

## 附件二、共創解決方案主題需求敘述說明


### 目錄

一、批發及零售業.....	2
(一)百貨公司—義享時尚廣場 智慧零售實體場域數位/數據多元技術運用解決方案.....	2
(二)出口貿易業—展貿科技有限公司 出口貿易業者之會計結帳系統與亞馬遜電商平台對帳串接解決方案.....	5
二、其他服務業.....	9
(一)洗衣業—亮麗專業洗衣有限公司 衣物處理履歷及流程追蹤解決方案.....	9
(二)出版業—今周文化事業股份有限公司 數位平台全行銷串接與智慧客服解決方案.....	12
三、製造業.....	15
(一)食品製造業—三風食品工業股份有限公司 由製造跨足零售之跨境網紅行銷與電商平台串接解決方案.....	15
(二)機械設備製造業—歐群科技股份有限公司 精準聚客及耗材營銷整體解決方案.....	18
(三)機械設備製造業—臻禾興業有限公司 租賃制產品客戶服務及客戶指引解決方案.....	21
(四)塑膠外殼及配件製造業—緯凱工業有限公司 訂單管理、產業知識傳承及碳足跡追蹤解決方案.....	25
(五)螺絲、螺帽及鉚釘製造業—如保興業股份有限公司 工廠設備能源監測管理與文件數位化儲存檢索系統解決方案.....	28
(六)化學製品製造業—四維企業股份有限公司 化學品原料配方預測與最佳化解決方案.....	31

(一) 一、批發及零售業


(一) 百貨公司 — 義享時尚廣場

智慧零售實體場域數位/數據多元技術運用解決方案

場域單位	義享時尚廣場(朕華國際股份有限公司)
單位簡介	<p>義享時尚廣場為北高雄經貿圈全新型態購物中心，位於凹子底商圈擁有便捷的雙軌交通，鄰近富含人文氣息的愛河之心河畔，以當代時尚美學建築進行外觀設計，提供寬敞且充滿科技感的購物空間，為商場建築制定嶄新標桿。</p> <p>商場營運為地下二層至地上七層，總營運面積約2.5萬坪，可容納多達400櫃入駐，以供全新購物體驗之生活型態為經營方向，打造『全球時尚零時差國際精品大道』、『傲視全台食霸級美食新地標』及『富含生活美學的選物提案』等三大特色，匯集全球國際知名品牌設立複合旗艦大店、首創全台最大與歐美日韓即時連線的一站式購足美妝服務專門店、並引進同步日本藥妝、運動潮流複合專門店等，此外亦著重於親子育樂打造室內唯一互動式體驗場域，以全新多元的購物環境及優質貼心之服務，全方位滿足消費者，展現國際級水準之購物中心，成為南台灣最受矚目的全新地標。</p> <div data-bbox="555 1339 667 1444"></div> <p data-bbox="475 1458 743 1547">義享時尚廣場 ESKYMALL</p>
需求敘述	<p><b>需求摘要：</b></p> <p>面對全球零售業掀起數位轉型風潮，興起智慧零售熱潮，運用大數據、AI 等多元新科技，提供顧客更便利、快速且安全的消費體驗，提升業績及會員深化經營，達到活化並保有顧客終身價值。</p> <p><b>需求細節：</b></p> <p><b>需求背景(目前現有流程/作法)</b></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. 現行會員透過實體卡/APP 申辦，作為個人消費累積點數並得以使用折抵之回饋。宣傳方式運用會員</li></ol>

	<p>資料進行 DM/電子報/簡訊/APP 推播等方式，宣傳促銷活動。</p> <p>2. 現行多媒體螢幕內容播放依據播放軟體類別，以頻道方式整合制式宣傳影音內容，露出品牌資訊或動態影片。</p> <p><b>問題情境與痛點(Pain point)</b></p> <p>1. 現行會員宣傳僅就價值分群，較難精準行銷及取得回應。</p> <p>2. 現行多媒體螢幕屬於被動式宣傳露出，較難以吸引消費者駐足。</p> <p><b>預期達到的目的與利益點(Gain)</b></p> <p>1. 前端數位應用可結合館內多媒體螢幕，創造趣味活動並吸引來客。</p> <p>2. 客戶於前端數位應用的回應，可連結到企業 APP 收集相關客戶數據。</p> <p>3. 後端數位技術整合前端及 APP 會員數據，進行精準行銷以提升會員回應率及業績表現。</p>
<p><b>可提供之驗證資源</b></p>	<p>APP、數位多媒體螢幕</p>
<p><b>其他備註</b></p>	<p>提案團隊需要簽署保密協議以維護客戶資料安全。</p>

(二) 出口貿易業 — 展貿科技有限公司  
 出口貿易業者之會計結帳系統與亞馬遜電商平台對帳串接解決方案

場域單位	展貿科技有限公司
單位簡介	<p>公司成立於西元2001年，為汽機車零件配件出口貿易商，主要銷售重型機車尾燈及其周邊商品及發展自有品牌，對國外市場的銷售與經營流程非常熟悉，並協助國外客戶建立品牌，囿於市場銷售模式的快速演變，公司在2013年開始進入跨境電商領域，將傳統的貿易行為轉為跨境電商交易，進而導入 Amazon 平台銷售，進入 B2C 市場，於 Amazon 日本和美國站累積豐富操作技巧、工具應用及優化方法，這幾年皆創下亮眼成績。</p> <p>展貿使命為透過網路平台協助中小企業品牌化邁(賣)向全世界期望成為跨境電商模範生。</p> 
需求敘述	<p><b>需求摘要：</b>              台灣會計結帳為12個月，一個月一次，但亞馬遜平台則是2週(14天)結帳一次，因此在對帳上面會有時間上的落差以及耗費極大的人工時。</p> <p>只要是有利用亞馬遜平台銷售的企業，都一定會遇到這個問題，然而中小企業在資金不足以及人手有限的狀況下該如何解決？</p> <p><b>需求細節：</b>  <b>需求背景(目前現有流程/作法)</b>              本公司是使用鼎新 ERP 系統，有負責財務與帳款的管理，而本公司在會計結帳時都是以一個月為基準，範圍皆為每月1號開始，而負責亞馬遜團隊的同仁則是2週對帳一次(2次2周對帳內部稱之為一個 M)，2週對帳的時間也不會剛好是每月1號到每月14號，而是會在每周一，因此在一整年下來就會變成13個月，對帳時間也會依據站點的不同而有所差異(美國站&amp;日本站)。</p> <p>因此在對帳上，就會造成嚴重落差以及每月每年結帳上的時間差異。</p>

	<p><b>問題情境與痛點(Pain point)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 亞馬遜平台與會計結帳的區間不統一造成對帳上的困難</li> <li>2. 美國站與日本站的結帳區間不同，美國站會有時差上落差</li> <li>3. 亞馬遜平台對帳也因下載報表的格式問題也非常花費時間</li> </ol> <p><b>預期達到的目的與利益點(Gain)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 可同步解決所有台灣中小企業在亞馬遜結帳與會計對帳問題</li> <li>2. 亞馬遜團隊在對帳時間減少至少50%</li> <li>3. 本公司會計結帳對帳時間至少減少20%</li> <li>4. 優化對帳流程:效率可提升將近60%</li> </ol> <p><b>成果應用方式及情境等內容</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 期望有一個系統、軟體、工具可匯入亞馬遜下載出的結帳報表，客製化抓出所需標題欄位，並彙整相關數據到客製化的對帳表格(基本上也會適用於其他企業)</li> <li>2. 期望有一個系統、軟體、工具可將上述1的資料，另外抓出符合台灣會計對帳的資料(以月為單位)。舉例說，亞馬遜結帳區間有12/21-01/03、01/04-01/17、01/18-01/31、02/01-02/14，可以利用篩選或其他功能抓出01/01-01/31的數據供會計對帳。目的皆是減少在對帳與整理資料的人力時間成本，在成果應用方式皆可以再討論並彈性改變模式。</li> </ol>
<p><b>可提供之驗證資源</b></p>	<p>可蒞臨本公司驗證所有操作流程或是線上操作示範。我司總經理為台灣網商協會會長，協會會員近200家皆可成為驗證單位。只要可解決此痛點，我司皆可配合驗證。</p>
<p><b>其他備註</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 對帳流程與需求會需要再進階討論，會邀請我司亞馬遜團隊與會計負責人出席聚焦需求</li> <li>2. 結帳資料皆須保密</li> </ol>

(三) 二、其他服務業


(一) 洗衣業 — 亮麗專業洗衣有限公司

衣物處理履歷及流程追蹤解決方案

<b>場域單位</b>	亮麗專業洗衣有限公司
<b>單位簡介</b>	<p>從傳統到連鎖，亮麗洗衣自1999年創立以來，始終秉持着【專業、用心、創新】的基本理念，打造每家明亮、整潔的亮麗門市，並於2018年打造完成全新e化中央洗衣總部，未來將用更完善的設備、更優質的環境、更專精的品質，期許成為全國第一優質洗衣連鎖品牌！</p> <p>為落實「潔淨、環保、愛地球」的想法，亮麗全面朝「全方位洗衣服務」邁進，自2020年起所有分店將陸續轉型為複合式門市發展，涵蓋專業乾水洗、24H自助洗和袋代洗（速洗、烘乾、代摺）服務，一次滿足每位客人對所有洗衣的需求！</p>
<b>需求敘述</b>	<p><b>需求摘要：</b></p> <p>物流漏件造成不必要的重新運送浪費：配送車以區域來區分且有排定的運送路線及時間，可以降低路線重覆與額外送件的成品。但因衣物從清洗到烘乾整燙都是區域混合作業，不是依據每一個收送點來分工，因此物流人員無法正確知道單店衣物是否已全數完成，就可能造成出貨漏件。實務上可以優先找出未完成的物件並優先處理，就能全數一同出庫，也能讓消費者在既定時間內取得乾淨整燙衣物。</p> <p><b>需求細節：</b></p> <p><b>需求背景(目前現有流程/作法)</b></p> <p>現行每日有29間門市衣物透過配送車運送到工廠，並有固定的運送路線及時程來降低路線重覆並避免額外送件。但因衣物清洗到烘乾整燙都是區域混合作業，衣物完工送回時，有時會因為品管或其他問題造成一同送來的衣物沒有被同時送回，也就造成客戶無法一次取回所有的送洗衣物，進而造成客訴。而為避免客訴有時就必須派專車專送一件衣物，也會造成不必要的人力浪費並帶來額外的碳排放污染。</p> <p><b>問題情境與痛點(Pain point)</b></p>

	<p>衣物進入工廠後，尚無法做到以「每件」為單位的管理，所以會造成衣物回送物流的漏件。而更細緻化的管理，亦可用來評估廠內員工的工作效率並監控品質，將目前以實體標籤(吸管)計算績效的方式變得更透明可信任。</p> <p><b>預期達到的目的與利益點(Gain)</b></p> <p>透過精緻到以「每件」為單位的管理，確保回送物流不發生漏件，避免不必要的客訴發生。以數據協助評估員工工作效率，亦可以優化廠區內的管理。</p>
<p><b>可提供之 驗證資源</b></p>	<p>開放輔導成果展示供有意轉型之企業進行參訪，並協助對產業上下游宣傳應用成效。</p>

(二) 出版業 — 今周文化事業股份有限公司  
數位平台全行銷串接與智慧客服解決方案


場域單位	今周文化事業股份有限公司
單位簡介	<p>《今周刊》2018、2019年蟬聯金鼎獎「最佳財經時事雜誌」、屢獲亞洲卓越新聞獎 (SOPA) 等大獎肯定。紙本發行人數每期14萬冊，數位能量充沛，官網居台灣全網站排名46、FB 粉絲數106萬、LINE 好友數21.4萬、IG 追蹤數36萬、Podcast 累積下載數40.5萬</p> 
需求敘述	<p><b>需求摘要：</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 自動標籤功能、分眾群發訊息，找到對的客戶進行精準行銷</li> <li>2. 聊天機器人自動化行銷</li> <li>3. 整合三大平台，一站式回覆顧客訊息</li> <li>4. LINE 選單介面標籤模組化與圖文訊息群發</li> </ol> <p><b>需求細節：</b></p> <p><b>需求背景(目前現有流程/作法)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 各社群平台的行銷促購規劃往往各做各的，例如 LINE 透過圖文群發、FB 透過動態貼文、IG 透過動態貼文及官網會員 EDM 寄發等，雖然皆會導流至固定頁面閱讀促購方案，但因為龐大的發送基數，導致成本過高，雖然曝光數高，但稀釋了轉換率，無法透過精準的數據分析與分眾行銷，期望透過資源整合發揮最大成效。</li> <li>2. 公司的會員人數龐大但客服人力有限，除電話經常滿線造成客戶等待外，在非上班時段也無法做到即時服務，因此希望透過聊天機器人以自動化回覆方式改善現況，也希望增加自動化行銷的服務模式。</li> </ol>



	<p><b>問題情境與痛點(Pain point)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. LINE 好友數有數十萬人，如果無法做到精準分眾行銷，經常性全好友圖文群發訊息後，LINE 的收費機制高昂，期能解決此痛點。</li> <li>2. 公司編制四位電話客服人員，須服務及回答訂戶讀者相關問題，同時針對無法解決的來電需求，透過內部分機轉接相關部門回答，但時常發生佔線問題，顯示已超過吞吐量，期透過24小時聊天機器人機制解決痛點。</li> <li>3. 針對原 LINE 圖文群發只有一種版型，期能透過模組化建置有多樣版型選擇，以因應不同主題需求的行銷方案。</li> </ol> <p><b>預期達到的目的與利益點(Gain)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 提升各平台網路精準行銷績效</li> <li>2. 提升電商平台業績銷售量</li> <li>3. 優化客服機制提升滿意度</li> </ol>
<p><b>可提供之 驗證資源</b></p>	<p>今周刊官網、FB、LINE、IG</p>

(三) 三、製造業

(一) 食品製造業－三風食品工業股份有限公司  
由製造跨足零售之跨境網紅行銷與電商平台串接解決方案

場域單位	三風食品工業股份有限公司
單位簡介	<p>三風為食品製造業，從過去到現在，善用自然食材，孕育出具有台灣情、台灣味的產品，不需過多繁複調味，簡單料理就能勾勒出麵食好味道，不僅深受國人喜愛，更受到國際市場的青睞。</p> <p>銷售版圖遍及澳洲、加拿大、英國、德國、以色列、大陸等世界各地，成功替三風立下「風味好、風評好、風行全球」新定義。</p> <p>未來，將以更積極的態度，延續「食當季，用在地，好元氣」的最高原則，讓你品嚐每一口都能感受到美好健康，是我們的堅持，更是承諾！</p> 
需求敘述	<p><b>需求摘要：</b></p> <p>商品要行銷美國時，由於行銷資源有限因此會先將資源投入網路。由於對美國 KOL 的文化與市場不了解，要找到符合需求的 KOL 要花費大量的人力與時間。因此希望能有個工具平台能夠讓公司在找外國網紅時更為容易。平台能夠快速篩選出適合的網紅，並且有該網紅的評分、流量資料(或偵測流量或記錄)的功能。另外，網紅也可申請推廣連結，參與聯盟計畫，讓 KOL 更投入推廣商品。</p> <p><b>需求細節：</b></p> <p><b>需求背景(目前現有流程/作法)</b></p> <p>目前我們有使用國內的網紅平台，在找網紅時可以快速的找到我們需要的人選。平台上有基本的合約、素材的授權使用期限(有限或無限期)。網紅在發稿前都必須在上傳到平台讓業主審稿、溝通，除了可維護品質，萬一有糾紛時也有紀錄可循。</p>


	<p><b>問題情境與痛點(Pain point)</b> 我們也希望透過網紅將我們的產品推廣到海外。但國內還未找到適合解決方案。要跟網紅發案需溝通價格、上稿規範、簽署合約曠日費時，有時候又有語言的問題，進度難以推進。</p> <p><b>預期達到的目的與利益點(Gain)</b> 網紅平台能夠提供美國的網紅服務：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 篩選分類各式網紅（運動、美食、年齡、3C...）</li> <li>2. 網紅價格帶</li> <li>3. 網紅基本流量</li> <li>4. 合約規範（授權、權利義務等）</li> <li>5. 審稿、通訊的紀錄</li> </ol> <p><b>成果應用方式及情境等內容</b> 廠商自行在系統開一個需求單，上面註明需要的類別、價格（或由網紅自行報價）例如：YouTube、blog、IG 或其他媒體、行銷細節、授權細節。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 由網紅自行報名參加</li> </ol> <p>我們可以從報名列表看到網紅的基本資訊（流量、行情、類別、他經營的平台）由廠商挑選適合者。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>2. 網紅開始上稿、並透過平台溝通、審稿</li> <li>3. 上稿完成、結案</li> <li>4. 網紅可選擇申請聯盟行銷的方式，繼續推廣</li> </ol>
<p><b>可提供之 驗證資源</b></p>	<p>公司會實際使用平台推廣商品至國外</p>

(二) 機械設備製造業－歐群科技股份有限公司  
精準聚客及耗材營銷整體解決方案

<p><b>場域單位</b></p>	<p>歐群科技股份有限公司</p>
<p><b>單位簡介</b></p>	<p>歐群科技成立於西元2000年，是專業的高端多軸細孔放電加工機製造商，以高度自主研發能力與在地化經銷策略，主力經營德國、日本、美國、義大利等高端市場，行銷全球超過35個國家，應用市場包括精密模具、航太、刀具、汽車、光學、生醫等產業，提供產品規劃、技術訓練、Turn-Key 解決方案等服務，歐群於2020年以獨家發明專利，成立水事業部門，創新研發微奈米臭氧殺菌水設備、微奈米氫氣養生機產品，生產廠通過 ISO13485醫療品質認證，QMS (GMP) 認證申請中。</p> 
<p><b>需求敘述</b></p>	<p><b>需求摘要：</b> 歐群科技期望以開發一套整合式企業行銷 APP (智慧型手機軟體)，用於新創事業水事業部門之 B2C 銷售模式驅動核心，該行銷 APP 透過歐群數位推廣與鋪設等方式，令消費者進行下載使用後，導入數位通路、網路下單、數位金流、理念傳遞、企業文化塑造、企業價值傳達等內容，以達到數位行銷5.0之核心目標。消費者可在歐群行銷 APP 上接收完整的水事業經營理念 (影片、文宣)，並進行產品選購下單與金流系統，且因歐群臭氧水產品具長保存效期 (2個月)，軟體須具備效期警示及主動補貨通知等友善功能。</p> <p><b>需求細節：</b> <b>需求背景(目前現有流程/作法)</b> 現行歐群科技之水事業部門須透過官方網站進行產品規格與理念傳遞，透過 Google 廣告與人工方式進行宣傳，而終端消費者須要主動致電公司下單與取貨，行銷展售過程較為古板，尚未進行妥善的數位化行銷升級。</p>

	<p><b>問題情境與痛點(Pain point)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 產品理念與資訊推廣速度慢、接受程度較低</li> <li>2. 廣告模式被動侷限</li> <li>3. 下單模式單一且效率低落</li> <li>4. 無數位金流與物流系統配套</li> </ol> <p><b>預期達到的目的與利益點(Gain)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 整合式企業產品行銷 APP</li> <li>2. 數位化科技行銷技術導入</li> <li>3. 高效產品價值、企業文化、企業理念推廣</li> <li>4. 數位金流、物流等科技技術導入</li> <li>5. 友善產品生命週期管理機制</li> <li>6. 主動行銷，精準打擊</li> </ol>
<p><b>可提供之 驗證資源</b></p>	<p>IOS、Android 平台之國內終端客戶</p>

(三) 機械設備製造業－臻禾興業有限公司  
租賃制產品客戶服務及客戶指引解決方案

場域單位	臻禾興業有限公司
單位簡介	<p>臻禾興業有限公司最初以為日商企業代工割草機零組件起家，創立至今已二十餘年。隨著生產技術日益精進，逐步發展，於1999年生產出自家第一台手持式割草機（型號 SV260），並持續與日商企業合作，除了代工製造，也獲得 MITSUBISHI（三菱重工有限公司）、HONDA（本田汽車實業有限公司）、KAWASAKI（川崎重工業公司）等知名企業授權引擎進口及使用。</p> <p>結合本公司技術開發相關人員的專業，研發、生產出更多優質農機具，如：背負式／肩掛式割草機、電動割草機、電動無刷割草機、伸縮式／高空鏈鋸機、背負式噴霧機、花園籬笆剪、鬆土機、挖孔機、茶樹樹枝修枝剪等，並於2006年推出自有品牌－MORI 魔力，推廣魔力割草機及其他高優質機械產品，以跟上社會潮流與滿足顧客需求。</p> 
需求敘述	<p><b>需求摘要：</b></p> <p>臻禾興業有限公司從創業以來就不斷的更新、進步，目前面對疫情及市場銷售模式的改變，我們希望基於科技行銷與行銷5.0的觀念，開發一套兼具主動式與整合式的企業行銷 APP（智慧型手機軟體），用於拓展全通路數據行銷系統，也就是希望透過此企業行銷 APP 主動收集客戶資料，為我們的業務團隊及未來市場進行更多的數據分析及數據基礎的判斷。</p> <p>再者，我們也希望透過此企業行銷 APP 加上智能判斷的情境分析，能夠自動地與精確地回答客戶的問題，替業務團隊節省重複回答相同問題的工作時間，並提升客戶的體驗感受。</p> <p>此外，客戶在安裝此行銷 APP 後，客戶不僅可以在 APP 上接收完整的割草機產品資訊(如:產品規格與使用情境說明、產品簡易維修說明…等)，還可以透過APP進行產</p>

品選購與租賃。此行銷 APP 還具備主動警示產品維護通知等主動顧客服務功能。

#### 需求細節：

##### 需求背景(目前現有流程/作法)

1. 國內業務客戶開發拜訪時，仍使用傳統方式來紀錄客戶，客戶名單散落在各業務身上，無統一紀錄系統。
2. 產品不知道如何操作或出現問題時，無法及時教導客戶如何進行處理。
3. 客戶常見問題以人工來回答。
4. 無產品租用客戶管理系統，無法讓需求量不高的客戶以租賃方式來租用產品。
5. 對產品有需求的客戶沒辦法在網路上找到適合的產品及經銷商。
6. 客戶名單及客戶行為資料收集不易。

##### 問題情境與痛點(Pain point)

1. 業務離職或職位調動時，客戶聯絡紀錄跟內容都無法追蹤。
2. 客戶的問題無法即時回應解決，造成客戶不滿。
3. 業務經常需要回答重複性的問題，浪費業務的工作時間。
4. 產品租賃市場無法拓展。
5. 割草機產品的規格與種類多樣，消費者難以主動選擇適合的產品，造成銷售拓展緩慢。缺乏直接接觸消費者的管道，不僅造成品牌曝光不易，也不容易收集消費者的意見回饋，掌握市場需求趨勢。

##### 預期達到的目的與利益點(Gain)

1. 建立公用平台及資料儲存空間，讓每位接手業務都可以知道即時訊息。
2. 簡單的客戶問題能透過 APP 系統判斷，提供顧客解決方式及影片。
3. 業務在解決客戶問題的即時性能夠得到改善。
4. 產品租賃市場能夠拓展並有效管理客戶。
5. 透過行銷 APP 可以進行直效行銷，例如：臻禾可以透過 APP 推播公司最新產品資訊並獲得折價券，隨時替公司推廣產品。

	<p>6. 下載過 APP 的客戶及行為都會被記錄在 APP 裡面，公司可以藉由客戶名單及行為判斷未來產品發展方向。</p>
<p>可提供之 驗證資源</p>	<p>客戶溝通紀錄、客戶問題處理案件、客戶名單累積、產品資訊推廣、客戶行為紀錄</p>



(四) 塑膠外殼及配件製造業－緯凱工業有限公司  
 訂單管理、產業知識傳承及碳足跡追蹤解決方案

場域單位	緯凱工業有限公司
單位簡介	<p>緯凱工業具備超過30年的塑膠模具開發及射出成型經驗，客製化塑膠產品應用於：醫療器材、香水酒精噴頭零組件、護唇膏瓶、白板筆、螢光筆、氣密閥等</p> <p>2018年啟動數位轉型，以機聯網做可視化及數據佐證工藝，邁向智慧製造。</p> <p>緯凱堅持顧好每一組模具的精準細緻，因為每一組模具，都代表著後續生產，千千萬萬產品品質，所以需要專注精密，讓客戶可以放心使用緯凱的產品。</p>
需求敘述	<p><b>需求摘要：</b></p> <p>因應台灣未來十年最大競爭議題-接班及數位轉型，傳產製造業-塑膠射出產業，對於新客戶依賴口碑介紹，產業則依賴老師傅腦袋經驗，無文字傳承更是習以為常，中小企業客製化、性價比好，但缺乏 IT 單位，短期要建立系統很困難，希望透過雲服務導入，解決傳產痛點，透過CRM系統及EIP(KM)的協作平台涵蓋知識庫管理，協助中小企業在缺乏 IT 單位下，節省運作時間及做技術的傳承平台，同時建立未來必備2050淨零碳排的準備。</p> <p>從新客戶精準行銷，到既有客戶接單到內部訊息布達、解決方案知識庫到企業環境永續。</p> <p><b>需求細節：</b></p> <p><b>需求背景(目前現有流程/作法)</b></p> <p>1. 接單流程:客戶傳真下單，轉發公司 LINE 群，只做接單式作業，尚未進行客戶關係管理及客戶再購率、訂單排行等分析，也無法做有效的市場分析及客戶需求調查。</p> <p>2. 溝通及知識庫:客戶插單的狀況中有可能因 line 溝通導致漏單，生產中找尋異常原因做分析或解決方案時，無法快速搜尋，需反覆提問主管或師傅，憑藉老師傅經驗為主，沒有平台去建置資料庫。</p> <p>3. 碳足跡:因應2050淨零碳排，不清楚如何下手去盤點生產碳足跡。</p> <p><b>問題情境與痛點(Pain point)</b></p>

	<p>1. 客戶若插單用 LINE 訊息，訊息量大有可能會漏掉，導致交辦事項未完成。</p> <p>2. 所有訂單無法作有效的分析統計，都需要轉換 excel 表格，做後續追蹤，從分類到整併資料，須花2小時人工收集整理。</p> <p>3. 客戶下單生產中的問題，若需要學習查詢知識庫，目前用 NAS 無法作有效快速搜尋，只能透過資料夾逐步分類，找資料需要10分鐘，也有可能遺失。</p> <p>4. 全球因應碳足跡發生，但無從盤點做起。</p> <p><b>預期達到的目的與利益點(Gain)</b></p> <p>1. 運用 SaaS 的 CRM 系統，做新舊客戶的統計分析及排行，取代 excel 人工統計方式及做客戶管理，透過系統每月希望節省只需10分鐘內完成。</p> <p>2. 運用 EIP(KM)系統，協助在內部運營找尋資料及布達事項，清楚有脈絡，加速人員交辦事項的落實及找尋資料的速度，1分鐘內完成。</p> <p>3. 運用 EIP(KM)系統，整建及強化產業製造業知識庫，做接班傳承預備，避免知識斷層，不怕老師傅退休而失去 KNOW-HOW。</p> <p>4. 碳足跡盤查，為碳關稅做準備，可提供可視化可追蹤的足跡。</p>
<p><b>可提供之驗證資源</b></p>	<p>可提供驗證場域及參與測試人員</p>
<p><b>其他備註</b></p>	<p>若有提供相關廠內資料須簽屬保密協定。</p>

(五) 螺絲、螺帽及鉚釘製造業—如保興業股份有限公司  
工廠設備能源監測管理與文件數位化儲存檢索系統解決方案

場域單位	如保興業股份有限公司
單位簡介	<p>民國88年成立，主要生產螺帽，外銷佔整體營收95%，跨入全球汽車大廠 Tier2 供應鏈，並以自有品牌 TS 於105年轉型成功切入綠能扣件市場，整體營運穩定，獲利狀況逐年提昇。在臺南歸仁區設廠，產品種類繁多，供應範圍廣，除了國際標準規範（IFI、ISO、DIN）之螺帽外，各種品牌汽車廠設計圖面皆能生產，主力產品有羅拉、突緣螺帽、焊接螺帽、壓點螺帽、汽車扣件產品。目前約80%生產汽車螺帽（客戶為歐美汽車大廠），另10-15%生產防鬆脫螺帽，其他則為特殊螺帽。</p> <p>獲得經濟部工業局第5屆潛力中堅企業。</p> 
需求敘述	<p><b>需求摘要：</b></p> <p>國際主要經濟體對於「全球暖化」與「氣候變遷」議題持續關注，本公司本著社會責任與善盡義務，於企業內部採取各種措施，加速積極推動節能減碳工作，以邁向成為低碳經濟活動的企業，但考量資源有限，無法逐一實施。基於產業形態，優先將能源監控與作業無紙化列為工作重點，透過現場各機台能源使用狀況進行監控，精確地管控能源使用以達到節能減碳的目標，同時對於作業活動產生的各種紀錄與文件，藉由無紙化的軟體管理，減少紙張的使用與儲存，具體轉化為實際減碳行動以達到碳中和的目的。</p> <p><b>需求細節：</b></p> <p><b>需求背景(目前現有流程/作法)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 工廠機台電力監控方面，目前共有成型機22台，攻牙機40台及篩選機8台，電力監控方面僅依賴台電</li> </ol>

	<p>的電錶管控，目前對於電力的監控，以手動紀錄之方式留存整體設備的用電紀錄。</p> <p>2. 在無紙化方面，現有流程大部份以列印出紙本歸檔儲存。</p> <p><b>問題情境與痛點(Pain point)</b></p> <p>1. 工廠機台電力監控尚無針對每個機台精確顯示能源使用狀況，對於後續的節能減碳措施無法評估有效的解決成果。</p> <p>2. 工廠活動最終形成文件與紀錄，紙本的管理包括歸檔與檢索，以人工作業方式既費時又耗資源。</p> <p><b>預期達到的目的與利益點(Gain)</b></p> <p>1. 建立智慧電力監控系統，使電力使用達最佳模式，達到節能減碳目標。</p> <p>2. 建立無紙化管理系統，使工廠內的紙本使用降低，提升工作效率，達到減碳的目的。</p> <p><b>成果應用方式及情境等內容</b></p> <p>提供電力監控與無紙化方式，供同業觀摩，以提升同業對節能減碳的實際認知與行動。</p>
<p><b>可提供之驗證資源</b></p>	<p>可提供驗證場域及參與測試人員</p>
<p><b>其他備註</b></p>	<p>若有提供相關廠內資料須簽屬保密協定。</p>

(六) 化學製品製造業－四維企業股份有限公司  
化學品原料配方預測與最佳化解決方案

場域單位	四維企業股份有限公司
單位簡介	<p>四維企業股份有限公司成立於1954年，是海峽兩岸第一家成立的膠帶公司，至今已有68年歷史，產品以鹿頭牌行銷全世界。</p> <p>四維公司專注於感壓膠技術研究，以及各種膠帶和商標產品的開發。以過去數十年累積的研發經驗持續向上提升技術能力，電子、光電、汽車、建築、印刷、醫療、包裝、通訊產業及消費性市場都持續地積極投入。核心技術為黏膠聚合，黏膠配方，產品構築，在產品應用(黏膠塗佈，貼合)及加工方面，承襲長期研發、生產，具有相當的知識、技術與經驗深度。</p>
需求敘述	<p><b>需求摘要：</b> 希望運用長期累積的研發數據，透過 AI 技術，快速產出符合客戶產品需求之原料配方，以節省重複嘗試錯誤所需要的人力、時間及成本。</p> <p><b>需求細節：</b> <b>需求背景(目前現有流程/作法)</b> 目前依據研發單位過去的實驗紀錄及研發團隊的經驗，預設一個合理的配方並開始實驗並逐步優化，需要經過多次的嘗試來比較、測試出最適合的配方。</p> <p><b>問題情境與痛點(Pain point)</b> 實驗的過程仰賴大量的經驗、原料來進行調整方向的判斷，相對倚賴研發人員技術能力且花費大量的時間及原料。再加上新產品需求條件不一、原料品項持續增加、部分原料因環保或成本等因素不再使用，都會對累積出的經驗值產生影響，提升找出最佳配方的困難度。</p> <p><b>預期達到的目的與利益點(Gain)</b> 透過內涵多樣 AI 演算法之平台，讓無 IT 技術與演算法能力的研發人員可以更輕易及廣泛的測試各種可能的組合，預測各組合預計產生的結果，並整合多種演算法找出最佳設計參數，可協助研發團隊找到過去不曾嘗試或較少使用的配方組合，後續再搭配實驗持續調整，可以找到更創新的原料組合。</p>

	<p><b>成果應用方式及情境等內容</b></p> <p>未來當客戶有新產品需求，研發單位可以透過 AI 系統模型推薦最佳化之組成成分，減少材料耗用並縮短新品上市時間，以爭取更高利潤。</p>
<p><b>可提供之 驗證資源</b></p>	<p>視需求授權使用研發配方資料庫</p>