



傳統產業維新方案及推動計畫

行政院經濟建設委員會
中華民國101年10月16日

傳統產業維新發展藍圖

傳統產業維新範疇：凡具豐富在地發展脈絡(context)之非高科技產業，涵蓋農業、工業、服務業均適用。

願景

型塑創新高值、安全安心、永續生態的傳統產業

目標

促成維新產業50項

✓ 發展國際品牌5個 ✓ 增加就業人數2.5萬人 ✓ 帶動出口2,000億元 ✓ 促成民間投資500億元

策略

CROP

驅動價值創新
Create

建置維新環境
Rebuild

設置協調機制
coOrdinate

提升市場需求
Promote

傳統產業維新發展藍圖

傳統產業維新方案

維新重點

注入新的成長驅動因素

- 創新元素
- ICT或其他領域科技
- 綠能及生態概念
- 深耕加值及技術開發
- 結合文化創意設計
- 創新營運模式
- 品質保證系統
- 安全防災

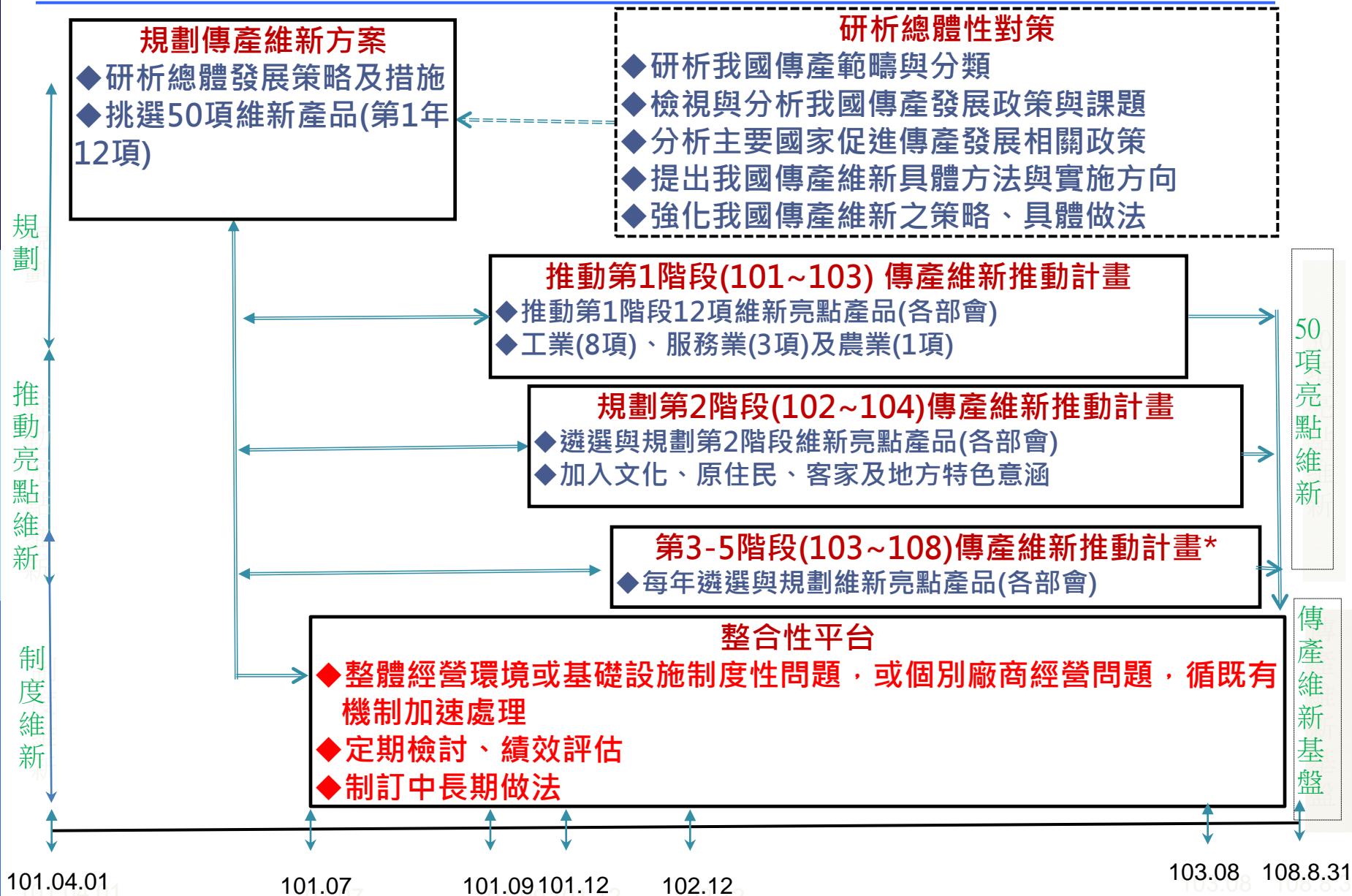
維新方向

- 創新高值
- 安全安心
- 永續生態

維新範疇 篩選原則

- 本土既有產值及就業曾經或已有一定規模，且能帶動產業關聯性，並具示範效果者
- 具備在地產業聚落特徵或具豐富在地發展脈絡且已建立產業分工體系者
- 具傳統文化或豐富人文色彩特性產業
- 貼近庶民感受者

推動期程



*105及106年定案之維新項目仍須執行2年，故方案實際執行與管考應至108年8月底。

第一階段傳統產業維新建議項目

業別	單位	項目	維新亮點	主要效益
農業	農委會	1. 農遊國際化	營運模式	國外市場開拓
服務業	交通部	2. 傳統旅館摘千星	品牌	傳統旅館摘下千顆星等
	經濟部	3. 保鮮溯源物流服務	智慧、ICT	低溫物流產業國際化
		4. 餐飲老店故事行銷	文化、科技	形塑老店成為商圈新磁點
工業	經濟部	5. MIT品牌服飾	品牌、服務模式	帶動產業全價值鏈提昇
		6. 新穎時尚LED燈具	節能、美學設計	扶持傳統照明產業轉型
		7. 智慧小家電	節能、智慧、營運模式	智慧小家電產品研發生產基地
		8. 安全智慧衛浴器材	節能、智慧、技術深耕、驗證制度	亞洲安全智慧衛浴器材創新研發中心
		9. 數位手工具	ICT、美學設計	全球數位手工具產品出口第一大國
		10. 生質(安心)塑膠產品	環保、驗證制度	「食在安心」之安心生質塑膠製品
		11. 幸福點心	文化特色、品牌	打造台灣創新烘焙食品產業王國
		12. 精微金屬製品	技術深耕	傳統金屬製品業轉型生產精微級製品

1. 農遊國際化

願景

2014年

2011年

產值NT\$143億元
國外遊客數78.5萬人次

打造國際知名的
農遊新樂園

產值NT\$168億元
國外遊客數107萬人次
每年創造4,500個就業機會

悠遊農村趣

漁鄉體驗遊

慢活森呼吸

主要策略

農業元素
更吸睛

服務
更升級

業者
更專業

資訊應用
更便捷

商品更多樣
行銷更多元

推動措施

- 推廣「遊在地、食道地」之食材旅行
- 以茗茶與農村酒莊規劃「體、品、賞、味」等多元素之特色主題農遊
- 形塑對環境友善的綠色旅遊，區隔觀光產業市場

- 拓展自由行與背包客市場，提供「機票+農場」客製化服務
- 整合區域農業資源，推動「一家接單、多家服務」機制，豐富農旅遊程
- 續推休閒農場服務品質認證

- 導入外部資源，落實產學合作
- 培育專業農業導遊，深化旅遊導覽內涵

- 建置多國語言網站
- 設置外語自動語音導覽系統
- 開發整合型APP

- 針對不同客群、國家，開發美食、養生、美景、修業、健康紓壓等主題農遊商品
- 以多元行銷，鞏固既有新、馬市場，拓展菲律賓、印尼及回教國家、日本及中國大陸新興市場

1. 農遊國際化－維新亮點

飛牛牧場休閒農場

- ❑ 傳統畜牧場，82年轉型為觀光農場。
- ❑ 以牧野風光與動物體驗等主題，結合乳製品伴手禮與料理，開發出環境教育與低碳生活之多樣遊程，並提供遊客住宿、餐飲、教育解說等服務。
- ❑ 兼具三生(生活、生產、生態)一體、三育(培育、保(復)育、教育)特色，提供遊客全方位休閒體驗之農場。
- ❑ 獲綠色商店、產銷履歷及HACCP認證，並建立網路商城，行銷國內外，為知名且深獲親子族群青睞之休閒農業場域。



基隆八斗子漁港

- ❑ 傳統作業漁港，轉型公園多用途化，結合陸域休閒、海域遊憩及文化教育，建構以漁港為中心的海岸遊憩帶。
- ❑ 設置遊艇停泊碼頭，作為國際帆船及遊艇玩家之補給港。
- ❑ 娛樂漁業漁船可供國內外遊客從事登基隆嶼、海釣及欣賞海岸地質景觀等行程。
- ❑ 碧砂直銷中心整建後，便利遊客採購生鮮魚貨或伴手禮。



2. 傳統旅館摘千星

目標

1. 跳脫傳統經營模式，增加創新元素，使老舊旅館經營專業化與品牌化。
2. 成立星級旅館聯盟，降低成本，讓業者與消費者雙贏。
3. 輔導國內外行銷，吸收國際客源邁向國際市場發展。

質化

促進旅館質變升級
轉型到維新優質化

量化

1. 輔導旅館摘千顆星。
2. 輔導500家旅館品質提昇。
3. 成立旅館1星級、2星級及3星級聯盟
4. 輔導百家旅館進入國際訂房系統。
5. 增加就業人數6,379人次、營業額138億元及投資金額19.02億元。

現況及發展瓶頸

- ◆ 100年來臺旅客608萬人次，每百人中有91人住宿旅館，其中選擇觀光旅館佔39.6%，一般旅館佔60.4%。
- ◆ 目前觀光旅館107家、一般旅館2,709家、民宿3,506家，住宿供給總容量尚足。
- ◆ 一般旅館業經營規模小，房間50間以上者佔約25%。
- ◆ 旅館多老舊、多屬家族經營，缺乏專業管理者，無法與國際接軌。
- ◆ 從業人員缺乏配套訓練，無法有效提供國外觀光客完善服務。
- ◆ 旅館更新或改善硬體設施，缺乏專業人士協助長遠規劃，投資浪費。

主策略

以星級旅館評鑑為手段
旅館建築設備達一定水準

輔導各星級旅館聯盟
區隔客層，與製造業、餐飲業鏈結合作

導入品牌經營模式
改善業者經營品質

發展旅店品牌

具體做法

提昇品質

- 協助旅館導入專業設計，與在地文化連結，創造感動元素。
- 提供補貼，改善建築設備。

取得星級、標章

- 成立輔導小組，提供改善總體檢。
- 輔導旅館取得HACCP、環保標章、綠建築等專業認證。

星級聯盟導入維新經營模式

- 取得星級旅館，透過公會成立1星級至3星級聯盟（如背包客、平價旅館等），並與製造業、餐飲業鏈結，降低旅館成本。
- 以獎勵機制輔導旅館加入國內或國際旅館連鎖品牌集團，導入國際品牌對旅館經營創新管理模式之Know-How，例如 CHE（旅館業督導）及CHDT（飯店部門訓練師）

推動創新

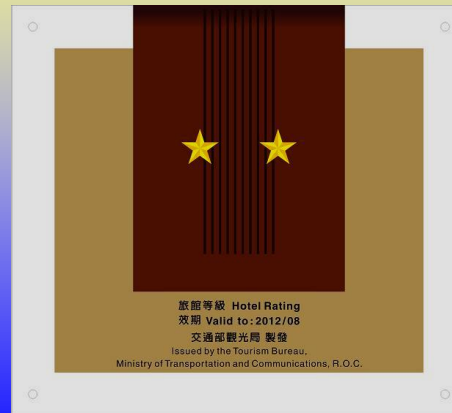
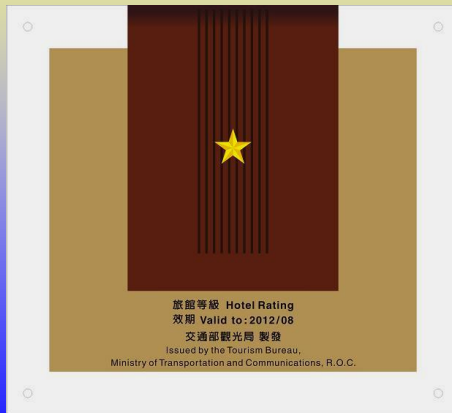
- 輔導加入文化元素，與在地文化藝術結合，發展自有創新元素。（如引用在地藝術家作品）
- 輔導旅館增加在地資源利用（Locavore）符合世界潮流。
- 具雛型旅館聯盟，輔導成立自有旅館品牌。
- 現有國內旅館連鎖品牌集團，輔導成為國際連鎖品牌集團。

國際行銷

- 協助參加國外旅展拓展知名度。
- 強化資通訊利用，協助加入全球訂房系統。

2. 傳統旅館摘千星—維新亮點

成立1星級、2星級、3星級旅館聯盟



百家旅館進入國際訂房系統

3. 低溫物流- 保鮮溯源物流服務

台灣機會

市場瓶頸

- 大陸低溫物流產值：2020年估計為2.2兆元
- 大陸食品報廢近5,000億元/年
- MIT商品銷售將達2,000億元/年
- 低溫車運輸成本約為正常車1.2-1.5倍

- 帶動台灣超過180家業者參與之聯盟
- 創造台灣物流業服務營收5億元以上
- 提高MIT商品出口規模35億元
- 促進台灣低溫設備投資達10億元
- 創造冷鏈相關產業350個工作機會

台灣冷鏈聯盟- 整合型低溫物流技術/服務公司

多溫共配創新服務

城市儲配模式與技術

多溫載運、配送網規劃、城際轉運、資源調度管理、城區/社區多元展銷物流

物流集運創新服務

港區集運模式與技術

集結集運、簡易加工、跨岸多溫共配、海空陸多式聯運、中轉物流、海外原料加工反銷/外銷

低溫品保鮮增值創新服務

商品保鮮/增值模式與技術

B2B行銷物流、B2C行銷物流、價值包裝、末端發取貨、效期動態管理、最佳通路配置、供需整合管理

核

心

技

術

低溫物流決策
支援管理平台

最佳化演算法
(產/儲/運/銷)

智慧型蓄冷設備
(容器、長效蓄冷片)

低碳冷鏈設施
(冷庫、冷櫃)

Smart Platform

Smart Container

創新營運服務模式

技術發展與系統整合

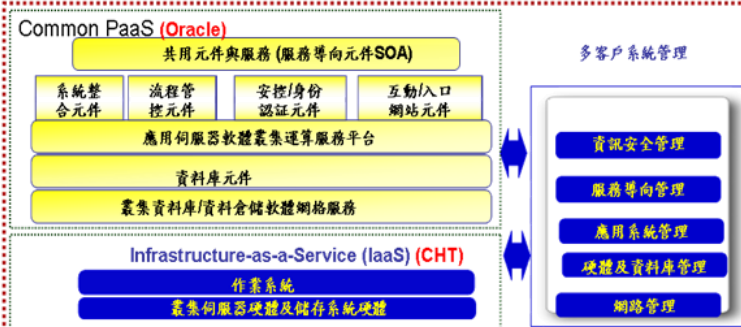
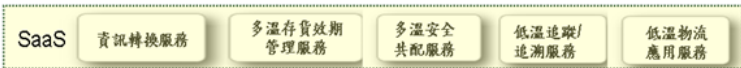
3. 保鮮溯源物流服務—維新亮點

推動低溫物流產業朝向服務科技化發展

- ❖ **智慧化運輸服務模式(內陸端)**：全程採用常溫車配合蓄冷箱(+無動力蓄冷器)，協助農產品從產地運送至通路，並透過全程監控，打造無縫式冷鏈服務。
- ❖ **港區低溫品集運模式(港對港)**：農產品從各地田間採收後運送至港區集貨，集中後進行預冷、包裝、暫存，並透過貨櫃多溫共配機制，提高貨櫃裝載率，降低單位運輸成本。

Smart Platform

- SaaS - 提供多溫層共配決策服務、效期分析服務
- PaaS - 整合蓄冷箱不同規格之環境 sensor 數據存取平台
- IaaS - 支援上述服務與異質數據存取之硬體設備需求



Smart Container

- 具多元sensor偵測之長效型蓄冷箱
- 打造貨櫃多溫共配服務與全程即時監控機制之儲運環境



※ 提供高階低溫物流服務

■ 運途全程監控，並透過雲端平台即時警示，打造供應鏈全程無縫式低溫物流服務

■ 透過蓄冷箱建立貨櫃多溫共配機制，降低小批量商品之物流運輸成本，建立具彈性化之低溫物流服務

4. 餐飲老店故事行銷

發展現況

- 營業額低：年營業額500萬元以下佔93%
- 經營規模小：獨資經營約佔92%
- 二代接班：家族企業欲轉型企業經營
- 行銷不足：民間口碑有餘、行銷力道薄弱

願景

重塑老店真價值
創造餐飲新風貌

發展目標

- 發掘10-15家具有特色與發展潛力老店
- 故事化包裝，創造餐飲老店新魅力
- 衍生帶動餐飲業展店600家
- 衍生增加就業人數3,000人

餐飲產業維新

餐飲老店篩選

經營模式提升

故事行銷推廣

尋找在地特色餐飲老店

找出台灣具有品牌故事、文化特色、歷史背景之餐飲老店加以改造，創造餐飲新亮點，建立餐飲業維新標竿，帶動餐飲一波波產業維新。

改善餐飲老店經營模式

針對傳統老店特色菜餚，環境營造，門市動線，人員服務等提供輔導，建立客製化流程提高競爭優勢，使能永續經營與提升獲利。

推動餐飲老店有感行銷

運用故事化方式包裝，將老店創辦精神與經營理念做巧妙的連結，重新塑造老店特色並傳達老店維新的歷程，強化消費者的認同感。

推動措施

餐飲老店篩選

徵選與推薦：

由地方政府與民間單位推薦，針對符合基本資格之業者初選，通過初選得進入複選。

開放民眾票選：

強化民眾參與感，票選結果列入分數佔比。

老店標竿評選：

召開決選會議，依據品牌故事，文化特色等因素綜合考量，納入民眾票選評比結果，遴選出10-15家老店，協助成為產業標竿，進而帶動整體餐飲產業維新。

經營模式提升

經營模式改造：

進行專業訪視診斷與輔導機制。

特色菜餚規劃：

開發特色菜餚，創造老店新魅力及商機。

國內外名廚指導：

藉由名廚指導交流，改善餐飲品質與擺盤。

餐飲人才培育：

提供餐飲產業人才訓練課程與講座。

結合地方政府資源：

結合地方與中央部會資源，提供後續動能。

運用電子商務與APP：

運用新通路提升銷售機會與提供趣味性。

故事行銷推廣

美食節慶結合公關流程推動：

達成吸引國際觀光客來台，提升餐飲品牌價值，增加國際能見度與知名度。

故事化經營社群行銷：

透過甄選老店「微電影」提供故事行銷的方式，促使觀眾透過社群媒體分享，增加餐飲老店曝光率。

舉辦論壇推動國際行銷：

邀請國內外知名廚師，美食家與餐飲老店交流對談創造話題，並協助行銷、編輯專刊。

4. 餐飲老店故事行銷—維新亮點

餐飲老店篩選

尋找在地特色餐飲老店

找出台灣具有品牌故事、文化特色、歷史背景之餐飲老店加以改造，創造餐飲新亮點，建立餐飲業維新標竿，帶動餐飲一波波產業維新。



經營模式提升

改善餐飲老店經營模式

針對傳統老店特色菜餚，環境營造，門市動線，人員服務等提供輔導，建立標準化流程提高競爭優勢，使能永續經營與提升獲利。



故事行銷推廣

推動餐飲老店有感行銷

運用故事化方式包裝，將老店創辦精神與經營理念做巧妙的連結，重新塑造老店特色並傳達老店維新的歷程，強化消費者的認同感。

餐飲老店～陷入經營危機：

• 餐飲老店缺乏管理經驗，經營由盛而衰
民國81年夜市攤販起家→設立店面→開設分店→經營不善陷入經營危機。

餐飲老店維新～改善經營模式：

• 研發創意料理，業績止跌回升

由讀餐飲管理博士之第二代老闆轉型，利用父母親台籍與客籍背景，創新融合傳統台灣與客家料理的元素在鐵板燒中，如雙連蛋糕（炒鹹蛋+皮蛋加豬血糕+蘿蔔糕）、台客豆腐乳炒板條（客家板條炒台灣豆腐乳）。

• 經營模式與流程改善，提升營業額：

藉由經營模式改善，門市重新設計（融入客家花布），提升營業尖峰時段產能（重新設計外帶區與二樓閒置空間利用），並增開分店。

故事行銷推廣～塑造餐飲老店記憶點

• 故事行銷推廣，區隔市場重新定位：

以融合料理重新市場定位，將二樓以故事化方式塑造「香連鐵板燒」品牌特色，並以香連奮鬥故事作為形象行銷主題，成為鐵板燒的老店維新指標。

• 榮獲國宴名單，塑造餐飲老店記憶點：

榮獲2012年入總統府國宴餐點名單
榮獲2009年台北市餐飲老店示範店



台客豆腐乳炒板條



總統府國宴 雙連蛋糕



媒體爭相報導



榮獲2009年台北市餐飲老店示範店

5.MIT品牌服飾產業維新

發展現況(2011)

- 產值：705億元
- 內銷值：409億元
- 外銷值：296億元

2020年願景

塑造亞太地區
時尚服飾設計營運樞紐

發展目標(2013)

- 產值：800億元
- 內銷值：448億元
- 外銷值：352億元

成衣服飾品牌供應鏈

成衣服飾品
設計開發

成衣服飾品
生產製造

成衣品牌建置

品牌行銷推廣

國際市場拓展

產品創意升級

- 輔導開發品牌專屬版型與打版人才訓練
- 輔導開發代表性品牌主打商品系列
- 品牌跨界合作、設計師聯名創意產品開發

品牌製造供應鏈串整

- 建立產銷合作平台，協助品牌商與地方產業聚落產能合作
- 協助品牌商向上整合設立製造廠
- 媒合品牌商與成衣製造商產銷合作，快速產能銜接

發展亮點服飾品牌

- 品牌經營人才輔導與訓練
- 輔導自創品牌
- 輔導既有成衣品牌價值創新升級
- 協助品牌形象包裝

通路拓展與推廣

- 輔導品牌新品發表、訂購會等多元整合行銷
- 輔導小型品牌虛擬通路行銷
- 媒合品牌通路進櫃與實體佈點

海外市場整合營銷

- 推動台灣服飾品牌營運中心，生產、通路全球佈局發展
- 推動特色服飾品牌以參展/代理/經銷模式拓展國際市場
- 協助中堅成熟服飾品牌國際實體通路佈點
- 輔導優質網路服飾品牌拓展國際網購市場

具體做法

推動策略

- 強化品牌創意與科技涵量，創新品牌價值
- 建立產銷合作平台，聯結地方產業聚落，提供品牌產能需求銜接支援
- 導入「製造業服務化」概念，推動產業由OEM轉型為OBM品牌經營，延伸產業價值鏈
- 透過產銷資源整合，推動MIT服飾品牌虛實通路發展，提升國內生產服飾製品消費市場
- 推動成衣品牌台灣營運全球佈局發展模式，以多元管道拓銷國際市場，發展國際品牌

5.MIT品牌服飾—維新亮點

活絡品牌供應鏈 → 產能無縫接軌
創新品牌價值 → 國際品牌發展

❖ 優質紡織製造商自營品牌

- 兼具機能素材與專業技術
- 自有生產線產能充沛
- 以品牌行銷擴大利潤

機能X時尚



❖ 新銳設計師自創品牌

- 促成潛力設計師開創新事業
- 文創品牌活絡時尚產業
- 豐富消費者多元選擇來源

Dleet



創意X時尚

❖ 網路通路服飾品牌

- 低成本營運門檻易進入市場
- 網路無疆域特性快速接觸廣大消費群
- 即時訊息與互動掌握商機



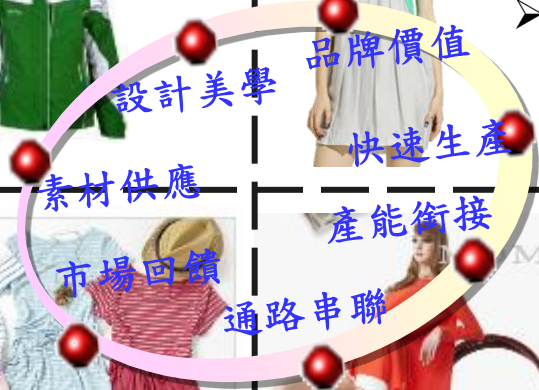
平價X時尚

❖ 台灣國際服飾品牌

- 直接擴大提升外銷值與產值
- 擴大台灣時尚業經濟版圖與國際影響力
- 促使產業根留台灣永續經營



流行X時尚



6.新穎時尚LED照明燈具



2011年產業概況



- 產值:413億元
- 廠家數:600家
- 就業人數:10,000人

願景

“照明產業再躍升”

2014年產業概況

- 產值:497億元
- 廠家數:700家
- 就業人數:14,000人

扶植傳統照明產業轉型，注入科技創新加值、與時尚設計美學等活力元素，佐以驗證制度與品牌通路拓展，帶動新穎時尚照明產業蓬勃發展。

主要策略

注入美學設計
與提升產品附加價值

- 外觀新穎時尚化
- 光源色彩多變化
- 設計精品平價化

透過科技加值，
創新產品應用
與輔導機制

- 光源色彩多變化
- 智慧產品節能化

加強協助台商
回流輔導措施

- 設計精品平價化
- 優質品牌品質化

推動產品認證制度
與國內外市場拓銷

- 設計精品平價化
- 優質品牌品質化

提昇技術研發能力
與產品創新

- 光源色彩多變化
- 健康與環保兼顧

推動措施

- 整合學研資源，發展新穎時尚LED照明產品，並規劃示範場域，提升照明美學設計加值
- 參與國外知名設計大賽(如iF、Red dot產品設計獎項)，提升台灣設計品牌知名度

- 推動MIT微笑產品驗證制度，提升品質自主管理水準
- 於國際照明設計展及新興國家，推動「Taiwan Design @LED Lighting」概念，並補助公協會參與國際大展，強化品牌國際曝光度

- 推動跨產業合作發揮群聚效益，活用新光源特性
- 建立「照明產業專利溝通平台」，並提供預警式專利威脅對策協助

- 結合照明燈具與封裝業者，發展LED照明燈具整合方案，提升業者技術與產品創新力，擴大產值效益
- 建立「照明設計平台」，並培訓具創意設計人才
- 辦理全國創意照明燈具設計競賽，擇優參與國際大賽

- 提供土地優惠措施，並鼓勵台商投入政府研發輔導計畫
- 推動價值化產業群聚，吸引台商回流，帶動台灣經濟整體發展

6.新穎時尚LED燈具 — 維新亮點

商業照明



- 商業產品價值營造
- 塑造特殊情境
- 呈現通用情境
- 智慧節能
- 吸引客人注目

居家照明



- 智能控制
- 遠端整合控制平台
- 無線訊號傳輸
- 情境照明

利基照明



- 智慧化多功能燈具
- 人因照明
 - 景觀照明
 - 植物照明
 - 空氣淨化

優質光環境



- 充份照度
- 適當輝度
- 鮮艷自然色彩演(顯)色性
- 調整氣溫感受色溫
- 減低影響生理健康的閃爍

案例 I

對象：整合LED、傳統燈具、照明設計師及商務性質廠商

模式：透過異業研發技術，鎖定如高品牌價值或具廣大通路商店，建置商業照明實體示範1案

效益：活化時尚美學設計、與創新科技加值，導向商業照明價值化群聚，塑造高附加價值之產品展示情境示範應用，加速照明產品普及



案例 II

對象：結合國內營收持平之傳統照明中大型廠商、LED封裝業者

模式：以戰略結盟型式，達成2件策略上合資或合作

效益：提昇傳統照明業者創新設計能量與品質水準，促進產品線擴增與營收成長，帶動國內就業力，拓展國際品牌與通路市場



7.智慧小家電產業

願景

發展現況(2011)

- 產值：191億元
- 廠商數：約510家
- 就業人口數：1萬人

成為「智慧、節能、時尚、健康」小家電產品的創新研發產製基地

發展目標(2014)

- 產值：250億元
- 就業人口數：1.1萬人
- 促投金額：15億元

維新策略

1. 強化全球通路佈局，擴張產業規模

協助業者加強國際行銷建立1個亞太地區知名小家電品牌

推動措施

- 1.協助業者加速取得外銷產品認證。
- 2.鼓勵國內智慧小家電生產業者籌組行銷聯盟，建立國際品牌。
- 3.協助家電業者加強產品整合拓銷。
- 4.推動智慧小家電MIT微笑標章制度。

2. 結合科技與設計，開發智慧小家電創新產品

輔導10家業者開發6項智慧、節能、時尚、健康之小家電產品：智慧電鍋、智慧排煙機、智慧空氣清淨機

推動措施

- 1.協助業者開發功能智慧化、使用節能化、操作簡單化、安全與健康兼顧之小家電產品。
- 2.整合智慧小家電關鍵技術，建構產品開發體系。
- 3.結合工業設計服務業者能量，強化產品外觀具備生活時尚創新造型。
- 4.鼓勵大家電業者能量移轉開發智慧小家電。

3. 藉由營運模式改變及科技應用整合價值鏈

輔導業者發展3案製造業服務化創新營運模式：智慧家電體驗服務、e化家電顧問服務...

推動措施

- 1.結合資通訊知識服務業者，發展製造業服務化創新營運模式，提升家電產業品牌價值。
- 2.建置產品與模具快速試製服務中心，縮短產品開發時程，降低產品開發成本。

4. 加強台商回流輔導措施

協助4家以上台商業者在國內設立生產基地

推動措施

- 1.工業區租金及土地優惠出售方案及各免稅工業園區等優惠措施。
- 2.業界開發產業技術計畫/創新科技應用與服務計畫/主導性新產品開發計畫、協助傳統產業技術開發計畫等鼓勵台商研發計畫。

7. 智慧小家電—維新亮點

水米分離烹調

智慧數位溫控

智慧烹調記憶



智慧電鍋

滿足每一張挑剔的嘴

- 烹調時間縮短1/2，具節能效果
- 烹調時間僅在15分鐘，可隨時煮新的米飯
- 米飯口感一致
- 可依喜好烹調各種米飯
- 香Q健康好入口

自動油煙偵測

智慧全吸淨

智慧啟動關閉

智慧油污清潔



智慧排油煙機

跟惱人的油煙說再見

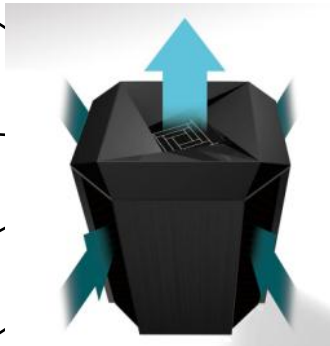
- 炒菜不再接觸油煙且兼具低噪音，改善烹調環境
- 與瓦斯爐連動開啟不需手動
- 依照油煙大小自動調整風量具備節能效果

微塵異味感知

智慧清淨調整

智慧記憶

智慧濾網清潔



智慧空氣清淨機

好空氣好心情好健康

- 依照微塵與異味程度自動調整風量，具備節能效果
- 記憶使用習慣自動開關
- 省去人工清洗濾網麻煩

維他命C模組

智慧人體感測

智慧風量控制

智慧空氣清淨



維他命C智慧風扇

吹得涼爽吹得健康

- 可去除環境臭氣，保持環境清新
- 無段風量大小控制，擁有最舒適涼爽度
- 多組個人使用習慣模式記憶
- 變頻直流技術，低噪音省能源

8.安全智慧衛浴器材產業

現況(2011)

- 產值：500億元
- 廠家數：300家

願景

成為亞洲智慧衛浴器材
創新研發基地

目標(2014)

- 產值：700億元
- 促進投資20億元

維新策略

創新價值研發
開發綠色節能
衛浴產品

建構衛浴產品
研發驗證平台
協助業界縮短
開發時程

協助水五金產
業轉型與傳承

加強國際行銷
拓展行銷通路

協助台商回流
輔導措施

推動措施

1. 開發溫控元件、節水節能元件、智慧控制元件等關鍵零組件等，使其國產化，以降低進口成本。
2. 整合ICT、美學設計及相關應用技術等，建立本土產品特色，開發高值化安全智慧衛浴產品

1. 為突破國外衛浴產品法規障礙，建立北美、日本、歐洲等法規驗證平台，以協助業界縮短開發時程及成本，以較佳之研發環境確保產業根留台灣。
2. 建立歐美日等法規資訊庫，協助業界取得國際衛浴市場驗證資訊

1. 協助業界轉型，由現行傳統OEM代工生產模式，進入客戶設計服務，以提升產業之競爭力
2. 提供業界跨領域交流平台，建立產業聚落發展新契機
3. 強化組織運作能力及技術服務能量

1. 規劃國內外展團，以合作行銷方式增加國際交流及產品曝光度，吸引國外主要通路業者來台採購
2. 強化經營管理網絡，以進入國外客戶供銷體系

1. 強化衛浴產品開發時之功能驗證能量，建立優良研發環境，協助廠商縮短產品開發時程及費用，以吸引台商回流
2. 運用MIT價值形象之優勢，推動衛浴產品MIT標章，以吸引台商回流生產

8. 安全智慧衛浴器材 — 維新亮點

智慧化淋浴房

運用數控技術與整合應用技術，開發可控制沐浴水溫、流量、SPA模式等之**智慧化淋浴房**，符合人性化之需求

低噪音馬桶

運用流體分析技術配合陶瓷生產技術，開發低噪音馬桶，降低沖水時之噪音，並符合馬桶沖洗要求，避免影響環境品質，符合實際使用之需求

Smart節水式衛浴花灑

運用節水元件及液氣混合方式，**開發節水式衛浴花灑**將可節省30%的沐浴水量。

智能型淋浴柱

運用溫控元件**開發溫控龍頭**將可防止幼兒及年長者燙傷，**開發附有溫度顯示之淋浴柱**，可以直接顯示溫度防止意外燙傷。

無鉛水龍頭

運用無鉛抗脫鋅快削黃銅，開發符合美國無鉛法案需求之無鉛水龍頭，使其國產化，以降低進口成本。



9.數位手工具產業

發展現況(2011)

- 產值：613億元
- 廠商數：約630家
- 就業人口數：1.4萬人

願景

開發數位手工具產品
與創新服務，將台灣提升
為「手工具價值王國」

發展目標(2014)

- 產值：800億元
- 增加就業人口數：1,000人
- 促投金額：20億元

維新策略

1.開發精緻化、多樣化數位手工具

促成4家業者開發5項數位手工具，全球市佔率由3%提升至15%，至少4項產品出口達世界第一

推動措施

- 1.數位扭力扳手精緻化、多規格化
- 2.開發多樣化數位手工具
 - 數位起子、數位量尺、數位拉力器、數位剪鉗
- 3.價值鏈跨界整合：
 - 鏈結電子、感測、IC科技、金屬材料形成數位手工具開發體系
 - 以美學設計提升數位手工具精緻度與整體價值
- 4.發展國際品牌
 - 以優質平價數位工具結合創新服務模式建構國際性品牌
 - 藉由台日合作產業優勢互補綜效，以新興市場為基礎建立國際性品牌

2.建構開發體系發展國際品牌

3.加強國際合作行銷拓展行銷網絡

加強國際行銷與產業合作交流至歐美日以及中國大陸等至少8個地區

推動措施

- 1.台日交流平台建構：
 - 與日本建構長期合作機制與平台
 - 以產業優勢互補合作，擴大全球數位手工具市佔率
- 2.全球行銷拓展：
 - 邀請國外主要通路業者來台採購；規劃全球展團拓銷；加強運用ICT科技進行行銷

4.推動製造業服務化提升品牌價值

發展創新服務營運模式至少4案以上，協助產品價值再提升

推動措施

- 輔導業者應用ICT科技結合知識服務業者，以異業結盟方式發展製造業服務化創新營運模式
- 客製服務、體驗服務、遠端校正服務、雲端測試維修服務
 - 成立數位手工具性能服務中心

5.加強台商回流輔導措施

協助5家以上台商業者在國內設立生產基地

推動措施

- 1.工業區租金及土地優惠出售方案及各免稅工業園區等優惠措施
- 2.業界開發產業技術計畫/創新科技應用與服務計畫/主導性新產品開發計畫、協助傳統產業技術開發計畫等鼓勵台商研發計畫

9.數位手工具—維新亮點

拿著數位手工具，菜鳥馬上變老手
(數位顯示、預設扭力、多組記憶)



數位扭力開口扳手

數位扭力活動扳手

數位扳手精緻化

數位扭力扳手多規格化

精度比國際提高3倍、壽命提升25%、開發時程縮短1/2
平均單價 > 10,000元新台幣，年需求成長 > 20%



數位螺絲起子



數位量尺



數位拉力器

多樣化數位手工具



航空機組裝維修



軌道車輛組裝維修



汽車引擎組裝維修

專業應用領域

10.生質(安心)塑膠產業(食品包材)

產業現況(2011)

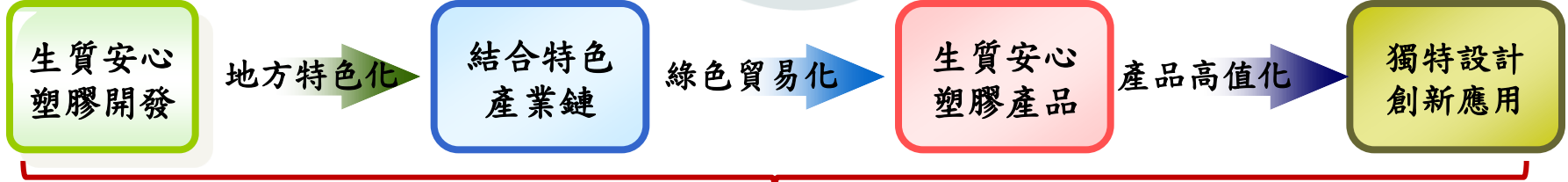
- 產值1,500億元
- 就業人數15,000人
- 生質塑膠原料使用量2.0萬噸

願景

安心過日子
低碳過生活

產業目標(2014)

- 產值達1,620億元
- 就業人數達15,270人
- 生質塑膠原料使用量達2.6萬噸



主要策略

原料生質化

產品普及化

加速量產化

設計(特色)加值化

具體做法

- 建置快速打料及試製中心，快速提供生質塑膠原料及製程技術
- 輔導業者生產生質塑膠製品

- 結合綠色貿易行銷進行外銷推廣活動，拓展國際市場。
- 整合具特色食品烘焙、量販、連鎖餐飲、便利商店產業鏈，開發具潛力本土特色產品

- 建置與擴充我國生質塑膠製品檢驗證技術平台
- 建置與擴充食品包材安全檢驗證技術平台
- 生質塑膠產品供應鏈碳足跡輔導
- 協助業者申請國內外環保標章

- 辦理產品創意設計競賽，推廣生質材料創新應用
- 建立產品共創設計整合平台，推動創新產品量產進入利基市場
- 參與國際設計競賽，建立產品形象與知名度
- 改良既有產品結構、功能或外型，創造獨特性增加產品銷售力

效益

- ✓ 2011年~2013年生質材料使用量從2.0萬公噸僅上升至2.6萬噸，加倍使用量成長速度，**兩年內減少10萬噸碳排放量**，相當於149個社區平均一年的用電量
- ✓ 提升塑膠食品包材產值：**成長約120億元**

10. 生質(安心)塑膠產業 — 維新亮點

安心過日子 · 低碳過生活



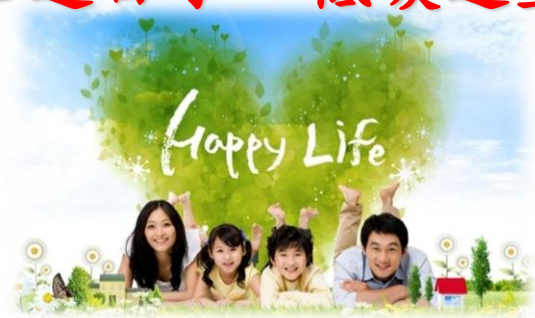
國際設計競賽



國際標章認證



綠色貿易行銷推動



快速打料試樣

- 創新產品參賽國際設計競賽5件(含)以上
- 協助業者申請國內外環保標章30件(含)以上



量(擴量)變 → 質(高值)變



國內環保標章



碳足跡認證

- 建置1家快速打料及試製中心，輔導50家次(含)以上業者生產生質塑膠製品

- 整合具特色食品烘焙、量販、連鎖餐飲、便利商店產業鏈，開發10種(含)以上具潛力本土特色產品

創新設計



中華穀類食品工業技術研究所
CHINA GRAIN PRODUCTS RESEARCH & DEVELOPMENT INSTITUTE

幸福點心

11. 幸福點心產業

發展現況(2011)

產值NT\$ 630億元

(食品工業統計)
在地素材產業化少
點心產業規模小
食品產業聚落形成不易

願景

創新幸福點心
塑造MIT食品品牌
形象

發展目標(2014)

8種特色食材產業化，
20家導入綠色加工技術
創新，4個點心產業聚落
形成，10個幸福點心品
牌形成，產值提升40億元。

在地點心
特色產業

食材篩選

創新加工
技術增值

技術創新

創意增值
優質管理

MIT品
牌

產業群聚
典範效應

策略一：在地食材增值與產業化導入

1. 優選台灣特色原料
2. 結合在地文化與特色點心
3. 食材與產業鏈結合

策略二：創新技術導入與關鍵製程增值技術建立

1. 在地食材創新技術運用及產業化
2. 幸福點心關鍵製程技術整合與推廣

策略三：品牌創意行銷與優質管理增值

1. MIT幸福點心形象(文化、在地、創意、包裝)
2. MIT幸福點心優質管理機制

策略四：產業群聚促進與典範產業形成

1. 塑造點心產品高品質形象
2. 形成點心食品產業聚落與產銷網絡

推動措施

推動措施1

- 1.1 導入食材前處理技術
- 1.2 建立食材產地鑑別技術
- 1.3 建立食材供應鏈管理技術
- 1.4 導入特色食材產業化技術
- 1.5 每年開發 4 種特色食材完成產業化

推動措施2

- 2.1 導入非加熱(綠色)食品加工技術
- 2.2 建立食品安心量產技術
- 2.3 建立食品關鍵製程技術
- 2.4 建立食品功能性包裝技術
- 2.5 每年輔導 10 家業者導入綠色食品加工或創新技術

推動措施3

- 3.1 推動在地食材創意點心競賽
- 3.2 推動幸福點心創意包裝競賽
- 3.3 建立幸福點心品牌形象
- 3.4 MIT幸福點心優質管理增值
- 3.5 每年推動創意點心與包裝競賽至少各1場，並建立幸福點心優質管理機制

推動措施4

- 4.1 建立幸福點心產業聚落
- 4.2 建立台灣食品產業發展典範
- 4.3 建立台灣幸福點心推廣平台
- 4.4 每年建立 2 個幸福點心產業聚落，至少建立 5 個幸福點心品牌，促進點心產業產值提升 40 億元

11. 幸福點心—維新亮點

郭元益



創新技術

導入節能新技術及安心量產技術

技術加值

關鍵製程及包裝加值技術導入

產業群聚

形成高品質點心食品產業聚落及推廣平台

優質管理

以優質管理為高品質幸福點心加值

維格餅家

白木屋



在地點心

優選具在地文化特色的點心食品

特色產業

篩選可進行產業化之食材，導入特色食材產業化技術

創意加值

舉辦幸福點心創意製作及包裝競賽，增加國內外知名度

典範效應

塑造點心食品高品質形象與形成產銷網絡，打造食品產業發展典範

得意中華



快車肉紙



吳寶春

12.精微金屬製品產業

(微小扣件、精密連接器、3C殼件)

發展現況(2011)

- 扣件產業產值1,220億元
- 連接器產業產值1,718億元
- 3C殼件產業產值750億元

外型精密微細化

較小尺寸、較輕重量
較多功能、較高精度

願景

成為亞太精微製造
及運籌服務中心

金屬質感提升

色彩、光澤
紋理、材質

發展目標(2014)

- 扣件產業產值1,320億元
- 連接器產業產值1,753億元
- 3C殼件產業產值765億元
(總共增加產值150億元)

創新服務模式

內部流程可服務化
客戶關係加強服務

開發創新精微技術

整合產品開發能力

推動製造業服務化

協助國際行銷

促成台商回流

推動措施

- 運用先進的製造技術與創新製程方法進行升級輔導，提升廠商精微產品開發能力。
- 推動國際技術交流，引進世界先進技術，以協助國內業者與日、美業界策略合作。

- 協助業者以聯完製達互益。建立金屬鏈，量效快速運轉。協助精微產品研發，縮短開發時程。
- 建立產品系統，縮短開發時程。
- 建立開發平台，縮短開發時程。

- 運用ICT技術，建立內部管理、外部服務等能量整合性解決方案之服務。
- 輔導產業建立客戶物流資訊同步商產品服務運籌能力。

- 協助業者進入國際大廠供應鏈。
- 籌組國內、外參展團，提升廠商於國內外知名度與產品推廣。

- 推動台商回台投資，並所供高階製成。整合與回流投入金屬生產。或所供之資源。整合業者人力。

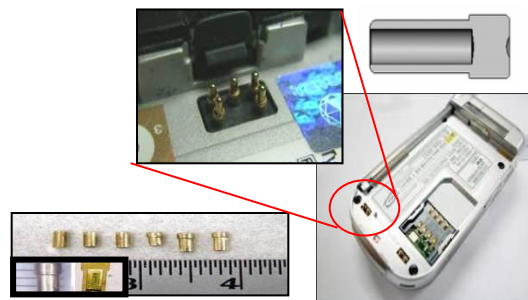
維新方向
維新策略

12. 精微金屬製品—維新亮點

製造精微化

- 連接器端子(POGO-Pin)開發
- 不銹鋼手機殼件開發

利用精密沖鍛成形製程取代機械加工製程，利用**創新製程技術**，可大量節省材料浪費及加工時間，因此取得成本優勢及提高產品可靠度。**加工時間縮短75%以上，材料節省70%以上。**



應用於手機電池連接器端子

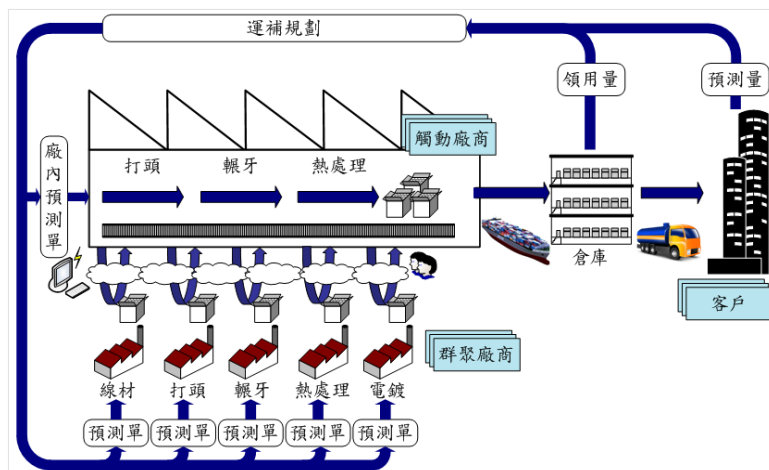


不銹鋼沖鍛殼件



髮絲紋與亮面複合表面處理

製造服務化



扣件全球運籌營運中心

運籌總部透過與客戶物流中心資料同步，即時掌握客戶庫存消耗資訊，**提供自動補足上架產品安全存量的服務。**



簡報完畢
敬請指教