**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 | | Ex：低污染技術產品、污染防治設備與服務、廢水處理、廢棄物處理…等 | 20 |  |
| 2 | 可回收 | | Ex：使用可回收材料、使用單一材料、易拆解設計、生態化設計、可回收處理、可再使用…等 |  |
| 3 | 省資源 | | Ex：減少用水量、減量設計、單一材質或減少使用物料種類、去物質化…等 |  |
| 4 | 省能源 | | Ex：減少使用能源、節能設計、使用再生能源…等 |  |
| 5 | 無毒化 | | 產品不含有害物質，Ex：無鹵素、無汞、無PVC、無氯系或溴系阻燃劑、無塑化劑…等 |  |
| 6 | 再生能源 | | 產品本身為再生能源或綠能產品，Ex：太陽能、風力發電、生質燃料、LED、電動機車…等 |  |
| 7 | 生物可分解 | | 產品材質來源為生物可分解材料，Ex：PLA or NFRC…等 |  |
| 8 | 可堆肥 | | 產品棄置可進行堆肥處理…等 |  |
| 9 | 其他 | | 非前述但可對環境帶來永續發展者 |  |  |
| **【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 綠色行銷五大構面衡量表***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　綠色行銷五大構面衡量表**

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 計畫參與配合度評分表***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 計畫參與配合度評分表**

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：** | | | | | | |