



新華衛管理學院  
New World Institute of Management H.K.

# 2012

International Symposium  
國際學術研討會特刊

## 打造核心能力的 管理新思維

**Competence-building  
mindset for Asian businesses**

行銷3.0環境下的品牌經營

Brand Management in the Era of Marketing 3.0

中國創業經驗

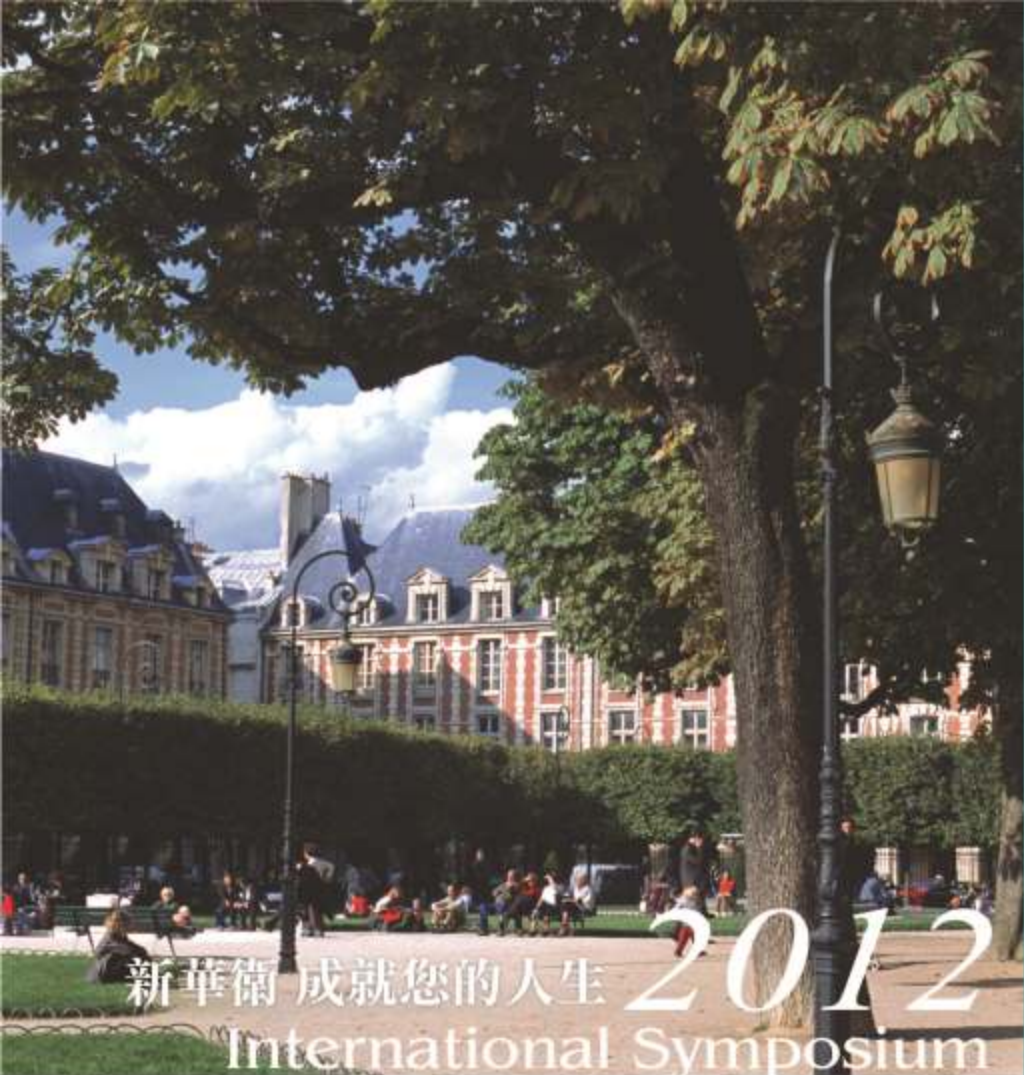
Experience in Starting a Business in China

企業迎向成功要訣

The Keys to Success of Modern Businesses

國家創新人才斷層及其振興策略

Talent Chasm in National Innovation System



# Contents International Symposium

## 目錄 Table of Contents



發行人：新華衛教育集團New World Education Group

林育賢 Stanley Lin

編輯顧問：吳學良 Dr. Wu, Hsueh-Liang · 林修威 Dr. Lin, Hsiou-Wei

總編輯：徐曉婷 Tina Hsu

編輯：李衍玲 Anthea Lee · 劉峻傑 Allen Liu · 楊奕淵 Jack Yang ·

溫州唯 Steven Wan · 張秀貞 Fabee Chang · 彭鳳樺 Lisa Pen

發行日期：2012年11月17日

印務設計：群智國際廣告



## 2012年國際學術研討會議程表

Agenda of 2012 International Symposium

研·討·會·主·題

# 打造核心能力的管理新思維

Competence-building mindset for Asian businesses

### 第一場 行銷3.0環境下的品牌經營 Brand Management in the Marketing 3.0 Era

主講人：黃恆獎 博士，國立台灣大學國際企業管理學系暨研究所教授

主持人：林建山博士，環球經濟社社長兼公共政策研究所所長

與談人：

柯百觀 總經理General Manager/PT.Sinar Majalaya Lestari Textile/印尼校友

曾學嵩 總經理General Manager/PT. Bangunperkasa Adhitamasentra/印尼校友

林淑芳 董事Director of Board/瑞士銀行UBS香港分行Hong Kong Branch of UBS AG/中國校友

劉龍和 總經理General Manager/信隆實業股份有限公司太倉分廠HL Corp.(Taichang)/中國校友

呂文堂 經理Manager/深圳信隆實業股份有限公司前叉事業部HL Corp.(Shenzhen)/中國校友

張之光 副院長Vice Superintendent/財團法人仁愛醫院Jen-Ai Hospital/台灣校友

### 第二場 中國創業經驗 Experience in Starting a Business in China

主講人：李榮福博士，福貞控股有限公司董事長

主持人：林育賢博士，新華衛教育集團總裁

與談人：

林基成 總經理General Manager/PT. Chang Jui Fang Indonesia/印尼校友

黃家海 副總經理Vice General Manager/PT.Foemosa Jaya Abadi/印尼校友

廖學湖 集團總經理General Manager/深圳信隆實業股份有限公司HL Corp.(Shenzhen)/中國校友

邱東華 副總經理Vice General Manager/深圳信隆實業股份有限公司財務本部

Financial Department of HL Corp.(Shenzhen)/中國校友

劉友哲 業務副經理Vice Director/中標鞋業Chung Jye Shoes Co., Ltd./中國校友

徐學剛 董事長President/佳能彈簧工業公司Chuaneng Spring Co., Ltd./香港校友

### 第三場 企業迎向成功要訣 The Keys to Success of Modern Businesses

主講人：林文光總裁，印尼金鋒集團董事長總裁/印中商務理事會總主席

主持人：拿督李芳信博士，國立雲林科技大學副教授/永信東南亞控股公司總裁

與談人：

劉雙全 董事長President/PT. How Are You Indonesia/印尼校友

張瑞恭 總經理General Manager/PT. Waterman Engineering Indonesia/印尼校友

柯昭治 總會長President/亞洲台灣商會聯合總會ASTCC Asia Taiwanese Chambers of Commerce

柯百岸 總經理General Manager/PT. Karya Prima Sentosa Textile/印尼校友

施至隆 前會長Ex-President/新加坡台灣商會Taipei Business Association in Singapore

林忠和 董事長President/先進光電科技股份有限公司Ability Opto-Electronics Technology/

副董事長Vice President/全國電子股份有限公司E-life Mall Corporation/台灣校友

### 第四場 國家創新人才斷層及其振興策略 Talent Chasm in National Innovation System

主講人：林建山 博士，環球經濟社社長兼公共政策研究所所長

主持人：黃恆獎 博士，國立台灣大學國際企業管理學院暨研究所教授

與談人：

蕭財福 副總經理Vice General Manager/PT. Polyfin Canggih/印尼校友

王曼蒂 督導長nurse supervisor/台中榮民總醫院護理部

Nursing Department of Taichung Veterans General Hospital/台灣校友

陳瑞榮 榮譽董事長Honorary Board Chairman/力山工業股份有限公司Rexon Industrial Corp., Ltd./台灣校友

陳運成 總裁Chairman/立晟金屬企業股份有限公司Lih Chern Metallic Enterprise Co.,Ltd./台灣校友

郭英耀 建設部高級專員Senior Specialist/台灣紙業股份有限公司Taiwan Pulp & Paper Corporation/台灣校友

陳慈柔 護理長Head nurse/台中榮民總醫院開刀房Operation Room of Taichung Veterans General Hospital/

新華衛全球校友聯盟財務長CFO of NWIM Global Alumni Association/台灣校友

李源萍 總經理General Manager/恆毅股份有限公司Swiftex Corp./台灣校友



## 國際學術研討會目的

Goal of International Symposium

新華衛管理學院從事教育事業已邁向第二十三年，秉持初衷以努力不懈的精神，抱持對教育工作的使命，以培養專業領域一流頂尖人才為己任，帶動企業永續經營，進而提升國家經濟發展。

新華衛管理學院自1997年起，為了提升學員與畢業校友之間的學術及人脈交流，同時拓展國際視野，以因應瞬息萬變的全球潮流趨勢，因此在亞太區各大主要城市如臺北、臺中、曼谷、新加坡、馬來西亞、印尼、越南、中國武漢、深圳、東莞、漳州、昆山等地點，舉辦定期定額型態的國際學術研討會。此活動是一場融合學院教授群的學術專業知識，與本學院各領域企業學員的實務經驗，以及當地學者、專家及企業界領導者所共譜的年度盛會。

邁入第十六屆的國際學術研討會，貫徹此一學術翼展的舉辦宗旨：

- 一、國際學術研討會成立的目的是於建構機會：與會學員參與不同企業領域的實務經驗及實踐理念，共享企業管理資源。
- 二、國際學術研討會成立的目的是於創造利多：廣邀全球六大洲立足於學術企業的校友和專家與會，分析全球商情資訊，深入瞭解財經脈絡，讓與會學員對國際趨勢能有通盤理解並取得領先優勢。
- 三、國際學術研討會成立的目的是於提供交流平臺：新華衛期助此學術活動非侷限於學術分享，藉由與會人士在座談會中分享實務經驗，達到學術與實務交流之目的，從而建構出一個因友誼而衍生的人脈網絡，提供全球商務的平臺。

期勉此屆國際研討會的舉辦，觀察學術能量於企業營運和管理模式，互濟互補、相互交流，讓世界各地台商企業有更明確的方向，創造符合時代需求的創新與突破。



## 致謝詞

Acknowledgement

今年於印尼雅加達舉行國際學術研討會，特別感謝本屆2012國際學術研討會大會主席劉雙全、籌委會主席林基成、新華衛全球校友聯盟主席李芳信博士、亞洲台商總會柯昭治總會長、中華民國僑務委員關川、前僑務委員李勇芳，以及顧問鄧詠芳、曾學富、鍾文煒，還有林基成主席率領的印尼校友會所組成的籌備委員會團隊：總幹事張瑞恭、副總幹事黃家鴻、柯百觀、朱慶榮、與柯百岸、曾海宏、蕭財福、王麗娟、陳依萍、王海博、李中君、曾達岳、呂運珠、林基成夫人等人，出錢出力，協助我們於印尼雅加達順利舉辦這場學術研討會，在此致上萬分謝意。

感謝新華衛管理學院學術團隊與美國加州密拉瑪大學、美國格瑞大學及比利勤大學的教授群，多年來對與會學員們給予充分指導與建議，使得每次研討會都能盡善盡美、創新突破，深獲亞太地區企業界的肯定。

在此特別感謝籌備主辦單位與全體學員們的努力與用心，因為有您們的竭力付出，大會才能圓滿成功。由衷盼望每年的學術盛會，皆能獲得各界鼎力協助，新華衛管理學院和美國加州密拉瑪大學、美國格瑞大學、比利勤大學及全體校友們將為國際學術研討會繼續努力，提供全球華商企業嶄新的經營理念。

### 此致各國籌備國際學術研討會籌備委員會全體委員

泰國曼谷	主席：李峻安同學和全體同學1997年
臺北	主席：曹金鈞同學和全體同學1998年
馬來西亞	主席：陳坤煌同學和全體同學1999年
新加坡	主席：羅仕達同學和全體同學2000年
臺北	主席：林正造同學和全體同學2001年
中國武漢	主席：林清輝同學和全體同學2002年
臺北	主席：林忠和同學和全體同學2003年
越南胡志明市	主席：潘明達同學和全體同學2004年
臺中	主席：陳瑞榮同學和全體同學2005年
中國東莞	主席：郭山輝同學和全體同學2006年
泰國	主席：黃正男同學和全體同學2007年
中國佛山	主席：何希濤同學和全體同學2008年
中國深圳	主席：莊世良同學和全體同學2009年
中國昆山	主席：楊新步同學和全體同學2010年
泰國曼谷	主席：鄭伯淵同學和全體同學2011年

新華衛教育集團、香港新華衛管理學院  
全體同仁 致謝





## 合作單位 Partnership

華僑管理學院從事教育事業已邁向第二十二年，在1990年，首先開創美國MBA企業在職專班，專為來自亞洲不同文化背景的各大企業家及高階幹部，量身打造兼具時代性與前瞻性的全球企業管理課程。至今已有四千餘位畢業校友遍佈中國、新加坡、香港、澳門、越南、馬來西亞、泰國、印尼及柬埔寨、巴西、南非、紐西蘭、美國等地。

2006年與新金寶集團合作開辦企業專班，依據其集團文化背景與企業遠景，編製教材及多領域教學內容，鼓勵各部門共同建構相互學習與溝通的平台，創造企業內外的管理新契機。新華僑教育集團的教授群們，針對全球知名跨國企業及中國各大型企業，作深入的個案探討與研究，結合實務與理論的豐碩教學內容，啟發學員創新思維的管理新模式。因此，新華僑教育集團對在職教育MBA的堅持及所有教授群們專業的教學理念，榮獲新金寶集團頒發最佳服務獎，獲此殊榮深感榮幸。

1999年與錸德科技公司(上市公司)合作開辦企業專班

2006年與(泰國)台達電子及新金寶集團(上市公司)分別合作開辦MBA企業專班

2008年與(蘇州)可成科技集團(上市公司)合作開辦MBA企業專班

2009年與捷安特(中國)企業(上市公司)及亞力山卓(家鄉)集團合作開辦MBA企業專班

2010年與維業工業及信隆實業(中國深圳上市)分別合作開辦MBA企業專班

2012年中國東莞永香煙絲集團開辦MBA企業專班

二十一世紀是「無國界學習」與「跨領域學習」的知識科技時代，新華僑管理學院除了持續精進既有的實體教學方式，未來也將加強線上學習課程計劃，建構遠距教學、網路教學，增資企管學士學位(degree)課程、MBA學位(degree)課程與Ph.D學位(degree)課程，讓學員們在世界各地都能不受空間的局限，同步享受優質的學習環境。

新華僑管理學院將繼續秉持一貫教育理念與不墮精神，高度配合亞洲各國企業領導者之需求，掌握歐美先進國家企業管理課程取向，持續與各國知名大學共同開辦前職實用的管理課程與Ph.D、MBA、BBA企業專班，創辦新時代的全球化企業管理課程，讓亞洲企業要二十一世紀舞台。

- ◆ 錸德科技公司(上市公司) RITEK Corporation  
合作開辦企業專班  
網址 website: <http://www.ritek.com.tw/>



- ◆ 台達電子(泰國) DELTA ELECTRONICS, INC.  
合作開辦MBA企業專班  
網址 website: <http://www.deltathailand.com>



- ◆ 新金寶集團台北泰金寶(上市公司)  
New Kinpo Group Cal-Comp Electronics & Communications (Taipei)  
合作開辦MBA企業專班  
網址 website: <http://www.calcomp.com.tw/big5/index.html>



- ◆ 新金寶集團台北金寶(上市公司) New Kinpo Group (Taipei)  
合作開辦MBA企業專班  
網址: <http://www.kinpo.com.tw/chinese/T/index.aspx>



- ◆ 新金寶集團泰國泰金寶(上市公司)  
New Kinpo Group Cal-Comp Electronics & Communications (Thailand)  
合作開辦MBA企業專班  
網址 website: <http://www.calcomp.com.tw/big5/index.html>



- ◆ 新金寶集團蘇州泰金寶(上市公司)  
New Kinpo Group Cal-Comp Electronics & Communications (China)  
合作開辦MBA企業專班  
網址 website: <http://www.calcomp.com.tw/big5/index.html>



- ◆ 新金寶集團長安金寶(上市公司) New Kinpo Group (China)  
合作開辦MBA企業專班  
網址 website:  
<http://big5.jobcn.com/cozone/30/54/305478/page/default.jsp>





## 新華衛管理學院創辦人勉勵辭



- ◆ 蘇州)可成科技集團(上市公司) Catcher Technology Co., LTD.  
合作開辦MBA企業專班  
網址 website: [http://www.catcher.com.tw/index\\_c.html](http://www.catcher.com.tw/index_c.html)



- ◆ 捷安特(中國)企業(上市公司) Giant Bicycle Inc.  
合作開辦MBA企業專班  
網址 website: <http://www.giant.com.cn/zh-HT>



- ◆ 亞力山卓(家俬)集團 Alexandre International Corp., Inc.  
合作開辦MBA企業專班  
網址 website: <http://alexandrefurniture.com>



- ◆ 維樂工業股份有限公司 VELO Enterprise Co., LTD.  
合作開辦MBA企業專班  
網址 website: <http://www.velosaddles.com/>



- ◆ 信隆實業(中國深圳上市) HL CORP.  
合作開辦MBA企業專班  
網址 website: <http://www.hlcorp.com/>



- ◆ 中國東莞永晉燈飾集團 MODERN HOME LIGHTING INC.  
開辦MBA企業專班  
網址 website: <http://www.rejcan.com.cn/>



林育賢 博士 Dr. Stanley Lin  
新華衛教育集團 總裁  
世界台灣商會聯合總會 顧問



## 新華衛管理學院執行長勉勵辭

徐婉婷 Tina Hsu  
新華衛教育集團 執行長



## 美國加州密拉瑪大家代表賀詞 Congratulation Remarks of CMU



Dr. Stan Foster  
Vice President  
California Miramar University



Welcome to the 2012 International Symposium. This year's Symposium theme is titled: Competence - Building Mindset for Asian Businesses

It is an established fact that businesses that focus on core competencies can create unique value propositions that can separate them from their competitors. This is true of businesses throughout the world and particularly important for business in Asia.

But how does a business go about this process? First, a business needs to examine its' assets and identify a strategic direction for the business. This process will help to clarify the business's core competencies and, as a result, will help the business to define its' markets.

By following this model, an entire organization is able to clearly see the unified direction of its' business and in turn, the entire organization can actively develop and support the core competencies that will bring about the desired competitive advantage.

This year's Symposium promises to be very exciting. There will be a wide range of strategies and topics presented that will help businesses improve their current operations and become more effective in the process.

I look forward to meeting you all at the event!

Dr. Stanley Foster  
Vice President, California Miramar University



## 行銷3.0環境下的品牌經營

Brand Management in the Marketing 3.0 Era

何謂品牌？



## 品牌發展意義

- 顧客期望的未來(anticipated future)是什麼？
- 顧客未滿足/潛在的(unsatisfied/potential)期望是什麼？
- 目前我們品牌的表現與顧客期望有落差嗎？
- 我們給顧客的信任基礎(source of trust)是什麼？

## 品牌體驗與承諾

- 品牌體驗(Brand experience)

黃恆興 博士  
Dr. Huang Heng-Chiang



美國密西根大學國際企業管理博士  
University of Michigan Ross School of Business  
國立台灣大學國際企業學系暨研究所教授  
Professor, Department of International Business National Taiwan University

- 我們的顧客相信的體驗(Owned)
- 我們對顧客宣稱的體驗(Claimed)
- 品牌承諾(Brand promise)
  - 我們的顧客認為有價值的是什麼(Valued)
  - 我們希望品牌變成什麼(Desired)

## 品牌建立(Brand Building)

- 品牌願景(Vision)
- 品牌使命(Mission)
- 品牌文化與價值(Culture & Value)
- 商業模式(Business Model)
- 品牌基因(Gene/DNA)
  - 產品屬性、品牌特色、品牌利益、品牌價

	行銷 1.0	行銷 2.0	行銷 3.0
以何為本	產品製造	消費者需求	企業責任與價值觀
推動力量	工業革命	資訊科技	社群與科技
目標何在	銷售產品	維繫客戶	改善世界
行銷概念	產品研發與製造	需求與差異化	價值觀與論述
價值主張	功能	功能與情感	功能、情感、心靈

性、品牌體驗等

- 品牌定位與宣言(Positioning/Statement)
- 品牌識別與標語(Identity/Slogan)
- 品牌承諾與支持(Commitment & Support) 品牌方案執行與控制(Implementation & Control)

## 品牌創新的時機

- 高科技產品→產品或產業世代交替階段
  - 新的技術軌跡 (e.g., 飛碟型研發創新)
  - 新的產業平台 (e.g., 韓國行動通訊(CDMA))
  - 新的產品規格 (e.g., 掀蓋式手機)
  - 新而突出的應用(e.g., SKYPE)
- 低科技產品
  - 精準設定議題與「用途」(purpose)
  - 預見市場需求趨勢
  - 跳脫行銷常規(marketing orthodoxy)

## 行銷3.0環境

現代行銷學之父 Philip Kotler 表示：「行銷已由產品導向的行銷1.0，到消費者導向的行銷2.0，進而到價值導向的行銷3.0」。其內涵包括：企業應善盡企業公民的責任，並處理深藏在商業模式中的社會問題。有些企業甚至能夠從慈善及公益行銷活動，達到促進社會、文化的轉型，藉以強化其企業的影響力。「行銷3.0」不再只是運用在推銷或創造需求，而是企業重建消費者信任的希望所在。

Table 1.2 Building Blocks of Marketing 3.0

Building Blocks	Why?
What to Offer	
Context	Collaborative Marketing The Age of Participatory Marketing (the Standard)
Context	Cultural Marketing The Age of Globalization (Paradox for Products)
How to Offer	Spiritual Marketing The Age of Creativity (the Solution)

Table 2.1 The Future of Marketing

The Disciplines of Marketing	Today's Marketing Concept	Future Marketing Concept
Product Management	The Four Ps (product, price, place, promotion)	Co-creation
Customer Management	STP (segmentation, targeting, and positioning)	Communitarian
Brand Management	Brand building	Character building

## 行銷3.0四大要素

- 對「消費者」推廣企業宗旨，有三項原則需要注意：第一、是否有提出不平凡的構想；第二、是否有創造一個感動人心的故事或畫面；第三、真正給予客戶參與的力量。
- 對「員工」推廣企業價值觀，企業可以激發員工三種行為：第一、創意；第二、分工合作的職場態度；第三、符合企業文化的價值觀，並培養出種子員工。
- 對「夥伴」推廣你的價值觀：而通路夥伴扮演的關鍵角色在於「是否能共創雙贏」？並透過互動與溝通，雙方提出更可行的行銷方案，為彼此的關係或營利創造極大槓。
- 對「股東」推廣你的未來願景：企業要永續生存，就必須達成一項永恆的目標，就在於「永續性的創造股東價值」。「永續性」有兩個方向，第一、企業能夠在商業界長期生存；第二、企業能夠對環境生態與社會福祉的長期維繫。換言之，「永續性」就是除了要長期獲利以外，還要對社會與環境做出貢獻。

## 行銷賣點的演變

- 獨特賣點(Unique Selling Proposition)
- 情感賣點(emotional Selling Proposition)
- 組織賣點(Organizational Selling Proposition)
- 品牌賣點(Brand Selling Proposition)





- 自我賣點 (Me Selling Proposition)
- 全方位賣點 (Holistic Selling Proposition)

#### 品牌權益/資產 (brand equity) 的 衡量方式

##### · Aaker Model

- 品牌忠誠 (brand loyalty)
- 品牌知名度 (brand awareness)
- 知覺品質 (perceived quality)
- 品牌聯想 (brand association)
- 其他專屬性品牌資產 (other proprietary brand assets)

##### · 品牌資產衡量模型BAV (Brand asset

- Valuator)：品牌權益的四個關鍵要素
- 1. 差異化 (Differentiation)：一個品牌與其他品牌之間的差異化定位程度
- 2. 相關性 (Relevance)：消費者覺得產品定位

的廣度、攸關性，品牌溝通的攸關度是不是能讓消費者覺得這是很重要的，於我心有戚戚焉。

- Differentiation與Relevance彰顯的是品牌未來表現。
- 3. 自尊地位 (Esteem)：品牌在顧客心目中享有的地位與Reputation
- 4. 知識 (Knowledge)：顧客對品牌的知識與聯想，Esteem與Knowledge對老品牌比較有利，彰顯的是品牌過去表現。
- 差異化 + 相關性 = brand strength (創造品牌未來的價值)
- 舉例：Apple透過簡潔設計感、人性化介面創造高品牌強度。
- 自尊地位 + 知識 = brand stature (品牌過去累積的資產)
- 舉例：阿華田、克寧奶粉的brand stature高。
- Brand Dynamics Pyramid：其中bonding層次的



消費者連結最緊密。

Presence：消費者對該品牌的瞭解程度、基本知識。do I know about it?

Relevance：該品牌提供給消費者什麼，是否為消費者想要的。Does it offer me something?

Performance：該品牌表現的結果是否令消費者滿意。Can it deliver?

Advantage：該品牌提供的利益是否相較其他品牌更為優秀？Does it offer something better than the others?!

Bonding：消費者認為沒有其他品牌比得上該品牌，存在情感依附性。Nothing else beats it.

■ Brand Resonance Model 品牌共鳴模式：Brand building as an ascending, sequential series of steps, from bottom to top

Keller 指出品牌權益的建立是一連串向上連續步驟：

1. 首先要確認顧客的品牌辨識 (brand identity)，以及顧客對產品的需求，在顧客心中建立品牌的關連性 → who are you?
2. 藉著許多有形和無形的品牌關連，在顧客心中明確建立完整的品牌意涵與品牌意義 (brand Meaning) → what are you?

3. 誘發消費者在品牌辨識與品牌意涵的感覺上，出現適當的情感回應 (brand response) → what

## 國家創新人才斷層及其振興策略

Talent Chasm in National Innovation System

**進**入全球化時代知識經濟社會，創新與創新人才成為任何一個國家發展全球競爭力(global competitiveness)的根本，也是經濟社會升級進步的關鍵依憑。當一個國家出現知識創新斷層與創新人才斷層，則幾乎可以註定該國家在世界市場中的必然失勢與失利，甚至於很快成爲落後衰頹的邊緣國家。

### 創新國家必要的兩類創新人才

從先進經濟社會的實際經驗過程中，可以看到所謂一個國家進步升級所必要的「創新人才」，主要有兩種重大類型，一是硬體創新人才(talents for hardware creation)，在當今知識經濟社會則稱之爲硬體智能化人才(smart talents)，另一是軟體創新人才(talents for software creation)，在當今知識經濟社會則稱之爲軟體智能化人才；這兩類人才，都是知識經濟學中的核心關鍵投入要素(key inputs)之所謂的「知識元體」(knowledge wetware)。

硬體創新人才，一般都落實顯見於物理學、化學、生物學與空間科學所衍生出來的應用學科領域，對於臺灣既往將近七十年的實證經驗而言，這些硬體創新人才，主要表現在理工領域的土木工程、交通運輸、機械、電機、電子、光學、礦物、金屬、纖維、食物、高分子化學、化工、建築、空間布設等實物經濟(real economy)產業類項；而軟體創新人才，則主要顯現在哲學、理學學、人文、社會、經濟、生理、心理、政治、法制、行爲、藝術等

林建山博士  
Dr. Bert J. Lim



美國拉薩勒大學經濟管理學博士  
PhD in Economics Management,  
La Salle University, USA  
美國馬里蘭大學公共政策學碩士  
MPM, The University of Maryland on  
College Park, USA  
英國牛津大學國際政策學人  
The International Policy Fellow,  
The University of Oxford, UK  
財團法人環球經濟社社長兼  
公共政策研究所所長  
Professor and President,  
The World Economics Society

所衍生出來的應用學科領域。對臺灣經驗而言，這類型軟體創新人才，都是既往所沒有，而今也仍然甚感缺乏的創新人才，尤其是能夠應用到國際化及全球化之軟體創新人才，更成爲臺灣最主要的「知識人才斷崖」所在，與國際脫軌的情勢，尤其嚴重。

### 藉由中小企業部門孕育產業創新人才

依許多先進國家經驗，特別是在經濟社會發展績效良好，整體國力相對強盛的國家，不管是硬體創新人才，或是軟體創新人才，其能透過學院校園機制的，祇能孕育出基本性／基礎性的人才素材，真正能發展成爲經濟社會或國際市場肌理有用的知識元體，或能形成爲國家競爭力(national competitiveness)之骨幹效用的實戰人才，幾乎都是透過一國的中小企業部

門，乃得以具體落實而成長。

這也就是爲什麼現今先進經濟社會及國家，每每在其國家大政方針上，把中小企業主管部門定位爲國家經濟成長與社會發展的最關鍵最前哨的重點部門，把國家創新的啓動，以及青年就業機會創造的重責大任，交付由中小企業部門來承擔，其原因就在於此。在美國以及歐盟之政府當局，都把中小企業政策，編制在內閣層次的部會級機關爲運作，把國家地方經濟的活化與活力，也委交由中小企業部門來勝任，都是基於相同的理由與立場。

### 適度叫漲救濟 反而嚴重損害國家創新能力

美國政府在1983年由當時主政的雷根總統創建SBIR機制，並在全國成立50個高科技高速公路(HighTech Highways)即舉世聞名的十數個由官產學研共同組成的「科技金三角」(Golden Triangle)，就是旨在促進美國中小企業高發



揮其在社會的「創新」與「創造就業機會」兩大功能，並使中小企業真正成爲國家競爭力(National competitiveness)的「共同引擎」，使創新人才能夠遍布於全國各地，乃至能夠普及於整個國家社會的「最末梢神經」，對於獨與美國經濟活力與恢復國魂信心，著具深遠之貢獻。

這種宏觀思維與政府政策處境，當然與臺

灣長期以來的政府作法，是完全不同的，在臺灣，無論政府或民間，都一直把中小企業部門視爲是經濟上的最弱勢部門，社會上最爲機能不全的部門，因此，每每在其政府方案中，都以保障可護的心態與作法，或以救世主慈悲之救贖、拉拔、資助、補貼的心態作法，用以對待所有中小企業部門，給中小企業的是無盡的保養品及奶粉費，卻極度短少了鼓勵積極創新、創業、創造出特色經濟貢獻的非財務機制。這是今天的臺灣中小企業，越到底近越發失去創新人才之養成與發展能力的重要因素。

### 離大陸世界接軌 才能產出多元創新人才

臺灣創新人才之輩出，乃繁盛於戰後國民政府轉進的1950年代中期以後，同時也因此締造了傲世的臺灣經濟奇蹟。但是，1990年代啓始以降，臺灣的創新人才乃至創業人才，均告逐年降減，頗成國家創新人才空洞化及創業人才萎縮的經濟發展新斷崖(socio-economic cliff)。其嚴重性與嚴重性，其實是遠遠超過了目前喧嚷於政府與民間的失業率疊高與缺工率更高的問題。

回顧過去68年臺灣經濟社會成長歷程，1990年代之前的眾多創新人才輩出，探索其背景動能，幾乎都是來自於與世界直接接軌，因而衍生的所得。

在經濟發展早期的臺灣，所有創新人才的產出，大多是以硬體創新人才爲主，而且幾乎都是來自於國際力量的拉拔、促進或供應；另外一個重要特徵是，這樣的創新人才，大多數是從大型國際企業所孕育而後析離出來的，也絕大部分都進入了中小企業部門去鍛鍊創業及創新能力，就因爲能夠處在沒有官僚體制或過度僵直組織運作規範





概似的情境之下，乃得以自由發揮成長出來的。

自1980年12月15日新竹科學園區成立運作之前，發凡於中小企業部門的創新人才，幾乎都清一色出身於早期日本留台的企業以至歐、美在臺投資之跨國企業。基本上，出身於日資企業的創新人才，多數屬於基本金屬、金屬加工、精工、機械、工具裝備、工業儀表產業、食品加工、林木水產加工等產業領域。另有部分，則是出自日本商社所衍生出來的國際貿易人才；而出身於歐美系列企業的創新人才，則以電子、電機、光電、資訊、通信、電訊、化學材料、醫藥器材、事務用品產業為主。

1980年以前臺灣創新人才的養成發展，大部分是在制度化相對不足的「家族企業」(family firm)為主流。這些家族企業的樣態，有些是建立於血緣關係的家庭企業，有些則是緣於同宗、同學、同鄉關係的家庭企業。當時這類創新人才能夠脫穎成就，還是得利於整個社會環境的不夠制度化與不夠國際化，是處於一種近乎叢林式的自由營運空間之中；或許可以說，這一世代的創新人才，之所以有用有效，是完全符合「放者多章」(Fortune Favorite the Bold)的「放任自由」原則。

#### 高科技經濟吸引人才回流

1980年新竹科學園區的建置與啟動運作，是臺灣在長期人才外流(brain drain)之後，首次出現人才回流(brain gain 或 brain drain reversed)的重大轉折。這一時期開啓了「嶺南青(吹台青)」的新一代臺灣創新人才，主要留學歐美受訓養成，在異國土壤取得更多更大更寬更廣的多元化驅動因子。回到國內來帶動、促進而衍生出更多的創業創新人才，可謂是臺灣創新人才最繁榮、最蓬勃生發的一個關鍵時刻。這一時期臺灣的創新創業，不但帶動起更高的社會生產力，更高的經濟附加價值率，也帶起了整個臺灣更高的國家競爭力。1986到1993年新台幣可以升值到匯率25.5元的高價檔位，而促使臺灣奇蹟更光更亮，無非奠基在此一基礎上。

#### 近視繁衍 阻滯創新人才之健全成長

1992年起，臺灣正式進入留洋留學退潮的大轉折階段，留美留歐的學子人數，從既往的每年5-6萬人次水準，驟減為1.9萬人次以下，洋學位的光榮遠遜敵不過本土學位在校場的價值。這是臺灣創新人才與世界脫軌的關鍵時刻。

當整個社會需求之人才都完全倚待於「本土化」之產出來支持，就馬上面臨三個負向作用的衝擊與影響，而大大限制了國家創新人才的衍生與正常健康發展：第一是，在臺灣經驗與事實的有限時間與空間制約之下，「近視繁衍出來的人才」通常就不太可能會是真正具有創新基因的人才，祇會導致這類「人才」的創新能力與創新能量之更趨低下，更不具相對競爭力，也完全不具備絕對競爭力；第二是，臺灣經濟社會歷史太淺，空間規模太小，其能保

有的「經濟範疇性」(economic scope)太過有限，在這種土壤之上所能夠養成的創新人才，當然不可能具有太高的多元化特質，也不太可能有效面對變動落差高低限過大的情況。第三是，過度本土化的結果，更已實質導致「完全國際化失能」的高風險情勢。

這可以說是，當前臺灣創新人才會出現「發展斷崖現象」的最根本原因。臺灣創新人才的斷層問題，其實並不止是出於數量落差問題而已，更是出於價格落差問題，以至出於職能標準規範落差問題。

#### 政府部門應有之激勵措施

要解決當前臺灣創新人才斷層問題，促其能夠產生自我重新接軌策略作用，則有幾個重要方向，應為主政者之審思與採擇。

第一是，應由政府公共部門來引導鼓勵，甚至採行必要的協助補助措施，鼓勵各項領域之學子、青年，能夠加強多元擴大再放洋學習再放洋訓練，以深入不同時間、空間領域之

異環境，培養發展多元方位或全方位的新世代創新人才。這樣的發展，沒有政府力量的介入與支持，光靠中小企業及學子個別個人之協力，是萬萬無法做到的。

第二是，有效協助鼓勵民間部門的深度國際合作交流，尤其是在不同產業部門軟硬知識與軟硬科技的實務合作交流，以「交換訓練」潛力幹部(future candidates)方式，在跨國的製造業、服務業之間，乃至非政府部門之間，落實而體現之。

第三是，擴大SBIR的獎助支持範圍，由生產製造業，擴及製造服務業，乃至及於新營運模式、管理模式、事業模式或商業模式之創新獎勵，至於創新人才發展環境的除弊興利，以及有利條件之開發建置，更是促成臺灣創新人才接續發展策略可以成功成效的必要前提，政府或許應該直接將這類軟體智慧化建設，亦列入作為國家基礎建設之重大方案為宜。

(中華民國一〇一年九月二十八日 臺北市)

International  
2012 Symp



## 中國創業經驗

Experience in Starting a Business in China

**在**在中國如此嚴苛的經濟體制，競爭對手環伺的環境之下，如何能讓公司能夠在中國佔有一席之地並賺取來自中國市場的利潤？做為好的企業管理者本身對經營團隊的思維，必須擁有謙卑、感恩、效率、效果、正面、積極、奉獻和分享的心，重要的是能有海納百川，有容乃大廣泛聽取來自不同的意見。林則徐在擔任兩廣總督禁菸期間，所立門聯《壁立千仞，無欲則剛》，是勉勵自己能像大山一樣剛正不阿，杜絕私欲。在企業制度上能做到公平、公開，並“見義勇為，殺身成仁。”的中國文化傳統，其實就是企業管理者在維持良好的商業經營模式與企業文化典範。

### 商業經營模式與企業文化

企業間標準教學相長的學習性組織是知識共用和整合的流程，並堆疊維持商業金字塔的經營模式。金字塔由下至上層層構具有競爭力與核心價值的企業強化策略聯盟的三贏合作、遵守法規的政策、進修學習創新整合永續發展的目標，為金屬包裝業提供有競爭力的優化商品使命，並創新整合金屬包裝海峽兩岸持續發展的願景。其中政策和策略是聯繫企業的生命。

企業文化著重於組織文化創造競爭優勢信念、規範和價值觀。

當中企業文化間不可或缺的因素。

1. 理念：誠信務實、永續經營。
2. 紀律：認真負責、支援協調、團結友愛。
3. 三守：守時、守法、守信。



**李榮福 博士**  
Dr. Lee, Jung-Fu

國務院史丹福企業研究所  
State Council of the People's Republic of  
China Stanford Enterprise Research Institute  
美國利伯塔大學工商管理博士  
Ph.D., American Liberty University  
海基會台商財經法律顧問  
Legal Advisor for Taiwanese Businessmen,  
Straits Exchange Foundation  
北京清華大學台灣研究所研究諮詢委員會  
主任委員  
Chairman of Counselling Committee, Institute  
of Taiwan Studies, Tsinghua University  
福貞控股股份有限公司董事長  
Chairman of Kingcan Holdings, Limited



4. 四化：用人本土化、管理格式化、產品普及化、經營利潤化。
5. 五心：做事細心、學習用心、目標恆心、教導耐心、生活愛心。

### 企業管理財務制度

財務制度管理優秀往往是決定一間企業的生存關鍵。依據企業的財務結構、經營績效與景氣循環，會影響企業開財務生命週期的差異性，因此財務週期每階段都是支撐財務制度的重要樑柱。在此舉出的管理財務九大循環(如圖3.)，是對企業內部從採購、生產，直到銷售收款的生命循環週期中最好的案例。在制度方面，也提供了養老保險、醫療保險、失業保險、工傷保險、生育保險及住房公积金等保險制度規劃管理。



### 企業的核心競爭力

福貞控股的核心競爭力在於建立網路和創造、管理企業策略能力、團隊合作核心競爭力，這些是不斷創新和發展的過程，不是一個

具體的系統。對於形成組織競爭優勢發揮關鍵作用的活動或流程成功的關鍵因素變成行業標準。在企業中除了擁有經驗豐富的管理團隊及強大的技術力量支援外，更重要的是需致力於人才本土化政策，這才是推展企業壯大的原動力。

福貞集團為專業化生產各類型易拉及全開式三片飲料罐和食品罐等金屬包裝容器廠家，並擁有最先進彩印、製罐生產線生產條件一條龍化，為中國製罐行業認證之首。

對市場日益競爭的現在，福貞具有種類多樣化、日均產能高和品質均一化的優勢，並以“誠信務實、永續經營”為經營理念。在品質第一、客戶至上、國際標準的目標下，品質深受客戶肯定，業績蒸蒸日上。



### 企業的作業管理與整合策略

福貞生產作業管理以按照客戶訂單生產並以推拉邊界Push-Pull Boundary的方式為生產管理策略。Push指的是在標準化生產作業中，按一般標準的指標生產(如：裁縫、塗黃、可丁)；而Pull則是按照客戶的訂單所生產的客製化生產策略(如：製版、印刷、製罐)。

在許多策略中，必須將策略整合才能把效能發揮至極大。



其實企業的整合策略是一種思維心態，主要是模擬競爭對手的動作思維，形象思維和邏輯思維中去思考，適合自己企業本身的管理策略如何才能將策略效果及效率至最佳化以賺取利潤。

#### 企業的經營價值

“企業要成功不是把原來就有的東西改進，變得更好；而是要改變思維。”

— (Tom Peter)

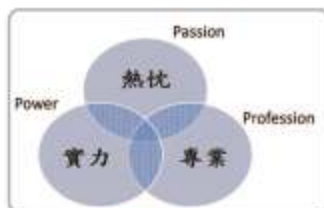
如何讓企業的經營價值提升？答案是在於如何讓成功聚焦，而能將成功聚焦的元素在於管理者必須讓自己隨時保有對企業經營的熱忱；提升策略整合以在市場競爭地位上領先的實力優勢；以及在專業上尋找合適的人，替企業爭取重要的人力資產。當管理者為企業挑選合適的專業人才，有幾項重點必須合乎企業需求：

1. 專業人才的態度、行為和能力。
2. 提升企業競爭優勢。
3. 建立經營團隊，並永續經營。
4. 降低企業營運成本，並擴大經營利潤。
5. 有策略性管理固定成本，變動成本和績效管理。

#### 新華商EMBA課程

在新華商EMBA課程中，學習到可以利用的波特五力分析、BCG成長佔有率矩阵和SWOT分析套用在策略性品質和技術性品質裡，以有效整合組織變革轉型、公司管理、公司治理、生產管理和生產技術之策略管理。同時，配合企業的商業模型與教育訓練，以提升企業競爭力與永續經營策略。

一系列管理課程可有校規畫屬於自己企業



成功聚焦三元素

本身的整合鏈與企業經營價值鏈，對市場謀略與戰略就如孫子兵法用間第十三和謀攻第三所提到的：

“不知敵之情者，不仁之至也。非人之將也，非主之佐也，非勝之主也。故明君賢將，所以動而勝人，成功出於眾者，先知也。必取於人，知敵之情者也。”

— 《孫子兵法，用間第十三》

“是故百戰百勝，非善之善者也；不戰而屈人之兵，善之善者也。知己知彼，百戰不殆；不知彼而知己，一勝一負；不知彼不知己，每戰必殆。”

— 《孫子兵法，謀攻第三》

企業經營價值鏈中，組織內部與外部一系列創造產品或服務的活動，投資銀行、一級市場、二級市場(證券市場)和三級市場(收購兼併)的四項循環中與私人銀行間的循環流通是企業經營價值鏈中不可或缺的必要因素。而企業管理者的健康管理與企業經營的成長有相當大的關聯性，如馬太福音所提到的：

“人若願得全世界，賠上自己的生命，有什麼益處呢？人還能拿什麼換生命呢？”

For what profit is it to a man if he gains the whole world, and loses his own soul?



福貞生產產品

Or what will a man give in exchange for his soul?

— 《馬太福音第十六章第二十六節》

#### 企業與顧客間的關係管理

企業與客戶間存在的策略聯盟關係，在於機構的投資者(Agility Adaptability Alignment 3A SCM)。顧客的對服務品質不斷上升的期望，是企業進步的動力，幾乎在任何服務中，若要取悅顧客、創造驚喜，和顧客建立長期的關係都是一種極為有效的超越顧客期望的方法。顧客有挑剔的態度，才能造就企業進步的原動力。

企業面對和顧客之間的關係時，難免遇到顧客抱怨的情況，處理顧客抱怨的重要原則需注意處理程式趨極化越好，要記住抱怨處理也是服務顧客的一部分，應《讓顧客「享受」抱怨處理》。

#### 人生的追求

精利以不竭，必也逐色乎。氣何以不洩，

## 企業迎向成功要訣

The Keys to Success of Modern Businesses

遠大理想、勤奮工作及專心致志

孔子曾說過：「最大的榮耀並非我們未曾跌倒過，而是每次跌倒了都重新爬起來。」我年輕時就已經投身於營業界，過程中我深深體認到成功絕對是來自百分之九十靠勤奮工作，只有百分之十靠運氣（福氣）。

年輕時我已經有了大志，立志要成爲一個大企業家，並且有著成爲頂戴人物的豪情壯志。因此我更加勤奮學習，起初我學習家父林學善的刻苦耐勞與專心致志，後來我學習其他企業家們的苦幹精神。雖然我年輕時生活艱難，可幸的是，家人教育我不要成爲地聲嘆氣的孩子，這真是值得感恩的。

經營事業沒有一成不變的公式，同樣的，成功也沒有標準的公式，但如果能洞悉其因素，成功的機會會增加。而在那些成功的因素中，其中當然應該向已經成功的人學習，因而我們也就知道成功的基本因素。我的理念是做任何事都預先做好周全的準備，未雨綢繆。經商應勇往直前，但也要謹慎，孔子曾說過：謹慎很少引致錯誤，我深信這個道理。能在決定前先做一番分析，然後就別猶豫，進行競爭到底，因為那是智慧與勇氣的較量。如果沒有勇氣，哪能在商場立足？

當贏了競爭者，也別貪心，逐步升階，不得作跳躍式前進，比方說，我們想大量種植樹木，但礙於澆水與施肥，當然成績不理想。又好比種樹，如果僅能種植五棵樹，就植五棵並加以培植，讓它成長，開花結果後，再種植別的樹木，讓事業場上的樹木不斷擴展，世上的經商史與經

林文光博士  
Dr. HC Alim Markus



印尼金鐘集團董事長總裁  
President Director / CEO of Masipon Group  
印中商務理事會總主席  
General Chairman of Indonesia China  
Business Council

濟歷史教訓我們，突發事件經常發生，但一個經常奮鬥的企業家將會透過沉澱的難關，因為經常準備面對危機，至少不會受到太過嚴重的衝擊。

領導、員工及團隊

如果今天沒有那麼多的人爲你工作，縱然你是超人也無能爲力做那麼多的事。集團裡的一位總裁，好比一營軍隊的司令官，他不需精於使用自動式武器或大砲，最主要的是他能領導屬下，能組織並富於謀略。Les Giblin (The art of dealing with People作者) 建議我們使用三A的方式去接近與對待專業的經理，即：

- ◆ Acceptance(接受)：毫無條件接受他們，讓他們成爲原來的自己。因爲凡能毫無條件接受別人的人，有最大的影響力來改變別人的行爲並讓他們變得更好。
- ◆ Approval(認可)：這超過接受，認可給予更正面的意義，當別人感受到你的認可時，他們開始改變行爲或改正錯誤，使得能獲得其他情事上的認可。

◆ Appreciation(讚賞)：這表示提高價值，思考一下，別人對你有多大的價值，然後告訴他們你是如何重視與讚賞他們的，然後向他們道謝。

是員工使企業壯大的，企業應該感謝員工。要成爲成功的領導，企業家應該努力工作並能接受別人的意見，應經常自我改正；應互相尊敬並與屬下及員工建立溝通管道。有人問我是如何管理超過二萬名的員工，我回答，要把他們當人看待。金鐘標識中那三片葉子，那是我們的三項基本原則，第一片葉子，代表發展人力資源是首要的；第二片葉子，標榜我們與伙伴一起成長；第三片葉子，代表我們努力創造更光輝燦爛的明天。



生意人之倫理品德與品性

「不能賺錢的生意是劣生意」，福特集團的老闆Henry Ford這樣說。對，我非常贊成。雖然如此，我不要去非法手段或以不正當的途徑獲得金錢。堅持基本原則或商業準則，包括倫理品德的業者，將爲別人所信任，這將使我們獲得各方面的便利而遂致成功。並且，注意你的聲譽、努力工作，有道德，有仁慈心，守信都對你的事業有益處。

爲什麼謙遜很重要？謙遜能避開災難。橫大招風，如果你謙遜，仇人也難尋找到你的弱

點。奮勇前進，不許後退，直至成功。這當然不易，但會有很多機會。我們應該抱著遠大理想與不懈精神來努力經營，商業界的競爭是非常激烈的，但如果你比對手更專注更努力，你將成爲贏者。

我的許多朋友稱讚我，說我不起，事實上，我不是一生下來就了不起，我只敢說，因爲我遭遇過許多困難，所以我不斷學習及竭力而爲，上山下海千辛萬苦才懂得經商之道及其精華。我父親，林學善，教導我們商業道德，其中一項即是，除了努力，專心致志外就是誠實。

社交生活與家庭生活

如果我幫助別人、朋友，特別是讓受到幫助的人感到幸福、愉悅、滿足，我會感到很幸福。這種幸福是無價的，因爲那是屬於精神上的，不能以物質來衡量，何況是金錢。金鐘集團尋找某種方式以提升殘障民衆的地位與尊嚴，至今金鐘集團有400多位雙眼員工，能幫助他們是何等快樂呀！

家庭的支持非常重要。我們的事業起落不定，但如果家庭快樂及幸福，我們心中也幸福。而對孩子的好教育是什麼的呢？我對孩子們的教育是，當他們還小時強調100%的人格教育，如果孩子長大後，一班是1/3學做生意，2/3培育人格與道德觀，因爲在商界裡品德與品行是人人所追求的。

沒有任何理由或「資本」能讓我態度驕傲，有甚麼可驕傲的？如果有人說起現在的我，正如我說過的，我不是超人，金鐘集團的壯大，各方人士都有功勞。

(本文摘錄自作者所著《100條經商策略》一書)





吳學良 博士 Wu Hsueh-Liang

英國伯明翰大學商學博士  
Ph.D Commerce, University of Birmingham, UK  
國立台灣大學國際企業學系專任教授  
Professor, Department of International Business National Taiwan University

## 把企業當成家族來管理

Managing company like a family

**現**代歐美企業制度的設計其實主要來自於人性中的貪婪和恐懼。由於人性的貪婪與自利心，促使薪酬和績效之間的關聯性趨於緊密。對於不確定性的恐懼，則驅使管理階層甘願受到資本市場的控制，屈服於被收購的威脅。經濟學界以這種冷冰冰的市場機制為榮，興高采烈地到處推廣這種模式，並自鳴得意地將它與社會科學領域那些較為溫和的觀念，如利他主義（altruism）、社會資本、團隊合作等進行對比。令人不安的是，一些心理測驗顯示，商學院的畢業生明顯地更願意為達目的不擇手段。這或許反映出他們已被學界這些「優勝劣敗，適者生存」的觀念洗腦。

儘管現實確實是冰冷的，但這「市場至上」的模式在諸多商界弊案不斷爆發之後不再完美如昔。在市場上，許多企業依然選擇強有力的激勵經理人措施和“逐日盯市”的警覺性，但公司價值不會依此提升，反而會招致與安隆(Enron)和雷曼兄弟(Lehman Brothers)一樣的結局。傳統的經濟學觀點面臨著理智的挑戰。諾貝爾獎得主George Akerlof認為，最有效的激勵方式反而是說服員工認同其組織的目標。企業績效常常依賴於無法有效考量的表現，如團隊合作等。強有力的激勵措施不僅是在浪費金錢，員工需要嚴密的監督似乎意味著信任的缺乏，由此會削弱員工的

自我激勵。要想讓員工信任公司，公司必須先信任員工。一些成功的企業都會選擇有忠誠傾向的員工。矽谷一家成功企業就直接向那些忠誠傾向不夠明顯的員工發放一萬美元，讓他們走人。

企業不僅得益於忠誠的員工，還得益於忠誠的資本。忠誠的資本能夠讓一家公司透過投資於創新，將目光放長遠。而股市規則卻截然相反：根據即時、短期資訊獲取高回報。這樣的回報必然誘發內幕交易；基金操盤人Raj Rajaratham在2009年被捕就是一個例子，但即便合法，率先獲得資訊的回報也十分巨大：最聰明的人可以透過「預測」某家大公司利潤增長而獲得高回報，而不是透過「努力工作」以實現利潤提升。但這些人的高收益與他們的實際貢獻並不相符。在「市場至上」的模式最為普遍的歐美國



家，金融界一直佔有企業界近三分之一的利潤。令人難以置信的是，金融可同比地提高其他領域的利潤。不僅如此，英國央行（Bank of England）最新進行的一項研究顯示，股市嚴重誇大了短期消息的重要性。跟從這一「紀律」的公司被迫扭曲自己的決定，不惜犧牲長期利益來追求短期報酬。根據「市場至上」的教條，股權理應在市場上快速轉換，然而實證資料顯示，股權轉換快速公司的績效將遜於股權穩定的家族企業。

忠誠的員工和忠誠的資本能夠互補。要想讓員工認到公司的目標，就必須擁有一貫的身份和價值體系。簡言之，即企業文化。儘管企業文化是由管理層設定的，但如果公司所有者認可這一文化，就可以得到強化。反之，如果股東很容易退出公司，就會損害這種文化。吉百利巧克力公司(Cadbury)憑藉家族價值觀，發展成世界一流的食品公司，結果卻毀在了想短期操作的大股東手中。家族價值觀儘管存在著缺陷，卻造就了新聞集團(News Corp)。快速快出也有損於經理人的忠誠度。澳洲醫療集團Southern Cross的管理階層2007年在股市高檔時將手中股份兌現，帶著3500萬英鎊背棄了公司，全然不顧公司之後陷入的危機。

無效率並非「貪婪、恐懼」模式唯一的負面

效果。強有力員工激勵措施的使用，以及操控資訊的高額回報，加劇了不平等現象。由於高回報能夠帶來聲譽，巨大的薪酬差別甚至不加以遮掩，反而拿來炫耀。這種明目張膽的不平等令人反感，實驗經濟學一再發現，公平的概念，更確切的說是“對半分”的觀念，是人類社會與生俱來的。

「市場至上」的教條的確改變了世界，但導致的無效率和不公平是需要重新被檢視了。對此負有責任的經濟與管理學界，目前仍未向社會大眾認錯。George Akerlof教授和英國央行的研究證明了管理階層、員工和股東之間的忠誠對於一家企業的重要性。

家族不必然是家公司，而公司需要被想像為一個家族。



**陳振燧 博士 Dr. Chen Cheng-Hsun**  
國立政治大學企業管理研究所博士  
Ph.D., National Chengchi University  
國立雲林科技大學企業管理系專任教授  
Professor, Department of Business Administration National Yunlin University of Science and Technology

## 企業如何抗衰退？

Business Strategies To Recession

雖然大部分人都認為2012的電影預言應該不會成真，但是這確實是一個混亂的一年。上半年，由希臘帶頭，西班牙與義大利跟隨的歐債危機，把全世界經濟擠得七零八落，這是繼2008年下半年的全球金融風暴之後，又一金融危機的威脅。其次，石油價格再度攀升，又竊回115美元，各行各業承受成本升高的衝擊，苦不堪言。國內則因新任總統上任推行的新政策，包括油電雙漲、證所稅和美牛議題，這些政治的紛擾，造成全民生活壓力的上升。而國內經濟，更因受全球經濟不景氣波及，全年經濟成長率下修到1.6%。

大環境的劇烈變遷，當當其衝的就是已開發國家的經濟成長，而企業若是以這些國家如歐美日為主要業績成長來源，其影響更是倍數化，再加上企業本身的經營與競爭能力的考驗，更可見挑戰的艱鉅，Nokia失去手機龍頭的地位，HTC股價從1300元跌回到250元以下，這是令許多人料想不到的，知名企業的下場是如此，那不知名企業有多少更是戰戰兢兢，如履薄冰呢？

這是個衰退的時代，企業該如何因應環境變遷的衝擊與挑戰呢？如何抗衰退？如何繼續維持成長呢？其實，這是企業永遠都要面對的議題，在管理的基本概念，環境變化，經營模式(business model)必須跟著變化，在此提出六種模式供大家參考。

一、**市場新開化**：這是一個市場交替的時代，過去企業仰賴的是歐美日的經濟成長，但是當這些國家受到金融危機與石油價格的影響

而出現衰退時，新興市場的開拓是一個很重要的成長機會。全球人口在2011年達到70億，過去帶動全球經濟成長動力的歐美日等已開發國家大約是10億人口，企業要考的是下一波成長機會在哪裡，中國大陸的13億當中已經有3億在沿海地區發達，另外的3億在哪裡？印度12億當中的3億呢？不要忘了東南亞國家當中印尼有超過2億的人口，越南有近9000萬，新開放的緬甸有5000萬與柬埔寨的1400萬，還有茉莉花革命帶動的北非與中東國家的民主改革開放，例如突尼西亞、利比亞、阿爾及利亞、埃及和約旦、葉門等。這些都是替換歐美日衰退市場的機會。新興市場開拓有兩個經營意涵，一個是作為製造基地再外銷，一個是以當地為銷售市場。傳統產業若無法升級，這個策略是可以優先考量的，也就是維持在原来的傳統產業層次，而進入到新興國家去製造與行銷。另外，從新興市場的規模來看，大市場像中國、印度、印尼是大企業與小企業都有機會的，而小市場如外蒙古(270萬人口，有一半集中在首都烏蘭巴托)可能是大企業所看不上，對小企業是個機會，而且先進入者可能較擁有優勢。

二、**產品精緻化**：當你的產品變成大眾化(這常是所謂的傳統產業)，這種衰退更是嚴峻，尤其是遭受新興國家低成本優勢的價格競爭，因而使得競爭力喪失，所以企業的因應策略是透過科技加值或美學設計加值達到產品精緻化，往高階發展，提升產品價值，減少競爭，例如紡織業朝向時尚流行服飾，或者像瑞士手錶受到日本電子錶的競爭，轉向發展機械化精

緻手錶，因為金字塔頂端的價格競爭是較小的。

三、**行銷品牌化**：由代工製造向品牌經營，代工製造向來是台商的專長，但當品牌商遭受不景氣的價格競爭時，自然的第一個反應就是擠壓代工廠的利潤，使得代工廠只好轉向更低成本的國家去設置生產工廠，不過，這也只能留下少數具規模經濟的大廠，多數的代工廠可能都不只是衰退而已，關門的危機比比皆是。所以，代工廠抗衰退的策略之一就是自創品牌，這即是所謂「擁有市場比擁有工廠重要」，而要擁有市場則只有靠擁有品牌。

四、**製造服務化**：由製造導向轉往服務導向。2002年行銷學報(Journal of Marketing)有一篇經典的文章即提出，任何行業都將是服務業，台積電雖是晶圓製造廠，但是它以IC設計廠商後院的晶圓廠自居，提供即時的客製化服務，讓IC設計的客戶能在產品開發設計的階段即能考慮製程，以提高產品製造的良率。服務將是製造業創造競爭優勢的重要來源，因為製造將隨著技術、科技的進步而變得無差異，所以各種製造業都應該思考加入服務的元素，為製造的產品創造附加價值。

五、**服務科技化**：傳統服務業高度依賴人力，成本很難降低，服務品質很難控制，當面臨環境的激烈競爭，其抗衰退策略就是導入ICT的能量。透過雲端、電子商務來降低成本，不僅服務更有效率，更有品質，提供的服務數量也更多。另外，智慧手機與APP的流行，加上整合GPS行動定位服務，許多原來不可能的服務都變為可能，例如航空公司的空中緊急醫療，可以透過智慧手機的影像連接地面醫療團隊，為飛行中的旅客進行診斷、治療，甚至是緊急手術。

六、**經營創業化**：企業的衰退往往來自同類型競爭者的競爭，結果導致價格崩殺，這在不景氣的時候更高，所以，抗衰退的策略就是要讓經營模式具有創新，差異化，例如宜蘭冬山香格里拉渡假飯店，專注在海外的回教徒，強調是最歡迎穆斯林旅客的飯店，另外，更以吸引東南亞國家顧客到台灣來舉辦婚禮，親友團一來就是50-100人，這種Inbound國際化的旅館可說在台灣找不到第二家。

傳統的策略觀點是，企業應該以本身的核心能力來建構營運模式，但是現代的觀點則說，企業現有的核心能力往往無法因應變遷後的新環境，也因此才需要新的營運模式，所以，上述抗衰退的新經營模式，其成功的關鍵在於企業必須能培養新的核心能力與經營能耐，才有辦法營運新的模式，例如新興市場的開拓，其挑戰是對各國法令與市場的熟悉度不足，而且這些新興國家由於開放，制度不健全，人治遠超過法治，與原來在已開發國家的經營方式完全不同，需要更多的冒險精神，這是企業家需要調整的。其次，代工與品牌行銷是完全不一樣，品牌行銷對市場顧客與競爭者的分析，遠超過代工廠。另外，產品要精緻化是需要投入研發與創新，而製造業的那一套是不能直接套在服務業的，服務的無形性與複雜度絕對不是工廠生產線或實驗室那麼好掌控的，而服務業若由依靠人力轉為仰賴科技，科技的障礙必須先突破，因為先進的科技往往讓人才進步，創新的經營模式要靠創意，但創意不是人人有，而且創意還是需要執行團隊的能力來配合才行，穆斯林的文化不懂，樂隊不會自然跑來的。





諸承明 博士 De Chu, Chen-Ming

私立中原大學企業管理系教授  
Professor, Department of Business Administration Chung Yuan Christian University.  
中原大學商學院前院長  
Dean, College of Business, Chung Yuan Christian University(2008-2009)

## 大陸台資企業國際化人力資源管理策略 —標準化策略/本土化策略

International Human Resource Management in Taiwan-Invested Enterprises  
in Mainland China: Standardization versus Localization

中國大陸自1979年實施改革開放以來，各國企業紛紛前往大陸投資設廠，以便爭食這塊發展潛力雄厚的新興市場。台灣在1987年政府開放大陸探親以後，亦迅速開展兩岸之間的經貿交流活動。中國大陸具有勞動力充沛、工資相對低廉、地理位置便利、以及兩岸人民同文同種的優勢，使得大陸地區很快的成為台資企業對外投資的最熱門區域。然而，以往由於台資企業對外的投資時間尚短，再加上投資地區常是比台灣開發較遲的大陸及東南亞地區，所以企業通常只會注意外派人員的管理問題，對於當地人力資源的發展問題卻很少關注。時至今日，多數台資企業已歷經了十餘年的國際化發展，隨著海外子公司的營運規模日漸增大，台資企業目前正面臨著必須轉型的抉擇，必須重新思考海外部門的角色定位問題，尤其兩岸在同文同種的條件促使下，企業會更早面臨「根留台灣」與「融入當地」的選擇。而此一抉擇不僅會影響到企業的投資型態，更會反映在國際化人力資源管理的策略擬訂上。

首先台資企業必須思考是否應該調降外派人員的佔有比例，其次要開始重視當地人力資源的培訓與發展，第三則是在人力資源管理措施上評估應當採取傾向與台灣母公司相同作法

的標準化策略 (standardization) 或是改採本土化策略 (localization)? 過去台資企業在大陸的發展主要是以生產導向為主，依循著「台灣接單、大陸生產、外銷歐美」的模式，所以大陸子公司只要複製台灣經驗即可，故傾向採取標準化策略，在人力資源管理上通常也只關注台籍外派幹部，而當地人力充其量只不過是從事基層生產的勞動力而已。然而，時至今日，中國大陸的內需市場迅速成長，包括手機、汽車在內的許多消費性商品，其市佔率已高達全球第一位。因此，許多台資企業已開始由原先的外部出口導向逐漸轉為內部行銷導向。為了要更有效的滲透當地市場，本土化已是不可避免的發展趨勢。包括產品式樣的本土化、行銷模式的本土化、乃至於人力資源及其管理措施的本土化。因為外派人員雖然會忠實的執行母公司政策，但是對於當地市場的瞭解度卻不如當地人力。受此因素影響，台資企業現在也必須要開始重視如何吸引及培養當地的人力資源，其扮演角色已由單純的基礎勞力逐步轉變為具備有專業知識的科技或管理人才。

對此，本人曾以國內大型企業進行問卷調查，根據獲自103家在大陸設有營運據點的台資企業調查資料顯示：第一在重要幹部的任用策

略上，雖然仍是以選擇「以台籍幹部為主」及「台籍幹部較為重要」的公司最多，合計比例達73.7%。但是選擇「台籍與大陸幹部並重」的公司已有14家，比例為13.6%；選擇「大陸幹部較為重要」的公司有9家，比例為8.7%；選擇「以大陸幹部為主」的公司有4家，比例為3.9%。由此可知，已有部分企業開始將重要幹部的任用策略逐漸由台籍幹部轉為大陸幹部。

第二在課長級以上幹部的籍貫分佈方面，調查發現任用大陸籍幹部比率達80%~100%的公司已有40家，比例為39.3%；大陸幹部比率介於60%~80%以內的公司有14家，比例為13.7%；大陸幹部比率介於40%~60%以內的公司有11家，比例為10.8%；大陸幹部比率介於20%~40%以內的公司有16家，比例為15.7%；大陸幹部比率在20%以內的公司有21家，比例為20.5%。由此分析結果可知，大陸幹部比率的分佈有呈現兩極化的趨勢，亦即大陸幹部比率高達80%以上的公司雖然為數最多，但是大陸幹部比率低於20%的公司卻也屢次。這種差異現象一方面與產業別有關，另一方面也與該企業進入大陸市場佈局的時間長短有關。

第三針對大陸幹部擔任的最高層級進行探討，結果發現最高聘任大陸幹部擔任總經理的公司已有9家，比例為8.8%。最高聘任大陸幹部擔任副總經理的公司有13家，比例為12.7%；最高聘任大陸幹部擔任協理的公司有4家，比例為3.9%；最高聘任大陸幹部擔任廠長、副廠長、

經理、副經理的公司有34家，比例為33.3%；最高聘任大陸幹部擔任課長及其他的公司有42家，比例為41.2%。由此可知，目前已有許多台資企業開始聘任大陸幹部擔任總經理、副總經理、協理等重要職位，顯示重要幹部已有逐漸本土化的趨勢。然而，誠如上述所言，當地幹部對於當地市場滲透性較強，當地人際網路也廣闊，也比較有吸納當地資源的能力。但是值得注意的是，當地人力也比較有可能會結合當地勢力去排除母公司的操控，尤其在合資企業上更需要格外留意。

最後在國際化人力資源管理策略方面，調查顯示大陸子公司標準化策略的平均得分4.031，已略低於本土化策略的4.216，顯示人力資源管理模式正朝向本土化的趨勢發展(滿分為7分)。在標準化策略方面，各項人力資源管理功能中以「職務管理」的標準化程度最高、「績效評估」第二、「教育訓練」第三、「招募甄選」第四、「員工福利」第五、「薪酬管理」的標準化程度則最低。至於在本土化策略方面，則以「招募甄選」的本土化程度最高、「職務管理」第二、「教育訓練」第三、「績效評估」第四、「員工福利」第五、「薪酬管理」的本土化程度最低。此外，研究顯示各項人力資源管理功能在標準化策略上的得分差異比較顯著，在本土化策略上的得分差異則較小。這表示各項人力資源管理功能可以維持標準化的程度是有區別的，但是在本土化方面則大致相去不遠。



**林耀欽 博士** Dr. Lin, Yao-Chin  
國立政治大學企業管理博士  
Ph.D. in Enterprise Management, National Chengchi University,  
私立元智大學資訊管理學系副教授兼創新育成中心主任  
Associate Prof., Information Management Department, YZU  
Director of Innovation and Incubation Center, YZU

## 如何創造數位行銷的價值？

How to create the value from digital marketing?

### 前言

數位時代的來臨，改變了消費者的購買習慣，從被動性的接受供應商的資訊內容，改變成為主動式的從數位環境中，搜尋及比較所需產品的各新優劣資訊，以作為自我採購之決策。這也促使了行銷人員於行銷策略及計劃上的改變，從傳統的行銷模式轉為以數位行銷模式為主的新策略。

肯錫顧問公司(McKinsey Quarterly)發表了一篇名為Four ways to get more value from digital marketing，點出了幾點值得參考的論點，點出行銷人員應如何藉由數位化行銷模式以提供其產品價值之分析及建議，同時強調將數位行銷納入行銷決策核心時，要同時重新思考自己的優先順序及預算規模，徹底進行流程及技術改造。本文頗為有趣，特將其內容做點介紹，並略為修飾供各位企業家同學們參考。

### 雖消費者比想像中要聰明

消費者行為改變常見的網路購物主要是透過電腦與資訊網路來完成商品的買賣交易活動。由於近年來資訊科技日益進步，網路網路與資訊網路發展，網路功能比起以往增加許多，而購物交易平台的出現就為一特徵，也顛覆以往必須上街購買商品的觀念；我們希望藉著此研究來說明現在因為網路購物的發達，消費者不僅僅會在實體商店購物；而單純透過商

品照片購物的行為增多，即使不需要出門，在家裡就能輕鬆購買到商品，這證明購物方式的多元化，讓消費者有更多的選擇，更能快速方便取得想要或需要的商品。其伴隨著網路的普及，藉由網路購物的方式取得商品，也是新興的消費行為方式，尤其對於現在愈來愈多的消費者接觸網路的普遍性來說，這是一項極為便利的選擇。

消費者運用網路獲得了資訊的掌握能力，對於產品的功能、價格、服務與口碑的瞭解程度大大的超越了以往的年代，資訊不對稱的現象，透過網路帶來很大的改變。消費者聰明的程度也超乎廠商們的想像。

### 數位行銷四個價值

麥肯錫提出，在提高數位活動行銷及通道支出百分比時，應聚焦於管理四個核心價值來源：

一、將整合性的消費者體驗協調一致 (Orchestrate an integrated consumer experience)

無論是B2B或B2C的數位行銷，最重要的是獲得更多的電子商務網頁或企業入口站的線上瀏覽量，因為參訪人數愈多就代表自家產品的曝光率愈高。更進一步的，除了流量外，如何讓消費者更為有效地參與，提高黏著度，就成為另一個挑戰。新商品試用或體驗是常用的途徑，例如在快速消費品市場的化妝品類就常被使用，往往消費者體驗後的經驗，成為公司產

品的活廣告，藉由數位行銷活動來提升銷售轉換率。數位技術的活用運用，讓廠商可以用更方便且合理的成本，結合來自不同管道的消費者資訊，進而更精確的進行行銷與提供產品與服務的活動。

二、激發客戶幫助擴大行銷預算的效益 (Inspire customers to help you stretch your marketing budget)

行銷預算隨著不同行銷管道的多元化，如何有效的分配有限的行銷資源，如何在有限的行銷預算發揮其功效最大化，一直以來都是廠商推出商品最重要的課題。透過數位行銷的方式，運用數位技術廣大的滲透性，以極低的成本讓消費者參與，確實可以讓行銷成效達到最大，例如在企業入口網建立與消費者可以互動的小程式或者憑手機簡訊到門市兌換試用品，都可以達到此一效果。創意與新的點子的發想與執行是企業最大的挑戰。

三、採用出版商的準則來控制成本 (Adopt a publisher's discipline to curb costs)

從本質上講，大多數企業現在已經變成出版商，但是它們在成本和品質方面的管控制成效卻不令人滿意，簡單來看，這些廠商的行為比較像單純的廣告客戶。在數位化技術的有效運作下，其他組織和人員的各種網站與移動平臺上可同時發佈大量內容和應用；愈來愈多

的內容受到消費者需求的拉動，例如消費者訂閱某些提示資訊或成為Facebook上的“粉絲團”，或者被消費者按照自己的喜好（由他們以往的行為決定）、互動背景或時段進行定制，善用這種技術功能，可以有效降低成本，可以將消費者視為一個相同的社群來經營。

四、聰明地運用情報以提高業績 (Use intelligence wisely to drive performance)

數位行銷需要擁有即時獲取並利用情報的能力，並能夠通過利用情報來提高業績，但卻只有極少數行銷或銷售高管，能夠從過去一個月中自己企業的線上分析所得資料中，列舉出三種以上的重要見解，並根據這些見解來創造價值。因此行銷團隊必須對更堅固的指標按照優先順序進行排序，並能擁有跨職能部門的團隊對收集的資料進行分析。然後，還必須要有按這些見解行事的明確流程、跟蹤結果，並隨時採取行動。





因此如何重新平衡傳統媒體和數位媒體的作用等。技術和行銷職能部門需要密切合作，與部門達成明確的服務協同合作，為資訊密集程度極高的數位行銷活動提供足夠的支持。行銷部門確有理由要求獲得更多的資源，但是，得到這些資源是有代價的，必須要對銷售、創新和運營效率承擔更多的責任。善用數位技術的特色，掌握數位技術能做、與不能做的正確認知，數位行銷才能發揮它的充分價值。

#### 企業應有的體認與因應

面對此一挑戰，企業主們應認真思考以下幾點：

一、瞭解消費者要什麼，讓消費者成為粉絲

台灣發展自有品牌有兩大困境，第一是「對產品瞭解很多，對客戶瞭解太少」；第二則是，當與範轉移時，台灣企業無法及時反應，因而錯失商機。宏碁與宏達電等台灣的品牌，同樣都從代工起家，轉做品牌之後，靠著品質及價格受到消費者歡迎。但在面對蘋果、三星等大型企業，以及產業生態朝向軟體與應用發展的衝擊下，宏達電日漸失去在高價手機市場的競爭力，而宏碁更只能在利潤微薄的筆電市場掙扎。兩家企業面臨的困境，其實正是台灣品牌的寫照。

到底怎麼算是成功的品牌？說蘋果是目前最成功的品牌，應該不為過，因為蘋果不僅能從美國市場橫跨世界各地，還能從電腦、MP3、手機、平板電腦到未來的電視，讓所有買過它產品的客人都變成粉絲，願意掏錢購買它的下一個產品。遺憾的是，三星同樣也是如此，橫跨各種產品、各個國家，讓品牌知名度真正達到世界級的水準。

台灣品牌一向以產品及價格領先同業，吸引到的是以價錢比來決定要不要買的消費者，這種精打細算的消費者，忠誠度本來就不高，當下一個產品推出時，一樣用性價比來判斷，當別家公司有更適合的產品時，就買別家的東西了。當客戶留不住時，品牌就會出現危機。台灣的廠商或許很瞭解自己手上的產品，卻可能不那麼瞭解客戶，無法讓客戶變死忠。

二、企業由單向銷售思維轉向消費雙向溝通的關係

從資訊經濟學角度來看，傳統上由於消費者與廠商直接溝通的成本極高，廠商可以透過品牌向消費者傳達一個信號(比如優質、誠信、親和力強等等)，進而獲得消費者的信任的選擇機制。

傳統品牌是在媒體介質單向傳播的前提下出現，因此品牌的形成和沉澱需要時間。但是網際網路改變了這一切，facebook、Twitter模式更是全面釋放了草根力量，消費者與廠商直接溝通的鴻溝正在被填平，帶來的直接變化就是電子商務對傳統品牌的依賴度大幅下降。

精明能幹的數位行銷商能夠熟練地運用情報收集工具和流程，通過研究搜尋結果中的排名或主要零售網站上的報導，分析出客戶正在看些什麼。這些行銷商通過分析客戶的線上行爲，解讀他們所說的話、對線上討論內容進行資料採掘、持續誠心徵求回饋意見，瞭解消費者正在做些什麼。

從經濟學的角度來說，這一變化可以概括為生產方和需求方的雙向資源配置機制，使得搜集現狀需求變為可能；強大的記錄、統計、分類功能。所以企業常常會發現，它們需要提升自己的技術基礎架構、擴展分析技能、打破

業務部門的界線，調整組織結構，並為實施新的經營規則構建流程。企業需要做出艱難的決策，比如由誰來領導制定新的產品推出計畫，如何重新調整全球、地區和本地部門中內容創建的預算，如何重新平衡傳統媒體和數字媒體的作用等。

三、數位技術的投資不在要不要，而是在如何

企業主應該對數位技術的投資用更積極的態度來面對，不在於要不要投資，而是在於如何將投資化為可以回收與創造價值優勢的數位技術運用。數位技術的運用幫助企業直接聯到以往沒法接觸到的市場或客戶。企業要不斷的培養企業內部瞭解客戶的能力，創意與新點子的發想。企業要儘速建立一套能力，將創新的想法，化成為公司內部可以操作的流程，運用系統或數位技術，支撐整套作業流程，快速掌握消費者的需求，回應客戶的意見，甚至主動的與客戶的互動，走在客戶的思想前面，讓客戶充滿期待與等待，這樣的公司才是未來的主流，才會繼續領先整頭。

「聰明的行銷」是最大的挑戰，各位準備好了嗎？





李宗儒(濟紳)博士 Dr. Lee, Tzung-Ru  
國立中興大學行銷學系教授  
Professor, Department of Marketing National Chung Hsing University

## 從獲取高等學位來探討 企業進行組織再造之必要性

It is necessary to do business Reengineering from the viewpoint of obtaining higher education degree

**根** Hammer and Champy(1993)在「企業流程再造」(Reengineering the Corporation)一書中提出,企業可以經由流程再造來回應顧客(Customers)、競爭(Competition)、與改變(Change)三方面的壓力,以提升企業的競爭優勢(Competitive Advantage),並將企業流程再造定義為以流程為觀點根本地重新思考,徹底翻新作業流程,以追求企業績效能有顯著的改變」(Reengineering is the fundamental rethinking and radical redesign of business processes to achieve dramatic improvements in performance),其中,根本(fundamental)、徹底(radical)、顯著(dramatic)和流程(process)為該書提出企業進行「流程再造」時所曾包含的四大重要要素。許多企業主為了因應消費習性的極端發展(追求高單價之差異化產品或是透過不斷的比較以追求較低廉的價格)、競爭環境變動劇烈、通訊科技技術應用之創新等改變,紛紛引進資訊科技系統,期望透過作業流程的改變來提升效率與公司績效,但企業在引進新的資訊科技系統或重新設計流程時,卻經常未能發揮出預期的效應,而引發企業內部對於資訊科技的批評與質疑,甚至發生新導入的資訊科技或新流程與企業原本的經營方式抵觸而造成重大的損

失。

而試問目前公司有進行「流程再造」的業主們:「什麼是流程的概念?你為什麼想要進行企業流程再造?導入新的流程是否會跟舊有的經營運作有所抵觸,會不會影響原本工作的規則與順暢度?是否為完整地全面評估?進行企業流程再造是希望提升何種績效,具體目標績效數字為何?除了流程再造之外還有沒有其他方式可以達成?」可能不是所有的業主,都能夠完整清楚地回答上述所有問題,而企業流程再造,首先最需要的就是企業主的瞭解與支持,企業主必須要清楚了解流程的概念與範圍,才能夠透過資訊科技的導入來輔助企業進行流程再造。因此,以下將根據上述Hammer and Champy(1993)於該書中強調之四大要素—流程(process)根本(fundamental)、徹底(radical)和顯著(dramatic)來說明企業主進入學校學習之必要性。

一、**流程**: 流程的概念為流程再造的基石、改造的核心,企業主為了能夠瞭解一連串為了達到特定目的或產出具有邏輯性的作業程序,必須透過物流、國際供應鏈、價值鏈、服務設計等課程來建立並強化流程的概念。

二、**根本**: 根本的思考指的是思考工作時所依賴的規則、如何進行決策等基本問題,企業主能夠透過學校的管理課程來幫助其進行思考,針對每天的例行性工作進行審視,思考原本工作所使用的SOP、工作規範與決策方式是否合適。

三、**徹底**: 徹底的再設計意味著針對目前工作所面臨的問題,不只是消極的解決,而是積極地瞭解問題產生的背景,以更宏觀的角度來從事改造的工作,企業主首先透過修習物流、國際供應鏈、價值鏈、服務設計等課程建立其更宏觀流程概念,再透過電子商務、品牌、行銷等課程,激盪出新的想法與火花,再針對目前公司的流程進行徹底的翻新。

四、**顯著**: 顯著的改變指的是流程再造並非期望循序漸進地改變,而是期望透過整體流程的改變,追求大幅的成長。企業主可透過財務金融等相關課程來瞭解實際績效的評核基準與方式,並計算進行流程再造之必要性。

除此之外,透過至學校進修亦能夠透過學校分享成功的個案,作為企業主學習效仿的範例,而以下將列舉兩個「流程再造」的成功案例來說明之:

### 一、海底撈特殊的服務流程

與一般的火鍋店不同,海底撈的場地規畫竟有三分之一為等候區,每個要來海底撈消費的顧客,平均至少要等上半個鐘頭,這樣的方式,竟然還是每天高朋滿座,其秘訣就在於其流程設計。

海底撈在等候區正中間擺訪桌子,提供等候的客人飲料與餅乾零食,並於等候區周邊設置擦皮鞋、修指甲、洗眼鏡等服務,除此之外,還提供跳棋、象棋等各式娛樂遊戲給等候區客人。

待客人進入火鍋區之後,由同一位服務生負責服務同一桌,服務員會觀察顧客的一舉一動,消費者不用自己提聲,服務員就會主動服務,每隔三十分鐘店中管理幹部會請服務生進入後場開會,進行即時控管與教學。

### 二、Health Land特殊服務流程

有別於傳統按摩spa技術本位導致優秀的技術人員離職後所會面臨人才短缺與帶走客戶的問題,Health Land將按摩流程標準化,透過昏暗的燈光,營造出舒適的氣氛,提供顧客一致性的服務。

總言之,上過了課、拿了碩士學位,是讓您擁有更多的管理知識、工具與武器,期望各位畢業生,經由新華商公司精心規劃的課程安排,拿到、看到、也聽到現代管理的趨勢,統合您在校期間的所學,結合您在產業上的領域知識,努力的再造自己的組織,以迎接21世紀更競爭的商業環境,祝福您事業順利!也祝福新華商公司的事業蒸蒸日上。





吳傳國 博士 Dr. Wu, Chuan-Kuo  
美國西太平洋大學博士  
Ph.D., Pacific Western University, USA  
國防大學戰略研究所教授  
Professor, Department of Strategic Studies,  
National Defense University

## 從學理、法規與實然面論 速食業與製造業的分野

The division of manufacturing industry and  
fast food industry from theory, regulations and fact

現代社會影響家庭與個人飲食是巨的，莫過於速食業的興起，每當人們行走在街頭，熟悉的看板，高朋滿座的景況，我們不得不承認，速食已經與我們的生活緊密的掛勾在一起。根據全國營養師公會所做的2008「外食人口飲食習慣大調查」顯示：一週至少5天以上外食的「老外一族」高達近8成，另根據《遠見》2007年調查，國人外食比例已超過七成，「天天外食族」高達330萬，「餐餐外食族」約170萬人，超過高雄市總人口數。

台灣早在中式自助餐時代，各個店面多半是小本經營，營業的好壞，多半是自負盈虧，尚不覺有何壓力。一直到1984年，寬達公司引進麥當勞來台，速食業始隨之興起；穩定豐厚的利潤與迅速的擴張，使得一般行業與工商界經營方式不得不隨之調整，一場服務業的革命隨之展開。速食業者除了乾淨的店面、明亮的燈光、熱情的服務外，另一引人注目的，即是現場烹製的熱食與冷飲。這種兼顧製造與服務的速食產業到底應如何分界？製造業？服務業？或是兼具？一般意見分歧雖不大，但仍存討論空間。

何為製造業？依據一般辭典對製造的解釋，是指將原料或粗製產品作成器物或精製

品，如將陶土製成瓷器、海水製成精鹽等。在管理社會科學大辭典雖未特意論述，我國主計處行業標準分類的解釋認為：凡以機械、物理或化學方法，將有機或無機物質轉變成新產品，不論其使用動力機械或人力，在工廠內或在家中作業，均歸入製造業。

何謂服務業？辭典中解釋服務是替別人做事，在商場上，服務是「直接發生於顧客與服務公司之間的社會行為」。美國行銷協會認為「服務是指直接銷售或附帶於一般商品之銷售所提供的活動、利益或滿足。」言之，服務涉及設備、人員、與顧客，而顧客間也會交互影響。它是整體的概念，而非單一概念。林建山引論認為「服務」與「服務業」兩者不同。「服務」可能是一種「產業」而「服務業」卻是相當具體的「實業」。

速食業到底屬製造業或是服務業？抑或是兩者兼具。一般得到的答覆是：「服務業」。如照此答案論斷，那麼此一課題就無探討餘地。但就研究觀點而論，仍從學理、法令以及實然等面向論述此一課題。

### 一、就學理面論

速食產業以之作製造業與服務業之分界的專論，一般並不多見，學者仍以以製造業與服務業的分類差異加以說明；Schmenger是以「技

術」將製造業與服務業以製程即作業流程與以分界；Shetty and Ross是以產品與顧客角度區別兩類差異；W. Earl Sasser與Shetty and Ross是以顧客服務程度強調服務業特質；Maister & Lovelock以服務特性以及與顧客接觸程度的高低，可劃分下列四種型態：

圖一：Maister & Lovelock服務業分類方式

		服務特性顧客化程度	
		高	低
顧客接受程度	高	專業性服務 法律服務 醫療服務	大量服務 學校教育
	低	服務站 電話服務	工廠 速食餐廳

國內學者可能這賢也以經營管理的特性一看不著、帶不走、變化多、留不住等，提出服務業與一般製造業之差異。

### 二、就法規面論

美國的行业標準分類(SIC)是由The U.S. Office of Management And Budget所發展，它和中華民國行業標準分類一樣，屬於國家統計標準分類之一。SIC之發展始於1930年代，爾後分別於1972年和1987年完成兩次全盤修訂。美國勞工統計局是將產業分為三個部門1.農漁牧業；2.商品產出業；3.服務產出業，包括運輸

業、貿易業、金融保險及房地產業、政府、其他服務業。我國的行业標準分類，基本上亦是依美日而分類，依據主計處第三局90年第七次的修正，共計分16大類，凡從事餐點服務之行業均屬於此類，因此從事漢堡、披薩、炸雞等速食業皆劃為服務業。因此從法令層面，速食業通通都是服務業，無法與製造業論及分界問題。

### 三、就實然面論

速食業在實際從事作業時，它卻有兼顧製造業的現象，雖然它並不具備完整製造業的條件，但是若依Schmenger的論斷，目前市面上具有規模，或連鎖經營的速食店，其設備是有工作站、裝配線及連續流程的特性。因此，若將速食產業全然歸類於服務業，似乎也難言之成理；尤其現今機器製造工業精緻，不用佔據太大空間即可作業，業界也有不少此類工廠提供蒸烤箱、製冰機等相關設備。故而就實然而言，速食產業的分界課題，可將之劃分為三種：

#### (一) 以櫃檯(窗口)為分界：

現今速食業者，無論是中式或西式，幾乎都設置有櫃檯窗口，尤其西式業者更是明顯，數個窗口同時面對顧客，其為壯觀。服務人員隔著櫃檯，面對顧客需求，滿足其所需。櫃檯外就是顧客享受服務區，有清潔人員負責清潔



潔、處理廢棄物；櫃檯內則是調理、烘培、煎煮、燒烤、製做等一貫作業流程，迅速而具效力。顧客可免除等候之苦，及時獲得食的需索；業者在產品單純，有效分工下，爭取顧客，獲取利潤。若依Shetty and Ross所論，製造業多為實體商品；服務業為無形商品來看，進食業者似乎打破此一藩籬。

### （二）以面對顧客與否為分野

若依Shetty and Ross所論，製造業者甚少面對顧客參與製作過程，但是進食業者在面對顧客時，顧客卻可以直接要求產製所需，此一景況，中式進食更是明顯。顧客直接陳述需求，要求業者製作；業者也依顧客要求，滿足其所需。至於西式進食也是以面對顧客為界，當他面對顧客時，他成為服務者，但是當他對顧客時，他又成為生產線上成員之一，製造產品的特質又十分明顯。



### （三）以當場交易現金為界

進食業者另一特色，就是當場現金交易，顧客一面要求所需，另一方面則必須立刻付現，無餘欠與延緩情事。付現就能得到產品，

否則交易即不成立；交易成功，製造即開始，並無Shetty and Ross所論服務業產品不易存儲情事。

綜合從進食產業來做製造業與服務業來看，學者之論是就整體產業而論，將製造業及服務業的特質陳述，讓學術研究者便於區隔其間的差異。而法令層面則是在於規範，是為了工商資訊檢索過程具有效率。檢索結果完善；就實質而言，分界最具體。無論是櫃檯窗口、面對顧客，現金收付，都可表現出進食業者立於製造業與服務業的特色。

進食業自在台發展以來，已經強烈震撼國內產業，從其擴充速度，即可知其擴大之規模，其中麥當勞、肯德基、達美樂、吉得堡全省更達百餘家以上。中國大陸一家曼德福（Mandefu）更是以品質、服務、整潔、價值（QSCV）做號召，三年來設立了一百多家，2001年時更是平均每十天開一家，增加之快令人稱奇。不過如果我們就其靈活橫跨製造業與服務業的態勢，不得不讚嘆此為其成功條件之一。近來醫藥服務也成為最夯話題，2012年對外貿易發展協會也正式對大陸展開推廣活動，使得服務業又延伸到醫療這塊大餅，可謂能量無限。面對21世紀，製造業與服務業勢必整合，這些屬於基本需求的行業，永遠不會受國際景氣衝擊。縱使現今景氣不佳，但是人們還是要生活下去，於其爭執歸屬，還不如面對市場需求要實際些。

（本文受篇幅所限，註釋業已省略）



郭山輝 董事長 Chairman Kuo, Shan-Hue

台升國際集團董事長

Chairman of Lacquer Craft Group

全國台灣判處投資企業聯誼會會長

President of the Association of Taiwanese Enterprises on the Mainland China

## 兩岸實業合作 共創互利雙贏

Win-win strategies in the cross-strait business communities

### 一、台商的貢獻

談到兩岸實體企業發展，就一定要提到台商的貢獻。台商到大陸發展迄今已超過20年，迄今有超過八萬七千家台商，在大陸各地有125個台資企業協會（山東濱州9/12成立），對兩岸實業合作發展起了關鍵性的作用。

對大陸而言，台商帶來資金、引進技術，增加就業、繳納稅賦。創造外匯，台商投資興業不但實現大陸的「科學發展觀」，並對當地「和諧社會」發展有很大的貢獻。

對台灣而言，台商返台採購機器設備、原料及零組件，帶動台灣對大陸的出口，厚植台灣經濟實力，也增加台灣幹部的雇用。

台商是兩岸實業合作的橋樑，是雙方經濟發展的重要資產，更是扮演兩岸與國際經貿舞台接軌的關鍵角色。

### 二、經濟冬天下兩岸實業發展的挑戰與機遇

然而，近年來歐美經濟發展大不如前，市場大幅萎縮，台商外銷訂單驟降，必須另外尋找替代歐美的市場。另一方面，台商在大陸的生產成本逐年上升，使台商不得不尋求更有利的生產方式。因此，台商必須要積極升級轉型，以因應經濟冬天的挑戰。

但是，「有挑戰就有機遇」、「危機就是轉機」，當前內外經濟情勢快速變遷，正好給大陸

台商轉型升級的契機。

目前台商自身積極努力的方向有：在「生產面」，進行「技術升級」，減少用工人數、使用節能環保的技術，降低生產成本。並且在產品生產加入「文化創意」，開發文化創意產品，透過產品的差異性，來提升競爭力。

在「轉型」方面，包括：「轉移陣地」，由南而北、由東而西的轉移。或是「轉向內需」，進軍大陸蓬勃發展的內需市場。「轉換行業類型」，由工業、製造業的第二級產業轉型到第三產業的服務業。賺錢可以有3種方式：賣產品、賣服務、賣知識或創意，以前的台商都在賣產品，利潤可能只有5%，一旦你失敗了，就要承擔95%的損失。現在轉賣服務，利潤可以提高，風險可減低，最好以後我們轉型賣知識或創意，成功可以有數十倍數百倍的利潤，就算失敗也只有少許的損失。

這些是台商在大陸20年必然會遇到的產業轉型升級問題，台商一方面透過自身與群體的力策來因應；另一方面，也要結合兩岸當局與企業的集體力量，攜手合作來解決。

### 三、台企聯的努力與兩岸當局的協助

「台企聯」身為全國台商聯誼組織，很早就設有「轉型升級委員會」，透過調查、探討、並向兩岸當局反應問題等方式來協助台商，同時藉





合大陸125個台商協會的力量，發揮群體效益，共同尋找轉型升級的商機。

然而，台商轉型升級所面對的問題，包括技術升級、創立品牌、拓展通路、門市銷售、資金調度等，不是光靠台商、台商協會，或是「台企聯」的力量就可以解決，還需要兩岸當局協助，給予政策優惠、融資貸款、企業診斷輔導等協助，台商才更有機會成功轉型升級，為兩岸創造共贏。

#### 四、兩岸當局的措施

目前大陸已經推出若干措施，積極協助台商轉型。包括「國台辦」推出的「拓寬台商投資領域」、「推動台資企業投資現代服務業」、「鼓勵台商投資大陸資源開發」、「支援和協助台資企業自主創新」、「為台資企業提供融資便利」等。

9月14日召開的維護台商權益部際聯席會

議，由中共中央及國務院33個部委共同參與落實海峽兩岸投資保護和促進協議。

大陸各地方政府亦有協助轉型升級措施：包括經費支持自主創新，在科技創新、技術改造、發展服務貿易等方面提供專項扶持；舉辦台商轉型升級培訓班；成立「台商服務團」，在融資、用工、租稅減免、升級轉型及拓展內需市場方面，給予台商協助。

台灣方面則是由財團法人，如工研院、生產力中心、金屬中心等，組團到大陸提供台商轉型升級診斷輔導。經過輔導的廠商，技術大幅提升，經營模式更多元化。許多廠商向產業鏈上游的研發設計、原料採購、倉儲物流、訂單處理和下游的檢測、行銷等環節延伸，形成研發、生產、行銷一體化的經營模式。

兩岸推出協助台商轉型升級的措施，效果非常顯著，大陸台商都非常感謝。但是面對經濟冬天的嚴峻挑戰，兩岸實業合作還需要新動

力。這個新動力就是大陸的「十二五規劃」與台灣的「黃金十年」。

#### 五、推動兩岸實業合作的新動力

「十二五規劃」是大陸未來五年經濟發展藍圖。「黃金十年」是台灣未來十年的經建計劃，兩項計劃都非常契合當前經濟全球化、現代化、節能化、環保化、均衡化的發展潮流。

我們希望大陸「十二五規劃」在未來執行中，能加入更多的「台灣元素」，台灣的「黃金十年」也能融入更多的「大陸元素」，讓兩岸產業能優勢互補、共創雙贏。所以，當前兩岸經貿合作首要的目標，就是儘速完成ECFA後續協商，包括「貨品貿易」、「服務貿易」、「爭端解決」協議，以及推動具體的「經濟合作」。

「貨品貿易」協議完成後，可以提供兩岸進出口貨品零關稅與通關便捷的優惠待遇，大幅提升兩岸貨品的競爭力；「服務貿易」協議完成後，兩岸企業可以相互投資對方的服務業，亦可提供台商轉型服務業的契機，所以希望兩

岸儘速完成ECFA後續協議的協商，為兩岸實業合作注入新動力。

兩岸經貿團體互設辦事處為ECFA協議的項目之一。今年4月26日經合會第3次例會，雙方宣布首批互設的經貿團體名單，我方為外貿協會搶得頭香，由「台灣貿易中心」名義分別在北京及上海設立辦事處；陸方則由「中國機械產品進出口商會」出線，預計於今年十月正式掛牌。

此外，兩岸也可從以下幾個方面，為兩岸實業合作注入源源活水。

第一，促進兩岸雙向投資。2009年6月30日台灣正式開放大陸企業與人民來台投資，經過3次開放並配合兩岸協議，截至目前為止，合計共開放服務業161項，開放比例50.95%。公共建設43項，開放比例66.78%。製造業204項，開放比例高達96.68%。

然而，截至2012年7月底，僅有284件大陸企業來台，投資金額3億883萬美元，與大陸每年對外投資金額超過5百億美元相較，還有極大的成長空間。

目前台灣開放陸資的比例，已經遠遠超過一半，應該可以用「負面表列」來規範陸資來





台投資的項目，未來希望台灣在做好開放準備後，應進一步放寬陸資投資領域，並鬆綁相關配套措施。

第二，強化兩岸金融合作。兩岸金融業不但為兩岸人民與企業提供全方位的金融服務，也為雙方「生產性服務業」合作建立平台。

特別是兩岸貨幣管理機構於8月31日簽署「海峽兩岸貨幣清算合作備忘錄」，這項備忘錄為兩岸貿易投資往來提供極大的便利性，也為兩岸金融合作建立嶄新的里程碑。

期待「兩岸貨幣清算合作備忘錄」能儘速生效，雙方主管機關能儘速指定銀行，在對方辦理己方貨幣之結算與清算服務，並開放雙方銀行經營相關的貨幣業務，降低兩岸金融往來的風險與成本，為兩岸經貿合作開創更便利的大環境。

第三，兩岸企業創新人才合作。經濟發展最重要的就是「人力資源」(Human Capital

)，有第一流人才，才有第一流的企業創新與經濟發展，所以未來兩岸當局應擴大合作，積極進行人才交流與人才培育，並且協助台商吸引、聘請國際級的經營人才，協助兩岸企業成為國際級的大企業。



第四，兩岸產業合作。過去兩岸透過「搭橋專案」，已經選擇中草藥、太陽光電、車載資訊通訊、航空、通訊、LED照明、光儲存、資訊服務、風力發電、車輛、設計、流通服務、食品、精密機械等15項產業進行兩岸產業交流。

在新興產業方面，目前台灣推出「六大新興產業」，包括生物科技、綠色能源、精緻農業、觀光旅遊、醫療照護及文化創意。同時大陸也推出「七大新興產業」，包括新能源、節能環保生物育種、新醫藥、新材料、電動汽車、資訊產業。

由此可見台灣六大新興產業與大陸七大新興產業共同性非常高，2011年10月27日兩岸為落實第七次「江陳會談」共同意見，在昆山舉行「產業合作論壇」，應定LED照明、無線城市、低溫物流、TFT-LCD和電動汽車等5項產業作為先期合作項目。

兩岸若是在這些科技產業方面，結合彼此的軟實力(Soft Power)與硬實力(Hard Power)，成為巧實力(Smart Power)，共同研發技術，制定規格標準，合作開發生產，一定可以為兩岸科技產業合作開創嶄新的局面。

除了新興產業的交流合作外，我也希望兩岸在農業、文化創意、旅遊等服務業展開積極的合作，特別是兩岸可以結合彼此優勢，合作建立國際知名品牌，創造更高的附加價值。

#### 六、兩岸實業共贏結合走向整合

台商非常感謝兩岸當局的攜手合作，為台

商轉型提供支持。未來台商們還希望從以下幾個方面來加強協助，讓兩岸實業共贏，並從結合走向整合大道：

第一，在政策面：希望大陸能在最短的時間內，推出相關政策，不但使台商能儘速脫離經濟冬天，也使台商與大陸市場更緊密的結合。

第二，在市場面：台商由加工外銷轉型大

UNIVERSAL®  
环美家居

【美式混搭艺术，创造自我美式生活】

美式经典 尊享永恒  
American classic forever prestige  
www.universalhome.com





## 國際學術研討會大會主席歡迎詞

Welcome Speech of the Chair of The General Assembly



大會主席 劉雙全

PT.How Arc You Indonesia 董事長

陸內需市場，在申請經營項目變更方面，希望大陸給予政策支持，簡化相關的申請流程，讓台商能更迅速地轉型。

第三，在經營面，大量籌組「台商轉型服務團隊」，針對台商展開技術創新、自創品牌、申請專利、人才培訓等方面的輔導服務，使台商邁向技術創新、設計創新、經營模式的創新。

第四，在資金面，大陸國家開發銀行承諾提供台商500億元人民幣融資貸款，希望能夠降低利息，並且能夠更方便得到融資；至於台灣方面，也懇請協助台商辦理「中小企業信用保證基金」貸款，近期更有些台灣的金融機構陸續章陸，希望能更貼近的服務台商。

第五，在稅費面：在經濟不景氣時期，希望大陸能夠暫緩征收，或是調降相關的稅、費，降低台商的生產成本，協助台商度過難關。

### 七、結語

經由以上的政策支持，我相信台商會更緊密地與大陸這塊經營樂土結合在一起，也會促使兩岸經貿進一步邁向整合之路，讓「兩岸實業合作，共創互利雙贏」的理想能夠儘速實現。

最後，再次謝謝主辦單位全體工作人員的辛勞，也感謝各位貴賓的參與，敬祝各位貴賓，身體健康，萬事如意，謝謝大家！

艾尚整體家居

強者联手强者 开启4D家具时代

01 品牌 02 品質 03 服務 04 價格

全國各級城市 熱招商中

非常歡迎大家，共赴印尼雅加達參加新華商這一年一度的學術饗宴。很榮幸地印尼成為這次研討會的據點，身為印尼校友會的一員，當然當仁不讓答應接下這個任務，並期待印尼團隊會盡最大的力量服務大家。

就我在印尼經營企業多年的經驗，印尼已不是大家印象中的未開發國家，這幾年外資進駐的情形越來越普遍，連帶著帶動印尼的發展，如今的印尼不管是經濟、觀光各方面有所提升。今年，剛好有這個機會邀請大家來印尼走走，希望大家能把在印尼看到的發展面帶回去給其他人。

本屆研討的主題「打造關鍵核心的管理新思維」，目前各行各業，在這歐債危機、百業蕭條的節骨眼上，企業如果沒有屬於自己的關鍵核心能力，要在這樣的環境下生存是很困難的。大環境狀況好的時候，供應方面的市場，無論如何經營，或多或少都有利潤；大環境狀況不好時，企業的關鍵核心能力就更顯重要，考驗著各企業應變的方式，勇於創新是關鍵，管理上是否能開源節流、降低成本，不僅要維持企業的生存，還得要逆勢成長。

此次新華商國際學術研討會的主題，深具意義，讓所有畢業的校友及在校生，都能藉此機會分享自己經營上的寶貴經驗，充分利用這個交流盛會，資源分享，互相勉勵，尋求合作。

最後再次感謝大家的支持與踴躍，此外，也感謝印尼校友們及贊助者的鼎力支持，因為有你們這些夥伴的動員與協助，這次的盛會才能順利成功。



## 國際學術研討會籌備委員會主席致謝詞

Welcome Speech of the Chair of The Preparation Committee



籌備委員會主席 林基成  
P.T. Chang Jui Fang Indonesia總經理

新華衛管理學院一年一度國際學術研討會暨畢業典禮，很難得今年在印尼雅加達舉辦，身為新華衛校友的我，非常榮幸亦惶恐地，負責此次活動的各項籌備工作。首先本人謹代表在印尼所有校友們，竭誠歡迎來自世界各地的貴賓以及畢業校友們，大家有這個十分難得的機會，百忙中可以共聚一堂。

子曰：「有用自遠方來，不亦樂乎。」其中，這個「朋」字就具有「旗鼓相當」與「志同道合」的涵意存在。因此本人非常期待藉由此次學術研討會的舉行，所有的與會來賓們都能乘興而來，滿載而歸。另外，本人同時也要恭賀今年畢業班的同學們，歷經努力的學習過程以及授課教授們的肯定，從今而後，你們也將和我一樣，成為畢業校友會中的一員，希望透過校友聯誼的整合，能互通有無，團結一致，展現全球布局的力量！

「印尼」是世界上一個「人多地又廣」的國家，人口高居世界第四位，東西距離超過5000公里，除此之外，令人驚艷的是物產十分豐富，更特別的是它還是石油生產輸出國。近年來，政治與經濟已經相當穩定，目前是繼「金磚五國」後，「熊貓六國」的成員之一，

尤其現在世界資訊十分發達，「地球村」時代早已來臨，我們相信「印尼」一定有機會成為觀光燈塔點，期盼所有與會的來賓們不妨藉此機會，除了研習、觀光等行程外，也建議到處考察，我們非常樂意提供相關資訊給大家。

此次研討會活動由「印尼校友會」成員來籌辦，人力有限，但我們絕對都以最高度的誠意、最熱忱的心情，來歡迎所有的與會嘉賓，如有服務不周，請多見諒與包容。最後，再次感謝大家踴躍的參與和支持。並祝大會圓滿成功，全體嘉賓身體健康、事業興旺、闔家平安，謝謝！

## 2012年國際學術研討會暨畢業典禮籌備委員會

2012 International Symposium & Graduation Preparation Committee

- ◆主辦單位：新華衛全球校友聯盟印尼分會  
NWIM Global Alumni Association Indonesia Branch
- ◆協辦單位：新華衛教育集團New World Education Group  
香港新華衛管理學院New World Institute of Management H. K.
- ◆參加單位：香港新華衛管理學院所屬學員及畢業校友  
CMU全體同學及畢業生 CMU Graduates  
GU 全體同學及畢業生 GU Graduates  
BSU 全體同學及畢業生 BSU Graduates



大會主席 劉雙全



籌備委員會主席 林基成



名譽主席 柯昭治



名譽主席 關琪



## 籌備委員



總幹事 張瑞琪



副總幹事 黃家鴻



副總幹事兼典禮活動組 柯百燮



副總幹事兼場地組 宋登源



財務組 曾海宏



活動組 柯百燮

## 籌備委員



報到組 陳依萍



接機組 潘財福



餐飲組 王麗莉



接待組 曾燭詰



接待組 呂苑珠



場地組 李中君

## 籌備委員



典禮活動組 王鴻博



典禮活動組 林基成夫人

## 香港新華衛管理學院

new World Institute of Management H. K.

董事長  
徐振華 Steven Hsu總裁  
林育賢 Dr. Stanley Lin執行長  
徐婉婷 Tina Hsu顧問  
周牧民 Alex Chou學務  
李衍玲 Anthea Lee客服處處長  
楊東展 Jack Yang學務  
劉峻傑 Allen Liu資訊  
馮湘瑜 Steven Wun會計  
王麗惠 Lyra Wang



## 學術委員會 Academic Committee



大會學術委員會召集人  
吳學良 博士  
Dr. Wu, Hsueh-Liang



大會學術委員會榮譽主席  
張鐵清 博士  
Dr. Chang, Tieh-Ching



大會學術委員會教授  
林修威 博士  
Dr. Lin, Hsiou-Wei



大會學術委員會教授  
黃恆獎 博士  
Dr. Huang, Heng-Chiang



大會學術委員會教授  
任立中 博士  
Dr. Jea, Li-Chung



大會學術委員會教授  
林耀欽 博士  
Dr. Lin, Yao-Chia



大會學術委員會教授  
史習安 博士  
Dr. Shih, Hsi-An

## 新華衛全球校友聯盟主席經驗分享



拿督 李芳信 博士  
Dato' Dr. Lee, Fang-Hsin

新華衛全球校友聯盟 主席  
Chairman of NWIM Global Alumni Association  
永信東南亞控股有限公司 總裁  
President of Y.S.P. Southeast Asia Holding Berhad  
世界台灣商會聯合總會 總會長  
President of World Taiwanese Chambers of Commerce  
亞洲台灣商會聯合總會 名譽總會長  
Honorary President of Asia Taiwanese Chambers of Commerce  
雲林科技大學 副教授  
Associate Professor, National Yunlin University of Science and Technology

### 精實管理與永續經營

#### Lean Management and lasting development

談到精實，不得不提及豐田式的精實管理 (Lean Management)，這樣的一個管理模式，約略的概念無非是眾所皆知的「消除從流程中的浪費，減少不必要的投入」，然而在我個人的認知與經驗中，精實管理卻另有一番更深入的戰略與務實性的意涵。

精實的管理理念，是一個需要從思想起點到行為延伸都要全面轉換，化繁為簡的改革層次。包括廠公司在內的許多企業，皆意識藉由精實生產的實施，從中尋索傳統生產模式的盲點與瓶頸，不斷極力鑽研改善以提高生產效能、或製程良率的方策。有些企業卻把「減少人力、減少成本」的狹隘思維，當作是精實管理化所產生的當然效果。然而，讓我們的思維回到精實的基本思考面：「精」，其中心精神在「追求全面品質，止於完善」；「實」，其實質主旨於「消除各種浪費，創造真實價值及財富」的過程目標。而這目標，卻又必須藉助供應鏈作為系統整合的應用，以「追求全體上、下游的價值溪流 (value stream)，創造產品供應鏈的共榮、共存、互利

之整體活動」為終極目標。

當前全球市場的變化莫測，企業如何在日益艱苛的經營環境中，以獨特的企業眼光去釐清企業問題的核心，走出產品的差異化、推動企業經營轉型與升級的定調……等問題，目前無庸置疑已成為一些本土備產以及在對岸斯模多年的台灣企業共同面臨，並且迫在眉睫的焦點問題。正因為如此，精實管理的必要性就如同一帖幫助企業改變體質的救命良方。

依個人淺見，精實管理之精髓在「徹底消除浪費」，貴在對人(即員工)的知人善任、人盡其才的資源管理面。日本豐田式生產管理系統之父大野耐一如是說：「員工奉獻寶貴的時間給公司，如果不要善用他們的智慧，才是浪費。」我個人對於大野的說法，心有戚戚焉。他主張留給員工思考空間，激發第一線員工帶腦袋上班。這引導著我的思考方向，確實，因為唯有先改變人的思維，進而方能啓用對的人，用對的行為模式做對的事，乃至最終創設出一種成功有效的生產方式。豐田模式除了驅使豐田汽車馳遍世界第



一，更在全球總部管理變革風潮，此風至今仍被大量複製，方興未艾的原因不外乎是企業永遠需要持續不斷的良好循環，不斷追求製造方法之合理性，對企業而言，精進的管理及消除不必要的浪費，是永遠沒有句點的完美追求，也是教諸四海皆準的企業經營真理。

至於，要如何讓企業跳脫墨守成規的桎梏，在低迷的景氣中仍能逆勢創造出一番格局，並且能落實以市場客戶為導向的經營理念與思維呢？豐田式的生產管理系統所倡導的「徹底消除浪費」確實提供企業一套自我檢視與改善的良藥，即「杜絕七種製造浪費之惡」：

1. 製造太多的浪費，即生產過剩的浪費，包括：數量過多及時間過早……等。
2. 等待的浪費：指未能及時生產所造成等待時間的浪費，多來自於作業組合安排不適當、缺料、待料、品質不良等所造成。
3. 搬運的浪費：搬運次數過多或不必要的搬運。
4. 加工的浪費：這可算是「必要的」步驟或程序，即製造方法不佳或繁瑣所造成的浪費。實際上，在製造過程中，可透過加工程序的省略、替代、重組或合併、仔細檢討，找出造成浪費根源。例如：
  - (1) 作業者不知（不清楚）作業標準。
  - (2) 顧客的規格不明確或經常變動。
  - (3) 過多的檢查或試驗。
  - (4) 部門間目標不一致或溝通不良。
5. 存貨的浪費：所謂存貨的浪費，即是在各工程

間投入過多的生產資源或是由廠商交入過多零件與物料，造成在庫過多現象。

6. 動作的浪費：動作浪費即是在作業過程中，無附加價值之人力、或機械設備的運作。例如：取放動作。
7. 製造不良的浪費：製品本應該為良品，但是在製程中因加工方法、人為疏忽、設備故障等因素導致不良品的產生，因而必須重工，而造成重工時的材料、能源、設備費及人工費用的浪費或商譽損失等。

這樣的效率目標，是需要透過供應商與製造商同步化的運作，讓整個生產系統、供應鏈運作達到最暢流與最及時(Just In Time)的狀態效果。從中華學掌握客戶需求，以合理的成本、最高的品質、適當的時間、適當的地點、無限的服務供應產品，創造出Order to Cash周期間隔的雙贏價值。期盼讓企業體質改善再改善，能力提升再提升，為企業在新世代打造出最關鍵的核心能力與競爭力。

以上經驗與諸位校友分享共勉，誠願我們都能闖出一片深具永續價值與意義的新企業風景。

## 博士論文摘要

Abstract of 2012 Doctoral Dissertation



李源萍 博士 恒毅股份有限公司 總經理 General Manager of Swiftck Corp.

## 文創產業的創新管理

Innovation Management of Cultural & Creative Industries

服務業佔各國GDP比重已普遍超過工業及農業，各國發展服務業的同時，文創產業也是其中一環。如何讓文化創意產業能有源源不斷創新與發展，是發展文創產業一項重要議題。藉由觀察全球知名的文化創意產業的創新發想、創意執行、成功行銷模式，建構一個模式，能讓新發展的文創產業有跡可循，是本論文主要探討的方向。

### 研究動機

當經營的外界環境在變動時，跟上改變的組織才能生存，早一步改變性正確方向者可獲得較大的利潤，而能以自己的改變帶動環境變動者則可稱為經典。故在此環境變動快速的時代中，是否能發揮創新的能力，已成為組織生存或發展不可或缺的因素之一。

不論在那一個產業中，都可因為發揮創新力量而取得最佳的經營優勢，以太陽馬戲團為例，於1984年才在加拿大魁北克的小鎮成立，幾個月出頭處，靠著高翹、表演吞火、彈奏樂器...的街頭藝人創立的娛樂公司，打敗了經營超過百年、家族經營的知名馬戲團(Ringling Bros. and Barnum & Bailey)，成為現今全球觀眾



最多的表演團體，至今超過2,000萬人看過太陽馬戲團的表演、年營收超過7億美金。

由1984年起，太陽馬戲團靠著不斷的推出讓觀眾驚奇的新戲碼成長，也讓人相信太陽馬戲團的創新能力，是有組織學習的模式，自身能夠不斷努力、改變、或重新設計自身以適應持續變化的環境的過程。哈佛商業評論將太陽馬戲團這種不斷創新的能力稱為：“User-driven innovation” “使用者驅動創新”。由使用者、觀眾產生驅力，驅動太陽馬戲團持續的創新，提供更讓使用者滿意的服務。





#### 文獻探討

確定研究主題後應行文獻蒐集與探討，哈佛大學教授 Prof. Rob Abemathy 和麻省理工學院 Prof. James M. Utterback 合著的「創新週期理論」指出，產業在步入成熟期之後，「產品創新」和「流程創新」的效益都已經越來越有限。此時，透過〈設計〉、〈服務〉或〈組織改變〉或〈重新定義市場〉，來吸引新消費的【策略創新】，就顯得越來越重要。

「競爭大未來」- 「What Matters Now: How to Win in a World of Relentless Change, Ferocious

Competition, and Unstoppable Innovation」的作者 Gary Hamel 也認為：「創新」應該是改變舊模式，打破傳統方式，創造全新模式，才能獲得豐厚回報。企業應該讓「創新」成為「縱深」的能力；也就是有「縱深」的創新，才能在競爭者出現時，不被淘汰。



### 必修 Core Courses

科目代號	課程名稱
ECO 6150	管理經濟 Managerial Economics
HRM 6180	人力資源發展與管理 Human Resource Management
ORG 6011	組織發展與變革 Organizational Development and Change
MGT 6170	作業管理 Operations Management
BUS 3626	供應鏈管理 Supply Chain Management
ACC 6140	成本分析與財務 Managerial Accounting
MKT 6003	國際行銷管理 International Marketing

### 選修 Electives

科目代號	課程名稱
MIS 6110	資訊管理 Management Information Systems
MKT 6120	創意行銷 Creative Management
ORG 6130	組織行為學 Organizational Behavior
FIN 6160	財務管理 Managerial Finance
LED 5531	領導統禦 Leadership Theories and Concepts
BUS 6590	商業倫理與道德 Business Ethics
MGT 6601	國際企業管理 International Business Management
TEC 6951	策略管理與創新 Strategic Management of Technology and Innovation
FIN 6003	高階管理財務報表分析 Financial Statement Analysis and Valuation
MKT 6001	消費者行為與決策模式 Consumer Behavior and Decision Models
MKT 6002	產品管理策略 Product Management Strategy
MKT 6004	訂價策略 Pricing Strategy
MKT 6007	服務業行銷 Service Marketing
MIS 6961	專案管理 IT Project Management
TEC 6971	商品化研發成果管理 Commercialization of Research and Development
MGT 6981	新產品管理 New Product Management



### 課程科目

- |   |   |
|---|---|
| 一、生產與營運管理<br>Operations Management            | 七、決策與資訊管理<br>Decision Science & Statistics for Managers |
| 二、高績效團隊領導<br>Group Behavior and Team Building | 八、組織管理與溝通<br>Management Communication                   |
| 三、危機處理與領導發展<br>Developing Ethical Leadership  | 九、行銷管理<br>Marketing Management                          |
| 四、人力資源發展與管理<br>Managing Human Capital         | 十、創新管理<br>Business Topic Seminar                        |
| 五、管理經濟學<br>Managerial Economics               | 十一、財務會計<br>Financial Accounting                         |
| 六、國際企業管理<br>International Business Management | 十二、策略管理<br>Strategic Management                         |



## 新華衛管理學院BBA課程

科目代碼	科目	
AWB101	企業概論	Business Essentials
AWB102	管理學	Management Science
AWB103	經濟學	Economics
AWB104	會計學	Accounting
AWB105	資訊概論	Introduction to Computer
AWB106	統計學	Statistics
AWB107	行銷學	Marketing
AWB201	商用微積分	Business Calculus
AWB202	組織行為學	Organizational Behavior
AWB204	商事法	Commercial Law
AWB206	作業管理	Operations Management
AWB520	檔案管理	File Management
AWB522	全面品質管理	Quality Management
AWB523	個體經濟學	Microeconomics
AWB524	總體經濟學	Macroeconomic
AWB527	商用英文(A)	Business English (A)
AWB528	商用英文(B)	Business English (B)
AWM301	財務管理	Financial Management
AWM302	管理學	Human Resource Management
AWM303	人力資源管理	Human Resource Management
AWM304	作業研究	Operations Research
AWM305	管理會計	Managerial Accounting
AWM306	行銷管理	Marketing Management
AWM530	投資學	Investment
AWM531	勞工法	Labor Law
AWM532	勞資關係	Labor Relation
AWM533	採購管理	Procurement Management
AWM534	運輸管理	Transportation Management
AWM535	倉儲管理	Warehousing Management
AWM536	顧客服務與管理	Management Customer Service and Management
AWM537	廣告學	Advertising







**新華衛管理學院BBA課程**

科目代碼	科目	
AWM538	廣告研究	Advertising Research
AWM539	消費者行爲	Consumers Behavior
AWM630	國際貿易理論	Theory of International Trade
AWM631	國際貿易實務	Practice of International Trade
AWM632	物流管理	Management of Business Logistics
AWM633	資料庫管理系統	Data Base Management System
AWM634	系統分析與設計	System Analysis and Design
AWM635	管理個案研究	Case Studies in Management
AWM636	休閒產業概論	Introduction to Leisure Recreation
AWM637	餐旅概論	Introduction to Hospitality Industry
AWM638	行銷研究	Marketing Research
AWM639	服務業行銷	Service Marketing
AWM730	直效行銷	Direct Marketing
AWM731	大陸經貿管理專題	Topics in China's Enterprise Management and Trade
AWM732	全球管理專題	Topics in Global Management
AWM733	創新與研發管理	Innovation Management in New Product Development
AWM734	知識管理	Knowledge Management
AWM735	應用統計學	Applied Statistics
AWM736	高科技產業專題 (一)	Special Topic on High Technology Industries (1)
AWM737	高科技產業專題 (二)	Special Topic on High Technology Industries (2)
AWM401	資訊系統管理	Information System Management
AWM402	創業管理	Management and Entrepreneurship
AWM403	策略管理	Strategic Management
AWM645	決策支援系統	Decision Support System
AWM646	電子商務	Electronic Commerce
AWM648	企業資源規劃	Enterprise Resource Planning
AWM649	國際企業	International Business
AWM740	薪資管理	Management Topics in Compensation
AWM742	供應鏈管理	Supply Chain Management
AWM748	企業管理	Business Management
AWM749	企業領導與激勵	Leadership



## Ph.D畢業生代表致詞

Speech of Graduates with Honour



李源強

台中Ph.D 信隆股份有限公司 總經理 General Manager of Swiftek Corp.

It's truly amazing as well as a completely honorable that I can speak on behalf of Doctoral Graduates on this podium today since I graduated from college 20 something years ago. It is totally unimaginable for me.

Since I received my Master's Degree from Saginaw Valley State University in Michigan 12 years ago, I thought it'd be my last diploma already. Thanks for the California Miramar University, to provide this program for whom are willing to study further for advanced educational training. And my hearty appreciation to the New World Education Group which manages this excellent program for us, and keeps pushing us to finish it.

There're not enough words for me to express my gratitude for both Miramar University and New World Education Group for your well organized program, your supportive encouragement, and a lot of things. All I can say is "Thank you", and ask myself never stop learning.

二十多年前，進入社會開始工作，絕對不會相信自己今天會有這個機會，站在這個台上，從副校長 Dr.Stanley Foster 手中，接獲這份博士畢業證書。

我個人由衷的感謝新華衛教育集團 林育賢總裁、徐婉婷執行長、及一直努力協助我們完成課程的新華衛全體員工；如果沒有您們的努力，我不會有機會在這裡致詞。

在2000年時，工作上遭逢瓶頸，加之職場環境的瞬息萬變，深深感受到再度進入校園學習的必要，當時進入美國密西根州立藍諾大學取得企業管理碩士學位。再度回到職場，深深覺得持續不斷的學習、是在多變的環境中、維持更新、更靈活、更有彈性的管理技能的方式；有幸得知新華衛集團，有為在職人士提供博士班的課程。延聘了許多兩岸知名的教授給予授課。課程中，除了教授提供的專業教學、全新的管理概念、互動式的學習方式，著實讓我們博士班的學生們耳目一新。同時，在課堂上與其他來自於各個不同領域的企業家、執行長、高階管理人才，一同學習、一同參與討論，更是獲得相當多的啟發。讓我更深刻的體認、決定修習這個博士學位是相當正確的抉擇。

說不完的感謝，僅能要求自己永不終止學習，來感謝密拉馬大學、新華衛集團，及在座各位給予最大支持的學長、學姊、校友們！謝謝各位！



廖學湖

信隆專班 深圳信隆實業股份有限公司（中國上市公司）總經理

校長、林總監、徐執行長、學術委員會主席、各位教授、各位校友、同學及貴賓們，大家好！

我是廖學湖，現任職于深圳信隆實業股份有限公司。謹代表全體碩士班畢業生致詞，在此向各位表達我們最誠摯的感謝，感謝教授們近兩年來循循善誘的教導，感謝工作人員的辛勤付出，感謝同學們認真的學習，今天得以在雅加達參加畢業典禮！

信隆企業專班的成立源自於我們客戶捷安特的引薦，為了更好的實現供應鏈上下游整合效益，加強企業管理的知識及能力，講共同的語言，提升營運績效，降低成本及風險。初期選派十六位同仁參加企業專班，剛開始還遇到同仁們的抗拒，由於各種原因例如工作繁忙等，許多人不敢參與。但經過新華衛林總監及徐執行長的詳細說明後，最終排除障礙，決定成立信隆企業專班。

記得第一堂課是作業管理，在陳光良教授精闢且與實務結合的指導下，同學們對於MBA課程的想法有了全新的認識，與一般的教育訓練效果截然不同。大家對參加專班的態度從此不再負面，不再懷疑，全力投入學習。將工作中所遇到的問題，在十三門有系統高品質

內外知名的教授一同學習，通過課程中的理論及結合諸多企業實際的案例，對企業改善得到良好的效果，同學們學習到全方位的企業管理知識，提升了自我的視野及高度，尤其課程採取小組的方式上課更增進團隊的意識，對未來工作上及企業團隊共事獲得了極大的幫助。

再次感謝學校提供機會讓大家脫下了職場上的面具，不分職務高低成為同班同學，從而說出真話，透過彼此的腦力激盪，改變有問題的舊思維，轉化為有共識的新觀念，使公司及團隊的素質大幅提高，為企業的發展奠定更堅強的基石。

最後，恭喜此次畢業的同學，也祝福所有教授、校友、貴賓們，身體健康、心想事成，謝謝大家！





## BBA畢業生代表致詞

Speech of Graduates with Honour



董惠忠

信隆專班 深圳信隆實業股份有限公司（中國上市公司）運材事業部 協理



各位教授、貴賓，還有一起學習的所有同學們，大家好！

我是信隆專班代表董惠忠：今天是信隆實業專班2010EMBA班畢業典禮，此時此刻，我們即將畢業，這象徵著一種榮譽，因為在我們的人生中又多累積了一層知識。

一直以來我嚮往學士班的生活、課程以及人文學術，而在信隆集團工作近20年的我，感謝公司提供這麼好的在職進修的機會，可以讓我們再一次回歸到學生時代的心情來學習，我曾經問心自問，離開學校生活少說有29年了，在職場工作多年的我，是否仍心有餘力的來上課進修？現在又接手運材事業部主管這重要的職務，除了自身肩負的壓力更重之外，時間上更是壓縮的緊湊；在經過這一年多的EMBA學習，如今這些疑慮都將隨著今天的畢業典禮一掃而空。

誠信、創新、品質、實務、執行、雙贏。逐一貫徹了我們信隆集團現今的模樣，感動這一刻的存在。把種子放入時光中，會研發出果實。將藍圖放入骨髓中，會闖出勇氣；將思維放入信隆裡，會沉澱出回憶。公司為我們開這EMBA專班，是對我們有最深的期許，我們會記得繼續當一個有原則及有態度，懂得幽默的

信隆主管，身體力行執行信隆集團的经营理念。

在如此美好的一天，我們大家聚在一起，事實上，為了今天要說什麼，我是絞盡腦汁的。因為之前我常常問我自己，結束的那天，我希望我了解到什麼，我得到了哪些重要寶貴的經驗，如果有，那就是：「學然後知不足。」在知識的領域裡我捧一本初衷的活到老、學到老。

我也同樣祝福與期許在座的各位，當我們回到各自工作崗位時，珍惜我們曾一起上課、一起工作的日子，及繼續秉持著熱忱為公司再創輝煌。

最後，還代表所有學士班畢業生，祝福教授、各位貴賓，以及所有的同學們身體健康、幸福快樂！謝謝大家！  
信隆實業專班學生董惠忠



## 畢業生學習心得

Learning Reflection of Graduates with Honour

### Ph.D. 2012班



Ph.D. 2012 李源輝 信發股份有限公司 總經理

在美國密西根拿到MBA四年後，有幸參與這個博士班的課程，再次開始更進階的學習。學習中亦幸有緣，也很榮幸認識了許多位在企業經營上相當有成就的同學，也獲得在學術上地位崇高，而且對企業實務操作的教授，教授各門相當實務的學科。在博士班的課程中，教授講授的學理從以最新的個案，讓同學在課堂上比對自身成功或失敗的經驗，熱烈的探討，讓我在博士班的學習上得到超乎我想像的收穫，由衷地感謝新華康及校方的費心安排。



Ph.D. 2012 董正章 正五傢俬機股份有限公司 副董事長

參與新華康課程，經教授於課程中所講述的理論，結合諸多個案，讓個人具體的掌握經營管理與實務的精髓。也藉由系統化、結構化的思考訓練，提升了企業策略管理之分析能力。除了，可檢視並改善企業內部已存在或未發現的管理問題，提供了自我診斷的機會。同時，可以藉由關注供應商、競爭者甚至到全世界的脈動，提供了更開闊之思考與應變能力，是全方位的學習。這是身為CEO非常難得之進修及充電之學習殿堂。



Ph.D. 2012 丁江濤 財團法人 相語孝悌文教基金會 副董事長、至今企業 資深顧問

很榮幸能再獲得寶貴的高等教育，接受了諸多很有價值的課程，例如：高等企業政策與策略問題研討、高等管理理論專題研討、社會科學研究方法、數量分析方法、人力資源專題研討、生產管理理論專題研討、行銷管理專題研討、財務管理專題研討、組織學習與知識管理、國際經濟與經濟政策到國際學術交流研討會等。從各名校名師的教導中，將理論與實務的整合，獲得自我再轉型的機會與能力，使得能在工作中心發揮了，無限的總體經營管理動力，協助諸多艱困的企業，變成具有競爭力的公司，甚至達成股票上市。

很感謝授課的每位教授及新華康會協助過的每位員官及朋友，藉此再度表示對 林育賢總裁、徐婉婷執行長及張秀貞行政長官諸多的協助與鼓勵，若永誌銘謝。



Ph.D. 2012 黃純達 全安牙醫診所 醫師

在職場工作多年，總是從工作當中去學習解決問題的方式，感覺是被動的，而非主動的。自從開始學習之後，也開始用比較積極的思維去看待我的工作，改變思維模式，是我最大的收穫。



Ph.D. 2012 馮康華 信海股份有限公司 董事長

這段時間以來，奔走教室與工作中間，雖然自己的時間變少了，內心卻更加滿足、快樂，不僅知識充實了，也拓展了交友圈，比我預想的獲得更多。



**Ph.D. 2012 錢進志** 紅山語音公司 協理

離開學校多年以後，沒想到有一天還能重新拾起書本，重新當學生的感覺。只是感覺不同的是，以往念書為的是完成本學業，為未來做準備。現在唸書，比較多的是為解決目前工作上所遇到的問題，讓我深深感覺知識的「有用」。



**Ph.D. 2012 謝順民** 奇福機械工業 總經理

相信很多同學跟我一樣，在職場上工作了幾年，雖然小有成就，卻面臨一些瓶頸，所以尋求一個可以充電的機會，讓自己吸收一些資訊，重新組織理論與實務經驗，讓工作更有效率。

## MBA 2012班



**MBA 2012 徐乾** EVER GOOD FANTHE CEO

這是一個廣闊的世界，我經常到世界各地出差、找尋商機。也因此發現所知原來比我想像中得來的少。所以領悟到若是要成長必定得不斷充實自我。在這段學習的過程中，和來自各地的同學，互相討論、切磋，收穫滿載。



**MBA 2012 王志偉** 台灣電訊網路服務股份有限公司 經理

每個月我都非常期待上課的周末，有教授的傾囊相授、同學彼此之間的鼓勵支持與合作，一年多的時間，轉眼間就過去，但留在我心裡的感觸，才正要成長。



**MBA 2012 李建仁** 華大企業股份有限公司 副總經理

面對這個瞬息萬變的世界，即使是「成功」也不能沾沾自喜，必須立刻拋棄，不斷地自我突破，才能跟緊上這個世界的腳步。如何自我突破？只有學習再學習了。



**MBA 2012 張仕賢** Calcump Electronics (Thailand) PLC. QAD director

知識的力量，比我們想像中要大得多。當遇到問題的時候，一味空想、閉門造車，所想到的方法必定有盲點而不全面，但是當一個新觀念的注入，能看見的面向就多了，所以我願意花一些時間，仔細聆聽教授傳達的新知與同學激盪出的想法。



**MBA 2012 李光晴** 金寶電子(中國)有限公司 部門經理

這一年多來MBA課程的學習，這十幾門課程中，有的是我熟悉的領域，有的對我來說是完全陌生的科目。在熟悉的領域中，我讓自己原本的管理方式更精進了，在陌生的領域中，我像塊海綿一樣吸收新知。從零開始，畢業了，我滿載而歸離開。



**MBA 2012 楊裕意** 金寶電子工業股份有限公司 事業部副經理

自報名完成的那一刻就開始期待上課，十二堂課一下子就上完了，學習的日子匆匆過去，但對課程中每個教授精心傳授的課程與認真指導的神情，感謝上蒼讓我有這個機會參與課程。



**MBA 2012 陳建盛** 泰金寶電子(蘇州)股份有限公司 產銷處處長

兩年的學習生活，人生更為奇特的經歷，我學到了很多，要學習的更多，我感恩和感謝過很多，需要感恩和感謝的更多。願我的企業好，願家人因為我的學習成長而更好！



**MBA 2012 袁依珍** 日本產業株式會社 專務取締役

兩年的學習中聆聽了諸多教授的教誨，獲益匪淺，加深了各種管理理論的了解。結合案例分析和管理論聯繫實際的管理實踐，自我感覺管理能力有了較大提高。兩年的學習與同學之間建立了深厚的友誼，亦是一大收穫。



**MBA 2012 王志偉** 台灣電訊網路服務股份有限公司 經理

通過EMBA學習，有許多心得感悟。  
感悟一：總結是好習慣。課堂上老師傳授的只是知識。通過總結，知識才能轉化為自己的見解，才能運用於實踐。“溫故而知新，可以為師矣。”古人早已告知我們。  
感悟二：歷史是好知識。EMBA的學習，聆聽了無數案例，就是學習歷史的過程。學習歷史，可以洞悉事件發展規律，瞭解事物發展趨勢。以史為鑒，可以避免犯錯誤，可以避免走彎路。



**MBA 2012 何熹** Calcump Electronics (Thailand) Public Company Limited 職員

在這兩年來的時光裡，學習了許多以前念書沒學習到的管理方式與邏輯，對我工作非常有幫助，謝謝。





**MBA 2012 李淑君**

我始終相信「態度影響一切」，當我認真上完這些課程後，我產生不同的態度，讓我自己對工作與生活更加積極向上！



**MBA 2012 李宜平** 神貿(蘇錫)新紡織有限公司 董事長

參與這次課程後，我才能深深體驗到古人說的：「做學問都是竭盡心力的，年輕時更下苦功學習，老了才會有成就。」從書本上學習到的畢竟是淺顯的，一定要親自去觀察實踐，才能對書本上的學習有更深刻全面的認識。



**MBA 2012 李養生** 小三通台商權益促進會 總執行長

每次上課都能接觸到不同的思維，吸收到不同的教授的精華，很高興我的人生有幸能上到這麼精彩課程，謝謝教授的用心指導。



**MBA 2012 陳鎮群** 可成科技(蘇州)股份有限公司 品質處副理

兩年的學習生活，人生更為奇特的經歷，我學到了很多，要學習的更多，我感激和感謝過很多，需要感激和感謝的更多。願我的企業好，願家人因為我的學習成長而更好！



**MBA 2012 陳龍全** 金德遠股份有限公司 董事長

在經歷這麼多的日子，我終於畢業了，回到以前念書的感覺真的很好，有機會再念書真是再好也不過了，我非常珍惜這種機會，有各位教授精心製作的講義，可以認識這麼多朋友，真的很好。



**MBA 2012 蔡炎強** NOVEL INTERNATIONAL PT 董事長

參加EMBA的課程，從整個全球經貿的角度，來探討各商業行為間的連動關係，跳脫以點為思考主軸的其他商管類課程，為高階管理者提供完整而縝密的思考訓練，為高階管理者提供完整而縝密的思考訓練。由於我從事的是全球性工作，EMBA這樣的課程訓練，實在是對我有很大的幫助，也學習到藉由不同角度的思考而產生新思維。

**BBA 2012班**



**BBA 2012 黃本樞** 崑山博德自動化設備有限公司 經理

在企業學習之旅，除獲取教授之真寶的學問，用論與實務應證的過程中，我個人受益良多。能與各界精英齊聚一堂，同學彼此分享經驗與見解，使我事業的發展與經營更上一層樓。



**BBA 2012 洪毅貞** 宏大拉鍊股份有限公司 董事

新華明是知識、意識、思想的補給站，不僅讓我梳理了知識和經驗，更讓我理解了尊重與分享的意義！發現差距，修正了態度，找到了方向，增強了信心！在畢業之際，衷心的，向教授道聲感謝！

**信隆企業專班**



**信隆企業專班 廖學淵** 深圳信隆實業股份有限公司 總經理

教授群以實務的經驗和EMBA專業課程中所講過的理論及諸多企業實際案例，讓學員在不同的觀點、論述中能互動探討學習，大副提高了思考與應變能力。然而對企業存在的管理問題更有方法的改善，並且能做到預防管理的行為模式，提升企業策略管理能，此學習平臺是企業要持續發展永續經營的必修課程。



**信隆企業專班 邱東華** 深圳信隆實業股份有限公司財務本部 副總經理

感謝新華明提供的學習平臺使有機會對國內外知名的教授一同學習，將實際工作中遇到的問題，通過課程中的理論及結合諸多企業實際的案例，獲取完整的答案，對本身企業改善得到良好的效果。平常除了自身的工作執掌外少有機會接觸別的領域，經過EMBA有系統的課程安排，學習到全方位的企業管理知識，提升了自我的視野及高度，尤其課程採取小組的方式上課更增進團隊的意識，對未來工作上及企業團隊共事起到了極大的幫助。改善是無止境的，現在已不是轉機會財的時代，要難管理財，惟有不斷學習改善，企業才能不斷降低成本創造最大的利潤。



**信隆企業專班 劉震熙** 深圳信隆實業股份有限公司太倉分廠 總經理

「活到老學到老」，學問是無止境的，一個成功的人是如何把自己所學到的知識應用到工作上或生活中那才是最最高貴最寶貴的人，即所謂「學以致用」，切忌眼高手低有其名，MBA企業班就像人生中的加油站，讓汽車再次加滿了油，準備繼續向目的地。生活中轉軸無時都要加油充電，才能保持繼續戰鬥的「生命力」？這是人類生命最大的意義，自從上MBA課後經常讓人為明天課程的討論與發言踴躍激動，有時費盡腦力祈禱到三更半夜不能入睡，因為怕明天的報告演出表現不佳讓氣氛面下，於這重大說實在也沒這樣子緊張在意，這就是證明不斷學習與挑戰，能讓人產生壓力及持續不斷進步的可貴。二十多年前我在台灣巨大機械公司就讀東海大學進修EMBA企業班，進修四年，2010年11月在中國深圳又參加了美國柏格大學MBA企業班又認識20多年前上生產管理師的陳光展教授，事隔多年沒想到陳教授現場管理功力及實務經驗倍增，再次印證理論與實務並重教學相長，「活到老學到老」學問是無止境的說法。



**信隆企業專班 陳博宇** 深圳信隆實業股份有限公司資訊中心 資訊員

不經一番寒徹骨，焉得梅花撲鼻香  
感謝教授精闢的講解與嚴格的要求，歷經無數次的小組討論及課後實踐，MBA課程雖然結束，但課堂上的知識與理論結合後發揮的效果，是令人激動的全新感覺，是嶄新里程的開端。



**信隆企業專班 陳枝祥** 深圳信隆實業股份有限公司車手事業部 協理

首先感謝公司的安排，也謝謝新華聯提供這個學習平台，學習之路或許有點累，甚至有點無奈，但“結果”卻是美好的。一流的教授團隊，精闢的個案分析，來引導著我們循正道的方向前進，使我們的目標變得愈來愈近。你講我聽，一份耕耘一份收穫，學習不怕晚，學習也不怕老。只要大家利用空餘的時間充分學習，那麼你的工作將會更加快樂，效率更加突出。



**信隆企業專班 呂文堂** 深圳信隆實業股份有限公司前叉事業部 經理

感謝深圳信隆實業股份有限公司提供我這個機會參加EMBA課程。  
1、透過課程中所講述的內容，我深深瞭解到培養團隊的“共好”意識是團隊合作的先決條件。  
2、藉由企業管理者的實例，邏輯化的思考方式，提升了自我管理的能力。  
3、提升了企業自我診斷的機會，透過供應商、競爭者的鏈結來自我審視，由SW分析可檢視並改善QC等方面的管理問題。



**信隆企業專班 陳麗秋** 深圳信隆實業股份有限公司董事長室 副總經理

參加信隆實業專班EMBA課程學習，課程設計全面而豐富，理論結合實際案例分析，開拓了我們思想領域的廣度與深度，借鑒別人的發展歷程，提高了我們決策的精準度，避免付出不必要的錯誤成本。課前的線上交流、小組作業的準備和發表、組員結構的安排和不定期的調整，提高了我們系統化思考和語言表達能力，增加了學員間交流合作的機會，也增加同事彼此之間的瞭解和信賴，肯定彼此在公司團隊中的價值，幫助我們在日常工作能更加理性的溝通與協作，提出和接受建議的建議，形成公司進一步發展的良好基礎。

學習的過程雖然辛苦，但課程預習、堅持在下次上課前完成並提交當次課程的作業，會讓課程的學習更加有輕鬆有效率，並保證能如期畢業！



**信隆企業專班 林文欽** 深圳信隆實業股份有限公司康復事業部 協理

參加EMBA課程中，每堂課從教授講解的理論到入目前部門日常工作分析，尋求差異與修正，讓管理模式更具理論基礎，不僅如此更可讓自己有系統化的思考邏輯，使部門發展有明確的方向而不致於偏差。目前，企業非常需要全方位的高階主管人才（尤其是在中國大陸地區），因此，EMBA課程不但提高了高階主管的能力和實力外，更是幫企業累積建立人才資源庫，使企業永續經營過程中，獲得人力資源的支援而事半功倍得到預期的績效。



**信隆企業專班 林佳賢** 深圳信隆實業股份有限公司器材事業部 經理

透過每堂專班的課程，更能將企業管理的每個面向更具體的結合，企業在尋求永續經營的方向及策略時，更需發揮每個部門專家的經驗及技術，才能不斷創新及維持企業競爭力，未來更應不斷學習，才能時時俱進。



**信隆企業專班 李慶馳** 深圳信隆實業股份有限公司車手事業部 經理

新華聯的課程讓我再體驗到閱讀小說的樂趣，在教授的課程中獲得寄發，在後續的工作與生活中我有以下幾點啟發：

1. 在團隊的工作中，讓你的成員好做你才能做好。
2. 說明、激發並接受成員建議，才能發揮團隊力量。
3. 去莫可笑的腦子，接受並激進成員的才能，才可能獲得尊重。



**信隆企業專班 劉安哲** 中環藥業有限公司 副協理

自從列入學錄取通知後，心情非常激動。為此，我非常珍惜這次難得的學習機會。按時參加了課程學習，大力吸取教授指導的各項管理的知識與技能，積極參加課堂內外交流與溝通，透過這次的學習使我受益匪淺，對自己的人生價值、管理的觀念等等都有了進一步的提高。

對我感受最深的是，學習的互動性我能夠在輕鬆、愉快的環境氛圍中學習，由於課程設置針對不同管理人員的需要，在一些理念和思維方面上，使我學到舉一反三的工作方法，能實際的運用到實際工作當中。每位教授都帶來了一些新的思想、理念，對我影響很大、很深。

遇到了這樣的學習機會，對於每一位學員來說，這不啻是一個學習的大家庭，同時搭建了一個與社會交流的平台，利用了這個平臺，加深了產業與商業之間的溝通聯繫，合作與互相學習，對事業發展有了較大幫助。

再次感謝學校及教授 與一同努力的同學們，祝福大家更上一層樓。



**信隆企業專班 林淑芳** 瑞士銀行（UBS）香港分行私人銀行 董事

午夜凝視窗外維多利亞港的閃爍燈光，聽大家相繼的點點演講，也不由自主地一尋一尋快速的在腦海中閃過。

好快，回想第一堂是 陳光復教授的「作業管理」，彷彿才是昨天，竟然就要畢業了。回想起這一年多的學習過程，上課當週的星期五下班後就要從香港飛到深圳，往往都已是近午夜了。而在週六晚上還要準備隔天的分組團體報告，更要把短短2天每位老師教授的精華一邊上課一邊化。這段期間，一面工作一面學習，雖然辛苦但是收穫也頗豐！除了各教授們的專業知識傳授外也讓我更深入了解了傳統商業人與金融產業人的思維，這些理論與體會讓我工作上客戶的互動有很大的幫助。

在這，要感謝教授們的傾囊相授，也謝謝 林總監與Tina執行長的關心與付出，還有信隆公司提供有台灣來又好吃的午餐與點心及認識一群認真、優秀、兢兢業業的工廠高級管理幹部同學，雖然我跟大家的資歷有點遠，只想誠摯地跟大家說：記得保持聯繫，祝大家開心快樂！



**信隆企業專班 陳正勳** 深圳信隆實業股份有限公司前叉事業部 經理

參加EMBA課程，在各組團體作業及個人作業中，學員們都抱著一種開放和接收的心態，相露胸懷、思緒奔放地討論著，系統化、結構化的訓練著我們的思考能力。這個過程讓我們更團結、合理分工、互相幫助，且無私無我，共同克服困難，讓我們彼此更了解，從職場走到學習的殿堂，再從學習的殿堂激發出更多在職場上所使用的新的觀念和學問，重新回到戰場，就更具精神飽滿，再突飛勇躍了。

經過這全方位學習，讓我對未來的人生和職場生涯有了更深一層的體認，也更有信心面對今後更輝煌的人生。



**信隆企業專班 李麗君** 深圳信隆實業股份有限公司資材部 經理

感謝公司的安排以及新華衛提供這個學習平臺，通過兩年的MBA課程學習，更加明白，管理經驗是憑藉自己的悟性和自學，在具體的實踐工作中積累起來的。面對日趨激烈的市場競爭，這些經驗顯然不夠，通過MBA全面系統地學習理論知識，把最新時代新理念，提高個人的綜合職業素質，學有所用，是最大收穫。

**信隆企業專班 黃惠忠** 深圳信隆實業股份有限公司經材事業部 協理

透過這次EMBA的課程，在上課與報告之間了解到各個企業的優缺點向並深入去探討其經營模式，讓我們具體了解成功經營理論，提升了企業及自我策略管理的能力。在未來，希望結合這兩年的課堂實務經驗，確實應用在公司內部的管理經驗，帶領公司更具規畫的管理模式。

**信隆企業專班 李偉忠** 深圳信隆實業股份有限公司協益事業部 協理

2010年11月開始，開始新華衛管理學院EMBA有系統並全方位的企業管理知識學習，開關受益良多，以下為我個人學習心得：

- 1、更新知識，把最新時代新理念，全面系統地學習了管理理論知識。  
做為企業管理高層，我並不是讀管理科班出身，管理經驗是憑藉自己的悟性和自學，在具體的實踐工作中積累起來的。面對日趨激烈的市場競爭，這些經驗顯然不夠。通過EMBA全面系統地學習理論知識，把最新時代新理念，提高個人的綜合職業素質，學有所用，是最大收穫。
- 2、通過總結在企業中所面臨的問題，帶著問題去選EMBA，拓寬了思維。  
我現在管理的事業部在剛接手的時候正處產品品質不佳，機械設備保養不善的局面，原來的很多改善想法，但都是臨時買出來的，經過上課，在老師的精彩的講解下，我的思路就變得清晰，可以有條理地一步步去實施改革。透過調動各級管理者和廣大員工的積極性，充分發揮團隊精神，經過一年多的努力，事業部的經營逐步走上正軌。
- 3、選EMBA就如自己得到了一個強大的顧問團。

新華衛管理學院有優秀的老師，同學也都是各個領域的精英，同學的經歷或者平時交流當中給傳達的一些資訊，他們處理事情的一些風格或者一些很老道的獨特想法都對問題有很好的積累。經過和他們的討論，很多問題都能得到來自各個方面的意見。大家相互交流、互動，也開拓了不少新管理概念，讓我的視野更開闊。讓我感覺到世界上最先進的管理知識和技巧。

**信隆企業專班 林淑專** 華良機械(深圳)有限公司 副總經理

在人生及工作的舞臺上歷練了幾十年，職場上的實務經驗自認尚得心應手，但總覺得缺少些什麼？為了理論及知識的獲得，參加了此次學習。通過學習接受了系統、全方位企業經營知識的學習，除了可從教授們的學識上取經，更有來自各方的同學們，提供了各行各業，甚至各種不同角度的思考與創新思維，對我來說收穫無法言喻！尤其是讓我對兩岸的事務、全球國際化的觀念，全球企業人的熱切，皆有深刻認知。

**信隆企業專班 李學明** 東莞塘廈森康電子廠 廠長

人要走遠知識寶庫，是一輩子的事情，不可能一蹴而就，因此我們更學習的東西太多了。EMBA課程，給了我們一把學習的鑰匙。這是一把增長知識才幹和提昇思想素質的鑰匙。

**維樂企業專班****維樂企業專班 王琇治** 天心工業股份有限公司 負責人

他和許多有志一氣的同學一起學習最新的企業管理智識，對已在外工作多年的我，是一個重溫在學時期的真摯，感謝分組成員的協助，總算學而有成，開關再會之日大家都有更顯燦的成就。

**維樂企業專班 鄧佩元** 全雄工業股份有限公司 副總經理

決心壯人在職進修MBA課程時，曾懷疑能否順利完成學業，感謝教授們認真教學，加上同學的協助，總算不負自己的期待，再多的辛苦都轉化為甜美的果實。

**維樂企業專班 簡晴中** 威輪工業股份有限公司 商務經理

長時間為生活及理想在職場上奔馳，能熄滅火燭下來加油，補充能量再出發，對於沿途的風光景色，固然擁有一番新的體會與看法，也燃起再持續追求進步的新熱情。

**維樂企業專班 彭桂君** 維樂工業股份有限公司 業務協理

結合各類精英的師資團隊，精彩的實務教學，全方位教材設計內容及安排，感受到前所未有的學習收穫與激勵。  
精彩課程內容安排，論述包羅企業在經營管理上的所有層面，請導學員透過理論概念，思考訓練境界對實務的應用及企業策略管理能力，循序漸進激發更開闊的思考及應變能力。

**維樂企業專班 莊綱堯** 維樂工業股份有限公司 業務協理

有灌溉其能成長，有付出就有收穫，和同學們一起學習、在討論及合作中，對於問題的解析及解決能力從很多。學習的樂趣也增加不少，收穫也更為豐碩，祝福所有參與課程的同學，有更美好的未來。

**維樂企業專班 陳林伶** 威輪工業股份有限公司 業務經理

學習的效果是紮實後的虛化，對於管理的新知一直需要補充和強化，面對層出不窮的問題挑戰，透過此專班充電，充滿信心與力量，勇於面對，全力克服。

**畢業企業專班 卓佳怡 貝誠工業股份有限公司 經理**

1. 更新知識，把時代新理念，全面系統地學習了管理理論知識。  
做為企業管理高層，管理經驗憑藉自己的悟性和自學，在長期的實踐工作中積累起來，面對日趨激烈的市場競爭，這些經驗斷然不夠。通過讀EMBA全面系統地學習理論知識，把時代新理念，提高個人的綜合職業素質，學有所用，是最大收穫。
2. 通過總結在企業中所面臨的問題，帶著問題去讀EMBA，拓寬了思維。  
經過上課，在老師的梳理下，我的思路就變得清晰，可以有條理地一步步去實施改革，通過調動各級管理者和廣大員工的積極性，充分發揮團隊精神。
3. 讀EMBA就如自己有了一個強大的顧問團。

這裏有優秀的老師，同學也都是各個領域的商界精英，同學的經歷或者平時交流當中給傳達的一些資訊，他們處理事情的一些風格或者一些較老道的獨特想法都對開歷有很好的借鑒。經過和他們的討論，很多問題都能得到來自各個方面的意見。大家相互交流、互動，也開拓了不少新的頭腦。

**畢業企業專班 卓建強 貝誠工業股份有限公司 經理**

回想從一知半解、慢慢成長、永於突破到高境界吸收的一系列心路歷程，是老師的教育給了我的更深刻的認知，是同學們生活及課業上的協助，讓我突破了既定的宿命，藉由學習，夯實了專業基石，驗證了工作上客觀的指點，同學課業上相異的觀點，更是會我走入不同的觀點。

人脫離不了經驗的累積，但經驗卻往往在有意無意之間束縛著我們，壓給我們的格局。我很慶幸，藉著這次EMBA的教育和不斷地自我鞭策與省思，調整陳腐的認知，並且付諸實施，而有了新的體驗與感受，充份品嚐成長的喜悅。常樂知足，也感恩滿懷！

**畢業企業專班 陳安榮 康樂工業股份有限公司 業務**

在這段學習中，讓我認識了許許多多的學長姐，他們的工作方法與態度讓我學到非常多寶貴的經驗。謝謝公司給我如此寶貴的學習機會。

**畢業企業專班 莊文村 康樂工業有限公司製造部 協理**

感謝康樂，提供EMBA專班的學習機會。在學習的過程中，了解企業的組織，如何尋求自我定位。民間產人發財，組織改造/生產變革/人才育成/專案推動/團隊運作，共同創造企業文化，永續經營，成就公司，成就個人。

**畢業企業專班 蔡振旺 康樂工業股份有限公司 經理**

謝謝學校的用心安排，透過本次學習讓我在職場上更能得心應手，並提升個人價值能力。

**畢業企業專班 楊佳瑜 廣同金屬股份有限公司 業務經理**

師父領進門，學習在個人，相信學習不是只侷限於教室內，職場上也是不斷需要學習，才能面對企業以及個人未來的挑戰。在職進修跟在校學習最不一樣的是，你會帶入更多實際生活、職場經驗一併討論，而且同學們都是你最好的小老師，多方討論與對話是學習跟自我進步最好的方式，也藉由互動可以讓自己省思自己無法看見的問題。

**畢業企業專班 陳君榮 康格工業(股)有限公司 業務**

MBA的課程告一段落了，最大的感受試讀過本次學習而拓展了知識面，把理論結合實際，在這段學習間已提升自我能力並增強了競爭能力。

**畢業企業專班 莊璋啟 旭東機械 設計員**

參加學校的MBA課程使我能將學習到的新知識能夠有效運用在職場上。感謝新華教育集團讓我有這學習的機會。

**畢業企業專班 吳光輝 康樂工業股份有限公司 經理**

在職場打滾這麼多年，管理職能一直無機會能進行有系統化方式的學習。參加學校MBA課程使我學習更有效率的管理方式，謝謝各位老師。

**第十屆蘇州班****第十屆蘇州班 涂明龍 美輪運銷器材(太倉)有限公司 業務經理**

在學習過EMBA管理課程後，讓我體會到做企業沒有任何穩妥的方式，只有靠不斷地學習新的理論，透過與不同行業或朋友間交叉學習討論的過程，才可以找到真正適合自己的道路。感謝這段時間老師的教導及同學間的交流，讓我的思路及做事方法得到一定程度的訓練，也藉著在課堂上學習的理論及方法，透過自我診斷消化後導入工作中，讓我的企業也在隨著我的變化不斷地在改變。我想在這個資訊爆炸及競爭百家爭鳴的世界裡，要能夠突破現狀，必須透過不斷地持續學習吸收及訓練自我，才能夠不斷地激發自我適應能力，進而讓企業更加穩健及長久。

**第十屆蘇州班 李其雄 維坊亞格立齒化科技有限公司 經理**

參加這個課程，藉由導師系統化的理論及許多企業的案例，讓我們清楚了解經營與實務的精髓，提升管理的能力，在工作中發現及改善問題，讓我們與公司繼續成長，更進一步。



2012 畢業生列表  
Name List of 2012 Graduates**第十屆蘇州班 涂明楷** 美輪運動器材(太倉)有限公司 商務經理

EMBA課程提供客製化的課程，老師會隨時瞭解學生的期望需求，等於把學生當作顧客，結合理論與實務，讓我們可以隨時運用在自己的企業。透過這樣的學習，任何事物都會更明確的判斷，視野更寬廣。課程設計符合時代企業需求，提供決策思考不同視野，課程安排對工作有非常重大助益，有助於建立企業人脈，培育具有國際觀企業人才。

**第十屆蘇州班 莊立宇** 蘇坊亞格立化化工有限公司 總經理特助

初來EMBA班時，課業及工作確實帶來雙重壓力，一段期間後，老師親切認真的教授下，猶如是最佳的疏解良藥，彷彿再次如沐春風般的滿足自己的求知慾。另一快樂事是認識不同領域優秀的同學，個個都是值得學習的對象。學習過程有辛苦及快樂，更是一種享受的感覺。這是截至目前我的感受。

**第十屆蘇州班 沈菁菁** 樂華工業(股)有限公司(昆山)經理

新華華教育集團很用心在安排EMBA學高的需求。在教師的安排上，學科安排實務、理論兼具的教授，在不同領域不同角度做各樣的探討，在課程設計上，彈性、多樣的課程兼顧學員在工作上面對問題的處理。在變化的環境裡，提升自己，與來自不同業界的同學相互學習，是一件享受人生的快樂成長。

**第十屆蘇州班 何德榮** 崑山聯德電子有限公司 總經理

近年來大環境非常不好，從2008年的金融風暴，到現在的歐債危機，企業要想永續經營下去，是頗感艱辛，經營者的思維就必須隨著環境的改變而改變。透過EMBA的課程，讓經營者從企業的管理、策略、行銷、組織、資訊、團隊領導、人資、競爭力、財務等方方面面的學習，使經營者更佳掌控現狀，豐饒未來!!

**第十屆蘇州班 王愷** 永慎(常州)車業有限公司 採購經理

難忘的EMBA學習生活圓滿結束，感謝教授們給改帶來的全方位的庇護，更令人欣慰的是有這樣一群傑出的同學、朋友、兄弟姐妹，這將是我一生中最高貴的庇護。

**第十屆蘇州班 黃志臻** 上海東庚金屬製品有限公司 協理

新華華管理學院是知識的海洋，智慧的沃土，思想者的樂園，思想家的搖籃；有效的EMBA學習，艱辛而充實，忙碌而興奮，緊張而甜蜜，豐富了知識，啓迪了思想，昇華了精神，終生受益，永誌不忘。

Degree	姓名	First Name	Last Name	COMPANY
Ph.D.	李源萍	Yuan-Ping	Lee	悅駿股份有限公司
Ph.D.	張正章	Cheng-Chan	Chang	正五傑機械股份有限公司
Ph.D.	丁江壽	Jone-Show	Ding	財團法人和諧孝佛文教基金會
Ph.D.	黃純遠	Chun-Ta	Huang	全安牙醫診所
Ph.D.	馬康華	Kang-Hwa	Ma	信優(股)公司
Ph.D.	劉彥志	Yen-Chih	Liu	紅山語音公司
Ph.D.	謝順民	Shun-Ming	Hsien	喬福機械工業
MBA	廖學湖	Hsueh-Hu	Liao	深圳信隆實業股份有限公司
MBA	邱東華	Tong-Hwa	Chiu	深圳信隆實業股份有限公司
MBA	劉龍和	Lung-Ho	Liu	深圳信隆實業股份有限公司
MBA	陳博宇	Po-Yu	Chen	深圳信隆實業股份有限公司
MBA	陳枝祥	Chih-Hsiang	Chen	深圳信隆實業股份有限公司
MBA	呂文堂	Wen-Tang	Lue	深圳信隆實業股份有限公司
MBA	陳麗秋	Li-Chiu	Chen	深圳信隆實業股份有限公司
MBA	林文欽	Wen-Chin	Lin	深圳信隆實業股份有限公司
MBA	林佳賢	Chia-Hsieh	Lin	深圳信隆實業股份有限公司
MBA	李慶驥	Ching-Yao	Lee	深圳信隆實業股份有限公司

2012 Name List of 2012 Graduates

# Name List of 2012 Graduates

Degree	姓名	First Name	Last Name	COMPANY
MBA	劉安哲	An-Che	Liu	中傑鞋業
MBA	林淑芳	Shu-Fang	Lin	瑞士銀行UBS香港分行
MBA	王琇治	Hsia-Chih	Wang	天心工業股份有限公司
MBA	鄭朝元	Chaur-Yuan	Cheng	全維工業股份有限公司
MBA	陳靖中	Ching-Chung	Chen	威輪工業股份有限公司
MBA	彭桂音	Kuci-Yin	Peng	維樂工業股份有限公司
MBA	莊嫻瑩	Pci-Ying	Chuang	維樂工業股份有限公司
MBA	陳秋伶	Chiu-Ling	Chen	威輪工業股份有限公司
MBA	巫佳燈	Chia-Teng	Wu	見誠工業股份有限公司
MBA	陳安榮	An-Rong	Chen	維樂工業股份有限公司
MBA	莊文村	Wen-Chun	Chuang	維樂工業股份有限公司
MBA	蔡振旺	Chen-Wang	Tsai	維樂工業股份有限公司
MBA	楊佳瑜	Chia-Yu	Yang	世同金屬股份有限公司
MBA	陳君榮	Chun-Rong	Chen	維格工業(股)有限公司
MBA	莊瑋欣	Wei-Shin	Chuang	旭東機械
MBA	李長紘	Chang-Hung	Lee	濰坊亞格立農化科技有限公司
MBA	涂明楷	Ming-Kai	Tu	美輪運動器材(太倉)有限公司

Degree	姓名	First Name	Last Name	COMPANY
MBA	涂明龍	Ming-Lung	Tu	美輪運動器材(太倉)有限公司
MBA	莊立宇	Li-Yu	Chuang	濰坊亞格立化工有限公司
MBA	沈菁菁	Chin-Chin	Shen	維樂工業(股)有限公司(昆山)
MBA	何德榮	Te-Long	Ho	昆山驛盛電子有限公司
MBA	盧起箴	Chi-Jean	Lu	EVER GOOD FAXTIHE
MBA	王志偉	Chih-Wei	Wang	台灣電訊網路服務股份有限公司
MBA	李建仁	Chien-Jen	Lee	華大企業股份有限公司
MBA	張仕賢	Shih-Hsien	Chang	Calcomp Electronics ( Thailand ) PLC.
MBA	李光皓	Kuang-Hao	Lee	金寶電子(中國)有限公司
MBA	楊裕熹	Yu-His	Yang	金寶電子工業股份有限公司
MBA	陳建盛	Chien-Shen	Chen	泰金寶電子(蘇州)股份有限公司
MBA	袁依玲	Yi-Ling	Yuan	日本產業株式會社
MBA	戴啓祥	Chi-Hsiang	Dai	競華電子(深圳)有限公司
MBA	何熹	Xi	He	Calcomp Electronics ( Thailand ) Public Company Limited
MBA	李淑君	Shu-Chun	Lee	
MBA	蕭宜平	Yi-Ping	Hsiao	仲賢(無錫)針紡織有限公司
MBA	李養生	Yang-Sheng	Lee	小三通台商權益促進會



## 2012 畢業生留言版

### Message Board of 2012 Graduates

#### PH.D. 2012

**李源萍** 信隆股份有限公司 總經理



忙碌了這些年，這幾年學習補充知識能量，對未來充滿自信。職場上的煩惱，學習了如何面對和解決，思考更加開闊，產生成就感與喜悅。

**張正章** 正立機械股份有限公司 副董事長



有年在新華商教育機構學習成長，這是一個非常棒的一種知識充電及相互砥礪的進中學及學中學，感恩所有新華商辦學及所有的教授長與不斷的給我們講課及指導，我們將會終生學習，做新華商永遠的學生。

**丁江濤** 中國法人和華商文化基金會會員 社會企業 資深顧問



(1)在進修中難免會遇到諸多問題，但總是可想辦法解決的。(2)或學習中所得到的成果頗滿足，絕對超值實惠付出。真可謂最好的投資。(3)體驗接受新華商教育，雖是過程，但卻是擁有永不消失的成長回憶。

**黃純捷** 公安交警診所 醫師



不自滿於現狀，所以不斷學習。

**馬康華** 信隆(蘇州)公司 董事長



畢業不是一個開始，開始學習的階段。

**劉彥志** 杜山旅遊公司 經理



當新華學生的日子，是獲得成長的記憶。

**謝順民** 尚德機械工業 總經理



帶著從學習中獲得的成長，讓我在工作上更加得心應手。

#### MBA 2012

**盧起隆** EVER GOOD FANTHIE CEO



學習是一長沒有終點的過程，途中我收穫滿滿。

**王志輝** 台灣電訊網路服務股份有限公司 經理



每一次相聚的討論、互動，收穫甚多。

Degree	姓名	First Name	Last Name	COMPANY
MBA	陳鎮群	Cheng-Chun	Chen	可成科技(蘇州)股份有限公司
MBA	陳龍全	Long-Chuan	Chen	金億遠股份有限公司
MBA	蔡炎發	Yen-Fa	Tsai	NOVEL INTERNATIONAL PT
BBA	陳正勳	Cheng-Hsun	Chen	深圳信隆實業股份有限公司
BBA	李麗春	Li-Chun	Lee	深圳信隆實業股份有限公司
BBA	董惠忠	Hui-Chung	Tung	深圳信隆實業股份有限公司
BBA	李啓宏	Chi-Hong	Lee	深圳信隆實業股份有限公司
BBA	林淑專	Shu-Chuang	Lin	彰良公司
BBA	李學明	Hsueh-Ming	Lee	東莞塘廈喬聖電子廠
BBA	巫建濃	Chien-Nung	Wu	見誠工業股份有限公司
BBA	吳光輝	Kuang-Hui	Wu	維樂工業股份有限公司
BBA	王怡華	I-Hua	Wang	永祺(常州)車業有限公司
BBA	黃志雄	Chih-Hsiung	Huang	上海東庚金屬製品有限公司
BBA	黃宋傑	Song-Jey	Huang	昆山樺德自動化設備有限公司
BBA	洪數真	Shu-Chen	Hun	宏大拉鍊股份有限公司

2012 Name List of 2012 Graduates

**李建仁** 聯大企業股份有限公司 副總經理



學得越多，才知道自己懂得不多，越發覺求知如渴。

**張仕賢** Calsamp Electronics (Thailand) P.L.C. QAD director



知識就是力量。

**李光皓** 金寶電子(中國)有限公司 部門經理



學習，是放大自己能力的最佳途徑。

**楊裕嘉** 金寶電子工業股份有限公司 專案部總長



永遠要把學習用認真態度去完成每件事，也要用認真態度去交朋友，更要將認真的態度去照顧我的家人。

**陳建騫** 聯大企業電子(蘇州)股份有限公司 總經理



思想的碰撞，智慧的碰撞，人生的分享，同學的關愛……感謝前華南教育集團和我可愛的同學們！

**袁依玲** 日本商業株式會社 專務取締役



學到了有用的知識，解釋了書中的疑惑，享受了特別的美好的經歷。

**戴啟祥** 捷華電子(深圳)有限公司 總長



年輕時，學是為了理想，中年時，學是為了補充；老年輕時，學更是一種覺悟，讓溝通特別是有理想，有補充，也有實現，覺得痛快，則樂在其中。

**何 熹** Calsamp Electronics (Thailand) Public Company Limited 職員



在每次的上課中都能學習到不同的知識，讓自己有更多的成長。

**李淑君**



在這裡我學到了好多知識，認識了好多朋友，真上課真好！

**蕭宜平** 沖鋒(無錫)封箱機有限公司 總經理



學到了有用的知識，解釋了書中的疑惑，享受了特別的美好的經歷。

**李義生** 小三連台灣梅品紀念會 總執行長



不同尋常的半年，學不同尋常的收穫、歡樂、友誼、感情……可以細細體會一輩子更多的驚喜，在延綿的歲月裡。

**陳韻群** 初成科技(蘇州)股份有限公司 品質處經理



兩年的學習時間很快地過去了，在這裡，我學到了很多，在學業以外的成長與開拓，我會慢慢消化並很好地運用這些所學知識。

**陳麗全** 金寶電子股份有限公司 董事長



商業社會的結構性思維，以及不同行業中精英同學們的互相啟發，使我受益匪淺。

**蔡奕發** NOVEL INTERNATIONAL PT 董事長



人生就是「不斷地解決困難」的過程，是讓每一天的生活考驗，並讓所遇難解時，或讓每一天所面對的問題迎刃而解，放棄學習「通學通用」，並且「通用通學」，如此「高中學、學中做、做中學、覺中學」，這就是「學以應用」的樂趣了。

**黃宋傑** 昆山博德自動化設備有限公司 副經理



在上完課後，能夠真正將所學運用到實際中，是件多麼快樂的事。

**洪數真** 友大拉姆股份有限公司 董事長



「傳統、投資、務虛」，有效的學習生活，深刻了解教授的知識寶庫，受益匪淺。

## 信隆企業專班

**廖學漢** 廣州信隆商業股份有限公司 副總經理



知識了這麼多年，選擇學習補充知識能量，對未來更充滿自信，職場上的困境，學習了如何落實和解決，思考更加開闊，產生積極和喜悅。

**鄧東華** 深圳信隆商業股份有限公司 財務部副總經理



學習是無止境的，大學畢業後到職場上將理論與實際相結合並驗證，在職場工作20年後將工作上的問題在EBC課堂上尋找答案並吸收最先進的管理知識。

**劉龍和** 深圳信隆商業股份有限公司 副總經理



「成功的條件」思人斷不能足，堅持新的管理實踐執行，否則空空說，把第一一定要成功的信念，感動所有人要往前行。「成功是留給已經做好準備的人」。







### 維業企業專研

**陳博宇** 深圳信隆實業股份有限公司資訊中心  
資訊長



Knowledge is power!! It is never too old to learn, never too late to mend, Cheers!!

**陳枝祥** 深圳信隆實業股份有限公司車于車業部  
協理



學習是“動力”的加油站，朋友們，有時間一定要記得來加油站“加油”哦！

**呂文堂** 深圳信隆實業股份有限公司行政事業部  
經理



康復說“我想我在”，並有“戰事欲，主理受”的學習精神是社會不容忽視的事，現在，我可以很滿與自豪的說：我復甦了，我充實了。

**陳麗秋** 深圳信隆實業股份有限公司人事行政  
副總經理



333A課程豐富實用，確實幫學除了理論的學習，又能讓理論與專業進行更科學、精確的演繹.....所得愈多，喜悅愈盛！

**林文欽** 深圳信隆實業股份有限公司虛設事業部  
協理



- (1) 學術實踐化、實務合理化，使管理層比更上一層樓。
- (2) 獲得對事情及問題，提升自己判斷的角度、深度、廣度，讓思考模式更精敏化及完善化。

**林佳賢** 深圳信隆實業股份有限公司建材事業部  
經理



在職場上不斷地充電，每個都有突破性的成長，也是創新的基礎及是源。

**李麗璇** 深圳信隆實業股份有限公司車于車業部  
經理



感謝教練們在課程中提供了新的思考模式與觀點。回想過去13年職業生活中我們所經歷的個人與環境的變化，讓我們深深體會到團隊合作的重要性與執行結果的差異。家庭、公司、社群.....都是團隊，我將盡己所能在團隊中發揮正向作用體會其中的快樂。

**劉安哲** 信隆實業有限公司 副經理



天下沒有不散的筵席...畢業不是一個好詞...這是一個新的成長的開始，將所學到的在職場上發揮才是最大的收穫。

**林淑芳** 富士康(108) 香港分行私人銀行 董事



把目標設定在自己現有能力的再高出10%的地方，也許一開始會差一些，但久而久之，能力就會變多了哦！出10%，管理連續的進度時，再繼續學能達10%...長期累積，將全知不覺中，變成一個巨人！

**陳正勳** 深圳信隆實業股份有限公司前文設部  
經理



自工作時候，能接觸到 333A 課程，讓每個人都能學習到緊湊的工作，面對多層級，也開拓了我們漸漸不同的心路歷程，畢業了！相信我們會做的更好更遠！

**李麗春** 深圳信隆實業股份有限公司建材部



工作中的學習是快樂的，將學習中的知識應用到工作中，這就是學習中得到的寶貴財富。

**蕭惠忠** 深圳信隆實業股份有限公司建材事業部



學習的汗水，造就未來成功的每一步。

**李鐵宏** 深圳信隆實業股份有限公司管理事業部



七個工作三十多年的我，開始學習333A的理念，學到的不只是知識，遇到的不只是教授與同學，更多的是學習過程中的相互感悟、影響、友誼及支持。

**林淑專** 信隆實業(深圳)有限公司 副總經理



緣分讓我們相聚在信隆，與那麼多充滿人格魅力的智者、仁者一起激發情感或喜或悲、歡笑淚下、悲觀萬千，今天我們即將畢業，我覺得生活又開始了新的旅程.....

**李學明** 信隆實業(深圳)有限公司 副經理



今天，我們是親密的同學；明天，我們將是競爭的對手。朋友並立在競爭中更加深。

**王瑋治** 天心工業股份有限公司 負責人



有夢最好，莫此道求學也，所有的努力都是值得的！

**鄭朝元** 全盛工業股份有限公司 副總經理



終於完成課程，有歡欣也有惋惜，歡欣的是獲得知識學問的喜悅，所惋惜的是又要投入及及後備的工學歷程了。

**陳靖中** 威輪工業股份有限公司 副總經理



朝陽夕照見日月，始知又晚一春天。

**彭桂香** 信隆實業股份有限公司 業務協理



多年職場經歷後，再度接受教育，很高興能大膽的嘗試，並能將學問與專業.....感謝信隆學習的工作更落實、更完整.....

**莊朝榮** 信隆實業股份有限公司 業務協理



感謝公司提供此次充電學習的機會，獲益良多，相信在工作中上應能發揮出去。



## 第十屆蘇州班

**陳林伶** 台輪工業股份有限公司 業務經理



學海無涯，窮則變通，有志竟成，龍舟武裝，下定决心及時學習，永不嫌晚。

**馮佳瓊** 台輪工業股份有限公司 經理



收穫知識，收穫資訊，收穫朋友，收穫財富，收穫愛心，收穫快樂！我們不僅獲得了新的知識、理論和思維帶給我們的思考和啟發，更能從同學們的事業實踐中學習到更多的商業策略和人生哲理，這是一段值得記憶的時光。

**吳光輝** 台輪工業股份有限公司 經理



如今畢業了，心中難免不捨，祝大家前程萬里，事事順心。

**陳安榮** 台輪工業股份有限公司 業務



最寶貴了，這幾年我和老師同學們一同上課讓我學到更多知識和經驗，謝謝各位老師對我們的指導，謝謝各位同學讓我學習來自不同地方的新知識和寶貴經驗，祝大家未來一帆風順。

**莊文村** 台輪工業股份有限公司 製造課副課



“正確的眼光，做正確的決策”是學習中最大的收穫。

**蔡振旺** 台輪工業股份有限公司 經理



謝謝老師這幾年來的教導，也謝謝同學們與我一起過快樂的學習時光，繼續努力！

**楊佳瑜** 沃拓合豐股份有限公司 業務經理



可以跟同業界的人一起討論專業遇到的問題，是令當難得的機會。

**陳君榮** 台輪工業股份有限公司 業務



最寶貴了，際此心理起伏不穩，正是這些日子的學習時光都將成為我最好的回憶，願各位前程萬里，一路順風。

**莊茹欣** 台輪工業股份有限公司 設計師



在這段日子裡，和老師及同學們一同學習是我人生中最快樂的事，謝謝你們給了我最快樂的時光。

**巫建讚** 台輪工業股份有限公司 經理



無事不成，這句真話，其實比別人更難得，我們已經真正學到一學期了！雖然在課餘時間的學習，最難的是如何生活工作，這兩件事的結合，學習中難免會遇到困難，但正是這了生命中的難題，空氣和心靈的結合，才可能變成這世界中的一個奇蹟！這難題的困難，難於面對，難於克服，難於在困難的學習中，我們克服了，這就說明我們，讓我們更加堅強和自信！一輩子難題是次元人生所學之一學期學業，也見人生中最難克服之難題，我們克服了！下次下次我們再見！更難克服的難題是心中最難克服的難題，在去學業之前，難上難學真誠的感謝！感謝你們給我的好機會！當知識與機會交織在一起的時分，成為學業，同學，也當我們難題見人難於上手，困難難求，困難難求，更難求一難求的難題，也當，開心與開心，所有難題一一難求中在我真誠的感謝！謝謝！畢業的成績是遠遠超過了，超過大家的期待，在這些年中我們所學到的遠遠超過我們所學到的真誠的感謝！大家，永遠真誠！

**李長維** 台輪工業股份有限公司 經理



上高中學習，工作中實踐，同學學之間互相討論進步，是最快樂的事。

**涂明楷** 台輪工業股份有限公司 業務經理



能夠將學完全運用在公司進步上，主管和公司成長，真是非常有成就感。

**涂明龍** 台輪工業股份有限公司 業務經理



從學習研究中透過理論與實踐，同學間互相討論分析案例報告，而後自我挑戰學人管理方式所獲得的成功及進步是一個很大的滿足感。

**莊立宇** 台輪工業股份有限公司 總經理助理



非常感謝前學後院提供給我一個這麼便利的學習管道，讓我不僅可以邊學拿到學位，也同時兼顧到了工作。

**沈菁菁** 台輪工業股份有限公司 副山 經理



收穫知識，收穫友情，收穫快樂，難忘的企業管理學習歷程！

**何德榮** 台輪工業股份有限公司 總經理



在競爭激烈的市場是Say-Yes or No?透過2012的學習，讓我能夠運用科學的工具，有效的數據來做決策！

**王怡華** 永成(常州)商業有限公司 採購經理



從宏觀到微觀，從策略到執行，從國際到國內，從理論到實踐，謝謝我們構建了系統化思維，讓我們轉眼看世界，幫助人人生。

**黃志偉** 上海東亞企業集團有限公司 經理



收穫成長，喜悅，感動，更應付出、奮鬥、回報。





# 榮譽版Top 10-Honourary Graduates

## Honourary Graduates of 2010



**朱雄瑜**

Zhu, Xing-Yun  
德安特(中國)有限公司  
董事總經理



**賴彥良**

Lai, Yan-Liang  
中國風扇有限公司  
品質總經理



**古榮生**

Ku, Jing-Sheng  
德安特(中國)有限公司  
總經理



**林森烽**

Lin, Sen-Feng  
比利時(德)有限公司  
主席副理



**劉素娟**

Liu, Su-Chuan  
德安特(中國)有限公司  
總經理助理



**黃武志**

Huang, Wu-Chih  
正力(中國)有限公司  
行政總監



**王 畢**

Wang, Ji  
亞細亞(中國)有限公司  
幕員



**陳坤燦**

Chen, Kun-Feng  
德安特(中國)有限公司  
技術總監



**陳桂鐘**

Chen, Gui-Zhong  
德安特(中國)有限公司  
總經理



**林國華**

Lin, Guo-Hua  
德安特(中國)有限公司  
經理



**劉曉雨**

Liu, Xiao-Yu  
德安特(中國)有限公司  
經理



**吳誠華**

Wu, Cheng-Hua  
德安特(中國)有限公司  
經理

## Honourary Graduates of 2011



**許智明**

Xu, Zhi-Ming  
廈門三聯海峽兩岸有限公司  
副總經理



**張峰濤**

Zhang, Feng-Tao  
科蒙電子有限公司  
董事總經理



**林立仁**

Lin, Li-Ren  
亞細亞(中國)有限公司  
副總經理



**林松燦**

Lin, Song-De  
廈門三聯海峽兩岸有限公司  
總經理



**曾正道**

Cheng, Cheng-Dao  
英特基公司  
副董事長



**張顏軍**

Zhang, Yan-Jun  
Uniti (Singapore) Co., Ltd.  
副社長



**朱進治**

Zhu, Jin-Tai  
亞細亞(中國)有限公司  
董事副理

2012

International Symposium 國際學術研討會特刊



## 全球各區校友會會長

The chairmen of nWIM Global Alumni Association Worldwide

### 【亞洲區校友會】



深圳校友會會長

**潘金聰**

President of the Alumni Association, Shenzhen Region



泰國校友會會長

**鄭伯輝**

President of the Alumni Association, Thailand Region



中國東莞校友會會長

**蔡俊宏**

President of the Alumni Association, Dongguan Region



馬來西亞校友會會長

**李芳信**

President of the Alumni Association, Malaysia Region



中國華東校友會會長

**陳連成**

President of the Alumni Association, Shanghai Region



印尼校友會會長

**林基成**

President of the Alumni Association, Indonesia Region



福建校友會會長

**曾正強**

President of the Alumni Association, Fujian Region



越南校友會會長

**廖育珠**

President of the Alumni Association, Vietnam Region



港澳校友會會長

**徐聖翔**

President of the Alumni Association, Hong Kong Region



新加坡校友會會長

**鍾仕達**

President of the Alumni Association, Singapore Region



世界台商會長

**謝世英**

President of the Alumni Association, World Taiwanese Overseas



### 【企業專班校友會】



中國可成科技  
(企業專班)會長  
陳志明  
President of the Alumni Association,  
Southern Region



捷安特(中國)會長  
鄭資堂  
President of the Alumni Association,  
Eastern Region



中國(長安)金寶  
(企業專班)會長  
黃玉姝  
President of the Alumni Association,  
Chang'an Region



吳江泰金寶  
(企業專班)會長  
吳冠群  
President of the Alumni Association,  
Wuxiang Region



台灣金寶集團  
(企業專班)會長  
張瑞琦  
President of the Alumni Association,  
Taiwan Region



泰國金寶  
(企業專班)會長  
鄭孔訓  
President of the Alumni Association,  
Thailand Region

### 【台灣區校友會】



台灣北區校友會會長  
吳雲呈  
President of the Alumni Association,  
Northern Taiwan Region



台北ANU校友會會長  
王添居  
President of the Alumni Association,  
Taipei Region



台灣中區校友會會長  
張之光  
President of the Alumni Association,  
Central Taiwan Region



台北SIU・A10校友會  
會長  
蔡政憲  
President of the Alumni Association,  
Taipei Region



台灣南區校友會會長  
莊碧玟  
President of the Alumni Association,  
Southern Taiwan Region



### 回顧歷屆國際學術研討會

Retrospection of Prior International Symposiums



國際學術研討會-泰國1997



國際學術研討會-泰國1997



國際學術研討會-臺北1998



國際學術研討會-臺北1998



國際學術研討會-馬來西亞1999



國際學術研討會-馬來西亞1999

Retrospection of Prior 2012  
International Symposium







回顧歷屆國際學術研討會

## Retrospection of Prior International Symposiums



國際學術研討會-新加坡2000



國際學術研討會-台北2001



畢業典禮-東莞2006



畢業典禮-泰國2007



國際學術研討會-武漢2002



國際學術研討會-台北2003



畢業典禮-滄州2008



國際學術研討會-深圳2009



國際學術研討會暨企業參訪-越南2004



國際學術研討會-台中2005



國際學術研討會-昆山2010



畢業典禮-泰國2011

## 企業專題口試 Oral Defense of Student Theses

### 捷安特專班



## 院校課程活動 Curricular Activities

### 第五屆東莞班



### 2012 Curricular Activities





信隆企業專班



2012  
 International Symposium



維樂企業專班



2012  
 Curricular Activities



第十屆蘇州班

第二屆廈門班



2012  
 International Symposium





第八屆泰國班



2012 International Symposium

新華衛教育集團大事紀



- 1987年 成立於香港，專門從事中、港、澳、台教育服務工作
- 1990年 辦美國西太平洋大學聯合辦學，接受委託在中、港、澳、台地區開辦BBA、MBA、Ph.D.課程
- 1992年 第一屆BBA在美國LA校本部畢業，該班每年有DBA、MBA、Ph.D.學員陸續畢業
- 1996年 為加國台灣地區學員服務，于台灣成立新華衛國際顧問有限公司，公司從駐台中辦事處，並獲選為此年國僑服務獎、留學國際課程獎
- 1997年 獲得美國西太平洋大學亞太區委任成立亞太區辦事處，同時在泰國馬來西亞、新加坡地區開辦BBA、MBA課程，區域擴展至亞太地區
- 美國西太平洋大學聯合辦學第一屆亞太區國際學術交流研討會，于泰國曼谷台灣會館舉行，來自亞太區200多位學員參與
- 1998年 中國南經二大聯合辦MBA項目
- 美國西太平洋大學聯合辦學第二屆亞太區國際學術交流研討會，于台北新大國際會議中心舉行，有省府主席蔣經國主持典禮，300多位學員踴躍參與
- 1999年 韓德科技公司舉辦高階經理MBA班有26位經理級學員參與課程
- 美國西太平洋大學聯合辦學亞太區國際學術研討會，于馬來西亞金馬里宮舉行，馬來西亞經濟部部長李登輝及財政部副部長李登輝等親臨主持典禮，並發表專題演講，數百人參與
- 美國西太平洋大學聯合辦學第一屆企業管理碩士班開辦
- 2000年 台北分公司成立位於台北華新街大成商業大樓
- 美國西太平洋大學聯合辦學亞太區國際學術研討會，于新加坡阿波羅酒店舉行，新加坡總理府委任此班班主親臨主持典禮並發表演講；促進海內外學員具學術聯繫
- 第一屆電子商務MBA開辦在美國西太平洋大學聯合辦學
- 第一屆國際商務MBA開辦在美國西太平洋大學聯合辦學
- 2001年 蘇州第一屆MBA在蘇州培訓學校，有開幕、簽證、進修等高科技公司總經理、董事長等人員參加
- 在馬來西亞成立新華衛教育服務顧問有限公司，為亞太區管理級課程邁向臺灣管理第一
- 美國西太平洋大學聯合辦學蘇州第二屆MBA開辦、上海第一屆MBA開辦
- 美國西太平洋大學聯合辦學第五屆國際交流研討會，于台北舉行，有300多位同學參與
- 2002年 台北第六屆博士班開辦在美國西太平洋大學聯合辦學
- 台中MBA開辦在美國西太平洋大學聯合辦學
- 管理碩士班開辦在美國西太平洋大學聯合辦學首屆畢業
- 台北BBA開辦在美國西太平洋大學聯合辦學
- 首屆世界台商MBA在台北開辦，有來自南非、巴西、巴拿馬、荷蘭、馬來西亞、新加坡等20多國
- 美國西太平洋大學聯合辦學國際學術研討會，于中國武漢舉行，研討主題：投資中國，參加同學會管理
- 美國安德魯克羅夫德大學聯合辦學，並取得授權，推廣MBA課程
- 澳洲國立大學(ANU)聯合辦學，合作國際管理、醫療管理碩士班
- 2003年 第一屆MBA開辦在美國安德魯克羅夫德大學聯合辦學
- 國際管理碩士班台灣區第一屆開辦在澳洲國立大學(ANU)聯合辦學
- 國際管理碩士班台灣區第二屆開辦在澳洲國立大學(ANU)聯合辦學
- 越南第一屆MBA開辦在美國西太平洋大學聯合辦學
- 泰國第二屆MBA開辦在美國西太平洋大學聯合辦學
- 美國西太平洋大學及安德魯克羅夫德大學聯合辦學國際學術研討會，于台北舉行，有250多位同學參與
- 2004年 第二屆MBA開辦在美國安德魯克羅夫德大學聯合辦學
- 越南第二屆MBA開辦在美國西太平洋大學聯合辦學
- 泰國第二屆MBA開辦在美國西太平洋大學聯合辦學
- 美國南衛斯達大學(SIU)聯合辦MBA班開辦
- 台北MBA開辦在美國西太平洋大學聯合辦學
- 蘇州第二屆MBA開辦在美國西太平洋大學聯合辦學
- 亞太區第八屆博士班在美國西太平洋大學聯合辦學



## The Chronicles of New World Education Services

- 2004年 美國西太平洋大學聯合舉辦國際學術研討會，於越南胡志明市舉行，有150多位同學參加
- 2005年 東京第一屆MBA班在美國西太平洋大學聯合開辦  
台北MBA班開課在美國西太平洋大學聯合開辦  
泰國第四屆MBA班開課在美國西太平洋大學聯合開辦  
越南第三屆MBA班開課在美國西太平洋大學聯合開辦  
蘇州第四屆MBA班開課在美國西太平洋大學聯合開辦  
印尼雅加達第一屆MBA班在美國西太平洋大學聯合開辦  
印尼泗水第一屆MBA班在美國西太平洋大學聯合開辦  
台中第二屆餐管MBA班在美國西太平洋大學聯合開辦  
美國西太平洋大學聯合舉辦國際學術研討會，于台中舉行，有150多位同學參加
- 2006年 台灣區金寶電子MBA專班在美國西太平洋大學聯合開辦  
漳州第一屆MBA班在美國西太平洋大學聯合開辦  
亞太區第九屆博士班在美國西太平洋大學聯合開辦  
台灣區金寶電子MBA專班在美國西太平洋大學聯合開辦  
泰國區金寶電子MBA專班在美國西太平洋大學聯合開辦  
金寶電子高江蘇MBA企業專班在美國西太平洋大學聯合開辦  
美國西太平洋大學聯合舉辦國際學術研討會，于中國北京舉行，有150多位同學參加  
美國西太平洋大學聯合開辦台灣遠東泰國專班
- 2007年 開辦長安區金寶電子MBA企業專班  
開辦中國深圳第一屆MBA班開課  
開辦越南第四屆MBA班開課  
開辦亞太區第十屆博士班開課  
開辦中國漳州第二屆MBA班開課  
開辦世界台商第二屆專班開課  
開辦中國東莞第二屆MBA班開課  
中國蘇州第七屆MBA班開課  
第十一屆國際學術研討會在泰國曼谷舉行
- 2008年 第七屆泰國班MBA班開課  
可成科技MBA企業專班開課  
新華教育集團榮獲新金寶集團所頒發最佳服務獎  
中國廈門第一屆MBA班開課  
開辦世界台商第四屆專班開課  
第十二屆國際學術研討會在中國廣州舉行
- 2009年 亞力山大(家私)企業專班在美國加利福尼亞大學聯合開辦  
凌俊怡(中國)企業專班開課在美國加州聖拉瑪大學聯合開辦  
世界台商第五屆開課在美國加州聖拉瑪大學聯合開辦  
蘇州第八屆開課在美國加州聖拉瑪大學聯合開辦  
台北MBA班開課在美國加州聖拉瑪大學聯合開辦  
第十二屆國際學術研討會在中國深圳舉行
- 2010年 開辦維維企業專班  
開辦泰國第八屆MBA  
開辦中國蘇州第十屆MBA  
開辦深圳信德企業專班  
開辦中國廈門第二屆MBA
- 2011年 第十五屆國際學術研討會在泰國曼谷舉行  
開辦世界台商第五屆專班  
開辦中國廣州第五屆MBA  
開辦中國杭州第一屆MBA  
第十五屆國際學術研討會在印尼雅加達舉行

- 1987 Founded in Hong Kong and devoted to providing advanced education for business executives in China, Hong Kong, Macao, and Taiwan
- 1990 Appointed by Pacific Western University(PWU)to offer BBA, MBA, PhD degrees in China, Hong Kong, Macao, and Taiwan
- 1992 First PWU BBA students graduated in L.A., there were more BBA, MBA, and PhD students graduated every year continually
- 1996 Established New World International Consultant Co., LTD in Taichung to strengthen service of Taiwan students and is licensed by the Department of Domestic Affairs of Taiwan, R.O.C. in immigration and study abroad services
- 1997 Authorized by Pacific Western University to form Asia-Pacific Regional Representation Office to extend program offerings to Thailand, Malaysia, and Singapore
- On Dec. 14, First Asia-Pacific International Symposium held in Bangkok, Thailand, with 2000 participants attended
- 1998 Cooperated PWU MBA program with Wuxi University of Light Industry  
Second Asia-Pacific International Symposium held in Taipei, Chairman of Taiwan Provincial Government, Chan, Shao-Bo, personally and other 300 people attended
- 1999 Conducted PWU MBA program for Ritek Corporation, more than 26 executive managers participated  
Third Asia-Pacific International Symposium held in Palace of the Golden Horse of Malaysia, Vice Ministers of Ministry of Economic Affairs and Ministry of Finance, Malaysia personally gave speeches and hundreds of people attended this grand gathering
- First PWU Business Administration PhD programs commenced in Malaysia and Singapore
- 2000 Branch office opened in Taipei  
Fourth Asia-Pacific International Symposium held in Novotel Apollo Hotel, Singapore Council Administrator of Prime Ministry office of Singapore gave speech along with students all over the world
- 2001 First PWU eMBA and MBA, International Finance programs term commenced  
On March, first PWU MBA program began in Suzhou, China, higher executives from BenQ, Jingrong Knitting, and Darfon Electronics Corp. attended classes  
On April, found New World Educational Management Consultant Co., in Malaysia as the first management step for grouping  
On September, conducted first PWU MBA program in Shanghai and second PWU MBA program in Suzhou, China  
On Dec. 3, Fifth Asia-Pacific International Symposium held in Taipei, more than 100 participants attended this gathering
- 2002 Authorized by Andrew Jackson University (AJU) of USA to popularize its MBA program  
Jointly organized MBA and MPA in Health Management programs with Australian National University (ANU)  
On April, Sixth PWU MBA PhD program commenced in Taipei  
On May, PWU MBA program commenced in Taichung  
On July, First PWU MBA in Health Management program started  
On August, PWU BBA program held in Taipei  
On September, First PWU MBA program for Worldwide Taiwanese Merchants started in Taipei, students came from South Africa, Brazil, Paraguay, Netherlands, Malaysia, and Singapore etc.
- On Dec. 3, Sixth Asia-Pacific International Symposium held in Wahan, China, discussion subject, Invent in China, was discussed very enthusiastically
- 2003 First AJU MBA program of Taiwan commenced  
First ANU MBA program of Taiwan commenced  
In September, second ANU MBA program of Taiwan began, First Vietnam BBA, MBA programs commenced  
In October, second Thailand BBA, PWU MBA program commenced  
Co-held the graduation with Pacific Western University and Andrew Jackson University in Taipei, and achieved over 250 participants
- 2004 Second AJU MBA program of Taiwan commenced  
In June, Second Vietnam BBA, MBA programs commenced  
In September, Third Thailand BBA, MBA programs commenced  
Conducted MBA program with Schiller International University of USA  
In August, Taipei PWU MBA program commenced  
In February, Third Suzhou PWU MBA program commenced  
In November, 6th Asia-Pacific PWU MBA PhD program commenced





- 2004 Co-held the graduation and international symposium with Pacific Western University in Ho Chi Minh City, and achieved over 150 participants
- 2005 PWU MBA program 1<sup>st</sup> Dong Guan intake commenced in China  
PWU MBA program commenced in Taipei, Taiwan  
Bangkok, Thailand 4<sup>th</sup> PWU MBA program commenced  
3<sup>rd</sup> Vietnam PWU MBA program commenced  
PWU MBA 4<sup>th</sup> Su Zhou intake program commenced in China  
1<sup>st</sup> Jakarta of Indonesia BBA, MBA program commenced  
1<sup>st</sup> Surabaya of Indonesia BBA, MBA program commenced  
2<sup>nd</sup> PWU Healthcare Management Program commenced in Taichung  
Co-held the graduation and International Symposium with Pacific Western University in Taichung with participation from 150 students
- 2006 Caloopp PWU MBA in-house program commenced in Changgan, China  
Zhang Zhou, China 1<sup>st</sup> PWU MBA program commenced  
6<sup>th</sup> Asia Pacific PWU PhD program commenced  
Kingo PWU MBA in-house program commenced in Taipei, Taiwan Changgan, China  
Caloopp in-house program commenced in Thailand  
Caloopp PWU MBA in-house program commenced in Wajiang China  
Co-held the graduation and International Symposium with Pacific Western University in Dongguan, China, with participation from over 150 students  
Delta PWU MBA in-house program commenced in Thailand
- 2007 Kingo PWU MBA in-house program commenced in Changgan, China  
1<sup>st</sup> Shenzhen intake commenced in China  
4<sup>th</sup> Vietnam intake commenced  
10<sup>th</sup> Asia-Pacific PWU PhD Program commenced  
2<sup>nd</sup> Zhangzhou intake commenced in China  
3<sup>rd</sup> World Taiwanese Businessmen MBA program commenced in Taipei, Taiwan  
2<sup>nd</sup> Dongguan intake commenced in China  
7<sup>th</sup> Suzhou intake commenced in China  
11<sup>th</sup> International Symposium in Bangkok, Thailand
- 2008 1<sup>st</sup> Thailand MBA Program commenced  
Cusker Technology MBA Corporate Program  
New World Education Group was awarded the best service award by New Kingo Group  
1<sup>st</sup> Xiamen MBA Program commenced  
4<sup>th</sup> World Taiwanese Businessmen MBA Program commenced in Taipei, Taiwan  
5<sup>th</sup> Vietnam intake commenced  
Asia-Pacific PWU PhD Program commenced in China  
12<sup>th</sup> International Symposium in Zhangzhou, China
- 2009 1<sup>st</sup> Shenzhen Dongguan MBA Program commenced  
Gianz(China) MBA Corporate Program  
3<sup>rd</sup> World Taiwanese Businessmen MBA Program commenced in Taipei, Taiwan  
13<sup>th</sup> International Symposium in Shenzhen, China
- 2010 V2LO MBA Corporate Program  
8<sup>th</sup> Thailand MBA Program commenced  
16<sup>th</sup> Suzhou MBA Program commenced  
Shenzhen HL CORP MBA Corporate Program  
2<sup>nd</sup> Xiamen MBA Program commenced
- 2012 15<sup>th</sup> International Symposium in Bangkok, Thailand  
3<sup>rd</sup> Dongguan intake commenced in China  
3<sup>rd</sup> Xiamen MBA Program commenced  
1<sup>st</sup> Hangzhou MBA Program commenced  
16<sup>th</sup> International Symposium in Jakarta, Indonesia



亞洲學習中心 Asia Learning Center

HONG KONG : Hong Kong  
TAIWAN : Taipei Taichung Kaohsiung  
MALAYSIA : Kuala Lumpur  
THAILAND : Bangkok  
SINGAPORE : Singapore  
CHINA : Beijing, Shanghai, Su Zhou,  
Dong Guan, Zhong Shan,  
Fu Zhou, Zhang Zhou, Wu Xi,  
Shen Zhen, Wu Jiang, Changgan,  
Xiamen, Shantou  
Jilin - Lianing  
Tianjin - Hubei - Zhejiang  
VIETNAM : Ho Chi Minh City  
INDONESIA : Jakarta, Surabaya

香港  
台灣：台北、台中、高雄  
馬來西亞：吉隆坡  
泰國：曼谷  
新加坡  
中國：北京、上海、蘇州  
東莞、中山  
福州、漳州、無錫  
深圳、蕪江、長安  
廈門、汕頭  
吉林、遼寧  
天津、湖北、浙江  
越南：胡志明市  
印尼：雅加達、泗水

