

26-1 學校簡介

上海交通大學主要分為兩大校區：徐匯與閔行，碩士生與大四學生通常都會被安排在徐匯，大三（含）以下會被安排在閔行。徐匯校區在上海市中心，周圍生活機能佳，且有徐家匯商圈在旁，地鐵站有徐家匯站及交通大學站可以選擇，到哪都很方便。閔行校區在上海郊區，校地廣但出行不易，宿舍最遠離地鐵站有三公里的距離，校內有眾多共享單車、共享電動車可騎行。兩校區之間每天有固定接駁車，但仍須付 6 元交通費，車程時間約 40 分到 1 小時。若搭乘地鐵時間約為 1.5 小時左右（閔行校區到地鐵站需叫計程車）。

26-2 國外研修之課程學習（課內）

在上海交通大學的交換期間，由於沒有與自身所學專業相關的課程，因而選了自己一直以來都想修習的「營銷模型」與時下最熱門的「決策支持與商務智能」。

上海交大的營銷管理與我原先認知的行銷管理不同，在中國 Marketing 翻譯作「營銷」，而台灣則翻作「行銷」，課堂中因台灣學生多次使用行銷此詞，教授也因此向中國學生解釋兩岸翻譯差異，解釋是這樣說的：中國人的 Marketing 是用腦在銷售過程背後做動，想完方案直接操作，因而叫「營銷」，而台灣的 Marketing 則是靠實地運作，在不同的方案中慢慢修改最佳方案，因而使用人在行走之意的「行銷」。修課過程中，我也真實感受到兩岸之間在營銷方面的差異。每堂課教授都會給不同的案例，我們會依據案例所提供的線索，計算出不同的營銷模型，並給予不同的營銷方案，輔以各種經濟學公式與各種成本分析計算公式，有時教授會利用不同的應用程式，模擬學生所預測猜想的價格方案。比如有堂課，分好組後，教授將各組兩兩配對，要我們預設產品價格，並與對手組別作比較，在課程進行過程中，有同學發現每組遇到的市場都不相同，教授才娓娓說出這堂課的目的，就是要我們發現在不同的競爭市場環境下，要怎麼對價格作出適當的調整。對我來說這是全新的授課方式，相較於台灣的理論或行銷相關課程最常做的專案報告，這種實打實的價格模擬戰更能直接瞭解市場運作。

很幸運地在中國交換期間，遇到中國年底的各種營銷活動，從 10 月的黃金週、11 月的雙十一、11 月底的黑色星期五、12 月的雙十二、12 月底的聖誕購物週、1 月的雙旦到 1 月中後滿滿都是各種電商的年貨節。無論是線上或是線下都有不同的營銷模式，實際生活體會過後發現與台灣的行銷方式真的很不一樣。課堂中與教授討論此現象，教授一語道破我們的疑惑，「中國幾十億人，多得是做一次賺飽就不做或騙一次就走的商家，但台灣市場規模小，必須以細水長流的角度經營商家」，因此在中國更多的營銷方式都注重第一次的消費者，各電商都會給予首次消費的會員各種優惠，對於長久用戶反而容易忽略。中國式的營銷方式，講求以數據作為背景，依據數據分析用戶的習慣來制定不同層級的訂價與銷售策略，這些都是與台灣行銷課程不一樣的地方，也讓我這時幾週的學習有了不同的思考方式，未來在面對相同的問題時，期望自己能透過數據結合台灣擅長的專案實作，讓問題順利找到最恰當的解決方式。

「決策支持與商務智能」這門則是時下最熱門的機器學習課程。目前中國正處於大數據時代，依著大數據而有眾多不同的新興科技，機器學習則是一種數據延伸，課堂中學習著如何使用 Python 寫程式，讓機器學習過去的規則，並讓機器預測未來相同狀況下可能發生的值，這項技術可以用在商業預測消費者購買行為，也可以用在生活中預測人們遇到事情的反應，使用面向甚廣。由於我大學僅學過基礎程式設計，在這堂課程當中我只能慢慢摸索 Python，雖然了解機器學習將是未來商業趨勢，但短短數週的課程並無法讓我有足夠編程能力，盼自己未來畢業後有閒暇時間能重拾這門課，努力自學將之運用在自己所熟悉的醫療領域造福人群。

綜觀這兩門課，相同的是都讓我感受到中國研究生課程與實務接軌的實際性，與台灣研究所學術領域居多不同，旁聽過的其他課程也多為此方式，但期末報告仍會回歸研究生該有的技能，讓學生獨

自找案例或自己發想與課程相關的研究議題，寫一份研究計劃書或是研究報告，這部分就是台灣學生比較擅長的。主因可能也與上海交通大學碩士班課程集中於一年完成，第二年安排企業實習，第三年寫論文，而我們所上的這些課程都是碩一的科目，因此學生在沒有統計學、研究方法…等基礎課程奠基下，直接寫研究計畫書會有相當困難性；而台灣學術環境漸進式的安排，反而讓我們的基礎學科奠定的較完整，只能說兩種方式有好有壞，但若能綜合起來、截優補短或許會是更好的學習方式。

26-3 國外研修之生活學習（課外）

九月剛踏上浦東機場，聽著機場廣播，就開始體會到文化差異。以下分別就我感受最深的描寫：

口音

雖然中國也是說普通話，但上海人對於自己的上海腔與身為上海人有種特別的優越感，日常消費結帳、宿舍遇到問題問宿管阿姨時更會明顯感受到差異，若能學會一兩句上海方言對我們來說生活會便利許多（算是打好關係的一種）。而眾多中國人，特別是長江以北的中國人，聽到我們開口的台灣腔，都會問我們從哪裡來、誇讚我們說話好好聽…之類。在交大上課時與中國學生交流，他們也都覺得台灣人說話好聽，吳儂軟語很順耳。但口音不同也帶來不少溝通障礙，像是結帳時聽不懂服務員的說詞、宿舍阿姨有時候說的公告我們也聽不懂，只能請他們再說一次或是用寫的。

文字

不單有繁簡差異，我們的拼音系統也不一樣。中國用的是羅馬拼音，有很多單詞與台灣發音不一樣，比如喔，我們念ㄛ，他們念ㄨㄛ，在企業實習時，有時要協助同事打錄音檔的逐字稿，當他們看到我使用的鍵盤時都會發出聲聲讚嘆。我也曾和我的室友（中國人）討論過我們的拼音系統與文字，我們都覺得對方的拼音系統很神奇！

飲食

中國的菜系不管是哪種都偏鹹偏油，尤其越往西邊走與往北邊走會因為氣候的關係越吃越辣，往北方吃辣是為了要暖身體，往西邊吃辣是為了要驅身體濕寒。而台灣菜則無論在哪個區域開幕，都會吸引大批民眾前去用餐，只要菜名前冠上台灣兩字，大家就會覺得是美食。

吃飯習慣也不同，中國習慣先上菜，菜都快吃完了才上飯；在學校食堂吃飯時則是飯、菜、肉都超級無敵多。吃飯用餐也不像台灣人要配碗湯，多數餐廳都不賣湯。街上的手搖飲料這幾年快速發展，與台灣目前手搖飲料店到處開的現象差不多，但價錢卻差很多，大概都是台灣的兩倍左右。

外送

中國這十年來電商迅速發展，也讓外賣系統更完善。不用出門就可以用手機應用程式點餐，幾十分鐘後就會收到熱騰騰的餐品。外賣系統不只能點餐，還能叫水果、買藥、訂飲料，總之跟生活相關的都能在外賣系統上找到。

支付

電商發展迅速，也讓支付方式從傳統現金演變為移動支付。出門不需帶現金，只要帶手機（但要確保手機有電）就可以完成日常所有消費，無論是支付寶支付或是微信支付都相當方便，消費金額也更容易紀錄，因支付方式改變也衍伸出很多中國才有的特殊行業，如隨處都可看到的行動電源租借站，走到哪都有 WIFI，電信的網路費用比台灣低廉等。

26-4 交換/研修之具體效益（請條列式列舉）

- 一、在中國交換能先至當地企業實習對未來想至中國工作的同學有極大幫助
- 二、能清楚感受兩岸文化差異，並更珍惜現有環境
- 三、在中國交換能到處去旅行，累積不同生命經驗

26-5 感想與建議

在中國生活雖與台灣截然不同，多數時候看著發展迅速、經濟比台灣好的中國仍會替台灣目前的經濟環境感到可惜，台灣適合居住但在經濟這塊確實與中國有巨大落差。走過中國眾多城市，在武漢感受到中國中部的南北文化混雜差異，在重慶、成都感受西部二線城市正在崛起，在昆明、西雙版納感受到中國一直都存在著城鄉差異鴻溝，在南京感受到一座發展中的城市如何兼顧並保存過去歷史，在安徽黃山感受到中國傳統徽式建築的特別與文革留下來的村落，這些都是在書本上得不到的生活經驗。對我來說這百來天的交換之旅非常值得，不僅有與中國學生的學術交流，也有去企業實習的職場交流，更有到各地旅行所積累的所見所聞，使我的人生歷練更加豐富，也讓我更加獨立，期望學校能有更多這樣的安排，讓台灣學生更了解中國，唯有如此才能真的讓台灣人知道世界有多大與自己的不足，也才能讓台灣更加美好！

26-6 相片（2~3 張貼進 word 檔案，含說明，並 Email 原檔給國際處承辦人）



圖一：上海交通大學管理學院前合影



圖二：上海朱家角古鎮體驗傳統水鄉