



2021年海外臺商精品


選拔須知

110年9月16日僑商輔字第1100301936號函修訂

指導單位： 僑務委員會

執行單位： 財團法人商業發展研究院

聯合指導單位： 經濟部

協辦單位： 財團法人中華民國對外貿易發展協會

歡迎聯絡我們 周韶珍 研究員 t. +886.2.77074882/ LINE: @taiwanprime/ taiwanprime@cdri.org.tw/www.taiwanprime.org

目錄

一、緣起	1
二、申請資格	1
三、報名作業	2
四、選拔程序	3
五、選拔作業日程表	5
六、選拔作業流程圖	6
七、獎額及獎勵	7
八、輔導推介	7
九、注意事項	7
附錄一、選拔項目填寫內容說明	9
附錄二、產品評鑑	16
附錄三、產品類別與分類代碼	17

一、緣起

僑務委員會(簡稱僑委會)為輔導海外臺商事業發展、鏈結臺灣優勢、協助海外臺商產品品牌推廣，2021年首度辦理「海外臺商精品」選拔暨輔導活動，期以共同通路整體行銷概念，帶動海外臺商產業品牌發展。

「海外臺商精品」選拔暨輔導活動由僑委會擔任指導單位，經濟部擔任聯合指導單位，財團法人中華民國對外貿易發展協會(簡稱外貿協會)擔任協辦單位，委託財團法人商業發展研究院(簡稱執行單位)執行。

該選拔共分二階段，第一階段(海外初選)由世界臺灣商會聯合總會所屬亞洲臺灣商會聯合總會轄下之日本臺灣商會聯合總會、泰國臺灣商會聯合總會、印尼臺灣工商聯誼總會、越南臺灣商會聯合總會、緬甸臺商總會、馬來西亞臺灣商會聯合總會、菲律賓臺商總會(簡稱海外初選承辦單位)辦理，自所有報名產品中選出入圍之「海外臺商精品」，每件產品均頒發證書乙紙；第二階段(臺灣決選)由執行單位自入圍之「海外臺商精品」中再選出「海外臺商精品金質獎」及「海外臺商精品銀質獎」，每件產品均頒發獎座乙座及獎狀乙紙，成為象徵臺灣之海外臺商優質產品代表，並於海外市場進行品牌行銷推廣。

二、申請資格

(一) 地區

日本、泰國、印尼、越南、緬甸、馬來西亞及菲律賓七國。

(二) 海外臺商企業

1. 報名公司之製造單位設於海外(不包括大陸地區)，且我國僑(國)民或公司直接及間接持股或出資合計超過全部股份或資本額百分之五十之事業；但當地法令限制外資持股比例，其已達上限，且能證明對該事業具實質控制權，或有其他特殊情形經僑委會同意者，不在此限。
2. 報名公司需依產品製造國設立登記，且其所生產之產品須於產品製造國取得生產製造登記、須正常營運、信用良好、落實企業社會責任且為獲利企業(若因受新冠肺炎疫情影響者不受此限)。
3. 僑民之資格認定，參考「華僑身分證明條例」第4條相關規定辦理。

(三) 海外臺商精品

1. 企業產品為上市之量產消費產品，且已申請或已取得產品製造國之國家標準、認(驗)證或同等級國際認(驗)證標準。
2. 企業所擁有之品牌已依產品製造國商標法取得商標權，或正在申請商標之文件證明。

3. 產品類別分為「電子、電器、通訊產品及零組件」與「時尚、生活及文化創意產品」共2組。

三、報名作業

(一) 報名日期

即日起至 8 月 22 日止。

(二) 報名費用

每件最多以100美元為限，折合當地貨幣繳付。

(三) 報名方式

進入海外臺商精品選拔線上報名系統 (www.taiwanprime.org)，請先註冊報名公司資訊後再登錄，並更新報名產品資料及上傳書面資料。(以線上為主，亦得採紙本送件)。

1. 填寫報名公司資訊

請先勾選相關申請資格自評，再選擇「參賽國家」及填寫相關公司基本資料，並設定帳號與密碼及點選註冊完成。

2. 填寫報名產品資料

請先選擇「產品類別」，再填寫「產品名稱」、「參考市價」、「產品尺寸」、「產品重量」、「電力需求」及上傳產品圖片，並點選「新增」。

3. 上傳書面資料

(1) 申請資格證明文件(或相關佐證文件)

A.公司直接及間接持股或出資比例證明、B.公司設立登記證明、C.產品生產製造登記證明、D.華僑身分證明或其他佐證資料、E.產品之國家標準、認(驗)證或同等級國際認(驗)證標準申請或取得證明、F.產品商標取得或申請商標證明

(2) 產品選拔項目內容說明表單

請先下載選拔項目內容說明空白表單，依據空白格式及說明填寫(請勿自行更改格式，每一件報名產品填寫一個檔案)。

(3) 產品相關證明文件

產品認證、專利、得獎等佐證文件，以利計分採認。

(4) 其他

請分別下載報名切結書、報名繳交文件自我檢查表，完成內容簽署與勾選。

四、選拔程序

(一) 海外初選

1. 書面資料審查

針對報名公司所提交之產品選拔項目內容說明表單及產品相關證明文件，由海外初選審查委員會依「研發」、「設計」、「品質」、「行銷」四項選拔項目進行審查並予以評分，「臺灣鏈結」則為加分項目。

2. 產品評鑑

由海外初選承辦單位通知報名公司於指定時間內，將報名產品送到指定地點接受評鑑。海外初選審查委員於必要時得請公司實地操作示範，或提出簡報說明。所有報名產品皆須送實品參與評鑑，惟特殊情形者（如受新冠肺炎影響等不可抗力因素）或底面積超過 200 公分 x 150 公分之各類產品，經海外初選承辦單位同意後，得以視訊或其他替代方式展現。

3. 審查委員會

由海外初選承辦單位廣納當地各類商會代表，並邀集駐外館處經濟組、僑務組、外貿協會駐外人員、學者專家組成9人以上之海外初選審查委員會。海外初選審查委員會原則邀請當地駐外館處代表(或處長)擔任主席。

(二) 臺灣決選

1. 書面資料審查

針對海外初選承辦單位所提交之產品選拔項目內容說明表單及產品相關證明文件，由臺灣決選審查委員會依研發、設計、品質、行銷四項選拔項目進行審查並予以評分，臺灣鏈結則為加分項目。

2. 產品評鑑

A. 通知海外初選承辦單位於指定時間內，將入圍「海外臺商精品」產品送到指定地點接受評鑑。臺灣決選審查委員會於必要時得請報名公司實地操作示範，或提出簡報說明(內容得含「產品簡介影片」展現產品的使用情境)。所有報名產品皆須送實品參與評鑑，惟特殊情形者（如受新冠肺炎影響等不可抗力因素）或底面積超過 200 公分 x 150 公分之各類產品，經臺灣決選承辦單位同意後，得以視訊或其他替代方式展現。

B. 由入圍「海外臺商精品」產品之公司進行簡報及答詢共計10分鐘，入圍五件以上產品總時間為15分鐘，書面簡報資料及口頭簡報皆以中文為主。

C. 海外初選審查委員會及臺灣決選審查委員會就本屆獲獎產品之優點及建議改進

事項，提供總體意見供報名公司參考，對於未獲獎產品不提供個別意見。

3. 審查委員會

由執行單位承辦，邀集僑委會、經濟部、外貿協會、商會代表、學者專家等組成9人以上之審查委員會辦理決選。

(三) 評選配分

書面資料審查佔85%，其中選拔項目中的「研發」佔25%、「設計」佔25%、「品質」佔20%、「行銷」佔15%，另「臺灣鏈結」加分至多為5分，產品評鑑佔15%。

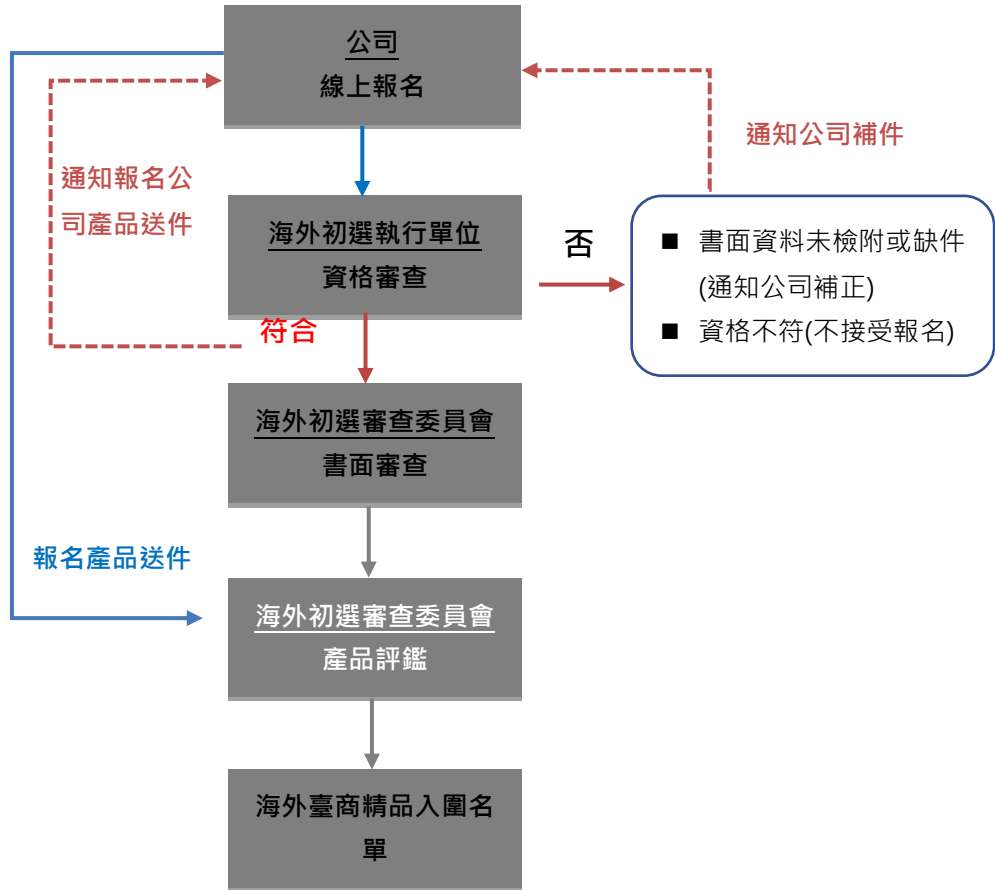
五、選拔作業日程表

作業項目		日期	備註
線上報名日期		即日起至 8 月 22 日(日)	8 月 22 日報名系統截止註冊。
書面資料缺件補正日期		8 月 23 日(一)至 8 月 27 日(五)	8 月 27 日報名系統關閉(郵寄以郵戳為憑)。
海外 初選	書面審查	9 月 7 日(二)前	詳四、選拔程序
	產品評鑑		
	A. 產品送件		
	B. 產品評鑑		
海外臺商精品入圍名單公布		9 月 14 日(二)	入圍名單經審查委員會審定及僑委會核定後公布。
臺灣 決選	書面審查	9 月 15 日(三)至 9 月 22 日(三)	詳四、選拔程序
	產品評鑑	9 月 28 日(二) 前	
	A. 產品送件		
	B. 產品評鑑		
海外臺商精品金質獎及海外臺商精品銀質獎公布		10 月 4 日(一)	
表揚及頒獎典禮		10-11月	

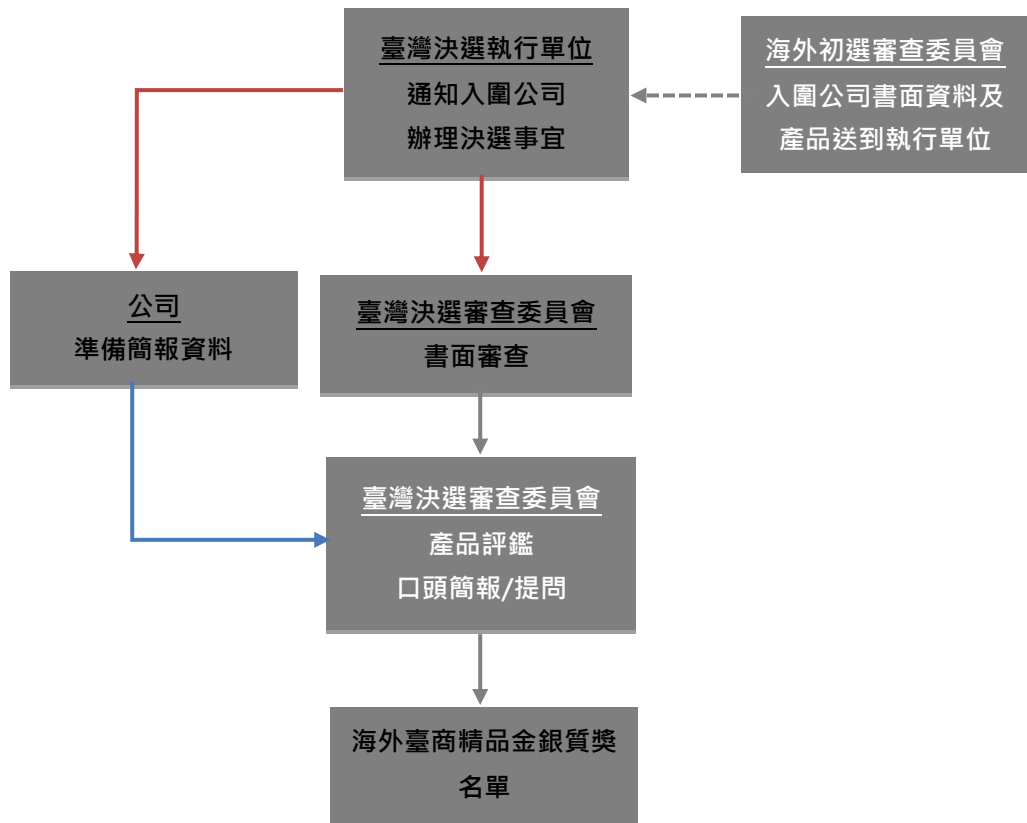
※ 實際日期以通知為準

六、選拔作業流程圖

海外初選



臺灣決選



七、獎額及獎勵

- (一) 「海外臺商精品」入圍者，每件頒發證書乙紙。
- (二) 「海外臺商精品金質獎」總數以10件為上限，產品如未達金質獎標準者，應予從缺；「海外臺商精品金質獎」及「海外臺商精品銀質獎」總數以30件為上限，每件頒發獎座乙座及獎狀乙紙，並可獲得後續輔導推介服務。

八、輔導推介

僑委會將辦理公開頒獎活動，頒發證書、獎座及獎狀，並於僑委會官網首頁設立專區，運用臉書(Facebook)、僑務電子報、Youtube 及各項活動等資源，協助播放各獲獎產品影片，向海內外廣為推介。各獲獎產品除可能獲得友我華文媒體報導刊登相關訊息外，另有機會獲得本案後續各項輔導推介服務：

- (一) 財團法人海外信用保證基金專案提供自有品牌推廣海外市場所需經費貸款保證，最高為推廣計畫所需經費之 70%，以每案 200 萬美元為上限，並依個案核定保證成數(5 至 8 成)。
- (二) 臺灣知名會計師事務所提供審計、稅務、財務等相關諮詢服務，金質獎獲獎者計 5 小時，銀質獎獲獎者計 2 小時。
- (三) 外貿協會提供獲獎企業得以免費參加品牌輔導課程資源。
- (四) 創新推介
 - 1. 線上數位策展：有別於傳統實體展會，在疫情的封鎖下，透過線上的數位策展平臺突破人群互動限制。
 - 2. 客製化圖文製作：為獲得海外臺商之產品分門別類，提供客製化行銷圖文製作服務。
 - 3. 數位社群行銷：依照海外臺商之產品特質，對社群進行數位廣告投放，擴散品牌及產品知名度。數位社群行銷之目標市場選項為日本、泰國、印尼、越南、緬甸、馬來西亞及菲律賓，獲選金質獎之臺商可從目標市場指定 2 國，獲選銀質獎之臺商可從目標市場指定 1 國。
 - 4. 電商轉型顧問：以金銀質獎臺商鎖定之當地或跨境電商模式(如 Rakuten、amazon、Shopee、Lazda、Tiki)，提供策略拓銷之建議諮詢服務，包括選品及成本評估、電商平臺選擇分析、物流與金流模式，金質獎獲獎者計 4 小時，銀質獎獲獎者計 2 小時。

九、注意事項

- (一) 公司之報名產品及所附資料，倘有虛偽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。
- (二) 獲獎業者必須秉持誠信原則提供正確資料，倘有不實情事者，或有抄襲、仿冒之情事者，除可取消獲獎廠商資格外，應追回政府挹注經費資源，並得請求損害賠償責任。
- (三) 所有報名紙本書面資料將於選拔結果公布後統一銷毀，不再退還公司。
- (四) 指導單位保留依情況調整選拔須知內容變更之權利，執行單位得隨時修訂後公告周知，如有任何疑義，執行單位擁有解釋權。

附錄一、評分項目說明

請簡要說明每個項目，若無可略，亦可輔以佐證文件。

(一) 研發

1. 研發策略朝向提升該產品之獨特性與市場競爭力布局

- A. 該產品除了外型設計外，其核心研發技術上的創新與價值所在。
- B. 該產品之技術規格(specifications)及主要技術特點與市場上其他同類產品之優缺點比較。
- C. 該產品預估(或實際)年銷售額占全年總銷售額之百分比。
- D. 公司研發費用占公司營收之百分比。

2. 核心研發能量布局完善

- A. 公司之組織、經費、設備及人力等資源投入研發之量化說明。
- B. 該產品研發團隊之總人年研發經驗值，請以年資與績效表示。
- C. 研發部門具備足夠的驗證設備確保該產品研發品質，請以清單表示。
- D. 研發部門已建構一套與該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. 智慧財產管理制度及成效

- A. 建構一套完善的智慧財產管理制度。
- B. 該產品取得產品專利種類、件數及布局。
- C. 該產品在使用操作上考慮到人因工程。
- D. 該產品操作上的安全性。
- E. 該產品操作上的便利性。
- F. 該產品對資訊安全的設計。
- G. 該產品對個人資料的保護性。

4. 該產品在製程上之創新，並考慮環保及綠能與永續回收製程

- A. 在製程上的創新具體措施。
- B. 該產品之技術功能與製程考慮環保及綠色科技特性。
- C. 該產品對於降低負面環境衝擊、促進組織永續經營及其具體措施。

(二) 設計

- A. 具備適切的功能，符合目標市場的使用者需求。
- B. 使用方便、舒適、安全，符合人性化與良好使用者體驗之考量。
- C. 精湛的工程技術，產品性能優異或具備獨創性。
- D. 精緻優美之外形，令人賞心悅目與印象深刻。
- E. 考量環保永續設計，符合國際環保規範。

(三) 品質

1. 產品能夠具有魅力品質、創新品質以符合顧客潛在的需求
 - A. 該產品品質優良，且能滿足目標顧客群的需求與期望。
 - B. 該產品具有魅力品質之元素，以滿足現有顧客，甚至吸引新顧客。
 - C. 該產品具有創新品質之元素，以滿足顧客群內心潛在、未被滿足的需求。
 - D. 跟類似的產品相比，該產品的魅力品質、創新品質之元素具有差異性、獨特性。
 - E. 產品相關證明資訊(如:需求面分析、市場面分析資料、法規/產品國際規範、制定規格、原形(PROTOTYPE)、可用性分析、其他，可提供資料文件作為附件)。
2. 產品在設計、製造過程中能夠嚴格的控制品質
 - A. 產品在開發過程中有嚴謹的審查步驟，且確實執行，以確保生產時能有效的控制產品品質。
 - B. 該產品在生產時，生產工廠已建立完整、有效的製程品管系統(process quality control system)，且確實執行。
 - C. 該產品在生產時，具有良好的產品良率與製程能力(process capability)。
 - D. 公司已建立產品生命週期管理(product lifetime management，PLM)，且能有效運作。
 - E. 產品相關證明資訊(如: 品質管制程序SOP、品管分析Quality Control、功能驗證、可靠度驗證分析(環境測試)、生產良率、售後服務系統、其他，可提供資料文件作為附件)。
3. 公司(或代工廠商)已獲得國際品質管理系統或其他相關國際管理系統之標準驗證，且確實執行
 - A. 公司(或代工廠商)已建立品質標準及管理系統，且落實執行。
 - B. 公司(或代工廠商)已獲得 ISO 9001 國際品質管理系統或其它相關國際管理系統之標準驗證，且確實執行。
 - C. 公司(或代工廠商)在所執行的相關國際管理系統標準，確實定期接受驗證公司的稽核，且對於稽核缺點立即加以改善。
 - D. 公司(或代工廠商)對於所執行的相關國際管理標準，均能進行績效評量。
 - E. 產品相關證明資訊 (如:國家、區域、國際認證證書、FCC US美國聯邦通訊法規相關部分(CFR 47 部分) 中規定、ISO 9001品質管理系統、TL9000電信品質管理系統、IECQ Q080000有毒物質流程管理系統及內、外部稽核資訊說明、其他，可提供資料文件作為附件)。

4. 公司落實推展到全面品質管理(Total quality management, TQM), 即以顧客為導向的經營
- A. 公司已建立品質保證制度, 且能做到讓顧客滿意, 善盡產品責任。
 - B. 公司高階主管能做到品質領導及對品質的堅持。
 - C. 公司已導入及推行全面品質管理, 且落實執行及有良好成效。
 - D. 公司已做到人人品管及團隊合作的全面性持續改善, 且已建立良好的品質文化。
 - E. 產品相關證明資訊(如: 公司品質承諾、品質目標、品質系統介紹、其他, 可提供資料文件作為附件)。
5. 公司已能提昇到品質經營之層次
- A. 公司有良好的顧客抱怨、申訴處理程序, 重視顧客權益與滿意, 也確實做好顧客滿意度調查, 且會根據調查分析結果進行改善。
 - B. 公司具有明確的使命(Mission)與願景(Vision), 且展開到策略管理, 建立顧客導向之經營體系, 以及經營績效管理。
 - C. 公司已建立顧客關係管理系統, 跟顧客建立長遠密切的關係, 以追求顧客忠誠度。
 - D. 公司已善盡社會責任, 營造性別友善職場, 做到員工滿意、利害關係人滿意, 且會回饋社會。
 - E. 產品相關證明資訊(如: CSR社會責任、SWOT分析、風險評估、客戶滿意度分析、回收RECALL、其他, 可提供資料文件作為附件)。

(四) 行銷

1. 積極推廣品牌核心價值及產品特色、優勢與顧客利益，並已有品牌明確定位與產品定位之作業
 - A. 該產品品牌屬於自創品牌以及其未來目標。
 - B. 品牌識別體系已與標誌、商標、標語及產品、銷售、公關、廣告等搭配使用。
 - C. 以綠色環保為訴求、符合環境友善原則行銷產品，並說明具體執行措施。
 - D. 採取各種活動推廣品牌核心價值及產品特性，並說明其成果。
 - E. 經銷商或通路商在推廣品牌核心價值及產品特色的任務中，有無角色扮演，及其負責任務。
 - F. 有效地做產品之市場區隔，且鎖定最符合能力之目標市場與精準受眾，以進行適當之定位策略。
 - G. 激發消費者再次購買慾望的方式。
2. 建立有效管理國內和國外的銷售通路及品牌輔導或行銷傳播戰略夥伴
 - A. 該產品針對跨國市場之可行性研究，包含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。
 - B. 定期評估經銷商的績效，並說明評估方式。
 - C. 定期召開經銷商會議，宣達理念或凝聚共識。
 - D. 確保經銷商認同行銷策略和品牌形象做法及其成效。
 - E. 協調不同通路對產品的銷售策略。
 - F. 控管不同等級通路(如批發、中盤、零售)以推動產品的銷售策略。
3. 行銷部門定期收集市場有關競爭產品與利益關係人研究之資訊及調查顧客體驗優化，作為改善顧客滿意之依據
 - A. 蒐集競爭產品資訊的管道、市場可行性分析、目標顧客洞察，並說明其方法。
 - B. 固定蒐集哪些面向的市場資訊與競爭產品資訊。
 - C. 行銷部門與客服部門之間在經營管理上的關係及解決客戶問題的方法。
 - D. 針對潛在市場進行評估，以開拓新市場。
 - E. 針對顧客服務體驗與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。
 - F. 評定對顧客所提供服務品質、客戶滿意度及服務過程的品質評量，請提供具體客觀的事證說明。

4. 行銷部門已建置健全的顧客服務系統(包括顧客訴怨處理與維修服務)

- A. 維持顧客忠誠度之機制。
- B. 處理顧客訴願問題之規劃及機制。
- C. 行銷部門與維修部門之間在經營管理上的關係，並說明其協調工作。
- D. 進行數據驅動管理，顧客資料庫管理及其管理的重點。
- E. 主動應用會員精準行銷與顧客資料庫管理(CRM)的做法。

5. 建置具體推廣品牌之做法且有編列推廣預算以及配置專業團隊執行相關工作

- A. 因應數位轉型趨勢，推動自有品牌所使用之企業媒體內容行銷和使用媒體傳播策略與戰略計畫。
- B. 每年投入在建立品牌與行銷傳播上的經費，占營業收入的比率。
- C. 已成立專責單位制定品牌推廣策略、運作規劃及機制。
- D. 參加品牌策略的人員層級。
- E. 該品牌曾經獲得的獎項，及該品牌登錄的國家數目。

※臺灣鏈結※

1. 報名產品是否部分在臺灣取得或製造。
2. 報名產品是否可在臺灣消費市場取得。
3. 報名產品設計或品牌形象是否具有臺灣意象或元素。
4. 報名產品行銷是否強調臺灣優勢。
5. 報名產品是否與臺灣廠商有行銷推廣合作。

附錄二、產品評鑑

(一) 產品規格

海外初選承辦單位將以電子專函通知報名公司聯絡人，請依通知時間將報名產品(實體完成品)寄送到指定地點，由海外初選審查委員進行產品評鑑，惟底面積超過 200 公分 x 150 公分之大型產品或特殊情形得以視訊或其他替代方式展現。

(二) 產品送件

1. 送件產品勿有瑕疵，以免影響評分。
2. 送件產品應妥善包裝，並檢附說明使用方式、安裝方法及產品功能說明。
3. 公司送件之產品或輔助設備若屬貴重物品，請自行向保險公司辦理保險。

(三) 評鑑現場

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，報名公司其餘人員不得於評鑑期間入場。

(四) 產品退件

1. 未入圍「海外臺商精品」產品，請報名公司派員依通知時間內至海外初選承辦單位指定地點領件，海外初選承辦單位不負未領件產品之損害賠償責任。
2. 入圍「海外臺商精品」產品，由海外初選承辦單位依通知時間內寄至臺灣決選承辦單位指定地點，入圍「海外臺商精品」產品之公司需指定委託人依通知時間內至臺灣決選承辦單位指定地點領件。
3. 領件者需負擔產品拆裝及點收責任，臺灣決選承辦單位不負產品逾時保管、包裝、快遞及損害賠償責任。

附錄三、產品類別與分類代碼

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
0118	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
0124	其他產品	Other Products

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

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

0201	珠寶	Jewelry & Precious Stones
0202	鐘錶	Clocks, Watches & Other Timepieces
0203	文具	Stationery
0204	禮品、藝品	Gifts, Artifacts
0205	服裝、飾品	Garments, Fashion Accessories
0206	鞋類	Footwear
0207	袋、包、箱	Luggage & Handbags
0208	文化創意產品	Culture & Creative Goods
0209	其他	Others