

尋找自行車業的賈伯斯



Daphne
陳柏如

談 到個人電腦與時下最夯的 3C 產品，你一定會想到蘋果；提到創新，你絕對會推崇日前已故的蘋果電腦創辦人賈伯斯（Steve Jobs）。強調「只要敢想，便沒什麼不可能」的賈伯斯，被奉為創新之神、科技業設計鬼才，既是一位破壞規矩的天才，也是一位對世道有獨特見解的思想者。有人說他是用右腦顛覆左腦的第一人，有著超乎常人的不同理念，甚至有人形容他為「瘋子式」的異想天開，但大家不得不承認一個事實，就是這些可貴的「異想天開」不僅改變了許多人使用科技的習慣，也掀起了一波通訊的新革命，並帶來新的生活型態。

蘋果在賈伯斯的帶領下不斷創新研發，從 2001 年推出 iPod，到後來發表的 iPhone 以及 iPad，賈伯斯成功將產品變成時尚的圖騰，打造許多膾炙人口的狂賣熱銷商品，更培養了廣大、忠誠的蘋果迷，同時改變了生活型態，如同蘋果的聲明稿所言，「因為賈伯斯，世界變得好」，而蘋果股價也在短短 10 年內漲幅高達 3,600%，從「爛蘋果」變成「金蘋果」！3C 產業能，自行車產業沒有道理不能！面對未來，自行車產業需要有更多的賈伯斯，敢於作夢、執著投入創新，才能不斷推出實用有趣且超越消費者期待的殺手級創新產品，來提升騎車的樂趣，並吸引消費者趨之若鶩！

創新是一種態度，這種態度會讓你擁有無數的夢想，讓生活變得與眾不同，從而把一切變得更美妙、更有效、更方便。如今競爭異常激烈，你有的，別人同樣也有，如何發展新的市場，如何在競爭中立於不敗之地，最關鍵的就是創新精神。賈伯斯說：「能挽救蘋果的，並不是控制成本，而是通過變革和創新來擺脫困境。創新跟你有關多少研發經費沒什麼關係。」一般傳統的觀念，自行車產品的創新永遠是技術上的創新，從輕量到更輕量（材質），從避震

結構到更多速的變速、更順暢有效的煞車、低風阻、電子變速等等，反觀賈伯斯在創新上並沒有被侷限在這個技術創新的框架

內，他把目光投放在價值創新上，這在追求純粹技術的年代，可說是最大的突破。他強調「蘋果是一家將複雜技術變得易於使用的公司，蘋果的產品連笨蛋都會用。」蘋果的創新，是一種差異性上的競爭，體現在對「科技+人性」的模式上。當產品的品質、性價比、服務等都不再是決勝的關鍵，差異性才是能夠啟動客戶和品牌直接對話的泉源。換句話說，真正好的設計，不僅體現在功能、價格和市場上，更體現在它能否征服顧客的心。以蘋果的產品為例，這些 i 字輩的商品已經不僅僅只是一件簡單的電子消費產品，它更象徵了一種時尚、一種品味、一種生活型態，甚至是一種不由自主的優越感。賈伯斯曾說，設計不只是看起來或感覺起來如何，細節更在於產品如何運作，想要設計出好東西，就必須和它心意相通。再者，又酷又新的產品若不能帶來可觀利潤，那就不是創新，只是藝術。

除了不斷創新，在管理上賈伯斯是精英主義者，他更相信一個小而美的 A 級團隊，絕對遠比一大群工程師和設計師更來得有戰力。賈伯斯的成功大半歸功於他懂得找到一群很棒的人才幫他工作，他的策略是聘用身邊所能找到最厲害的程式設計人員、工程師和設計師，然後用認股來維繫他們的忠誠度，培養小型作業團隊的認同感。同樣地，自行車產業也需要有更多專業、專才的菁英加入，從管理、研發設計、工業美學、高科技到國際行銷、客服，都需要好的人才，而不是奴才，才能激發出最大的爆發力。

