

## 政風通報第一七六期

中華民國九十七年四月一日發行

■	<a href="#">法令宣導</a>	■	<a href="#">法律小故事</a>
■	<a href="#">反詐騙宣導</a>	■	<a href="#">政風小品</a>
■	<a href="#">政風箴言</a>	■	<a href="#">心靈雞湯</a>
■	<a href="#">歡樂時光</a>	■	<a href="#">心得報告</a>

[前往政風處網站](#)**法令宣導**

## 從「行政程序法」及「公職人員利益衝突迴避法」概論利益迴避

行政程序法（以下簡稱程序法）係 88 年 2 月 3 日制定公布、將於 90 年 1 月 1 日施行，其中第一章總則第四節迴避計有第 32 條及第 33 條二條文，明定公務員應迴避之事由；公職人員利益衝突迴避法（以下簡稱迴避法）係 89 年 7 月 12 日制定公布，全文 24 條。茲將上述二項法律之相關規範研析如下：

## 一、規範對象不同：

程序法未明定公務員範圍，通說認為應採刑法第 10 條最廣義公務員之定義，據此，於行政機關內設置各種委員會所網羅學者、專家或社會公正人士，法令對其組成有特殊限制，且其決定機關首長率皆尊重，理應負有公正作為之義務，亦應有程序法迴避規定之適用。迴避法所規範公職人員範圍較小，專指公職人員財產申報法第 2 條所定人員。

## 二、應迴避之事由不同：

由於程序法所規範應迴避之事由可歸納為：

- 1、公務員在「個人利益」與「職務利益」衝突時（參見程序法第 32 條第 1 款、第 2 款）。
- 2、公務員對待事件有預設立場（參見程序法第 32 條第 3 款、第 4 款）。
- 3、其他具體事實，足認其執行職務有偏頗之虞者（參見程序法第 33 條第 1 項第 2 款）。簡言

之，公務員於行政程序中具有前述相當關連存在，即應自行迴避而不問有無利益產生。迴避法所規範之應迴避事由依第 6 條規定係指公職人員知有利益衝突者，應自行迴避。

### 三、違反之法律效果不同：

公務員違反程序法應迴避而不迴避，應發生何種法律效果，程序法未明定，由於不同行政行為所涉及之程序各有不同，應視其違反情節而定，可能構成程序法第 111 條第 7 款所稱「其他具有重大明顯之瑕疵」而致行政處分無效、或依程序法第 114 條規定「瑕疵行政處分之補正」，或有學者認為「承辦公務員應迴避而未迴避者，應推定其所為決定違法，為『得撤銷』之事由。」至於公職人員違反迴避法之法律效果則具體明確，依迴避法第 11 條規定：「民意代表以外公職人員於自行迴避前，對該項事務所為之同意、否決、決定、建議、提案、調查等行為均屬無效，應由其職務代理人重新為之。

### 四、罰則：

公務員違反程序法迴避義務時，程序法雖未規範罰則，惟公務員仍可能涉及違法、失職；同時具備公務員身分之公職人員，執行職務涉及利益衝突而未迴避時，除可能有該當刑法相關規定之適用外，尚有迴避法行政罰（罰鍰）之適用。

### 五、例示：

1、某智慧財產局局長 A（同時具備公務員及公職人員身分，同時受程序法及迴避法之拘束），於擔任局長前，曾以其律師專業擔任某 X 公司專利申請案件之代理人，於案件審議中，A 因擔任局長而不再擔任 X 公司之代理人，外觀上雖已無涉利益衝突，無迴避法之適用；但 A 於該專利申請案件此一行政行為中，應依程序法第 32 條第 3 款規定自行迴避。

2、某看守所所長 C（同時具備公務員及公職人員身分，同時受程序法及迴避法之拘束），對於所內某患病人犯 D，有據實報告之職務，由於人犯 D 乃 C 弟（公職人員二親等親屬，為迴避法所稱之公職人員之關係人）任職於自來水公司（公營事業機構）直屬長官之子，C 因受其弟之請託，倘捏報 D 患病甚危，使 D 獲准保就醫，則其弟可於工作上獲得晉陞（屬非財產上之利益）。此時 C 依迴避法規定有義務迴避，C 有應自行迴避之情事而不迴避者，即符合違反迴避法第 7 條規定：「公職人員不得假借職務上之權力、機會或方法，圖其本人或關係人之利益。」應依第 14 條規定予以處分。

### 六、結語：

處理行政事務之公務員如有程序法所定之事由，即應自行迴避；必要時，當事人亦得申請該公務員迴避，以確保行政程序進行之公正、公平；為有效遏阻公職人員貪污腐化暨不當利益輸送，亟需建立公職人員利益衝突迴避之制度。行政程序法及公職人員利益衝突迴避法之制定，二者相輔相成，始能確保當事人之權益、維護行政機關威信、促進廉能政治、端正政治風氣。

(本文作者為台北榮總林專員禾昌)

[TOP](#)

## 法律小故事

### 拾得遺失物，該怎麼辦？

97年3月12日自由時報刊載：新竹縣張姓、許姓 [小學](#)生3月5日在路上撿到1000元，兩人拿去換成兩張500元想平分私吞，但張童放在身上好幾天都不敢花掉，10日在教室掉下500元紙鈔被老師發現，老師說起拾金不昧的故事開導兩人，兩名學童聽後將錢拿到派出所，並主動認錯。

「警察伯伯，我們做錯事了！」警方說，那天看到兩名小朋友一進到派出所，就90度鞠躬說抱歉，他們覺得莫名其妙，細問後才知道原來兩個小朋友撿到錢，並一度平分私吞，後來被老師發現，自覺做錯事供出全盤。

警方說，張姓、許姓小學生5日下午放學時，在竹東鎮康寧街撿到1000元，面對大鈔誘惑兩人掙扎許久，最後許童提議把錢平分，兩人於是找了一間商店換錢，每人平分500元，但事後兩人內心依舊掙扎，因為一直到10日被老師發現，500元一直放在他們口袋沒有花掉，相當可貴。

### 老師點醒 拾金不昧

該校五年級黃姓導師昨天說，10日下午打掃時，張童從口袋掉出500元剛好被他看到，他詢問張童怎麼帶這麼多錢，張童誠實回答與許童一起撿到錢的經過，他開導他們正確的作法應該拿去派出所，拾金不昧才是好小孩。

黃姓導師說，這兩名學生家境還算小康，平日也有零用錢，在班上品行良好，所以馬上就認錯，並在放學後直接到派出所去交錢。

警方說，刑法有一條侵占遺失物罪，很多學生撿到手機、皮夾等佔為己有，但最後仍被抓到，貪念反而害了自己，還好這兩名學生知錯能改，在觸法之前及時悔過。

### 拾得遺失物，該怎麼辦？

一、依據民法規定，拾得他人遺失之財物，必須依狀況履行三種義務之一：

(A) 通知領取 (B) 揭示招領 (C) 向警方報告並遺失物交予 警局保管。

二、所有人若於六個月內領回，拾得者可請求十分之三的報酬。

三、若將遺失物佔為己有，即觸犯刑法上的「侵占遺失物罪」。

四、遺失物所有權人，在兩年內得要求拾得人歸還拾得物。

(作者為 台北榮總組長 林守璧)

[TOP](#)

## 反詐騙宣導

### 常見詐騙案例犯罪手法及預防方式

(一) 現金卡詐騙1.臺中市的劉先生於某日在瀏覽報紙的分類廣告時一則醒目文字吸引了他「現金卡、金卡借你用，渡你難關，30分鐘專人送達」，正愁交不出本月卡費的他，打電話詢問時，獲得更好的答案，原來只要先付6千元就可以換一張3萬元額度的現金卡，他馬上就匯了5千元。2.第二天對方就由「黑貓宅急便」送來一張「喬瑪現金卡」，問題來了，這張卡沒有序號怎麼刷呢？經詢問的結果，他必須再匯5千元才能透過銀行的內線人員告知序號，也就是說這是一張「人頭卡」，劉先生以為透過銀行的內神通外鬼，買到可以盜刷3萬元額度的現金卡。3.貪念矇蔽了他的理性，為了趕快取得現金卡序號，他與偽卡集團打交道，又依對方指示共匯了1萬8千元，結果4次的匯款後電話再也打不通，他才知受騙了。1.詐騙歹徒常利用所謂的「銀行內線管道」甚至以「違法行為」包裝詐騙行為，被騙的人其實仍是心存貪念，這與故意購買贓物的貪小便宜心理如出一轍，須要現金週轉的朋友，千萬不要輕信不法管道可以獲取意外之財，此時應要更加謹慎，保守理財才能渡過難關。2.如對現金卡申辦程序有所懷疑，以「104」查詢金融機構的正確電話，再向金融機構詢問辦卡細節，才可避免被騙。3.申辦現金卡或信用卡一定要先了解契約內容，特別是循環利息的計算，必須衡量自己的償還能力，且應透過查證確實的金融機構或業務人員申辦，以免個人資料遭冒用。

(二) 電話詢問「猜猜我是誰？」詐騙1.民眾陳小姐接到一通電話，歹徒一開口就親切地問候、寒暄，雙方就這樣扯了一陣子，陳小姐心中會忍不住想：「他究竟是誰呢？」2.當陳小姐正要開口詢問時，歹徒會像在玩猜謎遊戲一般，給一些提示，如：「我是你同學呀！」、「我們以前同一個社團，你怎麼貴人多忘事？」。於是陳小姐翻開「記憶的資料庫」，趕快在有限的提示裏去找尋一個「聲音」很接近的「同學或朋友」。3.當陳小姐想到一個名字，並且說出口：「哦！你是小胖呀！」歹徒會立刻回答：「唉呀！你終於想到了」然後彼此繼續談些投資、時事、政治等公眾話題。4.此時被誤認為朋友（小胖）的歹徒，開口向陳小姐借錢，理由很多種，有「家人重病手頭緊」、「支票跳票急須軋現金」、「發生車禍須付理賠金」，接著就會發動「溫情攻勢」，用哭的、唉聲嘆氣、憤憤不平……直到陳小姐開始安慰，並且主動問：「那錢要怎麼給你？」這時歹徒會要求陳小姐跑一趟郵局、銀行填個匯款單，或者直接去ATM提款機轉帳。5.等陳小姐匯完款、回到家再慢慢回想剛剛的一切情節，會發現疑點愈來愈多，而這位需要錢的朋友或同學，竟然如石沉大海般突然從人間消失。1.特性：電話以隨機巧合情境，與被害人客戶、朋

友或多年未聯絡的同學聲音相似，因誤打誤撞致被害人受騙；且由於借款金額不多，被害人不會猶豫懷疑。2.注意：不要依照不明來電的指示，辦理匯款或轉帳。3.當您不確定來電者身分時，不先猜測對方姓名，而是要請對方主動表明身分。4.不在電話中透露地址、姓名等個人資料，也最好不要在發現歹徒真面目時羞怒對方，以免遭致歹徒糾纏不休。

(三) 公務機關電話語音通知詐騙1.歹徒製作「電話通知語音錄音帶」內容為：「您涉及一件金融詐欺案件，案移台北地檢署偵辦，因屢傳不到，近期將逕行拘提，以釐清案情，請撥分機號碼9查詢...」2.採取亂槍打鳥方式，隨機撥號給民眾，播放電話錄音帶。民眾接電話後，待按分機碼之聲音「嗶！」響起再接電話。歹徒回覆民眾詢問步驟：(1)故意詢問民眾姓名及身分證號(偽裝公務機關查案號、事由)(2)回覆內容：「您因涉嫌洗錢，目前已由檢察官凍結帳戶，疑似個人資料遭冒用，請立刻撥打09267 8 向警察機關(如：刑大偵三組)×××警官報案」。3.民眾撥打假警察(假金管會人員)電話，歹徒對話內容：(1)為了清查資金流向，請確實告知目前帳戶開立詳情(藉此掌握所有銀行開戶情形，以統計可詐騙金額，並設計轉帳方式)(2)歹徒告訴民眾：「為確保你的帳戶安全，必須辦理「安全帳戶設定」，請至銀行辦理「電話語音轉帳設定」(或電子網路銀行、匯款)並將所有存款放入「安全帳戶」內」(藉此設計轉帳詐騙陷阱)。(3)歹徒告訴民眾：「為避免銀行行員內神通外鬼，請於48小時內不要去刷帳簿，以免安全帳戶設定失敗」(藉此延遲被害人報案，以充裕轉帳時間)。4.民眾發覺帳戶餘額為「0」，經撥打歹徒電話無法聯絡，始發覺被騙而報案。1.法院或地檢署不會僅用電話語音通知當事人出庭，法院通知將以公函方式，並告知承辦人電話及姓名，因此民眾切勿僅相信電話語音內容。2.警察機關辦案必須請當事人親自到場製作談話筆錄，不會在電話中詢問資金帳戶等問題。3.若接到此類電話請即將相關內容紀錄下來，並立刻撥打165反詐騙專線協助查證，以便警方進行斷話。若歹徒不斷來電糾纏，請說出已撥165專線查證乃詐騙，請不要再打來。4.若因接電話之初，誤為司法機關調查，已告知歹徒身分證號及開戶銀行、帳號等個人資料，不用驚慌，此部分資料尚無法影響存款安全。5.«電話語音轉帳»及«網路電子銀行»係利用電腦辨識系統來辦理銀行轉帳，因為不須存摺及印鑑，已成為歹徒目前最喜歡利用之詐騙方法，請千萬注意保密的重要性，切勿在電話中告知開戶«帳號»及«密碼»，以免歹徒透過電腦轉光所有存款。

(本文轉載自法務部網站)

[TOP](#)

## 政風小品

### 本質與迷失

先從一個故事開始吧。某個中年人，平時忙於工作，沒空陪他唯一的兒子為此感到內疚。有一天他下定決心安排好某個周六下午保持絕對的空檔，買了兩張電影票，來好好陪陪兒子！

時間到了，他和兒子快快樂樂開車出門，但很不幸地，居然碰上了大塞車！眼看電影就要開始，他們的車還塞在半路上動彈不得，兩人在車內便一直抱怨，生氣這個都是...這個交通.....，忽然，老爸想起來：「我安排今天有空，不是就是為了要和我兒子在一起嗎？現在我不是正和兒子

在一起嗎？那我又何必在乎那場電影呢？」於是他開始放下生氣的情緒，和他的兒子愉快的聊了一個下午。

人的許多動機，是由他的本質出發，但在實踐的過程中，卻很容易迷失了。正如這為老爸他所求的本質是好好陪一陪他的兒子，但在實踐的過程中，卻被塞車、電影等等牽扯到了另一種心境去了。

婚姻的本質，是兩個人相知相惜的相伴結果，但不少人最後迷失在爭吵、鬧意見、誰該洗碗的牢籠中，找不回當初結婚的本質；認識新朋友，本該在友情的基礎上，互相幫助，製造快樂；但隨著時間的流逝，演變出多少計較、冷漠與抱怨。

是的，許多事的本質與動機都是好的，可是一但出發之後，卻似太空船航向未知的星空，投入無邊的「迷失」之中了。人的本質，有愛、有情、有慈悲、有智慧，但這是所謂本質投入這個世界後，有另一定律，牽引著這本質走向另一未知，那就是：「迷失」。

宗教的本質，是為認識上帝，接近上帝，但歷史上有多少宗教戰爭呢？慈善事業的本質，是在恤貧憫孤，但大多數的慈善是不是也有迷失於名、利的狀況呢？

孟子的性善，道盡人心深層裡必定有一至善之本質；可是荀子的性惡，卻似乎毫不掩飾地指出，這本質有極大的可能，迷失在往前走的路。無怪乎儒家千百年中不敢獨尊性善或性惡，因為很可惜的是，純善的本質易迷失在這人世間！

人的內心中，都充滿了愛，由此本質出發，推動我們做不少事；但日常生活中，多少愛轉成分離、爭吵、失望，甚至怨恨。這也是一種迷失，迷失了本質的目的。

二十一世紀，人類最大的發現，將是：發現自己。

發現自己的本質，瞭解自己本質的目標，重新找回這些目標，不要再迷失了。現在飛機、船隻大量使用衛星定位系統 GPS，好知道自己身在何處，以免迷失。

心靈裡，是否也需要一種系統，以免自己迷失了本質的作用呢？別再犯同樣的錯誤：由本質之良善出發，卻迷失在這紅塵俗世中。

當你感覺很不好時，希望你能像那位爸爸一樣，找回自己最原始的目標，從而放下一切根本不必要的負面情感。

忙的時候，想要休息；渡假的時候，想到未來。

窮的時候，渴望富有；生活安逸了，怕幸福不能長久。

該決定的時候，擔心結果不如預期；看明白了，又後悔當初沒有下決心。

不屬於自己的，常常心存慾望；握在手裡了，又懷念未擁有前的輕鬆。

「生命若不是現在，那是何時？這就是你的方向、你的生活目標！」

(本文作者為台北榮總林專員禾昌)

[TOP](#)

## 政風箴言

一、知足天地寬，貪得宇宙隘。（曾文正）

二、晝間人寂，聽數聲鳥語悠揚，不覺耳根盡澈；夜靜天高，看一片雲光舒卷，頓令眼界俱空。  
（葉根譚）

[TOP](#)

## 心靈雞湯

在講求效率、先機的商場，一群CEO已悄悄將時間管理新戰場，延伸到早晨八點以前... 你還在煩惱時間不夠用嗎？

你的未來，決戰早晨！

### 早起一小時，人生大不同

古今中外許多成功人士都是「晨起人」，例如：織田信長、拿破崙、曾國藩、寶來副總裁白文仁、君悅總經理 David Pacey、台塑集團董事長王永慶等...

他們的成功之道，就是利用早晨時光，思索局勢、規劃未來.....想成功，先從晨起開始！

### 知名美學家蔣勳，清晨六點開始工作

蔣勳，每天早上六點就開始工作，在花甲之年開創生命新價值。

「每一個清晨，從黎明日出的微光看花，靜坐在花前，像參悟生命的來日方長.....是生命的燦爛之花。」

## 新任韓國總統李明博，每天四點起床

李明博每天清晨四點半起床，運動一小時，閱讀一小時，從不間斷…… 這位 CEO 的總統，以早起的習慣鍛鍊堅韌的意志力。

然而，每天早上，仍有許多人難以離開溫暖的被窩 …

為什麼總是爬不起來、甚至愈睡愈累？如何才能成功擺脫賴床，成為「晨型人」呢？

快看 變成「晨型人」的小祕訣！

### 秘訣1：早睡早起

調整生理時鐘，起床時間每兩週提早半小時，漸漸達到早上五點就起床。

### 秘訣2：晚飯之後禁甜點、宵夜

早餐可以吃得很豐盛，但是夜間若腸胃活動太旺盛，會影響睡眠品質，造成隔天起不來或睡不好。

### 秘訣3：避免熬夜上網

夜間上網容易不知不覺沉迷於遊戲或聊天，也會使腦部活動過於旺盛，造成失眠。

### 秘訣4：春、夏開始執行晨起計畫

對早起沒信心的人，可以選在春、夏開始進行，會更容易養成早起的習慣。

### 「晨型人」的四大好處

清晨五點就起床，除了利於時間管理，還有四大好處：

「變美麗、變苗條、變健康、變聰敏」

#### 好處1：變美麗

早睡早起是免費的最佳美容法，而且不必擦一大堆保養品，氣色自然就會好，而且皺紋會減少。

#### 好處2：變苗條

早起可讓身體正常代謝，脂肪和廢物不會囤積在體內，若配合晨間運動效果更佳。

#### 好處3：變健康

早起可讓體內循環良好，使抵抗力變強，減少感冒生病的機率。

## 好處4：變聰敏

早上頭腦清楚，吸收能力強，又有充分時間好好閱讀，比在通勤時擁擠的車廂內閱讀效果更好。

早起一小時，人生大不同！！

每天早起一小時，一年就多出四十五個工作天，人生的另一種可能，就此展開！

(本文摘自網路文章)

[TOP](#)

## 歡樂時光

兩隻青蛙相愛了，結婚後生了一隻蛤蟆。

公青蛙見狀大怒說：到底怎麼回事？

母青蛙哭著說：他爹，認識你之前我去整過容啦！

(本文摘自網路文章)

[TOP](#)

## 心得報告

- 書名：美學的經濟

• 壹、作者：詹偉雄，民國五十年出生於豐原，民國七十四年畢業於台大圖書館系，詹員本身是個喜穿亞曼尼西裝的美學實踐者，多年來穿梭於雜誌界與廣告界。

詹員主要研究興趣為：經濟史、科技史、城市身世與運動史；主要人生興趣為：烹飪、育兒、家事操作方法論與搖滾樂。出版過「迫力的東京」、「e呼吸」等二本書。詹員並擔任經濟部創意生活產業、經濟部金網獎及光寶創新獎的評審委員。

貳、「美學的經濟」是一本探索台灣新興的消費社會的一本著作，這本書共分為「美學的經

濟」、「新消費社會」、「創新方法論」、「全球化衝擊」、「人文的思索」等五章節，並細分為六十個小項，綜論台灣社會變遷的微型觀察。

本書結構，開宗明義即論述「美學的經濟」真義，並佐以眾多實際案例，循序漸進閱讀本書，即可瞭解何謂美學經濟，並對台灣社會內部變遷，如何從溫飽即可到要求產品需具有美感的各個階段，有個粗略瞭解，以下即是精彩內容。

參、近來「美感」這二個字已經成為工作場所裡的流行詞彙，蘋果電腦的 iPod 熱賣，許多科技公司紛紛買來拆解，他們好奇的不再是性能與機構，而是想了解：它到底是美在那裡，得以讓成千上萬個消費者為它癡狂。不只是「外銷訂單美學化」強迫我們要學美，內需市場也散發著更多以「美感」為訴求的工業商品。從 Ikea 的傢俱、筷子湯匙到 7-Eleven 裡賣的飲料，它們也開始和精品店裡的時尚服飾一樣，有著春夏秋冬四季分明的款式與包裝。敏感的消費者多察覺到：汽車廣告已悄悄的由機能和配備的競爭，轉變成「生活式樣」的競爭，類似的轉變，還同時出現在手機、筆記型電腦、辦公傢俱、家用五金這些傳統高剛性的產品上。這也意味著，即始要吸引本土顧客，我們也同樣要運用美學技術，而為了要讓消費者、客戶、上司、同事、部屬認為我們是一個有生產力的工作者，我們還得在全身上下、言談舉止、家居休閒、工作報告上表現出一定的審美指數。

在這個年代裡，你有高 IQ、好 EQ、可能還比不上你有吸引人的 AQ（審美指數）重要。當我們必須要生產「美」、定期採購「美」、被迫學習「美」，這就成為一個經濟學裡的常態供需循環。為何美感會成為一種現代人必要的工作技能或消費技術？為何原本上流社會才有的「審美競賽」，會變成中產階級生活的新壓力，這是一個時代性的議題，值得我們好好來推敲。要探討台灣的「美學」現象，不妨從一個對自我的詰問探究起：當我們購買一件商品時，驅始我們購買的動力為何，顯然答案絕非僅係商品的「使用功能」（否則女人的鞋櫃裡就不會有超過幾十雙的鞋子），依據近代研究消費現象的學者指出，當代中產階級的購物熱潮，其消費的標的是附著在商品上的「象徵符號功能」，而不再是使用功能，而極大化地購買象徵符號，正是我們超量、過量消費的原因。

舉例來說，法國 LV 皮包風靡全球，成功之處絕非它的「容量」和「耐久性」，反而是那深淺錯落的咖啡色格子皮料染色以及 LV 二字的斜 logo，才是消費者趨之若鶩、願付高價的理由。眾多的消費者都指出：這個符號代表著「歐洲名士情調」、「精緻生活化身」，擁有者甚至心理上，還分享著這符號背後所暗喻的高人一等的精神喜悅。如果拿掉了這些符號，你還會花高價去購買嗎？當商品的受歡迎程度，由使用功能的優劣轉向象徵符號的高下競爭，開發商品的重心就由對製造流程和成本合理性的專注，轉向了工業設計、產品包裝和廣告行銷主宰的美學領域。

肆、「學美的社會」，一個社會愛美或不愛美，跟 GDP 有關係嗎？當然有！全球好大一部份的 GDP，就在格林威治時鐘的各個時區裡，為了「美」而隨時翻上兩翻。如東京的書店裡，光是針對十五到三十歲的女性「選衣服」的雜誌就超過四十種，正因為日本人愛美，所以日本的某些工業主宰著世界消費市場。以影像工業來說，日本人對視覺的纖細苛求，使得他們的電視、攝錄影機、數位相機、印刷機都執世界牛耳，為日本賺進大批外匯。但歐洲人的收入那裡來？他們賣紅酒、賣賓士、賣「貝克漢」、賣羅浮宮、甚至賣「自己的生活」，我的法國朋友說：每年數十萬日人遠道到法國南部的普羅旺斯，陶醉到連買把「鄉間泥土」，都覺得此生此行死而無憾。日人汲汲追求「美學」的學習和體驗，產業化的深度無與倫比，有次看日本公司的新產品設計圖，那種精密、周詳、果斷的美感，可令達文西都絕倒。但歐洲人深夜窩到書店裡去學時尚，恐

怕是少之又少，歐洲人根本不必像日本那樣，用謙卑學習的高度內在紀律，來把美學「產業化」，因為歐洲人的生活本身，就是美學產業。當今世界經濟體的強弱，有著工業革命先後、帝國主義殖民與否等等的不同歷史際遇，台灣必須趕快加入到日本人和歐洲人的「美學經濟體」中，為曾經燦爛過的製造業模式找尋新的星空。

伍、「便利商店中的台灣社會」，貨架面積有限的便利商店，有著嚴格要求最高週轉率的特性，因此店裡「商品的進與出」，往往就是「社會生活方式新生與死亡」的足跡。和一九八九年相比，現時便利商店可說變化甚大，以前沒有「ICash」、沒有「遊戲卡」、沒有「代收服務」、沒有「御便當」、沒有「ATM」；目前便利商店的最大特色是「微波爐」、「影印機」、「二十四小時服務」的服務態樣。換言之，「時間」成為個人經濟生活裡的「資本」，而「便利」也開始成為個人經濟生活裡的「投資」，既然是投資而非成本，便利商店商品較高的售價，當然開始變得划算起來。另外，「御便當」、「國民便當」的熱銷，通常是「供給」與「需求」面同時變動的結果，從供給面來看，「價格比外食便宜，品質比傳統便當高」，是它們受歡迎的因素，但連續數年的經濟低迷，才是召喚消費者趨之若鶩的心理因素吧。

便利商店的代收服務，都可看做是公用企業的「外包」服務，反映政府追求更高效能的作為，可以這麼說，現在的台灣是一個比以前「拼命好幾倍」的社會。

「認同感經濟」，有一個年輕人，幾乎所有音樂都是拷來的，唯獨周杰倫的唱片，即使已經買過專輯，曲目相同的精選集也要再買，他說「我們要齊心協力幫助他繼續創作音樂」，這就是「認同感經濟」，一個很新的概念。它們售價和同類一般高，品質亦相近，但卻賣得一枝獨秀，它靠的是讓消費者感受「同一國」，可以相濡以沫的品牌或商品性格，例如濱崎步、周杰倫的唱片，可口可樂的「酷兒」飲料、以及中年男子的凌志汽車。

「北歐美學」，近年來台北出現了許多北歐的設計產品，「北歐美學」也變成了時尚詞彙，好像是比日本、法國、美國美學更厲害的美，然而，何謂「北歐美學」？北歐人說，他們對商品的態度和歐美其他國家並不相同，歷史上，北歐缺乏像威尼斯、巴黎、倫敦所帶動的城市物質文明發酵過程，相反地，他們卻常為物質短缺和惡劣天候所苦，認為人得要順應自然，而且就在自然裡，找尋「自我存在的價值」。正因此，北歐人珍惜物質，也高度了解物質，他們依這「人和自然和諧共處」的精神來設計產品，商品除了考量對人和自然產生的任何危險性，而且也考慮其面對歲月滄桑的耐久性，北歐產品通常有流動的線條、溫暖的觸感、隱含但不明說的貼心功能，例如「B&O」的電器產品、「ikea」的傢具。

陸、「設計，就是國力」，全世界的經濟強國，都擁有自主的設計能力，國民所得二萬美元以上的富裕社會，沒有一個不是創意產業的社會。當台灣要轉型、躍昇、起飛、現在正是我們投資「設計能力」的時刻。雖然汽車是由德國人賓士在一八九一年首先發明，但卻是到了美國人亨利福特的手中，才變成人人買得起的生活必需品。當每個美國人都買得起汽車，連帶地就為汽車工業帶來更多就業機會，使更多人能買車，也就讓經濟成長的引擎開始連環起動。翻開二十世紀經濟史，當一個國家開始擁有自主的工業設計能力之時，通常也是國力大躍進之時。日本本田工業在一九五八年推出的「超級菜鳥」五十西西輕型機車，即是一例。本田團隊在當年首度採用硬度夠、價格低的塑鋼來取代傳統金屬材料作為機身主體，不僅和歐美貨同樣堅固，而且擁有低耗油量的卓越特性，產品一推出立即風靡全國。之後本田再改良後進軍美國市場，同樣大獲成功。就在同一年，一家名叫「東京通訊工業」的公司，設計出一款名叫「TR610」的電晶體袖珍收音

機，同樣暢銷全球，到了當年年底，這家公司就改名為今日你我耳熟能詳的名字 -SONY。

80年代眾多國家的核心產業因為「運送成本」、「資訊成本」、「勞動成本」的僵固化，還能長期享有不可取代的競爭優勢，如日本的電視機工業、歐陸的高級汽車工業、南韓的成衣工業，都是當年不可一世的昨日黃花。然而當數位科技將全球的零阻件供應鍊透明串聯、中國大陸和東歐近八億的低成本勞動力投入全球人力市場後，產業、企業和國家的核心競爭力，也被迫開始進行重組，企業將「設計」和「製造」進行全球地理的再分工，蔚為波瀾。而國際間「國力」的判斷標準，也不再是「產品出口能力」而是「設計出口能力」。如果我們說，十九世紀是工業的年代，二十世紀是設計的年代，二十一世紀將更是「設計爭勝」的年代。

柒、結語：「不變革，就是落後」，台灣四面環海，能源匱乏，近年來由於石油價格暴漲，帶動鋼鐵、媒炭、金屬、農產品等皆水漲船高，台灣面對此一全新的情勢，不僅侵蝕代工、製造業的利潤，又有在後急起直追成本低廉的新興金磚四國，加以代工業的利潤日趨微薄，台灣目前唯有追求產品的「質感」、「美感」，始能拉大差異，擴大利潤，繼續保持領先，此由台灣本土產業「法藍瓷」瓷器，能夠在眾多歐美品牌中，脫穎而出，揚名國際，獲得廣汎好評，靠的就是「設計」，其產品的「美感」、「質感」，令人愛不釋手，就是最好的例子。

(本文作者為政風處施專員榮基)

[TOP](#)