



2025 新創企業白皮書

部長序

創新創業是驅動經濟成長與產業創新核心引擎，更是我國產業面對全球供應鏈重組、淨零轉型及 AI 技術快速迭代等挑戰時，競逐經濟韌性的關鍵戰場。賴總統在「國家希望工程」的宏大藍圖中，將創新創業提升至國家戰略層級，在此戰略指引下，本部致力於推動跨域整合與產品服務創新，讓新創企業成為驅動既有產業轉型升級的最佳夥伴，將臺灣打造為全球創新解決方案的淨輸出國，進而在國際創新生態系中，確立不可或缺的樞紐地位。

截至 2025 年底，我國新創企業家數已攀升至 10,552 家，涵蓋健康醫療、生物技術、電子硬體、綠色能源、軟體與數據、零售科技、文化創意等多元領域，其中更有 278 家企業成功於公開市場掛牌，展現了從新創企業邁向資本市場的穩健實力。此外，新創企業獲早期投資金額亦持續成長，2024 年達 33.4 億美元，顯示資金市場對創新解決方案的信心。這股蓬勃的活力亦在國際評比中獲得高度肯定，IMD《2025 年世界競爭力年報》將我國創新競爭力列為全球第 6，全球創業觀察 (GEM) 發布之創業環境指數更名列全球第 3，證明我國已擁有世界級的創業環境，更展現臺灣在國際經貿體系中，具備驅動創新發展、拓展全球疆界的堅實國力。

回顧 2025 年 3 月，本部發布首本《新創企業白皮書》，透過詳實數據解析新創營運、資金布局及政策資源，完整呈現我國創新創業生態系的樣貌。白皮書發布後即獲得社會廣大迴響，各界先進針對創業教育、企業合作及國際化策略等議題，提供許多珍貴建議，顯示白皮書已成功為產官學界搭建重要的對話基礎，對於各界的熱烈反饋與貢獻，在此表達由衷感謝。

延續此一精神，本次白皮書除持續以詳實數據掌握生態系動態外，更在全球經貿環境快速變動之際，深刻反思我國創新創業所面臨的挑戰與轉型契機。並具體回應各界建言，深度研析創業人才培育、深化企業與新創實質合作、加強國際政策鏈結以提升能見度，及把握 AI 創新機會等關鍵議題，提出具體政策觀察與行動方向。展望未來，期許本書持續作為政策溝通的基石，將廣邀生態系夥伴共同研商策略，匯聚眾智強化創新創業雨林生態系，讓臺灣的創新創業更具國際影響力。

經濟部部長

龔明鑫

謹識

2026 年 2 月

目錄

第1章 創新創業生態系	8
第1節 我國創新優勢與特性	9
第2節 創新創業生態系概況	13
第3節 區域產業創新樣貌	51
第4節 結語	64
第2章 創新創業政策資源	66
第1節 創新創業措施	67
第2節 臺灣新創資訊平台	81
第3節 運用政策資源的創業案例	90
第4節 結語	99
第3章 創新創業趨勢	100
第1節 全球科技創業商機	101
第2節 我國新創企業發展領域	110
第3節 熱門領域的創業案例	132
第4節 結語	140
第4章 生態系發展關鍵議題	142
第1節 創業教育結合實務讓創業成為職涯選擇	143
第2節 以企業合作促進區域創業發展	148
第3節 從 APEC 倡議探討國際合作策略	157
第4節 AI 趨勢下的創新創業機會	167
第5節 結語	179
第5章 未來展望	180
附錄1 參考文獻	188
附錄2 創業措施重點整理與網站連結	195

圖目錄

圖1-1 2015~2025 年第一季天使投資—各年度參與交易金額與件數變化.....	27
圖1-2 2020~2025 年第一季天使投資領域分布	28
圖1-3 2015~2025 年第一季創業投資—各年度參與交易金額與件數	30
圖1-4 2020~2025 年第一季創業投資領域分布	31
圖1-5 2015~2025 年第一季企業創投—各年度參與交易金額與件數	34
圖1-6 2020~2025 年第一季企業創投領域分布	35
圖1-7 2020~2025 年第一季國發基金投資領域 Top 15 分布	38
圖1-8 創育機構類型分布	40
圖2-1 FINDIT 研究專區頁面（部分截圖）	86
圖3-1 AI 產業生態系.....	104
圖3-2 健康醫療領域範疇.....	114
圖4-1 六大區域發展計畫	155
圖4-2 受訪新創創業與 AI 的關聯性	172
圖4-3 AI 新創企業前 10 大應用領域.....	174

表目錄

表1-1 國家創業環境指數—我國分數、排名及走勢圖.....	12
表1-2 新創企業家數占比—按經營年數	14
表1-3 新創企業家數組織型態分布.....	15
表1-4 新創企業家數應用領域分布.....	16
表1-5 新創企業應用領域排名變化（前 10 大進步領域）	18
表1-6 新創企業應用領域與就業人數占比.....	19
表1-7 新創企業家數、銷售額、內銷額及出口額概況.....	20
表1-8 銷售額、內銷額及出口額前 5 大應用領域.....	21
表1-9 各區新創企業銷售額占比—前 5 大應用領域.....	22
表1-10 新創企業進出口區域金額年度變化.....	23
表1-11 新創企業於國內公開市場表現	25
表1-12 創育機構提供各類服務比例.....	40
表1-13 新創企業縣市分布—北部地區	52
表1-14 新創企業前 6 大應用領域—北部地區.....	53
表1-15 新創企業縣市分布—中部地區	54
表1-16 新創企業前 6 大應用領域—中部地區.....	54
表1-17 新創企業縣市分布—南部地區	55
表1-18 新創企業前 6 大應用領域—南部地區.....	56
表1-19 新創企業縣市分布—東部地區	57
表1-20 新創企業前 6 大應用領域—東部地區.....	57
表2-1 創業政策需求與使用度.....	68
表3-1 全球熱門創業領域.....	101
表4-1 AI 技術導入場景	173

第 1 章 創新創業生態系

重點摘要

面對國際環境競爭，創新創業已成為驅動國家發展的重要拼圖，本章剖析我國創新創業生態系現況、投資動能與區域聚落，說明我國以半導體、資通訊與 AI 為基礎，結合新創企業的創新動能，展現與全球並駕齊驅的創業競爭力。

●我國創新優勢與特性

- 政府將創新創業提升至國家戰略層級，以「創新創業雨林生態系」為政策核心，推動制度鬆綁、資金引導、基礎建設與國際鏈結；結合「國家希望工程」與「晶創臺灣方案」等政策，將半導體、AI 等關鍵技術與創新創業結合，目標十年內成為創新解決方案輸出國。
- 我國創新創業環境在政策支持、基礎建設、企業效率方面於多項評比中展現強勁競爭力，放眼國際表現優異，更在全球創業觀察 (GEM) 2025 年國家創業環境指數排名全球第 3。

●創新創業生態系概況

- 我國新創企業蓬勃發展，2025 年家數達 10,552 家，創造 10.5 萬個就業機會，其中有 278 間在公開市場掛牌，2024 年財稅資料顯示銷售額年增 34%，2025 年進出口貿易資料顯示出口額年增 29.38%，反映銷售動能與實體貿易同步增溫。AI 與數據分析領域，與 2010 年相比，排名進步 15 名，凸顯我國創新創業主題的趨勢變化。
- 2024 年我國新創企業獲投資金突破 33.4 億美元，在全球投資緊縮趨勢下仍創下近十年新高，其中企業創投扮演關鍵角色，顯示成熟企業已成為支撐生態系的重要支柱；創投與企業創投前三大投資領域為「健康醫療與生技」、「電子相關硬體」與「能源」。
- 國內擁有近 400 家創育機構，型態涵蓋育成中心、加速器、共同工作空間等提供新創企業策略導引與資源整合，政府亦透過跨部會協作，持續在資金、人才、法規與市場驗證提供全面支持。

●區域產業創新樣貌

- 全國各區因產業背景不同，發展出獨特的創新樣貌；北部聚焦 AI、半導體與數位醫療；中部結合精密機械優勢，轉型智慧製造聚落；南部以亞灣與沙崙雙引擎推動 5G、AIoT 與綠能科技；東部則結合地方創生，發展永續觀光與慢經濟，共同繪製出均衡發展的創新地圖。

第 1 節 我國創新優勢與特性

一、政策面：制度與時俱進，推動生態系健全發展

我國的政策在過去十年間持續激勵創新創業，並與時俱進調整推動策略，積極扶植新創企業發展成為經濟創新成長的重要動力。從強化數位化、智慧化的基礎建設開始，逐步推展到以制度鬆綁與資金補充為主軸的創業支持機制，進而強化跨區域創新聚落與國際連結，使新創企業能更快走向市場，近年更將創新創業納入國家戰略，透過 AI、次世代通訊、淨零、半導體等關鍵領域的政策投入，建立未來十年產業轉型所需的核能力。在我國，創新創業已由多領域並行的政策布局，提升為國家戰略核心，制度、資金、場域與國際化也因此持續同步精進。

（一）優化制度與投資環境

為回應技術週期變化、跨領域整合加速、國際競爭激烈等趨勢，「亞洲·矽谷」、「智慧機械」與「數位國家」奠定物聯網、智慧聯網與創新聚落的基礎，2018 年推出「優化新創事業投資環境行動方案」，提供早期資金補充、人才發展、法規調整及政府採購等措施，使創業支持制度逐步完善，並奠定今日我國創新創業生態系的運作架構。

隨著深科技、生醫、淨零與資安等領域成為新創企業的重要方向，政府與時俱進調整天使投資制度，將投資規模擴大至 100 億元，並將企業申請年限從 5 年延長至 8 年，使具較長研發週期的新創公司能更貼近技術與市場的成熟速度取得支持。同時，「產業創新條例」修法將人工智慧與節能減碳納入投資抵減，引導企業導入新技術、投資新創企業，讓創新投入的風險與成本能被制度所分攤，形成創業的正向循環。

（二）發展聚落鏈結國際

林口新創園與臺灣科技新創基地形成北部的國際合作節點，南部的沙崙智慧綠能科學城、亞灣新創園與 5G AIoT 創新園區則提供能源、資安、海洋科技與智慧城市等領域的測試與商轉空間，使創業活動能在真實市場需求下更快速迭代。

國家品牌「Startup Island TAIWAN」的建立，協助新創進入國際市場，將我國新創企業推向國際舞台，透過海外展會、創投鏈結與跨國企業合作，成立東京、矽谷「Startup Island TAIWAN Hub」海外新創基地，不僅使新創企業國際化獲得更完整的支持系統，同時也是國際新創人才和企業來臺的重要橋樑。

（三）創新創業納入國家重要戰略

2024 年政府將創新創業列為國家希望工程的核心之一，以十年內成為創新解決方案輸出國為願景，明確設定新增兩萬個新創就業機會、每年吸引 1,500 億元投資的目標，進一步啟動「晶片驅動臺灣產業創新方案」與「五大信賴產業推動方案」，使創業與創新完全融入國家安全與產業升級架構之中，將半導體、人工智慧、軍工、安控與次世代通訊提升至戰略產業地位。

在創業政策提升至國家戰略層級的同時，政府也以「創新創業雨林生態系」作為整體政策運作的核心理念，強調創新不僅依賴科技研發或資金投入，更仰賴生態系內政府、企業、投資人、學術研究單位、創業者與人才之間的互動，使技術、資金、人才與市場能持續在生態系中循環流動。雨林生態系的理念，使我國在推動制度支持、資金引導、場域建設與國際化等重點面向時以「生態協作與連結」為原則，讓創業活動能累積長期的能量，並在不同階段都能獲得環境的借力與支持。

從創新創業雨林生態系的核心理念出發，我國政府於 2025 年啟動「亞洲·矽谷 3.0」與「AI 新十大建設」，從技術端、算力端、資料端與應用端全面投資。政府並宣布自 2026 年起，將編列超過 300 億元推動矽光子、量子科技、AI 無人機、智慧機器人與主權 AI 等前瞻領域，明確指出這些建設是為臺灣下一個十年科技競爭力打地基。為了讓新創企業與團隊可以在資金、法規、人才與市場完善的環境中發展茁壯，國發基金以主題式百億基金計畫引導民間投資流向關鍵產業，並設立南部天使投資方案服務辦公室協助早期創業團隊。

二、環境面：創業能量強勁，市場環境與基礎設施完善

（一）全球公認的蓬勃創新能量

前述諸多政策措施，有助我國在多項國際評比中展現強勁競爭力，不論制度品質、創新能量到市場自由度，皆獲得高度肯定。瑞士洛桑管理學院 (International Institute for Management Development, IMD) 發布的《2025 年 IMD 世界競爭力年報》(IMD World Competitiveness Yearbook) 中我國創新競爭力位居第 6，其中企業效率、政府效率特別傑出，是國內技術創新重要支撐力。世界經濟論壇 (World Economic Forum, WEF) 於 2018 至 2019 年將我國列為「超級創新國 (Super Innovator)」，在科技研發、專利產出與創新應用上，與美國、德國、瑞士等創新強國並列。此外，國際商業雜誌《CEOWORLD》公布《2025 年全球科技最先進國家》將我國列為全球第 3，反映我國在研發能量、創新應用與新科技實際應用上具備強勁競爭力。美國智庫傳統基金會 (The Heritage Foundation) 在《2025 經濟自由度指數》中亦指出，我國在法規透明度、投資保障、財政與金融制度等攸關企業經營的核心面向表現優異，整體排名全球第 4。

針對創新與創業生態的專業評比中，全球創業觀察 (Global Entrepreneurship Monitor, GEM) 所發布的國家創業環境指數也將我國列為全球第 3，肯定我國在制度設計、文化氛圍與資源配置上具備支持創業發展的實力。我國在 GEM 的排名僅次於阿拉伯聯合大公國及立陶宛；阿拉伯聯合大公國在創業教育取得領先地位，從中小學的創業觀念培養到成人在職訓練皆名列前茅；立陶宛則擁有友善開放的經商環境，創業者進入市場的成本負擔較小。GEM 的國家創業環境評比面向周全，具有高度參考價值，以下說明我國相對優勢與可精進面向。（表 1-1）

表 1-1 國家創業環境指數—我國分數、排名及走勢圖

項目	分數	排名	走勢圖
創業資金	6.2	3	
創業融資	5.4	6	
政府政策：支持度與適切性	6.6	3	
政府政策：稅法與官僚行政	7.3	2	
政府創育計畫	6.5	5	
正規教育體制內提供之創業教育	4.8	9	
離校創業教育與培訓	5.8	8	
研發移轉	5.7	5	
商業與專業服務基礎建設	6.6	5	
市場開放性：市場活力	6.3	11	
市場開放性：國內市場進入法規與難易度	5.7	7	
實體基礎建設	8.3	1	
文化與社會規範	6.7	8	

註：分數範圍為 0 至 10 分，數值越高代表該面向創業環境的充足程度越高。

（二）基礎建設與政策措施完善

GEM 評比結果顯示，國內通訊服務、網路普及率高、品質穩定且費用合理，讓創業團隊在營運初期能專注於產品與市場驗證，創業過程不需要耗費時間克服基礎條件。此外，我國在稅法與行政效率的得分長年名列前茅，這意味著從公司設立、稅務負擔到行政流程，創業者面對的是相對簡化與透明的制度。更重要的是，政策措施提供創業發展所需的全面性資源支持各創業階段的創業者，諸如早期的創業補助、各大專院校育成中心、加速器及產業基金會提供的早期導師輔導、小額資金與驗證場域、產業創新計畫、研發補助政策、天使投資方案，以及創投機構、企業加速器與產業聚落提供技術驗證、企業媒合與通路引薦。國際化階段，也有公私部門合作的國際行銷平台、展會協助拓展

海外市場，支持新創企業跨入國際市場與多元應用領域。從這些條件可知，完善的基礎建設與措施不僅對國內的新創企業有利，也是吸引海外創業者、投資人的重要原因。

（三）市場開放性與創業教育

我國在「市場開放性：國內市場進入法規與難易度」的指標分數偏低，意指當新創企業進入市場時，會面臨市場既有業者、技術進入門檻及法規限制等挑戰，以至於需花費一定的時間成本才能成功進入市場。未來國內相關制度設計、創新沙盒或創業政策若能促進企業合作，降低新創企業進入市場的技術門檻或法規門檻，則可改善市場開放性的指標表現。在創業教育指標上，我國的表現在近年有小幅提升，現行與創業相關的課程，多集中於高等教育或離校後的創業教育，較少在國民教育階段培養創業能力與問題解決的技能，此面向值得國內公私部門共同努力，未來於教育系統中早期導入相關課程，培養具創業家精神的創業人才。此外，當前的創業潮流已延伸至 AI 應用、淨零轉型、數位化與永續發展等跨領域議題，對人才的需求已不僅侷限於單一技術專長，而是更加重視具備跨域整合與市場判斷力的「混合型」能力，未來若能透過長期且具有系統性的培育機制，持續深化相關能力，將能培養出更全面的人才。

第 2 節 創新創業生態系概況

創業的成功取決於資金、人才、技術、法規等多方面要素到位，而這些要素的整合與實現需要不同角色的協作與推動；在創新創業生態系中，創業團隊與新創企業是核心主角，其成功發展依賴來自外部的支持與資源，而投資者、創育機構及政府等成員則分別扮演促進者的角色，透過資金支持、專業知識、網絡資源和政策支持，共同為創業團隊及新創企業創造理想的成長環境。

本書所稱「新創企業」，係指成立於一定年限內，並具有創新技術、產品、服務或商業模式之事業體，能以創新方式創造市場價值、促進產業升級並帶動就業。經濟部中小及新創企業署 FINDIT 平台透過企業自主登錄與專案計畫串接等方式，定期依據政

府輔導新創相關計畫、新創加速器、國內外競賽、新聞報導及國內育成中心進駐廠商等來源，盤點統計並更新國內新創企業資料，並非自新創企業成立時即能收錄，透過蒐集具創新潛力之事業體的基本資料與營運資訊，並依據《具創新能力之新創事業認定原則》進行資格審查與分類，逐步形成國內最具規模的新創企業資料庫。

一、新創企業

本節以經濟部中小及新創企業署 FINDIT 平台之新創企業資料庫，呈現創新創業生態系中新創企業的營運概況，再以各部會官方統計資料透過家數、應用領域、經營年數、就業人數等不同面向，了解新創企業在市場分布與產業的發展。截至 2025 年，國內新創企業家數來到 10,552 家。以經營年度觀察，隨著時間延長與政策輔導下，企業存活比例逐步增加，未滿 1 年占 0.52%，1~3 年占 5.36%，3~5 年占 11.04%，顯示存活下來的企業開始逐漸累積穩定性，5 年以上的企業占比高達 82.81%，尤其是 5~8 年和 8 年以上的新創企業分別占 29.01% 及 53.8%，超過 5 成的新創企業經營時間超過 8 年，說明這些企業已從創業型態轉為穩定經營的成熟企業。在組織型態上，62.77% 的新創企業以股份有限公司運作，反映半數以上新創企業從創業初期便希望保留未來規模化或是引入外部資本可能性。（表 1-2、表 1-3）

表 1-2 新創企業家數占比—按經營年數

單位：家，%

經營年數	家數	占比
總計	10,552	100
未滿 1 年	39	0.52
1~3 年	594	5.63
3~5 年	1,165	11.04
5~8 年	3,061	29.01
8 年以上	5,677	53.8

表 1-3 新創企業家數組織型態分布

單位：家，%

組織型態	家數	占比
總計	10,552	100
股份有限公司	6,623	62.77
有限公司	3,929	37.23

（一）新創企業應用領域

新創企業的主要應用領域分布中前 6 大主要應用領域占整體家數約 47.45%，以「健康醫療與生技」(12.05%) 居首，累計達 1,271 家新創企業，為我國新創企業最大的應用範疇。在既有產業優勢與政策支持下，形成該領域的發展基礎，相關創業活動涵蓋臨床檢測、藥物開發、健康管理與醫療科技應用等方向；加上相較於其他產業，醫療需求為普世性剛需，在 2025 年本國進入高齡化社會的推動下，生醫產業具長期研發投入與市場需求穩定的價值，在上述因素的加乘作用下，讓該領域為第一大新創企業投入占比。（表 1-4）

其次為「電子相關硬體」(7.82%)，此領域由半導體硬體 (1.74%)、通訊硬體 (1.48%) 與其他硬體 (4.6%) 組成，背後有深厚的產業基礎和獨特優勢。電子相關硬體領域的優勢不只是製造，受惠於我國產業鏈與生態系統的效率 and 人才密度，讓硬體創業的「從概念到量產」週期遠短於其他國家，能快速開發出具競爭力的產品。對新創企業而言，電子相關硬體不僅是產品實現的優勢，更是進入國際供應鏈與形成市場競爭力的技術門檻，從感測元件、光學模組到智慧製造設備，許多新創企業以專業技術為核心，發展具整合應用的產品與系統，展現我國技術導向創業的力道。

接續的應用領域依序為食品與餐飲 (7.55%)、消費產品 (6.94%)、媒體內容與娛樂 (6.86%) 與工業製造 (6.24%)，這些領域在設計創新、製造技術、供應鏈管理、以及市場需求等方面借助數位轉型和科技創新開拓市場，消費者需求的多樣化和科技進步為新創企業提供了大量創新機會。隨著市場需求的變化和國際化的推進，結合製造能力與市場導向思維，逐步從產品生產走向品牌經營與服務延伸，我國新創企業亦在這些領域迅速擴展。

表 1-4 新創企業家數應用領域分布

單位：家，%

領域	家數	占比
總計	10,552	100
健康醫療與生技	1,271	12.05
電子相關硬體（半導體硬體、通訊硬體、其他硬體）	825	7.82
食品與餐飲	797	7.55
消費產品	732	6.94
媒體內容與娛樂	724	6.86
工業製造（例如：工業自動化、材料、金屬加工、紡織、機械等）	658	6.24
資訊與網路服務	545	5.16
數位應用（軟體）	452	4.28
商務與購物	426	4.04
能源	381	3.61
社群與生活	380	3.6
專業與行政服務（例如：法務諮詢、財務諮詢、會計諮詢、專業諮詢服務等）	360	3.41
教育（例如：線上學習、教育科技等）	331	3.14
廣告與行銷（例如：MarTech、搜尋引擎優化、CRM、社群行銷等）	328	3.11
農漁牧及養殖	326	3.09
自然永續與社會影響力	298	2.82
交通運輸與物流	286	2.71
不動產	285	2.7
金融服務	229	2.17
AI 與數據分析	225	2.13
設計（例如：視覺設計、影像分析、UX Design 等）	201	1.9
運動	158	1.5
隱私及安全	101	0.96
其他（例如：政府與國防、區塊鏈、科學與工程等）	233	2.21

新創企業投入領域的變化，整體而言與產業結構演進及社會消費型態高度連動，比較成立於 2010 年與 2024 至 2025 年的新創企業，可觀察到各領域家數結構比的明顯變動，其中變化幅度最大的前十個領域，反映了近十餘年科技進展與社會需求轉換的關鍵趨勢。在所有領域中，AI 與數據分析的成長幅度最為顯著，主要對應數位化進程加速，以及 AI 垂直應用與機器學習技術的成熟，相關技術突破不僅大幅擴展創業題目的可能性，也同步提升我國新創企業在軟體開發與系統整合上的技術能力。

另一方面，自然永續與社會影響力、農漁牧及養殖、能源等領域，則是在全球供應鏈綠色轉型、氣候變遷衝擊與糧食安全議題的交互影響下，逐漸成為具成長潛力的重要創業方向。至於社群與生活、食品與餐飲等領域，則受到疫情期間零接觸消費型態擴散，以及數位工具普及導入的影響，形成題目快速擴散的市場環境。國內新創企業多聚焦於雲端廚房、線上線下整合服務與數據分析等應用，推動傳統服務業轉型為以科技驅動的新型態服務模式。（表 1-5）

政府對於這些領域的支持政策，使這些領域成為新創企業的重要戰場，2016 年推動「五加二產業創新計畫」（含綠能科技）至 2022 年發布「2050 淨零排放路徑」，以及後續的「綠色金融行動方案 2.0」，促使投資界與產業界大幅增加對能源與永續議題的關注與投資，這創造了巨大的 B2B 市場需求，促使新創企業投入綠能科技、碳管理平台、循環經濟等；2023 年的「晶創臺灣方案」與 2024 年的「五大信賴產業推動方案」（涵蓋半導體與人工智慧），政策正引導新創企業結合硬體優勢，投入 AI 技術研發與應用服務。政府亦開始導入智慧科技以促進餐飲業升級，2025 年「智慧雨林產業創生計畫」推動智慧餐飲，透過人工智慧與數位技術導入，協助中小型餐飲業者提升營運效率與永續經營能力；2025 年「智慧機器人產業推動方案」、「次世代通訊科技發展方案」、「無人載具產業發展統籌型計畫」、「晶片驅動產業創新再升級—生醫與農業領域」預期為我國產業發展奠定長遠基礎。綜合上述，我國新創企業正從「硬體強國」的產業基礎，邁向「數位智能」與「綠色永續」的雙軸創新格局。

表 1-5 新創企業應用領域排名變化（前 10 大進步領域）

領域	2010 年排名	2024 及 2025 年排名	進步名次
AI 與數據分析	20	5	15
社群與生活	18	9	9
自然永續與社會影響力	17	9	8
農漁牧及養殖	11	4	7
專業與行政服務	19	12	7
能源	14	8	6
金融服務	24	19	5
食品與餐飲	6	2	4
數位應用（軟體）	11	9	2
教育	15	14	1
隱私及安全	22	21	1

註：按各年度應用領域家數占比之結構比率高低進行排名，並比較名次變化；結構比率計算方式為（當年度各領域家數÷當年度總家數）×100%。

（二）新創企業經營概況

為掌握我國新創企業的經營現況與發展趨勢，以下將以新創企業的就業人數、銷售額、內銷額及出口額等統計資料，呈現新創企業營運狀況與市場表現。這些數據反映新創企業在經濟活動中的實質貢獻，包括就業創造、營收規模、國內外市場拓展等面向，並有助於評估政府建構創業環境、支持創業的成效。

根據勞動部勞工保險局受理勞工投保資料，2025 年新創企業所創造的就業人數為 10.5 萬人，就業人力的領域別分布以健康醫療與生技領域占比最高 (14.78%)，其後依序為電子相關硬體 (10.32%)、工業製造 (8.96%)、食品與餐飲 (8.01%) 以及資訊與網

表 1-6 新創企業應用領域與就業人數占比

單位：%

排名	領域	占比	排名	領域	占比
1	健康醫療與生技	14.78	11	AI 與數據分析	3.32
2	電子相關硬體	10.32	12	自然永續與社會影響力	3.11
3	工業製造	8.96	13	廣告與行銷	3.04
4	食品與餐飲	8.01	14	不動產	2.78
5	資訊與網路服務	5.18	15	專業與行政服務	2.77
6	媒體內容與娛樂	5.09	16	數位應用（軟體）	2.52
7	交通運輸與物流	4.58	17	社群與生活	2.36
8	能源	4.26	18	教育	2.15
9	商務與購物	4.17	19	金融服務	1.99
10	消費產品	4.11	20	農漁牧及養殖	1.98

路服務 (5.18%)，上述五個領域合計占新創企業就業人數近一半。媒體內容與娛樂 (5.09%)、交通運輸與物流 (4.58%)、能源 (4.26%)、商務與購物 (4.17%) 及消費產品 (4.11%)，前十項領域合計達 69.47%，緊接在後如 AI 與數據分析 (3.32%)、自然永續與社會影響力 (3.11%)、廣告與行銷 (3.04%) 等領域。（表 1-6）

依財政部財政資訊中心資料顯示，截至 2024 年 12 月 31 日止，成立時間在 2010 年後且公司註冊在我國之新創企業共計 9,576 家，其中公司為營運中並達到需申報營業稅的公司共計 8,235 家，家數占比為 86%。2024 年新創企業整體銷售額為 6,425.21 億元相比 2023 年增長幅度達 34%，其中，內銷額成長 30%，出口額成長 49%。新創企業的銷售額近 8 成來自國內市場，顯示新創企業先發展國內市場再往海外發展，而出口金額的大幅成長也反映了新創企業在國際市場的經營能力不斷提升。（表 1-7）

為掌握新創企業在各應用領域的經營概況，本書交叉分析銷售額與應用領域，呈現新創企業在不同應用領域的銷售額分布，區分為整體銷售額、內銷與出口三類。從整體銷售額觀察，營收主要集中於交通運輸與物流 (15.73%)、電子相關硬體 (15.67%)、商務與購物 (12.15%)、工業製造 (11.62%) 及能源、永續與環境 (9.1%) 等領域，合計占整體營收 64.27%。(表 1-8)

內銷額則是交通運輸與物流 (18.95%) 與商務與購物 (16.74%) 占比最高，其後依序為能源、永續與環境 (12.27%)、健康醫療與生技 (5.77%) 及工業製造 (5.59%)，顯示國內市場的銷售主要集中於前述應用領域。出口額的結構與內銷不同，出口收入集中於電子相關硬體 (41.91%)、工業製造 (26.92%)、健康醫療與生技 (11.88%) 與交通運輸與物流 (7.56%)，而資訊與網路服務等領域之外銷占比相對較小。

綜合總銷售額、內銷額與出口銷的分布可知，不同應用領域在市場中的相對位置及其內銷、出口額分布具明顯差異，交通運輸與物流領域在總體與內銷皆占高比重，但在出口額占比相對較低；電子相關硬體在出口額占比遠高於其他領域；商務與購物雖在內銷占比高，但並未出現在出口銷前段；工業製造領域在總體與出口銷均具一定規模；能源、永續與環境則在總銷售額與內銷中保持穩定占比而在出口銷相對較少。

表 1-7 新創企業家數、銷售額、內銷額及出口額概況

單位：家；新臺幣億元；%

	2023	占比	2024	占比
家數	6,512	-	8,235	-
銷售額	4,792.08	100	6,425.21	100
內銷額	3,815.15	79.61	4,973.04	77.4
出口額	976.93	20.39	1,452.17	22.6

註：· 有關銷售額之出口額，係廠商於營業稅申報時所填報之出口金額，與財政部關務署進出口通關之統計結果，可能因報價匯率、統計範疇、計算實務等差異，而有所不同。

· 廠商營運資料已採去識別化處理，因而無法比對不同年度之個別廠商營運變化，即無法勾稽確知廠商停業、關廠等變化，係為資料限制。

表 1-8 銷售額、內銷額及出口額前 5 大應用領域

單位：新臺幣億元；%

指標	排名	領域	銷售額	占比
銷售額	1	交通運輸與物流	1,010.6	15.73
	2	電子相關硬體	1,006.84	15.67
	3	商務與購物	780.84	12.15
	4	工業製造	746.59	11.62
	5	能源、永續與環境	584.68	9.1
內銷額	1	交通運輸與物流	942.28	18.95
	2	商務與購物	832.68	16.74
	3	能源、永續與環境	610.09	12.27
	4	健康醫療與生技	286.7	5.77
	5	工業製造	278.08	5.59
出口額	1	電子相關硬體	608.6	41.91
	2	工業製造	390.99	26.92
	3	健康醫療與生技	172.53	11.88
	4	交通運輸與物流	109.72	7.56
	5	資訊與網路服務	35.14	2.42

新創企業的經營概況可能與區域產業樣貌有關，分析各區域銷售額於不同應用領域的相對分布情形，北部地區銷售額前 5 大應用領域分別為交通運輸與物流 (16.85%)、電子相關硬體 (15.11%)、商務與購物 (13.54%)、工業製造 (10.9%) 以及能源、永續與環境 (8.62%)，合計占北部銷售額 65.02%，前 5 大與全國整體排名一致，涵蓋多元的應用領域。（表 1-9）

中部地區的銷售額前 5 大應用領域依序為健康醫療與生技 (12.42%)、工業製造 (11.81%)、交通運輸與物流 (9.67%)、食品與餐飲 (7.38%) 以及電子相關硬體 (5.83%)，其中電子相關硬體僅包含通訊硬體與其他硬體，因半導體未達最低可調閱數量，故未納入合計，上述 5 大領域合計占中部銷售額 47.1%；南部地區的前 5 大應用領域為能源、

永續與環境 (26.04%)、工業製造 (22.63%)、食品與餐飲 (8.42%)、消費產品 (8.06%) 及交通運輸與物流 (5.88%)，合計占南部銷售額 71.03%。東部地區的前 5 大應用領域，包括食品與餐飲 (57.17%)、消費產品 (7.24%)、農漁牧及養殖 (4.45%)、社群與生活 (3.97%) 及能源、永續與環境 (1.02%)，合計占東部銷售額 73.85%。四區在銷售額與領域組成上有些許差異，北部以交通、電子與商務服務為主，中南部是工業製造與永續相關應用領域銷售較佳，東部則以食品餐飲與消費市場為主要比重，呈現新創企業發展與區域產業結構的連動性。

表 1-9 各區新創企業銷售額占比—前 5 大應用領域

單位：新臺幣億元；%

北部			中部		
領域	銷售額	占比	領域	銷售額	占比
前 5 大領域合計	3,651.93	65.02	前 5 大領域合計	207.61	47.1
交通運輸與物流	946.71	16.85	健康醫療與生技	54.74	12.42
電子相關硬體	848.47	15.11	工業製造	52.07	11.81
商務與購物	760.46	13.54	交通運輸與物流	42.6	9.67
工業製造	611.97	10.9	食品與餐飲	32.52	7.38
能源、永續與環境	484.33	8.62	電子相關硬體（僅通訊硬體、其他硬體）	25.68	5.83
南部			東部		
領域	銷售額	占比	領域	銷售額	占比
前 5 大領域合計	257.02	71.03	前 5 大領域合計	3.04	73.85
能源、永續與環境	94.22	26.04	食品與餐飲	2.35	57.17
工業製造	81.87	22.63	消費產品	0.3	7.24
食品與餐飲	30.48	8.42	農漁牧及養殖	0.18	4.45
消費產品	29.15	8.06	社群與生活	0.16	3.97
交通運輸與物流	21.29	5.88	能源、永續與環境	0.04	1.02

（三）新創企業進出口區域表現

根據經濟部國際貿易署進出口貿易統計資料，新創企業進出口金額規模逐年上升，2025 年出口總額為 1,479.11 億元，進口總額為 1,196.51 億元，均高於 2023 及 2024 年全年水準，顯示新創企業不僅出口活躍，也需要從其他市場進口相關技術或中間財進行生產。從 2025 年出口金額來看，中國大陸（含港澳）、美國及新南向 18 國為新創企業前三大出口市場，中國大陸（含港澳）及美國的出口金額分別成長 15.54% 及 11.75%；新創企業出口至新南向 18 國的金額成長幅度最大，自 2023 年之 91.57 億元，2024 年的 159.72 億元上升至 2025 年的 360.14 億元，較前一年成長率達 125.48%。

從 2023 至 2025 年進口金額可知，進口前三大市場為中國大陸（含港澳）、歐洲、美國，其中 2025 年歐洲進口金額大幅成長，從 2023 年的 143.92 億元成長至 2025 年的 273.36 億元，成為新創企業第二大進口市場。此外，新南向 18 國的進口金額也大幅成長，從 2023 年的 42.93 億元成長至 2025 年的 82.8 億元，值得持續關注我國新創企業在此市場的國際貿易活動。（表 1-10）

表 1-10 新創企業進出口區域金額年度變化

單位：新臺幣億元；%

國別	出口				進口			
	2023	2024	2025	2024~ 2025 成長率	2023	2024	2025	2024~ 2025 成長率
總計	1,065.23	1,143.23	1479.11	29.38	871.35	943.34	1196.51	26.84
中國大陸 （含港澳）	329.82	323.26	373.51	15.54	355.59	448.25	499.16	11.36
美國	305.77	329.97	368.75	11.75	95.37	125.82	126.33	0.4
新南向 18 國	91.57	159.72	360.14	125.48	42.93	72.11	82.8	14.81
歐洲	181.8	173.24	168.46	-2.76	143.92	103.63	273.36	163.79
日本	58.16	64.26	94.29	46.73	76.17	70.38	72.88	3.56
韓國	51.87	48.65	57.23	17.64	92.01	60.59	66.95	10.5
其他	46.24	44.12	56.73	28.56	65.36	62.57	75.04	19.94

（四）新創企業出場表現

參考證券交易所及櫃檯買賣中心資料，截至 2025 年底，共有 278 家新創企業在公開市場掛牌（含上市、上櫃、創新板、興櫃、創櫃板）。新創企業占比最高者為創新板 (45.45%)，創新板的上市條件更注重創新性而非傳統獲利指標，目標是讓符合特定創新標準的新創企業能更快進入公開市場接觸投資人。其次為創櫃板，新創企業占比為 40.74%，創新板與創櫃板的定位為支持新創企業發展的公開市場，進入資本市場的門檻相對較低，也提供投資人更早接觸成長型企業的機會，興櫃的新創企業占比則是 34%，是企業進入上櫃或上市前必須經過的階段，扮演著規模最大、最廣泛的過渡和交易平台，從數據上來看這些平台皆順利達成銜接新創企業與資金的政策任務。（表 1-11）

併購是國際上衡量新創企業出場的重要指標之一，日韓皆已將併購納入支持新創發展的政策工具，日本以開放創新政策鼓勵大企業購併新創企業，並提供相關研發補助；韓國則透過法規設計，提供併購融資與稅務減免，以提升大型企業併購中小型新創企業的誘因。

2025 年我國創業生態系亦有數件具代表性的併購案例，行動基因生技股份有限公司於 6 月被台達電併購，該公司深耕腫瘤生物學、癌症基因體學與生物資訊分析，提供癌症用藥分析、復發與抗藥性監測、風險評估與免疫治療評估，並在我國、香港、新加坡與日本設有服務據點。保瑞藥業旗下的保瑞生技為泰福生技所併購，保瑞生技主要從事生物藥 CDMO（委託開發暨製造服務），設有抗體藥物研發中心與符合 cGMP（現行優良製造規範）標準的先導工廠，具備大分子生物藥研發與多國臨床試驗生產能力，其技術與產能是併購的主要標的。

表 1-11 新創企業於國內公開市場表現

單位：家，%，年

公開市場	新創企業家數	新創企業占比	新創企業掛牌時平均成立年數	公開市掛牌時公司平均成立年數
總計	278	11.43	7.4	15.82
上市	38	3.62	8.95	16.7
上櫃	56	6.41	8.05	15.67
創新板	10	45.45	7	15.23
興櫃	119	34	7.51	15.91
創櫃板	55	40.74	5.51	9.88

註：新創企業占比 = (公開市場掛牌新創企業家數 ÷ 該公開市場總掛牌企業家數) × 100%

二、投資部門

全球創投市場在 2024 年整體收縮，根據 CB Insights 報告，當年全球創投交易件數降至 26,961 件，年減 19%，為近 8 年新低；然而早期階段（種子輪與天使輪）的交易金額與估值卻持續上升，象徵資本流向出現結構性轉移。面對資金緊縮、退場延宕與區域地緣風險升高，投資人的評估與出手更為理性且謹慎，評估標的轉向更為重視具備明確技術優勢或市場性的新創企業。

在全球投資人回歸理性的趨勢下，我國市場的表現格外突出，2024 年我國早期投資¹市場展現逆勢成長，創下十年新高。全年 605 件投資案，總金額達 33.4 億美元（約 1,002 億新臺幣）突破新臺幣千億元大關，其中，企業創投（Corporate Venture Capital，以下簡稱 CVC）為我國主要投資人，其次為創業投資（Venture Capital，以下簡稱 VC）。雖然投資件數較前一年減少約 4.7%，但規模卻上升 4.5%，資金逐漸聚

¹新創獲投數據由 FINDIT 研究團隊進行收集並定期對外發布，資料來源包含，媒體報導、獲投企業自行揭露、國發基金年報（截至 2025 年第一季）、投資者資訊揭露、上市櫃公司轉投資資料（截至 2025 年第一季）、Crunchbase 資料庫、新創案源整合平台以及商業司公司登記。於資料收集並彙整後，開始進行資料清理、交易資料整併、機構名稱標準化、輪次判斷以及領域歸類、以及投資金額美元計價換算的工作。

焦於具潛力與成熟度的項目。2024 至 2025 年第一季，我國 VC 與 CVC 的參與件數均優於疫情前水準，顯示新創投資生態正邁入「質量並進」階段。以下說明我國創新創業生態系各種投資人，如天使投資、VC、CVC、政府投資的投資階段、投資領域等。

（一）天使投資

天使投資不僅在新創企業創建階段提供資金，同時也肩負陪跑者的角色，協助新創企業尋找資源或者人脈，儘管新創企業發展尚未成熟，天使投資會針對創辦團隊的執行力、商品的市場未來性、產業整體發展等角度進行評估，並給予支持。過去十年新創投資圈蓬勃發展，天使投資各年度參與交易件數，自 2016 年來逐年攀升，受益於國發基金創業天使投資方案帶動天使投資人搭配，以及疫情加速醫療生技需求驅動，2021 年達到高峰 62 件、2.77 億美元，相比 2015 年資金擴張 10 倍，天使投資參與度快速提升；2022 年起市場回落，天使投資對於創建期的早階新創企業出手轉為審慎。（圖 1-1）

過去十年來國內相對活躍天使組織有安發天使股份有限公司（AVA 天使投資），投資件數共 28 件、識富天使會 26 件、交大天使 22 件、台安傑國際天使投資 10 件。值得注意的是，若從新創企業獲投的年份來看天使組織的活躍時點，可知識富天使會的投資較集中於 2019 至 2022 年，後續兩年的投資趨緩；而安發天使則是在 2021 至 2024 年相對積極投資新創企業，為國內近年最積極參與新創投資的天使組織。除了天使投資社群，個人天使亦為我國新創投資的重要推手，2015 至 2025 年第一季，累計 338 筆天使投資參與的交易中，個人天使至少占 163 筆，約占總交易件數的 5 成，顯示其對於新創投資的重要性。

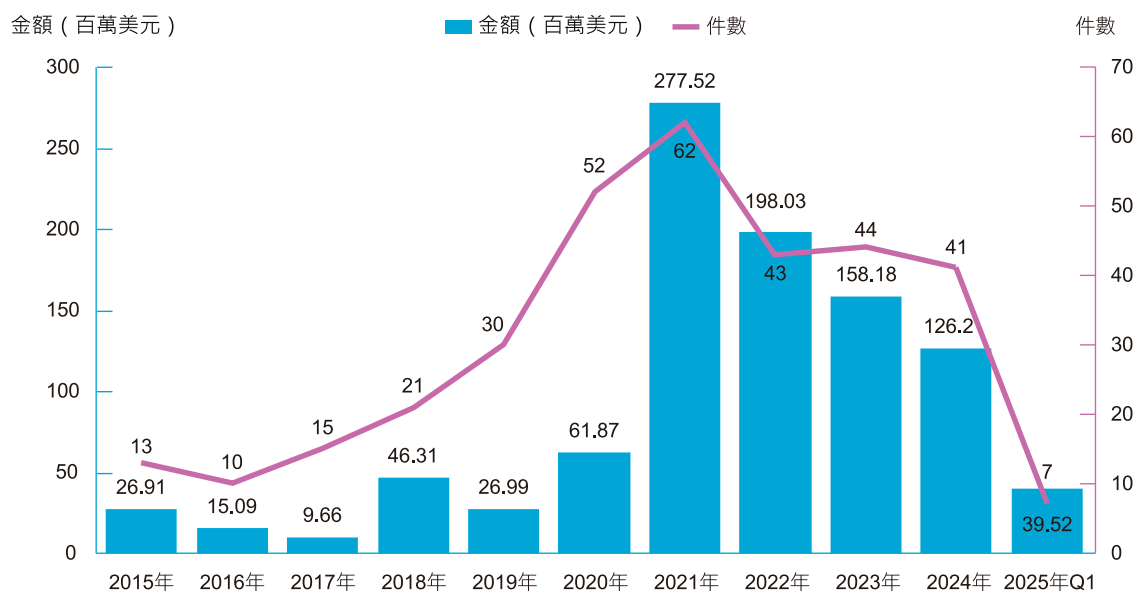


圖 1-1 2015~2025 年第一季天使投資—各年度參與交易金額與件數變化

1.投資階段

觀察 2020 至 2025 年第一季的整體資料可發現，天使投資長期以 A 輪之前的早期投資為主，交易件數占比均超過 80%。不過，自 2024 年起，B 輪至 C 輪的交易件數開始略有增加，根據 FINDIT 研究報告，該階段案件占比已達 7.3%，顯示部分天使投資逐漸將目光投向發展相對成熟的新創企業。進一步觀察 2025 年的投資行為，天使投資明顯加強與 CVC 的聯合投資，7 件由天使投資參與的交易案件中，皆與 CVC 共同投資，其中約有一半案件集中於健康醫療領域，亦反映出天使投資在投資階段與產業選擇上的偏好變化。

2.投資領域

觀察 2020 至 2025 年第一季的天使投資案件的領域分布可發現，投資標的五大領域依序為健康醫療與生技、電子相關硬體、商務與購物、AI 與數據分析，以及金融服務。其中，健康醫療與生技領域的投資最為突出，尤以醫療器材相關新創企業的投資件數最多，占比達 25%；此外，生物技術、人工智慧與醫療診斷等次領域，也同樣受到國內天使投資的關注。

醫材領域之所以特別受到青睞，關鍵在於其研發與取得法規認證的時程相對可控，通常約為 3 至 5 年，加上我國具備堅實的電子與精密製造基礎，使醫材新創企業得以快速完成原型設計，並順利進入小量試產與市場驗證階段。整體而言，這樣的投資分布反映出我國天使投資對於結合硬體製造能力與數位技術的「軟硬整合型」新創模式具有明顯偏好。（圖 1-2）

2024 年醫材領域中，規模最大的投資案為巨暘醫療器材，該公司為亞太醫療科技開發集團在臺之關係企業，主要產品包括開放系統體外循環機與局部腦降溫系統，顯示高階醫療設備是天使投資關注的重點；在生物技術領域，具代表性的投資案件則包括研發中樞神經系統疾病創新藥物的思捷優達股份有限公司。

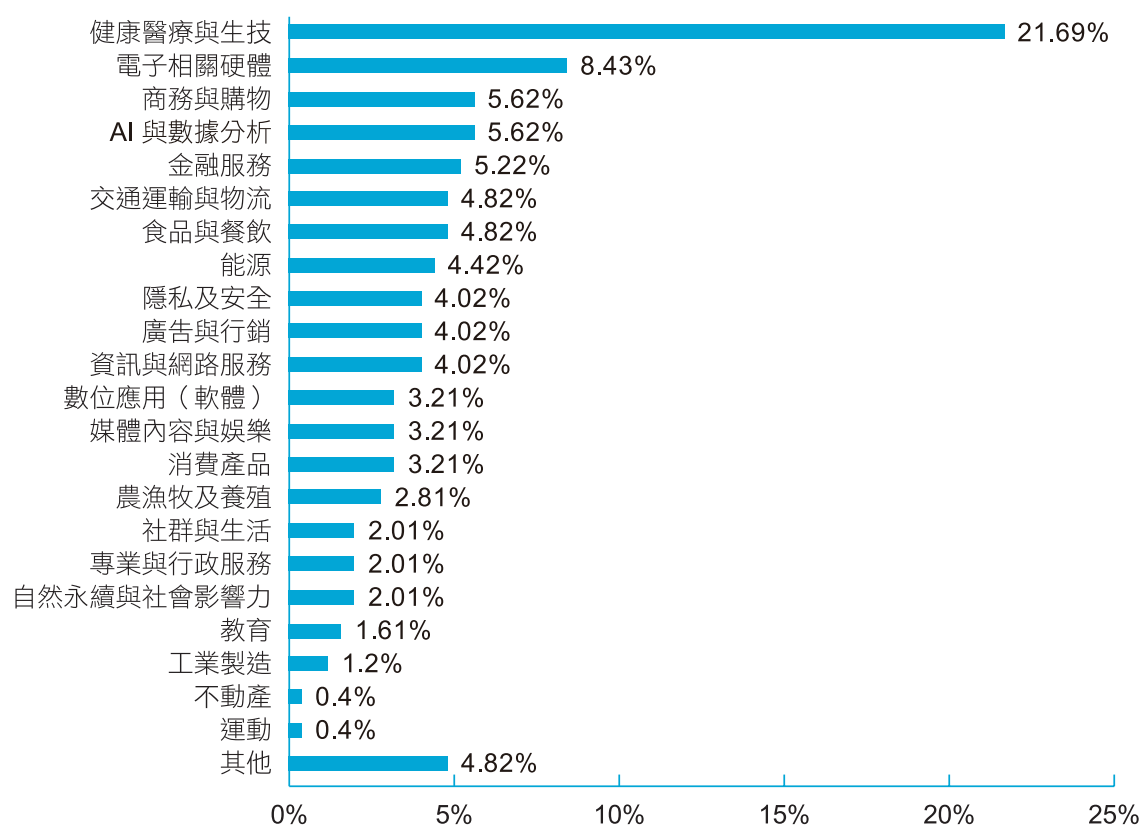


圖 1-2 2020~2025 年第一季天使投資領域分布

電子相關硬體方面，天使投資的標的多落在電子、半導體與無人機等應用領域，反映天使投資對硬體技術與關鍵零組件發展的持續關注。在商務與購物領域，天使投資案件仍以 pre-A 輪之前的早期階段為主，代表案例包括從事跨境物流與零售服務的直流電通股份有限公司，以及經營跨境電商平台的視宇股份有限公司。天使投資在人工智慧領域的案件較多元，有以 AI 進行保健品客製化的和四時生化科技，以及開發跌倒自動偵測系統的瀚微科技，顯示 AI 應用正逐步深化至健康與照護相關場域。

相較於健康醫療或硬體科技，金融服務並非國內天使投資長期關注的核心領域，在本次統計中首度躋身前五名，投資案件多發生在 2020 至 2021 年，顯示天使投資對此類型創新應用仍抱持觀察態度。安發天使在金融服務領域的參與最為積極，識富天使、台安傑國際天使、清華天使及個人天使亦陸續投入，反映從事金融服務的新創企業若能聚焦在特定應用場景，仍可獲得天使投資的青睞，例如 2024 年獲投的羅賓斯科技，便是以 AI 與雲端技術切入保險服務流程，提升投保效率與體驗的數位保險科技新創企業。

（二）創業投資

VC 主要由專業投資機構以私募股權方式進行，除提供資金外，也結合市場、財務與專業知識等資源，協助具高成長潛力的新創企業擴大規模，屬於以追求長期資本增值為目標的投資模式。回顧國內 VC 過去十年的投資趨勢，可觀察到兩個明顯的投資高點，一是 2019 年，在國發基金天使投資帶動下，整體交易件數達到高峰；二是 2021 年，全球多數國家因疫情封城、創業活動趨緩之際，國內相對穩定的經濟環境吸引資金回流，投資累計金額達 15.64 億美元，較前一年成長 89%，也成為近十年投資規模變化的重要分水嶺，自此之後，國內 VC 年度投資金額皆維持在 10 億美元以上。

2022 至 2024 年，國內 VC 的交易件數雖略有下滑，但整體投資金額仍持續成長，主要成長動能來自健康醫療與電子相關硬體領域，2022 年的大型投資案件中，約有 30% 集中於健康科技，其餘則分布於電子相關硬體、資訊與網路服務、製造、能源，以及區塊鏈與加密貨幣等領域。進入 2023 年與 2024 年後，投資領域約有一半的大型交易集中於健康醫療與生技相關領域，2025 年第一季，千萬美元以上的投資案件共 8 件，其中 6 件仍來自健康醫療與生技，顯示該領域持續成為 VC 資金布局的核心重點。

（圖 1-3）

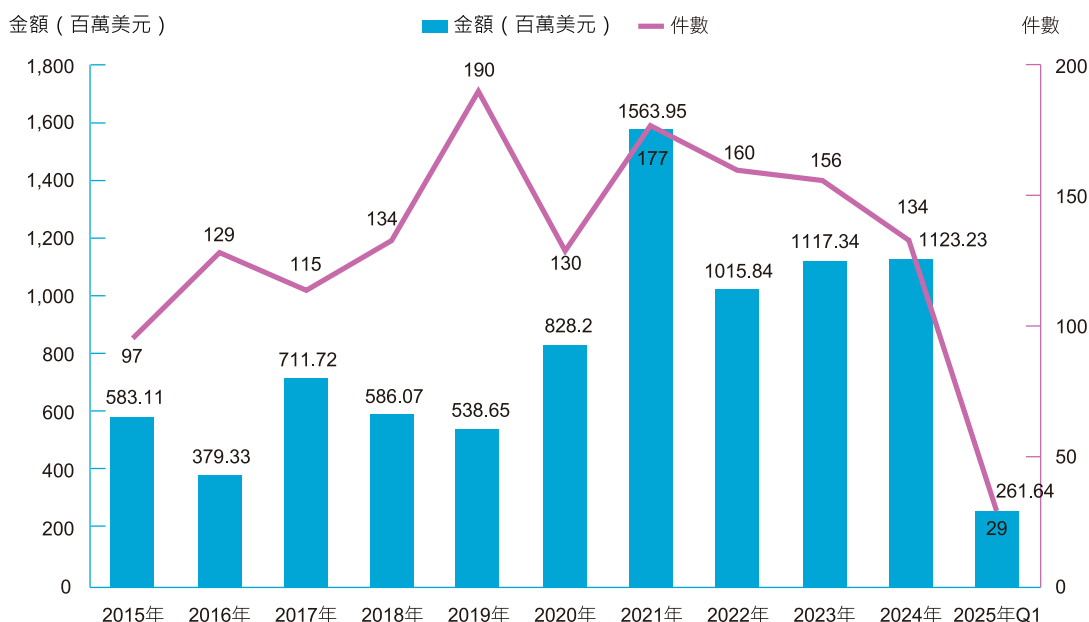


圖 1-3 2015~2025 年第一季創業投資—各年度參與交易金額與件數

1.投資階段

從 VC 的投資階段分布來看，近五年以 A 輪之前的早期投資為主，占比長期維持在 75% 以上，顯示國內創投資金仍高度關注新創企業的初期成長潛力，然而，隨著部分早期新創企業逐步進入成長軌道，投資結構也開始出現變化，2024 年早期投資占比降至 64.9%，同時 B 輪至 C 輪的中期投資增加至 39 筆，占比 29.1%，拉低了早期投資在整體中的比重。

觀察中期投資案件可發現，其中有 23 件交易曾於 2015 至 2023 年獲得早期或多次投資，顯示這些新創企業並非新進標的，而是隨著時間累積技術、市場與營運成果，逐步成長至中期發展階段。例如，提供旅遊行程體驗平台的酷遊天股份，自 2016 至 2023 年已完成 8 次募資；從事跨境匯款服務 APP 的東聯互動、開發出 AI 化工作流程及數據解決方案的凱鈿行動科技、切入數位病理與醫療影像 AI 輔助診斷市場的雲象科技皆在早期獲投後，持續獲得後續資金支持。VC 在種子與天使階段的投資明顯下滑，近五年高峰落在 2021 年，占比約 38.4%，逐年下降至 2024 年的 17.1%，綜合中期投資件數變化，這反映出 VC 投資並非單純撤離早期市場，而是隨著部分早期新創企業成熟，投資重心逐步向中期階段移動，使 VC 的階段分布呈現結構性調整。

2.投資領域

近五年國內 VC 投資交易的領域分布顯示，前四大投資領域依序為健康醫療與生技、電子相關硬體、能源、交通運輸與物流。以健康醫療與生技為例，近五年累計投資交易達 203 件，投資重心更多落在生物技術，儘管該領域雖研發期長、回收期慢，但 VC 看中這類新創企業一旦成功，具備高度市場價值與規模化潛力，相較天使投資以個人資金與早期機會為主，專業創投機構多透過基金制運作，能以較長投資期間與多案組合分散風險，並配置足夠資源進行技術、法規與市場的專業查核。這樣的商業模式，使 VC 能承擔高資本密集、回收期較長的投資標的，例如能源、交通運輸與物流等產業，亦解釋了為何這些領域在 VC 投資布局中占有一席之地，卻未成為天使投資的主要選項。（圖 1-4）

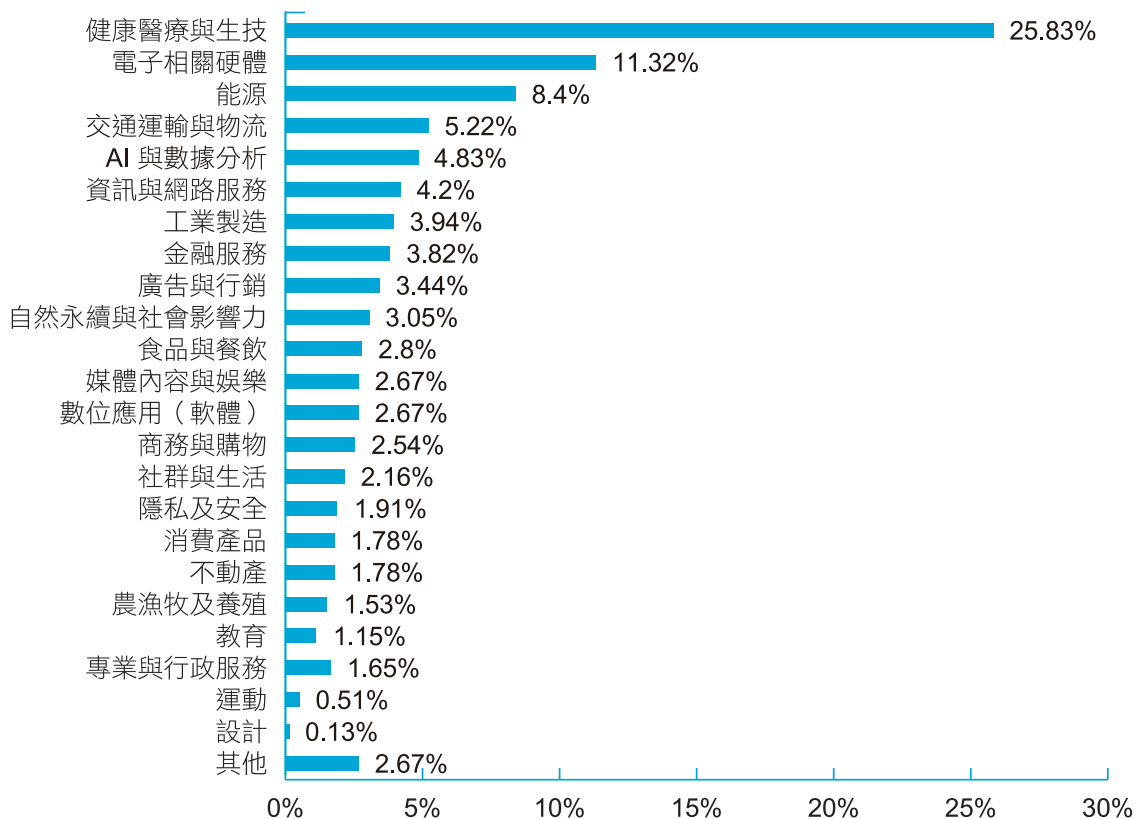


圖 1-4 2020~2025 年第一季創業投資領域分布

疫情期間累積的醫療需求與技術研發，在 2022 至 2023 年後疫情階段逐漸成熟，新創企業開始進入市場驗證與規模化發展期，因而帶動國內 VC 在醫材領域的投資明顯集中於此一時期。2024 年醫材投資件數雖降至 5 筆，投資型態已明顯轉向中後期案件，顯示資金選擇已具產品雛形、臨床應用或商業化基礎的企業，相關案例如宇康生科、怡定興科技、海昌生化科技、聯創生醫與巨暘醫材，皆屬於技術成熟度較高、具明確應用場景的醫材新創企業。2024 年有 3 筆生物技術的投資案，分別為全心醫藥、台灣永生細胞與思捷優達，VC 生技投資在經歷前期資金密集投入後，逐步進入篩選與收斂階段，其中以台杉投資管理顧問在醫材領域的參與最為積極，其次為中華開發與比翼生醫創投，顯示具產業背景與長期資本配置能力的創投，更傾向在醫材這類研發期長、法規門檻高的產業中扮演關鍵資金角色。

以 VC 的投資行為觀察，電子相關硬體是近五年中交易活絡的領域之一，累計投資交易達 89 筆，其中約 3 成為千萬美元以上的投資案，該領域雖非每案皆屬高額投資，卻長期維持穩定的投資熱度。2024 年 VC 千萬美元級交易，皆投入在具關鍵製程能力與高技術門檻新創企業上，如開發出 IC 測試分選機與設備整合解決方案的鴻勁精密、提供半導體乾式製程的凌嘉科技、可設計開發系統單晶片的中顯電子，而參與此領域投資的 VC 以創新工業技術移轉、台杉投資管理顧問最為活躍，富邦金控與元大創投亦持續布局，顯示電子硬體仍是專業投資機構長期關注的重要賽道。

能源領域近五年累計 66 筆交易，件數規模與電子相關硬體相當，顯示該領域已成為機構型資金穩定關注的投資標的，富邦、國泰創投與永豐創投等大型投資機構持續參與能源投資，2024 年綠岩能源完成 B 輪超過千萬美元募資，為當年度 VC 參與交易中金額最高者；2025 年亦已有 3 筆交易金額突破億美元，顯示能源轉型與淨零政策帶動下，資金市場對成熟能源解決方案前景看好。交通運輸與物流則為 VC 投資的第四大領域，累計 41 筆交易，早期案件多集中於 2021 年，但千萬美元以上的大型投資主要出現在 2022 至 2024 年，顯示產業技術與商業模式逐步成熟後，才開始吸引中後期資金進場，代表性案例包括聖學科技與起而行綠能，分別切入貨運數位化與電動車關鍵模組。而車用軟體與智慧運輸也是 VC 長期布局的重點方向，2025 年提供整車 OTA 解決方案的科絡達，即在此脈絡下獲得 VC 與國發基金投資。

（三）企業創投

CVC 為我國新創投資最大資金來源，主要透過投資具備創新潛力的新創企業，提供技術、人才、通路等資源，來協助新創企業提升競爭力，與此同時也藉由合作關係進行公司布局、市場開發、產品優化，因此相較於純財務型的投資，更講求策略性的合作。根據 CB Insights 分析指出，2024 年全球企業投資表現不盡理想，儘管交易金額相較於 2023 年增幅明顯，但交易不如以往熱絡，且劇烈震盪的表現在亞洲地區尤為明顯，相較於全球，企業投資始終為我國新創投資的主力，表現不僅突出，且未受到全球投資風向衝擊。

在疫情帶動與產業轉型需求的背景下，CVC 自 2021 年起明顯升溫，即使全球資本市場進入緊縮期，國內 CVC 的交易金額仍幾乎翻倍，交易件數也同步成長，呈現逆勢擴張的走勢。從 2021 至 2024 年，整體交易件數增加 40%，累計投資金額成長 11.6%。其中，2024 年單筆金額超過千萬美元的投資案件多達 64 件，資金主要集中於能源與健康醫療與生技兩大領域；能源相關投資占整體交易件數超過 30%，累計投資金額超過 8 億美元；健康醫療與生技的累計投資金額亦突破 2 億美元，成為企業資金投入最為明顯的兩個應用領域。（圖 1-5）

1.投資階段

從投資階段來看，CVC 長期以來對早期新創企業的參與度較高，根據 FINDIT 研究報告，2023 至 2024 年 CVC 在 A 輪之前的投資占比約略高於 VC，前者早期投資的比例約落在 75% 至 83%，後者則約為 65% 至 80%。若進一步聚焦於種子輪與天使輪，2020 至 2023 年 CVC 的參與占比更高達 4 成，顯示企業對尚未完成市場驗證的新創企業，仍保有高度關注與策略性布局意願。隨著時間推移，新創企業逐步成長並進入下一階段，從 2024 至 2025 年第一季的資料可以看出，企業參與中期投資的比例明顯升溫，一方面反映部分早期投資標的已邁入 B 輪至 C 輪的階段；另一方面，也可能與全球景氣波動加劇下，企業投資決策趨於審慎、偏好風險相對可控的成長型標的有關。

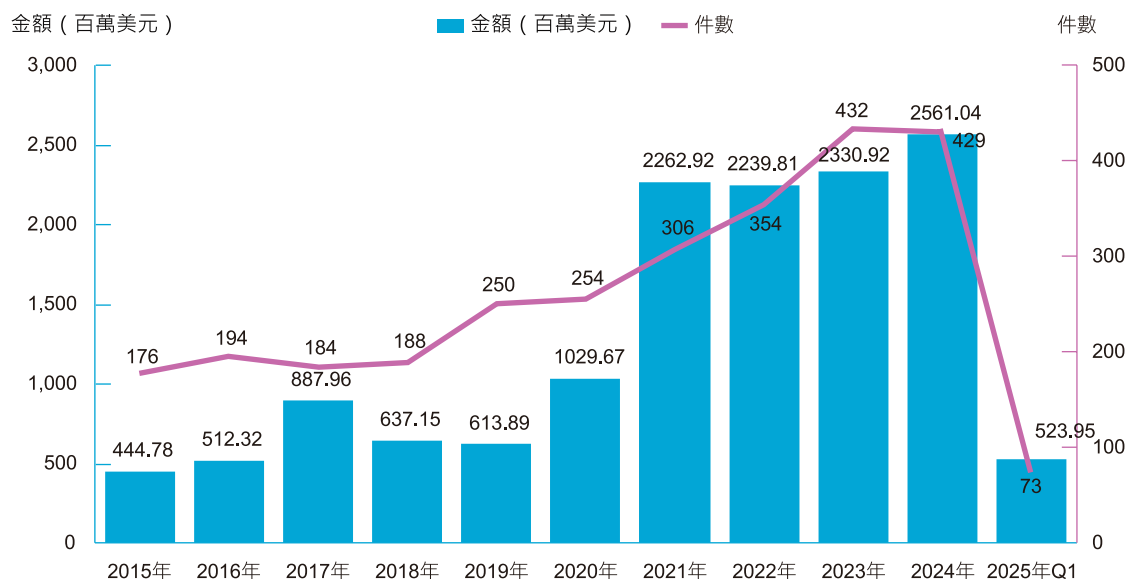


圖 1-5 2015~2025 年第一季企業創投一各年度參與交易金額與件數

2.投資領域

從投資領域分布來看，CVC 的重心集中在前四大領域，依序為能源、健康醫療與生技、電子相關硬體與工業製造，與 2024 年進行統計時的排行相比差異不大，顯示企業投資並非隨市場短期波動調整，而是長期鎖定特定關鍵產業進行布局。相較天使投資與 VC 皆以健康醫療與生技為最大宗，CVC 則明顯大力投入在能源領域，占比超過 20%，推測其背後原因之一在於投資人以壽險業與科技大廠為主，前者資金規模大、存續期間長，適合投入回收期長但現金流相對穩定的能源專案，後者則基於產業競爭與供應鏈壓力，將能源投資視為核心策略之一。再者，對身處全球電子與半導體供應鏈核心的國內大型企業而言，投資再生能源或能源轉型，或可優先取得能源轉型解決方案，確保國際產業競爭力與符合國際法規要求，形成兼具防禦性與策略性的投資布局，也使能源領域成為 CVC 最為集中的投資選項之一。（圖 1-6）

在能源領域，CVC 的比重在近五年持續上升，相較前一年增加 1.6%，參與者以資金規模大、投資期間長的壽險業者為主，包括新光、富邦、國泰、中國人壽與遠雄等；同時，也可見友達、威富等光電業者積極布局。從投資內容來看，再生能源仍是最主要

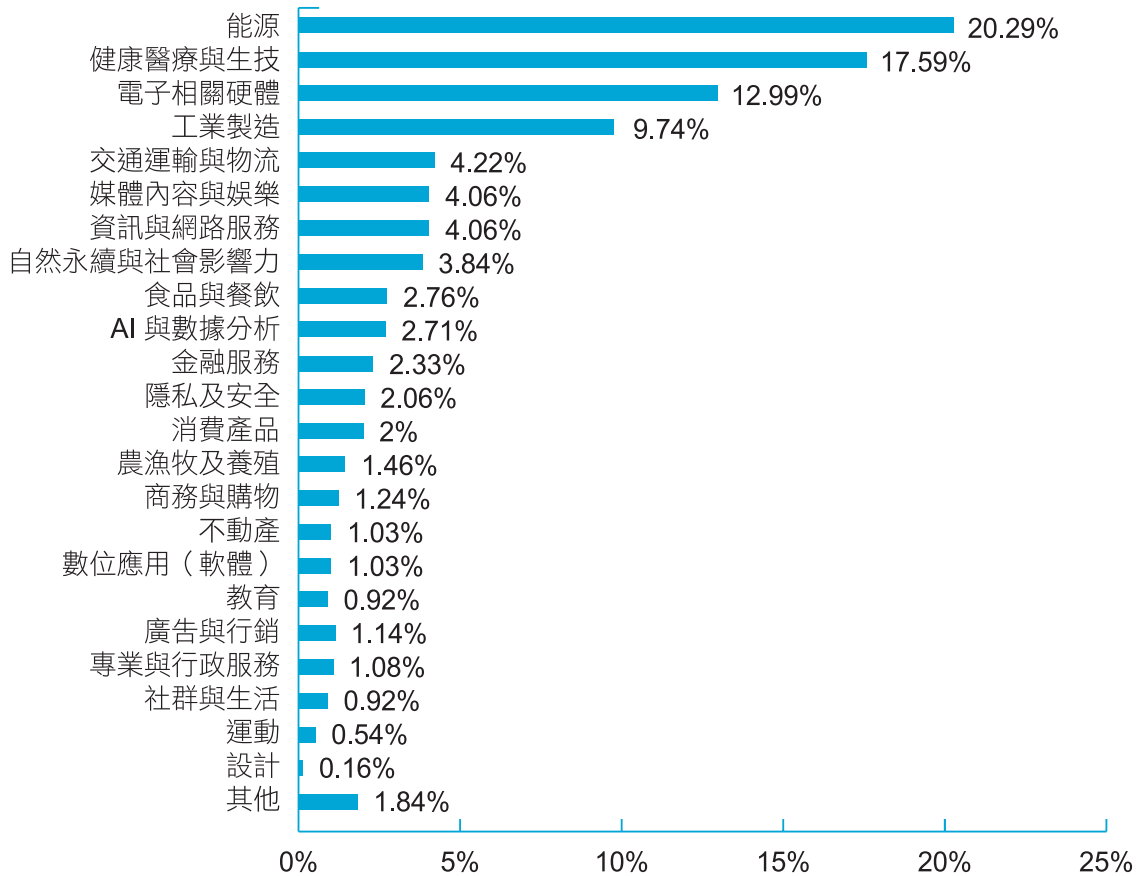


圖 1-6 2020~2025 年第一季企業創投領域分布

的投資標的，其次為太陽能與電池相關技術，威富、國碩科技工業與富邦人壽在太陽能領域的投入尤為明顯，反映企業在能源轉型與長期用電需求下，已經開始相關布局。

由於多數 CVC 本身即來自電子與 ICT 產業，在電子相關硬體領域的投資參與相對廣泛，義隆電子、光寶科技等皆為積極投入者。在工業製造領域，千萬美元以上的投資案共 26 筆，且超過半數集中於 2023 至 2025 年第一季；若以每年交易件數觀察，該領域每年維持 35 至 40 件交易，顯示 CVC 穩定且持續關注工業製造的創新應用。

健康醫療與生技領域的交易件數則與能源相近，且與 VC 的投資方向高度一致，集中於醫材與生物技術兩大子領域，仁寶電腦、宏誠創投等對醫材投資的參與度較高。

值得注意的是，雖然醫材的交易件數高於生物技術的投資件數，但從資金規模來看，生物技術的累計投資金額達 5.08 億美元，明顯高於醫材的 2.25 億美元，顯示 CVC 可能更有能力承擔生技領域長研發期與不確定性，以換取潛在的高價值回報。

若進一步從個別投資布局觀察可知，國內 CVC 投資已逐步從單一產業防禦，轉向多元但仍高度策略導向的配置模式。根據 2022 至 2025 年第一季的投資資料，緯創及其旗下鼎創、緯創綠能、緯創生技、緯創數技等子公司，投資件數皆超過 20 件，布局以健康醫療為核心，同時橫跨人工智慧、能源、硬體與行銷應用，呈現明確的產業延伸策略。安集科技作為太陽能電池模組製造商，近年投資件數亦接近 20 件，若回溯至 2015 年，其累計投資已超過 30 件，多集中於工業製造領域。能源業者泓德能源則以發電、售電與儲能為本業，近年除能源外亦投資漁電共生；大亞創投約 30% 的投資集中於能源，其餘布局則擴及健康醫療與生技、電子相關硬體、工業製造、資安與農漁牧等領域。

（四）政府投資

行政院國家發展基金係依《產業創新條例》第 29 條設立，在我國創新創業生態系中扮演「點火者」的角色，其核心任務在於加速產業創新與促進經濟發展，透過投資機制，協助新創企業在不同成長階段取得營運與擴張所需的關鍵資金，相較以市場報酬為主要考量的民間資金，國發基金更著重於承擔風險、引導民間資金進場，形成資金接力的投資結構。

為因應新創企業在不同成長階段所面臨的資金需求，國發基金規劃多種投資架構，首先，針對早期新創企業，投資金額在新臺幣 2,000 萬元以下（最高可達 3,000 萬元）者，採行「創業天使投資方案」，由國發基金與天使投資人共同投資，協助新創企業取得初期營運所需資金。其次，投資金額在新臺幣 1 億元以下者，則透過「加強投資中小企業實施方案」、「加強投資策略性服務業實施方案」、「加強投資策略性製造業實施方案」、「加強投資文化創意產業實施方案」、「加強投資 AI 新創實施方案」及「加強投資綠色成長淨零產業實施方案」等多項專案，與民間事業共同投資，投資對象以國內未上市櫃企業為限。最後，對於資金需求達新臺幣 1 億元以上的案件，國發基金則以

直接投資方式參與，並須搭配具主導角色的投資人共同投資。這三層設計讓國發基金以制度化方式，銜接天使投資、VC 與 CVC，形成一條可持續運作的資金成長路徑，是國內創業團隊與新創企業能夠從萌芽走向成熟的重要基礎。

除了直接參與新創投資外，國發基金亦透過投資專業創投基金，擴大政策資金對生態系的影響範圍，扮演資金放大器的角色。截至 2025 年 6 月，國發基金累計投資 114 家國內外創投事業，投資金額達 352.09 億美元，藉由與專業基金管理團隊合作，將公共資金導入更廣泛的新創投資管道。近三年國發基金投資的創投基金包括華伸創投、和順興創投、萬富創投、智康創投、富耀生醫創投、台灣集富二號、本質創投、HERCULES II、聯訊玖創投、CDIB CROSS II、AI FUND II、ARGAMAN FUND 2、HEADLINE V、LIFELIKE、水木開發基金及台企再造壹等。國發基金在各基金中的持股比例約介於 8% 至 40%，多數落在 25% 左右，使有限的政策資金得以透過基金結構放大投資規模，同時分散風險並提升投資效率。

1.投資階段

根據國發基金 2025 年第二季季報資料，在早期階段，「創業天使投資方案」（不含可轉換公司債）累計核准投資 292 家新創企業，投資金額為 40.41 億元，並誘發天使投資人共同挹注 31.47 億元，帶動民間投資 123.38 億元。企業成長階段的相關投資，「加強投資中小企業實施方案」自 2007 年 9 月啟動以來，分為第一期與第二期，累計投資金額達 106.28 億元，並帶動民間專業投資機構搭配投資 102.27 億元，共投資 322 家中小企業，其中已有 105 家成功上市、上櫃或登錄興櫃。

2.投資領域

根據國發基金公開季報資料與 FINDIT 研究結果，2020 至 2025 年第一季，國發基金共參與 375 件投資交易，投資觸及 24 個不同產業領域，顯示其投資布局具有相當廣度，其中國發基金參與健康醫療與生技領域的投資最多，比例達 22.58%，累計 84 件。從時間軸觀察，可發現健康醫療與生技領域在 2020 至 2022 年交易相對活躍，2023 至 2025 年第一季的參與件數則略有收斂，推測與國發基金近年將部分投資動能轉向新興科技、永續產業等國家策略性領域有關。

電子相關硬體領域亦呈現相似脈絡，國發基金累計參與交易 38 件，其中近三分之二集中於 2020 至 2022 年，且投資標的多聚焦於電子核心技術。媒體內容與娛樂相關投資位居第三，推估與文化內容策進院成立後，國發基金加大對內容產業的支持有關；而在電子領域的投資中，生命科學與製藥相關案件亦占有一定比重，反映國發基金在產業布局上，仍持續兼顧科技基礎與長期成長潛力。（圖 1-7）

而各產業投資方案近年的成果包括「加強投資文化創意產業實施方案」第一期至 2025 年第二季，已投資 64 家國內文創企業，累計投資金額 44.53 億元，並誘發專業管理公司投資民間企業 10.6 億元，進一步帶動民間投資 140.3 億元；第二期則投資 4 件專案，投資金額 0.22 億元，帶動民間投資 21.37 億元。另在服務業與製造業方面，「加強投資策略性服務業實施方案」累計投資 82 家國內服務業公司，投資金額 27.08 億元，誘發民間投資 40.88 億元；「加強投資策略性製造業實施方案」則投資 31 家製造業公司，投資金額 8.73 億元，帶動民間投資 50.46 億元。

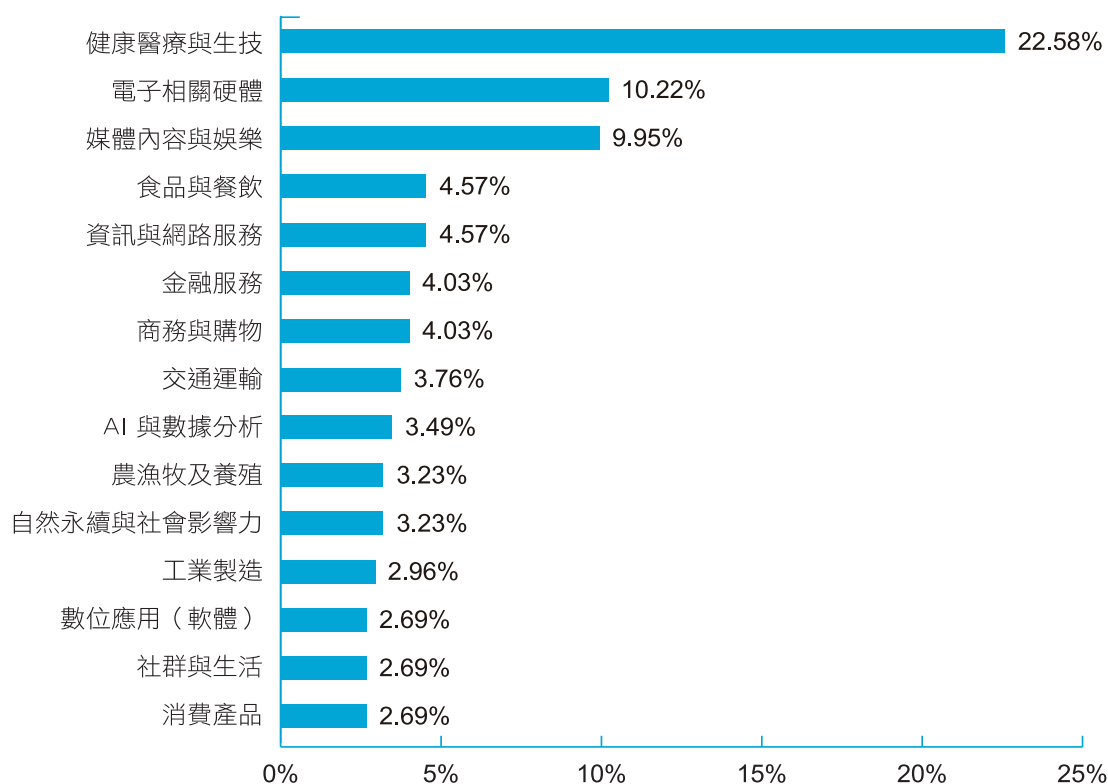


圖 1-7 2020~2025 年第一季國發基金投資領域 Top 15 分布

三、創育機構

創育機構可說是新創企業創業歷程中最早接觸的「助跑平台」，根據《2024 台灣新創生態圈大調查》顯示，近 7 成創業者曾以實體或虛擬形式進駐創育機構，這些機構在企業萌芽階段提供資金、人脈、法務、品牌、市場導入與國際鏈結等多重支持，成為新創企業從構想到成長的關鍵橋樑。

（一）創育機構形態多元

我國創育機構的型態多元，隨著創業需求日益多樣，創育機構的功能逐漸由空間提供轉向策略導引與資源整合，透過跨界協作，使新創企業在不同階段均能獲得相應的支援與網絡連結。根據新創圓夢網 2025 年的調查，全國共有 391 家創育機構，涵蓋育成中心、加速器、共同工作空間、協會社群、園區基地與地方創生型組織等多種類別，呈現出兼具技術輔導與社群交流的多層次支持體系。整體而言，政府營運的創育機構約占 25.32%，其餘 74.68% 由私部門主導，顯示民間資源創業支持中扮演重要角色。

各類創育機構中，以育成中心占比最高，約占整體 29.67%，多設於大專院校與研究機構，著重研發成果的商品化與技術轉移，並提供進駐空間、業師輔導及在地交流活動，為新創企業提供穩定的技術與場域支持。園區與創業基地約占 19.44%，多與地方政府或科研機構合作設立，作為產業聚落的核心據點，透過長期駐點與資源整合，支持高技術導向的新創企業發展。加速器約占 17.9%，主要透過串聯產業資源與投資網絡，協助新創產品進行商業驗證與市場接軌。除提供專業輔導與活動辦理外，加速器普遍具備投資媒合功能，並在國際鏈結、創業簽證及募資機會等面向投入較多資源。（圖 1-8）

協會與社群組織約占 15.35%，著重產業議題倡議、知識分享與跨界連結，成為新創企業與既有產業之間的重要橋樑。共同工作空間約占 14.07%，以彈性租用、共享設施及跨領域交流為核心，為創業者提供高互動性的合作場域。地方創生型組織則約占 3.58%，主要服務是區域品牌化與在地創業推動，連結地方產業與社群，形成地方創新能量的支點。整體而言，協會社群、共同空間及地方創生這三類創育機構的服務內容以場地租借、進駐使用與活動交流為主，協助創業者在早期階段降低資本支出，並促進社群連結與資訊流通。這些多元化的創育機構共同構築我國創業支持體系的基礎，

從技術育成到市場導向，從研究單位到企業投資者，逐步形成一個跨界共育、資源互補的創業生態網絡。（表 1-12）

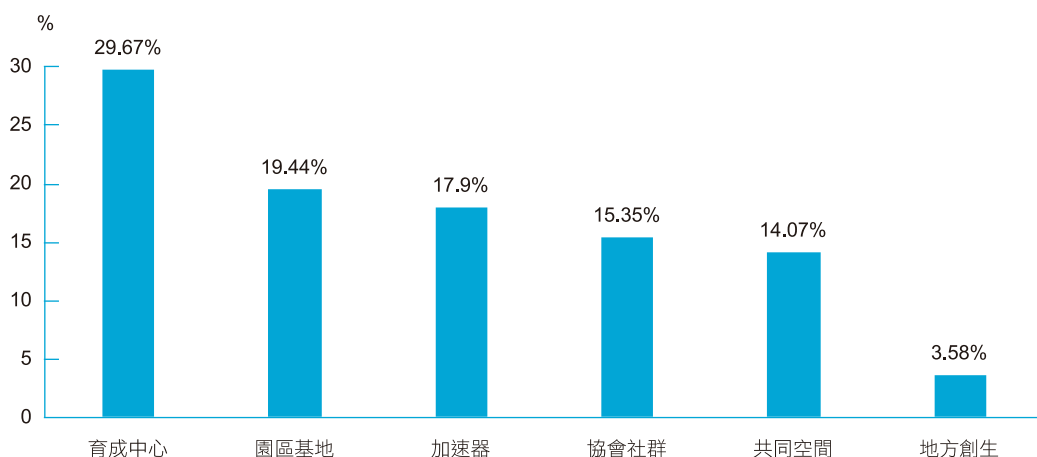


圖 1-8 創育機構類型分布

表 1-12 創育機構提供各類服務比例

單位：%

類型 服務	育成中心	園區基地	加速器	協會社群	共同空間	地方創生
舉辦活動	15.3	18.49	14.6	23.47	14.29	17.95
業師輔導	17.89	15.36	18.46	17.37	8.1	15.38
進駐使用	22.84	15.89	10.47	7.04	22.38	8.97
場地租借	10.78	11.72	5.51	12.21	22.86	17.95
在地交流	9.27	8.59	4.41	15.96	8.1	17.95
獲得投資	6.47	6.51	17.08	7.98	3.33	3.85
獲得商機	4.31	5.99	10.47	6.1	4.29	8.97
工商登記	5.6	7.29	1.65	2.82	12.86	3.85
國際鏈結	3.45	4.69	8.82	5.63	2.86	5.13
創業簽證	3.45	4.69	6.61	0.94	0.95	-
績優推薦	0.65	0.78	1.93	0.47	-	-

（二）政府扶植創育機構，培育潛力新創企業發展

政府長期扶植創育產業，是創育機構得以多元發展的主要因素，透過政策性補助與專案整合，經濟部中小及新創企業署得以引導民間與法人資源投入，形成公私協力的支持模式。創育機構提供從業師輔導、技術轉介到產品驗證、商業媒合等服務，讓創業團隊能在早期階段獲得必要的技術、資金與市場協助。根據《2024 台灣新創生態圈大調查》，76.73% 創育機構的經費來源主要為承接政府計畫或育成補助款，顯示政府仍為創育生態的核心推動力量。

AI、資通訊科技、生醫等重要領域，皆設有政府主導的官方育成中心，各據點依據區域產業聚落特性形成明確定位，串聯科研能量與在地產業需求，培育具潛力的新創企業發展。南港軟體育成中心聚焦資訊軟體、網路通訊與電子商務，高雄軟體育成中心以 5G、AIoT、數位影音與軟體應用為主，新竹生醫育成中心專注於高階醫材與新藥研發，南科育成中心則聚焦綠能環保、醫療生技與精密機械。2020 年至 2025 年 8 月間，官方育成中心累計輔導 1,020 家次新創企業，誘發投資與訂單金額超過 58.32 億元。

此外，政府亦透過補助鼓勵具產業經驗之公司、法人及大專校院成立加速器，聚焦於 AI、大健康、淨零永續及智慧製造等關鍵領域，提供場域驗證、策略投資、市場拓展及技術指導等輔導措施，共同培育重點產業新創人才。在 AI 領域，中原大學產業加速器暨育成中心、統一資訊 AI 加速器、臺科育成加速器、好食好事加速器等，專注於 AI 模具、AI 影像辨識、智慧語音等人工智慧應用與產業導入。大健康領域則有臺北醫學大學生醫加速器、比翼加速器、成功大學精準健康產業加速器等，聚焦創新醫材、精準健康及智慧穿戴技術，加速生醫新創的臨床應用與商品化。在淨零轉型領域，高雄科技大學的淨零永續加速器與中央大學永續淨零產業加速器，聚焦再生能源、廢料循環與再生材料應用，協助企業鏈結綠色供應鏈與永續市場。另在創新製造與運動科技方面，鞋技育成中心的 S2B 創產業加速器、虎尾科技大學的產業加速器等，則投入創新複合材料與運動數據分析系統開發，展現傳統製造與智慧產業整合的潛能。

（三）學研機構扮演橋樑，加速科研成果事業化

在我國的創業生態系裡，學術與研究機構將科研成果轉譯為市場可行的產品與服務，構成新創企業早期研發的重要基礎。以大專校院或研究法人的研發成果、專利或技術團隊為基礎，所成立的衍生新創企業 (spin-off) 是學研成果進入市場應用的重要形式之一。衍生新創企業多以技術授權、技術股投資或合作開發等方式成立與營運；部分研究成果則以技術事業化或成立新事業部門 (spin-in) 形式，與既有企業合作開發應用。透過這些機制，使學研單位的研究成果能以制度化方式進入市場，增加技術應用與產業連結的多樣性。

為推動學研成果的創業化，政府建構科研創業支持體系，經濟部推動 **Pre 價創**（學研合作創新創業計畫）、**價創 2.0**（科研成果價值創造計畫）及 **TREE 創業家學校**（科研事業化生態系推動計畫）等措施，從創業輔導、技術審查到事業加速分階段提供支持。**Pre 價創**階段提供 6 至 12 個月的創業培訓，協助團隊形成商業構想；**價創 2.0** 階段聚焦市場驗證與投資可行性評估；**TREE 創業家學校**則整合法人與投資網絡資源，協助衍生新創企業橋接國際商業網絡，提供矽谷創業氛圍體驗機會，各階段均可與國家科學及技術委員會「科研產業化平台」及經濟部「**A+ STEP 計畫**」銜接，形成技術驗證、創業育成與產業導入的完整路徑，這樣的機制，使學研成果得以循序推進，從研究構想到公司成立之間具備明確的資源。

在研究法人體系裡，各研究法人紛紛建構自有的事業化與創業機制，呈現多樣的技術轉譯路徑。工業技術研究院截至 2025 年 9 月，培育新創企業達 170 家，展現科研成果事業化的長期成效，透過文化塑造、育成輔導、募資支持與投後管理協助衍生新創企業成長，發展深科技創育模式；從人才招聘階段即重視創業思維，並以跨領域導師制度與創業競賽培養工程師的市場化觀念；在輔導階段，由資深業師與矽谷顧問組成的商業化諮詢委員會協助審視技術與商模；在資金方面，於研發早期即協助導入所需資金，並透過投後輔導、技術商業化支持與專利融資等配套，形成從早期研究到市場布局的連續支持，使創業團隊與新創企業在成長過程中能穩健擴展技術能力與營運能量。此外，工業技術研究院也與企業建立共同開發與投資合作模式，協助技術快速導入國際供應

鏈，展現研究法人與產業資源整合的成效。

生物技術開發中心則在生醫領域累積深厚基礎，長期推動研發與新創育成；截至 2025 年 7 月底，已培育逾 200 家生技新創企業，並成功推動多項關鍵技術由實驗室走向臨床應用。其自主建立的 GMP、製程開發及生物製造能量，使創業團隊能在成熟度提升過程中獲得研發技術、法規輔導與產業鏈整合等支持。2023 年生物技術開發中心與工業技術研究院合作，以技術作價、人才擴散成立衍生公司，提供先進生技醫藥的製程開發與製造服務，進一步強化我國生醫製造能量。

隨著深科技領域逐步擴展，部分法人開始以場域導向的方式推動創業應用，以縮短技術從研發到市場導入的時程。車輛研究測試中心在苗栗竹南建置占地 119 公頃、具 13 條測試道的國際級試車場，可進行車輛零組件、自駕系統與法規測試等多項驗證服務。車輛研究測試中心於 2022 年以技術作價方式與國際企業成立合資新創企業，鎖定北美智慧電動巴士市場，此為我國法人研究機構與美國企業第一個自駕系統商業合作案，結合車輛研究測試中心的專利技術，以及國際企業的設計與通路能量，並開啟我國零組件、系統到整車產業鏈廠商進入國際市場的管道。

2025 年經濟部更啟用智慧車電自駕車場域，由金屬工業研究發展中心與車輛研究測試中心合作建置，設有超大豪雨、濃霧等極端氣候模擬系統，可進行自駕車電控系統、感測元件與車聯網通訊測試。該場域開放法人研究團隊與新創企業進行產品驗證與共同開發，目的在於建立從技術研發、系統整合到市場測試的完整鏈結，亦為法人新創事業化提供應用場景與跨域合作基礎。紡織產業綜合研究所則以 AI 實作為核心，協助紡織業導入數位化與人工智慧應用，並開設培訓班，降低技術導入門檻、提升產業升級能力。

其他法人亦在各自領域展現科研成果的創業化能量，像是食品工業發展研究所於 2023 年衍生成立以植物性材料技術為基礎的新創企業，運用植物肉研發成果切入高階替代蛋白市場，是食品研發成果邁向產業化的實質案例；船舶暨海洋產業研發中心也於同年衍生新創企業，將智慧船舶與自駕航行技術落地應用，形成海事科技創業的新範例。

（四）政府推動深科技新創企業發展

我國政策近年積極培育深科技 (Deep Tech) 創業，透過育成中心與加速器，串聯學研與法人能量，培育需長期技術投入與市場潛力的新創企業，形成以技術為基底、以產業化為目標的支持體系。深科技的發展聚焦於 AI、綠色科技、次世代通訊與無人機等領域，推動跨領域技術融合與市場應用，展現我國在前瞻技術創業的多元布局。

1. 人工智慧

AI 正成為智慧製造的核心驅動力，藉由機器學習、視覺辨識與最適化演算法，製造現場可即時監控良率、預測維修時機並自動調整產線參數，進而提升生產效率並降低能源消耗。有些創業者專注於工業影像辨識與瑕疵檢測，或致力於開發預測性維修模型，有些則以邊緣運算平台整合生產數據分析，這些技術讓 AI 從單點優化走向系統整合，推動製造業邁向自主決策與能源效率提升。同時，AI 也在臨床醫學與健康管理領域有所展現，運用影像辨識、臨床決策支持與遠距監測技術，協助醫師提升診斷速度與準確性，不同新創企業已推出從病理影像判讀到智慧健康管理的 AI 系統，部分技術更經過臨床驗證並陸續與醫療院所合作導入。

2. 綠色科技

在淨零轉型浪潮下，綠色科技成為企業最直接的減碳與轉型途徑，節能科技聚焦於能源監控與管理，結合數據分析與能源優化模型，協助企業建立智慧能源監控平台。有些新創企業專注於開發即時監測能源使用的雲端系統，以實現精準的用能管理；也有技術團隊致力於研發高效電能轉換模組，降低尖峰用電與碳費負擔；另一些創業者則加速推動氫能應用與再生能源整合，嘗試建構低碳工業運轉架構。另一方面，減碳技術則著重於碳管理與材料創新，有的專業團隊投入碳排再利用與廢棄物資源化，推動循環再製；也有創業者專注於開發生物基材料，以替代石化原料；另有些新創企業運用 AI 追蹤技術，協助企業進行碳足跡盤查，這些技術不僅減少製造碳排，更形成碳資料透明化與循環經濟的基礎。

3.次世代通訊

次世代通訊的新創發展正從通訊零組件製造延伸至整體通訊服務與資料應用，有新創企業正在開發衛星姿態與軌道控制的整合解決方案，以模組化架構支援多類型衛星平台；也有些創業者聚焦於地面任務規劃與資料處理，提供從軌道監測到資料回傳的完整控制鏈。這些企業的出現，顯示我國正逐步具備衛星操作與資料服務的整合能力，也讓太空資料能與氣象預測、海洋監測及災害防救相連，擴大科研成果的社會價值。通訊能力是太空產業的命脈，衛星通訊以衛星為骨幹，結合寬頻、窄頻與光學鏈路技術，形成可與地面網路互補的通訊體系，有新創企業以光學鏈路模組為基礎，發展高速衛星通訊介面，以實現低延遲、高頻寬的資料傳輸；另一些新創企業則著重於建構非地面網路架構，打造可與地面 5G 整合的寬頻系統，用於補強偏遠地區的連線不足。

4.無人機與自駕系統

無人機產業成為深科技創業的新興領域，無人機從單一航拍設備，發展為可執行巡檢、運輸與監測等多功能平台；自主系統是無人機的技術核心，涵蓋飛控、導航與機構創新，決定飛行穩定與作業精度，有新創企業結合 AI 影像辨識與飛控技術，打造自動化農業巡檢系統；也有新創企業推出具貼壁與攀附能力的特種無人機，用於橋樑、高樓等高風險場域的結構檢測；另一些創業者則聚焦於長距飛行與多軸轉換平台，並將應用拓展至能源與國防領域。隨著場域實證與跨域合作擴大，無人機服務也逐漸走向資料化與智慧化，有新創企業開發智慧巡檢平台，協助電力設施與風力場進行維護作業；也有新創企業將航拍與 3D 建模整合，用於城市規劃與文化資產保存，這些創業者的出現，使無人機從技術展示走向可持續應用，成為連結產業創新與公共服務的新動能，也為我國在自主系統與智慧監測領域奠定發展基礎。

四、政府部門

自 2016 年啟動「亞洲·矽谷推動方案」以來，我國透過制度設計與資源整合，完善創業支持體系，政策重點在於建構育成與加速機制，推動物聯網應用與新創企業發展，為後續政策奠定基礎。2021 年啟動的「亞洲·矽谷 2.0 推動方案」延續前期成果，

並因應數位轉型與淨零轉型的全球趨勢，提出「智慧物聯，加速產業進化」與「創新創業，驅動產業未來」主軸。政策著重推動 AIoT、智慧製造、智慧醫療與智慧交通等應用場域，帶動傳統產業數位化與智慧化升級；同時推行跨域創新機制，鼓勵大型企業與新創企業合作，促成超過 400 件企業創新採購及合作案，擴大新創企業應用場域。

「亞矽 2.0」建立了從早期孵化、技術驗證到國際鏈結的完整支持體系，包括整合創業基地與加速器資源，成立新創園區及地方創育據點，推動產業創新場域實證與測試；設立「Startup Island TAIWAN」國家品牌，帶領團隊參與國際展會強化我國新創企業國際能見度。另透過新創採購與國際媒合平台，促進資金、技術與市場的連結，使我國在亞洲的創業生態系逐漸具備鏈結國際創投與企業網絡的能力。

「亞矽 3.0」於 2025 年正式啟動，在既有政策架構下展開推動，並依循「國家希望工程」整體願景，期使我國成為具創新能量與社會韌性的國家。創業政策的核心概念為建構「創新創業雨林生態系」，以「活絡資金、擴大標的、提高成功率」為三大推動主軸，透過制度誘因與跨域合作，使資金、人才、技術與市場形成長期互動的循環，促進創業活動成為經濟轉型與社會永續的共同引擎。雨林生態象徵多層次、共生與自我演化，涵蓋政府、企業、投資機構、學研單位與創業團隊，強調不同主體在共通環境中的互補合作，共同構築開放且具包容性的創業體系。以下就三大主軸的推動策略與目標進行說明：

「活絡資金」的面向，著重於建構多層次投資體系，促進資金流動與創業能量聚合。政府持續推動融資、補助、直接投資、創投投資、專案投資、企業投資及 IPO 等多元資金機制，協助創業者依不同發展階段獲取所需資源。並引導金融機構、法人與 CVC 投入創新事業，形成兼具公共性與市場導向的資金網絡；主題式投資計畫將聚焦於生成式人工智慧、綠色成長及智慧機器人等領域，以公私協力模式帶動創業投資動能，同時完善出場管道與資本市場銜接，提升投資環境的深度與活力。

「擴大標的」面向則強調擴大創業者的多樣性，促進創業活動的普及化與國際化，政府持續推動校園創業與科研創業，鼓勵學研成果商品化並培育青年創業能量，結合創業課程、導師制度與育成平台，形成創新循環鏈。同時，透過海外培訓與國際交流計畫，協助創業團隊參與國際展會與創新活動，增進跨文化經營與全球市場理解。政策亦將強

化國際新創企業的引進與全球攬才機制，透過創業家簽證、就業金卡等制度吸引外籍創業人才與團隊來臺發展，並結合國內創業園區及專業加速服務，形塑兼具本地特色與國際連結的創業聚落。

「提高成功率」面向著重於完善創業成長鏈結與強化環境支撐，政府將整合國內外聚落與創業基地，建立新創品牌與國家形象，促進創業生態的集聚與擴散。企業合作與政府採購機制將持續推動，以需求導向帶動新技術應用，協助新創產品於公共及產業場域進行驗證。各類加速器與輔導機制則協助創業者提升經營效率、募資能力，支援新創企業拓展海外市場。在制度與環境面，政策亦持續優化創業環境條件，如租稅優惠、法規精進與行政協調，促進創業資源的有效配置。

創新創業雨林生態系的推動，顯示我國創業政策已邁向整合性、策略性的階段；活絡資金形成穩定的投資循環，擴大標的促進多元與國際連結，提高成功率則鞏固整體生態的自我成長能力。未來五年，政府以國家希望工程為願景，持續推動創業資源整合與國際合作，使創業成為產業創新核心動能，並為我國的經濟與社會發展注入長期的活力與信任基礎。各部會在這三大推動策略下，依其職掌分別提出具體行動方案說明如下。

（一）國家發展委員會

國家發展委員會以 **Startup Island Taiwan** 為核心品牌，整合國際能見度與跨境合作資源，協助新創企業加速進入全球市場，透過在東京連續舉辦台日創新高峰會、設立「臺灣館」參與國際展會、以及與美國柏克萊大學合作的生醫加速計畫，成功連結國際創投與產業網絡。同時，「臺灣新創東京基地」與「臺灣新創矽谷基地」提供法務諮詢、投資媒合與加速器合作，建立我國與主要創業生態系的雙向交流機制。這些國際布局讓新創企業在早期階段即能獲得資金、技術與市場驗證支援，縮短國際化時程，顯著提高產品落地與事業成功率。

行政院國家發展基金以「活絡資金、引導投資」為核心，**2025** 年與各部會合作推出主題式投資方案，包括數位發展部「**AI 新創**」、環境部的「綠色成長與淨零產業」及國家科學及技術委員會的「智慧機器人」方案，**3** 者合計槓桿超過 **300** 億元，帶動民

間資金投入新興產業，這些計畫以共投模式降低早期投資風險，為新創企業提供成長資金與市場驗證機會。此外，推動「就業金卡」與「數位游牧簽證」吸引國際專業人才及創業團隊來臺，並以「創業綻放計畫」激發地方與青年創業動能。

（二）國家科學及技術委員會

國家科學及技術委員會以「臺灣科技新創基地」(Taiwan Tech Arena, TTA) 為核心，提供新創企業進駐空間、專業顧問與國際交流資源，並與美國國家科學基金會及法國 La French Tech 等機構建立合作關係，形成開放式的新創連結網絡，使我國新創企業能與全球創業生態系直接互動，透過專業加速器機制，國家科學及技術委員會聚焦 AI、半導體與新世代通訊等領域，協助新創企業進行市場驗證、供應鏈接軌與商業模式優化；並以「企業出題、新創解題」促進產業需求與創新解方的雙向對接，縮短從技術研發到市場應用的轉化距離，亦帶領新創企業參與 CES、VivaTech 等國際展會，強化品牌能見度與國際市場滲透。為加速導入企業資源，國家科學及技術委員會於 2025 年更與企業合作舉辦「2025 AI 創新獎」，推動 AI 在智慧城市與醫療等領域之應用創新。

國家科學及技術委員會透過「創新創業激勵計畫」(FITI)，培養青年學子從研究思維跨越至創業實踐，推動學研成果的產業化。教授科研成果則在「科研創業計畫」的引導下，轉化為具商業潛力的衍生企業，深化學術界研究成果走向商業化營運的連動機制。國家科學及技術委員會自 2024 年起辦理「IC Taiwan Grand Challenge」，結合我國半導體產業鏈優勢，吸引全球新創企業與創業團隊來臺落地發展，促成技術合作與產業共創。

（三）經濟部

經濟部提供全面性的創業政策協助，以資金、技術、人才、市場及法規扶持各階段新創企業成長，透過「青年創業貸款」與「中小企業創新研發專案貸款」，解決企業營運初期與穩定階段的資金周轉需求。為引導企業升級技術，藉由小型企業創新研發計畫 (SBIR) 與服務業創新研發計畫 (SIIR) 引導產業朝智慧化與低碳化雙軸轉型，並結合「A+ 企業創新研發淬鍊計畫」，以投資與補助並行的方式提供企業研發所需的資金。

因國內學研機構長期累積豐碩的科研成果，如何透過有效的市場橋接機制，加速技術走向商品化，已成為政策推動的重點。為此，經濟部推動「科研成果價值創造計畫」（價創 2.0）及「科專事業化生態系推動計畫」（TREE 計畫），支持校園與法人創業團隊，縮短知識創新進入市場的距離。自 2026 年起，經濟部將進一步擴大 TREE 計畫的支持力度，強化對深科技新創企業的商業化輔導，協助學研能量更順利銜接產業需求。

在市場端，經濟部打造「林口新創園」與「亞灣新創園」兩大國際級創業基地，為新創企業提供實際測試與驗證的場域，讓創意與技術有機會在真實市場中被檢驗與放大。同時，結合企業加速器機制，促成大企業與新創企業之間的合作對接，協助創新技术更快進入既有產業體系與供應鏈。除了深耕國內，經濟部也持續帶領具潛力的創業團隊走向國際，參與 InnoVEX、CES、SelectUSA 等重要科技展會，協助創業團隊與新創企業累積國際能見度、建立品牌識別，並逐步開拓海外市場。為完善人才與制度，經濟部一方面透過「創業家簽證」吸引國際創業與專業人才來臺發展，為生態系注入更多國際的創新能量；另一方面，也配合《產業創新條例》的修法，調整天使投資的租稅誘因與投資門檻，讓更多民間資金願意投入早期新創企業，逐步改善整體創投環境的活絡度。

（四）金融監督管理委員會

為活絡創投資金，金融監督管理委員會自 2024 年底調降保險業投資公共建設型創投事業所適用之風險係數至 1.28%，降低金融機構投入創業投資的風險成本。2025 年 3 月，進一步擴大保險業投資範疇，將 ESG 永續標的、公共建設及社會福利事業納入私募股權基金可投資範圍，藉此引導龐大保險資金進入具長期社會與經濟價值的新創產業。金融監督管理委員會為強化新創企業的資本市場管道，針對專為具前瞻技術與高成長潛力企業打造的「臺灣創新板」(TIB)，取消合格投資人制度並開放當沖與零股交易，降低進場門檻以提升流動性，打造彈性友善籌資環境，並優化資本市場對商業創新的挹注力道。

透過「金融科技創新園區」(FinTechSpace) 提供創業團隊法規健檢、監理輔導、資安驗證及人才培訓等整合服務，2025 年導入客製化輔導與跨領域資源對接，協助創

業團隊及新創企業從概念驗證邁向市場化應用，並持續促進監理科技與創新金融的共生發展。此外，金融監督管理委員會亦協助地方政府推動「高雄金融科技創新園區」，以綠色金融與永續科技為核心，提供企業轉型諮詢與實證補助，促進南部創新金融聚落形成。

（五）數位發展部

數位發展部聚焦於資訊應用與數位服務領域的創新應用，透過「資訊應用服務創新創業新秀選拔」，發掘國內具可行性、創新性與市場價值之數位服務、產品或營運模式的創業團隊或新創企業，協助草創初期（0 至 1 階段）的團隊縮短與正式創業的距離，建立從創意構想、技術驗證到商品化的協助機制。不僅提供創業輔導與顧問資源，也促進學界與業界的協作，讓學研成果能更快轉化為具市場競爭力的創新產品。數位發展部亦串聯創投機構、天使投資人與企業資金，提供資金挹注與媒合機會，協助新創企業在成長階段獲得必要的財務與策略支持。

（六）教育部

面對創新創業成為經濟發展關鍵驅動力的趨勢，教育部逐步從傳統學術導向，轉向強化實作與產業連結的教育模式，讓學生在學習階段即具備創業思維與問題解決能力。教育部不僅聚焦於校園創業的啟動階段，更擴大支持範圍與政策標的，形成涵蓋創業教育、創業實踐與創業加速的完整鏈結。透過「大專校院推動創新創業教育計畫」與「U-start 創新創業計畫」，教育部鼓勵各大專校院建置創業學程與育成空間，培養學生團隊從創意發想到創業實作的能力。這些計畫也與「創新創業激勵計畫」、「新創圓夢網」與「臺灣新創資訊平台」等跨部會資源銜接，使校園新創企業能順利進入更廣泛的輔導與投資體系。同時，也鼓勵新創企業提供優質職缺，讓創新與創業成為青年職涯發展的重要選項。

（七）農業部

農業部推動農業創新創業機制，透過募資媒合、Demo Day 與投資引介，協助新創企業取得資金與市場機會；同時串聯產業上下游與科研機構，推動技術授權、跨域合作與智慧農業應用落地。為強化創業能量，農業部建立「教練陪跑、業師輔導」雙軌制度，並開設「科技農企業經營管理培育班」(AMEP)、「AIoT 農業先鋒班」及「農業科技跨域領域人才培訓（進階）班」(AMMOT、AMMOT+)，培育具數位與經營能力的新世代農創人才。此外，透過整合展會與企業合作網絡，協助新創企業進軍國際市場，形塑我國農業科技創業的跨域生態與永續發展動能。

第 3 節 區域產業創新樣貌

一、區域創業能量崛起，形成具地方特色的生態系

我國的創業能量遍布各區域，北部憑藉臺北、新竹等地的科研實力，在電子硬體、健康醫療領先布局；中部結合精密機械、綠能與製造技術，成為智慧製造與產業升級的重要基地；南部則以政策引導，由高雄亞灣智慧科技園區與臺南沙崙智慧綠能科學城等措施，推動 AI、數位轉型與綠能應用；東部雖規模較小，但憑藉觀光、農業與在地文化，發展特色型與永續環境，各區形成多元、互補的創業版圖。

（一）北部地區：科技創新的核心樞紐

北部地區是我國科技創新的核心樞紐，也是創業資源密集的區域，為國內資通訊、半導體、國際物流、生醫生技等產業重要群聚區域。憑藉著龐大的人口數量、完整的產業鏈與先進的基礎設施，發展金融、智慧零售、數位內容、生物科技到電子科技等產業，形塑出一個多元的創新生態系。其中，臺北以 AI、金融科技與數位服務為主軸，孕育創業浪潮，吸引人才與投資匯聚，新竹科學園區則憑藉半導體與高科技製造實力，穩坐全球科技供應鏈的關鍵地位。

新創企業家數累計達 7,370 家，主要分布在臺北市，占比 60.6%，之後依序為新北市、新竹縣市、桃園市等。北部地區的新創企業主要集中於 6 大應用領域：健康醫療與生技 (12.92%)、電子相關硬體 (8.53%)、媒體內容與娛樂 (7.88%)、消費產品 (6.66%)、食品與餐飲 (6.13%)、資訊與網路服務領域 (5.58%)，合計占比達 47.71%。（表 1-13、表 1-14）

北部地區在電子硬體、健康醫療已發展成熟，其背後關鍵源自於學研機構的助力，在健康醫療方面，國立臺灣大學醫學院與國立陽明交通大學，倚仗厚實的醫學教育與研發能量，結合台大醫院、長庚醫療體系等臨床資源，推進精準醫療、智慧醫療與臨床創新，為北部地區的醫療與健康照護注入源源不絕的動能。電子硬體方面，國立臺灣大學、國立陽明交通大學與國立清華大學，憑藉電機、資工、材料等頂尖人才，掌握半導體製程、光電與通訊等技術，這些學校與臺北、新竹的產業緊密連結，持續與台積電、聯發科、華碩等企業合作，與產業形成強大連結。

政府 2024 年啟動的「桃竹苗大矽谷推動方案」，透過連結在地技術、創新能量及產業園區，讓桃竹苗地區在既有的科技基礎上，藉由半導體與 AI 等尖端技術，帶動新創企業及相關產業發展，培育兼具基礎建設、人才養成的完善生態系。進而打造深科技創新生態系，加速桃竹苗地區的新世代園區建構與轉型，並逐漸形成桃竹苗科技廊帶，為北部產業注入的創新動能，進一步擴大整體產業效益。

表 1-13 新創企業縣市分布—北部地區

單位：家，%

縣市別	家數	占比
總計	7,370	100
臺北市	4,466	60.6
新北市	1,460	19.81
新竹縣市	696	9.44
桃園市	622	8.44
宜蘭縣	79	1.07
基隆市	47	0.64

表 1-14 新創企業前 6 大應用領域—北部地區

單位：家，%

排名	領域	家數	占比
前 6 大領域總計		3,516	47.71
1	健康醫療與生技	952	12.92
2	電子相關硬體	629	8.53
3	媒體內容與娛樂	581	7.88
4	消費產品	491	6.66
5	食品與餐飲	452	6.13
6	資訊與網路服務	411	5.58

（二）中部地區：製造實力轉向智慧創新

中部地區以堅實的工業基礎與卓越的技術優勢，向來為我國製造業的核心基地，如今，中部不僅擁有完整供應鏈與豐富技術人才，更擁有一批具備研發創新的企業，帶動傳統製造升級為智慧製造與高科技領域，同時也吸引技術型新創企業進駐，與既有企業展開合作共創，為中部創業生態注入多元活力，打造新一波產業創新的動能。

新創企業家數累計達 1,269 家，以臺中市最多，占比為 71.08%，其次為彰化縣、雲林縣、苗栗縣等。在應用領域方面，工業製造 (12.29%)、食品與餐飲 (11.19%)、健康醫療與生技 (10.64%)、消費產品 (7.8%)、農漁牧及養殖 (6.3%) 以及電子相關硬體 (5.99%) 為前 6 大領域，合計占比達 54.22%。（表 1-15、表 1-16）

中部地區的新創企業以工業製造、食品與餐飲為主要領域，並仰賴當地學研機構提供技術與人才支援，其中逢甲大學位於臺中精密機械與光學產業聚落核心，設有數位製造合作社，專注於機械手臂與智慧機具的研發；中臺科技大學則與餐飲集團合作，提升學生與業界在食品與餐飲創新合作能量。此外，國立中興大學則為全臺首間設立公司登記的創業輔導友善學校，協助創業團隊從構想到實踐，扮演創業種子播送者與銜接深化輔導者的角色。

表 1-15 新創企業縣市分布—中部地區

單位：家，%

縣市別	家數	占比
總計	1,269	100
臺中市	902	71.08
彰化縣	122	9.61
雲林縣	95	7.49
苗栗縣	95	7.49
南投縣	55	4.33

表 1-16 新創企業前 6 大應用領域—中部地區

單位：家，%

排名	領域	家數	占比
前 6 大領域總計		688	54.22
1	工業製造	156	12.29
2	食品與餐飲	142	11.19
3	健康醫療與生技	135	10.64
4	消費產品	99	7.8
5	農漁牧及養殖	80	6.3
6	電子相關硬體	76	5.99

中部地區是傳統工業的核心聚落，也是我國西部科技走廊的重要樞紐，為進一步提升中部地區競爭力，並落實均衡我國目標，2025 年政府提出「中部精密智慧新核心推動方案」，依據在地產業特性與資源優勢，將臺中打造成精密機械與智慧製造中心、彰化為金屬製品與車輛零組件產業聚落、南投農業朝智慧化與精緻化發展、雲林則深化智慧養殖價值鏈，使中部地區成為創新發展的重要引擎。

（三）南部地區：從傳統工業走向高科技聚落

南部地區正經歷時代的轉型改變，從過往的金屬、石化等傳統工業，逐步邁向半導體、AI 及能源等高科技領域，伴隨著臺南科學園區的擴張與亞灣計畫的推進，南部已成為高科技創新的重要據點，從製造重鎮到高科技聚落，藉由能源科技、生技、文化創意與資訊服務等新興產業蓬勃發展，孕育出更具有彈性與包容性的創業生態系。

新創企業家數累計為 1,560 家，各縣市新創企業家數分布以高雄市最多，占比為 52.63%，涵蓋高科技與民生應用領域。在應用領域部分，健康醫療與生技 (10.26%)、工業製造 (9.81%)、食品與餐飲 (9.68%)、消費產品 (7.37%)、電子相關硬體 (6.35%) 和農漁牧及養殖 (5.71%) 是南部新創企業前 6 大應用領域，合計占比達 49.17%。（表 1-17、表 1-18）

南部的創業趨勢展現雙向發展的能量，新創企業不僅涵蓋高科技，在健康醫療與生技、工業製造都有亮眼表現，這股創新力量與學研機構密切相連，如國立成功大學、國立中山大學、南臺科技大學，透過育成中心及產學合作，提供專業輔導、資金支持與市場鏈結等資源。其中，國立成功大學設立跨校科研產業化平台，促進創意落地與國際鏈結；國立中山大學則透過創業競賽和產學合作，協助學生與校友將創新想法轉化為產品或服務，形成完整的產學共創；南臺科技大學的創新育成中心，整合學校資源及空間設備及結合產學、研發等資源，協助創業者孕育新事業，創造優良的培育環境。

表 1-17 新創企業縣市分布—南部地區

單位：家，%

縣市別	家數	占比
總計	1,560	100
高雄市	821	52.63
臺南市	531	34.04
屏東縣	108	6.92
嘉義縣市	100	6.41

表 1-18 新創企業前 6 大應用領域—南部地區

單位：家，%

排名	領域	家數	占比
前 6 大領域總計		767	49.17
1	健康醫療與生技	160	10.26
2	工業製造	153	9.81
3	食品與餐飲	151	9.68
4	消費產品	115	7.37
5	電子相關硬體	99	6.35
6	農漁牧及養殖	89	5.71

為了加速南臺灣產業的智慧升級轉型，政府於 2025 年啟動「智慧雨林產業創生計畫」，以「大南方新矽谷推動方案」做為基礎平臺及示範場域，鏈結大專校院，協助南部地區產業發展，而後再擴及到其他縣市與區域。計畫主要聚焦智慧商業服務、健康照護、資通訊產等產業 AI 應用服務，透過跨領域的合作模式，幫助企業將科技融入產品和服務，提升附加價值。同時也鼓勵產學合作，組成跨科系團隊，共同發展 AI 技術全面提升數位競爭力。

（四）東部地區：永續創新與文化融合的新典範

近年來，東部地區以獨特的地方文化、自然資源與生活方式，從傳統的農業觀光型態，轉型為永續創新與文化創意並重的創業基地，在地創業者運用科技發展精緻農業與生物應用，同時結合原住民文化特色與自然景觀資源，打造生態旅遊服務與文創產業品牌，並逐步建立以文化傳承、永續發展的創新模式。

新創企業家數累計為 154 家，臺東縣家數占比為 59.09%，花蓮縣的占比則為 40.91%；東部的創業趨勢顯示出地方資源結合創新的強大潛力，東部區域新創企業應用領域以食品與餐飲 (28.57%) 為主，其次為社群與生活 (16.23%)、農漁牧及養殖 (10.39%)、消費產品 (9.74%)、媒體內容與娛樂 (6.49%)、自然永續與社會影響力 (5.19%) 等，這幾個領域合計占比超過 7 成。（表 1-19、表 1-20）

表 1-19 新創企業縣市分布—東部地區

單位：家，%

縣市別	家數	占比
總計	154	100
臺東縣	91	59.09
花蓮縣	63	40.91

表 1-20 新創企業前 6 大應用領域—東部地區

單位：家，%

排名	領域	家數	占比
前 6 大領域總計		118	76.62
1	食品與餐飲	44	28.57
2	社群與生活	25	16.23
3	農漁牧及養殖	16	10.39
4	消費產品	15	9.74
5	媒體內容與娛樂	10	6.49
6	自然永續與社會影響力	8	5.19

東部地區的新創企業在食品與餐飲、社群與生活具有不錯的發展，凸顯地方資源結合創新的強大潛力，其中與學研機構的能量相關，例如國立東華大學打造花蓮在地產業創生聯盟，將東部資源化為創業動能，發高價值、客製化商品，讓新創企業的創意落地，也呈現學研機構與企業共創的成果，完成從萌芽到成長的完整循環。

東部地區擁有得天獨厚的自然資源，塑造出有別於西部的發展模式，將樂活、慢活與休閒等生活型態融入產業中，促使花東結合屏東地區發展成為「慢經濟、優生活、智慧城鄉」示範區域。2025 年政府啟動「東部慢活城鄉」，以推動新綠色產業為核心發展，著重於低污染、高附加價值的產業模式，結合地方特色與永續發展理念，塑造具有國際競爭力的經濟架構，同時注入創新動能、提升地方活力，也為創業者開拓更寬廣的發展舞台。

二、創業城市崛起，我國創業能量全面擴散

根據瑞士研究機構 StartupBlink 發布的全球創業生態系報告，2025 年臺南與高雄表現亮眼，臺南由第 446 名躍升至第 237 名，高雄則從第 600 名進步至第 451 名，顯示南部正快速累積創新動能，也突顯各城市在產業布局與創業環境的優勢，也突顯各城市在產業布局與創業環境的優勢，為更全面掌握國內六個主要城市於創業生態系中的表現，以下將逐一介紹其發展現況與特色。

（一）臺北市：創業資源最完善的創新基地

臺北市匯集多元創業資源，從加速器、育成中心到各式園區與新創基地一應俱全，成為發展新創事業最具優勢的城市，新創企業家數為全臺最多。在產業分布上，新創企業主要集中在健康醫療與生技、媒體娛樂及消費產品等領域，顯示臺北市在生技園區及相關政策加持下，吸引許多相關領域的新創企業聚集。

臺北市共有 891 家投資機構，居全臺之冠，也是投資機構設址的首選與國內重要的金融中樞。在政策方面，臺北市透過從資源補助、AI 技術支持、國際化計畫及大型創新活動，協助新創企業成長並拓展海外市場，不僅提升城市的國際創新能見度，也強化區域新創生態系的整體活力。整體而言，臺北市擁有豐沛且完善的創業與投資資源，持續展現領先地位，成為全臺創新發展的重要標竿。

（二）新北市：以四大支持策略與產業布局，打造新創企業成長的友善環境

新北市是全臺人口最多、產業鏈最完整的直轄市，擁有成熟的交通系統、電子製造供應鏈、生醫研發能量與完善的物流網路，帶動了城市的創新動能，使新北市逐步形成兼具規模、多元性的創業生態。在新創企業支持上，新北市主要從場域提供、創業輔導、行銷推廣、資金媒合四大面向著力，並設置多座具主題特色的青創基地，依產業需求提供進駐與資源，同時也透過主題式創新創業活動行銷等方式，提升新創企業的能見度與市場接觸機會。

在產業布局方面，新北市積極打造以 **AIoT**、生醫、半導體為核心的新創示範平台，並串聯加速器、研發單位與人才培育資源，吸引企業與新創進駐，而產業高度聚集的環境，也為新創企業提供更有利的落地試驗機會，並促成與企業供應鏈的策略合作。整體而言，新北市的創業政策聚焦於協助新創企業加速進入市場、累積商業能力並提升能見度，並支持新創企業在成長階段取得更大的發展空間。

（三）桃園市：政府與創育機構共同協力，帶動新創企業發展

桃園市憑藉其鄰近臺北的地理優勢、國際機場的便利性及深厚的工業基礎，創業生態系正蓬勃發展，其中的關鍵在於地方政府的積極推動與創育機構的幫助。目前桃園市共設有 11 處新創基地，如專注於創新產品與技術的「青創指揮部」，以及發展 XR 與元宇宙應用的「安東青創基地」等。在加速器方面，桃園市政府成立了「桃園天際線 Skyline 加速器」與聚焦 AI 數位轉型的「A8 桃園智慧產業加速器」，透過國際鏈結與產業串連，帶動新創企業發展，並進一步提升能見度。

桃園市亦吸引國際知名的「Plug and Play」進駐，預計每年培育 20 至 30 家創業團隊，大幅強化了桃園與國際的連結。學術資源方面，桃園市政府整合 13 所大專院校成立「桃園校園創業聯盟」，透過「一校一特色」模式與競賽，打造校園創業圈。桃園市正逐步轉型為產學協作與國際鏈結優勢的創新重鎮，持續引領我國新創企業發展。

（四）臺中市：結合政策優勢與學研能量

臺中市已成為我國中部地區創業的核心引擎，其創業生態系正處於持續活躍與茁壯，臺中市的吸引力源於其獨特優勢，不僅擁有溫和氣候與獲獎肯定的高度宜居環境，更具備高鐵、國際機場與持續擴展的捷運網絡等便捷交通。此外，臺中市具有產業實力，其中，大肚山黃金縱谷的精密機械產業聚落，為工業製造與其他硬體領域的新創企業提供合作與實踐場域，也為城市開闢了多元的產業新路徑。

臺中市在新創生態的蓬勃發展，得益於政府與學術界建構的全面支持網絡，在政策層面，「中部精密智慧新核心推動方案」將臺中市定位為精密機械與智慧製造中心。臺中市政府建立「臺中市青年一站式創業入口網」整合創業活動、競賽資訊、基地諮詢

等資源，並藉由創業貸款與補助，直接挹注資金活水。臺中市擁有 17 所大專院校提供技術與人才，其中，國立中興大學為國家科學及技術委員會科研產業化平台中承擔整合盟校力量的重要角色，並透過學研合作與育成機制，協助研究成果加速商業化，同時拓展人才多元發展。

（五）臺南市：從文化首都到科技新都，打造新創生態新樣貌

臺南市是我國歷史最悠久的都市，擁有「文化首都」美名，不僅活化文化觀光資產，同時發展「南部科學園區」與「沙崙綠能科學城」雙核心，打造新興都市風貌。南部科學園區是全球唯一可量產 3 奈米晶片的聚落，帶動兆元產值；沙崙智慧綠能科學城聚焦綠能與智慧科技，吸引超過 90 家機構進駐。此外，臺南市政府亦透過創業貸款、數位與綠能轉型輔導等措施，積極建構從產官學到地方創生的完整支持體系，為創業生態注入豐沛活力。

臺南市的新創企業主要集中於健康醫療與生技、工業製造等領域，充分展現臺南創業生態系的成熟度與豐碩成果；另一方面，臺南市的創育機構資源豐富，為新創企業提供從落地到成長的全面支持，如「TTA 南部據點」提供空間、人脈與一站式服務。此外，各大專院校與法人機構設立的育成中心，提供技術導向的中長期輔導，針對具市場潛力的新創企業，例如國立成功大學「精準健康產業加速器」整合生醫與數位技術，加速商業化與市場擴張，並幫助新創企業進入醫療與健康照護產業。

（六）高雄市：結合政府與民間力量，促使新創企業加速前行

高雄市是南臺灣第一大城，擁有南部唯一的國際機場，同時具備全國最大國際商港，如今，高雄市在創業領域展現活力，包含「大港創艦新創基地」、「高雄智慧科技創新園區」等創業基地，為團隊提供輔導與資源。此外，近年國內外加速器的進駐，提供創業團隊從辦公空間、專業課程輔導，到商業驗證、國際對接等不同階段所需之協助，凸顯高雄的發展潛力。

隨著政府推動亞灣計畫，將 5G、AIoT 應用擴展至半導體、智慧石化、智慧港灣、智慧影視產業等高雄特色產業，發揮南部半導體的產業聚落優勢，提升產業價值與綜

效。另一方面，南部在地企業家成立的「新創 CEO 班」，與亞灣新創園合力搭建交流平台，現已成為南部最大的民間創業社群，展現高雄市兼具政府與民間資源的豐沛能量。

三、南臺灣異軍突起：從工業港都到亞洲新灣區的華麗轉身

高雄，正從過去的工業港都快速翻轉為南臺灣的創新基地；隨著中央與地方的大規模投入，「亞灣 5G AIoT 創新園區」和「TTA 南部據點」相繼落成，讓資源與資金大量且聚焦投入南部，並透過跨部會合作帶來前所未有的綜效，這股力量，更為南臺灣創業生態系吸引了各界目光。

（一）中央地方協力，打造創新走廊

以 5G AIoT、智慧應用等高度創新潛力領域為主軸，為南部新創企業發展提供了明確的方向，透過跨部會協作模式，有效解決了新創企業在技術驗證時面臨的法規障礙。例如，為確保 5G 專網的戶外測試順利進行，成功協調消防署與國家通訊傳播委員會等單位開放特定區域試驗頻譜，為新創企業打造了寶貴的「試煉場域」，這正是過往單一部會或地方政府難以獨立完成的突破。

地方政府則提供實體的空間與行政支持，串聯南部科學園區、路竹、橋頭科學園區到高雄的「半導體 S 廊帶」，逐步實現「大南方新矽谷」的願景，這種中央與地方的緊密合作，不僅是經費的投入，更是政策、法規與行政效能的整合，形成科技創新生態走廊。同時，亞灣新創園也積極鏈結北高雄的創育能量，如與國立高雄科技大學育成中心合作，推動南北高雄的資源交流，擴大生態系的腹地與影響力。

（二）國際資源匯聚，催生多元創業服務生態

隨著大規模計畫的推動，亞洲新灣區的「磁吸效應」逐漸顯現，吸引了國內外多元互補的創業服務資源進駐，過去南部相對缺乏的國際級加速器（如 StarFab、

SparkLabs Taiwan、BE Accelerator、SIC 永續影響力天使投資）紛紛進駐或與亞灣新創園合作，將其專業服務和網絡帶到南部建立夥伴關係。2025 年國發基金創業天使投資方案於亞灣新創園設立南部服務辦公室，大型雲端平台業者如微軟、Amazon 等也隨著輔導團隊將資源帶入南部，改變了過去資源過度集中北部的現象，為南部新創企業提供前所未有的多元輔導選項。

此外，基礎設施的快速發展，更為生態系成長奠定了基礎，如今的亞洲新灣區不僅交通便利，15 分鐘可達國際機場，周邊更匯聚了大型會展中心、星級飯店、會計師事務所以及外國銀行與機構，儼然成為南臺灣的科技新創門戶。這種完整的商業服務配套，讓亞洲新灣區不僅是新創企業的聚集地，更是一個功能完備、足以支持國際商務活動的核心區域。

自 2021 年以來，亞灣智慧科技創新園區已吸引超過 175 家國內外大廠及新創企業進駐，帶動近 230 億元投資、創造逾 538 億元產值與數千個就業機會。隨著 2023 年行政院核定「亞灣 2.0－智慧科技創新園區推動方案」，資源投入再加碼至 170 億元，計畫延長至 2027 年，預計可帶動 550 億元投資、2,200 億元產值與 4,200 個就業機會，這也顯示南部正成為新一波創業資源與產業升級重鎮。

（三）獨具在地特色，二代創業引領務實創新

南部地區的創業生態系特徵鮮明，有為數不少的「二代創業家」擁有家族產業的深厚背景與技術知識，透過數位轉型、商業模式創新或 ESG 解決方案，在既有基礎上開創新事業。這些創業家極為務實，相較於參加公開的募資媒合會，更傾向透過在地商會或私下的人脈網絡尋求高價值的合作機會。透過在地「信任」網絡來獲取訂單與合作機會。這形成了南部特有的創業文化，與一般新創企業的募資路徑有顯著差異。

同時，南部新創企業也有不少來自學研機構和產業資深工程師，例如國立成功大學、國立中山大學衍生的生醫、材料與化學技術團隊，共同構建了多元的創業面貌。這些創業團隊主要聚焦於 AI 應用與 IoT 技術，特別在智慧農業、養殖漁業及智慧工廠等領域展現深厚應用潛力。

（四）深化產業鏈結，共創轉型契機

南部地區的在地企業，特別是傳統產業與國營事業，對於新創企業的合作態度日益積極。在數位轉型與淨零碳排的雙重壓力下，許多企業（如李長榮化工、中國鋼鐵、中國石油、日月光）願意提出產業痛點，尋求創新的解決方案。這種「出題解題」的模式，使得新創企業能夠開發出更貼近市場需求的產品與服務，並獲得場域實證的機會。

國立中山大學南區促進產業發展研究中心等在地創育機構，則扮演重要的「橋樑」角色，協助新創企業與傳統產業克服溝通挑戰，將技術商業化並落地。創育機構長期觀察南部產業發展，了解在地產業的需求與考量，能有效地協助新創企業進行技術轉譯、市場驗證，並解決法規上的障礙，讓創新的解決方案能真正產生營收與社會影響力。這種合作模式，不僅為新創企業提供了進入市場的實際路徑，也提升了在地產業的創新動能。中山大學產發中心在地耕耘 17 年，輔導企業累計 278 家次以上，2022 年起聯手推動「微軟新創加速器」，成功培育累計 50 家新創企業，每年舉辦超過 70 場商機媒合，促成近 50 件潛在合作機會，導引新創人才及技術落地高雄，為在地產業的數位轉型提供創新能量。

例如，透過盤點產業需求，亞灣新創園掌握到峰安車業需要提升檢測設備的監控功能，為客戶提供定期渦輪保養與維修服務，提升產品的壽命與效能。協助媒合園區進駐新創企業解決方案，規劃渦輪增壓器的 AI 智能監控，透過車主回廠保養，保養廠即可針對渦輪使用情形，如油耗數據、磨損程度、壓力偵測，預先判斷渦輪維修保養，避免造成機油汙染軸承磨損及空氣汙染。或是，擘陞與台灣造船合作協助傳統製造業升級提供客戶智慧化服務，部署海事衛星通人工智慧與工業物聯網等技術，相關船舶數據將回饋給台船，有益於台船後續研發生產計畫，不僅提升船廠管理效率，縮短工進、降低人為錯誤，更透過即時數據戰情室航運業者修正減碳航運達到減碳效益，未來造船廠及航運業者可減少碳排達到永續經營目標。這兩個都屬在地企業與新創企業共創轉型的合作案例。

（五）劍指國際市場，全球化的雙向拓展

亞灣新創園肩負著推動南部新創企業國際化的使命，積極協助新創企業拓展海外市場並吸引國際人才來臺，配合政府新南向政策，積極與新加坡、印尼、菲律賓及日本等市場建立雙向交流管道，協助我國新創企業爭取海外商機，辦理新創企業與國際企業交流、媒合、座談、產品拓銷或國際型大型展會，2024 年協助超過新創企業約 90 家次參與。此外，透過與林口新創園的南北協作，推動「軟著陸計畫」，讓海外團隊能同時體驗我國北部與南部的創業環境與市場機會，擴大我國對國際人才的吸引力。例如，美國四軸機器人晶片設計公司看中我國製造品質與供應鏈優勢，希望在此尋找長期合作夥伴，選擇進駐亞灣。在亞灣新創園的協助下，成功對接到楠梓的電路板設計製造商，實現在臺生產的目標，展現了高雄作為國際硬體創新合作樞紐的潛力，亞灣正逐步成為一個讓國際技術與我國製造實力交會的節點，為在地產業的國際化注入新的活水。

總體而言，在政府投入與在地夥伴的積極響應下，南臺灣的創業生態系已展現出蓬勃的生命力，它不僅吸引了跨區域與國際的資源，更發展出緊密鏈結在地產業、充滿務實精神的獨特風格。從二代創新的內在驅動力，到產業共創模式，再成為國際新創企業的合作據點，高雄亞洲新灣區正從過去的工業重鎮，堅實地轉身為我國創新版圖中一個不可或缺的、充滿故事與機會的南方新矽谷。

第 4 節 結語

我國創新創業生態系的發展，正逐步形成以創新驅動為核心的經濟模式，這一過程得益於政府政策的持續推進、產官學研的協力合作，以及新創企業的蓬勃發展。在政策面上，政府以「創新創業雨林生態系」為核心，透過「亞洲·矽谷推動方案」、「優化新創事業投資環境行動方案」、「晶片驅動臺灣產業創新方案」，「五大信賴產業」、「AI 新十大建設」等方案，建立由法規鬆綁、資金導向、人才培育與創育機構串聯所構成的生態系，奠定新創企業發展的重要基礎架構。這些政策使創業環境更具延續性與整合性，不僅擴大資源可得性，也讓創業者能在不同發展階段獲得相應支持，形成推動產業升級與區域創新的長期動能。

從創新創業生態系上，新創企業的發展呈現多元化與專業化並進的特徵，新創企業涵蓋 AI、生技醫療、綠色能源、數位內容與智慧製造等多元領域，反映出我國創新能量與產業基礎的緊密聯繫，新創企業的技術應用不僅限於單一領域，而是透過跨域整合延伸至智慧交通、醫療科技與能源管理等新興場域；創育機構則構成新創生態的中介網絡，提供資金媒合、法務諮詢與國際合作管道；科研法人長期承擔技術轉化與智慧財產權加值應用的任務，透過創業加速與新創衍生模式衍生多家具市場潛力的新創公司。創育機構與科研法人不僅推動研發商品化，也建立創業者社群，使創業知識得以循環流動。在資金面上，天使投資人、VC 與 CVC 構成我國新創企業資金來源；國家發展基金透過投資引導與共同基金機制，帶動民間投資投入早期創業階段；而 CVC 的崛起，使大型企業能與新創企業協同開發技術，擴大創新網絡範圍。這些互動形成科研、育成與資金的動態循環，使創業活動具備更高的技術密度與市場擴散力，也讓創新成果能從研究端轉化為具產值的經濟活動。

我國區域產業創新具備不同的特色，北部地區仍為創新聚落核心，擁有最多的創業投資案與研發能量，聚焦於 AI、半導體、金融科技與雲端應用，形成技術密集與資金活絡並行的創業體系。中部地區以智慧製造與生醫技術為主軸，結合精密機械與醫材產業的既有優勢，發展出製造創新導向的新創模式。南部則以高雄亞灣新創園及臺南沙崙智慧綠能科學城為雙引擎，推動能源科技與數位應用，顯示創業活動已從科技導向擴展至永續導向。東部地區近年以文化內容、觀光科技及永續應用為發展重點，透過地方創育中心與青年創業基地，展現創業能量的在地化趨勢。這也顯示我國創新創業生態系的能量已在各地發展出自我的樣貌，亦由產業鏈核心延伸至地方產業，形成良好的創新發展格局。

我國創新創業生態系的成形，不僅是政策引導的成果，更是市場、科研與創業社群共同演化的體現，從制度設計到市場應用，創業活動已成為推動國家經濟轉型的重要動能與基礎。下一章將聚焦於政府推動創業的主要措施，說明政府如何透過制度設計與具體措施，強化資金、人才、市場與其他綜合措施的支持，與臺灣新創資訊平台的整合應用，並以政策案例呈現創新創業資源在全國推動的成效，進一步揭示我國推動創新創業政策資源普及化的策略方向與成果。

第 2 章 創新創業政策資源

重點摘要

我國政府持續打造開放、資源豐沛且易於取得的支持環境，為創業者提供創業各階段實質支持。本章首先整理各部會的推動政策措施與執行成果，說明政府如何協助創業者持續發展，接著介紹臺灣新創資訊平台，提供新創企業資料庫、趨勢研析與投資媒合服務；最後，透過新創企業案例，呈現政策資源在新創企業發展過程的具體支持效果。

● 創新創業措施

- 政府提供資金、人才、市場及其他綜合措施，協助新創企業順利成長，在資金面，透過融資貸款、獎補助與投資措施，擴大新創企業資金管道；在人才面，藉由校園創業教育、專業技能培訓，提高創業知能；在市場面，推動大小企業合作、提供實證場域，以及鼓勵新創企業參與國際展會，促進新創企業取得訂單拓展商機；其他綜合措施則有技術、競賽、輔導諮詢及法規，與其他創業措施串連，形成完整的政策支持系統。

● 臺灣新創資訊平台

- 作為生態系的資訊基礎設施，FINDIT 平台彙整國內最完整的新創企業數據與投資動態，並導入 AI 技術優化搜尋媒合功能，深化數據洞察以支援政策制定及強化募資輔導，消除募資資訊不對稱，為資金市場參與者帶來重大價值。此外，透過定期發布的趨勢報告與媒合活動，不僅提升市場透明度，更成為政府制定精準政策與投資人發掘案源的關鍵依據。

● 運用政策資源的創業案例

- 本章以三家創業案例說明新創企業如何運用政策資源轉化為實際市場價值，呈現政府輔導新創企業的政策成效與實際落地成果；起而行綠能深耕電動車充電技術，運用科研計畫驗證商業模式，以非均流充電技術與 ODM 模式切入市場，成功將技術轉化為國際訂單布局全球；東聯互動專注移工跨境金融，運用 AI 與法遵科技解決匯款痛點，獲國發基金支持並成功上櫃，以國內市場為基礎，進軍東南亞推動普惠金融；豐趣科技配合政府觀光政策發展旅遊服務平台，整合票務與供應鏈，掌握國內八成電子套票市場，並攜手地方政府與通路推動在地化旅遊解決方案。

第 1 節 創新創業措施

根據 2023~2025 年台灣新創生態圈大調查，創業團隊與新創企業對政策的需求與使用有感前 10 大項目為，創業補助、創業貸款、育成加速、實體創業服務據點、創業培訓課程、線上創業服務平台、在地創業育成、創業獎項及法規開放。從歷年分布來看，資金相關措施，如創業補助與創業貸款，三年間皆穩定位居前段，顯示在高風險、高不確定性的創業環境中，政府部門所提供的資金措施是創業者啟動創業、繼續創業最重要的支持。（表 2-1）

除資金之外，育成加速、實體創業服務據點、創業培訓課程、線上創業服務平台等措施，這些政策資源皆屬於創業的基礎條件，涵蓋人才培育、市場資訊服務、資源銜接，亦長期進入前 10 名，且整體排名趨勢向上，這反映政策已有效建構創業環境。創業團隊與新創企業對我國政策支持之認同與 GEM 的評比結果一致，我國創業政策措施的支持度與適切性位居全球第 3。

政策排行反映創業趨勢與挑戰，同時也呈現國內政策資源與時俱進，回應創業趨勢與挑戰。創業培訓課程與線上創業服務平台排名提升，表示創業者對法務、財務、人資、營運與市場等實務知識的需求升高，且對可即時取得、具系統性的資訊服務有感；在地創業育成於 2025 年快速上升進入前 10 名，則顯示新創企業對區域型支持與在地產業連結的實質需求開始浮現，更重要的是，新創企業的新需求獲得政策充分支持。近年，國內政策致力於區域平衡，政策資源的配置逐步從中央出發結合地方政府、在地產業與區域育成體系後，政策措施的實用性提高，使新創企業能在其實際營運所在地獲得支持，進而表現在對政策的有感程度上。

表 2-1 創業政策需求與使用度

政策類型	2023 排名	2024 排名	2025 排名	三年排名變化
創業補助	3	1	1	穩定前五
創業貸款	4	5	2	穩定前五
創業培訓課程	10	7	3	上升明顯
育成加速	2	3	4	穩定前五
線上創業服務專線／平台	8	8	5	上升明顯
實體創業服務據點	6	4	6	屬於中間段
在地創業育成	13	12	7	新進項目
創業聚落	5	2	8	屬於中間段
創業獎項	7	6	9	穩定前十
法規開放	9	10	10	穩定前十

隨著時間推移，創業團隊與新創企業逐步成長，需求也會出現變化，2025 年調查資料顯示新創企業在種子期階段，最重視能直接支持創業的政策資源，包括創業補助、創業貸款、紓困性支持措施。此一階段的新創企業多處於產品與商業模式驗證期，營收來源尚未穩定，也沒有具體的產品或服務可說服外部投資人或金融機構，因此對資金型政策工具的依賴程度高。同時，種子期對創業培訓課程與育成加速亦維持一定重視，說明其仍高度仰賴外部經驗與專業指導，以降低初期決策風險。

當新創企業逐步成長並進入成熟期，新創企業對前述資金補助、通用型輔導資源，如創業培訓課程、育成加速的仰賴程度即逐漸下降。此時，企業已具備基本經營能力與內部專業，對於政策資源的需求轉為能協助其拓展市場、深化產業連結與取得專業服務的資源，例如企業合作媒合、國際市場對接與專業顧問服務，凸顯政策工具需隨新創企業發展階段調整其介入方式與支持重點，持續成為幫助新創企業走向規模化、國際化的助力。

我國整體政策資源於 2025 年新增 26 項，累計已達 90 項政策措施，逐步形成一套完整的支持體系，協助降低新創企業在資金、人才、市場與法規等面向的進入門檻，

提高創業成功率。本節彙整各部會所推動之創業支持措施，並依其性質加以分類，涵蓋資金支持、人才培育、市場連結，以及跨面向的綜合性協助。相關措施係由各部會依其政策職責與業務範疇規劃與執行，呈現我國創業政策在制度設計上採取分工協作、相互銜接的推動模式。本節所收錄各措施的推動內容、適用對象與執行成果，係依各部會計畫回覆內容進行彙整，執行成果為 2025 年之成果。

一、資金

資金是新創企業得以維持營運並持續成長的關鍵基礎，為回應不同創業階段與創業族群的實際需求，政府透過融資、獎補助與投資等多元工具，提供新創企業所需的資金支持。在融資方面，各部會以優惠貸款方式，協助青年、女性及中高齡等各族群投入創業，降低創業初期的資金門檻，促進多元族群參與創業活動。同時，透過校園創業獎勵措施，鼓勵學生嘗試創業；並以技術研發補助，引導創業者投入關鍵技術與創新應用的開發。在投資方面，政府推動大型投資方案，鎖定新興產業與具成長潛力的新創企業，不僅直接挹注資金，也藉由政府帶頭投資，吸引民間資金共同參與，發揮拋磚引玉的效果，進一步擴大國內整體創業投資規模。以上資金措施由國家發展委員會、國家科學及技術委員會、經濟部、數位發展部、勞動部及文化部等部會提供，共同建構出國內整體的創業資金支持體系。

（一）融資

經濟部中小及新創企業署推動「青年創業貸款」，提供青年創業者低利貸款，2025 年提供貸款金額為 81.39 億元；為協助小規模企業、中小企業取得貸款，推出「企業小頭家貸款」與「中小企業創新發展專案貸款」，前者 2025 年貸款金額達 11.77 億元，後者貸款金額為 400 萬元。經濟部產業發展署所推動的「智慧財產價值展翼計畫」，協助新創企業與中小企業以專利等無形資產作為借貸評估條件，申請金融機構貸款，至 2025 年底，已促成 13 家企業取得 2.8 億元的融資資金。

文化部以「支持文化創意產業貸款利息補貼」、「文化創意產業青年創業貸款利息補貼」提供利息補貼，降低文創業者以及青年文創業者的還款負擔，至 2025 年底，前者獲得利息補貼的貸款總額達 1.95 億元，後者則為 7,098 萬元。勞動部勞動力發展署推動「微型創業鳳凰貸款」鼓勵女性、中高齡者與離島居民投入創業，2025 年貸款總額達 1.88 億元；另有「就業保險失業者創業貸款」、「失業中高齡者及高齡者創業貸款及利息補貼」、「家庭暴力被害人創業貸款補助辦法」及「特殊境遇家庭創業貸款補助辦法」，協助失業者及家庭特殊狀況者取得創業資金，相關內容詳見附錄 2。

（二）獎補助

經濟部中小及新創企業署推動「小型企業創新研發計畫 (SBIR)」，補助中小企業及新創企業開發創新技術、產品或商業模式，2025 年核定補助金額達 1.61 億元，帶動 2.35 億元研發投入。經濟部商業發展署則以「產業升級創新平台輔導計畫」鼓勵新創企業開發高價值產品，2025 年已補助 43 家新創企業並帶動 13.6 億元額外投資；依不同產業推出獎補助措施，如「服務業創新研發計畫」目的在於引導服務業者進行技術、流程與商業模式創新，朝向智慧化與低碳化發展；「IDDI 設計驅動產業創新補助」則是鎖定製造業及設計服務業，鼓勵業者開發新產品與商業模式。前者補助 80 家新創企業，帶動 4.41 億元額外投資；後者則有 12 家新創企業獲得補助，促成超過 2,900 萬設計投資。

教育部青年發展署為促進在校生及畢業生的創業意圖，推動「U-start 創新創業計畫」，提供創業補助、創業門診、實地訪視以及社群連結等服務，使創業團隊能運用校內育成資源，展開創業活動。2025 年累計補助金額 6,900 萬元，協助 88 組校園創業團隊推進創業規劃。獎補助措施亦實施至新創企業的國際參展上，經濟部國際貿易署推動「經濟部補助公司或商號參加海外國際展覽業務計畫」，補助新創企業與中小企業赴海外參與國際展覽，2025 年已協助 11 家新創企業參加 15 項國際展會。另一方面，數位發展部數位產業署推動「數位新創應用獎勵計畫」，透過公開遴選機制，表揚具備初步市場實績且具高成長潛力的新創企業，並提供獲獎企業補助金，支持其參與國際展會，以提升國際能見度與市場拓展機會。

（三）投資

國家發展委員會推動「行政院國家發展基金創業天使投資方案」，藉著與天使投資人共同投資的方式，協助新創企業取得營運與成長所需資金，並透過公私共投機制放大早期資金投入效益。2025 年該方案累計投資金額為 4.15 億元，並帶動民間投資 18.74 億元。此外，國家發展委員會亦與各部會合作，推動主題式百億投資方案，透過專責投資計畫引導資金投入具政策重點的新創與成長型企業。其中，數位發展部數位產業署推動「加強投資 AI 新創實施方案推動計畫」，2025 年已遴選 36 家 AI 新創企業，投資金額 4,100 萬元，帶動民間投資 1.01 億元；經濟部中小及新創企業署的「加強投資中小企業實施方案（第二期）」2025 年投資 22 家中小企業，投資金額為 9.07 億元，帶動民間投資 47.38 億元；文化部推動「加強投資文化創意產業實施方案（第二期）」，2025 年投資金額為 19.78 億元，帶動民間資金 37.75 億元；環境部推動「加強投資綠色成長淨零產業實施方案」，2025 年共遴選 17 家新創企業，並於 11 月完成首件投資案。

在早期資金媒合方面，經濟部中小及新創企業署透過「臺灣新創資訊平台 FINDIT」，整合新創資料、投資資訊與市場動態，作為投資人與新創企業之間的重要對接窗口，協助具潛力的新創企業更順利進入募資流程。2025 年共促成 11 家新創企業獲得投資，直接促投家數為 3 家，累積投資金額達 6.2 億。金融監督管理委員會監管、臺灣證券交易所設置「臺灣創新板」調整上市條件的重點，強調技術創新、未來成長潛力與多元指標評估，讓尚未達到獲利但具技術或市場潛力的新創企業也能申請上市，2025 年共有 4 家企業於創新板掛牌，累計 IPO 籌資金額達 15.67 億元。

二、人才

政府部門在支持創業發展的人才措施上，主要區分為「育才」與「攬才」兩大類型，其中育才措施有三大目的，第一，培育創業人才，透過課程、輔導、創業諮詢，提升其將構想付諸行動的能力；第二，強化科研人才的創業知能，如商業化、智慧財產與市場導入等，促進科研成果落實應用；第三，對於已投入創業的創業者，政府提供持續性的輔導與能力提升支持，協助團隊在不同成長階段強化經營韌性，提高存活與成長的可能性。

攬才的核心目的在於強化我國創新創業生態系的國際連結，政府透過引進國際人才措施，吸引具專業技術、產業經驗或創業潛力的外籍人士在臺工作與定居，並藉由簡化簽證、居留、就業與生活配套等行政流程，提升其長期留臺發展的誘因。在國家發展委員會、國家科學及技術委員會、經濟部與勞動部等部會的共同努力下，政府培養本地人才實力，同時也推動我國創新創業生態系升級為更具國際開放性的環境。

（一）育才

經濟部中小及新創企業署推動「Taiwan Startup Hub 新創基地」，聚焦數位與智慧科技應用領域，提供創業團隊與新創企業工作空間、資源媒合等服務，2025 年已完成 18 家新創企業及創業團隊進駐，並辦理 10 場國際主題交流活動。此外，「中小企業網路大學校」以數位學習平台的方式提供中小企業與新創企業產業新知及專業技能，例如 AI、數位轉型與產業應用等相關課程，補足企業數位與 AI 能力；「0800-589168 創業諮詢專線」以一對一專業顧問輔導的方式了解創業者的資源需求、對接合適資源，降低創業的摸索成本，2025 年「中小企業網路大學校」已培育 1,724 位 AI 人才，「創業諮詢專線」累計服務 5,834 人次。另針對高成長潛力新創企業，Taiwan Accelerator Plus (TAcc+) 以「顧客開發優勢」為核心理念，提供捏塑創造 (Create) 與輔導推進 (Propel) 兩階段新創培育課程，並結合國際商務媒合輔導，協助具成熟度之新創企業對接海外市場與投資資源。同時，搭配後勤資源、新創教練群、資源鏈結輔導員及國際業師群等支持，形成從創意驗證、商業模式深化到市場拓展之加速培育機制。2025 年共培育 50 組創業團隊，全年度累計募資金額達新臺幣 3.07 億元。

國家科學及技術委員會以學界創業團隊為主要對象，推動「創新創業激勵計畫 (FITI)」，協助團隊在早期階段取得創業資源；同時透過「科研創業計畫」，支持科研團隊將具原創性與商業潛力的技術成果轉化為可市場化的產品與服務。前者於 2025 年已培育 69 組新創團隊、273 位青年創業種子，並衍生成立 13 家新創企業；後者亦促成 7 家新創企業設立。除著力促進國內科研創業外，國家科學及技術委員會亦透過「X Talent」計畫，選送具潛力的產業人才赴海外企業研習，2025 年共遴選 10 位人才赴美，協助新創企業建立國際連結與合作契機。

勞動部勞動力發展署所推出的育才措施有兩類，一是透過辦理創業研習課程與專業諮詢服務，幫助創業者建立創業能力的「創業諮詢輔導服務計畫」，2025 年已完成 8,255 人次參與研習；二是以「小型企業人力提升計畫」，提供企業在職員工進修訓練，此措施可減輕新創企業的人才培養成本，至 2025 年底完成 4,901 人次在職訓練。

（二）攬才

國家發展委員會推動「就業金卡」，提供國外專業人士在臺工作與轉職的友善制度，就業金卡採簽證、居留與工作許可整合設計，使持卡人在有效期間內可自由尋職、就職或轉換工作，無須因更換雇主而重新申請簽證，大幅提升國際專業人才在臺發展與轉職的彈性。國家發展委員會並透過「Talent Taiwan」提供來臺前申辦指引及來臺後的生活與職涯諮詢，協助國際人才更快融入本地環境，2025 年就業金卡累計核發 14,907 人次，Talent Taiwan 於 2025 年的每月服務量均超過 3,500 人次。「遊牧臺灣辦公室」推出數位簽證服務，為遠距工作者來臺發展開闢新管道，並串聯國內及亞洲鄰近國家共 50 個數位遊牧社群，擴大跨境人才交流與連結。經濟部中小及新創企業署推出「創業家簽證」，提供國外創業者免先設公司、兩年居留期限與資源銜接服務，吸引國際創新創業人才來臺發展，已有 67 人次申請。

三、市場

創業團隊與新創企業在市場開拓階段，易面臨客戶取得不易、驗證成本高、通路與國際市場資訊等挑戰。政府透過合作、驗證與國際化等市場連結措施，一方面協助新創企業與既有企業及政府部門建立合作關係，形塑國內企業合作網絡，促進技術與實際客戶需求對接；另一方面，透過創新聚落與實證場域，讓新創企業的技術或服務有機會先在實際使用情境中被檢驗與修正，再逐步連結潛在客戶與合作夥伴，降低從研發走向市場的風險與成本；同時，經由組團參與國際展會，協助新創企業提前理解海外市場的應用脈絡與合作模式，為後續拓展海外市場奠定基礎。國家科學及技術委員會、經濟部、金融監督管理委員會、數位發展部、教育部、原住民族委員會別依其政策職掌與治理角

色，從科技、產業、金融、人才與特定族群等面向，提供相應的市場連結與支援措施，形成完整的市場支援網絡。

（一）合作

國家科學及技術委員會設立「臺灣科技新創基地 (TTA)」及「臺灣科技新創基地 (TTA) 南部據點」，以培訓課程、展會與資金管道並提供場域驗證與投資合作，協助深科技團隊拓展市場，前者 2025 年協助新創企業取得國內外投資共 40.55 億元，後者取得國內訂單 2,569 萬元、國際訂單 3,880 萬元。經濟部中小及新創企業署推動「亞灣新創園」，打造南臺灣國際級聚落，協助新創企業對接市場及帶動商機，2025 年共 113 家企業進駐，預估促進 9.36 億元商機。

經濟部中小及新創企業署透過採購與共創機制，連結新創企業與市場客戶，「新創採購」則透過政府機關出題、新創解題的方式，讓政府的實際需求成為新創企業的市場機會，形成可持續的合作與採購關係，2025 年協助 35 家新創企業取得政府契約、促成約 1.6 億元訂單。另外，「新創賦能中小企業升級轉型輔導計畫」以企業合作為核心，依中小企業實際需求媒合新創企業的解決方案，促成雙方在產品、流程或服務上的共創合作，協助企業推動升級轉型，已促成 41 案共創合作，輔導 509 家中小企業進行升級轉型。此外，「中小及新創企業創育機構發展計畫」以創育機構為補助對象，促使創育機構系統性整合創業輔導資源，陪伴企業成長，進而協助新創企業獲得投資、取得訂單，2025 年促成超過 29 億元的投資與訂單成果。「促進社會創新合作計畫」以採購作為切入點，促成企業與公部門支持社會創新產品與服務，2025 年共 80 家社會創新組織的產品與服務獲選為社創選品，供企業及社會大眾採購。

（二）驗證

數位發展部數位產業署推動「智慧雨林產業創生計畫－健康照護產業」，以 AI 與資通訊技術在醫療場域的實際應用為重點，讓新創企業進入醫療現場進行測試與導入，增加取得訂單與市場驗證的機會，2025 年已促成 139 個健康照護場域導入數位科技應用。經濟部產業發展署所推動的「創新醫療產品市場准入價值推升計畫」輔導新創企業

訂定商業模式與市場定位，並透過實際臨床場域驗證產品效益，2025 年已輔導 3 家數位醫材公司於國內醫院完成臨床驗證，以及臨床效益與經濟效益評估。在醫療領域，衛生福利部推動「智慧科技醫療器材專案諮詢輔導服務」，協助資通訊產業與醫療端業者進行產品開發與上市準備，共輔導 6 案取得智慧醫療器材產品上市許可，協助創新產品實際導入市場應用。

金融監督管理委員會的「金融科技創新園區」，提供新創企業與金融機構諮詢、輔導與媒合的交流平台，協助金融科技創新落地應用，已舉辦超過 320 場諮詢輔導與媒合商談，並輔導 70 家國內外新創企業、科技業者與金融機構。原住民族委員會為扶持原住民族企業進行小規模市場驗證、產品研發與加值應用，「輔導創新研發計畫」共補助 5 間企業進行研發，開發 17 項新產品或服務。

（三）國際

經濟部國際貿易署推動「補助廠商分散及開拓海外市場計畫」，主要目的是協助新創企業及中小企業在海外設立展示或服務據點，讓產品與服務更貼近當地市場，共核定 17 件企業補助案。而國家發展委員會推動「國家新創品牌 Startup Island TAIWAN 及東京、矽谷海外基地」，帶領新創企業參與重要國際展會，並串聯當地投資人、加速器與產業網絡，協助新創企業實際落地海外市場，已促成逾 20 家新創企業成功拓展當地市場。

同時，國家發展委員會亦推動「強化創新創業國際鏈結補助計畫」，透過舉辦國際新創論壇與交流活動，協助國內新創對接海外資源，已補助 31 家新創企業鏈結海外資源；並由「亞矽暨 AI 政策執行中心」邀請新創企業參與國內外展會與媒合活動，並選送具潛力的新創企業參與國際創業課程，共計 16 家新創企業向國內外投資者展示創新解決方案，並選送 8 位學員赴美參與課程。此外，「臺灣－柏克萊生醫創新加速計畫」則聚焦生醫領域，選送具潛力的創業團隊赴海外接受培訓，協助其深化技術與國際合作，已選送 8 家團隊赴美，促成 4 件合作案，並獲得 7 項國際獎項。

經濟部中小及新創企業署以輔導培訓、參訪交流、產業媒合、落地實證、商務對接等多元方式協助新創企業與國際鏈結，透過國際創業聚落 Startup Terrace、新創加速器

TAcc+、國際創新創業訓練營 G Camp 等多項措施協助推動，2025 年帶領 116 家次新創企業前往美國、波蘭、葡萄牙、日本、馬來西亞、新加坡與中東等重點市場深耕拓展，與當地新創生態夥伴單位合作；另帶領新創企業透過培訓課程、商業參訪及參與國際展會與活動，如美國 CES、Select USA 及 New York Tech Week、波蘭 Wolves Summit、葡萄牙 Web Summit、日本 Ramen Tech、東京永續產品會展與 Medical Japan、馬來西亞 Selangor Smart City & Digital Economy Convention (SDEC)、杜拜 GITEX 及新加坡 Singapore Week of Innovation and Technology (SWITCH)，共計 11 場次。

藉由國際拓展活動，協助國際新創企業前往海外市場，2025 年全球共有 48 家新創企業入選 SelectUSA Tech 決賽，我國共 9 家新創企業入選，超越印度、南韓、以色列、英國等國入選隊伍數，於 2024 年及 2025 年我國連續成為全球入選隊數最多的國家，新創企業神瑞人工智慧奪得 Open Tech 類別第三名。另在新加坡 SWITCH 2025 競賽，新創企業星相科技用射頻晶片擊敗全球 6800 家競爭者，獲得前 12 強的佳績。

四、其他綜合措施

為扶持創業團隊與新創企業因應技術產品開發、創業者如何快速找到對的資源與專業、以及在不確定情境下如何降低營運風險等綜合性議題，我國政府已配置其他綜合類的措施，作為資金、人才與市場措施的補強與串接，讓創業團隊與新創企業能在不同階段獲得可用的工具與協助管道。綜合類措施涵蓋三類，諸如透過技術輔導與資源投入，協助新創提升技術能量與商品化準備度；競賽與選拔機制，用以發掘潛力團隊、提供成果展示與後續資源導入；創業輔導諮詢服務，協助新創企業在治理、財務、法遵與營運等面向獲得專業協助，提升企業營運成熟度。這類橫跨多面向的綜合措施，主要由國家發展委員會、金融監督管理委員會、經濟部與衛生福利部等部會依政策定位分別推動。

（一）技術

金融監督管理委員會推出「金融科技發展與創新實驗條例」及「金融業申請業務試辦作業要點」，採用創新實驗與業務試辦兩種機制並行，讓創業團隊能在安全環境中

進行測試，進而發展金融商品與服務，已核准創新實驗及業務試辦 28 件。經濟部中小及新創企業署以「中小企業升級轉型新創解題」鼓勵新創企業與中小企業共同合作創新研發，促進中小企業攜手新創企業外部創新，2025 年通過 10 案企業合作，帶動商機 1.41 億元。

為加速國內科研成果商業化，經濟部產業技術司首先透過「學研合作創新創業計畫」，協助仍處於種子階段的學研團隊釐清客戶需求，並完成初步產品或服務驗證，至 2025 年底共補助 18 家創業團隊。接著，再以「科專事業化生態系推動計畫（TREE 計畫）」及「科研成果價值創造計畫（價創 2.0）」，協助創業團隊將研發成果對接市場需求，進一步發展為具營運能力的新創企業，2025 年 TREE 計畫已衍生 6 家法人新創公司，價創 2.0 則培育 16 家新創企業，促成 26 件創新產品或科技服務。

在此基礎上，為活化科研成果並擴大技術投資動能，經濟部產業技術司推動「A+ 企業創新研發淬鍊計畫－前瞻技術創業投資計畫 (A+STEP)」，補助創投與新創企業投入前瞻技術研發，鼓勵企業擴大研發布局，2025 年已促成 9.8 億元研發投資，創造 5.2 億元產值。另有「無人載具科技創新實驗計畫」，開放產學研單位進行創新實驗，協助新技術在實際環境中測試與精進，共培育 16 家新創企業，並促成 26 件創新產品或科技服務。

在降低制度門檻方面，經濟部智慧財產局推動「新創產業積極型專利審查試行作業方案」，讓新創企業提出的發明專利可優先審查，最快於 4 個月內取得專利；同時透過「設計專利加速審查試行作業方案」，協助新創企業縮短設計專利的取得時間。2025 年前者共受理 66 件申請案、48 家公司參與，後者則有 4 家企業提出申請，並已有 6 件專利獲准。

交通部以「氣象資源創新試用方案」開放氣象資料供新創加值應用，降低跨領域研發與驗證門檻，有 6 家業者通過審核；經濟部產業發展署則透過「智慧電子晶片發展計畫」，建置晶片設計育成中心與實作基地，提供新創企業所需的技術支援，加速產品開發進程，已協助 2 家新創企業取得相關資源；農業部推動「農業育成營運及輔導能量優化計畫」，協助科技農企業協助取得市場拓展機會，共有 11 家廠商參加展會及拓展市場，增加 148 個就業機會。

（二）競賽

政府透過獎項、選拔與競賽機制，協助新創企業累積能見度、建立市場信任，並加速與企業及投資端的連結，讓創新成果有機會走向實際應用與商業擴散。經濟部中小及新創企業署推動「新創事業獎」，以營運模式與產業影響力為核心，遴選半導體、生技與智慧農業、資訊服務與 AI 應用等領域中具代表性的優質新創企業，2025 年共有 20 家企業獲獎，例如振生半導體、雙肩智慧、極風雲創等。「女性創業菁英獎」以創新實踐與領導影響力為核心，彰顯女性在創業生態系中的關鍵角色，也為後進創業者提供可參照的發展典範，2025 年共有 11 家企業獲獎，橫跨食品製造、傳統產業數位轉型及高科技精密產業等領域，如貝爾威勒電子股份有限公司、文偉股份有限公司、佳皇紙業等。

此外，經濟部中小及新創企業署還舉辦了「潛力新創選拔」，挑選具成長潛力的新創企業，並串接媒體宣傳報導與產業交流資源，共 18 家潛力新創企業獲選，參與超過 100 場媒合活動，協助團隊加速接觸市場與合作夥伴。而「科技新創競賽」則是以綠色科技為主題，由企業出題、新創解題，促進技術應用與商業落地的深度合作，並加強科技與醫療產業的跨域連結，促成 32 案合作成果。

國家科學及技術委員會推動「IC Taiwan Grand Challenge」，以科技競賽形式吸引英、美、法等國創業團隊來臺設立研發據點，共有 13 家國內外創業團隊入選。數位發展部數位產業署則透過「資訊應用服務創新創業新秀選拔」，扶植具數位開發與應用能力的創業團隊，提供展示與諮詢輔導機會，吸引 79 隊參賽，並選出其中 12 組團隊提供創業輔導資源。

（三）創業輔導諮詢服務

對創業團隊與新創企業而言，快速取得正確資訊與即時協助，往往影響創業行動能否順利展開，經濟部中小及新創企業署因此從「資訊整合」與「即時諮詢」兩大方向提供輔導與諮詢服務。「新創圓夢網」作為一站式查詢平台，整合創業活動、生態系資源、創育機構與資源地圖等資訊，協助創業者快速掌握可用資源、降低資訊搜尋成本，

網站至 2025 年底已瀏覽人次累積達 373 萬；另外，「馬上辦服務中心 (0800-280-280)」提供中小及新創企業經營相關的即時諮詢，至 2025 年底已完成 55,313 案諮詢服務。在財務管理上，經濟部中小及新創企業署另以「科技型新創企業財務決策導航計畫」協助中小企業與創業者掌握即時財務資訊、進行財報分析與金流管理，其中運用共享財務長團隊，依據科技型新創公司發展階段與需求，已提供 20 家企業客製化的中長期輔導，並建立虛擬財務長平台提供即時財務諮詢指引服務、相關活動與資源訊息，累積吸引 10,918 名使用者加入。

金融監督管理委員會監管、由證券櫃檯買賣中心設立的「創櫃板」，是新創企業進入資本市場的入口平台，提供免費輔導與股權籌資功能，協助企業健全制度、提升市場能見度。至 2025 年底，共有 40 家企業完成登錄創櫃板，其中 4 家成功轉為公開發行公司。另針對 AI 新創企業，推出「AI 新創創櫃啟航計畫」，結合專業輔導與創櫃板籌資機制，協助 AI 新創企業取得對外籌資與資金媒合機會。

在法規風險管理方面，經濟部中小及新創企業署透過「中小企業法律諮詢服務網」，協助企業因應經營、稅務、勞資與智慧財產等法律問題，2025 年共提供 1,171 案法律諮詢輔導服務。針對新創企業在新興商業模式下可能遭遇的法規適用疑義，國家發展委員會亦設置「新創法規民眾建言專區」，作為創業者與政府溝通的管道，並透過跨部會協調機制協助釐清法規適用，2025 年已完成 5 件新創案件的法規調適。

此外，原住民族委員會以「百萬創業計畫」協助原住民族創業團隊掌握市場需求與產品定位，並透過「企業診斷服務」提供顧問診斷與輔導，協助企業釐清市場定位與產品差異，至 2025 年底，前者補助 15 家企業，新增 36 個就業機會，後者則完成 45 家企業的診斷與輔導。國軍退除役官兵輔導委員會推動「退除役官兵創業輔導服務」，提供榮民與退除役官兵創業諮詢、研習與講座等支持，2025 年創業諮詢服務達 800 人次。

五、包容性創業

在創新逐漸成為經濟成長與社會轉型驅動力的同時，如何使社會各階層共享創業與成長的機會，已成為全球創業政策的重要方向。包容性創業 (Inclusive

Entrepreneurship) 強調，不同性別、年齡、族群、教育背景與社會條件的人，都應能平等參與創業活動，獲得必要的培力、資金與市場資源，其核心理念除了提高創業成功率，更著重創業機會的公平性，讓創業成為促進社會流動、創造就業與推動經濟的力量，此概念的出發點是回應社會中存在的資源落差與結構限制，透過創業強化弱勢或非典型勞動群體的經濟自主性。我國的包容性創業不僅著重於照顧各族群對象，更進一步以創新思維作為回應社會挑戰與促進城鄉均衡發展的方法。諸多措施皆落實了包容性創業的理念，以創新為手段、以社會價值為導向，讓創業不僅追求經濟成長，更能成為解決公共問題、促進社會共融與區域均衡發展的力量。

經濟合作暨發展組織 (Organisation for Economic Co-operation and Development, OECD) 以「創業多元化」與「包容性創業促進社會融合」為政策方向，強調政府應針對青年、女性、移民及高齡族群提供創業支持與融資工具；歐盟則將包容性創業納入「歐盟中小企業行動計畫」及「社會經濟行動方案」，透過創業教育、社會創新加速器及女性創業基金等機制，推動創業生態更具多元性；英國政府設立「Inclusive Economy Partnership」與「女性創業基金」(Investing in Women Code)，促進企業與民間資本投入具社會影響力的創業項目；美國的「包容性創業倡議」(Initiative for Inclusive Entrepreneurship, IIE)，由公私夥伴加速器 Hyphen Partnerships 負責統籌，並與 First Capital Partners、JumpStart 等創新組織共同執行。計畫透過跨部門與跨領域合作，強化地方資金機構、社區組織與企業之間的連結，協助弱勢或代表性不足的創業群體獲得融資機會，藉此提升創業生態的包容性與整體經濟的參與度。日本政策鼓勵青年與女性返鄉創業、發展地方社會事業；韓國則將社會問題解決導入創業發展策略，建立以社會影響力為導向的創業支持平台。

我國政府同樣長年推動包容性創業，協助不同背景的群體參與創業，包括女性、原住民族與中高齡創業者等。經濟部中小及新創企業署推動的「女性創業飛雁計畫」，提供創業培訓、融資輔導與國際鏈結，協助女性創業者提升專業能力與市場競爭力。勞動部則提供「中高齡者創業貸款及利息補貼」方案，鼓勵其以創業作為職涯延續與地方服務的新方向。透過這些政策，我國在創業資源分配上逐步朝向更具公平與包容性的架構，使不同群體都能透過創業提升自我實現與社會參與。

除上述特定族群的創業扶持措施外，政府亦將包容性創業理念延伸至地方創生與社會創新的整體政策設計。國家發展委員會透過「獎勵青年投入地方創生行動計畫」與「地方創生青年培力工作站」，支持青年以創新解決方案回應地方發展需求，培育具潛力的地方創生種子團隊，並建立長期陪伴與落地支持體系，計畫鼓勵青年返鄉、促進地方共榮，並以跨領域與跨地區的協作網絡，推動永續、公益、在地共好的實踐，逐步形塑具韌性、多元且可持續的地方生活圈。經濟部則推動「促進社會創新合作計畫」，持續優化社會創新平台服務，並以跨部門協作與多方參與為核心，推動社會創業生態的深化與擴展，形成可持續的需求循環與影響力機制。這些措施使創業活動能與地方產業發展、環境永續與社會共好相結合，展現出包容性創業對國內社會發展的重要性。

此外，包容性創業的精神也延伸至城鄉發展議題，以創業思維活化地方經濟，如「城鄉·未來事－地方特色產業創意大賽」透過競賽機制發掘具歷史、文化與故事性的在地產業，並提供數位轉型、淨零碳排及通路拓展等資源支持，協助地方品牌提升能見度。而「配合地方創生推動城鄉特色產業發展計畫」則提供輔導經費與產業服務團陪伴，協助地方產業導入創新科技與新興商業模式，提升競爭力與覆蓋率，創造在地就業機會。

第 2 節 臺灣新創資訊平台

一、緣起與定位

創新創業生態中，新創企業往往難以掌握市場面貌、投資者資訊、創新趨勢與商機以及適合的募資管道；投資者則需要更多優質的創業團隊與潛力標的，以及更全面的趨勢洞察，這些高昂的資訊成本阻礙了創業環境的發展。為了消弭創業者與投資人之間的資訊落差，並提升新創企業創業知能，2015 年經濟部中小及新創企業署建置臺灣新創資訊平台 FINDIT，促進市場透明化與資訊效率，降低因資訊不對稱所產生的創業與投資風險，提升創新創業的商機辨識能力。為擴大政府新創平台效益，2023 年 FINDIT 整併國家發展委員會臺灣新創資訊平台內容，以完備新創資料，現今 FINDIT 已成為國內最具代表性的新創資訊平台。透過系統性蒐集我國新創企業名單，整合創業資訊，

掌握我國新創企業發展輪廓，有效提高我國創業環境透明度，並對不同的市場參與者帶來重大價值。

此外，FINDIT 亦以新創企業與投資者需求為出發點，匯集國內外新創生態發展、新興領域脈動與投資資訊，提供募資與資源等相關內容。其中，每年發布的我國新創投資趨勢報告不僅是唯一針對國內創業投資所編製的統計數據，更是政府部門與民間單位用以觀測政策影響與市場脈動的重要依據。

持續優化的臺灣新創資訊平台 FINDIT，能幫助新創企業、投資者及創新創業生態系成員，快速掌握當前我國創業生態發展脈絡，促進市場透明與資訊效率。同時，FINDIT 亦連結新創企業與投資者，辦理資金媒合活動，促進投資市場中各參與者的接觸機會、交流與互動，達成優化創業籌資環境，活絡早期投資市場之目標。2016 至 2025 年 9 月底 FINDIT 已舉辦 46 場媒合會，共計 716 新創企業家次及 2,238 投資人次參與，187 家新創企業獲得資金挹注，金額超過 46.2 億新臺幣。

簡言之，FINDIT 計畫涵蓋「新創資料庫」、「趨勢洞察」與「資金媒合」等三項核心。對新創企業而言，提升募資效率、鏈結資金資源、強化創業知能；對投資者而言，提升投資效率、洞悉創新趨勢、強化資源網絡；對政府機構而言，提供政策研擬的數據基礎、掌握新創企業發展動態、觀測市場脈動。以下針對 3 項計畫核心分別說明其內容與執行作法。

二、國內最完整的新創資料庫

（一）從零開始的新創資料庫

我國創新創業生態系蓬勃發展，不僅孵育出超過萬家具備技術或商業模式創新的新創企業，新創企業募資金額也屢創新高，2024 年突破新臺幣千億元大關。在全球資本寒冬下，我國新創企業募資成果逆勢成長，顯見國內創新創業環境日益成熟，不僅具備完善的創業資源與政策支持，也展現出新創企業在市場應變上的高度競爭力。其中，政策資源是我國新創環境至關重要的推手，從人才培育、研發支持、市場拓展、資金投入，乃至於法規調適，在各部會的積極投入下，過去十年間，已然脫胎換骨，展現出截然不同的面貌。

回到十年前，我們深入檢視當時我國創新創業發展環境，發現儘管網路普及，但對創業者而言，往往難以掌握市場面貌、投資者資訊、創新趨勢與商機以及適合的募資管道，導致在創新創業籌資過程中無法有效與投資人連結；另從投資者角度，案源的取得往往高度倚賴人脈網絡的引薦，相對欠缺完整的新創企業資訊及更全面的趨勢洞察。基於此，2015 年經濟部中小及新創企業署啟動「天使聯盟與種子投資支援計畫」，打造早期新創企業投資平台，協助其取得關鍵資金。透過各項實體活動，如資金媒合、專家座談、新創輔導、海外參訪等，串聯起早期投資者與新創企業。其中，為了提升投資媒合活動的辦理效率，始建置新創企業案源庫，以利於彙整與管理新創企業資訊，並追蹤後續募資狀況。當時案源庫僅千餘家新創企業，此即「FINDIT」新創資料庫的前身。此外，由於當時主要蒐集對象為 5 年內（2010 年之後）成立，具技術或商業模式創新的新創企業，這項新創企業的判斷原則亦延續至今。

隨著我國創業環境蓬勃發展，FINDIT 新創資料庫也不斷成長，2023 年國家發展委員會臺灣新創資訊平台在完成行政院國家發展基金協助新創事業紓困融資加碼方案（國發基金新創紓困方案）的企業登錄工作後功成身退，而在該平台上登錄之新創企業資訊則併入 FINDIT 新創資料庫，也讓 FINDIT 成為國內最具規模與代表性的新創企業資訊平台，累計達 7,477 家。

（二）持續擴增與深耕資料庫範疇

2024 年為了進一步充實平台資訊，經濟部中小及新創企業署推動跨部會的新創資訊共建工作，第一年聯合 14 個中央機關（包含經濟部、國家發展委員會、行政院國家發展基金、國家科學及技術委員會、農業部、文化部、數位部、衛生福利部、金融監督管理委員會等），彙整各創業相關計畫所支持的新創企業名單，並初步建立新創企業履歷，以企業為單位，掌握公部門所投入的資源。該年底，FINDIT 新創資料庫中的企業家數也累計達到 9,576 家。2025 年除了延續中央各部會的新創資訊共建工作外，更進一步與六都（臺北、新北、桃園、臺中、臺南、高雄）及新竹縣市展開合作，以擴大資料來源，進一步提升資料庫的完整性及實用性，亦加強各地創業生態系之連結，進而推動我國各區域創新創業生態之發展。

目前 FINDIT 新創資料庫中所累計的新創企業家數已突破萬家，除了前述透過中央部會與地方政府協助共建之外，能持續更新與建立動態觀測機制的重要因素來自於計畫執行團隊的主動蒐集成果。FINDIT 執行團隊每月透過多個管道進行新創企業的資料蒐集作業，包括合作夥伴與專家顧問的引薦、新創相關活動、FINDIT 投資媒合會參與企業名單、新聞與社群媒體等公開訊息。同時，亦定期盤點國內外展會、創業競賽、加速器計畫與新創基地進駐名單，針對其入選或進駐之新創企業進行建檔作業。自 2025 年 4 月起，為進一步強化平台資料之即時性與完整性，FINDIT 新創資料庫透過 API 串接經濟部商業發展署商工登記資料，自動更新公司資訊，並介接經濟部智慧財產局之專利商標開放資料，以取得新創企業專利現況，提升資料庫之時效性與應用價值。而自 2025 年 6 月，FINDIT 透過自動化技術，每週彙整國內新創企業相關新聞，強化對新創企業近況與媒體動態之掌握。

三、即時掌握新創生態與投資脈動

（一）國內外新創生態資訊

生態系內的資訊透明有助於新創企業募資、尋找策略合作與掌握市場商機；透過精確、即時的資訊，新創企業可以更有效地評估競爭環境、掌握目標市場需求與趨勢，並評估未來的市場變化，進而制定相應的經營策略，以維持競爭優勢。此外，深入的市場情報能幫助新創企業精準定位自身價值，並在募資過程中向投資者傳達其成長潛力。尤其近年來國際局勢與行業技術變化快速，掌握全球市場脈動，成為創業者的必修課。

然而，創業初期的資金市場普遍存在創業者與投資者難以連結，導致籌資過程面臨重重挑戰，投資評估中的人才、技術、市場、資金四大要素成為創業者與投資者對話時的資訊落差，亦加劇了募資障礙。因此，如何縮小創業者與投資人之間的資訊差距，是提升新創企業發展環境的重要關鍵之一。FINDIT 除了具備收納眾多新創企業的資料庫，進一步將市場情報與募資知識轉化為文字，並利用平台網絡擴散，協助新創企業把握商機，提升創業知能。

基於此，為了讓新創企業與投資者即時掌握國內外新創投資概況，FINDIT 研究團隊規劃了 4 項核心單元，持續產出研析專文，除了在 FINDIT 研究專區與社群媒體即時發布之外，亦搭配會員機制，每月發行電子報，以擴大資訊觸及面向。此外，研究內容多次被引用與轉載，相關媒體平台如數位時代、工商時報、創業小聚、臺北產經資訊網等。4 項核心單元的主題包括全球創投趨勢分析、新興領域早期投資動向、新創募資知能與資源、創新創業新聞等，以下分項進行簡介。

「全球創投趨勢分析」主要包括 3 個部分，其一是每季更新的「全球早期資金總體動向觀測」，聚焦全球創投脈動，分析總體投資趨勢，並探討美、亞、歐等區域發展、獨角獸產出，以及出場交易的變化等；其二為「股權募資亮點觀測」，針對特定的新創投資課題，如種子輪投資、鉅額投資等，撰寫專文，深入剖析投資者關注的項目；其三是「M&A (Mergers and Acquisitions) 動向觀測」，鎖定這項新創企業出場的關鍵模式，提出即時的洞察分析。

「新興領域動向觀測」針對市場上獲得廣泛關注的新興科技領域，如人工智慧、機器人、健康醫療、國防科技等，以投資者的角度切入，探討時下的前沿技術與挑戰，並結合國內外資訊，從總體趨勢到相關個案，洞察創新技術下的投資風口。

新創企業募資知能與資源「新創 885 園地」，邀請會計師、律師事務所或創新創業相關單位等專業人士撰文，內容涵蓋共通性問題，如募資、估值、股權規劃、投資合約、智產權保護、公司治理、人力資源、海外拓展、新創發展注意事項等議題，以利強化新創企業募資的知能與資源，能夠面對與解決創業、募資與發展過程遭遇的問題。最後則是創新創業相關新聞，針對我國新創企業獲投情況、我國新創圈的熱點消息、政策動向、成功出海新創專訪等進行彙整與報導，提供新創獲投及創新創業相關新聞，協助投資人及新創企業掌握最新市場動態。

創新創業與區域發展平衡密切相關，新創企業為我國各區域帶來新的經濟動能，促進產業多元化與轉型，提升就業機會與競爭力。而當區域具備完善的創新創業環境，便能吸引更多新創企業與投資進駐，帶動區域發展實現經濟均衡成長的目標。因此，FINDIT 的研究工作亦針對各創業城市之新創生態進行盤點，並撰寫成區域新創生態研究報告，供各界參考。

研究專區

二 首頁 / 研究專區



圖 2-1 FINDIT 研究專區頁面（部分截圖）

（二）臺灣新創投資趨勢報告

過去我國新創投資的數據統計一直是全球市場資訊中待補的一塊拼圖，綜觀國際上諸多新創投資報告，如 CB Insights 的 State of Venture、PitchBook 的 NVCA Venture Monitor、KPMG 的 Venture Pulse，以及定期發布相關新聞的 Crunchbase News，不僅為投資者提供重要的市場洞察，更是政策討論的參考依據。然而，在這些報告與資料庫中，我國的數據稀缺，實難貼近市場真實情況，市場資訊的不透明也導致投資者與創業家僅能依據自身經驗與體感判斷市場情形，缺乏客觀的判斷標準。此外，在探討政策資源的使用時，亦僅能從「投入面」進行思考，無法掌握市場的反應。基於此，自 2017 年開始，FINDIT 計畫每年下半年發布「臺灣新創投資趨勢年報」，期能補足市場上缺失的數據，而 2025 年的報告中，除了洞察整體投資趨勢與投資者樣貌的總覽篇與投資人篇，更針對投資者及政策關注課題分領域發布 12 篇報告，涵蓋人工智慧、半導體、金融科技、食農科技、娛樂媒體、健康醫療、國防軍工、雲端服務、綠能、安控、自然永續與社會影響力、交通運輸及物流等。

「臺灣新創投資趨勢年報」中所使用的原始數據是由台灣經濟研究院進行匯整盤點，在統計方法上依循國際投資統計報告的做法，在市場上大量收集投資交易事件，結合資料庫，進行分類整理、資料核實與校正。相較於創投公會過去所發布的《創投年鑑》，以及由資誠聯合會計師事務所 (PwC Taiwan) 與台灣經濟研究院共同發起的《台灣新創生態圈大調查》，採用問卷調查的形式有所不同。資料來源則包含：(1) 國際股權投資資料庫；(2) 科技媒體或新聞媒體；(3) 獲投企業提供；(4) 國發基金報告；(5) 投資人（包括投資機構新聞稿、官方網站、上市櫃公司財報轉投資資訊等）；(6) 經濟部商業發展署公司登記相關資訊；(7) 跨部會新創案源整合平台。獲投企業的範疇涵蓋註冊地點在我國，或註冊地點在海外，但創辦人來自我國的公司；與櫃前或下市後的私募股權投資，不含債權、可轉換公司債、補助、ICO 等；且不包含收購、母公司對子公司 100% 的投資。2025 年發布的統計期間為 2015 年至 2025 年第一季，含 4,500 筆新創投資案，計 189.55 億美元。

FINDIT 每年公布的「臺灣新創投資趨勢年報」是目前國內唯一針對我國新創投資的統計報告，廣為業界與公部門認可與引用，不僅具備相當的公信力及影響力，更是推動我國新創生態發展的一項關鍵基礎設施。

四、鏈結新創與投資

（一）審查機制強化中立第三方角色

新創企業從創意開發到商業化需歷經開發概念驗證 (Proof-of-Concept, PoC)、服務驗證 (Proof-of-Service, PoS) 及商業驗證 (Proof-of-Business, PoB) 等，不同的發展階段均需要資金的支持。針對此需求我國相關的政策資源眾多，除了直接透過各項專案融資管道，提供創業資金之外，亦有許多獎勵與補助計畫，新創企業能透過計畫申請、競賽等方式，取得資金資源。隨著創新創業生態的成長，民間投資機構如企業、創投、（具投資功能的）加速器等，亦搭配政策資源，成為提供資金活水、扶植新創企業的關鍵角色。

FINDIT 計畫自 2016 年便開始定期舉辦資金媒合活動，協助新創企業鏈結募資資源，進而提升媒合成功機會，活絡國內新創投資環境。歷經十年的辦理經驗與人脈的積累，FINDIT 投資人有約媒合會目前已是我國最大規模的實體新創投資媒合活動。以 2025 年 4 月 17 日所辦理的春季媒合活動為例，共計 9 家新創企業經審查後入選，出席的專業投資者達 100 人。

FINDIT 投資媒合會以打造專業的資金媒合平台為目標，限定投資者與通過審核的新創企業參與。由 FINDIT 執行團隊審核參與的投資機構，確保其投資經歷與實績；另由業內專家與投資者籌組審查團，篩選報名的新創企業，或由合作夥伴推薦。換言之，FINDIT 資金媒合會並不是一場商品介紹活動，而是新創企業與專業投資者正面接觸的募資提案。對新創企業來說，這是一場高效率的活動，能一次性地向眾多投資者提案，創造未來進一步建立投資關係的機會；對投資者來說，不僅能藉由平台篩選機制，有效地掌握可能投資的潛在案源，亦能透過現場的交流擴大生態系內人脈。在經濟部中小及新創企業署的支持下，FINDIT 平台扮演媒合新創企業與投資者角色，一方面讓新創企業更有意願揭露企業資訊；二方面讓投資者免除利害關係的疑慮。雙方在對平台的信賴基礎上參與媒合，也使得 FINDIT 資金媒合會的規模逐年成長。

（二）多元媒合活動 有效鏈結新創與投資人

而為活絡資金媒合，FINDIT 採取不同的辦理形式，以擴大活動的觸角與合作夥伴。如「一對多」邀請審核通過的新創企業進行提案簡報，台下則有多家投資人參與，並可透過提問的方式，進一步了解新創企業的募資計畫。此形式採公開徵案，並聘請業界專家依據所擅長的領域，針對新創企業進行外部審查；「一對一閃約面談」(Speed dating) 則先邀約投資機構，投資方底定後公布名單並對外徵件，新創企業可依據投資方陣容決定是否報名參與，入選新創企業跟投資方可預先填寫面談志願序，再由主辦方依序進行配對；「媒合特快車」則招集新創投資團主動出擊，前往各地新創基地或社群場域，以提案簡報加閃約的模式進行，新創企業完成提案簡報後與投資機構一對一面談；「合作夥伴推薦場」則與創育機構合作，由其推薦優質新創企業，獲得推薦的新創企業直接入選，不再另行審查，以一對多的形式進行。2016 至 2025 年 12 月底 FINDIT 已

舉辦 48 場媒合會，共計 733 家次新創企業及 2,350 投資人次參與，190 家新創企業獲得資金挹注，金額超過新臺幣 49.6 億。

五、未來精進作法

FINDIT 自 2015 年啟動以來，見證了我國新創生態從萌芽到成熟的發展歷程，十年間，平台從單一資料蒐集機制，成長為串聯政府、投資機構與新創企業的重要資訊基礎設施，透過資料庫建置、趨勢研究與資金媒合 3 大核心功能，逐步形塑出一個「數據為本、知識驅動、多元連結」的創業生態系資訊工具。不僅降低了市場資訊不對稱的成本，也讓新創企業與投資者能在更透明、高效率的環境中互動，為我國新創企業與投資市場建立了溝通與互動的平台。

在全球資本市場競爭與技術變革加速的時代，資訊掌握的即時性與準確性，將決定新創生態能否維持活力與競爭力。FINDIT 的價值，不僅在於數據的累積，更在於持續轉化為政策洞察與市場知識的能力。隨著跨部會資料共建與地方政府合作的深化，FINDIT 將持續優化資料品質、拓展應用範疇，並結合 AI 與自動化技術，強化資料連結與決策應用能力。此外，透過研究報告與媒合機制的延伸，平台將扮演政府與市場之間的橋樑，協助政策制定者掌握創新動態，也讓投資人與創業者能更快速發掘潛力標的。具體而言，FINDIT 未來的精進作法包含以下 3 個面向：

- （一）**資料庫的 AI 轉型：**隨著 AI 時代的來臨與大語言模型的快速發展，知識與資訊蒐集已從過去的單向問答，轉為以深度互動的形式，提供使用者想得到的資訊。基於此，FINDIT 資料庫將逐步導入 AI 搜尋機制，以 AI 助理的形式，從使用者的文字提問發掘需求，並在資料庫中收斂出查詢結果。不僅有助於簡化資料庫使用流程，提升目標新創企業的查詢效率，更可優化使用者體驗，擴大受眾。對此，持續更新與擴大數據基礎，強化知識庫管理機制，將是接下來 FINDIT 往前推進的重要工作。
- （二）**強化新創募資知能：**FINDIT 串聯新創企業與投資者，過去十年持續辦理投資媒合的經驗顯示，雖然輔導、課程與相關資訊傳遞對新創募資知能的提升具重要性，與投資者的接觸與交流更為關鍵。為讓所有新創企業皆有參與活動的機會，

FINDIT 針對報名投資媒合會的新創企業打造即時的 AI 書審助手，在文件齊備下迅速提供投資者視角的建議。此做法不僅能透過即時的互動，協助欲募資的新創企業調整論述架構或內容，更可望藉由進一步的資訊鏈結，引導新創企業進入政府的輔導或培訓機制，落實募資知能的提升。

（三）提升新創洞察能耐：FINDIT 為國內最具代表性的新創資料庫，核心任務在於針對我國新創生態環境建立長期觀測機制，並提供基於市場數據的洞察。對此，FINDIT 將基於過去新創企業盤點與跨部會共建機制，**（1）** 持續擴大蒐集與更新新創資訊，構建更加完整的新創履歷；**（2）** 依創新技術與商業模式發展，改善應用領域標籤系統；**（3）** 加強資料視覺化與互動性，讓使用者更輕鬆掌握從整體到產業的趨勢洞察。此做法不僅有益於平台資訊的擴散，更可因應國家產業政策，有效率地提出論述基礎。

FINDIT 是我國新創企業資訊的入口，價值在於長期的耕耘與累積，讓我國在全球創新生態中具備更高的能見度，也為新創環境奠定更堅實的基礎。面向下一個十年，FINDIT 將持續以資料為起點、以洞察為核心、以連結為力量，成為探索我國新創企業無限可能的第一站。

第 3 節 運用政策資源的創業案例

新創企業正是將這些國家策略與政策措施轉化為實際市場價值的關鍵實踐者；他們藉由申請政府的創業天使投資方案、青年創業貸款等資金措施，或是參與經濟部中小及新創企業署小型企業創新研發計畫 (SBIR) 等研發補助，加速技術商業化與市場驗證。此外，加速器等創育機構也積極協助新創企業對接大企業資源和國際市場，形成公私協力的開放創新生態網絡。為展現國內部會政策重視潛力新創企業培育，並提供新創企業各發展階段的協助，蒐集各部會創業政策實施對象，挑選具全球市場潛力及有國際客戶或企業合作實績的新創企業，具體呈現政府輔導新創企業的政策成果與落地實效，以下，我們介紹三家應用政策資源並在各自領域取得顯著進展的新創企業。

一、起而行綠能股份有限公司：打造我國電動車充電生態的永續之路

隨著全球運具電動化趨勢與 2050 淨零轉型的目標訂定，電動車 (EV) 充電基礎設施市場的需求也顯著增長。在此浪潮中，源自工業技術研究院的新創公司「起而行綠能」(eTreego)，憑藉其深厚的技術底蘊與靈活的市場策略，近年逐步建立其市場地位。起而行綠能的發展歷程，不僅是我國新創企業的成功縮影，反映了結合政府科研資源、採取彈性市場策略與拓展國際合作的案例。

（一）法人機構與政府計畫：長期的技術沃土

創辦人簡金品曾在工業技術研究院服務近二十年，長期投入電動車三電系統，包括電機、電控、電池等核心技術研發，見證電池與車輛控制技術的快速翻新。2017 年，他同時擔任充電聯盟主席，陸續收到車廠與業者的小量訂單，但在工業技術研究院的研究體制內無法大規模生產。隨著市場需求從單純的「技術技轉」轉變為更直接的「產品供應」，簡金品帶領團隊自工業技術研究院正式衍生，成立起而行綠能。對他而言，創業並非口號式的「改變世界」，而是透過技術創新，在能源轉型浪潮中建立一個可持續的產業系統。

身為工業技術研究院的衍生新創公司，起而行綠能的成長幾乎與政策扶植並行；公司成立後，延續了多年政府計畫資源之支持，包括經濟部產業技術司「TREE 計畫」、經濟部中小及新創企業署「次世代產業新創淬鍊計畫」等多項支持。這些計畫不僅提供技術研發資源，更涵蓋產業生態系建構、商業模式驗證、中小企業融資保證、財務診斷輔導與企業治理等多面向協助，都在政策鏈中找到對應支援。透過政府計畫協助，起而行綠能在研發、量產、商業化、資金運作到市場擴張等階段獲得適合的支持，加速從研究成果走向真正的產業供應鏈。對起而行綠能而言，這些政策不僅是補助，更是讓公司能與更多產業夥伴接軌、融入生態系的重要媒介，使其在創業初期便具備一定程度的產業基礎與可信度，為後續成長打下關鍵根基。

起而行綠能的核心技術聚焦於「非均流充電技術」與車規級電動車控制模組設計，從 EV 通訊控制器 (EVCC)、交流電直流電充電樁，到智慧管理平台 (CSMS)，公司提供完整一站式充電生態解決方案；其產品亦全面支援開放充電協定 (OCPP) 實現從車端到雲端的智慧充電服務。此技術能智慧讀取每台連接車輛的電池資訊，分析其電量狀態，並進行動態、非對等的電流調配，不僅能在確保場域用電安全、避免過載的前提下，大幅提升整體充電效率，也為其後續的智慧能源管理服務奠定了基礎。

面對台達電等大型企業的競爭，起而行綠能採取了差異化的市場定位與商業模式，創辦人簡金品曾生動地比喻，品牌車廠如同「轎上的神明」，而起而行的角色則是專注服務的「抬轎的人」。此「抬轎人」哲學體現於其 ODM（委託設計代工）商業模式，由起而行綠能提供核心技術與設計，作為白牌產品供客戶貼牌銷售。此策略使其得以迴避與品牌客戶及台達電等大型企業的直接競爭，專注於賦能整個產業生態系。起而行綠能在 A 輪募資階段引進和泰汽車與士林電機兩大策略股東，不僅補強產業鏈資源，也讓合作夥伴對其長期經營能力更具信心，成功跨越新創企業最難的「信任門檻」。

（二）技術突破與全球布局：從硬體到軟體的雙軌前進

起而行綠能深知，單靠硬體製造難以建立長期護城河，因此積極透過策略聯盟，將業務範疇從硬體製造擴展至軟硬整合。起而行綠能自行研發的智慧充電樁可整合溫度、煙霧與火焰感測，並搭載 AI 熱管理系統，能即時監控設備狀態、預警潛在異常，確保充電過程安全穩定。具前瞻性的是，系統具備主動碳權收集機制，每次充電都能即時計算減碳量，轉換為可交易的碳權點數，替業主創造新的環保收益。2023 年公司進一步將軟體與服務延伸成立「充壩」(gochabar)，充壩專注於社區大樓、企業建置、公共建置 3 大市場，提供的不僅是充電服務，更是一個整合雲端能源管理系統 (EMS)、AI 驅動的五大安控系統（含紅外線熱感應、AI 煙霧監控等）的高附加價值平台。此平台不僅優化電力調度，更為未來探索碳權生成、參與虛擬電廠等新興商業模式奠定基礎，展現其深遠的策略布局。此舉的戰略意義遠不止於軟體開發，而是起而行綠能從硬體設備商，轉型為智慧能源與安全解決方案供應商的關鍵一步。

起而行綠能也將其商業模式與技術實力複製至海外市場，他們的核心策略是協助各國的大型集團建立其自身的充電事業，而非直接以品牌身份與當地業者競爭。近年推動國際市場布局，陸續於美國、法國、日本、新加坡、泰國與越南設立子公司或合作據點，展開在地化營運。從東南亞捷運站到越南新建案，都可看到 eTreego 的充電樁，象徵我國技術已邁向國際主流。隨著營運規模持續擴大，起而行綠能也正依規劃步調推進 IPO 掛牌，預計近期正式進入資本市場，開啟下一階段的成長。

（三）給下一代創業者：做而言，不如起而行

起而行綠能創辦人簡金品秉持「坐而言不如起而行」的理念，它不僅僅是一家充電樁製造商，更是一家致力於透過科技創新，實現運輸減碳與 2050 淨零排放目標的能源服務公司。對他而言，政府已提供新創企業豐富資源，關鍵在於創業者能否洞察真實需求，「新創企業常犯的錯是做亮點技術，卻沒解決客戶痛點。市場不需要炫技，而需要穩定、信任與實用。」從工業技術研究院實驗室走出來的起而行綠能，如今已是我國電動車充電生態的關鍵玩家。它證明了，當創業者以技術為根、政策為翼、市場為鏡，就能讓一個小團隊成為推動產業升級的力量。

二、東聯互動股份有限公司：跨境金融與普惠創新之路

過去，在臺工作的移工若想將薪資匯回家鄉，主要面臨銀行營業時間的限制、每筆高達 500 至 600 元的手續費、語言溝通障礙等問題，這些因素導致部分移工選擇風險極高的地下匯兌管道。根據金融監督管理委員會統計，2025 年截至上半年為止，經許可的外籍移工匯兌公司共有 5 家，客戶數總計約為 87 萬人，移工國外小額匯兌業務交易金額總計約 603 億元。這塊領域始終被視為「高門檻」，法規密集、監理嚴格；然而，東聯互動創辦人吳侑勳，卻選擇踏進這個新興產業，在監理與創新之間，證明只要找到市場利基，其實存在創造新市場的科技金融之路。

（一）以普惠金融為核心的數位解決方案：以「法遵科技」打造智能匯款引擎

2016 年，金融科技 (FinTech) 在我國仍是陌生概念，那時候很少人談金融科技，創投也對跨境金流的新模式感到陌生。但吳侑勳敏銳意識到，有一群被金融體系忽略的族群，跨境勞動者正面臨著高額手續費、繁瑣流程、資訊不透明的痛點。此一發現讓他鎖定了這個金融服務相對弱勢、卻蘊含穩定需求的利基市場，秉持此初衷，東聯互動的核心使命為移工群體打造一個「安全、快速、便捷、低成本」的合法匯款管道，實現真正的普惠金融。

跨境匯款不是一般的網路服務，它牽涉到跨境資金流向監控與即時風險模型等多重環節，創業初期，小額匯兌的數位化仍屬新興領域，制度與實務都在摸索與形塑之中。東聯互動先以美、英、日、韓與東南亞等國外成熟市場為參照，調整出符合產業規範之流程與系統，再與主管機關反覆溝通，逐步調整流程與系統架構。「法遵科技化」與「智能系統化」是東聯互動的技術核心，運用 AI、SaaS 平台、eKYC（電子化認識你的客戶）及生物識別等技術，用戶僅需上傳證件，系統即可自動辨識比對，串接全球黑名單資料庫，不僅符合洗錢防制規範，更減少了 60% 至 70% 的人工處理成本，大幅縮短審核時間。此外，公司近 30% 的員工擁有國內外洗錢防制專業證照，透過技術與專業證照，它向監管機構證明了其風險控管能力，這也是其取得執照並能與大型銀行對接的基礎。

東聯互動在客戶服務上採取的「全球服務，地方智慧」策略，聘用大量跨國籍員工擔任客服，他們以母語和移工溝通，有效消除語言與文化隔閡。客服團隊不僅解決匯款相關問題，更成為移工在臺生活的顧問，所建立的信任關係是純粹的價格戰或技術優勢難以撼動的，這也是其毛利率能從 20% 成長至逾 50% 的隱藏動能之一。為了配合工廠移工的下班時間，特地將客服服務時間延長至晚上 10 點，確保客戶在最需要的時候能獲得即時協助。

（二）政府扶植與策略聯盟的推力

東聯互動於 2020 年 5 月進駐金融科技創新園區 (FinTechSpace)，透過 FinTechSpace 與 AWS 的策略合作，獲得雲端資源與創業輔導，加速了產品合規化進程。2021 年金融監督管理委員會發布的《外籍移工國外小額匯兌業務管理辦法》，2022 年東聯互動成為第 2 家取得該業務許可的公司，得以自主審查匯款資料，將匯款時間大幅縮短至 30 分鐘內，並且週末也能提供服務，徹底解決了傳統銀行的服務限制。

行政院國家發展基金透過「加強投資策略性服務業實施方案」成為東聯互動的外部最大股東之一，不只是資金挹注，更提升市場與金融機構的信任基礎，讓東聯互動在與銀行洽談合作、建立公司治理制度、準備進入資本市場上，有了更穩固的基礎，成為少數走入公開市場的 FinTech 新創企業。其早期投資夥伴「達盈創投」的策略引導下，東聯互動在發展初期就將「法遵」置於首位。2023 年東聯互動榮獲「NEXT BIG 新創明日之星」，此項殊榮提升市場公信力與品牌價值；2024 年公司登錄興櫃，並於 2025 年 10 月中旬掛牌上櫃。

2024 年東聯互動在國內移工匯兌市場的市占率為主要領先者，活躍用戶數已突破 20 萬人，並與實體通路及四大超商的合作，打造遍布全臺超過萬個據點的 24 小時現金收款網絡。另外在創業初期，東聯互動便與東南亞各國的金融機構建立合作。不僅確保了金流的穩定與安全，也因為合作對象是移工所熟悉的品牌，大幅提升了服務信賴度。

（三）從市場需求出發的跨境金融亞洲盃

東聯互動的生態系策略，圍繞於移工的「金旅程」建構閉環服務，建立了極高的用戶黏著度與進入門檻。從單一的匯款業務，逐步拓展至小額借貸、線上保險、電商消費等「微型金融服務」，目標是打造一個全方位的跨境金流服務平台。積極複製國內的成功模式，開啟一場跨境金融的「亞洲盃」。目前已取得香港、日本的營運執照，並將以菲律賓、印尼、越南為起點，進軍東南亞市場。

「否定自我，超越期待」是吳侑勳勉勵自己的座右銘，創業不是舞臺，而是修煉；機會不是亮點，而是匯集大量看不見的苦工。每天比前一天進步一點點，正視挑戰。才

能在挫折裡找到前進的方向。創新創業往往從「現況還沒完備」的題目開始，東聯互動一路在監理框架中摸索出產品，並在政府資源陪跑下走進資本市場。對吳侑勳來說，創業不只是寫出一款 App，而是和政策、監理、市場、消費者一起，讓創新和企業站在更大的地圖上。在金融科技產業中，資源固然重要，但真正決定企業高度的，是方向的選擇，用全球市場的視野、海外監理的適應、跨境合作的效率、以及把我國放進國際坐標的能力。

三、豐趣科技股份有限公司：讓旅遊數位化不只是買票，而是打通整個目的地生態系

全球旅遊市場因自由行的崛起，對傳統旅遊產業帶來顛覆性的挑戰；旅客從過去依賴旅行社安排的團體行程，轉向追求更具彈性、個人化與深度的在地體驗。如何將碎片化的在地旅遊資源進行有效整合，並以流暢、便捷的方式呈現給全球的自由行旅客，成為旅遊業者共同面對的課題。豐趣科技 (Fontrip) 以科技為核心，扮演起串連供應鏈上下游的「平台賦能者」，提供旅遊業者數位轉型的機會，它選擇多方共好的商業模式，創造政府、在地商家、通路夥伴與旅客多贏的局面。

（一）從法人機構走出來的創業契機：把 PoC 變成 PoB

創辦人裘以嘉的創業起點，源於政府對「智慧生活」的政策引導；早年在工業技術研究院服務系統科技中心主導科技專案時，政府正推動「ICT-enabled Service Economy」概念，強調技術應導入生活與產業現場。時間回溯至 2010 年代初期，當時我國旅遊市場仍以團客為主，自由行市場占比僅 19%。在執行「智慧生活」科技專案計畫的過程中，尋找能以科技解決自由行旅客痛點的方案，為豐趣科技的商業模式埋下了最初的種子。

2014 年，與交通部運輸研究所合作的「大日月潭低碳旅遊智慧觀光」計畫，成為團隊發展的關鍵轉折點。當時團隊選定埔里與日月潭作為 Living Lab 實驗場，整合「交通、景點、票務與資料」的系統測試觀光數位化成效。團隊成功將這些分散的「元件供

應商」服務電子化，整合成一套電子旅遊套票，讓旅客能「一卡暢遊」。這次成功的整合，不僅將專案從單純的概念驗證，實質推進至商業驗證階段。

該專案榮獲 2015 年亞太經濟合作會議 (APEC) 能源智慧社區倡議 (ESCI) 的智慧運輸類金獎，不僅驗證了其模式的全球可行性，更提供了國際級的肯定與背書。裘以嘉深知若要讓此模式永續經營並真正改變產業，必須成立一個商業化的實體。2015 年，正式成立豐趣科技，將原本的驗證成果商品化，陸續推出 FonTour 目的地管理系統與 FonTicket 電子票務平台，以可擴張的雲端架構取代一次性的專案系統，正式從法人研究機構邁向市場。並在 2016 年第一季順利完成首輪募資，開啟了商業化運營的新篇章。

（二）在紅海市場中突圍：做「產業層級的深整合」

面對眾多票務與旅遊電商競爭者，豐趣科技並未走價格戰，而是以「產業層級的深整合」作為差異化策略。多數平台只聚焦於前端銷售，但豐趣的系統從售票、核銷、入場管制、對帳到分銷一路打通。透過 FonTicket、FonTour 與 FonPay 三套核心模組，讓博物館、樂園乃至中小景點都能快速上線，並支援多語、多幣、多票種的整合。此外，豐趣採取 B2B2C 與 B2G2C 雙軌生態定位：一方面配合政府推動的交通與觀光整合政策，如高鐵、臺鐵、台灣好行與各城市通票 (City Pass、Taiwan Pass)；另一方面與國際通路合作，提供旅客結合公共運輸與目的地消費的一站式體驗。

如今，豐趣科技已與超過 1,000 家商戶合作，串聯 60 多個通路平台，掌握國內電子旅遊套票約 8 成市占率。將其傳統的實體票券或服務進行電子化，之後利用平台系統，將這些數位化的元件靈活地打包成創新的旅遊產品，相較於逐一購買，消費者最高可省下 6 成費用，這些獨特的套票產品透過與雄獅旅遊、KLOOK 等超過 60 個海內外通路夥伴合作進行全球分銷。2025 年公司完成 1.8 億元增資，除原始股東雄獅旅遊、Klook 持續加碼外，還增加中華開發、新光三越、台日基金、玉山創投等策略股東，加速邁入海外拓展與 AI 導入階段。

（三）從智慧生活到行動應用

豐趣科技一路受惠於多項政府推動計畫，包括最早在經濟部產業技術司「智慧生活科技運用計畫 (i236)」中，團隊確立 ICT 應用於觀光服務的方向；之後獲得中小及新創企業署的多項補助與輔導，包括擴大行動支付普及應用服務補助，協助整合支付與核銷流程，優化旅客到店體驗以及中小企業行動智慧應用計畫，以「O2O2O 體驗服務數位轉型推動計畫」為名，讓線上購票、線下核銷與在地商圈導流能無縫接軌。同時，交通部與觀光署的 Taiwan Pass、台灣好玩卡等整合計畫，也讓豐趣科技的系統成為國內多個旅遊城市通票的底層架構。經濟部產業技術司的 A+ 前瞻技術創業投資計畫讓豐趣在 AI 研發以及軟硬體整合的自製率提升，未來對於創新功能導入的效能會更快更有彈性。

談到海外布局，面對各國稅制、票證規格、開機介面與旅客習慣的差異，豐趣科技選擇以「合作而非取代」為核心策略，從在地出發、與夥伴共創，攜手地方政府與通路打造符合當地旅遊文化與制度的整合方案。目前已與日本沖繩、九州及香港等地夥伴合作推出 City Pass 與交通 Pass，一個 App 即可完成票券綁定、預約、退改與入場，並導入 AI 與資料分析模組，協助各城市以數據驅動觀光決策。

（四）創業不是做 App，而是打造能長久運作的服務鏈

談到創業心法，裘以嘉直言：「新創最大的誤區，就是常常只看見終端消費者需求及漂亮的介面，卻忽略背後的服務遞送價值鏈。」他觀察，許多創業團隊把焦點放在使用者體驗與介面設計，卻低估了後端整合的艱鉅，每個環節都攸關產品能否長久營運。在裘以嘉眼中，旅遊科技的本質不在「App 或網頁做得多漂亮」，而在能否讓城市的每一個服務節點真正連上線。回望從工業技術研究院到創業的這段旅程，如今的豐趣科技，正以技術為基礎，配合政策推動並參照市場需求，致力於將我國的智慧旅遊模式推向國際，推動亞洲旅遊產業的數位化發展。

第 4 節 結語

本章透過政策工具、創業資源、資訊平台與社會支持等多重面向，呈現出我國創新創業生態的支撐結構來自各部會共同構築出一套具有制度化、組織化與可運作性的創業支持系統。

在政策措施層面，資金、人才、市場與其他綜合協助相互連動，形成具備多樣功能的支持架構。資金面以融資、補助與投資等不同類型的工具，提供企業研發、營運與拓展所需的財務資源；人才面涵蓋教育培力、技能訓練、科研創業推動及國際人才引介，使創業團隊具備專業能力與市場洞察；市場與場域措施透過合作、媒合、示範應用與國際交流，強化新創企業與企業、政府、加速器及產業鏈的實際連結；其他措施涵蓋法規調適、智慧財產權、財務治理、技術輔導與創業諮詢，使創業者能獲得完整的配套支援；包容性創業則以多元族群與區域發展為核心，使創業活動更貼近社會需求並提升不同群體的參與度，在各部會的協作下，提供新創企業多層面、可運用且可持續的發展條件。

在資訊基礎建設方面，**FINDIT** 臺灣新創資訊平台，以資料庫、趨勢研究與媒合機制等核心功能，使新創生態具備透明、可靠與可檢索的資訊來源，並透過蒐整新創企業資料、提供投資市場洞察與促成資金媒合，簡言之，**FINDIT** 扮演了強化決策資訊、促進資源連結的重要角色，使生態系參與者能掌握新創環境的脈動，並提升政策判準、投資布局與資源媒合的精確度。另外，從起而行綠能、東聯互動、豐趣科技等創業案例，了解政策措施能促進創業成果的實際落地，也反映創業活動對產業升級的影響。

從各部會的政策布局，可知我國的創新創業生態已具備穩定的支撐結構、完善的資源脈絡與持續深化的資訊能量，有利於創業者在不同的階段能獲得企業發展所需的資源或協助，也使創新活動能在國內外市場中展現韌性與潛力，為產業與社會帶來長期且具影響力的發展動能。

第3章 創新創業趨勢

重點摘要

科技與創新正在重新定義全球生活方式與商業模式，從日常消費、交通運輸到醫療照護，數位化技術已成為驅動經濟結構調整的主要動力。本章深入剖析全球創業焦點與我國優勢領域，探討新創企業如何將前瞻技術轉化為具體解決方案，在 AI、數位健康與永續科技等趨勢浪潮中，找到切入全球價值鏈的關鍵位置。

●全球科技創業商機

- 人工智慧已從技術突破走向實用化，生成式 AI 與大型語言模型不僅優化辦公效率，更逐漸轉向醫療金融等垂直領域應用，並引發市場對隱私安全治理的高度重視。
- 金融科技受惠於普惠金融需求，嵌入式金融與監管科技透過 API 經濟降低跨境支付門檻，零售科技則致力於整合線上線下全通路體驗，利用大數據優化供應鏈管理。
- 高齡化社會結構加速數位健康發展，遠距醫療、穿戴式裝置以及運用 AI 加速藥物開發的技術，不僅解決醫療資源分配問題，更是目前全球創投高度關注的熱門焦點。

●我國新創企業發展領域

- 我國新創企業在 AI 領域展現了強大的落地應用能力，研發聚焦生成式 AI 與自然語言處理，並成功將技術導入廣告行銷、智慧製造等場景，深化產業數位轉型。
- 硬體與醫療領域結合資通訊產業優勢，除發展智慧醫院與精準醫療整體解決方案外，更透過半導體供應鏈穩固在異質整合與衛星通訊等前瞻技術的關鍵地位。
- 民生消費領域利用高密度便利商店與餐飲通路作為試驗場域，孕育出雲端廚房、健康訂閱制及冷鏈物流等創新模式，展現多元且靈活的商業價值。

●熱門領域的創業案例

- 本章列舉三家案例，展現新創企業在深科技與應用創新的價值；鴻臺展現循環經濟價值，利用全物理拆解與 AI 辨識技術突破太陽能板回收瓶頸，並將學研技術商業化並打入美國市場；福寶科技專注於智慧醫療與外骨骼機器人，將法人技術轉化為協助脊損傷友行走的輔具，透過跨國合作，展現我國在精密機械與醫療整合的實力；精拓生技在精準醫療領域，利用替身醫療平台結合 AI 影像分析，協助癌症患者快速篩選合適藥物，有效解決無效用藥痛點並實踐生醫技術的臨床價值。

第 1 節 全球科技創業商機

未來正在你的眼前發生，全球正經歷一場由科技主導的大變革，這個變革的趨勢因科技創新與 AI 而持續加速，已具體改變人們的生活方式，也正在重塑商業環境的遊戲規則。以前購物需要跑遍大街小巷，現在只要動動手指，手機上的訂單就能讓商品直接送到家門口，消費行為變得更即時，也更依賴數位工具的支援，企業不再只是把產品推向市場，而是透過使用回饋調整產品與服務。以前看醫生得花時間排隊掛號，現在在家也能透過視訊看診，省去了交通與等待的麻煩，讓醫療服務不再受到空間與時間的限制，人類的生活因此變得更快速、更方便，充滿可能性。

在這股浪潮中，新創企業扮演了關鍵角色，他們把最新的科技應用轉化為貼近生活的產品與服務，挑戰既有市場的規則，創造出我們今日所熟悉的便利場景，並在過程中不斷測試新的商業模式與使用情境。無論是將 AI 技術應用在醫療諮詢平台，開發更安全的數位支付工具，還是打造永續電商模式，新創企業往往是最早進場的實驗者。根據 CB Insight《State of Venture Q3 2025》報告，2025 年資本市場的投資重心，集中於 AI、金融科技、零售科技與數位健康等領域，反映資金與產業資源正持續投入以科技驅動的創新發展。（表 3-1）

表 3-1 全球熱門創業領域

單位：十億美金；筆

領域	說明	前三季全球投資狀況
人工智慧	涵蓋基礎模型、生成式 AI、機器學習及各行業 AI 應用	投資金額：158.9 數量：4,480
金融科技	透過技術創新改變金融服務，如行動支付、數位銀行、區塊鏈與加密貨幣、保險科技等	投資金額：32.6 數量：2,581
零售科技	泛指所有應用於零售業的創新技術解決方案，範圍涵蓋從前端的顧客互動到後端的供應鏈物流	投資金額：18.5 數量：1,485
數位健康	指所有利用數位科技來改善人類健康的應用。其核心目標是將醫療服務從傳統的「以治療為中心」轉變為「以預防、個人化、和遠距照護為主」	投資金額：15.9 數量：999

對投資人來說，AI 滿足了幾個最關鍵的投資條件；一是需求面的爆發，無論是企業希望降低成本、消費者追求更便利體驗，甚至政府治理都需要更高效率，而 AI 正好是解方；二是技術的成熟與可擴散性，生成式 AI 與強化學習走出實驗室，邊際成本快速下降，讓應用可以規模化複製；三是海量資料帶來的增強效應，資料愈多、模型愈強，投資人看見新創企業建立技術護城河的作法；四是跨產業的滲透力，從金融、醫療、零售到製造，AI 幾乎無所不在。

對新創企業來說，機會就在這些轉變之中，投資人之所以持續看好金融科技領域是因為跨境支付、資產管理、風險控管等長期痛點，讓金融業亟需以新技術來降低成本、提升效率與安全性。其次，數位支付的普及、開放銀行規範的推進，以及 AI 與區塊鏈等技術的成熟，讓創新服務更容易規模化，投資人自然看到可擴散的龐大市場。金融科技的創業機會來自於「在監管、安全與效率之間找到突破口」，誰能率先解決市場痛點，誰就可能成為資金追逐的下一個焦點。

電商滲透率持續上升，線上線下整合 (O2O) 需求增強，再加上 AI 與物聯網技術的成熟，讓「更個人化、更即時、更沉浸」的購物體驗成為可能。對投資人而言，零售市場龐大且更新速度快，一旦創新模式被驗證，就能快速擴張並帶來高回報。而全球人口老化、慢性病比例上升，加上醫療人力不足，使得數位化解決方案具有極高市場價值，技術上則因 AI、生物感測與遠距平台的進步，使數位健康應用從輔助工具走向核心醫療流程。這些市場需求，加上 AI 應用的推波助瀾，使得投資端有極高的投資意願布局在零售科技與數位健康等領域。

一、人工智慧

（一）需求驅動：從技術概念走向實用工具

AI 的發展已經從科幻電影或學術研究轉為解決各行各業實際問題的工具，當企業與個人對提升效率、優化決策的需求日益強烈，這個市場趨勢亦強力驅動或引導了 AI 創投資金的流向，諸如辦公自動化、客戶關係管理 (CRM)、供應鏈優化以及內容生成等領域，AI 的應用已經相當成熟。舉例來說，AI 工具可以自動整理會議記錄、草擬郵

件，大幅提升辦公效率；在行銷領域，AI 可以分析消費者行為，精準投放廣告，甚至自動生成個性化的行銷文案。此外，AI 在教育、金融、醫療等專業領域的應用也越來越廣泛，這些實用化的應用不僅解決了現有痛點，更創造了新的市場需求，吸引了大量的創投資金。這也讓創投機構的投資重心從早期的基礎研究，轉向更注重商業模式與市場驗證的應用層面。

（二）生成式 AI 帶來產業加速轉型

近年來，以 GPT 系列為代表的大型語言模型 (LLM) 與生成式 AI 技術，掀起了真正的產業革命，這些模型能理解與生成文字、圖像、程式碼，甚至能進行複雜的推理與對話，讓 AI 不再只是實驗室裡的研究，而是走進辦公室、商店與診間的實用工具。今天，我們已經能看到 AI 幫客服回答問題、協助工程師撰寫程式碼，或替設計師生成廣告圖像，甚至在醫療場景中輔助醫師判讀影像。這些具體應用，讓投資人看見生成式 AI 不僅是技術突破，而是一個能快速跨產業擴張的商業引擎。

在這波浪潮中，幾家新創企業脫穎而出；來自多倫多的 Cohere，主打為金融、醫療等重視隱私的企業提供客製化的大型語言模型，允許在私有雲或本地伺服器運行，解決了「資料外洩」的疑慮。美國的 Hugging Face 則建立了全球最大的 AI 開源社群，被譽為「AI 界的 GitHub」，讓任何開發者都能共享模型與數據，形成強大的網路效應。位於舊金山的 Anthropic，則以「AI 安全」為核心賣點，推出強調可控性與倫理準則的 Claude 系列模型，吸引了 Google、Amazon 等科技巨頭投資。Stability AI 則憑藉 Stable Diffusion 的影像生成技術迅速走紅，讓設計師與創作者能免費或低成本獲得專業級影像生成工具。這些案例反映，生成式 AI 的商業化發展，會依目標客群與價值主張的不同，形成企業服務、開源社群、安全導向與內容創作等模式。

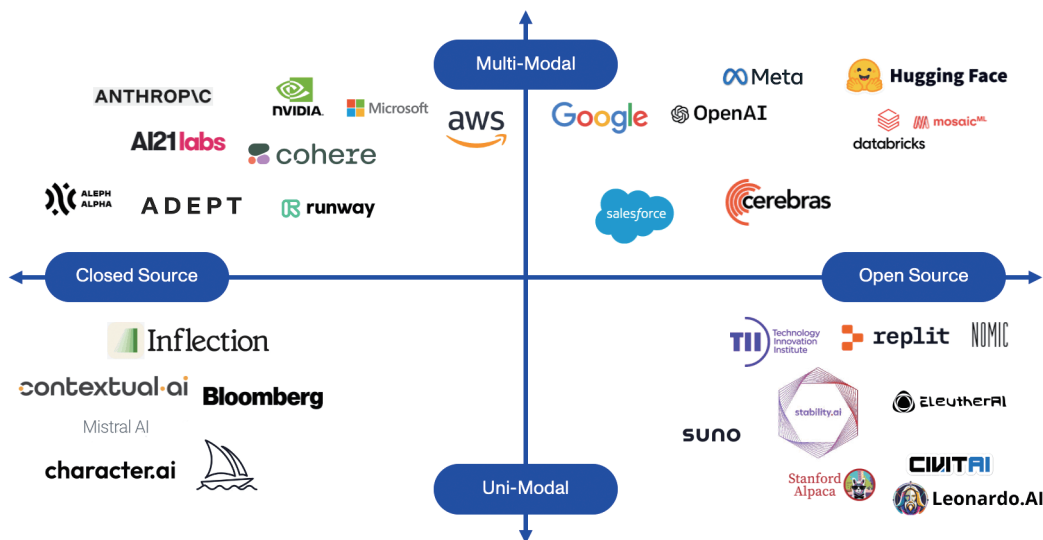


圖 3-1 AI 產業生態系

資料來源：Activant Capital (2023)。

（三）垂直領域與 AI 產業的創業商機

2025 年多倫多的新創企業 Cohere 估值突破 68 億美元，與追求打造人人可用通用 AI 的公司不同，Cohere 專注於金融、醫療、法律等高度重視隱私的產業，為企業量身設計客製化的大語言模型；這些模型可部署在私有雲或本地伺服器中，確保敏感數據不外流，同時兼顧安全、隱私與可控性。對於急於導入 AI、卻憂心資訊安全的企業決策者來說，Cohere 的解決方案正好切中痛點。

Cohere 的發展，反映生成式 AI 技術成熟後所帶動的創業機會，當前市場需求不僅來自模型能力本身，也來自技術如何被轉化為符合特定產業情境的工具。Cohere 的模式同時呼應了「通用 AI 落地應用」與「資金投資集中化」兩大趨勢。一方面，它填補了通用大模型在數據安全上的市場缺口，完美滿足企業對 AI 工具的安全性與客製化需求；另一方面，其服務模式具備高度可擴展性，能鎖定大型企業的長期合作，因而成為創投資金重點押注的標的。

美國新創企業 Hugging Face 則切入了完全不同的創業機會，這是一家以開源 AI 模型與社群為核心的平台公司，它的成功並非單純來自技術，而是來自於獨特的商業模

式與生態系統。**Hugging Face** 建立了一個龐大的模型與數據共享平台，讓全球開發者可以自由上傳、下載並協作開發 **AI** 模型，快速推動了生成式 **AI** 的普及與創新。這種開源模式吸引了大批開發者，並在短時間內形成強大的網路效應。同時，公司也發展出企業級服務，包括模型託管、客製化訓練與技術支援，透過「開源作為入口、企業服務作為變現」的策略，在社群與商業市場之間取得平衡。

隨著生成式 **AI** 應用需求增加，市場對集中式模型與資料平台的需求同步提升，而 **Hugging Face** 正好提供了「一站式」解決方案，大幅降低了 **AI** 開發門檻，也讓其成為創投眼中的戰略性資產。2025 年 **Hugging Face** 在 **Salesforce** 主導的 D 輪融資中獲得 2.35 億美元，估值突破 45 億美元，它的成功說明，在 **AI** 時代，打造一個開放、具備網路效應的平台，其價值已遠超過單一技術產品，並預示著未來新創企業的重要發展方向。從 **Cohere** 與 **Hugging Face** 的案例可觀察到，生成式 **AI** 的發展重心，正逐步由技術能力轉向實際應用落地與資本投入同步推進的階段。對創業者來說，如何在技術浪潮中界定目標市場，並將技術能力轉化為具體可行的產品與服務，將影響其在產業生態系與投資環境中的後續發展。

二、金融科技

（一）社會需求驅動趨勢：普惠金融與服務數位化

隨著全球數位化轉型加速，消費者對金融服務的期望已從傳統的線下銀行，轉向便捷、即時、個人化的線上體驗，這股由需求驅動的趨勢，成為 **FinTech** 創投資金大量湧入的主因。在發展中國家，大量沒有銀行帳戶的人創造了巨大的「普惠金融」市場需求，他們需要能透過手機進行支付與貸款，因此催生了行動支付、小額信貸平台等新創。在已開發國家，年輕一代更傾向使用數位錢包、**P2P** 轉帳、線上投資顧問等服務，推動了金融服務的全面數位化。

（二）雲端、API 與即時金融基礎設施的重塑

核心銀行系統正在雲端化，雲原生架構讓新創企業能以模組化方式快速搭建服務，避免傳統 **IT** 的高昂成本與緩慢迭代。**Stripe** 便是典型代表，它把複雜的支付流程抽象

成 API (Application Programming Interface, 應用程式介面), 讓商家與新創企業能用最少的代碼接入全球金流, 並透過機器學習引擎持續優化交易安全與風險控管。同時, 開放銀行與 API 經濟推動了「嵌入式金融」的崛起, 無縫融入電商、社群平台與各種數位場景。這種轉變讓 Klarna 能以「先買後付」模式快速擴張, 它背後的技术優勢並非單純信貸, 而是基於 API 介接的即時信用評估與大數據風險建模, 讓 BNPL (Buy Now, Pay Later, 先買後付) 服務能在幾毫秒內完成判斷並保障安全。此外, 即時支付基礎設施 (real-time payments)、數位身份驗證 (eKYC)、反洗錢與監管科技 (RegTech) 也在快速成熟, 成為全球金融市場數位化的關鍵拼圖。這些技術不僅降低了交易成本與法規遵循風險, 更讓金融服務能在跨境、跨平台的環境中安全擴展。

(三) 創新創業重塑金融業服務體驗

2021 年總部位於舊金山的 Stripe 一度成為全球估值最高的私人新創公司, 市值突破 950 億美元。這家專注於支付解決方案的新創企業, 核心策略是提供一套簡潔、高效的 API, 讓企業和開發者能輕鬆整合支付功能。從跨國交易到多幣種結算, Stripe 把複雜的後台基礎設施抽象成標準化工具, 讓新創公司與中小企業能以最低門檻接入全球金流。不論是信用卡還是電子錢包 (如 Apple Pay、Google Pay), Stripe 都能提供一站式服務, 幫助商家快速拓展海外市場, Stripe 的發展, 反映金融服務在數位化過程中的市場需求變化。隨著電子商務持續成長, 大量線上商家需要可快速導入且運作穩定的支付解決方案, Stripe 提供的服務使中小型商家能更容易進入線上市場。

來自瑞典的 Klarna 以「先買後付」切入消費金融, 定位自己為「購物夥伴」而非傳統借貸機構, Klarna 與數十萬商家合作, 讓消費者在結帳時可以選擇先收貨、後付款, 通常還免利息。這種模式既提升了商家的轉換率與銷售額, 也讓沒有信用卡的消費者享受到分期付款的便利。Klarna 的核心優勢在於其 AI 與大數據驅動的風險評估模型, 能在毫秒內完成信用判斷, 確保服務的安全與效率。其發展反映金融服務在「普惠金融」與「服務數位化」趨勢下的市場變化, 透過流程簡化與資訊透明化的支付模式, 擴大數位金融服務的可及性, 讓更多使用者得以參與數位經濟活動。

三、零售科技

（一）需求驅動：全通路體驗與營運效率優化

隨著消費行為從線下實體店轉向線上電商，再演變為線上線下無縫融合的「全通路」(Omnichannel) 模式，零售商面臨著巨大的營運壓力，消費者期待無論在哪個接觸點（如實體店、電商網站、App），都能獲得一致、個人化的購物體驗，為了滿足這種需求，零售商急需科技解決方案，以優化從供應鏈管理到個人化行銷的各環節。

（二）AI、大數據與物聯網的應用深化

2025 年零售產業的技術轉型正加速推進，AI、大數據與物聯網三股力量，正共同塑造一個高度數位化的零售新格局。首先，AI 與大數據分析正在取代傳統的直覺式管理，零售商不再依靠過往經驗來決策，而是透過數據模型即時掌握市場脈動；系統能根據消費者的購買紀錄與瀏覽行為，提供高度個人化的推薦，同時動態調整定價策略、庫存補貨與促銷時機，對企業而言，這意味著銷售轉換率與庫存周轉率都能顯著提升。

其次，IoT 的普及，讓實體門市的每一個角落都成為數據來源；智慧貨架即時回報商品銷售狀況，RFID 標籤將庫存管理流程自動化，感應支付與無人結帳系統則縮短了消費者的等待時間。當這些數據被整合之後，零售業進入了數位雙生 (Digital Twin) 的時代，透過虛擬映射，零售商能即時模擬門市營運情境，從顧客動線設計到促銷活動成效，都能透過運算模型快速優化。Instacart 的平台化模式正是另一個範例，它把消費者、採購員與零售商三方需求轉化為演算法邏輯，讓供應鏈與配送過程更加靈活，並創造出新的商業模式。

這些技術的共同特點，是將零售業從單點解決方案推向系統化、即時化的運營模式。AI 提供預測與決策，大數據串連消費者行為與庫存管理，IoT 負責收集第一手的即時資訊，而數位雙生則把這些要素匯聚為一個可驗證、可模擬的整合平台。對投資人而言，這代表一旦某個應用場景獲得市場驗證，就能在不同地區與零售場景中快速複製，展現出零售科技極高的規模化潛力。

（三）零售科技開創多元商業模式

在這樣的技術基礎上，一批新創公司迅速找到切入點，將趨勢轉化為具體的商業模式，**Instacart** 是其中的代表，它並不是單純的外送平台，而是創造了一個三方市場，將消費者、個人購物者 (**Personal Shoppers**) 與零售商店緊密連結。消費者在應用程式上下單，購物者前往實體店採買並送貨到府，零售商則透過 **Instacart** 建立起線上銷售與配送能力，而不必自建龐大的物流系統。這種模式的核心競爭力在於龐大的購物者網絡與即時匹配技術，讓 **Instacart** 能夠在不擁有庫存或門市的情況下快速擴展，並直接切入「全通路體驗與營運效率優化」的需求。憑藉這樣的定位，**Instacart** 在多輪融資後估值一度超過 390 億美元，並於 2023 年成功上市。

另一個例子是總部位於西雅圖的 **Veeve**，提供實體門市的「無人結帳」，推出智慧購物車 (**Smart Cart**)，利用電腦視覺與感應器技術自動辨識商品並計算金額，顧客不必排隊結帳即可完成購物。這項技術大幅降低零售商的人力成本，同時消除了消費者最不满意的等待痛點，**Veeve** 讓中小型零售商也能負擔得起導入無人結帳，這不僅提升了營運效率，也帶來前所未有的顧客體驗。即使在亞馬遜等巨頭主導的市場環境下，**Veeve** 仍憑藉創新的技術與靈活的商業模式找到利基市場，並成功獲得連鎖零售商的合作。這兩個案例一個從配送與平台化切入，重構零售供應鏈；另一個從前端體驗出發，改變實體購物的結帳流程。隨著 AI、大數據與物聯網技術持續導入零售場域，產業競爭的重心逐漸轉向系統整合能力與營運模式的設計。因此，零售科技在 2025 年不僅是創業的熱門戰場，更是創投資金集中押注的核心領域之一。

四、數位健康

（一）需求驅動：高齡化與慢性病管理需求

全球人口高齡化程度持續提升，根據世界衛生組織 (**World Health Organization, WHO**) 的統計，到 2030 年，全球 60 歲以上人口將達 14 億人，約占全球人口的六分之一，高齡化伴隨慢性疾病風險，使得遠距醫療與慢性病管理平台的需求倍增；根據美國市場研究機構 **Grand View Research** 報告顯示，2024 年全球遠距醫療市場規模約

1,411.9 億美元，預估到 2030 年可成長 2.69 倍，達 3,803.3 億美元，年複合成長率為 17.55%。創投機構看準此一結構性需求，紛紛加碼投資提供線上診療、遠距監測及健康數據管理的新創企業。

（二）AI 與基因編輯技術的突破

AI 與基因編輯技術在近幾年迎來快速突破，成為生技創投的新寵，AI 輔助藥物研發領域，透過深度學習模型預測分子結構，已顯著縮短新藥研發週期。根據 Frost & Sullivan 於港交所披露之行業報告，全球 AI 驅動藥物研發費用的市場規模，估計在 2032 年將達 746 億美元；同時，CRISPR 基因編輯技術的應用也越來越廣泛。此外，2025 年數位健康的技術還呈現出三大關鍵趨勢，遠距醫療與穿戴式裝置已進入快速普及期，智慧手環與生物感測器能即時監測血糖、心率與睡眠品質，並透過雲端平台回傳數據，成為慢性病管理的重要工具。美國的 Teladoc 建立完整的遠距診療平台，將 AI 分析與醫師服務結合，提供病患持續性照護；Dexcom 的連續血糖監測器，則為糖尿病患者帶來即時回饋，提升治療依從性並拓展了龐大的全球市場。

其次，數位雙生技術開始進入醫療應用，它能模擬器官或疾病進程，幫助醫師設計個人化療程，也能加速新藥臨床驗證。Valo Health 就以此為核心，打造結合 AI 與高通量數據的藥物研發平台，大幅縮短早期開發週期，並提升成功率，成為投資人眼中的新興標的。最後則是監管科技 (RegTech) 與數據治理成為數位健康生態系的底層支撐，隨著跨境數據流通與隱私保護法規日益嚴格，如何兼顧數據安全與共享，成為新創企業的重要挑戰。ElevateBio 透過「平台即服務」模式，為細胞與基因治療公司提供研發、製造與符合法規的支持，不僅降低創業團隊的進場門檻，也在產業法規遵循環節建立新的產業標準。整體而言，數位健康的技術版圖正同時從研發端（AI 與基因編輯）與臨床應用端（遠距監測、穿戴裝置、數位雙生、數據治理）向外擴展。這些創新讓數位健康不再只是醫療輔助工具，而是逐漸滲入醫療體系核心，具備長期且可擴張的市場潛力。

（三）數位健康：醫療體系的關鍵創新力

在數位健康的創新浪潮中，ElevateBio 被視為新一代的「療法孵化器」，這家總部位於麻省劍橋的公司，採取「平台即服務」(Platform-as-a-Service) 模式，推出名為 BaseCamp 的一站式細胞與基因治療研發與生產平台。對於許多新創企業來說，建立昂貴又複雜的製造能力往往是最難跨越的門檻，尤其在罕見病新藥領域，臨床試驗成本高、風險大，更容易讓團隊卡關。ElevateBio 的價值就在於，透過平台化的支援，合作夥伴能從概念一路走到臨床，甚至推進到商業化，大幅降低時間與資本壓力。這種「借力使力」的模式，直接對應全球基因與細胞療法快速創新的趨勢，也因此獲得市場高度青睞。2021 年 ElevateBio 完成 5.25 億美元 D 輪融資，並開始向亞洲等新興市場拓點，顯示投資人看好它在全球擴張的潛力。

矽谷公司 Valo Health 打造了「端到端藥物發現平台」，將高通量實驗數據、機器學習與雲端計算整合在一起，形成獨家的 OmniHub 數據庫。執行長 David Berry 曾表示，這套平台能將前期研發週期縮短約 40%，而在平均需要 12 到 15 年、成本超過 27 億美元的新藥研發產業中，這是一個足以改變遊戲規則的優勢。Valo Health 的發展模式，反映當前投資環境中「技術創新加速」與「資金集中化」的趨勢。2021 年公司在三個月內完成兩次融資，B 輪共募集 3 億美元，並同步於美國與英國設立研發中心，展現了全球化的布局企圖。

無論是 ElevateBio 的平台孵化策略，還是 Valo Health 的數據驅動研發模式，都反映出數位健康產業正進入一個加速發展階段。前者降低了進場門檻，讓更多創業團隊能參與基因與細胞療法的創新；後者則用演算法壓縮時間與成本，讓新藥開發不再是十年漫長馬拉松。對投資人而言，這兩種模式都展現了極高的可擴張性與市場價值，說明數位健康已不再只是輔助醫療，而是逐步滲入醫療核心體系的關鍵力量。

第 2 節 我國新創企業發展領域

在任何國家或地區，創業生態系並非憑空而來，而是深受在地產業結構、政策導向、社會文化氛圍與人才結構的影響。美國因矽谷的科技集群，孕育出一波又一波的數

位新創企業；北歐則因重視永續與平等，帶動了綠色科技與社會創業的浪潮；我國的創業生態系亦然。我國產業一直以製造業為基礎，在臺灣人的靈活及打拼特性下已建構相對完整的中小企業網絡及產業鏈，近年來，再加上政府的創業政策與國際鏈結，已漸形成一個友善的創業環境。

根據近年台灣新創生態圈大調查的結果，可以看到國內熱門創業題目的演變，從 2019 年至 2021 年間以「文化創意」、「電子商務」、「民生商品零售、批發」為大宗，2022 年至 2025 年「AI 與大數據」持續排名第一，且被廣泛應用到「生技醫療」、「文化創意」、「民生零售」等領域。這些關鍵字的變化，反映出我國創業題目的核心不斷跟隨全球技術脈動，以及本土社會與產業鏈對於創新題材的吸收速度與需求。當世界掀起人工智慧的浪潮時，我國創業者也從中找到創業的機會。

進一步參考中小及新創企業署 FINDIT 平台的資料庫分析，則能更清楚看到我國新創企業所切入的主要領域，2025 年平台數據顯示，前 5 大創業應用領域為「健康醫療與生技」(12.05%)、「電子相關硬體（半導體、通訊、其他硬體）」(7.82%)、「食品與餐飲」(7.55%)、「消費產品」(6.94%) 以及「媒體內容與娛樂」(6.86%)。這些應用領域與我國既有的產業基礎緊密相連，亦呼應了社會需求與全球市場潮流。

首先，「健康醫療與生技」是我國創業近年的亮點；疫情之後，遠距醫療、醫材創新與新藥研發的需求大幅增加，加上我國原本就具有堅實的醫療服務體系與研發人才，使得許多創業者得以在此找到切入點。這類創業題目不僅獲得醫院合作與政府計畫支持，也受到國際資金的關注。受惠於國內業者在晶圓製造與資通訊領域具有全球領先地位，「電子相關硬體（半導體、通訊、其他硬體）」可說是我國的產業 DNA，相關新創企業多半以專業技術為基礎，在次世代製程、通訊應用、電源 IC 設計、光電整合、Open RAN、基頻晶片等領域皆有所表現。

「食品與餐飲」領域的創業熱度，反映飲食文化與消費行為的變化；隨著消費者對食品安全、健康飲食與便利餐飲的重視不斷提升，許多主打低碳、純素、即食概念的品牌紛紛興起。外送平台的普及與數位行銷工具的運用，降低了新創企業進入市場的門檻，讓小型品牌得以迅速被看見並擴張。在智慧餐飲、永續飲食與數位化等領域，國內已出現許多成熟的創業者，讓消費者無論在食材選擇或用餐體驗上，都能感受到這波持續不斷的創新服務。我國有完整的製造供應鏈與靈活的零售通路，加上消費者日益重視

健康、永續與個人化體驗，創業者能運用在地生產、包裝與電商通路，以低門檻試產與驗證市場，其商業模式通常是以「功能導向」、「永續理念」或「在地設計」為價值主張結合數位行銷，直接面對消費者快速建立品牌。「媒體內容與娛樂」領域的創業發展，則受到數位世代消費習慣的影響，短影片、遊戲、直播與虛擬偶像等形式的興起，使內容創作者能藉由社群平台快速接觸受眾，並形成新的商業模式。國內過去在文化創意產業的累積，加上相對低成本的内容製作環境，使得此領域成為許多創業者的選擇。整體而言，我國創業趨勢呈現出「承接產業優勢」與「回應社會需求」兩條主軸。創業題目一方面延續長期累積的產業優勢，另一方面也隨著消費行為與國際趨勢的轉變，持續調整其產品形式與服務模式。

一、健康醫療與生技

眾多應用領域之中，健康醫療與生技長年被視為最具規模與熱度的領域；根據 FINDIT 平台統計，健康醫療與生技領域的新創企業占整體的 12.05%，在早期投資件數與金額上常年居冠，2022 年就吸引超過 75 件、總額近 3.8 億美元的投資。這顯示在「資本熱度」的角度，健康醫療與生技是我國新創企業的主戰場，而其形成原因，可以從需求端、供給端與政策端三方面來理解。

在需求端，我國社會結構的變遷使得健康與醫療創新成為長期需求市場；內政部資料顯示，我國已於 2025 年底正式邁入超高齡社會，65 歲以上人口占比達 20.06%，人口老化伴隨慢性疾病與長照需求的增加，使醫療照護、健康管理、精準醫療成為無法忽視的需求。此外，我國自 1995 年實施全民健保，至今覆蓋率已接近 100%，產生了世界少見的完整醫療大數據庫。全民健康保險學術研究資料庫 (National Health Insurance Research Database, NHIRD) 涵蓋 99% 以上人口的多年就醫紀錄，不僅是醫療研究的重要資產，也為數位健康新創企業提供驗證與開發演算法的基礎，讓健康醫療相關的創業題目具有內需市場與測試環境。

在供給端，我國的產業特性為健康醫療與生技創業提供了獨特優勢；我國在資通訊產業與精密製造領域擁有全球領先地位，這些能力逐步延伸至智慧醫療器材、數位健康平台與醫療雲端解決方案。例如，許多 ICT 廠商與醫院合作開發智慧病房、穿戴裝置或遠距監測系統，這些都是結合硬體製造與數據運算的跨界成果。同時，我國醫療器材

產業本身已具有穩定規模，2023 年產值達到新臺幣 1,470 億元，為新創企業提供代工、共研與國際銷售的合作網絡。再加上國家生技研究園區等設施的落成，將中央研究院、研發單位、法規機構與臨床試驗場域集中在同一地點，讓研發、法規審查到商品化的流程更具效率，強化了創新轉譯的成功率。

最後，我國過去二十年來的政策支持逐步建立了完整的制度環境，2007 年制定的《生技新藥產業發展條例》提供稅務與投資優惠，奠定長期法源基礎，2009 年起行政院推動「臺灣生技起飛鑽石行動方案」，透過聚落建設補足產業鏈缺口，2016 年以後的「5+2 產業創新計畫」進一步將生醫納入國家重點，並結合國際鏈結與資源平台。近年來政府更提出「六大核心戰略產業」，其中「臺灣精準健康」聚焦於基因資料庫、再生醫療與數位醫療，並建立智慧醫材專案辦公室，促進臨床驗證與上市准入。2024 年立法院三讀通過的《再生醫療雙法》，則補齊細胞治療與基因治療的法規缺口，降低創業的不確定性。

在這樣的結構下，健康醫療與生技是我國創業非常活躍的舞台，2025 年我國生醫新創企業募資熱絡，有 8 家公司合計募集超過新臺幣 40 億元，投資主題主要集中於新藥研發、放射配體與 ADC 藥物、數位醫療，以及 AI 製藥等方向。在免疫調節與新藥研發領域，已有多起募資案例。一家以阿茲海默症與白斑症為研發目標的新創公司，完成近新臺幣 10 億元的 pre-B 與 B 輪募資，投資方包括安富資本、佳世達與樂天集團；另一家專注於 NM-IL-12 蛋白質免疫藥物，並鎖定皮膚 T 細胞淋巴瘤治療的新創企業，亦成功募集約新臺幣 8.5 億元。

放射配體與 ADC 藥物亦成為近年資本市場關注的投資方向，相關新創企業已出現多起募資案例，聚焦放射配體藥物的新創企業，在台安生技與永豐金支持下募集新臺幣 2.2 億元；另有專注 ADC 藥物研發的團隊，完成 2,400 萬美元募資，約合新臺幣 7.7 億元。在精準診斷與平台型技術方面，亦有新創公司於 A 輪募資中獲得台杉投資領投，國家發展基金及多家法人機構參與，該團隊以 Microscoop 技術探索未知蛋白質與核酸，強化早期研發階段的研究效率。此外，數位醫療與 AI 製藥相關新創企業亦持續獲得資金挹注。無論是以臨床應用導向的數位醫療解決方案，或是以藥廠專屬 AI 決策平台為核心的研發服務模式，均顯示資本市場對生醫數位化與研發效率提升的高度關注。

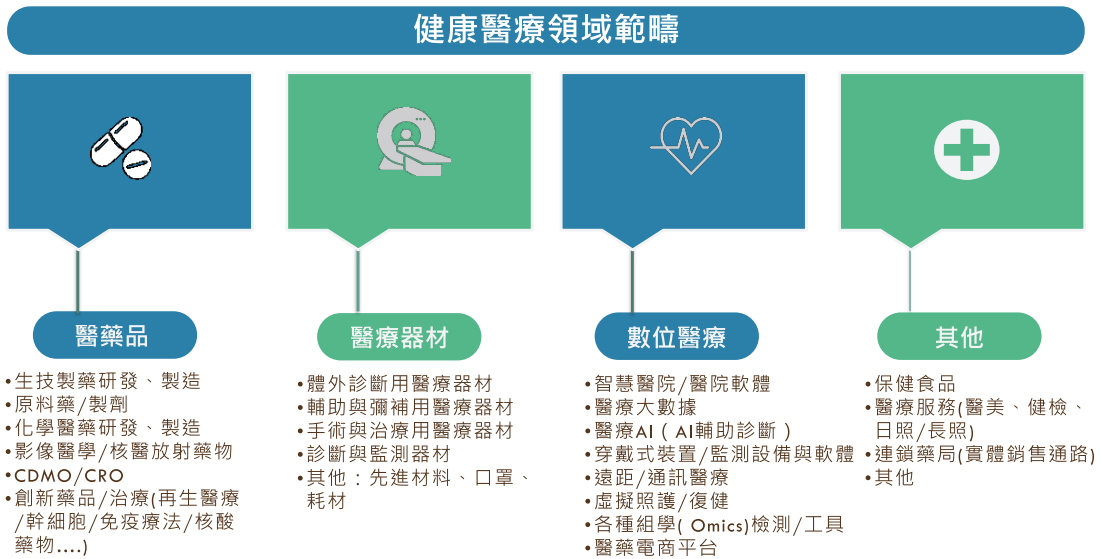


圖 3-2 健康醫療領域範疇

資料來源：FINDIT (2025)。

（一）我國健康醫療與生技產業的機會

2025 年 8 月 27 日行政院生技產業策略諮詢委員會提出，我國發展生技產業的關鍵機會，來自於掌握多項典範轉移所帶來的結構性變化，在科技前瞻應用的版圖上，我國正站在一個關鍵的轉折點。半導體與 AI 的深度結合，已經逐步走進臨床現場，檢傷分級、醫學影像判讀、甚至醫師的「AI 副手」都是創新應用的機會，這背後的意義是帶來一個全新的智慧健康體系。配合實驗室研究與真實世界數據的累積，我國應有機會在亞洲基因體研究與精準醫療上，取得一定領導地位。這些進展的關鍵，在於數據治理模式的轉型，也就是從過去以保存與管理為主的資料倉儲，逐步發展為可支撐研發、臨床與政策決策的國民健康資料體系，使健康數據成為長期可運用的公共資產。

在生態系建構與國際布局方面，隨著 2025 年美國科研預算縮減的背景下，我國在全球生醫產業中的角色亦面臨重新定位的契機。未來發展方向不再侷限於國際供應鏈的一環，而是朝向提供轉譯研究、臨床試驗，以及 AI 醫材國際認證等整合型服務發展，協助創業團隊及新創企業降低進入美國與歐盟市場的門檻。此一轉向，反映產業發展模式由過去以元件與技術供應為主，逐步轉為以應用成果與市場需求為導向的整體解決方案

輸出。當我國能在產品研發、數據基礎、臨床驗證與制度配套等面向形成完整體系時，「Created in Taiwan」就能成為被全球市場信任的品牌，為下一階段的國際角色重塑奠定基礎。

（二）健康醫療與生技產業當前發展趨勢

1. 智慧醫療與數位健康：醫療已打破場域限制

智慧健康相關應用的發展，正逐步擴展醫療服務的運作邊界，國際上已有多個案例展現此一趨勢。例如，飛利浦 (Philips) 曾展示結合智慧病床與感測器的病房設計，可即時蒐集病患生理數據並支援臨床判斷；微軟 (Microsoft) 則開發以雲端架構為基礎的 AI 助理，協助醫師透過語音完成病歷紀錄與行政流程。這類應用顯示，醫療服務正逐步由單一場域的設備配置，轉向跨系統整合與即時資料流通的服務型態，在我國，這樣的想像已經有初步成果。緯創醫學採取平台化與生態系整合的服務模式，將 AI 影像判讀技術與自家研發的智慧病床與醫療顯示設備結合，發展整合式智慧醫療解決方案，並已與臺北醫學大學體系所屬之北醫附設醫院、萬芳醫院及雙和醫院合作，將非接觸式 AI 偵測設備導入心臟內科、睡眠中心與血液透析病房等臨床場域。此外，該公司亦與國立臺灣大學醫學院附設醫院進行下肢外骨骼復健機器人的臨床試驗，協助中風患者復健，並於高雄小港醫院導入智慧血液透析病房，透過大數據與物聯網技術提前偵測洗腎相關併發症，同時也與恩主公醫院合作建置以病人為中心的智慧醫院平台。相關合作除提升臨床流程效率外，也逐步累積可供後續研究與決策運用的臨床數據基礎。在 AI 輔助診斷應用方面，長佳智能 (Ever Fortune AI) 亦展現具體落地成果。該公司於 2023 年 3 月成為我國首家 AI 醫療器材類上櫃公司，並與中國醫藥大學附設醫院長期合作，建構影像標註與資料蒐集系統，相關技術已應用於乳癌分類、肝癌管理與骨齡判定等臨床場景，並擴展至旗下多達 16 家醫療體系醫院進行實際部署與驗證。

2. 精準醫療與基因科技：量身打造醫療方案

隨著基因定序技術發展與成本逐漸下降，精準醫療不再是紙上談兵；我國醫院推出基因檢測，幫助癌症患者找到最適合藥物。國際上，23andMe 讓一般消費者以百美

元即可檢測基因，了解疾病風險與藥物代謝差異。在我國則有新析生技 (Syncell Inc.) 的核心產品是一款「可抓取式」的高階儀器，能在顯微鏡下自動標定並即時純化細胞或亞細胞內的未知蛋白質或核酸，實現奈米級的精準定位與高解析度分析。新析生技已與國際大廠如賽默飛世爾 (Thermo Fisher Scientific) 合作，可應用於腫瘤、神經科學、免疫學等精準醫療研究領域。「一人一基因圖譜」成了這個領域專家的未來藍圖，未來看病可能像刷健保卡一樣，把基因檔案交給醫師，馬上得到量身定做的處方。當然，基因數據的隱私如何保護、使用，以及基因與藥物反應的臨床驗證速度能否跟上商業化需求都還待解。

3.新藥與醫材開發：突破傳統療法的邊界

我國在小分子藥物和生物製劑的研發上有長期的基礎，在此領域中，新創企業多聚焦於新穎的疾病機轉、再生醫學、細胞治療，以及高附加價值醫療器材的開發方向。相關團隊嘗試突破既有治療方式的限制，透過新技術提升療效與治療選項，例如利用幹細胞技術來修復受損組織，前文提到的幾家獲投新創企業都在這個領域有傑出的表現。不過，這類創新技術在實際推廣與臨床應用過程中，仍面臨多項挑戰，包括臨床驗證所需時間較長、整體治療成本偏高，以及健保給付制度未必能即時因應新療法導入等問題。在此背景下，無論是引進國際技術或發展本土研發成果，如何在確保療效與安全性的前提下，兼顧治療普及性與支付能力，已成為政策規劃與市場發展需共同面對的重要課題。

4.銀髮照護與長照科技：用科技打造安心晚年

面對我國社會人口快速老化的趨勢，長照（長期照護）需求日益增加，新創企業將科技融入照護服務，開發出各式各樣的智慧產品，例如能偵測跌倒並即時發出警報的智慧床墊、幫助中風病患復健的機器人，以及串聯照護服務提供者與需求者的平台。這些科技不僅能減輕照護者的負擔，也讓銀髮族能享有更有尊嚴、更安全的生活。

二、電子相關硬體領域（半導體、通訊及其他硬體）

全球半導體市場在生成式 AI 的驅動下重新啟動，世界半導體貿易統計協會 (WSTS) 預測 2025 年全球產值將達 7,009 億美元，高頻寬記憶體 (HBM) 和高效能運算 (HPC) 晶片成為主要成長動能，全球 HBM 市場規模，自 2024 年 170 億美元擴大至 2030 年的 980 億美元。這波趨勢讓全球晶圓代工市場 2025 年第二季市場總值達到 417 億美元，其中台積電市占率達 70.2%，當季營收突破 302 億美元。

未來的競爭焦點不僅在於晶片製造本身，而是「異質整合」如何成為突破摩爾定律的關鍵策略。異質整合技術讓晶片能以模組化的方式運作，突破單晶片設計的瓶頸，也開啟了 Chiplet、共封裝光學 (CPO) 等新世代架構的市場潛力。而通訊技術也與 AI 並行發展，根據《Ericsson Mobility Report June 2025》，全球 5G 用戶數已突破 23 億，固定寬頻市場中光纖滲透率達七成以上。新一代 Wi-Fi 7 晶片組與低軌衛星通訊 (NTN) 則讓「萬物連網」成為現實。從工業物聯網 (IIoT) 到車聯網 (V2X)，再到邊緣 AI 運算，低功耗、高頻寬、低延遲的硬體需求正急速增加。全球連網設備數量持續成長，IoT Analytics《State of IoT Summer 2024》指出物聯網設備預計從 2024 年的 188 億台增至 2030 年的 400 億台。

這些變化帶來了新一波的產業機會，AI 晶片與異質整合技術正在形成新的價值鏈；車用半導體在電動化浪潮中高速成長，碳化矽 (SiC) 與氮化鎵 (GaN) 等材料逐步取代傳統矽基元件；6G 與專網 (Private Network) 的應用正推升高頻模組與測試設備的需求；資料中心能耗上升，也讓液冷、電源管理 IC 與綠色通訊設備成為投資新焦點。

（一）電子相關硬體產業（半導體、通訊及其他硬體）的產業機會

生成式 AI 重新定義了硬體世界的版圖，當模型越來越龐大、運算越來越分散，晶片、通訊與能源系統都被迫進化。AI 晶片的變化最為明顯，過去的半導體設計講求把所有功能都整合在一顆晶片上，現在則走向「異質整合」的新邏輯，讓多個小晶片依功能分工，再以先進封裝技術整合起來。這樣的設計能同時兼顧速度、能效與彈性，也讓

我國的製程與封裝能力更顯重要。台積電的 CoWoS 與 InFO 技術不只是生產工具，更成為 AI 時代的基礎建設；日月光與矽品則持續擴充異質封裝產能，支撐全球 AI 晶片供應鏈。隨著光學元件與電子晶片被放進同一個封裝體，共封裝光學 (CPO) 技術開始普及，讓資料中心的頻寬與能效同步提升。

這股潮流也延伸到車用電子，汽車正逐漸從機械產品變成會思考的移動平台；IDC 預測，2027 年全球車用半導體市場將突破 850 億美元。電動車對高電壓與高效率的需求，推動碳化矽 (SiC) 與氮化鎵 (GaN) 材料取代傳統矽基元件，功率轉換效率更高、散熱更好。我國廠商從功率模組、感測器到系統整合，都有機會切入這場「電子化汽車」的供應鏈升級，車輛的每一次加速與制動，背後都藏著硬體的重新定義。

在運算與連線之間，通訊正成為關鍵的中介層；《Ericsson Mobility Report June 2025》顯示，全球固定無線接入 FWA 連接數預估從 2024 年 1.6 億戶大幅成長至 2030 年 3.5 億戶，光纖寬頻滲透率突破七成，Wi-Fi 7 與 6G 研究同步推進。這些基礎不只是提供網路，而是為 AI 運算創造即時互通的通道。IoT Analytics 估計，到 2030 年全球將有 400 億個連網裝置，每一個都可能搭載 AI 模組，成為能即時判斷、學習的節點。固定無線接取 (FWA) 與企業專網 (Private Network) 的成長，則帶動 CPE 設備與 MIMO 天線的需求；開放式架構 (Open RAN) 讓不同供應商的設備能共用介面，也讓我國網通與伺服器廠在全球通訊市場找到新的位置。這場「萬物連線」的進程，讓 AI 真正從資料中心走向現實世界。

當硬體的性能不斷提升，能源消耗程度也成為熱門議題；AI 訓練與資料中心運算的電力需求快速上升，2024 年全球資料中心已耗掉全世界約 1.5% 的電力，2030 年預計將超過 3%。能源效率因此成為新的技術競爭點，液冷系統 (Liquid Cooling) 開始取代傳統風冷，讓晶片在高密度運算中維持穩定溫度；TrendForce 預測，AI 資料中心採用液冷的滲透率將在 2025 年達 33%，並預計在 2027 年之後，液對液 (L2L) 冷卻將成為主流。台達電、廣達、雲達等企業不再只是設備供應商，而是能源管理與散熱解決方案的設計者。綠色運算 (Green Computing) 不只是環保趨勢，而是 AI 時代的運算邏輯，效能越強，越需要懂得節能。

（二）電子相關硬體產業（半導體、通訊及其他硬體）發展趨勢

1. 跨材料、跨模組的整合

異質整合 (Heterogeneous Integration) 正成為晶片效能突破的新主軸，它的核心概念是將不同材料、功能與製程的元件整合於單一晶片或封裝中，以突破傳統摩爾定律的限制。這股潮流帶動了從材料創新、先進封裝到模組應用的完整創新鏈，形成我國半導體新創企業的重要發展方向。在材料與製程整合層面，像是以 CMOS 製程整合鍺矽 (GeSi) 材料，開發可同時進行電子訊號處理與光感測的光子晶片 (Photonic Chip)，這項技術的突破在於，光學元件能於標準半導體產線上量產，無需昂貴或特殊製程。透過光電整合，晶片可同時執行資料運算與光訊號傳輸，大幅降低系統功耗與封裝複雜度。其產品已可應用於 3D 感測、LiDAR、自駕車影像與資料中心高速光通訊，展現出「以材料整合支撐系統創新」的硬體研發能量。在應用與模組整合層面，亦有以光纖射頻 (RFoF) 與外置光源矽光模組 (ELS) 為核心技術，推進光電訊號傳輸與資料中心應用的新創企業，展現我國在光電模組整合與異質封裝應用領域的發展潛力。整體而言，我國在異質整合的產業鏈中逐步形成自有的技術布局，正為新一代晶片架構與光電整合技術奠定基礎。

2. Open RAN 重塑電信產業與硬體製造鏈

近年來，「Open RAN」是全球電信產業最受矚目的技術趨勢之一，在過去，電信設備市場被少數幾家大廠壟斷，例如 Ericsson、Nokia 等，它們提供「一條龍」的整合方案，硬體、軟體與韌體全部綁在自家的系統裡，電信商要擴建基地台或升級網路，幾乎只能買這些廠商的產品，這種模式雖然穩定，但成本高，也讓外部廠商無法參與。Open RAN 將硬體與軟體「解耦」，並制定開放介面標準，讓不同供應商的設備能夠互相兼容。過去只有專業電信設備廠能進入的市場，如今對伺服器製造商、晶片公司甚至新創企業都開放了大門，市場需要大量能提供模組化零組件、AI 網路管理、系統整合與測試驗證的創新解決方案。

美國新創企業 **Parallel Wireless** 開發可相容多品牌設備的軟體平台，協助電信商快速部署 5G 網路；英國的 **Vodafone** 合作夥伴 **Lime Microsystems** 則以開源硬體 SDR 技術為基礎，讓更多企業能開發客製化無線模組。國內的新創企業有提供 5G Open RAN 無線接取網路 (RAN) 解決方案，提供高效能、低功耗的 5G O-RAN 分布式單元與前傳交換機。這樣的定位正切入了 Open RAN 架構中「硬體模組化」與「分散式單元」的需求，這些案例顯示，Open RAN 已從電信技術的改革，轉變為創業者結合軟體與硬體創新的新藍海市場。

3. 衛星通訊與地面網路融合的產業趨勢

「衛星通訊與地面網路融合」(NTN, Direct-to-Cell) 可以想像成人類正在建造一條連接地球與太空的網路高速公路，過去網路訊號主要依賴地面基地台傳輸，覆蓋範圍有限，海上、沙漠、山區或災區經常沒有訊號，如今，低軌衛星 (LEO) 正扮演天空中的基地台角色，讓手機、汽車、船舶甚至物聯網裝置，都能直接連上衛星通訊網路，不再受地面設施的限制；要讓這條「太空公路」運作，核心挑戰在於硬體創新。衛星通訊訊號來自數百公里外，功率微弱且持續變動，因此需要全新的收發模組、相控陣列天線與功率放大器，才能同時達到高速與低延遲傳輸。地面閘道與中繼設備也必須能追蹤多顆衛星、即時切換訊號，而手機與 IoT 裝置的晶片與射頻模組更要能支援衛星頻段。換言之，沒有硬體突破，這條太空公路根本無法建成。根據高盛 (Goldman Sachs, 2025) 的研究指出，未來五年全球低軌衛星部署數量將超過 7 萬顆，將帶動衛星製造、發射與地面站硬體（如相控陣列天線）的龐大市場需求。

這樣的產業變化不只是科技突破，更是一條創業的新跑道，因為當通訊系統從地面延伸到太空，新的技術空白與供應鏈斷層也隨之出現，而這正是新創企業的機會所在。我國擁有完整的半導體與通訊供應鏈，從晶片設計、封裝測試、射頻模組到天線製造，讓創業者能在多個關鍵環節找到切入點。例如開發可同時支援 5G 與低軌衛星的基頻晶片，解決地面與太空訊號切換問題；或者聚焦於小型衛星的姿態控制與動力系統，其球形馬達技術能讓衛星在軌運行更穩定，為衛星網路建設奠定基礎。這些公司

展現出我國新創企業如何在國際衛星通訊產業中，利用硬體研發能力切入新的價值鏈。隨著衛星與地面網路融合的速度加快，從天線、晶片到地面開道的每一個元件、模組、軟體協調系統，都可能成為下一個創業題目。

三、食品與餐飲

國內外食比重結構性升高與高頻率的消費習慣，已形塑出一個穩定且可預測的市場；而高密度通路、外送平台、冷鏈建設與投資生態，則讓新創企業能以較低資本快速驗證與擴張。供需兩端交互作用之下，食品與餐飲成為我國新創企業選擇切入的應用領域之一。國內餐飲市場規模大且成長穩定，2024 年餐飲產業規模估約 8,463 億元、年增 7.6%，餐飲市場的規模與結構，對早期創業者特別友善，因為小規模試水溫就能獲得回饋並快速迭代。外食文化則是需求端的關鍵推力，臺北市家庭收支調查顯示，各所得族群的外食費占比近十年普遍上升，都會族群對外食依賴度愈來愈高，「餐廳及旅館」支出也出現同樣的普遍成長趨勢，對創業者而言，這意味著需求規模與趨勢具有可預測性。

（一）食品與餐飲領域的產業機會

我國食品與餐飲業在零售通路的高密度布局下，成為新創企業最活躍的應用場域之一；全台便利商店密度位居全球前段，截至 2025 年 8 月共有 14,236 家，平均每 1,859 人就有一家。便利商店、連鎖商場、百貨與夜市等多元銷售通路，使新品得以以「小量上架、區域試營運」的方式快速驗證市場，降低試錯成本，形成極具彈性的消費測試環境。外送平台的普及更是進一步重塑了餐飲業的營運結構，根據經濟部資料顯示，2022 年 5 月已有 64.6% 的餐飲業者提供外送服務；信用卡資料顯示，餐飲外送平台 2023 年的消費金額仍創新高，滲透率由 2020 年的 2.1% 升至 2022 年的 11.1%，疫情過後仍維持高檔。這意味著外送已成為穩定的銷售通路，也讓新創企業得以採取「雲端廚房」、「品牌外送」、「半成品餐」等輕資本模式迅速觸及消費者。另一方面，

行政院與農業部自 2021 年起推動「全國農產品冷鏈物流及品質確保體系」，強化產地到通路的低溫運輸與倉儲建設，讓鮮食、機能飲品、低溫即食餐盒等品類更易規模化與跨區營運，並為食品業的新創企業開啟注重保存與食品安全的創新空間。

隨著產業結構轉變與勞動力短缺、營運成本上升等挑戰浮現，政府亦開始導入智慧科技以促進餐飲業升級，「智慧雨林產業創生計畫」便是代表性政策之一。該計畫聚焦「智慧餐飲」領域，選擇南部地區作為優先示範區，透過人工智慧與數位技術導入，協助中小型餐飲業者提升營運效率與永續經營能力。在計畫推動下，南部已有多項智慧餐飲示範案獲得補助並投入實施。以臺南市為例，已有四家業者入選示範案，包括阿霞飯店（美味求真股份有限公司）、東東餐飲企業股份有限公司、周氏蝦捲有限公司與四葉國際通路整合股份有限公司，並與南臺科技大學、台南應用科技大學、中華醫事科技大學等校合作。這些專案涵蓋顧客服務智慧化、AI 訂位系統導入、食材供應鏈預測與數位行銷等應用，顯示智慧餐飲的多元發展方向。其中，「阿霞飯店傳統台菜智慧營運轉型 AI 示範導入計畫」最具代表性，協助百年台菜品牌導入 AI 模組與智慧管理平台，建置顧客服務數據系統與知識庫，優化供應鏈管理並提升服務體驗。

智慧餐飲政策的推動，不僅是產業升級的技術工程，更直接改變了餐飲創業的結構與機會。一方面透過 AI、數據平台與智慧供應鏈等技術基礎設施，降低創業者的進入門檻，使餐飲新創企業能以數據分析取代經驗判斷，在有限資本下測試市場、優化營運，並迅速擴張規模。另一方面，政策也帶動創業模式的多樣化，從以產品與品牌為核心的餐飲創業，到提供 AI 點餐、供應鏈優化、行銷分析等服務型新創企業，都能在智慧餐飲的政策下找到切入點。

（二）食品與餐飲領域發展趨勢

當代我國餐飲業，不再只是比拼誰的廚藝好、店面裝潢美，因為從街角的麵攤到連鎖餐廳，越來越多業者開始利用科技，來讓生意做得更好、服務更貼心。這波由數位技術、品牌創新和新商業模式帶動的轉型浪潮，讓我國的食品與餐飲領域充滿創業機會。

1. 數位化整合：線上線下無縫接軌

過去，實體餐廳與線上服務多為不同營運系統，如今，點餐、訂位、會員管理、外送服務與電子發票等流程，正被一套數據脈絡串起來。現階段的餐飲經營，已不是單一門店的收銀作業，而是以雲端 POS 為核心，把前台銷售與後台庫存、營運報表、行銷數據即時整合。老闆能在手機上看到每道菜的毛利、每個時段的客單價與翻桌率，行銷人員也能依會員輪廓推送優惠，前後台因此「同頻運作」。

在營運模式的進一步發展方向上，餐飲業逐漸朝向全通路資料整合的架構演進，當外送、外帶、內用與自家電商都回流到同一套資料模型，門店可依區域活動與時段做動態定價，依顧客歷史偏好做個人化推薦，並用演算法預測來客量以優化排班。對顧客而言，體驗從搜尋到取餐幾乎無縫；對餐廳而言，營運決策開始「以數據為先」。要走到這一步，仍有現實門檻。首先是異質系統整併與資料治理，POS、會員系統、外送平台與會計軟體格式各異，沒有乾淨的資料便做不出可靠決策。其次是平台抽成壓力，外送與聚合平台帶來流量，也壓縮利潤，迫使品牌思考自有流量與訂閱關係。再者，資料導向營運模式的導入，亦涉及流程再設計、人才培訓與跨系統協作能力的建立。

對中小餐飲業者來說，以 SaaS 形式提供一站式雲端系統，最大的價值並非功能多，而是資料當天就能說話，熱門品項、備貨節奏、促銷轉換率一目了然。結帳對帳與庫存扣減自動化，員工從反覆抄寫與核對中解放，管理層也能把精力放回菜單優化與服務體驗。總結來看，O2O 並非把線上通路「加」在實體店上，而是以數據把前台觸點與後台供應串成一條可優化的價值鏈，讓餐飲業才能真正從「賣餐點」升級為「經營顧客關係與供應效率」的生意。

2. 新飲食文化：吃得好，也要對地球好

過去永續循環可能僅僅是食品餐飲產業「行有餘力」或「聊備一格」的配角，如今在餐飲的商業策略中儼然已成了具分量感的主文，觀察食品餐飲市場的潮流，不難發現這波逐漸浮現的消費主張。新一代消費者從「吃飽」走向「吃得好、吃得對」的價值轉移，重視「對我是否合適」、「對環境是否友善」，兩者都需要可被信任的資訊與清楚標示（營養、過敏原、來源與碳足跡）讓消費者買單。不過，個人化飲食是

「以人為單位」的微調，依體態目標、過敏史或飲食信念（健身、高蛋白、低糖、純素、無麩質）提供客製化菜單與營養諮詢，核心挑戰是小批量帶來的成本與產線彈性。永續循環則是「以系統為單位」的調整，從食材端到後端剩食媒合、包材減塑、冷鏈與批號追溯一體設計。

國內已有創業團隊將趨勢合而為一，以「植物性飲食」為核心，透過餐廳與展覽、講座、市集的複合空間，把永續從口號變成可被體驗的日常，並用品牌化手法降低非素食者的嘗試門檻；同時，它在菜單設計上提供多層次的客製選項（蛋白來源、烹調方式、佐料濃淡），讓消費者能選擇客製化微調。一旦導入會員與點餐數據，熱門品項、偏好口味與回頭率就能即時回饋到採購與備料，做到以銷定產、減少報廢，永續也因此成為可量化的營運指標。國際上，英國的 ZOE 個人化營養以在家檢測（血糖、脂肪反應、腸道菌相）與 App 飲食建議聞名，說明個人化可以走到「以生理反應為依據」；而歐洲的 Too Good To Go 用剩食即期媒合平台把「可能被丟掉的餐點」變成低價福袋，為餐飲業創造新的收益與形象資產。前者代表「以人為中心」的深度客製，後者則示範「以系統為中心」的減廢機制；兩者都靠資料驅動，卻服務不同決策層級。對創業者而言，路徑選擇不在於孰優孰劣，而在於如何把「個人化」與「永續」疊在同一條價值鏈。當能利用前端數據掌握消費者需求，並在後端透過精準供應鏈與營運流程有效配置資源，會員資料、菜單研發、供應鏈與門店現場能閉環運作，個人化就不再只是昂貴的小眾服務，永續也不再只是宣言，而轉化為可持續、可擴張的商業模式。

3.智慧化營運：從中央廚房到供應鏈

餐飲業的「智慧化營運」，說白了就是把做菜這件事，做成一條穩定又會學習的供應鏈。現在的做法，是把繁瑣工序搬到中央廚房，先把醬汁、配菜、半成品做好，靠低溫物流準時送到各店，門店只負責最後組裝與出餐；前台則把外送與到店訂單交給系統分配。未來的場景中，資料會讓這條鏈更聰明，天氣變化、商圈活動、歷史銷售都倒進模型，提前備料、調整人手；倉庫有分揀機器人與即時庫存，門店用智慧取餐櫃加快取餐。城市裡還會出現一些據點——不接待客人、專做外送的備餐點，像看不見的後台，專門消化尖峰單量。

四、消費性產品

從經濟部中小及新創企業署 FINDIT 平台所收錄的新創企業領域觀察，消費性產品是國內創業活躍的板塊之一。這一現象反映出市場結構的幾項優勢；首先，我國具備高度成熟的製造與供應鏈基礎，零組件、代工與包裝設計可在國內整合完成，使新創企業能以低資本門檻試產、驗證與快速迭代。其次，零售與電商通路密集，從便利商店、量販、百貨到線上平台構成多層次市場，使創業者能以「小量上架」、「限定販售」或「區域試營運」方式迅速測試需求。第三，消費行為全面數位化，社群平台與電商數據成為品牌經營的核心工具。經濟部統計，2024 年我國零售市場總營業額達 4.8 兆元，顯示內需仍具動能，也為新創企業提供龐大的測試場域與細分市場空間。近年來，「功能導向」、「永續理念」與「在地設計」成為產品创新的主軸，結合國內生產製造的靈活性與文化創意，形成消費性新創企業的差異化優勢。

（一）消費性產品領域的產業機會

1. 數位化品牌與電商通路加速擴張

根據 Bain & Company 《Consumer Products Report 2025》分析，2024 年全球消費性產品產業銷售額約 7.5 兆美元，其中超過 7 成的成長並非來自銷售量增加，而是價格上升。這反映出產業已進入成熟階段，當市場成長受限、漲價空間縮小時，既有品牌要持續提升營收與獲利，就必須從「賣得更多」轉為「賣得更有效率」。因此，企業開始強化通路布局與數位化營運能力，以降低成本、提升精準度並穩定顧客關係。例如，直達消費者 (D2C) 模式讓品牌能縮短分銷層級、提高毛利率；數位化工具則能運用顧客資料、AI 推薦與自動化行銷，強化留存與回購。

這樣的轉變也為新創企業帶來兩類明確的創業機會，第一類是服務型 (B2B)，隨著大型品牌加速轉型，對數據分析、電商履約、CRM、行銷科技 (MarTech) 與供應鏈優化服務的需求持續上升，新創企業可提供技術與平台協助企業提升營運效率。第二類是品牌型 (B2C)，藉由社群經營、內容行銷與在地製造，直接接觸消費者、建立細分市場品牌。這類新創企業以快速試驗、精準定位與高互動性為優勢，不需龐大資本

即可進入市場。總體而言，當成熟企業努力提高營運效率，新創企業無論作為「企業轉型的服務提供者」或「新型品牌的創造者」，都能在市場結構轉變中找到新的成長動能。

2. 健康與永續概念引導產品創新

全球消費模式正快速走向「機能價值」與「永續實踐」，根據安永《State of Consumer Products Report: Reclaiming Relevance》指出，消費性產品公司必須重新取得與消費者的相關性，不能再單純依賴價格或通路優勢，而需以產品功能、環保意識與品牌信任作為成長引擎。同時，McKinsey《State of the Consumer 2025: When disruption becomes permanent》觀察到，消費者越來越願意為具備健康、環保成分的商品買單。對於國內新創企業來說，這意味著可開發功能化配方（例如低敏、機能保養、特定族群需求）、永續包裝與在地設計品牌，並以「理念、效益」為差異化主張。由於國內有完整的代工與包裝體系以及高通路密度，新創企業可以快速驗證產品、累積市場反應，以輸出海外。

3. 智慧聯網產品與邊緣應用升級

消費電子與居家用品正在從單純硬體功能轉為智慧化、連網化與情境化的體驗；根據 Deloitte (2025) 研究指出，消費性電子市場雖整體成長放緩，但由於 AI、邊緣運算、智慧裝置需求提升，仍有強勁升級動能。消費設備將越來越多地包含本地 AI 處理、節能管理與用戶互動體驗，為我國創業者提供多元的機會，包括開發智慧家居模組、AI PC 週邊設備、節能感測裝置、或為智能產品提供服務平台。我國過去在硬體製造及系統整合上具備優勢，新創企業可利用此基礎將焦點放在「體驗設計」與「服務模式」上，而不僅是硬體製造。這樣的模式讓產品從單純交換物件進化為服務生態系的一部分，創業者可搭配 SaaS 模型、訂閱維護、資料服務等多元收益形式。

（二）消費性產品的產業新趨勢

1.ESG 與綠色消費重新定義市場

根據 PwC 《Sustainable Consumer 2024》指出，全球逾 7 成消費者願意為永續產品支付較高的價格，我國消費者願意多花 9.7% 的價格購買永續商品，特別是那些承諾「減少消耗的生產流程與回收再利用」(40%) 及「環保包裝」(38%) 的產品。顯然綠色消費已成為品牌進入市場的基本門檻，要求具體量化資訊如碳排放、再生材料比例與第三方驗證，像是如碳排放量、再生材料比例，消費者更願意買單。品牌還得從設計階段就要考慮回收和再利用，例如服飾業推動「以舊換新」計畫，電子業加強「易於維修」的設計。對國內新創企業而言，這創造出如永續包材、碳足跡追蹤、材料再利用設計等切入空間。品牌 O'right 自行制定並達成碳中和與環保包裝目標，其使用 100% 回收塑膠瓶與生物基材質、設立瓶回收網絡，成為我國綠色品牌代表。

2.AI 賦能，個人化體驗再進化

在零售與產品開發領域，AI 正成為核心基礎設施。根據 McKinsey & Company 《State of Consumer Trends 2025》指出，63% 消費者期望品牌提供個人化體驗。數據分析與 AI 技術成為零售體驗的基礎建設，服飾業透過導入 AI 虛擬試穿與尺寸建議，有效降低電商退貨率；美妝業則是以 AI 膚質診斷與成分推薦，取代人工諮詢，提供全年無休的客製化服務，提高轉化率。國內已有新創企業以 AI 和 AR 技術提供虛擬試妝服務，推出即時導購服務模式，在消費性電子產品領域，AI 與 IoT 正推動產品從「功能導向」邁向「學習導向」。透過機器學習與行為分析，系統可預測用戶習慣、自動調整環境參數，提供更個人化的體驗。這些互動過程所累積的感測與行為數據，逐漸成為企業的重要資產，推動「數據即服務 (Data-as-a-Service)」的商業模式。國內新創企業分別在智慧居家與跨通路數據分析領域展現此模式，顯示國內企業已具備將產品數據轉化為服務與決策價值的能力。

3.全通路 (OMO) 深入「會員經營」與「社群內容」

過往的 OMO (Online Merge Offline) 時常強調同時經營網路商店和實體店面，如今的重點是如何讓顧客在兩者之間能無縫銜接、體驗一致。舉例來說，顧客可能先在品牌官網或 App 上瀏覽商品，之後到門市試穿、再用手機完成付款；或是在門市看見缺貨商品，店員能立刻用平板幫他線上下單，幾天後寄到家中。這種體驗讓「線上」和「線下」不再是兩個世界，而是一個整合的購物旅程。

同時，實體店面也成為品牌的重要數據據點，透過感測裝置與會員系統，企業可以了解顧客的購物習慣與偏好，讓每一次互動都能產生新的洞察。例如，店員配備的平板能即時查庫存、推薦搭配商品，或發送個人化優惠券。品牌也更重視「私域流量」的經營，像是利用 LINE 官方帳號、會員 App 或社群社團，與顧客直接互動，建立長期關係，而不是被大型電商平台壟斷顧客資料。像是 SHOPLINE 致力於幫助品牌建立這樣的 OMO 模式，提供整合電商、門市、會員系統的雲端工具，讓品牌能同步掌握顧客行為與銷售數據，真正實現線上線下一體化的經營方式。

4.高齡化帶來的銀色商機 (Silver Economy) 升級

隨著 50 歲以上族群擁有更高的可支配所得和更長的數位接觸時間，他們對「健康」、「便利」和「設計感」的消費意願極高，居家用品將融入人因工程學和無障礙設計（例如，智慧照明、自動感應設備）；一般消費品將迎來「抗衰老」與「功能性」的深度整合，如專為熟齡肌設計的彩妝、高吸收率的機能性食品等。此類產品的關鍵在於打破傳統「老人用品」的形象，提供具備時尚感與科技感的升級產品。因 50 歲以上族群的可支配所得相對高、使用智慧型手機與網路的時間也越來越長，他們不再只是被動的消費者，而是積極尋找「健康」、「便利」又「有設計感」的生活方式。這股潮流讓許多產品重新定義了熟齡市場，例如居家生活的智慧照明、語音控制家電、自動感應設備等設計，讓行動不便或視力較弱的使用者也能輕鬆操作，同時兼具現代感與科技感。

在一般消費品中，「抗衰老」與「功能性」的整合成為主流，熟齡肌膚的保養品品牌、提升吸收率的機能食品，或具備健康監測功能的智慧手環，都讓熟齡族群能更自在追求自我風格與生活品質。關鍵在於，這些產品不再以「老人用品」為訴求，而是

透過時尚設計與智能功能，滿足「優雅老化」(aging gracefully) 的生活想像。對企業與新創企業而言，如何結合健康科技與美學設計，將是開拓銀髮市場的重要機會。

五、媒體內容與娛樂領域

媒體內容與娛樂產業涵蓋新聞、電影、音樂、內容創作、遊戲及影音串流等多元領域，廣義上可稱為文化內容產業。根據《2023 臺灣文化創意產業發展年報》，2023 年我國文創產業整體營業額達新臺幣 11,281 億元，年增 3.45%。主要次產業中，廣播電視產業以 2,760 億元居首，其次為廣告產業 2,091 億元、數位內容產業 1,151 億元與出版產業 1,051 億元；外銷收入約 1,127 億元，占整體營業額近 1 成。這顯示文化內容已從國內消費市場，逐步發展成具出口潛力的產業。

在消費型態上，數位平台與訂閱經濟已成主流；根據資訊工業策進會的「臺灣影音觀看行為調查」，我國 OTT (Over-the-Top) 市場付費觀看比例高達 75%，顯示本地觀眾對內容服務具有付費意願。YouTube 等開放平台則透過流量分潤制度，形成創作者經濟的重要支柱，吸引大量個人與 MCN (Multi-Channel Network) 機構投入，成為品牌與廣告主投放資源的新興通路。付費影音串流方面，有 7 成來自 Netflix (51%) 與 Disney+ (23%)。國際大廠憑藉龐大內容投資與演算法推薦優勢，壓縮了本土業者的競爭空間，促使我國內容走向精緻化、類型化與在地文化深耕以抗衡國外競爭者並保有差異性。

數位科技正在改寫內容產業的邏輯，從影音串流、遊戲、音樂到新聞出版，內容的生產與分發正從「平台導向」走向「創作者導向」。創作者不再仰賴傳統媒體或發行商，而是透過 YouTube、Spotify、Steam 或社群媒體，直接與觀眾互動、實現獲利。OTT 串流、遊戲與電競是成長最快的領域，付費內容與訂閱制則逐漸取代廣告收入；MCN 機構的興起，也帶來新的商機。

（一）媒體內容與娛樂領域的產業機會

在全球內容平台高度集中、國際業者掌握主導權的情況下，媒體內容與娛樂產業的成長重點正從「規模競爭」轉向「價值創新」。隨著創作者經濟 (Creator

Economy) 的興起、用戶行為的分眾化，以及 AI 與沉浸式技術滲入內容製作流程，產業的焦點逐漸移向「內容如何被製作、被經營、被體驗」。在這樣的轉變下，未來可能的產業機會有創作者的後勤服務、垂直利基的深度內容社群，以及文化 IP 與新興科技的結合應用。

1.內容創作者的「後勤服務」

隨著內容創作的專業化與規模化，創作者對營運管理、數據分析與品牌合作等支援性服務的需求日益增加，帶動「創作者後勤生態」的興起。不論從訂閱集資平台起家，逐步發展形成完整的創作者商業化服務鏈，或者提供創作者一站式經營工具，包含作品上架、粉絲互動與訂閱銷售功能，協助創作者在社群時代中建立自主品牌與收入來源。這些公司均展現出創作者經濟的支撐環節已成為內容產業的新藍海，也說明新創企業能以服務與工具介入成熟的媒體市場。

2.極度分眾的深度內容與付費社群

在資訊過載與流量導向的環境下，用戶對高品質、專業化內容的需求愈發明確，聚焦於特定領域的深度平台不僅能建立忠誠度，也證明了付費市場的可行性。像是以長篇報導與專欄內容為核心，或者聚焦知識型 Podcast 與有聲書市場，皆透過訂閱制與社群互動機制培養高黏著度用戶。亦有專注於心理健康與生活陪伴議題，結合內容分享與用戶支持機制，成為垂直利基型社群應用的新典範。這些案例共同顯示，當內容能精準對應特定族群的價值認同，就能在小眾市場中形成穩定的商業生態。

3.文化 IP 與新興科技的結合應用

內容產業的另一個成長方向，是結合新興科技創造沉浸式體驗，以 XR（擴增與虛擬實境）與 AI 技術為核心的新創企業，正重新詮釋文化 IP 的價值。像是以原創動畫與虛擬製片技術聞名，運用即時引擎與 AI 輔助創作流程，服務國內外品牌與遊戲商的創業團隊，或是結合地方文化與 AR 導覽技術，開發互動展演與智慧觀光內容。這些新創企業讓文化不僅是敘事素材，也成為可出口的體驗產品，凸顯科技應用在文化產業中創造的新附加價值。

（二）媒體內容與娛樂領域的發展趨勢

根據 Deloitte 《2025 Digital Media Trends》與 WEF 《Artificial Intelligence in Media, Entertainment and Sport 2025》報告，全球媒體與娛樂產業正進入以 AI 與沉浸式體驗為核心的轉型期。市場研究機構 Grand View Research 預測，虛擬網紅與 AI 驅動的內容市場將以超過 40% 的年複合成長率快速擴張；而 The Business Research Company 指出，生成式 AI 在媒體與娛樂產業的應用規模，2025 年將突破 25 億美元。這些變化顯示，未來五年，內容的商業價值可能高度仰賴人工智慧的效率、虛擬化的創造力與敘事吸引力，例如生成式 AI 所產生的內容、虛擬角色與 AI 偶像經濟的崛起，以及全球在地化 (Glocalization) 的內容策略。

1. 生成式 AI 重塑內容產業鏈

根據 WEF 《Artificial Intelligence in Media, Entertainment and Sport 2025》報告，生成式 AI 將深入內容製作流程的每個環節，從根本上改變效率與成本結構。AI 可協助影像合成、腳本撰寫、語音配音與後製剪輯，使影音與音樂製作成本平均下降 30~50%，並顯著縮短開發周期。其影響主要體現在兩個面向，一是效率提升，AI 將接手內容的初期草稿、語言翻譯、美術概念圖、音樂編曲等重複性高的工作，大幅縮短製作週期；二是個人化與在地化，AI 可依據不同地區的文化偏好，快速調整音效、字幕與敘事節奏，促進內容的全球在地化。這使內容產業進入「再工業化」階段，製作流程標準化、創作模式資料化，人機協作成為新常態。產業界應將資源投入培養能與 AI 協作的「提示工程師」(Prompt Engineer) 與內容策展人，而非僅以 AI 取代人力，從而在創意與技術的交會點開創新的價值鏈。

2. 虛擬角色與 AI 偶像經濟的崛起

虛擬角色正在成為新一代的文化載體，Grand View Research 估計 2030 年全球虛擬網紅市場規模將達 458.8 億美元，年成長率 40% 以上。這類由 AI 與 3D 建模驅動的虛擬角色，正廣泛應用於品牌行銷、音樂、遊戲與直播互動中。日本 VTuber 產業的成功帶動亞洲市場快速擴散，虛擬人格不再只是內容產物，而是可長期經營的 IP 與粉

絲社群。我國已有團隊投入此領域，不論是虛擬藝人計畫，或透過虛擬音樂創作服務，探索人機共創的娛樂型態，這波趨勢讓內容產業從「真人表演」轉向「數位人格經濟」，開啟跨足影視、音樂與品牌體驗的新市場。

3.在地化的內容策略當道

各大串流平台採取多國共製與區域授權模式，以回應不同文化的觀看需求；根據 Deloitte 《Digital Media Trends》調查，7 成以上觀眾更偏好兼具地方文化特色與普世情感的內容。這趨勢推動內容產業從「集中式製作」轉向「分散式協作」，為新創企業創造新的參與空間。生成式 AI、語音合成與自動字幕等技術的成熟，降低了在地化製作門檻，使語言科技、後製工具與文化顧問服務成為新興市場。另一方面，針對特定語系或文化圈的區域型平台與共製機構，也逐漸形成新的商業模式。對新創企業而言，機會不僅在於創作內容本身，更在於成為「在地化的加速器」，提供翻譯、媒體技術、跨文化製作管理與分發支援，協助內容更快進入全球市場。

第 3 節 熱門領域的創業案例

根據 2025 年國內新創企業熱門創業領域，我國新創企業在這些領域透過創新技術和靈活的商業模式，像是人工智慧、健康醫療與生技、數位與永續的雙軸創新，成功拓展國際市場取得實績。接下來，將介紹 3 家新創企業案例，在開拓國際的過程中與國際創業潮流接軌，包含其掌握的創業商機、產品服務、技術、商業模式以及政府資源運用，展現新創企業如何善用生態系資源，在全球市場建立關鍵地位。

一、鴻躉股份有限公司：從廢棄太陽能板到再生循環鏈的關鍵推手

全球為實現淨零碳排放目標，太陽能光電正快速發展，然而太陽能板平均壽命約為 20 至 25 年，預計第一波光電設施陸續退役時，巨量的廢棄光電板處理將成為挑戰，傳統的焚燒或掩埋方式可能造成二次污染。國際能源總署 (IEA) 預估，未來太陽能將在全

球供電占比中扮演關鍵角色；面板在世界各地快速鋪設，「但每片面板都有壽命」，當使用期滿，若處理不當，污染風險與民意反彈將回頭阻礙綠能布局。根據環境部資訊，預估 2031 年起我國將進入太陽能退役潮，至 2039 年每年約有 10 萬公噸廢棄太陽能板待處理，如果不回收利用，這些板材中的矽、玻璃與金屬將成為潛在汙染源。

由創辦人傅耀賢教授與洪嘉聰共同領軍，鴻薈團隊深耕太陽能板回收再生產業，從學術研究起家、技術獨立、政策輔導到商業化落地，憑藉其創新的回收技術，精準地切入此一市場缺口，結合核心技術創新、獨特的商業模式，並善用政府與學術資源，成功將學術研究商業化，也提供從我國走向世界成功為全球太陽能產業的永續發展的路徑。

（一）從實驗室到商轉：以「物理拆解 + AI」做乾淨回收

鴻薈是國立臺南大學太陽光電實驗室的延伸事業，源於綠色能源科技學系傅耀賢教授的研究團隊，長年投身於太陽能研究的傅教授，洞察到傳統回收方法的缺陷。他秉持著「循環經濟」與「資源永續」的核心理念，開始探索全新的解決方案。鴻薈科技的核心競爭力，在於其自主研發的「PV Circulator」一站式全自動回收設備。不同於傳統高溫或化學浸出，鴻薈主張物理性拆解，先以 AI 辨識面板結構，再以機械化流程逐層分離材料，將玻璃、鋁框、EVA、矽晶電池與少量貴金屬各自回收。洪嘉聰強調，面板能用 20 到 40 年，「壽命終了時，它的物性並沒有和初生差太多」，技術到位時，二次利用是可行的。

「PV Circulator」的處理效率極高，平均每分鐘可處理一片太陽能板；同時，其能源消耗極低，處理一片板材的能耗甚至低於 1 kWh。與傳統焚燒法相比，其減碳量高達 99%，真正實現了高效、低碳的綠色回收，其回收率經 SGS 認證高達 99.3%，接近 100% 的完全回收。透過這項顛覆性技術，鴻薈成功將過去被視為「負價值」的廢棄物，轉化為高價值的再生材料，創造出全新的商業價值鏈。走向國際的第一站，鴻薈選擇環保法規嚴格的美國加州作為戰場。鴻薈公司先在美國完成驗證，取得加州 DTSC（毒物管理部）核可，成為當地少數獲許可的回收業者之一；我國雖然在太陽能板回收起步較晚，第一張太陽能板再利用許可也在 2025 年 10 月透過採用鴻薈技術的回收業者取得，技術合法性與可行性雙雙到位。

鴻躉刻意不做「設備賣斷」的生意，賣的是「回收即服務」；把模組化設備送到回收場或電廠現地運作，客戶不必投入巨額購置機台，也不必訓練專業人員，由鴻躉團隊就地完成拆解與材料分流，並出具回收履歷與減碳報告。回收業者無需一次性投入巨資購買設備，而是按月或按處理量付費，降低進入門檻。在此模式下，回收業者除了向太陽能板的持有者（如電廠、EPC 廠商）收取傳統處理費，更能憑藉低成本、高效率的優勢，提升競爭力。此為商業模式中最具價值的一環，將回收後的高價值材料（如高純度玻璃、再生 EVA、金屬）保留原有特性，銷售給下游產業，實現了「垃圾變黃金」的循環經濟閉環。

在碳管理上，創辦人洪嘉聰提出一個具體數字，相較掩埋或焚化，鴻躉流程可減碳達 99%，減碳效益回饋案場業主，形成 ESG 的「可量化回報」。他直言「回收不是 low-end 行業，它是高技術、高性價比的資源產業。」洪嘉聰也在 2025 年能源週揭示鴻躉的下一步，「廢板製氫、夜間發電」，透過白天靠光電、夜間用氫能，結合已談定的多家上市公司合作，把回收材料進一步轉化為儲能與發電解方，讓循環經濟與能源科技彼此賦能。

（二）政策與產業的良性循環：示範、法規、認知三箭齊發

這一路，政府在鴻躉的成長過程中扮演了關鍵角色，公司先透過國家科學及技術委員會創業輔導計畫取得早期研發支持，再藉由經濟部科研成果價創計畫將技術推進商業化。隨後，在經濟部產業技術司 TREE 計畫的協助下，鴻躉成功鏈結國際資源，並受邀前往史丹佛大學接受培訓；同時，SelectUSA 與 AIT 美國在台協會亦協助公司落地美國市場。鴻躉以長期的學術研發為根基，開發出結合 AI 智慧辨識與全物理拆解的核心技術，結合行動化設備與數據加值的 Web3.0 概念，以硬體結合服務及數位平台的複合模式，超越傳統硬體銷售思維，加上數位履歷增值服務，不僅符合國際趨勢更深化客戶關係，創造多元的營收來源與經常性收入，擺脫了單純硬體銷售的紅海競爭。

以創業者視角，洪嘉聰把「政策的實際幫助」歸納成三件事；示範與補助，降低第一條產線的風險，讓產業看見可行解；法規路徑，明確回收責任、再生料標準與用途規範；品牌與國際鏈結，擴大示範案國際宣傳，把國內技術放上全球舞台。更關鍵的是

社會認知，他建議，我國政策法規可以比照美國加州、歐盟做法，要求案場「自建造起即提回收計畫」，把善終成本前置化，消弭民眾對「廢板成為環境負擔」的疑慮。「當市民相信面板有善終，對綠能設置的阻力自然下降。」洪嘉聰說，從回收物料提煉銀、鋁，性價比往往高於傳統採礦；再生玻璃導入建材，以回收對抗採新礦，減碳更快。鴻薏用行動證明，綠能不該只是發電，也應該能「再生」。我國第一代太陽能板回收技術正走向國際，讓廢棄物轉化為再生經濟的原料，讓能源的終點成為循環的新起點。「我們做的不只是回收，而是讓太陽能真正成為永續能源。」

二、福寶科技股份有限公司：從技術創業到政策共伴的智慧醫療

在全球產業趨勢中，智慧醫療與輔助型機器人的崛起，我國憑藉其深厚的資通訊與精密機械研發實力，在此領域具備獨特的發展潛力。對於深度科技新創企業而言，其創始故事與核心技術不僅是品牌敘事的元素，更是決定其長期韌性與市場區隔的策略性資產。在全球高齡化及天災、戰爭等因素影響下，已有超過 20 億人口因疾病、老化或意外喪失部分行動能力，預計 2030 年將突破 30 億，即使醫療科技突飛猛進，動作功能障礙仍難以單靠藥物或手術完全恢復。福寶科技 (FREE Bionics) 創辦人暨執行長巫震華認為，關鍵在於「人類神經重塑與動作恢復」是一個腦神經與肌肉協作的閉迴路系統，而外骨骼機器人可作為重建神經通路的輔助工具。將以福寶科技為案例，看其如何透過明確的目標、國際市場策略布局，以及運用公私協力生態系，建立全球化發展路徑。

（一）從實驗室到市場：讓市場看到「實際價值」

其技術根源可追溯至工業技術研究院，最初由經濟部產業技術司交付的計畫，旨在為身障者開發我國首款「外骨骼機器人」。當時研發成果的新聞報導後，來自全球的詢問蜂擁而至，然而，將此成果從實驗室推向市場的最終催化劑，來自創辦人巫震華一段深刻的個人經歷。巫震華原任工業技術研究院機電系統研究所智慧機器人部門研發主管，主導過 20 多款服務型機器人開發，也曾赴日本慶應大學學習機器人應用技

術，而創業的起點，卻來自家中的遺憾。「我的阿嬤因行動障礙而臥床，看著她不到一年的時間過世，那時我深刻感受到病患與家屬的無助，也看到社會上對行動復能的需求。」

這份源自摯愛的使命感，更成為一股強大的領導力磁場，足以說服他所帶領的整支 10 人核心研發團隊，集體離開工業技術研究院的穩定體制，共同投入充滿未知的創業旅程。那時，團隊雖具技術能力，卻受限於研究體制無法商轉，因此巫震華決定創辦福寶科技，讓外骨骼機器人技術真正落地。外骨骼科技輔具屬於醫療與科技跨界領域，團隊與多家醫院、長照機構合作，蒐集步態、肌力與復健效率的臨床資料，證明外骨骼機器人可縮短復健期、減少長期照護人力負擔。

在技術層面，福寶科技的核心優勢在於其獨創的「無感測控制技術」，與一般需依賴肌電 (EMG) 或腦波 (BCI) 感測器的裝置不同，該技術透過高精密度馬達與 AI 演算法，以每秒高達 4 萬次的頻率，即時感測使用者肌肉發力時對機器產生的微小「抵抗力」，並分析馬達因受力而產生的「逆電動勢」從而精準判讀其意圖並提供相應的輔助力道，此技術簡化穿戴流程，並提升使用舒適度與普及性。

巫震華坦言，若沒有政府的支持，這項技術難以在短期內商業化，福寶科技源自工業技術研究院技術移轉與創新育成計畫，在創業初期即獲得完善輔導機制；而經濟部與衛生福利部的協作，更為公司建立了全新醫材法規路徑。當時國內尚無外骨骼科技輔助醫材前例，衛生福利部食品藥物管理署特別派專家協同研議，協助釐清安全驗證重點與臨床要求，使公司在成立後 20 多個月就取得國內第一張外骨骼機器人醫材許可證。福寶產品已取得我國醫療器材認證與歐盟 CE 認證，導入超過 70 家醫療及照護機構，許多患者在機器輔助下第一次重新站起來，這份實證成為品牌最有力的背書。

（二）國際布局：日本市場與歐洲市場

福寶科技選擇日本作為其首個海外市場，看準制度優勢，相較於多數國家將外骨骼機器人視為嚴格管制的醫療器材，日本法規允許未宣稱醫療效果的輔助產品歸類為「福祉器械」。此一定位讓 FREE Walk 得以繞過耗時費力的醫療器材審查程序，大幅縮短產品上市時間，搶得市場先機。福寶科技直接將產品導入其臨床場域進行實證，於

真實世界場景下證明產品優於所有現存方案，不僅迅速消弭了市場對外來品牌的疑慮，更成功吸引了當地通路商主動洽談合作，為後續的商業拓展奠定了基礎。

正當福寶科技準備憑藉日本市場的成功經驗加速全球布局之際，COVID-19 疫情的爆發，打亂了其原定的歐洲擴展計畫。福寶暫時將重心移回國內市場，並利用這段時間，開發出如 NimBO 肌力寶等關節復健訓練的新產品線。這次的戰略調整，不僅強化了國內醫療院所的實證基礎，也讓團隊在疫情趨緩、重啟國際征程時，擁有更豐富的產品組合與更強大的競爭實力。2025 年福寶科技選擇在捷克設立歐洲總部，捷克的健康保險制度已正式將外骨骼機器人納入給付範圍，這直接降低了終端用戶的採購門檻，加上公司策略性投資股東在捷克擁有深厚的營運根基，能提供福寶在法務、稅務、人事等落地營運支持。

在高度重視信任與實證的醫療領域，福寶科技採取「先實證、後通路」的模式，他們並非永久繞過代理商，而是先直接與終端專業人士（醫師）合作，在臨床應用中證明產品的卓越性能，建立起權威的專業背書。當產品的價值被市場頂端的意見領袖驗證後，通路商便會從被動接洽轉為主動合作，讓新創企業在談判中處於更有利的地位。這種以產品實力為核心的信任建立模式，奠定長期市場地位的基石。

福寶科技的成長軌跡，從政府前瞻性的政策引導、法人機構的研發助力，到大型企業的策略性投資與營運賦能，為新創企業的國際化征程鋪平道路。從工研院的實驗室走進市場，甚至正計畫依據經濟部產業發展署「科技事業認定制度」規範，申請以科技事業資格進行 IPO，福寶科技用實際行動證明了我國在外骨骼機器人與科技輔具領域的創新實力。在政府政策的扶持下，這項「讓人重新站起來的技術」不僅走進醫療機構，也代表著本國新創企業由本土走向國際的力量。

三、精拓生技股份有限公司：打造癌症治療的「AI 數據決策平台」

在癌症治療的漫長道路上，患者為了找到最有效的藥物而「以身試藥」的過程，不僅伴隨著巨大的身體痛苦與副作用，更消耗了寶貴的時間，充滿了高度的不確定性，每一次的嘗試都是一場賭注，然而對抗癌症，往往沒有重來的機會。精拓生技創辦人陳柏

翰，因至親的抗癌經歷投身生技領域，在陪伴父親治療的過程中，他發現，相較過去在金融系統開發的嚴謹測試流程，醫療決策中缺乏預先測試機制，癌症用藥的選擇是讓病人用自己的身體直接嘗試，以判斷療效。這個反差，讓他意識到這不僅是個病患痛點，更是一個待技術方案填補的市場缺口。

2018 年，他回國創立精拓生技，希望把「測試環境」移植到醫療體系，精拓用「病人樣本複製、藥物先測試」的方式，為治療與研發皆帶來不同的可能性。先在實驗室測藥，再把最有機會奏效的方案端到病人面前。陳柏翰坦言，藥能治病，但不一定能治「每個人」的病。再嚴謹的新藥審查，也難以預測病人體質的差異與實際反應；因此精拓把病人的腫瘤在體外「複製」出替身（腫瘤類器官），用替身去測試多種藥物、劑量與組合，回診時帶著數據而非賭注。「這不是要取代醫師，而是讓醫師與病人多一個有據可依的決策工具。」

（一）開發癌症病患的「替身」：從人工作業走向標準化平台

精拓生技的目標非常明確，透過創新的體外檢測技術，提供醫師和病患更精準的用藥資訊，真正實現「個人化精準醫療」，其核心技術也被稱為「替身醫療」。創業初期，精拓生技的類器官培養流程仍像是一場仰賴資深研究員的經驗、人工判讀與繁複操作，每一步都需要時間與人力堆疊。陳柏翰很快察覺，這樣的模式難以規模化，他重新以工程師的思維解構流程，將整個實驗轉化為一組可被自動化、標準化的模組，在這樣的架構下，團隊導入 AI 與自動化系統。以影像辨識技術判斷細胞健康與生長狀況，讓品質控管更精準；再結合自動化軟體與機械流程，減少人為誤差與時間成本；最終透過雲端演算法分析實驗結果，將龐大的生醫數據轉化為醫師能直接閱讀與決策的臨床報告。這個思維的轉變，也讓精拓生技從傳統 CRO（臨床前委託研究服務）公司，進化為結合 AI、自動化與臨床資料的智慧醫療平台，讓癌症藥物測試真正邁向規模化與普及化。

只需抽取病患 20 c.c. 的血液，從血液中分離出循環腫瘤細胞，運用獨家專利技術，將循環腫瘤細胞 (CTC) 培養成腫瘤類器官，作為病患在體外的「腫瘤替身」。在實驗室中，用此「替身」測試多種臨床藥物（如化療、標靶藥物）的反應，直接觀察藥物是

否能有效毒殺癌細胞。將測試結果數據化，產生一份詳細報告，提供給醫師作為制定個人化治療方案的關鍵參考依據。此技術最關鍵的優勢在於其高達 90% 的培養成功率，高於業界平均約 30% 的水平，提升了臨床實用性。精拓生技採取了雙軌並行的商業模式，一方面，他們直接服務臨床端的醫師與病患，提供個人化的藥物篩檢報告。另一方面，與藥廠合作將其類器官平台作為新藥開發與篩選的工具。此模式不僅加速新藥研發的進程，也符合美國 FDA《現代化法案 2.0》中，推動以類器官等技術取代傳統動物實驗的全球趨勢。

（二）國際化與資本市場準備

創業初期，精拓生技幾乎把所有能參加的政府輔導計畫都走過一遍；TAcc+ 臺灣最新型加速器幫助精拓有機會與臺灣醫療法人合作試驗臨床應用；國際創新創業訓練營 G CAMP 則帶著團隊遠赴歐洲與日本，建立與海外藥廠與研究單位的合作管道；資育 IP² Scale Out Program 與美國加速器 EntreCamp 合作，讓團隊得以在紐約駐點一個月，親身感受美國醫療創業生態系與投資節奏；2025 年團隊進一步透過日本沖繩科技大學 (OIST) 的國際加速計畫資源連結日本市場。

精拓生技積極導入 AI 人工智慧與自動化設備，旨在將實驗室流程標準化，減少人為變因，提高數據的精準度和穩定性，目前已完成實驗紀錄的全面電子化，在 2025 年的美國癌症研究協會 (American Association for Cancer Research, AACR) 年會中，展示了 AI 影像分割模型應用於腫瘤細胞培養的成果，能夠即時量化細胞生長並提早預測失敗風險，公司的替身醫療平台與美國 FDA 正在推動的《現代化法案 2.0》及《非動物測試減量路線圖》趨勢高度契合，這些趨勢將類器官、MPS（微生理系統）與 AI 建模納入藥物評估體系，這有利於精拓生技在全球法規市場（如歐美國日）的布局。

展望未來，陳柏翰希望讓 AI 真正滲入實驗室的每一個環節，從樣本品質控管、影像判讀到報告生成，讓替身醫療 (Avatar Medicine) 平台不只是準確，更能被追蹤、被規模化。此外，實驗室的挑戰不僅在於技術，更在於執行的現場落差，精拓生技擴大「Smart Lab」概念，打造 AI 智慧實驗室助理，研究人員只需配戴智慧眼鏡，系統即可

自動辨識實驗操作並生成可稽核 SOP 紀錄，大幅提升實驗重現性與品質，這套應用也讓團隊成功入選 2025 年 Qualcomm Innovate in Taiwan Challenge (QITC) 決賽，公司也正加速國際化雙軌布局。在美國、日本建立合作據點後，精拓持續擴大與醫院、藥廠、科研機構的長期夥伴關係，讓我國技術有機會被納入全球臨床驗證網絡。

精拓生技每年透過 Summer Intern Program 招募實習生，實習生不只是協助研究，而是被視為潛在的核心成員，能參與研發、行銷、數據分析與實驗設計，從中挑選願意長期留下的夥伴。公司文化強調跨域流動與開放心態，有人從營養師轉做實驗，也有人從實驗助理改任品牌內容企劃，「只要你願意學，我們就讓你試。」這樣的制度，讓精拓生技在短短幾年間，吸引了來自醫學、AI、行銷等不同領域的年輕人才，形成一個充滿創新與彈性的團隊。精拓生技從真實的痛點出發，以解決問題為核心使命，陳柏翰以技術實力為基礎，結合政策資源與國際視野，帶領精拓從創業起點走向全球舞台，為我國在精準醫療領域開拓出新的可能。

第 4 節 結語

2025 年全球創業趨勢已清楚展現出資金與技術的方向，生成式 AI、永續轉型與醫療創新成為資金最為集中的領域；另一方面，創業活動的本質正由單點走向跨域整合，創業者不僅要解決客戶的瓶頸，更需連結供應鏈、法規與資料基礎。這種以「系統能力」為導向的創業模式，正重新定義全球新創生態的競爭邏輯。從全球趨勢來看，國內新創企業的創業領域與國際新興方向大致一致，AI 應用、智慧醫療、綠色科技與新消費產業都展現出活力；我們的優勢並不僅止於技術或創意本身，而在於以高密度零售通路與完整產業鏈所構成的驗證與擴散基礎。這樣的結構，使新創企業能以較低成本完成市場測試、建立品牌聲譽，並在國內市場形成穩定現金流，為後續國際化奠定條件。本章所提供的熱門創業領域案例，也釋放出共通訊息，創業成功不再只是「進入某一產業」，而是找到能將技術、商業與社會價值連結的節點。無論是以循環設計開啟新商機的綠色品牌、結合 AI 與臨床需求的智慧醫療新創，或是以在地供應

鏈創造差異化的食品餐飲業者，他們的共同特徵在於，能夠在既有市場結構中創造新價值，並以資料與技術支撐持續創新。

展望未來我國在全球市場中仍具備相當的競爭優勢，當 AI 技術從雲端加速走向地端 (Edge AI) 之際，我國在 AI PC、智慧製造與嵌入式系統領域展現明顯的競爭優勢；高品質的醫療體系與全球少見的全民健保資料庫，更讓我國能將 ICT 製造強項與醫療場景緊密結合，持續推動精準醫療與 AI 輔助診斷等新型態服務的發展。同時，國內密集而成熟的便利商店與零售通路，也使我國成為測試 OMO、無人商店與智慧物流的最佳實驗場域，提供新創快速驗證、快速迭代的土壤。

然而，我們同時也面臨若干限制創新擴散的瓶頸，諸如內需市場有限，使我國較難培育出如美、中般規模的大型 B2C 平台；數位健康與金融科技則因高度監管要求、法規沙盒進展較慢，使得創新落地需更長時間。以及，人才結構仍以硬體工程為主，頂尖演算法架構師及跨領域人才（例如同時懂醫療與 AI）相對不足。此外，雖然零售與醫療領域累積大量資料，但因長期分散於不同機構、缺乏標準化介面與資料交換機制，使大數據的整合效益無法充分展現。

不過，這些挑戰反而形成新創企業切入協助產業升級的契機，在競逐 AI 產業時，我國不需與美中大廠在通用模型上正面競爭，而是能專注於零售、醫療、製造等場景的垂直應用，發展更能落地的 AI 服務。以硬體製造強項為基礎，新創企業亦可透過系統整合，將 AI 模型嵌入醫療器材、物流設備或供應鏈系統，使硬體成為軟體服務的載具，打造更具黏性的商業模式。同時，我國經驗成熟的新零售、物流與消費模式，也能在日本等勞動力短缺國家，或東南亞等新興市場形成可出口的完整解決方案，透過場景輸出帶動新創企業走向國際化。我國的產業優勢、資料資產、強韌的供應鏈與創業能量，不僅為新創企業帶來多元的創新場景與跨域合作機會，更是吸引國際資金、跨國企業與全球創業團隊來臺布局、投資與合作的重點，讓我國在全球創新競爭中能持續保持獨特位置與高度吸引力。

第 4 章 生態系發展關鍵議題

重點摘要

面對全球激烈的創業競爭與產業轉型壓力，我國致力建構具備自我演化能力的創新創業雨林生態系。本章聚焦於創業教育、企業合作、國際鏈結與 AI 機會四大關鍵面向，探討如何透過制度優化與資源整合，將創業轉化為驅動國家發展的核心動能。

●創業教育結合實務讓創業成為職涯選擇

- 歐盟與芬蘭將創業家精神融入各級教育，透過實務專家引導學生從市場需求回推技術模式，使創業成為可規劃的職涯選項。
- 建立清晰的創業職業化晉級制度，規劃從地方啟蒙、中央產業鏈結到國際市場的階段路徑，協助團隊在不同成長階段獲得對應資源，讓創業如同專業運動員般擁有明確且可依循的成長軌道。

●以企業合作促進區域創業發展

- 推動「以大帶小」的區域創新模式，由中央設定 AI 與淨零等關鍵技術方向，地方依據在地產業特色提出執行計畫，形成六大區域產業與生活圈的創新網絡。
- 借鏡韓德荷經驗，由成熟企業提供場域與供應鏈資源，帶動新創企業進行技術驗證與市場導入，將政策資源轉化為產業升級動能，並透過供應鏈聯盟協助新創企業接軌國際標準。

●從 APEC 倡議探討國際合作策略

- 我國積極參與 APEC 對話，協助新創企業接軌國際隱私資安標準，並呼應受信任資料自由流通倡議與商業倫理，建立可信賴的供應鏈夥伴形象。
- 掌握潛在國際合作機會，聚焦深科技育成、AI 解決方案及女性創業議題，透過共同議程與示範場域串聯，為新創企業開闢更寬廣的國際市場空間。

●AI 趨勢下的創新創業機會

- 面對國際巨頭主導通用大模型局勢，我國應發揮硬體與數據優勢聚焦垂直應用，推動 AI 技術中央廚房概念引進開源模型並開發中小型模組，以降低新創企業開發成本，發展具備產業深度的 AI 解決方案。
- 建立企業 AI 治理架構與標準化資料庫，提供共用的技術模組與標準化資料庫，支援新創企業進行模型訓練與驗證，打造具國際競爭力的 AI 應用生態系。

第 1 節 創業教育結合實務讓創業成為職涯選擇

根據 GEM 在 2025 年發布的報告發現，我國民眾對創業的機會感知明顯提升，超過一半 (52.8%) 的成年人認為周遭環境中存在良好的創業機會，顯示社會整體對新興產業與創新趨勢的敏銳度逐漸增強。然而，從感知到行動之間仍存在落差，僅約 13% 的受訪者表示有創業意圖，而認為自己具備創業所需技能與知識的比例為 37.9%。換言之，民眾對創業的興趣與潛力正在形成，但在技能準備、行動信心與支援系統等層面仍有成長的空間。這樣的現象並不代表我國缺乏創業動能，而是可以從創業歷程中的「培育與承接機制」設計強化創業行動的誘因。

GEM 專家調查指出，「正規教育體系內提供的創業教育」評分為 4.8 分（滿分 10 分），較前次調查有所進步，但仍屬相對需要加強的面向。創業教育的重要性已在國內逐漸受到重視，校園內外開始累積更多創業導向課程與實作活動。然而，要讓更多潛在創業者從「看見機會」走向「實際行動」，仍需透過教育體系與社會支持環境的長期配合，讓創業成為可以學習、可練習、也可被陪伴的過程。當創業教育與社群文化能形成互相支撐的結構時，民眾對創業的信心與實際行動力便會顯著提升。然而，成功的關鍵並不在於課程數量或競賽頻率，而在於是否真正把「創業」視為一種可以被培養的能力。

歐盟的 EntreComp 框架將「創業」界定為可循序培養的知識與能力，從機會辨識、價值創造到資源整合與反思學習，形成一套可評估、可累積的能力模型。從歐洲作法可以看出，創業教育的重點在於如何讓創業家精神轉化為可持續的職業能力。教育端必須提供跨領域的能力養成環境，讓學生在不同階段都能從探索、實作到行動；社會端則應建立能延續這種學習動能的創業社群與導師網絡，是長期學習與職涯發展的延伸。若能讓「創業精神」在教育體系中被培育、在社會環境中被實踐，「創業」自然會從理念轉化為現實，成為可選擇並持續發展的職業道路。

一、校園教育：創業是可以養成的能力

歐洲多國近年將「創業教育」視為培育未來公民能力與創新素養的重要環節，其教育理念將創業視為一種可學習的能力 (entrepreneurial competence)，而學校是啟動

這項學習過程的起點。從制度設計到教學實踐，歐洲各國已逐步建立出一條從校園走向社會的創業學習路徑，對國內未來推動「教育與創業接軌」提供了具體的參考案例。

芬蘭自 1994 年起將創業教育納入國民教育體系，並在 2014 年新版《國家基礎教育核心課程》(National Core Curriculum for Basic Education) 中，將「工作生活能力與創業精神」(Working Life Competence and Entrepreneurship, T6) 列為 7 大橫向能力之一。這項能力強調學生在學習歷程中能發展自主性、合作力與責任感，並理解個人與社會的連結。芬蘭教育政策的特點是，創業精神不僅存在於特定課程，而是滲透於整體教學活動中，讓學生在跨學科學習中培養創造力與解決問題的能力。

更重要的是，芬蘭將創業定位為學生社會參與與服務的一部分，推動「Me & MyCity 微型城市計畫」。六年級學生先接受約 10 小時的職場與經濟概論課程，隨後在模擬城市中扮演不同職業角色，體驗企業營運、稅務、薪資與消費等真實場景²。學生的學習不是「紙上談兵，聽創業為何」，而是以實習與創業提案理解社會與商業運作，學生在七年級參與校內職業體驗與家長工作場所見習，八年級開始主動尋找實習機會，九年級則進行 1 週的完整職場體驗與回饋報告。創業家精神培養模式的成功關鍵，在於多方協力，政府提供政策架構與資源、地方政府協助執行、企業開放場域、教師則獲得充分自主權，得以依學生特質設計課程。

立陶宛於 2019 年啟動《國家創業與自雇推廣計畫》(National Program for Entrepreneurship and Self-Employment Promotion)，由 3 個部會協同推動，經濟與創新部負責政策規劃與整體運作；教育與科學部負責創業教育與學校課程設計；社會保障與勞動部則負責協助青年創業輔導與補助。這種跨部會推動模式使創業教育可以妥善銜接各政府部門的政策措施，而成為國家層級的整體政策議題。這些模式提供了兩項值得參考的方向，其一，是讓創業學習融入教育體系中，從職涯探索、社會議題解決到創新專案設計，逐步培養行動與思辨能力；其二，是建立跨部會與社會多方合作的支持架構，讓教育、產業與各級政府在共同目標下協調運作。

² 這個由教育與文化部、地方政府、企業與基金會共同推動的計畫，已在全國建立 13 座微型城市，涵蓋超過 80% 的六年級學生，每年約 5 萬人參與。

二、離校後的創業知能：市場洞察與國際化能力

當創業教育從校園端逐步紮根，下一個挑戰是如何讓創業學習在離校後持續發酵，如何讓創業者能在各階段持續獲得知識與能力、導師指導與社群支援的體系，將決定一個生態系能否長期繁榮。在歐洲，「創業者終身學習」(Entrepreneurial Lifelong Learning) 已成為推動創業文化的重要方向。歐盟創業教育網絡 (EE-Hub) 提出，創業學習應跨越學校邊界，形成「教育到產業到社群」的學習鏈。英國 Innovate UK 亦發展出「創業者再教育平台」(Founders' Academy)，結合創投機構、企業導師與公部門，持續提供課程與市場導向的專案學習，幫助創業者在創業初期之後仍能持續升級。

對國內的創業者來說，更關鍵的創業知識與能力還包括市場洞察與國際化能力；根據《2024 台灣新創生態圈大調查》，約 93% 受訪新創企業是以海外市場為主要目標，也就是說出身自製造強國與小型開放經濟體，創業者自創立初期便展現「以國際市場為起點」的創業特性。2024 年調查結果顯示約 3 成創業團隊已有海外營收，即便如此，這群新創企業仍認為「建立當地夥伴關係」、「理解當地法規與政策」以及「擁有了解在地市場的人才」是成功關鍵。這表示產品或服務與當地關係人、法規環境的相容程度，可能比技術更重要，亦更能影響創業成功與否，這些都是離校後創業教育可以精進的部分。國內的創業生態系近年也正往這樣的方向演化，各部會陸續推動「企業新創共創發展計畫」、「亞灣新創鏈結發展計畫」、「次世代產業新創淬鍊計畫」等，逐步建立從企業導師陪伴、國際鏈結到市場驗證的支持系統，這些計畫讓離校後的創業者能在企業、投資機構與政府資源之間找到成長資源。

三、建立創業晉級機制

當創業被視為一項專業，政策可以透過地方盃、中央盃、國際盃的分層設計，讓創業團隊可在不同階段獲得相對應的學習與挑戰機會；而創業履歷與制度化選拔的建立，能讓創業過程更具透明性與累積性。如此一來，創業者能在分層體系中不斷成長，

社會也能逐步形成對創業專業的認可，創業將如同運動員或研究員一般，成為下一個世代願意選擇的職涯方向。

從創意的萌芽、產品雛形的打磨、商業模式的試驗，到早期市場的拓展、營收獲利的實現，乃至進入國際市場，每一個階段對創業者而言，都是資源配置、能力累積的挑戰。這種階段性的能力成長軌跡，其實與專業運動選手的養成邏輯非常接近。美國職棒小聯盟與大聯盟體系正是這種分層培訓與晉升選拔的制度化設計。小聯盟負責初階球員的技能培養與穩定訓練，針對基礎技術、戰術理解與心理調適進行紮實打底；在這個階段，球員可以在相對可控的環境中犯錯、修正與累積經驗，並透過逐級比賽接受實力檢驗。

大聯盟則是競爭強度最高的場域，僅有歷經選拔、表現穩定的精英才能晉升，並在資源投入最充沛、市場與媒體高度關注的舞台上對戰，承擔更高壓力與更大機會。這套體系之所以成功，不僅在於層級分明，更在於其內部設計出一條暢通的上升通道，讓每一位球員都清楚知道自己目前在哪個階段、該朝哪個目標努力、要面對怎樣的篩選門檻與訓練強度，並確保在晉級的每個賽道上，配套的訓練資源與競爭強度是相應、匹配的。

四、策略建議

（一）業師合作，促成行動學習

在從小學到高中的教育階段，創業教育的核心是培養學生的創業家精神，讓他們能主動發現問題、構思解決方案、創造價值。為此必須對課程重新設計，邀請業師、在地創業家走入校園，與教師共同規劃教學內容與評量標準，同時培訓具備創業教學能力的中小學教師。課程設計上，低年級以生活情境、社區觀察與角色扮演引導學生認識社會資源流動；中年級加入「問題找尋」與「協作任務」的專題，讓學生從校園痛點或社區需求出發，可結合地方政府、企業或社會組織作等外部夥伴的場域、專案，讓學生練習提出改善方案；高年級則透過跨科整合，將科技、設計與邏輯思考應用於真實問題，並以簡易企劃、原型製作或展示呈現成果。簡言之，不論要建構創業家精神或共同設計課程等實務導向的策略，重點在於拉近教育現場與創業實務的距離，提高專業人士參與的程度，讓未來的青年能在更為擬真的環境中，鍛鍊邏輯思考與動手實作的能力。

（二）從市場端開始培養創業者

離校後的創業知識能力培養可聚焦 3 個方向，其一是建立創業再教育與導師平台；政府與企業、國際機構共同設計模組化課程，涵蓋市場拓展、法規解讀、永續經營與跨文化溝通。課程不僅提升創業者的經營知能，還使他們在產品開發初期即考慮制度與市場的相容性，從而降低後期調整成本；其二，導入「以終為始」思維，先從終端使用者需求出發，再逆推所需技術、流程與合作夥伴。若在創業加速器、競賽與輔導機制中採用此方法，創業者能更早釐清市場問題，形成以使用者為核心的商業化視角；其三，建構跨國學習與在地鏈結機制，設立「外資與新創制度學習平台」，讓在臺外商研發中心（如 Merck、Qualcomm、Micron、NXP、NVIDIA）與本地新創企業合作，模擬歐盟資料治理、東南亞物流規範、美國 FDA 認證等不同國家政策環境，讓創業團隊於產品設計階段即掌握國際制度差異與市場門檻。當創業再教育、導師陪伴、國際共學與在地鏈結形成完整支撐系統，創業生態即可從教育端延伸至產業端，使創業者在全球市場中持續學習、持續成長。

（三）創業家發展路徑

政府政策可思考為國內的創業者打造一條清晰、可循的職業化道路，地方盃是整個體系的起點，目的是啟蒙與降低創業門檻。由地方政府主導，結合大專院校的創育機構與在地企業，設計以產業轉型、淨零數位雙轉型或社會企業等與區域發展為主題的比賽，把創業議題與地方政策相連，讓創業者在熟悉的社區環境中，以引導式的流程體驗創業，從構思、驗證到錯誤修正，逐步累積晉級能力。在這個階段，創育機構負責評估創業團隊的創業邏輯與執行力，提供導師輔導與資源媒合；在地企業與產業公會則擔任評審，確保構想不僅有創意，更能落地；成功的種子隊伍將取得晉級「中央盃」的資格。

中央盃是中階環節，重點將創意轉向「能否進入產業鏈」的檢驗；由中央政府與國家級加速器共同主導，串聯亞灣、沙崙、林口等聚落，形成跨區域的競賽與培育網絡，每年設定呼應國家產業政策與未來趨勢的主題（如人工智慧、數位醫療、智慧製造等），進行創業競賽，由企業技術部門、產業公協會與創投共同參與評審，確保比賽內容貼近市場需求，此階段的目標是協助創業團隊把早期概念轉化為規模營運的商業模式。

國際盃是最高層級，重點在於協助新創企業接軌國際化發展的關鍵資源，協助新創企業出海，因此本階段由國發基金、外交部與經濟部策劃，結合駐外科技組、矽谷與東京的海外創新基地，組成「國際導師、海外投資人、在地企業」三方評審架構。針對出海前的新創企業，提供來自 Techstars、Plug and Play、Station F 跨國加速器的專家與業師資源，協助創業團隊了解海外市場文化、募資節奏與國際法規；針對已出海準備落地的新創企業，這個階段重點放在鏈結海外投資人，則從資本可行性與成長潛力評估項目；透過在地企業協助新創企業檢視產品在當地的落地機會與合作模式。此階段性的資源設計與相關訓練，目的就是讓創業團隊不僅能驗證產品、建立品牌，還能培養跨文化溝通與國際商業合乎法規的能力。

一個健全的創新創業生態系，需要清楚的成長階梯、成熟的資源循環，以及能把想法推向市場的路徑。國外經驗證明，創業能力並非天生，而是透過實戰與指導累積而來。因此，校園要讓實務專家、創業者與教師共同設計課程，讓學生在提問、驗證、修正中累積判斷力。離校後，訓練必須更貼緊需求，「以終為始」從市場痛點回推技術與商業模式，讓創業團隊在第一天就直面真實環境。要當國家的創業教育能導入貼近實務的「職業化路徑」，創業者將能掌握創業的方向感，知道自己在哪一層、下一步是什麼，就更願意投入，也更看得到成長；當校園、職涯與市場形成連動，創新創業雨林生態系就會真正開始運作，創新將自然成為持續推動經濟發展的力量。

第 2 節 以企業合作促進區域創業發展

在國內區域產業需要轉型、國際政經情勢快速變動的此刻，正是把中央的創新與創業政策真正落實到地方的關鍵時點。若能以大帶小，由中央設定方向、由區域在地業者、地方政府與新創企業合作，我國的產業升級與創業動能便能同步前進。政府 2024 年底啟動的「六大區域產業與生活圈」規劃，讓創新與研發資源具有明確的脈絡，北部走向半導體與 AI 的深度結合；中部強化智慧製造；南部主攻 AIoT 與數位應用；東部與離島則打造綠色生活與文化創新。這些布局確立了我國「六軸並進」的產業空間結構，也提供了創業與產業升級的共同語言。

近年隨著全球關稅貿易戰、地緣政治局勢的急遽變動，全球供應鏈進入更高風險、更高門檻的競爭階段，對於以出口為主的我國而言，過去仰賴成本與效率的優勢，已難以應付節節高升的系統性風險與挑戰，唯有將創新、品牌、技術與在地生態系緊緊結合起來，才能抵禦系統性風險，發展具未來性的競爭力。在這樣的時代與產業背景下，中央與地方的政策能否緊密扣合，將比以往更為重要，若能掌握這個時機，善用區域特色、整合創業資源並導入場域驗證，讓創業政策由中央擴散至地方，將能讓創新能量成為國家競爭力的堅實後盾。

本文借鏡韓國、荷蘭與德國的經驗，分析其如何透過政府、企業與學研機構的協作，建立從政策方向到地方落地的創新傳導機制。這些國家以不同模式透過企業投資、技術共研與試驗場域等大企業帶新創企業的方式，將中央設定的研發主題與產業策略，轉化為地方的創業行動與產業應用，最終提出一套讓我國區域創新能「上連國家戰略、下接產業需求」的推動構想。

一、國際經驗觀察

從國際經驗來看，無論是韓國的「創意經濟創新中心」(Creative Economy Innovation Centers, CCEI)、荷蘭的「Techleap」計畫，或德國的「Start-up Factories」制度，其推動思維之一都是讓上位產業與創業政策能真正滲透到區域層級，並形成持續運作的創新網絡。其共同的成功關鍵在於「三方協作」，由政府設定戰略方向與資源誘因，企業提供市場與技術場域，學研機構與新創企業、創業團隊則轉化知識與研發成果。韓國透過大企業與地方政府共同運營創新中心，使創業者能直接對接供應鏈與市場需求；荷蘭則以 Techleap 平台串聯研究機構、投資者與創業者，將國家技術策略的關鍵技術路徑向下傳導至地方，促成地方產業聚焦深科技與應用創新；德國則要求企業以不低於政府的出資比例共同參與，加速科研成果的商業化，並以地區與主題的布局策略，讓各地發展自身優勢產業。

（一）韓國：Creative Economy Innovation Centers, CCEI

2023 年 8 月，韓國政府推出「Startup Korea」戰略，明確將創業與創新視為新一輪經濟成長引擎。該戰略提出多項措施以支持國內外新創企業的成長與國際化，包括強化大型企業與新創企業之間的開放式創新合作、吸引海外新創企業來韓設立據點，以及協助本地企業拓展全球市場。同時，韓國中小企業暨新創部 (Ministry of SMEs and Startups, MSS) 啟動了規模高達 2 兆韓元的 Deep-Tech Fund，用以扶植人工智慧、半導體、生醫、綠能等深科技新創企業；並設立 Global Startup Center，提供外國新創企業入駐、法規諮詢與跨境投資服務。這些政策共同目標是把韓國打造成「全球新創強國」，在後製造時代建立以創新為核心的經濟結構。

根據《Tech Scaleup South Korea 2025》報告，韓國目前已有 2,127 家擴張期新創企業，十年間成長近 10 倍，累積募資 716 億美元。這些企業多數源自地方創新中心或大型企業協作網絡，顯示政策已成功催化出一個「由上而下發酵、由下而上擴散」的創業循環，在整體政策架構中，CCEI 無疑是連結中央戰略與地方落地的關鍵節點。

2014 年以來，韓國共有 19 個 CCEI 據點，每一個中心皆由一家大型企業與地方政府共營，如三星負責大邱、LG 對口釜山、SK 支援大田等。這些中心的任務不只是育成，而是提供具體的 PoC 場域、企業導師、投資媒合與海外推廣機制。以大田市的 CCEI 為例，大田原本即是韓國科研重鎮，匯聚韓國科學技術院 (Korea Advanced Institute of Science and Technology, KAIST)、韓國航空宇宙研究院 (Korea Aerospace Research Institute, KARI) 與電子通信研究院 (Electronics and Telecommunications Research Institute, ETRI) 等國家級研發機構。中央政府在推動「Startup Korea」戰略時，特別將大田 CCEI 定位為科技商業化的中介平台，由大型企業 SK 集團與地方政府共同營運，負責將科研成果轉化為創業與投資機會。

SK 不僅提供資金，更開放能源、ICT 與半導體領域的實驗室與數據資源，供新創企業進行概念驗證。中心同時建立「Corporate Venture Link」平台，讓 SK 集團內部事業單位與創業團隊共同開發新產品或服務，並透過企業採購制度，直接導入市場。這種設計讓地方新創企業能在早期階段即獲得真實客戶與商業模式驗證，而非僅依賴政府補

助。大田 CCEI 同時與 KAIST 及 ETRI 合作，建立「Tech-Bridge」機制，將學研機構的專利、技術與人才資料庫開放給新創企業檢索，形成可持續的技術供應鏈。

這樣的模式展示出韓國政策滲透地方的邏輯；中央提供方向與資金誘因，地方學研技術移轉，企業進行技術創新的商業化。大田 CCEI 的成功在於落實政策、企業、地方、學研的技術商業化路徑，讓國家戰略能在地方具體化為跨界合作與新創企業成長的實質成果，也成為韓國推動區域創新系統的標準模板。

從制度設計來看，韓國的創新推動模式展現出「由中央驅動、向地方滲透」的政策邏輯。中央政府設定國家戰略方向與資金誘因，如 Deep-Tech Fund 與 TIPS(Tech Incubator Program for Startup)，並透過 MSS 及科技部門將政策任務分配至各 CCEI 據點；大型企業則以地方合作夥伴身份參與研發、驗證與投資，成為政策落地的實體執行者；地方政府負責整合空間與行政支援，形成產官學研的地方網絡。這種設計讓中央戰略不再止於「資金下放」，而是經由企業與地方的共建機制，轉化為地方創業題目與市場行動。

CCEI 的運作方式讓創新成為區域的「可自我發展機制」，每一個中心都會根據區域產業特性設定主題，釜山聚焦海洋科技與物流創新、光州專注於綠能與移動技術、蔚山則以智慧製造與材料科技為主。這樣的地區與主題布局，既回應中央的產業方向，也反映在地的經濟結構。中央藉由績效評估與預算分配，確保地方據點的研發活動與國家戰略保持一致；地方則藉由企業與學研機構的協作，把政策轉化為可持續的經濟成果。

（二）德國：Startup Factory Germany

2023 年德國聯邦教育與研究部 (Bundesministerium für Bildung und Forschung, BMBF) 啟動全新的 Startup Factory Germany 計畫，德國政府明確將創業商業化與科研成果轉化視為提升國家競爭力的關鍵。Startup Factory 的目的是制度化學研機構孵化新創企業的作法，讓整個經濟體持續進行「研究轉創業 (Research-to-Startup)」，並形成區域創新的生態。

為此，**BMBF** 推出兩階段資金支持機制；第一階段為「概念驗證期」，提供最多 9 個月、15 萬歐元的初期補助，用於市場驗證、商業模式設計與尋找企業合作；第二階段為「執行期」，補助長達 5 年、最高可達 1,000 萬歐元，並要求受補單位必須成立法人執行項目。更重要的是，政府補助不得超過民間資金，企業或投資機構必須至少出資同等金額，以確保項目具市場導向，並避免過度依賴公部門資源。這一設計，讓創業從一開始就與市場機制連動，也讓企業投資成為科技創業的前端驅動力。

目前德國已核定 10 座 **Startup Factories**，分布於全國不同州別，每個據點聚焦在具地方優勢的產業領域，薩克森專注半導體與微電子，下薩克森聚焦生命科學，漢堡發展綠色科技，巴伐利亞以工業 AI 與自動化為主。在執行層面，**Startup Factory** 採學研、企業、地方政府三方共組法人模式。例如，位於慕尼黑的創業工廠由慕尼黑工業大學 (TUM)、弗勞恩霍夫協會 (Fraunhofer Society) 與 BMW 集團共同成立，專注於智慧製造與材料科學。企業提供生產線與實驗場域供新創企業進行技術測試，地方企業成為新創企業研發的「第一用戶」。BMBF 為了強化制度的延續性，要求各 **Startup Factory** 需在五年內建立可自負盈虧的運作模型，並設有明確的 KPI，包括新創企業成立數量、企業合作數量、後續融資額與創新就業貢獻。政府亦透過「German Startup Factory」品牌統一對外宣傳，協調各地據點參與 CES、Slush、VivaTech 等國際展會，形成德國創業的統一形象與全球能見度。

以薩克森州為例，該地長期為歐洲半導體重鎮，**Startup Factory** 的成立進一步整合了德勒斯登工業大學與 **GlobalFoundries** 等企業的資源，建立「半導體產業加速平台」，針對晶片封裝與材料工程開發創新應用。這種模式讓科研成果直接接軌產業鏈，也讓地方企業得以在國家政策支持下採購新創企業的技術，維持區域製造優勢。

Startup Factory 的制度設計，清楚展現德國如何讓「上位創新政策」具體滲透至地方產業。首先，中央政府以長期戰略與資金誘因設定創新方向，例如 **BMBF** 明確規範補助條件、法人結構與投資門檻，確保每個據點都能與國家產業政策對齊。其次，企業是政策執行者，它們以共同出資、研發合作與市場驗證的方式，使中央戰略在地方具

體化為產品開發與投資行動。第三，地方政府與學研機構則負責整合空間、法規與人才，建構一個能承接中央政策、同時反映地方需求的制度場域。

（三）荷蘭：NL strengthens startup ecosystem

自 2011 年起，荷蘭政府以「Top Sectors Policy（重點產業政策）」為國家創新與產業發展的核心架構。該政策由經濟事務暨氣候部 (Ministerie van Economische Zaken en Klimaat, EZK) 主導，鎖定高科技系統與材料、能源、生命科學、農業與食品、水管理、化學、創意產業、物流與園藝等重點領域。技術路徑與創新議程 (Innovation Agenda) 由企業、學研與政府共同決定，這一制度設計使國家層級的前瞻研究能以「關鍵技術路徑」的形式向下傳導，結合各區域的產業能量與需求。

Top Sectors 的核心思維是「策略導向的開放式創新」；中央政府透過長期研發稅賦減免、創新基金 (Innovation Fund NL) 與歐洲研究計畫資金配套，誘導企業與學研機構聚焦於國家欲優先發展的技術。同時，每一個領域都設有公私協力的執行組織（如 Holland High Tech、Top Energy 等），負責制定具體的技術路徑圖與區域執行計畫，讓政策從研究規劃即與市場需求對接。企業不再只是受惠者，而是議程制定者與試驗領域的核心角色，確保國家戰略能在產業端具體落地。

為進一步強化創業生態的系統性發展，荷蘭政府於 2025 年推出「NL Strengthens Startup Ecosystem」行動方案。該方案延續 Techleap 框架，新增四大政策工具，延長 Techleap 計畫至 2030 年，確保國家級創業支持的持續性；投入「歐洲科技冠軍計畫」(European Tech Champions Initiative, ETCI)，協助荷蘭新創企業擴張海外市場；透過 Invest-NL 設立國家深科技基金，扶植 AI、半導體、光學與綠能新創企業；對天使與創投投資者提供稅賦抵減，以改善成長期資金環境。根據《State of Dutch Tech 2025》報告，荷蘭現有超過 14,000 家科技型新創企業，其中 1,342 家屬於深科技領域，五年內成長近 6 成，顯示中央政策已成功促成創業結構升級。

荷蘭中央政府每三至五年依據國家前瞻研究成果更新關鍵技術路徑 (Key Enabling Technologies)，並將其納入 Top Sectors 的創新議程，透過資金誘因與政策指引向地方傳導。地方層級則由產官學研共同組成研發聯盟，設計具體計畫與測試專案，讓地方業者在投入新技術時能同時對準在地市場與國家戰略。Techleap 作為中介平台負責轉譯政策、匯聚資料與促進協作，地方節點則以研發聯盟和園區推動實驗與市場導入。

二、我國現況：區域產業布局

韓國、德國與荷蘭在創新政策的設計上雖然各有不同的制度與產業結構，卻呈現出相似的脈絡，即「創新是中央與地方共同協作的治理模式」。這 3 個國家普遍採取「中央設定長期技術方向與提供投資誘因」的策略，同時讓地方政府與企業依據自身產業特性與資源條件，發展具在地特色的研發與創業活動。透過這種雙向機制，創新政策得以深入地方，並在地方產業需求與創業動能之間形成動態的互補關係。國內的創業與產業政策近年亦逐漸朝此方向調整，2024 年底國家發展委員會推動「六大區域產業與生活圈」規劃，政策核心在於打破創新僅限於少數都會區的局限，根據各區域的產業特性，建立具自主性的研發與創業基地，讓地方能夠直接受惠於國家級的技術研發投入。

以桃竹苗大矽谷區域與大南方新矽谷區域為例，它們分別代表了北部與南部在產業結構與創業方向上的兩種典型樣態。在桃竹苗大矽谷區域，地方產業的優勢集中於半導體、AI 與智慧製造，聚落內擁有聯詠電子、樺漢科技、時碩工業等具國際連結能力的企業，並與國立臺灣科技大學、國立臺北科技大學、中原大學等形成技術育成與創業網絡。為促進跨縣市資源整合，地方政府與苗栗產業創新推動中心合作，建立研發推動、技術驗證、產業應用的合作機制。這樣的運作架構，呼應了韓國 CCEI 的企業導入、地方推動模式，使中央 AI 產業政策能在地方轉化為具體的創新題目與產業鏈結。

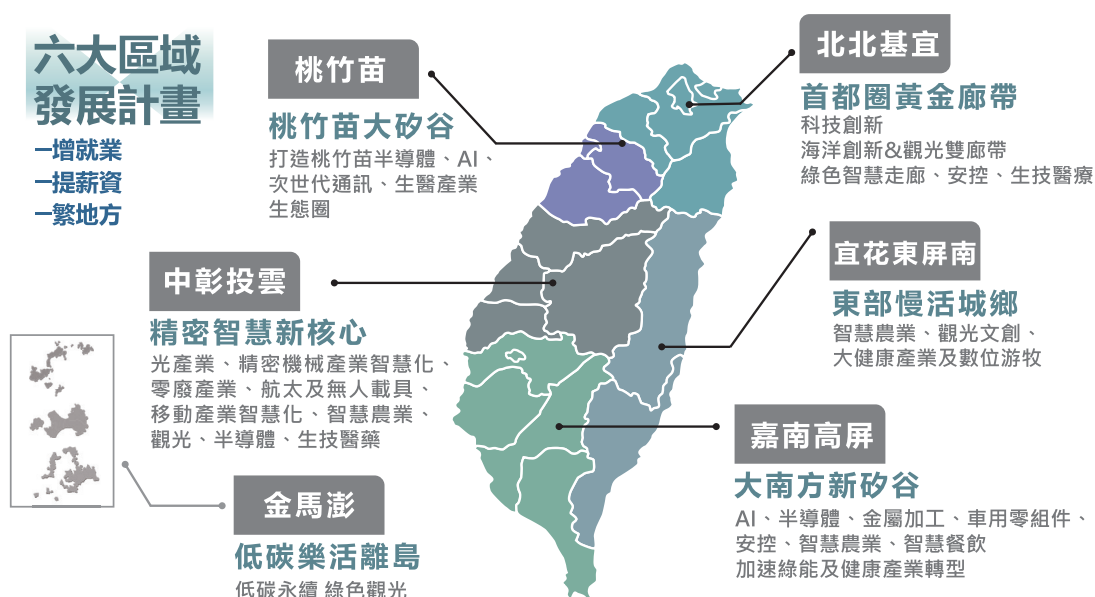


圖 4-1 六大區域發展計畫

在大南方新矽谷區域，高雄與臺南正以綠能與無人機產業為主軸，結合經濟部南台灣創新園區與亞灣新創園的基礎設施，逐步形成新一代的產業試驗場域。當地的嘉良生物、台灣福興與廣漢機械等企業，與國立成功大學、國立高雄科技大學、國立雲林科技大學等學研單位共組研發聯盟，進行新材料、能源轉換與智慧製造的測試專案。這種以在地製造與科技驗證為主的創新模式，與德國 **Startup Factory** 精神相似，讓地方產業成為技術商業化的核心場域。這兩個示範區不只是空間規劃，更是一種「政策轉譯實驗」。透過既有的創新園區與法人組織（如南部的工業技術研究院、高雄產業創新中心、北部的財團法人資訊工業策進會與中原大學創新育成中心），中央可以測試不同的「政策組合」，例如共創導向補助、場域驗證制度、區域創業基金等，並透過績效追蹤逐步形成制度化機制。

更重要的是，這樣的布局讓「區域創新議程 (Regional Innovation Agenda)」有了可操作的雛形。未來，中央可依據國家戰略（如 AI、淨零、智慧製造）設定關鍵技術路徑，地方則依據自身產業基礎與需求，提出對應的創業與研發計畫。地方政府可作為協調者，連結學研機構與企業資源；法人機構與園區則擔任中介平台，確保技術能進入市場驗證階段；而中央部會則以績效評估與預算誘因，維持整體政策方向的一致性。

三、策略建議

（一）區域創新議程與組織

我國的創新政策正朝更長期、系統化的方向前進，而建立「區域創新議程」將是下一步可強化的關鍵環節。這套制度不是單點式計畫，而是中央與地方共同擬定的策略藍圖，中央的前瞻研發計畫可透過研究法人轉譯成區域能採用的發展議題。例如，工業技術研究院可與地方政府、產業共同定義需求，將其下的能源、感測、AI 等技術拆解成可提供產業具體應用的模組，讓產業能在技術成長演進的不同階段共同參與、共同驗證，加快創新應用的推進效率。

觀察韓國和荷蘭的經驗，區域創新議程要能落地，必須有跨層級的中介角色才能讓制度動起來，韓國的 CCEI 由大企業與地方政府共營；荷蘭的 Techleap 則在中央與地方之間扮演網絡整合者，它們都不是行政機關，而是能在政策與市場之間穿梭的中介者。在國內各區可由具代表性的企業或研究機構擔任這樣的角色，南部由綠能與 AI 龍頭帶動場域試驗，中部由精密機械與航太業者串聯學研機構打造製造創新平台，東部則由大學與社會企業引導永續觀光與農技應用。

（二）以供應鏈聯盟帶動新創企業，促進區域發展

區域創新議程逐步成形後，下一步是由既有企業與研究機構組成供應鏈聯盟，帶動新創企業進入市場，同時讓企業取得創新來源，形成加速產業升級的良性循環。既有企業在此不只是合作夥伴，更是首位採用者，負責定義功能需求、釋出場域、提供測試資料，讓新創企業在真正的需求中開發產品或服務。政府可同步導入資金配套，例如區域創投平台、公私共投基金與試量產補助，加速新創企業加入供應鏈聯盟，也減輕企業採用新技術的成本。更重要的是，以既有企業的通路、市場需求與國際合作網絡為基礎，地方創新能量可透過聯盟更快接軌國際標準，在共同認證、模組化規格與跨邊境市場合作中取得競爭力。無論是南部綠能場域的國際淨零供應鏈、中部精密製造的跨國技術驗證，或東部永續觀光的跨域智慧應用，只要區域創新議程明確、供應鏈聯盟運作穩定，新創企業就能在地起步、跨區域擴張，最終具備走向海外市場的能力。

第 3 節 從 APEC 倡議探討國際合作策略

近年來，隨著全球產業結構與技術環境快速變化，創業與創新已成為亞太區域經濟成長的重要推力。因此，確保新創企業取得資金、身處具有支持性政策之環境，以及強化創新生態系統，對其發展至關重要，亦促使亞太各經濟體尋求相互借鏡或跨境合作之契機。在 APEC 場域，中小企業工作小組 (SMEWG) 於「2025 至 2028 年策略計畫」(SMEWG Strategic Plan 2025-2028)，將「新創、創業與商業環境」列為第一項優先領域，以期提供良好商業環境，強化競爭力，並促進青年、女性及弱勢團體之商業發展機會。

在 APEC 經濟體之間，新創企業的定義普遍依成立年度區分其成熟度，例如，成立未滿一年之企業可界定為「種子期新創企業」(seed-stage startups)；成立四至十年則被歸類為「成長型企業」(scale-ups)；成立十年以上則被稱之為「成熟企業」(mature firms)。

進一步觀察近年 APEC 經濟體之新創企業家數及成長規模，根據 APEC 2025 年報告統計，自 2014 至 2023 年，APEC 經濟體共新設約 1.6 億家企業，多集中於中國、美國等規模較大之經濟體。值得注意的是，2021 至 2022 年間，新創企業數量明顯上升，主因在於新冠疫情所引發之大規模裁員，許多人選擇自行創業；同時由於數位化浪潮所帶動的新商機與催生新商業模式，促使新創企業活動更為活躍。另一方面，2017 至 2023 年間，新創企業數量成長最為顯著之經濟體包括澳洲、智利及美國；相對地，汶萊、香港及日本則於同期間呈現下降趨勢，區域間的發展落差則反映新創企業發展過程中普遍面臨的挑戰。

隨新創企業蓬勃發展，創業者仍須面臨繁瑣的行政程序、制度性門檻、技術資源與資金或市場進入等挑戰，導致部分新創企業難以跨越早期發展的瓶頸。基此，亞太各國普遍之作法為透過多項創業相關輔導機制，加強對新創企業之政策支持力道。其中，數位化與 AI 技術的應用，為各產業的新創企業跨越進入門檻的關鍵因素。各經濟體透過補助計畫、中小企業 AI 平台、創業支持網絡、資源整合、投資媒合、示範場域及資料安全等機制，協助中小和新創企業運用 AI 系統強化營運與決策流程，並進一步建構有助新創企業穩健成長及法規完善的創業環境。

近年來，APEC 各經濟體推動包容性成長之關注焦點之一為促進女性參與創業；APEC 報告《啟動未來：APEC 女性新創企業的力量》(Empowering Tomorrow: APEC Women Entrepreneurs in Startups) 指出，女性領導之新創企業在創新與營收成長方面展現巨大潛力，但仍面臨缺乏資金、同儕交流及網絡連結等限制。各經濟體近年透過支持女性創業計畫、性別平等策略等政策，強化女性之資源連結與國際可見度，展現社會包容之實踐。

基於亞太共同挑戰，各經濟體透過 APEC 場域以強化新創企業國際合作可促進資金、技術與人才流動，縮短創業資源落差，並藉由共享與資訊交流平台，提升新創企業之國際辨識度與市場接軌能力。尤其對新興經濟體而言，區域合作不僅可提供制度借鏡之效益，亦有助建立資料安全、隱私保護等倫理準則，進而協助強化穩健的支持體系及高度活躍的創新生態系。

本節首先將以 APEC 各經濟體協助新創企業發展之相關政策或倡議，分析不同經濟體之發展階段及特徵，揭示各經濟體推動創新政策轉型之路徑與經驗。其次，透過中小企業工作小組之合作實踐，探討 APEC 經濟體如何透過共同倡議、國際會議等合作，促進新創企業跨境發展與交流，形成區域創業網絡。最後，綜整前述觀察，提出新創企業探尋國際鏈結之可行路徑。

一、創新正在重寫規則：APEC 揭示的中小企業新時代

承前所述的全球產業重組趨勢，創新已不再是科技產業的專屬詞彙，而是驅動中小企業成長、轉型與競爭力提升的核心語言。2025 年兩場 APEC 中小企業工作小組與年度部長會議中，各經濟體的分享顯示，這股浪潮已逐漸具體化，各方正以制度、技術與信任為支柱，重新定義創新的規則，並構築兼具韌性與包容性的創業生態。

不同發展階段的經濟體正以多元途徑回應共同挑戰，例如，透過數位化改革降低創業門檻；整合投資與法人資源推動新創企業規模化成長；以研發與試驗場域促進技術落地；建立跨境資料治理與倫理框架，以確保創新能在可預期的制度中持續深化。整體而言，APEC 區域的新創企業政策已從「補助導向」轉向「制度導向」，從「扶植個案」進化為「建構生態系」。

本節案例主要參考 2025 年上、下半年舉行的 2 場 APEC 中小企業工作小組會議，以及年度部長會議中各經濟體的政策分享內容。為確保觀察具代表性，篩選原則涵蓋不同發展階段的經濟體，包括以制度改革為主的發展中經濟體（如智利、印尼）與以技術落地與治理機制為重的已開發經濟體（如韓國、日本、新加坡、美國、加拿大）。此一期間的案例能反映 APEC 區域中最新的創業與創新政策輪廓，尤其在後疫情時代數位轉型與政策調整並行的背景之下，各經濟體的措施已從短期援助轉向制度性布局，具有政策轉型的觀察價值。

因此，本節從制度創新、技術落地、新興科技導入與信任治理四個面向，歸納不同類型經濟體推動創新政策轉型的主要路徑與實施經驗。

（一）制度創新：從行政簡化出發，讓創業更快上路

在許多新興經濟體，創業者面臨的最大障礙往往不是市場競爭，而是制度與行政程序的限制。為降低行政負擔與制度性門檻，各經濟體陸續展開行政改革，藉由數位化工具簡化創業流程，使創業能更快速啟動。

智利的「一日創業」(Empresa en un Día) 制度改革，即為行政簡化的典型案例，該線上平台整合公司登記、稅務與法律程序，創業者僅需以電子簽章完成申請，即可於 24 小時內設立公司。該制度上線後一年內，創業登記率提升近 3 成，青年創業比例首次突破 5 成。這不僅是效率的提升，更代表創業的制度鬆綁，使創業能量更快轉化為市場動能。

印尼則採取雙軌並進的策略，其「創業樞紐」(Entrepreneur Hub, EHUB) 平台連結培訓、業師媒合、融資與地方加速器，建立全國性創業支援網絡。這個系統不以補助為核心，而以「創造連結」為關鍵要素，讓創業者能直接接觸業師、投資人及市場機會。三年間，EHUB 協助超過百萬名創業者完成商業驗證與投資媒合，形成社會共同支持創業的關鍵助力。

同時，印尼推出「SAPA UMKM」應用程式，作為中小微企業發展的整合平台，提供身分驗證、登記、能力建構、融資媒合與產業鏈對接服務，並以 3 階段推動，從基礎支援、數位轉型，到政府資源與供應鏈全面整合。該系統同時具備政府服務入口、商業資料庫與電商連接功能，讓地方企業得以提升數位化程度與市場競爭力。

智利與印尼的案例共同揭示新趨勢，創業支持政策正從「降低門檻」走向「整合資源」。當制度被簡化、服務被數位化、網絡被串聯時，創業不再是孤立行動，而成為社會與制度共同推進的成長路徑。

（二）技術落地：串連創業網絡，讓新創企業有成長的空間

隨著創業環境改善，政策焦點逐漸轉向「如何協助新創企業穩健成長與長期發展」。各經濟體正以整合資源、建立連結的方式，將個別創新轉化為協同創新。

我國的「創新聚落」與「新創園」設計即為此一轉型的代表，政策設計不再侷限於提供空間或輔導服務，而是建立「從構想到市場」的完整鏈結。透過法人試產線及企業創投基金，政府與私部門協助中小企業於真實場學習新技能，並與大型企業合作驗證應用，搭配「小型企業創新研發計畫」(SBIR) 的研發補助，政府角色由補助者轉為協調者與共創夥伴，使創業成功得以被複製，形成可持續擴散的發展模式。

韓國在協助新企業技術落地與規模化成長方面，積極促進新創企業與大企業合作。此大小協作的機制採取 3 種開放式創新模式，第一為大企業提出需求，新創企業提供解決方案的由上到下的模式；第二為由下至上，新創企業主動提案，由大企業選擇合作；第三種則依個別需求展開彈性合作。

韓國另推動 **Around X** 計畫，由政府領銜與跨國企業協作創建有利於新創企業發展的模式，包括提供資金、技術解決方案、客製化培訓與行銷策略諮詢，協助新創企業出口與海外落地。**Around X** 截至 2025 年已連結 **OpenAI**、**AWS**、**Google Play**、**Intel**、**IBM**、**Microsoft**、**NVIDIA** 等 13 家國際企業，各按專精領域挑選潛力新創企業予以協助。

綜觀前述 **APEC** 經濟體的經驗，創業支持體系的關鍵在於資金、技術與市場的串聯。唯有當政策建立協作網絡，並引導公私部門共同投入，新創企業才能具備長期競爭力與規模化潛能。

（三）新興科技導入：新創企業發展如虎添翼

隨著數位轉型到 **AI** 應用的議題脈動，新興科技如何助力企業發展，以及如何推升以新興科技為核心的新創企業，蔚為 **APEC** 會議的熱門話題。

韓國近年以強化全球技術競爭力為核心，將具有科技創新能量的新創企業 (venture company)³ 視為推動產業升級的關鍵力量，並在此過程中累計創造約 93.5 萬個就業機會。為成為深科技產業的領導者，韓國推動「深科技新創育成計畫」(Deep Tech Incubator Program for Startup Korea, DIPS)，聚焦半導體、AI、能源及生技領域，透過公私協力合辦加速器提供試產輔導、測試場域與國際接軌資源。此外，該計畫結合投資機構篩選與政府資金配套，集中資源給具潛力的創業團隊，形成研發成果與資金投入之間的良性循環，讓技術更容易走向市場並被實際採用。

新加坡則展示技術普及化的另一種路徑，該國以「數位企業藍圖」(Digital Enterprise Blueprint) 為核心政策，提供 AI 與雲端應用的模組化解決方案，讓中小企業可依需求自由選配。物流業利用 AI 影像辨識優化倉儲，旅宿業以預測模型調整房價策略，製造業透過雲端監控提升品質與效率。此一模式降低技術門檻，促使新興科技的應用成為企業創新的日常。

（四）信任治理：建立信任與規則，讓創新能走得更遠

當數位科技成為新創企業發展的關鍵驅動力，資料安全、隱私保護與倫理治理則成為不可或缺的支撐要素。

日本在 APEC 中小企業部長會議重申 2019 年 G20 大阪峰會領袖宣言立場，推廣「受信任的資料自由流通」(Data Free Flow with Trust, DFFT) 之概念，即以「透明、可驗證、可互信」為原則，建立跨境資料流通規範，保障企業能在可預期的制度下自由創新。美國在醫療保健及工程營造等領域特別重視商業倫理，因此長期推動「中小企業商業倫理倡議」，透過強化中小企業所依賴的健康產業生態系統，推動透明度、問責性與協作性，進而提升中小企業的營運、競爭力與成長能力。加拿大則著重研究結果與政策執行無縫接軌，透過「中小企業研究中心」持續追蹤政策成效，確保法規更新能與技術變化同步。

³ Venture company: 核心業務、產品或服務奠基於突破性創新技術或獨特的商業模式，並展現出極高市場成長潛力的新興公司。

綜上所述，新創企業若要朝永續發展，不僅需要速度與資金，亦需要建立信任與規則。當制度框架與倫理準則完善，新創企業以及整個鼓勵創新的環境才能穩行，避免因風險或不確定性而受阻。

（五）整體觀察與政策趨勢：從個別措施走向跨域協作

從 2025 年 APEC 各經濟體政策趨勢觀察可見，APEC 經濟體的創新政策正逐步從個別計畫走向跨域鏈結。多數經濟體已不再以單一輔導或補助為主，而是逐步建構涵蓋制度、技術與市場的創新生態系，促進資金、人才與研發成果之間的動態互動，形成動態發展的政策循環。新興經濟體著重以創業體制優化帶動區域發展，將平台服務、融資與地方資源整合；已開發經濟體則著力於制度與市場的銜接，藉由資料流通、倫理規範與跨境合作框架，為中小企業營造穩定可預期的市場環境。

整體而言，創新政策的焦點正從「創業扶植」轉向「制度協作」，各經濟體間的政策措施差異也逐漸淡化。不同發展階段的經濟體在制度鬆綁、技術應用與信任治理等領域中相互學習，形成跨層次的政策互參與經驗交流。這一變化顯示，創新不僅超越國內政策範疇，亦正朝向區域合作的共同架構發展，也為新創企業在尋找夥伴與資源時提供更明確的參照方向。

二、APEC 機制之下的合作可能

藉由 APEC 場域，各經濟體除了透過工作小組會議與部長會議進行政策分享之外，各經濟體亦常透過倡議提案進行各類議題的國際交流或合作。倡議性質大致分為兩類，一為研究型計畫，協請各經濟體參與問卷調查，提供研究個案或推薦訪談對象，綜合量化與質化研究成果勾勒出該議題在 APEC 區域的發展輪廓。第二類為知識分享與培力型計畫，透過舉辦國際會議，匯集跨國產官學專家多方探討，擴增與會者的知識，當中包括舉辦工作坊或企業競賽，促進將知識化為技能，透過競賽讓各經濟體的優秀企業得以在國際舞台亮相，新創企業亦可透過相關活動實現跨境鏈結。

（一）倡議活動：提高新創企業知名度

我國從 2023 年至 2025 年執行的「中小企業數位創新與綠色轉型」三階段倡議即屬知識分享與培力型計畫；為了促進新創企業鏈結國際夥伴，經濟部中小及新創企業署在論壇之外另行規劃以「資源循環及數位創新」為主題的展會與最佳實踐競賽，匯聚來自 7 個經濟體共 30 家企業在臺交流，推廣他們的數位減碳服務或是器材設備。例如，智慧移動領域的「奇點無限股份有限公司」、運用區塊鏈技術建立數憑證的「圖靈鏈股份有限公司」，以及提供能源解決方案的「合谷新能源股份有限公司」皆因參與活動而成為受關注的亮點企業。

除了展會與競賽，各類型議題的論壇或研討會亦是新創企業發聲的舞台。經濟部中小及新創企業署「科技新創競賽」（前「綠色科技新創獎勵競賽」）的優勝者常於來年受邀擔任 APEC 論壇與談人。例如，「邁薩資通股份有限公司」與「峻星數位氣候科技有限公司」（前「數位氣候科技有限公司」）皆曾擔任經濟部中小及新創企業署舉辦之「APEC 中小企業數位創新低碳轉型工作坊」與談人，藉由 APEC 此國際場合宣揚企業名聲，並認識其他經濟體的官方或企業代表，有助於推展海外布局。

（二）官方會議：企業現身說法深化國際交流

APEC 官方會議亦可見企業代表身影，中小企業工作小組會議並未規定只有政府代表能坐上代表席位與發言。2024 年第 57 屆中小企業工作小組會議，經濟部中小及新創企業署即邀請「走著瞧股份有限公司」(Gogolook) 與會，並於會議分享公私協力助力為新創企業拓展國際市場的經驗。於 2025 年第 60 屆中小企業工作小組會議，「福寶科技股份有限公司」協同政府代表分享我國協助科技型新創企業在大健康產業成長，會後即受到多名經濟體政府代表主動請益，不僅增加企業國際知名度，更建立與各國政府之鏈結。

不僅我國執行的 APEC 計畫積極為中小與新創企業創造國際鏈結的機會，各經濟體辦理之倡議活動亦藉由工作小組成員彼此推薦代表性講者。代表我國出席 APEC 中小企業工作小組之經濟部中小及新創企業署往往順勢為已形成上述類型公私部門連結的企業再推一把，直接將該企業的服務或產品帶往海外。顯見，公私協力不僅是政策推動

的有效機制，也是國際普遍重視的政府與民間的協作型態，而企業更可循此管道獲取發展所需的資源，包括鏈結海內網絡，從技術轉型到市場拓展多面向提升競爭力。

（三）倡議合作：臺韓雙邊關注新創企業發展

考量亞太區域經濟轉型趨勢與我國產業發展強項，我國近年在 APEC 中小企業工作小組所提倡議持續以數位與創新為主軸，議題涵蓋企業持續營運與數位韌性（2012 至 2015 年、2022 年）、創業加速器（2013 至 2015 年）、虛實整合（2016 至 2019 年）、女性新創企業加速器（2018 至 2019 年）、創新生態系（2019 至 2021 年），以及數位創新及綠色轉型三階段倡議（2023 至 2025 年）。隨著國際社會日益重視永續發展與淨零轉型，我國在延續數位與創新主軸的同時，進一步將倡議焦點擴展至「數位 × 綠色」的雙軸議題，藉此協助中小企業在轉型過程中兼顧環境責任與經營成長。

我國近年執行的數位創新及綠色轉型系列倡議，分別聚焦「綠色轉型意識提升」、「低碳營運能力建構」與「綠色供應鏈競爭力之成果擴散」等 3 項主題。在提升綠色轉型意識階段，透過論壇、競賽與展會促進亞太地區新創企業創意交流，加速知識擴散至小微企業。次階段則以工作坊形式進行能力建構，透過各範疇之碳盤查教學、國際標準與法規解析，以及數位碳管理工具的實地操作，協助中小企業培養碳排放數據蒐集、分析與應用的基礎能力，逐步強化轉型能量。「數位創新提升中小企業綠色供應鏈競爭力倡議」為此系列倡議最後階段，旨在將減碳力化為競爭力，兼顧永續行動與企業獲利之雙重效益。

隨著 AI、大數據與其他數位工具快速發展，中小企業得以更精準地進行碳排監測、能源效率優化與供應鏈透明化，進而獲得大型企業與國際買主的青睞。於此同時，AI 應用成為國際間（包含 APEC）最熱門議題之一，然而不少企業仍面臨 AI 專業人才不足，且對 AI 知識與應用場景理解有限的挑戰。因此，我國於 2025 年提出「藉由導入 AI 助力中小企業，運用創新 AI 解決方案釋放成長潛力倡議」，希望提升中小企業對 AI 的認識，並促進實際應用的啟動與擴散。此倡議之落實亦廣邀亞太各國政府、研究機構、法人組織，以及科技新創企業共同參與，藉此匯聚各國政策與產業實務的經驗，並為新創企業提供分享創新成果與驗證應用概念的國際平台。

除主動提出倡議之外，我國亦支持 APEC 其他經濟體有關創新創業的計畫，以擴大區域交流與合作，臺韓發展程度相近，近年持續相互支持彼此倡議。2025 年韓國提出相關倡議為「APEC 新創企業創新論壇：培育活力生態系」(APEC Startup Innovation Forum: Fostering a Dynamic Ecosystem)，旨在廣泛探討創業趨勢與契機、有效融資機制、新創企業支持政策、跨境協作、科技採用與數位轉型，以及永續成長策略等議題，盼為新創企業生態系的建構與發展提供方向，我國基於相同政策目標，亦共同響應與支持。

除此之外，我國於 2025 年進一步支持韓國另一相關倡議「強化 APEC 新創企業實力：打造通往全球市場之策略路徑」(Empowering APEC Startups: Strategic Pathways to Global Markets)。該倡議旨在透過鏈結全球創投資金與加速器等網絡，強化新創企業的國際市場競爭力，並探討政府研發補助及出口支援措施的實際效益。

從 APEC 機制下的互動觀察可知，我國與韓國在創新創業議題均展現高度興趣，並各自推動多項具體政策與企業實踐案例，形成可相互借鏡的經驗基礎。此外，兩國在新興科技研發應用與女性創業等延伸議題上亦具共鳴。前段提及的我國 AI 倡議即為一例；臺韓分別於 2019 與 2023 年推動女性新創企業倡議，我國聚焦創業加速器與創業籌資，韓國則著重於協助女性創業者突破發展瓶頸。上述經驗皆顯示雙方具備深化合作的潛力與契機。

三、與各國新創政策的合作建議

亞太各經濟體之發展特質及經濟發展程度各有不同，新創事業可跨境相互鏈結以發揮彼此利基。從制度創新、技術落地、新興科技導入與信任治理四個面向觀察可知，APEC 年度會議的相關論壇不僅促進各經濟體政策經驗的交流，更展現公私協力為推動新創企業發展之有效模式。各經濟體在行政簡化、技術應用與資料治理上的改革，形成政府、法人與企業共同參與的行動網絡，讓創業支持不再只是政府主導的政策，而是由公部門提供制度與資源框架，民間企業以創新實踐驗證政策方向的互動循環。並透過中小企業工作小組的倡議計畫推動，讓一國的政策措施產生跨境外溢的效益。

（一）技術落地之潛在合作機會

新興經濟體如智利與印尼，以行政流程簡化與創業網絡整合為突破口，展現制度創新的活力。其中，印尼的「創業樞紐」(EHUB) 平台協助超過百萬名創業者完成商業驗證與投資媒合，而我國在推動「跨域創新生態系」與「創新聚落」深具跨產業與跨國的協作經驗。因此，我國與印尼可持續在「臺印尼新創交流」的基礎上，就淨零轉型、AI 導入應用及地方產業創新等領域創造新的合作機會。例如，舉辦「臺印尼 AI 應用加速營」，將我國 AI 綠色解方導入印尼地方新創企業，加速其規模化發展。

（二）新興科技導入之潛在合作機會

韓國、新加坡等已開發經濟體透過深科技育成與數位化應用推動產業升級；我國則透過「小型企業創新研發」(SBIR) 獎勵深科技的研究、試驗、商品化、技術加值至商業模式優化。此外，我國舉辦「潛力新創選拔」協助黑科技（國防、太空、高階製造）、白科技（健康、金融）與綠科技（能源、減碳）領域之新創企業加速成長，故此，我國可嘗試將獲選之新創企業透過雙邊官方合作機制，探尋與韓國在深科技新創育成的領域試產輔導、測試場域與國際接軌的協作機會。具體而言，將臺灣經「潛力新創選拔」或 SBIR 深科技項目篩選出的優質創業團隊，與韓國 DIPS (Deep-tech Incubator Project for Startups) 的公私協力加速器進行對接，提供「從技術到市場」的快速成長通道，並以我國新創基地等單位作為我方主要窗口，確保入選創業團隊的技術門檻和市場潛力，臺韓雙方亦可於 APEC 場域共同分享政策對接之效益。

（三）信任治理之潛在合作機會

日本與美國將資料治理與商業倫理納入政策主軸，為區域合作建立信任與透明的規範基礎。我國在推動百工百業應用 AI 的同時，亦需建立 AI 治理與規範的制度，以利我國 AI 商品與服務接軌國際標準。因此，我國可透過雙邊政策對話降低認知落差，進而使我方新創企業或中小企業鏈結美日所欲展現的信賴供應鏈。以臺日合作為例，可選擇臺日皆有供應鏈連結的產業（如電子零組件、智慧機械），在雙方企業間進行可信賴

的數據交換試點，驗證 DFFT (Data Free Flow with Trust) 原則下的技術可行性與商業效益。

（四）APEC 延伸之潛在合作機會

呼應前項「信任治理」的合作機會，臺美可在 APEC 架構下積極參與美國長年倡議的「中小企業商業倫理倡議」，透過參與中小企業商業倫理論壇，瞭解美國對於商業倫理的期待與具體實踐態樣。由於該倡議聚焦生物製藥與醫材領域，若能使我國業者在商業倫理意識與實踐上與美國同步，則能協助我國智慧醫療產業認知美國市場標準。

我國與韓國在創新創業、數位轉型、AI 應用及女性創業等議題上，已於 APEC 機制下展現高度關注與多次互動，顯示雙方具備持續合作的政策基礎與實務經驗。未來若能在既有倡議之上，進一步推動共同議程規劃、示範場域串聯及加速器與投資網絡連結等合作方向，將有助於把「共同關注」轉化為「共同布局」，讓兩國的新創企業在參與 APEC 計畫時，不僅能作為個別經濟體的代表，亦可透過協作形成互補的團隊與方案，進一步提升在區域內的能見度與影響力。

因此，亞太各國透過 APEC 場域促進制度創新與市場實踐的多邊交流，為新創企業開闢海外鏈結的另一管道。當公部門的政策支援與私部門的創新能量形成互補，新創企業不僅能獲得成長所需的資金與技術資源，也能藉由參與區域合作知己知彼，成為永續與包容性成長的關鍵驅動力。

第 4 節 AI 趨勢下的創新創業機會

過去二十年，數位經濟的崛起深刻改變了我們熟悉的創業環境，從網際網路帶來的資訊流通，到行動通訊與社群媒體開啟的新商業模式，再到雲端運算與大數據分析的普及，每一波通用技術 (General Purpose Technology, GPT) 的到來，都重新塑造了產業格局與競爭邏輯。AI 所帶來的影響，已遠遠超出單一產業，成為新一代的通用技術，且啟動並加速了全球經濟與創業模式的全面重構。

2024 年 AI 領域的投資金額占創投總資金的 37%，交易量占 17%，雙雙刷新歷史紀錄，這意味著，每 3 筆創投資金就有 1 筆流入 AI 領域。投資人的判斷很清楚，AI 是一場正在全面擴散的產業革命。從自動駕駛、精準醫療，到生成式內容與智慧製造，AI 無所不在。與過去不同的是，AI 的力量不僅來自技術突破，更來自它已深入基礎設施的角色。電力在 20 世紀初重塑工廠生產，網際網路在 21 世紀初重構全球貿易，而 AI 正在以同樣的方式，成為推動創新與經濟增長的新引擎。它不僅改變了企業內部的運作方式，也正在重塑一個經濟體中創新參與者的結構。過去以政府、企業、大學與研究機構為核心的創新體系，在 AI 時代已大幅變動，數據平台、算力與雲端基礎設施供應者、平台型科技業者、開源社群，乃至國際規範制定者，成為新一代創新的關鍵節點，這些新的參與者，顯示創新創業體系正朝向「開放、網絡化、多元」的方向演變。

這樣的質變，有 2 個特別重要的意義，一方面，AI 工具大幅降低了創業的進入門檻，產品設計不再需要龐大的團隊，行銷測試可以透過生成式 AI 快速完成，甚至跨境市場驗證也能依靠數據與雲端服務加速推進。可以預見的情境是，隨著數位與 AI 工具的普及化，許多過去需要大筆資金和時間的流程，如今一個小型團隊就能負擔得起。另一方面，新的創新促進成員 (facilitator)，例如數據交換平台、AI 模型 API、AI 風險管理、開源社群與法遵服務，本身也成為創業者的重要機會。換句話說，AI 不僅是創業的工具，更直接提供了新的創業題目與市場。

本節專文將以「鑑往知來」的角度展開，首先，回顧 AI 如何帶來新的創新機會，並引入開源社群、算力資源與國際規範等關鍵參與者，重塑創新的場景；接著，透過最新的調查數據，觀察我國創業者的行為表現，包括已有 85% 創業者的創業過程或主題與 AI 相關，以及導入 AI 的實證場景；再進一步，結合 Mahsa Samsami (2025) 的研究發現，對照全球 44 個經濟體的實證數據，呈現我國新創企業在國際趨勢中的獨特性。最後，在這樣的脈絡下，本文將提出初步行動建議，思考我國該如何在 AI 時代中穩健前行。

一、AI 帶來新的創業成員

一個國家的政府、企業、大學與研究機構之間的創新體系經常被用來理解一國創新能力的核心成員。傳統模式下，政府、企業、大學與研究機構被放在金字塔的中心位置，扮演資源提供、知識產出與商品化的角色。這樣的架構在製造業與資訊產業崛起的年代確實有效，因為創新的路徑相對清晰，由科研端產出知識，企業端轉化為產品，政府則在背後提供政策與資金支持。

與電力或網際網路相比，AI 的特殊性在於它對「基礎資源」的依賴遠超過以往，沒有足夠的數據，演算法無法進化；沒有算力與雲端平台，模型就無法運作；沒有跨國規範，AI 技術的跨境傳播將受阻。這意味著，創新的驅動者已經不再僅限於政府、學術與企業，而是擴展到一整個新的網絡：掌握數據的平台、提供運算資源的雲端公司、引領開源生態的社群，以及制定規範的國際組織。

（一）運算基礎設施改寫創業條件

最直覺的例子是雲端算力供應商；十年前，創業者需要自建伺服器，才能嘗試大規模的 AI 計算，如今，一張 GPU 卡的租用權可能就決定一家新創企業能否在全球市場上競爭。大型語言模型或生成式 AI 的開發，必須依賴高效能 GPU（如 NVIDIA A100、H100）來進行訓練與推理。然而這些 GPU 單價高昂，且供不應求，新創企業會尋求雲端平台（如 AWS、Google Cloud、Microsoft Azure）的 GPU 租用。但是平台上的 GPU 使用還有配額問題，往往會讓大型科技公司優先，新創企業若無法排到資源，就無法訓練模型或優化演算法，產品性能可能落後。在競爭激烈的 AI 市場，誰能先做出穩定、可規模化的產品，就能爭取到投資與客戶，這就是為什麼運算基礎設施本身成了創新創業的關鍵節點。

（二）開源即合作的創業文化

另一個創新的關鍵節點是扮演擴散引擎的開源社群，像是 GitHub、Hugging Face 這樣的平台業者。在他們平台上的開源專案是程式碼的分享平台，也是全球開發

者共同協作的空間。新模型的最佳化、工具鏈的標準化，甚至倫理規範的討論，往往都在這些社群中率先展開。對新創企業而言，參與開源社群的好處不只是能取用工具，而是能藉由貢獻程式碼、釋出模型卡、參與討論，甚至在短短幾週內就被全球用戶擴散應用。

這種網絡效應，讓創新不再依賴單一企業的研發能量，而是由全球社群共同驅動。

「開源即合作」意味著一個模型可能在巴黎被開發、在矽谷被優化、最後在臺北的新創企業手中找到商業化的切入點。對創業者而言，開源社群是全球軟體與 AI 創新的「集體實驗室」，更是一個全球性的試驗場，好的想法能迅速被全球測試、驗證，甚至吸引投資人與潛在客戶。

（三）國際規範走進創業，改寫遊戲規則

國際規範的影響正逐漸加深，以歐盟的《AI Act》為例，雖然尚未全面落地，但它已經迫使全球 AI 企業提前調整商業模式。**Meta** 就因應法規風險，延後在歐盟推出最新的圖像生成功能；**Apple** 也調整 AI 產品的上市時程，刻意延後在歐洲市場的部署，以免觸及監管灰色地帶。部分新創企業，如共享服務業者 **Bird**，甚至選擇將業務重心移出歐洲，轉往美國或杜拜等地，以避開歐盟嚴格的 AI 管制。這些案例顯示，《AI Act》不再只是未來的規則，而是已經走進創業現場、改寫了產品設計、商業布局與市場策略，國際規範正以「參與者」的姿態，影響創業生態的發展路徑。

二、我國新創企業使用 AI、開發 AI 的樣態

GEM 在 2025 年發布的報告從數位工具使用習慣，觀察到我國的創業團隊在數位工具的使用比例普遍高於全球平均，59.1% 的我國創業者表示有實際使用數位科技銷售產品或服務，明顯高於 GEM 整體的 53.8%；社群媒體的使用率更達到 65.8%，顯示出我國創業者善於利用現成的數位平台快速接觸市場。透過《2025 台灣新創生態圈大調查》，可看出我國新創企業對於 AI 使用的狀況。

（一）超過 8 成的創業者，創業行為與 AI 相關

85.1% 的受訪創業者其創業與 AI 有關，在與 AI 有關之中又可分為兩類，一是 59.04% 的創業者僅使用 AI 工具，例如運用現有的生成式 AI、資料分析平台來支撐業務；另一類則是 40.96% 的 AI 新創企業，即其核心產品或服務本身就是 AI 技術或系統，屬於更深入的 AI 驅動型公司。這種分類顯示出我國新創企業的 AI 普及率高，不只是應用層面，還有不少直接投入 AI 技術研發的企業。

這些 AI 新創企業中，屬於技術開發或系統整合商的技術來源主要來自開源模型的調整或優化 (55.51%)，顯示開源社群已成為最重要的基礎資源。其次，42.97% 的企業選擇團隊自主研發，代表部分新創企業具備獨立開發能力。第三，33.46% 與外部學研單位或顧問合作研發，這反映出產學合作或專業外包在新創企業發展 AI 技術中的角色。最後，25.86% 則是直接採購現成技術模組或套件。這些結果反映出兩件事，第一，幾乎所有新創企業在當前的時空背景下都必須面對使用 AI 來擴展業務的能力；第二，受訪創業者善用開源資源快速開發，降低成本，以跟上全球最新技術。

（二）新創企業導入 AI：從市場前線走向企業後台

受訪創業者導入 AI 主要的應用集中在「行銷內容製作」(48.55%)，其次是「客服自動回應」(30.8%) 與「業務開發」(29.35%)。這透露出他們對 AI 的第一需求，是如何快速解決市場拓展、品牌知名度與客戶互動。對資源有限的創業者來說，AI 在行銷文案、社群貼文、廣告素材生成上的成本效益極高，不僅能節省人力，還能加速市場測試。

第二層應用則是「客戶管理」(24.28%) 與「產品設計」(22.46%)，這顯示 AI 開始滲透到更靠近核心營運的流程，例如利用 CRM 系統中的智能分析，提升客戶維繫與交叉銷售效率。這一層應用已經不只是輔助，而是逐漸改變企業的工作方式，讓新創企業能以更小的團隊達到規模化的效果。緊接著「研發測試」(17.03%)、「財務報表處理」(16.3%) 與「品質檢測」(10.87%)，反映出新創企業逐步將 AI 導入更具技術性與專業門檻的領域。這類應用通常涉及較高的數據需求與演算法能力，也意味著導入的複雜度與投資成本上升，因此比例較低。但一旦成熟，這些應用將對產品可靠性、決策效率產生顯著影響。

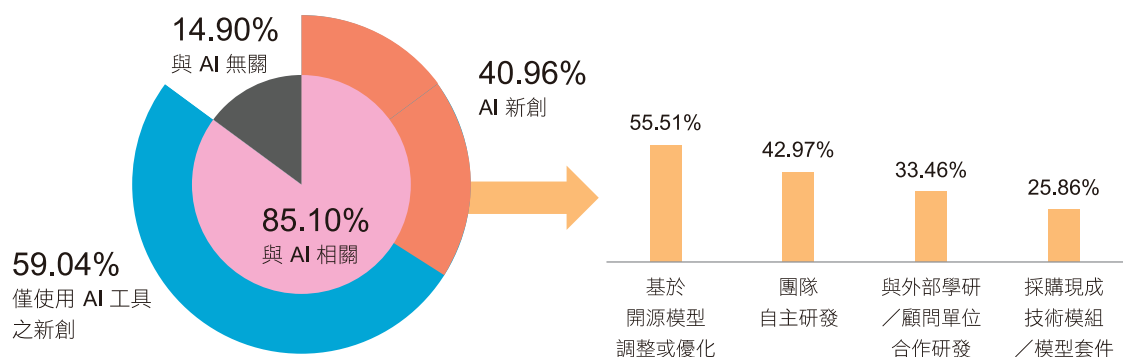


圖 4-2 受訪新創企業創業與 AI 的關聯性

最末端的應用場景是「設備維護」(10.14%) 與「員工訓練」(9.42%)，雖然比例不高，但卻代表 AI 正在進入企業內部管理與營運的「後台系統」。例如透過預測維修避免設備停機，或是利用 AI 教練模組進行員工培訓，這些應用能提升長期效率，卻不是新創企業當下最急迫的需求。綜合來看，這份調查顯示新創企業在導入 AI 時，是「由外而內」的路徑，先解決行銷、業務與客服等外部市場需求，再逐步導入內部管理、研發與營運流程。反映新創企業在有限資源下的理性選擇，先用 AI 幫助公司活下來，接著才是追求內部效率與長期競爭力。

這樣的現象，正好呼應了學者 Mahsa Samsami 在 2025 年的研究。他針對全球 44 個參與 GEM 的經濟體、超過 6 萬名創業者進行實證分析，發現對當代創業者而言，AI 是「工具」，更逐漸形塑創業者的思維方式。即便有些創業家尚未全面導入 AI，他們在策略規劃時也會預留彈性。因此，AI 的影響早已超越技術層面，進入決策、風險評估與資源配置等各個層次。更重要的是，其研究發現這樣的正向循環，一經濟體中的創業者越積極廣泛使用數位工具與 AI，就越能敏銳感知其帶來的優劣勢，進而更有能力預測未來對業務的影響；而數位程度越深化的生態系，這種正向關聯性越強，創業者能更快、更有效地理解與預測數位工具對業務的影響。

表 4-1 AI 技術導入場景

單位：%

排序	導入場景	占比
1	行銷內容製作	48.55
2	客服自動回應	30.8
3	業務開發	29.35
4	客戶管理	24.28
5	產品設計	22.46
6	研發測試	17.03
7	財務報表處理	16.3
8	品質檢測	10.87
9	設備維護	10.14
10	員工訓練	9.42

（三）AI 新創企業前三大技術：生成式 AI、自然語言處理、預測分析

AI 新創企業研發布局集中於應用層面的功能類別，調查結果顯示，「生成式 AI」(41.83%) 位居首位，反映其已成為新創企業研發的核心焦點；其次為「自然語言處理」(31.94%) 與「預測分析」(31.56%)，再加上「視覺辨識」(28.90%) 與「語音處理」(28.14%)，形成新創企業最主要的技術投入領域，集中於能快速商品化、具市場需求的應用場景。

相較之下，「資料收集、清理或標註服務」(18.63%)、「客製化模型開發／微調」(13.31%)、「提供模型 API 或雲端推論服務」(11.41%)、「自動建模工具」(9.13%) 及「模型管理工具或平台」(8.75%) 等，比例皆未超過 2 成。這顯示多數新創企業傾向將資源集中於應用端，對基礎設施、模型管理與平台型技術的投入相對較少。整體而言，調查

結果呈現出我國新創企業在 AI 領域的研發結構以「應用功能」為主體，而「技術開發與交付方式」的參與度相對較低，反映企業多著重於直接回應市場需求的技術類別，平台與工具比例相對較低。

（四）AI 新創企業前三大應用產業：廣告行銷、健康醫療、智慧製造

AI 新創企業的應用仍以高資料可得性、易於驗證商業模式的場域為核心，但多元探索的布局，已展現生態系逐漸往更廣泛產業滲透的發展方向。AI 新創企業的應用產業比例最高的為「廣告行銷」(28.14%) 與「健康醫療」(24.33%)，反映 AI 新創企業普遍聚焦於資料豐富、需求明確且回饋快速的市場。其次為「智慧製造」(17.11%) 與「物流運輸」(14.83%)，顯示 AI 已逐漸滲透至提升生產效率與供應鏈管理的應用場景。另有「觀光旅遊」(12.17%)、「網通資安」(11.41%)、「娛樂媒體」(11.03%)、「能源環境」(10.27%) 與「農業科技」(9.51%) 等領域，各約占 1 成左右，呈現 AI 逐步擴展至民生、永續與多元產業的趨勢。

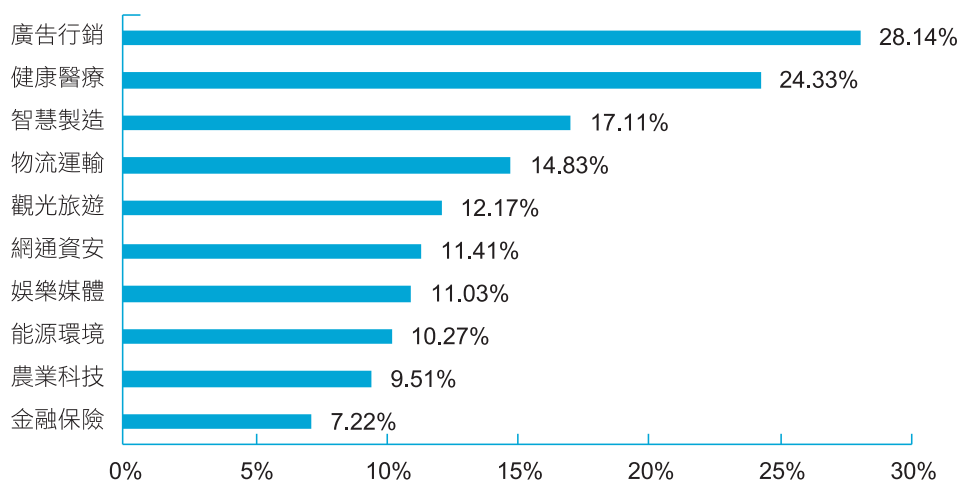


圖 4-3 AI 新創企業前 10 大應用領域

三、AI 競賽轉向資料與垂直應用之戰

未來三至五年，AI 市場將持續沿著四大方向擴張，垂直應用、軟體平台、伺服器與雲端算力，以及晶片。隨著企業與政府對 AI 技術需求升高，製造、醫療、金融、運輸、能源、農業等多個產業皆積極導入 AI + X 的解決方案，使得產業情境下的垂直應用成為全球市場最具成長動能的區塊。另一方面，支撐應用落地的 AI 軟體平台，包括機器學習平台、資料平台、模型部署與監控 (MLOps)、推論系統、模型治理工具等，在企業數位化與大模型時代逐漸成為必要基礎設施，其市場需求將因企業對 AI 系統穩定性、可信度與安全性要求提高而不斷擴大。

AI 的擴散也推動企業大幅增加對運算資源的投資，使伺服器、資料中心與雲端 GPU 的需求在未來五年將持續攀升，在這些算力背後的晶片與半導體則是整個生態系的底層技術，無論是 GPU、ASIC、FPGA、MCU 或邊緣 AI 晶片的市場還是持續成長。然而，這些市場目前已被大型科技企業高度占有，晶片市場有 NVIDIA、AMD、Intel 及少數專用 ASIC 業者掌握；雲端 GPU、AI 伺服器與資料中心服務集中於 Amazon、Microsoft、Google 與 Meta；通用模型則由 OpenAI、Google DeepMind、Anthropic、Meta 等主導，形成人才、資料與算力都高度集中於少數科技巨頭的產業格局。特別是這些領域需要長期且高額的資金投入、巨量資料與超大規模算力，加上專利保護與全球品牌效應，使得包括歐盟、日本、韓國等技術先進國家在此領域仍面臨難以跨越的障礙。對我國而言，即便具備全球最強的半導體製造供應鏈，也不易在大型語言模型或軟體平台與國際大型業者正面競爭。

在此競爭態勢下，我國真正具有比較優勢、且能在未來三至五年快速擴大投入並建立出口能力的領域，應是垂直應用的 AI 服務。垂直應用需要深度產業知識、在地市場理解、跨系統整合能力以及與本地資料接觸的可行性，而我國的製造與供應鏈知識密度位居全球之冠，並擁有大量具產業特性與情境化的資料來源，同樣的，國際聞名的健保資料庫等，都是我國的核心優勢。未來若能聚焦於垂直場域深耕，結合本地資料、生態系協作與產業鏈整合能力，我們就有機會在全球 AI 競爭中走出與大型科技企業不同的路徑，打造具我國特色的 AI 垂直應用優勢。

四、他山之石—AI 垂直應用的關鍵要素與政策推動策略

全球 AI 正從「大模型競賽」轉向「垂直場域深耕」；許多國家開始聚焦物流、生技、能源、製造等明確領域，以縮短技術落地時間、強化資料品質，並讓 AI 真正帶來生產力提升。法國物流業的轉型速度最具代表性，《Les Echos》指出，歐洲物流業者正以前所未有的力度導入 AI，以支撐運輸減碳與配送電氣化。DCbrain、Flowlity、Kardinal、Mapo、Traffic Live、Urbantz 等新創企業，透過雲端收集真實運量、車隊、路線與能源使用資料，並建立物流「數位雙生」模型。這些模型直接模擬最佳配送與能源消耗，提供企業可立即採用的決策工具。以 Transports Salva 為例，其與 Traffic Live 合作後，預期可減少 20% 的跨境運輸碳排。

物流 AI 能跑得快，是因為歐洲已有標準化資料庫、大範圍資料共享，以及可供新創企業反覆驗證的實體場域，能以明確價值快速進入市場。生技領域亦是如此，《Usine Nouvelle》報導的新創企業 Bioptimus，以先開源、後商用策略切入生醫 AI，並與 Owkin 合作取得 DNA、蛋白質與基因序列等資料，使模型能針對特定生醫情境調整。此模式凸顯生技 AI 的本質，建立在科學合作、資料取得與產業需求上，而非單純的模型能力競賽。

韓國則把垂直 AI 上升到國家戰略，2025 年起韓國政府擴大預算，橫跨 AI 工廠、自駕、生技、能源、半導體、機器人等領域，打造可跨產業使用的技術模組。更具代表性的是「流通-AI 聯盟」⁴，每年培育 30 家 AI 新創企業，與大型企業實證，並建立逾 100 萬筆商品標準資料庫。這些資料與場域成為新創企業的關鍵資產，使其能快速訓練模型並縮短上市時間。法國與韓國的共同點非常清楚，垂直應用不只是技術選擇，而是產業升級的路徑。成功關鍵不在模型，而在資料品質、場域精準度、跨機構協作與深度領域知識，這些都是大型科技公司難以掌握，卻是新創企業有機會切入的市場機會。

⁴韓國官方所定義的流通產業英文為 Distribution Industry，涵蓋 商品從製造端到消費者手中所有「銷售、供應、物流、批發零售」相關的產業，包含批發、零售、物流配送、電商平台等所有商品流通與供應鏈服務。

五、策略建議

面對全球 AI 技術競賽與產業典範轉移，我國政府已正式啟動「AI 新十大建設」，確立「智慧科技島」之施政願景，該方案以數位基磐、關鍵技術與智慧應用三大面向為主軸，預計至 2040 年帶動 15 兆元產值並創造 50 萬個高薪就業機會。在關鍵技術層面，政府將利用半導體優勢，建置矽光子、量子電腦與智慧機器人三大國家級實驗室，鞏固硬體供應鏈之全球樞紐地位。數位基磐則聚焦於建置主權 AI 與算力設施，目標將公部門算力大幅提升，並推動資料開放與人才培育，以千億資金驅動創新創業生態系。而最核心的應用端，政策明確訂立打造新國力，使臺灣成為世界 AI 大國及影響力中心之目標，將 AI 技術擴散至製造、醫療、服務與公共治理領域，讓國內整體產業可因應少子化缺工與高齡社會的挑戰。

為呼應「AI 新十大建設」的整體布局，本文提出三大策略建議，著眼於如何將既有的算力、資料與制度資源，實質轉化為中小企業的 AI 應用能力。首先，承接 AI 算力資源，建立 AI 技術中央廚房，快速發展垂直應用領域的 AI 解決方案；其次，呼應政府推動的數位信任環境，建構企業 AI 治理架構，確保技術應用的合乎規範與安全；最後，深化資料治理政策，建立標準化資料庫，解決跨域資料流通的品質瓶頸。

（一）AI 技術中央廚房，加速垂直應用落地

要讓垂直應用加速落地，我國需要推動「AI 技術中央廚房」，目的在於引進開源大模型、開發適合國內垂直領域的中小型模型，將這些模型交付給 AI 業者，繼續客製化推動百工百業 AI 化，大幅降低模型訓練、法遵流程或資料前處理的時間與財務成本。這可使研發更聚焦在產業本身的流程與問題，例如製造、醫療、物流或零售等具體情境，縮短產品化時間並提高跨場域擴散效率。中央廚房也能同步與企業端的資訊安全要求、資料規範與治理流程整合，使新創企業在導入時即具備企業級可採用性，降低導入阻力。

（二）推動企業 AI 治理架構，提高導入效率

與加速技術開發並行的挑戰是「企業如何安全導入 AI」；首先，企業端必須有明確的 AI 治理制度，包括資料使用規則、風險評估流程、模型透明度要求與持續監測機制。若能提供企業標準化治理工具，新創企業在合作初期即可與企業流程對齊，提高導入效率。其次，產業場域應在早期即開放測試，讓新創企業與企業能在 PoC 與 PoB 階段共同調整資料與流程，累積有價值的在地資料集與使用案例。此外，我國也需要鼓勵學研單位與技術團隊參與國際開源聯盟，例如 Hugging Face，以掌握國際模型架構、資料格式與治理標準的最新動向，並讓我國技術在國際上能被檢視與採用。這 3 項要素結合後，可形成完整的擴散路徑，標準化治理降低導入成本、場域合作提供資料與驗證環境、開源參與則讓技術不與全球主流脫節。

（三）建置標準化資料庫，支援 AI 訓練與驗證

垂直應用能否真正落地，最終取決於資料品質與資料可得性，因此我國需要系統性建置跨產業的資料庫，並具備明確的資料格式、標註規範與安全管控機制。這些資料庫應涵蓋製造、生醫、物流、金流、零售與公共服務等主要領域，並可供新創企業在遵循法規條件下用於訓練、測試與驗證模型。更重要的是，我國在語言、文化與市場上與中文圈高度連結，因此有條件建立「中文資料庫」，例如跨境電商商品分類資料、客服語料、醫療文本與物流資訊等。

由於中文資料在全球生態系中普遍不足，我國若能建置並管理這類資料資產，即可成為模型驗證與優化的重要樞紐。透過本地資料與中文資料的組合，我國可以發展具有語言與文化適配性的垂直模型，並形成清晰且可輸出的測試基準，使我國在海外市場具有差異化優勢。綜上，結合技術中央廚房、企業 AI 治理架構、參與開源聯盟與建置資料庫，我國可建立一套能支援新創企業開發、驗證、商品化與跨境輸出的完整垂直應用推動架構。

第 5 節 結語

創新創業生態系看似多元，核心實則由幾個關鍵角色組成，創業家、投資人與資金供應者、政府部門、創業服務者，以及大學與研究機構。儘管各方任務不同，但共同目標一致，讓創業得以成功，進而帶動產業與國家的競爭力。若解構創業生態系的運作，我們可以清楚看到所有互動都建立在四項基礎之上，人才是否被系統性培養、資源是否能順利取得、企業與市場是否願意採用創新、制度與法規是否能支持創業成功。我國正處於這四項基礎的轉型調整期，賴清德總統已將創業納入國家戰略，提出打造「創新創業雨林生態系」的施政理念，並以 AI 與國家級投資為核心推力。總統強調，未來五年政府將投入穩定且具規模的創新資本，重點強化 AI、半導體、生醫、能源與無人機等關鍵產業，讓我國成為全球創新與 AI 應用的重要節點。這意味著，創業不僅是個人理想實現，更視為是國家整體競爭力的一環。

芬蘭、立陶宛、韓國、荷蘭與德國的經驗顯示，創業政策的關鍵不在於推出多少措施，而是能否形成一套教育、企業、技術、制度能互相連動的支持系統。當人才來源與質量穩定、企業願意與新創企業並進，採用新創方案、資源與資金能順暢流動形成循環、法規能提供可信任與可預測的環境，創業就能從個案變成持續累積的國家競爭力。從本章的內容我們可以看到，國內創業環境的基礎良好並且能逐漸演進，讓教育端帶來人才與能力，地方與企業帶來題目與場域，APEC 與國際連結打開制度與市場視野，掌握既有優勢，找到具有競爭力 AI 產業定位。我國憑藉半導體、醫療資料與完整製造鏈等得天獨厚、世界少有的厚實基礎，只要制度、場域、企業與人才能形成有效協作，我國完全有能力從科技製造強國，轉變為創新服務的輸出國、AI 應用的示範國、以及國際新創企業願意落腳的創業基地。未來挑戰依然存在，但當創業成為一項可被支持、可被訓練、可被累積的國家工程，我國下一個十年的經濟社會樣貌，也將由創新來重新定義。

第 5 章 未來展望

一、我國新創企業的機會與風險

當前的創業環境呈現高機會與高風險並存的特性，這並非受到短期景氣循環的波動影響，而是全球政治、經濟、科技發展及市場需求等多重變數長期交互作用下所形成的新常態。本書從全球科技發展、我國產業結構、我國新創企業潛力與營運表現，以及創業政策與生態系運作方式等不同層面進行分析，顯示創業所面對的外在條件與制度環境，已與過去十年有顯著差異。一方面，科技擴散與產業轉型加快過程中所衍生的商機，使創業比以往更容易切入市場；另一方面，種種國際政經情勢的變動，帶來外部不確定性，也同步推高創業的失敗風險與生存壓力。

（一）AI 打破產業疆界，為創新創業帶來更多契機

我國新創企業的相對競爭力，很大一部份來自產業與政策所形塑的環境，完整的生產製造與 ICT 產業鏈、數以百萬計的中小企業家數，這些條件為新創企業提供多樣化且貼近實務的應用場景，因而電子相關硬體及工業製造是新創企業出口銷售較佳的領域。此外，許多創業團隊與新創企業也受惠於政策措施，能夠快速與既有企業建立合作關係，將技術轉化為可落地的產品或服務。這種貼近產業、快速迭代的能力，使我國新創企業在應用導向與產業整合上具有相對優勢，並擴大了外在條件所帶來的正面效果。

根據本白皮書第三章與第四章對全球創新創業趨勢的整理，AI 已逐步演變為橫跨各行各業的通用型基礎技術，顯著降低創業所需的技術門檻。我國新創企業已在製造、醫療、金融、零售等領域發展出具成熟度的垂直應用，亦有新創企業開始提供企業服務與跨產業應用的 AI 解決方案，顯示 AI 正加速滲透至企業服務、行銷、客服與人力資源等通用場域，顯示國內新創企業已具備在既有產業場域中導入 AI 解決方案的實作能力與經驗。

在 AI 創業的領域中，數位化通訊工具與國際社群平台的普及，新創企業得以在早期階段即進行產品測試、客戶互動與接軌國際市場，大幅降低市場驗證與跨國拓展的成

本。再結合第四章所指出的全球供應鏈重組與在地化發展趨勢，既有企業為提升營運韌性與創新速度，正積極尋求具備技術彈性與创新能力的外部合作夥伴。因而，新創企業不僅成為企業導入 AI 與推動數位轉型的重要對象，也獲得切入產業升級與轉型浪潮的關鍵契機，進一步擴大創新創業的發展空間。

（二）市場競爭激烈，擴大政策資源投入創新創業

高機會的另一面是不容忽視的潛在風險，第四章在國際合作與 AI 議題的討論中已指出，地緣政治風險的升高，使科技、資本與市場逐漸被納入更嚴格的審查與法規管制架構，新創企業即便規模不大，也可能受到投資來源、技術合作或市場准入限制的影響。此外，AI 技術快速演進與應用層競爭加劇，使新創企業若缺乏產業深度知識、垂直產業的資料用以訓練客製化 AI 服務，將更容易面臨被取代或邊緣化的風險。供應鏈重組雖創造新機會，但也同時提高了對新創企業在經營體質的穩定性、履約交付能力與長期商業可信度上的要求，對資源有限的創業團隊形成不小壓力。

在這樣的情境下，創新創業政策的關鍵已不再是單純鎖定創業數量或資源投入，而是擴大政策資源，打造一個能夠持續產生創新、吸引人才、讓新創企業不斷增加、企業願意採用的創新創業生態系。當前我國以國發基金為核心，攜手各中央目的事業主管機關推動主題式百億投資基金，透過制度化的搭配投資機制，引導民間資本共同投入，逐步形塑具可預期性的創業投資環境。主題基金分別鎖定中小企業、文化創意、服務業、AI 新創企業、智慧醫療、綠色成長淨零產業與智慧機器人等領域，鎖定國家產業政策與中長期發展目標，補足新創企業在研發驗證、市場拓展與規模成長階段所面臨的資金斷層。七大百億基金不僅為創新創業注入穩定且多元的資金活水，也透過政策資金與市場機制的結合，強化產業升級動能，支撐創新創業生態系的長期發展。

承接前述資金工具，我國亦提出 AI 新十大建設，作為推動人工智慧發展的政策主軸，從算力、資料、人才、研發、法制與應用場域等面向同步布局。在基礎設施方面，強化高效能算力與雲端資源，支撐模型訓練與產業應用；在資料與治理上，推動資料開放、跨域流通與合規使用，提升 AI 訓練品質；人才與研發面則結合學研能量與產業需求，培育跨域 AI 專業人才；在應用端，透過示範場域與需求導向專案，加速 AI 技術

導入製造、醫療、服務與公共治理，促進解決方案商品化與規模化。整體而言，AI 新十大建設與主題式百億基金相互支撐，形成從基礎能力到市場落地的完整政策資源，推動 AI 解決方案產品化與價值擴散。

二、創業政策國際動態：強化企業合作機制

數位與 AI 技術雖為提升生產力帶來新的可能，但其效益往往率先集中於具備資本、規模與制度優勢的大型企業，使不同規模企業間的差距進一步擴大，再加上未來國際間關於永續揭露、資安與數位治理等規範將快速推進，對資源有限的新創企業而言，逐漸轉化為實質的營運成本與不確定風險。在此背景下，OECD 與歐盟於 2025 年皆調整中小與新創企業政策方向，將重心由鼓勵創業，轉向如何營造一個有利企業持續成長、成功經驗得以擴散的制度環境。更具體來看，OECD 於 2025 年發布的《Science, Technology and Innovation Outlook》指出創新必須仰賴公私部門與不同規模企業之間的協作與知識傳遞，才能持續擴散並轉化為經濟與社會價值。

因此，OECD 強調在新創企業成長過程中需要有策略性合作夥伴關係的角色，而這角色應由具創新意圖的既有企業扮演，適度運用其在市場通路、產業理解、法遵經驗與組織資源上的能量，與新創企業合作，加速產品驗證與市場擴張。

而這樣的策略性合作是須要透過制度設計，當大企業與新創企業能在清楚的治理與政策下建立合作關係，避免創新成果停留在有限的應用市場，而能在生態系中持續累積、複製與規模化成長，進而形塑出一具有韌性及國際競爭力的創新創業生態系。歐盟在 2025 年的歐盟新創與成長期企業策略的核心之一便是企業合作，並提出一系列具體的政策措施與行動方向，目的是讓歐盟成為全球創新與快速成長企業的理想市場。

首先歐盟成立 Scaleup Europe Fund 等公私合營成長基金，鼓勵大型企業、金融機構共同投資，讓新創企業能更快進入企業供應鏈、技術採用與產業應用領域。再者，則是促進企業採購與合作對接的具體政策措施，例如鼓勵企業在公共採購與前商業採購 (Pre-Commercial Procurement) 中與新創企業合作，使新創企業的解

決方案能直接在企業或公共機構的採用場域中驗證與擴散，同時也在歐盟創新網絡與平台中鼓勵開放新創企業參與對話、合作的機會。新創企業參與歐盟創新網絡與產業平台，有助於快速對接大型企業與市場需求，降低進入產業與國際市場的門檻；既有企業則能取得多元創新解決方案，加速綠色與數位轉型；對歐盟整體產業而言，透過平台促進知識與技術擴散，使創新較快轉化為可規模化的產業競爭力。

三、鼓勵企業合作，形成我國可永續發展的創業環境

從我國整體創業表現、新創企業外銷實力持續提升、成功於國內上市櫃的家數已逾 200 家、早期投資資金規模突破 33.4 億美元，可知我國新創企業在早期、成長擴張階段已受到投資人與市場的肯定，而 CVC 亦認可新創企業的創新能力，成為資金市場中最為活躍的參與者之一。這些發展意味著，我國創業政策所面對的未來課題是讓新創創業生態系可以有效支持新創企業成長與市場擴張，以實現賴清德總統所提出的「創新創業雨林生態系」願景，讓國家創新環境能夠自我生長並持續更新。

各部會已藉由多種政策措施，諸如企業出題、新創解題、企業投資、場域驗證合作等引導企業與新創企業合作，讓新創企業更快地接到第一筆訂單，突破從 0 到 1 的難關，並營造當前備受國際肯定的國家創業環境。如今在技術迭代速度快速提升的情境下，國內企業也已普遍意識到，僅仰賴內部研發體系，難以全面掌握新技術的發展方向與潛在應用，與新創企業的合作或投資，成為企業提早理解技術路徑與市場可能性的關鍵管道，而新創企業也來到成長擴張階段，需要更多元化的市場進入管道。未來促成多元的企業合作模式，使企業與新創企業能在合作中各自取得所需資源與能力，將有助我國產業發展。

（一）吸引實務專家參與創新創業生態系，提高創業成功率

來自創業現場、投資端與企業端的實務專家擁有豐富的產業經驗與商業專業，未來可擴大邀請實務專家及早參與創業課程與培育機制的共同設計，將真實的市場判斷、資金運作與組織決策經驗轉化為學習內容，使創業教育兼具概念與實務操作，回應實

際商業環境中的選擇與取舍。透過專家參與課程架構與學習目標的設定，協助創業者得以在起步階段即理解市場限制、產業邏輯與價值創造的關鍵條件，從創業第一天就以商業與市場機會為核心展開行動。

與此同時，也可系統性將實務專家納入創業各階段的培育、輔導與選拔流程，分別擔任導師與評審角色，形成人才辨識與支持的連續機制。在創業初期，專家可透過基礎輔導與回饋，協助創業者釐清問題意識與商業假設，降低試錯與摸索成本；進入培育與選拔階段，則結合創育機構與企業資源，參與評選與深度輔導，協助具潛力團隊修正定位、調整策略，並對接實際市場與產業需求；於後期成長與國際化階段，具備產業或跨國經驗的實務專家，則能在市場進入、組織治理與合作模式等關鍵決策上提供判斷與引導。

（二）促成企業與新創企業實質合作，帶動產業創新落地

隨著研發成本持續攀升、技術迭代加速，企業逐漸意識到，單靠內部研發體系已難以即時掌握新技術的發展方向與應用潛力，外部創新因而從補充性作法，轉變為因應高度不確定環境的關鍵策略。這樣的轉變也伴隨著角色與視角的調整，企業不再僅將新創企業視為被扶植的對象，而是看重其所具備的技術敏捷性與跨域整合能力，轉而成為企業創新與轉型的重要夥伴。在此情況下，政策設計的重點不僅是鼓勵企業投入創業投資，更在於建構企業更願意與新創企業合作的制度環境，使企業與新創企業之間的合作得以持續發生，發揮綜效。

1.將競賽選拔成果轉化為企業合作入口

歷年創新競賽、加速器與選拔計畫所遴選出的新創企業，透過篩選已具備基本的技術可行性或商業潛力，已有相對成熟的合作條件，卻往往在評選結束後可能因為缺乏明確的銜接機制，而停留於展示與獎勵層次，未能有效轉化為創新服務或產品。因此，政策未來可在既有競賽與選拔成果基礎上，進一步設計以「商機媒合」為核心的銜接機制，將新創企業的解決方案整理為一般企業可直接使用的清單，並由企業端先提出需求，再透過配對與 PoC 啟動流程，促成企業與新創企業展開實質合作，而非僅止於展

示與交流。透過此一安排，競賽與選拔可以跳脫一次性的評選活動，而能成為企業發掘創新解決方案的入口，新創企業亦可更早進入實務應用場景，累積合作經驗與市場信任，進而提升企業與新創企業之間形成實質合作並帶動產業創新落地的可能性。

2. 以公共採購制度促進企業合作

我國目前推動多項大型產業與公共應用方案，例如服務型智慧政府、資安防護、數位公共建設、智慧交通與能源管理等，這些方案本身即高度依賴創新解決方案，且智慧製造、淨零轉型、數位醫療、智慧交通、觀光文創等領域，長期為我國新創企業投入重點，已產出可落地的技術與服務解決方案。在現行評選或採購制度下，因與新創企業實質合作的誘因不足（例如企業是否與新創企業合作往往屬於非必要條件）因此多數企業仍以既有供應商為優先選項。未來公共採購制度可研議將新創企業合作納入加分機制，例如，投標廠商若能提出與新創企業共同開發、導入或測試新技術的具體方案，可在評選中獲得額外加分，或於標案中設定最低新創企業技術比例或必要條件。透過這樣的制度安排，企業投資或合作新創企業的動機，將不再僅來自財務報酬或技術探索，而是與實際市場與訂單機會緊密連結，新創企業也能藉此更早進入實際應用場景，提升技術成熟度與商業可信度。

3. 鼓勵企業開放實證場域，加速 AI 新創企業成長

本書第四章指出，我國 AI 新創企業在智慧製造、醫療、零售與企業服務等領域，已陸續提出可實際應用的解決方案，顯示技術能力已具備一定商業化水準，而未來的挑戰則是在於這些新創企業能否順利成長規模化。對多數 AI 新創企業而言，成長的關鍵不是再寫出更好的模型，而是缺乏機會與既有企業合作，進入真實的營運場域，獲得真實的產業資料後持續訓練模型、強化技術或加速產品服務迭代的速度。若缺乏企業合作，新創企業僅能停留在小規模試用，缺乏足夠資料與案例來證明其服務的價值；一旦企業願意開放場域或提供合作機會，讓新創企業參與實際流程，新創企業便能在真實情境中驗證技術、修正產品，快速累積市場信任，這正是加速成長最直接的途徑。

與企業合作開發垂直應用 AI 服務，對新創企業的關鍵意義，絕非只是多一個客戶，而是在於取得高品質資料、累積可被市場理解的解題經驗，例如國內已有企業開放廠房

設備，與新創企業合作其數位轉型、導入 AI 專案，共同建置資料收集方法、資料庫、訓練模型。當新創企業能在實際生產製造、研究開發、行銷等環節中持續優化解決方案，這些成果就不再只是單一專案，而是可複製、可擴散的產品雛形，若再搭配跨產業、具標準格式與安全控管的資料環境建置，並結合中文與在地市場特性，新創企業的解決方案便有機會從服務一家企業，逐步發展為可供多家企業使用、甚至具備國際輸出潛力的 AI 產品。

（三）企業參與創新創業生態系的誘因

為引導企業積極參與創新創業，制度設計即須同步提供相應誘因，讓企業認同這些合作或投資對其自身的經營有正面效益。從企業實務觀點而言，與新創企業進行共同研發、技術驗證、場域測試或解決方案導入，本質上皆屬於研發活動的一環，其目的在於探索新技術可行性、降低不確定性，並為後續產品化或商業化奠定基礎。然而，現行制度多以企業內部研發作為研發投資認定的主要對象，導致企業在投入外部合作時，需承擔風險卻無法獲得對等的制度支持，此一差異，可能使企業即便想與新創企業合作，實際行動仍趨於保守。

因此，未來我國應考慮企業與新創企業之間屬於技術研發、產品開發或應用驗證性質的合作，納入研發投資的認定範圍，並依合作深度與研發風險給予不同程度的誘因。透過制度上的明確定義與誘因提供，可使企業將新創企業合作視為研發體系的延伸，而非額外負擔，進而促進企業與新創企業之間更頻繁且具實質內容的合作關係，累積可持續的創新動能。

另外，我國 CVC 重視能源、電子、製造與健康照護等領域的創業案件，顯示企業投資新創企業的行為，本質上是對產業升級轉型壓力的回應。租稅政策提供不分領域的中性誘因，企業在風險控管考量下，往往仍會將資金投入技術成熟度較高、回收路徑較明確的創業主題，使投資行為難以有效帶動具高度轉型意義的應用創新。我國未來在租稅優惠設計上，可考慮針對符合國家重點產業或政策任務，如 AI 應用、淨零轉型、資安、數位公共服務、文化創意等創業投資，提供加成抵減或較優適用條件，透過這樣的設計，引導企業投資能協助產業轉型的新創企業。

四、結語

本白皮書已盤點我國近年創新創業的發展成果，從新創企業的產業分布、資金市場結構、國際連結到政策工具的運作現況，勾勒出創新創業生態系的實際樣貌，分析亦顯示國際政經變化、科技快速演進與制度要求提升已經交織成未來新創企業所面臨的機會與風險。基於對這些利基與風險的判讀，亦提出若干可精進的政策方向，著眼於人才培育、企業參與、制度調整與誘因設計，期使創新活動能在不確定性中累積長期能力，而非僅依賴短期資源投入。

這些政策解方的核心，在於讓政策部門成為新創生態圈內的「串聯者」，也就是讓不同成員正確地扮演其角色、發揮各自擅長的功能，並透過制度設計把這些功能連結起來，讓創新創業生態系各環節能夠更為緊密、順暢地運作，新創企業負責創新技術的探索與快速試錯，既有企業提供產業場域、市場需求與規模化能力，投資人承擔資本配置與風險判斷，而公共部門則負責提供共用基礎與確保治理規則的可預期性。當所有成員在同一制度架構下運作，正如同雨林生態鏈環環相扣，創新成果才有機會累積為可擴散的產業能力，使新創企業成為我國產業競爭力的來源，在國際產業分工中，成為值得長期合作的創新夥伴。

附錄 1 參考文獻

- 1.CB Insights. (2025, January 7). State of venture 2024 report. CB Insights Research. <https://www.cbinsights.com/research/report/venture-trends-2024/>
- 2.CB Insights. (2025, October 15). State of venture Q3'25 report. CB Insights Research. <https://www.cbinsights.com/research/report/venture-trends-q3-2025>
- 3.Deloitte. (2025, March 25). 2025 digital media trends: Social platforms are becoming a dominant force in media and entertainment. Deloitte Insights. <https://www.deloitte.com/us/en/insights/industry/technology/digital-media-trends-consumption-habits-survey/2025.html>
- 4.Ericsson. (2025, June). Ericsson mobility report: June 2025. <https://www.ericsson.com/en/reports-and-papers/mobility-report/reports/june-2025>
- 5.European Commission. (2025, May 28). The EU Startup and Scaleup Strategy - Choose Europe to start and scale. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52025DC0270>
- 6.EY. (2025, May 27). State of consumer products report: Reclaiming relevance. https://www.ey.com/en_gl/newsroom/2025/05/ey-report-consumer-products-industry-battling-relevance-as-structural-behaviors-test-ability-to-grow
- 7.Global Entrepreneurship Monitor. (2019, January 21). 2018/2019 global report. Global Entrepreneurship Research Association. <https://www.gemconsortium.org/report/gem-2018-2019-global-report>
- 8.Global Entrepreneurship Monitor. (2020, February 25). 2019/2020 global report. Global Entrepreneurship Research Association. <https://www.gemconsortium.org/report/gem-2019-2020-global-report>
- 9.Global Entrepreneurship Monitor. (2021, May 3). 2020/2021 global report. Global Entrepreneurship Research Association. <https://www.gemconsortium.org/report/gem-20202021-global-report>

- 10.Global Entrepreneurship Monitor. (2023, February 15). 2022/2023 global report: Adapting to a "New Normal". Global Entrepreneurship Research Association. <https://www.gemconsortium.org/report/20222023-global-entrepreneurship-monitor-global-report-adapting-to-a-new-normal-2>
- 11.Global Entrepreneurship Monitor. (2025, February 17). 2024/2025 global report: Entrepreneurship reality check. Global Entrepreneurship Research Association. <https://www.gemconsortium.org/report/gem-20242025-global-report-entrepreneurship-reality-check-4>
- 12.Goldman Sachs. (2025, May 5). The global satellite market is forecast to become seven times bigger. <https://www.goldmansachs.com/insights/articles/the-global-satellite-market-is-forecast-to-become-seven-times-bigger>
- 13.Grand View Research. (2024). Digital human avatar market size, share & trends analysis report, 2024-2030. <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/digital-human-avatar-market-report>
- 14.Grand View Research. (2025). Telemedicine market size, share & trends analysis report by component, by modality, by application, by delivery mode, by facility, by end use, by region, and segment forecasts, 2025 - 2030 (Report No. GVR-4-68040-494-6). <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/telemedicine-industry>
- 15.IDC. (2024, May 29). Global Automotive Semiconductor Market Revenue to Surpass \$8.5 Billion by 2027. I-Connect007. <https://iconnect007.com/article/140943/global-automotive-semiconductor-market-revenue-to-surpass-85-billion-by-2027/140940/ein>
- 16.Insilico Medicine. (2025, November 11). Application Proof of Insilico Medicine Cayman Limited. Hong Kong Exchanges and Clearing Limited (HKEX). https://www1.hkexnews.hk/app/sehk/2025/107853/a127226/sehk25111100366_c.pdf
- 17.IoT Analytics. (2024, September 4). State of IoT 2024: Number of connected IoT devices growing 13% to 18.8 billion globally. <https://iot-analytics.com/wp-content/uploads/2024/09/INSIGHTS-RELEASE-Number-of-connected-IoT-devices-vf.pdf>

18. Johnson, E., Manby, M., Sheehan, E., Cook, J., & Fenech, C. (2025, January 6). 2025 Consumer Products Industry Outlook. Deloitte. <https://www.deloitte.com/us/en/insights/industry/consumer-products/consumer-products-industry-outlook.html>
19. Korea Bizwire. (2025, December 10). South Korea's venture firms now rank third in national sales, surpassing SK and LG. Korea Bizwire. <http://koreabizwire.com/south-koreas-venture-firms-now-rank-third-in-national-sales-surpassing-sk-and-lg/301833>
20. McKinsey & Company. (2025, June 9). State of the consumer 2025: When disruption becomes permanent. <https://www.mckinsey.com/industries/consumer-packaged-goods/our-insights/state-of-consumer>
21. Nextrade Group. (2025, January). Empowering Tomorrow: APEC Women Entrepreneurs in Startups. Asia-Pacific Economic Cooperation Policy Support Unit. <https://www.apec.org/publications/2025/01/empowering-tomorrow--apec-women-entrepreneurs-in-startups>
22. OECD. (2025, April 2). Financing SMEs and entrepreneurs scoreboard 2025: Highlights. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/64c9063c-en>
23. OECD. (2025, October 28). OECD Science, Technology and Innovation Outlook 2025: Driving change in a shifting landscape. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/5fe57b90-en>
24. PwC. (2024, May 15). Consumers willing to pay 9.7% sustainability premium, even as cost-of-living and inflationary concerns weigh: PwC 2024 Voice of the Consumer Survey. <https://www.pwc.com/gx/en/news-room/press-releases/2024/pwc-2024-voice-of-consumer-survey.html>
25. Richard Webster and Charlotte Apps. (2025, February). Consumer Products Report 2025: Reclaiming Relevance in the Gen AI Era. Bain & Company. <https://www.bain.com/insights/consumer-products-report-2025-reclaiming-relevance-in-the-gen-ai-era>
26. The Business Research Company. (2025, January). Generative AI in media and entertainment global market report 2025. <https://www.thebusinessresearchcompany.com/report/generative-ai-in-media-and-entertainment-global-market-report>

- 27.TrendForce. (2025, August 21). Liquid Cooling to Scale in AI Data Centers, Penetration to Surpass 30% in 2025, Says TrendForce. <https://www.trendforce.com/presscenter/news/20250821-12682.html>
- 28.Wirjo, A., Vásquez Callo-Müller, M., & Simanjuntak, E. M. (2025, April). Navigating Artificial Intelligence Landscape in APEC: Balancing Development and Oversight. Asia-Pacific Economic Cooperation Policy Support Unit. <https://www.apec.org/publications/2025/04/artificial-intelligence-landscape-in-apec--balancing-development-and-oversight>
- 29.World Economic Forum. (2025, January 21). Artificial intelligence in media, entertainment and sport. <https://www.weforum.org/publications/industries-in-the-intelligent-age-white-paper-series/media-entertainment-and-sport/>
- 30.World Health Organization. (2025, October 1). Ageing and health. <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/ageing-and-health>
- 31.World Semiconductor Trade Statistics. (2025, June 3). WSTS semiconductor market forecast spring 2025. Taiwan Semiconductor Industry Association. <https://wsts.tsia.org.tw/PageDetail.aspx?pageID=1612>
- 32.Wu, M., Matheson, J., Stener, J., & Steele, A. (2023, September). Towards the AI agent ecosystem: A technical guide for founders & operators building agents. Activant Capital. <https://activantcapital.com/research/ai-agents>
- 33.FIND (2021年9月11日)。不浪費餐桌上的美味，透過Too Good to Go讓你享受即期美食。 <https://www.find.org.tw/wind/browse/ec217f62a9363a3b1bd2c7fd514ddb60/>
- 34.MIC 產業情報研究所 (2025年4月23日)。【影音調查1】觀看串流影音增幅逾四成 53%網友仍赴電影院觀影 串流訂閱戶每月平均花費323元 九成以上仍有增訂空間。 <https://mic.iii.org.tw/research.aspx?id=715>
- 35.TechNews 編輯台 (2025年10月1日)。資料中心耗電量 2030 年將翻倍，綠色轉型跟得上嗎？。科技新報。 <https://technews.tw/2025/10/01/why-dont-data-centers-use-more-green-energy/>

- 36.內政部（2026年1月9日）。民國114年12月戶口統計資料分析。內政部戶政司全球資訊網。<https://www.ris.gov.tw/app/portal/2121?sn=26007114>
- 37.文化內容策進會 (2025)。2023 臺灣文化創意產業發展年報。
- 38.生物技術開發中心 (2025)。生技中心 2024 年報。
- 39.池嘉敏（2025年7月18日）。【新創園地專欄】再探六都創業生態系列：臺南篇。FINDIT。<https://findit.org.tw/Res/2460>
- 40.行政院國家科學及技術委員會（2025年8月27日）。行政院2025 BTC會議圓滿落幕 鏈結科技優勢 打造生醫新動能。<https://stp.nstc.gov.tw/File/4FA3A29F7E740C0D>
- 41.吳佳玲（2024年4月3日）。飛利浦以智慧醫療雲端服務平台，降低總體護理成本 27%。資策會數位轉型研究院 FIND 中心。<https://www.find.org.tw/wind/browse/9e2592e4c89f099dbda6c34444a8e14c>
- 42.吳碧娥（2025 年8月1日）。《2025 亞洲生技大展》生技中心執行長李財坤專訪：生技中心獲2025 BIO ASIA AWARD組織大獎桂冠。北美智權報。<https://naipnews.naipo.com/28412/>
- 43.杜蕙蓉（2025年9月1日）。生醫新創掀募資潮 8 喜臨門。Yahoo!。<https://reurl.cc/OmD67A>
- 44.周佳寧（2025年12月19日）。【新創園地專欄】再探六都創業生態系列：臺北篇。FINDIT。<https://findit.org.tw/tw/Res/2518>
- 45.林秀英、方聿安（2025年10月21日）。【2025年臺灣新創投資趨勢年報-健康醫療篇】在波動中展現韌性與前瞻。FINDIT。<https://findit.org.tw/tw/Res/2496>
- 46.林瑀恂（2025年5月23日）。【新創園地專欄】再探六都創業生態系列：桃園篇。FINDIT。<https://findit.org.tw/tw/Res/2489>
- 47.社企流（2024年5月16日）。英國成長最快的新創 ZOE，將如何改變健康營養的未來？。<https://www.seinsights.asia/article/9486>
- 48.建構農產品冷鏈物流及品質確保示範體系計畫「農糧產品冷鏈設施（備）補助作業規範（2025年4月29日）修正公布。https://www.afa.gov.tw/cht/index.php?article_id=68&code=list&flag=detail&ids=3436

- 49.范秉航（2025年9月1日）。【2025年臺灣新創投資趨勢年報-總覽篇】 韌性與挑戰，臺灣新創投資的啟示。FINDIT。https://findit.org.tw/tw/Res/2475
- 50.徐慶柏（2025年10月18日）。【新創園地專欄】再探六都創業生態系列：臺中篇。FINDIT。https://findit.org.tw/Res/2461
- 51.財團法人聯合信用卡處理中心（2024年5月24日）。餐飲外送平台消費額屢破紀錄-解析千億元產業發展之消費樣態轉移 ~餐飲外送平台信用卡消費大數據分析 PART3~。https://www.nccc.com.tw/wps/wcm/connect/zh/home/openinformation/CaseAnalysisIntroduce/CNT_05_998_20240524103750
- 52.國家發展委員會（2024年12月12日）。1131212行政院經發會第3次會議_六大區域產業及生活圈_懶人包。https://www.ey.gov.tw/File/ACB364ABB2844A6C?A=C
- 53.統計處（2024年3月15日）。便利商店2023年營業額再創新猷。經濟部。https://www.moea.gov.tw/MNS/populace/news/News.aspx?kind=1&menu_id=40&news_id=114130
- 54.新創圓夢網。https://startup.sme.gov.tw/
- 55.楊孟芯（2025年12月18日）。【新創園地專欄】再探六都創業生態系列：新北篇。FINDIT。https://findit.org.tw/tw/Res/2517
- 56.楊孟芯（2025年12月1日）。【2025年臺灣新創投資趨勢年報-投資人篇】聚勢成光：資金往中期集中，新創投資漸趨穩健。FINDIT。https://findit.org.tw/tw/Res/2529
- 57.經濟部（2025年11月20日）。114年10月批發、零售及餐飲業營業額統計。https://www.moea.gov.tw/MNS/populace/news/News.aspx?kind=1&menu_id=40&news_id=120778
- 58.經濟部中小及新創企業署 (2025)。2024 年新創企業白皮書。
- 59.經濟部中小及新創企業署 (2025)。2025 年中小企業白皮書。
- 60.經濟部中小及新創企業署（2025 年 5 月 14 日）。臺灣新創勇闖 SelectUSA Tech，3 隊獲選全球前三強。經濟部。https://www.moea.gov.tw/MNS/populace/news/News.aspx?kind=1&menu_id=40&news_id=119315
- 61.經濟部產業技術司（2022 年 10 月 26 日）。經濟部宣布促成首件臺美自駕合作案 車輛中心與美國 OPTIMAL 合資成立優車智能 搶攻北美校車市場。經濟部。https://www.moea.gov.tw/Mns/populace/news/News.aspx?kind=1&menu_id=40&news_id=103339

- 62.經濟部統計處（2023年3月6日）。111年餐飲業營業額及年增率雙創歷年新高。
經濟部。https://www.moea.gov.tw/mns/populace/news/News.aspx?kind=1&menu_id=40&news_id=105783
- 63.經濟部統計處（2025年1月23日）。113年12月批發、零售及餐飲業營業額統計。
經濟部。https://www.moea.gov.tw/Mns/populace/news/News.aspx?kind=1&menu_id=40&news_id=118456
- 64.資誠聯合會計師事務所、財團法人台灣經濟研究院 (2019)。2019 台灣新創生態圈大調查。
- 65.資誠聯合會計師事務所、財團法人台灣經濟研究院 (2021)。2021 台灣新創生態圈大調查。
- 66.資誠聯合會計師事務所、財團法人台灣經濟研究院 (2022)。2022 台灣新創生態圈大調查。
- 67.資誠聯合會計師事務所、財團法人台灣經濟研究院 (2024)。2024 台灣新創生態圈大調查。
- 68.資誠聯合會計師事務所、財團法人台灣經濟研究院 (2026)。2025 台灣新創生態圈大調查。
- 69.臺北市政府主計處（2025年10月）。《113年臺北市家庭收支訪問調查報告》。https://dbas.gov.taipei/
- 70.臺灣新創資訊平台 FINDIT。https://findit.org.tw/tw/
- 71.戴德蔓（2025 年9月17日）。工研院培育170家新創 存活率逾九成遠勝全台。大紀元時報。https://www.epochtimes.com/b5/25/9/17/n14596059.htm
- 72.環境部資源循環署（無日期）。廢太陽光電板回收處理說明。廢太陽光電板回收服務管理資訊系統。https://pvis.moenv.gov.tw/pvis/info/Plan
- 73.謝孟儒、黃敬婷（2025年10月14日）。【新創園地專欄】再探六都創業生態系列：高雄篇。FINDIT。https://findit.org.tw/tw/Res/2489

附錄 2 創業措施重點整理與網站連結

一、資金

適用面向	措施名稱	措施描述	網站連結
融資	青年創業貸款	經濟部中小及新創企業署提供青年創業優惠貸款，協助創業營運所需資金。	
融資	企業小頭家貸款	經濟部中小及新創企業署協助 10 人以下小規模事業取得週轉資金並穩定營運。	
融資	中小企業創新發展專案貸款	經濟部中小及新創企業署鼓勵企業創新，提供創新經營振興發展資金。	
融資	智慧財產價值展翼計畫	經濟部產業發展署協助新創企業透過無形資產方式取得融資機會，促進創新技術合作。	
融資	支持文化創意產業貸款利息補貼	文化部以利息補貼方式，協助文創產業之創業者降低貸款壓力、穩定營運。	
融資	文化創意產業青年創業貸款利息補貼	文化部針對投入文創產業之青年創業者，提供創業貸款及利息補貼。	
融資	微型創業鳳凰貸款	勞動部勞動力發展署提供女性、中高齡與設籍離島居民創業貸款與利息補貼。	
融資	就業保險失業者創業貸款	勞動部勞動力發展署提供失業而有意自行創業者創業貸款與利息補貼。	

適用面向	措施名稱	措施描述	網站連結
融資	失業中高齡者及高齡者創業貸款及利息補貼	勞動部勞動力發展署提供失業之中高齡者及高齡者創業貸款及利息補貼，協助其穩定事業。	
融資	家庭暴力被害人創業貸款補助辦法	勞動部勞動力發展署提供家暴被害之成年人創業貸款補助，協助經濟自立。	
融資	特殊境遇家庭創業貸款補助辦法	勞動部勞動力發展署提供特殊境遇家庭創業貸款補助，支持家庭經濟重建。	
獎補助	小型企業創新研發計畫 (SBIR)	經濟部中小及新創企業署提供資金補助，鼓勵中小企業加強技術與服務創新的研發。	
獎補助	產業升級創新平台輔導計畫	經濟部產業發展署提供資金補助，協助企業開發高價值產品與創新技術。	
獎補助	服務業創新研發計畫	經濟部商業發展署提供資金補助，鼓勵服務業發展智慧化與低碳化的創新商業模式服務。	
獎補助	IDDI 設計驅動產業創新補助	經濟部產業發展署提供資金補助，支持製造業及設計服務業開發新產品、服務與商業模式。	
獎補助	U-start 創新創業計畫	教育部青年發展署提供創業第一桶金，透過學校育成輔導創業團隊，發展具執行性的創業構想。	
獎補助	經濟部補助公司或商號參加海外國際展覽業務計畫	經濟部國際貿易署補助企業參與海外展覽，拓展海外市場。	



適用面向	措施名稱	措施描述	網站連結
獎補助	數位新創應用獎勵計畫	數位發展部數位產業署透過獎勵計畫，支持資訊及軟體服務新創企業提升國際市場能見度與海外拓展動能，加速布局國際市場。	
投資	行政院國家發展基金創業天使投資方案	國家發展委員會藉由與天使投資人及國內外投資機構共同投資，扶植新創企業。	
投資	加強投資 AI 新創實施方案	數位發展部數位產業署聚焦投資國內 AI 新創及數位經濟產業，推動 AI、數位產業規模化，加速 AI 相關產業生態系發展。	
投資	加強投資中小企業實施方案（第二期）	經濟部中小及新創企業署藉由搭配投資人共同投資具發展潛力之中小企業，帶動民間參與。	
投資	加強投資文化創意產業實施方案（第二期）	文化部投資具專業經營能力與市場潛力之文化內容業者，促進文創產業發展。	
投資	加強投資綠色成長淨零產業實施方案	環境部藉由搭配投資人共同投資淨零永續相關新興產業，加速技術落地與產業成長。	
投資	臺灣新創資訊平台 FINDIT	經濟部中小及新創企業署建置資訊平台，整合新創企業與投資資訊，促進市場媒合。	
投資	臺灣創新板	金融監督管理委員會監管、臺灣證券交易所推出「臺灣創新板」，協助新創企業進入市場籌資，加速企業成長。	

二、人才

適用面向	措施名稱	措施描述	網站連結
育才	Taiwan Startup Hub 新創基地	經濟部中小及新創企業署提供創業團隊進駐，提供工作坊、主題式諮詢與資源對接輔導。	
育才	中小企業網路大學校	經濟部中小及新創企業署建置數位學習平台，強化創業者的專業能力。	
育才	0800-589168 創業諮詢專線	經濟部中小及新創企業署提供創業者與新設企業一對一諮詢服務，解決初期創業問題。	
育才	創新創業激勵計畫 (FITI)	國家科學及技術委員會透過舉辦競賽與專業輔導，培育科技創業人才。	
育才	科研創業計畫	國家科學及技術委員會提供創業輔導資源，協助學界科研團隊成立新創企業。	
育才	X Talent	國家科學及技術委員會選送人才赴海外實習，培育具國際視野的關鍵產業人才。	
育才	創業諮詢輔導服務計畫	勞動部勞動力發展署辦理創業研習課程、創業諮詢輔導等協助，提升創業者的創業知能。	
育才	小型企業人力提升計畫	勞動部勞動力發展署透過在職訓練補助，提升小型企業人才素養與營運能力。	

適用面向	措施名稱	措施描述	網站連結
育才	TAcc+	經濟部中小及新創企業署提供創業課程，搭配新創教練、國際業師等輔導資源，培育具國際市場拓展能力的創業團隊。	
攬才	就業金卡	國家發展委員會透過整合工作與居留許可，吸引國外專業人才來臺發展。	
攬才	Talent Taiwan	國家發展委員會提供一站式服務，如簽證、就業、稅務等諮詢協助，以延攬國際人才。	
攬才	遊牧臺灣辦公室	國家發展委員會以專責窗口與臺灣數位游牧簽證制度，吸引全球數位游牧與國際創業人才。	
攬才	創業家簽證	經濟部中小及新創企業署協助外國創業者來臺申請簽證。	



三、市場

適用面向	措施名稱	措施描述	網站連結
合作	臺灣科技新創基地 (TTA)	國家科學及技術委員會聚焦深科技新創企業，提供培訓、投資媒合與國際鏈結管道，吸引國內外投資與合作。	
合作	臺灣科技新創基地 (TTA) 南部據點	國家科學及技術委員會串接南部產業場域資源，促進新創企業實證與投資發展。	

適用面向	措施名稱	措施描述	網站連結
合作	亞灣新創園	經濟部中小及新創企業署透過 5G、AIoT 與綠色轉型科技串聯國際資源，打造南臺灣創業聚落，協助新創企業對接市場。	
合作	新創採購	經濟部中小及新創企業署以共同供應契約及「機關出題、新創解題」，促進共創合作。	
合作	新創賦能中小企業升級轉型輔導計畫	經濟部中小及新創企業署鼓勵大小企業共創，加速產業數位及淨零雙軸轉型。	
合作	中小及新創企業創育機構發展計畫	經濟部中小及新創企業署補助創育機構，協助新創及中小企業鏈結產業、創造市場商機。	
合作	促進社會創新合作計畫	經濟部中小及新創企業署提供社創組織行銷媒合資源，促進異業合作及產業共創。	
驗證	智慧雨林產業創生計畫 - 健康照護產業	數位發展部數位產業署聚焦 AI 應用於醫療場域，協助並引導業者開發創新解決方案。	
驗證	創新醫療產品市場准入價值推升計畫	經濟部產業發展署協助創新醫療產品完成臨床與效益驗證。	
驗證	智慧科技醫療器材專案諮詢輔導服務	衛生福利部提供智慧醫材研發與法規輔導服務，協助開發產品，培育智慧醫材專才。	
驗證	金融科技創新園區	金融監督管理委員會設立金融科技創新園區，提供實證場域及募資媒合、產學合作等輔導資源，協助進駐業者服務創新。	

適用面向	措施名稱	措施描述	網站連結
驗證	輔導創新研發計畫	原住民族委員會扶持原住民族企業，提供先期試驗與研發輔導服務。	
國際	補助廠商分散及開拓海外市場計畫	經濟部國際貿易署透過專案補助，協助企業布建海外行銷通路，提升出口競爭力。	
國際	國家新創品牌 Startup Island TAIWAN 及東京、矽谷海外基地	國家發展委員會提供海外發展落地諮詢及商拓服務，提升新創企業國際能見度。	
國際	強化創新創業國際鏈結補助計畫	國家發展委員會補助新創企業鏈結海外資源，促進相關業者擴大國際合作網絡。	
國際	亞矽暨 AI 政策執行中心	國家發展委員會協助新創企業參與國內外展會及交流媒合活動，培育具國際視野的人才。	
國際	國際創新創業訓練營 (G Camp)	經濟部中小及新創企業署遴選潛力新創企業，提供國際資源與獎勵，協助拓展海外市場。	

四、其他綜合

適用面向	措施名稱	措施描述	網站連結
技術	金融科技發展與創新實驗條例	金融監督管理委員會以創新實驗與業務試辦機制，提供金融科技研發試作的安全環境。	
技術	金融業申請業務試辦作業要點		

適用面向	措施名稱	措施描述	網站連結
技術	中小企業升級轉型新創解題	經濟部中小及新創企業署以「中小企業出題、新創解題」促進跨域創新研發合作。	
技術	前瞻技術事業化生態系推升計畫 (TREE 計畫)	經濟部產業技術司提供技術研發協助及專業輔導，使科專團隊順利銜接市場。	
技術	科研成果價值創造計畫 (價創 2.0)	經濟部產業技術司補助學研成果商品化，協助學術機構衍生之新創企業銜接產業需求。	
技術	A+ 企業創新研發淬鍊計畫 - 前瞻技術創業投資計畫 (A+STEP)	經濟部產業技術司促成創投與新創企業投入前瞻技術開發，加速落實商業應用。	
技術	無人載具科技創新實驗計畫	經濟部產業技術司提供無人載具試驗場域，促進產業技術及創新服務發展。	
技術	新創產業積極型專利審查試行作業方案	經濟部智慧財產局優先審查新創企業的發明專利申請，使新創企業運用加速審查機制，縮短專利布局期程。	
技術	設計專利加速審查試行作業方案	經濟部智慧財產局受理設計專利加速實體審查之申請，以協助新創企業加速專利布局。	
技術	氣象資源創新試用方案	交通部中央氣象署開放氣象資料與服務，鼓勵新創企業應用氣象資訊，降低跨領域應用的門檻。	
技術	智慧電子晶片發展計畫	經濟部產業發展署針對智慧電子潛力新創企業，提供技術研發、產學合作等輔導資源。	
技術	農業創新育成中心	農業部提供技術及商務育成服務，串接資源加速成果商業化與開拓國內外市場。	

適用面向	措施名稱	措施描述	網站連結
競賽	新創事業獎	經濟部中小及新創企業署遴選表揚潛力新創企業，樹立成功典範，提振創業家精神。	
競賽	女性創業菁英獎	經濟部中小及新創企業署，選拔在不同產業中具代表性的女性創業家，形塑女性創業風潮。	
競賽	潛力新創選拔	經濟部中小及新創企業署遴選具潛力新創企業，提供募資管道、資源串接與媒體行銷機會。	
競賽	科技新創競賽	經濟部中小及新創企業署透過主題式競賽，促進新創企業與產業跨域合作。	
競賽	IC Taiwan Grand Challenge	國家科學及技術委員會透過國際競賽，吸引國外潛力創業團隊來臺合作與研發落地。	
競賽	資訊應用服務創新創業新秀選拔	數位發展部數位產業署提供個別專業諮詢及輔導協助，扶植新創企業與產業進行交流媒合。	
競賽	城鄉未來事 - 地方特色產業創意大賽	經濟部中小及新創企業署以競賽促進地方產業創新升級、帶動城鄉產業永續發展。	
創業輔導諮詢服務	新創圓夢網	經濟部中小及新創企業署建置一站式創業資源平台，協助創業者快速掌握政府服務。	
創業輔導諮詢服務	馬上辦服務中心 (0800-280-280)	經濟部中小及新創企業署設立單一窗口，提供企業融資與諮詢服務。	
創業輔導諮詢服務	科技型新創企業財務決策導航計畫	經濟部中小及新創企業署提供財務管理與籌資輔導，提升新創經營決策能力。	

適用面向	措施名稱	措施描述	網站連結
創業輔導 諮詢服務	共享財務長	經濟部中小及新創企業署提供科技型新創企業客製化的中長期財務輔導。	
創業輔導 諮詢服務	創櫃板	金融監督管理委員會監管、證券櫃檯買賣中心設立，提供新創企業提供籌資及輔導服務，強化體質與籌資能力。	
創業輔導 諮詢服務	AI 新創創櫃啟航計畫	金融監督管理委員會監管、證券櫃檯買賣中心設立，提供 AI 新創企業創櫃輔導、籌資協助及市場媒合管道。	
創業輔導 諮詢服務	中小企業法律諮詢服務網	經濟部中小及新創企業署提供法律諮詢，提升新創企業法治觀念與風險管理能力。	
創業輔導 諮詢服務	新創法規民眾建言專區	國家發展委員會設立新創法規調適專區，釐清法規調適需求及適時協調，以利新創企業之發展。	
創業輔導 諮詢服務	百萬創業計畫	原住民族委員會透過培訓輔導與創業獎金支持族人創業，並以商機媒合協助取得市場驗證。	
創業輔導 諮詢服務	企業診斷服務	原住民族委員會透過企業實地診斷與深度輔導，強化原住民族企業市場定位與營運策略。	
創業輔導 諮詢服務	退除役官兵創業諮詢輔導服務	國軍退除役官兵輔導委員會提供退除役官兵創業諮詢輔導及參訪研習活動，支持創業發展。	
創業輔導 諮詢服務	配合地方創生推動城鄉特色產業發展計畫	經濟部中小及新創企業署提供專業輔導，協助在地產業導入創新科技與新商業模式。	

2025 年新創企業白皮書

發 行／經濟部

發 行 人／龔明鑫

出版單位／經濟部中小及新創企業署

地 址／106606 臺北市大安區羅斯福路二段 95 號 3 樓

電 話／(02) 2368-6858；(02) 2368-0816

傳 真／(02) 2367-3883

網 站／<https://www.sme.gov.tw/masterpage-tw>

執行單位／財團法人台灣經濟研究院

召 集 人／何晉滄

編審委員／李育家 李冠志 林德生 邱求慧 邱銘乾 郭肇中 黃經堯 詹方冠

詹文男 顏漏有

(按姓氏筆劃順序排列)

撰 稿 者／林佳靜 王俐几 徐明瑾 古文潔 林金榮 關雅筠 范秉航

編 輯／戴婉蓉 李佳瑾 張淑茹 林佳慧 黃秀玲 劉詩彥 黃柏翔 陳俊才

校 對／林欣吾 林佳靜

總 校 訂／林欣吾

印 刷 者／豐盈美術印刷有限公司

出版年月／2026 年 2 月

版(刷)次／第一版第一刷

本書同時登載於本署網站，網址為：<https://www.sme.gov.tw/list-tw-2934>

展 售 處／政府出版品展售門市 國家書店松江門市

地 址：104472 臺北市中山區松江路 209 號 1 樓

電 話：(02) 2518-0207

網 址：<https://www.govbooks.com.tw/>

五南文化廣場

地 址：400002 臺中市區中山路 6 號

電 話：(04) 2226-0330

網 址：<https://www.wunanbooks.com.tw/>

定 價／新臺幣 500 元整

ISBN：978-986-533-556-4

GPN：1011500137

本書保留所有權利，欲利用本書全部或部分內容者，須徵求經濟部中小及新創企業署同意。

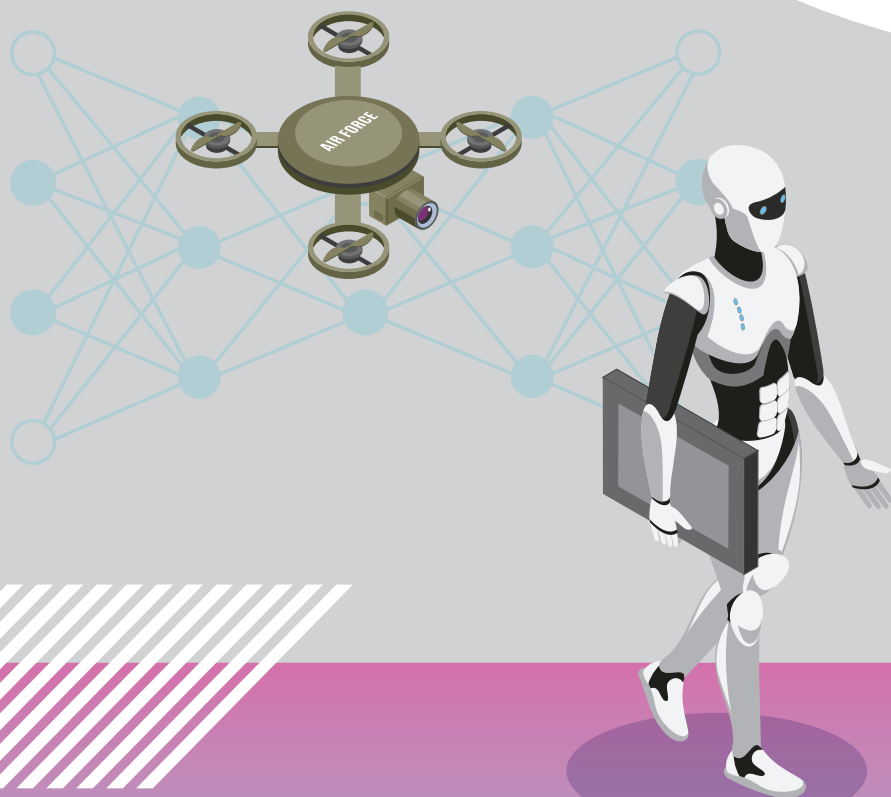
國家圖書館出版品預行編目 (CIP) 資料

新創企業白皮書 . 2025 / 林佳靜, 王俐几, 徐
明瑾, 古文潔, 林金榮, 關雅筠, 范秉航撰稿 . --
第一版 . -- 臺北市 : 經濟部中小及新創企業署
出版 : 經濟部發行, 2026.02
面 ; 公分
ISBN 978-986-533-556-4(平裝)

1.CST: 創業 2.CST: 企業管理 3.CST: 白皮書

494.1

115000824



經濟部中小及新創企業署

臺北市大安區羅斯福路二段95號3樓

電話：(02)2368-6858・2368-0816

傳真：(02)2367-3883

網站：<https://www.sme.gov.tw/masterpage-tw>