**附件一 企業個案輔導申請表**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **公司名稱** |  | **統一編號** |  |
| **負 責 人** |  | **公司網址** |  |
| **參與單位** | 🞏產品部門🞏研發部門🞏環安部門🞏廠務部門🞏行銷部門🞏管理部門🞏業務部門 |
| **聯絡人(窗口)** |  | **職稱** |  |
| **電話/傳真** | **公司** |  | **工廠** |  |
| **電子信箱** |  |
| **公司地址** |  |
| **工廠地址** |  |
| **類別屬性** | 🞏產品類，名稱： 🞏服務類，名稱：  | **國內外綠色認證標章獎項** | 🞏有，名稱：　　　　　　　 🞏無 |
| **綠色特性說明** | **(必填項目)** |
| **品牌識別** | □有，名稱： ；□無 |
| **目標市場** | 既有市場：台灣　　%、中國　　%、日本　　%、韓國　　%、東南亞　　%、中東　　%、歐洲　　%、北美洲　　%、中南美洲　　%、非洲　　%、大洋洲　　%、其他　　  % |
| 未來市場：□台灣□中國 □日本 □韓國 □東南亞 □中東□歐洲 □北美洲 □中南美洲 □非洲 □大洋洲 □其他 |
| **既有行銷工具** | □文案、□型錄DM、□影片、□實體展示、□數位網路 |
| **既有曝光管道** | □電子商務、□各式上架平台(廣告/影音/新聞/網路等)、□會展、□媒體傳播(電視/廣播/報紙/雜誌等)、□群聚(供應鏈整合/產官學研合作等) |
| **備註** | **另須自行提供以下資料，以利於對貴公司之了解：*** 產品或服務相關介紹文件或檔案
* 產品或服務取得國內外綠色相關認證或獎項之證明文件(若有則須檢附)
 |
| **承諾事項:**本公司申請經濟部國際貿易局106年度「綠色貿易推動方案」之企業個案行銷或國際認驗證諮詢輔導，承諾全力支持計畫之執行，並同意執行將執行過程與成果提供主辦單位作為示範案例推廣之用。 |
| 統一編號：簽　　名：中 華 民 國 　 年 　 月 日 |

**附件二 企業申請輔導配合事項**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **項次** | **項目** | **內 容** |
| 1 | 企業 | 公司名稱 |  |
| 統一編號 |  |
| 2 | 產品 | 名稱 |  |
| 3 | 配合事項 | 【產品切結部分】1. 本公司切結保證本證明書內所列之產品原產地為台灣。
2. 上述內容均已據實填報，並遵守「原產地證明書及加工證明書管理辦法」之規定，如有不實或有違法情事，願受相關法律規定處分。

【行銷工具建置部分】1. 106年度輔導團隊將全面協助企業綠色產品導入**「數位化製作」**，並媒合**「社群媒體管道平台」**上架曝光，***須由企業自行負擔相關費用***，以提高品牌與產品能見度，讓行銷工具運用效益最大化。
 |

申請公司：

統一編號：

簽 名：

中華民國　　　　　年　　　　　月　　　　　日

**附件三　綠色特性與綠色價值審查表**

企業名稱：　　　　　　　 　 委員簽名：　 日期：

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **項目** | **項次** | **檢核要點** | **檢核要點說明** | **配分** | **得分** |
| **【一】綠色特性** | 1 | 低汙染 | 指產品或其材料之設計、製造或使用，具有減少產生有害或有毒物質之功能者 | 20 |  |
| 2 | 可回收 | 指產品或其組件於廢棄後可經由收集、處理而轉變為原物料或產品者 |  |
| 3 | 省能源 | 指產品或其材料之使用，具有減少能源消耗之功能者 |  |
| 4 | 再生產品 | 指以一定比例以上之再生資源為原料所製成之產品 |  |
| 5 | 再生材質產品 | 指回收材質經由再製造過程，製成最終產品或產品之組件 |  |
| 6 | 具可堆肥化 | 產品或其組成分可被生物分解為相當均質性且穩定類似腐植質之物質 |  |
| 7 | 具可生物分解 | 產品可在特定情況下，於一定時間內生物分解至特定之程度 |  |
| 8 | 具可拆解設計 | 產品於有用壽命結束後，其組件與零件可被再利用、回收、回收能源或其他可自廢棄物流中轉移的方式拆解 |  |
| 9 | 具可回收設計 | 產品或其組成分，可自廢棄物流中轉移出來，經收集處理，且以原料或產品的型態恢復使用 |  |
| 10 | 具可再使用 | 產品未改變原物質形態，可直接重複使用或經過適當程序恢復原功用或部分功用後使用 |  |
| 11 | 使用回收料 | 產品使用回收料，其回收料摻配比率高於其他同級產品 |  |
| 12 | 具可延長壽命 | 產品具更佳耐用性或可升級之特點，被設計為可延長使用壽命，以減少使用資源或減少廢棄物 |  |
| 13 | 回收能源 | 原本可能被當作廢棄物處置，卻經由管理程序中收集來自於物料或能源所製之能源 |  |
| 14 | 製程省能源 | 製造產品時，減少所需物料、能源或水之使用量，優於同級產品 |  |
| 15 | 製程或產品使用可再生能源 | 製程或產品使用太陽能、風能、生質能及地熱等可再生能源 |  |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **【二】綠色價值** | 1 | 綠色認證 | 取得任一國內外環境友善相關標誌、認(驗)證或獎項(例如：節能、省水、綠建材、或其他類標章等)…等 | 10 |  |
| 2 | 綠色發展 | 具取代、創新、獨特性…等 | 10 |  |
| 3 | 品牌行銷 | 銷售市場潛力 | 已有內銷或外銷市場 | 15 |  |
| ４ | 自有品牌潛力 | 擁有自有品牌 | 20 |  |
| **總　　　　　　　　　　分** |  |
| **註1：**以上審查項目依廠商提供之申請表基本資料、型錄及其他輔助資料等作為評分參考。**註2：**屬於經濟部中堅企業名單之企業(查詢網址：<http://www.mittelstand.org.tw/>)以及有出口實績者(<https://fbfh.trade.gov.tw/rich/text/indexfbOL.asp>)，予以加分10分，並可列入總分合併計算。**註3：**總分100分，此表單配比75分，與***附件四 綠色行銷建置狀況評估表***加總(配比25分)，得分超過70分者予以列入輔導。**委員建議：** |

**附件四　綠色行銷建置狀況評估表**

企業名稱：

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|

|  |  |
| --- | --- |
| **衡量標準** | **分數** |
| 極高 | 5 |
| 高 | 4 |
| 中 | 3 |
| 低 | 2 |
| 極低 | 1 |

 |
| **衡量層面註1** | **衡量項目註2** | **平均得分** |
| **1.競爭力面** | **研發技術能量** | **認證標章獎項** | **獨特性** | **綠色設計或材料** | **跨界合作** |  |
| **2.品牌面** | **定位(產品/服務/品牌)** | **企業/品牌識別** | **綠色品牌故事** | **綠色形象** | **記憶/連結** |  |
| **3.市場面** | **市場對象** | **區隔市場** | **目標客群** | **通路策略** | **訂價策略** |  |
| **4.行銷工具面** | **新聞稿** | **靜態平面文宣** | **動態形象影片** | **實體展示系統** | **數位行銷** |  |
| **5.業務推廣面** | **電子商務** | **會展** | **平台** | **媒體傳播** | **群聚** |  |
| **註1：依五大層面，來衡量企業綠色行銷能力，說明如下：**1.競爭力面：以企業之產品或服務，依研發技術能量、認證標章獎項、獨特性、綠色設計或材料以及跨界合作等五項各自衡量後再平均2.品牌面：以企業之產品或服務，依定位、企業/品牌識別、綠色品牌故事、綠色形象以及記憶/連結等五項各自衡量後再平均3.市場面：以企業之產品或服務，依市場對象、區隔市場、目標客群、通路策略以及訂價策略等五項各自衡量後再平均4.行銷工具面：以企業之產品或服務，依新聞稿、靜態平面文宣、動態形象影片、實體展示系統以及數位行銷等五項各自衡量後再平均5.業務推廣面：以企業之產品或服務，依電子商務、會展、平台、媒體傳播以及群聚等五項各自衡量後再平均**註2：衡量項目參考*附件五 綠色行銷五大構面衡量標準* (若衡量項目不適用於該企業，則該項不予以計分與平均)。** |
| **備註：** |

**附件五　綠色亮點衡量標準**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **1.競爭力面** | **配分/項目** | **研發技術能量** | **認證標章獎項** | **獨特性** | **綠色設計或材料** | **跨界合作** | **平均** |
| **極高：5分** | 極高(>10 years) | 取得2項以上 | 極新穎 | 全部導入(100%) | 異業結盟中 |
| **高：4分** | 高(9-10 years) | 已取得1項 | 研究開發中 | 大部分導入(31~99%) | 合作洽談中 |
| **中：3分** | 一般(6-8 years) | 過去已取得 | 已初步突破 | 初步導入(1~30%) | 持續開發中 |
| **低：2分** | 低(3-5 years) | 申請中 | 待突破 | 未導入(0%) | 尚未開發 |
| **極低：1分** | 極低(0-2 years) | 不適用 | 普遍存在 | 不適用 | 不適用 |
| **得分** |  |  |  |  |  |  |
| **2.品牌面** | **配分/項目** | **定位** | **企業/品牌識別** | **綠色品牌故事** | **綠色形象** | **記憶/連結** | **平均** |
| **極高：5分** | 已完全區別 | 全面導入 | 全面導入 | 全面導入 | 全面導入 |
| **高：4分** | 已區別 | 已建立 | 已建立 | 已建立 | 已建立 |
| **中：3分** | 區別中 | 建立中 | 建立中 | 建立中 | 建立中 |
| **低：2分** | 具基礎概念 | 構思中 | 構思中 | 構思中 | 構思中 |
| **極低：1分** | 尚未能區別 | 尚未建立 | 尚未建立 | 尚未建立 | 尚未導入 |
| **得分** |  |  |  |  |  |  |
| **3.市場面** | **配分/項目** | **市場對象** | **區隔市場** | **目標客群** | **通路策略** | **訂價策略** | **平均** |
| **極高：5分** | B2B/B2C兼具 | 已完全區隔 | 已完全區別 | 全面建立 | 全面建立 |
| **高：4分** | 單一特定 | 已區隔 | 已區別 | 已建立 | 已建立 |
| **中：3分** | 區分中 | 區隔中 | 區別中 | 建立中 | 建立中 |
| **低：2分** | 構思中 | 具基礎概念 | 具基礎概念 | 構思中 | 構思中 |
| **極低：1分** | 未明顯區分 | 尚未能區隔 | 尚未能區別 | 尚未建立 | 尚未建立 |
| **得分** |  |  |  |  |  |  |
| **4.行銷工具面** | **配分/項目** | **新聞稿** | **靜態平面文宣** | **動態形象影片** | **實體展示系統** | **數位行銷** | **平均** |
| **極高：5分** | 全面建立 | 全面導入 | 全面導入 | 全面建立 | 全面建立 |
| **高：4分** | 已建立 | 已建立 | 已建立 | 已建立 | 已建立 |
| **中：3分** | 建立中 | 建立中 | 建立中 | 建立中 | 建立中 |
| **低：2分** | 構思中 | 構思中 | 構思中 | 構思中 | 構思中 |
| **極低：1分** | 尚未建立 | 尚未建立 | 尚未建立 | 尚未建立 | 尚未建立 |
| **得分** |  |  |  |  |  |  |
| **5.業務推廣面** | **配分/項目** | **電子商務** | **會展** | **平台** | **媒體傳播** | **群聚** | **平均** |
| **極高：5分** | 全面導入 | 全面曝光 | 全面上架 | 全面導入 | 全面建立 |
| **高：4分** | 已導入 | 已曝光 | 已上架 | 已導入 | 已建立 |
| **中：3分** | 導入中 | 曝光中 | 上架中 | 導入中 | 建立中 |
| **低：2分** | 規劃中 | 規劃中 | 規劃中 | 規劃中 | 規劃中 |
| **極低：1分** | 尚未規劃 | 尚未規劃 | 尚未規劃 | 尚未規劃 | 尚未規劃 |
| **得分** |  |  |  |  |  |  |

**附件六 行銷曝光規劃表**

延續輔導企業名稱：　　　　　　 委員簽名：　 日期：

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **1.媒體資源** | **檢核要點** | **配分** | **得分** |
| EX：包含國內外媒體的採訪、報導或引用等 | 20 |  |
| **說明：** |
| **2.廣告刊登** | **檢核要點** | **配分** | **得分** |
| EX：包含國內外報章、雜誌等 | 20 |  |
| **說明：** |
| **3.網路行銷** | **檢核要點** | **配分** | **得分** |
| EX：包含各種網路平台(例如官網、社群、youtube等媒介)等 | 20 |  |
| **說明：** |
| **4.參展規劃** | **檢核要點** | **配分** | **得分** |
| EX：包含國內外各式展覽等 | 20 |  |
| **說明：**  |
| **總 分** |  |
| **註1：**總分100分，此表單配比80分，與***附件七 計劃參與配合度評分表***加總(配比20分)，得分超過70分者予以列入輔導。**委員建議：** |

**附件七 計劃參與配合度評分表**

延續輔導企業名稱：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **評分項目** | **評分項目說明** | **得分** |
| **1.企業參與度** | EX：包含企業主動參與計畫內相關培訓課程、說明會或國內外參展邀約等 |
| **極高：5分** | **高：4分** | **中：3分** | **低：2分** | **極低：1分** |  |
| **說明：** |
| **2.企業配合度** | EX：包含各式報名申請資料、企業相關資訊、產品型錄的提供以及會議出席等 |
| **極高：5分** | **高：4分** | **中：3分** | **低：2分** | **極低：1分** |  |
| **說明：** |
| **3.預期商機** | EX：包含提供企業潛在客戶數量、訂單量的提供等 |
| **極高：5分** | **高：4分** | **中：3分** | **低：2分** | **極低：1分** |  |
| **說明：** |
| **4.行銷曝光規劃** | EX：包含提供企業在報章、媒體、雜誌、網路以及參展的規劃等 |
| **極高：5分** | **高：4分** | **中：3分** | **低：2分** | **極低：1分** |  |
| **說明：** |
| **總　　　　　　　　　分** |  |
| **建議：** |