

「新事業・新商品」序

余阿勳譯

歐美各國，新開發的產品，在一兩年內就在日本大量生產，變成一項新興的事業。有些新興事業，只要海外開始嘗試，日本就緊跟着試驗成功，尤其在最近數年內，這種風氣發展得更為蓬勃。

有些商品在日本大為暢銷，主要是獲得外國的技術或新構想之後，再加上改良，而發展成巨大的事業。像這種實例不勝枚舉，但它的背景不外乎下列幾項：

一、日本的產業，經過六十年代的高速度成長期後，各部門已達到近代化，並具備相當的技術水準和綜合生產力。

二、隨着國民所得水準的顯著提高，歐美先進國家的生活方式已在日本定型，社會上對於高度的產品或工商服務，已普遍能接受。

三、日本各種事業，未具備巨額研究費用的能力，因此輸入的技術或構想，遠比自主的開發來得大。

諸如此類原因，無不構成日本產業迅速發展的風潮。

到了七十年代，產業界已提高附加價值，而朝向經營多角化的方向迅速邁進。

日本工業新聞從一九七二年十月開始增加「明日的產業」項目，每週增刊一次「海外新商品」專欄詳細介紹歐美各國新興的事業或新產品，這就是爲了滿足產業界情報的需要。

自從這項專欄連載以來，經過一年兩個月，總共發表六十篇有關這方面的文章，我們應廣大讀者的要求，特予收集出版。

如果加以分類，則以近年來發展最爲迅速的電子工業佔最多，其次是 do-it-yourself 型的餘暇產業、公害防止、情報關連、流通服務、健康、海洋等等，這種產業大半都是靠多角組織而成立的。

×

×

×

自從在報上登出這項消息以後，我們接到無數讀者的電話和來信，打聽有關內容。

事實上，也附帶給我們帶來許多困擾，譬如我們需要海外的有關資料，總得盡心思去索取，一旦向有關企業打聽，回答都是「未到公開的階段」，可見歐美企業的「秘密主意」還是十分濃厚的。我們的材料來源大致自三方面。

△有關各專門產業的新聞、雜誌，譬如電子工業新聞等，還有世界樣品情報，也是有用的資料。

△日本貿易振興會所收集的情報，也給我們不少益處，我們靠這項情報向海外各項企業打聽商量，然後從日本有關企業獲得補足的材料。

△各國駐日大使館也常提供我們各種資料。

借此機會，我們向各有關方面深表謝意。

×

×

×

因爲我們的報導也促進國內同樣典型的新事業誕生，譬如快速修理業、日用品專門店、廣告業等等，各種行業從小規模開始，漸漸發展到很可觀的事業。

值得特別一提的就是，即使在歐美國家中受歡迎的新事業，直接輸入日本，却未必適合發展，如果加以一

番構想和改造，也往往會獲得成功。

日本經濟隨着石油危機，正面臨很大的轉變期，各項事業不得不朝向更高的境界去發展和經營，在歐美新開發的各種商品或新事業，多少能帶給我們一些參考價值，所以我們希望讀者活用本書。

日本工業新聞社總編輯

正木毅

創造新觀念

——「世界的新事業新商品」譯後

余阿勳

一九三一年五月五日，日本松下電器舉行第一次創業紀念大會，該公司董事長松下幸之助在會上告訴全體職員說：

「所謂企業，其實就是自來水哲學，自來水是經過加工的、有價值的東西，今天如果有人偷取有價值的東西，必會受到處罰，可是如果有人轉開路邊的自來水栓，讓路人大量地偷喝了自來水，即使有人指責他們犯法，却不是為那些被喝掉的水而指責他們，何以呢？因為自來水太便宜的關係，為什麼會便宜呢？就因為生產過於豐富，等於無盡的寶藏一樣；這裏便出現我們做為一個實業家、生產者的使命問題，我們要把所有的生活物質大量地開創出來，使它像自來水一般地源源不斷，也使它像自來水一般地廉價，俗語說：『百病不如貧病』，其實貧病是可以征服的，松下電器的真正使命便是在生產，使物品變成無盡量，使大地變成人間的樂土。」

從以上這段演說詞中，我們可以看出松下的思想與表現力；他的觀念讓人易聽易懂，而且深植在現實生活中，他這種觀念與胸懷，在後來松下主持的 P.H.D. (Peace and happiness through prosperity) 「靠繁