

# 加入台灣精品，讓臺灣產業的創新 在世界舞臺發光

外貿協會 台灣精品選拔小組

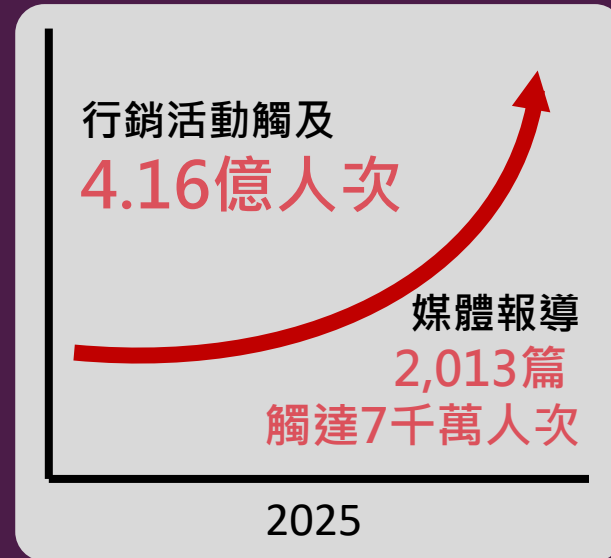
# 為什麼報名台灣精品選拔？

不只是榮譽，更是企業的創新總體檢與成長引擎！

公司面臨行銷資源不足!!!

缺乏國際曝光的機會？

品牌知名度不夠!!



國際展覽台灣精品館 20案



國際媒體見面會 21案



在地活動行銷 7案

突破行銷資源限制  
打造全球認可的品牌形象

為公司品牌掛保證  
提升知名度與信任感！

## 為什麼報名台灣精品選拔？



### 專業展覽

台灣精品館展出  
展現產業實力



### 消費者體驗活動

B2C消費體驗  
B2B合作開發



### 媒體宣傳

產業發表會與  
專業媒體曝光



### 數位社群宣傳

跨平台社群媒體規廣  
LinkedIn、Meta、X、  
YouTube等



### 銷售通路布建

實體與線上通路  
銷售拓展

## 為什麼報名台灣精品選拔？



### 布建海外通路審查加分機制

獲台灣精品獎之得獎企業，納入「補助廠商分散及開拓海外市場計畫」之審查加分項目



### 海外參展優先支持

獲台灣精品獎之得獎企業，納入「補助公司或商號參加海外國際展覽業務計畫」優先補助對象



### 亞太經濟合作 (APEC) 商務旅行卡

可申請亞太經濟合作 (APEC) 商務旅行卡

# 台灣精品選拔流程是如何？

- 第一階段：百位專業評審委員以書面、現場評鑑方式選出「台灣精品獎」產品、「台灣精品金銀質獎入圍名單」
- 第二階段：加入國際專業評審，共同選出象徵臺灣產品最高榮譽的「台灣精品金質獎」及「台灣精品銀質獎」



# 選拔申請資格是哪些？

1. 報名公司之製造或研發單位設於臺灣
2. 上市未滿3年之量產工業產品 (不含食品藥品)
3. 國內外任一認/驗證 (資訊軟體類除外)
4. 需為臺灣品牌企業
  - 公司已依我國法律設立登記
  - 非外國公司之子公司 (非外國公司在臺投資設立之公司)
  - 企業所擁有之品牌已依我國商標法取得商標權

## 產品安全：



## 品質管理：



## 永續、碳足跡、碳盤查：



# 如何認定外國公司之子公司？

- ✓ 依據公司法關係企業章及企業併購法第4條及相關規定、函釋為判定法源。
- ✓ 報名公司於經濟部商業司之商工登記，股權狀況顯示為「**僑外資**」（含港資、陸資等），且外國公司之投資為下列情形之一者，不得報名：
  - 外國公司持有超過報名公司已發行有表決權之股份總數或資本總額半數
  - 外國公司直接或間接控制報名公司之人事、財政或業務經營
  - 外國公司與報名公司執行業務股東或董事半數以上相同
  - 報名公司與外國公司已發行有表決權之股份總數或資本總額有半數以上為相同之股東持有或出資

# 商標所有權如何認定？

企業品牌商標註冊

○ 必須為「報名公司」所有

若商標權非報名公司所有，有下列情形之一者，不得報名

✗ 商標為母公司或子公司所有

✗ 商標為負責人或關係人所有

# 哪些產品可以申請?

共13大類  
涵蓋所有工業產品  
(不包括食品藥品)

A 電子、電器、通訊產品及零組件  
AA 消費性電子及電器產品  
AB 網路/通訊產品  
AC 電子零組件

H 化工製品、紡織及包裝  
HA 化工製品、紡織及包裝

B 資訊軟體  
BA 資訊軟體

I 交通器材  
IA 自行車及零配件  
IB 汽機車、航太、船舶及零配件

C 電腦硬體及週邊設備  
CA 電腦硬體及週邊設備

J 機械及零組件  
JA 機械  
JB 電力電機設備  
JC 機械及電機零組件

D 時尚、生活及文化創意產品  
DA 時尚、生活及文化創意產品

K 綠能設備及零組件  
KA 綠能設備  
KB 綠能設備零組件

E 休閒、育樂及運動用品  
EA 休閒、育樂及運動用品

L 國防航太：航太、船艦、資安  
LA 國防航太：航太、船艦、資安

F 家用設備及建材、安全、五金、手工具  
FA 家具、廚具、衛浴及家用品  
FB 建材、消防及安全防護產品  
FC 五金、手工具

Z 其他  
ZA 其他

G 精密儀器及醫療健康器材  
GA 精密儀器及醫療健康器材



超過百位專家參與評審工作  
評審為研發、設計、品質、行銷領域專家  
評審過程同時參閱書面資料與實際產品

## 選拔項目有哪些？



核心精神：  
以「創新價值」考慮市場趨勢、以顧客需求為導向  
永續元素加強納入考量

# 報名資料填寫步驟

線上報名 6/30 中午12時截止

START

註冊成為  
貿協會會員  
申請時須綁定  
公司統編

2

僅能以註冊之  
總連絡人電郵及密碼  
登入線上報名系統

報名資料填寫：

1. 公司背景：  
公司基本資料、品牌故事等
2. 總聯絡人：  
選拔唯一聯絡窗口之資訊
3. 產品資訊：  
產品資料、永續產品特色說明(選填)、  
認驗證、專利、永續報告書、  
展示攤位等

3

4

5大選拔項目填寫：

線上直接填寫研發、設計、品質、行銷、  
臺灣產製選拔項目

5

按下報名鍵  
寄出書面資料(傳統簽章)

## 產品特色頁補充「永續產品」說明

### ✓ 「永續產品特色說明」

符合6項永續產品條件，且須為非漂綠 (Non-Greenwashing) 產品，可選填新增補充說明強化永續論述


※「漂綠 (Greenwashing)」：為提供誤導消費者或利害關係人之環境保護、減碳、社會責任聲明或宣傳，或不具公信力且不透明之永續標示

### ✓ 「6項永續產品條件」

1. 產品及包裝採用綠色環保、安全無害材料或循環再生材料
2. 考慮產品生命週期及廢棄物處理，產品耐用、可靠、可重複利用、可升級性或可修復性；使用完畢，相關零件、材料可回收再利用，避免資源枯竭及浪費
3. 產品功能、設計或製造過程上，考量到節能或提升能源使用效率
4. 產品已申請或已取得碳足跡的認證，組織已申請或已取得碳盤查相關認證
5. 產品在使用後，帶來環境、社會或使用者行為的永續改善
6. 產品在研發、生產、包裝等過程中，企業有保障勞工衛生安全、福利、無濫用童工、確保性別平等、遵守當地勞動法或其他法律規範，及善盡社會責任

## 公司聲明書與報名費

- 公司聲明書 (報名系統)
- 報名費匯款每件產品4,000元

 「公司聲明書」採電子簽章可免郵寄任何資料



## 上傳系統

### 資格證明文件

- 認/驗證明文件影本
- 製造或研發單位在臺證明 (依狀況檢附)

在臺自有工廠製造：臺灣產製保證書、工廠登記證

研發單位在臺：研發在臺聲明書、公司組織系統圖

委託國內他廠製造：研發在臺聲明書、公司組織系統圖、委託製造證明書、委託工廠之工廠登記證

系統制式表格，可用電子簽章、傳統蓋印上傳，2選1

### 其他相關證明文件

- 專利證明、得獎證書、永續報告書
- 產品經海關簽署之出口國貨證明文件
- 原產地為我國之「原產地證明書」
- 「MIT微笑標章」
- 衛生主管機關之網路廣告核准函 (醫療器材類產品)

# 金銀質獎決選如何辦理？

自台灣精品獎獲獎產品選出角逐金銀質獎之優異產品

- ✓ 11月底進行產品評鑑、簡報答詢
- ✓ 簡報答詢：8分鐘現場簡報、10分鐘問答

※書面簡報及口頭簡報皆須為英文





# 該如何填寫報名表？

## 5 大選拔項目

研發、設計、品質、行銷、臺灣產製

24個子項、67個細項

## 5大項目填寫字數限制、圖片限制

- **研發、品質**：2,600字 / 5張圖片
- **設計**：1,200字 / 3張圖片
- **行銷**：2,700字 / 5張圖片

字數含英數字母、標點符號、表格文字

# 選拔資料填寫的訣竅和重點是哪些？

**組建團隊**：各部門協助撰寫，由高層統籌指揮

**顧客視角**：將審查委員視為**顧客**(第一次接觸的重要顧客)

**完整回應**：每個子項都需回應，逐一回應評審項目，確保資訊清楚、有條理，讓委員快速理解關鍵價值

**論述具體、簡明、準確**：避免冗長或空泛描述，精準傳達技術與市場優勢，確保資料正確且附佐證

**提供客觀數據，避免主觀形容**：以市場調查、競品分析、專利、實測數據等為基礎，強化可信度

**突顯「創新獨特性」及市場價值**：說明技術或產品如何解決市場/顧客需求，與現有解決方案的差異

**行銷策略具體，強調實際成效**：清楚描述市場推廣方式、應用場景，並提供具體數據驗證成果

**對應產業趨勢，讓委員看到未來價值**：涵蓋ESG、AI、物聯網、智慧製造等趨勢，使產品具備長遠競爭力。

## ✘ 常見的NG做法

**缺乏統籌**：由不懂技術的行銷新人撰寫，內容失準

**佐證不足**：認驗證、專利、獲獎證明等未整理引用

**未對應評審標準(子項、細項)**：內容主觀，忽略評審關注重點

**浮誇無實證**：形容詞堆砌，缺乏數據、實例、競品分析

**行銷說明空泛**：無具體作法、數據或成效

**定位不清**：品牌與產品無明確市場調查與需求分析

**內容與產品不符**：文件誇大，產品評鑑時，實際產品品質落差，評鑑時失分

# 分項說明一 研發

撰寫限2,600字含英數字母、標點符號、表格文字，限5張圖片

## 研發策略朝向提升該產品之獨特性與市場競爭力布局

- 該產品除了外型設計外，其研發技術上的創新與價值所在。
- 該產品之技術規格 ( spec. ) 及主要技術特點與市場上其他同類產品之比較。
- 該產品預估 ( 或實際 ) 年銷售額占全年總銷售額之百分比。
- 企業研發費用占公司營收之百分比。

## 核心研發能量布局完善

- 企業之組織、經費、設備及人力等資源投入研發之量化說明，及其與同類企業成果之比較。
- 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。
- 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。

## 智慧財產管理制度及成效

- 建構一套完善的智慧財產管理制度。
- 該產品取得產品專利種類、件數及布局。

## 該產品在使用操作上考慮到安全性與便利性

- 該產品操作上的安全性。
- 該產品操作上的便利性。

## 該產品在製程上節省成本與創新，並考慮環保及綠能製程

- 在製程上的創新與節省成本的具體措施
- 該產品之技術功能與製程能考慮環保及綠色科技特性
- 該產品在研發上，對於降低負面環境衝擊、促進組織永續經營及其具體措施

研  
發

工業技術研究院資深副總暨協理  
人工智慧應用策略辦公室主任

蘇孟宗

我這邊主要是從研發的角度來看



台灣精品  
TAIWAN EXCELLENCE

第34屆台灣精品選拔  
陳湘鳳委員 觀點



台灣精品  
TAIWAN EXCELLENCE

第34屆台灣精品選拔  
Matthias Kleiner委員 觀點

# 分項說明 — 設計

撰寫限1,200字含英數字母、標點符號、表格文字，限3張圖片

## 具備適切的功能，符合市場需求

使用方便、舒適、安全，符合人性化與人因工程之考量，並採用包容性設計與中性語言，避免性別刻板印象

## 精湛的工程技術，產品性能優異

## 精緻優美之外形，令人賞心悅目

## 考量環保設計，符合環保規範

設計項目篇幅有限，闡述重點就好，產品本身會在產品現場評鑑做進一步印證

- 強調產品的差異化 (與市場比較或與競爭對手比較)
- 設計上最重要的創新是什麼
- 從顧客(消費者)出發的設計思維
- 考量人因工程、便於使用
- 簡化、有效率且低成本的製程(裝配/生產/設備)
- 除了產品設計，還要考量包裝/運送/拆解與安裝/維修的零件替換/廢棄或回收等



台灣精品  
TAIWAN EXCELLENCE

第34屆台灣精品選拔  
官政能委員 觀點



經濟部  
MINISTRY OF ECONOMIC AFFAIRS

第34屆台灣精品選拔  
陳人鳳委員 觀點

# 分項說明一 品質

撰寫限2,600字含英數字母、標點符號、表格文字，限5張圖片

## 產品能夠具有魅力品質、創新品質以符合顧客潛在的需求

- 該產品品質優良，且能滿足目標顧客群的需求與期望。
- 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
- 該產品具有創新品質之元素，以滿足目標顧客群內心潛在、未被滿足的需求
- 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競爭優勢的差異性、獨特性

## 產品在設計、製造過程中能夠嚴格的控制品質

- 產品在開發過程中有嚴謹的審查步驟，且確實的執行，以確保生產時能有效的控制產品品質
- 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），且確實的執行
- 該產品在生產過程中，具有良好的產品良率與製程能力（process capability），能做到產品的品質保證
- 企業已建立產品生命週期管理（product lifetime management, PLM），且能有效的運作。

## 企業（或代工廠商）已獲得國際品質管理系統或其他相關國際標準管理系統之驗證，且確實的執行

- 企業（或代工廠商）已建立品質標準及管理系統，且落實的執行
- 企業（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標準管理系統之驗證，且確實的執行
- 企業（或代工廠商）在所執行的相關國際標準管理系統，確實定期的接受驗證公司的稽核，且對於稽核缺點能立即加以改善
- 企業（或代工廠商）對於所執行的相關國際管理系統，均能進行適切的績效評量，以及必要的改善。


## 企業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

- 企業已建立品質保證制度，且能做到追求顧客滿意，善盡產品責任。
- 企業高階主管能做到品質的領導及對全面品質的堅持。
- 企業已導入及推行全面品質管理，且落實的執行，而有良好的成效。
- 企業能在全面品質管理良好運作之架構下，建立顧客導向之經營管理體系。

# 分項說明一 品質

撰寫限2,600字含英數字母、標點符號、表格文字，限5張圖片

## 企業已能提昇到品質經營之層次

- 企業有良好的顧客抱怨處理程序，確保顧客權益，確實進行顧客滿意度調查，且會根據調查分析結果進行改善。
- 企業具有明確的使命 ( Mission ) 與願景 ( Vision ) ，且展開到策略規劃，以及中長期及年度目標，且有良好的經營績效管理運作系統。
- 企業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。
- 企業已善盡社會責任，營造性別友善職場，做到員工滿意、利害關係人與顧客滿意，並且積極回饋社會。
- 企業在ESG ( Environmental環境保護、Social社會責任、Governance企業治理 ) ，有良好運作績效，尤其在節能減碳方面有中長期策略與執行計畫，且落實的執行。 



台灣精品  
TAIWAN EXCELLENCE

第34屆台灣精品選拔  
楊錦洲委員 觀點



2025 台灣精品選拔  
蒲樹盛 觀點



台灣精品  
TAIWAN EXCELLENCE



第34屆台灣精品選拔  
押村征二郎委員 觀點

# 分項說明 — 行銷

撰寫限2,700字含英數字母、標點符號、表格文字，限5張圖片

## 積極推廣產品核心價值及品牌特性，並已有產品定位之作業

- 該產品品牌屬於自創品牌以及其未來目標
- 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
- 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
- 採取各種活動推廣產品核心價值及品牌特性，並說明其成果。
- 經銷商或通路商在推廣產品核心價值及品牌特性的任務中，有無角色扮演及其負責任務
- 有效地做產品之市場區隔，且鎖定最符合能力之目標市場，以進行適當之定位策略
- 激發消費者再次購買慾望的方式

## 建立有效管理國內和國外的銷售通路

- 該產品針對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
- 定期評估經銷商的績效，並說明評估方式
- 定期召開經銷商會議，宣達理念或凝聚共識。
- 確保經銷商認同行銷策略和品牌理念作法及其成效
- 協調不同通路對產品的銷售策略
- 控管不同等級通路（如批發、中盤及零售）以推動產品的銷售策略。

## 行銷部門定期收集市場有關競爭產品之資訊及調查顧客滿意度並作為改善顧客滿意之依據

- 蒐集競爭產品資訊的管道，並說明其方法
- 固定蒐集哪些面向的競爭產品資訊
- 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
- 針對潛在市場進行評估，以開拓新市場
- 針對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
- 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

# 分項說明 — 行銷

撰寫限2,700字含英數字母、標點符號、表格文字，限5張圖片

## 建置具體推廣品牌之作法且有編列推廣預算以及配置專業人員執行相關工作

- 推動自有品牌所使用之媒體和使用媒體的頻率。
- 每年投入在建立品牌上的經費，占營業收入的比率。
- 已成立專責單位制定品牌推廣策略、運作規劃及機制。
- 參加品牌策略的人員層級。
- 該品牌曾經獲得的獎勵情形，及該品牌登錄的國家數目。

## 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）

- 維持顧客忠誠度之機制。
- 處理顧客訴願問題之規劃及機制。
- 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。
- 進行顧客資料庫管理及其管理的重點。
- 主動應用顧客資料庫管理（CRM）的做法。



當你利用有限的空間



台灣精品  
TAIWAN EXCELLENCE

第34屆台灣精品選拔  
黃麗燕委員 觀點



2025 台灣精品選拔  
王馥蓓 觀點



台灣精品  
TAIWAN EXCELLENCE

第34屆台灣精品選拔  
坂下玄哲委員 觀點

# 分項說明一 臺灣產製

限400字含英數字母、標點符號、表格文字，限2張圖片

## 參選產品原產地是否為我國製造

參選產品在我國境內完全取得或完全生產者（請參見附錄四經濟部訂定之「原產地證明書及加工證明書管理辦法」第3條）。

參選產品之加工、製造或原材料涉及我國與其他國家或地區共同參與，但在我國境內產生最終實質轉型者（實質轉型請參見附錄四經濟部訂定之「原產地證明書及加工證明書管理辦法」第5條）。

## 是否有原產地為我國之原產地證明書、經海關簽署之出口國貨證明文件或MIT微笑標章

參見附錄四經濟部訂定之「原產地證明書及加工證明書管理辦法」。

## 參選產品是否部分在我國取得或製造

參選產品之加工製造或原材料部分在我國取得，其所占比例，請簡要列述。

## 參選產品如為完全在國外製造，請說明其製造國及城市



台灣精品  
TAIWAN EXCELLENCE

第34屆台灣精品選拔  
Gordon Bruce委員 觀點



台灣精品  
TAIWAN EXCELLENCE

第34屆台灣精品選拔  
坂下玄哲委員 觀點

## 貿協各地辦事處提供選拔輔導及撰寫範例參考

### 臺北總部

臺北市信義區基隆路一段  
333號4-7樓  
teservice@taitra.org.tw  
02-27255200 #8988

### 桃園辦事處

桃園市桃園區中正路1082  
號28樓  
03-3561836

### 新竹辦事處

新竹市光復路2段287號6樓  
03-5163333

### 臺中辦事處

台中市西屯區市政路386號  
3樓之9  
04-22525600

### 臺南辦事處

台南市中西區成功路457號  
15樓  
06-2296623

### 高雄辦事處

高雄市苓雅區民權一路28  
號5樓  
07-3363113



## 更多資訊

### 台灣精品官方網站

請搜尋



台灣精品獎

### 評審觀點影片



台灣精品 YouTube

### 掃描QR code



官方網站



f



Instagram icon