

發行人：葉雲龍  
總編輯：連科雄  
發行所：APEC 中小企業危機管理中心  
網址：<http://www.apecscmc.org>  
指導單位：經濟部中小企業處



**APEC SME**  
**Crisis Management Center**



# APEC 中小企業趨勢監測

第 **20** 期

2016年7月

## 目 錄

前言	01
APEC 經濟體政策	02
APEC 經濟體計畫	05
最佳案例	07
焦點活動	10



1996 年著名的經濟學家塔史考特（Don Tapscott）出版了「數位經濟時代（The Digital Economy）」一書，描繪數位經濟時代以知識為基礎，以網路作溝通，形成全球化發展的三種特性。

在這充滿希望又快速淘汰的時代，中小企業需要善用網路資源，才能在創意導向的環境中生存。發展網路與數位經濟可促進創新及包容成長，同時也有助於強化連結。透過網路與數位經濟，以中小企業為主的亞太經濟體得以深入參與全球價值鏈，並觸及更廣大的消費群。APEC 深知此議題的重要性，各會員體皆不遺餘力地協助中小企業在時代浪潮下站穩腳跟。APEC 領袖們已於 2015 年採認「微中小企業全球化長灘島行動計畫（Boracay Action Agenda to Globalize MSMEs）」，其中重點之一即為鼓勵微中小企業運用電子商務進入全球價值鏈；而 APEC 中小企業工作小組亦採認「數位經濟行動計畫」（Digital Economy Action Plan），鼓勵各經濟體推動相關政策以支持共同目標的達成。

為協助中小企業掌握數位經濟商機，我國去年也與菲律賓共同在 APEC 提案，於今年執行「APEC 中小企業 O2O 新商業模式應用倡議」，並與越南、秘魯及 4 大跨國企業夥伴在海內外舉辦 5 場系列國際論壇，協助其運用 O2O 前進海外市場，邁向優質成長。

本期我們帶讀者一覽 APEC 各經濟體的數位經濟政策，以及我國、澳洲與韓國在 APEC 倡議的數位經濟計畫，最後則邀請由我國本年舉辦「APEC 中小企業 O2O 國際論壇」中脫穎而出的越南的網路新創團隊 Triip.me，分享新創事業如何透過線上到線下整合的創新商業模式，領先取得跨境新商機。



葉雲龍

APEC 中小企業危機管理中心執行長



# APEC 經濟體政策

## 國際數位政策掃描

隨著資通訊技術與應用範圍持續發展，為人類帶來即時又便利的經濟與社會生活，不但縮短了人際間的距離，亦提高公私部門各類型組織運作效率。APEC 通訊與資訊工作小組 (TIWG) 主席 Kenji Tanaka 即指出，儘管網路連結為 APEC 各會員體帶來極大利益，但區域間的數位落差、網路安全以及災難防範仍有改善空間。另根據世界經濟論壇 (World Economic Forum, WEF) 公布的 2015 年全球風險報告 (Global Risks 2015 10th Edition) 內容顯示，物聯網 (IoT) 雖可望成為具破壞性的商業營運模式，但「數據造假或遭竊」、「網路攻擊」、「關鍵資訊基礎設施停擺」等風險也隨之而來。

為因應數位經濟的發展趨勢，今年 4 月 24 日至 28 日，於越南胡志明市所召開的 APEC 中小企業工作小組暨周邊會議期間，美國所辦理的數位經濟研討會及我國所辦理的 O2O 國際論壇，皆獲得會員體的積極參與及肯定，即可推知相關議題的重要性。

以下就各國協助中小企業因應數位經濟之相關政策進行說明：

### 一、我國

#### 工業局推動數位內容產業

我國工業局將數位內容產業列為重點推動項目之一，並成立數位內容產業推動辦公室，專責數位內容產業各項推動事宜。為推動數位內容產業，工業局透過相關計畫，提供多種產業輔導措施，針對人才、資金、市場、技術及法規環境等各項構面提供輔導。臺灣現已成為遊戲、動畫、應用軟體等數位內容的全球市場測試場域，亦為 Google、Apple 等國際大廠的手機軟體銷售指標國家。未來將著重於行動遊戲（應用於手機、平板電腦等）、AR/VR 創新應用內容、360 度影視內容、數位教育學習等。

### 二、美國

#### 美國商務部提出數位經濟議程

有鑑於數位相關服務占美國出口的六分之一，超過美國整體服務輸出的一半，是以美國商務部將科技與網路政策視為優先課題，針對企業在數位經濟中面臨的挑戰或機會進行政策支援。主要重點包含：

- (1) 提供企業及工作者順暢的網路與跨境資訊環境。
- (2) 提供安全互信的網路環境，資安與個人隱私為基本要素。

- (3) 提供工作者、家庭以及企業使用高速網路頻寬的機會。
- (4) 促進下世代科技創新應用。

#### 美國商務部擴大推動國家網路安全卓越中心

呼應歐巴馬總統公布之《網路安全國家行動計畫》(Cybersecurity National Action Plan，簡稱 CNAP)，美國商務部 (Department of Commerce) 將國家網路安全卓越中心 (National Cybersecurity Center of Excellence，簡稱 NCCoE) 擴增相關措施，處理企業私人部門網路安全相關事宜，促進大、中小企業皆能因應網路攻擊並進行自我防護。

#### 美國邀請重量級科技龍頭協助中小企業發展數位化

為協助中小企業參與數位商機，美國中小企業局 (Small Business Administration，簡稱 SBA) 與中小企業科技聯盟 (Small Business Technology Coalition) 合作，建立公私部門夥伴關係，提供美國中小企業流暢的創新科技平台，以及數位教育及企業培訓。

透過聯盟服務，SBA 將與世界極具代表性的科技公司，共同教育企業家如何連接客戶、規模化，或是可以隨處安全地做生意。主要參與企業包括 Amazon, Box, Facebook, LegalZoom, Microsoft, Salesforce and Zenefits。

### 三、南韓

#### 啓動物聯網中小企業進入特定全球市場計畫

2016 年起，南韓政府加強對物聯網中小企業及全球企業之間的生產、合作，協助創造具體成果。首先，進行南韓物聯網中小企業進入全球市場的需求調查，針對企業需求推行特定的全球市場進入計畫，促進南韓物聯網中小企業與投資機構之間的合作。未來創造科學部網路整合政策負責人姜成柱 (音譯) 表示，物聯網的未來是指物聯網生態系的各個企業之間有合作關係，將加強參與企業與 17 個創造經濟創新中心的合作，加速實現物聯網。

### 四、中國大陸

#### 1. 昆山兩岸電商實驗區首家服務平臺啓動

昆山市跨境電子商務綜合服務平臺是目前中國大陸境內唯一可同時跨上海、杭州、北京等多座城市通關系統的平臺。主要功能包括「電商備案」、「商品備案」、「門戶網站」等幾大模組，通過應用大數據統計、分析、決策，打造集海關、商檢、稅務、外管、物流等功能於一體的「單一視窗」平臺服務體系，將 eBay 中國、敦煌網、阿里巴巴等十餘家國內外知名營運商的大量貨單資料引入平臺，促進跨境電商企業快速聚集。

## 2. 推動電子商務創新和商務系統資訊化建設

中國商務部於 2016 年 3 月 23 日發佈《2016 年電子商務和資訊化工作要點》，確定了今年電子商務和資訊化工作重點任務，內容包括：(1) 研究起草並印發《十三五電子商務發展規劃》、(2) 積極推進電子商務立法工作、(3) 加快電子商務進入農村與社區運用。(4) 透過電子商務模式擴大公共服務、資源融合，(5) 促進中國大陸電子商務產業鏈與電子政務應用體系等層面的升級。

## 3. 推動「支點工程」協助微中小企業提升數位能力

中國大陸將在全國各地建立起地方運營中心和服務商團隊，工程初期目標是使 100 萬商戶成功「聯網」，為有需要的中小企業提供數位智慧商業終端，並提供「互聯網+」講座等資訊服務。對有店鋪管理需求的微中小企業建構物聯網系統，減少中小企業智慧升級過程中的平臺成本。

## 五、新加坡

### 新加坡政府推出 FinTech 一站式服務平臺

為加速新加坡成為全球 FinTech 樞紐中心，新加坡政府本年祭出新戰略，預計設置虛擬金融科技辦公室 (FinTech Office)，提供一站式服務平臺，主要業務包含：

- (1) 審查政府機構的 FinTech 相關補助計畫
- (2) 關注產業基礎設施、人才培養與人力需求之間的缺口
- (3) 透過 FinTech 活動與相關倡議推動，管理新加坡金融科技的品牌及行銷戰略。

面對數位經濟的沛然莫禦，已見 APEC 各經濟體皆大力在國內推動相關政策，期望中小企業因應這個已產生劇變的企業經營模式與消費者行為，能強化數位韌性，掌握數位商機，持續做為亞太地區經濟發展的驅動力。[SCMC](#)

# APEC 經濟體計畫

## APEC 數位經濟系列計畫推動

在現代科技日新月異、一日千里的趨勢之下，新科技已為人類經濟生活帶來巨大的革新，物聯網、電子商務等運用相應而起，宣告數位經濟新時代已然到來。APEC 長期以來皆擔任著鼓勵創新創業的領航者角色，面對數位經濟新時代，APEC 近年來亦透過各式倡議，積極進行中小企業在數位經濟領域中應用新科技，並據以開拓新商業模式的能力建構，以下便一一介紹 APEC 近年來推動數位經濟之相關倡議。

### 一、我國 - 「APEC 中小企業 O2O 倡議」(New Era of Growth for APEC SMEs through Online-to-Offline (O2O) Business Models)

去年我國提出了「APEC 中小企業 O2O 倡議」，期望透過 O2O 商業模型的推廣應用，培養中小企業參與區域供應鏈及全球市場的能力，並在亞太地區建立以創新發展、互聯成長、共享利益為特色的開放式經濟，以降低貿易的時間、成本和風險。

本案為響應 APEC 培養中小企業參與區域供應鏈及全球市場的宗旨，與全球頂尖的電子商務平臺合作，如阿里巴巴及樂天集團 (Rakuten)，並蒐集超過三十個 APEC 國家境內之最佳 O2O 應用實例展示，以促使微中小型企業能透過 O2O 商業模型及優秀的實務範例打入全球市場，另外亦將透過舉辦一場高峰會與兩場論壇的形式，催化 APEC 各成員國境內的 O2O 商業模式發展，使得 APEC 成為更有利於微中小型企業進行貿易的地區。

實際上，我國經濟部中小企業處自去年起，便積極鋪陳 O2O 議題。例如去年十月與美商英特爾 (Intel) 及德商西門子 (Siemens) 合作舉辦「2015 APEC 全球創業挑戰賽」。會中便瞄準數位經濟、物聯網世代最新科技商機趨勢等議題，並成功吸引全球超過 200 名國內外企業菁英、天使投資人、創投、產業專家共襄盛舉。來自全球 16 國共 31 組隊伍，共同競逐 10 大獎項。此外，今年六月在臺北世貿與 Computex 合作舉辦「APEC 中小企業 O2O 國際培訓營」，亦做為 O2O 系列活動之暖場。在「APEC 中小企業 O2O 國際培訓營」活動中，中小企業處與 Computex 合作，帶領參訓之國際學員觀摩及參與亞太加速器論壇、商機媒合交流會及商業展示競賽，讓參訓學員可觀摩及學習其他頂尖團隊，另外也透過吸收知名國際企業代表講者所傳授之經驗，達到了解電商操作模式及鞏固數位韌性意識的效果。

在 O2O 的四年期計畫架構下，同時也延續我國多年來推動「APEC 加速器網絡計畫」(APEC Accelerator Network, AAN) 及「中小企業因應天然災害持續營運計畫」(Business Continuity Planning, BCP) 之基礎上，我國將於明年度執行「強化中小企業數位競爭力及韌性倡議」(APEC Online-to-Offline (O2O) Initiative - Enhancing SME Digital Competitiveness and Resilience towards

Quality Growth)。在 AAN 計畫中，我們發現在亞洲，80% 的創投資金投注在行動或網路相關事業；而 90% 的 APEC 創業挑戰賽 (APEC Challenge) 決賽隊伍運用 O2O 商業模式，這說明了 O2O 的數位經濟模式能為中小企業帶來廣大商機。在 BCP 計畫中，我們亦致力於加強中小企業預防天然災害所造成的營運中斷。作為上述兩計畫之延伸，培養數位競爭力及韌性將成為讓中小企業在數位經濟新時代中站穩腳步的關鍵，因此我國將憑藉多年來在 APEC 深耕的經驗，與各會員體攜手合作，以強化 APEC 地區之中小企業於數位經濟新時代的競爭力，進而促其參與國際市場與全球價值鏈之能力。

## 二、澳洲 - 「資料與資訊流通標準一致化」(APEC Harmonisation of Standards for Data & Information Flows)

網際網路等新科技的問世大大降低了中小企業進入全球價值鏈的障礙，而資訊與資料的自由流通在這過程中無疑地佔據著極為重要的角色。目前在 APEC 各成員國之間，由於管制標準不一致以及一些其他障礙，導致資料與資訊要在 APEC 各成員國間流通有所困難，而由於這些資料與資訊的流通困難，造成許多中小企業錯失了潛在的商機與顧客。本案由澳洲於去年提出，希望能透過尋求統一資訊及資料流標準的方式，加強 APEC 境內中小企業與家族企業進行國際貿易的能力。

首先本案針對 APEC 境內中小企業進行相關議題的調查，再統計調查結果作出專案報告，並以此專案報告之內容為基礎，舉辦論壇，廣邀專家及相關人士進行深入討論，最後生成對 APEC 各成員國之建議，包括政府及跨政府組織應就相關議題諮詢並納入業界意見、透過相關論壇確立跨境資料與資訊流之管制政策方向、APEC 各成員國政府與標準機構必須訂定資料與相關標準之規範等。

## 三、韓國 - 「APEC 電子商務論壇」(APEC E-Commerce Forum: New Paradigm for Cross-Border E-Commerce and Online Shopping)

本論壇由韓國於去年 (2015) 主辦，以跨境電商與線上消費為主題，希望為線上消費社群打下基礎，並發展使用最新行銷手法，包括電子商務、移動商務以及全渠道行銷的策略，另外也將致力於促進 APEC 成員國境內的跨境電商發展，以期能帶給中小企業在數位經濟新時代更佳的競爭力。論壇中請到各領域的專家，分別講述韓國 eBay 的跨境電商發展近況、電子商務的發展與法規協調、跨境電商對中國傳統製造業造成的變遷與挑戰、全渠道行銷的實務運用與策略、臺灣線上消費及物流的創新經驗等主題，並讓祕魯、馬來西亞、菲律賓、印尼、俄羅斯等國的與會者進行分享其經驗與見解。

參加第一天論壇的成員亦參與第二天的「2015 亞洲線上消費願景會議」，由韓國、日本及中國大陸的線上消費協會所共同主辦。會議裡中日韓三國的講者分別分享其對於電子商務、移動商務以及全渠道行銷在其國內的各方面應用實例及未來願景，另外也觸及中日韓三國電子商務法規異同研究、顧客滿意度追蹤的電子商務運用、電子商務與全球化關係等議題，內容兼具深度及廣度，使與會者對於亞洲電子商務的未來發展，皆能有更深刻的認知。SCMC

## 最佳案例

## APEC O2O 最佳案例 - Triip.me

### 透過 O2O 享受最道地的在地體驗

提到 O2O，首先我們必須先瞭解 O2O 平台的定義。諸如：O2O 平台讓網站或手機應用程式成為實體店面與網路使用者之間的中介；O2O 平台技術提供解決方案，讓零售商與品牌能夠利用網路 / 行動科技，甚至是產品庫存資料，提高店內銷售量。根據上述定義，Triip.me 具有 O2O 平台的特性，因為我們幫助媒合旅客與在地行程，由行程規劃師替旅客創造出更棒的旅遊體驗。

所以 Triip.me 到底有什麼功用？旅客可以上 Triip.me 網站，找到旅遊目的地的在地人，讓熱愛自己城鎮文化與價值的在地人，充當導遊帶旅客體驗道地的行程，並且分享他們自己的故事。例如胡志明市最有名的就是殖民時期所留下來的建築，然而很多到胡志明市的旅客都只會到第一郡（商業與觀光區）觀光，對真正具有在地特色、建築與故事的其他 23 個郡卻是一無所知。Triip.me 支援西貢土生土長的 Thu Ngoc，讓這位熱血的年輕女性能夠述說自己對於越南茶與茶藝的故事。她提供的行程之所以突出，是因為內容展現了越南茶文化的謙遜與優雅。而長久以來在越南的觀光業中，茶藝一直是較不受重視的一環。換句話說，如果 200 多個國家中的民眾，不願推廣在地特色，只是讓觀光業從利益的角度定義在地的文化，就會有更多像 Thu Ngoc 的故事被世人遺忘、忽視。另一方面，Triip.me 替在地民眾創造機會，讓他們有機會發揚在地智慧與文化之美，而這才是觀光客真正需要的。

Triip.me 提供在地人哪些 O2O 相關工具，讓他們可以為觀光客安排行程呢？首先，Triip.me 容易上手的平台，便於在地人在介面上強化自己行程的主題與故事性。在地人能夠自己決定行程與主題，以及想要讓觀光客體驗的內容。此外，在地人完成簡單的註冊與填寫資料步驟後，Triip.me 便會提供線上行銷顧問，幫助在地人找到更多客戶。最後，來自 Triip.me 會員也會提供行程回饋等建議。

至於 Triip.me 對觀光客有何好處呢？首先，使用 Triip.me 服務的觀光客可以有私人導覽，感覺就好像是跟朋友一起觀光一樣。而且他們能夠以一般觀光的一半價格，享受專業導遊的服務。第二，他們在預約導遊服務之前，可以先認識這位導遊。換句話說，觀光客可以選擇讓自己覺得安心放心的導遊。第三，在觀光行程開始之前，觀光客可以與在地行程規劃師討論行程內容。最後，一旦預約完成，觀光客會收到一本「在地個人手冊」，讓他們在前往目的地之前先一窺在地民眾的生活。

**Hai Ho**

Triip.me 執行長 (CEO)



Triip.me 提供實用工具給在地行程規劃師，讓他們能夠實現他們的熱情而且還能夠營利。同時觀光客也能夠彈性選擇行程，並且體驗真正的在地特色。Triip.me 這個 O2O 平台，已經改變民眾旅遊看世界的方式。

O2O 平台絕對是 21 世紀的產物，目的就是要打破疆界的限制。再過不久，過去的方式，都會被更新更好的方式取代。而最終用戶將能夠充分利用 O2O 所帶來的變革。

Airbnb 就是改變旅遊業生態的最佳 O2O 範例。Airbnb 讓用戶在全球各地，以比旅館更便宜的價格出租房間。而且旅客可以選擇租整棟房子、享受寧靜的住家環境，並且認識當地的特色。Airbnb 的價格比飯店優惠，在大城市更是明顯。在波士頓、芝加哥、洛杉磯、紐約、波特蘭、西雅圖與華盛頓特區，Airbnb 的租金比同等級的飯店低很多，有時候 1 晚可以相差 80 美元。在 Airbnb 發源地 - 美國，如果在 Airbnb 上租整間公寓，平均可以比住飯店省下 21.2%，如果只是租私人房間則可以省下 49.5。舊金山飯店住宿 1 晚可能要價 229 美元，但如果上 Airbnb 租 1 整間公寓，只要 165 美元，如果租 1 間房間則只需要 100 美元。

Collaborative Consumption Index		
Airbnb Listings per Capita by City (LPC)		
Rank	City	LPC
1	San Francisco, CA	213
2	Cambridge, MA	135
3	Berkeley, CA	123
4	Boulder, CO	90
5	Washington, DC	89
6	New Orleans, LA	88
7	Austin, TX	83
8	Portland, OR	77
9	Seattle, WA	67
10	Honolulu, HI	53

圖表一：協同消費指數 Collaborative Consumption Index, Airbnb Listings per Capita by City (LPC)

也難怪舊金山在協同消費指數 (Collaborative Consumption Index) 居冠，2013 年舊金山有最高的城市人均 Airbnb 房間 / 公寓出租數量 (Collaborative Consumption Index, Airbnb Listings per Capita by City (LPC), 2013)

至於 Airbnb 這間 O2O 獨角獸公司的整體發展呢？Airbnb 房間預約數量在 2015 年達到 8,000 萬，比前一年成長 1 倍。換句話說，全球飯店去年損失了 8,000 萬個房間的收益。Airbnb 成長強勁，已經嚴重影響到飯店業。Airbnb 付出越多，收益也越多，這點毋庸置疑。Airbnb 讓房東自行決定租金與住宿體驗，房東不會想要虛報成本以及支付高昂品牌費用，因此訂出的住宿價格通常都很實在，讓出門在外的旅客用更優惠的價格享受到更美好的體驗。

Airbnb 和 Triip.me 等 O2O 平台，讓來自世界各地的使用者到各地旅遊時，不用受到傳統商業模式的侷限。兩個平台都擔任中介的角色，幫助旅客解決旅程中的問題，也讓旅客享有更優惠的價格。

O2O 平台對使用者存在諸多誘因。首先，O2O 平台利用在地資源與特色上，刪減各種可能的成本。另一方面減少原本就應該包含在費用裡的虛列稅金與成本，讓收費更合理。O2O 模式將成為全球未來經濟發展的趨勢，供給方與需求方直接透過科技平台連結，減少因為資訊不對稱而無法提供或取得價格優惠的產品與服務。SCMO

## 2016 上半年 APEC 中小企業 O2O 創新創業系列活動之回顧

### 一、背景

中小企業占臺灣全體企業家數達 98%，為經濟成長的引擎。在過去，中小企業的行銷通路大部分侷限於以實體通路體方式。而隨著資通訊的發展，開始出現兼顧實體與虛擬通路的整合性需求，即 O2O 模式（Online-to-Offline）。O2O 是指賣方可透過線上「網路」的行銷廣告及社群經營等方式與潛在消費者密切互動，佐以創新的支付模式，促進線下「實體」來店或訂購等消費行為。

我國在 2016 年為呼應 APEC 今年「優質成長與人力發展」的主題，提出「中小企業 O2O 新商業模式應用倡議」。這個倡議包含「行動商務」、「共享經濟」、「協同智造」及「下世代創新」等四大創新創業應用領域，並與美商英特爾（Intel）、德商西門子（Siemens）、宏碁（Acer）及趨勢科技（Trend Micro）等企業夥伴合作，強化青年創新創業及中小企業的「數位競爭力與韌性」，協助其前進海外市場。今年在海內外舉辦 5 場系列活動，介紹如下。

### 二、O2O 啓動儀式揭開系列活動扉頁

首先，由經濟部沈榮津次長偕同中小企業處葉雲龍處長與英特爾、西門子、宏碁及趨勢科技於 3 月 23 日在臺北社企聚落共同宣示啓動「2016 年 APEC 中小企業 O2O 創新創業系列活動」，沈次長在會上特別感謝英特爾及西門子多年來共同強化中小企業的發展環境，並各別頒發「企業傑出貢獻獎」，表彰其為公私部門夥伴協力合作（PPP）及推動企業社會責任（CSR）樹立優良典範。同時，沈次長也歡迎國內兩大跨國企業，宏碁及趨勢科技，在今年加入成為新夥伴，共同推動新創及中小企業 O2O 應用發展。



圖一：O2O 系列活動啓動儀式（左到右：臺灣西門子總裁暨執行長文偉、經濟部次長沈榮津、英特爾陳立生總經理、外交部王志發參事、中小企業處葉雲龍處長）



圖二：O2O 系列活動啓動儀式合照

### 三、首場 O2O 國際論壇 協助中小企業於越南秀創新

隨後，我國與越南共同於 4 月 26 日舉辦「APEC 中小企業 O2O 創新創業國際論壇」（APEC SME O2O Forum I），計有來自 21 個經濟體高階官員、APEC 企業諮詢委員會（ABAC）代表、亞太地區跨境電商平台、加速器與育成代表等超過 100 位貴賓踴躍參與，針對數位經濟及行動商務等當前國際重視議題進行討論，並有來自 APEC 10 個經濟體 15 個創新團隊進行展示（Demo）與跨境交流分享。當天由中小企業處林美雪副處長、APEC 中小企業工作小組（SMEWG）主席美國商務部國際貿易署首席助理部長 Mr. John Andersen、越南企業發展局副局長 Mr. Nguyen Hoa Cuong，以及菲律賓微中小企業發展局局長 Mr. Jerry Clavesillas 共同為 O2O 論壇揭開序幕。

活動中邀請我國一諾創新（iINNO）執行長郭展榮擔任講者，分享我國及亞太創新創業生態圈發展與趨勢。此外，亦特別邀請 2015 APEC 全球創業挑戰賽（APEC Global Challenge）首獎得主我國宅妝（iStaging），及專門提供消費者 24 小時網路餐廳訂位服務的 EZTABLE，一同與來自越南、泰國、菲律賓、馬來西亞、巴布亞紐幾內亞、中國大陸、墨西哥、智利、秘魯等優質創新團隊，分享其成功運用 O2O，推展事業至國際市場的經驗。並於會中遴選出來自越南的 Triip.me 冠軍隊伍，將獲得機票補助參加 7 月臺北 O2O 高峰會。



圖三：APEC 中小企業 O2O 創新創業國際論壇合影



圖四：最終由來自越南的 Triip.me 獲得冠軍，並取得參與 7 月臺北 O2O 高峰會資格

### 四、攜手 COMPUTEX 助新創事業邁步國際

6 月 1 至 2 日首次於 COMPUTEX Taipei 會議舉辦之際，與主辦方台北市電腦公會於合辦 1 場「APEC O2O 新商業模式應用訓練營」，作為 7 月 O2O 高峰會暖場活動。活動首日假臺北世貿三館舉辦，帶領參訓之國際學員觀摩及參與亞太加速器論壇（Asia Pacific Accelerator Forum）及商機媒合交流會，會中邀請 Microsoft、Cisco、Acer、DMM.make、Inforcomm、HKSTP、InnoSpace 等眾多重量級講者，針對創新創業議題發表專業獨到見解，充實參與團隊新視野；下午舉辦商業展示競賽（Pitching Contest），參訓學員可觀摩及學習其他頂尖團隊，並瞭解其他創業團隊商業模式、產品特色、行銷策略等，讓參與學員看見我國科技及創新創業能量。

次日國際培訓營活動，由 APEC 各會員體推薦新創及中小企業學員來臺，參與提升 O2O 數位競爭力及韌性訓練；此次培訓營重點在於強化參訓學員了解電商操作模式及鞏固數位韌性意識，

隨著全球行動裝置、網路與金融科技（Fintech）的發展，推升了數位經濟浪潮所帶來龐大的商機，跨境電商經營模式儼然成為各經濟體中小企業切入既有市場的最佳途徑，除了有 Google、Microsoft、ITRI、Trend Micro、BELFO 等知名國際企業推派代表擔任講者傳

授經驗，亦安排團隊建構 (Team Building) 課程，透過遊戲互動方式，讓參訓學員快速學習如何建立合作默契，發揮團隊組織合作綜效。



圖五：APEC O2O 新商業模式應用訓練營合影

## 五、厚植新創企業數位競爭力 參與 O2O 跨境新商機

經濟部中小企業處與勞動部勞動力發展署，於本 (2016) 年 7 月 12-13 日在香格里拉台北遠東國際大飯店合辦「2016 APEC 中小企業 O2O 高峰會」（APEC O2O Summit 2016）。本次會議計有來自菲律賓及馬來西亞高階官員、APEC 跨境電商平台、跨國企業代表、創投、加速器與育成代表等超過 200 位貴賓踴躍參與，針對數位經濟及行動商務等當前國際重視議題進行討論，並有來自 APEC 14 個經濟體超過 30 支 O2O 創新團隊進行商業展示，獲得國際曝光與商機媒合機會。

新創團隊並於商業展示前一天，接受大會與國內創新新創加速器 TXA 合作安排的國際級業師「私人董事會」輔導，續於隔天登上國際舞台，在跨國企業代表及投資人前展現成果。最終，我國團隊表現亮眼，共囊括 9 項大獎，包括創業家精神獎、Intel



圖六：APEC 中小企業 O2O 高峰會合影

獎、Siemens 獎、Trend Micro 獎及 SMEA 獎等。此外，來自越南的團隊獲得 Intel 女性創業獎、分別來自智利與印度的兩個團隊獲得 Acer 獎。優勝隊伍除可獲得國際曝光及與跨國企業合作機會，SMEA 獲獎者更得參加本年 9 月我國與秘魯合辦「APEC 中小企業 O2O 創新創業國際論壇」資格，深化國際鏈結，邁向高成長企業。SCMC