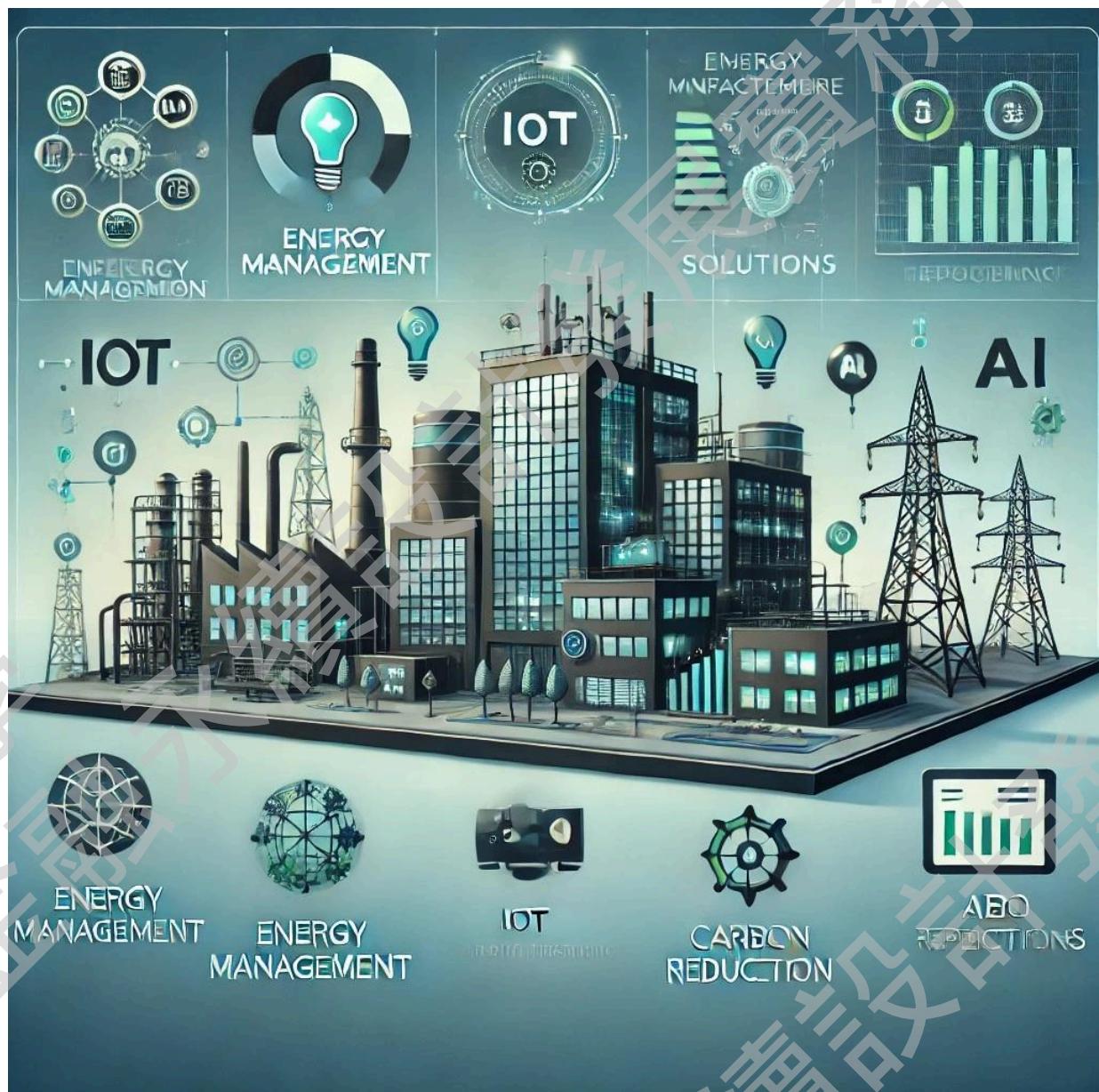


檔名 : 18-邱○庭

My Mail : vi*****66@gmail.com



公司背景

Power Industry 成立於台灣，專注於工業基礎建設解決方案的銷售，涵蓋廠務監控系統、能源管理、節能改善、機聯網可視化、升級改造、功能性 AI 應用、減碳方案及碳管理平台等多元化產品與服務。公司資本額新台幣 3000 萬，擁有 100 名員工。

ESG 目標與承諾

我們致力於推動永續發展，為工業界提供先進的技術支持，協助客戶達成環境保護與節能減碳的目標。透過 ESG（環境、社會與治理）策略，Power Industry 將整合公司核心技術與資源，持續創新，為客戶、員工及社會創造長期價值。

環境責任 (Environmental)

- 能源管理與節能減排：我們將不斷優化能源管理系統，促進工業生產過程中的能源使用效率，降低碳排放，並幫助客戶實現更環保的運營模式。
- 減碳與可視化管理：推廣我們的碳管理平台，提供實時數據監控與分析，幫助客戶達到可量化的碳減排目標，並推動減碳方案的落實。
- 循環經濟：我們提倡資源的有效利用，致力於廢物減量與資源循環，促進工業界的永續轉型。

社會責任 (Social)

- 員工關懷與發展：Power Industry 將持續為員工提供良好的工作環境及專業發展機會，強化員工培訓，確保每位員工的職業健康與安全。
- 社區參與與教育：積極參與社區公益活動，並通過與學校及學術機構合作，推動環保與永續發展的教育，培育下一代對綠色科技的認識與興趣。
- 多元與包容：我們重視多元化，致力於打造一個公平、包容的工作環境，促進性別平等與社會和諧。

公司治理 (Governance)

- 透明的企業治理：我們遵循高標準的企業治理原則，強化風險管理，確保企業運營的透明度與合規性。
- 永續發展報告：定期發布企業永續報告，揭露我們在 ESG 領域的進展與成果，並與利益相關者保持開放的溝通。
- 道德經營：我們以高標準的商業道德為指導，致力於誠信經營，尊重法律與合規，確保公司長期的健康發展。

結語

Power Industry 以 ESG 為核心，未來將繼續以創新技術與綠色解決方案支持全球工業的永續轉型。我們的目標不僅是提升公司價值，更是對地球環境的承諾，為下一代創造更美好的未來。

目錄

1. 企業理念
2. 企業識別
3. PEST分析
 - 政治
 - 經濟
 - 社會
 - 技術
4. TA
 - 大型製造業
 - 高科技公司與工業園區
 - 政府機構與公共設施
 - 國際企業
5. STP
 - 市場區隔 (Segmentation)
 - 目標市場 (Targeting)
 - 定位 (Positioning)
6. SWOT分析
 - 優勢 (Strengths)
 - 劣勢 (Weaknesses)
 - 機會 (Opportunities)
 - 威脅 (Threats)
7. 4P&4C
 - 4P
 - 4C
8. 新行銷4P
 - 共同創造 (Co-Creation)
 - 貨幣化 (Currency)
 - 社會性影響 (Community)
 - 接觸點 (Connection)
9. 訂價策略
10. 行銷方式
 - 數位行銷
 - 線上線下活動
 - 合作夥伴關係
11. 關鍵字詞選定
12. 金流
13. 物流
14. 資訊流

1. 企業理念

創新永續，驅動未來

Power Industry 以創新技術為核心，致力於提供智能化工業基礎設施解決方案。我們的宗旨是幫助客戶透過節能技術與減碳方案，實現能源效率最大化與碳排放最小化。我們深信科技與永續的結合，能夠改變工業的未來，為客戶創造長遠的商業價值。

2. 企業識別

Power Industry 是專注於工業智能化的領導者，通過技術創新與永續發展理念，提供全面的解決方案，提升企業運營效能並減少環境負擔。

品牌標語：賦能未來工業，節能減碳，智能升級。

品牌形象: 穩穩且前瞻，藍綠色的企業標誌象徵科技與環保，突顯我們的專業與承諾。



3. PEST 分析

● 政治：

台灣政府的節能政策與碳排放限制不斷加強，並提供稅務優惠與補助，推動企業向低碳轉型。這為Power Industry提供了巨大的市場機會，特別是針對需要升級基礎設施的企業。

經濟：

隨著全球經濟逐步復甦，製造業與高科技行業的工業升級需求明顯增長。這些產業有更大的財力與意願投資於節能與減碳技術，特別是在競爭日益激烈的市場中，提升運營效率成為關鍵。

● 社會：

企業的社會責任意識提高，消費者對於企業環保與減碳的期望日益增強，這動了對節能與碳管理方案的需求。

● 技術：

工業物聯網 (IIoT) 技術與人工智能 (AI) 的迅速發展，使得工業智能化與節能技術的應用變得更加可能。Power Industry 已經將這些技術整合進產品和服務中，幫助客戶實現智能運營與資源最佳化。



4. 目標族群 (TA)

我們的客戶群體主要包括：

- 大型製造業：
這些企業面臨能源消耗高
要節能技術與減碳方案來
 - 高科技公司與工業園區：

這些企業對於智能化監控、數據分析有著極高的需求。

- #### • 政府機構與公共設施：

公共建設需要升級並滿足環境法規標準，對工業升級與碳管理需求迫切。

- #### ● 國際企業：

需要全球統一的碳管理平台來監控和管理多地業務的碳排放。

5. STP 分析

- ### ● 市場區隔 (Segmentation):

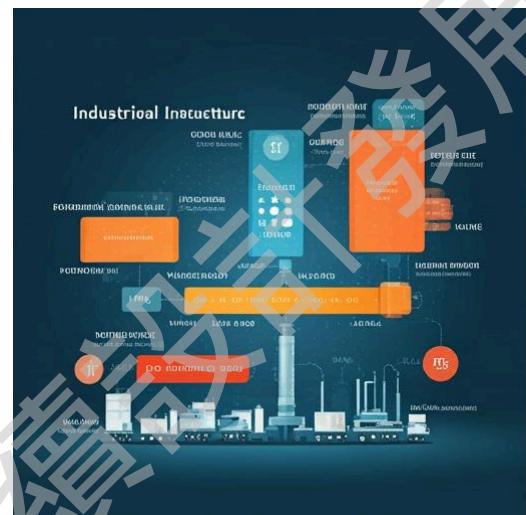
根據產業(製造業、高科技、公共事業)和企業規模(中小型、大型企業)進行市場劃分。

- **目標市場 (Targeting):**

Power Industry 主要聚焦於對節能技術與智能管理需求高的高科技產業、製造業及政府單位。

- 定位 (Positioning):

我們提供整合工業升級、智能監控與碳排放管理的創新方案，幫助客戶節省能源、提高生產效率並達成永續發展目標。



6. SWOT 分析

	<p>優勢 (Strengths):</p> <ul style="list-style-type: none">• 提供綜合性節能解決方案，涵蓋從監控到減碳的多層面技術支持。• 強大的研發能力與技術團隊，能持續創新並快速反應市場需求。• 客製化能力強，能根據客戶的特定需求提供個性化的解決方案。	<p>劣勢 (Weaknesses):</p> <ul style="list-style-type: none">• 市場認知度尚需提升，品牌推廣有待加強。• 在資金與規模上，尚未具備與跨國企業競爭的全面優勢。
<p>機會 (Opportunities):</p> <ul style="list-style-type: none">• 全球企業逐漸將減碳納入長期發展戰略，為 Power Industry 帶來了增長空間。• 台灣政府對於節能減碳技術的支持政策與補助持續推進，擴大了潛在市場。	<p>SO 策略(優勢-機會策略): 利用內部優勢來抓住外部機會</p> <ul style="list-style-type: none">• 技術創新結合市場需求 : Power Industry 擁有強大的技術研發能力，可以結合全球市場對節能減碳技術的強烈需求，開發更具競爭力的產品，幫助企業在全球達成碳中和與ESG目標。• 加強全球合作: 利用我們在節能解決方案和智能化管理上的技術領先優勢，與國際能源機構、政府機構及環保組織合作，共同推動可持續發展，擴大市場影響力。• 強化品牌國際知名度: 利用參與全球工業展會和ESG論壇的機會，將技術實力與創新解決方案展示給國際市場，增強品牌的全球認知度和吸引力。	<p>WO 策略(劣勢-機會策略): 利用外部機會來彌補內部劣勢</p> <ul style="list-style-type: none">• 品牌推廣與市場滲透: 借助全球對節能減碳方案的需求，Power Industry 應加大在國際市場上的品牌推廣力度，利用數位行銷策略，增強品牌的國際認知度。特別是與國際ESG 及環保相關組織合作，藉助第三方資源來加速品牌曝光。• 利用政府補助與支持政策: 善用各國政府對減碳技術的補助與優惠政策，拓展業務版圖，彌補資金不足的劣勢，加強國際市場的開拓與技術投資。• 提升內部規模與效率: 抓住國際市場的成長機會，進行公司內部的組織擴展與資源優化，增加研發與業務拓展團隊的規模，強化供應鏈管理，進一步提升市場競爭力。

<p>威脅 (Threats):</p> <ul style="list-style-type: none"> • 技術迭代迅速，如果研發投入不足，可能被競爭者超越。 • 國際能源價格的波動，可能影響企業對節能技術的需求。 	<p>ST 策略(優勢-威脅策略) 利用內部優勢來抵消外部威脅</p> <ul style="list-style-type: none"> • 加強技術競爭力：面對國際市場中來自大企業的競爭威脅，我們應進一步強化核心技術的研發，提升 IIoT 與 AI 相關產品的附加值，確保我們在技術上的領先地位，避免被超越。 • 多元化產品組合：針對能源價格波動與企業對節能技術需求可能的變化，我們應開發多元化的解決方案，確保無論市場趨勢如何變動，都能提供靈活應對的產品。 • 建立更強大的售後服務網絡：通過強化全球售後服務與技術支援，保持與客戶的長期合作關係，增強客戶忠誠度，減少被競爭對手搶走市場份額的風險。 	<p>WT 策略(劣勢-威脅策略) 減少內部劣勢並避免外部威脅</p> <ul style="list-style-type: none"> • 風險管理與成本控制：針對我們資金有限和國際大企業競爭激烈的挑戰，Power Industry 應強化內部風險管理與成本控制，優化資金運用，集中資源在高潛力的市場和產品線上，避免過度擴張帶來的風險。 • 強化技術合作：面對技術快速迭代的威脅，我們可以考慮與其他國際技術公司或大學研究機構合作，共同開發創新技術，減少單靠內部研發的壓力，確保技術不被競爭者超越。 • 提升品牌可信度：透過參與全球性的永續發展與ESG相關活動，增強品牌的環保與社會責任形象，以此區隔與其他競爭者的差異，並提升國際市場的信任度。
--	---	--

7. 4P 與 4C

4P:

- 產品 (Product): 以工業智能化與節能技術為核心，包括廠務監控系統、能源管理、減碳方案等綜合性產品服務。
- 價格 (Price): 根據服務範圍及技術的複雜度進行分層定價，對大型專案採取專案制報價，確保靈活應對不同客戶需求。
- 通路 (Place): 透過直銷和合作代理商渠道銷售，並建立線上展示平台，提供即時產品資訊與技術支持。
- 推廣 (Promotion): 我們將透過專業研討會、產業展覽、線上活動及精準數位行銷來提升品牌認知度，與目標客戶群建立密切聯繫。

4C:

- 客戶需求 (Customer Needs): 針對不同客戶需求提供全方位智能節能與減碳解決方案。
- 成本 (Cost to Customer): 強調方案能夠帶來的長期節能效益和減碳回報，降低客戶的能源支出。
- 便利性 (Convenience): 提供即時在線監控與管理平台，簡化複雜的工業監控操作流程。
- 溝通 (Communication): 專業技術支援團隊與客戶建立長期合作關係，隨時提供技術服務和升級建議。

8. 新行銷4P

- **共同創造 (Co-Creation):**
與客戶密切合作，根據其具體需求共同設計最合適的方案。
- **貨幣化 (Currency):**
採取基於結果的計費模式，根據節能成果提供分期付款選擇，靈活滿足不同企業的財務需求。
- **社會性影響 (Community):**
積極參與ESG相關活動與論壇，提供節能減碳的行業教育與專業培訓，推動行業知識共享。
- **接觸點 (Connection):**
擴展數位與社群媒體行銷，強化與工業界的直接聯繫，提升品牌的市場能見度。



9. 訂價策略

我們根據客戶需求的複雜程度進行彈性定價。對於大型客戶，提供專案制報價，並根據節能成果提供績效回報或折扣激勵機制。

10. 行銷方式

- **數位行銷：**
使用SEO和SEM提升網頁能見度，投放網絡廣告，撰寫專業文章，並利用社群媒體推廣品牌。
- **線上線下活動：**
參加大型工業展會，舉辦技術講座及線上產品展示會，提升市場認知度。
- **合作夥伴關係：**
與技術供應商、政府機構合作，開發並推廣節能技術方案。

11. 關鍵字詞選定

工業4.0、節能減碳、能源管理、碳管理平台、機聯網、工業智能化、ESG。

12. 金流

提供多種支付方式，支持信用卡、銀行轉帳與分期付款，並根據客戶需求提供長期的付款方案。

13. 物流

採用專業第三方物流服務商，確保設備及系統在約定時間內安全抵達客戶現場，並提供全程物流追蹤服務。

14. 資訊流

構建數據化管理平台，讓客戶可以實時監控與分析能源使用和碳排放情況，與客戶的ERP或管理系統無縫對接，實現一體化智能管理。