

P.4 三種類型的員工，誰會被人工智慧取代？

貿易

TRADE MAGAZINE

<http://www.iatepe.org.tw>

雜誌



No. 324
2018年06月



貿易風暴 襲捲全球

CRISIS

定價：99元



第三波人機互動革命
翻轉消費模式
歡迎光臨聲控時代

爭戰全球
隱形眼鏡出口續創新高
台灣的「隱形」軟實力

掌握三大現象
注入三大思維
解析全球經貿新局
領台商找出新策略



封面故事

Cover Story

貿易風暴 襲捲全球



06

自川普上任以來，美國推出一連串貿易制裁，為全球自由經濟投下震撼彈，而中、日、歐盟等國家與區域也陸續跟進美國步伐，施行貿易保護主義，世界頓時掀起一陣貿易風暴。全球貿易戰一旦開打，將對於島國型經濟的台灣出口貿易帶來重大影響。面對此波貿易危機，台商應如何部署？本期《貿易雜誌》將深度剖析貿易大戰之後續發展、影響及因應之道。



22

美國篇

- 06 山雨欲來的黑天鵝
全球貿易戰火一觸即發

中日歐篇

- 16 日本、歐盟不得不參一腳
全球貿易戰甚囂塵上 誰是最後贏家？



34

台灣篇

- 22 全球貿易戰流彈四射
台灣有漁利或遭池魚之殃？

CONTENTS

編輯室報告 Editor's Report

1 打造差異化競爭力 無懼貿易戰

名家專欄 Column

4 三種類型的員工，誰會被人工智慧取代？

特別企劃 Special Report

第三波人機互動革命 翻轉消費模式

28 歡迎光臨聲控時代

名人講堂 Celebrity Talk

掌握三大現象 注入三大思維

34 解析全球經貿新局 領台商找出新策略

大陸觀察 Mainland Focus

品牌淘汰賽開打

40 中國大陸智慧型手機市場急凍

產業趨勢 Industry Trend

爭戰全球 隱形眼鏡出口續創新高

44 台灣的「隱形」軟實力

MBA學堂 MBA Class

讓品牌與顧客長長久久

50 品牌運籌的關鍵策略

文化交流道 Global Culture

從會議到應酬的互動禮儀

56 與韓國人做生意的眉角

品味生活 Life

低調奢華身心饗宴

58 DE LOIN德朗餐廳 體貼至極的款待

創新設計 Design

「行動派」行旅設計（上）

60 創意概念 享受行動自由

貿易線上 IEAT Online

第19屆會員大會代表選舉

62 完成代表改選 掌舵公會決策運作

迎接新外貿時代 產學合力突破重圍

64 2018年全國大學生B2B跨境電商競賽

第18屆小組召集人聯誼座談會

66 敦促政府傾聽建言 營造良好經營環境

台北好物齊南進 賺錢17去！

68 新南向 泰Easy

台北市進出口商業同業公會發行

每月1日出刊

發行所：台北市進出口商業同業公會

地址：台北市松江路350號

電話：(02) 2581-3521~7

網址：www.ieatpe.org.tw

發行人：黃呈琮

主任委員：李友青

副主任委員：潘偉景

編輯委員：林承斌、高 肅、高泉興、廖伯祥、王建昌

簡壽宏、謝孟璋

社長：邱柏青

策劃：許玉鳳、吳燕惠

審查編輯：蔡馨瑩、高立婷

編輯所：商周編輯顧問股份有限公司

總經理：李國榮

顧問：林秋實

專案經理：董育君

資深編輯：涂曉蝶、蔡瑜琄

美術編輯：王聖奎

地址：104台北市中山區民生東路二段141號6樓

電話：(02) 2505-6789 分機5521

傳真：(02) 2507-6773

印刷：鴻嘉彩藝印刷股份有限公司

總經銷：聯合發行股份有限公司

客服專線：(02) 2668-9005

中華郵政台北誌字第179號執照登記為雜誌交寄

本刊訂閱全年12期1,000元（含郵資）

雜誌同步刊載於MagV、HyRead電子書平台，可線上購買

劃撥戶名：台北市進出口商業同業公會

帳號：0113726-6

本刊圖文非經同意不得轉載

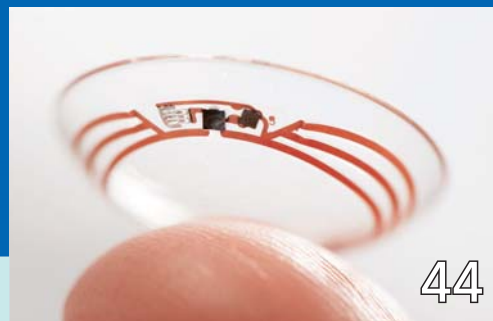


國貿學苑FB粉絲團



《貿易雜誌》電子書

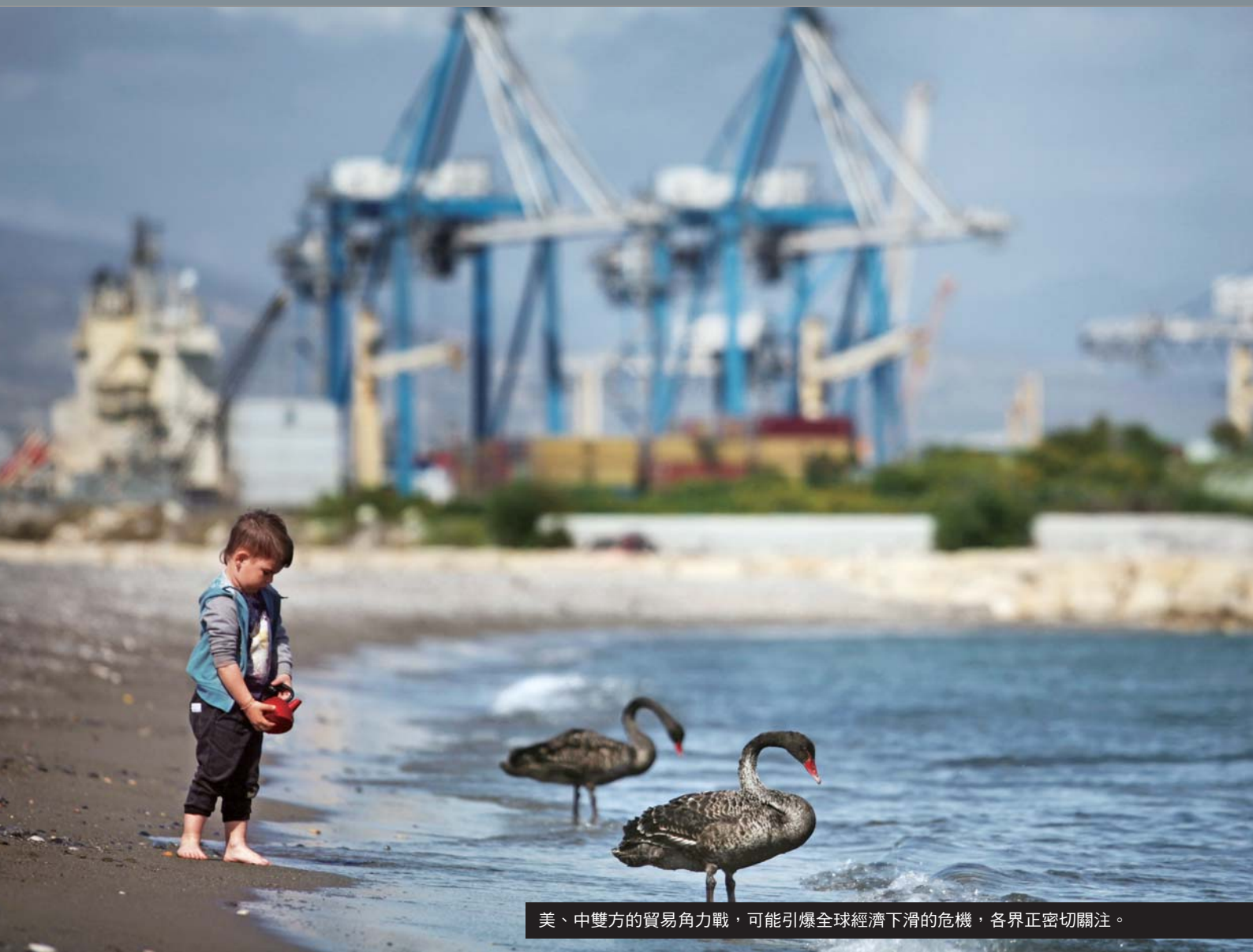
數位化《貿易雜誌》讓閱讀更方便了！
掃描以上QR Code，即可線上瀏覽本期
精選文章，隨時隨地獲取新知、掌握趨勢脈動。



44



50



美、中雙方的貿易角力戰，可能引爆全球經濟下滑的危機，各界正密切關注。

山雨欲來的黑天鵝

全球貿易戰火一觸即發

自2018年1月以來，美國總統川普推出一連串貿易制裁，爾後中國大陸、日本、歐盟也陸續採取貿易保護主義措施，讓原本預期不會發生的全球貿易戰進入開打階段，美國採取201條款、232條款以及301調查等貿易制裁措施，已對全球經貿帶來衝擊，後續發展趨勢也將牽動全球企業的神經。

◎撰文／劉麗惠 圖片提供／法新社、路透社、美聯社

中國大陸政府最高經濟顧問劉鶴2月訪美失利，未能解除中美緊張的貿易關係。美國總統川普陸續宣布課徵鋼、鋁製品稅、公布「301調查」；4月美國財政部長梅努勤（Steven Mnuchin）、美國貿易代表萊特海澤（Robert Lighthizer）等7位高官組成的貿易代表團到北京談判，中美雙方似乎同樣沒有獲得共識。

《華爾街日報》報導指出，雙方由於歧見太大，所以未能有具體結果，但是戰火略有趨緩；5月中，劉鶴再前往美國進行新一輪談判。

美中貿易談判如火如荼展開，與此前4個月川普對中國

大陸祭出一連串貿易制裁措施有關。美中兩大經濟強國劇烈的貿易角力戰，讓世界各國繃緊神經，因為美中貿易戰不僅可能引發全球產業供應鏈的重組，同時也可能引爆經濟下滑的危機。

美中貿易戰 全球經濟大動盪

回顧19世紀以來的全球貿易歷程，1930年代、1980年代美國兩度對全球啟動貿易制裁措施。1930年代的美國關稅法對數千種進口至美的商品提高關稅，不僅引起全球經濟大蕭條，甚至被解讀為造成第二次世界大戰的因子；1980年代

美國雷根總統執政時期，為追求公平貿易與日本、英國、法國、西德簽署《廣場協議》，主要是以「外匯干預」解決美國貿易赤字，也曾動用《特別301條款》懲罰盜版者，一連串作為成功控制美國失業率。

清華大學經濟系教授劉瑞華分析，雷根總統強勢縮減美國貿易赤字，根據的是公平貿易的「開放市場」與「自發出口限制」（Voluntary Export Restriction）。但川普靠的是民粹口號，反對者眾，預期恐將難以達到如雷根保護主義的效果，甚至可能帶來不小的經濟風險。

世界貿易組織（WTO）最



1.回顧全球貿易歷程，美國曾於1930年代、1980年對全球啟動貿易制裁措施，引起全球經濟大蕭條，導致失業率攀升。

2.去年美國貿易逆差創下10年來最高紀錄，讓川普想藉由啟動貿易戰改善赤字。

新發布的《全球貿易統計及展望》報告顯示，2017年全球貿易量明顯復甦，增長4.7%，創下2011年以來新高，預測2018年全球貨品貿易量將再增長4.4%；2019年也將成長4.0%，維持強勁擴張。然而在貿易前景一片看好之下，WTO秘書長Roberto Azevêdo卻認為，雖然2018年全球貿易強勁成長，為經濟攀升及創造更多就業機會帶來助力，但倘若各國採行限制貿易措施，進而形成相互報復的惡性循環，勢將阻礙全球經濟復甦。

三大因素

讓美國決心打貿易戰

貿易戰充滿風險，但川普

卻一意孤行，主要因素有二：

其一是美國貿易數字長期赤字，第二是中國大陸企業創新崛起，對美國經濟強權的地位帶來威脅。這兩個埋藏已久的彈藥，原本就讓美國前任總統歐巴馬備受困擾，直至川普上任後的放膽點燃，才進而對全球經貿帶來難以預測的危機。

因素1》 美國貿易長期赤字

根據美國商務部日前公布的報告，2017年美國貿易逆差創下10年來最高紀錄，其中非石油的貿易逆差高達7,340億美元，貨物和服務貿易逆差增至5,660億美元，赤字數據比川普一年前上任再提升16%，商人背景出身的川普，當然難

以釋懷。

因此原本市場預期川普不會啟動的貿易戰，自2018年1月開始加速發動，除了改善貿易赤字，也是為了挽救失業問題。以鋼、鋁為例，美國商務部調查顯示，美國是全球鋼鐵最大進口國，進口量是出口量的4倍，這與中國大陸鋼鐵產能過剩有很大的關係。是以自2000年以來，美國鋼鐵產業不斷有公司倒閉，衝擊美國就業機會。至於鋁的部分，美國鋁品進口量占總需求量的比重，由2012年的66%上升至90%，導致美國鋁業公司倒閉、就業人數下降，因此祭出貿易制裁以挽救美國鋼鋁產業勢在必行。

因素2》 中國大陸產業創新崛起

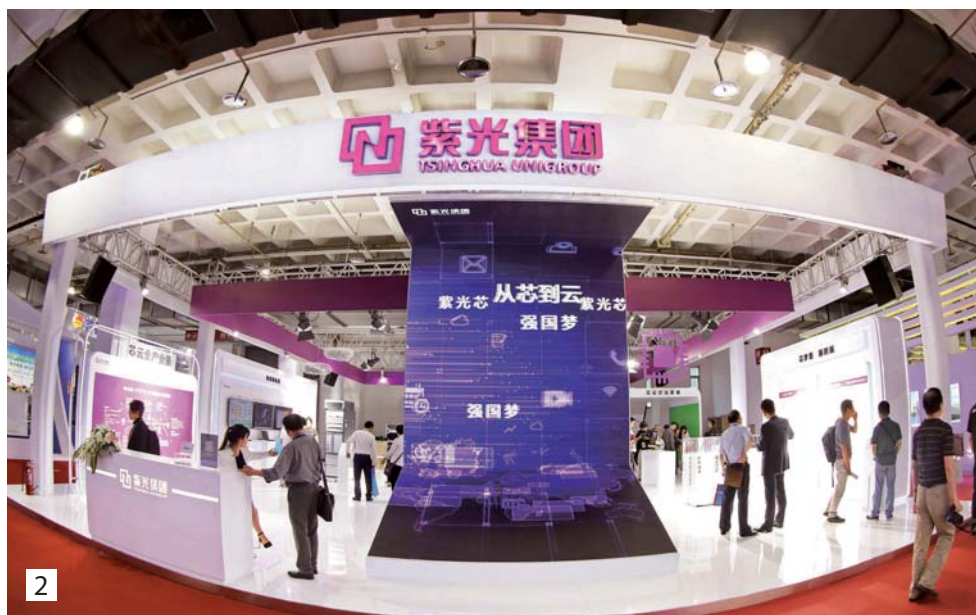
改善貿易赤字與挽救失業外，中國大陸產業創新崛起也令美國備感壓力。首先，中國大陸企業挾持背後龐大政府資金，加速進行併購戰略，讓美國感到莫大威脅。儘管目前許多中資併購美國公司的案件，都在美國聯邦政府阻止下未成，如中國大陸清華紫光想收購美國記憶體大廠美光，最後



美國鋼鐵業受到中國大陸產能過剩影響，不斷傳出鋼鐵公司倒閉的消息，衝擊其就業機會，使美國不得不啟動保護機制。



1



2

- 1.中國大陸自經濟開放以來，以市場換取技術的合資方式讓員工取得技術知識，建立自身的完整供應鏈體系，也進而提升產業創新力。
- 2.中國大陸產業創新崛起，令美國備感壓力，例如中國大陸清華紫光想收購美國記憶體大廠美光，最後因美國聯邦政府阻撓而未成。

因美國聯邦政府牽制而未果。另一起中國大陸企業想要併購美國晶片測試公司Cohu的交易，同樣受政府阻撓而停擺。

然而，跨國併購案可以用政治力阻止，但是商業上的來往，卻難以對抗。過去中國大陸製造業以山寨起家，但自其經濟開放以來，以其多達十幾億人口的市場，吸引外資進入投資設廠時，要求進駐公司必須採取「合資」方式。這樣的限制使中國大陸員工得以藉由在同一個公司互相學習，逐漸取得技術知識，成功的「以市場換取技術」，不僅從而建立起中國大陸的完整供應鏈體

系，更快速提升產業創新力，對美國工業帶來莫大威脅。

世界智慧財產權組織和康奈爾大學等機構聯合發布的「2017年全球創新指數報告」指出，中國大陸創新指數排名全球第22名，是名列25名之中唯一的新興國家。另外，根據Deloitte中國公布的「中美獨角獸研究報告」顯示，全球市值達10億美元獨角獸新創，有38.9%為中國大陸公司，美國新創占比僅比中國大陸略勝些許，占42.1%。

因素3》 中國大陸往製造強國邁進

不斷朝創新邁進的中國大

陸，在其「中國製造2025」計畫中，更揚言要成為世界的「製造強國」。於此之際，美國也正加強推動「再工業化」，力圖找回強大的美國製造業。由於中國大陸製造強國很大程度建立在吸取美國等先進製造國家的技術與資源，因此美國正式對中國大陸提出要求，停止「中國製造2025」計畫對產業給予補貼，不過此一要求已遭中國大陸國務院副總理劉鶴拒絕。

美國啟動 多項貿易制裁措施

基於各種因素，川普意

識到這場貿易戰不能不打。於是川普上任後將近一年，貿易保護主義口號喊得雖大聲，但並沒有如預期展開的勢態，於2018年初以隱藏的經濟黑天鵝之姿快速襲來。淡江大學財金系教授李沃牆指出，美國從2018年1月對中國大陸塑膠裝飾緞帶產品祭出反傾銷、反補貼開始，幾個月下來發動一連串貿易制裁措施。

201、232條款 針對個別產業課稅

首先，美國政府依據《貿易法201條—防衛措施調查》，4年內將針對進口到美國的太陽能電池模組課徵30%重稅，以及對洗衣機課徵50%關稅。其中對太陽能產業的衝擊，台灣業者恐無法置身事外；2018年3月9日，川普又簽署一份文告，宣布對進口到美國的鋼鐵與鋁製品，分別課徵25%與10%的懲罰性關稅。

觀察《201條款》對全球太陽能產業帶來的影響與衝擊。國際調查機構TrendForce綠能研究（EnergyTrend）分析師蔡篤慰預測，美國此舉將對太陽能產業帶來極高的貿易門檻，並使美國2018年對太陽能實際需求腰斬。

301調查 全面性貿易制裁措施

不同於《201條款》與《232條款》是針對「個別產品」課徵關稅，2018年4月4日美國政府正式發布的「301調查」則是全面性的貿易保護措施。包括訴諸世界貿易組織（WTO）爭端解決，並預計將對中國大陸鋼鐵、電子資訊、航太、生技、造船等產業的1,333個項目課徵25%稅率；同時限制中國大陸在美投資，影響層面廣泛，不僅讓中國大陸繃緊神經，對於出口原料及零組件給中國大陸的其他國家企

業，也將受到很大的威脅。

美國企業多持反對意見

川普高舉貿易戰的大旗，看似可以保護美國產業，但過去幾十年來全球化所建立的全球價值鏈分工體系，使跨國企業彼此之間已從「競爭走向競合」。致使貿易戰猶如一刀兩刃，砍向他國企業時也將傷到美國本土公司，是以美國企業多抱持反對態度。

以蘋果（Apple）公司為例，儘管目前Apple尚未受到美中貿易談判衝擊，但是Apple iPhone製造公司富士康位於中國大陸，中國大陸也是目前Apple三大市場之一，Apple在中國大陸設置的旗艦零售店多達41家，數量僅次於美國，足見未來美中貿易大戰若持續升溫，Apple恐難以置身事外。

日前彭博社（Bloomberg）報導指出，Apple執行長庫克

「301條款」 vs. 「301調查」

1974年制定的《美國貿易法》中，「301條款」是針對他國在智慧財產權、創新及科技的法律、政策及措施或行為上，是否損及美國利益。川普於2017年8月14日簽署備忘錄，指示美貿易代表署（USTR）對中國大陸啟動「301調查」，隨後美國貿易代表於8月18日正式展開調查；2018年3月23日美國正式對中國大陸不公平貿易行為採取行動，並於4月4日正式公布調查內容。



從事貿易，是否常遇到
變幻莫測的經濟景氣？

掌握先機， 拓展市場！

全球通帳款保險

● 您拓展全球市場的好夥伴，提供您

◎ 承保 O/A、D/A、D/P 交易

◎ 保障買主信用風險、國家政治風險

◎ 作業快速簡便

◎ 賠償比率高，保障大



新南向國家
優惠措施進行中

詳情請洽

中國輸出入銀行

服務專線：

總行 (02) 2394-8145 (02) 2393-4401

新竹 (03) 658-8903

台中 (04) 2322-5756

台南 (06) 593-8999

高雄 (07) 224-1921

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

中國輸出入銀行



美國政府4年內將針對進口到美國的洗衣機等課徵重稅，衝擊全球相關產業。

認為，過去美國貿易政策或許有所缺失，但對中國大陸啟動貿易制裁措施，也是個錯誤方法。他強調，兩國之間貿易往來應該相互合作，才能促進雙邊經濟成長，而非關起門來單獨行動。聰明的川普當然也懂得其中道理，而事實上，川普對外貿易談判向來走的都是「軟硬兼施」的路線，因此未來是否繼續拉長戰線，仍是未定之數。

貿易戰後續發展三大預測

究竟，川普這場貿易戰是真打或假打，雖然現階段令人感到霧裡看花，但根據國際經

濟機構、國內產學研專家的看法，預期這場貿易戰將可能引發後續幾種可能性。

預測1》 貿易戰衝擊美國經濟甚劇

清華大學經濟學系教授劉瑞華分析，川普標榜貿易保護主義，並且不惜開啟貿易戰，堅信美國會贏得這場戰局。然而相較於美國前總統雷根當時的貿易保護措施，川普這次點燃的貿易戰似乎沒有預期的樂觀，不僅恐將惡化2018年全球經濟成長，川普失序的經濟政策也將難以處理美國債務與金融危機問題，導致2018年底美國期中選舉，川普所屬的共和



隨著全球跨國企業彼此已走向競合，川普啟動的貿易戰也將影響美國企業，使得Apple等美國本土企業抱持反對態度。

黨敗選機會大，影響未來連任之路。

華爾街傳奇投資人吉姆·羅傑斯（Jim Rogers）更預言，美國掀起的全球貿易戰如真開打，不僅將使美股大跌，讓75歲的他遭遇此生最大的熊市之外，也將讓美國失去世界的經濟霸權地位。

預測2》 製造基地將加速轉移

過去十幾年來，中國大陸因經濟成長而帶來的環境惡化與社會問題，陸續採取「騰籠換鳥」、「供給側結構性改革」、「製造轉服務」、「投

資轉內需」等轉型政策，致使許多製造工廠離開中國大陸。

如今隨著美國《301條款》可能帶來的各種貿易障礙，將迫使更多企業把中國大陸的工廠轉移到其他地區，弱化中國大陸紅色供應鏈的能量，而正在加速開放的東南亞各國，將成為全球企業首選製造基地。

尤其越南不僅工資低於中國大陸，再加上人口年輕、勞動力充足，已成為許多國際大廠的轉移陣地。兩大運動品牌包括愛迪達（Adidas）以及彪馬（PUMA）的高層都公開表示，一旦美國對中國大陸相關

產品課徵高額關稅，不排除把部分生產線從中國大陸移往越南。台經院景氣預測中心主任孫明德便認為，東南亞將會是中美貿易大戰當中獲利最大的漁翁。

不過，中華民國全國工業總會前理事長許勝雄認為，中國大陸、美國是全球兩大經濟體，兩國之間的貿易角力是常態，全球產業分工體系不會因一個單純的關稅保障就遭到扭曲。各國都應在WTO架構下，合理、合宜地建立關稅制度，讓全球資源互相支援利用而產生最大的價值。

2018年美國貿易制裁措施



日期	內容
2018年1月22日	根據《貿易法201條—防衛措施調查》，4年內將針對進口到美國的太陽能電池模組課徵30%重稅，以及對洗衣機課徵50%關稅。
2018年2月21日	對自中國大陸、斯里蘭卡和泰國進口的橡皮筋產品，發起反補貼和反傾銷調查。
2018年3月9日	根據《貿易擴增法232條—國安調查》，對進口到美國的鋼鐵與鋁製品，分別課徵25%與10%的懲罰性關稅。
2018年4月4日	根據美貿易代表署（USTR）依據1974年貿易法規定所做的「301調查」，對中國大陸超過1,333產品課徵25%關稅，範疇涵蓋鋼鐵、電子資訊、航太、生技、造船等產業。

資料來源：美國商務部、經濟部國際貿易局

預測3》 引爆全球經濟大蕭條？

全球貿易保護主義若持續興盛，世界各國將走向閉門造車、自行研發的封閉路線。如此不僅減緩技術與產品創新力，也難保1930年代全球經濟大蕭條的歷史不會重演。

「不管是美國一連串的進口限制、中國大陸宣布的報

復措施，或是其他國家可能採取的報復行動，都可能損害全球和各國的經濟活動。」國際貨幣基金（IMF）最新提出的「世界經濟展望」報告指出，美國實施擴張性強烈的財政政策與貿易保護主義，恐將使全球貿易失衡再擴大，同時導致各國轉向內向型經濟政策，從而破壞全球貿易和投資發

展。國際貨幣基金總裁拉加德（Christine Lagarde）此前在香港亞洲全球研究院（AGI）發表演說時提出警告，歷史已證明限制進口會傷害到所有國家，貿易戰恐將使全球經濟系統面臨分裂危機，導致嚴重的風險。

綜觀來看，世界經貿發展詭譎難測，誰也沒想到厲行自由經濟數十年的美國，在川普上任後改弦易轍走向貿易保護主義之路，進而對全球自由經濟投入一顆又一顆的震撼彈，造成全球貿易戰爭山雨欲來之勢。未來這盤棋將怎麼走，端視中國大陸、日本與歐盟等經濟強權採取何種的對應措施，以及各國之間的貿易談判結果，都不容台灣廠商忽視。■



隨著美中貿易戰可能帶來的貿易障礙，迫使如國際運動品牌彪馬（PUMA）生產線轉移到越南，東南亞將成為美中貿易戰之中的獲利者。

第三波人機互動革命 翻轉消費模式

歡迎光臨聲控時代

語音辨識技術大躍進，智慧音箱今年出貨將破5,600萬台；過去一年內，有19%的美國人曾透過語音AI上網購物，這讓全球零售、品牌業者磨刀霍霍。從鍵盤、觸控到聲控，第三波人機互動革命，已經全面襲捲。估計到2035年，包含語音在內的所有AI應用，可以讓全球12個已開發國家，經濟成長增幅翻倍。

◎撰文／商周編輯顧問採訪組 圖片提供／法新社、路透社、Shutterstock

動口不動手的一天，
現在就做得得到！



07:50 智慧音箱叫你起床，
接著報出氣象、當天行事曆、重要新聞



09:30 對著公司門禁語音助理叫：開門。
聲紋＋刷臉辨識成功，同時**完成打卡**



10:30 需要一杯咖啡，
用語音助理指定店家訂購



12:30 中午想吃披薩，
Pizza Hut跟達美樂都可以用語音呼叫外送



13:00 發現台股大漲，
通知語音助理**賣出股票**獲利出場



17:00 開會，
用手機上的語音助理**打出完整會議紀錄**



18:30 下班赴約，
敲兩下智慧耳機，呼叫語音助理**查地址導航**



22:30 洗澡，
聲控蓮蓬頭辨識出使用者，自動**調出最愛的水溫**



23:30 就寢，晚安Alexa/Google/Siri。
依照客製化設定**調整臥室燈光**

你看過電影《雲端情人》（Her）嗎？電影描述男主角接觸了人工智慧所創造出的美妙女性聲音，每天與「她」聊天談心甚至談戀愛，最後才發現「她」只是一個虛擬的聲音。這部電影不但在美國被評為2013年度十大佳片，更開啟了人們對於人工智慧的想像。

智慧音箱市場爆發 今年出貨估破5,600萬台

在現實世界，2014年11月，美國網路龍頭亞馬遜（Amazon）推出首款智慧音箱Echo，內含智慧語音助理軟體Alexa。Echo並陸續延伸出多款系列產品；Alexa更已經跨品牌，整合在冰箱、汽車等數十種家用產品裡。市場研究機構Canalys預估，今年智慧音箱的全球出貨量將達到5,630萬台，較去年的3,200萬台成長76%。如今已有愈來愈多大廠推出智慧音箱，今年年初的美國消費性電子展（CES），從Google、亞馬遜到汽車大廠豐田、福特、福斯、現代，還有家電廠商如惠而浦、LG，市場已經全面開打。

2016年耶誕節，美國達拉斯州一個家庭突然收到一大箱包裹，裡頭是價值新台幣5,000元的娃娃屋跟一大圓桶的餅乾，這才發現是6歲的女兒透過Echo智慧音箱「許願」，竟然成功的從亞馬遜訂購自己的耶誕禮物。

現在，只要開口，人們就可以直接指揮智慧音箱、汽車、冰箱，甚至鏡子與掃地機器人做事。新一代的智慧音箱，問天氣、播放音樂與新聞只是基本功能，你還能叫它訂披薩、呼叫計程車、查時刻表、說故事、打開蓮蓬頭、預熱烤箱、幫花園灑水，以及上網購物。

過去30多年來，人們靠

鍵盤打字跟電腦接觸；11年前，iPhone掀起觸控風潮；接下來，美聯社（AP）直指，聲控將是人機互動方式的第三波革命。矽谷知名創投Greylock Capital稱這波革命為「聲控經濟」。不會使用電腦的老人，或是還不會打字的小孩，只要能聽能講，消費力將被全面開發出來。

六成使用者把語音AI當人 成為零售、品牌新通路

美國一份未來消費形態調查顯示，過去一年內，有19%的美國人曾透過語音AI裝置網路購物，而在年輕族群比重更高達43%；紐約大學未來研究所預測，到了2023年，人類與



11年前，由iPhone所掀起觸控風潮如今已再度進化，往聲控邁進。

機器的互動行為中，將有五成來自語音對話。

而美國國家公共廣播電台（NPR）的調查進一步指出：曾透過智慧音箱訂購產品的消費者中，有58%表示，因為音箱語音互動的推薦，而嘗試了以前沒買過的東西。另一份國際調研機構Edison調查顯示，61%的使用者根本把語音AI當作人，他們還觀察到，智慧音箱甚至被視同家庭成員之一，Alexa已經變成女兒、女友，或孫女。

這些發現，已經讓零售、品牌業者見獵心喜，智慧音箱儼然成為跨行業的新通路，進入消費者家中「最後一哩」的最便利管道。美國大型超市沃

爾瑪、Target紛紛開始讓北美消費者透過Google音箱上網採購；隨著亞馬遜Alexa進軍日本，美妝品牌資生堂也在Echo音箱中，推出語音天氣預報、建議基礎保養、底妝等功能；去年資生堂甚至出手購併AI公司。美國知名酒廠金賓（Jim Beam）也推出智慧威士忌酒瓶，主人可以跟它聊威士忌，瓶身設計了出水龍頭，想喝酒時，只要說一聲，就會自動幫你倒酒。

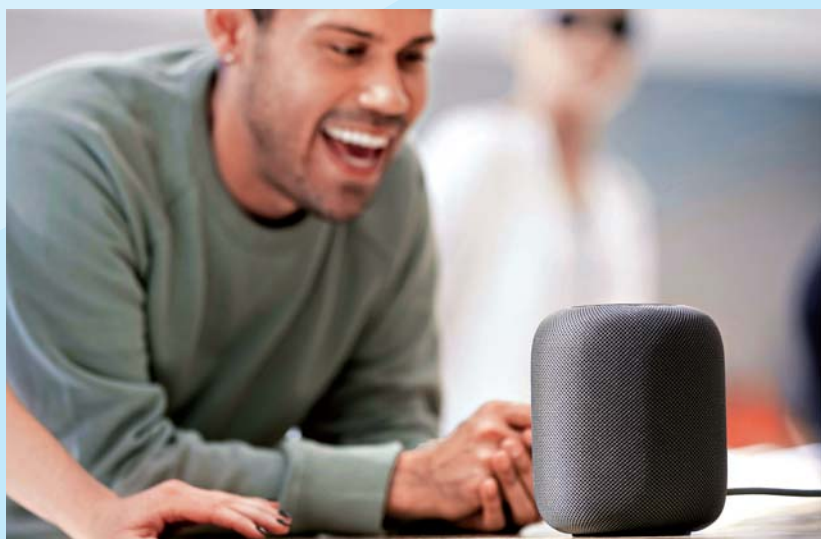
現在，亞馬遜在全球已賣出的3,000萬台智慧音箱，分秒回報客戶的語音資料，還大舉跟開發商合作，在平台上提供三萬多個應用程式，讓4,000多種家電和3C裝置，都能和Alexa

結合。當Alexa愈學習愈聰明，就愈能懂得客戶，並精準預測客戶的需求。一旦習慣這種互動模式，就如使用手機一樣無法回頭；NPR的調查指出，有65%智慧音箱使用者承認，不願再回到沒有音箱的生活。

語音辨識技術躍進 國際大廠各擁優勢搶市

智慧音箱市場現以美國為主，占全球68%，亞馬遜及Google是主流品牌，去年底加入戰局的Apple HomePod，挾著自身Siri的語音優勢，以高價定位；其實蘋果也和亞馬遜打一樣的算盤，不單只走硬體銷售路線，而是藉由軟體與語音助理Siri，與各種廠商合作發展生態系。近期還傳出Facebook也要分一杯羹。而華語市場則有小米、百度、騰訊、阿里巴巴等廠商同步發展，自成戰場。

語音辨識的普及，來自軟硬體的技術到位。語音辨識已經發展了半個世紀，正確率遲遲無法突破八成。但去年，Google所發表的一項成果展示，對著機器說話，轉成文字的正确率已高達95.1%，比人類的聽打員還優異。「語音辨



去年年底，Apple HomePod以Siri語音優勢，以高價定位切入聲控市場。

識領域在過去6年的突破，比之前40多年加起來還要多。」研究AI和機器深度學習的Spoken Labs研究主管卡米耶（Yishay Carmiel）說。甚至，為讓語音助理隨時隨地都能清晰的聽到你的指令，克服在車水馬龍的路邊、演唱會、或熱鬧的派對上的雜音干擾，現在還有科技廠商在開發「手機讀唇語」的技術，以精準區隔聲源。

此外，近10年來，透過智慧型手機所累積取得的數據，愈趨豐富，讓它能更精準預測你下個字要說什麼。而雲端服務與硬體設備價格也變得更便宜，是讓語音辨識得以普及的關鍵助力。

所有大廠的目標，是視家庭及汽車的智慧語音服務為最重要的市場；品牌廠商不但可以藉此強化與顧客的連結，更可以直接把客戶引導到自家官網消費，以付費使用更多軟體服務。

以福特汽車為例，當他想要挑選一家AI語音大廠聯盟，而且必須是最不可能成為直接競爭對手的夥伴。於是，亞馬遜的Alexa雀屏中選，內建在福特汽車的儀表板上，並給了



達美樂利用數位訂餐，加上外送車定位系統，讓消費者能追蹤送餐進度。

Google和微軟一記迎頭痛擊。在矽谷科技廠個個野心勃勃，盤算進軍各種產業之際，亞馬遜或許最有機會成為它們的中立合作夥伴。

達美樂聲控訂餐服務上線 中華電推eHome搶先跑

曾歷經經營低潮的達美樂（Domino's），歷經7年雪恥翻身，如今風光坐上「人生勝利組」冠軍寶座。關鍵在2009年，達美樂推出「披薩改造計畫」，讓披薩更好吃。它還推動全面「數位化」訂餐、送餐流程，讓人們在滑手機之餘就能順便點餐。它為引誘消費者「懶到最高點」，讓消費者就連在臉書、推特上也能訂餐，

還和蘋果手錶、福特汽車異業合作，靠聲控就能訂披薩；並在外送車上加裝全球定位系統（GPS），讓消費者能追蹤送餐進度，解決「不知道要等多久」的痛點。

另外，也出現了全球第一個集AI語音助理、運動追蹤器、藍牙耳機於一身的人工智慧健身助理Vi，使用者可以聽到AI親切地鼓勵你循序漸進、增加運動強度；她還會回顧你先前的運動紀錄，以及透過耳機上的元件，了解你的身體狀況，比一般健身追蹤器更懂你。它借助人工智慧去適應、學習使用者的個人狀況及目標，累計超過120分鐘的資料後，還能給你個人專屬的運動

聲控經濟即將大爆發

- 2年內，全球網路搜尋量，有**5**成是用說的。
- 語音AI讓**58%**的人買了過去不會買的東西。
- 8年內，軟硬體與服務的市場規模，將成長超過**17**倍。
- 到2035年，所有AI應用，將讓主要已開發國家GDP成長翻**1**倍。



資料來源：《商業周刊》

建議。

台灣的中華電信，則曾在今年3月展示人臉辨識、eHome、智慧生活等服務。其智慧家庭eHome，讓人可透過AI語音助理，操控除濕機，也可以進行MOD的操作，讓人們可更輕鬆地觀賞影音、運動賽事、隨選電影等。中華電信的AI智慧管家功能，是台灣本土自主開發的語意分析引擎，無論語法與語意，都力求符合台灣本地的使用情境，住戶只要「出一張嘴」就能聲控家電、安排居家大小事務，成為家中的虛擬管家，目前全台已有超過1.5萬用戶。

全球聲控經濟元年 至少三大產業受衝擊

聲控經濟今年起將大爆

發，據管理諮詢公司埃森哲（Accenture）估計，到了2035年，包含語音在內的所有AI應用，可以讓全球12個已開發國家，經濟成長增幅翻倍。但知名科技部落格VentureBeat歸納，有三大產業可能會因為聲控經濟受到衝擊。

首先是汽車業。由於智慧聲控將成為未來汽車標準配備，人們在車內的行為將帶來新商業模式。未來汽車品牌的價值將創造更好用的平台程式與服務，就像當年傳統相機的技術重心轉移到數位相機一樣，市場競爭將出現全新局面。

其次是零售與客服業，真人語音客服、接待櫃檯、結帳員的需求量恐將大減，由語音AI代勞，甚至連零售商店可能都會發現，以後不需要那麼多

店員為客人做介紹。

第三，翻譯與口譯人員。Google於去年發表了可即時翻譯40種語言的智慧耳機，暢行世界已經不再是夢想。台灣已經有一款未公開的國語辨識系統，可以準確記錄人們的發言，實測正確度約有97%以上。這麼一來，不管公司開會、法庭錄事，就不用聘人打逐字稿了。

聲控，是今年全球科技業、品牌商，甚至是零售業者最全力傾注的一場戰役，用聲音與消費者進行互動，將取代許多現有的溝通模式。「未來，你跟機器講的話，會比跟你老公／老婆講的還要多。」軟體大廠思愛普（SAP）預測。你，準備好迎接聲控時代了嗎？■

掌握三大現象 注入三大思維

解析全球經貿新局 領台商找出新策略

台北市進出口商業同業公會國貿學苑精心籌畫的第四屆將帥班正式開課，第一、二堂模組課程多位講師為學員帶來全球經濟新局的宏觀視野，點出台商全球布局的新戰略思維，做台商在經貿劇烈變革中的新時代羅盤。

◎撰文／劉麗惠 圖片提供／台北市進出口商業同業公會

世界政治與經濟局勢變化難測，企業經營也因此充滿挑戰，政治領域中，不管是北韓領導人金正恩與南韓總統文在寅的「世紀之握」、美國總統川普宣布退出伊朗核協議，都

彰顯政治格局的詭譎多變；經貿領域中，中美貿易大戰山雨欲來可能引發貿易保護主義的同時，以日本為首的高標準自由貿易協定「跨太平洋夥伴全面進步協定」（CPTPP）也即將上路，足見



第四屆將帥班首波一、二課程模組，帶領學員掌握變化多端的全球經貿情勢，為台商找出部署世界的關鍵鑰匙。

全球貿易走勢變化多端。

面對各種變局，台商唯有不斷追求轉型升級，才能走在時代之前，創造新競爭優勢，以因應全球政經的快速變異。有鑑於此，台北市進出口商業同業公會國貿學苑甫開課的「第四屆將帥班」，特別規劃「八大模組」課程，循序漸進、潛移默化的從企業領導者的內心開始，為其根本思維注入新的管理DNA。

第一模組「全球布局策略」與第二模組「全球經貿新局」的授課內容已於4月28日與5月12日完成，涵蓋產官學的多位重量級講師，無一不透過精采的演說，為學員在充滿變局的經貿競爭中，點燃迎向未來的明燈。

將帥班+將帥會 為企業注入嶄新思維

台北市進出口商業同業公會理事長黃呈琮在開課典禮致詞時指出，台灣經濟以中小企業為主體，近年來面臨全球劇烈變革，許多企業都急迫追求轉型升級，因應各種挑戰。公會作為中小企業全球布局的重要推手，積極肩負起協助台商轉型升級的角色，以優質硬體環境並整合軟體資

源，精心籌畫「將帥班」平台，集結產官學重量級大師擔任講師，至今舉辦四屆，已為超過百位企業領導人，注入創新創意的嶄新思維，日前更籌設「將帥會」，讓各界學員可更深入交流及獲得公會提供的資源，時時刻刻維持跟上時代變化的靈活應變能力。

將帥班顧問、也是「台灣管理學之父」的逢甲大學人言講座教授許士軍指出，自己是華人第一個取得MBA畢業證書的人，MBA主要訓練「專業經理人」，談的是預算架構與營運績效，如今企業經營追求的是「創新升級、組織改造與不斷轉型升級」，這部分必須仰賴企業領導人的勇氣與決策，找出維繫企業與周遭夥伴的社會關係，所以為領導人籌設的「將帥班」，從經營者的高度出發，期能培養企業領導人兼具「身心靈」的創新思維模式，進而為企業開創嶄新未來。

同為將帥班顧問的統一集團前總裁林蒼生，則呼應許士軍的說法指出，MBA是訓練經營管理者的短期戰術，而「將帥班」則把構面拉大，從企業建立長期策略思維的角度，來培養具宏觀思



ITBS CEO

逢甲大學人言講座教授
許士軍

以「統領」取代「治理」，將公司的「權」與「能」分開，權力者與能力者才能夠各司其職，發揮戰力，為公司創造價值。



ITBS CEO

統一集團前總裁
林蒼生

有別於MBA專注於訓練經營管理者的短期戰術，「將帥班」把構面拉大，從企業建立長期策略思維的角度，來培養企業領導人的能力。



ITBS CEO

將帥班顧問
呂鴻德

「將帥班」透過「知、行、創、道」四大中心思想規劃課程，藉此提升企業領導者的「身、心、靈」三方思維。

維的企業領導人。這是將帥班之所以從「身心靈」出發的緣故，希望把學員從資本主義習以為常的「二元對立」競爭模式，拉回到身心靈平衡追求共贏互利的「一元平衡」世界。啟發企業領導人成為左腦、右腦都發達的經營者，讓企業不再只是一味追求賺錢，而是在獲利的同時，也能為世界帶來貢獻。

「知行創道」+「身心靈」 開啟新未來

承接許士軍與林蒼生的話，將帥班顧問呂鴻德指出，「MBA+CEO=EMBA」、「EMBA+身心靈=將帥班」。所謂的「身心靈」要兼具「真善美」，以此為出發點，「將帥班」透過

跨產業、跨產官學，集結全台灣最優秀的產官學導師，目的是帶領大家看到未來世界經貿的局勢變化。

呂鴻德強調，「將帥班」以「知、行、創、道」四大中心思想規劃課程。「知」包含理論建構、知識汲取、新知孕育與邏輯優化；「行」就是智慧轉換、實作體驗、親歷感悟與標竿分享；「創」包含思維轉變、模式升級、變革再造與創新顛覆；「道」則指道法自然、正念順行、堅守正統與心法傳承。期望藉此提升企業領導者的「身、心、靈」，「身」的部分提供宏觀全球視野；「心」的部分則希望促進台灣企業優勢開創與價值整合；「靈」的部分則要建立企業領導人的正向思維。在首發的第一、二模組，講師先以強化「身」的部分為主，讓企業能夠與時俱進地與世界和諧脈動。

呂鴻德以宇宙學家史蒂芬·霍金所言的：「記住要仰望星空，不要低頭看腳下。」作為借鏡，呼籲台商不能只埋首苦幹，而是應該試圖的掌握時代變化，是以「將帥班」透過八大課程模組的課程架構，引領企業領導人深入觀察世界變化，為企業經營下出正確判斷，進而做出符合時局的策略布局。



全球經貿變局的三大現象

聚焦全球發展策略，許士軍、前陸委會主委暨富美興集團副總裁夏立言、前行政院秘書長暨國票金控董事長魏啟林、前金管會主委暨新光金

融控股公司副董事長李紀珠共4位講師，為學員鞭辟入裡地提出全球經貿發展的重要趨勢與現象觀察。

現象1》公司「統領」成為顯學

透視全球經貿變化長達50年的許士軍指出，因應全球經貿競爭格局的轉變，企業經營知識也不斷推陳出新，從早期「產、銷、人、發、財」的經營管理走到今日「公司統領」成為顯學，企業領導人必須掌握到，當「統領」取代「治理」，公司的「權」與「能」必須分開，其中「權力者」是經營者，擁有決定目標、價值與利益分配的權力；而「能力者」是經理人，在獲得權力者的責任交付時，必須充分取得權力者的授權，因為有權才有辦法做事，才能真正發揮能力為公司創造價值。

現象2》中美全球貿易角色互換

繼許士軍以「統領」思維點出企業經營的內部策略轉移後，夏立言則針對中美貿易戰深入剖析其對台灣帶來的衝擊。夏立言指出，當美國川普啟動前所未見的貿易保護主義，中國大陸習近平仍舊加快中國大陸自由開放的步伐，美國與中國大陸在全球化經濟的角色互換，將對台商帶來巨大的影響。

無論是崛起的中國，或是改變中的美國，兩國都是台灣最重要的外銷市場，當兩者角色互換並進行劇烈的經貿角力，加上兩岸關係的緊繃，未來台商除利用新南向政策與藉中國大陸的「一帶一路」戰略，採取更多符合台商利益的合縱連橫戰略，以爭取更多商業契機，也必須找出避險之道，減少海外布局之風險。

而魏啟林也就中美貿易新局，提出了精闢的預測。「企業領導人作為將帥，一定要懂得在各種局勢中找出問題點（Why），然後對其產生的衝擊提出戰略（How），最後具體提出戰術（What）。」魏啟林以此思維觀察美國稅改與保護主義對台灣帶來的衝擊，強調川普在全球造成貿易衝突，目標在解決美國經濟問題，並預期中國大陸將持續與美談判，可能提出每3年～5年減少對美貿易順差的長期計畫，以及尊重美國智慧財產權。在此情勢下，台灣必須在中美談判發展中找到自己的策略與戰術，以降低衝擊。

前金管會副主委暨新光金融控股公司副董事長李紀珠則認為，全球貿易政策已從「世界是平的」自由貿易，轉向「保護主義」，這對以出口



ITBS CEO

前行政院秘書長暨
國票金控董事長
魏啟林

公司領導人作為企業將帥，一定要懂得在各種局勢中找出問題點，然後對其產生的衝擊提出戰略，最後具體提出戰術。



ITBS CEO

前金管會副主委暨新光
金融控股公司副董事長
李紀珠

全球的貿易政策已從「世界是平的」自由貿易，進而轉向「保護主義」，這對以出口為導向的台灣帶來挑戰。

為導向的台灣帶來挑戰；其次，「美國製造」的再次啟動，對於信奉「雁行理論」與深處於全球供應鏈體系的台灣，同樣衝擊甚深；再者中國大陸經濟力與政治力的持續崛起，以及兩岸關係的轉變等，諸此種種變化都是未來台商全球布局，必須緊密關注的重點。

現象3》科技引爆的破壞創新

呂鴻德也從全球經貿現況與將帥班課程安排的角度談到，面對人工智慧（AI）、區塊鏈

（Blockchain）、雲端（Cloud）、設計與文化（Design）、生態鏈（Eco-System）、金融科技（Fintech）的「ABCDEF」時代，即使企業打敗所有競爭對手，最後仍可能被時代所擊倒，面對時代劇變，企業若仍以舊時代的思維面對未來，必敗無疑。

李紀珠亦表示，AI、區塊鏈等破壞式科技創新，對各產業之企業都帶來廣泛的衝擊，並且進一步改變生態系的運作，台灣必須透視科技帶來的改變，乘著潮流，才能迎接智慧時代。



台商全球布局的三大新思維

從全球新局進一步探討台商布局全球的現況與思維，綜合將帥班顧問與講師的看法，著眼於市場的全球布局、掌握經貿變局，及科技帶來的破壞式創新等，都是台商迎向未來的關鍵思維。

思維1》著眼於市場的全球布局

前經濟部部長暨中原大學企管系講座教授施顏祥指出，過去台灣製造業以製造代工為主，全球布局往往只是被動跟隨客戶，前往海外設廠，談不上真正的全球布局。之後愈來愈多台商擺脫代工，才真正落實全球布局戰略，如巨大機械生產基地在台灣、中國大陸，組裝在荷蘭，並以「捷安特」在全球行銷，展現企業強大競爭力。

事實上，台灣許多中小企業也如巨大機械，在世界各地、各產業打下成功戰局。施顏祥舉例，無論是俄羅斯海參崴自創避震器品牌的台

商，於澳大利亞最南邊島嶼塔斯馬尼亞島的台商養殖場，或是來到非洲史瓦濟蘭的南緯紡織，都展現出台灣中小企業的實力。

思維2》自創品牌與服務品牌

呼應施顏祥主動式全球布局戰略思維，巨大



ITBS CEO

前經濟部部長暨中原大學企管系講座教授
施顏祥

過去台灣製造業以製造代工為主，僅僅被動地跟隨客戶流轉世界，如今台商布局趨勢已變成直接面對市場考驗，將被動轉為主動。

ITBS CEO



巨大集團前執行長暨
自轉車新文化基金會會長
羅祥安

巨大機械的跨價值鏈的經營模式複雜度雖高，但遇到問題時可調整的環節也多，所以生存之機會也隨之提高。

集團前執行長暨自轉車新文化基金會會長羅祥安表示，早期巨大機械也是以代工為主，1981年開始從製造走向自創品牌，以「捷安特」品牌進行全球行銷體系，打造跨價值鏈的策略。

不同於製造代工，跨價值鏈的經營模式複雜程度相當高，但是企業遇到問題時，因為可以在很多環節進行調整改善，所以在經貿不斷變革的洪流中，生存下來的機會也增加許多，形成巨大機械在全球市場的競爭力。至今捷安特在台灣、中國大陸銷售第一，在歐洲市場也名列全球前三大品牌。

成為全球「知名品牌」後，巨大機械進一步朝「服務品牌」邁進，藉由把台灣打造成自行車島，友善台灣騎乘自行車的環境，成功發展自行車旅遊產業，同時也讓捷安特在創新產品時，可以深入消費者需求，讓產品更能優化使用者的騎乘體驗。

思維3》台商南向 掌握新趨勢

品牌戰略之外，加深南向布局也是未來台商因應全球經貿變革的重要手段。夏立言指出，很多人習慣說台商第一次南向布局失敗，事實上不

ITBS CEO



前陸委會主委暨
富美興集團副總裁
夏立言

這波新南向布局，台商將面臨幾個前所未有的新現象，即中國大陸影響變大、競爭者更多、製造基地變市場等。

然，只是當年西進中國大陸的台商很多，相對之下顯得台商南向偏弱。回顧過去幾十年，成功部署東南亞的成功企業也不在少數。

不過，夏立言說，不同於第一次南向，這一次台商新南向將面臨4個新現象。首先，中國大陸崛起對東南亞國家的經濟掠奪與政治影響力，成為台商南向的強勁對手；其次，東南亞經濟崛起，如印尼有20%中產階級，及五千萬人口買得起車與房，消費力強勁，意味著南向國家不再是生產基地，而是「市場」；再者，台商在東南亞市場的競爭對手是新的，包括中國大陸、韓國、日本、印度、澳洲、美國，相較於台商第一次南向，競爭對手多出許多；最後，台灣政府可給予台商的資源，相較於過去卻少了許多。

綜觀來看，不管是川普掀起的全球貿易保護主義，兩岸緊繃的政治與經濟關係，或是創新科技對產業帶來的「破壞式創新」變革，都對台商經營帶來迥異於以往的挑戰，經營領導者必須從思維上蛻變創新，再落實於改變企業戰略，才能因應新時代的新競爭格局，穩步走在劇烈的世界變局之中。■



從會議到應酬的互動禮儀

與韓國人做生意的眉角

近年來，韓國經濟表現大幅超前亞洲諸國，從消費性電子用品到娛樂文化產業，韓國產品強勢輸出海外，證明其軟、硬實力兼具。面對異國合作夥伴，台商若對韓國交際文化有基本了解，即能為雙方合作打下良好基礎。

◎撰文／陳慶德 圖片提供／Shutterstock

近年來，台灣與韓國的經濟往來更加密切，政治、體育、教育、觀光、娛樂產業的合作趨勢也逐漸上升。若要跟韓方做生意，必須事先了解商場上的互動「眉角」，好讓雙方合作順利無礙，進而達成台韓經濟貿易雙贏。那麼，就我自己生活於韓國近十年的工作與採訪經驗，分享3點與韓國人做生意、打交道的建議。

一目了然的圖表PPT 收服急性子韓國人

相較於台灣，韓國社會更加高壓且步調緊湊，養成他們「急性子」的民族性。因此，與韓國人做生意時，就不適合採取如日本人般拐彎抹角、婉轉對談的合作方式；商場上的韓國人大多喜歡立即聽到重點與結論。所以，與韓國客戶參與正式的商務會議時，與其準備好一大疊的詳細書面報告，倒不如馭繁為簡，直接秀出圖表式PPT，如此更容易吸引韓方目光。PPT不需要繁雜的文字說明，但必須排版清爽、計畫方向明確，以及成本、獲利之金額數目正確。若再進一步建

本文作者／陳慶德

首爾大學西洋哲學博士候選人，旅居韓國十年，擔任多場台韓交流活動口譯師，著有《再寫韓國：臺灣青年的第一手觀察》、《他人的目光－韓國人的「被害」意識》等書，為港台平面與新聞媒體專欄作家。

議，PPT內容必須以最重要的合作項目、計畫產品名稱、執行時間、成本預算，以及商場上大家最在意的獲利率為優先；當然在最後，可以言及風險事項等，供韓方考量。

簡單來說，韓國人喜歡一目了然的「鳥瞰圖」報告，特別是簡潔的圖表PPT。若會議過程中，韓方針對PPT內容提出疑問時，再拿出詳細文字資料加以解說，亦或遞交書面資料即可。大家也別對於客戶提問感到慌張，因為這也透露出韓方對我們提出的合作計畫案有興趣了。

長幼有序的社會 商場上也不例外

韓國素有「小中華」之稱，也深受中華文化影響。某次我擔任台灣貿易公司口譯，協助接待

韓國外賓。期間有個環節為雙方交換禮物，當台灣社長收過禮物後，韓國廠商的部屬趕緊提醒我，叫我這年輕人得趕快幫社長拿東西，因為在韓國職場中可不能讓上位者提東西，這當然是不同於台灣人喜歡把禮物拿在手裡、體會禮物「重量」的習慣。儘管當時韓方並不知道我是口譯師，而非公司職員，但從此點，可以看到韓國長幼有序、注重階級之現況。

此外，參與韓國會議時，有沒有什麼方法可以在對方自我介紹前，就分辨出公司長幼、前後輩關係呢？有的，也很簡單！談判團隊中，走在隊伍最前方、最先坐下、第一個開口說話的，就是團隊中職等最高的成員。

且韓國商場上著重「稱呼他人職稱」，儘管平常相處再親暱，上了談判桌就是公事公辦。例如昨天晚上還在酒吧內跟我稱兄道弟喝酒的小李，如果他的公司職位、輩分比我高，開會時還是得尊稱他為「李理事」或「李前輩」；即使職位比我低，也得用正式職稱如「李代表」等。所以與韓國人接洽時，先了解對方出席人士姓氏與職稱，會議時以職稱稱呼將更為得體，諸如「金社長」、「李代表」等，且能讓韓方體會到我方事先準備的用心，以及對這場會議的重視。

交換名片的禮儀也是如此，韓國的習慣是上位長者主動掏出名片，表示有意進一步認識對方與商談後，才輪得到後輩拿出名片交換。這點異於台灣「見面三分情」，不分長幼先後，直接遞出名片加深對方印象的民情不同。所以，面對韓方的上位者大老闆時，可別太過熱情，聊個幾句話就急著拿出自己名片呢。

正式會議後 賓主盡歡的酒席文化

順利度過嚴肅的會議商談後，韓國人最期待以「晚宴酒席」紓解工作壓力。根據世界衛生組織（WHO）2015年報告，韓國一年來的人均飲酒量為10.9公升，位居全球第14位，為亞洲首位。在協助商務翻譯的經驗中，我多次參與正式會議後的應酬晚宴，也從中觀察到韓國發達的酒席文化與禮儀。

首先，韓國人的飲酒習慣是互相斟酒，雖然台灣人並不在意為自己倒酒，但在韓國人眼中，為自己倒酒等於向酒伴表達不滿之意，有「你不用幫我倒，就當我自己一個人在喝酒就好！」的負面意涵。

第二，韓方人士杯中還有酒時，可別急著幫對方倒滿。韓國人杯中留酒代表他想要慢慢喝，或是有「我喝不下」暗示。若往已有酒的酒杯裡倒酒，這樣的行為在韓文裡叫「添盞」（참잔），不但失禮，且有一說是韓國民俗中，只有喪禮才會幫死者添盞，可要特別注意。

第三，酒酣之際，韓國人也特別愛喊乾杯。不似台灣多向老闆或特定人士敬酒乾杯，韓國反倒是全體成員一同起立，喊著「為了我們○○公司」，亦或是「為了我們的友情、健康」舉杯，所以在韓國酒席中，也得留意別太刻意跟特定人士敬酒，以免讓人懷疑你是否要灌醉對方。

最後最重要的是，別在第一攤跟韓國人「拚酒」，因為韓國人有續攤的習慣，會議後的酒席應酬往往不會在第一攤就結束，之後可能還會去唱歌、吃宵夜等。得保留點「酒力」，才能與談得來的韓國商業夥伴徹夜暢飲呢。■