



參號

2006.10.30 - 2006.11.12

【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/ 巧克力經濟學

● 創作學人/ 飛利浦參賽經驗

● 旅外學人/ 遊走在夢幻與現實的國度

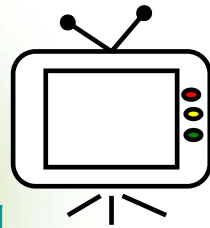
● 職場學人/ 味全乳品部暑期實習心得

● 學人足跡/ 別讓語言侷限視野

● 學人足跡/ 大陸，到底去？還是不去？

● 活動預告/ 西灣學人說明會

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

FTA 若取代 WTO 台灣未來10年沒得玩

2006-10-23/中時電子報

基於國際政治現實，杜哈回合談判的破裂與失敗，台灣可能是最大的受害者。台灣因非「正常國家」，不僅遭到區域性經貿組織，如東協的排擠，要與主要市場簽署 FTA 更無可能，這對台灣經濟的傷害相當嚴重。

商學院領導力教學遭抨擊

2006-10-23/英國《金融時報》

亨利·明茲柏格（Henry Mintzberg）教授公開批評商學院的領導力教學。他指出「由於只專注在個人……領導能力就成了一種個人主義……這對組織有破壞作用。」並表示「好的管理和領導能力是不能割裂的」。

MBA認為利潤可與道德共存

2006-10-25/英國《金融時報》

Net Impact 對美國和加拿大 87 個 MBA 課程的 2,100 名學生進行了調查。絕大多數受訪學生表示，他們認為企業利潤和社會責任是能夠共存的。Enron 和 WorldCom 醜聞爆發後，美國許多商學院在課程設置中都加強了道德教育。而就在一個月前，杜克（Duke）大學學術誠信中心發表的一份研究發現，56% 的 MBA 學生承認有欺騙行為，而非 MBA 研究生的這一比例僅為 47%。

改變商業模式 沃爾瑪延緩展店速度

2006-10-25/工商時報

華爾街日報週二報導，全球最大零售龍頭宣布明年將延緩展店速度與削減資本支出。同時該業者也暗示原本用於拓點的部分經費，將用來買回庫藏股以提振股價。策略的修正凸顯出這家折扣商巨人，已注意到華爾街對它發出的警訊：少注意成長，而多把重心放在報酬率上。

索尼高管就電池召回事件 致歉

2006-10-25/華爾街日報網路中文版

在索尼發生全球性大規模電池召回事件兩個月之後，該公司高管終於對其筆記本電腦電池隱患的根源給出了詳細解釋。此舉顯然是為了在關鍵的假日銷售旺季來臨之前化解電池召回事件的不利影響。索尼還表示，不會有高管為此辭職。

OK將推Qshop無人便利店

2006-10-26/工商時報

OK 便利商店今年與商業司合作，開發出國內第一家無人收銀商店，以五到六坪的營業面積，採取自販機模式，販售約四百個食品與美妝品項，總經理張宏豪說，新型態的無人商店名為 Qshop，未來若營運順利，不排除大量展店。

整天打電腦不運動 25歲女生長骨刺

2006-10-27/聯合新聞網

骨刺一般認為是老年病，但醫師指出，近年來有年輕化的趨勢，主要因長期打電腦、少運動，使老化現象提早發生。骨刺復發率不低，因此最重要的是調整工作習慣，工作一小時就要中斷休息一下，做頸部左右轉動及身體的伸展運動，有助遠離肩頸症候群。

台灣電子商務 明年成長 達六成 可突破1,500億

2006-10-26/工商時報、經濟日報

資策會針對網友及拜訪廠商兩方式進行網路購物與網友行為調查，根據網友消費金額及主要網路購物廠商的營收推估，網路購物的市場規模約為935億元，網路拍賣市場規模為516億元。資策會產業分析師周文卿表示，前三名網路購物熱門品項為：旅遊商品（63%）、票務（7%）、及美容保養（6%）。

目前消費者在實業店面看到產品轉而到網路上購買的比例為70%，在網路上瀏覽商品再轉到實體購買的比例為56%，顯見，多數消費者已經傾向在網路上購物，可以預期網路購物可望搶佔實體通路的市場。

從生活中  學經濟學

巧克力經濟學

咀嚼經濟學，
就像吃巧克力一樣地滑順可口

整理/邱婕如
國立中山大學企業管理學系
碩士班二年級
MBA96

現實人生可說時時刻刻都泡在「經濟生活」中，但負責傳遞經濟理念的經濟學，卻依然是一門被視為畏途的學問。究其因，當代主流經濟學已被艱深的數理入侵、盤據且喧賓奪主；另一方面則被認為太抽象、遠離實際人生，或者被歸為象牙塔中事務，或者被認定屬於某些「專業者」的領域，並非一般凡夫俗子所能置喙。

《巧克力經濟學》是一本從10歲到80歲都能讀得懂得經濟學書籍，書

中拋棄艱澀的數學模型推導，以最淺顯易懂的生活實例，帶領讀者體會何謂「邊際效益遞減」等經濟名詞。本書用最幽默的比喻，讓讀者咀嚼經濟學，就像吃巧克力一樣地滑順可口！本書使用創新的說故事手法，讓讀者能重新體驗經濟學的運用。就從品味巧克力開始，你也可以活用經濟學推理，找出一切事物的真相。

作者傅頌是法國知名經濟學者，也是暢銷書的作家。他以幽默的說故事的方式，教讀者處理日常生活相

關的經濟問題，除了吃膩巧克力，可以學到邊際效益遞減外，其他精采內容包括：

- ◎你聽過刷牙經濟嗎？美化牙齒居然有助工作升遷？
- ◎女方的收入高於男方，婚姻會容易破裂？
- ◎每多執行一件死刑，可以減少七件兇殺案？
- ◎咖啡館雇過多服務生，邊際生產力會成負數？

- ◎從短統靴的價格，可以判斷通貨膨脹來臨？
- ◎利息等同於偷竊？回教國家居然禁收利息？
- ◎自然失業率確實存在？如何挽救失業狂潮？
- ◎泡沫經濟只是過渡現象？科技進步真的會造成失業？

近20年來，無論海內外都有不少有心人出版「通俗化」、「簡單化」的經濟學入門書籍，期盼能以輕鬆

、簡易的方式來傳播經濟學理念。本書不同於過去經濟學入門書籍之處在於過去的入門書只盡到將主流教科書內容通俗化的任務，關於應否需要政府政策、政府與市場的分工、基本個體經濟分析的應用，以及經濟哲理的內涵並無著墨，等於全盤接受凱因斯學派的理念，沒能提醒讀者「盡信書不如無書」，也沒能點出供讀者深思當代主流經濟學之處。這本《巧克力經濟學》正可彌補這個缺憾。



作者/ 安德列·博頌

編譯者/ 武忠森

出版社/ 知識流出版股份有限公司

出版日期/ 2006.10.19

商品語言/ 繁體中文

裝訂/ 平裝

《資料來源》

書籍介紹及誠品網路書店

飛利浦電鬚刀校園徵才

「徵求最年輕的行銷顧問」活動

參賽經驗分享

文/周柔彤・周靜宜・郭怡君・黃祥華
國立中山大學企管系
碩士班二年級
MBA96

飛利浦行銷競賽簡介

比賽名稱：

飛利浦電鬚刀--校園徵才「徵求最年輕的行銷顧問」活動。

比賽主旨：

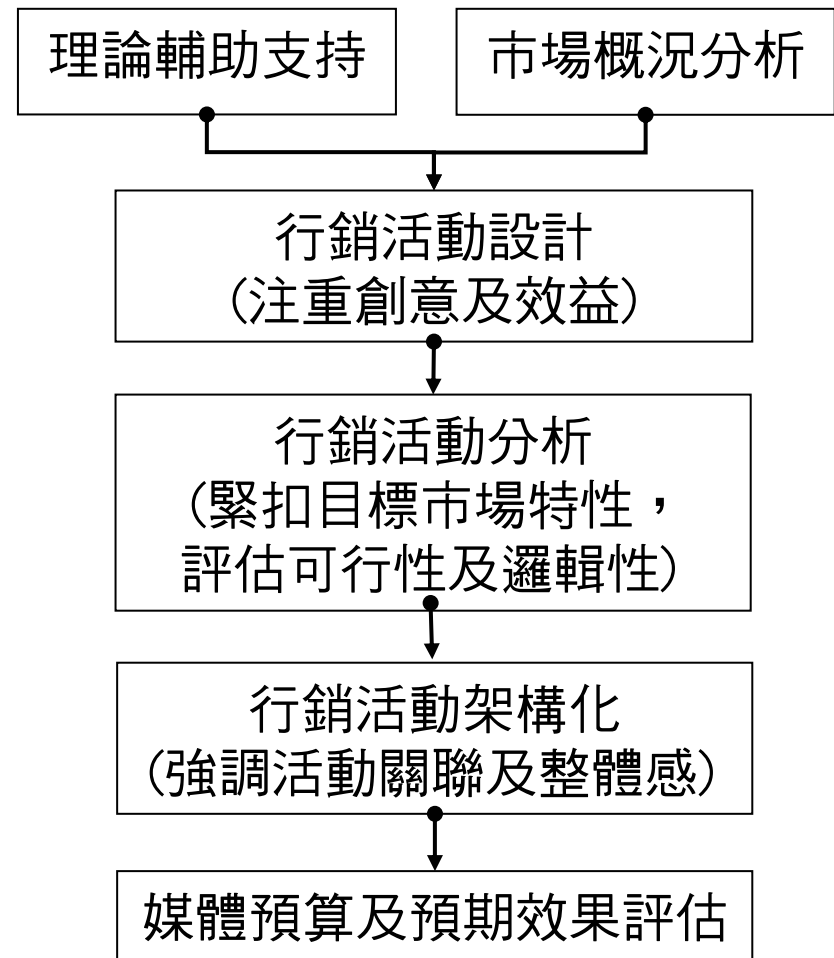
根據市場背景，針對父親節提出飛利浦電鬚刀創意行銷企劃案。



參賽過程簡述與經驗分享

初賽必須提出十分鐘的簡報，向評審說明完整的企劃案。初賽的準備部份，我們先從電鬍刀市場概況切入，了解飛利浦電鬍刀的競爭狀況後，再提出合適的企劃案，我們較重視「企劃案的整體架構」及「各活動連結度」，先考慮活動可行性及效益後，試圖延伸創意度，期能發展出兼具邏輯與創意的企劃案。

企劃案形成過程



市場概況分析

我們先對電鬚刀的市場背景進行了解，包含市佔率、行銷手法，再了解飛利浦及其競爭品牌的特色及訴求，並針對父親節這特別情境，蒐集資料以了解購買禮物的客群、購買禮物品項、購買禮物時機等。關於資料蒐集的部份，飛利浦公司提供部分資料，而我們使用「E-ICP 東方消費者行銷資料庫」輔助數據的部份，分析主要顧客群來源，了解消費者父親節常送的禮物品項，以及對於禮物的期待(ex.價錢、功

功能、紀念性等)。對於市場背景具有初步了解後，我們針對目標客群進行更多分析，了解他們的特性及喜好，決定我們行銷通路與訴求。

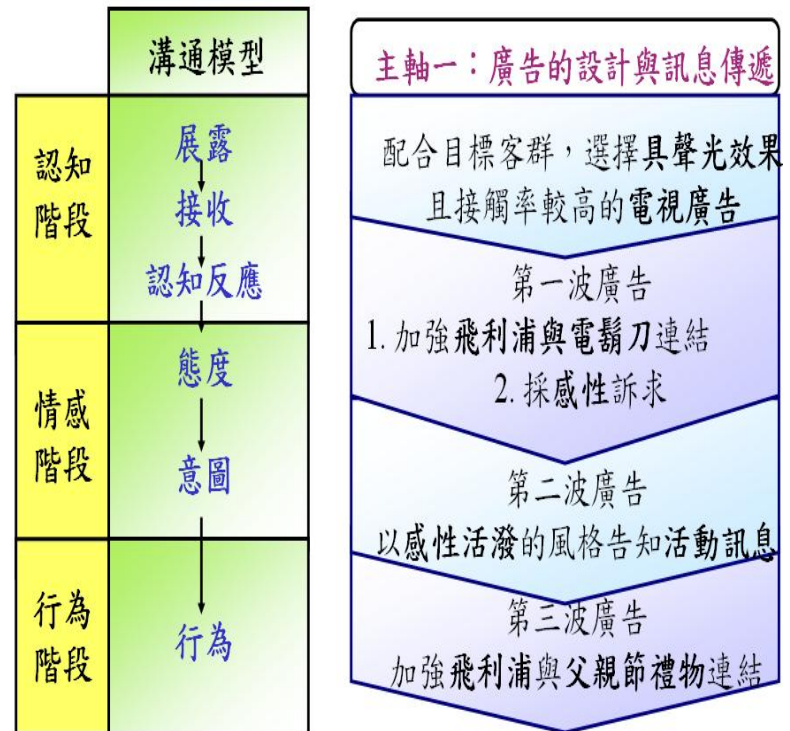
理論應用

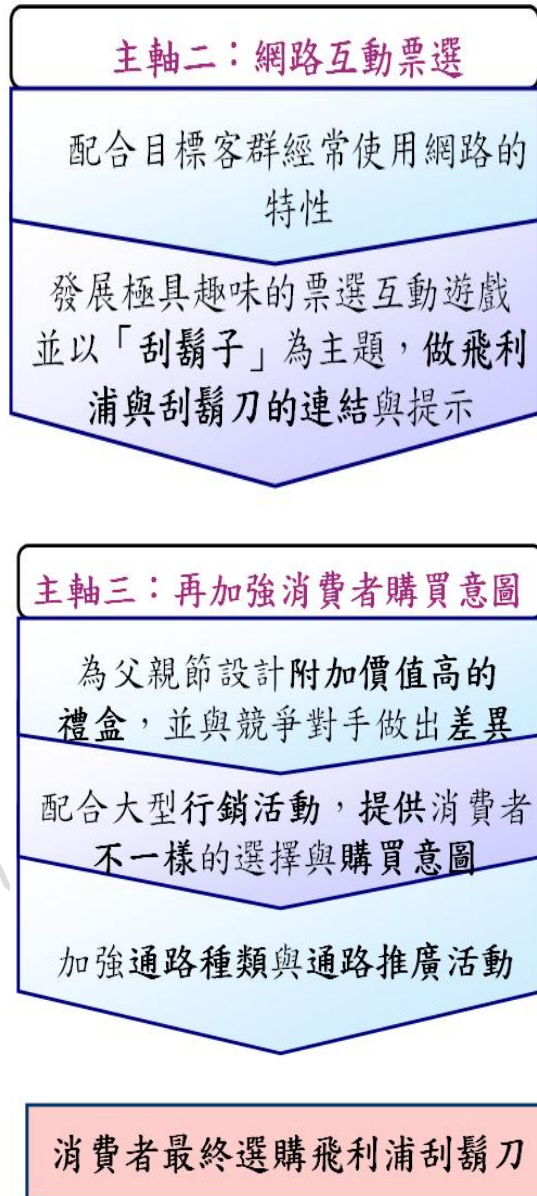
我們利用消費者理論來協助我們在行銷策略的推展上，可以與消費者心理層面作緊密結合，以期達到實質效果。針對這次父親節的行銷活動，我們使用消費者行為中「認知(cognition)→情感(affection)→行為(behavior)」溝通模型理論貫穿所有的活動。傳遞我們是從讓消

消費者認知到父親節要購買飛利浦電鬚刀後，藉由行銷活動的配合使其產生認同感，進而刺激購買。理論的應用可以輔助整體系統性的思考邏輯。

由於消費者的認知階段，是行銷者較能夠操作、掌控的部分，因此我們的企劃案活動著重在提升顧客的認知部分，先傳達「飛利浦是一個兼具情感與品質的品牌」，進而讓目標客群「考慮選購電鬚刀時，飛利浦是首選」，最後達到「購買父親節禮物時，飛利浦產品會是相當

好的考慮對象」。配合溝通模型的概念，套用在行銷策略，擬定三大主軸如下圖所示。





行銷規劃架構

行銷規劃架構延續我們對電鬍刀市場特性的了解，提出適合的行銷活動。在思考過程中，我們設法評估活動的可行性、創意、效益，並讓每個活動彼此有關聯，形成互相搭配、支持的架構。最終，透過「時間順序」及「活動性質」將所有小活動歸納成三大主軸：「電視廣告」、「主要行銷活動」（禮品設計、大型活動企劃）、「網路互動」以清楚地呈現我們使用的行銷策略。針對每個行銷活動我們會分析它

的預期效果，並估算相關行銷媒體使用的預算。這個部分我們從「柏泓媒體股份有限公司的網站」取得數據作為預算評估的參考。

主軸一：電視廣告

我們共計設計三波廣告：第一波廣告以「感性溫情」為訴求，加強電鬚刀與飛利浦的連結度，並為第二波活動留下伏筆。考量到頻道特性及播放的效益，我們針對媽媽及子女兩大潛在消費族群，設計不同電視頻道播出。媽媽族群的部分選擇在GTV、民視、台視、華視、三立

頻道，在連續劇時段(20:00~21:00)每小時播放2次；子女族群的部分選擇在TVBS、中天、東森、衛視、三立頻道的綜藝時段(22:00~24:00)每個小時播放2次。

第二波廣告目標：以「感性活潑」為訴求，宣傳企劃案最核心的活動「飛利浦·愛老爸宣言大告白」。同樣針對不同消費族群，設計不同頻道與播出時段。為強打主要核心活動，我們提高第二檔廣告的放送頻率。第三波廣告與第一波廣告的內容前後呼應，增強消費者對飛利

浦的品牌印象，並選擇在父親節的前一週，做密集性的播放。

主軸二：主要行銷活動

六月之前的主要行銷活動，我們歸為主要行銷活動的前置作業，包含「禮品設計」、「百貨公司通路規劃」、「線上購物網路設計」。禮品設計的概念是從包裝外觀及內容兩部分加上創意，以突顯品牌差異度：包裝外觀計畫在禮盒外圍綁上緞帶，並以爸爸飛飛鬍子的臉為主題；內容則除了放置飛利浦電鬍刀外，並搭配養氣人蔘滋補液，提倡

「讓爸爸從裡到外乾淨健康」。

百貨公司規劃方面，考量選購禮物的顧客通常會著重「禮物的價值」及「多樣性的選擇」，而挑選百貨公司作為選購禮物的場所。因此，我們將通路設計的心力，主要放在百貨公司。我們除了設計電鬍刀超人造型看板外，也會設計造型頭套請工作人員在門口佩戴且與顧客互動，增加趣味並提醒消費者前去購買。線上購物的行銷構想，則是考慮到目標客群經常上網，且現代人忙碌、時間資源少，藉由線上購物

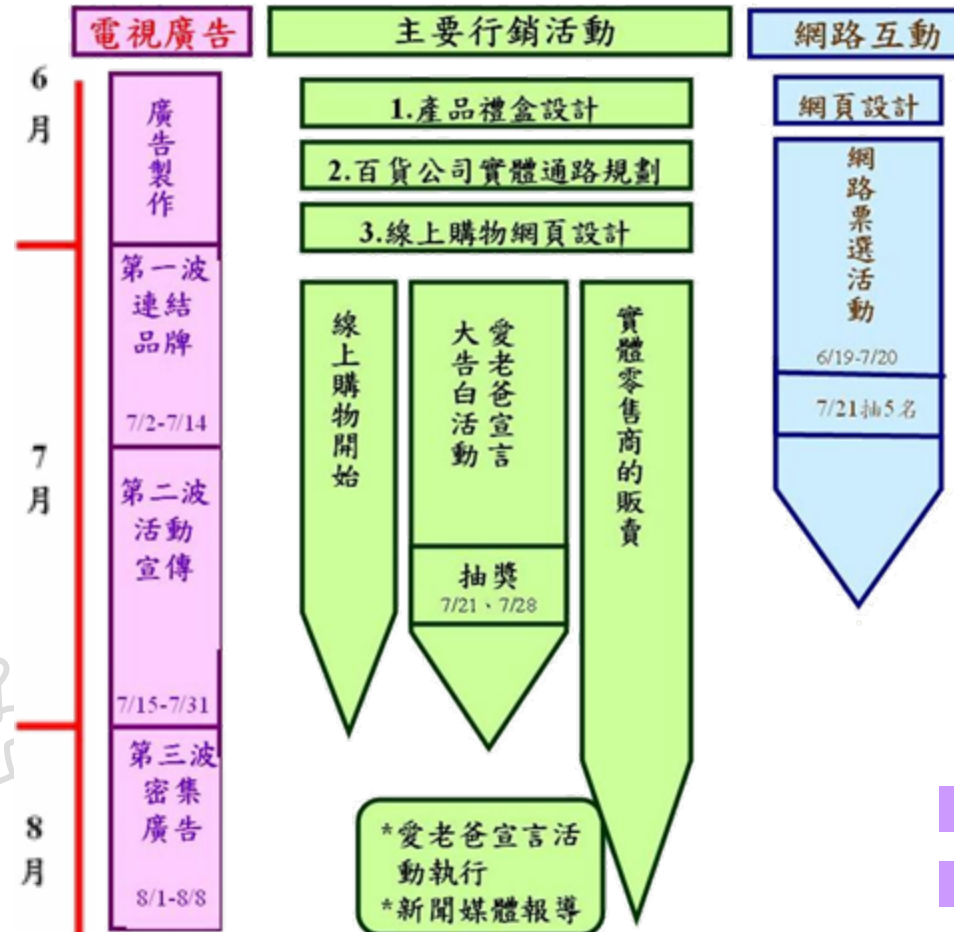
可與實體銷售同步進行帶來綜效而設計之。

七月到父親節之間，主要活動開始熱絡進行。除了實體及虛擬網路販售產品，我們也企劃一項大型活動來提升整體活動的可看性。在規劃大型活動時，我們期望這項大型活動可以帶動消費者的購買意願。再者，我們希望讓整體活動具有新聞性，吸引新聞記者的主動報導，以增加曝光機會。因此，我們設計了「愛老爸宣言大告白」的活動，運用捷運站電視、公車電視和各大廣

場電子看板的功能作宣傳。由於這些媒體能讓民眾在等車的時候不經意地把目光注意到我們所呈現的訊息，接受訊息的效率高，且這些行銷媒介的預算也較便宜，可達「小兵立大功」之效。在活動內容方面，我們訴求：「只要購買飛利浦電鬍刀禮盒，就有機會藉飛利浦幫你透過捷運站電視、公車電視和各大廣場電子看板讓你說出對老爸的愛！」當然，消費者必須先購買飛利浦電鬍刀禮盒，才有參加這項活動的機會，目的是確保公司投入這項活動能帶來實際的銷售量。

主軸三：網路互動

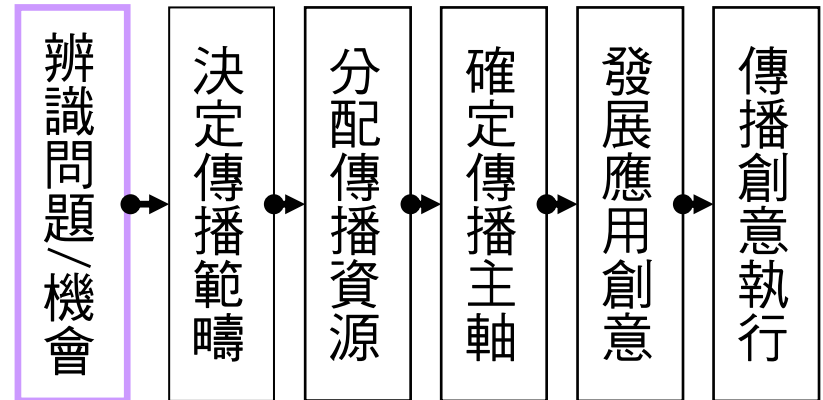
網路互動成本低且趣味性高，容易獲得目標客群認同。我們並不特別預期從網路這個通路能帶來實質業績。我們主要希望它能夠增加飛利浦產品曝光率，並告知目標客群產品訊息。我們設計了一款遊戲，讓瀏覽者能投票選出自己心目中最希望看到的名人刮鬍後的樣子，並進一步模擬該名人刮鬍後的模樣，強調使用飛利浦電鬍刀的效果較他牌佳，增加企劃案的整體感及連結度。



寫在比賽之後：我們的心得與收穫

(1) 廣告大師黃文博先生談企劃與演說技巧

飛利浦安排前十名的隊伍到台北內湖園區的企業總部來做企業參訪。參訪分為兩個部分，第一個為公司行銷經理介紹飛利浦的公司簡介與市場概況。第二部分則安排了知名廣告人黃文博來演講，演講的內容主要在激發我們如何做一個精彩的企劃與演說技巧。其黃老師認為，一個好的整合行銷傳播概念架構如下：



在架構中，「辨識問題與機會」尤為重要，也就是說，在行銷企劃中我們得先去找出產品在市場中有什麼樣的問題，或是產品在市場中有什麼樣的機會是可行但還沒有被實行的。如幾年前，空中英語教室是由基本(Basic)與進階(Advance)合在一起的，有一段時間銷售量卻

下滑了。於是空中英語教室請廣告公司試著要做廣告來增加銷售量。在廣告公司的市場調查下，他們發現了市場中有許多基本（Basic）的英語教學雜誌，但確很少有進階（Advance）的英語教學雜誌。市場問題與機會因此被釐清，廣告公司便建議他們把基本（Basic）與進階（Advance）的內容加以分開，彭蒙惠英語雜誌的誕生，順利地解決銷售量下滑的危機。

辨識問題與機會很重要的一個技巧便是尋找切入點，亦即抓問題點並

找機會。之後在整個整合的過程中需要尋找最有效的傳播工具，其所應具備的能力如下：

1. 整合觀察行銷傳播情境的能力。
2. 整合考量傳播資源的配置能力。
3. 整合操作多種傳播工具的能力。

企劃的能力可以用怎麼樣的方式訓練呢？黃老師提供他自己的經驗來增加策略與企劃的能力。黃老師利用了報章雜誌的商業活動去「自我推想練習法」。如：低腰褲剛進台

灣市場時，要如何讓台灣人接受？要如何讓低腰褲走入人群？又如SWATCH手錶如何在情人節增加銷售量。用一連串的自我推想練習法，把自己當成廠商，培養自己的企劃與策略能力。

切記！好的企劃或行銷是能夠鼓動群眾。最後，如何讓提案是有印象而且充滿精彩呢？其中開場白是非常重要的，用氣氛營造來吸引大家目光，讓聽眾的思緒跟著你的提案走。黃老師真的是不可多見的好的演講者，他有很棒的肢體語言、自

然流露的幽默感、富有經驗的實務與知識。即使搭夜車從高雄到台北的我們都聽得津津有味收穫無限。

(2) 團隊運作是一種考驗，也是一種智慧

參與比賽可以清楚地感受一個團隊的運作。在參與飛利浦行銷比賽的整個賽程中，我們五人團隊必須一起歷經事前討論、合作分工與最後的成果呈現。當我們回頭來看這數個月的密集合作，我們深信：我們曾在這個團隊付出，最後也因為這個團隊而成長。

每個人的信念決定團隊的風格

如果你請我們敘述一下這個團隊的特色，我們八成會笑著說：「我們是一個自High、自信到無可就藥的團隊！」這就是我們在飛利浦行銷競賽中，所展現的團隊風格。

如果仔細觀察各大競賽，因為賽程經常長達數個月、甚至一年。因此團隊的活力與持久力，會先決定這個團隊能夠存活的時間；再者，每個競賽常常都有上百個隊伍一起參與，團隊的氣勢與風格，就成了突顯團隊本身的另一個條件。

然而團隊很難單靠個人展現力量，它需要所有成員的凝聚與智慧。因此，在參與比賽的過程中，我們經常靠聊天分享每個人目前的心情和狀態，藉此來調整整個團隊的氣氛與士氣。即時的回饋和調整，讓我們的團隊可以奮戰到最後。

團隊可以殺死一個創意

企劃發想的過程是企劃成功與否的關鍵，因此，許多團隊運作、組織學習的書籍無不鼓勵團隊要激盪出集體的創意與智慧。在創意發想的階段，不要忘記要以開放的心態去

欣賞每個成員提出的意見。批評，絕對不是這個階段需要的東西。只要成員有這樣的共識，團隊很輕易地可以營造出相當活潑、輕鬆的討論氣氛，創意往往就會隨之湧出，而不會罔死在團隊運作的盲點下。

好的團隊裡，每個人都在發光發熱

團隊不僅僅是分工合作。套一句漫畫海賊王中，劍客索隆的話：「團隊精神到底是什麼？互相幫助，互相袒護就算是嗎？也有人這麼認為吧。我認為那根本只是唬人！應該是每個人抱著必死的決心做自己的

事：『我做好自己的部分』『接下來輪到你』『做不好的話我就揍扁你』。要是有這種決心才能算是團隊精神吧！」或許這段話裡頭，充斥了過多海賊般的熱血，但這無非道出一個好團隊應該具備的精神：好的團隊裡每個人都在發光發熱！



遊走在夢幻與 現實的國度

漫長的等待時間，
荷蘭人選擇泡杯咖啡靜靜地享受時光。
而我們卻被焦躁的情緒打亂步調？

文/ 陳伊翔
國立中山大學企業管理學系
碩士班三年級
MBA95

早上八點半，秋天的陽光稀薄得透不進窗，讓人有一種清晨起床的錯覺。拉開窗簾，窗外路樹的葉子好像更稀少了，雖然第一次看到它的時候還是綠蔭滿滿，不到兩個月，白晝不再那麼漫長，太陽不會晚上九點才下山了，而路旁的樹也全褪成褐黃色的外衣。突然下起雨來，趕緊拉上窗戶，街上騎著腳踏車的人們依然踏著悠緩的速度，路人不打傘不避雨，嘻笑以往，絲毫沒有被這場雨影響。還不到十分



分鐘，雨停了，淺淺的光線又從雲裡透出來。

This is what I see in Groningen, she can't wait to show another scene before you snap it.

在銀行拿著號碼牌等待開戶，一個小時過去了，比我早到的荷蘭老奶奶，拿了一杯銀行提供的熱拿鐵，專注地翻著雜誌。負責承辦的行員剛處理完幾件案子，他沒有按「下一號」的按鈕，離開座位取了杯咖啡，靜靜地享受著，因為這是他的“Coffee Break”。終於輪到我了，

他臉上掛著像是從內心散發出來的微笑。讓我想起教歐盟歷史的老師說的，歐盟國家的每年平均工時低於1,500小時，美國的年平均工時約1,800小時，而亞洲則超過2,000小時。

This is what I see in Groningen,
people enjoy their lives all the time,
even in long queues or rush hours.

趁著天晴的下午騎腳踏車到附近的古式花園逛逛。不經意貓咪從路旁跳出來，在你腳旁磨蹭著，又跳到餐廳的露天藤椅上安穩地坐著，眯

著眼睛開始打瞌睡了。看不懂古蹟前的荷文版歷史說明，鼓起勇氣問了一位經過的老先生，他眯著眼看著那個短短的說明，然後從十五世紀開始介紹，從古蹟的歷史一直談到荷蘭的城市與建築，直到天漸漸地黑了。

This is what I
see in
Groningen,
surprises
always get
you in the
near corner.



來到荷蘭，轉眼已經過了兩個月。常常有人問我，學到什麼？看到什麼？值不值得？不能保證我眼前的荷蘭就是每個人看到的樣子，我只是很忠誠地把自己的感覺分享給大家。荷蘭的確很美，美得像身處在童話故事般的夢幻情境中，大片綠地的湖水公園，棕紅色磚瓦閣樓建築，中古世紀至今的大教堂，金髮藍眼的高大帥哥。但不諱言的她也有讓人難以忍受的差異之處，重點應該是用什麼樣的態度去面對這些差異？

下雨了，是應該手忙腳亂地拿出雨具，口中還不忘咒罵著，還是應該學學荷蘭人，不過是場雨，它很快就會過去的，何必輕易被雨影響了心情。等待的過程雖然漫長，可是你有能力選擇焦躁的等待，或是泡杯咖啡，享受這個等待時光。

荷蘭人對於外在變化的包容性很大，熱愛自己的土地，瞭解自己的歷史，懂得享受人生，在工作與生活品質兩者之上，總是能取得一個很好的平衡點。態度決定了你看到的事物，而這正是一個扭轉態度的好



機會！不再用自己慣性的想法去看待這些差異，而是多看看別人是怎麼辦到的？自己是不是有可以學習的地方？

交換學生的這段時間並不長，也許它只會佔去你生命 $1/120$ 的時光，但用一個正面的態度去面對事情與學習，對於自己的幫助並不是顯而易見的，但是不論在視野上或經驗上，將會發揮 120 倍的光芒！

味全乳品部

暑期實習心得

● — 參與實務，走入企業 — ●

文/方建凱

國立中山大學企業管理學系

碩士班二年級

MBA96

從一年級下學期開始，我便常在腦中盤旋與思考進中山企研後自己究竟有哪些成長？到底哪些方向又是自己得去努力與加強的？畢竟企研所提供的選擇太多，是要出國交換學生？參加各類商業競賽？還是選擇企業暑期實習？在研究所的時間極短，如何做好trade off，是進企研所後相當重要的課題。

在衡量自己各方面的需求與條件之後，由於畢業後將以直接就業為目標，因此藉由到有制度的大公司，

學習有興趣之領域的實務工作，並瞭解產業生態與未來工作型態的這幾項因素，便使我將企業暑期實習列為自己優先次序中的首選。除此之外，我還積極投入系上企業實習團隊的運作。在這段期間中，我除了瞭解目前所上在企業實習體制方面的不足與限制之外，也努力和企業界的人力資源部門維持良好的聯繫，盡力協助與配合企業在校園徵才、實習所舉辦的講座與活動。對於企業在人力資源的運作與需求也有了較深入的瞭解，這是在參與實習團隊運作上很大的收穫。

在歷經一連串的團體面試之後，自己有幸進入味全乳品企劃部，進行為期兩個月的企業暑期實習計畫。同時期，由於也有其他各校剛畢業的MBA菁英們一起加入味全公司的行列，因此公司安排我們全程參與了一週的新人訓練。對於公司的文化、歷史、各事業部經營狀況都有了更進一步的瞭解，也在管理顧問講師的授課當中，瞭解該如何扮演好企業新鮮人的角色。

實際進入公司之時，由於已經和同時期受訓的夥伴培養了革命情感，

雖然分處不同事業部，但卻有了更多的連結與默契，彼此相互打氣與鼓勵的氣氛讓人很安心，這也是體驗公司企業文化與工作氣氛的難得機會。

除了這些體驗，相信大家都很好奇究竟在實習當中還能學習到哪些東西？味全公司今年是第二年有計畫地舉辦暑期實習計畫，因此在實習制度的施展與安排上是更為得心應手。身為企劃部的實習生，我們被安排參與公司行銷人員平常所必須接觸到的生產、業務、研發等部門

的實務運作。在生產方面，我們利用兩天一夜實地參觀三座工廠，直接就近觀察鮮奶、布丁、優酪乳、點心、果汁、咖啡等生產線。此外透過生產部門主管的解說介紹，讓我們對於不同產品的生產流程與行銷配合的需求有著更完整的瞭解。在業務方面，我們在破曉時分到地方的營業所，跟著冷藏配送車的業務大哥一起進行一天的配送行程。過程中瞭解到行銷通路運作上其實有許多訣竅，基層業務工作更是有諸多的困難與限制，藉由這樣的體驗我才知道在行銷工作上應如何與

基層業務合作。在研發方面，我們實際參訪味全的研發單位：中央研究所，直接請教合作的研發人員產品研發的相關問題，也更進一步瞭解研發單位的器材、運作，對於新產品的開發有了更多的認識。

當然，除了與這些協力部門的互動之外，企劃部也有安排專屬的主管來教導我們關於企劃部門的業務運作。雖然味全的乳品事業部採取的是品牌制，但實習生卻可以跨品牌地參與各項品牌的業務，像是廣告公司會議、公關公司會議，當然還

有公司內部的跨部門會議，這些都是來實習之前，所沒有想到的難得機會。另外，我們還到片廠參與廣告的拍攝，對於這些新奇的學習機會，都讓人覺得既充實又開心。公司人力部門也開設許多企劃部的訓練課程，請媒體公司、行銷顧問公司的講師來教授相關的媒體運用、行銷運用的內容，在在可看出公司在人力資源上的用心。

而除了這些學習之外，我們也需要討論最終的實習報告專題。運用公司內部的資料庫，比起書上學的名

詞來的更有感覺，也才真正知道每項資料的價值與運用。並且我們學著利用公司實際運作的行銷計畫架構來收集資料、建立嚴謹的邏輯推斷，做出有效的分析。這是在實習專題上所被要求的，也是讓我們真正體會到公司實務面與學校理論面兩者的不同。

這次暑期實習的收穫，真的是遠超乎我的預期，無論在未來工作職涯的選擇，或是論文題材的方向，暑期實習都提供了我很大的助益。因此，如果各位學弟妹在研究所唯一

的暑假當中，還尚未規劃好自己精彩充實的活動，何不認真考慮到企業實習的機會挑戰自我？相信每個人都會有屬於自己的體會與收穫的！加油！



 走訪中國系列之三

別讓語言 侷限視野



文/ 常百豪
國立中山大學企業管理學系
碩士班二年級
MBA96

這次參訪大陸的九天行程中，令我感受到最大震撼的不是大陸以飛快速度成長的硬體設施、或是積極發展的心態，而是軟硬體的差距如此之大。面對一個如此迅速發展的經濟體系，他們可以是我們的競爭對手，也可能是合作夥伴，更可能是兩者兼具，但是令我感嘆的是什麼原因造成他們的現況，而未來他們又會往何處去？這些都將影響我們如何看待彼此的關係。

從剛下飛機至駛向浙江大學的路途上，同學們都紛紛訝異這裡有如此多的建設在進行著，然而更令人訝異的是，就我們看來許多完成的建築似乎處於閒置狀態之中。那麼，他們是因為對未來滿懷信心，為了避免投資與成長不足的困境而預先準備，或是懷抱著過度狂熱而即將面對經濟過熱後的苦果？在此行中我們無法蒐集到足夠的資料，但這卻是我們不得不深思的議題。剛抵達浙江大學的第一站就是先前往他們的餐廳用餐，而這給了我第一個衝擊：他們的硬體設備實在是好上



浙江大學餐廳

我們太多了！無論是半透明的電梯、漂亮的餐廳裝潢、號稱是東南亞可同時容納最多人的食堂，過去經驗中的學校都遠遠不能相比。只

只是他們的食物口味跟我們大不相同：比我們鹹上許多！

當然，口味差異不足為奇，但是趙老師提到他們的食物味道偏鹹是為了能吃更多的飯以填飽肚子。然而，我們所用餐的餐廳雖然稱不上十分昂貴，但也非只求吃飽的廉價餐廳，只是他們的廚師依然遵照著過去的習慣，調味還是下的十分之重。過去曾看過一篇報導，一位經濟學家分析英國菜現今那麼難吃，乃肇因於工業革命時食物供應不足與保存技術不佳，為了應付當時倫敦暴增的人口不得不提供易保存卻

難吃的食物，最後造就了英國菜難吃的文化。那麼大陸過往數十年的封閉落後破壞，對他們的食物、生活習慣、思維行動，會造成什麼樣的影響呢？

入住浙江大學的宿舍，則是更加深了這種不協調的體驗。他們的宿舍外觀看起來十分新穎而整潔，似乎已經十分現代化。然而他們的衛浴設備卻是十分落後與不潔，同學們都對此深感不便。雖說談及廁所之事未免不雅，但這卻是人的基本需求之一，況且要是能將最隱私不潔之事處理的舒爽明淨，很難想像會

在其他方面馬虎隨便，反之，輕忽衛浴的地方則很難期待有高文明的表現。加上外觀與內裡截然相反的表現，讓人不得不懷疑這裏的思維行動依然是充場面為優先，很多方面極可能是虛有其表？而後參觀了

他們的管理學院，設計之新穎讓人以為是現代化的商業大樓，然而內部似乎是以行政為主，且似乎並沒有許多人員在內，不免有點好奇其實際價值為何，經詢問他們MBA學生也不得而知，或許因為他們也是



浙江大學學生宿舍外觀



浙江大學學生宿舍盥洗室



浙江大學管理學院

剛入學的新生吧。不可否認的是，他們的建築確實設計優美許多，中山在這方面有許多努力的空間。

在學生交流方面，過去聽聞許久大

陸學生積極用功，但是在思想上流於強勢僵硬，一開始與浙江MBA互動時深覺果然名不虛傳，討論時頗有難以溝通之苦，且在某些方面流於空泛之嫌；但奇妙的是與復旦研究生進行BOSS交流時，卻覺得與國內學生無異，不知是工作經驗的有無或是學風差異所造成，這點非常讓我好奇與不解。可惜我們之間的交流互動時間有限，未能更進一步認識實在是非常遺憾。

上海，一個躍升中的都市。在抵達時很難不被其繁華所眩惑。華燈初

上，摩天高樓吸引著遊客的目光，而各家跨國企業的廣告令人無法忽視，這裡代表著龐大的商機，也象徵著激烈的競爭，更是大陸邁向自由市場經濟的代表。新天地中繁華讓人難以相信不久前還是荒無一片，進展之快遠超乎一般人想像。這裡，對許多人而言是實踐夢想的地方，但是，卻是必經的地方嗎？

不可否認大陸是廣闊的市場，而上海是大陸商業的中心，但是我們之所以如此看重上海是否只因為距離近語言較容易溝通，反而侷限了自己的視野呢？



上海城市規劃中心

 走訪中國系列之四

大陸到底去？ 還是不去？



文/ 謝佳雯
國立中山大學企業管理學系
碩士班二年級
MBA96

前言

面對台灣企業紛紛西進之趨勢，工作機會外流至中國之比例逐漸攀升，甚至有些公司在徵才的時候，便開誠佈公的告訴你今後必須到中國大陸工作。對於即將畢業的我們，以一個研究生以及未來社會新鮮人之角度，針對「去？不去？」中國大陸發展這個議題所作的分析，並提出個人對於反對與贊成進入中國工作之原因。

之所以會想要寫這個議題，主要是因為身邊的親朋好友，每每看到媒體報導與中國相關的議題時，都用語帶提醒的口氣告訴我「以後你們一定會去中國大陸工作」。當時的我，對此感到非常不以為然，但並不是拒絕「中國大陸」，而是「為什麼我一定要去大陸？」。或許我不是很清楚中國長什麼樣，對於中國大陸的認識，也僅從學校老師、書本以及媒體上獲得資訊；這次恰巧可以到中國大陸作交流，在實地走訪台商在大陸的工廠，並且與台商、台生交流，的確從中獲益良多

，也希望能藉此心得報告，把我的所看、所聞記錄下來。



支持到中國發展之原因

（一）社會新鮮人的角度：

1.富競爭性的環境，促使我們成長

從這次與浙江大學、復旦大學的學生交流過程中，首先讓我感觸最深的是在BOSS活動中，有不少同學第一次玩BOSS，在短暫的時間裡便能掌握到它的遊戲規則，並且自行設計出EXCEL之計算函數；即使身邊有不少朋友玩過BOSS，但也沒聽說過有人想要自行發展出一個計算式，而雖然自己有過這樣的想法，但是每每覺得這只是個虛擬遊戲，不用太認真，也就取消了念頭；但是第一次玩BOSS的復旦同

同學，在午休短短的一個小時裡，用完午餐就回到教室繼續研究。這般認真的態度，是我感到敬佩的。



BOSS競賽
與復旦大學的學生熱烈討論中

或許我們僥倖遇到強者，但是我想在幅員廣大的中國，這般優秀的人才必定不少。再者，從活動的參與度，我也發現大陸學生相當認真、積極且具有旺盛的企圖心，對於自己的要求相當高。這或許是因為大陸的升學考試相當嚴格，再加上大家都想要出人頭地，使得他們相當重視學習。因此我認為，若至中國工作，與這樣的同事一起競爭，會讓我們更加努力。

2. 搶先到中國卡位

由於中國龐大的市場潛力吸引不少

的外資企業進入，且企業處於剛開發的階段，加上整體經濟的快速發展，因此目前相當需要人才；而相對於台灣，產業發展已到了成熟階段，加上多半企業擁有名校情結，因此與其與台政大的學生為了飯碗搶破頭，還不如藉由台灣光環未完全褪下之前，先到中國卡位。

3. 將中國視為未來職場生涯的跳板

在這次走訪上海的經驗中，我看到的是一個比台灣更為繁榮的城市，無論是城市規劃、時尚與復古並存的新天地、南京東路上的人們穿著

，都令人驚豔！在中國，像上海這樣的一級地區，其國際化及整體發展是優於台灣的，若未來希望能往海外地區發展，如歐美等地，可藉由在中國工作的經驗，提高與跨國企業接觸之機會，作為未來發展的踏腳石。



上海城市規劃展示館前

(二) 管理者的角度：

通常外派到中國之台籍幹部，都能享有比在台灣更好的薪資、福利以及升遷發展機會；再者，由於中國企業的管理制度尚不如台灣，若個人為了滿足自我實現的需求、享受成就感，撇除個人家庭、情感因素之考量，不妨將它外派中國視為磨練自己的機會。

反對到中國之原因

(一) 社會新鮮人的角度

1. 團隊不易合作，適合單打獨鬥

或許受到共產主義的影響，與大陸人的互動過程中發現，無論是學生或是浙商，都讓人感到強烈的個人主義，不容易接受異議；相對於台灣受西方文化之影響深遠，因此在團隊合作時，我們擁有較佳的帶領能力及互動氣氛，會主動邀請組員提供意見。然而以管理背景出身的我們，無論是想法、做事方式都受到西方的開放文化的影響，若一畢業馬上到中國工作，必定無法適應大陸人企求自足之工作態度。

2. 只會做事不會做人保證吃足苦頭

中國除了是地方治之外，更是個人治色彩相當重的國家。所有的法令規章，即使已是明文規定，但受人因素的影響仍相當大。天福茗茶的陳經理開玩笑的說，即使是一張小小的罰單，有認識高官的人，只要花個幾百塊就可以打發了，但是如果你沒有辦法找到能幫你的人，這可能要你花個好幾萬塊才有辦法解決。陳經理也特別指出，燦坤如此快速的退出市場，也是因為罰金的問題。因為找不到幫忙解決危機的人，所以一下子賠那麼多錢。

由此可知要在中國發展，除了要有足夠的本錢—「專業能力」之外，更不可或缺的是人脈，而剛從學校畢業的我們，除非有特殊的背景，否則只能靠自己在中國一步步慢慢地建立人際網絡，在這樣的體制之下，誰也沒有辦法保證你的升遷與發展，因為一切都要看人呀！

3. 自我能力的提昇被同事拖累

無論你的工作是low-end 或high-end，多數企業者派遣台籍員工至中國，係希望能將在台灣之經驗傳承到那，也就是說，你是扮演著導

師之角色，教導、協助你的大陸同事。因此，除了你要比在台灣時更努力、且超時工作是無可避免的，更重要的是，你處在一個平均而言同事們的能力都比你差的環境，而相對於台灣，至少你面對是一個開放競爭的環境，每個人都在為自己的未來鋪路，而你呢？你的工作是為別人而打算的。

在偶然的機會中，有幸與就職於華碩蘇州分公司採購部的人員聊天，過程中她提到來中國工作之後，個人能力逐漸在退步，雖然沒有進一

步詢問為什麼會產生這樣的結果，但是就她個人而言，她希望能被派遣到如日本等國家。

(二) 管理者的角度

相對於社會新鮮人，管理者之角色是指已經工作有一段時間，那麼公司派遣你到中國工作的原因，不外乎有二：中國缺乏管理階層的人員，以及需要有人將在台灣之成功經驗複製到中國。

根據崑山統一的經理所述，來大陸工作，你的同事下屬不見得會因為

你的職位、頭銜而對你特別尊敬，反倒是他們會因此而衡量考量你這個人有沒有這個能力，若無法取得他們的肯定，則無法帶領他們，與他們相處。

1. 文化背景差異大，難以管理

我相信很多到中國的人，無論其目的是為了工作、讀書或定居，他們一定都會說，我們同是炎黃子孫，所以相較於其他國家，更容易適應中國的生活，與大陸人也感到較為親近。但是，雖然我們彼此都來自同一個歷史背景，大家也都聽過大

禹治水、同樣對秦檜感到痛恨，但是如果你以為這是到中國發展之優勢，可是天大的錯誤。

在這次之企業參訪中，無論是蘇州友達、統一崑山或天福茗茶，雖然這三家企業所處之產業性質不同，但是受訪者皆談到人的管理問題；大陸員工跟台灣員工的差異點相當大，關於兩者之差異，可見下表所示：



浙江大學餐廳以生產線的方式來收拾餐盤

【比較大陸人和台灣人在職場上的異同點】

同	吃苦耐苦	
	勤奮	
異	激勵策略	大陸員工較被動，在管理上需採用X理論的方式，而台灣員工，適用Y理論來帶領，除了要拿蘿蔔跟鞭子之外，還要有如朋友之間的關懷。
	工作態度	大陸員工對公司的忠誠度較低，容易被競爭者挖角。 思考能力不如台灣員工來得有創意、整體性。 發生問題時，大陸員工只會討論現況，而不探討背後的原因。
	個人特質	大陸員工，敢說也敢要，富有企圖心。 大陸員工容易搞派系、集權。 大陸員工喜歡對立、反抗。 積極自信、競爭力強。
	文化素養	大陸員工遵守法規的素養較低，不愛遵守公司規定。

2. 外派到中國，變成一條不歸路

一個蘿蔔一個坑，一旦離開台灣到中國工作，除非你在那有傑出的表現，交出亮麗的成績單，或則是由台灣總部主動調你回來，否則回來台灣之後，可能要自己再另找飯碗重新來過。

或許有人可能會質疑，派遣到海外工作，經常會發生類似的問題，並不是因為「中國」，但是引用我上述所說的，如果你外派的國家，可以讓自己的能力提昇，那麼這次的外派經驗會強化自己在職場上的競

競爭優勢，但是若不如你的預期，反倒是留在台灣的同事們，他們能力的提昇速度比你快，那麼，到底去不去中國，是需要再商榷的。



西 灣 學 人

一個由中山大學企業管理學系碩士班學生所組成的社團。在提升專業與多元化能力的前提下，主動進行活動規劃與執行，並將活動成果整理歸檔。

藉由建構知識交流平台與發行電子刊物，塑造多元學習環境，培養主動學習精神。在Web 2.0的時代，創造知識經驗分享的文化，進而提升學生的創新與創造能力，以及中山大學與中山企研之持續競爭力。

說明會

Coming Soon...

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

編輯 王瑞琳・徐聖傑・陳燕琳・張庭榕

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