



貿易

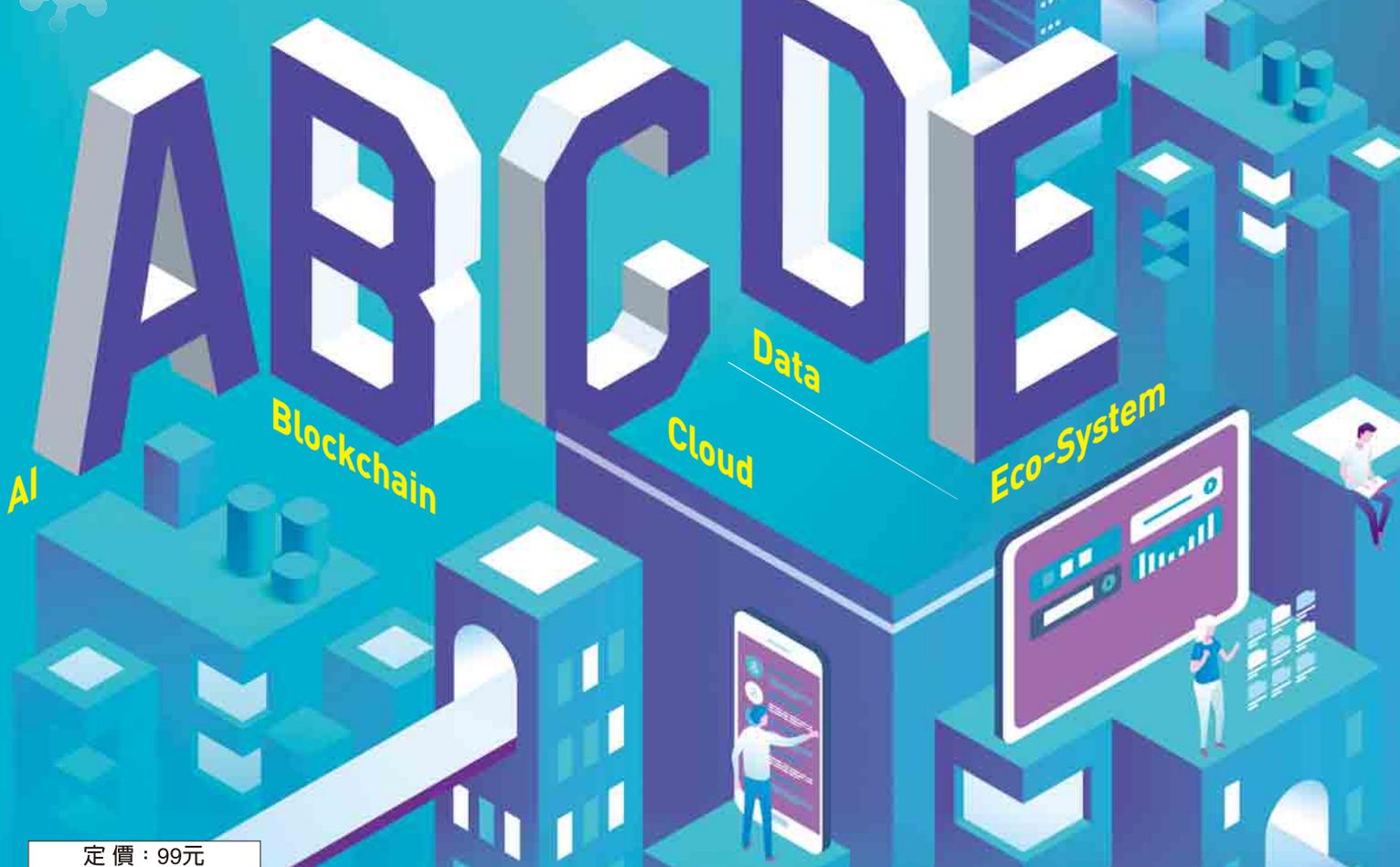
TRADE MAGAZINE <http://www.iatepe.org.tw>

雜誌



No. 327
2018年09月

迎向未來 智慧時代



定價：99元

4 710961 332961 09

名家專欄：程天縱
創業團隊的「核心能力」
和「核心競爭力」

四大重點
掌握劃時代修法精髓
新〈公司法〉深探
企業經營邁入新階段

平台競爭
借力進軍海外市場
新南向跨境電商
泰國鳴槍起跑



HP 汰讓你歡新 2

不限品牌，最高折 NT\$ 5,000 元，送三年保固，加碼請你吃 Häagen-Dazs



活動再加碼！ 你在等什麼！

參加「汰讓你歡新 2」前五十名者，HP 送您「Häagen-Dazs冰淇淋單球外帶商品禮券」兩張！機會多多，優惠多多，折扣多多，要買要快！

*此為示意圖，贈品為則以現場兌換為主。



廣受粉絲好評，優惠延長至十月底

不限品牌、指定經銷通路，持舊機至指定經銷商即可折抵 HP 指定商品，最高可折 NT\$ 5,000 元，數量有限、售完為止！詳情請洽活動官網。

加購碳粉，上網登錄(www.hp.com.tw/hpprintrewards)，即贈送三年保固，HP繼續當你最堅固的好朋友！

立即掃QR Code至活動官網查看詳情



指定經銷商服務電話

崑維科技 (免付費) : 0800-616169 (全省)

順發電腦 (免付費) : 0800-888230 (全省)

成興科技之各區電話：台北地區：02-85211425 | 中部地區：04-22085098 | 南部地區：06-2082808 | 高雄地區：07-2365332

活動官網：studio-we.wixsite.com/refresh

預見 「The Next Big Thing」

2014年，台積電創辦人張忠謀宣稱「物聯網」（IoT）是產業的「下一件大事」（The Next Big Thing）之後，科技與智慧應用的發展，又往前走了4年多，儘管至今IoT的創新應用還在火爐裡燒，商機並未真正引爆，然而大家仍持續思考—「The Next Big Thing」究竟為何？

IoT應用尚未成熟，但智慧服務遍地開花的未來場景，備受眾人期待。如今，隨著人工智慧（AI）科技到位，區塊鏈（Blockchain）技術普及，跨領域整合的產業生態系（Eco-System）形成，數據（Data）的蒐集與分析能力成熟，再輔以雲端運算（Cloud）與更能即時處理數據的「邊緣運算」等，可預期「The Next Big Thing」將是「AI、Blockchain、Cloud、Data、Eco-system」五大元素融合，成就IoT的廣泛應用，進而將人類生活與商務模式，推向全面智慧化的時代。

為協助台商掌握五大元素未來發展，本期封面故事特以「ABCDE 迎向未來智慧時代」為主題，先就這五大技術元素進行探討，深入技術的發展脈絡與既有創新應用，剖析前瞻技術將為人類創造什麼樣的智慧未來。不管是猶如真人的AI語音助理、以區塊鏈打造「健身挖礦，持幣分紅」的嶄新健身商務模式、利用「雲端+邊緣運算」實現智慧城市，或是台灣貿易商利用數據分析找到最佳出口外銷市場等，都讓人期待新科技帶來的改變。

當然，嶄新的智慧應用有賴串聯上下游與跨領域整合的生態系統，因此本期也就生態系統的建立，深入解析。相信從智慧應用案例與產業競爭模式的剖析，能讓台商掌握「The Next Big Thing」的趨勢，進而從中找到自己的定位與角色，維持贏家優勢。

歷史學者哈拉瑞新著《人類大命運：從智人到神人》（*Homo Deus The Brief History of Tomorrow*）提到：「智人統治世界，是因為只有智人能夠編織出互為主體的（intersubjective）意義之網。」對商業發展而言亦然，一家企業能夠引領潮流成為贏家，關鍵在於經營者能否從既有或新出現的事物中，找到影響未來商業運作與競爭的契機。一如本期封面故事提到的五大元素，它們彼此之間可互為主體，編織成能為消費者解決痛點、為企業開創新局的意義之網，進而構築出未來世界的嶄新樣貌。■

封面故事

Cover Story

迎向未來 ABCDE 智慧時代

人工智慧 (AI)、區塊鏈 (Blockchain)、雲端運算 (Cloud) 與更能即時處理數據的「邊緣運算」、數據 (Data) 以及產業生態系 (Eco-System)，是謂身處在智慧時代的企業不可不知五大技術元素。掌握「ABCDE」之重要性及其發展，運用前瞻技術發動企業新變革，得以顛覆既有規則的企業，方能在新競爭勢態中得勝。



08 **總論篇**
ABCDE五大元素 迎向新智慧時代
科技實現人類未來的想望



10 **AI人工智慧篇**
提升戰鬥力 打造4.0企業
企業轉型升級 全靠人工智慧助力



16 **Blockchain區塊鏈篇**
四大應用顛覆人類生活
深入百業 區塊鏈勢不可擋

20 **Cloud雲端篇**
雲端運算×邊緣運算大合體
雲端運算驅動物聯網 智慧應用再進化

24 **Data數據篇**
三大領域的數據應用解析
數據重構商業 流量改寫未來

28 **Eco-System生態系篇**
單打獨鬥時代終結 跨界合作共謀未來
產業無疆界 生態系競爭成必然

CONTENTS

編輯室報告 Editor's Report

1 預見「The Next Big Thing」

名家專欄 Column

4 創業團隊的「核心能力」和「核心競爭力」

特別企劃 Special Report

四大重點 掌握劃時代修法精髓

34 新〈公司法〉深探 企業經營邁入新階段

名人講堂 Celebrity Talk

三者×五力 提升抗變能力

40 新經濟知識與雲門心靈洗滌

企業實戰錄 Enterprise

轉型數據服務公司

46 布局人工智慧 精誠資訊推動「企業4.0」

跨境電商 E-commerce

平台競爭 借力進軍海外市場

50 新南向跨境電商 泰國鳴槍起跑

文創藝術 Cultural Arts

代工廠轉型西服精品店

54 STYDER以紳士風範 征服年輕客層

品味生活 Life

威尼斯建築雙年展

60 在歷史水都看見未來建築

貿易線上 IEAT Online

台北市進出口商業同業公會107年金門敬軍團

62 前進第一線 紀念823戰役60週年

新北市全球跨境電子商務擴展計畫

63 乘著跨境電商新南向 迎接東南亞璀璨商機

打造台日電商銷售鏈·拓銷日本市場新幹線

66 北市府攜手樂天協助企業搶攻日本市場

台北市進出口商業同業公會發行

每月1日出刊

發行所：台北市進出口商業同業公會

地址：台北市松江路350號

電話：(02) 2581-3521~7

網址：www.ieatpe.org.tw

發行人：黃振進

主任委員：林小明

副主任委員：潘偉景、林正誠

編輯委員：林承斌、徐文德、高泉興、柯彥輝

許介立、高 籟、李育家、簡壽宏

社長：黃文榮

策劃：許玉鳳、吳燕惠

審查編輯：蔡馨瑩、李林謙

編輯所：商周編輯顧問股份有限公司

總經理：李國榮

顧問：林秋寶

專案經理：董育君

資深編輯：蔡瑜珺、涂曉蝶

美術編輯：李盈儒

地址：104台北市中山區民生東路二段141號6樓

電話：(02) 2505-6789 分機5518

傳真：(02) 2507-6773

印刷：鴻嘉彩藝印刷股份有限公司

總經銷：聯合發行股份有限公司

客服專線：(02) 2668-9005

中華郵政台北誌字第179號執照登記為雜誌交寄

本刊訂閱全年12期1,000元(含郵資)

雜誌同步刊載於MagV、HyRead電子書平台，可線上購買

劃撥戶名：台北市進出口商業同業公會

帳號：0113726-6

本刊圖文非經同意不得轉載



國貿學苑FB粉絲團



《貿易雜誌》電子書

數位化《貿易雜誌》讓閱讀更方便了！
掃描以上QR Code，即可線上瀏覽本期
精選文章，隨時隨地獲取新知、掌握趨勢
脈動。



46



60

創業團隊的「核心能力」和「核心競爭力」

創業就像十項運動競賽一樣，不僅要在拿手項目中奪得第一，不太擅長的項目也要保持在前幾名。將有限的資源聚焦，爭取到擅長項目的第一名，自然就會形成市場區隔、賺到生存下來的第一桶金。其中，創業最重要的兩個部分，一個就是目標市場，另外一個就是創業團隊。而這篇文章的重點便是：創業團隊。

我在90年代的時候，從聯想電腦創辦人柳傳志那邊學到「桶幫理論」。古時候的水桶，都是用一塊一塊的長木片，以鐵絲捆紮而成；而每一塊木片，就叫做「桶幫」。

桶幫理論

假設這個水桶就是一個團隊，每一片桶幫就是團隊的一個成員。而每個成員的能力，就由桶幫的長短來表示；而團隊的成就，就由水桶能夠裝多少水來衡量。

一個團隊的成就有多大，不是由最有能力的團隊成員來決定，就好像水桶能裝多少水是由最短的一片桶幫來決定的。中國大陸把人的優點叫做「長板」，弱點叫做「短板」；而這種叫法的起源，就是「桶幫理論」：就業要靠長板，創業則要補短板。

世界上沒有完美無缺的超人。在大企業裡，

很少有大成就靠一個人的力量完成；大部分的成果都必須由一個、或是幾個團隊共同完成。在大企業就業，要能夠出人頭地、升遷快速，靠的是自己的「長板」。

當你決定創業時，你要非常清楚自己的「短板」是什麼，然後找到對的團隊成員來補自己的「短板」。創業初期要找的團隊成員，必須是「三個互補，一個共同」的人：

- 1.專業能夠和你互補；
- 2.帶來的資源能夠和你的互補；
- 3.個性能夠和你互補。

「一個共同」指的則是成員要有共同價值觀。

初創階段最重要的是「策略」；除了以上的條件，找的人必須能夠獨當一面。如果能依照上述幾個重點去挑選、並且組成創業團隊，那麼這個創業團隊具有的能力，就叫「核心能力」。

組成具正確核心能力的團隊

「目標市場」能夠提供的就是「商機」。商機來自尚未被滿足的需求、未被解決的痛點、未被提供的體驗；如果說「在目標市場裡找到商機」是創業成功的第一步，「組成一個具有正確核心能力的創業團隊」就是第二步。

在目標市場的用戶和客戶群裡，創業者要找

名家檔案

程天縱

曾任中國惠普總裁、美國德州儀器亞太區總裁、
富士康集團副總裁、富智康執行長



出還沒被滿足的需求，列成一個清單；團隊成員也要討論「核心能力究竟是什麼」，然後列成另外一個清單。將這兩個清單並列，一個代表市場商機、另外一個代表團隊能力；然後團隊必須在這兩個清單之間，找到最匹配的商機。

如何定義產品

創業團隊一旦成立，核心能力就決定了。這時團隊必須列出「商機大小」與「競爭激烈程度」的次序；那麼下一個問題就是要問自己，團隊是否能定義、設計、生產出產品或服務來抓住商機？這樣的作法即「市場導向」的創業模式。

可是在現實生活中，大部分的創業都是反其道而行。許多創業團隊都是先有產品構想，然後才回去找應用和需求；最後往往在虛構的需求基礎上，認為一定會大賣，卻以失敗告終。

藍海商機存在嗎？

到底有沒有藍海商機存在呢？我必須再次強調「目標市場」和「市場區隔」的重要性。

如果創業者選擇的目標市場越大，客戶和用戶的需求就越不容易找到。如果選擇的市場區隔越小，那麼需求、痛點、體驗就越明顯。而且由於市場區隔小，大企業競爭對手不會有興趣，創

業者反而容易找到沒有競爭對手的藍海商機。

另外一種情況是，創業者以目前市場上的成功產品為範本，產生一些小創意、小改善；然後以有限資源貿然挑戰強大的競爭對手。結果是跳入紅海裡而不自知，自然勝算有限。

紅海裡找藍海：核心競爭力

創業第一個目標，就是要賺第一桶金，先求生存。要達到這個目標只有「聚焦」一個策略：以創新的市場區隔尋找垂直市場、不強攻山頭，尋找一個小藍海，先求賺第一桶金生存下來。

如果你不幸跳入了紅海，那麼另一個新創企業的聚焦策略，就是鞏固「核心能力」、建立「核心競爭力」。「核心能力」是創業團隊成員帶進團隊的資源和能力，而「核心競爭力」則是將核心能力用於強化產品的「購買考慮因素」（Buying Factors），建立起競爭優勢。

建立「購買考慮因素」

當消費者在購買產品時，通常會考慮到性能、價格、服務、方便、可靠性等因素。

在過去網路沒有出現以前，通信通常都是透過遍布各地的郵局；即使今天網路無所不在，實體的貨物或是正本文件仍然無法透過網路來寄

送。寄送實體物件時，考慮的因素通常是郵費、時間、距離、大小和重量、遺失的可能性等。過去只有郵局提供壟斷性服務，客戶一般沒有什麼選擇，郵局就是以價格來區分。郵寄服務開放民營後，就有新創公司出現，他們認為價格並不是客戶唯一考量；對於企業客戶而言，使命必達、速度、安全、彈性等因素，比價格更加重要。

於是DHL、FedEx、順豐等服務商崛起，取代了傳統郵局的地位，顛覆了整個產業，創造了「快遞」、「物流」、「宅配」，甚至目前流行於中國大陸的各種餐廳美食外賣服務。

在消費者購買產品時，考慮的購買因素雖然大致相同，但有的人在乎價格，有的在乎可靠性，有的在乎服務，自然會形成購買考慮因素的市場區隔。在紅海市場裡，透過選擇不同的購買考慮因素建立差異，再憑著差異領先其他競爭對手，就是所謂的「核心競爭力」。

奧林匹克運動會的十項全能運動

如果新創公司只能以聚焦策略找到自己的小藍海、賺取第一桶金，那麼接下來呢？是否永遠都不會成為「獨角獸」？我不敢說新創公司生存下來就一定會變成獨角獸，也不敢說新創公司就毫無機會，但我給予新創公司的策略就是「務實

生存，以小搏大，成就未來」。

我很喜歡以奧林匹克運動會的十項全能運動做例子。十項運動就像是創業者的目標市場，創業者是參賽選手，而這十項運動，就像是消費者的十個購買參考因素。從歷史來看，沒有選手能在十項不同的運動中都拿第一名；但能奪牌的選手，一定要在某幾項中拿到第一名，才能競逐最後的獎牌。在拿手的這幾項運動裡，不但要奪得第一名，而且差距要盡量拉大；在其他不太擅長的運動裡，也仍要盡量保持在前幾名。

新創公司要將有限資源聚焦在某一項運動上，爭取成為這項運動的第一名，自然就會形成購買因素的市場區隔；若做得到這一點，賺第一桶金生存下來，並不是那麼困難。能夠爭取獎牌的新創公司，不但要專注在某項運動爭取第一、建立自己的領先地位，在其他幾項運動中，也不要浪費自己的資源，必須懂得選擇供應商和合作夥伴，利用別人的資源補強自己的劣勢。創業失敗的公司往往將資源分布在十項運動上，什麼都要自己做，什麼都做不好；品牌不如對手、產品沒有特色，最後只能靠價格戰，結果拖垮自己。

「核心能力」是自己的創業團隊所擁有的；而「核心競爭力」則是依客戶的購買考慮因素，與競爭對手的比較，能夠大幅領先並且勝出的。■

探索亞洲最後一處秘境

伊洛瓦底江河輪之旅



走過70國的商周執行長王文靜 領路

2018/11/25~2018/12/4

- 探尋緬甸萬塔之城，千佛之國與托鉢文化風情
- 搭乘頂級The Strand河輪，奢華體驗漫遊時光
- 入住遺世桃花源，精選面湖房型，開窗即視茵萊湖
- 深訪英國殖民遺風、棕櫚文化與古老手工藝

早鳥禮遇

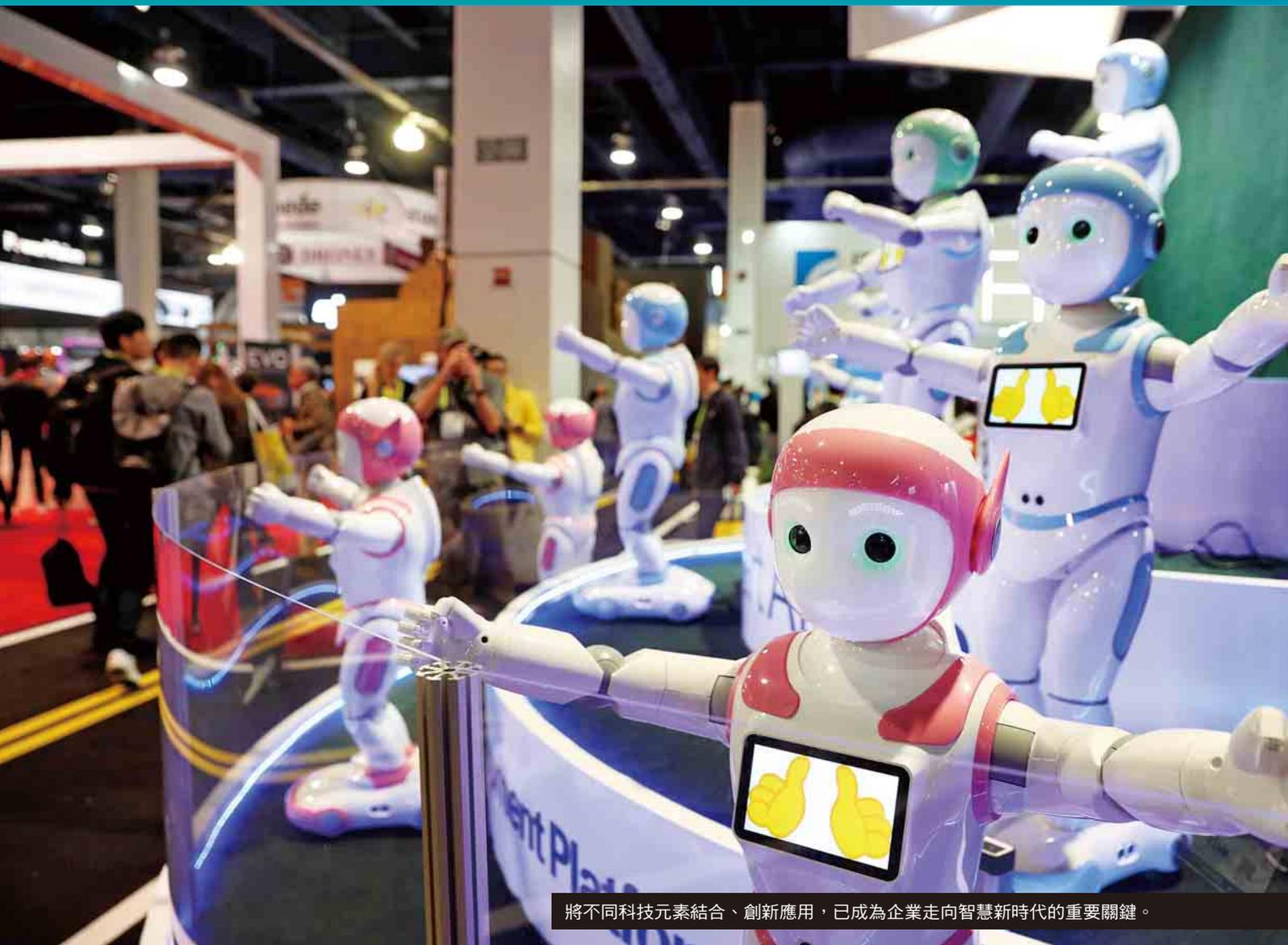
請洽02-2510-8888按6 www.followalive.com

alive

ENERGY EXPRESS
大腳逛地球
交觀甲字第1608號



了解更多



將不同科技元素結合、創新應用，已成為企業走向智慧新時代的重要關鍵。

ABCDE五大元素 迎向新智慧時代

科技實現 人類未來的想望

2017年，產業還停留在以人工智慧（AI）、大數據（Big Data）、雲端（Cloud）的ABC科技時代，探討科技對全球經濟與產業帶來的變革；2018年後，仍持續往前行進的科技融合進更多元素，區塊鏈（Blockchain）加入、生態系（Eco-System）的成形，讓這個ABCDE時代更顯多元精彩。

◎撰文／劉麗惠 圖片提供／路透社、法新社

科技變革速度驚人，2018年5月在Google年度I/O開發者大會上，一款宛如真人的人工智慧（AI）語音助理系統，令世人高度期待未來的AI科技應用。2018年8月，中國大陸健身大王業者李鎮吸收區塊鏈（Blockchain）技術大神InterValue，成功用區塊鏈與大數據（Big Data）打造「健身挖礦，持幣分紅」的嶄新健身商務模式，讓人看見區塊鏈技術的火紅程度。

而雲端運算（Cloud Computing）在成為物聯網（IoT）的基礎建設之後，亞馬遜（Amazon）等雲端平台商紛紛加強發展邊緣運算（Edge Computing），把雲端平台業務延伸至物聯網，打造結合雲端與IoT的「Cloud IoT平台」，加速製造、醫療、零售、金融等領域的智慧應用發展；然後再融合AI，打造整合垂直產業的「Cloud AIoT平台」。

科技元素串聯 建構世界新樣貌

當人工智慧、區塊鏈、雲端運算、數據分析等技術不斷推進，這些關鍵科技間的交互

作用，為現代文明迸發出新的火花。當企業手上握有巨量的消費者數據時，就須藉助運算快速的人工智慧分析資訊，並做出最佳判斷。在雲端運算基礎上建構的物聯網，也需要人工智慧扮演「大腦」的角色，為各個裝置適切地下達指令。如何掌握科技核心、靈活整合技術變得至關重要，近年來全球最具影響力的企業，無一不具備以上特質。

最後，由於ABCD科技已深入各種應用層面，具備跨領域融合能力，並聯合其他廠商共建生態系統（Eco-System），才能在智慧時代中提供最全方位的服務，獲得消費者青睞。學習雲端平台商Google、

Amazon等建構生態系的戰略思維，台灣車電產業與紡織業分別組成「台灣車輛統整合聯盟」與「台灣智慧型紡織聯盟」，力求建構跨領域整合的生態系，加速產業創新。

AI、Blockchain、Cloud、Data與Eco-System的「ABCDE」五大元素，將是企業走向智慧時代的關鍵。正如哈佛商學院教授雷頓·克里斯汀生（Clayton Christensen）在《創新者的兩難》（*The Innovator's Dilemma*）一書所言：「破壞性科技應該被視為市場行銷的挑戰，而不只是科技。」以此為殷鑑，台商也需從商業營運面，思考如何運用科技顛覆既有規則，迎向智慧新未來。■



Google以AI語音助理系統結合智能家電，為消費者帶來更便利的居家生活。



AI目前已深入工業、農業、醫療等各類產業與生活領域，被譽為未來10年最具突破性的創新技術之一。

提升戰鬥力 打造4.0企業

企業轉型升級 全靠人工智慧助力

在未來智慧時代的五大關鍵元素中，人工智慧（AI）無疑是驅動這波變革最重要的元素。企業必須徹底掌握AI技術發展，從營運的痛點與需求出發，找到AI應用的路線圖，如此才能用最少的資源，引導企業走向轉型升級之路。

◎撰文／劉麗惠 圖片提供／法新社、路透社、美聯社

款由微軟（Microsoft）推出的免費AI應用程式「Seeing AI」，可以透過視覺線索掌握臉部表情甚至情緒，然後用語音描述出來。目前這款App為全球廣大視障人士，帶來更輕鬆便捷的生活。另外，微軟與非營利組織國際半乾旱熱帶作物研究所（ICRISAT）開發一款農業用AI應用程式，可根據各種栽種指標，為農民找到最理想的播種日期。又或者，面對瀕臨絕種的中國大陸東北虎，英特爾（Intel）正與世界自然基金會合作，透過具備智慧視覺的AI與大數據（Big Data）分析，有效對東北虎進行監控與保護，維繫東北虎的生存。

上述AI創新應用只是冰山的一角，隨著AI科技愈來愈成熟，再加上全球科技大廠包括英特爾、微軟、Google的火力支援，AI創新應用正在世界各地遍地開花。

AI是企業成長的核心動能

誠然，AI不只是一個技術名詞，也不再只是能超越世界圍棋高手的電腦系統，而是已深入人類各生活領域，創造智

慧製造、智慧農業、智慧醫療到智慧生活的重要科技。國際研究暨顧問機構Gartner研究報告顯示，運算能力與資料數量的快速成長，再加上深度神經網路（DNN）技術獲得空前研究成果，AI被譽為未來10年最具突破性的創新技術之一。2018年全球和AI相關的商業價值總計將達1.2兆美元，較2017年大幅增加70%；到了2022年，AI相關商業價值估計將達到3.9兆美元。

另外，國際數據資訊公司IDC預估，至2019年，有40%的數位轉型行為是仰賴AI和認知服務的支援。是以，微軟大中華區人工智慧負責人暨台灣微軟行銷營運長趙質忠也指

出，AI是未來經濟成長的主軸動力，不僅能改變人們生活型態，更提高企業營運效率、增加營收與獲利。

精誠資訊總經理林隆奮強調，企業資訊化已經從1.0網路化、2.0行動化、到3.0雲端化，即將再邁向4.0智慧化階段。一家公司要成為企業4.0的關鍵在於：是否可透過AI創造企業第二條成長曲線，因為AI是驅動企業未來10年能否成功轉型、持續成長的核心能力。

企業導入AI 應回歸理性思考

不過每一個技術都有其發展曲線，AI亦然。Gartner研究副總裁蔡惠芬指出，從AI技術



利用AI技術偵測交通狀況並做出駕駛決策，未來無人自駕車上路將不再是夢想。

成熟曲線來看，目前有86%的AI技術包括預測分析、認知專家顧問與虛擬客戶助理等項目都尚未進入成熟期，未來必須再演進，朝向更穩定的應用邁進。但長期來看，未來有85%的AI技術將為產業轉型帶來巨大變革，並提供高收益及商業價值。

是以AI技術雖是討論熱點，但尚處於發展階段，企業應用AI必須找到對的時間點，並且依據企業經營的痛點與需求，思考導入方向。「在接下來的5年間，人們將可以看到與AI相關的許多技術，從過熱市場巔峰退下，回歸理性和本質。」蔡惠芬認為，企業應釐



不但線上客服逐漸導入聊天機器人功能，愈來愈多服務業者開始利用AI機器人執行線下的客服工作。

清AI在企業內的應用與商業價值，進而掌握相關技術以解決無前例可循的問題，同時追求創新思維，帶動自身企業轉型並創造商業價值。

對於有意部署AI的企業，蔡惠芬建議，未來企業除了強化對資料科學和IT技術的認知外，還必須持續深入其行業的專業領域，發掘流程痛點，找出可透過AI技術解決的問題，進一步獲得最大收益；同時招募或培育發展AI技術所需要的跨領域人才，負責數據分析監管與判讀。

聚焦三大目標 提升企業戰鬥力

進一步觀察企業導入AI的原因，「提升營運效率與品質」、「改善顧客體驗」與「開創新商業模式與營收」是關鍵所在。蔡惠芬認為，AI快速發展的這幾年，企業對AI的應用仍著眼於改善客戶體驗及降低企業成本。包括透過AI加深對顧客的理解，提高互動品質與體驗等；或是運用AI提高企業經營效率和決策品質，進而降低營運成本。不過，從2021年開始，企業利用AI創造

營收，將成為主要價值所在。

目標1》 順暢製程 提高製造業生產效率

面對AI的全面襲來，企業如沒有善用AI增加競爭優勢，未來5年可能會面臨業務流失的風險。所以，目前製造業逐漸開始透過導入AI，追求提升營運效率或服務品質。國際數據資訊公司IDC預估，2018年台灣製造業導入AI應用的業者將達到25%。

國內電子量測儀器設備大廠致茂電子迎合智慧製造趨勢，開始在其量測儀器內導入AI技術，協助顧客邁向智慧製造。致茂電子創新技術研發中心技術發展處處長黃志忠指出，透過AI使量測設備智慧化，一來可讓機器具備自我診斷健康的功能，提早發出應該維護的警訊，再來可以協助客戶進行大數據分析，讓製程更加順暢。

目標2》 AI也能打造最溫暖的客服體驗

另外，透過AI提升客戶關係，拉開與競爭對手距離，也是AI應用的焦點。包括銀行、電信公司等服務業者，都陸續在客服中心建置聊天機器人或

虛擬個人助理（VPA），提高客戶服務品質。

2018年5月，微軟執行長薩蒂亞·納德拉（Satya Nadella）於英國倫敦AI人工智慧大會上，所展示的AI社交機器人「小冰」（Xiaoice）為第六代產品。相較於傳統聊天機器人，小冰可以從對話中掌握顧客資訊、理解顧客需求和情緒，加速服務流程並提升互動品質。目前，小冰已經廣泛應用於即時通訊軟體與電商平台，如米聊、騰訊QQ等，用戶數超過1億，線上已累積超過300億則對話，平均每次可對話23回。

服務業以AI提升客戶體驗的應用，在台灣也正如火如荼發展中。此前，安聯人壽推出智能客服機器人「艾莉Allie」，具備保戶身分驗證、即時保單變更、以及跨平台使用等應用功能，將傳統一對一人工客服，升級成新一代、多管道的數位智慧化服務，消費者更可透過艾莉的定位功能，找到安聯全台的服務據點。

「Allie艾莉突破以往文字對話方式，把複雜的金融資訊用圖像呈現，並能讀懂使用



AI社交機器人「小冰」可以從對話中掌握顧客資訊、理解顧客的需求和情緒，服務已推廣至全球多國。

者的問題與情境，提供最適當且有溫度的服務。」安聯人壽總經理林順才指出，不同於坊間AI機器人僅能使用單純詞彙記憶聊天，艾莉是以「編寫劇本」的模式建構設計，將來自安聯客服中心的日常客戶問題，編撰成超過400個不同劇本，可涵蓋80%客服中心接收的電話諮詢。

此外，艾莉還擁有自然語言處理能力（Natural Language Processing），可與使用者互動，包括簡易QA問答、用戶認證或理賠申請等非功能性劇本，以及保單貸款、變更等功能性劇本。如果艾莉無法回應客戶需求時，也可立即轉接至真人客服或留言，有效提升客戶服務品質。更重要的是，艾

莉可透過不斷地訓練擴增智慧，進行語意分析與辨識，學習安聯0800客服的壽險專業與互動服務，與顧客的應對將愈來愈自然，讓顧客獲得更具人性化與溫度的數位體驗。未來，艾莉也會建置跨Web、App、Facebook三大平台使用的AI客服機器人。

目標3》 為企業開創新商業模式

降低成本、提升顧客服務體驗，只是企業導入AI的短、中期目標。然而，長期而言，利用AI推動企業轉型並創造新商機，才是企業迎向智慧新時代的最終目標。蔡惠芬以智慧冰箱製造商為例，未來智慧冰箱將進一步整合電子商務平台資訊，把冰箱的相關資



未來智慧冰箱將整合電子商務平台資訊，呈現在冰箱外的螢幕上，讓冰箱本身成為嶄新的數位銷售通路，硬體商也就能順利轉型為數位服務商。

訊呈現在冰箱外的螢幕上，或是傳送到手機與智慧音箱上，使冰箱本身就是一個嶄新的數位銷售通路。如此，智慧冰箱供應商將從原先硬體製造與銷售業者的角色，轉型成數位服務供應商，開創企業新收益。

科技大廠、新創公司 大舉搶進AI市場

迎合AI應用商機，不管是國際科技大廠或國內資通訊（ICT）科技廠商，都紛紛加碼布局AI市場。另外，還有一群以AI為主題的新創公司或創意團隊，開發出各式各樣的創

新解決方案，以創新之姿迎接AI時代。

恩智浦打造AIoT解決方案

首先看到國際大廠，半導體廠商恩智浦（NXP）透過AIoT推出智慧物流、智慧零售與智慧家庭系統解決方案，目前已經應用在許多領域。例如恩智浦整合AIoT技術的智慧標籤系統，可在無電源環境下記錄長達1年的冷鏈運輸溫度。而在智慧零售方面，恩智浦的智慧標籤解決方案應用於球衣，可讓消費者通過手機獲得球衣的各項產品訊息，並獲得客製化服務。

精誠資訊導入迎賓AI機器人

在國內業者方面，精誠資訊的腳步非常積極。目前精誠資訊已經推出多款「AI專屬機器人」與AI應用系統。其中一款機器人可以讓消費者透過與其互動，體驗迎賓、點餐、付款、購物、叫車等服務。顧客一進入商店大門，機器人就會透過影像辨識系統，辨識顧客的性別與年齡，進一步提供對應的商品促銷訊息，做到導購服務。

精誠資訊全通路暨數位應用事業部副總經理蕭維鈞表示，目前機器人在台灣零售場域的應用，多半以迎賓為主；如今結合影像辨識系統的機器人，可以透過運算判別眼前顧客的年齡與性別，進而推薦符合客戶需求的商品。客戶直接掃描機器人螢幕上的商品QRCode，就能深入了解商品內容，並串聯付款機制，逐步導引客戶感應卡片完成結帳動作，或是指引客戶連結到電商網站完成下單，服務效率大大提高。

露天拍賣建構個人化平台

歷經與蝦皮的補貼割喉戰，讓台灣電商平台PChome

思索突圍之道，而他們的答案，正是AI。

對PChome旗下的露天拍賣來說，去年是累積、沉澱大數據的一年；而今年露天將在數據基礎之上，開放國際貿易業務，並提供AI服務做為會員的銷售助力。

從銷售端來看，露天的AI功能可協助賣家選擇關鍵字廣告、推薦廣告投放系統等，只要設定預算、推廣類別，AI會為賣家分析並提供建議，甚至連廣告素材也可能自動產生。電商必備的客服功能，也有AI客服機器人代勞。

再看到消費端，露天以AI系統比對買家的交易歷程與商品，依此推薦商品與促銷活動。以前是平台上所有人看到同樣的活動，以後是1,000萬人有1,000萬個活動，將最符合消費者需求的訊息推到平台最前端，進而提高成交率。

新創與創意團隊的AI之旅

除了資通訊廠商大舉發展AI，全球的AI新創團隊更是如雨後春筍般出現，帶來令人眼睛為之一亮的智慧化應用。此前贏得微軟台灣區潛能創意盃（Imagine Cup）的冠軍團隊

「Biolegend」，創新研發出針對十字韌帶受損進行復健的解決方案「復健優」。「Biolegend」隊員陳聖元表示，此一解決方案主要藉由患者復健動作的資料累積進行深度學習分析，做為可量化的復健判斷標準，並透過個人化及遊戲化的視覺方式呈現在行動裝置上，幫助傷患復健，也加強醫生對病人的管理。

另外，榮獲季軍的eBus團隊則聚焦解決疲勞駕駛造成重大事故的意外問題，透過AI深度學習與分析，辨識人類面部表情的細微變化，進而分析駕駛的行為狀態。再將監測到的數據送到後端系統並量化分析，一旦系統評斷數值達到危

險等級時，系統會自動發出警告訊息且記錄，預防交通事故發生。eBus團隊代表吳宜樵表示，透過機器視覺與AI技術追蹤人臉變化來分析駕駛生理狀態，甚至駕駛身體狀況有突發疾病如心肌梗塞時，也能即時提供警訊，降低意外發生。

知名歷史學家哈拉瑞在《人類大歷史》一書提到：「AI將使人類失去很多力量。」但知名創投大師里德·霍夫曼則認為：「人類的價值不會被機器給取代。」不管眾人對於AI的看法有多兩極，對企業經營而言，面對AI時代的到來，勢必得掌握它並善用之，才能維持企業競爭優勢，迎向明天。■



已有新創公司透過機器視覺與AI技術追蹤人臉變化，分析駕駛生理狀態，預防可能發生的交通事故。



中國大陸健身業者結合區塊鏈技術，推出區塊鏈健身礦機，民眾可以一邊運動，一邊賺取虛擬幣。

四大應用顛覆人類生活

深入百業 區塊鏈勢不可擋

2017年是區塊鏈（Blockchain）應用蓬勃發展的一年，除了傳統金融與比特幣、以太幣等加密貨幣之外，區塊鏈技術在各種不同產業的應用愈來愈多，台商必須掌握區塊鏈技術與趨勢，才能迎接這一波變革帶來的挑戰。

◎撰文／劉麗惠 圖片提供／美聯社、法新社、路透社

國際食品飲料大廠雀巢 (Nestlé) 為了因應召回受汙染食品的突發風險，利用區塊鏈技術追蹤食品供應狀況。新加坡航空公司 (Singapore Airline) 利用區塊鏈技術重新打造紅利積點系統，將點數直接傳送至顧客的電子錢包，大幅提高顧客對獎勵活動的參與度。杜拜更計劃在2020年前，成為全球第一個區塊鏈政府，除了貿易金融外，所有政府運作都將奠基於區塊鏈技術上。

毫無疑問，區塊鏈應用已經在各產業百花齊放，從金融、保險、醫療、食品製造、航空旅遊、運動健身、自駕車等，都能看見區塊鏈應用的身影，全球各大調查研究機構也一致看好區塊鏈的發展。

商機無限 區塊鏈投資金額龐大

根據國際數據資訊公司 IDC 發布的《全球半年度區塊鏈支出指南》，2018年 global 花費在區塊鏈解決方案的經費將上看21億美元，較2017年的9.45億美元成長超過1倍，預期至2021年更高達92億美元。

而銀行、物流、製造業會是主要驅動力，其中金融業對區塊鏈解決方案的投資金額，估計逾 7.54 億美元。

龐大的市場商機吸引國內外廠商投入布局，包括微軟、IBM、亞馬遜、甲骨文 (Oracle)、思愛普 (SAP) 等，皆先後推出雲端區塊鏈服務，甚至透過雲端平台打造區塊鏈應用生態系。

聚焦區塊鏈應用領域

企業積極迎合這股浪潮，綜觀區塊鏈的嶄新應用模式，大致上可從以下四大應用一探究竟：

應用1》 BodyOne實現健身經濟學

不久之前，素有「中國商業健身之父」稱謂的李鎮，與

區塊鏈服務供應商InterValue、健身設備製造商DHZ合作，推出全球首款加載智能晶片的區塊鏈健身礦機—Plaisir動感單車，並搭配區塊鏈健身生態平台BodyOne，整合健身行業的資源與數據，運用區塊鏈技術實現健身經濟的目標。

民眾在騎乘Plaisir動感單車時，內建的智能健身運動分散式網路通訊協定BoP及智能晶片，會蒐集運動消耗的卡路里數，經由分析之後將資料放上區塊鏈，轉化為數位貨幣，實現「健身挖礦」的目標，讓民眾享受汗水兌換財富與健康的雙重驚喜。

應用2》 北醫整合個人健康資訊

2107年台北醫學大學附設



杜拜計劃在2020年之前轉型為區塊鏈政府，屆時政府運作都將奠基於區塊鏈技術上。

醫院與數金科技（DTCO）合作，推出健康醫療區塊鏈作業系統（pHRoS），實現以病人為中心的健康醫療照護。

如今，民眾只要提出申請，北醫就會在pHRoS上開立「區塊鏈資料錢包」個人健康資料帳戶，將健康檢查報告、就診紀錄、日常生理測量數據一一輸入帳戶。再搭配區塊鏈「智慧健康隨行卡」，日後只要掃描卡片就可登入健康帳戶，輕鬆掌握病歷及健康紀錄。未來若有跨院就診、保險理賠等需求，還能授權給其他單位使用，為病患省去繁複的病歷申請過程。

應用3》 Bext360讓咖啡小農獲得合理利潤

美國科技新創公司Bext360則結合區塊鏈、AI、手機App等技術，希望打造公開且透明的全球咖啡供應鏈，讓咖啡小農獲得合理的利潤。

Bext360首先開發出一台咖啡豆自動感應機，可即時判斷咖啡豆品質並進行分級與秤重，蒐集到的數據將直接揭露給咖啡豆買家，買家出價後再透過區塊鏈技術記錄時間、金額等交易訊息，



美國科技新創公司透過區塊鏈技術，打造公開透明的全球咖啡供應鏈，讓咖啡小農獲得合理的利潤。

確保交易的準確與效率。所有參與交易的貿易商、農民和合作社，都能在區塊鏈平台上查看相關資料。

應用4》 中信銀加速國際貿易流程

過去國際貿易的海運、融資作業，都依賴紙本單據的傳遞與核實，不但耗費的人力與時間成本極高，也必須承擔紙本文件遺失、偽造的風險。中國信託銀行看到這個貿易業痛點，便以區塊鏈技術與陽明海運合作，利用區塊鏈不可竄改否認、以共識機制達成同步帳本等特性，由中信銀行提供進、出口商貿易融資服務，陽明海運則提供海運服務。

這項技術不僅節省貿易商

至少2天的作業等待時間，銀行更可追蹤貿易進程，提升貿易融資產品的風險控管，航運商也能杜絕貨物被冒領的可能性，並讓客戶更早取貨。奇美實業已藉由這項服務，完成由台灣出口至東南亞的交易，為台灣區塊鏈應用再寫上一筆。

區塊鏈不是一種威脅，擁抱它的企業將獲得龐大機會。一如唐·泰普史考特在《區塊鏈革命》一書中所說：「區塊鏈是開放、可編程的技術，它具有改變日常生活應用與能力的潛力……；補充與強化現有的事業模式、增進保障與安全性。」由此可見，台商應盡快掌握區塊鏈技術，在解決營運痛點之餘提供創新服務。■

GOLFER'S BEST SHOP!

場上打好球

線上買好物

No.1 的《高爾夫雜誌》，再次引領運動媒體新創舉！

首度整合 Offline 和 Online，推出「好康歡樂購」線上購物服務。

每月由《高爾夫雜誌》嚴選適合高爾夫球友的優質產品，
而且只要掃描產品 QR Code，或連上高爾夫雜誌官網的購物頻道，
即能立馬以優惠的價格線上購買。

讓讀者在閱讀高球新知之餘，也能享受便捷的購物樂趣。

Let's Read & Buy!





隨著科技大廠紛紛推出全方位雲平台服務，雲端網路已成為人類生活與商業運作不可或缺的基礎條件。

雲端運算 × 邊緣運算大合體

雲端運算驅動物聯網 智慧應用再進化

雲端運算已經成為人們生活的基本元素，而隨著「邊緣運算」技術逐漸成熟到位，能夠為使用者即時分析資料。是以，融合雲端與邊緣運算的智慧應用可望遍地開花，為人類帶來嶄新的智慧生活。

◎撰文／劉麗惠 圖片提供／美聯社、路透社

事實上，人工智慧或區塊鏈有絕大程度的應用都根植於雲端運算（Cloud Computing）公有雲平台上，因此，企業要導入AI或區塊鏈，就必須先對「雲端運算」有深入了解。另一方面，隨著「邊緣運算」（Edge Computing）技術成熟，「雲端運算」與「邊緣運算」相互搭配，讓AI、物聯網（IoT）的應用可以運作得更加淋漓盡致。因此，「邊緣運算」扮演企業智慧化發展的要角，也是企業數位轉型不容忽視的重點。

邊緣運算的重要性，來自於在物聯網中，傳統雲端與裝置端間得以多一層運算層，藉此直接針對多裝置、龐大訊息做出擷取、過濾與處理，再對裝置端做出回饋與反應。此舉可省去讓所有資料都上傳至雲端之時間，得以更有效率。

雲端運算 企業創新轉型的根基

自2006年發展雲端運算以來，包括亞馬遜、微軟、Google、IBM、阿里巴巴等國際企業紛紛打造公有雲平台，提供企業從儲存、運算到各種

IT資源的全方位雲平台服務，讓民眾與企業可以像使用水、電一般租用雲端網路，雲端因此成為日常生活與商業運作不可或缺的基礎條件。

例如，微軟致力於將其Azure雲平台，打造成為「世界的電腦」。微軟（亞洲）物聯網工程院首席工程總監徐鵬陽指出，目前Azure雲平台覆蓋全球50多個區域，獲得超過70項安全合法認證，以及超過100萬名開發者正在使用Azure機器學習、Azure串流分析等服務及解決方案，徹底實踐智慧物聯網的布局。

至於亞馬遜的AWS雲平台也是利用網際網路，按用量付費定價，依據用戶需求提供運算能力、資料庫儲存、應用程式及各種IT資源。目前AWS雲平台已經成為全球金融、汽車、醫療保健與生命科技、數位媒體等產業進行數位轉型，以及新創公司開發智慧服務的重要工具之一。

隨著雲端運算成為企業創新研發的基本工具。百工百業無不藉由雲端創新服務，台灣亦然。例如，全方位數位設計與整合服務公司福客斯創意，

研發出的智慧溫濕度監測系統「TEMPHAWK」與「智能鎖頭」（OTO HUNTER），可解決溫度監測及定位問題；又或者，天來智慧健康的「H-Box 行動式健康小站」，可透過量測醫材收集如血壓、體脂、心率和血氧等數據，提供輔助性病理資訊，落實預防醫學。

雲端與邊緣運算融合 創造火花

雲端運算在10年的發展過程中，型態不斷轉變。2014年，世界迎向物聯網浪潮，以雲端為基礎衍生出各式各樣的IoT應用。例如，愛克智慧科技運用不鏽鋼纖維開發出的「Smart Clothes智慧衣」，搭配傳感器與紡織電極，能蒐集並監測人體各部位動作所產生的數據，可廣泛運用在運動、健檢及醫療等領域；或者，棋苓公司聚焦穿戴科技，讓智慧手環串聯區域定位系統，可應用在礦業採集、核電廠等需要監控人員位置與安全的場域，還可運用於互動學習和數位助教市場。

而隨著IoT應用如雨後春筍般冒出，光是雲端運算已



穿戴科技即為雲端衍生出的物聯網應用，以智慧手環串聯區域定位系統，可運用在礦業採集、核電廠等需要監控人員位置與安全的場域。

經無法滿足IoT所帶來的龐大數據分析需求。因為，現在的企业導入IoT應用之後，現場連結的智慧化設備愈來愈多，每個設備使用的感測器也持續增加，蒐集到的資料量不斷擴大。如果要把所有數據都上傳雲端進行分析運算，再回傳到使用者端，已經無法滿足「即

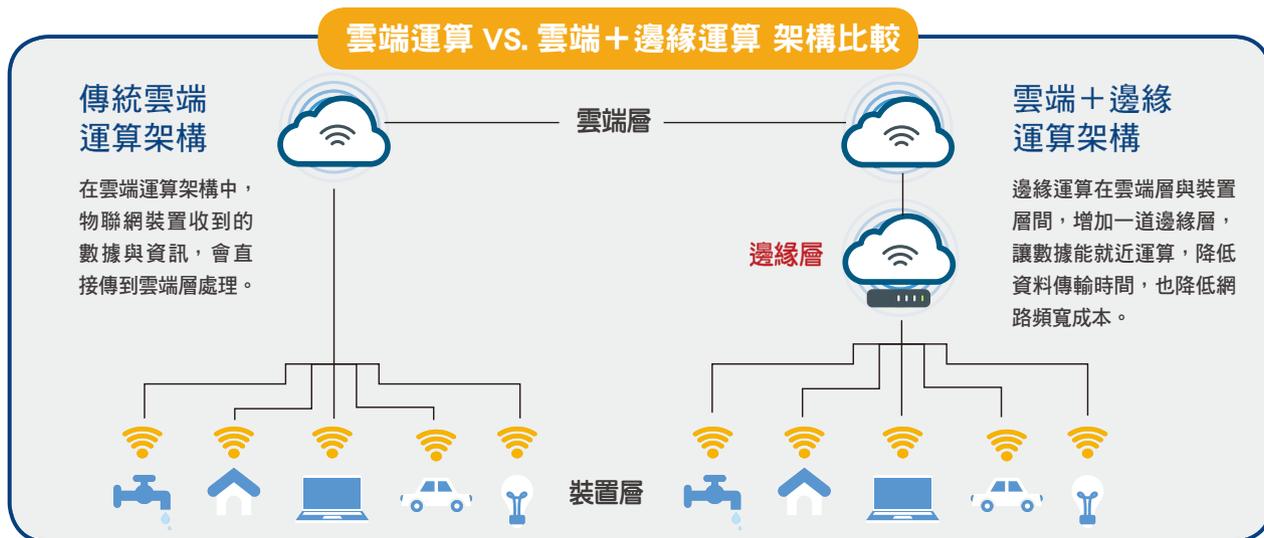
時分析、即時回應」的需求。

因此，「邊緣運算」在傳統雲端與設備之間新增一道運算層，不用等待資料上傳到雲端，在靠近設備的區域網路內就近運算，如此就能減少資料往返雲端的等待時間，並降低網路頻寬成本。

未來，搭配雲端運算與邊

緣運算發展智慧應用，將成為企業數位化轉型的必要手段。拓璞產業研究院分析師劉耕睿指出，邊緣運算提供廠商將AI、機器學習等技術部署於使用者端，然後再透過深度結合「雲端運算」，實現自動化、自主訓練、自主優化的各種智慧應用。可以預見，在邊緣與雲端運算的整合下，未來垂直產業的升級轉型將更為快速。

有鑑於邊緣運算成為企業智慧化發展的關鍵技術，晶片處理器科技大廠英特爾（Intel）、安謀（ARM）與恩智浦（NXP）等也都推出邊緣運算相關晶片系統解決方案。深入工業、零售業、農業、養殖、醫療等垂直產業的邊緣運算應用。另外，雲端平台大廠



亞馬遜、微軟也積極發展邊緣運算技術。

其中，亞馬遜的Greengrass軟體能將AWS雲端服務擴展到使用者端；微軟的Azure IoT Edge平台也以雲端為基礎，融合邊緣運算實現更多IoT創新應用。微軟全球副總裁詹森·桑德（Jason Zander）指出，未來4年將以Azure平台為基礎，在IoT與邊緣運算領域投入50億美元，進行IoT應用的研究、開發、推廣與扶植，讓智慧物聯應用從工廠、建築到社區，遍布整個城市。

促使物聯網應用更加聰明

藉由雲端運算與邊緣運算互相搭配，讓過去幾年顯得雷聲大雨點小的IoT應用，將有機會更快投入產業或公共建設應用。例如，採用邊緣運算架構，台北市政府在松山區健康路上部署智慧IoT路燈共桿，整合號誌、路燈、監視器及LoRa基站台，讓蒐集到的溫濕度、空氣品質等資訊，可以先在近端運算之後再上傳到雲端。未來此一IoT智慧路燈將覆蓋到全台北市22萬盞路燈上，如再搭配AI，將可以更

智慧且即時地運用這些數據，實現智慧城市的生活願景。例如，智慧路燈透過邊緣運算在裝置端進行即時分析資訊，如此可即時精準判斷各區域的下雨機率，民眾就能透過手機查看天氣資訊。

另外，恩智浦（NXP）指出，嵌入式AI正迅速成為邊緣處理的基本技術能力，使「智慧」設備能夠「意識到」周圍環境，並在很少或根本沒有人為干預的情況下，根據接收到的資訊做出決定。以智慧製造為例，根據振動、聲音模式的異常檢測，只要透過邊緣運算，工廠就能預測哪些機台即將故障，進而減少設備停機時間，實現工業4.0變革。

總體而言，當創新工場創辦人李開復喻為人工智慧七大黑洞的Google、Facebook、亞馬遜、微軟、百度、阿里巴巴、騰訊等雲端平台商，正透過融合AI、IoT技術，打造以雲端為基礎的AIoT生態系統。此股力量勢必在未來以更驚人的爆發力改變世界，企業必須掌握全球產業新生態系的形成趨勢，戮力融入生態系中，才能維持競爭優勢。■

中國輸出入銀行

◎您想拓展新興市場並獲取短、中長期出口貸款嗎？

◎您擔心因國外開狀銀行發生問題，而收不回出口貨款嗎？

效率、專業、誠信

O/A、D/A、D/P、L/C 輸出保險

- ◆ 單一窗口融通資金
- ◆ 代辦買主徵信服務
- ◆ 同時承保政治危險與信用風險



新南向國家 優惠措施進行中

詳情請洽

中國輸出入銀行

服務專線：

總行 (02) 2394-8145 (02) 2393-4401

新竹 (03) 658-8903

台中 (04) 2322-5756

台南 (06) 593-8999

高雄 (07) 224-1921

<http://www.eximbank.com.tw>



藉由數據蒐集，企業更能即時掌握營運狀況與市場反應，快速調整發展策略。

三大領域的數據應用解析

數據重構商業 流量改寫未來

2年前「數據」成為顯學，如今Google、Facebook與阿里巴巴等七大雲端平台商，皆因挾數據而得天下，更證明數據是企業經營不可忽視的重點。在這個資訊時代裡，如何從海量數據中爬梳出市場與消費者樣貌，靈活調整策略、訂定發展方向，是當代企業必須面對的課題。

◎撰文／劉麗惠 圖片提供／法新社、Shutterstock

你應該曾發現以下情況：
只要在Google用關鍵字
尋找資料，例如輸入歐洲旅
遊，再轉到Facebook網站，
Facebook就會出現歐洲住宿、
機票等相關廣告內容。這是因
為Google、Facebook、Line、
阿里巴巴等平台商，正透過使
用者的網路行為數據，提供精
準行銷服務，讓企業可以有效
投入行銷資源。

透過掌握數據分析提供
更符合企業需求的廣告服務，
讓雲端平台商不斷奪走產業的
廣告行銷預算。根據Forrester
Research的報告顯示，2018年
企業預計將行銷預算的41%，
分配到線上行銷（Online），
證實「數據為王」確實是近年
來最熱門的顯學之一。

「數據重構商業，流量
改寫未來，未來毫無疑問是數
據的時代。」中原大學管理學
系教授呂鴻德指出，企業必須
設法透過數據開創新局。例如
阿里巴巴成立才短短19年，就
成為影響力極大的全球科技巨
擘，關鍵就在於阿里巴巴抓住
數據趨勢，將核心電商業務得
到的數據，做出最有效的分析
與管理，為如今全方位的科技



眾多服務商透過網路行為數據，提供精準行銷服務，讓企業可以有效投入廣告資源。

發展打下良好基礎。

善用政府資源 找到應用數據的方法

尤其隨著AI、區塊鏈等技
術的融入，數據可應用的範圍
將更為廣泛，進一步讓延燒多
年的數據顯學，持續受到產業
界高度的矚目。除了雲端平台
大廠的服務，包括政府與新創
的數據平台與解決方案紛出，
台商應該積極善用之，即可用
最小的資源投入，找到最佳運
用數據的方法。以下即為三大
產業對於數據的創新應用。

零售業》 邁向無人店、智慧飯店新未來

2018年4月，國內法人
機構資策會與是方電訊共同推
出「資料創新平台Data+」，

提供企業資料創新技術與創新
應用輔導，協助產業朝智能化
轉型。只要業者提供公司營運
數據，再經由平台的大數據分
析，就能獲得具商業價值的解
決方案。目前神腦國際、阿瘦
皮鞋以「無人店」經營為目
標，利用此平台開發智慧門
市；北市餐旅技術協會、北市
旅館商業公會、金隆科技也
以此打造智慧飯店應用。

出口貿易商》 集中火力 瞄準潛力市場

零售商之外，貿易商也可
透過數據分析，達到有效布局
海外市場的效益。此前，外貿
協會為協助廠商運用大數據找
市場、推產品，打造「全球貿
易大數據」平台（iTrade），
目前已經成功協助許多貿易商

集中資源與火力，聚焦潛力市場。例如，台灣蘭花產銷發展協會藉由iTrade平台，即時掌握蘭花產品的出口動態及對全球各市場的出口表現，發現越南是台灣蘭花產品出口新興國家中的第一名，近3年的出口複合成長率為30.63%，且台灣蘭花在越南進口市場排名第2，證明越南為台灣蘭花產品的潛力市場。以此數據為依據，台灣蘭花產銷發展協會有效整合行銷資源，協助台灣蘭花廠商加強越南國際拓銷，搶攻商機。

另外，鼎坤塑膠機械產品行銷到全球80個國家，必須更有效整合資源，瞄準更有機會的目標市場，因此也藉由

iTrade平台的「產業出口情勢觀測」功能，迅速掌握公司產品出口情勢；進而運用「潛力市場篩選」功能，選取高進口需求、整體進口正成長、自台進口等篩選條件，鎖定沙烏地阿拉伯為高度具備發展潛力的市場。之後透過Google Analytics (GA) 分析買主資訊，蒐集目標市場買主及競爭者資訊，擴大市場商機。

紡織製造業》 統整數據 靈活回應市場需求

目前，紡織製造業也積極運用數據進行智慧轉型。例如，國內成衣龍頭儒鴻企業過去因為客戶訂單格式不定，須仰賴專員人工判讀、手動輸入再加以彙整，耗時費力。如

今透過導入資策會的AI智慧分析解決方案，短時間內即可建置完備訂單查詢系統，再運用資策會的語意探勘技術自動判別、剖析文字，然後彙整至訂單系統之中，包含訂單項目、顏色、尺寸等，大幅改善、縮短作業時程。未來，儒鴻企業也將透過AI智慧分析，加速生產效率，並且達到快速回應市場需求的運作模式，以AI+數據保持該公司在國際市場的領先優勢。

儒鴻企業洪鎮海董事長指出，現在歐美各國製造業大廠透過智慧化及大數據化的轉型，創造出更多的服務價值並且保持國際競爭優勢，台灣製造業若是要繼續保持競爭力，也必須利用數據與分析工具進行智慧轉型。

誠然，掌握數據才能贏得商機的道理，人人都懂。過去在數據分析平台與解決方案不多的情況下，許多企業往往只能眼睛盯著龐大數據與流量，但是卻不知道從何著手。如今，解決方案紛出，企業應該積極找到符合自己需求的服務，從巨量資訊中淘金，挖掘商業模式與市場商機。■



藉由大數據平台，業者發現台灣蘭花最佳海外市場為越南，讓資源得以集中投入，達到事半功倍的外銷成效。

【看數字 作分析 訂決策】 107/9/13 週四 09:30~16:30

年度計劃編製與預算控管

「年度計劃」和「預算編列」是用來配置公司的財力、物力及人力等各項資源，以實現企業年度計劃和營業目標的動態流程。企業可透過預算執行控制開支，並預測企業的現金與利潤流量來監督策略目標的達成情況。本課程協助學員快速掌握預算準備技巧與編製要領，經由良好的規劃，協助進行預算工作，落實年度目標與績效，發揮預算管理，讓企業不再為了編制預算而預算！

侯秉忠 主講



2018年國貿學苑近期課程一覽

107/09/12 週三 09:30~16:30

【Top Sales業務主動出擊】
從0到1 新客戶及新商機開拓

107/09/13 週四 09:30~16:30

大陸台商應認識的稅務與外匯實務

107/09/19 週三 13:30~16:30

企業軟實力—公關宣傳與媒體運作

107/09/21 週五 09:30~16:30

最新工作規則擬定與報備實務班

107/09/25~107/12/25 週二 19:00~22:00

【用西語~交流溝通零阻礙】
商用貿易西班牙文班

107/10/03 週三 09:30~16:30

國際行銷開發海外通路工具應用

107/10/19 週三 09:30~16:30

發展顧客關係~讓顧客say Yes之定價策略

107/10/26 週五 09:30~16:30

【網站診療師 SEO深層診斷】
搜尋引擎優化(SEO)策略規劃與實務操作

107/11/15 週四 09:30~16:30

指尖下的大數據~
善用Google Analytics (GA) 網站分析

107/11/30 週五 09:30~16:30

【看數字 作分析 訂決策】
非財務人員必學之財務報表閱讀與分析

歡迎加入
國貿學苑粉絲團



進入官網報名



即日起開放網路、傳真或電話報名，額滿為止。

- 網路報名：www.itbs.org.tw
(掃描條碼可直接進到官網)
- 聯絡電話：02-2581-3521分機418 郭先生



國貿學苑

INTERNATIONAL TRADE BUSINESS SCHOOL

您進修的首選！



單打獨鬥時代終結 跨界合作共謀未來

產業無疆界 生態系競爭成必然

當數位科技融入人類生活與商業運作中，產業界線逐漸被打破。串聯上下游與跨領域整合打造生態系統，或是融入各生態系中創新智慧應用，成為企業必備的經營思維。

◎撰文／劉麗惠 圖片提供／法新社、美聯社

人工智慧、區塊鏈、雲端運算技術、數據分析要成為企業數位化轉型的驅動力，不僅有賴產業鏈上下游的整合，更需要跨領域結合使用者端的知識以及創意。由此可見，在前瞻數位科技持續演進的同時，打造串聯上下游與跨領域整合的生態系統（Eco-System），已然成為未來企業贏占市場的重大關鍵。

一如台灣科技大學資訊管理系專任特聘教授盧希鵬在《C2B逆商業時代》一書中提到，在C2B時代中沒有超級大單，只有芝麻小單；未來數以萬計的新創與微型客戶將取代以億元或百億元營收的大客戶。而這些微型客戶需要的是可以快速整合、有效回應消費者需求的游擊隊，因此產業群聚與分工的概念，也將演變成一種網狀且可自由組合的生態系統。

全球科技巨擘 競相打造生態系統

過去幾年，七大雲端平台商Google、Facebook、亞馬遜、微軟、百度、阿里巴巴、騰訊，都藉由建立雲端生態系

統，以確立企業於產業界的領導地位，可見生態系成為贏得商機的關鍵，已經成為不爭的事實。

近年來因物聯網（IoT）、AI與區塊鏈等技術到位，雲端平台的生態系進一步從雲生態系統走向AIoT生態系統。除了雲端平台商積極打造AIoT生態系，半導體大廠恩智浦（NXP）、英特爾（Intel）、安謀（ARM）等也積極建構自身在未來科技時代的AIoT生態系統，整合多方資源與力量，創新更多智慧應用與商業模式。

綜觀國際大廠的生態系，亞馬遜無疑是近年來最大的生態系贏家。亞馬遜繼以AWS雲端生態系建構凌駕Google、微軟的競爭優勢，此前又以AWS IoT Core平台打造其堅強的IoT生態體系。2018年以來，亞馬遜更攜手智慧裝置硬體製造商，擴大智慧語音助理Alexa應用，打造完整Alexa生態系統，領先Google Assistant和Apple的Siri，鞏固其在智慧家庭生活的領導地位。

另外，中國大陸雲端平台的發展也不容忽視，阿里巴巴集團旗下的雲端運算平台阿

里雲，近年來不斷在世界各地建構生態系以整合資源。今年7月阿里雲於巴黎舉辦的2018年EMEA生態峰會（Ecosystem Summit EMEA 2018）上宣布，推出EMEA（Europe, Middle East & Africa，歐洲、中東及非洲）生態夥伴計畫，加強阿里雲於EMEA地區的客戶及夥伴合作關係。包括英特爾、埃森哲（Accenture）、亞創（Altran）、秘珀（Micropole）等全球知名科技公司，都是EMEA生態夥伴計畫的首期參與者之一。

「EMEA生態夥伴計畫主要集中於四大範疇，包括支持垂直產業的數位化轉型、人才發展、先進科技創新，以及提升企業市場領導力。」阿里雲國際業務副總經理王業明表示，阿里雲希望可為EMEA地區帶來強大且兼具延展性的雲端服務，同時創建一個網絡完善的生態體系，促進該地區雲服務行業的技術發展。

阿里巴巴之外，近年來百度積極融合AI、大數據、雲端三大領域資源，建構競爭優勢，並致力於打造智慧物聯網平台和生態圈，以期維持贏者

的格局。百度指出，未來在ABC+IoT新時代下，將持續開放百度雲平台，攜手合作夥伴共建生態圈，實現百度雲、合作夥伴與用戶的多贏格局。

AIoT邊緣生態系 聚焦半導體廠商

再看半導體廠商的生態系統建置。恩智浦為了滿足客戶需求，已創建一個AI邊緣運算的合作夥伴生態系統「EdgeScale」，串聯客戶與技術供應商，透過經過驗證的機器學習工具、推理引擎、解決方案和設計服務，加快產品研發、生產和上市時間。此一生態系統也積極與雲端平台商如阿里巴巴、京東、百度等合

作，共謀AIoT商機。

例如，作為EdgeScale生態系統計畫的一部分，恩智浦與阿里巴巴在EdgeScale平台上創新具高附加價值的IoT應用，包括智慧預測分析、智慧汽車、預測性維護、智慧建築等。另外，恩智浦也與百度雲簽署戰略合作協議，雙方將圍繞IoT應用展開全方位合作，共同攜手協助開發商和生態合作夥伴，構建安全智慧IoT應用，以創新賦予產業變革。

生態系競爭下的 台灣產業定位

迎合建構生態系統之必要，國內業者雖然無法如科技

巨擘般，從基礎設施的技術層次建構涵蓋面甚廣的生態系統，但具備相關規模的業者，如研華科技正投入應用面打造生態系，規模較小者則積極追求融入國際科技大廠生態系統中，掌握部分商機。

研華 攜手夥伴 共創工業IoT生態系

今年6月，研華科技宣布將與國內外各產業「共創」，推出物聯網行業解決方案（Solution Ready Package，SRP），並預計於今年內推出30套SRP上市。研華科技技術長楊瑞祥指出，工業物聯網解決方案必須整合來自不同領域的專業技術與多樣知識，因此「共創」將是非常有效且可創造互利多贏的模式。是以，研華設計打造出WISE-PaaS工業雲平台，攜手共創夥伴以WISE-PaaS為基礎，以合作模式快速建置、部署各種工業物聯網行業解決方案，相信融合創新工業雲服務商業模式，能夠正式掀起產業數位革命的第三波轉型之旅。

目前，研華已邀請9家在智慧化領域的專業公司，包括車隊管理解決方案商「奇雲



亞馬遜不斷更新智慧語音助理的應用功能，鞏固其在智慧家庭生活的領導地位。

國際」、智慧醫療方案與系統整合商「富研智醫」、日本工業4.0智慧工廠「Nippon RAD」、義大利設備聯網解決方案商「Aiieantia Srl」、CNC設備遠程運維服務公司「永進機械」、智慧停車解決方案商「壹傳科技」、電動車充電管理解決方案「岳鼎公司」、智慧醫院與人員定位方案商「恆準定位」等，共同發表已協議定案的共創SRP。

研華科技強調，工業物聯網應用即將普及落實到各個產業，但其成功關鍵在於平台技術供應商以及各產業專家的充分合作、整合，形成可標準化複製的軟、硬體系統組合的產品「SRP」。未來，這些SRP可經由系統整合商安裝到用戶現場，成為完整場域解決方案，形成工業物聯網的產業生態系統。

北祥資訊 融入IBM應用 為生態系找出路

自建生態系的同時，國內企業也正在尋求融入科技巨擘的生態體系中，從而尋找商機。例如，考量產業客戶需求無法只以單一技術來滿足，國內資訊軟體服務商北祥資

訊攜手IBM，結合「賦能、多元、生態系」(Enablement、Enrichment、Eco-System)的3E要件，在台灣成立首座的「IBM Cloud Private 3E中心」。

未來北祥資訊的3E中心將以建立合作生態圈為首要目標，利用IBM企業微服務平台(IBM Cloud Private)作為基礎骨幹，聚焦產業應用服務，進行新應用的開發、驗證及人才培育。進一步幫助台灣企業以科技力加速轉型升級腳步，以面對複雜的競爭態勢與迫切的創新需求。

「未來，3E中心將運用領先時代的技術支援商業挑戰，每一季都會新增應用範例，輔導經銷商通過驗證，並且加速客戶專案落地。」北祥資訊董事長李良柏表示，企業面臨的挑戰日趨複雜，不僅要贏過競爭對手，經營模式也必須跟上時代，才不會被淘汰。對此3E中心將以現成環境，讓軟體開發商及系統整合商得以進行服務實作開發及應用；相對而言，企業也可隨時利用這個平台試用驗證。如此一來，不但能推動生態體系加速採用新科技，也有助於帶動產業應用升



半導體大廠恩智浦與百度雲共同簽署戰略合作協議，攜手構建安全智慧物聯網應用。

級，對台灣企業而言，創新科技的實現將不再遙不可及。

阿拉伯有句經典諺語：「獨行快，眾行遠」，便正好呼應ABCDE時代之下，企業運作必須走向生態系共行的經營思維。未來，台灣政府應持續努力在各領域打造國家隊，協助各個產業建構生態系。而台商規模大者應尋求建立自有生態系統的可能性，規模小者則應思考以既有優勢融入大廠生態系中，從中找到小公司的大商機。■



擁抱自然山林的獨特體驗
盡享與自然合而為一的唯一時刻

「久在樊籠裏，復得返自然」勾勒出多數朝九晚五的都市人心之所向，雖身在車如流水馬如龍的繁華城市，卻一心渴望擁抱自然山林的想望。在距離台北都心不到一小時車程的新竹，就有一座離塵不離城的最美山中莊園，適合三五親友一同驅車前來恣意地展開一段優游自在的歇心之旅。



自然而然的的生活之美

沿著蜿蜒山路轉進小徑，車行至底，眼見一豁然開朗如桃花源般的山中庭園，這裡是華人世界最大山中園林「TheOne南園人文客棧」。一九八五年落成的南園，融合傳統江南庭園的格局、閩式建築的精巧特色以及洋樓拱廊之風格，三面環山地擁有著27公頃無邊的舒暢綠意，當中也蘊含了許多生生不息的自然生命。

迎著山嵐晨光拾階輕踏在園中，隨時可見各式禽鳥、昆蟲與彩蝶飛舞，同時還可聽到各種鳥啼、蟬鳴與青蛙合奏；而每當園區進行鋤草時，上百隻白鷺鷥成群駐足在後大快朵頤，好不壯觀的自然生態之景！夕陽西斜時分，與好友在湖畔邊，以綠意伴食在

地小點，大大滿足身心；暮色降臨後，又可抬頭仰望數不盡的滿天星斗，讓人看見了最原始的大自然之美。

而在南園的悠悠山谷中，花草樹木隨季景換，四時點綴著園林的雅致，如春風吹起的桃花、木棉花；夏季時綻放亮眼色彩的阿伯勒和火焰木；入秋時處處飄散的濃郁桂花香；以及寒冬的山茶花、梅花與櫻花。TheOne邀請旅人們遠離塵囂、放空心境，不論雨後或霧起時、從初陽至日暮下，以五感六覺優遊在南園裡，細細體驗大自然帶來的不同美景與驚喜，這才發現人與自然相生相依的生活，原來俯拾可得。



人文與自然的大地連結

有感於TheOne的用心耕耘，一位來自日本的建築大師在南園歷經兩年踏勘、體驗、設計與結構測試，集結台灣與日本文創團隊，推出在台灣的第一個大地藝術創作「風檐」。這位就是受國際肯定的「弱建築」建築大師隈研吾，他說「我只以當下踩的那塊土地給我的感受來進行創作，根據當地的地理環境、空氣流動、人文氛圍自然地抓出建築的模樣。」風檐以七百三十八根檜木樁接的方式，連結了三十多年前漢寶德教授所設計的南園檜木建築群；順著新竹特有的九降風、南園的地勢與九重山巒之景，風檐巧妙連結了在地的風土文化。

第一次到訪南園時，隈研吾深刻感受到人與人之間的體貼和溫柔感，相信那是一種發自深處的文化底蘊，也希

望自己的作品能充分表達出所感受到得一切。於是，TheOne團隊從人與人、人與自然、人與大地的連結出發，提出以「節氣」這自古以來最從容不迫的規律為概念，透過設計、人文、藝術與創意，以當代時尚的角度來做詮釋，形塑出饒富儀式感、以四季時序為題的「風檐下的約會」。

從旅行延伸美好的生活想望

TheOne以東方人文為底蘊，一路以來分享著「從一而行，隨心所旅」的生活態度，具體傳遞對於美好生活的想望，廣受到四方來客的支持與認同。這些年來舉凡有同學聚會、企業家庭活動、家族團聚旅遊，甚至美好的莊園婚禮等，大家在南園裡、風檐下創造出了無數場生命中值得紀念的「唯一時刻」，累積了無數張旅人們一同歡聚、歡笑的真摯笑靨。

今年秋天這颯颯金風送爽的節氣，TheOne團隊在無邊的綠意與皎潔月光下準備和旅人們來一場盛大的約會。在斜陽餘暉渲染了最美莊園時，和三五親友們遊賞於漢寶德教授的仙台樓閣，體會亭廊間一時歇心的園林探秘；親炙風檐，享用TheOne廚藝團隊精心料理的節氣餐點與飲品，讓徐徐的晚風輕拂上您我愉悅的臉龐；日落西山後與迷人的阿卡貝拉純人聲樂團來一場天地間的和鳴，體會另一種千里共嬋娟的人文風景。

TheOne相信小隱山林的南園，不僅是一座離塵隱域的歇心之境，更是人們渴望擁抱自然山林的定點式度假首選，體驗與自然合而為一的美好假期。



四大重點 掌握劃時代修法精髓

新〈公司法〉 深探 企業經營邁入新階段

因應新型態經濟發展模式的崛起，攸關全國70萬大小公司組織運作的「公司法修正案」正式三讀通過。劃時代的新〈公司法〉展開，對台灣企業帶來不小影響，台灣企業須審慎瞭解與探索，才能遵循新法以符合規範，並依新法進行公司管理制度的調整。

◎撰文／劉麗惠 圖片提供／中央社、Shutterstock

四大重點 全面掌握〈公司法〉修改重點



重點 1
友善
新創環境

- 公司得發無面額股。
- 新增多種特別股類型。
- 每季或每半年分紅。



重點 2
企業
經營彈性

- 非公發公司董事席次不受三席限制。
- 刪除發起人持股一年限制。
- 獎酬擴及子母公司員工。



重點 3
強化
公司
治理

- 董事長不召開董事會，過半董事得自行召開。
- 確保召集權人得取得股東名簿，明定公司或股代不得拒絕提供。
- 董事之配偶、二親等內血親或有母子關係之公司，與公司交易時，董事也要揭露說明。
- 降低少數股東提起訴訟之門檻，並明定裁判費超過60萬元部分暫免徵收。



重點 4
與國際
接軌

- 廢除外國公司認許制度。
- 新增公司外文名稱登記，以利企業進行跨國業務，提升國際識別度。

資料來源：經濟部商業司、經濟部秘書室 2018年8月





〈公司法〉修法於今年7月三讀通過，新法將讓企業運作更為彈性化、國際化以及電子化。

立法院長蘇嘉全今年7月6日三鎚敲下，讓吵得沸沸揚揚的〈公司法〉修改案正式塵埃落定。這是我國第25次修改〈公司法〉，其中修法幅度涉及148條條文修訂，是2001年後最大幅度的修法。對此，經濟部商業司司長李錕表示，本次〈公司法〉修法有三大主軸：包括彈性化、國際化以及電子化，修法涵蓋範圍大且影響深遠，除可建立更健全的公司體制外，也為創新創業帶來更彈性的成長空間。

勤業眾信聯合會計師事務所稅務部營運長林宜信表示，因應新型態經濟發展與產業轉型的挑戰，本次〈公司法〉修

法幅度甚大，修改後的內容也建構出不同以往的新制度。除了強化公司治理外，也賦予新創企業更大經營彈性與募資空間，對於員工獎酬機制建立與擬定股利發放政策等程序，都有大幅度的修正。

綜觀整個〈公司法〉修改內容條文，再輔以各大會計師事務所的會計師與法律專家，以及經營管理學系的學界專家看法，此次修法大致上可歸納出四大重點。

重點1》新增社會企業責任 企業經營邁向資本主義3.0

詳細閱讀修改條文，這次修法史無前例的修改〈公司法〉

第一條，在總則中新增企業社會責任宣誓。「增加社會企業責任，是這次〈公司法〉修改最重要的一個條文。」素有台灣管理學教父稱號的逢甲大學人言講座教授許士軍指出，過去公司始終是以營利為目的成立的法人，如今〈公司法〉修正後，除了營利之外，公司亦應採行增進公共利益的行為，達到善盡社會責任的目的。

「〈公司法〉新增社會企業責任，藉此讓企業導入善盡社會責任的理念，顯示資本主義已經從1.0走到3.0的階段。」許士軍進一步指出，資本主義1.0的企業營運，凡事以追求營利為目的，隨著社會觀念改變，企業經營必須顧及所有利害關係人的利益，包括重視員工、尊重顧客與供應鏈合作夥伴等，在這一個資本主義2.0的階段，公司開始成立婦女、環保、勞工等各種獨立董事。

資本主義2.0看起來比1.0進步，但每一個獨立董事在追求自己目標時，彼此間會形成衝突，對公司治理造成障礙，於是讓政府與社會意識到，必須尋求更好的解決方法。而這



1



2

1. 本次修法對於公司股票發行等企業經營之細節，給予更大彈性，以提升經營效率。
2. 本次〈公司法〉修法納入社會責任相關規定，促進企業尋求社會永續，從而加入資本主義3.0的行列。

次〈公司法〉的修訂直接把社會責任列入，代表企業不再只是追求個別利益，更進一步朝社會公益、永續經營的目標邁進，使企業營運進入到資本主義3.0的時代。

「資本主義3.0的思維不再以財務指標來衡量公司的一切，CSR成為非常重要的環節。」許士軍強調，事實上過去很多企業都已經開始重視CSR，並且撰寫CSR報告書，期能藉由推動CSR解決各獨立董事間的利益衝突。如今政府進一步正式將CSR落法，顯示企業CSR不能只是玩假的，必須要真的落實執行。不

過，許士軍也提醒，政府的手伸進公司治理要做到什麼程度，必須謹慎衡量，以免讓資本主義3.0過度偏左。

統一集團前總裁林蒼生則呼應許士軍的資本主義3.0論述表示，期望企業治理可以進一步邁向資本主義4.0，即在顧慮CSR的同時，讓領導者以至每個員工都回到自己的身心靈，用端正的內心為企業付出、為社會貢獻。林蒼生認為，一旦每個人都能打從心裡擁有付出貢獻的使命，企業就再也不需要獨立董事，政府也不需要特別將CSR入法，所有法人企業亦會

善盡社會責任。

重點2》強化公司治理 企業經營更具彈性

此次修法內容除了強調CSR，其他條文的修改則皆與實際營運層面相關，當中最受認可的修法內容是：很大程度有助於強化公司治理及企業經營擁有更大彈性。

資誠聯合會計師事務所稅務法律服務會計師黃文利表示，本次修法對於公司在投資限額、董事會設置、股票發行，以及股東會召開等，都給予更大彈性。建議企業在新法

施行後，檢視自身經營狀況，在彈性經營及公司治理兩方面相互評估後，適當運用新修正的規定，提出新公司章程規劃，以爭取最佳的經營效率。

董事組織設立更精簡 增加靈活度

從董事會的設置條文修改來看，新法針對「董監組織」的調整，得以讓企業經營更具彈性。

勤業眾信聯合會計師事務所稅務部副總經理藍聰金分析，本次〈公司法〉對於董監組織有許多重要變革，包括精簡非公開發行公司的董監人數，就單一法人股東公司，最少得僅設董事一人、且可無監察人；而股東二人以上公司，最少也可僅設一董一監，符合我國眾多小型與家族企業的需求。

數位經濟提高效率 董事會更簡化

安侯建業聯合會計師事務所執業會計師何嘉容表示，新法修訂後，非公開發行公司得以章程訂定採視訊方式召開股東會，有助於增加公司營運效率及節省會議成本。國家發展委員會主委陳美伶也強調，股東會可以視訊會議進行，符合數位經濟趨勢及縮短全球化布

局的距離，有助企業營運更具彈性與效率。

重點3》

新創經營、募資更彈性

鑑於創新創業蔚為浪潮，為讓微型與新創企業有更好的發展環境，本次〈公司法〉修改也將此列為重點。「小公司終於不用再一律穿大衣服。」黃文利指出，修法後將更有利於微型及新創企業的發展營運。

允許新創以外文公司名稱登記

陳美伶指出，近年來國內新創或擬落地的國際新創事業，經常反應公司登記無法以外文名稱登記，因此本次〈公

司法〉修法後，除中文名稱外，也允許新創再以外文名稱登記，有利企業以外文名稱拓展國際市場，提升品牌國際能見度，和國際接軌。

資本形成更彈性 有利新創籌資

此外，原本只開放給閉鎖性公司適用的諸多規定，如無票面額股份的開放、特別股的多樣化等，如今都可以適用在一般股份有限公司，對於新創募資給予更大空間。

就新增「無票面金額股」制度來看。陳美伶說明，所謂「無票面金額股」就是股票上不載明金額，價格可於每次發行股份時自由決定，較可真實



以視訊會議召開股東會，可有效提升企業營運彈性與效率。

反應公司價值。如此可讓企業在訂定股票發行價格方面更有彈性，如新創事業可先用低價發行股票，有助吸引投資人，增加集資能量，充裕資金。

另外，新法規定非公開發行公司可以約定特別股，以符合國際潮流，如「一股可以抵多股的複數表決權股」、「對特定事項可以投反對票的黃金股」、「只投資不參與董監選舉的特別股」，或「保障當選董事席次參與經營的特別股」等。如此將讓新創創辦人或創辦團隊，得以維持一定的投票權，在提高公司經營彈性的前提下，吸引更多新創投資，同時避免新創業者為引進資金而

失去經營權，有助新創發展。

再者，新法取消發行公司債總額限制，並放寬發行種類，增加「可轉換公司債」及「附認股權公司債」，同樣有利於新創籌資。陳美伶強調，國外如美國矽谷早已有這類可轉換票據（Convertible note）的設計，可增加公司籌資彈性，不需要一剛開始就估價計算持股比例，使新創募資更容易。

重點4 放寬員工獎酬機制 有利留住人才

另外，為落實留才，新〈公司法〉允許非公開發行公司發行限制型股票。陳美伶指出，新法規定員工酬勞工具的

發放對象可擴及控制公司及從屬公司員工，即母（子）公司賺錢時可分派庫藏股、新股認股權證等給子（母）公司員工，有利於集團企業人力規劃與運用。

此外，現行〈公司法〉規定一年一次發放現金股利，修正後所有公司由董事會決議即可按季發放現金股利，不必召開股東會，增加企業獎勵制度，如此亦同樣大幅提升企業攬才、留才機制。

黃文利指出，新〈公司法〉的員工獎酬機制放寬，再搭配2017年所通過的「產創修正案」，允許員工取得股票緩課稅，等於給予企業員工獎酬機制更大彈性，對於企業留才有很大的幫助。建議公司可以重新檢視留才制度，依新修相關法令適度調整，從而增加競爭力。

綜觀來看，經貿競爭轉變急遽，再加上數位經濟與創新創業的各種新浪潮，使得企業經營面臨的挑戰不同於往日，也因此政府法令規範須依循時代變化加速調整腳步，才能讓產業建立最靈活的運作機制，建立與競爭對手拚搏的優勢。■



因應創新創業崛起等各種經濟轉變之浪潮，〈公司法〉的修訂更能符合新經營世代之需求。

國貿實務精選課程

本會課程獲經濟部國際貿易局補助，價格優惠，內容扎實，協助您奠定國貿基礎

提升您職場競爭力

重點課程推薦，提前繳費另享優惠！

【海關認證合格證書】

定價4,500元

107年優質企業供應鏈安全專責人員班

107年9月18日~9月20日(週二、三、四 早上8:30~17:30, 共24小時)

全球貿易安全與便捷-優質企業(AEO)已是目前全球貿易的趨勢，透過各國海關相互認證及互助下可保貨物(櫃)的快速通關及安全，藉以提升業者的競爭力及安全，因此，本會為服務廠商取得優良企業(AEO)的認證，邀請多位海關官員授課，內容精實，講習經測驗合格可取得海關認證之「優質企業供應鏈安全專責人員合格證書」。

【精準商用英語，邁向成功貿易】

定價5,000元

商用貿易英文班

107年10月2日~11月15日(週二、四晚上7:00~10:00, 共42小時)

從事國際貿易，一定要具備貿易英文能力，才能與國外交易對手溝通，完成交易，尤其英文電子郵件與英語聽力更是需要提升。完美的英文能力，將決定你在全球貿易競技場上能飛得多高，走得有多遠。本課程讓您學習進階的商用郵件溝通、產品簡報、產品協商技巧、營銷策略、國際職場文化等，讓您具備商業領域的英文能力和產品協商、銷售的技巧，並為你整理職場上的各項所需技能和溝通思路。

進出口通關實務班 通關一點通

介紹進出口通關法規與實務，讓您完整了解通關各環節，本課程特別安排半日搭船參訪基隆港區及貨櫃場行程。

107年9月10日~10月29日(每週一、五晚上7:00~10:00, 共42小時)

定價5,400元

貿易融資實務研討班 掌握外貿關鍵

提供最新、最實務的貿易法規與專業新知，正確掌握國貿條規各項條件規定，做好風險管控，降低企業貿易風險。

107年10月17日~11月2日(每週三、五晚上7:00~10:00, 共18小時)

定價3,200元

國際貿易實務班 熱門課程

本課程以實務面為主，解說國際貿易流程與操作，內容充實完備，即學即用，是國貿人員進修之首選。

107年10月17日~12月7日(每週三、五晚上7:00~10:00, 共48小時)

定價6,000元

※本表如有異動，依實際上課日期及定價為準

※ 更多詳情課程內容，歡迎來電洽詢或上網站查詢

電話：02-25813521分機412、415、419

網址：<http://www.tefnet.org.tw> 或 <http://www.itbs.org.tw>

地址：台北市松江路350號4樓 上課地點：9、10樓

近新蘆線捷運行天宮站4號出口左轉，夜間可供停車，停滿為止

進入官網報名



基金會粉絲團



台北市進出口商業同業公會
Importers and Exporters Association of Taipei



財團法人中華民國貿易教育基金會
Republic of China Trade Education Foundation

三者×五力 提升抗變能力

新經濟知識與雲門心靈洗滌

「第四屆將帥班」圓滿落幕。最後兩堂課程中的第七模組，帶領學員深究數位經濟時代下的造局、談判與生存法則，讓學員能力抗全球經貿變局；第八模組的結業典禮，則讓學員在雲門長達一天的心靈洗滌中，得以擺脫外在的驚滔巨變，從內在凝聚身心靈的能量，找到蛻變轉型的新方向。

◎撰文／劉麗惠 攝影／黃鼎翔 圖片提供／台北市進出口商業同業公會

中美大戰於今年7月6日正式開打，各國產業避不開的「貿易保護主義黑天鵝」全力衝刺，洶湧襲來。台灣產業身處全球供應鏈體系的重要環節，各領域企業無不屏息觀察，關注中美貿易戰可能對企業經營帶來的衝擊。

面對瞬息萬變的全球經貿局勢，台北市進出口商業同業公會「國貿學苑」推出「第四屆將帥班」，要為台商裝備好邁向全球市場之能力。系列課程於7月7日完成，並於7月24日在淡水雲門劇場進行結業典禮。2堂課程的洗禮，再一次



「第四屆將帥班」系列課程，為身為企業領導者的學員們裝備與全球市場對戰之能力，以開創企業成長曲線。

為學員們從內到外帶來豐富的經營知識與思維寶藏，讓身為企業領導者的學員們，更無懼全球變

局，也更有信心迎接挑戰，甚至在全球經貿變革中，找出開創企業成長的第二條曲線。



造局者、談判者與生存者 開創新時代

數位經濟不斷發燒，也持續為台商帶來各種挑戰，為讓台商領導者掌握前瞻科技發展脈絡與未來趨勢，第七模組課程邀請研華科技執行董事何春盛、東吳大學政治系教授劉必榮、台灣科技大學資訊管理系特聘教授盧希鵬等產學專家，為學員解析全球經濟與數位科技的新發展趨勢。

造局者的三大能力

「造局者必須對未來新興產業與市場，擁有『想像、論述與領導』三個能力。」以「造局者」為題，何春盛指出企業經營者必須對未來產業3至5年甚至10年的變化具備敏感度，確知有哪些新市場值得開發，強化想像力、論述力與領導力，才能成為時代的造局者。

何春盛進一步引述《攻擊者的優勢》一書內容指出，不同於一般人只看到今日的樣貌，造局者是主動創造變局的人，他們可以看到明天與未來的變化，在改變到來之前，就打造、領導一個高敏感度的團隊，以強大的天線接收到變化的訊號，領先競爭者重塑市場。過程中，造局者必須不斷克服市場的不確定性，持續調整格局與團隊能力以因應變化，才能成功創造出更有價值的新事業。

要成為造局者，必須有很多的學習與經驗。何春盛提到，人生大致上可分成三個階段，每一個階段學習的任務都不一樣。第一階段是出生到30歲，這時期都在學習怎麼被領導；30歲至60歲是人生職涯的精華期，這時候會碰到各種令人難以承受的挫折與打擊，但只要經歷期間的種種試煉，即可逐漸朝向領導者邁進；而60歲則是領導的巔峰，這時要懂得放下，並積極參與社會責任，如把經驗分享給年輕人、輔導年輕CEO經營企業等，以回饋社會。

談判者的Must、Want與Give

事實上，一個「造局者」還要具備一項非常重要的能力，即「高超的談判能力」。對此，劉



ITBS CEO

研華科技執行董事

何春盛

企業經營者必須掌握未來產業變化，培養自身高敏感度，強化想像力、論述力與領導力，方能成為時代的造局者。

ITBS CEO



東吳大學政治系教授
劉必榮

談判時要清楚目標，切忌抱持著每個目標都要拿到的心態，確立非要不可、可要可不要、可以放出去做籌碼的拿捏，才能完美完成談判。

ITBS CEO



台灣科技大學
資訊管理系特聘教授
盧希鵬

企業經營如同物種演化法則，越能適應環境以進行調整的企業，便越能生存。

必榮以「高階談判兵法與謀略」為主題，為學員帶來談判的精深見解。

「談判是一種美學，與生俱來就具有軟硬的矛盾性，談判之間有一個收放的旋律，如何掌握期間的奧秘，端視個人談判能力的高低。」劉必榮說，談判不是一個技巧，是一個思維方式與素養，所以學習談判不能只是沾染皮毛，而要沁入骨內。

「上談判桌前，談判者要弄清楚企業要什麼，但企業往往不知道自己要什麼，不管企業的目的是要過程，或者重視結果，都必須知道企業談判的目的為何？」劉必榮強調，談判講的是「換」，一定要分出大小，才能抓大放小，因此談判時要清楚目標是什麼，而且不是每個目標都要拿到，因而談判前必須先列出3個目標層次：「非要不可（Must）、可要可不要（Want），可以放出去做籌碼（Give）。」

劉必榮說，企業談判要先釐清自己的Must、Want與Give，才能靈活運用，讓談判更順利。此外每一個人談判時的Must、Want與Give都不一樣，所以談判時不要主觀的思考對方想什麼，而是要客觀分析情勢，才能進行完美談判。

生存者的適應力與成長力

緊接著盧希鵬授課時，談到什麼樣的企業可以在新數位經濟時代下生存。一開頭盧希鵬先詢問學員：達爾文演化論強調「適者生存」，那在商業競爭中，何者會生存呢？

「答案通常不是強者！」盧希鵬說，達爾文演化論發現，在物種的演進過程中，強者往往是被淘汰的一者，如恐龍滅絕，獅子、河馬、北極熊都瀕臨絕種；反倒是蟑螂、螞蟻、老鼠、人類活下來。因為強者對抗環境、弱者適應環境，當你對抗環境時，即使強如恐龍也活不下來，但是適應環境者就能生存下來。

反觀企業經營，愈能適應環境進行調整的企業，愈能生存下來，反倒是核心能力很強的企業在轉化過程中，因為僵化的力道很大，如柯達最強的是底片，但因此做不出數位相機；微軟在軟體很強但是轉不到入口網站；Yahoo最強的是入口網站，但是轉不到Google的搜尋引擎；Google最強的是搜尋引擎，但是轉不到Facebook的社群網站；Facebook最強的是社群網站，但是轉不到Line的即時通訊；同樣的傳統出版能力越強的出版社，轉不到數位出版；傳統製造業越強，要進

入服務業就愈難。

「這就像中華文化所言：『順天者昌，逆天者亡』。」盧希鵬呼籲學員，不管企業是大或

小，都要能窺得天意正往哪個方向走，然後比競爭者更早一步走出第二成長曲線，搶得先機，方能成為生存者。

淬煉

雲門劇場 洗禮式結業典禮

7月24日一早淡水的雲門劇場，一群來自台灣北中南各地的企業領導人，站在雲門劇場淡綠玻璃帷幕前的平台上。遠眺觀音山的宏偉高山與淡水河出海口美景，享受恬靜之餘也不忘交流，暢談起過去3個月「將帥班」課程為自己帶來的改變。

來到雲門劇場舞蹈教室。脫下鞋子、放下一切，跟著已經退休的雲門舞集前資深舞者邱怡

文，進行一場融合身心靈的「太極導引之東方肢體哲學」課程，為「第四屆將帥班」課程結業畫下美好Ending。而課程結束的同時，也將成為學員經營企業的全新開始。

集結眾人之力 將帥會交流資源打團戰

緊接著在結業典禮上，「將帥班」顧問暨講師許士軍、林蒼生、呂鴻德三人，再一次針



身心靈兼具的「太極導引之東方肢體哲學」課程，為「第四屆將帥班」畫下美好句點。

對企業經營給予學員們鼓勵。許士軍除了呼籲學員，公司法改革正對統領帶來變革，企業應深入瞭解與觀察，也再次強調「將帥班」培養的是「將帥」，給予學員經貿知識外，更要幫助企業領導者建立宏觀思維，同時亦需懂得掌握自己的身心靈。

林蒼生也再次強調，作為「將帥」的企業領導人，必須端正自己的心，對創業時所懷抱的理想初心念念不忘，並要懂得打從心靈出發，死心塌地的為眾人服務。同時，也呼籲學員謹記企業經營不能只流於賺多少錢的數字遊戲，而是要讓自己與企業成為美好社會的種子，用心灌溉這顆種子，令其發芽，從而讓企業經營能順利度過各種難關，成長茁壯。

「歲月的進步往往都有一群人積極作為，一如將帥班第一屆到第四屆，不斷創造出更大的價值。」呂鴻德指出，公會國貿學苑邀請3位顧問，集結26位講師，為40位企業領導人進行授課，以昇華學員對內、對外的思維模式。歷經85天的孕育，相信這些將帥們在面對未來經貿世局劇烈變革之時，都將擁有更強大的因應能力，甚至成為

社會企業家，為世界的美好，帶來更多貢獻。

台北市進出口商業同業公會副理事長林維邦在致詞時也表示，結訓不是關係的結束，而是新的開始，未來學員們仍可透過加入公會的「將帥會」，透過「將帥會」不定期舉辦的聚會與參訪，與將帥班各界學長姐交流。相信在眾多資源及團體力量凝聚下，使學員更能面對經營環境的瞬息萬變，不管是貿易戰開打，或是即將迎面而來的匯率戰，都不足為懼。

學員收穫滿滿 為企業經營帶來嶄新希望

緊接著講師精彩致詞之後，是畢業學員分享上課心得與看法。「上課內容太精彩，課程結束後，發現自己整整寫滿8本講義。」長壽田國際貿易公司總經理涂淑靜指出，林蒼生總裁的身心靈課程為自己的內心帶來非常大的震撼，再加上實際面的國際情勢、數位科技等完整內容，讓自己從內到外獲得嶄新蛻變。

黑快馬董事長李經康則表示，世界變化極度快速，身處在大者恆大的世界中，黑快馬作為新創中小企業，也曾一度對未來感到茫然。於是獲知「將帥班」講師陣容龐大超乎想像之際，便決心報名參加。課程結束後，讓他確信未來的世界不會只是超大型或大型企業的天下，從而對於自身經營黑快馬有更大的信心。

李經康強調，許士軍教授所說的「企業應從盈利變成社會企業」、盧希鵬所言的「物競天擇，核心競爭力愈大阻礙愈強，強者自然會滅絕」、劉憶如提及「這時代不是用技術與方法競爭，而是以思維與邏輯競爭」、李紀珠呼籲的「從客戶體驗找到商機」、呂鴻德教授強調的



台北市進出口商業同業公會副理事長林維邦表示，透過交流及力量的集結，可強化企業經營力。

「科技使企業的競爭力只有一年365天」等，都讓自己不再以小為懼，而是更懂得善用小企業的蛻變優勢，順勢而為，找到未來的路。

仲昌電機公司林忻蓉亦分享，將帥班的8次練功讓自己武力大增。其中最為印象深刻的專家提點，包括如林蒼生總裁所言，快慢遠近自在內心，迎接世界的變局也要穩住；陳立恆、何春盛等講師則提醒我們，不要重複過去，重複過去必失去未來，斬斷退路才能贏得出路，只有不斷精進，淡然修正，才是真正的造局者；夏立言、李紀珠講師讓學員謹記，台灣過去產業榮景不是靠運氣，而是台灣的勤勞、善念、以及企業領導者不斷的堅持。如此精彩課程讓企業在面對更險峻的未來時，可以更具信心，同時，也確知必須與大家同心協力、互助合作，才能走得穩、走得遠。

了解自身優勢 以好信念經營企業

一如往常，當天結業典禮也特別邀請第一至三屆將帥班學長姐，一同為第四屆將帥班學員打氣，同時也進一步分享在投入將帥班課程滿滿的知識與新觀念後，如何回到自己所領導企業，為其帶來變化。

「經歷風雨的過程中，永遠都不要放棄，總有雨過天晴的時候。」第一屆學姐永紡企業公司總經理葉淑麗指出，永紡企業多年前也曾面臨危機，後來以價格區隔市場並採取策略聯盟之法，得以走出新路途，並於2010年榮獲經濟部中小企業處小巨人獎。她以自身經驗向將帥班學弟妹信心喊話，永遠不要放棄，就如將帥班課程中多位講師所言，形塑最好的自己，把利益給員工與合作夥伴，跟志同道合者攜手行善天下，便能讓世



隨著「第四屆將帥班」結業，學員們滿載企業經營心法，將領導其團隊更上層樓。

界更美好，共創多贏格局。

「常聽到有人說，台灣市場很小怎麼與人競爭，但事實上台灣很多事情與產品都做到世界級的等級，甚至成為世界第一名。」酒堡公司總經理陳君豪指出，酒堡進口多個全球頂尖葡萄酒品牌，在合作過程中發現，這些品牌在台灣的進口量位居全球前五，甚至前三名。所以絕對不要因「台灣市場小缺乏競爭力」的錯誤觀念而限縮了自己。

第三屆學長北祥董事長陳欽祥則指出，自己剛接下董事長一職時，一直在調適壓力，半夜頭腦裡有好多想法一直冒出，旁人還不斷勸說身為經營者，天塌下來也要能夠睡得著。本次在第四屆將帥班中補上一堂課，課程中盧希鵬教授提到「從0到1的秘密是什麼」，醍醐灌頂的一席話，讓他得以更有信念面對自己的企業經營。

蘋果創辦人賈伯斯曾說：「科技唯有結合人文藝術、結合人性，才能觸動人心。」事實上企業經營亦然，不管世界轉變有多大，經貿競爭有多劇烈，企業領導者都要懷抱人文真善美，從內而外追求共好與價值，就能讓企業經營往更美好的方向前進。■



精誠資訊客戶涵蓋兩岸三地、東南亞及歐美地區，是台灣資訊服務產業的龍頭企業。

轉型數據服務公司

布局人工智慧 精誠資訊推動「企業4.0」

e時代的到來，使數位轉型成為企業經營的新課題。面對此一趨勢，精誠資訊以DATA Company為定位，協助企業善用數據，發揮DATA價值。他們的下一步，是往AI方向邁進，將觸角伸及金融、零售、醫療等行業，透過AI布局，促使企業再進化。

◎撰文／陳玉鳳 攝影／賴建宏

成立於1997年，精誠資訊如今已是台灣資訊服務產業龍頭企業，同時是跨足兩岸三地及東南亞的亞洲區域級資訊服務集團公司，海內外共有超過50個營運據點。

在資訊服務領域拚搏20年，精誠資訊歷經資訊技術的快速變遷，企業從開始追求e化、數位化到現在的數據轉型，甚至是即將迎面而來的人工智慧。精誠資訊與時俱進，將己身定位

為一家DATA Company，從「數據」出發，經營跨界數據生態圈，聚焦在雲端、資安、行動、大數據與物聯網五大技術方向，投入應用創新與研發，要協助企業轉型為「企業4.0」。

何謂「企業4.0」？核心概念為企業必須演進成混合型公司，讓營收管道更為全面，包括網路、行動、數位及數據等；且公司經營需仰賴數據進行最佳化，AI技術的導入因此變得必要。

代理及原創並行 完善產品服務

企業4.0的目標確立後，即朝此全速前進。精誠資訊是多家國際級原廠的核心合作夥伴，代理超過60種以上產品，「善用這些合作夥伴提供的優質產品及豐富資源，再透過整合產業上下游價值鏈，深化行業應用，為客戶提供創新的應用與加值的服務。」精誠資訊副總經理唐雲順說。

除了代理引進國際級產品、服務之外，為求高度發揮

DATA Company的角色功能，精誠資訊近年積極與資料擁有者合作，開發多元的自有數據產品及方案。

唐雲順進一步說明，「我們的策略是『Become a vendor』，也就是讓自己成為國際原廠，透過開發各個數據環節，我們能進一步協助客戶善用數據價值。」精誠資訊的既有服務深具在地特色，因此難以移植到海外市場；但若是轉而投資新創，就可加速全球化布局。

因此，精誠資訊採用內部培育、產學合作、投資新創等方式來達成這個目標。例如成立內秋應智能科技Naturint，以AI人工智慧做為服務核心，推出創新應用；投資「機智投顧」擴大Fintech產品服務；投資「墨攻網路科技」建構電子禮券券生態

圈，以及公司內部自行開發NLP語意解析技術，於LINE@平台發表智慧聊天機器人機制，提供金融產業客服服務等。

成立矽谷新公司 加速國際化

2016年，精誠資訊與Splunk創辦人合資在矽谷創辦Gemini Data。這家公司主打智慧分析系統，推出Gemini Enterprise Investigator能交叉比對資料來源，形成容易了解的智慧關聯圖；讓分析師透過智慧關聯圖排除問題，並記錄事件處理過程，隨時深入分析每個節點（如網路交換機）的事件與相關紀錄。使用者只需要點擊，就能輕易地往下查詢各種資料之間的關聯性，快速發掘問題。也就是說，Gemini能大量簡化數據分析流程，將每



1.導入人臉辨識等科技技術，落實AI在不同場域的創新應用，以應用於實務中，是精誠科技的企業使命。



2.精誠資訊以產學合作等計畫進行各種人才培育之工作，著力甚深。

次案件處理過程記錄下來，成為日後類似案件的智能學習樣板或是經驗傳承。

「我們在美國設立公司的目的，不僅是為了掌握先進數據技術及產品，還著眼於融入當地生態圈，如此才能深入該區域的行業領域，進而解決客戶的痛點以拓展市場。」唐雲順指出，這

是精誠資訊國際化的進一步行動，這2年來，國際客戶累積超過100家，每年成長100%以上，通路遍布五大洲。

透過種種舉措，精誠資訊不只是一家Data Company，更已進一步準備好轉型成為「Integrated Ecosystem」領導廠商，將持續提供不同產品或解決方案組合，引領完整的產業價值鏈，協助企業客戶透過IT創新，持續成長前進。

深掘行業智慧需求 創建AI應用情境

為了求生及求勝，企業從數位轉型進展至數據轉型，接下來無疑來到以人工智慧決勝負的階段。為協助客戶以正面態度迎戰未來，精誠資訊積極投入人才、投資、解決方案等面向，全方位完善人工智慧。

唐雲順表示，「延續過去在產業累積的深厚知識基礎，精誠資訊的AI布局主打應用情境，深掘AI行業應用需求。」精誠資訊目前聚焦的行業包括金融、零售、醫療以及企業營運等，並推出機器人選股、行情預測機器人、理財機器人、智慧語音客服等服務。

深入高中、大學校園 尋找跨域AI人才

展開AI行動，精誠資訊深知人才是資訊服務業的根本，在人才培育及招募上投注大量心力。今年校園徵才活動預計招募超過百位跨界、跨域、跨組織與跨能力的軟體人才，其中包含50位AI技術人才、100位軟體開發工程師，以強化AI人才團隊。

對於資訊服務及系統整合業者而言，跨界整合能力是非常重要的，唐雲順進一步說明，「具有跨領域知識與經驗的軟體工程師，才能從客戶角度思考，了解行業的痛點與實際運作流程，做出來的產品與服務可以更符合客戶需求。」特別是在AI時代，客戶需求不同以往，程式設計能力已非選擇軟體人才的唯一考量，擁有跨界整合能力的人才更為難得。

精誠資訊透過校園徵才、在公司內部團隊進行培育，以及提供大學、研究所學生實習訓練的「精誠集團菁英養成實習計畫」，大幅展開人才培育藍圖。此計畫主要對象是大學及研究所的優秀學生，提供職場體驗與學習場域，使他們在



精誠資訊掌握各大行業需求，善用AI技術研發推出多種機器人，成功打進金融、零售、醫療等市場。

就業前就能了解資訊服務業的實際營運模式，透過實務課程與實習訓練串聯業界與學界。

培育人才要趁早，精誠資訊甚至將觸角延伸至高中，啟動「YTP少年圖靈計畫」，向下挖掘與孵化台灣頂尖的軟體人才。少年圖靈計畫吸引全國各地高中生參賽，透過精實的程式設計比賽篩選出高手中的高手。贏家不僅能獲得獎學金，且能贏得精誠資訊提供的產業專題實作訓練、知名大學教授的指導，還有前往美國矽谷國際科技企業或美國知名大學參訪機會。唐雲順驕傲地分享：「有位在少年圖靈比賽脫穎而出的新竹實驗中學學生，後來成功進入麻省理工學院就讀，我們感到與有榮焉。」

精誠資訊盡心培育台灣人才，但卻沒有人才只能唯我所用的想法，「我們當然希望能將這些軟體高手延攬進精誠，然而就算無法如願也無妨，我們希望透過這些人才的擴散效應，讓台灣資訊軟體服務業能形成正向循環，大家一起愈來愈好。」唐雲順繼續說道，「台灣學生的資質很好，他們需要的是舞台和資源，我們有

PROFILE

精誠資訊
小檔案

- 資本額：新台幣26億7,000萬元
- 營業額：2017年合併營收新台幣168億元
- 主要業務：資訊服務業，服務超過30,000家企業與機構客戶。
- 服務項目：聚焦「雲端」、「行動」、「社群」、「大數據」、「數位資安」，研發創新應用。



副總經理 唐雲順

能力提供，希望藉此為台灣培育頂尖的國際級軟體人才，甚至孵育出世界級的軟體公司。」

廣撒創新種子 培育世界級軟體公司

澆灌愈多創新嫩芽，成功培育出世界級軟體公司的機會就愈大。基於此目標，精誠資訊提出AI+ Generator Program (AGP, AI新創加乘器)計畫。精誠加乘器計畫的核心任務非常明確，就是「協助AI新創團隊聚焦行業，加速Product/Market fit」，這也正是創新企業建立信心的關鍵。

為了完美支援新創團隊，精誠資訊投入資源培育100位集團認證AI技術人才，善用精誠集團3萬多家企業客戶、50位資

深主管與外部專家、50家AI生態夥伴、AI+ Lab運算平台，催生符合市場需求的應用方案。

唐雲順說，「我們動用許多資源，提供行業 (Domain) 知識、企業客戶，與產業供應鏈生態圈資源，協助創新團隊與企業客戶介接，讓AI技術應用於實務中，直接讓這些新創團隊上戰場，這是最有效的練兵方式。」精誠資訊的目標是在今年促成10個團隊與行業客戶配對，為這些潛力新秀奠定繼續成長的基礎。

透過支持新創公司，落實AI在不同場域的創新應用，精誠資訊非常期待台灣有更多世界級軟體公司出現，推動本土資訊服務產業走向國際，躍上全球舞台。■

WWW



平台競爭
借力進軍海外市場

泰國鳴槍起跑 新南向跨境電商

近年來，泰國政府積極推動「泰國經濟4.0」戰略，帶動經濟轉型，其廣袤的數位經濟商機受到矚目。面對激烈的泰國電商市場，台商應積極投入，適時調整，並建立企業品牌形象，才能在瞬息萬變的電商浪潮中，掌握商機。

◎撰文／賀光輝、沈瑞婷 圖片提供／顧鳳祥、法新社

據eMarketer預估，全球零售電子商務於2021年底將達到4.48兆美元，約占零售業總額16%。而東南亞這個相對年輕的電子商務市場，目前只占零售業總額2%左右，這意味著東南亞電商市場擁有巨大潛力，未來發展空間值得期待。

在Google and Temasek Holdings進行的東南亞網路經濟調查顯示，2025年東南亞電子商務消費額預估將達880億美元，其中又以泰國市場最被看好，將成為繼印尼之後東南亞第二大電子商務市場。

泰國人口約6,911萬，雖在東南亞各國中排名第四，次於印尼、菲律賓及越南，但是在數位經濟發展上，相對具備不錯的基礎條件。依據《Digital in 2018》調查，泰國網路人口約5,700萬，手機普及率高達98%，其中71%是智慧型手

機。再加上泰國政府這兩年開始推動「泰國經濟4.0」戰略，透過數位化、普及電子商務，幫助廣大低收入的泰國人脫貧，帶動經濟轉型，創造龐大數位經濟商機。

外資巨頭插旗 風起雲湧的市場爭奪戰

近年來，泰國電商市場可說是百家爭鳴，不光是泰國本土電商崛起，許多電商巨頭也紛紛加入布局，市場競爭十分激烈。但像泰國這樣的新興市場，電子商務主要是靠資本立足，這2年透過整併，金流充沛的電商才得以獨占鰲頭。

2017年，泰國前三大電商分別是Lazada、Shopee（蝦皮購物）以及11street，除了都是跨國大企業外，這三者還有共同特性，就是背後都有一個「富爸爸」—Lazada背後大金主，





隨著泰國消費者電子支付需求日漸增加，泰國政府近年積極發展電子支付系統，積極邁向無現金社會。

是中國電商巨頭阿里巴巴集團，SEA集團旗下的Shopee有騰訊入股投資，11street則是韓國SK Telekom（韓國電信）出資建立的電商平台。這些富爸爸不僅在資金挹注不遺餘力，也移植許多經營面的經驗。

台灣電商龍頭PChome、Momo購物網、Pinkoi設計商品購物網站，以及線上網路訂位平台EZTABLE，也都選擇了泰國作為進軍東南亞的灘頭堡。其中，PChome選擇低門檻的C2C拍賣平台作為第一步。但面對市場規格、競爭激烈程度都比台灣大的泰國，台灣企業習慣單打獨鬥、穩紮穩打的策略，優勢不僅愈來愈少，也逐

漸喪失了市場先機。

社群媒體黏著度高 搖身成為泰國商流平台

新興市場在發展數位經濟時，民眾往往是跳過PC，直接購買智慧型手機。泰國也一樣，大部分的人都已有智慧型手機，並且超過79%的人使用行動網路。依據Digital最近的調查顯示，泰國活躍於社群媒體的人數為5,100萬人，約占人口總數74%，其中4,600萬人是透過智慧型手機載具上網，約占人口總數67%，平均每日上網時間將近4小時，遠遠高於歐美地區，因此社群媒體成為挖掘商機的最佳平台。

泰國最受歡迎的社群媒體主要是Facebook、LINE、FB Messenger及Instagram。其中，Facebook提供Marketplace購物功能，消費者可瀏覽商品照片後，再利用FB Messenger或LINE詢問商家價格和運送方式，滿足泰國人購物時喜歡聽取銷售建議以及討價還價的特性。泰國LINE的用戶數僅次於日本，擁有4,500萬使用者，平台上有LINE購物、Rabbit LINE Pay之外，目前還提供O2O外送餐飲、快遞服務的LINE MAN，以多元化的服務提升使用者黏著度。

線上購物金流首選 仍為貨到付款

15歲以上的泰國人78%持有銀行帳戶，不過信用卡普及率仍低，再加上缺乏對線上購物刷卡的信任，目前最普遍的付款方式為「銀行轉帳」和「貨到付款」。

aCommerce今年1月統計資料顯示，在其平台進行線上購物，約有59%的消費者選擇貨到付款，相較一年前的78%，下跌幅度驚人。不過曼谷地區



以外的消費者大部分仍沒有金融卡或信用卡，更偏好傳統的「一手交錢、一手交貨」，在短時間內，貨到付款還是泰國線上購物首選付款方式。

泰國手機普及率非常高，但只有25%的人擁有筆記型電腦，當大部分的線上購物都發生在手機端時，泰國消費者對於便捷的電子支付需求日漸增加。這兩年泰國政府也努力發展電子支付系統，積極邁向無現金社會。去年初推出的「PromptPay」（電子即時支付轉帳），讓資金移轉更加便利；同年11月又宣布與新加坡金融管理局合作，嘗試整合「PromptPay」與新加坡的「PayNow」系統，以降低跨境支付與結算成本。

當我們看到泰國政府早已將Fintech視為未來產業核心而全力發展時，台灣卻因相關金融法規限制讓Fintech發展緩慢。依據Ceresus發布的《亞洲金融科技競爭力指數報告》，台灣FinTech產業競爭力居亞洲四小龍之末，而台灣政府在「監管機制進展」和「財務吸

引力」兩面向相對保守，甚至落後泰國。

網購競爭白熱化 物流體驗成關鍵

泰國境內物流最大問題，在於都會地區塞車嚴重，偏遠地區交通不便。以曼谷為例，交通尖峰時刻的塞車情況被戲稱是「世界最大的停車場」。此時，機車、捷運反比計程車、貨車更加快速便利。aCommerce推出SKYBOX捷運BTS站內交貨、取貨。另外，LINE與亞洲最大即時貨運服務平台Lalamove合作，使用者可以依照貨物大小，選定以機車或貨車運送。

國際知名快遞DHL則在曼谷成立中央配送倉庫，與全泰國共20座配送中心聯合成一個完整的物流網絡。除了提供捷運沿線當日送達服務（Parcel Metro Sameday）之外，透過機車和貨車配送，曼谷地區的貨物只要在當日中午12點前收貨，即可當日送達（Same Day Delivery）；曼谷地區之外其他主要省份可隔日送達（Next

Day Delivery）。Lazada和Kerry Express（嘉里快遞）也都提供曼谷地區當日送達的服務。

隨著跨境電商競爭白熱化，物流體驗直接影響消費者滿意度，「最後一哩路」已成為勝敗的主要關鍵。而泰國電子商務的快速發展，吸引愈來愈多國際物流業者進駐，也扭轉過去對物流服務落後的形象。

電商新外貿 重塑「MIT」台灣產品形象

泰國一直是國人旅遊首選國家之一，走一趟曼谷，你會赫然發現「購物」已經成為必要行程。參拜完香火鼎盛的四面佛，附近就緊緊挨著Central World、Siam Discovery、Siam Center和Siam Paragon四個商圈，商圈中泰國本土設計師的服裝專櫃林立。而最大超市「Big C」，則擠滿了採購泰國食品的觀光客，泰國皇家牛乳片、泰國皇家牌蜂蜜、小老闆海苔、泰式烤魷魚片等零食，如山般堆在觀光客的提籃中。

但在泰國人的認知中，「MIT」理所當然是指「Made in



Thailand」。泰國是否會取代台灣，成為「MIT」的代名詞？目前在泰國人心目中，日本商品品質好但價格高，韓國商品流行性較強，大陸商品則多被定位成品質不佳的廉價品。而「Made in Taiwan」並無特殊加分效果，也就是絕大部分的泰國人並不熟悉台灣品牌，台灣品牌要進入當地，當務之急是建立明確的品牌形象。

台北市進出口商業同業公會媒介台北市產發局與PChome泰國平台，合作開設「台北好物館」，業者只需台灣銀行的帳戶就能交易，不用申請泰國銀行帳戶。平台也提供完整跨境交易解決方案，包括國際物流、代理清關、台灣金流服務、當地行銷服務、零成本拓展泰國業務等。商品只要寄到PChome Thai的台灣倉儲，即可順利出貨，不用擔心語言不通或是金流問題。

前進泰國市場 抱持「Just Do It」心態

對於PChome泰國未來經營方向，PChome Thai營運長蔡

文雄說明PChome太晚認知資本市場的重要性，雖然進入泰國的時機事後證明是正確的，但投入的資源不夠多，現在已經無法與Lazada、Shopee相比。PChome Thai預計未來將引進日本、歐美與台灣等多國商品，形塑為國際品牌在東南亞最大的交易平台。

蔡文雄也為台商提出幾點建議：首先一定要改變「東南亞相對落後」的心態。台灣在地理上雖鄰近泰國，但是心理距離卻相當遙遠，多數台商對泰國的印象仍停留在「落後國家」、「廉價勞工」。但這幾年泰國發展得很快，跨境電商金流、物流都已經不是太大的問題了。

此外，建立台灣品牌形象非常重要，「台灣商品」可以與「日本商品」連結，但必須維持我方價格的競爭力。如此，不僅可以區隔Lazada平台上中國大陸廉價商品的比價競爭，你也會發現當台灣製品與「日本」連結時，反而讓泰國人願意付出較高價格，購買相對物美價廉的MIT商品。



曼谷超市「Big C」中泰國食品受觀光客喜愛，「Made in Thailand」當道，台灣品牌欲透過電商搶進泰國市場，如何確立品牌形象成為首要任務。

泰國電商市場競爭激烈、變化非常快，許多跨國電商早已布局完成，台商如再心存「觀望」，或想等市場成熟再進入，勢必已分不到一杯羹。最好的方式就是「Just Do It」，可以先用最低門檻的跨境電商模式直接進入市場，邊經營邊修正、邊做邊學邊擴張，並建立起品牌形象，才能在瞬息萬變的跨境電商浪潮中，爭取最大利基市場。■



活用家中西裝代工廠資源，黃洧晨打造高級手工訂製西服品牌STYDER，彰顯訂製技藝的價值。

代工廠轉型西服精品店

STYDER以紳士風範 征服年輕客層

經營西裝代工廠近三十年，父親黃翔鉦親眼見證產業興衰，曾極力反對兒子繼承家業；黃洧晨卻看到西服製作技藝的價值，成立高端訂製品牌STYDER，秉持傳承與創新精神推廣西服魅力，力求找回傳統工藝的榮光。

◎撰文／劉盈孜 攝影／施純泰

走進敦化南路的STYDER，
迎來一排英式、義式高
級手工訂製西服，風格搶眼，
明亮的空間，馬上讓來客備感
尊榮。

2014年6月，STYDER成

立，創辦人黃洧晨獨家代理上
萬種進口布料，兩百多種鈕
釦，種類居全台之冠，成功吸
引三、四十歲的年輕客層，甫
半年，月營收即超越競爭對手
數十年的成績，獲得藝人及萬

寶龍、GQ等知名品牌青睞。

一場金融海嘯 讓他決心將家業品牌化

50年前，西服產業極盛
時，西服公會會員數曾高達

4,000家。20多年前，黃洧晨的父親黃翔鉦經營西裝工廠，員工數不到100人，排名台灣第八、第九大，代工國外知名精品品牌的西裝。黃洧晨服兵役時，適逢台灣製造產業低迷，紛紛西進中國大陸設廠；父親選擇留在台灣，轉型接單ODM、OEM，代工各大銀行、航空公司的制服。

誰知危機再次發生，2008年金融海嘯，銳減一半的訂單重挫生意。曾積欠員工5個月薪水，工廠甚至被貼封條。黃洧晨當時在美國就學，「我爸開始流眼淚，霸道的他，第一次跟我說對不起……，沒人想過金融業這麼脆弱，即使做這麼穩的生意，都可能倒閉。」

雙主修國際貿易與品牌行銷的黃洧晨，認知到代工只能看人臉色，產業必須轉型，因此興起成立品牌的念頭，「對於我們這一代而言，希望可以有尊嚴地活下去。」

黃洧晨的父親卻極力反對：「要你回公司幫忙，就不會要你去念書了。」西裝已經是夕陽產業，沒有市場、沒有生意，每間公司都在想怎麼節流，父親為了工廠多年的老戰

友，勉力支撐著。

當時黃洧晨年僅27、28歲，自知經驗不足，決定先投入職場，成為40年老牌生技公司總經理特助。3年內，黃洧晨重新設計公司LOGO，協調各部門流程，建立員工獎勵制度，開始接見外資法人。期間，25億營業額的公司成長一倍，股價從38元上漲至180元，他個人年終高達18個月，知名公司也前來挖角。

傳統技藝時尚加值 吸引年輕世代上門

31歲時，黃洧晨認為，回家創立品牌的時機到了。

不顧父親反對，秘密籌劃半年，到台北所有西裝店市調

觀察店家的經營和服務。完全不懂布料和西裝的他在凱恩洋服實習，一個月的訓練後，他光摸布料，就能得知成份、布料重量。他走訪四十幾年經驗的老師傅，「我跟他們說我不會做衣服，但我擅長品牌經營，我需要他們的手藝。」

不同於父親，他認為西裝仍然具有市場潛力。黃洧晨的同儕恰好為三、四十歲的中生代，知道手工訂製西服的魅力，「人都會想追求更好，只是台灣很難買到好看的東西。」

據黃洧晨估計，台北真正的手工訂製店不超過25間，香港比台灣小，光中環的西裝店數就超過50間。他思考，台灣真正手工訂製的店家，技術



借重老師傅的好手藝，黃洧晨以自己擅長的行銷操作，走出 STYDER 的品牌之路。

都有一定的水準，那問題出在哪裡？客人為什麼不願意走進去？「傳統老師傅一輩子都鑽研在專業技術上，溝通技巧上相對薄弱。」

採訪當天，一位客人試穿手工訂製西服獨有的毛胚，希望稍微調整合身一點，師傅卻認為太過合身不好看。黃洧晨說：「每個人對時尚的品味不同，我們是服務業，可以從旁協助客人做決定，但是不能幫他做決定。」STYDER成立之初，黃洧晨直接面對客戶，了解客人實穿的季節、場合，也了解其職業以及個性，「他可能很低調，但是在這個場合，必須突出一點，那就要想辦法找出低調奢華的元素。」

「只要夠貼近人心，了解消費者需求，十之八九你不會走錯，接下來就是看時間跟運氣累積。」黃洧晨分享了某夜店老闆的故事，老闆平常穿著走嘻哈風格，為了參加紅點設計頒獎典禮，訂製一套西裝，「他不是揮霍的人，平常很願意吃路邊攤，但是他該做什麼事情、像什麼樣子的時候，他相信朋友的推薦，朋友說STYDER的西裝很棒，這比買YAHOO關鍵字有用十倍。訂製業講求口碑，這是為什麼我們比較專心在Facebook上。」

中生代年輕人願意了解更多的訊息，黃洧晨1個月只挑2套客人的訂製西服照片上傳臉書，詳盡介紹布料品牌、系列

名稱、成分、支數。因為對品質堅持，從來不打折，「我有15張A4紙，滿滿的價目表。1匹布差3,000元，有的傳統店家仍算同樣價格，但他們品質明明不同。沒有在做品牌的人，最終是看誰的價格低，這往往就是轉型最大的問題：你不懂價值在哪裡，你只看價格。」

一套Bespoke手工訂製西服平均要價三、五萬元以上，黃洧晨選擇切入最高端的消費市場，強調STYDER的做工和服務。STYDER提供的不只是產品與售後服務，講求的也不是價格，而是價值，每年嘗試不同的異業合作，如萬寶龍、GQ Taiwan、跳舞大象葡萄酒等，「注重自己穿著的人，也會注重自己的生活。」

每年10月份的週年慶，STYDER會舉辦回娘家Party。雖然已有許多明星喜愛STYDER，黃洧晨卻邀請一般客人上伸展台走秀，環肥燕瘦皆有，「我希望藉由這個場合，呈現不同西裝在不同人身上的樣貌，像現場放歌的DJ也穿西裝，就連工頭也是我的客人。我覺得西裝應該只是男生衣櫃裡的一個選擇，要找出方法，



獨家代理上萬種進口布料與西服配件，STYDER以多樣選擇收服消費者的心。



IEAT會議中心

便利、多元、優質、平價的專業會議空間，是您會議、研討、教學、展示活動的最佳選擇！



便利

捷運蘆洲(迴龍)-南勢角線「行天宮站」4號出口旁，迎接您來自各方的來賓與學員。

Convenient



多元

從20到230人，17間各式會議、活動場地，滿足您各類活動模式需求。

Variety



優質

極簡與奢華的空間設計，文創的環境氛圍，充分體現您的會議尊榮與質感。



平價

媲美飯店的環境與規格，但平實的服務價格，完全符合您的預算需求。

Affordable



讓大家更願意嘗試。」

心繫傳承

讓年輕學徒愛上老手藝

STYDER成立第一年，創業資金300萬元，先投入200萬元裝潢，繼而用在布料、租金、人事。前3個月，客人全為黃洧晨的朋友，好不容易做出口碑後，正好遇上農曆年，「為了發年終獎金，我去辦青創貸款，總要讓師傅回家過好年。」第二年開始，月營業額破百萬，數字看似驚人，卻僅達到收支平衡；因最大成本在於人事費用，月支出至少50萬元。

但這正是黃洧晨的用心，他希望將獲利促成產業延續。目前西服產業面臨傳承斷層的危機，現有的工廠內員工平均年齡五、六十歲以上，黃洧晨和夥伴Anto認為，產業轉型需要更多年輕人加入。STYDER最多曾有5位學徒，薪資為全台北市最高，每年另有調薪制度。

STYDER成立第八個月，他們決定參與西服公會的比賽，「別的店家都派最有經驗的師傅，我們推派1個師傅和學徒。」黃洧晨其實沒有抱很大希望，只是想讓STYDER的第一



STYDER成立之初，黃洧晨直接面對客戶，為消費者提供最個人化的服裝建議與訂製服務。

個學徒，知道自己可以有更大的殿堂。結果當年得了銅牌，隔一年拿了金牌，代表台灣出賽，最後獲得亞洲第二名。

「名次對我來說不是那麼重要，對實際銷售也沒什麼幫助。但是當我們參加國際賽時，遇到香港、日本、韓國、泰國、新加坡、馬來西亞等隊伍，這麼多國家加上台灣，只有我們有個不到30歲的女學徒，每個人都搶著跟她拍照！我想讓從事傳產的年輕人知道，你是可以有光環的！」

黃洧晨創立STYDER，最終希望幫助父親的工廠。「鴻海也是做代工，但是他可以自己決定價錢。我們家算是大工廠，技術與規模都有，但市面

上的制服代工標案還是傾向取價低者，非常不合理。」

黃洧晨對自家工廠的生產線有信心，即使半訂製成品，品質也在水準之上。因此，目前STYDER致力於最高端的手工訂製西裝，待獲得消費者信任、打響品牌知名度後，就可提高工廠訂單量和身價。之後還能以半訂製、套量訂製模式，觸及更多消費者。

未來，黃洧晨更希望成立STYDER的副牌，價格定位更平易近人，卻仍能使用英國純羊毛料子。他相信台灣代工的品質和技術，先從高端的手工訂製服做起，做出自己的價值，才能轉型成功，「台灣人值得更好的生活。」黃洧晨說。■

專業顧問來我家

免費
講座

你今天做的決策正確嗎？

新-【問題分析與決策實務講座】

思考，創造決策；決策，左右成敗

台中場



KT 式理性思考法， 已成為全球上千家企業都在使用的邏輯思考方法！

以簡明易懂的真實案例，用抽絲剝繭的手法，詳細解說問題解決與決策作成的技巧與原則，讓您在快速掌握邏輯推理的思考方法，以合理的程序解析問題，選擇最理想的決策，幫助您提高自身優勢與成功的機率。

台中書坊敬邀您 **9/11(二)** 參與「新-問題分析與決策實務講座」活動，讓我們專業的顧問——為您解惑！

- * 專業顧問現身說法，即時諮詢與個案分享。
- * KT式理性思考方法之四大模組:狀況評估、問題分析、決策分析、潛在問題-機會-分析。
- * 解說問題解決與決策之運用技巧與原則。

活動資訊

講師：胡稚群 顧問

時間：107年9月11日(二) 上午10:00-12:00

地點：CPC中區服務處(台中市西屯區工業區卅八路189號)

費用：免費參加

洽詢專線：04-2350-5038 轉222 陳小姐 E-mail：1869@cpc.tw



報名網址

*主辦單位保有議程、場地、講師更改之權利。



威尼斯建築雙年展可說是當代建築師展露才華的舞台，所有對未來建築的想像都可在此呈現。

威尼斯建築雙年展

在歷史水都看見未來建築

威尼斯不只是義大利著名的旅遊景點，聞名全球的威尼斯建築展更以此為根據地，展開長達半年的藝術盛會。各國精銳盡出，以創作精神發展空間無限可能，將藝術本質隨著展品呈現於人們面前，吸引旅人前來探訪這風情萬種的水鄉澤國。

◎撰文／商周編輯顧問採訪組 圖片提供／法新社、Shutterstock、美聯社

名列世界三大藝術展之一，威尼斯雙年展（La Biennale di Venezia）創立於1895年，是世界上最「年長」的國際雙年展。當時的市長Riccardo Selvatico作為發起人，期待與各國藝術家交流，跨國界分享文化風情。

自由空間概念 連結各國建築文化

1980年開始，威尼斯雙年展加入建築展演，從此奇數年為藝術雙年展，在偶數年則為建築雙年展。2018年的建築雙年展，舉辦期間自5月26日至11月25日，展覽

分為主題展、國家館與平行展三大面向，於經典歷史建築綠園城堡（Giardini）及軍械庫（Arsenale）中展出。「Freespace自由空間」為今年建築展主題，探討建築如何將大自然的禮物—陽光、月光、空氣等分享給大眾，希望來自



1.「瑞士240：住宅巡禮」以誇張的建築比例，讓參觀者思考規格化建築是否真能符合每個人的生活形態。
2.複雜的水道網交織於多彩建築間，乘上貢多拉小船，在徐徐晃盪中賞遍威尼斯的歷史之美。



各國的建築師們藉由展覽形式，用創新的想像構思出人、建築與環境的相互關係。

忠實反映各地文化的國家館則分布市區各地，台灣館「活在宜蘭：連結山海水土」以500年歷史的普里奇歐尼宮邸為舞台，由建築師黃聲遠及田中央工作群代表參展，透過生活的場所找回歸屬感，象徵人和土地緊密結合。企圖展現山海水土連接而營造出的生活場所，以極簡手法，搭建纖細的白色鋼架，呼應宜蘭山水農田的創作影像，以及手作的多座1：1模型設計，建構出與城市的對話，使場域與展品呈現對比，成為強大與深遠的衝擊。

而瑞士館以「瑞士240：住宅巡禮」奪得最大獎—金獅獎，走進全白宛如樣品屋的展區，參觀者會發現有些空間、

門窗是一般尺寸的2倍大，有些則過於低矮狹窄。因瑞士居住形態多為租屋，搬遷頻繁，所以住宅設計多採統一規格，但這樣規格化的住宅真的適合每個人嗎？策展人藉由誇張的建築尺度提出反思，也聰明地以「不自由」的住宅回應主題「自由空間」。

高樓林立的香港則以「垂直建構：景觀中的密度」，為建築師提供了一個重新思考建築設計意義的機會，當面對科技、環境和社會領域中全球性變化時，該如何不斷地挑戰與創新自己。

一日威尼斯 享受當地情懷

遊走在展館與輝煌建築群中，強烈的視覺震撼直入心底，從普里奇歐尼宮穿過富有

浪漫色彩的嘆息橋，俯瞰乘坐貢多拉的愛侶後，再度邁開步伐向「歐洲最美的客廳」聖馬可廣場前進，許多咖啡廳林立於此，桌椅擺放至露天廣場，讓遊人們得以暫歇，喝杯道地義式Espresso，享受悠閒時刻。

附近的福里安花神咖啡館（Caffe Florian）1720年開幕，已有將近三百年的歷史，是當地第一家咖啡館，外觀斑駁的牆面見證百年的興衰，內部高尚的擺飾彰顯格局的氣派，氛圍中透露古典的浪漫。夜幕低垂，不免俗地前往米其林推薦餐廳Bistrot de Venise朝聖，傳統與現代兼具的威尼斯菜式，來自大海與潟湖的魚蝦、貝類鮮甜，採用民間傳統的料理手法並加以翻新，傳統菜餚、經典菜色都為顧客獻上味蕾的藝術饗宴。■

台北市進出口商業同業公會107年金門敬軍團 前進第一線 紀念823戰役60週年

猶記1958年的「823砲戰」是台海最大一次的陸海空交戰，47萬發砲彈落在金門，國軍奮勇抵抗，得以確保後方台灣的繁榮發展，對和平的意義重大。如今，講到金門大家會想到黃澄澄的高粱、兩岸知名的高粱酒，還有阿兵哥抽到「金馬獎」笑中帶淚的回憶。今年是823砲戰60週年，為了展現敬軍精神，感謝國軍保家衛國，本會名譽理事長黃呈琮與軍友社理事長李棟樑在國防部副部長張冠群的陪同下，特別率團赴金門慰勞前線官兵，包含本會副理事長涂如肯、常務監事林小明、諮議林平貴及秘書長黃文榮等一行18人參與。

這一天，剛好是8月8日父親節，許多

國軍無法跟家人團聚，戍守前線，特別令人感動。因此，這次敬軍團特別安排2天的活動。敬軍團抵達金門後，隨即到忠烈殿向陣亡將士獻花致敬，接著到「天下第一操」兩棲營及「排雷大隊」工兵連等單位慰勞官兵，與金防部前線弟兄共進午餐，表達關愛與慰問之意。

為提振留營官兵士氣，下午特別在太武山腹中以人工開鑿的「擎天廳」，安排國防部藝工隊和演藝人員為官兵演出，讓前線弟兄同樂、釋放壓力，國軍也展現熱情參與，甚至在全體演唱823戰役紀念歌「鋼鐵的心」時，幾名士兵潸然淚下，情緒激動。

第二天則由本會涂副理事長與黃秘書長依序下部隊慰問金防部混砲營砲1連、防空連、火箭排等單位，這些皆是全國訓練最精良的特種部隊，每當指揮官口號響起，全員士兵迅速就戰鬥位置，展現精實訓練的成果。

國軍弟兄戍守前線，與一般職業不同，無法每天回家與家人相聚，更別說每逢重大災難時，國軍均第一線協助災區與重建，是台灣後方得以安居樂業的基石。台灣經貿得以發展，國軍功不可沒，因此本會長期從事勞軍活動，期盼各界也能給予國軍最高榮耀的肯定，軍民一心，繁榮台灣。■（撰文、攝影／劉書豪）



本會涂副理事長如肯（手執旗者左3）、黃秘書長文榮（右2）慰問混砲營砲1連，關心在營官兵生活。

新北市全球跨境電子商務擴展計畫

乘著跨境電商新南向 迎接東南亞璀璨商機

「新」北市全球跨境電子商務擴展計畫」東南亞電商市場專題演講暨媒合會於8月23日舉辦，會中邀請跨境電商專家、平台業者、代運營商及成功企業多角度剖析東南亞跨境電商趨勢，引領新北市中小企業深入瞭解區域電商市場趨勢，拓銷新南向市場。

東南亞零售電商成長態勢迅猛，於亞洲名列前茅，加上經濟成長持續看好、購買力漸強，成為目前最受矚目的焦點區域市場。市調機構eMarketer預估，2020年東南亞零售電商銷售規模將會成長至240億美元，新北市政府經濟發展局局長張峯源表示，新北市產業多元，產品也十分多元，企業有意透過跨境電商拓銷東南亞，應及早瞭解市場資訊，並投入布局，把握新南向商機。

掌握目標市場特色與文化

電商平台屬性亦要考慮

商業發展研究院朱訓麟博士分析，東南亞電商市場商機可期，企業要「現代下西洋」，應運用數位工具進入市場，如以大數據分析市場走向、商品需求，達成全球銷售的新商業革命。企業甫進入新市場可以先與第三方服務商合作，跨境電商是整體服務生態系統的輸出，不只供應商與平台，更有其

他金、物流、代運營商、電商教育資源等環節相輔相成。

考慮進入東南亞跨境電商市場的企業需要針對目標市場特色、以及本身產品性質進行評估及規劃，如泰國電子錢包較發達、新加坡信用卡最普及、印尼喜歡轉帳、菲律賓喜歡貨到付款。另外，華人仍為東南亞區域經濟主力，企業進入初期或可善用華商人脈合作。

Qoo10台灣招商代表暨ESG集團台灣分公司總經理彭凱表示，東南亞電商市場雖正興起，但各市場發展程度仍有落差。企業要進入當地市場，或可在初期先考慮操作較為成熟的電商市場如新加坡、馬來西亞，熟悉市場偏好後再拓展事業觸角。另外平台特色也需要考慮，如Qoo10消費者較偏年輕族群，企業初期挑選操作平台時可以先參考平



新北市政府經濟發展局局長張峯源（右4）與東南亞說明暨媒合洽談會講師合照。

台屬性篩選。

利用網紅直播新行銷方式 打造在地商品網絡

台貿全球電子商務股份有限公司董事長吳忠成表示，從傳統貿易業轉型為跨境電商服務並不容易，由於嫻熟進出口業務，希望幫助更多台灣企業做到全球買全球賣、台灣好貨暢全球。企業在切入新市場初期，對於新環境尚未全盤掌握，起初可以透過代理運營商操作，以B2B2C的商業模式扎根新市場。

吳忠成認為，電商流程中唯一不能夠省略的環節就是物流，新進廠商需要思考如何聰明節約物流成本，才能創造更多利潤。如找到當地的可靠物流夥伴配合，以減少貨物損壞以及逆物流成本，或是用集倉共配的方式節省物流開銷，都是企業在操作電商初期，可以考慮的方向。

至於電商應該怎麼做行銷？台貿全球靈活運用線上直播的行銷模式，直接把台灣好物曝光在消費者面前，除了直接刺激買氣，更幫許多企業找到當地分銷商，加速台灣品



商發院朱訓麒博士精彩講演東南亞電商市場趨勢。

牌在當地市場落地生根的速度。

以B2B模式拓銷東南亞的承恩食品企業有限公司行銷總監柳聖恩則分享，公司主力產品為珍珠奶茶原物料，但承恩不以製造業為滿足，而是為這個最具有代表性的台灣產品做一條龍式的規劃，從產品原物料、設計包裝、行銷方式，都能為客戶量身訂做一套最適合的方式，讓客戶無後顧之憂的打市場。另外，更透過與越南當地網紅合作拍攝短片、微電影等，用最道地的方式呈現台灣的珍珠奶茶，除了賣產品外更行銷台灣形象，可以說是民間觀光文化行銷大使！

新北市政府做助力 企業轉型電商翱翔升級

本日東南亞說明暨媒合洽談會上除了精彩的專題演講外，更請到台貿全球股份有限公司、ESG易通全球跨境電商有限公司、京奇電商、Kidobuy、萬泰物流、阿里巴巴國際站等饒富經驗的合作夥伴駐場提供洽談服務，正呼應跨境電商是一個齊心共進、攜手合作的新貿易、新概念。參與民眾十分踴躍，無不希望能藉此機會多了解一些跨境電商的新知識！

張峯源局長表示，台灣企業需要轉型創新，新北市政府是企業最堅實的靠山。後續新北市政府將陸續舉辦日本場（9月13日）、歐美場（10月26日）免費專題演講暨媒合會，歡迎有興趣企業參與，一同打造「新北新外貿，電商新首都。」■（撰文／楊薪、攝影／郭阿賓）



貿協市調報告 最專業的拓銷祕笈



購買 2 本(含)以上，每本 400 元(8 折優惠)



立即訂閱 **《經貿雙周刊》** 一年 25 期！

即享 **市調叢書** 一年 期無限閱讀！

加購價 **NT\$199** 訂閱 **經貿透視** 電子雜誌一年 (原價 1,500 元)



更多資訊：<https://www.trademag.org.tw/>

E-mail: bookstore@taitra.org.tw Tel: 2725-5200#1827/1828

主辦單位： 經濟部國際貿易局、 外貿協會

(購書未滿 500 元，須加 40 元運費，海外地區郵費另計)

打造台日電商銷售鏈·拓銷日本市場新幹線

北市府攜手樂天 協助企業搶攻日本市場

相較於傳統消費模式，跨境電商的新零售行為正以迅雷不及掩耳的驚人速度成長，而網購力道強勁、市場開放的日本，是值得台灣優質商品搶進的潛力電商市場。

為協助北市企業搶進日本電商市場，北市產業發展局於8月17日舉行「打造台日電商銷售鏈·拓銷日本市場新幹線」研討會，特邀台灣樂天市場負責人及其合作夥伴，詳細剖析日本電商市場概況與最新趨勢，解說營運模式與相關服務配套。

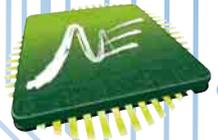
北市產業發展局林崇傑局長表示，北市府去（106）年率先在台灣推出第一個實質輔導外貿企業運用跨境電商平台拓銷國際市場的培育計畫，提供跨境電商一站式服務，

以提升跨境電商轉型與升級的輔導與培訓策略，今（107）年更將以全鏈路的育成概念新增產學合作、推廣電商意識，以及因應政府南向政策，協助優質台灣商品於東南亞電商平台上架，協助本市企業與世界市場通路接軌，把台北市的商品透過跨境電商賣向全世界，兩年來近150家企業受惠，且新增外貿訂單計約新台幣2千2百萬元，效益持續擴散和發酵。

台灣樂天財務長暨跨境電商負責人李志興分享，樂天總共有9,500萬活躍用戶，是日本最大規模的網路店鋪平台，且還能累積樂天超級點數折抵商品售價，吸引廣大的忠實用戶，大大提高黏著度；而市場通路行銷經理王奕鈞表示，樂天擁有健全的後台管理系統、方便的店鋪專屬及會員資料、還有強力的站外導流聲量，只要入駐台灣樂天就能擁有進軍日本的強力優勢；而合作夥伴愛歐達說，若想要在日本上架，得需要製作日本市場專屬的網頁並提供本土化的運營方式，需特別注意這些小細節。活動現場氣氛熱絡，許多參與企業及民眾發問踴躍，也讓北市府樂觀期待，未來將在更多國際電商平台見到MIT的好商品，好好發揮台灣最傲人的軟實力！■（撰文、攝影／曾君儒）



為滿足企業不同的貿易需求，北市府積極協助企業轉型，致力將台灣優質商品推向更多元的國際舞台。



ME SHOW

海峽兩岸(馬鞍山) 電子信息博覽會

MAANSHAN | 2018 10.26-10.29
ELECTRONIC EXPO | 安徽省馬鞍山市會展中心



資通訊及
智能生活區



新能源及
節能環保區



零組件及
電子信息技術區



機器人及
自動化區

開放聯動謀發展
合作共贏譜新篇

www.meshow.biz

- 主辦單位：台灣區電機電子工業同業公會、馬鞍山市人民政府
- 聯絡人：台灣區電機電子工業同業公會 林佳駿先生 / 莫宗諱先生
- TEL: +886-2-8792 6666 ext. 336 / ext. 333
- Email: charlie@teema.org.tw / evanmo@teema.org.tw

讀者問卷調查

填問券
抽
六福皇宮住宿券
及好禮

掃描以下QRCode，
3分鐘完成問卷！



- 1 您對《貿易雜誌》的封面視覺設計：
非常滿意 滿意 普通 不滿意 非常不滿意
- 2 您對《貿易雜誌》內頁的編排形式：
非常滿意 滿意 普通 不滿意 非常不滿意
- 3 您對《貿易雜誌》內頁的圖片挑選：
非常滿意 滿意 普通 不滿意 非常不滿意
- 4 您對《貿易雜誌》的文章內容：
非常滿意 滿意 普通 不滿意 非常不滿意
- 5 您最喜歡的單元（可複選）：
名家專欄 封面故事 特別企劃 名人講堂 企業實戰錄
跨境電商 大陸觀察 寰宇聚焦 市場瞭望 產業趨勢
產經線上 創新創業 文創藝術 MBA學堂 創新設計
品味生活 貿易線上 文化交流道
- 6 您期待哪些單元內容可增加報導頁數（可複選）：
名家專欄 封面故事 特別企劃 名人講堂 企業實戰錄
跨境電商 大陸觀察 寰宇聚焦 市場瞭望 產業趨勢
產經線上 創新創業 文創藝術 MBA學堂 創新設計 品味生活 貿易線上 文化交流道
- 7 您通常花多少時間閱讀本刊：
10分鐘內 10~30分鐘 30~60分鐘 1小時以上
- 8 您是否曾經閱讀數位版《貿易雜誌》文章（經由公會網站、國貿學苑FB）？
是 否
- 9 您是否曾將《貿易雜誌》的數位版報導連結分享給其他人？
是 否
- 10 您是否從事進出口貿易相關行業？
是 否，我從事_____
- 11 您如何獲得《貿易雜誌》：
贈閱 訂購 零買 電子書平台 公司傳閱
其他：_____
- 12 您對本刊的其他建議：

誠摯邀請讀者針對《貿易雜誌》內容，提供您的寶貴意見，只要於**10月15日**前填妥數位版問卷，或將填寫完成的紙本問卷傳真至**02-2507-6773**，我們將抽出幸運讀者致贈大獎，獎品有**六福皇宮住宿券1張（價值19,000元，使用時間至2018/12/31）與Glasslock玻璃保鮮盒50份（價值約400元）**

本活動聯絡人：胡小姐
聯絡電話：(02) 2505-6789分機5510



個人資料

聯絡人姓名：_____ 公司名稱：_____

贈品寄送地址：_____（請清楚填寫）

聯絡電話：_____

年齡：20歲以下 21~30 31~40歲 41~50歲 51歲以上

職務屬性：企業主 主管 職員 自由業 學生 其他_____

Email：_____

「2018年反傾銷與貿易救濟」實務研習營

自全球金融危機以來，全球經濟至今終於出現穩定成長的力道，然而，今年卻因美國、歐盟、中國大陸等國家發動各項貿易限制和貿易救濟措施，使得業者面臨政策不確定的經營風險。美國232鋼鐵產品加課關稅措施，引發歐盟鋼鐵防衛措施調查等鋼鐵貿易限制措施的擴散。美國與中國大陸之間的貿易戰，從能源產品的貿易救濟措施打到日趨升級的關稅大戰。面對風馳電掣的變化，業者有必要掌握新知，思考因應之道。

另外，美國、歐盟及中國大陸貿易救濟實務的動態，以及反傾銷調查中「歸零法則」爭議的發展都值得作為國內業者因應未來變局的重要參考。

為此，本會舉辦此實務研習營，邀請國內專家及政府單位解說、分享國內外最新發展及實戰經驗，機會難得，敬請把握。

日期：民國107年10月3、4日（星期三、四）

地點：福華國際文教會館公務人力發展中心101教室（台北市新生南路三段30號）

主持人：全國工業總會邱碧英副秘書長

課程：

時間	10月3日(星期三)	10月4日(星期四)
09:00-12:00	中國大陸反傾銷法規及實務新動向兼談美陸貿易戰 主講人：禾同國際法律事務所 吳綏宇律師	從美國太陽能電池及模組反傾銷及防衛措施案看如何因應美國貿易救濟調查 主講人：理律法律事務所 陳敬宏律師
12:00-13:30	午餐	午餐
13:30-15:00	歐盟鋼鐵防衛措施調查之因應策略 主講人：國際貿易局(洽邀中)	從歐盟對中國大陸電動自行車反傾銷案談臺灣產業因應之道 主講人：比利時VAN BAEL & BELLIS法律事務所 羅培方律師
15:00-15:15	休息	休息
15:15-16:45	我國反傾銷案件之申辦 主講人：財政部關務署(洽邀中)	反傾銷調查歸零法則的發展 主講人：政治大學國際經營與貿易學系 楊光華教授

「2018年反傾銷與貿易救濟」實務研習營報名表

公司名稱			
姓名/職稱	E-Mail	電話/傳真	午餐
		(T) (F)	<input type="checkbox"/> 素 <input type="checkbox"/> 葷
		(T) (F)	<input type="checkbox"/> 素 <input type="checkbox"/> 葷

備註：

1. 本研習營限額40名，參加對象為國內企業或公會代表，每家公司限額2名，全程免費。
2. 報名表填妥後，請傳真（02-27542895）或e-mail（ywchan@cnfi.org.tw）。
3. 本會保有審核參加名單之權利。
4. 本案連絡人：詹雅雯、顏維震 電話：02-27033500#197、185



2018臺南關子嶺溫泉美食節
9/22(六)~10/21(日) 關子嶺風景區



關嶺開幕&夜巡活動

9/22(六) 18:30~20:30 關子嶺溫泉公園&大成殿廣場

浴衣系列活動

10/13(六) 18:00~20:00 大成殿廣場

假日市集&浴衣體驗

9/22(六)~10/21(日) 每週假日下午 大成殿廣場

【關嶺風呂套票】

【關子嶺在地風土旅行】

【住客限定專屬好禮】

【平日住宿「雞+酒」專案】

住宿送桶仔雞

【平日泡湯】

兩人同行一人免費



各項活動及優惠資訊，請以活動網站及台南旅遊網公告為主。洽詢電話：平日(06)635-3226 / 假日(06)682-3481

指導單位 臺南市政府

主辦單位 臺南市政府觀光旅遊局

繪製單位 臺南市府城社區文創發展協會

圖面 水伶

協辦單位 國立故宮博物院南部院區、交通部觀光局西拉雅國家風景區管理處、臺南市政府農業局、白河區公所、東山區公所、後壁區公所、臺南市溫泉協會、白河關嶺社區發展協會、

關子嶺形象商團營造委員會、臺南市養雞協會、eSOMAX 夠麻吉股份有限公司、Coca-Cola 太古可口可樂、米蘭時尚髮型、美雅家具觀光工廠



台南旅遊網



活動網站

APP