附件五-單家企業申請

計畫編號：

# 經濟部國際貿易署

## **114**年度補助廠商分散及開拓海外市場計畫 **(**申請補助計畫名稱**)**計畫

計畫期間： 年 月 日起至 年 月 日止

## 企業名稱：(申請企業全名)



|  |  |
| --- | --- |
| 補助額度 | 單家企業申請(補助上限 500 萬元) |
| 申請類組 | 1. □民生製造 2. □化學製造 3. □生技醫材 4. □資訊通訊5. □電子零件 6. □金屬製造 7. □機械設備 8. □其他行業類別 |

中 華 民 國 **1 1 4** 年 月 日

計畫書撰寫說明

一、計畫書格式請自申請平台下載。

二、請以 A4 規格紙張直式橫書（由左至右），並編頁碼。三、表格長度如不敷使用時，請自行調整。

四、請依計畫書格式之目錄架構撰寫計畫書，請勿刪除任一項目，遇有免填之項目，則無需調整內容。

五、第壹部份之企業概況，請填寫企業過去經營背景及海外布局情形。

六、第貳部份之計畫內容與實施方法，請填寫針對申請本補助計畫有關之布建國家作法。

七、實施策略與實施方法，請依計畫架構展開撰寫分項計畫及工作項目；在工作項目中所成立之新增實體據點及實體活動，應填寫海外據點規劃表及海外活動規劃表。

八、經費需求總表之會計科目，請配合執行計畫需求，依本計畫作業原則之「補助廠商分散及開拓海外市場計畫經費編列原則」編列，計畫截止日後，不得新增會計科目。

九、各項市場調查資料應註明資料來源及資料日期。十、各項資料應注意前後一致，按實編列或填註。

十一、 金額請以(新臺幣)元為單位，小數點下 4 捨 5 入計算。

十二、 申請 2 或 3 年期計畫者，須填寫附錄一、2 或 3 年期計畫長程規劃。

#### 計

書背（側邊）格式 畫

#### 書編號

：

(

#### 計畫名稱

)

#### 計畫

企業名稱

**計畫申請表(適用單家企業申請-補助上限 500 萬元)**

計畫編號

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| ~、申請企業基本資料 | 公司或商號名稱 |  | 統一編號 |  |
| 公司或商號代表人 |  | 性別 |  | 創立日期 |  |
| 主要營業項目 |  | 產業類別 |  | 實收資本額 |  |
| 登記地址 |  |  |  |  |  |  | 員工人數 | 近 1 年平均投保人數 |
| 通訊地址 |  |  |  |  |  |  | 行銷人數 |  |
| 上市上櫃狀況 | 上市上櫃公開發行非公開發行 |
| 近 3 年曾獲得之國內、外相關獎項：□是(請列舉： ) | □否 |
| 是否屬五大信賴產業：□是(請說明所屬產業： ) | □否 |
| 是否獲得ESG 相關認證 | □是 | □否 |
| 二、計畫基本資料 | 計畫名稱 |  |
| 計畫期間 |  |  | 年 |  | 月 | 日起至 |  | 年 |  | 月 | 日止 |  |  |  |  |  |
| 本計畫布建通路市場 | (填寫國家別) |
| 本計畫主要拓銷產品：  | 臺灣製造比例： % |
| 計算方式： |
| 是否有海外新增經銷商/代理商或成立據點等相關合作意向證明文件 | □是 | □否 |
| 總經費 |  | 補助款 |  | % | 自籌款 |  | % |
| 計畫主持人 |  | 聯絡電話(O) |  | 電子信箱 |  |
| 聯絡手機(M) |  |
| 計畫聯絡人 |  | 聯絡電話(O) |  | 電子信箱 |  |
| 聯絡手機(M) |  |
| 三、計畫摘要 | 受美國關稅政策影響情形之具體事由(如客戶取消或展延訂單、客戶要求吸收關稅費用、貨品遭客戶退運、其他具體受影響事由等，以 300 字為限，並提出相關佐證資料) |
| 計畫摘要(請說明需求、執行目標、布建通路規劃等內容，以 500 字為限)。 |

註：1.計畫主持人職務應至少為部門主管且計畫主持人與聯絡人不得為同一人。2.計畫摘要得於政府相關網站上公開發布。

## 計畫書目錄

壹、企業概況 ○○

一、經營策略 ○○

二、布建海外通路策略 ○○

貳、計畫內容與實施方法 ○○

一、背景說明 ○○

二、計畫目標 ○○

三、實施策略與實施方法 ○○

四、計畫執行時程及查核點 ○○

參、計畫預期效益 ○○

一、量化效益 ○○

二、質化效益 ○○

肆、風險評估與因應對策 ○○

伍、計畫團隊 ○○

陸、計畫經費需求 ○○

附錄一(範例)、2 或 3 年期計畫長程規劃(申請 2 或 3 年期計畫必填) ○○

##### 壹、企業概況

一、經營狀況：說明企業主要經營之產品項目、銷售業績、市場占有率、毛利率、淨利率及 EPS

產量單位： （自行填寫）；金額單位： 元

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 企業主要產品項目 | 民國111年 | 民國112年 | 民國113年 |
| 產量 | 銷售額 | 市占率(%) | 產量 | 銷售額 | 市占率(%) | 產量 | 銷售額 | 市占率(%) |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 合計 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 公司或商號經營狀況 |
|  | 民國111年 | 民國112年 | 民國113年 |
| 總營業額(A) |  |  |  |
| 海外行銷費用(B) |  |  |  |
| (B)/(A)% |  |  |  |
| 毛利率註2 |  |  |  |
| 淨利率註3 |  |  |  |
| EPS註4 |  |  |  |

註 1：「市占率」係指全球市場占有率，若低於 0.1%免填。註 2：「毛利率」計算方式為毛利÷營收。

註 3：「淨利率」計算方式為稅後淨利÷營收。

註 4：「EPS」係指每股獲利，計算方式為淨利÷總股數。二、布建海外通路策略

(一)海外通路據點及分布(如可依洲別、國家別、區域別羅列銷售通路據點與分布。主要銷售據點為何？)

依洲別、國家別、區域別羅列銷售通路據點與分布；如：目前本公司或商號已於馬來西亞成立分公司，提供當地市場全系列由產品至設計諮詢的專業服務，公司或商號在高雄設廠，擁有自有廠房，其產品已銷售全球 50 個國家，包含包括：歐洲(英國、荷蘭、德國、法國、義大利、希臘)、北美洲(美國、加拿大)、南美洲(智利、哥倫比亞)等…..

(二)過去布建海外通路策略

針對不同國家政策、產業現況、競爭態勢、消費者需求等總體和個體層面，發展適合通路策略；如：本公司或商號過去主要海外通路策略有二-於當地成立子公司、與代理商合作等…

##### 貳、計畫內容與實施方法

一、計畫背景說明

說明為何選擇當地布建通路？對於產業分析及進入當地動機、產品優勢等進行說明；並說明進入當地市場之市場商情分析(如：本身優劣勢及外在環境分析(SWOT 分析)、五力分析 (既有企業間的競爭力、供應商的議價能力、購買者的議價能力、替代產品或服務的威脅、新進入者的威脅等)。

二、計畫目標(計畫之長短期目標為何，目標與效益是否有連結？)

說明透過本補助案之執行，欲達成之長短期目標，及可連結效益之目標。三、實施策略與實施方法(企業布建海外通路之實施策略與具體實施方法)

(一)計畫架構：請用樹狀圖表達，並依申請類別填寫適用架構

A1 工作項目( %)

權重： % .

C 分項計畫

OOOO 計畫

A 分項計畫

B2 工作項目( %)

B 分項計畫

B1 工作項目( %)

A2 工作項目( %)

.

.

權重：100%

填寫說明如下：

權重： % .

.

.

C1 工作項目( %)

C2 工作項目( %)

權重： % .

. .

. .

.

1. 計畫權重：依計畫中各分項計畫及工作項目之重要性與經費占總經費之權重百分比。
2. 本架構圖如不敷使用，請自行依格式調整使用。

(二)工作項目：請依計畫架構之工作項目說明其具體作法

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 編號 | 工作項目 | 具體作法 |
|  |  | 可具體說明各工作項目之目的、執行作法、時間、地點、活動參加對象或針對主要受眾之規劃等具體內容，以瞭解計畫執行相關細節。 |
|  |  |  |
|  |  |  |

註1：應搭配計畫架構，依各分項計畫之工作項目順序填寫。 註2：表格如不敷使用，請自行調整，或另於表格外進行說明。

四、計畫執行時程及查核點

(一)預定進度表及預定查核點說明

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 編號 | 進度工作項目 | 計畫權重% | 年 月 日至 年 月 日 | 年 月 日至 年月 日 | 預定完成時間 | 查核點內容及數量 |
| 月 | 月 | 月 | 月 | 月 | 月 | 月 | 月 | 月 | 月 | 月 | 月 | 月~結案 |
|  |  | 00% |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  | 00% |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  | 00% |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 累積進度百分比(%) | 00 |  |  |  | 00 |  |  |  | 00 |  |  |  |  |  |  |

註 1：各分項計畫之工作項目應依計畫順序填寫。

註 2：查核點內容及數量應有具體量化指標，如：辦理活動數量及其目標人數、廣告數量及其目標效益(點閱率及觸及率等相關數據目標)、影片製作數量及其規格、長度。

註 3：查核點不得晚於計畫結案日。 註 4：表格如不敷使用，請自行調整。

(二)海外據點規劃表

本表應列明依計畫書規劃新增代理商、經銷商或新設立之海外實體據點，其據點須接受本補助計畫海外實地查核，不得拒絕，如下：

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 據點名稱 | 設立月份 | 地點 | 簡述 | 經費註 **1**(新臺幣元) |
| 國家 | 城市 |
| 應列明與本計畫相關之新增代理商、經銷商或新設立之海外實體據點之名稱 |  |  |  | 應描述與本計畫相關之新增代理商、經銷商或新設立之海外實體據點之原因、預計規劃及欲達成之效益。 |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |

註1：經費為該項目預計支用之補助款及自籌款合計金額。 註2：針對本表所列之通路據點皆不定期抽查表列通路據點。

註3：受補助企業需於每月5日前，至計畫線上系統提供次月之海外據點/活動說明表予執行單位，逾期未提供者，該據點發生之費用不予核銷。

註4：表格如不敷使用，請自行調整。

(三)海外活動規劃表

本表應列明依計畫書規劃辦理之海外實體活動，其活動須接受本補助計畫海外實地查核

，不得拒絕，如下：

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 活動名稱 | 舉辦月份 | 地點 | 簡述 | 經費註 **1**(新臺幣元) |
| 國家 | 城市 |
| 應列明與本計畫相關之實體活動名稱 |  |  |  | 應描述與本計畫相關之實體活動之預計規劃及欲達成之效益。 |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |

註1：經費為該項目預計支用之補助款及自籌款合計金額。註2：針對本表所列之活動皆不定期抽查表列據點。

註3：受補助企業需於每月5日前，至計畫線上系統提供次月之海外據點/活動說明表予執行單位，逾期未提供者，該活動發生之費用不予核銷。

註4：表格如不敷使用，請自行調整。

##### 參、計畫預期效益**(**僅限本計畫布建通路國家於結案日 前可達成效益**)**

一、量化效益

(一)量化效益總表

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 數量項目 |  |  | 增加數(C)(C=B-A) | 成長率 (D) (D=C/A) | 說明 |
| 國家 | 數量(A) | 國家 | 數量(B) |
| 海外 d直營據點 | 銷售門市(零售點) |  |  |  |  |  |  |  |
| 發貨倉庫 |  |  |  |  |  |  |  |
| 展示中心 |  |  |  |  |  |  |  |
| 服務(維修)中心 |  |  |  |  |  |  |  |
| 辦事處 |  |  |  |  |  |  |  |
| 分公司 e |  |  |  |  |  |  |  |
| 子公司 e |  |  |  |  |  |  |  |
| 海外 d代理商/經銷商據點 | 銷售門市(零售點) |  |  |  |  |  |  |  |
| 發貨倉庫 |  |  |  |  |  |  |  |
| 展示中心 |  |  |  |  |  |  |  |
| 服務(維修)中心 |  |  |  |  |  |  |  |
| 海外代理商 a |  |  |  |  |  |  |  |
| 海外經銷商 b |  |  |  |  |  |  |  |
| 直接客戶數 c |  |  |  |  |  |  |  |
| 海外虛擬通路 f |  |  |  |  |  |  |  |
| 出口金額(必填)g(新臺幣計價) |  |  |  |  |  |  |  |
| 海外營業額 h(新臺幣計價) |  |  |  |  |  |  |  |

註：

a：海外代理商為於布建市場代理我國企業產品進行交易，以銷售業績結算，從中收取代理之費用，並不承擔進貨

、存貨等庫存風險。

b：海外經銷商為於布建市場以買賣合約為基礎，經銷商向原廠買進商品，而後再銷售予其他分銷商或使用者。 c：直接客戶數為海外重要客戶(key account)。

d：地址相同之多功能據點(如：據點兼具銷售門市、展示中心或發貨倉庫等功能)，請擇一據點項目填列，量化效 益欄位數字不得重複計算。

e：成立子/分公司應有當地成立公司之證明文件。

f：虛擬通路僅計算以透過網路的零售通路與電子商務為主之通路 g：出口金額為自臺灣直接出口至布建國家之出口報單金額。 h：海外營業額為當地成立之子/分公司之營業額。

i：表格如不敷使用，請自行調整。

(二)＿＿＿＿量化效益(依國家別分別填寫)

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 數量項目 |  |  | 增加數(C)(C=B-A) | 成長率 (D) (D=C/A) | 說明 |
| 數量(A) | 名稱 | 數量(B) | 名稱 |
| 海外 d直營據點 | 銷售門市(零售點) |  |  |  |  |  |  |  |
| 發貨倉庫 |  |  |  |  |  |  |  |
| 展示中心 |  |  |  |  |  |  |  |
| 服務(維修)中心 |  |  |  |  |  |  |  |
| 辦事處 |  |  |  |  |  |  |  |
| 分公司 e |  |  |  |  |  |  |  |
| 子公司 e |  |  |  |  |  |  |  |
| 海外 d代理商/經銷商據點 | 銷售門市(零售點) |  |  |  |  |  |  |  |
| 發貨倉庫 |  |  |  |  |  |  |  |
| 展示中心 |  |  |  |  |  |  |  |
| 服務(維修)中心 |  |  |  |  |  |  |  |
| 海外代理商 a |  |  |  |  |  |  |  |
| 海外經銷商 b |  |  |  |  |  |  |  |
| 直接客戶數 c |  |  |  |  |  |  |  |
| 海外虛擬通路 f |  |  |  |  |  |  |  |
| 出口金額(必填)g(新臺幣計價) |  |  |  |  |  |  |  |
| 海外營業額 h(新臺幣計價) |  |  |  |  |  |  |  |

註：

a：海外代理商為於布建市場代理我國企業產品進行交易，以銷售業績結算，從中收取代理之費用，並不承擔進貨

、存貨等庫存風險。

b：海外經銷商為於布建市場以買賣合約為基礎，經銷商向原廠買進商品，而後再銷售予其他分銷商或使用者。 c：直接客戶數為海外重要客戶(key account)。

d：地址相同之多功能據點(如：據點兼具銷售門市、展示中心或發貨倉庫等功能)，請擇一據點項目填列，量化效 益欄位數字不得重複計算。

e：成立子/分公司應有當地成立公司之證明文件。

f：虛擬通路僅計算以透過網路的零售通路與電子商務為主之通路 g：出口金額為自臺灣直接出口至布建國家之出口報單金額。 h：海外營業額為當地成立之子/分公司之營業額。

i：表格如不敷使用，請自行調整。

二、質化效益(請列出本計畫對企業、產業、經濟及社會之影響)

|  |  |
| --- | --- |
| 項目 | 說明 |
| 對企業之影響 | 如：建立出多元、創新及整合行銷模式，促使企業國際行銷實力的提升/國際化經驗的移植(如：目標市場深耕情況、目標市場的熟悉與掌握、區域內市場擴散情況、國際化行銷經驗的複製與創新、行銷活動與工具的種類與活動迴響)或企業內部國際行銷人才能量增加等。 |
| 對產業、經濟及社會之影響 | 如：增加產業整合之綜效、提升產業競爭力等。 |

##### 肆、風險評估與因應對策

|  |  |
| --- | --- |
| 風險內容 | 因應對策 |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

註 1：請就計畫進行風險評估與因應對策說明，如因產業變化或遭國內外政府干預之因應對策…等。註 2：表格如不敷使用，請自行調整。

##### 伍、計畫團隊

一、計畫主持人資歷說明

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 姓名 |  | 性別 | □ 男□ 女 |
| 職稱 |  | 電話 |  |
| 重要成就 |  | 單位年資 | 年 |
| 最高學歷 | 學校 | 時間(YY/MM) | 科系 |
|  |  |  |
| 經歷 | 企業名稱 | 時間(YY/MM) | 部門 | 職稱 |
|  |  |  |  |
| 參與計畫 | 計畫名稱 | 時間(YY/MM) | 企業/政府 | 主要任務 |
|  |  |  |  |

二、參與計畫行銷人員簡歷表(均須為申請企業之專職人員)

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 編號 | 任職部門 | 姓名 | 職稱 | 最高學歷(學校系所) | 主要經歷 | 本業年資 | 執行本計畫之工作項目編號 |
| 1 |  |  |  |  |  |  |  |
| 2 |  |  |  |  |  |  |  |
| 3 |  |  |  |  |  |  |  |
| : |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |

註 1：參與本計畫之執掌，請填入與前述工作項目一致之編號 。註 2：表格如不敷使用，請自行調整。

##### 陸、計畫經費需求

一、經費需求總表

單位：元

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 會計科目 | 經費預算數 | 合計 | 占總經費比例 | 說明(含計算方式) |
| 政府補助款 | 占總補助比 | 企業自籌款 | 占總自籌比 |
| 業務費 |  |  |  |  |  |  |  | 依計畫需求核實編列，詳細說明用途及計算方式 元/次× 次。 |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
| 差旅費 | 國外差旅費 |  |  |  |  |  |  | 計畫內人員國外出差說明(請依出差人數、目的、地區項目編列)。 元/人次× 人 |
| 合計 |  |  |  |  |  |  |  |

註 1：編列時需詳細列出各經費項目與用途，及註明計算方式，請參閱本計畫作業原則之捌、「補助經費說明」；附件九-「補助廠商分散及開拓海外市場計畫經費編列原則」及附件十-「受補助單位辦理推廣貿易業務核銷應行注意事項」。

註 2：本計畫佈置費項下不補助資本門。依「政府預算編製作業手冊」，資本門係指耐用年限 2 年以上且金額 1 萬元以上之設備。

註 3：表格如不敷使用，請自行調整。

二、各國預算分配表(依國家別分別填寫)

單位：元

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 國家註 1 | 政府補助款註 2 | 企業自籌款註 3 | 合計 |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
| 合計 |  |  |  |

註 1：請填入布建國家名稱。

註 2：請填入各布建國家之補助款總額。註 3：請填入各布建國家之自籌款總額。註 4：表格如不敷使用，請自行調整。

附錄一**(**範例**)**、**2** 或 **3** 年期計畫長程規劃（**2** 或 **3** 年期計畫必填）壹、計畫內容與實施方法

一、2 年期計畫目標(計畫之長短期目標為何，目標與效益是否有連結？)

1. 說明透過執行第 2 年計畫補助案，欲達成之長短期目標，及可連結效益之目標。
2. 第 2 年計畫與第 1 年計畫的連結及創新處

二、實施策略與實施方法(企業布建海外通路之實施策略與具體實施方法)

(一)計畫架構：請用樹狀圖表達

適用單一企業申請

D1 工作項目( %)

D 分項計畫

權重： %

D2 工作項目( %)

.

.

E1 工作項目(

.

%)

OOOO 計畫

權重：100%

E 分項計畫

權重： %

E2 工作項目( %)

.

.

F1 工作項目(

.

%)

F 分項計畫

F2 工作項目( %)

權重：. %

.

.

.

.

.

填寫說明如下：

* 1. 計畫權重：依計畫中各分項計畫及工作項目之重要性與經費占總經費之權重百分比。
	2. 本架構圖如不敷使用，請自行依格式調整使用。

(二)工作項目：請依計畫架構之工作項目說明其具體作法

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 編號 | 分項計畫 | 策略重點 |
|  |  | 說明該分項計畫之策略內容。 |
|  |  |  |
|  |  |  |

註1：應搭配計畫架構，依各分項計畫之工作項目順序填寫。 註2：表格如不敷使用，請自行調整，或另於表格外進行說明。

(三)海外據點/活動規劃表註 1(應列明新增代理商、經銷商或新設立之海外實體據點及實體通路活動)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 據點/活動名稱 | 設立/舉辦月份 | 地點 | 簡述 | 經費註 2(新臺幣元) |
| 國家 | 城市 |
| 應列明與本計畫相關之新增代理商、經銷商或新設立之海外實體據點及實體活動名稱 |  |  |  | 應描述與本計畫相關之新增代理商、經銷商或新設立之海外實體據點及實體活動之規劃內容及欲達成之效益。 |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |

註**1**：本表所列之新增代理商、經銷商或新設立之海外實體據點及活動須接受本補助計畫海外實地查核，不得拒絕。註2：經費為該項目預計支用之補助款及自籌款合計金額。

註3：受補助企業需於每月5日前，至計畫線上系統提供次月之海外據點/活動說明表予執行單位，逾期未提供者，該活動發生之費用不予核銷。

註4：表格如不敷使用，請自行調整。

##### 貳、**2** 或 **3** 年期計畫預期效益**(**僅限本計畫布建通路國家於結案日前可達成效益**)**

一、量化效益表

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 數量項目 | 布建國家 | 計畫期間預計增加數 |
| 海外直營據點 d | 銷售門市(零售點) | 如：美國 | 1 |
| 發貨倉庫 | 如：美國日本 | 11 |
| 展示中心 |  |  |
| 服務(維修)中心 |  |  |
| 辦事處 |  |  |
| 分公司 e |  |  |
| 子公司 e |  |  |
| 海外代理商/經銷商據點 d | 銷售門市(零售點) |  |  |
| 發貨倉庫 |  |  |
| 展示中心 |  |  |
| 服務(維修)中心 |  |  |
| 海外代理商 a |  |  |
| 海外經銷商 b |  |  |
| 直接客戶數 c |  |  |
| 海外虛擬通路 f |  |  |
| 出口金額(必填) (新臺幣計價) g |  |  |
| 海外營業額(新臺幣計價) h |  |  |

註：

a：海外代理商為於布建市場代理我國企業產品進行交易，以銷售業績結算，從中收取代理之費用，並不承擔進貨

、存貨等庫存風險。

b：海外經銷商為於布建市場以買賣合約為基礎，經銷商向原廠買進商品，而後再銷售予其他分銷商或使用者。 c：直接客戶數為海外重要客戶(key account)。

d：地址相同之多功能據點(如：據點兼具銷售門市、展示中心或發貨倉庫等功能)，請擇一據點項目編列即可， 量化效益欄位數字不得重複計算。

e：成立子/分公司應有當地成立公司之證明文件。

f：虛擬通路僅計算以透過網路的零售通路與電子商務為主之通路 g：出口金額為自臺灣直接出口至布建國家之出口報單金額。

h : 海外營業額為當地成立之子/分公司之營業額。

i：表格如不敷使用，請自行調整。

二、質化效益(請列出本計畫對企業、產業、經濟及社會之影響)

|  |  |
| --- | --- |
| 項目 | 說明 |
| 對企業之影響 | 如：建立出多元、創新及整合行銷模式，促使企業國際行銷實力的提升/國際化經驗的移植(如：目標市場深耕情況、目標市場的熟悉與掌握、區域內市場擴散情況、國際化行銷經驗的複製與創新、行銷活動與工具的種類與活動迴響)或企業內部國際行銷人才能量增加等。 |
| 對產業、經濟及社會之影響 | 如：增加產業整合之綜效、提升產業競爭力等。 |

註：表格如不敷使用，請自行調整。

##### 參、風險評估與因應對策

|  |  |
| --- | --- |
| 風險內容 | 因應對策 |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

註 1：請就計畫進行風險評估與因應對策說明，如因產業變化或遭國內外政府干預之因應對策…等。註 2：表格如不敷使用，請自行調整。

肆、**2** 或 **3** 年期計畫經費需求

一、經費需求總表

單位：元

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 會計科目 | 經費預算數 | 合計 | 佔總經費比例 |
| 政府補助款 | 廠商自籌款 |
| 業務費 |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
| 差旅費 | 國外差旅費 |  |  |  |  |
| 合計 |  |  |  |  |

註 1：編列時需詳細列出各經費項目與用途，及註明計算方式，請參閱本計畫作業原則之捌、「補助經費說明」

；附件九-「補助廠商分散及開拓海外市場計畫經費編列原則」及附件十-「受補助單位辦理推廣貿易業務核銷應行注意事項」。

註 2：資本門依「政府預算編製作業手冊」，標準為耐用年限 2 年以上且金額 1 萬元以上之設備。