

# 精準媒合輔導成果案例分析

## 壹、臺日合作研析

日本在二次大戰後，以產品代工輸出方式，加上國際政經環境加持，產業迅速復甦再起，進入經濟高度發展階段。但進入 1960 年代後期，因天然資源匱乏、人力成本提升加上公害頻繁發生，代工貿易陷入瓶頸。此時政府拋出「技術立國」方針，成功結合職人精神與經濟成長所累積的資本，由民間引領研發投資，成為技術大國，與西方美、英、法、德並駕齊驅。

### 一、台日企業合作機會

- 1.以「技術立國」為國策的日本，在綠色能源技術與循環再生科技方面，無論是深技術底蘊和品牌力上均十分深厚，相對而言，我國中小企業則是在資通訊科技與對應市場的速度與彈性上具有優勢，可說各具擅場。
- 2.因此，投入輔導資源促進雙方企業在技術產品或方案上，建立互補雙贏之合作關係，將可發揮極大效益。另外，在商務發展方面，亦可挑戰一億人口的日本市場，或是鎖定中華圈、東南亞，甚至歐美、全球市場。
- 3.在技術與行銷合作方面，美中貿易戰帶動日中產業鏈與市場關係，以及日韓產業的競爭關係等情勢演變，大環境已朝向更有利於台日企業合作的方向發展。

另外，根據日本經濟產業省統計，企業經營者的引退年齡平均大約 70 歲。到 2025 年，70 歲以上的中小企業經營者將近 245 萬人，其中約有 127 萬人尚未決定接班人。如此趨勢，也開啟了投資併購等台日企業之間，進行資金合作的契機。

然而，對於資源相對有限的中小企業而言，無論是和日本企業合作，或是挑戰日本市場都有其門檻與困難度，因此政府相關單位必須投入輔導能量，協助業者更加順利、更有效率地尋得合適的企

業合作夥伴，拓展日本事業版圖。

## 二、台日企業合作課題

- 1.日本擁有 1 億人的市場，經濟規模達 4 兆 2,106 億美元，且中小企業長期處於相對穩定的供應鏈當中，近年雖受到產業外移，全球化的衝擊，相對而言，日本企業與國外企業合作，態度偏向被動與保守。
- 2.日本民族性習慣團體行動，企業偏好組織層層討論進行共同決策，耗時較長且不易鎖定關鍵人物（KEYMAM）。另外，英語使用還不普遍，在溝通上需要更有耐心。
- 3.日本產業環境相對封閉，尤其是企業間之交易（BtoB）通常透過可信賴的管道，例如既有的企業夥伴、政府部門或是公協會的引介，並優先評估與國內企業合作。相信品牌知名度，對於不熟悉的國外企業，多先確認是否有與日商交易的經驗，或是海外的事業實績，並先從嘗試小規模合作開始。

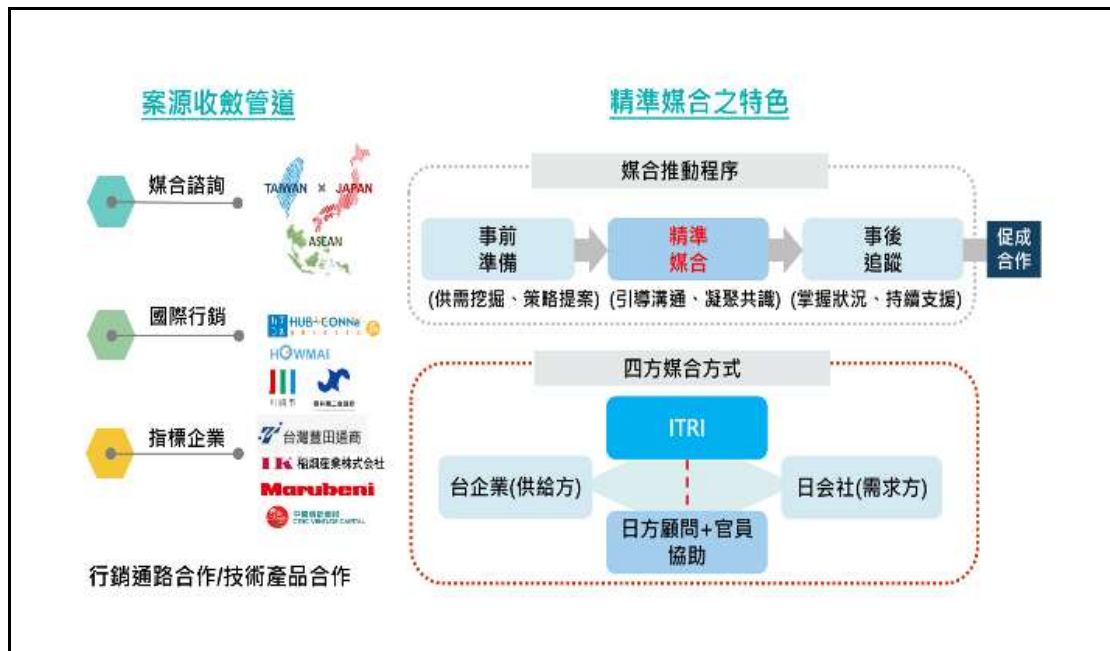
## 貳、精準媒合輔導作為

中小企業創價及商機拓展計畫依據輔導企業之發展、業務拓展階段及具體需求，將媒合服務類型分為技術合作、生產合作、行銷合作、資金合作，以及產品與服務合作等面向，協助精準媒合對接目標客戶或合作對象，以及銜接供應鏈或價值鏈。「技術生產合作」可鞏固企業技術核心能量，提升產品附加價值，或發揮創造力及商品化能力，讓技術經由跨域與系統整合轉化為商品，並且發揮量產能力，讓優質產品順利達到商業化生產，或經由跨國合作打入國際供應鏈，縮減市場進入障礙；「行銷通路合作」讓企業掌握市場行銷管道，開發海內外市場代理或通路合作，加速業務拓展；而「資金投資合作」為有事業規模擴展或營運資金需求的企業，取得補助、投融資等資金挹注；

「產品與服務合作」則是將優質產品融入服務流程，創造新的消費者體驗。

經由企業媒合需求調查與評估，了解企業技術產品特色與主要媒合訴求，歸納加值面向以及輔導方案，銜接以精準媒合及追蹤關懷服務，促成企業合作。本計畫為提供高效、精準之商機媒合輔導支援，藉此帶動企業間多元合作，以及促成企業技術產品之創新應用，業務拓展及新市場、新事業領域之開展，於媒合輔導流程具有以下特色：

1. 媒合前：盤點掌握雙方技術產品、服務方案之優勢與具體媒合需求，並給予諮詢診斷、策略建議等，奠定與提案媒合洽談的基礎及方向。
2. 媒合時：運用國內外產業網脈鏈結，篩選及安排適合之潛力對象。由計畫執行團隊或與產業網脈機構之代表、顧問，共同參與企業雙方之媒合洽談，協助溝通並適時給予提醒或引導、聚焦會議節奏與走向，並收斂具體結論，開創合作契機。
3. 媒合後：提供持續陪伴式追蹤輔導，針對潛力個案，與合作資源網脈共同持續追蹤、投入輔導資源，掌握最新進度並協助解決雙方所遇到的課題，加速溝通洽商的時程，以促成實質合作。



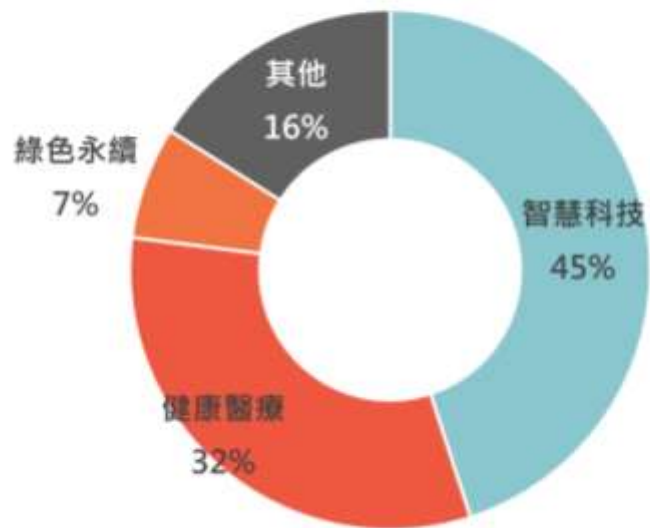
### 精準媒合輔導推動模式

統計本計畫四年期程，依據政府政策，聚焦智慧科技、健康醫療、創新服務、淨零碳排、綠能永續等重點輔導領域如下。

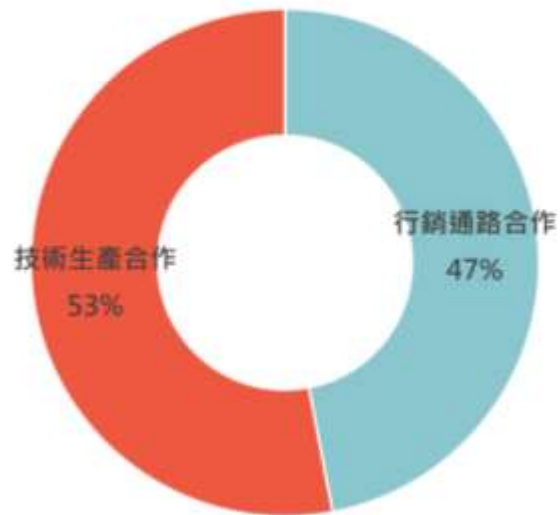
年度/產業領域	產業領域 1	產業領域 2	產業領域 3
110 年度	智慧科技	健康醫療	創新服務
111 年度	智慧科技	健康醫療	淨零碳排
112 年度	智慧科技	健康醫療	綠能永續
113 年度	智慧科技	健康醫療	綠能永續

另外，統計本計畫四年期程，總共安排精準媒合洽談 133 案，與國內外產業網脈機構密切合作，參與媒合洽談並提供後續輔導協助，促成 44 案達成階段性媒合成果。進行分析歸納後，呈現以下特色：

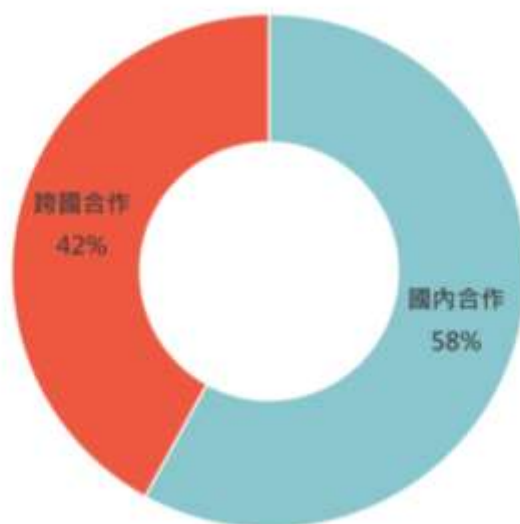
1. 合作領域別以智慧科技為首、健康醫療次之。



2. 在媒合模式方面，整體來看技術生產合作與行銷通路合作持平。

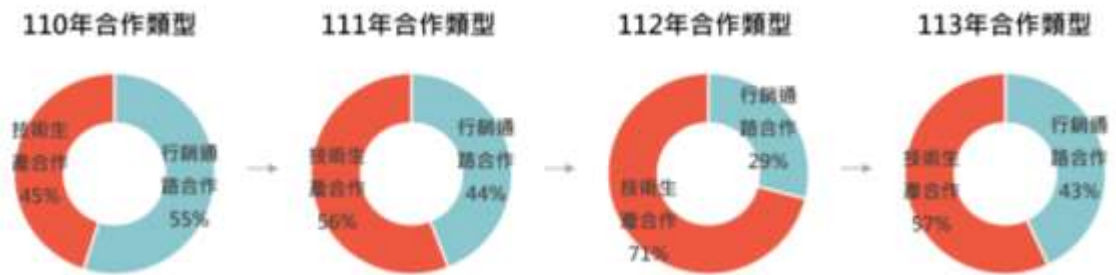


3. 企業對國內商機需求以及與對國外之商機需求占比相近



而若是檢視本計畫四年期程之成果案例的合作類型，以及國內外企業合作比例，可發現以下兩大變化。

1. 媒合模式由行銷通路合作較多，逐漸演變成以技術生產合作為主

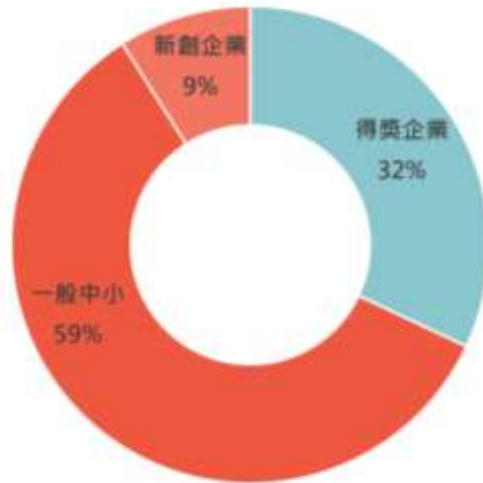


2. 由國內商機需求較多，逐漸演變成以與國外商機需求為主

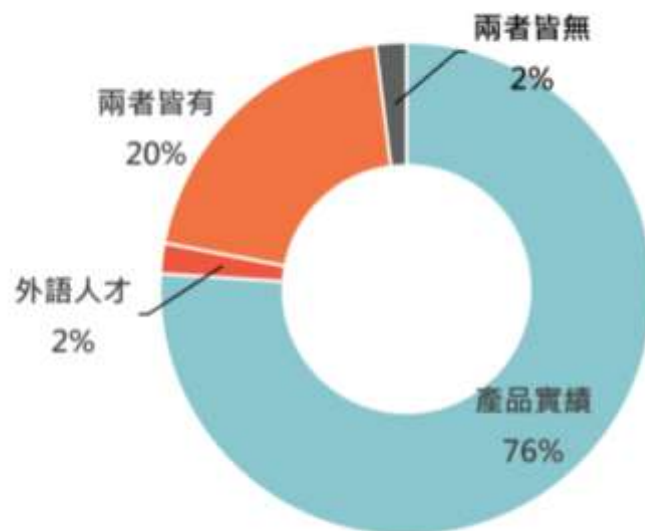


進一步分析成果案例中，輔導企業之規模以及海外競爭力（擁有合作國家企業之外語人才、具備技術產品的具體實績等），則呈現以下之成功可能因素。

1. 就企業規模而言，成果案例中以具有亮點技術產品之中小企業居多，得獎企業（小巨人獎、國家磐石獎、創新研究獎、新創事業獎與臺灣精品等）在跨國合作上具有優勢，規模較小的新創事業媒合難度較高。



2. 就成功要素而言，具有國內外技術產品實績最為重要，有兩成企業兼具實績與外語人才，除非擁有深具市場潛力與優勢的技術產品，否則在媒合上難度較高。



## 參、小結

