

東海大學高階經營管理碩士在職專班(研究所)
碩士學位論文

台灣心智問題市場創新商業模式之探討
-以A公司為例

Discussion on the Innovation Business Model of Mental
Problem Market in Taiwan
- A case study of A Company

指導教授：謝登隆 博士

指導教授：曾雅彩 博士

研究生：陳素偵 撰

中華民國 108 年 07

謝 誌

首先要感謝恩師謝登隆老師及曾雅彩老師，自一年級開始與恩師們聊到此一創新商業模式時，即經常受到老師們的鼓舞與激勵，老師無私且熱情的分享打開了我許多創新產業必經之路的正確認知與視野；由於心智問題市場及如此創新之商業模式在目前對外尚難於第一時間就被理解，經恩師們悉心的指導與協助，讓我得以在雜亂的思緒與訊息中逐步聚焦成形並付諸行動完成文論。

同時要感謝所有 EMBA 的老師們兩年來熱誠的指導，訓練我們的思維架構，打開我們的視野格局；感謝 EMBA 的同學們，一起學習、一起成長，彼此珍惜與支持，這份單純的情誼令人難忘；感謝我的家人及公司夥伴們在我學習期間全力的支持與配合。

再度地感謝我生命中所有的貴人們，謝謝你們，有你真好，我愛大家。

陳素偵謹誌於

東海大學管理學院 EMBA

中華民國一〇八年七月

論文名稱：台灣心智問題市場創新商業模式之探討 - 以 A 公司為例

校所名稱：東海大學高階經營管理碩士在職專班（研究所）

畢業時間：2019 年 07 月

研究生：陳素偵

指導教授：謝登隆、曾雅彩

論文摘要：

本文擬研究台灣心智問題市場創新商業模式之探討 - 以 A 公司為例得到的結論如下：

- 一、台灣心智問題市場分為身體健康市場、情緒障礙市場、企業文化市場、人際關係市場，並選擇目標客群為台灣之企業機構。
- 二、透過創新商業模式之建置將解決心智問題，重建心智迴路的四大關鍵要因子以具體發揮。
- 三、以 A 公司為例實際驗證其理論基礎及創新商業模式結合運營可符合市場之運作並創造可期之持續影響力。

關鍵字：心智問題、創新商業模式

Title of the Paper : Discussion on the Innovation Business Model of Mental Problem
Market in Taiwan – A case study of A Company

Name of Institute: : Tunghai University

Executive Master of Business Administration Program

Graduation time : 07/2019

Student Name : SU-CHEN, CHEN

Advisor Name : Dr. Teng-Lung Hsieh

Dr. Ya-Tsai Tseng

Abstract :

This paper intends to study the innovative business model of Taiwan's mental problem market. The conclusions obtained by taking A Company are as following : Firstly, Taiwan's mental problem market is divided into physical health market, emotional disorder market, corporation culture market, interpersonal relationship market, and the target customer group is Taiwan's enterprise organization. Secondly, through the establishment of an innovative business model, the four key factors for resolving mental problems and reshaping the mental circuit will be concretely applied. Thirdly, taking A Company as an example to verify its theoretical basis and innovative business model combined with operations can be in accordance with the operation of the market and create a sustainable impact.

Keywords : mental problems, innovative business models

目 次

第一章 緒論.....	1
第一節 研究動機.....	1
第二節 研究目的.....	1
第三節 研究架構.....	3
第二章 文獻探討.....	4
第一節 透過大腦迴路之養成路徑來重新定位迴路.....	4
第二節 積習可改.....	5
第三節 白地策略 - 打造無法模仿的市場新規則.....	6
第三章 台灣心智問題市場概論.....	7
第一節 台灣心智問題市場分類.....	7
第二節 台灣心智問題目標市場之探討.....	16
第三節 B 型企業之概念.....	18
第四章 台灣心智市場創新商業模式之探討.....	22
第一節 解決心智問題之理論系統 - 自性势能系統之架構.....	22
第二節 談創新商業模式.....	37
第三節 談商業模式之效益評估.....	40
第五章 結論與建議.....	42
參考文獻.....	45

表 次

表 4-1 A 公司五年度比較資產負債表	40
表 4-2 A 公司五年度比較損益表	41

圖 次

圖 1-1	研究架構	3
圖 2-1	市場白地	6
圖 3-1	造成失眠的主要原因	8
圖 3-2	3.2 億顆！台灣人吞安眠藥一年吃掉一條中山高速公路	9
圖 3-3	高學歷低薪 失落的世代	12
圖 3-4	二代接班問題	14
圖 3-5	近九年國人結婚、離婚統計	15
圖 3-6	高風險社會的岌岌可危	16
圖 3-7	2050 年前全球永續需解決的九大議題	17
圖 3-8	滿意度提昇數與共振影響數之於時間及客群問題的關係	17
圖 3-9	BIA 評估面向範圍	20
圖 3-10	B 型企業之評鑑過程	21
圖 4-1	自性勢能系統之架構	22
圖 4-2	宇宙中物體組成比例	24
圖 4-3	過去及現在的時代變動	25
圖 4-4	心智之運作方式	26
圖 4-5	情緒輪迴圖	27
圖 4-6	萬物皆振動	28
圖 4-7	α 、 β 、 δ 、 θ 波之介紹	29
圖 4-8	大衛·霍金斯能量量值表	30
圖 4-9	氣場及脈輪能量	30
圖 4-10	案例一 青少年	31
圖 4-11	案例二 女性新時代	32
圖 4-12	案例三 企業家	33
圖 4-13	案例四 A 公司	34
圖 4-14	人力資源透過自性勢能系統之心智迴路系統重建	35
圖 4-15	人之視野與格局的深度及廣度	36
圖 4-16	心智市場特性	37
圖 4-17	跨產業跨平台	39
圖 4-18	A 公司商業系統	39
圖 5-1	問題與解決方案	43
圖 5-2	心智迴路系統重建關鍵要素	43
圖 5-3	商業模組圖	44

第一章 緒論

第一節 研究動機

心智問題越來越多也越來越嚴重，由於全球化後競爭狀況越來越激烈，過程中衍生出壓力源不斷地升高，於是對於所有的企業及企業內的員工皆產生過度高壓力的情境發生，而壓力外顯反應於各式的身體狀況、情緒失控、家庭問題、婚姻問題、二代價值觀接班傳承問題……，許許多多不理性行為與社會脫序的問題，例如 2014 年的鄭捷隨機殺人事件、張德正欸不滿家暴判決自殺攻擊開砂石車撞總統府、2016 年內湖劉姓女童小燈泡事件、離婚率逐年上升、毒品校園化……等等充斥於我們每日的生活中，如果沒有透一個有效的系統來因應與協助解決，問題將會逐年惡化下去。

從以上的狀況中將其分類為身體問題、情緒障礙問題、企業文化議題以及各式關係議題，站在一個 B 型企業的立場與角度，要去思考如何有效快速地消除台灣心智問題實為當務之急。

第二節 研究目的

依據美國社會心理學家、人格理論家亞伯拉罕·馬斯洛所提出之人類五大需求層次理論，包含了生理需求、安全需求、社會需求、尊重需求與自我實現需求，整體而言現代人之相關衣食住行……等等之生存問題基本上是獲得解決的，現代人主要的痛苦來源反而是因為心智管理不善的問題所造成，美國哈佛大學亦曾經在進行學術交流活動時，其演講之主題即為「心智管理與心智導航」，同時提出現代人最極需解決的問題是為自己安裝一套自我的心智導航系統，並不斷地

呼籲心智導航系統是現代人迫在眉睫必需積極面對的問題。

心智的問題不能夠靠「頭疼醫頭、腳疼醫腳」的方式來解決，心智問題的解決必須對心智問題產生的根源要有很深刻的洞悉，且對心智運作規律有透徹的理解和掌握，對解決心智問題的工具具有技術性的創新，方能一勞永逸地從結構上解決問題產生的根源。心智管理系統，如同在一個人的心裡下載安裝了一套心智導航系統，在心迷路的時候，能夠自發地啟動心智導航的功能，消除心智障礙和負面情緒，讓人保持心智的健康，不會偏離目標和方向。

近代台灣因西方文化的洗禮，反而處於東方文化與西方文化混淆的狀態中，其核心精髓無法真正溶合為更文明之文化素養，反而令在台灣這片美麗的福爾摩沙島上生活著的人們心理落根的穩定感越來越薄弱，心智系統問題更形嚴重。心智系統的問題引發許許多多身體問題、情緒障礙、各式關係問題、文化與傳承問題，諸多令人頭痛難解的議題，就必需從表徵的現象或症狀更深入地找出根源－心智迴路系統的影響，並從此一根源徹底改變始能一勞永逸地解決之。

因許多現代人困擾難解的問題其答案即在心智迴路系統，故我們予以探討台灣心智市場之需求面向並進行有效目標客群之選擇與定位。如同前述要點，對於心智系統之建置必需要對其根源有很深刻的洞察與明晰，並對整個心智之運行迴路有透徹的了解及掌握，並對心智問題之解決方法與技術具備創新性，才能在結構上徹底改變與重建，於是乎，我們針對 A 公司所具備之創新技術－自性勢能系統進行一系列的實際驗證與具市場機制之商業模組來銜接與市場間之接觸，並朝向永續經營方向擴展發揮之研究，期能針對做對的事發揮更大的社會影響力。

解決心智問題到目前為止皆未看見有效的理論基礎及執行成果的研究，故本文擬建立一套理論基礎與創新商業模組來解決台灣的心智問題，然後以 A 公司已

執行八年之成效為例來探討執行之情形，如果成功甚至可以推廣到全世界。

本文研究目的如下：

- 一、把台灣心智問題的市場予以分類探討與如何選擇目標客群
- 二、如何建立解決心智問題之理論基礎及其創新的商業模式
- 三、以 A 公司個案為例來予以驗證之

第三節 研究架構

本研究係針對台灣心智問題市場創新商業模式之探討其研究架構如圖 1-1，搜集國內外相關資訊後，發現有關心智問題市場之文獻極少，僅由國內極富權威之科學人雜誌及白地市場為相關之文獻探討，並透過台灣心智市場與台灣心智問題之分類來分析可能的市場客群與定位，依據市場機制條件之判斷選擇最佳發展之目標客群，進一步建立基本理論架構並研究探討解決方案，透過實際個案心智迴路系統的前後改變予以探究解決方案之影響力，此一龐大的心智市場有賴一個可持續的系統發展之，於是進行創新商業模式之探討與建置，並以 A 公司經營 8 年為創新商業模式之個案探討，據以作成本研究之結論。

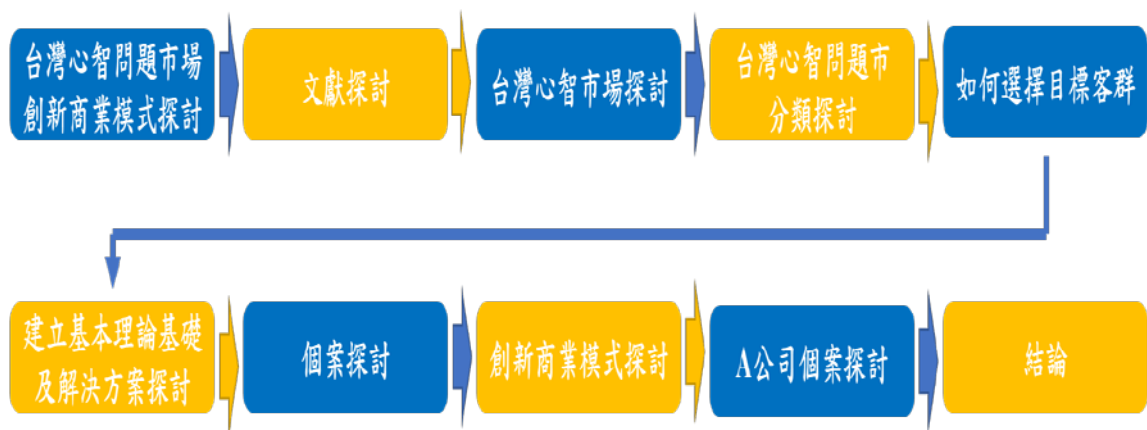


圖 1-1 研究架構

第二章 文獻探討

有關心智問題之文獻相關研究甚少著墨，文獻探討較難達到一般之需求，於是取自台灣相關具權威之科學人雜誌的內容及白地市場理論為心智解決方案與創新商業模式之文獻探討，其探討圍繞著心智自動導航系統是否可被重建以及重建的關鍵元素，而在白地市場理論上觀察此一商業模式是否符合之。

第一節 透過大腦迴路之養成路徑來重新定位迴路

2017年科學人雜誌博學誌之窺探心智一書中，由作者葛瑞布耶爾(Ann M. Graybiel)、史密斯(Kyle S. Smith)、譯者林雅玲，所著之《從腦養成好習慣》中，神經科學家透過破解我們行為儀式背後的神經機制，探討習慣為何可以成自然？而大腦迴路對於這些已形成習慣自動化的行為單元，又是如何定位這些習慣迴路的？於是透過重新定位習慣迴路來培養好習慣及剔除壞習慣。

我們每天都充滿著可以自動導航的行為，小至刷牙的每一個細節，大至開在自己熟悉的道路上，手握方向盤，卻無需過度消耗大腦思維每一個細節的反應能量，不假思索的行為在每個人不經意的過程中就發生了，神經科學家已可辨認出習慣迴路區域與聯結之狀況，同時發現有部份腦區是負責監督我們的行為，如果監督腦的監控系統隱約失效時，人們就會從習慣性行為演變為類似成癮的狀況，例如對於電腦遊戲的沉迷、酗酒、一直耗費心神在某些想法或行為的強迫症、憂鬱症……等等。有了神經科學家的發現，我們就有機會透過刻意調控我們的大腦，來重新建置大腦迴路的工程。

第二節 積習可改

2017年科學人雜誌博學誌之窺探心智一書中，由作者郭乃文所撰文的積習可改中，以大腦神經迴路及心理學的角度對人的自然反應行為許多洞見，日常生活中所有簡單的、複雜的行為與心智活動，經常會自然到，一看到、一聽到、一摸到、一聞到就開啟此一迴路線索產生一聯串之行為或反應，很少人可以在過程中察覺到自己受到這個迴路系統的影響。作者借由佛洛伊德的心理分析論提到童年經驗與潛意識對我們心智迴路的影響，所以有越來越多教育改革與治療方法會強調需檢視個人所知覺、經歷與體驗到的經驗歷程與其實質對當事人的內涵影響。

以一個現代神經心理學家的角度，作者提供了改變心智迴路系統的重要觀念：

1. 基因與環境對大腦功能具有互動性，不可偏重單一層面。
2. 重視個人經驗，尤其是個人主觀認定具有特殊意義的經驗。
3. 健康心理腦的三級預防觀念。
4. 個人知識、行為技能和個別經驗必須相輔相成。

第三節 白地策略 – 打造無法模仿的市場新規則

透過馬克·強生(Mark Johnson)所著作、林麗冠所譯的《白地策略》一書，我們知道如圖 2-1 所示，市場白地的特點必需同時具備 1、以全新方式服務新的顧客或既有顧客 2、與目前組織不適配二項條件，並且有太多的不確定因素籠罩著成功之路，所以具有龐大商機及充滿挑戰的特性。台灣心智問題市場明顯具備全新的顧客服務與顧客價值主張，因該心智問題市場目前尚無人以創新商業模式進行具市場機制之營運活動，以期朝向永續發展前進之。

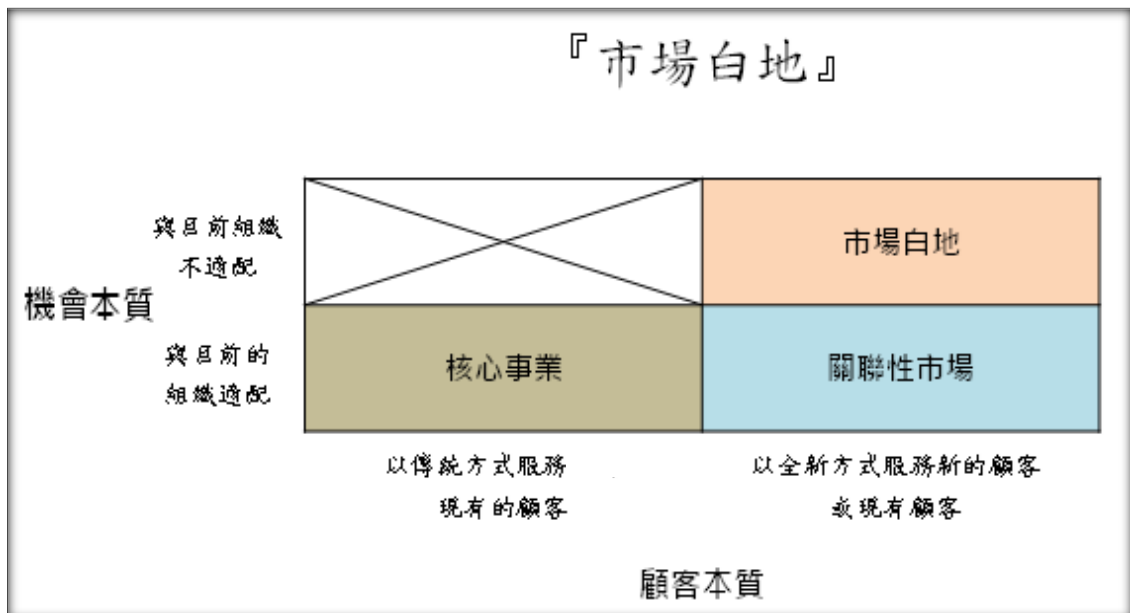


圖 2-1 市場白地

第三章 台灣心智問題市場概論

台灣近代因為全球化西方文化速成的過程中形成許多結構面的壓力問題，社會亂象叢生，健康問題、情緒問題、人際關係問題、價值文化問題皆讓大家不得不深思與面對，在整個心智問題市場中，我們同時採用了市場機制來研判最具顧客滿意度提昇以及最有效率之共振效能下的目標市場，並以 B 型企業的核心精神來面對這整個現象與問題；根據 McGAHAN, A. & Porter, M. (1997)及 McGAHAN, A. & Porter, M(2002)二篇論文所得一個公司如果要具備競爭優勢，一定要選擇高收益性之產業，以及必需在自身產業內取得獨特之定位策略，也就是論文所提之「產業效應佔四成，企業效應占六成」之結論，運用於我們在探討心智問題市場之目標市場及建置創新商業模式。

第一節 台灣心智問題市場分類

一、健康議題 - 失眠問題

根據 2017 年世界睡眠學會對外公開的數據顯示，全球總人口數中約有 45% 的人，正承受睡眠問題，其迫害到健康和生活品質，醫學界越來越多研究指出，阿茲海默症和失眠可能有關，歐洲調查機構也稱，勞工睡眠不足，會造成企業產能下降，進而導致一國國內生產總值下降。

此外根據台灣睡眠醫學學會統計，台灣約有 20% 的人口深受失眠之苦，意即全台失眠人口數已經超過四百萬人，衛福部食藥署亦不斷地宣導「安眠藥不是萬靈丹」，管藥組長蔡文瑛指出，據統計，台灣每年安眠藥的平均使用量約為 3 億 2 千 7 百萬粒，排列後將達 327 公里，相當於中山高速公路的總長，呼籲民眾若有睡眠障礙，應該先找精神科或睡眠醫師看診找尋出確切的病因，而不是對安眠藥

產生依賴，在諸多的統計資料上可以清晰地看見失眠的嚴重性。三軍總醫院精神科醫學部毛衛中主任，依圖 3-1 三軍總醫院統計 384 位有睡眠障礙者的資料指出，「感受到壓力」為失眠主因，其中人際壓力又高於工作壓力，壓力因素成為導致失眠原因之第一名。

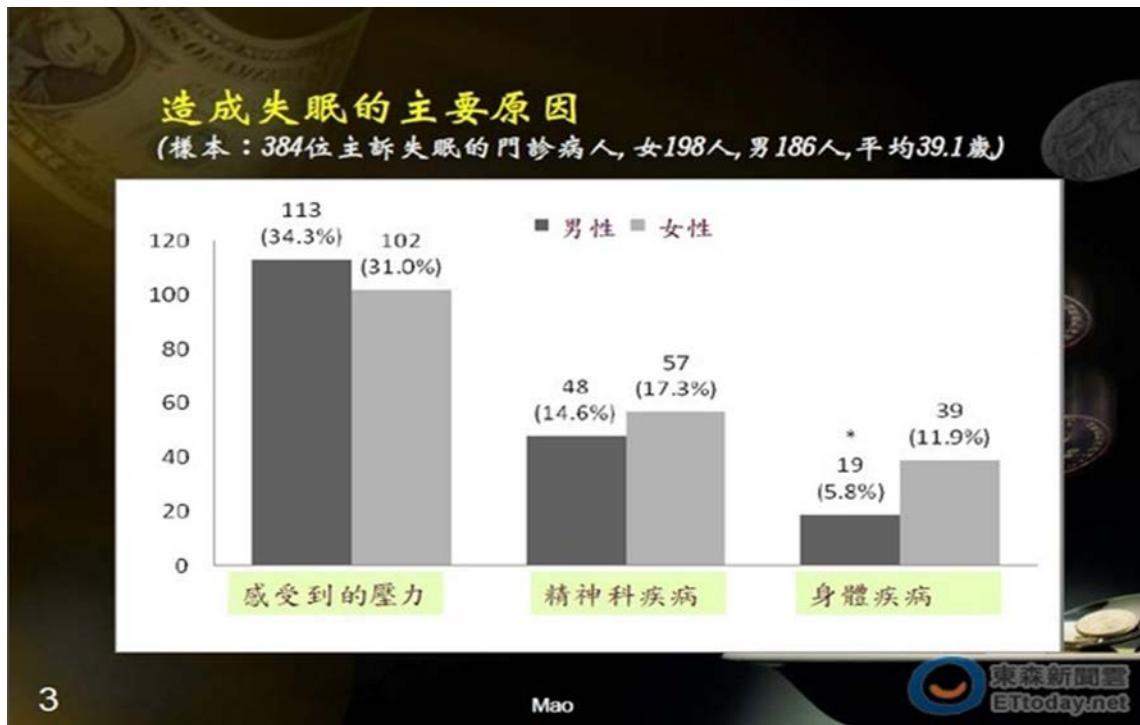


圖 3-1 造成失眠的主要原因

如圖 3-2 衛福部食藥署更是出面不斷宣導安眠藥不是萬靈丹的觀念，應該要正視找出失眠的真正原因，而不是長期依賴安眠藥來解決失眠的困擾。

3.2 億顆！台灣人吞安眠藥一年吃掉一條中山高速公路

【記者賴于榛／台北報導】2014 年 08 月 13 日

衛福部食藥署 13 日召開「安眠藥不是萬靈丹」記者會，管藥組長蔡文瑛指出，根據統計，我國每年安眠藥的使用量約為 3 億 2 千 7 百萬粒安眠藥，排起來長度達 327 公里，相當於中山高速公路的總長，呼籲民眾若有睡眠障礙，應先找睡眠或是精神科醫師就診找出病因，而不是依賴安眠藥。



圖 3-2 3.2 億顆！台灣人吞安眠藥一年吃掉一條中山高速公路

▲衛福部食藥署 13 日召開「安眠藥不是萬靈丹」記者會，管藥組長蔡文瑛（右）、三軍總醫院精神科醫學部主任毛衛中（左）。（圖／記者賴于榛攝）

據統計，台灣國人每年約服用 3 億 2 千 7 百萬粒安眠藥，平均每人每天要吞掉 14 粒，食藥署指出，為了避免醫源性成癮，自 100 年起每年都辦理安眠藥稽核專案計畫，避免濫用。依據圖 3-1 壓力是造成失眠最要的原因，而在實務上，我們更清楚壓力來源經常與情緒有相當密切之關聯性，而健康議題中更是有許多慢性疾病如高血壓亦經常是情緒所引起。

二、情緒障礙議題－情緒失衡問題

情緒失衡問題引起之外顯症狀包含了自殺、抑鬱症、躁鬱症、各式情緒障礙，而其對該國國人之嚴重度無論在全球或台灣都名列前茅。依世界衛生組織發布的報告：要點摘錄如下：

(一) 每年共有 80 多萬人自殺身亡。

80 萬這個數字有人可能沒有概念，我們對比一下數字可能更好地理解：A. 同期日本自衛隊編制總兵力約為 25 萬人，即相當於全體日本軍隊自殺 3.2 次。B. 聯合國公布的年度交通事故死亡數量為 125 萬。C. 聯合國公布的年度死亡總人數是 5600 萬。

(二) 抑鬱症患者占全球超過 3 億人次

在台灣依據衛福部統計，國內符合醫師診斷的憂鬱症狀約有 200 萬人，即表示台灣的憂鬱症發生率約為總人口數的 8.9%，此外，推估其中屬於可能有自傷傾向的重度憂鬱症患者有 125 萬人。截至 2016 年底，根據健保資料統計，國內約有 121 萬 2659 名國人透過醫生處方在服用抗憂鬱劑，人數不只逐年明顯攀升，與五年前的 98 萬 3490 用藥人次相比，更大幅攀登了約 25%。衛福部統計 2011 年至 2015 年情感性精神疾病診斷人數逐年上升，從 2011 年 22 萬 1093 人次增到 2015 年 25 萬 7965 人次，其中男性從 8 萬 3025 人次上升至 9 萬 6092 人，女性更可觀、從 13 萬 8068 人次上升為 16 萬 1873 人次，成長率達 17%。

世界衛生組織確認自殺是公共安全的其中一項重點。世界衛生組織於 2014 年公開發表了題為預防自殺：全球一項當務之急的首份世界自殺報告，藉此提高人們對自殺和自殺未遂問題公共衛生意義的意識，並促進將預防自殺作為全球公共衛生議程中的一項優先重點。此份報告還支持和激勵各國開展多部門公共衛生工作，制定並且加強綜合預防自殺戰略，可見在現今環境變動巨烈不確定因子眾多，人們身心無法安頓下，自殺的情緒議題已然相當嚴重。

依據統計，[台灣各](#)地區被列入各式嚴重精神病人約 10 至 12 萬人，患有憂鬱症的患者數更是精神病人的三倍之多！WHO 並推測，「精神神經疾病」是引

起負荷或失能程度最為嚴重的疾病之一，台灣每年平均有 58 萬人，因患有「精神神經疾病」而喪失生活能力，成為家庭及社會的負擔且造成損失。東森新聞報導指出，「藝人徐懷鈺幼年受虐造成憂鬱症」、「先生妄想妻子有外遇，先殺妻後自殺」、「夫妻疑似精神病，挾持遊覽車向法務部長喊冤」，以上不單單只是聳動、誇大的新聞標題而已，專家甚至提醒，比起「失業」，以上實例其所延伸出的社會問題，恐怕更值得社會大眾關注。

草屯療養院陳快樂院長分析說，雖然本國經濟屬於已開發國家之等級，但心理衛生及精神資源的利用率、普及率和接受度，卻低於歐美等國，其中有關治療的便捷性和相關的教育宣導也不夠深入民眾生活，進而導致民眾延遲就醫，或中斷治療。如此一來，重則造成自傷、傷人的意外事件頻傳，輕則導致個人生產力下降，或其他增加社會成本的現象(例，浪費醫療資源)。許多發生在兒童時期的精神疾病，如果未能及早發現、進行治療，便會導致成長及學習的遲滯，或是永久性缺陷，進而變成社會和家人的長期共同負擔。

據國家衛生研究院的統計，本國兩千一百萬的人口中，估計每年最少有五十八萬國民，因患有精神或神經疾病，而喪失工作、就學等正常生活能力，甚至需要額外投入更多人力加以照顧。除了傳統被大家所注意到的精神病外，自閉症、過動症、憂鬱症、焦慮症、創傷後壓力障礙、睡眠障礙、適應障礙等等，全都成為現代精神醫療重要的一部分。在廣義的精神疾病定義下，每年健保平均支出約為五十億的醫療成本，各式精神疾病合計，約佔 18 歲以上成人總人數的 25%。針對日前發生的遊覽車挾持事件，八里療養院陳宏院長指出，國外資料統計，精神病患治療出院後其犯罪率與一般罪犯相當，並無特別顯著現象，但若合併有藥物濫用現象，再犯率就可能高達 23%。挾持遊覽車事件的兩名罪嫌，過去就疑有吸毒前科，因為並無完善、妥當的醫療照護環境，才會促使病情進一步惡化。

WHO 在 2019 年所提出的最新研究報告指出，全球接受醫療衛生服務的總人數中，其中患有精神疾病之病人有 1/4；1999 年因患有精神疾病，導致的「失能生命年 (DALYs)」，已佔各種傷害或疾病的 11.5%，預估明年(2020 年)還會攀升至 15%。而各式精神神經性疾病中，其中以罹患憂鬱症為大宗 (佔 36.5%)，其次為酒癮 (11.3%)、雙極型精神病 (如躁鬱症等，佔 10.4%)、精神病 (8.7%)、癲癇 (3.5%)。但是全球接受有效治療的憂鬱症患者，竟不到 25%。專家提醒，精神醫療該進入社區，提高患者的居家照護，以減少服藥中斷，此外自殺防治也相對重要，因為精神疾病患者約佔自殺人口中的三成，從有效治療、有毒物質的管制著手外，媒體低調報導自殺新聞，也是可行之道。

圖 3-3 台灣新世代所面臨之低薪問題，更加劇了各式情緒壓力之升高，讓許多人皆處於情緒爆發之臨界點，無法預知不定時炸彈何時出現在自己身旁，這樣的結構因素不斷地處於惡性循環的狀態中；2014 年發生在台北捷運之鄭捷隨機殺人事件，則是一個非常典型的例案。



圖 3-3 高學歷低薪 失落的世代

三、 企業文化議題 - 文化傳承與二代接班問題

根據國際家族企業協會的統計，家族企業占全球企業的 75%。而由專門研究企業接班議題的台灣董事學會最新發表的《2017 華人家族企業報告》也顯示，家族企業占台灣上市櫃公司之比例約七成，其總市值約占台灣六成。董事學會報告也表示，台灣家族企業的比例是兩岸三地華人社會中最高的，其較香港的 40%、大陸的 33% 還要來得高。《遠見》與玉山銀行合作，公布了「台灣家族企業接班大調查」，針對近千位企業營收規模上億的企業掌門人或準接班者展開調查，發現依然有 27.3% 企業的接班狀態處於「開天窗」，於此同時也揭露世代交替對接班的歧見。而企業傳承及二代接班問題除專業能力之培養外，圖 3-4 商周也很清楚地指出，二代接班最痛苦的事就是一堆難搞的老臣，最困難的就在心智提昇的相關議題，心智提昇與否會影響到傳承過程中的溶合問題及文化價值觀是否得以傳承二代接班議題。



圖 3-4 二代接班問題

四、關係議題 - 各式人際關係的問題

家庭中夫妻關係、親子關係、婆媳關係…等等，學校中師生關係、同儕關係…等等，進入了社會大學後，人與人之間的互動與交流等等。台灣社會的離婚率是全球第二高，每四對結婚夫妻中便有一對離婚，而且近年來離婚率尚不斷地攀升中，而結婚率卻不斷地下滑著，這對台灣社會的未來發展有絕對負面的影響。

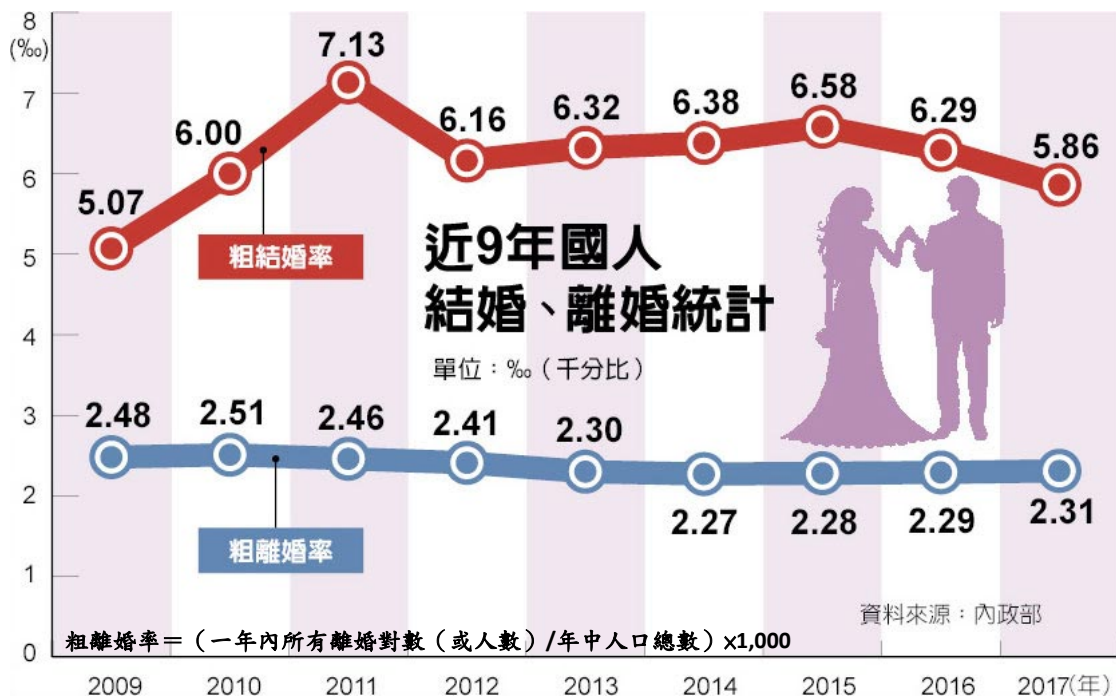


圖 3-5 近九年國人結婚、離婚統計

而在夫妻關係中，圖 3-5 由民政局的大數據統計顯示，107 年上半年和 106 年上半年相比，全國離婚率同比增長 10.3%。而離婚的主要原因可分為以下五項：NO.1 一方出軌 NO.2 家庭暴力 NO.3 性格不合 NO.4 婆媳不睦 NO.5 不良嗜好，全數都在關係上的處理問題；而在親子關係上，無論是隔代教養問題或父母親因為忙碌或沒有方法，無法有效陪伴自己的孩子……等等，都造成親子關係嚴重的疏離、冷漠、溝通不良，進而引發許多情緒及家庭的問題。

第二節 台灣心智問題目標市場之探討

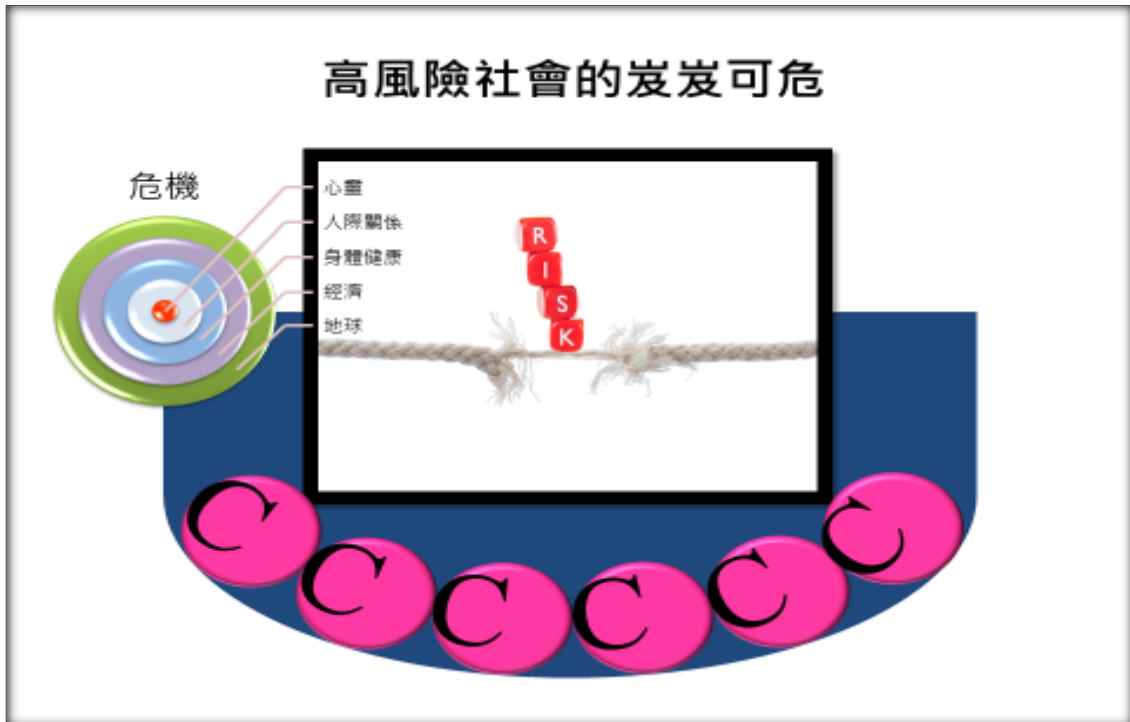


圖 3-6 高風險社會的岌岌可危

無論是個人的健康議題，情緒議題，如果任由其發展，都終將會擴大成家庭問題，甚至成為社會問題圖 3-6 整個高風險社會處於一個岌岌可危的狀態中，例如 2019 年 1 月 31 日的新聞，任職於文化部 51 歲黃姓女專員因為父親長期臥房，心理承受極大壓力，於是以童軍繩在陽台上吊輕生，令 79 歲的老母難過傷心不已；2019 年 6 月 9 日的新聞，新竹一位男子與其親生父親發生爭執，竟將父親殺害並予以棄屍的人倫悲劇……，類似的新聞每日充斥在你我的生活周遭，令人不勝唏噓。所以心智市場之目標主體客群可區分為個人、家庭與企業三個族群別。綜觀，上述針對台灣心智市場的分析不但如此重要且市場商機龐大，且同時呼應圖 3-7 世界企業永續發展協會 WBCSD 所提出之全球永續到 2050 年前一定要解決的九大議題之第一項即為全體人類之心智議題 - 與萬物共榮的價值觀為整個地球未來要持續永續發展關鍵要素由此亦可獲得相同之驗證，再度突顯心智市

場提供了非常龐大的市場需求。



圖 3-7 2050 年前全球永續需解決的九大議題



圖 3-8 滿意度提昇數與共振影響數之於時間及客群問題的關係

台灣心智問題市場商機很大且寬廣多元化，而且還持續成長中，在這麼大的商機中卻鮮少有企業去深耕這個市場，要深耕這個市場必須具備兩個大前題：

一、需要建立一套創新的商業模式

二、找出心智問題的目標市場

前項將於第四章討論，第二項條件則由市場機制(需求強烈又具有消費能力)之角度討論之；我們透過下列四項關鍵指標找出台灣心智市場的主要市場目標。

1. 頻率高
2. 急迫性大
3. 滿意度可以大幅提高
4. 可以增加很多附加價值

依據圖 3-8 觀之我們以失眠問題、人際關係問題、情緒失衡問題以及企業文化問題等四大構面上我們可以清楚的看見，可以產生最大滿意度的項目是在企業文化議題上的著墨，而在共振影響數效應上，個人的影響數相對是最低，而且最花時間，其次是家庭的族群，而時間最短且共振效益最大的族群即為企業組織。故我們依市場機制(需求強烈又具消費能力)，且解決心智問題時滿意度高及共振效益大為主軸得出一個重要的目標市場結論即為企業組織之族群。

第三節 B 型企業之概念

一般衡量一家企業的經營狀況，我們非常習慣先看看財務報表，對公司有了初步的認識後，然後再針對未呈現在財務報表上的一些重要資訊做更進一步的蒐集。然而，實務上仍有很多重大經濟決策依然高度依賴財務報表的資訊，但仍然有很多極為重要的企業資訊是無法被涵蓋及充份表現在財務報表的數字之間的。比如，儘管大多數人都清楚無形資產之於一家企業競爭力的重要性，但無形資產的相關評價及其範圍截至目前為止卻依然沒有辦法被「合理地」呈現在財務報表

之中。現今為達成社會目的而利用企業營運的社會企業思潮蓬勃發展，但社企營運所產生的價值加總，除了採用財務價值之外，人文（human）、自然（natural）、社會（social）等層面的影響或價值，在現今常用的定期報告與衡量標準中仍然很少被納入其中。雖然我們承認搜集及衡量企業無形資產的資料有其一定程度之複雜與困難，但我們更清楚，若企業輕忽重大利害關係人的衝擊，其已漸漸不被主流社會價值標準所接受，而開始有了重視社區關係、環境永續、供應鏈互利、小股東保障員工發展、客戶權益、等策略價值與共榮共好之經濟發展的呼聲，甚至更進一步追求落實，而有了公司社會責任（Corporate Social Responsibility, CSR）、環境社會與治理（Environment、Society Responsibility、Corporate Governance, ESG）揭露等原則與規範的推展。而圖 3-9 BIA 系統於 2007 年推出至今約十二年，就已進行了五次顯著系統增修。此等有機進化特性，已非傳統標準系統發展模式所能望其項背。

B 型企業是由美國 B 型實驗室（B Lab）所發起的一項國際性認證機制，它針對了企業的五大面向：客戶影響力、員工照顧、社區照顧、公司治理和環境友善等，依員工人數規模、產業之類別而進行客製化的量化評估，並通過一定標準的成績之企業，才得以成為美國 B 型實驗室獲准之 B 型企業認證。B 型實驗室是一家總部設立於美國賓夕法尼亞州的非營利組織，曾榮獲 2014 年斯科爾社會企業精神獎（Skoll Awards For Social Entrepreneurship），致力於推動「重新定義企業成功」的全球運動，期望未來有一天，所有企業競爭的目標不在於「『成為』世界最好的企業」，而是「『對』世界最好的企業」。B 型實驗室為了使「好企業」的定義更清楚，於是制定了一套國際標準，此套標準為全世界的所有企業建立了公司治理架構與績效審核的榜樣。此外，B 型實驗室建立了一個全球社群，使獲得認證的 B 型企業能參與其中，此社群提供全球各地的 B 型企業領導者一個平台分享理念、一同為社會與環境問題的改善盡一份心力。舉凡線上連結、於世界各地舉辦的活動論壇中交流，或是建立業務上的往來，加入此社群更能將一群擁有相

同理念的企業凝聚在一起，創造更多影響力、發揮彼此的長處！目前全球已累積超過 2500 家 B 型企業囉！B 型企業所創立的社群其中包跨來自全球各地不同領域的跨國公司，包含全球最大戶外服飾公司巴塔哥尼亞（Patagonia）、全球最大群眾募資平台 Kickstarter 以及市值超過 75 億美元的品牌管理服務商 Hootsuite、全美第三大冰淇淋品牌班傑利公司（BEN & JERRY'S）、世界食品龍頭市值 250 億歐元的達能（Danone）集團旗下的北美達能（Danone North America），目前台灣經認證之 B 型企業共有 25 家。B 型企業重新賦予「企業成功」的定義，並且建立一個更永續、更包容的經濟。

BIA評估面向範圍

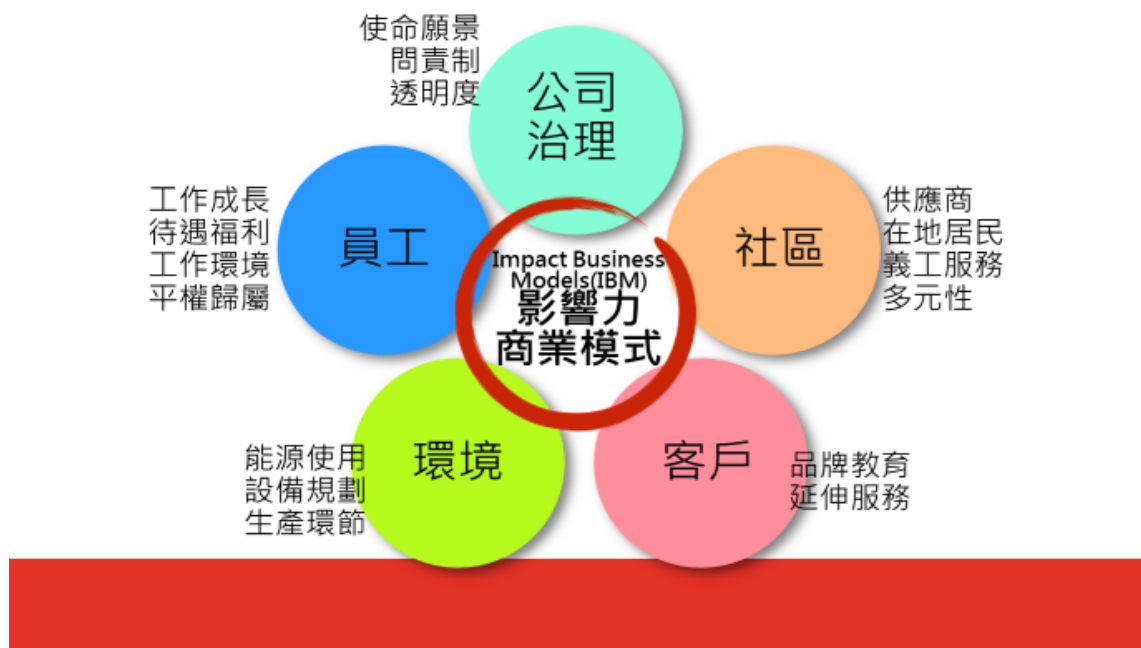


圖 3-9 BIA 評估面向範圍

在公司治理的構面它包含了企業的使命與願景以及企業道德行為與透明度，在員工照顧構面它包含了財務保障、員工福利、職涯發展、員工滿意度，在社區關懷的構面它包含了多元、公平與包容的工作環境、經濟的影響、公民參與、供

應鏈管理，環境友善構面它包含了環境管理、空氣與氣候、水資源、土地與生物，顧客影響力構面包含了顧客關係管理。透過圖 3-10，更可以清楚了解到 B 型企業之評鑑過程是一個相當嚴謹與客觀之機制系統，在評估的過程中該系統會細分到不同規模的企業就會有不同的要求審視條件。



圖 3-10 B 型企業之評鑑過程

第四章 台灣心智市場創新商業模式之探討

-以 A 公司為例

在第三章內我們探討了台灣及整個國際發展趨勢下心智市場的龐大且多元商機，在本章第一節中我們將透過腦神經科學、量子科學、心理學多方科學的角度來說明心智市場之解決方案－自性勢能系統的運作架構，並且透過實際案例之說明及檢測儀器之檢測報告了解其相關變化；第二節中我們說明了以 A 公司為例，其營運的內容包含了診所醫療系統的形式、教育訓練中心形式、實體輔助商品製造業形式及基金會等四大構面與整個市場進行相關的溝通與運營；第三節則透過 A 公司五年度之資產負債表及損益表實際驗證了這整個商業模組的可行性，與朝向企業規模化及永續發展方向持續的努力與開展。

第一節 解決心智問題之理論系統-自性勢能系統之架構

圖 4-1 自性勢能系統是一套協助人們走入自己潛意識並且可以重新設定自我心智模組、開展個人潛能、並充份發揮個人心腦合一力量，達到提升個人深層軟實力的系統。

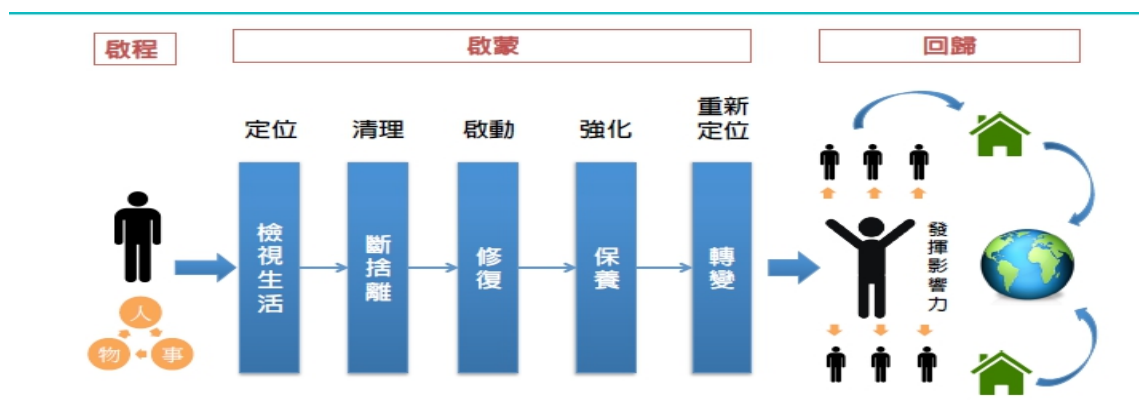


圖 4-1 自性勢能系統之架構

依據科學人雜誌(2007)腦神經科學、量子科學及心理學之探討，人類行為之迴路系統形成了慣性，而這個慣性會形成無意識的[自動導航]系統與不假思索的行為。引用大腦迴路圖內容「一般在大腦形成習慣的三部曲，第一探索新行為：這是由前額葉皮質與紋狀體連結，而紋狀體與中腦連結，來自中腦的多巴胺有助於學習並賦予目標重要性及可行性評估迴路之運行。第二形成習慣：當我們重複一個行為，會強化感覺運動皮質和紋狀體之間的回饋迴路，有助把重複的行為標記為大腦活的一個單元(稱為“集組”)。有一部份集組位於紋狀體，並依賴中腦傳遞過來的多巴胺。第三銘印習慣並監控執行：一旦習慣被儲存為一個集組，下邊緣皮質似乎能進一步幫助紋狀體銘印這個習慣，使其相關的大腦活性成為半永久性。在多巴胺的幫助下，下邊緣皮質似乎也能控制我們是否會執行一種習慣；抑制該區域的活也可以阻斷根深柢固的習慣。

一般常說“習慣成自然”，依賴的便是對位於大腦內的神經迴路進行重激發。人類腦中充滿很多能夠組成[共同命運]的神經元，彼此之間的特定關係又可分為抑制及淚發，每次行為都可想像成一群會互相放電的神經元共同完成一次活動。當共同關係的發生次數高了，神經區域間的連結便會演變成穩定的神經迴路，這便是習慣的養成。不過，我們的注意力資源是寶貴且少的，所以我們對於這些穩定的迴路便會自然而然的不再意識或注意到，而選擇將注意力轉移至其他事物上，甚至自然到一摸到、看到、聞到或聽到啟動此迴路的線索，一連串行動就會全套自然的接連完成。」

在量子科學的構面，我們經由圖 4-2 NASA 所公佈目前最普遍被天文學領域所接受的理論認為，在這個宇宙中能被我們肉眼所看到的物體，例如行星、恆星、物質界的實體，僅占 4~5%；不被肉眼所看到的某種「暗物質」(由於引力的影響，能夠牽制各個星系的物質，若是沒有暗物質，星系會轉的太快而分崩離析)占 20~27%；其餘部分則由「暗能量」(稱是促使宇宙膨脹的一種神秘力量，

就目前科學尚未釐清的部份)構成，而人們的感知系統絕大部份都放在僅佔4%~5%的肉眼能看到的物體，而具力量與能力的95%尚待開發之。這個最新的發現同時代表著，人類大腦可被開展之空間還很大，大家公認最聰明，其“相對論”改變了人類很重要的前進方向－愛因斯坦，在他死後研究出他的大腦也才開展20%而已，於是乎人類透過思考、研究、創造及心智的開展就可以創造出突破性飛躍之結果，現今科技發展之水平不斷驗證現在的未知及未來的已知。

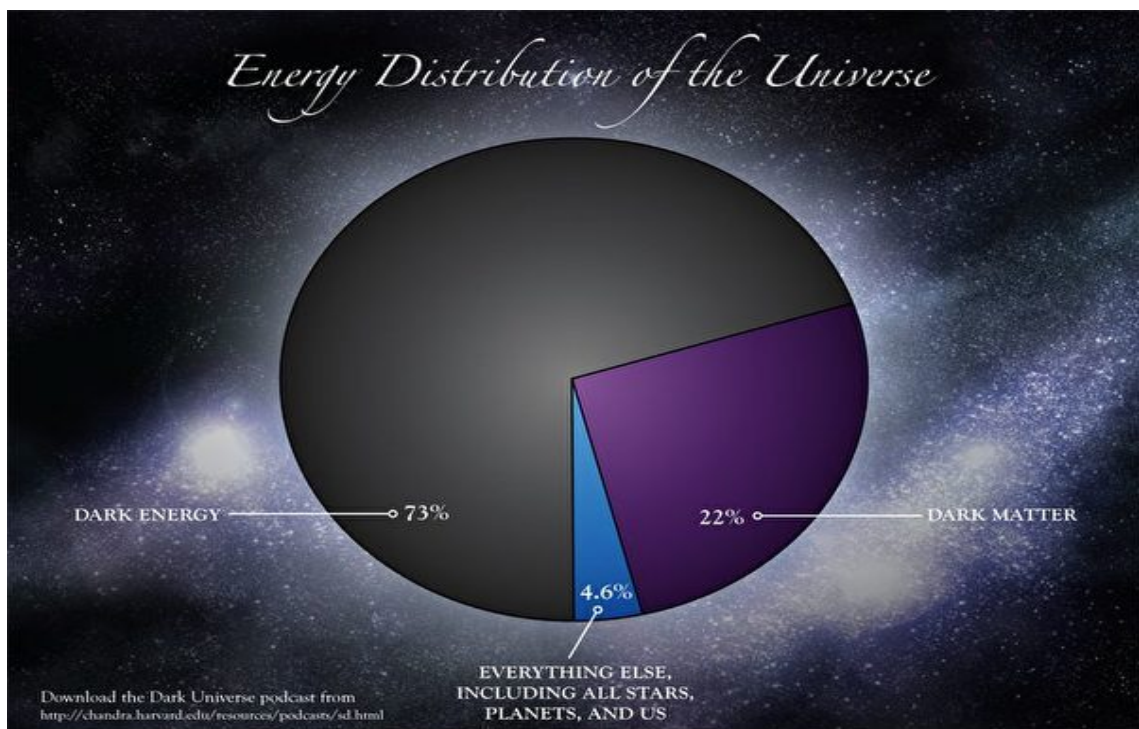


圖 4-2 宇宙中物體組成比例

過去	現在
牛頓定律	測不準定律
工業時代	互聯網時代
機械論	量子論
測量完得到數據	不存在觀測，存在參與
分割開的、獨立的	互相關聯的
本身不需對社會負責，商業也不需為環境負責	商業活動是整個社會的一個組成部分
人本身在社會發展中並不是重要的	我對世界要負有責任、我的生命以及我的行動，是一件重大的事
工人只是為企業服務	企業主是為了服務員工的利益

圖 4-3 過去及現在的時代變動

我們再從時代變動的洪流中觀察未來的巨人特性為何？圖 4-3 過去的牛頓定律是發展工業時代的階段，其特點為具規則性可預期度高，人的心智結構是彼此獨立分割的，本身對社會之責任意識低落，而商業行為亦不考量對環境所形成的傷害，人本議題在社會發展中是被忽略的；然而，進入量子測不準定律後，互聯網時代開始快速發展，其特點是無法被觀測與存在更多的不確定性，而人的心智結構是人與人間是互相關聯的，共同參與打破隔閡與界線的模式越來越多，商業活動是整個社會的一部份，每個人都是世界的一部份，大家都有責任一起為這個世界盡一份力量；時代洪流正在演進，一切皆在改變中，每個人的心智也應該隨之改變，只有發展出更寬廣的心智去接納新事物、整合成有用的智慧、打破成規、勇於面對未知、善於危機管理……等等的心智特質者，才足以迎接新時代的來臨。

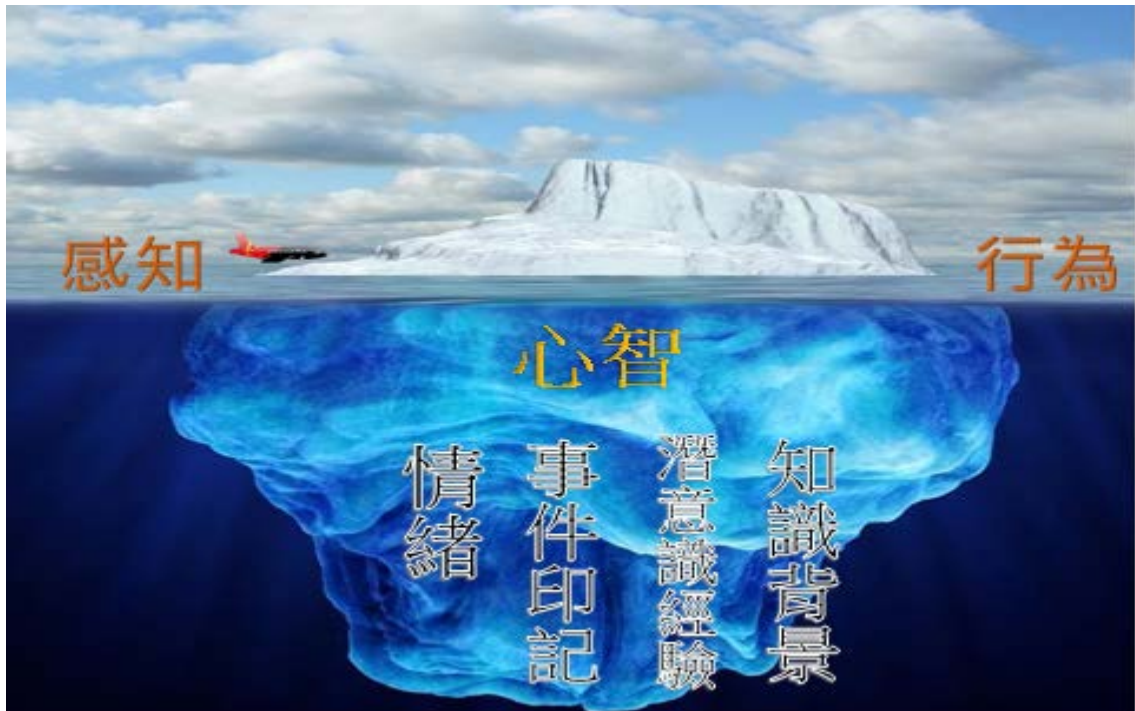


圖 4-4 心智之運作方式

透過圖 4-4 我們來探索心智究竟是如何運作的?我們都很清楚，一個人經由五感來接觸與感知外部環境所有的狀況，並據此發展出個人的行為反應，而這個從感知到行為間的反應過程通常是非常短暫的時間，短暫到連當事人都無法自己察覺到。然而，在這個非常短暫的時間裡心智迴路系統就開始運作了，其中包含了當時情緒狀態的影響，過去經歷事件之印記的影響，潛意識莫明無原由的影響，基礎知識背景之影響，如果沒有看清楚這一切非理性之因子，就很難真正跳脫舊有的行為模式，其行為結果不斷受心智迴路系統之綁架。

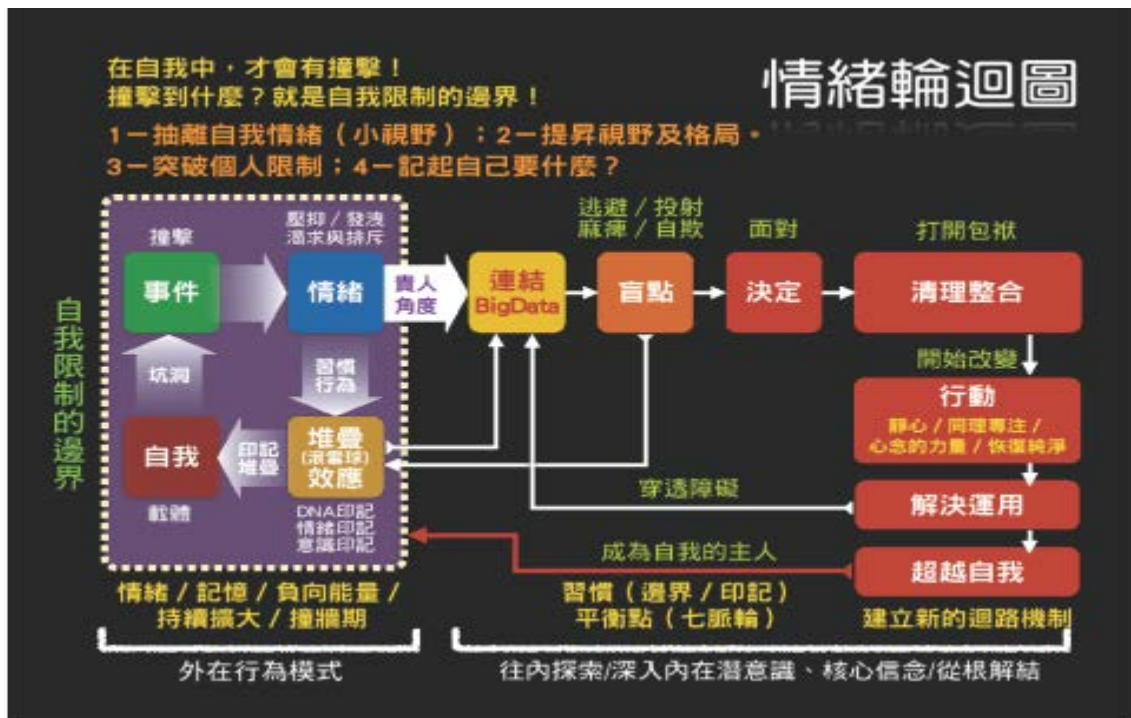


圖 4-5 情緒輪迴圖

我們再透過此圖 4-5 一張情緒迴路圖來更深刻體會到每個人是如何被自己的心智迴路系統影響情緒，情緒再進一步影響生活中各個層面與行為反應。例如今天你在路上看到一隻毛毛蟲，它會影響你的程度達到你無法跨過去它然後繼續往前走；為何在同一個教學場合中，老師無意的一句話，你卻覺得老師是對你個人有意見，但其他同學並沒有相同的感受；在職場中的案例更多了，許多的溝通協調其實可以很單純，但如果因為個人情緒的投射，例如：我覺得他是在說“這是我的錯”，自我價值感低落、沒自信，過去的經驗標籤印象……等等，在我們的日常生活中，有許多這種我們稱之為投射的狀態發生，進而讓事情變得複雜，溝通上也充滿了許多存在於內心與外表呈現間的差距而影響了實質的結果。既然清楚了影響的要素 - 不易被察覺到的潛意識及深層潛意識，我們就能從這些層面著手並進行心智迴路系統之重建，在談心智迴路系統重建之前，我們先來了解另外二個很重要的原理與觀念，共振原理及腦波頻率。





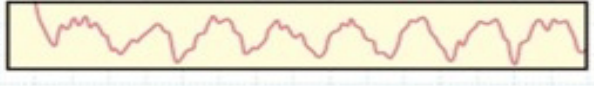

圖 4-6 萬物皆振動

共振原理，我們從圖 4-6 的音擺實驗就足以證明，萬事萬物皆會相互共振，所以近朱者赤，近墨者黑，你去到一個環境磁場不適合自己的地方你會感受到不舒服或疲累，你去到大自然環境後，你的心境會變得平穩，你的身體會變得舒暢輕盈，其實這就是共振的原理的影響，而共振原理對於你個人的影響，我們也可以透過腦波之檢測及能量檢測皆可取得共振狀態與相關數據。

腦波對我們的意義

接下來，我們來了解一下，什麼是腦波？腦波可透過腦波圖予以呈現，而腦波的記錄是透過頭殼上二點電位差測出神經細胞發出之電磁波的電位活動而取得之活動狀態，腦波與大腦的意識有相對應關係，於是乎人在清醒下、壓力下、昏迷下、靜心下、各式狀態下其腦電波的振動頻率都會有不同的顯著變化；依據國際腦波學會(International Organization of Societies for Electrophysiological Technology)針對腦波分為 β 、 α 、 θ 及 δ 波， β 波頻率是屬於意識層面的波頻，圖 4-7 當人處於專注分析、思考、推理、擔憂、心情緊張、不自在、壓力大時，就是處於 β 波的狀態下，人們日常生活經常處在此一腦波狀態； α 波頻率是屬於意識與潛意識層面間的橋樑，人一旦進入睡眠狀態下，依其睡眠深層程度，腦波會

變成低頻波 α 波與 θ 波， α 波是屬於潛意識層面的波頻，它與信念、冥想、態度、情緒、夢境等有關， θ 波是屬於無意識層面的波頻，在真正可以達到快速恢復體力的睡眠時需要； β 、 α 、 θ 及 δ 波的組合型態是可反應及影響人體行為及學習上的各種表現。

腦波的種類	波形圖	關聯性
β 波： 12~ 38Hz		屬於「意識層面」的波，當進行邏輯思考、推理時、解決問題或壓力大、憂慮時，容易測到 β 波。
α 波： 8~ 12Hz		是「意識與潛意識層面」之間的橋樑，在閉眼、身心放鬆、發揮想像力時，易測到 α 波。
θ 波： 4~ 8Hz		屬於「潛意識層面」、「無意識層面」的波，在睡眠時會測到 θ 波及 δ 波，熟睡時主要以 δ 波為主。
δ 波： 0.5~ 4Hz		

α 、 β 、 δ 、 θ 波 整理圖表 (電腦繪圖：姚裕評)

圖 4-7 α 、 β 、 δ 、 θ 波之介紹

美國著名的精神科醫師大衛·霍金斯博士 (David R. Hawkins, Power vs. Force) 與獲得諾貝爾物理學獎的得獎者進行合作，採用了人體運動學的基本原理，在各式精密的物理學儀器的搭配使用下，歷經約 30 年的長期臨床實驗，測試對象的選擇隨機且橫跨多國，包含各種不同的種族文化、行業、年齡等多元指標，透過精密的統計分析後，發現人類各種不同的意識層次都能找到相對應的能量振動頻率的物理指數。人的生命體是可以偵測出依其精神狀況 (意識) 的不相同而呈現有能量強弱之分的起伏，如大衛·霍金斯博士所提出之圖 4-8 能量量值表，可以相當具體地說明人在不同的意識狀況下完全不同的數值呈現。

大衛·霍金斯能量量值表

神的觀點	生命觀點	水平	能量	情緒	進程
本我	是	歸悟	700-1000	不可說	純淨
全人類	完美	和平	600	至喜	闡明
唯一	完整	喜樂	540	清朗	變貌
充滿生氣	仁慈	愛	500	敬愛	揭示
智慧	有意義的	理由	400	理解	抽象
慈悲	和諧的	接受	350	寬恕	卓越
激勵人心	有希望的	樂意	310	樂觀	意圖
授與權力的	滿足的	中性	250	信任	放鬆
容許的	可行的	勇氣	200	肯定	活化
平庸的	需要的	驕傲	175	藐視	自大
復仇的	反對的	忿怒	150	憎恨	侵犯
戒絕的	失望的	渴求	125	渴望	奴役
苛刻的	抗爭的	害怕	100	焦慮	逃縮
輕蔑的	悲劇的	悲痛	75	後悔	沮喪
責難的	無希望的	冷淡	50	絕望	放棄
懷恨的	邪惡	罪惡感	30	責怪	毀滅
鄙視的	悲慘的	羞恥	20	羞辱	殲滅

操譯自：心靈能量：藏在身體裡的大智慧；作者：大衛·霍金斯

圖 4-8 大衛·霍金斯能量量值表

除腦波儀可以偵測人類心智意識活動下腦波之波頻外，亦可透過量子儀器偵測到人們能量結構之變化，圖 4-9 呈現人體能量結構之交互動態狀況的圖示說明。透過以上之說明，便可更清晰了解到為何心智迴路系統重建的過程中關鍵四要素為個人意願、自性勢能系統之學習、高能量環境之提供、與引導者，而在心智迴路系統重建過程中該四要素會進行交互影響與支持。

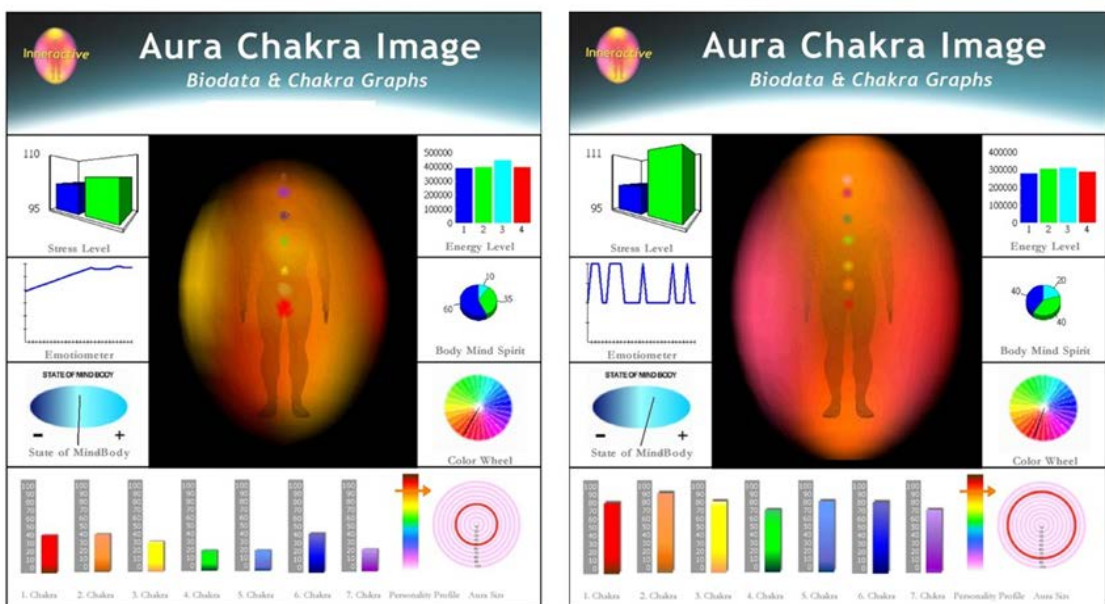


圖 4-9 氣場及脈輪能量

對於心智問題之解決的理論基礎已有所明白後，接下來，我們提供四個不同年齡層與心智狀態炯異的案例更進一步與自性勢能系統運作為實證結果之說明。

<案例一> 青少年



圖 4-10 案例一 青少年

圖 4-10 該案例是一位 14 歲的青少年，父母親離異，母親對親子間情感表達能力極弱，長期的家庭關係問題，讓這孩子的童年未獲得較妥適的照顧，而發展出非常負面的心智迴路系統且採取自我傷害、自我放棄的面對方式，所以在高一時已多次採取自殺的方式來面對所有自己無解的問題，當時有幸因個案的姑姑發現自己的姪子正準備在陽台上結束自己的生命，於是求助於整合醫學系統與自性勢能系統，經過一段心智重建的學習與養成過程後，選擇了台北某家醫學大學之心理學系就讀，並且以自身之經歷成為自殺協會的志工成員擴大對自己的自信與對整個社會之正循環影響力。

<案例二>女性新生代



圖 4-11 案例二 女性新時代

圖 4-11 該案例年紀很輕就發現自己罹患癌症第三期，主因壓力過大無法適度表述自己的感受，面對事情都採取壓抑式逆來順受的模式，而這樣的心智迴路系統來自於原生家庭父母親都是低價值感特質，父親因單眼受傷，大部份的家庭經濟是由母親獨立承擔，於是家中的教導與影響促使該個案在成長的過程中面對問題的心智迴路系統相對自我壓抑，終累積成身體健康問題的外顯症狀；因個案之好友的介紹，開始透過整合醫學系統與自性势能系統的學習與一路陪伴，終讓自己在手術後不斷監控的的癌症指數降為 0 數值，也喜悅地結婚生子，過著一般人幸福快樂的家庭生活，目前該個案也成為自性势能系統的初階兼職師資。

<案例三>企業家



圖 4-12 案例三 企業家

前面二個案例其心智迴路都朝向自我封閉內縮的方向發展之，圖 4-12 企業家個案則是外放之發展方向。此個案為一跨國企業之總裁，因生命已走到家庭、事業、自己身體健康全都打結同一時期出現問題的瓶頸，生命完全進入負循環機制內了，主要的心智迴路系統是因為覺得自己不夠好，所以一直找戰場來證明自己的價值認同，不斷地追求完美的自己直到生命周遭全部出現問題自己已找不出答案時，透過他對整合醫學系統的信任，先從身體之治療為接觸點，再進入自性势能系統之心智迴路系統的重建，歷經三年時間，個案之太太、女兒、妹妹、妹婿及員工們，皆陸續進行學習與自我改變突破超越的歷程，整個家族含公司員工產生強大的共振效益，共同突破與超越局限自我的慣性迴路系統，家庭關係回到前所未有的幸福感，事業也因此擴展，大陸市場倍數擴大，現階段雖有中美之戰，但他也早在 2017 年就已佈局轉移到越南市場進行生產了，這是心智模組正循環力量啟動後，隨著時間的堆疊便可獲取之高滿意度成果。

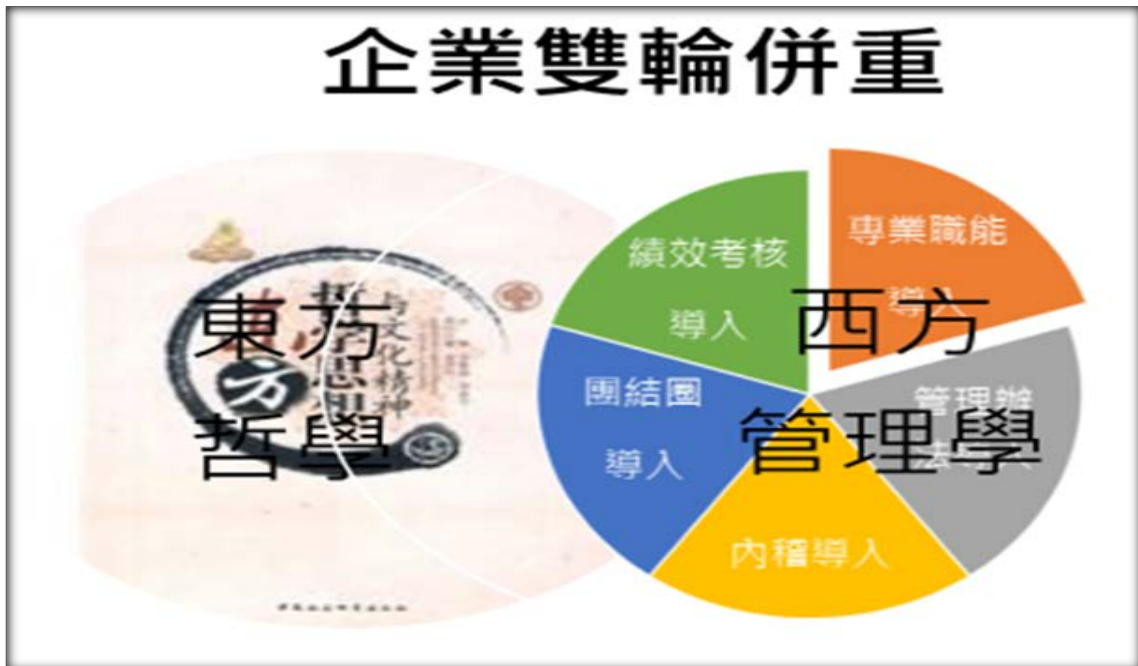


圖 4-13 案例四 A 公司

資本主義及西方管理已經走到需要另尋解藥的階段了，在長期以來股東獲利最大化的價值觀及不斷只談效率效能之管理工具下，人們的熱情與生命力已然成為活著的機器人了。圖 4-13 管理學與哲學的並重是企業心智系統內當務之急的解藥。

絕大部份的企業在資本主義股東最大利益之核心價值觀與長期西方管理的絕對效率思維下，已經使得現階段的企業動能連金錢都無法驅動之(企業的有機組合還是在人)，究其根本，一份合作關係如果相當的比重是建立在金錢與彼此的不信任的基礎上，這樣的合作關係絕對無法迎接所需面對之挑戰與企業永續經營之需求，而台灣企業二代接班議題除了專業之累積外亦是在同樣的心智議題上需要被克服；企業文化共振平台之建置是一項長期工程，它必須包含企業環境、企業制度、內部引導者的角色，更為重要的是企業主的心智迴路系統必需優先有所體悟與重建。

而無論是從量子科學、腦神經科學、心理學……等層面之探索，全部都指向一個相同的方向，整個大時代前進的方向促使人們必需不斷地前進與改變，而人的習慣與心智也證實是得以重建的。而重建的主要關鍵要素有四個且缺一不可，第一個關鍵元素是個人意願，第二個關鍵元素是自性勢能系統之學習，第三個關鍵元素是高意識環境的影響，第四個關鍵元素是引導者的角色，當個人有意願改變，並學習看見自己慣性的運作迴路，並決定朝向重建新的心智迴路系統下，提供高振動之共振環境促使個人意識與心智可以保持在清晰與更輕鬆的心境下透過引導者協助一次又一次的重建方向直到形成新的心智迴路系統。

透過圖 4-14 企業組織內之人力資源透過自性勢能系統之心智迴路系統重建工程之學習，加上企業文化的環境因素同步建置後，便可快速提昇專注力、耐挫力、面對挑戰的勇氣，以及高階主管之洞察力、領導力、視野與格局的擴展；而這些重要之軟實力著實為現代企業成功的關鍵能力之一。

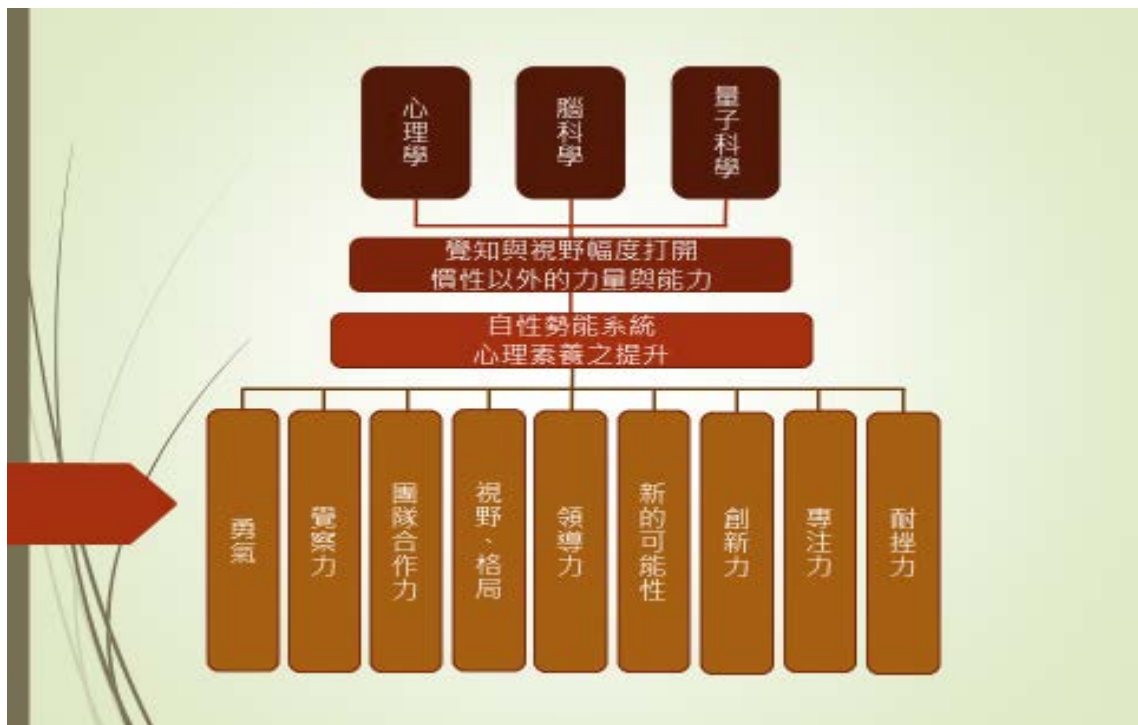


圖 4-14 人力資源透過自性勢能系統之心智迴路系統重建

以 A 公司自身的狀況為例，一個具創新特質的企業加上台灣中小企業共同的苦楚－資源不足，在企業成長與圓熟之過程中，它更需面對到同時存在資源條件的不足與市場的不確定性，因有足夠明確的企業文化才有辦法在薪資並不優渥，大量燒腦與開創創新含量需求特高下，仍可繼續保持企業逐年之高成長動能，該成果可由本章第三節五年度簡易損益表獲得驗證。透過企業文化心智模組之建置，企業員工有機體自可從最基本的工作上專注力與耐挫力之提升到團隊合作與凝具力的產生，再到高階主管之視野格局、決策洞察力、與創新力……等等之能力之開展皆可發生，這對於現代企業要面對世界變動之速度與不確定性具備重要能力特質之養成，尤其是全體員工共同認同之文化價值觀所形成之共振力量，實為一個企業無法小怯之軟實力。



圖 4-15 人之視野與格局的深度及廣度

圖 4-15 就可以說明，一個人的視野與格局即在其心智與心理素養的深度及廣度之差異，尤其是企業的領導人及高階主管，一定程度的開展其軟實力是非常

重要的，企業需面對量子時代的來臨(測不準定律)，開展左右腦的整合與平衡運用刻不容緩。

第二節 談創新商業模式

大腦迴路透過知識的學習與環境內人、事、物之經驗以及自我檢視與修正行為之狀態，層面包含了身體感知、情緒感受、社會價值觀、自我價值觀、家庭價值觀、家族價值觀……等等複雜要素一次又一次累積交叉運行後而形成之腦神經反應迴路，此一迴路一旦形成，就會以最少耗能型態與外界進行最有效能與直覺式之回應，於是乎就會有所謂好的與壞的習慣之差別，但無論是那一種，迴路還是可以進行重建的，那要改變這個迴路軌道就需要外力的協助，而 A 公司即扮演了教育自性勢能系統重新建置心智迴路系統、創造高振動頻率的环境及有效引導者之角色。

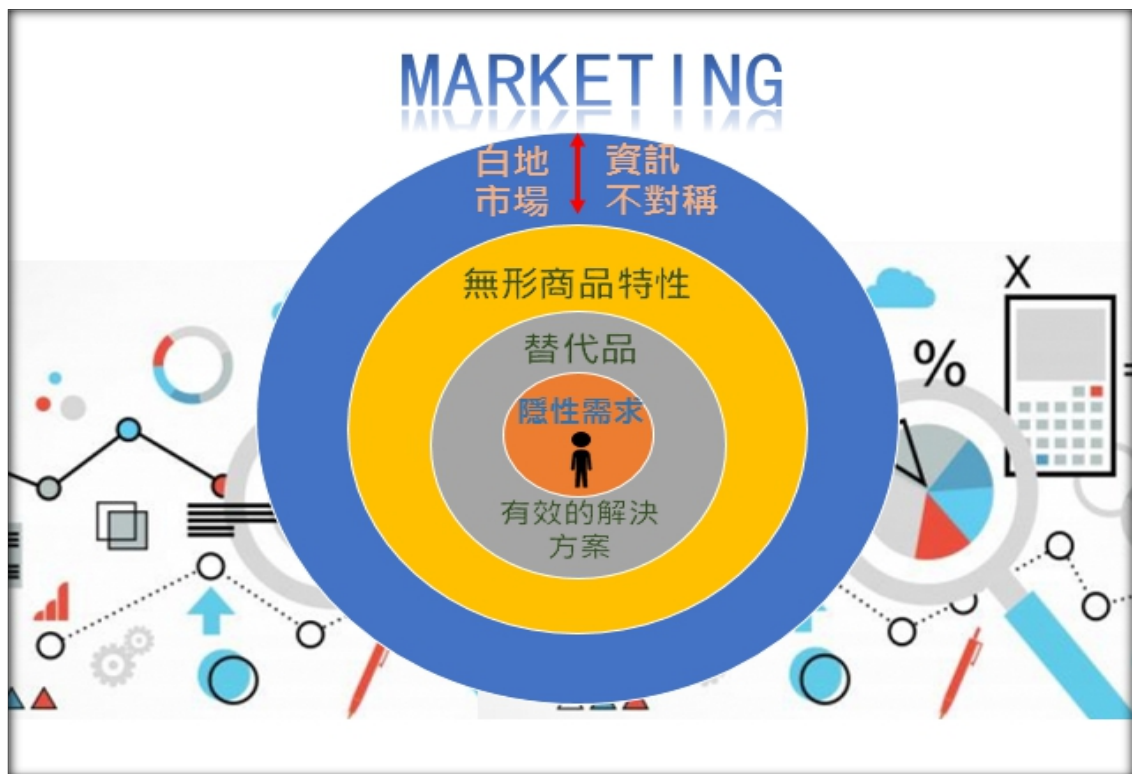


圖 4-16 心智市場特性

該心智市場非常符合市場白地之特點，依圖 4-16 這個全新的市場特性還包含了它是一種無形商品，它是許多目前主流解決方案的根源解方，它同時是每一個人都有需要，但人們自己尚不自覺的狀態嚴重的訊息不對稱；在目前台灣市場內無任何組織是以企業的方式來提供市場心智成長的創新服務價值，該市場白地充滿著誘人的機會同時也呈現一連串獨特又令人費解之相關挑戰；在企業建置的過程中，必須面對服務與市場間嚴重的訊息不對稱問題、人才市場依賴自行養成的程度高、因為創新所以市場之有效性溝通需依靠口碑相傳的比重偏高……等等。這是一個全新商業模組的機會。

心智市場同時解決身體、情緒、心智、文化層面的議題，透過圖 4-17 跨產業跨平台之運營系統在與台灣市場之接觸通路點會包含各事業體的企業角色，透過獨立的營運模組執行線上網路行銷及線下口碑業務系統與活動養客系統來達到市場的開展；而各事業體之間因為共同行銷與流程串接以及多元產品線之建置即可達成顧客全方位服務與商品需求之滿足。在心智市場中如本章第一節所提，心智重建之關鍵要素之一環境，我們則透過基金會之志工系統來實質達到終身學習與終生服務之長期學習與陪伴的關鍵機制，讓所有無論你從那一個入口進入心智重建行列，無論你表象的問題為何，只要你有足夠的意願，你就可以獲得真正改變後的甜蜜果實。

企業文化的扎根更是資本主義與西方管理學運作極致後，呈現企業生命動能停滯之一方重要的解藥，許多學者、企業家、管理學大師，在近幾年都不段地呼籲所有企業主必須去深思企業為何而做的真正使命與願景，而不是掛在牆上的使命與願景，因為這是面對多變且無法預知的未來非常重要的核心動能，而企業文化之扎根企業主及各階主管都必需優先且迫切地有相同之共識，透過已取得國際性認識為 B 型企業之殊榮者 - A 公司之輔導系統將企業整體之心智模組進行重建工程，包含輔導養成該企業之環境工程與系統性工程二項構面，圖 4-18 這些關

鍵重要系統即可依每一個團隊之成熟度逐漸發展出獨立運作之企業型態。而在商業模組中之擴大需求時，引進整合醫學觀念之醫師、積極突破訊息不對稱的幅度及專業人才之育成，為擴大規模之三大要項。由於新創度極高，無論在對外市場面或對內養成面皆無法直接從外部市場取得，其門檻即需完全自建，最佳策略即是透過口碑相傳來拉近訊息不對稱之距離以及採用專業分級制度來進行有效能之專業分工。

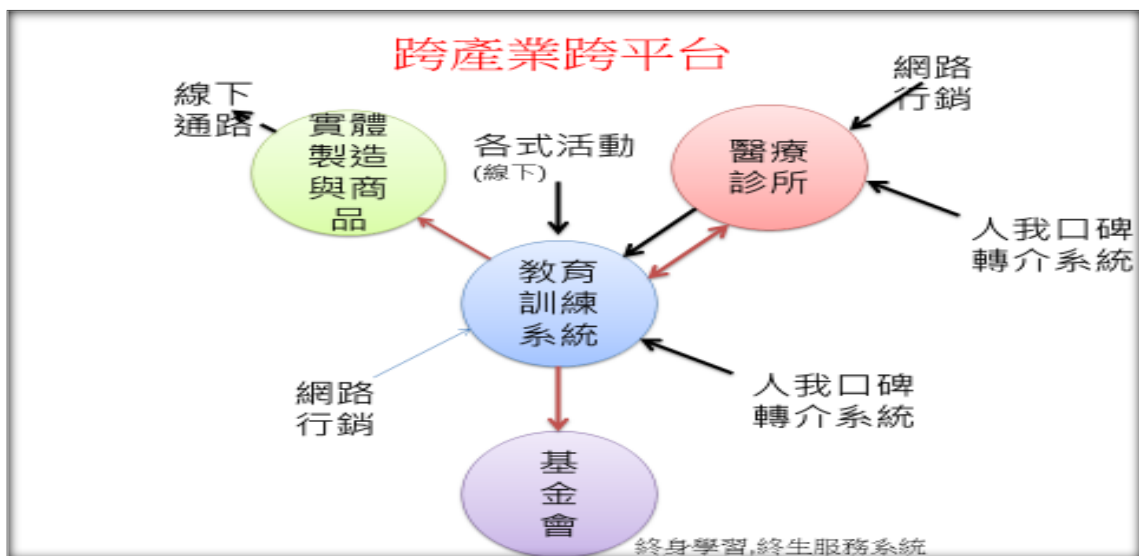


圖 4-17 跨產業跨平台

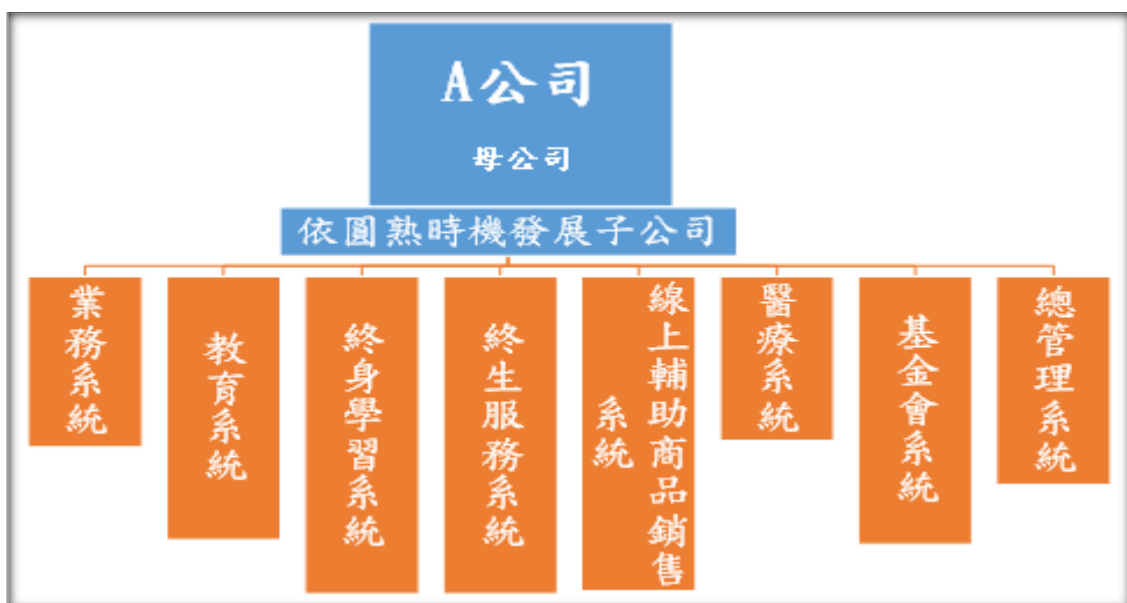


圖 4-18 A 公司商業系統

第三節 談商業模式之效益評估

心智市場產業特性是屬於輕資本重智慧及專業度之產業結構特徵(詳表 4-1)，而從表 4-2 可看見其產品服務之毛利率相對傳統製造業為高，固定管銷主要比重落於人力成本，初階段營業規模化尚未出現前其人力成本會高達 50% 以上，故營運獲利關鍵為市場規模化之擴展度的提昇，規模化程度於淨利率之反應敏感度相當具顯著關聯。商業營運模組化後開始展開擴充複製策略的執行過程，由於戰線拉大，其瓶頸點會在醫師的擴充速度、師資帶領一次性規模總量之擴展的能力培養、以及專業管理人才之取得，故在第一波實體旗艦店商業模組南區及北區同年開展下似有呈現戰力無法如預期般等比累進之效益的產出，於是乎進行陸續之組織變革與結構性調整，以不斷精實經營肌肉，找出各時期之最適獲利結構，朝向永續發展不斷扎根與成長。

表 4-1 A 公司五年度比較資產負債表

A 公司											
五年度比較資產負債表											
科目名稱	99/12/31	%	100/12/31	%	101/12/31	%	102/12/31	%	103/12/31	%	
資產											
流動資產總額	26,049,874	89%	13,339,134	31%	19,905,562	40%	25,528,612	37%	25,163,588	38%	
長期投資總額	0	0%	0	0%	0	0%	1,000,000	1%	2,108,028	3%	
固定資產總額	1,476,191	5%	28,461,477	67%	29,082,417	58%	29,942,200	43%	3,128,373	5%	
其他資產總額	1,723,955	6%	767,868	2%	850,483	2%	12,921,652	19%	36,676,686	55%	
資產總額	29,250,020	100%	42,568,479	100%	49,838,462	100%	69,392,464	100%	67,076,675	100%	
負債											
流動負債總額	609,924	2%	14,395,234	34%	1,618,117	3%	8,953,901	13%	2,607,446	4%	
長期負債總額	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	2,347,543	3%	
其他負債總額	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	
負債總額	609,924	2%	14,395,234	34%	1,618,117	3%	8,953,901	13%	4,954,989	7%	
股東權益											
資本總額	29,000,000	99%	29,000,000	68%	49,000,000	98%	61,000,000	88%	61,000,000	91%	
公積及盈餘總額	(359,904)	-1%	(826,755)	-2%	(779,655)	-2%	(561,437)	-1%	1,121,686	2%	
股東權益總額	28,640,096	98%	28,173,245	66%	48,220,345	97%	60,438,563	87%	62,121,686	93%	
負債及股東權益總額	29,250,020	100%	42,568,479	100%	49,838,462	100%	69,392,464	100%	67,076,675	100%	

附註:98年度公積及盈餘總額 :-1,226,239

表 4-2 A 公司五年度比較損益表

A公司										
五年度比較損益表										
	99/01/01-		100/01/01-		101/01/01-		102/01/01-		103/01/01-	
	99/12/31	%	100/12/31	%	101/12/31	%	102/12/31	%	103/12/31	%
營業收入淨額	19,299,254	100%	16,355,125	100%	26,751,895	100%	29,863,822	100%	36,464,833	100%
營業成本	6,142,432	32%	8,158,074	50%	11,612,844	43%	9,844,322	33%	14,000,356	38%
營業毛利(損)總額	13,156,822	68%	8,197,051	50%	15,139,051	57%	20,019,500	67%	22,464,477	62%
營業費用總額	11,999,837	62%	7,646,534	47%	14,393,172	54%	17,033,118	57%	18,453,345	51%
營業利益	1,156,985	6%	550,517	3%	745,879	3%	2,986,382	10%	4,011,132	11%
非營業收入總額	1,032	0%	281,305	2%	622,859	2%	476,060	2%	664,589	2%
非營業支出總額	0	0%	-	0%	-	0%	185,982	1%	162,367	0%
本期損益	1,158,017	6%	831,822	5%	1,368,738	5%	3,276,460	11%	4,513,354	12%
所得稅費用	196,862	1%	141,409	1%	232,685	1%	556,998	2%	767,270	2%
稅後淨利	961,155	5%	690,413	4%	1,136,053	4%	2,719,462	9%	3,746,084	10%

第五章 結論與建議

近代台灣因全球化之參與變得更加多元與對西方文化一味地追逐，在過程中並不一定是有效地發展出東西方文化溶合後的文明智慧，相反地讓生活在這一片土地上的人們面臨了探索中的迷惑與迷失，人人壓力高升，無一幸免，國力本非優勢，企業在全球產業鏈中之競爭力與成長壓力可想而知，人是環境中的一份子，家庭的穩定度、教育改革的混亂、城鄉差距、貧富差距、……所有的對立狀態不斷出現，社會問題及環境問題也不斷地惡化中，我們每天從來自各方的資訊，無論是國際間的動盪，看不盡的意外事件，莫明其妙的情緒發展所引發的傷害或傷亡事件，孩童深陷毫無希望的未來，不斷上升的癌症威脅，已被認為是常態現象的憂鬱症，無比困擾的慢性疾病……等等，探究這危危可及的社會風險裡，心智問題是主要核心關鍵，於是本文如圖 5-1 從台灣心智問題所呈現之外顯狀況區分為：1、健康議題 2、情緒障礙議題 3、企業文化議題 4、關係議題等四大類別。無論是腦神經科學、量子科學、心理學，皆積極研究人類心智迴路系統之建置架構與原理，並同時證實人類心智迴路系統可被重建性，只是它的重建是一個工程是必須溯及根源才能真正成功重建的，這與 A 公司實證心智迴路系統重建四要素圖 5-2 的結論不謀而合，其四要素為個人意願、自性势能系統之學習、高意識環境之提供、引導者之協助；過程中協助檢視原心智迴路系統，看見盲區與阻礙點，協助清理與設定新迴路，透過不斷行動強化新迴路系統，完成新迴路系統之重建，進而發揮對自己及週遭之持續改變的影響力，在本文中亦以實際的四個案例說明其心智迴路系統重建之狀況。

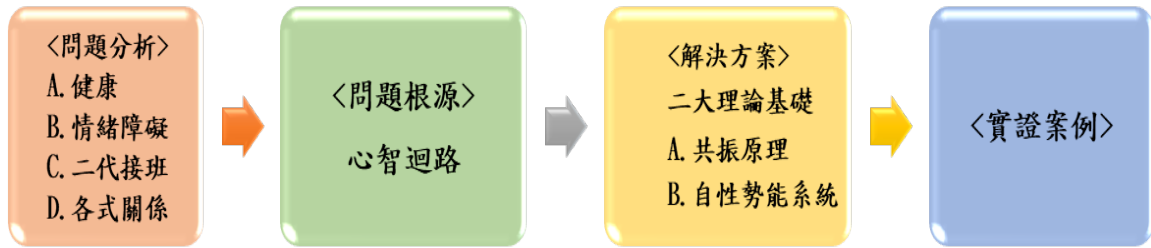


圖 5-1 問題與解決方案

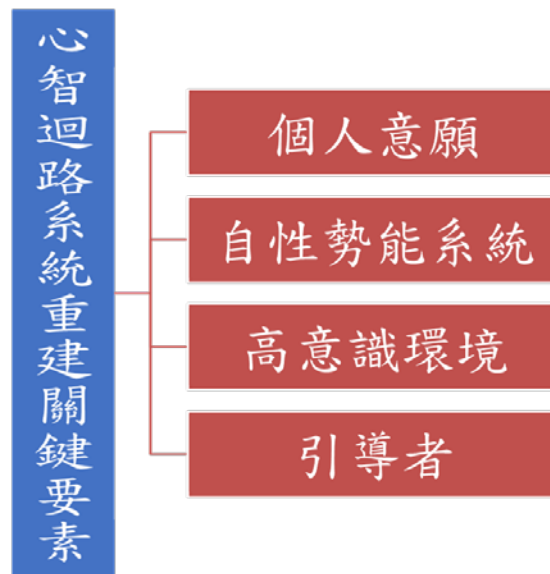


圖 5-2 心智迴路系統重建關鍵要素

基於 B 型企業主張之精神，B 型企業必須是一家可以獲利的企業，並且具備企業之使命與願景，以透明度為相關之公司治理原則，並對企業員工、供應商、在地居民、顧客及環境皆需被落實其福利與照顧，並透過所建置之商業模式發揮其最大綜效及影響力。圖 5-3 基於台灣的心智問題市場其商業模式中我們透過市場機制與競爭力策略選擇出主要目標客群 - 企業群，企業客群是最能在短時間內產出最大顧客滿意度及最大共振頻率值的客群，本文我們亦以經營八年時間之 A 公司為例實際證明台灣心智問題市場以有效商業模式運行之可行性並朝向永續與規模擴大之方向前進之。



圖 5-3 商業模組圖

由於時間及資料之局限與取得不易等問題，所以未來將持續更深入之追蹤，尤其在目標客群鎖定後，相關之執行策略及執行方法將會再做更深入之探討，期待對台灣的心智問題能夠給予棉薄之貢獻。

參考文獻

一、中文文獻

1. 科學人雜誌博學誌窺探心智(2017)。
2. 巴夫(2017)。左右人心的潛在力量。科學人雜誌博學誌窺探心智，，82-89。
3. 梅布里特·穆瑟、愛德華·穆瑟(2017)。腦中 GPS：記憶、定位、導航。科學人雜誌博學誌窺探心智，189，72-81。
4. 納米亞茲(2017)。自由意志是虛幻還是真實？。科學人雜誌博學誌窺探心智，189，100-103。
5. 郭乃文(2017)。積習可改。科學人雜誌博學誌窺探心智，189，26-31。
6. 葛瑞布耶爾、史密斯(2017)。從腦養成好習慣。科學人雜誌博學誌窺探心智，189，20-25
7. 謝伯讓(2017)。不思議的知覺。科學人雜誌博學誌窺探心智，189，90-91。

二、英文文獻

1. Carlton, D. W. (1976). Vertical integration in competitive markets under uncertainty. *Journal of Industrial Economics*, 27(3).
2. Hill, C. W., Jones, G. R., & Schilling, M. A. (2014). *Strategic management: theory: an integrated approach*. Cengage Learning.
3. Johnson, M. W. (2010). *Seizing the white space: Business model innovation for growth and renewal*. Harvard Business Press.
4. Malburg, C. (2000). VERTICAL INTEGRATION. *Industry Week/IW*, 249(20), 17-17.
5. McGahan, A. M., & Porter, M. E. (1997). How much does industry matter, really?. *Strategic management journal*, 18(S1), 15-30.
6. McGahan, A. M., & Porter, M. E. (2002). What do we know about variance in accounting profitability?. *Management Science*, 48(7), 834-851.
7. Porter, M. E. (2008). *Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors*. Simon and Schuster.
8. Rudie Harrigan, K. (1983). A framework for looking at vertical integration. *Journal of Business Strategy*, 3(3), 30-37.
9. Williamson, O. (1971). The vertical integration of production: market failure considerations. *May*, 61, 112-23.

三、網路資料

1. 世界衛生組織

<https://www.who.int/zh/news-room/fact-sheets/detail/the-top-10-causes-of-death>