

品味人生悅讀會

主題：勵志

(第一次讀書活動)

書名：回家的路是這樣走的

日期：100年10月14日 地點：D101

出席人：藍淑貞、闕淑茹、陳意君、林語婕、楊唯玲、
賈若瑤

【讀書心得 / 討論內容】

才翻開書閱讀了幾頁，就被作者的勇氣吸引著，相當佩服他的大無畏精神。秉持著「若要如何，全憑自己」的信念，離開了安居樂業的台灣醫界，踏上了無國界醫生組織之旅。在面對害怕抉擇時，宋醫師的勇敢定義，「勇敢不是不害怕，勇敢是即使怕得雙腳發抖，我還是願意去做我該做的事，那才是勇敢」，讓我讀了一遍又一遍，在多次進與退的思慮中，他勇往直前的勇氣，真令人不得不讚嘆他是一位現代英雄啊！

跳脫現況的方法只有一個，就是向前走。所以宋醫師與安得以前進他們的目的地，去幫助需要幫助的人們，不受限於宗教、政治、種族的藩籬。事在人為，人定勝天，也許我們無法解決所有的問題，救贖所有世界苦難的角落，但是希望與奇蹟，是要從有人察覺問題和意識到苦難的存在開始。

宋醫師本來是要到葉門的亞塔醫院從事醫療援助，但因葉門發生內戰，只好借道沙烏地阿拉伯再到葉門，由於宋醫師本身非回教徒，使得整個過程更加艱難，巧因半島電視台報導，讓沙國海關官員派警車護送，以八小時車程通過沙國再回到葉門。跟著醫師的腳步，進入了戰區，接踵而來挑戰，著實令人震撼。但宋醫師過人的勇氣及鎮靜，讓他再次證明他不只是一位偉大的外科醫師。因為戰爭中的傷患，千奇百種，有難產的產婦，有肚子裏都是碎片的女孩，醫師面對的無奈，是他超高技術也無法彌補的戰爭悲劇。

回教的齋戒，讓人們日間禁食，禁食結束時會先吃蜂蜜的棗子蜜餞，讓血糖上升。作者看到住在鎮外的難民小孩，衝進餐廳，把剩菜剩飯或掉在地上的食物往嘴裡塞或裝進塑膠袋裡當做下一餐，讓他難過的掉下淚，期望台灣的孩子珍惜物資。

在這段旅程中，宋醫師體驗到：事實不會因為不被世人發現，而不存在，而無國界醫生組織 MSF 就是要被遺忘的人群和事件真相告訴大家，也提醒世人三個為人遺忘的疾病：愛滋病、營養不良及非洲睡眠病與布魯日潰瘍病。而人道救援組織中重要的基本觀念，不要只給我們想給的，要給當地人想要的，對一個難民而言，一瓶一公升清澈的礦泉水和一桶十公升混濁的井水，哪一個有幫助？一般人會認為清澈的人較優，但因為水太珍貴便會忽視個人衛生，反而會引發傳染病，此時提高水的量優先於水的淨化。

一直在追求自由，酷愛流浪的宋醫師，想要走出自己的一條路，與眾不同，而這樣的想法，反而是對生命的另一種執著，愈陷愈深。在葉門，作者終於體悟真正的自由，不是來自於追求，所以他真心感謝在這條路上不停地包容他，近乎放縱他的父母，允許他自以為聰明地，背著沉重的包袱，高傲地在這個世界裡流浪，還以為就是要這樣的顛沛流離，才能尋得人生的自由。

由於不同的文化差異，不同的個性，讓宋醫師與伙伴有了衝突，作者自個兒生悶氣，”這世界除了我之外，沒有人知道我在生氣，這讓我更生氣” … 而這樣的情景似乎常發生在你我的環境中。而另一個挑戰是，葉門女人為回教徒，除了丈夫，誰也不能看到她的臉，否則會有殺身之禍，因為無法麻醉，只好以點滴的方式讓她睡著，但打開面紗的期待，卻讓他大失所望”臉龐普通”。

宋醫師開始在亞塔醫院開刀，每一天都有新的挑戰和新奇的事情發生，一枱一枱的手術讓作者在醫術及心理上自我突破，戰爭摧毀葉門有形的一切，親人分離，醫師可以縫補傷口，卻對撕裂的心無能為力，”人生好苦，沒有人有能力去背負別人的痛苦”，不過人生不是只有苦難的，宋醫師的幽默隨時都發生在他的周遭，例如面對回教女人面紗下的期待與失落；把固定手術想像成孩時的樂高積木；想像自己是大力水手卜派在吃下菠

菜之後，瞬間有了一百八十度不同的表現，順利打通任督二脈，不再對未知手術有所恐懼。在這樣的工作環境”樂觀加上創意”，才是生存下來唯一的方法。對於未來，我們都充滿著恐懼，而唯一能握在手裡的，就是希望，雖然看似無足輕重，卻讓人有著繼續向前的勇氣。

在兩個星期的戰區生活，決定撤退時的煎熬，因為一個孩子的眼神，讓醫生體會到，當你願意去為別人付出，勝過於在乎自己時，自己原來那些偉大得不得了的問題，似乎就不再那麼重要了。醫生覺得在亞搭是他被軟禁的地方，是心靈受苦的地方，卻也是他用鋒利的手術刀進行了近百枱手術，創造了奇蹟的地方。而此刻的宋醫師也才領悟了這段話：「人在災難的當下，所能做的真的有限，你無法真正地解除這裡所有的苦難，你若真要救贖眾生，你必須真正了悟到人生的真實義，才能真正的幫助到苦難的人們。」每一個受苦的人都值得被安慰，每一個流浪的靈魂都應該回到家。

品味人生悅讀會

主題：職場

(第二次讀書活動)

書名：賈伯斯傳

日期：100年11月23日 地點：B902

出席人：闕淑茹、買若瑀、藍淑貞、楊唯羚、陳意君、
林語婕

【讀書心得 / 討論內容】

賈伯斯是蘋果電腦的創辦人兼執行長、當今橫跨科技界和娛樂界的巨星。隨著 iPod 發燒，賈伯斯成為科技界的一哥。同時他創辦的皮克斯片場(Pixar)，也因「超人特攻隊」、「海底總動員」等片成為好萊塢的新貴。能在兩大產業都呼風喚雨，全世界只有賈伯斯一人。

賈伯斯以自身經歷的三個故事來勉勵大家，這三個故事看似簡單，但總結了賈伯斯三十年來大起大落的生涯。每一個故事表面上是挫敗，但長期看來，都為他下一個成功鋪路。賈伯斯最重要的訊息是：只要你做的工作是你熱情所在，暫時的失敗，可以帶來未來的成功。

第一個故事中，賈伯斯說他大學念了半年就休學，但仍呆在學校鬼混。那時他睡在同學宿舍的地上，憑著回收寶特瓶的零錢維生。因為沒有學籍，所以不用上無聊的必修，而能專心於自己有興趣的課，如「字型設計」。當時，他也不知道學「字型設計」有什麼實用價值，只是覺得好玩而已。沒想到十年後，當他設計麥金塔電腦時，當年學的「字型設計」讓他加強了處理文字形狀的功能，成為麥金塔的一大特色。

賈伯斯為這個故事下了一個禪意的結論：「人生中每一件事都是一個點，發生當時看不出原因。但在路的盡頭，這些點都會連成一線。那時你才明白那些事件發生的意義。」這種「凡走過，必留下痕跡」的想法，就是鼓勵我們擁抱眼前一切的成功與失敗。不須多問，也不要灰心，超乎理性地去堅信它們都是為了未來的大成功做準備。

賈伯斯的確有資格講這句話。因為他在三十歲時，經歷了人生最大的羞辱。少年得志的他二十歲和朋友創辦蘋果，公司一飛沖天，十年內變成四千人的大公司。為了管理日益龐大的事業，他三顧茅廬請到當時的行銷大師、百事可樂的總裁約翰史考利來做執行長。當時個人電腦尚未興起，百事可樂卻鼎鼎大名，史考利猶豫再三，不願轉換。賈伯斯對他曉以大義的名言是：「你是要一輩子窩在這裏賣碳酸水，還是要跟我一起去改變世界？」這番話感動了史考利，他加入蘋果。只不過在改變世界之前，他先改變了賈伯斯。史考利來的第二年，和賈伯斯的想法逐漸分歧。他聯合董事會的成員，在 1985 年，硬生生地開除了賈伯斯！

被自己請來的人從自己創立的公司開除，何等奇恥大辱！那年賈伯斯三十歲，前半生毀於一旦。經過幾個月的惶恐，他慢慢放鬆，因為體會到「成功者的沉重負擔沒有了，取而代之的是初學者的輕鬆。」他終於有時間和自由嘗試新的事物，包括愛情。在這段事業的低潮期他遇到真愛，組織了一個美滿的家庭。

這段經驗教賈伯斯的是：只要對某個行業仍有熱情，暫時的失意未必是壞事。「當人生用磚頭 K 你，不要失去信心。只要你真正愛你做的事情，就能繼續走下去！」接下來的五年，賈伯斯繼續做他真正愛的事情，創立了 NeXT 軟體公司和皮克斯。1997 年，被開除十二年後，蘋果買下 NeXT，賈伯斯衣錦還鄉。職場的成敗，真的不能只看當下。

如果從自己創立的公司被開除算是可怕，那賈伯斯第三個故事更驚人。2004 年七月，他 49 歲，醫生說他得了胰臟癌，只剩半年可活。短暫的驚嚇和開刀治療後，他的癌症已得到控制。回憶鬼門關的經驗，因為治療已經白髮蒼蒼的賈伯斯說：「死亡是生命最好的發明……記得你很快會掛是人生最有用的工具。它讓你不再被你擁有的世俗的東西，或別人的想法，絆手絆腳，而能趕緊去追求你心裏真正想要的東西！……你的時間有限，不要浪費在活別人覺得你該活的人生！」

當時五十歲的賈伯斯如今處在人生的顛峰，但他津津樂道的都是挫敗的故事。因為挫敗對他來說是甜蜜的。他教我們，只要緊握住自己的心，在死亡的陰影下發揮熱情，挫敗只是未來成功的序曲。

品味人生悅讀會

主題：美食

(第三次讀書活動)

書名：刺激消費我是主角

日期：100年12月17日 地點：D204

出席人：闕淑茹、買若瑀、藍淑貞、楊唯羚、陳意君、
林語婕

【讀書心得 / 討論內容】

2008年底的金融風暴，讓消費者的價值觀與意識產生巨大變化。消費者究竟產生了哪些改變？而消費習慣改變之後，整個市場的消費方式、購買行為與消費價值觀又出現何種改變呢？

- (1) 便宜不是唯一，最聰明的消費行為是物美價廉？
- (2) 企業透過提供商品、服務，將對人類生活造成多大影響？
- (3) 生意興隆其實就是追求消費者的共鳴感，消費者未來應該何去何從？

「未來，消費者將何去何從？」越來越多企業向作者提出這樣的疑問？

本書作者日野佳惠子是 Her Story 株式會社代表取締役。歷經廣島市城鎮情報誌總編輯、廣告公司企畫等工作，1990年，與佐藤綠一起創業。將客群特定於已婚女性、家庭主婦，以女性行銷先鋒企業之身分備受矚目。

Her Story 株式會社以女性行銷為主要事業。主要的鎖定客層為二十五歲~五十歲的已婚女性。作者察覺到男女消費者購買行為的差異性，致力推廣配合女性特有消費行為模式所開發的女性行銷指南「口碑行銷」，自從一九九〇年創業以來，一直將企業重心擺在女性行銷方面，持續觀察女性消費者的行為動向，協助委託企業。除了瞭解企業動向，與女性朋友日常交流也是主要工作。在與女性朋友交談的過程中，可以知道消費者當下的真正需求，以及掌握未來趨勢。從家庭中的夫妻關係、育兒狀況、看護狀況、家族成員到飲食生活、嗜好、關心的事物等等，這些女性朋友都毫不保留地告知，作者稱呼這些情報為「真實的聲音」，在進行調查工作時，非常重視這些真實的聲音。

在數十年前，「只要創造出好商品一定暢銷」的道理完全行得通。可是，後來當物質生活變富裕了，消費者有了多樣的改變。如果想抓住消費者多變的心，企業必須努力提供更棒的購物環境，還要採取正確的顧客滿意政策(CS)。所謂的CS，對消費者而言就是所謂的溝通。

最近幾年，CSR（企業社會責任；Corporate Social responsibility）成為企業的積極作為。在全球化的社會裡，對於企業的期待與要求是逐年升高，希望企業能重視環保問題、支援開發中國家，還要回饋社區。這是社會對企業的要求，也是消費者的需求。消費者本身也有了自覺，知道自己身負「個人社會責任」。愈來愈多的消費者在思考「我也該做些事情了」、「身為消費者的我能對社會貢獻出什麼？」，而且這樣的意識是一年比一年強烈。尤其是二十歲以下的消費族群，意識更為明顯。認為CSR不會讓公司賺錢、或基於社會潮流所趨不得不採取CSR政策的企業，這種企業被消費者拋棄的可能性正急速竄升中。讓自己成為「主宰者」，站上消費行銷的舞台（本書稱之為舞台），關懷社會，讓自己成為引領世界朝好的方向邁進的人生成功者（在本書是以企業角度來看待這樣的人士，稱之為成功顧客），這應該就是消費者的努力目標。

而企業也應該思考，如何與「我就是主宰者」的聰明消費者進行良好的經濟活動。本書教讀者瞭解頂級消費者，也就是「我就是主宰者」的人們的心理與想法。五個階段的内容就是在傳授解決問題的關鍵與成功之鑰。

- 1：認清現實〔從退下舞台到登上舞台〕
- 2：本質在哪裡？〔消費者是加工者、創造者、發信者〕
- 3：從中看見的傾向與預兆〔顧客希望能力有所發揮。朝「成功顧客」邁進〕
- 4：與消費者建立具體關係〔自我化、顧客就是主宰者。企業與消費者之間的新溝通模式〕

5：瞭解大眾不變的選擇基準〔喜好是根本依據。從「喜歡企業排行榜」調查結果洞察選擇基準〕

結論：具備同理心的消費「心態」，將是暢銷的保證！