

# 營運計劃書

|        |              |           |     |
|--------|--------------|-----------|-----|
| 創業團隊名稱 | 智創未來         |           |     |
| 隊員     | 系所           | 學號        | 姓名  |
| 1      | 管理學院企業管理學系   | 412012051 | 吳紫晏 |
| 2      | 管理學院企業管理學系   | 412382157 | 蘇佑  |
| 3      | 文學院中國文學系     | 412012154 | 林書緯 |
| 4      | 管理學院企業管理學系   | 411382409 | 陳子玄 |
| 合作企業   | 用益網路科技股份有限公司 |           |     |
| 指導業師   | 張芷文          |           |     |
| 提案日期   | 11/27        |           |     |

## 一、序論

### (一)創業目標

本計畫旨在運用人工智慧技術於UI/UX設計領域，提供Z世代創業者一個結合創新與實戰應用的學習平台。

### (二)解決什麼問題

1. 市場上缺乏針對 Z 世代的 UI/UX 設計學習資源，特別是能快速應用於實際創業場景的解決方案。
2. 市場缺乏數位轉型人才，對企業的創新與效率提升造成阻礙。

### (三)解決方案與技術

利用AI技術開發智能化設計工具，提供個人化學習體驗、客製化方案

### (四)商品或服務的優勢

AI技術應用實例：

1. 課程內教學系統可使用AI輔助執行素材設計、範例提供。
2. 課程媒合功能幫助學員找到最適合的課程。

訂閱制服務：

提供會員制度，包含所有教育資源的使用權限與課程組合包，降低入門門檻。

客製化解決方案：

針對中小型企業與教育機構提供專屬設計服務。

## (五)實施方式、時程規劃及預期成效

### 實施方式

1. 開發基礎及進階UI/UX設計課程。
2. 整合現有市場工具，推出新服務。
3. 建立學員社群，促進互動與品牌影響力。

### 時程規劃

- 1年內：推出基礎課程與AI工具，達成200位訂閱用戶。
- 3年內：擴展至800位用戶，提供企業培訓課程。
- 5年內：訂閱用戶突破3200位，企業合作數量達30家，營收達NT\$9,600,000。

### 預期成效

1. 推動全新AI學習模式。
2. 提升UI/UX設計教育與市場技術發展。

## 二、產業環境分析

### (一)市場現況與產業分析

#### 1. 市場現況

(1)Z世代創業需求逐年增加。

參考資料：[經濟部產業人才發展資訊網](#)

(2)AI技術普及帶動數位設計工具市場成長。

參考資料：[從數據到洞見：企業 AI 導入的關鍵基礎建設](#)

#### 2. 產業分析

目前全球UI/UX市場成長迅速，預估至2030年，相關市場規模將達到40.94億美元，年增長率約為22.25%。此趨勢顯示出Z世代及創業者對於創新工具和實戰學習需求的強烈增長。以台灣為例，相關設計教育資源集中於少數機構，且市場產品多以英文為主，限制了部分用戶的使用便利性。

參考資料：[全球 UI 和 UX 设计软件市场按类型（云部署、本地部署）、应用程序（大型企业、中型企业）、地理范围和预测](#)

## (二)法規限制與條件

針對AI應用於設計工具的產品開發，需注意以下法規條件：

1. 智慧財產權：確保生成內容不涉及侵權問題。
2. 個資法：處理用戶資料時需遵守個人資料保護法。
3. 稅務合規：跨境合作需確保服務收入的稅務規劃符合各地規定。

## (三)競爭對手

1. Hahow：提供多元課程，但缺乏AI應用的深度設計學習。
2. 知識衛星：專注於內容產出，但平台互動性與學員社群功能有限。

我們的競爭優勢在於結合AI技術與實戰學習平台，滿足各種程度顧客需求，量身訂做相關課程。

## 三、商業模式

### (一)提供的商品或服務

1. 訂閱制學習平台，提供基礎及進階UI/UX設計課程。
2. AI智能設計工具，內建多樣化模板與自動化設計功能。
3. 客製化解決方案，針對中小型企業提供專屬設計服務。

### (二)應用的技術與方法

1. AI技術：包括圖像生成、用戶行為分析及內容推薦。
2. 雲端平台：確保用戶可以隨時隨地使用並保存進度。
3. 機器學習：依據用戶反饋持續優化設計工具功能。

### (三)目標市場

1. 主要市場：Z世代創業者及初學者設計師。
2. 次要市場：教育機構及中小型企業。

### 3. 接觸方式：

- (1) 線上廣告與社群行銷，瞄準設計愛好者與創業者社群。
- (2) 與大專院校合作，提供學生優惠與試用方案。
- (3) 參與國內外創業展覽，提升品牌曝光度。

### (四) 營運模式

採用訂閱制，提供多層級課程與工具。

#### 1. 產品發展規劃：

- (1) 第一階段：推出基礎課程及AI工具。
- (2) 第二階段：優化進階課程，增加功能模組。
- (3) 第三階段：整合多語系服務，拓展國際市場。

#### 2. 運營支持：

- (1) 提供線上技術支援與實時問答功能。
- (2) 建立用戶社群，促進交流與經驗分享。

### (五) 獲利模式

訂閱服務費用：

#### 1. 訂閱收入：

- (1) 基礎層：月費NT\$500。
- (2) 高階層：月費NT\$1,200，附加專屬設計指導。

2. 客製化方案：按項目計費，起價NT\$30,000。

3. 廣告及合作分潤：與相關品牌合作推廣，增加額外收益。

## 四、行銷策略

(一) 目標消費族群（請具體描繪會購買本產品/服務的客群輪廓）

1. UI/UX設計初學者。
2. 創業者及中小型企業。
3. 設計專業人士與教育機構。

(二)行銷策略 (請說明目前及未來將如何行銷本計畫之產品/服務)  
建立社群媒體行銷與內容行銷策略。

1. 與知名設計師及教育機構合作。
2. 參與創業競賽與展覽，增加品牌曝光。
3. 官網經營
4. 自媒體經營
5. 廣告投放
6. KOL合作曝光
7. 異業結盟

## 五、財務規畫

### (一)預估損益表

1年營收：NT\$2,022,000

基礎版： $200\text{位} \times 60\% \times \text{NT}\$500/\text{月} \times 12 = \text{NT}\$720,000$

高級版： $200\text{位} \times 40\% \times \text{NT}\$1,200/\text{月} \times 12 = \text{NT}\$1,152,000$

鎖定5-8家企業，且每案平均收入NT\$30000 5案 $\times$  NT\$30000 = NT\$150,000

成本：NT\$800,000 (技術開發與行銷)

利潤：NT\$1,222,000

3年營收：NT\$7,638,000

基礎版： $800\text{位} \times 60\% \times \text{NT}\$500/\text{月} \times 12 = \text{NT}\$2,880,000$

高級版:800位×40%× NT\$1,200/月×12=NT\$4,608,000

鎖定期5-8家企業,且每案平均收入NT\$30000 5案× NT\$30000 = NT\$7,638,000

成本:NT\$3,800,000 (進階課程與國際市場拓展)

利潤:NT\$3,838,000

5年營收:NT\$30,102,000

基礎版:3200位×60%×NT\$500/月×12=NT\$11,520,000

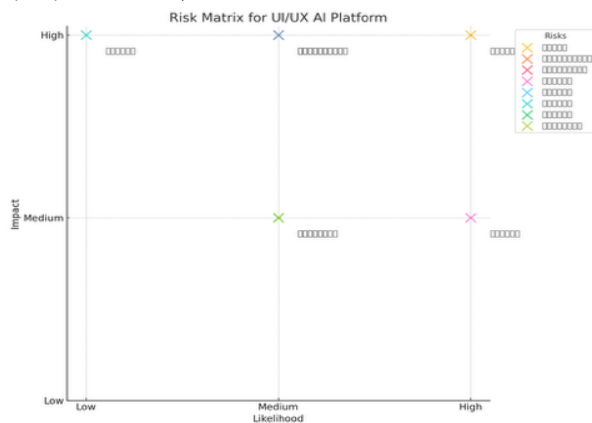
高級版:3200位×40%× NT\$1,200/月×12=NT\$18,432,000

鎖定期5-8家企業,且每案平均收入NT\$30000 5案× NT\$30000 = NT\$150,000

成本:NT\$6,200,000 (技術升級與品牌推廣)

利潤:NT\$23,902,000

## (二)風險矩陣:



## 可視化矩陣

高可能性,高影響:現金流短缺

高可能性,中影響:行銷成本超支

中可能性,高影響:訂閱用戶增長不如預期、技術開發延遲、競爭壓力

中可能性,中影響:客戶流失、技術維運成本增加

低可能性,高影響:法規合規風險

## 六、困境、挑戰與貢獻

## Strengths (優勢)

1. 創新性與實用性
  - (1) 專注於結合AI技術與UI/UX設計教育，解決Z世代創業者的實戰需求。
  - (2) 訂閱制降低學習門檻，滿足不同層次的用戶需求。
  - (3) 客製化解決方案針對中小型企業與教育機構提供差異化價值。
2. 市場獨特性
  - (1) 提供AI輔助功能（如素材設計、自動化範例）填補現有學習平台的技術空缺。
  - (2) 將學員社群與互動功能整合至平台，提升品牌影響力。
3. 多元化營運模式  
透過訂閱收入、客製化服務及廣告合作分潤實現穩定營收。

## Weaknesses (劣勢)

1. 資金壓力  
初期開發與市場推廣投入高，現金流壓力大。
2. 技術與法規風險
  - (1) AI模型的精準性與穩定性需持續投入研發資源。
  - (2) 涉及智慧財產權與個人資料的法規合規成本高。
3. 市場滲透性限制
  - (1) 面對以英文為主的國際競爭者，國際市場滲透可能受限。
  - (2) 初期訂閱用戶基數較小，可能影響規模經濟效益。

## Opportunities (機會)

1. 市場成長潛力
  - (1) 全球UI/UX市場至2030年的高增長率（15%）顯示創業者與初學設計師的需求不斷增加。
  - (2) AI技術的普及化為數位設計工具市場帶來更多可能性。
2. 教育合作機會  
與教育機構合作推出課程方案，擴大用戶群並增加品牌可信度。
3. 國際市場拓展  
開發多語言版本與國際支付功能吸引更多用戶。
4. 政策支持  
可申請政府補助及參與創業競賽以獲得資金支持。

## Threats (威脅)

1. 競爭壓力  
現有平台（如Hahow與知識衛星）已建立一定市場份額，競爭者可能模仿AI功能。
2. 技術風險  
技術開發的延遲或Bug可能導致用戶體驗下降，損害品牌形象。
3. 法規與稅務風險  
智慧財產權與個資法的變動可能增加法務與稅務合規成本。

#### 4. 市場需求波動

Z世代用戶需求可能受經濟或社會因素影響，導致訂閱數低於預期。

### 七、團隊成員自我介紹與分工

#### 1. 團隊成員自我介紹

##### (1) 吳紫晏

大家好，我是吳紫晏，就讀於輔仁大學企管系。從參與拓凱國際青年高峰論壇到校內的專案實踐，我累積了跨領域合作與創新規劃的經驗。帶領團隊將回收竹材轉化為高附加值文具的提案，讓我體會到如何將創意落實為行動。除了課業，我曾擔任家教及內場助理，熟練時間管理與問題解決，並展現良好的溝通協作能力。未來，我希望進一步投身企劃與專案管理領域，結合創意與執行力，為團隊與組織帶來突破性的價值。

##### (2) 林書緯

我是林書緯，來自輔仁大學中文系，目前就讀大二。我是一個個性外向、充滿活力的人，喜歡和他人交流，尤其熱衷於團隊合作的過程。我擅長提出新穎的想法，為團隊注入更多活力。在過去的學習與工作經歷中我鍛鍊了人際溝通和問題解決的能力，也學會了如何處理緊急情況和滿足不同對象的需求，讓我擁有敏銳的觀察力與高效的應變能力。我是一個不拘泥於常規的人，擁有自由奔放的想像力，並相信只有先設立目標，才能找到實現夢想的方向。在未來，我期待在實際工作中運用自己的專業與創意，挑戰並證明自己的價值，為團隊和企業創造更多可能性。

##### (3) 蘇佑

大家好，我是蘇佑，來自輔仁大學企業管理系，目前就讀大二。我熱衷於金融投資與科技領域，尤其對數據分析、程式化交易及區塊鏈技術充滿熱情。在學期間，我積極參與多元的學習與實務操作，例如自學Pine Script在TradingView上開發回測腳本，並應用區塊鏈技術進行合約與現貨交易、NFT鑄造和去中心化金融(DeFi)操作等。我也參與了輔大創業國家隊，透過創新提案與實務研究，強化了專業技能與團隊合作能力。同時，我也擁有豐富的領導經驗，例如擔任單車環台及泳渡日月潭小組長，以及高中漆彈社社長等職位，這些經歷培養了我的執行力、溝通協調能力及解決問題的決心。展望未來，我希望能將學習成果與實務經驗應用於金融投資或科技產業，持續在快速變遷的環境中成長並創造價值。期待能在職場中展現熱忱與專業，為企業的創新發展貢獻力量。

##### (4) 陳子玄

我是陳子玄，目前就讀於輔仁大學企業管理學系三年級。在學期



間，我積極參與各類競賽與專案，從高中參加全國小論文比賽到大學模擬公司課程，每一次經驗都讓我更加深刻地理解知識的實際應用，並激發了我對行銷研究的濃厚興趣。我始終相信，學習的價值不僅來自課本理論，更來自於如何運用所學來解決實際問題，這也成為我不斷前進的動力。我特別享受團隊合作的過程。在模擬公司課程中，我擔任研發製造採購部門經理，帶領團隊推出香氛噴霧產品。這段經歷不僅鍛鍊了我的領導能力，也教會我如何傾聽並整合團隊意見，進而在壓力下引導團隊朝共同目標邁進。多樣化的生活角色則讓我培養了高度的彈性與適應力。家教與餐飲工讀的經歷使我能夠在繁忙的日程中保持有條不紊，並在突發情況下沉著應對。我熱愛挑戰多元任務，並樂於從中學習新技能，這也讓我對未來的挑戰充滿信心。作為一個樂於學習且願意承擔責任的人，我期待將專業能力與個人特質結合，為未來的職涯創造更多價值與可能性。

## 2. 本次的營運計劃書分工：

- (1)吳紫晏 撰寫計劃書
- (2)林書緯 校稿計劃書
- (3)蘇佑 報告
- (4)陳子玄 製作簡報