

商業廣場

BUSINESS PLAZA

26
2005.10

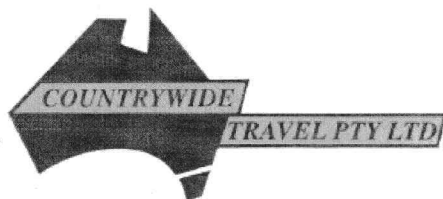


Melbourne Taiwanese Chamber of Commerce

墨爾本臺灣商會

<http://www.mtcc.com.au>

國
際



國際旅行社

地址: 343 Victoria St. Abbotsford, Victoria 3067 Australia

電話: (03) 9428 - 0461 傳真: (03) 9427 - 0802

Emergency number: 0413-121212 RHONDA

E-mail: sales@countrywidetravel.com.au

網址: www.countrywidetravel.com.au



本旅行社代辦：

國內外特價機票，旅遊套裝行程，各國簽證，旅遊保險等等

本旅行社特色：

華籍旅遊顧問，為閣下做免費旅遊諮詢，“說台語嘛也通喔！”

認真親切，經驗豐富，服務周到

感謝臺灣鄉親及各界人士過去十餘年來的支持，鼓勵及愛護，您的滿意是我們努力的目標，懇請大家舊雨新知，繼續惠顧！有您的鼓勵與支持，我們必齊心努力共創美好的成果！

服務時間：

星期一至星期五 9：00 AM ~ 5：30 PM

星期六 9：30 AM ~ 12：30 noon



目 錄

會長的話.....	2
鮭魚返鄉專案—海外僑商創業輔導貸款計畫.....	3
台灣經濟簡訊.....	4
大洋洲台灣商會聯合總會開會快訊.....	5
全球奈米科技趨勢與台灣奈米科技發展現況.....	6
台灣投資環境風險評估報告.....	9
苦日子 還要撐多久？.....	10
力用印度，台灣軟硬大整合.....	13
美國亂花錢，全球忙存錢.....	14
「海外華商國際貿易研習班」開始受理報名.....	15
新殺手級應用，不懂就落伍！.....	16
精準行銷 抓住你的消費者！.....	19
「輕型創業潮」來襲！.....	22
沒有錢的公司更容易成功.....	25
3 個轉捩點成就 1 個總裁！.....	26
社交網站 輕鬆網住人脈.....	29
膽識是在學習中變得強悍與耐操.....	31
十九種不良生活習慣.....	33
搶救你的記憶力.....	35
墨爾本台灣商會入會申請書.....	36



墨爾本台灣商會商業廣場

1999 年 3 月創刊 2005 年 10 月出刊

創刊人／戴榮良

發行人／李易峰 I-Feng Lee 0410 218 428

總編輯／胡惠娟 Maggie Hu 0403 903 913

會員服務／member@mtcc.com.au

廣告服務／maggie@mtcc.com.au

網站／www.mtcc.com.au

發行所／墨爾本台灣商會

Melbourne Taiwanese Chamber of Commerce

信箱／PO BOX 1350, Box Hill, VIC 3128

印刷／Innolink International Pty Ltd

Tel: (02) 9212 1855 Fax: (02) 9280 2555

會長的話

親愛的會員/鄉親您好

首先，感謝各位會員先進的支持，過去半年來在台灣商會前輩、理/監事大家的努力下舉辦了多項成功的活動。6 月份配合僑委會烘焙講師巡迴講習舉辦了初級及專業烘焙研習班，感謝台灣鄉親熱烈參與，尤其是李菁菁講師的精湛的烘焙手藝更搏得鄉親們的讚賞。

7 月份商會協助雪梨台北貿易中心在墨爾本舉辦了台灣貿易展。9 月份與澳州貿易委員會（台北辦事處）共同舉辦了 Austrade 對澳洲出口企業輔助計劃的企業經營講座，會中澳洲貿易委員會的主管人員對澳洲貿委會積極協助出口企業有一系列的協助及補助的作法做了詳盡的介紹，如果會員朋友錯過了此次講座歡迎與本會連繫，我們可以提供部份書面的資料及連繫方式。

9 月份是個忙碌月份，由本會舉辦至今已第十五屆的中秋美食展，也是墨爾本地區最主要的多元文化活動之一，商會藉此活動增加與當地政府的互動，表達台灣社團積極參與本地活動，突顯台灣社團與當地政府交流進而達到促進國民外交的目標。本年度活動因場地有整修工程，計有 48 個攤位。上午因雨雖然稍有遜色，不過中午天氣放晴後所匯集的人氣使活動盛況不減，外加舞台上各項表演及與眾同樂的遊戲和好吃的各地美食更讓參與的群眾興奮不已。此次活動蒞臨的嘉賓除了駐墨爾本文化辦事處的程處長及僑務邱秘書外，更有多位維省州議員及白馬市市長及多位市議員和僑界領袖出席來參與此次活動更讓活動增色許多。

目前墨爾本台灣商會在商會交流小組組長—林見松監事及小組成員陳建新監事、姜偉家前會長的推動下，於今年正式加入世界台灣商會及大洋洲台灣商會，並參與世界台灣商會總會 9 月下旬於台北舉辦的第十一屆的會員大會，選出第十二屆的世界台灣商會會長。在此向各位會員報告第十二屆總會在各地台商會會員的支持下，由代表大洋洲台商總會的黃正東先生當選（布里斯本台商會榮譽會長），這是第一次由大洋洲所推出的世界台灣商會總會長，令與身為大洋洲台灣商會一員的我們與有榮焉。

另外在此先向各位會員朋友預告一下大洋洲台灣商會第二次理監事會即將於 2006 年 2 月 11 日—13 日在雪梨召開，大洋洲台灣商會黃正勝總會長特別來函邀請墨爾本台商朋友蒞臨參加。大洋洲台灣商會聯合總會是六大洲總會裏最年輕的商會，今年才第 8 屆。大洋洲共有 5 個會員體，包括紐西蘭的奧克蘭及基督城，澳洲的雪梨、墨爾本及布里斯本，今年預計邀請西澳加入大洋洲總會。另外世界台灣商會總會也將於 2006 年 3 月份在布里斯本舉行第十二屆第二次會議，歡迎有興趣參與大洋洲及世界台灣商會活動和各地台商朋友聯誼的會員朋友，與商會交流小組組長—林見松監事連繫。

最後再一次謝謝大家的支持，如果有任何寶貴的建議也歡迎大家不吝提出，我與副會長白植豪（Tony）及所有理監事願意盡最大的努力一起來為大家服務，希望未來能在大家繼續支持下使台灣商會更加茁壯。

會長 李易峰

鮭魚返鄉專案—海外僑商創業輔導貸款計畫

一、前言：

僑務委員會（以下簡稱本會）為鼓勵僑商返國創業，促進國內經濟發展，增進國內就業機會，對於回國投資創業之僑商在財務上協助取得低利融資，並透過政府相關單位運用現有輔導機制在營運上予以輔導，以達成創業目的。

二、輔導對象及投資產業類別：

海外僑商擬回國投資，符合下列條件者：

- (一) 持有本會核發之「華僑身分證明書」，或持有加蓋「僑居身分加簽」戳記之有效中華民國護照。
- (二) 不分行業依法登記之事業組織。

三、創業前輔導：

- (一) 可接受本會或本會委託經濟部等政府機關創業訓練。
- (二) 可由本會請專家學者就創業人之創業計畫提出徵詢意見。

四、創業中融資輔導：

- (一) 融資貸款區分為無擔保貸款及擔保貸款二種：
 1. 無擔保貸款期限最長 6 年，貸款貸出後 12 個月內按月繳納利息，自第 13 個月起分 60 個月平均攤還本息。
 2. 擔保貸款期限最長 10 年，貸款貸出後 12 個月內按月繳納利息，自第 13 個月起分 108 個月平均攤還本息。但所提供之擔保品耐用年限未達 10 年者，得以其實際耐用年限作為擔保貸款期限。
- (二) 貸款金額：創業貸款每人最高貸款金額為新台幣 400 萬元；其中無擔保貸款每人最高以新台幣 100 萬元為上限。同一事業體貸款總額最高為新台幣

幣 1,200 萬元；其中無擔保貸款金額，最高以新台幣 300 萬元為上限。

- (三) 貸款利率：按中華郵政股份有限公司 2 年期定期儲蓄存款機動利率加年息 1.45% 計息，移送財團法人華僑貸款信用保證基金保證者應按規定計收保證手續費。
- (四) 貸款用途：購置房屋、營業場所、機器設備等資本財不得低於五成，餘可作為營運資金。
- (五) 貸款申請人自有資金比率不得低於 50%，且申貸金額不得超過登記資本額。但所創事業無需辦理登記者，不得超過自籌資金。
- (六) 申請擔保貸款者，應提供十足擔保品；申請無擔保貸款者，除依承辦銀行徵授信規定辦理外，借款人應提出貸款申請計畫，透過承辦銀行向財團法人華僑貸款信用保證基金申請貸款信用保證，最高以貸款金額 80% 為限。
- (七) 借款人應切結在借款期間內，當專注經營本業。
- (八) 借款人應依照所報創業計畫辦理，一經發現所貸資金移作他用，承辦銀行即按中華郵政股份有限公司 2 年期定期儲蓄存款機動利率加年息 7% 向借款人追溯補繳利息，並收回全部貸款本息。

五、創業後輔導：

可經由本會、經濟部等機關透過各項體系予以輔導。

至於其他貸款金額、貸款利率、貸款用途或承貸銀行等細節詳情，請逕與墨爾本台北經濟文化辦事處聯繫（03-9650-9833）。

台灣經濟簡訊

根據美國布朗大學公共政策中心 (Brown University Taubman Center for Public Policy) 公佈的最新 2005 年「全球 e 政府」(Global e-government) 調查報告顯示，台灣政府電子化程度在全球 198 個國家中位居第一，其次為新加坡、美國及香港。

這項研究由布朗大學威斯特教授 (Darrell M. West) 主持，自 2001 年開始進行，並逐年公布研究結果。今年共調查全球 1,797 個政府網站，評比標準包括：電子化服務、聯絡相關服務範圍、公開資訊程度與提供電子資料庫情形等。

依據調查報告總評中指出，我國之所以能夠排名首位，是因我國政府相關網站中使用導覽清晰簡易，瀏覽者可以輕鬆使用，而我國民眾也能夠藉由網站連結獲得更多資訊；此外，我國政府機關網站大多具備中、英雙語版本。

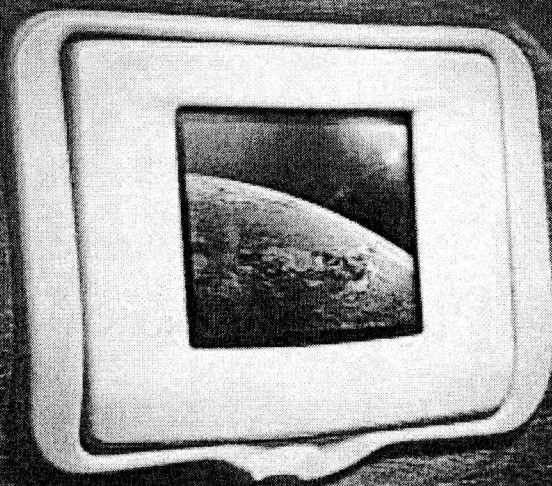
同時報告中指出，我國政府機關網站大多具備遞送最新資訊與新聞郵件，部分網站還提供「個人數位助理」(PDA) 鍵結。我國政府還有一個稱為「我的 e 化政府」的網站，提供連結所有政府機關網站，另外，我國政府網站對於殘障同胞也提供服務。可見網站設計時是依照民眾需求而設計，以方便使用為依歸。查詢相關資訊請至 www.insidepolitics.org/egovt05int.pdf 及 www.insidepolitics.org/egovt05intPressRelease.pdf

排名	國家	得分	排名	國家	得分
1 (1)	台灣	57.2	6 (4)	加拿大	43.3
2 (2)	新加坡	54.5	7 (9)	德國	35.3
3 (3)	美國	50.5	8 (7)	澳洲	35.1
4 (11)	香港	46.2	9 (34)	愛爾蘭	34.6
5 (6)	中國	44.3	10 (86)	梵蒂岡	34.5

資料來源：美國布朗大學公共政策中心 (Brown University Taubman Center for Public Policy)，2005 年 9 月

*註：括號()中為 2004 年排名

Our new A330s to Hong Kong



On board our new A330-300 aircraft to Hong Kong* you'll find individual screens in each channel. You'll also enjoy the quietest cabin in the sky, with more interior space and

*QF127/128 Sydney to Hong Kong are operated by B747-400 aircraft. A330-300 aircraft are being progressively introduced on other selected Asian routes. Aircraft are

大洋洲台灣商會聯合總會開會快訊

大洋洲台灣商會聯合總會第八屆第二次理監事會開會預計在 2006 年 2 月 11 日－13 日在雪梨召開，大洋洲台灣商會總會長 黃正勝，誠摯邀請大家蒞臨，歡迎有興趣與其他城市的台商朋友交流的會員朋友擁躍參加，敬請向林見松監事報名參加。

大洋洲台灣商會聯合總會是六大洲總會裏最年輕的商會，今年才第八屆。目前大洋洲有五個會員體，紐西蘭－奧克蘭及基督城，澳洲－布里斯本、雪梨及墨爾本，今年預計邀請西澳加入大洋洲總會，也在努力邀請斐濟及所羅門群島加入。

世界台灣商會聯合總會簡介

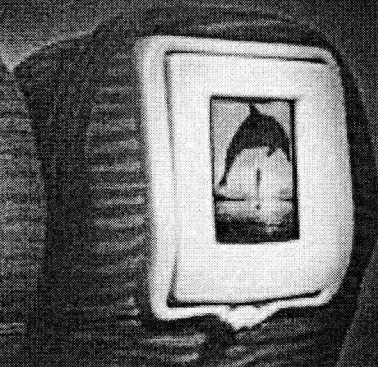
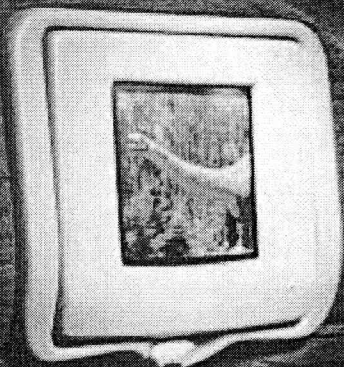
世界台灣商會聯合總會（WTCC）成立於一九九四年九月，它是全球各洲「台灣商會聯合總會」的上層組織，其性質純為促進彼此的商業資訊交流。

WTCC 以北美、亞、歐、非、中南美、大洋等六個洲的現有台商總會為組成單元。各單元之下，有分佈於四十餘國的近百個城市之地方商會，所有地方商會現有成員約兩萬餘人。

WTCC 的設立，是世界各地的台商鑒於國際政治冷戰結束，經濟壁壘消除，全球貿易快速發展且多變，經營方式應予革新，乃先在世界各地推動成立台灣商會，進而組成各洲以至世界性的聯合總會，希望藉定期開會、聯誼等活動，使大家相互認識，交換商情及經驗，進而創造商機，活絡全球供需，達到互利共榮，提高台商國際地位。

WTCC 具有開放、包容、服務、互助等特性，只要是來自台灣，或與台灣有經貿往來的華僑都歡迎加入。本會的願望是整合星散的力量，經由互聯網路組成一個經營整體，達到多角貿易及投資的不斷實現與擴大，促進全球更為繁榮。

g have views from every seat



n every seat, so you can personalise your view with over 30 audio and video
the award-winning Skybed in Business. That's the spirit. The Spirit of Australia.

qantas.com



全球奈米科技趨勢與台灣奈米科技發展現況

一、奈米科技產業

奈米科技，是未來科技研發與產業發展最大的驅動力，將使研發工作有所突破，對人類生活的影響是全面的，未來奈米科技所產生的新材料、所衍生出的新特性、對量測技術的影響等等，將遍及儲能、光電、電腦、記錄媒體、機械工具、醫學醫藥、基因工程、環境資源、化學工業等產業。當前全球奈米科技投資，有將近三分一的研發活動在美國，雖然美國以外地區的奈米研發計畫深度不如美國，但最終的目的都是為了提升產業競爭力，開拓產品市場，強化國家經濟發展，因此，將奈米科技的特性，轉成實際應用進而產生經濟效益，是當前許多國家重視開發奈米技術的主要因素。

二、全球奈米科技發展概況

奈米科技對外來將帶來巨大的影響力，各國都全力投入該科技之研發工作，依相關統計顯示（表），2004 年奈米之研發，各國政府（僅指中央政府）投入的經費是 1997 年的 8 倍之多，美國於 2004 年的研發預算總共 1,270 億美元中，投入奈米科技研發有 9.6 億美元，投資金額雖不大，但較 2001 年已成長 107%，美國各州

每年投入奈米科技的研發資金，大約會有 2 至 3 億美元左右。日本與歐盟已做出奈米科技的投資規劃，將投入 2.4 至 3 百萬美元來發展奈米技術的新製程。

根據 Lux Research 之估計，2004 年全球奈米科技之投資（包括政府、私人企業、大學和其他來源）為 86 億美元，其中政府投資（包括地方政府）為 46 億美元，美國和亞洲各為 16 億美元（占 35%），歐洲則為 13 億美元（28%）；私人企業投資則為 38 億美元，其中，大部分來自美國企業有 17 億美元（46%），亞洲次之，有 14 億美元（36%），歐洲則為 6.5 億美元（17%）。Lux Research 進一步預測 2005 年私人企業投資將超過政府投資，主要將從對奈米科技的基礎研究轉入應用開發。

就投資的額度來看，以美國與日本投入奈米研發最為積極，佔全球 50% 以上，而日本投資已超越美國。就全球投資趨勢而言，自 1997 至 2002 年，全球奈米投資已增加了 4 倍，美國、日本及歐盟以外地區的投資金額更增加了 6 倍，凸顯當前各國對奈米產業的重視。美國、日本與歐盟政府對奈米投資占全球的比重為 75% 以上，自西元 1997 年至 2002 年的六年之間，美日兩國投資總額成長了

表／全球奈米科技研發：中央政府投入經費

單位：百萬美元／年

地域	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
西歐	126	151	179	200	~225	~400	~650	~900
日本	120	135	157	245	~465	~720	~800	~900
美國	116	190	255	270	465	697	862	960
其他	70	83	96	110	~380	~550	~800	~900
台灣	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	78	91
總計	432	559	687	825	1535	2367	3112	3660
% of 1997	100%	129%	159%	191%	355%	547%	720%	847%

資料來源：Taiwan Business Alliance (http://member.taitra.org.tw/theme02_c/c_t02_01_16.htm)

400%，凸顯美日兩國在奈米科技研發上的主導地位。

另外，日本近兩年在奈米科技的投資已超過美國，顯示日本政府對奈米科技發展的信心與期許，事實上，日本已將奈米科技視為泡沫經濟後景氣低迷的救星。歐盟則對奈米技術的研發較低落，投資的金額僅為美國的三分之二。除了美日在投資上較為領先，各國對奈米科技研發投入也日益增加，以亞洲最為突出，包括南韓、中國大陸、台灣、新加坡等國的投資總額已達全球的 14%，顯示亞洲各國對奈米科技之重視。瑞士、芬蘭、荷蘭等國家的投入程度不低於英德，新加坡、南韓和台灣自 2001 年起高度投入奈米科技發展，投資金額相對於人口比例已超越德、英、法等先進國家。

三、台灣奈米科技發展現況

由於奈米科技是未來產業發展的關鍵技術之一，台灣已陸續提出重要之相關政策，行政院國科會於 2002 年提出「奈米國家型科技計畫」，由國科會、行政院科技顧問組、中研院、教育部、工研院、經濟部、原子能委員會及環保署等單位 25 位代表組成奈米國家型科技計畫工作小組。「奈米國家型科技計畫」範圍包括學行卓越、產業化技術、人才培育、核心設施建置與分享運用等四項分計畫，預計自 2003 至 2008 年投入 6 億美元，其中產業化技術之投資占 65%。

目前國內已超過 70 所大學及 8 個研發單位主動投入奈米科技與應用研發工作，據統計 2004 年共有 300 篇以上專利提出申請；透過技術移轉與合作方式，超過 400 家公司投入奈米相關事業。透過政府推動奈米國家型科技計畫，2003 年已有超過 500 位國中、國小、高中教師接受奈米課程訓練，持續進行推廣工作。同時，有 750 位研究生（包含碩士與博士）與 10,000 位產業人員與管理階層人員投入在各關鍵技術的研發，超過 300 家以上之技術服務業、儀器代理商及分析與製造服務業等從事與奈米科技相關之製造生產技術研發。

國內奈米科技公司之組織規模，有 60% 以上資本額新台幣 1 億元以上，員工超過 100 人的大型企業，相較於中小企業，這些大型企業在新技術領域之開發投入具有較大的優勢。產業別方面，有 47% 的奈米公司歸類於化學工業，其餘則分散於民生工業、金屬機電工業與資訊電子工業等。就應用領域區分，材料為主要的應用領域，占 52%，這與以化學工業為主的奈米公司類別約略相符。其餘應用領域包括光電、生醫、能源、檢測與量測以及電子，其中奈米檢測與量測本身雖無實質產品，卻可以提供其他各應用領域不可或缺的支援服務。目前台灣在奈米塗料、奈米薄膜與奈米炭管應用等領域已取得不錯的成果。

國內奈米公司投入金額來源，以自行集資為主，其次為創投基金，接受政府計畫補助的比例僅占 4%。投入人力方面，90% 的公司投入奈米技術人力在 20 人以下，其中投入 10 人以下的公司超過 60%，投入 40 人以上的大型企業僅占 10%。

技術來源方面，自行開發與技術合作共占 88%，技術移轉僅 12%，顯示廠商對技術自主的重視。就國內外技術比例而言，國內技術來源占 78%，國外（包括中國大陸）的技術來源僅占 22%。就產品開發與獲利現況而言，有實質商品銷售的公司占 52%，有產品但尚未量產的有 26%，處於技術研發階段的占 22%；獲利方面，60% 以上公司的產品目前並無獲利，顯示奈米技術相關產品在市場開發上仍待加強。

為推動奈米產業發展，經濟部在 2005 年初已擬定短、中及長期三大目標。短期以傳統產業投入奈米材料為主，投資方向是結合傳統產業與奈米材料的創新應用，投資標的有電池材料、高性能混合式電池系統、LCD 背光源、色料、光觸媒、塗料、黏土或 Silica 塑料、機能性纖維與紡品、建材、玻璃、陶瓷、金屬及檢測服務，預計在今年起至 2008 年間就可陸續產生效益。

目前國內投入奈米材料最積極的公司，包括台塑進入奈米碳酸鈣、東元奈米應

材公司發展奈米碳管，長興化工與工研院合作開發電腦、PDA（個人數位助理器）及機車用的抗污性塗料樹脂、奈米有機／無機混成樹脂材料、奈米研磨液材料；永光化學也投入奈米薄膜產品及TiO₂光觸媒。

此外，遠紡、中興、力麗、力鵬等多家廠商投入抗菌、防臭、防紫外線功能性纖維及吸收遠紅外線纖維，中石化也與工研院合作開發機能性尼龍奈米新合纖；和成也進入奈米衛浴設備、馬桶、洗手檯及不沾污大陶板；大同、聲寶及三洋投入空氣清淨機，聲寶也切入殺菌光冷氣機；東元電機動作更，發展奈米冰箱、光觸媒空調系統及殺菌洗衣機。

經濟部表示，中期目標是結合現在優勢產業開發 ICT（資訊與通訊技術產業）相關高規格的創新應用為主，逐漸切入醫療相關產品，約需 3 至 5 年時間。投資標的有半導體制程 90 奈米以下、MRAM、奈米碳管場發射顯示器（CNT-FED）、可撓式顯示器、高密度光碟與其週邊設備（小於 100GB）、微燃料電池、個人診斷儀器、生物造影劑、疾病診斷之奈米微粒、生物晶片等；已有台積電及東元奈米應材等廠商投入。

長期則以電子、生醫、能源產業等革新性產品為主，約需 10 至 15 年時間，投資標的主要包括軟性電子、高密度光碟與其週邊設備（1,000GB 以下）、高效能太陽能電池及醫藥保健產品等革新性產品。

四、台灣發展奈米科技產業策略

由於奈米技術的大量應用，可能要到 15 年之後，因此，奈米國家型科技計畫的執行策略，是期望透過建置核心設施與分享機制，以及人才培育與養成來奠定基礎，以達到「學術卓越研究」及「奈米科技產業化」的目標。其中，核心設施的建置，係由國科會及經濟部技術處等共同參與；人才培育則由教育部顧問室來負責；在產業化技術的推展上，包括經濟部能源局、技術處、工業局、原能會、環保署、衛生署與交通部等，都從 2003 年起，開始執行各項技術開發計

畫，工業局將民生化工、金屬機電與電子資訊等三大重點產業之應用，列為優先的奈米重點輔導產業。

有鑑於奈米科技應用在先進科技和製造業扮演重大的角色，經濟部工業局已修正《新興重要策略性產業屬於製造業及技術服務業部分獎勵辦法》，將奈米技術工業納入新興重要策略性產業適用範圍。奈米技術工業一經核發符合新興重要策略性產業核准函，並完成投資計畫，將享有股東投資抵減或五年免稅（二擇一）之租稅優惠。另促進產業升級條例所提供之租稅優惠尚包括：設備加速折舊；公司購置設備、技術之投資抵減；投資於研發和人才培訓之投資抵減；股東投資抵減租稅優惠；五年免稅；進口國內無產製機械和設備免關稅；個人創作或創新所得之版稅 50%；鼓勵企業購併；工廠搬遷之土增稅優惠；對外投資虧損準備；技術權利金收入免所得稅；外國人或華僑經核准在中華民國境內投資之利得，以 20%稅率扣繳後，不併入其各類所得辦理申報；外資企業在我國境外給付之薪資所得，免徵所得稅等。

奈米國家型科技計畫執行期間為民國 91 年至 97 年，影響的產業領域則包括民生化工、金屬與機電、IC 電子與構裝、顯示器、通訊、資訊、儲存、能源、生技與基礎產業等。其中民國 92 年至 94 年為播種期，這個階段研究發展投入，將以政府與相關研發單位，扮演主要推動的角色，並陸續促進各類產業投入研究發展，而部分奈米產品也可望開始進入市場。至於民國 95 年至 97 年，則是成長與產業的整合期，在這個階段，國內各產業已具有奈米應用技術並衍生各項商品，而產業的競爭力也將逐漸強化，預期到民國 97 年，應用奈米科技的產值，可望達到新台幣 3,000 億元，並進入產業的飛躍期，以期能在民國 99 年，達成奈米科技的產值達到新台幣 1 兆元的目標。

台灣產業發展已經到達必須尋求技術升級的時刻，奈米科技的研發，將有助於相關產業在台灣之發展。由於台灣有厚

實的化學工業基礎，而奈米科技之發展，需建構在化學工業基礎上，因此，包括東南亞國家、新加坡、韓國和香港等，對台灣在奈米科技的發展上，將具有相當不錯利基。

奈米科技之第一波應用領域為基礎產業之產品延伸與提升性能，其中奈德材料之發展居於關鍵地位。因此，台灣在奈米材料研究與追求國際級創新成就上，須要集中資源加強整合規劃與建立鼓勵勇於創新改變之制度。規劃衍生公司策略與建立科研成果鑑定認證體系，引導資金安心投入奈米產業。另外，政府對於產業化計畫之補助或技術輔導計畫應建立在單一窗口之架構下，有效分配運用資源，以加強奈米材料與應用產業之輔導，增加補助產業自主產品研發之經費補助。

奈米材料之發展需要長期之投入，宜加強引進國外技術或中間產品如前驅體（precursor）進口，以進行上下游垂直分工；在執行上採取策略聯盟方式，結合材料上、中、下游同步研發，以爭取快速商品化之先機。對於台灣眾多下游加工型企業而言，應考慮進口國外（包括中國大陸）奈米材料或中間產品，發揮快速商品化之優勢，以生產高附加價值產品，搶攻新市場。另外，人才是奈米科技創新研發與產業化商品開發應用能否成功的關鍵因素。據估計，以目前台灣奈米工業發展進分析，到 2010 年時會出現約 4,000 人左右的人力缺口。奈米工業需要的人才跨領域的，集合化學、物理、生物及材料等各種專才，宜透過學界力量加強培育。

建立奈米產品認證制度在國內已經有高度共識，產業界也有迫切之需求，然而，奈米產品種類規格眾多，需要有相關測試標準與檢驗認證實驗室才能進行，且有涉及認證、監督制度與發證後自主管理等龐大作業，故應結合各公會之技術委員會等相關既有組織來共同參與，才能快速有效建立奈米產品認證管理制度，有利於建立消費者與市場的信心。

台灣投資環境風險評估報告

經濟部投資業務處公佈今年第 2 次美國 BERI 投資環境風險評估報告，台灣投資環境與挪威並列為全球第 5 名，評比分數、排名都與上次相同，僅次於瑞士、星加坡、荷蘭、日本。BERI 認為兩岸政治風險維持穩定情勢，兩岸關係在未來 5 年將有改善。

投資處表示，美國商業環境風險評估公司（Business Environment Risk Intelligence；BERI）2005 年第 2 次「投資環境風險評估報告」指出，台灣投資環境評比總分為 72 分，與挪威同列第 5 名，分數、排名與上次相同，列入最高的 1A 等級，屬於低風險、適合進行投資的國家。

BERI 投資環境風險評估報告是針對各國營運風險指標、政治風險指標、匯兌風險指標，以跨國企業角度評估在各國從事投資及從中獲利的優劣程度。

這次評比結果，台灣營運風險為全球第 3 名，政治風險為全球第 15 名，匯兌風險為全球第 3 名，所有排名均與上次相同。BERI 預測台灣在 1 年及 5 年後，評比分數將為 73 分及 74 分，名次則分別為第 4 名及第 5 名。

BERI 評估報告指出，台灣政治風險主要來自中國大陸的威脅，但威脅「逐漸緩和」，政治環境仍將維持穩定，而且兩岸關係在未來 5 年將有改善。

投資處解釋，BERI 認為兩岸現階段雖無官方直接對話，但兩岸領導人經常在公開場合針對各類議題發表看法，已達意見溝通目的，算是有「持續對話」。中國制定反分裂國家法後，受到國際社會一定壓力，也不致對兩岸關係造成重大負面影響。

這次評比結果，中國大陸投資環境名列第 19，南韓則是第 21 名。

苦日子 還要撐多久？

台灣過去五年的經濟成長遲滯，勞工再怎麼辛苦，工時增加、減薪、裁員，再多的努力，卻仍是空轉。

文／徐碧華

民國八十六年亞洲爆發金融風暴，之後，亞洲四小龍掛了三條，南韓、新加坡和香港第二年經濟負成長，只有台灣維持百分之四以上的中度成長。科技泡沫化後，其他三小龍已回復過去的經濟成長腳步，只有台灣仍在低度成長徘徊，遠遠的被拋在後面。

過去多少次險惡的經濟戰役，台灣沒有被打敗過；這一次，根本沒有戰事，沒有重大利空，全球經濟成長引擎之一的中國大陸就在隔壁，全球景氣比預期的還要好，台灣卻...自己躺平在原點。台灣勞工努力再努力，不加薪、增加工時，還是叫她不起。

總統宣稱選後要召開第二次經發會，能不能為台灣人找回快樂與希望？

台灣經濟怎麼了？這麼辛苦的日子還要多久？今年，台灣人不斷問著同樣的問題。

本來以為痛苦的日子，咬咬牙、撐一撐就過去了，沒想到五年來痛苦指數持續攀升。今年全球景氣大好，周邊亞洲國家都不錯，台灣痛苦指數卻還繼續上升；這麼好的機會，台灣人的痛苦都沒能減輕，國際景氣預測明年會比今年差，明年能期待嗎？

痛苦指數破 7% 24 年來新高

今年失業率加上物價上漲率的痛苦指數，預估將突破百分之七，創二十四年來新高，台灣人真的「凍未條」。這幾年，台灣人經歷過許多「前所未有」。

自從有統計數字以來，已經連續第五年，平均加薪幅度沒有超過百分之二，台灣的上班族從來沒有經歷過這種事。

今年一到八月工業和服務業經常性薪資平均值是三萬五千五百九十元，與八十

九年相比，加薪不到一千六百元，四年漲幅不到百分之五，八十三年以前，薪資漲幅幾乎年年超過百分之五。

同期間，物價累計漲幅也是百分之五，吃掉薪資漲幅還有多，這幾年上班族的購買力下降。

逾 40 萬人失業 8 萬低收入戶

不僅薪資沒有漲，台灣勞工還飽受失業威脅。民國八十九年前，台灣一直處於充分就業情況，肯做就有飯吃，失業人數沒有超過三十萬人；現在的台灣不是這樣，失業人數超過四十萬人，主要擔負家計者失業會影響一家人，主計處估計，受失業影響的人數超過一百二十萬人。

沒了工作，台灣窮人快速增加，今年六月台灣地區的低收入戶超過八萬戶，人數超過二十萬五千人，這是歷史新高水準，比八十九年多了五萬人。

為了刺激景氣，增進就業，央行總裁彭淮南使勁的祭出貨幣政策。連續四年新台幣一直在三十三、三十四兌一美元的低匯價波動，自實施浮動匯率以來，中央銀行從來沒有對出口商這麼好過。

結果，台灣人對出口商的表現深深失望。央行努力了，台灣兩大出口市場中國大陸和美國今年經濟大好，今年前三季台灣貿易順差還不到二十億美元。台灣國內生產毛額約新台幣十兆五千億元，今年前三季外需就只貢獻約四百八十五億元，台灣還能算是依賴外貿的國家嗎？

雙率政策失靈 台股一片慘綠

光是匯率政策還不夠，央行再使勁的操作利率政策，銀行定存利率連續四年沒

有超過百分之二。一位退休族感嘆：「利息收益貼給通膨都不夠。」台灣進入實質負利率時代。

低利率威脅了退休族的生計，卻也救不起台灣經濟。台灣的投資率（投資金額占國內生產毛額的比率）已連續四年低於百分之二十，自民國五十年以來，台灣不曾有過這麼低的數字，同期間南韓投資率在百分之三十上下，利率跟進美元調漲的香港，投資率都高過台灣。

這麼便宜的資金勾不起企業的興致，股市散戶也沒有借錢投資的意願，外資今年在台股大手筆買超，買超金額曾超過三千億元，一位投信業者搖頭說：「以前這麼個買法，台股不知要漲到那裏去，今年竟不漲反跌。」散戶不斷退場，把貨倒給外資。

外資最近有兩篇研究報告，一篇是美商高盛亞股首席策略師慕天輝發表的「台灣生了什麼病？」一篇是瑞士銀行亞洲經濟師安德森的「困境中的台灣」，試著解釋為什麼外資在日、韓股市大賺錢，在台股卻賠得慘兮兮。報告索性講白了「向韓股打招呼，向台股說再見。」

沒有加薪、有飯碗危機意識、股市沒賺到錢、利息收益又不高，台灣人怎麼捨得花大錢消費。民間消費也沒有起色，今年新光三越南西店周年慶失利，中華經濟研究院預估明年民間消費成長不到百分之三，中經院經濟展望中心主任周濟說：「台灣民間消費這幾年就這樣慢慢地、慢慢地沒了元氣。」

富邦金控首席經濟學家丁予嘉分析：「台灣在大陸工作的人口有一、兩百萬人，這些都是最有消費能力的菁英，這些人外移，至少讓民間消費成長少了三分之一，台灣民間消費沒有搞頭。」

景氣看回不回 空前經濟危機

最近銀行開始緊縮消費金融，預估也會衝擊到民間消費，消費成長這麼低迷下去，做生意的商家怎麼辦？

富邦金控舉辦明年經濟預測說明會，去了很多人，大家都想知道「還要慘多

久？」丁予嘉說：「明年和今年差不多。」明年還等不到出頭日。

一次景氣循環就是一次競爭力的檢視。在景氣差時，大家都在忍耐；景氣好時，若還要忍耐，代誌就大條了。科技泡沫化至今，世界景氣剛好由低點到了高點，台灣的高點卻不高，台灣人碰到前所未有的經濟危機。

（本文摘自 2005/11/07 聯合報）

外資報告／高盛》台灣生什麼病

發表人：高盛集團亞洲策略分析師慕天輝（Timothy H. Moe）

發表時間：九十四年十月十日

當亞洲區域市場今年平均上揚百分之十五，韓國股市更創紀錄地躍進百分之三十四時，台股卻下跌了百分之一。

當外資機構在韓國投資三百三十萬美元，得到前所未有的高報酬，在台灣投資一千兩百萬美元，市場卻往下探底，所有的外資機構都在問：台灣市場究竟怎麼了？

台北股市目前面臨內資持續失血的危機，國內散戶對市場沒有信心，很多人賣持股、卻少有人進場，再引發悲觀者繼續賣股。這種惡性循環的氣氛下，縱有外資加持，台股仍然無力。

台灣本地對選舉與政治議題狂熱，改善投資環境與基本政策的動能則大不如前。大小選舉不斷，兩岸情勢未明，統獨政治議題變成全民最新的關注焦點。散戶看不到市場前景，紛紛賣股換現金，不願投資也不再有期待。

如果台灣的投資環境再不改善，散戶繼續賣股票的態勢不會減緩。未來兩年，預估台灣散戶手上還有一百三十七億美元的股票，可能會倒到市場上。如果外資一路撿股票的力道減緩，這個市場的買氣不再，台股揚升氣勢恐要在此停頓。（摘要）

外資報告／瑞銀》困境中的台灣

發表人：瑞士銀行亞洲經濟師安德森 (Jonathan Anderson)

發表時間：九十四年十月十二日

台灣正度過它艱困的一年。最近這個島上的經濟情勢，正反映了民間市場低迷氣氛。與鄰近國家的蓬勃發展對照，二五年台灣股市出現了最難看的走勢。

是甚麼特別的問題綁住了台灣？政府可以馬上改善這個情境？根據瑞銀在台灣長期的觀察，這個島最大的問題就在於「乏善可陳」，沒有強大的誘因讓國際上對這個區塊有投資興趣。

雖然馬來西亞近年面臨類似問題，但馬來西亞內需市場穩定成長，經濟環境維持一定熱度。但台灣可怕的是，連本國人都不想在家鄉投注更多心血。

台灣經濟環境像是走到死胡同裏。出口產品競爭力大半是建立在貨幣貶值下。過去民間消費暢旺，但在薪資所得成長停滯，信用擴張過速的情況下，銀行壞帳比提高。在銀行緊縮信用的情況下，民間消費短期內恐難再有高峰。

目前看來中國是台灣未來唯一的希望。包括各項投資與建設數據都暗示中國正在興起。但在統獨爭議下，二八年之前台灣這方面的腳步恐怕會非常遲緩。改善兩岸關係，是改善台灣經濟環境最重要的管道。包括專業人才、資金往來與觀光人潮，都必須有自由、直接的管道交流。

台灣必須承認它與中國血濃於水的關係，並且善用這個優勢提高國際競爭力。(摘要)

←
TABridge
→

A Professional in Australian and Asian Biotech/Health Investments

提供與生物科技與製藥產業相關之各種專業服務，包括

- 將開發中產品與技術平台之專利權進行技術作價評估
(IP Valuation for Converting into Tangible Assets)
- 安排最佳之合約委託實驗公司 (CROs)，為您進行研發工作，
或臨床前與人體臨床試驗 (Pre-clinical and Human Clinical Trials)
- 籌募資金

請洽姜偉家博士：

Tel: 0412137038

Fax: (03) 95116953

Email: wjjianguta@hotmail.com

Address: Suite 223, 66 Kingsway, Glen Waverly, Vic 3150, Australia

力用印度，台灣軟硬大整合

OEM、ODM 移到中國已成趨勢，台灣廠商必須往價值鏈更上層移動。擁有摩托羅拉、思科、Sony 等客戶的印度塔塔集團，來台積極拓展業務，對於站在硬體代工、軟硬體開發、技術整合三叉口的台灣，帶來什麼啟示？

「IT」這個大家耳熟能詳的名詞，除了代表「資訊科技」（Information Technology），現在又被賦予一個新的解釋：印度與台灣的合作（India and Taiwan）一指前者的軟體能力，加上後者的硬體技術。

試圖重新定義「IT」的，是印度最大集團塔塔（Tata）旗下的塔塔伊利西（Tata Elxsi，承接國際廠商資訊產品委外的服務業務，尤其以軟體為主）。塔塔集團 2003 年營業額高達 130 億美元，經營事業內容涵蓋鋼鐵、電訊、電腦等。

塔塔伊利西總裁麥杜卡·戴夫（Madhukar Dev）專程到台灣來，兩天內和 8 家台灣科技大廠最高層的主管洽談合作可能性。這 8 家廠商從網通、電腦到多媒體都有，營收超過千億台幣的不在少數。

往價值鏈上層移動

以硬體製造為主的台灣，對軟體有什麼需求？「每個國家在某個時間點，都必須往產業價值鏈的上層移動；現在很多 OEM、ODM 工作已移到大陸，台灣廠商必須往價值鏈更上層移動」塔塔伊利西亞太區業務總監瑞哈凡（Manoj Raghavan）分析，台灣可以做科技產品的整合者。

瑞哈凡說，未來消費性電子產品愈來愈重要，如 DVD 燒錄器、機上盒、路由器、多媒體閱讀器等，而這類產品以嵌入式系統（embedded system）為主，塔塔伊利西在各種消費性電子產品領域都有經驗。

塔塔伊利西的客戶名單上滿是世界大廠，包括摩托羅拉、思科、日立、Sony 等。在消費性電子的領域，台灣該如何思索自己的定位？繼續做硬體代工？通吃軟硬體開發？還是做技術的整合者？這有能力上、效益上及競爭上的多方考慮。

做中小企業用路由器的合勤，選擇通吃軟硬體開發。合勤寬頻接取處資深經理陶德

芬指出，嵌入式軟體是讓路由器有價值差異的關鍵所在，合勤必須將這個核心技術掌握在自己手裡；但未來也不排除將非屬核心的軟體業務外包到印度。合勤的研發工程師約有 300 人，其中一半做硬體，一半做軟體。

因應未來消費性電子產品的盛行，科技產業勢必會形成新的全球分工合作模式。

《e 天下》獨家專訪瑞哈凡，談塔塔伊利西對此的觀點和建議：

我過去 5 年待在東京，未來要往台灣、韓國找新的機會，很多資訊產品強調內含英特爾處理器（Intel inside），但有太多人不清楚，其實有不少是內含印度的軟體製作（India Inside）。現在進台灣，因為時機到了，市場也差不多成熟。

塔塔伊利西協助許多國際廠商建立海外專屬的研發中心，從產品的研發、測試到整合都可以做。我們可以協助台灣廠商加速產品上市的速度。以智慧型手機為例，要整合軟硬體是滿難的技術，印度這方面已有多年的國際大廠合作經驗。台灣軟體人才並不充足，很多人才都進入硬體公司。而印度沒有硬體產業，每年約有近 20 萬畢業生投入就業市場，最好的人才都進了軟體業。

許多國際廠商將軟體開發業務外包到印度，主要不是為省錢，而是要爭取及時上市（time to market），花時間找資料、學習、找人才，可能就錯過市場的機會；而印度早有各方面的經驗，可以快速進行。

很多國際公司在大陸設廠、設研發中心，但以軟體技術而言，大陸還落後印度 4-5 年。另外，印度很多人才留美，了解流程的重要性，許多國際公司跟印度合作，不只是看中單一項目的成本而已，而是整體的成本，包括品質與時間。（本文摘自 e 天下雜誌）

美國亂花錢，全球忙存錢



放眼全球經濟，有兩個問題最令人困惑：為什麼利率這麼低？為什麼美國可以不斷地向外國鉅額借貸？

根據國際貨幣基金（IMF）最新的「世界經濟展望」報告，今年全球經濟成長率可達 4.3% 然比 2004 年低，但仍是很不錯的表現。經濟成長強健，通常會使利率升高，但現在的長期利率，卻處於 1960 年代以來的最低點。

在此同時，美國人每年透支七千億美元，超過年產出的 6% 從 1999 年以來，美國的經常帳赤字倍增，卻沒有拖垮美元。2005 年前六個月，美元呈現上漲走勢，雖然最近略為回檔，但幅度有限。

「全球儲蓄嚴重過剩」—前美國聯準會理事伯納克的說法，為這兩個問題，提供了解答。如果儲蓄多到氾濫，那麼利率可能就無法走高。如果過剩的資金主要來自其他國家，那麼美國要靠借貸過日就非難事。美國的經常帳赤字，彰顯的可能不是美國人的揮霍無度，而是外國人的摳節過度。

然而，根據 IMF 的「世界經濟展望」，以市場匯率計算，全球儲蓄佔全球產出的比例，在過去三十年多半處於下滑走勢，且在 2000-2002 年間，跌勢特深。之後雖然略有上升，但目前全球的儲蓄率，與過去二十年的平均數相當接近，並沒有特別高。

伯納克的說法，其實有更深一層的意義：利率低，代表儲蓄遠大過投資；而美國與其他國家間的失衡，代表儲蓄與投資間的落差，主要發生在其他國家。換句話說，全球儲蓄率下滑，並不代表每個地區的儲蓄率都下滑。而且即使儲蓄率下滑，投資的需求可能下跌得更

快，使得儲蓄嚴重過剩。因此，這個現象背後，最值得注意的是：在投資意願與儲蓄國家這兩個選項上，究竟發生了什麼轉變。

企業投資意願低落

二者均發生了重大的變化。傳統上，各國的儲蓄主要來自家庭，而投資主要靠企業。但過去幾年，企業因為投資低於獲利，而成為淨儲蓄戶。這個現象，以日本為最，1990 年代初期泡沫破裂之後，日本企業的儲蓄激增。歷經鉅額過度投資、背負壞帳的日本企業，已有十年是淨儲蓄戶。

1990 年代末期，同樣的現象，也出現在亞洲新興經濟體：企業投資在金融危機之後銳減。2000 年股市泡沫破滅後，美國及歐洲國家的企業，也開始減少投資。直到現在，在高獲利的情況下，工業國家企業儲蓄，仍大過投資。唯一的例外是中國，投資持續大幅增長，不過，中國的儲蓄增加得更快。

低利率來自低投資率，那美國與其他國家間的失衡狀況，又是什麼因素造成的？要回答這個問題，必須再考慮另外兩個因素：各國間經濟結構的差異，及各國政府針對投資低落所採取的對策。

極端的財政政策

美國的情況，是一個極端。美國企業摳節支出的程度，不及日本及其他亞洲國家，但美國政府的政策，卻遠較亞洲國家積極。2001 到 2003 三年之間，美國政

府以財政政策刺激經濟，手筆之大，創戰後紀錄。短期利率一砍再砍，利率下降推升房價，促使人們抵押房產，大舉借貸。結果經濟成長續強，經常帳赤字飆升。

另一頭的極端，是亞洲新興市場。他們面對的不景氣遠比美國嚴重，但可採用的政策工具卻不如美國。1997-98 年的金融危機之後，投資佔 GDP 比例下跌了十個百分點。但是亞洲國家政府擔心資金外逃，不敢降低利率，只得承受嚴重的不景氣。出口成為主要的成長來源。為了保護出口、累積外匯存底，許多東亞國家在金融風暴之後好幾年，仍維持低匯率。企業界投資意願低落，超額儲蓄金額龐大，外匯存底不斷堆高。

日本和歐洲則介於這兩個極端之間。

簡而言之，過去幾年的失衡狀態，主要肇因於投資意願低落，及各國政府應對政策的巨大差異。但從 2000 年起，另外兩個因素也日形重要：中國的儲蓄增加，以及油價飆升。

中國的投資率高居全球之首（佔 GDP 的 46%），且正快速成長中。但儲蓄率的成長更快，2000-2004 年之間，佔 GDP 的比例成長了十二個百分點，佔 GDP 的 50%。中國一直壓低人民幣的幣值，不斷出口更多的資金到其他國家。

在此同時，高油價為石油輸出國家帶來鉅額獲利，但到目前為止，他們似乎選擇儲蓄，而非花費。以群體而言，相對於美國的經常帳赤字，石油輸出國家是最大的盈餘國。

不尋常的後果

這些儲蓄及投資模式的改變，幅度龐大又牽連複雜，造成重大且不尋常的後果。首先，經濟學教科書都強調，追求最高獲利資金，應從資金密集的富裕國家，流向資金缺乏的貧窮國家。然而，現在的資金，主要從貧窮國家流向富裕國家。2004 年，有將近三千五百億美元的資金，從新興經濟體（包括東亞的新興工業國）流到

富裕國家。

第二個影響，除了中國之外，全球經濟成長的引擎，已從企業增加投資，轉為家庭減少儲蓄。目前全球的景氣，是因為消費者（尤其是美國的消費者）願意繼續累積債務。而人們願意持續舉債，和全球房價快速飆漲脫不了關係。

這些行為模式，都和傳統大相逕庭。有可能持續下去嗎？就長期而言，答案當然是否定的。家庭儲蓄不能無盡地下跌，美國也不能無休止地向外借貸。問題只是這樣的逆轉，會在何時、以何種方式發生。

【News 新聞訊息】

「海外華商國際貿易研習班」開始受理報名

中華民國僑務委員會訂於 2006 年 1 月 9 日至 1 月 20 日辦理「第 33 期海外華商國際貿易商務研習班」（實際研習課程 10 天），參加人員將研習國際貿易專業課程，輔以匯兌、企業風險管理及 e 化等課程，並配合貿易洽談等實務課程，以增進事業競爭力；另將安排參訪國內知名中小企業，並與業者經驗實務交流，以拓展商機。

本班預計招收 25 歲至 60 歲之海外僑營事業從業人員共 50 名，符合資格且有意願參與研習之華裔，請於 2004 年 12 月 12 日前報名，逾期將無法受理。研習期間學員學雜費、膳宿（週日之午、晚餐除外）及交通由僑委會負擔，學員須自付往返機票、機場至旅館交通及其餘費用，詳情請參閱僑委會網站（www.ocac.gov.tw）或電詢駐墨爾本台北經濟文化辦事處。

新殺手級應用，不懂就落伍！

文／陳世耀



FID（無線射頻辨識系統）？別以為這是遙不可及的科技，其實它早已滲入你我的生活中，例如悠遊卡、動物晶片、文物行動導覽、智慧型商店等。它甚至可能取代條碼，掀起一場物流新革命！

一場取代條碼的物流革命，正在加速當中。

2004 年《財星》（Fortune）500 大企業排名中，3 度蟬聯冠軍寶座的全球零售業龍頭沃爾瑪（Wal-Mart）百貨，將以第二次世界大戰中的技術 RFID（Radio Frequency Identification，無線射頻辨識系統），引爆第二波物流革命。

這波 RFID 熱潮，是由沃爾瑪和美國國防部率先發動。前者要求前 100 大供應商、後者則要求旗下 4 萬 3,000 家軍備供應商，由 2005 年起、分別在運貨用的棧板和出貨產品中導入 RFID 系統。

「RFID 將為物流與供應鏈管理，帶來新一波的革命」中華民國物流協會理事長黃仁安形容這場由 IT 所帶動的物流大變革。

面對 RFID 可能取代條碼的革命，惠普全球 RFID 計畫主持人雷貝林（Lucien Repellin）更是斬釘截鐵地說：「如果企業沒有導入 RFID 的話，可能就會遭受到被市場淘汰的命運。」

所謂 RFID，就是一種透過無線讓物品可以被自動偵測的技術。產品上像米粒一般大小的電子標籤（Tag），透過讀取器（Reader）偵測，將標籤的資料送到後端電腦上整合運用。

相較於現行商品上使用的條碼，RFID 標籤不但可以容納更多的資訊，透過無線自動傳輸資訊，也不再需要花時間一個個掃描產品。

RFID 妙用 1—用悠遊卡 1 秒內付車費

乍聽之下，或許你以為 RFID 還離你很遙

遠，那就錯了。其實，RFID 早就以不同面貌，融入每個人的生活之中。目前台北市市民人手一張的「悠遊卡」，就是 RFID 運用的例子之一。

RFID 妙用 2—讓每隻動物帶身分證

另外，早在 5-6 年前，農委會就委託工研院開發動物晶片，希望將晶片植入動物身上，解決流浪狗管理的問題。

「每隻狗都要強制帶身分證，沒帶就違法」工研院副院長徐爵民笑著說，相同的應用方式，可以使用在兔子、天竺鼠其他動物身上。例如，面對一群長得都非常相似的小豬時，在分別植入晶片後，不但可以分辨小豬身分，還可以知道餵食不同飼料的成效。

RFID 妙用 3—20 分鐘內查到感染源

不但管理動物方便，連傳染病途徑都能透過 RFID 迅速掌握。去年 SARS 流行期間，工研院系統中心與竹北東元醫院試辦導入 RFID 管制系統，要求所有醫護人員隨身攜帶電子標籤，當人員通過重要出入口，如電梯、病房時，讀取器便將位置與人員資料送回應用系統儲存。

一旦發生可疑病例時，追查與掌控感染源目前需要至少 2 天的追蹤時間，將可大幅縮短到 20 分鐘以內。「面對愈來愈多新興感染病時，RFID 能協助在最短時間內，掌握傳染源途徑」東元醫院副院長陳重華也談到，如果電子標籤的價格未來降得夠低，讓病人與家屬都能同時使用，將

會更有效掌握住傳染病控管流程。

RFID 妙用 4—避免拿錯藥、打錯針

工研院系統與航太技術發展中心系統技術組組長杜德霖表示，RFID 也可以運用在醫藥管制。當藥品裝上電子標籤後，不但可以識別藥品內容和有無過期，連誰拿過都能清楚地察覺，「可以有效避免拿錯藥、打錯針的情況，」他說。

RFID 妙用 5—文物行動導覽

下個場景，來到國立歷史博物館看看 RFID 的應用。早在去年 12 月初，國立歷史博物館就將電子標籤貼在館內 55 件文物的展示櫥窗上，透過平板電腦上的讀取器掃描文物的 ID 後，遊客就可以立即由電腦上獲得更豐富的多媒體導覽資訊。

「RFID 不但增加遊客學習動機外，更滿足各種使用者的需求，」國立歷史博物館資訊小組召集人梅士杰表示，遊客可以感受到多媒體呈現的文物導覽，電子標籤也可以無限次重複使用，同時維護與管理清點文物也將更有彈性。

RFID 妙用 6—打造智慧型商店

不僅如此，RFID 在未來的應用上，讓每一件商品都更加有智慧。惠普公司的雷貝林舉了一個未來商店「麥德龍」（Metro）的例子。他說，在這個賣場裡，消費者擁有一張專屬的晶片卡，和一台平板電腦。當消費者將晶片卡插入電腦後，只要經過不同商品區，電腦上便會自動提供各區最新特價商品介紹。

當然，消費者也可以在電腦上輸入喜愛的香皂名字，電腦就會立刻秀出貨架的位置圖，解決了「劉姥姥逛大觀園」的困擾。

「若是要購買肉、魚、酒等食物，你手中的電腦還會秀出食譜，告訴你什麼酒該搭配什麼樣的肉類」雷貝林興奮地描述著。等消費者離開賣場結帳時，晶片卡會自動扣除購買的金額，不用再排隊經過櫃台。

還有一種應用，叫做智慧型貨架。它能夠自動偵測到貨品被取走，或是放回去的狀態，有助於補貨與行銷資訊管理。當貨架上商品不足時，工作人員可以自動補貨，

並透過 RFID 提供的資訊，從商品被消費者拿取的次數，隨時掌握住熱門的商品，作為行銷與進貨數量的考量。

RFID 妙用 7—提高商品資訊透明度

RFID 除了當生活上的隱形僕人外，更在企業供應鏈，從製造、配送、倉儲管理，到銷售行銷整個流程，提高了商品的「資訊透明度」。「RFID 讓 IT on demand（資訊隨選），」IBM 行動商務部經理王德忠表示，改善供應鏈效能的同時，不但掌握即時資訊的優勢，更增加判斷決策的正確度。

他舉製造業的盤點為例，以前不僅耗時耗力，可能連正確率都有問題。透過商品上的電子標籤，將商品的訊息與位置傳給讀取器，再送回後端電腦統整，只要輕輕一按，所有的盤點就完成。不但增加庫存的正確率，更能減少人力成本與錯誤。

RFID 可以協助商家賺錢。「如果只是將商品裝上電子標籤，而不加以利用的話，那只是浪費錢，」雷貝林表示，沃爾瑪是不會允許供應商將 RFID 的成本轉嫁到商品上，所以製造業就必須找到減少成本的方式，其中的一個方法就是，透過 RFID 來增加供應鏈的效能。

「將來的 RFID，會成為零售業的一個標準作業」與沃爾瑪年交易金額上千萬美元的特力公司副總經理叢毓麟指出，未來特力旗下的 B&Q（特力屋）賣場將以高單價的冷氣機，做為導入 RFID 的開始。

叢毓麟表示，每個月幾萬台冷氣機進出倉庫時，透過 RFID 不但能清楚掌握數量，更能在出貨時再次確認產品的型號，避免送錯貨時造成成本負擔與商譽損失。「連電子產品在維修服務時，Reader 一讀，馬上就知道是不是自家賣出的產品」他說。

多數廠商仍在觀望

RFID 帶來的優勢不少，但是廠商觀望仍多於參與。惠普企業系統事業群技術規劃處副總經理李家瑞表示，目前仍有三分之二的廠商屬於被動參與。他認為，

導入 RFID 之前，必須將企業整個供應鏈流程、重新評估、驗證和調整改變，而這些既有作業模式的改變，都是造成許多廠商猶豫的原因。

「面對近乎免費的條碼而言，RFID 未來的附加價值，才是成功的關鍵因素，」中華民國物流協會理事長黃仁安下了這樣的評語。目前每一個電子標籤成本約 25~50 美分（約新台幣 8~15 元），未來的目標則是降到 5 美分（約新台幣 1.5 元）才有普及的可能性。

除了電子標籤的成本過高外，還有許多技術上的挑戰。惠普公司李家瑞表示，電子標籤在訊號讀取的方向性與傳輸上，容易因為某些物質阻隔而變弱，加上傳輸時的安全性、RFID 的技術標準、與各國目前使用頻寬標準尚未統一，都是未來普及化的挑戰。

根據惠普估計，2008 年全球的 RFID 市場，將由 2002 年的 10 億美元成長到 30~40 億美元，到了 2015 年預計創造 150-250 億美元的商機。

特力公司副總經理叢毓麟指出，未來沃爾

瑪如果全面導入 RFID，預估在整個供應鏈上可以省下 8 億多美元（約新台幣 264 億元），「這可是許多台灣廠商，一年都達不到的營業額！」他說。

面對 RFID 逐漸成形的大餅，各方人馬都蠢蠢欲動。不但經濟部技術處整合推動「RFID 研發及產業應用聯盟」，整合國內大廠加入 RFID 的價值鏈外，惠普也在日前成立亞太區第一個 RFID 卓越中心，協助客戶導入 RFID 架構。

RFID 可能取代條碼

資訊能力的管理應用，遠比導入新科技重要。思科（Cisco）網際網路事業解決方案事業群（IBSG）製造產業副總裁史塔基（Charles Stucki）也強調，在面對 RFID 可能取代條碼時，重點在如何運用 RFID 收集到的資訊，並決定如何將資訊傳送到需要的地方，做更好的運用。

RFID 已經示範出老科技如何帶來新運用。第二波物流革命的重點將不再是新技術的運用，而是考驗著企業如何使用與管理資訊的能力。



澳大利亞旅遊車公司

陳志明

Jimmy Chen

0418 388 572

Booing: (03) 9899 1183

Fax: (03) 9898 9938

www.auliacoach.com

jimmy@auliacoach.com.au

服務項目

機場接送

浪漫夜晚

大洋路

亞拉河谷酒廠

淘金鎮

市區觀光

農莊風情

菲力浦島

丹德農國家公園

精通：國語 台語 英語 廣東話 馬來文

(We speak English, Mandarin and Cantonese)

精準行銷 抓住你的消費者！

文／郭芷婷



看報紙、聽廣播的人愈來愈少，電視節目收視率也每況愈下。你的消費者，根本沒在看大眾媒體廣告。

在此同時，卻愈來愈多人使用網路、手機，使用時間還愈來愈長。大眾媒體廣告效果式微，8大新行銷平台，卻能精準命中你的核心客群。

全面揭露 Nike、Amazon.com、麥當勞、MSN、Yahoo!，抓住消費者渴望的新行銷祕訣。

林靖哲，台北醫學院牙醫系五年級生，除了天天報到的教室，5坪大的生活空間，就是他最大的資訊基地台。

早上，林靖哲在晨間新聞的播報中起床，刷牙清醒的同時，也喚醒桌上正處休眠狀態的電腦，打開信箱、叫出MSN、連上網路新聞。一天的資訊收發就此開始。

牙醫系的課業相當繁忙，林靖哲自有管理時間的方法。他在房間裡總是同時開啓兩台電腦螢幕，一邊看電視、一邊移動滑鼠瀏覽網路，螢幕上的一角還顯示著他個人網誌資料上載狀況。他手上一邊趕著隔天要交的報告，耳朵掛著耳機聽廣播，同時還要撥出空檔回應朋友從MSN上跳出來的呼喚。

如果有人用媒體曝光時數來計算林靖哲一天的時間，一定遠超過24小時。林靖哲不是瘋狂，「我希望在有效的時間內，抓住很多訊息。」

林靖哲的生活，就是典型的新人類生活，高度好奇，勇於嚐新。每一個新媒體、新平台冒出頭來，就是把他們的探索帶得更遠，為他們的渴望又再多開一扇窗。只是，你抓得住他們的渴望嗎？

大眾行銷式微，精準分眾行銷當道

這個問題，李奧貝納整合行銷部總監梁曙娟體會極深。梁曙娟的桌面，就像一張媒體新大陸地圖，電腦上開著網站、即時通，再加上Skype，電腦旁放著手機

與收音機，問題是，這所有的溝通管道都正在使用中。「過去消費者單向、且單一的接收訊息模式已經完全改變了，」梁曙娟心有戚戚焉的指出。

在多媒體並行的現在，廣告、行銷也跟著改朝換代。

「我們針對廣大市場做行銷，但不是做大眾市場行銷，」繞著地球建立速食王國的麥當勞行銷總監萊特（M. Lawrence Light），一語點破現在廣告行銷最大的轉變。

5年前，麥當勞花三分之二預算，投入在電視30秒廣告的大眾行銷。現在，麥當勞則把三分之二的預算，用在更為精準的分眾管道上。包括：在西班牙式酒吧裡，播放針對運動族群所拍攝的廣告短片；在聚集高收入戶的美容院中，提供特別印製的雜誌；在雅虎網站上，瞄準媽媽族群做行銷。

「媒體不斷膨脹，企業的行銷預算也就跟著不斷擴張，」奧美集團子公司奧奇行銷業務協理劉文硯指出，「為的就是要餵飽每一個可接觸到消費者的管道。」只是預算總有上限，新舊媒體平台一起搶食廣告大餅。

新的大贏家，顯然就是網路。

愈來愈多人上網，網路廣告成長驚人

美國互動廣告協會 IAB（Interactive Advertising Bureau）與 PwC（Prince

waterhouse Coopers) 的最新研究顯示，2004 年美國的網路廣告量達 96 億美元，年成長率 33%，創下史無前例的新紀錄。英國研究機構 Opera 在 2004 年 11 月的「2005 年經濟及媒體預測報告」也指出，2004 年英國網路廣告量達 5 億 5,000 萬英鎊，比 2003 年成長了 80%。在台灣，根據動腦雜誌統計，2004 年台灣網路廣告的成長率高達 40%，遠高於其他 4 大媒體 10%-16% 的成長率。

雖然目前網路廣告的廣告量與電視廣告量仍有相當大的差距，但它快速竄升的速度，顯示它具有其他媒體無法匹敵的力量。

根據研究機構 eMarketer 在美國做的媒體使用習慣調查，美國民眾在網路上「花愈來愈多時間」的比例高達 60.9%，居 5 大媒體之冠。相反地，電視則是「花愈少時間」裡比例最高的媒體，有 35.5% 的美國民眾愈來愈少看電視。在台灣，尼爾森市場調查公司在 2005 年 1-3 月所做的媒體大調查顯示，網路的到達率為 50.3%，已經以些微勝差超越報紙，成為僅次於電視的第二大媒體。

「花太多錢在電視打廣告愈來愈沒有意義，因為以往的『沙發馬鈴薯』已經愈來愈少，」美國運通銀行行銷總監哈耶思 (John Hayes) 觀察，「取而代之的是 Y 網路衝浪者。」哈耶思並表示，未來將逐步把行銷費用轉而投在網路。

企業把預算移向網路，不僅因為它匯集廣大的人群。更重要的是，它可以將龐大人群分成小眾，幫助企業找到更精準的標的。

從網路資料，精準篩出你的消費者

大眾消費產品龍頭 P&G 寶僑家品，連續蟬聯台灣最大廣告主，在無線電視與雜誌媒體的投入也分別排名第一、第二，不過近年寶僑的廣告策略也有了轉變。「目前市場上媒體實在太多樣化」寶僑家品企劃部副總經理蘇明瑞表示，「必須針對不同消費族群的不同媒體使用方式去精準行銷。」例如幫寶適尿布的促銷，就開始移向網路平台內的媽媽頻道。

而且，在網路上，網友多少都會留下資料，讓平台可以根據資料，加上每台電腦網路連線的 IP 資訊篩選，做更精準的「IP targeting」，以更少的花費，找到更正確的目標族群。海悅廣告在去年針對台北「圓山窗外」的建案廣告，就是這樣的例子。

海悅廣告選擇 Yahoo! 奇摩做廣告，一方面由 Yahoo! 奇摩註冊會員的地址資料中篩選該會員的可能所在地，並比對中華電信的 IP 位置，透過鎖定特殊 IP 或 cookie，讓廣告只播放給 25-54 歲、居住在台北縣市的網友。

經過精準篩選，整體廣告花費只有過去的六分之一，但整波活動的平均點選率約為 0.42%，比一般房地產網路廣告點選率高出兩倍以上。海悅也統計，「圓山窗外」廣告播出期間，網友來電量每天約 40 通，並完全吻合當初預設的目標族群，讓他們見識到網路廣告的精準效果。

連消費性電子產品大廠 Sony，也開始運用網路廣告，而且還是使用精準度最高的搜尋廣告。

搜尋廣告是網路廣告最大新興市場

搜尋廣告，是網路廣告中竄起的新星。根據 eMarketer 的調查統計，美國付費搜尋廣告在 2004 年網路廣告支出達 39 億美元，佔整體網路廣告市場的 40%，成長率高達 51%。

搜尋廣告之所以快速成長，是因為搜尋本來就是網友上網的主要活動。根據資策會統計，上網「搜尋資料」已成為台灣網路使用者最常進行的網路活動，佔 49.2%，名列第一。而且，搜尋廣告是消費者先提出需求，依照網友主動送出的關鍵字，搜尋引擎才將符合的廣告訊息送到網友的搜尋結果中。網友先打開大門，對廣告的接受度自然更大，企業也可以直接找到有需求的目標。

Sony 為了將服務觸角和品牌知名度擴大到 3C 賣場較少的中南部地區，同時對抗線上水貨網站，在去年十月也開始使用搜尋廣告。運用 100 個以上的關鍵字，成功讓 Sony 網站造訪人次大幅提升 44%，

每天成功交易的網站訂單也成長 27%。行銷部專任副課長歐立偉指出，「等於提供另一項『Direct from Sony』的行銷通路。」但是，要利用這些新媒體、新平台，不是沒有挑戰。首要挑戰，就是打破過去對廣告的觀念，相信對分眾行銷的力量。

「很多產品有很清楚的目標顧客，」Yahoo! 奇摩台灣區行銷總監陳琚安指出，許多廣告主還是有迷思，總認為首頁的效果最好，其實「若能正確選擇與產品屬性高度連結的分眾頻道，成效往往是兩、三倍以上。」

兩大即時通訊平台，兩群人黏著使用

除了搜尋，不斷創新的網路平台上，還有其他人氣不斷加溫的新工具，廣告行銷人不能不了解。

即時通訊就是其中之一。資策會在「2004 年網路使用者行為」報告中統計，即時通訊成為我國網路使用者最常從事的網路活動第二名。而創市際市場研究顧問更指出，高達 98.4% 的網友，目前都有使用即時通訊軟體，其中 67.9% 的網友只要上網就會開著即時通訊軟體，平均一天使用即時通訊軟體超過 5 小時的網友，也多達 43.7%。

目前國內兩大即時通訊軟體分別為 Yahoo! Messenger 與微軟 MSN，各有不同的擁護使用族群。前者為年齡層集中在 10-20 歲的青少年學生族群，後者則多集中在 20-35 歲的大學生及上班族。因此，即時通某種程度好比入口網站的「頻道」，但又同時擁有更高度的互動便利性，及透過族群內迅速散佈的病毒式行銷能力。在年輕族群高普及率的前提之下，是針對年輕族群、上班族的精準行銷利器。

另一種有清楚群聚效應的網路新媒體，非部落格 (Blog) 莫屬。根據創市際「ARO 網路測量研究」統計，今年 3 月份台灣網誌服務相關的網站頻道造訪，已達 513 萬不重複人次，佔全體網友的 49.6%。美國企業嘗試運用部落格，提升品牌知名度與增加討論的例子已漸漸興起，例如去年 6 月，Nike 便推出名為

「速度的藝術 (Art of speed)」的部落格，邀請 15 位影像工作者在裡頭，發表他們對「速度」的詮釋，也邀請具有影響力的部落格作者，參與討論，在當時的媒體界與部落格圈裡吹起一陣漣漪。

「部落格成為聚集鮮明屬性消費者的平台，可直接進入消費者生活型態，」蕃薯藤知識長暨副總經理蕭景燈表示，只是要精準針對 Blogger 的生活型態出發，運用部落格做行銷，在台灣部落格氛圍尚未完全成熟的階段，仍待觀察努力。

手機廣告，互動性強

在有線網路之外，無線網路結合手機的互動行銷，成為另一種形式的網路廣告。

根據國際電信聯盟 (ITU) 發佈的「2003 年世界電信發展報告」，台灣行動電話普及率達 106.15%，為全球第一。人手一機、甚至好幾機的時代，開啓了無線網路行銷的新商機。利用手機和無線網路做廣告，也成為精準行銷方式的新寵兒。

「行銷最難的，就是找到對自己產品有興趣的人，」遠傳無線互動行銷部協理俞錦國指出。然而，手機能夠精準行銷的關鍵，就在於電信業者本身龐大的手機用戶資料庫。除了一般的人口特性，包括消費者帳單金額和通話型態，都可以成為行銷時精細區隔消費者的方法之一。加上電信用戶的資料都是經過確認身分證字號，資料純淨度極高，更增加行銷精準性。

童裝老品牌麗嬰房，因為產品屬性的關係，客群對象的年齡層極窄。為了精準觸及 0-12 歲孩童的媽媽，同時面對新生兒出生率從每年 35-36 萬人，嚴重下降到 20-21 萬人的惡劣環境，就選擇以手機一對一行銷的方式，透過篩選，發送簡訊給既有會員和潛在消費者，並舉辦來店滿額抽獎活動，成功在童裝競爭最激烈的農曆新年衝高 2 成的業績。

在這個愈來愈豐富的世界，我們都充滿渴望。渴望更多、更好，渴望被正中心的剛剛好。這就是新媒體的魅力，也是新行銷的機會。（本文摘自 e 天下雜誌）

「輕型創業潮」來襲！

文／謝宛蓉



創業一定得有雄厚資本、多方通路，才能做出成績？在科技助力下，以往的創業模式開始發生質變，一股顛覆傳統創業模式的「輕型創業潮」正席捲而來，而主導這股新勢力的族群，正是「7年級」世代。

這股新興的輕型創業風潮，令人興奮期待，且看這群20歲出頭的年輕人，如何運用科技的力量，讓有限資源發揮超限威力，勇敢地投入創業戰場，用青春與膽識打一場漂亮的仗。

安恆璇，一位去年剛從大學畢業的小女生，卻已經是知名的女鞋天后。每個月她的網路賣場只開門10天，卻能賣出千雙以上的鞋。原本開店的父母，都結束自己的生意，來當女兒的員工。

「傑克豆豆」是王穎晞、吳展裕、楊瑞棋、張嘉豪4個大男生所創的蛋糕專賣店，3坪大的小店面，每天可以賣出上千塊蛋糕。創立不到一年，就迅速擴張到21家分店，每月營業額超過500萬元。

金志聿、金志丞兄弟合開了一家專門設計Q版造型的網路品牌「Paint人集團」。因為名稱諧音像極了「騙人集團」，經常在電話裡造成許多人誤會。就是這種新新人類風格，在短短3個月內吸引超過60人前來應徵。

他們，都是「7年級」的新世代創業家。

當所有人都對這個世代貼上「草莓族」的標籤，他們正用行動來宣示：「這是我們的時代！」而且，這波7年級的新興創業力，不只是少數成功賺到錢的個案，更代表一股顛覆傳統創業模式的「輕型創業潮」，席捲而來。

特質1：生活、服務的「輕產業」當道

無論是娛樂文化產業、服飾女鞋或者蛋糕餐飲，生活產業已成為年輕人創業主流。

7年級世代對於輕型產業確實有偏好。在104人力銀行今年3月間進行的調查中，5、6年級世代所喜愛的產業，前5名是曾經發光發熱的進出口貿易、或高科技電子

業。但在7年級的排名中，前兩位雖然還是電子製造業、半導體產業，但第三、第四名已經是百貨零售業、餐飲服務業這兩種輕型產業，而且喜好的程度與前兩名差距逐步拉近。

備受學生們喜愛的創業競賽中，也看到新世代創業模式的轉向。至今年已經舉辦了7屆的研華科技創業競賽，董事長劉克振表示，過去的創業重視研發，但現在文化創意、網路娛樂、數位內容等軟性產業，成為新竄起的創業趨勢。

政治大學企管系教授吳思華則指出，台灣的創業型態正從過去的貿易、製造業、科技業轉向第四代的「生活創業」。成功的「生活創業家」，需要靠「心」來賺錢，不論是食、衣、住、行、育、樂，只要用心體會生活需求都有機會。

特質2：小資本、負債創業

創業的資金門檻大幅降低，是7年級生勇於創業的一大關鍵。

以往，實體店租對於開店者來說就是最大的負擔。104人力銀行品牌總監邱文仁指出，網路打破了這基本的成本，即使極小額的資本，也有可能開始自己的事業。

另外，借貸容易，也降低了創業門檻。「以前的人不喜歡借錢，但現在，貸款則顯得非常自然，」邱文仁也表示，現在消費世代對於負債的觀念不再負面。市面上各式「貸款圓夢」的行銷訊息，也讓年輕人勇於負債創業。

傑克豆豆在創業初期，第一個月就開設 3 家分店，並隨後經營加盟體系。這樣的膽識，令許多人感到驚訝。他們的創業資金，就是分別運用現金卡借款湊到的 100 萬元。比起傳統繁雜的貸款程序，現在借款的方式就更多樣而簡易。

特質 3：上網漸進式創業

網路提供了一個比實體便宜許多的「店面」，也使得「漸進式」創業成為可能。網路拍賣尤其是 7 年級世代踏出第一步的新管道。

Yahoo! 奇摩電子商務服務事業部資深行銷經理余倩梅表示，7 年級創業很多人是從網路拍賣開始。先批來一批貨，試試看商品在網拍是否具競爭力，等規模到一定的程度再考慮開店。

女鞋天后安恆璇，大學時期開始網拍。她從拍賣自己的二手衣開始，也曾批發女裝來賣，但發現競爭者太多，很難做到差異化，於是轉向競爭較不激烈的女鞋市場。發展至今，她漸漸擴張到 Yahoo! 奇摩購物平台、PChome Online 商店，也將和衣蝶百貨的網路購物平台合作。

特質 4：價格破壞王

沒經驗的 7 年級生，如何創業打出一片天？首要策略就是價格破壞。

「傑克豆豆」的 4 個大男生，就讓蛋糕硬是從 50 元以上的一般售價降到將近一半，4 個只賣 100 元。不只蛋糕，連像吉他這樣需求量有限的產品也可以靠低價策略，每個月賣出 200-300 支。「小新吉他館」就是 7 年級生曾惠新所經營的網路商店。熱愛吉他、大學時擔任吉他社社長的他，為了幫學弟妹買到便宜吉他而找上工廠，因而發現傳統樂器行的吉他利潤高得驚人。於是他決定上網自己賣平價吉他。

但是，創業者要有心理準備，通常這樣破壞行情的動作，必定會引起同業「前輩」的大反彈。曾惠新自從經營漸具名聲以來，就飽受同業的抵制要求供應商不能進貨給他。「創業之後，才知道真正市場競爭的黑暗面，」他苦笑著說，「但這也會逼迫自己更進步，更努力差異化！」

特質 5：就是要個人化！

如果不能提供誘人的價格給顧客，那就一定要牢牢抓住顧客的「心」。量身訂製，無疑是重要商機之一。

金志聿、金志丞兄弟經營「Paint 人集團」發現個人化市場潛力無窮。他們的公司早期就幫許多候選人做網站，後來意外發現，Q 版造型獲得很大的迴響。「每個人最愛的就是自己，也最願意表現自己不同的一面，」金志聿表示。現在「Paint 人集團」共有 300 多種的商品，像是甚受歡迎的新人 Q 版造型的結婚喜糖、Q 版棒棒糖。他們每個星期都開會，共同腦力激盪還有什麼是可以開發的「炫耀型商品」。

個人化、客製化，也是現在學生創業的概念趨勢。在今年的研華科技創業競賽中，得獎團隊中就出現「線上訂作個人服裝」、可自行拼湊的「拼圖式家具」等創意計畫。

特質 6：商品創新力

因為進入門檻通常不高，輕型創業家要能源源不絕地創新商品與競爭者差異化。墨魚香腸？咖啡香腸？別懷疑，7 年級女生林奕利的網路商店，賣的就是這樣的創意產品，每個月還可以達到 40 萬元營收。

誰說天燈只能在特定節日釋放祈福？「平溪祁家天燈」的祁祐慶就是自己研究開發「綢緞布雕小天燈」，把天燈變成可以收藏、又充滿祝福之意的精緻小禮品。除了接受客製之外，至今他已推出 13 種固定主題和 7 種顏色，還包括手機吊飾版。別富巧思的創意讓台北縣政府、台鐵本舖都找他製作紀念品。

特質 7：「搏感情」的熱情服務力

七年級的創意除了發揮在產品上，更有年輕熱情的服務力。

70 年次的林煌翔，去年 3 月開始創立網路服務公司「瑪尼國際」，專門幫中小企業做網站代管。現在他們服務的客戶已經超過 300 家，平均月收入 50 萬元。

怎麼和眾多的網站代管同業差異化？林煌翔表示，他們用盡巧思提供更貼心的服

務。例如：把服務時間延長到半夜 12 點；週末假日也提供服務；另外也設有 0800 電話方便客戶洽詢。更具創意的巧思是，他們還在 MSN、Skype 開設專屬服務帳號，隨時有人回應客戶丟來的問題。林煌翔表示，這不但幫他們每月節省了 1,000,2,000 元的電話費，也有助於增進和客戶的關係，「大家都像朋友一樣，客戶即使有不相干的小問題，丟來詢問也不會感到壓力。」

「小新的吉他館」的曾惠新，也靠著更多的服務來作為競爭策略。他首創推出「買吉他，終身免費換弦」的超級好康，還帶動其他競爭者跟隨。曾惠新說，雖然成本看似增加，但客戶卻因此再回到店裡，再度購買的機率通常高達 8 成。

特質 8：消費世代的超強行銷力

73 年次，月收入平均 40 萬元的拍賣小魔女吳思嫻被網友稱為「秒殺女王」，意思是商品往往才上架就在瞬間被搶購一空。

她最獨特的成功秘訣是經營自己專屬的網路家族，造成粉絲效應。一般買家都可以看到這裡的討論，但是只有一些有經常往來、評價良好的客戶才能通過審核成為家族成員，可以討論發表意見。

目前她的家族成員已經超過 2,000 人，每次她有新商品或是新活動，這群「粉絲」在網路上的討論就是最好的口碑行銷。

儘管年紀輕輕，吳思嫻的行銷天賦卻高人一等。今年農曆過年前，她也學百貨公司開始賣起「福袋」，一包售價 500 元的福袋平均藏有 3 件 300 元的衣服。吸引網友搶購了 300 包，也讓她成功出清存貨。

「7 年級熟悉網路語言，他們擅於透過網路互動創造自己的特色，」Yahoo!奇摩余倩梅觀察，因為網路拍賣的評價、問答都是公開的訊息，因此，7 年級賣家普遍勤於與顧客留言互動，創造個人風格。他們也很了解，照片該怎麼呈現、模特兒該怎麼擺姿勢，才能有最佳效果。

與科技零距離的創業新世代

當更小、更快、更輕巧的創業風格正成為主流，科技成為 7 年級創業者在產品、服

務、行銷等各個面向的創意來源，也是他們經營網路商務的優勢所在。

「7 年級成長所戴的眼鏡和 5、6 年級所戴的就不同，」政大科管所教授溫肇東指出，7 年級生大約從國中就開始玩電腦、電動，高中開始有網際網路，也從那時候開始，就有很大的機會上網拍賣自己的東西。「網路讓他們很早就有買賣與商務的經驗，」他觀察，相較之下，以往大學生最常做的工作只是當家教。

淺層創業？格局的考驗

但是，輕型創業盛行的時代，也有值得新創業家們關注的問題。

「大家創業的意向很高，但成功卻是少數，」104 人力銀行邱文仁觀察，新世代創業風潮一部份來自於職場的推力。根據 104 人力銀行年初的一項調查，7 年級生已經有 6 成的人換了 2.3 份工作，但他們離開校園可能至多才 2 年。邱文仁提醒，新世代創業前還是要慎思自己的核心價值，否則，「創業成功的難度，遠遠超過你找到一份好工作。」

「格局不夠大是普遍的現象」溫肇東指出，新世代創業家很少以永續經營、成立世界級的公司為目標，創業模式多半是且戰且走。他表示，年輕人敢於嘗試的心態值得鼓勵，但是「創業的基礎打得愈深，才不容易隨著一陣泡沫過去而消散。」

新創業世代究竟該如何把根基紮深？溫肇東建議，創業者都應厚植 3 種能力：一是商業智慧，就是深度瞭解企業的商業流程，包括供應鏈、物流與金流等結構。二是市場智慧，就是對市場與顧客的瞭解，尤其輕型服務業都是要貼緊特定族群的需求缺口。三是組織的經驗。成功的創業就是要能夠找到新的機會，然後集結對的人、對的資源來發展。

輕型創業，是更有趣、更貼近人心、更容易進入的新創業時代。但是浪潮之下，也隱藏著陷阱與挑戰。新世代創業家要培養好自己的能力，才能成功地站在浪頭上。

（本文摘自天下雜誌）

沒有錢的公司更容易成功



網路電話 Skype 在短短兩年內，全球已有 5,100 萬人註冊，台灣用戶也高達 230 萬，是 Skype 全球第二大市場，僅次於美國。Skype 創辦人詹史壯，特別分享他對創新的獨到看法

如果想要找這兩年內最具創新的應用或是服務，網路電話 Skype 絕對是不二之選。短短兩年內，全球已經有高達 5,100 萬人註冊 Skype，強力衝擊傳統電信市場。台灣的使用人數也高達 230 萬，是 Skype 全球第二大市場，僅次於美國。

「創新就是要改變現狀，」創辦人尼可拉斯·詹史壯（Niklas Zennstrom）不諱言地說，創新的人一定要有所堅持，創造自己的願景。

吸收不同觀點才能降低風險

創新其實不神奇，沒有什麼神奇子彈或是魔術妙方，可以一打就擊中創新。Skype 不是突然冒出的創新想法，是利用全球網路基礎、漸進式的結果。

創新真正的重點在要做很多不同的嘗試。以我的經驗，如果只有我自己進行創新，可能會是很大的失敗，應該要與不同的人開啓不同對話，獲得更多不同的觀點，才能避免很多風險。

求學生涯中，我花了大半的時間在技術工程和商學院中，我的創業夥伴傑尼斯·傅易斯（Janus Friis）則很早就輟學，讓他能夠想到更多體制外的可能（outside the box）。我的思考比較具邏輯性，傅易斯總是挑戰我的想法，讓我們在很多方面彼此互補。

打造願景比製造產品的成功機會更大

創業家有兩種型態，一種製造產品，一種製造願景。前者可能創造出最好的產品，但卻不會是一個很好的創新者；後者希望他的創新能造成實際衝擊，往往成功機會是更大的。Skype 就是想要改變

溝通的方式，這也是投入創新背後一個很大的動力來源。我與傅易斯都喜歡挑戰現有想法與既定模式，如果總是跟隨既有制度、科技，充其量來說，做得再好也只是跟隨者。

Skype 發展的過程中，我們不斷發掘問題、尋求解答。我們關心的是如何去解決最基本的技術問題和消費者需求，而不是一開始就把心力放在財務營運的規劃上。一旦最基本的問題解決，接下來也能夠找到應有的模式和資金。

沒有錢，更容易成功

我認為一開始沒有錢的公司更容易成功，因為就必須把注意力放在可能儘快做成的事情上。我們創業初期沒有資金，但還是全速進行。我家客廳就是傅易斯的臥房，也是我們的辦公室，就在其中面試、工作。也因為我們沒有錢，就會被迫更聰明地去花錢，讓我們注意力放到可以更快在市場上開花結果的計畫上。

所以，我們捨棄傳統的市場和行銷概念，在網路上來做軟體的流通和行銷，相對地，它的成本也來得低廉許多。也正因為如此，我們不受限於傳統包袱，讓我們做到更多全新的想法和作法。

在創新過程中，一定會碰到有人告訴你這沒有市場、募不到資金等。但是即使所有人都說不行，還是要堅持。自己要有信心，即使一開始被很多人拒絕，「決心」絕對是最後成功的關鍵。

KaZaA、Skype 一開始都被大家拒絕，我們是從被拒絕中學到教訓。

創新過程中 不要一直想賺錢

我要特別再提醒，在創新的過程中，千萬不要一直想賺錢這件事，因為你若一直想要賺錢，往往就愈賺不到錢。而且你也可能享受不到過程的樂趣，而變得非常痛苦。

如果你把注意力放在究竟帶給別人什麼樣的改變，並逐步解決基本問題，不但能夠聚焦你的想法和遠景，還能讓你賺到錢，你本身也會因而非常開心。

Skype 本身並不是一個終端產品，這只是一個開始。未來，我們會持續聚焦並擴展更多服務，創造一個新的生態體系來發展，未來挑戰不只是如何持續創新，而且是速度加快地創新。因為，未來市場的競爭不是在「規模大小」，而是在「速度的快慢」。

3 個轉捩點成就 1 個總裁！

文／張德齡

「人生中，最吸引我的就是一直有不同的、新的嘗試。」莊人川目前是美國宏碁創投總裁，從英特爾的晶片設計高手、回台灣創業、到進入宏碁，莊人川覺得自己像從球員到隊長、到教練，嘗試了不同的角色扮演，同時也充分表現出他勇於冒險、敢於嘗試的牡羊座性格。

30 幾歲時，他是英特爾第一個發明 CMOS (Complementary Metal Oxide Semiconductor) DRAM 動態隨機存取記憶體的工程師，這本來應該是他事業的高峰，卻因為公司的策略、計畫被腰斬，促成他在 36 歲時回台灣創業。然而創業之路並沒有預期的順利，莊人川還得學習「如何關掉一家公司」。雖然如此，公司的投資人施振榮卻十分賞識他，邀請他加入宏碁，從協助創立揚智 (Acer Lab Inc.)，到負責宏碁個人電腦周邊產品，再成為宏碁北美總經理。8 年前，莊人川又做了新的嘗試，即設立宏碁在北美創業投資公司。他自稱一生經歷過「3 個轉捩點」，並不只一次「化人生的危機為轉機」……

第一個轉捩點：移居新加坡

多元文化打根基

在台灣長大的莊人川，15 歲那年因為父親工作的關係，舉家遷到新加坡，「這是我

人生的第一個轉捩點」他說。這是他第一次接觸到不同的文化，並且學習適應新的語言與生活。他依稀還記得在新加坡念天主教中學時，每天早上同學們都要用英文背誦「主禱文」，他總是開口裝裝樣子，也不知道這是學校的規定。直到有一天，神父要他帶領同學一起背誦，他很不好意思地告訴神父他不會，這是他覺得很糗的一件事。回家後發奮圖強，直到現在事隔 40 年，「主禱文」都還沒有忘記。

多接觸不同階層

在新加坡念完高中後，他隻身來到加拿大蒙特婁念大學。每年暑假，莊人川都去打工，並且發揮他勇於嘗試的精神，加入加拿大 Manpower (人力資源) 組織。其實大部分都是做勞力的臨時工，例如晚上去搭網球比賽的台子，或半夜替公司搬家具。有一年暑假，加拿大最大的造紙公司贊助他一份暑假短工，在還不明白工作內容的情況下，莊人川就穿過了大半個加拿大，從東岸跑到西岸去，後來才知道他的工作是站在碼頭上，將一根根的木頭鉤起，然後送往運輸帶上。不過，這個經驗卻讓他學到如何應付單調的工作，而且「再單調的工作也是需要技巧的」他說。在這段時間，他也和老工人們話家常，使他得以接觸社會上不同階層的人。他認為年輕時接觸多元文化背景很重要，對以後的語言、溝通與管理，有很大的影響。

主觀看法不是唯一

在加拿大 McGill University 電機系畢業後，莊人川申請到美國南加大直攻電機博士。在他求學的十幾年生涯中，每個階段都接觸不同的文化，從台灣到新加坡、加拿大及美國，尤其是新加坡，當時還屬於馬來西亞，第二年才獨立，對於未來有願景、有恐懼，充滿不確定性。之後他到加拿大法屬的蒙特婁讀書，正好碰到他們鬧獨立最嚴重的時候，常有激進份子放置炸彈，外界對於他們也不能理解，但是莊人川每天生活在這群人當中，對他們的行為與想法有深切地體會。這種思維方式對於莊人川以後在事業的管理上有很大幫助，他學習到自己的主觀看法不是唯一的想法，要從其他人的角度去想。

打擊阻力不是問題

博士畢業後莊人川進入 Bell Northern Research（貝爾北方實驗室），之後跳槽到英特爾。在那裡，他開發出英特爾的第一個 CMOS DRAM，他稱這段時期是他技術上的最高峰。當時大部分的記憶體是以 NMOS 製成，莊人川發現 CMOS 的許多優點，但當時在英特爾內部有許多阻力。為了這個計畫，他在英特爾創辦人也是發明「摩爾定律」的戈登摩爾（Golden Moore）面前做簡報，摩爾問他：「有沒有任何原因你認為不應該做 CMOS？」莊人川回答沒有。摩爾再問：「那我們為什麼不做？」於是，莊人川得以排除內部阻力繼續完成這項研究。

可惜，這個原本能夠讓莊人川大展長才的機會，卻因為英特爾決定淡出記憶體市場，改為專注於微處理器 CPU 的發展，他的研究只能告終。這項決定奠定英特爾未來稱霸 CPU 市場的基礎，對莊人川來說，卻是不小的打擊。他面臨事業的十字路口，要繼續留在英特爾設計 CPU，還是另謀出路？

當時新竹的科學園區剛剛成立，並且正要開發半導體產業，當時能做的，就是記憶體。於是莊人川決定回到闊別 20 年的台灣，展開他新的事業生涯，他稱為「人生的第二個轉捩點」。

第二個轉捩點：回台灣創業

從倒閉失敗中學習

1984 年回到台灣後，莊人川加入國善電子負責整個產品設計團隊。國善是政府刻意培養的高科技公司之一，有政府的發展基金注入，同時期新創立的公司還包括華智和茂矽。這 3 家公司中，國善擁有良好的團隊與技術，但是公司的架構與決策上的失誤卻造成不同的結果。

從倒閉經驗中學判斷

當時國善想要建立自己的工廠發展 CMOS 製成，但是投資工廠的資金需求大、且營運成本高，而其他兩家公司華智和茂矽卻很聰明的選擇與其他公司合作，並利用代工，即使在景氣不好時也能夠生存下來。最後兩家公司合併，而國善則是成立 3 年後即宣佈倒閉。

國善的失敗讓莊人川學到，一家科技公司的成功與否，技術不是最重要，資金與策略同樣重要。他總是能從失敗中學習，當年國善在美國的公司，是他負責結束營業，他開玩笑地說：「我還學到如何把一家公司關掉哩！」國善的經驗確實對於莊人川以後做創投有很大的幫助，他能更準確地評估一家公司是否有機會成功。

雖然後來國善並沒有做起來，但是莊人川受到投資人施振榮的賞識，邀請他加入宏碁。在那段時期，他創辦揚智，負責個人電腦內部半導體的設計。2 年後，他負責接管宏碁周邊產品事業，包括鍵盤與顯示器，也就是明基的前身。

失敗是最好的課題

由於周邊產品需要大量勞力製造，宏碁決定在馬來西亞建立第一家工廠，由莊人川負責。他感歎生命就像個週期，15 歲時移居當時還是馬來西亞的新加坡，現在，他又回到馬來西亞建廠。生命中的那段經歷，更讓他了解馬來西亞的文化，使他在工作上如虎添翼。

1991 年宏碁併購美國 Altos 公司，莊人川被派到美國處理併購事宜。隔年，他接任美國宏碁總經理，負責將宏碁個人電腦推廣到美國市場。如今他回憶起人生最得意

的事之一就是在那幾年發生的。宏碁在1995年上市 Aspire 系列，產品改變以往造型，以亮麗的黑色及綠色出現，不但開發新的市場機會，也得到業界的迴響，銷售量大增高達14億美元。

然而在亮麗成績的背後，因為低估了零件供需之間衡量的誤差、及售後服務的需求，雖然銷售量大，卻也賠上了庫存與售後服務的成本。

擔任宏碁總經理5年的生涯中，他領悟到兩件事：第一，就是成功與失敗是一線之間，你可以享受成功，但是從失敗中學習經驗，則更為可貴。第二，失敗不是終點，就如同中國話所說「山窮水盡疑無路，柳暗花明又一村」。

第三個轉捩點：創立宏碁創投

不怕選擇新挑戰

1997年莊人川離開了宏碁總經理的位子，引起業界不小的震撼。和施振榮先生長談後，施先生告訴他：“Let's try something different.”，並提出成立創投公司的建議。當時除了這個選擇外，莊人川還有其他兩個方向，第一就是加入另一個公司做

相同的事；第二個是自己創業。但是在宏碁時，他已經創立幾家公司，他問自己「哪個能讓我學到新的東西？」答案呼之欲出。

把心打開

創業投資對莊人川來說又是個全新的領域，他說這是他人生第三個轉捩點。這個改變，好像從球隊隊長變成教練。如今，他做創投已經是第八個年頭，他經歷創投業大好與大壞的時期，看盡許多新創公司的成功與失敗。他認為創投最大的挑戰即是一如何將有形的東西變成無形？是否能看到一個成功的圖像？「這不是教就會的，我覺得創投很有挑戰，需要學習的很多，應該可以做很久。」他笑著說。

5年前，由於一場惠普執行長費奧莉娜「數位時代的文藝復興」的演講，喚起莊人川對於攝影的興趣。這幾年，他鑽研攝影，同時也從攝影中悟出事業與人生成功的心法。他鼓勵大家，人生是一個旅程而不是終點。有時有陽光、有時有黑暗，只要你走在其中，總是有新的機會與新的啓發，要用開放的心來面對。

MONARCH DUTY FREE SHOP 免稅店

111 LONSDALE STREET, MELBOURNE 3000
TEL: (03) 9650 0166 FAX: (03) 9650 0222

營業項目：

羊毛製品：各式綿羊油，純羊毛內衣，多種規格羊毛被，羊毛毯，澳洲名牌毛線衣等
羊毛製品：澳洲 BOWRON 牌金星羊皮從單張到 14 張，羊毛椅墊，羊毛抱枕，羊毛鞋襪，皮包等
化妝品：ELIZABETH ARDEN, LA PRAIRIE, JURLIQUE, BLOOM 等，世界知名保養品
健康食品：深海鮫肝精，鱈魚軟骨粉，百肝寧，蜂膠，蜂王乳，有機麥苗精，羊胎盤素，羊乳片等
免稅煙酒：多種法，英國進口酒，澳洲本地知名葡萄酒等
金幣澳寶：澳洲國家珀斯制幣廠各式各樣手工金幣及礦廠直營各式各樣澳寶
多樣化澳洲製玩偶，T 恤，奧林匹克 2000 紀念品，手錶，太陽眼鏡…等

最優惠的價格，最滿意的服務
期待您的光臨與指教

社交網站 輕鬆網住人脈

文／楊淑娟

愈來愈多人藉由網路來建立虛擬速成的人脈，人們真的可以不用再參加雞尾酒會、換名片了嗎？

三十三歲的黎斯翠剛被公司從舊金山派到芝加哥時，在芝加哥不認識任何一個人。他的工作是行銷，沒有人脈根本很難踏出第一步。

但是三個月不到，他就有像在舊金山那麼多、背景也雷同的朋友，讓他在工作、生活上都如魚得水。

六個人串起全世界

黎斯翠的秘密武器，就是社交人脈網站 Friendster。他在舊金山的一個朋友在芝加哥有一個朋友，這個網站讓他迅速認識朋友的朋友、朋友的朋友的朋友、朋友的朋友的朋友的朋友.....。

近幾年，這類社交人脈網站迅速崛起。這些網站相信，世界上的任何人之間，最多只要透過六個人，就可以扯上關係。

所以只要一個人先邀請他認為可信、比較有交情的好朋友加入，然後這些好朋友再去邀請他們的朋友加入，如此不斷擴大，其中的任何人需要認識特別的人時，就能在網站上搜尋到。而且因為可以透過朋友引介，彼此不是全然的陌生人，成功率高。

也因為這些網站上的人，都是朋友的朋友，所以這類網站比 Yahoo Personals、Match 等陌生人交友網站更受青睞。尼爾森公司的調查就發現，Friendster 的使用者一個月平均上 Friendster 網站兩小時，但是 Yahoo Personals 的會員一個月只使用該網站三十五分鐘。

許多社交人脈網站，還專攻不同的功能。例如，LinkedIn 與 Ryze 都比較強調商業聯繫，會員可以藉此找客戶、找服務，甚至找工作、延攬人才。Friendster

兼具交友等各種不同目的；openBC 則強調國際化，支援中、英、德、法、西、葡、日、韓等十六種語言。Meetup 甚至結合志趣相同的人舉辦、參加各種活動，在美國總統大選中，還幫角逐民主黨候選人的狄恩募款。

《時代》雜誌形容，「這讓興趣相投、住在附近的人們，有了方便又不具威脅性的方法連結在一起。」

社交網站魅力之大，不可小覷。Friendster 的會員已約兩千萬，LinkedIn 每天則有兩萬名專業人士加入。怪不得 eBay、Google 等網路大亨的金主，不是投資就是自己成立這類網站。

因為這些網站的功能，超越許多傳統的人脈網絡，讓人們不用馬不停蹄地參加酒會、換名片，就能迅速地找到對的人。

不可諱言地，這是拓展商機的好工具。自己開公司的羅傑斯，就在短短四個月間，透過商業人脈網站 Ecademy，找到十六個商業機會，每個都價值在七萬五千英鎊（約合新台幣四四〇萬）以上。他打算好好酬謝那些引介他談到生意的朋友與他們的朋友們，這樣大家就會口耳相傳，不斷地為他帶來更多新客戶。

朋友的朋友比陌生人可靠

這也逐漸成為企業獵人、上班族謀職的新途徑。因為人們在這類網站上披露更多個人細節，企業可以更了解他們，不像傳統的就業媒合網站，只有制式、表面、有限的履歷表等資訊。

另外，因為這些人都是「朋友的朋友」，所以還可以透過朋友們先了解對方，資訊更可靠。

Xtel 顧問集團的副總裁偉弗在《華爾街日報》讀到，愈來愈多企業在 LinkedIn 尋才後，就透過朋友邀請，加入成為會員。結果，他分別只花了一、兩天，就找到合適而且日後表現相當稱職的人選。

對許多人而言，這些速成人脈更是生活上的好幫手。因為在這些網站上，會員可以透過朋友們結交新朋友、找公寓、賣車、修水管……，這些事，透過朋友都比找陌生人可靠。

在矽谷工作的連奎斯特就每天都上社交網站，他的前兩個住處、車子、買電腦、雇工人裝修家裡，全是靠這些人脈。只是，在網路上建立人脈，也有傳統實體人脈沒有的缺點。

例如，隱私的問題。《華爾街日報》舉例，如果你在豪宅區有一棟房子，你未必會想讓全天下的人都知道，但你的朋友卻可能會在網路上告訴你原本不認識的人。

更敏感的是，在某些網站上，一個人的政治傾向、是不是同性戀等私事也會表露無疑。「你平時會告訴可能雇用你的人這些事嗎？你可能透露太多讓對方可能不喜歡你的資訊了！」經營人力資源顧問公司的凱瑞斯賓提醒。

此外，一個人平時的生活習性、個性都可能因為在網路上公開，而被輕易找到，用來做法律訴訟、犯罪的資料。

「我不介意讓朋友知道某些資訊，但如果那是部商用電腦，誰知道誰會看到這些資訊？怎麼用它們？」紐約史帝文斯科技研究所的電腦教授魏翠爾擔心，「上面有太多我們的資料了！」

也有人抱怨因為參加社交網站而飽受騷擾。美國科技新聞網站 Cnet 上，就有人批評，參加社交網站後，太容易被人找到，而得應付許多邀約、信件；有人甚至屢被根本不認識的人邀請參加一些團體或活動。通訊錄與社交網站 Plaxo 就因此公告，要使用者不要再寄垃圾郵件給其他會員。

面對種種難題，許多專家建議，在使用社交網站建立人脈時，要注意不少事，才能兼收傳統實體人脈的功效。

首先，要注意自己在網路上呈現的方式。我們在現實生活中，出門應酬一定要注意衣著整齊，言語得當，在網路上貼照片、寫文章留言時，何嘗不是如此？

經營人力資源顧問公司的席佛曼有回在網站上找到一個合適的人選想為他轉介工作，沒想到這個人在網路上貼的是紋身遍體的上半身裸照，讓他馬上打消主意。

這就像老闆如果看到一個員工在聚會上狂歡飲酒、舉止失控，便會懷疑對方出差參加商展時，是不是也會這樣，破壞公司形象。「雇主常會用跟工作無關的私生活資訊來判斷一個人，」美國全國工作權研究所的法務主任葛魯伯提醒，老闆的這些考量都是合法的，不算職場歧視。

虛擬建構，實體維護

《高速企業》還提醒，面對網路人脈就像面對實體人脈一樣，自己要先決定參與到什麼程度？跟別人要保持什麼樣的距離？例如，在 LinkedIn 上，使用者就可以決定，只想被什麼性質的人、事聯絡。

《網路世界》雜誌也指出，使用社交網站前要仔細閱讀網站上的規定和政策，確認哪些資訊會被怎麼使用，自己有多少權利、不被打擾的私人空間。

隨著人脈網站愈來愈普及，也有網站開始收費，維持品質，使用者便能擇優參加，減少被騷擾的機率。

無論如何，社交網站提供速成人脈，但要維持、管理這些人脈，還是得用心經營。社交網站經濟分析研究所的總裁史丹利總結，「人們跟你碰面後，會更信任你，畢竟你沒法只靠網路上的文字就能判斷一個人。」

膽識是在學習中變得強悍與耐操

許多人面對重要抉擇或是新的機會時，往往裹足不前，沒有足夠的膽識接受挑戰或是採取行動。缺乏膽識的其中一個重要原因就是「害怕失敗」：害怕失去成功，害怕失去已經擁有的一切。這正是提摩西·巴特勒在《別和成功擦肩而過》（Maximum Success）書中所列舉的12項職場弱點之一。巴特勒為哈佛商學院MBA生涯發展中心主任，長期研究個人生涯發展與職場競爭能力，特別是心理學與管理學的知識整合。也曾擔任多家企業的諮詢顧問，從個人生涯發展的角度協助企業規劃人力資源。

今天台灣4、5年級的管理者對新鮮人才最大的批評，就是他們怕失敗，不具膽識，因此也常被稱為「草莓族」。對這個現象你有什麼建議？

所有成功的領導人、管理者最基本的條件之一，就是必須有某種程度的強悍（toughness）與耐操（resilience）。因此即使在草莓族中間，也必定是那些比較強悍、耐操的草莓，會成為領袖、管理者。

事實上，每個世代的人才，都是從學習中慢慢變得強悍、耐操的，只是新生世代的工作者可能需要較長的時間學習而已。

從組織的角度來看，就必須獎勵那些願意承受批評，願意投入更多、更長時間達成目標的人。

另外，組織有3種方式來培養更有膽識的人才。一是長官以身作則，這是最有說服力的教導；第二就是不斷宣講。你會說他們哪聽啊？但是只要不斷在訓練、工作裡清楚說明這是組織鼓勵的價值，最後大家還是會聽進去的。第三，你也可以選擇什麼都不做，讓那些脆弱的草莓自然被組織裡的競爭淘汰。

從個人角度來看，個人如何培養自己更有膽識？

這是個好問題，首先，我不相信強悍、耐操是天生的。人生本來就有很多不同

的挑戰，因此你觀察在組織裡強悍、有膽識的人，一定早在成長過程中就經歷過不少巨大的挑戰了。

所以要培養自己的膽識，就從每天都勇敢面對自己的下一步開始。別以為什麼大的「個人生涯改進計畫」會有效，這些計畫通常都以失敗收場，還不如學會正面面對眼下的每一個難題，誠實、現實地認清自己生活中的困境是什麼？我需要做哪些事去克服它？需要什麼幫助、建議？你需要一天、一天地累積自己的活力，用一次、一次的克服去培養自己的戰鬥力。

這需要很長時間的練習，否則你不可能從20碼的賽跑，一下晉級去跑馬拉松。過程中，要懂得尋找外援、要求教練、專家給最好的方向建議，絕對不要「獨力進行」，要懂得向前人學習。

組織要怎樣培養有膽識的人？

要分清楚到底要鼓勵員工勇於創新，還是不斷冒險。企業是希望能夠控制風險的，但是要怎樣控制風險卻不壓抑創新，卻是組織的挑戰。

事實上，多半組織在徵人的階段就出了問題，因為人事部門總喜歡用最安全的方式雇用人，他們蒐集一大堆履歷，然後用很拘謹的方式評估這些履歷：一定要選好學校出來的人，一定要選在大公司工作過的人，這些都是很靜態的指標。

我們真正要找的，是那些真正做過很困難的專案，並且用創意解決的人。不管他們有沒有漂亮的學歷、大公司的經歷，因為他們經歷過這樣的挑戰，我也要跟他們見面聊聊。我覺得一般企業在選人的時候，都遵循最安全的途徑，這在審核履歷表的第一步就出了問題。

在新的世紀競爭裡，你認為今天的人才應該具備哪些基本條件？

從企業的大環境來看，人才力的基本條件幾乎是不會改變的。任何組織的領導

人都需要很強的分析能力，不見得是數量分析的能力，而是對經營大環境判斷分析的人才。另外，就是有人際能力的人才，不管是領導人、管理者都需具備這兩個基本能力。

過去 10 多年，雖然經營環境有很大的改變，科技快速發展等等，但是管理者的基本條件卻幾乎沒有改變。例如人際能力，就是指讓人工作、與人工作（working through and with people）的能力，是理解不同的個人工作動機、優缺點，並藉以啓發、幫助他們在組織裡找到最能貢獻的著力點，讓他們得以發揮、成長的能力。此外，就是要懂得處理衝突，管理文化上、專長上、社經背景上越來越多元的新生世代。而且組織越全球化，領導者就越需具備這種能力。

那麼今天年輕人才的主要工作動機跟以往有什麼不同呢？他們多半為什麼而工作？

今天或早幾年進入工作市場的人才，多半是在全球經濟高速成長的年代進入企業。他們經歷的可能是人類史上前所未有的繁榮，特別在 1990 年代。因此這批年輕人才的期望是非常高的，無論是自己給自己的目標、應該多富有、多快升遷到某個位置，大家的期望都很高。因此 2000 年，美國經濟的泡沫破滅之後，許多年輕人是很失望的，甚至感覺挫折與憤怒。中國大陸在過去 5 年的飛速成長，我相信也造就了一批對自己未來有超高期望的年輕人。

另外一個大的差異，是年輕工作者關切自己的生活品質，以及一些不見得直接跟工作相關的目標。他們希望陪伴家人，希望參與社區、宗教服務，他們常會問如何維持「平衡」，並且追求「好的生活」，也常思考自己是不是需要那麼努力工作，並且很負責地為自己尋找一種新的解答。我認為這種發展很正面。

企業要怎樣「管理」這些年輕工作者的期望呢？

你用了個很好的詞「如何管理他們的期望」。好的管理者，在新一代的工作者加入第一天，就應該跟他們溝通「正確的期待」是什麼。因為每個工作者都會期待，

自己在加入一個組織前，能被清楚告知自己未來生涯的發展會如何。管理者可以誠實地舉前兩年、前四年進入組織的人，他們現在的發展與待遇為何。但眼前的發展跟經濟景氣很有關係，因此我們不能保證你一定會有一樣的發展，我認為這種對話是非常重要的。

要記得，今天的年輕人對經濟史可能是沒有記憶的，沒有經歷過幾個景氣循環的人，很難想像自己的前程會受哪些因素影響。這些都需要告知。

管理者也需不時提醒這些新進的工作者，不論景氣如何，必須有目標地努力、奉獻，才可能成功。即使在最狂飆的年代，也需要目標清楚、有方向感，努力工作的人，才能與成功有緣。

你說得都很「對」，但在年輕人力越來越少、全球都搶人才的年代，企業用什麼方式跟這些新鮮世代的人才溝通，才不會讓他們覺得這個組織不夠「有吸引力」？

相信我，給更多錢不見得就更有吸引力。工作者最希望的是他們感到興奮的工作，管理者要怎樣探知部屬心底最大的熱誠所在，並且在組織裡幫他們找到能夠發揮的位置。這是我研究的菁華，也是「生涯領袖（career leader）計畫」的重點。

對剛加入工作市場的年輕人你有什麼其他建議？

一定要把學習放在第一位。不論是去學校聽課、另修學位，或選擇要不要接一個新工作，都以這個新挑戰是不是會逼你進一步學習為選擇的標準。

我覺得每個人都需要發展出自己的生涯願景（career vision），一旦願景產生，在選擇下一個工作、下一個課程的時候，自然就會判斷這個抉擇是不是能給我需要的知識、經驗。也自然能夠讓自己順利被「雇用」進自己的遠景中。

因此，我真心建議，學會使用「學習模式（learning model）」去評量自己生涯的選擇。也就是把學習的價值當成衡量的最優先標準，而不是光考慮薪水、升遷、福利。（本文為巴特勒接受 Cheers 雜誌採訪）

十九種不良生活習慣

1. 起床先疊被

人體本身——也是一個污染源。

在一夜的睡眠中，人體的皮膚會排出大量的水蒸氣，使被子不同程度地受潮。人的呼吸和分布全身的毛孔所排出的化學物質有 145 種，從汗液中蒸發的化學物質有 151 種。被子吸收或吸附水分和氣體，如不讓其散發出去，起床就立即疊被，易使被子受潮及受化學物質污染。

2. 不吃早餐

不吃早餐的人則通常飲食無規律，容易感到疲倦，頭暈無力，天長日久就會造成營養不良、貧血、抵抗力降低，並會產生胰、膽結石。

3. 飯後鬆褲帶

飯後鬆褲帶可使腹腔內壓下降，消化器官的活動與韌帶的負荷量增加，從而促使腸子蠕動加劇，易發生腸扭轉，使人腹脹、腹痛、嘔吐，還容易患胃下垂等病。

4. 飯後即睡

飯後即睡會使大腦的血液流向胃部，由於血壓降低，大腦的供氧量也隨之減少，造成飯後極度疲倦，易引起心口灼熱及消化不良，還會發胖。如果血液原已有供應不足的情況，飯後倒下便睡，這種靜止不動的狀態，極易招致中風。

5. 飽食

飽食容易引起記憶力下降，思維遲鈍，注意力不集中，應激能力減弱。經常飽食，尤其是過飽的晚餐，因熱量攝入太多，會使體內脂肪過剩，血脂增高，導致腦動脈粥樣硬化。還會引起一種叫“纖維芽細胞生長因子”的物質在大腦中數以萬倍增長，這是一種促使動脈硬化的蛋白質。腦動脈硬化的結果會導致大腦缺氧和缺乏營養，影響腦細胞的新

陳代謝。經常飽食，還會誘發膽結石、膽囊炎、糖尿病等疾病，使人未老先衰，壽命縮短。

6. 空腹吃糖

越來越多的證據表明，空腹吃糖的嗜好時間越長，對各種蛋白質吸收的損傷程度越重。由於蛋白質是生命活動的基礎，因而長期的空腹吃糖，更會影響人體各種正常機能，使人體變得衰弱以致縮短壽命。

7. 吃太鹹的食物

鈉在人體內滯留，容易形成或加重高血壓和心臟病。

8. 留鬍子

鬍子具有吸附有害物質的性能。當人吸氣時，被吸附在鬍子上的有害物質就有可能被吸入呼吸道內。據對留有鬍子的人吸入的空氣成分進行定量分析，發現吸進的空氣中含有幾十種有害物質，其中包括酚、甲苯、丙酮、異戊間二烯等多種致癌物，留有鬍子的人吸入的空氣污染指數，是普通空氣的 4.2 倍。如果下巴有鬍子，又留八字鬍其污染指數可高達 7.2 倍再加上抽煙因素，污染指數將高達普通空氣的 50 倍。

9. 蹺二郎腿

蹺二郎腿會使腿部血流不暢，影響健康。如果是靜脈瘤、關節炎、神經痛、靜脈血栓患者，蹺腿會使病情更加嚴重。尤其是腿長的人或孕婦，很容易得靜脈血栓。

10. 眯眼看東西、揉擦眼睛

眯眼看東西，眼角易出現魚尾狀皺紋。習慣性眯眼還可使眼肌疲勞、眼花頭疼。揉眼時，病菌會由手部傳染眼睛，導致發炎、睫毛折斷或脫落。

11. 強忍小便

強忍小便有可能造成急性膀胱炎，出現尿頻、尿疼、小腹脹疼等症狀。美國科學家發布的一份研究報告指出，有憋尿習慣的人患膀胱癌的可能性比一般人高 5 倍。

憋尿時，膀胱貯存的尿液不能及時排出，形成人為的尿瀦留。如經常憋尿，就會使括約肌和逼尿肌常常處於緊張狀態；如果憋尿時間過長，膀胱內尿量不斷增加，還會使內壓逐漸升高，時間長了就會發生膀胱頸受阻症狀，造成排尿困難、不暢，或漏尿、尿失禁等毛病。

在尿瀦留時還易引起並發感染和結石，嚴重時還影響腎功能。

12. 伏案午睡

一般人在伏案午睡後會出現暫時性的視力模糊，原因就是眼球受到壓迫，引起角膜變形、弧度改變造成的。倘若每天都壓迫眼球，會造成眼壓過高，長此下去視力就會受到損害。

13. 俯睡（趴著睡）

俯睡使脊柱彎曲，增加肌肉及韌帶的壓力，使人在睡覺時仍然得不到休息。此外，還會增加胸部、心臟、肺部及面部的壓力，導致睡醒後面部浮腫，眼睛出現血絲。

14. 睡前不洗臉

留在臉上的化妝品不洗掉，會引起粉刺和針眼之類的炎症，還能使眼睛發炎，引起皮膚過敏反應。

15. 睡前不刷牙

睡前刷牙比起床後刷牙更重要，這是因為遺留在口腔中和牙齒上的細菌、殘留物在夜裡對牙齒、牙齦有較強的腐蝕作用。

16. 睡懶覺

睡懶覺使大腦皮層抑制時間過長，天長日久，可引起一定程度人為的大腦功能

障礙，導致理解力和記憶力減退，還會使免疫功能下降，擾亂肌體的生物節律，使人懶散，產生惰性，同時對肌肉、關節和泌尿系統也不利。另外，血液循環不暢，全身的營養輸送不及時，還會影響新陳代謝。由於夜間關閉門窗睡覺，早晨室內空氣混濁，戀床很容易造成感冒、咳嗽等呼吸系統疾病的發生。

17. 熱水淋浴時間過長

在自來水中，氯仿和三氯化烯是水中容易揮發的有害物質，由於在沐浴時水滴有更多的機會和空氣接觸，從而使這兩種有害物質釋放很多。據收集到的數據顯示，若用熱水盆浴，只有 25% 的氯仿和 40% 的三氯化烯釋放到空氣中；而用熱水淋浴，釋放到空氣中的氯仿就要達到 50%，三氯化烯高達 80%。

18. 賭博

賭博之所以有害於一個人的身心健康，是因為賭博本身是一種強烈刺激，長期進行賭博，可使中樞神經系統長期處於高度緊張狀態，容易引起激素分泌增加，血管收縮，血壓升高，心跳和呼吸加快等，會增加心血管疾病的發病率，還會患消化性潰瘍和緊張性頭疼。

19. 生活過度緊張

從事腦力勞動和做生意的一些中青年，他們的生命機器在整日超負荷運轉，由於他們在心理上的競爭欲強，在生理和心理方面皆承受著巨大的壓力。過度的腦力和體力勞動後，隨之而來的是抗疲勞和防病能力的減弱，進而可能引發多種疾病。

搶救你的記憶力

根據醫學臨床經驗和研究指出，長期壓力對大腦記憶力的傷害程度，雖然因人而異，答案卻是肯定的。你是否曾因長時間忙碌工作，自覺記憶力變差了？別擔心，這可能只是短暫現象，多做心智和身體活動，將能幫助你搶救記憶力

壓力是常被討論的上班族記憶力變差主因。很多醫學研究指出，人長期處在壓力下，記憶力會受損。

壓力是記憶力變差的罪魁禍首？

壓力影響人的記憶力可從短期和長期壓力來看。有人認為短期壓力能幫助記憶，例如學生因為面臨期末考，產生壓力，記憶力會特別好。

不過短期壓力累積變成長期壓力就會傷害記憶力。人體大腦存取短期記憶的結構稱為海馬體，人長期在壓力下會造成腎上腺皮質素分泌過多，當腎上腺皮質素分泌過多會影響海馬體功能，人的短期記憶能力就變差。

由於每種學習都從短期記憶開始，所以壓力也會促使上班族的學習能力變差。因此，當壓力存在時間拉長到讓人想逃避又逃避不了，上班族就要警覺壓力是否已經過大或過長。

不良工作模式和態度也會造成記憶力退化

造成上班族記憶力變差的因素不只是壓力問題，本身的工作模式和態度也是重要影響關鍵。

首先談到工作模式，上班族過度忙碌會造成注意力無法集中，間接造成記憶力變差。很多上班族沒有做好時間管理，經常一進辦公室就蒙著頭做一堆事。一邊跟客戶講電話；一邊寫企劃書。電腦也常同時開好幾個工作視窗。工作時間分配最好是一次專心做一件事，大腦注意力集中，記憶力就會比較好。

接著談到工作態度，很多剛進職場的年輕上班族誤以為，工作時間越長代表自己越勤奮。事實上，上班族經常長時間工作容易導致過度疲累，而影響記憶和思考判斷

能力，工作表現反倒不好。

人要有適度休息時間，不管用天、週或月計算都行，上班族每工作一段時間，身體和大腦都要有適度的短暫休息。休息時間也要盡量找方法紓解壓力。例如每工作 1 小時，就站起來走一走、動一動，或做跟工作無關的事，稍微放鬆自己的注意力。

保持心智和身體活動搶救你的記憶力

上班族如果自覺記憶力變差，建議多做心智和身體活動。

心智活動包括玩益智遊戲、閱讀能幫助思考的書、看電影等。每天重複的工作不能做為心智活動，工作通常沒有足夠的複雜度和多樣性，只會讓人忙碌，大腦活動度還是不足。

此外，上班族保持身體活動度能協助避免大腦退損，還能預防糖尿病、高血壓等會影響記憶力的疾病。

健康飲食也能搶救記憶力

要多攝取含有維他命 A、C、E 的抗氧化物食物和含有葉酸的有色蔬菜等食物，對增進大腦活動度或記憶力都有幫助。

天天耗用腦力工作，很多上班族到下午 3 點會有飢餓感。由於大腦和腎臟是人體消耗最多葡萄糖的器官，人在極度忙碌，大量使用腦力，高度消耗熱量後，自然會肚子餓。這時補充少許熱量，精神會比較好，但切忌吃太多高熱量食物，否則不僅容易想睡覺，也會影響記憶力。

其實人從 20 幾歲開始，腦細胞就已經在衰退中，加上工作壓力大，記憶力變差就成為很多上班族的困擾。

因此，加強腦細胞保養，搶救你的記憶力應該從踏入職場起跑。



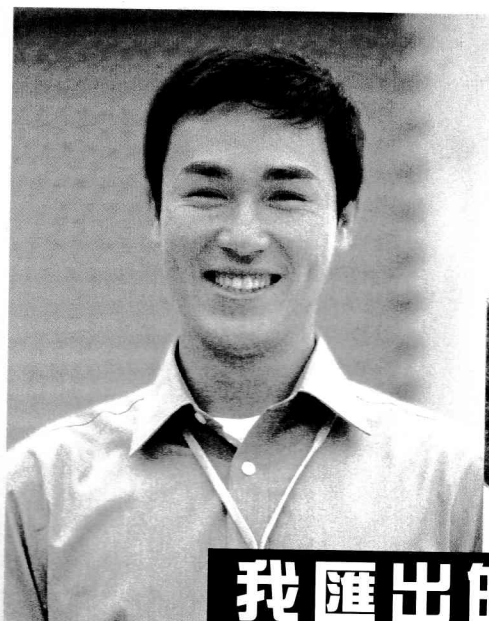
Melbourne Taiwanese Chamber of Commerce

墨爾本台灣商會入會申請書

日期： 年 月 日

姓名	中文			出生日期	年 月 日
	英文				
公司	名稱				
	地址				
	營業項目		職稱		
	電話		傳真		
住宅	地址				
	電話		手機		
E-mail					
學經歷					
曾參與社團					
備註					

- 台灣商會全體會員誠摯邀請墨爾本地區有商業背景或未來有志從事商業活動的台灣鄉親加入墨爾本台灣商會的會員行列，讓我們團結台商力量共同創造美好未來。
- 加入會員享有免費台灣商會季會刊及商情交流訊息
- 免費/會員優會價參加商會舉辦的各項商業、投資、理財講座
- 新進會員入會費：A\$100；年費：A\$100
- 付費方式：支票或匯票（Money Order），抬頭：T.B.A.M
- 請將此頁及支票或匯票寄回：台灣商會會員服務小組 Taiwan Business Association of Melbourne (TBAM)
- PO BOX 1350, Box Hill, VIC 3128



我匯出的 何止是金錢



當您匯款到海外時，總是希望款額能快捷安全地到達親人手中。通過西聯(Western Union)匯款，收款人不用付手續費，匯款人和收款人都不需要有銀行賬戶，而您的錢在很短時間內就能匯到*。同時，西聯有225,000多個代理網點遍佈全球逾200個國家和地區。其中在中國就有11,000多個網點，在澳洲有4,600多個網點。使用西聯匯款從來沒有像現在這樣方便。因此，現在您要匯款到澳洲境內或世界各地，請使用西聯。

澳洲授權代理：



Foreign
Exchange

以及許多授權代理：Aceben, Cash Converters, Cash Stop, City Forex, Currency Exchange, Direct Flights International, International Currency Services, Tinson和Viendong

免費  1800 501 500 (24小時服務)
www.westernunion.com.au



西 聯 匯 款

*要依從收款代理處的營業時間和各項法律要求。© 2005 Western Union Holdings, Inc. All rights reserved.
ETCOM 7067

別忘了...

常打電話回家!



1800 733 888

<http://www.e-tel.com.au>