

出國報告（出國類別：國際會議）

# 參加 Rise 2015 國際新創活動 出國報告

服務機關：國家發展委員會

姓名職稱：李佳貞 專門委員

李秀琴 研究員

派赴國家：香港

出國期間：104 年 7 月 30 日至 8 月 2 日

報告日期：104 年 10 月 28 日

# 參加 Rise 2015 國際新創活動出國報告

## 【摘要】

近年來全球創新創業蔚為風潮，為創造更多媒合、交流機會，許多國際型的創業活動也陸續舉辦，目前全球較具規模的國際創業活動如：愛爾蘭的 Web Summit、芬蘭的 Slush、舊金山的 Disrupt、新加坡的 Echelon 等。鑒於近期亞洲創業動能明顯攀升，此等大型國際創業活動也積極評估至亞洲舉辦，其中，Web Summit 於 2015 年首度跨足亞洲，於香港舉辦 Rise 2015 活動。

為積極融入國際新創社群，掌握國際創業最新趨勢，並汲取國際大型創業活動辦理的經驗，國發會本（2015）年選派兩位同仁參與 Rise 2015 國際新創活動。此次 Rise 2015 在香港會議展覽中心舉辦，兩天的活動共吸引了來自 72 國的 5,000 餘人參與，包括了逾 500 個新創團隊、300 位創業者、250 位媒體記者等，規模可謂亞洲目前最具代表性的國際型創業活動。

本篇報告紀錄該次活動辦理之形式與內容，以及台灣團隊參展的情形。整體而言，此一國際型的創業活動透過民間創業社群的力量，聚集了全球的創業團隊、創投、加速器、媒體等業者，創造出相當高的綜效，值得我國借鏡，爰提出鼓勵國內大企業加強對創新創業的關注、強化接軌國際、運用新科技提高展會附加價值、持續組團參與國際性創業活動等四項建議。

# 目次

壹、計畫緣起與目的 .....	1
貳、展會主辦單位簡介 .....	2
參、活動內容.....	3
一、總覽.....	3
二、會議.....	4
三、展覽.....	8
四、其他參訪活動.....	9
肆、心得與建議.....	11
一、心得.....	11
二、建議.....	14

## 壹、計畫緣起與目的

隨著網路科技興起，軟實力已是未來競逐市場的關鍵，產業發展面臨與過去完全不同的挑戰，全球化的浪潮下，市場已由國內擴張成全球，成長關鍵亦由技術密集走向創意密導向，成長模式也由營收評價走向價值評價。同時，新創事業營運、行銷成本大幅降低，有潛力之新創事業邁向全球市場的機會大增；而行動通訊、物聯網、大數據、共享經濟等諸多新技術、新觀念，已大幅改變了世人生活及產業型態。

為掌握此一發展趨勢所帶來的新契機，全球各國皆積極推動創新創業的發展，國發會也自 2014 年 8 月推動「創業拔萃方案」，希望以「法規鬆綁」、「引進國際資金與專業知識」及「打造國際創新創業園區」三大策略，協助臺灣的新創團隊拓展國際市場。2014 年 12 月行政院更成立「創新創業政策會報」，由副院長擔任召集人，希望彙集整合政府及民間的創新創業能量與資源，其中，國發會除積極協調法規鬆綁相關議題外，也負責創新生態環境組之相關業務，包括推動國際創新創業園區(已定名為台灣新創競技場(Taiwan Startup Stadium, TSS)、組團赴國際大型創業活動參展、協助民間在台灣辦理國際型創業活動等。

鑒於愛爾蘭 Web Summit 為目前全球主要大型創業活動之一，且其今（2015）年 7 月 31 日及 8 月 1 日於香港舉辦首場的亞洲創新創業活動「Rise 2015」，邀請了眾多國際投資人、新創團隊等重要人士參與。台灣新創競技場（TSS）為協助台灣新創業者接軌



圖 1 台灣新創競技場（TSS）組團參加 Rise 2015 展出

國際，亦率團前往參加活動。為了積極融入國際新創社群，掌握國際創新創業的最新發展趨勢，並汲取國際大型創業活動辦理的經驗，國發會爰選派兩位同仁參與該次活

動。

## 貳、 展會主辦單位簡介

Web Summit 是歐洲最大的科技新創盛會，2010 年於都柏林成立，短短五年時間從 150 位愛爾蘭創業者參與的網路科技活動，大幅成長為逾 2 萬國際新創相關業者參加的年度盛會，預計 2015 年更將成長至 30,000 人的展會規模，據媒體報導，Web Summit 每年為都柏林帶來近 2,000 萬歐元的商機。由於 Web Summit 聚集了全球的創業團隊、創業者、加速器等業者，也促成了許多投資交易，如目前相當受到矚目的獨角獸公司 Uber，也曾在參加 Web Summit 期間談成一筆 2,650 萬美元的投資，而 2014 年 11 月參與 Web Summit 的新創事業，總計有 15 家新創募得近 5.6 億的資金。

Web Summit 團隊亟富企圖心，在愛爾蘭都柏林站穩腳步後，2014 年起開始向外拓展，相關的展會包括印度的 Surge（每年 3 月舉行）、美國的 Collision（每年 4 月下旬舉行）、香港的 Rise（2015 年 7 月底舉行，2016 年後將改至 5 月底舉行）；另，Web Summit 在愛爾蘭也陸續舉辦相關的國際活動，如 6 月下旬 Money Conf，聚焦討論未來支付方式、電子商務、電子貨幣以及金融服務等議題等。



圖 2 為了宣傳 Web Summit 全球各地展會，主辦單位在會場內外，都掛滿了 Rise 各地展會的旗幟。



圖 3 所有來賓吊牌背面，也都寫滿了 Web Summit 全球各地展會的舉辦日期。

Web Summit 能夠迅速成長，除了適逢網路新創產業崛起外，另一重要原因在於創辦人兼執行長 Paddy Cosgrave 是位重視數據導向的軟體工程師，因此 Web Summit 的規畫方式與一般會展截然不同，每個細節背後都有數據支撐。無論活動安排、資訊投遞、行銷宣傳或人脈的鏈結，Web Summit 都會利用大量的數據分析，讓參展的投資人、創業者、媒體都能夠真正在活動中找到有用資訊，而不會在熱鬧展會活動中失去方向。Web Summit 也運用諸多新科技讓活動展現傳統展會所沒有的風貌，例如大數據、動態影像分析等，甚至展覽會場的走道、動線設計，晚宴座位的安排等，都是經過精密計算的結果。此外，在會展活動結束後，Web Summit 會邀請重量級講者（speakers）從事各種新奇、有趣的休閒活動，透過此一方式，也讓 Web Summit 後續更容易邀請到大師級的講者，進而產生磁吸效應，吸引更多投資人、新創團隊、媒體參與，進一步提高了 Web Summit 的國際知名度。

由於創辦人 Paddy Cosgrave 過去在都柏林會場上，看到許多遠道而來的亞洲創業家，讓他意識到亞洲創業者的動能與需求，因此決定將 Web Summit 輸出至亞洲，並與香港的非營利技創業組織 StartUps HK 合作，由 Co-founder Casey Lau 擔任 Rise 2015 活動的共同主持人。Casey Lau 同時也是 APAC 社群發展經理，負責 Softlayer 創業加速計畫。

## 參、 活動內容

### 一、 總覽



圖 4 首次在香港舉辦的 Rise，表現亮眼

此次 Rise 2015 在香港會議展覽中心（Hong Kong Convention and Exhibition Center）舉行，雖然首次在香港舉辦，但活動現場熱鬧非凡，表現亮眼。兩天的活動共吸引了來自 72 國的 5,000 餘人參與。展示部分，大會將所有參展廠商分成 A、B 兩組，一組展示一天，合計

逾 500 家新創事業參展。另依大會統計，參與演講人次共計 140 人，包括來自亞馬遜 (Amazon)、Facebook、Line、軟體銀行、500 Startups、Xero 等公司重量級講者；創投業者計 300 人，包括 Sequoia、GGV Capital、Softbank Venture；另，全球媒體共約 250 人參與，包括 Wall Street Journal、Bloomberg、Financial Times、Forbes、Reuters、Wired 等。

此次 Rise2015 活動仍維持 Web Summit 既有模式，以會議搭配周邊新創業者展示，另配合輕鬆的活動 (networking events)，協助與會人員交流、串連，創造商機。整體活動形式除基本的展會架構外，在活動正式開始前即已展開相關的交流活動，例如與主辦人 Paddy Cosgrave、創投業者對談、在有名的蘭桂坊小酒館 (pub) 辦派對、還包下香港街頭的電車，由新創團隊在車上向創投業者及媒體推銷 (pitch)。同時，每日會後 Rise 也安排了其他活動，如在維多利亞港灣乘渡輪欣賞夜景、品嚐港式茶點、宵夜、IoT 論壇、女性創業家座談等。總體而言，整個活動像是一個多元化的嘉年華會，與傳統展會迥然不同。

## 二、會議

會議同時有多個舞台同步進行，另在中央區域也設立新創競賽(pitch)舞台，新創業者輪流上台進行 pitch，透過專業評審評分選出優勝者，於活動第二天在中央舞台接受表揚。各舞台以布幕區隔，彼此互不干擾，各舞台特色如下：

- (一) 中央講台 (Centre Stage)：由國際知名的業者擔任講者，以前瞻、深入內容啟發、激勵與會觀眾。

- (二) 企業講台 (Enterprise Stage)：

企業創辦人與經營者分享創業心得。



圖 5 Rise 各舞台布置簡單卻亮眼

- (三) 自造者講台 (Builders Stage)：由技術新創者、軟體開發者及網站設計者擔任講者，與年輕世代分享創意。
- (四) 行銷講台 (Marketing Stage)：因應網路新潮流，分享未來廣告、公關以及行銷公司應掌握的重點。
- (五) 製造講台 (Machine Stage)：聚焦物聯網 (IOT)，重新定義網路科技與日常用品之互動；機器人則是另一涵蓋之主題。
- (六) 新創播臺 (Pitch Stage)：自 300 個新創公司中挑選出 40 家參與競賽。活動分兩天舉行，第一天新創業者輪流上台推銷自家的產品或服務 (pitch)，其中 8 隊獲選進入準決賽 (semi-final)；第二天則進行 8 強準決賽，8 隊中又選出 3 隊至中央舞台進行競賽，最終由一個製造智慧空調的香港 IoT 團隊獲得冠軍，並於中央舞台接受表揚並獲頒獎金。台灣新創競技場(TSS)執行長黃蕙雯 (Anita Hwang) 亦應邀擔任此項目評審。

會議第一天以中央講台 (Centre Stage) 搭配企業講台 (Enterprise Stage) 以及自造者講台 (Builders Stage)，同步進行演講 (short talks)。中央舞台在



Web Summit 創辦人 Paddy Cosgrave 開幕致詞後，隨即由紅衫資本中國基金創辦人沈南鵬開講，沈指出今天中國創業者創新能量大增，已不再是只會模仿與抄襲的 copy cat。他舉百度、騰訊、阿里巴巴等中國網路公司為例，這些企業的成功實源於他們的創新技術，而絕非只是模仿 Apple、Google 等西方科技公司。

日本通訊應用 LINE 新上任的 CEO 出澤剛 (Takeshi Idezawa) 則與英國金融時報記

者有一番對談。出澤剛指出目前 Line 主要的市場包括日本、台灣、泰國、印尼，其中以印尼市場表現最為突出，這主要歸功於團隊在地化策略上做出的努力，例如量身訂製廣告、開設線下實體商店、專為當地用戶設計的系列貼紙等，因此對 LINE 來說，國際化意味著在地化。而由於亞洲市場成長迅速，預計到 2020 年，中產階級人口的數量將成長至 18 億，存在巨大商機。

出澤剛表示，未來 LINE 要轉型突破，把市場做得更大，除了瞄準 O2O、電子商務、支付、娛樂等領域，更將結合 IoT，打造多媒體的內容平台，讓「LINE」到「LIFE」的想像疆域更為擴大。他並舉例，未來 LINE 和智慧冰箱經由 IoT 的連結，會讓冰箱傳訊息告訴你冰箱內還有多少庫存飲料。所



圖 7 出澤剛透過翻譯進行對談

以未來除了家人朋友外，也有可能收到智慧家電會傳來的 LINE。

第二天則是由中央講台搭配行銷舞台及製造講台同步進行。專營客戶支援服務的 Freshdesk 的 CEO Girish Mathrubootham 以及 Google for Work president Amit Singh 分享了他們的未來新世界的想像。Amit Singh 指出未來決定新世界樣貌的 3 個概念為虛擬實境 (VR)、物聯網 (IoT) 以及人工智慧 (AI)。但這並非是科技競賽，而是要滿足人類的的需求，因此使用者經驗才是最重要的關鍵。這三大概念也應是相通的，最終將形成一個大平台。

中國大陸外賣超人 CEO 兼創始人 Lucas Englehardt 則談到傳統行業和網路企業之間的關係。他認為兩者並非一定得對立，線上與線下其實是可以共存互助。外賣超人的線上和線下之間的關係就很密切。線上平台可以幫助線下餐飲業做更佳的發展，而多元的餐廳入駐可豐富了平台的體驗。另外，線上企業發展線下的部分也很重要，為此外賣超人成立了配送團隊，專門為精品餐廳進行配送。

中國最大叫車服務 APP「滴滴快的」總裁柳青，今年 7 月初才完成 20 億美元的融

資，在 Rise 2015 第二天的會議中，與 CNBC 記者對談有關中國共乘方面的共享經濟。該公司目前一年引進 3 百萬次私家車服務，是 Uber 的 3 倍。當問及「滴滴快的」與 Uber 的差異時，柳青自信地回答，他們提供的服務範圍更廣，如提供私家車臨時司機出租服務、甚至直昇機搭乘服務。當 Uber 被視為破壞式創新者時，柳青強調「滴滴快的」作法不同，因為每一個計程車司機背後都有一個家庭要負擔，而斷絕別人生路絕不是他們公司的信念。柳青表示想把政府，乘客和計程車公司做一整合，運用科技創新以獲得最佳的合作效果。該公司最近還推出上下班時間共乘媒合服務，以性向、興趣、社經地位為篩揀基礎，媒合上班族共乘，除了解決通勤問題外，也兼具社交功能。

雖然兩天會議演講數量極多，但主辦單位除了名牌之外，並不提供任何書面資料，相關議程以及簡介，都儲存在大會提供的手機應用軟體（APP）內。這個 Rise APP 也能協助與會者建立人脈。經由關鍵字搜尋，會議參加者就可找到系統建議的鏈結人選，以及該人選的詳細資料。如果想認識對方，還可以經由 APP 的聊天室，與想要鏈結的人進行一對一的對談。此外，善用高科技的 Rise 主辦單位，還在會場設計了可愛、簡易的按鈕投票裝置，以取代傳統展會紙本的問卷調查。

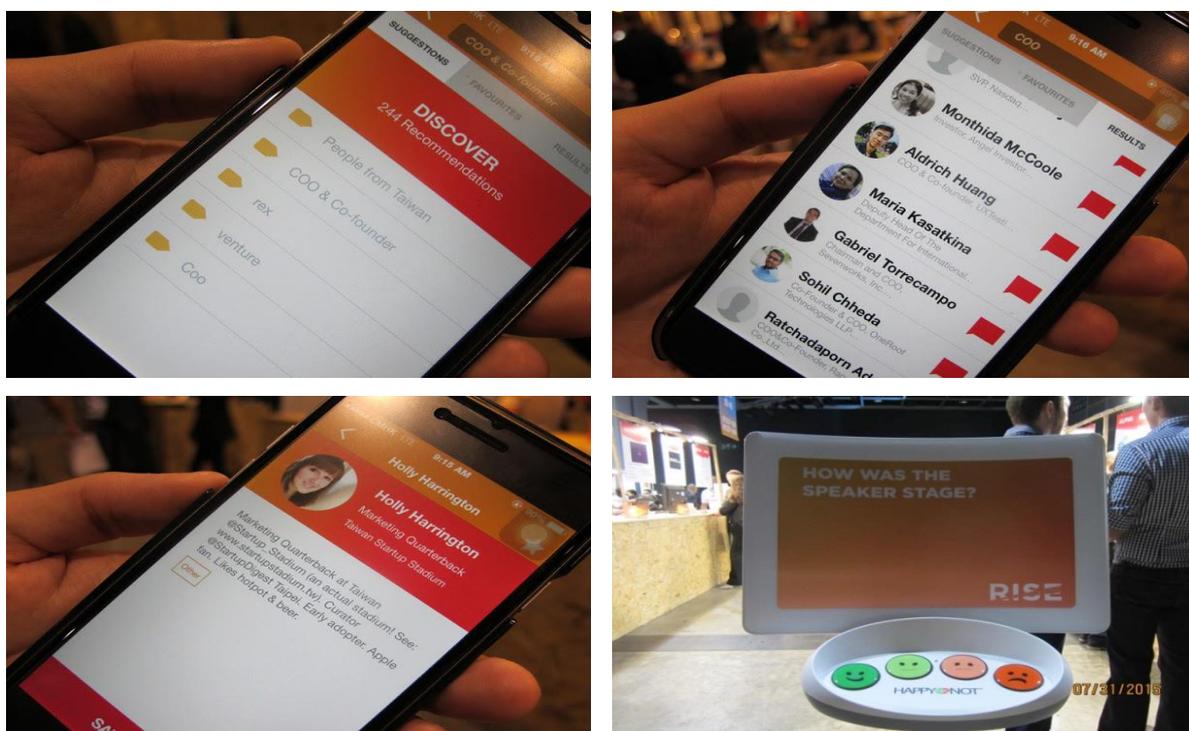


圖 8 Rise 主辦單位擅用科技，其所設計的 APP，不僅提供會議議程資料，而且幫助與會來賓相互鏈結。另外還設計電子按鈕意見調查，取代了傳統紙本形式。

照片來源：數位時代

### 三、展覽

此次參與展覽者主要均是新創團隊，數量高達 525 組的新創團隊，分成兩天展出。台灣約有 20 個團隊參與，包括從事網路售票的 KKTIX、做智慧門鎖的 ILocky、提供遊戲開發者雲端服務的 Imonology、提供即時廉價航空機票漲跌趨勢的 Tixchart，以及利用演算法找出並提供最可能成為趨勢的新聞的 Trigger 等。

為協助新創團隊鏈結國際，並擴大台灣的國際知名度，台灣新創競技場(TSS) 此次不僅擔任 Rise 2015 的合作伙伴，也在台舉辦競賽遴選優秀的新創團隊參展。此次參加 TSS 舉辦的 Rock the Mic 的 pitch 競賽，共計 29 組新創團隊，其中四組團隊脫穎而出赴港參與 Rise 2015 的展出，他們分別是提供軟硬整合的展會數據資料分析平台 Looped、做智慧安全帽的 Ghosta、提供手機檢測及估價服務的 Phone Doc Plus、以及幫助 APP 工程師測試 APP 的使用者介面是否已足夠完善的 Uxtesting。

四支團隊在此次 Rise 活動中均有相當豐富的收穫。以 Uxtesting 而言，由於 Rise 的參展廠商，絕大多

數都是 APP 的開發商，因此也就都成了 Uxtesting 的潛在客戶。而將展會資料彙集在一個小小數位吊牌的 Looped，不只含有個人名片的數位化資料，更能追



圖 9 TSS 在臺挑選 4 支團隊來 Rise 展出，頗受國際投資人及媒體矚目

蹤每個使用者在展場內的蹤跡，包括人流流動、停留時間等，透過後端的數據整合與分析平台，提供給展會主辦單位有用、可再利用的數據。Rise 會展期間，在 TSS 引薦之下，Looped 也得到與 Web Summit CEO Paddy Cosgrave 以及該公司數據工程師洽談的機會。

會場中多人表達興趣的 Phone Doc Plus APP，可提供手機內外部檢測服務，另推出手機估價 APP，可及時估算二手機回收價格，該公司也在 RISE 活動期間，結識了知名的國際電信商，有助於未來業務的拓展。另，造型酷炫的 Ghosta 安全帽的原型，在會場上頗有吸睛效果。面罩上裝有可視化導航的 Ghosta 安全帽，可用於協助掌握路況和地圖信息。另外也可在行駛過程中以簡單語音對系統下達各種指令，如接聽電話、播放音樂等。總體而言，這 4 組參展團隊，在 RISE 期間都得到了國際的投資人、創業團隊及媒體相當的關注，後續也可望有進一步的成果。

Rise 成效追蹤簡表(至 2015/8/31)

4 Startups RiseConf 2015/7-31-8/1	Biz Development Reach		Investor Reach		Media
	Total Reach	High Intention	Total Reach	High Intention	
Loopd	18	10	3	1	8
Ghosta	5	5	2	2	4
Phone Doctor Plus	37	3	6	2	5
UXTesting	101	63	10	6	4
<b>TOTAL</b>	161	<b>81</b>	21	<b>11</b>	<b>21</b>

資料來源：台灣新創競技場（TSS）

#### 四、其他參訪活動

本次赴港，除參與 Rise 2015 展會活動外，另於會前參訪一家香港在地的物聯網加速器 Brinc IoT Hub，以及香港政府經營的數碼港管理有限公司。

##### （一） Brinc IoT Hub

Brinc 於 2014 年設立，是以香港為基地的物聯網加速器。該公司位在香港文創園區原創方（PMQ）內，旨在協助科技硬體新創公司，從創意研發、商業發展、消費者測試、生



圖 10 Brinc 於 2014 年設立，公司位在文創園區原創方(PMQ)內

產與配送各階段，提供支援。該公司總部設於香港，另在深圳和廣州設有辦公室。Brinc 透過其加速器計畫、後勤服務及資金投入，強化受輔導之新創公司商業實力。Brinc 物聯網中心不但為創業者提供工作空間，亦設有空間舉辦研討會、活動及工作坊等，該中心更橋接會員公司與優質生產廠商進行合作。Brinc 的 2015 年目標是要支援 20 家以上的公司，幫助他們建立一個以消費者為中心的物聯網。

參與 Brinc 加速器計畫的新創公司，可獲得為期 20 至 24 週的全套服務，除現金及商業顧問服務外，Brinc 的業師亦為會員提供諮詢服務，另外，新創公司亦享有 Brinc 旗下在生產、採購、運輸及分銷各環節上的獨家網絡，以利準時交貨。

## （二） 數碼港（Cyberport）

數碼港（Cyberport）為一科技與數位內容產業聚集的創意數位聚落，由香港特區政府全額投資的香港數碼港管理有限公司所管理。數碼港社區內設有頂級的資通訊科技設施及先進的寬頻網絡，四座智慧型辦公大樓、一間五星級酒店及一個商場。



圖 11 數碼港的共同工作空間，設計新穎

1999 年 3 月 3 日，由時任行政長官董建華提出興建數碼港的構想，期望藉由發展資通訊產業，使香港從 1997 年亞洲金融風暴中儘快恢復動能，同時也希望藉由提供重要基礎建設，吸引資通訊公司匯聚香港。

2000 年 5 月香港政府投入 10 億港元興建基礎建設，並且減免數碼港 78 億港元地價，其餘建築費用由電訊盈科附屬公司「資訊港有限公司」全額負責。整個計畫耗資約 158 億港元，電訊盈科可從住宅部分獲取利益。2015 年 1 月聯想集團與數碼港簽署夥伴協議，於數碼港建立亞太區首座雲端服務及產品研發中心。

除了大型科技公司外，數碼港企業發展中心（Entrepreneurship Centre）內部設有設計新穎的新創共同工作空間（Connect-Space），供數碼港創意社區內的 ICT 創業家及

數碼港之新創企業免費享用。該中心設有創意微型基金（Cyberport Creative Micro Fund），提供為期 6 個月的創業加速器訓練，每個被核准申請的新創業者可得到種子基金 10 萬港幣，申請核准率約 10%。此外，也提供新創業者創業加速器與育成計畫—數碼港培育計畫（Cyberport Incubation Programme）。育成計畫長達 2



圖 12 數碼港內設置的攝影棚，設備齊全

年，提供的資金可高達 53 萬港幣。後續協助則有數碼港加速器支援計畫（Cyberport Accelerator Support programme），提供包括加速器學費、交通住宿、實習、行銷等各種費用的補助，補助價值高達 30 萬港幣。數碼港同時還設有攝影棚，協助新創公司拍攝行銷短片，以利在 Kickstarter 等群眾募資平台上吸引關注。

## 肆、心得與建議

### 一、心得

#### （一）香港各界支持創新創業發展



圖 13 香港國際機場設立專用入境櫃檯的快速通

近年來香港創新創業蓬勃發展，不僅民間活力充沛，育成加速器由 2010 年的 3 家大幅增加至目前的 34 家，香港政府也大力支持，不僅香港投資推廣署在 2014 年 10 月成立專案辦公室，希望吸引全球優秀的創業家到香港創業，其他相關政府單位也都全力配合，例如：為了推動會展產業

的發展，香港旅遊發展局成立了「香港會議及展覽拓展部」提供全方位的支援服務，協助所有會展獎勵旅遊活動順利進行，其中也包括了在香港國際機場設立專用入境櫃檯的快速通道。在 Rise 開幕的前一天及第一天，香港國際機場專門為參加 Rise 的旅

客特設了一個專屬的通關櫃台，現場除了設有相關的指示標誌外，並安排機場的服務人員引導，凡出示 Rise 票券等相關資料的旅客，均可經由專屬的櫃台通關，無須和一般旅客一起排隊，可節省等候的時間。此外，在搭乘香港機場至市區的地鐵車廂中，也時常看見車廂中的電視播放創業相關的短片，如創業家的故事等，感覺上整個社會上充滿了鼓勵創新創業的正面能量。

此外，此次 RISE 活動獲得許多民間企業的支持贊助，包括知名的國際性的企業如 KPMG、Google、Financial Times、CNBC、Audi 等，另包括總部設於荷蘭的第三方支付公司 adyen、營運總部設於深圳的客製化製造公司 pch、矽谷的雲端服務公司 Freshdesk 等，另我國由國發會設立的台灣新創競技場也名列其中。相對於國際企業對於創新創業的支持，我國的大型企業則相對較為被動。

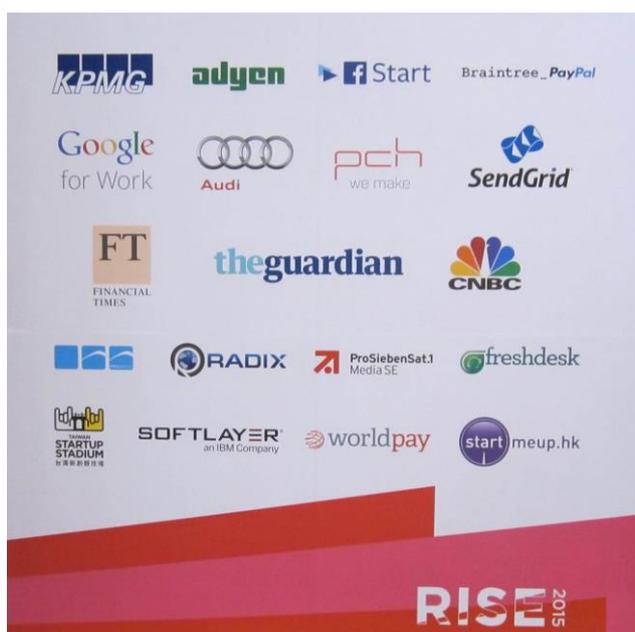


圖 14 Rise 2015 的企業合作伙伴

## (二) 辦理展會的方式已大幅改變

此次 RISE 係 Web Summit 首次跨足亞洲舉辦此一科技盛會，由決定辦理的地點到會議舉辦約僅半年的時間，籌備的時間相當有限。惟此次 RISE 吸引了逾 5,000 人參與，成為亞洲最具規模的創業活動，已經顛覆了過去辦理展會的經驗。例如：一般而言，若是 5,000 人左右參與的展會，大約 2 年前就須開始籌備，且主辦單位也都會事前公布完整的議程及出席的講者名單，以吸引更多報名參與。而此次 RISE 的會議沿襲了 Web Summit 的籌辦方式，顛覆了許多過去傳統的辦理方式，例如：

1. 採逐步公布，而非一步到位的方式。例如：一開始 RISE 的官網上僅先公布活動的時間，並請到訪者留下電子郵件，後續有相關訊息將主動通知。其後，當確認有新的講者將出席 RISE 會議時，不僅活動官網上會陸續公布，也會用 Web

Summit CEO Paddy 的名義主動發信給曾經註冊電子信箱的人，通知活動的最新訊息，讓很多關心這個活動的人都能有最新的訊息，無形中也是一種提醒，讓大家記得這個活動即將舉行，要趕快報名。此次 Rise 邀集了許多國際上的創業家、創投等業者擔任講者，由於他們在時間上的不確定性較高，因此活動的正式議程約在一周前才公布。

2. 精準的行銷策略。有別於過去的廣告是一體適用，RISE 在行銷上利用大數據的分析，由網友過去瀏覽網路的行為及路徑，更精準的鎖定目標消費族群。例如：若網友曾搜尋過 Rise 或者 Web Summit 等關鍵字，則後續當他在瀏覽其他網頁時，網頁上經常就會跳出 Rise 的廣告，行銷的效果非常好。且當網友連結至 Rise 官網時，系統上也會由連線的 IP 位址判斷來自的國家，並主動顯示該國已經有許多人報名參加了這個活動，以提高大家報名的興趣。
3. 量身訂做的交流活動。有別於傳統的大型活動結束後，讓所有的參與者一起參加派對的安排，Rise 會依據報名人的資料，透過大數據的分析，盡量安排相同興趣的與會者參加共同的活動，讓大家有更多機會可以交流。
4. 靈活的行銷手法。此次 Rise 活動雖然是 Web Summit 第一次在亞洲舉辦，但票價訂的相當高，一般參與者的票價約是 650 美元（約新台幣 20,000 元）。為了吸引更多人參與，他們除了採用差別訂價外(例如：針對新創團隊及學生有較便宜的訂價，也會不定期釋出限時買一送一的優惠票價，吸引有興趣的人盡快完成購票。今年 Rise 的活動落幕後，明年舉辦的日期也很快的確定，Rise 也主動以 Web Summit CEO Paddy 的名義寄送 email，提供買一送一的優惠票價，行銷上非常主動、靈活，值得學習。
5. 大量志工參與。有別於一般的展會是由特定的公司所承辦，工作人員經驗較豐富、組織較有系統，RISE 則是依賴了大量的志工幫忙完成此次會議。志工穿著大會的 T-shirt，負責包括報到台、服務台、餐飲區服務等庶務性的工作，對於參加 RISE 的來賓提供親切的服務。大部分的志工都很年輕，參與 RISE 會議能吸收到許多經驗，是值得我國借鏡之處。

### （三）媒體廣宣效果十分強大

Web Summit 能在短期內竄起成為全球知名新創盛會的關鍵之一，在於媒體曝光的傳播效果十分顯著。此次 Rise 活動在媒體廣宣的操作上也相當成功，全球主要的媒體包括 Wall Street Journal、Bloomberg、Financial Times、Forbes、Reuters、Wired 等都有參與。值得一提的是，此次 Rise 活動議程中的許多對談場次，都是由媒體的記者來擔任主持人，此一作法頗具新意，不僅可由記者的角度提出比較深入的問題，也可增加媒體的曝光度，可做為日後我國辦理活動之參考。

### （四）組團參展成效頗佳

台灣新創競技場(TSS)甫於今年 3 月由國發會設立，這次也於 RISE 活動設立展區，並帶了 4 組團隊參展。TSS 的展位特別選擇在鄰近媒體區及餐飲區的區域，人潮眾多，加上 TSS 活潑的設計，十分吸睛，Rise 主辦單位甚至在大會新聞稿中特別讚揚 TSS 是最酷的展區。在活動兩天期間，TSS 展位的詢問人潮不斷，此次隨同參展的四組新創團隊也都表示收穫豐富，眼界大開。有別於過去我國新創團隊單槍匹馬的赴海外參展的情形，此次 TSS 組團並設立大型展位，大幅提高了台灣在全球創新創業地圖中的國際能見度。此外，TSS 的執行長應邀擔任新創 pitch 的裁判，在大會中發言，也讓來自全球的與會者對於台灣有更進一步的認識。

## 二、建議

### （一）鼓勵國內大企業加強對創新創業的關注

近年來在民間及政府的努力下，國內創新創業的發展日漸蓬勃，惟目前國內大企業對於創新創業的支持似仍相對不足。我國過去以優異的製造能力聞名於全球，但在現今網路科技、行動應用、共享經濟等新趨勢下，必須盡速轉型來因應。國內的大企業長久以來習慣於降低成本的思維，在創造高附加價值方面相對著墨較少，建議可透過對創新創業的關注，加強與新創團隊的交流，創造雙贏的成果，例如，可運用我國既有的硬體優勢，在物聯網的時代再創佳績。

### （二）加強與國際接軌

此次 Web Summit 首度跨足亞洲，選擇在香港舉辦 Rise 活動，可能與香港的國

際化程度較高有關。不僅國際班機的班次密集，可直飛全球多數城市，且由於香港長期以英文為官方語言，在國際溝通上沒有障礙，也因此較能夠吸引來自全球各地的創業家、創業者來參與。台灣目前多數的創業活動仍是以中文進行，參與的人也多是國內業者，國際化程度相對有限。今年 10/7-10/8 於華山文創園區舉辦的 MOSA，是我國第一次的國際性新創活動，大多數的議程都是以英文進行，今年度因為籌備時間較短，參與人數仍多以國內為主，未來希望能擴大規模，邀請更多國際講者、創業家、創投來台參與。另一方面，未來政府也應加強協助更多新創團隊出國參加國際型的創業活動，透過與全球創業家、創投的交流，培養更國際化的視野。

### （三）運用新科技提高展會附加價值

Web Summit 能逐年吸引大量的國際參與者，很重要的原因在於，他們利用軟體及數據分析，提供參展者最佳的參展體驗，從參展者識別證吊牌的長度、人潮流動的分析、廁所動線安排、製造不同參展者的交流機會都是他們關注的細節，如此才能讓與會者有實質的收穫，覺得不虛此行。未來我國在辦理相關的展會時，也應與時俱進，運用新科技去發掘、滿足使用者的真正需求，而不僅只是展示各式產品的大型聚會。尤其明年度 Rise 的舉辦日期(2016/5/31-6/2)正好與我國 Computex 的期程(2016/5/31-6/4)相同，我國必須更加強化 Computex 的定位及特色，找出對全球市場更好的價值。

### （四）持續組團參與國際性創業活動

此次 TSS 組團參與 Rise 活動，不僅參展的團隊收穫豐碩，台灣也獲得多項國際媒體的報導。9/21-9/23 於舊金山由知名科技媒體 TechCrunch 所舉辦的 Disrupt，TSS 再度組團參與，徵選 12 組新創團隊組成台灣展區，國發會也特別於 Disrupt 大會中設立了台灣冠名獎項，大幅提升我國在國際上的能見度。由 TSS 組團參與 Rise 及 Disrupt 的經驗觀察，聯合大家的力量共同參與，以打群架的方式進軍國際市場確實發揮了很大的效果，未來仍應持續透過此一組團的方式參與更多的國際性活動。