

育成蛻變 價值再起

育成中小企業 | 引領創新關鍵

2015 育成成果專刊

績優育成中心暨
破殼而出優質企業成功案例



經濟部中小企業處 編印



處長序言 04

2015 績優育成中心成果案例 06

跨國育成	中原大學創新育成中心	10
	朝陽科技大學創新育成中心	14
青年創業	財團法人時代基金會 Garage+ 育成中心	20
	國立高雄大學創新育成中心	24
前育成社群	高雄醫學大學創新育成中心	30
區域聯盟	逢甲大學創新育成中心	36
	國立高雄應用科技大學創新育成中心	40
創新應用	國立臺灣科技大學創新育成中心	46
	遠東科技大學精密機械創新育成中心	50
社企育成	長榮大學創新育成中心	56
	美和科技大學創新育成中心	60
婦女創業	國立空中大學中小企業創新育成中心	66
	國立臺東大學創新育成中心	70

2015 破殼而出優質企業成功案例 74

文化創意	范特喜 落實生活就是文創的理念	78
	中原大學創新育成中心	
社會企業	吟詩企業 把舊農村變身六級產業	84
	財團法人鞋類暨運動休閒科技研發中心創新育成中心	
	壽豐印象 找回土地最初的美	88
	國立東華大學創新育成中心	

食品製造	臺旺食品工業 創新在地農產價值	94
	環球科技大學中小企業創新育成中心	
	鴻達生技 打造一條龍健康畜牧養殖	98
	國立雲林科技大學產學與智財育成營運中心	
電子資訊	福徠鷹 攜手合作夥伴 建立軟硬整合競爭力	104
	淡江大學建邦中小企業創新育成中心	
	康聯訊科技 在光通訊產業闖出一片天	108
	中原大學創新育成中心	
生技醫療	森田生醫 堅持創新與品質安全	114
	大葉大學創新育成中心	
	億觀生技 創新研發行動顯微鏡	118
	財團法人時代基金會 Garage+ 育成中心	
	全球安聯科技 轉型升級有成	122
	高雄醫學大學創新育成中心	
	宏昇生化科技 成功量產無菌抗生素	126
	經濟部中小企業處南科育成中心	
	仿生生醫 致力於追求創新獨步全球的技術	130
	國立高雄大學創新育成中心	
綠能環保	光宇材料 以創新研發一條龍解決方案	136
	逢甲大學創新育成中心	
	瑞展動能 跨界整合 打造馬達產業聚落	140
	財團法人金屬工業研究發展中心創新育成中心	
	中譽工業 以產學合作強化技術含量	144
	國立臺灣海洋大學產學技轉中心	



建立臺灣中小企業厚實競爭力

善用「育成」 蛻變飛翔

在臺灣中小企業奮發向上、追求成長的過程中，經濟部中小企業處密切關注全球經貿發展趨勢，端出符合中小企業需求的政策資源，努力扮演領航角色，在走訪各地中小企業的過程中，充分感受到中小企業的活力與動能，儘管規模大小不盡相同，但是大家卯足全勁投入創新與經營的態度，一路走來始終如一，這種無所不在的臺灣堅毅精神，讓人對臺灣經濟與產業前景充滿信心。

作為臺灣中小企業邁向茁壯的重要支柱，經濟部中小企業處自 1997 年即鼓勵公民營機構設立育成中心，現在更已遍布國內各地，成為無所不在育成創新企業的關鍵力量。

根據統計，目前全國共計有超過 130 所育成中心，形成完整的育成價值鏈，已培育超過萬家企業，其中新創企業超過 50%，維持及新增就業機會約 22 萬個，誘發投資額至少 1,160 億元。歷經十多年耕耘，不論是育成中心或是育成企業，不乏在國際上嶄露頭角的佼佼者，例如「科智企業 (SerTech)」在美國矽谷榮獲英特爾全球創業挑戰賽「網路、行動、軟體運

算組」冠軍，為臺灣參與 Intel 全球創業競賽奪冠首例，顯示出臺灣育成輔導能量旺盛。

在推動中小企業創新及創業育成的過程中，經濟部中小企業處為拔擢優質育成中心及優質企業，自 2002 年起開始辦理「中小企業創新育成中心破殼而出企業」及「年度績優育成中心」選拔，對育成中心與受培育企業加以鼓勵，也試圖從典範案例中找出成功育成的關鍵脈絡，因此特別製作本案例集，將榮獲「破殼而出企業」及「績優育成中心」的育成廠商與育成中心，採以敘事性的書寫方式，為社會大眾介紹得獎單位精彩的創新與突破歷程。

年入選破殼而出的企業涵蓋領域甚廣，故事也都相當精采，綜合歸納可以發現中小企業突圍致勝有 4 大關鍵。第一，創新解決市場缺口的技術，例如生技醫療產業的億觀生技、仿生生醫、宏昇生化科技，以及綠能電子業的光宇材料，都以領先全球的技術能力在激烈市場中開啟無限商機。第二，從心靈出發，為社會或消費者創造更好美生活，例如社會企業的壽豐印象、吟詩企業；農產畜牧業的臺旺食品工業與鴻達生技；文化創

意產業的范特喜微創文化等，他們以貼近在地生活、追求社會公平正義與豐富心靈生活為目標，滿足人類追求身心靈平衡的渴望，也因此獲得消費者買單並贏得社會掌聲。

第三，整合上下游資源，建立厚實競爭力，例如綠能電子業的瑞展動能，資訊應用業的福徠鷹航拍資訊，都透過串連產業鏈資源建立競爭力。

第四，高值化產品與服務，如資訊應用業的康聯訊科技、生物醫療業的森田生醫、全球安聯科技以及綠能電子業的中譽工業，都積極運用產學合作創新產品，進而在各自的領域開拓更大市場。

當然，優質企業背後更有許多力量提供協助，其中育成中心可說功不可沒，今年度遴選

出的 13 家績優育成中心：中原大學創新育成中心、長榮大學創新育成中心、美和科技大學創新育成中心、財團法人時代基金會育成中心 Garage+、高雄醫學大學創新育成中心、國立台東大學創新育成中心、國立臺灣科技大學中小企業創新育成中心、國立空中大學創新育成中心、國立高雄大學創新育成中心、國立高雄應用科技大學創新育成中心、逢甲大學創新育成中心、朝陽科技大學創新育成中心、遠東科技大學精密機械創新育成中心等，他們在培育廠商所投注的心力，都可謂為育成典範。

在競爭如此激烈的經貿時代，將強化育成中心串聯各界資源能量，打造具有產業發展且有效的創新育成機制，而「整合」資源已經是企業於市場勝出的必要手段，期許企業能更加善用縝密的育成中心網絡，為自己建立更強大的競爭力，邁向更寬廣的全球市場。

經濟部中小企業處 處長

李金銘

2015

績優育成中心 成果案例



Part 1

跨國育成

全球經濟前景疲軟，再加上區域經濟整合浪潮、中國大陸紅色供應鏈節節進逼、國際政經不穩定等諸多風險，臺商在全球市場的競爭面臨多重挑戰，尤其資源有限的中小企業要成功拓展國際市場，更顯得不容易，因此如何提升產品附加價值以及接軌國際合作夥伴，成為現今臺灣中小企業在國際舞台綻放光芒的關鍵策略。

有鑑於此，中原大學創新育成中心為協助中小企業跨足全球市場，以「創意、創新、創業」三創教育為根基，積極建立我國完整跨國育成網絡，成為扶植中小企業開拓全球市場的重要育成基地；朝陽科技大學創新育成中心也以深厚的「後育成」能量為基礎，進一步轉型升級並朝深化跨國育成邁進，將中心變成推進我國企業朝全球化市場布局的重要推手。



扎根三創深耕產學整合與創新育成

成功協助眾多企業創新轉型，成為我國扶植中小企業開拓全球市場的重要育成基地。推動創業萌芽與產學技轉等工作，在跨國育成扮演舉足輕重的角色，成立以來即透過「創意、創新、創業」三創教育為理念，連續三年榮獲「全國績優育成中心國際育成獎」的中原大學創新育成中心，

全球區域經濟整合愈演愈烈，再加上全球產業競爭結構不斷轉變，臺灣企業在全球市場的競爭愈來愈辛苦。因應劇烈的全球市場變化，我國新創企業必須同時朝向創新轉型與跨國經營邁進。面對我國企業因應時勢的新需求，一直致力於推動創新育成的中原大學創新育成中心（後簡稱中原育成中心），近年來積極發展完善的跨國育成網絡與機制，希望促成更大的育成能量，以協助我國中小企業建立更厚實的競爭力，進而成為帶動我國產業與經濟發展的新動能。

完整育成機制 加速企業成長茁壯

中原大學產學營運總中心副執行長王世明指出，中原育成中心成立於 1977 年，一直歸屬於中原大學產學營運總中心之下，並與產學營運總中心旗下的創新創業紮根中心、萌芽功能中心、產學經營暨專利技轉中心等進行資源共享，因此可以完整運用全校資源網絡；另外，中原育成中心也積極整合外部資源，如教育部創新創業示範扎根計畫、科技部研發成果萌芽計畫等，發展出更綿密的創新育成機制，多管齊下提供進駐廠商完整的輔導，成為許多企業減少創業失敗的重要支柱。

具體而言，中原育成中心已涵蓋校內外的強大資源網絡，提供進駐企業各環節輔導，王世明提到，在前育成階段，中原育成中心主要提供進駐企業創業訓練課程、業師諮詢、創業實習、創業競賽、國際經營等輔導，然後透過



跨國育成 卓越表現

累計輔導
153家

2015年投增資
2億 7,900萬元
新台幣

2015年度
輔導 40家

累計投增資
22億 5,894萬元
新台幣

市場分析、獲利模式分析、大眾募資平台尋找資金，並透過快速生產資源，協助企業穩固經營之路；接著在育成階段時，育成中心將持續協助引進資金，並提供多元行銷以幫助公司建立應有的價值鏈，實現企業的成长茁壯目標；最後在後育成階段，中心則推動大企業帶小企業、跨域整合輔導與鏈結國際資源等輔導措施，協助企業邁向全球，成為跨國際的企業。

六大育成特色 強化國際育成能量

王世明強調，除具有完備的育成機制之外，中原育成中心進一步以六大加值服務功能，強

化深化中心的國際化育成能量。第一、鏈結中大型企業價值鏈，藉以協助進駐企業成為大型企業核心供應商，或取得與大型企業共同開發創新商品的機會；第二、多元行銷平台，加速企業開拓國內外市場，尤其是加深全球市場的布局；第三、建立優勢育成培育能量，如以雲端育成系統發展先進育成模式；第四、就特定產業鏈缺口技術或服務，培育相關企業，藉以完整我國產業鏈的資源，強化我國產業聚落的發展，提升我國產業競爭力；第五、推動國際育成合作，以此協助企業取得國外資源、開拓新興市場；第六、加速育成輔導，提供企業在加速成長過程中所需的及時輔導與資源。

中原大學創新育成中心

類別 | 跨國育成 育成中心主任 | 林淑容 成立時間 | 1977 年
培育領域 | 薄膜技術、模具成型、奈米複合材料、醫工、精密機械與文創設計

中原大學創新育成中心簡介 | 中原大學育成中心成立於 1997 年，結合學校母體組織豐沛的研究能量，在薄膜技術、模具成型、奈米複合材料、醫工、精密機械與文創設計等特色科技領域產業，提供企業多元增值性的全育成輔導。近年更進一步整合加值育成與技術探勘功能，相繼獲得教育部「產學合作績效激勵計畫」與「全國創業扎根示範計畫」、科技部「研究成果探勘及加值計畫」與「研究成果萌芽功能中心計畫」，以及中小企業處「新興產業加速育成計畫」，推動研究成果商品化及事業化，成果豐碩受到肯定。

另外，中原育成中心也採取多元策略資金媒合，協助各階段育成企業吸引到創投資金的挹注，讓新創公司能夠度過創業的死亡之谷，也為已經具備經營能力的企業，提供邁向成長茁壯與國際化的彈糧。王世明強調，目前與中原育成中心合作的創投公司包括華陽創投、世友投資、中原創投、創新應用、臺灣工銀、新橋聯合、美國矽谷 TEEC Angel Funds & Innospring、日本東京 Addlight Inc. 等，這些創投除了可能提供投資資金之外，也會同時提供企業經營管理方面及行銷通路拓展的協助。

值得一提，自 2012 年起，中原育成中心持續就雲端運算、生質綠能、文化創意、生質油廢棄物再利用、精密零組件聚落、生技醫療、健康食油技術、4G 綠色模具創新等領域，建

立國際特色聚落與價值鏈，並與政府規劃的創新體系發展經濟政策接軌，利用桃園周邊 7 大工業區的地緣優勢，整合區域內創新育成與智財技轉，為我國基礎技術的深耕帶來能量。

整合全球資源網絡 強大跨國育成機制

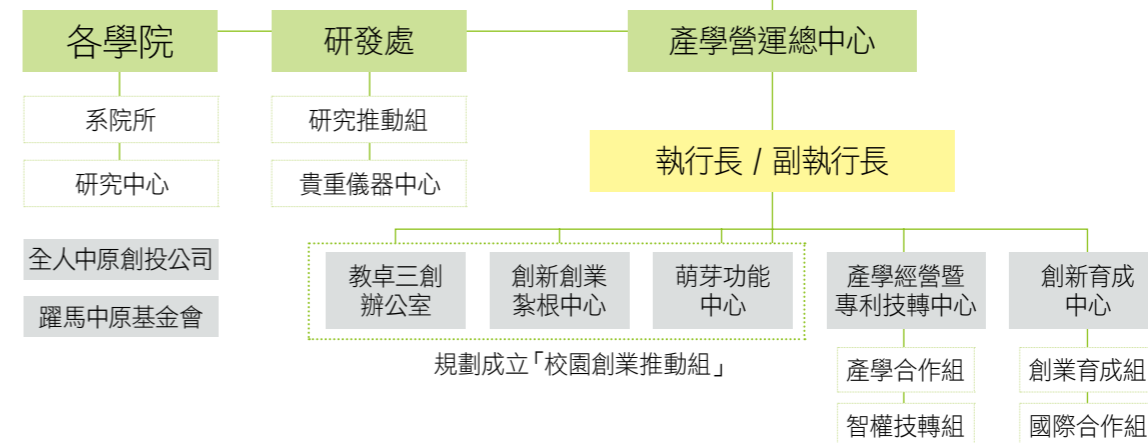
「同時，中原育成中心多年來也一直積極建構國際育成加值網絡，」王世明強調，2006~2010 年中心從點線面連結東協、亞洲、美國、歐洲等育成資源，搭建內涵天然資源、人力、市場與合作夥伴的客製化國際育成網絡；2011~2014 年中心進一步建置跨域創新的國際育成價值鏈，達到跨國商機整合、供應鏈群聚、

中原育成中心透過綿密的資源網絡，
搭建產業創新聚落、育成輔導以及加速器能量，
建立具備創新創業軟性能量與快速生產的育成價值鏈，
藉以滿足各類新創公司所需的輔導與資源，
成為許多企業縮短創業成功途徑的重要支柱。

— 中原大學產學營運總中心副執行長 王世明



中原大學組織架構圖



創新價值鏈獲利輔導的育成機制；2015 年起，中心積極透過政策商機結合、客製化商機媒合與國際創新群聚聚落等策略，深入打造堅厚的跨國育成機制。

另一方面，中原育成中心也更積極建立國際加速器跨域整合輔導能力，目前已經有具體的成果，如亞太與新興市場，已就生技醫療、物聯網、精密機械、汽車零組件等領域，搭建「臺灣 - 印度技術商機平台」，另外也與越南搭建「台越國際創業暨技轉合作平台」，以及與日本大阪金屬加工與資訊業聯盟打造商機合作平台，還有印尼、南非、泰國、汶萊等國家也都有相關合作平台的建立。

在與歐美的跨域整合上，同樣也有亮眼表現的包括持續與矽谷加速器進行一對一商機與資金媒合，攜手與工研院、交通大學與荷蘭「臺灣企業國際化協助網絡」(Taiwan Globalization Network: TGN) 簽署合作備忘錄，建立台歐育成加速合作平台，協助臺灣育成企業打入國際

產業供應及價值鏈，擴展歐洲市場能量。

全方面的跨國育成機制，使中原育成中心陸續輔導出具備跨國競爭力的新創公司，例如科智企業在中心輔導下，創新研發工業 4.0 關鍵製程資訊應用服務解決方案，並順利取得輔導資金 4,500 萬與國發會天使資金 350 萬元，以及榮獲 2014 英特爾 Global Challenge 冠軍，目前更已進軍墨西哥、泰國、中國大陸等全球市場，成為成功跨國育成典範案例。

展望未來，王世明強調，全球化競爭與國際經濟成長趨緩的問題依舊嚴重，未來臺灣企業在全球市場的競爭仍將面臨多重挑戰。在此關鍵時刻，連續多年榮獲經濟部中小企業處績優育成中心肯定的中原育成中心，將持續建立更完整的產官學國際育成資源平台，以協助臺灣企業取得國外天然資源、國際商機、國際合作、國際投資和技術媒合等機會，帶領廠商邁向「創新研發、創業育成、永續經營、根留臺灣、立足國際」的長期願景發展。

推動育成升級 打造世界級孵育環境

朝陽科技大學（後簡稱朝陽科大）自成立以來，即以技職教育的「務實致用」自許，明訂以「產學實務為導向」的大學。以此核心理念，多年來朝陽科大積極發展出「親產學育成文化」的策略，並於 1999 年創立朝陽科技大學創新育成中心（後簡稱朝陽育成中心），在中部科學園區設置「創新育成基地」，引進國外加速器育成作法，除為進駐企業引進業界協同量能之外，並且鼓勵師生參與創新、創意，推動學生創業，展現強大的育成能量。

朝陽科技大學創新育成中心資深經理湯凱莉指出，累積長達 10 幾年的育成能量，近年來朝陽科技大學積極建立跨國育成機制，除與逢甲大學等其他院校育成中心共同創辦產學研育成合作專區（TBIA）聯盟，並被推選為 TBIA 秘書處；2015 更獲得瑞典 UBI Index 大學國際育成孵化器評鑑為亞太最佳育成中心，以及獲頒亞太地區最佳大學企業孵化器（Asia & Oceania Top 10 University Business Incubators 2014），強大的國際育成能量，堪稱我國跨國育成的典範代表之一。

從後育成轉向跨國育成

湯凱莉指出，朝陽育成中心成立至今 16 年，已經建立一個可推動產業在地深耕的育成服務團隊，搭配朝陽科大的 6 大實驗室與 10 大服務中心，包括「費洛蒙中心」、「亞洲穀物中心」、「植物病毒檢驗中心」、「非破壞檢測中心」、「綠色產品管理與驗證技術研發中

心」、「數位媒體創作中心」等，積極從產品整合、計畫申請、資金媒合以及業務行銷等層面，協助進駐廠商加速育成。

近年來，朝陽育成中心更積極透過孵化、業師、教師與中心共同指導，輔以「新興產業育成加速器計畫」加速器，實施育成加速輔導，並且藉由本身做為 TBIA 育成聯盟會員與 TBIA 秘書處辦公室的角色，協調引流中區育成資源，建立跨校培育平台，建構朝陽育成中心更強大的育成能量。

湯凱莉表示，在 TBIA 跨校育成平台之中，由於朝陽大學在行銷、通路、品牌型塑上具備

較強大的能量，因此朝陽育成中心主要站在「後育成」的位置，與 TBIA 聯盟會員投入共同育成，以此為基礎，朝陽育成中心自 2011 年起，積極發展國際育成，除廣納臺灣各聯盟合作擴大整體經濟規模，偕同民間與政府共同布局，以經濟部中小企業處加速器優質廠商快速點火之外，積極連結國際育成資源，如於新加坡設立育成據點，並於上海與天津達成在地育成的資源連結，以及與中國大陸平潭海峽青年創業協會簽訂 MOU，成為臺灣

跨國育成 卓越表現

歐盟 EBN
臺灣唯一
Soft Landing
育成中心

海峽兩岸大
學生創業創新大
賽，擊敗兩岸三地
768 支學生創業團
隊，勇奪最高榮
譽特等獎

瑞典 UBI Index
大學國際育成
孵化器評鑑為
亞太最佳育成
中心

教育部首屆
技專校院創
新創業競賽
第一名

教育部中區
「創新、創業、商
品化—崢嶸棟樑」創
業競賽，總獲獎數 11
座，創業補助金額為
全國最高



第一家前往平潭建立育成基地的育成中心。未來將以此基礎共同推展臺灣企業軟著陸中國大陸市場，諸此種種都在在強化朝陽育成中心的跨國育成能量。

完整的跨國育成布局，使朝陽育成中心近年來不斷協助眾多進駐企業，快速布局海外市場，例如協助進駐廠商台灣神農進駐福州高新園區並取得當地投資，打造福州國際育成創投案例；又或協助台灣耳機品牌製造商悅聲志業，與香港貿發局建構國際訂單。也輔導台灣微菌生技團隊屢屢獲得國際創業大獎。

跨國育成再進階 建構「中區創業小矽谷」

湯凱莉強調，累積過去幾年發展跨國育成的能量，2016 年底朝陽育成中心更將藉由「朝陽科大中部軟體園區育成中心」的基礎，進一步於台中軟體園區成立「朝陽育成 RICH 產學加速器基地」，將朝陽豐富的育成能量，擴大影響至區域內產業，加速企業與產業的發展，建

構「中區創業小矽谷」。

具體而言，未來朝陽育成中心將聯合學校的產合處、創意中心、研發處、校級研究中心，建構朝陽技術布局、廠商合作、創業文化的產學生態圈，規劃執行「朝陽育成 RICH 產學加速計畫」，將朝陽的研發成果與三創教育所的學生團隊、專利成果與技術能量，透過朝陽育成中心規劃的「朝陽育成 RICH 天使俱樂部」與「朝陽育成 RICH 創業基金」，轉化為師生創業、衍生企業，創造實際的邊際效益。

連結外部資源方面，朝陽將於 2016 年推動育成中心暨加速器計畫，在國外整合歐洲商業育成中心網絡（EBN），在國內則以 TBIA 聯盟資源，攜手逢甲大學與靜宜大學，推動三聯合孵化機制的「育成 .Net」策略。

湯凱莉解釋，「育成 .Net」將採取三階段進行，第一階段將著重於協助企業「穩定、生存、空間與技術障礙突破」，因此朝陽需要藉助逢甲與靜宜兩校的技术整合；第二階段著重於協助企業在「訂單、行銷、包裝、市場」等方面

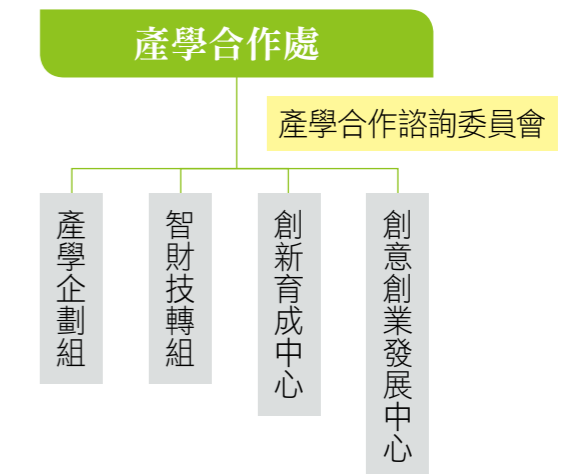
的發展，對此將整合三校的通路資源，擴大行銷力道；第三階段為將著重於「國際、品牌、服務、管理與永續經營」，全面帶領企業邁向國際市場。

跨國育成人才 讓加速育成更順遂

完整的跨國育成總體策略方針之外，朝陽育成中心也有強化跨國育成的人力資源，湯凱莉指出，朝陽科技大學創新育成中心主任劉素娟不但身兼產合處副處長，同時更擔任越南官方科技部顧問，對於進駐企業聯結東協市場，可以帶來強而有力的協助。除此之外，2015 年 6 月，劉素娟受 EBN 之邀，赴荷蘭及西班牙參加商業孵化會議並擔任講者，希望藉此帶來更多廠商布局歐洲市場的契機。

此外，朝陽科技大學創新育成中心副主任林英杰，同時也是 2015 年台灣百大 MVP 經理人得獎者，以協助進駐企業接軌中國大陸市場、各地商會。以此為基礎再輔以進駐廠商的

朝陽科技大學組織架構圖



創新創意，朝陽育成中心在前育成的教育與創業競賽之中，多次帶領團隊前往兩岸三地，締造創業 6 大賽的 6 冠 2 亞紀錄，展現強大的跨國育成能量。

綜觀來看，朝陽育成中心透過整合內外部資源，建立起強大的跨國育成能量，成為我國推動中小企業邁向國際市場的重要推手，堪稱我國跨國育成典範代表。

朝陽科技大學創新育成中心

類別 | 跨國育成 育成中心主任 | 劉素娟 成立時間 | 1999 年

培育領域 | 健康農業服務類、生技產業服務、工具機與精密機械類、醫療照護服務類、綠色能源、電子商務服務

朝陽科技大學創新育成中心簡介 | 配合經濟部中小企業處育成政策推動，鼓勵公民營機構成立創新育成中心培育企業，朝陽科技大學於 1999 年設立「朝陽科技大學創新育成中心」，以完整的育成孵化、技術研發，以及整合全校學術研究、設備研發與人力資源，協助新創企業育成與協助產業創新，並以產學合作促進產業升級，完整的育成機制已連續多年獲經濟部中小企業處肯定，並榮獲經濟部中小企業處多項獎項的肯定。

“朝陽將於 2016 年推動育成中心暨加速器計畫，在國外整合歐洲商業育成中心網絡（EBN），在國內則以 TBIA 聯盟的資源，進一步攜手逢甲大學與靜宜大學，推動三聯合孵化機制的「育成 .Net」策略，深化跨國育成的能量。

— 朝陽科技大學創新育成中心主任 劉素娟





Part 2

青年創業

全球創新創業浪潮持續升溫，尤其以青年為主的創業能量更是強勁，迎合國際潮流，我國政府積極協助青年創業；而我國青年憑藉著高教育程度、國際觀、創造力與旺盛企圖心，前仆後繼地湧入創業，為我國經濟與產業的成長動能，帶來源源不絕的動力。

配合青年創業趨勢，時代基金會 Garage+ 育成中心以「透過創新為社會創造美好生活」為願景，驅動具備國際視野的臺灣青年投入創業，為臺灣創新創業發展帶來一股新的能量；高雄大學創新育成中心也連結內外部網絡資源，以青年創業為核心，聚焦「綠能環保」與「電子資訊」兩大區域特色產業，帶動師生投入創業，成為南臺灣青年創業的重要基地。



國際化創業社群加速創業青年走向世界

藉此驅動具備國際視野的臺灣青年創業氛圍，為臺灣創新創業發展帶來一股新的能量。攜手國內創業家、知名投資人與各領域專家，共同經營一個能接軌國際的創業社群，近3年來以「透過創新為社會創造美好生活」的願景，累積10年育才經驗走進育成領域的時代基金會 Garage+ 育成中心。

走進

財團法人時代基金會 Garage+ 育成中心（後簡稱 Garage+ 育成中心）剛於 2014 年落成的實體育成空間，大門入口左邊的車庫牆可以移動至櫃台旁，寬敞且具時尚設計感的會議空間，不僅是進駐團隊用來腦力激盪的最佳場域，更不時有其他企業前來洽談合作。一年來，這裡成為臺灣青年創業的聚集之地，大家到此投放資源並且尋找人才或可投資標的，使 Garage+ 成為國內外創業家、創投、大企業交流互動的重要場域。

從育才到育成 建立新型態創業社群

早在 2003 年，時代基金會便推出「國際青年創業領袖計畫」（Young Entrepreneurs of the Future: YEF），以每次長達 10 個月的模擬實務學習，鼓勵學子跨校聯結、前往海外創業聖地學習、參訪國際知名學府與企業等方式，培育青年學子開拓國際視野、提升競爭力與培養其創新創業精神。

Garage+ 經理盧志軒表示，累積數年的創業教育能量，自 2007 年開始，有不少時代基金會畢業的校友投入創業，為延續校友創業的動能，時代基金會開始思考轉型成為育成中心的可能性，碰巧適逢 2008 年金融海嘯風暴，全球經濟景氣前景不確定性高，因此作罷，一直到 2012 年才正式投入育成，成立 Garage+ 育成中心，成為國內少數幾個非政府直營或學校機構的育成單位。

盧志軒指出，不同於其他育成中心，2012



青年創業
卓越表現

培養超過
2,600 位優
秀青年

榮獲 10 所
大學提供學
分認證

YEF 粉絲頁
粉絲人數超過
13,000 位；
消息傳閱人次超過
2,320,000 次

累計培育
超過 30 家
新創事業

年~2014 年 11 月期間，Garage+ 育成中心並沒有特別規劃實體空間，主要採取整合社群資源及拓展合作網絡的方式，以虛擬育成模式服務進駐團隊，即開設創業課程、舉辦相關創業活動、提供業師輔導等方式，解決創業團隊各種層面的經營問題，提供創業知識上的輔導與協助。

「一直到 2014 年，Garage+ 獲得嘉新兆福文化基金會贊助 200 坪空間，從虛擬走向實體，以創新的空間設計，建立新型態創業育成中心。」盧志軒指出，Garage+ 育成中心現址除了空間是獲得贊助而來，裡面的網路、投影機、顯示螢幕等許多基礎設備，都是由國內大企業

共同贊助，包括台積電、台達電、廣達電腦、緯創資通、聯發科、群聯電子、華新麗華、富邦金控、國泰金控、新光產險、東元電機、臺灣大哥大、法藍瓷、聲寶等都是贊助廠商，充分顯示出 Garage+ 育成中心是一個融合國內眾多資源，帶動我國創新創業能量的重要場域。

兩階段育成 循序漸進孵化創業

深入探訪 Garage+ 才成立 1 年的實體育成空間，9 樓 124 坪的開放工作空間是孵化器，共有 40 個位置，提供給進駐廠商使用；10 樓

財團法人時代基金會 Garage+ 育成中心

類別 | 青年創業 育成中心經理 | 盧志軒 成立時間 | 2012 年

培育領域 | 資訊網路、生物科技

財團法人時代基金會 Garage+ 育成中心簡介 | 財團法人時代基金會累積過去 10 幾年的創業教育經驗，於 2012 年成立時代基金會 Garage+ 育成中心，以「Hub」為概念，期望建立一個全球創業者在亞洲地區合作首選的創業發展中心，此創業育成機構主要透過連結臺灣與全球創業家，整合創業最寶貴的人才、創新技術、資金、知識管理等資源，期許成為臺灣創業者能最有效率取得各項資源的中心；成為國際創業者進入大中華及亞洲新興市場最好的創業起點；以及成為資本市場尋找最佳投資標的地方。

則是 64 坪的創業加速器，共有 7 個辦公室供團隊進駐，進駐期一年，目前進駐廠商包括自晶祈生技、GAIUS Automotive、StorySense、Rethink Robotics Inc.、申騏科技、聯齊科技、億觀生物科技等 7 個具備發展潛力的新創公司。盧志軒指出，由於 Garage+ 以非營利為精神，因此辦公室出租前半年免費，後半年共同分攤基本營運成本，待團隊成長募得資金後再捐款回饋。

Garage+ 育成中心的育成模式也與空間設置一樣，分成新創孵化期與加速育成期兩階段，針對孵化期的團隊，Garage+ 育成中心提供種子基金，團隊人數限制在 1~5 人，然後依照團

隊階段，區分種子基金的獎金額度，已有產品原型或服務的團隊可爭取 2.5 萬元美金，經過初步市場驗證的團隊有 5 萬元美金，有初期獲利的團隊則有 10 萬元美金，協助團隊銜接下一輪資金。

至於加速育成階段，除了提供一般的業師輔導、課程訓練、人才招聘及空間資源之外，Garage+ 更積極透過與團隊建立信任關係，協助團隊找到客戶與市場。「先育成再幫新創團隊找資金、資源！」盧志軒強調，Garage+ 育成中心不傾向於急著為新創團隊找資金，而是希望為團隊建立好的財務與公司架構，以及找到市場與客戶，才能協助新創公司奠定經營基

礎，進而邁向成長茁壯。

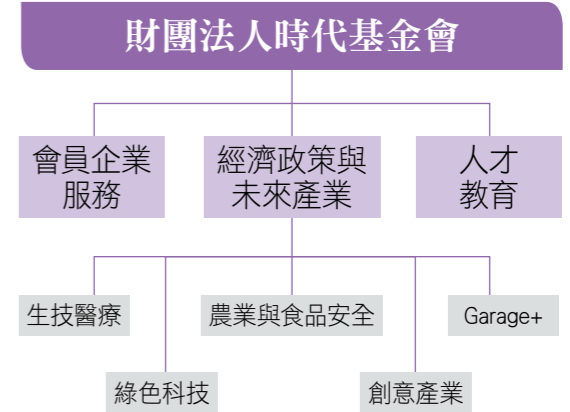
「資金只是一時的，奠定技術能力與經營基礎，才是長久之計，」盧志軒進一步強調，找到市場與客戶在哪裡，然後成功開拓，才是最重要的事情，因為新創企業一旦找到市場、拿到訂單，現金就會進來，便不用急著找資金，因此 Garage+ 一直積極為企業找出不足之處，然後媒合好的業師給企業，為其建立最佳公司架構並開拓市場。

技術與國際化是兩大要素

在挑選育成團隊上，Garage+ 育成中心則鎖定具備技術含量的企業為主，盧志軒說，Garage+ 雖然透過課程，積極將創新創業的精神帶給更多人，但是並不一味鼓勵所有人都投入創業。真正具備技術含量，才是 Garage+ 重點輔導對象，因此包括生物科技、醫療照護、機器人等，都是重點領域。以 2014 年服務的 40 個團隊為例，其中以大數據技術投入創業的比例就高達 31%，醫療電子與服務也占 20%，綠色科技與智慧裝置則佔 25%。

因為選擇的領域屬性都高度需要國際化，因此 Garage+ 育成中心也積極建立跨國際的育成機制，除了多次帶領團隊前往美國、中國大陸兩大市場參訪，近一年來也多次帶領團隊前往日本進行交流，一次帶領團隊前往日本福岡，參加日本軟銀與美國麻省理工學院投資校友會舉辦的「Fukuoka Global Venture Award 2015」創業競賽，進駐團隊聯齊科技以智慧插頭 NextDrive Plug 無線擴充座創新技術榮獲第

財團法人時代基金會組織架構圖



二名，因此獲得與日本軟銀合作的機會。

更值得一提，除了帶領國內創業團隊前往國外，Garage+ 同時吸收不少國外創業團隊進駐，在目前進駐的 74 個團隊之中，其中有 12 個團隊來自國外，韓國、法國各有 3 家，還有新加坡、以色列、美國、英國、泰國在內的各國新創公司，為 Garage+ 增添濃厚的國際化氛圍。盧志軒說，藉由吸引國外新創公司的進駐，除了可以為臺灣團隊帶來國際化思維，同時也能試圖找到國內外進駐企業互相合作的可能性。

總體觀察 Garage+ 育成中心的軟、硬體資源，以及其獨樹一格的育成模式，可以看出 Garage+ 希望在臺灣走出一條不一樣的育成之路，「Garage+ 的目標是希望打造一個具備跨國概念的創業社群，為臺灣帶來更不一樣的創業方向。」盧志軒最後感性的說，創業不容易，因此希望臺灣創業環境有更好的互動、交流與共享氛圍，藉此培育出更多的成功企業。



“Garage+ 不只是要做一個育成中心，而是希望整合廣大業師群、企業與政府資源以及國內外創業家，在臺灣打造一個具備跨國概念的創業社群，為臺灣創新創業帶來更不一樣的氛圍與思考，藉此激盪出更多成功的創業團隊。”

— 財團法人時代基金會 Garage+ 育成中心經理 盧志軒

強化青年創業力助南臺灣產業轉型升級

成為帶動南臺灣青年創業的重要基地。
成功協助進駐企業創造獲利，以及帶動師生投入創業，
以青年創業為核心，聚焦「綠能環保」與「電子資訊」兩大區域特色產業，
13年來透過連結內外網路資源，
高雄大學為緊密產學合作，成立之初創設高雄大學創新育成中心，

我國中小企業憑藉著對市場變化的反應快速、少量多樣化的商品製造能力，以及企業家苦幹冒險的精神，締造臺灣經濟舉世聞名的成就。然而，近年來隨著國內外經營環境急遽變化，新興國家如中國大陸與東協國家挾帶著低廉勞力與成本優勢，使我國製造產業外移；另一方面，由於臺灣市場狹小，難以培養強而有力的全球品牌，導致傳統產業轉型升級不易，促使臺灣經濟發展面臨不小的困難。

以青年創業為核心 驅動創新創業能量

高雄大學創新育成中心主任蔡振章指出，面對臺灣經濟發展與產業所面臨的多方挑戰，高雄大學自創校第3年起也就是2003年，即配合經濟部中小企業處的育成政策，創立高雄大學創新育成中心（後簡稱高雄大育成中心），13年來透過有效整合學校資源，以「青年創業」為育成主軸核心，積極建構完善創業育成環境，積極投入協助區域產業進行轉型與升級的工作，促進南臺灣創業發展的同時，也讓年輕人的創新創意有地方發揮。

「年輕人是帶動國家產業轉型升級與創新創業最大的動能，因此推動青年創業的工作刻不容緩。」蔡振章強調，鎖定青年創業，高雄大育成中心積極推動各種青年創業輔導工作，包括規劃創業工作坊環境情境、提供在校生企業見習機會、辦理青創新創系列講座課程、舉辦教學卓越計畫創業通識課程、定時定點提供全



青年創業 卓越表現

2015年培育青年創業進駐家數達27家，佔總進駐家數比例高達77%；新創企業進駐家數高達85%

近3年企業創造就業人數達393人，平均每年增加創造就業人數為131人

2015年協助學生申請/取得大專畢業生U-start計畫4件，名列全國育成中心第一

近3年累積協助廠商爭取貸款資金補助達3,378萬元

年免費創業諮詢輔導等。

以舉辦課程與講座為例，光是2015年高雄大育成中心總共辦理青創系列講座4場、學生創業工作坊系列講座10場，以及學生創業研習社系列講座7場，總計21場系列課程與講座免費提供給進駐廠商及欲創業的畢業生參與，將創業精神深刻融入年輕人心中。

聚焦綠色環保與電子資訊兩大產業

高雄大育成中心完整的青年創業育成機制，多年來陸續培育出許多具備競爭力的新創企業，蔡振章開心的說，高雄大育成中心於2014年度及2015年度協助創業團隊申請科技部創新創業激勵計畫，多家廠商進入前40強，更協助創業團隊獲得2015年度「U-START大專畢業生創業服務計畫」，名列全國育成中心第一。

進一步觀察高雄大學創新育成中心進駐的企業團隊，可以發現該中心推動育成工作，主要聚焦「綠能環保」與「電子資訊」兩大區域特色產業。蔡振章指出，高雄大學校址位於南部第二條科技走廊的中心，鄰近楠梓加工出口區、前鎮工業區、臨海工業區、路竹科學園區等重要產業專區，周遭綿密的傳統工業，在全球市場都具備舉足輕重的地位，然而近年來隨著全球綠色環保意識抬頭，傳統製造業產業極需導入低污染的綠色設計與製造，因此高度需要與綠色環保相關的創新技術。

因此高雄大育成中心聚焦綠色環保產業，希望提升高雄地區的綠色環保技術與綠色創業，協助在地傳統製造業轉型升級，以及建立新興高值化的綠色產業。蔡振章表示，目前高雄大育成中心已經有 17 家綠色環保廠商進駐，其中具備頂尖技術開發實力的企業多達 12 家，比例高達 70%，為高雄產業發展帶來深厚的技術能量。

整合校內外資源加速育成

另一方面，近年來高雄軟體園區（簡稱高軟）快速發展，高雄出現許多有志於投入軟體創業的年輕人，因此高雄大育成中心也鎖定電子資訊產業提供育成輔導機制。蔡振章表示，高雄大育成中心目前培育 9 家電子資訊廠商進駐高軟，充分顯示出高雄大育成中心的培育成果，已經成為高雄電子資訊業發展的重要能量。

累積 13 年的育成能量，高雄大育成中心建立一個堅強、有行動力且具韌性的育成團隊，

團隊平均年資高達 6 年以上；另外，高雄大育成中心將廠商輔導經驗轉化成育成輔導 SOP，藉由此項模組化輔導機制，創造各項成功輔導案例，作為輔導標竿典範。

另一方面，高雄大育成中心也積極與母組織合作，帶入學校資源推動育成，例如與經營管理研究所連結，協助進駐企業執行市場分析的企業診斷服務，提供廠商「市場分析 - 企業診斷」輔導合作，目前已經邁入第 8 年，共計提供 28 家廠商市場行銷的企業診斷服務。

當然，結合大企業資源以帶動小企業的發展，也是關鍵策略所在。蔡振章說，高雄大育成中心自 2011 年開始，即與鴻海集團的鴻海科技育成中心合作，進行技術與市場行銷的輔導，累積已共同輔導超過 12 家廠商，進而媒合其中兩家廠商與其他大企業合作；此外，高雄大育成中心也與楠梓加工區的日月光半導體、臺灣雙葉電子等公司合作，透過人才培育

國立高雄大學創新育成中心

類別 | 青年創業 育成中心主任 | 蔡振章 成立時間 | 2003 年

培育領域 | 綠能環保、電子資訊

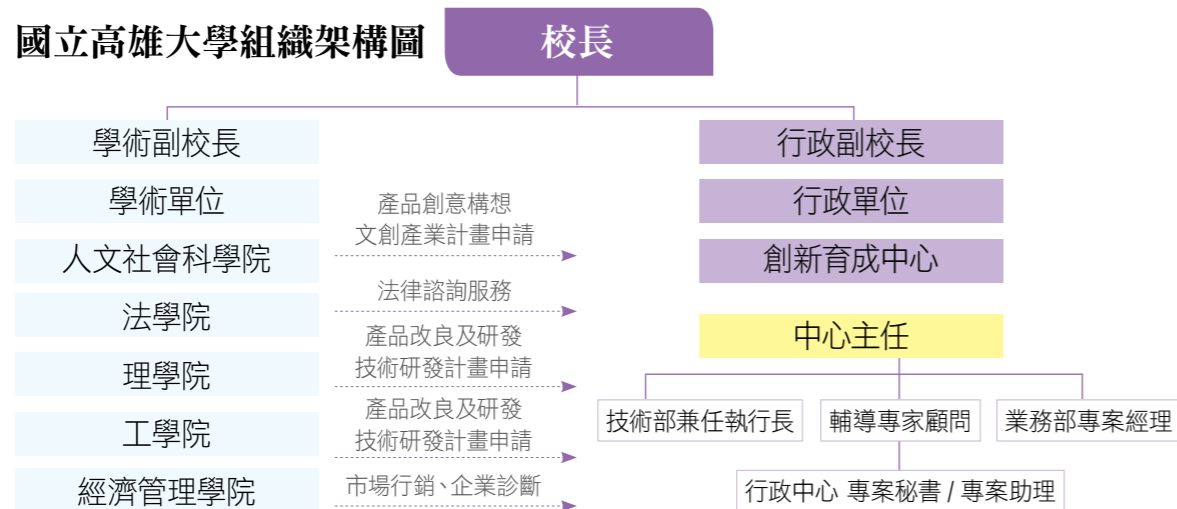
國立高雄大學創新育成中心簡介 | 國立高雄大學為一所重視全人教育與實用性的綜合型大學，創校之初即成立創新育成中心，做為產學技術合作的橋樑，經過幾年努力經營與建設，組成育成中心的企業化輔導團隊，同時也積極配合學校成長，有計畫性地整合研究與教學資源，建構出具有高雄大學特色且能符合大高雄地區的育成中心。過去幾年，高雄大學創新育成中心希望成為台灣建構南部第二條科技走廊的創業育成新基地，培養更多南部所需的人才，同時提升南部創新創業與產業技術能量。

課程，吸引大企業輔導進駐廠商，增加廠商實質育成效益。

值得一提的是，由於任何企業的最後的決策點都是「市場」，因此高雄大育成中心近年來除了協助輔導進駐廠商拓展國內業務之外，更積極輔導進駐廠商走向國際，將進駐廠商優秀的產品及服務，推廣到海外各地。蔡振章說，高雄大育成中心自 2010 年開始，即協助進駐廠商進行國際性產品展覽與成果發表等活動，至 2015 年 8 月止，已有 13 次國際參展和 17 家廠商參加，並為進駐企業成功開拓國際市場和帶來更多效益及商機。

「高雄大學是一所年輕的學校，在學人數僅 5,802 人，教師人數也只有 225 人，在資源有限的情況下，我們努力連結政府與在地產業資源，形塑最強的育成能量，盡可能帶動青年投入創業。」蔡振章開心的說，經過 13 年的努力，高雄大育成中心榮獲「2015 年度績優育成中心」獎項，對整個育成團隊帶來很大的鼓舞與信心，未來高雄大學與育成團隊都將投入更大的資源與心力，進一步催生更多師生創業，以及協助中小企業轉型，為我國產業的發展提供更多的幫助，也希望可以更深入與產業攜手，幫助臺灣產業走出一條新的康莊大道。

國立高雄大學組織架構圖



“ 年輕人是帶動國家產業轉型升級與創新創業最大的動能，因此推動青年創業工作刻不容緩。高雄大學育成中心以推動青年創業為核心目標，積極推動各種青年創業輔導工作，希望促進更多學生創業，為臺灣注入源源不絕的創新創意能量。 ”

— 高雄大學創新育成中心主任 蔡振章



Part 3

前育成社群

在全球風起雲湧的創新創業浪潮中，創投、天使投資人或大企業選擇投資標的時，多傾向已具備商用化且商業模式明確的公司，草創公司或未具雛型的創業團隊，往往因為沒有足夠的創業資源支持，難以度過創業的死亡之谷而走向失敗。或是因為創業環境的問題，導致許多具備創意或是學校強大的研究能量，無法透過創業邁向商業化，進而成為國家經濟的成長動能。

高雄醫學大學創新育成中心打造超級實驗室，讓學生的創新創意萌芽；再結合學校資源舉辦一系列創意活動與創業競賽，為創業團隊灌注創新研發所需的相關資源，協助學生邁向創業。透過建立能量充備的前育成社群網絡，協助學生把校園的學術研究，轉化成創新創業，讓學生生涯發展有更多選擇，並為我國經濟創造新的成長動能。



完整前育成機制帶領學生迎向創新創業

草創企業或是還沒正式成立公司的創業團隊，其擁有的技術或商業模式都較不成熟，不僅距離獲利時間較遠，創業失敗的可能性也較大，因此創投或天使資金較無意願將資源給初期創業團隊，此導致學生儘管擁有充沛的研究能量，卻鮮少有人願意將資源投給學生，協助學生將研發能量轉換成創業。有鑑於此，高雄醫學大學創新育成中心（後簡稱高醫大育成中心）致力於教育，發展前育成社群網絡與健全的輔導機制，希望藉此協助學生把校園的學術研究轉化成創新創業，讓學生發展前景更不一樣，也為我國經濟創造新的成長動能。

高雄醫學大學產學營運處 - 處長何美冷指出，高醫大育成中心隸屬學校一級單位產學營運處之下，多年來透過與產學營運處 - 產學合作組，連結學校內部資源，以及利用產學營運處 - 智管組整合外部網絡，建立起完善的全方位育成服務，打造高醫大育成中心從創新育成、衍生新創、產業合作、智財管理到技術移轉的一體化服務，期許藉此將學術能量轉變為企業可用的技術、商品或服務，甚至衍生出新創公司。

打造共同工作空間 凝聚創意能量

「當多數育成中心都在輔導已經具備基礎的企業團隊時，高醫大育成中心則在思考，如何從教育著手，讓學生與產業之間的接觸，可以從教育實習走到專利申請，再朝創業之路邁進。」何美冷指出，高醫大產學營運處及各教學單位引

領學生創業為目標，從學生開始就教育其創業理念，並且將創新創業課程導入學校學程之中。

另一方面，為更深化學校的創業氛圍，以及讓有志創業的學生找到志同道合的創業夥伴，高醫大育成中心已經在今年年初建置約 40 坪之創業園地 (Synapse Coworking Space)，目前正積極規劃 SynapseLab 創客空間。另外，也擁有以造價百萬的培育室及實驗室 (300 坪)，建構完善的醫材研發產業研究平台，聚焦高階醫療器材、生技製藥、健康照護相關產品及系統服務開發，輔導更多學生投入創業。

何美冷指出，目前高醫大育成中心正積極規劃創客空間 (SynapseLab Maker Space)，可以讓學生在技術研發之後進一步做出產品原型，等到 2016 年 3 月 SynapseLab 創客空間正式營運之後，空間內部的 3D 列印機、切割機與各種設備機台，將提供更多育成資源協助學生發想更大創新創意。

活動 X 競賽 激發學生創業動能

除了創業園地及創客空間的硬體資源之外，



前育成社群
卓越表現

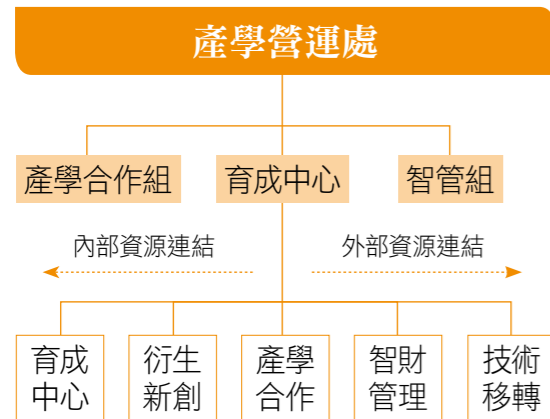
2015 年創
新創業學程內
化，平均修課
人數 270 人

2012-2013
連續兩年有
4 個學生團隊榮
獲國家新創獎

學生創業
家數比例逐年
升高，2014
年達 47%

2011-2015
年共衍生 140
多組創業團隊

高雄醫學大學組織架構圖



高醫大育成中心在軟體資源的投入上也不遺餘力。何美玲說，為協助學生創業團隊與各界緊密交流，中心舉辦各種創業講座與交流活動 NetWorking，以及辦理創業小聚與創業沙龍，讓學生可以從中找到跨領域合作的對象與機會。

更值得一提的是，透過鼓勵與輔導學生參加創業競賽，讓學生經由競賽對自己的創新技術與創業題目能有更深度的檢驗。「一直以

來，高醫大學生團隊到外參與創業競賽，都獲得很好的成績。」何美玲充滿信心的說，2012~2013 年連續二年，高醫大學生團隊共有 4 隊榮獲國家新創獎學生組獎項，是全國大專院校表現最好且得獎數量最多的單位。

何美玲強調，高醫大育成中心一直積極引領在校學生透過創業實務課程、創業系列活動與競賽，找出將研發能量轉化成商品的可行性，因此衍生出許多優質團隊，在大三、大四時期投入參與各種創業競賽活動，而從高醫大學生團隊在競賽上屢屢獲得的優秀成績可以看出，高醫大育成中心的前育成輔導機制，已為高醫大催生旺盛的創新創業能量。

成果豐碩 學生創業能量湧現

「以往，醫學大學學生畢業之後，多數選擇當醫師或藥師；學校教授則以追求發表論文、升等為研究方向。如今，隨著創業種子深植校園，使更多學生將創業當作選項之一；同時也不乏教授攜手學生，朝師生創業之路邁進。」

創業是一條迥異於學習與學術研究的路，坐上這台列車之後，遇到挫折勇敢突破它，不要選擇中途跳車，然後一定要對自己的產品保持信心，在過程中檢視、調整、再檢視、再調整，這台列車就會帶你前往不曾看過的景象。

— 高雄醫學大學產學營運處處長 何美玲



高雄醫學大學創新育成中心

類別 | 前育成社群 育成中心主任 | 蔡東榮 成立時間 | 2005 年

培育領域 | 生物醫學、醫療器材、健康照護產業

高雄醫學大學創新育成中心簡介 | 高雄醫學大學一向積極配合國家發展六大新興產業政策方向，高度支持生技醫藥相關產業的發展，因此高雄醫學大學創新育成中心結合鄰近科學園區如高雄路竹醫療科學園區、屏東農業生技園區、台南科學工業園區等，共同推動健康醫療產業合作平台，聚焦高階醫療器材開發、生技製藥及健康食品開發、健康照護產業開發等領域，強化南部區域在這些產業的技術升級，進而落實研究成果與產業連結，創造經濟價值並為人類生活帶來福祉。

即將以自有研究技術專利投入創業的何美玲說，創業是一條迥異於學習與研究的路，一旦坐上這台列車，遇到挫折勇敢突破，不要選擇中途跳車，它就會帶你看到從前不曾看過的景象。

何美玲更進一步鼓勵勇敢投入創業的學生創業家：創業之路難行，尤其生物科技或醫療設備器材領域，從技術研發到商品化，必須經過漫長的路，因此不要輕易被打擊，一定要對自己的產品保持信心，在過程中檢視、調整、再檢視、再調整，積極申請專利及業界合作蛻變出最佳商品，就有機會走出一條康莊大道。

高醫大育成中心以堅持灌注學生創業精神，輔導學生投入創業，至今已經協助許多學生投入創業，以 2015 年育成進駐企業為例，生物科技產業的臺灣愛玉生技開發、懷麥克、抗體博士、高山生技、瑞金、晶博、南方福爾摩沙、醫博藝等公司；高階醫療器材產業的醫百科技、臺灣創新生醫；以及智慧生活健康照護產業的克魯斯健康科技與金齡養老茶等，都是師生創

業，佔總進駐比例 47%，較 2012 年的 30% 提升許多。

其中抗體博士公司，其創業團隊在校內研發出「抗體人類化技術平台」之後，參與高醫大戰國策校園創業競賽，榮獲創業組冠軍，接著申請國家新創獎，又榮獲學生組第一名；並於科技部創新創業激勵計畫（FITI）進入第四階段決賽，獲得獎金 93 萬元。榮獲獎項之後，抗體博士進一步與高醫藥物臨床試驗中心進行技術實作，以及在高醫附設醫院投入臨床試驗，接著募得創業資金，順利成立公司。

檢視高雄醫學大學過去幾年學生衍生創業的狀況，從學生創業家數比例不斷提高及參加創業競賽的學生團隊快速增加，顯示出高醫大育成中心所建構的前育成社群網絡與輔導機制，已經在校內催生滿滿的創新創業氛圍，讓更多學生勇於投入創業，也活化校內研究資源，成為產業界的重要資產，對我國創新創業帶來新氣象，可望為我國生技醫療與照護產業的發展，帶來新的動能。



Part 4 區域聯盟

隨著全球經貿與產業鏈結構不斷轉變，全球市場的競爭更加劇烈，因此從國家、產業到個別企業，都開始追求以群體戰的策略模式，聚集最多的合作夥伴以提升競爭力，不管是區域經濟整合的大浪潮、全球產業鏈結盟的大趨勢，都顯示出群體戰才是贏得競爭的重要策略之一。

面對整合的浪潮，做為輔導中小企業成長茁壯的育成中心，也必須朝聯盟整合邁進，因此逢甲大學創新育成中心積極促成「TBIA 創新育成聯盟」，力求以區域聯盟完整我國創業生態圈；高雄應用科技大學創新育成中心也積極推動南區區域育成聯盟，全力建立跨育成合作機制，期以更大能量帶動南臺灣中小企業成長，建構我國企業更強的競爭力。



逢甲大學創新育成中心

整合眾多育成資源 完整臺灣創業生態圈

以及促進更多中小企業邁向成長茁壯。
以打群架、聚資源、架舞臺、享榮耀的關鍵策略，孵化更多新創企業，
因此逢甲育成中心積極推動區域聯盟，希望凝聚更多資源，
育成中心更要有聯盟的思維，才有足夠能量協助廠商因應新時代競爭。
全球化競爭愈演愈烈，臺灣若要與他國征戰市場，必須懂得採取『群體戰』策略，

中部地區在精密機械、自行車、先進材料等領域擁有深厚的產業基礎，各大專院校也都已經建立強大的技術研發能量，成為協助中小企業創新的重要後盾。近年來，為更深化整合中部地區育成資源，帶動更多中小企業成長茁壯，成立已 15 年的逢甲大學創新育成中心（後簡稱逢甲育成中心），即以「育成中心協作平台」概念，積極促進中部育成區域聯盟體系。

近年來，逢甲育成中心為進一步把中部育成區域網絡體系往外擴大，連結北、南、東部育成資源，甚至往跨國連結邁進，積極促成並推動成立「TBIA 創新育成聯盟」，以建置我國創業生態圈為目標。逢甲大學創新育成中心主任蔡勝男指出，藉由凝聚強大的育成能量，未來聯盟會員也將群策群力，全方位幫助臺灣中小企業穩固經營，成長茁壯邁向全球市場。

成立 TBIA 聯盟
凝聚分散的資源

逢甲育成中心為國內成立時間最久的育成中心之一，15 年的育成推動，已經建立起前育成、育成與後育成的完整體系。蔡勝男表示，學生在校期間，逢甲育成中心就整合逢甲大學創新創業中心的資源，提供新創團隊前育成輔導；同時透過整合逢甲大學通識教育中心開設的微學分課程，讓許多學生在校期間可透過創業課程，接觸創業知識，提升學生投入創業的可能性。

到了育成階段，逢甲育成中心主要利用學校旺盛的創新研發與專利技術資源，做為企業創



區域聯盟
卓越表現

近 3 年每年
進駐企業皆
超過 30 家

近 3 年進駐廠
商新創比例與
青創比例皆
超過 50%

2015 年
單年創造
就業人數
達 204 人

2015 年協助申
請政府資源件數達
15 件，補助總金額高
達 1,457 萬元，其中區
域聯盟企業 3 件，補
助金額達 900 萬

新的最佳後盾，到了後育成階段，逢甲育成中心則透過協助企業開拓市場、產品行銷，讓企業從產品生產階段順利進入銷售領域，解決中小企業行銷資源不足的問題。

儘管本身已經擁有強大的育成能量，但所謂眾志成城，蔡勝男深刻了解，臺灣企業目前面臨的全球化競爭，已經不可同日而語，很多台商都開始採取打群架的策略提升競爭力，因此做為輔導企業的育成機構，不能關起門來自己單打獨鬥，必須整合更多育成資源，才能滿足現今企業更為複雜的輔導需求。

因此逢甲育成中心自 2001 年起，即聯合中部地區 7~8 家育成單位，共同成立「台中區創新育成聯盟」，15 年來聯盟會員積極討論開

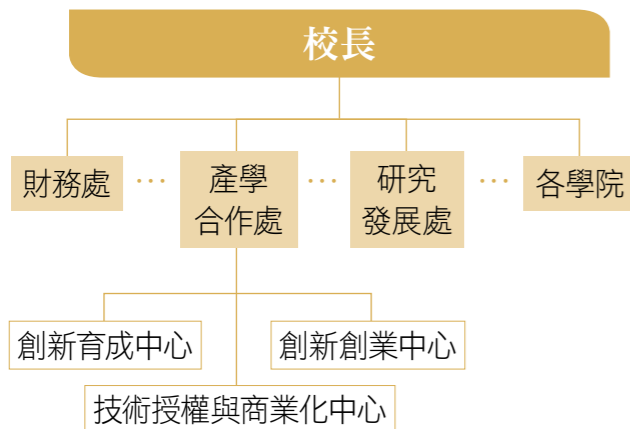
會，整合各方資源，強化聯盟的資源網絡。

12 字訣 建構成熟創業生態圈

以群策群力為方向，逢甲大學在成功促成育成區域聯盟體系之後，也進一步攜手各界建立 TBIA 聯盟，並於 2013 年將 TBIA 改為非營利、無會費的育成服務聯盟，更徹底排除各育成機構的門戶之見，共同為企業提供最完整的育成資源。至今 TBIA 聯盟不僅建構中部區域完整策略網絡，更已跨出中部，成為跨北中南東區各縣市的育成聯盟，多年來聯盟成員透過共同推動資訊共享、資源交流、經驗分享及跨單位分工，給予企業最具能量的育成輔導與協助。

「自 2016 年開始的下一個 5 年，TBIA 聯

逢甲大學組織架構圖



盟將採取 12 字訣，以完整區域育成網絡的連結，建立更強大的育成資源。」蔡勝男解釋，所謂 12 字訣即：「打群架」、「聚資源」、「架舞臺」、「享榮耀」的 4 大核心理念。

打群架》育成中心應相互合作。蔡勝男說，現在很多新創企業都在創業社群中尋找合作夥伴，以群體戰思維投入創新創業。輔導企業的育成中心彼此之間更應該合作，而不是相互競爭，如此才能以企業需求為出發點，整合到更

多方的資源，提供企業更好的輔導與協助。

聚資源》連結多方育成資源。建立合作的思維之後，接著 TBIA 聯盟會員要懂得從內外聚集資源，對內從母體組織尋找資源，如逢甲育成中心的母體組織就是逢甲大學，對外則是母體組織之外的資源皆屬之，包括中央政府、地方政府或其他育成機構等，都可以相互連結，分享資源以提升育成能量，促進中小企業更快速成長。

架舞臺》建立 TBIA 品牌形象。「聚資源」之後即「架舞臺」，透過不斷舉辦各種聯盟育成活動，藉以建立 TBIA 的自有品牌。蔡勝男強調，為擺脫育成中心彼此之間的門第之見，TBIA 成員已共同成立非營利組織「社團法人中華國際創新育成志工協會」，做為互相交流與合作的平台，將聯盟會員變成一個生命共同體，例如協會目前正在執行經濟部中小企業處的「行動創業臺灣 368 推動計畫」，除了成功打破藩籬，並可更深入融合 TBIA 聯盟會員更多育成資源，深入在國內推動創新創業。

享榮耀》讓合作平台得以永續。最後則是

「享榮耀」。蔡勝男說，一個協同平台要能夠永續運作，成就與榮耀一定要共有。有很多成功的企業育成案例，都非靠育成中心一己之力完成，育成中心如能具備資源共同共享的思維，才可以協助更多企業育成，但是最後的育成榮耀必須彼此共享，合作才能更為長久。在聯盟中的成員要有成功不必在我的思維，重點在將有潛力的育成企業培育好，這樣的合作關係才能長久。

共同育成 企業取得更多幫助

TBIA 完整的區域育成聯盟策略，已經展現許多育成成果，例如磐雲智能公司即是透過整合逢甲大學資電系、商學院、GIS 中心的跨單位合作，順利執行業界科專計畫，成功於逢甲商圈建置智慧商圈整合行動應用服務。

又或者，透過整合區域聯盟資源，逢甲育成中心也陸續與 TBIA 聯盟會員，共同協助許多企業獲得政府計畫補助。例如，逢甲育成中心與聯盟會員朝陽科技大學創新育成中心，協助臺中玉豐海洋科儀，取得行政院國發基金創業

天使計畫 500 萬元；又或者與聯盟會員東華大學創新育成中心，協助柯思科技取得天使計畫 400 萬元。

另外，逢甲育成中心也協助區域聯盟企業參加大型展會，如協助校園衍生新創企業日出而作參加「綠能產業策略交流論壇暨商機交流展示大會」；以及協助沐奇資訊及玄三科技參加 2015 台北國際軟體應用展；協助區域聯盟企業臺灣神農社會企業，參加香港貿發局主辦的第 30 屆香港禮品及贈品展等。

展望未來，TBIA 聯盟將持續以串聯更多資源網絡，進一步達到新興產業育成加速、國際通路行銷布局與國際育成合作的目標。目前已經設立育成中心海外合作據點，西安高新區創業園發展中心、福建省國際商務中心、海峽電子商務育成中心、平潭海峽青年創業協會簽屬合作意向軟著陸（Soft-Landings）合作。

蔡勝男有信心的說，相信透過廣大資源網絡的建立，建構臺灣成熟的育成價值鏈體系，勢必能夠協助更多企業成長茁壯，進而邁向全球市場。

“ 現今很多新創企業都在創業社群中尋找合作夥伴，以群體戰思維投入創新創業。因此育成中心彼此之間更應該合作，而不是相互競爭，才能以企業需求為出發點，整合到更多方的資源，提供企業更好的輔導與協助。

— 逢甲大學創新育成中心主任 蔡勝男



逢甲大學創新育成中心

類別 | 區域聯盟 育成中心主任 | 蔡勝男 成立時間 | 2001 年

培育領域 | 先進材料、綠色能源、資通訊、精密機械與服務創新設計

逢甲大學創新育成中心簡介 逢甲大學創新育成中心有效整合校內商學、管理、工程科技、技術推廣及資訊等相關能量；並且結合技術授權與商業化中心，推動企業育成與技術移轉相關業務；同時提供進駐廠商包含科技創新研發、商務服務、管理訓練、資金挹注、技術支援等多項功能的整體服務，以輔導新設中小企業創業成功，並協助創新技術產品開發及商品化，同時注入業界資源與需求刺激，以活絡校內整體研發與創新創業能量。

國立高雄應用科技大學創新育成中心

打造南區育成聯盟建立強大育成能量

互贏共利的時代已經來臨，因此在開拓海外市場時，愈來愈多企業採取群體戰略，於此之際，我國育成中心也正加速發展聯盟體系，而由高雄應用科技大學創新育成中心積極推動的南區區域育成聯盟，已然正式形成，正以跨育成中心輔導機制，加速育成企業，協助企業更快速成長進而邁向全球。

在產官學研各界的攜手努力之下，南臺灣產業發展逐漸活絡，創新創業浪潮快速興起。為整合更大的資源及融合更強的育成能量，過去一年多來，高雄應用科技大學創新育成中心（後簡稱高應大育成中心），累積 I.A. 育成交流聯盟的能量，積極促成南臺灣育成區域聯盟的形成，期望將育成資源緊集中起來，藉此帶動南臺灣中小企業的成長茁壯與創新創業能量，協助我國企業建構更強的競爭力。

「現今各國無不以創業聚落 (Startup Cluster) 吸引創業家、創投、天使投資人等創業利害關係人的目光，因此台灣育成中心也必須以打群體戰策略，打造創業聚落，藉以提升育成能量，協助企業加速成長茁壯。」高雄應用科技大學在楊正宏校長的帶領規劃與許進忠研發長的全力支持下，欲打造出創業教育與創新創業之共享平台。因此本著此一思維，高應大中小企業創新育成中心主任鄭宗杰指出，如果南台灣的育成中心都具備分工合作的思維，每一家中心就能更專注於發展自己的特色，建立更強而有力的育成能量，然後再攜手將資源注入到企業身上，勢必可以達到更大的育成效益。

整合既有兩大育成聯盟

以此為目標，過去一年多來高應大育成中心積極整合南區兩個既有育成聯盟：「I.A. 育成交流聯盟」與「南區創新與創業育成聯盟」，融合建立成為「南區育成區域聯盟」，共包含南區 25 所學校與法人育成中心，區域範圍涵



區域聯盟
卓越表現

連續 3 年榮獲
經濟部中小企
業處績優育成
中心獎

整合「育
成交流聯盟」與
「南區創新與創業
育成聯盟」共 24
所中心

與荷蘭烏特
勒支市簽署合作
意向書，串接臺荷
跨國資源

蓋嘉義、臺南、高雄、屏東、臺東等縣市，希望藉由讓聯盟會員更緊密交流，藉此激盪出更新穎且有效的育成模式，進而達成創業聚落的發展，以及建立群聚輔導機制。

為達到有效的整合，高應大育成中心在決定推動南區區域育成聯盟時，先對南部創業育成環境進行深入了解。鄭宗杰指出，目前南部地區輔導創業的機構多分布於高雄市與台南市，高雄市約 23 家、臺南市約 14 家、嘉義地區約 3 家，屏東地區約 4 家，其中以育成中心居多，其次為共同工作空間 (Co-working space) 與创客空間 (Maker space)，在創業輔導過程

中，進駐團隊最常遭遇的問題包括募資、尋找人才、開拓市場等。

針對南部育成既有瓶頸，南區區域育成聯盟在本校溫美渝、許盛凱經理的努力規劃與南部各育成中心具有熱誠活力的育成夥伴們，經過不斷且詳細的相互討論，依南區各育成中心的特色及資源分組，讓各校發揮所長及優勢，提供企業輔導資源、資金媒合、技術支援、市場媒合以及國際連結等五大服務，一同加速南區創業家及新創事業邁向成長茁壯。因此，南區區域聯盟未來將可透過單一服務窗口，提供企業來電諮詢，包括設立公司、資金融資、技術

國立高雄應用科技大學

類別 | 區域聯盟 育成中心主任 | 鄭宗杰 成立時間 | 1998 年

培育領域 | 綠能產業、資通訊應用

國立高雄應用科技大學簡介 | 因應國際化與全球化趨勢，高雄應用科技大學創新育成中心自1998年成立以來，即積極結合區域資源，建構育成服務產業鏈，致力於協助產業發展及升級轉型，奠定其深耕產業基礎的強大輔導能量。近年來，高應大育成中心更致力於建立區域聯盟，整合「育成交流聯盟」與「南區創新與創業育成聯盟」，形成育成網絡，以更大的力量協助中小企業站穩國內外市場，開拓全球市場以贏得商機。

研發、政府資源補助等相關問題都可來電詢問；另外，南區區域聯盟預計導入總醫師陪伴式輔導，對新創企業每 2 週面對面輔導 1 次，以協助新創企業經營時所面臨的各種問題。

透過融合與整合，高應大育成中心不斷透過跨校輔導合作，展現豐碩的育成成果，包括阿邦師、依諾邦德、綠色方舟、迪凱等企業，都透過高應大引進其他育成中心的輔導資源，展現亮眼績效。

跨中心輔導成果豐碩

例如，高應大育成中心在輔導阿邦師時，利用財團法人工業技術研究院育成中心的技術能量，加速阿邦師創新開發雲端精品鑑定中心開發系統，使阿邦師成功從傳統當舖轉型二手名牌精品銷售商，不僅榮獲第四屆國家產業創新獎，更成功開拓全球市場，包括與英國最大典當集團（Kasshin）進行策略聯盟投資合作簽約、與日本最大二手精品店（Band Off）策略合作、與日本網路即時拍賣巨擘 AUCNET 簽約 50 年大中華區合作代理，使阿邦師公司營業

額一路扶搖直上，目前已成長到新台幣 6 億元。

另一方面，當其他育成中心需要高應大的資源時，高應大育成中心也積極提供協助，例如，透過與高雄醫學大學創新育成中心進行跨校醫、工技術合作，輔導廠商維新管理顧問公司進行技術創新；又或者，攜手美和科技大學共同輔導大埔農產品生產合作社與俠客數位科技，協助這兩家廠商創新商業模式，同樣也展現合作的綜效。

共同協助廠商建立先進系統、創新技術與商業模式之外，高應大育成中心也積極推動南區區域聯盟進駐廠商的通路整合，鄭宗杰強調，單一廠商只有 4~5 個產品品項，很難與通路進行商業談判，因此如果整合聯盟 25 家育成中心至少 20 家進駐廠商，每一家廠商提供至少 5 樣商品，將會有多達 2,500 種品項的產品力，便有足夠的能量與通路談判。過去一年來，為輔導廠商舉辦北、中、南各地的聯合展銷活動，並且積極舉辦通路媒合說明會，協助企業開拓國內通路。

整合資源的目的當然不只是為了協助企業開

拓國內市場，協助企業跨足海外市場，更是高應大育成中心遠大的目標。鄭宗杰指出，針對接軌國際，南區區域聯盟積極結合全球育成中心、育成企業與國際業師等資源，藉以提供進駐廠商跨國經營時所需要的協助。

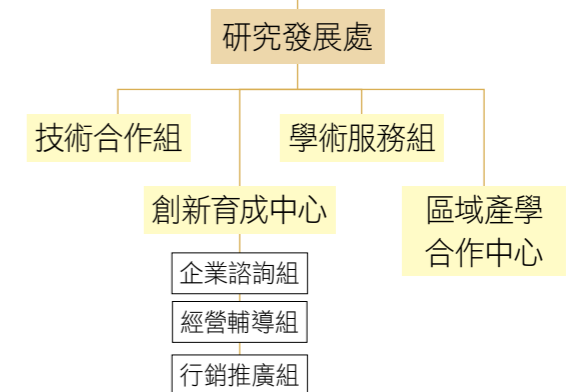
積極拓展跨國育成範疇

另外，高應大育成中心也已經推出全球商機媒合平台網站 Venture21.Net，協助育成企業開拓國外通路。並且透過與全球兩大育成組織 NBIA、EBN 的合作，廣邀全球創新育成中心所屬的育成企業，就其產品、技術與服務等與台商進行交流；同時也讓有能力輔導跨國企業的國際業師加入 Venture21.Net，緊密與國際的互動。

更值得一提，高雄應用科技大學（簡稱高應大）為加速實現南區育成聯盟的發展，目前正在規劃興建「國際育成創新創業教育園區」，未來高應大育成中心將透過園區的資源，增加學生國際觀與創意創新及就業能力，以及引入國際創新企業進駐，結合國外育成聯盟打造國

國立高雄應用科技大學 組織架構圖

國立高雄應用科技大學



際行銷通路。

毫無疑問，當創業群聚成為全球趨勢，國內育成中心如能緊密串連籌組聯盟，勢必可以使我國發展出更成熟的育成體系，如此也才能協助臺灣中小企業擁有更強大的競爭力，也讓廠商得以擺脫單打獨鬥的辛苦，以群體戰力量開拓海、內外的市場通路，開創臺灣強大的出口競爭力。

“ 如果南臺灣的育成中心都具備分工合作的思維，每一家育成中心就能更專注於發展自己的特色，建立強而有力的育成能量，如此再攜手將資源注入到企業身上，勢必可以達到更大的育成效益，加速企業成長茁壯並邁向全球市場。

— 國立高雄應用大學創新育成中心主任 鄭宗杰 ”





Part 5 創新應用

智慧生活與物聯網時代來臨，以科技進行創新應用正全面深入到人類生活中的各種領域，全球資訊科技業者皆致力於發展創新科技應用，藉以滿足人類追求智慧生活的慾望；另一方面，隨著工業 4.0、機器人時代的來臨，傳統製造工業透過創新應用研發追求升級轉型，也成為各國政府推動產業發展的重要方向。

有鑑於創新應用為我國產業發展的重心，臺灣科技大學創新應用中心以校內深厚的科技研發能量，聚焦智慧生活與資訊服務兩大領域，協助學校衍生新創公司與中小企業進行創新應用發展，成為我國培育創新應用人才與帶動中小企業成長茁壯的重要基地；遠東科技大學精密機械創新育成中心也以兼具「教學」與「產業應用」的產學合作模式，在創新產業應用上展現亮眼的成果，也為我國企業加速創新並帶來動能。



硬實力 × 巧實力 × 軟實力 強化創新應用實戰力

迎合 行動雲端、大數據與物聯網等新科技趨勢，全球資訊科技業者致力於發展創新科技應用，藉以滿足人類追求智慧生活的慾望，值此關鍵時刻，作為臺灣培育科技人才的頂尖大學，國立臺灣科技大學（後簡稱臺科大）整合校內的硬實力、巧實力與軟實力，打造全國創新應用示範育成中心—「國立臺灣科技大學創新育成中心」（後簡稱臺科大育成中心），不僅在 2015 年獲得全球育成中心排名調查機構 UBI 全球評比為前 10% 育成，同時也於 2015 年榮獲經濟部中小企業處評選為創新應用的績優育成中心，成為我國培育創新應用人才與帶動中小企業成長茁壯的重要基地。

臺科大研究發展處研發長朱瑾指出，臺科大創新育成中心創立於 1998 年，10 多年來以強大技術研發能量的基礎硬實力，聚焦「智慧生活」與「資訊服務」兩大領域，採取「精實系統化輔導機制，孵化创新型亮點企業」，以及「連結大企業、資金與國際資源」的雙軌策略，形塑臺科大創新育成中心的巧實力，打造強大的育成實力。近年來，臺科大創新育成中心進一步跳脫科技領域，朝多角化經營並強化設計人文、國際育成、多元化輔導資源等方面的軟實力，三管齊下，將臺科大創新育成中心打造為全國數一數二的創新應用育成基地。

精實系統化輔導機制 孵化新創亮點企業

「結合硬實力、巧實力與軟實力，臺科大創

新育成中心建立一套系統性地精實輔導機制，推動校園師生投入創業，達到孵化创新型亮點企業的目標。」臺科大研究發展處副研發長暨創新育成中心主任姚嘉瑜表示，臺科大創新育成中心的精實系統化輔導機制包含 4 大階段，分別為：「創業啟發」、「創業萌芽」、「創業育苗」與「創業育成」。

在「創業啟發」方面，臺科大創新育成中心透過建立創業知能、iTeam 創業計畫、舉辦創新創業研習課程與講座等方式，啟發同學的創業思維，其中創業知能主要將創業課程導入教學體系之中，學生只要修滿 24 學分創業管理學程，就有機會獲得業界導師輔導，以及 5 萬元創業基金的獎勵；iTeam 創業計畫則以達到

創業啟發為目標，效法國際頂尖大學如美國麻省理工學院（MIT）推動學生創業的方法，每年採取多管方式訪問校內實驗室，找出具備創業家體質的學生與具備商業化潛力的技術，然後提供技術開發者創業門診、創業實習等課程，以及為該技術進行商業評估，藉以將實驗室技術導入商業化階段。

至於「創業萌芽」則是透過校園創業競賽活動，激發學生創新創業商品的能力，姚嘉瑜舉例，自 2008 年迄今，臺科大已經連續舉辦 6 屆「預見創意、遇見創業」創業競賽活動，從中挖掘出許多亮點創新應用，例如第



創新應用 卓越表現

培育 6 家上市櫃公司，佔經濟部中小企業處累計培育總上市櫃家數 7%，2 家上市櫃輔導中

累計培育逾 145 家企業，其中近 70% 為新創企業

累計促進投增資近 53 億元，近三年投增資約 13 億元

2 屆參賽團隊「搖滾吧！機器人」已成立公司並捐贈 9 萬股股票予臺科大；第 4 屆參賽團隊「HISG」榮獲經濟部技術處舉辦之「2013 搶鮮大賽」決賽第一名；第 5 屆參賽團隊「Lucky Dressing」榮獲「2014 青年啟動創業臺灣創業競賽」第一名殊榮、「CareBest 家倍安」榮獲「2014 年第 9 屆戰國策創業競賽（社會企業組）」第二名。

「創業育苗」方面則以實體空間的 co-working space 微型車庫、業師輔導、策略夥伴引進、創業課程與定期交流活動等達到目的，最後則是進入「創業育成」階段，提供完整的育成輔導措施、進駐育成激勵措施並協助商機與資金媒合鏈結，提升新創企業 / 團隊整體競爭力。

導入中大型企業與國際資源 加速企業邁向全球

在中小企業所需的中育成階段，臺科大創新育成中心則採取「導入中大型企業資源，鏈結特定產業價值鏈」措施，藉以整合多方資源注入到進駐企業身上，厚植其核心競爭力。

具體而言，包括連結國內創業資源、協助進駐企業取得資金連結、推動國際產學育成合作等，都是重點方向。以資金連結為例，除了校內創業競賽獎金 40 萬與研發成果雛形化補助的 150 萬元等種子基金，臺科大在鏈結外部天使資金、創投的發展上，已經建立健全的網絡。

延續既有成果亮眼 持續深化育成能量

而在國際鏈結上的推展，更有具體的成績，姚嘉瑜強調，臺科大為 APO 亞洲生產力組織在台指定合作的育成中心，臺科大每年參與其固定會員活動。另外為協助廠商走向國際，臺科大創新育成中心除了推薦展綠科技、鴻鵠生物科技代表參與泰國政府（NSTDA）主辦的東南亞「Technology Investment Conference 2014、2015」，協助鴻鵠榮獲「最佳創新創意獎」；另外也協助進駐廠商參加 EBN TAIWAN BUSINESS DAY、香港科技園暨北京等募資活動，打開企業的國際視野與市場行銷布局。

完整的育成機制使臺科大展現亮眼的育成成

一直以來，臺科大創新育成中心以強大技術研發能量的基礎硬實力，聚焦「智慧生活」與「資訊服務」兩大領域，採取「精實系統化輔導機制，孵化創新型亮點企業」，以及「連結大企業、資金與國際資源」的雙軌策略，形塑臺科大創新育成中心的巧實力，打造強大的育成實力。

— 國立臺灣科技大學研究發展處研發長 朱瑾



國立臺灣科技大學創新育成中心

類別 | 創新應用 育成中心主任 | 姚嘉瑜 成立時間 | 1998 年

培育領域 | 智慧生活、資訊服務

國立臺灣科技大學創新育成中心簡介 | 國立臺灣科技大學創新育成中心於 1998 年成立至今，積極配合國家經濟發展政策，結合產、官、學、研、訓的力量，促進產學資源整合，並運用校內基礎科學及應用科技研究能量，結合教學與研究資源，提供國內中小企業研發技術支援與服務，建構完善培育環境與相關設施，促進產學合作蓬勃發展，提升師生創業比例與產業創新科技的發展能力。

果，在校園衍生創業方面，2013 年成立的迅智自動化科技公司，即由素有「機器人老師」的臺科大智慧型機器人研究中心主任林其禹，帶領學生創業，成功將實驗室研發的機器人技術和專利產品化，並且逐漸在市場嶄露頭角。另外，臺科大榮獲 2014 年科技部創新創業激勵計畫「創業傑出獎」的「網路溫度計」團隊，獲得新台幣 200 萬元創業金，之後並且加入臺科大創新育成中心，透過中心專業團隊的輔導已於 2015 年創立大數據公司。

而在非師生創業上也同樣有具體的成果，不少進駐企業透過臺科大的技術支援，強化創新應用能力，進而創造營運佳績，例如 2014 年榮獲經濟部中小企業處破殼而出的沃橋材料科技，透過臺科大創新育成中心提供之技術與產品創新、市場拓展、品牌形象建立、財務規劃等方面的協助，提升其競爭力；又或者入圍 2015 年經濟部中小企業處加速器計畫的優質企業展綠科技，透過創新發展藍芽 BLE 無線傳輸最新技術，成功開拓物聯網商機。

展望未來，朱瑾強調，臺科大創新育成中心

國立臺灣科技大學創新育成中心

研究發展處

綜合業務中心

技術移轉中心

創新育成中心

區域產學合作中心

現階段主要在台北大安校區內的 250 坪育成空間，以及內湖科學園區廣大 3000 坪的示範性育成園區，之後更將於 2017 年完成建置 560 坪的產學營運大樓，建立起臺科大國際創新園區與跨領域研究中心，屆時包括育成中心與加速器都將涵蓋在內，建立臺科大更堅強的創新創業育成能力，孵化更多亮點企業與協助更多中小企業成長茁壯，成為我國中小企業邁向全球市場的推手。

遠東科技大學精密機械創新育成中心

全校做育成首創一條龍服務模式

成為具備強大創新應用能量的育成機構，成功協助進駐企業加速創新應用，邁向全球市場。率先全國首創「檢測→研發→試量產→量產→住校育成→整廠輸出」的一條龍服務模式，聚焦「生物科技—農業生技應用技術」與「綠能環保—材料永續利用技術」兩大領域，遠東科技大學精密機械創新育成中心創立後便以「創新應用」為主軸，

近年來，我國產官學各界皆積極推動產學合作，使得原本嚴重的產學失衡問題逐漸獲得解決，在眾多推動產學整合的單位之中，座落於臺南科學園區附近的遠東科技大學精密機械創新育成中心（後簡稱遠大育成中心），以兼具「教學」與「產業應用」的產學合作模式，在創新產業應用上展現亮眼成果，使遠東科技大學成為產業界尋找創新應用的首選。

遠大育成中心於 2004 年創立，2005 年投入資金蓋工廠，至今累積投入超過 3 億元購買設備與建設廠房，打造出從「檢測→研發→試量產→量產→住校育成→整廠輸出」的一條龍育成服務模式。遠東科技大學精密機械創新育成中心主任林焯章指出，11 年來，遠大育成中心在生物科技領域設置「超臨界流體技術實驗室」、「產品分析研究室」、「微生物實驗室」、「產品開發與製程實驗室」等生科技術軟硬體設備，架構出完整的生物科技客製化產線；在綠能環保方面，塑膠加工領域採購高分子檢測、CAE 設計、押出射出成型加工設備，以及建構「造粒量產 1 廠」、「成型量產 2 廠」等產線，強大研發能量得以與產業共同進行緊密的創新應用發展。

4 大主軸 實現三創 Plus2 目標

遠大育成中心之所以能夠獲得國內外的肯定，與中心 11 年來不斷追求符合產業趨勢脈動，緊密產學連結且強調創新應用的育成機制

遠東科技大學參加國際發明展得獎分佈圖
International Invention Exhibition Awards Granted to Far East University

- 創新應用卓越表現
- 12 年獲專利申請及核准全國大學第一
- 全國私大唯一擁有智財 IP 能量登錄
- 5 度榮獲中國工程師學會產學合作績優單位
- 創業獎金累計超過 2,100 萬元，全國大學第一

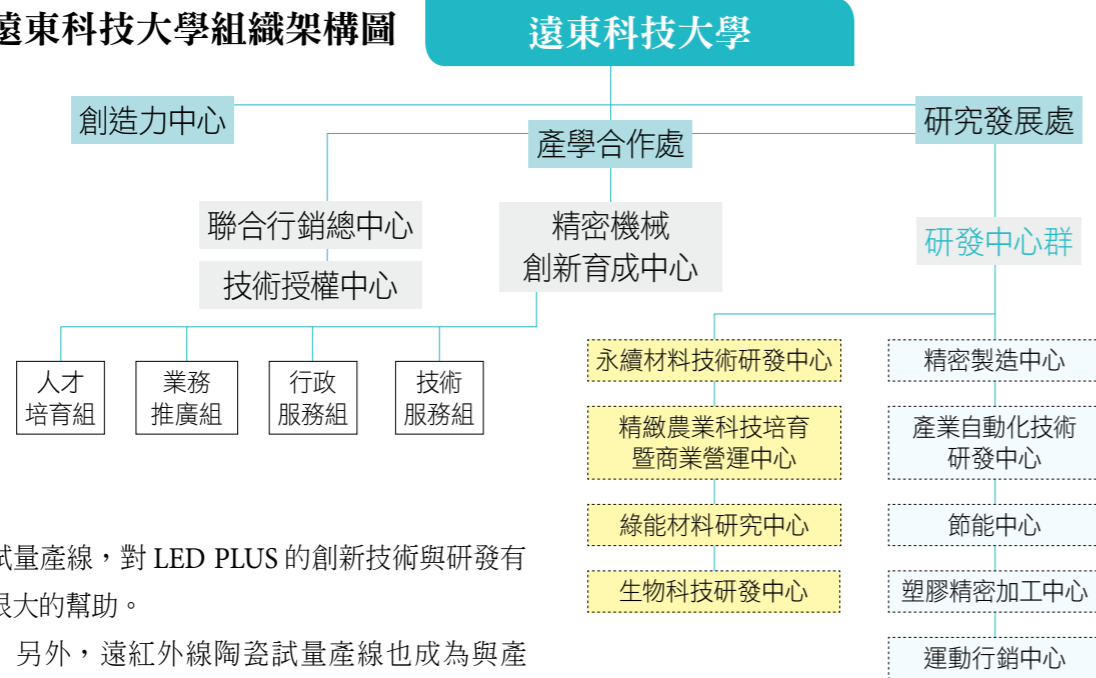
有關，主動邀請具潛力綠能與生技領域領頭羊企業進駐。豐沛的全校育成能量使遠東科技大學成為實踐「三創 Plus2」- 創意、創新、創價、創投與創業的新樂園。

主軸 1》架構南科遠大創客空間。迎合一條龍快製趨勢，遠大育成中心為驅動更大的創新創業能量，預計將於 2016 年成立『南科遠大創客空間（Maker Space）』。林焯章主任說，由張永富院長及陳智成教授帶領的師生創業團隊「LED PLUS」於 2015 年榮獲科技部「創新創業激勵計畫（FITI）」創業競賽「創業傑

出獎」，團隊以創新遠紅外線奈米散熱基板，解決 LED 照明產品散熱鰭片的問題，獲得評審青睞，贏得最大獎（獎金 268 萬）。目前團隊已創立泰峰材料股份有限公司，屆時，泰峰公司將進駐南科遠大創客空間，成為領頭羊企業，藉此吸引更多師生創業公司 & 創客公司進駐遠大創客空間。

主軸 2》架構遠紅外線陶瓷試量產線。林焯章主任更進一步指出，遠東科大早在 4 年前就投入遠紅外線奈米散熱基板技術開發，於 2010 年斥資超過 1.2 億元新台幣架構遠紅外線陶瓷

遠東科技大學組織架構圖



試量產線，對 LED PLUS 的創新技術與研發有很大的幫助。

另外，遠紅外線陶瓷試量產線也成為與產業界合作的重要資源，例如與宏盈環保科技共同進行遠紅外線陶瓷濾心技術研發，協助廠商創新研發出遠紅外線陶瓷攜帶式淨水器，以及提供騰瑞光電遠紅外線陶瓷散熱基板研發能量等，都是遠東育成中心與產業攜手創新技術與應用的成功案例。

主軸 3》架構綠能環保與生物科技頂尖設備。遠大育成中心累計投入超過 2 億元新台幣，架構綠能領域塑膠加工軟硬體設備；也投入超

過 1 億元架構生物技術軟硬體設備並緊密育成企業攜手合作，例如在洪門公司塑木相框產品領域，聯結材料 - 押出機 - 模具 - 終端產品的一條龍育成產業鏈，縮短企業研發製程，大幅提升企業競爭力就是最成功的案例。

主軸 4》持續國際品牌行銷通路開拓。除了具備完善硬體設備與創新研發資源，為協助企業行銷產品，遠大育成中心積極營造「臺灣遠

遠東科技大學中小企業創新育成中心

類別 | 創新應用 育成中心主任 | 林熾章 成立時間 | 2004 年

培育領域 | 綠能環保、生物科技

遠東科技大學中小企業創新育成中心簡介 遠東科技大學於 2004 年成立創新育成中心，多年深耕綠能環保與生物科技兩大主軸，校方大力支持投入數億經費架構相關檢測與研發設備，營造「檢測→研發→試量產→量產」一條龍服務模式。協助中小企業不必重複投資昂貴檢測設備，完全符合中小企業或新創企業在開發新產品時，欠缺研發資源的殷切需求，加上在專業顧問團隊輔導下，平均每年培育超過 30 家以上進駐廠商，已成為南臺灣綠能、生技、師生創業重點育成中心。

大」品牌，於 2014 年舉辦「第一屆臺灣遠大創意商機行銷典範」，透過活動行銷師生創業團隊與進駐企業的產品。2015 年更進一步朝全球市場邁進，例如協助遠東科技大學的首家師生創業公司—太潤生技，在法國食品展中接觸到全球客戶，取得清真食品認證標章打進中東市場；同時另一家師生創業—陶喜創意科技，在德國匹茲堡國際發明展中，贏得德國客戶 4 年約 6,000 萬的訂單。

活化學校專利技術 強化臺灣創新火花

透過全國首見一條龍育成服務，提供從產品創新研發、生產製造到行銷通路的全方位輔導，遠大育成中心陸續為企業打造獲利途徑，進而在綠能環保與生物科技兩大領域展現強大的育成能量，不僅連續 12 年榮獲全國大學專利申請及核准第一名，促成眾多專利商品化；並且也是全國唯一擁有智財 IP 能量登錄的私立大學。遠大育成中心每年輔導超過 30 家企業，並且促進校內創業風氣，師生創業家數已

達 8 家，包括：太潤、亮昶、陶喜、宏盈、立贏、騰瑞等，創業獎金累計超過 2,100 萬元。遠大育成中心成功的將專利技術商品化，並進入市場驗證，開創價值。

例如陶喜創意科技以「智慧型環保植栽供水結構體」專利技術，開發應用於室內外植栽盆器、模組化的建築綠化組件，以及建築物與公共造景天台景觀的香氛精油產品，開拓全球獨一無二且客製化的植栽盆市場。產品一直開發到第 5~6 代，在技術上才獲得突破，打造出兼具設計感與實用性的產品，並贏得市場青睞。由此可見，遠大育成中心不惜投入龐大的資金建置完備設備與產線，協助進駐企業將專利技術創新發展成可商用化產品，陪伴企業成長茁壯並且邁向全球市場。

展望未來，遠大育成中心將持續整合研發、試量產、量產再到產品行銷的完整育成機制，創造更多成功的師生創業，盡可能活化學校研發能量，把技術轉為商機，同時也與其他中小企業一同就技術與創新應用上進行共同研發，激盪出臺灣中小企業 1+1>2 的創新火花。

“ 專利技術必須商品化且獲得市場接受，才真正具備價值。因此遠大育成中心認為投入龐大的資金建置完善的設備與產線，協助進駐企業將專利技術創新發展成可商用化產品，才能真正協助企業成長茁壯並且邁向全球市場。 ”

— 遠東科技大學精密機械創新育成中心主任 林熾章



Part 6

社企育成

近五年來，臺灣掀起一股濃濃的社會企業創業風潮。然而因為社會企業多屬中小型公司或是微型企業，再加上以公益為主，難以創造高報酬、低風險的企業體質，所以較難成為主流創投的投資標的，因此社會企業在創新創業的發展上較為困難。可見，如要強化我國社會企業的創新發展，各界都必須懷抱關懷之心，對社會企業投以更大的關注。

慶幸的是，近來有不少新創育成中心都以社會企業為主要育成輔導對象，例如設立僅 3 年的長榮大學創新育成中心，以建立社會企業群聚，點燃年輕人投入社會企業的心，成為我國社會企業成長茁壯的重要推手；又如創立 6 年的美和科技大學創新育成中心，整合南臺灣優勢產業與在地特色農業，建立獨特創新育成機制，協助許多小農投入創新創業或邁向轉型升級，成為我國孵化社會企業的典範育成中心。



打造社企群聚擴大臺灣社企創業能量

點燃年輕人投入社會企業的心，成為我國推動社會企業成長育成的重要推手。不僅成功育成許多社會企業，並且逐步建立社會企業群聚，卻以明確定位，在社會企業創業育成上有很好的表現，成立僅短短3年的長榮大學創新育成中心，雖然育成年資遠少於國內其他育成機構，

經濟部中小企業處自1997年起即結合政府、研究機構、大學校院與民間企業等單位推動育成政策，鼓勵各界設立育成中心，之後國內各大專院校陸續成立育成中心，至今已超過130家，其中許多育成中心的歷史並已超過10年以上。而2012年才創立的長榮大學創新育成中心（後簡稱長榮育成中心）認為，既然國內已有眾多育成機構，長榮以後進者之姿投入育成，應該走一條不一樣的路，才能做出真正的貢獻。

聚焦社企與文創 推動育成工作

長榮大學創新育成中心隸屬於研發處，研發處研發長吳佩芝指出，經過多方盤點，我們發現現今社會存在諸多問題，包括老人化、環境與健康、氣候變遷等各種議題都受到高度矚目；另一方面，長榮大學一直秉持耶穌濟世救人精神為教學宗旨，校內除了一般綜合大學會有的院所，包括：人文社會學院、管理學院、健康科學學院、資訊暨設計學院、神學院、博雅教育學部等，更擁有八大研究中心，匯集多達500多位專業教師的能量，如果可以凝聚在一起，應該會對解決各種社會問題帶來更多的幫助。因此長榮育成中心在李泳龍校長大力支持下，最後決定以「社企育成」為定位，選定「社會企業」、「文化創意產業」為兩大產業推動育成工作，不僅為長榮育成中心定調，也對接長榮大學在社會責任上的體現。

在明確育成中心的定位後，長榮育成中心

即成立「Eureka！青創基地」。吳佩芝說，「Eureka！」是一個位於長榮大學第一宿舍內的校園師生創意基地，中心希望藉由此處匯集來自各方有抱負有想法的同學，並且在此認識不同領域的朋友，透過聚集不同屬性、特質，以及擁有不同專業訓練與抱負的同學，可以激發出更有創意的點子，讓年輕人都能夠發揮能量，大膽實現自己的夢想。

BIG O 夢想空間 讓社企小圈圈融合成大圈

青創基地的硬體空間資源再搭配育成軟實力，

長榮育成中心提供進駐企業媒合技術諮詢、政支援、營運輔導、行銷推廣、智慧財產權相關事務、融資資訊、管訓、人才招募、協助申請政府資源等全方位服務，透過經理與中心同仁主動服務，積極爭取跨校鏈結，推動社企方舟社企育成機制，完整的服務內容吸引新創企業進駐，累積至今已經有超過25家輔導廠商，包括花生騷公司、普力生化科技等逐漸在市場嶄露頭角的社會企業。

在建立育成機制之後，長榮育成中心為提升育成能量，進一步成立共同工作空間（co-working space），除了於校內行政大樓整備5



社企育成
卓越表現

今年協助
進駐企業取得政府補助
669萬元

今年協助
進駐企業
投增資額達
4,230萬元

今年協助
進駐企業申請
政府補助19件，
取得政府補助
11件

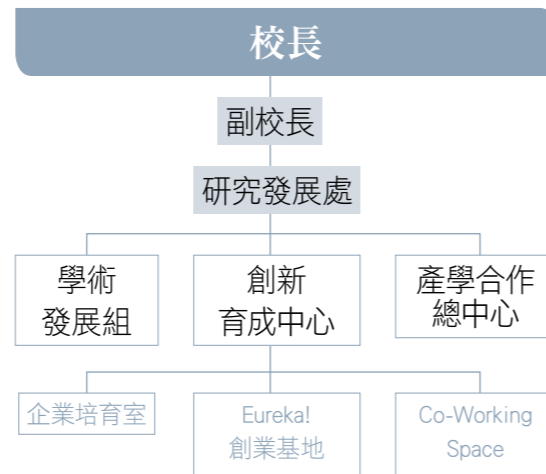
間實體進駐空間，增進進駐企業與培育師資的良好互動；2014年11月，在育成中心提案，校長支持之下，採自主營運方式，於臺南市校外另外設置共同工作空間「BIG O 長大夢想空間」，讓企業在營運發展部分擁有更多選擇性以及接洽業務的便利性，同時落實校長的期許，鼓勵校內師生走出校園感受市場上的溫度。

吳佩芝說，「BIG O」本址為一老舊建築，經過校內師生團隊，協助設計改造變成一個創意空間，並且有咖啡廳、傳統手工藝、文創媒體、設計相關領域的廠商進駐。

「建立 BIG O 的想法是要為社會企業家架構一個適合社企發展的友善環境，讓社會企業家能夠與志同道合的夥伴合作、共享，一同為社會而努力。」吳佩芝進一步強調，取名 BIG O 是希望年輕人可以點燃熱忱，懷抱解決社會問題的理念投入創業，然後中心會依據企業需求，針對其產銷人發財各方面提供客製化輔導服務，讓進駐新創企業在自己的領域成長茁壯。

另一方面，長榮育成中心更以形塑社企群

長榮大學組織架構圖



聚為概念，緊密連結已經畢業的廠商或現有進駐企業。「畢業單位會離開的因素很多，但是我們高度希望延續彼此之間的交流，才能累積更大的能量，建立社會企業生態圈。」吳佩芝說，為連結畢業廠商的資源，長榮育成中心採取輔導轉為合作的模式，拉緊畢業企業的手，包括 2015 年 6 月舉辦的「社會企業論壇」或是 2015 年 7 月 30 日的產品展售活動，都積極

邀請畢業企業前來共襄盛舉。

吳佩芝強調，社會企業的規模都不大，需要很多的資源與支持，因此長榮育成中心積極建立「友善上下游夥伴人才庫」，整合發展社會企業創新的每一個環節，希望藉此讓一個又一個的小圈圈變成大圈圈，打造規模龐大的社企生態圈，進而擴大影響力。

「社企方舟」計畫 打造社企生態圈

延續既有育成經驗，長榮育成中心進一步推動「社企方舟」夥伴計畫 2.0，連結北、中、南、東的多家育成中心，包括馬偕紀念醫院生醫發展暨創新育成中心、臺北科技大學創新育成中心、逢甲大學創新育成中心、美和科技大學創新育成中心、臺東大學創新育成中心等 25 家育成機構，以及 3 個育成聯盟，拉進 30 家社會企業會員加入，一同擴大公益與經濟值並存的社企創業能量。

以母校組織與連結外部資源的龐大育成能

量，長榮育成中心成功輔導多家亮點社會企業，例如：臺灣獨創原住民潮流品牌「花生騷」(Wasang Show) 於 2013 年進駐，長榮育成中心提供研發輔導、獎項申請、通路品牌等方面的輔導，如協助其取得嘉義大學「KANO」商標正式授權，開發 KANO 產品；與 Wkidea、達芙妮、廣富號、優席夫以雙品牌合作開拓市場，還有進入誠品通路與在中國大陸西安快閃櫃展店，協助花生騷用設計讓臺灣聽見部落潮流的聲音，更廣泛被人們看見。

「很多年輕人被問到自己的夢想是甚麼時，多數人的回答竟然都是擁有一個鐵飯碗工作。」吳佩芝感慨的說，我們的小孩在學習的過程中，並沒有教導要勇於做夢，而當年輕人不太敢做夢，就不會有想要改變社會的勇氣，因此長榮育成中心希望從各方面，為年輕人點燃做夢的心，讓他們願意參與社會企業，甚至成為社會企業的創業家，如此一來，相信可以為臺灣帶來新的能量與動能，也讓更多年輕人可以走在讓世界更美好的路上。

“ 社會企業的規模都不大，需要很多的資源與支持，因此長榮育成中心積極建立「友善上下游夥伴人才庫」，整合發展社會企業創新的每一個環節，希望藉此讓一個又一個的小圈圈變成大圈圈，打造規模龐大的社企生態圈，進而擴大影響力。

— 長榮大學研發處研發長 吳佩芝



長榮大學創新育成中心

類別 | 社企育成 研發處研發長 | 吳佩芝 育成中心主任 | 陳雍正 成立時間 | 2012 年

培育領域 | 社會企業、文化創意產業

長榮大學創新育成中心簡介 | 長榮大學創新育成中心整合校內人文社會學院、管理學院、資訊暨設計學院、健康科學學院、神學院、博雅教育學部、八大研究中心等 500 多名專業教師，聚焦「社會企業」與「文化創意產業」兩大領域，輔導服務中小企業、青年創業、校園衍生新創企業，提供企業在各階段經營管理的相關資源，希冀所培育廠商能以社會企業為核心精神，在地創新為外廓，創造好的發展，藉此達到協助中低收入及弱勢族群就業，並促進青年社會參與力，將「社會企業」精神落實到更多中小企業之中。

「三化三力」策略孵化南臺灣社企與農企

其中不乏以關懷在地與弱勢的社會企業案例，成為我國孵化社會企業的典範育成中心。協助許多小農投入創新創業，更幫助當地中小企業邁向轉型升級，便很快整合南臺灣優勢產業與在地特色農業，建立獨特的創新育成機制，美和科技大學創新育成中心創立才短短5年，

屏東縣是全國最南的縣市，也是我國重要的農業縣市，因此如何促進在地農業的發展，成為屏東縣提振產業與經濟，以及創造就業的關鍵。一直以來，屏東各領域機構都在思考如何以農業優勢創造特色產業，美和科技大學於2010年設立創新育成中心（後簡稱美和育成中心），聚焦精緻農業與社會企業兩大領域，協助在地小農邁向創新創業，孵化南臺灣社企業與農企業。

善用在地農產與觀光資源 推動育成

「美和是全臺最南端的育成中心與科技大學，主要提供南臺灣農企產業相關輔導服務。」美和科技大學創新育成中心主任蔡光男指出，不同於一般農業合作社只協助農民銷售商品，美和育成中心在協助廠商的概念上，以發展技術為核心，包括發酵、烘培、釀造等技術力的建立，藉此協助農企可以成為永續經營的社會企業，促進企業成長茁壯之餘，進而帶動整個南臺灣的產業提升與創造就業機會。

土地是連結的、農企的育成發展同樣環環相扣，許多環節都不可分割。然而，由於每一個小農擁有的土地不大，且農地資源分散，因此無法凝聚出最強大的能量。此外，小農生產不具規模便無法與通路介接，經常受到中間商的剝削，產品賣不到好的價錢，當然也無法在農業技術上有所提升，惡性循環之下，導致農民生存不易、經濟條件不佳，當然也無法創造自己的優勢產業。

蔡光男強調，從解決在地農產業的既有問題出



社企育成
卓越表現

近3年
帶動投增資
近2億

近3年增
加就業人數
逾355人

近3年協
助取得政府
資源1,520
萬元

近3年每年
培育超過20家
企業，其中近半
皆為新創公司

發，美和育成中心已將自己發展成為全國最南端的「育成區域運籌中心」為核心概念，透過鄰近屏東農科園區、屏東加工出口區的「區域優勢」，「聚焦輔導」社會企業、農企業與社會服務創新等特色產業，連結南臺灣鄰近多元族群與產業園區資源，再搭配恆春半島觀光資源，建立美和育成中心育成網絡與機制，致力於協助南臺灣小農投入創新創業，並協助南臺灣中小企業轉型升級，進而邁向成長茁壯。

「目前，美和育成中心已經建立技術檢驗、行銷包裝與資金規劃等3方資源的育成機制。」蔡光男進一步指出，美和科技大學是屏東唯一擁有農水產品檢驗的私立學校，可以提供企業快速檢驗產品，在行銷包裝上，則連結校友企業敦阜形

象策略設計公司的資源，協助進駐廠商提升產品設計與包裝的設計力；在財務資源上，則整合屏東縣最大誠鴻會計師事務所的資源，免費提供廠商財務健檢與方向規劃。

「三化」策略 帶動企業轉型

清楚的育成目標、完善的育成資源，輔以各方資源的整合，美和育成中心採取「三化三力」策略，為企業進行深化育成輔導，所謂三化即「產業在地化、技術商品化與市場國際化」，藉此帶動企業轉型，解決技術問題促成通路實績。

在產業在地化方面，美和科技大學以屏東各種在地農產品，成功鏈結出「紅藜群聚」、「檸

樣群聚」、「可可產業群聚」、「紅龍果群聚」。蔡光男舉例，屏東縣是高經濟價值作物可可種植面積最大的地區，大約有 400 公頃，因此如能推廣農民栽種可可樹，不僅可促成檳榔產業轉做可可，改善水土保持問題，更可透過開發出新型態的農業加工食品，以銷售高值化產品增加農民的收益。

例如，美和育成中心進駐廠商可茵山種苗園即成功轉型升級，透過投入可可栽種、加工食品製造與觀光農產的建立，可茵山種苗園成功打造 1+2+3 級的六級產業，過程中育成中心不僅藉此協助 100 多位農民接受技術指導，並以契作方式保障農民收入，達到減種檳榔面積達 60 公頃的目標。另外，美和育成中心也協助產業鏈上下游廠商，提升可可種植技術以減少蟲害、以及導入加工技術創新高值產品，建立屏東的巧克力產業鏈，展現亮眼的成果。

「在技術商品化方面，美和育成中心積極整合學校與各方技術能量，然後注入給在地小農或中小企業，促進更多企業朝加工產品開發邁

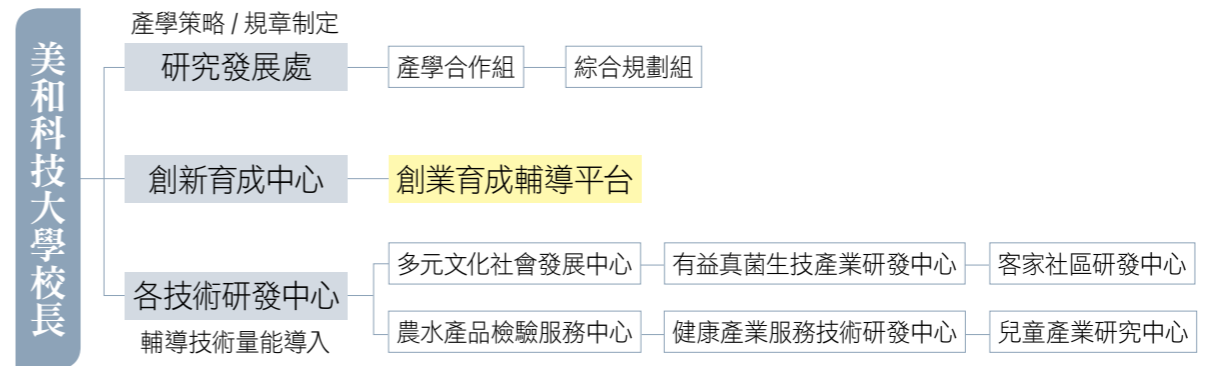
進。」蔡光男說，由於小農收入不高，不可能自己創新研發技術，因此中心特別在一些固定場域設置最好的加工生產設備，教導小農以標準生產作業流程（SOP），讓小農不需要自己採購設備，就有地方開發商品，例如錚旺樂檸檬合作社、大苑農產公司等合作單位，可協助進駐企業進行農產品加工生產開發。

在市場國際化方面，則是積極協助進駐廠商進行國內外市場的通路布局，例如美和育成中心的輔導進駐企業隆輝金屬製鎖公司，在傳統製鎖產品中加入文創設計，突破傳統掛鎖刻板印象，再藉由育成中心的行銷輔導與通路開發協助，成功以自有品牌 CROWN 進軍全球市場，取得歐美知名製鎖公司與知名品牌 LV 的生產訂單與製造設計。

「三力」資源 奠定進駐廠商實戰力

除了針對企業經營層面推動「三化」策略之外，美和育成中心同時也透過創新力、執行力

美和科技大學組織架構圖



與關懷力的「三力」育成模式，從深入掌握進駐企業的內部問題，提供符合企業需求的輔導資源。蔡光男強調，就創新力方面，育成中心不斷透過課程開辦與整合各方資源的方式，藉以帶給進駐廠商新的觀念與想法。在執行力上，育成中心積極協助企業爭取政府資金與計畫補助，近 3 年來，每年取得的政府資源資金持續提升，累計共已達 1,520 萬元，並且也透過國際競賽活動的參與，加速企業開拓市場。

在關懷力方面，蔡光男強調，由於屏東社區有許多原住民部落與小農，他們多處弱勢，因

此育成中心通常在企業還沒到前育成階段，就積極造訪部落社區，了解部落社區中是否有需要關懷的企業，在企業還沒提出需求之前，提前將資源注入到部落之中。

綜觀來看，美和育成中心以其完善的育成資源網絡，再透過深入掌握在地農產特色與資源，從企業的需求出發，提出協助企業轉型升級的三化策略，以及深化企業實戰力的三力資源，加速南臺灣社會企業與農企業的發展，使其成為南臺灣中小企業育成的重要基地，也因此成為國內育成社會企業的典範代表之一。

美和科技大學創新育成中心

類別 | 社企育成 育成中心主任 | 蔡光男 成立時間 | 2010 年

培育領域 | 文化創意產業、健康休閒美容產業、護理醫療產業、長期照護產業

美和科技大學創新育成中心簡介 | 美和科技大學創新育成中心自 2010 年創立之後，即積極配合政府育成政策，結合產官學研各方資源，創造良好的技術研發環境，吸引新創企業及有潛力的中小企業進駐，並引進各項專業顧問，協助進駐廠商技術研發與技術產品化。幾年下來，已在南臺灣協助許多企業引進新興科技與研發商品，帶動南臺灣產業的升級轉型與經濟發展，未來中心將持續促成產學研發，以申請專利、技術轉移，以及協助廠商將技術導入商品化，創造學校與產業雙贏局面。



“美和育成中心採取「三化、三力」策略，為企業進行深化育成輔導。所謂三化即「產業在地化、技術商品化與市場國際化」，三力即「創新力、執行力與關懷力」，藉此帶動企業轉型，解決技術問題促成通路實績。”

— 美和科技大學創新育成中心主任 蔡光男



Part 7 婦女創業

隨著人口結構改變與女性教育程度提升，女力已成為全球經濟發展的重點，臺灣女性更因為教育普及與工作自主提升，積極投入創業。因應女性創業風潮，經濟部中小企業處積極推動女性創業輔導機制；響應政府政策，國內也有不少育成中心針對女性創業提供更多元化的輔導措施，增加女性開創自我事業的契機。

例如，國立空中大學創新育成中心以婦女為主要對象，整合各界資源打造『一條龍』與『家醫制』的創業育成模式，成為我國促進婦女就業的重要支柱；又或者，臺東大學產學營運及創新育成中心有鑑於臺東縣轄區內產業多屬於小型或微型農產業，主要人力資源又多屬女性，因此協助許多女性創業家以在地特色創新商品與服務，促進臺東企業朝永續經營邁進。

「一條龍」×「家醫制」育成加速婦女成功創業

成為我國促進婦女就業的重要支柱。
整合各界資源，打造『一條龍』和『家醫制』的創業育成模式，
而向來以婦女為主要輔導對象的空中大學，以此趨勢積極善用空大既有創業課程與能量，
然隨著婦女創業成為趨勢，有愈來愈多具備能力的女性投入創業，
一直以來，為兼顧家庭，婦女在職場上的發展較為弱勢，

隨著人口結構改變與女性教育程度提升，女力已成為全球經濟發展的重點，臺灣女性更因為教育普及度與工作自主性提升，愈來愈多女性投入創業，此外，國內各界積極投入資源在婦女創業上，也是促進我國婦女創業蓬勃發展的重要原因，甫榮獲「2015 年度績優育成中心」的國立空中大學創新育成中心（後簡稱空大育成中心），在過去 12 年來透過整合各方資源，協助許多婦女成功創業，已成為我國促進婦女創業的典範育成中心。

一手創辦空大育成中心的現任空中大學校長陳松柏指出，2004 年空中大學配合經濟部中小企業處推動育成中心的政策方向，設立創新育成中心，積極以服務本校學生、校友及鄰近地區中小企業，推動創新育成業務，期使進駐廠商能充分利用空大完善的師資與設備，強化企業體質及提升自我競爭力。而由於空大許多學生與校友都是婦女，因此空大育成中心更以婦女創業為主要培育領域，10 幾年來陪伴許多婦女創業家走過艱辛的創業路。

3 大育成特色 建立標竿育成模式

空中大學創新育成中心執行長彭成義指出，走過 10 幾個年頭，空大育成中心已經建立自有特色的創業育成模式，具體而言可歸納出以下 3 大特色。

特色 1》連結資源 促成創業群聚。「首先是連結產官學研各界資源，促進創業群聚效應。」



婦女創業 卓越表現

協助 72 家企業
獲貸共計新台幣
46,320,000 元政府
政策性貸款融資

近 3 年培育
3 個女性企業
獲得微型創業鳳
凰楷模獎項

辦理 66 場創業
課程，訓練總人數
為 4,009 人次，時數
共 488 小時，帶動投
增資 2,281 萬元

近 3 年促
成 29 家新創
企業家數

彭成義指出，空大師資遍佈全國，師資專業領域涵蓋各界，並且來自產官學研各領域，擁有實力雄厚的顧問群；透過空大在線上教學的強大硬體設備，更使育成中心可以一次召集各專長領域顧問，在線上提供企業諮詢；另外，空大育成中心與政府的微型創業鳳凰輔導計畫、創業圓夢坊計畫，或是中國生產力中心、中華民國全國中小企業總會等公協會資源緊密連結，更給予進駐企業更廣泛且多元協助。

特色 2》一條龍整合育成服務。「其次，空大育成中心具備從無到有，一條龍式的育成資源整合服務。」彭成義指出，在創立育成中心之前，空大就已經具備完整的創業課程，因此在投入育成之後，空大更可以透過開設創業啟蒙課程進行招商宣傳，招收具發展潛力創業者，進而提供從

前育成開始的整體創業輔導規劃。

特色 3》家醫式深入陪伴輔導。「貼心關懷及深化式陪伴的家醫制輔導模式，更是空大育成中心獨具的育成特色。」彭成義強調，多數育成中

心的輔導僅就企業營運端提供協助，但是由於空大育成中心進駐企業多為婦女創業，婦女通常對家庭的羈絆較深，因此針對不少輔導個案，育成中心也對婦女創業可能形成的阻礙，深入了解並且進行疑難雜症的排除。例如，育成中心為協助新創企業說服曾有來自家族老一輩的股東給予其更大營運支持，而親自與該位創業家一起參與股東會，解決問題；甚至對因為創業而導致夫妻失和的狀況，育成中心也不遺餘力協助排解。

空大育成中心透過整合各界資源、從前育成到後育成，再輔以貼近創業者需求的輔導資源，過去 12 年來每年輔導約 20 家進駐企業，至今已經協助 60 家以上企業，為我國創新創業能量的提升，帶來不小的幫助。彭成義強調，在空大育成中心眾多輔導企業之中，新創企業比例 85.71%；婦女創業佔比有 68.75%；青年創業比例為 43.75%；進駐企業的年營業額成長率高達

8927.74%；累計共協助 72 家企業獲新台幣 4,632 萬元政府政策性貸款融資；以及協助 7 家企業獲得新台幣 162.5 萬政府補助款。

成果豐碩 催生多位成功女性創業楷模

值得一提，空大育成中心在婦女創業更是名列前茅於國內其他育成中心，彭成義說，空大育成中心不僅婦女創業比重高，更有許多成功案例，包括：永欣食品、映蓉、點石成金文創志業、台灣便利倉等婦女創業家，都在各自領域闖出一片天。而其中更不乏榮獲政府機構創業相關獎項的女性創業家，如近 3 年，該育成中心共有 3 家女性新創企業獲得微型創業鳳凰楷模獎項、2 位女性創業家進入經濟部中小企業處新創事業獎決選，都是空大育成中心在婦女創業上的優越經營展現。

榮獲微型創業鳳凰楷模獎的台灣便利倉，是由迪化街布商二代投入創業，因為是新手老闆，所以創業期間碰到很多困難，如客戶殺價、採購技巧、市場開拓、商品組合、員工挑選等等，大大小小雜事都得自己因應，之後加入育成中心，獲得中心的協助，從商圈與競爭者、投資報酬損益輔導與分析、人力訓練等方面給予很大的支持，多管齊下調整台灣便利倉的經營體質。

另外，『點石成金』在經過育成中心全方位的輔導之後，同樣獲得很好的營運，不僅公司資本額從 30 萬元增加至 500 萬元；年度營業額增加至 618 萬元，更在 2011 年獲得創業鳳凰楷模獎項之後，又於 2015 年度榮獲經濟部

國立空中大學創新育成中心

類別 | 婦女創業 育成中心主任 | 吳政穎 成立時間 | 2004 年

培育領域 | 文化創意產業、資訊服務業

國立空中大學創新育成中心簡介 | 國立空中大學創新育成中心創立於 2004 年，培育領域以資訊相關軟硬體、數位媒體傳播、創新型服務業與女性創業為主，透過整合產官學研各界的資源，10 幾年來在婦女創業領域已經有非常好的成果展現，近年來，空大育成中心更進一步積極接軌國際，將成功的育成模式帶往國際，與其他國家交流之外，也希望藉此將國際創新育成概念引進國內，創新更具效力的育成方式。

小企業飛雁菁英獎。

國際化 X 在地化 協助更多婦女創業

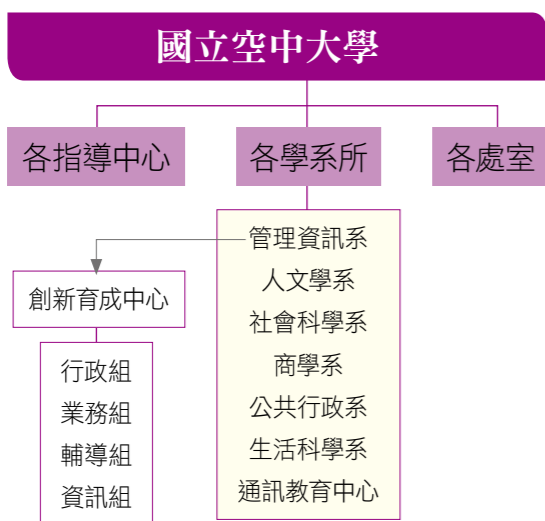
「空大育成中心具特色的育成模式，已經成為中心更廣泛與國際育成進行交流的優勢。」彭成義說，除了將育成中心創業輔導課程輸出至西非布吉納法索，育成中心也將進駐企業如：映蓉公司、永欣食品等創業案例，帶往日本沖繩與當地新創企業進行交流互動。

展望未來，陳松柏比劃著空大育成中心辦公室牆上的一幅臺灣地圖，有信心的說，目前我們正努力建立「婦女微型創業培育支援平台暨通路中心」，加速在全臺各地佈建更完整的創

業輔導通路資源，擴大空大育成中心在國內婦女創業領域的影響力，以期能協助更多二度就業婦女及單親媽媽投入創業。

「相較於 10 幾年前社會或家庭對婦女創業的支持度不高，如今婦女創業不僅獲得各界的廣泛重視，家中長輩與先生的支持度也不斷提升，各方力量的支持成為我國婦女創業遍地開花的重要後盾。」在輔導創業領域已經擁有 10 幾年經驗的彭成義強調，空大育成中心從校長陳松柏，再到現任中心主任吳政穎與自己，一直透過經驗傳承，希望為婦女排除從家庭內部到外部的障礙，為婦女開啟更寬廣的創業天空，讓婦女成為國家經濟與產業的新動能，進而使社會的發展更為安定。

國立空中大學組織架構圖



相較於 10 幾年前社會或家庭對婦女創業的支持度不高，如今婦女創業不僅獲得各界的廣泛重視，家中長輩與先生的支持度也不斷提升，各方力量的支持加上空大育成中心的努力，相信將能成為我國婦女創業遍地開花的重要後盾。

— 國立空中大學創新育成中心資深經理兼執行長 彭成義



群聚育成打造臺東完整 6 級產業樣貌

協助臺東更多企業朝永續經營邁進，以及催生更多新創企業。
 帶動傳統農業、農產品加工轉型，
 結合農業、生態、文化與觀光，發展「1 級 X 2 級 X 3 級」的六級產業，
 以此雙重利基，臺東大學創新育成中心積極推動在地產業，
 臺東縣轄區內產業多屬於小型或微型農產業，近年來觀光休閒業蓬勃發展，

臺東大學校長劉金源為臺東子弟，回鄉服務之後即帶領學校，配合地方產業需求調整學校系所的教學方向，並且積極推動創新育成與產學合作，積極促進臺東大學往有機農業、南島原民文化藝術以及休閒旅遊等方向發展，逐漸使臺東大學成為具有地方特色的綜合大學，自 2010 年起更利用臺東大學創新育成中心（後簡稱臺東育成中心）全面深入推動創新育成與產學合作，整合產官學研各界的能量，為臺東產業發展開啟美好的前景。

臺東大學產學營運及創新育成中心主任林永權指出，臺東育成中心原本歸屬於臺東大學二級單位之下，2015 年學校為更深入推動產學合作與協助臺東產業發展，進一步將育成中心所屬的產學營運推廣教育處變成學校的一級單位，並透過與臺東大學產業創新園區的相互連結，聚焦精緻有機農業、生物科技產業、文創產業、觀光旅遊產業及婦女青年創業產業等領域，以更完整的構面協助臺東產業發展。

群聚培育 助眾多婦女成功創業

臺東大學創新育成中心經理楊春桂表示，臺東有多元族群融合特色，但是也存在隔代教養、青壯年人口外流等問題，使婦女成為臺東產業非常重要的人力資源來源，因此協助婦女投入創新創業是促進臺東產業發展的關鍵。對此，臺東育成中心主要採取群聚育成路線，協助臺東許多創業婦女創新產品與拓展市場，穩定企業經營，成為



穩定台灣經濟發展的一股新活力。

「眾所皆知，臺東縣有許多小農，如果能整合眾多小農的產品能量，勢必可以形成較大的群聚效應，進而一起做大市場，因此透過群聚策略推廣臺東在地產業發展，是臺東育成中心的關鍵策略。」楊春桂經理舉例，包括臺東大學有機農夫市集群聚、天龍八步綠色群聚、愛在臺東 168 群聚、紅藜製作群聚等，許多受輔導廠商帶來創新產品與市場銷售的效益，諸如黑耳喜企業社、宇暉企業社、奶慧鹹粥店等婦女創業的新創公司，都利用群聚的力量，發展具備市場力的創新產品，並且順利將產品推廣出去，創造營運佳績。



國立臺東大學創新育成中心

類別 | 婦女創業 育成中心主任 | 林永權

成立時間 | 1996 年創立之後因故暫停業務，2010 年恢復運作

培育領域 | 有機精緻農業、觀光旅遊產業、生物科技產業、文化創意產業

臺東大學產學營運及創新育成中心簡介 | 國立臺東大學創新育成中心隸屬於臺東大學一級單位產學營運推廣教育處之下，與負責產學合作的產學創新園區相互連結，聚焦精緻有機農業、生物科技產業、文創產業、觀光旅遊產業及婦女青年創業產業等領域，整合產、官、學、研資源及跨部會合作，透過建構在地特色化群聚微小型產業的培育平台，協助臺東傳統產業的升級轉型，並且結合觀光體驗休閒產業，打造臺東六級綠色產業群聚，促進臺東產業的創新發展。

以宇暉企業社為例，宇暉企業社創辦人吳蓓如專精於手工造型饅頭設計製造，在 2014 年加入育成並參加愛在臺東 168 群聚，進一步發展出高品質、無添加物，以時令季節、在地文化特色、食材的「文化創意設計造型饅頭」，不僅榮獲 2015 東台灣精品標章獎、更獲得台東地方產業創新研發計畫優質獎的肯定。

鏈結大企業帶領小企業成長

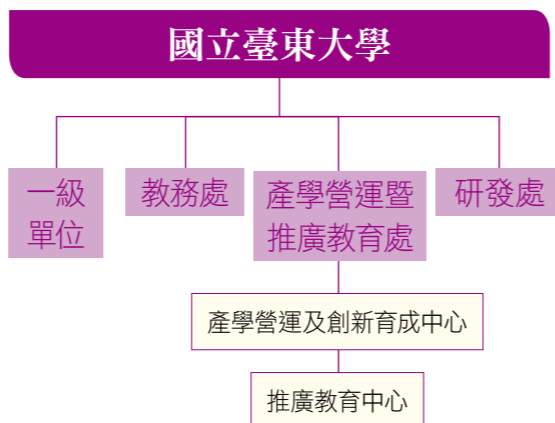
又以今年進駐育成中心的自然食尚企業社創辦人李昀蓁，因懷念小時候愛吃的地瓜酥而回鄉創業，全心投入生產環保包裝、無添加物的健康手工地瓜酥，這項與全球食品健康趨勢同步的產品，未來可望順利開拓國際，為臺東樂活永續飲食產業開創新局，讓世界看到臺東在地企業的國際競爭力。

以群聚育成之外，臺東育成中心也積極建立「育成家族聯盟」、「新女性創業交流聯誼」，藉此促進縣內外的大企業，帶領臺東小型與微型企業成長茁壯。楊春桂經理說，目前臺東育

成中心正透過縣內知名大型產業工廠的導覽解說，與小產業達到文化體驗、相互交流經驗分享的目的，藉以了解企業如何結合在地產業特色融入文化元素，達到創造更多經濟效益的目標。

有鑑於近年來陸續有青年回到臺東，但是很多青年與老一輩的經營者，卻存在著觀念上的鴻溝，因此臺東育成中心也扮演橋樑的角色，

國立臺東大學組織架構圖



自 2013 年開始辦理「中小企業二代接班人研習」，協助企業第二代接班人培養接班能力，並於課程結束後成立聯誼社團，在後續促進更多的互動交流，解決兩代思想的落差，讓更多青年可以排除障礙留下來，為臺東創造更大的經濟發展能量。

同時，臺東育成中心也辦理「企業傳承個案研習營」，遴選優秀企業編撰成教學範例，並於傳承研習班上對學員做範例探討學習，培養相關傳承知識。

整合各界資源 打造臺東六級產業

林永權主任進一步指出，臺東向來以農立縣，然而近年來臺東縣隨著觀光休閒旅遊產業蓬勃發展，服務業逐漸取代農業成為臺東地區的主要產業，因此臺東當地歷代經營農業的廠商，多面臨被淘汰的危機，因此迫切需要轉型。臺東育成中心近年來也積極協助廠商改變傳統經營模式，朝發展有機觀光農場路線邁進，協助廠商化危機為轉機。



“臺東向來以農立縣，然而近年來臺東縣觀光休閒旅遊產業蓬勃發展，服務業逐漸取代農業成為主要產業，因此當地經營農業的廠商多面臨被淘汰的危機，迫切需要轉型，因此協助企業化危機為轉機，成為臺東育成中心的重要任務。”

— 臺東大學產學營運及創新育成中心主任 林永權

2015 破殼而出 優質企業成功案例



Part 1 文化創意

文化創意產業在世界各國發展多年之後，已從個體發展文化創意的方向，朝向打造群體文創聚落的趨勢轉進。近年來，臺灣從南到北興起文創聚落發展潮，許多文創聚落發起者都希望透過整體性的空間改造與引進創意人才，達到人潮聚集、商機媒合與產業創新的契機，同時提升人們的生活品質。

新創企業范特喜微創文化跳脫臺灣把文創框起來的思維，秉持「文創即生活、生活即文創」理念，協助文化創意微型創業家創業，成功打造范特喜文創聚落，並擴散、加乘到臺灣各地，落實臺灣生活處處是文創的理念，未來更將透過虛擬文創聚落的建構，讓文創徹底融入成為臺灣的 DNA。



協助眾多微型文創家邁向創業

范特喜落實生活就是文創的理念

希望讓人們在食衣住行育樂等方面的活動，都能擁有更多的感動。透過協助文化創意微型創業家順利創業，落實生活處處是文創的核心理念，秉持「文創即生活、生活即文創」的理念，范特喜微創文化自成立以來即跳脫臺灣把文創框起來、區隔開來的思維，

來到台中市中興街與美村路一帶，由范特喜微創文化（後簡稱范特喜）打造的老屋文創街，散居在台中市民平常生活的小巷弄裡，尤其范特喜綠光計畫規劃出的文創聚落，一整排由老舊宿舍打造而成的創意商店，與 30-40 年的老透天厝並排而立，不僅絲毫沒有違和感，並且淋漓盡致地表現出：「文創就是生活、生活就是文創」的內涵。

舊空間改造 匯聚文化創意聚落

范特喜文創聚落的成形，背後推手是微創文化創辦人暨總經理鍾俊彥。但令人意外的是，鍾俊彥本身並非從文創產業出身，也正因為沒有文創包袱，他才能把文創落實於生活之中。

鍾俊彥從事 20 年營造施工業，當初只是想要改建老房子預計出租，沒想到吸引許多的微型創業的工作者進駐，誤打誤撞闖進文化創意領域。范特喜微創文化營運經理朱欣儀表示，位於美村路一段 117 巷的范特喜 1 號店，原本要以 4 萬元租出去，但是後來發現來詢問的租客都是年輕創業家，他們資金有限、預算多在 1 萬元以內，因此靈機一動乾脆把房子隔成 6 間，以符合年輕創業家的價格租給他們，不僅自己有回收，也幫助年輕人創業。

范特喜轉投資子公司河洛創意科技執行長呂英裕，是鍾俊彥在英國倫敦留學時的好友，他自鍾俊彥創辦范特喜開始，就經常為其提供意見，呂英裕原本擔心小巷弄內沒人潮，商店可能不容易經營，沒想到老屋再造具備特色，吸



左為范特喜微創文化營運經理朱欣儀

范特喜微創文化有限公司

范特喜
Fantasy Story | 微創·文化

類別	文化創意
負責人	鍾俊彥
成立時間	2011 年
主要業務	舊建築空間改造、商場招商與管理、旅館經營管理等。
員工人數	24 人
育成中心	中原大學創新育成中心

引人潮前來，進而帶動周邊其他老屋屋主，主動表示願意把房子租給范特喜改造，再出租給年輕文創創業家。

就這樣，范特喜從 1 號店一路開到 12 號店，再加上後來承租自來水處老舊員工宿舍執行綠光計畫聚落，至今進駐范特喜聚落的文創店家已經達到 55 個，包含創意設計工作者、複合餐飲業、獨立書店、創意髮廊、甜點烘焙工作者，除此之外，臺灣傳統在地製造生產業者也來設點開店，成為規模不小的文創聚落，逐漸在全台打響名氣，而結合文創與社區的「范特喜綠光計畫」，如今也成為台中旅遊的知名景點之一。

創辦育成中心

建立微創業輔導的一條龍服務

而范特喜也逐漸走向國際，透過合作交流模式，陸續在日本香川郡北濱、江蘇無錫市、浙江杭州市及盧森堡等建立微創文化聚落，並且也積極規劃建立越南胡志明及泰國清邁聚落。朱欣儀說，雖然在海外的范特喜聚落規模不如台中，但是因為在海外設置據點使范特喜得以與全球各國的文化創意家互動交流，開拓國人

“ 文創不應該是被框起來，
而是應該像歐洲國家那樣落實在生活的每一個環結，
臺灣發展文創應該效法歐洲國家，讓生活即文創、文創即生活，
如此才能入味，走出符合臺灣自有風格的文化創意產業。 ”

— 范特喜微創文化

國際化的文創視野。

范特喜創立 4 年多的時間，一路走來看似順利，規模不斷擴大，商業模式也趨於多元，但其實經營過程相當辛苦，朱欣儀說，微創業家資金有限，光是向店家收取租金比較難維持范特喜的營運，因此公司必須承接許多專案來補足資金，所幸范特喜透過加入中原大學創新育成中心，獲得許多協助與資源，因而讓 4 年多來的經營過程順遂許多。

例如，中原大學創新育成中心除了積極協助范特喜申請政府計畫與補助專案，彌補資金缺口之外，也讓范特喜獲得多次媒體曝光機會；另外，育成中心也協助范特喜取得多個專案以創造營收，像是在宜蘭三星鄉為益得食品設計觀光工廠、為高雄美濃鎮第一戲院進行改造，以及陸續在宜蘭烏石港、台中清水、新竹關西等地建立特色聚落，都是在育成中心的媒合之下促成，2015 年中原大學創新育成中心更與范特喜共同合作，協助宏碁龍潭渴望園區轉型為創新創業基地。

在創投資金的挹注上，范特喜也透過育成中心的推薦，成功媒合大聯大世友創投投資 1,500 萬，並提供育成大樓由三方共同經營，培育進

駐微型企業。范特喜因此於 2014 年成立綠光原創有限公司，進一步將觸角延伸到文創育成領域，現在位於綠光商圈的 5 層大樓，就是綠光原創的所在地，朱欣儀說，綠光原創主要以培育進駐范特喜的創業家為輔導對象，當然也歡迎其他文創創業家的進駐。

打造文創社群 建立臺灣文創的分享經濟概念

從老屋新造出租空間給微文創企業，再發展到成立育成中心輔導更多新創公司的發展，范特喜堪稱臺灣唯一一家微型文創創業的一條龍服務商，在建立這樣的實力之後，范特喜持續往前推進，進一步朝虛擬空間發展。

2015 年范特喜轉投資成立河洛創意科技股份有限公司，目標就是為了打造臺灣獨一無二的文創社群網站。呂英裕說，一開始我們只是想要幫店家在網路上做行銷推廣，之後點子愈想愈多，於是開始規劃在網路上做一個文創社群，目前范特喜已經與國內 8 個文創聚落討論合作，擬邀請 8 個聚落商家進入社群，未來目標則是連結到臺灣的 16 個文創聚落。

呂英裕強調，與一般社群網站如臉書或購物

商城如 PChome 商店街不同，范特喜線上文創社群將以商家背後的創業故事為主軸，吸引對文化創意或創業有興趣的族群，只要成為會員的網友就可以在線上留下在商家消費的心情故事或點滴，通過審核上稿者就可獲得點數，未來這些點數都可以在實體店家折抵消費。

呂英裕強調，這個社群訴求分享概念，不管商家或消費者都可以在這裡貢獻自己的力量，為臺灣文化創意產業的發展建立更雄厚的資源，因此進駐商家必須是以對土地有貢獻、對社會有關懷的族群，藉以與消費者推廣分享互利的精神。

從范特喜過去 4 年來的營運布局，看得出范特喜不是要以文創之名弄一個空間，而是要把具備文化內涵的元素無縫接軌地注入人們的居家生活之中，念藝術畢業的朱欣儀說，一直以來臺灣總是把文創跟生活分隔開來，但是我們認為生活中應該就要涵蓋藝術與文化；呂英裕也強調，就像走在英國街頭，你不需要特意的



▲ 范特喜將老屋改造成文創聚落，為巷弄的歷史建築帶來人潮及繁榮，獲得各縣市政府力邀，擴散其成功經驗，改造更多民間與公有老舊建築。

走進哪個文創園區或是知名文創書店才會變成文青，任何人所接觸的一磚一瓦、一條小巷弄都是文化創意。

「臺灣發展文創就應該像英國或其他歐洲國家，把文創變成生活的一部分，如此才能入味，走出屬於臺灣自己的文創產業。」呂英裕與朱欣儀懷抱同樣的理想，說著一樣的話。

育成觀點 以推廣文創的理想為動能，快速成長茁壯

「一般非社會企業的新創公司都重視獲利，但是范特喜並非社會企業，卻也不會優先想到獲利這件事，因此公司裡的人都充滿熱情與活動力，這讓范特喜儘管沒有大財團資金的支持，也能在短短幾年時間就打造出如此具備規模的文化聚落。」中原大學產學營運總中心副執行長王世明指出，更難能可貴的是，范特喜不管是商業模式的虛擬化發展或是品牌形象的國際化布局，都走得相當快速。

王世明進一步指出，范特喜以小資金創造大文創聚落的表現，在國內是非常特別的成功案例，這也是該公司屢獲國家獎項肯定的原因，相信未來在公司不斷的創新規劃之下，范特喜將持續成為臺灣擴大文創產業的重要泉源，以及為更多的文創新創公司帶來新的能量。



中原大學產學營運總中心副執行長 王世明



Part 2

社會企業

全球氣候異常、空氣汙染、老人化、青年失業、貧富不均等問題持續惡化，促使以關懷為核心價值的社會企業快速興起，高度追求勞工權益、環境保護、社區平衡發展、公平政府治理的社會新創企業如雨後春筍般的冒出，為世界帶來溫暖與點燃希望，臺灣也迎向這股浪潮，新創社會企業正在遍地開花。

吟詩企業將傳統農業轉型為觀光休閒農場，栽種有機農作物與生產有機加工食品，為家鄉農業發展找出新出路，也為臺灣發展無毒農業帶來貢獻；壽豐印象致力於解決國內農業產銷失衡，改善小農生活無以為繼的困境，促進更多農民投入無毒農業種植，對土地永續發展默默貢獻，成為亮點新創企業。



農業 × 休閒觀光 × 社會企業

吟詩企業把舊農村變身六級產業

為家鄉農業發展找出新出路，也為臺灣發展無毒農業帶來貢獻。
進而栽種有機農作物與生產有機加工食品，
毅然決然返鄉說服父親把傳統農業轉型成為觀光休閒農場，
吟詩企業創辦人林宥岑為找回小時候農村生活的美麗情境，

南投市埔里鎮知名佛教聖地中臺禪寺附近，農夫林阿伯在這裡擁有一甲多的田地，幾十年來以種植茭白筍為業，把5個小孩拉扯長大，小孩出外念書、工作，然而務農難以維生，因此盡皆離開家鄉。這是過去幾十年來臺灣所有農村的縮影。

吟詩企業創辦人林宥岑就是林阿伯的女兒，從小跟著父親種植茭白筍，長大後到外念書，接著在台中市區從事會計工作，每次回鄉總是感慨家鄉農村美景不再，原本停留在農作物上的蜻蜓蝴蝶不見了、珍貴的白魚也稀少了。某次林宥岑因為公司執行中臺禪寺工程而回鄉居住一段時間，憶起小時候跟著爸爸下田，做為小小農夫的愜意與幸福，剛好自己在2008年參加經濟部中小企業處婦女飛雁創業課程時，對事業經營有一些概念，於是2010年鼓起勇氣回鄉創辦吟詩企業，投入為家鄉農業轉型的任務。

轉型休閒農場 從一級農業邁向三級服務業

當時鼓足勇氣回鄉的林宥岑，受到兄長與妹妹很大的支持，但是卻無法說服父親，放棄維持一輩子的務農方式，「光是要父親整一小部分田地，做為觀光農地，就花了一年的時間。」林宥岑說，爸爸與農田一起生活了大半輩子，田地與農作物就像他的小孩，要他割捨一點一滴，對他都是衝擊。而且當我跟他說要讓遊客下他的田，體驗農務生活，他更無法想像讓別人踩進田裡的情況。

林宥岑不放棄，一而再，再而三跟父親溝



▲吟詩企業創辦人林宥岑

通，終於讓父親把部分田地讓給她做觀光農場。「一切籌備完畢，開始營運之後卻沒有人來。」林宥岑回憶，我們當然沒有太多資金做行銷，於是就邀請親朋好友免費來體驗，唯一的要求就是回去之後撰寫一篇體驗文放上網路，陸續吸引一些人潮前來。

為找到更大的推廣力道與符合市場的營運模式，吟詩企業於2011年加入財團法人鞋類暨運動休閒科技研發中心創新育成中心，經由育成中心的深度創業輔導，逐步為吟詩企業找到市場定位與可行的營運模式。

首先，吟詩企業發展出全台第一個「3D茭白筍體驗」，並以「好茭情」會友品牌推廣，

吟詩企業

類別	觀光旅遊
負責人	林宥岑
成立時間	2010年
主要業務	茭白筍農特產品、茭白筍泡菜、茭白筍體驗遊程
員工人數	4人
育成中心	財團法人鞋類暨運動休閒科技研發中心創新育成中心

為國內第一個以茭白筍為主題的休閒體驗活動。林宥岑解釋，所謂「3D茭白筍體驗」包括採茭白筍DIY、製作茭白筍泡菜DIY與一日廚師料理DIY，讓民眾透過體驗一窺茭白筍的生長環境與用途，也讓吟詩從傳統一級農業轉進三級服務業。

當農村休閒體驗獲得一點成就之後，林宥岑進一步與父親商量，是否可能轉為栽種有機農業，「父親當然還是保持抗拒的態度，但是最後還是放手讓我去做，」林宥岑說，第一年產量減了至少一半，父親儘管心疼也沒說甚麼，可見他心中也對土地有很大的關心。

轉作有機 打造無毒農村環境

為減輕福壽螺對有機田帶來的損害，吟詩企業除了將撿拾福壽螺放進遊客體驗行程，並且推出打工換宿的農村體驗行程，寒暑假期間吸引許多年輕人前來，一待幾個星期，為茭白筍農地去除災害。另外，吟詩企業也透過與工研院的合作，利用 LED 燈照將產季從 2 季拉長到 3 季，增加產量，逐漸改善產量大減的問題，有機栽種也從原本的 4 分地擴大到如今的 1.3 公頃。

改成有機栽種，吟詩企業接著取得無毒農業有機認證，陸續將茭白筍推入永豐餘、里仁、花蓮明淳、巨農農場等國內各大有機商店。「只有我們一家做有機栽種對土地的回饋有限，必須把有機農業推廣到整個社區，無毒的效益才會更大。」林宥岑懷抱理想地說，我現在同時擔任埔里鎮一新社區發展協會理事長，目前協會積極透過舉辦課程，教育農民栽種有機的好處，另外吟詩企業也以契作方式，教育周邊茭白筍農投入有機栽種，讓農民的營收利潤可以增加，也帶動埔里整體茭白筍耕種面積。

另一方面，林宥岑也進一步把農情體驗推廣到整個埔里社區，他到處走訪鄉村裡的叔叔伯



▲吟詩企業積極推出茭白筍週邊產品，並將農業結合地方文史環境，設計茭白筍生態體驗、打工住宿等遊程。

伯，說服他們加入農村休閒體驗陣營，之後又成功透過重新復育臺灣一級保育物種 - 白魚的棲息地，聯結更多農場業者，串連起埔里地區的農村休閒體驗，推出在地農情體驗活動，每年吸引近 5,000 人前來參訪。

創新茭白筍食品 切入二級食品製造業

從一級農業成功轉至三級觀光服務業的同時，吟詩企業在育成中心的連結之下，也與靜宜大學食品營養系教授王銘富，投入茭白筍食品加工品的研發。當時林宥岑又說服父親給她「一些」茭白筍，用來研發創新食品，「茭白筍泡菜是第一個嚐試」，林宥岑拿著花費一年多才成功研發出的茭白筍泡菜說，茭白筍水份高、肉質硬，做泡菜有其難度，整個研發過程至少丟了「2,000 公斤」茭白筍，父親的心疼可想而知。

“農地與茭白筍是父親的孩子，要他割捨不容易，但是為了找回家鄉原本停留在農作物上的蜻蜓蝴蝶，與珍貴的白魚，一定要為農業轉型與進行土地復育，才能找回農村的生命力。”

— 吟詩企業

所幸，林宥岑的堅持與父親的捨得，再加上緊密的產學合作，成功開發出好吃又好賣的茭白筍泡菜，不僅讓前來體驗農村生活的遊客大量購買，在全台有機商店的銷售量也不斷提升，為吟詩企業創造不少營收，年度銷售量已超過 1 萬罐；2015 年 5 月吟詩企業與靜宜大學食品系再創新研發出茭白筍冰淇淋，同樣受到觀光客與消費者的喜愛。林宥岑相信，具備高纖、低脂、低糖、低熱量、吃得到顆粒的健康茭白筍冰品，勢必也可獲得市場青睞。

另一方面，吟詩也利用鞋技育成中心的快速打樣中心資源，開發出茭白筍殼扇子、茭白筍娃娃、臺灣白魚束口袋等文創 DIY 商品，更加

多元化公司的產品線，這些都成為吟詩企業未來擴大經營的基礎。

從一開始單純想找回小時候的農村生活情景，一路走來發展出農業休閒旅遊、有機無毒農業推廣，再以創新加工食品為農產品找出路，林宥岑跨界整合一級、二級、三級產業，成為名符其實的六級產業，使其在 2014 年榮獲百大青年的肯定，展望未來，吟詩企業將再整合周邊更大的農地，創新更多元的服務，將埔里鎮一新區打造成更知名的臺灣觀光重地，之後再擴及大埔里其他區，把無毒農業更廣泛地推廣出去，也為埔里的發展與地球的永續，帶來更多的可能性。

育成觀點

好學、善用多方資源 快速轉型的兩大關鍵

「農村轉型不容易做，但是吟詩企業卻能在短短幾年時間內從一級產業變身為三級產業，再轉進二級產業，關鍵在於吟詩企業創辦人林宥岑的好學與懂得善用各方資源。」財團法人鞋類暨運動休閒科技研發中心創新育成中心經理孫希聖指出，宥岑就像是一塊海綿，對所有新事物的學習都非常快，然後將其快速應用在吟詩企業的創新商業模式之上。

作為一家微型企業，吟詩企業也深刻了解善用各方資源的重要性，因此不管是參加育成中心，接受中心的輔導，或是與雲科大、靜宜大學合作創新研發新產品，都保持非常認真且開放的態度與各單位互動，因此可以很快速的學習，並利用中央政府與地方政府的幫助，迅速將自己打造成六級產業的社會企業。



財團法人鞋類暨運動休閒科技研發中心創新育成中心經理 孫希聖

不忘為農民找出路的初衷

壽豐印象找回土地最初的美

希望藉此讓更多生產者願意投入農業，不再讓土地荒廢，找回土地永續經營的希望。但只收取足以平衡公司營運的少數服務費，將利潤回到生產者身上，因此他得以農民的辛苦為念，助農民銷售產品，在臺灣百大青農之中，壽豐印象創辦人盧紀燁兼具青農與銷售平台經營者的雙重角色，

來到花蓮壽豐鄉月眉村，一片稻草田上、一隻老鷹呼嘯而過，正開心怎麼會在稻田上看到老鷹時，只見老鷹盤旋而下，然後停在一個年輕農夫手臂上，更令人感到驚喜。原來這不是野生的老鷹，而是由壽豐印象企業創辦人盧紀燁養的家鷹，平常老鷹沒在田裡驅鳥時，就在壽豐市區中的壽豐印象商店待著，成為壽豐印象企業的招牌之一。

栽種有機米不能灑農藥，為驅趕鳥害，激烈者用網捕鳥，無辜鳥類因此送命；又或在稻田下藥，造成大量麻雀、鴿子死亡，甚至不少黑鳶、老鷹因為撿拾鳥類屍體也中毒送命。盧紀燁則採取溫和的作法，師法大自然運作為軌跡，他「以鷹驅鳥」取代網捕與灑藥，不再殘害無辜鳥類，也讓土地回到最初的美。

勇敢回鄉 力圖改變農業產銷失衡的長久病灶

其實，「以鷹驅鳥」只是壽豐印象找回土地之美的作為之一。2010年盧紀燁因為父親受傷，回家鄉照顧父親，剛好家裡種了近40年的文旦老欖需要會勘，從小被父親趕出農田的盧紀燁第一次到柚子園幫忙，身為農家子弟卻首次接觸農事，才驚訝地發現，隨著臺灣農業生態轉變，家中那片父親用來養大自己的柚子園，因為中間商的剝削，竟然是賣一顆賠一顆。

「書念不好，就回來種田，你們以後要離家愈遠愈好，不要留下來。」盧紀燁模仿當年父親說的話，接著又感慨地說，農民每天田裡辛苦耕耘，根本沒時間想著賣農產品的事，只好



壽豐印象	
類別	社會企業
負責人	盧紀燁
成立時間	2013年
主要業務	生產型農企業自產自銷 協助青農產品，農、漁、 牧、林業產品直售
員工人數	14人
育成中心	國立東華大學創新育成中心

▲壽豐印象創辦人盧紀燁

交給中間商，但是因為過去老農都不識字且為弱勢者，沒有議價能力只能當價格接受者，辛苦栽種產品卻得不到應有的利潤。

「有時候收成季節，農夫寧願等著颱風摧毀農作物領補助，也不要收成之後賠錢賣。」盧紀燁強調，這樣的不公平影響農民生計，進而造成臺灣農地的廢棄，所以我頂著東華大學財經系博士生的頭銜歸鄉務農，經常被同學笑說：「你頭殼壞去喔！」。

盧紀燁懷抱滿腔熱情想要幫助老農，沒想到

卻遭遇一堆問題。「剛開始回鄉沒有經驗，單純地想只要架一個平台，幫農民義務賣產品，讓農民不要被剝削，就可以解決問題，沒想到因為不懂包裝造成農產品毀損、物流成本過高等，第一年首次嚐試就虧了5萬多。」盧紀燁以慣有的笑容說著過去的失敗經驗。

以社會企業 讓利潤回到生產者身上

面對挫折，盧紀燁跟夥伴試著找出原因，發

現問題很大、他們需要的資源還要更多，於是他們不再只是用熱情做事，而是開始尋求更好的方法，因此於 2013 年創立壽豐印象企業，做為生產者與消費者的中間平台，並於 2014 年進駐東華大學育成中心，利用學校資源完善網路平台建置、申請政府計畫，調整策略方向等，藉此找出更好的營運模式。

很多人會問，壽豐印象銷售平台跟其他通路有甚麼不一樣，盧紀燁可能因為不擅於談商業，因此往往不知道怎麼跟人清楚解釋。原來，不同於其他通路向農民採購作物，都是以遠低於市場的銷售價格進行收購，壽豐印象因為定位為「農業組織型態的社會企業」，凡是在壽豐印象平台銷售商品的生產者，都必須 100% 對自己的產品負責，並且也鼓勵生產者建立自己的產品品牌；最重要的是，產品賣出去的收入多數回到農民身上，壽豐印象僅收取微薄的



▲壽豐印象為農民建立網銷平台，有效率幫助在地小農處理金流、物流、包裝、規格化商品，並將自身農產品直接與消費者接觸。

服務費。因此壽豐必須再透過與物流業者以大量議價的方式，取得較優惠的物流價格，獲得些許收入，再加上一些直接使用壽豐品牌銷售的商品利潤，剛好維持壽豐印象的公司營運。

因為以把利潤回到農民身上為初衷，壽豐印象在 2015 年的營業額可能只有 400 萬新台幣

“我們永遠不會忘記腳下踩著的這塊地，是一切的根本，所以我們希望從自己開始，為各種農作物找到符合大自然的栽種方法，讓小農找到新的生存之道，也為土地永續帶來更大的可能性。

— 壽豐印象

幣左右，看似很少，但是這營收數字的背後，卻實質為平台上的所有生產者創造 8,000 萬的銷售額。如果從壽豐印象平台的總銷售額與公司營業額來看，算得出壽豐印象向農民收取的服務費極低，顛覆過去中盤商賺大、小農賺極少的情況，為小農獲取公平的利益，再加上協助小農處理金流、物流等複雜事宜，讓小農可以更用心於農務上，有更多心力追求更好的方法，生產更好的農產品。

當然，壽豐印象為保證平台上的產品品質，也精挑細選生產者，除了以百大青農為主要進駐對象，其他想要進入壽豐平台的生產者，盧紀燁也會親往其農地勘查，就這樣盧紀燁全台農產地跑透透，就連位於海拔 1700m 洛韶後華祿溪的水蜜桃要上架，盧紀燁也跋山涉水前去，了解生產者的整個背景與狀況之後，才決定讓其上架。

師法自然 堅持追求無毒農業

解決臺灣農業長年產銷失衡造成農地荒廢的問題之外，盧紀燁也一再強調，永遠不要忘記腳下踩著的這塊地是一切的根本，所以他從自己開始，不斷找尋更符合大自然的栽種方法，

除了以鷹獵米建立「鷹獵米」品牌之外，對於祖父與父親守護一輩子的柚子園，他也以圈養雞群代替除草劑，達到無藥種植的目標。

之後盧紀燁積極推廣無毒種植的觀念，進一步把無毒農業推進到許多農村，例如鷹獵米的種植地目前遍佈全台多個地區，花蓮壽豐鄉約計有 3 公頃、玉里有機米田 8 分、台中 2 公頃、台東 3 公頃、嘉義 3 公頃，產量約計 88,000 斤，自產自售部份可創造約計 500 萬營業額，較以往只能有 200 萬的營業額，多了 2.5 倍，目前更已獲得台糖針對鷹獵米制定有機米量契作。另外包括綠栗南瓜、栗子地瓜等，也都以無毒農業打響知名度。

從解決產銷失衡、改善小農無以為繼的困境，一直到推廣無毒農業，過程中儘管面臨許多困難，盧紀燁仍滿懷熱忱地走下去，而為促成更多青農返鄉，盧紀燁希望進一步以百大青農與網路平台的雙重身份，建立以百大青農為主的農產品銷售平台，並且搭建農戶門前送貨，客戶門口收貨的 O2O 虛實整合模式，開創更新型態的銷售系統，希望更徹底協助商品銷售的去中間化，讓農民與消費者均可得利，進而使更多無毒農業在全台遍地開花，達到土地永續發展的最終目標。

育成觀點 核心理念清楚、策略明確 加速育成

「在加入育成中心之前，壽豐印象就已經有清楚的核心理念與營運模式，本身也具備有非常優勢的經營條件，更重要的是他們能非常清楚表達出需要，因此中心可以很快找到相對應的資源，注入壽豐。」國立東華大學創新育成中心專案經理林建順指出，進駐育成中心的企業分成兩種，一種是弄不清楚自己的需求，一直要育成中心提供協助；另一種是非常了解自己的現況與面對的問題，因此中心可以快速給予支援，壽豐就是後者。

林建順進一步指出，壽豐擁有很強烈的企圖心，就是要找回臺灣農村生命的根本，這樣的理念牽動雙方非常良好的互動，再加上壽豐在未來的規劃上，一直有明確的策略方向，因此中心也可以按照其規劃目標，盡可能協助壽豐解決問題，這些都是壽豐印象可以快速成長茁壯的關鍵。



國立東華大學創新育成中心專案經理 林建順



Part 3

食品製造

全球食品安全問題層出不窮，消費者對安全飲食的重視程度愈來愈高，也愈來愈重視養生保健，因此強調健康、綠色的產品受到市場青睞，臺灣食品業者也致力於投入生產健康、安全的食品，追求讓消費者吃得更安全，也為自己開創更大的市場利基。

地處臺灣農業首都 - 雲林縣，臺旺食品工業致力於利用在地農產創新加工食品，朝品牌之路邁進，短短 4 年時間即展現亮眼成果，成為臺灣食品品牌的生力軍。鴻達生技也從研發健康動物用飼料開始，再跨入畜牧養殖業以及加工生產健康食品，為臺灣健康飲食開啟一條新的道路。



從臺灣雲林出發邁向全球市場

臺旺食品工業創新在地農產價值

進而創造臺旺加工食品的亮眼營運績效。為雲林農民解決農產品滯銷的問題之外，也讓消費者吃得更健康，透過將在地農產品創新研發成加工食品，一直致力於追求生產健康飲食的臺旺食品工業創辦人陳麒升，近年來臺灣食品安全問題層出不窮，

生在雲林、長在雲林，大半輩子幾乎都在雲林生活的臺旺食品工業創辦人陳麒升，將其對雲林的情感注入在工作之中，累積長達 26 年的食品工業與產銷經驗，他於 2011 年 4 月創立臺旺食品工業，致力於創新加工雲林在地農產來製成食品，朝品牌之路邁進，短短 4 年時間就展現不錯的成果，成為臺灣食品品牌的生力軍。

鎖定利基市場 從代工轉品牌

其實早在創辦臺旺食品工業之前，陳麒升就已經成功經營兩家公司，第一家是亞世家食品，專門從事速食粥、調理食品、咖啡、蕃茄醬、辣椒醬、豆瓣醬等加工食品的代工生產；另一家是亞世佳食品，主要提供罐裝奶粉與一些沖泡食品的代工生產業務。

在代工製造領域穩固經營的陳麒升，經常會遇到農民找上門，希望陳麒升收購生產過剩的農產品；另一方面，陳麒升的母親與太太都吃素，會有購買素食加工食品的需求，陳麒升心想，既然常有農民的農作物滯銷，自己又想做健康的素食加工食品，供需面都有需求，不如就再成立一家公司，專門將農產品加工製成素食食品，一來可提升農產品附加價值，解決農產品滯銷問題，再來可以提供消費者健康的食品；而臺旺食品工業也可因此鎖定利基市場，搶攻素食加工食品的藍海商機，創造三贏。

打定主意之後，行動力十足的陳麒升很快就成立臺旺食品工業，開始從代工朝品牌經營



◀ 臺旺食品工業創辦人陳麒升

臺旺食品工業



類別	食品製造
負責人	陳麒升
成立時間	2011 年
主要業務	農產品原料、在地農特產品、沖調式飲品、休閒食品、素食調味料等之製造與銷售
員工人數	45 人
育成中心	環球科技大學中小企業創新育成中心

之路邁進。「從代工轉品牌，首要任務就是創新食品，而與其在大海裡跟人殺價競爭，不如在小池塘裡當大魚。」陳麒升強調，加工食品產業競爭非常激烈，臺旺食品工業做為中小企業，要與大集團競爭，最好的一條路就是走利基市場，而強調健康美味的素食加工食品，就是主軸方向。

以在地農產創新研發加工食品

臺旺食品工業鎖定產品主軸路線之後，陳麒

升迅速帶領團隊，全力以農產品為原材料，創新研發製造素食加工食品。同時，陳麒升知道傳統產業轉型需要多方資源，因此臺旺食品工業成立之後不久，便進駐環球科技大學創新育成中心，希望藉此引進學界專家能量，達到創新轉型的目標。

就此，臺旺食品工業先配合雲林斗六茂谷柑節，以自有經費創新研發「斗六柑仔糖」，獲得市場很好的反應；2012 年~2014 年再陸續以「翠玉絲瓜」、「地瓜」及「紫心地瓜花青素」

等農產品創新各種加工食品，因為每項產品都具備健康、在地農產的創新研發概念，因此連續三年獲得雲林縣地方型 SBIR 計畫的補助。

以「翠玉絲瓜」為例，雲林斗六三光里的絲瓜名聞全國，陳麒升與家人可說是從小吃絲瓜粥長大的，擁有食品加工技術的陳麒升，透過冷凍乾燥方法創新研發出可沖泡食用的「素食翠玉絲瓜粥」，這項方便食用且天然健康的素食加工食品在市場上獲得不錯的反應。

再以地瓜為例，雲林縣水林鄉是臺灣中部地瓜的主要出產地，光是栽種地瓜的面積就高達一千多公頃，雲林縣因此也素有黃金薯故鄉之稱，「由於栽種面積大，農民經常面臨地瓜滯銷的問題。」陳麒升說，因此臺旺食品工業積極思考如何透過加工為地瓜增值，而地瓜雪花片就是其中一項加值產品。

陳麒升進一步指出，不同於其他地瓜粉採用



▲臺旺食品工業成功研發出「雲林翠玉絲瓜」、「地瓜」及「紫心地瓜花青素」系列等核心創新產品，配合斗六茂谷柑節，以自有經費研發與行銷「斗合柑仔糖」，研發成果豐碩。

生粉加工製作，臺旺食品工業的地瓜雪花片為熟粉製造，即先經過洗滌、削皮、切塊、蒸熟之後再打成泥，經過烘烤並用薄板刮成薄片，全程天然製作沒有任何添加物。善用雲林縣水林鄉台農 57 號黃金地瓜，臺旺食品工業又陸

“加工食品產業競爭非常激烈，臺旺食品工業從代工轉品牌，首要任務就是創新食品，與其在大海裡跟人殺價競爭，不如在小池塘裡當大魚，如此才能與大集團區隔，走出中小企業自己的利基市場。

— 臺旺食品工業

續開發出地瓜小圓餅、地瓜小饅頭；之後又利用紫心甘薯製作健康養生的紫心地瓜粉、紫心米捲、花青素蔬果飲等，推出一系列熱銷的純天然加工食品，每樣產品一上市就都獲得消費大眾的廣泛青睞。

快速的產品創新力讓臺旺食品很快建立起競爭實力，公司營業額從 2012 年~2014 年大幅成長 585%，公司成立第 2 年就達到損益平衡，增聘 31 個員工以促進在地就業，2015 年營收可望突破 1 億元新台幣。

加強品牌推廣與行銷 目標鎖定全球市場

「品牌經營與代工製造不一樣，除了要不斷創新產品，行銷推廣又是另一門課題。」陳麒升說，有好的產品之後，要發展自有品牌還要有好的行銷，透過與育成中心互動研究，臺旺食品工業積極就產品名稱、包裝設計、產品故事、行銷管道等各面向進行規劃，包括積極參加國外大型國際食品展、建置公司網路平台與產銷資訊系統、利用電子商務平台銷售商品、參加政府計畫專案獲得媒體曝光機會等，都為臺旺食品工業的產品銷售

帶來很大的幫助。

而為建立更強而有力的品牌知名度，陳麒升也採取多品牌策略，除了臺旺食品工業的商標之外，又推出「臺灣元氣」、「沙彌 (SA-MI)」兩個品牌，產品範圍涵蓋茶葉包、茶飲料、咖啡包、奶茶、穀製餅乾、地瓜米、穀製粉、穀粉食品、燕麥片、麥精粉、麥精片、五穀雜糧粉、綜合穀物纖維粉、薏仁粉、麵條、調味醬、調味用蜂蜜醋等，獨特的商標形象帶給消費者新感受，進而提高產品銷售力。

「目前我們在產品包裝設計與行銷推廣還需要再努力。」陳麒升坦承，好還要更好，為精益求精，目前除了持續與育成中心更緊密進行產學合作，就產品設計與包裝上有更大的突破，同時也在思考如何加速拓展海外市場，除了到海外參展，利用跨境電商也是未來的策略之一。

所謂「我為人人、人人為我」，只要懷抱善意從解決各方需求出發，就能創造出一番成就，就像陳麒升懷抱著給消費者健康的食品、為農民解決農產滯銷的問題，進而為臺旺食品工業開創出一條康莊大道，也讓陳麒升有機會從代工經營，轉型升級走向品牌之路。

育成觀點 以消費者健康、推廣在地農產品為念 走出利基之路

環球科技大學中小企業創新育成中心經理彭伍指出，陳麒升董事長有很好的經營信念，他深信加工食品的成敗首先決定於選用農產品原料的優劣，另外在不斷追求更高水準的加工生產技術過程中，更高度重視所生產之產品要能夠保持農產品的原味與營養；讓消費者「食得安心、吃出健康」，因此，臺旺食品公司非常在意原產地及安全驗證，積極選用雲林縣在地優質農產品，產品履歷透明安全，加上在產品創新上的用心，使得該公司很快獲得市場肯定。

臺旺食品在追求卓越過程中選擇與環球科大合作，透過環球科大生技、設計、行銷、管理等輔導顧問團隊全方位協助，進行產品的突破與創新，藉由透過一級生產、二級加工、三級行銷的縱向合作提升雲林產業的發展，積極帶動地方產業群聚整合，進而帶動雲林在地青年回流就業。彭伍強調，創新產品能力以及追求與他人共好的理念，都是陳麒升能夠帶領臺旺食品工業在短時間內成長蛻變的關鍵因素。



環球科技大學中小企業創新育成中心經理 彭伍

創造消費者、土地、產業三贏格局

鴻達生技打造一條龍健康畜牧養殖

2011年起，臺灣爆發一系列食品安全問題事件，連續數年受到廣泛討論的「黑心食品」議題，讓民眾開始高度重視食安問題，這段時間，鴻達生技創辦人暨董事長柏家淵一直在為找回臺灣食品安全而努力，除了創新研發無毒安全動物用飼料之外，鴻達生技也實現飼料到養殖一條龍的生產模式，除了於環境優美的宜蘭南澳鄉以冷泉水養殖鱒龍魚，也以安全飼料與靈芝養殖豬隻，並加工生產出不含亞硝酸的香腸健康食品，為臺灣開啟健康飲食的一條新路。

攜手育成 研發安全動物用飼料

柏家淵在創辦鴻達生技之前，就已經在飼料業擁有數十年的經驗，他深刻了解飼料市場存在著數十年的沉痾陋習。許多飼料大廠為賺取龐大利益，不再專精於本業，而是忙著炒作原物料或匯率，荒廢研發工作，因此無法創新發展健康飼料與提升飼料產品品質；中小型廠商因為市場競爭激烈，為求生存只好在代工鏈上對原料動手腳，以賺取更多價差，而導致飼料產品品質降低。

尤有甚者，近年來兩岸往來日漸頻繁，但因缺乏公開透明的商業平台導致臺灣生產者遭受中間掮客剝削與詐騙，尤其農、畜、漁、牧更經常有這方面的事件出現。柏家淵指出，為了賺錢，侵害大眾權益的事件頻傳，例如為降低成本，原料供應端出現嚴重的藥物濫用問題，對民眾食安帶來嚴重威脅。

看到飼料產業的結構性問題，父親是醫生的柏家淵，從小看盡許多病痛之苦，再加上自己是獸醫，因此亟欲為人們找回健康的食品。「有飼安才有食安，所以從源頭飼料做好安全食品控管是達到食安的第一步。」柏家淵說，過去經常爆發不肖商人在飼料中摻雜危害人體藥物

的新聞，如在豬飼料摻普拿疼等西藥成份及酵素讓豬隻快速成長，導致食物鏈問題而間接危害人體健康，因此鴻達生技秉持以「生物科技」取代「化學合成及藥物濫用」的理念，與嘉義大學積極進行產學合作，創新研發安全的動物用飼料原物料，並積極對飼料的半成品及成品進行檢驗，希望從源頭把關，建立臺灣發展無毒養殖畜牧產業的根本。

投入養殖畜牧業 推廣安全飼料

創新研發出安全動物用飼料之後，鴻達生

鴻達生技



類別	食品製造
負責人	柏家淵
成立時間	2011年
主要業務	家畜家禽批發業、其他農、畜、水產品批發業
員工人數	15人
育成中心	國立雲林科技大學產學與智財育成營運中心



▲鴻達生技創辦人暨董事長柏家淵（左二）及經營團隊

為臺灣健康飲食開起一條新路。
再進一步跨入畜牧養殖業及加工生產健康食品，打造從上游到下游的一條龍畜牧養殖業，
鴻達生技從研發健康動物用飼料開始，
臺灣食安風暴問題層出不窮，為找回民眾安全飲食的權利，

育成觀點 信念力×堅持力×執行力 建立厚實企業能量

「柏董事長對理念的堅持甚深，因此願意投入很多資源在創新研發上，全力發展健康食材，這樣的執著是鴻達生技能在短短 4 年獲得成就的最大關鍵。」國立雲林科技大學產學與智財育成營運中心研發長張傳育指出，鴻達生技深信凡事從源頭開始才能做到最好，食材安全更是如此，因此公司團隊發揮強大執行力建立食材生產各環節的安全。

另一方面，柏董事長對於各方意見的接納度也很高，因此鴻達生技一加入育成中心，雙方很快便擁有默契並促成合作，完成拍攝《唯機飼福》微電影，為公司達到宣傳效益，相信未來在整合更多資源之後，鴻達生技的健康食材理念與產品將被更廣泛推廣出去，為「安心廚坊」打響更高的知名度。

國立雲林科技大學產學與智財育成營運中心研發長 張傳育



技為廣泛推廣安全飼料產品，進一步往下游延伸，一方面銷售天然飼料給養殖場、自配養殖場、代配廠及飼料工廠，另一方面也透過自家飼料進行動物養殖，養殖鱒龍魚、鱸魚、靈芝豬等動物。柏家淵說，鴻達生技對於各種生物的養殖過程，全程採取安心養殖循環生產模式，即尋求天然潔淨水源及人力充足的養殖場，從育苗養成就開始進行一貫式加工前捕撈檢驗，並以安全食材監測系統控管品質，而過程中全部採取天然原物料製作的純淨水產養殖飼料。

緊接著，鴻達生技進一步跨入食品加工領域，以「健康、有機、天然」為定位，創新生產安全健康食品，例如鱒龍魚排與靈芝香腸。鱒龍魚排的鱒龍魚因為採用天然飼料餵養，肉質極佳且富含豐富蛋白質，全身魚肉皆可食用，可謂一身是寶；而靈芝豬在豬隻懷孕期即開始吃添加靈芝粕的飼料，以增強抵抗力，且

靈芝香腸也毋須添加防腐劑與亞硝酸。

「從源頭原料到最終產品都是健康的，是我們的堅持。」同時也是雲林縣農產品流通經紀人協會理事長柏家淵指出，為徹底保證飼料的絕對安全，鴻達生技不僅以生物科技飼料間接發展有機肥料，並且選定特定地點生產有機農作物，目前已經結合 37 位養殖戶約計 183 公頃養殖面積，在上市前都必須採集捕撈送至 SGS 檢驗，透過驗證機構的認證，把真正好的產品送到消費者手中。

建立產銷系統 形塑企業形象

目前，鴻達生技搭建起的整個無毒產銷系統，共計有原料廠、學術單位、理念相同的約定養殖戶，以及通過 HACCP 和 ISO2200 的加工廠，各個環節都透過嚴格把關達到與國際檢驗機制接軌的目標。

柏家淵以其長達 27 年飼料產業的經驗，以及鴻達生技 4 年來投入的龐大資源，成功建立起從源頭飼料、養殖到下游加工生產的一條龍產業鏈，但是在推廣上卻面臨很大的障礙，柏家淵說，我們從製造起家，對於如何教導消費者安全食安觀念感到力不從心，更不知道怎麼為產品進行行銷與推廣，所以鴻達生技於 2014 年加入雲林科技大學產學與智財育成營運中心，希望透過育成中心接觸到各界資源，解決行銷推廣與教育市場的障礙。

加入育成中心不久之後，鴻達生技在育成中心的協助下取得經濟部「小型企業創新研發計畫 (SBIR)」的補助，進而拍攝微電影《唯機飼福》，鴻達生技的自有品牌「安心廚坊」因此獲得各界的矚目；另外，育成中心也協助鴻達生技與晚熊創意異業合作，每個月聘請專業講師來講課，為鴻達生技企業形象的形塑帶來幫助。

現階段，鴻達生技持續透過整合各方資源，把「安心廚坊」的健康食材推廣給更多消費者。同時，柏家淵也持續說服更多上游養殖場採用安全動物飼料，讓更多人加入生產安全食材的



▲鴻達生技為消費者健康把關，以顛覆傳統生技技術配方，整合現有各式的資源，以安心養殖循環的生產模式，讓消費者從飼料到食品都能享有健康無虞的保障。

行列。

展望未來，鴻達生技期待能在官與學的指導與協助下，成為雲林縣優良社會企業的領頭羊，並持續創新研發優質飼料技術配方，屏除食品對人類的健康威脅，以及降低環境汙染，如防止空氣異味、減少磷量排泄、提升動物消化率與降低排泄量等，全面為土地環保與消費者健康把關，並為企業創造開闊的未來，創造多贏局面。

“有飼安才有食安，因此鴻達生技秉持以「生物科技」取代「化學合成及藥物濫用」的理念，提供完全動物用飼料的原物料、半成品及成品檢驗，以及飼料代工等服務，希望藉此打造臺灣無毒養殖的畜牧產業。

— 鴻達生技



Part 4 電子資訊

近年來，全球電子產業追求行動雲端、巨量資料等新科技趨勢商機，但是因為競爭者眾，行動雲端應用科技逐漸走向紅海市場，於此之際，臺灣卻有一些企業選擇在冷門的電子資訊領域深耕利基商機，以創新軟硬體解決方案，走出屬於自己的康莊大道。

康聯訊科技深耕光通訊基礎技術，建立軟硬整合的技術能力，切入日本市場，成功地在光通訊設備市場打出一片天，堪稱網通產業典範代表；無人機新創公司福徠鷹航拍資訊科技，透過與淡大新創公司翔隆自動化合作，建立完整的無人機軟硬整合解決方案，成為臺灣搶攻全球無人機市場的新創尖兵。



以小搏大 搶攻無人機龐大市場

福徠鷹攜手合作夥伴 建立軟硬整合競爭力

早年談起無人機 (Unmanned Aerial Vehicle; UAV)，多數人都不知道它的用途，只有少數人知道美國政府曾用無人機來追殺賓拉登；如今說到無人機，不僅專業攝影師知道，就連一般大眾也都聽過、看過或用過。迎合無人機興起的大浪潮，臺灣陸續有一些新創企業投入這塊領域，其中又以福徠鷹航拍資訊科技 (後簡稱福徠鷹) 所建立的軟硬整合實力，最具市場發展潛力，目前福徠鷹不僅已經在國內建立一定的基礎實力，未來還將透過各種創新應用開拓全球無人機市場，可望成為臺灣搶攻全球無人機市場的新創尖兵。

加入育成中心 穩定創業

福徠鷹航拍資訊創辦人暨總經理周宏達原本任職於工程顧問公司，主要負責工程空拍影像的後製工作，擁有多年航空攝影與測量經驗。儘管工作非常穩定，周宏達對於每天只做例行性工作，感到生活缺乏新意。眼見無人機趨勢興起，並看準市場發展潛力，周宏達毅然決然辭去工作，創立福徠鷹航拍資訊，以自身專業背景提供無人飛機載具空拍服務，就此踏上創業之路。

周宏達比著辦公室裡一台偌大的無人機設備說，福徠鷹成立時資本額只有 250 萬元新台幣，光是從德國買來這台無人機，就花了 200 多萬，再加上後製所需的軟體工具，幾乎用罄所有資金。

面對資金捉襟見肘，周宏達靠著過去的人脈接到一些案子維持營運，此外，周宏達看準淡

江大學設有航空太空工程學系，應該會有一些相關資源可以善用，因此在福徠鷹成立之前就進駐淡江大學建邦創新育成中心 (後簡稱育成中心)，透過育成中心的輔導以及商機媒合，福徠鷹順利承接許多專案，公司營收很快獲得成長，而得以維持公司營運。

周宏達舉例，育成中心在過去幾年協助福徠鷹申請並取得各種政府補助與計畫專案，如在 2012 年 ~2014 年協助該公司連續 3 年獲得經濟部中小企業處中小企業創新服務憑證 (SBIV) 補助，取得資金挹注；再者，育成中心透過企業媒合機制，為福徠鷹找到許多專案

商機，例如推薦福徠鷹加入育成中心校友與培育企業的聯誼組織 - 淡江大學跨業聯會，媒合福徠鷹與其它相關行業企業商務合作，達到開創市場的效益，包括與柒二零科技有限公司合作執行墾丁福華飯店專案；獲得翰林出版社青睞並為其航拍影像等。

另外，育成中心也積極促成福徠鷹與淡江大學各系所進行產學合作，例如與文學院合作《文創大淡水地區全紀錄》，透過航空攝影，

福徠鷹 航拍資訊



類別	資訊服務
負責人	周宏達
成立時間	2012 年
主要業務	無人機客製化開發、空間資訊服務
員工人數	3 人
育成中心	淡江大學建邦中小企業創新育成中心



▲福徠鷹航拍資訊創辦人周宏達及經營團隊



▲福俵鷹航拍資訊提供 B2B 的無人飛行載具 (UAV) 空拍服務，提供即時性的高解析度影像服務。

典藏大淡水地區風華；以及與土木工程學系、建築學系合作課程，教授學生業界創新實務等，透過頻繁的產學合作激盪雙贏火花。

產學緊密合作 創造雙贏

更值得一提的是，福俵鷹也與淡大學生所創

立的新創公司翔隆自動化攜手合作，建立軟硬體的競爭實力。周宏達回憶，當時翔隆自動化共同創辦人張睿宇來育成中心參觀福俵鷹，兩人相談甚歡，周宏達認為自己 34 歲才創業有點晚，於是鼓勵張睿宇投入無人機市場創業，張睿宇也覺得無人機市場具備發展潛力，因此與幾個夥伴鼓起勇氣創立翔隆自動化，從事專用型無人機設計與開發工作。

「這台無人機就是由福俵鷹與翔隆自動化整合軟硬體技術所設計開發」，周宏達指著一旁的無人機產品雛型表示，不同於一般市面上的無人機產品，這款即將問世的無人機鏡頭置於前端，有助於影像拍攝，另外它可折疊、攜帶，並可自動執行。

翔隆自動化優勢的硬體設計搭配福俵鷹厚實的軟體與系統技術能力，整合成一個同時具備硬體研發、系統設計及航拍技術的完整團隊。周宏達強調，由於目前國內尚無任何一家無人

“創業過程雖然比想像中辛苦，但是自己並沒有後悔走上這條路，秉持穩紮穩打的精神，善用各界資源與尋找可以互補的合作夥伴，相信就有機會屹立不搖的走在創業之路上，打下穩固的基礎。”

—福俵鷹航拍

機航拍公司能夠提供完整的軟硬體解決方案，因此福俵鷹與翔隆自動化未來在國內無人機航拍市場，具備很大的競爭優勢。

福俵鷹透過與翔隆自動化的合作，目前已經為農產業提供軟硬整合的無人機農業噴灑應用，周宏達信心滿滿地說，一旦這樣的應用模式成熟，未來將進一步複製並輸出到中國大陸、越南、泰國等農業生產大國，為福俵鷹創造外銷實績。

各種創新應用 未來發展潛力無窮

另一方面，福俵鷹也正積極尋求與電影後製作公司合作的機會，將無人機拍攝應用於電影製作之上，周宏達強調，將無人機空拍應用於製作影片地景，藉由快速建模技術僅須短短一天時間就可完成地景建模工作，一般而言，傳統電影後製可能要花費 1 個月才能完成，目前國外已經有一些動畫或遊戲軟體開發商，將無人機應用於地景建模，福俵鷹也已經具備這樣的技術能力，相信這一新的應用可以為福俵鷹創造新的市場商機。

除 B2B 的無人機應用領域，福俵鷹也在思考發展 B2C 市場的可能性，福俵鷹產品經理王

彥婷端出一個小盆栽，上面放置著以 3D 列印製成的淡江大學蛋捲書卷廣場模型，她邊拿起模型邊說，如果單就無人機航拍應用，大概只有 B2B 市場，但是我們也試著開發 B2C 產品，藉以接觸到一般消費大眾，而這個專為淡江畢業季製作的蛋捲書卷廣場小盆栽就是第一個創新產品。

周宏達補充說，如果以傳統 3D 繪圖，完成製作蛋捲書卷廣場小盆栽需要花費很多的時間，但是透過無人機空拍蛋捲書卷廣場，可以馬上製作出 3D 模型，不僅節省許多製作時間，而且完成品與原物比例一模一樣，目前蛋捲書卷廣場小盆栽只是一種嘗試，未來或許可以與各大旅遊景點合作，製作更多景點商品。

創業至今 3 年多，周宏達坦承一直以來在資金上都有需求，創業的過程也比想像中辛苦，但是他一直沒有後悔走上這條路，展望未來，周宏達念茲在茲地說，軟硬體科技的發展非常快，福俵鷹將持續秉持穩紮穩打的精神，致力於創新研發，將公司既有的雷射掃描建模、BIM 建模及小區域 3D 空間資訊建置等，進行更完善的整合並創新更多技術與產品，藉以提供全方位解決方案給客戶，創造更大的市場競爭力與商機。

育成觀點 從軟實力出發搭配硬實力夥伴 創造 1+1>2 的合作綜效

「最近大家都在談創業就是從 0 到 1，福俵鷹就是一家成功從 0 到 1 的新創企業。」淡江大學建邦中小企業創新育成中心專案經理詹健中指出，儘管周宏達總經理擁有多年航拍後製作經驗，也有自己的既有人脈，但是加入育成中心之後，非常懂得善用育成中心各種輔導資源；再者，福俵鷹是一家很有活力、自主性很高的新創公司，以軟實力為基礎再尋找具備硬實力的合作夥伴，因此很快的建立起公司的競爭優勢。

詹健中進一步指出，目前福俵鷹主要在偏工程類的量測應用具備軟硬整合能力，並且已經陸續打開各種應用市場，未來更建立文創影片後製應用的技術實力，將可開創福俵鷹更廣大的發展空間及更大的市場商機，顯見福俵鷹是一家值得期待的新創公司。

淡江大學建邦中小企業創新育成中心專案經理 詹健中



十年磨一劍 厚實基礎技術

康聯訊科技在光通訊產業闖出一片天

營收年年成長，並於 2015 年順利掛牌上櫃，成為我國網通產業布局全球的新尖兵。建立軟硬整合的技術能力，逐漸在光通訊設備市場打出一片天，秉持著深耕光通訊基礎技術的精神，並選擇最難攻的日本市場，大約 20 年前以新進者之姿闖進光通訊產業的康聯訊科技，

網通在 1990 年代就屬於成熟產業，技術門檻又高，因此少有企業能以後進者之姿，與具備規模的既有廠商相互抗衡，然而於 1998 創立的康聯訊科技卻是例外，該公司選擇較冷門的光通訊產業，採取差異化產品路線，再透過客製化產品研發與在地化服務機制，逐漸在利基市場中打出一片天，不僅成功切入對品質與成本要求都最嚴格的日本市場，之後更陸續擴展全球市場，堪稱在網通產業以小搏大，開創市場佳績的最佳典範之一。

日本客戶磨練 奠定領先的技術與產品品質

1998 年二度投入創業的康聯訊創辦人暨總經理陳友信，以其對光通訊產業的技術背景，不畏艱難的投入當時屬於冷門領域的光通訊設備產業，鎖定光纖到府 (FTTx) 相關應用提供軟硬體整合的解決方案。「新創公司講品牌沒品牌、講資本沒資本，如果選擇熱門領域，就算有很大的創新，也難以與大資本的對手競爭；所以不如選擇利基市場致力於創新，或許可以在小池塘創造大商機。」陳友信說，懷抱著搶攻利基市場的想法成立康聯訊科技，以為只要擁有深厚的技術背景，研發與市場不一樣的創新產品，就能有所成就，沒想到，公司成立不到兩年就遇上網路泡沫化，初期經營相當辛苦。

然而陳友信並不感到氣餒，由於該公司率先市場推出可同時支援 10Mbps 與 100 Mbps 的光纖骨幹路交換器，比市場上只能個別支援



▲康聯訊科技創辦人暨總經理陳友信

康聯訊科技 CTS CONNECTION TECHNOLOGY SYSTEMS

類別	光纖通訊
負責人	陳友信
成立時間	1998 年
主要業務	光纖骨幹網路及家用網管交換機、光纖轉換器、光纖閘道器、工規光纖交換機及轉換器
員工人數	約 100 人
育成中心	中原大學創新育成中心

10Mbps 或 100 Mbps 的產品具備競爭力，此外他鎖定全球第一個做光纖到府服務的日本做起，並且大膽的不走代工路線，而是以同時擁有的硬體及軟體開發能力，發展自有品牌，成功獲得日本電信公司的青睞，切入大家認為最難進入的日本市場。

但是沒想到康聯訊科技又在 2003 年碰上 SARS 事件，「那段時間要去拜訪日本客戶，一直遭到拒絕」陳友信回想，當時儘管壓力不小，但是想到光纖屬於基礎建設，本來就需要

長時間耕耘，因此鏗而不捨地與客戶互動，還好 SARS 風暴沒有維持很久，公司再一次度過難關。

「跟日本人做生意不容易，生意談成、產品出貨之後，才是挑戰的開始，有時候客戶退貨的產品是 2~3 年之前就出去的貨。」陳友信說，對臺灣人而言，東西使用超過 1 年甚至 2 年就是可接受的，但是日本客戶覺得一個產品沒有維持 5 年，就代表品質不行，因此要求退貨。

度過艱辛的陳友信笑著說，看起來做了很

育成觀點

鎖定利基產品與發展在地化服務 以小搏大闖出一片天

中原大學產學營運總中心副執行長王世明指出，康聯訊科技一直專注於光纖應用，除具有軟體研發設計與應用端開發的競爭能力，可以兼具產品品質與服務，提供全方位解決方案，再輔以在地化產品及銷售服務，以及成功的自有品牌策略，打響該公司在光纖網路局端與終端市場，因此成功拓展國內外市場，成為光纖網通設備的領導品牌。

高靖航進一步強調，面對市場同質性產品的競爭，康聯訊因應網路組成的變化性、服務的多樣性，採取自主化、模組化與規格化的研發策略，因此可以快速地將既有研發成果應用於新產品或相關解決方案的研發之上，未來，面對物聯網應用快速成長的契機，康聯訊已經切入物聯網領域，持續在利基市場加快腳步進行創新，相信將為該公司創造更大幅成長的營運績效。

中原大學產學營運總中心副執行長 王世明



多生意，但是賺得不多，甚至沒有利潤，不過也因為努力達到日本客戶的高規格要求，讓康聯訊科技磨出最優質的產品，看似不划算的生意，裡頭卻隱藏著看不見的寶藏，歷經 5 年與日本客戶的磨練，終於再也沒有收到日本客戶的退貨，也因此奠定康聯訊科技日後不論在技術或品質上，均在業界維持領先的地位。

優質產品與服務 持續開拓歐美市場

在日本市場告捷之後，康聯訊科技並不以此自滿，熱衷於創新技術的陳友信，陸續帶領公司發展出光纖家用型交換器、多媒體數位匯流服務開道器、光纖轉接器等多元化產品，以及（輕）工規 PoE 光纖交換器及轉接器，更重要的是，康聯訊為持續維持公司的技術優勢，因應網路組成的多樣性，領先業界採取自主化、模組化與規格化的產品研發策略，如此不僅產

品開發不再受限於晶片商的解決方案，更可以依照客戶不同需求，提供不同的產品與服務。

陳友信進一步解釋，模組化就是讓可以堆積木一樣的進行組合，如此一來能夠依照每一家公司的應用進行客製化，此外也可將網路管理與企業其他系統整合在一起，即可同時掌握局



▲康聯訊科技以自有品牌打進光纖網路局端與終端市場，除積極擴展日本市占率外，並將成功模式複製到瑞典等歐洲市場，並於今年順利在台掛牌上櫃。

端與使用者端的狀況，進而隨時隨地掌控路線狀況，一旦發生斷線，可以馬上找出問題所在、快速解決。

在市場拓展上，康聯訊科技也積極從日本市場進一步跨入歐洲與美國兩大市場，為該公司創造更高的營收。快速成長的營運績效使其在 2014 年 1 月掛牌興櫃，之後並於 2015 年 4 月 20 日正式掛牌上櫃。

加入育成中心 培育人才與加速全球布局

當康聯訊科技快速成長茁壯時，全球正掀起一股雲端網路熱潮，國內外軟體工程師一窩蜂搶進可以快速獲得成就的 App 開發，對於從事網路通訊基礎建設的軟體開發興趣缺缺，康聯訊科技也因此面臨軟體人才難尋的困擾。

為解決龐大的軟體人才需求，康聯訊科技在 2011 年進駐中原大學創新育成中心，除透過與中原大學電資學院、資工系教授的合作，創新研發出多項網路設備的軟、硬體開發，另外育成中心也安排學校相關科系的學生至康聯訊實習，產學合作機制為康聯訊培養出不少優秀的

軟體人才。

康聯訊科技行銷業務處副總經理謝千儀指出，除了主力的日本、歐洲市場之外，近年來康聯訊開始積極開拓新興市場，接觸到東協、印度、以色列等市場的合作夥伴與人脈，加速康聯訊在新興市場建立經銷網絡。另一方面，康聯訊於 99 年開始在瑞典成立分公司，並於 104 年正式成立日本分公司，持續為深耕北歐及日本市場的策略做長遠的佈局。

國內外市場經營成功之後，近一年來康聯訊看準物聯網（IOT）應用浪潮，積極從網路基礎建設層往上跨入網路應用層，初期鎖定醫療照護（Healthcare）開發相關應用與產品，陳友信說，目前已經與相關業者進行策略聯盟，預計 2015 年底就會有初步成果展現，為康聯訊科技迎接物聯網時代打出第一戰，也將是康聯訊迎接下一個十年成長動能的開始。

展望未來，康聯訊科技將持續不斷追求創新，並以高階產品與優質服務，深耕利基市場，希望藉此讓康聯訊可以像歐洲許多百年企業一樣，成為穩定國家經濟與社會的中堅企業，進而成為受全球矚目的隱形冠軍。

“新創公司講品牌沒品牌、講資本沒資本，如果選擇熱門領域，就算有很大的創新，也難以與大資本的對手競爭；所以不如選擇利基市場致力於創新，或許可以在小池塘創造大商機。

— 康聯訊科技



Part 5 生技醫療

當新興國家快速發展，人民消費力道提升，再加上發展國家原本就擁有強大的經濟力，世界各國生活無虞的人們，對於美麗健康的要求愈來愈高，促使生技醫療成為最具發展潛力的新興產業，臺灣投入者眾，並且不乏以創新技術與產品成功開拓全球市場的佼佼者。

臺灣化妝保養品牌森田生醫開發出具醫學概念的醫美保養品，快速在亞洲市場竄起；新創企業億觀生技以獨步全球的行動顯微鏡軟硬體技術，打開國內外種豬精子檢測市場，闖出知名度；全球安聯科技創新研發自有人工牙根，並以自有品牌 Anker 行銷到全世界；宏昇生化科技成功量產純度達 99.9% 的無菌抗生素藥，預計將開創海外龐大商機；仿生生醫創新研發「仿生乾式膠帶」與「血小板修復材料」兩項獨步全球的產品，極具市場發展潛力，也可望邁向全球市場。



成為臺灣保養品市場的品牌尖兵

森田生醫堅持創新與品質安全

不僅在臺灣市佔第二，在香港、新加坡更站上市佔第一的寶座。讓森田生醫面膜產品在海外市場快速竄起，並且成為亞洲市場知名品牌，開發出具醫學概念的醫美保養品，再加上堅持「品質至上」的態度，臺灣美妝保養品品牌森田生醫大力投入創新研發，

臺灣美妝保養品製造廠超過一千家，絕大多數以代工為主，很少廠商能成功走向自有品牌之路，更遑論與歐美日美妝保養品品牌抗衡。然而，近年來森田藥粧透過成立森田生醫，並由具備專業醫美醫師資格的森田藥粧研發執行長周俊旭領軍，將原體系事業集團全部整合，並且透過與大葉大學緊密的產學合作，不斷開發獨特成份的新產品，再加上堅持對品質進行嚴格控管，成功在亞洲保養品品牌競爭上，異軍突起。

緊密產學合作 強化研發量能

2004年，臺灣著名日用品零售批發商森田百貨因應生物科技浪潮，順勢從貿易商轉型做自有品牌，並更名為森田藥粧，積極開發各種美妝保養品，其中面膜為其主力產品，2010年臺灣因為食安風暴，消費者對各種產品的健康安全訴求大幅提升，保養品也不例外，森田藥粧為滿足消費者對安全的高度需求，進一步成立森田生醫，積極創新產品並強化商品的專業度與安全度，希望能以「安全、安心、有效」的產品，贏得更多消費者的信賴。

「提升化妝品的有效性，必須同時就成份、配方、面膜材質等不斷進行研發。」周俊旭說，我是醫生出身，習慣甚麼事情都自己來，所以森田對於產品品質提升的研發，都不假手外人，通通自己來，但是近年來市場競爭愈來愈激烈，消費者不斷追求產品的多元性，以及人們對於產品的安全性有更高的追求，

森田藥粧為讓消費者安心，更積極在品質檢驗上進行更多的驗證。

產品多元化與對品質的高規格檢驗，都必須有更大的研發能量，周俊旭說，為加快產品研發、提升產品的有效性以及發展更安全的產品，森田生醫在2011年進駐大葉大學育成中心，開始透過與大葉大學進行技術合作，共同開發獨特成份、新產品與品質控管，全面強化森田在保養品領域的專業深度及優勢，期望更進一步提昇品牌實力。

透過緊密的產學合作，森田藥粧在大葉大學

育成中心建立一個專有的產品研發與保養品品管實驗室，緊密與大葉大學生物科技暨資源學院院長謝昌衛帶領的研發團隊合作，透過整合森田藥粧研發部與大葉大學學校充沛的研發能量，不僅為森田藥粧加速新產品成份開發，提高產品安全檢驗機制，更進一步強化專利技術的布局。

同時，育成中心也為森田生醫培育出保養品研發與檢驗人才，更定期協助該公司舉辦教育訓練，提升其員工的保養品研發技術及檢驗技術操作，增進員工對於保養品領域的專業度。



▲森田藥粧研發執行長周俊旭

森田生醫



類別	生物科技
負責人	周俊旭
成立時間	2012年
主要業務	森田藥粧個人清潔保養品、面眼膜 DR. JOU 保養品、面眼膜
員工人數	約 200 人
育成中心	大葉大學創新育成中心

「與大葉大學合作之後，我才發現以前甚麼都自己來，研發速度太慢。」周俊旭指出，現在利用大葉大學教授與碩博士學生的資源，森田很快地創新研發出具備市場潛力的產品，例如 2012 年雙方合作研發出「臺灣產餘甘子萃取美白抗皺成份」，更大幅提高森田藥粧產品多樣性。

成為亞洲知名保養品品牌

森田生醫透過與大葉大學緊密的研發合作，再搭配該公司在製造方面的良好生產技術與穩定的衛星代工廠，過去幾年受到消費者更大的信任，持續擴大知名度進而成為國際品牌，2014 年森田藥粧不僅成為國內第二大面膜品牌，在新加坡與香港更登上寶座，成為銷售量最好的第一品牌，目前在日本、上海、香港設立分公司，亞洲各國主要華人圈連鎖通路，都



◀ 森田以面膜產品打開「醫美權威·面膜專家」知名度，首創將醫美配方及概念導入開架式面膜，並創造極佳的銷售業績，目前面膜銷售量排名已登上全球第三。

可以看到森田的產品。隨著國際知名度的大幅增加，森田生醫的外銷實績也大幅成長，成為國內少數以自有品牌在海外創造佳績的保養品廠商。

目前森田生醫的主力產品為「DR.MORITA 森田藥粧」及「DR.JOU」兩個品牌的面膜，而為擴大產品線，該公司已進一步針對面膜、

“ 美妝保養品銷售法門不外乎品質，只要有好品質，用過的人就會回過頭來購買，所以森田堅持做到原料來源沒有問題、製造過程符合標準、產品自我檢驗嚴格並且要有第三方公正單位的驗證，面面俱到才能獲得消費者的信賴與買單。

— 森田生醫 ”

眼膜及胸膜開發出結構創新的 3D 立體產品，另外也陸續開發出無添加系列的產品，此外，周俊旭也以其醫美醫師的專業，將醫學美容治療概念成功融入保養品配方與製程，開發出醫美術後修護面膜，發展出應用性更高的高階產品。

2015 年，森田與大葉大學又研究出「具有高抗氧化力高保濕力的新型化妝品原料雲芝寡醣肽」，將使森田的化妝品產品競爭力大幅提升。謝昌衛解釋，雲芝寡醣肽是全球第一個使用酵素工程水解雲芝多醣肽的研發成果，作為保養市場天然美妝原料，將可進一步開發出功能性眼霜及乳霜產品，此研發取得的兩項專利都技轉給森田生醫，可望為森田生醫在化妝品領域注入強大的能量。

積極擴張海外市場

儘管森田藥粧在亞洲市場已經打下品牌知名度，市場佔有率也不斷提升，但是面對保養品市場的激烈競爭，森田藥粧仍然沒有絲毫懈怠。「面對消費者對於品質與安全要求的不斷提高，森田藥粧保持高度戒慎恐懼的態度，就

算是別人發生問題，我們也要馬上回過頭來自我檢視，確保自己也沒問題才放心。」美妝保養品銷售法門不外乎品質，只要有好品質，用過的人就會回過頭來購買，所以森田堅持做到原料來源沒有問題、製造過程符合標準、產品自我檢驗嚴格並且要有第三方公正單位的驗證，面面俱到才能獲得消費者的信賴與買單。

對品質的堅持之外，森田藥粧也將持續擴大海外市場，除了中國大陸、香港、新加坡等已經具備高市佔率的市場之外，也將進一步擴大東協與日本市場的布局，周俊旭有信心地說，森田的產品水準與品質都已經能與國際大廠媲美，因此就算是最難搶進的日本市場，森田也是勢在必得。

從森田藥粧成功的品牌經營，可以看到臺灣絕對不是只能做代工，只要對創新與品質有高度的堅持，願意投入研發資源，絕對有機會在全球市場打出品牌知名度，就像森田藥粧一直以來就配方、成份、原料等進行的大量研發，並以「天然、無添加」的安全產品為核心價值，推出臺灣概念的保養品系列，成功走出自己的一條路。

育成觀點

以共享共利的精神攜手育成中心 創造雙贏

「臺灣中小企業資金有限，很少企業願意像森田生醫這樣投入大量的資源在研發之上，這樣的堅持是森田生醫可以走出今日品牌知名度的關鍵。」謝昌衛強調，周執行長是醫療用注射型玻尿酸針劑「種子教官」，高度的醫美專業背景，讓森田生醫對研發有高度的堅持，尤其對產品品質的高度要求，必須花費非常多的資金、人力與時間，在這部分他都非常堅持且肯投入資源。

另一方面，在與育成中心合作的過程中，森田生醫秉持「互贏共利」的精神，因此願意投入大筆經費將在育成中心建立實驗室，這樣的胸懷使得雙方可以緊密快速的進行創新研發，進而成為森田產品創新與品質提升的關鍵動能，並且也因此培育許多美妝保養品的相關技術人才。

大葉大學生物科技暨資源學院院長 謝昌衛



億觀生技創新研發行動顯微鏡

夏天 34 度高溫，新北中和區一間頂樓加蓋的小屋中，台大應力學博士林書聖、林建明與陳昌佑幾個人，捨不得開冷氣、忍著熱討論其創新研發的行動顯微鏡，如何應用於精子活力檢測；突然之間下起午後雷陣雨，偌大的雨打在鐵皮加蓋的屋頂，聲音大的驚人，但是屋內幾個人習以為常，無動於衷地繼續討論事情。

這是 2012 年億觀生技剛創立時，創業團隊在頂樓加蓋工作的情景。如今雖然億觀生技的產品問世並受到青睞，創下不錯的營收，而且也已經在 2014 年把辦公室移到時代基金會充滿設計感的辦公空間，可說已經完全擺脫草創之苦，但是億觀生技執行長林書聖回想起剛創業的日子，像個大男孩般地笑著說：「有時候還真懷念那砰然大響的雨聲。」

研發獨門技術 鎖定利基市場

億觀生技創業團隊在頂樓加蓋辦公室的兩年多，成功研發出行動顯微鏡，目前已經就此創新技術推出「iSperm 種豬精子檢測裝置」與「μ Handy 行動生物顯微鏡」，前項產品不僅在國內市場大量銷售，並且成功開拓中國大陸、日本、西班牙、葡萄牙、荷蘭等國市場；後者也已經在教育市場開賣，同樣獲得不錯的反應，持續為億觀創造不錯的營收。

「億觀研發精子檢測裝置的初衷，目的在於解決夫妻不孕、丈夫不想到醫院檢測的問題。」林書聖說，不管是國內外醫學數據資料或是周

遭親朋好友的狀況，都顯示出很多人正遭遇生不出小孩的困境，而多數丈夫基於面子因素，不願到醫院進行檢查，因此我們想到如果可以發展一種醫療器材，讓丈夫在家裡進行精子自我檢測，一定可以對不孕夫妻帶來幫助。

用意雖然良好、市場也在，但是要將醫療器材應用在人類精子細胞檢測，需要繁瑣的臨床試驗與認證申請，新創公司資本額有限，除非有外在龐大的資金挹注，否則可能撐不到產品上市，公司資金就用罄關門。林書聖說，面對人體精子檢測之路不可行時，剛好接觸到農科院動物科技研究，發現畜牧業在精子檢測亦有大量需求，因此億觀轉而鎖定畜牧業市場，鎖

定種豬精子檢測裝置市場，推出「iSperm 種豬精子檢測裝置」。

林書聖一邊用 iPad 當場檢測豬的精子一邊說，不同於傳統精子檢測必須使用細胞計數儀、位相差顯微鏡與分光機等 3 台價格昂貴的機器，億觀生技整合上述 3 大儀器的技術，開發出高倍率的行動顯微裝置，不僅光學效果媲美一般生物顯微鏡，並可整合於 iPad 上，快速輕鬆地觀察並分析種豬精子的活力。另外，億觀生技也開發出種豬精子分析專屬的 App，直接對種豬精子的濃度與活力進行自動分析，快速且準確的檢測效果很快獲得國內媒體的大肆報導，就連國際知名媒體路透社也派員到臺



▲ 億觀生技執行長林書聖

億觀生技 

類別	生物科技
負責人	林書聖
成立時間	2012 年
主要業務	種豬精子檢測軟硬體解決方案、行動生物顯微鏡產品製造、銷售
員工人數	10 人
育成中心	財團法人時代基金會 Garage+ 育成中心

灣來採訪億觀生技。在市場拓展上，億觀的種豬精子檢測裝置也快速贏得國內外畜牧業的買單，陸續進來的訂單，終於讓億觀生技度過創業最艱難的時刻。

創業維艱 利用資源找到出路

「如果回到 3 年前再做一次選擇，有時候我會想，或許不要走上創業之路，是不是比較好。」儘管創業之路已經走得順遂，林書聖說起話來也顯得輕鬆自在，但是一句話仍道出創業之路真的不好熬。

林書聖比著檢測精子時用來裝載精子的小塑膠片，口氣略為感慨地說，這個看起來沒甚麼的小塑膠片，差一點讓億觀生技關門。原來，儘管種豬精子檢測不需要繁雜的臨床測試與驗證，但產品仍要達到最佳精準度，才能獲得市場買單，因此億觀不斷對產品進行驗證，以求產品達到高精準度。

「很長一段時間驗證結果都有問題，我們不斷尋找是硬體、軟體還是耗材的問題，最後發現原來是耗材造成檢測不準確。」林書聖解釋，行動顯微鏡檢測精子是全球首創的產品，從來沒有製造廠生產過檢測時要用的耗材，因此我們必須與製造廠不斷摸索，光是調校耗材到準確的情況，就花了一年多，代表這一年來億觀都無法出貨，在沒有任何營收的情況之下，一度連薪水都快發不出來。

在不斷嘗試各種材質之後，最後終於突破耗材的問題，並且從中國大陸拿到公司的第一筆訂單，也因為整個軟硬體解決方案可以協助畜牧業者在 1 分鐘內完成種豬精液檢測，設備購置成本也大幅縮減 9 成，因此陸續有訂單湧入。

研發與量產問題儘管難解，但這還不是令林書聖感到最困難的地方，然而在與通路商的接觸、與供應商的往來，必須不斷與人溝通互動，才是億觀生技團隊感到最困難的地方。面對種種困難，億觀生技除靠創業團隊自身的努力之

“ 億觀生技除靠創業團隊自身的努力之外，也懂得善用外在資源，例如加入時代基金會 Garage+ 育成中心，使企業獲得各方面的協助，為創業團隊解決不少問題。 ”

— 億觀生技

外，也懂得善用外在資源，例如加入時代基金會育成中心，讓億觀在許多方面都獲得協助，解決不少創業過程中的困難。

「億觀生技的團隊都是技術背景出身，對企業經營比較缺乏概念。」因此林書聖在公司創立不久之後隨即加入育成中心，剛開始經常到中心上一些與創業相關的免費課程，慢慢對財務與法務有深入的了解；之後又利用中心的資源，取得與美國前 FDA 醫療器材及射安全中心主任林秋雄、資誠聯合會計師事務所副所長曾惠瑾、明富智財管理顧問公司創辦人高士偉、和信超媒體共同創辦人瞿志豪等專業業師，協助團隊調整經營策略及未來發展方向並提供諮詢的機會讓億觀更精準地調整經營策略；同時育成中心也提供業務行銷顧問，協助億觀生技了解國際法務，以及加強與國外廠商議價、簽約的能力，進而加速海外業務的拓展。

新產品推陳出新 未來前景可期

億觀生技首個產品「iSperm 種豬精子檢測裝置」初戰告捷之後，接著又針對教育市場與高端顯微鏡玩家，推出第二款產品「μ Handy 行動生物顯微鏡」，希望能創造出可以隨處觀



▲ 億觀生技推出「iSperm 種豬精子檢測裝置」，採用獨步全球軟硬整合技術，協助畜牧業者在 1 分鐘內完成種豬精液檢測，設備購置成本也大幅縮減 9 成。

察、隨時分享的學習模式。億觀生技自 2014 年 8 月推出 uHandy 行動顯微鏡以來，目前已經在國內市場與美國、馬來西亞、日本等海外市場進行銷售，出貨量超過 1,000 台，「我們期待這款顯微鏡可以開啟每個小孩心中的科學夢，」林書聖滿懷理想的說。接下來億觀生技希望將 uHandy 使用情境延伸至生活相關應用，讓學童重新燃起對自然探索的熱忱，在生活中培養對生命的尊重及關懷。

另一方面，億觀針對人體精子檢測的研發，目前也已經進入臨床試驗階段，並且準備向美國 FDA 提出認證申請，林書聖期許，未來億觀生技將不斷創新研發，把用於人類精子活力檢測的產品，變成像女性驗孕棒一樣，在各大藥局與通路銷售。

育成觀點 核心技術強與團隊默契佳 快速布局全球

「億觀生技由一群具備高度研發能量的創業團隊所組成，找出生技市場缺口並快速發展出獨步全球的解決方案，進而快速獲得市場青睞。」時代基金會 Garage+ 育成中心經理盧志軒指出，億觀創業團隊對生技領域的高度掌握，讓他們可以找出有價值的題目投入創業，然後深耕其中，並且不會一味追逐募資，專注的特質讓他們在產品創新上有很好的成就。

盧志軒接著又說，億觀在發展優質產品的過程中，在創業需要學習的其他地方，也都非常認真，團隊之間在各方面都有很好的默契，他們可以看起來前一刻還在吵架，下一秒就又有默契地討論起事情，核心技術強與團隊默契佳是億觀生技可以快速在市場嶄露頭角的兩大關鍵。



時代基金會 Garage+ 育成中心經理 盧志軒

人工牙根品牌贏佔全球市場

全球安聯科技轉型升級有成

安拓實業從扣件製造轉型升級，邁向醫療設備業的康莊大道，並且成功以自有品牌 Anker 行銷到全世界，轉投資成立全球安聯科技，透過緊密的產學合作創新技術與產品，以航太與汽車用高階扣件製程為基礎，國內扣件大廠安拓實業瞄準醫療器材產業，

一直以來我國政府都積極推動傳統製造業的轉型升級，藉以提升我國產業競爭力，但是傳統產業轉型不易，因此眾多投入的企業中，真能成功蛻變的並不多，尤其在具備高度專業的醫療器材設備產業更是不容易。然而，由傳統扣件製造商安拓實業轉投資成立的全球安聯科技以本業做為後盾，再加上善用產學合作的研發策略，成功轉型，從傳統扣件製造跨足牙科與骨科醫療器材領域，甚至以自有品牌 Anker 將產品銷售到國內外市場，成為我國傳統製造業朝高質化發展的典範案例之一。

創新高值化產品 傳統扣件轉醫療器材

中國大陸螺絲產業快速興起，傳統螺絲業面臨的市場競爭愈來愈激烈，安拓實業董事長暨全球安聯科技董事長張士火為避免陷入市場價格戰之中，一直追求扣件產品的高值化發展，早年便從價格較低的一般領域用螺絲產品，轉而開發高規格汽車與航太扣件產品。

「然而儘管安拓實業在高階汽車與航太扣件具備競爭力，但是這部分市場規模有限，因此發展更多元高值化產品，勢在必行。」全球安聯科技副總經理張雅媛指出，在追求發展高值化產品的過程中，我們發現航太扣件的前半段精密加工與製造骨科和牙科的產品相近，因此公司決定以既有航太扣件製造技術為基礎，進一步切入骨科與牙科醫材市場。

2005 年安拓在公司內部成立研發中心，致



▲全球安聯科技董事長張士火

全球安聯科技

類別	生物科技
負責人	張士火
成立時間	2008 年
主要業務	人工牙根、支台齒、牙套、微創器械、骨釘、骨板及精密手術器械
員工人數	約 50 人
育成中心	高雄醫學大學 創新育成中心

力於醫療器材設備的創新研發，經過將近 3 年的努力，累積相當程度的研發能量之後，安拓實業進一步於 2007 年以研發中心的人才與技術為基礎，轉投資成立全球安聯科技。雖然高階扣件製程與骨、牙科產品的前半段製程相近，但後半段的動物實驗與臨床驗證等是截然

不同的領域，技術門檻更高，因此全球安聯科技成立之後，開始緊密與學界合作，逐漸建立起全球安聯科技在人工牙根的完整技術與產品製造能量，成為具備市場競爭力的牙科與骨科醫療器材生醫科技公司。

張雅媛回憶，全球安聯科技 2007 年 10 月進駐路竹科學園區，同年 12 月建廠並取得工廠登記證，開始研發設計小量產醫療器材，包括人工牙根、骨釘、骨板和微創手術器械等產品，之後為凝聚更強大的研發能量，陸續與臺灣大學、高雄醫學大學、台北醫學大學等與牙醫學相關的研究單位，進行人工牙根、支台齒

與代植體的研發計畫，為全球安聯科技在人工牙根注入強大的技術能量。例如與高雄醫學大學口腔醫學院教授洪純正、厭氧暨口腔微生物中心教授賴辰雄進行一系列從人工牙根的臨床測試、開發改良、法規驗證到醫院行銷通路方面的合作，為全球安聯科技在人工牙根產品上注入強大的研發與產品開發能量。

透過緊密的產學合作，全球安聯科技在高精度成型加工技術、高階表面處理、Class 1000 無塵室清洗包裝等技術都獲得很大的創新，其中高階表面處理技術主要在人工植體表面進行噴砂並洗淨，之後再進行酸蝕，創造出微孔洞的表面，加速骨整合的進行。

加入育成中心 加速行銷全球

為持續創新產品、加速產品認證申請以及市場行銷推廣，全球安聯科技也於 2011 年進駐高雄醫學大學創新育成中心，希望藉以取得多方資源來加速全球安聯在各方面的發展。

「在技術與產品上獲得突破性發展之後，全球安聯科技決定以自創人工牙根品牌 Anker 布

局市場。」張雅媛指出，要走自有產品路線，除了創新產品之外，另一個重要任務就是取得世界各國的認證，然而申請認證費時耗力，每一國法規都不同，申請過程必須掌握的「眉角」非常多，所幸這部分得到育成中心相當程度的協助，最後全球安聯科技花費一年時間取得臺灣 TEDA 認證，之後陸續取得歐盟 CE 認證與美國 FDA 認證，而中國大陸 CFDA 認證大約花費 3 年時間才申請到。

另一方面，透過育成中心及其他專業顧問醫師的輔導，全球安聯科技也整合產、官、學、研的資源，以跨領域整合概念建立設計與研發的運作平台，並且藉由這種模式在「高值齒科產業聚落研究計畫」中以連貫的產學合作計畫建立開放式創新合作模式，厚實我國牙科醫材的競爭力。

在國際市場布局上，張雅媛說，透過育成中心的協助，全球安聯科技得以與上海育成中心合作，對該公司布局中國大陸市場帶來協助，更成功媒合國外醫師與全球安聯科技進行合作，協助開拓市場。值得一提的是，全球安聯科技與菲律賓國家大學共同成立首座「兩件

育成觀點

大力投入研發、緊密產學合作 成功朝品牌之路邁進

「醫療設備產業的客戶高度以品牌認同取向來採購產品，因此新進業者鮮少有機會成功切入，全球安聯科技能夠逐漸在人工牙根佔有一席之地，包含很多因素在內。」高雄醫學大學創新育成中心專案經理梁郁敏指出，首先，全球安聯科技以開放創新的態度追求緊密的產學研合作，不斷在技術上獲得突破，進而創新技術與開發優質產品。更重要的是，全球安聯科技董事長張土火對於投入人工牙根的堅定理念，他認為發展醫療設備產品有助於幫助弱勢，因此只要哪裡有需要就會大方捐贈，因為創業不只是为了賺錢，所以儘管投入研發所費驚人，張董事長多年來仍願意大力投資，進而成功研發並且走出品牌之路。

高雄醫學大學創新育成中心專案經理 梁郁敏



式一階段」牙醫師植牙手術訓練中心，提升牙醫師植牙的熟練度，並協助菲律賓提升植牙水平，進而照護到更多弱勢族群。

朝中國五大人工牙根品牌邁進

在各方面都備齊火力之後，全球安聯科技陸續攻下國內外市場，張土火說，繼國內市場有愈來愈多牙科醫師認同 Anker 品牌之後，Anker 產品也逐漸在海外市場嶄露頭角，預估

2015 年銷售量將達到 3 萬顆的成績，不僅使公司達到損益平衡，更將開始獲利。

隨著全球安聯科技在中國大陸順利取得認證，並且已經在至少三分之一的中國大陸城市覓得總代理商，將為全球安聯科技的人工牙根產品出貨量帶來很大的成長動能。張土火說，中國大陸人工牙根市場目前年銷售量約 30 萬顆，每年還以至少 50% 的速度成長，市場潛力可期，全球安聯旗下擁有 9~10 種人工牙根產品，產品線完整非常有利於其開拓需求龐大的中國大陸市場。

張土火信心滿滿地說，展望未來，全球安聯科技未來 3 年內的人工牙根出貨量可望接近 10 萬顆，目標在 5 年後成為人工牙根的中國五大品牌之一。當那一天到來，全球安聯科技將成為立足臺灣、生根亞洲、展望全球的典範醫療器材品牌商。

▶ 全球安聯科技跨足牙科與骨科醫療器材及微創器械之生醫領域，以高精度設備，生產高品質與多樣化的醫療產品及微創器械，建構「全球開發、全球製造、全球交貨」產銷供應鏈。



為避免陷入市場價格戰之中，
傳統產業必須不斷追求產品的高值化發展，
一如全球安聯科技以高規格汽車與航太扣件產品製造為基礎，
轉進更具價值的牙科與骨科醫療器材領域，成功開拓新藍海。

— 全球安聯科技

成為我國生物科技新創尖兵

宏昇生化科技成功量產無菌抗生素

不久產品將銷售到世界各國，成為我國生物醫藥領域的新尖兵。在短短幾年時間成功量產純度達 99.9% 的無菌抗生素，然而宏昇生化科技總經理陳建文以速度、堅持、按部就班的態度，因此少有新創公司會選擇以此為創業方向，要成為一家原料藥廠必須擁有龐大資金、研發技術量能、大量生產能力，

位於南部科學工業園區的宏昇生化科技，廣達 6,800 坪的佔地面積，將是未來臺灣搶攻無菌抗生素市場的重要基地，而執掌這艘 MIT 抗生素大船的舵手，就是具備化學與醫藥專業將近 20 年經驗的宏昇生化科技總經理陳建文。

「無菌抗生素技術門檻高，過去全球只有 5 家業者有技術與量產能力，這是一個供不應求的藍海市場。」陳建文精神抖擻地說，宏昇生化科技已成為全球第 6 家擁有量產能力的廠商，目前已經實現量產，不久將來拿到認證之後，就可開始生產出貨，搶攻全球龐大無菌抗生素商機。

不怕無菌抗生素技術門檻高 堅持投入

陳建文年輕時在台南新營的生達藥廠上班，開始接觸醫藥領域的專業，當時他覺得醫藥領域知識廣且深，於是決定繼續求學，生達藥廠創辦人暨前任董事長范進財提供金錢資助，讓陳建文去念研究所。「我到現在想起來，都還是覺得很感恩。」陳建文說，所以很多人創業是為了賺錢，但我創業有一個很重要的目的地，就是要讓年輕人工作，以及擁有不斷學習的機會。

懷抱這樣的理想，陳建文在多家大藥廠歷練多年之後，兩次投入創業。第一次是在 2004 年，當時因為沒有自有資金，雖為創業團隊，但只以技術取得少數股權，所以後來離開公司。但是創業的念頭依舊旺盛，因此他又於



宏昇生化科技

類別	生物科技
總經理	陳建文
成立時間	2010 年
主要業務	無菌碳青黴烯類抗生素
員工人數	40 人
育成中心	經濟部中小企業處 南科育成中心

▲宏昇生化科技總經理陳建文

2010 年獨自拿出 500 萬元資金創立宏昇生化科技，致力於生產原料藥中間體以及「無菌碳青黴烯類抗生素 (Carbapenem) 原料藥」。

「碳青黴烯類抗生素是抗生素種類中最新的一種，屬於第三代抗生素，是目前治療嚴重細菌感染最主要的抗菌藥物之一。」陳建文解釋，Carbapenem 是經由全合成製程進行生產，過程中化學步驟繁瑣，且產品容易不穩定，製造

困難度相當高；另外由於此類抗生素藥物的特性，必須以注射方式進行治療，所以製劑必須為無菌粉末，而無菌粉末又是製造所有原料藥中，困難度最高、投產前準備最耗時的種類。

加入育成中心 穩步邁向成功創業之路

陳建文進一步指出，因為 Carbapenem 技術門檻高，往往需要耗時長達十年以上的時間來燒錢才能達到量產，因此全球投入量產的藥廠不多，但是陳建文卻勇敢地以 5 百萬的初始資

“成功的人找原因、失敗的人找理由，
他允許團隊在任何過程中有錯誤，但是不能一錯再錯，
遇到問題必須找出原因，而不是找理由推卸責任。
— 宏昇生化科技”

本額投入這塊市場創業，可見其不怕困難的個性，有能力供應此藥品的廠商只有 6 家，因此市場需求遠大於供給量，屬於高單價與高利潤商品。

「原料藥廠的設立是一條艱辛的路，從技術研發、動物實驗、人體臨床驗證、申請認證、專利等，每一個環節都需要錢跟時間，所以腳步一定要踏的實在，而且要邁的大又快。」每天只睡 3 小時的陳建文回憶，500 萬元投入生技產業，凡事都必須講求精省，由於前一次創業時接觸過南科育成中心，知道中心有很多創業資源可以善用，所以一決定成立宏昇生化，

▶ 宏昇生化科技投入碳青黴烯類抗生素研發，製程以全合成無菌生產技術，自實驗室公克級的研發到南部科學園區設置 450 坪廠房年產能 2 公噸產線，僅僅花費不到 3 年時間即完成



就馬上進駐南科育成中心。

在育成中心規劃辦公室時，陳建文為了省 5 萬元，自己開發財車到台北中和，載隔間板回來，自己隔出辦公室空間，為了節省人事，宏昇生化成立後的前半年，都只有陳建文一個員工，他自己在只有公克級的實驗室進行研發，到達一定成果之後才再找其他員工。

過程中，育成中心也積極為宏昇生化媒合創投或政府資金，由於前景可期，許多資金願意進駐，但陳建文為了避免複雜股東結構影響公司營運，因此一直非常慎選股東，後來在一些媒合管道遇到國內知名企業家願意以個人方式入股，於是宏昇生化資本額從 500 萬激增到新臺幣 5.54 億元，員工人數也從 1 年增加到 40 人。

建立團隊 加速企業成長茁壯

資金進來之後，陳建文也加快腳步建廠，2013 年宏昇生化已經在南部科學園區設置 450 坪廠房，產線年產可達 2 公噸，2014 年更擴增廠房至 6,800 坪，建置獨立、單一產線並採用高規格電子級無塵室，預計年產能將擴增至 10 噸以上。

陳建文能讓宏昇生化在短短 3 年時間，完成

原本可能需要 10 年才能達到的無菌抗生素量產。能有這樣的能耐，關鍵之一在於陳建文在製藥領域長達 20 年的經驗，是國內少數可以一路從實驗室研發技術、產線建立、驗廠、法規註冊完成再到銷售，全部自己規劃與布局的跨領域人才。另外，陳建文在過去的工作經驗中，曾與美國大藥廠合作開發新藥，從中他學習到開發一種新藥的所有過程，以及應該抱持的態度。

當然，建立一支強大的團隊也是關鍵所在。對此，陳建文除了自己日以繼夜的工作，並且嚴格訓練出一批同樣堅忍耐操的團隊。「從宏昇招募第二個員工開始，一直到現在的 40 個員工，我都要求他們要能夠獨當一面，所以不能只是把員工當成未來的主管訓練，而是要把他們訓練成具備獨立思考能力的領導者。」陳建文口氣堅毅地說，主管只是聽命行事的人才，領導者才能有創造力。還有成功的人找原

因、失敗的人找理由，他允許團隊在任何過程中有錯誤，但是不能一錯再錯，遇到問題必須找出原因，而不是找理由推卸責任。

目前宏昇生化已經是國內第 2 家、全球第 6 家擁有能力生產無菌原料藥的專業藥廠，產品品質符合國際規範，並且該公司也透過積極掌握多項相關關鍵技術與專利。陳建文說，抗生素原料藥全球產業規模約佔整體製藥產業 5% 左右，並以每年 10%~20% 增長，面對這塊藍海市場，宏昇生化的未來發展可期。

陳建文很有信心地說，不久之後，宏昇生化將大量生產 Carbapenem，並將產品推廣銷售到歐、美、日等目標市場，預估 2017 年該公司原料藥總產量將達到 8 公噸，針劑產能 500 萬支，除為宏昇生化帶來可觀的營收之外，也為我國出口成長帶來貢獻，更重要的是，屆時宏昇生化需要的人力將在 200~300 人之間，實現陳建文為臺灣年輕人找出路的夢想。

育成觀點

速度×堅持×按部就班 快速成長茁壯



「每次看到陳建文總經理，我都忍不住會想問他，你有沒有時間睡覺。」經濟部中小企業處南科育成中心經理官千懿指出，宏昇生化從創立之初就進駐南科，陳總經理總是精神都很好，然後一直努力為企業解決各式各樣的問題，幾年下來的不斷衝刺、往前跑，果然成功在短時間內做出很好的成績。

官千懿更提到，宏昇生化也很有自己的堅持，不管是尋找資金，或是招募新人，陳總經理有一套哲學，以這樣的堅持他才能找到最好的研發團隊與股東，然後支持他以如此快的速度往前進；更重要的是，在追求快速的同時，宏昇生化也一切都要求按部就班，使其得以發展出純度高達 99.9% 的無菌抗生素。

經濟部中小企業處南科育成中心經理 官千懿

打造產學合作平台 活化學校研究量能

仿生生醫致力於追求獨步全球的創新技術

也提升我國產業的基礎技術力。
把更多學校研究能量落實應用於產業界，讓校園研究不會浪費，
取得市場青睞並穩固經營之後，未來將進一步朝產學合作平台的角色邁進，
開發出「仿生乾式膠帶」與「血小板修復材料」兩項獨步全球的創新產品，
創立才 2 年多的仿生生醫以大自然為師，透過頂尖的奈米圖案化技術，

臺灣學校研究能量旺盛，但是很多都無法為產業界所用，所以產學失衡問題一直存在，面對這樣的問題，不僅政府與大企業積極思考解決之道，長年在學校進行研究的教授與學生，也不乏想要促進產學接軌的有志之士。仿生生醫顧問鍾宜璋與研發經理邱逸閔兩人，秉持建立「產學合作平台」的理念投入創業，成功帶領團隊整合國立高雄大學強大的研究資源，創新生物科技技術，先後在「仿生乾式膠帶」與「血小板修復材料」兩大領域獲得突破，發展出獨步全球的技术與創新產品，未來可望在半導體、3C、光電與生醫材料市場，開拓商機，成為我國中小企業青年成功創業的典範。

以大自然為師 創新研發頂尖技術

邱逸閔在成功大學攻讀化工博士班時，深刻感受到許多博士生在學校投入很多心力做研究，並且有相當成果，但是因為無法與產業接軌，最後研究都只能藏於實驗室之中，不僅浪費臺灣旺盛的創新能量，做研究的人更是深感無奈。

面對這樣的無奈，邱逸閔並不就此妥協，當他在從成功大學從事博士後研究，於奈米技術發展方面累積相當的研究能量之後，決定投入創業，於 2013 年 12 月 2 日創立仿生生醫，矢志促進產學接軌，將學界的學術研究接引至業界實務。而經過與碩士班指導教授，現在高雄大學化學工程及材料系擔任教授的鍾宜璋聯繫



▲仿生生醫經營團隊

仿生生醫 

類別	生物科技
負責人	邱逸閔
成立時間	2013 年
主要業務	仿生乾式膠帶 血液過濾器
員工人數	約 5 人
育成中心	國立高雄大學 創新育成中心

討論後，仿生生醫決定加入高雄大學創新育成中心，鍾宜璋為支持學生創業，也以無給職的方式擔任仿生生醫顧問，就此展開仿生生醫的創新之路。

邱逸閔回憶，2013 年初仿生生醫即開始接

受育成中心的前育成輔導，除了指導公司成立的一些事務，更重要的是協助指導仿生生醫進行專利布局，讓仿生生醫陸續取得「以溶劑處理製造奈米微結構之方法」、「奈米吸盤裝置及其操作方法」等專利申請。

擁有充分技術能量的仿生生醫以大自然生物演化為智慧，陸續創新研發出「模仿生物微奈米結構」和「模擬生物的表面科學」技術，並進一步與高雄大學進行技術合作，順利將原本只是在實驗室研究的技術轉化成可量產技術，鐘宜璋舉例，包括仿壁虎腳乾式膠帶、仿章魚



▲仿生生醫所開發之仿生乾式膠帶及血小板修復材料，以高效率、低耗能及環境相容發展，成功突破目前產業所遭遇之技術瓶頸。

吸盤乾式膠帶、仿蓮葉的超疏水自潔表面、仿沙漠甲蟲表面的儲水系統、仿海中貽貝的萬用無毒黏膠改質塗層、仿生物細胞膜結構的抗沾黏表面改質等，其創新概念都來自於大自然。

兩大獨創產品 後續發展可期

旺盛的創新研發能量使仿生生醫成立沒多久，就獲得行政院科技部創新創業激勵計畫「創業傑出獎」，以及第一屆高雄國際發明展（KIE）金、銀牌獎，該公司所開發的「仿生

乾式膠帶」與「血小板修復材料」，更以高效率、低耗能及環境相容發展，成功突破目前產業所遭遇的技術瓶頸。

邱逸閔解釋，從大自然中的壁虎腳或章魚觸手獲得啟發，仿生生醫創新團隊以奈米圖案化核心技術，開發出物理結構的黏著技術，進而發展出無殘膠、可重覆黏貼、具異方性黏著力等多種特色的膠帶，可應用於許多特殊場域。更具體來說，「仿生乾式膠帶」因為是利用奈米圖案提供物理性吸附力，並非利用膠水或黏膠層增加黏著力，因此不會有殘膠的問題發生；另一方面，因乾式膠帶的黏著原理屬於分子間作用力，因作用面積和作用距離成正比，而使其具有重覆黏貼的特性，適合應用於半導體和面板工廠之內。

鐘宜璋補充，仿生乾式膠帶未來將可取代現行化學黏著的濕式膠帶，再加上目前這個技術百分之百為國人所有，未來可以組成上下游的供應鏈聯盟，透過客製化需求開發將其擴大應用到醫療敷料、鋼鐵船舶防鏽保護貼、穿戴裝置黏著等領域，同時仿生生醫也希望可以利用跨領域合作為技術升級，創新更多產品。

育成觀點

以創新動能開發頂尖技術 開啟不一樣的路

高雄大學創新育成中心主任蔡振章指出，仿生生醫創業團隊是一群具備頂尖基礎技術力的技術人才，他們對技術有非常高的執著，因此可以克服各種困難，開發出獨步全球的創新技術，再加上對產業需求擁有敏銳的嗅覺，因此可以進一步找出目前一些產品的技術瓶頸，進而改變既有應用模式研發出創新產品，「仿生乾式膠帶」與「血小板修復材料」皆是團隊整合發揮以上各種特質，才有機會成功研發出來。

另一方面，仿生生醫沒有因為開發出獨特技術而躁進，他們持續與學校或產業界進行合作，並且採取符合新創公司的商業模式，整合各方資源、穩紮穩打維持營運，相信未來該公司在強大的創新力、正確的角色定位以及緊密與各界合作的多方策略之下，將快速成長茁壯，成為我國生物科技產業的一顆新星。



高雄大學創新育成中心主任 蔡振章

至於以血小板修復材料所製造的血液過濾器，主要採用化學改質結合物理性微結構，可以讓大部分的紅血球優先排出，降低溶血現象；使血小板特定吸附濾材表面，最後利用血漿回沖取得高濃度血小板血漿。邱逸閔解釋，未來此技術可應用於慢性病傷口的治療之上，搶攻龐大的「血小板血漿治療 (PRP)」市場商機。

建立產學合作平台 讓學術研究變得有用

不過儘管已經發展出領先全球的頂尖技術，仿生生醫目前仍面臨資源有限的挑戰，為同時達到產品行銷以及持續研發的能量，仿生生醫並不急著將產品帶向量產，而是將自己定位為提供技術服務與整合平台的角色，積極尋找與其創新產品相關的產業進行合作，提供材料研發及分析檢測服務，邱逸閔說，採取這樣的策

略，一方面可以更貼近市場面，另一方面可累積經驗和人脈，以及取得資金維持公司的營運與成長。

『讓學校研發資源能為產業界所用，是我創業的初衷，因此仿生生醫將自己定位為「產學合作平台」，緊密與學校及產業界兩端合作，』邱逸閔強調，仿生生醫希望透過將學校基礎研究延伸到產業界，成為我國產業深化技術的基石，為我國各種產業注入更大的創新力與競爭力。

以這樣的目標往前邁進，仿生生醫目前正與國內 5 家知名企業進行合作計畫，並且申請 7 個國內外專利可作技術移轉，獲得不小的營收來穩固經營，讓仿生生醫可以持續投入技術創新，也讓公司在未來有機會進一步開發具獨特性的創新健康產品，轉進 B2C 市場，開創更大的商機，使仿生生醫成為更亮眼的新創典範企業。

“讓學校研發資源能為產業界所用，是我創業的初衷，因此仿生生醫將自己定位為「產學合作平台」，緊密與學校及產業界兩端合作，以延伸學校基礎研究到產業，強化產業深化技術的基石，為我國各種產業注入更大的創新力與競爭力。

— 仿生生醫



Part 6 綠能環保

綠色能源與環保議題持續受到世界各國的重視，因此如何促進我國綠色環保產業的發展，一直是我國政府在推動政策的重點，多年來不僅促成許多新創企業邁向成功，也帶動許多傳統產業成功邁向轉型升級。例如，創立短短兩年的光宇材料，以創新技術將太陽能產業的「廢物變黃金」，成功切入太陽能材料領域，開拓國內外市場；馬達新創公司瑞展動能，整合各界資源建立臺灣直流無刷馬達（BLDC）產業鏈，建立馬達產業聚落，為我國馬達產業競爭力的提升帶來一股新能量；傳統製造業者中譽工業以鋁合金鑄造技術為基礎，創新研發「家用風力+太陽能系統」，即將搶進東南亞龐大的家用發電市場。



成為矽晶圓材料產業的明日之星

光宇材料以創新研發一條龍解決方案

成為臺灣環保綠能奈米材料產業的明日之星。不僅吸引日本前三大股權基金大和資本(Daiwa P)入股，並成功開拓國內外市場，短短2年時間便以創新技術與產品開創無限前景，位於臺中的光宇材料以「廢物變黃金」的技術，成功開發出晶圓廢料清洗回收技術，

走進專門處理晶圓廢料處理與創新應用的光宇材料公司，首先映入眼簾的一張照片令人感到印象深刻，照片中光宇材料董事長李隆晉正在非洲探訪孤兒院。深入了解之後，原來李隆晉除了親身前往非洲對有需要的人投注關懷，也在非洲認養了100位孤兒。

「以商養善，以善養商，是我創業的初衷」，李隆晉說，自己曾在美國經營事業，甚至一度創造年營收10億美元的榮景，但是終日只為拼營業額的生活，卻找不到人生的真實方向，在與父親討論之後，決定回到故鄉台中市創立光宇材料，開始致力於以「環保綠能，為後代子孫留下一片淨土」為核心理念，幫助台灣處理回收晶圓廢料。

懷抱著自助、人助與天助的創業精神，光宇材料創業僅僅三年，實收資本額就達到2.7億元，員工更從個位數激增到50餘人，前景備受看好。而儘管目前工廠仍以鐵皮搭建，年盈餘尚未破億元，但李隆晉在公司有獲利開始，公司就投入執行企業社會責任(CSR)，除在非洲認養孤兒，並且在台中社區找出36個弱勢戶與清寒兒童課輔機構，捐助款項。

回收晶圓廢料 將垃圾變黃金

回顧光宇材料創立至今的過程，李隆晉說，2013年公司成立時全球太陽能產業無不陷入慘澹經營之中，自己之所以不畏產業前景不明就投入市場，一來是因為他觀察到太陽能回收產



光宇材料董事長李隆晉

光宇材料



類別	綠能環保
負責人	李隆晉
成立時間	2013年
主要業務	太陽能晶圓片廢砂漿處理回收技術、純矽粉及鋰電池負極材料添加劑 NTT POWDER、機能布料之奈米礦物原料母粒、可再生能源相關技術
員工人數	約53人
育成中心	逢甲大學創新育成中心

業的可期；再來是認為環保是目前世界最重要的事情之一。

李隆晉解釋，太陽能產業之所以這麼辛苦且難以獲利，關鍵在於生產太陽能多晶矽，切割一片就要浪費一片，太陽能廠還要為了處理這些不要的廢棄材料花費一筆處理成本，掌握產業問題，他跟創業團隊投入心力，專注於研發回收矽廢料的技術，為太陽能廠商解決廢棄物回收的問題，再把原本看似無用的廢棄物進行價值再造，達到太陽能廠、環境與光宇的三贏格局。

光宇材料創業團隊早在2009年就已組成，

創業團隊都是半導體及太陽能電池產業的技術菁英，如光宇材料首席產品長賴柏年，就擁有太陽能產業的20年經驗，研發長邱國峰則是英國劍橋大學材料科學暨冶金博士，這一群人專注於研發，發展出全球第一個環保製程的廢砂漿清洗劑，可以高效環保方式清洗太陽能電池廢砂漿，減少相關產業廢汙水排放量，對環境保護具備很大的貢獻。

之後光宇材料又從處理廢砂漿的過程中，發展出將矽廢料進行分離、清洗、改質、造粒的技術，進而產出奈米、微米級純度99.98%之粉末，李隆晉說，有了這項技術之後，再進行



▲光宇提供多種材料解決方案，熟悉太陽能電廠上中下游原材料供應商，光宇材料科技順勢擴充服務範圍，轉型升級為整合太陽能發電系統商

回收處理並開發出純矽粉及鋰電池負極材料添加劑 NTT POWDER、機能布料之奈米礦物原料母粒及可再生能源相關配方，成功將垃圾變黃金。

「儘管光宇材料創新研發出廢砂漿清洗劑與生產奈米、微米粉末，擁有獨步全球的技術，但是因為找不到業務，公司沒有營收，一度面臨資金無以為繼的困境之中。」李隆晉回憶，

初創業時步步維艱，所幸太陽能大廠中美晶董事長盧明光發現，如果可以從光宇材料取得成本較低的多矽晶，不僅可以降低成本，並且對地球環保有很大的貢獻，因此向光宇材料簽了一張長期合約，有了訂單，光宇材料不僅解決資金的燃眉之急，也因為獲得大廠的背書，取得日本三大股權基金大和資本資金的挹注，之後也才能持續朝創新應用領域邁進。

產學合作 創新綠色能源與材料應用技術

訂單與資金陸續進來之後，研發能量充足的光宇材料並不以此自滿，為追求更多的創新，該公司於 2014 年加入逢甲大學創新育成中心，希望結合學界的研發量能，在綠色能源與材料領域有更大的突破。

李隆晉說，透過產學合作，光宇材料與逢甲大學成功以奈米轉換技術（NTT）開發出改質矽粉，不僅可以應用於電池負極材料，大幅提

“以「環保及可再生能源為基礎，給後代子孫留下一片淨土」為核心價值，透過「以善養商，以商養善」的思維落實在地化與社區共榮目標，進而追求全體員工精神與物質雙方面幸福，同時也為人類，社會的進步發展做出貢獻。

— 光宇材料 —

升電池電容量而提高續航力，並且將改質矽粉應用於生活各種領域。

李隆晉拿出一塊滴水不漏的布料說，這塊布連伊波拉病毒都過不去，因此得到有新加坡客戶下單採購這塊布製成醫療用防塵衣。接著李隆晉又比著茶几上一個小小的茶壺表示，這是鶯歌陶瓷廠商用改質矽粉燒成的茶壺，還有其他許多藝術品，也都以改質矽粉為材料。更值得一提的是，透過改質矽粉，光宇材料成功發展出高純度氫氣技術，全球罕見的以廢棄物再生能源，發展出具備經濟效益的 99.9% 高純度氫氣，可大量使用於氫氣充電站及攜帶式燃料電池發電使用。

攜手各界互贏互利 為子孫留淨土

不斷在技術上有所突破的光宇材料，正全面開拓各領域市場，李隆晉指出，相較於日本半導體材料大廠一公斤奈米級矽粉的售價約 4,000 美元，光宇材料的價值只要四十分之一，便宜的價格使其回收再生產的 7 奈米級矽粉，已經陸續銷售給國內外半導體與太陽能客戶。

在改質矽粉產品上，應用於負極電池材料的

改質矽粉已經小量出貨給國內鋰電池業者，幫助鋰電池業者開發高容量的 3C 電池、動力電池產品，創造鋰電池與動力電池的商機。

光宇材料各項業務在海內外市場的快速擴展，使其年營收一路成長，從 2013 年的 500 萬元一舉攀升到 2014 年的 7,980 多萬元，2015 年截至 10 月營收就已經達到 4.3 億元以上，公司營運可用一路扶搖直上來形容。

光宇材料從環保清洗劑的配材，進一步走到生產純矽奈米粉末成為上游矽材料供應商，之後再開發改質矽粉，成為創新應用產品開發商。光宇材料之所以能走到這一步，關鍵在於李隆晉從過去的經驗學習到，秉持與人為善、共同開創多贏格局的思維，才能走向永續與美好。

展望未來，儘管李隆晉創立光宇材料已經初步獲得成功，但是他仍持續以過去創業經驗為鑑，在茲念茲地說，起心動念不對，做很多事情的決策也會不對，因此這次創業之路，他除了堅信要以科技為後代子孫留一塊更美好的淨土之外，對內與同仁、對外與上下游廠商或合作夥伴，都要尋求共贏互利的合作，才能為地球創造永續的未來，也為臺灣經濟發展，貢獻一己之心力。

育成觀點 團隊創新力十足又熱衷產學合作 帶動企業快速成長

「光宇材料本身就是一家技術能量充沛的新創公司，再加上整個創業團隊對於與其他單位的合作，抱持高度熱衷與友善態度，進一步使該公司在技術或產品應用創新上，展現驚人的能量。」逢甲大學創新育成中心主任蔡勝男指出，當時光宇與育成中心接觸時，雙方一拍即合共同投入技術研發，合作過程非常愉快，因此也很快地在技術上有所突破。

另一方面，光宇材料董事長李隆晉是非常專注的創業家，可以從不同角度看到與別人不一樣的趨勢，然後專注於創新研發，在產業與市場缺口上創造競爭力；此外，光宇材料致力於解決環保問題，也使其受到各界的幫助，再加上李董事長的與人為善，更使光宇可以達到自助、人助、天助的格局，因此快速成長茁壯。



逢甲大學 創新育成中心主任 蔡勝男

全面提升臺灣馬達產業競爭力

瑞展動能跨界整合 打造馬達產業聚落

來到幅員寬廣的屏東加工出口園區，才創立 2 年多的馬達製造商瑞展動能股份有限公司，透過甫於 2015 年 5 月轉投資設立於其公司對面的磁科股份有限公司，可將生產高效能直流無刷馬達（Brushless Direct Current Motor；BLDC Motor）所需要的硬磁磁石，直接且快速地從磁科公司運送過來，加速瑞展動能的產品製造並降低其原料採購成本；再加上瑞展動能也與下游馬達應用客戶有緊密連結，可見臺灣位於屏東加工出口區的馬達產業聚落，已經逐步形成，將為我國馬達產業在全球市場的競爭力，帶來一股強大的動能。

兩大集團合資成立 瑞展動能資金充足

馬達是許多電機電子產品的關鍵零組件，因此一個國家是否具備深厚的馬達基礎技術力與產業鏈，對於國家其他產業在全球市場的競爭，牽動甚深，因此我國產學研對於馬達科技的發展一直高度重視。例如，為維持自身在全球市場的競爭力，臺灣第一大、全球第四大冷媒壓縮機製造商瑞智精密，多年來持續與財團法人金屬工業研究發展中心（以下簡稱金屬中心）、工研院等法人機構，就壓縮機關鍵零組件馬達進行相關技術研究；同時，中鋼有鑑於近年來馬達在汽車、電動工具及家電領域不斷深入應用，因此也積極與金屬中心透過「傳統產業創新增值轉型推動計畫」，就馬達技術與產業聚落的形成，進行緊密串連與合作。

在各方資源整合之下，馬達聚落聯盟成員逐

漸發展出具備高競爭力的直流無刷馬達技術，隨著技術量能到位，產業鏈上下游多家廠商認為應該成立一家公司，串連各方資源以提升我國馬達產業的競爭力，因此由瑞智精密與中鋼公司主導創辦的瑞展動能於焉成立。

瑞展動能經理黃廣森指出，瑞展動能成立短短 2 年期間，透過高額投資尖端研發實驗設備、整合電機科技研發團隊、緊密與國內外高端技術合作，並且結合臺灣三洋電機等策略夥伴，

陸續在製造高效能馬達、馬達驅動控制技術研發，以及終端設備製造等，建立深厚的實力，逐漸在「環保與節能」相關產品，發展出完整的技術力。

整合上下游產業資源 建立堅強競爭力

黃廣森進一步解釋，整合產、官、學、研各界資源與強化產業供應鏈優勢之下，瑞展動能成功建立「互換資源、互利雙贏」的合作夥伴關係，並且藉此在各方面提升競爭力。例如，透過整合母公司中鋼，以及轉投資成立的磁科



▲瑞展動能團隊

“整合產、官、學、研各界資源與強化產業供應鏈優勢之下，瑞展動能成功建立「互換資源、互利雙贏」的合作夥伴關係，藉此在各方面提升競爭力，使瑞展動能在「環保與節能」相關應用產品領域，發展出完整的技術力。

公司資源，瑞展動能將更容易取得上游材料，減少產品入料價格，大幅降低產品生產製造成本，提升產品價格競爭力；另外，運用母公司瑞智精密集團的資源，瑞展動能可以深入掌握客戶需求，進而提供客製化產品開發服務，達到製造業服務化的目標，大幅提升服務競爭力。

再者，透過與全球一線客戶三洋電機、夏普、聲寶的合作開發或委託研發案，使得瑞展動能可以進行各種高效能馬達設計開發工作，再加上瑞展動能本身已經具備相當完備的馬達研發設計能力，更能快速設計出模組化產品，讓同一種馬達產品滿足更多應用需求，提升產品應用的創新力；最後，瑞展動能未來也將利用瑞智精密的外銷通路資源，達到快速布局全球市場的目標。

黃經理亦指出，以現有技術來說，不論是何種架構運轉的 BLDC 馬達，其關鍵零組件一般包含鐵芯本體總成、驅動模組與金屬或塑封外殼，不同的零組件都有其特定技術及可創新之處，因此瑞展動能陸續針對各關鍵零組件進行技術可行性分析，同時提出未來可創造差異的想法，藉此不斷創新技術實力，強化產品研發

— 瑞展動能



▲瑞展動能積極打造電機科技研發團隊，投資尖端研發實驗設備，並快速導入國內外高端技術合作，以製造高效能馬達、馬達驅動控制技術研發及終端設備製造等，可完整而有效率地滿足全球客戶各項專業性服務。

創新與企業競爭優勢。

「BLDC 馬達具有安靜、無噪音、低磨耗、壽命長的特性，尤其高效率輸出更使其在節能與環保方面都有優異表現，因此高效節能馬達已是未來馬達產業發展的重要方向。」黃廣森表示，目前瑞展動能已經切入空調風扇用 BLDC 馬達產業，未來將同時布局空調、家電以及汽車等應用市場。

善用金屬中心各方資源
提升企業實力

除利用兩大母公司資源提升競爭力之外，瑞

展動能亦了解國內法人機構研發量能充足，要持續創新馬達技術必須緊密與法人機構進行合作。因此，瑞展動能於 2013 年 6 月成立之後，與金屬中心簽訂「建置馬達研發中心合作契約」，同時借調金屬中心兩位馬達專業工程師，組成 BLDC 馬達設計研發的頂尖衛星團隊，共同進行人才培育、馬達研發與性能檢測等前瞻創新的研發設計工作。並於 10 月進駐金屬工業研究發展中心創新育成中心，透過育成中心提供技術諮詢、專利申請及性能檢測等相關輔導與協助。

為協助瑞展動能營運初期的發展，育成中心除安排公司研發團隊進駐育成培育室，同時提供馬達試作實驗室，給其研發團隊使用，並且協助規劃瑞展動能馬達鐵芯沖壓部門的設立，以及為其講授沖壓基本課程，以全面提升瑞展動能員工的專業能力。

另一方面，由於專利技術的申請對於馬達製造商在全球市場的布局至關重要，因此育成中心也引介金屬中心專利工程師，直接提供瑞展動能直流無刷馬達相關專利的規劃與申請諮詢，期間共協助瑞展企業取得 4 項臺灣專利，相信此專利布局對於強化瑞展動能的競爭力，會有十足的幫助。

綜觀來看，瑞展動能結合產、官、學、研各界力量，整合原材料、周邊設備與零件、馬達製造、產品開發與通路資源，勢必將能促成產業跨界合作與產業聚落的成形，以此為發展方向，未來瑞展動能將可有效整合國內馬達設計與驅動器人才，開創 BLDC 馬達所需的關鍵零組件國產化商機，並且吸引上下游廠商投資，形成我國馬達產業聚落與研發中心，為我國馬達產業在全球市場的競爭力提升帶來強大的動能。

育成觀點 精準掌握應用需求 市場發展潛力可期

金屬中心精微成形研發處精密成形系統組組長魏江銘指出，瑞展動能從公司成立開始，一路從產品設計開發、試量產到設廠，都結合金屬中心的人才與技術能量，因此在整個過程中，我們可以非常清楚看到瑞展動能具備多重優勢，例如其母公司瑞智精密對於產品設計開發的標準要求非常高，驅動瑞展動能可在短時間內創新技術與產品，更重要的是，瑞展動能高度掌握應用端的需求，因此開發產品的方向非常明確，過程中可以快速解決相關技術問題。

魏組長強調，憑藉著多重優勢，未來瑞展動能的產品一旦成功投入量產，勢必可以迅速取得市場商機，另一方面，由於直流變頻無刷馬達是以 IC 驅動系統，因此將來瑞展動能的產品也將與物聯網 (IoT) 應用結合，未來發展的空間令人期待。

金屬工業研究發展中心精微成形研發處精密成形系統組組長 魏江銘



中譽工業以產學合作強化技術含量 厚實與多元化產品競爭力 營收翻倍

全球汽車產業競爭激烈，隨著中國大陸、韓國、東南亞國家的競爭者陸續加入，使臺灣汽車零組件產業面臨嚴峻考驗，其中屬於中小型規模的臺灣鋁合金鑄造廠，遭遇到的壓力更是不小，因此善用各方資源加碼投入研發，創新產品與服務，成為台廠持續維持在全球市場競爭力的關鍵。

致力於鋁合金鑄造產品的中譽工業，產品主要應用領域為汽機車，近年來透過緊密的產學合作，大幅提升產品技術與品質管理系統，維持其在全球汽機車零組件市場的競爭力之外，並且開發出更多的應用產品如「家用風力+太陽能系統」，為該公司開拓新的市場契機，帶來更大的可能性。

吸納學術界研發能量 提升產品競爭力

成立於 1997 年的中譽工業股份有限公司，初期主要是以外銷模具及螺絲至美國和印度市場，2001 年總經理張琇梅與從台電退休的夫婦戴勝裕，以退休金與離職金湊足資本到越南設廠，生產包括鑽孔機、空壓機、機車、貨車、工程車、路燈等部分零件，除供應越南當地客戶，也銷售給歐美 500 大製造業廠商，開啟中譽工業「臺灣研發、越南製造、全球銷售」的營運模式，至今產品銷售到臺灣、美國、加拿大、墨西哥、日本、義大利、中國大陸及東南亞等國家。

隨著中國大陸快速崛起，並以低價搶市，儘管中譽工業以領先的技術維持競爭格局，但

也著實面臨不小的壓力。面對紅色廠商強敵壓境，一向高度重視技術與產品研發的張琇梅，體認到必須投入更多的研發資源，持續在技術上突圍，才能維持競爭力。

然而中譽工業畢竟只是一家中小型企業，要與中國大陸廠商的大資本競爭，必須整合各界資源，才能激發出最大的研發能量，進而在技術突破上獲得領先優勢，因此張琇梅積極採取緊密的產學合作策略，與各大專院校如國立臺灣海洋大學、國立中央大學、國立高雄大學等展開產學合作關係，期能藉此吸收學界的新能量和新知識，也讓學界直接了解產業近況、流程與實際要求，使其研究方向能更貼近產業，

進而幫助產業進步，實現中譽工業提升技術與產品能量的目標。

加入育成取得多方資源 營收翻倍

在與各大專院校的合作上，中譽工業與臺灣海洋大學的合作尤屬緊密。大約 5 年前，張

中譽工業

類別	綠能環保
負責人	總經理 張琇梅
成立時間	1997 年
主要業務	汽 / 機車零件、手工具、 機械零件、模具製造
員工人數	20 人
育成中心	國立臺灣海洋大學 產學技轉中心



▲中譽工業團隊

琇梅找上國立臺灣海洋大學機械系副教授莊水旺，希望藉由莊水旺在機構設計上的專業，為中譽工業提升既有產品品質，雙方開始針對壓鑄產品進行技術合作，之後莊水旺認為海洋大學其他系所的技術與研發能量可以為中譽工業帶來更大的幫助，因此建議中譽工業加入國立臺灣海洋大學產學技轉中心，而向來樂於接受新事物的張琇梅也抱持積極的態度，很快就決定加入育成中心，就此展開中譽工業與臺灣海洋大學密切的合作關係。

首先，莊水旺副教授以其機構設計專業，為中譽工業解決各種技術與產品上的問題，包括壓鑄件的機構設計、安全及簡易的維修機構設計等，莊水旺教授也多次前往中譽工業在越南的鑄造廠，為其員工進行教育訓練之外，也協助該公司解決工廠製造上的一些問題；再者，育成中心進一步整合臺灣海洋大學內外外部資



▲中譽工業致力於鋁合金鑄造產品之技術提升及品質管理系統，產品行銷已遍及美國、加拿大、墨西哥、日本、義大利、臺灣、大陸及東南亞等國家。

源，引薦研究中心和學校其他師資與人力，加速中譽工業的整體發展。

藉由與臺灣海洋大學共同研發技術與產品，中譽工業擺脫中國大陸廠商的進逼，在短短兩年多的時間內，將公司的年營業額由 13,455 萬元提升至 27,600 萬元，成長 150% 之多；外

育成觀點 緊密產學合作、掌握市場趨勢 驅動企業營收成長

「中譽工業總經理張琇梅對於市場發展的敏銳度非常夠，再加上對新技術、新知識的接受度非常高，因此可以快速與各大專院校接軌，為中譽工業注入源源不絕的技術涵量。」臺灣海洋大學產學技轉中心主任莊水旺表示，在與中譽工業合作的 4 年多來，看到中譽工業從上到下積極學習的態度，促使中譽工業的產品品質與技術水準能夠一直走在競爭對手之前。

值得一提的是，中譽工業非常積極參與世界各國的展覽活動，因此高度掌握市場趨勢，這次中譽工業創新研發風力+太陽能家用發電機，就是看準東協市場所發展出來的新產品，相信未來將為中譽工業帶來不一樣的發展前景。



臺灣海洋大學產學技轉中心主任 莊水旺

“一直以來中譽工業都秉持創新、品質與服務的 3 大核心理念，針對各個國家及市場客戶提出的要求，以自我學習提升的態度，審慎地面對並加以達成，並且積極取得各項產業認證，以提供客戶更好的服務及產品為終極目標。”

— 中譽工業

銷年營業額由進駐時 12,055 萬元大幅增加至 26,500 萬元，成長 119.82%，資本額也由 2,000 萬元增資至 5,200 萬元，成長 160%；陸續也有臺灣海洋大學的畢業學生成為中譽工業的員工，形成產學合作的良好示範。

中譽工業認為，現在各大產業對壓鑄產品的要求朝輕量化邁進，因此鋁壓鑄產品的需求日益增加，由於中譽工業在這部分有很強的技術能量，因此估計未來幾年中譽工業的營業額將能持續大幅成長。

創新家用發電機 開拓更大市場商機

以緊密的產學合作延續中譽工業在汽/機車零件、手工具、機械零件、模具製造的競爭力之外，中譽工業也希望透過產學合作的研發量能，為中譽工業創新產品打開更廣大的市場利基。對此張琇梅看上東協經濟共同體（AEC）即將形成的趨勢，未來整個東協市場將變成單一經濟體而不再有關稅障礙，因此鎖定東南亞仍欠缺的電力市場，積極開發風力+太陽能家用發電機，搶進整個東南亞的家用發電市場。

對此，育成中心推薦臺灣海洋大學在機電控制、材料、熱傳導等方面的專業教授，再整合莊水旺在機構設計的專長，順利成功開發出風力+太陽能家用發電機，不久的將來這款風力+太陽能家用發電機將實現量產，不僅將在越南市場銷售，中譽工業也看準柬埔寨、緬甸等缺乏電力的市場，可望為該公司開拓更大的市場商機。

中譽工業指出，該公司向來秉持創新 (Creativity)、品質 (Quality) 與服務 (Service) 的核心理念，針對各個國家及市場客戶提出的要求，以自我學習提升的態度，審慎地面對並加以達成，並且積極取得各項產業認證，如 ISO/TS16949、ISO/TS9001 等，以提供客戶更好的服務及產品為終極目標。

如今，透過更多的研發提升產品品質，中譽工業進而創新產品，進一步強化其國際競爭力，同時也透過緊密的產學合作，讓學校學生可以在產學接軌之下，更了解產業界，也有更多的出路選擇。種種跡象顯示，中譽工業足以成為我國中小型傳統製造業產學合作的典範代表，亦可做為其他中小型製造業轉型升級的殷鑑。

國家圖書館出版品預行編目 (CIP) 資料

育成成果專刊 . 2015 : 績優育成中心暨破殼而出優質企業成功案例
林美雪, 蘇文玲, 何晉滄總編輯. — 第一版. — 臺北市: 中小企業處,
2015.11

152 面; 21X28 公分

ISBN 978-986-04-6586-0(平裝)

1. 中小企業管理 2. 個案研究 3. 臺灣

494

104024875

2015 育成成果專刊

績優育成中心暨破殼而出優質企業成功案例

發行人 | 葉雲龍
總編輯 | 林美雪、蘇文玲、何晉滄
副總編輯 | 張淑媚
編輯委員 | 陳忠智、孫淑容、陳怡君
編審 | 徐紹中、張文龍、張新永、莊熙平、黃士銘
發行機關 | 經濟部中小企業處
地址 | 臺北市羅斯福路二段 95 號 3 樓
電話 | 02-2368-0816
傳真 | 02-2367-7484
網站 | <http://www.moeasmea.gov.tw/>

執行單位 | 中國文化大學
地址 | 臺北市延平南路 127 號
電話 | 02-2331-6086
編輯總監 | 李世聰
執行主編 | 鍾孟瑾
執行編輯 | 張歆可、張瑋倫、蔡美芬、鍾瑩燕

編製統籌 | 林蓓茹
執行主編 | 蔡肅玉
編輯企劃 | 劉麗惠
攝影 | 劉威震
美術 | 孔之屏
校對 | 楊庭安

出版日期 | 2015 年 11 月
版次 | 第一版第一刷
ISBN | 978-986-04-6586-0
GPN | 1010402303

本書同步刊載於本處網站，
網址為 <http://book.moeasmea.gov.tw>
定價 | 350 元

展售處 | 政府出版品展售門市
◆國家書店松江門市
地址 | 臺北市松江路 209 號 1 樓
電話 | 02-2518-0207
網站 | <http://www.govbooks.com.tw>
◆五南文化廣場
地址 | 400 臺中市中山路 6 號
電話 | 04-2226-0330
網址 | <http://www.wunan.com.tw>

本書保留所有權利，欲利用本書全部或部分內容者，
需徵求經濟部中小企業處同意。