

理財周刊 <利潤先生開講>

96年4月12日 ERA Taiwan簡報資料

打散東亞第一高山玉山，成為台灣意象第一名的布袋戲，對於許多國人來說，或多或少都是回憶裡的一部分。在一次機緣中，與彫刻創造出布袋戲角色劉三、二齒等大家耳熟能詳的彰化同鄉——布袋戲彫刻大師徐炳垣，聊起布袋戲的演進。台灣布袋戲到民國以後，將北管、平劇轉入布袋戲，並將歷史故事、章回小說、民俗演藝改編為曲目，手法推陳出新，更有甚者採用武俠小說或白編劇本來吸引觀眾，而有「劍俠戲」、「金光戲」的產生。

特別是金光戲打破傳統演出形式，有了180度的轉變，

出更高的代價。整廠輸出無疑可能面對關廠、牽扯到事後的善後問題，有形無形的產生成本費用的支出，更何況有新廠設立的開辦與衍生成本等，其所帶來的風險與支出是必須被妥善考慮與因應。企業進行成本遷移應以功能性為考量主軸，而非傳統以廠為考慮單位的整廠遷移。

雖說企業要提升獲利，大部分的人會從刪減成本著手，也肯定成本遷移在個別產業的重要性，但若是把可能的低產出、高錯誤率、長訓練時間支出等因素納入考量，成本不見得真的遷移了。改善人工成本與效率，提升生產力，

利潤先生開講

舊厝翻新 在地新生命

文·葉廷暉

捨棄傳統的鑼鼓曲目，改用唱片配樂，劇情也脫離歷史範疇，改為迎合社會與感官需求的白晝劇本和主角人物。雖然金光戲在光怪陸離、低俗浮濫的印象中式微，布袋戲並未因此消失。「電視布袋戲」成為布袋戲史最重大的轉變。「雲州大儒俠史豔文」在電視播出引起一陣騷動，連演583集，締造了收視率95%以上的空前絕後紀錄，真可謂「轟動武林、驚動萬教」。

但隨著傳播媒體的日新月異，其播出型態也有所改變，目前可見的「霹靂布袋戲」有錄影帶租售、有線電視系統、衛星電視播送等方式，預料更能藉由同人誌、戲偶收藏、電影、網路、電子遊戲、行銷代言等來拓展更新的視野，進而成就屬於台灣的迪斯奈事業。

看到布袋戲從傳統找到創新，在台灣這塊土地持續其生命活力，令喜好布袋戲的我感到欣慰。相反地，卻也常聽到產業的老闆如是說：「台灣工資過高，生產成本已不具競爭力，遷移至大陸似乎為必行之路」。事實上，並非所有產業都適合遷移到低勞動成本的國家或地區，若是勞動成本占總成本比率較高，運輸成本偏低的產業，則較有成本遷移的誘因。然而，若上述的條件不存在的話，把生產線留在相對生產成本高的國家或地區則並非不智之舉。

很多企業往往只看到低勞動成本國家或地區所能提供的成本降低效果，就貿然整廠輸出、關廠出走。但天下沒有白吃的午餐，成本遷移雖著實吸引企業，卻很可能需付

資源應用最佳化與創新研發等跨地域的觀念與作法，是更有助於公司的長期發展，反而比工廠外移所省下的成本還高，日本企業把產能高、附加價值大的產品留在國內製造，強化「Made in Japan」的顧客認同感和品質價值，實質工資卻不升反降，即是絕好的例子。而這一股「日本第一」的熱潮也帶動「台灣精品Made in Taiwan」、「台灣第一」的輸人不輸陣氣勢。

傳統企業要生存是不得不做些改變，是應該跳脫守舊思維和改變固有經營，但改變、創新並不是要否定過去，因為即使否定過去也不會改變什麼，但卻不應停留在過去的輝煌回憶裡。「老舊的衙門要發出多大的聲響，端賴你用多大的力去撞擊」我認為改變是美好的事情，是重要的事，企業因為有了改變，才有更好的商業價值。如此求新求變，提升本身競爭力，柑仔店變成便利商店，立可拍變成大頭貼，老人茶變成茶飲店和咖啡店，傳統便有了新生命、新的商業價值，企業利益自然可期。

這年頭，「愛台灣」人人喊，但台灣錢不再淹腳目，台灣人的財富從彼此互通有無、慢慢流失到加速惡化、傾留台灣、疼惜台灣，何不從自己企業做起，加強產業競爭力，根留台灣。想想，舊厝翻新，也能在原地展現新生命、新風華。（本專欄作者現為中華救災地緣暨ERA救災國際顧問組織亞洲區負責人，中華成本管理學會理事長；www.expense-reduction.net，era@era-tw.com）