

青創會訊

中華民國青年創業協會總會

Youth Career Development Association Headquarters, R.O.C.

www.careernet.org.tw

2012.10

封面故事 /

「轉變」是台灣必走的路

專題報導 /

聰明創業

小而美也有大未來

產經線上 /

一次做好

全力以赴滿足客戶的需求

人物特寫 /

用愛放大夢想

用心觸動世界



專訪中小企業處 葉雲龍處長

健康 我和家人 的連結

每天最美好的時刻就是跟家人相聚，
一起吃飯、一起分享生活點滴，
期盼這平凡而溫馨的時光能永遠延續，
和家人幸福地在一起，
健康，是我對他們愛的承諾！



愛連結專案

- 全系列套組享有專案價
二人同時預約健檢，另有同行價
- 活動時間：9/1 ▶ 10/31

得獎殊榮



醫策會健康
檢查品質認證



醫療品質獎
社區照護組金獎



醫療品質獎
社區照護組銀獎



BRANDING TAIWAN
品牌台灣發展計畫



中華民國青年創業協會總會

Youth Career Development Association Headquarters, R.O.C.

青創會是由行政院青年輔導委員會所輔導成立的社團法人，創立於1972年5月17日，是台灣以輔導創業為宗旨，成立最久、規模最大的社團法人，並以「創業良師」、「企業益友」為職志、「大家幫助大家開創事業」為理念，打造台灣成為一個優質的創業環境，對台灣經濟建設貢獻良多。

青創會擁有完整專業的顧問群、最領先的創業資訊，提供企業各階層人才專精、永續性的教育訓練課程，針對創業所面臨的各種疑難雜症，提供最佳的輔導及協助，結合全國25縣市分會所建構的豐沛商機人脈網絡，成為台灣最受肯定的創業交流平台。

- 榮譽總會長** 江丙坤
榮譽副總會長 李紀珠 陳聰勝
首席顧問 郭台強
總會顧問 王鉞波 江碩平 何鴻榮
林麗珍 陳樹 陳允懋
莊耀山 郭志龍 黃大洲
- 輔導總會長** 羅清屏
總會長 陳世銘
副總會長 許旭輝(常務)
李淵汀 吳宗寶 黃呈玉
黃其斌 鄭再興 鄭明智
- 監事長** 謝嘉澍
副監事長 孫達汶 黃裕權
名譽副總會長 呂理展 林榮燦 陳昌福 柯朝枝
- 創業楷模聯誼會會長**
施振榮(榮譽)
陶君亮(總會) 徐煥清(北區)
張秋龍(中區) 張永義(南區)
- 地區委員會區會長**
許登旺(北區) 施瓊珠(中區)
陳振山(南區)
- 地區委員會主任委員**
林衍東(大陸) 郭修敏(海外)
- 秘書長** 黃志鴻
副秘書長 陳麗華 林學瑞 楊坤鵬

青創會訊

- 發行人** 陳世銘
編輯顧問 吳嘉瑛
總編輯 黃志鴻
副總編輯 陳麗華
執行主編 李銘鈞
副主編 廖敬芝
編輯委員 林秀芬 洪淑晴 楊雅婷 葉育瑞
蔡好蕓 鄭安婷
- 文字編輯** 王佩于 吳其倩 李宛燕 沈佳穎
卓世紋 周世豐 周凱盈 林姿吟
林柏儒 林學瑞 許惠淇 郭哲維
陳佩筠 黃奕博 劉子魏 蔣萱
蔡欣璇 蘇美霖 蘇靜怡
- 美術編輯** 陳孟翰
發行單位 中華民國青年創業協會總會
發行地址 臺北市和平西路一段150號12樓
Tel:02-2332-8558
Fax:02-2337-5152
www.careernet.org.tw

歡迎您加入青創總會團體會員
入會專線(02)23328558分機110/109
會員服務中心 文衛民組長/楊雅婷組長



總編輯的話

顧客心動 才會行動

根據青創會近年來的觀察，隨著連鎖加盟及微型創業的興起，想創業似乎變得更加容易了，但是因為創業門檻的降低，競爭者相對變多，因此想成功創業除了要加倍努力，還必須要有更多的創意及創新。特別是在行銷方面，以往降價或買一送一的「加值行銷」手法雖然可以直接回饋消費者，但是對於建立品牌的印象以及認同感似乎稍嫌不足，因此「體驗行銷」、「故事行銷」、甚至是最近很夯的「微電影」等行銷模式興起，其最終目的都是希望能夠吸引消費者注意，抓住消費者的心，並促進消費行為。

社團經營最重要的就是活動辦理，活動辦理不僅可以凝聚會員，也可以建立社團形象及社會影響力。因此，青創會每年辦理大大小小、各式各樣的活動達數百場次，對於秘書處來說要規劃出具有一定水準的活動並不是件難事，相較之下要讓活動場場爆滿、叫好又叫座才是一種考驗，因此行銷對於青創會來說絕對重要，除了吸引活動人潮以外，也兼具建立、維繫青創會在國內創業輔導第一品牌的任務。

唯有先讓顧客「心動」，顧客才會「行動」！雖然這是事業經營上的行銷用語，用在社團經營上一樣無比受用，這也是我經常對秘書處同仁的期許，希望大家在規劃活動的同時，能夠以「顧客導向」做考量，扮演一位稱職的大廚，抓住每一個人的口味，儘量滿足不同需求的會員或前來上課的學員，特別是印證在最近幾年所舉辦的活動上，有愈來愈多的會務幹部以及會員開始「行動」起來了，也因為大家的「行動」讓青創會的凝聚力及影響力正在逐漸加溫中。

秘書長

02 總編輯的話

封面故事

04 「轉變」是台灣必走的路 - 專訪經濟部中小企業處 葉雲龍處長

專題報導

08 聰明創業 小而美也有大未來 - 台灣連鎖加盟事業與品牌發展

產經線上

14 一次做好 全力以赴滿足客戶需求 - 專訪亞帝歐光電股份有限公司 廖書尉董事長

18 兩岸投保協議簽署 加速陸資來台投資風潮

人物特寫

22 用愛放大夢想 用心觸動世界 - 專訪普萊德科技股份有限公司 陳清港董事長

26 走在時代尖端的溫柔鐵娘子 - 專訪瑞麟貿易股份有限公司 施瓊珠董事長

30 灌溉美麗生活的快樂園丁 - 專訪利庭鮮花店 林正雄店長

32 菜市場名牌旗艦店 創造平價時尚風 - 專訪允允服裝行 林章志總經理

34 愛美 不只專屬於女性 - 專訪沛杰股份有限公司 陳濬紳

36 素妍新生 活出自在好人生 - 專訪素妍水面館 王秀莉董事長

創新創意

38 耕讀·居遊·久良栖 - 私房雨露天然會館

40 玩紙 也可以不一樣 - 紙團工作坊

42 來自布袋漁港的好滋味 - 福翹食品行 用「心」製造魚鬆

44 時尚婚禮 網路幫手 - 李瑞瑩的網路創業新思維

創業新知

46 黃金證照時代來臨 - 門市乙級證照 求職、創業雙贏

48 不必賣東西 也能賺外快的網路賺錢術

活動花絮

50 中小企業不可缺席的年度盛會 - 國際中小企業聯合會世界年會

52 點燃南台灣創業火花 - 國際創業週末Startup Weekend

54 創業第一桶金 政府做靠山 - 青年築夢創業啟動金啟動儀式暨創業投資論壇

56 YES Taiwan 串連台灣創業能量 - 全球創業週

58 走向國際 讓品牌無限延伸 - 2012 澳門國際品牌連鎖加盟展

60 兩岸四地青年尬文化飆創意 - 澳門中華總商會青年委員會35週年文化創意展覽

61 經營連鎖化 勢不可擋 - 締結姊妹會暨衝出澳門-連鎖加盟的區域化發展商機論壇

62 臺北好當家 創業當頭家 - 創業臺北 BOSS ONLINE 小老闆創業學堂

63 精進業務知能 提升菸害防制成效 - 101年縣市菸害防制實務交流訓練工作坊

64 多元創意 打造有感服務 - 101年度衛生企劃人員訓練班

65 聯手打擊不法 保障勞工權益 - 101年度查緝非法外勞工作講習會

66 二代健保 全民更好 - 101年度二代健保專業知能培訓計畫

67 讓年輕醫師看到未來 - 守護台灣醫療高峰會

68 親山野趣 早秋悠遊 - 創業楷模聯誼會活動

69 民間搭橋 兩岸交流跨大步 - 101年度民間團體兩岸交流研討會

70 落實外勞管理 創造勞資雙贏 - 101年度外國人諮詢暨查察業務研習會

71 傳產觀光化 轉型博商機 - 青創論壇

JC觀點

72 凡事都是好事

健康專欄

73 青春健康 從腸胃保健做起

社會關懷

74 創造生命價值 從傳遞幸福開始 - 專訪OMG關懷社會愛心基金會 林一泓創辦人

創業調查

76 從「全球創業觀察」(GEM)看台灣創業現況

「轉變」是台灣必走的路

專訪經濟部中小企業處 葉雲龍處長

歐債危機方興未艾，國際局勢詭譎萬變，整體經濟環境對台灣而言，仍是嚴峻的挑戰。曾任經濟部中小企業處組長、副處長、商業司司長職務長達17年的葉雲龍，始終站上第一線關懷中小企業發展，未來更將協助微型企業與青年朋友創業，深耕聚焦資源、培植中堅企業。

「中小企業若還想在台灣這塊土地生存與發展，唯有『轉變』。」葉雲龍一語道破目前中小企業所面臨的現實與窘境。以全球經濟環境及台灣市場飽和、國際化加速的程度來看，中小企業朝向高附加價值發展，並試圖轉型為服務性產業是企業主必須面對的結構性改變。

今年7月，葉雲龍就任經濟部中小企業處處長時提出「三業六化」的想法，即是從過去「製造業服務化、服務業科技化與國際化、傳統產業特色化」的基礎上，再新增「生活體驗化」與「高附加價值化」。他認為「生活體驗化」是透過觀光工廠、OTOP遊程等體驗經濟、故事行銷方式加上各項技術載具科技化應用（如QR code、RFID、AR等展示科技），提供消費者新的生活體驗，以掌握消費端的消費行為，協助中小企業打開市場拓展通路與商機；「高附加價值化」則是在生產服務中，藉由加入創意與創新、綠能與品質、品牌與設計，以及ICT等基因，提高其附加價值，幫助中小企業擺脫成本競逐的困境，「這是台灣必走的路。」

推動中下階層創業

台灣中小企業目前占全國企業家數達97.63%，占國內生產毛額(GDP)總值4成多，創造近7成8的就業機會，自2009年後，台灣公司淨成長數一直在增加，2011年達到新增11,598家。新創事業的活絡代表一個國家國力的展現，因此如何帶動新創企業數增加？如何鼓勵青年勇於創業，同時協助中小企業透過三業六化的策略來提升國際競爭力？都是中小企業處的重要任務。

「整合創業育成、財務融通等輔導機制，全力推動青年及中低收入者順利創業，希望能讓三新一青（中小企業、中南部、中低收入戶、青年人）實際感受到經濟成長，重燃對未來前景的希望。」葉雲龍表示，未來政府組織改造後，青輔會將整併部分業務納入中小企業

處，因此，在婦女就業、弱勢族群、青年創業等面向，都會再深化及強化其服務內容。

他進一步解釋，中低收入戶者雖隸屬內政部、勞委會主要服務對象，但中小企業處可以透過輔導中小企業，進而使企業主願意培訓企業的基層勞工，一方面促進勞資和諧，一方面也希望促使弱勢族群收入提升。

而青年創業的熱情攸關著國家的未來，YEN (Young Entrepreneur Network) 在亞太與國際即象徵國力的呈現。因此，為鼓勵青年返鄉創業，並協助創業青年取得企業籌設階段的「第一桶金」，葉雲龍上任後一個月立即延續前任者開辦「青年築夢創業啟動金」，每案最高可貸200萬元，信用保證高達9成5。「除了資金挹注之外，也會將營運管理、公司經營的know how傳授給青年，集中資源去協助青年完成POC（創意實證）、POS（服務實證）到POB（商業實證）三階段的驗證程序，幫助他們實現夢想。」

另考量新創事業在種子期與創建期因剛起步不久，儘管擁有無限創意與拼勁，但畢竟企業規模較小、營收不穩定、籌資能力與管道不足等，大多不易受到創投公司的青睞，中小企業處為強化新創企業募資協助措施，將運用國發基金「加強投資中小企業實施方案」開辦早期階段投資專戶，期盼帶動投資新創企業風氣。

尋找台灣的隱形冠軍

行政院院長陳冲日前宣布，政府將以德國為師，全力發展中堅企業(Middle stand)。德國的「中堅企業」曾被國際期刊經濟學人雜誌介紹，比喻為隱形冠軍，是指尚未大放異彩、沒那麼出名卻深具潛力者。葉雲龍進一步說明，「中堅企業」規模超越中小企業的標準（政府尚在研擬界定範圍），具備高度的技術、創新、全球競爭力，當景氣不好時不易受到環境影響，「因為他們掌握關鍵技術。」

「過去我們對於企業規模一直有迷思，認為企業最終目標是上市、上櫃，但大型化是否為每個企業必走的道路？值得我們思考，我相信每個企業都有他必然的定位。」葉雲龍不鼓勵所有企業都朝上市、上櫃發展，但期望能發掘出更多具有潛力的中小企業，進而給予更多資源與輔助。

從區域平衡來看，台灣南部的企業家活力相較北部薄弱，但若從另一個角度細微觀察，「其實台灣到處都潛藏著隱形冠軍。」葉雲龍以「榮星紙業」及「Orange橙的電子」為例，二家公司均位處台灣鄉間，形同隱形，但他們技術營運模式創新，卻領先同業，全力為台灣中小企業的韌性、彈性及創新能力背書。

「榮星紙業」位於雲林縣崙背鄉，原生產電子零件的紙器包裝，近年開始推動「悠紙生活館」，未來也逐步朝向觀光工廠發展，企圖將製造業轉型成為服務業。實地參訪過的葉雲龍表示：「啊！真是不可思議呀！紙搖搖馬、紙媽祖、紙文具、紙燈箱等各類意想不到的創意紙品，成為傳統產業生活體驗化的最佳案例。當企業可以服務化、生活體驗化後，提升的不僅僅是企業營收，更成功將B2B轉換成B2C吸引觀光客，進而帶動與活化整個鄉村。」

「Orange橙的電子」主要以RF無線射頻技術，專注無線胎壓監測系統的創新與開發，在無線的基礎上自詡成為無線技術的專家，因此誕生「Orange」（零距離）品牌。為提升企業附加價值，創新開發服務通路，主動找尋燦坤、高速公路休息站、遊樂場所等異業結盟，提供買產品免費安裝胎壓監測的服務，有別於一般消費者安裝都到車行、AM市場（After Market），如同民衆申辦安裝ETC、eTag時，可以擁有更多元及便捷的選擇。隨著歐、美、日等發達國家法規深入實施和全面安裝胎壓監測後，國內消費者的安全意識

也逐漸攀升，一旦未來台灣法令及市場成熟後，「他必定是洞燭先機、先知先覺者。」

葉雲龍認為，當企業在同樣的立足點時，眼前的成就不是真正的成就，企業主看到的應該是起跑點後未來的5年、10年。「榮星」和「Orange」的企業主，時時將眼光遠眺未來，在展現台灣傳統中小企業活力與創意的同時，更成功作為生活體驗化體現的最佳案例。「他們讓我們看見台灣的隱形冠軍，而這種企業正是台灣要發展的中堅企業。」

科技化必須貼近消費端

此外，台灣近年來致力推動科技化服務業，亦即透過挹注創新應用的作法，促使服務朝精緻化、高值化和國際化發展，希望為中小企業尋找新的方向與營運模式，協助中小企業利用科技掌握創新生活服務商機。

葉雲龍回憶過去曾經輔導過的餐飲業案例，廠商運用科技讓消費者於櫃檯點完餐後，直接將餐點牌放置於餐桌上的讀卡機，而中央廚房則依據系統顯示的First-Come-First-Served（先到先服務）資訊，提供餐飲製作及出菜服務。這項科技應用雖有效提升工作效率及降低客訴，但企業主往往在來客數減少時，則將此套科技擱置不用，因為他們打從心底懷疑：科技化是否真的能為企業帶來營業成長？且科技化所必須投入的龐大資金及後續維護，著實令人感到卻步和猶豫。

葉雲龍解釋，中小企業的科技化應該從另一種角度去思考，科技不該只是硬梆梆的東西，要加入生活體驗化，再融合科技化的應用，才能讓消費端接受。台灣的中小企業多屬商業服務業，「服務業的科技化是必定要走的路。」企業不但要妥善應用科技化，還必須不斷重複檢視「科技的應用始終於貼近消費端，是在低成本與高營收之間找到平衡點時，中小企業的科技化才有其適用性及效益性。」

以連鎖餐飲為例，在北部中央廚房裡烹煮完成的一碗麵，如何經過快速冷凍、物流配送運送至南部，再經由解凍、復熱後仍維持一樣的品質與口感，背後仰賴的不僅僅是強大物流系統、SOP程序、冷凍冷藏技術…等，其企業運籌能力及科技應用將牽動企業展店速度與產品品質。

「展店絕非你想像的那麼簡單！」葉雲龍不斷提醒中小企業要在國際化與科技化扎根，確實釐清供應端和需求端平衡界線，當資源配儲及配置有誤時，供應端與需求端也將出現落差，「最終目標是為提升企業的附加價值和競爭力，這是永遠不變的重點！」

海外在地化VS.本土國際化

近年連鎖加盟業態蓬勃發展，食衣住行育樂都可以運用連鎖的方式快速拓展企業版圖，也有愈來愈多的青年透過連鎖加盟系統作為創業跳板，造就台灣成為連鎖加盟總部密度最高的國家。

「倘若品牌能在原始加盟族所規劃的範圍基礎上，將品牌、技術、管理know-how、人才培育、產品服務的更新、競爭力的提升都維持一脈相承，同時又能採自由式的自主管理，加盟族與加盟主將會有更好的關係，台灣的加盟體系也將更加完整。」

葉雲龍表示，以零售業來看，全台灣的7-11、全家、萊爾富及OK商店約有10000萬間，密度很高，因此「台灣的零售業勢必該走出去，適度往海外拓展，服務業國際化的海外據點設立也特別受到政府重視。」

此外，他提醒，「國際化的觀念不該局限在我們跨出海外，還應包含海外人士進入台灣旅遊觀光時，我們要如何去展現與

強調台灣的『在地國際化』（亦即inbound的概念)」。以台灣OTOP(One Town One Product)的數據顯示，日月潭館每月營收超過150萬元，觀光客來台灣所衍生的服務與商機，值得中小企業發掘。

引領中小企業蛻變升級

「中小企業存活率提升至10~20年是未來要努力達成的目標。」葉雲龍表示，中小企業處的定位是要成為中小企業創業成長的後盾，透過各項貸款、輔導體系等資源挹注，提高品質、產品與服務的競爭力。同時因應市場環境及創業者需求，適度以連鎖加盟的方式協助中小企業拓展海外，強化其行銷通路、品牌塑造、強化企業SOP程序、塑造企業的歷史文化故事、消費習性搜集等等，協助台灣品牌站上國際舞台。

未來中小企業處也將透過國際論壇、商機媒合、Demo秀等各種方式，幫助中小企業與國際接軌，並考慮開設達人開講團，匯聚不同世代的創業者及知名的企業家，藉此幫助中小企業主從菁英的創業經驗與管理哲學中，激盪出更多火花，進而創造更多創新的營運模式。

最後，葉雲龍不斷提醒與叮嚀，中小企業雖然普遍規模較小、制度不健全，但企業一定要重視人才培育，培養領導階層的國際觀與世界觀，才有機會與世界接軌。強調國際化並不僅是我們走出去，「當別人進來時，國際化已經發生！」因此，企業主本身也要不斷加強外語能力，不同膚色與種族只要有共通的語言，不但可以拉近距離，更可在商務上延伸交流與合作機會，「語文強化是國際化不可或缺的重要推手。」此外，當企業獲利的同時，也千萬別忘記企業的社會責任、綠色環保，並對弱勢族群與社會多盡一份心力。

(文/廖敏芝)



聰明創業 小而美也有大未來

台灣連鎖加盟事業與品牌發展

台灣連鎖加盟產業經過30多年發展，現階段已累積超過2000個連鎖品牌，由於國內市場逐漸飽和，開始不斷向海外尋求新的空間，目前85度C咖啡蛋糕專賣店遍布大陸各大城市、麗嬰房在大陸已超過1500家門市、曼都集團全球已超過400家店，可見台灣的連鎖加盟產業，已在海外逐漸摸索出自己的一片天。

連鎖加盟發展迅速 面臨挑戰與困境

依據2011年台灣連鎖店年鑑普查結果，2010年台灣地區連鎖體系共分為綜合零售、一般零售、餐飲服務及生活服務等4大類，統計調查登錄之連鎖總部共有1724家，較2009年1563家增加1成；總店數89110店，較2009年成長8166店，成長比率也達1成。調查顯示，平均總部店數規模（總店數/總家數）約51.7店，台灣地區大多數連鎖總部店數規模在50家上下，而上市櫃企業相對店數規模較大。

台灣地區連鎖店發展趨勢統計表

業別	年分	2008年	2009年	2010年
綜合零售	家數	86	88	92
	總店數	10749	10903	11383
	直營店	2850(26.5%)	2679(24.6%)	3004(26.4%)
	加盟店	7899(73.5%)	8224(75.4%)	8379(73.6%)
	平均店數	125.0	123.9	123.7
一般零售	家數	577	640	673
	總店數	20730	22379	23857
	直營店	13926(67.2%)	15739(70.3%)	15974(67.0%)
	加盟店	6804(32.8%)	6640(29.7%)	7883(33.0%)
	平均店數	35.9	35.0	35.4
餐飲服務	家數	347	425	526
	總店數	20524	25005	29297
	直營店	3777(18.4%)	4674(18.7%)	5287(18.0%)
	加盟店	16747(81.6%)	20331(81.3%)	24010(82.0%)
	平均店數	59.1	58.8	55.7
生活服務	家數	385	410	433
	總店數	35891	22657	24573
	直營店	6829(19.0%)	6543(28.9%)	7450(30.2%)
	加盟店	29062(81.0%)	16114(71.1%)	17123(69.8%)
	平均店數	93.2	55.3	56.8
合計	家數	1395	1563	1724
	總店數	87859	80944	89110
	直營店	27382(31.2%)	29635(36.7%)	31715(35.6%)
	加盟店	60512(68.8%)	51039(63.3%)	57395(64.4%)
	平均店數	63.0	51.8	51.7

資料來源：2011台灣連鎖店年鑑

值得注意的是，近幾年來，台灣連鎖加盟業從早期注重服務及標準作業，到開始集團化、國際化、分眾化，從多店加盟漸轉到多業態加盟，發揮規模及範疇經濟優勢。然而，隨著發展速度愈來愈快，市場趨勢逐漸改變，首先是從「大量複製」轉成「個性特色」，像是當紅炸子雞「貳樓餐廳」即是每家店都有專屬特色，藉此成功吸引消費者。其次，複合式經營愈來愈流行，主要目的是追求坪效運用；最後，加盟總部逐漸放寬經營門檻或擴大廣宣，加速招商速度，進行通路戰。

輔導法樂朋法義餐廳、好適居家水電超市等多家連鎖店面的林政忠博士表示，目前台灣連鎖加盟業主要面臨問題為以下三點，包含一、多為複製主義：業種同質性高但差異不夠（如：早餐），造成產品生命週期短；二、商圈適應程度不足：無法以一種商品打通所有商圈，也未依不同區域特性開發商品，必須重視「商圈適應策略」；三、招募加盟者不易：一方面因為加盟總部質感未提升，難以滿足加盟者需求；一方面則是總部掌控性愈來愈強，但加盟者卻另有經營想法，造成溝通問題。

兩岸化、國際化 找出最佳經營模式

目前連鎖加盟產業已走向全球化，香港中文大學管理系教授黃熾森指出，連鎖加盟業欲進軍國際市場時，將面臨多元化、人才流失、新業務型態、本地化等問題的新挑戰，唯有作好因應，海外布局拓點才能勝出。

連鎖加盟品牌進軍海外，目前在台灣已是發展的必然趨勢，但對多數中小型連鎖加盟總部而言，品牌國際化這一步，該如何跨出才能成功？首先，連鎖總部應先檢視6大機能是否健全，包含完善的後勤物流支援能力及督導、企劃行銷廣宣、教育訓練、財務及融資、獨特創新性的商品研發、完整經營know-how及營運管理等功能，並能夠協助危機處理。

除此之外，想創造海外加盟的最佳經營模式，成功關鍵除了思考要透過獨資、品牌授權、區域授權或合資經營方式進入市場外，同時也可從商品、區域、人才等方面思考，包括如何找出商品的文化意涵？商品是否具故事性及在地化優勢？商品品質、精緻度及定位是否具國際水準？輸入地點能否接受該商品？是否培養足夠外語人才參與烹飪教學、導覽介紹及國際推廣？如果這幾項答案是肯定的，那就可以勇敢嘗試。

1990年起，台灣連鎖加盟企業開始進入中國大陸市場，歷經10多年發展，目前已進入蓬勃發展階段，布局幾乎涵蓋各地區，在食、衣、住、行、育、樂及科技產品等領域都占有一席之地。此外，早在2009年，台商連鎖企業在中國大陸的銷售總額已超過人民幣1000億元，目前以吃（餐飲）、穿（服裝）、學（培訓）、美（美容美髮）四大行業，最具發展潛力與競爭優勢。

根據國際商情雙周刊第324期報導，中國大陸連鎖加盟業的發展特點可用三個字來概括，第一個就是快，第二個就是好，第三個則是變。「快」是指近10年保持非常快速的發展，店鋪數與銷售額平均成長30%；「好」指的是發展潛力非常好；「變」也就是因地制宜的策略變化。

新區域發展機會 創造連鎖新機遇

連鎖企業想往海外發展，不妨考慮新區域，以橫琴島的開發來說，對澳門連鎖服務業的發展無疑是一項大利多，因為新區域的開發、腹地的擴大，對商業服務業的消費需求將大為增加。預期未來，因應此種新區域發展布局的業態與業種將快速增長，但絕非一般性傳統商店所能經營，必須是一種已經具有現代化管理技術及經驗、格局的連鎖服務業，方能以最迅速的速度，配合區域經濟開發的布局。因此，對台灣業者而言，管理技術與經驗發展較成熟的廠商，將能參與此波發展機會，創造連鎖企業難得的新機遇。

對台灣的連鎖發展品牌來說，可藉由廣東澳門合作的模式，在區域新制度的規劃下，找出未來前進大陸的機會點，同時可破除部分前往大陸發展的疑慮，並逐步調整出最適合自己的發展模式，提升管理的能力。此外，橫琴區域的開發，也將給台灣廠商一個新的試煉，在新型態的商圈中，如何擬訂新的商品策略，調整新的商品結構，進行新的服務流程設計及人力招募與訓練，勢必都將考驗著經營團隊的智慧。未來在這個區域調整的經營經驗，也將成為這些品牌未來前進大陸的重要參考，這也是橫琴區域所能帶來的重大商業價值之一。

台灣連鎖加盟SWOT分析



新時代總部操作 加盟授權面面觀

連鎖品牌國際化，就經營合作模式而言，可分為由總公司直接投資經營，如：麥當勞、肯德基；另外則是合資經營，如：星巴克在台灣與統一企業合作投資成立統一星巴克股份有限公司。其中絕大多數都是採行品牌授權代理模式，亦即由總公司授權給當地的某家公司直接百分之百投資經營。

林政忠博士建議連鎖總部前往海外發展，可先透過拓展直營店拉抬氣勢、創造話題，再進行各縣市區域代理，也可考慮著名國際餐飲品牌開放加盟、多種品牌共進合擊或國際知名品牌授權。跨國授權經營，必須慎選當地加盟者，先訂出一定的資格條件，包括資金、經歷、年齡等，被授權者最好是企業而非個人，而這家企業必須是新成立的獨立公司，而且是完全只經營授權給他的加盟事業，如此才能專心經營本業，而非找一家又兼營其他事業的企業，因為這樣容易影響到加盟事業的經營。

此外，在簽定加盟授權合約時，必須明定合約期限多長？由於加盟授權採取區域授權，那麼，區域授權的範圍有多大？是全國、一個省分、還是僅一個城市？加盟費用多寡及收取方式？被授權者未來新開一家加盟店，台灣總部是否還要抽取加盟金？對被授權者須明定競業禁止條款為幾年？同時，為避免誤觸當地法令，建議可聘請當地律師擔任法律顧問。

連鎖加盟類型比較

項目	直營連鎖	加盟連鎖		自願連鎖加盟
		委託加盟	特許加盟	
資金	總部	總部	加盟主為主	互相投資/加盟主
決策	總部	總部為主	加盟主為主	加盟主為主
所有權	總部	總部	加盟主為主	加盟主
經營權	總部	加盟主	加盟主	加盟主
商品進貨	總部統一	總部統一	總部統一	原則統一
營業淨利	歸總部	公司與加盟主分享	加盟主為主	歸加盟主
價格	統一售價	統一售價	統一售價	售價彈性空間大
經營技術	總部供應	總部供應	總部供應	自由利用
教育訓練	總部供應	總部供應	總部供應	自由利用
促銷活動	統一實施	統一實施	統一實施	自由加入

資料來源：吳玠儒（2001）。台灣連鎖加盟體系介紹。台北：聯經出版。

合資、加盟及技轉模式比較

比較項目	合資	加盟	技轉
	雙方皆為股東，以合資公司獲利與長期經營為考量	僅提供初期訓練，後續收管理費與銷售物料獲利	一次性賣斷產品
• 持續供應物料維持產品穩定度	✓	✓	✗
• 持續新產品研發提升客戶滿意度	✓	✓/✗	✗
• 人員派駐協助營業績效提升	✓	✗	✗
• 提供多方面的協助(營運、工務、行銷、訓練、人資)	✓	✗	✗
• 與夥伴一同考量利潤創造與成本管控	✓	✗	✗

資料來源：青創總會「連鎖加盟品牌區域代理授權實務」課程教材。

除了以上部分，還需留意的是，若連鎖加盟品牌想要進軍海外，直接到海外參加連鎖加盟展是最直接的方式。因此，總部要先規劃想要進軍海外的國家，留意這些國家什麼時候有連鎖加盟展覽，在當地參展是最容易找到加盟代理商。

談到加盟授權，目前是CoCo都可連鎖茶飲總經理，同時也是青創總會連鎖加盟課程講師林家振表示，CoCo海外發展是採取透過與區域夥伴成立合資公司，透過合資公司開設門市的策略，結合雙方優勢，最大化投資效益與建立長期企業經營。

CoCo都可連鎖茶飲 國際化連鎖 內部創業 合資經營

億可國際美食連鎖1997年成立「CoCo都可連鎖茶飲」，以珍珠奶茶聞名，全球已有超過300家分店，目前正積極拓展海外區域授權加盟市場，並招募培訓人才至海外發展。

創業之初，創辦人洪肇水即立定目標，經營連鎖店，標準化與一致性是基礎，產品的穩定性根源於人員的訓練，降低人工操作的差異，減少店與店間的不同，因此著手提升店鋪設備與人員的訓練，提高自動化比例，從源頭上解決標準化的問題。

此外，有鑑於國內茶飲連鎖店多為加盟連鎖體系，且是供貨型總部，管理較為鬆散，因此在台灣堅持實施內部優秀員工創業的直營模式，避免加盟店各自為政的缺點，除了激勵員工向心力，分店營運也更加穩健。由於加盟機會員工人人有份，人力資源穩定度向來優於同業，這對於已朝國際市場進軍的CoCo來說，是如虎添翼。

談到進軍大陸市場拓展，林家振總經理表示，「我們是在適當的時機，適當地利用中國廣大的市場。」一語道破成功的關鍵是時機與市場。CoCo在2007年進軍大陸，展店不只講求快速，更有精準策略，林家振強調，因為看到加盟過快，品質服務無法掌握而衰敗的例子，「CoCo不開放加盟，而是由總部扮演政府的角色，集中運用資源，每一家店都是直營或合資經營模式。」

CoCo取名源自錢的台語諧音，的確也創造了巨大商機。在茶飲站穩腳步後，CoCo下一步要發展第二品牌，主力產品是關東煮，湯頭最重要的原料是來自台東的柴魚。

饗賓餐飲集團 多品牌特色發展 新型態精緻連鎖店

桃園老字號「福利川菜」創立於1971年，並網羅川菜名廚掌舵，將川菜料理發揮得淋漓盡致，讓麻辣鮮香滋味征服了在地人的味蕾，深獲當地人的喜愛，更成為桃園人共同的飲食記憶。為了提供給消費者更多樣的選擇，「福利川菜」近年來也朝向多品牌發展，從海鮮百匯吃到飽的「饗食天堂」、讓年輕人認識創新川菜的「開飯川食堂」，更有走輕食路線的「饗帶走」，一路堅持貨鮮、味美、價格實惠三要點，期待與消費者一同創造美好的回憶。

饗賓餐飲集團目前年營業額已上看14億元，並且持續地穩健快速發展，為一家年輕、有創

意且活力十足，具有開放文化的多品牌連鎖餐飲企業。同時這也是繼瓦城泰統、王品集團與安心食品摩斯漢堡陸續在2011年上市櫃，另一家傳出已籌備在2014年推動上市櫃計畫的餐飲業者。

目前由七年級的二代管理團隊經營的饗賓餐旅，旗下三個品牌也各有特色，「饗食天堂」為自助式餐廳，提供中、西、日式精緻高級近200道料理，經典的開放廚房，料理現點現做，使用高單價食材，搭配細緻室內氛圍，提供消費者飲食新體驗。「饗帶走」主打外帶輕食料理，包含各式沙拉、多樣壽司和新鮮果汁等，讓通勤族、上班族及看電影的顧客，就算外食也能兼顧健康樂活。「開飯川食堂」承襲福利川菜40年的正統手藝，選用天然食材，巧妙調配複雜多樣的辛香料，下手刀工精細，快火燒煎炒，用最熱血的心，端上翻騰味蕾的川正味料理。

政府資源相挺 連鎖加盟轉型升級

為因應我國連鎖業發展趨勢，迎合連鎖加盟企業海外拓展之需求，包含經濟部商業司等單位均提供許多政府資源相挺，包含補助辦理連鎖業海外經理人才培育相關課程、辦理連鎖加盟總部評鑑、輔導連鎖加盟總部提升等計畫，以實質資源提供企業最好的後盾。

以青創總會內訓企業饗賓餐飲集團來說，近年來因快速展店，人才需求迫切，因此特別希望針對人員甄選與培訓方面強化，不論是外派員工受訓或是爭取政府訓練補助，都非常期盼能夠有政府資源挹注，而關於「人」的管理也是他們下階段努力的重點。

對於兩岸連鎖加盟趨勢，林政忠博士則表示，未來將愈來愈重視區域文化特色，不走大規模複製，而是重視精緻化的小規模特色；另外，如何符合消費者需求，客製化與生活型態結合也是重點，才能做出最貼心的差異；最令人感到特別的是，可能由目前的品牌加盟轉向產品加盟，創業者可透過此方式將商品策略組合，再開創自己的銷售通路，彈性將愈來愈大。

青創總會相挺 連鎖加盟發展推手

在2011年，青創總會積極協助業者健全營運總部的機能，邀集顧問專家組成輔導顧問團，在進行輔導前確認企業需求，協助企業經營模式與制度建立，結合財務診斷與規劃、加盟總部機能及加盟辦法建立、教育訓練與督導機制規劃、招商規劃以及網路媒體行銷等面向，進行連鎖加盟輔導，替企業打造永續經營的加盟總部品牌。

青創總會擁有豐富的產業輔導經驗，於2011至2012年協助法式料理餐飲、居家修繕等不同產業成立新品牌，是目前擁有最符合市場現況的輔導實力。透過青創總會完善的連鎖加盟輔導規劃，培養總部擁有經營品牌的觀念及能力，提供更創新、全面性的總部輔導機制，加上完整的員工教育訓練以及年度行銷規劃與招商說明會的辦理，替加盟總部招攬到優質的加盟主，提升加盟總部的各項機能，從總部機能確認進而推展至總部輔導、成功招商，有效的協助企業拓展連鎖加盟事業，成為創業路上的聚寶盆。

(文/蔡妤棻)

一次做好 全力以赴滿足客戶需求

專訪亞帝歐光電股份有限公司 廖書尉董事長
國內第27屆創業楷模

LED(Light-Emitting Diode, 簡稱LED)為一種半導體電子元件,它在電流驅動下,可以將電能轉換成光的形態輸出。LED與傳統照明相比,它具有更高效率、更長壽命、更不易破損、反應速度快及可靠性高等優點,近年來LED在照明市場的地位也逐漸攀高。

亞帝歐光電隨著全球市場脈動,憑藉過去長年生產及組裝CCFL冷陰極管(Cold Cathode Fluorescent Lamp, 簡稱CCFL)模組、LENS光學技術經驗,以及強大的研發技術團隊,在2008年投入節能照明燈具產業,針對室內、戶外、情境等各種照明環境,開發出高熱導、高效能、超長效的LED和CCFL光源燈具,並廣泛應用在居家室內、辦公室與工廠照明、商業櫥窗展示、辦公大樓、公園等戶外商業或休閒空間投射照明。

傳統式微 節能減碳燈具秀

照明係指運用日光、燈泡等各種光源來照亮特定的場所或環境,而光源與燈具是照明環境的主體。現代人工照明裝置以電力照明裝置為主,其中又以白熾燈泡(Incandescent Lamps, 簡稱GLS)為全球主要照明的光源燈具,但近年因其壽命短、發光效率不佳,加上2011年,於南非德班氣候會議中,將原訂於2012年到期的《京都議定書》,延長法律效力5至8年,在各國節能減碳意識高漲的形勢下,為減少照明能源損耗及環境汙染,白熾燈泡成為夕陽產品。

台灣已於2011年底宣布,將以LED照明取代傳統白熾燈泡,完成數十萬盞交通號誌替換。此外,自今年起美國、日本、歐盟等各國政府紛紛提出全面或部分開始禁用白熾燈泡的政策,我國政府更增編預算,全面淘汰水銀路燈,宣示2012年是台灣LED路燈上路年。正如綠色主義趨勢使然,尋求替代光源已成為目前各國政府最為積極的下一步,藉由政策鼓勵使用節能產品,加上技術演進及消費者的偏好,促使LED照明產業高度成長,LED燈泡儼然成為照明燈具市場最炙手可熱的明日之星。

亞帝歐光電前身為亞帝歐實業公司,成立於1991年,從事連接器、線材與Cable等

相關產品的銷售。出身於南投鄉間的廖書尉,從小就具有創業者的打拚態度。廖書尉回憶初出社會時,他在一家連接器工廠擔任業務,秉持著力爭上游精神的他一直把一句話放在心上:「雖然是小企業,但也要把規格與經營,做到像大企業一樣的水準。」1年後,他的業績是第一名,很快地,在短短幾年內便成功賺到人生的第一桶金,於是廖書尉毅然決然投入創業,建立了亞帝歐實業公司。

持續轉型 攀上高峰

1995年,廖書尉在一位客戶的建議下,跟隨消費市場的改變,將亞帝歐轉型投入CCFL冷陰極管的代工與組裝,發展光電產品。1997年時再次轉型進入TFT-LCD背光模組市場,組裝生產及相關附件開發。並在3年後自建廠辦大樓,以擴大產能,確使公司在市場上占據先機,並於2004年正式更名為亞帝歐光電股份有限公司,同年廖書尉獲得創業楷模獎肯定。2007年,亞帝歐正式上櫃,成為國內面板廠與背光板廠最信賴和肯定的企業。

自2008年起,亞帝歐面對創業以來最嚴峻的考驗,由於當時正逢全球金融海嘯及產業的不景氣、國際環保法規的訴求、供過於求的市場、面板背光源從CCFL冷陰極管轉向LED等種種狀況,TFT-LCD液晶面板

產業結構性調整，在獲利持續衰減及產品市占率急速下滑的情勢下，廖書尉堅持不認輸，並帶領亞帝歐光電跨入節能照明領域調整產品及業務內容，瞄準CCFL與LED兩大未來主流的節能燈具市場。

研發多元化 力攻節能照明

「多元化是亞帝歐的經營策略！」廖書尉說，亞帝歐全力投入研發各式燈具，讓每種光源在適當位置做出最適發揮，因此亞帝歐除了一般消費者熟悉的LED節能照明燈具外，也提供另一項優良的節能光源—CCFL燈具。雖然LED是目前台灣甚至是全球的節能照明趨勢，但廖書尉認為，「LED並不全然取代了CCFL。」因此亞帝歐沿襲過往深耕於CCFL組裝產業的經驗，研發出螺旋燈泡、輕鋼架燈、植物燈等各式各樣的燈具，期能提供消費者更多的選擇，創造出多元化的市場需求。

「未來照明市場將劃分為CCFL與LED兩大區塊。」CCFL技術的應用已相當成熟，改作照明用途也能延續其優勢。CCFL亦是節能照明的一員，且相較於LED，CCFL成本較具優勢，屬於三波長之光源，其光線柔和，無眩光及其演色性皆有85%以上的表現，相當適合使用在辦公室、居家等室內場所。但缺點是，CCFL因製程關係，有含汞的疑慮，在目前這個環保意識抬頭的社會，較顯吃虧，加上它主要集中在台、日、韓、中等亞洲市場生產，難以打入歐美市場。

亞帝歐具有深厚的CCFL產業背景，目前已開發出多種的CCFL燈具，並在機構及保

護電路設計等擁有專利。亞帝歐開發出的T8型CCFL燈管及CCFL螺旋燈泡，已可取代室內主要照明。亞帝歐CCFL燈具產品沒有傳統燈具閃爍的現象，其亮度充足、顯色性高，便於提供健康護眼的環境。

而目前全球市場當紅的LED照明係屬指向性光源，光線銳利，較適合使用於室內或戶外投射型的照明。廖書尉說，以燈具來講，不同的產品設計會影響節能的效果，全看如何運用。在顏色表現上，LED現階段已可以做到高演色性的表現，但相對的在價格方面就顯弱勢，「LED目前的技術仍有不足，還有電源轉換功率損失、散熱問題、照度不足及成本過高等問題須要克服。」

為避免目前市售節能照明亮度不足及演色性不佳的問題產生，亞帝歐選擇採用美國CREE高亮度及高演色LED，嚴格要求色溫，使被照射物質顏色更加出色，呈現如陽光下的自然色彩。在亮度方面，在相同空間，亮度較市面LED產品充足，可減少其用量。在散熱方面，特殊高導熱基材使LED可瞬間導熱，發揮最高發光效率。

燈具市場已超過百年歷史，國際大廠、區域小廠競爭激烈，百家爭鳴不足以形容。加上產品從低階到高階都有，但在大眾對節能市場及產品認知不深的情況之下，燈具市場變成紅海。但這幾年來，消費者也逐漸了解到僅考量產品單價的情形下，購買的燈具很容易發生「節能不節費」的狀況，因此在產品質量上也開始要求，「這就是亞帝歐的機會。」廖書尉說，節能照明燈具產業就是光與機電的整



合，亞帝歐有深厚的光電背景，擁有相關人才與設備，而從自有模具、射出、線材到協助客戶代工的組裝能力都是其核心競爭力。亞帝歐的產品從設計、生產到控管整個流程，與大廠相比，少了管銷成本，和小廠比較，亞帝歐則有嚴格的品質管政策，並通過UL、ISO9001、ISO14001、TS16949等多項國際認證。此外，亞帝歐不論在台灣或是中國的工廠都擁有足夠的產能與空間，藉由兩岸分工，足以面對國內、中國甚至外銷市場。

兩岸分工 在地製造銷售

在中國政府政策支持下，當地LED市場極為廣大，尤以景觀、工廠照明為主，廖書尉則認為，「在中國銷售燈具比在台灣還難。」過去30年來，中國以低廉的勞動成本取得台灣製造業的青睞，紛紛轉移至對岸設廠，台商在中國攀上經濟高峰，但隨著政策變動，台商的經營模式已非僅是輸入原料、利用廉價人力進行加工出口的模式，「對岸擁有世界上最大的市場，卻也有最多的廠商，小為當地廠牌、大至世界大廠，再加上任何規格都有。」因此他認為，台商面對的課題將是如何在中國建立品牌、打入其內部龐大的市場需求通路，「在中國當地市場，燈具銷售非一蹴可幾，須長時間的累積，並且有良好的在地關係才容易打入。」

廖書尉說，中國從早期的低工資、不缺工的狀態，隨著時代變遷，中國東南部製造業逐漸往西部內移、大陸一胎化政策、民衆知識水準的提高、一二五計畫5年內最低工資翻倍等種種情況下，大陸年輕人

對投入製造業意願與比例正逐漸降低，導致當地基層人員流動率高、不易招聘，對製造業來說，代表的就是人力、品質管理等成本提高。在台灣，員工多數為二度就業婦女，穩定性高，因此亞帝歐採行「就地生產、在地銷售」的生產策略，在台製造產品銷售至台灣及海外，在中國製造的產品就以內銷為主。不過廖書尉也感慨，現在不論是對岸或是台灣，願意進生產線的年輕人愈來愈少，未來企業經營的問題只會多不會少，「因此，企業主永遠不要局限於過去的策略，要跟上時代腳步，改變管理思維。」

市場變化 積極面對

廖書尉不諱言，從CCFL模組加工轉換到節能照明市場，最大的挑戰仍是市場通路。以前身為加工廠的亞帝歐面對的客戶是系統廠，然而在投入照明燈具領域後，直接面對的則是終端通路與消費者。原不熟稔通路的亞帝歐，開始嘗試透過不同管道來銷售產品，經過這幾年的摸索，也抓到產品定價及與通路合作的技巧。現在的亞帝歐除了燈具通路、工廠外，也積極參展，並運用電子商務網站，直接與消費者對話。

此外，亞帝歐也開始和建設公司合作規劃開發建案，以專業研發及業務團隊，為客戶解決照明規劃上的困難，滿足客戶在燈具上的所有需求。廖書尉堅持「一次做好，客戶滿意」的品質管理政策，在產品上要求符合環保法規，持續不斷改善產品，以減少環境衝擊，達到客戶對品質與環保的嚴格要求，經營出舒適、滿意、持久的照明環境，獲得客戶高度肯定，期冀讓亞帝歐光電再度成功轉型，持續在市場發光發熱。（文/洪瑜晴）



兩岸投保協議簽署 加速陸資來台投資風潮

台灣產業、人才密度高 陸企產業升級最佳途徑

第八次江陳會簽署兩岸投保協議，這是繼2010年兩岸簽署ECFA之後，又一項重要的協議。國人關注的焦點，大多在於台商的人身安全獲得更大保障以及發生商務糾紛時的仲裁解決。其實，促進兩岸企業投資，也是投保協議中相當重要的部分。後續緊鑼密鼓的服務貿易協議、貨品貿易協議、解決爭端協議等持續進行，兩岸交流的態勢亦步亦趨，也顯示出，台灣應大力吸引陸資來台投資。

在兩岸投保協議文本中對於投資促進的規範，包括第五條「逐步減少投資限制」與第六條「投資便利化」，其內容都是希望積極增加相互投資。長久以來，一般是大陸對於台商投資的限制較少，而台灣對於陸資來台投資的限制較多。

根據經濟部投審會審查統計，自2009年以來，陸資申請來台投資件數不到300件，合計金額也僅達3億美元，反觀台商到大陸投資包含補件在內，自1991年以來將近1200億美元，其中恐難計算透過第三地到大陸投資的資金。若依中國統計來看，台商赴大陸投資的資金可能高達4000億美元之譜。由於兩岸在貿易及投資上存在著不對稱的互賴關係，因此，今年4月經濟部宣布大幅度開放陸資來台投資的項目，包括製造業允許投資的項目達到97.5%，服務業與政府採購開放陸資來台投資項目超過50%。

然而，表面上看來是大幅放寬，若仔細分析即可看出，台灣對陸資的投資限制仍多，尤其是在服務業投資，不論在金額上或是比率上都有很多限制。

投審會核審陸資來台投資金額

年 度	件 數	金額 (美金千元)
2009	23	37,486
2010	79	94,345
2011	102	43,736
2012 01~07	80	133,272
1	13	96,507
2	12	5,669
3	8	1,553
4	9	720
5	9	11,374
6	12	6,347
7	17	11,102
2009~2012.07	284	308,839

投審會核准對中國大陸投資統計總表

年 度	件 數	金額 (美金千元)
1991~2011.12	39,572 *	111,697,545.54 *
2012 01~07	355	7,410,291
1	54	820,678
2	48	740,407
3	51	1,154,016
4	46	1,024,829
5	76	984,713
6	44	1,024,737
7	36	1,660,911
1991~2012.07	39,927 *	119,107,835.10 *

*為含補辦

中國大陸對外直接投資發展趨勢（資料來源/投資台灣入口網）

受到國際金融海嘯影響，近年來全球在海外投資銳減，唯獨中國大陸對外投資增加得很快，因為大陸目前擁有的美元外匯存底，幾達全球海外美元的1/2。同樣地，這幾年外人來台投資的金額也大幅減少，吸引陸資來台投資，是目前政府明確引進活水的重要工作。近年中國對外投資概況如下：

◎2002~2009年中國大陸FDI存量變化：從2002年起，中國大陸對外投資的存量為299億美元，直到2009年達到2457.5億美元的高峰，以不到10年的時間，存量成長近10倍。

◎從中國大陸於2009年對外直接投資的比重與金額來看，其他投資占最大比重，約為232億美元。其中併購占192億美元。其次，新增股本的部分，約為172.4億美元，占30.5%。最後，當期利潤再投資比重為28.50%，約為161.3億美元。

◎從至2009年中國大陸對外直接投資存量的行業來看，金額最高的為商業服務業729.5億美元（29%）；其次為金融業459.9美元（19%）；再次為採礦業405.8億美元（17%）；第四名為批發零售業357億美元（15%）；第五是交通運輸倉儲與郵政業166.3億美元（7%）；第六名則為製造業135.9億美元（6%），其餘行業都占總體2%以下。

◎從中國大陸對外投資的地區與國家別來看，截至2009年底，以香港為第一名，共計1645億美元，接下來則是英屬維京群島與開曼群島的避稅天堂，共計286億美元左右。而亞洲國家的新加坡排名第五，為48.6億美元，韓國第六，計33.4億美元。

◎截至2009年中國大陸對外直接投資存量地區分布來看，亞洲國家占75%為最大宗，拉丁美洲國家居次，約12%。

◎截至2009年從中國大陸對外直接投資的前10名省分來看，廣東省為95.5億美元，占31%；北京市居次，為37.6億美元，占12%；其他排名分別為上海市，35.9億美元，占12%；浙江省29.6億美元，占9%；山東省26.2億美元，占8%；湖南省（7%）、福建省（5%）、遼寧省（5%）、黑龍江省（3%）。

◎截至2009年中國大陸企業對外投資類型主要為有限責任公司，共有6968家，占57.7%。而國有企業占13.4%居次，共有1624家。

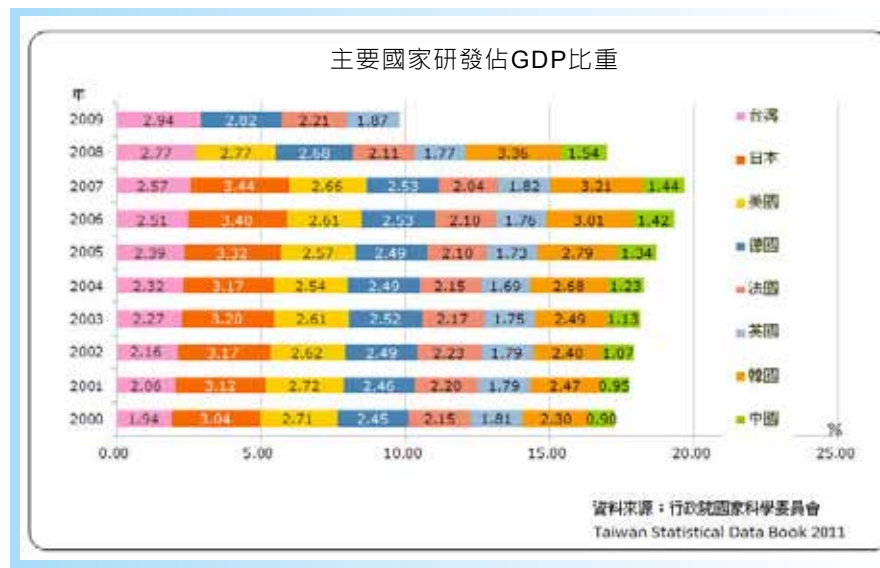
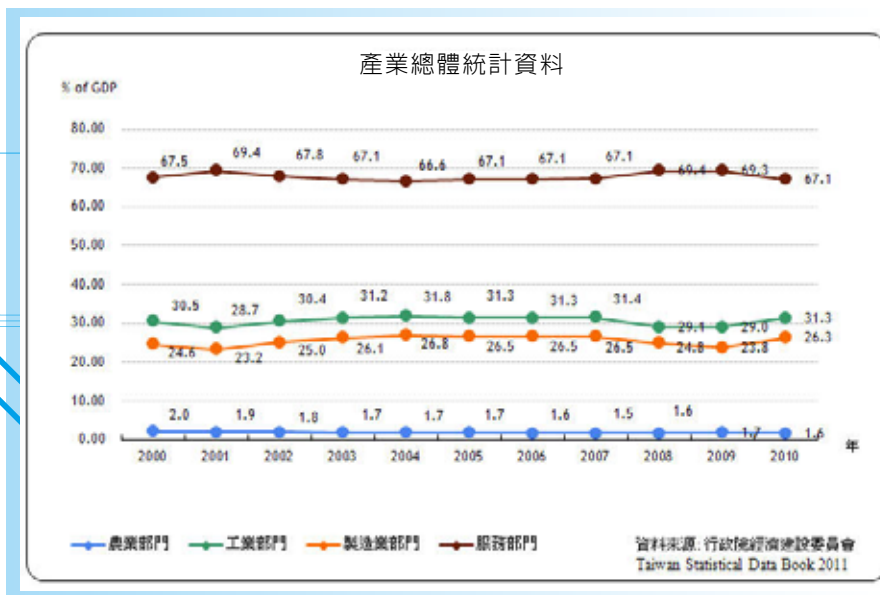
從上述中國對外投資行為可以歸類出：中國已是含金量高的投資者，其投資目的有：（一）避險；（二）併購等戰略目的；（三）資源收購；（四）提升內部經濟、產業升級等目的。

對於為達中國產業升級目的，我國政府除了爭取外人來台投資、台商回台投資以外，當然也可以爭取陸資來台投資，發揮台灣產業鏈、人才、管理、國際經驗等優勢，增加台灣的資金活水，創造更多就業機會，方能有助提振低迷的台灣經濟。

近20年養成 台灣產業、研發、人才的國際經驗

從台灣GDP產值約10幾兆台幣來看，服務部門貢獻GDP比重約67.1%，10幾年來一直維持在近7成的水平；而台灣研發投入占GDP比重迄2009年為止達2.94%，中國研發投入占GDP比重則不到2%（如下圖），台灣研發配比將近中國的2倍，在亞洲國家中僅次於日本、韓國；台灣的研發配比能量和美、德接近。

根據國科會統計，至2009年為止，台灣科技產出技術在SCI刊登的年度論文數已達24305篇，EI刊登的年度論文數達18869篇，在美國申請專利權件數達6642件，且近10幾年來每年均呈現成長的趨勢。從GDP產值、研發能量、人才發展都顯示出，台灣經濟體雖小，但產業發展已進入第二、三產業，為台灣以中小企業為主體的經濟，注入一定程度的活力。



台灣生技產業發展 嗅出台灣產業的活力

近年來，國際經濟步履闌珊，保護主義有逐步抬頭的跡象。為提振景氣，推動產業持續起飛，我國政府投入大量資源培養生技產業，筆者將台灣生技產業近年來產業發展概述，產業運用原有的核心基礎，進行優勢串連，僅以生技醫材產業其中「生物分子感測器產業鏈」、「內視鏡手術器材產業鏈」為例，供讀者參考。（資料參考/IEK）

生物分子感測器產業

全球生物分子感測器產業主要包含生物晶片、檢測試劑、檢測分析儀器生產製造，台灣在生物分子感測器產業的研發能量上，結合過去在電機電子方面的技術優勢來朝新式生物分子感測器的研發，以及多元化的應用發展。

2010年全球醫用生物分子感測器市場規模達80億美元，而目前台灣在這個領域主要區分為上游的生化試劑與材料研發，包括高分子材料以及奈米材料的金萬林、酵素以及抗體抗原、微生物、細菌、蛋白質細胞組織的百力生技(代理)、波士特生技(代理)以及亞諾法生技、中游的分析設備與耗材設備製造，包括實驗室耗材用品的伯新、鑫研盛精工、軟硬體控制零組件的威視科技、昌竝、以及下游的系統整合和檢測服務，包括分析儀器的博精、豐技生技、晶宇生技、華聯生技、賽亞基因、分子生物感應器的基因生物、亞洲基因、嘉原與基因檢測服務的晶宇生技、華聯生技、賽亞基因、基亞生技、嘉原、亞洲基因及訊聯生技等。

內視鏡手術器材產業

內視鏡手術器材產業主要市場在美國約占42.7%，其次依序為日本、德國，這三個國家也是內視鏡技術的主要開發國家。目前台灣內視鏡手術器材產業主要區分為上游零組件，包括透視鏡(亞洲光電、大立光電、今國光電、先進光電)、控制馬達(麥柯昇、鋁泰、泰映科技、和幸興)、影像處理系統(商之器、台腦、達亞、奇菱)、手術器械(常廣、益鳴)、感光元件(常廣、宜霖、泰視、銳相、原相)、影像擷取卡(凌華、研揚、登晶恆、圓剛、康博科技)、以及顯示器(研揚、奇菱、奇美、友達、華映、鈺緯)、中游的內視鏡手術系統、以及下游通路，包括臨床醫師(一般外科、骨科、牙科、肝膽腸胃科、耳鼻喉科、神經外科)、通路代理商(元佑實業、宇瑞醫療器材、威茂、禾瑞)、微創中心(秀傳、北醫、新光)。

雖然台灣廠商在內視鏡部分零組件具備製造能力，但由於這個產業屬高知識密集產業，許多器材擁有專利保護，工研院建議，台灣在內視鏡手術技術以及學研能量已具備國際水準，廠商、學、研、醫界可進行合作計畫。而在上游零組件部分，近年光電影像技術突飛猛進，台灣光電廠在這個領域均占有一席之地。結合影像、與治療的系統整合機台，也是台灣廠商跨足內視鏡手術醫材的優勢項目。

上述兩項產業之說明，旨在點出台灣企業除在傳統及電子產業等已具備完整之產業鏈外，近幾年在政府有計畫的扶植下，生技新興產業鏈之分工已漸趨完整，研發能力亦逐漸受到國際藥廠的肯定，成為台灣的另一個亮點產業。隨著大陸經濟快速發展及新十二五計畫的出爐，可明確感受到中國正有計畫地引導其傳統製造業轉型升級，並朝向新節能產業發展，而近期在「兩岸投保協議」簽署通過期間，不斷地有陸資來台參股的事件傳出，顯示台灣產業鏈的多樣性及精緻性，已成為陸資企業產業升級最好的取經對象，陸資來台投資趨勢已漸成形。

(文/精宏投顧 鄭琮寰)



用愛放大夢想 用心觸動世界

專訪普萊德科技股份有限公司 陳清港董事長 國內第24屆創業楷模

「選擇進入任何一個產業，著眼點不應只是短期的利潤，而是長期的發展。」1992年，陳清港離開任職長達11年的王安電腦，隔年在網路通訊剛起步時創立普萊德科技，「當時網通並不是產業熱點，但我所看到的，是一個未來的趨勢。」創業後，陳清港即堅持以自有品牌，積極建構產品定位及差異化，成功寫下公司創立近20年來零虧損的難得紀錄；事業有成後，他除了成立台灣第一個公益信託教育基金協助輔導弱勢孩童就學外，也在2010年以卓越優異的科技能力，讓MIT再次在國際上發光發熱。

小兵立大功 感動全世界

2010年8月5日，智利聖荷西礦坑崩塌，33名礦工困在624公尺的地底下，當地救援團隊積極展開救援行動；2週後，地底下傳來全員平安的消息，智利政府也開始向全世界求援。由於普萊德在智利已深耕經營通路多年，在當地頗具知名度，因此，當智利代理商與普萊德取得聯繫後，陳清港也在第一時間反覆思索，「有什麼設備能夠在這種惡劣的救援環境中，即時聯結地面上的研究及救援人員與地底下礦工的訊息？」

由於智利遠在地球的另一端，光從台灣搭飛機就得花上2天，為了解決這個迫在眉睫的問題，陳清港立即召集普萊德工程研發團隊進行沙盤推演，在代理商既有的庫存中，挑選出一組光纖網路設備以及攝影機，並透過遠距離視訊指導代理商，將設備重組後送進地底下；10天後，礦工的影像首度傳回地面。

陳清港說，由於救援通道的直徑僅僅只有10公分，所幸只要將網路攝影機的保護罩拿掉後，不僅可以順利穿過這條繫乎33條人命的救援通道，更克服了地底下潮溼、陰暗

與高溫、布滿灰塵的嚴苛環境，提供遠距離且高品質的影音傳輸，「這套設備讓救援人員能夠清楚掌握礦工們的動態，礦工也能與地面上心急如焚的家屬進行視訊對話並了解每一個階段的救援計畫，整個救援行動24小時的雙向溝通從不間斷，不僅讓礦工與家屬保持信心與希望，更加速了整個救援行動的進行。」

「原訂在耶誕節才完成的救援工作，也因此提前了2個月，在10月13日就大功告成。」面對台灣媒體質疑，「為何不在9月4日成功傳輸畫面的第一時間，就對外發布普萊德參與這項救援行動的消息？」現任普萊德科技副總經理、也是陳清港另一半的許華玲說，「當悲劇還在進行的當下發布新聞讓人於心不忍，因此我們始終堅持等到最後一位礦工平安獲救後再對外發布消息。」事後包括來自歐、美、亞洲等12個國際媒體也曾前來台灣進行聯合採訪，「最終我們還是讓全世界知道，這個在地底下624公尺陪伴33位礦工69天、每天24小時傳送影像及聲音至地面上『希望帳篷』的光纖設備來自台灣，來自台灣普萊德的高科技產品是可以救人的，這種感覺真的很棒！」





許華玲積極關懷並協助弱勢族群，為弱勢孩童點亮一個充滿信心與希望的未來。

為弱勢孩童預約簡單的幸福

陳清港與許華玲在大學時期因參與山地服務社而結識，兩人也都擁有服務人群的原始基因；2003年普萊德掛牌上櫃，公司依規定提撥10%股權公開承銷並取得5000萬元的資金，許華玲對陳清港說，「錢放在銀行，充其量也只不過是一個數字罷了，並沒有什麼意義，你知道我想要什麼，數字你自己說吧！」由於深知許華玲對從事慈善公益的渴望，陳清港當下也爽快答應拿出3000萬，許華玲卻立刻提出「抗議」，「我只值3000萬嗎？再加一點吧！」

「由於公益信託的每一筆錢都必須受第三公證單位嚴格的監督，每一分錢才能夠被精準的聚焦及運用在正確的用途上，這就是我們的初衷與執著。」因此，陳清港與許華玲選擇將5000萬元，全數投入成立我國第一個以教育為目的的信託公益基金，從新北市新店區出發，提供弱勢學生一個全方位照護及學習的平台，



全力搶救因家庭結構失常，導致學習遲緩、課業落後的孩童。

陳清港說，「我們真正想做的是對社會有長遠影響的事。」試想，當企業風風光光舉辦一場慈善捐款晚會，孩子們或許也开开心心過了一個晚上，「但那只不過是曇花一現，隨著活動落幕，孩子們又得重新回到原點，對他們根本沒有任何實質上的幫助，我們要做的並不是雪中送炭，而是希望能夠從根扎起，讓他們徹徹底底的改變。」

由於校園暴力、霸凌事件以及青少年犯罪事件層出不窮，衍生出許多社會問題，「孩子們其實都是無辜的，他們多半來自父母酗酒、嗑藥、入獄或暴力的家庭，導致身心嚴重受創自卑，形同棄兒般只能躲在角落、孤立無援，並開始疏離人群、憎恨社會，而當我們發覺學校也束手無策時，就決定聚焦耕耘弱勢家庭學生的『一對一輔助教學』及『心理輔導』。」

許華玲說，許多弱勢學生甚至到了五、六年級都還不會寫字、也不懂加減乘除，為了讓他們儘早回到正常班級，則依照情節輕重，量身訂作不同的教育學習模式，並透過小團體遊戲、一對一的心理諮商，帶領他們追趕課業的進度，「我們強調由心出發，藉由遊戲的互動，讓他們逐漸融入人群，懂得如何相互協調，並以SOP的概念將輔導過程的紀錄量化，進行成果分析及追蹤，讓學生的問題一一突顯、解決，此外，我們也積極將這套模式複製至其他學校，至今已超過4000名弱勢學生受惠，我們始終深信，只要孩子們知道他們是被關心的，社會就會多一股向上的力量。」

快樂擁抱公益 改變帶來希望

2011年起，陳清港及許華玲開始發動普萊德員工化身「夜光天使」，於下班後自行認養時段，輪流陪伴下課後乏人照顧的原住民城市部落學生，除了加強課業輔導外，也規畫了裁

縫、烹調、跳舞、吉他及扯鈴等多元的生活教育及心靈輔導學習課程，並透過分享讓他們學習傾聽及關愛別人，也讓他們慢慢從疏離排斥人群到懂得感恩惜福，「他們在這裡感受到被愛與被關懷，不僅激發出榮譽感，也重建了自信心，我們真的滿心期待看到他們的改變。」

「如今CSR不僅是普萊德的企業文化，更已內化為普萊德的DNA。」陳清港說，品牌與企業都是追求永續，因此普萊德把CSR的核心精神融入公司的經營策略，並積極推動各項樂活、健康、環保等活動以及志工行動，藉此凝聚全體員工的共識與力量投入企業社會責任，「CSR是一個行動，而不是一個活動，要有策略及指標，要以系統化來檢視追蹤CSR執行的成效，循序漸進累積CSR的能量，才能發揮既深又廣的影響力。」

由於普萊德積極扮演企業公民、以實際行動落實社會公益，對新北市地區之綠能環保與社區公益服務深耕有成，因此今年除了榮獲首屆「新北市卓越企業獎-社會責任獎」，並連續六年獲得天下雜誌「天下企業公民獎」，今年更創下連續兩年榮登「天下企業公民獎」中堅企業榜首的殊榮，近年來獲獎無數，儼然成為我國中小企業推動CSR的最佳典範。

誠信贏得信賴 利他創造永續

「企業在追求獲利的同時，更應重視企業

社會責任，才能為員工、股東、社會及環境創造最大的價值，這就是企業前進的動力。」陳清港說，現在許多國際企業在尋找商業夥伴時，都會要求廠商提供企業社會責任報告書，「因為他希望這個夥伴是能夠永續經營的，而CSR正是企業體質健全與發展實力的保證，也是企業對永續經營的承諾。」

CSR的概念如今已成為國際社會逐漸重視的企業指標之一，更成為每一位企業領導者無法規避的首要課題；陳清港說，「企業執行CSR絕不只是狹義的捐款多寡而已，CSR的精神涵蓋公司治理、環境保護、企業承諾及社會參與等4個主要面向，因此企業必須將社會責任與經營策略結合，並積極透過參與公益提升社會的正面價值，只要企業凡事都能以『利他』的角度出發，就能贏得員工、客戶與社會的尊重與信賴，企業自然可長可久。」

陳清港說，普萊德規模不大，在國內知名度也不高，就算我們再怎麼努力，也無法做出很明顯的貢獻，唯有仰賴政府規劃並建立一個推動CSR的平台，進行資源整合，才能發揮拋磚引玉的綜效，捲動全民一起為實現社會利益而努力的熱情；許華玲則希望我國上市櫃主管機關能夠搭建一個結合企業與媒體的公益聯盟平台，讓企業與公益聯盟個案的資金與人力相互挹注，產生正向循環，再透過媒體傳達的加乘效應，形成一股良善的氛圍，讓更多企業願意貫徹社會責任的策略，並以具體的實際行動來回應社會的期待，才能對社會產生正面、積極且深遠的影響。

(文/李銘鈞)





走在時代尖端的溫柔鐵娘子

專訪瑞麟貿易股份有限公司 施瓊珠董事長
青創總會中區委員會區會長

施瓊珠的堅韌、惜福，讓她在遽變的社會中仍充滿著希望和動力，並以樂於學習、歡喜付出，時時感念、廣結善緣的信念，積極參與投入社會事務，一路走來，無悔無怨，只有滿足與感恩。

順應潮流 敢創新機

施瓊珠大學畢業後，在國中執教長達30年之久，婚後與擁有食品營養學碩士學位的夫婿吳志郎，共同負責家族經營貿易進口業務的食品原物料管控工作，於1992年創立「瑞麟貿易股份有限公司」並取得深海魚油軟膠囊衛生署進口執照，進口膠囊食品之外，另提供食品原料、生藥製劑、藥草、香草萃取物、生技原料等予相關產業，在忙碌之餘，她仍數度前往靜宜大學化妝品系進修，充實專業知識和技能，也為日後的化妝品事業扎下深厚的基礎。

創業初期，施瓊珠笑稱自己是「拚命三娘」、「台灣阿信」，經常趁課堂空檔時跟客戶洽談業務，還抽空研發新產品滿足客戶需求，儘管事業與課業兩頭燒，每天睡不到幾個小時，但從事教職絕不馬虎，對學生的關心和課後輔導深得同事和家長的稱許，在客戶聯繫、產品規劃、發包等業務，也從不假手他人。隨後，她與朋友合夥成立「紐西蘭商勝集團」，在紐西蘭設立「商勝國際控股公司」、「中華書院」、「紐西蘭商勝特產中心」，並於台灣設立「商勝紐澳商品專賣公司」，成立紐澳商品專賣連鎖店，販售自有品牌的酒類、保健食品，而保養品就由「瑞麟」負責研發、生產、製造或進口，全盛時期共計有48家連鎖店。

施瓊珠說，1990~2000年間台灣經濟鼎沸，也是直銷業最蓬勃發展的階段，此時的「瑞麟」為各直銷公司、電台及有線電視台提供最新穎、最為大眾接受的各類美容保養品及保健食品。「在高峰期我們同時提供40多家直銷公司商品，為了快速滿足他們求新求變的需求，不斷由國外引進新產品、新原料，加工包裝後供貨。」除此之外，她還協助解說商品原理、提供宣傳方向，以紮實的服務在直銷圈建立口碑，「每當銷售反應不錯時，直銷『大象腿』就會自行運作成立另一家公司，通常第一個想到的協力廠商就是『瑞麟』。」她強調，受理業務時直接建立市場區隔化與產品差異化，是直銷公司信任「瑞麟」的主因。

然而，隨著商業模式改變，直銷業在盛行10餘年後逐漸式微，取而代之的則是電視購、網購及型錄購物。施瓊珠說，「公司以前是東森多媒體的中部六縣市總代理，東森購物台開台後，直接找我們加入供應商，從創立一直配合到現在，是少數可以生存這麼久的廠商。」施瓊珠順應時代潮流，極力拓展「瑞麟」的商品通路，現已遍及東森、MOMO、VIVA等購物台與各大連鎖藥妝、連鎖超市、型錄及網路購物，通路網廣泛綿密。

與時並進 守成革新

隨著資訊流通及發展普及化後，廠商取得資訊的管道增加，讓「瑞麟」的營收逐漸降





低，因此施瓊珠遂於2005年成立「美賜康生技股份有限公司」，以接單的方式開始跨足代工生產，製造化妝品、保養品及保健食品，協助客戶選定消費族群規劃產品並設計行銷話術，提供強化行銷方案，她強調，「現在接單做生意，不能單靠產品販售而已，後續的服務才是公司的特色及優勢，提供完整的服務絕對是維繫顧客關係最好的方法。」對於維繫客戶，施瓊珠也有一套自己獨到的哲學，「對於客戶的信賴『時時感念，適時回饋，廣結善緣』，一直是我所堅持的！」她以細膩心思感動行銷，仔細檢視每筆訂單，有時為了解決交期緊迫的問題，她也會直接以空運的方式，將產品寄送到客戶手中，並自行吸收延伸的運費成本，貼心的服務，也累積了顧客對她的信賴及支持。

「由於近年來台灣經濟衰退，目前業務重心已移往中國，除了不斷參展徵求經銷商外，也在廈門、廣州、上海設立分公司，作為拓展業務的聯絡中心。」「瑞麟」目前以化妝品、保養品為經營主力，

與當地醫美診所、美容中心配合，展櫃推廣「Longinus」與「MSKB」兩個品牌，透過促銷提供消費者物超所值的感受，施瓊珠堅定地說，「即使我很清楚自己正身陷紅海苦戰，但對於一個20幾年的老企業來說，在經濟蕭條的時代只有透過戰鬥，才能激發旺盛的生命力。」未來，她也將持續於內陸拓點發展，以小兵立大功的方式，逐步建立品牌形象。

堅持雙贏合作 互利共存

面對競爭激烈的化妝保養品市場，施瓊珠認為，「做『電視購』生意，資訊來源除了快速、新穎之外，還要有『賣點』，才能抓住消費者的心，並維持市場領導者的地位。」因此，她定期到國外參展、觀展，藉此拓展客源、建立商業網絡並汲取創新商品資訊，「前幾年興起的『E.G.F.』就是『瑞麟』最早提出專案企劃，進行商品販售的。」為走在時代尖端，國內外的相關展覽及研究報告，都是她平時鞭策自己練就的基本功，「生產製作優良的產品，提供客戶更貼心的服務是『瑞麟』永遠的宗旨。」

施瓊珠說，經營自有品牌，商品內容必須跟上流行趨勢，才能夠創造口碑帶動廣宣的效應，而門市及美容院等基本通路，除了可以維持穩定的銷售量之外，更是預估銷售的風向球，「經營事業必須積極維持各管道間的聯繫，光靠一個銷售通路，很容易被變化快速的市場淘汰，做生意不要爭最贏、賺最多，一門快樂圓融的生意『雙贏』，才是永續發展的長久之計。」

「擁有高品質的產品才是籌碼，產業競爭是必然的，如何提供消費者好的產品、如何讓合作夥伴賺到錢，才是『瑞麟』存在的目標。」為了將最大利潤回饋給辛苦奉獻的工作夥伴，「瑞麟」也嘗試進行多次的組織改造，讓公司組織扁平化，把負擔與成本降至最低，營運也更具有彈性與靈活。

春風化雨 提攜後進不遺餘力

「每一個人都在社會上獲得回饋，同時也必須對社會提供一份貢獻。」施瓊珠總是把學生當作自己的子女般教導，並以長遠的眼光來看待學生的成就。在鹿港國中服務期間，不論是擔任資優班或是美容美髮班的導師，她都秉持認真教學的初衷，週末假日都讓學生到校自習，更不藏私地提供自己事業上的資源，邀請美容美髮師親自指導考執照必備的技術，「他們都非常上進，經常在畢業前就考取執照。」她的正向思考，無形中也拓展了自己的事業人脈，學生畢業成為客戶後，遇到困難時第一個想到的就是老師。

施瓊珠說，早期購物台LIVE播出時，她經常得粉墨登場，擔任試用人現身說法；為了帶給消費者新鮮感及小驚喜，她開始發掘新面孔，並提供完整的專業訓練，不論販售員或是美容師，從容貌、口條、髮型造型全都一手包辦。儘管耗費不少心血精心栽培出一批「美麗部隊」，但當她們能夠獨當一面後，施瓊珠反而會以廠商代表的身分寫推薦函提攜後進，讓她們有更廣闊的發揮空間，充分體現她將老師當作一生志業的熱情與付出。

經營化妝品原料及美容保養品一定要具備基本的化工知識與生產技術，「最有效率的學習方法就是入學進修或產學合作。」因此，施瓊珠在工作之餘，也數度前往靜宜大學假日專班、紐西蘭林肯大學、英國皇家芳療學院進修，「化妝品是時髦的行業，要抓住變化中的消費模式，甚至引領市場趨勢，在經營思維上一定要能夠與時並進，才能快速掌握市場脈動，贏得先機。」

「日常生活用品，不管景氣好壞都有一定的需求，景氣衰退與競爭都不是問題，關鍵在於你如何說服客人來消費產品，提供的服務和產品價位是不是符合顧客的期待。」施瓊珠建議，對化妝品這一行有興趣的創業

者千萬不要因為經濟不景氣而卻步，目前光是中國大陸每年就約有300億的商機，台灣雖然競爭激烈，仍有無限可能，「只要放膽用心經營，這絕對是一個值得投資的行業。」

細膩堅韌 活出精采人生

施瓊珠擁有傳統細膩柔軟與新時代女性剛柔並濟的特質，平時熱心公益、廣結善緣、處事圓融，對於自己的成就，她總是謙虛地說，自己相當平凡、渺小，「這一切都要感念老天的眷顧與疼惜！」為積極回饋社會，目前她除了擔任青創會中部地區委員會區會長，致力結合中部六縣市企業家的資源，深耕地方產業發展外，並加入行政院青輔會創業輔導網擔任召集人，深化在地創業青年的輔導與服務，施瓊珠回憶，「曾經遇到一位申請創業貸款碰釘子的年輕人，我還親自從鹿港開車到二林接他到銀行辦理創貸。」施瓊珠的熱忱感動了銀行的承辦人，這位年輕人在創業後，也加入青創會，後續也成為青輔會創業輔導網的一員。2011年她另擔任彰化縣中小企業榮譽指導員協進會會長，在用心經營下還贏得當年度年終評比全國第一名。「我始終相信，只要以正向的信念感召他人，透過服務可以得到最高的幸福感，運用個人的專業提供服務，也可激勵自身的學習士氣。」

「我是一個努力、保持樂觀正面態度的人，在大學錄取率只有18%的年代，拎著皮箱一個人就從鹿港到台北唸書，當時媽媽陪著我坐火車，還一路哭到台北。」由於年紀輕輕就離鄉背井到北部求學，又身為家中長女等因素，造就了施瓊珠獨立堅強、自主好勝的個性，讓她這23年來，在創業路上勇敢衝鋒陷陣、拚勁十足從不言苦，並以感恩心為堅持，用心做好每一件事，真心對待每一個人，營造個人魅力之餘，也讓自己活得漂亮，讓別人過得精采。

(文/楊雅婷)



灌溉美麗生活的快樂園丁

專訪利庭鮮花店 林正雄店長

2012苗栗縣青創會理事長

「當初會選擇開花店倒不全然是為了賺錢，而是對花藝有興趣。」林正雄說，「利庭鮮花店」是由熱愛插花藝術的大姊在25年前所創立，「當時在台糖上班的姊夫想法很單純，開一家花店讓大姊經營，既可以讓她揮灑興趣又可以打發時間，但剛開始幾個月收入都只有幾百塊，所幸有興趣當後盾，才能順利挺過開店初期的經濟低潮。」

家人齊心 為生活錦上添「花」

林正雄說，大姊雖然喜歡插花，卻是無師自通、自然隨性，既沒有受過正規訓練也沒有證照加持，而謹守鮮花零售本業，確實也讓花店的發展受到一定的限制；為了突破經營瓶頸，於是大姊力邀擁有美國花藝設計協會教授及華道家元池坊華道教授專業合格證照、擔任插花老師的二姊加

入花店共同經營，並另闢花藝設計教學課程，也為「利庭鮮花店」注入了一股全新的發展動能。

早期台灣的花卉交易、轉運，大多集中在台北的濱江花市，近年來彰化、台中、台南、高雄小港等地才陸續成立花卉集散市場，因此當年不僅花種的取得相當有限，且要價不斐，「要啓發消費者學習插

花的動力，就要想辦法找到最新鮮、特殊的花材。」於是林正雄每兩天就得凌晨3點鐘起床，摸黑上高速公路驅車前往台北選購花材，趕回店裡還得張羅開店前的準備工作，「真的是滿辛苦的，但既然做生意就要走在最前面，到台北把最頂級的花材帶回苗栗，再透過老師的巧思設計，無非就是希望能吸引更多人來學習插花技術，共同來推廣花藝之美。」

插花藝術大致可區分為東洋花跟西洋花兩種，東洋花以線條、意境來表達樸實與風雅的美感，而西洋花則是強調花的豔麗色彩，追求平衡的黃金比例，「目前我們看到的90%以上的花藝都是屬於西洋花。」「利庭鮮花店」的花藝教學大致上分為店內長期駐點授課與學校、社區及社團教學，「只要是對花藝有興趣的人，我們都歡迎他們來學習，就算將來他們學成後自己開店跟『利庭』打對台，我們也樂觀其成，因為我希望花藝技術能更廣泛的傳遞出去，也希望能透過一年一度的花藝展，讓更多人知道，苗栗竹南地區是個既美麗又浪漫的藝文之都。」

爭奇鬥艷鬧元宵 捲動偏鄉藝文氣息

為了在苗栗地區注入更多藝文氣息，竹南鎮后厝龍鳳宮每年到了元宵節，除了規劃許多傳統民俗慶典活動為全民祈福外，也會在元宵節當天推出盆景藝術及插花展，並邀請林老師前來教學指導，25年前由「利庭鮮花店」接棒推廣花藝後，至今從未間斷，「希望能透過插花教學，培養出更多花藝設計師，而每年我們都會借用龍鳳宮的資源，提供插花學生一個作品成果展示與相互觀摩學習的舞台，並藉此展現『利庭』在花藝設計上的專業，也讓插花學員有更多的表演機會。」

「利庭」目前主要的經營模式是採鮮花零售結合花藝教學，婚禮會場布置並可依消費者不同的需求，設計出專業、獨特的各式婚喪喜慶花束及會場風格，提供苗栗鄉親更多元的服務，「『利庭』是家族企業，每位家族成員各司其職，盡心盡力扮演好自己的角色，我們每天早上7點就開門營業，一直到晚上11、12點

才打烊，大姊及二姊負責店面營運、代客插花與花藝教學，我老婆專責製作花籃、汽球編製，兒子及女兒打理會場布置與配送，我則負責鮮花的採購與婚禮規劃；我們以客戶為中心，既分工又合作，這就是維繫『利庭』永續發展的核心所在。」

用歡喜心奉獻自我服務人群

「花跟人的一生息息相關，舉凡生老病死、談戀愛、結婚、送禮等，不同的場合都可以用不同的花卉襯托當下的情節，而我們就要用心把它的每一個價值呈現出來，才能贏得客人的認同與肯定。」林正雄說，經營一家花店提供消費者的絕不僅僅是鮮花，最重要的是服務，而且是一個能夠為消費者創造價值的貼心服務，「所以要學習的東西還很多，除了插花技術、場地布置等經營花店的基本功外，現在我也開始涉獵喪事禮儀課程、婚禮主持及規劃，就是為了不斷提升自我價值，進而為消費者提供更完善、更全面的服務。」

「加入社團除了累積人脈資源與拓展事業外，最重要的還是要抱著一種學習的心態，從中汲取無形的知識並追求自我的成長。」林正雄13年前加入青創會，一直到今年接任苗栗縣青創會理事長，始終秉持著「付出」與「服務」的基本信念，「參加社團一定要發自內心願意付出與服務他人，如果僅著眼於『加入這個社團後，我究竟有沒有生意可以做?』心中犯嘀咕老覺得自己的付出跟收穫不成比例，那我還是奉勸你不要參加社團，然而，先決條件還是要能夠兼顧家庭與事業。」由於子女已經開始學習接手花店事業，因此林正雄也擁有較充裕的時間全心為社團付出，為了讓社團活動內容更多元豐富，除了積極爭取苗栗縣政府等單位的經費補助外，也透過勞委會就業服務中心申請非志願性失業勞工，提供他們短期就業的機會，期能結合政府政策協助弱勢失業族群，達到訓用合一的目標，讓失業者在重返職場前與社會脈動持續接軌。 (文/黃奕博)



菜市場名牌旗艦店 創造平價時尚風

專訪允允服裝行 林韋志總經理

青創總會團體會員

「艋舺大理服飾商圈」因緊鄰萬華車站、大稻埕碼頭，擁有絕佳的交通便利優勢，在50多年前即成為台灣最大的成衣加工廠聚落，並逐步由加工、零售轉為大量批發，成為北台灣服飾最重要的集散地。

順應商圈興衰流變 積極轉型求變

位於商圈內的「允允服裝行」，以「中盤、批發、零售」為經營主軸，並鎖定中高齡婦女為主要客層，主打菜市場或夜市通路。林韋志在大三時，因母親過於勞累病倒，儘管對工作時數長又累的服飾業感到排斥，但在護衛家業決心的驅使下，他依然義無反顧地接承續業，並在守成中不

斷開創新局，也讓他在不景氣的時代中，找到服飾經營的利基。

大學畢業後，林韋志為了提升自家服飾的多樣性與競爭力，開始積極到國外踩線，經常飛往大陸、韓國等地，尋找優良的批貨廠商以及代工廠，「當時就是不停地找貨看貨，1年去大陸10幾20趟是稀鬆平常的事。」

如今，大陸進口的廉價成衣已逐步吞噬台灣的成衣市場，但林韋志認為，商圈內由家族經營的自有店面比比皆是，相較其他地區的店面更具有租金低的優勢，「在這裡開店做生意，只要不著眼於短期獲利，又能掌握老客戶長期經營，基本上是不會賠錢的。」

為了擺脫批發販售成衣的低價競爭，林韋志也積極轉型，逐步朝向自行生產發展，將服飾樣品提供給協力廠商，請他們在中低價位的成本範圍內打版製作，並車上統一領標及吊牌，建立時尚的品牌形象，「可別小看市場的婆婆媽媽，購買時可是認了吊牌才肯掏腰包呢！」林韋志說，「批現貨的成本確實比較低，但瑕疵率高，加上市場削價競爭，一來一往，其實已跟自行生產的成本相差不遠了。」

抓準客群喜好 搶占利基點

「服飾買賣最大的經營壓力來自於庫存。」林韋志說，「差異化的流行性商品對傳統市場來說可能不適用，婆婆媽媽們反而偏好大眾化的基本款式，這才是流行趨勢。」因此，他強調每間店面商品的一致性，並精準管控庫存，「但批客常常慣性走同一條街，都會跟熟識的店家購買。」隨著2位妹妹及妹婿共同加入經營後，如今「允允服裝行」在商圈內已擁有4家店面，「就像佈下天羅地網般，絕不讓顧客有『過門而不入』的機會。」

目前「允允服裝行」固定配合的中盤商散布於台灣各地，除北部、中部之外，遠至高雄、屏東等都是經營範圍，平時多以電話維繫關係。而零售部分，則多為批發散客和路過的遊客，因鄰近龍山寺與華西街光觀夜市，僅靠口耳相傳，每逢假日皆能吸引滿滿的人潮。

談起未來，林韋志則不免憂心地說，「開店時間長，按理來說應該賺得比較多，但近

年不景氣，大陸貨很多人做，加上工資上漲等問題，讓我們有了憂患意識。」由於人民幣升值將不利進口，加上自家商品多以低價定位，成本就卡住了；至於未來是否要轉型搶攻高價服飾市場，還是繼續往越南、印尼、柬埔寨等東南亞國家找機會，則成為「允允服裝行」亟待解決的課題。

面對日趨激烈的成衣市場競爭，林韋志除了著手開拓新客源及通路外，也看好網路無遠弗屆的傳播力以及便利性，積極結合實體店面與虛擬通路，期能藉此擴大事業版圖，「網拍沒有地域以及時間限制的問題，我們又沒有庫存的壓力，優勢是存在的。」他預計利用銷售淡季，建立網拍系統，「網拍是個突破口，絕對還有成長的機會與空間。」

守成不易 感念親恩貴人相助

由於林韋志從小就經常幫忙拉布、剪線頭、顧店，耳濡目染下，也從父母及親戚身上學到一些服飾批貨以及販售的小技巧，「在妹妹們加入經營後，也常給我意見一起討論，找出問題的癥結，並即刻做調整。」說到此，他特別感謝父母給予極大的彈性，適時的放手讓年輕人去闖，讓他們不必陷在新舊經營思維的衝突中，接棒後反而擁有更廣闊的發揮空間。

因緣際會下，林韋志報名創業課程並加入青創會，但收穫卻超出預期，「從前每天接觸的只有客人，現在透過參加活動，開始結識各行各業的朋友，也逐漸拓展了自己的視野與人脈。」他笑著談到，透過實務課程吸收新知、訓練基本功，更讓他在事業上充滿著無限的動能及高昂的鬥志。

林韋志以過來人身分給創業者建議：「有興趣的年輕人，可先進入服飾業工作當作實習，從中學習不要怕吃苦，唯有親身投入才能獲得最實際的經驗與歷練，沒有決心，創業之路將備感艱辛。」（文/楊雅婷）



愛美 不只專屬於女性

專訪沛杰股份有限公司 陳濬紳

「男性潛在也是愛美的！」陳濬紳看好男性保養品的市場潛力，憑藉著勤奮不懈的努力與青創貸款的加持，2005年正式成立QEM(Quality Elegant Man)網站，全力推升台灣男性自信與美的層次。

自創品牌 讓男人更體面

「受人尊敬與歡迎一定是由外而內的順序，如果外表都看不下去了，又怎能發現內涵呢？」陳濬紳認為，新男人有三優：一、品格要優秀；二、行為要優雅；三、談吐要幽默，而注重肌膚的保養不僅能使男性擁有更帥氣的儀表，同時也帶動許多良好的生活習慣，對於整體社會的生活品質更有潛移默化的作用。

近年台灣男性對美的定義走向兩極化，一是偏粗曠的「個性派鬍型男」風格，再則是偏白淨的「日韓系花美男」路線。陳濬紳從這5年客戶

購買的習慣中，發掘男性的全新需求，特別萃取法國南部天然植物自製成增生及抑制鬍子生長的全新產品，並親身將不同產品同時塗抹於左右臉，掌握產品的效果和品質。有了自己的切身實驗，再加上超質感的外包裝設計，自創產品推出市場後立即讓陳濬紳信心大增！

成功需要付出代價

「當你好的時候，朋友會知道你是誰；當你不好的時候，你會知道誰才是真正的朋友。」陳濬紳14歲時因為家道中落，從富二代變成負二代，「被迫提早體會人生總是有高有低，挫

折是這一生中最美好的禮物。」在年輕時便知道靠自己雙手求生存的意志，也從成長的挫折中早早體會，「如果你無法改變環境，但起碼你能改變心境。」

QEM創立初期，陳濬紳總是先讓自己成為行業專家，在自家的辦公室中，鑽研國內外所有男性保養品，之後更成功獲得青年創業貸款50萬元的資金挹注。「當時10個朋友有11個會問你：什麼時候要設停損點？但是我想：與其花時間想放棄，更應該花時間想前進。你想什麼就得到什麼！」每個月和創業夥伴兩人只能各分得4000元，除了工作外，根本沒有生活品質可言，很長一段時間也沒有所謂休閒娛樂生活。當時連請心儀的女孩吃頓晚餐都顯困難。直到第10個月才開始有能力支付房租，營收也漸入佳境。

陳濬紳認為，創業要成功，首要具備「決心」。以前他和朋友都沒有特別注重保養，因此朋友總是對他的創業夢想說一些潑冷水的話。然而，「建立明確的目標後就要勇往直前，重新選擇什麼該聽、什麼不該聽，因此我的創業第一步就是遠離周圍的朋友，專注在創業上！」

「其次是為企業尋找資金來源(血脈)！」原先當時拍胸脯，說要一起挺你的兄弟，在真正牽扯到金錢利益的關鍵時刻，逃之夭夭的都比任何人還快。「金錢往往能呈現人性最真實的一面！」因此他與夥伴下定決心，「君子必先自重而人後重之。」首先要靠自己才能站得起來。即使未來企業準備擴大規模需要增資時，寧可藉由銀行往來或現有營收去調配運用，也不再輕易對外尋求私人情誼的資金，「因為全世界最貴的是人情。」

商道 = 做人的道裡

至今已成立6年的QEM，在男性保養品電子商務市場已占有一席之地，除了陳濬紳的努力與堅持之外，更重要的是他始終以客為尊，貼心的站在客戶立場為他們設想。

曾經有位客戶購買幾款遮瑕膏但都不合用想要退貨，依照化妝保養品為私人物品，拆封後不退貨原則，該產品是無法辦理的，客服人員原打算以紅利點數的方式更換給客戶，「如果你是消費者，你會希望換到紅利點數？還是換到真正想要的產品呢？」於是陳濬紳提供其他款式的產品給他試用，一直到客戶找到最適合自己的商品，「看似賠錢的一筆交易，卻成功贏得一個長期忠實的客戶！」陳濬紳說，曾經有位優良買家突然無故沒到超商取貨，客服人員關心了解後，才知道是他出了車禍，體貼的客服人員買了一束花及卡片連同產品送到客戶家中，而且不收任何費用，只祝福客戶早日康復，因為陳濬紳始終堅信，「很多事情都是遠遠超乎金錢的價值！」

向高手學習 邁向巔峰

自2008年公司轉虧為盈後，他開始鼓勵員工投入無償勞動。因為許多員工十分喜愛狗兒，因此號召大家一起投入協助流浪狗的公益活動，從幫忙狗兒找到歸宿的志工做起，如今已經做到公益團體的領導階級；而他本身也在三重一所國中內，協助學校輔導青少年了解如何與人溝通等人際關係課題，並將公司每個月的部分營收作為公益捐贈。「取之於社會，用之於社會。」不論是對客戶、供應商及員工，陳濬紳都秉持著「做生意就是做人的道理」，塑造他的經營理念與行事風格，如今也成為QEM的企業文化與特色。

在全球市場景氣不佳的今年，QEM卻還能持續逆勢成長，陳濬紳說，「我其實也曾經犯下為了拓展市場，『為投資而投資』的錯誤決策。」造成創業者經常會遇到的事業停滯茫然期，所幸當時能夠遇到台灣電子商務教父級人物指導。「人們自然傾向就是追隨比自己強的領袖，經營事業一定要有好的教練，他會一次拉高你的層級，帶你看見你看不到的地方！」陳濬紳始終相信，「當我愈努力，我就愈幸運」這句話。

(文/鄭安婷)

本會承辦青輔會「青創貸款」獲貸個案



素妍新生 活出自在好人生

專訪素妍水面館 王秀莉董事長

育有障礙兒的王秀莉，憑著一股堅韌韌性、絕不輕言放棄的母愛，含辛茹苦將兒子拉拔長大，並秉持取之社會、用於社會的精神，擔任腦性麻痺協會董事協助更多弱勢家庭。在她爽朗的笑容下，不禁令人更加心疼與佩服她所經歷的人生…

扭轉奇蹟 不向命運低頭

「淵淵直到3歲還學不會走路，我每天都在煩惱他將來要怎麼上學？下一次醫藥費怎麼辦？下一餐飯要從哪裡來？」王秀莉哽咽的回憶著。當年她辭掉工作專心帶著連襁母也不願意帶的兒子四處求醫，不計代價尋訪偏方與用盡各種方法，希望能改善淵淵腦性麻痺的病情，但卻始終不見起色。看不到孩子未來的無助與挫折感，總是令她在夜晚時抱著

孩子暗自淌淚，即使沉重的醫藥費已無情粉碎原本幸福的家庭，但她仍奮不顧身，逕自肩負起守護淵淵的責任。

「復健是每天最重要的工作，但孩子常常因為不小心受傷導致傷口發炎，轉而排斥復健，甚至還會鬧警扭、耍脾氣。」王秀莉雖為此感到萬般不捨，卻也無計可施。「一般的孩子可以在操場上活蹦亂跳，而腦性麻痺的孩子則須仰賴水的浮力在游泳池裡練習走路，但游泳池水中含有

大量的氯，倘若皮膚上有傷疤就容易造成傷口惡化感染。」為了減緩淵淵的病情，王秀莉開始積極研究腦性麻痺的症狀及吸取任何可以減緩孩子痛楚的資訊。

直到王秀莉使用哥哥代工的乳液幫淵淵保養皮膚後，才意外發現天然植物原料的保養品，不僅對於改善皮膚有絕佳效果，同時也不會造成身體上的負擔。因此她著手深入研究哥哥工廠的原物料及產品，發現其成分有絕對性的優勢，進而興起自創品牌的念頭，並奠定堅持採用天然產品創業的理念。

堅持天然 以品質打響品牌

「在帶孩子復健的過程中，我看見許多相同境遇的家庭為經濟煩惱，如果我可以運用哥哥的代工事業開創新市場，不僅可以讓更多人的肌膚保養得宜，同時還可以為弱勢家庭創造工作機會。」於是王秀莉以「素妍」為品牌，成立優聖美國際有限公司，輔導單親家庭、障礙兒媽媽取得美容師執照，並希望每個用過「素妍」產品的消費者，即使素顏也都能有一張素淨美麗的臉龐。

初期為了推廣品牌知名度，曾積極與知名通路洽談產品上架事宜，但因「素妍」為小本生意起家，產品大量鋪貨反而會造成營運困擾。在全省供貨不足的情況下，王秀莉只好忍痛放棄並改以虛擬通路作為起點，主動學習架設網站、電子商務經營等Know-how。雖然保養品市場上的品牌與種類繁多，但「素妍」因為標榜產品皆為天然植物萃取成分的特性，逐步獲得消費者肯定與信賴，並以口碑行銷成功建立網路市場的品牌知名度，品質保證也成為「素妍」堅持不變的企業目標。

「當初創業一切都只是為了兒子，如今想起來也都要感謝他。」王秀莉將每個父母

疼惜孩子的心，轉化成為學習前進的動力，為了給兒子一個更好的生活與未來，在創業路上不論遇到任何困難，她總是勇敢面對挫折，迎向挑戰。

心存希望 才能看見未來

在王秀莉四處尋找資源以提升企業競爭力的過程中，她成功向海基會、海協會爭取海外參展的補助與機會，並在因緣際會下認識上海中醫學校的副校長，竟意外讓兒子的病情大幅獲得改善。

「他是影響我最深的人生導師。」上海中醫學校採用傳統的中醫理療方式，以針灸、推拿及泡藥浴，讓淵淵的病情漸入佳境，她發現兒子走路不再東倒西歪，步履相較從前穩健了不少。既驚喜又振奮的心情，啟發了王秀莉對人體研究產生高度興趣，並在「想要學習如何讓孩子減緩病痛」的念頭，以及副校長無私傳授中醫療程知識的動力下，開始奔波於台灣、上海兩地，「只企盼所學所長都能對淵淵，以及有相同遭遇的家庭和孩童，提供最實質的協助。」

2011年「素妍」榮獲中小企業電子商務能力提升輔導計畫的金網獎、2010年更由吳敦義副總統親自頒發微型企業創業楷模殊榮。當時吳副總統頒獎給王秀莉時還特別說：「老師，功德無量！」這句話肯定了她過去的付出與努力，更讓她堅信自己的信念。

「很慶幸有政府的資源協助，還讓我遇到人生中的貴人，我與孩子都受到政府很大的照顧。」王秀莉十分感念自己的人生獲得許多貴人相助，有些人雖未曾謀面，但仍受其精神撼動。嚴長壽先生及證嚴法師就是讓她成為講師的啟蒙者，王秀莉更期許自己能見賢思齊，一同傳遞「堅持對的事情就永不放棄」的精神，引領大家邁向更好的未來。

(文/林秀芬)

本會承辦青輔會「飛雁專案女性創業育成班」講師



耕讀 · 居遊 · 久良栖

私房雨露天然會館

沿著台八線，往山裡的方向，經過天冷、裡冷，一直往前走，還沒到谷關前會先經過松鶴部落，在台八線29.5公里處右轉，過了紅通通的大紅鐵橋—松鶴橋，從這一片荒廢的梯田開始，乘載了陳素梅一家人的綠色願景。在這裡，你可以路過小歇，享受當地有機食材製作的蔬食餐點；或是安心住下，輕鬆地在部落中散步或是漫遊森林步道，不用匆忙來去、走馬看花，可以在滿天星星的陪伴下，細細品味這一段你和家人專屬的綠色居遊。

築夢踏實 返樸歸真

在這一個90年前被稱為「久良栖」的多水富饒之地，擁有一片好山好水，座落松鶴部落附近，隱藏在雲霧縹緲半山腰，仔細看可以看到有一處園區，這正是陳素梅一家人結束在中國東莞的事業，遠離都市塵囂，回歸鄉間創業的夢想基地—「私房雨露」。

2008年的春天，陳素梅與夫婿江永伸深感事業繁忙，而腳步緊湊的都市生活也讓陳素梅的身體發出警訊，愛子心切的他們，為了

避免下一代也步上後塵，陳素梅與江永伸討論後，毅然決定返鄉發展，打造一個讓人身心安頓，慢食居遊的寧靜庭園，並藉此創業，分享給大眾。

群山環繞的松鶴部落，古名「久良栖」，又名「德芙蘭」，都是這個美麗山間聚落的名字。其位處大甲溪畔，離台中市區車程約一個鐘頭，平均溫度為22~25度，結合部落豐富的自然生態資源、泰雅族和外來文化等，這個靜謐的山間聚落，可說是大台中的後花園。



2009年，基於對山居的浪漫想像，陳素梅棄商從農，埋下夢想的種子，從森林菜圃開始實現夢想，到2010年春天時，這一片原本荒廢的梯田，約6000坪的土地有了夢想的雛形。為了不破壞原始風貌，「私房雨露」特別以歐美田園極簡風格發展，擁有有機森林菜圃、歐式百花庭園、小樹咖啡廚房、私房居遊小屋、陽光活動草坪…等，各個充滿生活趣味的區塊，構成「私房雨露」的總體綠色園區，教會旅人如何在這山間洗滌身心，玩味生活。

慢遊松鶴好滋味

「慢遊」風氣是旅遊界的新趨勢，提倡在這個生活高速混亂的世界，不事先規劃行程，自在地欣賞旅途風光，與周遭環境更深入的接觸與觀察，享受徒步旅行、單純作夢的樂趣。基此，陳素梅將「耕讀居遊」作為民宿經營的核心設定，期望將「私房雨露」打造成一個世外桃源，以居遊緩慢的心情，引領居住的旅客體驗「久良栖」的原始美感。

松鶴部落空氣好、水質好，種植出來的蔬菜水果都特別清脆香甜，因此陳素梅更是以50公尺的食物里程作為民宿優勢，特別與部落居民合作，以自然農法，身體力行種植季節蔬菜，協助推廣在地食材，並推動健康自然飲食作為「私房雨露」主要特色。

此外，陳素梅也運用田園筆記，例如春鳥戲櫻花、初夏賞螢觀星、冬遊林廠巷賞梅等，提供周遭生態紀錄、閱讀，隨著時

令變換，為旅客編織不同的旅途故事，希望讓來到「私房雨露」的人們，回到山居自然的生活著，藉此找回人與大地之間的連結，幫助每一位旅人紓解壓力，遠離城市生活的紛紛擾擾。

但在「私房雨露」這個美好夢想的背後，陳素梅也曾遇到困難，「因為『私房雨露』位處原住民保留地，因此在法令上有諸多限制，而在維持6000坪大小的民宿時，需要的資金非常龐大，因此當時並無法取得銀行融資。」所幸，在陳素梅與江永伸的努力下，靠著雨露歷年來遊玩的旅客鼓勵與支持，一點一滴的建設起來。

綠色樂活 健康快活

對陳素梅一家人來說，從「私房雨露」創立這2年來，每一位住進來的雨露家人，都有不同的故事。陳素梅說，有一位家人非常特別，一來到「私房雨露」，感覺得出她身心俱疲，且在入住的期間，陳素梅也只看過她出來用餐，其餘時間都在房內活動，讓陳素梅極為擔憂。直到離開的那一天，她終於開口說，「從來都沒有睡的這麼飽過！」原來她的工作壓力非常大，因此藉由一個人的旅行，尋求身心休息所在，如今也常常回到雨露享受她所謂的「休息度假」。

來到這的雨露家人，都很有默契，了解「私房雨露」訴求的「慢活」，步調放慢，不論是新家人或舊家人，在住宿中留下美好回憶及生活心得與她們分享，這是她們最大的收穫。

(文/洪珮晴)

本會承辦經濟部中小企業處
「創業點子星光大道」輔導個案



玩紙 也可以不一樣

紙團工作坊

近年來隨著文化創意產業興起，台灣各地開始舉辦許多展覽活動，感染了大眾形成特殊的文創風氣。2009年，政府積極推動創業與文化創意產業，各式比賽及政策逐一成形，促使更多創業者投入文創產業市場。

文創比賽 機會無限

然而，創業談何容易！但文創市場中卻可看到許多七年級生懷抱著熱情與夢想，向大眾分享自己設計的作品，甚至開發成產品販售，而此新趨勢也造就了紙團工作坊的誕生。

紙團的負責人楊茹安，在大學時就讀崑山科技大學視覺傳達設計系，在畢業專題指導老師張金玉教授的鼓勵下，楊茹安與設計團隊參加了許多比賽，例如TIC100、U-START及red dot等比賽，也啟發了她創業的契機。楊茹安畢業後，並沒有選擇繼續深造，或是投入職場，而是和專題成員董佳佩一起創業，成立了紙團工作坊。

紙團工作坊榮獲2009年TIC100紅點新銳獎，2010年U-START綠包裝評選特優、媒體青睞獎

等獎項肯定，加上崑山育成中心的全力支援，讓紙團有了幸運的開始。這些好運加快了楊茹安創業的步伐，即使得到許多資源，但現實問題並不會因此而減少，楊茹安認為，「比賽的邏輯較容易難捏，而創業考驗的是解決問題的能力及市場適應力，參加創業比賽的作品是紙團的榮耀，但創造設計的本意不是為了量產，而是滿足創作者的樂趣，高難度的DIY產品馬上面臨商業市場上的挑戰。」

突破關卡 創造未來

紙結構創意產品泛指市面上的紙公仔，或紙摺成的筆筒、置物盒等，那充滿玩心的作品即使獲得獎項也無法量產販售，深受評審喜愛卻輸給商業考量，這是紙團面臨第一道的關卡。在紙團成員努力下，解



決方法是尋求系列產品的個別發展，透過改良與增加實用性，延續產品的生命，預計明年開始行動。

隨著國際逐漸重視環保議題的趨勢，紙團也開始接觸環保的新紙材，經過近一年的研究，開發了全新的創意商品，卻又面臨了第二道關卡。楊茹安說，新紙材並不適合朝紙結構創意產品發展，而是像紙團設計的空空本防水筆記以及創創卡防水畫卡，可以防水、防霉、防蟲及耐撕，是目前紙團的主力產品，卻因為加工困難與資金問題，目前只能先暫緩研發進度，不得不放棄這個新材質，開始以牛皮紙與各式美術用紙為主。

經過兩次的關卡，紙團決定停止研發並休息了一段時間，沒有身經百戰的經驗，卻因為年輕，身上較輕的包袱讓紙團可以百般嘗試各種可能，楊茹安說，「能夠不顧現實也是紙團的優勢之一，現今新產品已研發完畢並參加幾項比賽，再過幾個月的修正，就會開始上市販售，而紙團也很期待此次的成果。」

調整心態 效果更佳

亮麗的舞台背後皆有一段長久辛苦的準備階段，紙團從籌備時間開始大約37個月，即使年紀輕卻勇於到處嘗試，反而能獲得更多，在這段時間楊茹安體會到許多同年就業者不會遇到的事情，對她來說就是最大的收穫，其中包含了20幾場分享與演講、四處奔波參展、面對媒體時的緊張害怕、擔任評審的經驗，這些歷練對楊茹安而言，都是非常寶貴的。

「創業，不一定要必勝，只要記住那些過程，歸類學習成為未來發展的武器就行了。」這是楊茹安告訴自己的話，她也經常告訴夥伴們，「紙團隨時都可能收攤，但收了卻是大過於所有，與其每天忙碌於工作，不如四處看看展覽、聽聽演講，拿著還不成熟的作品聽聽別人的建議，對品牌與產品開發才會更有看法。」然而楊茹安正在學習如何當一位生意人，有了認知才知道尋求協助，進而認識紙團的優勢與劣勢，她也鼓勵其他的創業團隊及創業者，保持輕鬆的心態，最重要的是創業者本身的自我認知。

政府推動的政策加上目前的經濟情勢，造就創業者增加，楊茹安提醒創業者，「什麼事都該自己來的時代已經過了，有機會馬上抓住並投資的心態也不見得正確。」她建議想創業者，應多運用青創會、育成中心、文化部等有保障的資源，楊茹安即接受過經濟部中小企業處-創業諮詢服務中心的輔導，在產品定位方向獲得許多協助，例如定價是否合宜、定價與品牌定位及販售點的相互關係等等。此外，她也建議創業者可多參加比賽與展覽，獲得媒體曝光的機會，「急於追求成功之際，不如稍微等待，或許可有效降低創業風險。」

最後楊茹安透露紙團未來的發展，仍會以創新紙結構產品為主，無論是小玩物、燈具、卡片、實用包裝等等，以創造有趣的紙結構為努力方向，另外也期望各種異業結盟的可能，讓紙團在各個領域發揮紙結構的長才。

(文/蘇美霖)

本會承辦經濟部中小企業處
「創業點子星光大道」輔導個案



來自布袋漁港的好滋味

福翅食品行 用「心」製造魚鬆

嘉義布袋的海鮮特產中外馳名，當地的漁特產資源及種類相當多，其中新鮮魚肉製成的魚鬆就是民眾最喜愛購買的伴手禮。福翅食品行位於布袋觀光漁市裡，白手起家的蔡瑞文表示自己沒有動人的創業故事，也沒有雄厚的背景，只有夫妻倆實實在在的經營，秉持對待家人的用心，堅持給消費者專業品質、安全放心的食品。

體恤父親辛勞 興起創業念頭

談起當初創業的過程，蔡瑞文感性地說，「看到父親長期在布袋漁市場販售魚丸，實在捨不得讓他那麼辛勞，自己結婚後就跟妻子一起放棄南科的穩定工作，回來幫忙分擔家計。」回鄉不久後，原本單純為了養家餬口的決定，卻在因緣際會之下，因為朋友的提點，讓他興起妥善運用漁港資源的念頭，開始嘗試製作魚鬆，也成為拓展事業的開端。

蔡瑞文說，「當初對製作魚鬆一竅不通，好幾次都想放棄，但又堅持下去，幸好勤能補拙，才能從每次的練習累積經

驗，在每次的失敗中學習做得更好。」創業過程中努力不懈的他，多次拜師求藝不順，好不容易獲得技術的傳承，又必須思考如何與在地特色結合，期許所做出的魚鬆不僅要有色香味俱全，更要添加文化氣息，才能從同業中異軍突起。

創業迄今，福翅食品行的產品種類已更加多元，除了目前販售的特級旗魚鬆、旗魚脯、鮪魚鬆、鮭魚鬆、虱目魚鬆、土魷魚脯、九母魚脯…等，仍不定期開發新產品，滿足消費者口福。同時，隨著時代演進的腳步，因應消費者購物習慣的改變，蔡瑞文也開始擴增網路購物平台，提供更即時、更便捷的服務。



堅持新鮮健康 產品做出特色

一般市面上的魚鬆，往往因為魚類本身即含有水分，在拌炒過程中，魚鬆會因炒乾後而變得比較輕，因此多數店家會加入豆粉，增加其重量及香氣。蔡瑞文說，「雖然豆粉對人體無害，但若無特別標示，可能會造成對豆粉過敏的消費者身體不適，尤其家中長輩及小孩，更須特別留意。」

不同於市面上的魚鬆，福翊食品行以養生健康為主要訴求，幾乎完全不添加豆粉，蔡瑞文表示，其實這個想法也是來自某位客戶的建議，若不是客戶當初體恤家中長輩開刀後身體虛弱，想吃魚鬆卻遍尋不著沒有添加豆粉的店家，轉而向他提出這樣的需求，讓蔡瑞文體悟到：「消費者重視美味，但更重視金錢買不到的健康。」

善用政府資源 創業省錢又省力

「創業時善用政府資源，就像多了好幾位貴人相助。」蔡瑞文第一次接觸政府資源是在2010年申請青創貸款，當時順利獲貸100萬元，讓他能夠購置機器設備及營運週轉，讓事業藍圖能夠順利擴展。此外，由於布袋觀光漁港的主要客群為外地遊客，但近年來觀光漁市場內的魚販因削價競爭攬客，相對魚貨品質下降，因此常爆發業者與遊客消費糾紛，導致遊客人數滑落，造成惡性競爭。

在同業競爭激烈的環境下，蔡瑞文仍秉持自製自銷的原則，堅持用新鮮的魚貨製

作，雖然成本較高但受到消費者喜愛。此外，為了讓營運更加順利，福翊食品行於2011年申請經濟部中小企業處的「中小企業金融服務團計畫—中、南地區計畫」，透過專業財務顧問指點，針對產、銷、人、發、財五大機能進行綜效診斷，並提出務實的財務與營運改進建議，不僅及時舒緩了資金的壓力，也讓自身的營運發展策略，獲得適切與正確的調整。

在蔡瑞文夫妻倆的努力之下，福翊食品行先後榮獲2008年國家優良商品金牌獎、2010年嘉義縣嚴選伴手禮、2011年台灣百大伴手禮、第8屆國家品質保證金像獎等榮耀，這不僅是成功的肯定，更是品質保證的最佳代言，也有效提升了自家品牌的知名度與美譽度。

創業不忘回饋 支持社會公益

一路走來，蔡瑞文除了感謝老客戶的支持，更感謝相互扶持的妻子，正因為創業維艱，他總是抱著感恩的心。值得一提的是，蔡瑞文夫妻倆創業之餘，更希望有機會回饋社會，目前已主動批發魚鬆予單親媽媽販售，協助其解決生計問題，而青創會同仁亦共襄盛舉，以團購行動支持公益，並秉持「呷好道相報」的精神，陸續與親友口碑推薦。

在台灣，有許多像蔡瑞文這樣的小人物，默默付出、努力耕耘，堅持自己的創業理念。即使創業路不好走，蔡瑞文還是以「歡喜做、甘願受」的人生態度，營造出他喜歡的幸福。同時，他雖鼓勵後輩創業，但也提醒務必先做好十足的把握，再出來創業，未來的道路才會順利。

(文/李宛蒸)

本會承辦經濟部中小企業處
「中小企業金融服務團計畫—中、南地區計畫」輔導個案



i*oi*我愛婚禮

時尚婚禮 網路幫手

李瑞瑩的網路創業新思維

景氣不佳，什麼行業最能抵禦景氣寒冬？看準現代人結婚怕麻煩，婚禮相關行業愈來愈夯，成了新興的創業選項。李瑞瑩(以下簡稱妮妮)5年前從網站程式開發工程師轉職網站企劃與社群行銷工作，加上本身非常喜歡婚禮的幸福氛圍，又參加過各形各式的婚宴，引發她創立「i*oi*我愛婚禮」的動機。

「創業」不只是念頭 更是有意義的事

妮妮從一踏進職場就邊工作邊存錢，具有電子專業背景的她，12年前離開人人稱羨的電子大廠，從網站程式開發工程師轉職網站企劃與社群行銷工作後，她對於網路產業除了重度依賴還有著更大的熱愛，尤其在認識美國Fiverr.com的服務後，了解原來只要美金5塊錢就能創造出超乎自己想像的創意，不論拍短片、設計網站LOGO、影片配音、甚至在臉書上當別人的女朋友5天，都是美金5塊錢就能完成的創意服務。

這段歷程激發她的創業念頭，想把如此有正面價值與意義的服務帶入台灣網路服務，因為這股信念與堅持，即便在親友的強烈反對聲浪之下，5年前她還是毅然決然地投入創業。

沉潛學習 累積創業人脈與資源

創業過程中，妮妮積極學習充電，參加經濟部中小企業處的「華文電子商務班」、「婚禮顧問創業班」及青創總會的「廣告文案撰寫班」及「社群行銷攻略」等相關單位的培訓課程，藉此奠定自行創業所具備的專業，並累積



相關人脈與資源，許多當時一起上課的同學現在都變成同/異業合作的好夥伴。

善於運用政府資源的她，也經常留意各項政府創業新知，並與一同創業的朋友分享，今年更嘗試挑戰申請政府研發補助服務業創新研發計畫(SIIR)並順利通過第一關審查，算是對自我努力的一項肯定。

妮妮認為自己能轉行踏上網站經營之路，靠的就是過去網站程式開發的專業與5年多來經營部落格所累積的經驗與人脈，加上先前曾從工程師轉行銷企劃所累積的行政及財管等能力，可說是如虎添翼。

從「百元特務」到「ioi我愛婚禮」

「百元特務」網站是妮妮第一個創業作品，主要鎖定18~35歲的網路使用者，看準此族群愛表現、想紅、愛出風頭，也具有超乎想像的創造能力。該網站會員提供許多新奇有趣及特別的任務，只要買家肯花上新台幣100元，就有賣家為您完成一項特別的服務，包括出借COSTCO會員卡、蒐集所有林書豪精采片段下載到買家指定的網路空間，甚至為買家量身訂作撰寫個人傳記，而這些任務統統只要100元起跳。目前會員已累積超過1000人次，並成功創造話題新聞性，也讓網路產生另一種新的價值和消費型態。

在「百元特務」經營逐漸穩定後，妮妮又從參加周遭親友的婚禮中發掘了婚禮商機。除了看好台灣每年約有15萬對新人結婚，約可創造將近新台幣450億元的龐大消費產值外，然而，更讓她振奮的是，目前台灣較具專業規模

的婚禮網站僅有2個，而且尚未有提供「婚禮購物」為主的網站平台服務。

全方位婚禮社群網站 創新服務吸金

今年6月正式上線的「ioi我愛婚禮」網站，整合婚宴、婚紗、禮餅、蜜月旅行等提供新人相關婚禮服務的廠商，藉由創新式的婚禮網站服務模式，為即將宴客的新人提供完整及實用的賓客管理系統為網站主力功能，可替新人減少彙整賓客聯絡資料的繁瑣步驟和時間。

「ioi我愛婚禮」以25歲~40歲的網路使用者為主要對象，與「百元特務」在使用者經營上，可達到延續及互補的作用。「ioi我愛婚禮」同時也提供完整及公開透明的社群討論平台，讓新人能隨時求助或發表意見，廠商也能即時處理回應，作為新人與廠商間的溝通管道之一，讓新人在籌備婚禮的過程中，能夠獲得最完善的服務。

目前「ioi我愛婚禮」開站後連續3個月共提供60對新人婚禮服務相關的超值折扣優惠，預估透過此波行銷掌握6000位以上的潛在顧客，並藉此逐年擴大會員數量與營收。

未來，妮妮期許「ioi我愛婚禮」能持續提供新人完整且便捷的服務，節省新人在處理籌備婚禮過程中許多瑣事的時間並減輕負擔，讓新人有多餘的心力與心情去感受婚禮過程中的美好。並希望透過「百元特務」的服務激發出更多創意服務，提升網站價值，而買家也能藉由此平台，用最實惠的價格來購買任務，解決自己生活上、工作上的需求，替買家、賣家、網站帶來三方皆贏的成果。(文/蔡好蕓)

本會承辦經濟部中小企業處
「華文電子商務班」學員

黃金證照時代來臨

門市乙級證照 求職、創業雙贏

服務業當道，證照更是主流，不論就業或創業，門市乙級證照都能加分！不論學生、教師、門市幹部，一照在手，求職升遷通通輕鬆過關！

就業市場轉變 一照在手身價無窮

門市乙級服務證照主要是針對從事流通服務業門市之管理人員，不僅需要了解門市營運之各項指導與派任工作，並應具備管理行政及危機處理能力。而為了提升門市服務人員的專業理念，培養具前瞻性的服務管理人才，政府長期針對服務業相關人員，推動門市服務技能檢定制度，給予服務業相關人員專業價值的肯定、人才晉用品質提升、消費者的權益保障，建立產業升級的具體指標。

根據行政院勞工委員會中部辦公室統計，門市乙級證照考試自1974年至2009年考試通過數為258張，可見考取乙級證照並不容易，且每年度僅辦理一次考試，錄取率僅有1%，價值不言而喻。目前培養門市服務乙級技術士考照學生超過100位的林政忠老師表示，服務產業對於台灣經濟發展是相當重要的一環，學生對於通路門市經營的需求也愈來愈大，尤其是顧客的要求愈高，要能夠

成功經營，「懂不懂服務」就成了重要關鍵，這也是此證照愈來愈受重視的原因。

門市商流趨勢 未來發展挑戰

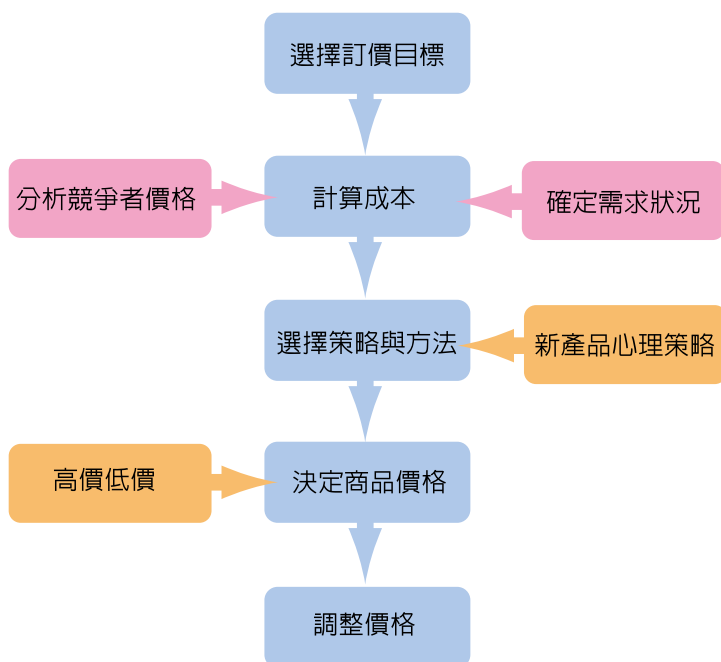
近年來，受到通膨及消費緊縮的影響，許多便利商店為因應量販店迎面而來的挑戰，紛紛採取價格及分量挑戰的策略，例如：商品買大送大、大分量個人化商品、預購與量販…等。如此採取減價銷售的目的，主要是為了調整結構、處理庫存、刺激消費者購買及市場占有滲透率。

未來，隨著通路縮短，店型變化與市場滲透方式改變，競爭將更為激烈，傳統業者也更難生存。如何預測每天的銷售趨勢，了解顧客需求，比服務、比品質、比貼心，將是致勝關鍵。此外，追求快速供給的潮流，重視增加供應效率，透過高科技賣東西，增加營收（如i-bon），也是未來發展的新挑戰。

走向削價競爭 商品管理更重要

減價銷售是未來零售業競爭不可避免的困境，因此訂價策略顯得格外重要，不僅要考量供貨廠商配合、時機、利潤率、頻率、速度及競爭對手，還必須非常清楚產品價格帶 (Price Zone) 與價格線 (Price Line)。價格帶指的是商品群的下限價格到上限價格；價格線則是針對商品種類而言，如某一種商品，價格分別定為100元、200元、300元，此3種價格為商品之價格線。

市面上常用的訂價技巧五花八門，但通常取決於商品成本、商品需求或商品競爭導向。以商品成本導向來說，可從成本加成、損益平衡與目標貢獻角度思考訂價；以商品需求導向來說，可能因消費者對商品價值理解不同，會形成不同的價格限度，或是依市場需求強度的不同進行細分；以商品競爭導向來說，通常用於競爭激烈的商品，可以先分析對手產品後再訂價，或是根據對手報價估計而確定。以上不同的訂價方式各有優缺點，業者唯有隨時留意市場變化，做好商品管理與組合，才能選定最佳訂價方式。



門市營運管理 店長角色是關鍵

為什麼要做好門市營運管理?如果門市營業平衡控制未做好，可能產生賣場雜亂、缺貨過多、出現滯銷品、業績下滑及營業額成長率降低等現象，因此扮演一位成功的店長，除了要為公司創造最大的利潤外，更要為員工、顧客創造一個舒適的工作環境與消費空間，所以在管理與領導的技術上，需要不斷提升。同時，店長對於營業銷售、商品、營業目標、人坪效、商圈競爭，都要有明確計畫並進行組織工作分配。最後，由於店長是店鋪第一線執行面的掌控者，每天都必須與顧客接觸，才能了解消費者、給顧客信賴感。

談到營運管理，檢討門市業績是致勝關鍵之一，因此店長每天必須思考以下問題，包含(1)促銷推廣作法是否提升來客數；(2)客戶對商品與服務態度的意見；是否影響實質提袋率；(3)價格帶與價格線組合與設定，是否影響客單價；(4)商品結構與搭配是否適當；(5)門市於銷售行為提高的附加價值是否足夠。

門市店長肩負領導統御(人力資源管理)、顧客服務(顧客關係管理)、經營管理(經營目標管理與推動)、規劃控制(組織成長)的責任，對於門市而言是關鍵靈魂人物，追求自我能力的提升與肯定，則是他們考取門市乙級服務證照的主要動力。

未來，青創總會也將持續協助現階段國內商業環境及服務業人才培育，針對從事門市管理之人員持續開辦門市乙級證照課程，俾益共同提升業界人才之素質，強化我國產業競爭力。(文/陳佩筠)

本會自辦課程延伸報導

不必賣東西 也能賺外快的網路賺錢術

目前全球網路人口已突破21億人，而台灣經常上網人口已接近1100萬人，人們已愈來愈依賴網路所帶來的便利性與即時的訊息傳遞，網路上所衍生的行為或活動常被冠以「虛擬」兩字來做區隔，然而即使是虛擬的世界，卻也蘊藏著龐大的商機，並且緊緊地牽動著所謂實體世界的運作。

網路印鈔新招術 點「量」成金

「人潮及錢潮」是亙古不變的商業法則，人多的地方就有商機，網路人口雖然摸不著、看不到，但其背後所代表的即是操作網路的「人」，因此網路流量的高低，象徵網路運作所擁有的潛在利益。網路只是一個媒介，串接著世界各地的人們在此做資訊的交流與互動，也因此，許多在網路泡破淬鍊後的企業，便謹慎積極的思考網路世界所能帶來的真正商機。

全球電子商務龍頭「Amazon」及全球資訊網路龍頭「Google」，借助著不斷成長的網路人口及正確的網路經營模式，讓這

兩間企業在網路泡沫後的10幾年內，營業額高達400億美金，而這兩間企業的商业營運模式正好也都提供了個人能利用網路輕鬆賺取財富的管道，對於絕大多數的網路賺錢方法來說，站在巨人的肩膀上是最具保障，也是最具績效的。

聯盟行銷(Affiliate Marketing)為「亞馬遜Amazon.com」最先打響知名度並且迅速擴張市場版圖的商業模式，而此種行銷方式目前在台灣已經很常見，例如Yahoo奇摩大聯盟計畫、博客來AP策略聯盟等平台。聯盟行銷的獲利來源有點像業務員抽佣的概念，不同的是，你不必像業務員一樣東奔西走，直接向陌生人推銷產品，更不隸屬於任何一家企業(不須應徵面試)，只要你

能在網路上促成一筆交易，通路平台業者便會核撥一筆獎金給你。此種運作模式完全建構在網路基礎之下：通路平台業者（如Amazon，Yahoo）有許多商品在網路上販售，為了拓展市場增加營收，除了一般的電視報紙等廣告之外，通路平台業者經由網路程式系統的建構，提供線上產品的圖示授權及連結，讓一般人能在自己的部落格、facebook、MSN或是Email來協助推銷產品，你可以在網站上放置「商品廣告」或是「文字連結廣告」來推廣該平台的商品，或是在部落格、論壇中撰寫使用心得、開箱文或是在MSN中直接推薦某件商品，甚至在Email中轉載商品資訊，只要有網友是經由你的介紹連結而消費，不論是否是你推薦的產品，一般來說，只要24小時內在該網站平台完成的所有交易金額，該推薦戶都能獲取消費總額的1%~50% 作為銷售獎勵金，至於哪種產品可獲取多少比例的銷售獎勵金，會依不同產品類別或銷售總額有著極大差異，舉例來說：Amazon的一般3C商品會提供4%的獎勵，而數位產品如：音樂下載、軟體（遊戲）購買等，會有高達10%的獎勵，雜誌約則可獲取25%的佣金，而在台灣的Yahoo奇摩只有1%~6%的佣金，博客來約在1%~4%。Google也有推出相似的聯盟行銷，在某些產品促銷時段會有高達40%~50%的佣金比重，不過相對的產品種類及範圍較局限，且多半為歐美市場，目前想要賺取這塊高佣金的市場，必須要有辦法將你的文章足跡深入歐美市場才行。

個人網站也能翻身變金雞

有成交才有銷售佣金，這是聯盟行銷基本架構，然而若是沒有完成「成交」的動作，即使再多點擊連結也分不到半毛

錢；因此另一項類似的商業模式便以點擊次數來計價，類似廣告聯播網方式，最具代表性的企業便是Google，而台灣類似的平台有BloggerAds、BlogAd、酷比廣告等，因為是廣告，所以內容便不僅限於產品，其他如活動宣傳、選舉時的政見發表、甚至是形象廣告等都可成為廣告內容，因為是以點擊次數計價的模式，所以相對的每次點擊所能收取的獎金遠低於聯盟行銷的金額，一般來說，每次點擊廣告，該網站擁有者可獲取約0.1~0.5美金的獎勵，然而積少成多，許多國內外個人網站或是知名部落客單靠此廣告點擊，每日收入即可高達100美元以上。但也因為點擊容易造假，所以在申請加入的審查及有效點擊判斷，廣告聯播網的平台有較嚴謹的方式來處理，並非每人都能申請即加入，基本上要有個人網站或是部落格，且要經營一段時間並有基本的瀏覽量才能獲准加入該聯播網。

還有許多類似的網路賺錢方式，但在國內都還未成氣候，在國外有加入會員後，會固定寄發一些商業信件，您只要收信後點擊其中的網址，每次便可獲取1美金的獎勵，或是定期會寄發一些市調的問卷，只要填寫完畢便可獲取一定的獎金或是折價券等。

不論何種網路賺錢方式，其實都還是圍繞著人的行為，並且依附著最終的商業目的「交易」，以達成後續所產生的商業利益。人潮及錢潮，在電視採收視率（收視人口），報紙雜誌有訂閱戶，廣播有收聽戶數，網路以流量數為計算單位，任何廣告的目的都希望能有效轉化為實質交易，而網路因為資訊的獨特性，使得一般民衆也能參與其中，一同分享資訊便捷所帶來的意外收穫！！

（文/林學瑞）



中小企業不可缺席的年度盛會

國際中小企業聯合會世界年會

由 Massey University 以及 Small Enterprise Association of Australia and New Zealand (SEAANZ) 共同主辦的第 57 屆「國際中小企業聯合會世界年會」(ICSB 2012 World Conference) 於紐西蘭威靈頓舉行，並以「領先優勢-藉由合作，創造力與永續性發展 (Leading from the Edge-Creativity, Collaboration and Sustainability)」為主題，集結 ICSB 各會員國代表及關心中小企業之專家學者共聚一堂，舉行包括 18 項中小企業相關子題的學術交流。

產業趨勢 面面俱到

國際中小企業聯合會 (International Council for Small Business, ICSB) 自 1955 年成立，是重要的中小企業國際組織之一，主旨在於促進全球中小企業蓬勃發展及穩定成長，著力於中小企業經營管理及研究實務之創新探討，集結產官學界之專業人士，發表最新研究成果。

因此，ICSB 相當重視中小企業學術領域的研究調查，定期出版學術性期刊 (Journal of Small Business Management, JSBM) 以及會員電子報 (ICSB Bulletin)，並設有專屬網站

(<http://www.icsb.org>) 提供中小企業、創業、管理及企業諮詢等資訊。藉由教育、研究、出版及會議展現對中小企業極大的重視，並針對中小企業在國內外經營環境與新時代衝擊下，提出有效的應變措施，全力支持中小企業創新思維，利用本身條件的利基點，應用最新研究調查資訊，發揮核心競爭優勢，持續扮演各國重要經濟支柱，穩定全球經濟蓬勃發展。

國際參與 台灣中小企業不缺席

時至今日，國際中小企業聯合會已經擁有來自 11 個分會，超過 2500 位會員以及來

自60多國的國際會員，參與人數逐年遞增。我國中小企業在創業、創新的實踐上已行之有年，並凝聚豐沛的創業家精神，積極打造創業型社會，於國際上更是屢屢成為他國觀摩學習的對象。中小企業是我國經濟發展的主力、備受重視的中流砥柱，因此，參與中小企業的國際社群除了能與各國交流中小企業相關經驗，還能藉此分享我國中小企業長期耕耘的成果，讓世界共同見證台灣中小企業的活躍能量。

國際中小企業聯合會中華民國分會(ICSB-ROC)於1999年6月經ICSB總部理事會表決同意，正式成為ICSB分會組織之一，ICSB中華民國分會為冠有國號的國際分會組織，於我國對外關係的開展和維持，都具有正面的意義。我國分會首任會長為當時任中小企業處處長的黎昌意先生，會員陣容包含來自產、官、學、研各界的傑出菁英，不僅固定參與總會活動，在前任理事長楊開卓博士的帶領下，更於2001年爭取在台舉辦第46屆世界大會，讓台灣中小企業朝向國際化發展邁進一大步。自2009年起，青創總會接任ICSB-ROC秘書處，設置秘書長及專責秘書，積極延攬產官學研成為會員，擴大會員對會務的實質參與，展現台灣實質成長及貢獻。

本屆理事會中，ICSB-ROC理事長陳家聲教授主動爭取辦理ICSB certification認證課程，分享台灣中小企業創業家精神與創業管理議題之相關資訊，期望搭起各國知識匯集之主要橋樑。此外，學術期刊(Journal of Small Business Management, JSBM)未來即將發行亞洲專刊，我國亦積極與韓國、日本等亞洲分會密切聯繫，共同為學術交流盡一份心力。

向國際取經 台灣成果也吸睛

今年參加大會的台灣代表團由經濟部中小企業處賴杉桂前處長領隊，協同中小企業處

楊佳憲科長、ICSB-ROC現任理事長陳家聲教授、陳麗華秘書長(青創總會副秘書長)、論文發表人政治大學談仲光博士生、工業技術研究院陳澤榮先生、以及中小企業信用保證基金廖本雄副總經理等ICSB-ROC會員，展開4天密集的理事會議及研討活動。

其中，賴杉桂更以APEC中小企業工作小組2011至2012年主席及APEC危機管理中心(SCMC)執行長身分，應邀擔任「中小企業災害復原及風險管理研討會」主講人，分享我國辦理「改善APEC中小企業天然災害之復原力以促進貿易及投資便捷化」多年期計畫之內容，暢談中小企業曾面臨之天然災害衝擊、政府給予中小企業災後重建的支援、台灣天然災害管理系統，以及APEC SME計畫提升中小企業抵抗災害的措施，內容精闢令各會員國受益良多，更驚豔於台灣中小企業之應變能力，以及政府輔導政策之成功。

此外，因ICSB著重創業創新領域之學術研究，我國亦有2篇論文獲錄取進行發表：政治大學博士生談仲光發表之「Risk Minimizing Training for Entrepreneurs: Organize, Manage and Adapt」強調目前研究大部分著重於教導創業家如何承擔風險，卻鮮少提及訓練創業家降低風險，故此研究期盼創業家能有效評估風險，並在風險最小化的情況下增加獲利。而工業技術研究院陳澤榮發表之「Developing the Classification and the Differentiation Strategy of Small and Medium Enterprises」一文則是探討在促進中小企業發展之前提下，藉由各種中小企業政策支持，本地企業的基礎架構。

台灣自2009年起每年皆組團參加ICSB年會，除參加議程所列的論文發表和與會座談外，更希望透過此平台將台灣成功經驗於國際舞台上宣揚，提升我國國際地位，順勢吸收國際知識經驗，將各國創業新知與趨勢帶回台灣，作為強化我國中小企業發展之依據。(文/吳其倩)

本專案由青創會承辦



點燃南台灣創業火花

國際創業週末Startup Weekend

在南台灣豔陽夏天裡，國際創業週末(Startup Weekend)證明在南部的民眾同樣擁有豐富的創業點子與熱情，並具有執行精實創業(Lean Startup)的行動力！6月29日~7月1日，在經濟部中小企業處、高雄第一科技大學、高雄軟體育成中心、青創總會、KKBOX及其他單位的共同支持與協辦下，Startup Weekend Kaohsiung在高雄第一科技大學熱鬧舉行，進行為期3天2夜，共54小時的活動。

好點子變成好生意

Startup Weekend是一個全球非營利性組織，在2007年由Marc Nager、Clint Nelsen、Franck Nouyrigat等人共同創立，整體來說，Startup Weekend的參加者一半是技術背景，一半是商業背景，在54小時的週末時間裡，或許可以產生新產品、新服務或新事業，Startup Weekend讓有想法的人能宣揚創意的點子，讓企業家和有抱負的創業家找到可行的想法，媒合彼此的需求，激盪

出可能的商機，每年都引領全球的青年邁進創業發展的殿堂，至今已橫跨100多個城市舉辦超過400場活動，累積45000多名參加者。在台灣，則由玉山國際投顧總經理Mr. Volker Heistermann接棒，目前已在台北、新竹、高雄等地舉辦。

Startup Weekend Kaohsiung活動的參加者，背景相當多元，除了創業主、程式設計師、介面設計師及商業人士外，也吸引許多南部大專院校即將畢業的青年學子，



參加者不僅年輕，且都已具有相當豐富的資訊網路專業素養，專注透過行動網絡及社群平台的應用，發展更多生活改善的創業點子。活動共吸引100多位民衆共襄盛舉，組成12組團隊，一起合作開發他們的網站原型或手機應用和測試軟體，並且提出營運模型以及獲利模式，高雄第一科大的合辦代表Tom Chen表示，「創業週是一個絕佳的活動，證明南台灣已經準備好發展軟體公司，證明高雄已經準備好創造自己的軟體產業。」

在活動中，受邀參加的業師及評審有來自美國矽谷、加拿大等地，也具有各種產業背景身分，如威盛行銷副總Richard Brown、Kii Capital的Christof Wittig、台灣數位文化協會理事長徐挺耀、KKBOX資訊長蔡怡仁、Yushan Ventures的Fred Kranich等其他具有產業背景或創投天使身分者。他們不僅提供方向與建議給團隊，並要求他們在54個小時之內就要建立起MVP (Minimum Viable Product，最小可行產品)，透過模擬和驗證發展具創意的產品或具體商業模式。此外，許多隊伍也直接以英文討論及簡報，更是展現台灣創業者國際化的一面。

分享創意 讓創業更有趣

本次獲獎的隊伍如下：第一名RideMap 共乘地圖，一個互動式的共乘消費服務，這個團隊獲獎的理由為傑出的執行力，包含做出已經可以提供服務的網站和應用軟體；第二名Tennistogether，為想要找網球

球友的朋友提供服務，原先這個團隊想要提供所有運動服務，但是在創業週中他們決定更專注於單一運動；第三名是Superbike，一個為重機愛好者打造的手機應用程式。評審特別獎則頒給Trama，一個提供英文學習服務的應用程式；他們發現想開發的服務剛剛在英國文化協會發表，所以他們同意團隊最初的想法其實並沒有太多發展性。

活動於7月1日晚上圓滿落幕，參賽者對這三天的活動都表示收穫相當豐碩，除了會後大合照留念外，也相約日後還要一起合作拚創業，一起把點子修正落實，成為更具體、更有競爭力的新創企業。

協辦單位經濟部中小企業處表示，今年推動的「創業台灣計畫」旨在塑造創業者社會氛圍，除透過「創業點子星光大道計畫」承辦單位青創總會，推動網路投稿創業競賽外，也積極與國內各民間和學校單位合作，共同推動創業風氣，此次與Startup Weekend和高雄第一科技大學及各單位合作舉辦Startup Weekend Kaohsiung，成果相當豐碩，挖掘許多未來的創業之星。經濟部中小企業處也歡迎具有創業好點子的青年學生或創業者能踴躍投稿「創業點子星光大道選拔活動」(<http://www.istat.tw>)，如有任何創業問題也可以撥打免費創業諮詢服務專線「0800-589-168」，或是上「創業圓夢網」(<http://sme.moeasmea.gov.tw/>)尋找可用的政府創業資源，讓政府幫助創業者，一起拼亮台灣！

(文/劉子魏)

本專案由青創會承辦



創業第一桶金 政府做靠山

青年築夢創業啓動金啓動儀式暨創業投資論壇

2011年，台灣在日內瓦國際發明展大放異彩，金牌數、總獎牌數以及得獎率高達9成6，成功改寫2010年紀錄並蟬聯世界第一；瑞士洛桑國際管理學院(IMD)「2011年世界競爭力年報」也指出，台灣中小企業營運管理效能全球排名第三，顯示我國中小企業的創新及營運能力，已備受國際肯定。

活絡創業市場 創造市場價值

為協助中小企業發展，帶動早階企業被投資風氣，協助有志創業青年取得籌設階段之創業啓動金，經濟部與青輔會於今年8月10日在台灣金融研訓院共同辦理「啟動青年創業金·開創種子新投資」啓動儀式暨創業投資論壇，邀請之初創投、愛情公寓及酷奇思數位園共同分享在創業過程中，如何運用各方資源展開事業，並鼓勵

青年築夢創業，期能活絡國內創業與投資環境，活動現場吸引爆滿人潮，足見國內對於創業的熱情活力與需求不減。

經濟部施顏祥部長致詞時表示，馬總統倡導的「黃金十年，讓青年領航改革」政策，就是希望藉由創業貸款的協助，鼓勵青年返鄉創業。目前政府正積極推動「青年創業貸款」、「微型創業鳳凰貸款」及「創業台灣」計畫，提供資金活水以及

各項輔導資源給已實際營運的企業。此外，經濟部為了強化新創企業募資協助措施，將運用國發基金「加強投資中小企業實施方案」，並匡列9億元資金開辦早期階段中小企業投資專戶，期能帶動我國投資新創企業的風氣。

青輔會陳以真主任委員則表示，青年築夢創業啟動金與過去最大不同則為公司尚未設立，即可進行貸款，只要年滿20歲至45歲的青年，在接受30小時創業基本知能的培訓後，撰寫好完整的創業計畫書，即可向承貸銀行提出申請。

借力使力 開創事業好容易

當日活動以「創業資金取得」作為主軸，在專題演講中特別邀請appWorks之初創投共同創辦人詹益鑑博士，分享其在創業的過程中，如何借力使力募資成功，「以小搏大」成功開展事業。

「在知識經濟時代，創業只要小資本即可。」詹益鑑表示，創業主在進行初期創業時，可運用精實創業模式(Lean Startup Model)的概念，並掌握該模式的關鍵要素，快速建構、測試，快速學習與修正創業的想法，減少循環所須要的時間。他還進一步表示，創投真正投資的是可模組化的成功商業模式，以及雙方是否是為相互信賴的策略夥伴。而創業家也應注意投資人是否值得信任，是否有附加價值，是否對該事業同樣擁有熱情與承諾。而創業者與經營團隊，應該要經常思考，我們的事業是什麼？未來會如何？為何要做這個事業？才能在市場、技術、團隊、產品上，不斷的進行調整、精進。

活絡創業市場 創造市場價值

下半場的創業投資論壇談中，則邀請中小企業處葉雲龍處長與信保基金王鉞波董事

長、愛情公寓林志銘副執行長、酷奇思數位園劉淑芬總經理以及益鼎投資張情福財務長，一同探討國內創業環境以及早期創業歷程中所面臨的各項資金需求。

葉雲龍表示，創造創業環境與增加就業機會是政府責無旁貸的任務，而創新與速度將會形成最後的價值差異，因此政府率先提供資源，加速新創事業的成形，協助青年發揮創新、創意與創業家精神，提高新創事業的成功率；「然而，中小企業的存活率則取決於創新的速度，速度要夠快，才能產生差異，創造出市場價值，打造屬於企業的市場利基點。」

中小企業信用保證基金多年來默默協助國內許多中小企業，度過資金的缺口，如目前的鴻海、宏碁，以及電影海角七號、賽德克巴萊、痞子英雄、雞排英雄等，都是藉由信保基金取得資金，王鉞波說，「善用政府資源，也是影響創業成敗與否的關鍵。」目前包括微型創業鳳凰貸款、地方政府的火金姑專案等，都是民衆可以運用的貸款管道。

善用政府資源 讓企業轉大人

張情福則表示，創投在尋找投資標的時，除了會深入了解該產業是否具有獨特性外，「誠信」也是創投相當重視的因素，因此在與創投互動的過程中，絕不可隱瞞欺騙，一定要讓創投了解公司的真實狀況。

劉淑芬及林志銘則分享自己如何運用政府資源，讓企業在不同的發展階段，獲得最需要的資源與養分，才能讓自己時時維持創新的動能，並屢創高峰。

本次論壇共吸引超過300人次參與，活動會場周邊亦安排免費財務諮詢服務專區，並邀請7家成功創業青年與微小型企業主進行產品展示與創業經驗交流，透過創業個案現身說法，為小資本創業成功做最佳的代言。(文/蔡欣璇)

本專案由青創會承辦



YES Taiwan 串連台灣創業能量

全球創業週

青創會長年以來透過承辦經濟部中小企業處、青輔會、勞委會等政府單位的創業輔導計畫，積極扮演政府與創業者之間的交流平台，致力推動台灣創業精神的展現及創業風氣的成長。而隨著全球化趨勢崛起，青創會在輔導企業創業的過程中，也深切體認「全球視野」已是創業成功不可或缺的要害之一，因此近年來也積極透過舉辦國際活動或參與國際創業組織，為台灣中小企業構建全球創業網絡。

引領創業風潮 展現豐沛能量

全球創業週 (Global Entrepreneurship Week, GEW) 活動，是2008年由美國創業輔導機構考夫曼基金會 (Ewing Marion Kauffman Foundation) 暨英國the Make Your Mark Campaign所共同發起，自2010年起，在經濟部中小企業處指導下，青創會代表台灣與GEW總會簽署MOU(合作備忘錄)，成為正式的活動窗口，讓台灣的創業精神得以在各界努力的基礎上，與國際接軌，躍升國際舞台。

此國際串連活動逐年擴增，自2008年執行之時，僅有77個國家響應、300萬人參與、25022個活動舉行。發展至2012年全球共計有115個國家、辦理超過37000場活動及超過750萬人參與，而在青創會的努力之下，也串連了36個活動、38個合作單位，約17972人次參

與，十足展現我國豐沛的創業創新能量，更成為亞洲地區串連總數第二高的國家。

過去幾年，各國歷經金融風暴，創業風潮油然而生，同時也反映出創業的時代性與重要性，考夫曼基金會Jonathan Ortman主席曾於2011年親臨我國參與國際創業創新論壇 (GEW-Chinese Taipei串連活動之一)，並指出考夫曼基金會之所以成為全美最大的鼓勵創業慈善基金會之一，便是因為創業是創造經濟成長的一大動力。同時，點出全球創業週的核心價值，便希望與每年11月之第三週聚集世界各地具有創業抱負及經驗的年輕人，參與各區域間創業相關活動，於過程中透過問題討論與知識交流，解放人們的思想並釋放他們的潛力，使其更加具有企業家精神，為世界上更多的人帶來益處，解決貧困、氣候變化...等目前人類所面臨到的各項挑戰。

創業台灣計畫與YES Taiwan

為提供有志創業者從新秀拔尖、加速育成到結合天使網絡及區域產業資源，以完善新創事業支援環境，經濟部中小企業處自2012年起推動「創業台灣計畫」(Start-Up Taiwan)，以「精進育成加速卓越」為主軸，透過「激發創意點子·強化創業動能」、「精進育成特色·加速新事業成長」及「優化新創事業支援網絡」三大策略，加強篩選優質創意點子，營造創業者實驗場域，並導入點子工場、業師陪伴及育成加速器機制，提供創業新秀及拔尖個案客製化服務，並透過北中南東創業創新服務中心，結合區域產業資源，擴大在地服務能量，完善新創事業支援環境。

而2012年「創業台灣計畫」和「全球創業週」有著更緊密的結合，除了將重要活動配合訂於當週舉辦外，更以「YES Taiwan」作為串連各活動的精神標語。所謂「YES」包括了三個元素：「Y」代表「Youth」(青年)、「E」代表「Energy」(活力)、「S」代表「Startup」(創業)；而「青年、活力、創業」正是「創業台灣計畫」和「全球創業週」希望傳達的精神：鼓勵青年充滿活力和創意，並勇於投入創業實踐。

全球創業週在台活動引領我國創業風潮再現，促進中小企業發展與經濟繁榮，因此也曾於2011年獲得馬英九總統親致賀電表示贊同並予以肯定。我們期待所有民衆都能發揮創新及創造力，奮力實踐每一個嶄新的創業思維，突破目前產業界所面臨的困境。也透過活動的串連，讓創業資訊網絡跨越國界與組織，流通全球創業政策與施行方針，激勵政府單位及新創事業主權宜各項產業革新之計，改善經濟體質，並且有效提升，改善各區域間的生活水準。同時，透過經驗豐富的企業家與學識研究專家傳遞創業相關知識，以及活動流程中各項資訊的傳遞，開發潛在的創業人力，協助全民創業靈感湧現，以投入未來事業發展。

11月第三週歡迎共襄盛舉

在這充滿奇幻冒險的年代，我們鼓勵全國民眾勇於追尋夢想，締造每一種成功的可能！為協助創業者一圓創業夢，全球創業週活動優先盤點來自產官學界之創業資源，擴大宣傳各項創業活動(包含競賽、講座、課程)，提供創業者豐富且多元的選擇，依照個人需求獲取相關知識及技能。

今年全球創業週訂於11月12日到11月18日熱烈展開，目前許多大型創業活動也已訂於該週舉行，其完整活動細節將陸續公布，歡迎創業朋友持續關注。

若是有意參加串連的單位，也歡迎與青創會聯繫，凡是與創業創新主題相關活動、講座或課程皆可參與。青創會將免費提供：全球創業週之LOGO圖檔及使用版權、Start-Up Taiwan布條電子檔等，並將活動放在GEW官網、創業圓夢網等平台露出。

想知道更多和GEW相關的訊息，可透過下列方式查詢更詳細的資訊：

GEW全球官網：<http://www.unleashingideas.org/>

GEW台灣官網：<http://www.gew.org.tw/>

創業圓夢網：<http://sme.moeasmea.gov.tw/>

創業點子星光大道

Facebook：<http://www.facebook.com/StartUpTaiwan>

11/12 / 南港軟體育成中心
南港軟體育成中心10周年慶系列活動

11/13 / 花蓮
東區育成企業創業成果展暨商機交流會

11/13-14 / 台大醫院國際會議中心
第11屆中小企業經營領袖研討會

11/14 / 台大醫院國際會議中心
Victory 2012 科技創業與投資高峰會

11/15 / 台大醫院國際會議中心
2012 台灣青年創業高峰會

11/16-17 / 台北世貿二館
2012 創業台灣計畫聯合頒獎典禮暨成果展售會

(文/吳其倩)

本專案由青創會承辦



走向國際 讓品牌無限延伸

2012澳門國際品牌連鎖加盟展

2012澳門國際品牌連鎖加盟展(Macao Franchise Expo, 簡稱2012MFE)以「品牌無限延伸, 商機一觸即發」為主軸, 集結展覽、洽談、論壇及推薦說明會等多元形態, 發揮展會平台的角色幫助中小企業品牌邁向國際化與創造商機, 如今MFE已成為澳門每年重要的展會之一。

國際菁英雲集 共謀商機

自2011年起, 青創總會與澳門貿易投資促進局陸續合作2梯次「連鎖加盟建品牌、創事業」系列課程, 內容包括在澳門舉行企業訓練班及台灣開辦2梯次澳門境外考察團, 逐漸開啓兩國交流的管道, 並促使雙方中小企業有更多經驗分享的機會。

今年在貿易投資促進局執行委員陳敬紅的盛情邀請及促成下, 許旭輝常務副總會長特別籌組青創代表團, 參加7月4日至6日於威尼斯人渡假村展館舉辦的「2012MFE」商貿盛事, 同行成員包括:

旺馨國際企業有限公司譚鎮弘總經理、青創總會顧問林政忠博士、水月光設計侯韋光設計師、歐都納股份有限公司、全亞洲國際廣告股份有限公司、紅茗國際有限公司、普拉伯餐飲有限公司、中國藍有限公司、生機生技股份有限公司、禮得健康有限公司、誠健生物科技股份有限公司等, 共計32人。除了在展會中進行產品推廣外, 另參與商業配對、推薦說明會及現場企業診斷等活動, 促進台、澳中小企業交流, 並吸取各國企業推動品牌國際化的經驗。

「2012MFE」共吸引14個國家與地區的中小企業參展, 包括中國、美國、日本、

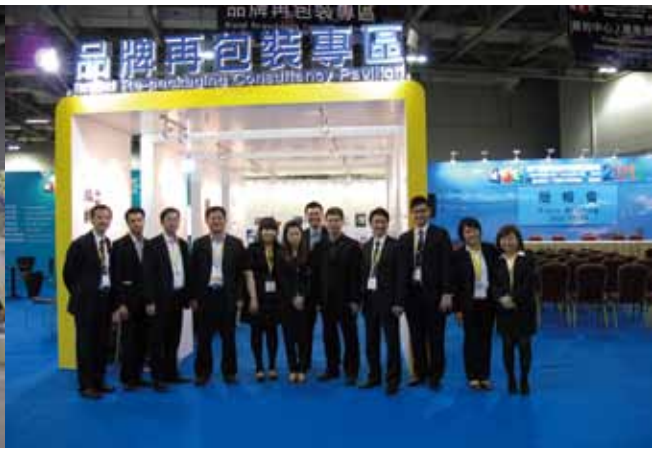


韓國、英國、法國、馬來西亞、泰國、新加坡、菲律賓、越南、台灣、香港及澳門，共計156個特許加盟、連鎖經營及品牌代理企業，產業遍布餐飲、零售、服務、教育、市場策劃、顧問、投資項目、金融、地產等，參展品牌總數高達165個。

各出奇謀 吸引投資者目光

「MFE」自2009年開辦以來，為區域經濟合作與發展的推進、品牌合作、連鎖加盟、專利授權等方式和形式進出澳門市場，提供了嶄新的合作和發展空間，每年商業配對場數、各年現場簽約項目數及入場人次都呈現穩定攀升。加上澳門地理優勢和特殊的歷史背景，各國企業品牌也紛紛透過特許經營、連鎖加盟、專利授權等方式和形式積極進入澳門市場。

此次青創代表團的9家企業，亦藉由「參展」及「商業配對」兩種形式分別進行品牌及產品推廣。歐都納、全亞洲國際、紅茗國際及普拉伯餐飲在展會上，完整展現台灣品牌的獨特性及創新力，立即獲得許多投資業主目光，期望進一步了解加盟合作事宜。而展會另一大特色的「商業配對」活動，將來自世界各地的連鎖加盟品牌企業、投資者齊聚於展會中，針對企業意願、屬性、投資意願事先進行調查後，再利用「配對」、「洽談」創造策略合作或投資的機會。青創代表團除了以企業為主體單獨配對外，另與澳門廠商聯合會、馬來西亞商會、中國國際貿易促進委員會、東莞市委員會、澳門泰國商會等地區進行團體配對。青創代表團在海外所



展現的積極與熱情，也進一步讓台灣品牌知名度在國際間瞬間提升。

青創輔導能量 備受肯定

近年來，許多台灣中小企業藉由連鎖經營來擴大市場占有率，以聯合採購達到經濟規模、降低物料成本，並聯合行銷建立品牌能見度。「連鎖」除了提供傳統產業一個轉型的機會，更是未來無法阻擋的趨勢與潮流。因此青創總會自2011年起，積極協助中小企業健全營運總部機能，提升加盟總部經營管理與專業知能，辦理加盟總部招商說明會與各項培訓活動，厚植中小企業競爭力。

此次，青創總會輔導團也應邀於展會期間進行2場次推薦說明會，針對青創總會在輔導連鎖加盟領域所提供的服務進行介紹，並於「品牌再包裝專區」提供企業產品設計包裝及策略性的諮詢服務，解答創業者與中小企業問題，現場吸引300多位各國的中小企業前往了解，並提供50家企業進行深度輔導，獲得在場與會企業的高度支持。

本次前進澳門，參展企業不僅在人脈拓展、商業洽談、品牌深度獲得許多收穫與啟發外，同時也開拓了企業的視野與能量。優質的品牌形象能賦予產品附加價值，但品牌資產的建立與維持，絕對需要企業長期且持續的資源投入，因此如何強化品牌管理、延長品牌生命力，將是所有中小企業必修的課題。未來青創總會也將持續協助台灣品牌在地深化及海外拓展之輔導工作，協助台灣連鎖加盟品牌在海外市場斬露頭角。

(文/沈佳穎)



兩岸四地青年尬文化飆創意

澳門中華總商會青年委員會35週年文化創意展覽

「從文化產生創意，從創意導入創新，從創新發展創業。」世界各國對於在地文化特色與創意產業愈趨重視，而近年台灣的文化創意產業也在專業人士、政府、產業界多方的投入與支持下，逐漸開創出台灣特有的軟實力，並獲得國際矚目與肯定，紛紛關注台灣文化創意產業的發展與動向。

7月3日至10日澳門中華總商會青年委員會適逢35週年慶，為維繫雙方的友好關係，並促進台澳兩地企業家交流，在澳門青委員力邀下，青創總會特別邀請新港香藝文化園區、威力康創意有限公司、巧合創意工坊、靖鬚國際有限公司、中國藍/臺灣藍等5家優秀的文創企業代表，組團前往澳門銀河酒店參加慶典中的「動感青年文化創意論壇及展覽」活動，並於東翼廣場公開展示產品，讓更多人看到台灣文創產業的風采。參展期間獲得參觀者一致好評，並對台灣文創產業工作者之創意和創新深感佩服。

文化創意產業近年來在澳門相當盛行，因此澳門青委員除了舉辦展覽行銷各地文創產

品外，也希望透過論壇研討，進一步促進兩岸四地間文化創意產業的發展。本次論壇特別邀請禮運有限公司董事總經理陳立邁、香港Semk產品有限公司創辦人及設計總監許夏林、澳門佳作行政總裁林子恩、馬來西亞 Fusionwave Creative Consultancy sdn. Bhd 創辦人及設計總監陸智昭擔任主講嘉賓，分享他們從事多年文化創意工作的經驗，並進一步探討適合澳門文化創意發展的方向，以及如何推動創意產業和創意的結合、引入多元文化活動，促進文創氛圍及互動，為澳門的文創產業發展定位做出相關建議。

此活動不僅讓台灣、澳門兩地文創的企業家代表相互認識及交流，也激發大家對於文化創意產業在未來發展的信心和熱情。展覽活動結束後，參展企業紛紛在自己的網路社群網站、部落格紀錄此次參展作品與澳門行的所見所聞，吸引更多人來電詢問這些品牌背後的设计概念及創業故事。此次所有參與成員收穫滿溢，青創總會未來更將持續協助台灣品牌在海外發光發熱，希望能讓世界都可以看見台灣的亮點。 (文/沈佳穎)



經營連鎖化 勢不可擋

締結姊妹會暨衝出澳門-連鎖加盟的區域化發展商機論壇

青創會長年致力於會務國際化的目標，積極舉辦及參與創業相關的國際性事務及研討會，並廣邀國際組織與機構組團來台交流。近年因應台灣連鎖加盟業態的蓬勃發展，更是不斷向各國連鎖加盟相關團體及企業取經，希望能將國際的智慧結晶引入台灣中小企業的血脈。青創總會與澳門連鎖加盟商會7月6日於澳門威尼斯人酒店，以強化台灣、澳門兩地連鎖加盟行業之交流管道，攜手共進、互利雙贏作為目標，正式簽約結盟為姊妹會，企盼共同搭建兩地連鎖加盟品牌企業的交流平台，共享資源持續為培育中小企業付出心力。

目前中國已在「十二五」規劃中加入港澳專章，支持澳門成為世界旅遊休閒中心，同時因應橫琴地區的發展需求，未來勢必將帶動澳門新的產業趨勢與商機。因此，為提升澳門市場競爭力，並協助有志創業者降低創業風險，茁壯連鎖加盟品牌企業，澳門連鎖加盟商會特別邀請青創總會於「2012澳門國際連鎖品牌加盟展」中共同舉辦「衝出澳門-連鎖加盟的區域化發

展商機」論壇，由澳門日報助理總編輯曾藝主持，邀請青創總會顧問林政忠、苗栗縣青創會前理事長及旺磐精密機械總經理譚鎮弘、澳門科技大學行政與管理學院副教授劉成昆擔綱主講人。

論壇中提到，橫琴地區發展屬一塊全新開發的區域，腹地的擴大牽動商業服務業需求量大增，消費客群以外來客為主，十分適合中小企業利用連鎖加盟的業態進軍。未來橫琴地區將以高新產業、高端服務業為主，雖然現今連鎖加盟的主要消費族群多為一般大眾，但倘若能建立出獨特的品牌風格，以特色品牌作為企業定位，大膽投入新設計和新型態服務，新穎的文化便容易使消費者產生新鮮感。由於門檻較低，且已有完整的配套管理技術，因此專家建議創業者可考慮以連鎖加盟餐飲業作為首度切入的主題，其次則是零售業，如超市、便利商店、藥局等，從兼顧消費者周邊生活配套與支援為出發，就能打造連鎖品牌營運的空間。 (文/沈佳穎)



臺北好當家 創業當頭家

創業臺北 BOSS ONLINE 小老闆創業學堂

臺北市為政經、文化休閒活動高度聚集的地區，具備良好商業環境，生活中處處可見令人驚奇的創新意念，創業機會無所不在。根據調查，有志創業者遭遇的首要困難為資金募集，為避免青年朋友缺乏資金無法實行創意理念，北市府自2011年4月起推動「臺北市青年創業貸款」，凡設籍於北市1年以上，年齡在20歲以上，45歲以下之國民，只要檢附貸款申請書、創業計畫書、聯徵信用報告等文件，向臺北市政府產業發展局提出申請，可貸放額度最高為新臺幣100萬元，由北市府全額補貼貸款期間利息，提供您創業第一桶金。

臺北市商業處自2011年度起推出免費創業課程，今年自6月至9月舉辦「小老闆創業學堂」，共計辦理初進階課程5梯次、培訓總時數達45小時、參與人數超過450人次，透過兼具專業與實務之培訓，包含財務、行銷、人資、法律、企業觀摩等內容，增進創業基礎知能、提高創業貸款獲貸率、強化青年成功開創事業本錢。未來更將推出「臺北好當家招商引資計畫」，

提供免費創業諮詢與育成的一條龍服務，讓有想法而無資源的年輕人，有機會在臺北市輕鬆實現創業夢想！

創業顧問董希玲表示，「臺北市是個充滿創意與機會的城市，非常適合有志創業者揮灑創意、開創新事業！只要善用政府創業資源，並結合自身創意，便可提高創業成功機率。」

「感謝北市府辦理免費創業課程，激勵我完成創業夢想。」學員陳先生參與初階課程後一個月內將創業計畫付諸實行，將所學實際運用於事業經營，參與進階課程同時，更分享其創業歷程，將創業種子散播、創業經驗傳承下去。

未來，本計畫將延續創業知識傳承的使命，繼續推出免費課程，北市府也將透過創業圓夢課程、青年創業貸款以及創業諮詢、育成一條龍服務，協助市民開展創新事業、實踐創業夢想，共同打造臺北市成為亞洲創新創意的創業城市首選。

(文/許惠淇)
本專案由青創會承辦



精進業務知能 提升菸害防制成效

101年縣市菸害防制實務交流訓練工作坊

行政院衛生署國民健康局為增進中央與縣市衛生局在執行菸害防制業務的共識，提供縣市間實務交流討論學習的平台，提升國內菸害防制推動成效，特規劃兩梯次工作坊，於7月3日、4日在台北天成飯店舉辦「101年縣市菸害防制實務交流訓練工作坊」第一梯次課程。

在台灣，每年約近20000人死於菸害；造成500億以上的菸害醫療與經濟損失，菸草是衛生界面臨的頭號可預防的流行病，是全球第二大死因，僅次於高血壓，影響人類健康甚鉅。我國於1997年3月制定並施行菸害防制法，根據調查估計，過去3年成功減少42萬名吸菸人口，禁菸場所二手菸暴露率與家庭二手菸暴露率，以及成人平均吸菸率皆顯著下降，此外，民衆在禁菸場所免受二手菸之保護力並已達9成以上，然而迄今成年男性吸菸率仍高達33.5%，為美國的1.6倍，成為國人健康的頭號殺手。因此，戒菸的持續推動刻不容緩，為因應菸害發展趨勢，並落實政府菸害防制新措施，相關業務單位分別透過法

制教育、媒體宣導，並進行成果監測等多方面進行，推動落實相關規定。

本梯次內容除了安排「101年二代戒菸計畫與菸害防制重點業務說明」、「戒菸服務趨勢與現況」、「縣市吸菸率、二手菸暴露率等調查資料之解析與政策建議」、「102年菸害防制工作計畫重點及經費編列說明」之外，亦針對菸害防制業務人員應有知能之「戒菸衛教人員培訓與運用」、「社區藥局戒菸衛教人員培訓與運用」、「菸害防制宣導行銷策略與方法（含女性、年輕族群、勞動者、二代戒菸等菸害防制行銷策略擬訂、如何運用媒體宣導資源）」等專業知能培訓等專業相關課程編排，精進相關防制工作同仁的多元觸角。

專業的講師授課與豐富的實務交流內容，以及便利的交通位置及餐飲食宿安排，讓學員們兩天一夜的工作坊滿載而歸。本梯次兩天一夜近90人次參與，活動圓滿順利落幕。

(文/蔣 萱)

本專案由青創會承辦



多元創意 打造有感服務

101年度衛生企劃人員訓練班

行政院衛生署為強化其同仁政策規劃、執行及評核能力，委託青創總會針對衛生署及其各級所屬機關、衛生局等相關研考及企劃人員，辦理核心職能相關之訓練，期將所學之知(技)能應用於各項衛生政策計畫規劃與執行流程，建構政策形成及採採機制，並提升整體服務效能。

本年度的核心職能訓練先行規劃籌辦「專家學者座談會」，邀集相關專業領域之產、官、學人士，針對「衛生企劃人員訓練班」之課程內容進行研擬、討論，以「施政計畫績效管理」、「計畫執行與專案管理」、「衛生計畫問題分析與目標設定」、「衛生計畫之規劃與審議」、「溝通協調技巧」等五大構面為本次訓練課程重點，規劃2天的培訓課程。衛生企劃人員訓練班著重在實務案例的探討及實際狀況操作的演練，為此也特別邀請政治大學公共行政學系施能傑教授及陳敦源教授聯合擔任講師，提供指導並協助學員進行企劃與研考相關議題的深入討論。

為提升學員專業領域上的知能與職場上的溝通能力與協調技巧，青創總會特別邀請中華民國組織學習協會陳於志理事長擔任講師。陳於志表示，培訓不應只是「單向式的學習」，而應該是要以「改善問題為核心的學習」，並以溝通對話為學習模式的方式來進行，才能提供學員更進階的學習，故「溝通協調技巧」課程便以世界咖啡館的形式讓學員親身體驗並進行知識與經驗上的傳授，學員在互動的過程中要不斷的嘗試去分享、溝通、協調與整合各方面意見與想法，透過這種學習模式，學員皆反應熱烈，並且收穫豐富。

「衛生企劃人員訓練班」共辦理2梯次，培訓學員約130名，後續衛生署企劃處更持續規劃4場「個案研討會」，將提供上述訓練班學員更深入的議題討論並期望激盪出更多創新思維，以提升整體企劃效能；此外，最後也將規劃辦理「成果發表會」，以展現學員學習成果及進行分享交流，藉此激勵並檢視學員學習成效。（文/王佩于）

本專案由青創會承辦

台北捷運公司北投機廠暨訓練中心



國際資本及勞工的流動為全球化及國際化下的必然趨勢，舉凡觀光、商務活動、工作、就學、結婚等日益頻繁，形成龐大的跨國性人口移動現象，人流管理已成為全球普遍重視的議題，外籍勞工的管理也成為國家重要政策措施，保障合法外籍勞工權益以及查緝非法外籍勞工更為其中重心，特別是因為雇主非法聘雇、勞工非法逃脫所衍生的社會、治安，甚至是國家安全問題，更是亟須解決的問題。

有鑑於此，我國除持續於查緝非法外籍勞工工作上精進與努力外，政府非法外籍勞工之相關政策與法令規範亦須與時並進，解決外籍勞工需求與雇主違法雇用等問題根源，並透過對人權的重視，強化外籍勞工與本國勞工間的良善合作關係，有效改善非法外籍勞工對台灣社會治安之影響，並落實保障外籍勞工的人權。

為有效解決非法聘雇外籍勞工問題，由行政院勞工委員會主政，查處行蹤不明外籍勞

工，並與行政院海岸巡防署、內政部警政署及移民署共同建立查處機制，查緝在台之行蹤不明外籍勞工。移民署為有效鞏固國家安全、維護社會治安、保障國民就業權益，成立專勤事務第一、二大隊，轄全國縣市專勤隊，取締各類非法移民及打擊人口販運犯罪，對維持國家安全與社會穩定發揮重大之成效。

移民署為有效提升查緝非法外籍勞工工作之績效，特辦理「101年度查緝非法外勞工作講習會」，召集專勤事務大隊及所屬各縣市專勤隊人員、業務，設計包含「查緝非法外勞相關法令與實務案例研析」等系列課程，希冀透過講習會之辦理，使其熟悉相關法令及外籍勞工管理政策，透過傳授查緝非法外籍勞工之實務經驗，建立觀念溝通與優異執法作為，增進全國相關業務人員互動聯繫及資源分享與整合全國查處非法外籍勞工服務系統，提升各單位專業內涵與服務熱忱，提高查處非法外籍勞工服務品質。

(文/葉育瑞)
本專案由青創會承辦



二代健保 全民更好

101年度二代健保專業知能培訓計畫

全民健保自1995年開辦以來，藉由全體國民自助互助及風險分攤方式，大幅降低民衆就醫的財務障礙，也建構了穩固的社會安全網，更對弱勢族群提供了醫療照護的保障。然而隨著近年來人口老化、重大傷病患者增加，全民健保開始面臨財務失衡日趨嚴重、保費負擔欠缺公平、健保收支缺乏連動、資源配置機制待建、醫療品質需求漸高、重要資訊不夠公開、藥價差等問題。為了推動健保改革，行政院提出全民健康保險法修正草案，以二代健保的「品質」、「公平」、「效率」為核心價值，進行健保制度整體結構改革，強調「權責相符」的概念，藉強化資訊提升醫療品質，以較公平的方式收取保費，並擴大保費之計算基礎、落實健保收支連動機制的建立，及擴大社會多元化參與健保政策，共同承擔對健保的責任。

行政院衛生署中央健保局為因應二代健保即將上路，委託青創總會於今年7月~9月在北、中、南區中央健保局舉辦「101年度

二代健保專業知能培訓計畫」，透過課程強化相關業務人員健保知能，包含保費稅務法令、醫療品質及支付制度、醫療科技評估、政策行銷與危機處理、方案設計及民意調查方法等應用到日常相關業務及個案管理上，進而提升整體服務品質，且正確、有效率地將二代健保新制推廣給社會大眾。

二代健保將在明年元旦實施，保費費率成為國人關注的焦點。中央健保局黃三桂局長表示，費率還有下降空間，但國內醫療體系面臨「內外婦兒」科別招收住院醫師不足額的危機以及護理人力荒等問題，都影響到二代健保費率。但二代健保費率5.17%已是試算上限，不能再增加，最後需由行政院決定。

而對於未來業務推動方向，黃三桂則表示，既然已扛下二代健保的重擔，他將以「如履薄冰」的心情全力以赴，完成維護全民健康的任務。

(文/林姿吟)

本專案由青創會承辦



讓年輕醫師看到未來

守護台灣醫療高峰會

有鑒於內、外、婦、兒、急診科醫護人力嚴重「拉警報」，衛生署特別於7月21日在集思交通部國際會議中心舉辦「守護台灣醫療高峰會」，邀集全國各大醫療院所代表與談，會議就提高五大科執業意願、降低醫療糾紛風險、充實偏遠醫療服務與解決急診安全及壅塞問題分別進行討論。

醫師專科人力與醫療法令制度息息相關，醫療糾紛和健保支付制度已成為五大科發展的「緊箍咒」。大醫院近兩年的住院醫師大幅減少，需要值班、急診、照會的科別如五大科，情況更為嚴重造成國人恐慌。30年前長庚醫院招收10名內科住院醫師時，應徵者超過130名，今年報名醫師卻不到10名。台灣專科醫師平均執業48歲，但婦產科(53歲)及外科(50歲)年齡已明顯偏高。相對於醫美的「錢多、事少、離家近」，五大科則「錢少、事多、離監(獄)近」，醫療糾紛占全部總件數85%以上，80%以刑事提告，造成新生代醫學系學生選擇五大科意願偏低。

邱文達在會中表示，衛生署將提出3年300億元醫療改革計畫，逐步提升五大科執業意願及改善偏鄉醫療12大策略。包括：評鑑項目減少55%、生育事故救濟開辦上路、推動醫療過失刑責明確及合理化、提供五大科住院醫師補貼、挹注五大科偏遠地區醫療等。

此外，衛生署也將規劃透過開辦重點培育科別公費醫師制度，依內、外、婦、兒、急診科，選擇服務科別。完成訓練後，分發至醫師人力不足地區的醫療機構或基層衛生所，並規劃試辦「生育事故救濟制度」，以其經驗及檢討結果作為推動「醫療事故救濟制度」的參考，期能減輕五大科醫生醫療刑事責任的壓力。

邱文達表示，在會後將與有關部門持續溝通，期待共同以病人為中心，營造醫院、醫師與病人良好醫病關係的三贏醫療環境，而醫療改革就是要讓年輕醫師看得到未來：「十七年之疾，當求三年之艾」，邱文達期許我國能建立一項長遠健全的醫療制度，積極補充五大科醫師人力新血，並打造醫護人員安心執業的合理環境。(文/周凱盈)

本專案由青創會承辦



親山野趣 早秋悠遊

創業楷模聯誼會活動

北投早在日據時代便以溫泉馳名中外，觸目所及盡是珍貴古蹟、清新山水，為了一探北投懷舊古樸的風貌，順道享受泡湯美食，北區創業楷模聯誼會徐煥清會長特別於8月18日規劃了一場北投知性巡禮，聘請專業導覽人員全程解說當地的歷史典故與人文風情，並帶領大夥參觀坐落於北投公園內的台灣首座綠建築圖書館-北投圖書館、以及建於1913年，北投溫泉發展的代表性建築-北投溫泉博物館。

為了傳遞預防重於治療的健康理念，本次活動也特別安排一場「如何保護關節及認識運動傷害」保健講座，邀請土城元復醫院楊卿潔副院長分享他長年在人工關節置換、坐骨神經痛、骨折整復、脫臼、骨髓炎、退化性關節炎等臨床經驗，他表示，沒有任何一種藥物可使嚴重磨損的關節軟骨完全恢復，唯有透過正確的生活習慣及運動方式，才能有效減緩膝部退化性關節炎，並在專業醫師適當的指導下，配合正確藥物治療，才是根本解決之道。

就在大夥意猶未盡之際，一個月後，北、中、南三區創業楷模聯誼會再度相約素有「東方威尼斯」美譽的淡水「續攤」，於9月15~16日辦理兩天一夜的「高爾夫球友誼賽暨淡水之旅」，儘管強烈颱風「三巴」攪局，原訂的搭乘豪華遊艇出海體驗行程，只得改為靜態的內裝參觀過過乾癮，但大夥依然不減遊興。所幸下午風停雨歇，原訂在老淡水球場舉行的高爾夫球敘如期舉行，讓眾家好手迫不急待一展身手較量切磋。第二天大夥從淡水老街搭渡輪到對岸的八里，沿著河岸悠閒騎著腳踏車，即使沒有碧海，也沒有藍天，令人心曠神怡的寬闊視野，也足以讓人直呼：好愜意、好幸福！

創業楷模聯誼會每年都會精心規劃多項知性與感性兼具的聯誼活動，讓楷模們在忙碌的工作之餘，藉此獲得經營管理知識躍升與鬆弛身心壓力，未來楷模聯誼會也將不斷推陳出新籌劃更多親近自然的旅遊活動，讓楷模們輕鬆「趴趴走」，從容品味生活。期待您的參與！

(文/李銘鈞)



行政院大陸委員會委託青創總會辦理101年度民間團體兩岸交流研討會，8月31日在新竹集思竹科會議中心舉辦，當天吸引將近100位民間團體代表參加，與兩岸政策的專家學者進行實務交流，藉著知識與經驗的共享，提高兩岸交流執行的效能。

研討會當天首先由陸委會張顯耀副主任委員向全體與會人士說明現階段我國之大陸政策及執行成果，經濟部投資業務處莊文章科長在講授ECFA成效及投保時則表示，經濟部已成立「台商聯合服務中心」，投保協議生效後即加強提供台商法律諮詢服務，並作為台商投資申訴管道，協助處理台商在中國大陸所遭遇的問題，並強調兩岸投保協議之協商，我方係以台商及全民的利益為依歸，在兩會架構下秉持「對等、尊嚴、互惠」、「以台灣為主、對人民有利」之原則推動。財政部關稅司張世棟科長也表示，協商歷程自去年第七次江陳會後，兩岸海關啟動本協議協商之準備工作，在海基會、海協會兩會之

架構下舉辦多次業務溝通，並利用ECFA經濟合作委員會召開例會等機會進行數次意見交換，雙方積極進行磋商，順利完成協議條文協商，並已於今年8月9日第八次江陳會談中，完成海峽兩岸海關合作協議之簽署。

當天下午除了安排參觀玻璃工藝博物館外，也依團體屬性分成國家願景組及共創未來組進行分組討論，各組由二位專家當引言人與民衆做經驗分享及交流後，由陸委會文教處華士傑處長主持綜合座談，座談中各相關單位除了逐一回應民衆的問題外，並將民衆的建議匯整，以作為日後推行大陸政策的參考。

陸委會希望透過此次兩岸交流的說明，讓民間團體對當前大陸政策有更深入的認識，減少政府單位及民間團體在認知上的差距，並藉由此次研討會議來展示大陸政策及相關協商成效，增進各界對政府大陸政策及兩岸制度化協商各項議題之了解，以增強民間團體對政府兩岸政策的向心力。（文/郭哲維）

本專案由青創會承辦



落實外勞管理 創造勞資雙贏

101年度外國人諮詢暨查察業務研習會

六、七零年代，台灣經濟快速成長，不僅對外貿易大幅提升，政府也積極推動各項重大公共建設，當時台灣地區之失業率仍維持在相當低的水準，於是開始有了引進外籍勞工的需求。七零年代以後，重大工程與製造業缺工情形愈來愈明顯，家中有幼兒或老人需要照護的情形也愈趨於普遍。同時，東南亞地區國家，尤其是中國大陸經濟快速崛起，並呈現躍進式成長，對我國產業發展形成莫大壓力，為了降低成本，提升產業競爭力，外籍勞工的引進遂成為一股潮流。

自八零年代起，即有不少外籍勞工持短期觀光簽證入境台灣，以逾期停留的方式，在台非法工作，而其中更不乏持假護照或以偷渡的方式進入台灣者，直到1992年「就業服務法」通過，才對外勞引進有了法制化的規範。

為保障外籍勞工在台合法工作權益，行政院勞工委員會自1995年起開始補助各地方政府成立25所外籍勞工諮詢服務中心，

僱用外籍勞工諮詢服務人員100名，提供外籍勞工法令諮詢、心理諮商、工作適應與勞資爭議等諮詢服務業務，為訪視外籍勞工受僱之情形，自2000年11月起，補助各地方政府僱用240名外籍勞工業務訪視員。另勞委會職業訓練局自2004年1月15日起，以單一窗口辦理外國專業人員來台工作許可申請業務，並自2006年度起補助各地方政府外國專業訪視人員15名。

為提升相關業務工作人員之專業知能與服務品質，職訓局於7月至8月份，假嘉義及台中地區辦理4梯次「101年度外國人諮詢暨查察業務研習會」，邀集全國各地方政府外勞業務相關工作人員、內政部入出國及移民署、科學園區、經濟部加工出口區以及外勞安置單位等人員參與，研習會中藉由相關課程之講授及業務座談，促進各縣(市)政府與安置單位執行業務之經驗交流，以加強外籍勞工管理輔導工作之落實外，亦安排紓壓課程及慶生聯誼活動，使學員於工作之餘，能獲得身心之紓解，並增進各單位人員間之交流聯繫，以利日後業務相互支援及協助。

(文/卓意紋)

本專案由青創會承辦



傳產觀光化 轉型搏商機

青創論壇

將製造業導入產業知識及文化，跨足觀光服務變身觀光工廠，已成為許多傳統製造業跳脫既有經營框架的首選，不僅將傳統產業打造成無價的觀光資產，也成為國人旅遊的新亮點。

行政院青輔會今年第二場青創論壇於8月18日在台南台糖長榮酒店熱鬧登場，由陳以真主任委員與維格餅家孫國華董事長、得意中華食品陳秀卿董事長對台灣食品結合觀光產業與未來趨勢進行精采對談，由於主題切合台南當地產業發展特色，現場吸引了超過400位對文創產業有興趣的青年熱烈參與。

陳以真表示，青輔會相當重視青年創業及就業力，期待青年能抱持著開放的心胸，展望全世界，青輔會也會積極協助青年展現活力，了解自己的定位，找到自己的路。此外，青輔會與經濟部自8月起開辦青年創業啟動金貸款，在青年尚未辦理事業設立登記前，就提供創業第一桶資金的申請，協助青年啟動事業，希望藉由資金挹注及政府各項資源的提供，激發創意並結合家鄉在地特色

產業進行創業，增加在地就業機會，讓青年根留家鄉並繁榮地方經濟。

年營業額7億，全國最大的「小金磚」鳳梨酥業者維格餅家，在五股的「鳳梨酥夢工廠」平均每天吸引2000名遊客；以「頑皮鐵蛋」聞名的得意中華食品，成功於岡山打造南台灣第一家觀光工廠-「台灣滷味博物館」。孫國華與陳秀卿兩人不局限在傳統的食品製造業，積極結合休閒觀光，不但讓食品成為文化景點，更讓食品成為地方特色，成為城市行銷觀光的新錢景。

陳以真及兩位楷模也鼓勵青年要勇於嘗試，在創業過程中可充分利用政府的資源，開創事業永續經營。政府除了提供貸款資金協助外，還有創業知能課程、創業顧問諮詢等免費服務措施。另外，青年若在創業或申貸過程中有相關問題，可洽青輔會免費服務諮詢專線0800-06-1689(您來，一路發久)。或上青輔會網站「青年創業聚寶圖」查詢符合需要的創業資源：<http://www.nyc.gov.tw/1016-37.php> (文/林柏儒)

本專案由青創會承辦



謝嘉澍

凡事都是好事

在各種不同的靈性修鍊課程中，有一個共同的信念——「外面的世界是我自己內心的投射」，因此，修鍊的重點都在修正調理自己的觀念，因為唯有自己改變，外面的世界才會改變。16世紀法國哲學家笛卡兒有一句名言：「我思，故我在。」我對這句話的理解是：「我的思考習慣和態度，決定我現在存在的狀態！」

近代物理學在探索宇宙起源時，發現我們存在的宇宙一直不斷向外擴散，因而推論宇宙一定是來自一個「大爆炸」，而進一步研究這爆炸的原因時，許多人認為是來自一個「意識」的突然出現。「意識」在空無之中產生能量，能量再與各種不同意識聚集，產生不同的物質，因此，「意識」能產生無限可能。宇宙意識對應到我們人類，就是人的「觀念」，若將此轉換到自己的人生或企業經營時，就是「觀念」決定「態度」，「態度」決定「行動」，而「行動」改變「命運」。

觀念，這個看不到、摸不到的能量，卻主宰一個人的命運，這是很重要的信念，所以，佛家常說「善護念」，要妥善保護自己的念頭，因為念頭會聚集能量，讓心想事成。事情之所以會發生，大部分是因為我們的念頭導致它發生。至於如何善用「觀念」產生正向能量，正如同我們要學著轉換來自內心常有的抱怨：「為何我如此努力，卻得不到別人的認同或感恩？」「為何別人出錯，卻要我負責？」「為何老天爺對我不公平？」當這些「都是別人的錯」的念頭出現時，請試著將指責別人的手指向自己。

我則是經常以「凡事都是好事」這句話提醒自己，用正向的念頭看待周遭發生的一切事物，因為我知道當我用這句有力量的念頭看待一切事物時，發生在我身邊的一切事物，都將是好事好物，我便能放下一些可能的抱怨和指責，不帶情緒、冷靜處理煩惱與困難，長時間反覆以這句話導正自己的觀念，我也就一直活在充滿好事好物的人生旅程中。



青春健康 從腸胃保健做起

現今社會生活步調快速、工作壓力大，「腸胃疾病」愈來愈普遍，腹痛、脹氣、排便不順等腸胃失調問題幾乎困擾著每個人

國人普遍存在腸胃問題

現代人大約平均每3人中就有1人有腸胃不適症狀，「我有位客戶有次在公司上班時胃不舒服，結果同事中幾乎每個人都拿出胃藥來給他。」腸胃不適之「普遍」及胃藥的「氾濫」可見一斑。

近期國健局公布最新2009年癌症登記報告，罹癌人數創下單年度新增罹癌人數新高！除此之外，癌症時鐘快轉又以「大腸癌」的時鐘走的最快，平均每42分6秒就新增一名大腸癌患者！臨床經驗上，近年來因腸胃不適來做檢查的客戶也愈來愈多，可見腸胃問題已是國人普遍疾病。

腸胃問題主因：不良飲食習慣

近年來台灣飲食西化，高脂低纖的飲食習慣，腸胃不適問題困擾著現代人，這種慢性、會反覆發作的症狀，一般稱為「功能性腸胃疾病」；反應在上消化道（食道、胃、小腸）稱為「功能性消化不良」，症狀包括上腹部疼痛或不適、腹脹、打嗝、噁心、嘔酸水、進食後有飽脹感。反應在下消化道（大腸）就是「大腸激躁症」，主要症狀有腹脹、腹痛（上完廁所後會改善）、排便次數改變、糞便形狀改變等等。

除上述症狀外，很多臨床案例的腸胃不適，「並非是真正的腸胃問題。」過去一位客戶健檢時反應，「他不但常常胃不舒服，

還說自己一定有胃食道逆流，但在胃鏡檢查時，我並沒有看到胃與食道交接的賁門附近有問題。」詳細問診之後，才發現原來是「不良飲食習慣」所造成。吃東西時一定要慢慢咀嚼，建議把一口食物，在嘴巴裡咀嚼成為液體狀態才吞下。由於多咀嚼的關係，這樣就會吃得比較慢，也不會吃過頭。我建議他回去試試這個方法，如果確實有做，一個禮拜後應該就會有改善。這就是不正確飲食習慣所造成的腸胃問題。

做對三件事 有效改善腸胃問題

1. 建立良好的飲食習慣：細嚼慢嚥、飲食適量，多吃蔬菜水果，每天至少吃5份蔬果，養成良好排便習慣，避免便秘。（5份蔬果不只是5種蔬果，未煮過的蔬菜約為1碗分量、煮過的蔬菜約為1/2碗分量；水果一份例如1根香蕉、鳳梨1/4份、蘋果一顆。）

2. 多運動壓力減：多運動可增加腸道蠕動也可紓解壓力。慢跑、散步、仰臥起坐、游泳、仰臥抬腿、舞蹈、伸展操等運動，均可增加腹肌的強健，有助於消化器官機能。

3. 定期健康檢查：定期接受腸胃檢查，包含上消化道攝影、內視鏡檢查、糞便潛血檢查等，在臨床上，仍以「內視鏡」檢查為診斷利器。許多檢查者對於侵入性的內視鏡檢查，總是避之唯恐不及，現在已有「無痛腸胃鏡」檢查，讓受檢者能舒適地接受完整的健康檢查。（文/哈佛健診台北院區納祖德/院長）



創造生命價值 從傳遞幸福開始

專訪OMG關懷社會愛心基金會 林一泓創辦人
國內第34屆創業楷模

走過人生低潮後，林一泓更懂得思源與感恩，在自己行有餘力之時，創辦基金會，當初僅想單純的照護流浪貓犬，卻沒想到自此一頭栽進「付出奉獻」的深淵中，無法自拔。

感恩種子 萌芽滋長

林一泓1999年創立茂為科技，是位年輕有為的創業家，雖曾風光一時，卻在2005年狠狠摔了一大跤，跌入人生最黑暗的深淵，還不到30歲，即背負了高達5000萬元的龐大債務。2007年走過低潮後，他深刻感受到死裡逃生、敗部復活的感觉，也開始醞釀成立基金會回饋社會，但在友人「等公司營收更穩定後再說吧！」的勸阻下，暫時將之擱置。

2008年，公司代理「LUNA On-Line」網路遊戲，業績一飛衝天，平均單月營收突破2億元，林一泓認為時機已然成熟，便與公

司幹部研議申請基金會成立；依規定，基金會成立有地區性及組織規模等差異及規範，包括全國性的基金會需要3000萬元以上以及地區性的基金會1000萬元以上的設立額度門檻，林一泓毫不猶豫即投入3000萬元，於2009年6月17日正式成立「OMG關懷社會愛心基金會」。

跌跌撞撞 仍撞不毀初衷

基金會成立後，林一泓才發現在政策的執行上並不如他所想的這麼簡單。首先遇到的第一個瓶頸，就是投入大筆資金後，卻無法自行運用；林一泓說，當初網友們得知他即將成立基金會時，紛紛主動表達

捐款意願，但他一概謝絕，「我當時覺得基金會已有相當足夠的資金，無須麻煩他們。」不過，就在成立後的幾個月，他陸續簽核由公司提撥給基金會的捐助明細後，才真正了解，依法令規定，基金會成立後，資金必須以定存的方式處理並無法任意動支，只能以該筆基金的孳息來執行業務。因此，最初在極其有限的資金下，基金會也僅能因應時勢需求適時提供協助，包含88風災的急難救助、捐贈洗衣機、以及辦理創世街友尾牙、參訪八里保育場暨認養、援助猴硐貓、捐助相關動物協會等活動。

第二個瓶頸則來自於基金會的成立「宗旨」：由於林一泓相當重視流浪貓犬的照護，「牠們一旦被棄養後，忍受飢餓、病痛纏身可說是家常便飯，讓我相當不忍與不捨。」於是基金會擬出幫助流浪貓狗免於挨餓受凍、協助弱勢、單親家庭改善環境等5大宗旨，卻因受助目標及對象的特定性過度明顯遭內政部退件；歷經內部多次討論與增修後，決定以「關懷流浪動物與動物保育議題；幫助家境清寒學生就學及生活、偏遠學校助學等事項；協助貧病救濟、急難救助等事項；參與國內外人道救援或活動；捐助各慈善單位或贊助社會公益團體事項；幫助老人及弱勢團體等事項；社會公益活動推廣及廣告贊助」7大宗旨為基金會經營核心。

「但並非從此一路平順。」林一泓說，2011年茂為歐買尬申請上櫃期間又遭遇第三個瓶頸；審查委員認為基金會不能全數由歐買尬員工組成，並以「為避免外界疑慮，以及防杜弊端發生」為由，要求基金會立即進行組織重組。林一泓評估，當時根本沒有多餘的人力和成本，當下即回覆委員無力回應此一要求，並「無奈」表達解散基金會的想法。

「感謝老天爺的幫忙！」正當林一泓簽訂合約書承諾改善組織架構卻苦無對策時，值逢母校西北大學在台成立校友會，他發現同校前輩



中，並不乏具有聲望與地位的優秀賢達，遂聘請前財政部部長，現任奇美集團獨立董事呂桔誠擔任基金會董事長，並力邀現任台北大學商學院院長方文昌、台大土木系名譽教授陳清泉等人擔任董事。

樹頭已穩健 期待枝葉繁茂成濃蔭

呂桔誠上任後即發起「課輔班」活動，在中和區雙和真理堂無償提供場地的協助下，由基金會宣達授課資訊，並媒合須藉由打工及擔任家教賺取生活費、家境清寒的大專生以及來自中、永和地區弱勢家庭且學習能力低、課業落後的五、六年級學生，於固定時間至指定地點進行輔導，並聘請台北市諮商心理師公會林世莉副理事長擔任專職顧問，期能在課業輔導外，協助學生養成正確的學習態度及良好的人際互動方法，並適時引導他們建立正確的行為模式，培養自我負責與自我肯定的人生觀。

基金會目前除了每月固定捐贈中華民國保護動物協會、高雄市關懷流浪動物協會、台灣導盲犬協會…等社福機構外，也開始籌劃導盲犬協會交流活動、以及六龜育幼院合唱團幼童表演活動，積極擴大關懷及服務的層面和範圍；林一泓也曾發信給全體員工，希望能號召更多同仁出錢、出力、出點子，期能募集更多愛心與創意，凝聚更多人力，彌補現階段執行力不足的缺失，讓更多弱勢族群，在「OMG關懷社會愛心基金會」的關懷與陪伴下，獲得最實質的協助與祝福。

(文/蘇靜怡)



從「全球創業觀察」(GEM) 看台灣創業現況

近10年來，創業議題在學術研究與實務界逐漸興起，各國皆積極推動創業活動，由於創業與一國之經濟發展與成長息息相關，因此對於創業活動與變化的調查研究的確有其必要性。

為因應創業研究與政策上的需求，1997年「全球創業觀察」(Global Entrepreneurship Monitor，以下簡稱GEM)在Babson College及London Business School多位教授的努力下催生，很快便獲得國際上創業學者的響應，並於1999年開始正式啟動調查，當年度共有10個國家參與，發展至2011年已增加至54國，成為目前國際上最具規模的大型創業調查計畫。GEM的研究成果除了在學術研究上獲得學者之肯定外(已超過百篇國際期刊發表)，更成為各國創業政策之參考依據，以及國際間比較與對話的基礎。

以「Taiwan」名義參與國際研究社群

台灣曾於2002年由台灣大學柯承恩教授主持參與GEM計畫，但隔年便因故退出研究計畫。但由於台灣在全球經濟貿易的角色日漸響亮，GEM也非常積極邀請台灣研究團隊加入。2009年10月，經濟部中小企業處與青創總會所舉辦的國際創業育成論壇中，透過學者的牽線，GEM行政總監Krisie Seawright與Babson College的Donna Kelley教授來台訪問演講，並與經濟部中小企業處、青創總會、政治大學及國內眾多學者與實務專家進行接洽與會談，當時GEM便正式向台灣政府提出加

入邀請，而台灣的官方、產業界及學術界亦有高度興趣再度進行GEM調查，便促成台灣重返GEM研究社群之列。

經過半年的討論及溝通，2010年起，在經濟部中小企業處指導及贊助下，青創總會與政治大學科管所溫肇東教授研究團隊，正式代表台灣參與GEM調查計畫，和其他國家以同一份問題、同一段時期進行創業現況之調查。

特別值得一提的是，因政治因素，我國參與國際機構時往往必須使用「Chinese Taipei」、「R.O.C」等名稱，但由於GEM組織以學術交流為主，避開全球政治的敏感因素，加上我國入會時的積極爭取，故GEM總部同意我國以「GEM Taiwan」名義參與，可謂透過學術網絡展現台灣的創業軟實力。

GEM調查方式

為進行跨國資料收集與比較，GEM要求所有國際研究團隊每年皆須依據相同的研究架構(研究主題、內容與問卷)，在相同的期間(5~7月)之內蒐集資料，並以相同的研究方法(隨機抽樣)進行資料分析，旨在確保研究資料品質，降低調查誤差。

GEM的調查方法包括「成人人口調查(AP)」與「專家調查(NES)」兩種。前者是以隨機方式抽樣調查各國人口作為樣本，並以他們回答的內容來產生創業相關的指標數據，其主要調查的內容為創業所包含的3種重要要素，分別為創業態度(attitudes)、創業活動(activity)及創業理想(aspirations)等3項。自2008年起更將參與的國家分為要素驅動經濟(Factor-Driven Economies)、效率驅動經濟(Efficiency-Driven Economies)、創新驅動經

濟(Innovation-Driven Economies)，相互比較更能看出同樣經濟體的創業表現。

NES則是透過訪談該國各領域專家(包括政府官員、創業者、研究學者等)取得該國關於創業在其國家所面臨的主要限制、創業發展的主要貢獻以及如何鼓勵或增進創業等現況及問題。相較於APS以量化分析，NES則是以質化的訪談來補充及詮釋該國創業環境之優劣面向。

2010~2011台灣調查結果

2011年台灣之早期階段創業活動(即TEA)為7.9%，顯示每百位成人人口中，約有7.9位正在從事及投入早期創業活動行為。目前台灣現有18~64歲成人人口約有1600萬人，可估算得知約有126.4萬人正在從事早期階段創業活動。進一步細分創業階段，TEA中有3.6%處於正在籌備階段(即新生創業者)、4.4%屬於已經創立新事業未滿3年半者(即新創事業者)。

2011年的TEA雖略較2010年微降0.5個百分點(屬於統計誤差範圍內的差異，所以並非明顯的下降)，但新創企業的品質卻有顯著的提升(從3.7%增至4.4%)，顯示2011年台灣之早期階段創業者中，從籌備階段邁入新創階段的數量增多。

台灣民衆認知到具有創業機會與創業能力之比例為38.9%及28.6%，害怕創業失敗的比例則是39.6%；而問及未創業者的創業傾向則為28.2%。和2010年的調查相比，「認知創業機會」增加9.3%、「認知創業能力」增加2.2%，害怕失敗比例則減少了4.2%，未創業者的創業傾向則增加3.1%，從這些數字可發現，台灣過去2年的創業風氣確實有提升，國人對創業這件事也有更強的信心與積極度。

國家	題目	2010年	2011年	變化
		答「是」的受訪者百分比		
	認知機會	29.6%	38.9%	9.3%
	認知能力	26.4%	28.6%	2.2%
	害怕失敗	43.8%	39.6%	-4.2%
	未創業者的創業傾向	25.1%	28.2%	3.1%
	媒體對於創業的關注	78.2%	85.8%	7.6%
	創業被視為很好的職涯選項	68.4%	69.0%	0.6%
	成功創業家有高度社會地位	57.5%	62.7%	5.2%

另外，創業的動機各異，有人只是為了維持生計，有人則是為了追求理想，還有人是想要賺大錢。前者可稱為「需求導向的創業活動」，後者則是「機會導向的創業活動」。一般而言，屬於高成長創新導向的創業活動比較能夠為自己與整體社會明顯創造增值的效益。這兩年的調查結果發現，2011年屬於機會導向動機者之比例為6.48%，較2010年增加了1.53%，顯示2011年台灣早期階段創業的動機偏向機會發現，而非沒有更好的工作，此數據亦顯示，台灣有更趨向於創新驅動經濟體之創業體質。

TEA	2010年	2011年	變化
機會導向動機	4.95%	6.48%	1.53%
需求導向動機	2.54%	1.38%	-1.16%

若以性別來看，2010年和2011年性別分布的改變情況差異不大，TEA中男女創業者的比例都大約為100：60之間；此外，尚未創業但未來有意願投入於創業活動的人口中，女性所占的比例高達48.6%，顯示女性創業活動在台灣有增高的趨勢。

至於NES的結果部分，專家認為台灣整體創業環境中，得分較高的前四個領域分別為(滿分為5分)：創業家社會印象(4.14分)、實體基礎設施取得(4.11分)、對創新之關注(3.86分)、女性創業支持(3.76分)，此4項與2010年之專家問卷結果相符，排名與分數雖略有些微差異，但是領域均相同，顯示專家的觀點具有相當程度的一致性。

台灣對於創業家的社會印象分數最高，顯示台灣具有鼓勵與支持創業的文化，這與國人長期所具備的高度創業精神相當符合；其次，專家普遍認為在創業時，可以較低廉的成本及快速的時間，獲得創設公司所需的實體基礎設施(如水電、網路等)，這些基礎設施將有助於創業活動的活絡。此外，台灣的企業及消費者對於創新的關注很高，不僅是企業樂於採取新的技術和商業模式，消費者對於創新也擁有開放的態度，並普遍能認同創新的價值。

至於得分較低之領域(低於3分)則是：教育與訓練(2.79分)、研究發展移轉(2.88分)、商業與專業基礎設施取得(2.89分)、

政府政策(2.97分)。此4項與2010年之專家問卷結果亦非常相似。細分析之，專家普遍認為台灣在創業教育與訓練的部分極待加強，尤其是國中、小學的創造力與創業教育相當缺乏；在研發移轉的部分，多位專家提及，台灣在科學及技術開發部分其實表現相當好，但是多數新技術均停留在前端開發研究的大專院校或研究單位中，並未有效及適當地被移轉至業界與新創事業中，呈現技術與資源浪費的情形。

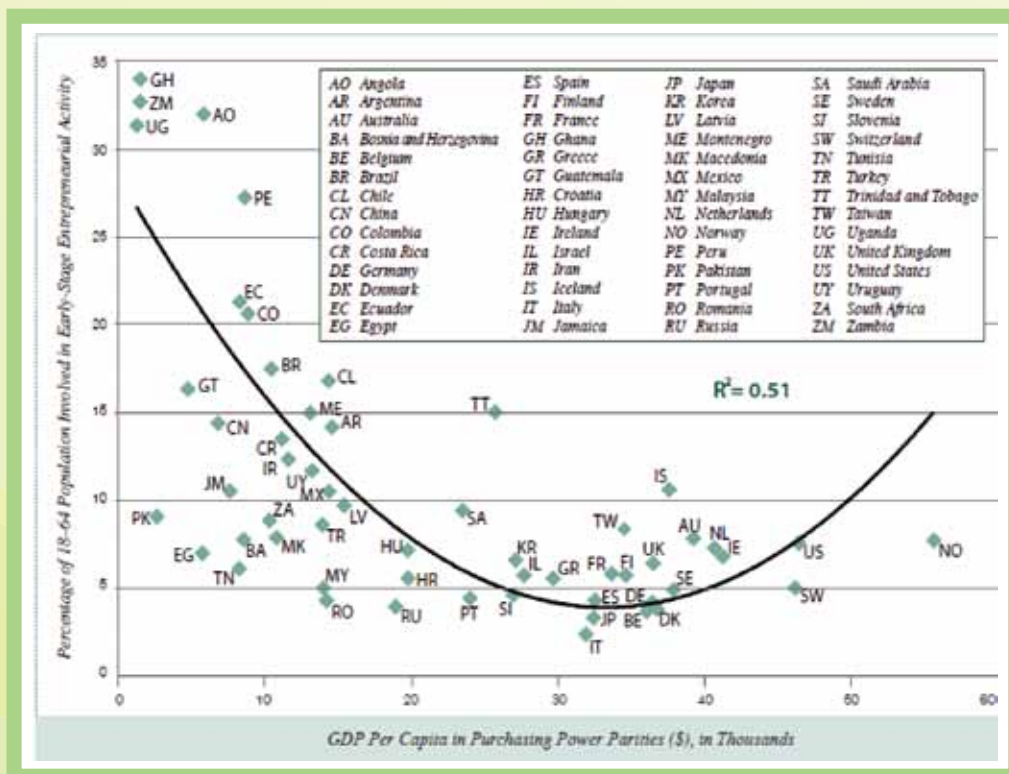
GEM調查數據之趨向與國際比較

GEM調查其中一個很重要的結論是，「經濟表現與創業行為呈現U型曲線關係」也就是說，當所得水準偏低時，TEA值較高，但以需求型創業居多；當經濟逐漸成長，企業可提供更多工作機會，創業活動力與新創企業數量將會減少；但當經濟持續增長，機會導向型的創業隨之增加，又將帶動該國的創業活力。換言之，經濟表現與創業行為並非絕對的高低優劣，也並非單以排名來論斷。

從GEM年報描繪的經濟表現與TEA比例的關係顯示，台灣目前正處於U型的谷底，代表高成長創新導向(high growth & innovation driven)的創業活動即將扮演驅動經濟增長的最主要動力。回顧台灣的經濟成長歷程，我們正處於產業結構變遷、國際市場環境變遷、全球競爭格局變遷、科技與商業模式變遷的關鍵階段，過去依賴歐美市場的經濟發展模式已經走到盡頭，顯然台灣需要一股新的力量來驅動經濟再度成長。

因此，GEM調查的重要成果之一就是透過有系統的調查方法，探知台灣的創業現況，並從中了解台灣在國際之間與產業發展階段的定位與優劣勢。而從這兩年的結果則指出了，如何促成大量具有創新特色的創業活動，鼓勵具有高附加價值與高成長特質新創企業的設立，以創新技術、產品、商業模式帶動新興產業發展，將是下一階段台灣經濟發展面對的最大挑戰。

(文/周世豐)



全國唯一以『香』為主題的文化園區

香藝文化館 8:00~19:00
香藝庭園餐廳 10:00~21:00

電話：05-3747658
傳真：05-3747659
網站：www.incense-art.com.tw

2011理事長 陳文忠



新港香藝庭園餐廳



香藝庭園餐廳

團體合菜 1500元起桌
(可設席70桌)
(合菜、簡餐、下午茶、
壽宴、大型宴會)

香藝主題民宿

共23間不同香的主題房間
(供中西式早餐) 2000元起
(提供兩人、四人香氛主題民宿)



- (大林線) 交流道→(經溪口)→園區(14.5km)
- (北港線) 北港橋頭→園區(6.5km)
- (民雄線) 高速公路→園區(8.8km)
- (高鐵線) 157公路→嘉68公路→園區(11.5km)
- (嘉義縣) 交流道→159公路→園區(7km)



香藝文化館 專人免費導覽

(香的產業文化與歷史文化導覽)

製香表演

(製香師傅示範
健康香品製作)



香料植物 休閒區

(八卦祈福亭、
香草植物生態區)



手作香DIY

1人/150元起
(用製香原料也可以
捏塑成實用的生活用品
還會散發淡淡檀香味!)

戶外教學、
體驗活動、場地租借





經濟部



中小企業處



中小企業信用保證基金

企業成長、升級、轉型

青年築夢創業

信保基金

挺您邁向圓夢之路

政府掛保證
企業好經營

信保基金 政府與銀行共同捐助成立

提供信用保證，協助企業取得融資

客服專線：0800-089-921 02-2397-3557

提供諮詢輔導，改善企業經營體質

直保諮詢專線：0800-699-588

網址 www.smeg.org.tw

信保基金廣告