、監控系統之相關組件、散熱建材等)。

(四) 為讓更多業者運用政府資源，108 年「零售通路佈建出口輔導」、「商用通路佈建出口輔導」、「海外創意策展」、「境內體驗行銷」等措施，每家業者以參加 1 案為原則。

五、甄選方式

(一) 業者甄選：每家業者至多提出 3 項產品(product items)以電子檔書面資料參與甄選，預計募集潛力業者 15 家，並擇優備取數名。執行單位得視徵集情況、業者產品與活動主題的契合性，決定業者是否入選、調整業者家數及產品數量。

(二) 評選方式：評審工作分成二個階段—初審及決審

1. 初審：由執行單位進行書面資料審查，資料不齊者，如無於期限內補件視同自動放棄評選資格。
2. 決審：由執行單位邀集評審委員進行書面審查及評分。
3. 評審項目如下：

項目	評分內容
產品特色(40%)	1. 產品原創性、新穎及獨特性 2. 產品與商機主題之契合性
產品市場性(30%)	1. 產品具印度或其他東協市場吸引力

	2. 產品之準備程度（如：檢證/認證） 3. 產品適地化調整能力、可量化生產、接單、報價
業者積極性(30%)	1. 業者海外市場拓展實績 2. 業者海外市場行銷發展規劃 3. 業者認(驗)證、經營及獲獎實績

※因名額有限，報名完成後須經過評審，請待通知。

(三) 通過評審之業者由執行單位通知，確認參與資格及參與產品。

六、重要作業時程

作業項目	內容	預計時程
甄選辦法公告及報名	甄選辦法公告後受理報名	自甄選辦法公告日至 108 年 4 月 12 日(五)
初審：資格審查及補件	執行單位辦理申請文件審查，若有缺漏通知業者於期限內補件	108 年 4 月 15 日(一)至 4 月 17 日(三)
決審：評審委員評審	由評審委員進行評審	108 年 4 月 18 日(四)至 4 月 22 日(一)
公告獲選業者名單	執行單位公告獲選業者名單及備取名單	108 年 4 月 23 日(二)至 4 月 29 日(一)
簽訂合作契約及獲選業者給付業者分攤費	獲選業者需完成合作契約簽訂，並給付業者分攤費	自獲選業者公告日起 7 個日曆天內完成合作契約簽訂，以及獲選業者給付業者分攤費
執行階段	<ul style="list-style-type: none"> • 買主需求掌握 (約 5-6 月) • 我國業者諮詢會議 (約 7-8 月) • 印度買主媒合 (約 8-9 月) • 專家諮詢輔導 (約 4-10 月) (實際活動將依執行單位規劃)	自獲選業者公告日起至 108 年 10 月 31 日(四)
成果擴散及追蹤	獲選業者於 108 年度應配合執行單位辦理後續成果擴散及追蹤活動，且於期限內提供本年度活動參與成效及滿意度調查等資料	108 年 11 月 1 日(五)至 12 月 31 日(二)

註 1：以上作業項目為預計時程，主辦單位得依實際執行彈性調整時程。

註 2：合作契約請獲選業者用印正本一式兩份，請於期限前掛號郵寄至：

106 臺北市復興南路一段 303 號 4 樓

財團法人商業發展研究院

謝淳羽 研究員 收

七、獲選業者參與費用

獲選業者需繳交自籌款新臺幣 3 萬元整(含稅)，並需配合參與本計畫安排規劃

之輔導諮詢與行銷媒合等活動(未參與者，視同放棄，本計畫不另退費)。赴目標市場行銷媒合之業者差旅住宿、貨物運送倉儲等衍生之相關費用，將由獲選業者自行支付。

八、申請資料與報名方式

(一) 以電子郵件報名，於申請截止日下午 5:30 前截止收件，以電子郵件收到時間為憑。

(二) 申請繳交資料

1. 報名表 1 份：請完整填寫並加蓋公司章及負責人印鑑（附件一）。
 2. 產品品牌資料簡報 1 份：請提供中英文品牌與產品簡介（附件二）。
 3. 品牌 LOGO 圖檔 2-5 張：白背去背照，尺寸像素 1200x1500，或 15(W) X 12(H)cm 以上，300dpi 以上。
 4. 參與甄選產品高解析度圖檔 2-5 張：白背去背照，尺寸像素 1200x1500，或 15(W) X 12(H)cm 以上，300dpi 以上。
 5. 產品中英文型錄 1 份。
 6. 企業合法登記證影本 1 份。
- ※ 上列資料未入選業者將於公佈入選名單後銷毀，入選業者於合約到期後銷毀。

(三) 報名方式

電子郵件報名：以上資料請以壓縮檔或雲端連結方式附加於電子郵件，信件主旨註明：「**報名 108 年度新南向市場創新行銷開發計畫 - 商用通路佈建出口輔導**」

Email：DaikyoHsieh@cdri.org.tw

※ 所有申請資料恕不退回，請務必自行影印留存，免收報名費，惟請自行負擔合作契約掛號郵寄相關費用。

九、業者應負責及配合事項

(一) 業者於執行階段須配合本計畫相關規定、或依照本計畫之建議據以實施，包括：接受本計畫諮詢服務、參與商情回饋座談會與專家諮詢輔導會議、依本計畫規劃提供樣品或產品進行互動體驗行銷、參加目標市場媒合活動與準備買主商談簡報等。

(二) 業者應依本計畫活動整體設計基調與規劃進行展品佈置，活動辦理期程

須配合本計畫相關規定實施。

- (三) 本計畫規劃的行銷或媒合活動辦理前，業者需依本計畫需求提供各項產品特色、設計理念、公司簡介等資料的中英文說明，以及產品高解析度圖檔(須有 1MB)，供本計畫宣傳編輯及印製文宣品用。
- (四) 業者有義務派代表參與目標市場媒合活動，並自行負擔赴目標市場買主媒合活動之業者差旅住宿、貨物運送倉儲等衍生之相關費用。
- (五) 業者於活動結束後應自行處理本案商品，包括但不限於丟棄、銷毀、提供予當地經銷商或原物攜回等，並應自行負擔處理費用。
- (六) 業者於成果擴散及追蹤階段，須配合出席本計畫所安排舉行之各項必要會議、活動、及媒體宣傳推廣活動，並主動配合本計畫回報買主接洽、接單效益等資訊，並以業者取得國外訂單出口；與買主、經銷商、代理商或通路商簽訂採購合約、合作意向書或產品在通路成功上架銷售等資料為優先，以利本計畫進行活動辦理效益評估。
- (七) 業者商品自運送至活動辦理現場至結束離場止，必須自行投保火險、竊盜險、水漬險及公共意外險(包括天災險)，任何參與商品在活動期中之遺失、毀損或因產品本身造成第三人之傷害、死亡等，本計畫不負賠償責任。
- (八) 業者於參與計畫期間因疏忽或管理不當致其工作人員或第三人傷亡或財物損失，應由引起傷亡損失事故之業者負一切賠償及法律責任。
- (九) 參與本案作品之著作權、專利權或其他智慧財產權之保護，由業者自行依法申請。
- (十) 業者參與產品如涉及抄襲、仿冒或其他侵害第三人智財權之情事，本計畫將取消其參加資格，並由業者自行負擔對第三人相關之損害賠償責任。
- (十一) 業者同意配合本案活動期間本計畫拍攝影片、圖像等，如有衍生相關智慧財產權，本計畫得就相關權利於相關教育推廣、成果發表等各種非營利用途。

十、 其他注意事項

- (一) 申請業者即視同承認本計畫辦法之相關規定，若獲選業者於簽訂合約前因業者因素中途退出本案，執行單位將遞補備取業者；簽訂合約後退出者依合作契約規範辦理。

- (二) 申請業者需依據本計畫徵選辦法及專案合作契約等相關規定履行責任義務，如有其他不配合之事項，則執行單位將視情況取消資格。
- (三) 業者因非可歸責於執行單位之因素，退出本計畫時，應以書面通知執行單位，否則仍應遵守本甄選簡章相關規定。
- (四) 執行單位保留變更相關規定之權利，如遇不可抗力之因素時，將盡力協調其他可行之變通方案。
- (五) 參加業者必須於會後詳實提供主辦單位活動當日之來訪買主及媒合資料，作為會後主辦單位繼續提供專業促成服務之依據。
- (六) 參加業者於活動期間如有違反本辦法規定者，執行單位得列入不良業者紀錄，並視情況於 1 至 3 年內不接受其參加執行單位任何國內、外推廣活動，其情節重大者，並將報請政府有關機關處理。
- (七) 本辦法未規定事項，適用中華民國相關法律規定。

十一、 附件

- (一) 附件一、「商用通路佈建出口輔導」－報名表
- (二) 附件二、「商用通路佈建出口輔導」－產品資料表
- (三) 附件三、「商用通路佈建出口輔導」－專案合作契約