

國際觀·世界人

文／陳于媯

日本史學家大前研一說「我的國籍是世界，只不過恰好出生在日本」。明基電通亞太區總經理張安佐7月間在中國醫藥大學暨醫療體系校院務發展執行營，以「國際觀·世界人」為題發表演講，聽完他南征北討為公司開疆拓土的精采歷程，深深覺得如果把大前研一這句名言中的「日本」改成「台灣」，正是這位瀟灑男子的人生寫照。

四海為家處處家的明基亞太區總經理張安佐（攝影／游家鈞）



張安佐原本任職宏碁集團，1992年外派到中東分公司負責土耳其等三十餘國的銷售網，頻繁出差，光是以色列就去了三十多次，在杜拜度過兩次中東危機。1996年，他派駐紐西蘭奧克蘭兩年。2000年轉往明基電通負責行銷中國大陸，長駐蘇州，參與了中國下一個盛世的崛起。

2003年，他成為明基亞太區總經理，主持明基在台灣、日本、韓國、東南亞、印度、非洲與中東地區的業務。他說，這4年來，他拜訪印度至少30次，足跡踏遍印度二十幾個城市，對印度孟買乃至日本東京熟悉的程度遠勝於台中。因此，對這塊土地，他有著一份莫名的歉疚，只要有機會，總是

樂意分享他的生活體驗，與大家一起掌握時代的脈動。

他說，台灣至今尚未形成重視國際觀的風氣。兩年前，一位來台參加會議的中國友人感慨說台灣人不太看國際新聞，也太少關注國際事務。「明基當年併購西門子，這是何等大事，在其他國家都是頭條新聞，在台灣的電視台卻只播了12秒，因為所有電視台那時都在追逐「腳尾飯」事件，再轟動的國際要聞也只能靠邊站。」

韓國就不一樣了，韓國三星公司注重跨國文化的溝通，每年遴選150名員工外派到全球各地生活1年，連哈薩克都沒放過。

員工在外派期間不必做任何事，唯一要做的是學習當地語言和文化。他到韓國面試員工時，還發現有些大學女生情願休學一年，遠赴異域汲取新知，尙未畢業便已去過十幾個國家的情形比比皆是，一名28歲女子更已遊歷數十國。

韓國文化部部長南宮鎮說：「19世紀是軍事征服世界的世紀，20世紀是經濟征服世界的世紀，21世紀是文化創造新世界的世紀」，張安佐認為個中含意值得深思，大家不能再坐井觀天。

不過，他強調，「在談國際文化之前，每個人必須先熱愛自己的家鄉，認同自己家鄉的文化，唯有如此，才能以同理心理解他人的愛鄉之情。」宏碁中東子公司的120多名員工，來自18個國家，公司每一年都要歡慶各國的節日，在那樣的國際氣氛薰陶下，他對台灣的情感反而更形濃郁。

他在演講中也提醒大家必須正視中國正快速崛起的事實，無論對兩岸的看法如何，中國都已大舉介入台灣人的生活，很多標榜美國製造的商品，零件幾乎均來自中國。美國一位專欄作家有一年耶誕節發現放眼望去，家中的玩具都是「Made in China」，於是發動家人抵制中國貨，結果因為不買在中國代工的NIKE球鞋，只得花86元美金買不知名的義大利球鞋；不買中國代工的玩具，只得以更高的價格買丹麥製造的玩具；生活

中許許多多再簡單不過的事，在刻意的「排除中國」之下，竟變成一種折磨。

面對中國等新興國家在市場、技術與人才方面的激烈競爭，他研判再過3至5年，台灣將喪失在製造代工方面的優勢，但台灣屬於多元化的環境，應該還有更寬廣的路可以走，例如台灣某些專業醫療十分進步，若能周詳規劃，國際醫療或觀光醫療都擁有極大的發展空間。

在培養全球化視野的同時，張安佐呼籲國人不能妄自菲薄，必須要固守「文化優秀感」，「文化優秀感」不同於「文化優越感」，後者是拿某個區域的文化標準來衡量別人的產物，容易激起文化衝突。台灣現在平均每4名男性中就有1人娶外籍新娘，情勢如此，不能再故步自封，必須敞開胸懷，學習彼此尊重與包容，才能打破人與人之間的無形藩籬，這是成為世界人的第一步。

如果人生像畫布，四海為家處處家的張安佐總經理，在動盪中不斷的超越自己，讓自己的人生由空白而繽紛，由平凡而燦爛。「你永遠不知道未來會發生什麼！」他以過來人的體悟，希望大家永遠要保有好奇心，多給自己一點空間，多從另一個角度看世界，on的時候努力工作，off的時候盡情玩樂。

恃吾有以待之，未來！恭迎大駕！🍷