



貳號

2006.10.16 - 2006.10.29

【閱讀。舞道】



序

有些話，我們寫在前頭

【閱讀。舞道】

讓道理隨我們起舞

「舞雩歸詠春風香，道貫古今學理詳。」舞道這份刊物，不僅希望運用「眼到、口到、耳到、手到、心到」等五到來體會道理的博大精深；更企求作為一個分享知識和經驗的平台，透過醇美的內容使所有閱聽者都能耽溺於所欲分享的種種新知和學識之中，隨我們翩然起舞！

西灣學人

一個知識與經驗分享的平台

<http://www.bm.nsysu.edu.tw/seawoun/>

推薦序



葉匡時 教授
國立中山大學企業管理學系
系主任

在Web2.0的時代，學習不再是單向傳播，知識的權威散落在各個角落。企管系碩士班在西灣學人上發行的【閱讀。舞道】充分反映Web2.0的精神。這是一份完全由同學們自主自發進行的電子刊物，通過這份刊物，中山企管碩士班的前後期同學被網路串連了，老師與學生共享學習樂趣，活動、新聞、知識在同一個平台上活動。我期待也相信中山企管系的力量會因為這份刊物而延伸到全世界。

Contents

目錄

● 新知學人/ 雙週新聞

● 書香學人/ 佐賀的超級阿嬤

● 創作學人/ 美梭科技

● 旅外學人/ 鬱金香的故鄉

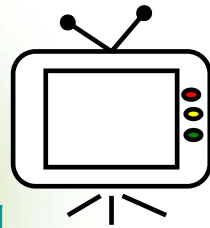
● 職場學人/ 半導體產業的挑戰

● 職場學人/ 味全暑期實習心得

● 學人足跡/ 走訪中國系列之一、二

● 活動預告/ 非營利組織管理與領導

雙週新聞



跟隨世界的脈動，地球因我而旋轉。

整理/鄭凱達
國立中山大學企業管理學系
碩士班二年級
MBA96

以銷售可樂的方式賣手機 摩托羅拉引領創新購物體驗

2006-10-04/電子工程專輯

摩托羅拉日前已經開始通過其所謂的“自動零售商店”銷售幾款指定的手機和配件，以代替傳統的零售管道。摩托羅拉最先將在美國交通密集場所配備20個這樣的零售點，目前舊金山國際機場和芝加哥市區就已經有了這種自動售貨機。

新世代遊戲機 你要玩哪一台

2006-10-08/經濟日報

新一代遊戲機的銷售戰11月即將開跑，首波決勝點，將是耶誕節前到新年的這段黃金購物假期，勝出的到底是強調聲光效果與效能的PS3、還是強調與個人電腦系統連結的Xbox 360，或是強調遊戲創新的任天堂Wii，或是各擅勝場、三分天下，市場預估明年3月，初步戰果即可明朗。

索尼大做遊戲內容文章 PSP節目數量猛增一倍

2006-10-09/電子工程專輯

索尼公司近日表示，索尼將在今年年底之前推出110款新的PSP遊戲節目，使PSP遊戲節目數量達到230款。

索尼自2005年在美國推出PSP遊戲掌機以來，銷量已經達到了550萬部，目前在美國的售價為200美元。

歐洲人上網時間首超讀報

2006-10-09/英國《金融時報》

一項新研究表明，歐洲消費者用於上網的時間首次超過讀報和看雜誌的時間。不過，新媒體的增長擴大了媒體總消費量，而不僅僅是擠佔了印刷媒體和電視的位置。

過去兩年中，歐洲人的印刷品消費量保持不變，仍為每週3小時，而用於上網的時間則增加了一倍，從2小時增至4小時。

Google 買 YouTube 雄霸網路影片

2006-10-11/經濟日報

Google 9日宣布以16.5億美元買下成立19個月的YouTube。奧本海默公司分析師佐拉維其認為，Google此舉有助於打入網路影片的廣告市場，尤其是發展中地區。高盛分析師諾托在10日致客戶的信中表示，網路影片服務的重要性，將能和電子郵件、網路搜尋相提並論。

英國創業教育 從娃娃抓起

2006-10-11/英國《金融時報》

在一些商界高層人士的支持下，一場「為年輕人營造創業文化」的活動正在展開，其方式之一是提高學校對該科目的關注程度。此項活動的目標是對學校的創業教育進行更為嚴格的評定，包括制訂針對此類教育品質的全國標準，並重新設計課程，以與之相適應。

Google免費軟體 衝擊微軟

2006-10-12/經濟日報

華爾街日報報導，Google於11日將推出名為Google Docs & Spreadsheets的服務，使用者可在Google的服務上儲存任何文件，只要可以上網，隨時可存取這些檔案。除免費提供外，Google產品和微軟的最大不同，在於可一邊工作、一邊分享檔案。

IBM 將把採購部門遷往 中國深圳

2006-10-12/華爾街日報中文網路版

IBM週四將會宣佈，其全球採購部門的總部將從紐約州索默斯遷往中國南方城市深圳。IBM 的採購主管 John Paterson稱，此舉將有助於IBM的全球業務，而不僅僅是利於開拓中國市場。另外由於重組，IBM在美國硬體開發部門的約400名員工下個月將面臨失業的厄運。

三年內 有線電視全面數位化

2006-10-12/經濟日報

國家通訊傳播委員會（NCC）傾向「全區數位化」方向來推動台灣有線電視數位化，以光纖投落點方式計算，若該區數位機上盒用戶數達八成五，即關閉類比電視訊號，預計全台二至三年可達全面數位化。

研究：全球外包熱降溫

2006-10-12/英國《金融時報》

據一份將於今日發佈的研究報告稱，過去數年間席捲全球經濟的外包熱潮正顯現出減弱的跡象，原因是跨國公司選擇期限更短、額度更小的交易。

由於跨國公司此前通過外包非核心職能來削減成本和簡化運營，在此之後，它們手頭可能沒有可供外包的主要業務了。

企業傾向於進行期限更短的交易，外包合同的平均期限從不久前的10年左右，降至目前的4年。

這一趨勢可能引發印度和中國，以及IBM、Accenture和Electronic Data Systems等外包服務集團的擔憂，它們都在全球外包潮的最大受益者之列。

佐賀的

超級阿嬤

洋溢歡笑的貧窮生活

再苦也滿懷希望的開朗人生

整理/邱婕如

國立中山大學企業管理學系

碩士班二年級

MBA96

八歲那年，昭廣從廣島來到佐賀鄉下的阿嬤家，迎接他的，是一間破爛的茅屋，以及曾經帶著七個子女辛苦熬過艱困歲月的超級阿嬤。雖然日子窮到不行，但是樂天知命的阿嬤總有神奇而層出不窮的生活絕招，在物質匱乏的歲月裡豐富了昭廣的心靈，讓家裡也隨時洋溢著笑聲與溫暖。

本書作者描述小時候與阿嬤相處的生活故事，內容平實、充滿感情，卻又非常地有趣。佐賀阿嬤是一位非常樂觀、充滿正向能量的長輩，

生活再窮再辛苦，他都有辦法甘之如飴。佐賀阿嬤教我們只要換個角度看事情，所有的苦都不會苦了！

書中阿嬤的許多觀點，平凡無比卻又很有意義，值得後生晚輩學習與省思。作者以《佐賀的超級阿嬤》一書分享阿嬤的生活哲學之後，獲得熱烈迴響，接著又推出《佐賀阿嬤，笑著活下去！》，與讀者分享更多笑中帶淚的故事，內容精彩，是時下青年不容錯過的勵志好書。

作者簡介

島田洋七 SHIMADA YOUSHICHI

1950年生於廣島，本名德永昭廣。1949年父親在美軍投下原子彈之後，隻身「回廣島看看」，而自投輻射污染羅網，讓昭廣成為一出生就沒有父親的遺腹子。

在艱苦的戰後，母親無力扶養昭廣與哥哥兩兄弟，因此囑託阿姨將他帶到南方佐賀的外婆家寄養，開始了昭廣與神奇外婆祖孫相依為命的八年溫馨時光。昭廣成年後拜入日本相聲大師島田洋之助門下，改名「島田洋七」，與師弟島田洋八組成相聲二人組「B&B」，大膽地以

大阪腔闖入東京的相聲表演界，在NHK相聲大賽獲得最優秀新人賞。

島田洋七將童年時在佐賀與外婆相依為命的故事寫成《佐賀的超級阿嬤》，在2003年夏天接受日本最受歡迎的談話性節目「徹子的房間」主持人黑柳徹子專訪，真摯感人的內容掀起話題。「佐賀阿嬤」系列作品迄今熱銷超過一百六十萬冊，更以「一人一萬日圓」的方式，向社會大眾募集到一億日圓的改編電影拍片資金，終於在2006年春天於日本上映。

《資料來源》書籍介紹及誠品網路書店

作者/島田洋七

編譯者/陳寶蓮

出版社/先覺出版股份有限公司

出版日期/2006-01-19；2006-09-25

商品語言/繁體中文

裝訂/精裝



傳統產業
奈米技術應用之推手

美梭科技

文/劉常勇教授
國立中山大學企管系教授

文/梁翔雯、張根瑚
國立中山大學企管系
碩士班二年級
MBA96

《個案背景介紹》

利用奈米科技 提升傳統產業競爭力

隨著科技的進步，我國傳統產業的競爭面臨了新的壓力。原本已漸趨成熟的技術與市場，在奈米科技的發展之下，似乎有了新的轉機。奈米技術無疑是傳統產業價值升級的一項最有機會的選擇。奈米科技已經被公認為21世紀最重要的產業之一，從民生消費性產業到尖端的高科技領域，都能找到與奈米科技相關的應用。近年來，奈米技術與應

用的興起，全球莫不視奈米技術為下一波產業技術革命。

所謂的「奈米」指的是長度單位，10億分之1公尺為1奈米（nm）。奈米技術不只是縮減物體的尺寸，製造出極小的零件而已，一旦物質尺寸小到1nm~100nm的範圍，常會產生新的特性與現象，如荷葉表面之奈米結構使汙泥無法沾附、金的顆粒在5nm時，熔點將從1063°C 下降至730°C、奈米級TiO₂的導電係數數倍於微米級TiO₂等等。

傳統產業在應用奈米技術時，加入

奈米素材的比例不須太高，通常在百分之五以下便會產生一倍（100%）以上的效果，因此成本增加不多，卻能使產品效能大幅提升，增加產品競爭力。故吸引許多面臨轉型或消失關鍵時刻的傳統產業，試圖以奈米技術使其轉型再生。

然而，將奈米科技應用於傳統產業之上，並非如想像中的容易，例如，不是所有的產品或材料都適合奈米化，一般較適於奈米化的商品，為材料組成結構較單純的產品。若是產品本身材料的組成分子

過於複雜，可能會造成材料間的衝突，使得效益不彰。因此，尚須配合產品的物理特性去進行適配，在不適當的產品上使用再優良的技術，仍舊是無法凸顯加乘的效果。

目前廣泛受各界重視的奈米技術（nanotechnology），其商業化用途極廣泛，包括可應用在建築材料、半導體器件、防蝕塗料、化學藥劑、生物醫學等，如技術商業化開發成功，則上述每一項產品都可能帶來巨大的市場商機。除一些前瞻性研究如光電、電子、生物科技

等，將對台灣未來產生重要影響外，在傳統產業的應用方面，奈米技術更被視為台灣目前遭遇轉型瓶頸的傳統產業，一項值得期待的翻身利器。

在這充滿商機與風險的領域中，有一家新創公司異軍突起，美梭科技材料股份有限公司

（MesoPhase）成功地將奈米技術商品化，成為全球也是台灣目前唯一擁有專業奈米製程，與設備研發之專利認證公司。然而，在創業初期，美梭公司也曾跌跌撞撞，一

直到現在創業邁入第四年，在奈米珍珠粉產品的市場才逐漸走出一條路。

美梭公司成立於民國91年9月，資本額為新台幣450萬元。現任董事長程博士和幾位志同道合的朋友，設立了美梭公司，投入奈米技術領域之相關研發與產品開發。目前公司主要產品包含奈米表面塗裝液、無鉻微鉻金屬表面處理液、奈米珍珠粉及生技、粘土單體等高科技產品，已被廣泛應用於紙品、橡膠、食品、美容、醫藥、金屬、紡織等

各行各業，行銷服務網路迅速覆蓋全球歐美日及大中華地區。

美梭公司成立之後，很快地就開發出奈米黏土，但是卻面臨了產品與下游客戶需求的結合不易，因此，美梭公司轉向開發奈米珍珠粉。原因是：一方面，考量東方人在使用珍珠粉已經有千年的歷史，因為珍珠是一種具有廣泛而神奇的天然保健良方，故產品開發之後，就已經有現成的市場存在，可以讓產品快點進入消費市場；而另一方面是傳統採用的乾式研磨方法，只能讓珍

珠粉末達到微米級，粒徑大，吸收率不佳，所以美梭運用專利奈米技術，讓珍珠粉達到奈米級，粒徑小而細，因而大大提升其吸收功效。

過去傳統研磨製成的珍珠粉，由於顆粒太大，不但人體的吸收程度有限，而且還可能因為重金屬等雜質殘留，間接造成身體的危害。但是經過奈米化處理過程的珍珠粉，其微小體積可經人體的皮膚和微血管而快速吸收，不但完整獲得珍珠粉的有效成分，達到百分之百的功效，同時也去除了其中可能的有毒

重金屬物質，讓消費者在使用上更有保障。

然而奈米珍珠磨粉技術與其相關產品的開發，卻不是那麼容易。美梭珍珠粉顆粒約為40~60奈米（約18萬目），而奈米珍珠粉最大的優點可說在於採用生化的奈米技術，使產品的功效大幅提高。

到底美梭公司是如何辦到的呢？這個技術商品化的過程，或可做為有心朝向奈米技術發展的企業做為參考。以下我們將探討美梭公司在珍

珠粉產品的開發過程，以及進行技術商品化時所面對的困難與挑戰。

〈個案分析〉

五階段連續性活動 剖析技術商品化過程

「技術商品化」指的是當技術不斷進步時，每一個可增加的技术價值，而促使技術成功實現的事物或動作。我們採用Jolly（1997）的分類，以五個階段性程序的連續性活動來分析技術商品化的過程，分別是：「洞察技術市場的想像力、

育成具商品化技術的潛力、運用產品製程展示技術、促成市場採用技術、持續商品化」。

洞察技術市場的想像力

技術商品化的構想階段，主要強調如何將技術與市場結合起來，以發掘技術潛在的市場商機，並形成商品化構想。構想階段的關鍵成功要素就是如何明確顯示技術商業化的市場價值，以及可能帶來的龐大商機，以引發投資者的高度興趣。為降低構想階段的不確定風險，最好能獲得科技界與市場界有力人士的

支持，同時構想倡導者的信譽也是關鍵影響因素。

育成具商品化技術的潛力

育成階段的重點是將技術商業化的產品構想加以具體實現，以便能夠展示給顧客，並進行市場測試。新產品開發的過程管理活動是育成的主要部分，而其中如何結合研發、生產、行銷、供應商、客戶、通路商等，進行有關產品概念的規畫與決策，然後快速將新產品開發完成，就成為育成階段的關鍵成功要素。

運用產品製程展示技術

展示階段目的是要將產品構想具體呈現，以激發消費者購買的慾望，同時也向市場具體展現技術所能發揮的功效。展示階段也需要調動市場要素，包括零件供應商、通路廠商、周邊配套廠商、以及關鍵影響人物的支持。

促成市場採用技術

推廣階段目的是希望將技術商業化的成果具體落實在市場之中，以爭取進一步改進新技術產品，以及開

發製程所需要的資源。也就是說，如何爭取利基市場關鍵顧客支持、如何創造顧客利益，將是推廣階段所面臨的最大挑戰。推廣階段的目標市場客戶屬於早期使用者，他們著重於這項新技術是否可以為當前產品與市場帶來顯著效益。由於目標客戶群屬於使用者，所以全心服務這群顧客將是成功的不二法門。

持續商品化

衍生階段是技術商業化的最後一個階段，這個階段的重點在於選擇適當的經營模式，並獲得經營所需要

的資源，以持續創新技術與推動衍生產品上市，並擴大營運規模，以確保新技術商品化的最終成功。

接下來，本文以技術商品化的步驟來說明美梭科技珍珠粉發展過程所遇到的困難與作法。

技術商品化的階段	美梭公司實際作法	遇到的困難或阻礙
<p>洞察技術市場的想像力 (構想階段)</p>	<p>洞察珍珠粉的功效：珍珠粉堪稱是自然中人體必需氨基酸的最佳補給品，尤其若能定時，長期服用珍珠粉相關製品，體內的氨基酸便自然能夠不虞匱乏。人們日益重視養身：人們生活水準提高，重視養生，例如：營養品的補給。</p>	<p>一開始研發原本的目的是要製造作為燙傷藥用，但是因為製做燙傷藥產品所需的過程太長（必須經過人體實驗與動物試驗的程序），因此最後改為研究珍珠粉的奈米製程。</p>
<p>育成具商品化技術的潛力 (育成階段)</p>	<p>技術：奈米珍珠粉最重要的技術就是如何將珍珠打很細，細到約40~60奈米，美梭自行研發低溫細化的超聲波技術成功將珍珠奈米化。</p>	<p>這項產品的原料本來是必須從貝殼提煉，但是由於貝殼的形狀很特別，細化過程需要大量人工，因此最後決定由形狀較固定的珍珠來著手。在產品開發的頭一年，遇到最大的困難就是一直無法找出打散原料的方法，後來才研究出能達到低溫細化的超聲波技術，因此順利將珍珠細化到約40-60奈米（約18萬目）。</p>

技術商品化的階段	美梭公司實際作法	遇到的困難或阻礙
運用產品製程展示技術 (展示階段)	美梭公司擁有實驗工廠，實驗工廠最大的功效就在於確認實驗室成果Scale up至實務應用的可行性，在美梭公司中，實驗工廠將珍珠粉細化成果放大三十倍，以測試成果經過Scale up後，是否仍能維持原先之效果，是否有參數會跑掉。	N/A
促成市場採用技術 (推廣階段)	目前美梭公司是以委託代工的方式開發多種奈米珍珠粉面膜、奈米珍珠粉美白凝露等商品，並委託各地的通路經銷商幫忙銷售，但這是美梭公司為了打響其奈米珍珠粉名聲並建立產品口碑的階段性過程，讓消費市場能了解奈米珍珠粉的特性與優點。	公司本身不善於行銷業務，目前採經銷商的方式，但無法快速打響知名度，與一般衍間產品做區隔。

技術商品化的階段	美梭公司實際作法	遇到的困難或阻礙
持續商品化 (衍生階段)	未來美梭公司將發展更多 相關的美白產品	美梭希望能進一步轉型 成為提供奈米珍珠粉的 產品供應商，將奈米珍 珠粉售予其他公司(例 如：化妝品業者)，然後 由這些公司來研發產品 用途，自行考量設計如 何將美梭的奈米珍珠粉 應用於產品中。

〈理論架構〉

全程關鍵因素必要考量 增加產品
成功上市機率

在奈米技術商品化過程中，每階段
影響力都能左右最後成敗，每個階

段都有些必須考量的共同影響因
素，我們稱之為「全程關鍵因
素」，指的是每個步驟皆需考量關
鍵要素，內容如下：

1. 市場潛力

相關產品與技術的市場規模與潛在顧客是很基本的要素，由於有市場的支持與提供獲利，才能持續讓技術與商品延伸發展，否則企業將無法獲得相對的成長力道。

2. 網絡組織能力

藉此可得到上游的研發與共同研究、中游的配銷與製造、及下游的行銷與通路。美梭公司董事長所擁有的網絡關係，讓美梭在研發過程獲得許多奧援。

3. 法規限制

法規的限制通常會造就相對應的利基廠商出現，例如珍珠粉原本屬於食品範疇，但是若繼續衍生出其他美容或醫療級產品時，就必須注意相關法規的規定，可能必須額外投入關於動物或人體實驗的報告，才能讓該項產品上市。

4. 總體環境影響

科技、經濟、社會、政治等因素皆會影響技術商品化的成功，如同美梭公司奈米面膜及珍珠粉的成功，

得力於社會上對奈米珍珠粉的需求，以及生活水準提升之配合，創造出相對的市場規模。

5.顧客持續互動

了解顧客的需求並時常溝通協調，以確保技術商品化後，能夠滿足顧客的需求，並且藉由市場的意見持續改良商品品質，鞏固消費者對於商品的信心與支持。

6.完整與彈性開發流程

流程的彈性與完整，可確保與提升開發的成功機率。美梭在奈米黏土

開發過程中並無一個完善流程，以決定企業是否需暫停產品開發。若企業擁有完整開發流程，則可減少企業資源的浪費，並相對提高其他開發產品的成功機會。

結語

本文以美梭公司作為探討對象，配合學者所提出的技術商品化因素，提出並歸納進行商品化時應注意的重要因素。透過技術商品化的模型及流程，期望能讓企業技術商品化時有更完整的考量因素，提高產品成功上市的機率。

荷蘭葛洛林根國際交換心得

鬱金香的故鄉

「吃」是與外國人打交道的叫要訣
你想像得到嗎？

文/李秋滿
國立中山大學企業管理學系
碩士班二年級
MBA96

想到荷蘭，會讓你聯想到什麼呢？鬱金香、木鞋、風車，還是乳酪？有名的紅燈區、大麻合法的國家？當然這些都是大家對荷蘭的第一印象，但也別忘了荷蘭的鹿特丹是歐洲的門戶，亦是世界上第一大港，荷蘭更是世界上平均身高最高的國家，男生平均身高184cm，女生174cm。走在大街小巷裡，穿梭在課堂間，來到荷蘭交換的我，發現自己就像是小矮人般，抬頭仰望著這些巨人的不平凡作為。

當初選擇荷蘭為交換學校，一來是希望到歐洲，看看人類文明孕育的成果，二則是荷蘭國際化程度相當高，英語是一般人所熟稔的語言。能溝通，能長見聞，帶著這樣的心情，我就出發了！

飛機在阿姆斯特丹降落，引擎熄滅的時刻，也象徵著新生活的開始。頓時間被金髮碧眼的人種所圍繞，接下來的日子就在腳踏車的巨輪下馬不停蹄地運轉著。來到國外的第一堂課，先得適應文化衝擊，你可能會因義大利女郎熱情的親吻，害

羞到面紅耳赤；你可能因為印尼室友，突然朝天跪拜而驚嚇萬分；也可能上完體育課，在更衣間裡看到赤裸裸的身影穿梭其中，惶恐地奪門而出。最常發生的是，一天到晚





有人開party或是找你去pub喝酒狂歡！遇到種種文化差異的時候就會發現，原來自己習以為常的事情在外國人眼中，到底有多麼奇怪了！

在國外學習溝通是一門很重要的學

分，一開始我對於金髮碧眼的人種們，有著莫名其妙的恐懼，不知是怯於和俊男美女對談，還是擔心自己英文不夠流利，總是傻呼呼地楞在一旁。但自從我住的International Student House辦了一次International Dinner之後，我就掌握住與外國人打交道的要訣了；無論哪個民族，都有自己的特色菜，也有特殊的烹調過程，因此「吃」就成了跨文化間最好的溝通話題，自此就在廚房裡與樓友學習義大利麵、馬鈴薯等道地的烹調法，熟了之後就自然而然地談論國

家、社會、旅遊等話題了。舉例來說，在跟猶太朋友聊天的時候，突然為二次大戰期間德國對猶太民族的殲滅行為悲憤到哽咽；在與土耳其朋友共進晚餐時，了解到為何土耳其前進歐盟會遭遇到如此多阻力。意外的發現，「吃」還真是一個溝通的起點，而溝通到了一個程度，就會對另一個國家文化產生興趣，進而產生關懷；原來，相互了解和設身處地，就是跨文化最好的橋樑。交流中，因為對話中可能會聽到吉普賽、摩西、十誡、聖戰、鄂圖曼土耳其等這些詞彙，你會忍

不住產生書到用時方恨少的感慨，並且竭盡心思用力回想，中學時代的地理歷史教了些什麼外國文化，這真是很有趣呢！

課程學習方面，學校提供的課程相當多元，我選擇了認識歐盟體制、荷蘭文化、國際策略管理、五花八門的體育課程、和語言交換。國際策略這門課程，老師大量使用 case study，讓同學上台報告並引發激辯，由於課堂裡都是國際交換學生，因此不同國籍的學生討論起來，更能感受到國際策略的意義

所在。選擇這門課，也是希望在交換期間能同時進行論文撰寫，由於地利之便，目前已取得海尼根荷蘭總公司的聯繫，希望歸國前能撰寫初步的論文架構並安排企業參訪。

如果問我真正待在圖書館的學習時間有多久，我可能會覺得汗顏。不過，古人有云：讀萬卷書不如行萬里路。尤其是在旅遊這麼方便的國度，只要搭上火車，荷蘭的風車古鎮、海牙的國際法庭、鹿特丹的磅礴大河盡收眼底。因此來到歐洲，假日的旅遊安排和聖誕節的旅遊規

劃，都是必選必修且必定精采的一門課。

如果你想學習如何獨立生活、學習國際觀、想旅遊、嫌自己中國菜老是做不好，或是想更了解台灣的處境，只要你符合以上條件之一，國際交換學程就是你很好的選擇。

Come on ! What are you waiting for ? !



半導體產業的挑戰

找一份自己喜歡的工作，
可以給你不斷增進學習的動力！

文/戴士閔
崇越科技 第六事業群部品事業處
海外儲備業務
MBA94

學弟妹們好，很高興有這個機會來跟大家一起交流分享一下職場的心得，首先先來介紹一下崇越科技。公司是半導體產業上游全方位的供應商，從無塵室到材料、晶圓、零件都有供應，在產業中乃是一個提供資源及服務的通路商的角色，藉著整合並創造資訊資源，通路商能提供客戶及供應商所依賴的價值。公司以代理經銷日本歐美及本土廠商的產品起家，主要客戶為大中華地區的半導體跟面板廠商。

近年來漸往上游整合，有自己的工廠並發展技術能力。

在崇越科技的第三個月，雖然名義上是業務專員，但還是在訓練期之中，不需要背負業績的壓力。崇越科技是一個比較偏日式管理方式的公司，相當的注重細節跟輩份。也因此我花了很多時間在處理訂單及其它交易憑證上，單據都要一份份key入ERP系統，一些進貨跟收款付款的單據還需要整理好送簽呈。從交易的單據中可以觀察公司在這個產業中的地位、供應商及客戶的

狀況、以及與關係企業間一些技術性的交易行為。

特別值得一提的是倉庫的盤點與整理也是業務訓練的重要工作，除了要整理記錄庫存外，更要去記產品、料號、同類型產品間的規格差別等等。而跟外務員出去送貨是最輕鬆的時刻，在倉庫、供應商、客戶間跑來跑去比坐在辦公室悶著高興得多。不過輕鬆之餘還是要檢查手上的貨跟單據、記廠商的路線、找機會跟倉管或使用者拉近距離。這個部門的外務員是73年次某不知

名科技大學夜校學生，這邊要跟各位學弟妹說，雖然以我們這種一路順利升學的族群的眼光來看，這位同學似乎是個不值一提的角色。但這陣子相處下來讓我相當佩服這位小兄弟，兩年多的工作下來不只沒有讓他變得世故老態，而是在各種事情的應對進退上都顯得很有智慧，比起現在台灣的研究生們，不只頭腦不會比較差，還多了一份務實的感覺。

其實台灣的半導體產業在世界上是很有競爭力的，不論是製程技術跟

整個產業群聚的完整度，都在世界上領先。這個產業的特性是變化快速，而且要求嚴謹，不只是工程師工時長，一般的業務員一天工作十到十二小時也算很正常，這些辛苦的代價就是拿到薪水跟紅利的時候了。基本上商管背景的人到半導體產業當業務是個不小的挑戰，很多物理化學的東西都要重學，製程產品也要懂，學到的東西會非常多。儘管如此，公司中雖為商科文科背景卻做得很成功的業務也不少，因此我認為好的業務員是可以被訓練出來的。

接下來談談B2B業務人員的角色。相對於車行業代或傳直銷保險那種B2C的業務員角色，B2B業務員需要的是專業。了解並滿足客戶需求、蒐尋並提供資訊資源、夾在供應商與客戶間溝通、有時甚至要教育客戶或以團隊的力量改變產業生態，這些工作不是耍耍嘴皮或打美女牌可以達成的。同業中就有打美女牌的廠商，但其業務員生命都不久，也無法累積出競爭優勢來。唯有專業才能在這行生存，但人際能力也是不可缺少的要素。除了產品產業上的知識，B2B業務員還需要

很清楚的了解公司內部的流程，對客戶報價及交期才能從善如流。而與客戶接洽的許多眉角，也是很有趣的一種學習，像怎麼去觀察客戶的經營狀況及庫存狀況、如何避免被倒帳、躲開職場上的陷阱、與同業競爭合作、對供應商爾虞我詐，這種間諜遊戲玩起來是非常有趣的。

最後來談談我對社會新鮮人找工作的看法。我唯一的想法就是要「找有興趣的工作做」其它什麼待遇問題都還是其次，一份你做得高興的工作，你才會有動力去不斷的學習

精進，十年後你的收入就不是現在差那個一萬兩萬可以拿來比較的。興趣之外，最好找一間組織文化優良的企業，所謂優良指公司正派、注重學習及分享、整個組織要有正向良性的競爭，在這樣的企業之中才不會只學到怎麼變得心機重。當然，如果這間公司能有良好的國際舞台，而且公司本身及所處的產業都還在成長，那對你未來的發展性也會有很大的幫助。



味全 暑期實習心得

— 參與實務，走入企業 —

文/吳俊賢

國立中山大學企業管理學系

碩士班二年級

MBA96

這個暑假我到味全公司的乳品企劃部門實習二個月，這段經歷讓我學習許多，也是個全新的經驗，遇到了許多不一樣的人與事，也親眼見到企業在實務上的工作內容。雖然只有短短的二個月，沒辦法能夠詳盡且徹底地了解一家公司的運作流程與決策模式，但是至少讓我對企業在實務上的營運模式有個概括性的認識，對我而言實在是一個難得的經驗與學習過程。因此在這裡，我想將我實習的過程、以及認

為為何要實習的心得與大家分享。

為何要實習？

目前許多台灣的MBA學生如同我一樣沒有任何的工作經驗，事實上，MBA的本意乃是希望招收有工作經驗的人士來學習，並將理論配合自己的實務經驗而有所成長，像我這種沒有工作經驗的學生很容易在學習上產生盲點，而暑期實習正好為這樣的盲點提供了一個彌足珍貴的補救機會。我認為學習知識的目的在於實際應用，但在沒有經驗的情況下，學習知識容易因為對

實務工作沒有體會而無法深入去探討其中的要領與效率，儘管暑期實習短短二個月的時間裡仍不能將行銷實務的工作學習得很透澈，但至少我對行銷相關的實務工作有個概括性的了解與認識，讓我有部份的體會與感觸而幫助我在知識上更有效率與深入地學習。透過實習，讓我有更多的體會與學習方向，因此我由衷地希望與建議MBA的同學能夠在暑假把握實習的機會。

工作內容與遭遇

我在味全公司實習的單位是乳品企

劃部，由部門經理負責我們實習生的實習計畫，並與課長共同帶領指導我們實習生。實習計畫的主要目的在於讓我們能在這二個月的工作過程中，對工作單位與公司運作有個整體性且概括的了解與認識，並希望藉此提升味全的企業形象以吸引與培養未來可能加入的人才。

我主要的工作內容是寫一份有關鮮乳的新產品發展企劃，並且在實習結束前提交書面企劃以及上台報告。這份企劃書是由我和另外一位實習的同學（建凱同學）一起合作

負責，目的是希望藉由我們之間的合作激盪能夠更富創意，俾以提出更完整的分析與建議，因此企業也希望我們能夠進行較深入的分析而非較淺較廣泛的探討。公司與主管對我們的態度非常開放且投入，願意在百忙之餘不吝給予我們指導與建議，以及針對企劃案內容開放許多的公司內部相關資訊與檔案給我們翻閱與學習。在寫企劃過程中，我們讀了很多味全委託行銷公司做的行銷調查報告，也看了很多公司內部的相關行銷與市調報告、以及產品相關的資訊與企劃報告。在研

讀的過程中我們學習到很多在實務上的專業知識與對產業市場發展的認識，此外我們也隨時上網查詢蒐集相關資料與資訊來補充我們在企劃案上的需要。

除了企劃書的撰寫之外，公司也有若干其他的安排訓練計畫。例如安排我們去味全公司的製造工廠一探與產品相關的生產品管實務流程，我們參觀了高雄廠、斗六廠與台中廠，過程中看到了許多寶貴的產品知識，除了像布丁、鮮乳、以及貝納頌、每日C等產品製造流程外，

廠房與隨行的主管亦講解介紹許多關於產品/產業的知識與關鍵影響所在，著實令人大開眼界！再者，也有安排我們跟車，即是跟隨營業所的業務同事去送貨，去體驗一整天下來業務送貨到下游商家的物流過程。透過這樣的活動，我們看到了業務與商家的相處溝通模式，以及行銷工作與業務工作間的關聯和影響所在，也學習了很多。另外，我們還執行了一個小規模的市場調查活動，主管希望我們可以對期末企劃報告做更深入的了解，因此安排我們到大賣場做問卷調查，並分

分析其結果，以做為我們報告的輔助，也可以讓往後正式行銷報告提供一個可供參考的方向。

值得一提的是公司對我們實習生抱持著相當開放的態度，這是我覺得不錯的地方，企業除了寫企劃與安排實習活動之外，也願意將公司許多的資料與活動開放給我們學習，例如參與公司內部的例行會議聽取新品報告，或是讓我們參與和廣告公司溝通以及談case的討論會議等，只要我們有提出想學習的方向或內容，公司和主管大都很願意讓

我們去參與學習，因此對我們來說是一個很好的學習經驗。

工作感想

在二個月的工作過程中，自己儼然成了一個朝九晚五上班族，因為沒有工作經驗，這樣的生活方式一開始有點不太適應，因此也花了些時間調整自己的心態與習慣；不能把自己當成來打工、還在放暑假的學生，而是應該把自己視為公司正式的一份子，並且用這樣認真的態度來看待實習工作。舉例而言，當工作可能不如我想像中順利時，因為

公司是責任制，所以此時加班往往是必須的。正因為必須要為自己的工作進度負責任，也必須給主管有所交代，所以假日有空時也需要多去賣場吸收資訊以增加自己的知識與累積經驗。總之要認真且保持積極的態度，這樣才能真正的有所學習與成長。

在能力方面，一開始可能會覺得工作實務與學校學的理论有很大的隔閡，也有前輩告訴我學校教的東西跟工作沒太大關係，進來要從頭學起。針對這種說法，其實我只同意

後面那句話；雖然學校學的是理論，但那是一個架構、一個較完整的思考方式，可以在工作上提供一個全面化且有系統的思考，這是很有助於我們決策思考的。就以我們寫的企劃書為例，我們的資訊來源乃是從讀取行銷報告與資料中獲取相關資訊，然後透過有架構的分析來寫報告。在此特別值得一提的是雖然公司已有提供一套更合適的架構方式，而非傳統的五力和SWOT分析，但這是因為每個產業和企業環境都有所差異，因此在實務上必定會削減原理論不適合使用之處並

補足所需要的地方。因此在學校所學的專業知識絕對是不容輕忽，我們未來基礎實力的養成正是要倚賴這些學習的。再者，在分析與判斷能力之外，蒐集資訊的能力也格外重要，因為在我們寫報告的過程中，真正在寫的時間只有一些，大部分時間都在找資料與整理資料，因為過去的調查報告會有不足的地方，因此必須要自己想辦法找到所需要的資訊。因此資訊蒐集能力，還有創意是很重要的，能夠在有限的資源之下找到更多所需的訊息以及有效的解決方式，能夠較不容易

讓我們被現有資訊侷限住。

與想像中差異之處

大致上而言，我在工作前沒有抱太多的期待，唯一覺得比較不一樣的是對行銷工作的認知，以往都覺得行銷工作是一群人集思廣益並想出一個創新的idea。但是我在這裡看到的是經常要一個人坐下來獨自思考自己負責的產品，真正討論與想法激盪的時間並不多，而且除了企劃與行銷策略的制訂外，經常花超過50%的時間在例行報表的編取，以及與業務、工廠和客戶的溝通。

雖然與想像中差很多，但是這樣也是有其道理所在，因為行銷人員的影響層面很多，也使得他要負責的不僅只是行銷的工作。我認為這樣的方式其實是在學習與管理所有有關行銷工作的業務，例如在報表數字中找出關鍵、在工廠與業務方面掌握行銷的前置與後端作業以有利於行銷策略的執行和效率。這些是與我想像中覺得差異最大之處。

結語

實習機會是難得且需要的，透過實習可以學到很多學校不會教到，但

未來相關性很高的實務內容，這些內容不但實用，也對學習會有幫助。在味全實習的二個月裡我學習了很多，大致上好的比壞的多，因此，我很感激有這次機會在味全實習，也希望MBA的同學都能夠好好地把握實習的機會，去努力學習與成長。最後，希望這個與大家分享經驗想法的過程，能夠對大家有所幫助或提供一些參考，並期許大家都能成為理論與實務兼具的專業經理人。

 走訪中國系列之一

貧富 差距



文/何凱翔
國立中山大學企業管理學系
碩士班二年級
MBA96

在中國大陸這幾天，他們的進步是有目共睹的，但如同教授所說，台灣50年來，經過政府及民間持續努力所達成的結果，大陸卻要在近10年內達成，過於快速的經濟發展，其中必然會產生許多弊病，例如：人民的文化素養跟不上經濟發展速度，基本建設的速度也無法滿足經濟發展的要求，造成了在許多看似現代摩登的硬體建築中，背後卻同時存在著許多問題，例如電力供應問題、城市交通問題等，但

是其中最富有爭議性的，卻是人民貧富差距的問題。

因為其他軟體面的問題，其實在許多發展中國家不難見到，以先前的台灣為例，在民國70、80年代，其實都市中的交通狀況也十分不理想，但這幾乎是每個經濟發展中國家都會遇到的問題。當然有關於貧富差距問題，也是許多資本主義國家頭痛的問題，但是差距程度像是中國大陸一樣懸殊的，卻是世界上少見的。

據新華社報導，中國國家統計局城



上海進步的代表--磁懸浮列車

市社會經濟調查總隊日前對五萬四千多戶城鎮居民家庭抽樣調查顯示，中國城鎮居民與鄉村居民收入差距日益擴大，吉尼係數超過了

0.48的數值，直逼0.5（註：基尼係數反映一個社會的財富分配狀況，0代表「完全平等」，1代表「極端不平等」。數值低於0.3代表財富分配處於「好」的狀態，0.3至0.4代表「正常」，超過0.4代表「警戒」，一旦超過0.6則代表隨時可能引發社會動亂。）根據這幾天來的觀察，想要分別以下列幾點詳述之：

1. 地方經濟發展及收入

中國大陸沿海地區的發展和內地有如天壤之別，我們在前往參訪之前

即有所聞。而在短短的九天內，我們分別造訪了杭州、蘇州及上海這三大城市，出乎我們意料之外的是，即便是這三個算是沿海地區的城市，車程不會超過2個小時，但是經濟發展程度竟然可以差距如此之大！杭州及蘇州給我們的感覺，像是80年代的台灣，一個急欲發展中的都市，到處都是建築工事進行中，城市建築也像是台灣的某個縣轄市的層級（當然面積是比較大），空氣品質不佳，人民的素養還尚待提升，物價也明顯地低於台灣（但也已經不是國人印象中那

麼的低廉了)。但是一到了上海，櫛比鱗次的大廈林立，高架道路充斥者滿滿的車輛，在在的表現出這裡是全中國最進步的地方。而在人民收入方面，上海市平均每人月總收入為1749.86人民幣，平均每人月可支配收入為1573.56人民幣（2006年6月，中華人民共和國國家統計局），但同樣的數據，浙江省平均每人月總收入為1489.9人民幣，平均每人月可支配收入為1344.26人民幣，相較之下低了約2成多，但是浙江省已經是中國大陸所有省中最富裕的省份，再相較於

全國平均的每人月總收入為982.05人民幣，平均每人月可支配收入的903.20人民幣，更是大幅超前。

上海的浦東經貿區



2. 物價

上海市的物價，一點也不低於台北的物價，甚至有過之而無不及。以上海市地鐵為例，起跳價格為人民幣4元，換算成台幣是16-17元左右，跟台北市捷運的起跳價格20元相距不遠。而上海市消費力一點也不遜於台灣，在恆隆廣場周邊，可以看到所有世界名品的專賣店，甚至是許多台灣並沒有引進的品牌。名貴的雙B轎車不難見到，浦東金融區更是井然有序，外灘的物價水準也高得嚇人，著名的和平飯店，

一客早餐索價150人民幣，約合台幣630元！而新天地的消費水準也同樣驚人，一小杯調酒要價80-100人民幣，約為350-420台幣，遠超過台灣的價格水準。我們歸咎上海物價會如此高昂的原因，一為觀光客，一為外資。上海作為全中國最繁榮的都市，自然吸引了全球的觀光客到此遊覽，而觀光客會遊覽的地方，經常是著名的那幾個點，例如外灘、浦東、南京路等，因此物價當然隨著觀光客較強的消費力而水漲船高。另一點是上海市的外資興盛，根據中華人民共和國國家統

計局資料，至2005年末，上海已與120個國家和地區的外商簽訂直接投資合同項目4.04萬項，合同金額999.62億美元，外商實際到位金額596.56億美元。在上海落戶的跨國公司地區總部124家，投資性公司130家，外資研發中心170家。許多外商公司的薪水相對是優於本土公司，因此消費力較強，連帶著將物價水準帶了起來。但是，除了這些專門對外的窗口之外，還有許多地方的物價，就比較沒有那麼的驚人。而在杭州與蘇州，物價水平則明顯低於台灣，尤其是在食品

類。以飲料而言，一瓶KIRIN在當地生產的「午後的紅茶」約莫3塊人民幣，換算成台幣約13-14塊，但是台灣的價格約為25元。這還是國際知名品牌，若是當地自有品牌，則價差就更為明顯。

上海市晚上最繁華的南京路





蘇州古城區

結語

這幾天在大陸的生活，領教了中國大陸地區的急速經濟發展，早就不是大家以前印象中那個髒亂、貧困

的中國大陸，但是我們也看到，急速經濟發展也造成了人民生活實質上一些問題，而政府的宏觀調控動作成效似乎不彰。城鄉及貧富差距容易造成社會階層嚴重對立，尤其是下層勞動者容易被矛盾激化；再者，中國大陸民眾普遍認知貧富懸殊與官商勾結分不開。因此，社會下層民眾容易因腐敗問題產生對政府不滿情緒，成為不定時的炸彈。如同天福茗茶陳總經理所說，制度面是現在中國大陸最大的問題，若是不加以改善，將成為中國大陸未來發展最大障礙。

 走訪中國系列之二

台商 經營之道



文/林伯峰
國立中山大學企業管理學系
碩士班二年級
MBA96

大陸行在同學們的共同努力之下，劃下了美好的句點，無論是在浙江大學和復旦大學的兩岸學生交流、台商企業參訪、蘇杭的休閒之旅、遊覽東方明珠上海，從這些行程活動中都有不少的收穫。其中特別分享在台商企業參訪過程中，我所觀察到的現象。

這次大陸行中，參觀訪問的台商企業有蘇州的友達光電、統一崑山廠、上海藍天電腦百腦匯、上海天福茗茶。在整個參觀訪問的過程

中，企業的主管們或多或少地透露出在大陸經營的獨特之道，而不同的產業在大陸所著重的經營方式也有所不同。友達光電蘇州廠屬於高科技產業模組廠，由於下游顧客紛紛前往大陸長三角地帶設廠，為了

貼近市場且快速服務其顧客，因此選擇跟隨下游顧客的腳步到蘇州工業園區設立廠房。在友達蘇州的廠房園區內，有一塊很特別的文化建築，於當初蓋廠時就特別保留一個區域，用來展示當地具有紀念價值的特色文物。由此可以感受到友達雖然是科技業者，但是其經營團隊仍具有高度的文化氣息，並且願意透過實際的作為來保存歷史文物。此舉對於文化傳承而言，值得受高度肯定。



另外，在此我觀察到一點，或許因為友達光電這一類的高科技產業，其主要的客戶為企業顧客，所以與其它B2C的公司相比，對於接待與服務一般性消費者（我們）較為不習慣。但是我們仍然非常感謝友達

的謝總經理與業務經理的詳細介紹與解說，讓我們一睹台灣高科技產業在大陸設廠的實際情況。



在統一崑山廠中，業者安排我們參觀方便麵（泡麵）與飲料部門的生產線，透過實際參觀各項重點產品的作業流程，有助於我們對統一產品的製造過程有所了解。在工廠當中發現到機器設備的自動化程度並不是很高，人力的使用比例似乎依舊是偏高。關於這一點，統一崑山廠的業務經理解釋說，從成本效益考量的層面來看，不同階段使用不同的機器設備來生產。由於當地方便麵與罐裝飲料的市場價格偏低，使用全自動化的機器設備來生產這些產品並不一定有利，所以他們並

沒有採用最新穎的設備。

而在崑山廠的座談會當中，經理也談到他認為在大陸經營事業，最困難的事情就是人與團隊的帶領。普遍而言，大陸的員工存在著對立的心態，由於教育背景與社會文化的影響，同儕彼此之間強調競爭大過於合作。但是公司業務



要處理得好，團隊的觀念是相當重要的，成員相互之間要互相協助幫忙，要能夠站在主管的角度為上司著想，除了完成分內的事情之外，主動地多做一點額外的事務。而這些觀念與想法，經理認為都是需要對當地員工再進行教育的。他也認為台灣學生要到大陸工作，競爭優勢要擺在團隊的經營上，因為台灣的商管教育訓練過程當中，非常強調團隊的重要性，一份報告要完成靠的是眾人的努力，而非個人的力量，彼此之間理當是朋友而非敵人。我想這點也是管理的精髓所在

，透過眾人之力來達成組織的目標。另外，經理也鼓勵我們要學會與人相處，不管走到哪，都要懂得融入當地文化，唯有瞭解在地不同的風俗民情，才能更加確實掌握需求的動向。



藍天電腦在大陸投資的百腦匯 3C 賣場，獨特的買地自建與完善的管理，讓百腦匯成為目前是大陸經營最好的3C賣場之一。進入百腦匯的總部所在地時，不禁地就被宏偉的寫字樓（辦公大樓）所吸引，接著的企業簡報更是詳盡地介紹了百腦匯在大陸經營的情況。從幾位主管的言談之間，不難發現藍天電腦是一家以專業掛帥的公司，願意給專業人才非常大的表現空間，同時給予的待遇也相當的優渥。在實際走入賣場後，可以發現百腦匯將入駐業者的攤位分門別類地規劃出不

同的區域，讓消費者能夠快速地在同一區域內接收各家廠商的資訊，這確實滿足了購買者的便利性。但是，我個人認為，賣場的空間設計有待加強，如店家的展示空間與公用走道的大小似乎都是稍嫌不足的。當賣場人數一多時，會容易產生擁擠感，對於消費者的心情將有所影響。這樣的感覺在台北過去的光華商場，以及NOVA電腦資訊廣場也會感受得到，但是台北的K-Mall所營造出的寬敞空間則較為舒適，這可能是百腦匯未來可以努力的方向。



百腦匯總部

參觀百腦匯賣場





天福茗茶成功地在大陸經營500家直營店，也積極地進行多角化經營，成立茶博物館、茶學校、禮餅事業等等，這些無非都是透過拓展到其他領域來強化天福茗茶的品茶文化。在座談會當中，陳總經理的

簡報尤其吸引人，談話的內容更是明確點出台商在大陸經營所遭遇的種種情況，同時也給予我們這些後輩很多的指點與鼓舞。

首先，陳總經理認為要到大陸經營事業，有四點要做到。「本尊」，在大陸一定要本人親自經營與管理，否則問題重重。「本業」，盡量從事自己熟悉的事業，胡亂投資容易受騙。「本錢」，想在大陸闖天下，勢必要有一些本錢，雖然市場之大，但是需要花費的費用更是驚人。「本事」，沒有本事在大陸

很難生存。

此外，陳總經理也談到，會說、聽普通話對於我們要到大陸工作似乎是一個有利條件，但是他特別強調正是因為語言相通，所以才要更加小心，因為聽到並不等於聽懂，常以為已經理解當地人說的話，但是後來發現往往是誤解或曲解。同時，也因為彼此說的都是普通話，因此在大陸當地的言行舉止更為重要，與外國人相比，台灣人的一舉一動都看在大陸人眼中。常常會因為私底下的所做所為，影響在公司

帶領團隊的信服力。陳總經理歸納了幾點大陸經商要點與大家分享。第一，法治與人治。大陸並非一個法治的國家，靠的是人治，很多的事情必須是要透過當地的人脈關係才能產生一個合意的解決方法。所以，在大陸經商人脈關係尤其重要，但是講關係仍然要以法律為基礎。第二，在大陸的交易行為一定要有合約，不像台灣過去做生意談的是信用，一不小心很容易受騙上當。第三，由於大陸法律的規範不明確，很容易落入灰色地帶，所以一定要培養好危機處理的能力。第

四，人治的社會，要學習與地方官員或中央機關打交道。第五，要與外界保持資訊流通，眼界千萬不可本地化，要與競爭者保持一定的區隔，才能持續保有優勢。

陳總經理也認為台灣學生比起大陸學生的優勢在於「眼界」，台灣學生比較有機會接觸到西方先進國家的事物，但是仍然要懂得「keep open mind」，多做、多聽、多看、多學習、多吸收別人的經驗。否則，很快地就會被大陸學生追趕過去，地位不保。



演講主題

慈濟

「非營利組織之經營管理與領導」

日期

2006/10/20 (五)

時間

14:00 - 17:00

地點

社科院小劇場 (1007)



主講人

劉鈞安

一九六八年出生
夏威夷太平洋大學市場行銷系畢業
夏威夷太平洋大學商學院人力資源管理碩士

慈濟志工經歷十一年
慈濟基金會宗教處經歷一年半
慈濟基金會秘書處 邁入四年

專長：理念推廣與行銷
英語即時口譯



問題與建議

▼ 若對於西灣學人有任何問題或建議，都歡迎您來函不吝指教。

▼ seawoun@gmail.com

徵稿

西灣學人【閱讀。舞道】需要眾人的智慧來灌溉以發展茁壯，目前除了每期邀請所上—特定領域的老師與學生來大展身手之外，對於腦中總是充滿想法與熱情的朋友們，不論你身處在哪個領域與環境，對哪個議題有所評論與見解，都歡迎你投稿。

西灣學人

創辦人 MBA95陳俊宇

MBA96負責人 林伯峰

閱讀。舞道

總編輯 劉佳雯

副總編輯 鄭凱達・邱婕如

美術總監 周靜宜

審訂 張庭榕

編輯 王瑞琳・徐聖傑・陳燕琳

活動執行 謝佳雯・鄭志誠・黃祥華・李伯鴻

發行所 國立中山大學企業管理學系碩士班

<http://www.bm.nsysu.edu.tw/seawoun/> 西灣學人