

從行銷觀點閱讀保祿宗徒書信（下）

以《斐理伯書》為例並延伸

董孝行¹

本文作者從行銷學觀點來閱讀保祿書信，從《斐理伯書》出發並延伸，試從另類觀點探討具創業家精神的保祿宗徒，如何胸懷耶穌基督的使命，對外邦人及全世界傳播福音，其行銷策略及戰術或可以作為福傳發展之參考。本文上篇載於 203 期（2020 春）147~158 頁。

三、對斐理伯教會價值行銷之概述

（一）斐理伯門徒的背景特徵

若想描繪一幅當代斐理伯門徒的樣貌，並描述關於他們的個性特質及生活態度，我們可從《宗徒大事錄》及保祿書信中尋找資訊，再加上個人的想像力，在腦海中合成一幅概略的素描。雖然這個畫像及描述的可信度難以驗證，但至少可提供我們在行銷上最基本的參考資料。以下試從三種構面來想像斐理伯門徒的特徵：

- 羅馬人 / 羅馬軍人的後裔；

¹ 本文作者：董孝行弟兄，美國麻省理工學院運輸科學碩士；曾任中華航空公司資深副總經理、臺灣虎航董事長、中華科技大學航管系教授；現任台灣高鐵顧問及民航管理顧問。

- 中年幹練的女性；
- 有信仰經驗的中產階級。

或者，若想用更簡單的一幅相片來象徵斐理伯門徒，那就是「紫色的 Lydia」。正如路加在《宗徒大事錄》保祿事錄中，對每個城市習慣地都會提到幾位當地具代表性的平信徒名字；在斐理伯旅程中，唯一記載的平信徒名字就是 Lydia。

此外，斐理伯門徒的組成結構，比起其他大城市的情形似乎也相對單純許多，他們大部分為羅馬人後裔，猶太人少，沒提及過奴隸的問題；社會經濟地位也相對平均，似乎不像其他城市有差異很大的情形。

1. 羅馬人及羅馬軍人的後裔

斐理伯是馬其頓地區的首城，羅馬的殖民地，其居民除部分馬其頓本地人外，大多數為意大利人，即奧古斯都皇帝所留下的軍人和意大利遷移來的人民（宗十六 12）。此外，《宗徒大事錄》對於占卜女孩的驅魔事件也有記載，占卜者的主人帶保祿和息拉到長官前控訴說：「這些猶太人擾亂我們的城市，傳佈〔我們羅馬人〕所不能接受，也不能遵行的規例」（宗十六 21）。

斐理伯人對猶太人存有成見：斐理伯因為猶太人較少，沒有建築猶太會堂，只有河邊的小祈禱所（宗十六 11）；當地人對猶太人的態度可以從占卜者老闆的行為得到印象，占卜主人到官府控訴保祿的團體說：「這些猶太人攪亂我們城市」（宗十六 21）。當保祿和夥伴匆忙逃離斐理伯時，只敢讓路加繼續留在當地與門徒相處，似乎因為他不是猶太人（宗十七 1）。

2. 教友組成及福傳組織以女性為主

女性的祈禱團體是很重要的一大特徵。《宗徒大事錄》對保祿到斐理伯的初印象，有段非常動人的記載：「安息日，我們出了城門，到了河邊，我們知道那裡有個祈禱所。我們遂坐下向聚集的婦女講話。有個敬畏天主的女人，名叫里狄雅……主開明了她的心，使她接受保祿所講的話。她同她一家領了洗，便請求說：『你們若認為我是忠於主的人，就請到我家去住。』遂強邀我們去了」（宗十六 13~15）。

宗徒團隊以女性門徒的家為聚會所，並且把她家當成在斐理伯的工作基地。閱讀這段經文時，不免令人聯想起伯達尼的瑪爾大、瑪利亞及拉匝路一家的故事，他們主動邀請耶穌與門徒到她家，瑪爾大忙著招待客人，瑪利亞則靜坐在耶穌跟前聆聽福音（路十 38~42）；以及用珍貴精油為耶穌塗抹腳的瑪利亞（若十一 1）。保祿可能也有類似的聯想，所以在信中寫道「如今我已收到了一切，已富足了，你們所送來的芬芳的馨香，天主所悅納中意的祭品，我已滿夠了」（斐四 18）。

女性在歐洲第一個教會——斐理伯——的組織中，已經實際擔負某些職務，所以書信中記載要求某位「忠誠的同伴」幫忙厄敖狄雅和欣提赫兩位女性同工，因為她們曾伴隨保祿為福音而奮鬥，而其成就已經讓「名字寫在生命冊上了」（斐四 2~3）。

3. 有信仰經驗的中產階級

斐理伯城的門徒在宗教、社會與經濟層面上，似屬於同質性較高的中產階級，其特徵包括：猶太信仰的團體（如：宗十六

13「在祈禱所，我們遇見了一群聚會的婦女」）；**職場專業的門徒**（如：宗十六 14 的「里狄雅，是提雅提辣城賣紫紅布的」這應是與貴族家庭作生意的貿易商，而「提雅提辣城」是在小亞細亞省的城市，所以里狄雅可能是從事國際貿易的小企業主，常在愛琴海的東西岸往返經商）；**經濟條件較佳的團體**（如：宗十六 15 里狄雅強邀宗徒們去她家，這顯出多方訊息：一則是里狄雅果決直爽的人格特質；二則是她家夠大而且家境不錯，足以招待一群人常住；三則她是當家作主的女主人，可以強邀剛相識的東方男性福傳團隊到家中常住）；**無畏強權的團體**（如：宗十六 40 指出：宗徒出了監獄，馬上就回到里狄雅的家——福傳基地及聚會——會見了弟兄們，鼓勵一番後，便啓程走了，這表示當地教會無所畏懼地接見剛出獄的夥伴）；及**樂於助人的團體**（斐理伯教會長期以資金支援福傳工作，可能十餘年從不間斷，除了表示斐理伯門徒的經濟實力外，更說明她們慷慨的心甚至超過中海沿岸各大商業城市的門徒，如馬其頓省會德薩洛尼、阿哈亞省會格林多、小亞細亞省會厄弗所、甚至敘利亞省會安提約基亞）。

（二）斐理伯門徒的價值觀

1. 羅馬人及軍人後裔的價值觀

羅馬民族出身純樸的農民，以熱愛家園和對法律忠誠聞名。羅馬公民的倫理準則有兩項構面：「對內團結合一，對外協同抗敵」；此外，在父權至上的環境下，「效法賢者」是重要的學習準則。

至於羅馬軍人的價值觀，在新約中享有很高的評價。新約記載了兩位永垂不朽的百夫長，第一位是令耶穌讚佩不已的葛

法翁百夫長（瑪八 5~13；路七 1~10）；第二位是首位外邦人基督徒，凱撒勒雅的百夫長科爾乃略（宗十 2）。

2. 希臘羅馬文化的運動價值觀

希臘羅馬文化崇拜人體的健美、力量與速度，熱愛運動競技比賽。為維持各種族的和諧與交流，全民族最重要的節慶就是每四年舉行的奧林匹克運動會（Olympic Games），節慶期共舉行五項競賽：舞蹈、競走、擲餅、打靶及鬥拳，期間國內任何戰爭應一律停止。另一重要的節慶是「依斯提未雅」（Isthmian Games），是為恭敬海神頗告冬，每三年在格林多舉行一次。

3. 斐理伯女性門徒的價值概念

希臘羅馬文明是典型的父權社會，女性一般較沒有社會地位，女性為家中典範，婚姻是透過安排，女主人管理家務，讓全家能圍繞丈夫並以之為中心。雖羅馬帝國時代流行女性解放，但女性的婚姻自由也只有那些少數富裕的婦女才有，她們在經濟上獨立，不仰賴任何人，所以把愛情與婚姻分開對待。

斐理伯女性已能自組信仰團體，追求自我，並接受猶太信仰（宗十六 13），且已具有國際觀。例如里狄雅（Lydia）可能是從事國際布疋貿易的小企業負責人，常在愛琴海的東西岸往返經商（宗十六 14）。里狄雅家境不錯，也是當家作主的女主人，除帶領家人領洗外，且邀請東方男性團隊到家中長駐，並開放家庭作為聚會所；她支持福傳事業，勇敢地收留剛出獄的使徒，無懼政治困擾，並出錢出力長期認養福傳事業的推展。

4. 斐理伯的社會與宗教特色

羅馬帝國時期的混合宗教，包括希臘諸神、羅馬諸神、小亞細亞、夫黎基雅、米息雅、埃及、波斯、巴比倫等地區宗教，以及家庭宗教、皇帝宗教、神秘教等。不過，斐理伯門徒受多神教的影響程度相對單純，既沒有格林多與厄弗所的強大異教勢力，也沒有耶路撒冷傳統猶太勢力的干擾，亦無雅典充滿智慧的哲學辯論。

社會階級方面，當時地中海沿岸大商業城市的奴隸，約為城市總人口的七成以上。斐理伯門徒的組成結構似乎也相對單純，沒有宗徒書信中頻頻提到的奴隸問題。格林多教會及厄弗所教會的門徒組成可能就比較複雜。

社會哲學思想方面，帝國時期斯多噶派哲學思想（Stoicism）深入社會各階層，主張宇宙是完整的神聖實體，由神、人和自然世界共同組成。神的理性滲透整個宇宙，管理和掌握整個宇宙；人是由靈魂與身體共同組成，理性則來自神性。建議人服從大宇宙的秩序，接受宇宙運行的安排，沒有嚴厲批評多神信仰，認為多神宗教是從不同的方式在敬拜最高的神。

（三）保祿宗徒對斐理伯門徒提出的價值主張

當行銷人明確知道目標顧客的特質及價值觀之後，企業就要對準顧客的深層渴望或焦慮，創造出獨特的產品組合（含品質、服務、價格），並以顧客熟悉的語言，精準地傳遞價值訊息給顧客，希望感動顧客。當顧客擁有美好的理性與感性的親身

體驗後，企業與顧客就會產生心靈的共鳴，彼此能發展長久的夥伴關係。

想像一下，彷彿我們置身在斐理伯河邊的祈禱所內，是一群屬於羅馬軍人後裔所組成的女性信仰團體，正在聆聽偉大的外邦人宗徒保祿的宣道，感受他如何用我們熟悉的語言，從我們共同的精神需求出發，傳遞給我們專屬的聖言，讓聖神的德能感動我們。

1. 轉化「羅馬公民」的概念

斐理伯是羅馬帝國的殖民地，斐理伯人以此身分感到驕傲，除享有羅馬公民的權利外，也認同羅馬公民行為準則——對內團結合一，熱愛國家；對外面對敵人，意志堅強，奮鬥到底。保祿將「羅馬公民」概念轉化到信仰的國度，他詳細地將「天國公民」社會生活的兩個層面告訴斐理伯的門徒：

- 維持內部的合一：你們應「……保持同一的精神，一心一意為福音的信仰共同奮鬥」（斐一 27），「……應彼此意見一致，同氣相愛，同心合意，思念同樣的事……不論做什麼，不從私見，也不求虛榮，只存心謙下，彼此該想自己不如人；各人不可只顧自己的事，也該顧及別人的事」（斐二 1-4）。
- 對抗外部的黑暗勢力：他鼓勵斐理伯人不要害怕，勿讓敵人消滅他們的勇氣，「一點也不為敵人所嚇住：這樣證明了他們必將喪亡，你們必將得救，因為這是出於天主」（斐一 28）；黑暗勢力來自三種敵人「你們要提防狗，

要提防邪惡的工人，要提防自行割切的人」（斐三2）

- 「教會」就是「對內同心合一，對外協同抗敵」的具體表現；以團結的基督徒教會，對抗世俗巨大的黑暗勢力。

2. 轉化「羅馬軍人」聽命服從的概念

宗徒呼籲斐理伯門徒，這些羅馬軍人的後裔，在信德的操練上，要效法葛法翁百夫長的態度（瑪八5~13），明白福音不是用來作知識性的討論，而應該以服從命令的方式去執行：「就如你們常常聽了命，不但我與你們同在的時候，就是如今不在的時候，你們更應該聽命。你們要懷著恐懼戰慄，努力成就你們得救的事，因為是天主在你們內工作，使你們願意，並使你們力行，為成就他的善意」（斐二12~13）。

3. 耶穌順服的價值觀：基督頌

為喚起斐理伯人聽命服從的態度，鼓勵他們為得救而獻身，保祿敘述並詮釋耶穌的故事。耶穌原為天主，但空虛自己，降生成人，謙卑自己，順從主意，甚至死在十字架上；天主回報的方式，就是舉揚耶穌，賜祂最高的名號，使萬民朝拜。他進而提出了「基督頌」，希望他們能效法基督耶穌所懷的豪情：

你們該懷有基督耶穌所懷有的心情，他雖具有天主的形體，並沒有以自己與天主同等，為應把持不捨的，卻使自己空虛，取了奴僕的形體，與人相似，形狀也一見如人；他貶抑自己，聽命至死，且死在十字架上。為此，天主極其舉揚他，賜給了他一個名字，超越其他所有的名字，致

使上天、地上和地下的一切，一聽到耶穌的名字，無不屈膝叩拜；一切唇舌無不明認耶穌基督是主，以光榮天主聖父（斐二 5~11）。

4. 效法楷模是學習的價值觀

在羅馬時期的教育制度下，平民受教育及識字的比率很低，「效法賢者」是項重要的學習方式，所以在書信中屢見宗徒似乎「不知謙遜」地表達要門徒效法他：「弟兄們！你們要一同效法我，也要注意那些按我們的表樣生活行動的人」（斐三 17）；「凡你們在我身上所學得的，所領受的，所聽見的，所看到的；這一切你們都該實行；這樣，賜平安的天主必與你們同在」（斐四 9）。

5. 熱愛運動的希臘羅馬價值觀

保祿書信中提出不少激勵人心、膾炙人口的運動金句，這些金句應是有選擇性地對奧林匹克運動迷說的；因為這是屬於希臘羅馬地區的運動語言，最能引起該地區門徒的共鳴（對居住在其他地區的群眾，如猶太人，可能較難引起共鳴）。這類運動金句如：

我只願向前跑，看看是否我也能夠奪得，因為基督耶穌已奪得了我。弟兄們！我並不以為我已經奪得，我只願一件事：即忘盡我背後的，只向在我前面的奔馳，為達到目標，為爭取天主在基督耶穌內召我向上爭奪的獎品。（斐三 12~14）

你們豈不知道在運動場上賽跑的，固然都跑，但只有

一個得獎賞嗎？你們也應該這樣跑，好能得到獎賞，凡比武競賽的，在一切事上都有節制；他們只是為得到可朽壞的花冠，而我們卻是為得到不朽壞的花冠。所以我總是這樣跑，不是如同無定向的；我這樣打拳，不是如同打空氣的；我痛擊我身，使它為奴，免得我給別人報捷，自己反而落選。（格前九 24~27）

這場好仗，我已打完；這場賽跑，我已跑到終點；這信仰，我已保持了。（弟後四 7~8）

6. 從女性的角度談割損禮概念

在《宗徒大事錄》及宗徒書信中，割損禮的爭議一直是對外邦人傳福音中的一個關鍵議題，若對照《斐理伯書》及《迦拉達書》對割損禮的文本內容，可能會得到有趣的觀察或揣測。前者似在談心靈層次（聖神）的禮儀：「其實，真受割損的人是我們，因為我們是以天主的聖神實行敬禮，在耶穌基督內自豪，而不信賴外表的人」（斐三 3）；後者則在說肉體層次的禮儀：「你們受的割損是肉身上的禮儀，那些逼迫你們受割損的人，是想以外表的禮節來圖人稱讚，免得因基督的十字架遭受迫害；其實，他們雖然受了割損，卻也不遵守法律；他們只是願意你們受割損，為能因在你們的肉身上所行的禮儀而誇耀」（迦六 12~14）。這是否意味著保祿寫信的對象在性別上有所差異？

（四）《斐理伯書》信中的價值溝通

斐理伯教會是保祿在歐洲開創的第一個教會，也是他最喜

愛的教會。《斐理伯書》信中熱情奔放，歡愉之心溢於言表，如果說《路加福音》是喜樂的福音，那麼本書就可說是「喜樂的書信」。從文本內容的風格語氣來看，整篇說理論事較少，勉勵喜樂較多，也可以想見保祿對這群羅馬後裔、中產階級、女性門徒獨特的談話特色，與《格林多書》、《迦拉達書》等其他書信的風格有顯著的差異。

1. 與斐理伯門徒的個別對話

由書信致候詞部分可見，這封書信是寫給斐理伯的朋友，是以個人為對象：「眾位在基督耶穌內的聖徒、監督及執事」（斐一 1）；而不是寫給在斐理伯沒有具體樣貌的社群團體「教會」。在結束語部分，也同樣給斐理伯的個人「你們要在基督耶穌內問候各位聖徒；同我在一起的弟兄都問候你們。眾位聖徒，特別是凱撒家中的聖徒，都問候你們。願主耶穌基督的恩寵與你們的心神同在」（斐四 21-23）。

2. 對斐理伯門徒的感恩與思念

有關感恩與思念相關的詞彙，在全篇書信中，幾乎每章都有，直接地表達宗徒對門徒滿滿的情誼。

因為你們從最初的一天直到現在，就協助了宣傳福音的工作……（斐一 5）

你們也實在做得好，因為你們分擔了我的困苦。你們斐理伯人也知道：當我在傳福音之初，離開馬其頓時，沒有一個教會在支收的事項上供應過我，惟獨只有你們；就

連我在得撒洛尼時，你們不只一次，而且兩次曾給我送來我的急需……如今我已收到了一切，已富足了；我由厄帕洛狄托收到了你們所送來的芬芳的馨香，天主所悅納中意的祭品，我已滿夠了。」（斐四 14~18）

同樣，保祿也從不隱藏他對斐理伯門徒們的思念：

我一想起你們，就感謝我的天主；我每次祈禱，總懷著喜悅為你們眾位祈禱……我這樣想念你們眾人，是理當的，因為我在心內常懷念你們。（斐一 3~4、7）

為此，我所親愛的和所懷念的弟兄，我的喜樂和我的冠冕，我可愛的諸位！你們應這樣屹立在主內……我在主內非常喜歡，因為你們對我的關心又再次表現出來；你們始終是關心我，只不過缺少表現的機會。（斐四 1、10）

3. 關於喜樂的概念

全篇書信總共 16 次提到關於「喜樂、喜歡」的情緒，難怪本書信被稱為【喜樂的書信】。較有趣的經文摘錄如下：

我每次祈禱，總懷著喜悅為你們眾位祈禱……那有什麼妨礙呢？無論如何，或是假意或是誠心，終究是宣傳了基督。為此如今我喜歡，將來我仍然要喜歡。（斐一 4、18）

為此，我所親愛的和所懷念的弟兄，我的喜樂和我的冠冕……你們在主內應當常常喜樂，我再說：你們應當喜樂！（斐四 1、4）

4. 對斐理伯女性門徒的肯定

在父權社會的體制下，這篇公開傳閱及朗誦的信件，對於斐理伯女性門徒的成就、作為及地位，都有相當的肯定。

基督耶穌的僕人保祿和弟茂德，致書給斐理伯的眾位在基督耶穌內的聖徒、監督及執事……（斐一1）

我奉勸厄教狄雅和欣提赫，要在主內有同樣的心情……我忠誠的同伴，我也求你援助她們，因為她們曾伴隨我為福音而奮鬥，與克肋孟以及我的其他的同事一樣，他們的名字已寫在生命冊上了。（斐四2~3）

5. 對斐理伯門徒信仰成就的肯定

保祿懷著慈父的胸懷，看待斐理伯門徒的信仰，有如對於子女的成就般，帶著驕傲與讚許：

你們做一切事，總不可抱怨，也不可爭論，好使你們成為無可指摘和純潔的，在乖僻敗壞的世代中，做天主無瑕的子女；在世人中你們應放光明，有如宇宙間的明星，將生命的話顯耀出來，使我到基督的日子，有可自誇的，那我就沒有白跑，也沒有徒勞。（斐二14~16）

我們凡是成熟的人，都應懷有這種心情；即使你們另有別種心情，天主也要將這種心情啓示給你們。（斐三15）

為此，我所親愛的和所懷念的弟兄，我的喜樂和我的冠冕，我可愛的諸位！你們應這樣屹立在主內。（斐四1）

四、宗徒的整體溝通策略

訊息溝通可分兩方向：「訊息的接收」與「訊息的發送」。前者的主要來源有二：即接收門徒及潛在門徒的聲音（Voice of Customer），及接收天主聖神的聲音；後者則可從三種管道來思考：即宗徒傳遞給門徒的訊息、教會與教會之間交換的訊息，及宗徒傳遞總部耶路撒冷的訊息。

（一）宗徒如何聆聽門徒們的聲音

以同理心去聆聽顧客的聲音，並產生對顧客需求的洞察與靈感，是行銷世界的基礎；行銷人對問卷、抽樣、資料庫分析等技術都不陌生，但實務上卻是多數企業最容易疏忽或過度簡化的流程。在行銷 3.0/4.0 的社群及數位化時代裡，系統化全方面地去深度聆聽顧客心聲，更是成為企業傑出長青的關鍵能力。

保祿聆聽目標客群聲音的方式，大致可分為兩種形式：「直接面對客群」與「間接聆聽方式」。「直接面對客群」的聆聽方式，就是宗徒親臨現場，《宗徒大事錄》記載了保祿每到新的城市，必定會選擇關鍵的場所，親自對潛在顧客進行觀察、聆聽或對話，以蒐集顧客需求與問題的第一手經驗，例如：

- 在河邊：保祿雖是初到陌生的歐洲，卻知道斐理伯潛在顧客是誰，所以他一直等到安息日，走出城門，到了河邊，找到祈禱所。
- 在獄中：即使身陷艱難危險中，保祿竟然還能保持平靜，敏銳地感知獄警的心聲，並及時救援：「獄警醒來，以為

囚犯都逃走，就拔出劍來，想要自殺。保祿大聲喊說：「不要傷害自己，我們還都在這裡」（宗十六 27~28）。

- 在街上：在雅典爲了尋找追求信仰生活與精神生活的潛在顧客群，除了猶太會堂外，保祿似乎走訪過很多廟宇，連「未識之神」的廟也去過；而且每天也在街市上，同所遇到的人辯論（宗十七 17）。

至於「間接聆聽客群的方式」，是當宗徒無法親臨現場時，就派遣他的代表前往各地教會中，與門徒一起生活，協助信仰的成長，並蒐集顧客的需求與問題。此外，宗徒也總是會派遣代表送信給各教會，並代表宗徒本人朗讀書信，除了回答聽衆的問題外，也是經現場觀察與對話，蒐集顧客需求與問題的第一手經驗，回饋給宗徒。相關敘述在經文中幾乎處處可得，如：

- 第二次福傳之旅，離開斐里伯時，保祿吩咐路加留守（宗十七 1）；
- 第二次福傳之旅，離開厄弗所時，保祿吩咐阿桂拉夫婦在該城繼續福傳（宗十八 18~21；弟後四 19）；
- 保祿對斐理伯的門徒也表示：「我將打發弟茂德到你們那裡，好叫我知道你們的事而放心」（斐二 19）。
- 弟茂德也向保祿回報訊息：「打發我們的弟兄和在基督的福音上，作天主僕人的弟茂德前去，爲在信德上堅固鼓勵你們……現今，弟茂德從你們那裡回到我們這裡，對你們的信德和愛德，給我們報告了好消息……」（得前三 1~8）。

(二) 多元溝通管道與方式

精準行銷的關鍵在於：將有價值的訊息，在適當的時機，經由適當的管道，精準地傳遞給目標顧客群。為達成「找到顧客、留住顧客，並擴大客戶群」的任務，在不同情境下，宗徒採用不同的溝通管道，在「找尋顧客」的階段，他最常使用的管道，包括猶太會堂及公共講堂。

- 猶太會堂部分，《宗徒大事錄》記載保祿每到一處，必定先到猶太會堂，直接觀察並與潛在的門徒對話。因為在會堂中有三類型潛在的基督徒：猶太人、皈依的外邦人，以及追求信仰的人。宗徒能用聽眾熟悉的舊約經文及希臘語，辯才無礙地傳達福音。雖然受感動的猶太人似乎較有限，但對其他兩類型追求平安的人卻產生了不少的影響。不過，這種「競爭行爲」也惹惱當地傳統猶太人，因忌妒而到處追殺他。
- 至於其他公共場所，在雅典的街頭，保祿同所遇到的人辯論；他與幾個伊壁鳩魯派和斯多噶派的哲學爭論後，人們領他到阿勒約帕哥，請他對雅典公民發表「保祿的新道理」；在厄弗所時，他在提郎諾的學校裡辯論，進行了兩年，以致凡住在亞細亞的人，都聽見了主的道理，猶太人希臘人都有。

保祿在「留住顧客」及「擴大客戶群」的階段中，最常使用的管道，包括家庭教會，及親筆寫信溝通。

- 經家庭教會溝通：在斐理伯時，保祿團隊以里狄雅家為傳

教聚會所；在格林多時，用弟鐸猶斯托的家庭；在厄弗所時，用阿桂拉夫婦的家庭。家庭聚會的好處，除了可以定期每周的主日敬拜、分享信仰生活，聆聽並討論宗徒書信外，亦可舉行愛宴，讓門徒們聚集分享主的晚餐。其中革命性的創見是，將「教會」作為基督徒信仰的櫥窗，不僅僅是知識性的宣道場所，更重要的是將基督徒生活的風格，活潑地展現給其他追求精神生活的人。

- ▶ 經書信的閱讀與朗讀：初期教會時期，人民受教育程度低，識字能力非常有限，各地門徒對宗徒書信的瞭解，主要是經由朗讀方式進行溝通。

此外，宗徒對福傳基地的選擇也充滿策略意圖，基地設立之處都是通都要邑。例如，安提約基雅是來往美索不達米亞的起點；厄弗所是通往小亞細亞的門戶；得撒洛尼是馬其頓的要道；格林多是希臘海運的主要海港；羅馬更是帝國的政治、經濟、交通、文化的中心。福傳基地設立在這些區域的軸心城市，福音相關的訊息就會自然地擴散到腹地內鄰近次要城市。

（三）與總部耶路撒冷的溝通

由於教會信仰的發源地是出自耶路撒冷，耶穌基督的代表宗徒們也在聖城，保祿對聖城及宗徒們一直保持不變的忠誠，而且他始終胸懷「合一的教會」及「永續發展」的理念。他不斷地搭建外邦教會與總部的橋樑，每次海外傳教之旅後，總是馬上親赴耶京回報，將外邦教會的現況及問題等發展訊息回饋

給決策中心，同時從不忘記將外邦教會的奉獻回饋給總部。

(四) 各地教會間的溝通

在「合一的教會」及「永續發展」的理念下，保祿除了一方面營造聖城與外邦教會間「首腦與肢體」的關係外，對於教內間「四肢與器官」的關係也同樣關心。例如：在書信內分享其他教會的信息、門徒間彼此的問候代禱，同時還要求其書信在不同教會間傳閱等。例如：

- 「此地眾位聖徒，特別是凱撒家中的聖徒，都問候向你們斐理伯的聖徒」（斐四 22）。
- 「你們雖在許多苦難中，卻懷著聖神的喜樂接受了聖道甚至成了馬其頓和阿哈雅眾信者的模範」（得前一 6-7）。
- 「亞細亞各教會問候你們；阿桂拉和普黎史拉以及他們家內的教會，在主內多多問候你們」（格前十六 19）。
- 「幾時你們宣讀了這封信，務要使這封信，也在勞狄刻雅人的教會內宣讀；至於那由勞狄刻雅轉來的信，你們也要宣讀」（哥四 16）。
- 「關於為聖徒捐款的事，我怎樣給迦拉達各教會規定了，你們也該照樣做」（格前十六 1）。

(五) 聆聽天主的聲音

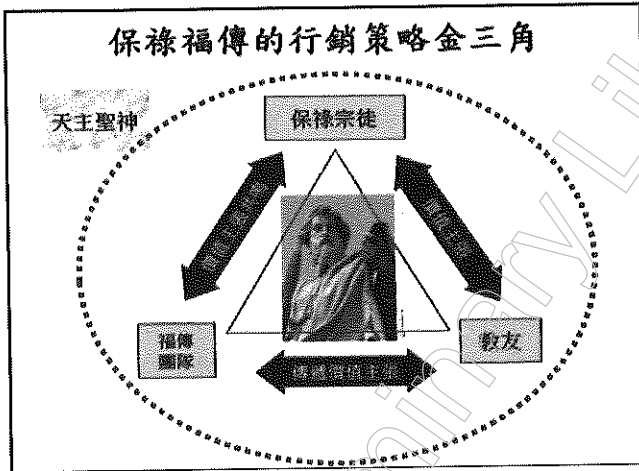
本文雖然尊稱保祿宗徒為「偉大的行銷策略家」，其實嚴格來說不很恰當，因為真正的福傳決策者是天主聖神，保祿宗徒的角色比較像一個虛空自己、聆聽命令、服從執行的「偉大

的千夫長」。在保祿與主相遇的記載中，對福傳發展攸關的幾次關鍵時刻，他都精準地聆聽了聖神指示，並義無反顧地去執行到底，例如：

- 往外邦去的指令：主向我說：「你去！因為我要打發你到遠方外邦人那裡去」（宗廿二 21）。
- 第一次福傳之旅的關鍵時刻：「他們敬禮主和禁食的時候，聖神向他們說你們給我選拔出巴爾納伯和掃祿來，去行我叫他們要行的工」（宗十三 2~3）。
- 第二次福傳之旅的關鍵時刻：聖神一連三次的啓示，要保祿莫照自己的想法留在小亞細亞發展，而指引他往歐洲馬其頓去。
- 第二次福傳之旅中長期留駐格林多的指示：主藉異象對保祿說：「不要害怕，只管講，不要緘默，因為有我與你同在，必沒有人向你下手加害你，因為在這城裡有許多百姓是屬於我的。於是，他就在那裡住了一年零六個月，在他們中講授天主的聖道」（宗十八 9~11）。
- 第二次福傳之旅中，保祿對於厄弗所的居民說：若天主願意，他必再來（宗十八 21）；後來保祿果然在第三次傳教時來到厄弗所，在那裡約住了兩年之久（宗十九 10）。

五、初期教會之永續發展

(一) 宗徒的福傳策略金三角



上圖為「福傳策略金三角」，為達成「找到顧客、留住顧客、並擴大客戶群」的永續發展目的，保祿發展出來的系統架構跟行銷學的服務策略金三角相似。保祿這位信仰上的創業家，扮演著企業主與總部的角色，而地方教會及福傳團隊則扮演類似員工的角色。保祿與地方平信徒間維持雙向的關係，他一方面聆聽目標顧客群的需求，另一方面也對地方門徒直接提出信仰上的價值主張。保祿與福傳團隊間也是雙向關係，他一方面聆聽福傳團隊的聲音，另一方面也對福傳團隊提出信仰價值主張，希望能取得團隊的共鳴與聽命執行。

這雙向關係也發展至福傳團隊與平信徒之間，福傳團隊一方面聆聽目標顧客群的需求，並反饋給保祿宗徒；另一方面將基督信仰的價值主張直接傳遞對平信徒，且提供各種價值活

動，讓現有信徒維持信心並逐漸成熟，同時也讓更多尋求生命價值的潛在門徒接近與接納天主。

此外，宗徒的福傳策略金三角中最重要特徵，就是三角形外部的圓圈，表示所有的價值活動都是涵蓋在天主聖神之內，而我們所行的一切，都是為了能與人共沾福音的恩許。

（二）福傳團隊的培育

除了保祿宗徒外，福傳行銷的第二個關鍵要素就是福傳團隊：「保祿的核心團隊」及「地方教會的團隊」。核心團隊的成員包括：路加、弟茂德、馬爾谷的若望、息拉等。這群豪情萬丈的弟子，不僅分別撰寫了兩部福音及《宗徒大事錄》，而且與宗徒共同創作了大部分的書信。

福傳核心團隊的養成，除了實際參與福傳之旅，隨同宗徒出生入死、開疆闢土外，其他的培育方式，可以從宗徒書信中的致候辭、祈禱報告、結束語及內容透露不少訊息，若再加上一點想像，可以歸納如下：

- 現場訪視：除了隨同宗徒開疆闢土外，最重要的職務應該是成為精神領導（保祿）的代表，不斷地往返保祿旅途中所播撒的種子。就像廿世紀豐田汽車所標榜的現場管理之原則，保祿每次福傳之旅後就會說：「我們可以回到從前宣傳主道的各城，看望弟兄們景況如何」（宗十五 36）。
- 書信撰寫：宗徒書信最大的特徵之一就是集體創作。保祿不厭其煩地在每封書信的问候語、代禱詞、結束語中，把

書信內容的共同創作者——介紹給聽眾、讀者。其間所透露宗徒對弟子的培育過程，其心胸、見識及深謀遠慮，實在是個奧秘。

- 送信、朗讀與 Q&A：除了參與書信的集體創作，保祿還會請弟子擔任送信的任務。這項任務還包括在聚會現場，面對背景不同的觀眾，朗誦並回答眾人的問題（畢竟有太多深奧的寓意），同時需要將所觀察與對話的訊息回饋給宗徒及作者群。
- 外派與輪調：輪調與外派是現代國際性企業培養接班領袖的常模，在宗徒弟子中也可看見類似的現象。以「基督徒夫妻典範」阿桂拉與普黎史拉為例。這對猶太裔夫妻被迫離開羅馬，先在格林多接納保祿，並加入福傳團隊，一起工作及傳教（宗十八）；接著隨宗徒一起到厄弗所，長期駐留並拓展小亞細亞地區的信仰；最後再回到羅馬繼續福傳工作。保祿稱許「不但我應感謝他們，而且連外邦人的眾教會也應感謝他們」（羅十六4）。

其實，初期教會致力於福傳的人，除了我們熟悉的大宗徒和其助手外，還有地方教會團隊中無數名不見經傳的無名英雄，經由不同的神恩，群策群力營造的初果。

（三）品牌建立

說服人群的方式有兩種：「理性說服」及「感性說服」。前者是根據事實及數字的組合來表達，與觀眾進行知識性的討

論；後者則是以動人心弦的故事來包裝核心的概念，訴諸情感，博取觀眾的共鳴。賈伯斯（Steve Jobs）堪稱當今世代一位偉大的說故事家，他每次在蘋果產品的發表會上，都能發表感動全世界粉絲的產品故事。當品牌變成解決社會問題的象徵，並實際上改變人們的生活方式時，它就變成當代偉大的文化品牌。

保祿的福傳亦然，他承諾給外邦人一個可以帶來變革的價值新主張；他用自己可信賴的人格、動人的品牌故事，鼓勵所有渴慕心靈平安的群眾共同參與、體驗與共享福音的價值。

動人的品牌故事含有三個要素：主角、劇情及隱喻。在書信中，保祿最常與各地門徒分享的，就是他動人的品牌故事：從大馬士革、海外福傳、牢獄災難、奇蹟驅魔治病、與主相遇的奧秘。從他史詩般的故事中，提出了十字架的意義及福音的價值，希望庶民在混亂的生活現實，看到改變的可行方向。如：

- 保祿皈依的故事，及跟隨基督的心路歷程（斐三 5~8）；
- 福傳十字架的故事：包含勞碌、監禁、拷打、冒死亡風險等，是常有的事。被猶太人鞭打、受杖擊三次、被石擊一次、遭翻船三次、在深海裡度過、遭遇江河的危險、盜賊的危險、由同族來的危險、由外邦人來的危險、城中的危險、曠野裡的危險、海洋上的危險、假弟兄中的危險……，總之，他勞碌辛苦，屢不得眠，忍饑受渴，屢不得食，忍受寒冷，赤身裸體（格後十一 23~27）……
- 安貧樂道的生活：保祿福傳不求回報，自己親手勞作以賺取生活所需，確保自己不成為從他接受福音的團體的負擔

(宗十八 3, 廿 34)。

- 賺得耶穌基督後的喜樂：「凡以前對我有利益的事，我如今爲了基督，都看作是損失。不但如此，而且我將一切都看作損失，因爲我只以認識我主基督耶穌爲至寶；爲了他，我自願損失一切，拿一切當廢物，爲賺得基督」（斐三 7~8）。

(四) 核心價值的捍衛

可口可樂前總裁 Roberta Goizueta 曾經表示：即使可口可樂所有的廠房與設備都在明天付之一炬，也絲毫不損公司的價值，因爲它的價值就是品牌的商譽及長年累積的知識。同樣，宗徒當年所努力打造的「保祿品牌」或「基督徒品牌」，也是懷抱如此的信念。希望這個名稱代表可以信賴的品牌，並鮮明地代表革命性的生命觀、信仰內的生活品質，以及與造物主的關係。

因爲品牌聲譽就是一切，所以當假訊息或門徒壞行爲與基督徒的價值主張發生衝突時，保祿必然零容忍，馬上挺身捍衛。在宗徒書信中，保祿最常對付的問題包括：

- 假訊息：不少保守派的猶太人假冒權威，尾隨於保祿之後，拜訪福傳的地方，宣講反福音的訊息，而要求外邦門徒遵守舊律法、施行割損等；他們甚至煽動門徒質疑保祿宗徒身分的合法性（迦十二）。
- 壞行爲：「你們要提防狗，要提防邪惡的工人，要提防自

行割切的人」(斐三2)。「你們豈不知道，不義的人不得承繼天主的國嗎？你們不要自欺：無論是淫蕩的、或拜偶像的、犯姦淫的、作嬰童的、好男色的、偷竊的、貪婪的、酗酒的、辱罵人的、勒索人的，都不能承繼天主的國」(格前六9~10)。

結語

從行銷學的觀點來閱讀聖經，可以讓我們在學習的過程中，從昏沉的虔誠裡暫時抽離，在經文的花園中另闢蹊徑，並使讀經更有樂趣。

也許在閱讀《斐理伯書》的時候，可以想像自己是福傳團隊身旁的小書僮，首先看到宗徒注視著「虔誠的百夫長」，很嚴肅地告訴他，關於天國公民的行為準則，要求百夫長要「對內同心合一，為福音奮鬥；對外要意志堅強，對抗敵人勢力」。為了要「對內同心合一」，要在教會團體內，空虛自己、心存謙下；為了「堅強抵抗敵人」，要有聽命至死的決心。保祿於是詳細教導他關於「基督頌」的涵義，希望羅馬子弟能效法基督耶穌的豪情。

接著，我們看到宗徒注視著「紫色的里狄雅」，滿臉慈祥地告訴她，你們是我的喜樂、我的冠冕，因為你們也實在做得太好了，從最初的一天直到現在，就協助了宣傳福音的工作，出錢出力，分擔了我的困苦。所以，我一想起你們，就感謝天主；我每次祈禱，總懷著喜悅為你們眾位祈禱。希望你們能屹

立於主內，成為無可指摘和純潔的，在乖僻敗壞的世代中，做天主無瑕的子女；在世人中，你們應放光明，有如宇宙間的明星；並且使我在基督來臨的日子，有足以可自誇的。

看到宗徒溢於言表的歡愉之情，再比較他對格林多人的談話語氣，兩者間的差異似乎非常明顯。在《格林多後書》中，宗徒說：「免得有人以為我好像只會藉著書信來恐嚇你們。因為有人說：『他的書信的確嚴厲而又強硬，但他本人在時卻軟弱無能，言語又空洞可輕』」（格後十9-10）。若我們有機會重新閱讀《格林多人書》時，可以考慮從行銷角度探索一下格林多門徒的特徵，再去比較保祿宗徒的觀點：〔成為並贏得〕格林多人的概念，與〔成為並贏得〕斐理伯人的概念，兩者間有甚麼差異之處？又有甚麼相同之處？