

# 提案重點及審查原則說明

110年5月

# 簡報大綱

壹、推動背景

貳、申請對象

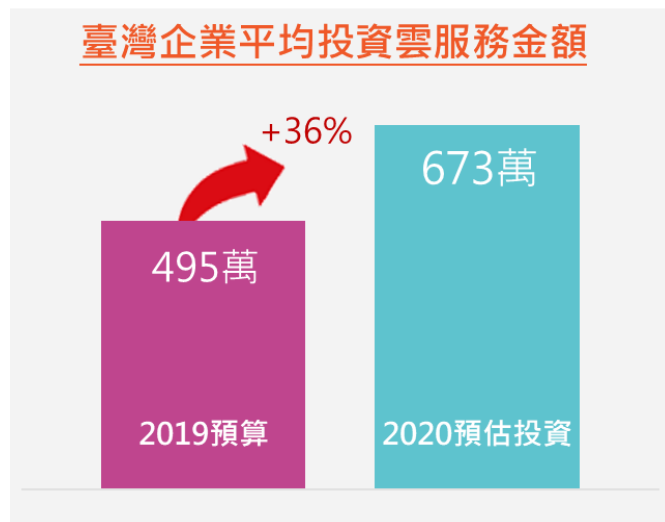
參、提案重點

肆、審查原則

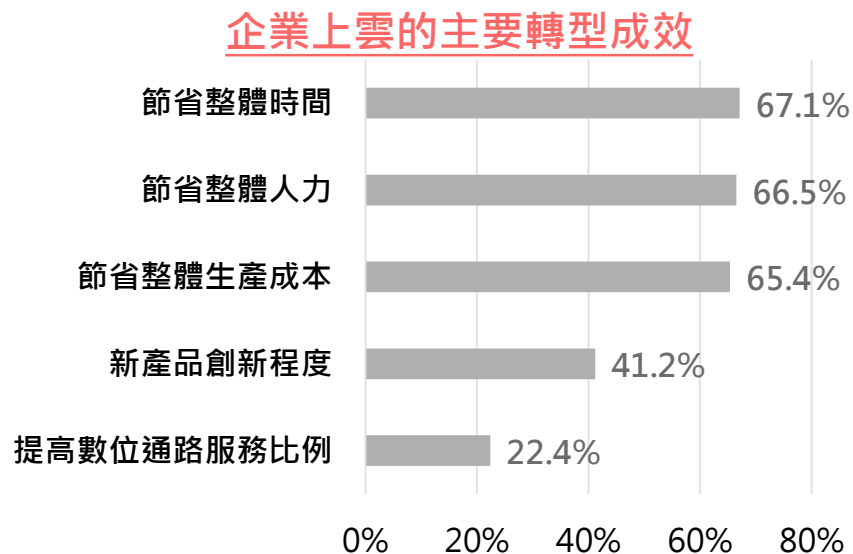
# 壹、推動背景(1/3)

## 一.趨勢: 疫情提升雲服務市場需求

- (一)IDC調查發現：2021年有超過**40%**的亞太區企業，將**大幅增加雲端運算的支出**
- (二)Deloitte在2021年的調查指出：疫情讓消費者更頻繁使用數位科技進行消費，疫情期間有**超過5成企業改造數位平台**強化與顧客的互動，疫情後**超過3成5會加速部署數位平台或雲服務**等相關數位技術
- (三)疫情加速台灣企業數位轉型，上雲成為轉型重點。iThome統計，2020年平均投資上雲服務提升36%，主要效益在省時、省人及省成本



資料來源: iThome2019 臺灣企業雲端大調查



# 壹、推動背景(2/3)

## 二.雲服務定義:

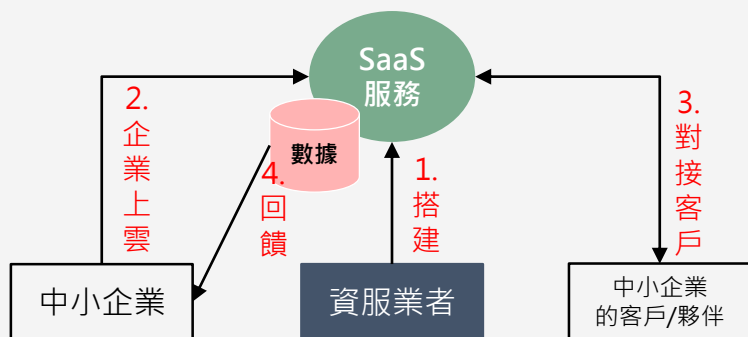
- (一)依美國NIST定義，雲端運算是一種能透過網路、便利且隨選所需地存取共享式資源(例如伺服器、儲存空間、應用程式與服務)的運作模式。
- (二)依據業界常用分類，雲服務樣態分為軟體即服務(SaaS)、平台即服務(PaaS)、基礎設施即服務(IaaS)等3種，本專案補助以SaaS或PaaS+SaaS為主。

### SaaS雲服務:

提案業者搭建SaaS服務，降低中小企業上雲成本，提供輕量化的部署

#### 說明:

提案業者打造符合中小企業需求的SaaS服務帶動上雲，並讓中小企業能夠對接其市場上的客戶。

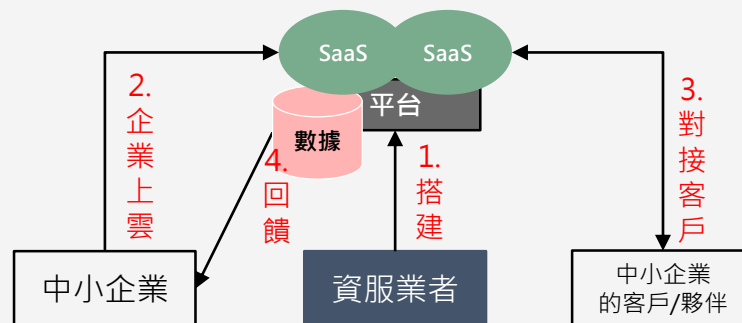


### PaaS+SaaS雲服務:

提案業者依搭建平台(PaaS)以開發或整合多個SaaS服務，達服務的加值與數據的流通。

#### 說明:

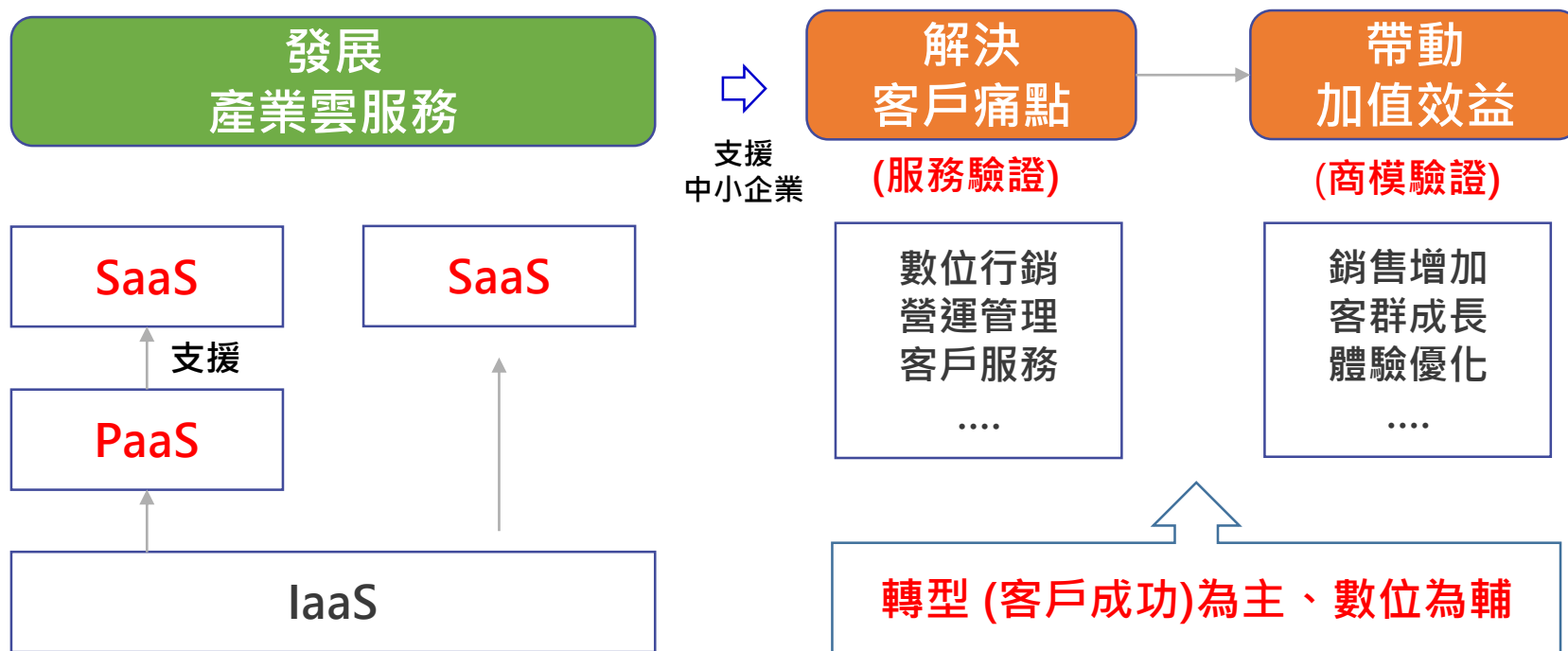
提案業者打造平台帶動整合多個SaaS服務，並讓各服務間具備數據流通與一致的操作體驗。



# 壹、推動背景(3/3)

## 三.規劃方向：

鼓勵業者**槓桿公有雲基礎發展雲服務**，**解決**領域別客戶**痛點**(POS)並往「**協助客戶成功**」方向，以達永續商轉經營(POB)。



(資服業者: 薪資 ↗ ; 投資 ↗)

(中小微企業: 營收 ↗ ; 外銷 ↗)

## 貳、申請對象<sup>(1/4)</sup>

### 一.申請對象

(一)單獨申請：限1家資訊服務業者申請

(二)聯合申請：須由1家資訊服務業者主導，結合其他業者、產業公協會等共同申請

1. 參與業者皆須符合申請資格。

2. 其他業者：如資訊服務業、中小型製造業、中小型服務業及小微企業等業者。

3. 產業公協會：指上述中小型製造業、中小型服務業之產業同業公會或協會。

註：資訊服務業者：應具有效期間內之「經濟部工業局資訊服務機構服務能量登錄證書」(IT類)，或至少於提案時申請能量登錄。(須在當年度取得登錄證書)

## 貳、申請對象(2/4)

### 二.補助標的

開發中小型製造業/中小型服務業/小微企業等產業領域需要的SaaS服務或PaaS+SaaS服務，提案業者需執行下述涵蓋範圍內容：

#### 1.技術發展

- 利用公有雲基礎打造雲服務
- 整合服務方案上雲/打通斷點，數據賦能加值

#### 2.行銷推廣

- 線上數位行銷操作，串連平台合作夥伴、社群經營
- 線下推廣(如折扣優惠、經銷分潤等)

#### 3.維運服務

- 規劃符合中小企業需求之彈性方案(如按月、按用量、訂閱制等)
- 規劃可行商模，需追蹤效益至結案後2年

註:SaaS(Software as a Service)指軟體僅需通過網路，不須經過傳統的安裝步驟即可使用，使用者通常經由網頁瀏覽器來存取服務。

註:PaaS(Platform as a Service)指提供中介軟體、開發工具、商業智慧(BI) 服務、資料庫管理系統等服務，用來支援業者加快SaaS應用服務的建置、測試、部署、管理與更新。

## 貳、申請對象(3/4)

### 三.領域類別

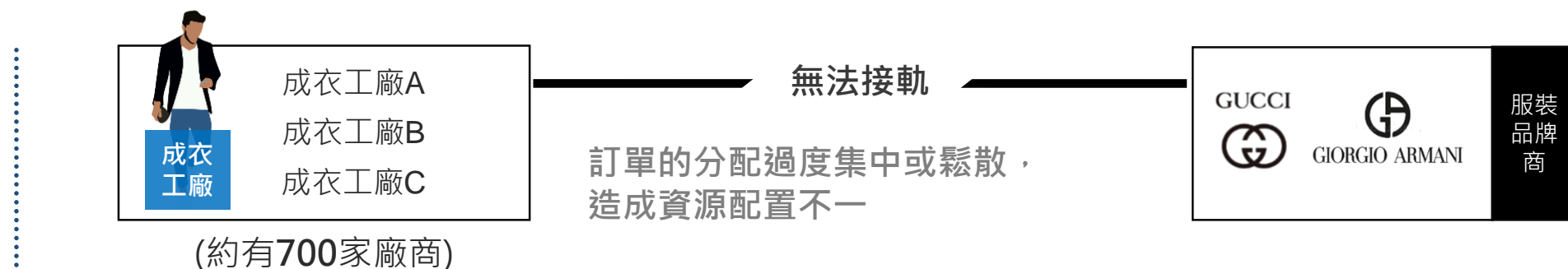
類型	摘要	補助範例
製造業雲服務	因應 <b>中小型製造業</b> 如 <u>金屬扣件、食品加工、紡織、橡塑膠製品、化妝品</u> 等次領域需求，補助資服業者打造創新數位雲服務。	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 以<b>產銷透通</b>雲端化方案為訴求，轉化已具使用基礎之製造業服務上雲並加值(如內部營運提升、外部客戶滿意度提升)。</li> <li>2. 應<b>提供/整合至少2個製造業相關之數位服務</b>，如供應鏈管理(如: 採購、物料追蹤、產能規劃)、生產管理(如: 品質管理、設備管理、流程可視化)，或其它(如: 能源管理、排程最佳化)。</li> </ol>
服務業雲服務	因應 <b>中小型服務業</b> 如 <u>零售服務、生活休憩、時尚、餐飲、日用品</u> 等次領域需求，補助資服業者打造創新數位雲服務。	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 以<b>掌握客群數據、打通流程斷點</b>為訴求，後台數據整合上雲且回饋，以利商家解析消費需求、優化產品服務。</li> <li>2. 應<b>提供/整合至少2個零售服務業相關之數位服務</b>，如虛實情境整合(如:POS機整合、O2O推播導客、紅利積點)、MarTech精準行銷(如: 顧客輪廓分析、CRM、智能客服、社群管理)，或其他(如:金/物流、店鋪/庫存管理)。</li> </ol>
小微企業雲服務	因應 <b>9人以下之小微企業</b> 在數位化程度與資訊能力不足，補助資服業者打造輕量、便捷易用之數位雲服務。	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 以打造<b>小微企業數位化第一站</b>為訴求，提供相關<b>輕量化雲服務</b>，打開小微企業的商機。</li> <li>2. 以<b>SaaS服務為主</b>，如<b>輕量化服務</b>(如: 進銷存、訂單/顧客管理)或其他基礎營運上的串接(如:金/物流)。</li> </ol>



## 貳、申請對象(4/4)

### 四. 國外案例：Sitateru打造國際接單雲服務協助中小成衣業者

**客戶痛點:** 品牌商訴求快時尚、小批量訂單，紡織工廠技術能量不一，無法對接適當訂單



**解決方案:** 透過IOT技術監控生產端閒置情況，適時配置產能，提升營運效率

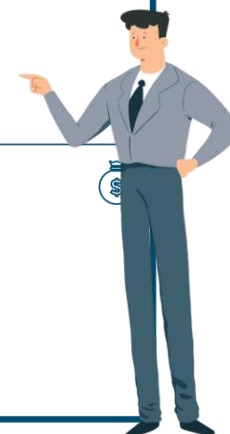
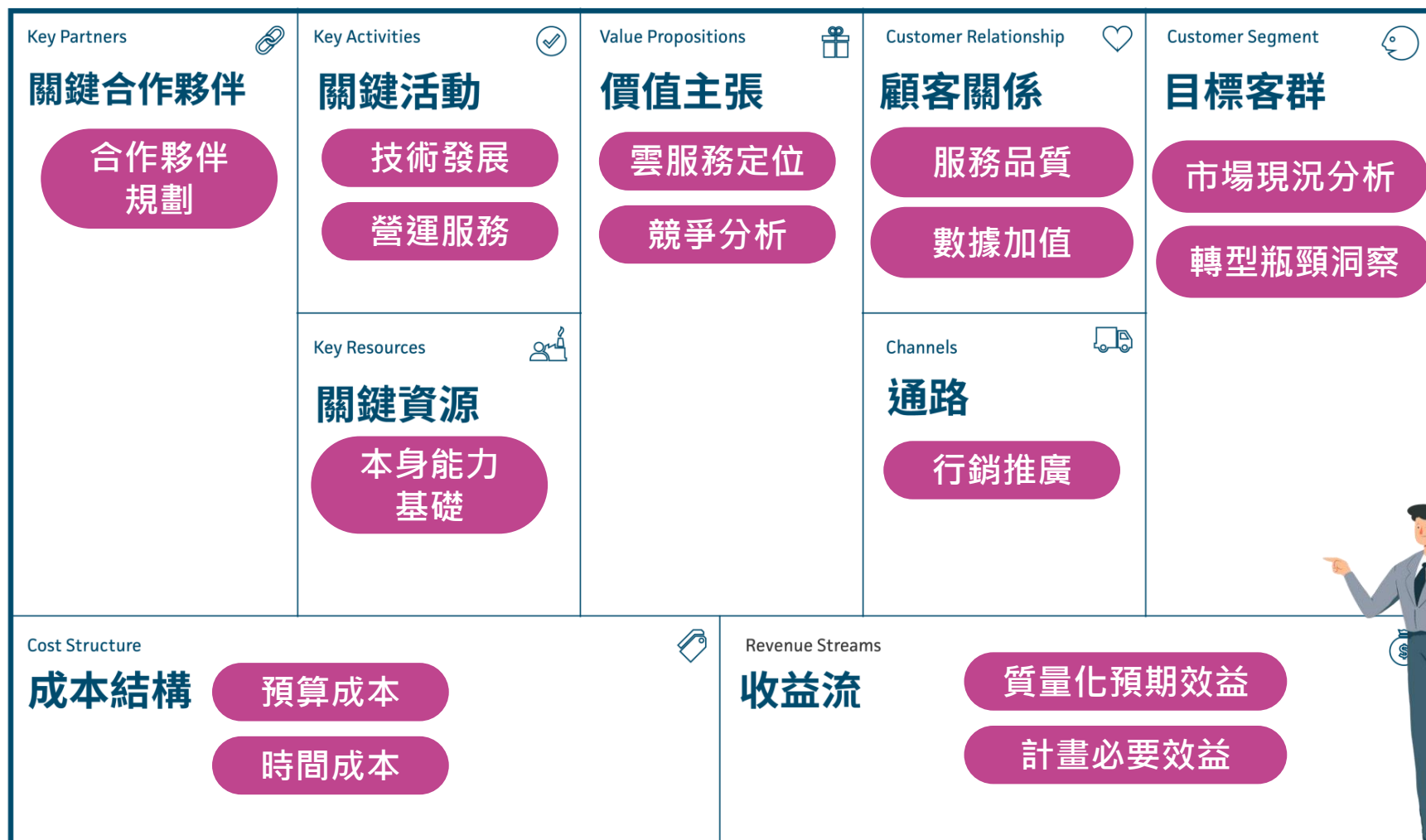


成衣業者

Sitateru將工廠資源數位化，並依生產技術分5級，進而根據訂單要求匹配工廠

# 參、提案重點(1/11)

參考產業規劃商業模式實務作法，申請業者應從下列各點敘明數位雲服務的規劃，茲說明如下：



## 參、提案重點(2/11)

### 一、目標客群

提案廠商須洞察客戶轉型瓶頸，以鎖定雲服務聚焦的族群

- 市場現況分析：盤點雲服務應用端的產業/領域規模，說明潛在發展機會與成長性。
- 轉型瓶頸洞察：釐清產業數位轉型需求，解析企業痛點及轉型瓶頸，以規劃應用端中小企業所需之雲服務。

Customer Segment



#### 目標客群

市場現況分析

轉型瓶頸洞察



# 參、提案重點(3/11)

## 二、價值主張

	Value Propositions 價值主張	Customer Relationship 顧客關係	Customer Segment 目標客群
須說明雲服務定位，並分析競爭情況	雲服務定位 競爭分析	服務品質 數據增值	市場現況分析 轉型瓶頸洞察

- 雲服務定位：對應轉型瓶頸及產業需求，規劃雲服務之定位及價值訴求，比如帶動中小企業提升數位營運、透通產銷資訊、掌握客戶數據等效益，或建立創新服務商模，觸及更多國內外商機。
- 競爭分析：說明計畫雲服務的同類型業者盤點及分析(如服務功能、市場佔有率、價格區間等比較)。



# 參、提案重點(4/11)

## 三、關鍵資源

<p>Key Partners</p> <p><b>關鍵合作夥伴</b></p>	<p>Key Activities</p> <p><b>關鍵活動</b></p> <p>技術發展</p> <p>營運服務</p> <p>Key Resources</p> <p><b>關鍵資源</b></p> <p>本身能力 基礎</p>	<p>須說明有助雲服務成功之關鍵基礎或資源</p> <p>➤ <u>本身能力基礎</u>：說明雲服務技術能量、開發團隊、投入資源及領域實績等。</p>
<p>Cost Structure</p> <p><b>成本結構</b></p>		



# 參、提案重點(5/11)

## 四、關鍵活動

Key Partners 關鍵合作夥伴	Key Activities 關鍵活動	Value Propositions 價值主張	Customer Relationship 顧客關係	Customer Segment 目標客群
	<div>技術發展</div> <div>營運服務</div>	<div>雲服務定位</div> <div>競爭分析</div>	<div>服務品質</div> <div>數據增值</div>	<div>市場現況分析</div> <div>轉型瓶頸洞察</div>

須說明雲服務之技術發展與營運之能力

- **技術發展**：說明雲化建置(含雲服務的技術架構、服務內容、交付流程及資料與金流落地等配套規劃)；及資安部屬(含雲服務的資訊安全規劃、控制措施、服務備援機制及個資保護等項目)。
- **營運服務**：說明商業獲利模式，含雲服務計價模式(如計次/按月/用量等)、獲利模式(如收費機制/增值付費之功能服務)、會員服務及資源配置等；與商轉營運規劃，含未來商轉後的營運成本、服務擴散收入及持續獲利能力等；及需求端中小企業所須具備之營運能力。



# 參、提案重點(6/11)

## 五、通路

須說明通路推廣作法

- 行銷推廣：說明雲服務的**行銷**推廣規劃，及**導入**到應用端中小企業之作法。

Customer Relationship



**顧客關係**

服務品質

數據加值

Customer Segment



**目標客群**

市場現況分析

轉型瓶頸洞察

Channels



**通路**

行銷推廣



## 參、提案重點(7/11)

### 六、顧客關係

說明雲服務之服務品質、數據增值，以維繫良好顧客關係

Customer Relationship



#### 顧客關係

服務品質

數據增值

Customer Segment



#### 目標客群

市場現況分析

轉型瓶頸洞察

- 服務品質：服務品質：說明本計畫開發之雲服務的**服務水準協議(SLA)**及目標(如：可用性、回應時間、回復時間等)，與具體衡量方式。
- 數據增值：數據增值：雲服務應能提供資料分析或增值應用給企業客戶以支援決策，並能夠無縫遷移以利資料移轉(可攜)。





## 參、提案重點(8/11)

### 七、關鍵合作夥伴

Key Partners



#### 關鍵合作夥伴

合作夥伴  
規劃

說明雲服務推動之關鍵合作夥伴

- 合作夥伴規劃：說明雲服務推動時所需的關鍵合作夥伴及分工作法。

Cost Structure

#### 成本結構



## 八、成本結構

說明投入雲服務所需之預算與時間成本。

- 預算成本：預算編列須包含開發總經費預算表、各科目預算編列表。
- 時間成本：須包含風險控管整體規劃與開發之時程，計畫期間可能的風險評估(如關鍵夥伴、關鍵技術能量、專業人才以及資安保護等)，以及對應風險控制措施。

Cost Structure

**成本結構**

預算成本

時間成本



Revenue Streams

**收益流**



## 參、提案重點(10/11)

### 九、收益流

說明雲服務所帶來之預期效益。

- 質量化預期效益：說明計畫執行前後的差異比較分析及亮點(如商業模式的轉變、應用面的創新等)，以及績效指標(如營運效能、客戶體驗及商轉營運等)。
- 計畫必要效益：說明透過導入計畫雲服務之後，應用端中小企業衍生的數位轉型加值、加強接單與服務能量，須具體呈現**導入家數規劃**，及**客戶營收成長**，與提案業者**新增投資**、**提高員工薪資4%**的效益。

Cost Structure

#### 成本結構

預算成本

時間成本



Revenue Streams

#### 收益流

質量化預期效益

計畫必要效益



## 參、提案重點(11/11)

### 十、資訊安全規劃：

提案業者應提出雲服務的資訊安全規劃，包含網路管理、資料安全、存取控制、資安管理、營運持續、生命週期保護等面向之建議，且建置及導入35%以上應為國內業者產品及服務，計畫驗收至少須達必要要求之條件。

說明如下：

依序	項目	說明
1	網路管理	須有防火牆、入侵偵測等資安設備保護，若透過遠端連線進行管理則必須透過加密通道，登入時必須採用安全的身分鑑別機制。
2	資料安全	應具體說明包含啟用資料加密、保護資料之傳輸、紀錄存取機敏資料，以及定期備份資料等。
3	存取控制	應具體說明包含實體存取限制、異常通報機制、異常日誌紀錄以及防竄改機制等。
4	資安管理	應具體說明包含強制使用強密碼、限制遠端對安全網路的存取、密鑰管理的職責分離以及保持軟體/韌體更新等。
5	營運持續	應具體說明包含加密備份、自我監測、監控及偵測容量使用情況，以及進行 <u>跨雲整合服務備援機制</u> 等。
6	生命週期保護	應具體說明包含資通訊系統須於上線前及營運期間定期進行弱點掃描及滲透測試，高風險漏洞應被評估並依計畫可接受方式處理。

## 肆、審查原則<sub>(1/3)</sub>

將審查雲服務是否扣合產業數位轉型願景目標，茲說明如下：

### 一、目標客群及價值主張(30%)

審查項目	審查重點
目標客群	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 市場現況分析: 應用端<b>產業/領域</b>是否具一定規模、發展機會與<b>成長性</b></li> <li>➤ 轉型瓶頸洞察：產業痛點及需求解析是否具體，具<b>先期調研</b>或<b>代表性用戶</b>尤佳</li> </ul>
價值主張	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 雲服務定位：是否<b>引導企業轉型</b>、<b>客戶成功</b>(如透通產銷商流、掌握客群)</li> <li>➤ 競爭分析：雲服務是否具<b>競爭優勢</b></li> </ul>

# 肆、審查原則<sub>(2/3)</sub>

## 二、實施方法(50%)

審查項目	審查重點
關鍵資源	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 本身能力基礎：是否具領域實績、已投入資源</li> </ul>
顧客關係	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 服務品質：是否具適當、可衡量之服務水準協議 (Service Level Agreement, 簡稱 SLA)</li> <li>➤ 數據加值：是否提供數據加值服務、數據遷移功能</li> </ul>
關鍵活動	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 技術發展：是否槓桿公有雲基礎，資料落地及金流落地配套規劃可行性</li> <li>➤ 資安部署：網路管理、資料安全、存取控制、資安管理、營運持續、生命週期保護等面向規劃是否完整(詳申請須知附件四)</li> <li>➤ 營運服務：商模獲利模式與商轉營運規劃可行性(如客群導入意向佐證)</li> </ul>
關鍵合作夥伴	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 合作夥伴規劃：關鍵合作夥伴必要性，分工是否明確</li> </ul>
通路	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 行銷推廣：市場行銷規劃是否具體，導入到中小企業之可行性</li> </ul>

## 肆、審查原則<sub>(3/3)</sub>

### 三、預期效益及產出(20%)

審查項目	審查重點
成本結構	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 經費及時程可行性：科目經費預算編列是否清楚明確；並涵蓋計畫執行期間可能遭遇的風險評估</li> </ul>
收益流	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 質量化預期效益：是否擴大既有業務、帶動營收成長、客戶成長。</li> <li>➤ 計畫必要效益：提案廠商第一年(110年)員工薪資提升4%、第二年(111年)員工薪資提升5、新增投資及帶動中小企業客戶使用家數、提升客戶營收。</li> </ul>

簡報結束  
敬請指教

