



單車新勢力

相信很多人都發現到：近來台灣的單車環島風氣相當盛行，內銷業績與車店的生意也搶搶滾，甚至很多車款都賣到缺貨！不可否認，巨大董事長劉金標的單車環島壯舉以及單車環島電影「練習曲」，的確帶動了單車環島熱潮與騎乘風氣，而捷安特、美利達、功學社積極舉辦各項單車活動與競賽，加上台灣自行車日的制定，皆功不可沒。

陸陸續續不只車友與民間企業相繼進行單車環島挑戰活動，最近就連 A-Team 會長羅祥安也發起所有會員老闆要在明年 3 月台北展前完成騎單車繞台灣一周的挑戰，才不枉身為台灣自行車產業的領導企業。據了解，接到這項艱鉅的任務後，這些年過半百（大部分）的自行車業龍頭廠老闆絲毫沒有推辭，大夥興致高昂，皆開始摩拳擦掌、積極為單車環島做準備，他們的敬業精神與對自行車的熱情令人敬佩。台灣的自行車熱，已經成了一股無法抵擋的新崛起勢力與新現代生活運動。身為自行車產業的一份子，再不騎單車，你就落伍了！

說到 A-Team，由東海大學教授劉仁傑與美國華頓商學院傑出博士、現任美國 Tulfts University 的教授 Jonathan Brookfield 所合寫的「Taiwan's A-Team」論文，以台灣自行車產業 A-Team 為個案研究，在今年 8 月的美國管理學會（Academy of Management, AOM）年會上，被主辦單位選拔為科技創新管理類（Technology、Innovation and Management, TIM）的傑出論文獎，足見 A-Team 的模式與努力成效已受到國際學

術界的肯定，可喜可賀！

選在 7 月，筆者前往北義大利進行經典公路車的取經之旅，最大的收穫，是見識了義大利設計的

獨特與豐富，迥然不同於亞洲世界。義大利車廠賦予產品的生命力、熱情與藝術感，是別人學也學不來的，因為那是源自於古老、深邃的文化滋養與技術傳承；更重要的，儘管部分車款逐漸外購，但他們對於 Hand Made in Italy 依然抱持著執著與驕傲，且將每一輛頂級手工自行車當作藝術精品般信仰著。

台灣業者有很好的技術整合與供應鏈優勢，在創意與工藝設計上卻落後一截，很多人不禁要問，創意到底從何而來？要如何提煉？簡單來說，無非是透過深度思考凝煉想法，或者是從生活裡汲取養分，甚至從人生歷練中悟出道理。總之，就是永無止境地探索自我、改造自己，讓生命經驗愈豐富。一旦生命經驗豐富了，心中的創意能量就愈充沛，不但鼓舞自己也鼓舞別人。無庸置疑，創意需要鍛鍊，所以重點還是在「學習」。日本設計中心首席代表、無印良品藝術總監原研哉指出，最普通的日常生活中，還是可以創造驚人的變化，這樣的設計才能為生活帶來變革。設計不是追求無止盡的開發，這樣會造成資源耗竭。用數字來比喻，設計不是追求 5、10、20、100，而是在 6 和 7 中間找到 6.3、6.8，因為這當中還存在著無限的可能。



Daphne 陳柏如