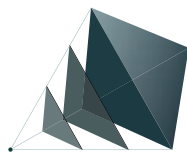


Hatch Boom

黑
趣



爆

2018.08 ————— 第 2 期



01

ALCHEMA

廚房就是私人酒莊！
台灣第一個智慧釀酒機

05

凌通科技

國際品牌智慧玩具的
重要夥伴

07

STREAM 聯盟

政大智慧玩具與
數位學習實驗室

09

塔塔加設計

沒有完美的創新，
只有不斷改進的創新

11

Maker 的好友製造商

首勝科技、奇亞科技

13

文筆網路科技

全球商機的引介者

17

Maker Hatch Day

舞台，一直都在！



ALCHEMA 智慧釀酒機

ALCHEMA

廚房就是私人酒莊！ 台灣第一個智慧釀酒機

圖片提供／ALCHEMA

2014 年獲得經濟部全國通訊大賽第一名的作品 ALCHEMA 智慧釀酒器，2016 年登上美國募資平台 kickstarter，一開始就先鎖定美國市場，讓廚房成為私人酒莊，每個人都可以在家裡釀出自己喜歡的酒，而智慧釀酒器可以把失敗機率降到幾近為零，大大顛覆人們對釀酒的想像！

ALCHEMA
02-7746-1005
<https://alchema.easy.co/>



先鎖定美國市場 再逐步優化商品

交通大學出身的 ALCHEMA 執行長張景彥表示，團隊成員家裡有釀酒，但常常不確定熟成時間，不是釀過頭就是過早開封，有時還因為環境溫度、氣密不足，使雜菌進入，導致酒發酸發臭。於是來自台灣清大、交大的英國雪菲爾大學的 10 人團隊，從用聯發科物聯網 LinkIt 開發板整合硬體、APP、雲端的釀酒整體解決方案，製作了釀酒器的原型機。

ALCHEMA 團隊認為，美國市場約有 200 萬的自釀人口，透過 Kickstarter 群眾募資先了解市場反應，獲得 34 萬美元（約 1 千萬新台幣）支持，再逐步優化商品。從原本僅有簡單的瓶蓋設計，在多次開模重改設計後，打造出帶有金屬質感設計、圓潤瓶身，觸控面板顯示的智慧釀酒器。

此外，他們花了很多功夫去訪談，了解有自釀經驗的人遇到的困難，因此智慧釀酒器又陸續添加電子秤，以及溫度、濕度和壓力等 4 種感測器，透過手機連接操作，設定 WiFi、選擇酒譜、手機開啟紫外線燈殺菌，加入食材後手機就會顯示出相關重量，再倒入酵母菌和水啟動釀造，整體前置時間不到 1 分鐘，後續釀造期間可透過 APP 監控酒精濃度，在自釀酒完成後，手機 APP 就會發出通知，召告親朋好友開喝了。

ALCHEMA 執行長張景彥



有沒有決心量產 是創業的關鍵

張景彥表示，自己和團隊算是學生創業，雖然寫程式是他們的強項，但卻缺乏生產端的經驗，到了要量產的階段，才知道收縮率、開模、CNC 等專業知識，而對於像他們這樣初出茅廬的團隊，如何找到願意配合一起「實驗」的廠商，光是完成原型（prototype）就是很大的挑戰。所幸透過經濟部的牽線，ALCHEMA 團隊與國內大廠的新創事業部合作，從塑膠射出收縮、3D 檔及模具的設計、組裝及模具的調整等問題都一一解決。

張景彥認為，新創團隊一定要了解自己的優勢和劣勢，多聽意見，整合出自己要走的路，切勿悶著頭自己做，只會延長產品的撞牆期。「新創團隊光有想法還不夠，有沒有決心量產，才是創業的關鍵！」

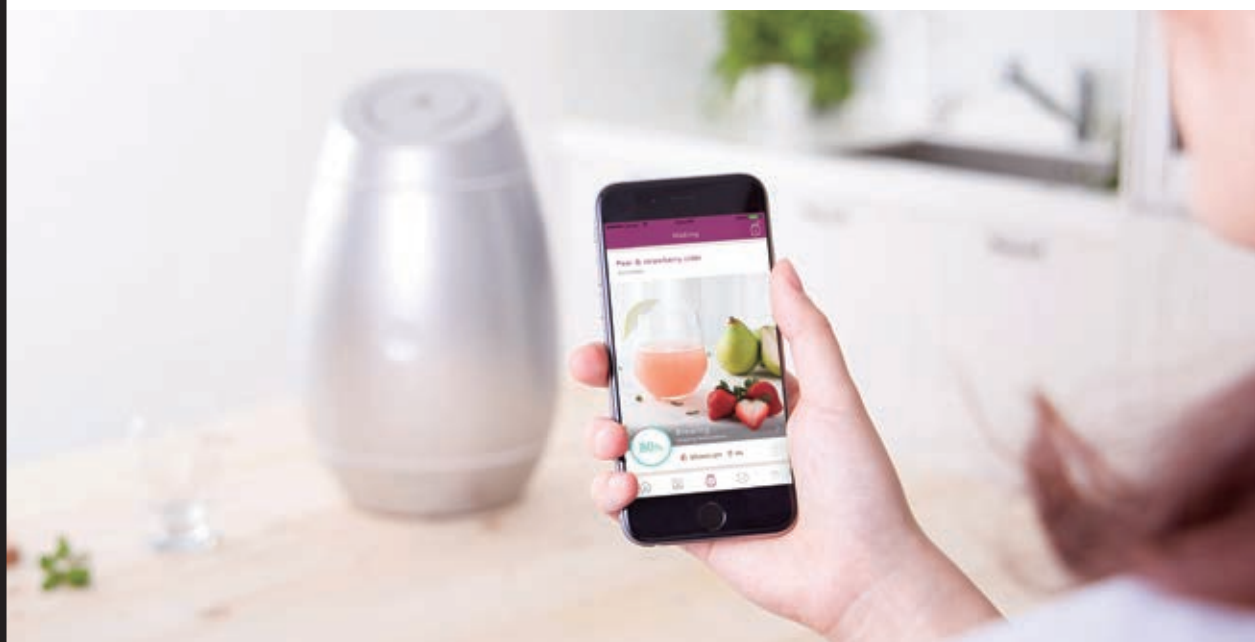


目前，ALCHEMA 已經擁有行銷和技術團隊共 11 名成員，並成為台灣首位入選美國最大硬體加速器 HAX Boost 的團隊，得到來自 HAX 的投資；去年張景彥亦入選《Forbes》亞洲區 30 歲以下最有潛力創業家，不過，他的開心只有一兩天，因為過去表現，和未來並沒有直接關係，量產之後，接踵而來的就是行銷挑戰了。

ALCHEMA 目前和美國電商 Touch of Modern 合作，以快閃廣告模式將顧客導流至官網；在台灣則於新光三越、三創園區、天母 SOGO 設點。未來，ALCHEMA 將持續拓展美國市場，張景彥表示，全球發酵酒精飲料市場預估在 2020 年會超過 1 兆美金，而自釀市場在美國則有 10 億美金的市場，每年還有 10% 的成長率，代表團隊還有很大的成長空間。

在家輕鬆享受釀酒樂

許多人嘗試在家自釀酒精飲料，但釀酒過程常因溫度變化、細菌污染等因素，釀出失敗成品。來自台灣的研發團隊首創「智慧型釀酒機」，號稱「在家釀酒不求人」！它把製酒的繁複過程智慧化，只需輕鬆幾個步驟，就能輕鬆釀造完美的水果酒！想喝什麼自己配，釀出你的專屬風味！



第一台配備監測 App 的釀酒器

ALCHEMA 是一個台灣的品牌，也是第一台配備了 Wi-Fi 與專屬 App 釀酒監測系統的釀酒器，以確保每個步驟都能完美執行！這台釀酒機在美國募資平台 **Kickstarter** 獲得了共 **34 萬美元**（約 **1 千萬新台幣**）的熱烈支持。只要透過藍芽連結手機 App，便可以監控釀造過程、溫度、酒精濃度，並預測釀造時程。不需再隨伺在旁，開罐查探，只需藉由 App，就能精準掌控釀酒大小事，更可放任它，等待完成後通知訊息即可，省時、省力又方便。

初次釀酒者可以按照 App 裡的酒譜直接操作，進階玩家不妨自行研發口味。初學者完全不用擔心，App 保證連笨蛋都會操作，你所要做的就是把材料買回來，按照說明把材料全部丟進去，**5 天**後就可以和朋友一起痛快暢飲了！

亞洲前 50 大酒吧調酒師聯名推薦

真的有這麼簡單嗎？不用懷疑，從 App 挑一個最喜歡的精釀酒譜，準備好所需食材之後，App 就會開始引導你與主機連線，只要放空照著做，基本上不會出什麼差錯。遠端開啟醫療級紫外線燈消毒，**5 分鐘**自動殺菌完成，讓整個釀造過程污染風險下降許多。

接著依序放入所需水果、水、糖和釀酒酵母包，釀酒器內建電子秤，加入食材的同時，手機 App 就會顯示每樣食材的重量，最後再把水加到 **Max** 的線就大功告成了！你可以隨時透過手機 App 監控釀酒情況，包括糖度、溫度以及酒精濃度等等。當到達指定的酒精濃度和甜度，App 會發出通知。最後過濾後裝瓶，一次可釀造 **2.4 公升**，約 **3 瓶**葡萄酒的份量。

若 App 裡面五花八門的酒譜還不能滿足你，你還可以自己調整酒譜來達到喜歡的口味，不管是乾爽不甜，還是高酒精濃度，由你決定。

對於喜歡自釀酒的人來說，這台機器除了操作簡單之外，殺菌、秤重等等的附加功能都十分貼心，可以讓完全沒有任何釀酒經驗的人輕鬆上手。而對有釀酒經驗的人來說，這台機器提供了多元化的數據和參數給釀酒師做參考，不但增加了精準度，也減少了原物料的浪費，只要一個星期就可以有一壺酒，每個星期還可以換口味，這是多棒的福音啊！



ALCHEMA

ALCHEMA 特色大集合

- 100% 台灣團隊研發，首創智慧型釀酒機
- 手機 App 連線監測系統，隨時掌控釀酒狀況
- 殺菌、秤重、偵測一機包辦，週一釀造、週末開派對！
- 一次能夠釀造 **2.4 公升**，約 **3 瓶**葡萄酒份量
- 內附多款酒譜，在家也能 **DIY** 各式水果酒
- 口味、甜度、酒精濃度皆可設定調整
- 可釀造啤酒花風味酒，與親友共度悠閒品酒時光



凌通科技

國際品牌智慧玩具的重要夥伴

圖片提供／凌通科技

去年在歐美市場爆紅的 Fingerlings 智慧互動玩具一手指猴，可以依附在手指、包包或衣服上，內建的感應器能感應周遭聲音，進而做出 40 多種的情緒反應。但你知道嗎？它內部的 IC 晶片是出自於台灣的科技大廠—凌通科技。



手指猴

智慧玩具的先驅者

凌通科技是凌陽科技於 2004 年 spin off 出來的消費性 IC 供應大廠，主要的產品為消費性 IC、多媒體 IC，以及微控制器 IC。

「凌通科技剛開始規模很小，當時目標鎖定消費性電子產品，基於我們對市場的掌握度，自主研發的控制晶片屢創佳績，一步步邁向今日消費性 IC 的領導品牌。目前公司年營收大約 30 億，產品很多元，包括消費性及多媒體影音 IC 等，其中有不少是用於電子玩具產品。」凌通科技副總經理李公望說。

其實在成立凌通科技之前，母公司凌陽就已經開始經營智慧玩具領域。當時曾有一個很出名的玩具叫做 Furby 小精靈，這個小精靈會自言自語，不理它還會生氣，發出奇怪的聲音。「在研發的過程中我還覺得它有點吵。」李公望笑道，在那個年代，這類型的玩具被稱為「互動式玩具」，而這個 idea 在推出後竟然造成轟動，甚至一度缺貨！據說當年凌陽就賣了數千萬顆 IC 給玩具商。

前幾年，可與手機 APP 即時互動的進化版 Furby 小精靈又再度復出翻紅，證明了一個好的 idea 加上品質優良的 IC，就會變成一個賣點！除了大家耳熟能詳的手指猴外，寵物蛋、電子雞、愛因斯坦 AI 機器人、Robi 智慧機器人、智慧型兒童手錶、AR 趣味相機等，都能發現凌通 IC 的蹤影，而隨著時間的推移，凌通也持續不斷地努力做出性價比更高的 IC 控制元件。

凌通科技副總經理李公望

凌通科技
TEL : 03-666-2118
<http://www.generalplus.com>

寵物蛋



國際合作的關鍵 建立信任與夥伴關係

競爭，在智慧玩具產業中一直是存在的，也是讓各廠商進步的動力，然而，從競爭中脫穎而出，成為國際大廠信任的夥伴，不僅產品要擁有高度穩定性，價格與售後服務更是重要因素。

李公望說，手指猴的開發過程中，凌通專注於提供核心演算法、整合開發環境或是協助工程師克服各種技術問題，服務與支援是很到位的。凌通所提供給客戶的方案中，已將相關配套準備完成，客戶只要專心把創意產品化。「凌通為客戶提供的不僅是一顆晶片，而是整套的服務，這是凌通在國際競爭中勝出的關鍵要素。」

李公望也以某知名日本品牌客戶為例，日本客戶對於品質的要求極高，對於配合廠商的積極度更是評估合作與否的關鍵。當年他為了協助客戶解決研發階段的瓶頸，甚至親赴客戶的東京本部長期駐點，還提出了讓客戶眼睛一亮的改良建議，所提供的服務與晶片功能，遠比客戶預期的還要多元，終於取得日本客戶的信任，成為日後堅實的商業夥伴。

保障好點子 讓創意商品成為品牌力

「台灣原本就是製造業起家，從上游的 IC 設計、晶片生產到後段的加工、製造、運輸，都是台灣廠商的強項，但缺的就是自有品牌跟行銷。」李公望認為，以產業鏈的價值來看，品牌的價值遠勝於代工的獲利，面對國際玩具大廠的競爭，台灣廠商更應著力於最關鍵的品牌建立與創意保護機制。



進化版 Furby

李公望表示，台灣玩具產業實質上已經相當成熟，不僅是凌通，而是整體產業都有國際競爭力，現在就缺一塊最重要的拼圖—品牌。另一方面，「智慧財產權」始終是產業發展的最終保障與永久獲利的關鍵因素。相關規定及內容，乃至於國際智產權訴訟等，皆大大影響產業與品牌的發展。台灣並非缺少創意人才，而是創意必須建構於智慧財產權保護良好的環境，當環境成熟了，年輕人或新創單位自然願意將創意投入產業之中。為了讓玩具產業品牌加速建立，政府更應該積極與資策會、工研院等單位合作，透過產學研究的連結，擬訂對整體產業友善的智慧財產權政策。

智慧機器人玩具聯盟 打造友善智慧玩具生態

凌通生產許多 IC 控制元件，每年都被運用做出千百種各式各樣的玩具。「有時是在玩具大賣後，才發現原來裡面用的是凌通的 IC！」李公望有感而發的說，「我們有成熟的 IC 平台、訓練有素的工程團隊和友善的程式開發工具。打個比方，就像是我們已經幫客戶準備好豐富的食材了，只等著客戶拿去做成一道道充滿創意和驚喜的佳餚。」

李公望認為，凌通擁有完整的 IC 產品與開發平台，只要有好的 idea，都可以透過這些資源去創造一個有價值的玩具。資策會「智慧機器人玩具聯盟」的成立，應該扮演一個良好的連結，把產學研串聯起來，打造一個適合發展智慧玩具的生態圈，促使台灣生產具有極高品牌價值的商品，開發屬於台灣自己的「手指猴」。

政大智慧玩具與數位學習實驗室 旺盛的創造力 期待智財權的保護

圖片提供／政大智慧玩具與數位學習實驗室

9年前，政大傳播學院政大數位內容碩士學位學程副教授陳聖智為了運用互動科技解決生活問題，開設「互動感知設計與行動服務實驗室」，之後並接下科技部、教育部、資策會等計畫，把互動感應器應用在智慧生活領域。後來因緣際會與資策會數位服務創新研究所合作，便轉型成為「智慧玩具與數位學習實驗室」。

陳聖智認為，循著物聯網和大數據的發展脈絡，新數位時代應該要用新的研究方法，把所有的數據放在感測記錄下，記載所有使用者的行為。如果應用在兒童教育上，UI與UX可以透過介面，記錄使用者遊戲歷程，可以讓他們玩得更有智慧。

豐沛的創造力充滿實驗性

目前實驗室團隊成員為碩一及碩二的學生，包括古健樺、王竣、徐逢亨、林珖平、黃玉明、蘇郁庭。其中，由古健樺、王竣、徐逢亨研發的「Papermon」獲得政大創業獎金，這是一款讓孩子自己創造的智慧寵物，結合物聯網與擴增實境，使用紙板外殼簡易組裝成小狗，孩子也可以盡情改造牠的外型發揮創意。然後把AR卡片放在狗頭內，使用手機透過wifi控制和它互動。

除了讓Papermon移動或搖尾巴之外，透過手機也可以看到Papermon的心情，掃描Papermon會出現狗骨頭等道具，或是一些事件，讓Papermon做出反應，如餵食、做表情等。這群大孩子指出，9～14歲是最富創意的時期，應該多練習手作，而AR功能則增加耐玩度，預計再提供更多外形變身的擴充包，年底完成產品開發。



政大傳播學院數位內容所副教授陳聖智與團隊中的黃玉明、林珖平



黃玉明的無人直升機也獲獎，它看起來像玩具，全部零件都是自己組裝，可以裝鏡頭、頂上有LED燈、承重5公斤，他說：「受困荒島時能求救。」林珖平、古健樺、蘇郁庭開發「英語AR情境數位學習系統」，小朋友先用平板電腦掃國旗、刷護照，再配合老師教的英文回答問題。當過小學老師的陳聖智表示：「將教材轉化成遊戲，可以提高孩子的興趣，而這些數據回饋給遠端的老師，可做使用者行為分析，有利建構教育學習。早期只能做偵測地點等基本紀錄，現在可以做教育性分析，可知道性別、分佈等後端資訊。」

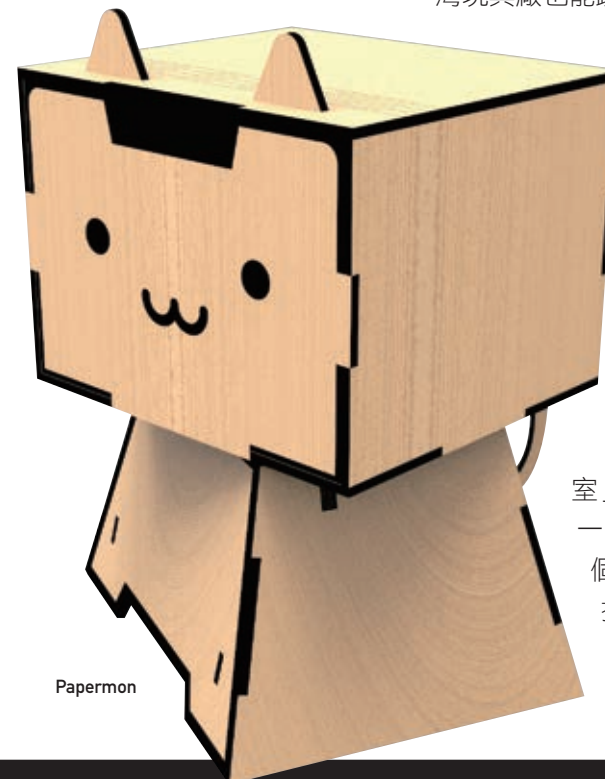


英語遊學情境課程

期許智造平台促進保障智財權

「學生開發出太多作品，每個人都有想挑戰的項目。」陳聖智指出，學生的發明需要分析案例文獻與製作動機，所有研究都經系統思考，都有根據。「寫程式是他們的優勢，台灣的未來與強項也是AI和軟體工程，實驗室團隊開發的智慧玩具更貼近下一代。」然而學生需要更多跨領域的資源，才能快速修正創作碰到的問題，日後量產才知道該如何克服，這也是目前最大的困難點。

陳聖智說，廠商看新玩具雛型很有趣，但實際結合到生產線就出問題。若能像「法藍瓷」產學合作模式，在生產線前就導入業師，學生知道生產線前端水平，例如機電整合與機構設計，如何做才符合量產需要。一開始參與，就不需要打掉重練，當然節省成本。台灣玩具廠也能跳脫代理商的概念，轉型能自己能研發。



「資金是主要問題，小量製造的做法就是把培育人才擺在第一位，開發智慧玩具的學生需要第三方具公信力的單位，建立學校、IC設計、廠商的合作規範與分潤機制，尤其是智財權的保障，期許IDEAS Hatch智造平台能扮演這個角色，成立保障授權聯盟。」他語重心長表示，「否則學生每年作品很多，卻不敢授權，最後只成為一本本厚厚的論文。」

陳聖智說，「智慧玩具與數位學習實驗室」的成員各有所長，創作力旺盛，希望有朝一日，他們發明的玩具能夠量產，並且簽上個人的名字，讓業界與學界彼此互補，相互提升。

塔塔加品牌策劃設計 沒有完美的創新， 只有不斷 改進的創新

圖片提供／塔塔加品牌策劃設計有限公司



上班族必備辦公文具釘書機，已發明近 200 年了，還能有多大的創新？在塔塔加品牌策劃設計公司的會議桌前，一台「省力釘書機」讓人眼睛一亮，沈穩造型，搭配用色大膽的大型按鍵，傳統中蘊藏創新，更重要的是，省力效果高達 40%，「我認為，這台釘書機，足以說明未來文具開發的走向。」塔塔加創意總監連國為（Gary）說。

忽略市場需求的創新，非設計本質

來自台灣，擁有超過 20 年工業設計經驗，塔塔加的設計主力為辦公文具與車輛設計，與一般以電子產品為主力的台灣設計公司，有著差異競爭的優勢，因此，近年來，塔塔加得以順利取得與中國大陸許多品牌合作的機會，透過長期且深度的合作模式，與客戶共同塑造品牌張力。

以辦公文具來說，塔塔加取得了與中國大陸最大辦公文具品牌客戶的合作機會，長年進駐該企業成為內部研發設計單位，從擬訂產品策略、執行產品設計、模具開發與驗證…，一直到市場反饋，塔塔加與客戶並肩作戰，使這深具歷史與市場地位的老品牌，品牌定位更加清晰，品牌形象與知名度亦不斷提升。

兼具外型與機能的「省力釘書機」更是塔塔加的代表作。「與一般釘書機不同，省力釘書機不只是造型上的改變，更重要的是結構創新，」Gary 指出，省力結構的機芯經 2 年開發，省力效果高達 40%；再透過外型底座的厚度增強設計，強化產品穩定性；並以整片包膠凸顯產品質感；釘槽的彈出式設計，加大按鈕與大膽用色，讓使用時更為便利且充滿趣味。



「未來的文具設計，應更追求本質創新，而非只追求外型的改變，」他說，一味追求外型創新，忽略與市場需求連結，絕非設計本質；他引用設計思考（Design Thinking）的觀點指出，設計必須以人為本，一個好的設計必須同時符合市場性、科技可行性與消費者使用需求等三種思維，「而這也是塔塔加所認同的創新。」

Gary 指出，許多設計師期望以酷炫的創新設計，說服消費者或客戶，而缺乏換位思考，自問：如果你是消費者或客戶，這樣的設計是否是你所需要的？「找到消費者真正的問題與需要，提供解決的方案，這樣的設計才有價值。」

不要追求一次到位，而要持續改良更新

「Maker 也是一樣，」Gary 觀察，發現 Maker 大多缺乏多面向思考的訓練，凡事過於要求精準，使得多數 Maker 緊緊懷抱個人獨有的創新技術，而不願分享交流、聆聽市場聲音與他者評論，進行調整與修改，「閉門造車與本位主義，是 Maker 的致命關鍵。」

「寧可模糊的正確，也不要精準的錯誤。」股神巴菲特的觀點，連國為認為同樣適用於創新創業。他建議，即使產品只有五成的完成度，也應儘快接近市場，接受市場驗證，一旦發現不可為，便應斷然停止或進行調整，而非在第一階段即投入大筆資金，非完美不進入市場，最後只能落得燒光資金的殘局。「不要追求一次到位，而要持續的改良、更新，讓市場告訴你消費者要什麼，而非說服市場你的東西有多麼好。」

如何讓 Maker 更貼近市場，與市場連結？「塔塔加希望能在 Maker 與市場之間，扮演類似顯卡 GPU 的角色，」Gary 解釋，工程師所寫的程式語言必須透過顯示晶片，轉換為視窗介面，才能讓使用者理解與使用；而這也是塔塔加團隊最擅長的角色。

今年開始，塔塔加正式加入 IDEAS Hatch 成為設計師夥伴，共同協助新創團隊。Gary 認為，對於 Maker 來說，創新技術或概念存活下來的主要動力在於獲利，因此資金運作與獲利模式都非常重要，而 IDEAS Hatch 從開發階段即介入，可提供 Maker 各種輔導，以釐清銷售對象與商業模式，「塔塔加團隊更可於此階段提供協助。」透過設計規劃，使 Maker 的產品更具市場價值，為消費者所接受，協助新創團隊，擦亮創新創業的夢想。

塔塔加品牌策劃設計有限公司
02-2599-5188
<https://www.behance.net/tatagadesign>



首勝科技有限公司 幫助有想法的 *Maker* 實現創意

首勝科技有限公司
02-2908-8605

首勝科技於民國 101 年成立，從一人公司白手起家，主要提供塑膠模具代工、射出成型等服務，近年來更擴大營業內容，除了製造產品零件與開模外，更能依照設計圖生產出完整商品。發展至今，除了接受大廠訂單外，也為有創意的 *Maker* 提供生產建議與協助。

Maker 面臨的難關

首勝科技有限公司的共同創辦人詹惟政表示，*Maker* 大多不瞭解製造業與產品製程，他們有很好的創新設計，卻不見得符合製造工法與結構，而對於公差等數值拿捏也不如大廠般精確無誤，雖然可以理解 *Maker* 沒有多餘資金去做多重測試與驗證取得精確產品規格，但一來一往的誤差常是造成客戶驗收不通過的主因，反覆修改也只是造成無謂的時間、金錢浪費。



首勝科技有限公司的共同創辦人詹惟政

成為想法到成品間的橋樑

首勝科技藉由多年製造業經驗，提供有潛力的 *Maker* 將創意設計化為實體產品，並提供 *Maker* 從開模到材質、數量設定等詳細生產建議與諮詢，為不同產品量身打造適合合作方案，盡量減輕 *Maker* 在產品正式銷售前的資金壓力。

首勝科技致力成為提攜創新創意 *Maker* 的製造業前輩，為傳統產業注入新生命，也為台灣新創產業打造出下一顆新星。



奇亞科技有限公司 提供模型產品的一條龍製程

奇亞科技有限公司
02-2204-8889
<http://www.chia-mockup.com/index.php>

圖片提供／奇亞科技有限公司

奇亞科技有限公司成立於 1993 年 3 月，主要從事機構模型的製作。2006 年擴大經營範圍及規模，為客戶提供更多元、全面、精緻的服務，而其一條龍的模型製程，更為客戶打造了夢想的雛型。

奇亞主要合作的客戶包含 Dell、Acer、ASUS、LENOVO、奇美、鴻海、和碩、仁寶……等。引進大型高階 CNC 銑床設備、招募業界菁英、精進技術，讓奇亞不斷成長，並於 2012 年增資擴廠遷於新莊。20 多年來，一步一腳印成為擁有數十位菁英的優秀團隊。

以模型製作為強項

模型製作是奇亞科技的強項，他們將客戶的需求放在第一位，而模型產品的交期與品質更是公司一貫的堅持。每個專案模型都會指派專屬的專案管理人員及業務窗口，隨時與客戶進行模型的需求檢討，製作過程中有任何問題一定第一時間聯絡客戶，共同研討解決方案，讓客戶的創意能夠以最完美的狀態實現。

一項產品在上市之前，必定會先有前期的模型打樣，奇亞的工作就是協助團隊設計外型及電路。奇亞董事長鐘燕芬表示，大廠的製程通常很詳細，尺寸也標示得很齊全，圖面一進來，拆圖人員就會討論，並給予建議。愈複雜的模型，零件愈多，價格也愈高。

協助新創團隊打造夢想雛型

大廠的工程師資歷豐富，因此能提供完整的設計圖，但對於新創團隊而言，由於缺乏實務經驗，常常只是有一個想法或粗略的設計圖，但內容物卻有可能組裝不起來，這時就要靠專業的拆圖人員協助了。「我們是少數可以從設計圖到成品，一條龍完成模型的公司。」鐘燕芬說。曾有團隊要做一項簡單的電路板測試，完全沒有外型設計圖，工作人員花了一個星期進行外觀測量與設計，半個月後完成內部結構組裝。而「新一代設計展」的學生團隊也常常委託奇亞協助，從 3D 圖檔 CMF、顏色與材質設定、草模與精模的製作，都在服務範圍之內。前期的模型打樣是夢想的雛型，奇亞希望透過他們的精密模型，能讓產品更順利量產成功。



文筆網路科技有限公司 全球商機的引介者

圖片提供／文筆網路科技有限公司

文筆網路科技有限公司是台灣中小企業都相當熟悉的公司，致力於帶動台灣商務發展多年不輟，也被稱為「中小企業的推手」；走過經濟起飛、金融海嘯，文筆始終如一，更結合網路服務、展會推廣與平面宣傳，為台灣眾多貿易商提供資訊建立優良口碑，帶領客戶走向全世界。

文筆網路科技有限公司
02-2394-8000
<http://www.ttnet.net>

為買家找廠商 為廠商找買家

副總經理陳子筠表示，秉持「為買家找廠商，為廠商找買家」的企業使命，這 40 幾年來，文筆伴隨著台灣商務發展，不斷成長進化，從採購指南、展會推廣到網站服務，目前服務客群涵蓋 165 萬家發布產品廠商數，及 230 個會員覆蓋國家。在這個過程當中，更累積了不少 B2B（企業間透過電子商務的方式進行交易）的貿易經驗，成為台灣本土重要的 B2B 電子商務平台。

陳子筠表示，為響應多屏幕使用習慣，文筆推出 RWD 響應式網頁設計網站協助客戶建置企業官方網站。兼容多屏螢幕，SEO 功能系統、SMO 系統，擴充多語系網站，為台灣中小企業客戶帶來更多商機。

今年文筆更加碼，開通文筆在線採購，開啟專屬 B2B+B2C 行銷模式，打造更進化的廠商直營網路量販市場，隨時隨地掌握無線商機。「市場發展得很快速，所以台灣的廠商也應該要快速轉型。」

2015 年，文筆公司正式決定要帶著製造廠商開始學習如何交易，這也是文筆經營的遠景。陳子筠指出，他們在做交易布局的時候，會以全球的角度為優先，每一次的交易，並不單純只是幫廠商把產品賣出去，因為許多廠商並不清楚商品怎麼賣才有最大利益。文筆了解廠商的立場，每一次深入不同市場的時候，都會耗費大量資源，為每家合作廠商統籌資訊，讓交易變得更精準。



文筆網路科技有限公司副總經理陳子筠



「全球化貿易裡，在地行銷跟經營是極其重要的一環。」陳子筠以某家核心廠商為例，他們在做全球貿易時，希望讓歐美或東協市場覺得產品是在地化的東西，甚至不曉得這個產品背後其實是華人在製造。文筆希望讓廠商有「在地化」的思維，以這樣的方式來做深耕的銷售。

IDEAS Hatch 選品會 文筆助一臂之力

正因為文筆有如此豐富的商務經驗，因此 IDEAS Hatch 選品會大力邀請文筆加入評選及輔導陣容，協助國內潛力創意、品牌產品輸出全球市場。

陳子筠表示，文筆在每一次的廠商選品會之後，都會以單獨的方式跟團隊溝通策略，文筆強調，他們會在意的是能替廠商、團隊做什麼，且永遠站在銷售基礎上去發展他們要的行銷、品牌改造或品牌研發。陳子筠指出，他們的基本銷售渠道皆從「Start Small」開始，Start Small 是小量備貨、小量產品分析，文筆會先把一些產品放到美國的市場，確定這個是當地市場也能接受的產品，便開始銷售，待資金流慢慢回流，再一步一步做大，行銷再加碼，產品改造再加碼，然後確定共同理念跟方向之後，再繼續下一步。

而在選定商品、確定合作伙伴後，文筆會替廠商尋找買家。陳子筠說，他們會想盡各種辦法讓產品落地推薦，邀請買家到各地的據點來參加小型的訂購會，讓買家可以看見更多的好產品。與傳統銷售方式不同的是，他們會架起貨架櫃，以展演的方式推薦產品，買家可以當場下訂，或是回去線上訂購。這種展演商品的模式，文筆每個月都有舉辦。

除了這種推薦的銷售方式外，文筆推廣產品的方式，更是不斷的跟著時代進步，未來或許不只是線上販賣，可能還會以線上線下整合的方式去賣，更有機會以 VR 的通路來賣。

文筆現階段努力的項目有 4 個，除了整合 B2B 的平台、做資訊流、教廠商跨出來走零售，亦不忘如何在零售之後更把品牌發展出去。陳子筠認為，文筆跟坊間其他集團最大的不同點在於「串聯」，目前市場中做行銷的團隊很多，但很少是將行銷跟銷售串聯在一起的。而文筆把這些都一體化，將減少撞牆時間，提升更多效益。

「做全球商機的引介者，這是我們的志業。」陳子筠為文筆未來的發展，下了最好的註解。

給新創團隊的建議

文筆：掌握策略 讓銷售滾動

圖片提供／文筆網路科技有限公司

隨著時代的進步，在全球化貿易中，已經不再是只有傳統的製造廠商，現在也有不少有創意有想法的新創團隊正在崛起，這些團隊擁有大量的熱情跟創意，帶著這些力量衝擊市場，但對於這些新創團隊，被譽為中小企業推手的文筆網路科技有限公司建議：「要掌握策略，讓銷售滾動」。



文筆產品項目經理提供團隊銷往美國市場分析及建議。

不要變成市場的實驗品

文筆副總經理陳子筠表示，新創團隊跟以往所接觸的廠商最大的差異就是「很敢衝，非常敢衝，很有活力、很有朝氣」，雖然擁有熱情及目標可以實現它的價值，也能驗證出一些成果，但是如果沒有後續支持的資源，就會無疾而終，最後變成是市場的實驗品。文筆希望能帶著新創團隊的熱情一起衝擊市場，並藉由過去的經驗來減少團隊繞路的過程。

陳子筠認為，新創團隊最大的問題，就在於沒有顧及資金背景，更沒有策略考量。她回憶道，過去曾有一個新創團隊急著做品牌行銷，他們沒有任何銷售基礎，就要花5萬美元在美國當地市場找行銷，而美國行銷員卻回應這個新創團隊，說銷售基礎太差，連網路賣場上面的差評都還沒解決，只會讓客戶一個一個失望。所以如果沒有基礎就衝過頭，時常會浪費資金。

協助新創團隊貼近市場

對於協助新創團隊的方法，陳子筠則強調，必須要看新創團隊在哪個階段尋求協助，每個階段跟團隊要談的方向不一樣；舉例來說，有些產品通過遴選，雖尚未量產，但是想法卻非常好，遇到這樣的團隊時，文筆會把現實的狀況跟團隊分享，把他們從想法、概念的階段貼近市場，讓團隊的產品設計能更接近現實，而不只是「團隊想要的產品」；當然，文筆也非常尊重新創團隊，他們並不會用主觀的角度去看新創團隊，只會協助把他們的想法跟實務串連得更緊密，讓想法更接近成功。

針對資金不同的團隊，文筆也有不一樣的做法。陳子筠說，團隊能夠走到量產，已經是跨過了第一個門檻，更重要的第二個門檻是產品能「有機會」量產。有些團隊已經有可以量產出來的產品，但是還沒量產就已經遇到資金上面的困難，此時，文筆會建議團隊到群眾募資平台上募資，例如 **KickStarter** 或是 **Indiegogo** 等。

與新創團隊的溝通，也是文筆的重要課題。陳子筠指出：「要能夠了解，才能夠理解，我們真的要站在他們的角色上思考，每一個團隊確實有不同的立場，有的還在量產雛形，有的已在銷售，所以我們在跟團隊接洽的時候，其實也在調整自己的腳步，深入了解每個新創團隊不同的想法，彼此理解，加速溝通。」陳子筠說，現在他們接洽團隊時，會先想清楚這個團隊在哪個階段，想辦法在這個層面上去跟團隊討論。

陳子筠表示，台灣有很多質量好、概念也很好的產品，希望熱情不要減少，同時也希望每個新創團隊相信文筆，他們期許自己站在「把台灣產品推出去」的立場，讓產品能真正走向國際，靜下來聽一聽業界的想法，冷靜的想一想實務現況，不用單打獨鬥，用打群戰的力量，讓文筆跟團隊一起走出去。



MAKER HATCH DAY：舞台，一直都在！

圖片提供：IDEAS Hatch

為什麼有 Maker Hatch Night ？

Maker Hatch Night 是由「資策會服創所」自 2015 年起開辦的定期講座；亦屬於「IDEAS Hatch」推動的服務（活動）之一，主要目的是做為一個提供自造社群交流、共創與分享的舞台。

Maker Hatch Night 搞什麼？

Maker Hatch Night 的講座內容主要鎖定在「自造達人分享會」和「共創社群之夜」。透過「自造達人分享會」，邀請自造達人（Pro Maker）針對特定主題進行分享。不只談自造技術（Arduino、Raspberry Pi），還有社群平台、共創模式、生態體系、募資管道，以及 Maker X ART/Design、Maker X DFM（Design for Manufacturing, 可製造性設計）等 Maker to Startup 相關主題。「共創社群之夜」則邀請 Pro Maker 來 Demo 自己的專案作品、創新應用模式，同時進行同好社群的回饋交流。



Maker Hatch Night 是由「資策會服創所」自 2015 年起開辦的定期講座。

從 Maker Hatch Night 到 Maker Hatch Day

自 2015 年於華山開跑的 Maker Hatch Night，於 2016 年將場域拓展至 TAF 空總創新基地的魅客空間舉辦，至今已舉辦 83 場的講座，分享創新專案數量也超過 80 件。2018 年 IDEAS Hatch 為促使智造能量在全台遍地開花，將延續「Maker Hatch Night」的精神，將能量注入「Maker Hatch Day」，透過「Maker Hatch Day」凝聚北中南的智造為氛圍，進一步推動國內物聯網科技產品的應用，同時展現智造基地協助國內業者打造商品雛形的服務機制及能量。

Maker Hatch Day 一直為你備好舞台

Maker Hatch Day 北中南 HUB 於 2018 年 7 月全面啟動。如果你對物聯網科技產品有興趣，請密切關注 IDEAS Hatch 活動資訊，精彩可期，錯過可惜。IDEAS Hatch 歡迎各路物聯網創意好產品登上我們的舞台，如果你有好產品，但缺乏展示機會，歡迎與 IDEAS Hatch 聯繫！



速創物聯

評估您的創意提案，輔導快速量產，整合您的軟硬技術
媒合創意人才，階段性輔導機制，全面資源協作

► 物聯模組應用

以國內IC大廠解決方案為主軸，開發物聯應用模組工具包，如：溫溼度感測模組、紅外線距離感測模組...，降低樣品雜型進入精緻雜型之修正幅度。

► 專屬顧問諮詢

專屬一對一預約制諮詢服務，依照您的產品專案，量身訂制顧問團隊，諮詢內容包含軟硬體技術整合、雲端服務應用、產品設計(UI/UX、機構、外型)、產品試製、市場佈局、補助申請等。

► 市場評估協做

提供市場需求、潛在TA、同質競品、IC與製造、製作成本與銷售價格等多層面之能力分析、測試、與優化建議，並透過智造服務團配對機制，成立精選專案協助產品設計、開發、與試製。

► 全球通路銷售

與國內外品牌、通路企業選品合作，提供產品上市之捷徑，增加產品能見度。

Creative Maker





認識 IDEAS Hatch

精彩影音 IDEAS TV



財團法人資訊工業策進會
數位服務創新研究所
Digital Service Innovation Institute (DSII)



IDEAS Hatch 網址：
www.ideas-hatch.com



聯絡我們，請至以下網址：
<http://www.ideas-hatch.com/contact.jsp>