

課程名稱：16138_數位新南向，建構軟服務與硬技術的電商生態圈 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：**初學者與職場新鮮人（欲瞭解跨境電商市場趨勢及企業如何落地運營）；中階主管與老闆（適合進行跨境業務佈局評估、評估平台技術與一站式代營運策略）。
- **能力門檻：**入門（具備基礎電商與商業概念即可，內容涵蓋跨境電商發展背景、市場痛點及軟硬體解決方案）。

2. 課程核心大綱與架構圖

- **章節架構：**
 - **章節一：**跨境電商市場趨勢與世代差異 — 解析東南亞新世代行動電商發展背景與第一世代（台日韓中）電商模式的差異。
 - **章節二：**跨境交易千年痛點與轉型 — 探討語言、金流、物流、客服及法規等傳統跨境貿易之核心挑戰。
 - **章節三：**露天拍賣 AI 與資料平台商務聯盟 — 介紹如何以硬技術消除「思路」，透過 API、AI 語意翻譯與客服機器人實現跨國平台無縫串接。
 - **章節四：**PChome-C 東南亞落地代營運軟服務 — 說明一站式代營運模式，如何協助台灣商家在本地接單、出貨並處理跨國物流與金流撥款。

3. 必備前置知識清單

- **基礎電商概念：**理解基本的電商平台運作邏輯（如商品刊登、訂單流程、金物流概念）。
- **基本商業營運意識：**無需寫程式或技術背景，但需具備商品定位與跨國市場開拓的初級觀念。

4. 專有名詞與概念辭典

- **新世代電商 (Mobile-First E-commerce)：**指東南亞等跳過 PC 電腦時

代，直接跨入智慧型手機行動網頁與 App 的多元碎片化電商市場。

- **商務聯盟 (E-commerce Alliance)**：類似航空公司星空聯盟 (Star Alliance) 的概念，電商平台之間不需親自到异地建廠，而是透過技術串接共享在地資源與客群。
- **軟硬兼修 (Soft & Hard Services)**：硬技術指利用 AI、資料分析及 API 介接進行平台串接；軟服務則指在地銷售團隊、社群行銷與一站式代營運落地方案。

5. 課程學習職能對照

- **對應職能名稱**：跨境電商營運企劃 / 數位行銷與海外市場開發專員
- **主要工作任務/能力指標**：
 - **海外市場評估與產品定位**：能辨識不同國家（如東南亞、美、日）市場特性與商品定位策略。
 - **跨境營運架構規劃**：能根據企業資源選擇適合的跨境模式（如技術平台聯盟串接或一站式代營運服務）。