

BeyondBridge Project

超越之橋計畫

先築橋，再超越 Build the bridge. Go beyond.

Benjamin Chen | Justin Cheng | Mina Yang



執行摘要

我們的願景

BeyondBridge 是一個數位教育服務平臺，以教材設計顧問為主軸，為教育工作者與企業培訓主管提供高品質、數位化的學習教材與課程方案。我們扮演連結教育需求與數位創新解決方案的橋樑。

01

初期策略

與自由接案者、社團、公益組織合作，以小規模專案快速驗證商業模式

02

擴展階段

拓展至補習班、大專教授、企業培訓中心，深化與各級學校教職員合作

市場機會

臺灣超過 95% 中小學已註冊數位教學平臺，近八成教師學會運用數位工具。全球企業數位學習市場預估 2026 年前達 4,987 億美元，亞太地區年成長率近 20%。

03

長期目標

三年內成為臺灣教育內容設計領域線上先行品牌，年度營業額突破百萬

市場痛點與解決方案

教師困境

現有線上教材資源單一，難以滿足不同學生學習需求。教師在設計數位教材時面臨瓶頸，耗費大量時間卻只能取得不甚契合的素材。

企業挑戰

三分之一以上企業辦理在職訓練，但市面現成線上課程與產業情境脫節。資訊不對稱和資源不足導致培訓效果不彰。

我們的解決方案

提供精準融合的數位教材與客製化顧問服務，運用教學理論與數位技術專長，為用戶打造有效的教材內容。



核心產品與服務

教材搜尋與精準媒合

透過友好平臺介面，依科目領域、適用年級、教材形式等條件搜尋。詳細標籤和說明確保迅速找到契合需求的內容。

客製教材諮詢與設計

顧問式教材設計服務，從需求評估到方案制定、實際製作，提供完整專案管理。週期壓縮在數週內完成。

多媒體與互動教材

融合教學影片、互動模組、測驗題庫、電子書講義、即時回饋工具，營造翻轉課堂和遊戲化學習體驗。



目標客群



教育工作者

初期聚焦偏鄉學校、社團及公益組織，逐步拓展至正式教師、教授及補習班講師。提供簡易上手的數位教材與顧問服務。



企業培訓主管

中小型企業的培訓主管與人力資源經理，年齡層 30-45 歲，具決策與預算權限。提供彈性、成本效益高的培訓方案。



內容供應者

資深教師、教研人員、各領域講師，年齡層 20-40 歲。透過平臺分享教案，獲得收益分潤與成就感。

營運模式與競爭優勢

1

內容供給

自有內容為主，引入 P2P 共創機制，邀請優秀教師成為合作導師，形成多元供給生態

2

收益模式

教材授權費、顧問服務、訂閱制資源庫、教育軟體即服務 (SaaS) 等多元方案

3

差異化優勢

整合傳統教材品質、線上課程擴散性與顧問服務貼合度，平台化帶來效率與規模效益

vs 傳統出版商

- 開發週期長
- 客製困難
- 成本高昂

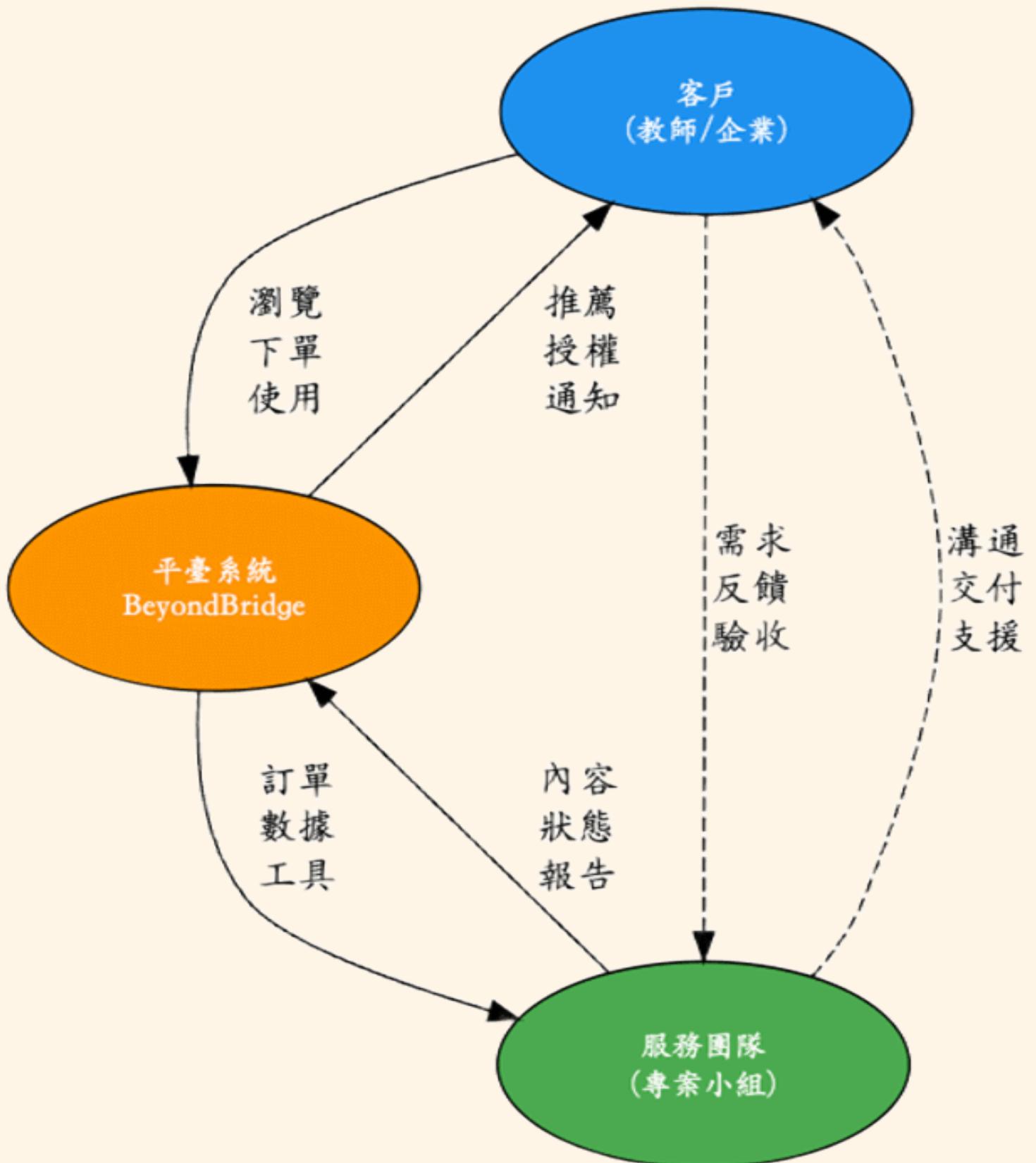
vs 線上平臺

- 標準化課程
- 品質良莠不齊
- 缺乏一對一服務

BeyondBridge 優勢

- 快速迭代
- 客製化服務
- 專業品質保證

BeyondBridge 服務流程三方互動圖



- 客戶（教師/企業）→ 平台：瀏覽、下單並使用服務。
- 平台 → 客戶：做內容/服務的推薦、授權、通知。
- 平台 ←→ 服務團隊（專案小組）：
 - 平台提供訂單、數據、工具給團隊；
 - 服務團隊回報內容與進度狀態給平台。
- 客戶 ←→ 服務團隊（虛線）：
 - 客戶提出需求、回饋、驗收；
 - 團隊負責溝通、交付與支援。

行銷推廣策略

校園深耕與口碑行銷

與社團，公益團體，教育局，國教輔導團合作舉辦教師研習
招募種子老師成為平臺大使，參與教育展會與教師年會



數位廣告與社群經營

經營 Facebook 粉絲專頁，在 LinkedIn 分享產業見解
投放精準廣告，製作 YouTube 短片



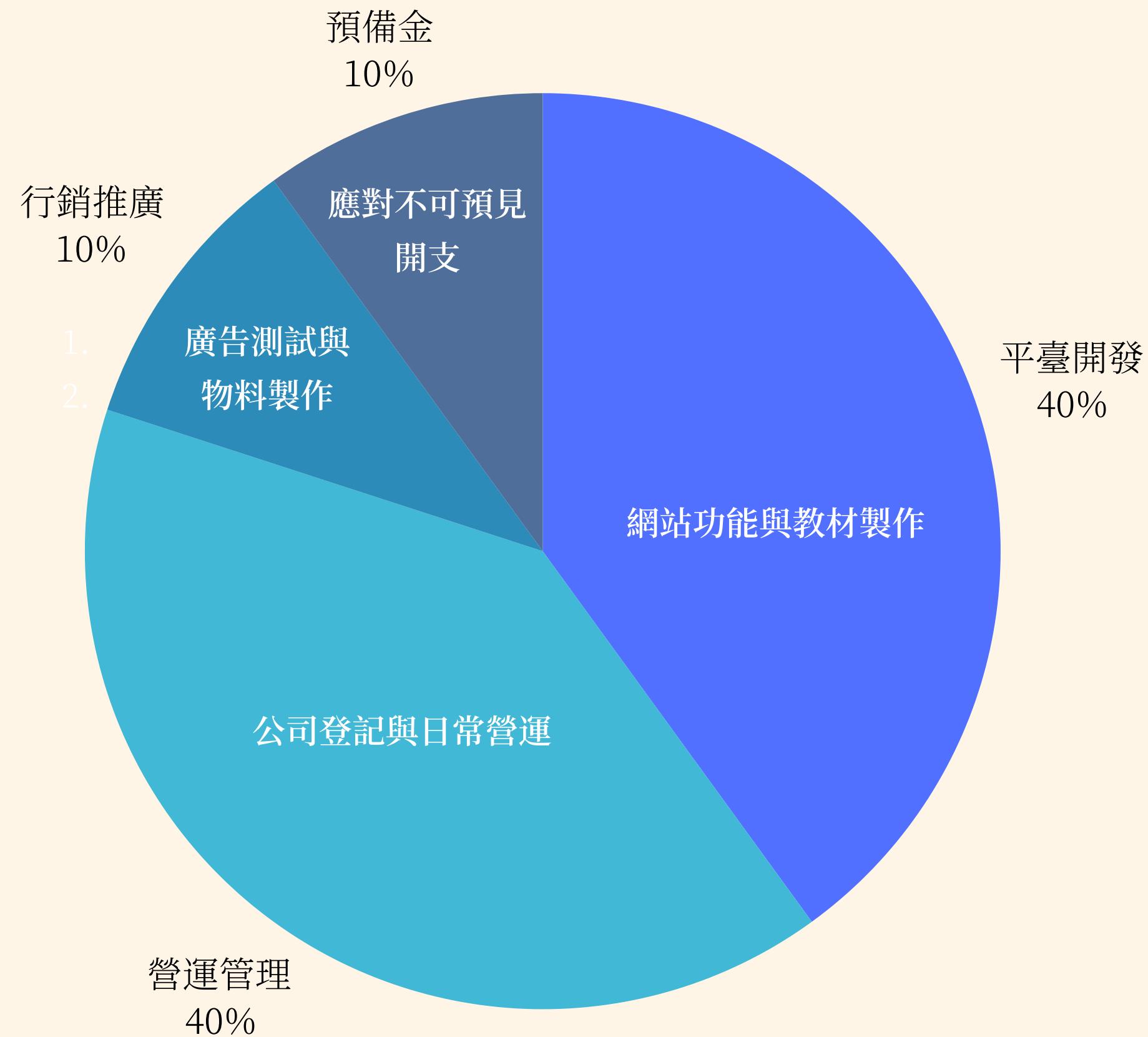
企業聯繫與方案行銷

直銷與內容行銷結合，主動接洽企業 HR
製作白皮書與部落格文章，舉辦線上研討會

優惠策略與轉介

新註冊免費體驗券，團購優惠
推薦獎勵制度，示範計畫建立社會證明

財務規劃

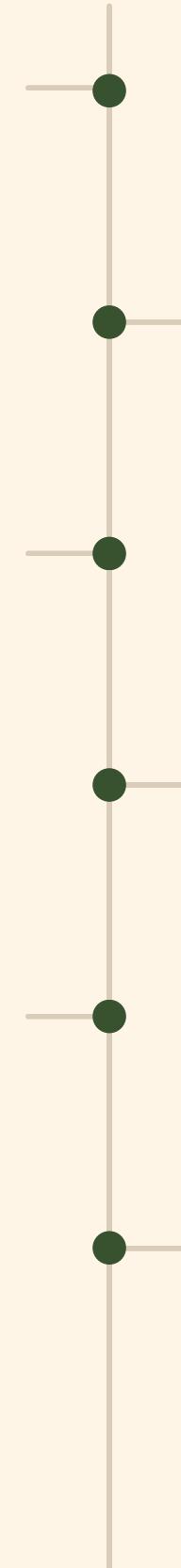


發展路線圖

Phase 1 (2025/ 11月 - 2026/ 2月)
平臺開發與內測
完成MVP產品，上線Alpha版本，完成公司設立登記

Phase 3 (2026/ 6-8月)
上線初期運營與服務優化
正式對外營運，取得量化數據，產品迭代優化

Phase 5 (2026/ 12月 – 2027/1月)
口碑建立與全國推廣
發布年度亮點，參與大型展覽，品牌知名度顯著提升



Phase 2 (2026/ 3-5月)
市場調查與種子用戶導入
招募10位導師，挑選試點客戶，舉辦首次產品發表會

Phase 4 (2026/ 9-11月)
市場擴張與內容豐富
密集行銷活動，新開發15套教材，達成盈虧平衡

Phase 6 (2027/ 2月 - TBD)
服務延伸與融資準備
新增垂直領域產品，導入AI輔助功能，完成種子輪募資提案

核心團隊



Justin Cheng

Co-founder &
Head of Product & Engineering



臺灣科技大學應用外語系、輔修資訊工程系
曾開發數個教育平台與應用程式
負責產品方向、技術藍圖、系統開發與資安維護



Benjamin Chen

Co-founder &
Head of Content & Learning Experience



臺灣科技大學應用外語系、輔修工業管理系
曾任 Ascent Academy 編輯總監
負責教材研發、品質標準與創作者機制



Mina Yang

Co-founder &
Head of Operations & Customer Success



文藻外語大學德文系，輔修英文系
曾任香港商法蘭克福展覽有限公司展覽專員
負責日常營運、客戶與人力管理、營收效率



先築橋， 再超越

BeyondBridge 致力於以數位創新方式革新傳統教材製作與學習內容供應生態。

憑藉專業且熱忱的團隊、清晰的市場定位以及審慎可行的財務規劃，我們有信心在資源有限的情況下穩健起步，逐步擴大影響力。

在未來五年內，我們期望成為臺灣教育工作者與企業培訓主管心中可信賴的「數位教材之橋」，協助他們創造更卓越的學習體驗與成果。

我們的承諾

提供高品質、客製化的數位教材解決方案

我們的使命

連結教育需求與數位創新，消弭教育不平等

我們的願景

成為臺灣教育內容設計領域的線上先行品牌