

計畫總經費	核定補助經費
2,980千元	1,250千元

南亞食品數位化供應及經銷轉型服務推動計畫

飲料製造業及批發零售業

南亞食品工業股份有限公司



蔡凱安/特助

- **產業地位**：南亞食品位在供應鏈中的上、中游，主要從供應商取得糖及濃縮液原料加以加工，自製飲料並進行裝填容器後，完成各種口味的產品。
- **主要產品**：飲料製造業及批發零售業
- **接班現況**：蔡凱安/特助/計畫主持人蔡凱安特助身為公司負責人之子/預計接班 (三年內)
- **轉型動機**：1. 國內外飲料製造產業競爭強大、無法增加客戶來源2. 公司內部多為資深人員，無法感受數位轉型急迫性3. 無法預防不定性環境影響(全球疫情)增加服務曝光程度
- **預期效益**：(1)增加產值 6,000 千元(2)產出新產品或服務共 3 項(3)增加就業人數 3 人(4)提升核心員工薪資4%(5)增加海外低理商合作銷售1家

轉型目標與創新商模

委外業者：鼎聚網路股份有限公司
資安業者：鼎聚網路股份有限公司

- **轉型目標**：(1)採購端自動採購應用及供應商 LINE 服務流程應用。(2)銷售端電商購物消費分析及經銷商 LINE 服務。(3)整合串接庫存端精準庫存管理應用。降低生產物料叫貨、補貨時間、人力投入維護與提高生產品質，帶領公司拉近與供應端和客戶端的距離，持續投入符合期待之新市場。
- **創新商模**：
 - (1)轉型後的客戶族群：零售消費者、機關團體、超商零售、量販據點。
 - (2)銷售通路擴增：實體通路、量販賣場、電商平台、自有官網、LINE官方帳號。
 - (3)透過轉型方式增加服務及訊息傳遞，希望藉由維大力品牌重新吸引年輕族群注意。

POC做法與對應效益

- **驗證時程**：112年3月1日至8月31日
- **驗證範疇與場域**：南亞公司營業總部
- **導入項目**：採購LINE服務及自動採購模組、銷售LINE服務及消費分析模組
- **預期效益**：

組織策略管理：針對專業數位人力資源提升與團隊能力強化。數位科技應用：增加數位工具的導入和應用。體系價值創造：將客戶與供應商緊密結合進行數位化管理。