



# 探索馬雅文明

文・照片提供／戴勝益

**馬**雅文化的神秘，迄今仍未有所發現，它是如何建立的？又是如何消逝的？面對馬雅文明，與其好奇研究，不如實地探索！

## 蒸發的文明

曾是中美洲稱霸的馬雅帝國，後來不知何因，竟突然消失了。於是歷史考古學家眾說紛紜，但都沒有十足證據來佐證自己的推論，於是懸疑至今。

馬雅文明和印加文明，是世界上唯二莫名其妙消失的文化。其帝國崩解了、文化消失了，但人民卻安然的繼續生活下去，並綿延子孫。

⇒ 以現今角度證之，企業或可因各種不同理由而關閉，但其員工卻不會隨之消失，而是散落在社會上各個角落繼續努力的生存下去。

⇒ 以此警惕，身為企業領導人，豈可不慎乎！

## 時間分配

Alier 是我們在 Tikal 古城的導遊，他是純正的馬雅人，雖外表一副短小精幹，但處事卻「瞻前不顧後」。

他明知我們在這31平方公里的古城，只有2個鐘頭的導覽時間，他卻可以花 15 分鐘講解一棵大板根樹，甚至以將近 20 分鐘，解說一小塊石頭上的刻字。我們一再提醒他時間緊迫，因為我們尚有幾座大神殿未參觀，他卻不以為然，甚至還面帶不悅。

⇒ 這就是典型的「技術本位者」，這種人逕顧眼



前，對後面的事毫無知覺。

⇒ 這種人顧此失彼，慮細節而失大局。緩急輕重的分配往往失當，因為他心中，只有一隅，沒有全面。

## 外太空人

過去常見古馬雅的石雕中，有頭戴頭盔者，其形狀與現代的太空人幾乎一模一樣。於是有很多考古史學家與旅遊業者，就將它解釋為「古馬雅人，早就與外太空有接觸了」，更增添其神秘感與遊客來此一探的好奇心。

其實這是古馬雅人打手球時所戴的保護頭盔。因為古馬雅人在賽球時，是沒有任何規則的；甚至在激烈的競爭中，若把對手打死也不算犯規。所以必須用頭盔來保護自己。

⇒ 把原本很簡單的事，吹噓到神奇驚異，是人類好奇心的通病。倘若我們不能以理智來加以判斷，那就是「是非不明」的盲從之徒了。

## 吃錢

「吃錢」在現代是指貪污枉法，但在馬雅文化則另有解釋。

古馬雅人以「可可亞的種籽」當作貨幣在使用。譬如用 10 顆可可亞的種籽換一頭豬，但當時富有的人，為了顯示自己的財富，所以常把「可可籽」研磨成粉並燒煮來吃，這就叫做「吃錢」。

每當有錢人在磨錢、煮錢和吃錢時，一股香味飄出，



一般百姓只有在旁邊羨慕的聞「錢味」興歎矣！

⇒ 這與現代人的「十萬買包包」、「百萬買手錶」、「千萬買名車」，幾乎是同樣的意思。

⇒ 現今的奢華是「用錢壓死人」，不就等於古代富家人的「吃錢」！

## 兵變

過去的中美洲國家的總統，爲了自保，大多喜歡擁兵自重。但卻無法掌握軍隊，所以屢傳兵變；大部分的國家元首都在位不久，就被下位的將領推翻。於是戰亂頻傳，政局非常不穩。

現在的總統們終於想通了，擁重兵不是「自保」，而是對自己的「威脅」，因爲中美洲各國和睦相處，根本沒有「擁眾兵」的需要。於是各國大量裁兵，把國防經費刪減到最低，除了可促進經濟發展外，更免除兵變的可能。

⇒ 有時爲了增加安全感而做的防備，到頭來卻被這些防備傷害了自己的安全！

⇒ 能掌握的叫「資源」；不能掌握的叫「炸彈」。

## 西瓜汁

在馬雅古城COPAN吃午飯時，因爲此地是人口只有7,000人的小鄉鎮，所以吃的食物也很簡單。

正當大家飢腸轆轆之際，有位服務生拿著一杯現榨的西瓜汁進來。大家的眼睛爲之一亮，因爲在高溫溽暑的熱帶雨林中，看到這杯水涼心心的西瓜汁，簡直有如瓊漿仙露。

問題是服務生只拿一杯，到底是給誰喝？

當西瓜汁一步一步的逼進我們這桌時，有如開獎般令人期待，答案終於揭曉，原來這位幸運得主竟是當地導遊！

⇒ 王品集團是「把同仁當家人，把客人當恩人」。這位嚮導卻是「把自己當恩人，把客人當下人」。

## 夏天的貂皮大衣

在瓜地馬拉最高級的旅館Inter Continenta Hotel的餐廳裡，驚見一群貴婦在35°C的盛夏裡，竟然穿著貂皮大衣在用餐。

其中有幾人還不時的拉拉衣角或衣領，調整一下最好的姿態，好以顯現出誰的貂皮大衣最高貴與時髦。看的我們大家頭昏眼花，熱汗直流，甚至差點兒中暑！

⇒ 在炎熱的天氣裡，穿著昂貴的貂皮大衣出來炫耀的『人假貂威』，這群人比看看誰的好，誰的漂亮。其實就因自信不足，才需「借物壯膽」來襯托自己。

⇒ 自信是發自於內心，所展現出來的風範。積極充實內在，樂觀進取，認真扮演好自己的角色，就會產生出個人的魅力，自信也就會跟著來了。

## 煎蛋的廚師

在宏都拉斯的SAN PEDRO SULA旅館用早餐時，發現煎蛋的廚師，在聽取客人要加那些料時，有特別的一套記憶法；即是在客人指定要添加的料上，將湯匙放進該食材的盤子內，客人點幾種添加的食物，他就放幾隻湯匙，因此永遠都不會搞錯。

而且他還會暗中記下客人的座位，等其煎妥時，不用你再回到檯邊自取，他會笑吟吟的，將熱騰騰的包蛋端到你的位置來給你。

⇒ 在客人指定食材時，隨即放入一隻湯匙入盤內，以免遺漏或搞錯，這招叫做「創新」。

⇒ 暗記客人位置，然後把煎好的蛋悄悄的送到你的桌邊，讓你感到Surprise，這叫做「超乎客人期待」。

⇒ 連中美洲的一個小城市都有服務業的大師，可見服務不需高深學問，只要用心即可！

## 泡澡

泡澡是我長久以來的習慣，每天早晚都要泡上30分鐘。潔癖是我天生習性，只要是不清潔的東西就不碰。

在此趟行程中，我的「泡澡習慣」與「天生潔癖」產生了很大的衝突，因爲我既愛泡澡，卻又怕浴缸不乾淨。

幾乎每進到旅館大廳，我就可以預知房間的浴室是否





乾淨到讓我敢泡澡。因為從大廳的「清潔度」，就可以推測房間內浴缸的「乾淨度」。這種舉一反三的推斷方法，屢試不爽，神準得很。

⇒「見微知著」的功夫，人人皆有。身為服務業的我們，豈能不慎乎？

⇒身為服務業的我們，若不能從「微」去下功夫，怎能獲得顧客的「知著」呢？

## 多此一舉

在哥斯大黎加最主要的活動，是進入茂密的森林裡面去學泰山擺盪。

這是獨步全球的樹冠生態之旅，哥國的雨林巨大、高聳入天，鋼索就綁在各樹頂間連結成鋼索網，讓旅客用滑輪皮帶滑行於各巨木間，感受其驚奇與冒險的刺激。

結束森林中一個多小時的擺盪之後，回到都市的馬路時，領隊居然對我們說：「還有3條繩索還沒盪完，它就在你們的頭上！」

舉頭望天！果然有3條距離各約是300米長的鋼索，在兩端有鋼條簡單架設而成的鐵塔，鋼索便橫亙在房子與馬路之上；在此，完全沒有先前森林冒險的情境，讓人從原來驚險的氣氛，墜入莫名的失望。

⇒這真是多此一舉，因為在雨林中的一個半小時就已夠精采了，為何要多這3條鋼繩呢？破壞了大家原先美好的感覺。

⇒畫蛇添足，過猶不及，莫此為甚！

## 賣充電器

在哥斯大黎加街口的紅綠燈下，聚集了一些小販，當車子停紅燈時，他們就會一擁而上的逐車推銷產品，有報紙、雜誌、水果、香煙、零食等等，其中發現有一人，手拿黑色電線的東西在兜售，竟完全沒人搭理他，仔細一看，原來他賣的是手機充電器。

手機充電器應是特定人在固定地點買的東西，怎可能在停紅燈的30秒內做好交易，更何況充電器對當地人來說，也算是種「奢侈品」。

⇒先有正確的「產品策略」，才是成功的第一步。

## 草帽

巴拿馬草帽聞名於世，這裡的草帽係用手工編織，料細質精，每頂帽子至少要花整整2天的時間才能完成。編織完成後，再加以定型，縫上織帶，才算大功告成。

在賣草帽店裡，有賣一頂10元美金的，也有賣250元美金的，起初們以為是打錯價格，應是每頂25美元吧！因為看起來幾乎一模一樣。

問了店員後，才瞭解材料的粗細會影響編織的工時，雖然成品看起來差不多，但實際編織時間卻差很多。

⇒這就是「投入成本」與「產出效益」的學問。當消費者認為「只值25元」，但你卻「標價250元」，就會讓客人感覺很不值得，絕不會有「物超所值」之感了。

⇒唯一的解決方法，就是把這些貴10倍的帽子打上品牌，再加上別致的包裝，讓品牌成為一種高貴的象徵，客人才會心甘情願的掏錢。

⇒品牌的魅力之一，就是麻痺消費者的理性判斷！

## 指畫

在墨西哥 Cancun 城的一個旅館大廳前，見到一群人正圍觀著一位年輕人，在好奇心驅使下，我們也往前湊個熱鬧。

當我們靠近一看，原來這個年輕人用手指在畫畫，而不是用筆畫。只見他用食指沾著顏料，揮灑自如的作畫，遇到細微線條時，則以指甲尖當筆尖使用。不一會功夫，就完成一幅畫了。不但畫的漂亮，且還相當別致，令人讚嘆不已！大家都不由自主的掏出錢來，買一幅畫回家。

⇒有別於一般傳統畫家的作畫方式，利用其基本原理，以獨一無二的方式，製造出新鮮感，吸引消費者的注意。不但成功的區隔了市場，相對也提高了自己的競爭力。

⇒所有創作皆由模仿起，在模仿的過程中尋求創新。也能成功的創造出差異化的優越性。

⇒同樣的事，想法不同，用心不同，所產生的效果也會不一樣的。 