

## 敲開未來之門 ⊙ 蘇家嫻

瀛苑副刊

創新的事件或發明席捲並加速改變我們日常生活的全貌，這些改變或突發事件衝擊我們的生活，「變化」代表著不是確定、不可預知，令人期待又畏懼。但可知道你的身體不是七十五兆個細胞的集合體，這些細胞隨時都面臨身體外在溫度、濕度、光線、聲音、氣壓等等的變化，每一秒鐘身體都在應變，都循著某一規則試圖達到一個新的平衡。當我首次聽到第二曲線這個名詞時覺得非常奇怪，當我看見這本書（英文版）封面的曲線圖時，不禁有種似曾相似又恍然大悟的感覺，原來這是一本在討論如何在變化中達到「平衡」的書，一如這本書副標寫的 Managing the Velocity of Change。

第二曲線的基本理論是源自於未來學大師艾文·拖弗勒（Alvin TofK?fler）於1970出版的未來的衝擊，他指出：社會面臨快速而激烈的變遷，造成新需求、新消費型態、及新的產業結構，在此狀況之下，舊消費型態及舊產業結構中佔有優勢及利基的企業組織，若不能尋求變革，以在新消費型態及新產業結構中繼續取得優勢及利基，則將可能被淘汰。1980艾文·拖弗勒又在第三波這本書中提出：任何趨勢——不管多強勁——都不會永遠呈一直線，這些趨勢到達頂點後，就會爆發出新走勢。目前工業主義已漸走向滅亡，「新文明」正在掘起。這所謂的「新文明」，新的生活型態，在費絲·波普康（Faith PopK?corn）1990年出版的爆米花報告，及隨後在1996年出版的新爆米花報告中，已有較清楚的勾勒。

對於趨勢的解讀，個人非常喜歡林志鴻博士在亞洲經濟大趨勢序文的標題：讓您的決策過程多一個變數——趨勢。趨勢不是一天造成的，我們不能只坐在辦公桌前焦慮新文

明的潮流趨勢，等待被這股巨流所淹滅，積極的將趨勢納入思考組織江及就導向看。入的組織江及就導向看。

## 一、掌握趨勢

趨勢是。可以預測的，而成功的。是及早發現趨勢而能運用。趨勢的開放。對國外大者為優的訊息，才能。趨勢的開放。對國外大者為優的訊息，才能。趨勢的開放。對國外大者為優的訊息，才能。

目前有多所國立大學的早已在寒暑假針對「中學生」開設各。目前有多所國立大學的早已在寒暑假針對「中學生」開設各。

由於業務，我和學生們一同工作，不。是上而。在對新時等的。由於業務，我和學生們一同工作，不。是上而。在對新時等的。

## 二、建立風格

哈佛之所以為哈佛，劍橋之為劍橋，並非只是他們的名字。故。當每個人都渴望某一個產品時，其中必有緣故。新文。明強調個人化、特性化，因此，未來產品的新文明將比任。何其他特性還來的重。要。淡江要。想在新文明的世界中持。續。成長，更為卓越，那麼讓世界知道並認同淡江的風格，將是未來生存一決勝負的關鍵。

假如，淡江的特色是在未來學的研究，是在國際化、資訊化，是在研究並掌握趨勢，那麼教導學習如何透過資訊化蒐集全球最新的資料，整合這些資訊，提供消費者自己想。要但還不知道的事物；即教導學習如何掌握趨勢，是淡江。大學的風格。那麼淡江今日的課題便在於，如何製造出。具有這品牌風格的產品——學生，製造出「掌握趨勢的淡江人」。

### 三、消費者本位

九0年代，能真正贏得消費者忠誠的秘訣將視你能提供消費者什麼特殊的服務。服務，除了產品的連帶服務之外，更包括產品以外的服務，例如對忠誠顧客的特殊折扣。本校擁有為數眾多的校友，但多數的校友在踏出校門後便不知去向。以我在國外所見，大學為一最高教育學府，應定位為一個能提供終身學習、永遠成長的機構。

若能將「校友」重新定位為「終生會員」，提供校友們在職進修的課程，使得他們在自己的職位上能獲得進級升遷的機會，或針對平日生活中個人可能遭遇的夫婦關係、子女教育、人際關係、身體保健等等問題提供講座課程，甚至可按個人需要提供個人生涯規劃課程及協助，並給予特殊折扣，再透過本校在資訊化發展的優勢，讓校友們能透過網路，隨時取得的與母校的聯絡，獲得我們所提供的服務，則將吸引更多的「會員」願意加入我們的大家庭中。

#### 四、極端思考法則

考慮公私立大學數目急遽增加，教育部開放對國外大學與大陸大學的認證，以及大學學費持續上漲等等不利因素，假若有一天，淡江面臨如同現在某些高中高職招生不足的壓力時，我們的發展空間在那裡？將問題推向最極端黑暗的的可能性，再回頭來找答案，幾個值得思考的方向如下：

1. 成為大學教育的中間人，成立仲介申請國外大學與大陸大學入學的專業機構；讓有較高消費實力，想體驗國外大陸大學生活，學習外國語文，或擁有較低消費能力，想到大陸大學（或相當消費的國家）完成大學教育者，皆能透過淡江完善的服務，達成心願。

2. 在今日企業全球化市場的趨勢，作為世界公民的一份子，我們可考慮透過資訊網路成為一所另類的空中大學，聘請全球各地的知名專家學者開設課程，透過本校的資訊系統將我們的課程向臺灣、東亞、甚至是世界傳送，使得淡江的高等教育做到真正沒有圍牆、沒有距離、沒有國界限的地步。

以上是將問題推向最極端黑暗的可能性，再回頭來找答案，您的解答呢？

就如「第二曲線」英文版封面的曲線圖所示，當面臨環境快速激烈的變遷，原來為支流的新文明正逐漸成長茁壯成為主流，在此狀況之下，舊文明中佔有優勢及利基的企業組織，必需能配合的新文明前進的方向及步伐，才能在產業結構中繼續取得優勢及利基。但何時是進入第二曲線的時機呢？或是英代爾（Intel）總裁葛洛夫（Andrew S. Grove）在其著作10倍速時代一書中所謂「策略轉折點」呢

？或者這個分際點根本不存在。

其實，為適應環境以求得繼續生存生長的變化消長曲線，每天、每分鐘、每秒鐘都在我們的身體中不停地上演著，每一個活著的生命都是在瞬息萬變的動態變化中能達到「平衡」的高手，這也可以解釋為什麼向消費者（潛在消費者）求取資訊——顧客導向，甚至自己生命的深處求取解答——心靈成長，成為今日開啟未來新文明巨門的一把金鎖匙。（本文作者現任本校營養師）