中華民國國際工商經營研究社

第十八屆 IMC 創新獎

說明手冊

承 辦 社：桃園社

創新主委：宋貴修

IMC 聯合會創新委員會編製

中 華 民 國 一 一 二 年 一 月 一 日

IMC 創新獎說明手冊內容

創新已經是 IMC 重要的核心價值之一 ，「IMC 創新獎」是 IMC 各社主要推廣創新的媒介與平台，IMC 創新推廣的目的，在於讓 IMC 社友都能成為「**訓練有素**」的創新企業主。

期間超過半年的 IMC 創新獎系列活動，經由

1.創新獎說明

2.提案書面整理

3.簡報發表準備

4.實地參訪準備

讓參與的提案人、協助準備的所有的社友對創新的「整體概念」「環節知識」「執行技巧」更了解，更精進。此將有助益 IMC 社團社務、社友事業的「發展循環」更有效率、極具效益的創新。

IMC 創新獎的目的有別於公部門、學術界、以及業界所舉辦的各種「創新獎」的目的。為了向社友說明 IMC 創新獎的實施辦法與特殊目的，IMC 全國創新委員會沿引自前屆所彙編資料經再編修，供 IMC 社友參考。

壹、第十八屆 IMC 創新獎簡章說明----------P02

貳、IMC 創新提案內容說明 ----------P13

一、IMC 個人創新獎類說明----------P14
1. 工商創新概念
2. 三個工商創新典型
3. 新創企劃之思考模式
4. 工商創新概念與個人創新提案關連處

二、IMC 社務創新獎類說明 ----------P34
1. 社務創新概念
2. 社務創新概念與 IMC 創新提案關連處

三、IMC 創新提案簡報說明----------P41

四、IMC 創新提案實地採訪說明----------P43

五、IMC 創新提案的寬鬆性與嚴謹性----------P45

參、第十八屆 IMC 創新獎評審辦法說明----------P47

一、第十八屆 IMC 創新獎評審團召集辦法----------P47

二、個人創新獎評審項目說明 ----------P50

三、社務創新獎評審項目說明 ----------P63

四、第十八屆 IMC 創新獎評審配合事項 ----------P71

壹、第十八屆 IMC 創新獎簡章說明

一、2023 年第十八屆 IMC 創新獎時程

1. 5 月 31 日(星期三)24:00 前書面資料提報聯合會秘書處
   原始檔 e-mail：twnimcorg@gmail.com
2. 8 月 12 日(星期六) 第十八屆創新獎
   發表會地點：桃園 開南大學（338 桃園市蘆竹區開南路 1 號）

二、IMC 舉辦創新獎的目的

1. 推廣企業創新研究精神
2. 鼓勵社友勇於創新研究
3. 將成果與全國社友分享

三、IMC 創新獎二大獎項四大類

1. 社務創新獎

提案內容為 IMC 各社之工商經營研究、聯誼交流、休閒團康、社務推展、社服公益、或綜合類之社務創新成功案例。

2. 個人創新獎

個人創新獎區分為三類領域：

NO	獎項	說明
1	**研發製造類**	提案內容為科技研發、創新產品、創新精實製程之**成功案例**。
2	**服務行銷（含財金）類**	提案內容為創新商業模式、創新精實管理之**成功案例**。
3	**新創企劃類**	提案內容含研發、製造、服務、行銷之新創企劃提案 。

四、IMC 創新獎參加資格

1. 提案人必須是 IMC 已繳該社社費正式社友(提交書審前)。
2. 提案人是「創新提案」的原創人或團隊成員。
3. 社務創新需是在 IMC 內執行並完成的案例。

五、 IMC 創新獎報名

1. 請於 2023 年 5 月 31 日(星期三)24:00 前報名之書面資料應提報聯合會秘書處，原始檔 e-mail：twnimcorg@gmail.com
2. **報名書面資料：**
   2.1. 依聯合會提供之《創新提案報告書》之首頁格式填寫創新提案報名表，資料如下：
   2.1.1 社別基本資料。
   2.1.2 提案報告人基本資料。
   2.1.3 創意名稱。
   2.1.4 創新報告摘要：限 500 字內。
3. **編寫《創新提案報告書》**，聯合會建議內容有十項：
   3.1 動機與目的。
   3.2 創意導入前狀況與問題分析。
   3.3 創意內容與特色。
   3.4 新創描述(創意解決方案)。
   3.5 創意可行性評估（創利模式或創益模式)。
   3.6 創意執行方法（創造要項與執行辦法)。
   3.7 創意導入後之差異。
   3.8 創意成效評估。
   3.9 考核機制（原創性舉證或說明)。
   3.10 結論。
4. **補充說明：聯合會建議之十大項內容為創新要素陳述引導，提案人可用其他創意型式呈現創新要素（動機、目的、新創、創意、創造、創利、差異、原創、成效)。**

中華民國國際工商經營研究社聯合會 2023 年 IMC 創新獎

提 案 報 名 表（首頁）

代表社（社名）		代表人（社長）	
承辦人（秘書）		E-mail	
手　機		聯絡電話	
參選類別	□社務創新獎 個人創新獎： □「研發製造類」、□「服務行銷（含財金）類」、 □「新創企劃類」 □「創新徵文」		
創意名稱			
提案報告人員姓名		手　　機	
公司名稱		職　　稱	
聯絡電話		E-mail	
創新報告摘　要	(限 500 字以內)		
檢附資料	□ 1.本報名表 □ 2.創新報告書內容(格式如附件)		
說　　明	【首頁及摘要】首頁含創新名稱、代表社、創新類別、所有參與人員之單位名稱、職稱及摘要。 創新名稱標題應力求簡潔、創新、具吸引力。摘要說明限 500 字以內，應能充分表達創新報告的特色、核心概念與效益。		

代表人(社長)簽名：　　日期：_____

中華民國國際工商經營研究社聯合會 2023 年 IMC 創新獎

報 告 書

創新名稱標題 xxx

代表社：xx 社　　創新類別：xx 類

姓名：xxx,　yyy, zzz,……(xx 公司/總經理)

摘要

xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx(限 500 字以內)。

六、 IMC 創新獎評審三階段

創新獎評審共分三階段

❶ 第一階段：書審。

❷ 第二階段：發表評審。

❸ 第三階段：實地參訪評審。

❶ 第一階段：書審

1. 提案者提交《創新提案報告書》。

   1.1 含文、圖，直式 A4 由左而右書寫 ，約 15 頁。

2. 評審：IMC 評審團。

3. 評分與項目 A：

   3.1《新創企劃類》《社務創新類》最高 50 分。

   3.2 創新程度（原創性、差異性）：0～20 分。

   3.3 創意、創利（或創益）、創造手法：0～10 分。

   3.4 創意成效：0～10 分。

   3.5 文章表達能力（結構順暢，簡易明瞭）：0～10 分。

4. 評分與項目 B：

   4.1《研發製造類》《服務行銷(含財金)類》最高 40 分。

   4.2 創新程度（原創性、差異性）：0～10 分。

   4.3 創意、創利（或創益）、創造手法：0～10 分。

   4.4 創意成效：0～10 分

   4.5 文章表達能力（結構順暢，簡易明瞭）：0～10 分。

❷ 第二階段：發表評審

1. 2023 年 8 月 12 日(星期六)舉辦 IMC 全國創新獎發表會。

2. 提案本人進行《創新提案》簡報、問題回答。

3. 簡報時間 17 分鐘，評審問答 8 分鐘。

4. 簡報：

   4.1 素材：創新提案報告書內容。

   4.2 目的：凸顯、扼要創意、創造、創利、差異、價值關鍵要點。

   4.3 簡報時間控制：

4.3.1 簡報開始時鐘響鈴告示一次(響鈴 1 聲)。

4.3.2 第 15 分鐘(剩 3 分)鐘響鈴告示一次(響鈴 2 聲)。

4.3.3 剩 1 分鐘再響鈴告示一次(響鈴 3 聲)。

4.3.4 時間到響鈴告知(響長鈴 3 秒)並關閉麥克風。

5. 問答：(採用一問一答方式進行,評審一次問一個問題，時間不超過一分鐘)。

5.1 即席回答評審所提相關該提案問題。

5.2 問答時間控制：8 分鐘時間到響鈴告知。

6. 評審：IMC 評審團。

7. 評分與項目：

7.1《新創企劃類》《社務創新類》最高 50 分。

7.1.1 創新之理念呈現：0～15 分。

7.1.2 創新之手法呈現：0～15 分。

7.1.3 簡報內容，表達能力（淺顯易懂、邏輯清楚、時間控制)：0～10 分。

7.1.4 回答問題（準確性、即時性、趣味性、延伸性)：0～10 分。

7.2《研發製造類》《服務行銷(含財金)類》最高 40 分。

7.2.1 創新之理念呈現：0～10 分

7.2.2 創新之手法呈現：0～10 分

7.2.3 簡報內容，表達能力（淺顯易懂、邏輯清楚、時間控制)：0～10 分。

7.2.4 回答問題（準確性、即時性、趣味性、延伸性)：0～10 分。

❸ 第三階段：實地參訪評審

1. 2023 年九月期間評審團《實地參訪》。

2. 實地參訪對象:

2.1 僅適用於「**研發製造類**」、「**服務行銷(含財金)類**」。

2.2 僅針對以上兩類個人獎之「書審」及「發表」兩階段累計得分前三名者，但若分數接近由評審團決議每類最多可取五名進入此階段評審。

3. 實地參訪時間每案約兩小時，流程主要項目：

3.1 公司簡報。

3.2 本案創新亮點之實體與運作呈現。

3.3 企業之創新能量介紹：創新相關之組織、資源、運作、現況。

3.4 問答座談。

4. 評審選定：IMC 聯合會所邀請之評審團。

5. 評分與項目：最高 40 分。

5.1 本案創新亮點之實體與運作呈現：0～15 分。

5.2 企業之創新能量：0～15 分。

5.3 參訪流程之順暢度：0～10 分。

七、IMC 創新獎成績通告與獎項

1. 獎項：經三階段評選後二大獎項四大類依總分轉序位法順序各有

1.1 卓越獎 1 位(或同分人數)。

1.2 傑出獎 1 位(或同分人數)。

1.3 優良獎 1 位(或同分人數)。

1.4 佳作獎 2 位

1.5 菁英獎：參加獎

2. 頒獎：全國創新委員會將獎項名單提報聯合會，於全國年會上頒獎。

總分轉序位法參考文件如下附件

2023 IMC 聯合會 創新比賽評審委員評審評分表（適用於序位法）

評審委員編號：___A___　　日期：112 年　　月　　日

評審項目	評審要項	配分	選手編號及得分					
				1	2	3	4	5
一.		30	得分	25				
二.		20	得分	18				
三.		20	得分	17				
四.		20	得分	15				
五.	簡報及答詢。	10	得分	10				
原始得分合計（由評審委員填寫）		100	得分	85	84	90		
增扣分結果後總得分合計(由工作小組填寫)								
序位(由工作小組填寫)								
本人知悉並遵守「創新評審委員會委員須知」之內容。								

八、創新提案資料只限於本社團（IMC）特定活動使用

1. IMC 創新獎之創新提案「書面資料」「簡報資料」為「**非公開資料**」，僅限於本社團特定活動使用。
2. 參加 IMC 創新獎之創新提案依期限提交到聯合會後，主辦單位將有以下安排，提案人需事先認知並無異議。「商業機密」「不公開的智慧財產權」提案人需自行斟酌顯露與保護。
3. **整編「創新獎作品手冊」供評審與存查**：主辦單位將彙集全國創新提案之書面報告編製成「創新獎作品手冊」，於發表會一個月前發送給評審

委員，作為書審之依據，另發送一份回各社社館存查。

4. **IMC 社友可申請發表會旁聽**：IMC 創新獎發表會除評審委員參與簡報評審外，IMC 社友可報名並完成「保密聲明書」簽署後參加旁聽。
5. **著作權保護**：提案人提交聯合會之書面資料、簡報資料的原始檔，除提案人在期限內可做更替、修改外，不受理任何人之拷貝。

6. **保存提案人「尚未完成之專利」權利**：參與創新獎審讀創新提案書面資料、簡報者或 其它 IMC 特定活動引用創新提案內容者皆需完成「保密聲名書」簽署，不得以「公開資料」來引論 IMC 創新獎之創新提案，避免損及提案人「尚未完成之專利」權利。

九、創新獎發表會報名費

依 111 年聯合會理監事會會議報告事項調整費用，報名創新獎發表會之提案與加油團將酌收以下費用，以分攤活動之場地、餐點等支出。

1. 每案 1500 元（提案人可協同一位簡報助理）。
2. 加油團每人 900 元。(餐費,點心)
3. 及早規劃創新獎發表會報名費、交通費。
4. 及早宣傳，鼓勵社友參加加油團。

   4.1 為本社選手加油。

   4.2 聆聽各社提案人分享創新經驗。

   4.3 報名費、交通費，加油團自行付費。

十、補充說明

1. 創新提案人皆是「事業的勇者」，知識、勇氣在書面報告都會有充足的呈現。但以下幾種狀況評審的評分可能會不高，甚為可惜：

   1.1 選錯類別。

   1.2 非以「創新」為論述主軸，原創性、差異化、創意、創利、創造之論述不足。

   1.3 非本人執行的創新。

   1.4 社務創新提案非本社或非 IMC 社團執行之活動。

2. 請先以「成功案例」或「新創企劃案」來選類別，成功案例部分若是要論述「新技術新產品研發」或「製造技術創新」則歸在**研發製造類**；若要報告「商業模式創新」或「精實管理模式創新」則選擇**服務行銷類**。

3. 「原創性」的呈現在製造科技類應以自己或自己公司的「專利證書」、「獎項」…等當佐證，服務行銷類可整理出自己的「獨特商業模式」來說明。
4. 除了「成品」的不一樣，每個案子的起始狀況、條件皆不一樣，需用不同的策略，需克服不同的困難，客戶也因你的不同而買單。這就是「差異」與「創意」所在：
   4.1 理念與同業的差異?
   4.2 願景、目標與同業的差異？
   4.3 實現願景的創意架構？
   4.4 創造的創意解決方案？
   4.5 創利的創意模式？
   4.6 行銷的創意模式？
5. 參加「IMC 創新提案」的重點是要清楚自己是「勇敢的築夢人」，除報告成果外更重要的是**把自己的《精采築夢關鍵要點》分享給 IMC 社友**。若提案人非「新產品」的原創者或團隊成員，而是新產品的代理商，論述的內容應偏向「創新商業模式」，簡要介紹新產品，但應細說如何取得「新產品」的代理，如何成功的行銷並達成自己的願景。

十一、給各社創新獎承辦人的話

科技在進步，趨勢會轉變，產品常更新，覺知、精實、創新是事業主經營事業的主要課題。提案人除分享現有的《創新成果》或《新創構思》外，IMC 舉辦創新獎的更深層用意是期望提案人《很努力》的整理自己的創新理念、創新精神、創新方法，期待提案人對創新更有邏輯性、系統性，並將提案人的創新邏輯、系統分享給全國 IMC 社友。

《創新推廣》是 IMC 設立創新獎的初衷，也是各社創新獎承辦人員的工作方向，以下是主辦單位對此工作的建議：

1. 推舉：儘早物色社友之創新案例，鼓勵參加創新提案，二月份前即選定

提案，並提供提案人今年的「IMC 創新獎說明手冊」與存放 在社館的歷屆「創新獎作品手冊」，供其儘早做「提案整理」。

2. 示範：四月份前可從全國挑選數位曾參加創新獎的提案人，舉辦開放式的講習，邀請他們示範、心得分享。
3. 提案編寫：可以以下邏輯來輔導創新提案之要項編寫：

   3.1 邏輯:

   市場缺口 → 創意解決方案 → 新商品 → 目標客戶 → 企業獲利

   3.2 要項編寫:

   3.2.1 如何發現市場缺口。

   3.2.2 研發出什麼「新商品」滿足市場缺口。

   3.2.3 設定何種獲利模式。

   3.2.4 如何行銷賣給目標客戶，並保有黏著度。

   3.2.5 如何「佈局」做出新商品，有效行銷，實踐獲利模式。

   3.2.6 與同業差異之整理。

   3.3 提案編寫：如果只炫耀產品功能或成果會缺少經驗整理、分享的效果。經由「經驗整理分享」來推廣創新是創新獎的精神與方法。

   3.4 精實類也可以相同邏輯來架構提案：

   問題缺口→ 創意解決方案 → 新模式 → 目標客戶 →企業獲利

4. 個案研討：

   4.1 從「書面報告」到「簡報」的準備以個案研討方式定期進行，除 提案人可得多方建議外，參與的社友也會有「工商研究」的效益。

   4.2 但應讓參與者都需先了解創新獎簡章，知道創新提案的重點，另提醒提案人接受《指正》或建議時，不要有挫折感。

5. 對內發表：八月份全國創新發表會前在社內安排一場本社的「創新發表會」，一則讓提案人臨場演練，二則是將「成果」與全體社友分享。
6. 心情感知：用心就會在意成績，但更重要的是提案人經由提案過程得到什麼，將什麼好理念分享給 IMC 社友，又從別的提案人那裡學到什麼。請承辦人能引導大家有此心態：收穫、分享比成績更重要。

貳、IMC 創新提案內容說明

覺知、精實、創新是事業發展循環，也是事業主的本能、習慣，但許多我們國際工商經營研究社（IMC）的社友卻說自己的事業沒創新。創新在這些社友身上僅是「隱性本能」。

IMC 設立創新獎的初衷是在本社團中「創新推廣」，先讓社友發掘自己的創新隱性本能，進而期待社友建立創新的「顯性基本知能」，讓自己在事業發展循環中，創新更有章法，並將自己的創新能耐轉化成公司組織的創新能耐。

IMC 創新獎以「兩階段」或「三階段」的設計，經由提案書面報告、簡報發表、實地參訪的過程，**讓提案人建構出「創新基本知能」所需的「整體概念」「環節知識」「執行技巧」。**

IMC 創新獎有兩大獎類、三大階段，為了讓社友對 IMC 創新提案有初步的「整體概念」，並有可讓 IMC 社友討論的環節要項，創新委員會編製「IMC 創新提案內容說明」，內容如下供 IMC 社友參考。

一、IMC 個人創新獎類說明

1. 工商創新概念
2. 三個工商創新典型
3. 新創企劃之思考模式
4. 工商創新概念與個人創新提案關連處

二、IMC 社務創新獎類說明

1. 社務創新概念
2. 社務創新概念與 IMC 創新提案關連處

三、IMC 創新提案簡報說明

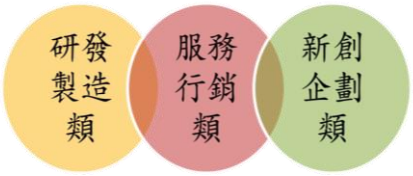
四、IMC 創新提案實地採訪說明

五、IMC 創新提案的寬鬆性與嚴謹性

一、IMC 個人創新獎類說明

IMC 個人創新獎類「研發製造創新類」「服務行銷創新類」「新創企劃類」是屬於「工商創新」範疇，《工商創新基本概念》可以做為審讀個人創新提案時的參考。以下先整理一些工商創新相關要點，再以這些要點說明 IMC 個人創新提案的內容要項。

三個領域：



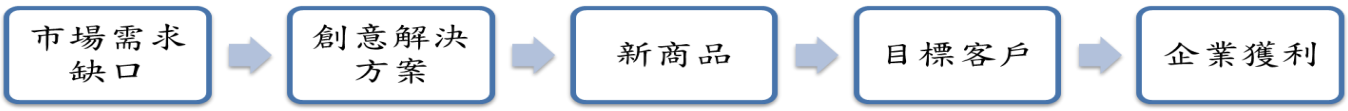
屬於「工商創新」範疇

註：以下工商創新基本概念參閱

1. 科技管理實務與運用：潘東豫教授 著
2. 商業模式創新與管理：鍾憲瑞 教授 著

（一）工商創新邏輯

工商創新有個基本的邏輯：



1. **市場需求缺口**（市場需求挖掘）：
   1.1 目標客戶之需求無法滿足(市場上缺少)
   1.2 目標客戶之需求可以被替代(我的更好)
2. **目標客戶**：可能是終端用戶，也可能是產業客戶，被區隔化選定的群組，但業務量需夠大。
3. **解決方案**
   1.1 商業是用實質的「**產品 + 服務 + 消費體驗**」來滿足顧客需求
   1.2 解決方案就是用新的產品 + 服務 + 消費體驗之商品定位、研發、設計來解決市場需求缺口
   1.3 商品定位就是設定商品的價錢、產品功能、服務深度、消費體驗、時效等。
4. **工商創新的本質**：發掘並滿足市場需求缺口，以此讓企業獲利

（二）工商創新的第一個典型：創新商品化

創新商品化即是「開發新產品，導入市場」

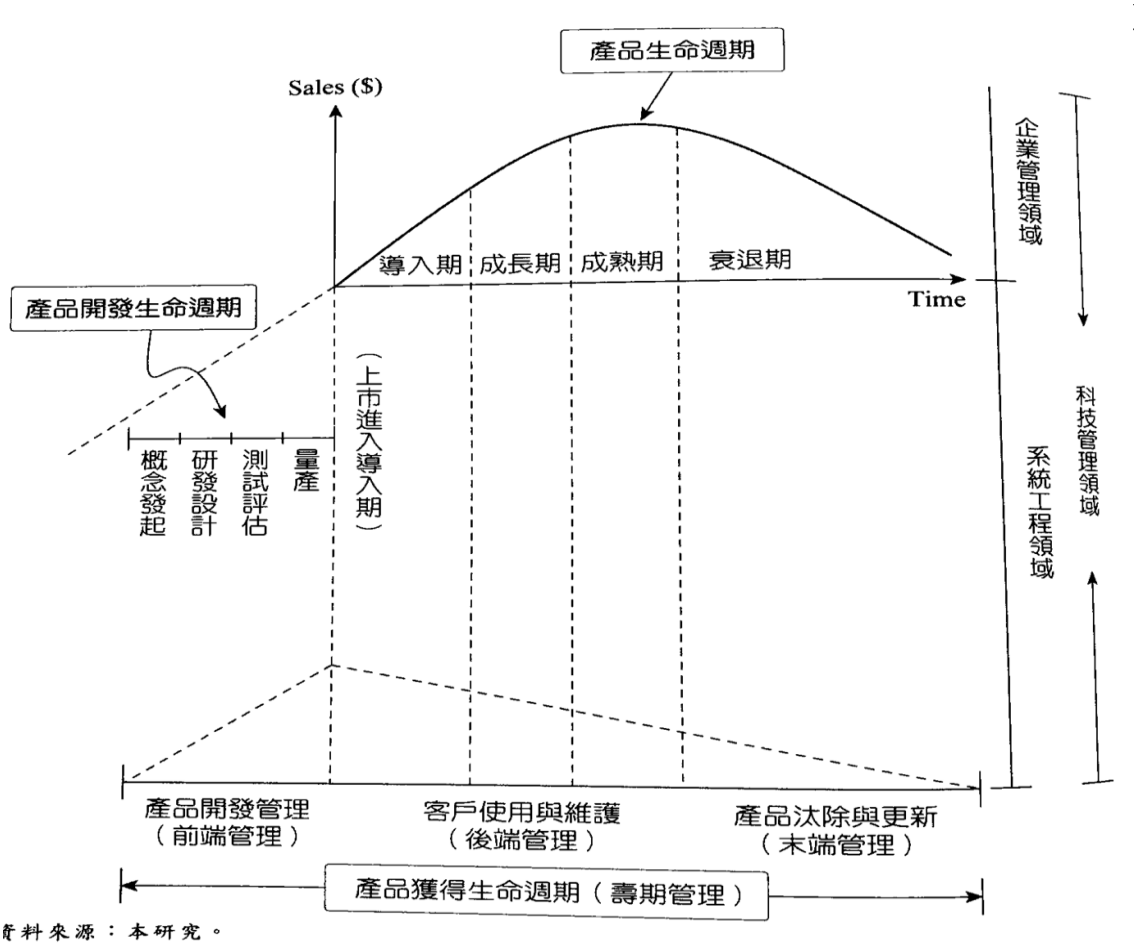
創新商品化流程：



1. 創新商品化第一個要點：壽期管理

1.1 產品獲得生命週期概念（創新商品化生命週期）

資料來源：潘東豫教授著科技管理 第三章 第 98 頁(照片一)



資料來源：本研究。

圖 3-2 產品獲得生命週期概念

1.2. 壽期管理

壽期管理是企業開發新產品導入市場的效率、獲取效益的能耐，也是評估新產品市場價值的依據

創新商品化第一個要點：**壽期管理**

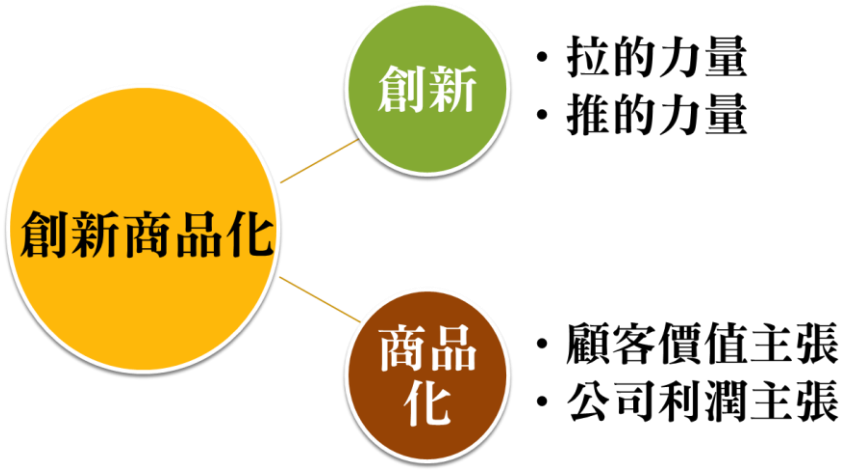
開發階段	商品化階段
開發生命週期	產品生命週期
• 講求效率	• 講求效益
• 上市時效	• 目標客戶人數擴增
• 開發費用	• 市場需求時期拉長

市場價值評估：

產品開發週期短、使用者衆、產品生命週期長

企業能耐

2. 創新商品化第二個要點：「創新 」& 「商品化」兩要素



2.1. 創新可能來自兩個力量

開發新產品需以科技或核心技術當基礎，以下兩個力量是企業挖掘新商機滿足市場缺口的兩個方向



2.2. 商品化需要兩個主張

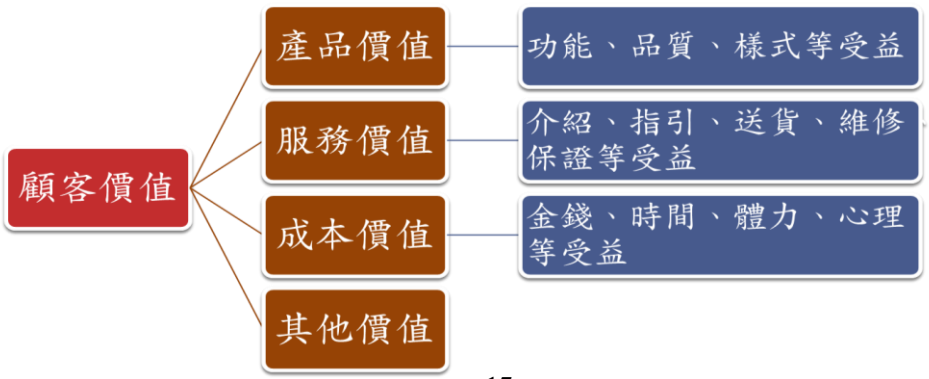
做生意就是要「**讓客人滿意，自己賺錢**」

- 顧客價值主張：滿足顧客那些需求，如何實現它
- 公司利潤主張：以怎樣的運作方式讓公司創造利潤

2.2.1. 顧客價值主張

顧客價值主張即是滿足目標客戶特定需求的「理想顧客價值配置」，顧客價值主張也是解決市場需求缺口，讓顧客滿意的源頭。

2.2.1.1. 顧客價值



2.2.1.2. 理想顧客價值配置

讓目標客戶以合適之**顧客成本**，得到**特定顧客價值要素**之滿足。

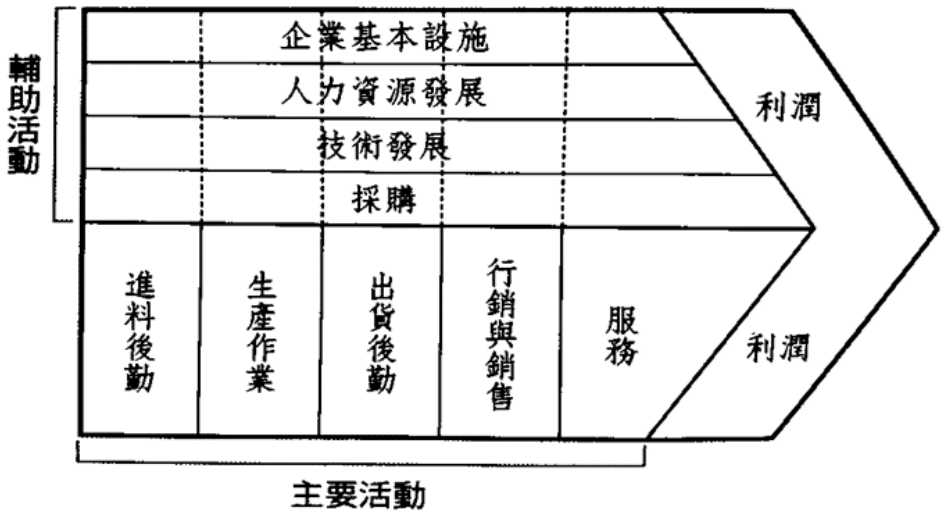


2.2.2. 公司利潤主張

公司利潤主張即是讓公司賺錢的「理想產製、產銷配置」

2.2.2.1. 價值鏈及價值活動

商品需賣到顧客手上收到貨款，商品才可以產生利潤，在這之前企業需為商品所做的各項事務都可稱為價值活動，將所有價值活動串接的系統叫價值鏈。



資料來源： Porter (1985).

圖 3-1 價值鏈及價值活動

2.2.2.2. 公司利潤主張利潤來源



1. 節流：產製成本結構考量

- 最經濟的價值活動、價值鏈之配置與建構

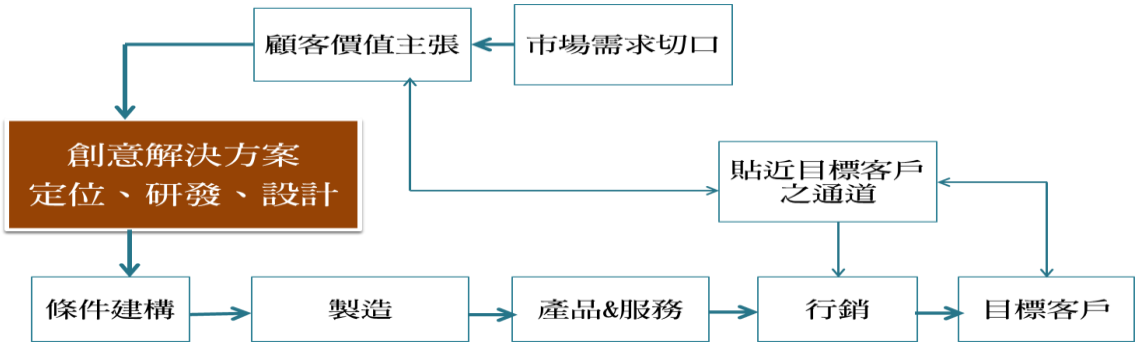
2. 開源：產銷營收結構考量

- 最有效益的營收項目、價值網絡之設計與建構

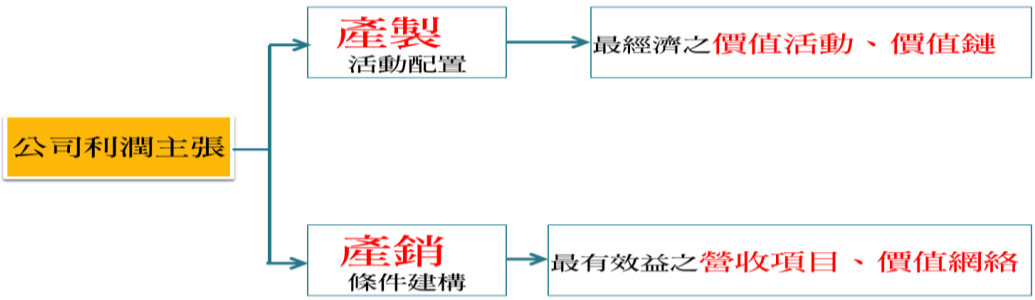
2.2.3 創新商品化之雙向運作

創新商品化可以以「滿足市場需求」及「創造公司利潤」來串連工商創新的邏輯與流程。

2.2.3.1 滿足市場需求



2.2.3.2 創造公司利潤



3.創新商品化第三個要點:「創意」「創利」「創造」必須完備

創新商品化是「工商創新」的典型之一，工商創新必談創意方案、創利模式、創造手法 三要素。

有創意方案，沒創利模式 → 非工商創新

有創意方案、有創利模式，沒創造手法 → 創新無法實現

3.1 創意、創造、創意涵意說明

① **創意**：研發、設計滿足市場需求之產品+服務+消費體驗（新商品）。

② **創利**：建構公司獲利的營運模式。

③ **創造：建構實現創意、創利策略所需資源、能耐。**

（三）工商創新的第二個典型：商業模式創新

（跳脫同業之商業模式）

1. 商業模式

商業模式就是企業的「顧客價值主張」+「公司利潤主張」的實現方式



商業模式：企業執行「顧客價值主張＋公司利潤主張」的方式

2. 商業模式創新

「商業模式創新」就是跳脫同業之商業模式，是成熟產業或成熟產品的藍海策略之一。

2.1 商業模式創新作為

重新設定顧客價值主張

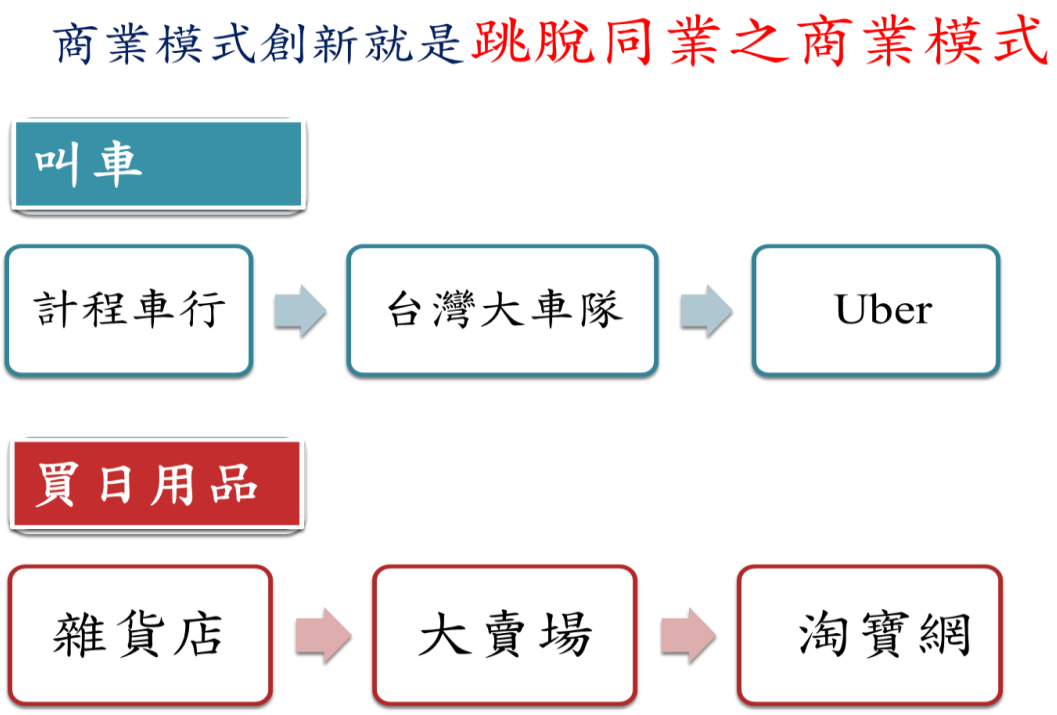
- 重新挖掘目標客戶需求
- 重新設定價值定位
- 重新設定新商品之產製條件

重新設定公司利潤主張

- 重新設定產製策略
- 重新設定產銷策略
- 重新建構更有效益的產製配置、產銷模式與條件

與同業差異化

2.2 跳脫同業之商業模式與同業差異化



（四）工商創新的第三個典型：商品化流程精實創新

（精實本產業的某項價值活動運作方式）

「精實」是指【精簡】【厚實】將商品化流程之某項或某幾項價值活動的實質要素精實化，如組織、人員、流程、管理等精簡，但是實力卻可更加厚實。這是成熟產業或成熟產品的藍海策略之二。

1. 流程精實之動源

1.1 商品化流程精實創新仍是以「顧客價值主張&公司利潤主張」為動源，並非無的放矢。

1.2 資訊科技是精實創新重要的工具，如 ERP、智能化設備等

2. 商品化流程可精實的項目



（五）新創企劃之思考模式

傻勁經常是新創的動力，新創並不必全部到位才可開始，只是要開始前最好有個「整體概念」與過程的「環節知識」。工商創新需兼具的三要素「創意、創造、創利」可做為建構整體概念的一種模式，只是新創的思考順序需調整為「創意→創利→創造」。以下以此模式簡要整理其內涵要項，供 IMC 社友參考。內涵要項之「**環節知識**」「**執行技巧**」則需靠 IMC 社友「再參考相關書籍」「多觀摩」「多請教」「多思考」。但有了整體概念後，您比較容易知道新創過程需要強化的「創新知能」、需建構的「資源、能耐」是屬於那一個環節。

聯合會於 2019 年初贈送各社數本鍾憲瑞博士著的「商業模式 創新與管理」，以下許多項目的內涵、詞彙請參考該書。

一、創意：創意方案

1. 啓心動念：動機與目的

1.1 動機是力量的源頭
1.2 不忘初衷
1.3 目的是夢想與願景，是熱情的來源

2. 挖掘市場需求缺口

2.1 挖掘市場新需求（商模 p125）：顯性需求、隱性需求、新技術新運用、新趨勢（生活、人口、科技等）…
2.2 挖掘新的市場區隔 （商模 p67）：可依地理、人口、心理、行為等四大類區隔
2.3 市場區隔效益分析：明確性、足量性、可接近性、可行動性（商模 p75）

3. 挖掘目標顧客需求（商模 p118、p125）

3.1 功能性需求：功能、特性、規格、品質、樣式…等服務性需求：介紹、送貨、安裝、維修…等
3.2 消費體驗需求：情境、自主性、便利性…等
3.3 時效性需求：時段、時機、效率

4. 設定目標顧客價值主張（商模 p118、p128）

4.1讓目標客群以合適之顧客成本得到顧客價值要素的特定需求之滿足。

4.2新的顧客價值主張可從目標客群之「顧客價值要素」、「顧客成本要素」拆解著手

5. 新商品定位：

5.1 消費：價位，消費型式（自主性等）

5.2 產品：功能、規格、品質、外觀

5.3 服務：項目、深度、時效

5.4 消費體驗：視覺、情境、感受

5.5 新商品定位可由商品要素拆解切入

6. 新商品研發（產品研發+服務設計 + 體驗設計）

6.1 新技術分析、需求、研發 （商模 p57）

6.2 原型商品效能測試、市場測試

7. 商品化程序

7.1 商品化法規之列舉：產品法規、製造法規、營業法規（商模 p53）

7.2 量產製程之設計或合作夥伴之設定：價值鏈適配設計（商模 p84、p90、p147）

7.3 消費實境、消費流程設計

7.4 連結目標客群方法：使用者網絡、行銷網絡

二、創利：創利模式

1. 創造利潤的經濟原則決策（商模 p245、279）

1.1 商業模式各要素構面之創造利潤主導權設計：產品端策略、顧客行為端策略、價值體系端策略、網絡端策略、時間效能端策略

2. 營收結構分析、設計（商模 p214）

2.1 收費對象

2.2 收費型態

2.3 決定價格機制

2.4 營收規模點分析

2.5 消費行為缺口與對策

3. 價值鏈成本分析、價值活動選擇（商模　p230）

3.1　主要活動、輔助活動之各項功能的投資分析（設備、人力、訓練）
3.2　社會性之價值鏈、價值體係執行成本分析（流程管理之投資）
3.3　營運規模點設定：損益平衡點之定價、單位成本、最低營業量設定（商模 p59、p232）
3.4　資源、能耐狀況分析（SWOT)（商模　p94）
3.5　核心價值活動之選定：將非核心價值活動委外，分攤固定成本等策略選定。

4. 階段發展策略

3.6　發展策略：階段性掌握營業額、降低成本的策略（由零→ 小 → 中，商模 292）
3.7　規模經濟：營收、成本曲線之『**開口笑策略**』。

三、創造：實現創意、創利決策的手法

1. 經營環境選擇

1.1　社會文化環境、人口環境、供應鏈環境、競爭環境分析 （商模 p55、p66）

2. 網絡選擇（管道、數量）

2.1　產製網絡選擇決策（商模　p182）
2.2　營銷網絡選擇決策（商模　p195）
2.3　使用者網絡選擇決策（商模　p199）

3. 核心價值活動建構

3.1　核心「組織能耐」建構 （商模 p101）
3.2　核心資源建構

4. 價值鏈建構

4.1　功能性資源建構或搭配
4.2　社會性能耐建構：整體效率、整體成本之合理運作（商模　p97、p92、p241）
4.3　業務執行流程管理系統

5. 競爭力建構（商模 p94）：

5.1 VRIO 建構：價值性、稀有性、不可模仿性、組織系統性之建構

5.2 產業五力分析與對策（商模 p59）：潛在進入者、替代品威脅、買方議價力、供應商議價力、業內競爭之對策

6. 財務規劃

6.1 階段性資產投入資金

6.2 營運資金規劃

6.3 階段性募資計劃、方法

7.執行團隊建構

7.1 分工互補之核心團隊召集

7.2 核心團隊運作模式與共識信念制定

7.3 功能性組織運作模式制定

7.4 薪資、福利、利潤分享制度制定

8. 執行效率之考核機制

9. 設施、能耐建構之日程規劃

10.營運計劃

四、新創之差異化審視

與市場現有同質性商品、同質性經營者之差異

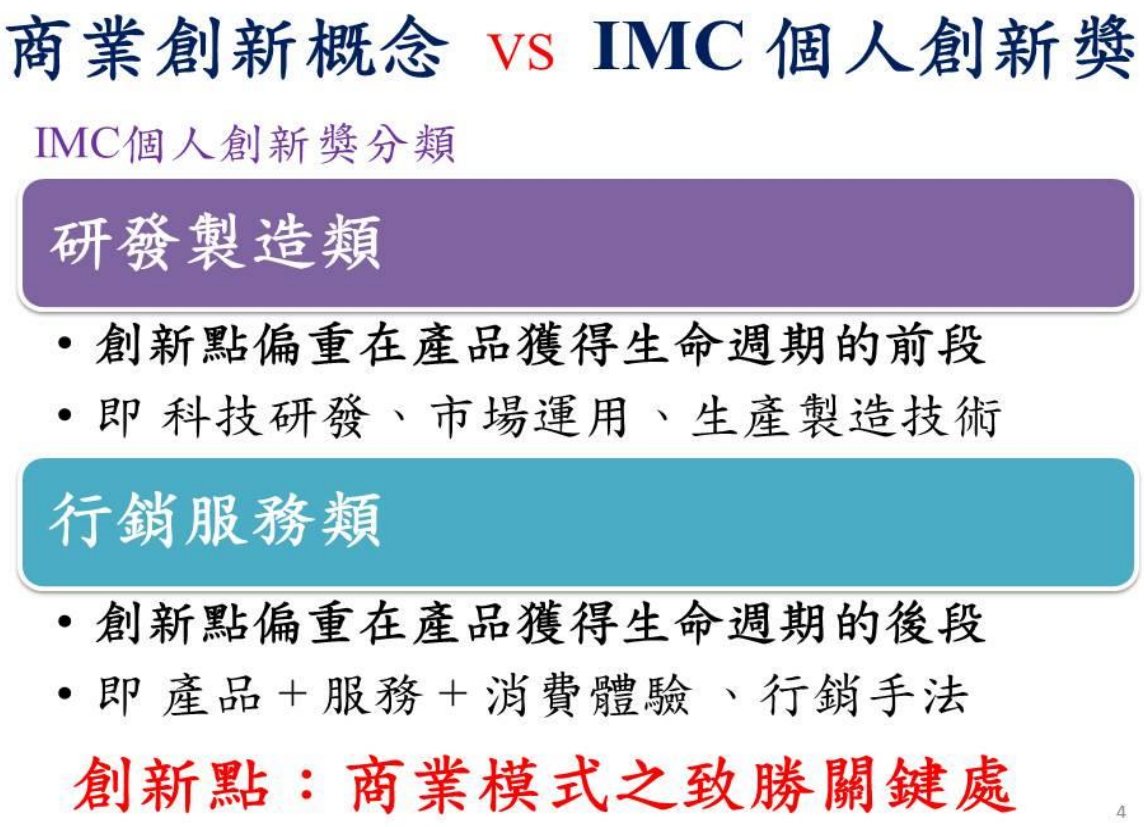
1. 吸引力之差異
2. 創利力之差異
3. 執行力之差異
4. 持續力之差異

新創企劃仍是在某一即有產業中進行，而在特定產業中，經常已有多種商業模式並存的情形，「新創」若非完全模仿即有商業模式，則需以新市場區隔、價格對抗或價值對抗來與即有的各種商業模式競爭，而這些對抗可從「顧客價值及產品定位」、「價值鏈」、「價值體系」、「網絡重組」等四個要素的型態變動來啓動，來建構更有吸引力、更有效率的「新創商業模式」。

(六)「工商創新概念」與「IMC 個人創新獎項」關聯處

1. IMC 個人創新獎分類

2. 個人創新提案的創新邏輯流程都一樣



不管社友的創新點偏在那一段，那種典型，個人創新提案就是工商創新提案。

個人創新提案的工商創新邏輯流程都是一樣的。

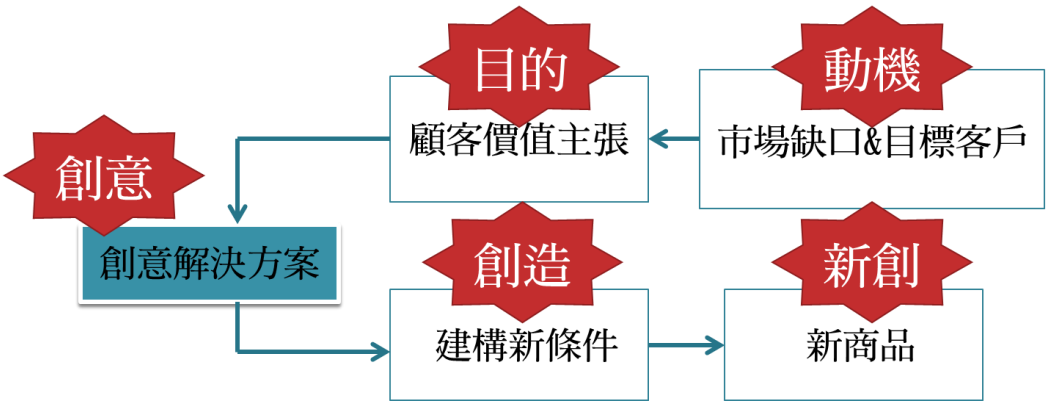
2.1 市場需求缺口 → 創意解決方案 → 新商品 →目標客戶 →企業獲利

2.2 顧客價值主張 & 公司利潤主張 的設計與建構

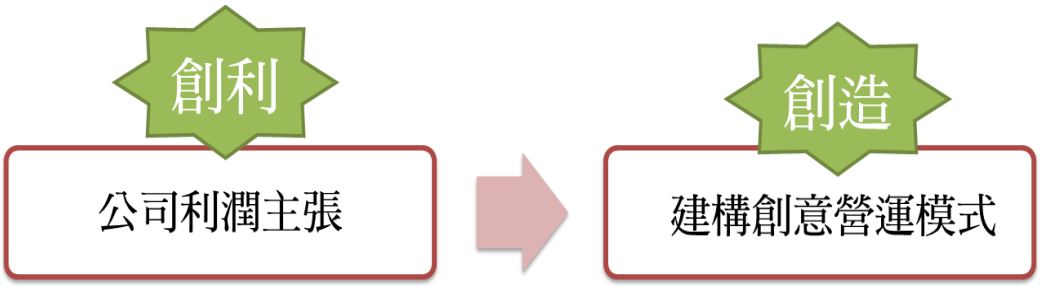
2.3 必談起心動念、創意方案、創利模式、創造手法、差異。

3. 工商創新邏輯 vs 創新提案報告書內容

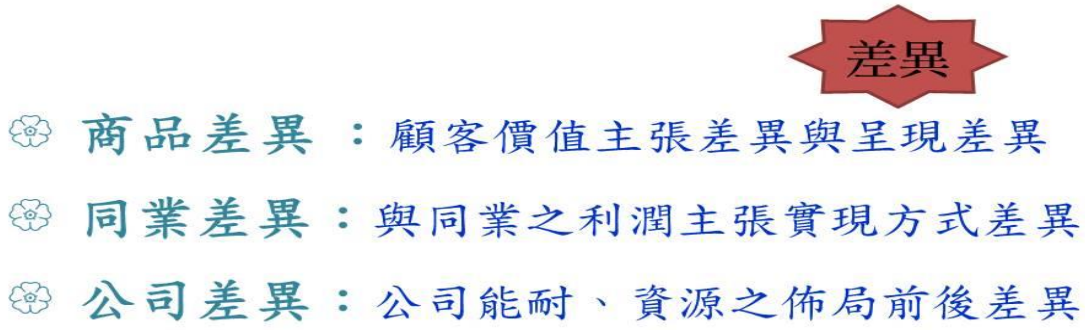
3.1. 工商創新源頭



3.2. 商業利潤的實現



3.3 工商創新之差異表現處



3.4. 如何貼近目標客戶



(七)、個人創新獎創新提案報告書內容說明

工商創新的目標都是要「滿足市場需求缺口，企業獲利」，過程中主事者需有一套新思維，設計一套新策略，實現它前更需先建構好所有的實質條件。

1. 對**成功的創新案例**，可整理分享的就是這個過程的思維、策略、建構項目、執行技巧、商品差異、同業差異，還有您的精神、態度。
2. 對**新創的創新案例**，這個過程的思維、策略、建構項目、執行技巧、差異化都應涵蓋在您的企劃內（概略呈現在提案內），可作為周延性的審視，也可列出「支援需求清單」，說不定有 IMC 家人幫得上忙。

書面資料含首頁「個案基本資料」與約 15 頁 A4 直式書寫含圖、文之「創新提案報告書」，報告書內容以聯合會建議之十項要點為論述重點。

IMC 個人創新獎類 是「工商創新」範疇，工商創新必談三要素：創意方案、創利模式、創造手法。

有創意方案，沒創利模式 → 非工商創新 ；

有創意方案有創利模式，無創造手法 →創新無法實現。

個人類創新提案的書面資料在此三要素應有明確的報告，這是提案人自我審視、自我整理的要點，也是評審委員審讀提案，評分評語的要項。

聯合會建議之書面資料十要項內容提要如下，謹供參考，其內涵可參考本單元（一）～（五）之說明。

壹、動機與目的

1. 動機
   1.1起心動念（動力來源）
   1.2市場需求缺口
   1.3目標客群與其新需求
   1.4或企業內部效能缺口
2. 目的

理想之顧客價值主張或理想企業願景、目標

貳、創意導入前狀況與問題分析

1. 機會：市場需求缺口
2. 威脅：同業競爭、法令限制、技術更新、經濟變化等
3. 強項：企業內部可抓住市場機會、避免外界威脅的資產與能耐
4. 弱項：企業內部欠缺抓住市場機會、避免外界威脅的不足資產與效能不張能耐

參、創意內容與特色（創新亮點摘要）

1. 新商品或新模式之創意、特色
2. 獲利模式之創意、特色
3. 創造手法之創意、特色

肆、新創商品或新創模式描述（創意解決方案：以下為論述參考要項）

1. 目標客群、需求、新顧客價值主張之設定
2. 新商品定位：實體產品+實質服務+消費體驗之價錢、產品功能、服務深度、體驗情境、時效等之設定
3. 新商品所需之技術與研發方式
4. 商品化之量產製程設計、消費流程設計、客戶連結方法
5. 新商品之實體樣貌與功能

伍、創意可行性評估（創利模式描述：以下為論述參考要項）

1. 創利策略：商業模式各要素構面之創造利潤主導性策略等
2. 營收、成本操作手法
   - 2.1 損益平衡點設定與突破手法
   - 2.2 產銷營收結構策略（擴大營收）
   - 2.3 產製成本結構策略（降低成本）
   - 2.4 縮短開發時程，延長商品市場需求之方法（產品壽期管理）
3. 擴大目標顧客人數
   - 3.1 貼近、黏著目標顧客的方式
   - 3.2 開發潛在目標顧客的方式
4. 消費行為缺口之對策

陸、創意執行方法 （創造之執行要項與手法：以下為論述參考要項）

1. 市場環境、經營環境選擇
2. 核心價值活動選擇
3. 核心組織能耐、資產建構
4. 價值鏈、價值體系之運作建構
5. 競爭力之建構（VRIO 建構、五力分析對策等）

柒、創意導入後之差異

1. 與市場商品之差異
2. 與同業商業模式之差異
3. 公司之資源、能耐、運作之前後差異

捌、創意成效評估

1. 公司該項創新績效
   1.1 營業額
   1.2 獲利率
   1.3 內部各項效能

2. 該項創新市場價值
   2.1 競爭門檻（不可模仿之能耐）
   2.2 該項創新市佔規模
3. 社會價值
   3.1 此創新與優化環境、資源之相關性
   3.2 此創新與改善民眾生活之相關性

玖、考核機制

1. 原創性舉證或說社會評價
2. 獎項

拾、結論

1. 創新致勝關鍵處總結
2. 簡述後續之挑戰與對策

補充說明：

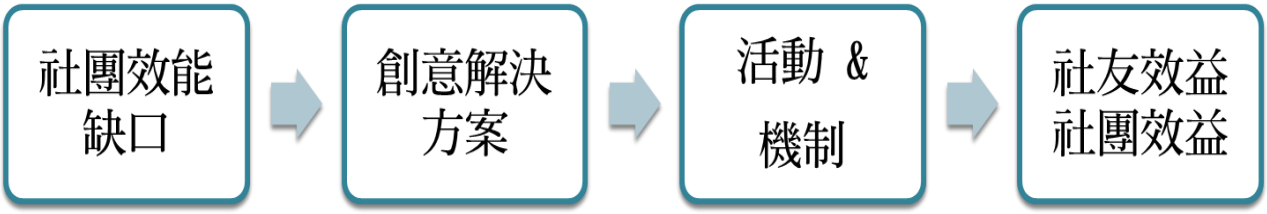
1. 聯合會建議之十大項內容為創新要素陳述引導，提案人可用其他創意型式呈現創新要素（動機、目的、新創、創意、創造、創利、差異、原創、成效）

2. 書面資料「15 頁以內」是歷屆 IMC 創新獎給的準則，「創新過程精實整理」才是「15 頁準則」的目的，多幾頁或是少幾頁不是問題，重點應是書面資料內容需充實不要空泛，或更精實避免繁瑣。

二、IMC 社務創新獎類說明

（一）社務創新邏輯：

社務創新有個基本的邏輯



1. **社團效能缺口**

   1.1 社團缺少滿足「某項社友效益需求」的效能或目前的效能不彰
   1.2 社團缺少滿足「某項社團效益需求」的效能或目前的效能不彰

2. **創意解決方案**

   2.1 重新設計、建構某項社團效能以滿足社友效益需求或社團效益需求

3. **活動&機制**

   3.1 社團效能是以活動來呈現，以機制來落實

4. **社務創新的本質：挖掘社團效能缺口，強化社友或社團效益，落實ＩＭＣ宗旨、使命、核心價值。**

（二）社務創新不離本

社團辦活動、建機制需設定兩項任務：

1. **效能任務：符合效能目標**
2. **效益任務：效益極大化**

   效能任務是「**意義**」，效益任務是「**創意**」

   2.1 「符合效能目標」是來引導我們辦活動、建機制的正確方向
   2.1 「效益極大化」可與時俱進並讓社友有新鮮感且受益良多。

（三）效能任務：含承辦活動建機制的《效能類別》與《效能目標》兩要素

1. **效能任務之《效能類別》有：**

   1.1 目前 IMC 活動可歸為五大效能類別：

1.1.1 工商經營研究活動聯誼交流活動

1.1.2 社務推展活動

1.1.3 休閒團康活動

1.1.4 公益社服活動

1.2 工商經營研究活動可分兩項次類別

1.2.1 學習型：如例會專題

1.2.2 研習型 ：如工商個案研討

1.3 聯誼交流活動可分兩項次類別

1.3.1 聯誼活動： 彼此互動、認識，深化情感

1.3.2 交流活動：相互觀摩、資源互惠

1.4 社務推展活動有五項次類別

1.4.1 社務推動活動：推動社團運作，如社員大會、理監事會等

1.4.2 教育訓練活動：提昇社團效能，如幹部講習、司儀訓練等

1.4.3 社友關懷活動：社友融入，如睡眠社友拜訪、婚喪喜慶協助

1.4.4 社友招募活動：增加社友人數，如行銷社團之社區演講活動、介紹獎金

1.4.5 社務長期發展活動：設定接續之社務重點，如長發會議

2. 效能任務之《效能目標》有：

2.1 **社友效益**

2.1.1 社友的事業更順利

2.1.2 社友的社會資源更豐富

2.1.3 社友的身心更健康

2.1.4 社友的家庭更美滿

2.1.5 社友的生活更精彩

2.2 **社團效益**

2.2.1 社團的運作更順暢

2.2.2 社團的效能更精進

2.2.3 社團更茁壯

3. 審視目前各種效能任務是否有有待加強的地方

（四）效益任務：社友或社團效益極大化

1. 效益極大化有三個方向

1.1 效益項深：深化活動主要效能目標

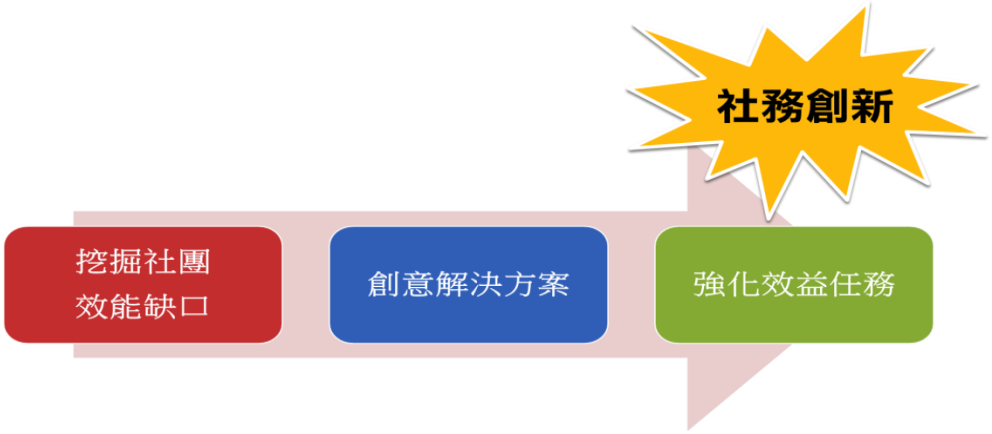
1.2 效益項多：附加多項次要效能目標（附加其他社友、社團之效益項目或愉悅、創新、傳承等）

1.3 受益者眾：提升參加人數

2. 效益極大化需設計機制，執行機制才能實現

（五）審視社務創新提案

1. 不管社務創新重心是在那一項，社團效能類別其邏輯都是一樣的

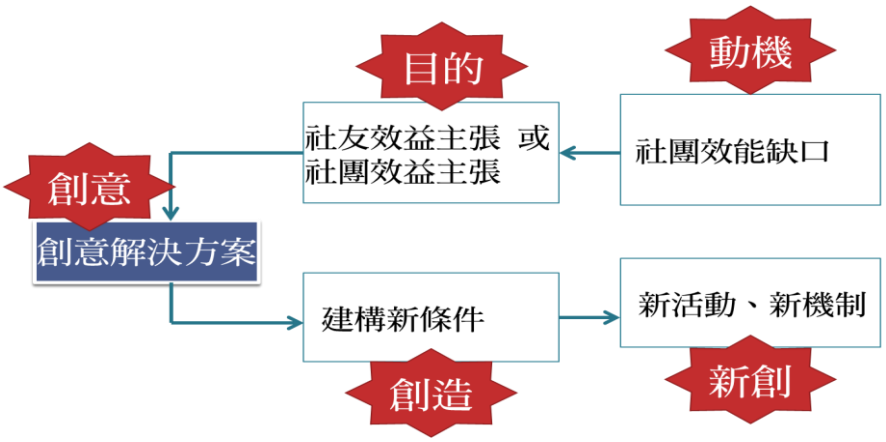


1.1 社團效能缺口→創意解決方案→活動&機制→社友效益 / 社團效益

1.2 社友效益主張 或社團效益主張 的「活動、機制」設計與建構

2. 社務創新獎的提案審視重點：

2.1 社務創新源頭



2.2 社務創新之差異表現處

2.2.1 效益差異 ：社友、社團效益主張差異與呈現差異

2.2.2 運作差異：與友社之實現方式差異

2.3 影響面

2.3.1 受益群組

2.3.2 本社延續狀況

2.3.3 友社仿製狀況

（六）社務創新獎創新提案報告書內容說明

1.社務創新提案必談「IMC 社團效能」、「IMC 社友效益或社團效益」，社務創新本質是強化 IMC 社團效能，滿足並深化 IMC 社友效益需求或社團效益需求。提案書面資料在「本質」上應有明確的關聯。

IMC 社團效能類別	社務推展活動有五項次類別
① 工商經營研究活動	① 社務推動活動
① 聯誼交流活動	① 教育訓練活動
① 休閒團康活動	① 社友融入活動
① 公益社服活動	① 社友招募活動
① 社務推展活動	① 社務長期發展活動

IMC 社友效益	社團效益
① 社友的事業更順利	① 社團的運作更順暢
① 社友的社會資源更豐富	① 社團的效能更精進
① 社友的身心更健康	① 社團更茁壯
① 社友的家庭更美滿	
① 社友的生活更精彩	

2. 書面資料含首頁「個案基本資料」與約 15 頁 A4 直式書寫含圖、文之「創新提案報告書」，報告書內容以聯合會建議之十項要點為論述重點。

聯合會建議之書面資料十要項內容提要如下，此為各要項之涵意說明，謹供參考。

壹、動機與目的

1. 動機
   1.1 起心動念（動力來源）
   1.2 社友效益需求或社團效益需求無法滿足處
   1.3 社團內部效能缺口
2. 目的
   1.1 理想之社友或社團效益主張
   1.2 理想之社團效能主張

貳、創意導入前狀況與問題分析

1. **機會**：外界變化有助益於強化社團新效能達成社友效益需求或社團效益需求的要素
2. **威脅**：外界變化足以消弱社團效能造成無法達成社友效益需求或社團效益需求的要素
3. **強項**：社團能滿足新的社友效益需求或社團效益需求的內在資源與能耐
4. **弱項**：社團尚欠缺滿足新的社友效益需求或社團效益需求的資源與能耐

參、創意內容與特色（創新亮點摘要）

1. 新活動或新機制之創意、特色
2. 獲益模式之創意、特色
3. 創造手法之創意、特色

肆、新創活動&機制描述（創意解決方案：以下為論述參考要項）

1. 社友需求、新社友價值主張之設定或社團需求、新社團價值主張之設定

2. 新社團效能定位： 新社團效能之目標面向、深度、受益廣度之設定
3. 新社團效能所需之活動與機制設計
4. 新活動實體樣貌與新機制運作方式

伍、創意可行性評估（創益模式描述：以下為論述參考要項）

1. 促成效益項深之機制
2. 促成效益項多之機制
3. 促成受益者眾之機制
4. 促成永續效益之機制

陸、創意執行方法 （創造要項與實現辦法：以下為論述參考要項）

1. 條件建構
   1.1 建構達成新效能所需之資源、能耐條件
   1.2 建構具效能永續發展之運作條件
2. 建構之運作手法
   2.1 善用內部資產、能耐強項、組織能量等「有利要素」建構新效能的方法
   2.2 克服內部資產、能耐弱項、組織障礙等「不利要素」建構新效能的方法

柒、創意導入後之差異

1. 社團效能之前後差異
2. 社友效益或社團效益之前後差異
3. 社團組織、運作之前後差異
4. 活動&機制與友社之差異

捌、創意成效評估

1. 內部效能、效益呈現
   1.1 主要效能、主要效益之效果呈現（效益項深）
   1.2 次要效能、次要效益之效果呈現（效益項多）

2. 該項創新參與率（受益者眾）

2.1 新活動社友出席率（新效益受益者）

2.2 新活動幹部參與率（新效能技能者）

3. 該項創新在 IMC 的價值（受益者眾）

3.1 效益影響範圍

3.2 友社仿效狀況

玖、考核機制

1. 原創性舉證或說明

2. 活動花絮

3. 友社評價

拾、結論

1. 創新致勝關鍵處總結

2. 簡述後續之挑戰與對策

補充說明：

1. 聯合會建議之十大項內容為創新要素陳述引導，提案人可用其他創意型式呈現創新要素（動機、目的、新創、創意、創造、創利、差異、原創、成效）

2. 書面資料「15 頁以內」是歷屆 IMC 創新獎給的準則，「創新過程精實整理」

才是「15 頁準則」的目的，多幾頁或是少幾頁不是問題，重點應是書面資料內容需充實，不要空泛，或更精實避免繁瑣。

三、創新提案簡報說明

創新獎發表會將在 2023 年 8 月 12 日(星期六)舉行，以下幾點可納入簡報準備的要項：

1. **時間： 時間只有 17 分鐘**

1.1 社友幾年的努力，只給 17 分鐘來報告，這個方式在 IMC 創新獎已用了幾年了，是前輩的智慧，不是這一屆新創的。

1.2 常演講（非致詞）的人都知道，越短時間的演講越不簡單，重點的論述需「簡要」「精準」，發表會前的「演練」絕對是必要。

1.3 時下在各國很熱潮的 TED 演講給演講者的時間也是限制在 18 分鐘，TED 的演講方式與精神（以精實的方式贈與聽眾有感受的思想）可供我們的提案人參考。

2. **對象 ：**

社友的簡報設定將要講给誰聽？

這個問題好像有點好笑，不就是講給發表會的評審聽嗎？思考以下幾個問題，對象是「**評審**」還是以「**大眾社友**」為標的較合適。

2.1 評審來自「各行各業」(評審已看過書面資料了)，讓各行各業的人聽得有感受。

2.2 IMC 舉辦創新獎的目的：將成果與全國社友分享

2.3 如何放大效益：讓越多聽眾聽到，效益越大

3. **釐清動機**

「動機」將會決定簡報內容的偏向：

3.1 **炫耀（偏論成果)**：可讓別人羨慕、欽佩，但別人學不來，做不到。

3.2 推銷（偏論產品)：可讓別人知道你的東西，但對社友的事業提升用不到。

3.3 分享理念、態度、方法：別人學得來、在事業上用得到、做得到。

3.4 釐清、整理自己的「創新模式」，分享經驗，激勵人心，利人利己。

4. 論述主軸

每個創新提案

2.1 有不同主題 ： 產業、新商品

2.2 有相同創新邏輯：

4.2.1 發掘目標客戶之需求

4.2.2 顧客價值主張

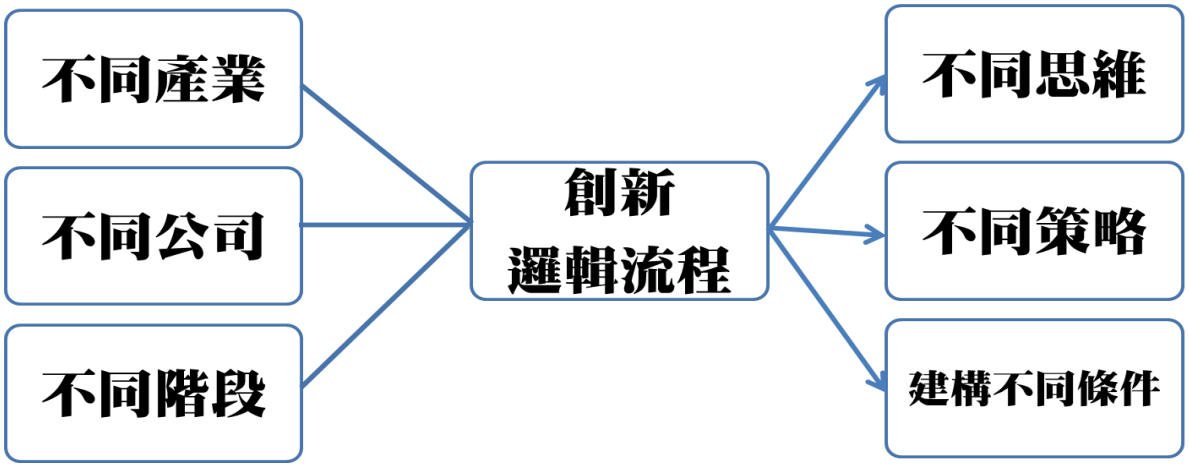
4.2.3 解決方案之設計（創意解決方案）

4.2.4 公司利潤主張（創利模式）

4.2.5 價值活動運作模式設計與實現（創造手法）

4.2.6 產品差異、同業差異

2.3 不同產業、不同公司、不同階段 →相同創新邏輯過程 →不同思維、不同策略、建構不同條件



2.4 選定這個過程中最有特色，最值得分享的思維、策略、作法做為簡報論述主軸。

四、IMC 創新提案實地參訪說明

「創新提案實地參訪」是創新獎第三階段評審，**其目的是以實地參訪來應證創新提案的書面資料、簡報發表之內容**。創新獎第三階段評審僅針對個人創新成功案例之「研發製造類」、「服務行銷類」兩類，書審及發表兩階段累計得分前三名或最多前五名者（評審團決定）。

實地參訪評審之評分評語是以創新提案標的為對象，而與本創新提案標的不相關之事項不納入評分評語範圍。

實地參訪時間每案約兩小時，參訪要項與參考流程如下：

① 公司簡報
② 本案創新亮點之實體與運作呈現
③ 企業之創新能量介紹：創新相關之組織、資源、運作
④ 問答座談

實地參訪準備建議（以下內容謹供受訪者參考）：

1. 編定參訪流程

1.1 編製參訪流程表：流程不需制式但需明確，需含有參訪要項，並需在參訪時間內可完成。流程表確定後告知主辦單位所需配合事項。

1.2 安排流程司儀：流程司儀可為公司幹部、社團幹部、或主辦單位執行長，司儀人選選定後告知主辦單位所需配合事項。

2. 簡報要項

2.1 公司簡介

2.1.1 創業里程碑

2.1.2 廠址特色：地理特色、廠房特色等有助益於本創新提案之要素

2.1.3 公司經營理念、商業模式、創新政策

2.2 本案簡介：簡要幫參訪人員複習

2.2.1 創意方案創利模式

2.2.2 創造手法

2.3 本案運作簡介：創新相關功能的流程與團隊介紹（可由各負責幹部用簡化流程圖、功能組織圖呈現）

2.3.1 新技術開發流程與團隊

2.3.2 新商品開發流程與團隊

2.3.3 生產&品管流程與團隊

2.3.4 行銷佈局與團隊

3. 實體展示

3.1 新創系列產品展示

3.2 認證證書

3.3 核心技術之研發功能單位與設備

3.4 新商品之設計功能單位與設備

3.5 生產&品管 流程之場區與設備

3.6 消費實境

3.7 其它與本案相關之實體配備、設施、組織等。

4. 特點凸顯

4.1 創新商品之明確性：市場、產品、服務、消費情境之實物、實境呈現

4.2 組織能耐：功能性團隊之呈現

4.3 資源投入之精準性：「為目標」投入合適的資源，建構合適的設施、能耐。

4.4 創新延續性：本創新提案累積的能量之後續運用。

5. 現場參觀建議事項

5.1 參觀路線之安排要有邏輯性： 讓參訪者有順序性、重要性、創新相關性的感受。

5.2 注意現場參觀路線上的「5 S」，儘可能將非相關的東西清空。

5.3 導覽同仁需要了解本提案的「創新主軸與環節意義」，說的、展示的、回答的都要知道是連結本案的那個環節與其用意。

提案人可利用準備 IMC 創新獎實地參訪做公司內部「組織動員」與「組織共識」，讓公司同仁參與其中並知道各功能性分工與公司創新政策的關連性 。

五、審讀創新提案的寬鬆性與嚴謹性

「創新」有學術的嚴謹性，事業的嚴肅性，但在 IMC 的創新推廣上，**前輩們主張要有寬鬆性**。IMC 設立創新獎的意義是要把社友事業經營歷程中的「隱性創新本能」找出來，然後能順應市場變化再接再勵創新。



1. **創新提案的寬鬆性：**

對社友的創新可從兩個面向來寬鬆認定：

1.1 成功必有亮點，找到一點算一點，它就是創新

個人事業發展過程的創意方案、創利模式、創造手法，處處都可能有他們的創新點（創造價值並異於同業處）

1.2 「異業模仿」，也是創新

將其它產業的理念、手法引入自己的產業形成與同業的差異也是創新，這也是 IMC 創新獎將成果與全國社友分享的目的。

2. **創新提案的嚴謹性：**

較嚴謹的「創新邏輯系統思考與系統建構」是我們期待 IMC 社友建立的顯性知能，給各社創新推廣幹部的「IMC 創新獎說明」對此亦有說明，期待提案人有系統性的整理創新提案內容。



結論

IMC 舉辦創新獎深層用意是期望提案社友《很努力的整理》各環節的創新理念、創新精神、創新方法。

① 提案人藉由提案整理對創新建立更有邏輯性、系統性的整體概念

② 提案人並將創新流程各環節的知識、執行技巧分享給全國 IMC 社友



IMC 設立創新獎的初衷、目的是在本社團中「創新推廣」，讓 IMC 社友了解創新，勇於創新，知道怎麼有效率有效益的創新，此目的異於公部門、學界、業界所舉辦的各項「創新獎」。

聯合會創新委員會以有限的知識整理一些「創新概念」，試著將這些概念與 IMC 創新獎的特殊目的連結。不完備，說明不清之處在所難免，以上資料謹供社友參考。

參、 第十八屆 IMC 創新獎評審辦法說明

一、第十八屆 IMC 創新獎評審團召集辦法

2023 年 IMC 第十八屆創新獎發表會將於 8/12 舉辦，今年創新獎有「社務創新獎類」、個人創新獎的「研發製造類」、「服務行銷(含財金)類」、「新創企劃類」共四個類別。本年度創新獎評審將敦聘評審召集人召集各類別「評審團」擔任本年度 IMC 社友之創新提案兩階段或三階段之評分、評語工作，以下為本年度創新獎評審工作規劃：

1. 評審召集人

1.1 IMC 創新獎評審總召集人：何勇魏理事長

1.2 社務創新類評審召集人：葉欣芝前理事長

1.3 研發製造類評審召集人：陳蒼海前理事長

1.4 服務行銷(含財金) 類評審召集人：吳龍寶前理事長

1.5 新創企劃類評審召集人：張金泉前理事長

2. 各創新類別評審團

由召集人邀聘以下人員組成各項創新類別之評審團，各類別評審團含召集人人數 7～11 位。

各類別評審委員，『專家學者』以一人為限，由該類別召集人選任，並由該類別召集人就『智庫』、『前社長』或曾參加創新比賽得前三名者名單中遴選之。

2.1 選手該社推派之評審委員不審查、不評分、不發言同社之提案，但仍可參與評審會。

2.2 『服務行銷(含財金) 類評審及研發製造類評審』兩大類將增聘外部評審委員

2.3 **為維護本創新比賽之公平性，曾輔導及協助各社創新競賽之講師或顧問較不適合擔任評審委員**。

3. 各類評團成員之必要承諾：

3.1 願意當 IMC 創新推廣志工，願意無償出力（評分評語）、出時間（撥

空參與)、出錢（交通等支出)。

3.2 7/07～7/31 可執行創新提案書面資料研讀、評分評語者

3.3 8/12 可出席並擔當創新獎個案發表之評分評語者

3.4 評審於各階段評審中須全程參與,遲到或早退者該階段之評分皆不予計分。

3.5 服務行銷(含財金)類 9/04~9/15(協調後另行通知)可參加實地評分評語者

3.6 研發製造類 9/04~9/15(協調後另行通知)可參加實地評分評語者

4. 第十八屆創新獎重要時程

NO	時間	說明
1	5/31(三) 24:00 前	各社創新提案人完成提報「IMC 創新獎提案報告書」書面資料，6/9 前匯集成冊依類別送交各評審團成員。
2	6/11～7/31	評審成員進行創新提案書面研讀評分評語，並於 8/1 前，將評審結果投交聯合會秘書處。
3	8/12(六)	全國創新發表會
4	8/23(三)	公告研發製造類、服務行銷(含財金)類第三階段實地參訪名單
5	9/04-9/15	服務行銷(含財金)類實地評審(協調後另行通知)
6	9/04-9/15	研發製造類實地評審(協調後另行通知)
7	9/23(六)	公告並提交聯合會全國創新獎成績
8	11/04(六)	全國年會頒發 IMC 第十八屆創新獎

5. IMC 創新獎評審三階段

本單元接續章節《個人創新獎評審項目說明》《社務創新獎評審項目說明》將有各階段評審要項、配分方式說明。

6. 各類別、各階段評分評語表編製

6/9(五) 前聯合會創新委員會將提供召集人《各階段評分評語表建議格式》 。

7. 評審辦法說明或研習

7.1 由各類別評審團召集人視需要可要求聯合會創新委員會向評審團說明評審辦法或舉辦評審研習

7.2 評審辦法說明會議：

時間：2023 年 6 月 10 日(六)11:00

地點：桃園市鉑宴婚宴會館

（桃園市桃園區德華街 128 號）

8. 創新獎各階段評審項目與配分說明

《兩階段評審類或三階段評審類說明》

IMC 創新獎之創新提案評審有「兩階段評審類」與「三階段評審類」:



項目	對象	階段說明
兩階段評審類	1. 對象一：**社務創新獎項**，其為已有績效之成功案件類。	**兩階段評審：** ① 書面資料 ② 簡報發表
	2. 對象二：**個人創新獎項**之「新創企劃類」，其為規劃中或條件建構中未有成效之案件類。	
三階段評審類	**個人創新獎項**之「研發製造類」「服務行銷(含財金)類」，此為已有績效之成功案件類	**三階段評審：** ① 書面資料 ② 簡報發表 ③ 實地參訪

二、《個人創新獎評審項目說明》

以下是個人創新獎「研發製造類」「服務行銷(含財金)類」「新創企劃類」之各評審階段評審項目與配分，附有各評審項目之內容提要與說明 謹供參考，請評審委員以更專業的見解給予提案評分評語。

❶ 第一階段 ：書審

1. 創新提案書審項目與配分：

1.1「研發製造類」「服務行銷(含財金)類」最高 40 分、「新創企劃類」最高 50 分

1.2書面資料含首頁「個案基本資料」與約 15 頁 A4 直式書寫含圖、文之「創新提案報告書」，報告書內容以聯合會建議之十項要點為論述重點。

2. **書審評分評語項目共四項：**

項目	「研發製造類」 「服務行銷(含財金)類」	「新創企劃類」
①文章表達能力	配分 10 分	配分 20 分
②創新程度	配分 10 分	配分 10 分
③創造、創利手法	配分 10 分	配分 10 分
④創意成效	配分 10 分	配分 10 分

2.1 IMC 個人創新獎類是「工商創新」範疇，工商創新必談三要素：創意方案、創利模式、創造手法。

2.2 **有創意方案，沒創利模式 → 非工商創新** 。

2.3 **有創意方案有創利模式，無創造手法 →創新無法實現**。

2.4 個人類創新提案書面資料在此三要素應有明確的報告，這也是評審委員審讀提案，評分評語的要項。

一、文章表達能力（結構順暢，簡易明瞭）：

聯合會建議之書面資料十要項內容提要如下，謹供參考，其內涵可參考本手冊。

壹、動機與目的

1. 動機：

1.1 起心動念（動力來源）

1.2 市場需求缺口

1.3 目標客群與其新需求

1.4 或企業內部效能缺口

2.1 目的：理想之顧客價值主張

或理想企業願景、目標**貳、創意導入前狀況與問題分析**

1. 機會：市場需求缺口
2. 威脅：同業競爭、法令限制、技術更新、經濟變化等
3. 強項：企業內部可抓住市場機會、避免外界威脅的資產與能耐
4. 弱項：企業內部欠缺抓住市場機會、避免外界威脅的不足，資產與效能不彰

參、創意內容與特色（創新亮點摘要）

1. 新商品或新模式之創意、特色
2. 獲利模式之創意、特色
3. 創造手法之創意、特色

肆、新創商品或新創模式描述（創意解決方案：以下為論述參考要項）

1. 目標客群、需求、新顧客價值主張之設定
2. 新商品定位：實體產品+實質服務+消費體驗之價錢、產品功能、服務深度、體驗情境、時效等之設定
3. 新商品所需之技術與研發方式
4. 商品化之量產製程設計、消費流程設計、客戶連結方法
5. 新商品之實體樣貌與功能

伍、創意可行性評估（創利模式描述：以下為論述參考要項）

1. 創利策略：商業模式各要素構面之創造利潤主導性策略等
2. 營收、成本操作手法

2.1 損益平衡點設定與突破手法

2.2 產銷營收結構策略（擴大營收）

2.3 產製成本結構策略（降低成本）

2.4 縮短開發時程，延長商品市場需求之方法（產品壽期管理）

3. 擴大目標顧客人數

3.1 貼近、黏著目標顧客的方式

3.2 開發潛在目標顧客的方式

4. 消費行為缺口之對策

陸、創意執行方法 （創造之執行要項與手法：以下為論述參考要項）

1. 市場環境、經營環境選擇
2. 核心價值活動選擇
3. 核心組織能耐、資產建構
4. 價值鏈、價值體系之運作建構
5. 競爭力之建構（VRIO 建構、五力分析對策等）

柒、創意導入後之差異

1. 與市場商品之差異
2. 與同業商業模式之差異
3. 公司之資源、能耐、運作之前後差異

捌、創意成效評估

1.公司該項創新績效

1.1 營業額

1.2 獲利率

1.3 內部各項效能

2.該項創新市場價值

2.1 競爭門檻（不可模仿之能耐）

2.2 該項創新市佔規模

3.社會價值

3.1　此創新與優化環境、資源之相關性

3.2　此創新與改善民眾生活之相關性

玖、考核機制

1. 原創性舉證或說明
2. 獎項
3. 社會評價

拾、結論

1. 創新致勝關鍵處總結
2. 簡述後續之挑戰與對策

二、創新程度（原創性、差異性）：

1. 市場商品差異性（產品+服務+消費體驗）
2. 同業營運差異性（創利模式、創造手法）
3. 原創性→ 運用性（異業模仿亦可）

註：原創之未見過類似概念、差異之商品、同業差異性，請考慮此案新創時之年份情境

三、創意、創利、創造手法：

1.創意手法：市場區隔、商品定位、商品化、顧客連結可滿足市場需求缺口之明確性

2.創利手法：創利策略、產銷模式、產製模式可創造公司利潤之明確性

3.創造手法：核心價值活動選擇、組織能耐建構可落實新商品定位、創利模式之明確性

四、創意成效（公司績效、市場價值、社會價值）：

1. 公司該項創新績效

1.1 營業額

1.2 獲利率

1.3 內部各項效能

2. 該項創新之市場價值

2.1 競爭門檻（不可模仿之能耐）

2.2 該項創新之市佔規模

3. 社會價值

3.1 此創新與優化環境、資源之相關性

3.2 此創新與改善民眾生活之相關性

五、補充說明：

1. 聯合會建議之十大項內容為創新要素陳述引導，提案人可用其他創意型式呈現創新要素（動機、目的、新創、創意、創造、創利、差異、原創、成效）
2. 書面資料「15 頁以內」是歷屆 IMC 創新獎給的準則，「創新過程精實整理」才是「15 頁準則」的目的，多幾頁或是少幾頁不是問題，重點應是書面資料內容需充實，不要空泛，或更精實避免繁瑣。建議評審委員評審時以「充實與精要」做為評分評語依據，不需以「15 頁以內」為必要限制。

❷第二階段 ：發表評審

1. 創新提案簡報評審項目與配分：

   「研發製造類」「服務行銷(含財金)類」最高 40 分

   「新創企劃類」最高 50 分

2. 創新提案簡報時間為 17 分鐘，問答 8 分鐘，發表人應以精實的方式贈與聽眾（評審委員）有感受的思想。

3. **評審項目與配分：**

項目	「研發製造類」「服務行銷(含財金)類」	「新創企劃類」
① 創新之理念呈現	配分 10 分	配分 15 分
② 創新之手法呈現	配分 10 分	配分 15 分
③ 簡報內容，表達能力（淺顯易懂、邏輯清楚、時間控制）	配分 10 分	配分 10 分
④ 回答問題（準確性、即時性、趣味性、延伸性）	配分 10 分	配分 10 分

一. 創新之理念呈現：

1. 理念（願景、中心思想等）
2. 精神（克難、靭性）
3. 態度（價值體系中的姿態）

二. 創新之手法呈現：

1. 創意（解決方案手法）
2. 創造（新條件建構手法）
3. 創利（獲利模式手法）

三. 簡報內容，表達能力（淺顯易懂、邏輯清楚、時間控制）：

1. 淺顯易懂即讓非同業者亦聽得懂你的創新理念、創新手法
2. 邏輯清楚即不偏離「工商創新邏輯」的環節，並前後有連貫性的論述。
3. 時間控制項建議：簡報時間短於 14 分鐘扣 2 分，超過 17 分鐘扣 2 分。

註：時間到消音

四. 回答問題（準確性、即時性、趣味性、延伸性）：

1. 即席回答評審所提相關該提案問題
2. 問答時間控制：8 分鐘時間到以響鈴告知。
3. 回答時間超過 8 分鐘扣 2 分。

五. 補充說明

1. 簡報 17 分鐘

《素材》為創新提案報告書內容，

《目的》是凸顯、扼要創意、創造、創利、差異、價值關鍵要點。

《簡報時間控制》17 分鐘剩 3 分鐘告示一次，剩 1 分鐘再告示一次，時間到響鈴告知。

2. 問答 8 分鐘

即席回答評審所提相關該提案問題，問答時間控制：8 分鐘時間到以響鈴告知。

3. 一問一答

提問及回答採一問一答方式進行，(評審一次問一個問題，時間不超過一分鐘)。

❸第三階段：實地參訪評審

1. 創新提案實地評審項目與配分：最高 40 分

   僅針對個人創新成功案例之「研發製造類」、「服務行銷類」兩類，書審及發表兩階段累計得分前三名或最多前五名者（評審團決定）。以實地參訪來應證書面資料、發表內容。

2. **實地參訪時間每案約兩小時，參訪流程：**

   2.1 公司簡報

   2.2 本案創新亮點之實體與運作呈現

   2.3 企業之創新能量介紹：創新相關之組織、資源、運作、現況

   2.4 問答座談

3. **評審項目與配分：**

項目	「研發製造類」 「服務行銷(含財金)類」	「新創企劃類」
① 本案創新亮點之實體與運作呈現	配分 15 分	
② 企業之創新能量	配分 15 分	
③ 參訪流程之順暢度	配分 10 分	

一. 本案創新亮點之實體與運作呈現：

1. 本案之實體呈現
2. 本案之組織運作呈現

二. 企業之創新能量：

1. 本企業創新相關的組織、資源、運作、現況

三. 參訪流程之順暢度：

1. 簡報介紹主題相關性
2. 參觀引導主題相關性
3. 團隊合作精神

註：實地參訪之評分評語是以創新提案標的為對象，而非本創新提案標的相關事項不在評分評語範圍。

個人創新類各階段評分、評語表

個人創新類書面資料評審表類別：□研發製造類□服務行銷(含財金)類

社別：	**提案人：**
創意名稱：	
總分： （最高 40 分）	

IMC 個人創新獎類是「**工商創新**」範疇，工商創新必談三要素：**創意、創造、創利**。

評審項目與配分：

要項	要項評分
一、文章表達能力（結構順暢，簡易明瞭） 0～10 分	
要項評語與問題	
二、創新程度（市場商品差異性、同業營運差異性、原創性） 0～10 分	
要項評語與問題	
三、創意、創利、創造手法(手法之明確性) 0～10 分	
要項評語與問題	
四、創意成效（公司績效、市場價值、社會價值） 0～10 分	
要項評語與問題	
五、總結與建議	

個人創新類各階段評分、評語表

個人創新類書面資料評審表類別：新創企劃類

社別：	**提案人：**
創意名稱：	
總分： （最高 50 分）	

IMC 個人創新獎類是「**工商創新**」範疇，工商創新必談三要素：**創意、創造、創利**。

評審項目與配分：

要項	要項評分
一、文章表達能力（結構順暢，簡易明瞭）0～20 分	
要項評語與問題	
二、創新程度（市場商品差異性、同業營運差異性、原創性）0～10 分	
要項評語與問題	
三、創意、創利、創造手法(手法之明確性) 0～10 分	
要項評語與問題	
四、創意成效（公司績效、市場價值、社會價值 0～10 分	
要項評語與問題	
五、總結與建議	

個人創新類簡報發表評審表類別：□研發製造類□服務行銷(含財金)類

社別：	**提案人：**
創意名稱：	
總分： （最高 40 分）	

創新提案簡報時間為 17 分鐘，發表人應以精實的方式贈與聽眾（評審委員）有感受的思想。

評審項目與配分：

要項	**要項評分**
一、創新之理念呈現（理念、精神、態度） 0～10 分	
要項評語與問題	
二、創新之手法呈現（創意、創利、創造） 0～10 分	
要項評語與問題	
三、簡報內容，表達能力（淺顯易懂、邏輯清楚、時間控制） 0～10 分	
要項評語與問題	
四、回答問題（準確性、即時性、趣味性、延伸性） 0～10 分	
要項評語與問題	
五、總結與建議	

個人創新類簡報發表評審表類別： 新創企劃類

社別：	**提案人：**
創意名稱：	
總分： （最高 50 分）	

創新提案簡報時間為 17 分鐘，發表人應以精實的方式贈與聽眾（評審委員）有感受的思想。

評審項目與配分：

要項	要項評分
一、創新之理念呈現（理念、精神、態度）0～15 分	
要項評語與問題	
二、創新之手法呈現（創意、創利、創造）0～15 分	
要項評語與問題	
三、簡報內容，表達能力（淺顯易懂、邏輯清楚、時間控制）0～10	
要項評語與問題	
四、回答問題（準確性、即時性、趣味性、延伸性）0～10 分	
要項評語與問題	
五、總結與建議	

個人創新類實地參訪評審表類別：□研發製造類□服務行銷(含財金)類

社別：	**提案人：**
創意名稱：	
總分： （最高 40 分）	

實地參訪之評分評語是以創新提案標的為對象，而非本創新提案標的相關事項不在評分評語範圍。

評審項目與配分：

要項	要項評分
一、本案創新亮點之實體與運作呈現 0～15 分 ☺ 本案之實體呈現 ☺ 本案之組織運作呈現	
要項評語與問題	
二、企業之創新能量 0～15 分 ☺ 本企業創新相關的組織、資源、運作、現況	
要項評語與問題	
三、參訪流程之順暢度 0～10 分 ☺ 簡報介紹主題相關性 ☺ 參觀引導主題相關性 ☺ 團隊合作精神	
要項評語與問題	
四、總結與建議	

三、《社務創新獎評審項目說明》

以下是社務創新獎創新提案兩階段評審項目與配分，附有各評審項目之內容提要與說明，提要與說明謹供參考，請評審委員以更專業的見解給予提案評分評語。

❶ 第一階段 ：書審

創新提案書審項目與配分：最高 50 分

書面資料含首頁「個案基本資料」與約 15 頁 A4 直式書寫含圖、文之「創新提案報告書」，報告書內容以聯合會建議之十項要點為論述重點。

社務書審評分評語項目共四項：

一、文章表達能力：配分 20 分

二、創新程度：配分 10 分

三、創造、創益手法：配分 10 分

四、創意成效：配分 10 分

社務創新提案必談「IMC 社團效能」、「IMC 社友效益或社團效益」，社務創新本質是強化 IMC 社團效能，滿足並深化 IMC 社友效益需求或社團效益需求。

IMC 社團效能類別	社務推展活動有五項次類別
① 工商經營研究活動	① 社務推動活動
② 聯誼交流活動	② 教育訓練活動
③ 休閒團康活動	③ 社友融入活動
④ 公益社服活動	④ 社友招募活動
⑤ 社務推展活動	⑤ 社務長期發展活動

IMC 社友效益	社團效益
① 社友的事業更順利 ② 社友的社會資源更豐富 ③ 社友的身心更健康 ④ 社友的家庭更美滿 ⑤ 社友的生活更精彩	① 社團的運作更順暢 ② 社團的效能更精進 ③ 社團更茁壯

社務創新類創新提案書面資料在「本質」上應有明確的關連，這也是評審委員審讀提案，評分評語的要項。

一、文章表達能力（結構順暢，簡易明瞭）：0～20 分

聯合會建議之書面資料十要項內容提要參考（此為說明各要項之涵意，內容提要謹供參考）

壹、動機與目的

1. 動機
   1.1 起心動念（動力來源）
   1.2 社友效益需求或社團效益需求無法滿足處
   1.3 社團內部效能缺口
2. 目的
   2.1 理想之社友或社團效益主張
   2.2 理想之社團效能主張

貳、創意導入前狀況與問題分析

1. **機會**：外界變化有助益於強化社團新效能達成社友效益需求或社團效益需求的要素
2. **威脅**：外界變化足以消弱社團效能造成無法達成社友效益需求或社團效益需求的要素
3. **強項**：社團能滿足新的社友效益需求或社團效益需求的內在資源與能耐
4. **弱項**：社團尚欠缺滿足新的社友效益需求或社團效益需求的資源與能耐

參、創意內容與特色（創新亮點摘要）

1. 新活動或新機制之創意、特色
2. 獲益模式之創意、特色
3. 創造手法之創意、特色

肆、新創活動&機制描述（創意解決方案：以下為論述參加要項）

1. 社友需求、新社友價值主張之設定或社團需求、新社團價值主張之設定
2. 新社團效能定位： 新社團效能之目標面向、深度、受益廣度之設定
3. 新社團效能所需之活動與機制設計
4. 新活動實體樣貌與新機制運作方式

伍、創意可行性評估（創益模式描述：以下為論述參加要項）

1. 促成效益項深之機制
2. 促成效益項多之機制
3. 促成受益者眾之機制
4. 促成永續效益之機制

陸、創意執行方法 （創造要項與實現辦法：以下為論述參加要項）

1. 條件建構
   1.1 建構達成新效能所需之資源、能耐條件
   1.2 建構具效能永續發展之運作條件
2. 建構之運作手法
   2.1 善用內部資產、能耐強項、組織能量等「有利要素」建構新效能的方法
   2.2 克服內部資產、能耐弱項、組織障礙等「不利要素」建構新效能的方法

柒、創意導入後之差異

1 社團效能之前後差異

2 社友效益或社團效益之前後差異

3 社團組織、運作之前後差異

4 活動&機制與友社之差異

捌、創意成效評估

1. 內部效能、效益呈現

1.1 主要效能、主要效益之效果呈現（效益項深）

1.2 次要效能、次要效益之效果呈現（效益項多）

2. 該項創新參與率（受益者眾）

2.1 新活動社友出席率（新效益受益者）

2.2 新活動幹部參與率（新效能技能者）

3. 該項創新在 IMC 的價值（受益者眾）

3.1 效益影響範圍友社仿效狀況

玖、考核機制

1. 原創性舉證或說明
2. 活動花絮
3. 友社評價

拾、結論

1. 創新致勝關鍵處總結簡述後續之挑戰與對策

二、創新程度（原創性、差異性）：0～10 分

1 社團效能之前後差異

2 社友效益或社團效益之前後差異

3 社團組織、運作之前後差異

4 活動&機制與友社之差異

註：原創之未見過類似概念、差異之活動&機制差異性，請考慮此案新創時之年份情境

三、創意、創益、創造手法：0～10 分

1. 創意手法：社友價值主張或社團價值主張、活動&機制設計、運作方式可補足社團效能缺口之明確性。
2. 創益手法：促成效益項深、效益項多、受益者眾、永續效益之明確性
3. 創造手法：組織建構、能耐培養、克服障礙以促成社團新效能之明確性

四、創意成效：0～10 分

1. 內部效能、效益呈現
   1.1 主要效能、主要效益之效果呈現（效益項深）
   1.2 次要效能、次要效益之效果呈現（效益項多）
2. 該項創新參與率（受益者眾）
   2.1 新活動社友出席率（新效益受益者）
   2.2 新活動幹部參與率（新效能技能者）
3. 該項創新在 IMC 的價值（受益者眾）
   3.1 效益影響範圍
   3.2 友社仿效狀況

五、 補充說明：

1. 聯合會建議之十大項內容為創新要素陳述引導，提案人可用其他創意型式呈現創新要素（動機、目的、新創、創意、創造、創利、差異、原創、成效）
2. 書面資料「15 頁以內」是歷屆 IMC 創新獎給的準則，「創新過程精實整理」才是「15 頁準則」的目的，多幾頁或是少幾頁不是問題，重點應是書面資料內容需充實，不要空泛，或更精實避免繁瑣。建議評審委員評審時以「充實與精要」做為評分評語依據，不需以「15 頁以內」為必要限制。

❷第二階段 ：發表評審

創新提案簡報評審項目與配分：最高 50 分

創新提案簡報時間為 17 分鐘，問答 8 分鐘，發表人應以精實的方式贈與聽眾（評審委員）有感受的思想。

評審項目與配分：

一、 創新之理念呈現：0～15 分

1 理念（願景、中心思想等）
2 精神（克難、靭性）
3 態度（承辦人之角色姿態）

二、 **創新之手法呈現：**0～15 分

1 創意（解決方案手法）

2 創造（新條件建構手法）

3 創益（獲益模式手法）

三、 **簡報內容，表達能力（淺顯易懂、邏輯清楚、時間控制）**：0～10 分

1 淺顯易懂-即讓非同社團者亦聽得懂你的創新理念、創新手法

2 邏輯清楚即不偏離「社務創新邏輯」的環節，並前後有連貫性的論述。

3 時間控制一項建議：簡報時間短於 14 分鐘扣 2 分，超過 17 分鐘扣 2 分。

註：時間到消音

四、 **回答問題（準確性、即時性、趣味性、延伸性）**：0～10 分

1 即席回答評審所提相關該提案問題

2 問答時間控制：8 分鐘時間到以響鈴告知。

3 回答時間超過 8 分鐘扣 2 分。

五、 **補充說明**

1 簡報 17 分鐘

《素材》為創新提案報告書內容
《目的》是凸顯、扼要創意、創造、創利、差異、價值關鍵要點。
《簡報時間控制》17 分鐘剩 3 分鐘告示一次，剩 1 分鐘再告示一次，時間到以響鈴告知。

2 問答 8 分鐘

即席回答評審所提相關該提案問題，問答時間控制：8 分鐘時間到以響鈴告知。

3 一問一答

提問及回答採一問一答方式進行，(評審一次問一個問題，時間不超過一分鐘)。

社務創新類各階段評分、評語表

社務創新類書面資料評審表

社別：	**提案人：**
創意名稱：	
總分： （最高 50 分）	

社務創新提案必談「IMC 社團效能」、「IMC 社友效益或社團效益」，社務創新本質是強化 IMC 社團效能，滿足並深化 IMC 社友效益需求或社團效益需求。
提案書面資料在「本質」上應有明確的關連。

評審項目與配分：

要項	要項評分
一、文章表達能力（結構順暢，簡易明瞭）0～20 分	
要項評語與問題	
二、創新程度（差異性、原創性）0～10 分	
要項評語與問題	
三、創意、創益、創造手法(手法之明確性) 0～10 分	
要項評語與問題	
四、創意成效（效益項深、效益面多、受益者眾）0～10 分	
要項評語與問題	
五、總結與建議	

社務創新類簡報發表評審表

社別：	**提案人：**
創意名稱：	
總分： （最高 50 分）	

創新提案簡報時間為 17 分鐘，發表人應以精實的方式贈與聽眾（評審委員）有感受的思想。

評審項目與配分：

要項	要項評分
一、創新之理念呈現（理念、精神、態度）0～15 分	
要項評語與問題	
二、創新之手法呈現（創意、創益、創造）0～15 分	
要項評語與問題	
三、簡報內容，表達能力（淺顯易懂、邏輯清楚、時間控制）0～10 分	
要項評語與問題	
四、回答問題（準確性、即時性、趣味性、延伸性）0～10 分	
要項評語與問題	
五、總結與建議	

第十八屆 IMC 創新獎評審流程配合事項

創新評審委員將於六~七月份進行創新提案書面資料評審，8/12 在桃園開南大學進行簡報發表評審，服務行銷(含財金)類與研發製造類於 9/04~9/15(協調後另行通知)進行實地參訪評審，八月份、九月份編寫「個案評語總結」。

本屆 IMC 創新獎評分、評語流程與需評審委員協助的事項如下：

一、書面資料評分、評語

1. 執行人：各評審委員
2. 時間：6/11～ 7/31
3. 地點：各評審委員自行決定
4. 工作：對個案評分評語及填名次表

註明：

1. 6/9(五)前聯合會將寄交給評審委員的資料有：創新提案彙集手冊、個案書審評分評語表、書審名次表、評審說明手冊。
2. **8/1 (二)前評審委員將書審名次表傳真或照相 line 給聯合會邱秘書，8/12(六)將書審評分、評語表、書審名次表「紙本」帶到發表會場交給召集人。**

二、書面資料評分彙集

1. 執行人：聯合會創新委員會
2. 日期：8/4（五）
3. 地點：聯合會秘書處
4. 工作：編列書審整合積分表、序位表、名次表，8/09（三）前謹提報給召集人存證。

註明：

1. **聯合會秘書處依各評審團決定之「總分轉序位法」結算各提案書審之得分。**
2. **如果評審團無指定特定總分轉序位法，創新委員會將彙整各位評審委員之評分以「直接累加法」計算個案之得分，並依此排彙整後之名次。**

三、簡報發表評分、評語

1. 執行人：各評審委員
2. 時間：8/12(六)
3. 地點：創新獎發表會會場（桃園開南大學）
4. 工作：對各案評分評語，填名次表

註明：8/12（六） 當天創新委員會面交評審委員個案簡報評分評語表、簡報名次表。

四、簡報發表評分、評語彙集

1. 執行人：聯合會創新委員會
2. 時間：8/12（六）發表會結束
3. 地點：創新獎發表會會場（桃園開南大學）
4. 工作：編列簡報發表評審之整合積分、序位、名次表

註明：聯合會創新委員會依各評審團決定之「總分轉序位法」結算各提案簡報之得分。

五、總結書審、簡報評審兩階段成績

1. 執行人：評審團
2. 時間：8/12（六）發表會結束（會後清場，進行評審團會議）
3. 地點：創新獎發表會會場
4. 工作：核對書審整合積分表、序位表、名次表、核對簡報評審整合積分表、序位表、名次表，總合兩階段之總分、序位與名次，決定進入第三階段評審案件，評審結果提報聯合會存查

六、實地參訪評分、評語

1. 執行人：評審團
2. 時間：服務行銷(含財金)類 9/04~9/15(協調後另行通知)；
   研發製造類 9/04~9/15（協調後另行通知）
3. 地點：提案人工作現場
4. 工作：對各案評分評語，填名次表

註明：訪察當天創新委員會面交評審委員個案訪察評分評語表、訪察名次表