

自然療法專欄

■王大衛 中醫師

近一、二十年來，不管是世界上發達的國家，或者是發展中的國家或地區，兒童的身體健康問題，引起了越來越多人的注視。

現代飲食結構和習慣的改變，大大地衝擊著每個人的生活和健康，小孩子也不例外。

大體上，現在的兒童的健康問題，偏向於走極端地兩邊倒。一方面，超重的胖小孩比比皆是。不少醫學專家、權威都指出，這並不是什麼“福相”，過早的發胖會為未來的各種成年病、文明病和慢性病理下惹禍的“種子”。

另一方面，有的孩子卻挑肥揀瘦，這也不吃，那也不喝，結果造成營養不良，發育遲慢，體重失常，抗病能力低弱，動不動就傷風感冒。人還沒長大，過敏、消化和吸收功能障礙、大便秘等成年病已經提前來“報到”了。

也許受到眼前減肥風潮的影響，不少家長對於這後一類瘦孩子的健康問題，似乎心中不以爲然，並不把之當作

養兒防「弱」

一回事。

殊不知，它所埋藏的“禍根”，比前者的胖孩子還來得更嚴重呢。因爲，對於過胖的小孩，只要在飲食方面作適當的注意和調整，很快就可以扭轉整個偏差的局面。

但是，對於挑肥揀瘦，消化、吸收、免疫功能都低弱的孩子來說，要改變其體質，就不是一件簡單的事了。如果任其發展下去的話，後果將是不可像想的。不但影響了孩子現時的健康，甚至會爲他（她）們往後一生的健康，帶來無法補償的損失。

若您有這樣的孩子，並爲著他（她）們的健康問題而感到擔心、徬徨的時候，告訴您一個好消息，有一個出自中國大陸兒科專家之手的產品，正好解決您的難題。

這個產品的處方，經過數十年的臨床實踐，醫治了千千萬萬的病童，證實其獨特的療效是確實可靠，又廣受病人家庭歡迎的。本文由欣興自然療法中心

提供（626）274-6757

Read with Me

Faith Enters Harvard

By：Warren Chu

A Harvard Curriculum Committee proposed an answer to the question of what a proper educated college graduate should know. According to the committee a graduate should know the role of religion in all subjects. That’s why they suggested making a mandatory course on religion.

Harvard said, “Today’s students must understand religious beliefs and institutions if they are to meet the challenges.” A recent survey by UCLA found that 79% of college students believe in God. 69% pray to Him for support and guidance. This appeals to the Christian community because they hope that if this proposal does pass that colleges will mimic Harvard.

Christians hope that this does pass, so that more students will convert to the light of the Lord. After all, Harvard is Harvard, the college that all other colleges look up to.

夫妻關係

■ 張吳國儀

1900 年美國只有 56,000 人離婚；1992 年 120 萬人，增加了 700%。180 萬稱爲鑰匙兒（Latchkey Kids）的兒童放學回一個空無一人的家。他們每天看 4 小時以上的電視節目，在 18 歲前，他們至少看過 18 萬次的暴虐的鏡頭及 10 萬次以上的性行爲鏡頭。

75%在戒毒中心接受戒毒的少年來自單親家庭；75%在感化中心的少年也來自單親家庭；70%是家庭讓青少年成爲罪犯，即使不是婚姻出問題的家庭，也有「父親不在家」（Absent Fathers）的難處。父親忙

殺，每 10 分鐘有一個自殺成功，其中 63%來自單親家庭。每年有 300 萬兒童是家庭暴力的受害者；每天有 7,100 宗報案是兒童被疏忽；每天有 3,100 宗報案是被虐待。…。（統計資訊 From Jan 2000

“Focus on the Family”而青少年犯罪事件的嚴重程度看美國教育部的報告可知，1997 年全美發生了 11,000 多宗校園槍械攻擊案，4,000 多宗強暴與性騷擾的案件。是家庭讓青少年成爲罪犯，即使不是婚姻出問題的家庭，也有「父親不在家」（Absent Fathers）的難處。父親忙

於股市、工作、會議、應酬…沒時間與孩子相處。

人一出生就必須依靠家庭的教養，尤其是父母的愛與關懷；這是人性格的塑造基礎，影響著人在成長後的人際關係。

家庭培養了你一生、你的下一代，一代一代的傳下去。

良好的家庭生活培養了你的滿足感及安全感，當你遇到挫折，家庭的支持是渡過人生低潮的最大力量；也是人學會接受愛與付出愛的來源；否則當人感到氣酸、傷害、壓力與挫折，會無力面對，感到孤單與無助。

企業經營

老店永續經營的必由之路

■ 山語

一家發展成熟的企業，企業內部可能成爲死水一潭，時間一長，對客戶、對市場的反應就變得遲鈍，遲早會被市場淘汰。

一些專家認爲讓老的私營企業進行股票上市，使得企業資本在投資市場流動，形成對老企業新的刺激。

二十世紀的九十年以來，美國資本市場的發展日新月异，不但是許多個人將儲蓄方式從

銀行轉向股票投資，造成個人持股的比例數直線上升，而且許多百年老店如人壽保險公司、投資公司和其傳統工業公司，如快遞公司、甚至還有證券所都紛紛上市或準備上市交易，幾乎可以看出這是一個趨勢。

新公司上市，從大眾手中籌集資本是很自然的，這是唯一能籌集到足夠的供新公司繼續發展資金的方法。但一些名譽卓著、經營歷史長久且又不缺乏資金的老店如 UPS，

Medlife, Goldman 等也紛紛上市，可以看出資本市場已有一場深刻的變革：在未來的發展中，上市公司將成爲整體經濟中的主導力量。

從某種意義上來說，股票上市已經成爲老店永續經營的必由之路了。

老店上市，通常都是一炮走紅，而且大都是未上市先轟動，原因是老店名聲響亮，利潤有保障，且資本雄厚，投資風險小。

但是老店上市有它的問題，一般而言，這些問題對新公司並不存在，僅僅出現在上市公司，因此，老店上市所要應付的新挑戰並不輕鬆。

首先，老店的利潤雖然不錯，但公司業績卻成長較慢，大都可能低于同行的平均水平。

原因在於老店經營太久，其效率自然不如新公司，而且規模大，要有高成長也是不現實的。

但是上市公司要在市場風光，則其成長率是一個重要的指標。

法律信箱

楊檢察官

加州法律容許嫌疑犯被起訴之後在法院對所起訴之罪名聲稱（1）因沒犯案而無罪（Not Guilty），（2）因精神異常而無罪（Not Guilty By Reason of Insanity），或（3）同時做出以上兩種辯稱。

在第三種的情況下，被告有權要求兩階段裁審。兩階段均可要求有陪審團。

精神異常辯解

第一階段所裁決的問題即被告者的行爲是否滿足罪行的若干條件。

在這階段被判有罪之後，程序便進入第二階段，裁決案發時，被告者是否爲充分的精神異常狀態下犯了罪行。

在此階段，檢方與辯方通常會展開專家爭霸戰，看那方的精神科專家能說服陪審團。若被告被鑑定有充分的精神異常，

商業文書顧問

大部分的履歷表只列出一系列我們所做過或有能力做的職責範圍，而沒有強調這些職務能帶給公司多少利益。

例如秘書的履歷表可能會表示她英文打字速度可達一分鐘 80 字(80 wpm)並精確度非常高. 這樣的訊息無法直接告訴雇主她的英打能力對公司將有何利益。

實際上,她可以提高公司運作效率並最終幫公司省錢. 以下的敘述將會給雇主較深刻的印象.

譚工專欄

■ 譚工

要使行銷成功，堅持自己的行銷模式固然可以發揮本身的優勢，但也可能因與客戶的模式相沖突而導致行銷失敗。比如，當主導型中情緒型的行銷員遇上同類型的客戶時，由於雙方都用情緒來進行對話，因此雙方的關係很不穩定。雖然雙方開始都十分熱情，顯得關係建立得不錯，但隨著時間的推移，雙方一定會因過於活躍而引發爭執。在爭執形成之下，一般而言，交易是無法達成的。一位從事房地產買賣的行銷人員由於在與客戶交談時，無論是與交易有關與否，都要客戶同意他的看法，結果十次交易九次不成，而這位具有強烈主導意識的行銷員不願改變行事的風格，只好改行做管理工作，從此一帆風順。因此，注意客房接受事物態度和其行爲類型，調整自己的推銷方式，就成爲行銷能否成功的關鍵。不過，這也是行銷工作中最困難的一環。因爲這要行銷人員放下自己的長處來適應客戶。即要行出一不一樣的自己來。有時候要像演員一般，弄得不好，自己不舒服，客戶又感到你在做假。因此，掌握一些技巧，盡量讓自己趨於更完滿，就可以成爲一個成功的行銷人員，同時，又不會去表演另一個類型的人。

熱情主動的人，應該是屬於主導型中的情緒型的人，作爲這一類型的推銷人員優勢在於對人對事十分主動，可以比其他類型的行銷人員掌握更多的商機，建立更多的商業關係。當遇上跟隨型的客戶時，成功的機遇十分高，但如果遇上主導型的客戶時，有可能碰個頭破血流。這類型的行銷人員應該學會適時收斂自己，給對方多一些反應的時間和多一些寬容。同時也要放棄一些自以爲是的想法，有時候也要學習做一個跟隨者，有時候也不能把事情

理財焦點

■富林

李曼兄弟證券公司雖然在華爾街也有一些名聲，但與華爾街的三巨頭相比，不過是一個小兄弟而已。但是小兄弟可是胸懷壯志，總想有一天與三巨頭平起平坐，甚至當上大兄弟。

在 2002 年時，安然公司的破產和新經濟泡沫化，終於把三大證券公司許多對投資人不忠實的誤導的丑事暴露在光天化日之下，加上經濟衰退對證券業的打擊，公司初始股的上市幾乎停擺，使得三大證券公司的業績不增反減。但此時的李曼兄弟的業績增長了 14%。

企業界時而吹“小就是美”的風，時而吹“大就是美”的風，完全是視經濟衰退時期，還是經濟擴展時期而定。但在華爾街卻是永遠都是“大就是美”的。因爲證券公司只有大，才能承接更多的投資業務，信用評價等也會更好。當然錢就賺得更多。李曼兄弟的成績挑戰了“大就是美”的華爾街神話。

李曼兄弟的運作十分有效率。它雖然在規模上無法與華爾街三巨頭相比，但在資本回報上卻拔了頭籌，它在 2002 年之前的連續九個季度，資本回報率高達

履歷表寫法之六《顧及公司利益》

- Achieved top production volume by maintaining high degree of accuracy with typing speed at 80 wpm.
- Cut labor expense over \$6,000 annually by eliminating the need for part-time word processing staff.

如果您有任何疑問或意見,歡迎來電洽詢**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.

行銷成功的關鍵

推得過快過急。容讓別人有時間想一想再跟上來。

凡是講求合情合理的人，是理性型的人。由於其追求合理，故是主導型的。這類型的行銷人員的優勢在於，能與絕大多數客戶保持良好的關係。由於凡事講求合情理，故客戶願意與其打交道，也樂意與其維持長期關係。其缺點是由於其主動追求合理性，會與看重人性的靈感型不愉快。當兩個理念不同的理發型的人在一起時，會引發無法調和的矛盾。

這種類型的人需要改變得理不饒人的習慣，學習與他人合作，學習欣賞別人的見解。更重要的是要賞賜學習接受他人的批評。同時，承認自己的錯誤，要學習一些解決爭端的技巧，而不是一味用常理來處理。當事情顯得不合情理時，可以看出其合理來。當然困難也就在這里。理性型的人不願接受不合理的事，他們習慣於抗爭到底。對於屬於跟隨型的靈感型，往往無法對事情採取主動，而依賴於環境或客戶的刺激，才會有靈感的產生，而且常常被人牽著走。但這種類型的人，十分容易獲得他人的好感，因爲這種類型的人既不強逼他人，又用情感來回應他人，故十分得緣。這種類型的人作爲一個行銷員，要學習向客戶說“不”，不然付出許多時間在客戶身上，也要學習做決定。不然總是無法完成交易手續。學會如何引導客戶向所推銷的方向，學習做工作安排計劃，並遵守一個重復性的日常工作程序表。不然，一天忙到晚，結果效率並不大。

跟隨型的分析型人，可以與任何類型的人相處，由於其習慣於用第三只眼看問題和人，對他人的了解十分準確，而人無完人，故這種類型的人很難與他人交成親密的朋友。因此，這類型的行銷人員與客戶雖然可以保持接觸和聯絡，也不致於翻臉，但在市場競爭激烈的情況之下，由於

《生存》是理財最高的目標

20% 如此快速的成長，使得華爾街開始注意李曼兄弟的掌門人付德（FULD）的一舉一動來。

1994 年李曼兄弟從美國運通公司分拆出來時，總資產不過是十五億元，與有幾百億總資產的三巨頭相比，十足是一個小兄弟，但付德采取了成本效益管理。這種“小就是美”的管理策略，不到十年之內，讓李曼兄弟的總資產增長了十倍，2002 年時達到一百九十億元，雖然與美林證券的五百億元、摩根史坦尼的七百萬元的資產相比仍有一個差距，但卻是離李曼兄弟要與三巨頭平起平坐的夢是更近了一步。

付德的秘訣是一個古老的方法，就是讓公司的員工們享受公司成長的好處。在付德之前，僅有 4%的員工有公司的股份。在付德的大力改革之下，現在已經有 35%的員工有了公司分發的股票。

付德的另一個秘訣，也是與華爾街習慣的做法所不同的。它支付給公司高層的薪水不是按級別給的，而是給管理委員會每一位成員相同的薪水。這對整個公司而言，無疑是一個強烈的信號，即付德看重團隊合作過于個人的作用。這對於提高公司的效率無疑是一大促進。

即判無罪而不須坐牢，但必須強行接受州立精神院住院治療。

若無獲得醫院與法庭的批准，不得出院。

所謂充分的精神異常，必須滿足任何以下的條件（稱爲 M’naughten Rule）：當事人精神病嚴重到在案發時，（1）當事人無法了解自己行爲的性質，或（2）當事人無法辨別他行爲的對與錯。

通常 能滿足這種條件的犯人，已經與事實和道德觀念相當脫節，而認爲他所作的，並沒有任何的錯。

與客戶的關係不密切，客戶易成爲競爭對手的重復品。另外習慣於分析的行銷人員提供大多的選擇給客人，反而讓客戶下不了決心去完成交易。同時分析型的人又不主動，往往錯過了完成交易的好時機。

分析型的行銷人員要學習如何設立話題，並學習引導他人進入自己的分析領域，要學習不要太過於細節的分析，因爲過於注意細節，就會產生出許多不同的分析結果和給予客戶過多的選擇，反而讓客戶猶豫不決。

要學習做大概估計而不是事事都計算精確，在產品認識方面，讓客戶明白你是專家，固然不錯。但是太對產品解釋太多，太過詳細，反而會讓客戶跑掉。因爲買任何一種產品的決定，情緒因素往往佔重要地位。

對於不是客戶心里想買的產品，行銷的關鍵在於打動客戶的心，而不是讓他理智地明白他的需要。因爲一旦他理智起來，就明白他其實不需要這種商品。

無論是何種類型的行銷人員，都有優勢，也有缺點，而優勢在於遇上不同類型的時候，可以發展出來，而缺點在遇上同類時顯出來，行銷專家十分注意推銷的對象的類型，從而調整自己的態度和行事方式，以求達到行銷的目的。

以上種種類型的行銷人員，除訓練之外，和其個性有很大的關係。所以，一個人要 想做一個出色的行銷員，除了專業的訓練之外，必須克服個性上的弱點，如何你不是一個有主動進攻型個性的人，那麼在行銷過程中，一定不能總讓自己處在被動地位，如果那樣的話，你的工作業績一定不會好。但是，對於一個有較強主導性的人在行銷的過程中，也一定要注意對方的感覺。

有一些客戶，很反感行銷人員強加給自己一些對產品的認識。也就是說，在工作中能夠根據客戶的情況靈活運用，相互滲透，讓各種類型的客戶都感到你的產品是最好的。

當員工感到自己就象公司的老板，同時又被作爲整體的一部分被肯定時，積極性之高漲，創造力之豐富，使得付德的市場策略得以得于完整地被执行。公司的業績便在華爾街驚奇地成長起來。

李曼兄弟雖然離成爲華爾街的巨頭的目標只有幾步之遙，但卻不能低估現在坐在首席的證券公司爲了生存而打壓李曼兄弟的殘酷現實。最有可能的一種打壓就是將李曼兄弟兼併，徹底粉碎李曼兄弟成爲老大的美夢。因爲只要出的價高，難免股東們不心動。對於付德而言，這種情況的出現無疑是他職業人生中的一大挑戰。

付德用何招術可以破解市場巨頭對他的殺手，他或許只有兩條路。一是在被人兼併之前，兼併其它證券公司，使自己去一夕之間變成巨人，讓別人再也吞不下去。二是說服股東，相信不被人兼併對股東最有利。畢竟，李曼兄弟有著 20%的資本回報率。前一條路的風險是，使李曼兄弟快速成長的成本效益法會變得不靈光，優勢盡失。後一種策略的最大困難是，股東們有可能只貪眼下的好處而將公司賣掉，付德可能到頭來還是一場空。

看來，在小兄弟成爲老大之前，要過的還是老難關——生存。