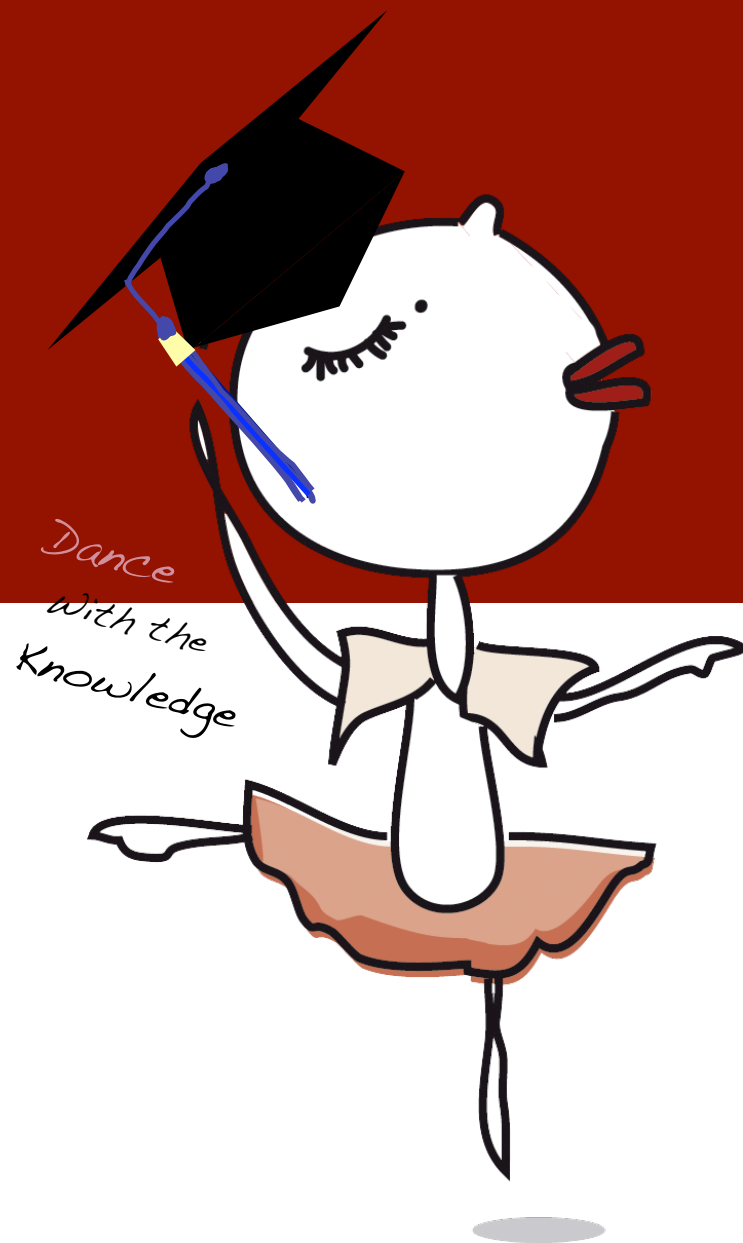




【閱讀。舞道】

貳拾叁號

2008.05.16-2008.06.15

畢業快樂版。



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讀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



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。

編輯說

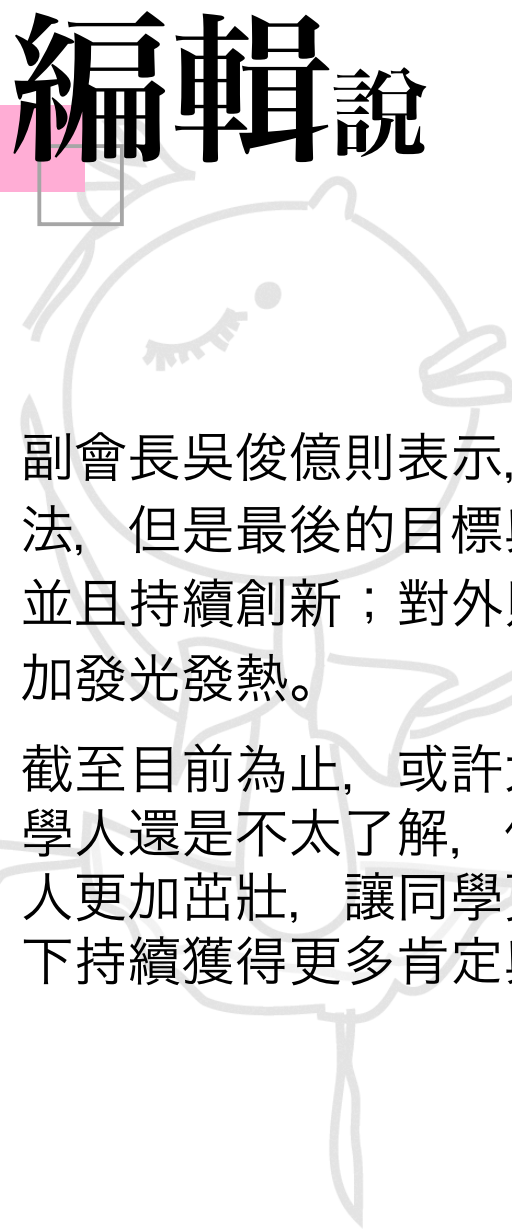
【知識分享無國界 西灣學人每月與你熱情相見歡】

啟動學生創造力 建構一個知識與經驗分享的平台

「西灣學人」創立於2006年的夏天，是一群對於知識分享懷抱著熱情的中山企研學生們所成立的組織，希望藉由不斷的知識分享以創造更有價值的知識。過去「西灣學人」以電子檔的刊物形式寄發，如今我們以電子及平面的方式，形成一個管理領域的知識平台，自本期開始由MBA98級的同學經營，希望接續著學長姐所打下的基礎還有同學的創新，讓西灣學人更臻完善。

社長董佳達表示，進入了資訊崩潰的年代，知識的選擇成為了新的課題，同時也必須兼具多元觀點，增加自己的實際體驗則有助於擴充己身視野，透過交流，能激盪出新的知識火花，這也是本屆「西灣學人」所要努力的目標。

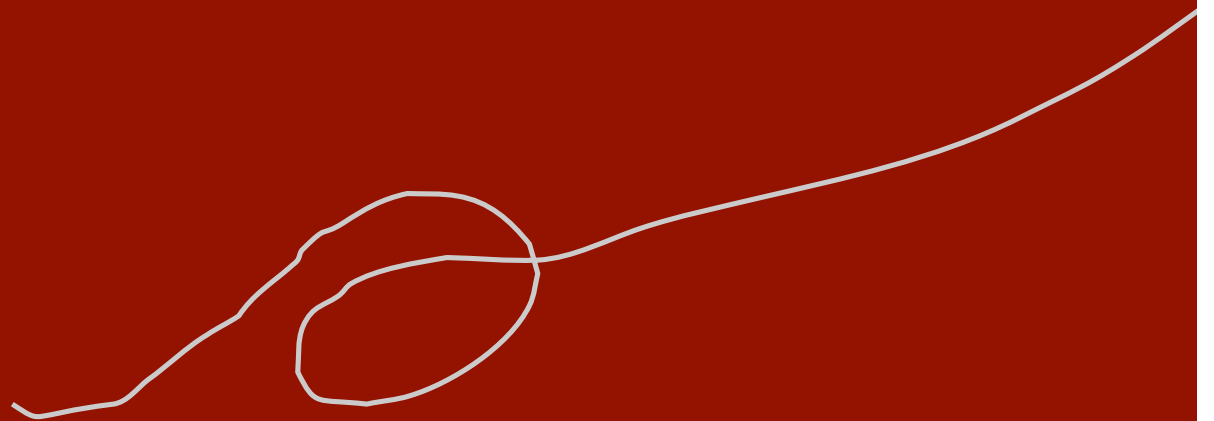
編輯說



副會長吳俊億則表示，西灣學人還再持續成長，雖然每一屆都有不同的作法，但是最後的目標與宗旨，還是希望能**夠**讓同學不斷吸收新知與成長，並且持續創新；對外則是希望能**夠**讓更多人了解中山企研，讓中山企研更加發光發熱。

截至目前為止，或許大家對於西灣學人還是有所疑惑，或許大家對於西灣學人還是不太了解，但透過每一屆的傳承與點滴努力，我們試圖讓西灣學人更加茁壯，讓同學更加成長，讓中山企研能在師長以及同學的共同努力下持續獲得更多肯定與讚賞。

西灣學人
一個知識與經驗分享的平台



目錄

Contents

● 新知學人/ 當月新聞

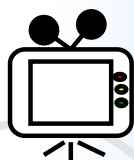
● 創作學人/ 台灣發展生技產業分析

● 創作學人/ 我所看見的未來演講心得

● 書香學人/ 通路行銷市集—網路行銷大搜密

● 職場學人/ 企業採訪--成資集團

● 活動預告



當月新聞。

處處留心皆學問

好的舊聞勝於隨風而逝的炒作新聞

整理/蔡維哲

國立中山大學企業管理學系

碩士班一年級

MBA98

畢業囉！

中山企研所畢業禮 爬校山

【2008/06/09 中國時報】

國立中山大學企研所八日舉行畢業巡禮，百餘名畢業生騎單車繞高雄市區，象徵步出校園後邁向人生新里程碑外還攀爬「校山」少女峰，柴山獼猴群在旁觀看，留下難忘的畢業回憶。



早上8時許，百餘名畢業生聚集在少女峰底，挑戰幾近垂直校山，為一天的畢業巡禮揭開序幕。畢業生緊抓著山路邊的繩索，小心翼翼，一步步攻頂。又要小心溼滑山路，又擔心獼猴是否會攻擊，攻頂成功時，個個都是汗流夾背，既驚又喜的從系主任葉匡時手中接過「登峰造極證書」，通過第一關邁向畢業之路。

中午師生共享粽子後，踏上鐵馬展開「鵬程萬里單車行」，百人車隊沿著愛河前行，遊客得知是畢業活動時，還熱情對他們大

喊：「畢業快樂，加油喔！」

歷經3個多小時，眾人抵達目的地「愛河之心」，並領到「校園回憶拼圖」中的一小塊，百餘名畢業學子揮汗如雨地拼出完整的校園地圖後，共同排成「MBA97」隊形合照，每個人皆使出渾身解數裝鬼臉、擺出滑稽的姿勢，為畢業活動畫下歡樂的句點。



山盟海誓畢業巡禮





耗油車銷路差 通用關閉四座工廠 估計近萬人失業

【2008/06/03 國際中心 綜合報導】

美國最大車廠「通用汽車公司」3日宣佈將關閉4座位於北美地區的工廠，以降低銷售不佳的貨車與休旅車銷售數量。

全球油價高漲，連帶讓耗油車的銷售量也不佳，美國通用汽車公司也面臨了裁員危機。

通用汽車公司將關閉的4座工廠，包含美國境內俄亥俄州與威斯康辛州兩座，以及加拿大與墨西哥的兩座工廠。

這4座工廠的關閉時間預計介於2009-2010年之間，每座工廠的員工數大約為2500名。關閉工廠之後，將可能有上萬名員工面臨失業危機。



NB代工費用喊漲

恐衝擊品牌大廠獲利

【2008/05/22 今日新聞網】

因應相關零組件和原物料價格飆升，筆記型電腦代工大廠紛紛跟進喊漲，漲幅最高達到10%。目前一線NB品牌大廠，除了戴爾還在爭取之外，包括惠普和宏碁都已經接受這波價格調漲，但也恐會衝擊這些品牌大廠的獲利。

仁寶總經理陳瑞聰曾表示，「基本上我們是盡量地把我們的成本壓低，但是如果說我們的供應商要漲價，那我們為了使得我們給客戶的供應能夠更順暢，我們只好把這個成本轉嫁過來。」為了支付成本，不只仁寶率先喊漲，

包括廣達、緯創、英業達、和碩等也紛紛跟進，每台NB調漲5到20美元，折合台幣大概150到600元，這也是近幾年筆電代工廠面臨毛利率「保四總隊」壓力後首度全面性漲價。

波及一線品牌大廠獲利，目前日系東芝以及聯想、惠普、宏碁都已經點頭接受這波漲風，只剩下戴爾還在考慮評估，不過受到消息面影響，分析師跟著下修NB的第二季出貨成長，從9%微幅調降到8%，只是代工價格喊漲，品牌業者也可能跟進反應售價，消費者這頭買不買帳，後續效應值得觀察。



雅虎擁抱Google

可望帶來8億美元營收

【2008/06/13 今日新聞網】

雅虎12日與Google同意進行網路搜尋廣告合作，讓Google將網路搜尋廣告放置在雅虎網站上，雅虎估計如此可帶來8億美元營收。合作的第一年可望讓現金流增加2.5億美元，達到4.5億美元。

這項合作案還需要經過美國反壟斷主管機關的准許，但是這項合作案並非獨家性，其他業者也能加入，這一點能讓此案比較容易獲得主管機關點頭。雅虎與

Google已經同意將等待3個半月讓主管機關審核此案，另外協議也有「脫逃條款」，也就是如果雅虎找到合適買家賣掉了，要付給Google2.5億的合作終止費。

研究公司Sanford Bernstein分析師林賽說，「Google在策略上戰果豐碩，此舉或許也會一併把微軟排除在網路版圖外。」

Google和雅虎這兩家在網路搜尋市場分佔第一和第二名的公司合作案，已經挑起國會議員關切，國會會「密切審視」這項計劃。

澳門博弈賺翻天 專家看好台灣 商機不容小覷

【2008/05/24 今日新聞網】

澳門博彩產值在超越美國拉斯維加斯之後，亞洲地區的博弈商機成為全球焦點。包含新加坡，日本和台灣在內，不少人都在猜誰能成為澳門第二。根據調查，亞洲地區多半看好日本，但是普遍認為台灣將會是澳門以外，第一個讓博弈合法化的地方，商機不容小覷。

噴泉煙火令人目眩神迷的霓虹燈加上賭桌下注賭客叫囂聲，澳門

財色堆砌的背後，讓澳門政府去年賺飽7成賦稅，看在鄰近亞洲國家眼裡眼紅不在話下，而這種夜夜笙歌，在賭桌拚上三天三夜的場景能夠在台灣上演嗎？

勵展博覽集團總裁陳漢文表示，「假如台灣真的開放博弈彩，然後加入這一行業，台灣可能會是澳門相當強勁的對手。」儘管台灣博弈條款還沒通過，不過45%的專家預測，台灣將是下一個博弈合法化的地方。



全球最慘！

越南通膨指數25%

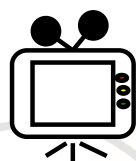
【2008/05/31 財經中心 綜合報導】

全球原物料漲不停，油價在每桶百美元天價持續震盪，這樣的情況在新興市場的感受更為深刻。如果以消費者物價指數（CPI）來看，台灣4%就已經哀哀叫，越南卻高達25%，也逼得信評機構惠譽調降主權評等拖累越南股市，今年以來已經暴跌超過50%。

越南與生俱來的天然資源及低廉的人力成本，讓越南等新興市場成為外資眼中的重點投資區域，不過突如其來的稻米、黃豆等糧

食危機，加上國際油價飆漲所引發的通貨膨脹，卻讓經濟瞬間跌到谷底。雖然專家強調並沒有影響經濟動能的高度成長，但是通膨大幅高出預期，確實給了新興市場股匯表現重重一擊。

另外，有奧運加持的大陸股市也敵不過這波通膨危機，紛紛重挫3成以上。但在政府大力贊助下，房地產、當地豪宅也持續受到外資青睞，如雨後春筍不斷浮現，看來危機何時度過，也攸關著高速成長的經濟，以及股市的再度崛起。



新知分享。

——當月新聞番外篇

整理、撰文/蕭 錦
國立中山大學企業管理學系
碩士班一年級
MBA98

在歷時約六個月的初選後，
2008美國民主黨總統候選人已
確定由伊利諾州的參議員巴拉克·
歐巴馬出線，而與其競爭多時的
強勁對手柯林頓·希拉蕊則隨後於
6月7日宣布中止初選的活動。



歐巴馬在美國政壇能夠快速的崛起，非常引人好奇。國內某媒體人士曾稱歐巴馬「集所有不正確的政治因子於一身」，黑白混血、過於年輕、發跡於混亂的芝加哥政壇，但是「他依賴著強大的熱情與對希望的誠懇，打敗所有對於他身分上的歧見」。

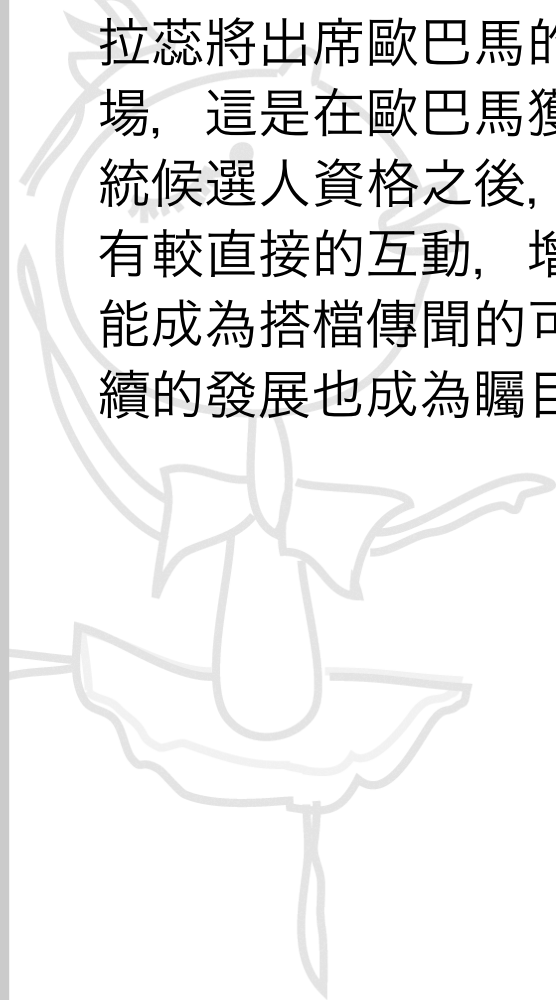
在歐巴馬出線後，各界已經陸續有重量級人士表示支持，前副總統同時也是諾貝爾獎得主高爾已經在底特律為歐巴馬站台，表示他最能解決美國面臨的問題。美國娛樂界常青樹芭芭拉史翠珊表

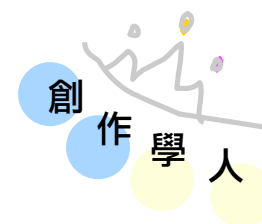
示願意出面助選，好萊塢名人如大導演史蒂芬史匹柏與夢工廠的高層，也將在接下來的募款活動中奔波盡力。

根據益普索IPSOS 在4月15到5月22日進行的全球調查，來自22個國家，2萬2千多位的民眾中，有55%支持歐巴馬，31%支持希拉蕊，共和黨參選人麥肯僅有14%。但在針對美國國民的民調中，麥肯與歐巴馬的支持度差距一直很小，兩者差距一度處在抽樣誤差的範圍內。



而最新的消息指出，6月27日希拉蕊將出席歐巴馬的造勢活動現場，這是在歐巴馬獲得民主黨總統候選人資格之後，兩人第一次有較直接的互動，增添了兩人可能成為搭檔傳聞的可能性，其後續的發展也成為矚目的焦點。■

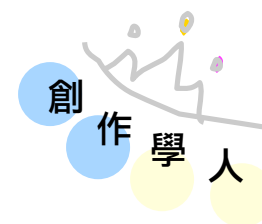




台灣發展 生技產業分析

撰文/吳俊億
國立中山大學企業管理學系
碩士班一年級
MBA98

在兩兆雙星的政策引導下，雖然大力投資與發展生技產業，但至今仍未見具體成果。綜觀我國政府到目前為止所採取的各項生技產業發展政策，學生試圖運用 Micheal Porter 的鑽石理論架構，評估台灣發展生技產業遭遇的主要問題與困難。



Michael Porter 以鑽石理論架構說明各國可以依據其建立其產業，並加以營運。今擬以此鑽石理論評估台灣發展生技產業遭遇的主要問題與困難。

一、以鑽石理論分析台灣生技產業當前遭遇的主要問題與困難

(一)生產因素

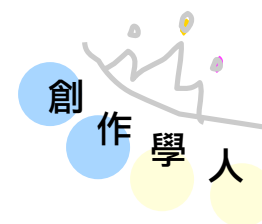
1.生技產業發展人力資源分析

近年來我國大學以上學歷之總研究人員數有明顯上升趨勢，研究人員的「量」方面雖有顯著的成長，但「質」方面則仍須加強。

以碩、博士之高級研究人員佔大學以上研究人員比率來看，國科會調查資料顯示，由民國84年的57.7 %緩慢成長至88年的61.6 %，而近四年之成長幾乎停滯，僅維持略高於60%之比率。

2.研發資金投入比例偏低

由國科會之統計資料來看，2000年全台R&D投資總值的1,900億台幣中（約60 億美元），生物科技僅佔極小的比例。既然官方和民間看好生物科技未來的發展，為何會有此偏差？即使加入政策宣示的一年投資100 億元於生物



科技，也僅是整體R&D總和的5%而已。

儘管國科會規劃在十年內要將科技研發經費由現有佔GDP2.5%提升至3%，期望與先進國家現在之投入比例相當，但是在其他各國亦在如火如荼的增加投入之下，政府在生物科技的預算比例仍為偏低。

（二）需求因素

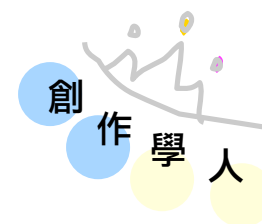
1.醫藥生技需求分析

在生物科技相關產業未來發展趨勢上，主要發展領域可分為「生

技晶片」、「生技藥品」、「抗生素」、「抗微生物藥」以及「微生物製劑」等，但並非每項生物科技產品之需求皆日趨成長。根據經濟部附屬網站「ITIS產業服務網」中公佈之生物科技相關產業做出未來兩年之趨勢預測，在「抗微生物藥」產業部份，其未來年之發展有持續增長之趨勢；「微生物製劑」產業部份，其未來年之發展大致上是緩慢下跌的狀態。

2.研究發展集中於政府推動

檢視目前國內生物科技發展的需



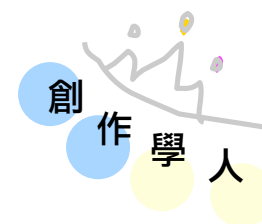
求，大多屬於國科技政策，透過全國性的或專案式的科技相關會議，如：全國科學技術會議、科技顧問會議、科技會報等達成共識後再予以推動實施。在通盤的考量下和其他科技先進國家比起來，我國比較缺乏制度化的前期研究與評估。

國內對生物科技發展上的需求，其「質」與「量」上恐不及美國或歐盟等已開發國家。因此，國內生技產業市場需求面刺激影響對於整體產業快速成長與發展似乎較為薄弱。

（三）相關產業與支援產業

1. 科技研發體系與產業連結度不強

儘管在整體科技研發上有政府政策全力之支持，但台灣目前發展生技醫療產業的弱勢就在於上、中、下游產業仍有待整合、產品量產不足、研究分散未能集中、臨床試驗法令不足、跨國性行銷及人力不足、台灣市場太小、研發經費比例過低，與鄰近韓國、新加坡、中國大陸及日本均為強勁的競爭對手等問題。其中上、中、下游產業之整合工作與實際



之發展問題，應是政府在思考生技產業未來發展走向時，應詳細規劃的重要工作。

2. 生技產業聚落策略政治考量 多於專業考量

發展生技產業之聚落（亦即生技園區），是產業及政府既有之共識，但設立標準與地點的考量，則陷入政治與專業間之兩難。

以美國生技產業的發展，生物科技專區附近都有非常好的醫學研究中心，如舊金山、聖地牙哥、華盛頓、波士頓等地區都存在著很多小的生物科技公司；但台灣

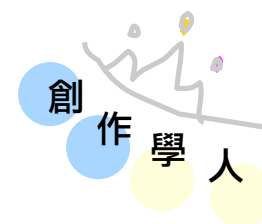
以目前規劃中的屏東、南投、台中、高雄、竹北、竹南、宜蘭、台北等地，再加上已有的竹科及南科園區，台灣未來生技聚落之密集，是各地方政府政治角力的結果？還是基於特殊環境或專業之考量？如此緊密的結果是否形成資源浪費？值得再深入評估。

（四）企業的策略、結構與競爭對手

1. 國外生技產業及競爭對手概述

（1）美國生技產業發展

美國是當今生技產業的強國，生



技醫藥品是其主要產品之一。

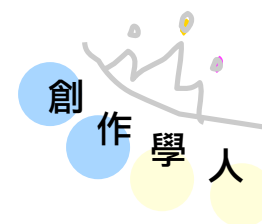
1971 年美國成立了第一家生技醫藥品公司Cetus, 至今已有 1,300 家生技公司, 研發方向均以生技醫藥品為主, 全世界以重組DNA技術生產的藥物大致來自美國。

以Pharmaceutical Research and Manufacturers of America 在2002 年之統計, 與生物科技發展息息相關的製藥產業其在R&D上之投資, 明顯高於其他之產業, 已成為美國境內最具研發導向的產業。以2001年為

例, 光是民間即已投資303 億美元於R&D 上, 相較於2000 年成長了16.6%。在和其他產業比較下, 其在全體產業R&D 總和中即佔了18.7%。在民間之市場競爭環境下, 製藥產業整體之研發經費亦較美國國家衛生部(NIH)之投入來的高, 在民間與政府相繼投入大量研發經費之際, 其基礎研發經費的充足, 成為美國今日生技產業蓬勃發展的契機。

(2) 歐盟生技產業發展

相較於美國幾乎清一色投注在製藥方面, 歐洲在不同的生物技術



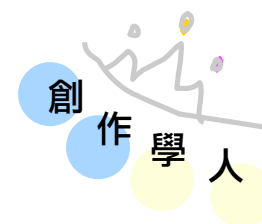
產業領域發展比較均衡。歐洲的生物技術產品具多樣化，除醫療用品之外，基因工程、農業生物技術、環境生物技術等，均有許多的產品及新技術，其產業結構以醫藥及檢驗試劑為主。

根據Ernst & Young 2000年之調查，歐洲地區之生技公司已漸趨成熟穩定，以2000年為例，營業額較去年成長38%，達80億美元；R&D的經費亦增加到48%，達到46億美元；公司數增加16.1%，達到1,570家。此外，策略結盟與新藥的研發已

成為歐洲地區推動生技市場蓬勃發展的二大主因。另一值得注意的是歐洲地區之生技公司長久以來一直以英國為主要發展所在，但德國的生技公司在過去三年內增加150%，在2000年之成長率居歐盟之冠。然而，主要之生技公司仍位於英國，英國的生技公司市值即佔全歐之60%。

2.我國生技企業之策略與結構發展

我國新興的生技產業面臨了國外跨國企業挾龐大資源、資金的研發和生產為後盾，對照於國內其



他高科技產業之蓬勃發展，生技產業面臨了更多生存的挑戰。故不管是屬於傳統的製藥產業，或是新興的生技及應運而生的相關醫療器材業，都面臨了必須正視來自內外挑戰的營運情境。除了尋求政策性輔助外，產業間各廠商的合作與結盟機制，亦成了另外一種發展的模式。

但因為台灣目前發展的生技產業與生物技術先進國家不盡相同，缺乏強而有力的研究資源以為後盾，故也有許多公司是轉移國外技術，進行代工生產或檢測的服

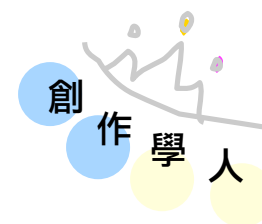
務。

再以國際發展現況而言，在生物科技成為產業全球化主要趨勢的同時，國際間的策略聯盟也同樣大幅成長，企業形成聯盟的主要目的主要即在於增強企業彼此的競爭力，並且導向以創新為主的成長。且目前海外進行的直接投資行為中，已經傾向採取合作，而非全新投資的方式。

（五）政府角色

1.研發資源過於分散

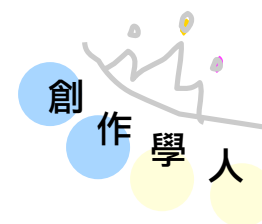
在以「加強生物技術產業推動方



案」所規劃之各項生技研究，散佈於「基因體醫學」、「製藥與生物技術」、「農業生物技術」等國家型計畫，及「中草藥產業發展五年計畫」為主之計畫中，以九十一年第一季為例，即有112項研究計畫進行著，而在生物科技方面人才已屬有限之情況下，此種廣泛的研究資源分工是否適當，有待討論。因此，在發展自我特色之生物技術上，我國此部分研發之策略宜再明確，以爭取發展之利基。

2.政策欠缺延續性

據國家衛生研究院院長吳成文指出，台灣生技產業發展的利基，在於亞洲國家特有疾病的相關研究，我國應整合國內資源，集中火力開發此市場。然而，面對政權更替，導致相關科技發展政策不能延續（以SRB連續召開五年後於九十一年度宣布停開，與其他產業發展策略會議合併即是一例），使得各生技團隊間整合及合作不足，是未來台灣發展的重要障礙。



二、台灣生技產業未來發展建議

根據上述分析，對於台灣生技產業未來發展，學生僅提出自己的看法及建議，其概述如下：

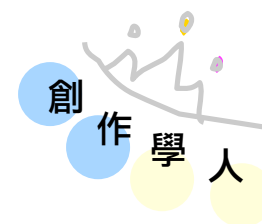
1.政府應確保政策的持續性及積極性

政府支持生技產業發展的政策能否持續是影響我國生技產業發展的一項重要因素，因此政府對於既定發展生技產業的政策不應因為其他政治因素而有所改變，否則在一個不穩定的環境中，對於業界的投資容易產生負面影響。

除此之外，政府提供的資金也應該專注在發展潛力大的生技產品上，而不應多頭馬車，造成資金浪費。

2.培育研發人才，加強從事生物技術的基礎研究

優良的研發人才可以說是整個生技產業發展的命脈，但是目前業界人士普遍認為國內從事生技相關研究的人才不是量不夠多，而是質不夠精。因此建議政府必須審慎思考基礎教育的偏差所出現的研究斷層，否則一但無法繼續有優秀的人力投入生技產業，對



於生技業的發展會是一大隱憂。

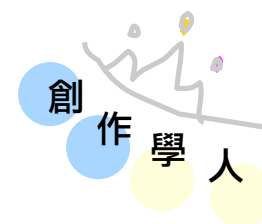
3.加強產、學間的合作以及與其他生技公司的策略聯盟

由於我國生技界對於產、學合作的概念還不是那麼盛行，但是以美國為例，產學界所構成綿密的合作網路是讓美國生技界技術能夠領先各國的因素之一。所以，如何盡速建立一套產學間的合作機制是刻不容緩的事，當然這需要業界跟學界或其他研究機構有一定程度的合作意願及默契，否則很難有明顯的成效。

其次，由於國內生技公司目前均以中小企業為主，單一公司的力量實難與國外大廠相抗衡，因此生技公司間的策略聯盟除了可以發揮綜效的力量，另一方面，結合彼此各自專精的研究領域，或許對於生技產品、技術會有突破性的發展。

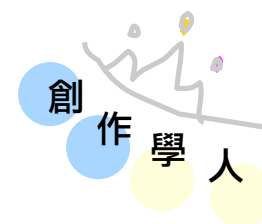
4.國際發展競爭中發展競爭利基

生物科技雖已成為我國重點發展之策略性產業，但問題是，生物科技產業的範疇如此之廣，政府及企業界絕對無法兼顧到所有領域的發展。



隨著生物科技產業分工細密，以及台灣發展現況而言，適合台灣生技產業發展的競爭利基包括委外研究服務(Contract Research Organization, CRO)、代工生產服務(Contract Manufacturing Organization, CMO)等，透過專注於產業鏈中某個連結，創造台灣競爭立基。■

由於本身對生技產業的濃厚興趣（原先亦希望能以此領域作為TIC參賽題目），在抽空與生技相關領域工作的學長討論及分析資料後，對於此次議題僅提出自己的看法，希望能分享給同學，若有分析不足或邏輯錯誤之處，敬請老師同學指教。此外有些資料較舊，但不失其分析佐證之用，還請各位包函。

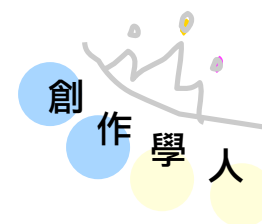


我所看見的未來 演講心得

撰文/張峻嘉
國立中山大學企業管理學系
碩士班一年級
MBA98

當時我看到這一個題目時，就在想是跟「Mind set」那一本書所要談的東西是一樣的嗎，這樣一



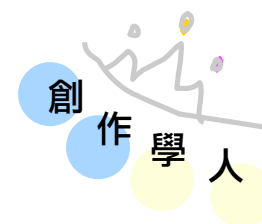


定有不錯的內容（但是好像不同方向），因此就很興奮和班上的同學去聽聽看，好了不多說廢話了開始進入主題吧，但等等的內容會加入本人的觀點，如果有不好的地方請多多包容。

嚴長壽先生在美國運通工作時，發現許多人為了申請簽證而必需在當地的領事館大排長龍，因此他建議政府和美國運通合作，運用團體簽證的方試來解決此問題。全世界因為時間的改變，國際的融合和文化的交流加速的在進行著，反觀我們台灣政府，只

會運用政治上的外交，來讓別人了解台灣，這也就算了，外交的對象都是運用金錢方面來進行，而且都是一些小國，例如：吉里巴斯、吐瓦魯等，雖然能讓它們看到我們，但是這是一種曇花一現的效果而以，雖然說有些先進國家的人民知道台灣，但是大家好像都是圍繞著政治的議題、中台關係等等，有誰知道台灣的文化是什麼呢？

此時嚴長壽先生提出了他對觀光客的分類。



他將觀光客分為三個等級：

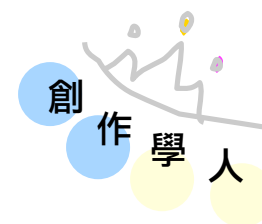
- 一、「走馬看花」
- 二、「深度旅遊」
- 三、「無期無為」；

目前來台灣的國外觀光客都是屬於第一種類型，因為他們多半都是聽說台灣有一個日月潭、阿里山…等風景區，而來吃、看、玩的，而沒有真正了解到台灣的文化方面的精神。

如果台灣想在國際上，讓別人只要說到台灣就能說出一大堆對它本身長久以來孕育而成的文化產

業，例如，雲門、鹽水蜂炮、朱銘的太極雕刻¹……這不是一件非常驕傲的事嗎！為什麼別的國家都很重視它們本身的文化，然而台灣卻沒有呢？就舉一個國外的例子好了。瑞士最有名的除了手錶外，還有一樣東西你們一定想不到，就是它們的銀行體制。為什麼這麼說呢？長期以來，因為被稱做『沈默是金』、為客戶保密的原則，瑞士銀行一直被認為是全球最令人信賴的銀行，世界

【註1】在此我大力推薦一集發現頻道播出的「朱銘的傳奇」。

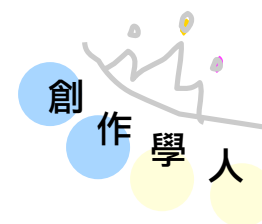


上約有四分之一的個人財富被存放在這裡，各國政要、商界鉅子和演藝明星都因把存款放在瑞士而感到放心，這造就了瑞士聞名於世的金融業，且瑞士銀行被視為白領犯罪、逃稅和洗錢的天堂。在「瑞士品牌」一書中，國家元首被問及「你們難到不怕一些經濟犯、搶錢犯把錢放在你們的銀行，做為洗錢的工具嗎？」瑞士元首說道：「我們國家就是因為瑞士銀行而在國際上具有地位和聲譽的，如果我們把它廢除了，那不表示本國原有的特色就不見了嗎。」由此可見外國是如

此的維護它們國家本身即有的特色和文化，進而讓全世界的人知道它們的存在。

難到台灣就不能像其它國家一樣嗎？不是只顧及短期的利益，運用一些可以被大量複製的活動，例如：童玩節、愛河放煙火等，這只是讓國外的觀光客來到台灣走馬看花，而不是因為對當地的人、事、物有感情，進而愛上台灣。

因此台灣政府在觀光方面，對文化的重視必須多多加強，把台灣當成一個品牌來打造，就如同



WWP集團董事長馬丁．索爾爵士所說：「21世紀的行銷具有新的意義，就是利用所有可能的接觸點，把品牌帶入人們的生活中，而且不能只依賴舊有的行銷方式來執行。」

台灣小至「小商家」大至「政府」，如何為台灣這個品牌，打造出一個國際上的知名的名號？其實只要台灣每一個人對於文化的熱愛，就會進而感染到國外所來參觀的人。

斯里蘭卡的民俗活動

在斯里蘭卡，有著濃厚帶有一點西方傳統的土著傳播方式，有一些方式已被品牌業者使用，尤其是用在佔有斯里蘭卡人口70%的郊區市場內。

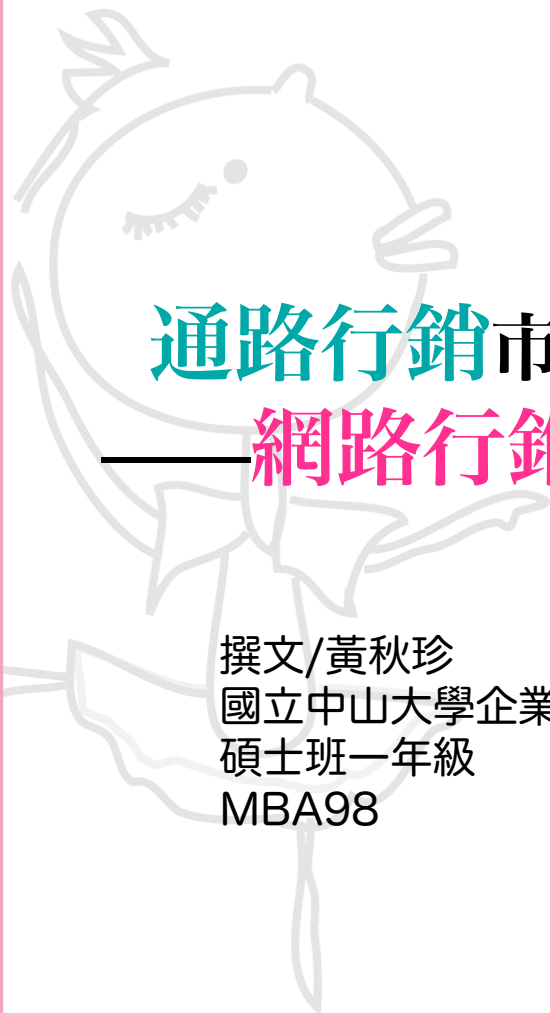
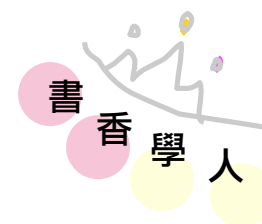
文化藝術遊行——

Perahera是一種結合宗教與文化節目的遊行，包括許多令人眼花撩亂、多采多姿的舞蹈及傳統音樂，熱鬧多樣的鼓樂震天作響。因而一些品牌廠商結合了遊行的表演，成為民族活動的一部分。



由以上的案例想想看，如果國外觀光的旅客看到會怎麼樣？他們對斯里蘭卡留下來的印象會是怎樣？是不是對斯里蘭卡更具有實質的意義呢！反觀台灣，我們為什麼做不到呢？我們也有很多代表不錯文化的人、事、物啊！

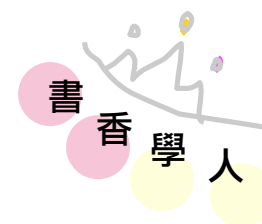
最後，如果想要了解更多國外如何打造國家品牌的個案的話，筆者我極力推薦「前進杜拜」這本書，看看一個第三世界的國家，如何讓全世界的人們都知道他們的存在，而不是只知道它們只有石油而以。



通路行銷市集 ——網路行銷大搜密

撰文/黃秋珍
國立中山大學企業管理學系
碩士班一年級
MBA98

本單元此次要介紹一本刊物給大家，裡面總共涵蓋了三大部分，分別是實體行銷市集、通路行銷市集以及網路行銷市集。本書的最大特色在於把各種行銷手法整合得相當完整，也結合了實務上的作法告訴讀者生活中常見的各類行銷方式與銷售通路，在此僅挑選網路行銷的部分跟大家稍做介紹。



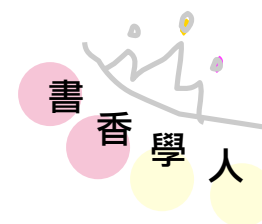
各種網路行銷方式如下：

💡 向搜尋引擎購買關鍵字

網路關鍵字服務就是只要消費者鍵入所要尋找商品的關鍵字眼，頁面就會立刻顯示出相關訊息，提供消費者做為選擇的參考。越來越多商家找上搜尋引擎購買關鍵字服務。每家搜尋引擎的收費制度不盡相同，廠商除了須負擔基本廣告刊登費用外，點閱費用需另外支付。

💡 與入口網站合作

與入口網站結合的案例相當地普遍，由於入口網站的流量很大，廣告能夠被注意的機會也很大，只要一開啟頁面就很容易吸引使用者的目光。入口網站提供的廣告方式有：橫幅廣告、字串搜尋、固定廣告、文字連結、跳出視窗等，而這些廣告方式都有不同的計費方式。另外，比較特別的是，有些入口網站有提供像是協助商家製作廣告的服務，甚至於還幫忙規劃整個參與式品牌行銷過程。



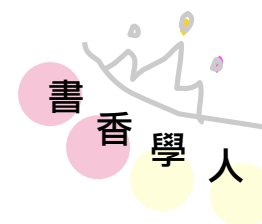
💀 與個人網站合作

大致上是透過網頁連結的交換網站Logo或Banner兩種方式來進行合作，像是這樣的合作型式確實可以較精準的接觸到目標族群，但是也存在著一些限制，所接觸到的市場相對太小，其中還可能會涉及到非法問題，畢竟現在的個人網站太多，必須慎選合作的個人網站才是。

💀 加入型EDM行銷

所謂加入型的EDM行銷，就是指消費者願意接受該網站的訊息，透過寄發電子郵件將訊息傳遞給消費者，而這些消費者名單，通常被視為內部名單，定期的會接收到網站寄送的資訊。

經由加入型EDM所蒐集而來的顧客資料可以協助廠商進一步瞭解分析顧客的需求，做到顧客關係管理的部分，某些顧客還會幫忙把訊息傳送給其他人，透過這種方式，很容易就把想要傳達的訊息散播出去。



💡 退出型EDM行銷

退出型EDM行銷往往透過一些特殊管道，取得一些顧客資料後，大量的把訊息透過發信軟體發送出去，收信者都是在被預設為同意的情況下，接收到訊息，像是垃圾郵件就是利用這種方式散播出去的。值得注意的是，退出型EDM行銷容易使收信者感到厭煩，反而會產生反效果，無法引起收信者的興趣。

💡 異業整合性行銷

整合了傳統平面媒體與各種網路

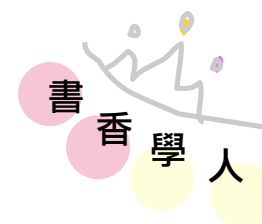
行銷的方式，就稱之為整合式行銷，書中就舉了蜘蛛人電影的例子告訴大家如何運用整合性行銷來做電影宣傳。

* 與即時傳訊軟體合作

與MSN Messenger異業合作，在聯絡人視窗下方嵌入商品或服務宣傳橫幅廣告。

* 連結到官網網站

透過各種廣告連結來到蜘蛛人電影中文官方網站，可藉由網站上的各種活動得到相關的訊息。



* 活動預告片

在活動頁面上放置一小段預告片，同時並鼓勵影迷加入其影迷俱樂部，還可參加首映會入場卷的抽獎。

* 推出線上遊戲

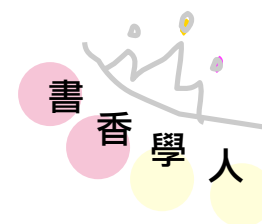
網站上的遊戲可讓瀏覽者在參與遊戲過程中對整體印象更深刻。

* 傳統電視媒體

利用傳統電視媒體播放蜘蛛人的廣告片，讓沒有使用網路習慣的人也可以透過一般的傳播媒體管道看到廣告片。

* 參與式行銷

請消費者在街頭捕捉蜘蛛人的訊息，及讓使用者下載遊戲到手機裡，讓他們投入到整個行銷活動裡。行銷的方式，就稱之為整合式行銷，書中就舉了蜘蛛人電影的例子告訴大家如何運用整合性行銷來做電影宣傳。



💀 個人化網路行銷平台

個人網路行銷平台是一個新興的網路行銷趨勢，像是kijiji網站就是個發展很成功的個人網路行銷平台。Kijiji的核心觀念在於個人行銷，貼近生活化且發揮在地化的特色，對於店家來說，可以準確

的鎖定當地消費者；對消費者來說，更能即時獲得住家附近的消費訊息。

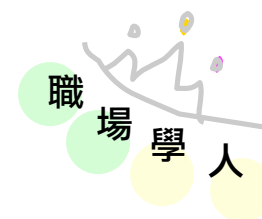
什麼是kijiji?

Kijiji 是屬於區域性的個人線上分類廣告平台，免費且無須註冊，讓所有人都可以針對居住地進行資訊交流，如社區動態、租屋廣告、物品交易、尋人和交友等。

此刊物吸引我購買的原因，在於沒有長篇大論的經驗談或者是枯燥無趣的行銷理論闡述，而掌握簡短且清楚原則把目前最新的實務行銷手法完整的呈現給讀者知道。雖然此刊物是專門為創業者所設計的，但即使是讓一般民眾來翻讀也很適切，可以從中發現原來各種行銷手法以各種形式來刺激消費者行為。當然，行銷本身不只是單向的任由商家來影響消費者，現在透過個人網路平台，消費者也可以反向的替自己發聲，打造專屬個人廣告來獲取利益。



文章整理於 通路行銷市集
數位人編輯部編；
各種網路行銷方式；廖鵬文
數位人資訊股份有限公司 出版



銷售不是只是在賣產品，
真正高的銷售能力是如何把你腦袋裡的觀念銷售給別人信服。

企業訪談報導。

**SUCCESS
RESOURCES**
YOUR LEARNING PARTNERS

受訪者/黃禎祥
成資集團台灣區總經理
採訪小組/薛予柔 周孟璇
蔡維哲 楊嘉倫
國立中山大學企業管理學系
碩士班一年級
MBA98

新加坡成資集團，為東南亞相當大型的專業國際會議主辦集團及新智網的母公司。具有十多年的歷史，專門從事於世界各個領域行業第一名的老師和第一名的專家課程的策劃、舉辦以及全球最大的電子學習雜誌。



對於創業的想法

「一間公司的成立，所有流程都需要花費、支出，唯一的收入就是銷售獲利。對一般企業來說，維持收入是最基本的要求，而什麼是你一定要具備的能力？那就是銷售。」黃老師回到台灣後，在沒有什麼資本的支撐下，希望能夠以最短期的時間證明自己的能力，並以自己最擅長的方式，站在舞台上教學，吸引觀眾的注意力，有了這個出發點，黃老師便四處尋找合作夥伴，開始了以演講為核心的創業活動。

有些能力不是天生的，而是要靠自己不斷的琢磨

談到演說技巧，黃老師說：「其實我也是靠訓練來的！」我們都曾經在 TIC100冬令營中領教過老師的演說方式與跟成員相處的模式，他總是能夠帶給身邊的人信心與活力。會接觸演說事業，也是在黃老師一度事業低潮後，發現了世界級的演說家如何運用自己的智慧與演說技巧，獲得可觀的收入，於是他不斷的找尋可以教導自己一身好本領的“教練”。



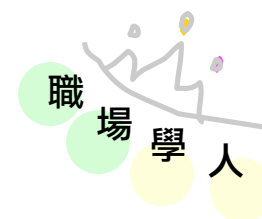
「也許很多人對於傳直銷事業並不陌生，但也不怎麼有好感」黃老師戲稱：「因為他們眼裡，這些事業就像一群老鼠在開會！但當我到了美國看到這些所謂傳直銷的企業，並不如一般我們所想像的，反而是讓人覺得非常有sense的企業體，而他們共同所擁有的，就是演說的能力。」當時的黃老師認為，要能夠在短期獲得收入的方式，唯一的翻身機會，就是透過演講，於是他接觸了在新加坡的傳直銷事業，並且開始學會如何經營組織、帶領團隊、開始懂得管理、了解一個公

司的財務結構與問題。「一般人可能只會在傳直銷事業中學習銷售，但是我卻很認真的學習傳直銷公司的組織架構與經營管理」

銷售不是只是在賣產品，真正高的銷售能力是如何把你腦袋裡的觀念銷售給別人信服

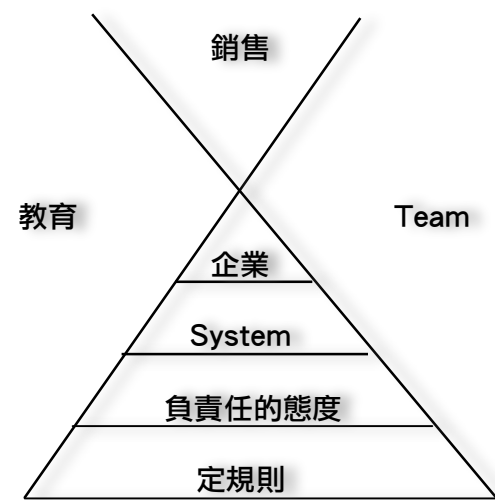
黃老師將創業分成五個過程

1. 無到存在
2. 融和、啟動期
(員工人數增加，發展不穩定因而產生了混亂)
3. 穩定
4. 富足
5. 主導力



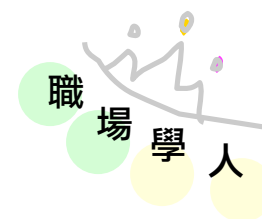
目前成資集團是屬於由穩定朝向富足的階段，在市場上有穩定的客源，以及口碑。台灣區的組織從原先三人增加為十二人，內部的溝通也從原本的水平式組織，從親力親為，轉變為授權讓員工自由發揮，組織有垂直發展的趨勢。

黃老師深刻體認到企業最大的成本是沒有被訓練的員工，而一個人最大的成本是沒有被訓練的腦袋。



▲ 黃老師所描述的企业經營的架構

「我們不是傳統的企業，所以不會很制式的聽從上級的指示就埋頭苦幹，在創業初期，我們就和員工互相協調訂好信條、規定，一切遵守遊戲規則。我們想要提升華人的知識經濟、想要以最快



的方式發揮最大的效益，所以我們就不能再遵循從前的方式。」

他們嘗試丟很多震撼彈去引導外界與自己思考，並重新反思企業的價值在哪裡？可以提供顧客什麼服務？定位在哪？也因為明確的定位和清楚自己的角色，在傳承和分享經驗和企業心思想，更能吸引到有同樣價值觀和想法的同好。

誰是對的人

不管什麼產業都希望找尋到有熱情和積極參與的人加入，每個企業都用創意的方式招募自己想要的員工，黃老師如何發掘有潛力的年輕人呢？

第一、從眼神即可看出企圖心，

第二、詢問有什麼非加入我們企業不可的五十個原因。

這問題的背後，可以測量你的創意表達還有積極度，有些人寫五十個不夠，她會願意多寫幾個，抑或是她的答案讓你印象深刻。



但短暫的接觸，難以看出一個人真正的能力，故仍要從日常生活中的小細節判斷，若這人連小地方都不用心，很難在大地方有成就。

就如何行銷自己，黃老師談及一個例子，說明一個大公司徵才，千萬封履歷中你要如何脫穎而出？

第一天主試者收到一支沒有任何標記的雪茄，他感到疑惑；

第二天他又收到了一支雪茄，上面寫著：It's a girl.

第三天相同的又在同一個時間收

到了第三支雪茄，寫到：

Her name is _____. 留了一個空格，這是否引起你的好奇心了呢？這個人到底是誰？為什麼要寄給我雪茄？他到底目的是什麼？此時他已經成功吸引主管的注意了。

第四天，雪茄只寫著：

Her name is Cathy. 想當然爾他成功的獲取這份工作。

所以我們不難想像，要在這個時代脫穎而出，除了積極、還要有創意，再者，就是你個人的能力了。



想想什麼是你要的

如果你知道你的人生即將改變，那麼你將會變得不一樣！說起來很懸，當你願意相信，很多事情會照著你強烈的心智去發展的。

「其實一開始只是單純的不想要再面對所處的困境了」黃老師說到，當然一開始會有所疑慮，但是想想，其實轉換想法對自己也沒什麼壞事，即使只是幻想，開開心心也好。

面對35歲時失敗的自己，黃老師跳脫困頓心矛的方式，就是這麼神奇的方式。那時受人之託去

一趟舊金山，聽了傳銷的演講，演講者是一位退休的公務員，最讓黃老師感興趣的事情，如何從一位領固定薪水的公務人員轉變成月入美金兩百萬的企管名師，他的薪水可抵上黃老師所有的負債，更因此打開了他對生命另外一種想法：不願再跟過去一樣。他選擇轉移自己的焦點，剪貼舊書上美麗的風景，幻想著自己的成功情境和優閒的遊山玩水，漸漸的開拓自己的心境與紓解自己的情緒。

「當你想逃避時，就已經算是處

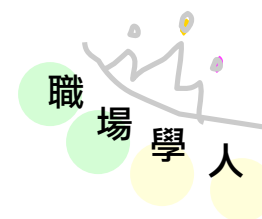


於高溫高壓的情境了」有些人會產生相當負面的情緒：抱怨、責罵別人、痛哭失聲、暴力相向，但最終讓他跳出思考的框框，仍是運用信仰去愛，去正面思考、幫助其他人，黃老師辦公桌後面放著兩本書，聖經和介紹孟加拉窮人銀行老闆尤努斯的書（註：經濟學者，創辦鄉村銀行，提供微額信貸給女性，協助窮人改善生活品質），每當心情沮喪想要放棄時，想起比自己更偉大的人物，想想自己的渺小，痛就不再那麼痛了。「當砂子要鍛鍊成玻璃時，必須經過高溫高壓，若在

最高溫高壓的狀況下怕物質禁不起熱度，而停止鑄造，此時砂還是砂，但若一旦走過艱困，就會轉變成矽晶片，而為人所用」這也驗證雷諾瓦所說的：痛苦會過去，美會留下來。沒經過大風大浪，怎能展現出人的激勵與耐力。

給年輕學子的建議

黃老師並不認為七年級生都是草莓族，他反而勉勵年輕人應該做對的選擇，並勇於負責，若有機會讓他重我們這個年紀，他最想要在努力充實腦袋的知識，更提



醒未來準MAB的我們：你準備變成一個怎麼樣的人？你就要朝那個方向，去做些什麼事情。如果你想要因為創造新企業而被世人所記住，可以去看看王永慶、郭台銘、施振榮的傳記，並反思若你有相同的遭遇，該如何去面對和解套。

對於人脈的累積，黃老師則不同於一般人都由自身角度出發：他可以給我什麼樣的好處，而是去想：我有什麼樣的價值可以幫助他？這念頭打破了很多講師或報章雜誌上對於人脈的解讀，反而

用幫助他人的信念出發，去建立互惠互相幫忙的關係。

我們在黃老師的身上看見了一個偉大的企業家擁有的三項特質：對未來充滿願景，對知識的好學不倦，以及建全的人格。這讓我們雖然尚未進入職場工作，卻已經明白了解，不僅企業要選對人上車，我們更應該清楚明白，如何選對老闆，才能快速累積實力成長。



※ 後記

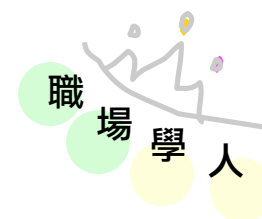
身為一個台北人，這是我第二次來到民生社區，很難想像在樹木及大樓林立的鋼鐵叢林中，有著這麼一位特別的經理人——黃禎祥老師。

老實說，第一次要來採訪這位經理人時，當然要對這家公司稍微了解一下才行，於是上了google打上「成資集團」，連上網頁，那一瞬間，我的腦袋出現了「老鼠會」三個字，哈哈，不過在採訪的一開始，老師也是說很多人對他們企業的印象就是如此，

但在採訪過後，讓我對於這家企業大大的改觀……

我們都知道，「創業」不是件說做就可以做的事，何況在這知識爆炸的時代，知識唾手可得，要銷售「實體產品」是件難事，銷售「知識」……可能嗎？有人可能會說，不就是嘴炮嗎，可是認真去想想，要想辦法用你的口才去說服、教導……並且讓人可以信服，似乎很難做到。

而黃老師則提到，重點在於「銷售」，透過定位，找出企業在市場中的優勢，給予顧客不同的服



務，能做到這樣，創業就算是有了「好的開始」，因為企業經營管理，需要靠「人」，這也是我們這次採訪的重點，透過一位成功的經理人/企業家的經驗分享，了解他們是如何成功領導他們的員工，以這種知識分享的方式，不只對於未來將步入職場的同學有幫助，相信對於正在職場工作的學長姐，也會有很大的助益。

管理vs.管理 如何管理他人vs.如何管理自己

管理他人必須從選人用人開始，現在社會，在選用員工時，第一個看的是學歷，不可否認，這是我們對於一個人的專業能力好壞所可以用來評定的一項指標，但有的人學歷不好並非能力差，而是環境因素，所以在選用一個人時，了解他是否對於工作有強大的企圖心、是否存在熱忱，就變成了另一個重點。這是也是我們以後出社會被眾多企業甄選時，所要注意的事。「表現自己的熱

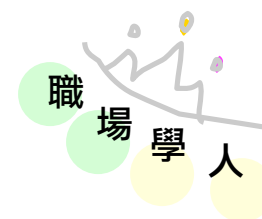


情，告訴他們，我有許多你們非選我不可的理由」，積極度的高低，決定與對手間的差異程度。

現在這個時期，同學們面臨未來一年後，將踏入職場的階段，是該想想以後工作面臨面試時，你要給企業什麼錄用你的理由，「國立大學MBA」或許是我們一開始的利器，但特殊的人格特質、專長，才是進入一個好企業的必要條件吧！

「一碰就爛的草莓」，是社會大眾給我們七年級生的代名詞，或許是因為把負面情緒表現的太滿

了，所謂負面情緒不只包括「逃避」，「抱怨」也是其中一種，現在你可以想想，你常常在抱怨某些人或某些事嗎…要小心啦！別變成別人口中的「草莓族」。其實黃老師並不認為七年級生都是草莓族，他反而勉勵年輕人應該做對的選擇，並勇於負責，思考如何面對問題和解套，一次又一次的問題解決，就是經驗的累積，或許我們不是有那麼多機會可以解決問題，那便可以從名人傳記中學習。（第一次覺得，原來小時候看名人傳記也是有用的阿！）

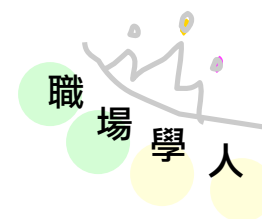


根據領導學之父華倫·班尼斯 (Warren Bennis) 綜觀古今中外各行各業的例子，他認為領導者主要包含以下三個特質：「願景」、「熱情」與「健全的人格」，而從訪談中，了解黃老師對於知識分享的願景、熱情的表現及年輕經商失敗到現在事業有成的心態、人格轉變；看到一位成功的領導者，並近距離的與我們對談，這次的經驗的確讓我們受益良多，所以我們也要把聽到看到的，分享給大家，讓彼此皆能學習、成長、茁狀！

----- 蔡維哲

首先謝謝阿瘦及聯絡人予柔花了時間讓我們做了這次的訪談，我們幾個人提出了數個問題，竟勞煩阿瘦花了近70分鐘來回答，天啊！將近一部連續劇的時間耶！真佩服阿瘦的細心及不厭其煩的教學態度，我想我們真是太幸福了。

我跟阿瘦在TIC100 冬令營時就已經見過面，當時他是我們這組的業師，對我們很親切也給了我們很多的建議。並在會後邀請我們去參加他的教育訓練，在阿瘦的主持下，我們才深深了解他是

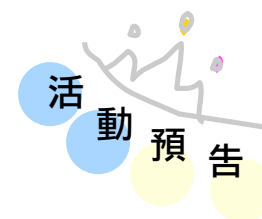


一位非常誠懇而且又非常有熱情的人。對於阿瘦我真的打從心裡佩服他，就像前面內文所講的，他從身無分文到一位人見人愛的總經理，其中的關鍵就在於他的相信。我覺得這也是我們最欠缺的，我們常常被很多外務以及課業所模糊目標，以至於對於很多事都失去了熱誠，更別談相信未來並馬上動手去做。

這次訪談之後，對自己的期許除了更加相信自己的能力與未來，最重要的就是要好好訓練自己的腦袋，因為這顆腦袋將是我未來

最大的本錢。多看看一些成功的人士，很高興有機會參加這次的訪談，對於我們來說這將是一個永生難忘的經驗！

----- 楊嘉倫



活動預告。

“輕鬆學英語” 電影討論班

大家一起來看英文電影！
中/英文字幕，看完電影後一起用
英文討論劇情、一些角色鏡頭、
劇本或任何發人省思的議題，盡
量用英文，偶爾也可以用一下中
文。

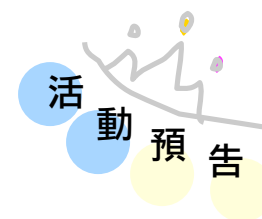
Where：管院1030

When：每周五 14:00 ~ 17:00

What：看電影，用英文討論劇情

Who：大家都歡迎...

Why：英文很重要，一起輕鬆
進步，戰勝多益/托福/
LPI/GRE!!



我們主要的目標：

1. 學習英文單字、片語和聽力
2. 語言表達技巧和音調起伏
3. 中西文化衝擊和價值觀差異
4. 開口說英文，用英文發表您寶貴的想法

大家別擔心，給你 5 大保證 !!!!

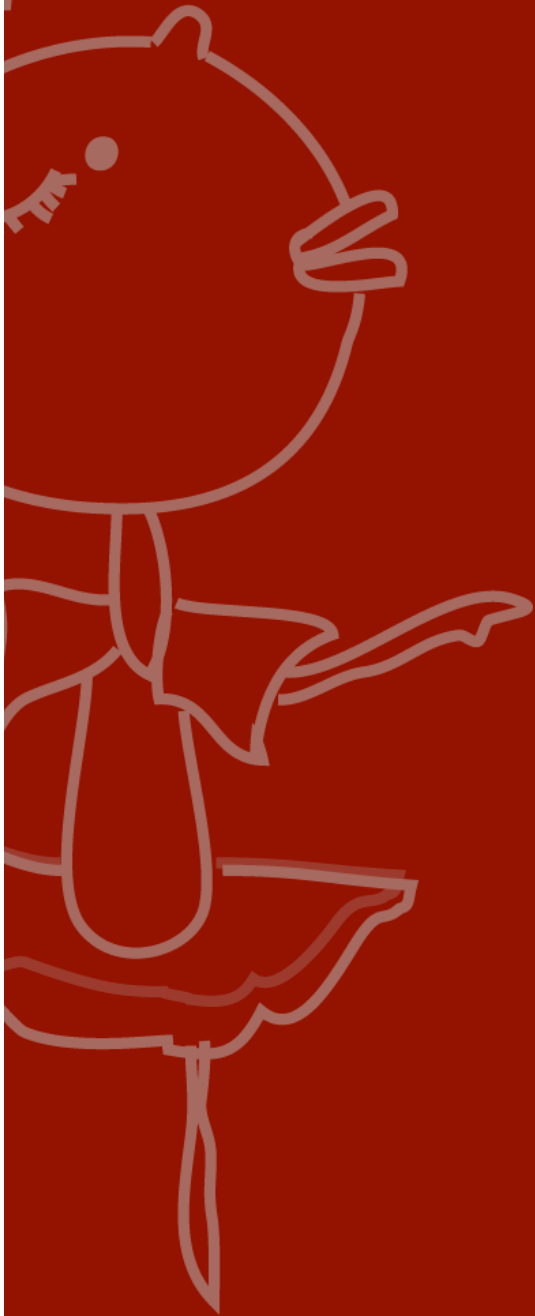
1. 有英文教學經驗
2. 有詳盡的單字、片語、人物、劇情分析
3. 有耐心、有愛心、請放心、保證教你教到會
4. 沒有作業、沒有考試、沒有點名、沒有人笑你
5. 沒有(盡量)色情、暴力、血腥、恐怖等鏡頭

報名熱線：0986-146-158 Eric

報名e-mail：wei_eric@hotmail.com

隨著知識翩然起舞

西灣學人



徵稿

對於時事補給的新聞新知、見解獨到的知識創造、雋永不朽的書籍分享、俯拾即是的生活經驗，您有著滿腹經綸無法宣洩的困擾嗎？
不論您來自何方，西灣學人都歡迎您的投稿，
稿件請附上姓名、學校、系級。

seawoun@gmail.com

對於西灣學人的任何問題與建議，
都歡迎您不吝指教

閱讀。舞道

總編輯 薛予柔

文編組 蔡維哲・蕭 錦

活動執行 吳盈瑩・蔡承穎・卓政耀・羊正鈺・陳宜君・李心渝・
郭佩茵・林珮莉・林曉君・盧玠璉・柯丁甫・蔡薇欣・
朱永正・張焜郁・張峻嘉・郭瀚文

網站管理 高國書・宋羚芝

西灣學人

社 長 董佳達

副社長 吳俊億

發行所 國立中山大學企業管理學系碩士班

