

賣產品與賣公司的差異

文：詹益鑑

輔導台灣新創團隊十多年，也接觸過數百個國際新創，發現台灣人很會做產品、也很喜歡賣產品，但對於怎麼賣公司沒有概念，這也造成募資跟出場不易，因為對投資人跟潛在併購對象來說，要買的不是你的產品，而是公司的價值，或者說是公司裡有價值的元素。

也因為帶著孩子來到美國將近四年，在各種校園組織或課外活動都看到孩子與家長們的募資行為，而開始思考，為什麼美國創業者特別會募資？我認為，是因為募資是他們從小成長背景跟學習歷程中的一環。

美國人從小就學習口語表達、專案研究，更在學校跟課外活動進行募資或募捐，這些活動不全然是為了讓孩子練習找錢，更重要的是訓練你【尋找資源與目標受眾，行銷活動、自己跟團隊】的能力，另一方面也是讓你理解【唯有你先出力自助，才會有人會幫助你】的積極與負責態度。

除了英美商業社會的本質之外，由於美國地廣人稀、超過半數的美國人都是兩代之內的移民，因此對於找出自己的特色、尋求他人的協助，一同挑戰艱難的問題並在一但有能力的時候給予回饋，都是非常自然的舉動。

這也就是為什麼矽谷的跨國移民或外州居民很多，而很多成功創業者與投資人都是移民或移民後代的原因。一來矽谷的包容與互助文化吸引移民與創業者，反過來說，這樣的文化也造就創業與投資的生態系。

相較於台灣創業者通常強在技術研發或產品開發，美國創業者往往在行銷與募資方面都更勝一籌。並不是說美國創業者就不在意技術或產品，而且不可否認也有文化跟共同語言的因素。但台灣創業者即便在台灣也通常沒有比較好的表現，看來關鍵還是在對於【賣產品跟賣公司】之間的觀念差異。

好公司應該在好時機賣掉，或者藉以籌措資金發展下一個階段的成長。但募資並不是在賣產品，而是在賣公司的關鍵因子，包括開發市場與產品的能力，還有團隊背景、策略與執行力，以及企業文化與獨特的產業定位。

這些都是創業精神的培養。創業精神不是從開公司或做產品開始，而是從開發市場與募集資源開始。如果我們要教創業、教創新，應該從行銷自己跟尋找定位開始做起。

（作者：詹益鑑，物理系B83、電機所F87校友。自2019年底旅居矽谷，Taiwan Global Angels 創辦人 / 科技解密 Podcast 主持人，專注於數位健康與智慧物聯網的早期投資，曾任BioHub Taiwan 助執行長、AppWorks 合夥人，熱愛閱讀、旅行與鐵人運動。）