

產研合作的搖籃—— 中興大學研發處創新育成中心

本校研發處創新育成中心自八十九年起，連年榮獲經濟部中小企業評鑑A級肯定，同時也是中部地區，獲此殊榮的唯一一家育成中心。自開辦以來吸收了廿九家進駐廠商，營運、培育各方面皆有良好表現，均按照學校的規劃而穩健發展中。截至九十年底統計結果進駐廠商投增資金額達三億七八五二萬元，並有廠商因量產獲利而回饋學校現金與設備。此外，育成中心共協助進駐廠商申請政府補助計劃四件，金額共計一〇四五萬元。其中進駐廠商加特福生物科技公司在今年榮獲國家生技醫療品質獎之殊榮。事實上，育成中心如同一般的企業組織，其發展目標會隨組織生命週期有所不同而應分別訂定策略。本校創新育成中心發展已度過艱辛的第一階段開創期，正邁入第二階段的營運擴展期，育成中心於此階段加強專業化培育建立知識管理系統，提供大學知識加值功能，並落實回饋機制，強化育成中心之功能，使得營運可長可久。茲將擴展期之規劃彙整如下：

一、專業化培育

- (一) 建置專業培育環境與設施，如化學實驗室、開放實驗室等。
- (二) 輔導進駐廠商技術移轉本校研發成果，並協助本校教師與其合作及指導，以順利承接本校技術，落實於生產線上。
- (三) 善用校內資源增進專業服務，如與本校社管學院密切合作，加強育成中心行銷策略與管理諮詢協助；與本校農業自動化中心之電子商城結合，免費提供本中心之進駐廠商從事電子商務方面之協助與平台。
- (四) 結合中部各公、協會與區域育成中心力量建構完整輔導網絡。
- (五) 整體性行銷，定期舉辦進駐廠商成果發表會，同時長期於報紙、雜誌、電視台、有線電視、電台等媒體發表成果，提昇本校校譽及廠商知名度。

二、建立知識管理系統

值此知識經濟時代，創新與創意是企業致勝的關鍵。而高度的創新與創意取決於對知識能否有效的開發與運用。育成中心實

萬鍾汶

質上是扮演企業管理顧問公司的角色。同時大學乃是新知識的主要創造與提供者。因此大學的育成中心更應較一般企業有效地管理知識，必須及早建構自有的管理規範及制度，進而發展成爲一套良好的知識管理系統，以蓄備本身長期的競爭優勢。

三、提供廠商全方位服務以充份發揮大學的知識增值功能

(一) 設置技術授權中心

爲促進本校研發成果商品化，一方面需積極推動技術轉移；一方面則需維護本校智慧財產權益，二者皆有賴具專業知識的單位之協助。又有鑒於大學所屬之技術授權中心公信力較佳，易得產官學界之信賴，故值得於校內設置技術授權中心。是以本校於育成中心創設二年後，即另設置技術授權中心，從事專利申請與維護合約談判、技術移轉等服務。

(二) 採取零售顧問 (retail consulting) 服務模式，積極汲取專家資源。

爲能針對進駐廠商或虛擬進駐及其他非進駐廠商所面臨之研發或管理上的問題，有效地提供快速解決方案，建立本校教師研究專長資料庫是掌握本校可提供協助項目及人員所必需的。同時爲擴大大學校對產業界的服務範圍，學校需建立可對外提供檢測服務之貴重儀器資料庫。

(三) 與各專業機構建立策略聯盟關係，如其他學術及研發機構、法律及金融事業單位簽訂策略聯盟協約，提供多樣化服務。

四、建立培育之回饋機制

一所大專院校固然需擔負社會教育及產業界發展的社會責任，但學校設立的創新育成中心若僅建立在此道德責任上，較難獲得大多數教授的認同與支持。因此，育成中心必須對學校產生實質效益，方能在校內蓬勃發展，而對學校最直接之實質回饋就是對校務基金的貢獻。因此如何建立一有效可行的培育回饋機制是每所育成中心發展上的重要課題。未來本校育成中心之回饋機分將兩個面向制訂：

(一) 進駐企業：與進駐企業簽訂回饋合約並透過多種方式鼓勵進駐廠商之主動捐贈。

(二) 策略聯盟：單位本校與多個單位簽定策略聯盟時，除要求必需對進駐廠商提供較佳之服務品質及收取較低之服務費用等實質合作外，亦希望聯盟伙伴對學校亦能有具體之回饋。

〈創新育成中心主任 萬鍾汶教授 提供〉



國立中興大學



National Chung Hsing University