

台北科大EMBA JOURNAL



北科跨世紀
深耕展活力

中華民國
102年5月

出版

期刊
No.

3

2013

國立臺北科技大學EMBA專班

10608台北市忠孝東路三段一號科技大樓821室

(捷運板南線及蘆洲線忠孝新生站4號出口)

電話:(02) 2771-2171 轉4547

傳真:(02) 8772-6875

www.emba.ntut.edu.tw



台北科大
EMBA



台灣富見雄事業股份有限公司

專業接著劑

(Professional Adhesive)



超導熱噴漆
(super thermal coating)



UV抗刮保護
(UV hard coating)



SSD 熱固膠
(SSD underfill)



模內射出膠
(Insert molding adhesive)



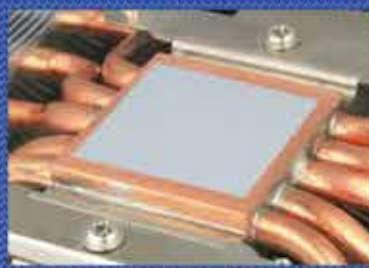
耐高溫膠
(High temperature adhesive)



絕緣防潮膠
(Insulation moistureproof)



耐溫保密膠
(Hard break adhesive)



導熱膠(膏)
(Thermal conductive adhesive)



導熱塑膠粒
(Thermal plastic)



專業的態度 決定接著的強度

TEL :02-8791 2333
FAX :02-8792 6333

<http://www.fumio.com.tw>



iPOS

世界最精巧
All In One POS



iBOX



► iPOS / iBOX

- Intel Atom D525
1.8 GHz + ICH8M
- DDR3 1GB (max 4GB)
- 100W/AC 100-240V(Input:12V)
- Touch Panel / 2.5 Kg

► 流通業IMS ERP系統

- | | |
|------------|-------------|
| 1. POS銷售模組 | 6. 會員贈品模組 |
| 2. 人資財會模組 | 7. 禮券販促模組 |
| 3. 商場營運模組 | 8. 進銷存模組 |
| 4. 招商租賃模組 | 9. 連鎖店鋪管理模組 |
| 5. 物業服務模組 | 10. BI 商業智能 |

師長的話

- | | | |
|-------------------|----|-----------------|
| 校長的話 | 4 | 校長賀詞 |
| 管理學院院長: 翁頌舜教授 | 5 | 追求卓越 共創榮景 |
| EMBA執行長: 范書愷教授 | 6 | 再創榮景 共享未來 |
| 經管EMBA專班主任: 胡同來教授 | 7 | 經營管理 商戰天下 |
| 資管EMBA專班主任: 吳建文教授 | 8 | 資管既出, 誰與爭鋒! |
| 工管EMBA專班主任: 陳凱瀛教授 | 9 | 我與樂高積木的邂逅 |
| 應國卿教授 | 12 | 反經的管理智慧 |
| 耿慶瑞教授 | 14 | 社交購物網站介紹 |
| 葛建培老師 | 16 | 從企業文化看訓練活動應用與發展 |
| 王永寧學長 | 18 | 偶然是命運的必然 |

獲獎學員

- | | | |
|--------------------|----|------------------------|
| 百大2012年度MVP經理人-王永池 | 20 | 正面思考, 不斷創新, 創造雙贏, 客戶至上 |
| 百大2012年度MVP經理人-許家彰 | 22 | 畢業前隨筆 |

媒體報導

- | | |
|-------------------------|----|
| 台北科大EMBA 12/7辦招說會 | 24 |
| 台北科大EMBA畢舞 HIGH翻天 | 25 |
| 台北科大 EMBA招生說明會 爆人潮 | 26 |
| 2012臺北科技大學-海峽兩岸EMBA菁英論壇 | 26 |
| 四校EMBA高爾夫球聯誼賽 臺北科大舉辦 | 27 |
| 台北科大EMBA 企業CEO培訓搖籃 | 28 |
| 臺北科大EMBA迎新敬師會 別開生面 | 29 |
| 班聯會春酒師生校友同樂 | 30 |
| 北科大新學年 籌劃EMBA海外班 | |
| 台北科技大學EMBA 泰國境外專班免筆試招生 | 31 |

活動

- | | | |
|--------------------------|----|---------------------------------|
| •EMBA管理講座期末競賽(工管-優勝) | 32 | 觀光產業的經營策略-以北投溫泉旅館為例 |
| •EMBA管理講座期末競賽(經管-優勝)-林展儀 | 36 | 文化傳承北科大、人才培育八佳將 |
| •EMBA管理講座期末競賽(工管-佳作) | 39 | 從hTC來看台灣電子代工至品牌創立經營的奇蹟與危機 |
| 101經管-張錦坤 | 44 | 101經管EMBA校外研習營活動 |
| 101工管-詹芸兒 | 49 | 101工管EMBA海外參訪: 日本海外參訪心得 |
| 101工管-李冬麗 | 53 | 101工管EMBA海外參訪: 粉櫻綻放的百年日本工業大學訪問記 |
| 101工管-魏政維 | 55 | 101工管EMBA海外參訪: 日本池上金型工業株式會社參訪心得 |
| 101工管-黃建棠 | 56 | 101工管EMBA海外參訪: 我們的故事-東京奇遇記 |
| 101經管-陳美慧 | 63 | 為需要的孩子點燈 |
| 100經管-林容億 | 64 | 領隊記錄 |

管理專欄

- | | | |
|-----------|----|-----------------------|
| 101經管-徐晟偉 | 68 | 行銷管理學程課後心得 |
| 101經管-張錦坤 | 69 | N世代衝撞的行銷理念: 從4P到ABCDE |
| 100經管-林容億 | 73 | 企業危機管理 |
| 100經管-林容億 | 78 | 組織領導模式 |
| 101工管-黃建棠 | 83 | 如何花少錢讓國外買主找的到你 |
| 101經管-全盡美 | 87 | 全球組織暨經營管理策略課後心得 |
| 101經管-劉木道 | 88 | 孫子兵法用在現代企業經營管理篇 |

專業專欄分享

- 101經管-張耀宗 90 預見未來: 核四若停建
101經管-徐晟偉 91 電力的源頭~淺談發電機設備
101經管-趙建厚 93 購物中心免稅商店IMS系統
101經管-張耀宗 96 微笑電力公司
100工管-蔡玉梅 97 海關執行保護智慧財產權現行制度簡介

EMBA 生活&心得

- 100經管-張樟泉 99 那些年, 我們一起就讀北科大EMBA
100經管-吳殷俊宏 100 EMBA活動迴響(個案競賽)
101經管-李太源 101 最遙遠的距離-與北科大EMBA相遇
100經管-趙佩如 102 第一屆全國EMBA校園馬拉松接力賽感言
100經管-連國利 103 北科大EMBA的點點滴滴
101工管-張安翔 104 企業菁英多元的學習與交流平台 - EMBA
101工管-羅健銘 104 無題學習心態
101工管-周志宏 105 北科大EMBA創造自我的價值
101工管-詹芸兒 106 北科大EMBA是人生最值得的投資
101工管-吳金良 107 台北科大EMBA工管101, 讚!
101工管-曾春敏 108 重回校園的領悟
101經管-鄭宏達 109 幸福就在台北科大EMBA
101工管-魏政維 110 讀EMBA的日子之心情點滴
101工管-林宜潔 110 北科大EMBA讓人際關係更多元化

生活經驗分享

- 101經管-吳文雄 111 危機正是反轉好時機
101工管-李冬麗 112 從後宮看職場人生
101經管-宋建志 113 個人創業故事分享
101工管-陳世昌 115 武陵紀行: 三月裏繽紛飄逸粉嫩飛雪
101經管-陳燕貞 117 悲傷治療, 悲傷輔導, 重新出發~
101經管-陳燕貞 119 諮商輔導心路歷程分享

生活經驗分享 休閒, 興趣,運動,美食

- 100工管-林岳奇 121 看美景 拍美景
100經管-吳佳玲 124 EMBA班聯會登山活動
101工管-張峻欽 125 中年上班族之慢跑與馬拉松
100經管-吳殷俊宏 127 我的高爾夫記事 in EMBA of NTUT/幸福筆記 PART II
101工管-林哲文 129 高爾夫球心得
EMBA執行長辦公室-鄭昶怡 129 可愛粉彩貓畫圖技巧
101經管-張耀宗 130 電影「陣頭」之啟示: 轉型
101經管-徐晟偉 131 中華民國水中運動協會~救生員篇
101工管-江嘉德 135 漫談遙控飛機
101經管-王琳彬 138 海角八號: 我的PANERAI故事
101經管-周文啟 142 如何唱好卡拉OK





校長賀詞

姚立德博士

國立臺北科技大學校長

本校EMBA今年邁入嶄新的里程！EMBA泰國境外專班已順利招生，為國立臺北科技大學EMBA在競爭激烈的國際舞臺上開疆闢土，提升視野及能見度；而資管EMBA新系所的設立，提供職場菁英在本EMBA專班能有更多元的選擇；另外，本校將成立之EMBA校友會，將整合經管、工管龐大校友群，俾使臺北科大豐沛的人脈網絡做最佳的結合。對EMBA而言，今年將會是成果極為豐碩的一年。

欣聞EMBA第三期刊即將付梓，此為一年來EMBA大家庭之學習成果的展現及生活點滴的剪影，匯集了眾多師生及校友之努力。一年來，EMBA之諸多活動，在在展現EMBA人的積極與熱情。本人期盼本期刊能永續傳承，定期發表，成為校友與在校師生多元溝通平臺之一，期許未來更能凝聚EMBA大家庭的向心力。

國立臺北科技大學校長 謹誌
102年3月20日

姚立德

追求卓越 共創榮景

院長的話

翁頌舜博士

國立台北科技大學管理學院院長

國立台北科技大學資訊管理研究所教授

美國西北大學(Northwestern University)資訊科學博士

研究領域：商業智慧、資料探勘、顧客關係管理



台北科大管理學院EMBA即將邁入第八個年頭，追求卓越一直是全體師生所秉持的理想與目標。這一年來，本院EMBA之學術聲望與知名度，以及具差異性之競爭力，在全體教師、學長姐以及在校同學們的奉獻與投入下，已有更進一步的提升。今年，我們增加了資訊管理組EMBA班，我們也將在今年秋天開辦泰國EMBA境外專班，而大陸的EMBA境外專班亦在努力招生中，在在顯示台北科大EMBA的持續成長與茁壯。

本院EMBA同學們除了在职場上有卓越表現外，在學術殿堂中也充滿了活力與創意。這一年來，本院EMBA舉辦的活動，包括兩岸高峰論壇、業界名人講座、海內外參訪、敬師迎新、新春春酒、四校高球聯誼賽、畢業撥穗以及畢業舞會等，都可見EMBA同學們的巧心設計與安排，除了知識傳承與師生交流外，也顯現了本院EMBA學長姊們的特質，個人對於台北科大EMBA追求卓越與持續成長的目標充滿信心。

台北科大EMBA期刊去年重新復刊後，這是第三期期刊的出版，除了有賴執行長與EMBA班聯會幹部的努力外，亦感謝管院老師、在校同學與畢業學長姐們的多所貢獻。EMBA期刊的發行除了可以聯繫校友感情外，相信對於本院EMBA整體形象的提升亦有很大的助益，我們期望台北科大EMBA期刊的定期出刊，除了讓EMBA師生與畢業學長姐們能持續在這個園地上分享知識與經驗外，亦能夠持續分享我們共創榮景的喜悅！

翁頌舜



再創榮景 共享未來

EMBA執行長的話

台北科技大學管理學院EMBA即將邁入第八屆，畢業校友人才濟濟，在管院教授、學長姐以及全體同仁的努力經營下，展現了今日豐碩的成果。



范書愷博士

國立臺北科技大學管理學院EMBA執行長
國立臺北科技大學工業工程與管理系教授

德州大學阿靈頓分校
(University of Texas-Arlington)工業工程博士
研究領域：應用統計、品質工程、工程最佳化、影像定位

范書愷



北科大EMBA匯集了企業界菁英，提供理論與實務整合的學習平台。面對詭譎多變的全球經濟形勢，處處考驗著企業高階經理人的應變能力，因此我們在課程設計上汲取多方領域的精髓，依環境變化適時調整，使EMBA學員在透過核心知識傳承與實務交匯的洗鍊下，培養出獨特的領導風格與壓力成功模式，將嶄新的管理知識與專業技術能力運用自如，提升企業競爭力。

於學程改革上，今年新成立資訊管理EMBA在職專班，泰國EMBA境外專班也將如期開辦。於課程強化上，增加業界名人講座，提供職場菁英有更多元的反思。在組織變革上，本校將成立EMBA校友會，整合工管、經管龐大校友群，同時串接北科大豐沛的人脈，以達到最佳的菁英傳承網絡，邁向共榮、共享的新願景。

此時，在所有師生同仁的鼎力合作下，EMBA第三期刊即將發行，期刊內容非常豐富，有院內教授及企業菁英們的經驗交流，傑出EMBA學長姐們的專訪，學長姐們的奇文共享與生活智慧小品；EMBA期刊提供知識交流平台讓大家盡情發揮，上至管理理論新知、活動報導、時事掃描，下至生活品味分享，同時藉此凝聚師生向心力！讓我們繼續努力將北科大EMBA不斷創新、延續。創造「強而有力的北科大EMBA」，不是別人，就是我們自己。

經營管理 商戰天下

經管EMBA專班主任的話



談判：知己知彼 百戰百勝

胡同來教授

台北科技大學經營管理系教授兼主任

國立臺灣大學行銷學博士

研究領域：行銷管理、品牌與通路策略、全球行銷管理、策略管理、方法論

談判(Negotiation)是一種溝通商議、一種交易行為。談判雙方需要相互洽商，以尋求共同利益為著眼點，且要將對手當成共同解決問題的伙伴，創造雙贏的局勢，尤其讓雙方都贏得更多的談判藝術。

在全球化浪潮中，企業經營不能沒有談判，因為企業要成功必須藉著談判來兌現，尤其在大型企業的併購活動中，談判更是無所不在。更有人說，企業的超額利潤大部分掌握在談判高手的股掌之間。因此，企業的領導者面對談判，要責無旁貸地親自掌控。他必須要領導談判工作，還得時常參加談判。故一個卓越企業領導者，必須也是一個頂尖的談判高手。

企業談判是競爭十分激烈的商業戰場。一個身經百戰的企業談判

高手最大的特點乃不輕易犯錯，並能儘量避開談判對手設置的陷阱少犯錯誤，進而創造有價值的優勢談判。因此，要成為一個企業談判高手，最好的方法應深入瞭解與我方談判的對手常會犯那些錯誤與如何避免掉進對方設置種種陷阱的策略與技巧。

企業的領導者想在談判中取得勝利，應顧到雙方的平衡點，使談判雙方都覺得有利，彼此建立深厚的商業信任關係。因此，企業的領導者要有正確的談判觀念、理論與模式，能建立談判時的人際關係，靈活運用談判的策略與技巧。在面對談判時，企業的領導者要眼觀四面、耳聽八方地了解狀況，經深思熟慮後，確定談判政策，進而充分準備談判前的工作，進行談判時的攻守策略與技巧，談判結束之漂亮收尾，掌握整個談判

程序，並贏得對手的好感。

就企業經營而言，企業的領導者要成為一個優秀的談判者，並非一朝一夕可以養成，必須經過不斷的教育訓練、案例研討與實戰經驗累積，才能確實掌握談判的內涵、策略與訣竅，使在實際的商業談判過程中，談判雙方都滿意的情況下結束談判，創造雙方都贏的成功談判。(感謝楊映煌先生高見與蔡佳君小姐整理)

【歡迎對談判有興趣人士到經管EMBA課程:國際企業協商談判聽課】

資管既出，誰與爭鋒！

資管EMBA專班主任的話



吳建文博士

國立臺北科技大學資訊與運籌管理研究所所長

美國伊利諾大學香檳分校電腦科學博士

研究領域：資料庫系統、資訊管理

經過一年的努力，在校長、院長、進修部邱主任的協助下，以及資管所全體老師的合力之下，資管所 EMBA 專班終於成立了!!

資管所全體老師秉持著要做就要做到最好的理念，幫EMBA同學準備最好的學習環境，首先在課程上，在全體老師的研精殫思之下，經研究國內相關學校的課程後，我們精心規畫了五門的核心課程，包括：企業資源規劃與供應鏈管理、雲端運算與資料探勘、資料庫管理與電子商務、資訊科技管理、資訊管理研討，這五門課程內容幾乎涵蓋其他學校所有的重要課程，讓同學用最小的時間可以獲致最大的效益，也讓專長不同的入學同學，都可以獲得最佳、最完整的學習。

為了讓同學有一個自由學習的環境，我們並開放四門選修課，讓學生可以悠遊修習工管EMBA專班與經管EMBA專班的各類課程，同學可以視個人或事業需要，自由學習各類需要的管理課程。

此外，為了增加課程的實用性，並擴大同學的學習視野，我們規劃未來所有課程將廣泛邀請業界重量級師資參與教學，一方面可以擴大同學的人脈，一方面也讓同學有實務上的收穫。

EMBA 是個和樂的大家庭，學長和學姊是這個大家庭最重要的支柱，我們也將和EMBA班聯會密切合作，希望未來所有資管所EMBA同學，都可以融入EMBA這個大家庭，讓本校 EMBA的排名能夠持續攀升，讓大家同以臺北科大EMBA為榮。

我與樂高 積木的邂逅



陳凱瀛博士

國立臺北科技大學工業工程與管理EMBA專班主任

國立臺北科技大學工業工程與管理系教授兼主任

國立臺灣大學機械工程學士、碩士、博士

研究領域：製造資訊、自動化與電子化、RFID應用

有些朋友知道我的身分除了是一位大學教授之外，另一身份是樂高(LEGO)積木收藏家，很訝異吧，感覺上教授應該都是收集一些骨董、字畫或是樂器之類的，我竟然是收集印象中是小朋友的玩具-樂高積木。其實硬要將樂高積木與我的研究興趣搭在一起，還是有跡可循的，我鑽研自動化系統已經行之有年了，樂高積木強調的就是系統(System)的概念，可以藉由一個一個微小的積木，然後組成一個一個可以重複使用的模組，甚至是一個大型系統，這跟生產系統的單機自動化、整線自動化到整廠自動化的階

層觀念或是彈性製造系統(Flexible Manufacturing System, FMS)是相同的；此外，新一代的樂高積木具有控制器的概念，也就是俗稱的電腦樂高(Mindstorms)，它藉由一個RCX（第一代控制器，3 inputs/3 outputs）或NXT（第二代控制器，4 inputs/3 outputs）當作核心控制器，藉由收集輸入感應器接收的訊號及事先寫好控制邏輯的程式來驅動相關輸出做動、來控制樂高積木堆疊的機構運轉。透過電腦樂高的實作，可以訓練學生空間堆疊、機構設計、輸出入控制及程式寫作的的能力，這也是我在台北科技大學工管系教授學生自動化概念的一個絕佳利器。其實我收集樂高積木的另一原因是被它的多樣性與趣味性所吸引，目前已收集上千套各式各樣的樂高積木，當然投入的

金額也是不計其數，夢想當我退休的時候，乾脆來開個樂高主題餐廳或玩具博物館，既可以打發時間，又可以藉由堆疊收集的樂高積木動動腦，提防老年癡呆！

在所有收藏的樂高積木中，我最喜好的幾組分別是與我同年紀的倫敦巴士(London Bus)、1990年代的單軌電車(Airport Shuttle)及科技系列(Technic)，其中科技系列最令人驚艷，很難想像藉由數百片的積木與零件，可以逐漸堆疊而成一台會動的機器或各式車輛，裡頭機構有齒輪、凸輪、齒條、連桿、活塞，這些零件配合得天衣無縫，箇中驚奇只有親自堆疊的人才可以體會。

另一個可以跟各位朋友分享的是樂高集團的多角化經營，目前全世界共有六座樂高樂園(Legoland)，及兩座樂高飯店(Lego Resort)，樂高樂園分布在丹麥、英國、德國、美國（加州及佛羅里達州各一座）及馬來西亞，這些樂高樂園中除了有

小朋友喜歡的遊樂設施之外，也有樂高積木堆疊的迷你世界(Miniland)，迷你世界展示世界各地著名地標，有拉斯維加斯著名飯店、舊金山金門大橋、好萊塢中國戲院、佛羅里達州的NASA太空基地、德國新天鵝堡及倫敦大笨鐘及倫敦眼等，對於樂高積木藝術家能用一片片的積木組合堆疊出世界上各著名地標，只能用Amazing, Incredible, Impossible這些字眼來形容，建議各位朋友可以親身或帶家人前往遊覽，絕對不虛此行。

有朋友用“樂高達人”來形容我，其實我認為我是真得有點瘋狂，除了收藏如此巨量的樂高積木外，上述六座樂高樂園我已經造訪四處（加州樂高樂園甚至去過四次），預計不久的將來即將去馬來西亞及丹麥的樂高樂園遊覽，完成所有樂高樂園的造訪拼圖。

有一個自己的興趣，不僅可以打發時間，也可以紓壓解悶，不知道朋友們的興趣為何？也歡迎與我一起加入喜歡樂高積木的行列吧！





于太股份有限公司

YU TAY VACUUM CO., LTD.

各種真空設備專業製造廠



● 全自動真空熱處理設備



● 立式真空熱處理爐



● 全自動真空熱處理設備



● 多室型真空爐



● 真空薄膜鍍膜機



● 多功能真空熱處理爐



● 真空熔解爐



● 真空濺鍍機



● 真空燒結爐

真空熱處理爐 / Vacuum Heat Treatment

真空燒結爐 / Vacuum Sintering

真空乾燥爐 / Vacuum Dryer

真空鍍膜設備 / Vacuum Coating Equipment

各種真空應用設備 / Various Vacuum Application Equipment 各種真空計/ vacuum gauge

真空熔解爐 / Vacuum Melting

真空脫脂爐 / Vacuum De-oiling

真空液晶含浸機 / Vacuum Crystal Immersion

真空脫泡機 / Vacuum De-gassing



A Aichelin-Kopp

L  Leybold-Metallurgy

D  Degussa  Degussa Durferrit



于太股份有限公司

YU TAY VACUUM CO., LTD.

新北市泰山區中山路二段316號

TEL:(02)22976596 FAX:(02)22976219

E-mail : yutayvac@ms35.hinet.net

http://www.yutay-vacuum.com.tw



應國卿博士

國立臺北科技大學工業工程與管理系教授
國立臺灣科技大學工業管理博士
研究領域:生產排程

反經的

「反經」是歷朝統治者秘而不宣、用而不言的管理智慧奇書，因此，一般世人知之者甚少。清朝學者周廣業曾經從歷代縱橫術中，精選出二本謀略學的專書，其中一本是春秋時期王詡所著的「鬼谷子」，另一本就是唐代趙蕤所著的「反經」，足見其為不可多得的治世寶典。

「反經」全書以濟世謀略為經、歷朝史實為緯，在陰陽相生的原則下，從不同的角度辨析帝王將相治國安邦之策。例如：在上卷中提出「大體」、「任長」、「量才」、「知人」、「察相」、「論士」、「政體」、「君德」、「臣行」、「德表」、「理亂」、「反經」、「是非」、「適變」及「正論」等精闢言論，一語道破成功管理者的秘訣；在中卷中則提出「霸圖」、「七雄略」、「三國權」、「懼戒」、「時宜」、「釣情」、「詭信」、「忠疑」、「用無用」、「恩生怨」、「詭順」、「難必」、「運命」、「大私」、「敗功」、「昏智」、「卑政」、「

善亡」、「詭俗」、「息辨」、「勢運」、「定名」等精采文章，一針見血的道出成功管理者的權變之術；在下卷中則提出「出軍」、「結營」、「禁令」、「教戰」、「五問」、「將體」、「料敵」、「勢略」、「攻心」、「伐交」、「格形」、「蛇勢」、「先勝」、「圍師」、「變通」、「利害」、「奇兵」、「掩發」及「還師」等得髓忘形的論述，道盡沙（商）場爭戰的活學。由於全書精彩絕倫，一言難盡，以下僅拾綴並說明「大體」及「任長」二則文章的概要，與大家一同分享涓滴，識之者宜自取智慧之泉：

大體第一

高階管理者必須識「大體」，駕馭企業的宏觀方向，而不需事必親恭的處理所有細務。老子曾說「以正理國，以奇用兵，以無事取天下」，無為不是「不能為」，更不是「無能」，如《人物誌》指出：「臣以自

管理智慧

任為能、君以用人為能，臣以能言為能、君以能聽為能，臣以能行為能、君以能賞罰為能」，而漢高祖劉邦就是這種理論的具體實踐者，他曾以「夫運籌策于帷幄之中，決勝于千里之外，吾不如子房；鎮國家、輔百姓、給餉饋、不絕糧道，吾不如蕭何；連百萬之軍，戰必勝，攻必取，吾不如韓信。三人者，皆人杰也。吾能用之，此吾所以有天下也。」，來說明自己的成功之道。所謂「君」者「羣」之首，「王」者「往」矣，高階管理者身為群眾之首領，必須令天下人才嚮往，才是王道。領導者主要任務在指出企業經營的策略方向與方針，同時，發揮個人領導統御魅力、提供優渥的待遇與發展機會、創造優質的工作環境，以令人才從四方投靠，進而知人、識人與用人，藉由充分授權以使人才能有發揮的舞台，進而推動企業的成長。如果公司所有事務，不論巨細，高階管理者都要插手才能放心，則不能任賢，不能任賢則

不僅人才無法盡情發揮才幹，甚至產生厭惡感而離職或投奔競爭對手，如此絕非成王之道。因此，如何識大體並學習無為而治是高階管理者的第一項重要修練。

任長第二

高階管理者要能拱手而治以無事取天下，必須能夠「任長」，也就是依據四方招募而得人才之才能與專長，將對的人放在對的位置上。世間少有全才者，所以管仲上奏：「升降揖讓，進退閑習，辨辭之剛柔，臣不如隰朋，請立為大行。墾草入邑，辟土聚粟，盡地之利，臣不如甯戚，請立為大司田。平原廣牧，車不結轍，士不旋踵，鼓之而三軍之士視死如歸，臣不如王子城父，請立為大司馬。決獄折中，不殺不辜，不誣無罪，臣不如賓胥無，請立為大司理。犯君顏色，進諫必忠，不辟死亡，不撓富貴，臣不如東郭牙，請立以為大諫之官。此五子者，夷吾一不如，然

而以易夷吾，夷吾不為也。君若欲治國彊兵，則五子者存矣；若欲霸王，夷吾在此。」，跟齊桓公說明依據專長任用五位大臣可以富國強兵，而且自己沒有任何一項業務比得上這五位大臣，但要成就霸業則得靠我管仲。所謂：「知人者，王道也；知事者，臣道也。」，要能任長必須懂得知人、識人與用人之術，黃石公於圯橋傳授張良的《素書》依據才學之不同，將人才分為俊、豪、傑三類。並且提出「任材使能，所以濟物」、「既用不任者疏」及「用人不正者殆，強用人者不畜」等任長的看法，如果當年漢高祖劉邦讓韓信當謀士、讓蕭何去帶兵打仗，則能否建立漢代江山，可想而知。由此觀之，懂得「尺有所短、寸有所長」並學習如何「任長」是高階管理者的第二項重要修練。

社交購物網站

隨著網路服務的推陳出新，提供社交網路服務的網站成為熱門的社交平台，標榜以人際社會網絡為核心的服務價值之概念成功吸引到大量的使用者，聚合使用者的親友進行人際關係維繫，並促進使用者與朋友之間的人際資訊交流。其傳播的訊息已成為人們連結網路的重要內容，不僅製造了人們社交生活中爭相討論的熱門話題，更進而吸引傳統媒體爭相跟進。社交媒體成本低廉，不過缺點是



介紹

耿慶瑞博士

國立臺北科技大學經營管理系教授

國立政治大學企業管理所博士

研究領域：流通經營管理、電子商務、資訊科技管理



要花費很多時間去參與在社交媒體上進行的各種對話，其最大優點是能夠讓口碑推薦傳播到更廣泛的對象，如果能讓社交網站平台的使用者都加入企業產品的討論，就能夠帶動話題以及正面的媒體曝光。在購物的過程中，社會化導向的消費者(Socially Oriented Shoppers)發現當購買決策的知覺風險提高時，人際來源的資訊就顯得重要，也就是消費者會尋求他人的建議以降低知覺風險，以及提高消費者自信的程度。社交網站平台，除了可以讓消費者交換產品資訊、協助購買決策之外，還具備連結實際購物網站的功能。例如國內的Groupon、國外的Wet Seal、Kaboodle、Yub等平台。在網站的產品推薦平台上，消費者可以向朋友們提出購物問題，通常這些問題都可以很快由買過類似產品或對該產品有研究的朋友們回答，使用者還可以藉由分享最近的購買資訊來得到朋友們的讚美或意見，而一連串的購物問題，可以藉由龐大且具有購物知識基礎的朋友群組中來尋找答案，讓使用者可以快速獲得購物相關問題的解決方法，而不是自己費力地尋找成千上萬沒有用的評論，為零售商創造了一個低價的口碑行銷市場。以下簡單介紹LivingSocial與Polyvore：

LivingSocial團購網站平台(<http://livingsocial.com>)：提供讓使用者可以透過社交網站平台讓生活中的各種需求更方便地被滿足，現已超過全球會員數達8500萬人。以城市做分類，每個城市即為一個市場，主要客戶以居住在市場內之消費者為主，消費者透過e-Mail信箱以及所處城市，即可收到該城市的商店目前提出的每日優惠折扣商品，尤以餐飲及休閒娛樂等產品為多，因為這些產品的議價空間較大，可以爭取到較大折扣。並且與Facebook及Twitter結合，消費者可快速地分享優惠訊息。為了刺激人氣，增加了不同於其他團購網站的獎勵系統，如果一個消費者參加某項團購，並透過網路連結分享給三位朋友，當這三位朋友也都點選商品連結並參加團購，那麼原消費者便可以免費獲得該團購商品。此外，也鼓勵使用者邀請其他朋友加入會員註冊，若其他朋友接受邀請至網站註冊，原先的使用者可以獲得5美元的消費抵扣金。網友之間可透過Facebook、Twitter、e-Mail來發佈團購資訊給朋友，針對個人喜歡的商品亦可發佈到Facebook平台，同時也可以知道有那些朋友推薦了此商品，朋友之間也可以彼此留言分享。

Polyvore時尚社交網站(<http://www.polyvore.com>)：針對時尚玩家所設計之社交網站，結合了社群、線上商店及時尚的元素，客群以女性消費者為主，主要是屬於討論穿搭的交流平台，商品豐富且商家眾多，且提供個人部落格平台與其他使用者進行交流。使用者在網站上扮演時尚編輯的角色，透過簡易的介面，讓使用者可以從網站的資料庫中，或是從其他網站平台，拼貼出包含服裝、配件和模特兒的造型，使用者在瀏覽這些稱為「整體造型(Sets)」的拼貼作品時，若點擊某件洋裝或項鍊，就會連結到銷售這些單品的個別網站。而個人的Sets也可以發佈到Facebook、Twitter或個人部落格上，透過微網誌或是在網站內彼此交流，讓更多人分享自己搭配的风格，透過留言系統得到建議，激盪出更不同的時尚思維，充份發揮了YouTube的精神-「Broadcast Yourself(傳播你自己)」。網友在網站上可以提出或搜尋搭配的問題，讓其他使用者提出建議，也可以回答其他使用者的問題，除此之外，亦可以藉由Style Expert功能向時尚專家提問，獲得更專業的答覆。Polyvore網站平台也定期舉行設計比賽，讓網友票選出心目中最理想的Sets。



葛建培博士

學歷：國立台灣師範大學 人力資源發展 博士

資歷：國立台北科技大學 EMBA 經營管理班 兼任助理教授

經國管理學院 人力資源發展系 助理教授

勞委會職訓局TTQS訓練品質評核委員

聯電、技嘉、連展等企業管理部主管

企業文化內涵分析

企業文化，它是一種在企業內部觸摸不到卻很實際存在且有影響力的事實，人力資源單位在平時的專案執行上，是否有感受到企業文化所帶來的影響力呢？。我們都曾看過類似這樣的案例，一位在專業能力以及態度上有很好表現的員工，當他轉換工作到另一間公司後，有時反而做不出來原有工作上的績效，企業文化在過程中其實扮演了一個很重要的關鍵影響因素。人力資源部門唯有瞭解企業文化，才能減少事務推動與執行上的阻礙。

企業文化既然擁有如此龐大的能力與能量，你可曾想過“如何管理企業文化？”其實，做好企業文化的管理，較有效的方法就是從績效與訓練開始！

我們先來探討企業文化到底有什麼特性：

（一）企業文化是一種價值觀：主管所認為企業內一致的信念，稱之為價值觀。

（二）企業文化是一種習慣：習慣可以區分兩部份，一種是主管所展現的習慣，另一種是組織內部作業的方式

（與SOP標準作業流程的參照是密切配合），都是企業文化的展現。

（三）企業文化是一種溝通方式：企業的溝通模式，是習慣集思廣義匯聚共識，還是老闆說了就算，都是企業文化的表徵。

（四）企業文化是一種決策模式：是主管獨自可以決策很多事，還是透過會議來進行共識決，都是企業文化的模式。

（五）企業文化是一種行為：行為泛指組織日常管理的行為模式（溝通、態度），所認同的員工評價標準，而行為的調整與改變上，透過績效考評制度的方式來改變行為，或是透過授權的程度，來改變行為都是企業文化的精髓。

（六）企業文化是一種組織內部權力分配：在組織具有決策能力或具有影響力的人皆不可忽視，其對組織運作和發展都有莫大的效果。

（七）企業文化是一種內部獎懲操作方式：賞罰之間的拿捏，是依照現有制度進行？還是依老闆的喜好執行，都是企業文化的作用。

接下來分析有助於推動企業文化的活動：組織內部的活動，有以下五項較為常見。

（一）英雄人物

英雄人物主要有這幾類人

員：1. 創辦人；2. 董事長；3. 總經理；4. 績效特別好的員工。面對英雄人物，人力資源單位可以做的事情很多，例如：

1. 與英雄人物共同工作培養默契與策略思考能力。
2. 將英雄人物的內隱知識進行保存並彰顯於組織中。
3. 將英雄人物聘為顧問或是請其擔任企業導師經驗傳承。
4. 分享英雄人物以專刊、電子報專欄的方式敘述其成功事蹟或是小故事。

（二）儀式

儀式主要是提供一個展現的舞台，透過公開的方式及經設計過的情境，鼓勵行為表現符合獎勵的員工。儀式最重要的精神是這個活動有沒有受到高層與員工的重視，將是決定效果的關鍵因素。可以思考運用晨會、股東會、表揚會以及尾牙等活動，來設計可以振奮人心、具激勵手法的儀式，都是給老闆及員工一個很棒的展現舞台。

（三）媒體

透過內外部的行銷方式（尤以內部行銷），將內部值得讚美及鼓勵的行為發佈傳遞，例如用內部網路傳遞公司內部所重視的訊息一如健康促進。外部媒體的部份，許多企業的人資主管，就是很好的公關發言人，

從企業文化 看訓練活動應用與發展

除此之外，人資工作者仍然有許多的方式來進行外部行銷展現企業文化的方式，例如：面談時對自己公司的行銷、參加外部社群團體交流、與廣告公司或基金會合作展現企業社會責任等，都可以讓企業文化為外人所知曉。

（四）作業流程

在組織中進行內部作業流程改造計畫，藉此改變員工過去做事思維模式，也創造出新的文化模式，如導入ERP資訊系統，讓員工改變和學習新知識和技能，就能塑造新企業文化。

（五）訓練

透過訓練活動的實施可以傳遞企業文化至員工心裡，例如：

1. 新進人員訓練
2. 團隊共識營
3. 職能訓練（核心及管理職能）
4. 軟性課程，如自我成長、情緒EQ等

企業文化從新人訓練機制開始

大部分的新進人員，是在不知所措、茫然無知的狀況下進來，然後有一大半新人在不受重視與挫敗中快速的離開。在大量的流失員工與大量的招募後面，其實最重要的是組織育人、留人的機制。新進的經驗或許有

正面有負面，重要的是對於企業而言，完善的新進訓練，不但是使新進人員儘快正常作業、適應環境的跳板，也能為公司整體文化奠下穩固的基石。

每一位員工都是企業最大的資產，也是企業競爭的利器，良好的新進人員訓練制度，可以使得新進員工儘快的突破人際僵局，開始認識、適應組織環境，逐漸貢獻所長，而達到經驗承傳與技能訓練的功效。一位新進的人員是公司無限的希望，在他來到這個陌生的環境的時候，擔當訓練的夥伴有責任要讓他知道，工具在那裡？夥伴在那裡？危險在那裡？企業常忽略新進人員耗費的公司成本，視摸索、過渡為理所當然，而其實有很多時間的浪費和人的情緒失落是可以被避免的。而如何建立一套好的新人訓練制度呢？以下提供作為參考：

1.迎新教育：在新人報正式上班前，先行公布新人照片、姓名，以及他的職務和所負責的工作，並要求部門同仁背誦記憶。當新人來報到時，大家能親切的稱呼其名字並主動提供其協助，不至於因陌生而導致疏離感。

2.識人訓練：製作照片、姓名、職務對照表，讓新進人員可以很快的記住

人、姓名和職務。必要時要求主管或每位同仁錄製一分鐘的自我介紹及歡迎影片，讓新人在正式上班前，對於每位夥伴其實就已經很熟悉了。

3.指定教練：新人訓練完成之後，要指定優秀的資深人員為其「學長」或「教練」，作為其心理上安全的「保母」，以及工作上的顧問。當碰到困難又不敢、不好意思找主管時，教練可以起到扶持與引導的作用。

4.建立組織運作資產：將標準作業程序、過往經驗等有系統的建立資料庫，不僅只有文字資料，最好還能建立影片資料庫，讓新進員工能迅速了解公司的運作流程及步驟。畢竟文字如果沒有說明的話，不一定能看懂，要找人說明，大家又很忙，會搞得新人求助無門或其他人不堪其擾。影像庫的好處是能夠自動說明，有問題隨時查、隨時看，可以起到即時解決的作用。

5.新人約談與座談：主管分批座談或個別訪談新人，一來了解新人到職狀況，再則也是考核培訓部門、主管、教練的態度與能力。做為未來內部管理、新人招募、新人培育的重要參考依據。

偶然是命運的必然



王永寧

95級工業工程與管理系EMBA

台北科技大學管理學院EMBA班聯會創會會長

台北科技大學管理學院工商管理博士候選人

台北科技大學工工系兼任講師

迪醫集團執行長

七年前的一個慵懶午後，我佇在辦公室面向長安東路的落地窗前，漫不經心的望著大馬路上行色匆匆的行人和過往穿梭的公車，思索著一些經營上難解的問題。每當事業經營遇到瓶頸時，腦袋就會靈光乍現，想著若是管理專家或頂著管理碩士頭銜的CEO會怎麼想這個問題？會有什麼錦囊妙計嗎？當時站立在窗前的我也是有著相同的疑問看著公車站牌出現一部公車，靠站下客。公車車廂佈著一幅廣告，吸引我的目光，斗大的文字看出是台北科技大學碩士在職專班EMBA的招生內容，一時間無法會意“台北科技大學？”心中出現小小疑問，這些年頭出現一些魚目混珠的怪怪科技大學名號莫非又是？直到瞥見忠孝東路的字樣時，若有所悟應該是前身台北工專的科技大學，“台北工專”這四個字對我們這一代的學生意義非凡，它代表著工業界的領航先鋒，在那年代若能考上台北工專是無上的光榮只是當年無此福分。

在公車停靠的短短數十秒，我認真的看著廣告上的招生截止日，竟然就是當天下午五點離郵寄截止時限還有四個小時，也許是福至心靈、也許是命運之神的招手，有一股力量要我馬上處理，即刻顧不了手邊

的工作，騎著向員工借來的機車，快速騎向台北科技大學，這個舉措即將改變我未來人生，公司離學校本來就不遠，可是此時卻覺得有一點距離，好不容易買回了報名簡章，填了一些資料還把一疊報考所需的資料塞進了專用牛皮紙袋。事實上，之前我報考過兩所國立大學的EMBA，所以辦公室一直有所有報名應有的相關資料，好像一直在等待某個未知的時機。我興奮的封住了牛皮紙袋口，為求慎重親自前往公司旁的郵局，慎重的親自的把它寄出。午後四點多，郵局總是排著一列等待郵寄個公司厚重的郵件，我百般無奈和無聊的在長長的人龍中等待。再次檢查牛皮紙袋上書寫的文字赫然發現收件人竟然誤寫成台灣科大，地址卻是正確的。此時冒出一身冷汗趕緊用麥克筆改正，時自今日仍然在想，若是當時若沒有發現錯誤，我還會是北科人嗎？那封報名郵件會流向地址，或是寄往收件人？。若是當日沒有見著台北科大的車廂廣告，我會是北科管理學院的博士候選人嗎？因為我唸了台北科技大學管理學院EMBA學位，才有機會成為北科管理學院的博士候選人。當然沒有人可以回答的問題，難道所有的偶然都是命運的必然？在二十幾年來

對EMBA的尋尋覓覓，錯過了幾次機會，原來只是為了和北科結緣！？為了和北科的老師同學結緣！？為了和北科我教的一些學生結緣！？

一直以來，追求碩士學位是我追求事業成就以外的另外的一個遠大目標（對我而言是艱難而長遠的挑戰），也許是虛名的誘惑，也許是直覺的認定管理學碩士針對管理應該是萬能的。因此縱然是庶務繁忙，唸管理碩士的念頭從沒斷過，而且所花的時間和金錢超過許多人，初期我並沒有碩士在職專班的概念，只知道工作需要一些管理學的理论，而且當時認為要念碩士需要一些基礎學術背景，所以開始只敢到一些知名管理顧問公司所開的講座進修，像哈佛企管、中華企管等，幾年後有某位因經年聽課而熟識的講師，提醒我為何不到大學相關系所念學分班，因此從民國70年才開始在學分班修習，在進入北科前的長達二十幾年斷續的利用下班和休假時間，到各知名大學修習企管碩士學分，為了就是累積進入正式碩士班的能量。對白手創業缺乏資源的我而言，不應該有假日與所謂下班的奢侈時段。在別人的假日和下班時間正是我應該用來拜訪客戶和改善公司營業狀況的時段，只因為追求碩士學位



的殷切心情，總覺得需要犧牲一些為事業付出的時間來完成取得學位的心願。然而如今才知道這些年所謂的犧牲和投入讓今天的收穫更多。

關於我修習碩士學分的戰功彪炳，除了最早於民國六十幾年在中原大學資訊系的微處理課程，因為需要數學底子對我而言太艱深而半途而廢，之後在民國70年就在台科大前身台灣工業技術學院修一門3學分的工廠管理，雖然理論多於實務，但是引發我對學術的好奇，此時學術對我而言就像站在隧道入口看見遠方的光，那麼的神祕深遠卻又那麼的實際可及。我原以為學術可以解決所有一切實務的問題，修了課以後卻讓我悟了一個道理，學術無法解決實務上所有的難題，卻可以找出難題的根源，運用各式理論建立一套解決問題的模式。從此以後更是下定決心，要從學術中找到我人生的另一扇門。我也以為學術應該不能閉門造車，然而業界也應該從學術界取經來改善自身的管理深度。

由於創業初期的繁忙，以至於又蹉跎歲月至民國八十幾年，才又開始在當時的中興大學台北校區現今的台北大學，修習了興大和經濟部合辦的十八學分碩士級學程這不是我發明的形容詞是證書上用詞。在這不長不短的一學年中，不曾遲到和早退。雖然當時的事業還未到穩定的地步，

可是我依然以上課為第一要務，皇天不負苦心人。終於得以第一名結業，之後順理成章的報考該校的碩士在職專班自忖以第一名之英姿，上榜應無疑慮，最少也應在孫山之前，哪知道事與願違結果是備取第一，在正取生沒人放棄之下只能失之交臂，當時心中充滿遺憾，而且還有小道消息說我是被某人作掉。如今看來，當時的遺憾卻是今日的幸福，當時的遺憾只是為了等待北科管院的第一屆EMBA，才得以讓我成為北科人，也才有機會為北科管院EMBA創建班聯會，再次證明偶然是命運的必然。我與北科的緣深讓等待只是生命的插曲，而非生命無盡的主題。在那以為錯失機緣的落寞中，被時間洗煉出更堅強的爭戰意志。為碩士征戰的意志數年後再度萌起，這次我挑戰了台大學分班，很巧的有幾位同學日後也是我們北科EMBA的同學，在修習學幾學分後也報考了，當然也落敗了，後來我發現不是能力不足，是水土不服。

因為一則車廂廣告改變了我的未來，猶記得95年6月二十幾號，收到了北科EMBA的入學通知(圖一)心情的悸動久久無法忘懷，報到之後才知道我們是北科管院的第一屆EMBA。當時的系主任是羅教授啟源老師，它讓我們感覺到他身負著北科EMBA開源啟後的重責大任，第一屆EMBA也意味著我們對EMBA有著歷史印記，歷史永遠建立在偶然，偶然是歷史的必然 這必然讓偶然成了永恆，成了歷史印記。

之後，邱主任一直守護著EMBA，我的恩師王教授

河星，是一位嚴父型的生命導師，他引導了我進入博士班，也讓我有機會在學術殿堂成長。這七個在北科的年頭，我深深的以北科為榮我也深切真心的為北科付出，因為北科改變了我的生命的軌跡，北科給了我全新的生活面貌。

因為進入了北科管理學院的第一屆EMBA，身負著歷史重任，我長年的EMBA夢，過去認為的失去就是等待著北科的第一屆EMBA那在院史上無法磨滅的榮光。這是多麼值得的等待，等待終究回應了期待 偶然也建構了必然，在學時蒙當時北科李副校長的應許我們成立了班聯會(圖二)，至今依然蓬勃發展，心中有無限的喜悅。

EMBA給了我生命不曾擁有的，是幸福、是回憶、是刻骨銘心的、是生命的豐盈、是友情的光明，在EMBA中認識了一生中最好的朋友，四學期是短暫的，在繁忙中在匆促中畫下了惆悵的句點。





榮獲百大2013年度MVP經理人傑出學員 正面思考, 不斷創新, 創造雙贏, 客戶至上

台北科大EMBA101經管

王永池

泰創工程股份有限公司
總經理

企業能否永續經營，關鍵並非賺多少利潤，而是能從中創造屬於自己的附加價值

工程業深受其他產業發展之影響，其深受其他產業的發展影響，如由早期以房屋建築工程為主，到後來90年代電子業崛起後，建廠工程及相關機電工程迅速發展；工程產業的發展也深受景氣循環的影響，景氣好時，各產業紛紛擴張設備及資本支出，工程產業中各公司也隨之受惠；反之，景氣衰退時，各家廠商紛紛縮減資本支出，即使政府適時採用擴張性財政政策擴張公共工程建設，但仍無法避免市場萎縮的窘境。

因此，在業務承接上對於工

程公司的考驗甚為嚴峻，景氣繁榮時，眾多的工程公司迅速成立並分食市場；景氣衰退時，市場迅速萎縮，工程承包上競爭激烈，甚至被迫接受許多不合理的工程條件，最終演變為許多工程公司退出市場。如此巨幅變化，反而大家只著重在眼前業績上，往往忽略了企業永續經營理念，其實除了本業的著重外，更要落實公司治理、推動社會公益，唯有善盡社會責任，才是真正的永續發展。

和員工齊心同力創造真正公司存在的價值，並發揮其所長，其實經營企業是一種「不進則退」的過程，堅持理想是一種做法，但

是在持續改變的現實環境中，則是考驗著勇於開拓前眼道路的決心，該如何創造自我價值，正是我對自己的要求，也是經營著對公司的責任與義務。

**學術與實務整合，
活到老學到老**

經營管理並沒有標準答案，身處在現今時時刻刻都必須講求效率的高速競爭的環境中，如何立即決策並減少失誤是我目前最大的挑戰，需要更有系統的學習並要求一定的品質，方能夠掌握最新的管理思潮及技巧。雖之前有修讀管理實務上的課程，但仍認為自己還需再精進，且由



於工程背景的學經歷，讓我經常用微觀的角度探究事物的真相，思考了多年，終於在2012決定再重返校園，選擇了唯一的選擇臺北科技大學，很榮幸的有了機會走入這個大家庭，珍惜每一個得來不易的機會，學習用宏觀的視野探究企業的廣度及深度。

公司的經營必定是由小而大，由弱而強的發展路徑，而管理的知識可以有助於公司經營成長，但它不只是一個理論原則而已，在經營公司實務上，會不會真正主動尋求知識並加以應用，以及應用哪些知識，基本上還是要看公司經營模式有沒有關連。

自己在工程產業，一路從基層的工程師開始紮根向上做起，工程相關技術和經驗，可經由時間慢慢累積，但對於管理層面，仍需有更多的學習和研究，該如何掌握自我的核心價值，並將資源做最大的發揮，一直是我在思索的課題。不論是小案子或大案子皆要層層把關考量，永遠處於資源有限慾望無窮的情境，工程公司必須隨著產業的成長才有成長的空間。因此，在考量品質、速度、成本之下，對於廠房上的環境條件要求也日趨亦嚴格，這也代表著在經營管理層面需要更精進和成長，所以期許自己能像海綿一般不停的吸收與成長。

人生總是充滿著驚喜，就看我們是否停下腳步去發現

走入EMBA大家庭後，生活不再只是工作上的挑戰，和汲汲營營尋求適切而具遠見的管理方案，而是開始更享受人生，規劃起更多工作和家庭以外的行程，學校行程安排，逐漸成為生活重心的一部份；思索的也不再只是公司整體經營績效突破，反而開始學習如何創在自身在管理上的新思維，這一切多虧了結交了不同領域的新伙伴，讓我開始學習突破傳統工程式的思考邏輯，這些收穫是我所始料未及的，起先只是單純的想讓自己再回校園充電，現在真的是充滿了滿滿正面能量。

榮獲百大2013年度MVP經理人 傑出學員畢業前隨筆



時光荏苒，二年的台北科大EMBA課程轉眼即將步入尾聲，向來讀書考試都不是強項的我，從沒想過有機會讀完碩士課程，回首二年來的點點滴滴，就像電影般歷歷在目，短暫精采卻毫無冷場，趁著離畢業還有二個月，作個總回顧，隨手寫下此刻心情。

一、學業事業

儘管多年來的職場工作經驗累積，但行之有年的經驗、做事方法，總是有不自知的盲點、窠臼，觀念也不夠多面向，來到台北科大EMBA，接觸到的師生都是來自各方的菁英。交流後無形中拓展了許多新視野，”原來這樣的問題是可以那樣的解決”，過去的一知半解，隨之豁



台北科大EMBA100工管

許家彰

展威體育用品股份有限公司
總經理

然開朗。許多交流，創意與刺激下著實讓我事業上也有明顯的成長，我將這些市場經驗整理，投稿至經理人月刊，很榮幸入選2012年百大經理人MVP，能夠當選此殊榮，台北科大EMBA給我的訓練絕對是幕後功臣。

二、良師益友

“三人行，必有我師焉”。朋友，就像一本一本的好書”。能結交EMBA的各界菁英更是增廣見聞，吸收新知的好方法。在師資陣容方面，台北科大EMBA每位老師都是學術與實務的翹楚，有豐富的學經歷，更有認真教學指導的熱忱，讓人尊敬。這其中特別感謝張文華教授指導我的論文。”網路行銷”是我最有興趣，卻是最沒有經驗的。很榮幸在張教授指導下，完整有系統的課程，對我幫助很大，省去許多摸索無效率的時間浪費。網路行銷，變化快速，張教授的觀念與時俱進，總是啟

發我們新思維，新方法帶領我們領略其中奧妙。

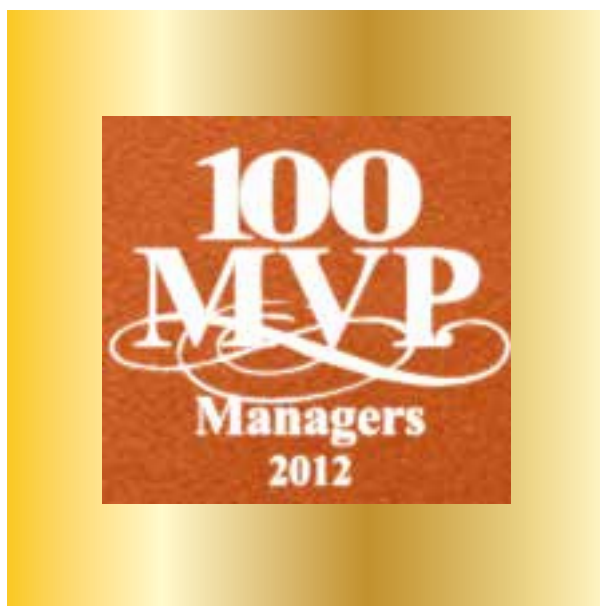
台北科大EMBA是分享知識、交換經驗的平台。付出自己的，吸收別人的，而最後收穫總是遠大於付出，而且...付出愈多，回饋和收穫愈多。

三、社團活動

一年級下學期，經過同學推舉，我擔任了班聯會會長一職，懷著忐忑不安的心情，接下重責大任，本著愛護母校的初衷，心中目標只有一個－凝聚四班學長姐向心力，而方法就是籌辦各種活動。任內主要活動有春酒、畢業舞會、高爾夫球賽，以及EMBA期刊編製、執行。班聯會的運作，全是來自學長姐對學校、對EMBA系所的熱情，許多學長姐伸出援手，無私的奉獻，出錢出力，一次次的團隊合作，才能成就一場場高潮迭起的精彩活動，在這裏特別向所有協助活動的學長姐，致最感謝之意。

電影阿甘正傳中有句台詞，”人生就像一盒巧克力，你永遠不知道下一顆是什麼味道”。

只有當你咬下巧克力才知道是苦澀，還是甘甜，就像就讀台北科大EMBA有辛苦，有甜美，有壓力，有成長。但勇於嚐試，接受失敗，從中學習，讓我收穫滿滿，也是我難忘的回憶。感謝學校師長、學長姐營造出這麼優質的學習環境，最後感謝內人對我的支持，讓我毫無後顧之憂的將學業完成。”你們都是最棒的!!”



台北科大EMBA 12/7 辦招說會

【台北訊/記者吳佳汾】國立臺北科技大學管理學院EMBA專班（簡稱台北科大EMBA），102年招生網路報名期間102年1月3日至18日，12月7日晚上7點，在該校國際會議廳舉辦招生說明會。



處在高度資訊化社會環境中，持續自我提升已成為現代管理者成功的首要條件，台北科大EMBA專為企業高階主管所設立之碩士專班，兼顧學術與實務相結合的知識平台，提供企業經理人重返校園進修的最佳商管學院。

執行長范書愷表示，台北科大EMBA專班課程提供高階經理人系統性、整合性、多面向的學習，讓學員在教師教授與同儕討論中得到啟發，工作上能因此突破傳統思維，提高管理績效。

102年EMBA招生設立三個專班，「工業工程與管理EMBA專班」，著重於製造、科技、服務與資訊相關產業；「經營管理EMBA專班」，著重於跨國企業與政府相關單位；「資訊與運籌管理研究所EMBA專班」，著重於資訊管理與運籌管理相關產業。

課程在商務模式創新、經營策略、電子商務技術及網路行銷等應用領域，有縝密的課程規劃，提供企業電子化運籌管理策略，協助經理人對營運模式與企業流程進行創新性思考，以提昇企業創新、創業、創意的實力。

EMBA招生免筆試，書面資料與面試成為錄取決勝點，范書愷表示，面試準備方向必須非常明確，首先必須了解報考學校授課內容與師資研究走向，考生報考就讀一定要有明確研究方向，研究方向最好與自身公司治理直接相關。

過往工作經驗與資歷當然是必備條件，面試時若能以一專案執行流程（包含企劃發想、跨部門協調、專案規劃、追蹤考核等面向）說明自我過往的實務經驗與職場競爭力，進而點出本次報考動機，定會讓口試委員留下深刻印象。

台北科大EMBA 12/7招生說明會

【台北訊】國立臺北科技大學管理學院EMBA專班102年招生（簡稱台北科大EMBA），網路報名時間為102年1月3日至18日，另外12月7日晚上7點，在該校國際會議廳舉辦招生說明會。

台北科大EMBA專為企業高階主管所設立之碩士專班，兼顧學術與實務相結合的知識平台，提供企業經理人重返校園進修的最佳商管學院。

執行長范書愷表示，台北科大EMBA專班課程提供高階經理人系統性、整合性、多面向的學習，讓學員在教師教授與同儕討論中得到啟發，工作上能因此突破傳統思維，提高管理績效。

102年EMBA招生設立3個專班，「工業工程與管理EMBA專班」，著重於製造、科技、服務與資訊相關產業；「經營管理EMBA專班」，著重於跨國企業與政

府相關單位；「資訊與運籌管理研究所EMBA專班」，著重於資訊管理與運籌管理相關產業。

課程在商務模式創新、經營策略、電子商務技術及網路行銷等應用領域，有縝密的課程規劃，提供企業電子化運籌管理策略，協助經理人對營運模式與企業流程進行創新性思考，以提升企業創新、創業、創意的實力。

EMBA招生免筆試，書面資料與面試成為錄取關鍵，范書愷表示，面試準備方向必須非常明確，首先必須了解報考學校授課內容與師資研究走向，考生報考就讀一定要有明確研究方向，研究方向最好與自身公司治理直接相關。

台北科大EMBA電話（02）2771-2171轉4547；報考網址：www.emba.ntut.edu.tw。（吳佳汾）

台北科大EMBA畢舞 HIGH翻天

連續4年舉辦 留下校園生涯美好回憶

台北科大EMBA畢舞 HIGH翻天

6月9日是國內各大學院校的畢業典禮也是婚宴熱門日，晚間走進台北典華旗艦店大廳的賓客們，無不停下腳步欣賞這場華麗的宴會，由國立台北科技大學舉辦的99級EMBA畢業舞會，以「典範北科、舞動風華」在典華進門大廳亮麗登場，聲勢浩大，吸引全場目光。

別於其他學校EMBA畢業典禮都以聚餐或謝師宴型式謝幕，台北科大EMBA從創立以來，已連續第4年舉辦畢業舞會，讓畢業舞會不再是年輕學子的專屬，重返校園進修的EMBA學員，個個盛裝打扮，大跳國際社交舞，留下校園生涯活動最終曲回憶。

音樂一下，台北科大副校長林啟瑞跳脫以往形象，為今年的EMBA畢業舞會揭開序曲，接著管理學院院長翁頌舜、執行長陳凱瀛、經管所所長胡同來、工管所所長王河星等師長，也陸續應學生之邀，進入舞池裡共舞，隨著音樂跳出曼妙的舞姿，浪漫的氣氛瀰漫整個夜晚。

隨即而來的是，99級工管所EMBA班帶來輕快活潑的恰恰，氣氛輕鬆愉快，

代表著畢業的喜悅；99級經管所EMBA班接著上場，大跳性感與熱情的倫巴（Rumba），象徵著求學的熱忱與念書活力。

100級碩一在校生全體學員也為畢業學長姐們，帶來優美、柔和的華爾滋，三拍子的音樂抒情中帶些許浪漫，接著音樂速度突然轉快，轉跳恰恰，氣氛更是high翻全場。

負責籌劃此次活動的台北科大EMBA班聯會會長許家彰表示，台北科大EMBA向來重視迎新與送舊，尤其是活動的傳承，舞會之後，由畢業生傳遞火把給在校生，象徵薪火傳承，也代表

一入台北科大，學長姐永遠提攜學弟妹的良好典範。這次也邀請畢業學長姐參與，從音樂響起，已畢業的學長姐跟著擺動，最後踏入舞池與學弟妹同歡，可看出台北科大EMBA的學員每個都是有練過的。

最後，台北科大EMBA所有成員合唱「掌聲響起」，以作為活動圓滿落幕的謝曲，如同歌詞「聽到掌聲響起來，我的心中有無限感慨」，兩年求學光陰，終於在家庭、事業兩頭燒之中，拿到學位證書，畢業了！【2012-06-16 / 經濟日報 / B1版 / EMBA專題】吳佳汾／撰稿



台北科大 EMBA招生說明會 爆人潮

課程著重理論與實務並進的台北科大EMBA，地利便捷，位在捷運忠孝新生站口，向來在職進修人員重返校園的熱門首選。日前舉辦102年EMBA招生說明會，吸引400多位中高階主管及企業負責人參加說明會，現場座無虛席。

台北科大EMBA執行長范書愷表示，EMBA採小班教學，定期舉辦名人講座與企業參訪使理論與實務相結合。此外，為拓展EMBA學生視野，設有海外參訪與研習必修課，使學員經由對地區的海外參訪與研習，瞭解境外的投資經濟環境、法規要求與產業的運作特質。

系統化與精緻化教學，可讓學員全方位學習，在職場上增添鑽石級履歷，實現自我成長，為生涯再創高峰。如程茂建設協理陳俊華、安捷國際商務公寓集團董事長陳品峰、Nike台灣

總銷經大前實業總經理許家彰等，在台北科大EMBA進修加持下，職場收穫豐富，並獲得經理人月刊百大經理人MVP。

中小企業主在資源有限的情況，面對外在環境嚴峻挑戰，對企業管理者是一大難題，陳品峰、許家彰均表示，在台北科大EMBA學習期間，提高管理、財務分析、市場評估等能力，開創藍海商機，經營績效比之前成長數倍以上。

台塑關係企業資深副總暨台塑海運總經理楊映煌，現就讀台北科大EMBA經營管理專班二年級，他表示，台北科大創立百年以來，校風「誠樸精勤」精神與台塑集團「勤勞樸實」的創業精神很像，加上EMBA教師教學多元化，有啟發性，是他就讀EMBA第一選擇。

台北科大EMBA第一屆校友王永寧，現為迪醫集團執行長、成長發展管理顧問公司董事長、中華創新發展協會理事長，EMBA後續攻讀博士學位，學經歷豐，多間學校獲聘為業界講師。王永寧強調，台北科大師資優，有高度服務熱情，企業可善用該校整合資源，提高產業競爭力。

由於EMBA課程要兼顧事業與家庭三頭燒，因此各校的女性學員進修皆較少，EMBA商管所（現為經管）校友陳錦華說，在交通部高鐵工程局服務超過20年，受到許多交通部長官（台北科大前身台北工專校友）鼓勵報考，事業與家庭都能與同學相互勉勵兼顧，在課業也收益良多，且高爾夫球技進展迅速至70杆，離開校園多年後，實現自我成長，並考取該校博士班持續進修中。（記者/吳佳汾）

台北科大EMBA招生說明會 爆人潮

【台北訊】台北科大EMBA日前舉辦102年EMBA招生說明會，吸引400多位中高階主管及企業負責人參加說明會，現場座無虛席。

執行長范書愷表示，EMBA採小班教學，定期舉辦名人講座與企業參訪使理論與實務相結合，設有海外參訪研習必修課，使學員經由對地區的海外

參訪與研習，瞭解境外投資經濟環境、法規要求與產業的運作特質。

系統化與精緻化教學，可讓學員全方位學習，在職場上增添鑽石級履歷，實現自我成長，為生涯再創高峰。如程茂建設協理陳俊華、安捷國際商務公寓集團董事長陳品峰、Nike台灣總銷經大前實業總經理許家彰

等，在台北科大EMBA進修加持下，職場收穫豐富，並獲得經理人月刊百大經理人MVP。

台塑關係企業資深副總、台塑海運總經理楊映煌，現就讀台北科大EMBA經營管理專班二年級，他表示，台北科大創立百年以來，校風「誠樸精勤」精神與台塑集團「勤勞樸實」的創業精神很像，加上EMBA

教師教學多元化，有啟發性，是他就讀EMBA第一選擇。

第一屆校友王永寧，現為迪醫集團執行長、成長發展管理顧問公司董事長、中華創新發展協會理事長，EMBA畢業後攻讀博士學位，學經歷豐，多間學校獲聘為業界講師。王永寧強調，台北科大師資優，有高度服務熱情，企業可善用該校整合

資源，提高產業競爭力。

EMBA商管所（現為經管）校友陳錦華說，在交通部高鐵工程局服務超過20年，受到許多交通部長官（台北科大前身台北工專校友）鼓勵報考，事業與家庭都能與同學相互勉勵兼顧，在課業也收益良多，且高爾夫球技進展迅速至70杆，離開校園多年後，實現自我成長，並考取該校博士班持續進修中。（吳佳汾）

2012臺北科技大學 海峽兩岸EMBA菁英論壇

日期：2012.9.29（星期六）

地點：臺北科技大學科技大樓

由國立臺北科技大學管理學院

EMBA與深圳大學MBA共同舉辦的「海峽

兩岸EMBA菁英論壇」，9月29日在台北

科大國際會議廳舉辦，總計有180位兩岸

企業管理階層與菁英參與。

海峽對岸由深圳大學管理學院副

院長劉軍，帶領MBA師生共計37位，來台參與此論壇，台北科大由管理學院院長翁頌舜、進修部主任邱垂昱、與EMBA執行長范書愷帶領管理學院師生計140餘人與會。

大會開幕由台北科大校長姚立德致詞歡迎深圳大學師生來訪，文中強調未來加強兩岸高等教育合作的重要性。第一場專題演講邀請到美國印地安納波里斯大

180位企業管理階層參與 肯定深化兩岸MBA教育交流必要性

兩岸EMBA論壇 擘畫菁英職場大未來

吳佳汾／撰稿

由國立台北科技大學管理學院EMBA與深圳大學EMBA共同舉辦的「兩岸EMBA論壇」，9月23日在台北科大國際會議廳舉行。總計有180位兩岸企業管理階層與菁英參與，海峽兩岸台北科技大學管理學院與深圳大學EMBA師生共計80位，來自台灣與大陸，台北科大管理學院院長詹國治、副院長王冠甫、EMBA執行長王冠甫與管理學院教授王冠甫等人出席。

專家演講 傳授成功訣竅

大會開幕由台北科大校長沈博宏致詞，歡迎到訪大學師生來訪。文中強調未來加強兩岸高等教育合作的重要性。第一場專題演講邀請到美國加州安納海斯市大學校長詹國治，演講題目為「超越成功」。



台北科大EMBA執行長詹國治（前排左二）與深圳大學EMBA執行長王冠甫（前排左一）與與會嘉賓合影。前排左起為：詹國治、王冠甫、詹國治夫人、王冠甫夫人、詹國治夫人、王冠甫夫人、詹國治夫人、王冠甫夫人。

詹國治校長在致詞時表示，兩岸提升競爭力與邁向國際化，是兩岸企業界共同追求。第二場專題演講邀請到前HONEYWELL亞洲區總裁熊飛熊先生，演講題目為「精英具備的思維與特質」。

熊飛熊先生於業界服務達40年之久，由基礎化學工程師起步。職涯經歷過銷售業務、第一線工作人員、中階主管、高階主管、至擔任跨國企業亞洲總裁等職務，文中娓娓道來奮鬥甘苦談與成長經驗，不斷與台下來自海峽兩岸經理人親切互動，讓人如沐春風、頓時又有無限向上奮發的力量。

下午專題演講邀請到深圳大學管理學院院長詹國治，演講題目為「企業創新經驗/信息化服務技術分享與交流」。

詹國治院長在致詞時表示，兩岸提升競爭力與邁向國際化，是兩岸企業界共同追求。第二場專題演講邀請到前HONEYWELL亞洲區總裁熊飛熊先生，演講題目為「精英具備的思維與特質」。

理學院副院長劉軍教授，講題為「深圳大學MBA創新經驗分享與未來發展」，文中漫談如何利用創新思維在高等教育蓬勃開展的中國沿海地區，開創出獨特且具競爭力的MBA課程。

最後時段為兩岸座談交流時間，交流主題分別為「產業信息化技術分享與交流」、「企業創新經驗/信息化服務技術分享與交流」，首先由來自海峽兩岸的教授學者十餘人針對交流議題提出個人見解與看法。

接著由來自兩岸的EMBA學員針對主題進行心得交流、綜合研討、與未來趨勢分析等，討論氣氛分外熱烈，比預定時程延後半個多小時才能結束。

大會閉幕時，來自兩岸的學者同聲肯定本次論壇的舉辦，對於深化兩岸MBA教育交流的脚步絕不能停止，並提出未來此論壇朝向兩岸三地重點大學輪流主辦架構進行規劃。（吳佳汾／撰稿）

四校EMBA高爾夫球聯誼賽 臺北科大舉辦

臺北科大EMBA班聯會甫完成二天一夜的迎新敬師活動，隔周接續主辦「第13屆北區四校EMBA高爾夫球聯誼賽」，在EMBA班聯會會長楊映煌熱情號召下，參加人數打破過去所有紀錄，共有130人參賽，光是臺北科大就有60人。

由清華大學、中央大學、臺北大學與臺北科大等EMBA班，所組成的四校EMBA高爾夫球賽，向來是國內菁英領袖群聚的高球盛會，更是這4所學校師生在EMBA課程外的聯誼平台。

第13屆於9月16日在林口長庚高

爾夫球場熱鬧登場，這次比賽由臺北科大主辦。除了四校EMBA在校生及畢業學長姐們，共襄盛舉熱情參與，贊助獎品也相當豐富，包括一桿進洞獎現金10萬元、筆記型電腦、iPAD、高級球杆等。

在各路高手經過一整天激烈的競賽後，結果終出爐，「第13屆北區四校EMBA高爾夫球聯誼賽」由中央大學奪得團體組冠軍，總桿冠軍為清華大學黃定邦，淨桿冠軍為臺北科大陳榮文。

切破球技、交換工作心得

四校EMBA高爾夫球聯誼賽 臺北科大舉辦

【台北訊】臺北科大EMBA班聯會甫完成二天一夜的迎新敬師活動，隔周接續主辦「第13屆北區四校EMBA高爾夫球聯誼賽」，在EMBA班聯會會長楊映煌號召下，參加人數打破過去所有紀錄，共有130人參賽，光是臺北科大就有60人。

由清華大學、中央大學、臺北大學與臺北科大等EMBA班，所組成的四校EMBA高爾夫球賽，向來是國內菁英領袖群聚的高球盛會，更是這4所學校師生在EMBA課程外的聯誼平台。

第13屆於9月16日在林口長庚高爾夫球場熱鬧登場。這次比賽由臺北科大主辦，除了四校EMBA在校生及畢業學長姐們，共襄盛舉熱情參與，贊助獎品也相當豐富，包括一桿進洞獎現金10萬元、筆記型電腦、iPAD、高級球杆等。

在各路高手經過一整天激烈的競賽後，結果終出爐，「第13屆北區四校EMBA高爾夫球聯誼賽」由中央大學奪得團體組冠軍，總桿冠軍為清華大學黃定邦，淨桿冠軍為臺北科大陳榮文。

臺北科大EMBA班聯會會長楊映煌／撰稿

楊映煌表示，雖然四校EMBA成員，在球場上展現球技拚高下，賽後各校齊聚一堂引吭高歌同樂，活動並在歡樂的頒獎氣氛下圓滿落幕，不忘高爾夫球聯誼賽活動最終是藉此讓在校學生與已畢業的學長姐們之間有更多的聯繫，交換學習心得與工作經驗，同時切磋球技。

他並將比賽會旗交接給下一屆主辦學校清華大學EMBA，四校12月再戰。（吳佳汾／撰稿）

台北科大EMBA 企業CEO培訓搖籃

轉載經濟日報2012/11/14

【記者吳佳汾報導】過去許多離開校園多年的職場高階主管，一聽到EMBA要考筆試就萌生退意，國內EMBA102年招生入學，今年在台大、交大首度宣布免筆試，儼然已成一股趨勢。

其實國外名校包括哈佛大學，都無設筆試一關，學生都是以工作表現跟讀書熱忱來爭取入學資格。去年台北科大EMBA首度免筆試，招生說明會就吸引200多位中高階主管及企業負責人

參加，現場座無虛席，報考人數更是創下各校EMBA之冠，競爭相當激烈。

台北科大EMBA執行長范書愷表示，免筆試的目的並不在於將入學條件放寬，其目的在讓來自不同教育背景、行業與經歷的專業人士能有相同均等的機會參加報考。例如非營利組織（紅十字會，世界展望會等）、政府單位、教育單位、醫療體系、休閒娛樂事業、體育運動事業、飯店管理事業等。

免筆試準備方向非常簡單，首先必須了解報考學校授課方向與師資，報考就讀一定要有明確研究方向，研究方向最好跟自身公司治理直接相關，過往工作經驗當然是必備條件，面試時若能以一專案執行流程（包含企劃執行、跨部門協調、專案執行、追蹤考核等）說明自我競爭力與報考動機，定會讓口試委員留下深刻印象。

由於欲重返校園的進修人士，常將在職專班與EMBA搞混，范書愷說，在職專班與EMBA由學位本質上來看並無差異，但在職專班較偏向為進入職場2-5年經驗的業界人士所設計，研究重點在於技術開發、流程設計與改善、人力資源運用、專案執行績效評估等方向，綜合來看屬於企業作業管理經理人士的培訓搖籃。

相對於EMBA較偏向於進入職場6年經驗以上的專業經理人所設計，研究重點在於組織策略擬定、行銷決策分析、國際品牌策略、企業協商談判、全球品質策略等方向，綜合來看屬於企業各部門執行長的培訓搖籃（Managing Director, CEO, CIO, CFO, COO等）。

課程著重理論與實務並進的台北科大EMBA，地利便捷，位在捷運忠孝新生站口，向來在職進修人員重返校園的熱門首選。102年EMBA共開三班，「工業工程與管理EMBA專班」、「經營管理EMBA專班」，各招收32人；102年新增「資訊與運籌管理EMBA專班」，招收15人，12月7日星期五晚上七點，在該校國際會議廳舉辦招生說明會。

台北科大EMBA 企業CEO培訓搖籃



台北科大EMBA執行長范書愷。
吳佳汾 / 攝影

【台北訊】國內EMBA102年招生入學，今年在台大、交大首度宣布免筆試，儼然已成一股趨勢。台北科大EMBA執行長范書愷表示，免筆試的目的並不在於將入學條件放寬，其目的在讓來自不同教育背景、行業與經歷的專業人士能有相同均等的機會參加報考。例如非營利組織（紅十字會，世界展望會等）、政府單位、教育單位、醫療體系、休閒娛樂事業、體育運動事業、飯店管理事業等。

由於欲重返校園的進修人士，常將在職專班與EMBA搞混，范書愷說，在職專班與EMBA由學位本質上來看並無差異，但在職專班較偏向為進

入職場2-5年經驗的業界人士所設計，研究重點在於技術開發、流程設計與改善、人力資源運用、專案執行績效評估等方向，綜合來看屬於企業管理經理人士的培訓搖籃。

相對於EMBA較偏向於進入職場6年經驗以上的專業經理人所設計，研究重點在於組織策略擬定、行銷決策分析、國際品牌策略、企業協商談判、全球品質策略等方向，綜合來看屬於企業各部門執行長的培訓搖籃（Managing Director, CEO, CIO, CFO, COO等）。

課程著重理論與實務並進的台北科大EMBA，交通便捷，位在捷運忠孝新生站口。102年EMBA共開3班，「工業工程與管理EMBA專班」、「經營管理EMBA專班」，各招收32人；102年新增「資訊與運籌管理EMBA專班」，招收15人，12月7日星期五晚上七點，在該校國際會議廳舉辦招生說明會。

台北科大EMBA電話（02）2771-2171轉4547；報考網址：www.embantut.edu.tw。（吳佳汾）

臺北科大EMBA迎新敬師會 別開生面

新生第一堂暖身課 融入學校課程設計與相關活動 花蓮兆豐農場盛大舉辦

吳佳汾／撰稿、攝影

臺北科大EMBA班101學年度，報考人數超過400位學生，最後68位菁英脫穎而出，重回校園，錄取率僅兩成，競爭相當激烈。

為歡迎生力軍報到及9月教師節，臺北科大EMBA班聯會在9月初在花蓮新光兆豐休閒農場，盛大舉辦兩天一夜的迎新敬師大會，為新生第一堂課暖身。管理學院院長翁頌舜表示，101級EMBA新生，都是在各自工作上有傑出表現，且又具旺盛進修企圖心的企業中高階主管，藉由兩天的新生訓練營，將能更融入學校的課程設計與相關活動。



臺北科大EMBA經管所所長胡同來（左起）、管理學院院長翁頌舜、執行長范書愷、工管所所長陳凱瀛合影。

新任EMBA執行長范書愷，特別將臺北科大EMBA比喻為一個釀酒桶，學校負責控制釀酒溫度與發酵時間，每位新學員是新鮮的葡萄，進入酒桶藉與既有的酒水（學長姐校友）一起發酵，將釀出口感獨特又香又醇的葡萄酒。

由於該校在國內已有百年歷史，迎新活動一開始，便教唱新生一定要會的「臺北科大校歌」；緊接熱鬧登場的是敬師儀式，再由100級學長姐們熱情為第101級新生繫上領巾，期許他們「領」先群雄，成就「菁」英生涯。

100級學生代表由台塑海運總經理並擔任臺北科大EMBA班聯會長楊映煌為新生勉勵，任職於台塑集團30多年，楊映煌說，臺北工專（臺北科大前身）畢業學生進入台塑集團，吃苦耐勞的優良表現令他印象深刻，因此決定進修EMBA的第一志願就是臺北科大，也是台塑集團繼總管理處副總王瑞瑜10年前自台大EMBA畢業之後，集團高層進修EMBA第二人。

特別是在業界多年之後，回到校園充電，臺北科大EMBA教授的學術理論結合企業實務應用，特別推崇經管所所長胡同來教授的企業個案分析、林鳳儀教授的財務管理分析、蔡瑤昇教授的行銷策略及工管所所長陳凱瀛的製造業管理，受益良多，課後更應證爾後實用性。



維持既有薪火傳承，臺北科大EMBA班聯會會長楊映煌（右）為新生繫上領巾。

除了舉辦迎新敬師活動之外，也加入分組課堂討論，讓新生選擇未來作論文的研究方向。本次活動也相當符合「熱情100、精彩101」主題，晚宴請到了花蓮原住民演出，把現場氣氛炒得十分火熱，100級學員也為101級新生帶來熱情的一連串表演，101級新生也輪番上陣，絲毫不遜色，展現EMBA既有的學習活力，引吭高歌熱曲，現場氣氛奔到最高點。隔天在風光明媚的花蓮，全體學員留下圓滿大合照，便輕鬆回到臺北，迎接新學期到來。

臺北科大EMBA迎新敬師會 別開生面

新生第一堂暖身課 融入學校課程設計與相關活動 花蓮兆豐農場盛大舉辦

臺北科大EMBA班101學年度，報考人數超過400位學生，最後68位菁英脫穎而出，重回校園，錄取率僅兩成，競爭相當激烈。

為歡迎生力軍報到及9月教師節，臺北科大EMBA班聯會在9月初在花蓮新光兆豐休閒農場，盛大舉辦兩天一夜的迎新敬師大會，為新生第一堂課暖身。管理學院院長翁頌舜表示，101級EMBA新生，都是在各自工作上有傑出表現，且又具旺盛進修企圖心的企業中高階主管，藉由兩天的新生訓練營，將能更融入學校的課程設計與相關活動。

新任EMBA執行長范書愷，特別將臺北科大EMBA比喻為一個釀酒桶，學校負責控制釀酒溫度與發酵時間，每位新學員是新鮮的葡萄，進入酒桶藉與既有的

酒水（學長姐校友）一起發酵，將釀出口感獨特又香又醇的葡萄酒。

由於該校在國內已有百年歷史，迎新活動一開始，便教唱新生一定要會的「臺北科大校歌」；緊接熱鬧登場的是敬師儀式，再由100級學長姐們熱情為第101級新生繫上領巾，期許他們「領」先群雄，成就「菁」英生涯。

100級學生代表由台塑海運總經理並擔任臺北科大EMBA班聯會長楊映煌為新生勉勵，任職於台塑集團30多年，楊映煌說，臺北工專（臺北科大前身）畢業學生進入台塑集團，吃苦耐勞的優良表現令他印象深刻，因此決定進修EMBA的第一志願就是臺北科大，也是台塑集團繼總管理處副總王瑞瑜10年前自台大EMBA畢業之後，集團高層進修EMBA第二人。

特別是在業界多年之後，回到校園充電，臺北科大EMBA教授的學術理論結合企業實務應用，特別推崇經管所所長胡同來教授的企業個案分析、林鳳儀教授的財務管理分析、蔡瑤昇教授的行銷策略及工管所所長陳凱瀛的製造業管理，受益良多，課後更應證爾後實用性。

除了舉辦迎新敬師活動之外，也加入分組課堂討論，讓新生選擇未來作論文的研究方向。本次活動也相當符合「熱情100、精彩101」主題，晚宴請到了花蓮原住民演出，把現場氣氛炒得十分火熱，100級學員也為101級新生帶來熱情的一連串表演，101級新生也輪番上陣，絲毫不遜色，展現EMBA既有的學習活力，引吭高歌熱曲，現場氣氛奔到最高點。隔天在風光明媚的花蓮，全體學員留下圓滿大合照，便輕鬆回到臺北，迎接新學期到來。（吳佳汾／撰稿）

班聯會春酒師生校友同樂 北科大新學年 籌劃EMBA海外班

【台北報導/記者吳佳汾】北科大EMBA班聯會，日前舉辦102年春酒饗宴師生與歷屆校友同樂，新學年度起將陸續海外開設境外專班。

北科大繼去年榮獲典範科大第一名，本學期一開始，甫獲教育部公布第3期獎勵大學教學卓越計畫補助名單及核定經費，金額高居全國第1，績效相當優異，校長姚立德表示，北科大教學品質務實、貼近業界，深受肯定，EMBA班聚集國內各界菁英，教學成果豐碩，102學年度起將陸續海外開設境外專班。

EMBA執行長范書愷表示，102學年度起在泰國曼谷、東莞等地開設境外專班，以招收當地台商高層階幹部為主，提供最佳學習進修管道。泰國EMBA境外專班，與泰國KMUTT大學（King Mongkut's University of Technology Thonburi）合作，將是台灣在泰國的第一所境外EMBA專班，有助提昇泰國台商經營管理能力。

本次春酒活動，也展現北科大EMBA活潑創意一面，101級工管帶來最近紅遍兩岸「後宮甄嬛傳」改編後宮「真煩饌」，由工管所長陳凱瀛飾演雍正，劇情談諧有趣；經管所長胡同來與101級管

學員也帶來COSPLAY大玩變裝秀，跳脫嚴肅上課氣氛。

此外，歷屆EMBA班聯會會長均到場參與活動盛會，籌劃春酒饗宴活動的EMBA班聯會會長宏誌科技董事長趙建厚表示，自己民國69年自台北工專（北科前身）畢業算是「老」校友一位，創業30年，重返校園充電，EMBA學長既是自己學弟也是學長，北科大最重視的就是校友凝聚力，EMBA更是一個大家庭式學習環境。



北科大校長姚立德（右四）、管理學院院長翁漢昇（右三）、執行長范書愷（右五）、EMBA班聯會會長趙建厚（右二），與歷屆班聯會會長。

【台北訊】北科大EMBA班聯會，日前舉辦102年春酒饗宴師生與歷屆校友同樂，新學年度起將陸續海外開設境外專班。

北科大繼去年榮獲典範科大第

一名，本學期一開始，甫獲教育部公布第3期獎勵大學教學卓越計畫補助名單及核定經費，金額高居全國第1，績效相當優異，校長姚立德表示，北科大教學品質務實、貼近

吳佳汾／攝影

班聯會春酒師生校友同樂

北科大新學年 籌劃EMBA海外班

業界，深受肯定，EMBA班聚集國內各界菁英，教學成果豐碩，102學年度起將陸續海外開設境外專班。

EMBA執行長范書愷表示，102學年度起在泰國曼谷、東莞等地開設境外專班，以招收當地台商高層階幹部為主，提供最佳學習進修管道。泰國EMBA境外專班，與泰國KMUTT大學（King Mongkut's University of Technology

Thonburi）合作，將是台灣在泰國的第一所境外EMBA專班，有助提昇泰國台商經營管理能力。

本次春酒活動，也展現北科大EMBA活潑創意一面，101級工管帶來最近紅遍兩岸「後宮甄嬛傳」改編後宮「真煩饌」，由工管所長陳凱瀛飾演雍正，劇情談諧有趣；經管所長胡同來與101級管

課氣氛。此外，歷屆EMBA班聯會會長均到場參與活動盛會，籌劃春酒饗宴活動的EMBA班聯會會長宏誌科技董事長趙建厚表示，自己民國69年自台北工專（北科前身）畢業算是「老」校友一位，創業30年，重返校園充電，EMBA學長既是自己學弟也是學長，北科大最重視的就是校友凝聚力，EMBA更是一個大家庭式學習環境。

（吳佳汾）



台北科技大學EMBA 泰國境外專班免筆試招生

提高經營管理能力 網路報名：即日起至4月8日止

國立臺北科技大學經營管理EMBA泰國境外專班，以招收當地台商高層階幹部為主，提供最佳學習進修管道。

泰國EMBA境外專班，與泰國KMUTT大學（King Mongkut's University of Technology Thonburi）合作，將是台灣在泰國的第一所境外EMBA專班，有助提昇泰國台商經營管理能力。

日前於NovotelBangna所舉辦的招生說明會中，北科大經營管理系主任胡同來教授表示，課程範圍含括品牌行銷策略，資訊科技與競爭優勢，營運模式與供應鏈管理，公司理財與投資，領導與組織管理，服務策略與創新模式及持續性

的企業策略與管理，物流管理及科技管理等。每門課程都將由最專業的教授前來任教，讓學員們能夠得到全方位的學習，並即學即用。

即將擔任泰國專班導師的耿慶瑞教授在會中亦說明，未來課程將著重於企業個案研究，藉由種種不同的個案研究，讓同學們能以全面性的角度來檢測企業所面臨問題，並由分組研討，擬定出周全的企業提升方案。如此藉由不同的個案模擬，問題解決當中，激發出自身企業發展及經營的最佳模式。

系統化與精緻化教學，除可讓學員全方位學習，在職場上更增添鑽石級

履歷，實現自我成長，為生涯再創高峰。如程茂建設協理陳俊華、安捷國際商務公寓集團董事長陳品峰、Nike台灣總銷經大前實業總經理許家彰等，在台北科大EMBA進修加持下，職場收穫豐富，並獲得經理人月刊百大經理人MVP。

國立臺北科技大學經營管理EMBA泰國境外專班，預計招收30人，網路報名期間為2013年3月8日至4月8日，3月5日起提供「招生簡章」於網路下載<http://www.emba.ntut.edu.tw>，泰國聯絡窗口，請洽郭小姐，電話：081-8184538, email：ntutembabkk@yahoo.com.tw



圖文說明：台北科大日前於NovotelBangna所舉辦的EMBA 泰國境外專班招生說明會，反應熱烈！在教授們的師資介紹及課程解說後，對八月即將開班的經營管理EMBA 課程，無不滿心期待，信心滿滿！

EMBA管理講座期末競賽：工管優勝隊伍-服務業經營管理漫談 觀光產業的經營策略-以北投溫泉旅館為例

EMBA100工管

曾逸峰、黃玉萍、曹淑慧、陳慧蘭、林嘉弘、鄭嘉華、謝宗翰、蔡文琪

管理學院在二上EMBA課程中規劃了一系列管理講座，課程中邀請產、官、學界知名人士，以演講或座談的方式，與EMBA學生交流溝通及討論。也邀請已經畢業的學長姐們回母校與在學的EMBA學長姐們共同一起學習成長，管理學院范執行長與工管所陳所長及經管所胡所長、經管所蔡教授特別在學期末用心規劃了管理講座競賽。並在管理獎座後召開晚宴，由執行長辦公室與班聯會精心安排盛大頒獎，晚宴在熱鬧的餐敘下也順利圓滿成功。

臺北科技大學管理學院EMBA執行長辦公室，為積極推動『管理講座』課程深化程度，使學長姐間能透過討論與發想，將自身工作經驗與課堂上所領會的知識運用於實務情境中，並藉此培養學長姐獨立思考與分析整合的能力。在這次寶貴的講座報告競賽，讓學長姐更加體會EMBA課程中：互動與合作的學習，帶給學長姐們更多的收穫。感謝學校給予我們這次活動參與的機會，謝謝。

本組以「觀光產業的經營策略-以北投溫泉旅館為例」為主題在八位學長姊們一起參與討論、規劃、執行訪談與體驗北投在地溫泉文化，並以「北投夏雪了神隱少女出遊記」為主題，製作影片，讓整個報告更為生動活潑，在八位學長姐一起完成精彩的管理獎座報告與完整答問，獲得滿堂喝彩與評審高分，在這次激烈的比賽競爭下，很榮幸獲得工管組優勝獎座。

本組議題分析：(一)台灣產業分析、(二)北投溫泉業者訪談、(三)新北投觀光產業發展策略SWOT矩陣分析、(四)問題分析、

(五)行銷活動，找出國內觀光產業的問題並給予建議。國內近十年觀光外匯收入及國內旅遊支出及總收入逐年增加，來台的旅客也突破千萬人，觀光收入佔GDP 成正成長，反觀國內面臨出口負成長。台灣電子業出口面臨瓶頸轉型異業結盟激發創新，三業四化(製造業服務化、服務業科技化及國際化、傳統產業特色化)，經濟部推動三業四化政策概要：

· 涵義：製造業服務化、服務業科技化及國際化、傳統產業

特色化

· 推動目標：

◎選定5亮點產業，分2階段推動

◎希望台灣2020年在全球扮演資源整合者、產業技術領導者與軟性經濟創業者

· 5項亮點產業：智慧生活、工具機、物流、資訊服務、創新紡織等

· 10年產值：1.25兆元

· 10年就業人口：6.5萬人

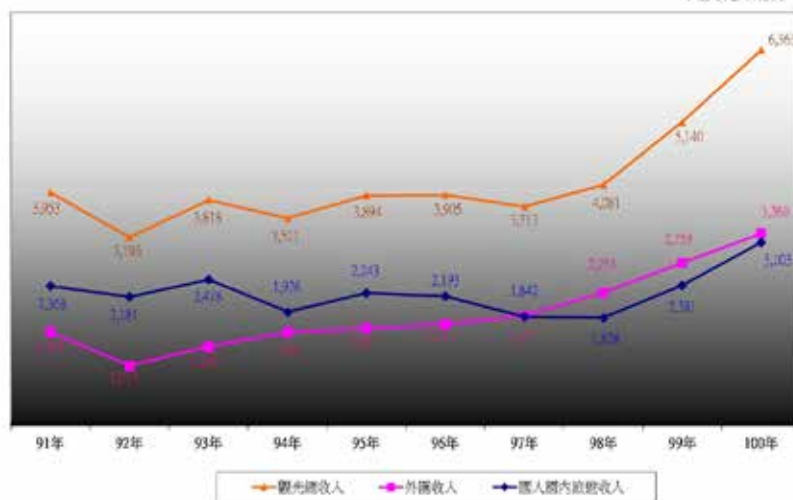
異業結盟：電子、服務

資料來源：觀光局

民眾選擇參加或規劃旅遊據點時的考慮因素，以交通便利與是否有主題活動為主，北投溫泉旅館優勢，地理位置優越（

近十年觀光外匯收入及國內旅遊支出及總收入

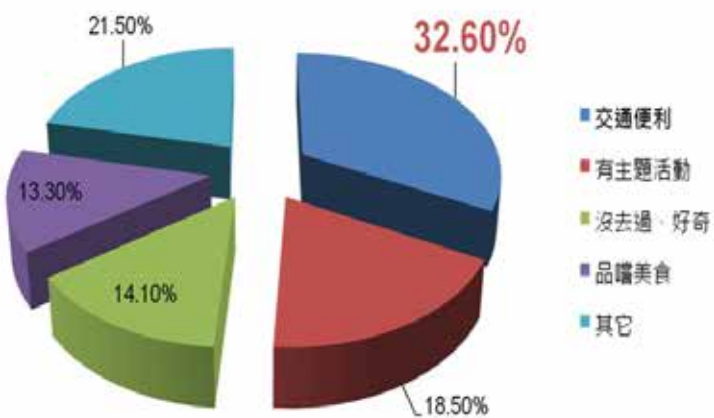
單位：新台幣億元



台北市)、交通便利(捷運)、景觀溫泉房(景觀、溫泉)

溫泉標章與溫泉飯店第一品牌、具有豐富自然景觀及人文特色 (北投、陽明山)、周邊效應(淡水、野柳、金山、士林夜市)，泡湯溫泉為國人觀光活動排名前十大活動。

北投親水公園、北投溫泉博物館、臺灣民俗北投文物館、硫磺



谷、地熱谷等串成溫泉觀光路線，另北投溪的珍稀礦石「北投石」，為日本學者岡本要八郎在西元1905年發現含微量放射性鐳，是目前世界唯一以臺灣地名命名的礦石。北投觀光資源、文物豐富有北投溫泉、地熱谷、臺灣民俗北投文物館、硫磺谷。

本組學長姐也訪談北投溫泉業者-北投金都精緻溫泉飯店，並體驗北投溫泉文化在地生活二日行程。在北投溫泉業者訪談中，業者經營中遇到的問題，夏季與冬季比，夏季只剩冬季的30%營業額，北區溫泉業者總營業收入本組以日勝生加賀屋國際溫泉飯店為例，六、七月淡季，11、12月與過年為旺季。解決方案，打造台北妖怪村，以北投”夏”雪了，神隱少女出遊記為主題打造新北投，產品改造-夏雪，夏天也能洗溫泉，在地美食活動、店內打卡闖關活動，結合手機APP(聽。旅行)，體驗營活動、工作體驗、大地遊戲、抽獎回饋，週邊景點整合、政府政策協助、提升溫泉服務品質。總結降低失業率、緩和台北市區的飯店住宿、提高觀光產業產值。



北投金都精緻溫泉飯店總經理訪談



認真討論的學長姐(~晚上二點時)



SWOT分析



工管優勝



閉路電視監控錄影、數位錄影遠端監視、門禁感應電腦聯線
防盜偵測警告通報、經銷供應 設計施工 維修服務



紅外線投射室外日夜監視機組



類比式高速球型攝影機



IP 新式高速球型攝影機



長距離紅外線投射器



電梯內半球形攝影機



室外用紅外線 IP 攝影機



體育場主控錄影設備



法院主控錄影設備



感應門禁機組

Customer references:

最高行政法院、臺北地院檢察署、臺灣新店戒治所、臺北市政府工務局、都發局、環保局
臺北郵件處理中心、臺北自來水事業處、台北漁產運銷公司、臺灣鐵路管理局、台灣菸酒台北菸廠
新北刑警大隊、體育處、原民局、台北科技大學、台灣師範大學、台灣大學、中山科學研究院、核能研究所
美商康柏電腦、美國紐約銀行、美商德州儀器、尼爾森行銷顧問、富貴麗景大樓、台北波爾社區大樓

TEL : (02)8245-3456 2243-1234 FAX : (02)8245-3457

服務專線 : 0919-223613 林副理、0952-171171 王組長

e-mail : forttek.si@msa.hinet.net 100emba02@gmail.com

Web Site : www.forttek.com.tw

Address : 23556 新北市中和區景平路七八二號二樓



EMBA管理講座期末競賽：經管優勝隊伍

企業文化 塑造與人才培育

高天明、林展儀、洪兆堂、吳殷俊宏、李昀濤、邱麗梅、皮乃德、邱奕璿

二上的EMBA學程裡，學校用心規劃安排精彩的管理講座，邀請產、官、學界知名人士，以演講或座談的方式，與EMBA學生交流溝通及討論。利用這些知名人士的實務經驗與學養，來啟發學生的創意與想法。本課程於102/1/12下午，在緊湊精彩的分組競賽報告後，當晚假永福樓召開晚宴，由執行長辦公室與班聯會精心安排盛大頒獎與熱鬧餐敘下，整個課程及活動順利謝幕圓滿成功。

本次分組競賽活動，對參賽各組而言是既競爭又合作，學長姊們全力以赴的奮戰精神相互砥礪，但藉由講座案例的分享與討論，磨合出絕佳的團隊默契與發揮更大的整體力量，大家共同分享並交流學習成果。在分組報告過程中，除各組相互觀摩學習外，更承蒙評委師長的關愛指導與精彩講評，讓參賽成員獲益良多滿載而歸，體會出更深度的學習心得。這次的學習與競賽經驗，將會是我們EMBA學程裡，寶貴的精彩收穫與難忘的美好回憶！

參賽第七組100經管-八佳將隊，八位學長姊們將士用命、通力合

作，全隊精彩的報告與完整答問，獲得滿堂喝彩與評審高分，在這次激烈的比賽競爭下，榮獲經管組優勝獎座。在企業文化與人才培育的課題上，本組學員針對徐重仁先生講座專題：經營理念與企業文化，以演講內容為主軸，加以探討延伸；由企業以人才為本，文化因人文而成的角度出發，從台灣本土企業台南幫到統一的個案中，設定以人為核心、回歸人性的軸心議題，整理出企業文化與人才培育的關連與探討。



EMBA100經管

林展儀慶泰地產開發股份有限公司
協理**一、文化的定義與文獻探討：**

「文化」就是企業員工做事的方法。企業文化能夠驅動組織及其活動，像是組織的操作系統(operating system)，它會引導員工如何思考、做事和感受，而其目的就是要創造企業的競爭優勢。「文化」是動態的(dynamic)、流動的(fluid)，而且是永不停滯的。

艾德格·雪恩在「組織文化與領導」中指出：文化是一個團體在學習如何因應外部適應與內部整合時，發明、發現、或發展的基本假

設型態。並提出睡蓮模型(Waterlily model)認為文化可分為3個層次：

1.水面上的花和葉是文化的外顯形式或稱人為層次(artifacts): 是所能接觸到的和感知到的企業文化，並在人們的心目中形成對企業最直接的認識，包括VI識別、制服、行為方式、組織的架構和各種制度。

2.中間是睡蓮的枝和梗是文化的價值層次(values): 是各種公開倡導的價值觀,使命,願景,行為規範等,是維繫企業價值觀和員工價值觀之間的橋梁。

3.睡蓮的根是屬於文化的基本假定

(assumptions): 組織文化的核心是早已在人們頭腦中生根的不被意識到的假設、價值、信仰、規範等，由於它們大部分出於一種無意識的層次，所以很難被觀察到。然而，正是由於它們的存在，我們才得以理解每一個具體組織事件為什麼會以特定的形式發生。這些基本隱性假設存在於人們的自然屬性、人際關係與活動、現實與事實之中。

艾德格·雪恩認為文化深層的基本假定可分為5個面向維度,彼此不是互斥,而是持續發展、變化、相互

二上的EMBA學程裡，學校用心規劃安排精彩的管理講座，邀請產、官、學界知名人士，以演講或座談的方式，與EMBA學生交流溝通及討論。利用這些知名人士的實務經驗與學養，來啟發學生的創意與想法。本課程於102/1/12下午，在緊湊精彩的分組競賽報告後，當晚假永福樓召開晚宴，由執行長辦公室與班聯會精心安排盛大頒獎與熱鬧餐敘下，整個課程及活動順利謝幕圓滿成功。本次分組競賽活動，對參賽各組而言是既競爭又合作，學長姊們全力以赴的奮戰精神相互砥礪，但藉由講座案例的分享與討論，磨合出絕佳的團隊默契與發揮更大的整體力量，大家共同分享並交流學習成果。在分組報告過程中，除各組相互觀摩學習外，更承蒙評委師長的關愛指導與精彩講評，讓參賽成員獲益良多滿載而歸，體會出更深度的學習心得。這次的學

習與競賽經驗，將會是我們EMBA學程裡，寶貴的精彩收穫與難忘的美好回憶！

參賽第七組100經管 -八佳將隊，八位學長姊們將士用命、通力合作，全隊精彩的報告與完整答問，獲得滿堂喝彩與評審高分，在這次激烈的比賽競爭下，榮獲經管組優勝獎座。在企業文化與人才培育的課題上，本組學員針對徐重仁先生講座專題：經營理念與企業文化，以演講內容為主軸，加以探討延伸；由企業以人才為本，文化因人文而成的角度出發，從台灣本土企業台南幫到統一超的個案中，設定以人為核心、回歸人性的軸心議題，整理出企業文化與人才培育的關連與探討。



EMBA管理講座期末競賽：工管佳作隊伍

從hTC來看台灣電子 代工至品牌創立經營的奇蹟與危機

EMBA100工管

黃重嘉、林岳奇、黃祉元、林楊登、陳居仁、郭育銓、陳健男、陳建宏



在科技混戰的年代，PC急凍的後PC時代，台灣最擅長的硬體組裝製造，將不再值錢。台灣最弱的軟體與服務，卻成為決勝關鍵。在這跨界競爭、戰線模糊、很多公司都因為看不清市場變化，黯然退出市場。然而卻有一家台灣企業宏達電(hTC)，推出全球首款Android手機、市值超過諾基亞，2011年Q3 hTC坐上美國智慧型手機龍頭寶座，品牌進入全球百大(Interbrand 所公布的《2011 年全球百大最有價值品牌》之一)，同時產品市佔率晉升至全球智慧型手機市場前五名，但2011年是hTC相當戲劇化的一年，2011年Q3，它的財報還光彩奪目，45.4億美元的營收，比2010年同期增長了79%，淨利潤6.246億美元，也同比增長了68%，出貨量甚至同比翻倍，達到了1320萬台。而同一家公司，到了Q4卻換了一個模樣，淨利潤兩年來首次出現下滑，同比跌幅達到25.5%。短短一年的時間，hTC已是危機重重，不斷下滑的淨利潤到目前為止仍未有任何扭轉跡象。

宏達電創造「hTC」品牌神話，這三個英文字母，

曾經讓蘋果電腦恨得牙癢癢的，贏得「iPhone最強悍對抗者」的美名，也被視為台灣科技產業代表作，但是最近一年來，宏達電股價跌了一千多元，兩度調降財測，不到一年的時間，hTC是如何從一個潛力資優生變成每況愈下的中後段班，已成為各大商學院積極研究的案例之一，hTC從繁華到隕落的故事，可以分為三部曲。

首部曲－崛起、從代工到Android 霸主

一、hTC起源

宏達國際電子股份有限公司（宏達電 hTC），為威盛電子轉投資的公司，成立於1997年5月15日。現由王雪紅擔任董事長、周永明擔任總經理暨執行長、卓火土擔任董事暨宏達基金會董事長。2008年6月，公司正式英文名稱自High Tech Computer Corporation更名為HTC Corporation。2009年10月宏達電公司宣佈推出以新的品牌定位Quietly Brilliant(品牌標語)。

宏達電早期專注於代工業務，2002年開始生產全球第一台搭載微軟Smartphone 2002平台的智慧型手機，一度擁有Windows Mobile智慧型手機80%市場。2006年6月開始推出自創品牌的智慧型手機，由代工廠轉型為自有品牌。公司在2011年發展迅速，成為全球知名手機生產商。現hTC系列手機以搭載 Android 系統和 Windows Phone 系統最為普遍。2012年，hTC在世界手機市場以1.8%的市佔率位列第10。

二、hTC的成功關鍵

hTC的策略從替康柏代工PDA起家，經歷歐洲的電信公司設計代工整合手機，於2002年推出第一台智慧型手機，接著進軍美日亞洲電信公司整合手機的設計代工，從2006年開始放棄代工破釜沉舟的推出自己品牌，並以堅持「創新」絕不做「me too」的產品，專注於智慧型手機的開發與行銷。為了搶先市場落實了藍海策略，大膽投資研發發展潛力巨大的市場，至少比對手早了五年，2008採用異業結盟方式，與谷歌合作推出首款Android平台手機Nexus One，此舉成功的把hTC知名度推到了一個全新的高點。在銷路方面的管道則是與電信營運商合作，並以B to B to C的模式，持續保持客製化研發的需求，以雙贏的角度共同創造一定的市占率。

三、hTC首部曲的成功

在藍海策略與網路行銷雙管齊下，2011年是hTC大成功的一年，藍海的創新成功的橫掃各階層手機使用者，網路行銷使用超過57支不同的影音打響了各產品的特色。這一年hTC的市值第一次超越了當時的手機帝王Nokia，同年度也同時成為Android市場的霸主，更在美國市場榮登智慧型手機出貨量冠軍，超越蘋果與三星，六年來做品牌營收成長來到了162%，毛利率保持在30%左右，營業利率更是從未低於15%，如此成績，更是成就了hTC的傳奇。



二部曲- 衰敗、品牌知名度蒙塵

一、hTC為何衰敗

1. hTC百貨化的經營模式

A.行銷策略像是開百貨公司，一口氣經營太多款手機產品，產品種類太多，並無法讓消費者凝聚忠誠度與蘋果唯一的iPhone、三星的Galaxy等旗艦機種大相逕庭。

B.hTC不論在產品面以及通路的管理上，都比對手來得弱，是失去主場優勢的關鍵主因，且hTC去年的機海策略操作失當，每一支手機都長得很像，反讓通路商難以操作

2. 因被判侵犯Apple專利，部分機種無法在美銷售(One X被迫在AT&T下架 3個月)，美國又是hTC最大的市場，造成營收滑落

A.中、高價手機市場被三星、蘋果瓜分

B.低價手機市場還被中興、華為搶走

3. 「分銷」策略錯誤最致命

A.三星的旗艦機種Galaxy系列在美國四大電信商與全球的電信通路都有銷售。

B.蘋果方面，也開始在美國三大電訊通路(AT&T、Verizon、Sprint)販售。

C.反觀hTC的旗艦機種One X去年5月上市後，在美國卻將銷售權限定給AT&T一家電信公司，僅有少數的One系列手機在T-Mobile販售，甚至全然在Verizon缺席。

4. 組織的管理能力、執行效率及生產力也出現了問題

A.組織膨脹：大家搶做前端研發，沒人想做苦工

員工人數也在一年多內從8千多人一口氣成長到17,000人，組織膨脹了一倍。但專案管理要追issue，做苦工，待遇與能见度都沒有研發端來得好，變成所有人都去搶研發，不想做專案。

B.引進不適用的外籍人才：評估不當，90億購併案一年玩完

C.螺絲鬆了：對上三星、蘋果 旗艦機卻連爆瑕疵

「OneX」。這款讓周永明拍桌大讚「Damn good!」，推出後卻接連爆出「螢幕有黃斑」、「容易當機」等產品瑕疵。

D.品牌誠信問題：One S「換心事件」

二、hTC 二部曲的衰敗

1. 2012 智慧型手機的市佔率：三星的32%還是榜首，與去年相較成長率高達103.6%。
hTC和RIM分別以4.8%、4.2%排名四、五，但成長率皆為負值。
2. 2011 智慧型手機廠牌，蘋果公司（Apple）以29%排名第1；hTC強勢占領21%；其餘進榜的廠牌依序為行動研究公司（RIM）、三星（Samsung）和摩托羅拉（Motorola），分占市場17%、11%、11%。
3. 2012年11月5日股價盤中跌到最低價191元。
4. 2012的EPS是過去8年來最低的。

三部曲- 化蛹成蝴蝶、再造新高峰

HTC正陷於苦戰中，業績急速惡化，究竟，止跌的勝利方程式為何？如何讓這個年輕、（曾經）有活力的品牌能繼續在世界舞台發光發熱？下列幾項建議是可能的答案之一。

一、強調MIT優勢

MIT，意即Made in Taiwan，產品冠上此名，也有另一種品質保證的涵義，近年來大陸因製造成本低廉，因此大量電子產品的被仿製或製造生產，其成品的品質參差不齊且屢屢發生危害人身安全的意外事件，如手機自燃等等，讓人對手機這個貼身產品更加重視其安全性，在經過2012年的三溫暖後，可以預知宏達電將會重新調整策略，包含更換行銷長和從從機海策略改變成產品專注等一連串的動作，宏達電向來以技術能力、創新力自豪，但隨著智慧型手機市場發展早已超越單純的產品面，這可從之前宏達電發表One X時雖備受好評，然而在行銷與廣告跟不上產品的腳步下，銷售上卻顯得力不從心得到驗證。既然行銷將會是來未來進行的關注點，而我們建議其重點可以強調MIT，除了品質的著力點外，也可藉此長期來營造hTC在台灣研發本部的創新，讓消費者能建立產品在質感以及工業設計上有著可以跟Apple的工業設計媲美的水準，卻又有自己品牌獨樹一格的調調！如同精密鐘錶的設計與瑞士的連結。

二、強化行銷能力

1. 加速開放通路與形象店的建立

以往hTC關係緊密的電信商，因為中國手機業者中興與華為以高性價比之產品進軍歐、美電信運營商，受到很大銷售衝擊。hTC應全面加速開放通路的建立，善用當地人才與通路資源並且要掌握當地市場趨勢與變化，唯有透過更多的開放通路來推廣與銷售產品，如此可減少電信運營商訂單減少時造成營收之衝擊，並增加更完整的產品覆蓋率。

2. 強化品牌與消費者的互動

hTC除了透過各式媒體廣告等行銷手法之外，應全面性的透過當地的直營中心，形象店以及與開放通路合作，多舉辦產品體驗活動，滿足消費者的各項體驗，讓消費者更加了解hTC產品與其他競爭對手的差異。並且強化開放通路的銷售人員的產品專業能力，讓一般消費者更能夠親身的體驗與感受H品牌的品牌文化與產品魅力。

3. 簡化產品線，避免品牌失焦

hTC2011年的機海策略，推出產品速度過快、產品生命週期太短，也分散與消耗公司的全球行銷資源。但眾多產品間的硬體規格差異不大，產品的區隔與特色訴求不夠清楚，命名也各有所不同，過多的機種反而造成消費者對於品牌的辨識率模糊。建議hTC需簡化產品線，重新調整產品的定位，讓高中低階的產品之間的硬體規格、命名能有清楚的區隔，重新找回品牌的聚焦點。如此便可將行銷資源集中化，針對每個產品提供當地最佳化的行銷活動，提高品牌辨識度。

4. 明確區隔產品價格帶

hTC應針對高中低階產品，應制定明確合理的三個價格區間。避免發生Desire HD 2010年11月在港推出，但不到四個月的時間，後繼型號的Incredible S已經發售，功能更強，但定價反而比Desire HD 更便宜！如果定價策略不夠精細，會造成產品折舊快速，使消費者容易喪失對品牌的信心。

三、組織再造

宏達電過去一陣子遭遇到許多困難，歸咎其原因來自於行銷力與執行力的不足，必須從組織改造、策略調整與提升執行力三方面著手，讓宏達電再次向上提升。組織改造部分，宏達電延攬前遠傳電信執行副總何永生為全球行銷長，並努力學習提升組織執行力。此外，宏達電也必須透過網路、電視，以及體驗活動，以更創新、聚焦、聰明的方式強化與消費者間的溝通，建立消費者的品牌認同與產品需求感，向上提升 hTC 品牌。

四、創新研發

整合商用、娛樂、通訊等多功能於手機之中，是未來的趨勢與方向。宏達電必須持續創新研發最新的產品，協助消費者突破工作地點的限制，真正享受到行動化與數位科技對生活所帶來的自由感受。然而在一直不斷的世界競賽中，現在的宏達電只能追求更高的創新及研發能力，朝向手機後端更多元的整合，除了在手機研發整合能力的不斷提升，如(BT、GPS、G sensor、P/L Sensor、Camera、NFC..等功能的整合)，更多的後端影音整合，及與國內外電信商更多互動合作的在地化的創新整合，如與日本電信商KDDI的客製機防潑水 HTC J butterfly。融入當地的設計風格與元素，加上客製的One-Seg 數位電視、FeliCa (電子錢包)、NFC等等..，商業互動的軟件服務整合模式，相信都是宏達電未來再起的契機。

hTC的獲利，與「時機財」有很大的關係。往好處講，這是公司有遠見，掌握未來趨勢；但從另一方面來說，你也可以說hTC的大放光芒只是「矇到」，畢竟企業壓寶「未來產品」卻慘遭滑鐵盧的例子，不計其數。賺時機財的公司，通常很難有持久性。因為之後其他競爭同業的加入，會讓先行者的利潤被壓縮，甚至產生品牌偏好的替代與轉移。從這個角度來看，hTC走下坡乃屬必然。儘管有人會質疑，搶佔先機的hTC，未必無法守成。但事實證明，hTC的產品和消費者期待確實存在落差。從蘋果迷在每一代iPhone問世都非買不可的角度來看，產品種類太多，並無法讓消費者凝聚忠誠度，建議hTC未來應考慮主打一款旗艦手機，或許有機會扳回頹勢。

hTC重生的關鍵，還包括智慧手機的內容產業，以及能否善用大陸市場等，應積極建立大陸的產能和通路，使其成為後備市場。



愛是從別人的需求中看見自己的責任 為需要的孩子點燈

~偏鄉孩子應具備的核心能力~

◎國際社會的宏觀視野及語文能力

面對未來的地球村，我們深切期盼偏鄉的孩子也有能力去跟都會的孩子競爭，展現自己的優質能力。

◎本土環境的愛鄉情懷及文化傳承

即便身在偏鄉，也不要看輕自己以及己身所在的環境，我們希望每個孩子都能熱愛自己的家鄉與文化。

◎確認己身是獨一無二的自我認同

每個人都是獨一無二的，如何培養偏鄉孩子的自我認同與營造階段性成功的經驗，是我們想要努力的目標。



財團法人宗亞教育基金會

以培育人才、關懷兒童與青少年身心發展為宗旨

EMBA 101經管校外研習營



EMBA101經管

張錦坤

漢欣工程股份有限公司
副總經理

一、活動簡介

【名稱】台北科大飛躍101經管所研習營

【主題】飛躍101 (One Mission, One Way)

【日期】101年11月10、11日 (週六、日)

【地點】桃園高爾夫俱樂部/悅華酒店

【活動概要說明】

1.參加研習營人員

a.經管系所師長及助教

b.EMBA100經管及101經管全體學員

2.第一天為企業實務研習活動

企業經營講座(1)：「世代交替 看GE的領導人才培育」

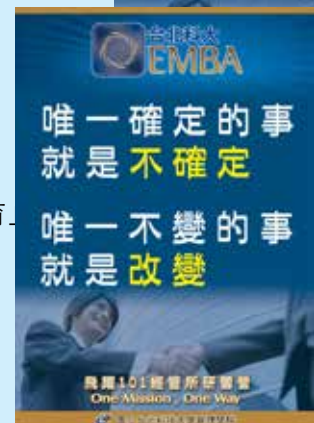
企業經營講座(2)：「年紀等於生產力？」

3.第二天為休閒聯誼活動

與經管系所校友會(11月份例賽)合辦Golf聯誼球敘

未參加球敘師長同學自由活動

(小烏來天空步道半日遊或Golf初體驗研習營)



~ One Mission, One Way ~

二、研習活動行程表

日期	時間	行程	主 題 說 明	地 點
十一月十日 (六)	07:00~07:30	集 合	台北科技大學	忠孝東路 大門
	07:30~09:00	出發行程	交通安排：詳見交通車次表	
	09:00~09:45	報到程序	1.報到及聯誼(備早茶餐點) 2.領取研習會資料及紀念品	桃園高爾夫 俱樂部
	09:45~10:00	研習會早場	研習會揭幕式、師長致詞及來賓介紹	
	10:00~12:00	企業講座(1)	主講人：美商 GE 台灣公司及 GE 大中華區 首席執行長兼副總裁 許朱勝 先生 主 題：世代交替看 GE 的領導人才培育	悅華酒店 3F 交誼廳
	12:00~13:45	研習營午餐	歐式百匯自助式午餐及交流時間	悅華酒店 2F 中餐廳
	13:45~14:00	研習會午場	師長致詞及來賓介紹	悅華酒店 3F 交誼廳
	14:00~16:00	企業講座(2)	主講人：財團法人尹書田醫院 副院長 林乾坤 博士 主 題：年紀等於生產力？	
	16:00~18:00	自由活動	1.Check in 悅華酒店客房。 2.桃園 Golf 球場及悅華酒店休閒設施	桃園高爾夫 球場園區
	18:00~22:00	研習營晚宴	1.經管 EMBA 師生聯誼晚會 2.交誼廳歡唱卡拉 OK (19:00 ~ 22:00)	悅華酒店 3F 交誼廳
	22:00~24:00	住房休息	1.悅華酒店住房 Check in 時間：15:00 2.悅華酒店退房 Check out 時間：12:00	悅華酒店 客房部
十一月十一日 (日)	06:00~10:00	活力早餐	配合各項活動自行用餐	悅華酒店 2F 中餐廳
	06:30~12:00	高爾夫球組	1.Golf 聯誼球敘(與經管系所校友會合辦) 2.早餐時間：06:00~06:20 3.開球時間：06:30 分組出發	桃園高爾夫 俱樂部
	08:00~12:00	休閒活動組	1.早餐時間：06:00~07:50 2.休閒踏青組：小烏來天空步道半日遊 3.高爾夫研習營：附設高爾夫練習場	配合 活動行程
	12:30~14:30	聯誼午餐會	1.各項活動結束後回桃園球場餐廳用餐 2.集合時間：12:30	悅華酒店 2F 白雲廳
	14:30~	歡樂賦歸	1.安排師長及來賓接送。 2.本班學員自行併車返家。	龍潭→國道 3 大溪交流道

三、企業經營講座



Jason Hsu

CEO of GE Taiwan and Vice President of GE Greater China

許朱勝 先生

台灣GE公司首席執行長暨GE大中華區副總裁

演講主題綱要簡介：

世代交替 看GE領導人才培育

- 台灣與大中華地區的接班思維
- GE公司簡介與轉型策略
- GE的領袖文化與領導力培養
- GE的成長價值觀與考核制度
- GE的21世紀領袖之旅



綠色創想

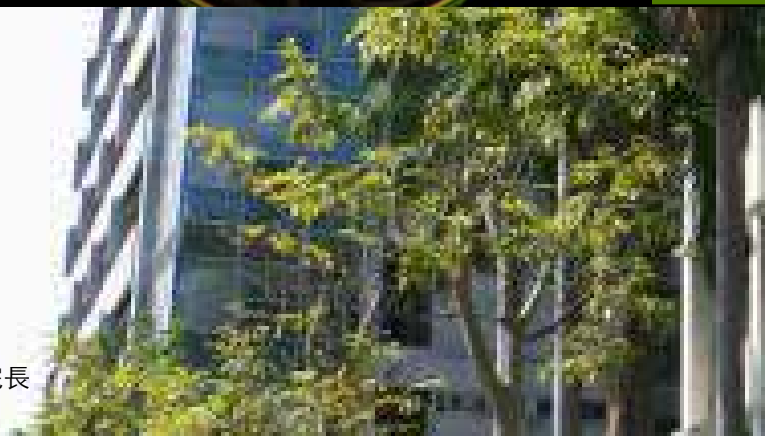
創造更清淨健康的世界 →



林乾坤 博士

泰集團人力資源處 副總經理

潤泰集團醫療體系書田醫院 行政副院長



演講主題綱要簡介：

『年紀等於生產力?』

- 生命週期
- 年紀VS人力資源
- 人類主要器官之衰老時間
- 為員工健康把關之案例分享
- 預防醫學之概念
- 構築美好人生的條件



為年齡與行動力，重新註解



四、校外研習營活動後記

感謝經管系所師長的指導，以及100經管學長姐的熱烈響應支持，還有與101經管同心協力完成任務的助教們，在與經管系所高爾夫球隊聯誼餐敘的歡笑聲中，整個活動劃下圓滿句點。這是101經管從四方集合凝聚的開始，在開學前就組織分工如同早有默契，以下謹草為紀實將成果回饋給予指導、鼓勵、支持的先進，並分享來年的北科大EMBA生力軍，讓一屆比一屆更具特色，讓研習活動越辦越務實精彩！

自稱跑腿打雜的Randy班代和Seven副班代將101經管這個新團隊組織起來，說是內閣制也對，反正就是自發性的各就各位，有工作就有人認養，沒事就找事做。這是與職場上有不同的體驗，學長姐都是企業的負責人或高階主管，也許要轉換角色扮演來執行任務，動口也要動手囉！在此不得不提一下松吉、茂仰、晟偉的態度；跑到腿痠、彎到腰痠、歸身軀重汗還從容不迫面帶微笑才是令人佩服！

說到默契這回事；在整個籌備過程算是全憑直覺應戰，大夥兒並未嚴謹商量到色彩主題。在研習營佈置完成那一刻，我穿著班服、手拿活動手冊、看著會場的佈置，與美慧、茂仰心神領會的笑稱；這藍白相間的氛圍真的沒有事先商量地！負責選購班服的Seven還一直耽心過程幾番變化，對於樣式和顏色真是白操心一場！

有關這次活動特別要再感謝經管100天明、展儀、榮寶學長的支持動員，可以說要什麼資源就給什麼，學長姐的踴躍參與讓經管家族只有遠傳、沒有距離。這份心意我們會持續彰顯和傳承，學長姐您們就趕緊把論文搞定，放心畢業吧！有您們的加持，經管102有什麼疑難雜症...，讓我們來就好。

組別	組長	重點工作分配	組員
總召組	王琳彬	總召、活動草案規劃、跨組別協調、整合、主持司儀...	張錦坤、陳碧玉
活動組	許金池	康樂、晚會、未參加 Golf 學員之活動規劃執行...	劉木通、周文啓
高球組	鍾松吉	高球球敘安排、與經管系所球隊聯合球敘安排	王永池
公關組	胡儒賢	公關、文宣、交通安排、會場招待、人員報到作業...	李明玲、陳美慧
場地組	洪茂仰	場地佈置、紀念品及相關總務採購作業、財務支援...	鄭宏遠、全盡美、陳燕貞
支援組	徐晟偉	所有勤務支援作業...(這就是頂務！)	陳泰成、周文啓

第一天的研習活動有兩堂很精彩的企業經營講座，上午場台灣GE公司首席執行長許朱勝先生以「世代交替看GE的領導人才培育」為題，從兩岸政治接班破題，接著以GE集團接班及人才培育深入淺出點出企業的成長價值觀，許執行長熟習海峽兩岸人文背景，以國際企業的角度評析人才培育，同時又是台北工專校友，與學員有熱烈的互動。

下午場是財團法人尹書田醫院副院長林乾坤博士主講「年紀等於生產力？」，林博士以個人經驗分享養生之道，年紀漸長而生產力依然蓬勃，指出企業應該照顧員工的健康等於強化人力資源，並介紹有關健檢和美容保養的切身問題，林博士的答詢幽默切要，言談愉悅又發人深省。

第二天的休閒聯誼活動分為兩部份，其一由天明與崇熙學長帶隊

的小烏來天空步道半日遊，朝辭桃園泊霧間，凌虛瀑影半日還，細雨欲來雲留住，輕車已過角板山。其二為與經管系所高爾夫球隊合辦聯誼球敘，未參加球賽同學則選擇高爾夫體驗研習營，教學相長不亦樂乎。松吉從連絡桃園球場開始就搞定了活動的雛形和場地問題，又有榮寶學長支持規劃球賽，天時、地利、人和就一樣不缺了。

兩軍分路進擊完成任務後，再度於桃園高爾夫球場白雲廳會師餐敘，師生一堂、杯觥交流不在話下，半日遊有賞心悅目的收穫，高爾夫聯誼賽比功夫也比手氣，獎落誰家不在意，反正每個月都可以回來比一比、敘一敘。這樣子多元的活動交流綜合了學識知性、友誼感性與休閒娛樂，這就是第一學期EMBA必修行銷管理的實習課，以上報告完畢。



101工管EMBA海外參訪:

日本

海外參訪心得



EMBA101工管

詹芸兒

中華電信優購網
業務經理

Day 1. 參訪單位：「日本貿易振興協會」

朝思暮想的日本海外參訪，終於在2013年的3月底實現了！經過了3小時之後，終於到了成田機場……

(松山機場)



(成田機場)



成田機場到「日本貿易振興協會」沒塞車大概1個小時，剛好我們遇到下班時間，比預期晚了一個小時才到(冏)。幸好，最後順利抵達，雙方相談甚歡，謝謝JETRO接待，讓我們更理解日本官方政府輔導中小企業的用心良苦!!

全體合照!



上課囉!!



JETRO接待與本校師長大合照



Day 2. 參訪單位： 日本工業大學/池上金型工業株式會社

日本工業大學(以下簡稱「日工大」)創校至今已有100多年的歷史。前身為東京工科學校。至東京做電車只需30分鐘。交通便利。我覺得「日工大」背景跟我們「北科大」很像。都是很務實的技職學校體系。我們感受到「日工大」辦校態度嚴謹。對學生採開放式教育。並提供各種獎學金機會鼓勵學生自我成長(我心中的OS：日本工業大學『揪感心』)

「日工大」校門口1



我與參訪小組在「日工大」櫻花林



「日工大」接待與本校師長大合照



「日工大」校門口2



我與「日工大」翻譯



「日工大」參訪後餐敘活動



Day 3. 景點:東京-湘南電車(懸垂式電車) /大室山櫻之里. 纜車/下田溫泉

有名的「湘南-懸垂式電車」



出發搭電車了!!



抵達目的地：我與黃導師&翁院長

很刺激的「大室山・纜車」
高山上冷吱吱.....出發搭「纜車」了!!
冷到不行的紹添.大吉同學 ^ ^"抵達山頂：我與立敏好姐妹
為你我受冷風吹.....

Day 4. 景點:河津七瀧. 賞櫻淨蓮瀑布/ 修善寺町. 散策/ 三島大社

河津七瀧：黃乾怡&吳國棟教授
(親切微笑的男人最帥氣)心心相印with翁院長&邱主任
(中間是”嬛嬛”硬要來參一腳^ ^)

我與林榮禾教授&金良大哥合影



修善寺町：平靜的好所在



修善寺町：美麗的花兒們



人比花嬌：我與林宜潔同學



Day 5. 早上自由行, 中午起程回家了

我與導遊



可愛的同學們：收拾行李回家去.....



花絮：看誰跳得高？現在照相都流行這樣跳來跳去的....

下田東急溫泉
這張照片我最喜歡....五個中年男人像個大男孩!! (哈哈)



下田東急溫泉
吳國棟教授總是不知所措....(好可愛喲!!)



下田港黑船街道
翁院長好投入；(吼~)吳國棟教授做假動作嘞



上野恩賜公園
看誰是空中飛人？with 陳立敏, 黃建棠, 李冬麗同學



101工管EMBA海外參訪:

粉櫻綻放的百年 日本工業大學訪問記



EMBA101工管

李冬麗

喬昱科技股份有限公司
業務部副總經理

此次學校的校外參訪，選定以日本東京近郊的經貿及學校組織做為參訪與交流的對象，三月初東京櫻花已燦爛然盛開，常一睜開眼、四處的白櫻與粉櫻競開盛放，讓我們這群

老學子激動不已，東京近郊的美景美食自然是大口飽食、滿心享受。而此次校外參訪最特別的是參觀了已成立百年的日本工業大學。

日本工業大學建校於明治

40(1907)年，前身為東京工科學校。位於緊鄰東京都的埼玉縣，至東京坐電車只需30分鐘、交通便利。該校的工業技術博物館收藏了日本工業化以來的所有工業設備模型，見證了



此次學校的校外參訪，選定以日本東京近郊的經貿及學校組織做為參訪與交流的對象，三月初東京櫻花已燦爛然盛開，常一睜開眼、四處的白櫻與粉櫻競開盛放，讓我們這群老學子激動不已，東京近郊的美景美食自然是大口飽食、滿心享受。而此次校外參訪最特別的是參觀了已成立百年的日本工業大學。

日本工業大學建校於明治40(1907)年，前身為東京工科學校。位於緊鄰東京都的埼玉縣，至東京坐電車只需30分鐘、交通便利。該校的工業技術博物館收藏了日本工業化以來的所有工業設備模型，見證了日本工業化的發展歷程。並被日本文部科學省認定為日本國家工業技術遺產。該工業技術博物館實行免費開放

制度。該校實行的”工房”教育被日本文部科學省認定為具有特色的大學教育計劃、並給與特別經費支援。該校特點是純理工系大學，並且有從初中，高中，短期大學，專門學校，大學，大學研究生院，社會人研究生院這一系列完備的附屬學校體系。畢業校友超過30,000人，現在活躍在理工學科的各個領域。

拜訪之前，雙方已就當日參訪的行程，多次溝通與確認，我們的班代大吉大兄更親自先行前往確認相關作業細節，務使整個行程盡善盡美，拜訪當日、一進校園，就見到滿滿的粉櫻在校園到處綻放、大家都說學生在這樣絕美的校園中實在太幸福了，這裡適合學習、適合思考、更適合談戀愛。參訪開始，就看到會場懸

掛兩方的國旗，更增加我們的好感。而日本工業大學更是由波多野純校長親率學校的主要幹部、相關系所教授、講師近二十位的大陣仗進行熱烈的接待。在致詞介紹後，更分組帶領我們參觀、意見交換並且共進午餐。此次活動不僅讓我們對日本工業大學有深入的了解，更讓我們對於日本強調實作精神的工業技職教育有深刻的體認，難怪日本的工業技術水準能長期凌駕其他各國。

整個拜訪行程，讓所有的同學都有滿載的收穫，班上同學都由衷感謝翁院長、陳所長及所有參與參訪的老師們的指導與協助，讓此次參訪活動圓滿生色。

101工管EMBA海外參訪： 日本池上 金型工業株式會 社參訪心得



EMBA101工管

魏政維

明廣機電工程股份有限公司
副總經理

日本五日參訪行程，位在埼玉縣的池上金型工業株式會社是最後一個拜訪單位，這是一間專門製造精密模具的公司，如汽車零組件、醫療用針筒等都是出自透過精密設備及細心的手藝相知織下完成的產品。

抵達工廠先到他們的會議室講解池上金型工業公司的經營理念與各項產品，以及在世界各地設立的廠房與營業據點，還有公司的營運狀況都向我們說明。接著帶我們到他們的工廠參觀他們的生產流程，從設計、製造到品管都有標諄的作業流程，尤其在生產中特別留意所用到的設備，但因參訪時間有限，雖沒有非常仔細的介紹設備名稱和用途，那些精密設備是很高級的，是他們很重要的生產夥伴。

回到了會議室師長及同學們向他們請教些問題交流，作為日本的一家傳統產業的公司，在經濟失落的年代中面對新興國家的競爭，產業轉型的壓力依然能夠有永續經營的理念及作為，實在是了不起，這主要原因不外乎日本工業技術的卓越及領先，臺灣有些傳統產業似乎也面臨到類似的情況，如何利用自己的利基突破自我極限，他們會是值得我們借鏡。

我們的故事

東京



EMBA101工管

黃建棠環球暢貨行銷有限公司
資深顧問

小綠人三月就要退休了，如果我不再把握機會，等小綠人退休之後，我要去哪找妳，現在我想見妳。

回到台北松山機場的晴空大亂流，身旁的空姐早已經倒成一團，免不了整個機艙的人都驚叫一番後，我握著身旁的扶把，隨著飛機劇烈震動的數十秒，一陣暈眩後，時間便轉化為五天之前。

Msn是很奇妙的東西，我不曾看過你，只因為”叮咚”的聲音，便會拉近彼尺的距離，但是想要熱絡地能夠一搭一唱，那可就要是看功力，也因此在日本那一端的妳，一直無視我的存在，又故意寫了一大堆的英日文夾雜，我看不懂的情況之下，與其虛擬，不如直接殺去，”幹，騎摩托去，不是，是坐飛機去日本去”。



傳說日本是那櫻花妹的故鄉。但是也有可能網路的那一端，是一隻拿著滑鼠的貓，在跟我對話，因為日本很多招財貓。這就是網路恐怖的地方，不知道對方是何神聖。

飛到了日本，羽田機場下機，我就知道311台灣捐很多錢說，怎說呢？本來我應該是走外國人通道，進入日本，後來對方的海關人員跑來跟我說，請我走日本人通道，我很訝異的

奇遇記

*如果白色的櫻花雨是為了我的離去而吹
那每一片飄下的花朵就是我對妳的思念*



問他說為何呢？因為他說我長得很像金城武，天啊！這是什麼情啊況？。果然我這帥王的名稱，在台灣是無人知曉，但在日本就馬上有粉絲出現。

對了，忘了介紹這個女主角，姑且就

叫他小P吧，是去日本工作的華僑，當然對於曾經來過日本的我，這是第二次來到日本。一出機場，坐上電車，日本的電車是很方便的，交送通發達。也剛好小P所工作的日本貿易振興協會，主要是發展有關日本對外

的商務拓展工作。他叫我去等她下班，當然也藉由這短短的車程時間，回想這個素未謀面的人，從未見過她，只是經由筆觸之間的感動。文思的傳遞，想像她是一個怎樣的人。當然對於身為我是一個美腿控的我來

說，其他的便不是那麼重要。由於要等下班，只好到處閒晃，一進到JETRO的大門，



就看見大廳門口用日文寫著幾句話，斗大的字體，費勁的書法寫成，大意是這樣

世事難料 昌運莫測
大是大非 吉兇難免
政通人和 維繫不易
詹言曲說 帥勁忽視
立地處事 敏捷深思
文武雙全 婷立致用
芸芸眾生 兒需謹記
建立共榮 棠棠七絕

原來是因為最近日本不景氣，對外招商也很困難，所以日本的天皇便寫了這樣的詩詞，來勉勵協會的人員，做人做事剛正圓滑，日本天皇就把大家都當作是自己的兒子一樣，所以才用此詩與他們共勉，並記住這七件事才能讓日本的貿易更強。這個天皇也真的是厲害，還會寫對聯呢。

剛好旁邊有個星巴克，點了咖啡來喝，費用是比台灣還貴，是沒有說多好喝說。當然只見來來往往的日本人，真的是很安靜，聽說日本人怕吵，路上也不按喇叭，真的是很有風度的民族，雖然我以前認識日本都是藉由有個字母的日本旅遊節目，來認

識，但是好像跟想像的不一樣中。此時，時鐘滴答滴答也已經過了下班時間，這時電梯門口下來一群人，其中有個女生非常突兀，只見此人長髮飄逸，一身OL裙裝，特有的日本瓜子臉，鳳眼，頓時在我的腦海裡的戰鬥儀表上的數字，其美麗，身材，臉蛋各種數值完全破表，也剛好身旁響起東京愛情故事的主題曲的襯托之下，一直對我招手更微笑，向我走過來，想必就是他了。當我一個箭步，三步變兩步要跟她相認，當嘴巴要講出晚安時，剛好跌個娘槍，跌到旁邊星巴克的黑色咖啡豆渣，害我整個嘴巴都是黑色，就像是三國時代呂布跟董卓那時的狀況一樣，無語問蒼天。沒想到我第一次見女主角就那樣，天啊，三聲之後，便吃個狗吃屎，她見狀急忙跑過扶我，但是，我哭了，更悲慘的事情發生了，原來他是男的，怎會這樣，難不成在台灣校園EMBA很流行，全台收視第一的春酒劇-後宮真煩傳的滑飛現身喔，真的讓我滑了一跤又飛出去。哀.....

這時我才明瞭，我從未見過他，怎會知道他長怎樣說，不要看到以為是黑影就開槍說。不過看看時間，天啊，八點多了，怎還沒下班，我也真是超有耐心的，想說既然來日本只有短短幾天，還是要堅持下去。不知不覺等太久就睡著了。這時突然有一個人把我搖醒，我一看時間，天啊九點多，星巴克要關門了，我從五點等到現在，整整四個小時呢？怎會這樣，約好要吃一頓晚餐，居然要變成消夜，四個小時後才吃，我一定要他負責。此時緩緩走出星巴克，且電梯門又開了，又從我面前走來一個女生，跟我

打招呼，不會吧，難道又是剛剛惡夢重演。他也沒見過我，我也沒看過照片，也沒聽過聲音，他怎知道是我，不可能。這時他開口說話了，帥王你好，天啊，他居然知道，腦中閃過一個念頭，沒想到在台灣號稱金城武帥王的我，或許身上散發著青龍白虎玄武朱雀四大神獸氣息的我，能讓他感到驕傲且謙卑，但不是很愛炫富的我。他居然，進而認出是我。

我試著問他「你怎知道是我？是因為.....」

「是因為晚上整個店都關了，沒人啊，只剩你啊！」

頓時三條線。烏鴉飛過.....民

「走吧！」「帶你去吃燒肉，陪個不是吧，今日我請客幫你接風」

日本有名的新橋燒肉，ぴゅあ新橋店這間店，聽說這裡的燒肉非常有名，尤其是前陣子聽說有一個從台灣屬一屬二的建築師，專門是做有關古蹟維護的建築師也很喜歡吃這裡的燒肉，不僅他的牛舌好吃，肉質鮮潤，價格便宜，所以常常吸引很多的台灣觀光客來這裡吃。

「既然是你推薦的，那就走吧！」



這間餐廳是在地下室的，旁邊也很熱鬧，很多觀光客慕

名而來，一進門，果然是個好地方，客滿，似乎都是外來的人比較多，我們找了邊邊坐下，發現這間店真的很特別，他的烤肉的抽風機剛好就在烤爐旁邊，所以幾乎煙味尚未到達上面時，就被吸走了，衣服就比較不會有油煙味。

「乾杯！Cheers！」

「不過跟你說喔，日本人的乾杯只是隨意喔，並不像是台灣一樣，全部給他乾完一滴不剩喔，日本人喝酒都是自己喝自己的比較多，慢慢喝，不像台灣，喝到掛。當然這樣慢慢喝也是會醉。所以你想喝啤酒還是清酒阿？」

「啤酒常常喝，來個清酒好了」我說。

「既然是你來日本，我看今天就我幫你烤個燒肉如何？我的手藝真的很不錯，不是每個人都可以吃到，阿你是有福了拉。」

「紅豆泥？真的嗎？」

只見小P快速的烤，不知道他是緊張還是怎樣，把整個烤肉的醬噴滿地，要撿起來起身又不小心碰到啤酒，要死人喔，我的白色褲子全濕了，真的是「阿蠻泥桌上的花干喔」但是我又不能如何，又不能說褲子濕了。只好說沒關係。我那時就在想，他會不會是喜歡我呢？緊張成這樣，不過換成是我，遇到喜歡的大概也不敢四目相對，會刻意的閃開不自在的眼神，以掩飾我的笨拙。當然在台灣屬於型男

的我，只好跟他說，沒事的不用介意。

「不然罰個三杯好了」

「才三杯，會不會太弱阿」小P說。

只見小P真的就給他三小杯喝下去，清酒呢？我說很濃說，但是來不及就被她門前清了。酒過三旬，小P說話的聲音越來越high，也越來越大聲，但偶而又像是要喝醉前發飆的大風暴。

「放心，我喝醉不會對你怎樣，我只是會傻傻的笑」

「是喔！」

的確，微醺下的女人是最美的，燒肉炊煙裊裊，白煙後的那眼神笑起來般的深邃，如果不曾這樣面對面的看過，很難想像，恰似會勾人的眼神加上清酒的酒香，如同是天空搗藥的玉兔，只是藥杵換成是酒杯而已。還是說，這玉兔本是龍的化身，其酒杯就是他的吐珠，才會頑皮的起身把酒灑我一身。真的是一條微醺龍。如果天上的龍女有她一半的美麗就好。只是如果真的是這樣，那起就不是神話故事，凡人愛上龍女，通常下場都很淒慘。這會是一個鴻溝。

「好痛，你幹嘛打我拉 很痛呢！」

「少年呢！喝酒就喝酒！阿你是在想什麼？」

「我在想神話故事，神話故事？」

「就是像以前牛郎織女般的愛情阿，他們一年只能見一次面，中間隔著很

大的鴻溝，唯有七月七日他們才能透過喜雀搭的橋，你不覺很慘嗎？」

「很慘怎會？」「你知道伊豆的舞孃的故事嗎？」

「伊豆的舞孃？」

=====

維基百科時間



《伊豆的舞孃》（日語：伊豆の踊子；假名：いずのおどりこ；平文式羅馬字：Izu-No-Odoriko），又譯伊豆的舞女，伊豆舞娘，川端康成的成名作短篇小說

一位東京高中生川島，到伊豆去旅行，在乍晴乍雨的山道上，觀看巡迴賣藝人的演出，無意發現裡面有一個嬌小玲瓏的舞孃薰，梳著古代髮髻，背著大鼓，

樣子非常的可愛。兩人四目交投，互相吸引對方。川島請他們到他住的旅館玩耍，晚上川島替薰朗誦劇本，帶出一段與歌舞女郎刻骨銘心的愛情經歷。

在當時社會封建思想，階級森嚴，這段感情只能在悲傷中流逝。假期結束了，川島由下田市乘船回東京返校。薰趕到碼頭送行，不停地揮動手帕。

=====

「因為他們，無論離開多遠，都會守護著，光憑自己的力量，或許不可逾越這樣的鴻溝，但是我相信，一定可

以逾越這種鴻溝的力量，那便是思念的力量」

「思念？」「是的，思念的力量」

「對阿，明天我帶你去我們的學校，我讀日本東京工業大學（とうきょうこうぎょうだいがく），或許我可以帶你去我學校走走，尋找思念的力量...」

「你晚上住哪？」

「我住東京巨蛋阿...」

「好阿，明天換我去找你，帶你去尋找。」

你們學校也算是在鄉間，離開東京的路上——來到鄉間，感覺就好像是非常悠閒，幾乎都是平房兩層樓的建築，很少有鐵窗，這是與台灣不一樣的地方，看起來人民很悠閒，路上的行人也真的是非常遵守秩序。進了校園，疑，有台灣的國旗呢？在國外看到自己國家的國旗，真的是很感動，怎會有呢？



原來是剛好今天有台灣的學校來我們母校參觀，也剛好是學校放假的最後一天。所以校園顯的冷清，只是在校園的一腳，有著幾株茂盛的櫻花，綻放著與陽光呼應，蔚藍的天空對應之下，徐風為吹，綠草如茵。旁邊的工業博物館，也剛好見證工業革

命以來，日本工業強盛的過程。兩相呼應，一文一武，自然人文，技術科技。而且日本人很貼心，不管是合作或是參訪交流，都會讓對方有賓至如歸的感覺，且日本人的做事嚴謹跟龜毛程度，是大家所知的，雖然大家都說日本不景氣，但是我們也可以從這個小地方來發現到，魔鬼藏在細節裡。



「這就是你的母校嗎？日本工業大學？」

「對阿！」

「我是念建築學系」

「建築？」

「設計房子的嗎？」「包含很多，很多地方都需要建築，也需要創造」

「我的指導教授也是台灣來的呂大建築師，這裡也很多交換的國外學者與學生。」

「逛完了校園，前面是我們的學友會館，也中午了，我們也可以進去吃個便餐好了。」

「可是妳不是說，學校放假嗎？餐廳怎會有開？」

「今天剛好有台灣來的學校參訪，去看看學友會館是否有開說？」

我們魚貫地走進去會館，我很難想像

這是接待重要貴賓的地方，怎會有午餐？

果然沒錯，果然沒有開，今天是專門開放給外賓的，我生氣的說...



「你看桌上放著台灣的國旗，日本人很貼心吧。至少沒吃到飯，看看日本人準備給外賓的東西，也是很好阿。雖然沒東西吃，不然我們等等隨便去校外吃吃，傍晚的時候，我帶你去晴空塔，如何？」小P調皮的說著。

「晴空塔？」

「對阿夜晚的晴空塔很美。」

「是喔？會有妳美嗎？」

「那可不！」

「但是你不是要帶我來找思念的力量？他在哪？」

「你已經看過了阿？」

「是喔？」我疑惑著。

「是的，在校園裡，你走過了白色櫻花樹下，記得嗎？」

「這跟思念的力量有何關係阿？」

「台灣那時不是有部片叫做賽德克巴萊嗎？自己想...」只見小P一溜煙的跑向門口跟我招手說：

「走ㄉ去晴空塔囉」

「唉！沒輒！」

「東京晴空塔於2011年11月17日被金氏世界記錄認定為世界最高的高塔。Sky tree，天空樹，都是指晴空塔」小P說。

「好美的名字，天空樹」我說。

「天空樹跟東京鐵塔如果說東京鐵塔是戀人祈福許願的地方，那天空樹一定會是實現願望的地方。天空樹看起來就像是給我們庇蔭，整座晴空塔外觀，打上了淡淡的粉紅燈光，就好像一株巨大的櫻花一樣，櫻花在日本就是國花，東京的街道處處都有櫻花？其實在你來的這幾天是不會有櫻花的，沒想到他卻提早兩個禮拜開了。很像是為迎接你而來喔。」



「是喔」

我心裡嘀咕著，如果櫻花是因為我的

到來而提早開放，那讓櫻花提早開放的力量，會是思念的力量嗎？還是因為只是堅持想看你的信念，如果是這樣的話，怎可能會對於才見幾天面的你，卻已有這樣的眷戀。我思索著。曾經在internet上的彼此，只是透過筆尖的接觸，未曾謀面過的你妳。突然，怎會有如此強烈的羈絆，熟悉，就像是當初在網路上的尋覓。我只記得那時的情境是，以正方形視為全世界的IP網絡，妳是我右上角的IP。

「對了你何時回台灣阿？」

「明天，今天是最後一晚。」

「好吧！我這導遊就好人當到底，帶你去三嶋大社，去祈福」

「日本人在每年的新年亦會到神社參拜，透過捐獻、祈求和求籤等途徑希望在新的一年里吉祥。除此之外，在重要的時刻，如相親、考試、懷孕等，日本人亦會到神社購買相對的守護符以求平安。也讓你回台灣能幸福圓滿喔」

「是喔，對阿~台灣也有，但比較常見的就是土地公跟馬祖婆。我也大概是每個禮拜都會遇見他們兩三次.....」

「遇見他們兩三次？什麼意思？」

「喔，這可能又是一個很長的故事，下回你來台灣，我帶你去看。」

「進入神社前，需要先淨身。」

拜拜時要先洗手，到手水舍中，拿起水杓，從出水口的地方取一瓢水，清洗左手再洗右手，再取一瓢水，這一瓢水是要漱口，不要全漱口完，剩一點水來洗水杓。再進去神社裡，淺淺

的合手一拜。」



「懂了嗎？」我一直點頭著。

「這裡的櫻花真美，一整片的櫻花，像極了櫻花海，走道上的兩旁的櫻花樹相對應著河中的水，如同西湖的垂楊柳樹般，一整片盛開著，跟在妳母校東京工業大學的那幾株櫻花是不能比的說。」



「當然是不能比的，因為走過的地方不同，跟誰一起走的也不同，即使是相同的景，欣賞的感覺也總會有不一樣說。是的，或許一生之間，同樣的地方總是會來過很多次，有時在夢中或是在回想時，便會發現，我們不一定每次只需要用走的，或許可以跑，或許可以倒退走，或許可以兩個人一

起走，或是一大堆人走。但是，如果決定要走了，就要真正的走下去，用心去走，即使走的過程會跌倒，也不要哭，眼淚是要在成功的時候，那時再流就好。」

「好了時間也差不多了，那就最後一個景點吧。東京上野公園，去過之後，你就要離開上飛機了喔」。

「這樣快喔」

「Of Couse」

「我來五天，只有兩天一夜看到你喔」

「對阿 我要上班呢！嘻嘻」

「看到了嗎？你有看到一整片櫻花樹，有一些藍色的布，鋪在地上，日本人很喜歡在櫻花樹下，野餐或是喝個小酒，也因此公司的菜鳥都要到上野公園這來佔位置，如果大家在欣賞櫻花的時候，能讓櫻花就直接掉落酒杯裡，就像是會是沾滿春天的氣息喔，可以好運一整年喔。」

「真的嗎？」

「那我們快去買酒來喝吧，哈哈。」

「別鬧了，時間寶貴，你還要去機場呢？」

「對了，你來日本，好像很少拍照呢？」

「對阿，我很少自拍，只喜歡拍風景跟拍喜歡的人...，並不是因為頭髮少而不拍。」

拍了很多的照片，又不是每一張照片

都會保留，或許有只會看一次而已，選擇越多，看的越多，越不會珍惜，好的只要一張就好，雖然或許他只有一張，但在內心深處，卻會因為這一張照片，隨著人生的歷程，心情的起伏，照片內的景象人物，就會有不同的變化與感動。只因為他是平凡中的不平凡，挑選出來的一張，如同那記憶中不可說出來的依戀。照片是死的，回憶是活的，就看妳如何看待，就如同滿天的櫻花，即使雙手在大，也不能因此就裝滿，不是嗎？」

「那妳呢？怎會來日本工作呢？」

「我想要能抓在手中的光芒？」

「光芒？為何？」

「自從921大地震之後，我離開了台灣這個傷心地，來到這裡，我希望能回到過去但是不行，我想在這重生。」

突然小P唱起歌來了

「我夢想描繪的理想鄉

絕不能再次望疾而終

未來現實是很殘酷的

也如同鏡子般的易碎

想給未來的自己信念

只要不丟失鏡子碎片

鏡子終究依然可以圓

即使冰凍裡的黑暗

封住我前進的力量

也絕不會忘卻希望

我也深知

悲傷的眼淚

曾讓我退縮

但羈絆之力

滿溢盈而出

我一定可以

到抵達夢想的那天」

難道他是傳說中的輕舞飛揚嗎？

此時天空有飄下一絲絲小雨，打在我的臉上，終究分不清楚，到底是雨隨著櫻花掉落，還是櫻花隨著雨掉落。櫻花雨，雨櫻花，不管是哪一種，這都是我第一次看過。

如果白色的櫻花雨是為了
我的離去而吹
那每一片飄下的花朵就是
我對妳的思念

不是嗎？羈絆之力，思念力量

此時又一陣震動，機長報告機長報告，各位旅客我們已經脫離了亂流，請大家不要再擔心，我們再過幾分鐘，就會到達台北松山機場。

我在日本沒有跟她說再見。望著窗外的種種，五天的日子裡，總有一種特別又說不出的情感，而這情感似乎並不隨著旅程的結束而結束，而是正剛要開始。





EMBA101經管

陳美慧宗盈捷成股份有限公司
副總經理

為需要的孩子點燈

三個離家闖天下成功的兒子聚在一起，討論各自送給老媽的禮物。大兒子：『我為媽媽蓋了一棟大房子。』二兒子說：『我送給她一輛賓士，還附司機。』三兒子說：『我打敗你們了，你們知道媽媽非常喜歡讀聖經，你們也知道她的眼睛不好。我送她的是一隻會朗誦全本聖經的棕色鸚鵡，總共動用二十名修道院的修道士來訓練它。修道士花了整整十二年的時間來教這隻鸚鵡，我還得每年都要奉獻十萬元，他們才肯訓練牠。不過這是值得的！媽媽只要說出章節名稱，那隻鸚鵡就會開始背誦聖經給她聽。』過了不久，他們就收到媽媽寄出的謝卡。給大兒子的寫道：『Charles，你蓋的房子好大。但是我雖然只住在其中一個房間，卻得打掃整棟房子。』給二兒子的則寫著：『James，我太老沒辦法外出旅行。我整天都待在家裡，所以我從來沒坐過那台賓士。而且……那個司機好粗魯，好沒禮貌！』她給三兒子的信明顯柔和許多：『最親愛的Frank，你是三個兒子中唯一知道媽媽喜歡什麼的……謝謝你送的那隻雞，非常好吃！請問這位老媽的需求是什麼？』

而我們偏鄉的孩子需要什麼呢？台灣有許許多多偏鄉弱勢的孩子們，單親、

隔代教養和低收入清貧家庭，欠缺物資需求、教育資源

及關懷，別因城鄉差距的鴻溝，讓弱勢

孩子失去對未來的希望，而我深信～教育

不能等，有讀書才有希望，應因材施教讓

孩子活出自信和獨立自主。有您的盡心守

護、盡力資助，將帶給孩子人生的轉機，

當孩子長大也將會以感恩的心回饋社會。

德雷莎修女曾說：「我們無法做偉大的事，

只能用偉大的愛做許多微小的事，讓愛改變世界」。

讓孩子們接愛教育，改變他們將來的命運；

讓每一位孩子不因弱勢環境失去築夢的勇氣，

鼓勵孩子們打造自己的希望大樹。



領隊記錄與慢跑情懷



EMBA100經管

林容億

台北工專電子工程畢業
英國萊斯特大學MBA畢業
台北科大EMBA100級經管所
金湯科技有限公司 總經理

一.馬拉松接力賽領隊記錄

“2012第一屆全國EMBA校園馬拉松接力賽”由主辦學校；台大EMBA，主辦單位；全國EMBA校園馬拉松接力賽籌備處，協辦單位；台大EMBA商學會、台大EMBA基金會、New Balance及運動筆記，合力舉辦，並於2012年7月下旬開始，廣邀國內各校EMBA報名參加，至8月31日截止，參賽學校依報名先後，計有台大、政大、中央、中山、元智、成大、東海、清華、交大、師大、逢甲，及本校，共十二所大學。本校馬拉松隊隊長由EMBA執行長辦公室范執行長擔任，筆者因係班聯會執行副會長，忝任馬拉松領隊，負責辦理報名組隊、聯絡協商、訓練參賽等事宜，並由執行秘書佳玲學姐協助保險等作業。由於報名籌備期間，

恰與本會辦理101學年度花蓮迎新活動重疊，事務忙碌，且在校舊生暫僅兩班，乃放棄組隊全馬，而僅報名半馬。

11月24日晚上，於中崙華漾餐廳舉辦領隊會議暨選手之夜，會中包含由筆者簡報本校沿革、EMBA現況、馬拉松范隊長、各組選手等，並和與會各校師生交流。

11月25日清晨05：30後，各校隊伍陸續抵達台灣大學校總區田徑場，經選手檢錄及介紹參賽隊伍後，由貴賓前田徑好手紀政女士帶動熱身操。07：00準時鳴槍開跑，本校下場競爭隊伍包含兩組半馬/競賽組，計有第一組100經：何崇熙、

張錦坤、趙佩如、陳成芳、李侑澄學長姐，及第二組100工：許勝凱、陳建宏、陳琪琪、張峻欽、鄭嘉華學長姐，與非競賽/公益組第三組100益：賴勇言、許金池、李怡慧、黃優德、洪茂仰學長姐，共十五位。

中午12：15順利完成比賽後，進行摸彩，並陸續提報成績並頒獎。本校此賽，於競賽組部份，全馬共十一組，本校未參加。半馬共十三組，本校成績第一組100經為第七名、第二組100工為第九名。非競賽公益組，共半馬六組，本校第三組100益為第五名。另外，本校配合台大主辦單位，贊助台東基督教兒童之家，故與台大並列獲得公益獎。



比賽日2012.11.25.晨曦中的台大運動場



本校馬拉松隊隊長范執行長與隊員



與100工.100益.100經三位組長



於本校隊伍休息帳棚與隊員



感謝隊長范執行長全程督導及關懷



本校為唯一與主辦單位台大並列公益獎

本校隊伍於9月上旬，迎新活動後，方倉促成軍，且集訓不足，僅有數次於本校操場練習，及10月28日三貂嶺登山體力訓練乙次，其餘，皆賴選手自練較多，且期間又經選手異動，而曾數次調度人員，是以仍有此成績，應堪告慰，同時並需感謝范隊長全程督導及關懷、隊員們將士用命、佳玲與文啟等學長姐之服務。唯今年賽事，各校已有經驗，本校參賽，於組隊及訓練，宜預為計劃籌備，並著力於速度與默契訓練暨熟悉比賽場地，方能保持中段成績，並期以前段成績為目標，再接再厲，以光大本校EMBA。由於去年係第一屆舉辦，主辦單位尚有多項環節待作改善，諸如路線標示及各轉角點人員引導等。今年2013年秋季，將由台大續辦第二屆，並由政大擔任觀摩接手學校，以接辦2014年之第三屆賽事。此後，賽事規則、方式皆定位後，再接辦學校則另協議產生之。

二.慢跑的好處與體驗

筆者向為跑步愛好者，為分享學長姐，領會慢跑之樂，特此報告，歡迎有志學長姐加入行列，不但有助於本校今年再次報名參賽之實力，更可藉此培養運動習慣，使終身受益無窮。自1998年，筆者公司遷至中和景平路，即常於夜間慢跑華中橋來回，其後因感距離不足，遂跑來回兩趟，每週大約二至三次。至2006年，因配合工作與讀書而變更作息，乃改於黃昏時段，慢跑堤防外高灘地，由西往東來回約五千米，平均每週大約五次。由於跑步堤外，左有新店溪，右有綠草如茵，處處花木扶疏，加以野外寬廣，視界遼闊，空

氣清新，總令人心曠神怡，而跑步之際，更可放空心靈，領略大自然之美，與生命之悠閒，偶遇同好照面跑過，彼此一聲招呼和揮手，縱然不曾相識，溫馨卻同知交故友，又有跑步回程時，但見夕陽西下，餘暉萬丈，照耀溪水，波光粼粼，瞬間輝煌美景，令人不捨離去，慢跑迄今倏忽已六載矣。

“Jogging”中譯“慢跑”，依據慢跑專家 Dr. George Sheehan之定義，慢跑為時速低於6英哩(或9.7公里，即5,000公尺/30分鐘以上)的跑動，若時速超過9.7公里以上，即屬於快跑。慢跑為有氧運動，係美國第六大受歡迎的運動種類，依據美國心臟協會，慢跑為最安全有效的運動方式之一。有規律的慢跑者，可在生理上和心理上，享有下列多種益處。

1. 對身體的益處

- 使跑者精力旺盛- 慢跑可提高精力，使跑者整天感到精神充沛，神采奕奕，增強跑者參與各種日常活動的體力，而不會感到睏倦，或因循拖延，從而提高生活樂趣和工作效率。

- 使跑者減輕體重- 慢跑可加快跑者新陳代謝之速度，並幫助燃燒體內多餘之卡路里，每日30分鐘慢跑，可使腹部肌肉緊縮，減少圍繞腰部與臀部之脂肪，使跑者除掉贅肉，而保有精實身材，當然，跑者亦需注意，運動及日常活動所消耗之熱量，需多於飲食所攝取之熱量。

- 促進跑者食慾- 跑者運動後，將需補充肌肉消耗所需能量，可改善食慾不振之現象。最重要者，乃是選用可使人有飽足感，而又不需吃進大量熱量

的食物，例如可食用新鮮水果、瘦肉、高纖食品等均衡的餐點，並要避免甜食及高脂肪食物。

- 強化跑者之肌肉與骨骼- 可增強跑者之肌肉的強度、穩定度，與彈性，並改善骨質密度，尤其是脊椎與臀部坐骨，並可促進身體的彈性，以防止骨骼與肌肉的受傷。跑者亦可混合“慢跑與爬樓梯”兩種運動，以強化骨骼。有規律的跑者可降低其日後一生罹患骨質疏鬆症，或發生骨折、骨裂的風險。

- 抵抗失眠及睡眠失調- 除了可使跑者有好身材，慢跑亦可消除跑者情緒的緊張，及有助於放鬆心情。有規律的跑者，在夜間常能平靜地進入夢鄉，安穩地熟睡。

- 防止老化徵兆- 40或40歲以上的人，可從事規律的體能運動，例如慢跑，以保持活力。慢跑除可幫助跑者減輕體重及強化肌肉與骨骼外，還可調節新陳代謝和體能狀況，其結果，將使跑者可延緩老化現象，從而保持年輕和健康。

- 防止感染及生病- 慢跑可提升免疫系統的功能，並刺激體內對抗細菌之白血球的產生。根據研究，慢跑可防止並許多疾病，例如癌症、糖尿病、高血壓、骨質疏鬆，及中風之發生，並降低其罹患此類病症的風險。

- 強化心臟的健康功能- 有規律的慢跑，可強化心臟，並將心臟病發作的機率降至最低，慢跑可降低跑者的血壓及三酸甘油酯(TG)，與提升高密度脂蛋白膽固醇(HDL)，並改善對氧氣的吸收量。

2. 對心理的益處

- 可建立自信心- 剛投入慢跑時，可

慢慢開始，再逐漸加快速度及延長至更遠距離，然後，有規律地保持下去。了解自己的體能，設定可達成的目標，再試著去達到該目標。藉此，可促使跑者克服心理障礙，而產生強烈的自信心，更不用說，慢跑可除去跑者身上的贅肉，而早已提高跑者的自尊與改善跑者的健康。

- 產生正面的生活態度- 當人們從事體能運動時，體內會產生使運動者有欣喜感(sense of euphoria)的安多芬(Endorphin腦內啡，一種腦分泌之具有鎮痛作用的氨基酸)，以使身心產生積極的情緒。因此，慢跑可減輕跑者的心理壓力和心智疲累，使跑者感到快樂和輕鬆，可提高跑者的心情，使其感覺一切都很棒，從而對事物，產生一種正面的生活態度。

- 治療沮喪及情緒失調- 在今日高度競爭社會環境下，工作壓力、財務問題及其他等個人問題，常給人們極大壓力和產生焦慮感，而導致精神頹廢等心理健康問題。運動可解除心情沮



喪，慢跑20至30分鐘，可促進跑者血液循環，恢復精神，振奮情緒，感覺上像一天又重新來過，從而改善生活的品質。

-促使心緒集中和專注- 慢跑之類的有氧運動，可改善血液循環時，進入跑者之腦內的血液含氧量，以刺激腦部，使其運作功能更佳，促使跑者心緒敏捷、專注力改善、有更好的記憶力和學習力，與及產生不怕苦不怕難之心靈上的韌性。

3. 筆者個人的體驗

-可放空心靈有助於決策思考- 堤外路跑，可心無雜念，遇有公司重要事務或人生路口，皆能和平理性，思慮清明，作出最佳決策。筆者於2006年曾遭離職員工利用法律扶助基金會，提起包含“非法解雇”、“業務過失”、“損害賠償”、“僱傭關係存在”、“行賄”等近十件訴訟，歷經北檢、板檢、北院民庭、板院民庭、

高院刑庭、最高院民庭，及勞工局與北機組之調查。纏訟四年後，法扶所委前後七八位律師所提告訴或辯護，全部敗訴，而筆者以攻擊助防禦，為自保所告發對方之兩案，則皆勝訴，並令始作俑者遭高院判刑定讞。此期間，筆者除自修民刑訴訟法以作攻防外，其餘，全賴跑步時，思考過濾案情所得之關鍵邏輯，論之於書狀，證之於法庭，而終能獲得清白，全身而退，倘無此跑步習慣，得以調適心情、思考決策，吾情危矣。

-可自問自答有助於學習英文- 跑步無需同伴，可享獨處樂趣，能讓想像馳騁，舉目所見，皆可自問該物英文為何，入眼景象又如何以英文敘述形容，遇有無法自答者，則於跑步返回，再查字典，日積月累，自能有功。如上列“對身體及對心理的益處”之內容，全係筆者譯自www.buzzle.com之“Benefits of Jogging”一文，學長姐若對英文有興

趣，亦可自上網站，選閱該篇完整原文，文章左上並有”Listen”標記，於讀者點選後，即有母語為英語之老師閱讀全篇，口齒清晰、發音準備，供讀者聆聽學習，且能下載至MP3，於跑步時可隨時練習聽力，文章數千篇，主題廣泛生活化，免費又方便，既可增加跑步樂趣，又可增強職場競爭力。

-可樂觀憧憬未來並堅強面對橫逆- 每次跑完步，心中的喜悅和自信，常令人禁不住告訴自己; It is for sure that my tomorrow will come again! 我一定還會有明天，公司、家人、自己的一切，於未來必定會更加美好！而使我能樂觀並珍惜所有，且更能堅強面對困難與挑戰。因此，雖人之一生，終有歸西之日，但無論二十或三十年後，當我的時刻來到那天，最大的願望是可先跑完該日的五千米，再從容駕鶴歸去，若能如此，我想，這應該是很幸福的人生。





EMBA101經管

徐晟偉

美商奇異國際股份有限公司
台灣分公司
產品技術應用經理
指導教授：廖森貴教授

在還沒有唸EMBA前僅認為產品就是一個實體的東西，在修業的過程也逐漸體會到產品也可以是創新的服務、概念而不僅侷限於我們看的到或摸的到的東西。

產品的產生是因為有需求，產品的推出目的就是要有人買，一個好的產品必須配合好的銷售策略才能事半功倍。因此在開始考慮要賣產品時行銷人員對本身的優缺點、市場接受度及競爭對手的狀況都必須要了解。此外產品能夠為公司帶來多少的利潤？要如何賣？庫存物流管控？...等等問題都有一套嚴謹的思考。

課本上的案例多屬於消費型態的產品，個人看法不認為全適用在某些產業上，因為某些產業的需求屬性本就比較特殊，我想這也是台灣市場獨特的地方(eg. 很多外商都把台灣市場=大陸市場)。

行銷的趨勢已經由生產導向→客戶導向；而現在最新的互動行銷是在說與客戶的互動。無論是學界說的行銷2.0或行銷3.0都有一個不可或

台北科大EMBA 行銷管理學程課後心得

缺的因素~~客戶，人。個人從開始接觸行銷開始，就開始慢慢感覺到所有做的一切都是以客戶市場為導向(Customer-Market Orientation)，且整個銷售的環節中價格不是唯一的競爭法則；而生產廠家由於競爭也慢慢的捨棄所謂產品導向(Product Orientation)，當然有一個條件就是你的產品是獨一無二且必須無可取代。行銷人員的職責就是要規劃有條不紊的步驟讓產品能如期上市且持續產品供應及確保品質在市場的反應。

個人認為行銷管理應將行銷及管理分開兩個層面來談，這兩個層面是相輔不衝突的。換句話說，行銷的步驟要有一個後市場的規則來管，有點像企業的功能產、銷、人、發、財都需要管理的意思。行銷（或稱市場、Marketing）是一種科學的手法，以產品上市為例，當發表產品時必須考慮：

既有市場多大？潛在市場多大？產品預計可以瓜分多少市場(TAM/PAM/SAM定義及概念)

α-1. 市場調查

α-2. 次級資料解讀

α-3. 驗證資料

產品切入策略分析(五力分析/SWOT/內外部環境分析)

b-1. 供應鏈、競爭者策略、替代產品

b-2. 產品優點、缺點、外部機會、外部威脅

b-3. 當地法令、經濟、科技、文化...等分析

b-4. 內部資源的應用

產品定位策略分析(STP)

c-1. 產品要賣給誰？誰是主要客戶？

c-2. 價格要怎麼賣？市場定價？要如何賣高？

c-3. 考慮公司成本結構

產品銷售策略分析(4P/4C)

d-1. Price (定價)

d-2. Place(通路)

d-3. Product(產品)

d-4. Promotion(促銷)

做完以上步驟後，行銷人員對外必須還要作sales tool (eg. 簡報檔、Demo、型錄、規範說帖...等等)提供並訓練給銷售人員；對內要協調庫存、物流及有些產品品質要認證等工作。再來，後市場的機制的控管(管理)就非常重要，例如：銷售不如預期時要怎麼調整策略...等等，這都是一個成功的銷售背後行銷的付出。

另外，Internet的崛起改變了許多既有的生意模式，換句話說，許多行銷的計畫一定要考慮到網路這一塊，在課堂上有很多的案例分享都歷歷指證我們不可忽視這份力量。要如何擅用及規範是我們身為行銷一份子需要再深思琢磨。



EMBA101經管

張錦坤

漢欣工程股份有限公司
副總經理/冷凍空調技師

N世代衝撞的行銷理念： 從4P到ABCDE

體的分享，有助於增加其他產品與其他潛在消費者的溝通，彼此提問與釋疑。此外在網路取得足夠資訊之後，通常不會在網路下單，而是會在實體商店購買，尤其是單價較高的商品，如3C、首飾、汽車等，除非網路廠商信譽良好，而且有實體店面做售後服務。審視這五項要點讓我思考到目前職場上的工程行銷策略是不是忽略了什麼？還可以再加強些什麼？

這樣的網路口碑行銷也非沒有缺點，其中最大的困擾是「敵暗我明」，莫名其妙被栽贓！公司的網站的顧客評論被惡意攻擊，這是常有的狀況。此時還是要有『專業老手』就事論事來澄清，以務實的觀點來消滅公司產品的負面形象，粉絲團的力挺。其次，消費者對於自己產品的批評要懇切的回答，絕對不能漠視網路消費者的聲音，避重就輕的逃避言論不可取，否則形成輿論排山倒海而來時就很難善後。產品之於品牌不同本來就有差異化，維護自己產品的聲譽要有客觀的態度，尤其是系統式的商品如套裝軟體、機器設備、機電工程...，所謂優缺點端看是否符合消費者的信賴與認同？沒有絕對的「對」或「錯」，一味的去攻擊別人的產品，或是對消費強辯自己的產品才是最棒的，贏在口頭爭辯的一時之勇並不會達成促銷或維護商譽的目的。

處在工程行業裡，我們嘗試在官網增設「顧客評論」功能。由於行銷是非常複雜的，客製化機電系統、空調系統、潔淨室系統及自動製程系統...，再說工程也是服務業；在設計、施工及運轉都要驗證，符合業主使用需求後，才有評論功能、效率、品質達成口碑行銷的機會。面對正反的評價意見，雖然不一定有所謂的標準答案，希望秉持技術研討/心得交換的立場，在正面回應及虛心檢討的態度後另創商機。

壹、我從書上了解的N世代行銷法則「ABCDE」

首先感謝學校、管理學院及老師精心安排的EMBA課程，尤其以廖森貴老師教授「行銷管理」，一再的審視、印證及分析成功失敗的經驗，透過討論分享所獲心得真是這學期EMBA學程收獲良多的一環！我也儘量抽空閱讀相關書籍，期望以多元的學習方式讓老學生重回校園這一趟「不虛此行」！

在『N世代衝撞（Grown Up Digital）』一書中，作者唐·泰普史考特（Don Tapscott）提出新的行銷法則ABCDE，即地方（Anyplace）、品牌（Brand）、溝通（Communication）、探索（Discovery）與體驗（Experience）。強調要讓消費者同時成為產品的行銷者，因為新一代的購物行為不同於過去，他們會透過網路尋找其他的使用者分享，了解這項產品是否真的符合需求？而且藉由具

貳、我對於「顧客評論」功能可創造商機的看法

據書上閱讀資料顯示，96%的公司認同在公司網頁中設有「顧客評論」功能，會替企業帶來更大的利益。因為新一代的消費者很重視在網路上取得的使用資訊，因此只要公司官網有這樣的功能，通常可以吸引消費者來點閱，那麼就有先機「置入性行銷」，不著痕跡的廣告；同時也掌控產品資訊情報的流通，應用於知名部落客及社群網站的推薦都有不錯的效果。據我在工管所張文華教授『網路行銷B2C、C2C的模式中，成交業務量有90%以上來自粉絲團成員！接著仔細搜尋觀察網路行銷的幾個通路來印證一下，如同我自己也是「博客來書店」和「ezfly易飛網」的十幾年的資深愛用者，所以非常確信「消費者的正面分享」是最好的促銷。

參、從行銷4P到「ABCDE」行銷法則對工程行銷的印證、啟示及提升

我所服務的漢欣工程公司創業二十五年以來已經建立了優質的技術團隊，服務於科技/生技產業之空調潔淨室機電工程，擁有從規劃設計/工程執行/確效認證的完整能力。在業務上是採取差異化行銷，不同於一般工程公司單純的領標估算比價，漢欣工程公司將技術團隊提昇並包裝成建廠的專案組織，以單一服務窗口、責任承攬(規劃設計/施工承攬/驗證確效)的方式進行業務開拓及執行，十多年來已經將領標估算業務降至20%以下，我審視了在行銷4P到「ABCDE」的提示理念，同時探討了公司業務在執行工程行銷成效的比對印證，我們好像做對了某些事，希望能理出完整的心得，將來勢必要做得更好。

以下謹就「ABCDE」五項行銷法則逐一檢視我們目前的工程行銷理念方法，有經驗的印證及疏忽之處的補強，對於這樣的啟示及提升，請老師同學們多多指教！

1.地方(Anyplace)：公司的業務在哪裡？

先讓客戶選擇我們，接著再談業務合作，在訪談第一時間常常就可以判斷客戶的屬性，如果不是以金錢遊戲為前提，客戶非常明確有服務標的

及技術門檻要求，這就是我們可以發揮實力，而且應該重點投注努力的地方。

【重點】業務部參訪後導入程序，由設計部與工程部輔助專業評估避免虛擲資源，判斷若非我族類則不妨踩剎車也罷！資源須重點投入，控管務實分工才能提高業務達成率。

【程序】業主資訊搜尋→專案內容→工程金額概算→設計草案→服務建議

簡報→成立專案組織

【說明】公司業務推展及工程業務人才培育兼顧

a.針對業主的經濟規模來做系統規劃評估，提出符合業主需求的服務建議簡報。

b.以責任承攬(設計、施工、測試)為服務標的，發揮整體技術服務的團隊優勢。

c.設計部人員參與業務簡報，增加技



強力推薦
版社正策劃譯序

奧美集團董事長 白崇亮
先勢集團營運長 黃鼎翎

104人才派遣中心營運長 吳麗雪
知名部落格專家 劉威麟

**GROWN UP
DIGITAL**
HOW THE NET GENERATION IS CHANGING THE WORLD

Mc
Graw
Hill Education
麥格羅·希爾

術服務深度。

d.工程部人員參與業務簡報，有助於專案組織銜接作業。

2.品牌(Brand)：公司建立了怎樣的形象？

中小企業建立品牌有其困難，我覺得要從建立公司優質的服務、商譽開始。處於高科技邊緣的工程公司如何包裝？要讓客戶了解這個行業；我們首先搭配大品牌出發，在一番努力後取得與西德SIEMENS公司技術合作儀控技術，代理經銷PLC產品的專業服務模式，即分享大品牌的共同光環。以兩位專任工業技師(空調、電機)籌組設計團隊，如此相輔相成在科技、生技產業完成了諸多成功的實績，建立的專業形象在目前參加客戶評估選商階段是資格無虞的。

【重點】與SIEMENS技術合作成為策略夥伴(Solution Partner)，包裝公司專業形象為「建廠的專業團隊」，具有從傳統產業到高科技之正確性、完整性及實用性的專業養成背景，擁有最先進的動態圖控應用技術，並以工程實績來做工程品質和準時完工的保證。

【程序】量身訂做的工程服務建議→討論分析→設計規劃→符合需求/高效節能/操作維護便捷

【說明及專業訴求】針對空調負荷估算做系統規劃評估，執行設計有效、節能的空調系統。

a.空調冷暖房負載估算及系統評估：詳細蒐集工程標的建築、設備、人員及設計條件資訊，詳實計算分區最大負荷容量以符合使用需求，並與業主充分會勘研討評估，了解設置冰水/熱水中央主機系統之運轉需量率，以

利系統選機、備機、運轉控制之系統規劃。

b.室內溫濕度條件節能評估：以滿足生產需求為原則，配合產線分別制訂夏季/冬季室內溫濕度標準，調整節能所需並非放寬控制精度。

c.在初設工程成本及節能運轉成效作具體詳實的簡報資訊傳達。

d.熱平衡/熱回收系統的推廣運用，在產業空調高外氣負荷的特性以熱回收之熱平衡運轉最為方便價廉，以熱回收執行再熱暖房所需在初設工程成本及節能運轉都有良好的運轉成效。

e.工業級PLC中央監控及動態圖控的推廣運用，計算及傳輸速度符合系統需求，以工業級PLC系統搭配動態圖控軟體以提升操作管理成效，達成最佳化運轉模式。

3.溝通(Communication)：如何跟客戶及團隊取得一致共識？

了解客戶的習慣與需求，從第一次接洽開始建立信任的關係，持續確保客戶滿意度，在成交前後有一貫的服務態度。以跨部門的專案組織(單一窗口)服務客戶，從工程服務建議到設計、施工階段都有順暢的SOP，專案進度、工程進度及交辦事件以資訊化同步，提供客戶充足的技術資訊簡報，達成合作前後的充分溝通。公司內設有多處專案雲端會議室，可執行各式立即性業務視訊會議及簡報。

【重點】工作資訊即時登錄公司伺服器雲端資料庫，達成工作資訊e化及同步，公司內外溝通即時而有效率。

【程序】登入漢欣網站→『工作聯絡平台』→個人連絡→專案交辦聯絡→追蹤進度→結案回覆

【說明】公司/部門/個人業務交辦執行、回覆結案作業系統，上網登入漢欣公司伺服器雲端資料庫，即可以專案別、部門別、日期別等方式聯絡、溝通及回覆、知會工作執行概況。下階段努力目標為工地檢查表、施工標準圖網路e化作業模式。

4.探索(Discovery)：如何滿足客戶的需求？

規劃設計系統標的時，以滿足客戶生產需求為第一要務需要，了解客戶的習慣與需求，從第一次接洽開始建立信任的關係，安排階段性簡報說明與同質案例參訪；以深入淺出的圖說來解釋專業的機電空調系統，讓客戶得以完全了解輔助生產的環境。同時要兼顧系統完整性與業主預算因素，工程應有分期分段施作的彈性規劃。

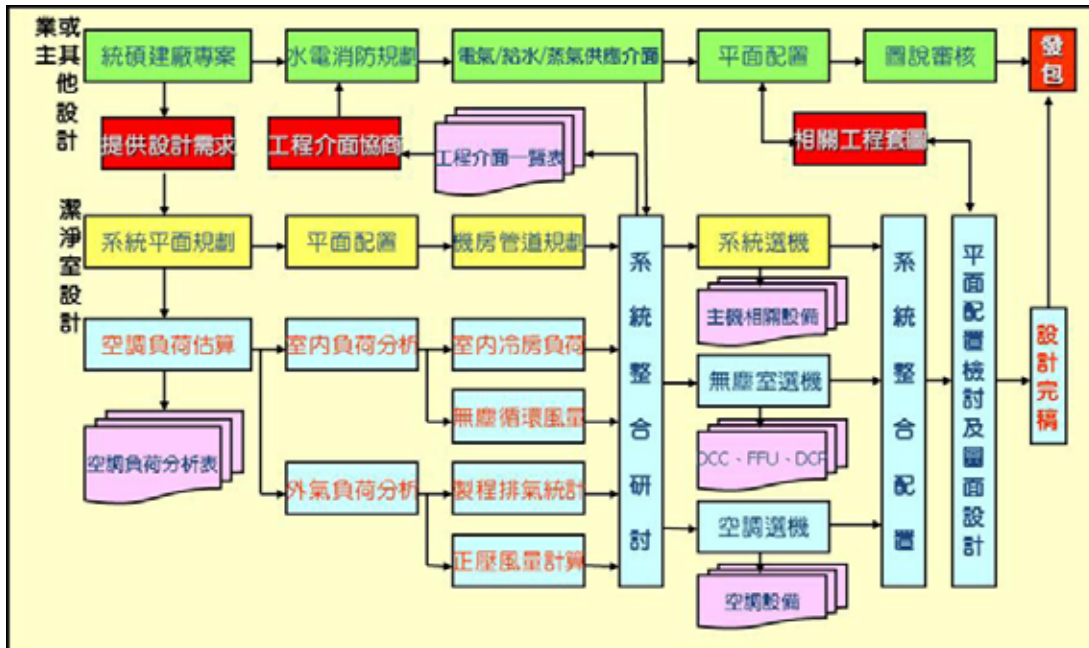
【重點】為提升專業以滿足客戶需求，「設計部」和「機電部」，除了支援工程部施工圖繪製、試車、教育訓練，主要的工作為提升技術等級、應用新產品科技、增加系統功能等各方面的科技新資訊。

【說明】兼顧守成及創新的態度，從工程諮詢、整體規劃、設計、施工、測試、驗收及移交，提供完整之服務，所有工程內容由從規劃、設計、材料選用、供應商評估考核，施工管制品質監控，性能試車、驗收、移交及保固等服務，均經過標準化、表單化管理，確保工程品質及其一致性；並參考國外整廠輸入的新技術，評估運用於新專案。

5.體驗(Experience)：如何跟客戶一起完成任務？

我們視業主的監造/接管單位為同一團隊，所有的執执行程序因系統化而透明公開，配合客戶進度執行任務。機電空調操作管理軟硬體可以量身訂做，完整的系統交付教育訓練課程行之多年，兼顧公司內外的教育訓練，提昇驗收移交後的運轉成效，有助於驗收程序及降低保固與維護的成本，與客戶一起完成任務後接著順利交付任務(操作運轉移交)。

【重點】針對單一業主成立專案組織，由公司內部依工程性質組織成員，將部門橫向支援程序簡化，單一窗口由專案經理對業主服務，從設計規劃、施工執行、試車檢測、確效驗證及教育訓練的整體服務，讓客戶以最輕鬆及完全信任的心情來交付任務。



【程序】潔淨室空調系統規劃設計流程圖：

【說明】將這個工程整體服務方式包裝簡報做工程行銷，加強團隊理念『品質求精、服務求實、技術求專、誠信為本』，持續開發生技製藥產業新客戶，降低2010以來電子產業不景氣的業務衰退衝擊。當業主的建廠團隊在選商評估時，我們如何能恰如其分、切合重點需求，以更完整的『體驗式行銷』方式傳達資訊給業主？

肆、心得與結論

我帶領著漢欣工程公司的技術團隊，多年來運轉使用著『黏著式成長引擎』，我們的舊客戶幾乎不會流失，通常跟客戶保持良好的互動與持續的服務，換跑道的客戶主管往往成為新的客戶，即便在經濟不景氣的時候，由舊客戶衍生的業務也有所推展，真的一再印證了消費者同時成為產品的行銷者。我個人堅信『舊客戶的行為是新客戶產生的原因』(錄自精實創業)，讓顧客滿意就會有自然的市場成長，引起價值認同就有可能成為新顧客，信任導致自願式或循環式的業務模式，這種循環機制推動「成長引擎」帶動公司的成長。複雜的工程行銷需要堅強的資源才能履行行銷法則「ABCDE」，同時在何晉滄教授「創業管理」的課程中印證到『開發-評估-學習』的循環機制，我們自許要不斷的學習、不斷的精實進步。

企業危機管理與個案淺談



EMBA100經管

林容億

台北工專電子工程畢業
英國萊斯特大學MBA畢業
台北科大EMBA100級經管所
金湯科技有限公司 總經理

2013.01.04.馮教授結束階段課程後，與胡所長及修課學長姐們大合照

一. 前言

碩二上，由EMBA經管系胡所長所主持之“全球組織經營策略暨領導決策”課程，特邀請七位學有專精，且富實務經驗之傑出教授，號“七劍下北科”，蒞校主講有關經營策略與領導管理等十大主題。其中，交大馮教授正民博士，以管理個案引導學長姐分組熱烈研討，並深入解說和教導，其見解精闢，字字珠璣，是最受歡迎與愛戴的教授之一。本隨筆僅以馮教授所教導之“危機管理－哈佛個案”作為讀書心得，企盼馮教授再次蒞臨授業解惑，並藉以分享未修課之學長姐，期能些微彌補錯失春風化雨及智慧加持之遺憾，以收學習切磋之效也。

二. 危機的定義和種類

何謂“危機”？何種情境下，可稱之為“危機”？學者Otto Lerbinger (1997) 對危機之界定為“對於公司未來之獲利率、成長，甚至生存，發生潛在威脅之事件”，且指出危機具有三項特質：(1)管理者必須認知到威脅，且相信此威脅將阻礙公司的發展。(2)必須能認知，若無採取行動，情境將惡化，且無法挽回。(3)為突然之間所遭遇到。另依Donald Fishman (1999)之定義，則為“(1)發生不可預測事件。(2)企業重要價值受到威脅。(3)其發生並非公司企圖，故組織扮演較輕微的角色。(4)企業對外回應時間極短，有時間之壓力。(5)危機之溝通情境，常涉及多方關係的劇烈變動”。綜言之，在內外環境突然發生變遷，且該變遷已影響組織體對基本目標之達成，並會帶來風險，而組織對該變化產生反應處理的時間為緊迫有限是也。

一般而言，危機之分類，有“個人的危機”、“社會的危機”、及“機構組織內的危機”等三種。馮老師之上課內容，係以“機構組織內的危機”，即企業經營之危機管理為主軸和重點。此項危機發生之原因包括：

- (1).外在的原因- 包含消費者抗議、遇到空難或公司負責人遭綁架、醫院醫療糾紛、媒體不良的報導及社會輿論壓力等。
- (2).內在的原因- 如涉及多種與經營環節相關的活動，組織內溝通不良造成各種衝突或財物結構不良引發週轉失靈，組織結構的僵化致營運不佳，決策者對危機的認知能力不足等。

三. 企業危機生命週期理論與危機管理

依據學者Steve Fink (1986) 所提出之Crisis Life Cycle (危機生命理論)，危機之發展可概分為四個階段，如圖一所示：



圖一：危機各階段之生命特徵



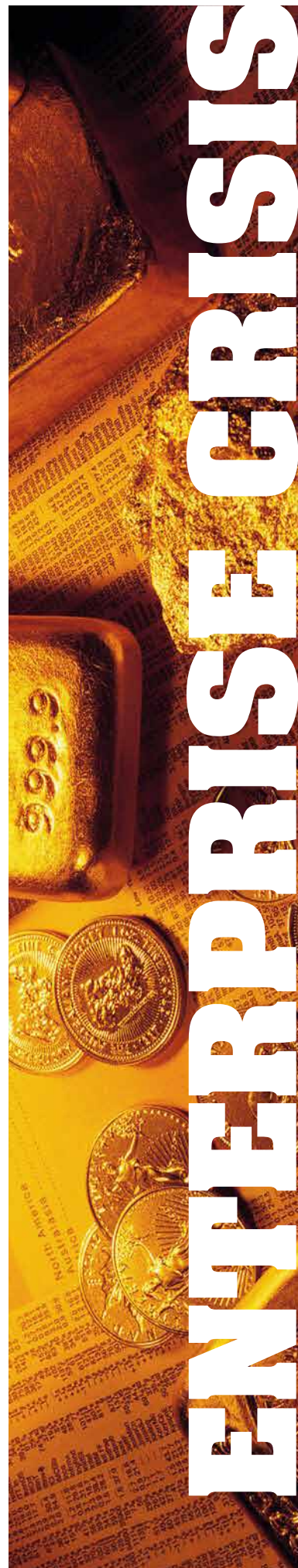
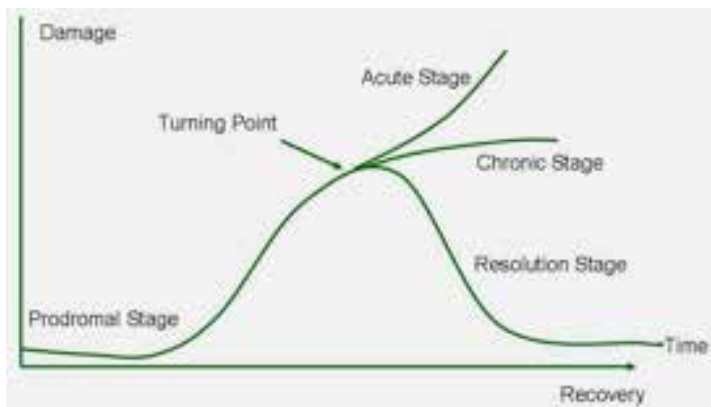
Steve Fink

Source: Howell, G., Crisis Life Cycle,

Queensland Univ. Of Technology, pp48

1. Prodromal Crisis Stage為第一階段：前兆(潛伏)期，即是警告期，又稱“事件發生前的階段”。在問題尚未爆發形成嚴重之危機前，最好即能找出問題點，並加以處理，此常為組織保持“生機”之成敗關鍵期。
2. Acute Crisis Stage為第二階段：急性(爆發)期，一旦危機進入此期，即是一般人所認知之“危機”的時期。既然危機已爆發，此階段之處理，在於儘量控制危機，避免危機發展的速度及強度如雪崩(snow-slide)一樣快速強烈而失去控制。
3. Chronic Crisis Stage為第三階段：慢性(擴散)期，即危機爆發後，所隨之而來之許多的後遺症，此階段亦是恢復、善後、療傷止痛的時期，處理時，需能探究出危機之肇因癥結，方能採取適時及有效的措施，以徹底解決，方可避免危機問題之惡化和蔓延。
4. Crisis Resolution Stage為第四階段：危機解決期。順利進入此後，重點應在作恢復正常的努力，並從中學習對於未來危機之防止。因危機管理，特別重視前兆(潛伏)期的偵測，和此解決期後的檢討省思，同時，若能化危機為轉機後，更應為組織謀求最高之事件利益。

上列各階段重點，由危機之出現到處理結束的過程中，有不同之生命特徵，如圖二所列，吾人並可藉其五個顯著階段，分列處理重點，詳述如後。



1.Crisis Fermentation Period危機醞釀期：企業危機皆始於微變、量變，最後形成質變，而量變是危機的成型與爆發，並且危機係由多個因素動態發展的結果，因此潛藏危機因素的發展與擴散是危機管理的重要階段。此階段處理重點為對於危機訊息的偵測，以預防並消弭危機發生。

2.Crisis Explosion Period危機爆發期：危機突破預警的防線，便進入爆發期，而將威脅企業之生存和發展，若不能立即處理，危機將進一步上升，且其殺傷影響之範圍與強度將變得更為嚴重。此階段處理重點在於損害程度之控制與處理。

3.Crisis Diffusion Period危機擴散期：危機於存續期間，將對企業其他領域產生連帶衝擊和影響，有時會其他領域，再造成不同程度的危機。故此階段處理重點，在於損害範圍的控制與處理。

4.Crisis Management Period危機處理期：本階段進入生命週期的關鍵階段，後續發展完全取決於危機管理決策者之專業能力。此階段處理重點在於對內的快速調查，與對外的立即溝通，和即時明快又誠心之處置與賠償，以順利將損害程度與損害範圍，置於可掌控之中。

5.Recovery, Learning, and Latent Sequela Period處理結果與後遺症期：危機經過緊急處理後，可能得到解決，但無效之處理，又可能使企業危機的殘餘因素於經過發酵後，令危機重新進入新一輪的醞釀期。因此處理重點在於復原工作，與檢討和學習，以永久弭平之。

故而，危機的基本特徵有(1)意外的奇襲性(By accident)，為意料之外(Unexpected)，對組織營運及領導者情緒衝擊很大(High impact)，導致失控(Beyond control)的可能性很高。(2)時間的急迫性(Urgency)，含時間的壓力(Time pressure)和時間的扭曲(Time distortion)。(3)威脅的致命性(High threat)，含決定組織命運(Fatality)，組織生死之抉擇(The choice between life and death)。(4)必需立即脫困性(Improvisation)，亦即需有立即回應(Instant response) + 立即透明(Instant transparency) + 立即賠償(Instant compensation)。是以，危機生命週期理論可給吾人啟示：

1. 危機係有跡可尋，但不一定是線性式的發展。
2. 危機處理的最適時間點，乃越早越好，最好讓危機永遠無法形成，或一剛形成就被處理掉。
3. 不同的危機階段有其不同之特徵，能辨識端倪才能處理危機，進而掌握管理。
4. 危機生命週期中，危機擴散最具破壞力，甚至會造成連鎖反應產生另外的危機，而必需特別小心因應。

因此，經營者面對危機發生時，必需立即思考並持有兩種心態，其一；Are you prepared for the worst? 要有作最壞的打算，勇敢面對危機並處理之，此亦稱為“底線管理”(Bottom-lined Management)。其二；Are you prepared for the best? 以最冷靜及樂觀的心態去並處理危機，並將之扭轉為“轉機”，是為“願景管理”(Vision Management)。

四. 危機管理成功之課堂案例-美國嬌生公司1982年藥品中毒事件



此案為課堂上，馮教授提供同學分組研討，並教導我們所用的Harvard管理個案。緣起1982年9月嬌生公司處理的泰力諾膠囊(Tylenol capsule)事件，原係因有人將氰化物(Cyanide)放進泰力諾膠囊，後再置回芝加哥地區的九個超級市場之貨架上，結果有七名消費者，服用此膠囊而喪命，造成消費者恐慌，與疾管局介入調查，致使公司面臨重大危機考驗。這些膠囊經政府單位檢測後，證明含有氰化物，而彼時，該膠囊於止痛藥市場佔有10億的銷售額業績。董事長柯林斯(David E. Collins)於得知消息後，立即由公司總部，搭乘直昇機趕到賓州之麥奈(McNeil)藥廠視察，並召開記者會處理。總結本案之具體顯著而有效的溝通努力計有八項：

- (1)迅速採取行動，消弭大眾潛在危險：對該產品採取全國性的回收行動，所回收之泰力諾膠囊，共計達93,000瓶，總價約1億美元。
- (2)取消所有關於泰力諾膠囊於媒體的廣告。
- (3)該公司配合政府刊登廣告，籲請民眾勿再服用泰力諾膠囊。並於發生中毒喪命消息後，次日早晨，即有45萬張的郵遞電報，送至醫院、醫生、經銷商，與及五百名推銷員手中。
- (4)建立免費熱線電話(Hot line)，事發後之前11天內，即有103,600通來電詢問。

(5)公司對接線人員提供回答詢問之教育訓練。

(6)於新聞記者會上，宣布止痛劑的免費折價券(Refund coupon)。

(7)政府負責單位對企業績效努力提供支持和證明。

(8)危機處理之後，透過廣告對消費者承諾，將變更膠囊改為錠劑(Tablet)包裝，並於媒體上密集廣告，以向消費者推薦新包裝之產品，同時另外製作長達四分鐘之紀錄片，於電視台介紹新的包裝樣式。

經由上列危機處理後，其結果顯示，嬌生公司之銷售成績持續攀升，同時也被視為以消費者福祉為優先之優良廠商。吾人檢視其危機管理之成功要素則更包含：保持與消費者溝通管道之暢通、採取立即的改善行動、保持民眾對產品之信心、公司不計成本維護形象，及積極經由改變產品製造包裝之型式，而成功重建品牌並穩定市占率。完全符合馮老師所示危機處理之五大溝通原則：(1) Be honest. (2) Quick response. (3) Show your concerns. (4) Self-attendance. (5) Proper communication.

五. 危機管理失敗之國內案例-金墩米2012年農藥事件



金墩米實業公司成立於1973年，於1986年轉型，成功開發出小包裝名為“金墩米”之“道地在地米”，其後於國內市場占有率高達40%，為小包裝米之第一品牌。

2012年11月，市售之“金墩米”因公司自行驗出農藥殘留超標而下架回收，農委會乃緊急成立專案小組對業者進行訪談。由於事件發生後，資訊混亂，且金墩米公司之聲明稿亦無法釐清外界疑慮，因此農委會主委要求金墩米負起責任，提供正確訊息。然而，媒體已報導市售“金墩米”因業者自行驗出農藥殘留超標而緊急下架回收，但恐已有7,500公噸的問題米，早被民眾吃下肚。農委會主委乃舉行記者會，表示除業者已自行回收1千公噸、加工20公噸外，農委會已管控其餘980公噸，於事件未獲釐清之前，不准加工，因此與媒體所報導有7,500公噸流入市面之說法，實有極大出入。另外，業者口誤將殘留之稻穀農藥說係“撲滅松、賽達松”，但經查驗後，也應疑似是“陶斯松”及殺菌劑。

事件有關疑點未釐清之前，金墩米公司總經理卻又表示，當初係其看錯檢驗報告，誤以為有農藥殘留，故又提供報告予農委會，但其實該項檢驗報告於第三次已無農藥殘留，其並堅稱所有檢驗報告，僅此一份，並無其他檢驗報告。同時，由於金墩實業乃彰化花壇鄉唯一代收公糧之米商，爆發農藥事件後，花壇鄉農會暫停由其代收，改由其他米商作業，而造成農民繳穀不便，許多農民因此聚集於金墩實業公司前抗議，擔心穀價崩盤。

金墩公司對於整起事件，除

提出一份濕穀檢驗報告外，對是否還有小包裝白米之檢驗報告，有何種農藥超標，及被迫下架等連串事件，一直未有明確可信之答案，其後引起農政、衛生機關之極度不滿，最後，甚至彰化地檢署亦參與進行了解，兩個星期之後，經檢方過再次取樣檢驗，金墩米全部檢驗合格，下架回收之白米以及需列管之稻穀、糙米等亦全部解除管制，隨時可重新上架。檢方亦同時指出，金墩公司此次鬧出農藥殘留事件已不涉及刑事責任，且針對金墩之前後說詞不一之部分，亦非全案重點，未來應會以簽結處理。

公司總經理事後表示，心情輕鬆了，公司將儘快讓產品重新上架，被封存之小包裝米，則將全數改以散裝米出售。並再次強調，整起事件完全係看錯檢驗報告所造成，將會記取教訓，未來擬採購農藥快篩之檢驗儀器，讓消費者吃得更安心，並且會配合政府辦理促銷活動，希望可以恢復消費者對金墩米的信心。金墩米農藥殘留烏龍事件至此，似乎終於圓滿落幕！

但2012年12月23日，聯合報第一版刊載：“毒米風波-業績狂掉，金墩米資遣八成員工”並登載，12月中旬，“金墩米”重新包裝上架，銷售卻無起色，總經理接受記者訪問時，承認公司決定2013年元旦起，將資遣約八十名員工，已將近員工人數的八成...，公司董事長亦召集經銷商及員工，向大家道歉表示，受到毒米風波之影響，重新上架後，業績並無好轉，公司每月支出上千萬，但營運不善，決定裁員，因此，不得不資遣一半以上的員工。彰化縣

政府勞工處則表示，並未接獲金墩公司通報將大量解雇員工，已曾派員稽查，但卻是大門深鎖，勞工處表示，金墩公司裁員及大量解雇均未依規定報備，將分別處以八到十五萬元、十到五十萬元罰款，並留意是否會有歇業情形。故而，金墩公司於2012年，因“金墩米”農藥下架，而處理不當，致嚴重虧損，正陷裁員歇業危機中。

六．危機管理之溝通策略： $(3W + 4R) \times 8F = V1 \text{ or } V2$

為降低企業危機之衝擊，並保有化危機為轉機，甚至商機之可能，全球最大傳播服務集團：Fleishman-Hillard International Communications（美國福萊國際傳播公司）所曾提出，有關危機溝通之策略要領為“ $(3W + 4R) \times 8F + V1 \text{ or } V2$ ”，已被視為危機處理之金科玉律：

首先，於危機處理中，溝通者需於最短時間內問清查明三件事－3W；(1) What did we know? 我們知道了什麼？(2) When did we know about it? 我們何時知道的？(3) What did we do about it? 我們對此作了什麼？尋求上列問題之答案，與企業做出反應之時間，將決定此一反應將會成功或為失敗。若認知太遲或反應太慢，企業將難以掌控危機而失去處理之契機。

其次，於掌握上列事實後，企業隨之需以4R為其於危機個案之立場與態度，作出定位－4R；(1) Regret深表遺憾、(2) Reform 將作改革、(3) Restitution 將作賠償、(4) Recovery 力求恢復原狀，即面對危

機，企業需以表達遺憾、保證改善解決、及會防止未來再生相同事件，並願提供賠償，直至安全脫離該場危機。

再者，4R之溝通聲明，更應遵循“8F”八大原則－(1) Factual 事實，向公眾或利益攸關人溝通事實之真相。(2) First 第一，於第一時間，對危機問題作出反應。(3) Fast 快速，處理過程需果斷迅速。(4) Frank 坦率，必需真誠溝通，不可閃避問題。(5) Feeling 感覺，與大眾或攸關人分享代表企業之溝通者的感受。(6) Forum論壇，要建立企業內部各單位最可靠及最準確之訊息來源，並充份比對分析和判斷。(7) Flexibility 靈活度，對外溝通之內容不能一成不變，需隨事態之發展以酌情應變。(8) Feedback 回饋，需對外界關於危機之評論與觀感等訊息，作出及時之回饋。

最後，倘企業能正確處理3W、4R、8F，則處理結果，將使企業於危機中成為V1－Victim；勇於面對並承擔責任，且亦為危機“受害者”之優良企業的形象，大眾或攸關人將認同企業，並從輕要求或抱怨，甚至可能就此原諒企業。反之，若企業未能正確處理3W、4R、8F，則其結果，將使企業被視為V2－Villain；行為言詞避重就輕，上下不合，內外離心，不負絲毫責任的“惡棍”，輕則遭誤解、排斥，而失去大眾與消費者之信心，終至競爭者趁機而入，商機全失，重則遭提告、求償，官司纏身而耗盡公司資源，終而拖垮財務，低價轉讓或關廠倒閉。

七．結語

危機係企業於Pain與Gain之轉捩點，危機管理之成敗，關係企業之興亡，有企業處理得當而安然度過者，亦有企業處理高明，使危機變成轉機，如前述嬌生公司於危機管理成功後，其銷售成績持續攀升，同時更被視為以消費者福祉為優先之優良廠商，反將公司帶向另一經營高峰。

危機管理之下者，乃有處理不當之企業，如上列金墩實業“毒米”事件中，公司於“危機醞釀期”時，既無適當之內控機制，以偵測危機之訊息，無法預防及消弭危機之發生於先，復於“危機爆發期”中，管理高層總經理之發言更屬前後不一，且溝通、處置全無 $(3W + 4R) \times 8F$ 之原則與策略可言，而無法控制損害之程度於後，待“危機擴散期”時，又遭好事之媒體添油加醋，以聳動報導“毒米”對社會大眾之危害，並引起農民圍廠抗議，導致公司無法控制損害範圍，至“危機處理期”時，又僅依賴檢方之調查檢驗，公司最終雖獲得法律清白，但在“處理結果與後遺症期”卻又口惠不實，無有效作為可說服消費者，而失去消費者信心，最終，公司不能自危機處理中作檢討和學習，加以輕忽“危機後遺症”之結果，而再次使危機重新進入新一輪的醞釀期。是以，一場“毒米”烏龍風波，竟於三個月之內，即使其由市場第一品牌，向下沉淪，續而暴發恐將面臨歇業失敗之第二次危機中。因此，危機管理乃攸關企業成敗與生死存亡之道，更係現代企業最迫切，且必須學習的知識，是以，建議吾輩，當習之、慎之、察之、阻之、斷之、克之，以保企業之永續經營也。

組織領導模式與 人才管理對經營績效之影響



2013.01.16.葛教授結束課程後, 與修課學長姐們大合照



EMBA100經管

林容億

台北工專電子工程畢業
英國萊斯特大學MBA畢業
台北科大EMBA100級經管所
金湯科技有限公司 總經理

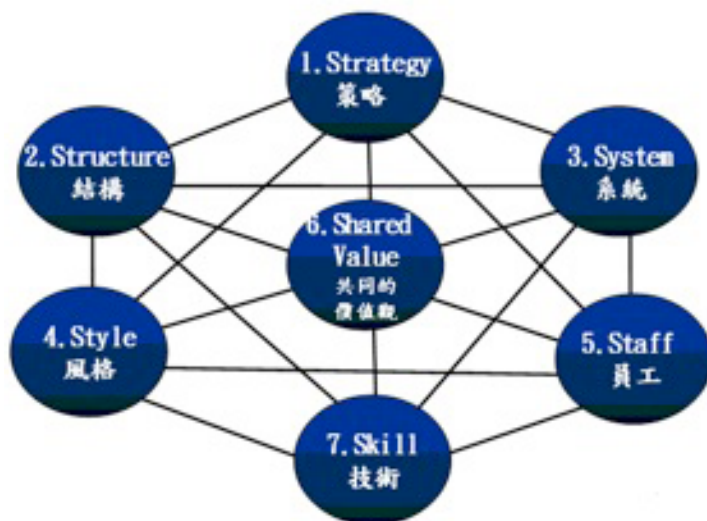
一. 前言

碩二上，由葛教授建培博士所授課的“人力資源與組織管理”課程，因葛老師之“課前充分準備、課中熱忱講解、課間分組研討、課後真誠關懷、期末精彩票選、學期佛心給分”，向為最受歡迎與課堂滿座的課程之一。本隨筆謹以葛老師所命題“高階主管領導模式與人才管理措施對組織策略與競爭力之影響層面”的期末簡報，改寫個人報告而成，盼能再次領會葛老師人資與組織理論暨實務之精深素養，並建請EMBA學長姐選修此專業課程，以建立身為EMBA主管階層徵才、選才、育才、用才、留才、員工關係之人力資源管理與發

展的涵養，且由於組織長期發展佈局，領導人之領導模式與管理風格，攸關組織競爭力發展，可於課後複習反思及經由企業實戰應用後，永續獲更上層樓之修為。

二. 以Apple Inc.之Steve Jobs領導模式與人才管理為例進行探討

蘋果電腦由Steve Jobs等三人在1976年創立於美國加州，在電子高科技產業中，以創新而聞名，其Apple II於1970s助長個人電腦革命，其後Macintosh電腦於1980s持續發展。1985年，賈伯斯被迫離開蘋果，創立NeXT公司，從事電腦平台開發。1986年，收購Lucasfilm公



圖一：McKinsey 7S Framework

Source: Univ. Of Leicester, Strategic Analysis and Choice, 2002, M2, pp.1.49

司之電腦繪圖部門，改成立Pixar公司，從事電腦動畫，賈伯斯為“Toy Story”（玩具總動員，1995年）的執行製作人，2006年The Walt Disney Co.收購Pixar，使賈伯斯成為華德迪斯耐最大的個人股東及董事。

1996年，蘋果董事會決議收購 NeXT公司，以請賈伯斯回任蘋果，拯救虧損而瀕臨破產的公司。賈伯斯擔任蘋果CEO期間（1997-2011），帶動公司快速成長，在2000年後之業績，無論於iPod、iPhone或改款的iMacbook等革命性產品上，都有顯著的成效，使得蘋果營運一路長紅，直至2012年底。

三、以7S架構分析印證賈伯斯的經管實務作為

McKinsey 7S Framework 如圖一所示，係由麥肯錫顧問公司的Robert Waterman及Tom Peters於1979年提出，乃評估組織內部競爭策略之利器，所含七項構面，需能彼此搭配及相互呼應奧援，企業方能獲

得良好績效。

1. Strategy組織策略

-Think Different差異化 -1997年，賈伯斯重掌財務危機的蘋果，曾召開一次特別的董事會，會議室牆上掛著公司二十多項產品，賈伯斯將其逐一取下，最後只留下四項。他向董事會強調，若能將該四項產品於市場上突顯蘋果與眾不同之處，公司即能起死回生。

-Platform above Product創造音樂平台勝於iPod產品本身 -“iPod”來自於賈伯斯“數位中樞”的概念。經由與大型數位音樂庫合作，以確保唱片公司能獲得穩定收入，再由蘋果公司小型團隊密切合作而開發出新產品，以合法的方法，“解放”音樂愛好者，使其等可用負擔得起之價格隨時購買所愛之音樂，數量不限。蘋果藉此產品，從在市場掙扎求生的電腦公司，轉型成為創新之大廠品牌。iPod的成就，乃賈伯斯卓越的眼光-“創造音樂平台”加上團隊傑出的研發，此款使用簡易且外表時髦的

產品，使公司能採高價策略，賺取豐厚利潤。iPod更成為迄今為止，最暢銷的MP3播放器，並將蘋果品牌提升至並將蘋果品牌提升至空前之高度，同時也刺激了Mac電腦的銷量，使公司恢復創新領導者之地位。

-iPhone: Innovation of Business Model創新商業模式 -原本手機製造商之利潤率及品牌，皆受制於電信業者。但iPhone問世之後，不僅令蘋果獲得驚人市占率，更因賈伯斯將iPhone獨家交給AT&T（美國電話電報公司），條件則為價格由蘋果決定，且AT&T必須將iPhone用戶貢獻營收之一部分交給蘋果（因iPhone用戶支付較高費用），此於電信業乃係破天荒之聯盟模式，因AT&T向iPhone手機之用戶收取月費約60 - 220美元不等，但需支付蘋果分成費，每月每個用戶10 - 20美元不等。此外，蘋果尚可另由銷售無數的iPhone應用程式以獲利，此類新收入來源多數直接成為Apple的盈利，而使iPhone成為公司最有利潤的產品。

-Customer-oriented and Quality without Compromise顧客導向與品質至上 -賈伯斯對產品的設計、便利、簡單及雅致特質，具有天生的敏銳度，其更廣泛接觸各領域，及聆聽消費者想法，並以消費者的角度，具體想像產品的外形及功能，和給人的感覺，最後匯集最佳構想，再幾近完美的要求設計與生產產品。因賈伯斯視產品為一種體驗，而非僅是一個產品，同時，他也以完美主義出名，即使對銷售會有不利的決定，也從不妥協，他認為，只要產品設計得好、讓消費者驚嘆，自然能創造銷售。

2. Structure組織結構

-**小規模高績效有機團隊** -賈伯斯堅信有才華的員工組成之菁英團隊，其工作效率更勝於規模大型的團隊。蘋果的研發團隊即是如此，從最初的Mac開始，他就不希望人數超過100人，因為怕分散焦點，不易管理，而賈伯斯也總能從人才和產品中挖掘出最好的特質。此種“A級”人才所組成的高效團隊，有熱情、有效率，不但能避免組織人員的膨脹、部份機構的浮濫，更可有效控制管理成本。加上扁平精簡的有機組織，更方便成員溝通、交換意見，以強化團隊文化和共同的目標。

3. System人才管理系統

-**人才公式 = 能力 + 人格特質 + 態度** -蘋果以培養員工之才能及卓越而聞名，因此常能吸引有才華人士加入，賈伯斯的策略是聘用身邊所能找到最專業的程式設計人員、工程師和設計師，他用認股權來維繫員工的忠誠度，並培養作業團隊的認同感。同時為認可及鼓舞最佳員工，賈伯斯創立Apple Fellows Program (蘋果會員計劃)，以表彰對公司電腦產品、系統，有技術上創新，或對營運有管理上之特殊貢獻的員工。曾獲此榮耀者，迄今僅約十人。

-**最強的JIT供應鏈管理** -賈伯斯於1998年邀聘Tim Cook (現為CEO)，逐步為公司建立可列為全球最有效率和效能的最佳供應鏈，使公司的採購、後勤不需維持大量而有損及利潤的庫存。2011年時，業界銷售硬體設備的大部分公司之利潤率約為10-20%，但蘋果則高達40%。

4. Style領導管理風格

-**磨石頭式衝突創新管理** -賈伯斯曾

用“磨石頭”比喻：“集合一群才華洋溢的夥伴，讓他們互相衝撞、甚至大吵，這會製造一些噪音，但是他們會讓對方變得更棒，也讓點子變得更棒！”，以藉由衝突，經由批判，找出最佳創意。Gleacher & Co.的分析師即指出，雖然蘋果已有35年歷史，但該公司的成長動力與新創公司相同，即使當2008或2009年，全球經濟探底時，蘋果仍像盛夏綠草，欣欣向榮。

-**Management by Wandering Around走動式管理** -賈伯斯不喜坐於辦公室內發號施令，而好至現場走動，以監督團隊工作狀況。一旦到達現場，即會鼓勵員工有話直說，前線低階員工之意見，只要提出之想法有執行的需要，他就採用。頭銜和職位在蘋果裡並非重點，事情做得好不好，才是賈伯斯所關心的。他經常赤腳在公司內四處走動，甚至當公司名列Fortune 500 company依然如此，使公司文化與新創的小公司一樣充滿衝勁。

-**Perseverance恆心毅力** -在公司內部，賈伯斯幾乎將所有時間花在跟軟體、硬體、設計，與金屬、塑膠及玻璃技術等領域的一百多位專家共事。每個星期一早上，他會召集開會，討論產品與及產品設計與執行上之難題。此乃其連結各領域人才，創造明星商品的作業程序之一。在蘋果十多年，賈伯斯始終認真執著於此項作業，以恪守紀律、持之以恆而得以結合各領域人才的工作成果。

5. Staff公司員工管理

-**愛才護才** -賈伯斯認為人才是公司領先其他對手的競爭優勢。一旦組好自己的團隊，就會給他們絕對的自由創

意空間，並保護他們不受公司官僚體制所干擾，例如蘋果有好幾次想中止Mac的開發計畫，認為此一計畫無關緊要。但他說“這些在做研發工作的人都是Mac背後的推手，我的工作就是為他們創造空間，清除組織的阻力，背水一戰。”

-**授權與專責當責** -員工在公司被視為專家，於其個人職務內，皆可得到充分授權，但不需要處理他本身專業以外的事，賈伯斯認為這是使每個職務都有由最佳員工負責的方法，例如，Apple Store的營運副總裁，有權作選址、裝潢佈置及店內服務安排，但對店內的貨品庫存則無控制實權，因為庫存係由供應副總裁統一負責全公司的作業。

6. Shared Value共同價值觀(願景領導)

Sense of Mission and Vision
以使命感和願景激勵人心 -賈伯斯說服團隊成員，使大家相信自己都正從事一項具有革命性的工作，而不僅是在設計一台電腦。專案小組經過三年努力辛苦，最後完成Macintosh的設計後，一位參與的程式師說“我們的目標從來就不是要打敗某個對手或賺錢，我們的目標是做不平凡或偉大的事情”。而且賈伯斯擅於提供“願景”激勵士氣，使得員工即使被“修理”得苦不堪言，仍然真心以自己所做之事為榮。

As Cohesive as Family
Members像家人般凝聚情感 -公司內部有非常著名的“企業度假會議”，是賈伯斯凝聚團隊 (Team Building) 的方法，為了讓Mac團隊幾個二十出頭的年輕人，能夠聚在一起開發新產品，他用飯店裸泳的方式，讓這

些人培養出一種特別的歸屬感，在度假的幾天裡，成員一起吃、喝、睡、玩，還一起腦力激盪，感情極好，因此產生“同舟共濟”的感覺。回到工作崗位時，就能加倍賣力付出。賈伯斯成功地讓成員認同公司，並且把公司當成自己的公司，使成員心甘情願地為公司持續奮鬥、努力。

-Passion熱情投入及感染他人 -1997年，基於對蘋果的熱愛，賈伯斯毫不猶豫回到公司，想要挽救蘋果。因此，憑著熱情不斷督促工程師推出一款又一款的驚世之作，從iMac系列到iBook系列，從iPod系列到iPhone系列，乃重塑了電腦、手機的形象。Microsoft的首席研究員 Bill Buxton在New York Times撰文，賈伯斯是313項專利的共同發明者，且其中超過10%被列為領銜的第一人。賈伯斯的工作熱情改變了蘋果，也改變了世界。

7. Skill營運技術 (魔鬼藏在細節裡)

-Attention to Details專注每個細節 -The Wall Street Journal根據被列為機密的蘋果員工訓練手冊、Apple Store會議紀錄及訪問離職與在職員工，歸納出Apple Store的銷售秘訣：嚴格管控員工與顧客之互動、訓練員工現場提供顧客技術支援、考慮每個細節、細到示範用的照片和音樂都預先挑選。其他尚包含：對專賣店的運作守口如瓶，不准談論有關產品的謠言，員工於半年內三次遲到超過六分鐘即被開除。

-“APPLE” in Apple Store -根據訓練手冊，銷售人員奉行“不要推銷，而是要協助顧客解決問題”，而且服務的步驟，即暗藏在APPLE五個字母當中：

A-Approach，接觸；用個人化的親切態度接觸顧客。

P-Probe，探詢；禮貌地探詢顧客的需求。

P-Present，介紹；介紹一個解決辦法讓顧客今天帶回家。

L-Listen，聆聽；聆聽顧客的問題並解決。

E-End，結尾；親切道別並歡迎再次光臨。

分析家認為，許多公司都追求良好的服務和吸引人的店面設計，但少有公司像蘋果規劃好每一個細節。

四. 對蘋果公司經營績效之影響

1997年賈伯斯回任蘋果時，公司虧損高達10億美元，賈伯斯於1998年推出iMac後，

當年公司奇蹟式盈利3.09億美元！其後，在賈伯斯領導之下，更以內涵internet（網路科技）與individualization(個人化)之“i”系列產品，成功創造品牌形象，並獲得使用者之共鳴，而擁有消費者的信賴與忠誠度，同時更經由持續創新產品，以維護及提升其品牌權益，就業界而言，蘋果即是創新之代名詞。因此，為音樂產業帶來革命之新產品iPod，自2001年10月問世後，廣受歡迎，截至2010年10月底，產品銷售量超過2.6億台。

另外，2007年起推出智慧型手機，由iPhone至iPhone 3G(2008)、3GS(2009)、iPhone 4(2010)，皆深得獲消費者青睞。2009年美國投資研究公司Bernstein Research於報告中指出，蘋果的iPhone手機營收僅占全球手機營收的8%，但利潤卻占32%，iPhone的配件成本不

到188美元，但平均售價高達595美元，營運利潤更達40%。而截至2010年，蘋果已經售出iPhone達7,373萬台。

2010年4月3日，iPad在全球正式發售，前80天的銷售量即突破300萬台，並開創了介於智慧型手機和電腦之間的設備：“平板電腦”。至2011年3月，iPad在美國市場占有率高達98%。當2012年9月14日，蘋果宣佈iPhone 5 預購首日，24小時內，即售出200萬支，打破史上預購紀錄，成為最暢銷手機，換算後，等於一秒鐘賣出23支以上。

因此，賈伯斯主掌蘋果十餘年間，所獲取營收，不但早已拯救瀕臨破產之公司，更使公司市值於2010年超越Microsoft，至2011年，其更超過自己於2006年時之五倍以上，且超越Exxon成為全球市值最高的公司。如果有人在2000年網路泡沫股市低迷時，買入當年蘋果USD7.37股價的股票，至2012年9月蘋果的股價為價為USD705.07時，其投資報酬率為191.33倍！2011年由全球最大廣告商WPP子公司Millard Brown彙整全球公司之品牌價值，蘋果價值1,530億美元，高居世界第一名，遙遙領先Google及IBM。因此，2012年，哈佛商業評論公佈當年“全球百大最佳CEO”的名單，排名依據從1995年各CEO任期過之數據算起，統計有關各CEO任期內，為股東回報及公司市值的增長，其排名第一的CEO，即是創下蘋果史上最大奇蹟的賈伯斯，雖然他已逝世，但其影響力和魅力依舊不減。

五. 學習心得

1. 選才用才只用“準備度”成熟的人才以迅速發揮戰力依Paul Hersey及Ken Blanchard (1970s)的 Situational Leadership Theory (SLT 情境領導理論)，主管應視部屬之能力與意願的準備成熟度以採取Telling告知、或Selling推銷、或Participating參與、或Delegating授權的不同權變領導風格。但賈伯斯只選擇聘用及帶領R3、R4型的部屬，並採取參與和授權並重的領導方式，以利快速提高公司績效。就高科技，或以創新為公司策略，或急需救亡圖存之公司而言，應頗值借鏡。

2. 理性的衝突比和諧更能提昇績效

賈伯斯運用衝突管理，並戒除關係衝突與任務衝突，而專注於以程序衝突來激發研發團隊之創意。即如Garry Bruton 及Margaret White (2011)所主張的，以鼓勵跨部門功能團隊之交流活動、要求隊員反思“*What if...*”“如果那麼...”、支持devil's advocacy魔鬼代言挑戰、刺激隊員辯論不同方案之優劣得失等方法，來突破研發困境與技術難題，不但避免Groupthink（團體迷思），更得以辯出真理，尋得最佳研發設計之創新方案，而可以成功產製最能吸引消費者的產品。

3. 經營管理的陰與陽：

不變與隨機應變組織的文化、基本方針與核心價值，乃係深藏團隊成員心靈深處的共同價值與核心能力，就如太極之陰面，不應隨外界環境而輕易改變。反之，組織的策略、戰術、商業模式和產品發展，卻應隨外

界環境，而不斷演化、精進，以謀取組織之競爭優勢，就如太極的陽面。也唯有陰陽之相合相生，才能獲得組織永續之發展。就蘋果而言，如圖二，於其陰面，包含其差異化與商業模式及系統之創新本質、客戶導向、不妥協的高品質要求、創新平台系統勝於單一產品的觀念、使命感、願景、團結、熱情、毅力、注重每個細節的精神，應是不變的。而其陽面，則如1990s的iMac，至2000s的iPod、MacBook Air、iPhone，再到2010s的iPad、iPad mini、iPhone 4、iPhone 5等，與及由1990s的電腦業，於2007轉向高階消費性電子

4. 熱愛生命與工作

誠如賈伯斯所言：“Your life is limited, so don't waste it living someone else's life. Being the richest man in the cemetery doesn't matter to me ... Going to bed at night saying we've done something wonderful... that's what matters to me.”，人的生命有限，切勿因循別人方式而活。他日逝去，自己是否能成為躺在墓園內最有錢的那個人，對我並不重要。而每當夜晚臨睡前，我可以告訴自己，今天我有完成某些很棒的工作，這才是我所最關心的。雖然人生就像蘋果公司被



產品業，則應保持產品與戰術的與時俱進。此為吾輩研討賈伯斯領導模式與人才管理，對蘋果公司經營績效所產生重大影響之事例，所應能體會及學習。

圖二：筆者分析整理，Apple 經營管理陰陽論咬了一口的Logo一樣，不會是圓滿的，2011年10月5日賈伯斯也因病數年，而終於辭世，但其熱愛生命的生活哲學，及其偉大的創新精神，與對人類生活的重大貢獻，實為吾儕從事經營管理所當效法。



如何花少錢讓國外買主找到你



EMBA101工管

黃建棠

環球暢貨行銷股份有限公司
資深顧問

網際網路的興起改變了原有的外銷的模式，使得以往的行銷方式，如參展，拓銷團，買主媒合等方式，效果也是越來越式微，怎說呢？那就是因為傳統的行銷方式，都是一卡皮箱闖天下，皮箱裡面帶著滿滿的資料，所以當要發表新產品時，就是把這皮箱的資料帶到國外去，給國外買主看；相對的買主如果想要了解新的產品資料，同樣的，他也需要飛到公司所在的地方，才能夠看到產品資料；同理資訊的蒐集並不會只有客戶端會蒐集，競爭對手也會。如果我們也想要蒐集競爭對手的資料，那也是還要跑去國外的參展場所，才能看到。其次是當您要購買產品時，往往無法得知，到底這個產品，全世界有多少賣家在賣，賣了多少錢，這種資訊不對稱的結果，使得當時就需要透過貿易商或是經銷商來獲得買主所想要的資訊，因此傳統的行銷模式如參展，在當時就變得非常重要。爾後

當網際網路興起，十倍速時代，改變了這樣的商業模式，拜Google大神之賜，我們所要的資料只要打關鍵字，就可以彈指之間運用網路的搜尋，就有可能找到我們所需要的資訊，使得以往資訊不對稱的模式也被打破。也就是說以往對於國外參展而言，大家都是亂槍打鳥，要不是剛好買主走過自己的攤位，剛好看到自己的產品，才有機會被注目，進而有成交的機會。因此為了讓買主看到公司的產品，使得展場攤位的位置，就很重要，一定是要人潮越多越好，越醒目越好，爭取被買主看到的機會。但是網路的興起，漫無目的且沒成效的逛展，這種方式已經慢慢被取代，取而代之的是行為會是？有可能這買主到你的攤位來，你的公司在賣什麼產品，產品的優勢，有幾家在做，大概價格多少，買主都已經知道了，因為他搜尋過。所以變得這些以外銷為主的企業，就必須了解到，那我怎樣讓

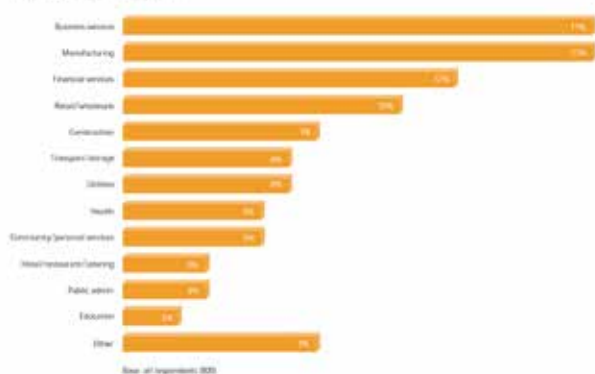
我的潛在買主，到我的展覽會場之前，就已經知道我們的公司，了解我的產品，知道我的優勢，來會場只是簽約呢？然而這樣的模式，是否是真的可行呢？

這一定是可以的，因為買主已經在網路知道你的產品，也看過你的產品，甚至有可能到公司的官網發詢問過，更甚至他一次問過很多您的同業後，進而選擇你(但也許你不一定知道買主掌握很多資料了)，買主到會場來只是要看這家公司的人跟議價而已。這就是網路改變傳統行銷模式的一個方式。因此學校的行銷管理或是消費者行為，都曾經教導我們，需要了解網路上消費者的行為，才能夠對症下藥。因此根據2012年BaseOne的B2B採購分析報告，其顯示絕大多數國際買主在Internet上會決定商業採購的主要因素大部分都落於搜尋引擎和B2B口碑行銷。

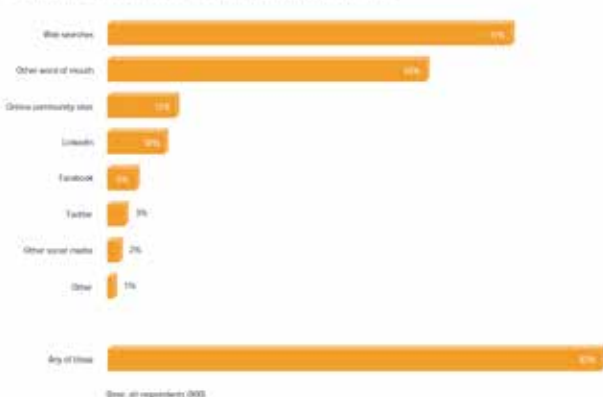
下面這份報告是綜合研究跨越800個決策者橫跨幾十個行業所調查的結果，研究有關的B2B市場網路行銷和有效性與B2B買家的態度。

以上是受訪者的背景資料。在購買過程中的各個階段，資訊的來源，網路搜尋(Web Search)搜尋佔71%，和網路口碑行銷(word of mouth B2B)佔56%。受訪者認為是用的。如下圖。

MAIN BUSINESS ACTIVITY



CHANNELS USED TO HELP FIND INFORMATION/ADVICE



受訪者取得每一個他們曾使用的方式找到所需要的資訊和建議後，並幫助他們在購買決策過程中，得出較有用的資訊來源跟管道為就是網路搜尋與B2B口碑行銷。

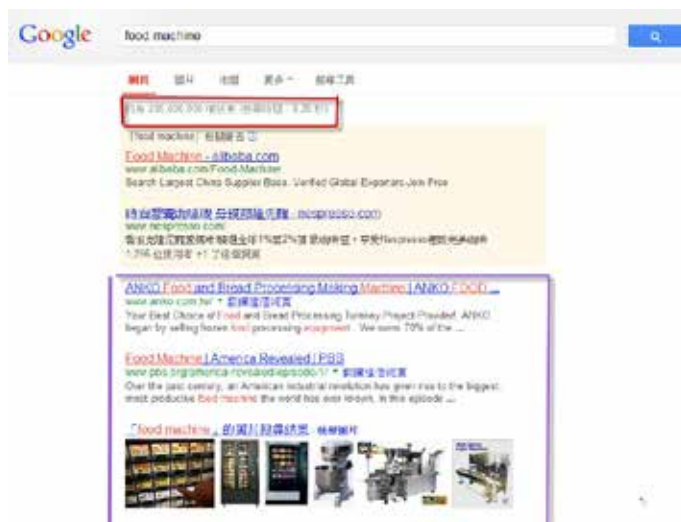
USAGE AND USEFULNESS OF CHANNELS



以上資料來源:國際買主的網路購買行為Buyersphere 2012 Report from BaseOne
<http://www.baseone.co.uk/>

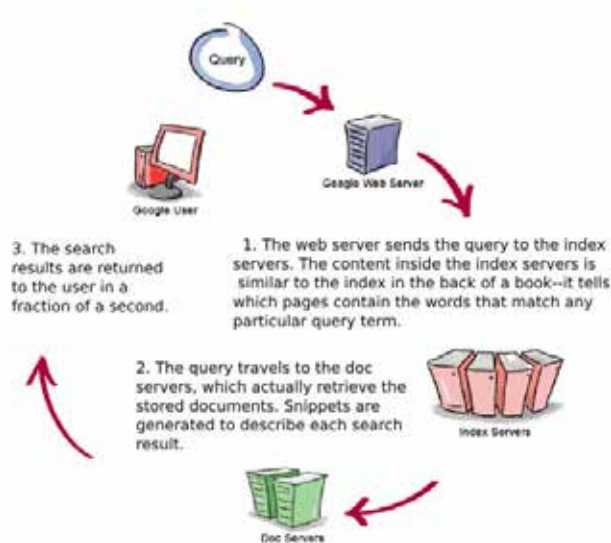
接下來我就針對如何讓你公司的網站或是產品能夠在網路上被找的到，比如說我打” food machine”，那公司官網或是公司產品訊息，是如何能夠出現在Google搜尋結果前第一頁呢？我們可以看下

圖，紅色圈起來的部分是說，當我們打food machine，會有三億個搜尋結果，橘色部分是Google的關鍵字廣告，是需要付費的。而綠色的部分就是Google搜尋的結果，他是屬於自然搜尋，也就是說，如果想要在三億多的搜尋結果，找到公司的訊息，除了花錢登廣告之外(搜尋頁面的左邊或是上面，通常會出現「XXXX」相關廣告)，另外就是自然搜尋(一般是在左下方)的結果。出現的名次，最好是第一頁，怎說呢？如果搜尋的結果是在第10頁，那我想應該大家都沒有耐性，點到10幾頁後的結果吧？



既然搜尋如此重要，我怎樣可以讓我的搜尋結果在自然排序的第一頁呢？

首先要了解google的工作原理



Copyright © 2003 Google Inc. Used with permission.

簡單的說，就是網站必須要設計得很簡單，能夠讓Google的網路蜘蛛人來抓取，如果網站的設計是依照Google規則來設計的話，那就更容易被搜尋到公司的產品頁面或是公司官網，我們可以到Google網站搜尋Google網站聖經這本手冊。這是Google官方出的網站設計方法，依照他的方式來做，貴公司的網站是很容易能夠出現在前幾頁的，我節錄網站設計的原則其重點如下：

1.內容優化Content Optimization

這是Internet中最重要的一部份，其技術會包含了關鍵字定位、族群定位、主題定位...等，目的就是針對目標族群給予對的網站內容，必須強調Content is King或Content is Key。目的就是針對目標族群給予對的網站內容。並依據原來網站的內容進行網頁分析，觀察買主網頁的瀏覽行為後，調整內容，並針對停留頁面時間短的，進行內容的增補。其次再針對進來的關鍵字，所連結的頁面，瀏覽頁面，離開頁面，都進行行為分析後再調整內容。

2.版面優化Layout Optimization

針對各種瀏覽器，包含手機的瀏覽器，進行不同版本的優化，並鎖定最常使用的兩種解析度，進行設計，已確保各路人潮都能閱讀載體內容。



Google Chrome瀏覽器頁面



Firefox瀏覽器頁面



IE瀏覽器頁面



甚至是手機頁面

當然手機更是可以非常方便的使用QR Code標誌，並將之列印出來貼在平面書刊、DM、型錄、手冊、名片...等，讓有智慧型手機的客戶可以直接拍攝就可以進入，不必手動輸入網址。(也可以配合實體參展活動)

3.目標優化Objective Optimization

針對族群設計不同主題，目的就是便於讓潛在訪客有機會成為目標訪客，如發送詢問、瀏覽企業網站、瞭解更多該企業在網路上的各種訊息。

4.界面優化User-interface Optimization

根據行為分析去除訪客最不想瀏覽的內容，動態優化載體瀏覽動線，目的在快速提供訪客最想要閱讀的資訊，

減少訪客在10秒內就離開的機率，並增加瀏覽的頁數，產生良好的瀏覽記錄。

5.顯示優化Display Optimization

過程包含了壓縮檔案、調整主機設定、更新網頁HTML結構...等，目的便是讓網頁可以快速呈現於眼前，不必讓使用者等待、等待、再等待，同時也利於搜尋引擎快速抓取及各種渠道進行資訊交換，加速載體的散播。

6.搜尋引擎優化Search Engine Optimization

這是一種利用搜尋引擎的搜尋規則來提高目的網站在有關搜尋引擎內的排名的方式。由於不少研究發現，搜尋引擎的用戶往往只會留意搜尋結果最前面的幾個項目，所以不少網站都希望透過各種形式來影響搜尋引擎的排序。所謂「針對搜尋引擎作最佳化的處理」，是指為了要讓網站更容易被搜尋引擎接受。搜尋引擎會將網站彼此間的內容做一些相關性的資料比對，然後再由瀏覽器將這些內容以最快速且接近最完整的方式，呈現給搜尋者。同時，隨著搜尋引擎不斷變換它們的排名演算法規則，每次演算法上的改變都會讓一些排名很好的網站在一夜之間名落孫山，而失去排名的直接後果就是失去了網站原生的可觀存取量。所以每次搜尋引擎演算法的改變都會在網站之中引起不小的騷動和焦慮。可以說，搜尋引擎最佳化是一個愈來愈複雜的任務(資料來源<http://zh.wikipedia.org/zh-hant/%E6%90%9C%E5%B0%8B%E5%B-C%95%E6%93%8E%E6%9C%80%E4%B-D%B3%E5%8C%96>)。然而要特別注意的是，根據新一代搜尋引擎的Universal Search的說明，同一個時間內，

輸入同一組關鍵字，全世界各地的搜尋結果及資料呈現已經大不相同，搜尋引擎將會依據各地的瀏覽數據來決定每一次的搜尋結果。

也就是說Google最根本的變化就是其搜索結果都引用多方面搜尋系統，其一次搜尋之後，其結果為新聞，影音，圖像，地方商家搜尋和圖書，都會同時出現，目的就是要您一次就可以找到不

管是那一種形式的資料。方便大家得到各種形式的資訊結果。如下圖

因此只要能夠依照上面六個方法來做的話，那自然而然，全世界的買主再搜尋相同的關鍵字時，其網站的排名就會比自己的競爭對手其網路自然排序的結果就會更前面，曝光的機會也會增加。這也就是說，如果我們沒有任何經費時，其實是自己公司的官網，就是最好的行銷曝光管道。

其次第二個方式就是網路口碑行銷(electronic word-of-mouth)

根據維基百科的定義，網路口碑之定義：網際網路的出現，使顧客可以透過瀏覽網頁的動作，來收集其他消費者所提供的產品資訊與主題討論，並賦予顧客能力來針對特定主題進行自身經驗、意見與相關知識的分享，形成所謂的電子口碑(electronic word-of-mouth)，又稱為網路口碑(online word-of-mouth)或鼠碑(word-of-mouse)。(資料來源: <http://zh.wikipedia.org/wiki/%E7%B6%B2%E8%B7%AF%E5%8F%A3%E7%A2%91>)

因此將資訊放進網際網路的世界已經是從事行銷必備的基本條件，但投入網路行銷並非只是簡單的投放資訊而已，因為在網路行銷領域還必需懂得「關鍵字分析」、「族群區域分析」、「搜尋引擎優化」、「使用者介

面優化」及「網路媒體散播」與「商業行為分析」等技術，才能真正把網路行銷與投資報酬率整合在一起。但至於要如何做B2B口碑行銷呢?那就是下回分曉喔。

Google Universal Search Explained

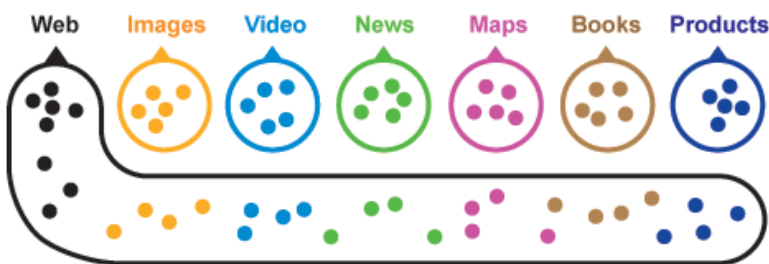
Old Google Model

Previously, a web search on Google would only return web pages and document contents. Items such as images and video were not included.



New Google Model: Universal Search

A web search on Google can now include multiple types of information such as images, video, news, maps, books, and products.



© 2007 Elliance, Inc. | www.elliance.com



Universal Search



EMBA101經管

全盡美
Emily Chuan浩景資產管理公司
副總裁

全球組織暨 經營管理策略 課後心得

很快的上學期精采的課程就結束了，真有點捨不得。這是一堂很特別的課程，感謝胡所長的引領，以深遠謀略的眼光-指引我們學習用歷史的智慧來思考現今的策略佈局，不僅設計了精彩的課程並邀請到七大名師來授課，創造更多的學習資源，也讓我有機會和100經管的學長一起上課。

以三國演義為始，帶入現今行銷管理或競爭策略之運用實為經典，其中許鉅秉教授為我們授課「司馬懿的資源依賴理論」，Concluding Remarks表達的是司馬懿的出登場-以時機、策略、leader identification再以組織內佈局-如何掌握稀有的永續資源來運用、轉以組織外佈局-如諸葛亮的運籌對決直到成功兼併天下大業。其中許教授經典名句「越是別人不在乎的小事越要注意」、「你的敵人也可能是你的資源如孔明」、「不要恨自己的敵人會讓你失去判斷力」、「資源就是一個依賴是對等的」、「先確認組織內最有影響力的人」等也是名句。

我想歷史就是個大個案，把人類歷史當做一個或無數個大個案來看待，透過學習智慧的經驗，相信人類的智慧是不可歸納條陳，須自行尋找經驗運用。而經驗用以突破現今環境中智慧的想像與發展，才能找到成熟思考的做法，自行發展對應的策略才有創造學習的新價值。

“從現在了解過去”觀察並分析，我們的工作環境或公司組織，對了解過去的謀略，把歷史當做為一種智慧思考的活動，找到新的出路和可能，進而創造出成功的價值，才能發揮歷史智慧的對策增添致用，也讓我們思考學習開啟另一扇窗。

全球組織經營策略暨領導決策課程心得

孫子兵法用在現代 企業經營管理篇



EMBA101經管

劉木道

北固真空科技股份有限公司
總經理



孫子兵法運用於企業經營 及行銷規劃

就企業的行銷作戰來看，應比較本企業與競爭企業：那一家企業較具有企業道德？那一家企業的高級行銷主管的能力較強？那一家企業的天時和地利條件較好？那一家企業的規章制度較為合理，而且執行得徹底？那一家企業的行銷人員素質較佳、能力較強？那一家企業的行銷人員的訓練做得較好？那一家企業對員工的賞罰較為分明？就這「七計」——比較各競爭企業的優劣之後，就可以如孫子所說的「吾以此知勝負矣」。孫子兵法強調在作戰中應比較敵我雙方的實力而採取不同的作戰策略。在〈謀攻〉篇中，孫子說：「故用兵之法，十則圍之，五則攻之，倍則分之，敵則能戰之，少則能守之，不若則能避之。故小敵之堅，大敵之擒也。」

在行銷作戰中，必須比較本企業與競爭企業在行銷資源、行銷人員素質、企業及品牌形象等各方面的優劣，而採取不同的行銷作戰策略。只有在本企業的行銷能力遠勝過競爭企業時，才可以採取包圍策略。所謂「包圍策略」是指同時在敵人正面、側面和後方向敵人發動大攻勢；從行銷的觀點而言，即向市場提供競爭對手所提供的每一種產品和服務，並

且以較好的條件提供給顧客，如以遠較競爭者更多的銷售據點、更多的款式和更低廉的價格橫掃市場。（如精工鐘錶曾以包圍策略攻佔美國的錶市場，它取得每一個主要的鐘錶銷售據點，並提供約400種款式）。

如果本身的行銷能力並未大到足以對競爭對手採取包圍作戰時，則宜集中行銷資源在某一個或某幾個區隔市場中對競爭者全力攻擊。如果本身的行銷能力不足以對競爭者進行正面集中攻擊時，則宜採取側面攻擊，如在競爭對手比較忽略的市場或地區中採取攻勢（譬如某些IBM的敵對廠商（如Honeywell）曾在IBM較忽略的中小都市建立堅強的據點，這是在競爭對手較忽略的地區採取側面攻勢；西德和日本汽車公司進軍美國小型省油汽車市場，這是在競爭者較忽略的市場區隔中採取側面攻勢）；或採取聲東擊西的游擊戰，如選擇性的減價、對競爭者進行法律行動的干擾等等，以分散競爭對手的行銷力量（如美國廠商常以法律行動來干擾和阻止外國廠商進入美國市場。如美國鋼鐵業在1982年曾提出一百多件不公平貿易案控制西歐的鋼鐵出口廠商，終於迫使歐市協議限制鋼鐵對美出口）。

如果本企業與競爭對手勢均力敵時，則可全力以赴，伺機與競

爭對手決戰。如果敵強我弱時，宜避免與敵交鋒。本身的行銷力量遠比不上競爭對手時，宜暫時退卻，採取戰略性的撤退，如從某些區隔市場或地區撤退（譬如，西屋曾將冰箱樣式從40種減為30種；通用汽車將引擎標準化，並提供較少的車型，Campbell's Soup, Heinz, General Mills, Del Monte, Georgia-Pacific, Studebaker-Worthington, Gable Industries APL公司等等，近幾年來也都將其產品線縮減，這些都屬於戰略性的撤退。）暫避敵鋒，集結市場上的競爭力量，伺機捲土重來。

如果明知本身行銷力量遠較競爭對手為弱時，卻仍頑強抵抗，表面上看來是勇氣可嘉，其實是非常不智的，因為這種弱小者的堅守將變為強大者的俎上肉，這就是孫子所說的「故小敵之堅，大敵之擒也。」孫子在〈九變〉篇中說：「故將有五危：必死可殺，……；凡此五者，將之過也，用兵之災也。覆軍殺將，必以五危，不可不察也。」

一、孫子兵法的競爭模式用在現代企業經營

截至目前有關孫子兵法在營銷(或管理)方面的討論多著重在解釋孫子兵法的有關內容及應用，枝節性較多，而缺乏建立一具有系統性的孫子兵法模式，能作為企業擬定戰略的參考準則，否則企業經理只獲得一些零碎的兵法概念，效果受到限制。鑒於孫子兵法實際上已吸收了儒家，道家等諸子百家的思想精華，其學說觀念在企業管理與營銷方面的應用可以說是具有中國文化的特色，換言之，孫子兵



法的競爭模式也可以看成為「中國式的競爭模式」。

企業在市場上作戰與軍事上的作戰，有以下的相似性：

(一) 爭取有利地位：

●透過軍事戰爭，雙方都想擊敗對手或保衛自己，以獲得有利地位。

●透過市場競爭，企業皆欲擊敗對手或保衛自己的市場以獲得有利地位。

(二) 對抗：

●軍事戰爭是一種對抗的活動。

●企業競爭亦為一種對抗的行為。

(三) 組織與管理：

●軍事作戰必須有良好的組織與管理。

●企業競爭亦賴高效率的組織與管理。

(四) 戰略與戰術：

●軍事作戰必須具有戰略與戰術。

●企業競爭也需要一套競爭戰略與戰術。

(五) 領導力：

●軍事領袖的領導能力是否良好往往成為戰爭勝負的關鍵。

●企業領導人的見識與能力對整體發展及競爭能力也具有重大影響。

(六) 人員素質：

●軍事作戰看重軍官與士兵的素質。

●企業的市場競爭看重經理與各部門工作人員的素質。

(七) 資源：

●軍事作戰需要大量資源作後盾。

●企業競爭也受到資源供應的影響。

(八) 信息：

●軍事作戰需要軍事方面的情報。

●企業競爭也需要市場信息。

鑒於以上的企業競爭行為與軍事作戰活動有許多共同點，因此在軍事上的一些戰略與行動是可作為企業競爭的借鏡，從孫子兵法導出的競爭模式應有其實用性。

二、孫子兵法在企業競爭的應用

孫子兵法在企業競爭方面的應用，有以下十五個競爭原則：

- 1、比較原則
- 2、領導原則
- 3、同心原則
- 4、授權原則
- 5、伐謀原則
- 6、任勢原則
- 7、審慎原則
- 8、主動原則
- 9、速戰原則
- 10、詭道原則
- 11、奇兵原則
- 12、迂迴原則
- 13、機變原則
- 14、精兵原則
- 15、用間原則

預見未來：核四若停建...



EMBA101經管

張耀宗

台電輸變電工程處 組長

2013年甫開春「核四停建公投」似一場海嘯，正伺機摧毀著經營逾一甲子、台灣資本額最大的公司-台電。產、官、學及社會各界從核安、電價到台電經營效率議題無不論戰，本文不敢言能否免戰，只想推論可預見的未來並因應之。

本文運用王伯達先生新作「預見未來」所述思考力架構，假設一旦通過核四停建不運轉之選項，台電刻正須認列3,000億元之核四投資為營業虧損，則累計虧損將近5,000億元(2012年累計虧損已達1,936億元)的前提，拼湊出「公投通過核四停建後」之未來圖像，這些圖像包含：

1.因公投通過核四停建，台電累計虧損逾其資本額，使得該公司債信評等降低，由於其未來10年電源計畫皆以融資作為資金來源，債信評等降低使得融資成本增加，肇致原負債比93%進一步提升，距宣告破產僅一步之遙。此時，若國際燃料價格雪上加霜地超出預估額或利率上揚，加諸政府無力救濟，台電只能無奈宣告破產...

2.台電破產後進行類似2010年日航破產更生時期的措施：(1)員工裁員比率30%、(2)分支機構裁撤比率50%、(3)未被裁員之人員減薪35%及(4)資本支出降低逾30%。

3.資深員工為取得全額退休金於破產當下申請退休，衍生技術與經驗斷層，資淺的員工遭逢減薪劇變，亦對工作產生身心不適症狀，時日一久進而影響供電品質，令國內產業動盪，對政府招商亦構成一弱勢之評估項目。

4.台電的破產亦彷彿是一記警鐘，尤其對準備報考國營及公務人員的考生而言，其心中鐵飯碗夢想破碎，一夕之間加諸在心裡的壓力不知如何宣洩。

雙城記開場白：「這是最好的時代，也是最壞的時代...」雖然想像的未來不甚美好，然而，危機就是轉機，在依據這些圖像作出因應的過程，筆者亦有數點心得可供分享：

1.面對減薪與失業之風險，降低消費，儲存財務自由的本錢是唯一的幸福法則，在筆者力行降低消費的過程中，例如上班通勤改搭大眾交通，卻也間接享受到台中市公車8公里免費的福利之舉，真切地體驗所謂生活小確幸的美好。

2.身歷這波電業海嘯，促使筆者思考自身的職場利基與價值所在，雖僅能抱持著「摸著石頭過河」於職場上經營，可這過程卻也見識了團隊成員間的同德同心，不失為人生一大樂事。

對於經營逾一甲子的台電公司而言，萬萬沒料到「核四」是一群黑天鵝，產生這般極端的影響，甚至動搖台電存續，承如電影「非誠勿擾2」男主角葛優所說：二十一世界最重要的資產-「工作」，本文衷心祈願親見這波電業海嘯的台電人能擁抱台電這份資產順利退休。



EMBA101經管

徐晟偉

美商奇異國際股份有限公司台灣分公司
產品技術應用經理

緊急電力的源頭~ 淺談發電機設備

電力的供給已經是日常生活不可或缺的元素，”電”，除了由台電機組供應外，我們一般看見的應用場合為何？希望藉由淺談易懂的實務來分享。

1.為什麼需要有發電機？

發電機組屬於自備型電站交流應急供電設備的一種類型，它是一種獨立的小型發電設備，以柴油內燃機作動力，驅動同步交流發電機而發電。

以目前台灣而言建立發電機站是因應當火災發生或電力中斷時，發電機可即時繼續供電給消防系統及緊急梯間照明用。

2.什麼場合需要發電機？

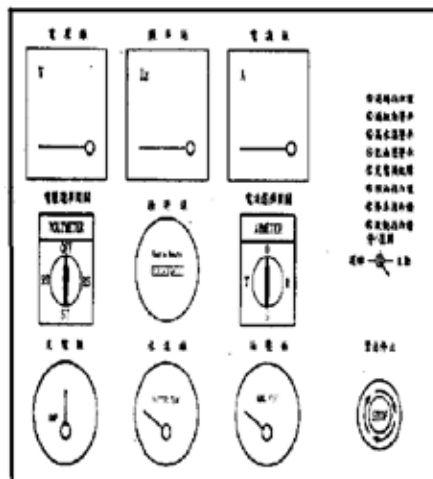
在供電穩定需求及用電法規強制要求下，發電機通常是必要的設備。因此通常在集合式住宅大樓、醫院、賣場、百貨公司、電信機房、IT中心、科技廠房、電廠或重要國防、政府機構...等地都會看到發電機設備的安裝。發電機組也可以移動，使用車輛載運拖行。這類發電機組可因應臨時性使用或是電力供應無法到達的地區使用。

3.發電機的結構功能及組成構件：

發電機是由汽柴油引擎、發電機、控制系統、水箱或熱交換系統、H鋼底座等組件組成的整體發電機機組。發電機組啟動需要時間，因此需搭配設置電池組以保持連續穩定的供電以便啟動引擎。



發電機：4極發電系統



控制：引擎及發電機所傳
回分析資訊穩定輸出負載



一個好的發電機除引擎規格等級不同外，還要視發電機安裝位置(eg.地下室、屋頂...)來做符合環保法規(eg. 噪音, CO2排放量...)的妥善規劃如: 機房散熱量、進風系統、排煙(氣)系統、供油系統(油槽、油管路徑)、併聯控制系統、安裝定位及後勤保養等。

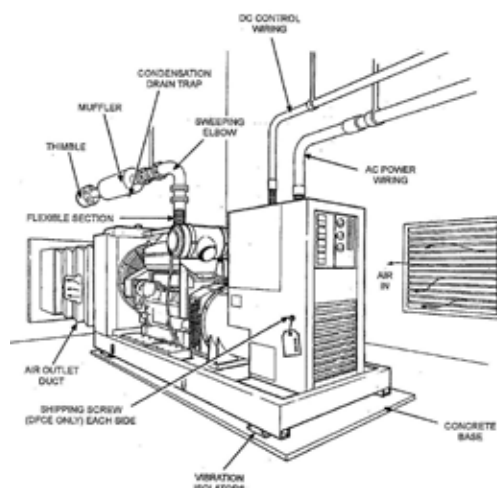
目前規定發電機排放物在環保署均有嚴苛規定，因此在設備排放淨化第一口黑煙就相當的重要。除發電機本身引擎的優劣會影響外，排煙(氣)系統的設計及淨化器也相當重要。茲節錄法規標準0920023989號對淨化器的要求如下：

- 1.不透光率：20%以下。
- 2.硫氧化物：300PPM以下。
- 3.氮氧化物：235PPm以下，且低溫140℃即可除臭味30~40%、最高可達80~90%。

發電機現場安裝後實例圖示：



引擎：柴油引擎或汽油引擎(汽油適用小仟瓦機型)



永續



電瓶：啟動系統



以上資料由 鑫鑠企業有限公司 提供



RSL 宏誌科技股份有限公司
Retail System Company Ltd.

ORACLE CERTIFIED
DATABASE PARTNER

購物中心 免稅商店IMS系統架構

EMBA101經管

趙建厚

宏誌科技股份有限公司
董事長

IMS之各系統模組全部為科技自行開發設計，其開發成長資歷已超過10年，且為配合大型複合式商場之成長發展，科技持續進行IMS版本功能之持續升級。IMS之所以為台灣、東南亞及中國之大型商場或連鎖百貨公司等大型商業量體所採用，主要在其設計概念能滿足商場經營管理團隊(台灣、中國及國際)之需求，且系統能支援多個商場(分支機構)或百貨公司等大型商業量體的整體營運分析與多稅制及多語言的設定，含中國及台灣使用。IMS設計原則概要說明如下列各項。

(1).操作原則：IMS營運管理資訊系統可同時提供複數使用者的操作及程序處理，使用人數、使用地點(Internet及Intranet)及使用期限不受限制。

(2).平台機能：IMS營運管理資訊系統採用Web平台，能確保本經營管理系統之資訊平台的穩定性、互通性及續用性。

(3).開發整合：IMS營運管理資訊系統之各系統模組之開發工具皆為一致，並與後端資料庫整合一致，以增

進系統的可維護性及使用者操作的一致性。

(4).備援機制：IMS營運管理資訊系統可整合適當之系統主機備援、資料備份、系統及資料復原等解決方案。

(5).權限控管：IMS營運管理資訊系統各項系統操作權限控管、資料讀取及產生記錄、系統運轉正常/異常歷程等資料保全設計。

(6).統一入口：IMS營運管理資訊系統提供完整及統一之權限管理系統以及標準操作介紹，並提供單一之使用者帳號及密碼原則，達成全部系統登入單一化之目的(System Single Sign-on)。

(7).會計拋帳：IMS營運管理資訊系統之所有前端營運系統與會計總帳系統間之資料可由前端各營運系統自動拋轉，以降低作業人力。

(8).編碼原則：IMS營運管理資訊系統規劃共通主檔或系統環境定義及編碼原則：如廠商基本資料、組織部門、營業賣場區分、會計科目等，避免在各系統個別維護產生資料不一致。

(9).內控機能：IMS營運管理資訊系統符合銷售及收款循環、採購及付款循環、薪工循環、固定資產循環、投資循環、資訊管理、財產管理、預算管理等內稽內控的機能設計原則，並符合作業流程控管機能設計。

(10).多語系介面提供：IMS可提供繁體中文、簡體中文、英文、日文等不同語系之操作介面。如此可滿足管理團隊之不同語系使用者皆能藉由IMS獲得同步之管理資訊。(此功能需配合多語系支援模組建置；不包含於本次報價範圍)。

IMS ERP 模組系統及架構如后：

- 1.POS銷售模組
- 2.人資財會模組
- 3.商場營運模組
- 4.招商租賃模組
- 5.物業服務模組
- 6.會員贈品模組
- 7.禮券販促模組
- 8.進銷存模組
- 9.連鎖店鋪管理模組
- 10.電子發票管理模組

專案需求整體性之規劃說明對於專案硬體設備及應用軟體所建議之解決方案，不只市場針對目前的需求作一考量，更深入思考未來五年內對商場資訊應用管理系統擴充的需求。故在此所提出的整體解決方案及技術建議皆是以此考量為開發依據。

一、整體資訊系統規劃與架構

購物中心之主要銷售業務在於旅行團旅客及展覽銷售，而旅行團團購與展覽銷售卻又密切相關，在兩者良性循環下才可達成並提升商場之營業目標。其他各營業管理目標在於降低營運管理成本，並提升對客戶及廠商之快速服務。而營運管理資訊系統建置之目的即在於協助經營團隊達成上列目標。茲列舉整體資訊系統欲達成商場營運需求之機能說明如下：

※商城智能化服務

A.當旅客進入購物中心時，商城的智能化導覽系統可將商城之推薦商品或旅客所喜好之商品或品牌等，即時並正確的給予導購資訊，並能與旅客的行動裝置(如: Smart Phone或iPAD等)作整合，讓旅客能在商城內享有”行動導購”的貼心服務而快速的滿足一次購足的需求。(此功能需配合智能化導購系統建置; 不包含於本次報價範圍)。

B.旅客也可藉由購物中心之自動化Information Kiosk各查詢商場內之販促資訊、免稅餘額、飯店訂房、餐飲訂位、SPA預定等各項智能化互動服務以提升購物中心對到訪旅客的一站式(One-Stop)服務。(此功能需配合智能化Kiosk系統建置; 不包含於本次報價範圍)。

C.智能化分析各不同group之旅客喜好產品、消費習慣...等資料進行服務各不同旅客團體之行銷活動規劃。在發展策略性的客戶溝通計劃時，市場及顧客資料能幫助行銷人員規劃販促活或具特色的活動種類(如:表演活動...等)。(此功能需配合BI分析工具建置; 不包含於本次報價範圍)。

※智能化營業管理

A.購物中心各營業廠商可利用本系統，隨時隨地透過由行動裝置Internet或Intranet查詢該店當日或近期營業狀況是否達成預定目標，甚或能對於未來旅客的到訪排程進行商品之補貨、配送及陳列等相關營業工作。有助於提升租戶廠商之營業應變性。(此功能需配合專屬服務外部用戶之DB主機建置; 專屬服務外部用戶之DB主機設備費用不包含於本次報價範圍)。建議為了資訊安全/效能(如: 駭客入侵及流量...)考量起見，建議業主建置專屬服務外部用戶之DB主機; 但若不考量安全問題，在原系統DB主機(不額外增加設備需求)下亦可以正常運作執行。

B.購物中心高階管理者可利用iPAD，隨時隨地，可立即透過Intranet Access本系統查詢決策資源系統中的即時營業報表。且本系統之分析報表採用圖示(Visual Report)及配合平面圖顯示分析資訊，有助於決策者之快速即時之決策。

C.購物中心營業管理人員可利用本系統，隨時隨地，可立即透過Intranet查詢其管轄範圍內各櫃位之營業狀況及分析資料，以作出即時之策略修正及配合。此外，營運單位可輕易地利用本系統作為各商鋪安排及到期續約

商議之重要參考數據。

※行政支援管理

A.各使用單位可透過權限控管之機制於企業共享性ERP執行包含財務、人力資源、採購...等業務資料交換、資料集中控管及平行運作。

B.符合銷售及收款循環、採購及付款循環、薪工循環、固定資產循環、財產管理、預算管理...等商場作業原則。且各循環間之資料流程由系統自動化處理，以降低人力並保障資料正確性及完整性。

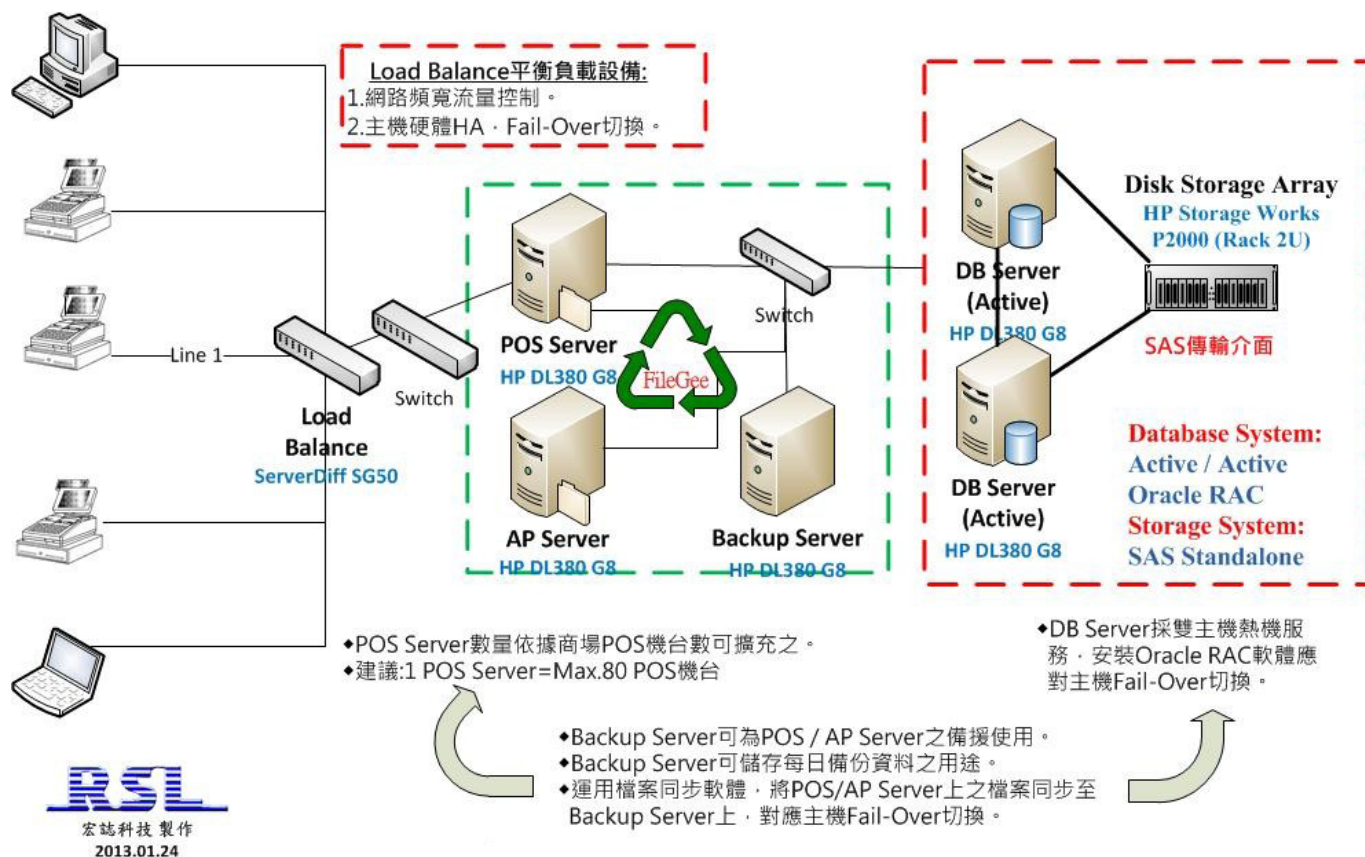
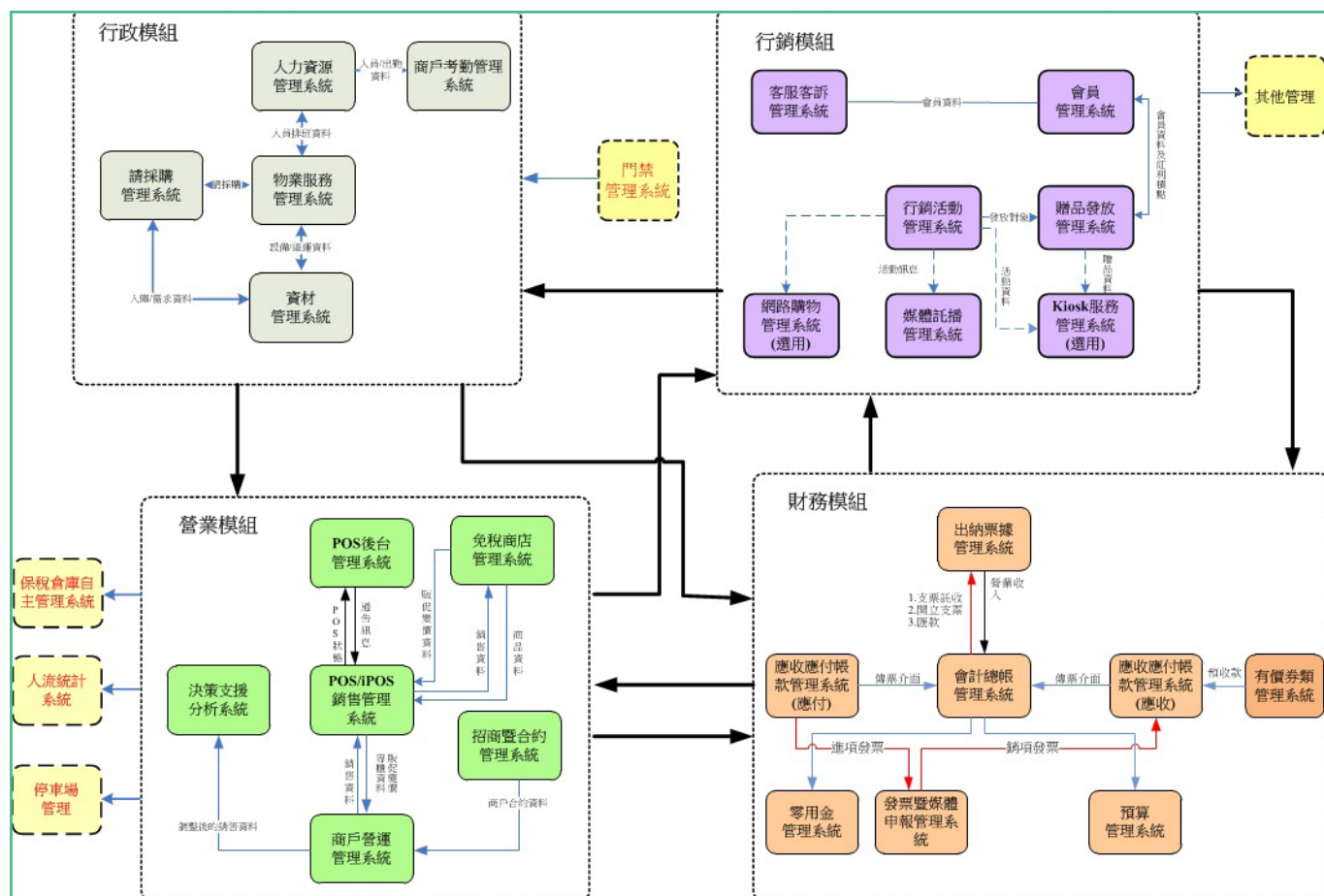
※物業服務管理

A.購物中心內承租戶櫃位所在之各項營繕設施，或營業使用之各項軟、硬體設備，遇損壞或故障時，均可以Help Desk專線電話申報。承租戶僅需面對單一的服務窗口，便可快速解決所面臨的各項營運軟體、硬體之問題，以提升對承租戶之服務。

B.購物中心營繕管理單位可利用本系統，查詢各承租戶營繕及其他管理者得知各承租戶報修資料，並可匯總分析各項資訊。單一的服務窗口可降低商場資訊系統維護人力成本及大幅提升資訊系統運作效益。

對於商場整合性營運管理資訊需求，科技以多年來致力於符合商場產業營運管理系統專案之實際參與經驗，專門自有設計開發之商場產業ERP產品; 即IMS (Integrated Mall System)。

RSL IMS系統架構圖





EMBA101經管

張耀宗

台電輸變電工程處中區施工處
副處長

要改變時代的話一定是微笑吧！最近覺得這個國家似乎沒有什麼笑容。所聽到的都是核能的事情、經濟的事情、環保的事情、薪水的事情、未來的事情，反而不常聽到讓人能開朗的新聞，偶而有棒球振奮人心的話題，但一下子又被吵鬧聲音給淹沒。

當我們和平溪遊玩，看著天燈緩緩升起，希望寫在天燈上頭的祝福話可以實現時，可曾想過有一群人正專心監視著輸電線路，深怕天燈燒盡後落下時掛在線路上而造成停電；當我們大年夜圍爐時，不管你用的是電磁爐、電爐或微波爐，大家圍坐在溫暖的燈光下享受著美食及滿滿的幸福，這時同樣有一群人並未回家，

微笑電力公司

而是守候在全台各個電力供應的角落，為的是讓大家過好年，時時都有光明。

多年來這群人所屬的公司，用專業守護著這塊土地，他們也跟所有人民一樣，深愛著這個地方，一直默默地為這塊土地提供穩定可靠的電力。雖然多年來得到的掌聲遠不及批評聲音，但這是這家公司並不氣餒，既使不如意也要把電力送出去，送出讓大家微笑的能源。

把電送出去，讓大家享受著電力的便利及不間斷已是當然的事，但背後的辛酸，這家公司從不訴苦，因為他們知道，只要有電有光明，大家就會有歡笑，為了防止地球溫暖化，抑制排放CO₂，滿足民眾對多元電力及服務的需求，讓社會更進步，他們會一直努力下去。

希望讓顧客都有笑容，是這家公司責無旁待的事，我們的喜悅是將笑容推展至顧客、未來及全地球，希望能成為一家微笑的電力公司。

如果笑容能循環的話、社會也一定會往前邁進，對能源之所有相關話題，希望大家願意認真地、理性的且用微笑來面對。



辦法」辦理，其作業流程如下：

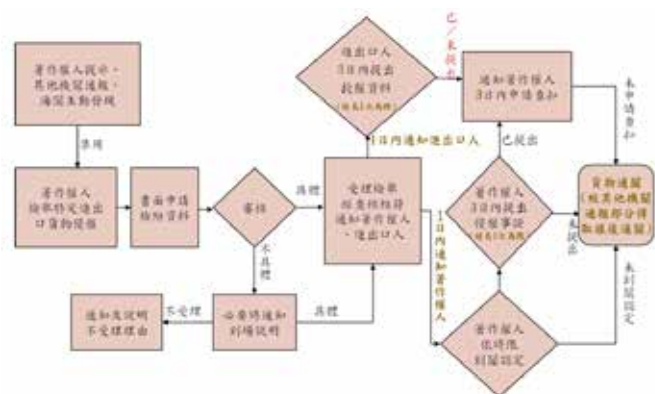
二、海關執行專利權保護作業

依101年10月1日公告修正「海關配合執行專利及著作權益保護措施作業要點」，專利權之邊境保護流程如下：



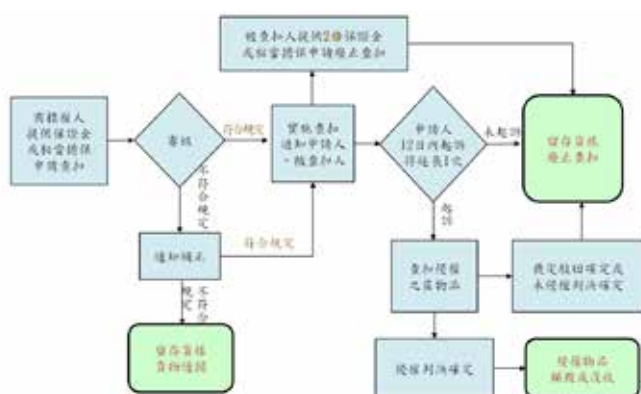
三、海關執行著作權益保護措施

對於著作權之保護，依「海關配合執行專利及著作權益保護措施作業要點」辦理，其作業流程如下：



四、申請海關扣侵害商標權物品作業

商標權人依商標法第72條至74條及「海關查扣侵害商標權物品實施辦法」之規定，對輸入或輸出侵害其商標權貨物，在提供相當於海關核估該進口貨物完稅價格或出口貨物離岸價格之保證金或相當之擔保後，可申請海關查扣。另被查扣人得提供與上開保證金2倍之保證金或相當之擔保，請求海關廢止查扣。作業流程如下：



五、申請海關扣侵害著作權物品作業流程

著作權人或製版權人依著作權法第90條之1及「海關查扣著作權或製版權侵害物實施辦法」之規定，對輸入或輸出侵害其著作權或製版權貨物，在提供相當於海關核估該進口貨物完稅價格或出口貨物離岸價格之保證金後，可申請海關查扣。作業流程如下：



伍、結語

臺灣從1989年起，被美方列名「特別301」的「優先觀察名單」，1996、1997兩年除名，1998到2000年被列為「一般觀察名單」，嗣經各方對智慧財產權保護多年的努力，直到2009年美國貿易代表署才把臺灣從「特別301」的「一般觀察名單」除名，迄今4年多，實屬不易。除了代表保護智慧財產有了成效，從盜版天堂轉型成了創新天堂，最重要的是對我國吸引歐美等國來臺灣進行高科技投資有正面意義。

海關業務繁雜多元，因執務特殊及業務需要，設置關員輪調制度，每2-3年就輪調一種職務，筆者辦理海關保護智慧財產權邊境措施業務近2年，深深感受全球各地有智慧的投資者，在考量其投資地時，務必尋找一個智慧財產權保護制度執行完善之國度，以免將來其產品遭受仿冒盜版，而影響其商譽及損害獲利，甚至威脅到該企業之生存。



EMBA100經管

張樟泉

台灣中油股份有限公司經理

那些年, 我們一起就讀 北科大EMBA

記得前(100)年3月30日，抱著既期待又怕受傷害的心情，上網查詢北科大EMBA榜單，看到自己榮登金榜時，不禁歡喜雀躍，心中吶喊：「北科大EMBA，我來了」。

就讀北科大EMBA後，除了課堂上教授們滿懷熱情傳授畢生功力外，還有同學之間互相的交流及分享，尤其每次看同學簡報，都覺得獲益良多，EMBA學員來自社會各領域，不同的年齡層，都是單位的中高階幹部，皆為該領域的箇中高手，豐富的現場經驗，輔以豐厚的學養，每次上台報告都令人驚豔，同學們也在此優異的環境中快速成長，誠如99級經管龍哥學長說的好：「老師和我們關係是亦師亦友，同學之間的關係是亦友亦師」。

除了豐富的課堂教學外，眾多的活動也是EMBA的重頭戲，從碩一上宜蘭礁溪敬師迎新活動、宏碁渴望村校外研習、碩一下冬山河香格里拉的個案競賽、日本名古屋海外研習，碩二上桃園高爾夫球場四校高爾夫聯賽、花蓮兆豐農場的敬師迎新活動、99級學長姐畢業舞會、100經管工管卡拉OK大賽等大型活動外，還有數不清的聚餐、聯誼、歡唱，班上同學相處融洽，好像兄弟姊妹一般，相信在爾後人生旅程一定能成為相互扶持的好夥伴。

另外由榮寶學長擔任隊長的高爾夫球隊，在碩一一年期間每周定期練球，訓練了一批高爾夫新進隊員，能由新手蛻變為上場比賽的選手，榮寶學長的付出實令人敬佩；由崇熙學長擔任社長的登山社，每月定期辦理登山活動一次，每次的行程均安排不同路線，實在煞費苦心，崇熙學長在繁忙的公事及課業壓力下，每次登山活動前還須事先踏勘，安排登山路線及搭乘之交通工具、掌握行程時間及休息地點，做最好的規畫及準備，難怪每次登山活動都辦得讓學長姐及師長十分滿意，有這麼好的學長無悔的付出，真的是我們的福氣。

另外值得一提的是，大家在卡拉OK歡唱時，發現EMBA真的是人才濟濟，個個都是歌唱好手，其中我們班上還有卓霖及永義二位前駐唱歌手，好像進北科大EMBA要先考試唱歌，否則為甚麼同學們唱歌實力這麼堅強。

歡樂的時光總是過得特別快，北科大EMBA學程即將進入尾聲，在此先感謝所有師長的熱誠教導及鼓勵、所有EMBA工作團隊的照顧，及學長姐的協助及相挺，相信畢業以後，大家都會非常懷念「那些年，我們一起就讀北科大EMBA」。



EMBA100經管

吳殷俊宏

Yomura Technologies, Inc.
資深經理

EMBA活動迴響 (個案競賽)

地球真對很小，在台北科大EMBA”管理講座-經營理念與企業文化”-主講貴賓-前統一超總經理 徐重仁，目前為商業研究院董事長，沒想到是我台南第一高級中學(台南一中)的學長，心情有一種言喻的感動，也因為多了這一層關係，加深了我對統一集團台南幫的關注及新聞性的探討及鑽研，所謂人不親土親，更何況我們是人親土也親，就是這個道理。

在二個小時演講的時間裡，徐董配和投影片做深入淺出的比喻及說明，以下是摘錄的重點：

(一)經營理念：

自我介紹：

前統一超商總經理，35年的便利商店生涯、流通次集團的經營現任CDRI財團法人商業發展研究院及關係企業董事長職務。

1.觀察、學習：日本早稻田大學、商學研究所流通經濟科碩士

1974.05日本7-11第1家門市(東京都江東區、豐洲店)

2.朝流通業的夢想前進：1978年 參與創設統一超級商店。

3.要敢夢：是一個人乃至於一個企業脫穎而出的重要關鍵。

4.要敢做：別怕失敗 相信自己、堅持到底。

5.要敢不同：創新 藉由差異，創造自我核心價值。

6.永續經營的三大策略：創新、價值延伸、差異 到最後為聆聽客戶聲音到客戶滿意為最終目標。

7.融入顧客情境：

8.簡單，即是力量：命名I bon生活便利站，open 將都是徐董想出來的哲理。

9.不斷改善，是企業成長的基石：PDCA。

(二)企業文化：以人為本，人才培育。

適才、適所：有熱情、肯學習就是人才

以人，為出發點：如附圖



(三) 總結

企業目標 必須與社會價值結合。

經營理念 必須轉化成公司夥伴能理解的行動綱要。

圖片張：課後餐敘，請教徐董經營之道，並與班聯會同學合影留念





EMBA101經管

李太源元利建設
工務部協理

最遙遠的距離- 與北科大EMBA相遇

世界上最遙遠的距離 -- 就是站在知識的殿堂外，渴求充實自身的甜美甘霖，却裹足不前。

自從二十幾年前踏出校園之後，無時無刻不在為前途與工作奔忙，雖然偶而也會興起對自身所學不足，想回學校充實的念頭，但很快就被自我對重拾書本的信心擊潰，所以對於再進修，始終僅止於奢求而已。尤其對在學生時代，就一直想進入就讀的北科大，更覺得可望而不可及。然而就在一年前，因為同事的鼓勵下，終於鼓起勇氣報考了北科大的EMBA，本來想應該只有陪考的份，沒想到竟然能榜上有名，真是欣喜若狂。但高興之餘，還是對未來的課業抱著戒慎恐於懼之心，但既然選擇回來念書，就要全力以赴，做好學生的本份，才是就讀的真正目的。

在北科大EMBA的課程裏，老師所教授的不只是理論智識，實用知識，還有實踐能力。課堂上所探討的理論，必須是實務上，可用來解決實際管理的問題。所有課程理論與實務均融合，尤其在各科的分組討論中，來自各行各業，具有豐富管理經驗的同學們，不儘將其寶貴之實務經驗，分享於課堂中，更經由組員們的

討論過程，達到實務學習的目標。因此在北科大求學這半年，同學給我的影響很大。最可貴的地方是，EMBA課程在同學之間做了很好的平台，找出一些不同領域但在管理上有相當程度與經驗的人，大家在這邊互相關交流，透過很多自由討論，可以發展不同的另類思維，另一方面，以前常常覺得「經驗」是寶貴的，但現在更注重在經驗與知識的結合，並運用在公司管理上，好的管理可以讓公司成長更上一層樓，藉由系統化的管理模式，讓知識可以傳承，「經驗可以累積，知識需要管理」是在學校裡得到最大的收穫。

然而，在北科大EMBA課程學習，却不如想像的輕鬆，看到同學們除了每日辛苦的工作，養家活口外，下班後即舟車勞頓，匆忙赴校學習。周末假日無非是作業研習，課堂報告，焚膏繼晷，日以繼夜。此種辛苦，難為外人道矣！所以除了恆心毅力，適當的舒解課堂壓力，讓學業、事業達成平衡、才能造就快樂的學習環境。如此，EMBA的求學過程，才是快樂永恆的回憶。在北科學習的半年，雖然陪家人的時間變少了，但却很充實愉快，因為來這裡發現人外有人，天外有天，靜下心來也看到在不同領域的高階主管，在管理上思維的相異之處，真是獲益匪淺。

總之，在EMBA的求學過程中，以文會友，以友輔仁，彼此滋潤同窗的情誼，是我在EMBA學習過程中最寶貴的收穫。與同期菁英互相切磋琢磨，德業互助，更是何等愜意之事！回想去年前剛開學之時，對於新知識領域的陌生和懵懂，和今日能悠遊自在的徜徉在學術殿堂裏，真是不枉來此學習，也才發現原來世界上最遠的距離，只要努力，其實近在咫尺。



EMBA101經管

趙佩如Daphne Chao

新加坡商富士日洛克斯亞太股份有限公司台灣分公司 財務長
Fuji Xerox Printers, Financial Controller

第一屆全國EMBA校園馬拉松接力賽感言 An Exciting EMBA Marathon Event

101年9月15日感謝100經管Robert崇熙學長鼓勵，因平常就喜歡慢跑，但真正參加馬拉松接力賽競賽的經驗完全沒有，衡外情(真的很想去)，量己力(實在很勉強)，為了挺Robert學長且主動爭取如此難得參賽之機會，最後由Robert學長為隊長，帶領經工管兩組半馬競賽組員及一組公益隊組成的團隊陣容，開始準備訓練計劃，進行每兩週一次之集訓 from the 13th Oct. to 17th Nov., 2012，隊長也充份發揮EMBA管理的專業能力，設定達陣目標：< 30 minutes within 4.2KM，讓組員們充份被授權自行perform自主訓練per week 路跑一次5KM plus 健走三次5KM，再加上集中訓練為要提升個人成績並強化體能及技能。

101年9月22日班聯會報名切結編隊參加第一屆全國EMBA馬拉松接力賽籌備會議由領隊Capa容億學長及甜心助理Tansy佳玲學姐共同主持，隊名：北科一百，並於101年10月28日星期日，舉辦雙溪山貂嶺一日登山活動，以建立團隊默契及培養體力。並熱烈邀請Morris范執行長，管院教授老師們及非選手會員共同參與。101年9月23日收到Morris范執行長confirmation email “Please count me in. All of you have my full support.” Morris范執行長熱情的參與，對我們全體選手是強而有力的鼓舞，兩個月後...

101年11月25日清晨四點起床，有點小雨涼風，預約好小黃直奔臺大操場，競賽選手須準時於六點完成檢錄，領隊Capa容億學長及助陣

的啦啦隊工作小組即在台大操場本校帳篷立台北科大管院EMBA關東旗兩座，並供應瓶裝水。讓整個會場氣氛更是熱鬧，達到全民運動的意義及精神。在天氣漸漸放晴的同時，看到Morris范執行長應援加持，也輪到我上戰場，特別感謝勝凱學長指引路跑方向避開水坑快步前進，在最後100米還有Robert and Jack錦坤學長高聲吶喊鼓舞打氣，讓我倍感激勵衝刺，成績亦進步很多，深深體會到人的潛能真是無限大耶。

雖然仍有一些小遺憾，JC峻欽學長因迷路跑了不少冤望路，另外若扣除沒有主場優勢外，我們的實力很平均的好，應該會在1小時40左右，也就是會進入前三名。在燦爛溫暖的陽光也揮灑我們的熱情，也讓NTUT EMBA學校在全國EMBA馬拉松接力賽行銷露出，真是一非常難忘寶貴的經驗且愉快的回憶。再次感謝Morris范執行長全程陪我們完成比賽及還有經工管100&101學長姐有形無形的投入及彼此關心要感謝太多 Let's maintain this platform and stay in contact for activities update.





EMBA100經管

連國利友通資訊股份有限公司
副理

北科大EMBA的點點滴滴

從民國100年7月開始進到北科大EMBA 經管所就讀，從此就在我的人生中展開了全新且精彩的一頁!!!

重新回到校園的生活感覺真的很棒~因為已經踏入社會工作約18年，再回到學校重拾書本，重要的是回到母校就讀EMBA，這種喜悅的心情,除了結婚跟兒子出生時感受到，再來就是回到母校就讀EMBA才能有的絕佳感受!!!

從一入學開始，就感受到EMBA課程的豐富與實用，加上理論跟實務都很堅強的教授師資，以及跟各位學長姊的相互交流學習，讓我一度忘記自己是以社會人士的身分進來就讀，完全沉浸在享受讀書、享受學習的氛圍之中。

EMBA的上課方式與一般上課方式最大的不同，在於除了一般教室的教學外，最重要的是有校園以外的教學。從一年級到龍潭渴望園區進行校外研習，以及到宜蘭進行個案競賽，甚至還有安排海外參訪，這中間相關的行程安排，場地接洽等等各項細節都由班上各

位優秀的學長姐共同合作使其圓滿達成，古人說，努力得來的果實最為甜美，相信來EMBA就讀的各位學長姊一定有深深的體會與感受到~另外學校也因應EMBA學生人脈拓廣及人才交流而設立的高爾夫球四校聯賽活動，一年四季分別由四間學校每季舉辦一次，透過這樣的交流平台，除了可以認識更多社會上優秀的學長姐之外，也可以達到運動健身的效果，可說是一舉數得，這樣的機會真的是十分稀少而難得的!!!

很快2年的時間即將過去，一轉眼已經到了鳳凰花開，2年級的我們要畢業的時刻，目前相信2年級的各位學長姐正在為論文做最後的衝刺，在這期勉大家論文進展順利，畢業後在工作及事業上更上層樓，彼此繼續保持聯繫，相信北科大EMBA畢業的我們，未來無論在事業工作或家庭等各方面，必定都是事事圓滿，福慧具足；對於尚在校就讀的學長姊，也祝福各位在未來的課程與活動之中，收穫滿滿，家庭生活幸福滿滿。





EMBA101工管

張安翔

榮翔特殊鋼有限公司
總經理

企業菁英多元的 學習與交流平台 - EMBA

台北科技大學管理學院EMBA專班規劃了一系列的學習課程與活動，為來自企業各界的菁英及高階主管們打造一個彼此相互交流與跨領域的學習平台。多元課程安排與開放式的教學環境，讓整個課程學習不再感覺艱澀、師生間沒有距離隔閡、課程中，完全無私的暢所欲言、不保留的貢獻自己所長與經驗分享。而國內、外企業參訪、EMBA馬拉松和高球聯誼賽...等豐富活動，更是讓EMBA的學習向外延伸，提升了自身的視野與國際觀。來到這個學術研究與實務經驗交流的殿堂，將為各位企業菁英們激起更多的火花，並注入更多管理新思維。



EMBA101工管

羅健銘

遊戲橘子數位科技股份有限公司
總務採購部 副理

無題學習心態

年少時曾經每一次來到光華商場，都會抬頭看台北工專校門，曾經他是我們心目中的第一自願。然而在社會工作一段時間，我們常常會被自身的框架所束縛，雖然我們有許多的社會經驗，但還是需要不停的學習，去與其他不同領域的前輩請教。如歌德談話錄中所說：「我們全都要從前輩和同輩學習到一些東西。就連最大的天才，如果單憑他所特有的內在自我去對付一切，他也決不會有多大成就。」就如同現在成為北科大的學生，進而與老師、同學們相互交流，不單單是人生、工作、休閒等問題，天南地北都可以聊，這何嘗不是人生一大快樂！聖嚴法師說過：「遇到好事，要隨喜、讚歎、鼓勵，並且虛心學習。」不就是人生嗎！最後如101EMBA工管同學說的：「天大、地大、因為我們念北科大!!」



EMBA101工管

周志宏定陽企業有限公司
總經理

北科大EMBA創造自我價值

一個非常緊張不安的心情來到台北科技大學，科技大樓八樓參加EMBA 工業管理碩士班面試，當天內人比我還緊張，坐在教室聽著學長的介紹，及不斷要我們放鬆心情面對面試。這多年來什麼場面沒有碰過，面試，今天自己為應試人，又離開校園這麼長的時間，突然的回到學校，這一切的一切是在記憶深處，應隨歲月帶進墓園，但一種不甘心不服輸的心，不斷告訴自己，不要就這樣，不要等，要找出路。在人生的道路上，不要每天忙的不知綽，在事業上，不要隨波逐流整天忙著應付，總是問怎麼了、怎麼辦、怎麼會這樣、這是什麼、為什麼。整個思緒愈來愈保守而不敢為，進修演講得來是片片斷斷的資訊，難理解而不敢用也不會用。來到了”北科大”。

”台北科大EMBA，春酒聯歡，圓滿成功”聲中，所有”真煩傳”全體演員，在世昌同學(土地公)磁性嗓音中，向台下校長，副校長，執行長，副執行長及各所長老師同學謝幕。

演員離開舞台時，紛紛被攔下時合照，掌聲笑聲不絕於耳，頓時熱鬧起來，閃光灯閃個不停，連對廳喜宴都來偷看，看一群年紀將半百的人，穿著戲服在台上搔首弄姿，完全感覺不出這些人在商場上、職場上，被稱老經驗的一群社會人士，在這裡好像小學生似的，用最真、最單純的心，賣力的演出，這就是我們北科大EMBA工業管理學院的活力。

在今天這麼競爭的市場，如何為企業獲取最佳利潤，滿足客戶需求，建立永續經營的客戶關係，是今天每一個經理人所追求的，但要從何而起、從何而變、從何而行？但人往往會掉入一個莫名的循環而不知其”覺”，不是說”無感”。是這市場變化太快了，消費者已經太熟悉這些行銷手法，及生產技術的不斷精進與公開，換句話說就是”網際網路”的發達，資訊取得的方便與廉價，讓管理者有種無所事從。就如生管單位常說的一句話，”每張order都是急單，就是不急”，如何面對這麼大的競爭壓力、成本壓力、資訊壓力。與其想、或引進高薪經理人，還不如主事者及幹部的知識的提升，也就是說”組織的成熟度”，這已經不是總經理、單位主管的事，而是全體同仁的認知，而是要由下向上的共識，及從上住下整合的執行力。

很慶幸有這個機會來到”北科大EMBA”就讀，我看到了，感受到了，如何放下自己的我執，重新認識自己，及同學們之間豐富的分享，學校教授的啟發。這無論您是大企業小企業，甚至是單位主管及個人最需求的。在有系統講解及同學各行各業的交流，帶來的破壞性創新思惟，來運用在自己的企業與思惟上，這就是我們這一群LKK積極的態度，化為實際的行動，創造自我的價值，為後輩晚生樹立典範，帶來希望與未來。



EMBA101工管

詹芸兒

中華電信優購網
業務經理

北科大EMBA是人生最值得的投資

「會來念EMBA很大的原因是工作碰到瓶頸，不管是職場上需要新的專業知識與經驗，或是個人生涯都需要突破。」我對於EMBA的生活有著許許多多的憧憬與期許.....

選擇「北科大EMBA」是我認為：人生最值得的投資。在畢業了好幾年後，又能重拾書本的生活，大家都很珍惜彼此做同學的情誼。「北科大」學長姐們非常用心，就像互相扶持的一家人，一起玩樂、一起學習、更能一起成長。

從入學至今，我們共同參與了許許多的活動：班聯會-迎新活動、100工管-國內參訪行程、100經管-登山社、101工管-高爾夫球社&讀書會、101經管-「花漾年華新春饗宴」春酒活動.....，尤其是這次101工管在「花漾年華新春饗宴」春

酒表演：「蛇燦連發行大運·萬福金安真好命·後宮真煩傳」的精彩演出，更在我心中成為難以忘懷的回憶!!

2013/3/9(六)「花漾年華新春饗宴」活動圓滿成功，大家忙了一整個星期，終於有令人稱讚的表現！在此由衷感謝「李冬麗」同學熱心的籌備，以及「甄嬛劇組」同學們熱心參與，此次演出大家的表現可圈可點，充分展現同學間的團結、活力、熱情投入，我以大家為榮，真的辛苦了！

甄嬛劇組-導演+編劇+演員



女主角(甄嬛)		雍正皇上	果郡王	溫太醫	蘇培盛	小允子
李冬麗同學 (飾 甄頊)		陳立敏 (飾 雍正皇上)	陳世昌 (飾 果郡王)	羅健銘 (飾 溫太醫)	呂大吉同學 (飾 蘇培盛)	陳文龍 (飾 小允子)
		皇太后	皇后	沈眉莊	安陵容	崔槿汐
		劉文婷同學 (飾 皇太后)	朱春英同學 (飾 皇后)	王季明同學 (飾 沈眉莊)	周志宏同學 (飾 安陵容)	俞雅婷 (飾 崔槿汐)

甄嬛劇組-幕後人員

服裝造型-詹芸兒

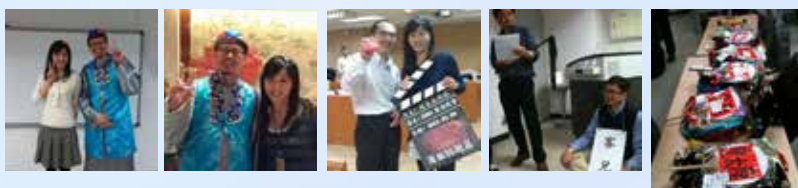
道具-陳立敏

攝影-羅健銘

旁白-陳世昌 (土地公)

配音-黃建棠 (詹帥)

幕後花緒



在演出過程中，陳凱瀛所長、邱垂昱主任和同學都很投入，我內心充滿著難以言喻的感動、感恩與感謝，這真的是很棒的人生經驗!! 讓大家可以更團結凝聚在一起，非常期待下次的歡聚，在此祝福大家在新的一年里，學業事業事事順利。



EMBA101工管

吳金良資拓宏宇國際股份有限公司
正工程師

台北科大EMBA工管101, 讚!

從以前二專畢業後至今已近三十年未曾再踏校園學習，對於平日忙碌於資訊服務業，雖涉獵過不同領域，如中大型醫療整體資訊系統，金融資訊，至目前投入全國財稅資訊系統股務，各領域都有不同的核心知識與流程，在不同階段面臨不同的管理上的議題，深感必須再讓自己重新學習。

能報考就讀北科大是專科時的一個夢想，也得到諸多老同事的推薦，如今付諸行動，全力以赴，我一定要成功。記得口試當天一早起床，看到女兒貼了張便利貼，上頭寫著 “Just do it, Good luck!” 兩行字，看了真是貼心。從小就比其他孩子獨立的她，很關心我這個老爸，我一定要做到身教言教合一也給女兒做個好榜樣。

進入北科大就讀後，班上同學們自不同領域，彼此互相切磋學習，實務經驗交流，再加上教授們傳遞知識概念外，收穫真的很多。班上同學想多結合各位菁英在職場上的

實務經驗，擬成立讀書會，以互相交流不同領域上的經驗與成果分享，首先舉辦了班上同學的家庭日，剛好我妹在桃園大溪有個生態教育農場－好時節農莊，在同學出錢出力之下，邀請同學起帶著家人一起到此渡過悠閒的午後，體驗農莊內的手工DIY窯烤披薩，也很感謝黃乾怡導師也偕同師母一同參與，整個活動溫馨又更凝聚班上的向心力。在此特別感謝大吉大哥不求回報的付出，這份精神令人感動且敬佩。

台北科大EMBA工管101活潑的一群同學們，除了不吝交流實務上和理論中的經驗，彼此團隊合作，這份情誼勢必持續發揮到日後，更加發光發熱。

**台北科大EMBA工管101
同學們－我愛你們，我們是最棒的！**





EMBA101工管

曾春敏

台北市電腦商業同業公會
經理

重回校園的領悟



俗語上常說「志同道合」，以往總認為這是泛指臭氣相同或彼此擁有共同的志向和目標。及至社會閱歷愈成熟才發覺，以往的格局視野太狹隘，無法盡理全貌。其實志同道合的思維可以更為寬闊，我們不應該侷限在某些的窠臼上，反而更應該以更開闊的心態去融合、去影響周遭的朋友、同學或同事。

在朗達·拜恩所著的生命的大秘密這本書中，有句非常引人深思的話語：「思想是具有磁性的，並且具有某種頻率。當你思考時，那些思想就發送到宇宙中，然後吸引所有相同頻率的同類事物。所有發出的思想，都會回到源頭——你。」

如果我們加以衍生，也許我們可以推演出：若是我是樂觀的人，我身邊就多數是樂觀的人；反之，如果我是一個悲觀的人，我身邊便會聚集許多同樣悲觀的人。

同樣的，麗莎·妮可絲女士的「吸引力法則」更是凸顯為人處事之道，她強調每一件事都是你自己吸引而來的，像是健康、財富、喜悅等等。喬·維泰利博士也說：「現在你生活周遭的一切，包括你正在抱怨的事，都是你吸引而來的」。

因此這次選擇就讀北科大，也許是北科大吸引我們，也可能是有共同志向理想的人彼此吸引而至。不管是何者，總是那句老話：「十年修得同船渡」，有緣各路英雄(雌)好漢聚一堂。每一個人不正是自己思維的發散，想吸引相同頻率的人。我相信在這重回校園求學的日子裡，我們已跨入基礎的門檻，做到了相信自己、掌握自己的人生。更進一步也要彼此共勉要做到樂在其中，享受當下。我相信在這基礎下，更美好的事物可以去追求，我也可無愧得面對自己，人生是自己的，人生的目的，自己說了算。



EMBA101經管

鄭宏達

台灣世曦工程顧問公司
經理

幸福就在台北科大EMBA

生命中處處需要感恩，學習機會尤然。去年初在上班的途中，偶然聽到廣播EMBA招生的消息，我心中想著從學校畢業後到工程顧問公司工作，時光匆匆已經二十多年了，是否該重返校園再充電，尋求工作上跳脫工程師思維的瓶頸。

以往擔任工程師角色，以做好專案管理工作自滿，近幾年來受公司委任，負責部門管理工作，在接觸經營管理工作後，發現要做好管理需要系統化的思考邏輯，不同於工程師執行專案，僅須把計畫做對就好，經營管理者更重要的是做出對的決策，找對的人解決企業經營的難題，對外求生存，對內吸引人才，做好溝通與協調、組織分工與整合，善用創新提升價值，以取得競爭優勢。

深感管理工作不易，絕不能憑經驗做判斷，亦不能靠主觀感覺做決策，如果沒有

結合理論與實務，提高管理的績效，靠土法煉鋼必會造成「將帥無能累死三軍」的窘境，企業也經常上演這樣戲碼而不自覺，值得借鏡。這也是為甚麼這麼多的企業經理人及社會菁英，雖已有社會地位，還去念EMBA的原因。

趕在北科大101年度EMBA招生截止日前完成申請，很幸運的成為北科大EMBA的成員。校方提供了完善的進修環境，精心規劃的學程，最優質的師資陣容。藉由EMBA兼顧學術與實務的學習平台，匯集各界菁英，跨越各領域及年齡層，共同交流學習，開拓視野擴展人際。除學識上的提升外，更能在豐富的校友人脈中獲得更多資源，是就讀EMBA最大的收穫。在我步入知天命的歲月，還能徜徉於校園學習，與建校百年的台北工專優秀校友為伍，彷彿回到大學快樂生活，這是人生的一大幸福，幸福就在台北科大EMBA。





EMBA101工管

魏政維

明廣機電工程股份有限公司
副總經理

讀EMBA的日子之心情點滴

從放榜開始，經過新生說明會，迎新活動直到開學上課，台北科大EMBA，實現了我多年來一直想再充電進修的目標。至今已經就讀了一個學期了，在EMBA這段期間裡，它改變我原本的生活，讓我的視野更寬闊更能了解到其他領域的專業知識，過去念電子學，系統分析等理工學科，現在念的財務會計、行銷、策略等管理課程都是以前沒接觸過的科目，雖說是會有點吃力，但說實在我還蠻喜歡這種感覺的。我很高興能夠就讀101工管，班上熱情活潑的氣份，是我念台北科大EMBA很大的一個動力，期許我的未來有更精彩的人生。



EMBA101工管

林宜潔

喆利洋酒專業行銷企業
總經理

北科大EMBA 讓人際關係更多元化

民國壹佰零壹年三月，適逢「國立台北科技大學EMBA碩士在職專班」放榜時刻，猶記得當時喜出望外的我，看到榜上狀元名單，那心中喜悅實無法用言語表達。

古人云：學海無涯，唯勤是岸；江水滔滔，終成大海；細雨綿綿，乃能穿石。這句話背後涵義，不就是無時無刻提醒著我，學問是永無止境，唯有努力不懈，方能有所成就。如此，不就是我此行的目的嗎？

同年九月，終於等到開學來臨，進入我許久未踏進的校園生活，從此我的生活不在只有家人、工作、

社團(扶輪社、高爾夫球社...等)，還包括學校師長們的交流，建立起多元化的人際關係；並從旁了解學長、姊們不同的社會領域。

在學期間，班上海外參訪選擇鄰近國家「日本」，做為遠行觀摩之地，當時參訪日本工業大學、貿易振興機構、池上金型工業株式會社，深覺文化背景差異，地理環境影響，讓我切身了解，他鄉公司經營理念及方針，著實讓人永生難忘。

未來，還需藉由學校師長們的提點、學長姊的交流，期盼將畢生之所學，更上一層樓，供獻給社會。



EMBA101經管

吳文雄

龍旺電腦股份有限公司 負責人

危機正是反轉的好時機

話說6年前的初夏，風和日麗的天氣正如我無憂的心情，我與友人應邀來到越南胡志明市，真熱的國度，人快要蒸發了。

來到legend飯店辦完住宿後，接著就趕往今日的目的地，我的任務是查看鼎新MRP系統狀況，主機作業系統為Novell系統，採分散式架構運作，就在了解狀況時，外面下起滂沱大雨，雨水打在鐵皮屋頂上霹靂做響，氣勢之宏偉壯觀，雨就這樣下下不停，晚間十點左右天花板吸收太多雨水竟然掉下來三塊，嚇壞一群人，那晚回到Legend飯店已經是隔日凌晨三點了...真震撼啊~，原因大致如下：

到越南第一天晚間十點左右，針對檢查工作也告一段落準備要收工了，在這閒聊中，遠處的主機似乎也感應到我將要離開了，它竟然使出殺手鐮不讓我走，它就當在那裡不動了，真是晴天霹靂啊！這麼遠的國度，所有資源匱乏下對我來說真不是好事，隔天又是星期日，也是我預計回台的日子，原本輕鬆自在二日的行程，真給我無數的震撼，當時老闆的臉非常非常不好看，那知這台主機會隨我休息去，了解後，這台主機原本就是有這症狀。

還好，處理這類主機我是能手，雖然凌晨三點才到Legend飯店，但早上九點就在胡志明市尋找可替代的主機，終於皇天不負苦心人，讓我這位巧婦，不至於到無米之炊窘境，比原本預計多一天回台灣。回台第三天我又去了一趟越南，將病入膏肓的Novell主機，換成UNIX環境架構，最後連上MRP系統人數是原先人數的9倍，由越南單一廠運作，變成越南&泰國兩廠運作，最後我也順利爭取到近千萬的合約，協助客戶將MRP系統更換為ERP系統及流程改善、電腦系統資安備份整合及網路規劃，如採購及收料EDI導入，降低人為操作錯誤進而提升工作效率、防火牆及防垃圾郵件規劃加強資料保護等，到2011年客戶已在柬埔寨開設第三廠，是年年中也進入小量生產，為其在9月份以後的大月生產做準備。

這一次的反轉再加上努力，與客戶一起渡過2005年歐盟發動反傾銷的危機及客戶成長的喜悅，值得珍惜。由其，當時越南有五家廠商被提告，有四家廠商從2006年起至2010年必須支付高達34.5%的反傾銷稅，我服務的客戶是當時被提告中唯一低於懲罰性34.5%的反傾銷稅，但也要付出15.8%的反傾銷稅，也就是每年須少賺USD2,500萬，台灣製造業怎麼有可能坐以待斃，讓五年近一億二千五百萬美元憑空消失，當然是顯現出越挫越勇的能力，以回應歐盟反傾銷的舉動，讓我見識到台灣製造業的韌性，由這一次危機攻城掠地成長茁壯。



EMBA101工管

李冬麗

喬昱科技股份有限公司
業務部副總經理

從後宮看職場人生

最近「後宮甄嬛傳」在海峽兩岸及華人地區造成一股收視熱潮，劇中雖然是將皇朝後宮數千年的鬥爭濃縮成一朝一地，但劇中亦可一窺後宮諸女性為了爭寵爭輝及榮顯家族的心理轉折以及鬥爭攻防。

先不論作者是如何以22歲之手就能寫就如此萬人爭睹多達150萬字的初稿，一般人如有如此的才華與毅力，在職場與人生的競逐上，應該早早就功成名就，成為贏家。而在甄嬛傳中，我們看到更多及笄之年毫無社會經驗的弱女子單身被選入厚牆高築的後宮，正式開始她們與以往截然不同的人生，而她們也因不同的境遇、不同的心態與不同的作為，最終也走上勝者登后、旺家益族，敗者早凋、牽連家族，更多的是一生毫無機緣獲得聖寵，成為白首宮女、終日怨懟，孤老獨自憑弔失去的青春。

由以上的鋪陳就可知其實後宮發生的一切，真的可對比所有的職場與人生，看甄嬛如何歷經千辛萬苦、用盡手段終於爬上后位，看皇后如何算盡機關、只為鞏固后位及家族榮顯，看華妃如何恃寵而驕、拔扈囂張、最後自取滅亡，看安陵容如何以其柔弱之姿遊移於甄嬛與皇后之間、只為尋求一個彌補自身自信不足的強壯依靠，更看其他妃子或選擇用盡心機、爭寵爭輝或選擇獨善其身、遠離爭端，這一切都說明後宮甄嬛傳真是人生與職場的縮圖，但至少現代的職場人生比以前的後宮和善多了，我們不需要性命相搏、贏者不會滿手血腥、輸者也不會屍骨無存，老闆不青睞，更可兩手一攤：老娘不幹了。

閱視后宮，雖不能保證一定步入成功，但至少可以了解別人的心態與手段，進而可防衛自己，退時至少在人生職場受到波折與打擊時，可引後宮眾妃為殷鑑，告訴自己：我比她們幸運太多了。





EMBA101經管

宋建志遠陞國際有限公司
總經理

個人創業故事分享

哇！好美的維多利亞港！從15樓的陽台向外看向美麗的港口！

不管白天繁忙的商船或夜晚華麗的霓虹燈。今天是在香港最後的一天。呼吸的空氣中，還留有昨晚歡送會所遺留的紅酒香，Margaret是我香港的老闆，掌管了1740億美金的私募基金，和她工作的一年多中，學到了許多的事；記得一次與她工作的情景，有三位會計師、一位律師，從早上8點一直工作到凌晨一點，咖啡香、西多士、粉麵、粥，我們除了上洗手間外，沒人踏出會議室門口一步，就像電影中的情景一樣，沒有討論出結果都是不能離開的。這和我在台灣工作的情況完全不一樣，台灣多數是”下次再討論”的推諉延遲解決，經過這次的洗禮後，我的工作態度全然改變了。年薪、分紅、面向維多利亞港的公寓、2個月一張商務艙來回機票等等的待遇，是一天12小時以上的工作和隻身在外、遠離家人的孤獨和思念所堆積成就的。在到香港前這些是我放在心裡默默思念，想平衡天秤兩端的點。

兒時的玩伴到深圳出差，我們常趁著假日到深圳見面聊聊，以解鄉愁。聊天的過程中，他說有個當兵的學長，廚藝很棒，我們是不是可以做些甚麼？是啊！我們可以做些甚麼呢？

這兩年在香港工作，學了很多也交到不錯的朋友，慢慢的我對這個地方有了感情。在離開之際，香港成了我心中除了台灣的另一個懷念的地方。農曆年回台和家人相聚3、5天，我一直思考”我們可以一起做些甚麼？”的這個問題，等我回到香港的第2天，我向Margaret提出了這個回台創業的想法。

“阿志！我真的希望你能留下來” Margaret說，我知道要放棄這個人人稱羨的工作是需要有很大的勇氣！但是我有著為自己更想做些事的熱情與能量；接下來的3個月我開始交接我的工作，香港人Alex是接替我工作的新主管。

2011.6.1早上10點的飛機，到機場前，我循舊到了常去的早餐店，點了平常吃的早餐：熱奶茶、火腿蛋、公仔麵，一樣的循例，只是我將離開這裡，明天就不在這了，這樣思索中，我靜默的用完我的早餐。

說回到在台灣創業的前半年，每個人都問：你為什麼要放棄？；其實，我並沒有放棄，我只是想為自己做些事，人生總要有些瘋狂嘛！不然老了，可是會後悔呢！

從新開始，從學徒開始，在拉麵店裡學習料理，裡面的服務生、廚師沒人知道我的背景，每天從早到晚上的學習，還記的第一天要去店裡學習時，我在店外站了快1小時，等待中”身段放不下？我在做什麼？”最後深深吸一口氣，我走了進去！

創業的過程中，有著很多有趣及學習的人、事、物。因本身愛吃，所以比



別人知道哪裡有好吃的名店，各縣市都有好吃的名店，有些傳統經營或是傳至第二代有想發展連鎖體系的，我就會去聊去談，主動或被動都有。所以創業前繁瑣的技術面可省下不少時間（例如：產品設定、商家文化鋪呈...等），只需要重新包裝及行銷，接著就可以開始展店了，往往效果都不錯。另一種方式為想創業的廚師，因為只有滿身的手藝，沒有經營管理行銷的經驗，所以會在規畫人事管理、原物料管理、行銷方式等等上給予一臂之力，這是另一種合作的模式。

目前現有的餐廳裡，幾乎都是採用員工入股分紅的制度，讓員工自己也是老闆之一，這在管理上也可更為細緻，更為穩定快速！目前建立一個小型中央廚房，目的將所有產品統一管理，避免過多人為的操控，因為餐飲服務業中，重要的是「人」，困擾的也是「人」，將人所可能會造成的風險，事先降低，為日後成功建立平坦的舒途，也是日後成功的關鍵！完善的制度與資源的應用是日趨完備，北科大經營管理所EMBA的教導，正好補足我在管理上疏忽的地方，師長的教導與學長、學姐的鼓勵，也讓自己的視野更寬闊，對未來發展餐飲連鎖及進軍國際更有信心。

回台這18個月的時間，同時進行著獨資、合夥的店面生意，已經超過10家，年營業額將近1億，今年至少還有5家以上的餐廳要開，目前目標放在拉麵、火鍋、義大利麵等類別為主要的發展。

天底下永恆不變的道理一就是變！





EMBA101工管

陳世昌

武陵紀行 ~三月裏繽紛飄逸粉嫩飛雪~



山巒從眼前晃過，雲卻風吹不動，回望不斷搖擺的迂迴山路，蜷縮在曙光中一路巔簸的武陵賞櫻專車上，空氣也凝結成濃稠綿密的寂靜，只有窗外霏霏細雨不經意地附和著漫天迷霧，車輛震動的聲音像昨夜的噩夢般揮之不去。糟透了！心中不禁懊悔安排了這次的旅程；「南山村到囉！我們在這裡休息一下」，司機大哥低沈的聲音宛如遠方傳來的駝鈴，帶來荒漠中一絲重生的希望。得救了！環顧四週大部分的人卻沒有反應，不知是睡著還是昏了過去，我倒是早已按耐不住了，趕緊起身下車好好舒展筋骨，車外迎面而來的高山寒氣，像是要將人硬生生地推回車內，就在倒抽一口冷風時我卻感覺到一絲溫暖，「玉米、肉粽、貢丸湯」中年婦人的叫賣聲此刻聽來彷彿天籟，「高麗菜三顆五十」一旁壯碩的泰雅男子豪邁的笑著招呼客人，在他溫柔的眼神中竟投射出燦爛陽光，頓時感覺天空亮了起來，濃霧化作一縷縷山嵐裊裊升起，心中的懊悔不知何時早已飄得無影無蹤，再度回到車上時已充滿期待，武陵我來了！

歷經將近三個半小時的煎熬後，專車終於離開台七甲線公路駛向武陵農場入口，說也奇怪！就像舞台變換佈景般出現截然不同的景象，眼前一株株櫻花盛開花團錦簇，艷陽高掛遠山青翠雲淡風輕，山區氣候變化果然異於平地；在說明完回程集合時間及上車地點後，專車在離武陵山莊不遠處讓所有乘客下車，武陵山莊的後方就是蠻有味道的武陵吊橋，再往裡面走緊接著桃山瀑布的登山口，走過吊橋後山徑兩旁的巨杉筆直迎向天際，令人感嘆之餘還多了幾分敬畏，人與大自然的力量相比實在太渺小了！以我的腳程來回桃山瀑布恐怕得花上三個小時，盤算一下恐怕時間不夠，只好就此作罷下次請早，還是泡一壺好茶坐在櫻花樹下，好整以暇地慢慢品味此番美景。特別喜歡來武陵無非是貪圖這種高山涼爽潔淨的感覺，清風徐徐就足以吹走滿懷煩憂勞頓，平日裏暫時放空也是一種奢侈的享受，既然做不到陶淵明所說的「結廬在人境，而無車馬



喧」那般境界，能稍稍體會一下「採菊東籬下，悠然見南山」的感觸也不錯。恍乎之間好像看到那年少輕狂的我迎面走過，是啊！多年來商場忙碌奔波，早已忘記汲汲營營所為何來，當年很簡單的理想卻因提早達成了而變得更加複雜。

一陣嘈雜嘻笑聲硬生生地將我拉回現實，已經日上

三竿驕陽如炙，遊客也愈來愈多了，暗自慶幸還好摸黑上山才能獨享這片刻寧靜，不自覺地也在這裡呆了將近兩個小時了，離集合時間還早，就一路緩步往集合地點前行，沿路各種花朵爭艷七彩繽紛，紅的是櫻花、白色是梅花、黃色是油菜花還有紫色的紫藤，那隨風搖曳身影真是迷人，此起彼落的快門聲就像無盡的掌聲，而回應的是繁花婀娜曼妙的舞姿，和遊人臉上的笑容以及隨風飄送的歡笑聲，幸福原來如此簡單，一起看美好的事物，一起做快樂的事，一起擁有美好的回憶，用心感受處處都是美景，矗立山頭挺拔的蒼松襯托著深邃的藍天，偶而飄過浮雲，彎道盡頭暈紅的櫻花，三月裏繽紛飄逸粉嫩飛雪，孤芳自賞永不寂寞的寒梅，清澈溪流中自在優游的櫻花鉤吻鮭，令人目不暇給不禁一再放慢步伐，不知不覺集合時間也到了，得趕快去集合地點搭車了，我可不想就這麼一路走回台北去。

急忙快步趕到遊客中心旁集合，這才發現滿滿的人潮都快塞爆遊客中心了，武陵的魅力真是驚人，不過它的確值得大家激賞的，這些年它的蛻變是有目共睹的，曾經過度開墾到處都是經濟作物，努力的辛勤耕耘卻反而失去更多，幸好近年來普羅大眾已稍有覺醒。集合時間到了，專車早在集合地點等候多時，大家三三兩兩陸續上車，可以看得出來大家都是意猶未盡的感覺，最後再看一眼樹梢綻放的那一抹粉黛，再見了武陵！專車再度被蜿蜒的公路巨蛇吞噬，車輛持續在奮力的掙扎中搖擺，沒過多久車廂依舊被靜默佔領，只剩下汽車引擎還在不斷地呻吟；昏睡中幾次被砰然巨響驚醒，原來是鄰座年輕女子頭部隨車輛擺動撞擊到車窗，她倒沒事，我可是沒來由的替她擔心了好一陣子，懵懂青春果然是不在意任何沖

擊。再醒來時，專車已行駛在雪山隧道中，待車子開出隧道這才察覺天色早已

昏暗，很快地101大樓霓虹閃爍眼前，雖然感覺有些疲憊，卻遠比不上重返紅塵的那份無奈，專車進站了，眼前熟悉的繁忙依舊，整理一下衣物提振精神下車，此番悠思就讓他留在武陵吧！人生終究還有不斷奮進的目標，明天還是要繼續加油努力，來到捷運站正是下班時刻，匆忙的上班族交織出一重重綿密的人網，將捷運站緊密的包圍住，我卻不自覺地駐足凝望，彷彿看到年邁的我正隨著簇擁的人潮湧進車廂。





EMBA101經管

陳燕貞台灣銀行-基隆分行
高級襄理

悲傷治療. 悲傷輔導. 重新出發～

生命中每一刻，都可以重新出發～每一個地方都是新的出發點和轉捩點，只要轉念：凡事正向看待，逆向思考，沒有衝不過的難關，每個人都要面對生老病死，壞住成空。

利用暑假，鼓起勇氣我參加社團舉辦由簡老師帶領的-悲傷治療，挑戰自我的壓抑及情緒管理，想不到我居然也能如此的難過、悲傷，甚至於眼淚狂飆的不可收拾，完全融入在生離死別的情境中。

人的眼淚真是脆弱，經不起狂風暴雨，經不起周圍情境的影響，就是不聽使喚的真情流露。簡老師帶領的治療悲傷課程，經由口碑行銷，上過課的人都覺得收穫滿滿。運用假設立場、角色扮演的演練，讓悲傷者盡情情緒完全釋放，猶如上了一場生命教育，當自己融入情境時，時而淚流滿面，時而眼淚於眼眶中打轉。利用此次難得的因緣，我整理上課的筆記與大家分享：

所謂悲傷治療乃是協助生者將「塞住淚管的石頭移開」，讓其有適當機會表達情緒的時間和空間。在情緒宣洩過後，協助重新整理思緒，新的窗口就會射入希望的陽光。其目標是協助生者完成與逝者間的未竟之事，也就是悲傷輔導的任務。

那誰來做悲傷輔導？有三種基本型態：1.專業服務者：醫師、護士、心理師、社工人員等。2.志願服務者：受過專業訓練的義工。3.自助團體：有共同經驗的人組成之支持團體互助。對誰作悲傷輔導？預防模式是：界定高危險群，並早期作處置。預測指標如下：1.缺乏支持性社會網絡：沒有親朋好友。2.與逝者有極端衝突的婚姻關係、極創痛的死亡情境、以及未被滿足的需要。3.同時出現其他生活危機。何時進行悲傷輔導？1.從接觸到當事人開始。2.從預知死亡時即可開始接觸。何處可作悲傷輔導？正式或非正式的場所均可，只要是安全且不受干擾的環境。

悲傷輔導的原則與程序如下：1.協助生者體認失落並接受事實：鼓勵談論死亡事件。2.幫助生者界定並適切表達情感：包括憤怒、悲哀、焦慮、愧疚、無助等。3.幫助生者在失去逝者的情況下重新面對生活。4.協助生者將情感從逝者身上轉移(情感轉移)：發展新的人際關係。5.提供悲傷反應的時間：週年忌日、節日、紀念日。6.解說「正常」的悲傷反應。7.允許個別差異：使家人親友接受。8.提供持續的支持：至少一年以上，可引介自助團體。9.檢查防衛機轉和調適模式：評估、探索及

指引。10.辨認病態悲傷行為並轉介：以便進行治療。

可使用某些有效的技巧：直言不諱（談論死亡）、使用象徵（逝者相片、遺物）、寫信（給逝者）、繪畫、角色扮演、認知重建、製作回憶錄、引導想像（空椅子法）、心理劇等等。藥物須謹慎的使用，以解除焦慮或失眠為重點。葬禮儀式處理得當可以增強失落的真實性，提供表達對逝者想法和感受的機會，並可提供家屬社會支持網絡，有助於宣洩悲傷。證據顯示專業服務、義務服務及自助團體均能降低因失落而產生精神症狀和身心失調的危險性。

悲傷治療輔導適用於過長的悲傷、改裝的悲傷、誇大的悲傷等情況。運用程序：須先排除生理上的疾病；評估四項悲傷任務是否完成；處理因回憶引發的情緒等。使用時機是治療者充分掌握狀況且當事人已作好心理準備。

評估效果如下：1.主觀感覺：包括提升自尊、降低愧疚感、增加對逝者好感等。2.行為改變：恢復社交、建立新關係等。3.症狀減除：身體症狀減少、緩和或消除等。

第一次上這樣的課程，其實說真的第一天上完就想落跑，因為我不想再回憶也不想再這樣的情境持續繼續難過(人都報喜不報憂)，因為我怕傷心、怕面對悲傷，當我回到家後，仔細思慮後，發現每個人必須面對生命中的悲歡離合，我可以勇敢的面對生命中的無常及

別離，也從多處找出相關資料，如何走過憂傷的實際作法與大家分享：

一、了解自己的感覺。承認自己的悲傷。替自己列一個計畫。一步一步的來，對自己有耐心。要有現實感。

二、傾聽自己的聲音。學習尋求協助。給自己建立一套規律的生活。給自己找出一套表達憤怒及痛苦的方法。好好照顧自己。

三、找出支持系統。紀錄自己的想法。給自己立下時間表，何時要清除一些東西或衣櫃。製作記憶盒子或紀念冊。保持幽默。

四、不要浪費能量去擔心一些事情。不要害怕獨處。建立自己的一些特殊儀式。試著和你的資源聯繫。注意你的信用卡和錢包。

五、不要否認眼淚在療傷中的功能。了解自己的悲傷過程是獨一的。為自己憂鬱情緒負責任，試著去做一些事情讓自己高興。

我很欣賞這一句話【不要否認眼淚在療傷中的功能。了解自己的悲傷過程是獨一的】，從來都沒有如此的感受，上完課後，讓我能勇於面對悲傷，讓我更堅強，簡老師的引導更讓我能突破對於悲傷的心境。



EMBA101經管

陳燕貞台灣銀行-基隆分行
高級襄理

諮商輔導心路歷程分享

從事諮商輔導至今，今年剛好邁入第25年，點滴的服務歷程也在我生命的旅程中紀錄美麗的全部。

利用此次機會分享我的諮商輔導歷程經驗，很多人會對諮商輔導的錯誤認知是：通常看到我會有兩種反應，一種是認為我在從事輔導工作，對人很了解，我最好離你遠一點，這種人通常把輔導視為“無用論”，那另一種人是認為我在從事輔導工作，對人很了解，我有很多問題，你趕快幫我輔導，輔導這種人把輔導視為“萬能論”，但是，有用無用都不能解釋輔導，因此，很多人對輔導的錯誤認知是，什麼是輔導呢？輔導就是：「不輔不倒，一輔就倒」。輔導的目的是幫助一個人以自我了解為起點，以自我實現為目標，感同身受的陪伴當事人走一段的心路歷程。輔導的最高目標是促使一個人自我實現，自我成長，輔導就是在幫助當事人走這段路程。

助人的目標：

助人的目標，我用八個字來形容就讓他做為一個成熟、智慧、健康、快樂的人，我們知道，一個人的年齡不代表成熟，知識不代表智慧，恰如其分的表現，就是成熟，譬如：清華大學的學生，因不滿女友分手，而在其女友喝的水中下毒，且還有洪曉慧事件...等，難道他們沒有知識嗎？他們在某一個領域是相當有知識的，你說他處理人類感情事件中有智慧嗎？我講說知識是在圖書館中找到的，而智慧是要靠我們自己去領悟，因此，現代社會提倡，人要有多元智能，其中包括情緒，人際...等種種多元智慧，人不能只有IQ，要有5Q，這5種Q就是CQ：創造的智慧、EQ：情緒智商、IQ：智能智商、LQ：領導智商和MQ：道德智商，因此，我們在幫助一個人，使他成為一個成熟而有智慧的人，就是讓他自己知道在什麼階段應該要有恰如其分的表現，要有多元智慧的發展。

助人的基本模式：

輔導員和當事人之間的溝通，輔導是要幫助人自我了解，自我實現，而幫助一個人深度的自我了解，輔導員要了解當事人的內心世界。當我們在輔導別人時，讚美別人是很重要的，讚美有分三種：適時的讚美、特質讚美和真誠讚美，人都需要被肯定，被讚美。當我們在幫助別人時，我們的助人歷程有(1)關係建立(2)自我探索(3)自

我了解(4)問題解決。我們有許多方法，例如：

(1)自我激勵法：就是告訴自己，我可以，我做得好，不斷給自己內在的激勵，我真的很不錯或者優點轟炸法等。

(2)標竿法：找自己生活中的人，做為標竿，努力看齊的對象。

(3)吾日三省言身。

(4)心理諮商法：也就是找像張老師等類似的單位，做心理諮商。

助人的基本技巧：

(一)同理心：感同身受，設身處地，以己之心，渡人之心，將心比心的過程，就是同理心，也就是能夠抓住對方的感覺。

(二)真誠：表裏一致。

(三)尊重：無條件的接受對方。

(四)面質：對方有一些不合理的想法過程處理中，你怎樣去找到他的一些不合理的過程。

(五)立即性

(六)問題解決技巧：任何問題總有他的步驟，總要去合理的解決，無論是感情問題或是人際關係的問題我們要先界定問題是什麼，分析問題是什麼，然後找到最佳的決定，通常我們在輔導的過程，不是幫他做決定而是幫助他去幫助他自己，讓他自己去做

最佳的選擇，幫助他看清自己，看清環境。

針對個人生活中的生活適應、人際關係、生涯困境、工作壓力、哀傷與危機處理等議題，透過一對一的談話中，幫助來談者宣洩情緒，接納自己，釐清內心困擾的脈絡，探索自我的價值觀，增進解決問題的能力，讓來談者做出對自己最好的選擇。

最近看了一本書，特別喜歡裡面的一句話～與抗拒同行，而不是與它對抗，這個道理很簡單，但是當下我並不做到，歷程很複雜，有個案的抗拒，也有來自於諮商員自己本身的抗拒。諮商員是需要被照顧的，在協助個案「安身」、「安心」之外，助人工作者同樣的也需要「安心」，有機會可以說說，陪伴歷程在自己身上發生的事，心情真的很輕鬆，幫忙我可以繼續走下去，不只個案的歷程在改變，我也在走我自己的歷程。經由幫助別人也幫助自己成長。

從事諮商輔導是自願的、義務的、服務性質就是接線，只能與個案延續探索，實質幫助也只能轉介協助，只靠一個人的力量是不夠，外界救助資源許多；傾聽、陪伴、引導、

鼓勵、讚美，就是最棒的諮商輔導員，如果想要對個案有結案的句點，務必需要時間來驗證，馬上見效是有困難度(一樣米養百樣人)想法轉個彎，自己會更寬～。

諮商輔導的目標是在做一個健康、快樂、成熟而有智慧，而輔導本身的特色是在有興趣，願意深度去了解別人的過程，不作主觀的評斷，能夠跟別人具有雙向溝通的過程。輔導本身在對人深度了解的過程中，幫助當事人去建構一個積極正向的自我概念，然後輔導員所擁有的輔導技術是來自生理的專注，心理的專注，到真誠接納，到我們所說的挑戰面質，到問題解決的過程，然後，我想這是各種不同的技術，我們每一個人都可以幫助別人，我們願意用一種積極、正向的人生態度面對我們的個案，用一種鼓勵者的心態，給他能量，給他動能，他就可以面對自己的生活，找到他自己的生命方向，我們願意協助個案在成長的過程當中，了解自己，創造未來。

生命的快樂來自於有能力幫助他人的快樂，也就是以真誠的心善待周遭與我們有緣的人，那麼生命的快樂指數必然會源不斷成長。





看美景 拍美景

北部熱門鳥瞰攝影景點介紹

圖文 EMBA100工管

林岳奇

力翔科技(中興電工關係企業)系統部經理

工作繁忙之時大家舒壓方式不同，但大都脫離不了興趣及愛好，喜愛看美景及拍照的學長姐們，學弟在此介紹幾個在大台北市附近能居高臨下，景觀視野遼闊拍照的好景點，這些地方並非官方旅遊景點，但熱愛攝影的同好，我們都視它為拍照聖地。

大屯山山頂 ★★★★★ 日出、夕陽、夜景 Google Map 25.176165,121.521342

超人氣的指標，海拔1077M高，為陽明山第二高峰，位於陽明山二子坪旁的山上，到達山頂可一望無際的鳥瞰大台北地區，一邊可看到台北市、北投、關渡，另一邊可以看到淡水、三芝，可拍日出也可拍夕陽或夜景，入秋時芒草搖曳生姿，配合山景及夕陽美不勝收，入夜後大台北燈火夜景也不遜日本函館，雲海季時常有清晨四五點就有人來卡位，但唯一的缺點就是山頂上非常容易起濃霧、風大、寒冷，損龜的比率約為1/2，所以在平地或二子坪往大屯山頭看去如是雲霧鎖住就別往上去，交通方式如開車或騎車由二子坪遊客中心旁的道路往上一路開，如圖(1)中間兩位美女的手指方向，約1公里多10分鐘路程，到了盡頭會看到民航局助航臺如圖(2)，若走路可能要40分鐘以上，山路都是柏油路面，但非常陡峭，體力好可以從二子坪內走登山步道。





圖3.大屯山頂對面看去的面天山及後面的觀音山



圖4.等待晨曦前的台北燈火



圖5.大屯山夕照秋芒



圖6.大屯山另外一面看去的三芝及雲瀑

九份的天公廟 ★★★ 夕陽、夜景 Google Map 25.107887,121.846978

來到九份山城如果天氣不錯還可以觀賞夕陽，在九份絕佳賞夕陽的地方就是開成殿(天公廟)，後倚金瓜石美麗山群、左依大竿林頌德山、右擁雄壯的雞籠山、面臨深澳港八斗子及基隆港、萬里金山、遠眺八里觀音山、景色優美，當到了夜晚山城路燈點燃，一遍燈海更是美麗，地點在九份台102縣道往雙溪的路旁，還未到欽賢國中之前，車子可以停在在九份隔頂的停車場往上走不到500公尺就在102縣道旁或開車前往，但那邊停車位置很少



圖7.九份天公廟的山城之夕



圖8.九份山城之夜

不厭亭 ★★ 夕陽 Google Map 25.089194,121.847659

離開天宮廟沿102縣道往雙溪開約20分鐘車程，102縣道21k處，也就是瑞芳與雙溪交會的地方，右手邊會看到一個涼亭，此地方為不厭亭，有獨特視野，從涼亭往西看，筆直的車道的景觀，常有拍廣告的取景，此地方也是攝影同好拍攝夕陽的聖地。



圖9.從不厭亭看去的台102縣道

當然除了上述地點外，如著名的內湖碧山巖鳥瞰台北市、象山101夜景，還有少人知道的平溪的五分山氣象台、新店的東華聖宮等等也都是著名鳥瞰的景點，礙於篇幅有限，有機會再介紹，遊走這些美景如能搭配絕佳的天候更是美上加美，除了賞心悅目外，心情也闊然許多，也會感受珍惜台灣真的很美，只要您有心，美景無處不在。



EMBA班聯會登山活動

EMBA100經管

吳佳玲

新光銀行
稽核



EMBA班聯會為本校參加第一屆全國EMBA校園馬拉松接力賽，於民國101年10月28日舉辦了「班聯會馬拉松體力訓練暨經管100登山健行」活動，共四十一人報名。登山的過程，最甜美的時刻，就是累個半死，在高點回首來時路的欣慰！

還記得那個下雨天，咱們除了運動強身之外，還欣賞了三貂嶺瀑布群(合谷瀑布、摩天瀑布、枇杷洞瀑布)的好風景、親近大自然。

因為下雨，增添了詩情畫意！

因為下雨，參加登山的師長、學長姐及家眷們，無一倖免地都當了落湯雞。（遇水則發啦！）

因為下雨，讓我們一路必須手腳並用、手忙腳亂，但也體會到「患難與共」、「相互扶持」的感動！

天公作美？天公不作美？如人飲水、冷暖自知！但我相信咱們是「眾人淋雨、樂在其中」、「苦盡甘來」，不虛此行！

恭喜我們大家！因為參與，我們又為我們自己的「那些年，我在北科大EMBA的日子」增添了一個值得回憶的片段！（遠目）

謝謝永遠熱心地幫我們用照片寫日記的100經管樟泉學長！謝謝班聯會執行副會長(100經管容億學長)及100經管登山社社長(崇熙學長)精心籌劃與安排這次EMBA全體師生得以同遊的好活動！

謝謝所有參與的好夥伴們！

因為需要感謝的人太多了，就感謝天吧！



中年上班族之慢跑與馬拉松

EMBA101工管

張峻欽

矽統科技
市場行銷總監

在很忙碌與健康的考量下，我選擇了馬拉松當成我維持體力與工作效率的一項運動，若時間允許的狀況下，或許我會選擇鐵人三項、潛水、羽球、高爾夫等等的活動，但是時間是今M型化社會下中階人士最欠缺的一項資源，在工作、學業、家庭、時間等多方考量下，在不太花錢、不太花時間、不太會有運動傷害為前提，馬拉松是不錯的選擇。

也許你會覺得馬拉松是一項不可能的任務，的確，要跑個10公里、20公里的距離，若非選手，絕對不是一件簡單的事，不過，又回到一個前提，我們所從事的運動，最主要的目的大多為了保持良好的體能與健康，所以一旦你試著跑起來，也許只是200公尺、800公尺等等，循序漸進，就可以很輕鬆的達到我們所熟知的333法則，一週三次，每次均能超過30分鐘，心跳能大於130下，事實上這樣的學習並不難，若你能有計畫性的達成30分鐘以上的慢跑，也可以很輕鬆的跑上1小時或2小時，如果以每小時7公里的時速慢慢跑，2小時下來你已經有14公里的水準了。

一 準備項目：

- A.心跳計：監控心跳所使用，了解身體所承擔的負荷。
- B.慢跑鞋：保護雙腳，避免運動傷害。
- C.色彩鮮明的慢跑服：輕鬆、排汗，鮮明的顏色可避免交通事故。
- D.水/運動水壺：避免脫水及體溫上昇。
- E.高熱量食物：補充體力，增加耐力。
- F.時間表：適度分配時間，避免過渡負荷或運動量不足。

馬拉松或是慢跑的入門並不難，基本的配備及知識，便可開始進行，而羽球、高爾夫、潛水等一類的活動，需要專業教練指導，門檻相對較高，此外，針對40歲以後的保養之道，亦不能給身體太多超過負荷的訓練，過與不及對人體都非一件好事，但是如何得知身體是否過量與否，我們可以透過心跳計來檢視自己，行政院衛生署所定義人的最大心跳率為： $220 - \text{年齡} = \text{最大心跳率}$ ，若您是40歲， $220 - 40 = 180$ 下/分鐘，很簡單的可以看出，年齡與最大心跳率成反比；接著我們可以夠過心跳的強度來做體能的訓練規劃，若是以衛生署建議之運動量，則以60%~70%之心跳率最能達到燃燒脂肪及有氧的效果，若能適度增加到70%以上，則能增加肌耐力之強度。

60%~70%	燃燒脂肪（瘦身與有氧之運動）
70%~80	中度訓練（增加肌耐力與心肺能力之訓練）
80%~90	強度訓練（選手與競賽之訓練）

表一：心跳率與運動強度

二、時間表：

一旦有了心跳方面的知識，接著便是計畫一個每週三次的有氧馬拉松與慢跑的時間表，下表為我目前安排的簡易時間表，配合需要上班之需求，晚上的慢跑可以減緩一天工作的壓力，流汗後可以改善睡眠品質，過渡密集的運動反而成為負擔而產生對用動的排斥：

	星期日	星期一	星期二	星期三	星期四	星期五	星期六
6:00~7:30	√						
21:00~22:30				√		√	

表二：簡易版之每週適量慢跑表

三、飲食：

針對以健康為標的慢跑或馬拉松，對於飲食的要求其實並不需要太多的規定，但是可以多攝取香蕉、牛奶、運動飲料等補充流失的電解質以及養分等等，但對與水份的攝取，則可以更加細心的檢視自己在慢跑前、慢跑中、以及結束後水份的補充與需求，長時間的慢跑水份流失非常迅速，水份一但不足，會導致體溫迅速升高，身體的耐力會迅速下降，因此造成身體極大的負擔。

四、愉快的心情：

運動能保持身體的最佳狀況，好的心情也是不可或缺的條件，任何的運動都不建議過渡的負荷與躁進，運動應該是快樂的，如果你跑得不快樂，不能讓你樂在其中，也許其原因是你跑過量了，或是把慢跑及馬拉松當成例行的公事，如此又違背了原來的美意，所以保持好心情，不需急著跑太遠或跑太快，跑跑走走停停，循序漸進的符合333法則，或有規劃的參加年度的10公里、21公里、甚至是42公里等等，對身體都是有正面的助益。





我的高爾夫記事 in EMBA of NTUT/ 幸福筆記 PART II

EMBA100經管

吳殷俊宏

Yomura Technologies, Inc.
資深經理

第一次接觸高爾夫是三十出頭歲的時候，那個年代臺灣經濟成長不快，但隨著股票市場大漲，企業界掀起一陣高爾夫熱。我服務的公司裏幾位較資深同事也受到傳染，集體瘋愛此道，經常下班後不回家，直接往練習場跑。平常在辦公室偶爾湊在一塊，聊起打球，個個眉飛色舞，沒完沒了，而且聽眾越多，說話的聲調就越高。受此環境熏陶，我自然興起“有為者亦若是”的念頭，下了班後，跟著大伙，揮“桿”起義去，直到目前為止共買了二套球桿，一套是callaway & TaylorMade，Driver另買XXX10。

醜媳婦總得見公婆，練習場站了一段時間，第一次上正式場地是大事一件。通常初學者能把球“趕”進洞中而不被後面人抱怨太慢已經很不容易，還要計算桿數就有點強人所難。我開始勉強數出18洞下來打了多少桿起碼是上了十次場以後的事。可也正因為如此，越發感受到克服挑戰的美好滋味，打球的次數也越發頻繁。隨著兩手膚色反差越來越大（只有一手帶手套），我自然而然也成了公司裏“Old Boy”俱樂部的一員，聊起打球口沫橫飛，意氣風發，而且在不知不覺間，就像我的前輩一樣，向年輕同事們傳遞出打球對提升社會地位的重要性。

在接下來很長一段時間當中，因長時間在國外參展及拜訪客戶，而疏於練習，也就沒那麼狂熱了，直到考進台北科大經管EMBA，重新回到學校的日子，在Alex曹榮寶及Arthur甘業鑫二位100經管熱心的集訓下，特別找了96學長炫煥當教練，在每星期一晚上在五股大富都練習場指導，附上當時練球圖片以及當時的handicap記錄表。



	姓名	E-mail (Gmail)	E-mail (公司/個人信箱)	Remark
1	陳瑞絃	100emba17@gmail.com	hello Polly7@gmail.com	初階
2	吳佳玲	100emba18@gmail.com	tansy-wu@mail2.skbank.com.tw	初階
3	吳殷俊宏	100emba27@gmail.com	wuyin999@gmail.com	初階
4	趙佩如	100emba29@gmail.com	daphne.chao@tw.fujixerox.com	初階
5	邱麗梅	100emba31@gmail.com	vivian@fumio.com.tw	初階
6	曹榮寶	100emba32@gmail.com	alexrn.tsao@merckgroup.com	handicap 19
7	沈富民		markshen@twlife.com.tw	初階

日子過得很快，加入了101EMBA 及102EMBA也在3/20放榜了，因此又會有更多的學長姐加入經管校友會高爾夫球隊，從101年第13屆台北科大舉辦四校聯賽，在映煌學長的台塑關係企業的球場---長庚球場舉辦，那一年我們第一次拿到總杆冠軍，在比賽中，一路說說笑笑，就像郊遊野餐。受那氣氛感染，揮桿之餘，欣賞球場自然美景的閒情逸致，從日出的晨露到日落的夕陽，從樹木花草的芬芳鮮豔到各種沙坑，水池障礙。高爾夫球這項存在迷人的特點。



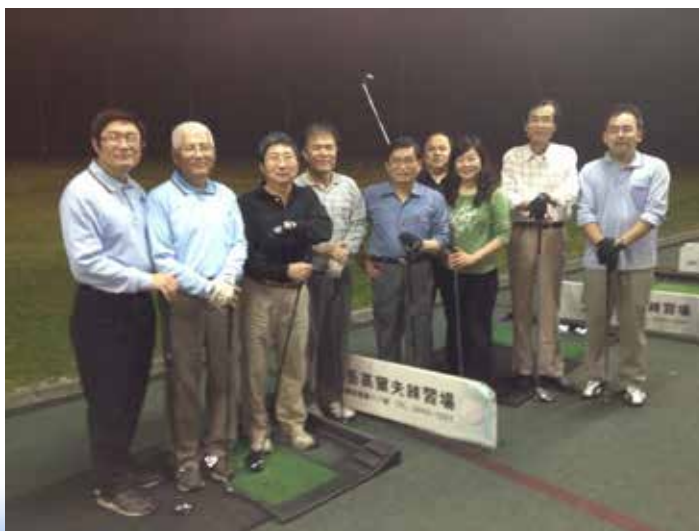
高爾夫就是這麼回事，不努力當然打不好，太努力更糟糕；不使勁打球飛不遠，太用力球更不愛飛；平時慣用右手，打球就必須多用左手；越是怕進入困境，越容易進入；越心浮氣躁急於脫困，越是陷入更深困境。這些種種，說的好聽點叫做“修身養性”，難聽點叫“違反人性”。無論怎麼叫，這就是高爾夫的另一個特點，跟它較真，自討沒趣；理解之後，妥協之後，反而自有它的另類迷人之處。

花很多時間打球，作為一種調劑身心活動很好，運動健身也說的過去，在未來即將上場的活動裡有

- 3/24 中央大學主辦之四校聯賽，關西球場
- 5/26-27經管系所友會在宜蘭礁溪。
- 9月四校聯賽

親愛的EMBA學長姐，走在諸大原野之間，任由腦袋胡思亂想，或乾脆全部放空，有一種和天地融合的孤獨美。當然，與教授們的互動還可在18洞的相處之5-6小時裡，互相交換或建議或分享課程的需要性，是此PROGRAM裡的一環必修課。

最後歡迎本關係企業之晨達精密郭水源總經理錄取NTUT 102EMBA經管碩士專班高中金榜第四名，以此心得來分享這份喜悅在期刊中。(郭總在第五位-林口醒吾練習場)



高爾夫球心得



EMBA101工管

林哲文

成長發展管理顧問公司

高爾夫球是一項讓人接觸，就愛不釋手的球類運動，適合各種年齡層的人們加入。一顆靜止的球放在地上，讓你從中摸索要如何打出一顆好球，著實讓人著迷，也是一件艱難的課題。考取北科EMBA，首先加入球隊活動，進而從中學習高爾夫球的奧妙，如同課業上聽取老師的專業知識，從中體會人生的哲學。

N年前，猶記得初次下球場時，18洞打了幾桿已經數不清了，但加入北科高球隊後，因學長姊的相互交流，進而產生動力，重新拾回球桿，造就我想要不斷突破自我的決心。這似乎和職場上很類似，當主管的我們，更需要具備這樣的精神，跟過去的自己比較，並不斷挑戰自我，讓自己能夠持續進步。

多數人眼中，高爾夫球好像是一種老人運動，從前的我是如此感覺，現在的我卻開始認真去學習高爾夫球，從中發現細膩的環節，且附有深遠的學問。

相信我！加入北科EMBA高球隊，您會有不一樣的體會，精彩的北科人生。

可愛粉彩貓畫圖技巧

EMBA 執行長辦公室 鄭昶怡

我喜歡畫畫，從高中開始去”彩與線畫室”學習粉彩畫，最近熱衷用粉彩筆畫貓咪，在秦老師的指導下，一兩堂課可以完成一張8開圖畫。其實畫貓咪不難，大家可以試試看，我畫圖的步驟如下：

1. 準備喜歡的貓照片、粉彩筆、面紙
2. 先用淺色粉彩筆勾出線條
3. 修正線條與構圖（這部份會請老師指導）
4. 大面積塗顏色（底色）並用手抹均勻
5. 細部加上其他顏色並用手抹均勻，讓色彩更豐富
6. 凹面處與下方面塗陰影（深灰色、深藍色、紫色、綠色...），並用手抹均勻，讓貓與物品有立體感
7. 整體檢視圖片看哪邊需要加強或修改（這部份會請老師指導）
8. 最後畫上細微的毛髮、鬍鬚、眼睛光澤等，然後簽名
9. 為了保存減少掉色，可以噴上”素描粉彩噴膠”，裝入畫框、畫冊

彩與線畫室 Blog: <http://color1111.blogspot.tw/>

彩與線畫室電話：0910-008-706





EMBA101經管

張耀宗

台電輸變電工程處 中區施工處
副處長

電影「陣頭」之啟示：轉型



週末看了有線電視播放的電影「陣頭」，電影情節環繞在男主角如何轉化對手震天團與自身九天靈道院所屬傳統陣頭之思考與作為，並重新定義具差異化之陣頭表演，隨著電影情節起伏，筆者腦海反覆浮現並思考著「轉型」二字，而電影情節裡關於轉型的幾個要素彷彿是繞樑三日之天籟，讓筆者沉浸且再三回味，無法淡定，這些電影的要素包含：

- 1.鼓：代表著核心能力的外在態樣，男主角本身對音樂節奏有一定的能耐，這能耐透過鼓來表現，也經由鼓陣提供轉型後之價值。
- 2.團員梨子：代表著執行力，對男主角而言，在這場差異化之轉型變革當中，因為擁有這類型團員，使得變革成功的機率大大提升。
- 3.環島與媒體：代表著承諾，經該過程，成員理解了轉型變革的意義。
- 4.震天團：代表著競合，因為其使機構成員存有危機感，更出乎意料的是，其成為九天靈道院轉型所需關鍵性資源之來源。
- 5.文化祭：代表著驗收，收割這種種努力的成果，同時也是確認自身有無犯了所謂「穿新鞋、走老路」的錯誤。

透過連結上述幾個要素，形成了一個畫面，這畫面讓筆者體認到成功的「轉型」過程，必須具備「三心二意」，包含：

- 1.驚心：如果沒有令人驚心的危機在眼前，轉型是不具備能量的，因為沒有危機感，人員就不可能專注於執行政策。

2.揪心：還記得2013年棒球經典賽-中日大戰那份揪心的感受嗎，中華隊從領先2分、被追平、到只差一顆好球結束比賽...，因為揪心，才讓「轉型」這件事顯得不平凡。

3.用心：所謂用心指的是領導者處於轉型的過程中，應達到「對事要專心」、「對人須交心」及「對己求舒心」之境。

4.執意：執意就是韌性，領導者非得有「海雲天風獨往來，圖治江山垂青史」之壯志，全心執意於在一片黯淡的前景找到曙光，讓人感受其滴水穿石般之堅定韌性，方有影響他人，令他人發願跟隨之可能。

5.盛意：盛意即熱情，領導者對所從事的事業充滿熱情，奮鬥不懈，跟隨者則以滿腔熱情相信領導者將帶領其看到不一樣的風景。

以藍色巨人IBM重返卓越的故事為例，從1993年負債160億美元，且20年內砸下200億美元投資開發應用軟體，但報酬率竟為負70%，存亡危急之際聘請路易斯「葛斯納」空降至IBM，歷經裁員近50%、向全球經理人闡述變革之必要、將IBM轉型成為應用軟體商的夥伴-系統服務方案供應商，到了2002年，員工人數較裁員前多了近6萬人，獲利80億美元，甚至葛斯納自己在快退休時說：「我愛上了IBM。」恰恰與本文所述轉型必備之要素與過程不謀而合。

電影「陣頭」以4100萬元拍攝而成，其票房卻逾3億元，相信這斐然的成績一開始並無任何工作人員能夠預估得到？筆者想，他們唯一知道的事就是「做」。所謂「做」，就如同男主角所說：「賽跑的人就要一直跑，打鼓的人就要一直打。」同理，任何轉型變革亦如

中華民國水中運動協會 ~救生員篇

進入職場已逾20年頭，每年當我們這群人在收到公司體檢報告出來時大家心中都會有一股衝動~~飲食要清淡、要多運動...。這樣的聲音通常在幾個月後隨著工作忙碌就逐漸消失。

在去年偶然的情況下與母親的朋友（一位國泰人壽退休的處長）相約參加了晨泳班，看見長輩每天凌晨5:00報到的毅力，我也不好意思缺席。於是游泳就變成我在去年夏天每天生活的一部份。游泳本身是一個很好的有氧運動，除了肌耐力及肺活量的訓練，在水中活動的浮力也減少對膝蓋的磨損衝擊。在一個暑假後，最直接反映的是體能的增加及體檢指數的下降。

去年的游泳過程中我參加了中華民國水中運動協會所舉辦的救生員訓練班，以一個月的每日1000~1500公尺訓練量加上室內課程，好像又回到當兵的時代。考上的證照對我的意義而言不只是一種肯

定，也是讓我重新認識大自然~水的力量。參加協會讓我最認同的除了救人自救的理念外，其所有經費除國家對社團的補助外，其餘都是熱心的教練群捐助。協會訓練的目的不僅是希望危急時可以救人，更重要的是希望參與訓練的學員在水中活動時可以自救。

中華民國水中運動協會
www.cmas.tw，是目前體委會核發的救生員執照的委辦單位之一，救生員證照分成封閉水域及開放水域兩種。封閉水域就是我們知道的游泳池或像八仙樂園那樣的遊樂場；開放性水域最典型的說明就是海水浴場。由於救生水域性質的不同，因此在考試時的項目不同，茲提供分享考試流程及訓練點滴，有興趣的學長姐可以上網諮詢102年度相關事宜。

游泳池救生員檢定項目表（參考資料：<http://www.cmas.tw/modules/tinyd0/index.php?id=6>）



EMBA101經管

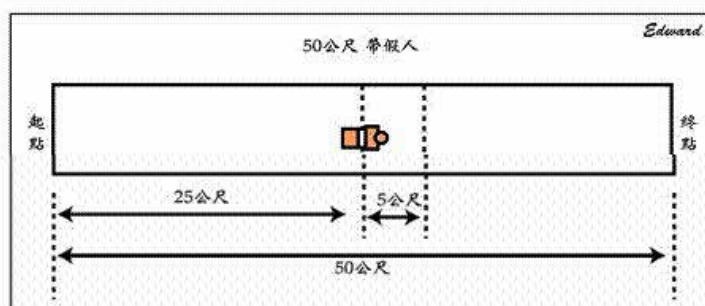
徐晟偉

美商奇異國際股份有限公司
台灣分公司 產品技術應用經理

檢定 事項	測驗時數	評分項目	測驗內容	備註
學科 測驗	1小時	(1)游泳池法規。 (2)救生員職責。 (3)游泳池管理。 (4)救生常識。 (5)急救常識。	學科測試，滿分為100分，70分(含)以上為及格。	學科不及格 即為訓練不 合格。
術科 測驗	3-4小時	一、急救技術	心肺復甦術暨復甦姿勢操作、異物哽塞處理、頸脊椎受傷溺者處理、體外自動心臟去顫器操作。	能正確操作 者為合格， 反之為不合 格。
		二、救援能力	1、須能於5分30秒內以 (1)抬頭捷泳，(2)抬頭蛙泳，(3)側泳(4)基本仰泳等四式，各游50公尺，共200公尺。 2、一口氣潛泳20公尺以上。 3、踩水及仰漂二項各達3分鐘以上。 4、徒手游泳25公尺後即拖帶假人25公尺，男須於1分20秒、女子1分40秒內完成。	通過左列標 準為合格， 未通過者為 不合格。

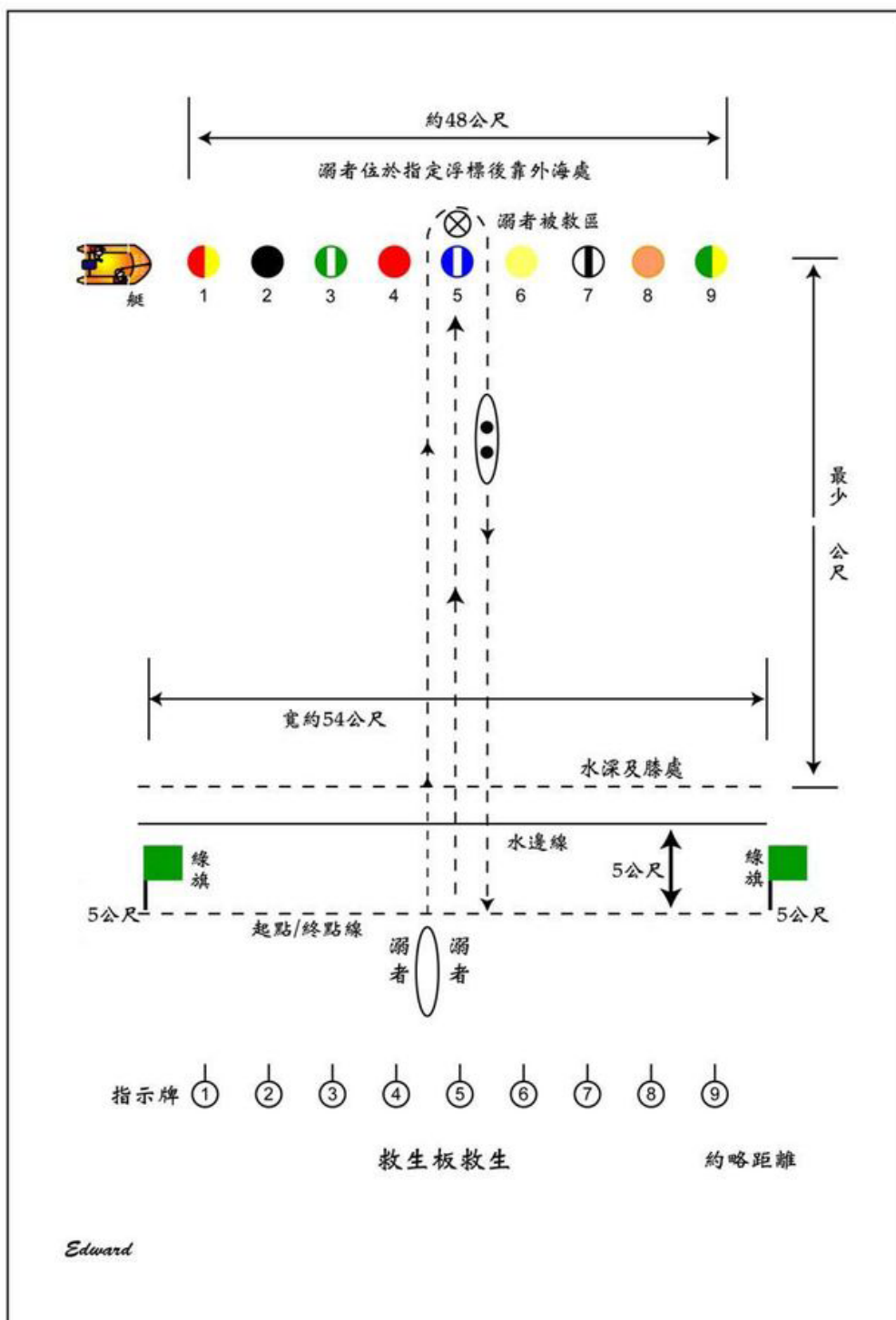
50公尺帶假人檢定方式

- 1.流程：聞出發信號後，應檢者跳入水中，採任一泳式游25公尺，然後潛入水中帶起假人，在離假人置放處5公尺內將假人帶出水面，並帶回終點線。選手自水中帶起假人時，可藉助蹬池底回到水面。
- 2.器材：本項的假人內部需裝水並封住。應檢者必須使用主辦單位所提供的假人。
- 3.假人放置位置：假人須放置在水深1.80公尺至3.00公尺的地方。若水深超過3公尺，假人應放置在平台上（或其他支撐物），以達到置放於規定的深度。置放時，假人背部朝下，頭朝終點線，胸部的橫線置於水道25公尺處。
- 4.限制規定：應檢者具下列行為視為不合格
 - a、選手出發後，在潛入水中帶起假人之前，沒有浮出水面。
 - b、從水中帶起假人時借助泳池的設施（如水道繩、台階、排水管或水中的設施等）。不包括池底。
 - c、未在假人頭頂超過5公尺線前完成正確拖帶姿勢。
 - d、採用不正確拖帶假人方法。
 - e、未保持假人口、鼻在水面上。
 - f、未碰觸到終點牆前，已放開假人。
 - g、沒有碰觸終點池壁。



開放性水域救生員檢定項目

- 1.開放性水域游泳(分海上及河流二場地)300公尺，須於8分30秒內完成。
- 2.救援板救援300公尺，8分30秒內完成。
- 3.魚雷浮標救援300公尺，9分鐘內完成。
- 4.機動艇救援300公尺，6分鐘內完成。
- 5.救生繩袋、救生繩救生操作，回流區進出(操作檢定模式另訂)。
- 6.心肺復甦術、異物哽塞處理、復甦姿勢、脊椎受傷處理。



訓練照 (救生艇海訓)



訓練照 (長泳海訓)



訓練照 (五米深水池訓練)



訓練照 (溪訓翻船自救)



訓練照 (救生艇海訓)



訓練照 (救生艇海訓)





漫談遙控飛機

飛翔一直就是古老人類的夢想

結合科技 藝術 歷史 運動



EMBA101工管

江嘉德

宏遠機電股份有限公司 總經理

九年前，也就是人生剛邁入而立之年，印象很深刻那一年2004年正逢總統大選後，一股衝動決定把小時的夢想化成行動，去遙控模型店買了生平第一架遙控飛機，但我的飛行初體驗，是剛要開始就草草結束的那種劇本，其實很多人都有類似的經歷；那次的首航是缺乏經驗的，心理過於緊張又沒有前輩指導，在沒有弄清楚風向及航道，就將飛機的油門推一到底，隨便往空中一拋，不幸的是飛機沒有往上飛，反而在眼前直直落的撞上地球表面，3秒鐘的時間就化成了地上的一堆碎片，夢想隨著變成了沮喪，期待了一個星期的首航終以悲劇收場；沒做好事前的功課，基礎的練習也不夠就冒然去嘗試，往往成了預想不到的後果；面對這個場景，那時並沒有太多的考慮，當下內心就有決擇，把它帶回家修復，畢竟是第一台的飛機也不甘心就此畫下句點。

花了整整兩個晚上6個小時的時間，一片一片的把碎片拼湊起來再接合成一整塊，雖然作的腰痠背疼，但從修復的過程中，慢慢去發現到失敗的原因，研究出那一個步驟出了問題，也磨練出平常少有的耐性，失落的心情由逐漸完工的機身又開始建立起信心，即使只能修回原來70%的模樣，但是第二次試航的時候，更加的仔細謹慎更加珍惜，起飛前一步一步檢查動作，最後確認風向跟航道對了，順勢將飛機推出去，這次不再莽撞是有準備的，但心裡知道它在我的手裡操作之下飛起來了，雖然還是有點顛頗，稍作調整越飛越順暢，愈玩愈有心得。

現在當雙手握著遙控器，實現了個人飛行的夢想，同時成了假日休閒生活重要的一部份，每當飛機升空的一剎那，就覺得壓力完全可以釋放出來，雖然是一項花錢無數的休閒，但心靈感受無法用價錢衡量，也是一條不悔的不歸路。

人生中不可能沒有遇到風浪，即使現在駕御遙控飛機相當的駕輕就熟，偶爾也會在空中遇到突如其來的亂流或驚險的擦撞，如何化險為夷要看個人經驗的修煉及智慧。



甚麼是遙控飛機

遙控飛機是一種以遠距離之外以手執遙控器控制之模型飛機，不是一種玩具。控制方式通常為無線電波，某些遙控系統使用紅外線，但極為少見。遙控飛機的動力有馬達或是小型引擎。亦有無動力的遙控滑翔機。遙控飛機飛行原理與真飛機完全相同，結合物理、機械、電機、電子、通訊等學理，因此操控十分困難。市面上販售簡單的玩具遙控飛機只能控制主翼兩邊馬達以調整方向，操作較為簡單。但是真正專業的玩家所使用的遙控飛機，在各方面都是十分複雜的，可控制升降舵、方向舵、副翼、馬達或引擎等等。初學者通常需要一段時間才能熟悉如何操控、組裝及維修遙控飛機，並瞭解如何使用相關設備。

遙控飛機通稱：

Radio-Controlled aircraft 或
RC model airplane或簡稱 RC plane

遙控飛機的種類概分 - 定翼機篇

1)特技機(Aerobatic or Stunt airplane)概分以下數類:

A.像真特技機:

由實機之特技機縮小比例而來, 它繼承了原實機的外型, 也就多少繼承了其性能, 如非常流行的 SU-31, Extra-300, Pitts S-1, Ultimate-300, CAP-232等世界名機.

Ultimate-300雙翼特技機(RC模型機)



力之機型, 達到真正遨翔的樂趣. 熟習之後, 極富樂趣...

B.專就模型機特性而做最佳化設計, 以求某種特殊性能者如國際航空聯盟(FAI)規範之F3A組特技機, 及F3D組競速機等.

F3A型特技機



F3D型競速機



C.及近來非常流行的3D飛行機, 能作許多「外行看熱鬧」的停懸特技.....原因是很多人會誤以為飛機停在半空中飛不上去, 是動力不足的問題, 其實要飛出這樣的動作是要相當高深的技術與長時間的練習



2)像真機(Scale Model airplane):

由實機縮小比例而來, 頗具觀賞價值, 製作繁複, 有時兼具藝術創作及附歷史的意義, 種類多樣化而有趣, 也是大多數玩家最喜歡的遙控飛機...



3)滑翔機(Sailplane or glider):

與上列機種有完全不同之飛行特性, 操控觀念及手法, 高級機型及玩家很多皆採無動



遙控飛機的種類概分－旋翼機篇

直昇機(Helicopter or Chopper):

RC直昇機能作出載人實機連想都不敢想的特飛行, 您知到嗎? 臺灣遙控直昇機之生產及外銷有著與PC齊名的「遙控直昇機王國」呢



很水的像真直昇機



特技高手們的表演....

篇幅有限就介紹到這裡, 有空閒的話可以到居家附近的飛場來以機會友, 體驗不同休閒方式



EMBA101經管

王琳彬

盛泰科技股份有限公司
副總經理

北科大EMBA學長姊們個個臥虎藏龍實力驚人，小弟僅以此文分享我有限的小小腕錶收藏經驗!! (相信其他學長姊們的收藏故事一定更是精彩!!)

“玩物喪志”一直是老婆對我的評價，而一直以來我也只能欣然接受，因為這“可能”是個事實，從腕錶，紅酒，到今日的雪茄與Whiskey，只要是能引起我興趣的事物，我就能夠瘋個好一陣子!! (礙於雪茄與Whiskey並不是件健康的活動，所以這次就只跟大家聊聊腕錶囉!!)

談到腕錶其實開宗明義我想跟大家說的是請“不要”輕易相信收藏腕錶是可以增值這種事，腕錶收藏可以是一種興趣的投資，工藝的鑑賞，過程絕對是愉快與美好的，但它已經不容易是一種可以增值的投資標的，把腕錶收藏當成是興趣絕對會比當成是投資美好多了。(我敬愛的台灣腕錶資深收藏家“久哥”如是說...)

腕錶種類與品牌眾多，我今天並不討論哪個品牌的優勝劣敗，而

海角八號： 我的PANERAI故事



是要跟大家介紹我玩最久的一個品牌，也是這十年來最具爭議的腕錶品牌PANERAI (沛納海)，為何說它是個爭議品牌呢？因為PANERAI雖然歷史悠久(1860年創立)，但它其實一直是家義大利的軍品供應商，直到1936年左右才利用ROLEX機芯拼裝設計出第一支軍用潛水錶給義大利海軍特種部隊使用(所以對於誰才是第一支潛水錶的推出者，PANERAI跟ROLEX有頗多的爭議)，而PANERAI真正將其腕錶商品化並以精品錶的方式呈現則是在1997年被Richemont Group (歷峰集團，全球第二大奢侈品集團)收購後才算是正式推出，而只花短短

十餘年，它就以簡潔並優異的產品設計創造出在最短期內最成功的腕錶品牌，至今仍然廣受市場喜愛!!

PANERAI的設計風格是：

- 三明治面盤
- 方中帶圓的表殼
- 超大表徑
- 獨特龍頭護橋

PANERAI的主要款式：

- Radiomir (錶徑45mm，47mm為主流)
- Luminor (錶徑44mm，47mm為主流)

沛納海於1860年在佛羅倫斯誕生，這裡是文藝復興運動的發源地，義大利在藝術和科學領域上展露的創意和才華令其舉世聞名。沛納海透過其腕錶作品體現內在價值，經年累月，品牌憑藉熱忱、卓越的技術和獨特的設計不斷演繹。沛納海是一所製錶實驗室，自十九世紀以來技藝日益精湛，是二十世紀義大利海軍的測量及精密儀器供應商，二十一世紀的高級製錶商和國際知名品牌。與海洋世界的深厚淵源，是品牌忠實守護的遺產，它賦予每一枚腕錶運動的特質，如沛納海悠久的歷史一樣獨特、真實。

上述內容為PANERAI的官網自我介紹，更詳細的內容大家可以參考官網：www.panerai.com (這裡就不再贅述品牌故事)

海角八號~我的PANERAI故事~
我是2006年才參與到小沛的熱潮(PANERAI，沛納海，簡稱:小沛)，很好笑的是買錶當時我只聽過PANERAI但連圖片都沒看過，只是聽朋友講過有PANERAI這個品牌，很不錯的樣子!!

當時我出差路過香港海港城的三寶鐘錶，看見櫥窗有PANERAI專櫃，但沒看到錶(後來才知道”空的錶櫃”一直是PANERAI的行銷策略)，就進去問問看，當時Sales從抽屜裡拿出一支PANERAI(當時不知型號)，我跟香港友人，當場驚為天人!! 真的很漂亮啊!! 當時Sales開出一個不二價的價碼HKD:33000的樣子，我當時只覺得很想買，但基於不了解市價折扣狀況也”沒見過”不二價的錶，不知開價是否屬實?當下

並沒有決定，又繞去太子鐘錶看了Rolex，Graham，IWC...但最後還是繞回去買了”他”，因為真的是太美了!!但當時我真的連型號都不知，後來回台後才知道是PAM104 (這交易似乎好像有點扯)，這只錶我實際戴了一年多，一直是以膠帶錶帶當粗戴錶用，直到2007中到日本旅遊時買到PAM233後(PANERAI第一支自製8日手上鏈機芯)，自此一發不可收拾，後來又陸續買了088，250，210，213，177，005，183，232，249，173，270，219...(不知道有沒有漏掉)

當然，有些錶我已經轉手了...但，若問我最懷念的跟最想再買一次的PANERAI是PAM104....只是現在的價格實在是有点太超過...

但我覺得最驕傲的是我每一支都有剪掉吊牌，並實際拿起來戴，(173是旅行鬧鐘不能戴除外)，這是我的玩錶堅持!! 不作變態的投資收藏(不戴錶，純收藏)，要玩錶但不要被錶玩!!

而到目前為止，我最喜歡並且希望能留下一輩子的PANERAI是PAM249，如果要我能只留一只PANERAI，我應該也是選PAM249...但，當然...要我只留一支這是不可能的事啦!!!!

至於，問我目前最想買哪一支PANERAI? 我的答案是 ~隨緣~

“事”已至此只能隨緣啦!! (事=高漲的新錶價格)

因為我越來越發覺...實在是有太多其他品牌的好錶等著我啦...這該怎麼辦才好啊!!!

後記，後來我跟三寶鐘錶的Sales成為朋友，只要是路過香港一定會去跟他打個招呼，而我也陸續參加過不少的國內外主題錶聚(PANERAI GTG)，包含台灣，大陸，香港與澳門...這應該也算是另類的國民外交吧!!

而玩錶的這幾年也讓我結識的不少各行各業的精英好友並開闊眼界，有台灣人，大陸人，香港人，澳門人，日本人，新加坡人，美國人，有醫生，有律師，有知名外商銀行的總經理，有知名國際IT大廠的總經理，更有勤奮的台灣小吃攤老闆...並持續互動至今，這一路以來的經歷與過程也間接的推升了我參與EMBA Program的決心，所以我選擇了北科大EMBA，也感謝北科大EMBA選擇了我!!以上僅為個人淺薄的經驗分享，僅供大家參考，謝謝!!



PAM104



PAM233 + PAM104



PAM233 (8 Days)



PAM173

PAM088



PAM088

PAM250

PAM250



PAM213



PAM213



PAM177



PAM177



PAM232 (1938 Limited Edition)



PAM249 (1936 Limited Edition)



PAM249 (1936 Limited Edition)



PAM232 + PAM249



PAM183



PAM219



PAM270 + PAM219



PAM270 (10 Days)





如何唱卡

EMBA101經管

周文啟

技勇企業有限公司
總經理

各位老師，學長姐大家好，我是101經管的SEVEN，很高興有這個機會，能和大家分享”如何唱好卡拉OK？”為什麼我會想到這個題目呢？原因是因為大家都是來自各階層的中高階主管，或是企業界的負責人。而做生意呢？就免不了要應酬，其實我個人是很討厭應酬啦。尤其是台灣特有的催酒文化，怎麼在這酒駕處罰的這麼重的時代，怎麼可以不將心比心的顧慮到別人的安全呢？哈，不好意思，離題了。回到我們的主題，對，我們常常需要應酬，免不了的應酬。而KTV就是一般應酬完和應酬中最常去的地方。大家以歌會友，拉近彼此間的距離。那既然這是免不了的，我們如果可以把歌唱好，加深客戶的印象，這樣不是很好嗎？

當然不可能因為在下的文章，就能使有耐心看我文章的學長姐們，成為PRO級的歌手。但是去唱KTV，只要避免五音不全，尊重節拍，不唱超出自己音域範圍的歌曲，基本上都不會太差。所以，在下SEVEN，在此和大家分享一些簡單的練習方法。

就唱歌的三要素”音準，咬字，節拍”去做練習，最後在加上”情感”。這樣，我想以學長姐們的聰明才智，離PRO級應該就不遠了。而且我會針對實務面給大家建議，就因為大家真的都太忙了，我自然不會去說要做什麼”每天起床生吞兩顆雞蛋，再吊嗓子半個小時”這樣的練習。這樣，就太不實際嘍。

其實要學好唱歌只要把握兩個原則：

1. 模仿

2. 熟能生巧

先去模仿原唱者的唱歌技巧(不要模仿聲色哦)，然後練個幾十次就行了。幾十次很多嗎？一首歌頂多四分半哦

平日的練習

首先買台伴唱機：我最近家裡才買了一套卡拉OK的設備，買了才知道我的資訊實在是太落後了，現在家裡的卡拉OK，原來就有原聲原影可以唱了耶。去唱卡拉OK就是要唱這個。但當然也是要家裡的人大都有興趣唱才買啦，不然一套三四萬的設備，買

了不常唱然後供著，這樣也挺浪費的。不然有個比較經濟實惠的做法，就是買一台有卡拉OK功能的DVD播放器，然後再到YouTube去下載KTV檔來播放，這樣的DVD播放器有去人聲的功能，而且還有一般卡拉OK所沒有的A-B段播放，一台才一千多，非常的物超所值哦。歌也會比卡拉OK伴唱機要來的新多了。

多練些口袋歌曲：其實想要會唱歌，歌不用會很多首。您只要多挑幾首你喜歡的歌，把它練唱個一百次，這樣這首歌要不唱得好也難。常看一些歌手LIVE唱得很棒，那是因為他自己的歌已經唱很多次了，但您偶而也會看到歌手在電視上，舞台上唱別人的歌。不管再實力派的歌手，你都會覺得好像還好而已。因為這些歌他不熟，自然唱不出屬於他的味道。所以你只要挑幾首你喜歡的歌，反覆的唱它，自然就可以把這首歌唱好。不用擔心別人會覺得你怎麼每次都唱同一首，因為你不見得每次都和一樣的人去唱歌。而且若是你把歌唱好了，您的朋友們還會一直期待您唱一

好拉OK



樣的歌啊。所以，快列出幾首您的愛歌，並多唱它幾次吧練習時，注意”音準，咬字，節拍”：這三項是唱歌不可缺少的三要素。把這三項做好，唱歌就不會差。音準呢？我覺得是最重要的，如果是五音不全，這一聽就聽得出來了。那要如何克服音準的問題呢？首先是只唱適合自己音域的歌哦。音域指的是一首歌最高音和最低音的差距。如果您的音域，沒能像歌手一般的寬廣，那這些音域大的歌曲就要避免哦。而音調的問題，也就是KEY，則是平常就可以先去測試，原KEY自己能不能唱，若不行話，就要去做增減。看這首歌是要升幾個KEY，還是降幾個KEY。然後把它記錄起來，這樣到KTV要點該首歌的時候，馬上就可以升降KEY。不然等到音樂下去，才發現KEY不適合你，就有點太慢嘍。

而咬字的問題，我是比較不重視啦，周杰倫那種含魯蛋的唱法，都可以這麼紅了。但若有參加比賽，評審往往就會很重視了。不過呢？像因為我不太會講台語，所以我

唱台語歌，並沒有台語的味道，所以我台語歌也是儘量避免的。要把歌唱好，藏拙很重要哦。

再來是節拍，其實這只要把歌聽熟，並把歌唱熟。這就沒有這麼困難了。還是一句老話，都是熟練的功夫。

那如果平常就有練習,再來就是實戰篇

到了KTV，若是想把歌唱好，那冰的就不要喝，可以向服務生要溫開水。可是應酬都要喝酒...那這樣就算了哦^^”。在KTV裡，有一樣東西，非常的影響聲音，就是餅乾類的零食。餅乾除了因為它大多是油炸的之外，餅乾咬碎後的小粉末，黏在聲帶上，非常會影響聲帶的震動哦。

然後，如果不希望自己一下子就啞掉，那唱歌的時候，就要用大家常說的”丹田發聲”。其實我唱歌唱了十幾年，一直搞不懂什麼叫做丹田發聲。但這幾年我想到一個簡單的方法，就是當您要換氣的時候，你把氣深深的吸到肚子裡。然後你唱歌自然需要吐氣，你就會覺得你的肚子越

來越小。這樣就是丹田發聲嘍。說起來簡單，但還是需要練習的哦！

以上和大家分享一些，練習唱歌的經驗，捨去學院派的那些什麼頭腔共鳴，胸腔共鳴等等難以理解的技巧。純就實務面，與可行性和大家分享。畢竟大家是這樣的忙碌。但若您希望自己在歌唱上面，能夠有所進步，好能在KTV這樣的場合，增加自己的人際關係。希望在下文章，能帶給大家收獲哦，祝學長姐們歌藝精進。

周文啟SEVEN

曾任台北科技大學采音吉他社社長
台北科技大學第一屆紅樓琴緣校園民歌比賽創辦人

台北科技大學第一屆紅樓琴緣校園民歌比賽個人組第二名

台北科技大學第一屆紅樓琴緣校園民歌比賽團體組第一名

台北科技大學第二屆紅樓琴緣校園民歌比賽壓軸演出

台北科大管理學院EMBA期刊(第三期)

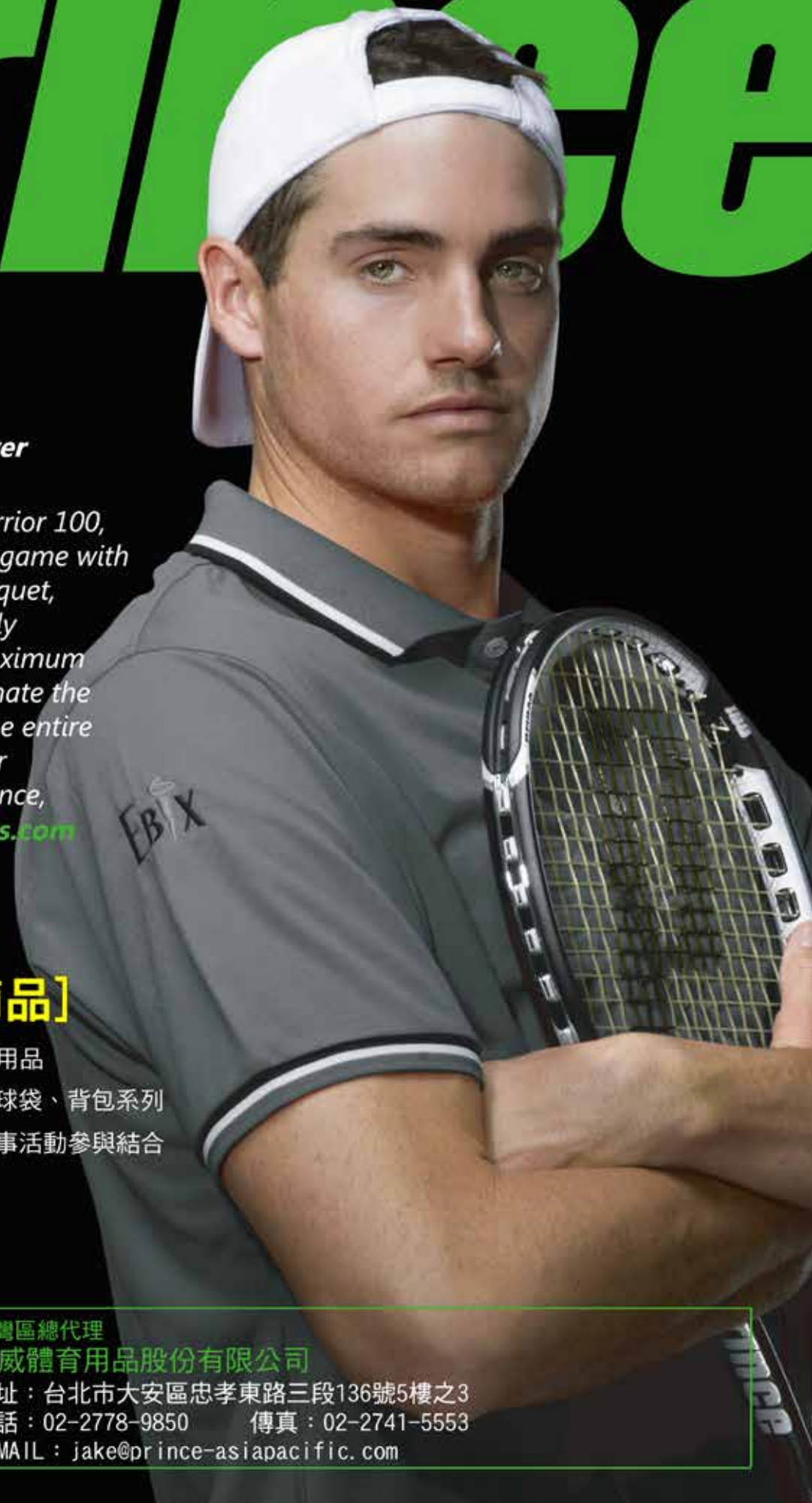
發行所	國立臺北科技大學
地址	106台北市大安區忠孝東路三段1號
電話	(02)2771-2171分機4547
網址	www.emba.ntut.edu.tw
發行人	翁頌舜
總編輯	范書愷
執行編輯	鄭昶怡
執行製作	趙建厚、徐晟偉、王永池、鄭昶怡 林容億、李銘涼、魏政維
美術編輯	Ramond Gozali、鄭昶怡 ramond@reflectedbridge.com

2013年5月初版

感謝各位EMBA學長姊賜稿

特別贊助	于太股份有限公司 劉木道學長 台灣富見雄事業股份有限公司 胡儒賢學長 宏誌科技股份有限公司 趙建厚學長 金湯科技有限公司 林容億學長 迪醫集團 王永寧學長 泰創工程股份有限公司 王永池學長 展威體育用品股份有限公司 許家彰學長 (依照公司筆劃排序)
------	---

prince

A portrait of tennis player John Isner. He is wearing a white Prince tennis cap and a grey polo shirt with white trim on the collar and sleeves. He is holding a Prince EXO3 Warrior 100 tennis racket. The background is black, and the word 'prince' is written in large green letters at the top.

John Isner

No.1 Ranked U.S. Player

John plays the EXO³ Warrior 100, leveraging his powerful game with an equally powerful racquet, designed to move quickly through the air with maximum responsiveness to dominate the competition. To view the entire EXO³ line and sign up for exclusive offers from Prince, Visit www.princetennis.com

[全系列商品]

網球用品、羽球用品、壁球用品
男女服飾、運動鞋、配件、球袋、背包系列
企業網、羽、壁球合作，賽事活動參與結合

prince

台灣區總代理
展威體育用品股份有限公司

地址：台北市大安區忠孝東路三段136號5樓之3

電話：02-2778-9850 傳真：02-2741-5553

E-MAIL：jake@prince-asiapacific.com

泰創工程股份有限公司

泰創工程股份有限公司成立於1993年7月，為一專業無塵無菌GMP室、生技醫療、機電、消防、太陽能發電系統、冷凍空調、實驗室設備之整體工程規劃、設計、建造廠商，經過多年努力，已成為各不同產業之E.P.C.C.M全方位專業工程服務廠商，提供完整Turnkey服務，將於今年歡慶成立20週年。

營業據點

華東區營運總部



- 昆山達創商貿有限公司
KUN SHAN DA-CHUANG
MERCHANDISE TRADING CO., LTD
- 無錫泰創工業設備安裝有限公司
昆山分公司
WUXI TECH-TOP INDUSTRIAL EQUIPMENT
INSTALLATION CO., LTD
(KUN SHAN OFFICE)
- 無錫泰創工業設備安裝有限公司
WUXI TECH-TOP INDUSTRIAL EQUIPMENT
INSTALLATION CO., LTD
- 無錫泰創工業設備安裝有限公司
重慶分公司
WUXI TECH-TOP INDUSTRIAL EQUIPMENT
INSTALLATION CO., LTD
(CHONGQING BRANCH)
- (越南)泰創一成員科技責任有限公司
北越辦事處
TTE VIET NAM
INTERNATIONAL CO., LTD
(NORTH VIETNAM OFFICE)
- (越南)泰創一成員科技責任有限公司
TTE VIET NAM
INTERNATIONAL CO., LTD

台灣區營運總部



泰創營運總部及台北分公司
TECH-TOP ENGINEERING CO., LTD

泰創台南分公司
TTE TIAN NAM
ENGINEERING CO., LTD

華南區營運總部



東莞創兆淨化工程有限公司
廈門辦事處
DONG GUANG CHUANG-ZHAO
PURIFICATION ENGINEERING CO., LTD.
(XIAMEN OFFICE)

東莞創兆淨化工程有限公司
DONG GUANG CHUANG-ZHAO
PURIFICATION ENGINEERING CO., LTD.

服務項目

Turn-Key Project



統包工程

MEP System



機電系統



冰水站系統



給排水系統



純水系統



消防系統



廢水系統



空調系統



排氣系統



冷卻水系統



管路系統

Clean Room Sys. Commercial Office PV & BIPV System



內裝工程



天花板、地板工程



製程管路工程



特殊氣體系統



中央監控系統



商辦大樓



家庭型發電系統



BIPV發電系統



窗型BIPV發電系統



大型太陽能發電廠



逆變器Inverter



連絡人：王永池

手機：0912-559502

電話：(02)7731-5788

地址：新北市中和區建康路158號10樓

信箱：tte-joy@tech-top-eng.com

您的理想工程 我的工程理想

www.tech-top-eng.com