

Did You Know?

軟性經濟創意者

詳見第 06 頁

「軟性經濟創意者」是指企業或企業所形成的產業群體，有能力將軟體、知識、情資、配方、藝文、理念、關懷等「非實體要素」之內涵，技巧性地與各式經營活動或商業模式融合應用；並因此促成各式各樣有形產品設計、無形經營模式、服務內容等，產生有別於過往之創新風貌與感受能力，進而形塑出吸引全社會與國內外市場高度接納的品牌資產。

巨量資料

詳見第 16 頁

巨量資料(Big data)是資料倉儲之父Bill Inmon在1990年代起大力倡導的概念，指的由數量巨大、結構複雜、型別眾多資料構成、用現在一般技術難以管理的大量資料的資料集合，擁有4V：Volume、Velocity、Variety、Veracity（資料量大、輸入和處理速度快、資料多樣性、價值密度低）的特質。

規模大，且內容及類型複雜的巨量資料不僅可以事後被動了解市場，蒐集起來的資料還可以被規劃，引導開發更大的消費力量！

巨量資料 研究與開發計畫

詳見第 17 頁

「巨量資料研究與開發計畫 (Big Data Research and Development Initiative)」是美國政府於 2012 年 3 月 29 日發表啟動的計畫，由科學與技術政策辦公室 (Office of Science and Technology Policy, OSTP) 主導，共有國家科學基金會 (NSF)、能源部 (DoE)、國家衛生研究所 (NIH)、國防部 (DOD)、國防部先進研究計畫局 (DARPA)、地質調查局 (USGS) 等六個政府單位參與，未來將投資逾 2 億美元，推動巨量資料的提取、存儲、分析、共享、視覺化等研究。

社群企業

詳見第 20 頁

社群企業 (Social Enterprise) 是透過社群媒體與相關科技與客戶、合作夥伴與員工進行溝通之企業，此類型的企業即能掌握客戶整體的個人特質，精確的理解人們的期待與需求，並在適當的時候提供客戶最為個人化的商品與服務。

社會基因組

詳見第 21 頁

社會基因組 (Social Genome) 是 Kosmix 為 Wal-Mart 打造的系統，透過時下熱門的社群網路平臺— Tweeter、Facebook 等，分析消費者在網路上的發言及圖片等內容，並從中找出消費者所討論的等新聞事件、產品、地區等熱門消息，以便協助 Wal-Mart 店頭推出能與社會時事呼應的商品，刺激消費。

資料科學家

詳見第 26 頁

「資料科學家」是一群能掌握分析工具，從複雜且龐大的資料礦山中，挖掘出金礦的人，並將所分析出的成果及可能的價值，藉由簡單的圖表表達出來，透過簡單、清晰的表達方式，傳達給不具專業知識的相關同仁或主管供決策為參考。

《哈佛商業評論》將資料科學家譽為 21 世紀最性感 (Sexiest) 的工作。

外卡

詳見第 27 頁

「外卡」源自於英文 Wild Card，原本指的是撲克牌中的鬼牌，同時也常用於體育賽事。在 1992 年，美國未來學研究所、法國未來發展委員會、哥本哈根未來研究學院三個機構，將「外卡」定義為「一個未來發展或事件，發生的機率相對較低，但可能對人類經濟行為具有高度的衝擊性」。

超級馬拉松

詳見第 32 頁

每個人都有夢想，但多數人可能不敢、不會或不願意去實現！2009 年的這天，國際長跑選手陳彥博給自己許了一個心願，希望能在 5 年完成 7 大洲、8 大站超級馬拉松賽事。所謂超級馬拉松賽係指超過 42.195 公里的馬拉松比賽 (ultra marathon)，一般式分為定距離比賽及定時比賽。定距比賽可分為 50 公里、100 公里、100 英哩、1000 公里及 1000 英哩，其中 100 公里是國際田總承認的比賽距離；另外定時比賽，通常分為 12 小時、24 小時、46 小時等，目前國際上最長的定時比賽時間為 6 天賽，其中 24 小時賽是最受歡迎的比賽。超級馬拉松沒有像其他運動有明星選手，有的只是在生理與心理上不斷向自己挑戰的人，常見的典型選手是內斂穩重而在各行各業有傑出表現的一群。