

6141_台灣企業南向經營之挑戰與機會 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、高階主管、跨境貿易企劃、國際市場開發人員。本課程由外貿協會專家親自解析，非常適合想要開拓新南向 18 國市場、尋求海外市場延伸或調整全球佈局策略的決策者與執行團隊。
- **能力門檻：**入門。無需具備深厚的東南亞或南亞市場開發經驗，課程著重於宏觀市場趨勢解析、區域經濟實務與政府/貿協資源的對接應用。

2. 課程核心大綱與架構圖

- **章節架構：**
 - **章節一：重新認識新南向 18 國與以人為本的策略** — 剖析東協與南亞市場現況、華人商圈影響力，以及「以人為本」的人才交流（留學生、移工、新台灣之子）如何帶動市場延伸。
 - **章節二：重點市場深度解析（越南、菲律賓、印度）** — 聚焦成長潛力高的重點國家：解析越南的進出口爆炸成長、菲律賓大建特建與消費力，以及印度的國家級打法與龐大內控/製造商機。
 - **章節三：產業商機與跨國/跨區域合作新思維** — 探討連鎖餐飲（珍珠奶茶）、汽車/零件工業、基礎建設與綠能商機，並提出「台日合作開發第三地市場」等全新供應鏈整合思維。
 - **章節四：外貿協會（TAITRA）實務資源與落地落地工具** — 介紹形象展、海外商務中心、商品行銷中心、跨境電商對接、攬才育才專班及東南亞語系人才培訓等資源。

3. 必備前置知識清單

- **基本國際貿易觀念：**了解進出口、投資、關稅與經貿協定的基礎概念。
- **基本商業營運認知：**具備基礎的市場選品、消費者畫像（TA）與通路營運概念。

4. 專有名詞與概念辭典

- **以人為本（新南向思維）：**不同於傳統僅著重於「投資設廠/來料加工」的南向政策，新南向強調透過人才、文化與語言連結，將東南亞與南亞視為台灣內需市場的延伸。
- **中等收入陷阱：**指一個國家發展到一定收入水平後，因成長動力不足而出現經濟停滯、無法跨入高收入國家行列的現象（如講者提及的泰國現況）。
- **台日合作開發第三地市場：**結合日本在東南亞龐大的投資佈局/計畫優勢，與台商靈活活躍的通路及市場應變能力，雙方共同開拓第三國市場的合作模式。
- **海外商務中心與商品行銷中心：**外貿協會於海外據點提供的落地支援，前者提供短期辦公空間，後者則聘用當地 Sales 協助台灣廠商推廣商品，降低前期設據點的成本。

5. 課程學習職能對照

- **對應職能名稱：**國際市場開發主管、跨境貿易企劃
- **主要工作任務/能力指標：**
 - [分析與決策能力] 能運用宏觀經濟數據（如人口結構、GDP 消費占比）評估各國市場潛力，精準選定目標市場與進場策略。
 - [資源整合與執行能力] 能善用外貿協會（TAITRA）之展覽、語言培訓、海外商務中心及在地人才資源，降低海外拓銷與地緣風險。