



葉建漢
時間軸科技創辦人暨執行長

從使用目的出發， 以獲利模式創造誘因

任何事情的推動一定要綁成效，一個沒有成效的工作會讓人不知道是不是要繼續下去，或誤以為這件事是不需要做的。在推動 Open Data 的過程中，如果能思考到使用者的目的，就能加速這件事的推動。

近年來受到數位化浪潮的影響，各國政府競相推動「政府資訊公開」，以促進行政透明化與滿足人民知的權利。以國內來說，對於政府資訊的使用，從過去多被應用在非營利組織或學術研究單位，到近來已有愈來愈多的民間業者嘗試將公領域的服務，透過加值，變成一個新的服務提供給使用者，顯示開放議題已日漸受到關注。

「但在推動的過程中，不是提供服務別人就會來，或是開放了別人就一定要用，」時間軸科技創辦人暨執行長葉建漢提醒，任何事情的推動一定要綁成效，一個沒有成效的工作可能會讓人不知道是不是要繼續下去，或誤以為這件事是不需要做的，如果能思考到使用者的目的，就能加速 Open Data 的推動。

打破免費的迷思，有獲利才有競爭

那麼，Open Data 的使用者是誰？如果從政府推動開放的目的在鼓勵民間加值應用的角度來看，應該是專注於軟體或網路服務的民間商業單位；目前有哪些誘因能夠讓這些單位願意使用政府資訊？

「任何企業只在乎兩件事，就是成長跟賺錢。」葉建漢分析，如果是靠廣告獲利，首先就要吸引大量的流量，但這塊市場目前在臺灣還不夠成熟，因此就沒辦法形成一個對公司具指標性的政策。再者，Open Data 有一個很大的問題是，因為有太多人可以直接使用，一般來說，

如果服務是免費的，消費者當然會優先使用免費的服務，例如公車資訊、道路或旅遊資訊，這樣的話就沒辦法營造出一個好的產業環境。

但「開放」這件事在商業裡有沒有成功的案例？葉建漢以社群網站 Facebook 及 iPhone 手機為例說明。Facebook 擁有許多巨量的會員和其他資料，Facebook 不只把這些資料開放，同時創造了一個可以產生商業模式的開放環境。所以它不用講太多話，人們都知道怎麼去利用這個資料來為自己所做的服務加值、加分或是賺到錢。再看另外一個數字，iPhone app 有 50 萬支，Android app 有 20 萬支，而 Android 手機是 iPhone 的兩倍，為什麼會倒過來？因為當廠商知道他可以在這個開放性平台上開發出它的價值時，它投入的人力跟資源一定會更多。

但目前的情況是，很多使用 Open Data 的民間單位發現即使做再多的努力，還是回歸到一句話，市場太小或是沒有獲利，也讓業者找不到「為什麼要繼續做這件事」的動力。換個角度，如果今天訂了一個遊戲規則，要求使用 Open Data 的業者加值的產出一定要收費的話，假設這個 Open Data 是有效的、有使用的目的性，相信就會有廠商獲利；一旦有廠商獲利，這些服務就會愈變愈好，而且會有競爭。

「丟了一個誘因到人群裡，如果製造的是混亂而不是競爭，這件事就不會成功。」葉建漢建議，除了遊戲規則要講得很清楚，政府也應該和廠商協調出一個好的商業模式。

資訊服務BOT，「服務」也該被開放！

葉建漢認為，政府只要把遊戲規則制訂好，然後在網路上讓大家來申請介接，介接完以後，如果你的行銷能力很好的話，甚至可以鼓勵大家快速來繳罰單，在國外，提供這樣服務的廠商都非常賺錢。

長期來看，Open Data 很有可能成為資訊服務BOT的前哨站。政府 open 了以後，如果要委託任何廠商的話，在介接時，至少不會遇到任何因內部行政流程緩慢而造成的延誤；或是前兩年由政府補助，第三年起必須靠加值服務來賺錢，也是有可能的。