

17616_商業模式創新三部曲-永續商機 課程摘要

本摘要由 Gemini AI 協助生成，僅供參考

1. 適合對象與能力門檻

- **適合族群：**中階主管、老闆、企業家、永續/ESG 專案負責人、青年創業家及對地方創生感興趣者。本課程由歐素華老師主講，深入淺出剖析永續商業模式的策略架構，並透過飛利浦、IKEA、D.light 太陽能燈及東勢都市農夫等國際與在地實務案例，指引企業如何將 ESG 轉化為落地獲利的藍海策略。
- **能力門檻：**入門。無須具備進階的環境工程或財務精算背景，僅需對企業營運、商業模式及基礎 ESG/SDGs 概念感興趣即可。

2. 課程核心大綱與架構圖

- **章節架構：**
 - **章節一：溫室氣體與漂綠風險** — 介紹 7 種溫室氣體來源、範疇一/二/三定義，並剖析福斯汽車與雀巢「漂綠（Greenwashing）」爭議。
 - **章節二：從股東到利害關係人（Shareholder to Stakeholder）** — 探討融資面、投資面與供應鏈韌性對永續模式的要求，說明產品從「買斷」走向「以租代買/服務化」的轉型邏輯。
 - **章節三：綠色商業模式三大策略** — 剖析循環經濟以租代買、彈性模組化設計（容易拆解/更換零件），以及綠電自產自銷與微電網發展。
 - **章節四：國際創新案例（D.light 太陽能燈）** — 剖析史丹佛團隊如何運用成熟科技進行低成本研發、地推女力部隊（女性微型創業）與認證賣碳權（Carbon Credits）的複合式商業模式。
 - **章節五：台灣在地案例（東勢都市農夫）** — 探討去中心化直銷、臉書預售認養制度，以及結合在地農會轉型推動「六級農業（1×2×3）」的永續體驗經濟。

3. 必備前置知識清單

- **基礎商業模式觀念**：了解企業如何創造價值、傳遞價值與獲取價值。
- **基本永續概念**：對 ESG（環境、社會、公司治理）或聯合國 SDGs 17 項永續發展目標有初步印象即可。

4. 專有名詞與概念辭典

- **範疇一、二、三（Scope 1, 2, 3）**：
 - **範疇一**：組織直接控制並產生的溫室氣體排放（如製程鍋爐、公司車、冷煤）。
 - **範疇二**：組織外購電力、加熱或蒸汽等產生的間接排放（如台電供電）。
 - **範疇三**：非組織能直接控制的上領域與下遊利害關係人活動產生的間接排放（如供應鏈運輸、員工差旅）。
- **漂綠（Greenwashing）**：企業僅透過行銷噱頭或大量購買碳權（Offset）宣稱環保，但在核心生產與供應鏈上並未實質減碳或甚至欺騙大眾的行為。
- **六級產業（1×2×3）**：結合一級農業生產、二級農產品加工與三級休閒體驗服務（1×2×3=6），創造高附加價值的地方創生模式。

5. 課程學習職能對照

- **對應職能名稱**：永續策略規劃師 / 淨零碳排管理師 / 商業模式創新顧問
- **主要工作任務/能力指標**：
 - **[分析與決策能力]**：能辨識溫室氣體範疇（Scope 1-3），評估企業永續策略與風險，避開漂綠陷阱並導入符合金融機構/投資人認可的 ESG 架構。
 - **[工具操作與執行能力]**：能重新設計產品與服務流程（如以租代買、模組化拆解、去中心化預售），將永續價值轉化為可落地的商業模式與碳權交易收益。