

## 南加生活

# 行書如懸念小說 養生似倒流時光

### ■ 山行

人稱“中華一絕”的“三倒奇才”陸正平先生移居美國洛杉磯，近日正應邀在洛杉磯獻藝表演。他的倒筆行書把傳統的書法藝術從書齋搬到聚光燈下，成爲一種藝術與表演的結合，他把現代動感，賦予在傳統藝術之上，使其藝術欣賞價值，超越了傳統的書法藝術。而陸先生從練習倒筆書法中所悟出的養生之道，也有其獨特之處。

如果現場看過陸先生揮巨毫倒筆書寫巨幅大字，一氣呵成時，猶如年輕人般敏捷，實在看不出他已經是七十歲的老人。現場觀眾所發出的陣陣驚嘆聲，實在也看不出他只不過是在揮毫行書而已。

在表演現場，成千上萬觀看陸先生表演倒寫書法，每當陸先生起筆寫每一個字時，觀眾總是鴉雀無聲，而當他寫好一個字時，全場則一片掌聲。原因是陸先生倒寫書法，不

但是倒著寫，而且筆劃也是逆序而行，故當他落筆時，人們只能猜想他寫的什麼字，而只有最后一筆完成時，就象懸念小說的結尾時，謎底才揭開。

因此，陸先生倒寫書法猶如在寫一篇懸念小說，只有結束時，觀眾才知答案，加上陸先生的逆筆書法與正筆書法一樣有力，優美，猶如一件作品有完美的結構和令人回味的結尾。

許多人初聞倒筆書法時，並不以為意，認爲只是傳統的書法藝術，但當親眼看到陸先生的表演後，便個個贊嘆不已。陸先生第三次到東西，應邀參加一個中文電臺的十五周年的台慶活動時，幾乎所有中文媒體都對他作了採訪報道，可以看出陸先生的技驚四座所發出的轟動效應。

陸先生已滿七十歲，仍然健朗如中年人，在現

場表演過程中，一直站立，達兩三個小時，毫無倦意。他告訴筆者，所有的老人病，他一個也沒有，他的病歷成爲一個研究老人健康專家追蹤的資料。

陸先生在練習倒書，倒行的過程中發現了一套不尋常的養生方法。這個方法要點就是“逆向”。

即針對人的生理衰老過程進行特定的逆向操練，正如倒步走，可以健步如飛，上高樓如履平地，倒筆書，可以揮毫瀟灑，寫大字如逆水行舟卻流暢如雲。

針對衰老過程而進行逆向操練，可以減緩生理衰老的過程，甚至有返老還童的功效。

陸先生目前正在將這套養生方法整理成書，同時應一些機構的邀請，爲老年人開設講座，幫助他們進行養生健身。

## 法律信箱

### 楊檢察官

美國憲法第六校正制定，任何刑事被告者都有權力要求律師在法庭爲他辯護。

美國最高法院不但從此條款引申政府有義務為缺乏財力的被告者提供免費律師，並且更進一步的解釋說，此授權律師，無論是免費指定律師，或被告自費所請的律師，必須為被告做出有效力的辯護。

若律師因無能而在法庭提供無效力的

## 被告律師若辯護無能該怎麼辦？

辯護，就算被告被判有罪，在某種情況下，判決可被推翻，而被告則可因此獲得重審的機會。

罪犯要以律師辯護無能的立場推翻判決，必須向法院證明兩件事實。

第一，被告律師在提供辯護時，犯了不合理的失務，譬如沒有完成充足的證人調查，沒有在裁審時呈現明顯的有力證據，沒有對檢方所推出的不適當證據採取抗議等等。

第二，其失務嚴重到一種地步，所得的判決有相當的可能性是因其失務而造成的。

因此，若檢方所推出的是壓倒性的證據，使辯方的調查或程序上的失務對結果毫無影響，判決則不可推翻。相對的，若被告罪證微弱，而其律師失務造成很重要的抗告證據被淹沒，判決便有可能不保。

## 商業文書顧問

在一般美國公司經過面談後，最好於 24 小時之內寄出謝函，電子郵件或普通信件均可。若是與數位不同的人進行面試，應該寫謝函至每位面試者，大致上可延用一樣的內容，但可加上一兩句比較針對各別面試者的詞句，以防他們彼此比

## 求職謝函

對。

千萬不要輕忽謝函的重要性，雖然也許面試者只花 30 秒的時間閱讀信件，但是在競爭激烈的商場中，沒有接到謝函的不良印象可能影響面試者的最後決定。在筆者

以前任職的美國前三大銀行之一，就不只一次聽到面試者或面試者的秘書抱怨求職者不懂基本禮貌，沒有來謝函跟進，因而對求職者的印象大打折扣。

如果您有任何疑問或意見，歡迎來電諮詢**文博商業書信顧問楊小姐** at (626)534-1409 或參觀我們的網站 [www.MyDocuServe.com](http://www.MyDocuServe.com)。

## 譚工專欄

### ■ 譚工

“每位員工皆是推銷員”的企業文化的形成是延續以客戶爲中心的文化而來的。一個公司的結構中，真正與客戶直接接觸的不過只有幾個，大部分的部門以及員工都屬於內部運作的部分，這也是爲何傳統企業中真正稱爲“前約”的員工的比例並不高的原因。高科技產業的企業，能否留住客戶成爲企業能否生存的關鍵，而任何客戶字數的變化對企業的市場影響都是極大的。

因此，才會有“用戶爲中心”的文化出現，這種情形之下，所有的部門都成爲前線”部門，所有的員工都成爲與客戶有關的員工。

對於一個新創立的企業，或是一個小型企業而言，要讓處於內部運作環節的員工的行爲轉變爲如同銷售部門的員工的行爲，是相當困難的。這是一種文化上的轉變。這種轉變能否成功，其關鍵在公司的負責人身上。如果公司負責人以“客戶”爲中心，那麼他們的工作安排將是以“客

## 每位員工皆是推銷員

戶滿意”的目標進行。

如果客戶滿意，則 CEO 或是其他管理人員就應該向全體員工表示滿意了，盡管從標準的管理而言，公司運作還未到滿意的程度。

如果客戶抱怨，那麼公司就給員工壓力，無論員工是否已經十公盡力了。這樣無論公司管理的層次有多少，這種以客戶反饋爲公司運作的啓動指令的模式，就一級一級從上會傳到下或由下傳到上。

一切動向以客戶滿意爲轉移，這樣也造成了每位員工皆是推銷員的企業文化。

這種以外部的反饋爲公司的行動指南，使公司管理體系由原來的由上至下的傳達命令的金字塔結構，改爲由下層向上層傳達客戶的反饋，再由上層向下層作出支持以解決問題的倒金字塔的企業結構。傳統企業中管理層是作爲領導的形式出現的，而在倒金字塔中，管理人員是下屬的支援部門。

傳統企業中是管理人員下達修改產品指令，下屬依旨而行。而在倒金字塔結構中，如果有客戶向員工抱怨產品所出現的

問題，員工向上層反映需要何種支援才能解決問題，就會得到支持。

倒金字塔的運作模式，使得外部反饋成爲企業內部開始運作的輸入，企業的運作因而開始。在這種運作情形之下，客戶自然成爲企業文化的中心，而每一位員工也成爲客戶支配的對象。其定位猶如銷售人員，雖然他們並未真正銷售產品，但他們的工作與銷售息息相關，種意識和事實使得以客戶爲中心的企業所有員工的行爲模式。

有些成長很快的公司，每年都有至少一個客戶服務教育周，公司的每一個員工都必須參加客戶服務教育周，公司的每一個員工都必須參加客戶服務技巧的訓練，從此可以看到客戶服務的重要性。

公司還培養了一種鼓勵發展與客戶交往方法的環境，近年來有所謂的“一對一”銷售方法，正是充分強調個人能力的例子。

有的公司甚至強調，公司的一個部門與另一個部門的關係實際上是與客戶的關係，從而提高合作的水準。

## Read with Me

# Communication Is Killing... Literally

By：Warren Chu

**Our communication devices help us greatly. Cell phones are the new thing. Someone without a cell phone is gawked at, but are the cell phone towers actually helping us? The lights on the towers confuse birds and cause them to accidentally commit suicide .**

**Birds mistake the light on the towers for stars that they use to navigate. They will circle around as in a trance and will either run into the tower, run into the light and be burned, or plummet to their death from exhaustion. Stars are always in a fixed position that you will always be able to see the exact star. But the tower lights are also stationary, but do not move with the birds. The birds will then circle in a trance.**

**It would take more than \$100,000 to change 1 tower. "It's not just changing the light bulb," said Anne Perkins, manager of industry affairs for PCIA, a trade group that represents tower builders and some cell phone companie.**

## 企業經營

### ■ 山語

#### (二)公司的客人是誰？

誰會來買公司的產品？這是廣告計劃者必須明白的。很多時候，華人經營的公司很難走進主流市場，原因之一就是不懂得在主流市場中，誰會來買企業的產品，因此不敢輕易花大筆的廣告費來支持產品，只好擠在狹小的華人市場中打拚，因爲對華人市場的了解，可以使公司明確廣告宣傳方向，和讓產品到達消費者手中。

那麼有什麼又快又省錢的方法去瞭解主流市場對企業產品的顧客群在哪里呢？捷徑之一是加入行業商會，美國的市場中最明顯的特點是行業商會，只要花上一點會費，你就可以加入行業商會。

無論什麼行業都可以找到一個合適的協會，這個協會會提供許多信息包括本行業的消費者的情況，調查分析，行業未來的發展和本行業消費者的變化等等。加入行業協會並努力去索取免費的信息，同時也盡量派市場部主管參加各種研討會，就會對主流市場有一個明確的認識，就可以知道企業可能的顧客群在那里，就能作出有效的廣告計劃來。

很多華人的企業也加入了行業協會，不過只是將加入協會作爲企業被主流市場接受的一個標誌，並作爲一種榮耀來宣傳。殊不知加入一個協會實乃稀鬆平常之事，只有充分利用協會提供的各種服務和各種信息，才能對企業發展有實質的幫助。千萬

## 成功企業的廣告策略

不能將華人市場的顧客類比到主流市場的顧客上，由于文化的不同，這種類比可能給企業帶來錯誤的信息，從而引出不當的廣告計劃，白費金錢。

#### (三)企業的競爭優勢是什麼？

一個企業要在市場中生存和發展，當今時代，廣告幾乎是一個關鍵因素。但是有許多小型公司花了大筆經費，結果並不理想。原因很多，其中之一是顧客往往不知廣告所云，廣告未起到什麼作用，有時連公司都不知道宣傳的要點是什麼。因此報上公司名字，產品名字和地址、電話就算是廣告了。

消費者對這一類廣告根本不會動心，更談不上因此而改變他們固有的消費習慣而出改買公司的產品。因此，公司的負責人必須明確公司在市場中所處的優勢，比如 A 企業的售後服務最好，包修包換，長年保修，顧客因此免除了售後煩惱而選擇公司產品；B 企業保證全城價格最低，如有更低價商品，退還差額等等。必須確定公司的優勢，大力宣傳，且一定要做到以優勢來吸引顧客，達到廣告的

## 理財焦點

### ■ 富林

根據研究，一般人對金融知識瞭解愈多，資產淨值也愈高。其差距之大超過一倍以上。另一研究顯示，曾經參加過退休講座的人，資產淨值增加 20%。雖然較富有的人受益菲淺，那些受教育較少及比較沒錢的人受益最多。

針對一群二次大戰後嬰兒潮(出生於 1946-1964 之間)的人研究顯示，花很多時間在退休準備的人，平均資產淨值 \$200, 000。花一點點時間在退休準備的人，平均資產淨值 \$172, 000。花很少時間在退休準備的人，平均資產淨值僅有 \$84, 000。心理學家說這與我們腦部運作有關，寫下計劃或僅僅想到這計劃，大大增加實行的比率。

如果你從 20 歲起每年存 \$2000，存 10 年，在你 30 歲的時候，你將有大約 \$34000，假設每年 10% 的回收。縱使你不再存一分錢，當你 60 歲時將有 \$677, 000。但是，如果你等到 30 歲才開始存錢，即使你每年存 \$3600，假設仍然每年有 10% 的回收，存 30 年，在你 60 歲的時候，你

目的。

不過，市場的優勢千奇百態，但本質上只有三類：一是價格最低；二是質量最佳；三是服務最好。企業必須選定適合自己經營的一類作爲優勢，然後才制定廣告計劃和廣告的方式。比如說，如果企業走最低價格的路子，廣告宣傳的要點就是如何如何的省錢；如果是宣傳產品的質量，如一些保健品，就要宣傳如何如何的享受。如果倒過來的話，就不合適了。

#### (四)公司的顧客在看什麼？

公司顧客的閱讀習慣，觀看電視的時間和聆聽廣播

的習慣，他們是否擁有個人電腦，上不上網路瀏覽等，都是決定廣告計劃的要素。如果公司的顧客根本不上網路的話(如老年人等等)，那麼展開網路上的廣告宣傳就毫無意義。不同文化層次的人習慣也不同，同樣在廣播上做廣告，放在那種節目中也是要依顧客性質而定，而不是依價錢而定。

面向小型企業的雜誌，當然是各類專爲小型企業服務的商家的理想廣告載體，而休閒的雜誌，將是保健品的理想園地。

千萬不要以價錢作爲廣告計劃的標準，一定要在能夠將企業的產品傳播到顧客的媒體上做廣告，才是最好的選擇。(下期續)