

6038_新南向-提升企業競爭力 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：**中小企業主、品牌營運主管、跨境貿易企劃、海外市場開發者。本課程透過台灣菸酒公司、製造業二代、工研院（服科中心）以及美蔴品牌創辦人的實務經驗，分享中小企業如何透過區域合作、短影音爆品、AR/VR 科技與商品物聯網等策略成功出海。
- **能力門檻：**入門。不需要具備豐富的國際貿易或跨境電商經驗，課程著重於實戰概念、策略思維與新型態科技工具的跨領域應用。

2. 課程核心大綱與架構圖

- **章節架構：**
 - **章節一：國營與傳統企業的新南向實戰與關稅破解** — 解析台酒等企業佈局東協（如越南人口紅利）的歷程、關稅與消費稅障礙，以及透過成立海外子公司與在地代工突破門檻的策略。
 - **章節二：中小企業的「轉進」思維與內部管理優化** — 探討中小企業從「西進」轉為「南進/轉進」的佈局，並從產銷人發財（四大報表、九大內控循環）強化內部韌性與智慧製造。
 - **章節三：台灣品牌出走、定價風險與零廣告費爆品策略** — 剖析國際貿易變動成本與定價風險，分享「加法後的減法」選品思維，以及利用跨語言短影音與多元社群免廣告費吸引代理商的實戰經驗。
 - **章節四：科技賦能與打群架—新型態出海商業模式** — 展示工研院如何協助企業以「打群架」（垂直/水平價值鏈整合）、AR/VR 虛擬展示、VLC 光通訊以及商品物聯網（一物一碼 QR Code）獲取海外消費者大數據。

3. 必備前置知識清單

- **基礎商業與貿易概念：**了解基本 2B/2C 商業模式、關稅概念與通路營運模式。

- **基礎數位工具操作**：具備基礎社群平台（如 YouTube、Instagram、微信等）與行動裝置（QR Code 掃瞄）的使用經驗。

4. 專有名詞與概念辭典

- **踢門磚（爆品）**：指能快速吸引消費者與海外代理商注意力的核心特色單品。透過單一爆品打開市場知名度後，帶動旗下其他周邊產品的銷售。
- **打群架（產業鏈整合）**：指中小企業不再單打獨鬥，而是透過垂直（供應鏈上下游）或水平（相同主題如綠色建築、時尚）的整合，集結資源共同開拓國際市場。
- **商品物聯網（一物一碼）**：在單一商品上貼上獨立的 QR Code，當消費者掃碼參與活動時，企業能在去中介化的狀況下直接掌握海外消費者的消費數據與行為。
- **口袋佔有率**：指在競爭激烈的紅海市場中，品牌能讓消費者願意掏出預算購買該品牌商品的比例與心智佔有度。

5. 課程學習職能對照

- **對應職能名稱**：跨境電商營運主管、國際市場開發企劃
- **主要工作任務/能力指標**：
 - [分析與決策能力] 能分析目標市場關稅與文化差異，評估國際貿易變動成本，並制定合理的海外定價與佈局策略。
 - [工具操作與執行能力] 能運用低成本短影音、AR/VR 科技展示與商品物聯網工具，進行無國界內容行銷並精準收集海外消費數據。