

政院所屬各機關因公出國人員出國報告書  
出國類別：出席國際會議

## 出席 APEC 微中小企業市集政策對話 暨 O2O 國際論壇出國報告

服務機關：經濟部中小企業處  
報告人：蘇副處長文玲  
出國地點：菲律賓長灘島  
出國期間：105 年 11 月 26 日至 30 日  
報告日期：106 年 2 月

# 目 錄

項目	頁次
出席 APEC 微中小企業市集政策對話暨 O2O 國際論壇簡要報告 ....	1
APEC 微中小企業市集政策對話暨 O2O 國際論壇會議報告 .....	4
壹、會議時間 .....	4
貳、會議地點 .....	4
參、與會代表 .....	4
肆、會議議程 .....	4
伍、會議討論摘要 .....	4
陸、觀察與建議 .....	13

**【附件】**

- 一、我國代表團名單
- 二、APEC 微中小企業市集政策對話暨 O2O 國際論壇會議議程
- 三、APEC 微中小企業市集政策對話暨 O2O 國際論壇會議報告
- 四、照片集
- 五、國際媒體報導及相關新聞

## 出席 APEC 微中小企業市集政策對話暨 O2O 國際論壇簡要報告

會議名稱	APEC 微中小企業市集政策對話暨 O2O 國際論壇	
會議時間	105 年 11 月 28 日至 29 日	
工作小組		
出席會議者	經濟部中小企業處 • 蘇副處長文玲 • 陳科長佩君 • 曾科長馨儀 • 莊科員惟鈞	臺灣經濟研究院 • 劉助理研究員宸晞 • 葉助理研究員俊沂
	駐菲律賓代表處經濟組 • 石二等秘書晴晴	• 互動資通行銷長何瑋 • 台灣網路暨電子商務產業發展協會理事代表張澄 • 玉山創投執行長 Volker Heistermann
聯絡人及電郵	莊惟鈞，02-2366-2365，wjchuang@moea.gov.tw	
會議討論要點及重要結論	<p>一、本次論壇由經濟部中小企業處及菲律賓貿工部微中小企業發展局合辦，會議主題為「中小企業、科技新創企業、青年創業家」(SMES、TECH STARTUPS、YOUNG ENTREPRENEURS)，會中依據項下三個子題：(一)「透過建立跨境市集促進微中小企業經貿發展」(Facilitate MSMEs Doing Business Through Establishing a Cross-Border Marketplace)、(二)「微中小企業跨境市集及全球化之機會與挑戰」(MSME Marketplace: Opportunities and Challenges of Modernizing APEC MSMEs to Go Global)、(三)「電子商務市集參與者與跨境電子商務整備」(E-Commerce Marketplace Players and Readiness for Cross-Border E-Commerce) 進行討論，並搭配各會員體推薦優質團隊分享其 O2O 業務發展體驗。</p>	

	<p>二、本次會議特別邀請我國舉辦「2016 年 APEC 中小企業 O2O 高峰會」商業展示得獎團隊互動資通(Teamplus)何瑋行銷長，一同與來自馬來西亞、新加坡、韓國、越南、俄羅斯及菲律賓等，7 個 APEC 會員體的 13 家優質創新中小企業，透過國際私人董事會的現場指導與訓練，進行 O2O 商業經營展示與模擬。</p> <p>三、會中遴選出來自菲律賓的最佳表現團隊 SnipePH，獲資格參加 106 年我國將在馬來西亞、越南及臺北召開的 4 場 O2O 系列國際活動，拓展跨境商業連結。</p> <p>四、菲方對本次合作成果表示非常滿意，並表達願與我國於 106 年及未來持續在 APEC 維持密切夥伴關係，共同推動中小企業參與數位經濟，促進各會員體對此議題重視及參與。</p>
<p><b>後續辦理事項</b></p>	<p>一、 106 年我國將續與菲律賓、馬來西亞及越南攜手合作，執行第 2 階段的 O2O 倡議，除了和 APEC 企業諮詢委員會(ABAC)、APEC 緊急應變工作小組(EPWG)、APEC 人力資源發展工作小組(HRDWG)、APEC 婦女與經濟政策對話(PPWE)等合作外，亦將續邀請跨國企業及電商平台業者成為夥伴，共同推動本倡議，提升中小企業之數位競爭力與韌性，邁向優質成長。</p> <p>二、 針對 O2O 第 2 階段倡議，後續將於 106 年在海內外舉辦 6 場系列活動，包含在我國辦理 3 場，及馬來西亞、越南與菲律賓各辦理 1 場。</p>
<p><b>觀察與建議</b></p>	<p>一、 <b>新南向政策搭配 O2O 新商業模式：</b></p> <p>本會議之與會講者及團隊大都來自新南向政策強調之東協 10 國，包括馬來西亞、菲律賓、新加坡及越南。上述 4 個會員體中，菲方為我國 105 年 O2O 倡議共同提案國，106 年 O2O 第 2 階段倡議更加入了馬來西亞；且越南、新加坡、和東協 10 國之印尼、泰國、以及紐西蘭和澳洲均為明年我國倡議之協同提案國，此為我國在 APEC 場域中長期深耕</p>

之成果。將來可透過與上述會員體之友好關係，結合 O2O 新商業模式與新南向政策，推動中小企業之雙向交流合作。

## 二、 我國 O2O 倡議與微中小企業市集相輔相成：

105 年 APEC 第 43 屆中小企業工作小組會議通過 APEC 微中小企業市集執行計畫，並預計 106 年正式啟動。菲律賓目前為微中小企業市集專門小組之主席，該計畫將統整 APEC 內與微中小企業相關之所有倡議及成果資料，及其參與跨境貿易及數位經濟所需資訊，以協助微中小企業透過該市集，達成永續成長。菲方貿工部次長 Ms. Zenaida Cuison-Maglaya 並於此次會議中強調應透過在 APEC 中建立的微中小企業市集，促進跨境貿易及利用電子商務帶動市場連結，上述目標恰與我國 O2O 倡議不謀而合，同樣強調透過電子商務及數位經濟以提升中小企業商機；且菲方為我國 O2O 倡議共同提案國，此後將持續維持友好合作之關係，透過 O2O 新商業模式及微中小企業市集，並配合我國第 2 階段 O2O 倡議-提升中小企業之數位競爭力與韌性的主題方向，共同為提升雙方中小企業之數位競爭力及因應風險能力而努力。

## 三、 透過 APEC 連結促進台菲中小企業實質交流合作：

我國與菲律賓在 APEC 中小企業領域向來友好，近年更數度合作在 APEC 提案執行倡議，本次獲菲方支持在長灘島合辦國際研討會，嘉惠雙方中小企業資訊交流及拓展國際視野。菲方並多次表示重視當前數位機濟及 O2O 創新創業等議題，並有意願與我國在此議題上長期耕耘，未來持續促成合辦相關活動可能，提供臺菲中小企業更多交流瞭解，並促進跨國合作之契機。

## APEC 微中小企業市集政策對話暨 O2O 國際論壇會議報告

壹、會議時間：105 年 11 月 28 日至 29 日

貳、會議地點：菲律賓長灘島

參、與會代表：

本次會議計有我國與來自韓國、馬來西亞、菲律賓、俄羅斯、新加坡、美國及越南共計 7 個會員體。

肆、會議議程：詳見附件二

伍、會議討論摘要：

### 一、開幕致詞

論壇由我國經濟部中小企業處蘇文玲副處長與菲律賓貿工部次長 Ms. Zenaida Cuison-Maglaya 及貿工部微中小企業發展局局長 Mr. Jerry Clavesillas 共同揭開序幕。蘇副處長首先感謝各會員體的支持，一同為 O2O 倡議、怡朗倡議和微中小企業全球化長灘島行動計畫的落實貢獻一份力量，並表達數位革新與創新已改變企業經營模式，同時帶來機會與挑戰，中小企業應善用「行動商務」、「共享經濟」、「協同智造」及「下世代創新」等 O2O 四大創新領域，以抓住數位時代的發展契機，迎戰數位浪潮。

### 二、[專題演講] 透過建立跨境市集促進微中小企業經貿發展 (Facilitate MSMEs Doing Business Through Establishing a Cross-Border Marketplace)

菲律賓貿工部次長 Ms. Zenaida Cuison-Maglaya 表示，2015 年 APEC 貿易部長會議上所通過的「微中小型企業全球化長灘島行動計畫」，倡導提升微中小型企業(MSMEs)在區域和全球市場的參與度，以幫助這些企業全球化，成為全球掀起推動微中小企業參與全球貿易供應鏈的浪潮的先鋒，並期待最終微中小企業發展議題有機會成為 ASEAN、APEC 及 WTO 等組織的經濟合作協商重點。此外，同年菲律賓亦在於菲律賓的 Iloilo 市召開的 APEC 中小企業部長會議中提出 Iloilo 倡議，試圖透過在 APEC 中所建立的微中小企業市集網為入口，來促進跨境貿易及利用電子商務帶動市場連結。除菲律賓持續努力協助微中小企業國際化腳

步，同時臺灣所提出的 O2O 倡議，更是從創新的角度來思考，在這個具有巨大潛力的數位經濟趨勢中，企圖協助 APEC 的微中小企業擁抱這個浪潮。Ms. Zenaida Cuison-Maglaya 認為這個數位經濟的巨大商機必須配合科技進步才有機會具體實現，而數位科技的進步是有目共睹的，以往為傳輸 5MB 的資料可能需用推高機來移動機器才可達成，如今卻只要一個手指大小的隨身碟。另外，還有社群軟體的發展，每個人均有機會與眾多朋友連絡，同樣也代表微中小企業透過社群軟體有機會連結更多商機。

雖然數位經濟為微中小企業在全球經濟整合趨勢中帶來許多新的商機，但面對當前全球經濟成長緩緩及各經濟體間保護主義的盛行，微中小企同樣來仍需面對許多挑戰，Ms. Zenaida Cuison-Maglaya 深刻體認到，不論是公部門或私部門均不能僅需發現這些挑戰，同時亦必需解決這些挑戰。而為了達成這個目標，我們必需要創新。透過這個創新文化的導入及公私部門的合作所建立的平台，使微中小企業有機會以更簡單的方式進行跨境貿易，來與世界連結。

### **三、[政策對話] 微中小企業跨境市集及全球化之機會與挑戰 (MSME Marketplace: Opportunities and Challenges of Modernizing APEC MSMEs to Go Global)**

此對話與談部分由全球創新論壇副總監 Ms. Kaveri Marathe 主持，探討亞太地區中小企業如何透過 O2O 的創新模式，連結全球市場，帶來可能之商機與挑戰。此場次邀請亞太地區重要官員、協會專家代表及私部門代表，分享其所認為 O2O 未來可能發展方向、政府機關可能協助之重點，以及私部門在這個趨勢中的可能商機為何。

Intercommerce Network Services 總裁 Mr. Francis Lopez 認為，隨著網路技術的進步，數位經濟對全球重要程度亦與日俱增，而中小企業透過各式各樣網路市場平台，融入全球價值供應鏈的機會亦同步增加。基本上，全球貿易發展有持續朝線上交易及貿易無紙化的趨勢前進。不過，雖然線上交易提供微中小企業新的商機，但微中小企業仍需面對不少挑戰，例如，對於新市場中產品、買家、貿易規定及流程等資料、特

定市場的產品訂價的不夠瞭解、產品品質及產品是否符合當地標準、當地存貨能否快速提供與消費者、營運資金的限制等等。

馬來西亞中小企業局資深官員 Mr. Zaky Moh 表示，根據馬來西亞官方統計，馬來西亞約有 653,158 家的中小企業，占馬來西亞企業總數的 98.5%，對馬來西亞 GDP 貢獻度達 36.3%，勞工僱用人數占馬來西亞整體勞工僱用比例為 65%。不過，雖然電子商務模式有機會可以幫中小企業爭取更多跨境的業務機會，但仍有部份中小企業仍未完全願意採用電子商務的交易模式。根據馬來西亞調查統計，中小企業不願意採納電子商務交易模式的主因有 5 點，分別為缺乏對電子商務所能帶來利基的認知、不熟悉新工作模式且缺乏訓練、意識到採納電子商務成本高昂、當地市場中缺乏成熟的電子商務廠商、網路安全電子交易的疑慮等。

Axiata 首席策略分析師 Mr. Olivier Letant 亦表示，馬來西亞 Axiata 是亞洲最大且具有全球品牌視野的通訊集團，除傳統電信公司相關通信、數位內容服務外，同時也提供投資部份新創公司，尋求企業未來發展可能。配合網路及智慧型手機的發展趨勢，同時衍生出不一樣的移動商機，不論是移動式廣告、移動支付、移動匯款或移動電子商務等，亦即從消費者的食、衣、住、行、教育、娛樂、社群、出版品等日常生活中，尋求各式各樣的可能商機。Axiata 同樣也在思考如何從公司現有的資源中，如客戶關係、零售通路、消費者品牌信任及移動網路平台等，找尋未來可能的商機。目前 Axiata 已投資 30 間不同類型的企業，包括數位廣告、數位市集、數位金融服務、數位娛樂、物聯網(IOT)、其他體驗、OTT 服務等。

Google 中國大陸電子商務產品行銷總監 Mr. Ellis Wang 以「智慧城市、聰明生活：中國大陸之 O2O 商業模式」為題，說明 Google 透過電腦、手機之購物、瀏覽、搜索等大數據資料，分析使用者的年齡、性別、職業、地域分布、收入、行為軌跡等，再依據分析結果調整行銷策略、打造品牌形象、優化產品設計、精準廣告播放，以提升商品價值。

我國的網路暨電子商務產業發展協會理事代表張澄，簡介該協會於 2012 年成立，擁有超過 200 家會員，目標是為所有從事電子商務之公司打造良好之環境。張理事代表亦為 KKday 之區域執行長，他說明 KKday

是亞洲最大旅遊服務平台，在全世界 53 個國家 170 個城市提供當地旅遊行程、交通、美食、購票、親手實做之課程等服務。

菲律賓的 Credit Information Corporation 執行長 Mr. Jaime P. Garchitorena 介紹透過政策及信用 (Credit) 資料庫，輔導微中小企業向金融機構融資，以建立微中小企業之良好信用循環。

#### 四、[電子商務市集對話]電子商務市集參與者與跨境電子商務整備 (E-Commerce Marketplace Players and Readiness for Cross-Border E-Commerce)

此對話與談部分由菲律賓電子商務倡者 Ms. Janette Toral 主持，探討亞太地區應如何進行跨境電子商務的相關準備，以及提升電子商務市集平台品質，來協助亞太地中小企業連結全球市場。此場次邀請電子商務相關協會組織及私部門代表，分享未來跨境電子商務可能發展趨勢，及未來政府機關或中小企業可能準備之相關因應措施。

菲律賓 Digital Filipino 的電子商務倡者 (E-Commerce Advocate) Ms. Janette Toral 介紹菲律賓 2016-2020 電子商務路徑圖 (E-Commerce Roadmap)，該路徑圖規劃菲律賓應預計會完成以下事項，以協助菲律賓因應未來數位經濟的發展趨勢。計畫內容分為三個方向，上層 (Upstream)、內部 (Internal Value Chain) 及下層 (Downstream)。其中上層部份包括菲律賓網路寬頻計畫 (Internet Broadband Masterplan)、現代化關稅法 (Customs Modernization Law) 等；內部的部份關注的焦點如反網路犯罪 (Anti-Cybercrime enforcement) 和資料隱私權 (Data Privacy Commission) 等議題；下游的部份則包括如電子商務之教育和相關政策等。Ms. Toral 期望電子商務能為菲國經濟成長帶來貢獻，並成為其競爭之優勢。

美國的 Asia Policy Partners 執行長 Mr. Michael Mudd 則表示，現今微中小企業透過網路市集 (如 Google、Alibaba、eBay、Amazon 等) 及配合網路市集發展的線上付款系統，來擴張自己的商機。網路市集所提供低成本行銷服務，協助微中小企業有更多機會參與全球價值鏈。在此供給鏈中，實體商品 (flow of physical goods) 可透過資訊流 (information flow) 增加銷售或貿易 (increased trade)，Mr. Mudd 認為這可被稱為「數

位供給鏈」(Digital Supply Chain)。因此未來發展趨勢應避免數位貿易之障礙，使資訊相互流通更加順暢，以協助微中小企業擴展新市場並積極成長。

菲律賓 The Department of Information and Communications Technology (DICT) 處長 (Director General) Mr. Monchito Ibrahim 以「促進菲律賓之電子商務」為題，說明 DICT 隸屬於政府行政部門 (the Executive Branch of the government)，協助菲律賓政府進行國家資訊科技發展議程 (national ICT development agenda) 之主要政策規劃、協調、執行及行政實體 (entity)。DICT 之權責除政策規劃部份外，促進大眾使用網路 (Improved Public Access)、資源分享和能力建構、保護消費者及產業發展、鄉村發展、網路安全與網路犯罪 (Cybersecurity & Cybercrime) 等，均是屬於 DICT 負責之業務範疇。

菲律賓 Digital Commerce Association of the Philippines 的總裁 Mr. Bjorn Pardo 認為菲律賓市場具有發展電子商務的潛力。從手機及智慧型手機來普及率來觀察，菲律賓總人口數約 1.02 億人，共持有 1.45 億支手機，其中有 2 千 5 百萬支智慧型手機。同時，若從上網人口來看，目前上網人口數達 4.1 千萬 (Internet Users)，顯示其仍有一定的發展空間。此外若分析菲律賓當地電子商務市場使用人口屬性，約有 83% 電子商務使用者的年齡介於 18-34 歲，12% 使用者的年齡介於 35-44 歲，而僅有 5% 超過 45 歲，其中女性使用者高達 74%，男性使用者僅佔 26%。Mr. Bjorn Pardo 認為菲律賓市場具有幾點特性，分別包括年輕人口眾、社群媒體連結度高、移動通訊及電子商務的驅動力強、當地消費成長穩健等，因此對未來菲律賓電子商務發展潛力深具信心。

菲律賓 International Finance Corporation, World Bank Group 的資深融資專家 (Senior Financial Sector Specialist) Ms. Gay Santos 以「強化信用基礎設施及分享跨境資料 - 構建跨境電子商務」(Strengthening Credit Infrastructure and Cross Border Data Sharing - Building Blocks for Cross Border E-Commerce...) 為題，說明從事跨境電子商務應具備三個關鍵要素：(1) 建立可分享的、關鍵的、可信的大量資料之工具和基礎設施，例如，基於網路的擔保登記 (collateral registry) 和信用資訊的中央知識庫 (centralized repository of credit information)；(2) 法律和制度框架；(3)

主要利益關係人之心態轉變 (Shift in mindset ...among key stakeholders) 以分享資料和從事電子商務。

## 五、[創新對話] O2O 創造更美好的人與人之間的互動連結 (Unleash the Potential of O2O for A Better People-to-People Connectivity)

此對話與談部分由玉山創投執行長 Mr. Volker Heistermann 主持，提出「如何應用 O2O 新興科技，來連結更美好的人際互動，進而創造出 O2O 商機」。此場次邀請亞太地區優質創新團隊，分享其成功運用 O2O 推展事業至國際市場的經驗。

與談人為我國企業即時通訊協作第一品牌 team+ 互動資通何瑋行銷長表示，行動裝置協作溝通已深入企業職場環境，行動辦公是未來企業的趨勢，團隊合作方式都會在「雲端」上進行。而 O2O 提供了良好的解決方案，協助企業在不同的工作場所的溝通和協作。並以不同產業導入(team+)後的案例分析指出，team+確實讓工作動能大躍進。為了協助亞太地區微中小企業參與全球化，推出「企業即時通訊私有雲」永久免費授權方案，讓微中小企業免費享有完善的資安防護、團隊溝通輕鬆運作、加速協作分工效率。

來自越南的與談人 Triip.me 策略長 Ms. Lisa Tan 表示，旅遊是可以讓人視野擴展的好機會，也因為 O2O 商業模式的崛起，讓旅遊產業跳脫了以往的框架。Triip.me 是雙邊旅遊平台，提供導遊/當地旅遊專家或遊客進行媒合，讓遊客在規劃自己的行程時，能夠經驗最獨特的在地體驗及深度探索，創造不同的旅遊經驗及文化互動!

來自韓國的與談人 Vitruv 策略長暨共同創辦人 Mr. Se Hoon Gihm 提及到，現今已經歷過四次的工業革命，但是教育系統是否也在進步中? 希望去跳脫傳統的教育模式，真正協助到學生與教師。運用線上平台，教授線下的課程，並利用多種行動載具，可以即時並針對不同的學生進行教學，教師亦可利用線上的系統，針對不同的學生更新客製化的教材，測驗學生的吸收程度，降低彼此訊息的不對稱。

來自菲律賓的與談人 Medifi Medtech 技術長暨共同創辦人 Mr. Jose Maria R. Fajardo 則分享了，因現代人生活忙碌，加上城鄉差距，造成醫療照護無法及時，他深知網路醫療市場具有商機潛力，便建立了安全的

雲端平台，整合醫生、醫院、患者及醫療設備間的資訊，在任何時候、任何地點，患者都可以預約醫生來問診，使用視訊快速診斷及視訊後續治療，節省掛號等候的時間。並且運用行動裝置來整合醫療資訊及電子病歷，將協助醫生能夠更了解病患的情況，診療完成後，即能將藥品送至家中，提供患者最優良的醫療品質。

## 六、[最佳案例團隊展示]國際私人董事會模擬 (APEC O2O Board Meeting Simulation)

國際私人董事會模擬由玉山創投執行長 Mr. Volker Heistermann 主持，並邀請全球創新論壇副董事 Ms. Kaveri Marathe 擔任評審長，以及馬來西亞中小企業局資深官員 Mr. Zaky Moh、Axiata 首席策略分析師 Mr. Olivier Letant、Asia Policy Partners 執行長 Mr. Michael Mudd 共同擔任評審委員，共同評比與會最佳案例團隊，遴選獲得參與我國 2017 年 O2O 系列活動資格及機票贊助之最佳案例團隊。參加隊伍包括由台灣最佳案例團隊-互動資通(Teamplus)等與來自，7 個 APEC 會員體如馬來西亞、新加坡、韓國、越南、俄羅斯及菲律賓等的 13 家優質創新中小企業，透過國際私人董事會的現場指導與訓練，進行 O2O 商業經營展示與模擬。

首先分享的是來自馬來西亞的「MOLPay」，為東南亞領先的「網路支付通道」之一，並曾在 2008 年在 MSC Malaysia Asia Pacific ICT Award 獲得 Merit Award 等不同獎項。主要業務以提供多種電子商務支付方式，可支援多種貨幣、信用卡借貸處理、並與東南亞國內網路銀行合作，進行 O2O 付款，可協助解決部份無銀行地區客戶支付問題，以及 O2O 市集中帳款支付問題。

第二位分享的是來自新加坡的「Markedshot」，為相片交流平台，可提供相片所有者與使用者於本平台中進行相關品牌參與、獎勵並購買這些相片，並建立獨有的資料庫。同時亦提供相片挑戰活動，挑戰者可透過於 Online 中的指定任務，在 Offline 進行拍照以獲得特定獎勵。

第三位分享的是我國的互動資通「team+」，主要協助企業解決即時通訊溝通的需求。透過快速導入即時通訊協作軟體，協助企業以既有溝通模式，並搭配私有雲為平台，享受行動趨勢下更方便的即時通訊和協

作辦公效率。其主要分享的產品包括 EVERY8D，為台灣最大的 SMS 平台，每月發送簡訊量高達 7,000 萬則。另外，Team+則為第一個「給企業的即時通訊方案」，提供 SAAS 雲端服務，私人雲建設，目前約有 4,000 家廠商使用，用戶帳號數突破 30 萬人。

第四位分享的自韓國的「VITRUV」，其 MataMATH 為代表性的商品，是啟動自我進化型的數學教育系統。為了協助學生能夠更有效率的學習，經由診斷分析的數據找出學生不擅長的領域，及人工智慧而發展出的教育系統，提供學生專屬的學習途徑。

第五位分享的是來自越南的「Triip.me」，為我國 O2O 系列活動中獎項贏家，主要目標產業是旅遊，這個讓人視野擴展業，並配合 O2O 商業模式的崛起，讓旅遊產業有機會跳脫以往的框架。Triip.me 可視為雙向旅遊平台，提供當地旅遊專家與國際遊客進行溝通媒合的平台，讓遊客在有機會在規劃自己的行程時，能於 Triip.me 平台中找到有在地經驗的旅遊專家，從中獲得最獨特的在地體驗及深度探索，創造不同的旅遊經驗及文化互動！

第六位分享的是來自菲律賓的「Medifi Medtech」，主要服務為提供整合醫生、醫院、患者及醫療設備間的雲端資訊平台，協助解決客戶醫療上的疑難雜症。平台創立的動機為現代人工作忙碌，加上菲律賓當地城鄉差距，造成醫療照護無法及時，並深知網路醫療市場具有商機潛力，便建立這個雲端平台，協助病患在任何時間、任何地點，都可以預約醫生來問診，並搭配使用視訊快速診斷及視訊後續治療，節省病患掛號等候的時間，提供患者最優良的醫療品質。

第七位分享的是來自菲律賓的「Squadzip」，為配合當前大數據的發展趨勢，結合企業 CRM 軟體、社交程式與市場銷售監測等三項功能的新型態 CRM APP 軟體，協助企業主不用複雜且冗長的分析流程即可方便管理客戶、市場、競爭者資料。主要功能包括面板式資料呈現、簡化資料存取流程、方便資料收集、彙整、分析及匯出、快速提供客戶討論所觀察到的數據趨勢、可分別於離線、室內及室外進行地理位置定位。

第八位分享的是來自菲律賓的「Tripkada」，為旅行類新創公司，提供旅遊行程媒合的平台，但不同以往平台由當地專業導遊搭配有興趣的

旅客，而是讓具有相同目的地的旅客有機會可於線上集合，在線上向 Tripkada 支付約定費用後，而由 Tripkada 社群的旅遊規劃師負責當地旅遊事務並帶大家旅行。事後由 Tripkada 直接付款予旅遊規劃師，減低消費者支付費用後旅遊規劃師消失的風險。

第九位分享的是來自菲律賓的「Detivo」，主要業務為菲律賓餐飲業的雲端整合 POS 系統，提供餐飲業者從點餐、廚房出菜到結帳全面數位化、雲端化的服務，使店家能更精準管理自家餐廳，與台灣 iCHEF 所提供的整合式餐飲 POS 系統相類似。Detivo 提供的服務包括即時的統計報表、更有效率的營運流程、配合店家促銷活動提供自動化行銷方案、分別針對服務人員、廚師及出納人員提供不同 APP、可提供於線上或線下服務、幫助餐廳業者分析未來可能獲利趨勢。

第十位分享的是來自菲律賓的「MobKard」，主要提供的服務為協助不同消費習性及群體的消費者，盡可能收集所有市場可能的折扣優惠的行動平台，讓所有加入平台的消費者有機會得到最多優惠折扣的訊息，並進行消費。同時對當地店家而言，也有機會在加入平台後，於平台中發布行銷活動的訊息，並於透過平台中所收到的消費者大數據資料，分析可能目標客群，及提供更精準的行銷活動。

第十一位分享的是來自菲律賓的「SUMMIT」，主要提供的服務為協助企業或團體可以創造一個屬移動社群及溝通的會議、活動或社群討論 APP。這個軟體的基本功能包括不同分類的工商名錄、聊天及聊天室、社群資料分享、活動辦理及個人經歷資料等，提供企業或社群人員能快速溝通或討論相關議題。

第十二位分享的是來自菲律賓的「Snipe PH」，主要提供的服務為透過 Snipe PH 線上商店、Snipe PH APP 及 Snipe PH 特別促銷活動，並搭配不定期行銷活動，協助企業或機關團體提供員工以特定優惠價來獲得其所需要之商品或服務。對協力廠商而言，協力廠商將有機會擴大客戶接觸深度，並配合線上消費數據收集，有機會進行更精準的行銷活動，而對企業或機關團體的員工而言，則有機會以更優惠價格買到所需的商品及服務，達到買賣方雙贏的狀況。目前合作企業或機關共計僱用超過 3 萬名員工，提供優惠價格之協力廠商共計超過 100 家。

第十三位分享的是來自於俄羅斯的「Cardberry」，它為一間俄羅斯的新創公司，主要提供消費者卡片整合，簡便使用的解決方案，試圖過一個整合的系統，包括電子卡、讀卡機、使用手冊及 iOS/Android App，協助消費者解決條碼及磁條卡片過多的問題。

最後由來自菲律賓的 Snipe PH 獲得評審團一致的贊同遴選為本次獲獎團隊，獲得參與我國 2017 年 O2O 系列活動資格及機票贊助。

## 陸、觀察與建議：

### 一、新南向政策搭配 O2O 新商業模式：

本會議之與會講者及團隊大都來自新南向政策強調之東協 10 國，包括馬來西亞、菲律賓、新加坡及越南。上述四個會員體中，菲方為我國 105 年 O2O 倡議共同提案國，106 年 O2O 第 2 階段倡議更加入了馬來西亞；且越南、新加坡、和東協 10 國之印尼、泰國、以及紐西蘭和澳洲均為明年我國倡議之協同提案國，此為我國在 APEC 場域中長期深耕之成果。將來可透過與上述會員體之友好關係，結合 O2O 新商業模式與新南向政策，推動中小企業之雙向交流合作。

### 二、我國 O2O 倡議與微中小企業市集相輔相成：

105 年 APEC 第 43 屆中小企業工作小組會議通過 APEC 微中小企業市集執行計畫，並預計 106 年正式啟動。菲律賓目前為微中小企業市集專門小組之主席，該計畫將統整 APEC 內與微中小企業相關之所有倡議及成果資料，及其參與跨境貿易及數位經濟所需資訊，以協助微中小企業透過該市集，達成永續成長。菲方貿工部次長 Ms. Zenaida Cuison-Maglaya 並於此次會議中強調應透過在 APEC 中建立的微中小企業市集，促進跨境貿易及利用電子商務帶動市場連結，上述目標恰與我國 O2O 倡議不謀而合，同樣強調透過電子商務及數位經濟以提升中小企業商機；且菲方為我國 O2O 倡議共同提案國，此後將持續維持友好合作之關係，透過 O2O 新商業模式及微中小企業市集，並配合我國第 2 階段 O2O 倡議-提升中小企業之數位競爭力與韌性的主題方向，共同為提升雙方中小企業之數位競爭力及因應風險能力而努力。

### 三、 透過 APEC 連結促進台菲中小企業實質交流合作：

我國與菲律賓在 APEC 中小企業領域向來友好，近年更數度合作在 APEC 提案執行倡議，本次獲菲方支持在長灘島合辦國際研討會，嘉惠雙方中小企業資訊交流及拓展國際視野。菲方並多次表示重視當前數位機濟及 O2O 創新創業等議題，並有意願與我國在此議題上長期耕耘，未來持續促成合辦相關活動可能，提供臺菲中小企業更多交流瞭解，並促進跨國合作之契機。