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 | 山茗主義有限公司（來團GO） | | | | |  |
| 營業登記日期 | 2015-09-04 | | | | |
| 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 | 彭少儀 | | | | | |
| 聯絡電話 | 036682559 | | 電子信箱Email | retrance1314@hotmail.com | | |
| 聯絡手機 | 0968900518 | | 統一編號 | 42596072 | | |
| 資本額 | 500,000 | | | | | |
| 組織登記/聯絡地址 | 新竹縣竹北市勝利一路103號14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  ☑(2)終結飢餓  ☐(3)健全生活  ☐(4)優質教育  ☐(5)性別平權  ☐(6)潔淨水源 | | ☐(7)永續能源  ☐(8)良好工作  ☐(9)工業創新  ☑(10)促進平等  ☐(11)永續城鄉  ☑(12)產消責任 | | | ☐(13)氣候對策  ☐(14)海洋生態  ☐(15)陸域生態  ☐(16)和平正義  ☐(17)夥伴關係 | |
| (二)社會使命 | | | | | | |
| 我們的目標是改善小農經濟不平等的問題。  我國農林漁牧業就業人口52.3萬人，平均年齡64.4歲，農家平均每人可支配所得只有非農家的80％，而小型農戶所得又僅有大型農戶的1/2，這已是計入了共同生活人口非農業所得以及政府補貼的數據，在接受政府補貼之前其吉尼係數接近警戒值0.4。  雪上加霜的是，近年由於眾所周知的原因，台灣農漁產品出口屢屢受挫，2022年農產品總出口值52.27億美元，較 2021年少了7.8%。  這個問題說了很久，但總總解決方式都有各自限制，線下實體受限於參與人數、商品SKU與影響範圍，生鮮電商則往往有起購量、平台規模和最根本的問題：若非代營運或平台直採，則需由小農用電腦上架自家商品、營運商鋪，門檻過高。  該問題需要由多方長期共同投入才可能改善，而社區團購是我們現在就能做到的解決方案。  當然，講起來很簡單，其實中間流程十分複雜，尤其涉及眾多對數位工具不熟悉的族群，然而如果我們能克服種種問題，未來不僅是內銷，也可以加大曝光增加外銷機會，讓整個銷售通路更彈性、健全，使更多人看見台灣的優質農漁牧產品，亦使眾人的辛勞得到更好的回報。 | | | | | | |
| (三)營運模式 | | | | | | |
| 來團GO團隊從改善小型生產者所得分配不均的議題出發，拆分出「缺乏優良通路」、「數位工具認知不足」、「糧食耗損嚴重」、「末端價與產地價差距較大」等連鎖問題，並針對其痛點建構解決方案。  來團GO平台應運而生，這是一個基於社群的一站式團購網站，生產者和團購主們可以在上面開設團購、彼此媒合，在團員集體採買生鮮蔬果等日常消費品的過程中，避開中間商的加價和耗損，經由團購主在私域內的發布、統計、訂購，將商品直接從生產者手中送到大家手裡。  這個過程離不開一個設計合理、對使用者友善的好工具，加上對中間人有足夠激勵的機制，以及能夠永續經營的商業模式。  【總體規劃】 來團GO整體發展進程為產品開發 → 團長拓展 → 生產者拓展 → 交易場景拓展 → 完善流程機制，擬花3年將基礎打好，再將主力轉朝降低碳足跡、推動循環經濟的方向優化。  【行動策略】 1. 數位科技應用：利用數位工具和科技創新，建立便捷的線上平台，使小農能輕鬆上架和銷售自家產品，降低營運門檻。 2. 社區團購模式：以社區團購的方式，結合社群平台，讓消費者能夠方便地透過團購主訂購小農產品，降低糧食耗損、運輸成本、盤商加價、囤貨疑慮。此外，預購方式還可降低生鮮短保風險。 3. 擴大市場曝光：結合在地創生、食農教育，促進對土地的了解、拉動消費，並積極尋求內外銷機會，透過合作夥伴和市場拓展，增加農產品的曝光度。 | | | | | | |
| 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 | | | | | | |
| 【現況】 1. 來團GO計畫於2022年10月立項； 2023年2月完成MVP，投入種子團長測試，獲得反饋，改版； 6月底完成內測，7/1開啟試營運； 從社區團購群切入驗證團購主模塊。  2. 市場端了解團長需求，探索團購主激勵制度，如何形成互幫互助的氛圍； 針對具備小型社群規模、有集體採購需求的團長進行定向拓展； 提供用戶在產品使用上、內容上的支持。  3. 2022亞洲創新創業發展大賽新商模組第二名； 入選社會創新實驗中心第七期進駐團隊； 入選慈濟基金會第六屆青年公益實踐計畫； 入選聯合創新加速器第二期。  【核心團隊】 1. 彭少儀 ‧來團GO創辦人 ‧茶飲電商山茗主義創辦人 ‧區塊鏈項目孵化器ChainPlus COO ‧技術人才平台光荐科技共同創辦人 ‧8年項目營運經驗，曾將項目市值推升至1億美元 ‧兩岸60+媒體、節目報導，累積上億視頻點擊  2. 劉家翔 ‧來團GO共同創辦人 ‧iTutorGroup集團全球設計中心負責人（臺北/上海/東京/矽谷） ‧世界百強中國平安集團旗下在線教育公司中國市場負責人 ‧8年市場營銷經驗，15年廣告創意設計經驗 ‧Yahoo North Asia Big Idea Chair Awards；中國金鼠標數字營銷大賽金獎  3. 陳華愷 ‧來團GO共同創辦人 ‧新加坡生鮮電商Fresh4ALL CEO，2022年GMV 721萬S$ ‧2016年開發泰國香椰市場，當年營業額217萬美元 ‧2017年開發馬來西亞貓山王市場，當年營業額173萬美元 | | | | | | |
| (二)社會影響力呈現 | | | | | | |
| 來團GO總體目標： 1. 一年量化成效 ‧協助女性創業就業1,000人 ‧幫助平台中小生產者收入增加10% ‧營業額達1,000萬 ‧覆蓋10種品類，包括蔬果蛋豆魚肉乳菌米麵雜糧  2. 三年質化成效 ‧降低女性創業就業門檻 ‧提升生產者運用科技及社群網路為產品賦能 ‧健全生鮮零售銷售通路 ‧促進消費者選擇本地物產  3. 五年社會影響力 ‧提高女性創業就業率 ‧提升地產地消習慣，對抗外來農產低關稅衝擊 ‧降低食物里程，降低糧食耗損 ‧倡導數位轉型，簡單改變就可以創造營收 | | | | | | |
| 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0%。 | | | | | | |
| 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。 | | | | | | |