

1. 適合對象與能力門檻

- **適合族群：**中階主管、企業老闆、製造業/科技業營運管理人員，以及對產業競爭策略與數位轉型感興趣之初學者與職場新鮮人。說明原因：本課程以《藍湖策略》為核心，深入剖析台灣中小企業及高科技產業如何擺脫「藍海/紅海」循環宿命，透過利基市場深耕與數位決策建立長期競爭優勢。
- **能力門檻：**入門。說明預期具備的基礎：無須具備深厚之半導體或製造業技術背景，只需對商業經營、組織轉型或競爭策略抱持好奇與學習熱情即可。

2. 課程核心大綱與架構圖

- **章節架構：**
 - **章節一：**超越藍海與紅海的宿命 — 解析「藍湖策略」核心理念，說明台灣中小企業與隱形冠軍如何透過「高築牆、廣積糧、緩稱王」深耕利基市場。
 - **章節二：**半導體產業視角與摩爾定律 — 從摩爾定律（性價比）出發，探討台灣半導體（如台積電「快炒店」模式）的製造卓越與管理優勢。
 - **章節三：**破壞式創新與 AI 時代展望 — 剖析 AI 與破壞式創新的衝擊，主張運用「鋼鐵人（人機協同）」概念強化企業，而非盲目訂閱外部系統。
 - **章節四：**商業生態系統與角色扮演 — 探討生態系統中的關鍵者（Keystone）、利基者（Niche）、中立者與支配者，解析台積電與創意電子的虛擬垂直整合案例。
 - **章節五：**S 曲線切入與敏捷量產爬升 — 結合聯發科「上市對下市」的 S 曲線切入時機，說明如何透過敏捷生產（Agility）快速提升良率與降低成本。

- **章節六：工業 3.5 與數位轉型實務** — 澄清數位轉型並非盲目流行語，而是由數位科技驅動的組織轉型，應循序漸進邁向「千湖之藍」。

3. 必備前置知識清單

- **基礎商業策略概念**：對常見的藍海策略、紅海競爭及企業供應鏈運作有基本概念即可。
- **開放與實事求是的學習心態**：願意理解製造管理、數位決策與生態系統的互動關係。

4. 專有名詞與概念辭典

- **藍湖策略**：指不盲目追逐海一樣大卻容易殺成紅海的市場，而是專注於深耕特定、深度的利基市場（如關鍵零組件或隱形冠軍），築高競爭壁壘並與生態圈共榮。
- **高築牆、廣積糧、緩稱王**：藍湖策略引用的策略心法，指在特定領域建立技術/管理門檻（高築牆）、累積資源與客戶信任（廣積糧），並保持低調專注而不盲目挑戰龍頭（緩稱王）。
- **鋼鐵人（人機協同）概念**：相較於由外部或遠端系統完全取代人類的「機械公敵」模式，鋼鐵人強調利用 AI 與大數據等數位工具來「強化」既有專業人才的能力。
- **工業 3.5**：介於工業 3.0（自動化）與工業 4.0（完全智慧化）之間的漸進式轉型策略，主張不放棄既有主場優勢，透過敏捷管理與數位科技發揮最大效益。

5. 課程學習職能對照

- **對應職能名稱**：經營管理企劃人員 / 營運主管 / 策略規劃師
- **主要工作任務/能力指標**：
 - **分析與決策能力**：能識別產業生態系統角色（關鍵者、利基者、中立者），並根據 S 曲線評估破壞式創新與市場切入時機。
 - **工具操作與執行能力**：能推動數位科技驅動之組織轉型（工業 3.5），運用大數據與敏捷生產流程優化產能良率與量產速度。