



創時代

創業 · 創新 · 育成

雙月刊 OCT 2014 no.72

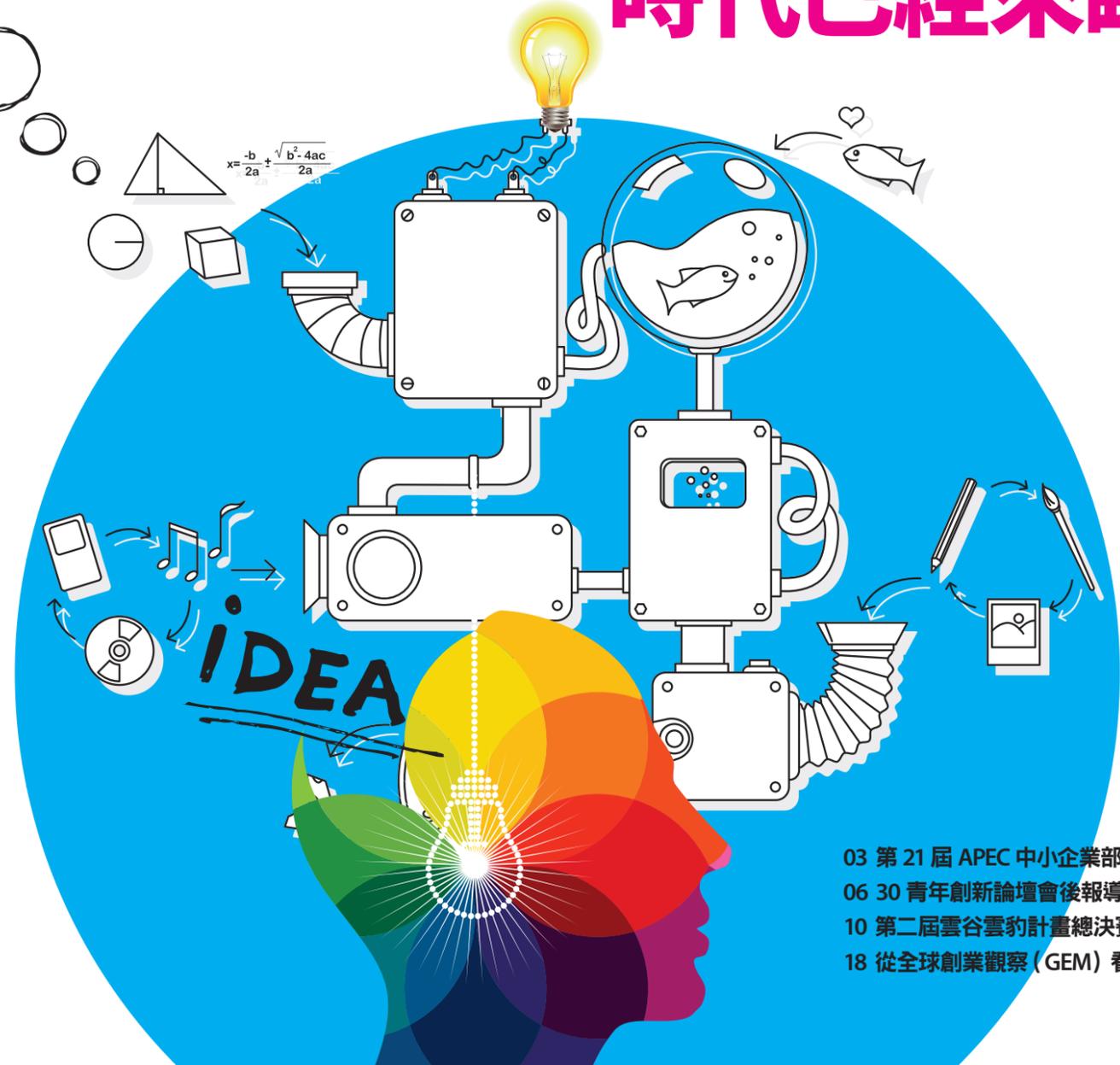


on 勇敢追夢
挑戰未知

破壞式創新的 時代已經來臨!

創時代

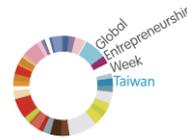
創業 · 創新 · 育成



定價 100 元整
GPN/2009101158

03 第 21 屆 APEC 中小企業部長會議
06 30 青年創新論壇會後報導
10 第二屆雲谷雲豹計畫總決賽
18 從全球創業觀察 (GEM) 看臺灣創業現況

新創籌資 創意交鋒



2014中小企業投資博覽會暨 育成加速成果表揚

時間 2014/11/19 09:30-17:10 **地點** 臺大醫院國際會議中心 201室
(台北市徐州路2號)

報名網址：<http://www.bnnext.com.tw/edm/2014accelerator/>
洽詢電話：02-8773-9808分機210 葉小姐；分機222 陳小姐

50+榮耀表揚 × 30+募資實戰 × 1對1+商機媒合

活動
議程

時間	活動內容	活動 議程
09:30-10:00	【來賓報到】	
10:00-10:15	【活動開場】	
10:15-10:25	【主辦單位及貴賓致詞】	
2014年度育成表揚典禮		
10:25-12:00	Part 1 —【國際育成榮耀表揚】 【AABI 2014亞洲最佳育成中心】/【AABI 2014火炬企業國際化獎】 【NBIA 2014傑出進駐廠商大獎】	媒 合 會 議
	Part 2 —【台灣育成榮耀表揚】 【績優育成中心】/【破殼而出】	
	Part 3 —【育成先鋒榮耀表揚】 【創新服務憑證】/【育成先鋒】	
創業投資實戰		
13:00-13:30	【來賓報到】	
13:30-15:30	【創意走秀，募資DEMO】加速育成之星X潛力募資團隊	
15:30-15:45	中場休息	
15:45-17:00	募資高峰對談：【新創籌資大哉問】 主持人：中視主播 江宜汾 與談人：1. 國內創投與政府基金創投募資成功企業(Gogolook) 2. 創業天使代表(西灣天使投資企業董事長 鄭再興) 3. Kickstarter募資成功企業代表 4. Startup Leadership Program募資成功企業代表 5. 104夢想搖籃募資成功企業代表 6. 36氦+募資企業代表	
17:00-17:10	【抽獎活動&會後合影】(有機會抽到iPad mini)	

主辦單位保有變更議程權利，請以當天議程為主

主辦單位：經濟部中小企業處
執行單位：社團法人中華民國青年創業協會總會／工業技術研究院／交通大學
中原大學／財團法人資訊工業策進會
媒體合作：數位時代媒體群

立即報名



經濟部中小企業處廣告



看見中小企業 創造新世代

— 邀您一同促進臺灣經濟榮景 —

一場政策級的動腦會議、一場前瞻性的經濟會議，
邀請臺灣中小企業菁英加入決策的行列，
喚起對於未來夢想追求的企圖與動力。



為營造良好的經營環境，協助臺灣中小企業永續發展，經濟部特舉辦三年一度的前瞻性經濟會議—「2014全國中小企業發展會議」，以匯集各界智慧、廣納多元意見，凝聚台灣中小企業未來發展的政策方向，敬邀全台產、官、學、研界之重要領袖，以及中小企業菁英份子蒞臨，一同喚起對於未來夢想追求的企圖與動力。

時間
2014.10.28(三) ▶ 10.29(四)

地點
臺大醫院國際會議中心 101廳
(台北市中正區徐州路2號1樓)

活動網站
<http://www.sme2014.org.tw/>

洽詢電話
02-2366-0812# 141、138

大會議題

議題類別	主軸
議題一 經營新環境	精進法制環境，善用社會資源。
議題二 國際新能量	育成中小企業，開拓國際市場。
議題三 創業新紀元	友善創業環境，優質創業生態。
議題四 智慧新商機	行動科技應用，智慧綠色企業。
議題五 體驗新經濟	形塑產業標竿，創新增值行銷。

主辦單位：經濟部

承辦單位：經濟部中小企業處

執行單位：中華民國全國中小企業總會

協辦單位：台灣經濟研究院
Taiwan Institute of Economic Research

廣告



臺灣創業風氣有多盛？「全球創業觀察報告」指出，臺灣人有意創業的比率平均為 27%，遠高於國際平均 10%。根據調查，臺灣 18～34 歲有意願創業者高達 50%，顯示出臺灣青年創業能力強盛。而在 2014 年世界經濟論壇（WEF）提出的全球競爭力報告顯示，臺灣在 144 個國家中排名第 14 名，其中「創新」面向排名全球第 10 名。

在講求創新的時代，如何持續產生新思維、新觀點，延伸成為新商業模式，是每個人都想追尋，並且保有競爭力的方法，而最好的創新，就是深具影響力與價值的「破壞式創新」。像是傳統手工具結合機電、資訊、文創及系統整合，就可搖身一變成為 LV 級賽車手的專屬工具箱；連傳統瓦斯業竟也能結合雲端科技，走向主動式服務新紀元，憑著就是放膽及不設限，創造出可能性，挑戰未知及不可能。

在雲端巨量及物聯網應用的趨勢下，本處很高興能與臺灣雲端運算產業協會合作推動「臺灣育成雲谷雲豹育成計畫」，協助雲端產業的新創企業，可以跨越市場的藩籬，佈局國際市場。

像是第一屆雲豹育成的優秀團隊參加今年 5 月中中國大陸北京第六屆雲計算大會的「雲計算大數據評選」，在十大獎項中，臺灣的數位無限及碩源資訊 2 家團隊脫穎而出，並獲得獎金 3 萬元人民幣的鼓勵，在對岸為臺灣爭光。後續也成功促成加速器優質新創企業創意引晴，進駐中國大陸北京的科技加速器，展現出臺灣發展雲端創新應用的蓬勃活力。

此外，從今年本處與美商英特爾（Intel）及德商西門子（Siemens）共同舉辦的 APEC 加速器網絡高峰會及創業挑戰賽，即以「全球化的智慧城市」及物聯網等為討論議題。顯見創新模式永不退流行，今年入選團隊無一不是「破壞式創新」的最佳代表。

其中，獲得「西門子獎」的艾爾希格（Airsig）、「英特爾獎」的博品醫電（bOMDIC）和科智企業（ServTech）等 3 支團隊，除了獲得前進矽谷、參加全球賽和資金媒合的機會之外，博品醫電和科智企業也分別獲得國發會創業天使基金 300 萬元以上的投資，艾爾希格因取得鴻海集團新臺幣 6 千萬元入股資金，更成為各大媒體關注的焦點，目前市值估計為新臺幣 6 億元，創下臺灣新創公司估值新高。

由此可見，臺灣的新創團隊在亞太地區已經展現出絕佳成績，而海外市場的拓展，則是本處持續協助新創團隊立足臺灣、放眼國際的目標之一，也是長久支持創新創業活動的我們所樂見的成果。

經濟部中小企業處
處長

2014年10月

Content



《創業·創新·育成雙月刊》
第72期/OCT. 2014

發行人/葉雲龍

總編輯/林美雪、蘇文玲、何晉滄

副總編輯/許秀玲

編輯委員/楊佳憲、孫淑容、許容琪、陳筱雯

發行所/經濟部中小企業處

地址/臺北市大安區羅斯福路二段95號3樓

網址/<http://www.moeasmea.gov.tw>

G P N/2009101156

執行單位/工業技術研究院、國立交通大學、
中原大學、財團法人資訊工業策進會

刊物編輯/30雜誌

服務地址/臺北市中山區松江路93巷1號

服務專線/(02) 2517-3688

傳真專線/(02) 2517-3686

本刊著作權屬經濟部中小企業處所有，非經同意請勿轉載。本刊內容所有文字與照片來源，均標明提供單位名稱。

發行人的話

現場連線

- 03 第21屆APEC中小企業部長會議
打造中小企業創新及永續發展能力
- 06 30青年創新論壇會後報導
勇敢放膽 宣告你的圓夢計畫！
- 10 第二屆雲谷雲豹計畫總決賽
學悅科技奪下百萬首獎

育成風向球

- 12 從全球創業觀察 (GEM) 看臺灣創業現況
臺灣人創業意圖亞洲最高
- 14 全球創業趨勢下的育成營運觀點
創造創業輔導的價值

前進美國矽谷

- 15 APEC創業之星 3團隊勇闖矽谷
- 16 艾爾希格
空中簽名驗證獨步全球
- 18 博晶醫電
隨時檢視體能 塑造健康鋼鐵人
- 20 科智企業
整合數據雲端的工廠醫生

創業尖兵

- 22 阿碼科技/臺灣軟體產業打入國際市場
- 24 雅痞數位/讓生活喘口氣 給你最甜美的提醒
- 26 創新雲端應用/首創主動式瓦斯配送服務
- 28 先構技研/模擬未來的數位工廠

新創煉金術

- 30 把行銷複雜簡單化 留住顧客的簡單策略



第21屆APEC中小企業部長會議各會員體代表部長合影留念。



經濟部次長卓士昭代表我國與會。



第21屆APEC中小企業部長會議。



第21屆APEC中小企業部長會議聯合記者會。

第21屆APEC中小企業部長會議

打造中小企業創新及永續發展能力

文／編輯部 圖片提供／經濟部中小企業處

我國經濟部次長卓士昭率團出席 103 年 9 月 5 日在中國大陸南京召開「第 21 屆 APEC 中小企業部長會議」，會中由中國大陸國務院副總理馬凱進行開幕致詞，工業和信息化部部長苗圩擔任主席，並通過「部長會議聯合宣言」與「促進中小企業創新發展南京宣言」等兩項宣言，強調中小企業創新及永續經營的重要性，呼籲各會員體具體落實推動中小企業創新發展管理能力、政策環境及創新精神，以確保亞太區中小企業的成長動能。

攜手共創亞太經濟美好未來

103 年度 APEC 主題為「攜手亞太、共創未來」，期

藉由「推進區域經濟整合」、「促進創新發展、經濟改革及成長」及「強化全面連結及基礎建設發展」3 大優先領域，深化亞太會員體合作關係，維持區域發展動能。本屆中小企業部長會議主題為「創新及永續」，三項子題分別為(1) 增進中小企業創新管理能力、(2) 提升中小企業創新發展政策環境、(3) 以創新推動中小企業成長，APEC 各會員體針對中小企業相關議題進行討論及分享。

其中，我國經濟部次長於會中針對子題 1、2 進行發言，分享我國「透過 APEC 加速器網絡平台增進中小企業創新管理能力 (Increasing innovation capacities of SMEs through APEC Accelerator Network)」



我國與明年APEC主辦會員體菲律賓代表團合影。



經濟部次長卓士昭發言。

與「透過企業持續營運計畫鞏固全球供應鏈 (Business Continuity Plans for Better Global Supply Chains)」，以及公私部門合作推動情形，我國所製播短片並獲大會一致好評。卓次長表示中小企業為啟動亞太經濟成長、就業及科技發展的重要引擎，對亞太區的經濟發展相當重要，明年我國將繼續以「APEC 加速器網絡—早階投資計畫」為主軸，持續深化加速器網絡，強化創新、新創企業及高成長中小企業獲得早階投資機會，協助亞太區域中小企業加速成長發展。

■ 打造亞太中小企業創新永續優質環境

「第 39 屆 APEC 中小企業工作小組會議」併同部長會議於 9 月 3 ~ 4 日於南京舉行，共計有來自 18 個 APEC 會員體、120 位代表與會，由新加坡標準、生產力與創新局 (SPRING) 副局長 Mr. Ted Tan 代理主持。會中我國 4 項報告為 (1) 推動高成長型中小企業之策略、(2) APEC 加速器網絡計畫、(3) APEC 強化中小企業持續營運能力 3 年期計畫成果、(4) APEC 與 UN 防災合作—強化企業耐抗災能力建構等。

率團出席工作小組會議的林美雪副處長表示，我國

於 103 年 3 月 25 日舉辦「APEC 加速器網絡國際論壇」。會中正式成立「APEC 加速器網絡」，並獲得 14 個 APEC 會員體響應，總計 44 個加速器已加入成為會員，未來將積極連結亞太區加速器資源，共同協助新創團隊加速成長。此外，我國於同年 3 月 24 日舉辦「APEC 強化中小企業韌性高階政策對話會議」，由 APEC 中小企業工作小組與 APEC 緊急應變小組共同採認之聯合宣言，亦在 8 月 11 ~ 12 日北京「第 8 屆 APEC 資深防災官員會議」中受到高度肯定；我國同時編製「企業持續營運教戰手冊」，已訓練超過 300 位種子師資，完成英文、中文、泰文、印尼文、越南文、西班牙文及日文等 7 種語言版本之教戰手冊，期協助全球 40% 以上人口，強化亞太區中小企業對抗天災韌性，鞏固產業供應鏈，穩定社會經濟，為我國參與 APEC 之重要貢獻與成就。

在本次部長會議主題下，中國大陸與美國共計在南京舉行 3 場周邊會議，分別為 (1) 中國大陸於 9 月 1 日舉辦「APEC 中小企業財務創新論壇」，會中針對企業之全球供應鏈發展與合作、融資成本及財務支援、中小企業創新能力以及持續營運等議題進行討論。(2) 中國大陸於 9 月 2 日舉辦「APEC 中小企業工商論壇」，呼籲強化



第39屆APEC中小企業工作小組會議。

中小企業創新倡議、積極利用創新平台、提升創新服務能力、便捷中小企業的創新財務融通，會後發表 1 份建議書提交部長會議，呼籲各會員體強化各類中小企業創新倡議，以提升亞太區中小企業創新發展政策環境。(3) 美國則於 9 月 1 ~ 3 日舉辦「APEC 中小企業商業倫理論壇」，分享醫材及醫藥領域商業倫理工作進展，我國工業技術研究院生醫與醫材研究所所長耀華亦受邀擔任與談人。會後發表 1 份醫藥及醫材企業倫理之南京宣言，呼籲各界共同打造健全的醫療產業，建構亞太區永續醫商倫理環境。

APEC 創業挑戰賽 我國屢獲佳績

葉雲龍處長指出，我國與英特爾 (Intel) 及西門子 (Siemens) 共同合作於 103 年 8 月 6 ~ 7 日在臺北舉辦「APEC 加速器網絡高峰會暨創業挑戰賽」，計有來自 15 個會員體共 33 支隊伍參賽，我國在 10 個獎項中即囊括 6 項，其中榮獲西門子獎及英特爾獎的 6 支隊伍，包括我國博品醫電 (Bomdic)、科智企業 (ServTech)、艾爾希格 (AirSig)，以及印度 Janch、韓國 Drin-Q、新加坡 Clearbridge BioPhotonics 等團隊脫穎而出，將於 10 月份代

表亞太區赴美國矽谷參加全球創業挑戰賽，獲得國際曝光與連結機會。

自 102 年起，我國共主辦兩場 APEC 創業挑戰賽，我國參賽的新創/創業團隊因表現亮眼，頻獲國際媒體注意及大廠投資，資金媒合的成效卓著。以 102 年參賽隊伍 Gogolook 為例，賽後即被 Line 母公司 Naver 以 1,800 萬美元併購，進而串聯日本與韓國創新能量，創造進軍海外市場機會；Viscovery 團隊技術受 Google Glass 採用，並獲新加坡 Pinehurst Advisors 投資；Golface 團隊則獲得獲群聯電子投資。而 103 年得到西門子獎的 AirSig，更獲得鴻海 200 萬美元投資挹注，並入股 10% 加入董事會，攜手瞄準穿戴裝置、物聯網和第 3 方支付領域的資安應用商機，市值估計將衝上 2,000 萬美元，創下臺灣新創公司估值新高。

為協助新創團隊進入國際市場並持續深化加速器網絡，我國將在明年續推動「APEC 加速器網絡—早階投資計畫」，強化創新、新創企業及高成長中小企業獲得早階投資機會，以持續提升跨國創業平台的影響力，協助新創及高成長中小企業成長，共同打造務實蓬勃發展的 APEC 創新生態圈。



貴賓致詞—經濟部中小企業處副處長 林美雲。

Your Turn



開場表演帶著鋼琴去旅行。



微博事業部副理蘆義：協作經濟開創新藍海。

30青年創新論壇會後報導

勇敢放膽 宣告你的圓夢計畫!

文·攝影/編輯部

當世界轉動速度越來越快，唯有「破壞式創新」才能成為產業引領者！由 30 雜誌主辦、經濟部中小企業處協辦的第 4 屆《30》青年創新論壇，主題是「Your Turn 放膽！破壞式創新」，現場重量級講者的方向指引，加上經濟部中企處引入資源的整合平台角色，從創新 X 創業 X 創意的三主軸引爆多元觀點交會，前瞻觀點串接協力資源，帶給在場有志創業青年滿滿信心。

「在最初的起點，在一次感動自己的瞬間，想和你感染這個世界……」這是「帶著鋼琴去旅行」的團隊成員吳是

閱，在第 4 屆《30》青年創新論壇的開場表演。

「帶著鋼琴去旅行」是 4 個大男孩把音樂帶到偏鄉的發願旅程，用各自的音樂專長還有一台重機改造的鋼琴拖車實現這個夢想。外人看似傻勁的執著，卻踏實地透過音樂的力量，與行動的實踐拉近了偏鄉孩童與音樂的距離。質樸的歌聲、真摯的歌詞，帶領現場近 800 位與會者進到年輕人的創業夢想裡，同時也宣告了這個世代的真切精神，「年輕人，請放膽勇敢地破壞式創新，改變世界。」



Google總經理簡立峰：雲端世代的臺灣機會。



導演魏德聖：分享「從Kano看團隊精神」。



全聯福利中心總裁徐重仁、筑誠創研總經理徐安昇「真實感動一現場主義的創新心法」。

破壞式創新引爆新觀點

在講求創新的時代，如何持續產生新思維、新觀點，延伸成為新商業模式，是每個人都想追尋，並保有競爭力的方法，而最好的創新，就是深具影響力與價值的「破壞式創新」。創新管理大師 Christensen 如此定義破壞式創新：「把一個很貴的東西做的很便宜，把一個收費的東西做成免費的東西，把原來一個很難獲得的東西變得很

容易獲得，把原來一個很難用的東西變的非常簡單。」

當創新回到個人身上，我們又要怎麼找到自己的位置？怎麼看見我們的未來？當世界轉動速度變快，數位落差、貧富差距、氣候變遷都是沒有經驗可以依循的新難題。唯一的解決之道，就是破壞式創新，方法是顛覆過往的單一專精領域，藉由多方觀點交會，引爆出新觀點，成為新時代的梅迪奇效應（The Medici Effect）。



Your Turn

LINE 人資長落合紀貴：我們只要獨立思考的靈活人才。

梅迪奇效應，起源於義大利文藝復興時期，指的是各方不同領域的專家匯聚一堂，每個人不斷地拋出想法，交會出一個嶄新的觀點；這些觀點都具有突破性，因為納入異質觀點，反而可以在原先的領域尋求突破。因此，最擅於創新思考的人，往往是樂於交流、分享的一群。這個交會點，就出現在今年的 30 青年創新論壇。

30 雜誌總編輯成章瑜在開場引言時指出，臺灣的超跑選手陳彥博、國際志工陳聖凱及鋼琴家盧易之等人，正用他們破壞創新方式，去實踐他們的夢想，也一點一滴的改變這世界，憑著就是放膽及不設限，創造出可能性，挑戰未知及不可能。

放膽，是年輕人擁有的勇敢，創業維艱，創業青年共同面臨到資金、舞台、資源整合的難題，他們衷心期盼的是，「帶著資源去創業」的整合資源網絡協助。

創業圓夢網站整合資源

臺灣創業風氣有多盛？「全球創業觀察報告」指出，臺灣人有意創業的比率平均為 27%，遠高於國際平均 10%。經濟部中小企業處副處長林美雪進一步指出，根據調查，臺灣 18 ~ 34 歲有意願創業者高達 50%，顯示出臺灣青年創業能力強盛。而在 2014 年世界經濟論壇（WEF）提出的全球競爭力報告顯示，臺灣在 148 個國家中排名第 14 名，其中最高的分數是「創新」，排名全球第 10 名。

擁有創新基因與創業能量還不夠，中企處看見創業者的資源貧乏，決定擔任資源整合者的平台角色，串起跨部會與 48 個計畫資源，在今年 3 月成立青年創業及圓夢網站，整合創業課程、業師陪伴、創投媒合、創業圓夢輔導、融資貸款等多方資源協助，甚至在行事曆上就可以看到全台提供的創業資源，成為創業者的強力後盾。

此外，中企處也關注「前育成」的創業萌芽階段，包括與民間許多小型的共用工作空間（co-working space）合作，實際貼近青年創業需求。林美雪分析，臺灣共有 130 多所育成中心，80% 在各大專院校，培育出逾 8,000 家育成新創企業，其中有 80 家上市上櫃公司，透過民間與政府的協力合作，發揮最大育成搖籃綜效。

林美雪肯定臺灣青年創業家表現，以「2014 APEC 加速器網絡高峰會暨創業挑戰賽」為例，今年在會員國中選出 6 個團隊，其中有 3 個是臺灣團隊，展現臺灣優異的創新能量，藉由政府資源搭建平台，引入國際創投與資金，讓臺灣優秀團隊得以加速邁向世界舞台。

臺北市產發局局長黃啟瑞也指出，臺灣創業精神是亞洲之冠，顯示大家都想創造自己的未來。臺北市政府也特別提供獎勵方案，提供 50% 的資金，協助新創團隊在資金不足的問題。

《30》青年創新論壇會中邀請了 ELIV 以立國際、眾社會企業 10 組新秀創業團隊到場進行 DEMO，透過創



青年熱血·創業鬥陣分享：熱帶低氣壓工作室負責人依斯坦達霍松安衣布。



創業新秀第3名的「iHealth」，是由臺灣健康宅配科技推出的藥師親自送藥到府服務。



獲得觀眾票選首獎的VMFive結合雲端、虛擬化、串流與跨平台技術，打造「雲端虛擬手機平台」。



本次論壇由現場觀眾以LINE票選最喜歡的創業團隊：首獎由VMFive第五代虛擬科技公司獲得，第二、三名則分別由塔圖科技及iHealth獲得。

投專家及現場觀眾投票選出首獎為VMFive 第五代虛擬科技公司，第二、三名則分別由塔圖科技及 iHealth 獲得。其他團隊也藉此機會，媒合中企處提供的平台資源，讓臺灣新創團隊得到最實質的幫助。

資源到位放手大膽創新

創新，從來都不是無中生有，而是從現有的領域找出突破點。在青年失業率高達 12% 的年代，對年輕人來說，創業是一個新的機會。但是要如何成功創業呢？

「過去的經驗告訴我們，不能預測未來，但我們可以看到方向。」Google 臺灣董事總經理簡立峰指出：行動網路、雲端服務帶來的將是全新的變局，同時也是新產業、新經濟的機會。

臺灣流通教父、全聯福利中心總裁徐重仁則建議年輕人，「走進工作、生活現場去觀察，就能發展創新，

找到商機所在。」徐重仁強調，不能為創新而創新，而是要融入顧客情境，從顧客的需求中找到創業的價值與商機。

《30》青年創新論壇開場演講講者簡立峰，鼓勵臺灣年輕創業家，要勇敢跨出海島，走向海洋、走向全球市場。他以海島與海洋做為比喻，從臺灣的地理位置、臺灣第一高樓 101 做為引言，帶領現場觀眾「換位思考」，當臺灣地圖轉了 90 度，最好的機會都在臺灣觸手可及的地方。簡立峰認為，臺灣在地理位置或是資源取得等面向，都處在最好的機會點，同時點出臺灣最大的創業優勢，即為供應鏈完整，整合各項資源的快速取得。

前瞻觀點串接協力資源，激盪出更加深厚的創業能量。過往困擾著創業家們的資金、業師、舞台都已不再是創業阻礙時，第一線的創業家們，你還在等什麼？大膽挑戰破壞式創新的時代已經來臨！



貴賓致詞中小企業處副處長林美雪。



學悅科技得到冠軍及百萬獎金。



與會貴賓、參賽團隊與企業導師等大合照。

第二屆雲谷雲豹計畫總決賽 學悅科技奪下百萬首獎

文／編輯部 圖片提供／經濟部中小企業處

由臺灣雲端運算產業協會舉辦的第二屆「臺灣雲谷雲豹育成計畫」，9月25日於臺北科技大學舉行總決賽，核心團隊來自臺大電機學群的學悅科技，運用雲端科技，開發 Zuvio 雲端即時反饋系統，翻轉課堂內師生教與學角色，從眾多入圍企業中脫穎而出，奪下冠軍，獲得百萬獎金及企業合約。

■ 打造優秀雲端團隊

為了發掘更多臺灣雲端好創意，培植企業明日之星，

雲端協會自 102 年起辦理臺灣雲谷雲豹育成計畫，2 年來共培育出數家優秀雲端團隊，同時也樹立雲端產業母雞帶小雞的創業典範。

「臺灣雲谷雲豹育成」計畫主持人、臺灣雲端運算產業協會秘書長闕志克表示，雲端新創公司應該在成立初期就能掌握到發展契機，以美國矽谷新創企業為例，每年 500 家新創企業中，營收前 15 家的營業額就占總體利潤的 97%，其他的 485 家企業只擁有 3% 的利潤。顯而易見，新創公司在成立初期是否已經準備就緒，奠

定了日後成功的關鍵要素。

中企處、雲協與工研院共同推動的「雲豹育成」以具影響力的企業為師，協助新創公司建立完善經營制度，將技術開發、智財佈局、募資規劃、市場鏈結等進行一條龍式輔導，使新創公司在成立初期，就能夠快速切入市場，並進軍全球。

今年共有 14 家雲端新創公司入圍決選，服務橫跨文創、社群經營、社會公益、植物工廠、物聯網等領域，由創投公會理事長、和通創投董事長黃翠慧，帶領 12 名創投業高階經理人組成評審團，進行現場評選。

學悅科技讓教學有趣

學悅科技「Zuvio」取自台語諧音「促咪喔」，打破傳統死氣沉沉、老師單方、呆板無變化的教學方式，透過手機、平板電腦等任何能連結上網的工具，在企業導師台達電的指導下，透過雲端技術，學生在課堂中就能對老師事先備課、安插在課程中的問題立即答覆，還能進一步回饋、問問題，老師也能把師生互動成果匯出，作為成績評比依據。也適用於多地同步進行的活動，在遠處觀看實況的使用者，也如親臨現場一般進行互動，讓上課變得好玩又有趣。

截至 9 月底止，Zuvio 已獲得包含臺大等 70 多所國內知名大學、逾 150 所中小學，超過 2,200 名教授與 5 萬名同學，以及論壇領導者 TEDxTaipei 和中華電信學院作為即時互動解決方案，成為臺灣目前能有效解決傳統教育氣氛、市佔率第一的純軟體。種種特色優勢，獲得評審、投資人青睞，拔得頭籌，實至名歸。

智慧行動服務受歡迎

眾社企結合資訊、傳播、行銷等跨領域年輕專業人才，與身障夥伴共同開發「智慧城市友善資訊雲端服務平台」、「友善臺北／新竹／香港好餐廳 App」、「友善臺北好捷運 App」、「友善新竹小兒科 App」等創新智慧行動服務，累積下載使用人次超過 50 萬人，拿下雲谷雲豹育成計畫決選第二名。

鴻志資訊科技根據多年物流產業經驗和知識，運用自行研發的運算引擎，以雲端服務概念開發 AutoCargo 航



現場投票 邀請參賽代表與評審。

空雲運算平台；數位無限軟體則以提供多雲與混合雲的管理平台為核心業務，提供一站式管理，讓用戶將自己的服務 one click 佈署到全世界的雲端資料中心；兩團隊皆表現不俗，並列第三。

雲豹助企業進軍海外

中小企業處副處長林美雪表示，「雲豹育成」已協助企業打入海外市場、佈局全球，像是去年獲得冠軍的米沃工場，發展為國際化經營的企業型網站設計解決方案，整合包括設計師社群、設計管理平台、建站技術、手機版網站等，並已和阿里雲、中國萬網、中國新網合作，成為其推薦建站平台。

開發雲端電子照護資料管理平台的晶鏞科技，則獲得美國電信商 Verizon 簽署為策略夥伴，並且擁有 13 國專利。昕淇科技以多螢一雲的數位互動平台，研發雲端數位影音內容與互動遊戲平台，已與中華電信、凱擘、中華聯網等系統業者，及中國大陸的海信、海爾、樂視、歡網等數位影音內容供應商進行合作，展現臺灣發展雲端創新應用的蓬勃活力。

迎戰雲端巨量時代

臺灣雲端產業協會理事長、英業達集團董事長李詩欽，則分享日前拜訪阿里巴巴和小米兩家公司的經驗。他發現在雲端巨量和互聯網時代下，只有贏者會全拿，互聯網時代已到，速度超乎想像。小米老闆雷軍甚至告訴他，今後不會再有互聯網公司了，因為之後「你若不是互聯網公司，你就不算是個公司。」

李詩欽說，中國大陸物聯網不論是阿里巴巴、騰訊、百度或小米，都展現對未來論述的絕佳實力，這已經是全球趨勢。他呼籲學生、企業和新創事業要隨時迎戰快速的變化及創新，變化本身是競爭也是創新，擁抱變化即是不斷在創新中改變，要隨時迎戰快速的變化及創新。

臺灣雲端產業協會也將配合時代變化，預計將更名為「臺灣雲端運算巨量及互聯網協會」，希望進一步擴大定位，讓臺灣產業快速搭上全球趨勢潮流，把雲端、巨量、互聯網一網打盡。

從全球創業觀察 (GEM) 看臺灣創業現況

臺灣人創業意圖亞洲最高

文／經濟部中小企業處

全球創業觀察 (Global Entrepreneurship Monitor, 以下簡稱 GEM) 是為了解各國整體創業行為的創業調查計畫，於 1997 年由百布森大學 (Babson College) 及倫敦商學院 (London Business School) 多位教授的努力下，從 1999 年正式啟動調查，當年共有 10 國參與，到 2013 年已涵蓋全球不同區域與經濟發展階段的 71 個經濟體，成為目前國際上最具規模的創業調查計畫。

正式參與國際研究社群

近年來，隨著亞洲國家在世界經濟的重要性日益增加，GEM 也積極邀請臺灣團隊加入，透過關心創業發展的產學先進居中聯繫討論後，終於在 2010 年由經濟部中小企業處主辦下，組成「GEM Taiwan」研究團隊，正式參與這個全球性的調查計畫，並持續推動 GEM 調查至今；目前已累積超過 8 千筆的隨機抽樣調查樣本和 144 份國內專家的訪談資料。

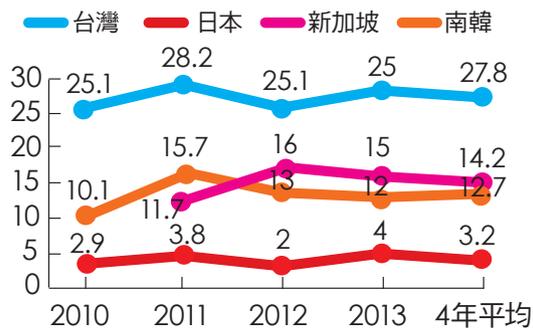
創業為一長期連續過程，其中最特殊的就是從無到有的「早期階段創業過程」，GEM 突破過去研究限制，針對各國成人人口進行隨機抽樣調查 (APS)，並從中篩選出「具有創業概念，到創立 3 年半之間的早期階段創業者 (包括獨立創業者及公司內部創業者)」，針對態度 (Attitude)、活動 (Activity) 及理想 (Aspiration) 進行分析。態度調查包括對機會及自我能力的認知、對失敗的害怕等，創業活動區分為早期、持續及退出，理想則包括成長期待、創新及價值創造等，藉以瞭解此階段創業者的狀況。

臺灣為創新驅動經濟體例

GEM 研究總部自 2008 年起將參與的國家分為要素驅動、效率驅動及創新驅動等經濟體，相互比較更能看出同樣經濟體的創業表現，而臺灣目前已屬創新驅動經濟體之列。國家專家調查 (NES) 則是評比該國創業環境的部分，例如 2013 年受訪專家對我國在創業資金方面的支持 (創業及中小企業資金獲得與融通狀況) 平均分數為 3.7 分 (總分 5 分)，是所有國家中分數最高的，也顯示臺灣在創業資金的活絡與充沛。

此外，GEM 調查也發現，臺灣人的創業意圖高達 27.8%，此數據高於創新驅動經濟體之平均值 (12.3%) 許多，與亞洲鄰國相比，亦是突出。臺灣創業活動指數 (TEA Index) 在 4 年內平均為 8%，而 2013 年更略增至 8.2%，代表每百位成人受訪民眾內，有 8 位正處於早期創業活動中。此數據略高於創新驅動經濟體的平均 7.9%，也反映國人投入創業活動在近年內呈現穩定發展的狀態。

創業意圖認知之比率 (%)

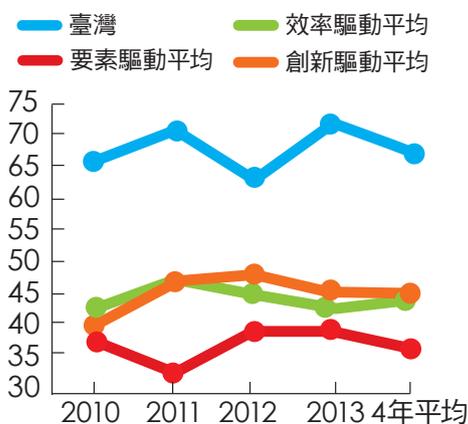




有創新但市場仍是紅海

臺灣的新創事業，對技術與生產為主的產品創新也相當看重，GEM 臺灣 2013 年數據顯示，新創事業認為自己的產品具有創新高達 70.1%，但僅有 30.9% 的新生創業家表示他們的產品或服務競爭者不多。換言之，多數新創事業在紅海市場與眾多對手競爭，這也是目前創業者面臨的困境。

不同經濟體之產品創新程度 (%)



根據前述調查結果，在面臨產業轉型與國際情勢變化迅速的現在，臺灣卻缺乏開發新市場、新顧客、新商業模式等之市場創新能力，對於業界而言，若相對缺乏市場創新思維，將可能導致未來服務業在國際市場上開創新局面的困難度，這是一個值得重視的議題。

新創事業國際化程度偏低

臺灣是出口導向的經濟體，市場國際化一向都受到

高度重視，但我國多數的創業者卻並不關注國際市場。在 GEM 調查中，市場國際化是以國外客戶佔新創企業營業比重，做為評量創業活動國際化的依據。

根據調查，近年來臺灣的新創事業的國際化程度相對偏低，平均而言，低度國際化（1%以上顧客在國外）的新創事業約為 40%，而高度國際化（超過 25%顧客在國外）之比率僅有 13%，相較於同樣是以外銷市場為主之新加坡仍有努力空間。此外，南韓的高度國際化比率為 18% 與我們接近，但近年來有快速攀升的趨勢，值得臺灣省思。

臺灣民眾不論在創業活動、態度與成長抱負部分，皆呈現對新創事業的高度興趣，而對創業者友善的總體環境亦朝正向發展。值得關注的是，GEM 調查發現，即便國情有別，但世界上各角落正投身於創業階段的人們，是最感到幸福（well-being）的一群人；而創新驅動經濟體中女性創業家的幸福感更高於男性。

因此總結來看，對創業活動的支持與鼓勵，不僅有助於讓新創事業成為臺灣經濟發展的動力，更名為建設幸福國度打下良好的基礎。

全球創業趨勢下的育成營運觀點

創造創業輔導的價值

文／交大產業加速器暨專利開發策略中心執行長林伯恆



世界經濟論壇 (WEF) 2014 年 9 月公布年度全球競爭力排名，臺灣在 144 個國家中位居第 14，在亞太地區則為第 4，尤其在創新驅動經濟體最關注的創業期待面向，我國排名位居全球第 1，這也代表國人對於創業環境系統的重視程度，而育成中心所扮演創業輔導的功能自然無法被忽視。但面對新興產業的發展，新創事業必然得跨越過往的創業軌跡，因此，全球最大的育成組織 NBIA (National Business Incubation Association) 感受到世界各國政府對於創業政策的重視，也呼籲育成中心應正視全球創業的發展趨勢。

6 大創業發展趨勢

1 創業團隊成員會來自不同的區域，必須藉由資訊科技的創新應用，打破空間與時間的限制，落實工作分時接力的全球化合作機制，更能掌握商機創造價值。

2 辦公地點產生了變化，創業團隊有可能不需要被綁在同一個辦公室，只要透過線上工作平台的操作，同樣可以展現工作效率，完成工作任務。此外，也有為數眾多的自由工作者，依附在公共空間完成自己的事業，也同時探索下一個機會。這種共同工作空間的興起，加速創業家自我認知及機會連結，全球目前有約 2,500 個機構經營共同工作空間，每年更以 80% 的成長率擴張中，預估有 10 萬人在這新興工作型態內活動。

3 各種協助創業家進行事業發展的組織，逐漸活躍在市場上，許多創意創新構想層出不窮，顛覆傳統營運法則的模式也

不斷產生，創業家甚至很難從過去學習經驗中找到標竿，因而讓創業支援團體快速發現其中商機。

4 首次創業家對於前育成服務的需求力道加大，逐漸形成創業社群的活動，加上看好網路與行動裝置的創新機會，相關符合前育成特色的活動頻繁，而且培育工具多元，使得創業家更容易推展創業精神，加快新創事業的成形。

5 商業加速器的崛起，無疑是對創業家的商業發展助以一臂之力，加速器透過早期資金投入、營運模式修正、產業網絡建立等加值服務，逐漸讓培育的動機產生質變，因而明顯拉近創業家與管理團隊之間的距離，成為利益共享關係。

6 過去以育成場址為核心的培育模式，在目前強調社群網絡連結的新興產業領域中，尤其是在資金連結的輔導及產業切入的帶領上，逐漸脫離創業家的期待；育成中心應跳脫實體空間經營，積極強化培育服務加值，以及營運模式上的轉型。

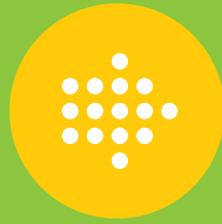
近期全球盛行的精實創業策略，反映新創團隊正經由展示「最精簡可行產品」進行創業，不同於以往

傳統製造及研發型創業的大規模資源需求，反而需要更多商業支援、顧問業師及加速資源投入的整合及創新。未來，育成中心如不積極思考可行性的創新商業模式，以創造創業輔導的價值，新創團隊的選擇將會產生明顯改變。



APEC 創業之星 3 團隊勇闖矽谷

文／編輯部 圖片提供／經濟部中小企業處



下一個 Google、Facebook、Whatapp，說不定就在臺灣產生！2014 年 APEC 創業挑戰賽臺灣優勝團隊「博晶醫電 bOMDIC」、「科智企業 ServTech」及「艾爾希格 AirSig」，10 月 9 日在經濟部中小企業處葉雲龍處長授旗下，即將啟程前往美國矽谷參加「Intel 全球挑戰賽」及「Siemens 全球創投論壇」，讓臺灣創新創意創業揚威世界。

今年 APEC 創業挑戰賽共有 15 國、33 個團隊參賽，臺灣在 10 個獎項中囊括 6 個，表現非常亮眼。博晶醫電和科智企業也獲得國發會創業天使基金逾 300 萬元投資；艾爾希格最近亦取得鴻海美金 200 萬元（約新台幣 6,000 萬元）的投資。

■ 中企處貼心 提前安排赴矽谷演練

為讓出征的「臺灣之光」團隊能有更好表現，葉雲龍處長表示，今年中企處特別與美國 SWELL 加速器合作，讓團隊提早到矽谷「軟著陸」(soft-landing)，展開為期兩週的移地訓練，讓團隊以最佳狀況出賽。透過「洋教頭」的相助，參賽團隊更有信心在美國脫穎而出，創新「贏」向未來。

獲得 Intel 大獎的博晶醫電針對運動族群推出穿戴式產品 GoMore，穿戴著類似「鋼鐵人」的裝備在胸口，讓使用者能夠瞭解自己的體力狀態，是首項以穿戴運動醫學科技與運動社群連結的遠程保健服務；而科智企業推出「Servolution」產品，針對蒐集機台加工過程中



臺灣新創團隊蓄勢待發，將前進矽谷，為臺灣爭光。

各項數據及分析，強化機械的運作效率與維護，具備雲端服務 (Cloud Computing) 與無處不在 (Ubiquitous) 的功能。

獲得 Siemens 獎的艾爾希格，採「空中簽名」(AirSig) 的技術，提供行動認證識別，比起過往傳統式密碼、指紋驗證更加便利，讓手機如同簽名筆般，像是揮舞魔法棒的動作，在空中簽名進行解鎖。

■ 3 新創團隊 感謝加速器輔導

這次在中小企業處的新興產業加速器計畫協助下，新創團隊們從簡報、募資技巧到商業模式的修正，都給予大家最實質的協助。而中小企業處舉辦「2014 APEC 創業挑戰賽」，已成為臺灣的「新創聖殿」，打造臺灣成為亞太最佳的創新創業平台，幫助新創團隊在國際上更發光發熱。



5月前往美國紐約參加TechCrunch Disrupt，AirSig創辦人陳柏愷正在介紹AirSig的服務，並讓參訪者現場體驗空中簽名的應用。



Innovation Sandbox競賽簡報，簡報者為AirSig的業務長Mark。



7月前往新加坡參加RSA Conference Asia Pacific & Japan的Innovation Sandbox競賽的參展攤位。



西門子獎：艾爾希格AirSig。

艾爾希格

空中簽名驗證獨步全球

文／編輯部 圖片提供／艾爾希格

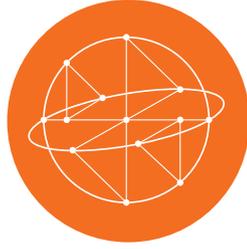
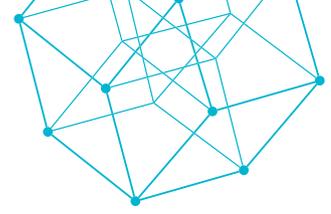
在這個凡事都要靠網路或行動裝置的年代，無論是在手機、電子信箱、購物網站都要密碼。你是否常有太多組密碼記不住的困擾？或者是敲擊小小的螢幕鍵盤，又慢又容易打錯？還是擔心在搭捷運時打密碼，會被別人偷看？

現在你不必再為這些事煩心了！艾爾希格（AirSig）發明了安全方便的密碼錢包，可以將你常用的帳號、密碼等私密資訊存起來，需要時就能方便取出使用，並且有獨創的3D空中簽名驗證和AES256（Advanced Encryption Standard, 進階加密標準）加密來保護。只要拿起手機，在空中揮出自己的簽名，不用再記憶任何密

碼，不用敲擊螢幕鍵盤，可以用最快速安全的方式來解鎖，一次解決所有問題。

革命性的創新技術

3D空中簽名驗證是AirSig創辦人之一陳柏愷，在交大博士班的研究主題，雖然他並不是第一個發明這種技術的人，但在歷經半年研發、上千次測試之後，卻能讓辨識率高達99.2%，而且反應速度只要0.1秒，的確是一大創舉。為了測試市場的接受度，陳柏愷參加了經濟部主辦的「雲端創新應用服務競賽」以及中華電信的「電信創新應用大賽」，兩場比賽都得到冠軍；更將它包



裝成 APP 放上 Google Play 商店，在毫無宣傳的狀況下，有 7,000 人次下載使用，還得到 4.5 顆星的評價（滿分為 5 顆星），表示這個技術準確度夠高，已經被使用者所接受。

簡單來說，空中簽名就像是一種「輸入法」，也就是說，任何時候需要輸入私密資訊時，都可以交由 AirSig 來代勞。使用者只要握住手機的右下端，想像手機左上端為筆尖，有如揮舞魔法棒的方式，在空中做簽名，即可通過驗證開啟密碼；比起過往傳統的身分驗證，例如密碼、指紋辨識來得更加便利，不但方便快捷，而且能杜絕密碼被偷看破解的風險。這麼具有革命性的創新技術，難怪能獲得 2014 年 APEC 創業挑戰賽的「西門子獎」，贏得前往美國矽谷參加「Siemens 全球創投論壇」的機會。

■ 創業前半年不支薪

陳柏愷認為這是可以改變大眾使用行為的重大新技術，於是決定在 2013 年底從博士班休學，出來成立公司；還找到 3 個昔日的舊同事，願意離開資安工程師的高薪工作，跟他一起為理想而打拚，目前擔任 AirSig 技術長的陳裕傑就是其中之一。「因為我們 4 人都有工作經驗也有積蓄，所以講好先不支薪，這樣初期投入的資金就可以燒很久，也才有拒絕創投的本錢。我們需要的是策略夥伴而不是錢，不要滿手現金卻不能做事，這個策略是很清楚的。」

他們認為 AirSig 是世界上第一個能把空中簽名辨識，變成具有商品價值的公司，所以要找到適合的商業夥伴，才能讓技術具體應用在手機、線上支付系統或穿戴裝置等商品上，也才有機會改變人類的生活。也因為他們要求的不仅是資金，所以半年多來拒絕了 20 多家創投公司的金援，一直靠著 4 人單打獨鬥，四處拜訪廠商。

5 月 AirSig 參加了之初創投舉辦的 appWorks Demo Day，鴻海當場對他們表示出高度興趣，在一次正式簡報之後，9 月就獲得鴻海投資 200 萬美元，並入股 10% 加入董事會，攜手瞄準穿戴裝置、物聯網和第 3 方支

付領域的資安應用商機。從此，他們正式脫離不支薪的草創時期，員工也增加到 7 人，而且公司市值估計將衝上 2,000 萬美元，創下臺灣新創公司估值新高。

■ 加速器協助軟著陸

今年 5 月 AirSig 去紐約參加 TechCrunch Disrupt 初創公司大賽，他們自認在簡報上準備得很完整，卻毫無上台的機會，只因為沒有推薦人就被忽略。陳裕傑說，「我們深刻地體認到，靠自己苦幹實幹也許能成功，但路途會很遙遠。」於是 AirSig 開始積極尋求外界的支援，經濟部中小企業處「新興產業加速育成計畫」執行團隊中的交通大學和資訊工業策進會，都對他們伸出了援手。

先是交大推薦 AirSig 參加 APEC 創業挑戰賽，在通過初選成為臺灣代表團隊之一後，透過新興產業加速育成計畫舉辦的國際訓練營，邀請到美國矽谷知名加速器 SWELL 團隊來臺，協助 13 組團隊進行賽前訓練，給予入圍團隊在 6 分鐘簡報上的策略、技巧、商業模式調整等各項訓練，對 AirSig 來說獲益匪淺，果然順利拿下西門子大獎。

陳裕傑表示，其實會去參加 APEC 挑戰賽，他們的目標是為了美國矽谷 2 週的「Soft Landing Program」（海外軟著陸，指本國企業到國外駐點營運）輔導，因為 AirSig 的主要市場在美國或中國大陸，能夠藉助政府的力量去美國，並透過 SWELL 的資源，拜訪潛在客戶及合作夥伴、發展策略連結等，對他們來說是很好的機會。而且有資策會居中幫忙溝通協調，才能讓他們順利在 10 月 26 日前往美國，對此他們心懷感激。

AirSig 目前主要的目標市場放在智慧型手機應用、線上支付與穿戴裝置，未來在物聯網成熟之後，還可以實現 smart home（智慧家庭）的理想，只要手一揮簽名完成開門動作，就會開啟個人化路徑，開燈、設定室內溫度、選定電視節目，都能自動完成。這些以前只會出現在電影裡的劇情，都將被一一實現，而且就在不遠的將來。



博晶醫電全體合照-(由左至右)創辦人程士恒博士、交大實習生林文彥、韌體工程師劉偉豪、行銷曾益純、會計林郁慧、人資陳姿君、PM&業務呂東擘、執行長郭信甫博士。



GoMore Demo in Computex。



博晶醫電

隨時檢視體能 塑造健康鋼鐵人

文／編輯部 圖片提供／博晶醫電

電影《鋼鐵人》胸口的藍色光芒，是無盡能量的來源，博晶醫電 (bOMDIC) 推出的「GoMore」同樣掛在胸口，則是體力能量的蓄藏，讓運動者可以隨時瞭解體能、鍛練體力，變身鋼鐵人的最佳武器。

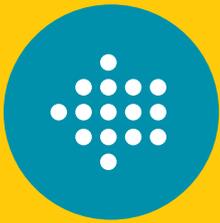
博晶醫電是由一群實驗室出身的熱血青年所組成的團隊，目標是將醫療級的心電圖技術，轉化為提升運動及生活品質的科技產品，推出的「GoMore」穿戴式科技產品，是全世界首創能夠清晰量化體能的科技產品，讓運動者能夠更自在管理體能、避免醫療傷害，享受運動過程。這個新產品一推出，立即引發跑步、單車等運動市場的關注。

體能訓練理論 提高運動效率

博晶醫電團隊提出「體能訓練理論」，認為運動時對「生理體力」的監控與控制，相對於傳統的心跳區間概念，更能協助運動者提高運動效率及訓練生理機能。相較於其他新創企業，他們出身自學校實驗室，擁有豐沛的研究數據及能量，根據過去在醫療界的心電圖分析經驗，才能打造體能監控及運動管理的整合方案。

許多人都熱愛運動，在跑步、騎單車的過程中，都希望自己一直運動下去，但是往往造成運動傷害，而且因為不瞭解自己的體能配置與適度休息，運動效果往往事倍功半。博晶醫電的 GoMore 就是讓使用者在運動時





產品照片。

能瞭解自我的體能狀況，計算出最好的運動效率，不論是平時隨意的運動，還是長期體力的自我鍛鍊與培養，都能夠利用 GoMore 的規畫效果。

博品醫電執行長郭信甫表示「博品醫電早期的發展趨勢是硬體，現今已經逐漸朝向軟硬整合，GoMore 只是介面，後端的數據應用才是重點。例如 GoMore 可以提供給運動者許多資訊，像是體力還剩多少、是否該喝水補給等，這些不僅是單純心電圖資訊，已經到了健康管理層面；數據是經過複雜的演算法計算而成，未來可以應用在遠距醫療、健康管理等眾多面向。」

APP 即時資訊 自我運動管理

如同鋼鐵人心臟一般的 GoMore 運動用藍芽心跳帶，穿戴在胸口位置，配合 APP 一起使用，就可以達成運動管理的效果，如同擁有私人健身教練一般。看似雜亂的人體心電圖，透過博品醫電團隊的數據分析，變成使用者易懂的圖形，在運動時可以即時反饋生理狀況，幫助運動者監控體能狀況，因而獲得許多運動教練、單車團隊的矚目。

GoMore 適用於大部份的「體力型運動」，像是鐵人三項、單車、馬拉松、登山、健走、跑步等，可以藉由體力的評估，瞭解自己的體能狀況，是否要堅持完成比賽導致受傷，或是適當的休息恢復體力，都是可以應用的範圍。

博品醫電團隊中的呂東樺，是一位擁有運動員體格的帥哥，因為長期使用 GoMore，小有心得，對於自家產品非常有信心。「我的腳以前因為韌帶斷裂受傷，



所以很怕再次過度使用又產生運動傷害。現在透過 GoMore，可以知道自己適度的運動量，也能增加體能，以前跑 3 公里就會喘，現在已經可以跑到 10 公里了。這就是 GoMore 最重要的功能，幫助自我運動管理。」

APEC 挑戰賽 獲 Intel 大獎

在經濟部中小企業處加速器聯盟夥伴的努力下，博品醫電於今年 APEC 創業挑戰賽拿下最高榮譽的 Intel 大獎，獲得前進矽谷參加全球賽及資金媒合的機會。博品醫電在致詞時特別感謝中小企業處加速器團隊的協助，從簡報、募資技巧到商業模式的修正，輔導的業師給予最實質的協助，希望能夠前進矽谷，成功為臺灣爭光。

身為輔導單位，交通大學產業加速器暨專利開發策略中心專員高而芬表示，博品醫電團隊大多數是交大畢業，在學校擁有很棒的研究成果之後出來創業，團隊的向心力強，在業界是很少見的。

根據 Databeans 的市場調查數據顯示，全球醫療電子市場從 2010 到 2011 年成長率達 12%，而 2011 至 2016 年的年複合成長率則可望達到 9%，至 2016 年前，有機會達到年度 2,432 億美元（約新臺幣 7 兆 4,193 億元）的市場規模；博品醫電就是臺灣新創團隊中能夠進入分享這塊市場大餅的代表。

加速器計畫順利協助募資

透過經濟部中小企業處「新興產業加速育成計畫」的幫助，博品醫電順利地獲得 2,000 萬元的資金，也在多場天使媒合會上受到關注。郭信甫表示「受到中小企業處的幫忙，目前募資十分順利，計畫第二輪時再引進 500 萬美元的資金，作為未來擴建企業規模的所需資金。」加速器計畫也提供許多智慧財產、法律、行銷、會計等課程，讓博品醫電獲益極多。未來，當見到許多人在胸口掛上 GoMore 時，就知道大家都想成為掌握健康生活、運動管理的「鋼鐵人」。



2014 APEC Challenge 獲獎團隊。

科智企業

整合數據雲端的工廠醫生

文／編輯部 圖片提供／科智企業

為什麼工廠早班的效率總是比晚班好？自動化效率比人工化好？身為企業的管理者，要如何發現這些問題，修正問題甚至提早預防。過去靠人工管理，發現問題總是慢一步，現在依靠準確的科學數據，就能即時判斷狀況為何。科智企業結合了 Big data（大數據）、雲端服務、工業管理等整合性服務，就像「工廠醫生」般，為各種工具機找出問題、解決症狀。

■ 整合方案符合客製化需求

科智企業的「Servolution」，是一項能夠幫助數控工具機（CNC）增強同步通訊的創新服務，有助於機台加工過程中，各項數據的蒐集以及分析資訊，強化工

具機運作效率與維護，具備雲端服務（Cloud Computing）與無處不在（Ubiquitous）的功能。Servolution 的核心價值主要是透過資通訊科技（Information and Communication Technology, ICT）蒐集整廠資訊，研發製造最佳化分析技術，協助設備加工廠提高稼動率，並藉以提升供應鏈管理彈性，帶動製造業服務化模式創新。

科智企業執行長顏均泰表示「科智擁有三大優勢，第一是整合 4 大類生產訊號，包含 10 款常見 CNC 工具機控制器廠牌、50 款以上 PLC 控制器廠牌、超過 100 種工業感測器以及各類通訊匯流排（Field Bus）。第二是彈性的訊號擷取系統，可依據環境不同提供軟

硬整合、純軟體、及單晶片(On-chip)導入方式，讓業者取得最適合的導入方案。第三是符合需求的應用服務，每家業者的需求不盡相同，可根據業者實際的狀況，自由選擇應用服務及連接的機台，讓使用者只需操作適合及需要的應用服務，降低操作複雜性。」

顏均泰曾任資訊工業策進會中區產業服務處主任，擁有豐富的輔導廠商經驗，擅於運用經濟部中小企業處所提供的資源，他說「政府提供許多計畫都能夠幫助到中小企業，像是新興產業加速育成計畫、行政院國家發展基金創業天使計畫、小型企業創新研發計畫(SBIR)與研發中心等不同性質的計畫，皆可提供研發、推廣、人力資源、募資等協助，而這就是企業在一開始要度過死亡之谷的重要資源，運用得當對經營將產生良好的效應。」

■ APEC 挑戰賽搶下赴美機會

科智企業在與中原大學產學合作的機會下，加入中小企業處「新興產業加速育成計畫」，也因此參與了今年新創團隊的盛會「2014 APEC 加速器網絡高峰會暨創業挑戰賽」，與來自 15 個 APEC 經濟體的 33 個 APEC 創業團隊競爭並拿下最大獎項「英特爾獎(Intel Award)」，獲得前往美國英特爾論壇(Intel Global Challenge at UC Berkeley)的機票，跟世界各國菁英隊伍競逐美金 10 萬元(約新臺幣 300 萬元)的創投輔導金，展現臺灣新創團隊的實力。

不同於許多其他的新創團隊，顏均泰則是更正面看待參賽，盡全力去準備每一場比賽。他說：「參賽準備確實是比較花時間，但是能夠擁有在創投、評審面前簡報的機會是無價的；而且賽前育成中心也花很多時間訓練我們，教導口語動作、英文表達等，這是讓外界認識新創企業最好的機會。」

■ 加速育成計畫幫助媒合商機

中原大學育成中心執行經濟部中小企業處的「新興產業加速育成計畫」，幫助科智企業拓展國際商機及其他合作機會，像是與日本大阪產學合作聯盟協會訪問團的日本關西金屬加工與資訊業的業者代表，進行商機媒合；並與其他相近產業應用領域的育成廠商進行價值鏈連結合作，提供推廣行銷資源，開拓科智的品牌知名度等。

顏均泰的心中一直擁有創業夢，希望「改變生活一點點，改變世界一點點！」科智企業就是在這種情況下誕生。他認為科智與其他新創團隊最大的不同，就是擁有軟硬體整合的能力，所以擁有較高的技術門檻，和一般的 APP、軟體公司有許多的差異性。隨著政府資源的投入，科智企業也不斷地茁壯，在創業的初期也獲得行政院國家發展基金「創業天使計畫」的資金挹注，讓政府、企業標案對科智更有信心；未來目標則希望在 2016 年能開拓中國大陸、歐美市場，成為機械加工智慧化整合的臺灣之光。



科智企業成員團體照。



ServBox使用情形。



科智企業獲獎獎盃(由左至右依序為)創業之星獎、南京麒麟獎盃、創業尖兵獎。



Proofpoint、阿碼赴紐約時代廣場納斯達克敲鐘，並宣布併購 APT 防禦公司 NetCitadel。



阿碼科技團隊。



阿碼科技 臺灣軟體產業打入國際市場



文／編輯部 圖片提供／阿碼科技

一個來自臺北南港的新創軟體公司，能在一個月內快速通過 Skype 團隊的投資評估，還讓美國 NASDAQ 上市公司 Proofpoint 以新台幣 7.5 億元併購。這是臺灣軟體產業踏入世界舞臺的傳奇，阿碼科技執行長黃耀文，就是這個傳奇的主角。

阿碼科技是臺灣少見打入國際市場的軟體公司，於 2005 年在南港軟體育成中心創立，研發創新的次世代威脅保護技術，讓企業能有效防禦複雜且多元的攻擊，包括針對性攻擊 (APT)、目標式電子郵件攻擊、惡意文件、惡意廣告、惡意程式及網站入侵等。阿碼科技提供一個易於擴充的雲端平台，並整合了靜態及動態行為分析引擎，不但能準確的偵測到惡意程式，也能清楚分析惡意程式所攻

擊的路徑行為，並詳細記載在 AFRM (Armorize Forensics Reporting Methodology) 報告中，有效根治惡意程式的危害。相較於臺灣長期聞名全球的科技代工產業，阿碼科技的成功更是難能可貴。

■ 主攻歐美市場

阿碼科技創辦人、執行長黃耀文從建中、交大資工系所、臺大電機博士，求學一路順遂，在大學時期，因軟體業發達，病毒開始流行，他開始對病毒產生興趣，臺大畢業的博士論文也以「掛馬檢測」及「弱點掃描」為主題。畢業後同學紛紛進科技大廠工作，黃耀文心想，為什麼不創業？我設計的軟體在世界是一流的，市場上並沒有這麼好的資訊安全防護軟體。於是創辦了阿碼科技。

大部份的軟體公司創立後都著



阿碼科技創辦人 黃耀文至納斯達克敲鐘。



阿碼科技辦公室全景。

眼臺灣市場，但是黃耀文很清楚，軟體要面對全球市場競爭，尤其是在歐洲和美國站穩腳步，才是企業能夠成功的決勝點。他對於國際市場的重視，讓阿碼科技贏在起跑點上，黃耀文表示，創立企業要從大市場做起才會成功，我們在美國一個客戶的訂單，是亞洲一年客戶量的總和，自然要從大市場著眼，才看得到未來。

■ 獲得 Skype 天使資金

新興企業一定會遇到瓶頸，阿碼科技也不例外；由於擁有自主的核心技術，在研發層面幾乎沒遇到什麼困難，但是資金調度就不如預期中順利。黃耀文分享過去的心路歷程，「有一次阿碼科技的資金水位已經只剩下4個月的薪水，剛好夠發當月薪資及3個月的資遣費，我心裡想著，這一關可能很難撐過去了，要有公司結束的心理準備。當時員工都不知道，只有我與高層主管非常緊張。」

沒想到，資策會正好邀請 Skype 團隊來到臺灣，參訪南港育成中心，Skype 團隊對於阿碼科技的技術非常有興趣，希望能夠評估投資。一般而言，投資前要花3個月的時間作「謹慎性調查 (Due Diligence Investigation, D.D.)」，包括審核財務報表、營運狀況等。黃耀文說「因為公司急著需要資金，我只給了他們1個月的時間，如果投資不成，我寧願保有技術重新再起。」很特別的是，Skype 團隊不詢問財務顧問，而是從基層員工與輔導單位資策會人員進行諮詢，得到極為肯定的答案，因而決定投資。當然，最終獲得令人滿意的投資

效益。

阿碼科技從 2012 年開始與美國第一大郵件管理公司 Proofpoint 合作，由於在雲端針對性攻擊展現卓越的掃描能力，終於獲得美國 NASDAQ 上市公司 Proofpoint 的青睞，以 2,500 萬美元（約新台幣 75 億元）購併，成為臺灣新創企業的典範。

■ 臺灣新創企業 站上世界舞台

從美國舊金山機場前往矽谷的高速公路上，兩旁的廣告看板都是美國 Oracle、韓國 Samsung、LG 的廣告，臺灣的廣告則是推廣觀光，讓美國創投對於臺灣的科技優勢並不瞭解。黃耀文舉例，世界各國都有產業優勢，做晶圓會想到臺灣、硬體代工會找中國大陸、軟體會去印度，所以臺灣的軟體業走出去相對辛苦，只有靠著經濟部努力的推動，才能在國際嶄露頭角。

經濟部中小企業處積極推動「新興產業加速育成計畫」，黃耀文相當肯定政府不斷投入推動國內創業風氣的努力，從受輔導廠商的角度來看，他認為由中小企業處、資策會帶領的參訪團、訓練課程、天使募資會等，幫助都非常大，也鼓勵新創企業一定要參加。他說「新創企業遇到最大的困難之一，就是品牌不夠響亮，根本沒有人認識你，尤其是國際市場對於臺灣企業不熟悉，很怕合作到一半小公司就倒了，所以只會找大公司合作。然而由中小企業處、資策會率領出訪的新創團隊，如同有政府背書一般，國外廠商的信任度相對較高，接單的機會自然大為提升。」這種無形的信任感，是阿碼科技成功的原因，也是臺灣新創企業打入國際最佳優勢。

阿碼科技自成立以來獲獎無數，包含 Red Herring 亞洲科技百強、全球創意十強、經濟部產品獎、新創事業獎、金根獎、科技產業傑出貢獻獎 SBIR 研發成果獎及 ideal show 評審獎等，黃耀文也經常受邀參與全球重要 Web 資安年會，像是 WWW、RSA、OWASP 等，並發表領導性技術研究。做為軟體的「臺灣之光」，他篤信創新、創意、創業的力量，鼓勵臺灣新創企業勇敢站上世界舞台。



「Honey Alarm甜心鬧鐘」，讓你可以每天看著麻豆們甜美的笑容迎接早晨，起床不再是件痛苦的事。



雅痞數位得到2014金驗獎第一名，贏得110萬元獎金。



深入大學校園去做推廣活動。

雅痞數位

讓生活喘口氣 給你最甜美的提醒

文／編輯部 圖片提供／雅痞數位

超級男神金城武在廣告中一句「世界越快，心則慢。」提醒著現代人在忙碌的工作中，不要忘記許多原本的約定。面對著來自工作、家庭、朋友、娛樂諸多繁忙的事務，見到行事曆跳出一個又一個視窗，讓人感到情緒煩躁。如何讓提醒變成一件愉悅的事，雅痞數位 (bYAPPY) 為現代人找到甜美的解答。

雅痞數位 (bYAPPY) 是一群由交通大學校友及在校碩博士生組成的跨領域團隊，創辦人暨執行長于建國，畢業後曾任職於勤業會計師事務所國際租稅顧問、摩

根大通投資銀行倫敦分公司前副總裁、德意志銀行臺北分行財務副總等，金融業工作經驗豐富；因為看見創業的趨勢及 App 產業的未來，決定回到臺灣創業。他認為在經濟不景氣的時代更要創業，因為成本相對較低，等到經濟景氣回升，就能夠順著趨勢向上躍升。

針對使用者需要 APP 提醒大小事

bYAPPY 在 2012 年 10 月成立 7 人團隊，2013 年 6 月推出首項產品「iCallMe」，用提早預先錄影，在設定

好的時間播放，幫助使用者進行時間事務管理的概念，讓現代人除了在繁忙的行程表上，不忘記重要的事情；同時兼具影音娛樂效果，不只是鬧鐘的功能。而 iCallMe 還有一個特別的「一鍵脫逃」功能，只要按電源鍵 3 下，立刻會有來電鈴聲響起，讓你從無聊的會議、同事的八卦討論中脫逃，將時間留個自己，這樣的貼心服務，為你的忙碌生活創造出「虛擬時間」。

而目前極受歡迎的「Honey Alarm 甜心鬧鐘」，則是請來許多美麗的甜姊兒，採事先預錄好的影片叫你起床，讓每天起床時刻不再痛苦，可以看著麻豆們甜美的笑容迎接早晨。隨著團隊開發 App 越來越順手，更順勢推出「iCallYou」，提供社群內一對多的活動提醒服務。發起人只要事先設定好，即可在指定時間打電話給社群裡的所有人，時間一到電話就會自動撥出，讓所有人同時接到發起人的語音訊息，貼心地提醒聚會、聚餐等歡聚時刻。

在軟體數量漸趨龐大、功能性愈完整下，團隊進而研發整合旗下軟體成為「iReminder」，透過鬧鐘、私人秘書、社群的整合，幫助使用者進行全方位時間管理。于建國說：「App 最重要的是使用者的黏著度，Line、FB 等都是一天會使用數十次以上的軟體，但是鬧鐘、行事曆很可能一天只有 1、2 次，所以透過 iReminder 的整合，讓時間管理加上社群互動，成為讓使用者高度黏著的軟體。」

■ 加速器中心 提升價值能量

于建國認為，跨界交流及專業團隊是對新創企業最大的助益，所以透過交大產業加速器中心協助，例如 bYAPPY 的第一筆 300 萬增資，就是兩位交大校友投資的；而團隊內的同事，也是經由加速器中心安排認識後，主動表達加入的意願；以及交大為高科技新創團隊所開設的 YESer Program 加速器課程，從簡報訓



「iCallMe」利用提早預先錄影，在設定好的時間播放，幫助使用者進行時間管理，同時兼具影音娛樂效果。

練、到建立與大型企業合作機會、創業家的聚會等，都能一一協助新創事業站穩腳步，快速成長。而且交大產業加速器中心除了重視培育的過程，也重視互動及社會責任，新創團隊在課程結束之後，也都樂意回饋自身經驗給後來的新創團隊們，這一點讓于建國非常稱讚。

于建國拿出 bYAPPY 的名片笑著說「選擇交大產業加速器中心還有一個好處，就是地址是印著『新竹科學園

區』，能夠進駐在竹科的廠商不多，多半是重量級企業，當首次見面的客戶看到 bYAPPY 是竹科廠商，會有一種安心的感覺，這也讓新創團隊有爭取更多合作案的機會。」

■ 進入政府計畫 對內對外有信心

新創企業因為知名度不夠，在面對成熟企業談合作案時，常會被質疑，若是獲選進入政府計畫，就能夠帶來一定的信任感。而 bYAPPY 在參加「新興產業加速器計畫」後，便如同中小企業處在後面支持、背書，新創團隊能夠對外取得信任，是最大的加分優勢。

投入新創企業輔導 7 年，交通大學產業加速器暨專利開發策略中心經理陳兆年表示「許多新創團隊都知道中小企業處有提供資源，但是卻不知如何申請，或是不知哪些適合自己申請。bYAPPY 團隊自我掌握度高，懂得運用交大提供的資源，也積極參與加速器計畫的內容，像是參加國際型會議、天使媒合會等，都能夠提升自己的能見度，並且建立更好的人脈，達到加速的效果。」

bYAPPY 在加速器計畫的協助下，與許多亞太及國際知名加速器成員、國際創業家進行對話，洽談商業合作及國際募資，快速地把新創團隊最需要且缺乏的業師輔導、資金媒合、市場對接機制等資源一併導入，目標讓新創團隊能在半年內正式進入市場，壯大企業，發光發熱。



創新雲端榮獲2012年「ICT創新加值產品服務秀」智慧家庭產品。

磅秤通訊機。

創新雲端應用

首創主動式瓦斯配送服務

文／編輯部 圖片提供／創新雲端應用

家門口一陣急促叫喚聲伴隨消防車警笛，「火燒厝哦！有人在家嗎？」創新雲端應用董事長楊文玉這才驚覺，自己因為煮開水差點把家給燒了！10年前的一場意外，促使他決心推動瓦斯漏氣預警通報，於是在工研院的輔導下，全臺唯一「雲端瓦斯」系統正式鋪設上路！運用雲端科技，電腦能偵測用量、檢測漏氣，還能預先幫你叫瓦斯，首創新世代五星級瓦斯服務。

有專利掛保證更安全

「雲端瓦斯」系統包含桶裝瓦斯磅秤、磅秤通訊機、瓦斯通訊機，以及火災、一氧化碳偵測機，當用戶新購入桶裝瓦斯，置於磅秤上就能立即可追蹤瓦斯存量，

不怕瓦斯行偷斤減兩，而隨著使用重量變輕，低於用戶設定的安全存量時，瓦斯通訊機便透過雲端通知瓦斯行或分裝場，立刻替用戶更換新瓦斯。

貼心的是，「雲端瓦斯」知道民眾會覺得桶裝瓦斯未使用完就更換很浪費，在精準的磅秤追蹤下，消費者可以用多少付多少，沒用完的部份，瓦斯行就退費，保障雙方都不吃虧；更重要的是，「雲端瓦斯」裝配了火災、一氧化碳偵測機，給予用戶安全的絕對保障。

楊文玉說，10年前的生活意外插曲，讓他重新探查市面警報系統，發覺火災是透過煙霧啟動灑水，但往往已經釀災，一氧化碳蜂鳴器響起時，住戶可能都已昏迷，即使通報警衛也回天乏術。雲端瓦斯偵測機則以溫度感測火警，更快速，不但能即時啟動遮蔽閘切



瓦斯通訊機。

斷瓦斯，還有遠端通報能立即告知瓦斯業者、親友，採取應變措施，目前已申請、獲准 10 項發明與新型專利。

科技美學主導市場

首批 5 千套雲端瓦斯系統將於 2014 年底鋪設完畢，但早在 2 年前，雲端瓦斯前身、第一代「桶裝瓦斯計畫配送系統」就已經試驗性上市。

楊文玉表示，當時他和大學教授、現任創新雲端技術總監的施松村一同研發，由於桶裝瓦斯多數用戶以中南部為主，考量裝設價格與地區網路普及性，第一代系統汲取保全業經驗，選擇以電話線傳輸數位資料至遠端機房，再連結瓦斯行。

第一代系統初試啼聲，便頗受用戶好評，但安裝意願卻很有限，仔細了解竟是外觀設計出了問題；施松村解釋，由於桶裝瓦斯計畫配送系統仰賴電話線傳輸，但傳統廚房沒有電話，安裝必須拉線，機台又笨重，破壞裝潢美感，導致用戶安裝意願低。

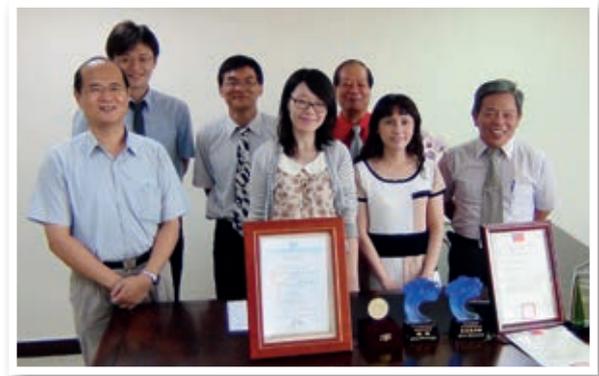
加速器開拓行銷軟實力

為了解決問題，創新雲端積極尋求解決方法，2012 年在創新產品展遇見工研院產業服務中心業務經理張勝達，介紹工研院在雲端系統的專業，可望在瓦斯市場上大有可為；並說服楊文玉捨棄電話線，改搭設雲端系統，先鎖定有網路的用戶為目標，改善第一代系統缺失，擴充更多元的附加價值，具備更精準的磅秤能力。

後來加入了「中小企業處新興產業加速器計畫」，則是為「雲端瓦斯」增添了科技美學軟實力，透過計畫導入的



重量感知器。



創新雲端公司團隊。

科技美學設計，原本笨重的機台體積變薄、變小，操作界面也簡易化、人性化，同時重新編排過去陽春、艱澀的系統簡章，大量採用照片、圖示，讓消費者快速了解雲端瓦斯優勢。一連串的行銷計畫，打通瓦斯傳產封閉、阻塞的任督二脈，注入新世代活力。

開啟頂級服務新紀元

創新雲端監察人許強恭表示，自己經營瓦斯市場 43 年，了解消費者傳統使用瓦斯的習慣是隨叫隨送，也就是用光了才叫新的，瓦斯行為了滿足消費者需求，必須隨 call 隨到，365 天全年無休，所以沒有第二代願意接手，形成產業斷層，員工也良莠不齊。

臺灣桶裝瓦斯與天然氣普及率超過 99%，其中 6 成以上（約 500 萬戶）使用桶裝瓦斯，看似商機穩固，其實早已是夕陽產業。在服務至上的現代社會，有了「雲端瓦斯」，一切都將不同；民眾只需負擔雲端瓦斯設備押金，如同申請電話、網路安裝，透過一個按鍵，就能連繫雲端瓦斯通訊機，隨時追蹤家庭瓦斯用量、監控居家安全，輕鬆享受頂級瓦斯服務。

透過「雲端瓦斯」實施桶裝瓦斯計畫性配送，瓦斯業將走入主動式客服新紀元，不僅到府送瓦斯，未來還可增添熱水器、瓦斯爐維修等周邊設備更換服務。此外，為了讓產業更有願景，年輕人願意加入，「雲端

瓦斯」也全面提升送貨員的成就感，除了效率化的配送外，也希望送貨員能具備防災、

防盜等專業，甚至連看護都能聯結併行，提高服務層面，讓產業走向精緻化、專業化，也讓瓦斯分裝場、瓦斯行都能申請加盟，全面架構安心服務網絡，打造臺灣瓦斯用戶的安全保護。



2009年自動化展。



數控中心加工機刀套組裝系統整備作業。



先構技研

模擬未來的數位工廠

文／編輯部 圖片提供／先構技研

好萊塢電影《AI 人工智慧》、《機械公敵》、《變形金鋼》等，闡釋了機械人在未來自動自主的能力。雖然這種幻想尚未成真，但是自動化機械人生產製造的重要性，隨著產業不斷變革，重要性不言而喻。以「全方位自動化系統」、「數位工廠」做為服務與產品的先構技研，打造出自動化的未來工廠。就像總經理陳昱均所言「這是如同算命一樣，預見到未來的產品。」

■ 客製化模組型 企業產品彈性

現代工業發展速度快，生產製程複雜化、規模化、精密化，工廠常常必須在有限的時間壓力進行設計規劃，不但成本控管困難，同時也面臨極大的風險，以往利用經驗法則或是邊做邊看的方式，已經不容易找到正確的方向。先構技研就是提供工廠自動化及預先虛擬規劃的整合解決方案，為企業節省人力及佈局成本，能夠快速精準到位。

先構技研的主要產品有兩種，一項是「全方位自動化系統」，並且區分為「客製化」與「模組型」兩類。客製化是經過訪談及實物確認後，依照客戶需求進行自動化系統之設計與製造，包含汽機車、電子業、金屬加工、組裝等產業；模組型則是依照過往經驗設計最適合產業需求的自動化設備，直接可以應用在現有加工上。另一項則是「數位工廠」先進製造決策系統，以 Visual Components 為軟體平台，搭配眾多的智慧型模型，快速進行工廠的規劃設計，並且能夠模擬生產速率等要素，精準地預測製造活動，確保工廠的生產效益。

■ 3K 產業難請人 機械手臂輕鬆完成

這兩項主要產品的發想來源，陳昱均說明「隨著少子化、精密生產等因素，工廠勢必朝向越來越多自動化設備發展，尤其是機械手臂能夠取代人工作業，讓工人不願投入的『3K 產業』得以發展。3K 產業源自於



加工系統機器手路徑教導作業。

數位工廠規劃模擬。

日文，指的是骯髒 (Kitanai)、危險 (Kiken)、辛苦 (Kitsui) 的工作，像是化學藥劑、粉塵等環境，都能夠用自動化手臂取代。」這也是他堅持創業的構想，用機械手臂提供更佳的工安環境。

先構技研引進芬蘭商 Visual Components 軟體，能夠為複雜的自動化系統設計提供低成本高效率的解決方案。陳昱均表示，透過模擬規劃，加上豐富的資料庫，從人員、機器人、搬送機、夾爪、工具機、料架、周邊等，可以直接快速完成生產線或服務業的佈局與動線規劃，節省許多規劃程序與時間，讓生產流程達到最高效益。這不僅是軟體代理，更重要的是企業管理的顧問思維。

政府補助新創 更能站穩腳步

畢業自政治大學 AMBA (商管專業學院碩士學位) 的陳昱均，擁有管理的策略思維，曾任中華汽車生產技術專員，34 歲決定創業，剛開始選擇在南港軟體育成中心起步，就是因為能夠獲得來自中小企業處的資源，也是先構技研逐漸站穩腳步的因素。

先構技研今年度加入經濟部中小企業處「新興產業加速育成計畫」的行列，公司得以透過計畫的連結，與供應商洽談合作，並且能夠與許多新創團隊交流，激盪出嶄新的產品創意。因為參加各種展會活動、媒體報導等，使更多的業者能了解先構優質的產品與服



機車絞鏈組裝自動化。

務，並提升他們在媒體上的知名度。

陳昱均認為，在創業初期，公司曾面臨各種人員流動、資金周轉的挑戰，政府提供了各種補助計畫的機會，對於維持公司

經營有很大的助力；如今隨著事業體逐步擴大，面對的則是爭取更多國內外訂單，這部份，更是需要仰賴加速器計畫給予協助。

資策會媒合企業 群聚效果強

作為先構技研的輔導單位，資策會經理林宏駿說「創業家的特質會決定企業的發展，陳昱均穩健踏實的個性，講究合作信用與企業聲譽，符合永續經營的產業文化。」而由於資策會耕耘軟體相關產業多年，擁有充沛的產業人脈，特別是在媒合上下游廠商、創投天使、引進策略合作夥伴等，強調群聚與網絡合作的產業特性，也能有效協助先構技研持續茁壯發展。

先構技研的員工平均年齡僅 27 歲，在平均 40、50 歲的產業圈而言，是一個年輕有活力的新創企業。陳昱均的目標是提供給年輕人「沒有天花板的舞台」，讓他們可以盡情發揮不受拘束，因為擁有成長機會就學習得快，才能對企業更有貢獻，所以公司的流動率很低。自動化產業未來無限寬廣，先構技研也希望用自動化為臺灣打造一條不一樣的道路，讓這隻來自臺灣的機器手臂，緊握住亞太市場的自動化商機。

把行銷複雜簡單化》

留住顧客的簡單策略

文／摘自《30雜誌》



看 看以下這 2 種數位相機品牌的行銷做法。

品牌 A 的搜尋引擎策略是，只要有消費者用一般數位相機的詞句進行搜尋，就把他們引導至公司網站。他們可以在此看到產品的大量技術和性能資訊，以及 360 度旋轉的產品照片，全部根據機型分類整理。在商店裡，貨架上的標籤會列出重要的技術規格，並提供快速回應碼 (QR code)，引導消費者進入該品牌網站的行動裝置版本，讓他們更深入了解產品規格。

品牌 B 的搜尋引擎策略，則會先了解消費者的用意，以及他可能正處於搜尋程序的哪個階段。他為什麼想買相機？他是剛開始尋找合用的產品，還是已經準備購買？公司會引導還在初期了解階段的人，進入第 3 方的評論網站；至於已在積極比較、準備購買的人，則引導他們到公司網站。網站明顯呈現用戶的評論和評分，還有導覽工具，讓消費者迅速找到與他們的相機用途有關的評論。在商店裡，品牌 B 捨棄術語，用一般文字標示技術性能。貨架標籤上的快速回應碼，會把顧客導向一個簡單的應用程式，用以模擬相機的照片編輯功能。

品牌 A 在採購過程的每個步驟都提供詳細資訊，這麼做可能讓消費者了解某款相機的性能，但對做決定不太有幫助。品牌 B 則根據消費者的個別需求，提供值得信任的資訊，以簡化他們做決定的過程，協助他們有信心完成採購。我們的研究顯示，考慮這 2 種品牌的顧客，可能對品牌 B 產生強大得多的「黏性」。

● 讓決定變簡單

為什麼品牌 B 的做法，會比品牌 A 更能「黏住」顧客？

因為對黏性影響最大的一個因素，就是「決定簡化度」(decision simplicity)：消費者收集、了解或瀏覽某個品牌資訊的難易程度，他們能「信任」所獲得的資訊的程度，以及他們能不能迅速「衡量」各種選擇。

面對目前眾多的行銷工具，消費者最希望的，是業者能協助他們簡化消費決定，別讓他們迷失在繁雜的訊息中。他們其實並不想維持「關係」，而只需要你幫他們做出好選擇就行了。

能讓這種採購決定程序變得愈簡單的品牌，它的「決定簡化指數」(decision simplicity index) 就愈高。



消費者真正想要什麼

企業多半誤判消費者想透過網路從它們那裡得到什麼，行銷人員更是經常以為，消費者與他們在社群媒體互動，是為了加入社群，覺得自己與那個品牌產生關聯。但消費者除了交易活動外，對維持關係根本沒什麼興趣。他們上網連結的主要理由，就是要得到資訊和折扣，以及買東西。

● 消費者真正的理由

他們為什麼透過社群網站與公司互動

- 折扣 61%
- 購買 55%
- 評論和產品排名 53%
- 一般資訊 53%
- 獨家資訊 52%
- 了解新產品 51%
- 對現有產品／服務提出意見 49%
- 顧客服務 37%
- 參加活動 34%
- 感受連結 33%
- 提供有關新產品／服務的構想 30%
- 成為社群一份子 22%

● 企業認為的理由

消費者為什麼透過社群網站追隨它們

- 了解新產品 73%
- 一般資訊 71%
- 對現有產品／服務提出意見 69%
- 獨家資訊 68%
- 評論和產品排名 67%
- 感受連結 64%
- 顧客服務 63%
- 提供有關新產品／服務的構想 63%
- 成為社群一份子 61%
- 參加活動 61%
- 購買 60%
- 折扣 60%

資料來源：IBM商業價值研究院

在我們的研究中，得分排在前面四分之一的品牌，促使考慮購買它們的消費者最後真的購買的可能性，比評分屬於後段四分之一的品牌高出 86%；獲得重複購買的可能性高出 9%；獲推薦給別人的可能性高出 115%。

● 絕招 1：協助瀏覽

消費者的資訊已多到不勝負荷，品牌還想盡辦法爭取他們更多的注意，反而會引導他們走向許多不必要的混亂採購途徑。要為他們創造更有效率的採購途徑，必須盡可能減少消費者必須接觸的資訊來源，同時讓他們懷著信心進行採購。手腕最高明的品牌，藉著針對個人需求給予引導，來做到這一點。

行銷人員對這種做法特別陌生，因為在許多情況下，最簡單、最能激發信心的學習途徑，涵蓋了一些不受品牌直接控制的接觸點。消費者需要的，往往不是品牌微網站（microsite）提供的花俏互動經驗，而是與實際使用者交流，詳細討論某項產品的優缺點，以及那項產品可以如何融入那位消費者的生活。

在這方面，行銷人員面對 2 種實際挑戰。第一，如何察覺某個消費者正在採購途徑上，以及他最需要哪些資訊？第二，他們引導消費者到第 3 方資訊來源之

後，如何確保那些消費者還會回來？

為了解決第一個問題，頂尖的行銷人員利用龐大資料和複雜的分析方法，來描繪消費者的採購途徑，然後針對下列項目做出判斷：各種途徑的流量、哪些途徑引發的信心最強、哪些接觸點最適合傳達哪些訊息、消費者在哪些時候會失去信心並離去。追求簡化決定策略的品牌，充分利用這些資訊，來評估消費者正處於採購途徑的哪個階段，並引導他們到最佳接觸點。

● 絕招 2：建立信任

對簡化決定策略而言，所謂的「信任」不是信任品牌，而是信任收集到的資訊。行銷人員經常不了解這一點，反而把重心放在促成別人推薦自家品牌，只談論產品性能和好處。但消費者也想了解這些推薦者是根據哪些標準決定購買，以及他們如何使用這個品牌。

能讓人信任的建議是什麼樣子？看看青少女當中正流行的「好物影片」（haul video）現象。許多女孩現在逛街採購後，會錄影展示她們購買的東西，送上 YouTube 網站與大眾分享。她們在這些影片中，不只談自己買了些什麼，還說明採購原因，以及她們打算如何用來搭配原有衣物。這些做法呈現的是時尚同儕



提供一些值得信任的指引，簡化了少女衣飾的複雜世界，避開因潮流不斷改變和選擇繁多而帶來的困擾。

美國的潘尼百貨公司 (J.C. Penney) 和美國鷹服飾公司 (American Eagle) 利用這種現象，在公司網站和數位聯絡管道上，邀請立場超然的好物買家現身說法。它們都不限制好物買家只能展示在它們商店購買的品牌服飾，好物買家也坦然公開她們與商家的關係。

行銷人員可從中學到一課：吸收一批值得信任的顧問，而不是培養只會拚命鼓吹品牌好處的推薦者。接下來，應該把顧問提供的建議匯集起來，方便消費者發掘使用。

● 絕招 3：方便衡量各種選擇

為協助消費者評估各種選擇，大多數品牌努力說明本身產品的獨特性能和優點，甚至提供附有各種品牌或產品對照比較的採購指南。這種做法提供大量資訊，但並未提供指引，因此消費者還是不清楚，哪一種才是「最好的」選擇。

行銷人員的目標，是協助顧客對自己的選擇有信心。在這方面，光是提供更多資訊往往沒有幫助；相反地，行銷人員必須提供一些工具，讓顧客能確認和衡量對他們最重要的產品性能。一個典型例子，就是戴比爾斯公司 (De Beers) 用切工 (cut)、顏色 (color)、淨度 (clarity)、重量 (carat) 等 4 個 C，為比較鑽石設定架構，簡化了購買決定，因為它讓考慮買鑽石的消費者覺得有信心，相信自己正在衡量鑽石的最基本性質，並依此做出明智的選擇。

行銷人員，尤其是產品種類繁多的行銷人員，必須協助顧客掌控衡量產品的過程。草本精華 (Herbal Essences) 為自家洗髮精設計的線上決定指引，就做得很好。這個指引系統為產品提供豐富的資料，但也提供一個簡單、透明、循序漸進的流程，讓消費者根據個人需求來縮小選擇範圍。

科技也能讓消費者完全避開這個程序，解決他們在衡量各項選擇時的困擾。根據消費者自己的採購資



料，或是以往採購行為而做出的建議，可能會讓消費者感到信任，因為這些資料通常可以正確衡量當事人的偏好。ShoeDazzle.com 和 JustFab.com 這兩個鞋癡俱樂部，會收集每個會員的「個性」資料，包括他們最喜愛的時尚偶像，以及他們對鞋子的一般偏好，根據這些資料向他們提供建議。

● 成功案例：TurboTax 的整合表現

我們還沒有聽過哪家公司，已把簡化決定策略的 3 大要素完全整合在一起。不過，財捷公司 (Intuit) 在這方面名列前茅。就以它的報稅軟體 TurboTax 來說，報稅工作很複雜，而消費者有很多選擇，財捷致力於簡化這些選擇，協助消費者瀏覽、信任和衡量資訊。

TurboTax 成立一個顧客論壇，訪客可在這裡詢問有關產品、稅務和技術支援的問題，並分享資訊。論壇附有資料庫，匯集顧客和專家對各種問題提供的答覆。TurboTax 的用戶不必先付錢，等到稅表報出去才付帳，而現場社群論壇引導消費者進行報稅程序，並在需要的時候提供適當資訊，使他們變成忠實用戶。這個社群迄今已吸引超過 1200 萬名用戶參與。

TurboTax 網站提供超過 16 萬條未經過濾的用戶評論和評分，並協助消費者找到與他們最相關的評論。網站評分從 1 顆星到 5 顆星；把不好的評價也列上去，讓消費者明白，財捷並未刻意挑選登出的評論，使消費者更能信任這些意見。

消費者可利用「情況跟你一樣的人」這項工具，根據評論者的婚姻狀況、生活情況、重要稅務事件，把這些評價加以分類。他們還可連結臉書或推特，找到親友發表的評論，而這些評論實際上就等於是消費者主動產製、極受信任的網頁廣告。

TurboTax 的首頁，把各種基本的產品選擇排在一起，以方便比較。頁面附有「協助我選擇」功能，讓消費者花 30 秒鐘「點選適用項目」。這麼做不僅引導他們找到最適合的產品，也顯示這個產品為何是他們最好的選擇。（譯自 “To Keep Your Customers, Keep It Simple”, HBR, May 2012）