

Hi, Geography

嗨！地理



P2 有趣「地」哇家

【影片】危機亦是轉機—「分秒幣爭」

【生活】舌尖上的挪威—實至名「鮭」的美味

【時事】日本觀光開徵新稅—看觀光大國
如何透過旅客賺進大把鈔票

P8 「地」一手報你知



贈品禁止轉售



32105N/P/0000000

發行人：李枝昌 發行所：龍騰文化事業股份有限公司

地址：248新北市五股區五工六路30號

電話：(02)22982933 傳真：(02)22989766



危機亦是轉機—— 「分秒幣爭」

賴致瑋

片名：分秒幣爭

片長：115分鐘



圖片來源：華映娛樂

同樣曾是亞洲四小龍之一的韓國，如今已躍身為東北亞經濟強國，但你知道嗎？韓國也曾經一度破產，甚至必須向外國借錢還債。這段韓國人不願回首的過去，就是今天要介紹的這部《分秒幣爭》的故事背景。

1997年，起源於東南亞的亞洲金融風暴爆發，從泰國一路延燒到馬來西亞、印尼、寮國以及菲律賓等國，造成許多東南亞國家面臨破產。而當時加入OECD¹的韓國，經濟發展情勢一片看好，沒有人能料想到：韓國竟然會成為這波金融風暴最大的受害者之一。

「所有投資人立刻撤離韓國，馬上！」

故事從跨國投資銀行發給投資人的一則內部訊息開始，許多外國投資人其實早在韓國債務問題爆發前，就已經收到消息陸續撤資，埋下事件爆發的伏筆。

在1990年代的韓國，人們開始接受一種新的支付工具「本票」，一種以信用做為基礎的支票，任何人都可以輕易在銀行開出以個人或企業名義發行的本票，用來代替現金使用。

當產業上游的大企業使用本票，向下游的中小企業購買大量產品時，中小企業此時是沒有現金收入的，僅能先依本票承諾，購買大量的原料，製成產品後出貨給大公司，並期待大公司之後能將本票兌換成現金。一旦這些大企業的本票無法兌現，中小企業就會面臨高額負債，破產危機就像骨牌效應一般，一張接著一張的倒下。

「如果國家即將破產，政府會選擇告訴人民還是隱瞞？」

由演員金憐秀所扮演的貨幣政策經理，早在事件爆發前就已提出警告，提醒政府高層



▲在一片愁雲慘霧中，也有人藉機豪賭翻身

圖片來源：華映娛樂

必須重視此問題，並且應該要向人民公開事件的真相。但是政府爲了安定民心、鞏固政權，隱瞞了國家即將破產的事實，一而再再而三的欺騙人民，最終導致破產風暴一發不可收拾，倒閉的企業愈來愈多，最終面臨必須申請IMF²金融援助的下場。

雖然獲得金援，但IMF也不是無償借款，放款時也要求借款國必須承擔責任，包括改善投資環境、開放金融市場，利用借款施壓逼使韓國開放，外資可以更容易投資韓國。其實「開放」是一把雙面刃，一方面可以讓經濟體質更加健全，但也讓韓國的經濟把持在外資的手裡，失去其自主權。

在這一陣哀鴻遍野中，卻也有人趁勢而起：劉亞仁在劇中飾演的銀行家，在國家破產前逆向操作，買入看跌期權，趁股市慘跌時大賺一筆；並於韓圯貶值前兌換成美元，在房市泡沫破裂後，大幅買進房地產，獲得增值空間，最終成爲了大型投資銀行的CEO。

故事最後也發出警訊，如今看起來光鮮亮麗的韓國經濟，其實仍有可能問題重重：人民失業率更高、更依賴大企業，中小企業整個消失了，要說韓國經濟都沒問題嗎？恐怕還要再想想呢！

《分秒幣爭》電影精彩片段



註

1. 經濟合作暨發展組織，成員國多為經濟基礎強大的已開發國家，韓國、日本迄今仍為亞洲唯二的成員國。
2. 國際貨幣基金，維護國際金融秩序，並能及時提供成員國在債務方面的必要協助。



舌尖上的挪威—— 實至名「鮭」的美味

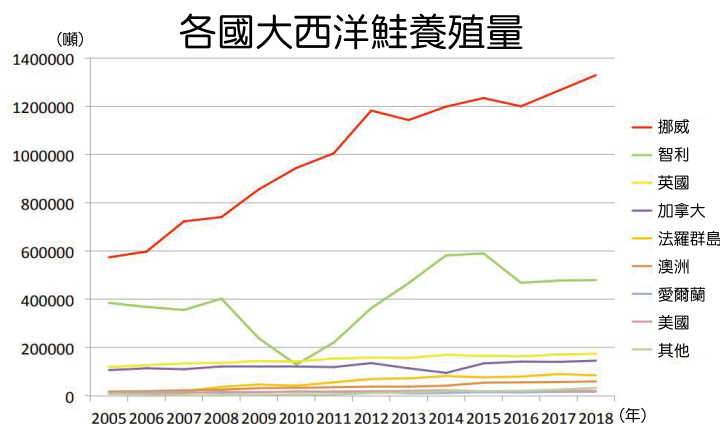
陳祈慧

你喜歡吃鮭魚嗎？根據統計，每四個臺灣人中就有一個每周至少吃一次鮭魚¹，而臺灣人每年更消費超過兩萬噸的鮭魚。鮭魚可以說是最受臺灣人喜愛的魚種之一，但你知道你吃的鮭魚是來自哪裡嗎？

鮭魚是一種冷水性的洄游魚類，主要分成太平洋鮭屬（*Oncorhynchus*）與大西洋鮭屬（*Salmo*）兩類。目前市面上販售的鮭魚僅少部分來自野生捕撈，其餘大部分來自人工養殖。養殖的鮭魚品種以大西洋鮭為主，產地則分布於挪威、智利、英國、加拿大等國，其中以挪威的產量最高，而臺灣市場上的鮭魚一半以上就是從挪威進口的。挪威是全球第二大的漁產出口國，2010年僅鮭魚單一品項的出口就創造了約新臺幣1,150億元的產值，約占挪威漁產品出口值的44%。究竟挪威的鮭魚產業是如何稱霸全球的呢？

首先，得天獨厚的自然環境當然功不可沒，冰河的侵蝕讓挪威擁有兩萬多公里綿長的海岸線；暖流使此區水溫穩定、魚群聚集。因此海岸線即是挪威的生命線，漁產品是挪威第三大出口商品，僅次於石油、天然氣和金屬製品。但挪威鮭魚產業的成功更與政府完善制度和科技化農業的發展密切相關。

由於意識到海洋資源枯竭的嚴重性，挪威政府很早就開始鼓勵水產養殖業的發展，成立由中央主導的漁業局²以輔助上游至下游產、官、學的結合，並協助需求導向式科技研發：如在育種方面，嘗試培育最能適應海上箱網的鮭魚品種；在飼育方面，則嘗試研發



▲ 全球大西洋鮭魚養殖產量

圖片來源：Ragnar Tveteras(2016)-Global Fish Production Data & Analysis

具生產經濟性，又能同時兼顧營養成分使鮭魚脂肪含量較高的飼料配方。早年挪威的鮭魚養殖，要餵四公斤的飼料才能使魚增肥一公斤，但現在只需要餵一公斤的飼料就可增肥一公斤了；而為了避免集約化養殖的魚群受寄生蟲感染，更積極研發疫苗，減少抗生素的使用；在設備方面，除了使產程自動化外，像是使用定位儀器



▲臺北車站內NSEC的宣傳海報強調「最美味的鮭魚來自『挪威』」

確定鮭魚注射疫苗的位置，更持續將新技術導入，如將回聲探測儀安裝在拖網上，記錄魚的數量、底網位置、拖網距離和方位，幫助調整捕撈作業達最大效率。

持續的研發使挪威鮭魚的品質提升，生產成本卻下降，因此形成出口上的優勢，但更重要的是強而有力的市場行銷。挪威鮭魚有專責的國際行銷單位－挪威水產品出口委員會（Norwegian Seafood Export Council，簡稱NSEC），NSEC會提供既有市場的相關資訊給鮭魚出口業者，也會持續開發新市場，並且透過各種行銷活動建立消費者「產地即品質」的意識，將挪威漁產的商標印於各通路的鮭魚產品上，使消費者想到鮭魚就能夠立即聯想到挪威。

運用「科技」與「知識」，挪威鮭魚不僅成功擄獲消費者的胃，攻占世界各地的餐桌，更成功的創造了品牌價值，使以往被視為落後的第一級產業因此有了新的樣貌，只能說實在是實至名「鮭」！

註

1. 依挪威海產協會統計，每四個臺灣人中就有一個每周至少吃一次鮭魚。
2. 挪威是世界最早設立獨立漁業部門的國家，旗下分為掌管水產養殖及其行銷、海岸事務、海洋資源及環境、以及研究創新的四個部門。

參考資料

- 朱鴻鈞、陳政忻、余祁暉、孫智麗(2012)，挪威鮭魚產業發展策略，第31期動物與水產生技
- 鄭一青(2012)，挪威漁民黃金身價，天下雜誌264期
- 貿協全球資訊網
<https://www.taitraesource.com/default.asp>
- 中央通訊社－正宗「挪威海產」全新商標正式上線 認明商標美味安全有保障
<https://www.cna.com.tw/postwrite/Detail/217136.aspx#.XEg0mVwzY2w>



日本觀光開徵新稅一看觀光大國 如何透過旅客賺進大把鈔票

李崇恩

各位同學如果未來要去日本，可能要面臨更多的稅了！日本政府從2019年1月7日起開始隨機票與船票徵收「國際觀光旅客稅」（即：離境稅），從各地機場與國際碼頭啓程的旅客，每一個人將會被收取一千日圓，折合臺幣約兩百八十元左右。除此之外，各都府道縣也紛紛開徵「宿泊稅」（即：住宿稅），東京都早在2002年起就開始實施，旅客入住飯店或旅館時，要依其住宿金額繳納稅金。關西的大阪府和京都府則分別從2017年1月1日與2018年10月1日起開徵；至於消費稅也將從現行的8%漲至10%，這些稅金不僅加重了國際觀光客的負擔，也影響了日本人自己。

爲什麼日本政府寧願得罪旅客也要開徵新稅呢？原因是隨著國際觀光客的湧入，部分人民有了生活被侵擾的負面感受。以京都府爲例，雖然府內有兩條地鐵與其餘數條軌道系統，但是觀光客更喜歡搭乘巴士在府內觀光，讓京都人下班後還得拖著疲累的身軀跟觀光

客一起擠在擁擠的車廂裡。地方期盼對觀光客收稅可以反過來改善旅客帶來的問題：例如增購更多的巴士、加密更多的班次等。另一方面，東京將在2020年主辦四年一度的奧林匹克運動會與殘障奧運會，爲了讓全球旅客看到日本最美的一面，這些稅收將用於提升旅遊環境、活用地方傳統文化、整治自然觀光等層面上。

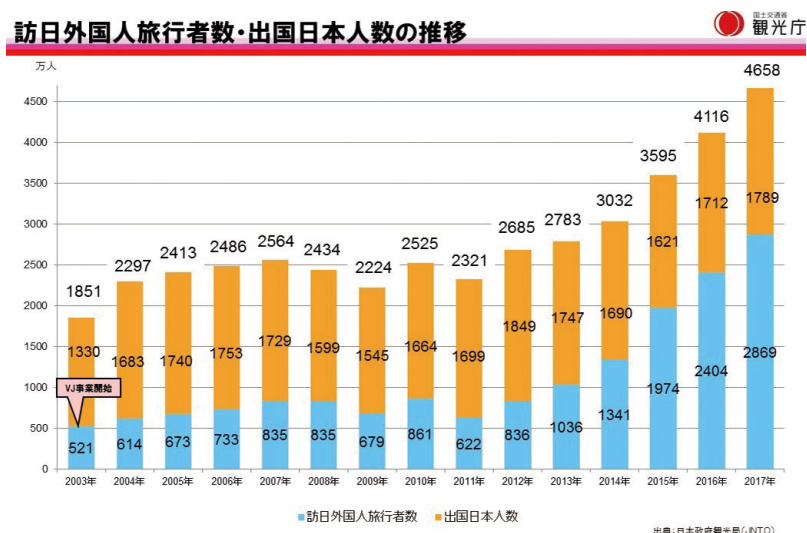
旅客們似乎也不會特別在意多增加的這一點支出——從日本國土交通省觀光廳釋出的資料來



▲日本具有豐富的觀光資源一名古屋城。

照片來源：李崇恩攝

看，訪日外籍旅客人數從2011年開始就一路穩定上升（右圖），並因為旅客愈來愈多，相關稅收總額也水漲船高。除了稅收之外，2016年國際觀光客對日本貢獻了26.4兆日圓的旅行消費額，並提供243萬個工作機會，若包括其相關產業釋出的職缺甚至高達459萬個，可見得日本現在正透過旅客賺進大把鈔票。



▲ 歷年訪日外國人旅行者數與出國日本人數柱狀圖。

圖片來源：日本國土交通省觀光廳

事實上日本並不是從古至今都這麼吸引國際旅客的。該國從2003年開始推動「ビジット・ジャパン事業」（簡稱為VJ事業），目的為增加訪日國際觀光客數，直到2008年才終於成立觀光廳，當年訪問日本的外國人數量為835萬人次，僅在全球第28名的位置，同年臺灣的觀光人次為384.5萬人次，約為日本觀光旅次的46%。原先安倍晉三政府宣示在東京奧運（2020年）舉辦前，要達到每年2,000萬入境人次的目標，但在VJ事業推行短短14年後（2016年）就已經提早達標，因此順勢再將目標上修至每年4,000萬。根據2017年的數據指出，當年訪問日本的外國人數量為2,869萬人次，達到了全球第14名、亞洲第4名的位置，同年臺灣的觀光人次為1,074萬人次，已經只剩日本旅次的37.4%。

日本已從過去的觀光小國搖身一變，成為每年依靠觀光業賺進大把鈔票的觀光大國了；而今開徵離境稅的作法，更能夠將帳面上冰冷的旅次數額，轉變成實質上可以使用的稅收。反觀臺灣在這幾年國際觀光人次雖然也有成長，但是成長幅度卻不如鄰近的日本，人次更是遠遠落後。觀光大國如何透過旅客賺進大把鈔票，值得我們學習借鏡。

參考資料

- 民報－東京今年爽收外國旅客住宿稅8億 大阪明年也要起徵了
<https://www.peoplenews.tw/news/898094fb-6365-4ee3-8b78-ee3a13f47c5a>
- 大阪府官網－大阪府の宿泊税について
<http://www.pref.osaka.lg.jp/toshimiryoku/syukuhakuzei/index.html>
- 日本國稅廳－國際觀光旅客 について
<https://www.nta.go.jp/publication/pamph/kansetsu/kanko/index.htm>
- 交通部統計查詢網來臺旅客及國人出國人數查詢系統
<https://stat.motc.gov.tw/mocdb/stmain.jsp?sys=100&funid=a7101>
- 日本國土交通省觀光廳－國土交通省觀光廳統計情報
<http://www.mlit.go.jp/kankocho/siryou/toukei/index.html>



Hand繪 X 玩地圖

動手、繪圖！學地理不一樣！

- 課堂好搭配，課程不再冷冰冰
- 全新繪圖風格設計，擺脫傳統地理印象

推薦上課流程

Step1 課本 ▶ 配合課本內容：地圖、產業內容、經濟產業延伸探討



Step2 Hand繪X玩地圖
空白地圖輯：依照指示填寫國名、著色



Step3 書前頁貼紙
動手操作：來分辨看看東南亞國家的國旗各是哪些！

