

2011



全國大專企管營

第一期電子報

本期內容：※講師介紹

※企訪介紹

※舞科介紹

※與授課內容相關之報導資料

贊助廠商



(一) 講師介紹

個人的力量！小兵立大功的網路行銷 4 大新手法

主講人：知名網際網路評論家 Mr.6 劉威麟

現今網路新世代部落格、社群、微網誌盛行，有些人甚至運用網路創業，然而網路的方便及無遠弗屆性影響著網路行銷策略，如何正確利用網路特性，成功的開創網路事業，是現代社會熱門的課題。

劉威麟簡介

【現職】104 人力銀行獨立董事

魔狐科技董事

【學歷】美國史丹佛大學管理、電機雙碩士

英屬哥倫比亞大學資訊工程學士

【著作】《網路紅事件》

《Sweet Spot 一夕爆紅網路效應》

《別學北極熊：創業達人的 7 個特質與 5 個觀念》

《經濟日報》、《工商時報》、《30 雜誌》等報章雜誌著作專欄

【經歷】魔狐科技總經理

中加創投投資經理

資策會投資業務組經理

Asiatech Venture 台平創投公司投資襄理

課程大綱

- 個人的經驗：網路行銷如何成就個人事業
- 從 Web 2.0 時代到社群時代的行銷
- 網路上面的機會與挑戰
- 2011 年給年輕戰將的新工作機會！

Bravo Taiwan 台灣文創產業發展趨勢觀察

主講人：頑石創意 林芳吟總經理

近年來政府積極推動 MIT 產業(Made In Taiwan)，台灣運用了獨特的文化思維，將中華傳統文化與藝術科技結合，進而讓文化創意深耕於台灣設計產業，其背後的產業價值，不但讓台灣躍上國際舞台，也提供台灣更多的優勢與機會。頑石創意將以豐富的品牌故事，帶領大家走入台灣文創產業的版圖。

頑石創意簡介

「頑石創意」是一個執著於文化藝術推廣的創意團隊，自 1999 年開創以來，便擅長以新穎、活潑的科技語言與設計，透過多媒體、動畫、遊戲、虛擬實境等娛樂科技重新詮釋文化內涵，將無形的文化資產帶入流行的設計風潮，讓這些傳統的藝術更貼近社會大眾生活，並積極向世界發聲，打造台灣藝術多媒體的第一品牌。

經營理念

- 知識娛樂化：致力文化藝術數位內容研發
- 情境化：兼具創意與美感的多媒體設計
- 人性化：融合科技與藝術表現人文的品牌形象

課程大綱

- 亞洲文創版圖觀察
- 臺灣文創產業的特色與機會
- 文創的數位基因
- 品牌的感動力
- 從設計發現台灣

(二)企訪介紹



阿瘦皮鞋創立於1952年，半個世紀來仍堅持董事長羅水木先生「一針一線，實實在在」的做事態度，並始終以「堅持做台灣最好的鞋子」的信念，得到許多愛用者肯定。縱使社會環境不斷變遷，然而阿瘦皮鞋對產品的堅持與講究不曾改變，每一雙皮鞋都是「用心、貼心、愛心」的完美呈現。此外阿瘦皮鞋以「真、善、美、新」為品牌核心經營理念，來做出滿足、超越消費者需求的創新產品。

榮譽事蹟

「理想品牌第一名」：

根據突破雜誌調查台灣地區理想品牌排行榜，阿瘦皮鞋整體品牌形象以其卓越的品質及服務，連續多年榮獲消費者心目中第一品牌【1995-2009】

A.S.O 阿瘦皮鞋You A.S.O Beautiful 榮獲「永恆金句獎」

【台北訊】「You A.S.O Beautiful」已獲選3年動腦雜誌的「年度十大金句」，更於2010年勇奪第17屆年度「永恆金句獎」，巧妙結合品牌精神的「You A.S.O Beautiful」，成為消費者朗朗上口的經典slogan；A.S.O 阿瘦皮鞋以流行美麗又舒適的鞋款，詮釋美麗新定義，讓愛美的女人不再有負擔，歷年來推出「窩心」、「3E 耐走」與「輕高」等經典系列，更讓每個女人從內美到外，輕鬆踏出自信的美麗腳步！



從代工到自創品牌 立足台灣放眼全球

陳立恆先生於 2001 年創立法藍瓷 (FRANZ) 自有品牌，法藍瓷傳承深厚的東方文化底蘊，並以「仁」為品牌理念。瓷器是華人的偉大發明，藉由復興瓷藝來傳承前人對美學的深刻體驗，是法藍瓷的信仰，創造出具有代表性的當代時尚風格，更是法藍瓷的使命。

東方品味之優雅時尚

法藍瓷結合東方美學思考與西方新藝術裝飾風格，精緻的表現出融合浮雕與雕塑的立體造型和浪漫夢幻的豐富色彩。採用獨家專利「倒角脫模工法」，與特製釉下彩技術，並以手工繪製，作品歷經上百道工序才得以完成。

品牌經營

法藍瓷秉持「獨特、親切、時尚、人文、藝術」五大品牌風格，並充分傾聽市場聲音，使法藍瓷不但重視傳承，鼓勵創新，更以驚人的創意把當代的時尚設計風格融入作品當中。而法藍瓷 logo 上的海鷗就是傳遞理念的使者，展翅高飛，遨翔天地，把東方美學傳揚到世界的每一個角落。

(三)舞科介紹

捷舞(jive)

捷舞與吉魯巴 (Jitterbug) 可說是孿生兄弟；吉魯巴是美國的典型舞蹈，又稱為牛仔舞，在 1940 年最先流行於美國南部，它有明確的步法，融合了爵士(Jazz)和卻爾斯登舞 (Charleston) 的精華而獨創一格。其跳法又可分為二種：一般場合中是六步吉魯巴，在標準舞是八步吉魯巴，稱之為 (Jive)。上二者都是以六拍來完成一個基本步的，只是六步看起來比較懶散而，八步相較起來就有精神多了，變化也較多。可以說是十分放鬆自我的舞，腳步十分的輕鬆活潑。



(四) 與授課內容相關之報導資料

故宮加持頑石挺進國際

日期：2009.07.23 發表：賈文青 來源：30 雜誌

身為故宮的重要合作夥伴，頑石創意從委託設計出發，跨向開發自有品牌授權，如今已與多個國家合作，在文創產業裡發光發熱。

10 年前，一次意外的手術間接促成頑石創意的誕生。頑石創意總經理林芳吟說，「跨入文化创意產業是偶然的機緣。」學戲劇的她，原本以為自己的人生就是往學術界發展，但因為突如其來的視網膜剝離，必須進行手術，林芳吟的人生頓時停頓 3 年。

養病期間，林芳吟不斷思考自己能做什麼？她曾到一家多媒體公司上班，隨後回到夫家的旅遊業擔任客服人員，心中對這樣的工作感到很茫然，當時先生告訴她，「妳不要以為接電話沒有學問。」這句話帶給林芳吟極大震撼，之後，在先生鼓勵下，她結合自身的文化背景與在多媒體公司的工作經歷，成立頑石創意。

立基點：結合科技文化藝術

在 10 年前，文創產業是很冷門的產業，「那時不是做出版社就是開畫廊，我認為多媒體將會是個趨勢。」由於眼睛手術的經驗，讓她體會到圖像的重要性，「所以，頑石一創立就企圖結合科技跟文化。」林芳吟說。

當時很多人笑她傻，跨入一個不易賺錢的領域，但林芳吟卻認為「明知不可為而為」是頑石應該要有的堅持。剛開始，頑石只有 5 名員工，經過 10 年，規模也成長 10 倍，目前員工 50 人。

林芳吟認為，頑石的經營模式是以創意取勝，而非台灣傳統的人力、資金或工廠等經營模式，因此，**科技、文化與藝術是頑石的三個支點**，「其中，科技是作為跟群眾溝通的語言，文化與藝術則是市場所在。」

目前頑石創意有兩大業務來源，**一個是博物館委託設計**，協調博物館做網站規劃、數位學習、多媒體導覽系統、數位典藏增值設計等服務；故宮是頑石最重要的合作夥伴，也是讓頑石打響名號的重要業務來源。**另一塊則是自有品牌**，頑石自創

人物「卡滋幫」，目前已發展三個系列故事，未來有機會能從中衍生出周邊產品的商機。

跨平台：開發各種衍生商品

不過，市場上有許多人想做自有品牌，林芳吟說，成功關鍵在於原創故事的續航力，以及產品平台的多元化，如果只是單一製作或單一媒介，那麼很容易曇花一現，相當可惜。

頑石創意的主力產品則是原創故事以及卡通授權，不僅如此，頑石擁有跨平台產品的設計開發能力，因此能從數位內容延伸，開發出周邊衍生商品。林芳吟認為，頑石創意核心競爭力是從概念出發，並且擁有將動畫故事場景商品化的能力，例如線上遊戲、繪本等，而自創卡通中的角色也開發出授權業務，未來甚至有機會幫自創人物做巡迴展，「從內容去創造價值，才是文創產業的主要精神。」林芳吟堅持要走品牌授權的路，這也跟她過去的經營經驗有關，「過去我們也嘗試自己生產，租了一個百坪倉庫，但是資金壓力實在太大，後來慢慢走向授權。」她指出，台灣的文創產業絕對不能只重視生產，「開發的過程就必須思考，產品要賣給誰？」

根據頑石的經驗，品牌授權必須懂得分享，因為品牌授權絕非僅是提供合作廠商幾張圖片，「要看能否持續提供合作廠商後段商品的開發。」她舉例，在與美國一家寢具公司談授權時，會思考頑石的产品對這家公司是否具有加分作用，如此才是永續經營之道。簡言之，在開拓品牌授權時，林芳吟要的不僅僅是產品種類多元，還要看能否與合作廠商長久配合，達到雙贏。

好時機：政府支援各界肯定

目前，頑石的自有品牌已有二十多個國家參展，對於文創產業受到各界青睞與注意，林芳吟的心情是一則以喜一則以憂。喜的是 10 年前踏入文創產業時，絕沒想到會有政府的支援與國際市場的機會，現階段的市場環境對頑石來說是絕佳時機；然而，政府資源過於重疊，以及台灣文創產業缺乏聚焦，則是令林芳吟相當憂心的地方。

「以韓國來說，他們透過戲劇來行銷韓國文化，進而帶動觀光旅遊的做法相當明確，像《大長今》這些韓國劇，都是他們企圖以戲劇來販售韓國價值的例子。」林芳吟說，其中最關鍵之處在於，韓國對於文創產業是透過文化振興院這個單位來進行政策規劃與落實，而台灣則是相關機構太多，資源重疊性高，缺乏整合，因此對文創產業的發展相當可惜。

林芳吟指出，台灣曾經被西班牙、日本治理，又擁有原住民文化，表現在文創上的產品面向可以相當多元化，「可惜缺乏讓人印象深刻的特色，許多人一提到北京的文創就想到 798，台灣文創產業缺乏與市場連結，這是我們未來可以努力的方向。」

王振堂：專利訴訟是龍頭之爭 蘋果藉 HTC 官司控 Android 銳氣

宏碁董事長王振堂今日表示，專利訴訟就是一場龍頭之爭，蘋果對宏達電展開侵權訴訟，也是打算藉此打壓 GOOGLE Android 平台的銳氣。(鉅亨網記者蔡宗憲攝)



近來國內產業多面臨國際大廠的專利侵權訴訟、以及高額專利權利金之追索，宏碁(2353-TW)董事長王振堂認為，像宏碁這樣坐二望一的台灣企業愈來愈多，當然會引發龍頭廠利用專利權訴訟確保其龍頭地位，因此**專利訴訟就是一場龍頭之爭，與傳統道德觀點大不相同。**

王振堂說，專利訴訟可分兩種，**一種是有專利權欲藉訴訟獲取賠償金額，另一種則是排名第二大的企業有機會成為龍頭，但龍頭廠為確保其龍頭地位而採取的打壓策略**，他以近期蘋果(AAPL-US)與宏達電(2498-TW)的侵權官司為例，**就是蘋果意圖控 GOOGLE(GOOG-US)Android 平台銳氣的一個做法。**

他認為，由於 Android 平台採開放系統，未來整體規模勢必比蘋果的軟體平台還大，蘋果為確保軟體發展的順利，當然不會坐視不管 Android 持續壯大，也因此採用間接策略，對宏達電提出侵權告訴，達到一定嚇阻的策略效果。

王振堂也補充，過去宏碁也曾與惠普(HPQ-US)打過一系列專利侵權官司，同樣是因為**宏碁規模愈做愈大，逼的惠普不得不採取專利訴訟動作**，他感嘆，當時宏碁若沒有成功打贏官司，幾乎不可能有今天這樣龐大規模的宏碁。

因此他認為，**任何有機會爭奪龍頭寶座的大型企業，包含宏碁在內都必須做好隨時打官司的準備，以為自己推上更好的產業位置。**

不過王振堂表示，東西方文化仍有差異，西方企業傾向物競天擇的競爭方式，東方企業則傾向和平共處，未來宏碁若成為全球 NB 龍頭廠，由於所處位置不同，因此未必仍會採取守勢。