

課程名稱：18593_塑膠中心_減法即加法的循環哲學 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：**[初學者 / 職場新鮮人 / 中階主管 / 老闆 / 特定職種]（適合企業創業者、品牌經理人、農業/食品加工業者、推動 ESG/永續轉型的企業決策者，以及想將永續價值轉化為品牌溢價能力之經營者）。
- **能力門檻：**[入門]（不需要具備極深厚的環境工程或永續精算背景，講師由自身 45 歲創業、從零打造優格品牌、串聯在地農友與推動循環經濟的真實實戰經驗進行白話分享）。

2. 課程核心大綱與架構圖

- **章節架構：**
 - **章節一：**[永續經營的核心初衷與價值觀] — [解析「永續、健康、生活風格」三大核心價值，探討永續如何從企業文化內化為品牌競爭力]
 - **章節二：**[從低價競爭到「溢價能力」的經營策略] — [說明如何透過品質與價值觀吸引願意付費的核心客群，打破「成本越低越好」的傳統代工思維]
 - **章節三：**[共好的供應鏈生態系（三贏模式）] — [分享與在地農友/職人建立長遠信任與不還價機制，以及如何透過「人本思考」打造善的循環]
 - **章節四：**[全生命週期的循環經濟實踐] — [介紹保鮮盒回填、優格空瓶回收獎勵機制、減單色印刷與 R-PET/石頭紙材料運用的實務轉折]
 - **章節五：**[企業人本管理與綠色組織認同] — [剖析如何透過相同的品牌價值觀吸引人才、留才，並藉由員工對永續的督促形成企業自律]
 - **章節六：**[1% 綠色改變與中小企業永續第一步] — [指導資源有限的中小企業如何尋找關注議題、結合商業機制，並善用外部]

(如中企署、塑膠中心) 資源]

3. 必備前置知識清單

- **基礎商業營運觀念**：對產品成本、定價、顧客經營與品牌價值有基本認知即可。
- **基本 ESG/永續概念**：對廢棄物減量、在地採購與企業社會責任有初步了解。

4. 專有名詞與概念辭典

- **[溢價能力]**：企業不靠低價競爭，而是透過優質產品、明確的永續價值觀與消費體驗，讓顧客願意付出較高價格購買的品牌影響力。
- **[善的迴圈（共好生態系）]**：企業對農友友善（如不還價、長期合作），農友回饋最好的作物；門檻提供空瓶回收優惠（如買一送一），顧客養成定期回店習慣，形成企業、供應鏈與消費者三贏的商業機制。
- **[1% 綠色改變]**：企業不需一步到位，只要每天或每個環節做出 1% 的綠色微調，長期累積便能對環境與組織產生巨大改變。
- **[人本思考（以人為本的永續）]**：不為了做永續而永續，而是從關懷同仁、農友生存、顧客健康與土地環境等「人性」角度切入經營。

5. 課程學習職能對照

- **對應職能名稱**：[永續策略規劃師 / 品牌行銷企劃師 / 綠色供應鏈營運主管]
- **主要工作任務/能力指標**：
 - **[分析與決策能力]**：能辨識品牌核心價值，設計結合 ESG/SDGs 的商業模式，並精準定位願為永續價值買單的目標客群。
 - **[工具操作與執行能力]**：能整合上下游供應鏈（職人/包材/消費者）推動產品全生命週期之回收與減碳行動。