

第一章：她們的創業故事

【1】Haley Van Dyck 將白宮變做 Startup	P.14
【2】Jessica Lessin 精英買賣科技新聞	P.16
【3】The Skimm 電郵新聞有價有市	P.18
【4】Reese Witherspoon 自己電影自己拍	P.20
【5】Elizabeth Holmes 矽谷超新星誕生	P.22
【6】Elizabeth Holmes 矽谷超新星殞落	P.25
【7】李樂詩 打響商業創作算盤	P.28
【8】何靜瑩 打造心度遊	P.31
【9】辛婬琳 × 何靜瑩 不被定型	P.34
【10】Juliette Gimenez 女人創業靠女人	P.36
【11】徐瑩：「我為女兒開學校」	P.39
【12】梁珮如 開荒不是牛	P.42
【13】梁穎宇 勇闖創投界	P.45
【14】何漫碧 以花軟銷幸福	P.47
【15】兩對小情侶 改變現狀去搞網	P.49

第二章：她們的職場挑戰

【1】女人創業 難在天性與天職	P.54
【2】老被人刁難 要轉守為攻	P.57
【3】戰戰兢兢 小心奕奕	P.59
【4】怕添煩添亂 委屈自己知	P.61
【5】給師妹的信 力爭上游不孤單	P.63
【6】為了做好人 不做女強人	P.66

【7】全男班 女生靠邊站	P.69
【8】女生做 IT 時刻要迎箭	P.71
【9】網遊難突圍 要以柔制剛	P.73
【10】無知創業 必死無疑	P.75
【11】初創死因報告	P.77
【12】做初創 再辛苦也要做 Sales	P.79

第三章：她和他的轉型之路

【1】創業都是被迫的	P.84
【2】戒掉月薪這種癮	P.86
【3】CEO 的快樂指數	P.88
【4】打獵與耕田	P.91
【5】客從哪裡來	P.93
【6】千禧創業家	P.96
【7】千禧上班族	P.98
【8】遙距與外判	P.101
【9】蕭叔叔 英文 KOL	P.104
【10】林日曦 顛覆傳媒	P.106
【11】陳展程 擁抱變化	P.109
【12】創業成敗在器量多少	P.111

後記：紅妝時代	P.114
---------	-------

Haley Van Dyck 將白宮變做 Startup



Haley Van Dyck 於 2008 年加入奧巴馬的競選團隊，負責他參選美國總統的「手機策略」——利用流動科技與短訊，向選民拉票。這幾乎是史上公認的首宗也是最成功的科技競選策略，藉網絡將當年寂寂無聞的奧巴馬送入尋常百姓家，再一舉登上美國總統寶座。

奧巴馬當選三天後，才 22 歲的 Haley Van Dyck 獲邀加入華府，負責改革政府的科技應用。在她接手一部手提電腦著手工作時，立即明白眼前的挑戰有多大：那部電腦用的是 Win 98，足足比時代慢了十年。

其後，她在白宮建立小小的 Startup 叫 United States Digital Service（姑且譯作「美國網上服務」），決心改革複雜而非常昂貴的政府服務。據聞，聯邦政府 94 % 的科技項目是超支或延期的，40 % 永遠不見天日。

美國號稱世界大國，其官僚習性也是「世界級」的。舉例，一名退伍軍人若要申請政府資助，平均需時 137 天，且他可能要查過千個網址、九百多個電話，才能找到申請的門路。

Haley Van Dyck 深信一個利用科技顛覆了各行各業的國家，必然人才濟濟，豈容政府服務因循守舊。她上任後廣邀矽谷人才到訪白宮，讓那些在 Amazon、Facebook、Google 等科技巨企工作的人了解政府運作，激發他們利用科技改革官僚運作的動力。

自此，白宮的 Startup 成績斐然。一個六人小隊就把整個移民申請全面無紙化（過去申請需時半年、文件要多次穿州過省才能完成）；如今一個退伍軍人只須到訪一個網址就可立即找到他最需要的傷殘津貼申請方法。

最近和朋友開展一間 Startup 的籌備工作，這間初創企業有社企的使命，卻不以社企作定位，因為科技的推進，成功的企業理應都是社企，有助解決社會的沉痾。Haley Van Dyck 示範如何在最官僚的地方引進創業精神，我們在號稱最市場化的城市創業，不可能不帶來改變吧。

Jessica Lessin 精英買賣科技新聞



香港的網媒愈來愈多，有些由資深傳媒人領軍，有些走訂閱與免費內容並舉的路線，更有不少強調為讀者解讀重要新聞，著重分析和數據等，望在傳媒行業殺出血路。美國有間「初創媒體」（Media Startup）The Information，在傳媒這行打出漂亮一仗，或可給香港的網媒一些啟示。

The Information 由年輕的 Jessica Lessin 於 2013 年 12 月創辦。Jessica 於哈佛大學主修歷史，2005 年畢業，曾在《華爾街日報》任科技記者八年；其夫 Sam Lessin 是 Facebook 創辦人 Mark Zuckerberg 的同窗好友，可謂「後台」強勁。她有信心打造一份專門報導深度科技新聞的網媒。

The Information 和 Jessica Lessin 本人一樣，走精英路線。它行訂閱模式，讀者每天大約付出一美元（全年訂閱 399 美

元），以獲取科技巨企如 Google、Facebook、Apple 等獨一無二的重大新聞。比如說，The Magic Leap 是近年冒起最快而最諱莫如深的「獨角獸」（未上市而市值 10 億美元或以上的科技公司），網上有關它的資訊寥寥可數，但 The Information 卻有通天本事和其創辦人做獨家訪問，內容只限訂戶閱讀。

能做到這點，靠的當然是人才。The Information 得到《華爾街日報》等資深科技記者的加盟，這些記者最強勁的是人脈和分析能力，能人所不能；不但如此，他們標榜連訂戶都是精英，例如 Snap 的創辦人 Evan Spiegel、傳媒大亨梅鐸之子 James Murdoch 等，都是忠實讀者。這種近似「會員制」或「俱樂部」的做法，令 The Information 緊緊拴住一批有社經地位和影響力的核心讀者。

Jessica Lessin 認為，「品牌」是靠一小撮忠實擁躉而非靠取悅大多數人建立的。廣告模式令新聞報導追逐 views 和 likes，使記者疲於奔命，長遠削弱新聞質素；相反，訂閱模式強調獨家和深度報導，能令一些讀者為免錯過「小圈子」的重要消息，不得不追隨，反而使媒體有機會生存。

The Information 剛成立時僅靠八人團隊，卻發揮奇兵效應，其獨家新聞把《華爾街日報》也殺個措手不及；也因為聚焦獨家和深度採訪，不必聘用太多記者，更能輕裝上陣。這可能會為有心在香港發展網媒的朋友帶來鼓勵？

The Skimm 電郵新聞有價有市



出身《華爾街日報》的資深科技記者 Jessica Lessin 以小團隊創辦 The Information，標榜獨家新聞及深度報導，成功吸引一群精英付費訂閱，在科技新聞的戰場上，成為以小勝大的一支奇兵。比她年輕 3 歲的 The Skimm 創辦人 Danielle Weisberg 和 Carly Zakin，則走完全不一樣的「妹妹仔」風格，在競爭激烈的傳媒界，成為實力不容忽視的奇葩。

話說 Daniell Wesberg 和 Carly Zakin 於 2008 年大學畢業後，分別加入 NBC News 當製作人。她們既是同事又是室友，對新聞都有一腔熱血，十分投契。她們本想在電視台大展拳腳，但金融海嘯來襲，傳媒前景受創，加上年輕觀眾漸漸不看電視，教二妹意興闌珊。

她們想，正經八百的新聞報導未必合年輕人口味，不如換個形式：寫電郵。她們想像 The Skimm 就好像一位聰明絕頂的女友，牙尖嘴利，甚麼都懂一點，即使在社交場合談起政經新聞，也不會顯得對時事一無所知。

於是，她們用俚語、聊天一樣的口吻、為名人改花名等手法，包裝一個又一個嚴肅題材，從英國脫歐到里約奧運，由美國總統大選到伊波拉危機，每朝六點前將重要新聞以電郵形式發送給訂戶。

The Skimm 在 2012 年正式成立。起初沒有人相信這些不夠「正經」的電郵新聞會成功，逾 100 個投資者拒絕過她們，但這對姊妹花百折不撓，繼續以嬉笑怒罵的筆觸寫世界大事，竟然闖出一條新路：至 2018 年，The Skimm 已有逾 700 萬名訂戶，其中逾 35% 會打開她們的電郵閱讀新聞。換言之，The Skimm 每天接觸的讀者逾 200 萬。

The Skimm 的讀者八成是女性，大部分年僅 22 至 34 歲，還包括名人如奧巴馬夫人米歇爾和 Sex and the City 的女主角 Sarah Jessica Parker 等，是廣告商最愛的消費族群，商機無限，教人不敢小覷這看似「妹妹仔」的玩意。

初創媒體真是各有各精采，各有吸引力。傳媒大亨梅鐸之子 James Murdoch，既是 The Information 的忠實訂戶（精英嘛），又是 The Skimm 的主要投資者（21st Century Fox）。不知梅鐸第二代可有其父之風，慧眼獨具，延續傳媒王國香火？