

第 19 屆 臺灣精品選拔辦法

壹、前言	1
貳、辦理單位	1
參、選拔須知	2
一、依據	
二、申請資格	
三、申請手續	
(一) 線上報名日期	
(二) 書面資料及費用繳交期限	
(三) 報名費用	
(四) 繳費方式	
(五) 報名方式	
(六) 檢附書面資料	
四、選拔項目	
五、產品類別	
肆、選拔程序	7
一、資格審查	
二、初選	
三、決選	
選拔作業日程表	
選拔作業流程圖	
如何參加產品評鑑	
伍、獎額及獎勵	13
陸、注意事項	14
附錄一、選拔項目填寫內容說明	15
附錄二、產品分類代碼	21

壹、前言

民國 81 年經濟部為提升台灣產品形象，鼓勵業者強化研發與設計，期增加行銷利潤，特設置「臺灣精品」標誌並辦理「臺灣精品」評審作業，聘請知名學者及專家擔任評審。同時，為評選出代表臺灣形象之產品，舉辦「國家產品形象獎」選拔，再由當年度「臺灣精品」中選出國家產品形象金質獎及銀質獎產品。為縮短選拔流程，自民國 95 年起將該兩項活動整併為「臺灣精品」選拔，並自當年度「臺灣精品」中再分別選出「臺灣精品金質獎」及「臺灣精品銀質獎」。

「臺灣精品」選拔共分二階段：第一階段（初選）自所有參選產品中選出「臺灣精品獎」；第二階段（決選）自獲得「臺灣精品獎」之產品中再選出「臺灣精品金質獎」及「臺灣精品銀質獎」。為配合政府推動「品牌台灣發展計畫」，引導台灣產業重視研發、設計、通路與運籌能力，強化自有品牌行銷，自民國 96 年起變更選拔項目為研發、設計、品質及行銷等 4 項，而創新則為該 4 項選拔項目之共通精神，更是決選之重要關鍵因素。凡獲得「臺灣精品獎」之產品由經濟部授予使用「臺灣精品標誌」之權利，並可參加相關推廣活動；若該產品晉級獲得「臺灣精品金質獎」或「臺灣精品銀質獎」，將成為代表臺灣優質產業之代言產品，行銷全球。

貳、辦理單位

指導：經濟部

主辦：經濟部國際貿易局

執行：中華民國對外貿易發展協會

洽詢：行銷專案處 品牌發展組

電話：(02)2725-5200 分機：1392、1393、1390

傳真：(02)8789-1605

參、選拔須知

一、依據

依「經濟部推行臺灣精品標誌實施要點」、「經濟部臺灣精品選拔要點」及「經濟部臺灣精品選拔委員會設置要點」辦理。

二、申請資格

臺灣品牌企業參與臺灣精品選拔之資格條件如下：

(一) 企業製造或研發單位設於國內。

(二) 企業之產品為上市未滿三年之量產工業產品，且已申請或已取得中華民國國家標準、認(驗)證或同等級國際認(驗)證。

前項所稱臺灣品牌企業，應具備下列要件：

(一) 已依我國法律設立登記。

(二) 非外國公司之子公司。

(三) 企業所擁有之品牌已依我國商標法取得商標權。

前項第二款所稱外國公司之子公司，指外國公司在臺投資設立之公司。

三、申請手續

(一) 線上報名日期：99年8月16日(星期一)至9月30日(星期四)23:59截止。

(二) 書面資料及費用繳交期限：99年10月4日前(以郵戳為憑)。

(三) 報名費用：每件產品新臺幣3,000元整(含稅)，手續費請另自付。

(四) 繳費方式(以報名公司名義)

1. 支票付費

請開立禁止背書轉讓即期劃線支票，受款人為「中華民國對外貿易發展協會」。

2. 匯款付費

請以公司名義匯款(切勿使用個人名義或以ATM轉帳)，並備註「臺灣精品選拔分攤費」，匯款手續費請另自付，另將匯款單影本連同書面資料一併寄送執行單位。

匯款銀行分行：臺北富邦銀行世貿分行

帳號：46221019001-9

戶口：中華民國對外貿易發展協會

註：同一公司倘報名多件產品，請核對總件數與金額是否相符，俾加速完成報名收件手續。

(五) 報名方式(一律線上報名)

1. 基本資料填寫

台灣精品選拔線上報名：http://www.brandingtaiwan.org/item.aspx?type=06&id=c_signup
 點選「開始報名」進入→ 第一次登入僅需輸入公司統編（填寫基本資料後送出）
 → 系統寄送登入密碼至參選總聯絡人e-mail→ 第二次以後登入則需輸入公司統編及該組密碼。

※ 參選總聯絡人若更換，請務必更新資料及 e-mail，避免錯失重要資訊。

2. 輸入報名資料

- (1) 一般資訊：獲取登入密碼後進入，請先完成「公司背景」、「總聯絡人」及「推廣方向」。
- (2) 產品資訊：進入「報名產品清單」→ 點選「新增」（產生第一筆報名產品編號）或點選「修改」繼續填寫→ 由左方欄位填寫產品資料、產品特色、產品認證、專利及得獎、展示攤位及選拔項目（下載 4 項選拔項目空白表及上傳選拔項目內容及產品圖片）。
- (3) 4 項選拔項目評審資料請於「選拔項目」頁面下載空白表單，依據空白表單格式及說明填寫，填寫完畢後點選「瀏覽」並選取完成之檔案上傳回該頁面。上傳成功可點選「開啟已上傳檔案」隨時觀看或列印已上傳資料。



- (4) 完成報名：內容填寫完畢後，請至「報名產品清單」頁面，在完成報名產品的右欄點選「報名」才算完成該件產品報名。

3. 繳費及資料寄送

- (1) 所有產品完成報名後，請於「報名產品清單」頁面下載並列印「檢附文件清單」併同「(六) 檢附書面資料」所述報名費、相關證明及輔助資料，掛號郵寄：臺北市 11012 基隆路 1 段 333 號 5 樓 外貿協會行銷專案處品牌發展組 信封請註明「臺灣精品選拔」。
- (2) 「研發單位在台聲明書」及「報名產品委託製造證明」會自行帶入線上填寫的資料，於列印「檢附文件清單」時一併印出，請蓋公司大小章。

(3)請確實核對各項資料齊全再寄出。未附齊報名資料者，請於收到通知 2 日內補齊，逾期不補將予退件；報名表所填專利或得獎紀錄等若未附證明影本，將予刪除。

(六) 檢附書面資料：10 月 4 日前寄出(以郵戳為憑)。線上報名送出後，下載並列印「檢附文件清單」，確認每項須附報名相關證明及輔助資料都齊全無誤。

項目	說明
1. 報名費用	附支票正本或匯款單影本。詳第 2 頁三、申請手續之(四)繳費方式
2. 報名產品型錄正本 (一式 3 份)	<ul style="list-style-type: none"> ● 若報名多件產品請各附 3 份。 ● 請提供單頁資料，若為集合型型錄須自行拆解。 ● 須能清楚辨識產品圖片及型號。 ● 若無現成型錄，請製作包含產品圖片、型號以及公司基本連絡資料之簡易型錄
3. 品牌行銷推廣應用實例 (一式 2 份)	<ul style="list-style-type: none"> ● 產品如何應用自有品牌行銷之推廣實例，即品牌 LOGO 在後述場合及文宣物上出現的圖片或文件，例如在：產品本身、彩盒、廣告、公關活動、展覽、公司事務用品等。 ● 提供 A4 大小書面資料：圖片或文件等，惟運用之品牌 Logo 須清晰可辨。 ● 一式 2 份分別裝訂，將提供不同委員參考。 ● 廠商如有一件以上參選產品其品牌推廣物(如公司簡介印刷品等)相同時，請以公司為單位提供一式 2 份即可。
4. 廠商設立或登記證明影本	● 必備文件
5. 品牌商標登記證書影本	● 必備文件
6. 相關證明文件 (1) 研發單位在臺聲明書 (2) 報名產品委託製造證明 (以上若產品為在台自有工廠製造不需檢附，非自製則以上 2 擇 1。) (3) 認(驗)證證明文件影本(必備) (4) 專利證明文件影本 (5) 得獎紀錄證明文件影本	<ul style="list-style-type: none"> ● 產品如在台研發提供此項。 ● 產品如委外於台灣生產提供此項。 <p>提供之認(驗)證、專利、獎項等證明文件影本須對應線上報名實際填寫資料。</p>

四、選拔項目

<p>(一) 研發</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 研發策略是否朝向建立核心技術發展？目前進展情況是否已完成或逐漸展開？請詳述目前情況及具體成果。 2. 研發部門對於新產品與新製程是否建構一套完整、創新、永續經營及風險評估流程制度？ 3. 公司是否建構一套完善的智慧財產管理制度以保障核心技術研發成果及永續創新之機制 4. 本產品之研發機能及具體成果是否已達成市場指標(包括所獲國際獎項、專利發明、利潤及市場佔有率之提升等)？ 5. 本產品之技術功能與製程是否考慮環保、綠能以及操作安全性與便利性？
<p>(二) 設計</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 在產品設計時，除外觀、功能、包裝設計外，是否列入諸如人文、安全、環保、綠色產品、與節能減碳之考量？ 2. 在產品設計時，除明確定義目標市場及競爭者外，是否考慮為顧客節省成本與為其創造價值？ 3. 是否利用同步工程等技術來整合價值鏈上研發、設計、製造、品質、市場、及品牌等關鍵流程？ 4. 是否在產品設計時納入人性化與人因工程之考量？ 5. 產品設計是否在具有獨特的與時尚的特徵、造型、功能、顏色等特性引領世界產品設計創新的風潮？
<p>(三) 品質</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 是否符合企業願景及相關社會責任及環保政策之要求？ 2. 是否建立 ISO 9001/ISO/TS 16949 等類似之國際品質驗證系統，並認真執行而獲得良好績效？ 3. 是否建立品質保證制度確保產品品質及顧客滿意？ 4. 是否建構一套完整的供應商網絡合作與整合機制？ 5. 是否建立品質績效之衡量指標並確實評估以作為持續改善之依據？
<p>(四) 行銷</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 是否建立健全的國內外銷售通路？ 2. 行銷部門是否定期收集市場有關競爭產品之資訊及調查顧客滿意度並作為改善顧客滿意之依據？ 3. 行銷部門是否建置健全的顧客服務系統(包括顧客訴怨處理與維修服務)？ 4. 是否積極推廣產品核心價值及品牌特性？並有商品定位之作業？ 5. 是否建置具體推廣品牌之作法而且有編列推廣預算以及配置專業人員來執行相關工作？

※請參考附錄一、選拔項目填寫內容說明(第 15 頁)

五、產品類別

A 電子、電器、通訊產品及零組件 AA 消費性電子及電器產品 AB 網路/通訊產品 AC 電子零組件	G 精密儀器及醫療健康器材 GA 精密儀器及醫療健康器材
B 資訊軟體 BA 資訊軟體	H 化工製品、紡織及包裝 HA 化工製品、紡織及包裝
C 電腦硬體及週邊設備 CA 電腦硬體及週邊設備	I 交通器材 IA 自行車及零配件 IB 汽機車、航太、船舶及零配件
D 時尚、生活及文化創意產品 DA 時尚、生活及文化創意產品	J 機械及零組件 JA 機械 JB 電力電機設備 JC 機械及電機零組件
E 休閒、育樂及運動用品 EA 休閒、育樂及運動用品	Z 其他 ZA. 其他
F 家用設備及建材、安全、五金、手工具 FA 家具、廚具、衛浴及家用品 FB 建材、消防及安全防護產品 FC 五金、手工具	

※請參考附錄二、產品分類代碼(第 21 頁)

肆、選拔程序

依據「經濟部臺灣精品選拔委員會設置要點」，由經濟部遴聘國內外研發、設計、品質及行銷等學者、專家組成「臺灣精品審查委員會」（以下稱「審查委員會」）統籌選拔作業。

一、資格審查

- (一) 由執行單位就廠商報名時所填寫提交之各項書表進行資格審查，於審查無誤後即送審查委員會。
- (二) 申請廠商資格不符，或未依規定檢附必要之資料者，將不接受報名。

二、初選 — 選出「臺灣精品獎」產品

(一) 書面評審

針對廠商所提交之書面資料，由審查委員會依研發、設計、品質及行銷四項選拔項目進行書面評審。

- 產品特色係對產品作整體性描述，將提供給四項選拔項目所有委員參考。請從整體角度扼要說明該產品在產品面及行銷面之創新價值及其競爭力之所在。
- 選拔項目評審資料係依選拔項目分列四式，將分別拆開提供給不同選拔項目之審查委員評審。若所述內容之關聯性不只涉及到其中一項選拔項目（例如與研發及設計有關）時，請務必在相關選拔項目之資料表作敘述，俾該選拔項目之審查委員，能獲得該報名產品之完整資訊。

(二) 產品評鑑

由執行單位通知廠商於指定時間內，將報名產品送到指定地點接受評鑑。審查委員於必要時得請廠商實地操作示範，或提出簡報說明。所有報名產品皆須送實品參與評鑑，惟底面積超過 200 公分 x 150 公分之各類產品，得以其他替代方式展現。

※請參考「如何參加產品評鑑」（第 10 頁）

三、決選 — 選出「臺灣精品金質獎」及「臺灣精品銀質獎」產品

(一) 書面評審

入圍決選之產品，由審查委員會針對廠商所提交之創新價值綜合資料進行評審，填寫重點為產品在研發、設計、品質及行銷四項選拔項目之創新價值綜合表現。

(二) 產品評鑑及英文簡報

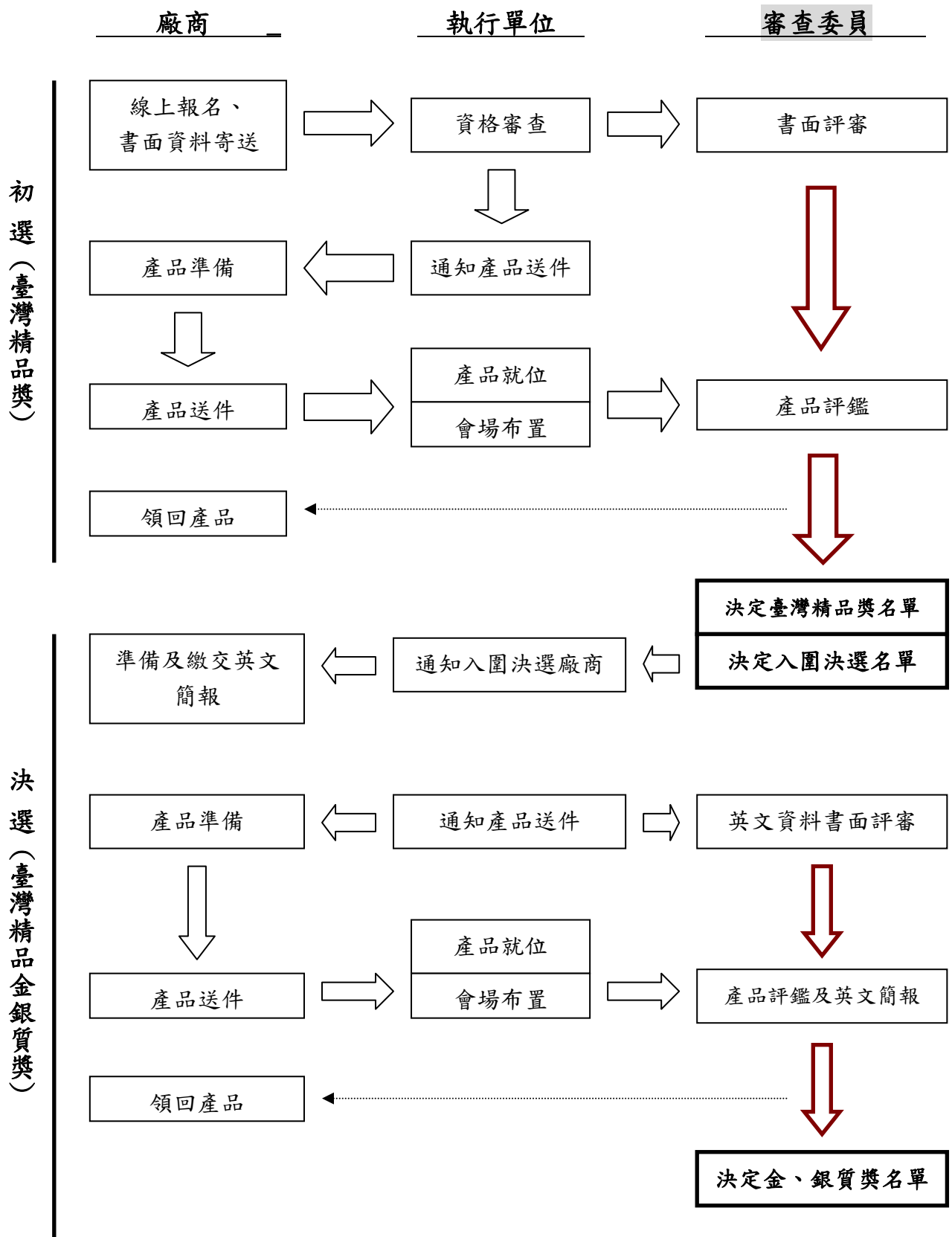
由執行單位通知入圍決選之廠商，依指定時間將產品送往指定地點，由審查委員進行產品評鑑，並由廠商進行 10 分鐘現場簡報及 15 分鐘詢答，可以中文進行口頭簡報，惟書面簡報資料需為英文。產品皆須送實品參與評鑑，惟底面積超過 200 公分 x 150 公分之各類產品，得以其他替代方式展現。

審查委員於選拔結束後，就報名產品之優點及建議改進事項，提供總體意見供廠商參考；對於未入選產品不提供個別意見。

選拔作業日程表

作業項目		日期	備註
一 線上報名日期		99年8月16日(一)至 99年9月30日(四)	<ul style="list-style-type: none"> ● 9月30日23:59截止。 ● 10月4日前寄出相關證明文件、輔助資料及分攤費等。
二 資格審查		99年10月1日(五)至 99年10月21日(四)	<ul style="list-style-type: none"> ● 審查期間若有文件不齊，請於接獲通知後2日內補回。
三 初選 (台灣精品獎)	(一) 書面評審	99年10月22日(五)至 99年11月28日(日)	<ul style="list-style-type: none"> ● 請依通知之時間將報名產品送往指定地點。 ● 如需廠商現場解說，將另通知。 ● 請依通知時間領回產品。
	(二) 產品評鑑 (1) 產品送件	99年11月25日(四)	
	(2) 產品評鑑	99年11月26日(五)至 99年11月28日(日)	
	(3) 產品退件	99年11月29日(一)	
四 決選 (金銀質獎)	(一) 書面評審	100年3月24日(四)至 100年4月24日(日)	<ul style="list-style-type: none"> ● 產品入圍金、銀質獎之廠商依通知繳交創新價值綜合資料(英文) ● 請依通知之時間將報名產品送往指定地點。 ● 請於排定時間進行英文簡報及詢答。 ● 請依通知時間領回產品。
	(二) 產品評鑑及英文簡報 (1) 產品送件	100年4月21日(四)	
	(2) 產品評鑑	100年4月22日(五)至 4月25日(一)	
	(3) 產品退件	99年4月26日(二)	
五 選拔結果公布			
(1) 初選(臺灣精品獎)		99年12月	<ul style="list-style-type: none"> ● 臺灣精品獎得獎名單，經審查委員會審定後，由執行單位列報經濟部國際貿易局核備後公布。
(2) 決選(金銀質獎)		100年4月	<ul style="list-style-type: none"> ● 金、銀質獎名單於頒獎典禮現場公布

選拔作業流程圖



如何參加產品評鑑

- 報名產品均須送件參加，惟底面積超過 200 公分 X 150 公分之大型產品得以其他替代方式展現。
- 將以專函(含產品送退件單)通知參選總聯絡人，依通知時間將報名產品送到指定地點陳列，由**審查委員**進行產品評鑑。
- 執行單位將依線上報名填寫內容統籌規劃展台大小、高度及電力需求，請於報名時詳細填寫「展示攤位」調查，現場不受理調整或更動。其他各項設備(如網路線、電話線等)請廠商自行洽相關機構辦理。
- 評鑑期間不開放參觀，除**審查委員**要求赴現場面對面說明或操作示範外(執行單位會事前以電話或 E-mail 通知)，廠商不得於評鑑期間入場。
- 執行單位依廠商填報之參考市價總額，於評鑑期間辦理地震等天然災害保險，廠商送件之產品或輔助設備若屬貴重物品，請另行向保險公司辦理保險。

一、產品送件須知

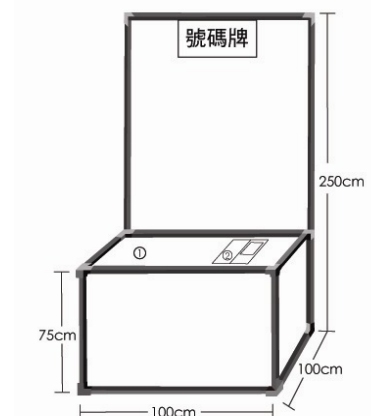
- (一) 送件產品勿有瑕疵，以免影響評分。
 - (二) 請親自派員攜帶執行單位提供之「產品送退件單」至現場服務台報到，由專人攜該單陪同進場陳列(不得聘雇裝潢商入場布置)、點交，再由專人陪同出場；如不克親自前來，請委託他人攜帶「產品送退件單」辦理，被委託人仍需負責產品陳列及點交。如委託人未能確實完成點交(以「產品送退件單」簽章為準)，致影響選拔結果，由貴公司自行負責。
 - (三) 陳列物以產品本身為主，另可自備輔助設備或物件(如展示架、播放設備、影片、操作說明等)。展台無背板，請勿於現場張貼或懸掛海報或黏貼物；嚴禁使用釘子、螺絲、泡棉及非布面雙面膠等破壞展台之行為，如未遵守此規定，致造成損壞，廠商須照價賠償。
 - (四) 每日開關機，請廠商準備操作說明並註明開關位置。
 - (五) 現場禁止攝影、參觀其他攤位。
 - (六) 現場服務台備有推車(借用請暫押證件或現金 1,000 元)可供用。
 - (七) 車輛進場送件時，依停車場收費規定計費，執行單位不負車輛停放及保管責任。
- ※ 報名產品底面積超過 200 公分 x150 公分，且選擇以其他替代方式展現者，統一提供 1 展台(100 公分 X 100 公分，高 70 公分，無背板)供廠商使用。
- ※ 報名廠商如未能依執行單位通知時間內送件，致影響選拔結果，請自行負責。

二、產品退件須知

- (一) 請依通知時間內，攜帶「產品送退件單」第一聯(廠商收執聯)至現場服務台報到，並由專人攜單帶領至該產品攤位，現場工作人員點交展品後(如有疑問，請於點交時說明)，請廠商於「產品送退件單」第一聯簽收，並由專人陪同出場。
- (二) 如未能親自辦理退件，請委託他人攜帶「產品送退件單」第一聯(廠商收執聯)於指定時間內辦理，被委託人(如係貨運或快遞公司)亦需負擔產品拆裝及點收責任。執行單位不負產品逾時保管、快遞及損害賠償責任。
- (三) 產品放棄退件者，請以書面方式註明送審產品明細、放棄原因及加蓋公司大小章之申請函，連同「產品送退件單」第一聯(廠商收執聯)傳真或郵寄辦理。

三、攤位展台說明

- (一) 展台：長 100 公分×寬 100 公分 X 高 30 公分(大件產品適用) / 75 公分(一般產品適用)，無背板，承重約 40 公斤，若產品過重則不適合放置展台上。
- (二) 產品若直接置於地面，執行單位將提供一個長 50 公分 X 寬 50 公分 X 高 75 公分活動展台。
- (三) 上方標示產品攤位號碼 1 組。
- (四) 請預留右下方 25 公分×35 公分大小，供執行單位放置報名資料。



四、堆高機使用說明

- (一) 廠商填寫報名時若有堆高機需求，執行單位將安排堆高機公司於現場提供服務，請廠商於現場自行洽該公司服務及付費，由業者開立發票。
- (二) 使用堆高機之費用僅包括進場時機器自卡車卸下，運至攤位定點(以一次定位完成為限)，或出場時自攤位搬上卡車，不包括拆箱、機器組合與安裝。
- (三) 進場時間如為 18 時至 22 時，則加收 30% 之費用；22 時至次日 8 時則加收 50% 之費用。
- (四) 若參選機器實際重量超過申報重量，除補繳搬運費差額外，如因而發生意外，概由報名參審公司負完全責任。
- (五) 搬運公司若因搬運不慎導致產品損壞，最高賠償為新台幣壹佰萬元。建議報名參審公司加保運輸意外險，以保障權益。
- (六) 堆高機收費如下表(費用如有修正，現場告知，不另通知)：

機器重量	堆高機收費標準 (含稅)
1 噸以下 (含 1 噸)	NT \$ 735 / 每件
1 噸以上至 3 噸 (含) 以下	NT \$ 945 / 每件
3 噸以上至 5 噸 (含) 以下	NT \$ 1,470 / 每件
5 噸以上至 6 噸 (含) 以下	NT \$ 1,785 / 每件
6 噸以上至 8 噸 (含) 以下	NT \$ 525 / 每噸
8 噸以上至 10 噸 (含) 以下	NT \$ 735 / 每噸
10 噸以上至 15 噸 (含) 以下	NT \$ 1,050 / 每噸
15 噸以上至 20 噸 (含) 以下	NT \$ 1,365 / 每噸
20 噸以上至 30 噸 (含) 以下	NT \$ 1,575 / 每噸
30 噸以上	另議 另議

伍、獎額及獎勵

- 一、臺灣精品金/銀質獎：金銀質獎合計總數以 30 件為上限，**金質獎總數以 10 件為上限**，銀質獎總數依金質獎而定。金銀質獎每件頒發獎座乙座及獎狀乙紙，金質獎並頒發獎金新臺幣 50 萬元。
- 二、臺灣精品獎：獎額由**審查委員會**依報名產品水準決定，每件頒發獎狀乙紙。
註：上述各獎項如產品未達標準，**審查委員會**得以從缺方式處理。
- 三、所有獲獎廠商與執行單位簽訂「臺灣精品標誌使用約定書」後，由經濟部頒發獎狀，該產品即可正式使用「臺灣精品標誌」在國內外推廣，**運用時並須標示獲獎年份**。
- 四、所有獲獎產品將刊登在品牌臺灣網站 <http://brandingtaiwan.org>，向國內外廣為推廣。
- 五、獲獎產品可參加經濟部「品牌臺灣發展計畫」各項國內外推廣宣傳活動。
- 六、獲得「臺灣精品標誌」使用權之廠商，依據「自有品牌推廣海外市場貸款要點」，可向經濟部國際貿易局申請自有品牌推廣海外市場計畫貸款，其貸款保證額度為全案計畫所需經費之 80%，較未獲臺灣精品標誌使用權之廠商高出 10%，且企業貸款額度得提高至該企業最近一年外銷實績之 20%，並由「中小企業信用保證基金」提供信用保證。

陸、注意事項

- 一、廠商之報名產品及所附資料，倘有標示不實或侵犯他人商標、專利及著作權等智慧財產權之情事，應自負一切法律責任，臺灣精品選拔之主辦單位及執行單位並得按情節輕重，對參選廠商為下列處分：
 - 甲、廠商以不實文件或資料參選時，由經濟部撤銷其得獎資格或取消其參選資格，且該廠商2年內不得再參加選拔。
 - 乙、廠商報名產品業經利害關係人依法定程序提出爭訟並經裁定違法情事，得取消其參選資格。
 - 丙、廠商之得獎產品倘有侵害我國或他國依法保護之智慧財產權，經起訴時，經濟部得暫停其得獎產品對臺灣精品標誌之使用權；經法院判決確定無侵權情事者，得恢復之；經法院判決確定有侵權情事者，得撤銷其獎項並終止得獎產品對臺灣精品標誌之權利，並於2年內不得申請與使用臺灣精品標誌及參加相關輔導及推廣活動。
 - 丁、臺灣精品選拔之主辦單位及執行單位如因參選廠商之違法行為而涉訟或遭受其他不利處遇時，得要求參選廠商賠償因此所受之一切損害（包括法律服務費、裁判費、損害賠償金等支出）。
 - 二、得獎廠商有義務配合編製專輯及參加執行單位所辦理之臺灣精品推廣活動。
 - 三、得獎廠商應積極運用「臺灣精品標誌」於獲獎產品本身之標示或與該產品相關之文宣資料。
 - 四、所有報名書面資料將於選拔結果公布後統一銷毀，不再退還廠商。
- 本辦法如有未盡事宜，執行單位得隨時修訂或依其業務規章及慣例辦理之。

附錄一、選拔項目填寫內容說明

一、研發

研發優勢之培養往往需假以時日，但研發優勢之消失則常在一瞬間，為此企業每年經常保持一定之金額作為創新研發預算。為有效控制及分配研發資源，一套有效的衡量指標系統是不可或缺的。然產品研發之成果，除仰賴研發基礎管理外，研發策略之適用性至為重要，故一套完整的衡量系統必須涵蓋基礎面、策略面與成果面。

1. 研發策略是否朝向建立核心技術發展？目前進展情況是否已完成或逐漸展開？請詳述目前情況及具體成果。
 - 公司對本產品的推廣與市場所擬定的產品策略。
 - 公司所從事於本產品之研發策略是否朝向建立核心技術發展並與本產品之研發策略一致。
 - 公司朝向核心技術發展情況，依本產品目前研發進展情況詳述已完成或逐漸展開之進度。
2. 研發部門對於新產品與新製程是否建構一套完整、創新、永續經營及風險評估流程制度？
 - 從事本產品研發之部門(或人員)如何與本產品之事業或業務部門作具體之互動。
 - 本產品之研發活動在跨功能(部門)小組所扮演之角色。
 - 公司研發部門對於新產品與新製程，是否已完成一套完整、創新、永續經營的流程，請詳述目前狀況。
 - 公司及研發部門是否已建構一套與本產品之未來相關之系列新產品與新製程的風險評估流程與制度。
3. 公司是否建構一套完善的智慧財產管理制度以保障核心技術研發成果及永續創新之機制
 - 公司是否有效的管理與本產品相關之核心技術與研究成果，其具體措施為何。
 - 公司是否已建立一套完善的智慧財產管理制度及創新研發。
4. 本產品之研發機能及具體成果是否已達成市場指標(包括所獲國際獎項、專利發明、利潤及市場佔有率之提升等)？
 - 公司在從事本產品之研發活動時，是否有定期評估並修正目標，並改善其達成率。
 - 研發組織、設備及人力之投入情況，及其與同類企業間具體努力成果之比較。
 - 本產品研發團隊之總人年研發經驗值，請以年資與績效表示。
 - 本產品每年銷售額用於該產品研發資本支出之比率(佔公司營利之百分比)。
 - 近3年來與本產品相關之研發專利，獎項及其所應用於本產品之具體名稱及數目。
 - 近3年來本產品之研發經費佔該產品銷售比例，每年持續成長之趨勢情況。
 - 本產品預估(或實際)年銷售額佔公司全年總銷售額之百分比。
 - 本產品與同類產品比較其市場佔有率百分比為何，又本產品預期之市場壽命之長短為何？
 - 與本產品相關之專利權為公司帶來競爭優勢如何？
5. 本產品之技術功能與製程是否考慮環保、綠能以及操作安全性與便利性？
 - 本產品之技術功能與製程是否考慮環保及綠色科技特性，及其具體措施為何？

- 本產品操作之安全性及便利性為何？其具體措施為何？
- 本產品之技術規格(spec.)及主要技術特點與市場上其他同類產品之比較。
- 本產品除了外型設計外，其在技術上的創新與價值所在為何？

二、設計

產品設計主要是考慮市場與顧客需求、競爭產品、公司本身的技術能力，然後決定該產品的定位，進一步制訂設計策略。由設計策略定義出產品的功能、造型、材質、視覺效果、人因工程、人文與知識成分及環保，最後則決定了技術規格、零組件要求及製造程序。產品設計階段在整個價值鏈上至關重要，它為該產品在市場做了定位，決定了產品成本結構，並為顧客創造了最大的價值。

1. 在產品設計時，除外觀、功能、包裝設計外，是否列入諸如人文、安全、環保、綠色產品、與節能減碳之考量？
 - 該產品設計能符合目標市場的人文價值。
 - 該產品符合各項安全法規或標準，並避免使用、維修上的失誤或傷害。
 - 該產品能避免視覺干擾所帶來的不安、眩惑以及錯誤的訊息。
 - 該產品能基於環保的考量下，在材料、製造、包裝及使用上，耗用較少的能量和資源，並且回收再利用。
2. 在產品設計時，除明確定義目標市場及競爭者外，是否考慮為顧客節省成本與其創造價值？
 - 該產品能以最低的設計成本及設計變更提供符合顧客需求的產品。
 - 該產品設計是否有針對不同的市場與顧客需求，權衡考量設計可能會產生之各方面影響，以及顧客對產品品質之不同選擇來決定設計的方向與作為，以達成與顧客的公平的價值交換。
 - 該產品設計價值可轉換成產品售價上的利潤或市場占有率的提升。
 - 該產品的功能和造型、彩色、材質能與使用或所在環境間其他物件取得和諧的關係。
3. 是否利用同步工程等技術來整合價值鏈上研發、設計、製造、品質、市場、及品牌等關鍵流程？
 - 經由內外部工業設計人員與製程工程師的溝通協調，該產品能大幅降低新產品設計的時間要求。
 - 該產品在材料、材質與零組件的設計能簡化裝配、生產、配合設備等製造流程與成本。
 - 該產品能經由內外部組件的規劃設計，大幅提升產品使用的可靠度與耐用性，並簡化事後所需的維修手續。
 - 該產品經由設計，能有效建立公司、產品、品牌等形象識別。
4. 是否在產品設計時納入人性化與人因工程之考量？
 - 簡單明瞭的功能設計與合適的產品造型，讓使用者感到方便、舒服以及省力。
 - 該產品在設計時是否有考量到顧客對適用性、識別引導、顧客心理、人因工程、環境特性、使用情境、審美品味以及符合法令等各種要求。
 - 該產品是否考量到通用設計的原則，以擴大關注人性化的適用需求。
 - 該產品是否能針對顧客所處的社會、經濟與科技背景，進行合宜性的設計考量。
5. 產品設計是否在具有獨特的與時尚的特徵、造型、功能、顏色等特性引領世界產品設計創新的風潮？
 - 該產品在功能與造型上具有獨特、全新的設計。

- 該產品在創作訊息的傳達上，具備美感與調和特性。
- 該產品設計在創新價值上具有世界級的引領或影響效益。
- 該產品之設計團隊在設計經驗、國際觀、設計策略與跨部門合作上，均有極佳的表現。

三、品質

品質系統的重點在於評估該產品是否以內部與外部顧客需求為中心，不但要求全員參與該產品的品質管理，並持續地追求品質改善。本項目不但重視該產品品質，也重視企業對於該產品之經營品質與策略，也就是著重該產品是否以全面品質管理為核心，並追求兼顧相關社會責任及環保政策之卓越績效。

1. 是否符合企業願景及相關社會責任及環保政策之要求？

本項的重點在於評估高階領導者以及經營團隊於該產品之研發、設計、製造、市場、品牌策略與創新等方面之領導能力的展現，並評估高階領導者如何帶領經營團隊以及組織全員從事創新與變革朝向新目標努力，並激發鼓舞所有成員投入意願與承諾，以完成或超越組織目標實現新願景。

- 該產品本身能反映高階領導者與經營團隊實現公司使命、願景與策略。
- 企業對於公共安全與衛生、環境保護、節能減廢、社會關係、社會責任等方面有相關的政策目標與具體作為。

2. 是否建立 ISO 9001/ISO/TS 16949 等類似之國際品質驗證系統，並認真執行而獲得良好績效？

本項主要檢視公司對於該產品是否建立完善的品質管理制度，而獲得諸如 ISO-9001/ISO/TS 16949 等類似之國際品質驗證系統，並以各種科學或統計方法（抽樣、田口方法、品質管制圖、魚骨圖、可靠度分析、品質機能展開等）為工具，提供相關人員該產品正確的品質資訊，以便對於該產品妥善地進行品質規劃與品質政策的制定。

- 公司在該產品上有一套完善的品質管理制度，包括品質檢驗、品質管制(QC)、全面品質管理(TQM)，以持續改善與維持該產品品質。
- 公司對於該產品有運用適當的統計方法、數理模型等科學方法來從事抽樣、品質成本分析、進料檢驗、製程能力分析、製程管制、允差制定、出廠品質水準等工作，並依此作為品質改善之工作。
- 公司提供有關該產品足夠、即時、正確的品質資訊，以作為品質規劃、決策及控制之用。
- 公司對於該產品之產品發展與品質計畫所需的人力資源與基礎設施有做到完善的規劃。

3. 是否建立品質保證制度確保產品品質及顧客滿意？

本項檢視的重點在於檢視該產品之品質保證制度以及標準作業流程的表現為何，並對於該產品的各種規格、標準、規章以及公認的檢驗標準是否有系統化的蒐集、整理與應用，而且能快速回應該產品的內部與外部顧客抱怨，並加以確實檢討。

- 該產品能明確落實品質保證制度，以確保優良的品質。
 - 該產品有制定標準作業流程，以確保一致的品質。
 - 公司對於該產品的各種規格、標準、規章以及公認的檢驗標準有系統化的蒐集，並加以整理與應用，據此改善品質。
 - 公司對於該產品建立完整的售後服務體系。
4. 是否建構一套完整的供應商網絡合作與整合機制？
- 本項的重點在於評估公司在該項產品上對於供應商之相關資料是否有加以記錄、保留與分析，與供應商建立夥伴關係，並在必要時是否與供應商建立資訊系統的連結，與供應商分享顧客與製程知識，並主動提供供應商協助與輔導，以改善該產品之進料品質與交期。
- 對影響該產品品質的供應商，有相關的協助輔導措施，以改善該產品之進料品質與交期。
 - 供應商建立資訊連結及溝通管道，以利及時發現該產品可改善之空間，並能共同協力提升該產品之整體品質。
 - 公司對於該產品之進料品質與交期資料予以記錄、整理並進一步分析，並定期提供供應商做評鑑、分級與篩選。
 - 公司於該產品開發設計時，將供應商體系之相關零組件品質納入考量，並協同整合各供應商零組件之連結介面。
5. 是否建立品質績效之衡量指標並確實評估以作為持續改善之依據？
- 本項檢視的重點在檢視公司於該產品上，是否使用各種適當的衡量指標、統計方法或品管工具（抽樣、田口方法、品質管制圖、魚骨圖、可靠度分析、品質機能展開、顧客滿意度調查等）來評估其品質績效，並與同業進行比較，同時兼顧內、外部顧客的觀點，持續地進行檢討與改進，進而獲得品質驗證與獎項的榮譽。
- 公司對於該產品建立各種適當的指標來衡量品質績效，並與同業進行比較分析，以擬定對應措施，進而達成持續改善。
 - 公司全員運用適當的統計方法或品管工具來評估該產品之品質績效，並持續進行檢討與改進。
 - 公司致力減少該產品的品質瑕疵及顧客使用抱怨率，藉此提升顧客的滿意度及再購買之意願。
 - 該產品獲得國內外相關產品驗證、認可或獎項的肯定，以提升公司的形象與世界知名度。

四、行銷

市場主要在檢視組織如何以市場導向的觀念，透過市場預測、顧客與市場開發、行銷策略、顧客關係管理以及顧客滿意等，以瞭解與掌握顧客及市場的需求，作為研發設計與創新的依據。品牌可幫助企業在眾多商品中脫穎而出。但要建立強大品牌

並不容易，企業須思索如何才能讓品牌深植消費者心中的課題。透過品牌內涵、品牌管理、品牌推廣、品牌識別體系的充分運用，才能顯現出品牌效果。因此品牌也應視為是企業的一項重要資產，需要與企業各項作為相互搭配，才能達到最佳的效果—「品牌忠誠度」。

1. 是否建立健全的國內外銷售通路？
 - 該產品是否有針對不同市場之不同經銷商進行充分的調查與資訊蒐集，以作為通路選擇的依據？
 - 是否定期評估經銷商的績效？如何評估？
 - 是否定期召開經銷商會議，宣達公司理念，凝聚共識？
 - 確保經銷商認同本公司行銷策略和品牌理念作法有那些？成效如何？
 - 公司如何協調不同通路對產品的銷售策略？
 - 公司如何控管不同等級通路對產品的銷售策略？如批發、中盤、零售？
2. 行銷部門是否定期收集市場有關競爭產品之資訊及調查顧客滿意度並作為改善顧客滿意之依據？
 - 公司如何有效地做產品之市場區隔，且鎖定最符合公司能力之目標市場，以進行適當之定位策略。
 - 公司會透過哪些方法蒐集競爭產品的資訊。
 - 公司會固定蒐集哪些面向的競爭產品資訊。
 - 行銷部門與客服部門之間在經營管理上的關係是什麼。如何解決客戶問題。
 - 公司如何針對潛在市場進行評估，以開拓新市場。
 - 公司的主要客戶分布地區是否與公司之策略目標相符合。
 - 公司是否針對顧客滿意度進行調查並建立稽核機制，以作為顧客滿意改善及企業內部獎懲之依據。
 - 公司如何激發消費者再次購買的慾望。
3. 行銷部門是否建置健全的顧客服務系統(包括顧客訴怨處理與維修服務)？
 - 行銷部門與顧客服務部門的從屬或互動關係如何。工作任務如何協調。
 - 公司如何激勵消費者重覆購買的慾望。
 - 公司維持顧客忠誠度之機制。
 - 公司如何處理顧客訴願問題。
 - 公司如何建立和維護顧客服務系統。
 - 行銷部門與維修部門之間在經營管理上的關係是什麼。如何協調工作。
 - 公司有沒有進行顧客資料庫管理。管理的重點有哪些。(CRM)
 - 公司對顧客資料庫管理有做哪些的主動應用(CRM)。
4. 是否積極推廣產品核心價值及品牌特性？並有商品定位之作業？
 - 該產品品牌是否屬於自創品牌以及其未來目標。
 - 該產品品牌曾經獲得的獎勵情形，及該品牌登錄的國家有多少。
 - 公司內是否建立品牌知名與形象評價制度，所花的經費占總營業額及品牌推廣費用的比率有多少。
 - 公司的品牌識別體系建立後，是否隨時代變遷及社會需求做過修正。
 - 是否有可令人朗朗上口的語音或可理解的文字，以表達該產品的核心價值。
 - 公司品牌識別體系是否與標誌、商標、標語及產品、銷售、公關、廣告等搭配用。
 - 有固定做哪些事情推廣產品核心價值及品牌特性。成果如何。
 - 哪些部門或哪些人需要參與推廣產品核心價值及品牌特性的策略制定。
 - 經銷商或通路商在推廣產品核心價值及品牌特性的任務中，有無角色扮演，負責什麼任務。

5. 是否建置具體推廣品牌之作法而且有編列推廣預算以及配置專業人員來執行相關工作？
- 公司在推廣品牌時，如何鎖定目標市場，並針對競爭者進行調查。
 - 公司利用哪些媒體推動自有品牌，以及使用媒體的頻率。
 - 公司每年投入在建立品牌上的經費，占營業收益的比率為何。
 - 公司是否有成立專責單位制定品牌推廣策略，此一單位如何運作。
 - 銷售通路如何配合品牌價值或品牌形象的推廣。
 - 公司中參加品牌策略的人員層級如何。
 - 品牌策略與公司遠景的搭配關係如何。
 - 品牌推廣的成效如何。

附錄二、產品分類代碼

A. 電子、電器、通訊產品及零組件 (Electronics, Electrical Appliances, Communication Products, Parts & Accessories)

AA. 消費性電子及電器產品 (Consumer Electronics & Electronic Products)		
0101	消費性電子產品	Consumer Electronic Products
0102	行動影音及攝、錄、影產品	Mobile Electronics & Digital Cameras
0103	音響、影視產品及投影設備	Audio/Video Products & Projectors
0104	個人數位助理、衛星導航及電子字典	PDA, GPS & Electronic Dictionaries
0105	家用電器	Home Appliances
0106	車用電子產品	Automobile Electronics
0107	商業辦公室用機具	Business/Office Machines & Tools
0108	照明器材	Illumination Devices
0109	安全、辨識系統產品	Security Systems & Other Related Products
0110	其他電子、電器產品	Other Electronic & Electrical Products
AB. 網路/通訊產品 (Communication Products)		
0111	電話、傳真機	Telephones & Fax Machines
0112	行動電話及行動通訊產品	Mobile Phones & Mobile Related Devices
0113	無線通訊、傳輸接收器材	Wireless Communication Equipment
0114	數據通訊產品	Networking Products
0115	傳輸設備	Transmission Equipment
0116	視訊會議系統	Video Conferencing Systems
0117	網路應用產品	Internet Appliances
0119	其他通訊產品	Other Communication Products
AC. 電子零組件 (Electronic Parts & Components)		
0121	電子零組件	Electronic Parts & Assemblies
0122	電子資訊產品用散熱風扇、馬達	Coolers, Blowers & Motors for ICT Products
0123	ICT 產品用電源設備、組件	Power Supply Products/Components

B. 資訊軟體 (Software)

BA. 資訊軟體 (Software)		
0201	系統軟體	System Software
0202	應用軟體	Application Software
0203	教學軟體	Educational Software
0204	管理軟體	Management Software
0205	安全、辨識軟體	Safety, Recognition Software
0206	遊戲軟體	Entertainment Software
0209	其他軟體	Other Software

C. 電腦硬體及週邊設備 (Computer Hardware & Peripherals)

CA. 電腦硬體及週邊設備 (Computer Hardware & Peripherals)

0301	個人電腦	Personal Computers
0302	手提電腦	Laptops & Notebooks
0303	工作站、伺服器	Workstations, Servers
0304	商用電腦系統	Business/Office Computer Systems
0305	工業用電腦及週邊設備	Industrial Computers & Peripheral Equipments
0306	電腦螢幕、顯示器	Computer Monitors, LCD Monitors, Flat Panel Displays
0307	輸出入裝置	Input & Output Devices
0308	印表機、印相機、繪圖機及割字機	Printers, Plotters & Cutting Plotters
0309	儲存裝置	Data Storage Devices
0310	晶片、晶片組	Chip Sets
0311	各種電腦板、卡	Computer Boards & Cards
0312	特殊電腦系統	Special Computer Systems
0314	耗材	Consumable Items
0318	其他電腦零、組件	Other Computer Parts & Accessories
0319	其他電腦及週邊設備	Other Computer & Peripheral Equipments

D. 時尚、生活及文化創意產品 (Fashion、Life & Cultural Creative Goods)

DA. 時尚、生活及文化創意產品 (Fashion、Life & Cultural Creative Goods)

0401	珠寶	Jewelry & Precious Stones
0402	鐘錶	Clocks, Watches & Other Timepieces
0403	文具	Stationery
0404	禮品、藝品	Gifts, Artifacts
0405	服裝、飾品	Garments, Fashion Accessories
0406	鞋類	Footwear
0407	袋、包、箱	Luggage & Handbags
0410	文化創意產品	Culture & Creative Goods
0419	其他	Others

E. 休閒、育樂及運動用品 (Leisure, Education & Sporting Goods)

EA. 休閒、育樂及運動用品 (Leisure, Education & Sporting Goods)

0501	運動用品	Sporting Goods
0502	休閒用品	Leisure Goods
0503	娛樂用品	Recreational Goods
0504	玩具	Toys
0505	樂器	Musical Instruments
0506	教具	Educational Products

0507	寵物用品	Pet Products
0509	其他	Others
F. 家用設備及建材、安全、五金、手工具 (House Equipment & Building Materials, Safety Equipment, Metal Products, Hand Tools)		
FA. 家具、廚具、衛浴及家用品 (Furniture, Kitchenware, Sanitaryware & Houseware)		
0601	一般家具	Furniture
0602	辦公家具	Office Furniture
0603	公用家具	Public Furniture
0604	餐廚家具、用品	Kitchen & Dining Furniture, Kitchenware & Tableware
0605	家用品、寢飾品	Houseware & Bedroomware
0606	嬰幼兒用品	Baby & Child Stationeries
0607	衛浴產品	Sanitary Equipment & Sanitaryware
0609	其他	Others
FB. 建材、消防及安全防護產品 (Building Materials & Safety Equipment)		
0611	建材、壁材、地材、裝潢材料	Building, Covering & Decorating Materials
0612	門窗製品	Doors & Windows
0613	安全防護產品	Safety Protection Equipment
0614	消防器材	Fire Protection Equipment
0619	其他	Others
FC. 五金、手工具 (Metal Products & Hand Tools)		
0621	五金製品	Metals & Hardware Products
0622	手工具	Hand Tools
0623	其他	Others
G. 精密儀器及醫療健康器材 (Precision Instruments & Medical Equipment)		
GA. 精密儀器及醫療、健康器材 (Precision Instruments & Medical Equipment)		
0701	儀器	Instruments
0702	光學器材	Optical Products & Accessories
0703	醫療儀器	Therapeutic Instruments & Devices
0704	復健、保健器材及輔具	Prosthetic Devices, Health Care Equipment
0705	自動測試儀器	Automatic Testing Equipment
0706	實驗室用儀器	Lab Instruments
0708	醫療耗材	Medical Disposable Items
0709	其他	Others
H. 化工製品、紡織及包裝 (Chemical Materials & Products, Textiles, Packaging)		

HA. 化工製品、紡織及包裝 (Chemical Materials & Products, Textiles, Packaging)		
0801	化學原料及製品	Chemical Materials & Products
0802	化妝及盥洗用品	Cosmetics & Toiletries
0803	紗線、布料	Textiles & Fabrics
0804	包裝容器及材料	Packaging Materials & Containers
0805	染料	Dye & Pigment
0806	油漆塗料	Paint & Coating
0807	接著劑	Adhesives
0808	合成樹脂	Resin
0809	其他	Others
I. 交通器材 (Transportation)		
IA. 自行車及零配件 (Bicycles, Parts & Accessories)		
0901	自行車	Bicycles
0902	零配件	Bicycle Parts
IB. 汽機車、航太、船舶及零配件 (Automobiles, Motorcycles, Aerospace Products, Ships, Boats & Parts)		
0911	機車及零配件	Motorcycles & Parts
0912	汽車及零配件	Automobiles & Parts
0913	航太及零配件	Aerospace Products & Parts
0914	船舶及零配件	Ships, Boats & Parts
0919	其他	Others
J. 機械及零組件 (Machineries, Parts & Accessories)		
JA. 機械 (Machineries)		
1001	工具機	Machine Tools
1002	橡塑膠機械	Rubber & Plastic Processing Machineries
1003	食品機械	Food Processing Machineries
1004	紡織、製衣機械	Textile & Garment Machineries
1005	光電與半導體設備	Optical & Semiconductor Manufacturing Equipment
1006	印刷包裝機械	Printing/Packaging Machineries
1007	搬運機械	Material Handling Machineries
1008	工業用冷凍空調設備	Refrigerating & Air Conditioning Equipment
1009	其他機械	Other Machineries
JB. 電力電機設備 (Power & Electrical Machinery Equipment)		
1021	電力、電機設備	Power & Electrical Machinery Equipment
JC. 機械及電機零組件 (Machine & Electrical Machinery Parts)		

1031	機械零組件	Machine Parts & Accessories
1032	電機零組件	Electrical Machinery Parts & Accessories
Z. 其他 (Others)		
ZA. 其他 (Others)		
2001	其他產品	Others