

經濟部工業局 111 年度
MIT 微笑協力店行銷輔導申請須知

主辦單位：經濟部工業局

執行單位：財團法人中衛發展中心

中華民國 111 年 3 月

壹、目的

為協助臺灣製產品 MIT 微笑標章獲證廠商拓展內外銷市場，以因應產業環境變化可能之衝擊，經濟部工業局自 99 年起推動臺灣製產品 MIT 微笑標章(以下簡稱 MIT 微笑標章)，建置包含原產地認定、品質檢驗及工廠品質管理系統等完善的產品驗證制度，並打造共同品質標章，形塑臺灣製產品優質形象。同時，為了讓民眾到處買得到，爰於 101 年度起推動 MIT 微笑協力店，媒合全國各大連鎖通路之門市成為 MIT 微笑協力店，協助銷售推廣 MIT 微笑產品。

為更進一步擴大 MIT 微笑產品國內外市場行銷拓展成效，自需求端拉動生產端成長，經濟部工業局藉由授權使用 MIT 微笑標章及提供行銷推廣經費等，鼓勵 MIT 微笑協力店運用自有實體門市或虛擬電商通路加強行銷臺灣製 MIT 微笑產品，同時訂定本申請須知，作為申請、審查及相關單位權利義務事項規範之依據。

貳、申請資格

一、輔導單位

- (一)依中華民國相關法規設立登記並繳交營業稅，且營業登記項目包含批發、零售等相關業務。
- (二)需為經濟部工業局授權合作之 MIT 微笑協力店。
- (三)不得為行政院公共工程委員會公告之不良廠商。

二、被輔導對象

臺灣製產品 MIT 微笑標章獲證廠商。

參、輔導標的及權利義務事項

由主辦單位授權輔導單位使用 MIT 微笑標章及提供輔導單位行銷推廣經費等，協助行銷臺灣製 MIT 微笑產品。

一、輔導單位權利事項

- (一)使用授權 MIT 微笑標章：由主辦單位授予 MIT 微笑標章、臺灣超寶商標之使用權。

- (二) **納入優先推廣宣導合作對象**：臺灣製 MIT 微笑標章官方網站、臉書粉絲團及廣告文宣或活動納為優先廣宣對象。
- (三) **提供行銷輔導經費**：由 MIT 微笑協力店提案，經審查通過並完成簽約後，提供輔導經費，協助進行 MIT 微笑標章及 MIT 微笑產品之行銷推廣。
- (四) **提供 MIT 微笑標章廣宣品**：MIT 微笑協力店可向主辦單位申請 MIT 微笑標章廣宣品，審查通過得應用於年度行銷活動。

二、輔導單位義務事項

- (一) **遵守相關授權使用規範**：使用授權標的時，應依循「臺灣製 MIT 微笑產品驗證制度推動管理要點」、「臺灣製產品 MIT 微笑標章使用原則」、「臺灣製 MIT 微笑產品驗證制度代言-台灣超寶平面商標授權使用規範」、識別圖示有關之規範，及商標法之相關規定。

(二) **提出行銷輔導規劃**：

申請單位應於營運計畫書中，提出以下規劃：

1. 為強化推廣 MIT 微笑產品及 MIT 微笑標章，申請業者應規劃專屬商品空間陳列設計(如常態 MIT 微笑產品專區、波段 MIT 檔期區等)，倘產品屬性不易設置專區者，應另設置 MIT 微笑產品(標章)推廣專區，透過 MIT 微笑標章、超寶等特定圖像展示架、天吊地貼等推廣製作物，達到引導購買之目的。
2. 針對「MIT 微笑標章」及「MIT 微笑產品」提出完整、具體且可行之行銷輔導規劃，同時說明如何運用「數位行銷工具及手法」於上開標章及產品之推廣或行銷，以促使 MIT 微笑協力店強化數位行銷工具之運用。
3. 本年度「MIT 微笑標章金選產品展示暨聯合推廣活動」規劃(活動說明如附件 2)。
4. 另因本(111)年持續受 COVID-19(新冠肺炎)疫情影響，請針對實體類活動提出防疫相關措施規劃，確保消費者

安全。

(三)商情資訊回饋：

1. 行銷輔導成效：定期提供銷售據點數、各產業類別之銷售品項數、銷售金額與廠商家數等。

2. 市場行銷資訊

(1)定期提供同產業類別中懸掛 MIT 微笑標章及未懸掛 MIT 微笑標章之銷售品項數、售價差異及銷售量差異等資訊。

(2)定期提供賣場內銷售之 MIT 微笑產品之季節熱銷商品（每季各產業銷售最佳之前 20 款產品，不足 20 款全數提供）及季節熱銷商品之款式、材質、顏色與產品價格區間等資訊。

肆、輔導經費

一、政府輔導經費以通過提案審查數為準，惟單一個案政府輔導經費以 200 萬元為上限，且不得逾總個案計畫經費 50%。

二、行銷輔導計畫內容需以協助 MIT 微笑產品上架銷售與推廣 MIT 微笑標章為主，惟行銷輔導如有以下作法，得優先並給予較多輔導資源：

(一)創新行銷模式

(二)應用新興數位行銷工具（如：LBS 適地性行銷、AR/VR、Chatbot 或其他新興科技等）及手法（如：SEO 搜尋引擎優化、網路廣告、影響力行銷或內容行銷等）

(三)配合歷年臺灣金選活動獲選產品規劃拓銷作法

(四)媒合、轉介潛力優質業者申請 MIT 微笑標章。

(五)針對企業、政府單位（含公立學校及醫院、各級政府機關、公營事業單位、公營金融保險事業機構及政府捐助財團法人等）或其員工福利委員會等，推廣鼓勵優先採（團）購 MIT 微笑產品，並從營運所需用品、員工福利品、節慶

禮品等常態性採購需求，研擬具體且能有效帶動其採購之優惠方案或活動。

三、政府輔導經費使用以行銷推廣所需之廣宣費用為限(如 MIT 微笑協力店之標示及廣宣製作物、專屬海報、專屬 DM、專屬媒體廣宣…等)；不含人事、水電、差旅及資產購置等費用。

四、付款方式

(一)計畫審查通過完成簽約後，執行單位依提案審查核定金額撥款 50%。

(二)計畫執行完成，通過執行單位驗收會議驗收後，執行單位依驗收會議核可之計畫總經費，撥付剩餘尾款金額。

伍、申請方式及應檢附文件

一、受理申請期間：自公告日起至 111 年 9 月 30 日或經費用罄為止，隨時受理，批次審查。

二、申請方式：由輔導單位檢具應附文件，向臺灣製產品 MIT 微笑標章推動計畫(10657 台北市大安區信義路三段 41-2 號 3 樓，聯絡人：鄭小姐 02-2709-1640 分機 328)提出申請。

三、申請應檢附文件：

(一)申請表(附件 1)

(二)營運計畫書

(三)營業登記資料(提案單位)：

請上財政部稅務入口網站 www.etax.nat.gov.tw，列印營業登記資料公示查詢之結果(需加蓋公司大小章)

(四)電子檔資料光碟(內含上述文件電子檔)

陸、計畫審查

一、作業流程

作業流程	流程說明
<pre> graph TD A[公告受理提案] --> B{資格審查 (應檢附完整文件)} B -- 不完整 --> C[通知 7 日 內補件] C -- 補件 --> B B -- 完整 --> D{審查委員會} D -- 不通過 --> E(核駁) D -- 通過 --> F[簽約] F --> G[執行與追蹤查核] G --> H[結案] C -- 逾期 --> I(核駁) D -- 未補 --> J(核駁) </pre>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 公開受理申請 MIT 微笑協力店行銷輔導提案。 2. 由執行單位進行資格審查，若應檢附文件不完整，則通知限期補件。 3. 資格審查通過後由審查委員會進行審查。 (1)不通過者逕行核駁。 (2)通過者雙方簽立合約。 4. 依合約內容推動 MIT 微笑產品上架及廣宣。 5. 定期或不定期追蹤查核行銷輔導之執行狀況。 6. 應於計畫執行截止日前進行結案事項。

二、審查方式與項目

(一)審查方式：公告後隨時受理輔導單位提案，批次審查。

(二)審查項目：(審查分數總分低於 80 分不予通過)

審查重點	評審項目	配分
行銷面 (40%)	1.臺灣製 MIT 微笑產品銷售通路 (1)實體通路：門市據點數 (2)電商平台：平台之市佔率、瀏覽人次數及觸達人次數等	5%
	2.行銷手法： (1)陳列手法：10% A.陳列形式： 如屬常態 MIT 微笑產品專區、波段 MIT 檔期專區、推廣專區等。 B.推廣製作物之製作與應用： 如運用 MIT 微笑標章、超寶等特定圖像展示架、天吊地貼、貨架插卡、DM、海報、Banner、EDM 等製作物。 (2)推廣活動：20% A. MIT 金選產品展示暨聯合推廣活動 B.全年行銷檔期活動 C. MIT 微笑標章意涵推廣活動 (3)防疫措施：5% 實體類活動防疫相關措施規劃。	35%
輔導面 (40%)	1.臺灣製 MIT 微笑標章獲證產品涵蓋產業數	15%
	2.臺灣製 MIT 微笑標章獲證產品涵蓋廠商數(含新增廠商數) 【如於 110 年通過審查得執行 MIT 行銷輔導通過之品牌專賣型協力店業者，其 111 年 MIT 獲證業者供應名單應新增達 1 家以上】	15%
	3.臺灣製 MIT 微笑標章獲證產品新增銷售品項數 【如於 110 年通過審查得執行 MIT 行銷輔導通過之業者(品牌專賣型協力店業者除外)，111 年上架產品數應成長 5%以上(換算後新增未滿 10 項者以 10 項計)】	10%
效益面 (20%)	預期銷售金額	10%
	廣宣效益 (推廣活動之次數、參與人數及媒體宣傳觸達人次數...等)	10%
合計		100%
加分項目	應用新興數位行銷工具及手法(如：LBS 適地性行銷、AR/VR、Chatbot 或其他新興科技、SEO 搜尋引擎優化、網路廣告、影響力行銷或內容行銷等)	5%
	配合歷年臺灣金選活動獲選產品規劃拓銷作法	5%
	承諾媒合、轉介潛力優質業者申請 MIT 微笑標章家數	5%
	針對政府相關單位或其員工規劃 MIT 微笑產品拓銷活動。	10%
總計		125%

柒、追蹤查核與合約終止

- 一、追蹤查核：計畫執行期間主辦單位及執行單位得定期或不定期，派員針對 MIT 微笑協力店行銷輔導成果(銷售據點數、銷售品項數及銷售成效及臺灣製產品 MIT 微笑標章標示應用、商情回饋等)及營運計畫所規劃事項進行查核。
- 二、限期改善：違反本申請須知、MIT 微笑標章管理相關規定或其他法令事項者，主辦單位及執行單位得要求輔導單位限期改善。
- 三、合約終止：
 - (一)違反本申請須知、MIT 微笑標章管理相關規定或其他法令事項，經通知限期改善仍未改善者，主辦單位及執行單位得逕行終止合約。
 - (二)輔導單位因故主動申請撤銷輔導，經執行單位審查核可得終止合約。
 - (三)本行銷輔導經費遭立法院刪除或刪減等不可歸責之因素，致不足支應本計畫經費時，得終止合約或經雙方協議變更計畫內容。

捌、注意事項

- 一、申請注意事項
 - (一)本行銷輔導經費以立法院審議通過之法定預算為準，用罄為止。
 - (二)輔導單位應無違約舊案，且無財務責任未清之情況。每個輔導單位每年限提案一次。
 - (三)相同或類似之個案已接受政府其他專案計畫補助者，不得重複申請本計畫。
 - (四)輔導單位需定期提供主辦單位及執行單位相關商情資訊(如 MIT 微笑產品銷售據點數、銷售成效概況等)。
 - (五)輔導單位應於合約有效期間內執行計畫，並於截止日前辦理

結案事項。

(六)輔導單位對於本計畫執行成果，不得進行誇大不實之宣導。

(七)輔導單位對計畫相關帳冊及憑證應專案建檔，至少保留7年，並應接受執行單位之稽核。

二、會計作業注意事項

(一)輔導單位應確實記載各項收支，各會計科目之支出，並應按計畫核定之費用與輔導單位自籌款比例核銷。

(二)各項經費支出之憑證、發票等，其品名之填寫應完整。

(三)經費核銷之事宜應配合計畫執行期間，於111年11月底前辦理完畢。

(四)輔導單位應依規定按月填報工作進度及定期經費累計表回覆。

(五)其他費用編列原則參考經濟部及所屬機構委辦計畫預算編列基準。

(六)執行計畫使用之軟、硬體(含資訊系統)支出不得列入申請費用範圍。

三、其他配合事項

為加強擴散活動訊息，輔導單位應配合提供相關促銷活動資訊，俾利執行單位製作協力店促銷活動訊息(如EDM或海報)，公告於臺灣製產品MIT微笑標章官網、臺灣製產品MIT微笑標章臉書粉絲團及經濟部工業局臉書粉絲團。

附件2 111年度MIT臺灣金選產品展示暨聯合推廣活動

一、活動緣起

近兩年台灣持續受到新冠疫情的衝擊，為有效促進國內內需經濟成長，並響應國人因疫情更加專注友善環境之生活風潮，擬以「從消費落實減碳—買 MIT 購安心」作為 111 年 MIT 微笑標章金選產品展示暨聯合推廣活動主軸，期和 MIT 微笑協力店、臺灣金選業者及各式媒體共同倡導優先選購在地產品，以鼓勵國人購買對環境和社會友善的 MIT 微笑產品，既能落實綠色消費又促進在地經濟，為自己和世界帶來更好的選擇。

二、活動目標

透過聯合推廣活動，大範圍觸及新、舊顧客，加強優質 MIT 產品於各大通路曝光，傳遞堅持在地製造的 MIT 精神，進而刺激民眾優先選購國產品，最終帶動國內外市場消費消費成長。

三、整體活動規劃(草案)

本活動預計於 111 年 09 月 16 日(五)至 111 年 09 月 18 日(日)假圓山花博公園花海廣場辦理，活動說明如下：

(一)MIT 金選展示暨銷售市集：

以展示優質 MIT 金選產品為核心，透過實體展覽會，增進民眾參與度。活動期間除邀請優質 MIT 獲證業者設攤推廣 MIT 微笑產品，每日亦辦理定時互動遊戲，透過現場工作人員帶領現場民眾更深入了解 MIT 微笑產品及 MIT 微笑標章之意涵。此外，每個市集攤位皆規劃設置多種行動支付，除方便民眾便利購物、快速結帳，亦於疫情期間減少人員肢體接觸，降低購物風險。

(二)MIT 微笑協力店促銷活動

延續 MIT 金選展示暨銷售市集活動效益，於 9 月推動 MIT 微笑協力店之促銷活動，除加深 MIT 品牌形象，亦促進民眾買氣，振興帶動國內消費及經濟成長。

(三)媒體廣宣：

1.協力媒體宣傳

透過數位傳播媒體、協力店社群媒體、藝文活動網站，創造 MIT 品牌口碑，共同塑造優先選購優質台灣製產品之風潮，以打動目標消費族群。

2.自營社群行銷

於 MIT 粉絲團(FB、IG)撰寫系列專文進行推廣，導流線下民眾及線上粉絲，並於 MIT 金選展示暨銷售市集設置打卡熱點、舉辦打卡即贈禮活動，鼓勵民眾於社群媒體互動分享，擴大社群效益。

四、輔導範疇

輔導單位應於申請計畫書中，針對以下重點提出詳細規劃說明：

(一)MIT 微笑協力店促銷：

輔導單位須於活動期間在自有實體門市通路或虛擬電商平台辦理至少一檔 MIT 優惠促銷活動，其促銷產品類別、品數不拘，由輔導單位自行提出規劃。另活動前 6 週，若疫情未見舒緩，中衛中心經工業局同意，得以公告改為全電商販促形式之活動，惟本項公告限於同時具備實體門市及虛擬電商或單一虛擬電商之通路，因若屬單一實體門市之通路，應以其他適當方式（如 FB、IG、Line、Youtube 等）進行活動串聯。

(二)行銷推廣：

本活動將由 MIT 微笑標章制定共通活動識別之素材，供輔導單位推廣使用。請輔導單位於計畫書說明如何搭配本活動共通廣宣素材進行行銷推廣。

五、預期效益

(一)擴大曝光優質 MIT 產品，拉抬通路業績成長。

結合本計畫行銷資源及新聞媒體效應，共同塑造優先選購優質台灣製產品之風潮，再搭配通路自行設計之各種主題促銷大量曝光優質 MIT 產品，進而促使業績成長。

(二)支持在地產業，提升通路優質形象。

藉此活動將在地生產的優質產品、具公信力的 MIT 微笑標章及 MIT 微笑協力店緊密結合，塑造強勢通路支持在地製造產業之正面形象。