


社會創新組織揭露格式

社會創新組織於會計年度終了，董事會（理事會）應填寫社會創新組織揭露格式，並提請董監事會（理監事會）核備並於股東會（會員大會）提請承認。

一、組織基本資料

組織名稱	滿德數據有限公司	 社區電梯廣告	
營業登記日期	2017-10-31		
組織種類	公司 獨資 合夥 有限合夥 部落公法人 社團法人 財團法人 合作社 儲蓄互助社 農會 漁會 農田水利會 大專院校 其他		
負責人	周治明		
聯絡電話	03-4622199	電子信箱 Email	lpgking@hotmail.com
聯絡手機	0939381761	統一編號	69728316
資本額	5,000,000		
組織登記/聯絡地址	桃園市桃園縣中壢市永福路 1057 號 7 樓		

二、聯合國永續發展目標、社會使命與營運模式

(一)貴單位符合之聯合國永續發展目標(至多 3 項，請勾選)

- | | | |
|---------|----------|----------|
| (1)終結貧窮 | (7)永續能源 | (13)氣候對策 |
| (2)終結飢餓 | (8)良好工作 | (14)海洋生態 |
| (3)健全生活 | (9)工業創新 | (15)陸域生態 |
| (4)優質教育 | (10)促進平等 | (16)和平正義 |
| (5)性別平權 | (11)永續城鄉 | (17)夥伴關係 |
| (6)潔淨水源 | (12)產消責任 | |

(二)社會使命

現況：

在 2022 年的現今，任何大型企業或小型商家想在短時間內取得爆發能量或創造話題熱度，廣告都是必須的。

但長久以來線下的媒體代理生態跟線上的關鍵字競價模式，在極度競爭下都造成了超高成本的現況，一般區域型小型商家根本無力負擔。

另外這些年來隨著時間的推移與競爭惡化，各入口大平台都不斷調高相關費用，商家的推廣成本越疊越高。在售價部分除了要求廠商要提供出市場的最低價外，銷售抽成甚至有高達 40% 以上的，加上不定時的要求活動贊助、進倉耗損。品牌本身若是在目標市場內不夠強勢，被扒三層皮都是基本。

使命：

根據經濟部中小企業處創業諮詢服務中心統計一般民眾創業，一年內就倒閉的機率高達 90%，報告中指出導致失敗最主要三項原因，分別為市場定位，綜合競爭力，財務管理。其中綜合競爭力裡相關的『廣告與促銷方式沒有起效益』這點就是我們要解決事。

當我們能做到這點時，社會價值和商業價值都會發生不可思議的變化。我們將持續幫助心懷夢想的年輕人，並透過 CHIKO 的數據，提供他們 明智 及 乘勢 的 風向指標，進而創造轉變的契機。最後我們會投入更多力量，去幫助社區住戶提升幸福感，從而提升整個社會的幸福指數，並建立永續城鄉發展的新夥伴關係。

(三)營運模式

本計畫預計產出針對國內市場使用之「社區閒置資產變現系統」就是我們稱為 CHI KO 的服務，未來主要提供商家老闆、行銷企劃人員立即、簡易、接近免費的商品推廣解決方案。

本計畫不僅能大幅降低店家的學習成本、提高業務開發成效，且透過 CHI KO 的服務，促使業者接觸其他業者的資訊，間接引導對產品行銷及美術專業的重視與了解，有助於奠定知識經濟的發展。

初期的重點將放在與社區管理委員會的洽談與合作，希望透過深度的聯繫將此點轉化為公司內部的核心資源。我們將主訴運用 wp 網站開發技術搭配撰寫符合兩端所需功能的外掛程式，讓電梯佈告欄能像商品一樣被出售，增加社區被動收益，藉此爭取所有社區的認同。未來還期望透過社區住戶與店家的交易行為，幫助住戶實現不需再繳管理費的目標。

CHI KO 的優勢在於能夠整合原本分散於市場中的管委會與店家，同時降低雙方達成目的的成本。當供需雙方在平台上可以迅速、輕鬆地找到合適的合作對象，將會使越來越多的社區與店家願意使用 CHI KO，預計這個關鍵將使以往無法達成的交易節點變為可能。

關於收益流部分，因本計畫希望能盡最大努力降低由社區端與商戶端收取費用的可能，目前是已 GoogleAds 的廣告收益及民間廠商贊助為主。會制定這個方針，是基於降低商戶投放支出就能提高社區端的佈告欄使用率，從而創造不停止的良性循環。

三、營運現況、年度成果與社會影響力呈現

(一)現況與年度成果

公司成員：3 員

1. 負責人：周治明

主要學歷：萬能科大商業設計系

主要工作：CHI KO 官網開發、社區端聯繫

2. 研發：簡銘鈞

主要學歷：屏東科大機械工程系

主要工作：CHI KO 官網開發、ios 系統開發

3. 財務：林禕勤

主要學歷：新興工商應用日語系

主要工作：商戶端聯繫、官網客服工作

至 111 年 6 月止，聯繫的社區總數全台達 6215 個社區，同意上架的社區 3479 個。商戶端部分，全台註冊會員數為 756。

112 年 10 月，完成經濟部 sbir 小型研發計畫。

至 113 年 6 月止，聯繫的社區總數全台達 11215 個社區，同意上架的社區 5462 個。商戶端部分，全台註冊會員數為 2385。

(二)社會影響力呈現

環境守護

CHI KO 致力於減少環境影響，強調資源的有效利用。為了降低紙張使用對環境的負擔，我們設計了高效的廣告佈局，確保每一張廣告紙都能達到最大的傳播效果，並積極推動社區內的紙張回收和再利用計劃，鼓勵居民參與環保行動，從而形成一個可持續的社區生態系統。

脫貧

CHI KO 廣告平台為中小企業和微型商戶提供了一個經濟實惠的廣告投放渠道。這些企業通常缺乏資金投入昂貴的數位廣告，而我們的平台能夠幫助他們以較低的成本觸及目標客群，增加銷售機會，從而提升經濟效益，實現脫貧的目標。廣告收益的一部分也會回饋給社區，用於改善社區設施和服務，提升居民生活品質。

平權觀念

我們的平台致力於促進社會公平和包容性發展。提升社區中弱勢群體和小型企業的曝光率，讓他們有更多機會展示自己的產品和服務。我們鼓勵多樣性的商業活動，提升社會對不同族群和背景的認識與接受，推動平權觀念的普及。

長遠價值

永續城鄉發展：CHIKO 的廣告解決方案符合聯合國可持續發展目標（SDGs）的第 11 項，通過提升社區經濟，改善居民生活環境，確保所有居民享有安全和負擔得起的居住條件。

社區自主管理：我們的平台幫助社區管理委員會更好地利用社區資源，增加社區收入，提升自主管理和改善的能力。例如，通過出租電梯佈告欄，社區可以獲得額外收入，用於改善社區設施和服務。

社會資源整合：我們促進了社區、企業和政府之間的合作。企業可以通過我們的平台履行社會責任，支持社區發展；政府可以更有效地傳遞政策信息，提升公眾參與度和信任度。

總結來說，CHIKO 透過創新的紙本廣告平台，不僅在環保和經濟效益方面取得顯著成績，還在推動社會公平和包容性發展方面發揮重要作用，實現了長遠的社會價值。

四、財務資訊

財務資訊包含以下項目：

營利事業：盈餘預計投入社會使命 50%；接受政府補助占全年總營收 20%。

五、其他相關文件或證明

相關文件或證明，如經主管機關認可或依第三方標準之認證，社會創新組織亦得於揭露格式範本中揭露。