

定位自己的未來

《在世界地圖上找到自己》讀後感

壹、前言：

位於印度西南方的小島馬爾地夫，素有人間天堂的美名，因全球暖化海水上升，將於西元 2050 年沉沒海底；位於亞洲的臺灣，在六十年代經濟起飛，特有亞洲四小龍之稱，但近十多年來經濟發展停滯，失去在全球經濟舞台的競爭力，也正逐漸消失在世界的地圖上。

過去臺灣錢淹腳目，現況已回不去以前的榮景，也不需如玩手遊一樣砍掉重練，「不將自己稀少的資源和人口，視作難以發展的缺點，反倒以更彈性的作法將缺點轉為優勢，最終成為值得尊敬、擁有專業的國家。」¹本書作者點出臺灣所陷的困境，並從中找出適合未來走的路及思考的方向，讓臺灣再次發光發熱，回到世界的地圖上，身為基層公務人員，在為民服務的品質提升上，更需強化自己的能力，定位自己的未來。

貳、專書梗概與評述：

古有范仲淹先天下之憂而憂義舉助鄉民提出改革之方，今有嚴長壽筆墨點出臺灣現況及改變之道，所在時空雖相差千年，大環境內憂外患、國力薄弱的狀況有幾分相似，其為努力改善當代環境均費盡心

¹ 參專書 77 頁

力。嚴長壽《在世界地圖上找到自己》書中分為四大部分說明臺灣如何在世界地圖上找到定位：



資料來源：筆者自繪

一、青年的定位：臺灣過去靠代工創造經濟奇蹟，大陸因成為世界工廠而快速起飛躋身強國之林，但面臨科技的快速演進，人工智慧取代人力已漸成趨勢，並衝擊全球各種產業，接踵而來的就是無法避免的失業潮；該如何扭轉及改變形勢？

(一) 培養未來的能力：回歸教育的本質。了解世界全球化、科技化的趨勢，如何永續發展的課題；世界分秒在變動，教育工作者須從未來看現在，設定跨領域、涵蓋知識學習、技能、價值、態度、情境運用的能力，讓學生更多元的思考、學習、參與、探索、培養各種變動中的課程。

- (二) 成為獨一無二的人：培養運用知識的創造能力。「當人工智慧大量取代人類的工作，人類必須展現獨特的風情人文、情感價值、生活智慧，加上人性關懷和內在思考的特質，利用人工智慧的運算、學習能力，相輔相成完成每一項任務。黃昏時分的貓頭鷹，早已歷遍白日的各種變化，在博覽的知識、累積強大的經驗之後，才揮動翅膀出發。」²在強大的對手面前，找出致勝的切入點，將自己的弱點轉換成優勢。
- (三) 學習 4C 的能力：批判思考(critical thinking)、合作(collaboration)、有效溝通(communication)、創造與創新能力(creativity and innovation)。跳脫人工智慧能完成傳統的讀、寫、算能力，跨多面向領域進行交叉思考，以獨特的思維，進而尋求解決方案。
- (四) 站在巨人的肩膀上：不重複別人做過的事。愛因斯坦曾說：「每個人都是天才，但如果你用爬樹的能力來斷定一條魚，魚一生都會相信自己很愚蠢。」³發揮自己的長處，放大自己的優點，位高處放眼看天下，除了一覽無遺，更多開闊的宏觀處事態度。

二、臺灣的定位：

- (一) 認清真實處境：勿用錯誤的尺度量自己。臺灣是縮小的巨象抑或放大的螞蟻？還是圍繞在鯨魚身旁的印魚，緊黏著只為了得到眼前的利益？臺灣地小人稠、缺乏先天資源條件，應放大後天的特色（文化、飲食、人情味），

² 參專書 43 頁

³ 原文為 Everyone is a genius. But if you judge a fish by its ability to climb a tree, it will live its whole life believing that it is stupid

讓今天來到臺灣的外國人能感受到臺灣的感動力；小國首要認清自己的極限，發展自己的特點，同時扮演世界公民的角色，努力去影響或造福世界。⁴

- (二) 創造臺灣感動力：態度對了，一切都對了。陸客團興衰——短視近利、旅行購物團——削價競爭，都是為了牟利沒有思考如何細水長流、營造出臺灣價值的結果；西班牙背包客、台東衝浪新聖地的例子也說明臺灣是個兼具安全、進步、文明和合理物價的地方。臺灣有三寶：友善的人、社會治安良好，及風光明媚的山景。⁵這些都是臺灣最得天獨厚的優勢，唯有善用這些與眾不同的特色，才能創造出不同格局，打造臺灣特有的感動力。

三、地方的定位：

- (一) 小城故事多：刻劃餘味無窮的美。細數臺灣三百六十八個鄉鎮市區，許多都有其獨特之處和為人熟知的特產，過去行銷觀念未完全普及，加上沒有整合當地的資源，未將延伸的元素混合在當地的特色中，錯過更多元發展的機會。池上——春耕夏耘秋收冬藏的農家生活，用池上米連結絕世天然景色、優雅人文氣息、樸實大地之美，加上文藝活動點綴、美學家的創作傳播，眾多元素打造獨一無二的「池上藝術村」。
- (二) 傳統與現代的融合：長江後浪推前浪，一代新人喚舊人。文化是長時間經年累月形成的資產，而新思維給了一把不同風貌的力量。原住民部落的文化（舊人），一向給人神秘的未知感，透過和體驗行銷概念（新人）結合，經

⁴ 參專書 74 頁

⁵ 參專書 96 頁

歷豐富的精采文化，享受在地的熱情生活，也喚醒了在都市中封閉多年的心靈，張開雙手擁抱傳統和現代融合後的不同風采，創造新文化以永續經營。

四、宗教的定位：

無形軟實力：看不見卻影響深遠。常人相信眼見為憑，看得到、摸得到的最真實，但有形的事物卻不一定是最重要或最有價值的。而許多看不見的力量，正穩定著社會，就像地表底層的伏流，綿延如縷、靜水深流，以柔韌剛強之姿，形塑出台灣文化獨特的精神面向。⁶

參、讀後感想：

一顆小小的螺絲釘，可以是木頭材質、或是塑膠原料、抑或金屬製成、甚或白鐵鍛造，用途不同，更重要的是長久耐用度的差別。比如打造一架機器（政策），需要各式各樣的零件和螺絲釘（公務人員）組成，想要成為怎樣的螺絲釘，就端看個人的努力和選擇；如何在世界地圖上找到自己，定位自己的未來，筆者取經嚴長壽先生從青年、地方、臺灣等角度出發，淺見歸納如下：

一、核心價值：

（一）青年的核心價值：公務人員五大核心價值——廉正、忠誠、專業、效能、關懷。所有公家部門或單位，都是以為民服務為主要任務，應與企業經營一樣，身為基層公務人員，以上述五大核心價值為基礎，結合個人的專長、所學和所掌職責，找出個人發展的方向，培養專屬於自己的核心價值。

⁶ 參專書 194 頁

- (二) **地方的核心價值**：臺灣——地小人稠、天然資源缺乏，無法與大國相提並論，但仍可找出切入點；臺灣的核心價值在於「人」。由人創造出來的悠久歷史、傳統文化、人文風情、飲食特色、友善情誼等，都是最珍貴的資產，應有政府長期的規劃投資、以異業結合、整合各通路的資源進行行銷地方特色，避免短視近利的心態。唯有放長線，才会有大魚上鉤；拉長戰線，才有勝利的機會；細細耕耘，才有源源不絕的收穫。
- (三) **臺灣的核心價值**：任何企業要長遠經營，都必須要了解自身核心價值所在；以核心價值為基礎，去拓展市場、開發商品、企劃行銷、包裝品牌，執行各種方向及策略。當掌握核心價值，方向的擬定、策略的執行、行銷的規劃等，短期能讓消費者認識企業特色，中期能培養忠實消費族群，長期能延續長久的深耕而開花結果。日本瓦斯器具品牌——林內公司，以品質為唯一的命脈成為世界多國銷售第一的企業；義美公司，以好食品的供應者在食品界佔有領頭羊地位，雖歷經全台多次的食安風暴，仍能獨善其身，對於食品原料的把關不遺餘力，取得社會大眾的信任。臺灣要利用本身的核心競爭力，打造專屬 MIT 的價值，才能站穩腳步，放眼全世界。

二、掌握優勢：

- (一) **掌握青年的優勢**：優勢不是短時間就擁有的，就個人而言，必然是經長時間的學習和經驗累積；在成長過程中，讓優勢一點一滴茁壯，更必須時時回過頭省思容易被忽略的那些缺點，掌握優勢的同時也要填補缺點造成的影

響。認清自己的侷限，發展自己的特點，同時扮演世界公民的角色，努力去影響或造福世界。⁷時時藉由 SWOT 分析，從優劣勢交叉分析威脅和機會，即能找出個人需要加強的地方。

(二) **掌握地方的優勢：臺灣——海島小國**，能以許多特色小國為師：瑞士——世界公園之稱，面積稍大、人口不及台灣一半，卻是世界最富有的國家之一，以精密工業和語言、觀光聞名；丹麥——全球最幸福國度之美譽，擁有世界知名的企業品牌，在發展綠能上更是走在世界的前端。安定的社會、平穩的物價、自由的氛圍、多樣化的美食、溫暖的人情味等，臺灣的特色不勝枚舉，更是絕對的優勢所在。愈來愈多人找到驅逐挫折感與無力感的「藥方」：他們不再期待政治人物和資源掌握者，不再期待別人改變，而是捲起袖子，努力成為「你在這個世界上所希望看到的改變」。⁸我們可以看到很多的團體和人們努力讓世界看得到臺灣，而這些元素，其實就在我們身邊，將臺灣各鄉鎮的地方特色，參酌世界的潮流脈動，予以整合加以行銷變化，賦予新的生命，就是一個 New Taiwan！

(三) **掌握臺灣的優勢：看見優點比找出缺點更來得重要！**這句話放在運動場上更為適切，NBA 芝加哥公牛隊在九十年代，打破冠軍球隊必有明星中鋒的窠臼，著力於 Michael Jordan 優勢，完成二次三連霸壯舉；就臺灣的現況而言，Mckinsey & Company 提出的 SWOT 模型就顯得

⁷ 參專書 74 頁

⁸ 參專書 144 頁

非常重要，利用優劣勢和機會與威脅的交叉分析，就政策走向、產品線、行銷企劃、目標族群、競爭對手等，制定適合臺灣的武功祕笈，一步步紮實的踏穩腳步，累積、培養豐厚的內在底蘊，就能大大提升臺灣的競爭力。

三、個人品牌：

- (一) **打造青年的品牌：**生命中最大的成就，往往在不於我們分內做了多少事，而在於分外能為社會做多少事；而人生最大的成就感也來自於付出後，看到別人的成功與光彩。⁹當品牌的概念套用在個人身上，亦與企業經營品牌相同，個人品牌的建立絕非一朝一夕，能力的增進與不斷學習為必要元素，更待長時間多方面的努力和累積，透過一次次的行銷和推廣，當提及某人名字就能聯想到其專業，還要能產生認同感，個人的品牌就算是成功。
- (二) **打造地方的品牌：**過去臺灣是知名代工國家，MIT 代表的就是品質，臺灣出品，品質第一，這是過去最引以為傲的事。但隨著世界工廠不斷轉移、成本持續下探，許多 MIT 的產業紛紛不支倒閉；當務之急，就是讓臺灣出品 MIT 的品牌（有形的產品、無形的服務）在地深耕，藉由觀光或貿易行銷臺灣三百六十八個鄉鎮的特色，臺灣的品牌才有機會走出去。
- (三) **打造臺灣的品牌：**放眼 2018 年全球前十大品牌，少數為新興科技網路崛起外，大多為數十年的資深品牌，由此可知，一個成功的品牌並非三五年就能深植人心。臺灣可比照企業，藉由品牌的表象，以文字、圖案或符號等

⁹ 參專書 214 頁

作為傳遞訊息或文化的方式，搭配細火慢熬、長時間的經營專屬於臺灣的特色，讓消費者可藉由這些載體連結到臺灣這個品牌、形象與欲傳達的意象，創造悠久的品牌歷史。

四、當唯一，而非齊一：

- (一) **當唯一的青年**：全世界人口逼近八十億大關，要如何讓唯一的我，在群體中或茫茫人海裡脫穎而出，誠如前面歸納的幾個要點，找出核心的價值所在，掌握自己的優勢，做出個人的品牌，和市場中的競爭對手有所區隔，培養別人缺乏的能力，擁有更多的世界觀，當累積了大量能量，等待最佳的時機點，就是釋放潛能、回收成果之際。
- (二) **當唯一的地方**：臺灣三百六十八個鄉鎮，擁有許多的唯一（特色地方風情、傳統原始文化、品質優等的農產品等），這些都是臺灣珍貴的有形、無形資產，更是最與眾不同的特色。透過妥善的規劃行銷和維護設計，讓第一次來臺灣的客人意猶未盡，多次造訪的客人能將美好的臺灣經驗帶回國，期待後續帶來的連鎖效應，這才是真正經營臺灣的方式，再經過不斷的修正、改變和創新，就能走出我們自己的一條路。
- (三) **當唯一的臺灣**：手機品牌世界中，只有一個 APPLE；網路社群品牌世界中，只有一個 Facebook；能在競爭激烈的世界市場中脫穎而出，成就的因素絕不僅是單一方面，除了掌握臺灣的核心價值外，還能充分利用自身的優勢，切中消費者的需求絕對是一個很大的原因，才能成為「唯

一」。一個品牌的成功，不僅是上述這些最重要的根基，找到目標族群、做出市場區隔、多元的 POWER SWOT 分析，找出突顯臺灣的關鍵點。

五、與時俱進：

(一) **改變青年**：網路科技的發達，天涯海角的距離已不再遙不可及，如何獲取知識的來源已不是最大的問題，更重要的是在資訊爆炸的年代篩選出正確、需要的內容。站在巨人的肩膀去看世界，要有更宏觀的態度去面對全球化的衝擊，不侷限方向隨時吸收新知，強化個人的世界觀。

(一) **改變地方**：臺灣，歷經停滯的十多年，猶如清末的鎖國政策，當別人已經拿槍砲在戰鬥，刀棍是要如何與之競爭？培養世界觀的人才、時時吸收新知、學習進步國家的成功之道，將開闊的視野帶回臺灣，讓外國的經驗成為臺灣三百六十八個鄉鎮與時俱進的腳步和學習進步的方向，才不至於被世界邊緣化。

(二) **改變臺灣**：「唯一確定的事就是不確定；唯一不變的事就是改變。」¹⁰地球不曾停止轉動，任何事物都是在不斷改變；要能查覺到大環境趨勢的變化，規劃最適切的策略來因應，再大企業都可能瞬間崩塌。Nokia—曾經的世界手機龍頭（平均三隻手機中即有一支是 Nokia 品牌），歷經興盛銷售的十四年後，面對競爭對手推陳出新的產品策略，未能嗅得市場需求和先機，導致最後品牌走入歷史。俗諺：「學如逆水行舟，不進則退」，臺灣歷經過去

¹⁰ 原文為：There is nothing more certain and unchanging than uncertainty and change- John Fitzgerald Kennedy

的美好，面對不斷改變的世界，我們仍然站在原地，要
不被世界的洪流帶走，「放下它(過去)、面對它(現況)、
處理它(現況)、接受它(未來)。」改變，就是臺灣的
出路。

肆、結語：

當我們在看其他進步的國家時，對照自己身處的臺灣這塊土地，
是樂觀居多還是悲觀以對？是充滿信心抑或擔心退縮？嚴長壽距離
《我所看見的未來》著作已相隔近十年，這些年的光景臺灣找到自己的
未來了嗎？在《在世界地圖上找到自己》書中不只一次提到，自己
對於臺灣的現況心中的不捨與擔憂，不僅看不見期望的未來，甚至漸
漸消失在世界的舞台上。

適度的悲觀可以激發奮起的力量。臺灣的條件並不輸給世界上的一
些進步國家，只是沒有掌握核心價值，強化自我優勢，打造臺灣的
品牌與價值。臺灣最美的風景是人，最大的優勢是文化，最強的影響
力，是感動。¹¹多去國外拓展視野，記錄他們的成功元素，加入臺灣
的特色，「臺灣走出去，世界走進來」，反向的思考，會有不錯的效果。

「千里始足下，高山起微塵」¹²，萬事起頭難，不要怕改變，公
務人員體系最為人詬病的即是一成不變，沒有能力的人才會害怕改變，
必須要不斷學習，讓自己的能力不斷提升，就如同玩手遊，不停打怪
累積經驗值、增強自身的攻防敏捷度，等待時機攻打大魔王。機會來
了要驚覺，切勿躊躇滿志，自鳴得意。機會留給準備好的人，成功卻
只留給準備好又緊抓機會的人。¹³

¹¹ 參專書 65 頁

¹² 取自：唐·白居易〈續座右銘〉：「千里始足下，高山起微塵，吾道亦如此，行之貴日新。」

¹³ 參專書 14 頁

臺灣並不差，不需要盲從網路上鄉民刻意帶的風向球，更不需要悲觀到無可自拔，每個人都是特別的，放膽作夢，不要小看自己！猶如臺灣的三百六十八個鄉鎮，終需經過淘洗、汰減、淬煉、各自找到自己的文化自信，才能尋回存在的價值與尊嚴¹⁴，定位自己的未來。

消失不代表結束，而是另一段新生命的開始，更是一個重生的機會。擁抱失敗，你才會發現改變的力量！讓我們一起定位自己的未來！

¹⁴ 參專書 117 頁，將鄉鎮數改為 368 個

參考文獻

馬修·席德 (Matthew Syed) 著，威治、朱詩迪、林祐丞等譯 (2016)。

失敗的力量 (Black Box Thinking)。台北：商周出版

SWOT 分析模型【MBA 智庫百科】。取

自：<http://wiki.mbalib.com/zh-tw/SWOT%E5%88%86%E6%9E%90%E6%A8%A1%E5%9E%8B>

2018 年全球十大最有價值品牌【Brand Finance】。取自：

<http://brandfinance.com/knowledge-centre/reports/brand-finance-global-500-2018/>

世界人口【維基百科】。取自：

<https://zh.wikipedia.org/wiki/%E4%B8%96%E7%95%8C%E4%BA%BA%E5%8F%A3>

There is nothing more certain and unchanging than uncertainty and change【AZ QUOTES】。取自：<http://www.azquotes.com/quote/521397>

Nokia【維基百科】。取自：

<https://zh.wikipedia.org/wiki/%E8%AF%BA%E5%9F%BA%E4%BA%9A#%E5%A4%A7%E4%BA%8B%E8%A8%98>