

商研院協助企業 成功轉型案例

2018年5月31日

公司名稱：昇宏國際企業股份有限公司

計畫名稱：經濟部國貿局優質平價新興市場精進方案-清真利基通路
輔導拓銷平臺

行銷與消費行為研究所

輔導前所面臨問題

1. 業者深耕馬國市場超過十年，過去皆是透過當地代理商，拓銷當地專業沙龍(B2B)，為拓大馬國市場規模，業者急欲拓展B2C市場。
2. 因B2C經營模式與B2B不一致，且業者將由代理商B2B模式轉為B2C全通路直營，因此透過商研院行銷所輔導隊協助業者進行產品行銷，並開拓電商銷售上架。



重要輔導成果

1. 協助業者篩選具發展潛力商機品項，並聚焦有機橄欖系列洗護產品為主力產品
2. 輔導業者於B2C最大的清真電商Aladdin Street 上架銷售，建立清真髮品專業形象，拓展穆斯林市場。
3. 連結知名穆斯林歌手Sheila Majid演唱會進行宣傳，除推廣業者品牌，並引導消費者在線下體驗，線上購買。

具體及衍生效益

1. 於Aladdin Street 上架全球、馬來西亞-臺灣產品專區及新加坡，共上架180個商品。
2. 設立馬來西亞子公司，建立全通路銷售與行銷。
3. 吸引馬國清真美妝電商平臺-Pretty Suci洽談合作。
4. 2017年業績成長1,000萬台幣(較2016年成長100%)。

協助圓展科技深耕越南市場、精進品牌形象及服務在地化

行銷與消費行為研究所

公司名稱：圓展科技股份有限公司

計畫名稱：經濟部國貿局優質平價新興市場精進方案-出口明星育成輔導

輔導前所面臨問題

1. 圓展科技具備品牌能量，過去對於海外市場掌握度及實際滲透率較低。
2. 全球智能產業市場興起，目前越南視訊會議系統及智慧校園市場尚未飽合，但針對於東南亞尚未設立據點，缺乏穩固通路經營。
3. 面對中國大陸價品牌積極進搶越南市場，業者需發展越南市場利基產品及經營策略。



重要輔導成果

1. 進行當地市場調查研究，根據研究結果得知視訊會議產品在越南市場深具發展潛力，鎖定市場商機缺口並協助推出符合當地需求產品。
2. 協助尋找當地關鍵合作夥伴，結合舉辦一系列國際行銷活動，2場大型經銷商大會活動和8場Roadshow活動，提升品牌知名度及使用者認知。
3. 輔導業者者深耕越南市場通路佈建，設立越南辦事處，精進通路拓展與開發，有效解決過去面臨技術上的問題。

具體及衍生效益

1. 成功輔導業者至越南設立辦事處，並深耕二三線城市（峴港、西寧、林同、頭頓、芹苴）。
2. 拓展新的代理商 / 經銷商數由29家增加至74家，共增加45家。
3. 2017年業者於越南出口額達3,000萬新台幣以上。

協助聯潤科技自有品牌首度拓星， 建構新南向適地化標竿發展

公司名稱：聯潤科技股份有限公司

行銷與消費行為研究所

計畫名稱：經濟部國貿局優質平價新興市場精進方案-出口明星育成輔導

輔導前所面臨問題

1. 聯潤科技具備代工製造及研發技術，惟過去缺乏品牌能量、對海外市場掌握度較低。
2. 業者品牌知名度較低，智慧掃地機器人產品尚未正式深入新加坡市場。
3. 商業模式未定，無法提供具競爭力之解決方案。



重要輔導成果

1. 協助聯潤科技進行當地市場通路及目標消費者深度訪查，根據調查研究結果進行產品適地化調整，以及進軍策略訂立。
2. 輔導聯潤科技與當地實體零售通路及電商網路購物平台正式合作，商品成功佈建於線上及線下平台。
3. 與當地合作關鍵伙伴聯合辦理國際行銷活動，安排專業銷售人員及提供現場體驗展示，有效觸及目標消費客群並增加產品知名度。

具體及衍生效益

1. 成功辦理新品發表國際行銷活動，銷售額月增30%。
2. 促成新加坡出口額增加新台幣達1,470萬元以上。
3. 2017年業者於新加坡出口額達新台幣1,470萬以上(成長率100%)。
4. 整體出口效益擴散至印度市場。

公司名稱：千葉餐飲集團_欣冠達股份有限公司

經營模式創新研究所

計畫名稱：經濟部技術處服務業國際化營運模式創新研發與應用計畫

輔導前所面臨問題

臺灣餐飲廠商單打獨鬥，前往海外靠自己，缺乏合作夥伴評估方法，合作後問題多，並且缺乏談判機制和流程，不易取得有利條件。



重要輔導成果

1. 提供營運模式設計、合作夥伴篩選、消費者飲食偏好、授權金額預估。
2. 提供有較妥適的國際授權計價方式、降低進入市場風險、確保進入後能具備持續的競爭優勢、設計在馬來西亞直營+加盟的模式。

具體及衍生效益

1. 2017年1月落地展店1家，2018年預計擴展5家連鎖店。
2. 2017年授權金收益45萬美元，年營業額約為6,000萬元。
3. 每年舉辦東南亞聯盟考察1~2場，繼續協助授權聯盟的成員國際化落地，累積企業海外拓展SOP能量。

協助弘爺國際餐飲海外授權落地模式

公司名稱：弘爺國際企業股份有限公司

經營模式創新研究所

計畫名稱：經濟部技術處服務業國際化營運模式創新研發與應用計畫

輔導前所面臨問題

往東南亞開發新市場時，因語言、文化及市場的不熟悉，多以授權方式進入市場，卻缺乏有系統的歸納，對於市場的情資、夥伴的尋找及授權條件的擬定較無法有效率的評估及執行。



重要輔導成果

1. 提供企業診斷、競爭者調查、消費者調查、商圈調查。
2. 建立國際化授權評估模組：自評表、競爭者調查、授權金試算、產出授權條件建議方案。

具體及衍生效益

1. 弘爺漢堡已於2015年7月正式落地於馬來西亞梳邦再也。
2. 營業額每月約新台幣60萬元，毛利約為33%。
3. 加盟金收益 400萬元，權利金 3%。
4. 2016年開設柔佛麻坡門市，年營業額 800萬元。
5. 預計5年內展店13家，加盟金及收益金達5,000萬元。

協助魏姐包心粉圓餐飲海外合資落地模式

經營模式創新研究所

公司名稱：魏姐包心粉圓_圓心圓國際事業股份有限公司

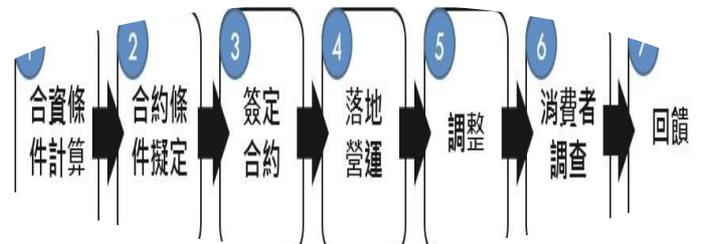
計畫名稱：經濟部技術處服務業國際化營運模式創新研發與應用計畫

輔導前所面臨問題

臺灣業者在選擇海外國際化的過程中，大多選擇授權模式來降低投資上風險，對於合資的模式則沒有一個最佳的運作方式可以遵循，跨國合資隨然投資報酬率較高，但相對的風險也大。

重要輔導成果

1. 提供海外合資權利義務、進出口法規調查、消費者調查、獲利模式計算。
2. 國際授權計價方式、降低進入市場風險、確保進入後，能具備持續的競爭優勢。



具體及衍生效益

1. 2015年7月在新加坡IMM購物中心開設第一家門店。
2. 平日約200人次，假日約300人次，年營業額約800萬元。
3. 2015產品出口每月1噸以上，出口產值年增加240萬元。
4. 2016-2017年已展店2家。

O2O整合服務模式

公司名稱：祥寶尊榮長期照顧集團

計畫名稱：經濟部工業局健康促進服務產業推動計畫

經營模式創新研究所

輔導前所面臨問題

1. 受輔導業者在於長照市場極具豐富服務經驗，但在於轉型業務發展上缺乏服務健康銀髮族的經驗與模式。
2. 市場的服務缺口:銀髮族重視健康、有陪伴及互動需求，但不知如何達到健康並找到創造自我價值的方式。

重要輔導成果

- 透過本院研究團隊輔導，協助業者結合飲食、健康、社交三大面向，發展「銀髮族健康生活管理平台」，結合健康管理與健康膳食，為輕銀髮族群提供兼具健康管理、預防老化、強化生理與心理健康的線上線下整合服務。



祥寶尊榮長期照顧集團

SHINGBAO LONGTERM CARE GROUP



具體及衍生效益

1. 增加產值：250萬元
2. 促進投資額：2億400萬元
3. 增加就業人數：20人
4. 協助傳統長照機構轉型，創造更多營收來源，增進自費服務收入。
5. 協助銀髮人力再利用，增進跨業合作。
6. 將該商業模式複製至祥寶合作的關懷據點或其他提供自費項服務的機構進行複製擴散。

協助萬國健康銀髮族健康養生虛實整合服務模式

公司名稱：萬國健康股份有限公司

計畫名稱：經濟部工業局健康促進服務產業發展推動計畫

經營模式創新研究所

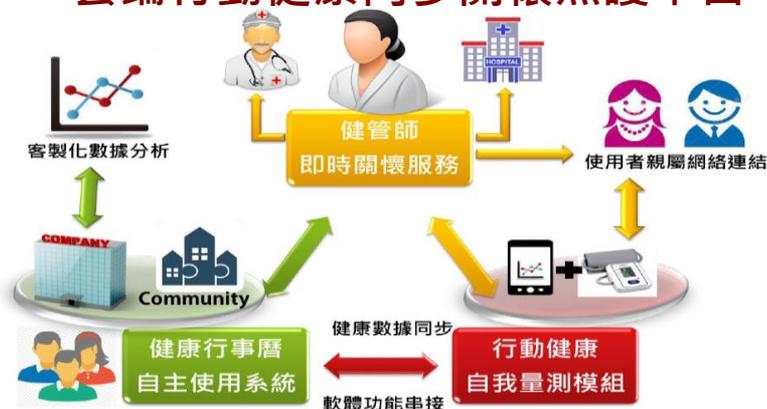
輔導前所面臨問題

萬國健康主要以大台南「社區」為單位，透過傳統方式進行電話與人員到府關懷訪視。然而隨著資通訊科技應用興起，競爭者紛紛搶進行動健康照護服務領域。萬國健康有待突破之瓶頸點：(1)需要掌握銀髮族需求趨勢；(2)亟需創新O2O模式；(3)需要建立跨業合作服務體系；(4)需要擴大銀髮族多元市場佈局。

重要輔導成果

1. 本案協助萬國健康發展銀髮族健康「養生、樂活、保健」虛實整合服務
2. 本案協助打造「雲端智慧健康服務平台」，發展整合性健康管理服務，並營造居家/社區健康促進服務模式。同時，以「金華里社區」為試驗場域，再複製擴散到大台南27個社區。

雲端行動健康同步關懷照護平台



具體及衍生效益

1. 增加產值：1,062萬元
2. 促進投資額：600萬元
3. 增加就業人數：4人
4. 以臺灣為根據地，跨境合作拓展中國、澳門、星馬等海外市場，建立臺灣中藥健康養生服務之國際形象