

INNOVATE X VENTURE

TYC 青年創世代 2015年11月 NO.2
Taoyuan Youth Can

TYC CHAMPION 青年茁壯創業競賽
Taoyuan Youth Can 提案徵件至 11/20



青年事務局



贏向無遠弗屆新商機

全面聚焦亞洲

跨境電商熱潮

封面故事桃園政策篇：

桃園企業 X 新創 X 育成 X 青年事務局聯網
青年電商實戰力 UP

創業現場：

雅聞集團總經理 紀敏吉 V.S. 悅聲志業執行長 陳冠宏
堅持理想與信念 走向成功創業之路



桃園新市力!

青年創業 Dare to Dream

等你來報名!

時間：2015年12月4日 (五)

地點：晶宴會館 桃園館 (桃園市桃園區南平路166號)

主辦單位：桃園市政府 青年事務局
執行單位：社團法人台灣數位文化協會
聯絡電話：03-4557009 台灣數位文化協會桃園專案辦公室

主辦單位保留活動變更之權利



最新活動趕緊掃瞄連進網頁報名!
<http://goo.gl/8owKHT>

廣告

市長聊天室

為青年裝上夢想的翅膀



桃園市市長 鄭文燦

我們很喜歡跟年輕人相處，因為每當感受到他們無所不在的創意、熱情、行動力與夢想，那旺盛的生命力總是讓人對世界充滿期待、對臺灣充滿信心。但是年輕人這股旺盛的活力，需要有良好的環境呵護，如果青年沒有找到可以發揮活力的場域或是正確的職涯方向，這股生命力不僅無法變成提升國家經濟與幸福社會的動能，更可能衍生出其他社會問題。

值得令人警惕的是，近來行政院主計處公布的國內就業與失業率數據顯示，我國「15歲到24歲」年齡層的失業率是整體失業率的3倍左右，而面對「職涯迷路」循環的挫折感，很可能澆熄年輕人對世界與社會的滿腔熱情。

國家社會加快腳步為年輕人建立良好的環境，已成當務之急。所以桃園市政府設立全臺獨一無二的「青年事務局」，統籌規劃桃園市的青

年政策，執行各項鼓勵青年朋友們創業、參與公共事務、接軌國際的重要工作；並且積極協助具備創業家精神的年輕人，勇敢朝向數位創業、網路創業、微型創業及創新創業等方向發展。

眼見著年輕人處於如此兩極化的時代中，我們將持續透過政策資源，站在青年的背後，做為將青年推向創新創業與朝國際化發展的背後推手，希望這股力量可以引導更多國內外大企業，看到臺灣青年的創意、能耐與特色，進而一同與桃園市政府，提供更多資源給年輕人，替年輕人的夢想裝上翅膀，讓他們夢想起飛。

鄭文燦

編者的話

為青年找出追求 美好人生的方向



桃園市政府青年事務局局长 陳家濬

網路科技不斷改變人們的生活型態，尤其是電子商務已經使現今購物模式驟變。從面對面的實體商店，到透過電子裝置的線上購物，消費者只要連上網路就能買東西；近年隨著各國法規開放，金、物流環境趨於成熟，電子商務進一步朝向跨境交易發展，引爆前所未見的跨境電商浪潮。

迎合時勢，《TYC 青年創世代》本期將以跨境電商為主題，從全球電子商務發展趨勢，探討跨境電商現況，並鎖定臺商積極布局的中國與東南亞市場，了解這兩大市場的線上購物發展，也為臺灣企業或創業家找出跨境交易的關鍵策略；同時說明桃園市電商發展浪潮，以及桃園市政府青年事務局有關電商的多項具體政策資源。

精彩的封面故事之外，本期也報導許多成功創業家經驗，為青年找到新的創業思維。例如，創業家兄弟創辦人郭書齊，為年輕人點出創業必須循序漸進，先建立堅強的創業 DNA；創投專家華陽創投集團董事長王韋中，提醒創業家要擺脫

本位主義，才能吸引適合的資金；而桃園市知名遙控車製造廠金詩達精彩的創業故事，讓年輕人更深入了解創業可能面對的瓶頸與突圍之道。

為了協助年輕人對職場生涯規劃有更高的掌握度，本期實用密技單元以學會自我管理的 3 堂課；輔以 Facebook 營運長雪柔·桑德伯格所提出的建議，讓社會新鮮人都能挺身而進，開拓無限未來。一如本刊下班後單元中，在桃園中壢區開設「朽木聚場」汽車主題餐飲空間的倪文堯；以及在桃園後火車站巷弄內開設東南亞主題獨立書店的林周熙，都用理想與生命力，實現夢想。

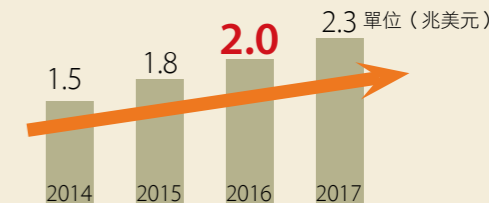
顯然，不管時代如何轉變，人們對於夢想的追求永遠不變，因此《TYC 青年創世代》將持續提供年輕人全球及在地的創新創業最新資訊，也以不變的理念，與年輕人共同創造美好人生的價值。

插畫家 × 薛慧瑩



2個數字 看全球跨境電子商務趨勢

2兆美元 2016年全球電商規模



全球電子商務持續蓬勃發展，國際市場研究機構 eMarketer 調查顯示，2015 年全球電子商務市場規模將達 1.8 兆美元，預估到了 2016 年將突破 2 兆美元，商機之大不容小覷，各大市場中又以亞太地區的成長最受矚目，國際市場研究機構 eMarketer 預估，2016 年亞太市場可望超越北美，成為全球最大的電商市場。

與全球電商市場一樣，臺灣電子商務市場產值也持續攀升，根據資策會的調查指出，2015 年臺灣電子商務市場產值將首度破億，達到約新臺幣 1 兆 69 億元，其中，企業對消費者 (B2C) 的電子商務市場規模為新臺幣 6,138 億元。消費者對消費者 (C2C) 的市場規模為新臺幣 3,931 億元，預估 2016 年將再成長 12%，達新臺幣 1 兆 1,227 億元。

15 ~ 20 萬人 未來5年臺灣電商人才缺口數



隨著電子商務快速發展，國內外電商市場競爭愈來愈激烈，在國內電商業者搶才、國外電商業者加強挖角的情況下，未來臺灣電商人才缺口持續擴大。我國最大電子商務平臺 Pchome Online 集團董事長詹宏志直言，未來 5 年臺灣電子商務產業人才缺口將達到 15 ~ 20 萬人，大量的人才荒又以工程師與企劃人才最為缺乏。

國內電商人才缺口除了肇因於國內電商

競爭進入百家爭鳴的狀態之外，中國、東南亞的電子商務的快速發展，也導致臺灣電商人才前往他國就業的可能性提高，尤其近一年來，中國阿里巴巴集團與獵豹移動等積極來臺吸納人才，更進一步導致臺灣電子商務人才的缺口持續擴大。看準職場人才缺口，臺灣年輕人可多加強電商專業的職能，成為搶手人才，桃園市政府也將積極從政策面，協助產業界或學校培育電商相關人才。

Contents

目錄

■ 市長聊天室

1 為青年裝上夢想的翅膀

■ 編者的話

2 為青年找出追求美好人生的方向

■ 數字趨勢

3 2個數字看全球跨境電子商務趨勢

■ 從零開始

專訪創業家兄弟創辦人 郭書齊

16 創業四部曲 建立堅強的創業DNA

■ 創業資金

專訪華陽創投集團董事長 王章中

18 以低風險、高報酬之姿 贏得資金青睞

■ 新創團隊

專訪金詩達總經理 王立傑

20 金詩達駕著遙控車 從桃園開向全世界

■ 創業現場

雅聞集團總經理 紀敏吉V.S.悅聲志業執行長 陳冠宏

24 堅持理想與信念 走向成功創業之路

■ 就業起點

專訪104獵人才派遣事業群資深副總經理 晉麗明

28 不斷學習 創造專業 打造自我職場價值

■ 青年大聲公

30 精彩職涯人生的13場必聽講座

31 創業基地 凝聚青年共享氛圍

32 支持青年創業 引領桃園開創無限未來

33 業界出題、學生接招 產學接軌再升級

■ 東南亞篇

下一站：東協5國

11 以全球化視野布局跨境電商

■ 桃園政策篇

桃園企業 X 新創 X 育成 X 青年事務局聯網

14 青年電商實戰力UP

■ 總論篇

跨境電子商務大時代來臨

6 臺灣賣家 你準備好了嗎？

■ 兩岸篇

5種跨境電商模式大解析

8 掌握中國電商兆元商機



12



15



40



24



42

■ 實用秘技

善用心智能量、變得自信、適時緊張

36 學會自我管理的3堂課

■ 工作現場

林士玄就是愛牛仔褲！

38 喜好變成工作 人生樂此不疲

■ 下班後

臺灣首間東南亞主題的獨立書店

40 望見書間 滿足新住民朋友的閱讀心靈

集合古董車、美食的餐飲空間

42 朽木聚場 愛車人士最佳聚會場所

■ 翻轉學

交點創辦人 黃敬峰專欄

44 年輕人你可以不一樣

■ 叢林法則

知名創業與職場部落客 劉威麟Mr.6專欄

45 創業家應重新學行銷，為什麼？

■ 讀N本書

一小時，學會一生受用的邏輯思考法則

46 麥肯錫新人邏輯思考5堂課

達成社會、環境與經濟三贏效益

47 英國社會企業之旅

■ 成功者的筆記

Facebook營運長雪柔·桑德伯格

48 6大建議 讓社會新鮮人《挺身而進》職場



GPN:2010401723

ISSN:24136115

發行單位 桃園市政府

發行人 鄭文燦

總編輯 陳家濬

編輯團隊 桃園市政府青年事務局

出版單位 桃園市政府青年事務局

地址 桃園市中壢區環北路390號

電話 (03) 4225205

網址 <http://youth.tycg.gov.tw>

刊物編輯 巨思文化股份有限公司

服務地址 臺北市光復南路102號9樓

服務專線 (02) 8773-9808#232

傳真專線 (02) 8773-9608

刊物印刷 城邦印書館股份有限公司

攜手愛護環境，本刊採用大豆油墨印刷

※本刊保留所有著作權利。欲利用本書全部或部分內容者，需徵求著作財產權人桃園市政府青年事務局同意。



總論篇》 跨境電子商務大時代來臨

臺灣賣家 你準備好了嗎？

所謂貨比三家不吃虧，以往人們會到處逛實體商家比價；後來網路購物出現，線上比價快速方便，但早期因金、物流問題，線上購物仍侷限於國內的線上商店；如今跨境電商出現，真正體現網路無國界，消費者開始傾向全球購物，電商平臺與賣家當然也要全面布局跨境電商服務。

撰文／劉麗惠 圖片提供／巨思文化

網路無國界，想購買海外商品，不用坐飛機出國，連上網路前進世界任何一個國家，就能買到想要的商品。淘寶網來自臺灣市場的年交易額已超過新臺幣 700 億元，另外也有不少臺

灣人喜愛使用日本樂天網站購物。當其他國家正以跨境電商搶占臺灣人的荷包時，臺灣從企業到商家必須加快腳步，掌握跨境電商的商機及市場，才能跟著網路贏向全世界。

Google 大中華區總裁石博盟 (Scott Beaumont) 在日前舉辦的亞太電子商務趨勢論壇中指出，2015 年全球使用網路的人口有 28 億，占全球人口的 39%，2020 年網路人口數將達到 80 億，無所不在的網際網路將使電子商務的線上交易更加蓬勃發展。阿里研究院與埃森哲的報告指出，全球 B2C 線上購物規模將從 2014 年的 1.6 兆美元成長到 2020 年的 3.4 兆美元。

2020 年全球跨境電商交易額上看 1 兆美元

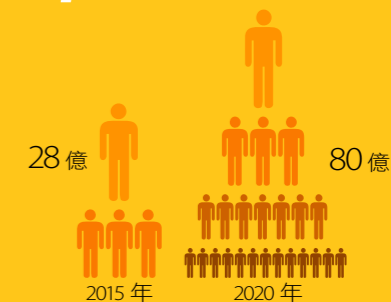
隨著世界各國電子商務蓬勃發展，國與國之間的線上購物機制發展漸趨成熟，線上購物發展進一步朝跨境交易邁進，跨境電商大時代於焉湧現，未來幾年更將以驚人的速度成長。Yahoo! 臺灣暨香港電子商務事業群副總裁王志仁表示，2014 年的全球跨境交易金額約 2,300 億美元，2020 年上看 1 兆美元 (約新臺幣 32.8 兆元)，跨境消費者占整體網購市場的 44.6%。

在快速成長的電商交易中，亞洲因各地區之間有著極緊密的聯繫，發展速度最為驚人，中國、日本、泰國、新加坡等亞洲國家的成長幅度更高，Google 大中華區總裁石博盟指出，2017 年亞洲區將成為全球第一個超過 10 億美元的電商市場。面對跨境交易大浪潮，臺灣賣家正積極布局，國際電子商務平臺 eBay 發布的《海外倉儲：跨境電商新形態》顯示，2014 年第 4 季臺灣賣家使用海外倉儲的銷售總額較 2012 年同期成長 32%，顯示有愈來愈多臺灣賣家已經朝跨境電商發展。

從各項數據來看，全球電子商務規模正急遽增大，而國與國之間的跨境電商，是帶動電商市場成長的關鍵因素之一，因此積極迎向跨境電商，已經是企業開拓商機的重要途徑。

4 個數據看懂 跨境電商大浪潮

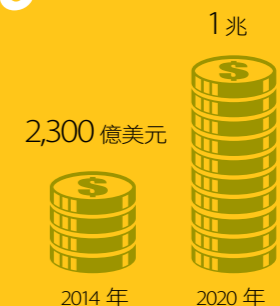
1 全球網路人口



2 全球 B2C 電子商務銷售



3 全球跨境交易額



4 2020 年跨境消費者占 整體網購市場的 44.6%

兩岸篇》5種跨境電商模式大解析

掌握中國電商兆元商機

過去15年，中國電商發展迅速，2014年規模已達人民幣2.8兆元（約新臺幣14兆元），其中B2C交易規模達人民幣1.2兆元，預估整體電商市場在2015年還會有30%以上的成長，龐大的電商規模使中國成為全球商家發展跨境電商時的首要市場，臺灣業者的布局也相當積極。

撰文／劉麗惠 圖片提供／巨思文化

「每次參加電商活動，都會看到許多臺灣商家在尋找開拓中國線上購物市場的管道。」

上海美特斯邦威服飾多產品部門副總監劉玉婷從臺灣前往中國大陸工作，至今五年，她說在看到中國電商市場的飛快發展之際，也看到臺灣的商家或年輕創業家，

一窩蜂的想透過線上購物進入中國市場。然而，

中國大陸電商趨勢不斷演進，臺灣商家跨境中國市場的模式也跟著趨於多元，

如今臺商前往投入，必須對各種

跨境電商模式有深入的了解，才能順利發展。

依照目前兩岸跨境電商的發展，臺商前往中國布局所採取的模式大約有5種形式，分別為：

1. 從臺灣電商網站直接銷售
2. 上架到淘寶網、京東商城等中國主要電商網站銷售
3. 尋找代理營運商
4. 與中國電商平臺對接，直接銷售到目標市場
5. 利用微信、QQ等即時行動通訊平臺，變身微商。上述各種平臺各有優缺點與特性，商家需視自身的規模與營運現況進行決策。

官網直接銷售 適合品牌商

首先來看從臺灣官網直接銷售。因為兩岸交流頻繁，陸客來臺增加，是以此模式適合臺灣具備品牌的商家採用。網路開店123總經理安晨好表示，陸客來臺觀光、消費，商家如有官方網站，



（左圖）從職業網拍起家的東京著衣，是臺灣以電商跨境中國市場的先鋒，並獲得很大的成功。

（右圖）上海美特斯邦威服飾多產品部門副總監劉玉婷建議，臺灣青年可以微商管道進入中國電商市場，風險較低。



陸客回去之後便可直接在官網下單購買。

或許有人會想，沒有官網也可以利用上架到大型電商平臺搶攻中國消費市場。這個模式在其他國家市場或許可行，但因為中國可能會對PChome、Yahoo!大型入口網站進行遮蔽，因此這一模式發展中國電商市場，恐非妥善之道。

上架到中國電商平臺 需視產品別而定

臺灣商家上架到淘寶網、京東商城等中國知名電商平臺的模式已行之有年，例如多年前職業網拍業者起家的東京著衣、PG美人網，稱得上是臺灣以電商跨境中國市場的先鋒，並且獲得很大的成功，東京著衣更從小服飾賣家變成服裝品牌大廠。依循東京著衣與PG美人網的淘寶模式，臺灣商家一窩蜂搶進上架淘寶、天貓、京東商城等，但是由於競爭激烈，目前採取此一模式的商家，經營變得較為辛苦。

不過儘管競爭趨於激烈，但是由於淘寶、天貓、京東商城仍是中國最具市占率的電商平臺，因此還是多數商家搶攻市場的主要管道，對這一模式，劉玉婷強調，臺灣商家要選對平臺上架，才能獲得最大的效益，例如電器產品最適合上架

到京東商城；醫美產品則應選擇中國最大B2C美妝保養品平臺聚美優品。

代營運商選擇多 品質與誠信是挑選原則

委託代理商逐漸成為主流模式之一。隨著中國代營運商蜂擁而出，代營運商的品質也較過去值得信賴，因此臺灣利用代營運商搶進中國市場的比例逐漸增加。劉玉婷建議，中國物流模式複雜，行銷模式也與臺灣不盡相同，如果要更深入布局市場，可以找中國電商代理商，協助企業在中國市場的布局。不過，代營運商何其多，如何找對代營運商對商家是一種考驗，對此，劉玉婷建議，服務品質與誠信是兩大挑選原則。

另外，商家也可選擇與中國電商平臺有對接的臺灣代營運商，例如我國金流業者藍新科技分別與天貓、京東商城合作對接平臺，開設「臺灣商品館」，為臺灣商家提供跨境代理服務，包括金流、倉儲、海運、通關與產品檢驗等，藍新科技會一併處理，例如臺灣品牌好手拖……等都透過此種管道搶進中國市場。目前臺灣已經有愈來愈多這類的代理商，如「吃透透伴手禮專賣店」主要代理臺灣美食在淘寶網上銷售。

東南亞篇》下一站：東協 5 國

以全球化視野布局跨境電商

過去臺灣商品在中國具備品牌優勢，因此把中國當成跨境電商的第一站，但隨著日本、南韓等與中國的緊密度愈來愈高，臺灣商品在中國的優勢逐漸消失，因此臺灣必須改以全球化視野布局跨境電商，而鄰近臺灣且經濟正快速起飛的東南亞，無疑成為臺灣發展跨境電商的下一站。

撰文／劉麗惠 圖片提供／巨思文化、臺灣樂天

中國電商發展已經非常成熟，臺灣趕不及迎上中國電商崛起浪潮的人，還有其他機會，那就是經濟正快速起飛的東南亞。2015 年底東協經濟共同體（AEC）即將成形，屆時原本各自為政的十個國家將成為六億人口的單一經濟體，而以經濟成長率來看，經濟合作暨發展組織（OECD）預估，未來 3 年東協的經濟成長率至少有 5.4%。

快速成長的經濟勢必將帶動銷售，再加上網路與行動上網普及率不斷提升，也將促進電商市場的發展。根據尼爾森行銷研究顧問（Nielsen）的調查報告顯示，包括泰國、越南、印尼等國家，

電商僅占整體零售額不到 1%、馬來西亞也僅有 1.4%，至於占比較高的菲律賓與新加坡也只有 3% 以上，東南亞諸國的電商成長空間還很龐大，臺商如能及早搶進，才能搶得先占契機。

臺商跨境東南亞的第一站：泰國

各國之中，做為東協心臟的泰國，理所當然成為很多臺商跨境東協的第一站，PChome 董事長詹宏志觀察，泰國是東南亞最成熟的經濟體，政策明確，是布局電商的好地方。因此 PChome 已與泰金寶合資設立子公司 PChome Thailand，推出 C2C 拍賣平臺，讓臺灣可透過此一平臺進行跨境生意。另外富邦媒體科技 momo 也從電視購物跨領域搶進，在泰國成立子公司 TVD shopping。

除了大型電商平臺積極布局之外，臺灣商家與年輕創業家也勇敢跨進泰國，例如網路人氣女裝賣家 OB 嚴選跟著 momo 進入泰國、線上餐廳定位服務 EZTABLE 與醫美保養品起家的歐漾國際也都已經進入市場，其中歐漾國際更已在泰國成立子公司。

「跨境交易沒那麼困難，當你手上有 Facebook 或網站，有工具快速連結起來，就可以



富邦媒體科技 momo 從電視購物跨領域搶進泰國電子商務市場。

年輕人資金少 微商是管道之一

最後，利用即時行動軟體最夯。「微商已經成為中國電商主流發展趨勢，更是兩岸三地年輕人跨入電商的首選管道，臺灣也有愈來愈多商家或個人戶，採取這樣的模式開拓中國電商市場。」劉玉婷分析，中國電商發展比臺灣快速許多，知名平臺品牌林立、競爭相當激烈，現階段臺灣商家或許不需要再想著自己要前往中國大陸，而是建議商家或是年輕人創業，可以利用即時通訊軟體，成為「微商」，以低成本搶進市場。

目前，臺灣有愈來愈多中小企業採取微商管道跨境中國市場，如糙米酵素健康食品開發商悅悅國際近來將中國視為重點市場，悅悅國際總監周芷好指出，目前已經透過微商管道，開拓中國



臺灣有愈來愈多的商家利用即時行動軟體，利用微信、QQ 等即時通訊平臺，開拓中國電商市場。

線上虛擬通路市場；另外，從食品業轉型做手工肥皂的昱鴻國際總經理蔡森琳也表示，目前正積極尋找想要創業年輕人做為代理商，然後透過微商管道，為昱鴻國際創新研發的手工肥皂「寶島晶鑽」，在中國打響品牌知名度。

中國電子商務模式與主要平臺

商城模式	企業對企業對消費者 (B2B2C)	企業對消費者 (B2C)	消費者對消費者 (C2C)	行動平臺
主要業者	天貓商城、QQ 網購	京東商城、卓越亞馬遜、當當網、飛虎樂購	淘寶網、拍拍網、易趣網	微信、QQ
優點特色	流量大、成本壓力與風險都較低	供應商品齊全、流量具保障	進入門檻低、流量具保障	簡單、方便、技術含量低，可快速成為賣家；隨時隨地可接單；可發展 O2O
缺點	進入門檻高。如天貓必須以自有品牌進入；需出具中國國家商標總局頒發的商標註冊證	必須提供貨源給平臺商，資金成本壓力較大	競爭激烈、假貨問題橫行	初期上架效果不明顯；競爭激烈

資料來源：天貓商城、京東商城、淘寶網、微信、QQ 各網站 整理：編輯部



的國家，因此如何利用社群網路行銷產品，是成功取得商機的關鍵，除了一般人所熟悉的臉書之外，Path 與 instagram 也是印尼人愛用的社群工具，目前有許多買家利用 Path、instagram 銷售商品，值得想要切入印尼電商市場的臺灣買家注意。



臺灣商品受到東南亞市場的青睞，看好此一商機，臺灣樂天市場結合超過 5,000 件商品，正式啟動跨境電商服務，首站即是新加坡。

MIT 品牌跨境搶進新加坡

儘管新加坡人口只有 500 多萬，但是隨著許多零售商從

商市場規模將上看 40 億美元，另外 MasterCard Survey 指出越南手機購物比率高，調查期間顯示，過去 3 個月曾用手機購物的比例高達 34.9%。

儘管越南電商持續發展，但由於還在初期階段，目前電商產業還有許多問題待解決，如網路商店充斥假貨、劣質品，網路詐欺問題等，諸如此類的問題使得越南仍有很多民眾不敢使用網路購物，限制市場的發展。

再看馬來西亞，2015 年的電商規模可達 720 億馬幣（約 190.33 億美元），至 2016 年將可達 880 億馬幣，同樣備受看好。至於東南亞人口數最多的印尼，電商發展指日可待。PT.Celtic 創辦人暨執行長曾國政在印尼曾經營運餐廳訂位、食譜分享與跨境電商，他觀察到印尼中產階級正快速興起，因此電商市場有 3 種類型的中產階級時尚平價用品正大幅度成長，包括女性商品、汽機車零組件商品與 3C 手機平板周邊延伸等。顯示臺灣這幾類產品的商家，應該加快腳步搶進。

另一方面，由於印尼是個社群擴散力很快

實體通路轉移到虛擬通路，近兩年新加坡電商市場大幅成長。市調公司 Euromonitor 的調查報告，2014 年新加坡電商規模為 27 億美元，預估 2015 年將成長至 34.5 億美元，臺灣電商平臺與商家也積極搶進。

「臺灣商品在東南亞市場具備極大吸引力，臺灣樂天市場每月都會收到上百個來自東南亞希望將商品販售至當地的詢問。」臺灣樂天市場營運長羅雅薰表示，因此 2014 年臺灣樂天市場攜手 27 個樂天市場購物網上的品牌店家，集結超過 5,000 件商品，正式啟動跨境電商服務，而新加坡就是臺灣樂天協助商家跨境東南亞的首站。

羅雅薰強調，新加坡與臺灣有類似的文化背景，消費者不僅熟悉臺灣的商品，且對臺灣優質商品有高度興趣，因此臺灣樂天依據新加坡消費者的偏好，以女性服飾、鞋包配件以及運動休閒品類為首波銷售新加坡的商品，其中有 7 成以上是 MIT 品牌，如男性潮流品牌 Transaction、Destroyland，以及運動休閒品牌 Drago 等。

做跨境電商。」掌握電商趨勢，歐漾國際總經理楊智斌指出，歐漾國際從 2007 年創立之後，很快的在 2009 年就以電商進入中國市場，可惜的是，儘管當時中國電商覆蓋率不到 1%，但是歐漾當時進入還是太晚了，因此錯失中國電商起飛的大好時機，這次看準東南亞是下一個機會點，歐漾也正加快腳步趕上。

越南、馬來西亞、印尼市場潛力可期

泰國之外，詹宏志也強調，越南擁有 9 千萬人口，經濟成長強勁，30 歲以下人口占 60%，隨著網路及智慧型手機逐漸普及，加上高素質的數學及理工學校，代表越南可望成為成功的數位經濟體，可想而知，越南電商的發展前景也備受矚目。根據調查機構金士康的預估，2015 年越南電



PCHome 董事長詹宏志認為泰國是東南亞最成熟的經濟體，政策明確，是布局電商的好地方。

桃園政策篇》桃園企業 X 新創 X 育成 X 青年事務局聯網

青年電商實戰力 UP

青年熱愛網路，隨時隨地掛在線上，就連買東西也要線上買，更有不少人想從事電子商務工作。迎合電商大浪潮，桃園企業、學校及政府都積極動起來發展電商，因此桃園青年在創業培力與電商領域都有很多機會，青年也應該動起來，強化自己的電商實戰力。

撰文／劉麗惠 圖片提供／巨思文化、中原大學創新育成中心

當 電子商務風潮襲捲全世界，桃園市也吹起濃濃的電商風潮，不僅桃園在地產業紛紛加強對電子商務的布局；大專院校育成中心也有愈來愈多青年以電子商務為主題成功創業；桃園市政府更積極迎合電商趨勢，推出相關政策及資源，充實健全桃園電商產業發展的環境。

多元整合 創造電商新契機

如果仔細觀察桃園產業發展，可以發現近年來桃園從大企業到中小型公司，不是已經投入經營電子商務多年，就是正在思考如何切入電子商務，例如，於桃園楊梅設有「魅力博物館」觀光工廠的臺灣化妝品品牌雅聞，在以實體觀光工廠打出知名度之後，接著就積極發展電子商務，除成立官網在境內線上銷售商品外，亦透過與中國電商平臺淘寶網的合作，以跨境電商搶攻中國市場。

又或者，包括清淨海生技、金格食品、聲寶、美力谷光電科技、LIFEDEN 樂活聯盟……等各行各業的桃園企業，近年來也都正為了加碼布局電子商務，不斷尋找具備電子商務專長的人力資源。同時，桃園各大專院校有鑑於電商人才需求



中原大學創新育成中心輔導的新創公司范特喜微創文化，以老屋新生概念在全臺打造文創聚落，目前再發展虛擬平臺，打造獨特的電子商務應用模式。

龐大，包括中原大學、中央大學等都對電商議題多所著墨，透過多元管道加強培育電商相關專業人才。

中原大學產學營運總中心副執行長王世明指出，電子商務平臺發展已經非常成熟，因此現階段電商創新必須整合更多元素，如結合社群網站與 Line 等新科技工具，或是與桃園龐大的傳統製造工業整合，利用大數據資料達到更完善的供應鏈整合，甚至發展工業 4.0，都是電商發展的新方向。



隨著電子商務市場競爭愈趨激烈，除了網路平臺之外，更要思考與 Facebook、Line 等社群工具結合，創新電商模式。

「中原大學育成的新創公司創通集客數位行銷與范特喜微創文化，都以創新電子商務應用，帶動產業的創新。」王世明進一步說明，創通集客透過創新的網路行銷手法，協助許多桃園在地企業融入電子商務應用領域之中；而由中原大學校友鍾俊彥創辦的范特喜微創文化，在全臺各地打造文創聚落之後，目前更朝虛擬平臺邁進，打造全臺首創的虛擬文創聚落，發展獨特的電子商務應用模式。

桃園市政府政策啟動 強化電商人才力

當桃園市產業與學校皆在電商創新上多所著



桃園市政府青年事務局正陸續辦理青年創業與職能相關的系列課程、講座、工作坊等活動。

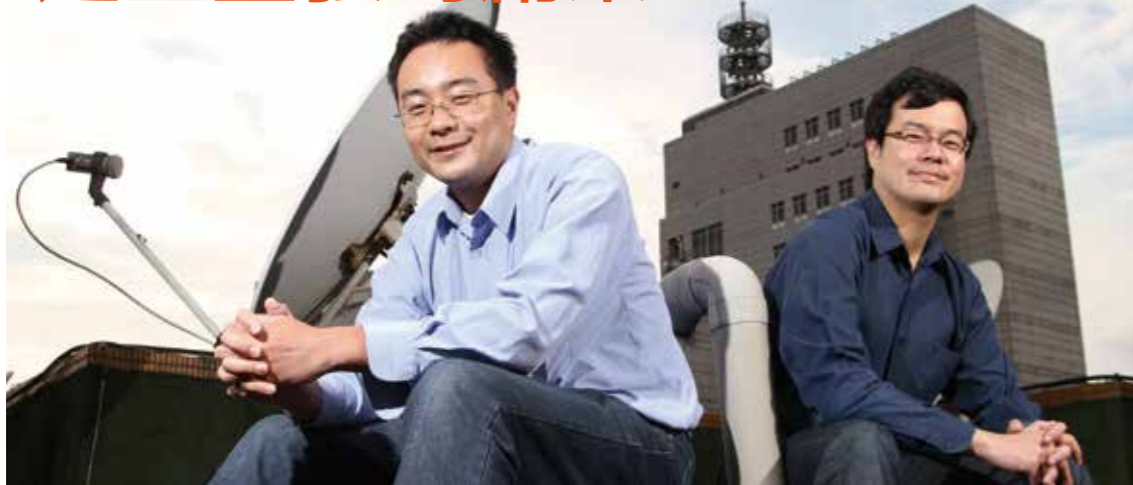
墨之際，桃園市政府青年事務局也積極推出電商相關政策，甫於 2015 年 8 月 31 日啟動的「TYC (Taoyuan Youth Can) 桃園市青年茁壯計畫」，目前正陸續辦理青年創業與職能相關的系列課程、講座、工作坊等活動。

例如於 2015 年 10 月初在中原大學產學營運總中心舉辦的「電子商務實戰工作坊」，為期兩天的活動特別邀請 Shoptline 臺灣重點合作夥伴 FunCity 方城市行銷 CEO Brenda、潮網科技媒體部經理劉又誠、飛翹網訊臺灣區總經理程友力，以及生活市集營運經理王仕杰等電商專家，為青年從電商平臺的選擇、產品企劃、網路與社群行銷、營運管理與客戶服務等，提供精闢的解析，讓想要利用電商創業的青年賣家，了解到如何打造屬於自己的品牌，或讓想選擇電商工作就業的青年，強化電商實戰力。

另外，由桃園市政府青年事務局補助中央大學辦理的「2015 千里馬尋桃花源創業競賽」活動，在 3 個競賽組別裡，其中一組即為電子商務，希望透過電子商務競賽活動，讓學生激發創意，思考如何運用網路或 APP，以及整合 Facebook、Google、Line 等平臺工具，開展出創新的電子商務模式。

專訪創業家兄弟創辦人 郭書齊

創業四部曲 建立堅強的創業 DNA



全球前所未見的創業嘉年華會陸續登場，臺灣創業熱潮持續發燒。然而，每個人適合做的事情不同，並非所有人都具備創業家本質，因此年輕人想要創業前，請先深度自我評估與了解創業本質，準備好之後，再勇敢前行吧！

撰文／劉麗惠 攝影／蔡仁譯

「創業聽起來是一件熱血的事，但是一旦創業，過程其實一點也不浪漫。」創業家兄弟創辦人郭書齊，談到現在臺灣一窩蜂倡議創業，他雖然鼓勵年輕人投入創業，卻也提醒年輕人，創業與否，請三思而後行。

前奏曲》點燃「相信」的火花

「創業之前，要確定自己想的夠清楚了。」郭書齊強調，創業的新鮮感一下子就會過去，迎面而來的資金、市場、產品、團隊等，所有事情蜂擁而上，創業者會面臨一段時間感到非常辛

苦，唯有「相信」才能讓創業者度過難關。

首先，創業者要相信自己真的可以在選擇的領域，把事情做到最好，並能解決社會問題；其次，創業者要讓團隊相信，你能與他們一同開創美好的未來；再者，要讓外部的人相信，自己的企業經營能力，例如父母相信你創業比去上班好、投資者覺得你的公司值得投資等。

首部曲》打造堅強的心理素質

想要實現各個環節的「相信」，創業者必須要有堅強的心理素質。讓自己面對壓力時，不會

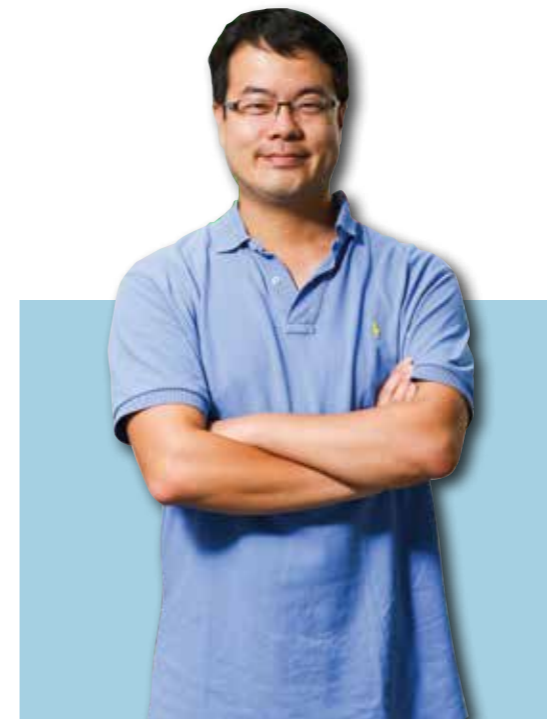
退縮、面臨困難不忘初衷，並且要能承受生活一直處於緊繃狀態。

郭書齊說，這種堅忍的特質一小部分是與生俱來，大部分是靠後天訓練累積，而樂觀是非常重要的特質，藉由樂觀看待一切，才能從創業過程中的各種挑戰與磨難，累積堅強的心理素質。

二部曲》培養敏銳的趨勢嗅覺

擁有相信與堅定之後，還要具備敏銳的趨勢觀察。兩度創業都算是蠻成功的郭書齊雖然謙虛的說，自己創業有成多少是因為機運，但不管第一次成功創辦「地圖日記」，或是現在規模達百人以上「創業家兄弟」，都是因為掌握網路發展趨勢，進而找到市場缺口而成功創業。

郭書齊表示，一度為入口網站霸主的 Yahoo!，因為在搜尋趨勢上落後 Google，而被迎頭趕上；而看似稱霸網路世界的 Google，又因為沒有嗅到社群網站的浪潮，讓 Facebook 幡然而起，這些都證明世界演變的快速，商業模式也不



創業家兄弟 擁有眾多電商平臺



創業家兄弟為臺灣專營垂直型電子商務之最大企業，旗下網站包括生鮮市集、生活市集、好吃宅配網、3C 市集、大折扣等電商網站，同時為臺灣證券市場公開發行之網路電子商務公司。

斷轉變，創業家必須掌握潮流，然後找到正確的目標投入創業，時間對了，做起事情來就能事半功倍。

三部曲》擁有絕不妥協的堅持

最後，一定要有絕不妥協的堅持。郭書齊說，在還沒創業之前，或許想過如果失敗了，可以不要做就好，但創業之後他發現，當自己聘用了第一個員工，就沒再想過放棄這件事，因為隨著其他人的加入、團隊的建立，創業家就有了社會責任，所以創業之後要想的是：絕對不能讓公司收起來，然後深入每個公司運作環節中，有問題就盡全力解決，凝結團隊的能量，慢慢擴大經營與影響力。

最後，郭書齊說，過去臺灣科技產業在好的發展階段時，大家一窩蜂搶著到竹科上班，那時臺灣必須鼓勵創業，讓人才多元化發展，也讓內心有創業種子的人勇於挑戰自我。如今創業風氣大盛，不只真正擁有創業家精神的人被鼓動創業，不少原本適合上班的人，也一味跟著潮流創業，這樣或許過頭了。人生有很多條路可以走。面對創業，大家應該靜下心想想，自己真的適合嗎？準備好了嗎？確定之後，再起而行之吧。

專訪華陽創投集團董事長 王韋中

以低風險、高報酬之姿 贏得資金青睞

創業資金難尋，創業者必須了解臺灣創投環境與資源所在，擺脫創業者本位主義的思考模式，了解投資者與公司彼此之間的權利義務，才能找到適合的資金，一同為創新產品、服務與商業模式做出最大的貢獻，進而走出順遂的創業之路。

撰文／劉麗惠 攝影／侯俊偉

如果你真有夢想，就勇敢去追求，但是要把握人才、資金、市場等各方資源兜起來，然後認知到凡事有價，就可以勇敢的走向創業之路！」華陽創投集團董事長王韋中，曾經兩度參與創業，一次以失敗收場、一次大獲成功，如今成為創投公司董事長，各種經歷讓他對臺灣創業環境與創業資金脈絡非常熟悉。以其豐富的經驗，王韋中鼓勵年輕人勇敢投入創業，同時也提醒創業者，所有事情背後都有「代價」，因此追求夢想的過程要腳踏實地，才能走的穩固扎實。

了解法規與市場運作機制

談起踏實創業，資金無疑是創業者在運籌帷幄的過程中，最需要謹慎掌握的環節。而想要理解創投運作，首先要對國內資金與法規環境有所了解。王韋中說，20年前臺灣創投業基金規模與美國矽谷、以色列相當，如今臺灣創投業基金規模不到矽谷的二十分之一、大約只有以色列的十分之一。臺灣創投基金規模的縮減反應了過去20年政府的產業政策及法令需要修正，不過隨著立

法院三讀通過閉鎖型公司法，讓創業環境更加與國際接軌，相信未來臺灣創投資金會逐漸活絡。

資金的活絡不代表創業者都找得到錢，王韋中說，創業者都在尋找解決世界問題的解藥，可以解決的問題愈大，價值就愈高，可以吸引的資金就較為可觀，當然創業者的公司價值並非自己說了算，而是要由市場機制決定。新創公司想得到資金青睞，創業者就要懂得擺脫本位主義，才能在募資過程中，與各方達成共識，找到願意且適合自己的資金。王韋中進一步指出，資金來源管道很多，家人、朋友與傻瓜（Friends, Family and



王韋中， 臺灣第一個創投創業家！

年僅35歲，是教育資訊平臺「你知我好學網」和交友網站「愛在轉角」的創辦人，也曾經是販售公平貿易咖啡「生態綠」的董事長，幫助該公司成為第一個登上創櫃版的社會企業，同時具備創業家與創投業者的角色，被媒體稱為臺灣第一個創投創業家。



華陽創投集團董事長王韋中認為具備嶄新商業模式或新技術，同時能創造「低風險、高報酬」的新創公司，最吸引資金的青睞。

Fool, 3F) 應是多數創業者籌得資金的優先選擇，其次是向銀行借貸與尋找創投資金，銀行以收取利息獲利，不會幫創業者承擔風險，但創投會一起承擔風險並分享利潤，創業者要了解自己肯給予的代價，才能找到適合的資金。

擬訂高報酬、低風險創業計畫

王韋中強調，市場自有其公平運作的機制，新創公司的價值用數據來評估，一切將會非常清楚。基本上，具備嶄新商業模式、新技術、且能創造「低風險、高報酬」的新創公司，最吸引創投資金的青睞。他建議創業計畫必須具備前瞻性、格局要提高、目標市場要大，舉例來說，一家新創公司規劃在3至5年內以7至8千萬元創

新一項技術，一旦成功可以寡占70~80億元的市場，肯定受到創投的追捧。

因此，儘管是初創公司，只要商業計畫書可以把公司營運方向論述清楚、進入的市場也看好，即使當下看不出營運成績，還是有機會得到創投資金青睞。王韋中舉例，幾年前華陽創投投資易宏生物科技公司時，當時易宏剛成立、營收額是零元，但是看準易宏的技術潛力，華陽創投還是決定投資，如今易宏已經登上興櫃。

很多人認為只要有資金就可以度過創業的死亡之谷，但資金只是創業的一環，經營公司能否成功仍得由創業者自己努力，包括具備潛力的創業題目、放下本位主義了解市場運作機制，最後，最不能缺少的就是，屹立不搖的精神與熱血。



專訪金詩達總經理 王立傑

金詩達駕著遙控車 從桃園開向全世界

金詩達總經理王立傑與副總經理柯勝耀，兩個遙控車玩家，手握遙控車操控桿，加足馬力，用最大的熱情在桃園蘆竹打造遙控車設計與製造的一條龍服務，奠定臺灣遙控車產業堅實的競爭力，並持續在激烈的全球市場站穩腳步。

撰文／劉麗惠 攝影／郭涵鈴

走進位於桃園市的臺灣知名遙控車製造廠金詩達，會看到兩個遙控車界的資深玩家，其中一個是金詩達總經理王立傑，年約 40 歲，遙控車玩家資歷將近 30 年；副總經理柯勝耀，年約 55 歲，遙控車玩家資歷超過 40 年。兩個世代的遙控車玩家在 2000 年相遇，就此展開一場臺灣

遙控車在全球市場的征戰，過程中曾意氣風發的在品牌之路上打響名氣，但也曾因擴大投資失利，一度面臨經營危機，走過 15 年起起落落的經營之路，如今兩人談起創業，皆異口同聲的以玩家慣有的口吻說：「熱情，是成就一切與一直走下去的根本。」

王立傑從小就對汽車或飛機模型深感興趣，高中時參加模型車社團成為遙控車玩家，在與父母移民澳洲之後，為了承接家中事業選擇就讀食品管理科系，但是因為熱愛遙控車，於是一邊讀大學一邊在模型店打工，逐漸從單純的玩家接觸到遙控車產業，發現臺灣原來是遙控車生產重鎮，因而興起投入遙控車產業的念頭。

40 年前，年僅 13 歲的柯勝耀已經是遙控車玩家，當時臺灣玩家想要擁有一臺遙控車，必須自己買零件組裝，柯勝耀在臺北萬年百貨工作 15 年期間，就是幫人設計組裝遙控車，是臺灣少數的遙控車設計師，之後自己創業成立小型遙控車設計製造公司，剛好王立傑在澳洲玩具模型店打工時，就曾代理柯勝耀公司的產品。

一拍即合 懷抱熱情投入創業之路

2000 年，王立傑回到臺灣找柯勝耀，想更深入了解遙控車的生產製造過程，他看上柯勝耀擁有人才與深厚的遙控車製造核心技術，於是興起投資的想法。柯勝耀也認為要把遙控車市場經營做大，除了需要更龐大的資金，也必須有能力布局海外市場通路，這兩者王立傑都具備，於是答應把公司賣給王立傑，並讓公司更名為金詩達。此後，兩人一個主導產品、一個負責業務開發，逐漸把金詩達從 6 人的小公司，變成如今近 200 人的中型企業。王立傑指出，回國投入創業，沒有太大猶豫的選擇家鄉桃園作為公司據點，剛好也因為國際機場就在旁邊，往返國內外非常方便，對剛開始創業得經常到海外跑業務的他，帶來不小的幫助。

「不過經營事業跟想像中的不一樣，」王立傑說，除了找到專業人才外，還要建立系統化的



金詩達總經理王立傑高中時舉家移民澳洲，之後回到故鄉桃園蘆竹創辦金詩達，成功打造屬於自己的遙控車王國。

組織運作，以及找到適合海外市場的銷售通路，過程中還是遇到許多挑戰。

從品牌轉代工 公司規模快速擴張

對業務十分擅長的王立傑，在創辦金詩達後積極開拓海外市場，延續舊公司的做法，仍以銷售自有品牌產品為主，但參展費用昂貴，公司產品線又不多，因此王立傑拓展海外市場並沒有租攤位，而是帶著自家產品到各國逛玩具展，再伺機尋找曝光機會。2001 年在德國紐倫堡玩具展上，王立傑向一個有承租攤位的企業借用一部分空間，展示金詩達的產品，沒想到意外的受到日本玩具大廠 HPI 青睞，就此拿到第一筆代工訂單。

柯勝耀補充說，當時日本製造的產品太貴，HPI 在歐洲、美國的分公司都希望日本總公司可

以到亞洲其他國家設廠生產，以降低產品價格，HPI 其實也曾到臺灣尋找遙控車製造廠，但一直找不到滿意的代工廠，在紐倫堡玩具展的相遇，讓金詩達以優異品質脫穎而出。

「接下這張訂單的代價是，金詩達必須放棄自有品牌，」王立傑說，原本的品牌是由柯勝耀一手打造，所以當我問他是否願意放棄品牌轉做代工。柯勝耀回憶，當時覺得金

詩達已經到了「Nothing to Lose」的地步，於是欣然同意放棄自有品牌，接下訂單，自此公司營業額一路扶搖直上，企業規模也不斷擴大，一直到 2007 年公司員工數一度達到 300 ~ 400 人。

從代工再轉進品牌 一度獲得成功

然而，企業的經營不會永遠順遂，柯勝耀說，其實從 2001 ~ 2007 年，金詩達的產能幾乎被一家客戶獨占，風險其實很大，尤其 2006 年開始中國大陸市場快速崛起，這家客戶也將轉到中國大



金詩達製作的遙控車，從產品設計成型、彩繪、外殼設計印刷、電路設計等全部包辦。

陸投資設廠，我們當時非常擔心訂單被抽走，將對公司造成很大的衝擊。

面對訂單全部集中在一家客戶的莫大風險，金詩達同時採取兩個策略，一是經營自有品牌；另則是擴大代工業務，開發更多客戶。在經營品牌上，金詩達為了避免投資過大，一開始以發展零配件品牌為主，「明明是同樣的產品，為人代工貼大廠品牌時，銷售狀況都很好，但改貼自己的品牌，就是賣不出去，」王立傑說，燒了很多錢之後有點氣餒，但不放棄的再投入發展整體

遙控車產品，沒想到一款復古吉普遙控車竟然大賣，一炮打響品牌知名度。

可惜的是，在擴大代工策略上，金詩達卻慘遭滑鐵盧。「2007 年為擴大產能及新客戶要求，金詩達前往中國大陸設廠，投入大筆資金卻因面臨種種問題而遭受相當大的挫折，」王立傑說，不管是中國大陸員工管理、稅務不公平等問題，都與在臺灣代工生產不一樣，在臺灣一條生產線只要 25 個人，中國大陸可能要用到 10 倍以上，產能卻差異不大。

另一方面，當時為了擴張業務而接受過低的代工價格，導致出現賣一臺賠一臺的情況，儘管將年營業額衝到 9 億元的漂亮數字，但公司竟然虧損，最後只好把成功經營的品牌賣給國際大廠，取得資金之外同時換得代工訂單，金詩達又從品牌走向代工之路。

挑選代工客戶、提高毛利 再創營運佳績

「臺灣市場規模小，缺乏經營品牌的養分，因此如果可以在代工走出良好的經營模式，不一定要一味追求品牌經營。」王立傑強調，10 年磨練讓他發現，只要找對客戶，在代工之路上仍可有很好的發展，因此 2011 年開始，金詩達學會向客戶「Say No」，開始慎選客戶、提高毛利率，並且鎖定金字塔頂端的高階產品，而且不只做 OEM，更要做 ODM，從產品設計成型、彩繪、外殼設計印刷、電路設計等全部包辦。

「一條龍的設計代工服務，其實跟經營自有品牌一樣。」王立傑進一步強調，我們都是從玩家出身，投入這個產業的初衷就是做出市場上最頂尖的產品，所以回到核心價值，不再一味的追求獲利，而是回到熱愛遙控車的熱情，以自己為



金詩達公司

成立時間：2000 年

公司負責人：總經理王立傑

公司地位：國內前兩大遙控車製造廠

主要出口市場：歐洲、日本、美國

主要產品：專業遙控模型車研發設計與組裝、真空成型 PC 車殼製造、木精引擎研發製造、汽油引擎研發製造、遙控直升機零件製造

競爭對手，不斷自我挑戰發展最具設計感、最頂尖的遙控車，就能創造出應有的價值。在專注代工、找回核心價值之後，王立傑與柯勝耀走出快速擴張的挫折，自 2011 年開始公司營運又回到正軌，營收年年成長，儘管 2015 年因為全球景氣出現亂流，對金詩達的影響沒有太大，王立傑更預期 2016 年將因為新產品的推出與無人機市場的開拓，有很大的成長空間，金詩達也將持續成為臺灣維持全球遙控車製造基地的重要能量。

從金詩達的發展歷程可以發現，企業經營是一條漫長的道路。王立傑表示，過去的成功不一定適用於現在；過去看似不好的策略，或許現在行得通，所以創業之路不可能一帆風順，因此創業者必須不斷調整步伐以追求永續經營。最後他呼籲年輕人，要在艱難的創業之路一直走下去，熱情與堅持的態度，是不可或缺的兩大要素。



雅聞集團總經理 紀敏吉 v.s. 悅聲志業執行長 陳冠宏

堅持理想與信念 走向成功創業之路

創業，說來簡單其實不容易，雅聞集團總經理紀敏吉與悅聲志業執行長陳冠宏，特別分享自己的創業過程，以及當中所面臨的挑戰與突破方式，透過兩代臺灣創業家的對談，為懷抱創業夢想的年輕人，找出實踐夢想之路。

撰文／廖珮君 攝影／郭涵羚

臺灣近年來積極鼓勵年輕人創業，但創業其實不容易，在創業過程中會面臨各種挑戰與難題。公司總部位於桃園市，並在桃園設有知名觀光工廠的美容保養品公司雅聞集團，成立超過 30 年，產品橫跨兩岸三地市場，身為臺灣資深創業家的雅聞集團總經理紀敏吉認為，創業沒有時間限制，只要掌握住通路、產品、訂價、行銷四大關鍵，再加上創新創意，就有機會成功。成立剛滿 3 年的悅



創業是滿足自己一生的理想、展現所學。

聲志業，透過調性耳機品牌定位，快速地在市場上占有一席之地，67 年次的悅聲志業執行長陳冠宏表示，創業免不了會面臨資金難關，創業者要想盡辦法堅持下去，唯有跨過這個門檻、做出產品，才有機會打開市場。

Q：請問當初決定自行創業的原因？



紀敏吉（以下簡稱紀）：童年貧窮的生活，讓我從小就立志要賺錢，在 19 歲那年嘗試創業，當時以為做買賣很容易，也沒有太多想法，就花了一點錢批貨來賣，最後當然是認賠收場。

服完兵役後，我到製藥公司擔任製藥人員，當時的製藥員身兼技師與老師兩種身分，藥廠業務員必須跟在製藥人員身邊，了解每種藥的特性後才能銷售，在與業務員互動過程中，我發現業務所能賺的錢似乎比製藥技師多，製藥技師領的是固定薪水，而業務的薪水卻有無限成長空間，於是我請調到業務部門，剛好那時臺灣美容產業正在起步，我利用在藥廠學到如何處理皮膚問題的醫療知識，研發出全臺第一支以氨基酸為基礎的弱酸性洗面皂，順勢成立了雅聞集團，以美容沙龍作為主要通路。



陳冠宏（以下簡稱陳）：我創業主要是一圓心中對音樂的夢想。大學時唸的是訊號處

理，之後擔任工研院產業分析師，學習如何做市場分析、尋找產業商機，結果發現耳機市場雖競爭激烈，但既有廠商不是強調技術，就是請大明星代言將耳機變成時尚配件，沒有一家是以音樂調性來區隔產品，於是我在 2012 年創立悅聲志業，推出以 Chord & Major 為品牌的調性耳機。

調性耳機是根據音樂屬性和曲風設計的專屬耳機，例如：搖滾、古典、爵士、流行等，這樣的觀念並不是人人都能接受，悅聲剛成立時，很多人都說，音樂就是音樂，有必要因為調性不同就換耳機嗎？不過這種想法在實際試聽之後通常就會改變。因為不同調性的音樂、特性也就不同，舉例來說，古典樂有很多瞬間產生的高音；搖滾樂則是重低音比較多。根據調性，使用不同的材質處理訊號，強化音樂本身的特色，讓消費者用耳機聽音樂的時候更能融入其中。我相信創作者在創作音樂時，背後都有自己的音樂理念，透過調性耳機讓消費者貼近音樂人的創作理念。

Q：創業過程中曾遇到哪些挑戰？如何克服？



紀：雅聞集團成立至今已 34 年，中間當然經歷過市場業績成長快速的階段，也遇到很多困難和瓶頸，一開始最大的問題就是資金籌措，當時想盡各種辦法，就是要滿足資金需求，隨著企業穩定成長，雅聞所面臨的挑戰變成員工

自行創業、帶走既有客戶。

我相當鼓勵員工創業，以前在辦公室牆上還貼著「雅聞是培養老闆的搖籃」，所以雅聞員工自行創業的風氣盛行，現今美容產業大約有 20% 的人來自雅聞，最有名氣的應該是號稱美容教主的牛爾。雖然員工創業的確對雅聞造成影響，但我認為不需要為此而擔憂，因為這是每個企業都會面臨的挑戰，雅聞的因應之道就是不斷創新，並從失敗中學習教訓再繼續創新。

雅聞一開始的創新著重在產品本身，像是功能、包裝、品質等，直到 2009 年轉型成立新品牌倍優，定位為平價優質的保養品，直接鎖定平價消費大眾市場，因為這次轉型，我才突然驚覺雅聞一直沒有進行通路創新，於是積極開發新通路，甚至加入天貓國際線上商城，透過跨境電子商務的方式進軍中國市場。之後雅聞創新商業模式，成立觀光工廠並與旅遊業者合作，透過分潤、讓利，讓旅遊業者主動帶遊客前來參觀、消費。



陳：悅聲在成立初期最大的問題也是資金。悅聲的產品定位本身就是一種創新，當時市場上並沒有廠商生產調性耳機，也因為沒有前人經驗，只能自我摸索、不斷嘗試才能推出產品，所以我們的產品開發期長達 2 年，在過程中不斷投入資金，說直接一點就是在燒錢，我當時的想法是無論如何都要堅持下去，唯有跨過這個門檻，推出產品，才有機會打開市場。

當產品問市後，調性耳機的目標客群設定為：注重生活品味、熱愛音樂且有一定消費力的民眾，在通路上也必須配合產品定位來做選擇，才能符合品牌精神，因此悅聲的通路只有音樂教室、百貨專櫃與耳機專賣店。許多人會訝異，音



悅聲志業仿照博物館呈列珍貴文物手法展示調性耳機（左），成功引起消費者興趣；雅聞倍優品牌（右）則主打優質平價路線，打下品牌知名度。



樂教室竟然也能做為通路！其實是因為很多音樂教室教的是古典樂，適合使用 Chord & Major 古典樂耳機，透過音樂老師的推薦，大多數學生都會想購買。

另外，悅聲在百貨公司的展示方式，仿照博物館展示珍貴文物的作法，將耳機放在絨布底座上，前方放置小型說明立牌，外面再用一個透明蓋罩住，突顯調性耳機與一般耳機的不同，也提高了質感，這樣比較容易引起消費者興趣、願意試聽，這是我們做了多次調整才摸索出的方式，因為耳機市場很大，只有想盡辦法不一樣，才能吸引消費者注意。



紀：我認為陳執行長講到一個重點，由產品定位決定銷售通路、訂價策略與行銷模式，這也是雅聞一直以來的經營 4P：通路（place）、產品（product）、訂價（price）、行銷（promotion），這 4P 沒有一定的順序，端看經營者個人風格而定，像雅聞就是由通路來決定產品包裝、訂價策略及行銷訴求，因此，年輕人只要能掌握住 4P 方程式，再加上創新，無論何時都能創業。

創業就是實現夢想並堅持下去



Q：為什麼決定經營自有品牌？經營品牌的哲學是什麼？



陳：因為做品牌不容易，要面臨的挑戰很多，但克服挑戰後得到的滿足相對較大，一旦成功後還能累積客戶，所以悅聲一開始就決定要做自有品牌，而經營品牌最重要的是滿足對消費者的承諾。舉例來說，有人因為看到小吃攤招牌寫著超級大雞排，而買了一塊雞排，卻發現這塊雞排並沒有特別大，下一次再經過這家小吃攤，這個人可能就不會再買，因為這家小吃攤並沒有做到對消費者的承諾。

而悅聲對消費者的承諾就是，隨著音樂調性提供最適合的耳機，創造消費者聽音樂的最佳體驗，因此悅聲只要專心把調性耳機做到最好，讓消費者得到滿足，自然就能建立品牌知名度，在程中一定會遇到重重困難，只要方向是對的，那就不要害怕、堅持信念去做，總有一天會成功。

像我在談到悅聲的品牌定位時，就常被質疑，怎麼有人買一隻只適合聽某種音樂的耳機？如果沒有堅持，悅聲就無法創造今日的成績。



紀：我跟陳執行長的想法不一樣，我覺得做品牌一點都不困難，它可以讓一個經營者盡情展現自我風格，像雅聞一開始是推出單價較高的保養品，之後又經營平價保養品、觀光工廠，就是因為做的是品牌，經營方式才不會受到



位於桃園楊梅的「雅聞魅力博覽館」，已成桃園特色觀光景點，每年吸引龐大人潮前往桃園，也為雅聞創造亮眼的營運佳績。

限制，只要不違背品牌精神，任何事情都可以盡量嘗試。

所以現在很多人都說品牌不好經營，我反而覺得代工才不容易。首先品牌面對的是消費大眾，消費大眾對產品的要求不像企業那麼嚴苛，又要品質高又要價格低，再者品牌有很多面向可以切入，市場發展的彈性和空間比較大，代工只能強調品質與成本，根本無法帶動利潤成長，企業等於進入一個死胡同。



陳：就像紀總經理說的，品牌真的讓經營者可以盡情發揮，所以悅聲也不是只有製造、銷售調性耳機，而是做所有與音樂有關的事情，像是與音樂人合作，透過發片、辦演唱會、海外通路的試聽音樂片等方式，推廣他們的音樂，也藉由這樣的方式讓品牌變得具有故事性、有溫度，消費者才會更認同品牌理念。



專訪104獵人派遣事業群資深副總經理 晉麗明

不斷學習 創造專業 打造自我職場價值

現今就業大環境不佳，讓年輕人謀職不易，面對如此就業困境，年輕人們應該不斷充實自己，多元學習專業能力，創造不可取代的工作價值，才有機會在競爭激烈的職場中勝出。

撰文／黃星若 攝影／郭涵鈴

工作機會少、沒有合理的薪資報酬……，職場大環境一片低迷，大學畢業生起薪雖從22K小幅躍升到26K，但在物價早已翻漲兩三倍的今天，這樣的薪資依舊捉襟見肘；而根據104人力銀行統計，今年畢業的大學生，在經過4、5個月之後，竟然還有半數尚未順利謀職。

104獵人派遣事業群資深副總經理晉麗明對現今不友善的就業環境有幾點看法，首先臺灣

整體經濟狀況不佳；其次，大學畢業生供過於求，加上產業外移，種種情形都讓企業主不願意提高勞工起薪，造成低薪的惡性循環。

創造自我價值 提升競爭力

這樣的情況亟需政府與企業雙方有所省思並加以改善，不過，晉麗明強調，與其坐等環境改變，不如先改變自己，他鼓勵年輕人創造自己的

價值，才能在職場上擁有無可取代的定位。

該如何創造自己的價值？晉麗明指出，尚未進入職場時，可以朝兩個面向努力：首先是「擁有專業」，是否擁有專業，端視你的專業是否能產生績效、是否能幫公司賺錢，你會的東西，最好是別人無法輕易學會的。

有學者在提到現今大環境時說道：「現在不是專業的時代，而是『超級專業』的時代。」在今日就業環境如此嚴峻的情況下，年輕人可能要擁有兩種以上的專業，才有辦法與人競爭。

晉麗明表示，擁有一個專業的人被稱為「T型人」，不過近年來開始流行兩個專業的「π型人」，甚至還不夠，最好是擁有3個以上專業的「川型人」。多元可見的技能，絕對可以幫助你更快在職場上站穩腳步。

晉麗明提醒大家要多方思考，不妨擁有不同領域的專業，因為異業結合通常是事業成功的因素之一，也能讓自己更有競爭力。

再者是「擁有兩個正確態度」，其一是要「自體管理能力好」，簡單來說就是要自律。晉麗明表示，加強多元化的專業學習，並培養強壯的心理素質，提早為投入職場做準備。更重要的是，相信自己能做得更好。

其二則是「速度要快，抓住機會」，晉麗明強調，管理和速度就會創造出專業和績效。學生要善用在學校的時間，讓志趣結合專業，大三、大四的關鍵，要如何讓興趣與職涯接軌，記得：只要路走對，慢慢走也會到達終點。

找出志趣 時時精進

晉麗明強調，培養專業能力固然重要，但重點是對這個專業有沒有熱情，當你找到一件

打從心底喜歡做的事，就會義無反顧去學習，久而久之就會比別人更加專業。話雖如此，如何找出自己的興趣，卻是現在年輕人十分困擾的部分。晉麗明建議大家，學生時期透過實習及打工，實際接觸工作場域，進一步探索自己的真實興趣。

進入職場後，更要時時精進自己。臺灣大學教授葉丙成曾說：「什麼樣的人才才是未來的人才？他需要了解趨勢的變化、要有自學能力、能創造新的商業模式。」晉麗明對此十分贊同，而其中了解自己欠缺的部分而後不斷學習，他認為更是每個在職場中的人都該具備的。

至於近來十分熱絡的年輕人創業議題，晉麗明指出，臺灣年輕人依舊有創意，不過他還是建議大家在職場摸索三、五年後再創業，對於商業環境有所了解後，較能降低創業失敗率。他期待臺灣未來也能出現一位如同馬雲一般的創業中生代代表，給社會及年輕人多一些樣板的機會。

社會新鮮人看過來！ 掌握企業錄用 10 大條件



1. 5秒鐘過濾學校與科系。
2. 具誠意的履歷，才有面談機會。
3. 面談要展現專業與企圖心。
4. 重視工作內容比薪酬重要。
5. 穩定性是企業最重視的特質。
6. 具備溝通協調與團隊互動能力。
7. 重視績效。
8. 自律能力。
9. 居住地點離公司近。
10. 語文能力與接受外派為求職加分。



TYC CAREER
Taoyuan Youth Can
Enrich Your Career

104 年度桃園市青年職涯發展講座活動
精彩職涯人生的 13 場必聽講座！

青年朋友們的創意、熱情、行動力是國家邁向未來的希望，然而，現在青年所處的就業環境充滿風險與變化，為因應青年朋友進入職場所遭遇的各種就業困境與職涯迷惘，桃園市政府青年事務局自 2015 年 9 月起至 12 月推出「精彩職涯人生的 13 場必聽講座！」，以「青年多元職涯方

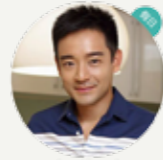
向選擇」與「新就業趨勢的創新人才需求」為出發點，邀請 13 位來自各領域的知名職場達人擔任「導師」，分享其職涯經歷與獨到的價值觀，帶領青年朋友探索職涯興趣、認識自我與拓展視野，讓青年朋友們參考前人走過的路，踏出屬於自己的職涯方向。



鄭匡宇
擁抱自私的力量



褚士登
成為自己
心目中的第一名



岑永康
培養與眾不同的你
目標導向的決勝力！



蕭青陽
不害怕，
就怕夢想不夠大！



沈芯菱
人生，只能這樣？
不只這樣！

13場講座具備3大特色

*** 聚焦 3 大主題：**

本系列講座以青年事務局核心價值「TYC」規劃講座主題，即「突破·創新」(Transform & Innovate)、「青春·時代」(Youth Power)、「改變·未來」(Change Future)，讓參加講座的青年朋友能夠依據個人需求選擇，獲得最大收穫。

*** 場次安排用心：**

為兼顧 15 歲~ 35 歲不同年齡層族群的時間需求，此系列講座區分為「一般場」與「校園場」。「一般場」共 3 場安排在週末時間，以職場新鮮人與上班族為主要對象；「校園場」共 10 場安排在週一到週五的上課時段，讓在校同學們能有充實豐富的校園生活與聽講選擇。

*** 重視延伸效益：**

一般職涯講座在舉辦完畢後即畫上句點，本系列講座每場次都會剪輯完整講座內容，製作「線上課程」，讓更多青年朋友能經由青年事務局網站等管道，觀看講座的精彩內容，讓講座效益不侷限在活動現場。

報名方式

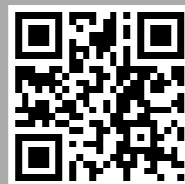
1. 參加辦法：本系列講座全部免費

2. 採取電話或網路報名：

電話：(03)2627180

Career 就業情報李小姐

網址：tyc.career.com.tw



掃描 QRcode 線上報名



桃園市政府青年事務局「Startup Bar」開幕
創業基地 凝聚青年共享氛圍

創業氛圍的凝聚是提升國家、城市創業能量的關鍵，而桃園市陸續出現的創業共享場域，正為桃園創新創業帶來欣欣向榮的景象。

桃園創業場域又多一處，2015 年 9 月 24 日桃園市政府青年事務局將事務局一樓部分辦公區改造為創業咖啡吧「Startup Bar」，做為桃園創業青年聚會、互動的軟性創業場所。

「Startup Bar」陸續於日間辦理各種學生及青年創業相關講座分享，同時也在晚上舉辦學生之夜、電影之夜等活動，藉此激發青年創

意，協助新創企業產品化與市場化必要的技術。而由於創業能量的擴散需要多方力量的結合，未來宜思創意也將與 TEDx 中央、BizTaiwan、小山坡、威邁醫材、轉轉影像、灣德文創、ARK LAB、騏驎坊等青年新創團隊及桃園大專院校青年創業團體合作，共同在「Startup Bar」舉辦各種活動，給青年揮灑創意的舞臺，帶領學生邁向國際創業圈，也為驅動桃園青年創業而努力，讓桃園成為臺灣在國際創新創業價值鏈的關鍵角色。

Innovate X Venture 《TYC 青年創世代》登場 支持青年創業 引領桃園開創無限未來

《TYC 青年創世代》刊物的定位係以青年職涯需求觀點出發，並以開創青年職涯發展與創業希望為兩大目標，內容以接軌國際、深入創業現場、職涯規劃建議與探索桃園青年創業圖像為 4 大主軸，各期將報導創客經濟、電子商務、文創觀光、綠能、數位內容等主題，協助青年掌握國內外新創團隊的創業實務與精神，提升青年職涯軟實力，以及讓更多人看見桃園青年的活力與創業軌跡。

《TYC 青年創世代》創刊號已於 2015 年 10 月正式出版，書中包括歐萊德創辦人葛望平以綠色洗髮精改變世界，祥儀機器人夢工廠透過馬達技術創造驚奇的機器人世界，或是桃園在地創業家南崁 1567 小書店創辦人夏琳與 Jam 文創隨興創辦人邱子軒的精彩故事，都是年輕人學習成功創業的範例。

創業的真正核心在「創意」，桃園市政府青年事務局希望透過「TYC 青年創世代雙月刊」，報導創業達人的成功故事，讓年輕人學習成功創業的精神，進而了解到創業失敗是正常的情形，重要的是要如何從失敗中站起來；另一方面，也透過多位職場達人的故事及人生經驗，為年輕人找到職涯發展的最佳方向，迎向美好的未來。



《TYC 青年創世代》4 大報導主軸



索取地點：桃園市各區公所、桃園市立圖書館各分館、桃園市政府各就業服務臺、桃園市轄內各大專院校。

TYC CAMPUS
Taoyuan Youth Can



TYC X Campus 創新產業人才培育發展計畫

業界出題、學生接招 產學接軌再升級

「TYC X Campus 創新產業人才培育發展計畫」，整合桃園各界資源，打造桃園市「產學接軌合作平臺」，擴大產學合作，藉以提升桃園學子的創新動能，讓青年可以快速在桃園找到工作，甚至利用桃園強大的產業能量，邁向創業。

撰文／劉麗惠 圖片提供／劉威震、元智大學

企業：「學校教出來的學生不好用」。

學生：「學校教的東西，出了社會根本沒有用」。

長久以來，臺灣產學失衡問題一直為產業界所詬病，面對產學沒有接軌的問題，擁有全國密度最高大專院校的桃園市，從政府、產業界到學校，一直在思考解決之道。為此，桃園市政府青

年事務局推動「TYC X Campus 創新產業人才培育發展計畫」，延續過去桃園市各大專院校的產學合作能量，再利用政策引導與資源投入，把桃園市產學合作從點變成線再串成面，希望在桃園市打造「產學接軌的合作平臺」。

中原大學產學營運總中心副執行長王世明指

旗艦型計畫產學人才媒合機制與功能



出，「TYC X Campus 創新產業人才培育發展計畫」分為「旗艦型計畫」與「一般型計畫」兩種，主要由產業界提出創新需求，然後由學生找出解決方案，讓學生在學期間就能接軌產業，並以產業需求為創新出發點，擺脫過去關在學校裡做實驗的窠臼，讓學生在學時就了解產業知識，甚至能走在產業趨勢之前進行創新，邁向創業。

《旗艦型計畫》工具機與車輛、軟體資訊應用 2 大領域先行

「TYC X Campus 創新產業人才培育發展計畫」的「旗艦型計畫」由中原大學負責執行，目前鎖定在「工具機、車輛及相關零組件」以及「軟硬體設計與數位資訊應用」的領域先行。

「計畫的執行主要從大桃園優勢出發，藉此

旗艦型計畫聚焦 2 大產業：

1. 工具機（整體及相關零組件）、車輛及自行車（整車、零組件製造業及零組件之設計）。
2. 軟硬體設計與數位資訊應用領域：電子商務及物流；軟體設計；UX、UI、SI、平臺式營運模式設計；軟硬系統整合；社群媒體行銷與新興設計人才；雲端虛擬化技術及運算、雲端軟體開發；穿戴式科技及裝置系統開發；物聯網與智慧工廠。

達到最好的產學接軌效益。」王世明表示，根據中原大學的調查，工具機、車輛、自行車整體與相關零組件公司約占桃園市產業的 60%；此外，工具機、機械產業正朝高速化與高精度發展，要朝智慧自動化邁進，必須整合軟體與資通訊應用開發。因此中原大學首先選定這 2 種產業執行計畫，達到培育專業人才的目標之外，也希望藉以挖掘、培育跨領域的創新人才，讓大桃園產業有人才可用、學生可以在地就業、帶領城市往更好的方向發展，達到三贏局面。

具體而言，此計畫以培育跨領域創新人才為目標，透過「開拓、培育、連結、實作、提升」5 大服務主題學程，從發掘產業及人才需求開始，開設主題學程及國際連結的活動，再辦理學生實作，並在實作中提升其能力，全面為青年打造專業能力。

王世明強調，「旗艦型計畫」從 2015 年 10 月推動至今，中原大學已陸續透過多元管道，如官網與社群網站公告、說明會的面對面媒合等，廣泛蒐集桃園市企業的創新需求，並且依照企業需求屬性進行分類，然後媒合有意願的學生團隊投入研究與創新，讓學生解決企業的問題。例如，目前有不少企業針對發展工業 4.0 所需的智慧自動化技術創新提出需求，學校方面也由教授帶領學生投入研究，另外也有許多 APP 開發方面的

創新，顯示桃園學校對於解決企業端需求的能力傑出。

過去，中原大學就已積極推動產學合作，如學生到產業界的實驗室做研究、聘請產業界專家到學校授課，如今，結合桃園市政府青年事務局的資源，中原大學更積極把產學合作的精神延伸到整個大桃園市。王世明強調，桃園市率先全臺成立專責青年事務的青年事務局，所有的政策方針都以青年為出發點，提升青年的創新創業，並且整合桃園市的大專院校與產業界，這種做法非常務實，也讓產學接軌的工作可以做的更臻完善。

王世明進一步指出，中原大學正陸續在桃園市各大專院校辦理「TYC X Campus 創新產業人才培育發展旗艦型計畫」說明會，希望促成大桃園市的大專院校都加入「產學接軌合作平臺」，形成強大的產學合作能量；此外，中原大學也將與元智大學等學校機構一同執行「TYC X Campus 創新產業人才培育發展一般型計畫」，為產學合作貢獻一己之心力，讓學生都能學以致用、產業界都找得到合適人才，提升企業創新創業能量，培育創新青年人才。

《一般型計畫》以實習 + 競賽 推動產學接軌

「TYC X Campus 創新產業人才培育發展計畫」的「一般型計畫」由元智大學執行。元智大學知識服務與創新研究中心主任賴子珍指出，元智大學管理學院的師生長期關注社會企業之發展，因此這次參與一般型計畫，在市政府提列的眾多產業之中，元智大學亦以「社會企業」主題，期望帶動桃園市社會企業的發展與能量。

除了至社會企業學習外，此計畫亦將舉辦



元智大學多次輔導的桃園市社會企業 BOSK'E 咖啡麵包坊，已經加入一般型計畫，接軌學校，提升品牌行銷力。

競賽活動，由學生提出創新推廣的行銷點子，為原本行銷力道較為薄弱的社會企業宣傳行銷，包括藉由活動設計、影片拍攝、網路行銷等創新想法，把社會企業關懷世界的心傳遞出去。目前，桃園在地社會企業如 BOSK'E 咖啡麵包坊等，已加入一般型計畫。未來，透過本計畫串連學生與產業界，不僅可以滿足社會企業的需求，也能讓學生在實作的過程中，深入了解社會企業的精神與內涵。

「TYC X Campus 創新產業人才培育發展計畫」的目的係為讓學生於在校階段，作為產業潛在人才加以培育，提供學生各種產業界的資訊，讓學生有清楚的自我學習路徑與職涯規劃，使其在就學期間即能厚植自身創新職能，提升自我學習能力及人力資本，讓學生進入職場或創業領域時，可得到順利轉銜的發展。

綜觀來看，桃園市各領域正如火如荼的採取創新模式，全面落實發展桃園市的產學接軌機制，協助青年在多變的環境中，提升多元創新的能力，亦為臺灣培育出具有創意、國際觀及問題解決能力的青年，營造桃園市產學創新氛圍。

善用心智能量、變得自信、適時緊張

學會自我管理的 3 堂課

人類的所有行為與決策都來自於大腦運作，如果能夠盡可能掌握大腦的運作方式，提高大腦資源的使用率、讓自己變得有自信、避免決策的錯誤，勢必可以大幅提升工作效率與避免失誤，讓工作變得更得心應手。

撰文／林欽宣 圖片提供／巨思文化

每個人一天都只有 24 小時，有些人可以處理很多事情，有些人總是工作做不完。其實只要做好自我管理：善用大腦資源，提升自信心與降低決策錯誤率，工作就能變得輕鬆有趣。簡單 3 堂課，教你如何做好自我管理。

第 1 堂課》 妥善分配心智資源

同樣困難的工作，有時工作 5 分鐘就煩躁不已，有時卻樂在其中，做到渾然忘我。《增強你的意志力》作者羅伊·鮑梅斯特解釋，這是因為做喜歡的工作時，大腦不需要花力氣叫你專心，因此能有更多資源用來做事，反之面對想逃避的工作，大腦光是花在叫自己不要逃避，就浪費很多資源，因此只剩一點能量做事情，所以會一下子就感到疲累不堪。

依此邏輯，我們必須先了解哪些事情會耗費心力；哪些可以增強意志力，然後妥善分配心智資源。諸如時間壓力、同時進行多項工作、刻意做與習慣不同的事情等，都需要耗費心力。反之，運用經驗法則，相信直覺；熟能生巧，省下更多大腦資源；吃點甜食恢復精神等，都能提升工作效率。

3 大技巧 活用與保持心智能量

1. 一進辦公室，趁著上午精神較好時，先處理乏味的工作。
2. 避開誘惑會耗費很多精神，因此與其用力抵抗誘惑源，不如直接遠離誘惑。
3. 生活複雜會耗費心力，因此保持生活簡單比較不會浪費腦資源。

資料來源／《誰說人是誠實的》天下文化出版



第 2 堂課》 擺出自信姿態 變得更自信

各種心理學研究都顯示，一個小小的心理投射都能激發出強大的漣漪，進而改變一個人的想法與心理，因此如果不斷擺出自信的姿態，久而久之，你會真的變得有自信。哥倫比亞大學研究員戴娜卡尼的研究結果顯示：不斷擺出強勢姿態的受試者，體內的化學變化會讓他們變得更有自信；反之，擺出不強勢姿態者，大腦的信心指數就微弱了許多。

3 項訣竅 自信百分百

1. 做出有自信的姿態，暗示大腦，讓自己成為強者。
2. 以慣用的那隻手寫下自己最好的特質，增強信心。
3. 穿著影響認定，換上俐落套裝，為自己與他人留下好印象。

資料來源／《撕掉勵志書》漫遊者文化出版



第 3 堂課》 適時保持緊張感 謹慎決策

古云「三人成虎」，如果同一個訊息不斷出現，讓我們感到熟悉，人們便會傾向於喜歡它，進而相信此事為真。《快思慢想》作者丹尼爾·康納曼稱之為「認知放鬆」，為避免我們因為處於認知放鬆而相信錯誤或不正確的事情，因此我們必須找到與認知放鬆的相對情況，即「認知緊張」，如此一來行事決策就會比較謹慎，所以適度的給自己一點緊張感，可以避免自己落入三人成虎的謊言之中，降低做出錯誤決策的比率。



3 個方法 讓決策更謹慎

1. 適時質疑自己，尋找反駁自己假設的證據。
2. 釐清自己的思考與特定偏好，不要選擇馬上就吸引你的選項。
3. 建立獨立判斷的思考，不要受資深者的影響。

資料來源／《誰說選擇是理性的》漫遊者文化出版



金期品創辦人林士玄將興趣轉為工作，開發出最舒適的牛仔褲。

林士玄就是愛牛仔褲！

喜好變成工作 人生樂此不疲



多數人都渴望興趣與工作能結合，但是僅有少數人可以如此幸運。然而，如果有堅定的信念，把喜歡的事情變成工作其實並不困難。臺灣自創精品牛仔褲品牌JEANSDA共同創辦人林士玄就是最好的例子。

撰文／林欽章 圖片提供／林士玄

每天凌晨2點多，當大家都已沉睡在夢鄉時，林士玄總是聽著爵士樂，在知名牛仔褲部落格「JeansTalk 金斯透客」，留下一篇篇牛仔褲分享文章。原來，白天在科技大廠擔任主管的他，晚上就化身為牛仔褲部落客，沉浸在牛仔褲的世界裡，跟網友分享他腦子裡滿滿的牛仔褲情報與知識。

「我高中二年級時，用打工賺來的錢買了人

生第一件二手 Levi's 501，就此陷入牛仔褲的深淵裡，」林士玄像個孩子般回憶著，之後只要看到特別的牛仔褲就想購入，學生時期沒錢還得忍著慾望，工作之後資金充裕，根本到了無法自拔的地步，笑稱自己是「牛仔褲界的鬼見愁」。

堅持 成為知名牛仔褲部落客

這樣的興趣，當然也吸引到同好變成好友，

林士玄的高中同學趙淳安，同樣熱愛收藏牛仔褲，同樣在科技公司上班，兩人下班之餘總是熱絡討論最新牛仔褲流行趨勢，接著又深入研究牛仔褲的設計、材質等。

後來林士玄認為「獨樂樂不如眾樂樂」，乾脆成立部落格在網路上講個夠，2008年林士玄與趙淳安成立「金斯透客 JeansTalk」部落格，當起版主與更多人分享牛仔褲、勸敗牛仔褲，為兩人在忙碌的工作之餘，帶來樂趣。而「金斯透客 JeansTalk」幽默又專業的文章，也快速受到網友追捧，就此成為知名部落客，被網友取名為「金斯大」，並且收到許多演講與撰寫文章的邀約。

創業 只為了讓更多人愛上牛仔褲

「白天工作非常忙碌，我經常晚上11點多才回到家，但是為了部落格總是捨不得休息，」林士玄說，如果沒有寫文章分享，就會感到心癢難耐，所以幾乎每天都寫到三更半夜，然後睡幾個小時，一早又去上班。

為了兼顧工作與興趣，林士玄犧牲睡眠換來的代價是：健康亮起紅燈。有一天林士玄在公司突然站不起來，才驚覺這樣下去不是辦法。在工作與興趣之間，林士玄選擇了興趣，他放下百萬年薪，與趙淳安一同投入創業成立金期品公司，自創臺灣精品牛仔褲品牌 JEANSDA。

「我們創業不是為了遠大的夢想，只是想做出一件真正適合東方人體型的牛仔褲，所以打算給自己一年時間，不成功的話就回去上班。」林士玄說，因為想做出最好穿的牛仔褲，所以從產品設計、材質、製造廠商的挑選，都沒有考量成本，一切以最適合的為主，所以第一批產品中，售價最貴的款式就近萬元。



林士玄 Profile

現任：金期品有限公司品牌經理
職涯時間：科技業8年，創業4年
對工作的看法：熱愛自己的工作，才能做得開心、做得長久
未來人生的目標：將臺灣品牌帶往世界的舞臺

令人意外的是，比市面知名品牌價錢昂貴許多的 JEANSDA，仍然受到市場的喜愛，第一天接到的訂單竟然超過逾百件，第一批貨在一個月內銷售一空，秉持為消費者做出最好牛仔褲的信念，JEANSDA 在短短4年內快速在臺灣市場竄起，甚至吸引來自香港、義大利消費者的採購。

顯然，原本打算一年回去上班的林士玄，肯定不會回到科技公司上班了。而從高科技公司主管職變成創業家，林士玄的工作時間照理說應該會更長、壓力也會倍增，但他一點都不覺得，因為結合興趣與工作，林士玄每天思考的是牛仔褲要如何設計才會更好穿，如何吸引更多愛上牛仔褲，讓大家都變成「牛仔褲界的鬼見愁」。



臺灣首間東南亞主題的獨立書店

望見書間 滿足新住民朋友的閱讀心靈

「望見書間」坐落在桃園後火車站附近的僻靜巷弄內，乍看外觀與一般民宅無異，其實這裡是全臺第一家以東南亞為主題的獨立書店，不僅滿足東南亞移工、新住民的心靈需求，也為臺灣人與東南亞族群打開了一扇彼此接觸、相互理解的窗口。

撰文／唐祖湘 攝影／侯俊偉

桃園後火車站向來是東南亞族群朋友的聚集地，沿途掛著泰國、越南、菲律賓等各種語言招牌的雜貨店、小吃攤販林立，讓人彷彿置身異國，「望見書間」就位於靜巷中的四層樓透天厝，蒐羅了上千餘本泰國、越南、柬埔寨、印尼、緬甸等國家的書籍與刊物，免費借給離鄉背井來臺打拼的東南亞新移工及新移民。

臺灣目前有約 60 萬東南亞移工，以及超過 30 萬的東南亞婚姻移民，將近百萬人口，但在臺

灣的主流書店，鮮少發現東南亞語言的書籍，聽起來很不可思議，卻又真實的存在著。

看見新移民的閱讀需求

望見書間創辦人林周熙說，大學畢業後選讀東亞研究所，找尋資料時發現，臺灣很缺乏東南亞語言書籍，吸收的多是歐美國家轉化的知識，後來認識一位泰國大學畢業的移工朋友，說自己平日就是工作，放假不知能去哪裡，十分渴望閱

讀母語的書籍以慰藉心靈，但在臺灣由於語言的隔閡，能看的書少之又少。

「基於這個原因，我有了開設東南亞文書店的想法。」林周熙說，臺灣社會對於東南亞族群，其實是知道他們的存在，可是從來沒有真正了解過他們，因此取名「望見書間」，縮寫為「SEA Mi」，諧音為「see me」，即「看見我」之意，希望以這間書店為據點，推動臺灣「看見」東南亞文化。後來，林周熙在四方報當泰文主編，他建議報社的東南亞志工，回家鄉探親返臺時幫忙帶當地的新書或二手書，之後逐漸演變成在網路上發起「帶一本自己看不懂的書回臺灣」運動，在許多臺灣朋友的熱情響應下，目前望見書間有三分之一藏書都是來自於該活動，此外，还有不少民眾主動上門捐贈，其餘則是林周熙前往東南亞時，精心挑選臺灣主流書店難得一見的書籍。

打造有家鄉味的書店

與一般書店走商業或文青路線截然不同，望見書間的布置顯得親切隨性，一樓十餘坪大的空間，右側為一排借閱書櫃，有著近千本東南亞語言書籍，中間書架與平臺為販售區，是林周熙親自赴東南亞選購的書籍，左側與後方則分別設有沙發與桌椅，供所有來客交流；二樓到四樓設有表演、展覽場地與藝術創作空間，以及語言教室，目前幾乎每天晚上都有人在此學習泰國、越南、菲律賓語，並不定期的舉辦主題講座。

書店開幕半年多來，常見各國新移民、移工聚集在這裡看書、分享，也與臺灣人有更多文化交流，一幕幕善意的流動在此上演著。「我希望把這裏營造成公共開放的空間，像是一個民眾的客廳。」林周熙笑說，自己是以社會實驗性質嘗



亮點角落

一樓沙發區角落旁放了張矮桌，上頭擺放著移工從東南亞家鄉帶回來的手工藝品，如手環、錢包、面紙盒、鑰匙圈等，頗具異國風情，原來這是望見書間免費提供給移工們的寄賣空間，讓其販售從家鄉帶回來的手作品，義賣所得將用於推動移工維權組織，歡迎各方人士來店逛逛時，一同共襄盛舉。

試經營這間書店，希望讓東南亞朋友可以在異鄉找到故鄉的味道，也成為臺灣人與世界接軌的據點。林周熙說，桃園市是全臺新移工最多的城市，也是新住民人口第二大的縣市，除了公部門外，民間社會也可嘗試為他們盡點心力，望見書間規模不大，但希望藉由提供精神食糧，讓移民移工能抒發離鄉情，在臺灣也能有家的感覺。

來去望見書間

地址：桃園市桃園區延平路 44 巷 7 號
電話：0933-197-171





集合古董車、美食的餐飲空間

朽木聚場 愛車人士最佳聚會場所

坐落於桃園中壢近郊的「朽木聚場」，是國內少見以汽車文化為主題所打造的餐飲空間，本身即為資深汽車玩家的老闆倪文堯，結合歷代經典古董車、配件與美食，將此地打造為一處適合愛車人士交流的聚會場所，在車友圈傳出好口碑，也實現了他多年來的夢想。

撰文／唐祖湘 攝影／侯俊偉

人生上半場為事業打拚，下半場，您想選擇什麼樣的生活？「朽木聚場」咖啡店老闆倪文堯選擇急流勇退，曾在金融業服務多年的他，因從事全球投資市場分析，常常要當空中飛人赴世界各地開會，走遍全球 40 幾個國家，得過多次國際性獎項，正當適逢事業高峰期時，他卻毫不戀棧地離開職場，回家鄉桃園開店，迎接嶄新的第二人生。

「人到了一定年紀，一定要做自己喜歡的

事，過自己想要的生活。」倪文堯感嘆，儘管在金融業擁有過風光歲月，但工作步調緊湊匆忙，為了適應各國時差經常夜不成眠，甚至放假都無法好好休息，讓他決定在 48 歲時生命來個大轉彎，將自己愛車的興趣延伸至生活與工作中，開一家餐廳的念頭就這樣油然而生。

為車友量身打造的餐飲空間

被車友暱稱為「Ben 哥」的倪文堯，本身就



朽木聚場老闆倪文堯在事業顛峰時選擇急流勇退，做自己喜歡的事情，開設一家以汽車為主題的咖啡店，店內展示的汽車配件、書籍及相關物品等，與愛車同好分享他蒐集多年的珍藏品。

是汽車玩家，參加過各種類型的車友活動，深知這類族群的需求與喜好，籌備開店時就將其一點一滴落實在細節中，例如：餐廳特選耐壓且耐磨的地板建材，以方便汽車開入室內，大面積玻璃落地窗的設計，讓室內用餐空間與室外露天咖啡座可連成一體，團體聚會時不受拘束；室內採取挑高樓中樓設計，區分出上下空間，除了無壓迫感外，亦可客製化調整座位，二樓設置閣樓區，供會議與教育訓練場地之用，因此，無論車友聚會、二手零件買賣，各車廠的新車試乘會、員工教育訓練等，都經常選擇在此舉辦。

店內的視覺焦點，莫過於櫃檯後方的展車區，專門擺放歷經歲月洗禮的經典老車，倪文堯

說，這裡所展出的車輛必須符合以下條件：超過 20 年歷史，且狀態完整良好，若不滿 20 年的車，則必須是較特殊稀有的代表性車款，若未達到上述條件者，寧可開天窗空著。

周邊珍藏品不藏私分享

靠牆一整排氣勢驚人的落地書櫃，擺放倪文堯長期蒐集的汽車配件、雜誌、書籍等珍藏品，其中包括市面上難得一見的各式古董車方向盤，以及 BMW、賓士與保時捷車廠所出版的汽車沿革史、年鑑等，倪文堯大方公開展示，因為他認為，真正樂趣不在擁有，而是跟同好者一起分享。

別以為「朽木聚場」只以汽車文化取勝，其餐飲品質一點都不含糊，原來倪文堯在從事金融業之前曾當過廚師，中西餐、臺菜、日本料理都難不倒他，若不想點菜單上的制式餐點，也能依照客人不同預算設計。他笑說，現在的成就感來源很簡單，就是過自己想要的生活，以及看到客人把菜吃光，給一句讚美，這些內心獲得的成就感，遠非其他事物能比擬。



亮點角落

倪文堯特別鍾愛保時捷，偌大落地書櫃特別設有一處空間，擺放數十臺保時捷汽車模型供人欣賞，由於部分保時捷車款模型採限量制，在臺灣不易購買，因此櫃內有一半都是倪文堯開餐廳前，風塵僕僕赴國外出差特別買回來的稀有款模型，喜愛保時捷的車友們，請務必到此角落朝聖一番。

來去朽木聚場

地址：桃園市中壢區高鐵南路五段 736-1 號
電話：0921-259-767



交點創辦人 黃敬峰專欄

年輕人你可以不一樣

撰文／黃敬峰 攝影／郭涵鈴

創客大人物 × 黃敬峰



交點共同創辦人黃敬峰，小名阿峰，工作兩年即被 Accupass 創辦人與 Aveda 臺灣代理商負責人說服創業，與高中同學林宏諺共同創辦「交點」，透過分享的方式，讓臺灣年輕人有更多的舞臺發揮，分享屬於自己的故事。2012 年 5 月至今已舉辦超過 300 場聚會活動，透過「交點」聽到全臺灣超過 6,000 個故事、600 個動人分享。

親愛的阿峰，我是在網路上看到您的文章『如何找到自己真正熱情』而寫信給您的朋友，我是 24 歲的社會人士。今年剛考上警察，預計明年 1 月要去受訓，可是我其實想要繼續讀書，準備文化行政的公職考試，也想要學習外語，但實在不知道放棄當現成的警察去尋求未知的未來是否正確，已經想過各種兩邊兼顧的方式，或是認真當警察，不過總是無法做出決定，如果您可以回信，我將非常感激！」

親愛的朋友，我覺得你很幸運，清楚知道自己想要的是什麼，24 歲就知道自己的目標是非常不容易的，而我想你欠缺的只是勇氣，如果說探索人生未知的領域需要勇氣，那麼放棄已知的未來是更需要無比的勇氣，我必須說你很勇敢，願意面對這個人生問題。

阿峰提供的僅是我這個年齡層的建議，你可以參考看看，也許某些部分值得你參考！

「給自己 2 個小時的時間」，現在大部分人的零碎時間都被行動裝置占據，少了與自己對話的時間，我想你已經聽了非常多來自各方的建

議，現在你需要的是聽聽自己內心的聲音。在沒有手機、沒有電腦、沒有任何干擾的情況下，只需要一支筆、一張紙，靜下心來與自己對話，把困擾逐一寫下，同時也列出問題的解決方法，你將會發現事情沒有想像中複雜。

「愛你所做才有可能做你所愛」不是每個人都能幸運地在第一份工作就找到自己的興趣，但每個人都可以在工作中找出喜歡的地方，並且發揮實力。也許因為背景關係或任何狀況，導致第一份工作無法是自己喜歡的工作，但可以選擇熱愛這份工作，當對工作有熱情時，才能做好工作上的事情，也才有機會接觸不同的工作，當然包含你想要從事的文化行政領域，而在做第一份工作時，就可以同時培養未來你想從事領域的工作能力。

如果對於現在的工作不滿意，而又無法隨時離開，那就要想辦法愛上這份工作的「一部分」，然後慢慢增加喜愛的程度，當你真的全心投入這份工作的時候，你就愈有機會做你想做且喜愛的事情！

知名創業與職場部落客 劉威麟 Mr.6 專欄

創業家應重新學行銷，為什麼？

撰文／劉威麟 (Mr.6) 圖片提供／劉威麟

網路趨勢觀察家 × 劉威麟



曾於矽谷旅外工作 13 年，為國內第一位積極推動網路創業的創投工作人員，亦是國內首位帶入矽谷創業風氣的創業推手。

身為創業家，曾經我們都很「看不起」行銷，曾經我們認為，行銷只是包裝產品的「糖衣」，那是為了包裝爛產品才會做的事情；一個好的點子，是不必透過「行銷」來證明；因為真正需要行銷包裝的點子，反而不是好點子。接著有趣的事情發生了……

在經歷了多年的第一線行銷工作之後，我卻對「行銷」這件事有了全新的領悟。原來，創業家都「誤會」了行銷，這怎麼解釋呢？舉例來說，現今對網路生態最了解的如果正是這些新創公司的創業家，那假設今天有一位友人的企業需要行銷協助，請問這位創業家應該如何幫忙朋友的公司行銷呢？

答案是：創業家一定會想辦法做「一大堆」事情，例如：開粉絲團、部落格；修改購物網站、下廣告預算；使用最新的廣告技術……等行銷手法。然後，導入網站流量分析新觀念，提高產品的營收轉換率。為此，創業家認真的繪製一張精美複雜又充滿智慧的流程說明圖，讓朋友去向他的老闆說明。

幾天後，朋友告訴創業家，看過說明圖的人只冷冷地說：「看不懂，所以不要做。」創業家竊笑：「這些人永遠不懂網路，永遠不懂真正的行銷！」殊不知，不懂真正行銷的人可能是這位創業家。

關於這點，我後來發現，創業家總試圖將網路上最新潮的衝流量、衝粉絲等方法，以所謂的「Growth Hack」協助客戶行銷？結果反而變成了創業家口中的只會為產品包裝糖衣的人。這才知道最有用、最精彩、最真實的行銷，其實往往只是一個非常簡單的「創意」突破。

當一個專業的行銷人員拿到產品，絕對不是用複雜的思維模式進行包裝，而是試想如何發展出有趣又簡單的「定位」。為這個賣不動的產品重新「定」位，接著做到不費吹灰之力即可達到人人皆知、皆愛、皆買的效果。從那時候起，我開始認為，創業家們都應該重新學習行銷，然後真正思考產品定位，而不是幫它換上表象的糖衣，是讓它有一個真正從好到更好（Good to Great）的「內裏」。

一小時，學會一生受用的邏輯思考法則

麥肯錫新人 邏輯思考5堂課



Profile 書籍小檔案

書名：麥肯錫新人邏輯思考 5 堂課
作者：大嶋祥譽
出版社：遠流出版
出版日期：2015 年 6 月 26 日

世界上最強的管理顧問公司麥肯錫，教育新人的「邏輯思考」非常創新。它能幫助你產生「理所當然」吸引眾人、有價值的意見，讓眾人不禁脫口對你說出：「那個意見很好！」

麥肯錫式邏輯思考，簡單地來說，就是：「批判性地思考」與「邏輯性地發展」，透過歸零發想與假設

思考，創新地創造當下最佳並且切中要點的「新答案」。麥肯錫式邏輯思考能幫助你產生「好的靈感與直覺」，並且將「好的靈感與直覺」成形，以正確的順序傳達，進而讓眾人認同與實踐！

除了最基礎的「演繹法」與「歸納法」，本書作者再透過：「金字塔結構」一環顧腦海並分組整理；「MECE」一力求沒有疏漏或重複；「等價交換法」一尋找具有類似性質的事物；「六頂思考帽」一打破既定思考模式的「點子發想」法；



「劇本分析」一針對進展不順利時會發生的事，事先打造「對策」，以及更多思考方法。搭配簡單易懂的圖表，詳盡解說麥肯錫式邏輯思考如何運用在生活與工作中，產生「吸引人又性感的思考」。本書的5堂課分別為：

第1堂課：邏輯思考不難！邏輯思考的基礎課程。

第2堂課：批判性地思考，

深入思考的訣竅。

第3堂課：邏輯性地發展，淺顯易懂地傳達方法。

第4堂課：批判性地發想，那個意見很好。

第5堂課：批判性思考+邏輯，進行獨創性跳躍。

透過這5堂課教導各種方法，再搭配簡單易懂的圖表，詳盡解說麥肯錫式邏輯思考如何運用在生活與工作中，日積月累之下，你會發現，學會「麥肯錫式邏輯思考」，將享受深度洞察所帶來的「諸事順遂」人生！



Profile 書籍小檔案

書名：英國社會企業之旅
作者：劉子琦
出版社：新自然主義出版社
出版日期：2015 年 8 月 24 日

達成社會、環境與經濟三贏效益

英國社會企業之旅

達成社會、環境與經濟三贏效益，這是社會企業的核心價值。十幾年來，英國政府與民間團體，先實踐、後立法，穩定建構了適合社企發展的生態環境；也創造了經濟行動的公民參與、創新價值、社會公益，寧靜形成英國的最美麗風景。

近年世界吹起一股社會企業風潮，做好事又能賺錢，賺來的錢再拿去做好事，這樣的雙重效益所串連的良善循環，吸引許多人投入其中。而國內外已有成功範例受到關注，因此如何引導更多的力量，創造更多好事，促成更大的社會效益，成為當今主流趨勢。在這樣的大環境與浪潮之下，發展社會企業體系，將社區、青年、二次就業等不同族群的創造力與行動力，導入地方產業與社區發展之中，是當前各國創造社會價

值與社區發展的主要潮流，如此將可以創造在地就業的同時，也解決其他相關社會議題。

在各國發展社會企業體制的過程中，英國逐步演化而出的制度設計，影響各國社會政策施行的走向。因此本書作者劉子琦以親身訪談英國社企組織的經歷為經、深耕社會經濟領域及臺灣社區產業就業的經驗為緯，深入淺出介紹英國社會企業體制與發展的輪廓。作者將介紹全球社企體系發展脈絡與趨勢，並深入探索發展近20年的英國社會企業體系的建構過程與特色，再以其多年來參與多元就業計畫、輔導在地產業、社區營造的經驗，對臺灣社會現況與社會企業發展，提供務實的見解，並且精選臺灣社企創業案例，以精彩的社企創業故事，找出讓臺灣社會企業能站穩腳步並茁壯發展的脈絡，絕對值得深入一讀。



Facebook營運長 雪柔·桑德伯格

6大建議 讓社會新鮮人 《挺身而進》職場

撰文／劉家禹

Facebook 營運長雪柔·桑德伯格 (Sheryl Sandberg) 撰寫的《挺身而進 (Lean in)》，對畢業生提出許多實用建議，在此特別提列6大建議，讓社會新鮮人更具信心，勇敢踏入職場。

建議 1》擁有自信 才能掌握機會

雪柔·桑德伯格認為，「自信，有時候需要弄假成真」。所以她建議年輕人要擺脫自我懷疑的感覺，不要低估自己；缺乏自信時就試著做一些可以增加自信的舉動，擁有自信或至少假裝有信心，才能把握住眼前的機會。

建議 2》要成功 也要被喜愛

「聰明很好，但是不會讓你特別受歡迎」雪柔·桑德伯格說，被喜歡也是個人成就的關鍵要素，但是你不可能取悅每個人，尤其女人愈能幹就顯得愈不友善，所以女性可適時讓人覺得和善，並以「堅持而可親」的方式，讓職場更順遂。

建議 3》職涯不是爬階梯

《財星》雜誌編輯賽樂絲的比喻：「職涯不是階梯，而是像小時候在公園玩的方格攀爬架。」她建議年輕人要用方格攀爬的模式思考職涯，這樣的思維不管對剛進職場、轉換跑道、或休息一

段時間與二度就業的女性，都會有很大幫助。

建議 4》尋找人生導師

雪柔·桑德伯格自認為很幸運，一路走來都有強而有力的導師與貴人相助，因此在《挺身而進》一書說到，人生導師和貴人的提攜，對每個人的生涯發展非常重要，但絕大多數的導師通常忙於工作，沒有太多時間牽著你的手，因此建立與導師之間共同興趣與利益，變得相對重要。

建議 5》聆聽心聲

雪柔·桑德伯格經常收到應屆畢業生感到恐慌的問題，她總結歸納，所有的問題其實都指向同一件事：「我現在該怎麼辦？」對於這樣的疑慮，雪柔·桑德伯格認為，當走出校園、踏入職場時，我們不太需要聆聽他人怎麼說，我們最需要的是聆聽自己的心聲。

建議 6》別老是想著一次攻頂

雪柔·桑德伯格希望年輕人切記，擁有堅定的抱負是好事，但是不要給自己不合理的壓力，想著一次攻頂。年輕人可以花點時間認識同事、多和上司談談自己的目標，也可以仰賴同事，讓更多人提供意見與鼓勵你，幫你踏出每一步。

10月系列活動

Hack TYC 桃園創業政策黑客松

邀您一起共創未來 日期：10/31、11/01

總獎金10萬元整，歡迎熱血青年組隊報名！



創業基礎課程-創業論劍大會

- 1.當熱血創業碰到殘酷現實
- 2.從0到1-如何挖掘出有潛力的利基市場



自造者基礎課程

3D建模入門教學、多旋翼大進擊
自己名牌自己印-3D列印成型指引



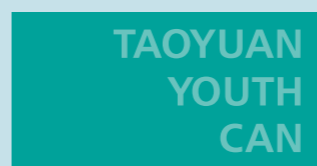
文化創意與觀光旅遊創新實驗室

翻轉老空間-老屋活化與創業設計講座
一起桃步走-我對城市文化旅行的100種想像
誰說文化創意只能是馬克杯



新創產業X產業創新交流會

Maker to Startup-從創客到創業
創新產業人才培育策略、製造優勢xMaker進化論
新經濟模式下的新創事業發展策略-Thunder Power



電商實戰工作坊

日期：10/3、10/4、地點：中原大學
開店平台選擇與電商趨勢、產品文案實作、客服大作戰
數據化分析下的社群行銷、內部營運管理、商品銷售實務分組課程

創業達人輔導服務

創業遇到瓶頸？想找人給予專業的建議？歡迎來電申請
聯絡電話：03-4557009 台灣數位文化協會桃園專案辦公室



主辦單位：桃園市政府 青年事務局
執行單位：社團法人台灣數位文化協會
聯絡電話：03-4557009 台灣數位文化協會桃園專案辦公室

最新活動趕緊掃描連進網頁報名!
<http://goo.gl/8owKHT>

主辦單位保留活動變更之權利

廣告