

# 理財周刊 <利潤先生開講>

## 97年1月17日 ERA Taiwan 剪報資料

五專電機系畢業的方董，看著眼前色彩奪目的螢光魚說：「我要讓我的魚永遠游在沒人到了的藍海。」

為了擺脫傳統水族館的削價競爭，他投入數億元，把螢光基因植入魚體內，獨創螢光魚，不僅登上《時代》雜誌的最酷發明，也從傳統的水族貿易商搖身變成海洋生技公司。

螢光魚的問世讓方董的公司業績直線上升，較之前成長3倍，除了讓螢光魚不孕，以防

所穿的棉質衣物破得快，若是能用帳篷帆布來做衣服，就耐用多了。

言者無心，聽者有意，李威聽了進去，真把帆布做成服裝，試賣後成了熱賣品，進而向帆布商大量購布，還增添口袋，便於淘金者放工具和礦石，大受淘金者歡迎。李威乘勝追擊，經過反覆改進，不斷擴大生產，成就了不僅礦工愛穿，連年輕人都喜愛的「牛仔褲」，逐步風行全世界，幾年就發了大財。

讀了上述例子，你心中的反骨因子是否被啟動了，也

利潤先生開講



## 勇於反骨 獲利桃花源

(本專欄作者是中華穀業總經貿ERA穀業國際顧問組織台灣區負責人、社團法人中華成本管控學會理事長；暢銷著作：《贏出利潤—企業推土機與堆高機》；www.cra-tw.com; era@cra-tw.com)

文·葉益成

同業繁殖外，他又以基因培育海水魚，他說：「要不斷創新，才不必擔心被人趕上，他不但要改變魚種，也要改變命運。」

把本來平凡無奇的魚類，透過創意與科技的結合，方董的專利生態桌更實現人們可以一邊喝咖啡，一邊賞魚的閒情逸致。

他的一再反骨、創造話題，成就公司高達6成的毛利率。研發策略則以初階、中階、高階產品同時進行，使高階商品在研究階段，初階產品就可以在市場推出。

19世紀初，俄裔美籍婦女依黛觀察各型各色服裝的特點及人體特徵，因對當時的女裝業不滿，率先扛起反叛大旗，衝撞婦女習以束胸的美麗定義：胸部平坦。她思考突破傳統，解除束胸帶給婦女的痛苦，折中地使用一副小型胸罩來代替捆胸的束帶，然後在上衣胸前縫製兩個口袋以掩飾乳房的高度。

如此，一定程度的解脫婦女的束胸之苦，新服裝一時成為暢銷貨，更促使她進一步開創了胸罩的歷史。依黛不管舊的道德觀念和當時的社會是否接受，她不計一切後果，以她的設計公開向傳統挑戰，幾年間銷售額和公司規模，驟增數十倍之高。

同樣的，德裔美人牛仔褲發明者李威隨著淘金人潮到舊金山淘金，淘金不成，便做起淘金者的日常用品生意。有一天，有位淘金者來店買東西時感嘆：淘金者爬山搬石，

想來個反骨求創新，賺取高利潤？掌握以下原則，你也可以：

① **走路找人煙稀少處，才能再見桃花源。**市場是由供需所決定，即使珍貴的寶石和絕世的好畫作，到了供過於求的地步，也就不值錢了。不管是提供產品，還是勞務亦是。一般而言，從事某種事物的人一多，就很容易造成供過於求的局面。

② **選擇合適的時機。**好的東西，若生不逢時，則難為消費大眾所接受。清涼的比基尼泳裝和內衣外穿若是在更早以前，是不是能依舊引領風騷、蔚成潮流，仍是一大問號。要反傳統，只有當舊傳統讓大多數人感到受約束、煩悶、不舒服，並想拋棄，才能收事半功倍之效。

③ **市場調查。**不管是開工廠或店舖，都要看清自己生產或經營的產品所處之市場前景和規模，了解競爭對手有多少、市場飽和度如何。要反潮流，反得安全，首先是要率先從事市場有需求的行業，但這便需要對市場做深入了解，做好市場調查。

④ **大膽假設，小心求證。**如果「現有的一切都是可以被挑戰、取代、拋棄」，那麼你的思維就能奔放，動作就會變大膽。例如，男人也可以穿裙子？西瓜為什麼不能是方的？女人不留長髮，光頭也很美等等，檢視和求證的內容，應該涵蓋：是否新產品對他人更有用；社會現今對新產品的接受程度如何？