

International Marketing

Eleventh Edition



International Marketing

Eleventh Edition



第二部 全球市場的文化環境

Philip R. Cateora

John L. Graham

地理和歷史

了解文化的根源

Chapter

3

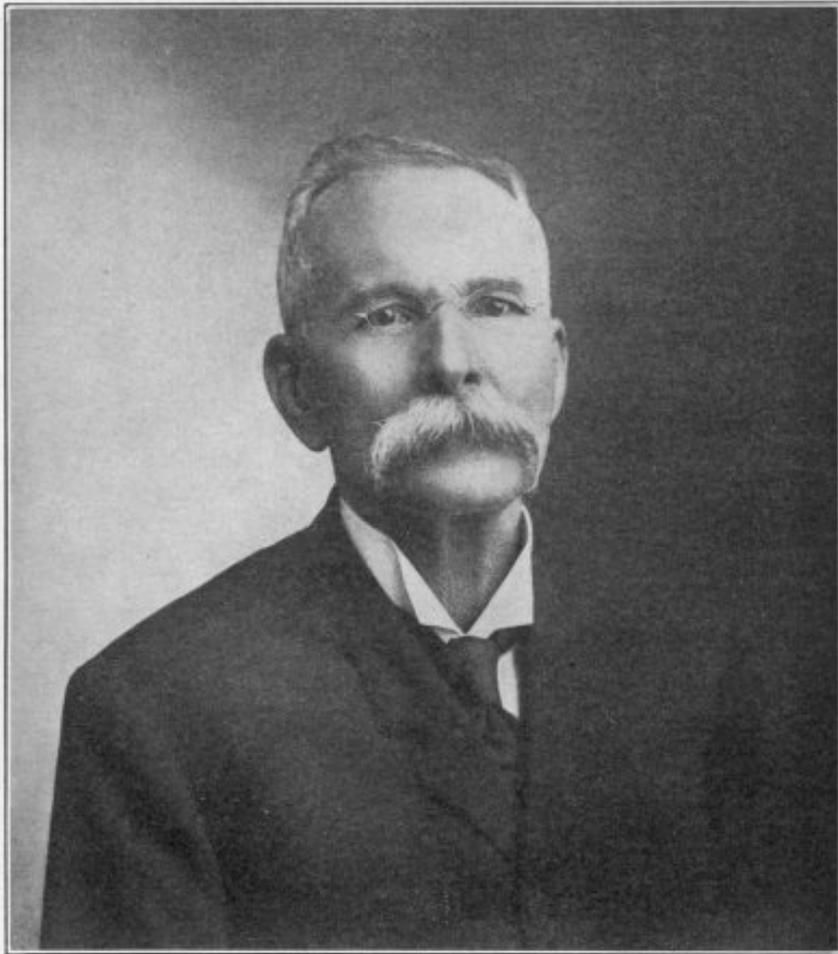
本章大綱

- 3.1 全球展望:一個國家的誕生--67小時 62
- 3.2 巴拿馬立國 63
- 3.3 地理與全球市場 64
 - 3.3.1 氣候與地形 65
 - 3.3.2 地理、自然生態及經濟的成長 68
 - 3.3.3 社會的責任及環境的管理 69
 - 3.3.4 資源 73
 - 3.3.5 世界人口發展趨勢 74
 - 3.3.6 世界貿易路線 81
 - 3.3.7 通訊的連結 83
- 3.4 全球商業歷史的展望 83
 - 3.4.1 歷史與當代的行爲 83
 - 3.4.2 歷史是主觀的 85
 - 3.4.3 世界地圖集 93

一個國家的誕生 - 67小時巴拿馬立國

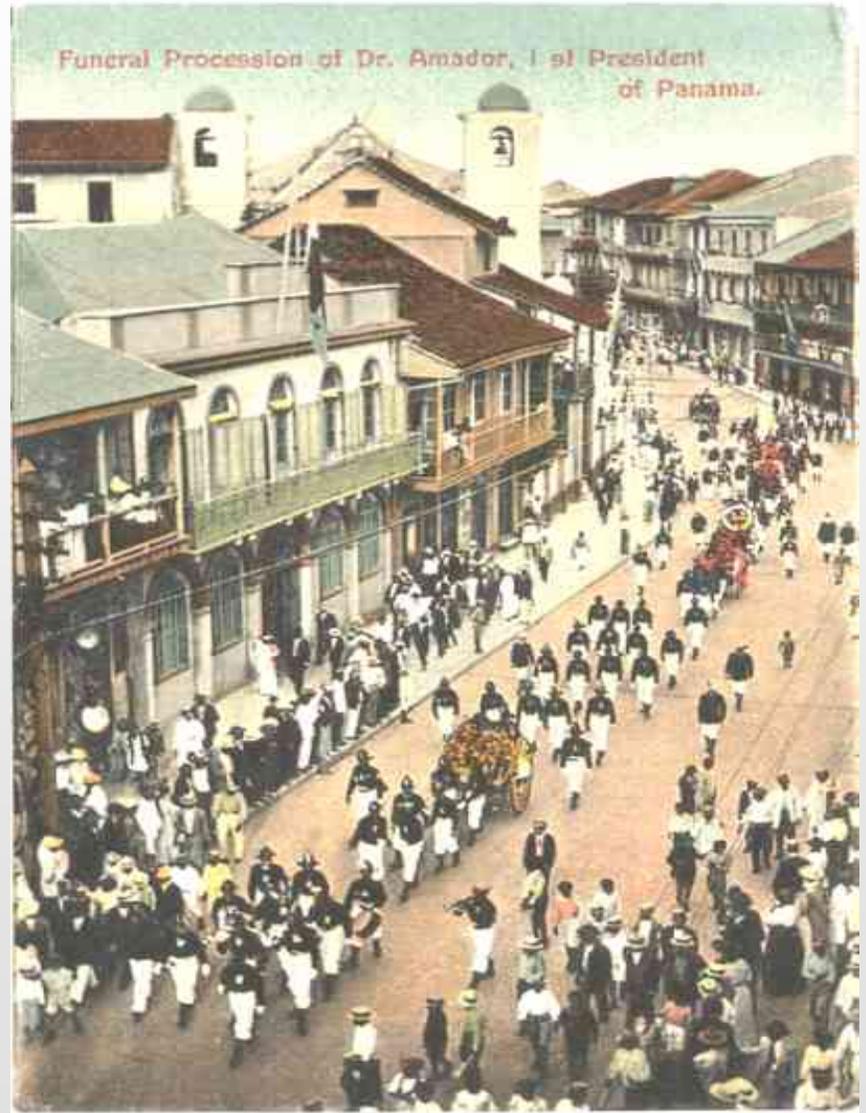


一個國家的誕生 - 67小時巴拿馬立國



THE LATE DOCTOR MANUEL AMADOR-GUERRERO,

First President of the Republic of Panama, who died May 2, 1903. He was one of the most eminent citizens of his country and a great patriot. Aside from his public career he distinguished himself as a medical practitioner and surgeon, and was the unanimous choice of the people of Panama for Chief Executive when that country became an independent nation in 1903. At the meeting of the Governing Board of the International Bureau, held on Wednesday, May 5, a resolution was unanimously passed extending sympathy to the Panama Government and people in the loss of their late President.



一個國家的誕生 - 67小時巴拿馬立國



一個國家的誕生 – 67小時巴拿馬立國

各階段已準備就緒

西元1902年6月

美國提議以**1000**萬美元向哥倫比亞買下巴拿馬運河區。

西元1903年8月

哥倫比亞國會拒絕這項提案。被拒絕而惱羞成怒的美國總統西歐多爾·羅斯福(**Theodore Roosevelt**)歸咎於哥倫比亞國會是那些在「那些在波哥大的令人鄙視的小傢伙。」之後，羅斯福同意了主張分離主義者瑪奴耶·阿瑪垛博士(**Dr. Manuel Amador**)的陰謀，即援助一群人計畫去將巴拿馬脫離哥倫比亞而獨立。



一個國家的誕生 – 67小時巴拿馬立國

10月17日

巴拿馬的異議分子 到了華盛頓，並同意發動一場有美國支援的革命。革命的日子預定在11月3日下午6 點。

10月18日

國旗、憲法及獨立宣言都在週末完成了。巴拿馬第一面國旗是在紐約海蘭瀑布鎮(**Highland Falls**) 一家叫瑪西(**Macy's**)的店所買的織布，用手繪並縫製而成。當天，一位和法國巴拿馬運河營造公司破產有關的非巴拿馬永久住民的法國工程師叫布瑙·瓦利賈(**Bunau Varilla**)的人，被認命為巴拿馬駐美國大使。



一個國家的誕生 – 67小時巴拿馬立國

一個國家的誕生

11月3日 星期二

3-4 收受賄款的哥倫比亞警備隊，準時在下午6點放下武器。革命正式開始，美國軍艦納許威爾號噴著蒸氣駛進柯隆(Colon)港，執政團正式宣佈巴拿馬獨立。

11月6日 星期五

下午1點左右美國承認巴拿馬政權。

11月7日 星期六

巴拿馬新政府派了一個官方代表團到美國，通知巴拿馬駐美大使有關巴拿馬運河條約的相關條款。



一個國家的誕生 – 67小時巴拿馬立國

11月18日 星期三

下午**6 點40分**巴拿馬駐美大使簽署了巴拿馬運河條約。

11月18日 星期三

巴拿馬官方代表團晚上**11點30分**抵達華盛頓特區的火車站，並見到了他們的大使。大使隨即告訴代表團條約已在幾小時前簽署完成。

一個國家的誕生 – 67小時巴拿馬立國

最近的發展

西元1977年

美國同意在西元1999年12月31日歸還巴拿馬運河區的控制權。

西元1997年

3-6 從美國巴拿馬運河委員會接收控制權的運河管理機構—巴拿馬運河管理局(**Autoridad del Canal de Panama**)正式成立。

西元1998年

巴拿馬授權一家中國公司在太平洋及大西洋兩岸建造新的港口設施，以控制船隻的停泊數量，又雇用新的引船人來導引船隻通過運河，並阻斷所有干擾公司營運的通行。

2000年1月1日

巴拿馬到處都歡呼狂叫著「運河是我們的了。」

2000年1月17日

中國被美國五角大廈視為對巴拿馬運河的潛在威脅。

一個國家的誕生 – 67小時巴拿馬立國

- ◆ 美國、日本和中國是巴拿馬運河最大的三個使用國。
- ◆ 1996年，香港和記黃埔集團有限公司獲得了巴拿馬運河兩端的巴波亞和克裏斯托瓦爾港的經營權。期限為25年，到期後可再延長25年。

一個國家的誕生 - 67小時巴拿馬立國

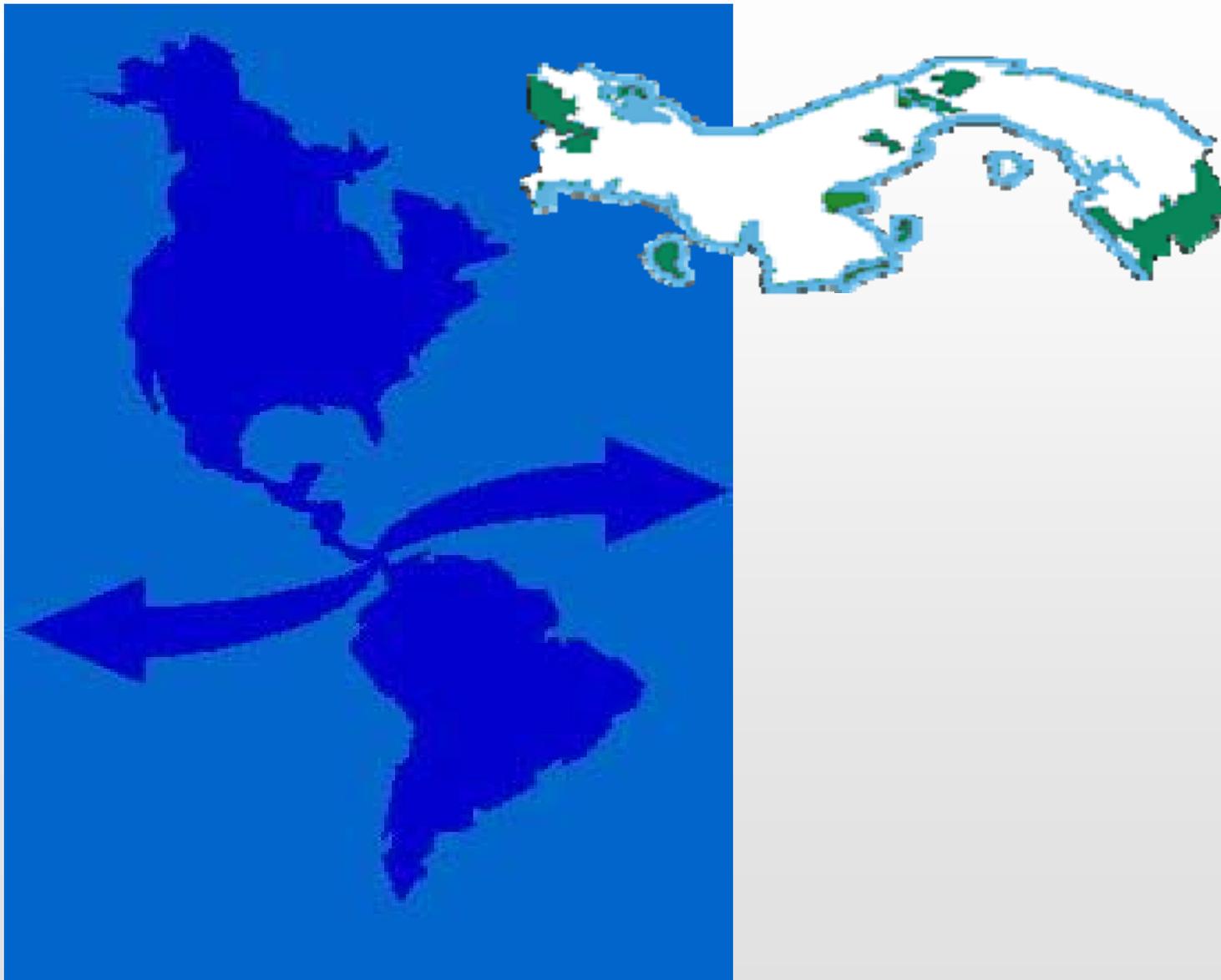
◆ 香港和記黃埔集團有限公司



A.S. Watson Group



地理與全球市場-巴拿馬運河



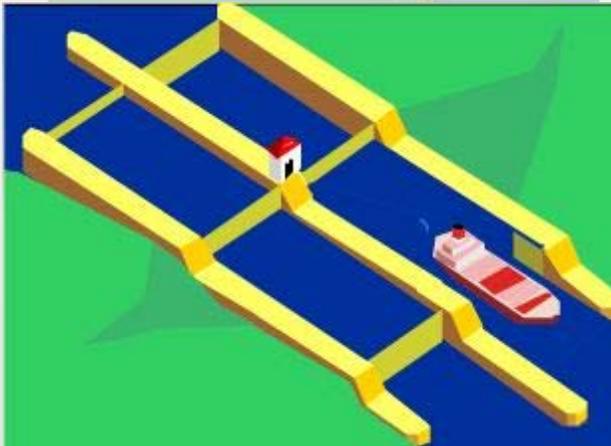
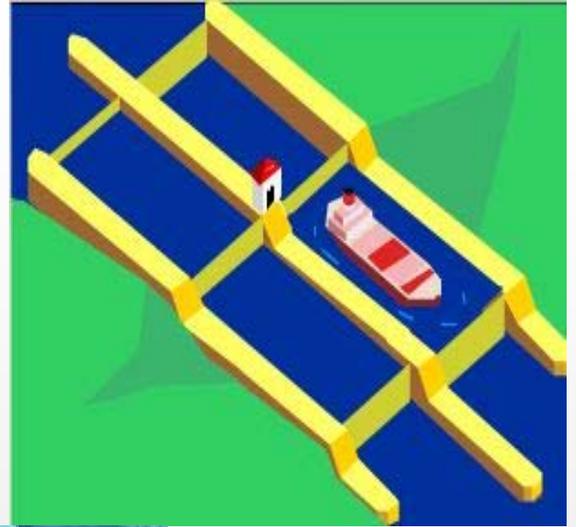
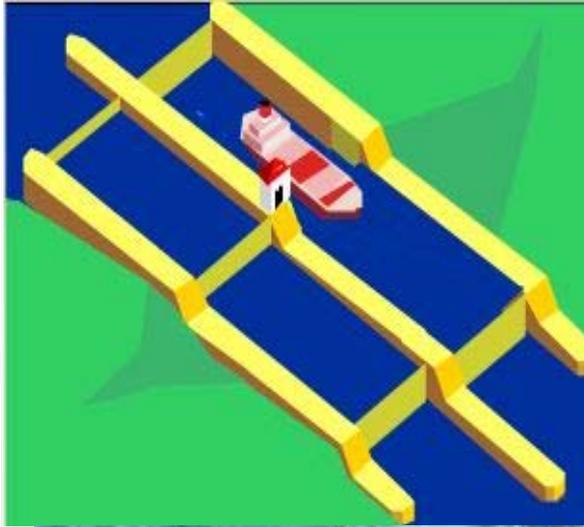
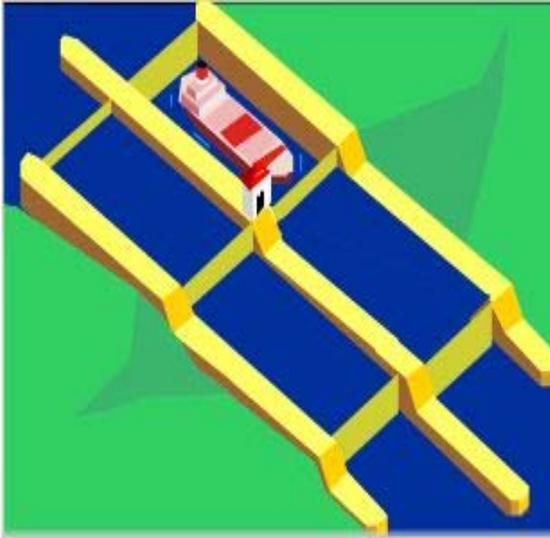


巴拿馬運河全長80公里，溝通了大西洋和太平洋，使兩洋間航程縮短1萬公里，促進了全球貿易和運輸。運河於1904年開鑿，曆晚10載，耗資4億美元，用工8萬中國勞工付出了血汗。

巴拿馬運河



巴拿馬運河



地理與全球市場

- ◆研究地表、氣候、各大洲、國家、民族、工業及資源等地理，是每一個行銷者所要面對不可控環境中的一個基本要件，但卻是受到較少的關注。
- ◆行銷者在評估行銷的每一個環境層面時，必須考慮到一些重要的地理特徵。
 -

地理與全球市場

- ◆ 國際行銷者應把世界以一個整體來檢視，如此將提供行銷者對全球市場更寬廣的視野，並認知到地理上的多樣性對各國經濟的影響。
- ◆ 國際行銷者對建構世界所有市場基石的地球資源及人口也應做一個簡短的審視。

地理與全球市場

- ◆重點在於了解一個國家於自然環境限制下, 如何克服困難, 而滿足國民的需求.
- ◆而這也是文化的一環. 換言之, 了解各個市場的地理. 歷史, 能使我們更了解文化, 也就是行銷環境.

地理與全球市場-吉林“老婆孩子熱炕頭”

- ◆浙江和吉林兩省處在相同的改革開放、發展市場經濟的制度環境中，
- ◆爲什麼浙江現代化的步伐加快了？吉林現代化的步伐卻變慢了？
- ◆是什麼原因導致兩省經濟發展的距離拉大？

吉林“老婆孩子熱炕頭”

吉林 “老婆孩子熱炕頭”



地理與全球市場-吉林“老婆孩子熱炕頭”

- ◆從自然環境的角度來看，浙江地處沿海環境和亞熱帶氣候，形成了浙江人的開放意識和吃苦耐勞的品格；
- ◆吉林地處內陸屬於溫帶大陸季風氣候，形成了吉林人的安土意識和溫飽則安的心態。

地理與全球市場-吉林“老婆孩子熱炕頭”

- ◆ 爲了生存的需要，浙江沿海居民四處出海捕魚，居住環境經常變更，流動和遷徙對於浙江沿海的人們來說，已成爲一種生活常態。
- ◆ 吉林省地處內陸，這裡資源豐富、土地肥沃，風調雨順，自然災害少，在傳統農業社會人們獲取生活資料相對容易。這種相對優裕的地理環境使吉林人產生“安土”意識

地理與全球市場-吉林“老婆孩子熱炕頭”

◆吉林一些人只要是

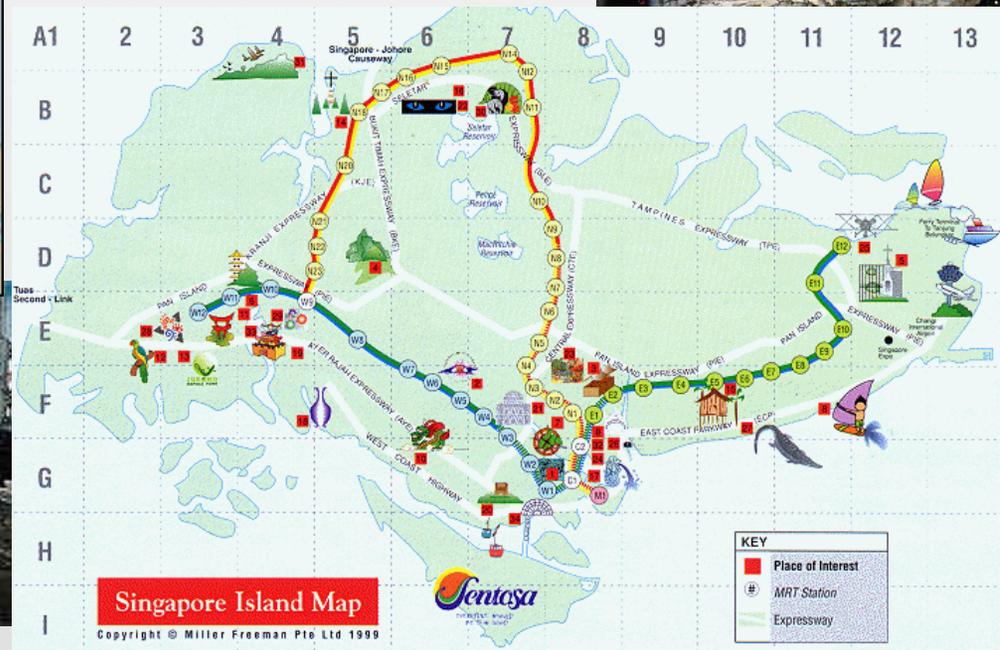
“三畝地，一頭牛，老
婆孩子熱炕頭”

，就心滿意足了

地理與全球市場-新加坡語言教育政策之轉變

- ◆ 在眾多亞洲國家中，新加坡為少數以英語作為主要溝通語言的國家
- ◆ 分析新加坡的地理要素，其中影響語言發展者主要有二：
 - 第一、位於太平洋與印度洋的航運要道上，又有天然良港的條件，成為水路交通的重要樞紐，由於鄰近各地的人種往來頻繁，使其形成一種多種種族、多種語言的社群；
 - 第二、在地形上與馬來半島連成一體，二者之間密不可分，舉凡政治、文化、語言、生活、歷史發展等方面，均深受其影響。

地理與全球市場-新加坡語言教育政策之轉變



地理與全球市場-新加坡語言教育政策之轉變

- ◆ 新加坡種族多、語言雜，三大族群中，沒有一種語言有近半數的他族人懂得，選擇任一族語言做為主要語言，會引起他族的不滿。英語雖本為殖民地的語言，但有過半數的各族人懂得，較易為各族人所接受
- ◆ 地理位置-> 多元種族 ->英語 ->反有助成了許多MNCs的亞太中心

地理與全球市場-氣候與地形



- ◆ 介於北半球及南半球不同的季節會影響全球的策略。
- ◆ 傑西盤尼公司(JC Penney)曾經計畫在智利開設五家分店，作為其向赤道以南國家擴張的一部分。他們想要利用來自北美洲、墨西哥及巴西等這些分店的整批巨大採購利益，以其低價的優勢來擴張到南美洲。
- ◆ 在智利開設第一家分店後，這家公司了解到他的計畫並無法成功，因為當他向北美洲採買冬季產品時，在南美洲卻正需要夏季產品。這家公司很快賣掉他在智利的分店，他們對南美的擴張就只能達到巴西(赤道以北)。

地理與全球市場-氣候與地形:雲南

- ◆雲南位於北回歸線附近，全省土地面積**39.4**萬平方公里，其中**94%**是山區，境內盆地、河谷、丘陵、高山相間，海拔**76.4**米-**6740**米，高差達**6000**米。



地理與全球市場-氣候與地形:雲南

- ◆雲南獨特的地理特徵，形成了北熱帶、南亞熱帶、中亞熱帶、北亞熱帶、南溫帶、中溫帶、高原氣候等7個豐富多樣的氣候類型區，囊括了我國從海南島到黑龍江的各種氣候類型，
- ◆可稱得上是世界上少有的“氣候王國”。

地理與全球市場-氣候與地形:雲南

- ◆ 多樣的氣候條件和獨特的地理特徵造就了雲南生物資源的多樣性和豐富性



- ◆ 雲南省素有“植物王國”、“動物王國”、“天然花園”、“香科之鄉”、“藥材之鄉”、“生物基因庫”的美譽，幾乎集中了從熱帶到寒帶的所有植物品種

地理與全球市場-氣候與地形:雲南

- ◆ 經歷近十年的耕耘後，雲南已成為台灣中南部花卉業者另一個故鄉



雲南有偏高的海拔，類似台灣清境農場的氣候，屬於夏季農場，廣州則是冬季農場，考量到夏天生產溫帶花卉要在高海拔才行，遂以雲南為公司主要生產基地

台商在雲南以花卉和生物科技投資較多

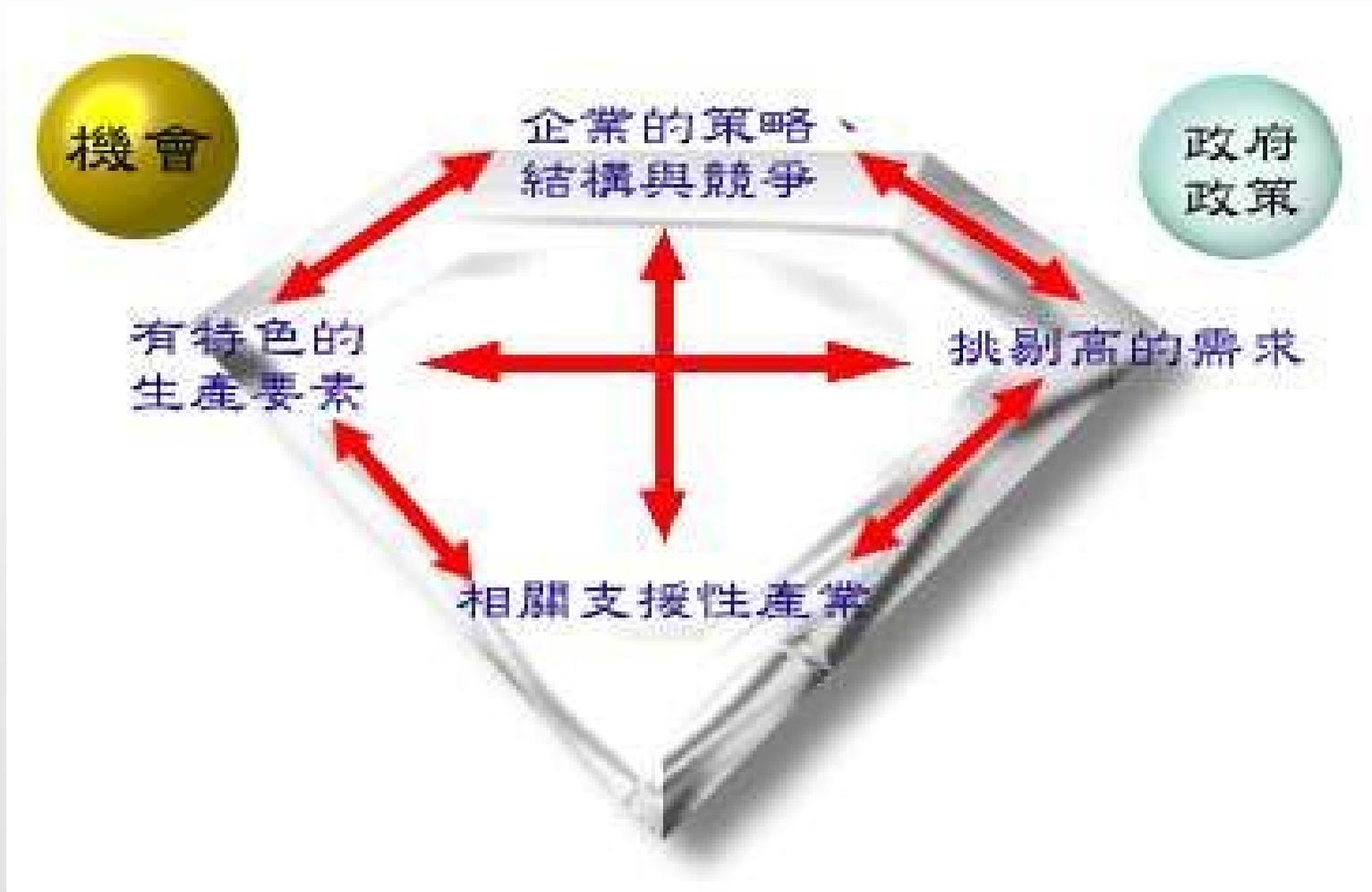
地理與全球市場- Porter的鑽石架構 (Diamond Framework)



- ◆ 國家競爭優勢菱形描繪了國家競爭優勢理論的4個關鍵因素。
 - (1)生產要素。
 - (2)需求條件
 - (3)相關及支援性產業
 - (4)企業戰略、結構和同業競爭

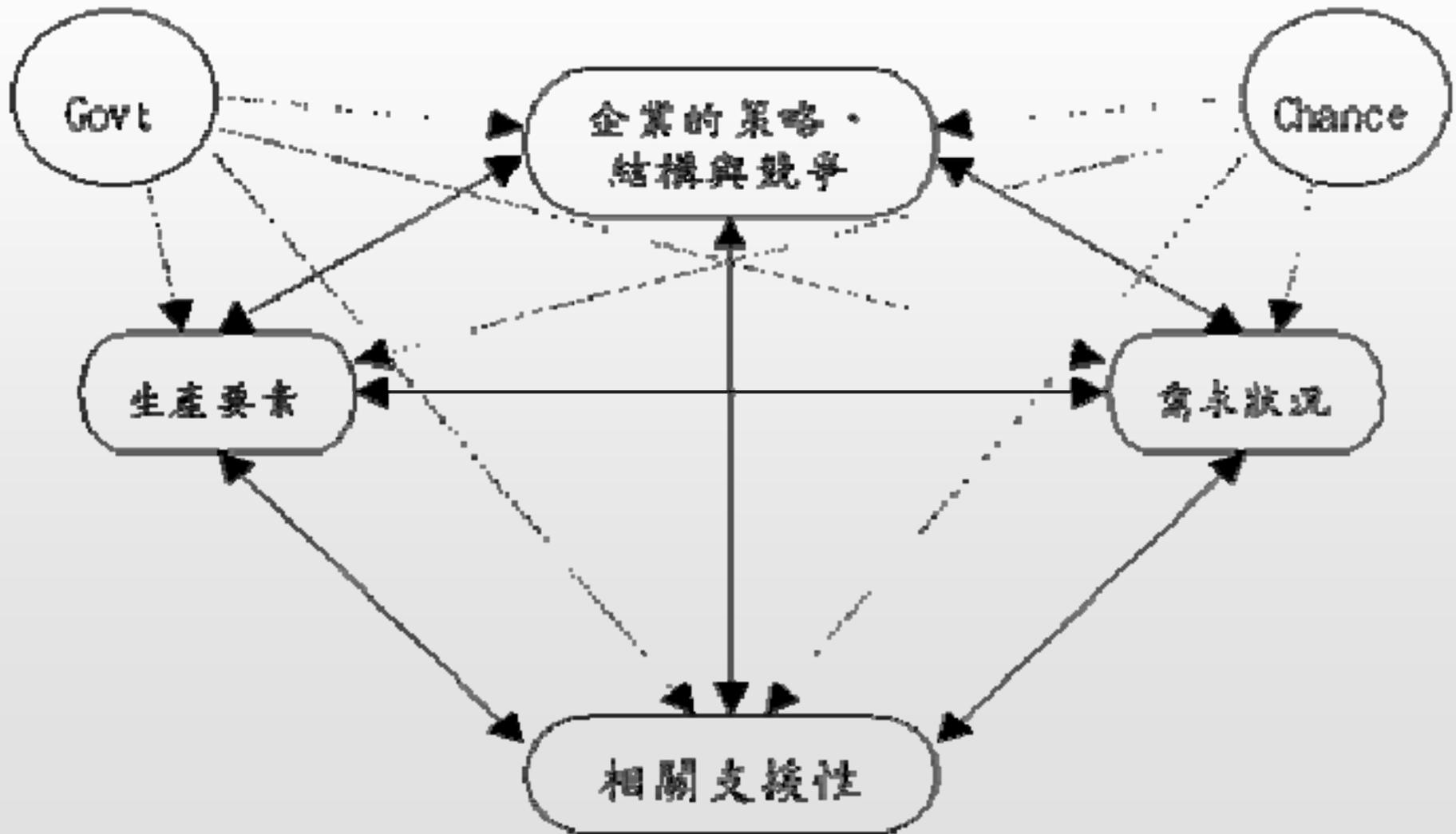
策略大師 麥可. 波特

地理與全球市場- Porter的鑽石架構 (Diamond Framework)



地理與全球市場- Porter的鑽石架構

Porter 的國家競爭力架構 (圖一)



地理與全球市場- Porter的鑽石架構 (Diamond Framework)



- ◆波特曾舉瑞典爲例，該國的發電廠集中在南部，而能源密集型產業集中於北部，這種獨特的內需市場的特點使得瑞典在遠距離高壓電傳輸設備中領先全球



地理與全球市場-氣候與地形對產品設計的影響

- ◆ 緯度、濕度及溫度的極端值，都是氣候上的特徵，它會影響產品及設備的使用與功能。
- ◆ 在溫帶地區運作良好的產品，在熱帶地區可能加速惡化或需要特別的冷卻及潤滑才能適當的運轉。

地理與全球市場-氣候與地形對產品設計的影響

- ◆ 例如由於歐洲的氣候差異，導致博克西門子(Bosch-Siemens)必須修改他的洗衣機:



GAGGENAU



Thermador

Constructa

ufesa

BOSCH
SIEMENS



Bosch-Siemens



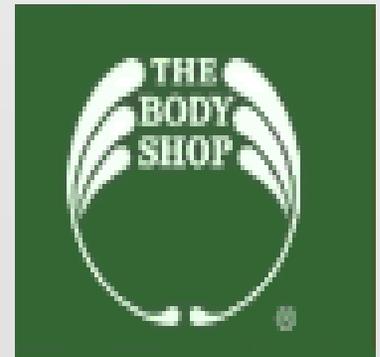
- ◆ BSH Bosch und Siemens Hausgeräte GmbH, a joint venture between Robert Bosch GmbH Stuttgart and Siemens AG Munich, is a multinational group posting annual sales in excess of six billion euros.
- ◆ The extensive brand portfolio includes the main brands Bosch and Siemens, Europe's best-selling brands. Through its five special brands, BSH can meet individual, differentiated consumer requirements relating to brands and products. Six regional brands underpin the company image and high market shares in the respective home countries. BSH produces domestic appliances tailored to local markets in its worldwide development and manufacturing network.
- ◆ The product range marketed under the various brands encompasses large and small home appliances, and also includes a line of internet-capable household appliances.

地理與全球市場-氣候與地形對產品設計的影響

- ◆ 因為在德國或斯堪地那維亞等地區，太陽並不經常出現，洗衣機脫水的運轉速度必須達到每分鐘最低**1000**轉到最高的**1600**轉，才能使洗過的衣服立即乾燥，因為使用者沒有太多的時間把它們掛著涼乾。
- ◆ 在義大利及西班牙，脫水運轉速每分鐘**500**轉就已相當足夠，因為那兒有充分的陽光

地理與全球市場-氣候與地形對產品設計的影響

- ◆ 台灣屬於標準的海島型氣候環境(潮濕、四季天候變化大), 其環境特質與歐美國大陸型氣候環境截然不同, 故常會發現於歐美國家適用暢銷的沐浴產品並無法符合或滿足台灣消費者的真正使用需要。



地理與全球市場-氣候與地形

- ◆ 對於許多個人護理產品而言，消費者對產品的類型和膚感效果的要求，往往具有很強的地域性，並由此影響產品在全球市場上的潮流。
- ◆ 亞洲消費者對香皂有著長期偏愛，同時對沐浴露產品的興趣也在不斷增長，他們傾向于喜好那些會給皮膚留下輕柔潤濕感，且成膜感較少的沐浴露。
- ◆ 從一定程度上講，這些感官偏好與亞洲地區的長期生活習慣和相應氣候有關。

地理與全球市場-氣候與地形

所謂的地中海式飲食，是指地中海區域居民的飲食型態，這片區域涵蓋著南歐、北非、西亞、中東等臨近地中海國家。這個區域的心血管疾病與癌症的罹患率卻普遍低於其他地區。研究認為，與這個地區的飲食型態有關。

地中海區域因為它特殊的地理環境，盛產橄欖...



地理與全球市場-氣候與地形

- ◆ 東風雪鐵龍愛麗舍車型是國內轎車企業成功本土化轎車換型開發和工業化投產專案。歷時**29**個月，共計投資**8000**萬元人民幣。



- ◆ 除保留雪鐵龍一貫的安全、舒適和時尚、個性的風格，依據東方人的審美觀念和中國氣候與歐洲的差異，在車身內外部造型上作了重新設計。
- ◆ 依據中國消費者的駕駛習慣和中國交通的具體特點，在整車裝備配置、高性能發動機的匹配、電氣系統和底盤前懸的適配上作了很大改進。

地理與全球市場-氣候與地形 文化(氣候與地形)與產品設計

- ◆ 企業生產的產品決不僅僅具有某種使用價值，不僅僅是爲了滿足人們的某種物質生活需要，而且越來越多地考慮人們的精神生活需要，千方百計地爲人們提供實用的、情感的、心理的等多方面的享受，越來越重視產品文化附加值的開發，努力把使用價值、文化價值和審美價值融爲一體，突出產品中的人性化含量。

地理與全球市場-氣候與地形 文化(氣候與地形)與產品設計

- ◆ 一定的產品文化與它所處的社會文化背景是緊密聯繫的，也與生產或提供它的企業文化密不可分。產品文化是社會文化與企業文化共同作用的產物
- ◆ 不同的地區有其地域環境、氣候條件、經濟情況、人文思想、民族習慣等等不同。表現在設計方面，每個民族都有自己的特色。

地理與全球市場-氣候與地形 文化(氣候與地形)與產品設計

- ◆法蘭西民族，地處溫帶海洋性氣候，良好的生活環境造就了法蘭西民族追求美妙而浪漫的生活習慣，時尚成了這個迷人國度奉行的生活準則。
- ◆時裝、香水這些體現浪漫、時尚的載體成了這個民族的代名詞，洛可哥風的延存與裝飾藝術運動的渲染形成了一種華麗、經典的法國浪漫風格；

地理與全球市場-氣候與地形 文化(氣候與地形)與產品設計

- ◆ 德意志民族則不同，氣候乾燥、多山的自然環境造就了嚴謹的德國人。因而，德國的設計體現出了嚴謹、重功能的品質，就連較為傾向藝術性的平面設計在這裏也自由不起來。
- ◆ 包豪斯是其代表，烏爾姆設計學院提出的設計就是科學技術，從而形成重功能、技術，缺乏藝術感的德國風格；

地理與全球市場-氣候與地形 文化(氣候與地形)與產品設計

- ◆ 美利堅民族是個民族大融合，渴望自由的環境下造就了設計的幽默感與隨意性。
- ◆ 短暫的歷史，自由的人性，使美國設計更具輕鬆、樂觀的色彩；

地理與全球市場-氣候與地形 文化(氣候與地形)與產品設計

- ◆ 中華民族歷史悠久，地大物博，人與人，人與物之間講究和諧共處，因此在自我實現要求上表現得深沉含蓄又強烈突出，反映出一種深層次的文化內容。
- ◆ 總之每個民族都有自我實現的願望和追求，都在用自己的方式（包括產品設計）表現自己，借助有形的實體表達民族識別要求和尋求民族認同感

地理與全球市場-氣候與地形 決定論 Vs. 可能論

- ◆ 18世紀的一些哲學家 and 歷史學家將地理環境決定論推向了高潮
- ◆ 強調地理環境對於經濟與文化的決定作用
- ◆ 例子:
 - 今世富強文明諸國，莫非溫帶之民族所創建也
 - 漢族文化發達是由於“氣候溫暖、土脈肥沃、物產豐饒”

地理與全球市場-氣候與地形 決定論 Vs. 可能論

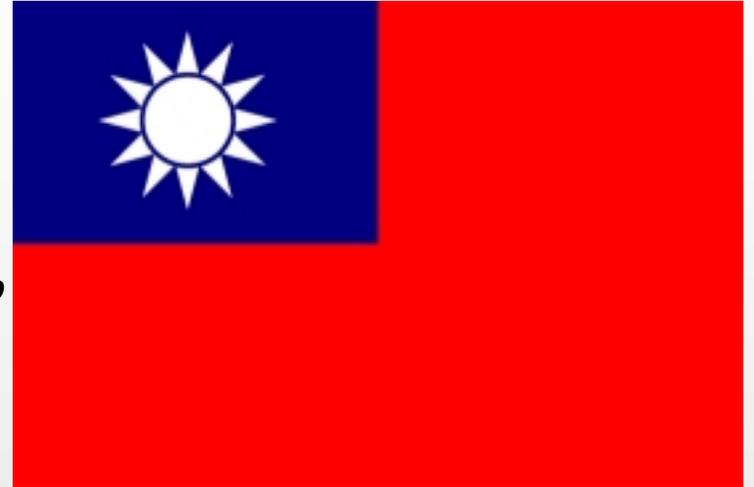
◆ 中國歷史上不乏環境決定論的觀點

《管子·水地》中有：

- 齊之水，道躁而複，故其民貪粗而好勇；
- 楚之水，淖弱而清，故其民輕果而賊；
- 越之水，濁重而泊，故其民愚疾而垢；
- 秦之水，泔最而稽，淤滯而雜，故其民貪戾罔而好事
- 齊晉之水，枯旱而運，淤滯而雜，故其民諂諛葆詐，巧佞而好利；
- 燕之水，萃下而弱，沉滯而雜，故其民愚戇而好貞，輕疾而易死；
- 宋之水，輕動而清，故其民閑易而好正”。

地理與全球市場-氣候與地形 決定論 Vs. 可能論

山川壯麗，物產豐隆，
炎黃世胄，東亞稱雄。
毋自暴自棄，毋故步自封，
光我民族，促進大同。
創業維艱，緬懷諸先烈，
守成不易，莫徒務近功。
同心同德，貫徹始終，
青天白日滿地紅。-決定論？



地理與全球市場-氣候與地形 決定論 Vs. 可能論

法國學者維達爾·白蘭士（Paul Vidal de la Blache）提出了“可能論”又稱“或然論”，反對決定論的觀點。

地理環境只為人類社會的發展提供了多種可能性，而人類又根據不同的生活方式作出選擇，並能改變和調節自然現象。

到了本世紀**20**年代“或然論”逐漸替代了“地理環境決定論”，並在西方國家佔據了主導地位。

地理與全球市場-氣候與地形 決定論 Vs. 可能論

◆ 決定論的缺點

- 宿命論
- 例外過多

◆ 決定論 Vs. 可能論

- 策略管理的兩派
- 不同的角度追求真理

◆ 萬物有常：世事多變

地理與全球市場-氣候與地形 決定論 Vs. 可能論

萬物有常，世事多變

位置量數

離散量數

$$Y = a_0 + a_1X_1 + a_2x_2 + \dots + e$$

決定論

可能論

地理與全球市場-氣候與地形 決定論 Vs. 可能論

◆ 決定論與可能論的關係

豐厚的條件代表更多的可能

◆ 命與運

(呃扯到哪裡去了?)

地理與全球市場-氣候與地形

- ◆ 天然的地形障礙對經濟成長及貿易可能是一種阻礙，但有時這些地形屏障卻可防範潛在的敵人；甚至在某些情況下，由於政府想保存經濟的孤立性而一直都不願意消弭這些天然界線。
- ◆ 這樣的態度卻正在臣服於一種許多國家都想要的願望，就是參與各種經濟的機會及全球市場的挑戰。

地理與全球市場-氣候與地形

- ◆ 地理上的障礙對一個國家的經濟、市場以及交流與供銷等相關活動，都有直接的影響。而且，對他的社會及文化也有間接的影響，最終也將反映到市場行爲上。
- ◆ 相較於部分亞洲、拉丁美洲及非洲的這些國家，歐洲及北美洲，一直受上帝寵愛，因為他們有較優勢的經濟及相對有利的地理格局。結果，相較於其他較不幸運的地區，已工業化國家去克服地理上的障礙也就一直都比較容易。

地理與全球市場-氣候與地形

要想富，先修路

地理與全球市場-氣候與地形

- ◆ 三個已經完成或正在進行中的主要計畫(克服天然的地形障礙)，包括
 - 英法之間的海底隧道(Channel Tunnel)
 - 連接丹麥和瑞典的歐瑞森大橋(Oresund Link)長10 英哩
 - 南美連接阿根廷及烏拉圭的柯隆尼亞大橋(Colonia Brlde) 長41公里
- ◆ 這說明了全球化是如何造成這種舊的思維態度重新被檢討



英法海底隧道建设历时7载止，全长50公里，其中海底部分长38.6公里，堪称世界工程史上的一大奇迹。

Channel Tunnel 英法海底隧道



英法海底隧道



歐瑞森大橋 (Oresund Bridge)



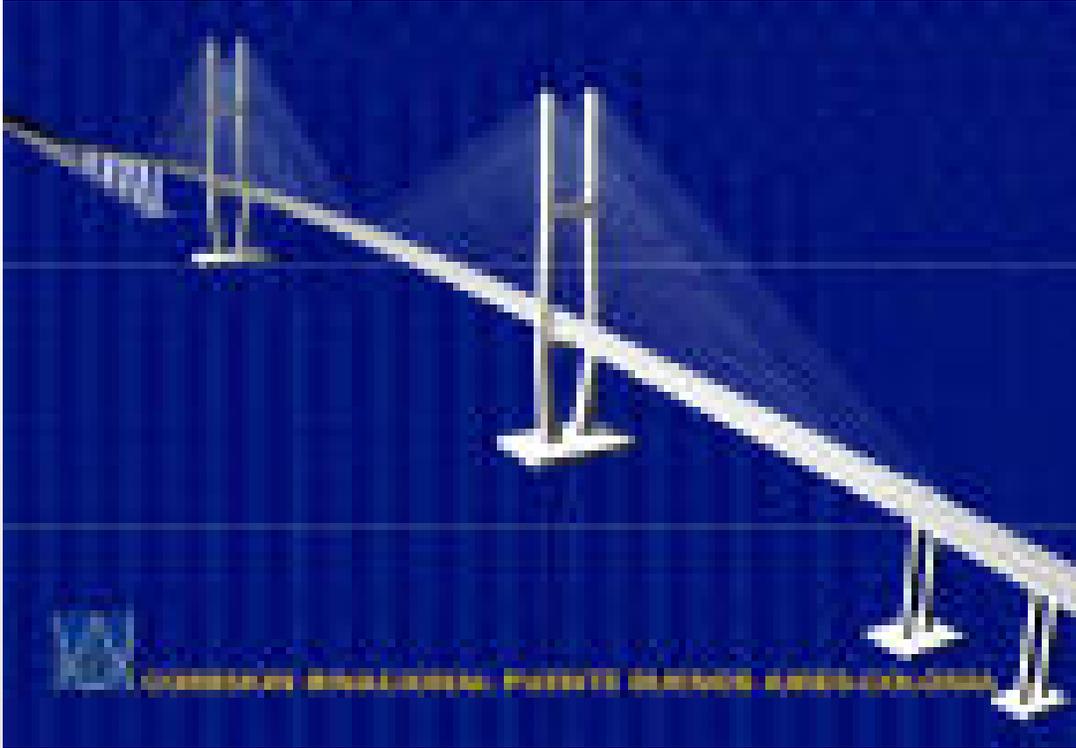
歐瑞森大橋 (Oresund Bridge)



歐瑞森大橋 (Oresund Bridge)



聯接阿根廷及烏拉圭的科隆尼亞大橋 Colonia Bridge



REPUBLICA ORIENTAL DEL
U R U G U A Y

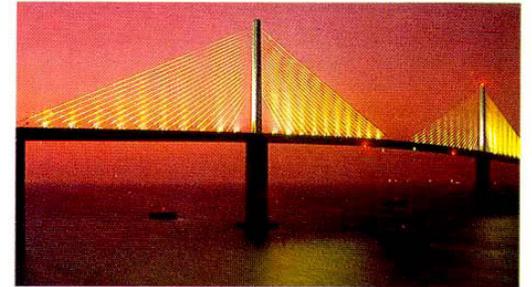
R E P U B L I C A
A R G E N T I N A



PRESENTATION OF THE BASIC STUDIES

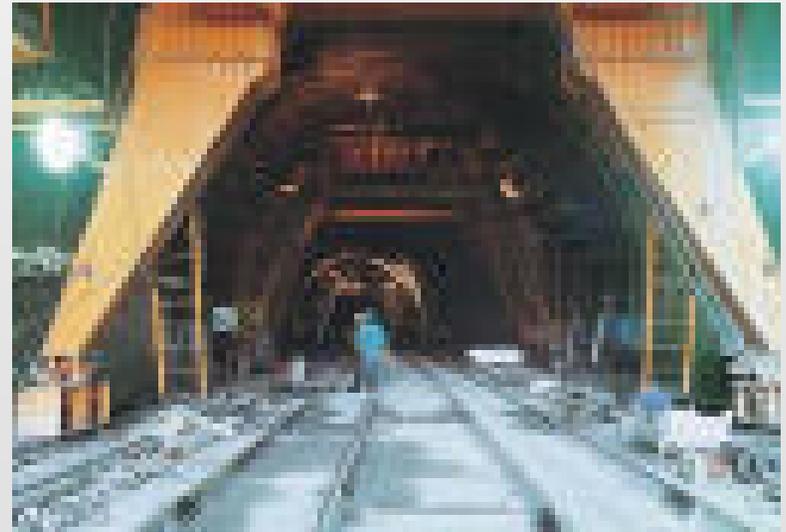
OF THE

RIO DE LA PLATA CROSSING



北宜高速公路雪山隧道

- ◆ 施工十年又八個月的北宜高速公路雪山隧道(長十二點九公里)主坑西行線「上斷面」工程，三月十四日上午由交通部長林陵三等人主持按鈕貫通。



長江三峽水壩



長江三峽水壩



地理、自然生態及經濟的成長

- ◆ 從自然到人為的災禍中，受到上帝較少眷顧的國家一直遭遇無數的災難，總是在生存及災難邊緣苟延殘喘。氣候及地形，加上內戰、差勁的環保政策及自然的災難，更促使這些國家在經濟上停滯。
- ◆ 當國家開始發展時，就要克服自然的障礙。全力挖掘隧道、修建橋樑及水庫，來控制或修正氣候、地形及大自然重複發生的極端現象。
- ◆ 全球忙著邁向工業化來加速經濟成長之際，環境的議題也變得愈來愈明朗。生態系統的干擾、人口的遷徙重置、不適當的有害垃圾管理以及工業化的污染，都是這些工業國家及那些尋求經濟發展國家必須提出解決的問題。

社會的責任及環境的管理

- ◆ 在最近十年結束時，國家、企業、人民已逐漸達成一個共識：環境保護並不是選擇性的，它是從事商業活動複雜過程中的一個基本部分。很多人看待這個問題是全球性而非單一國家的問題，因為它對全人類造成共同的威脅，所以不能由這些國家提出獨自解決的方案。政府及企業特別關心的是減少並消除數十年來所忽略的污染。
- ◆ 根據一項報導，亞洲有污染最嚴重的城市，其河流及湖泊在世界上也是污染程度最爲嚴重的。根據中國一項檢驗河川湖泊、水庫的報告顯示，河流被劇毒物污染的占了21%，而被排泄物污染的占了16%。
- ◆ 在東歐獨立之後，這些東歐國家被描述爲世界最大污染製造者的。

社會的責任及環境的管理

- ◆ 在控制工業廢棄物的過程中，還產生另一個同樣嚴重的問題：有害廢棄物的棄置，這是一個污染控制所衍生的問題。
- ◆ 當拉丁美洲及亞洲的一些國家對傾倒廢棄物者選擇關閉邊界措施後，中國就變成一個傾倒場地的目標。但現在中國也開始採取步驟來控制「外國垃圾」的入侵。
- ◆ 在巴賽爾公約(Basel Convention)會員國間的一個約定中，原本要求傾倒前須事先核准的，現在也被已開發國家修改為完全禁止出口有害廢棄物。這個條約所帶來的影響及引導未來方案的走向，反映出企業及人民對污染問題的一個廣泛認知。

没人要的垃圾



永續發展的重要觀念並當作執行基礎的提議

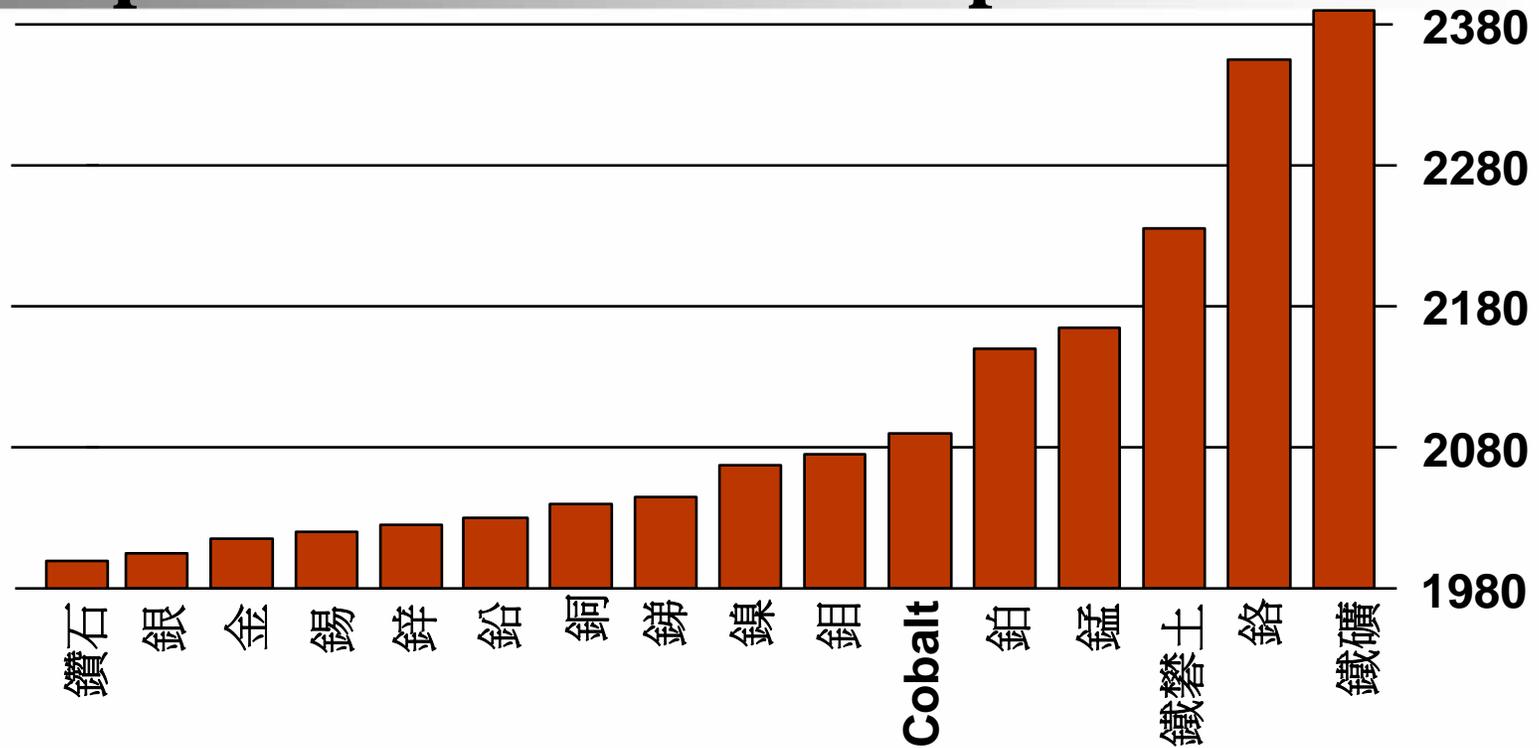
- 在經濟發展及環保之間有一個重要且潛在正相關的連結。
- 不當的經濟政策對環境影響，所付出的各種代價都是非常昂貴的。
- 提出各種環境問題的解決方案則需要先減少貧窮。
- 經濟成長必須由整合環境價值的價格所引導。
- 由於環保問題不受國界之拘限，爲了補足國家及區域性的行動，全球及區域性的合作有時是必要的。

聯合國對環境及發展的會議(也叫里約高峰會**Rio Summit**或地球高峰會**Earth Summit**)總結出一些包含永續發展觀念並當作執行基礎的提議。

資源

- ◆ 礦藏的可用性及其獲取能源的能力是現代工業技術的基礎。地球各種資源的位置，以及可用的能源來源，都是地理上的意外之物。因為世界上所有的國家都並非擁有均等的天然資源，也沒有任一國家對某種特殊礦藏或能源來源的需求，能剛好等於自己國內的供給。
- ◆ 在許多低度開發的世界，勞力是提供能源的重要來源。
- ◆ 提供人類能源主要包括各種動物、木頭、化石燃料、核子電子，以及一些多少屬於實驗範圍的海浪、地熱電力和陽光。在所有的能源來源中，石油的利用因為其多用途性及被儲存與運送的方便性而增加的最為快速。

The World's Mineral Reserves: Years to Depletion at 1985 Consumption Rates



資源: 能源工業

- ◆ 是人類活動最重要的支柱，但是以目前的狀況來說，也是加重溫室效應的元凶之一
- ◆ 能源的需求每年固定成長**2%**，最主要的依然是石化能源，佔**89.6%**，除此之外還有十多種能源的資源。
- ◆ **1950**年至今，世界的人口增加了**1**倍，而能源的需求則增加了**5**倍。
- ◆ 現在**6**個星期的石油消耗量，相當於**1950**年時一年的消耗量。
- ◆ **2001**年石油的消耗量是每天**6700**萬桶。

世界人口發展趨勢

- ◆ 最近的估計數字顯示世界上有超過**60**億的人口，到**2050**年人口預期將成長到**90**億。此外，到**2050**年預計**98%**的人口成長將發生在較低度開發的區域。表**3.3**顯示在**2015**年時，**83%**的人口將集中在較低度開發的區域，如果成長率持續下去，到**2050**年將有**88%**的人口集中在低度開發區。
- ◆ 現今人口相關議題包括：
 1. 控制人口成長
 2. 郊區及都會之間人口遷移
 3. 人口下降及老化
 4. 勞動人口不足及移民

世界住要區域的人口及壽命預測值

地區	1998 (百萬)	2025 (百萬)	2050 (百萬)	生命 預測值 1990-1998
全世界	5,901	7,286	9,367	65
高度開發地區	1,812	1,214	1,162	75
低度開發地區	4,719	6,072	8,205	63
最低度開發地區	615	945	1,632	51
非洲	749	1,181	2,046	51
亞洲	3,585	4,381	5,443	66
歐洲	728	717	638	73
拉丁美洲	503	625	810	69
北美洲	304	345	384	77
大洋洲	29	40	46	74

西元1996-2030年郊區及都市人口分佈 (單位千人)

地區	都市		郊區		都市佔整體 的百分比	
	1996	2030	1996	2030	1996	2030
全世界	2,636	5,117	3,132	3,255	45.7	61.1
高度開發地區	883	1,016	292	1,974	75.1	83.7
低度開發地區	1,753	4,102	2,840	3,057	38.2	57.3
最低度開發地區	138	558	456	710	23.3	44.0
非洲	262	863	476	725	35.5	54.3
亞洲	1,229	2,736	2,259	2,221	35.2	55.2
歐洲	538	572	191	118	73.8	82.9
拉丁美洲	357	599	127	121	73.8	83.2
北美洲	229	316	71	58	76.4	84.4
大洋洲	20	31	9	11	70.1	74.5

3-10

世界人口發展趨勢

- ◆ 世界人口持續增加，集中於都會
但其中生活的品質依然有相當的差距
- ◆ **1975年**世界人口的成長率為**2%**，**35年**間人口就成長了一倍。現在的成長率為**1.2%**，必須要**55年**才能成長一倍
- ◆ 世界人口成長率下降，使得全球人口在**2040年**時將持平在**80億**人。
- ◆ 如果地球是**100人**的小村落，其中就有**58人**生活在亞洲，**14人**在非洲，**10人**在南美洲，**8人**在歐洲，**5人**在北美洲，**4人**在俄羅斯，**1人**在大洋洲。
。

年代	都會人口 (10億計)	都會人口與總人口比
1950	0.8	30%
2000	2.9	47%
2050(預估)	6.2	70%

- ◆ 全球**15-64歲**的人口數增加了，**1980年**佔總人口數的**57%**（**25億9500萬**），**1990年**增加到**71%**（**37億6100萬**）。
- ◆ 全球的就業人口也增加了，從**1980年**到**1999年**，由**45%**（**20億3500萬**）增加到**49%**（**28億9200萬**），婦女就業人口也由**39%**增加到**41%**。
- ◆ 全球**80%**的人口居住在發展中國家（**49億人**）

世界人口發展趨勢-女人都到哪裡去了？

- ◆ 中國大陸三項大家關注的議題是，對於**2000**年代初期造成性別嚴重不平衡有著潛在的影響：
 - 世界人口最多的國家—中國，爲了限制人口成長有一個嚴格的一胎化政策。
 - 傳統的價值標準認定男性的優越地位及父母對男孩明顯的偏好。
 - 產前的超音波掃瞄容許婦女及早發現她們胎兒的性別，因而墮掉不想要的女性胚胎。
- ◆ 結果，中國的統計學者開始預測出**1980**年代末期及**1990**年代出生的這一代，將有一個很大的婚姻落差。**1990**年，中國記錄了每**100**個女性有**113.8**個男孩出生，遠高於自然的男女比例**106**比**100**。在鄉下地區，父母對男孩的偏好更是特別強烈，新生男嬰兒對女嬰兒的比例平均都在**144.6**比**100**的水準。在某一個鄉鎮，所報告的比例更達到**163.8**比**100**。

世界人口發展趨勢-女人都到哪裡去了？

- ◆ 不但在**2000**年之後會有性別的不均衡，也會產生社會上的不均衡。因為農村男孩的出生率較高，所以人口中大部分的男性都是教育程度較低的農民，而出生的女兒大多發生在都市，致使大部分住在城市的婦女較有可能接受到較高的教育，如高中或大專的學位。在中國，靠體力工作的男人，較不容易被吸引成爲婚姻的伴侶，同時只靠心智勞動的婦女，也是較不受歡迎的。
- ◆ 被用來提高女嬰兒比例的一個方案是收養。中國大陸已經變成提供小孩給美國人多國認養的最大供應國。超過**1,000**位的認養兒童居住在紐約地區。他們幾乎全都是女孩，也是中國大陸一胎化政策下意外的受害者。

世界人口發展趨勢-老人國

- ◆過去台灣每年出生的嬰兒數就有四十萬多人，去年出生數才二十四萬多人，足足少掉一半
- ◆總生育率去年降到每一名婦女一生中只生一·三個小孩，預估今年會再創新低，降到一·二人，比日本（老化第一名）和德國的一·三還低，也遠比經建會預估的數字低，以這樣的速度，台灣不出二十年，人口就呈現負成長。

世界人口發展趨勢-老人國

- ◆ 根據經建會統計，現在每一百個人之中就有九個老人，到了二十年後，每一百個人中就有十六個老人，才二十年時間，人口老化近一倍之多，到了民國一百四十年，每一百個人中，就有三十個老人，
- ◆ 台灣正以極快的速度老化當中，很快成爲「老人國」，老化後潛藏的危機也快速逼近你我身後。

世界人口發展趨勢-人口老化衍生四大危機

1. 現在是八個勞動人口養一個老人，二十年後變成四·三七人養一個老人，到了民國一百四十年，則是不到兩個人就要養一個老人。這是第一個危機。
2. 現在老年人口是二百萬人，二十年後增加到近四百萬人，到了五十年後，就會增加到六百萬人。人口老化後，健保醫療負擔會增加兩、三倍，病床也會不敷使用。健保費用入不敷出，是否撐得下去？實在令人擔憂。這是第二個危機。

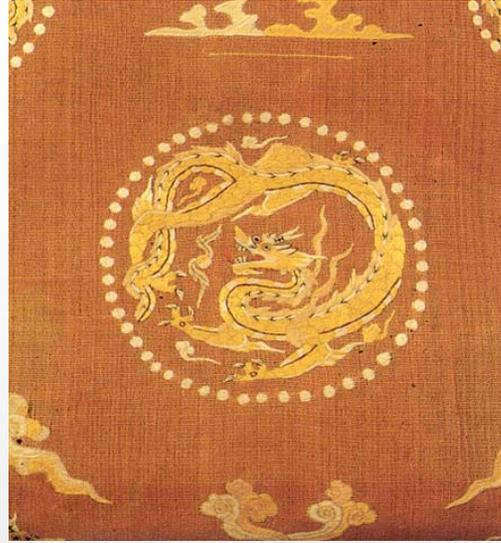
世界人口發展趨勢-人口老化衍生四大危機

3. 小孩出生數屢創新低，預估五十年內，幼稚園、國中、高中學生會逐年減少四成，大學生更嚴重，減少到只剩五成，未來會有一半的大學會關門，整個教育體系將會受到衝擊，連帶影響從事教育產業的人口。這是第三個危機。
4. 當老人愈來愈多的情況下，就業人口也會產生巨變，現在就業人口都是中青壯年人，未來就業人口全都是五、六十歲以上老人，老人爲了養活自己，退休年限必須延後，整個產業必須做調整，個人要具備老了還能工作的能力和專長，難怪彼得杜拉克預言：「未來的人必須工作到七十五歲。」這是第四個危機。

世界貿易路線

- ◆ 貿易路線把世界連結一起，將距離、天然的地形障礙、資源的不足及介於民族與經濟的基礎差異等減至最小。只要世界上有一群人，想得到另一個地方另一群人的某些東西，而在這兩群人當中有一個旅行推銷的方法或管道，就會產生貿易。
- ◆ 早期貿易路線都是經由陸路的，後來再陸續發展到海路、空路，最後甚至可以說，網際網路將許多國家連結起來。介於東亞及歐洲大陸間一條聞名的古代陸路的貿易路線——絲路，現今正重獲其作為主要貿易路線上之重要性，使得蘇聯已不再是西方及中亞間一個阻礙。

世界貿易路線-絲路



世界貿易路線-絲路



◆ 藏在公主帽中的蠶種

- 希臘人雖然很早就已開始使用絲綢，並稱中國為“賽裏斯國”（**Seres**，即產絲之國），但由於遠隔重洋，路途遙遠，不瞭解中國的蠶絲生產，他們對這種神奇絲的來源一無所知
- 大約在西元六世紀，幾個印度僧人把中國蠶種藏于行路杖中，從中國西部走私到東羅馬拜占庭，此後，歐洲有了蠶絲業
- 從上古時代起，中原就不斷地向西北各族輸出絲織品。西域人一開始也像遠在地中海的羅馬人那樣，對蠶的來源產生過各種各樣的誤解。

世界貿易路線-絲路

◆藏在公主帽中的蠶種

- 中原皇帝一直有一個不成文的規定，那就是誰洩露了養蠶的秘密，誰就得被判極刑
- 瞿薩旦那國（即唐代的於闐國，位於今新疆和田附近）國王為求蠶種與桑籽，派使節到中原求婚
- 瞿薩旦那國使節帶來了一幅瞿薩旦那國國王英姿勃勃的畫像，公主的心情頓時好轉

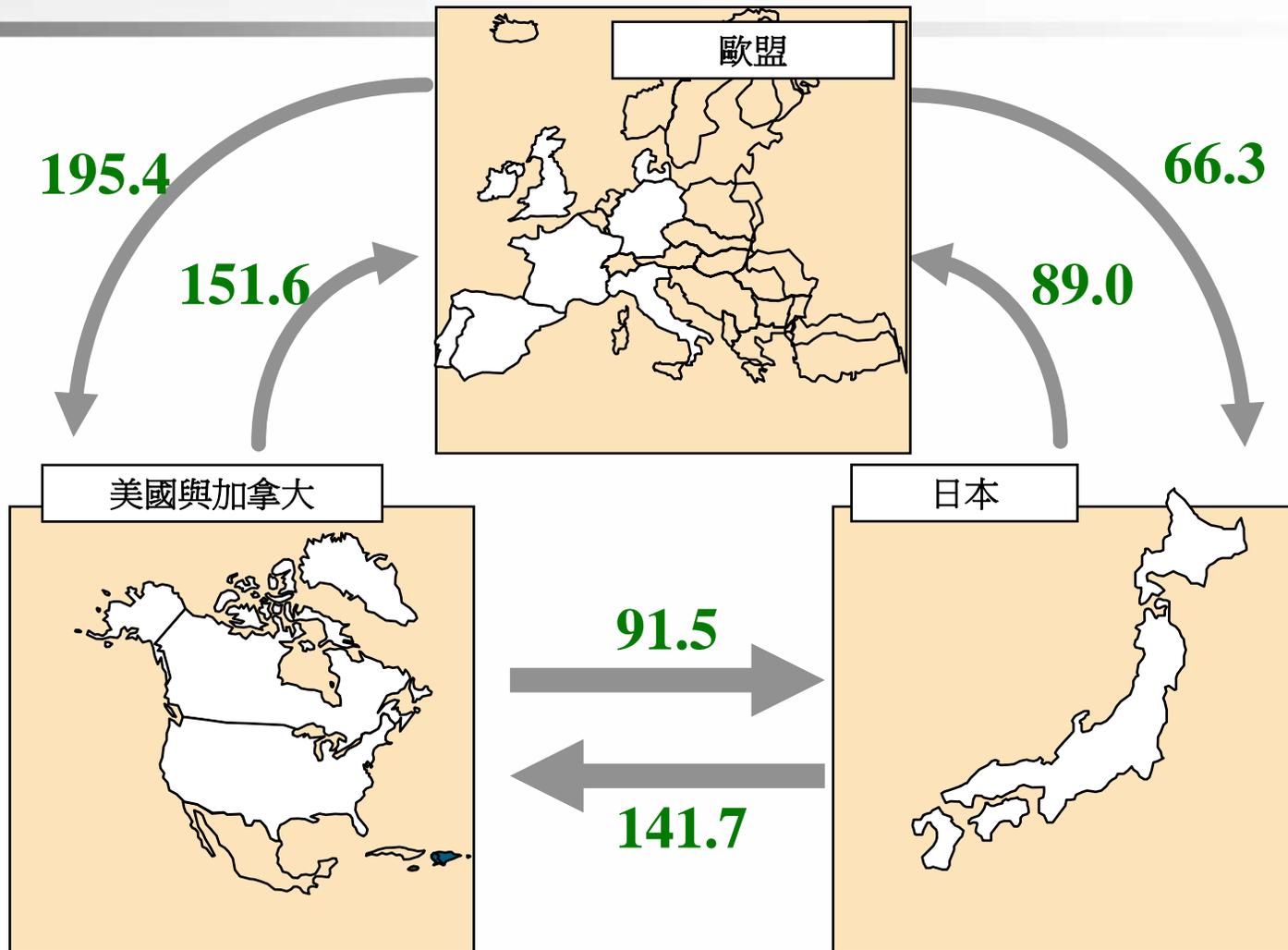


世界貿易路線-絲路

◆藏在公主帽中的蠶種

- 瞿薩旦那國恐公主百年之後子孫無錦衣可穿，懇請公主設法帶出蠶種和桑籽，達成瞿薩旦那國國王的心願。於是聰明的公主心生一計，在離開故土之前，偷偷地將蠶種和桑籽藏在了皇上賞賜的鳳冠裏。
- 公主終於見到了英俊的國王，摘下頭上所戴的鳳冠，從帽中取出了由中原帶來的蠶種和桑籽。中國的蠶種和桑籽就這樣被安全地運到了瞿薩旦那國，從此，整個西域地區的蠶絲業迅速發展起來。

三插圖：介於美國與加拿大與歐盟及與日本的貿易額
(單位：10億美元)



1997年排名領先的世界貿易國家 (單位：10億美元)

國家*	出口	進口	總計
歐盟-15國	\$2,723.5	\$2,565.4	\$5,289.9
美國	948.6	1,058.8	2,007.4
德國	620.6	584.7	1205.3
日本	422.6	384.4	771.0
英國	372.6	386.5	759.1
法國	377.2	339.0	716.2
義大利	309.7	267.9	577.6
加拿大	248.2	240.2	488.4
荷蘭	238.4	216.5	454.9
比利時/盧森堡	268.0	196.5	406.5
中國大陸	202.3	174.7	337.0
西班牙	158.0	156.0	314.0
南韓	156.3	114.9	271.2
墨西哥	121.7	121.9	243.6
瑞士	105.5	95.5	201.4

SOURCE: Statistic Report of Import and Export Trade 1999. Ministry of foreign Trade and Economic Cooperation, China and National Accounts, Foreign Trade by Commodities, OECD 2000.

通訊的連結

- ◆ 所有商業活動的基礎在於有效的通訊交流--- 包括知道貨品及勞務存在何處，何處需要它們，及即時跨越遠距離的通訊能力。
- ◆ 持續不斷地改良電子式通訊設備並促進貿易的擴張。首先發明了電報，然後電話、電視、衛星、電腦及網路。每一次電子技術的革命對人類現狀、經濟的成長及商業功能運作的形式上均產生深遠的影響。
- ◆ 每當一個新的通訊技術發揮其效應時，新的商業模式即開始孕育，而某些已存在的商業會重新創造其運作方式以適應新的科技，當然也有些商業無法回應技術變革而逐漸沒落消失。
- ◆ 網路革命也是如此，它一樣也會影響人類的現狀、經濟的成長及商業運作的方式。如同我們將在以下章節討論，國際網路已經開始影響國際企業之管理。不過，當國際網路滲透擴散到世界文化深層結構之時，最大的變化才會來臨！

全球商業歷史的展望

- ◆ 歷史協助定義一個國家的「使命」；它如何認知它的鄰國，它如何看待它在世界上的位置，以及它如何看待它自己。
- ◆ 洞察一個國家的歷史，來了解一個國家政府及企業所扮演角色、管理者及被管理者之間的關係、管理權力的來源，及對外國多國企業的態度，是特別有效的。

歷史與當代的行爲

- ◆ 除非你對日本奮鬥演進過程中的許多改變有一些歷史的觀點一如在將軍制的封建系統下七百年、在**1853**年美國海軍艦隊總司令培利(**Perry**)到達日本之前的鎖國狀態、被殖民國家統治的威脅、新社會階級的興起、西方的影響、二次世界大戰戰敗的屈辱，以及在國際社會體系的參與投入-否則很難去完全了解日本人在當代的行爲。
- ◆ 爲什麼日本人對他們的公司有如此強烈的忠誠度？爲什麼在日本供銷系統的參與者中，所發現的忠誠度使得外部的人想進去發展是如此困難？爲什麼許多決策都是由全體意見一致的方式達成？這些問題的答案都可以部分經由日本人的歷史來說明。

歷史與當代的行爲

- ◆ 對一個家庭、一個國家、一個公司、一個社會團體的忠誠度，以及爲了一個普通的原因被強烈地驅使去合作、一起工作等等，常擴散充滿在日本人行爲的許多層面裡，並且回溯自數千年前的歷史根源。
- ◆ 忠誠度及服務、責任感，以及對紀律、訓練與技藝等的尊重，從古代就被強調穩定與秩序是必須的。

歷史與當代的行爲

- ◆ 在日本歷史中從頭到尾一直被教導著孔夫子的哲學，強調「在對君王忠誠的前提下，朋友對朋友、太太對丈夫、小孩對父母、兄弟對兄弟」忠誠的基本美德，亦即對國家的忠誠。
- ◆ 在日本人的意識形態基礎前提上反映出合作對集體利益的重要性。日本人藉由認同聯合全體以對抗那些威脅集體利益的外來壓力來達成共識。
- ◆ 這種歷史的觀點提供在日本的外國人一個原則，也就是在這樣的基礎上所能開始發展對日本文化的敏感度，以及更了解當代日本人的行爲。

歷史是主觀的

- ◆ 在了解爲什麼一個國家會表現出如此的行爲時歷史是重要的，但它是要視從誰的角度著眼呢？
- ◆ 歷史事件總是從某人自己的觀點和認知標準來看待，因此某些被某一位歷史學者所記載的事項，可能與另一位歷史學者所記載的不盡相同，特別是在這些歷史學者來自不同國家的時候。

歷史是主觀的

- ◆ 爲什麼墨西哥人對美國會有一種愛恨交加的關係？爲什麼墨西哥人一直到最近都想握有大部分外國投資過半數以上的所有權？爲什麼墨西哥獨裁者柏菲亞里歐·迪亞茲(**Porfirio Diaz**)將軍哀悼說，「可憐的墨西哥，跟上帝距離這麼遠，卻和美國距離這麼近。」爲什麼？
- ◆ 因爲墨西哥人認爲美國對他們的政治、經濟和文化的獨立是一個威脅。大部分美國的公民都被這種感覺所迷惑。畢竟，美國一直是墨西哥的好鄰居。大部分人都會同意約翰·甘迺迪總統訪問墨西哥期間所聲稱的「地理上我們如此靠近，但傳統文化卻一直促使我們分離。」

歷史是主觀的

