

出國報告（出國類別：移地教學）

「東華國企赴中國廣州移地教學」
成果報告
—中國互聯網+ 的發展趨勢與台灣廠商角色

服務機關：國立東華大學

姓名職稱：樂錦榮副教授

派赴國家：中國

出國期間：2016/11/17-2016/11/22

報告日期：2016/12/01

「東華國企赴中國廣州移地教學」 成果報告

帶隊教授：樂錦榮 副教授

計畫成員：連珮昀、吳珮瑤、李易軒、陳思妤、陳郁方、
周秉豐、褚偉傑、廖力加



摘要

透過此次六天五夜的移地教學計劃，學習關於中國產學合作的運作模式，以及當地企業與台商的經營樣態，並期許透過互動式座談以及小組討論的方式汲取其經驗，落實東華大學國企系為國家培育具備國際化能力之人才方針。本次移地教學之安排，開拓了台灣學子們對於中國高等教育辦學的理念，更透過與移地教學學校教授與學生的互動式講座，以及小組討論進行實際交流，於此，雙方能夠交換彼此課堂上所學，並且最後製作成果報告發表，培養台灣學生更寬廣的國際觀及未來競爭力。

此次移地教學計畫，透過「Learning by doing」的方式，一方面吸收知識，另一方面反思兩地的差異並增強印象。此外，這次移地教學的主題，「中國互聯網+的發展趨勢與台灣廠商角色」，參與的成員們可以透過實際到當地用自己的親身經歷去了解，在這個資訊爆炸的時代，互聯網的重要性早就眾所皆知，而在已實現互聯網+的中國，更是世界各國研討與學習的核心。從第三方支付의盛行，如Alipay、微信支付及支付寶等等，這些技術的應用都建立在互聯網的基礎。在電商的強力發展下，搭配大數據分析，新型態的電商已日漸成熟，而進入了互聯網+的時代。而在這樣快速變革的潮流下，透過移地教學與當地廠商—美易達的互動式座談，即可瞭解到其已抓到時代的趨勢，展現強大且快速的適應力。這使我們不禁思考，在這樣高變化性及高強度的市場環境，在中國當地的台灣廠商勢必也必須因應。處在電子商務相對發展遲滯的台灣，在地廠商是否有相對應的意識而進行反應式(reactive)或預應式(proactive)的改變及變革呢？

關鍵字：移地教學、中國、互聯網+、電子商務

目錄

「東華國企赴中國廣州移地教學」目的與過程	1
海外移地教學計畫心得（連珮昀）	2
海外移地教學計畫心得（吳珮瑤）	4
海外移地教學計畫心得（李易軒）	7
海外移地教學計畫心得（陳思妤）	9
海外移地教學計畫心得（陳郁方）	12
海外移地教學計畫心得（周秉豐）	14
海外移地教學計畫心得（褚偉傑）	16
海外移地教學計畫心得（廖力加）	18
建議事項	21
學生討論報告成果	22

「東華國企赴中國廣州移地教學」目的與過程

此次移地教學計畫，合作的學校是中國廣州的暨南大學，透過互動式座談與小組討論，參與的成員們可深入了解中國電商環境，以及企業在中國的電子商務運作模式，不儘補足台灣學生在現代電商於中國的發展及應用的知識，增廣見聞，培養更寬闊的國際觀，提高國際競爭力，也能藉此可以思考，台灣電商廠商的機會與限制有哪些。

六天的課程規劃中，主要分為四種方式進行，一、互動式座談，二、小組討論，三、企業營運觀摩，「學術知識」與「職場現況」並重，完整參透。

一、互動式座談

一共有三次的互動式座談，分別為與暨南大學、與當地中國電商—美易達集團以及與當地台灣貿易商—慶燁昌商貿。透過與一問一答方式，保持雙向溝通，同時利用討論的方式，大大提升參與成員們的參與度。而在與各不同角色進行互動式座談時，對於電商這同一件事的看法與見地，也會有所不同。在這樣的訓練之下，讓此行的成員可以練習多面向的思考，強化對於一件事物的考慮面向的深度以及廣度，藉此訓練在一個專業經理人在做任何決策時所必要之素養。

二、小組討論

透過以小組討論的方式，使學生於接觸到大量新知時，將所看所聽用心記錄，在透過反覆思考推敲，最後進行反芻，以文字綜合表達出自己的看法及見解。於此同時，除了可以瞭解到來自不同學校的同學的不同意見與聲音，並且與對方交換彼此的觀點外，更可以發現台灣與中國兩地的學生，在世界政經議題與經營管理問題的切入點會有所不同，藉此訓練邏輯思辯能力，產生激盪的火花，並使學生們的學習能夠更透徹。

三、企業營運觀摩

在這個部分的教學設計上，企業首先帶著學生瞭解企業的營運環境，包含各個部門如客服部、企畫部等等。其後至會議室以簡報與互動式問答的方式，介紹企業目前的現況、營運項目及其未來展望，最後學生提出於參與成員們在行前的事先準備，所討論的問題集向企業提問，達到講師與學生間的雙向溝通。

海外移地教學計劃心得

連珮昀

此次移地教學計畫我們來到中國暨南大學珠海校區，透過互動式座談、企業營運觀摩與實際演練，以及個案研討與報告，深入了解中國電商環境以及企業在中國的電子商務運作模式，透過此次移地教學可以思考，台灣電商廠商的機會與限制有哪些。這次主要與兩個廠商座談，一個是廣東的美易達集團主要是經營電商，另一個是台商在大陸已深耕二十年，經驗相當豐富。

我們先參訪企業內部再帶到會議室，從工作環境看得出來美易達集團是很有創新以及活潑的企業文化，特別的地方是它們有餐飲部，只要餓了就可以去喝杯咖啡吃個小點心，然後望著對面的中山公園，這樣的小小享受就能一解煩憂。出發之前我們有先分組，針對美易達集團企業旗下的兩大企業做提問，然後在座談會當天與企業會針對我們的問題做回答，智酷電商的王總裁告訴我們智酷關鍵成功的原因，他挑選了好的品牌以及好的平台通路，與多的品牌合作但彼此間產品不重複，能將產品多樣化，透過大數據找到顧客定位，加上專業化的服務，只針對家電產品才能提升核心的競爭力，以上的因素結合在一起就能讓智酷電商站穩腳步逐漸向上發展。



第二個我們是參訪台商企業，與我們座談的是創辦人的兒子 Peter，一開始他們只是貿易代理商，先是果凍的代工廠商然後再做品牌「果有果愛」將品牌植入故事利用情感行銷，成功的讓產品在上海的 7-Eleven 以及華南的喜士多連鎖超商上架，除了實體店面以外在網路通路，在淘寶網和 1 號店等電子商務等都能買到。Peter 過去在台灣的經歷很豐富曾經在統一集團從超商被內部挖腳到百貨業，可以將他在統一的通路經驗運用在大陸的企業，在座談會中我們有問到對於公司未來的計劃是什麼？他告訴我們，目前已經與美國的 One dollar store 積極的爭取在中國的代理權，一旦拿下後，這個在中國目前是一片有利可圖的藍海，也向我們透露著他們急需優秀人才。

透過這次的移地教學，能夠感受到「讀萬卷書不如行萬里路」這句話的意義。平常我們在教室裡個案討論或是老師教授理論，但實際走過一場企業與企業對話才發現書本上教的，其實每天在企業裡時時刻刻都在發生著，從美易達企業能感受大陸人的衝勁，從台商企業可以看到企業走的是穩扎穩打的策略，兩者各有利弊，都是我們值得學習的對象。

海外移地教學計劃心得

吳珮瑤

首先，感謝系上能給予學生到海外移地教學的機會，很榮幸成為計畫中的一員，此次為期六天五夜的海外教學活動讓學生們獲益良多、增廣見聞，更是達到國企系一直訴求的目標-與世界接軌，因此踏出第一步的即是接軌在亞洲最大的市場-中國，中國人口數高達十三億以上，不只是台灣，也是世界所關注的龐大市場。對於第一次到中國拜訪的我來說，是很好的學習經驗，以往對於中國的資訊只能從網路資料或是他人口中聽說，所以能夠有機會到當地學習，也是給自己一次難忘的經驗，每一次與當地的學生和企業面對面談話、提問，以及近距離的交流、觀察，都能讓自己有更上一層的領會。

此次海外移地教學是與中國廣州暨南大學做交流，暨南大學是被國家列入 211 工程重點建設學校，也是第一所招收外國學生的中國學校，素有華僑最高學府的美譽，校區總共有五個，分別為廣州校區有三個，深圳和珠海各一個，校本部即是在廣州市，但是與東華大學接洽的校區為珠海校區的國際商學院，學院科系與來自東華國企所的我們有共同的專業，讓我們的對話更有共鳴。這次到暨南大學進行移地教學，行程主要分為兩部份，第一部分為校內教學，第二部分則是校外教學。在校內教學部分有包含導覽校園和互動式座談會，導覽校園是除了認識暨南大學珠海校區之外，更是與對方學生代表團有近距離的談話機會，簡單利用聊天的情境了解兩岸學生在學校文化上或是專業能力的學習上有什麼差異或是相似的，當然，校園美景也是盡收眼底，尤其是日月湖，有濃厚的傳統東方建築式風格，以及校門口大大的拱門。



而互動式座談會則是我們進到國際商學院會議室，與國際商學院院長、主任以及老師和學生進行對話，院長也強調暨南大學國際商學院一直以來期望能達到國際化、差異化和專業化的目標，因此對於外籍生到中國的交換生有特別禮遇，像是提供獎學金等等。除此之外，我對於院長提到的校外導師特別感興趣，院長說，校外導師主要由企業擔任，企業視為一個單位提供三導，分別是導生、導學和導職，對於企業來說是提早培育未來人才，對學校來說，是提供給學生實習的機會，企業找到好人才，學生畢業進到好企業，是學校期望達到的雙贏結果。

很榮幸，我們除了接觸到暨南大學在校內的教學文化之外，也能與學生代表團一起去企業做校外教學，進一步知道所謂的校外導師實質上能提供什麼樣的幫助，因此，在出發前我們已得知該企業為美易達集團，事先瞭解整個美易達集團在中國電子商務上扮演的角色。當天，由美易達集團管理部的于總先帶我們認識公司，認識環境後再緊接著互動式座談會，詳細介紹公司運作模式後，其中提到的雙高架接，是以在行業裡前三名的品牌和電子平台前三名為篩選，以雙高標準選擇合作的夥伴。接著，我們也針對旗下的子公司做討論，分成以智酷和大美兵團的兩組進行。大美兵團由美易達集團和新疆建設兵團果業公司以及新疆百花村公司三方所聯盟成立的，也剛成立不久，因此很多資訊都是不清楚的，所以針對產銷人發財我們都各有準備問題。智庫和大美兵團的總經理也參與此次的座談會，感謝他們百忙中現身座談會，回答我們提出的問題。





最後，此次移地教學收獲良多，也體現出學習不只是在課堂上，我們到中國廣州處處都是學習，我們也與在廣州的台商 Peter 先共進午餐，俗話說，生意都是在餐桌上談成的，在愉快的氣氛下，達到更好的互動談話。飯後，我們轉移陣地至 Peter 公司的會議室，更進一步討論，在談話過程中，也瞭解到現今的中國職場新鮮人是充滿積極奮鬥的，台灣學生未來畢業後想到中國求職是必須表現出更多有利的專業優勢，在中國的起薪也是比在台灣高。當雇用薪水一樣時，中國企業其實更傾向於錄用中國新人，對於即將畢業的我們來說，未來的競爭對手不僅僅是台灣，也包含了中國。透過海外移地教學幫助我們更瞭解世界在變，資訊不斷更新，未來的我們該如何積極的使自己更有優勢。

海外移地教學計劃心得

李易軒

因為學校提供的機會，此次能夠前往廣州暨南大學進行移地教學的行程，並與廣州當地電商企業和台商 Peter 進行互動式座談。

中國經濟起飛後，沿海城市的發展已經超乎我們想像，無論是經濟、民生、建築或是交通，幾乎已臻完善，與印象中的中國相去甚遠，而且在經過互動式座談之後，才體驗到中國學生的競爭力有多令人佩服。

暨南大學是中國最早開放商科教育的學校之一，於此同時推行國際化、專業化與差異化三種方針，對於商科領域擁有深厚底蘊，也因此是中國外籍生最多的學校。在與暨南大學師生進行互動式座談中，我們相互提問，也進而了解到暨南大學對於研究生的開放與提供何種福利吸引外界人才，同時也得知外籍生就讀暨南大學的各種資訊，以利國際化交流。



了解實務也是此次行程的目的之一，因此我們前往當地電商企業美易達集團進行移地教學。於交流座談之前，我們各組先行準備好於交流過程中預備提問的問題，並在互動座談中，由美易達集團中的智酷與大美兵團兩家公司的總經理分別回答，過程中，總經理們對於我們提出的問題都回答的一絲不漏、環環相扣，

且能拋給我們新的問題，引導我們去思考，並讓自身尋找答案，使我們對於電商營運的問題都能豁然開朗。老師上課講授於我們的知識，再經由實務方面的經驗做結合，如此教學方式令我們對於電商能有更深一層的體悟與認知。

學生們畢業後想必會在職場上出現抉擇，可能會面臨到外派的工作，此時中國就是一個例子。在與當地台商 Peter 的互動座談中，Peter 分享給我們在中國商場上的經驗，以往可能只經由研讀個案或是相關新聞中了解，但在 Peter 分享後更能體會到有多麼不容易，尤其是外來企業現在會受到各種因素影響，於公司的營運更是困難重重，在這種環境下能獲得成功，Peter 分享給我們的經驗非常寶貴，此外 Peter 也期許我們能夠開拓視野，在未來都能朝向正確的道路邁進。

此次海外移地教學行程令我收穫良多，除了開拓自身眼界外，經由業界成功人士分享經驗進行交流互動，對於過去所學能有所驗證，且有新的感悟，教科書上的理論應用於實務上的例子總能使人更快吸收。

海外移地教學計劃心得

陳思妤

這次到中國廣州的移地教學讓我獲益良多，在這短短的六天行程當中，學到了很多知識，也讓我大開眼界。台灣畢竟土地小、人也少，較缺乏激烈的競爭環境，真的要走到國外之後才能感受到不一樣的世界，尤其中國又是正在快速發展的國家，而且人多市場又大，在中國的這六天經歷了許多在台灣所沒經歷過的事。

到中國之後連續兩天的行程是在暨南大學進行互動式座談與到廣東美易達集團進行移地教學，在座談會中暨南大學的教授們簡單介紹了暨南大學，而我們也提出了一些問題，像是暨南大學的教學方式以及升學管道等等，藉由這次的座談獲得了許多暨南大學的相關資訊，對暨南大學有了更多的了解。隔一天的行程則是與暨南大學的同學們一起到廣東美易達集團進行移地教學，親眼見識到了美易達員工們的工作方式及美易達集團的運作模式，並透過總監的說明後對美易達集團有更深入的了解，也感受到在中國這樣一個競爭激烈的市場中，美易達給公司和員工們的期許以及要超越阿里巴巴贏得勝利的決心。也透過問問題的方式向智酷電商與大美兵團總經理提出我們的對於公司的一些疑惑，並獲得總經理們的精闢解答。





在到美易達移地教學後的隔天，我們在暨南大學進行小組討論，針對前一天到美易達所聽到的內容進行討論，我們分成兩個小組，一組討論智酷電商，一組討論大美兵團，而我與其他三位同學是討論智酷電商的。我們在到中國之前有預先擬定五個問題，是我們組員對於智酷電商感到疑惑的部分，並在到美易達移地教學時向智酷電商的總經理提出，獲得了總經理非常精闢且完整的答案，徹底地解決了我們先前的所有疑惑，也獲得了許多新的知識。



在回台灣的前一天，則是和台商進行互動式座談，台商告訴我們不能只看台灣，應該看看外面的世界，光是在中國廣州的人數就已經超過全台灣人數的

一半了，更何況是整個中國，市場規模是遠遠超越台灣的，因此身為國際企業學系的我們，應該要多到海外了解國外市場，培養自己的國際觀，不要僅侷限於小小的台灣。

我認為海外移地教學對學生非常有幫助，可以藉此機會到國外走走看看，了解外國的生活型態、外國人的想法等等，甚至還可以了解國外的市場、商業的經營模式等等，增廣自己的見聞，培養國際觀，光是透過書面文字是無法清楚地想像國外實際的狀況，唯有實際走訪國外才能切身體會。

海外移地教學計劃心得

陳郁方

這次為期六天的移地教學計畫對我來說，真的是很特別的一次經驗，並感謝系上提供這個難得的機會。暨南大學在中國以國際化為著稱，是中國第一所由政府創辦的華僑學府，各校區學生加總有五萬多人。而美易達集團是集電子商務、數字營銷、文化傳媒及健康果品為一體的企業集團，是一間零售規模高達 26 億的公司。透過移地教學，不只增長見聞更透過實際的互動，讓我們親眼見證在中國發展活躍的電子商務操作。

到廣州後的第二天便前往中國暨南大學進行交流，並由商學院院長、國際交流主任及學生會學生等人接待我們至會議室。以國際化著稱的暨南大學在辦理國際交換生行之有年，在今年也有學生至東華大學交換。我們也提出一些在暨南升學的問題，特別的是一個叫作校外導師的專案，大二的學生會進行實習，除了自行尋求實習機會外也可以透過校外導師所屬的企業進行實習，而廣東美易達集團便是其中之一。

11/19 日，我們至廣東美易達集團進行教學。美易達集團由文化傳媒起家，於 2014 年集結公司資源發展電商，透過博雅專營的數字營銷找出消費者的喜好及促銷的作用，將數據提供予公司附予商品在中國這塊偌大的市場更大的競爭力。將好的商品置於京東平台進行銷售，成為供應商與銷售平台的中間商，不同於天貓或是淘寶是由供應商自己經營產品的銷售。智酷王春總經理及大美兵團夏林飛總經理也在公司介紹後為我們回答提問。



在美易達的教學後我們也進行了小組討論。我覺得特別值得探討的問題有兩個，第一個是現今蓬勃發展的線上平台與線下平台是否有哪一個必須投入較多的資金發展？王總提到，其實這個問題並沒有絕對，也就是哪一個平台比較強勢，他就必須耗費較多的成本去取得優勢。第二個則是智酷合作的商品主要為家電商品，但卻有許多不同的品牌，例如：美的、聲寶和惠而普...等。這樣勢必會有同類商品衝突的事情發生，智酷要如何解決？王總則說，所選擇的商品都會做取捨，倘若替美的為微波爐進行推廣在聲寶就不會接下微波爐類的產品，以免利害關係產生。但令人值得深思的是當未來智酷發展更加茁壯後，這樣得避免是否會造成其發展的限制？我想未來或許會有專屬團隊的產生，且團隊間的交流得設有某種程度保密機制。

而最後我們也和廣東當地的台商 Peter 交流，從原本的代工廠到自創品牌更成為一家代理臺灣食品的貿易公司。透過差異化行銷賦予果凍品牌故事，並將臺灣特有種的檸檬帶入中國市場，將臺灣香檸推廣甚至是入菜，在中國大放異彩。吳總經理提到，今天他有這樣的成就也是透過許多的零售經驗使創業之路走得更穩。然而，在中國人多地大的地方業務往往單趟就是四、五小時以上，經理告訴我們中國與臺灣的視野不同，必須更加廣闊。

這趟移地教學不只讓我們和暨南大學的師生有近距離互動外，更和企業與台商進行教學和交流，受益良多。中國更隨處可見電子商務的蓬勃發展，每一間店面幾乎都可以用微信支付，甚至透過叫車 APP 計程車在下車後也不用付現直接透過線上支付進行扣款。現在開始推行支付系統的臺灣，勢必也會走向手機就是錢包這種趨勢。透過海外學習，看到大數據世代與財金科技的廣泛應用，我想這也是未來國企系必修的一門課程。

海外移地教學計劃心得

周秉豐

這趟移地教學實屬受益良多，無論是學術上或是生活上都使我們眼界開闊許多，原來同樣說著中文，也會因為口音、用語，而有語言不通的情形。也讓我了解到，在大陸的第三方支付的發達，使得人們出門甚至可以只帶一台手機，而不需帶錢包的生活型態，讓我非常訝異。

行程的安排包括由暨南大學的同學接待我們進去會議室，首先兩間學校簡要了一下彼此的學院和國際交流的情況，我們也提出一些有關於在大陸升學的問題，透過暨南大學老師的回答，可以知道台灣學生過去就讀能夠有優渥的獎學金補助，同時也了解到相較於台灣少子化，教師找不到工作；在大陸卻是找不到老師的窘境。

而跟隨暨大的安排的企業移地教學，藉由集團管理部于杰總監的帶領，讓我們了解整個美易達的營運狀況及公司的沿革。美易達集團在 2014 創造智酷這間子公司，而在 2015 年就擠進廣東前 100 強的企業，更是第 18 名的佳績，短短 1 年內，成績就突飛猛進，使得我們非常好奇，他們是如何達成如此的殊榮。

智酷的王春總經理向我們解釋，因為當初使用的是<雙嫁高接>，就是利用挑對好的產品與平台，來贏得消費者的信任，例如美的為中國前三大電器品牌搭配上京東中國數一數二的平台進行銷售，這就可以解決消費者在網路上怕購買到假貨的疑慮。

其中我們也問到一個問題，為什麼智酷在京東做那麼好，怎麼不自己開設平台？智酷總經理也向我們解釋，因為他們以歷年來的數據分析，要把一個平台從無到有，需要先賠很多錢，那不如先把錢專心投資在特定領域，就像美的家電類產品，而且在京東銷售還有個好處，方便消費者去比較，也方便消費者在搜尋這類產品時，可以看到相關產品。因此目前他們打算針對家電類產品進行銷售，未來才會慢慢擴展到其他類別。

經過與美易達集團的問答，了解了許多事，但有一件他沒很明確地回覆在於，智酷的成長，基本上就會跟著京東平台的起伏，智酷有沒有任何的應對策略？他們回應是說，京東在未來幾年都不會有危機，因此他們還不會做這方面的規劃，但我覺得當今天是依附大公司生存，而京東最近成長放緩的情況來說，智酷應該要有一些對應策略來以防萬一。

在我們回台前，去拜訪了當地的台商，它讓我們了解到，台灣只是個小小的地方，南來北往頂多 5、6 個小時，但在大陸隨隨便便都是 4、5 個小時起跳，所以當地域廣時，眼界自然而然就會開闊許多，他也期勉我們，台灣人在大陸已經不再是搶手貨了，自己要創造價值，才能擺脫 22K 的束縛。

經過這次的移地教學，去了暨南大學與美易達集團，讓我深刻了解到，台灣在電商這塊實實在在落後大陸一大截，美易達集團正是利用大數據分析，一次一次試探著消費者特性，讓他們能清楚地抓住消費者的心理，進而藉此來擬訂每一次的策略，真是令我大開眼界，受益良多。

海外移地教學計劃心得

褚偉傑

我相當感謝有這次的機會能參與移地教學，這次的移地教學讓我獲益相當多，尤其在視野的部分，當台灣的物流煩惱跨縣市的運送方法時，在大陸卻是思考跨省份的問題，因大陸的市場遠大於台灣，因此看待大陸的視野也相對宏觀許多，這次的移地教學讓我切身體會到，若只是待在台灣就猶如井底之蛙般，更別說培養國際化視野了。

這次的教學以座談以及討論的方式為主，對象除了暨南大學的師生外，還有和當地電商美易達集團與台商 Peter 的座談，每場座談都讓我有不同的心得與收穫。



一、暨南大學座談

與濟南大學師生的座談中，了解到在大陸碩士的學涯與台灣不同，在大陸碩士的升學就相當競爭，他們是經過統一的考試後再做分發，因此要考取到不錯的學校就相當不容易，且在大陸要完成碩士學位，在論文上的要求也比台灣嚴格許多，要求學生論文的質量必須足以刊登在知名期刊上才准予畢業。除了學生方面，在師資方面大陸學校也相當講究，暨南大學目前處於師資短缺的狀態，而職缺也有數百名老師應徵，然而暨南大學卻遲遲未聘請任何一位老師，只因應徵老師中不見理想的人選，暨南大學寧缺勿濫的堅持也讓人相當欽佩。

二、美易達集團座談

行程之一是與美易達集團的座談會，與集團的總經理以及分公司的總經理

理交流，美易達集團是個年輕的公司，但成長突飛猛進，尤其旗下的智酷子公司表現最好，且智酷總經理在我們的座談中，他的談吐及表達相當有條理也充分發表了一番見解，在交流中也發現，美易達相當重視每位員的想法，因為電商的競爭力來自於創新，他們也將辦公室布置得相當活潑，也有設置員工休息處，甚至安排員工休閒活動，就是為了讓員工在輕鬆活潑的氛圍下發揮最大的創新能力，我認為美易達集團就是最典型的公司視人力為資源而非成本，這樣的觀念能讓人才充分發揮，為組織帶來相當高的效益。

三、暨南大學小組討論

此外，我們回到暨南大學分組討論並分享與美易達集團座談後的心得，在座談會中我們發問了一項問題，而那回覆也讓我相當有印象，我們那時問了智酷總經理：「萬一他們的合作對象表現不佳時，智酷也將受嚴重影響，請問如何因應？」總經理只簡單回答說，因為還不見市場衰退，因此還沒考慮過這問題，總經理馬上再補充，每間企業基本上都只會思考未來一年內，不會考慮更長時間的策略，因為可看見的未來無法預測到這麼遠，我才反思到我們在學校學的終歸是理論，我們學生總認為一間公司應完整規劃好未來的策略，但在實務上仍然是一步一步慢慢前進。我們應該再多多檢視其他理想的想法是否貼近於實務。

四、台商 Peter 座談

Peter 是個三年前到大陸，並預期未來快速展店的台商，與 Peter 的座談中我最有心得的是我們討論了台灣的競爭力，約十年前，大陸的經濟起飛中，當時大陸渴求國外的人才包含台灣，但在今日大陸已經發展到了不錯的程度，台灣的人才已經不見當時的優勢了，反倒是我們準備出社會的新鮮人即將面臨激烈的競爭，我們確實該把握在學階段多充實自我，提升未來的競爭力。

很慶幸參與了這次的移地教學，讓我了解到我視野的不足，雖然時常接收到國際的新聞或是在課堂中學習到國外的知識，但都真的不如自己親身走訪一次，尤其這次的移地教學對象不只學校，還包含企業，直接與企業主管對話，體會到他們宏觀的視野，以及他們在大環境大市場中的策略執行。這次的移地教學讓我獲益良多，期許未來有機會再多多往外走，培養國際視野。

海外移地教學計劃心得

廖力加

其實對於這次的移地教學除了感謝以外還是感謝，首先必須謝謝這次的計畫，如果沒有這樣支持對於台灣學生去瞭解目前離我們最近而且又是最大單一市場—中國的近況，在台灣的老同學們又怎樣能有這樣的機會呢？再來要感謝本次計畫的負責人樂錦榮教授，一路上若沒有老師的積極爭取，身為系上同學的我們又怎麼有這樣的好運氣能夠被挑選上呢？最後要謝謝自己，我為身為國企系一員感到驕傲，能在這樣重視學生成長的科系中學習實在是自己的福氣！有人說我們東部大學或許教育資源不如北部等大都市學校，但雖然我們身處相對有距離的花蓮，但我相信，只要肯努力、趕爭取，我們並不會表現得比別人差！

現在回想起來，六天五夜真的是一眼瞬間。記得剛出廣州白雲機場，高大的建築與繁忙的交通，馬上對自己就是一大衝擊！或許是因為這是第一次到廣州來，對於這裡的印象仍停留在歷史課本上的 20 世紀初，以為會是鄉間小路以及矮樓平房，但映入眼簾的卻完全不是這麼一回事！光從又大又寬的高速公路，以及歐系名車滿街跑的狀況，果然中國政府在先讓沿海城市「富起來」的策略確實已經成功，而聽老師說，其實這也是最近從亞運開始後才有的現象。我想，這樣的經濟力實在很可怕，一線城市如北京、上海以及深圳，透過舉辦大型的國際活動增加在國際上的能見度，以及將這樣龐大的建設需求轉為實質的城市建設，更進一步的刺激消費。儘管中國於近年來的 GDP 成長趨緩，從原先的雙位數至現在稍微滑落，但以現在的成長速度相較於歐美或日本等已開發國家，仍然是一個相當驚人的數字。凡事由小見大，若中國能持續將這樣的發展策略繼續執行，由一線城市往二線城市發展，如蘇州、杭州等，而後再往三線及四線城市擴張，如四川、武漢等，那或許就真如中國政府所計劃的五年計劃一樣，或許真的有那麼一天，中國將取代美國成為世界的經濟強權。

而在這段時間的種種經驗真的使自己更開了眼界又長了知識，從與中國暨南大學的互動式座談以及小組討論中，我看到他們的學生一個個眼神中充滿了積極度，或許是因為環境使然吧？在一個擁有 13 億人口的國家中，身為學生身分的他們，若不積極努力上進的用功念書脫穎而出，那又怎麼能夠有出人頭地的機會，更可能就這樣被廣大的人流給沖刷，光就暨南大學而言，今年是創校第 110 周年，同時其也是大陸重點的栽培學校，五年五所學校分 50 個億人民幣，換算一年一所大學可以坐擁約莫 10 億的台幣，這樣的教育資源是非常可觀的！所以造就學生們光要進入這所學校就是必須爭破頭，反觀台灣的學校，現在的錄取率幾乎是只要願意花學費就可以唸，主要的原因是少子化加上先前的政策過度擴張校所，以至於現在這樣的情況，而這也造成現今台灣的學子們的一個現象，或許天馬行

空、或許不努力又或是眼高手低，但其實在這樣相對競爭強度不強的台灣，也很難要求學生培養積極進取的態度與習慣，但我想這才是整個台灣社會未來必須擔憂的部分。



在回想到我們到了當地電商—美易達集團所進行的移地教學以及互動式座談，在暨大所感受到的那份積極度又昇華到了另一個境界，轉而變成一份在商場上必要的爭鬥以及企圖心，無論是每年以超過 100% 的成長率的目標前進，抑或是以展店速度平均一個月超過 30 間店面的成長，這在生活於台灣這樣僅僅擁有 2300 萬人口的我們是無法想像的！而或許這樣的企圖心以及積極度乍看有點遙不可及，但在團隊裡，主管們的所展現的話語以及其對於未來所敘述的調理，都讓我看的不禁感到佩服，但其實內心也不免感到一股強烈的擔憂，那就是如果在台灣的廠商們若沒有辦法採取相對應的因應措施，而只是每天活在台灣這小小的市場，活在一個同溫層當中自我感覺良好，那很快的來自中國的這群攻城掠地的狼群們將會快的排山倒海而來，將我們吞噬。



在回台灣的前一天我們到了於廣州當地台商經營已超過 10 年的 Peter 公司進行互動式座談，過程中見到了 Peter 的爸爸，他給我的感覺就好像是一隻老虎，憑藉著在中國市場的熟捻度，已退居經營面的他在幕後以無形的力量支持著公司

以及這個家庭，而目前身為 CEO 的 Peter 就好像一隻訓練有素的獵犬，安頓著公司的內部每日的運行，確保其能夠充滿 120% 的能量前進，而最後 Peter 的弟弟目前擔任市場營銷長，那樣強大的氣場在一出場就能明顯感受到，他就像一匹飢餓的野狼，虎視眈眈的計劃如何獲取獵物。我想對我來說這就是一家好的公司所必須要具備的三個元素吧，或許是因為在台灣自己沒有太多機會與台灣本土企業進行互動式交流，但在這裡，Peter 一家人給我的感覺是非常成熟穩健的，而我的內心的那塊大石其實也稍微了減輕一些，因為我知道，其實台灣人刻苦耐勞的個性以及強大的適應力是可以跟上中國大陸這塊龐大的土地及趨勢，只要有心，我們也可以，也不會輸的！

建議事項

就此次前往中國暨南大學移地教學的過程，以及未來可以調整的方式，列示如下，供未來承辦此業務的同事參考。

1. 學校有許多姐妹校，而此次亦是前往姐妹校進行移地教學；席間雙方都希望能有更頻繁的互動，特別是教授的雙邊交換開課，互相學習。
2. 移地教學的內容可補在台灣教學的不足，建議可讓帶隊教授開設新課，充實學校課程設計與安排。
3. 補助的金額希望能再提高，特別是學生從花蓮到桃園的交通限制，如果能增加在台北或桃園的住宿補助，將可解決學生搭機需長途跋涉且交通時間過長的狀況。
4. 補助的方式，建議師生分離；若讓帶隊教授分食固定之補助金額，學生的負擔將加重。
5. 移地教學的地點，希望不限中國，建議拓展至亞洲地區，特別是回教國家。

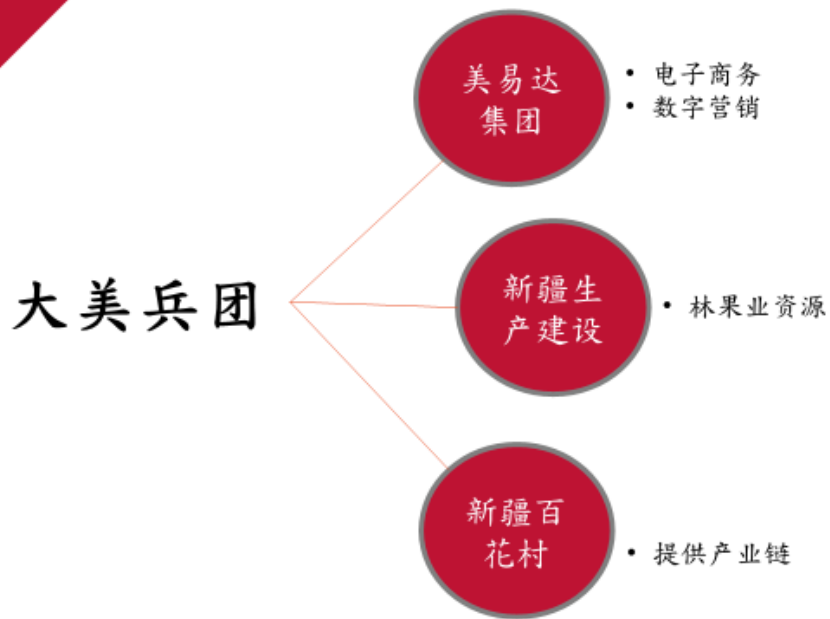
學生討論報告成果

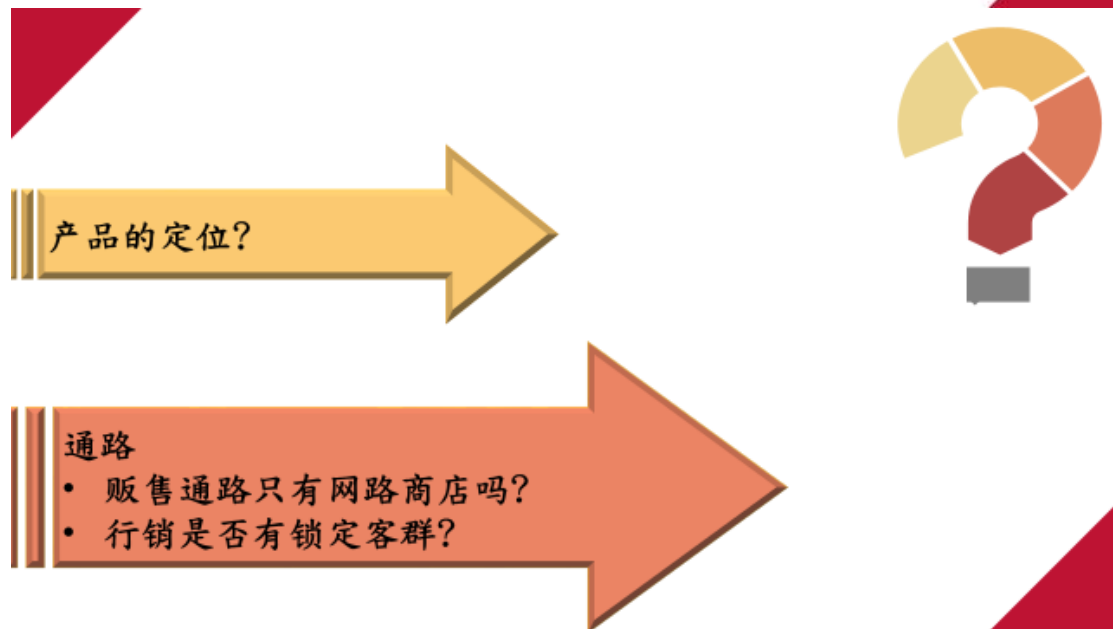
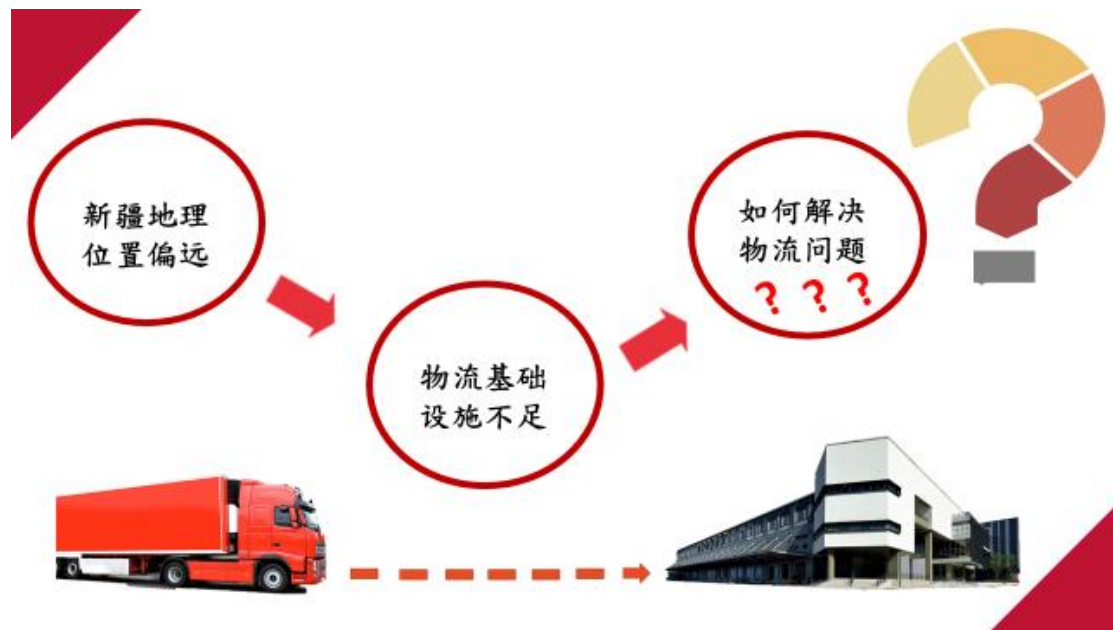
與當地企業—美易達進行互動式座談之 Q&A 簡報檔

美易達集團

大美兵团

廖力加 连珮昀 吴珮瑶 李易轩





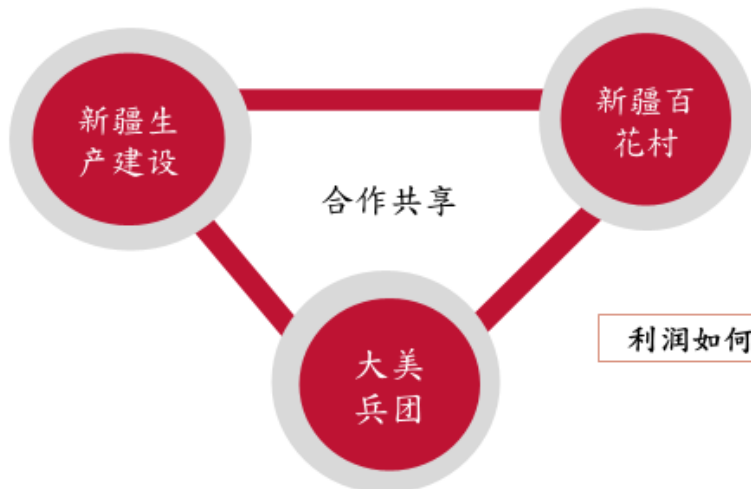
管理风格
是否有差异??



距离遥远

产品如何保持新鲜?





利润如何分配?

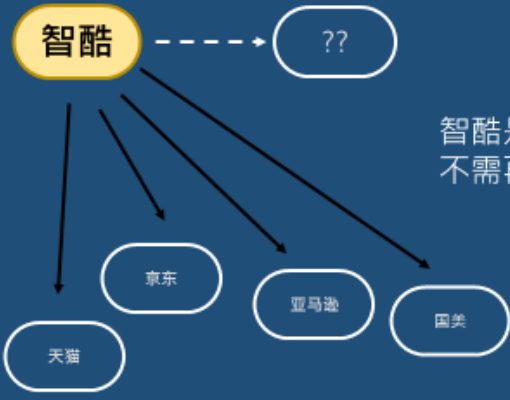
THANKS

美易达集团 智酷

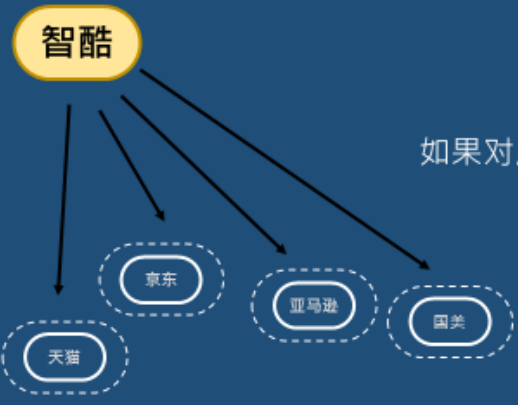
褚伟杰 周秉丰 陈郁方 陈思妤



智酷的架构完全依照家电类产品而定，因此公司单纯锁定家电类产品？



智酷是否考虑在未来自己架设平台贩卖商品，不需再透过京东天猫等平台？



如果对应平台表现不佳时，智酷该如何应对？



在网络购物时消费者时常怀疑产品宣称的效果
智酷如何处理这些消费者的疑虑？



美的已有自己的网络商城，
智酷有什么优势让美的愿意合作
而不自己接触网购平台？