

為何台灣創新強，但新創弱？

2020-12-17 05:31 聯合報 / 黃齊元 / 藍濤亞洲總裁兼東海大學智慧轉型中心執行長

最近 Airbnb 在美國那斯達克掛牌，募資卅五億美元，首日市值突破一千億美元。餐飲外送一哥 DoorDash 成功募資卅四億美元，首日漲幅百分之八十六。亞洲也很熱鬧，香港今年最大 IPO 是電商二哥京東旗下的京東健康，募資卅五億美元，市值超越阿里健康。

南韓男子天團 B T S 的經紀公司 IPO 募了八億美元，市值逼近千億台幣。中國大陸許多新經濟企業上市，募得巨資，如 AI 晶片公司寒武紀和首家 CDR（中國存託憑證）公司機器人開發商九號智能。

台灣當然也很好，台積電成為全球市值前十大企業，帶動聯電上揚。不過和其他國家相比，台灣的創新能量雖強，但都屬於既有產業和現有公司，反觀歐美和中港地區，新經濟明星不斷冒出，甚至超越原有大公司。

問題在哪裡？我們必須從台灣新創整個生態系來檢視，這已不是某一個別環節的問題。

首先是創業方向，即「選題」。台灣市場太小，產業結構以代工為主，較少自主創新，更遑論自有品牌。對台灣新創來說，美國門檻太高，兩岸關係不佳，東南亞和印度沒門道，只能固守台灣市場。

未來投資熱點包括半導體、5G、綠能、AI和生技，前兩者屬於大企業的領域，新創只剩AI較有機會，但台灣傾向「AI+」（AI產業化），較少「+AI」（產業AI化），限制了新創發展。

其次是資金來源。台灣資金太短視，對新經濟缺乏理解，導致新創企業只能向親朋好友募資。沒有本地市場，新創企業缺乏可類比對象，以及未來想像空間。

近來台灣倡導CVC（企業創投），操作上有難度，這些企業以電子大廠為主，屬於「AI+」，本身技術就很強，自然看不上新創。

另一個問題是很難募集後續資金。新創種子輪是把概念付諸實現，A輪則以技術落實和團隊擴建為主，但到B輪就需去開發新市場。台灣企業如果走不出去，就無法實現價值，近年拿到大錢的新創如KKday和Appier，都不限於台灣市場。

再者是「生態系」，也就是整個新創經營環境。不是沒有創新人才，但就是沒辦法快速長大。法規是另一個問題，嚴重落後創新速度。全球

肺炎台灣受創最輕，但相對也降低企業轉型的決心並拖慢數位轉型的速度，這些都不利於新創。

最後是「退出」。金管會公布「創業板」和「戰略板」，固然有幫助，但如果其他條件不具備，也難以成氣候。新創最在意估值，在台北市是否能實現企業的價值？

台灣新創必須找對題目、走向世界、大膽顛覆，政府和企業必須開放心胸、徹底轉型，否則台灣未來還是「一個人的武林」。