

111 年國產包裝食米暨米食製品品牌形象輔導計畫書

111.06.10

壹、目的：

行政院農業委員會農糧署(以下簡稱本署)為輔導米食製品業者選用農村米糧原料量產具加值化、消費潛力及外銷競爭力之米糧產品，並強化後端加工製造產業與行銷通路之鏈結，拓展消費市場，特辦理「111 年國產包裝食米暨米食製品品牌形象輔導計畫」(以下簡稱本計畫)，輔導米食製品業者深化企業品牌意識、提升品牌識別一致性，提升企業品牌價值及產業競爭力，打造國產米糧品牌，以達促進農村米糧產業升級之目的。

貳、計畫管理單位：

本署得委託計畫管理單位辦理本計畫書所定申請案之受理、審核、查驗、獎勵金核發、追回獎勵金及其他計畫相關事項。

參、申請資格：

- 一、本計畫申請者應為國內產製食米或米食製品且依法登記之法人、團體或公司(以下稱為業者)，且申請業者公司產品銷售通路數至少應達 30 處以上。
- 二、上述所指銷售通路數係指其客戶或實質經營之銷售據點，含自營店、經銷店、代銷店等實體店面及網路銷售通路，惟 1 家網路平臺僅核計為 1 個零售據點；另非固定式銷售據點(例如：農民市集、移動或巡迴式之攤商或列車等)不得納入計算。

三、具備以下條件者優予考量：

- (一)是否為「109 年國產包裝食米暨米食製品品牌形象輔導計畫」或「110 年國產包裝食米暨米食製品亮點產品形象輔導計畫」受輔導業者。
- (二)經本署於近 3 年(106 至 108 年)公開甄選核定有案，且取得 110 年度合作業者資格或補助計畫者，如稻米產銷契作集團產區營運主體、特色米糧亮點產品推動計畫合作廠商、新興米穀粉產業鏈合作業者及調理米食供應中心合作業者等。
- (三)客戶或實質經營之實體銷售據點涵蓋國內 100 處以上者。
- (四)參加本署近 3 年舉辦之稻米相關競賽得獎有案者，如精饌米獎、全國米製伴手禮創意競賽等。

四、有下列情形之一者，不符申請資格：

- (五)屬銀行拒絕往來戶，且業者公司淨值(股東權益)為負值。
- (六)使用票據經拒絕往來尚未期滿或發生退票紀錄尚未註銷。
- (七)欠繳應納稅捐尚未繳清。
- (八)3 年內曾因執行政府計畫受停權處分而其期間尚未屆滿。
- (九)與其他申請人、負責人係屬同一人或關係人(企業)。

肆、申請業者應達要件：

申請業者依據企業自身品牌形象課題及發展需求，規劃及建構品牌識別系統並製作「企業品牌識別手冊」，透過手冊落實品牌規格化及應用規範，讓企業品牌

內部管理及對外溝通更具一致性，確保企業品牌每次的市場互動，所創造之品牌形象與客戶感知是一致標準，實現品牌精髓。本計畫應達成工作項目內容說明如下：

一、建立或優化企業品牌識別手冊一式，將公司品牌形象規範一致化：

申請業者應建構企業品牌識別系統以及製作手冊，手冊內容應包含視覺識別系統基本規範以及應用規範。

(一) 視覺識別系統基本規範：為企業品牌基礎系統的指導原則和基本規定，企業遵循規範執行可打造企業個性與整體形象。如品牌故事、精神；品牌標誌、標語；標準字、標準色彩；標誌或標語組合模式、色彩應用；輔助圖紋；禁止使用規範等。

(二) 視覺識別系統應用規範：為企業應用於事務用品、商務用品、環境及其他物品之標準規範。如公司名片、信封、文件、制服以及其他事務用品；行銷廣告媒體以及官方網站形象；如招牌、標幟掛旗、橫幅布條、展場看板、產品包裝、型錄、展售人員制服等。

二、完成導入企業品牌識別至少 3 項工作項目，將企業品牌識別系統實際運用於公司各項產品、服務及行銷活動，制定與推動清晰有力之溝通行動方案，以展現與傳遞一致性之企業品牌形象。

伍、申請方式：

一、計畫管理單位自公告日起受理申請，符合本計畫書第參條申請資格之業者，應於申請期限內，依本計畫檢附申請計畫書(附件 1)向計畫管理單位提出申請。

二、申請作業請參考本計畫申請流程圖(如附件 2)；申請業者提案之計畫書內容，將作為本計畫執行及驗收之依據，請業者確實評估後依可執行之內容進行提案。

三、申請業者不得以相同或類似計畫向政府機關其他計畫重複申請補助及獎勵，若於申請階段經查獲同時執行政府機關其他計畫者，本署或計畫管理單位得駁回其申請；若於核定後或後續其他年度查獲受補助期間同時執行政府機關其他計畫者，本署或計畫管理單位得撤銷獎勵、解除合約，追回已撥付之獎勵金，並列入重大違約紀錄，且自解約日起 5 年內不得申請本署相關計畫。

四、申請本計畫所提送之所有資料，列為存檔備查資料，不予退還。

陸、輔導獎勵措施：依本計畫書之遴選機制，取得本計畫核定之簽約受輔導業者(以下簡稱業者)，業者與計畫管理單位簽訂雙方合作獎勵契約，並依核定計畫書及規劃期程完成後，可獲政府資源及應達成義務如下：

一、品牌輔導獎勵金：

(一) 獎勵用途：獎勵金需運用於建立企業品牌識別手冊，以及實際導入企業品牌識別，且業者應檢附經費使用單據影本做為查核資料。

(二) 獎勵金額：依據業者實際完成導入企業品牌識別之項目及檢附製作品

牌識別手冊單據金額，分級距核給 60%以上獎勵金，獎勵金上限為新臺幣 60 萬元整，業者須投入經費配合辦理，以擴大計畫執行效益，獎勵標準如下表。

達成要件	核給獎勵金比例	獎勵金上限
完成(含優化)品牌識別手冊 1 式及 3 項導入工作項目	製作品牌識別手冊 總金額 60%	新臺幣 60 萬元
完成(含優化)品牌識別手冊 1 式及 5 項導入工作項目	製作品牌識別手冊 總金額 70%	
完成(含優化)品牌識別手冊 1 式及 7 項以上導入工作項目	製作品牌識別手冊 總金額 80%	

(例如:廠商完成品牌識別手冊 1 式及 3 項導入項目，其製作手冊單據金額為新臺幣 90 萬元，則核給獎勵金金額為上限 60 萬元。廠商完成優化品牌識別手冊 1 式並及完成 3 項導入項目，其製作手冊單據金額為新臺幣 50 萬元，則核給獎勵金金額 50 萬*60%=30 萬元，依此類推。)

- (三)導入工作項目：業者應依前開達成要件導入下列至少 3 項工作項目，各工作項目需分散至 3 個以上之導入類別，並具體說明導入工作項目之量化成果及對於業者品牌形象之預期效益，於期末報告敘明執行情形並檢附相關憑據，俾憑審查及依比例核給獎勵金。

導入類別	導入工作項目
線上網站	官方網站形象網站、網站 BANNER 設計、購物商城設計、社群媒體設計導入、其他相關項目
實體空間	商業空間規劃、店面展示層架、招牌、看版、視覺形象牆、門面設計、其他相關項目
產品造型	產品包裝、產品禮盒、商用提袋、紙箱、其他相關項目
展覽活動	活動看板、品牌形象牆、展櫃設計、整體展區設計、櫥窗設計、活動識別牌、其他相關項目
平面輔宣物	產品型錄、品牌宣傳手冊、DM、立牌、標幟掛旗、橫幅布條、海報、刊物、手拿牌、其他相關項目
對外行銷	公司名片、員工制服、信封、文件袋、物流車體廣告、其他相關項目

(例如:業者若規劃辦理 3 項導入工作項目，需挑選 3 個導入類別各個導入 1 項工作項目；若業者規劃辦理 7 項導入工作項目，該 7 項導入工作項目需分散於至少 3 個以上之導入類別。期末報告需分別敘明各導入工作項目辦理情形並檢附相關憑據，經審查通過，始得請領獎勵金。)

- (四)核給條件：

業者應完成本計畫書所有應達要件，若屬部分完成須扣減履約績效違約金後，方得領取獎勵金，並依下列規定分期給付：

1. 第一期款：受輔導業者簽妥獎勵契約，於 111 年 8 月 30 日前，將期中報告及應檢附之資料(包含手冊或導入工作項目相關單據或報價單影本)提交計畫管理單位，經期中審查會議審核通過後，按核定獎勵金額度 60%撥付。
2. 第二期款：受輔導業者完成本計畫獎勵應達要件，於 111 年 11 月 25 日前，將結案資料及應檢附之文件(包含手冊或導入工作項目相關單據影本)提交計畫管理單位，經結案審查會議審核通過，並依委員意見修正結案報告內容後，經扣除相關違約金，按核定獎勵金額度 40%撥付。

二、行政資源：

- (一)邀請業者以企業品牌形象及產品之成果效益參與本署年度大型展銷活動。
- (二)業者應參與本計畫所舉辦之品牌培訓課程，課程參與率將列入計畫審查參考依據。
- (三)配合本署「米糧俱樂部」及「鮮享農 YA」Facebook 粉絲頁，協助推廣國產米糧產品，提升國人對國產米糧之認同感，促進國產食米及米食製品消費量。

柒、遴選作業與審查標準：

一、辦理遴選審查會議：

- (一)由計畫管理單位辦理書面資格審查後，邀請相關領域專家、學者，組成至少 5 人之審查小組，召開會議進行審議，依據評分標準採序位法進行總排序，至少遴選 5-7 家受輔導業者(另備取 2 家)。
- (二)審查委員就各審查項目分別評分後予以加總，並依加總分數高低轉換為序位，經彙整合計各申請廠商之序位，以合計值最低者為序位第一。申請業者須總平均得分達 70 分(含)以上，方列入排序。

二、本計畫申請業者遴選評分標準如下：

評分項目	配分	評分重點
1. 業者基本條件	20 分	-公司營收及通路據點情形 -109-110 年度受輔導產品及亮點成效 -近三年國產稻米使用量
2. 品牌經營現況	20 分	-企業品牌發展現況(包含優勢、產能、業務為 OEM/ODM/經銷/自有品牌發展等) -企業品牌知名度 -企業品牌發展潛能

3. 建立企業品牌識別系統與手冊規劃	20 分	-品牌識別關鍵課題掌握度 -品牌識別定位清晰程度 -品牌識別手冊規劃完整性
4. 導入企業品牌識別之應用規劃	30 分	-企業品牌識別之應用規劃可行性 -應用品牌內化執行預期效益 -應用品牌對外溝通預期效益
5. 輔導需求	10 分	-提出輔導需求之必要性 -經費獎勵金使用及業者自籌款投入之合理性
6. 其他審查參考項目		-屬於「109 年國產包裝食米暨米食製品品牌形象輔導計畫」或「110 年國產包裝食米暨米食製品亮點產品形象輔導計畫」受輔導業者。 -屬於本署近 3 年公開甄選核定有案，且取得 110 年度合作廠商資格或補助計畫者 -所屬下游客戶或實質經營之實體銷售據點是否涵蓋國內 100 處以上 -是否屬於本署近 3 年舉辦之稻米相關競賽得獎有案者

捌、核定及簽約：

- 一、核定名單：經計畫管理單位依計畫辦理遴選，將遴選結果提報本署後，由本署核定並公告受輔導業者正、備取名單，計畫管理單位另以專函及 e-mail 方式通知申請業者遴選結果。
- 二、繳交保證金：業者應依計畫管理單位核定函所定期限內，以匯款或即期支票等形式繳交履約保證金，金額為新臺幣 6 萬元整，由計畫管理單位代本署收取履約保證金，始得列為本計畫輔導業者，取得本計畫輔導資源。未依限繳交者，視同放棄受輔導資格，其缺額由候補業者遞補。
- 三、個案計畫簽約：業者應於接獲計畫管理單位通知後，依遴選會議結論修正申請書內容及業者已用印合約送交計畫管理單位進行簽約。
- 四、上開作業，若業者無法依期限辦理，應向計畫管理單位敘明事由申請展延，經本署同意後，始得展延簽約期限，最長以 1 個月為限，逾期視同放棄受輔導之資格。

玖、計畫成果審查：各業者應配合下列時程，將相關報告及資料送交計畫管理單位，辦理期中及結案審查作業，並依審查會議委員審查意見修正報告內容後，辦理結案，各期執行成果報告應附文件如下：

一、期中報告：

- (一)報告內容包含企業品牌形象識別手冊之規劃與執行進度(包含手冊或導入之單據或報價單影本)，手冊內容應包含視覺識別系統基本規範與視覺識別系統應用規範。

(二)委員審查指標如下：

1. 品牌形象識別手冊之規劃與執行進度情形(50%)：視覺識別系統基本規範以及應用規範規劃內容及合理性、進度達成情形合理性。
2. 品牌形象識別未來手冊導入及應用情形(30%)：品牌識別手冊內容應用於企業對外產品或溝通管道規劃內容及合理性。
3. 計畫經費運用合理性(20%)：上述執行內容經費使用合理性以及業者自籌款比例。

二、結案報告：

(一)報告內容應包含完成品牌形象識別手冊一式以及品牌形象識別應用之成果效益(包含手冊或導入之單據或報價單影本)。

(二)委員審查指標如下：

1. 品牌形象識別手冊完成度(50%)：品牌形象識別手冊一式，手冊內容應包含視覺識別系統基本規範以及應用規範。
2. 品牌形象識別未來手冊導入及應用情形(30%)：品牌識別手冊實際應用於企業對外產品或溝通管道之執行情形及成果效益。
3. 計畫經費運用合理性(20%)：上述執行內容經費實際使用情形以及業者自籌款比例。

壹拾、計畫管考與績效查核：

- 一、計畫管理單位應辦理業者考核、獎勵金核銷等管考作業，本署得派員會同參與，實地瞭解其運作及本署獎勵經費運用情形，若經發現受輔導業者執行計畫有不符合規定或有需改進強化之處，受輔導業者應於計畫管理單位通知之期限內進行調整，該結果亦將作為結案審查之參考。
- 二、有關獎勵金核銷查核，將視實際需求，由計畫管理單位以不定期派員秘密購買、實地抽查、或透過第三方（如物流公司、會計師等）協助查驗事實等方式進行，但不以上述為限。
- 三、本計畫執行期間，倘合約所附全程計畫書所列事項需變更時(包括人員、經費、期程及實質內容等)，應敘明理由、變更內容及各項影響評估等，以書面資料提送計畫管理單位，並報經本署同意後，始辦理計畫變更。若有發生本計畫所提及之不符合申請資格相關情形，或負責人變更、登記地址變更者，應立即以書面通知計畫管理單位後轉報本署同意。
- 四、有下列情事之一者，經本署或計畫管理單位通知限期改善而未改善者，得撤銷或廢止獎勵之全部或部分，由計畫管理單位沒收履約保證金及追繳已撥付之獎勵款項，並得逕行書面通知解除合約：
 - (一)同一申請事實向政府機關重複申請其他計畫。
 - (二)提供虛偽不實之文件、資料或對重要事實隱匿。
 - (三)未依核定之計畫確實執行。
 - (四)無正當理由停止執行或執行進度落後。
 - (五)未於執行期限內，完成本計畫各申請類別達成要件，並完成結案作業。

- (六)請領獎勵金應備文件不全，經計畫管理單位通知限期補正而屆期未補正。
- (七)業者所提供及填報之各項資料，皆應與業者現況、事實相符。
- (八)無正當理由規避、妨礙或拒絕接受查核，或未依規定配合計畫管理單位辦理，經通知限期改善而未改善者。
- (九)於執行本計畫期間發生重大食安事件，或產品標示及宣稱未符食品安全衛生管理法相關規定者。
- (十)業者參與本計畫研發及生產之產品不得對人體及環境造成傷害。
- (十一)誇大執行成果，致第三人或相關大眾誤認為本署保證執行成果或所製造產品之品質與功能。
- (十二)因糾紛或其他事由而有訴訟，致使法院或行政執行處有強制執行或行政執行情事。
- (十三)侵害他人專利權、著作權、商標權或營業秘密等相關智慧財產權，經法院判決確定或經人檢舉後查證屬實者，列為本署 3 年內不得再申請本計畫之對象。
- (十四)違反本計畫書規定者。
- (十五)獎勵款項追繳處理程序：本計畫發生上述撤銷獎勵資格之情事時，業者於本署或計畫管理單位以書面通知限期改善而未改善者，計畫管理單位應以書面通知送達後 20 日內返還結清款項；若逾期未還款，即逕行以履約擔保憑證求償。
 - 1. 無銀行保證書案件：提示本票，如未獲兌現時，進入司法追償程序。
 - 2. 有銀行保證書案件：向保證銀行提示銀行保證書，請保證銀行履行保證責任。

五、業者其他應盡義務：

- (一)應依本署或計畫管理單位要求之項目與時程，提供本案計畫執行成果或相關資料，如個案輔導計畫書、期中報告、結案成果報告、品牌形象建立後企業或產品銷售金額、數量及稻米使用量等。
- (二)業者應將本次計畫所建立品牌識別手冊實際導入品牌識別推動，應用公司品牌內化執行及對外溝通相關資源內。
- (三)在不涉及輔導細節資訊和營業秘密下，應配合本署及計畫管理單位出席或參與計畫所舉辦之期中、結案審查及相關行銷活動，倘發現與核定計畫之內容不符，經限期改善而屆期未改善者，本署得要求計畫管理單位立即停止輔導，並不支應所有獎勵金。
- (四)無故放棄輔導、因故終止計畫執行，或經本署撤銷輔導，期間已發生之法律責任及費用，由受輔導業者自行負擔。
- (五)計畫結束後 2 年內，應配合本署或計畫管理單位之要求，提供輔導個案計畫執行之相關資料及績效評鑑，並配合複查、填報成效追蹤調

查表、計畫執行及參與成果展示與宣導活動。

(六)經本署運用計畫內容與成果所編撰之成果報告或出版品，其智慧財產權等一切相關權利歸屬本署。

壹拾壹、本計畫獎勵金係由本署於當年度編列之預算予以支應，因不可歸責於本署之原因時，如立法院凍結預算、或刪減預算，或有其他不可抗力之因素，致本署或計畫管理單位無法依本作業規定撥付本計畫之個案計畫政府獎勵款時，計畫管理單位得終止合約，業者不得異議，且不得對本署或計畫管理單位提出損害賠償或其他任何請求。

壹拾貳、本計畫書如有未盡事宜，本署得依需要另以公文補充修正，並保留修改權利。

附件 1、申請計畫書

一、業者基本資料表

公司名稱					
統一編號			負責人		
通訊地址			登記地址		
申請聯絡人		職稱		電話	
E-mail					
品牌名稱	☐ 否 ☐ 是 1. 自有品牌名稱為： 2. 自有品牌營收佔總營收比例：____（%），其中外銷比____ % 內銷比 ____ % （合計 100%） ※（若有二個以上品牌請自行增加填寫欄位）				
*曾參加之國內外貿訪團或展覽	1.	公司自有品	108 年	公噸。	
	2.	牌產品國產	109 年	公噸。	
	3.	稻米使用量	110 年	公噸。	
*客戶或實質經營據點	1. 通路型態為（如自有/經銷/代理）？____，目前自有品牌國內實體通路____家，海外實體通路____家，總計____家。 2. 區域分布的比例：國內____%；歐洲____%；美洲____%；日本____%；大陸____%；新興市場____%；其他____%。 3. 目前網路通路或行銷布建情形：（如網路行銷關鍵字；KOL行銷）。 4. 請檢附產品鋪貨通路達30處之證明資料。				
109 年國產包裝食米暨米食製品品牌形象輔導計畫-受輔導產品及亮點成效					
品牌名稱/產品名稱	產品類型	銷售額 (新臺幣/元)	主要銷售通路 (國內外實體或虛擬通路據點名稱)		
	☐ 包裝食米 ☐ 米食製品				
	☐ 包裝食米 ☐ 米食製品				
	☐ 包裝食米 ☐ 米食製品				
計畫總經費	千元	獎勵金款	千元(%)	自籌款	千元(%)
成果效益 (計算期間為 110 年 1~12 月)	(一) 受輔導產品實際銷售總額：____千元		(二) 受輔導產品實際國產稻米使用：____千元		(三) 受輔導產品實際上架之銷售據點數量：____處

其他實際亮點成效	受輔導產品其他量化成效(如拓展國際通路幾處、建立虛擬行銷成效、異業結合成效、政府單位採購及推廣、媒體專訪露出)				
110 年國產包裝食米暨米食製品亮點產品形象輔導計畫-受輔導產品及亮點成效					
品牌名稱/產品名稱	產品類型	銷售額 (新臺幣/元)	主要銷售通路 (國內外實體或虛擬通路據點名稱)		
	☐ 包裝食米 ☐ 米食製品				
	☐ 包裝食米 ☐ 米食製品				
	☐ 包裝食米 ☐ 米食製品				
計畫總經費	千元	獎勵金款	千元(%)	自籌款	千元(%)
成果效益 (計算期間為 110 年計畫執行後至同年 12 月)	(一)受輔導產品實際銷售總額:_____千元		(二) 受輔導產品實際國產稻米使用量:_____千元		(三) 受輔導產品實際上架之銷售據點數量:_____處
其他實際亮點成效	受輔導產品其他量化成效(如拓展國際通路幾處、建立虛擬行銷成效、異業結合成效、政府單位採購及推廣、媒體專訪露出)				

※1. 倘頁數不足，請自行增加

2. 非「109 年國產包裝食米暨米食製品品牌形象輔導計畫」或「110 年國產包裝食米暨米食製品亮點產品形象輔導計畫」受輔導業者免填。

3. 109 年或 110 年產品上市包裝圖請於附件呈現，並附上相關說明。

二、品牌經營現況

(一) 企業品牌發展模式

※請詳細說明企業目前經營主軸為 OEM/ODM/經銷/自有品牌發展之原因；公司產能情形；品牌及產品優勢說明；是否曾獲得相關認證、競賽得獎、國際或大型企業合作。
(必要時，請詳附圖片輔助說明)

(二) 企業品牌經營模式

※請詳細說明企業目前市場分布情形以及據點銷售情形(例如:品牌市場為 B2C 或 B2B、實體及電商銷售情形及銷售方式)；目前品牌競爭優勢分析(例如:與同業競爭者在產品品質、價格、市場占有率等分析比較)；品牌接觸族群現況分析(例如:消費者年齡、性別、消費行為等)。(必要時，請詳附圖片輔助說明)

(三) 企業品牌發展潛能

※請詳細說明未來品牌內外銷市場策略規劃；網路通路或行銷布建規劃；公司長期的發展方向、目標或自我設定的社會責任和義務等。

三、建立企業品牌識別系統與手冊規劃

(一) 品牌關鍵課題

※請詳細說明企業目前品牌理念（例如：說明品牌理念及精神，可附上品牌 LOGO 圖像）；品牌識別系統落實度（例如：公司目前品牌識別系統是否有完整落實於內化企業精神或對外產品或行銷管道）；品牌識別系統一致性以及加值應用情形（例如：品牌識別系統與目前產品線包裝是否有一致性等）（必要時，請詳附圖片輔助說明）

(二) 品牌識別定位

※請詳細說明企業目前所有品牌或產品線定位（例如：說明雙品牌或合作品牌各自定位以及品牌間各自屬性、市場區隔度、各品牌訴求及優勢）（必要時，請詳附圖片輔助說明）

(三) 品牌識別手冊規劃

※盤點目前公司資源以及企業自身形象規劃，詳細說明企業預計建立「視覺識別系統基本規範」與「視覺識別系統應用規範」內容。

（視覺識別系統基本規範，例如：品牌故事、精神；品牌標誌、標語；標準字、標準色彩；標誌或標語組合模式、色彩應用；輔助圖紋；禁止使用規範等）

（視覺識別系統應用規範，例如：公司名片、信封、文件、制服以及其他事務用品；行銷廣告媒體以及官方網站形象；招牌、標幟掛旗、橫幅布條、展場看板等活動用廣宣品等）

四、導入企業品牌識別之應用規劃項目

(一) 實際導入項目:(請勾選完成至少 3 項導入類別，各導入類別至多選擇 3 項導入工作項目，並說明各導入工作項目實際量化成果及預期效益)

導入類別	導入工作項目	實際量化成果
線上網站	☐ 企業網站設計、 ☐ 購物商城設計、 ☐ 社群媒體設計、 ☐ 其他_____	☐ 企業網站設計(含網站首頁設計____式，形式____(圖片/照片/動畫/藝術美編等)、輪播圖Slider____式，形式____(圖片/照片/動畫/藝術美編等)、網站分頁或產品資訊區塊設計____式，形式____(圖片/照片/動畫/藝術美編等)) ☐ 購物商城設計(含網站首頁設計____式，形式____(圖片/照片/動畫/藝術美編等)、輪播圖Slider____式，形式____(圖片/照片/動畫/藝術美編等)、網站分頁或產品資訊區塊設計____式，形式____(圖片/照片/動畫/藝術美編等)) ☐ 社群媒體設計(含網站首頁設計____式，形式____(圖片/照片/動畫/藝術美編等)、輪播圖Slider____式，形式____(圖片/照片/動畫/藝術美編等)、網站分頁或產品資訊區塊設計____式，形式____(圖片/照片/動畫/藝術美編等)) (實際全面導入該網站或媒體之各網頁)
實體空間	☐ 商業空間、 ☐ 店面展示層架、 ☐ 招牌、 ☐ 看版、 ☐ 視覺形象牆、 ☐ 門面設計、 ☐ 其他_____	1. 全台家數全台____家、實際導入商業空間____家、店面展示層架導入____家 (實際導入需達全台家數 50% 以上) 2. 全台家數____家、實際導入招牌____家、看版____家、視覺形象牆____家、門面設計____家 (實際導入需達全台家數 50% 以上)
產品造型	☐ 產品包裝、 ☐ 產品禮盒、 ☐ 商用提袋、 ☐ 紙箱、 ☐ 其他_____	1. 品牌識別導入產品包裝設計____式，量產____份 2. 品牌識別導入產品禮盒設計____式，量產____份 3. 品牌識別導入商用提袋____

		式，量產____份 4. 品牌識別導入產品紙箱____ 式，量產____份 <u>(以上產品包裝量產需達產品出貨量 80%以上)</u>
展覽活動	☐ 活動看板、 ☐ 品牌形象牆、 ☐ 展櫃設計、 ☐ 整體展區設計、 ☐ 櫥窗設計、 ☐ 活動識別牌、 ☐ 其他_____	1. 品牌識別導入活動看板設計____式、品牌形象牆____式、展櫃設計____式、形象牆____式、整體展區____式、櫥窗設計____式、活動識別牌____式 2. 導入活動名稱 (1) _____ (2) _____ (3) _____ <u>(以上展覽活動導入，需為實際導入展場設計及場佈使用，且核設計及輸出物應可運用達 2 場活動以上且活動不得為內部觀摩活動，需有對外展示銷售活動)</u>
平面輔宣物	☐ 企業形象型錄、 ☐ 產品型錄、 ☐ 折頁 DM、 ☐ 品牌或產品立牌、 ☐ 標幟掛旗、 ☐ 橫幅布條、 ☐ 海報、 ☐ 刊物、 ☐ 手拿牌、 ☐ 其他_____	1. 品牌識別導入企業形象型錄____式，量產____份，用途_____(會展使用/活動使用/促銷使用/門市宣傳使用等) 2. 品牌識別導入產品型錄____式，量產____份，用途_____(會展使用/活動使用/促銷使用/門市宣傳使用等) 3. 品牌識別導入折頁 DM ____式，量產____份，用途_____(會展使用/活動使用/促銷使用/門市宣傳使用等) 4. 品牌識別導入品牌或產品立牌____式，量產____份，用途_____(會展使用/活動使用/促銷使用/門市宣傳使用等) 5. 品牌識別導入海報____式，量產____份，用途_____(會展使用/活動使用/促銷使用/門市宣傳使用等) 6. 品牌識別導入刊物____式，量產____份，用途_____(會展使用/活動使用/促銷使用/門市宣傳使用等) <u>(以上各項平面輔宣物輸出產量)</u>

		<u>需達前一年度該項輔宣物輸出產量 80%以上)</u>
對外行銷	☐ 公司名片、 ☐ 員工制服、 ☐ 信封、 ☐ 文件袋、 ☐ 其他_____	1. 品牌識別導入公司名片____式，量產____份，用途_____(主管/行銷部門/業務部門/研發部/會計部門等)，共____人 2. 品牌識別導入員工制服____式，量產____份，用途_____(主管/行銷部門/業務部門/研發部/會計部門等)，共____人 <u>(以上對外行銷物品需導入公司至少 2 個部門)</u> 1. 品牌識別導入信封____式，量產____份 2. 品牌識別導入文件袋____式，量產____份 <u>(以上對外行銷物品需全面性更換使用)</u>

*各導入工作項目以依本年完成(含優化)之品牌識別手冊於本年度導入者為限，並提出實際量化成果相關佐證資料。

(二) 加值導入項目：

※描述企業其他加值導入項目例如：電視廣告、平面廣告、車體廣告、品牌識別、標語導入公司新製作影片等等。

五、輔導需求

經費需求規劃		
工作項目	用途說明	經費支出 單位:新臺幣(千元)
人事費用	※例如:品牌執行人員投入費用	
品牌識別盤點	※例如:內部品牌識別系統梳理或整合費用;市場調查費用;品牌諮詢、會計、法律等專業諮詢費用	
品牌識別手冊建立	※例如:建立視覺識別系統基本規範與應用規範	
品牌識別手冊導入	※例如:今年度導入企業品牌識別之應用(包含內化執行及對外溝通等實際工作項目)	

※1. 倘頁數不足，請自行增加

2. 請明列建立品牌識別系統預計支出費用，業者可視本身需求進行調整。

六、其他審查參考項目

(一)是否為「109年國產包裝食米暨米食製品品牌形象輔導計畫」或「110年國產包裝食米暨米食製品亮點產品形象輔導計畫」受輔導業者?	
☐ 否	(若勾選否以下免填)
☐ 是	☐ 109年國產包裝食米暨米食製品品牌形象輔導計畫; ☐ 110年國產包裝食米暨米食製品亮點產品形象輔導計畫
(二)是否屬於本署近3年公開甄選核定有案，且取得110年度合作廠商資格或補助計畫者?	
☐ 否	(若勾選否以下免填)
☐ 是	☐ 稻米產銷契作集團產區營運主體; ☐ 新興米穀粉產業鏈合作業者; ☐ 其他:
(三)所屬下游客戶或實質經營之實體銷售據點是否涵蓋國內100處以上?	
☐ 否	(若勾選否以下免填)
☐ 是	☐ 請檢附實體銷售據點清冊(應包含銷售據點名稱、地址)，並提供相關供貨交易之證明文件。
(四)是否屬於本署近3年舉辦之稻米相關競賽得獎有案者?	
☐ 否	(若勾選否以下免填)
☐ 是	☐ 精饌米獎，獲獎年份：_____，獲獎產品名稱：_____，獲獎獎項：_____。 ☐ 全國特色米製伴手禮創意競賽，獲獎年份：_____，獲獎產品名稱：_____，獲獎獎項：_____。 ☐ 其他稻米相關競賽名稱：_____，獲獎年份：_____，獲獎產品名稱：_____，獲獎獎項：_____。 ☐ 請檢附得獎相關證明文件。

七、承諾書

1. 本公司了解對於上述所填寫及提供之所有資料內容及相關證明文件，皆為屬實且為本公司合法所持有，若有涉嫌冒用、盜用、偽造之情事，本公司願負一切法律責任。
2. 本公司了解並同意配合申請須知載明之權利義務注意事項。
3. 本申請書所提供之個人資料本人，皆已瞭解並同意所提供之個人資料，將依本申請須知相關作業程序及配合事項進行諮詢訪視、審查流程、媒合轉介、診斷輔導、廣宣推廣、案例撰寫、成果交流、成效調查與其他研考管理；同時，瞭解得依法向行政院農委會農糧署及計畫執行單位查詢、請求閱覽、製給複製本、補充/更正、停止蒐集/處理/利用或刪除個人資料；此外，明瞭若提供不正確之個人資料，農糧署及計畫管理單位即無法進行前述各項作業。
4. 本公司同意於本個案完成後，將執行成果內容提供農糧署作為示範推廣之用。
5. 業者應將本次計畫所建立品牌識別手冊實際導入品牌識別推動，應用公司品牌內化執行及對外溝通相關資源內。
6. 本公司確保若已以相同品牌、相同產品申請接受其他政府單位相同性質輔導，於獲選時僅能擇一接受輔導，如發現重複，本公司同意計畫管理單位將已撥付獎勵金款項追回。
7. 本公司已瞭解並同意申請本案輔導計畫，需繳交「履約保證金」計新臺幣 6 萬元整。

此致 行政院農業委員會農糧署

公司印鑑

負責人簽章

授權代理人簽章

公 司 名 稱：

申 請 日 期：中 華 民 國 1 1 1 年 月 日

申請業者應備文件自我檢查表

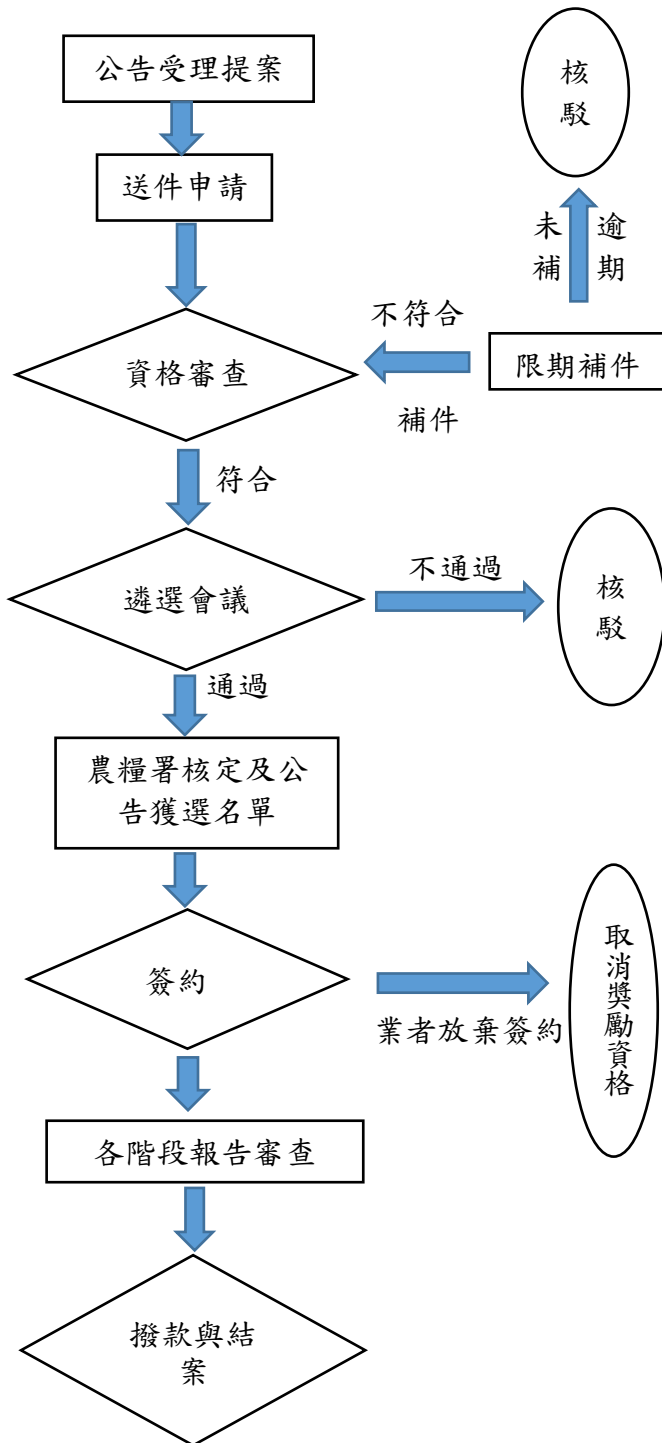
申請業者：

計畫名稱：

檢 查 項 目	檢 查 結 果		備 註
	是	否	
一、應具資格			
(一) 是否為依法設立或登記之法人、團體或公司？ 1. 獨資、合夥事業、公司：應檢附須具「公司登記」、「商業登記」或「工廠登記」擇一，以及「稅籍登記」 2. 法人：核准之立案證明及法人登記證明文件。 3. 職業團體(工會、商會)、合作社場(農業合作社、農業運銷合作社等)、農會及農場等應檢附主管機關核准之立案證明、登記證或其他合法證明。 (為本署「109年國產包裝食米暨米食製品品牌形象輔導計畫」或「110年國產包裝食米暨米食製品亮點產品形象輔導計畫」之輔導業者免附)	☐	☐	
(二)申請業者公司產品銷售通路數至少應達 30 處以上	☐	☐	
二、應備資料-資格文件			
(一) 檢附產品鋪貨通路達 30 處之證明資料	☐	☐	
(二) 已用印之計畫申請書以及電子檔資料	☐	☐	
(三) 109 年或 110 年產品上市包裝圖，並附上相關說明	☐	☐	
(四) 其他審查參考項目之佐證資料(如通路達 100 處之銷售據點清冊及證明文件、農糧署稻米競賽得獎相關證明文件)	☐	☐	
檢附資料屬影本者，請於確認無誤後，加註「與正本相符」字樣，並加蓋公司及負責人印鑑。	☐	☐	
三、提醒注意事項			
(一)申請書是否已用印(包含公司大小章及代理人簽章)	☐	☐	
(二)申請書內「承諾書」內容是否已詳閱，並了解遴選後需繳交「履約保證金」	☐	☐	

附件 2、申請流程圖

作業流程圖



作業說明

(一) 申請階段

符合申請資格之業者得參照計畫申請類別及資格條件及相關應備文件，備妥申請應備資料，於期限內送件至計畫管理單位申請。

(二) 遴選階段

1. 資格審查

- (1) 由計畫管理單位對申請業者所檢附之申請資料進行基本資格審查，缺件者應於通知期限內完成補件。
- (2) 資格審查後參加遴選會議。
- (3) 計畫管理單位應於報名時間截止後3個工作天內通知符合文件及資格審查之申請業者參加遴選會議。

2. 遴選會議：

- (1) 資格審查通過後計畫管理單位邀集審查委員召開簡報遴選會議進行審查，並得視實際需求，進行實地查核。
- (2) 審查委員就遴選審查標準經討論後予以評分及排序。

3. 核定及公告：由本署核定及公告合作業者正備取名單。

(三) 簽約階段

1. 繳交保證金：通過審核之業者，應繳交履約保證金，始得保留資格；未依限繳交者，取消資格，缺額由備取業者遞補。
2. 計畫管理單位協助業者於期限內核定計畫書。
3. 核定後辦理計畫簽約作業。

(四) 進度報告審查

業者應依期中審查及結案審查繳交應提交之報告資料，本署及計畫管理單位將辦理審查，並得視情形進行實地訪查，以瞭解計畫執行情況。

(五) 結案階段應於計畫執行截止日前進行結案事項。