

貿易



NO.232

2010年10月號

雜誌



經理人講堂 p26

TRADE MAGAZINE

亞洲貨幣走強 貿易商審慎以對



永光化學做最環保的化工事業
深植「綠色會計」制度

ECFA開了一道融資便門
資金融通 全力衝刺

正視新個資法對企業之影響
深入了解 妥善因應





亞洲 貿易商



今年亞洲經濟在全球經濟衰退中逆勢強勁復甦，日圓兌美元勁升10%，對於日圓升值可能引發的亞幣上漲趨勢，包括台灣與中國等亞洲各國政府，紛紛嚴陣以待。

在日圓持續維持強勢之下，台商將繼續獲取轉單及釋單效應，其中機械與電子零組件產業，更將是日圓升值趨勢下轉單效應的最大受惠者，當把握此一商機。

然匯率的波動會直接影響到進出口企業進口或出口貨物的價格，給出口企業帶來諸多不良影響。因此以出口為主的廠商，對匯率波動更應審慎因應，千萬別掉以輕心。

貨幣走強 審慎以對

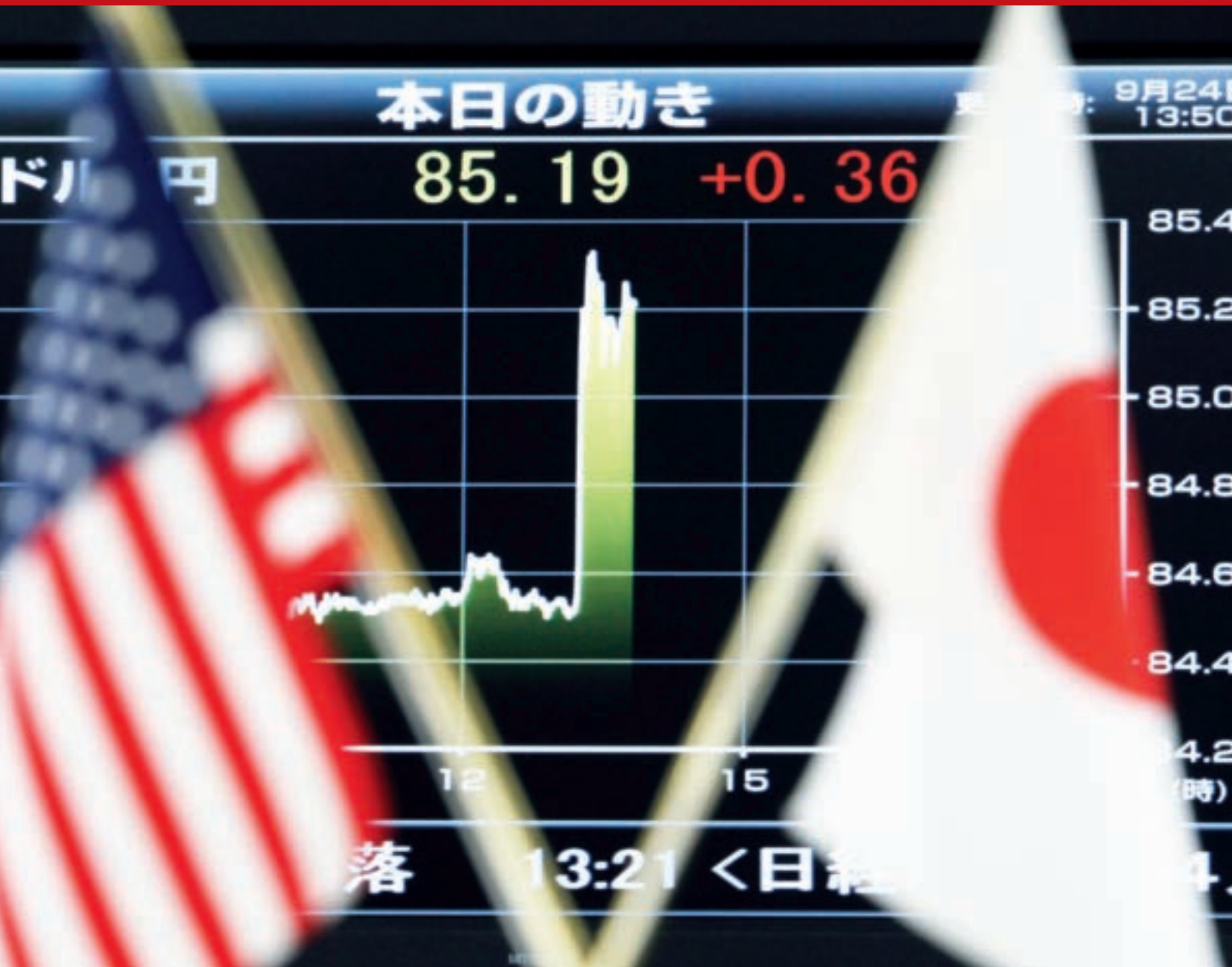


建立區域匯率協調機制

捍衛匯率 穩定亞幣價位

今年亞洲經濟在全球經濟衰退中逆勢強勁復甦，亞洲貨幣兌美元也多呈現升值，單就日圓，今年以來兌美元即勁升10%。對於日圓升值可能引發的亞幣上漲趨勢，包括台灣與中國等鄰近國家央行都嚴陣以待；同時也開始擔憂一旦採取緊縮貨幣政策，將可能阻礙出口成長及景氣回升。

◎ 撰文／董珮真



今年以來，亞洲經濟在全球經濟衰退中逆勢復甦，帶動了整體亞洲貨幣強勁走揚。以日圓來說，今年兌美元匯率即勁升超過10%，引發日本外銷企業哀鴻遍野，直到首相菅直人上任之後，發表強硬阻升談話，日本央行並於9月15日展開2004年以來首度干預匯市的動作，才稍微止住日圓升勢。對於日圓升值可能引發的亞幣上漲趨勢，包括台灣與中國等亞洲各國政府，也紛紛嚴陣以待，準備因應這一場風雨欲來的匯率保衛戰。

中國大買日債 保證金交易空頭回補

雖然日本經濟基本面向來不佳，但受惠於避險買盤的進場推升，日圓近3年來的漲勢相當凌厲，已經逼近15年前（1995年5月以來）的歷史新高，日圓兌美元匯率從2007年6月的124日圓開始升值，來到2010年9月中的83日圓，約3年期間升值幅度高達49%，平均每年以約13.5%的複利幅度在升值。

很多人無法了解，日本經濟欲振乏力，為什麼日圓還一直升值？事實上，日圓這一波的強勁升值，主要是反應兩大避險需求，也就是來自海內、外的雙重買盤：一是中國大買日本公債，使得日圓的需求增強；二是來自回補日圓的需求，因為金融海

嘯之後，日本政府限制保證金交易，將槓桿倍數調降，變成「空頭回補」日圓，也使得日圓的需求增強。

中國近年吸引國際資金湧入，同時也累積了大量的外匯存底，今年第2季底已累積兩兆四千多億美元，比第一季底增加72億美元。值得注意的是，為了分散外匯存底過於集中美元的風險，中國開始降低美債比重、半年以來持續大買日本及南韓公債，因此推升日圓匯率。根據日本財務省數據顯示，今年上半年中國累計已買進1.73兆日圓的日本債券，幾乎都是公債，買進金額不僅突破1兆日圓大關，還遠超過以往任何一年的數值，幾乎是2005年的7倍。

另一日圓需求則來自保證金交易，在金融海嘯期間，很多玩家都血本無歸，金融海嘯之後，日本政府調降保證金交易倍數，今年8月降到50倍，明年預計降到25倍。匯銀人士舉例，如果原本倍數是100倍，100萬日圓可以玩1億日圓的規模；降到50倍之後，只能玩5,000萬日幣，再降到25倍，只能玩2,500萬日幣。由於保證金交易是「賣空」日圓、「買多」高收益幣別，當保證金倍數一調降，代表放空日圓者必須被迫回補，填掉日圓的空頭部位，亦即必須賣出外幣、買回日圓。

日圓漲勢目前已逼近日本當局的容忍上限，不僅日本的外匯資產因此大幅縮水，損失將創下超過3兆日圓的新高紀錄；日本出口商的獲利也因此被壓縮。而日本政府限制外匯投機的槓桿比率，也進而迫使一些套利交易者必須平倉，更讓日圓添上漲力道。但就整體經濟基本面來說，日圓升值主要還是因為美國經濟轉弱，歐洲債券的隱憂尚未消除，使得美元疲弱，日圓便相對走強。

亞洲貨幣走強 出口競爭力減弱

事實上，從今年年初以來，日圓、馬來西亞幣、泰國銖、印尼盾及新加坡幣等亞洲貨幣，對美元匯率也紛紛上漲了3%至10%。由於亞洲國家實際上是採行「美元本位」，貨幣與美元掛勾可確保國內價格穩定，並維持出口的競爭力。而亞洲的出口型經濟體，長期以來一直靠低匯率來刺激經濟成長。如今，亞洲貨幣的走強，使這種競爭優勢正逐漸消失，也讓各國政府相當頭痛，擔心貨幣升值會讓原本的出口競爭力減弱。

以泰銖為例，從亞洲金融風暴以來已連衰10年，在亞洲貨幣中表現敬陪末座，今年初紅衫軍在曼谷的示威更釀成流血衝突，讓外資一度大舉撤離，但隨著泰



彭淮南呼籲，亞洲國家應共同合作，降低因國際資本移動帶來的風險，共同監控資本流量、建立金融備援制度、成立區域匯率合作機制。

國政局回穩、第2季經濟成長年增幅高達9.1%，海外投資者才紛紛重返泰國市場，更成為泰股指數與泰銖匯價的主要推力。

今年以來，泰股指數累計已上漲22.5%，是亞洲表現數一數二的股市。泰銖已從谷底反彈，8月底已漲至兩年多來的最高點。但是泰國政府對泰銖的堅挺卻表示憂慮，泰國央行於8月25日第2度升息至1.75%，連續2個月升息1碼，暗示將進一步收緊貨幣政策。

新加坡幣近期也再次逼近歷史最高位，9月初兌美元匯價升

至1.3435星元附近，央行於是進場干預；今年以來新加坡幣兌美元累計升值約4.2%。南韓央行也在韓圓匯價漲至1,176韓圓兌1美元時，進場干預匯市，大舉買進3億至4億美元，但央行目的在於減緩韓圓漲勢，並非有意扭轉市場趨勢。

中國是世界經濟成長來源 美國則成全球擔憂對象

放眼全球，不同經濟體在這次景氣衰退中，受到的打擊程度並不同。大部分已開發國家要走出衰退陰影，還需要一段時間。

美國與歐洲的復甦極為緩慢，但看看其它地區，如中國、巴西、印度等國，表現還很不錯，經濟回升有力，也為其他地區的成长提供了動力。去年，中、日兩國的雙邊貿易額為2,285億美元，其中日本對中國出口佔1,310億美元，進口為979億美元。澳洲出口總額中約有三分之二流向了亞洲，而其中將近一半便是流向了中國。

當美國這個世界經濟成長的火車頭正急速放緩，只有中國這個火車頭還在快速行駛。對不少國家來說，中國成為成長的來源，美國則成為擔憂的對象。

談到美國經濟下半年的前景，不少經濟學家都相當謹慎，認為二次衰退雖然不大可能發生，但經濟成長會相當疲弱，第三季增幅可能只有1.3%或1.5%，第四季也不會高於2%。這樣的數字，將會迫使美國聯邦儲備理事會採取非常手段刺激經濟，並會導致長期的利率下滑和美元貶值。

富國銀行全球經濟學家布萊森（Jay Bryson）認為，這波亞洲貨幣升值，主要還是肇因於美國經濟疲軟，對於日本及亞洲各



■ 亞洲貨幣走強，讓各國政府相當頭痛，新加坡幣近期再次逼近歷史最高價位，央行於是進場干預。

大經濟體的出口，將會造成雙重打擊：一是直接減少對美國的出口，二是帶動各國的貨幣升值。

「出口對日本非常重要。如果美國經濟大幅度走軟，甚至出現二次衰退，日本及其它亞洲國家對美國的出口將會大幅度下降。這是美國經濟對日本及亞洲經濟構成的第一重打擊！」

布萊森指出，第二重打擊是推動日圓及亞洲貨幣的升值。貨幣升值直接導致出口成本的上漲，對出口具有遏止作用。尤其是日本內需相當疲軟，通貨緊縮持續浮現，利率已長期處於0.1%的極低水平。所以，美國經濟下滑，對日本的打擊要比對其他國家的打擊更為嚴重。

人民幣被大幅低估 對美元漲幅有限

人民幣被大幅低估的問題，也一再被主要貿易國提起。連國際貨幣基金會（IMF）也估計，人民幣目前被低估幅度已達27%。更有經濟學家說，低估幅度高達40%。中國大陸官方雖然於6月19日宣布將推進匯改政策，但兩個多月以來，人民幣對美元漲幅有限，多半時間都在「放暑假」。如果中國持續讓人民幣以蝸牛速度升值，雖有利中國出口，但其他國家幾乎都因此付出代價，主要出口國家的競爭只會惡化。



■如果中國持續讓人民幣以蝸牛速度升值，雖有利出口，但其他國家都將因此付出代價，主要出口國家的競爭只會惡化。

事實上，在經濟成長展望疲弱的情況下，所有主要經濟體：包括歐盟、美國、日本與中國等國，無不希望透過本國貨幣的匯率，取得競爭優勢。以往，只要美國透過貸款引發的消費，能夠消化各國的生產，這招通常都能奏效；然而，現在情況已經有所不同。中國依舊獨大，美國、歐盟與其他國家則因擔憂失去生意，不敢與之對抗。

2005年7月至2008年7月，人民幣曾對美元緩步升值，有學者研究這段期間其他亞洲貨幣的動態，以評估人民幣的影響力。研究結果顯示，人民幣對韓圓、新台幣、泰銖、新加坡幣的影響力最大，甚至連印尼、印度都會受影響。

其中，人民幣每升值1%，新台幣與泰銖就會升值0.58%至0.68%。如今，亞洲復甦明顯超越美國，各國央行勢必得升息，進而帶動貨幣升值。如果人民幣也走強，升值當然會比較輕鬆，但亞洲各國不該等到那時才有所行動。

根據英文版《中國日報》主張，人民幣不再緊盯美元，將有利紓緩美國的政治壓力。今年以來，中國持續降低持有美債比重，從去年底37.4%下滑到最近的34.4%，並分散買進日本及南韓債券，便是基於「十二五計畫」中的匯改目標。

這是人民幣國際化的必要進程，人民幣在邁向自由兌換之前，必須增加在國際貿易結算的



■為了防杜外資炒匯，台灣央行密切監控大額資金進出，防止新台幣匯率大幅波動。

經濟體來說，此政策將會造成匯率大幅波動，不利本國經濟，比較好的政策是保持彈性匯率，讓實質匯率與經濟基本面一致，才能切斷投機客的投機誘因。

為了防杜外資炒匯影響匯率波動，台灣央行要求外資匯入資金，應申報投資國內證券使用，並建立大額結匯案件通報系統，密切監控大額資金進出，防範資金頻繁且大額進出，造成新台幣匯率大幅波動，並對金融機構進行專案檢查。該文中也指出台灣有20餘家外資的匯出入金額，占全體外資匯出入金額比率高達4成，對外匯市場及新台幣匯率造成干擾。彭淮南也列舉各國打擊熱錢的作法，如巴西對外資買股債課稅2%，南韓要求本國銀與外銀持有遠期外匯部位不得超過資本額的50%與25%，目的就是為了降低匯率波動。印尼也宣布廢除銀行資產負債表上外匯淨額20%的限制。

彭淮南也呼籲亞洲國家應共同合作，降低因國際資本移動帶來的風險，共同監控資本流量、建立金融備援制度、成立區域匯率合作機制等，以促進金融穩定。在監控短期資本移動方面。他建議，未來亞洲新興經濟國家，共同採取實質的協調行動，建立正式的區域匯率協調機制，以實際行動共同穩定亞洲貨幣的價位。■

今年以來亞洲主要貨幣兌美元匯率變動

幣別	今年以來
日圓	8.35%
人民幣	1.52%
馬來西亞幣	10.34%
泰銖	8.56%
印尼盾	4.74%
菲律賓披索	4.47%
新加坡幣	4.2%

資料來源：彭博資訊（統計至9月19日）

比重，外匯儲備上也必須多元持有重要貿易夥伴的資產。

亞洲各國共同合作 促進金融穩定

至於台灣，由於有5A級的中央銀行總裁彭淮南坐鎮，新台幣匯率向來呈現動態穩定。近期，

英國金融時報集團旗下的國際金融雜誌《The Banker》，邀請彭淮南以「國際資本移動管理」為主題在9月號撰文，他在文中重申台灣央行與其他亞洲央行聯手打擊熱錢的決心，並強調「對房地產有選擇性信用管理措施」，他同時也呼籲亞洲各國加強合作，「採取實質的區域性匯率協調行動，穩定亞洲匯市」。彭淮南指出，大量資本湧入會使一個國家的經濟過熱，並促使該國實質匯率高估，股票與不動產市場也會產生投機泡沫現象。一旦經濟與金融情勢惡化，資本立即外流，將對經濟體系造成嚴重後果。

匯率因應資本調整，雖是一種遏阻國際熱錢的作法，但他認為，對類似台灣這樣的小型開放

卡內基訓練資深副總經理連桂慧談溝通

以人為本的溝通之道

在繁忙的現代生活中，每個人都擁有多重身分與多種角色，要讓所有角色都扮演成功，就有賴良好的溝通。溝通必須能傾聽、交談與具有同理心，但現代人卻往往缺乏耐心，或者只願意從自己的角度去想事情，實為溝通大忌。本文邀請卡內基訓練資深副總經理連桂慧來分享何謂良好的溝通。

◎撰文／許慈倩 攝影／路西法

麥克阿瑟將軍說過：「溝通的目的不是為了增加了解，而是為了避免誤解」。對很多人來說，溝通之所以困難在於我們常常會根據對方的一句話、一個眼神、一個肢體動作就去解讀對方的意思，殊不知沒有去求證其含意，往往就是誤解的開始。如果雙方產生誤解，就已經把溝通的門或機會給關閉了。

站在對方的角度想事情

我們的生活中充斥著各種不當的溝通方式。譬如客服人員接到客戶抱怨電話，就直接告訴對方，「錯不在我們公司」；開會時，為了怕長官怪罪，就把過錯推給其他同事或其他部門；部屬進主管辦公室請示，主管一邊打電腦、一邊講電話、並一邊用眼神示意部屬開始報告……。

卡內基訓練資深副總經理連桂慧說：「溝通重視的是『對方』，包括對方的需求、對方的想法，甚至是對方的情緒。」

當客戶打電話來抱怨時，主要是想尋求協助，有時候他也知道問題可能不完全在對方，但是當對方理直氣壯的說出自己公司沒問題時，就可能惹惱了客戶，接下來，公司可能得付出更多的人力成本來安撫該名客戶。

對客服人員來說，就事論事沒有不對，但他忽略了對方的心情，於是讓原本單純的客訴案件變得複雜化，且後續如果處理不當，甚至可能賠上公司往後的業績。同樣的，會議上同事之間互相攻訐，並不會讓問題迎刃而解，反而可能製造公司內部的分裂。當部屬向主管報告時，一心多用的主管，也會讓原本有話想說的部屬無所適從，因為他無從得知，他的報告內容主管能聽進去多少。連桂慧指出，這些錯誤的溝通方式，問題都出在沒有感同身受對方的情緒或需求。

連桂慧說，客服人員如果能先讓客戶感覺到他很受重視，並表達出公司願意協助他解決難

題，那麼至少客戶不會故意刁難或以將來拒絕採購來報復對方。開會過程中，如果發言的人願意給同事多些肯定，感謝他們的辛苦付出，相信大家也會願意奉獻心力共同為目標而努力。至於部屬前來報告時，主管要做的，就是把手邊的事情暫且放下，專心聆聽對方的需求，這樣部屬才會願意把真相向主管如實報告。

能說善道不等於擅長溝通

連桂慧大學念的是財稅，曾擔任企業的公關以及前台灣省省議員助理，不論是企業的化妝師或為民喉舌，工作的對象都是「人」。照理說，溝通對連桂慧來說不是件困難的事，但連桂慧回憶過往時，透出一抹淺淺的微笑說：「別人都以為我很會說話，要演講、要說話確實都難不倒我，但這是否代表我很會溝通，其實我很心虛。」

連桂慧回憶她在擔任省議員特助時，曾有位農民的田地因

大雨沖刷而毀壞，他在了解該農民實際狀況後，便協同該農民向相關單位申請經費。去之前她已經先打聽過，知道該單位有預算，所以認定可以幫農民爭取到經費。殊不知，承辦官員一逕的對她打官腔，說了許多理由，就是不肯撥款。富有正義感的連桂慧不斷力爭，但官員還是虛以委蛇，她終於動了怒，不惜拍桌並高聲揚言：「如果今天請不到這筆補助款，我就不走！」由於口氣與態度都相當強勢，該名官員最終只好答應把補助款撥下來。

「我確實達到了目的，但卻用了不太好的方法，事後我自己也覺得心虛，不應該所有事情都靠拍桌大罵來解決，應該有更好的解決方式才對。」擔任省議員特助期間，經常代替老闆「跑攤」，或許在別人眼中連桂慧是個落落大方、能說善道的人，但她內在的信心始終不足，尤其經歷協助農民申請補助款一案後，她渴望自己能夠更有智慧的與人溝通，於是在30歲那年，送給自己一個禮物——參加卡內基訓練，甚至後來更投入卡內基訓練的推廣服務工作迄今。

連桂慧不諱言自己來自一個教養嚴格的家庭，尤其受日式教育的父親鮮少讚美子女，所以過去她在職場上也習慣表現強勢，甚至咄咄逼人。現在她從一個很會說話的人到成為一位溝通



關於連桂慧

現職：幼龍企業管理顧問有限公司台北區資深副總經理

學歷：逢甲大學財稅系畢業

經歷：蘇州卡內基訓練總經理

上海卡內基訓練執行副總

卡內基訓練專任講師

日本雪印奶粉台灣地區公關

台灣省議員特別助理

專家，最大的感受是，現代人溝通都是為了解決問題，要求效率，而忽略了對方的情緒。

溝通不是委曲求全

很多人以為溝通不過就是說話，殊不知在不了解他人、不願

意傾聽、沒有同理心的說話過程中，有時候話說的愈多，反而造成溝通的障礙。

連桂慧表示，如果大家都以自己的習慣和別人說話，而不顧他人的感受，對方就會把和你接觸的門給關閉起來，從此不會主



連桂慧強調，溝通是可以學習的，而且大多數的人都要透過學習，才懂得如何進行良好的溝通。

動和你溝通。「你有你的個性，我也有我的想法，為什麼我要照你的方式走呢？」這是我們和他人一言不合時，內心最常出現的聲音。如果對方是老闆、是客戶、或是父母，我們無從頂嘴，但我們就會有意無意的消極抵抗，讓彼此的關係沒有辦法往正面發展。

連桂慧甚至提醒，良好的溝通不只能讓我們人際關係和諧，做事事半功倍，還有助於我們的身心健康，這是多麼重要的事。與人進行良好的溝通絕對是利人利己的。溝通不是要我們委曲求全，而是為了要達到雙贏！

當然如果雙方僵持不下時，與其要求對方退讓，更好的方法是自己先退一步。連桂慧引述卡內基的金科玉律：「唯一能自爭辯中獲得好處的辦法，就是避免爭辯。」卡內基也鼓勵大家成為更友善的人，而記住對方的姓名就是一種友善的表現，因為「姓名對任何人來說，都是最悅耳的語言」。

全球化時代，面對不同文化、語言的工作伙伴，連桂慧認為，「保持好奇與一顆感興趣的心是很重要的。」

溝通禮儀不可少

曾被外派到上海工作的她特別提醒台商及台幹，千萬不要把「我們在台灣都如何如何……」、「我們台灣人都怎樣怎樣……」掛在嘴邊，因為此語一出，至少顯示出兩個訊息，第一，帶著台灣人的優越感（那麼當地人心裡會想：既然台灣這麼好你幹嘛來這裡）；第二，代表你無法融入當地（那麼當地人在心理上也不願意接納你）。如果彼此有這種心理上的攻防，就很難和諧的共事了。

連桂慧分享自己的經驗，有一次她從上海出差到蘇州，出發前請同事幫忙把資料拷貝到隨身碟，結果同事並沒有準備。後來他了解，原來他們聽不懂隨身碟是什麼，連桂慧不愠不火，拿出隨身碟問對方：「不然像這種

儲存資料的東西你們叫什麼？」
「喔，這是U盤啦。」弄明白之後，對方馬上協助連桂慧進行出差前的準備。從此，連桂慧在中國都以「U盤」稱呼隨身碟。溝通有時候並不需很費力，簡單而清楚的溝通方式，只需要放下主觀就辦得到。

拜資通訊技術發達之賜，現代人多了很多溝通管道，電子郵件就是其一。連桂慧指出，電子郵件溝通很方便且即時，但在使用上仍需注意。她建議電子郵件應做為溝通工具之一，而不是全部。陳述的內容盡可能做到簡潔、具體、有結論、可執行等；盡量少用情緒性字眼，而且要表達情緒或感覺時，盡量避免使用；發信之後，也應根據事情的重要性進行追蹤。

連桂慧最後強調，溝通是可以學習的，而且大多數的人都要透過學習，才懂得進行良好的溝通。當然，不只要學習溝通的要領，還要身體力行，才能讓溝通越來越順暢。■

深植「綠色會計」制度

永光化學做最環保的化工事業

創立於1972年的永光化學，最初公司資本額僅新台幣400萬元，多年來不斷開發高附加價值、低耗能、低污染的高科技化學品，如今，永光化學已是擁有上千名員工、資本額超過新台幣40億元的中大型企業，成功奠定其在國內染料市場的龍頭地位，更是全世界前五大染料廠之一。

◎ 撰文／許慈倩 攝影／黃大川

在 同一家公司從打雜童工做到專業經理人，永光化學創辦人陳定川點點滴滴汲取創業的養分，一次次挑戰高科技，把一家從事高污染、低技術門檻的酸性染料製造公司，帶向環保、

低污染之路。

永光化學目前包括5大事業處：色料化學品、特用化學品、電子化學品、醫藥化學品及奈米材料。董事長陳建信表示，這5個事業處目前共投入二十幾個產

業，而每個產業各有其專業和獨特性。

持續投資創新事業處

陳建信表示，永光化學多年來緊緊跟隨政府的產業發展政



■ 永光化學從生產紡織、皮革染整業的染料起家，迄今涉足不同產業，成為客戶最佳的成長夥伴。（右3為董事長陳建信）

董事長陳建信認為，永光化學能夠在業界站穩腳步，最關鍵的還是技術上的突破。（左為創辦人陳定川）



策，從民國七〇年代的紡織業、民國八〇年代的塑膠業、民國九〇年代的電子半導體，到21世紀的光電與生技醫材產業，永光化學從本身的化工技術加以延伸，提供產品和服務。

從生產並供應紡織、皮革染整業的染料起家，永光化學迄今涉足不同產業，成為和客戶一起成長的夥伴，這主要來自不畏新創事業的風險，堅持持續投資的成果。光是2007年，永光化學幾乎平均每個月就有7項新品問世；在度過金融海嘯後，2009年所有事業處都開始成長，由此可見，永光化學接下來的爆發力絕對不容小覷。

致力環保與技術提升

其實永光化學並非一路走來都很順遂，創業不久就碰上石油危機和中美斷交兩大衝擊，造成營運空轉，許多股東陸續要求退股，但是創辦人陳定川（現任董事長陳建信的父親）卻在染料產

業混沌未明的民國七〇年代繼續增資並擔任董事長，展現他過人的經營能力，把白手起家可能遭遇的問題一一解決。

解決資金缺口靠的是過去累積的人脈，陳定川交遊甚廣，這些朋友往往在他有需要的時候，適時成為他的貴人；而市場開發靠的是誠懇的策略談判，加上「備胎」的銷售策略，因為當時染料多靠進口，永光化學提供染料讓顧客試用，缺貨時可當「備胎」應急，不少客戶是在使用過永光化學的產品後，發現產品品質不差、價格便宜而漸漸採用。

不過要讓永光化學在業界站穩腳步，最關鍵的還是技術上的突破。永光化學要站穩技術利基，就必須仰賴專業人才。陳定川不但延請國內權威的學者擔任顧問，更積極與國內、外研究機構進行產學合作，讓永光化學逐步擁有與國際大廠抗衡的實力。

永光化學在台灣之所以是一家獨特的企業，並非因為規模大

或獲利高，而是來自陳定川的人格特質和他的信仰。所以在永光成為資本額40億公司的時候，就願意花1.8億元以上投入環保，這是台灣唯一一家環保支出超過4%以上的企業，而且近年來每年研發所投入的費用都近2億台幣，這筆金額就占永光化學年營收的4%至5%！

陳建信表示，公司如果不做環保，EPS（每股盈餘）一定更高；如果沒有這些研發支出，股東和員工的分紅一定更可觀。但是「追求進步與創新」，這個在創業時就設下的經營理念，經過長期落實的結果，已在全球環保呼聲日熾的今天愈見睿智。

顛覆傳統思考習性

提及當時父親交棒給他的過程，陳建信憶及，刻苦求學的父親提供他們3名子女接受高等教育，並順著自己的志趣發展，並徵詢他是否有接棒的意願。

原本，陳建信是一位頗受病

強調品格第一、重視創新與研發， 永光化學是國內第1家實施「綠色會計」制度的公司。

人敬重的內科醫師，一直以來和病人的醫病關係也非常好，但因父親的期盼及個人後來的考量，而決定回去繼承父親的志業。

於是陳建信在2001年離開埔里，回到永光化學擔任董事長特助。那一年，隨著父親開會、巡視工廠，對父親在經營管理上的能力與待人接物的方式更加感佩。迄今，陳建信感受最深的就是，「父親是個很會問問題的人。很多事情我們可能都視為理所當然，但他會追根究底，他很擅長挑戰大家習以為常的事！」

陳建信舉前陣子開會的事情為例，當時有股東要求分紅，公司財務部門的回答是，「根據公

司法條文規定，在公司虧損還沒有彌平之前不可分紅。」通常大家大概就不會再討論下去了，因為財務部已經給了答案。但陳定川就問，有沒有人把公司法條文找出來，仔細看看它到底是怎麼說的？他總是探究事實的真相，而不是人云亦云或是模稜兩可的處理事情。

陳定川除了擅長顛覆一般人的思考習性，尤其對法條特別敏銳。早期他在中華化工任職時，當時的稅務常有解釋令，陳定川的老闆和時任國大代表的張安侯（安侯會計師事務所創辦人）是朋友，因此常把陳定川的質疑和看法轉達張安侯，讓張安侯對素

未謀面的陳定川相當讚賞，聽完後還立刻打電話給稅捐處，建議他們改進。

以看診精神治理公司

陳建信在經過1年的特助、4年半的副董事長歷練之後，2009年父親把他一手創立的永光化學交棒到他的手上，和弟弟陳偉望（永光化學總經理）共同執掌經營大任。由於陳偉望是化工博士，因此由他掌管公司獲利金雞母的染料事業以及特用化學品、電子化學品部門；陳建信則從較接近自己專業的醫藥部門切入，並管理10家子公司，以及成立不久的奈米事業處。

在一家獲利穩定的公司管理新創事業並非容易之事，永光化學堅持不挖角，總是用沒有經驗的新人，從零開始累積屬於自己的經驗。由於每個新創事業在初期研發階段每年就燒掉公司將近2億元，在成果尚未顯現之前，每次開會大家都吵成一團。「人都有自我保護的傾向，而保護自己最快的方式就是攻擊別人，好證明錯不在自己。」陳建信盡管理解無法如期出貨，大家壓力都



■從染整業的染料起家，永光化學迄今涉足不同產業，成為和客戶一起成長的夥伴。



■永光化學堅持不挖角、錄用沒有經驗的新人，從零開始累積屬於自己的經驗。

很大，但是他更知道互相指責根本無法解決問題。

陳建信表示，董事長的任務就是擔任公司的「交通警察」——因為交通已經亂成一團了，猛按喇叭並無法解決問題，一定要有人站出來疏導交通才能打開環節。因此，他在主持會議時會逐一唱名，讓各部門有完整表述的機會，也要求其他單位必須認真聽完發言者的意見，並給予回饋。「過去大家都急著要說出自己的委屈，從來不了解他人立場，現在有機會靜下來聽不同的聲音，會發現事情沒有那麼糟，當大家都願意尊重並了解對方時，事情通常是可以解決的。」

從過去願意傾聽病人心聲的陳醫師，到親自了解各事業部門問題的陳董事長，陳建信認為，董事長並不是一個高高在上的地位，而是一個可以創造同事溝通與管理的角色，讓互動更順暢、事情更圓滿。

自謙還在學習階段的陳建信表示，父親陳定川不僅是個偉大的領導人，還是個偉大的企業家，他創下的許多典範都已深化為公司的競爭優勢，例如不招待客戶上酒家、不走後門送紅包、不做兩套帳、強調品格第一、重視創新與研發。值得一提的是，永光化學同時也是國內第一家實施「綠色會計」制度的公司。（編按：又稱「環境會計」，係將現有企業環境活動對財務的影響，透過會計制度予以衡量、處理及揭示。）

當金融海嘯襲擊全球，企業面臨生死存亡之際，許多原本打算退休的企業主不得不重披戰袍、親上火線來振興公司，而永光化學卻在後金融海嘯時期完成交棒，讓第二代執掌經營權。陳定川的身教、言教得以傳承，而永光化學的公司文化也已經建立，未來繼續挑戰高科技之路更令人期待。■

中國輸出入銀行
全球通帳款保險

掌握先機，
拓展市場！

從事貿易，
是否常遇到變幻莫測的經濟景氣？

- 您拓展全球市場的好夥伴，提供您
- * 單一窗口，提供短、中長期出口貸款
- * 承保O/A、D/A、D/P交易
- * 作業快速簡便
- * 賠償比率高，保障大

好消息

「新鄭和計畫-
三保專案」徵信費
與保險費優惠實施中！

請投保

中國輸出入銀行
全球通帳款保險

單一窗口融通資金促進交易

效率、專業、誠信

服務專線：

總行 (02) 2394-8145

新竹 (03) 658-8903

台中 (04) 2322-5756

高雄 (07) 224-1921

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



資金融通 全力衝刺

ECFA開了一道融資便門

「兩岸經濟合作協議」於9月12日簽署確定並正式生效，對兩岸經濟互動影響很大。台灣或許可以此為跳板，跳脫被邊緣化的危險，得以躋身國際經濟舞台。本文將探討ECFA簽訂後，中國金融環境有哪些變化？對台商的融資貸款又有哪些影響？

◎ 撰文／鄭芬芬 圖片提供／達志影像

9月12日，「兩岸經濟合作協議」（簡稱ECFA）簽署底定並正式生效，這是台灣自1954年簽署《中美共同防禦條約》以來最重要的協議。到底這個協議有多重要？從IBM與台灣大學針對ECFA早收清單中具實質受惠的業者進行市調，整理出來的「面對ECFA的年代——台灣企業競爭力」研究報告中，就得見一斑。

根據報告顯示，有超過65%

的企業認為，ECFA的簽訂將為台灣帶來新機會，但也有近34%的企業，持比較保守的看法，認為未來台商恐將面臨更激烈的競爭，特別是來自中國民營企業的競爭。

不過，即使困難重重，還是有超出83%的台灣企業有意願或非常有意願，在ECFA簽訂後，赴中國及亞太地區拓展事業，其中表達有「強烈意願」要在後ECFA

時代前進對岸拓展業務者，更高達67.5%，也就是說有超過三分之二的企業，打算在後ECFA時代至亞太或中國地區拓展業務，反映出企業對於中國市場的重視。

即便到目前為止，市場對ECFA的看法都處於天秤的兩端，有人說，他是富人的威而剛，卻是窮人的土石流；也有人說，簽了ECFA，就好像香港當年簽了CEFA一樣，台股就會登上直通

車，指數直上2萬點，但不論看法再怎麼分歧，從台商的市調中，可以看出，後ECFA時代前進中國已是一股勢不可擋的洪流。

台大教授柯承恩強調，簡單來說，簽了ECFA就像拿到1張入門票一樣，代表台灣企業可以像其他國際大國一樣，擁有相同的競爭條件及競爭基礎，如果台灣沒有同時提升競爭力，這個喘息機會將不存在，「因為ECFA帶來的不僅是機會，也是挑戰」。

關稅減免獲金融支援

但到底ECFA簽訂之後，帶來了什麼機會呢？談到ECFA，市場的目光直接就會將焦點集中在關稅的減免上，但是對台商而言，另一個即將發酵、且影響更大的是，台商可以藉由ECFA得到更多金融支援。

根據中國台聯會之前在閩、滬、蘇、京、津等地區所做的調查報告指出，台商在中國經商，反映最多的就是融資困難。另根據路透社的報導，當前中國的中小企業約有三千多萬家，而發生資金短缺的就高達7成，即超過兩千萬家，顯見隱匿在經濟復甦背後的企業融資問題有多大。

雖然中國官方一度有意對台商的融資伸出援手，此外，不論台灣或東莞市政府也都曾撥出大筆經費，邀請專家學者替東莞中小型台商把脈，想要透過產業健



■ECFA簽署後，台資銀行可與外商站在同一基礎上進軍中國，對台資企業提供融資服務，使台商在資金融通全無後顧之憂下，全力衝刺！

檢，輔導台商進行產業轉型與升級，儘管條件十分優厚，但最終卻只有150家提出申請，表示願意接受轉型升級輔導，比例還不到東莞台商總數的3%。

追根究底，原因就出在中國當地銀行普遍只接受以土地、廠房或機器設備等動產或不動產，做為貸款抵押品，與台灣銀行可以接受企業使用諸如應收帳款、訂單契約或現金流等「準資產」進行貸款，大不相同，在沒有辦法提具相當的擔保品下，中國當地銀行基於放帳風險多不願貸款。換言之，即使中小型台商申請到補助，但面對需要很多資金才能進行的技術升級，往往只能望補助興嘆。

即使台商有幸向中國當地銀行申請到貸款，一旦貸款期限屆滿，當地銀行也會要求台商先將舊帳全數清償，才能借新債，且一切撥貸作業一概要重頭來過，

與台灣銀行只要無延遲還款紀錄，即可以借新還舊的融通性相較，明顯不足。但一旦ECFA開通後，台資銀行即可以與外商站在同一基礎上，進軍中國，對台資企業提供融資服務，讓台資企業可以在資金融通全無後顧之憂下，全力衝刺！

台資銀行全速前進

中國銀監會9月16日消息稱，銀監會近日批准首批4家台資銀行在中國進行分行的籌建工作。這4家台資銀行分別是：台灣土地銀行、第一商業銀行、合作金庫銀行和彰化銀行。同時，銀監會也支援符合條件的中國地區銀行赴臺設立分支機構。截至目前，銀監會已批准中國銀行、交通銀行、招商銀行赴台灣設立代表處的申請。

不單升格名單的台資銀積極搶食台商融資大餅，連無法順



■ 中國當地銀行基於放帳風險多不願貸款，因此即使中小型台商申請到補助，但面對需要很多資金才能進行的技術升級，往往只能望之興嘆。

利升格的金融業者最近也鴨子划水，私下尋求與中國業者簽訂各式合作備忘錄（MOU）。

此外，台新金控日前也宣布與南京市政府旗下的紫金控股結盟，遠東商銀則搶進大西南的重慶，計畫與重慶銀行簽訂「合作意向書」，除了民營金控，公股金控也不願缺席，台灣銀行、合作金庫、兆豐金控、彰化銀行等公股行庫則將與陸銀「策略聯盟」，台灣企銀也成立「大陸設點專案小組」。

光看金融業對前進中國躍躍欲試，顯見中國融資市場大餅有多大。套句前進中國布局已久的第一金總經理簡明仁的話，「台資銀行登陸之後，光是賺台商的錢就夠了」。簡明仁之所以如此大膽限縮金融業前進中國的版圖，強調光賺台商的錢就夠了，

原因就在於這塊餅確實夠大。

第一金投顧副總陳奕光進一步解釋道，兩岸ECFA的簽訂等於允許台資銀行得以進入中國的「金牛」（cash cow）市場。以今年第2季言之，中國放款成長率18.2%，台灣放款成長率僅5.23%，中國平均淨利差（NIM）為2.88%，台灣NIM則只有1.20%，光是差額達倍的淨利差，就足以讓有潛力前進中國的台資銀行全速前進，自然對可以讓台資銀行賺大錢的中小型台商，台資銀行自會奉為上賓，使得中小型台商得以脫離現今借錢處處碰壁的窘境！

陸資銀行放款態度軟化

儘管台資銀行前進中國，大家現在都還在衝刺階段，距離實質利多發酵期，還有一段路要

走，但落實來看，ECFA的開通不單為台資企業開了一道融資的便門，可以直接向人親土也親的台資銀行質借外，更重要的是此政策也將使得中國金融市場一面倒向銀行的態勢改觀，有機會讓陸資銀行在放款態度上略見軟化。

以中國最大的銀行中國工商銀行為例，其行長楊凱生在ECFA簽訂前訪台，即主動表態指出，台灣是中國第7大貿易夥伴，中國工商銀行獲利的年複合成長率超過35%；其中對台資企業融資超過60億美元，未來計畫再增加對台資企業融資70至75億美元。

此外，江蘇省委書記梁保華也在日前主動釋出善意，強調兩岸ECFA正式生效後，江蘇省也會跟進公布「進一步深化蘇台交流合作的20條政策措施（簡稱江蘇惠台20條）」，提供台商在江蘇投資的各項優惠措施，包括稅賦優惠、投資優惠及融資支持，讓台商在江蘇省有更好的發展，鼓勵更多台商到江蘇投資或擴大在江蘇的投資金額。

儘管ECFA簽訂後可能衍生的後續效應目前都還在發酵中，且還是有人擔心ECFA簽訂後可能帶來陸貨傾銷的問題，但對人已在彼岸的台商言之，「要錢可以找到錢」的實質利多比什麼都重要，畢竟「有錢好辦事」，不論是要產業升級，還是要技術生根，將來都比較有揮灑空間。■



深入了解 妥善因應

正視新個資法 對企業之影響

預計於明年中正式上路的新《個人資料保護法》，與舊法最大的不同，在於擴大適用範圍至所有個人、法人、企業、團體等，且將規範擴大為禁止「個人資料之蒐集、處理及利用」，僅在具有特定目的且符合特定情形時方得為之，面對此一變動，企業當謹慎因應，避免觸法。

◎ 撰文／曾更瑩

新版《個人資料保護法》（以下簡稱個資法）在民國99年5月26日經總統公告，原有依「電腦處理個人資料保護法」所建立之執照與登記制度自公告日起廢除，其餘修正條文的施行日期則授權行政院另行訂定。法務部在宣導時指出，政府在蒐集各界意見並完成內部機關協調後，預計在民國99年年底完成新法施行細則的訂定，再進行為時約6個月的宣導，預計約在明年6月正式上路。

擴大適用範圍防堵不法

新法與舊法最大的不同，在於擴大適用範圍，除原本即適用個資法的政府各部門與機關之外，不再區別行業，全面適用所


有非公務機關（含所有個人、法人、企業、團體），且除明文規定的「唯二」例外（亦即自然人為單純個人或家庭活動，以及於公開場所或公開活動中所蒐集、處理或利用之未與其他個人資料結合之影音資料）之外，適用於所有蒐集、處理與利用個人資料之行為。

本次修法顯見行政與立法機關捍衛個人資料以及隱私的決心，針對過去氾濫的個資外洩、不當行銷或詐騙、八卦跟拍等，決定以提升整體社會對於個資保護的注意程度，以及引導社會大眾建立更高規格的個資保護行為規範的方式，防堵利用個人資料所進行的不法行為。

當全體社會對於個人資料

以及隱私之保護意識提升到一定程度後，個人資料外洩等不法事件必有所降低。不過，如果對於個資外洩的制裁與執行力無法發揮，恐怕會使整個社會共同付出的成本付諸流水，甚至使得各種保護措施流於形式。

就蒐集與利用個人資料的行為規範而言，新法引進歐盟和德國聯邦個人資料保護法對於所謂「敏感性資料」的限制規範。依照新法第6條規定，有關「醫療、基因、性生活、健康檢查及犯罪前科」的個人資料，除符合第6條所定的例外以外，任何人均不得蒐集。但德國聯邦個人資料保護法第13條，將當事人的同意亦列為例外可蒐集「敏感性資料」之事由，我國新法則於立法



新法將影響企業與客戶間的溝通與互動，企業因此需要修改合約內容或重新簽署文件，並重新檢視有關的法律關係與是否符合新法所規定的各項要件。

過程特別刪除當事人同意為例外的規定。此外，新法增訂「告知義務」，要求企業在向當事人直接蒐集資料時，告知本人一定之事項（新法第8條），而自第3人處取得他人的個人資料時，也必須向本人告知資料來源以及有關的事項（新法第9條）。

謹慎因應並調整作業規範

面對新法即將在明年中全面適用，民間企業該如何因應呢？一般企業所擁有的個人資料，最重要者莫過於「客戶資料」以及包含潛在客戶在內的「行銷資料」。假設這些「客戶資料」及「行銷資料」並不包含新法所規定的「敏感性資料」，如企業的经营型態，乃係以一般消費者為

直接訂約的對象，新法的適用，勢必將全面影響該等企業與客戶間的溝通與互動，甚至有需要修改合約內容或重新簽署文件的可能，而如有透過經銷商、代理商訂約而取得個人資料者，更需要重新檢視有關的法律關係與是否符合新法所規定的各項要件。

依照新法第19條規定，企業「蒐集」與「處理」個人資料須有「特定目的」，並符合第19條所規定的情形之一。一般企業從事行銷活動，比較有可能主張第19條所規定的情形，大多為「與當事人有契約關係」或「類似契約關係」，或「經當事人書面同意」等，另外依具體事實或有可能主張所取得的資料為「當事人自行公開或其他已合法公開之個

人資料」（但較為少見）。

依照過去舊法實施的經驗，企業在與其自然人客戶間所訂契約的存續期間，應得對該自然人行銷企業本身所提供的其他服務或所販售的其他商品；同理，在新法實施後，企業應得繼續對其既有自然人客戶從事行銷行為。而針對潛在客戶之行銷行為，則需倚賴所謂「類似契約關係」或「取得當事人書面同意」等事由以合法「蒐集」與「處理」個人資料。

所謂「類似契約關係」，依照舊法施行細則第32條規定，在訂定契約前之「類似契約關係」乃係指「非公務機關與當事人間於契約成立前，為訂定契約或進行交易為目的，所為接觸，磋

有關個人資料係由第三人處取得時， 至遲須於首次對當事人為利用時併同進行告知。

商所形成之信賴關係」。是以，企業在與潛在客戶聯繫時，得主張雙方為日後續行協商交易之進行，必須留存聯絡資料，或為確認交易是否適宜成立，必須先取得個人資料加以確認（如微信等），而蒐集與處理個人資料。此處有疑問者，則為若第一次接觸係由企業主動進行者，而非由潛在客戶主動與企業聯絡時，是否仍得主張「類似契約關係」，是否一定程度應有由企業主動聯

繫潛在客戶的空間。

善盡消費者告知義務

針對「客戶資料」及「行銷資料」的蒐集，如何依照新法進行「告知義務」？若有關資料係由當事人本人所提供，按新法規定，應於蒐集時「明確」告知有關事項。告知內容包括「企業之名稱；蒐集之目的；所蒐集資料之類別；個人資料利用之期間、地區、對象及方式；當事人依個

資法規定得行使之權利及方式；當事人得自由選擇提供個人資料時，不提供將對其權益之影響」等。「例外」情況下得不履行告知義務，例如當事人「明知」告知有關事項即為「例外」情況之一。唯企業日後如何證明當事人「明知」，恐怕有稽核上的困難。如有關個人資料係由第三人處取得時，則至遲須於首次對當事人為利用時併同進行告知。

此外，在「利用」個人資料進行行銷時，新法第20條亦要求「利用」必須在蒐集的「特定目的」必要範圍內為之，除非有符合新法第20條所規定的「例外」情事。就從事行銷而言，所得主張的「例外」僅有「經當事人書面同意」。而新法第20條更針對行銷行為訂有特殊規範，要求企業利用個人資料行銷時，如當事人表示拒絕接受行銷，應即停止利用其個人資料行銷；且於首次行銷時，應提供當事人表示拒絕接受行銷的方式，並支付所需費用。是以企業在進行行銷行為時，不僅應符合「蒐集」與「處理」要件，踐行「告知」義務，同時也需遵循「利用」的要件，



■「客戶資料」及「行銷資料」係由當事人本人所提供，按新法規定應於蒐集時「明確」告知有關事項。



■新個資法施行後，企業對法人資料中所含之個人資料的蒐集、處理與利用，亦將受新法規範。

並依照行銷行為的特別規定保障消費者權益。

釐清「法人」界定

然而當交易對象為法人時，難道就無須符合個資法的規範嗎？我國法律規範下的法人為擬制的權利實體，其一舉一動均需自然人代為行之。以法人為客戶時，與之聯絡須與特定自然人聯絡，與之簽約，亦需取得其代表人的簽字或印文，此等聯絡資料及簽名資料，按過去主管機關的見解，乃屬於自然人的職業或個人資料，有關的蒐集與利用亦應符合個資法所定的各項要件（如屬公開資料則所受限制較少）。

新法施行後，企業對於法人資料中所含個人資料的蒐集處理

與利用，不可避免的，亦將受新法規範。困難點即在於，此時與企業為交易的對象乃為法人，並非有關的自然人，而企業與該等自然人間並無任何「契約關係」或「類似契約關係」，而得據以合法蒐集處理或利用其個人資料，若要求此時必須取得此等自然人的「書面同意」始得為之，對於正當社會活動反生困擾，且非新法制定的本意，預計主管機關針對有關事項，應會於制定施行細則時加以釐清，俾便正常企業活動有所遵循依據。

時限內完成告知義務

最後，企業在新法施行前已經蒐集、使用的個人資料，在新法施行後是否可以繼續使用呢？

以既有資料而言，新法第54條規定，在新法施行前非直接由當事人提供的個人資料，非公務機關應於施行後1年內完成新法第9條所規定的告知義務，除此之外，並未規定其他過度條款或應補行的程序。該條立法例由略以：「由於……擴大適用範圍，原本不受本法規範……者，修法後均將適用本法，惟其在本法修正施行前已蒐集完成的個人資料（該等資料大多屬於間接蒐集的情形），雖非違法，唯因當事人均不知資料被蒐集情形，如未給予規範而繼續利用，恐仍會損害當事人權益，是以自宜訂定過度條款，明定一定期間內應向當事人完成告知……。」

再看看當年舊法制定生效時，主管機關對於施行前所取得的資料是否須依有關「蒐集」與「處理」的規定辦理的意見，亦未要求於施行前所取得的資料須重新踐行各項法定程序或符合有關規範，但主管機關明文要求於「利用」時不得超過特定目的。是以，除主管機關未來另為其他解釋以外，企業在新法施行前即已取得的個人資料，應仍得繼續使用，但應依規定於時限內完成告知義務的履行，且應於特定目的範圍內利用之。■（本文作者為理律法律事務所合夥律師，以上為作者個人意見，未必代表理律法律事務所之意見）