

2015 第三屆雲豹育成季軍團隊 ucfunnel 專訪



(右三)ucfunnel 創辦人周立夫 與 英業達企業導師群及雲豹育成輔導師合影

當時為何會踏上創業之路？數位廣告在台灣已行之有年，並有不在少數的公司投入，為何會創立 ucfunnel 而設定 AdGent 的服務？

ucfunnel 創辦人周立夫(Ryan)：

這先分幾個層面來談，關於為什麼會創業，是一種機緣與巧合，公司大部份的共同創辦人都是硬體相關產業出身，從消費型電子產品 到上游的 IC Design House 的領域都有專才，可是在這過程中發現，近幾年面對中國的掘起，在硬體發展上有越來越多的困境。相對來說，台灣有非常多的軟體人才，可是卻缺乏好的發揮空間、舞台，我們覺得很可惜，而公司創辦人中大多是軟體出身者，所以在這方面應有更多著墨發揮的空間，因此我們出來創業，建立屬於自己的舞台。

至於數位廣告在台灣已行之有年，但是在台灣，數位廣告的技術在近幾年才蓬勃發展，很多數位廣告公司，是使用別人的數位行銷科技。而內容網站提供者，想獲取收益時，也必須得使用 Google 等大公司的廣告服務，在台灣到整個東南亞地區，少有專業的數位行銷技術公司，所以 ucfunnel 的定位在於數位行銷技術公司，非只是廣告提供者，這是最大的不同處。在 RTB 有許多公司在使用，但在台灣可以看到 RTB 公司都是從廣告主的角度做切入，比方廣告主的平台，他們可能會向廣告主取得預算，把這些廣告預算投注來購買這些受眾曝光機會，這是所謂的廣告主平台，可是這並不是從內容提供者的角度出發的平台，而 ucfunnel AdGent 是自內容提供者的角度做切入的平台，最主要是我們發現有一些人寫出 APP，建置一個很好的網站，沒有營利模式，還是得被動的接受使用 Google 等聯播網的廣告，這樣的模式之下，價格是被壓抑，沒有發揮的空間，所以我認為我們在這部份找

第二，ucfunnel 不是只有 AdGent 平台，另有與合作夥伴授權合作的廣告主平台，及跨平台的代理商投放平台(Agency Trading Desk)，我們旨在建構一個垂直的生態系統，不僅有以內容網站提供者為設的廣告交換平台(AdGent Ad Exchange)，往上有授權合作的廣告主平台，再往上還有代理商投放平台(Agency Trading Desk)，經由這樣的垂直整合，讓每一個加入平台者，可以在不同的產業鍊上，有不同的營利空間。舉例來說，一個內容網站提供者，他除了可以加入 AdGent 平台，將他的媒體販售版位，獲得廣告營收，還能以其業務去尋求廣告主，用廣告主平台投放廣告，類似如 DFP 廣告管理系統，如此的垂直整合，讓加入平台者能緊密的附著在這平台系統，使其越來越茁壯，ucfunnel 提供多元的營利模式，讓內容網站提供者不限於販售廣告版位。

第三點優勢在於 ucfunnel 有非常強大的數據分析團隊，由數據分析找出曝光點，因為在 RTB 中，已從販賣版位演變成受眾購買的行為。在這行為中，可知道哪些受眾曝光有價值，以 Big Data、Machine Learning 的分析，找出有價值的受眾，將其獨家販售給特定的 DSP，他們認為有營利空間，願意以較高的底價購買，不喜歡競價。對內容網站提供者更有利，有更好的底價獲得更高的收益，另一部份 ucfunnel 可以動態調整每一次曝光的底價，讓曝光可以呈現真正的價值，這些做法皆是為了讓內容提供者得到更好的收益，創造更好的內容。

在數據分析部份，數據是如何取得並做目標族群的分析？因為這並不是容易的一件事

Ryan：

在這過程中，產業之間是必須要合作的，可是內容網站一開始只會分享一些基本的知識、資訊，在這些資訊上就可以進行少量的分析，舉例來說，當每天經手的量可能有上億的廣告曝光，從這上億次的廣告曝光可以知道何種的廣告曝光符合哪些模式會得到較高的收益與廣告價值，掌握每一次買方、賣方的資訊，在這過程中可以找出符合哪些特性的曝光是比較有價值，這些訊息就可以把它搜集起來，下一次在有同樣的曝光時，便能將其銷售給獨家的 DSP。

ucfunnel 的企業導師是英業達主要從事計算機、消費性電子、通訊、資訊及網路應用等領域的研發和製造，為什麼會與主營廣告業務服務的 ucfunnel 合作，這是非常特別的嘗試。

英業達雲端資訊服務事業處資深副總楊人捷 (Jonathan)：

從大方向來說，第三屆雲豹育成計劃中，英業達所輔導的團隊不限於廣告業，第三屆共輔導六支團隊，剛好 ucfunnel 是從事廣告業務。硬加軟走雲端、移動互聯網、大數據分析是時代趨勢，所以只要配合這趨勢，加上英業達的轉型，硬加軟的整體解決方案，能配合這個領域，英業達都非常願意異業結合，發揮大家的長處。

ucfunnel 在軟體部份非常強，英業達在硬體部份興建資料中心 (Data Center) 開始有了一些成績，並在海峽兩岸佈局，再加上英業達是跨國企業，在許多國家設有據點，讓英業達這樣的大型公司內的企業導師為新創公司做輔導，讓這些剛起步的公司較能快速的汲取經驗。ucfunnel 近期將前往印度，印度是很大的市場，英業達在印度也佈局一陣子，有累積一些經驗可以分享，這是很重要的互補關係，所以除了 ucfunnel 本身的技術以外，還有英業達 Data Center 的支援，讓 ucfunnel 在台灣有一

處測試點，把整體解決方案做出來，走得更順遂，日後不論到海外哪個國家，都能立即把整體解決方案複製過去，如此的互補關係，是英業達相中 ucfunnel 的原因之一。



(左)ucfunnel 創辦人周立夫、(右)英業達雲端資訊服務事業處資深副總楊人捷(Jonathan)

英業達已是屬於有完善體制的大企業，在與小型新創公司的磨合過程中，有遭受困難嗎？

Jonathan：

也不能說得上是困難，多與他們交流幾次後，可以幫助他們擬定出贏的策略，這個策略在他們公司規模還小的時候，還無法看得這麼遠，而就英業達的角度，英業達已是一路走來 看得多，在與新創者對談時便會持續在旁提醒什麼事該多去思考，比方市場的策略、競爭的優勢、怎麼去搭配解決方案。就像在第三屆雲豹育成的總決賽中，讓他們受到很好的訓練，面對的是眾多的投資者，所呈現的要聚焦在讓投資者一聽就懂，並願意投資，如果今天是面對客戶、終端使用者，要付錢購買技術者又該如何呈現？所以這過程中，英業達便有機會訓練他們要有不同的說法，不能只有一招走天下，要知道如何去面對不同的投資者或是客戶，不要忘記當下面對的是誰？如何在有限時間把優勢說明給對方了解，這是英業達過去經歷過的。當公司有機會做到大，要去尋求更多投資者時，現在就是絕佳的演練。英業達在與他們切磋時始終不斷提醒，因此後來 ucfunnel 在決賽當天的表現完全可以抓到台下的投資者想聽的是什麼？怎樣把自身的優勢在簡短的六分鐘完整報告，讓投資者認為投資 ucfunnel 在三年後確實可以得到很好的收益，這是經驗分享。

Ryan 從公司的員工到自行成立新創公司，再與大企業合作時，會不會有所不適應之處？或做一些改變讓兩方交流更緊密？

Ryan：

我非常感謝英業達給我們的協助，外界的刻板印象可能認為大公司的決策反應慢，可是我們發現實際與英業達合作的過程中，他們給我們的支援非常快速，這部份給我們許多協助，再來就是新創團隊因為年輕容易犯錯，但是英業達會提醒我們用對的又快速的方法達成我們的目標，走到對的目標，減少走冤枉路，不因走到錯誤的方向而耗損資源，在其中我們得到英業達指引正確的方向，很好的協助，並沒有外界所認為對大企業執行緩慢的觀感。

Jonathan：

雖然英業達是大企業，但對應的窗口即代表公司，所以我常提醒同仁，面對外界的客戶或是合作夥伴，同仁走出去就是代表公司，客戶或是對同仁的印象等同於對整間公司的印象。

英業達首席顧問王璋博士(George)：

產業面對雲計算、物聯網、大數據的趨勢，改變是非常重要的，英業達公司致力於改變，轉型邁向互聯網公司。英業達訂立創新育成的方向，成立了一個創新育成團隊，朝這方向努力。英業達是有四十年歷史，領先業界的硬體公司，要轉型改變時，最重要的方向就是在軟體和服務，英業達在硬體做得非常成功，現在在 Jonathan 的領導之下，往服務轉型，而提供基於大數據分析的雲端服務，是一個重點。

往這領域轉型不可能全部都是英業達自己做，需要做許多嘗試，找到最能成功的雲端服務(Killer Applications)。所以英業達需要跟許多的夥伴合作，才有更多成功機會。很幸運能找到 ucfunnel 如此優秀的團隊，發展互聯網時代最具潛力的廣告服務，且依據大數據的分析，ucfunnel 可以說是最好的夥伴。跟 ucfunnel 的合作，Jonathan 是新興事業的業務單位，提供數據中心資源。英業達從台灣開始，準備到中國和其他國家設置數據中心，提供雲端服務。英業達要找的就是像 ucfunnel 所開發的，如此好的雲端服務。ucfunnel 和英業達的合作，不只在由業務單位主導的技術、產品/服務和市場方面。另外，英業達也投資 ucfunnel，是 ucfunnel 的股東。英業達並能提供 ucfunnel 經營公司的各方面建議，例如境外公司設立、帳務稅務管理、智慧財產權諮詢、辦公場所與設施、國外創投資源引介…等。我們雙方有各方面的合作。很高興看見 ucfunnel 在總決賽中成績名列前茅。

ucfunnel 的企業導師由英業達擔任，相信兩方合作不會因競賽結束而停止，聊聊未來兩方的合作計劃？

Ryan：

接下來會進行全球的擴張，這部份英業達有提供給我們很多指導，諸如在中國、印度的佈局，我們需要什麼樣的支援、要注意什麼事情，協助我們媒合在地的合作夥伴合作，這些計劃都已在進行中，未來與英業達的合作將越來越緊密。

Jonathan：

我在雲豹育成總決賽於 3 分鐘的合作計劃報告裡，向台下的創投評審說明，ucfunnel 是做一個像淘寶的平台，所有經過我這條路的人，我抽成。ucfunnel 以成立不到一年的公司，已整合超過 200 個網站，一個月達 4 億次廣告展示，當未來成長至一個月 100 億次廣告展示時，不管乘上任何一個很小的數字，都是一個很大的數字，所以要如何將這平台擴大，我在與團隊溝通時便常提醒他們要有一個”夢”，什麼時候可以做到一個月 100 億？在整個佈局不管是技術、Sales 的策略，一開始就

要去想，三年後如果變得很大，現在開始有哪幾步要去做？所以去不同的國家找對的客戶，只是其中一個步驟而已，最後還是一樣，到海外國家要找當地夥伴做，他們提供的是一個平台，這平台技術做的好，就是中小網站可以做的好，其他的都可以做得好。

我一再提醒他們並不是很小的公司，雖然現在還很小，但是有一天做大時，需要有資金、策略、合作夥伴，把生態系統建構起來，我最信任他們的是他們抓準了潮流，現在很多公司的收入都是靠廣告，移動互聯網時代，每個人都在使用手機瀏覽網站，很多都是要靠人家要不要向你購買廣告，就像雷軍說的羊毛出在豬身上狗付錢，都是靠廣告，做廣告的經費越來越大，投入經費的人也會越來越聰明，所以 RTB 是很正確的方向，不褪的潮流；ucfunnel 又可以做數據分析，再綜合以上介紹的優勢，效果會讓外界認為使用 ucfunnel 平台有非常好的回饋，這些做廣告的人會覺得不只透過他們去賣廣告，會有很多的 feedback 告訴他成交率更高、Return 的價值越高，會有越來越多良性的互動來使用這個平台，平台現在的責任就是要做到很大很大。

英業達旗下 Dr. eye 提供用戶免費使用也是靠廣告營收，但是初期僅能使用定性合作的廣告，也希望有一天流量很大時，根據不同的數據圖表，可以推播不同的廣告，效果會差很多。

在得知獲得第三屆「台灣雲谷雲豹育成」總決賽中的季軍時，當下的感受如何？有達到預期的成績嗎？

Ryan：

我們沒有預期會得到前三名，但非常享受這個參與過程，得到很多原來沒有預期會得到的收穫。

雲豹育成企劃總監陳棠英(Selina)：

在第三屆雲豹育成決賽當天，ucfunnel 所做的六分鐘簡報，介紹公司、服務、獲利模式，接續企業導師說明與輔導團隊 3 分鐘的合作計劃，這簡短的時間內埋下許多台下吸引創投評審的點，在簡報結束後許多創投評審都想再與 ucfunnel 討論，想再多了解他們一些。

Jonathan：

ucfunnel 自台上報告完畢後，台下的評審都在問是什麼公司這麼厲害？無論公司及解決方案都引起話題。許多創投評審在當天才知道原來廣告是如此來的。

ucfunnel 在第三屆「台灣雲谷雲豹育成」總決賽中，在入圍的 18 家雲端新創公司中獲得季軍的好成績，在當時的參賽過程中，從「台灣雲谷雲豹育成計畫」得到了哪些資源協助？對此計劃的看法是？對於往後參與雲豹育成創業競賽的創業團隊的經驗分享是？

Ryan：

之前我們並不知道「台灣雲谷雲豹育成」計劃，加入之後發現他們與其他育成中心採取非常不一樣的作法，雲豹育成成功媒合小新創公司與大企業，讓新創公司很快能使用到大企業的資源，放大格局，不管在法務、硬體上的資源支持，是一般新創公司無法享受到，我們非常感謝藉由「台灣雲谷雲豹育成」計劃，得到資源，把我們的想法實做出來並放大，是很好的媒合機會。

想給往後參與雲豹育成創業競賽的創業團隊的經驗分享是，新創團隊最缺乏的是資源，但是要知道自

己最缺乏、需要的是什麼？成功媒合後的下一步後，你要什麼？不能東要一個、西要一個，分散目標，最需要的是專注一個目標，把資源、力道做到最好，這是新創團隊需要思考的課題。

Jonathan：

在中國，『大眾創業、萬眾創新』已國家戰略之後，在中國掀起了一股創業創新的風潮。像是在北京的中關村等創業聚落，政府提供從硬到軟全套的配備，相比之下台灣政府較看不出積極的作為，而雲協出來開展「台灣雲谷雲豹育成」計劃，是很有意義的，「台灣雲谷雲豹育成」計劃提供一個平台讓企業與新創團隊有互相認識的機會，有在做總比喊口號來得實際，真正可以幫助到新創者，這計劃一定要往前走，持續進行，企業願意出來協助新創者是非常正面的事，希望有更多創業者善於利用這個平台。

Selina：

Ucfunnel 參與「台灣雲谷雲豹育成」計劃，最能表現新創團隊與大企業之間合作的精神，Ryan 有提到接下來會往印度佈局，英業達會給他們一些引導，這就是雲豹育成想要傳達的，大企業帶領新創幫助他們實現想法、解決問題，而不是併購他們， ucfunnel 與英業達的合作，最經典的案例。

結語

ucfunnel 與英業達徹底實踐運用現有的技術、資源、新的觀念整合成新的服務生態圈、商業模式，引領企業轉型，非僅限於技術上的創新，ucfunnel 亦為使用服務者設想得更多，讓每一個加入 ucfunnel 平台者，可以在不同的產業鍊上，有不同的營利空間，在競爭激烈的又快速成長的行動廣告市場，建構一個為使用者解決問題並提升獲利機會的系統平台。而這次 ucfunnel 的案例，也是個非常經典的雲豹計畫輔導案，因為 ucfunnel 是成立一年左右的公司，無論在營運模式或是各項基礎建設，都還在成形中，是真正的新創公司。而透過企業導師英業達的輔導，除了更明確知道營運目標，也實際得到業務的開展。對於企業導師而言，也開創了一條從未思考過的道路，這確實是值得大企業與新創公司可參考的成功案例之一。

[雲豹育成-相關介紹]

雲豹育成第三屆決賽影片：<https://youtu.be/LBiz08AYmlA>

雲豹育成粉絲團：<https://www.facebook.com/ccataward>

雲豹育成計畫網站：<http://accelerator.twcloud.org.tw/>

本文參考自雲豹育成的媒體合作夥伴：點子生活

<http://www.saydigi.com/2015/11/ucfunnel-4.html>