

# 想像立新

要在現今知識型社會脫穎而出，創作力及想像力愈見重要。愛因斯坦曾說：「想像力比知識更重要。」落實創意，進行創新，是在全球一體化下提升個人競爭力的不二法門。以下是紀文鳳對中大商學院學生的發言摘要。

為什麼要和大家討論想像力呢？因為進入二十一世紀，這將會是個知識型經濟的時代。

我們經常聽到知識分子這名詞，其實知識分子是不易做的。你要運用智力腦筋去研究，經過反思作出推測、質疑及辯證。我們大部分人，包括我自己在內，都只是「知道分子」。因為在制度化的教育下，我們只會成為「填鴨」，但求填滿知識。不過，現今是數碼年代，出生在八十後的都是「新知道分子」。他們是Y世代，由互聯網陪伴成長，習慣利用手提電話或電腦上網來搜集資料。

## 想像比知識重要

當大家都有平等的學習機會，或是大家的學識水平都相若時，個人要怎樣才能與眾不同、脫穎而出？愛因斯坦曾說：「想像力比知識更重要。」想像力的定義是用自己的腦袋，構想出一些以前從來沒有出現過的影像。

想像力有三個很重要的凝塑力量，第一是民族，從小時候開始到長大成人的表述，即是你自身的民族背景。第二是成長的環境，換言之，你的想像力會從你對世界及其他人的看法中反映在來。第三是個人修養關乎你的處世態度。我們要有好奇心，做事要有熱誠，如能堅持下去，就有機會突破



紀文鳳（左）表示，二十一世紀將是個知識型經濟的時代；右為陳志輝。



要在知識型社會中脫穎而出，落實創意、進行創新是不二法門。

和達成目標。

假設你們要設計一個售賣手表的廣告，吸引消費者的注意，引起他們購買的動機欲望，你們可能以準時、特別功能、製造的國家或款式作賣點。但這是不夠的，因為我們很多時需要以情感訴求來感染及觸動觀眾。大家是否記得梅艷芳為鐵達時拍的廣告？你會發現，廣告從頭到尾都沒有提到手表的品牌。我十分欣賞這個廣告，它的經典之處在於：第一、沒有硬銷手表；第二、沒有硬銷品牌；第三、它採用了一種感性的手法來表達「時間」。

創意不會因為你突然坐下進行空想而降臨。它的產生有賴你平時不斷地構思。另外，創意須要有限期，在很多情況下，好意念是被限期逼出來的。創意是尋求新意的第一步。你要把一樣沒有人看過、用過、做過的東西創造出來。創意的過程並不以得出一個意念作為終結，而是新構想的開始。

## 落實創意 還需創新

有了意念，還要創新。如果我們不懂得捕捉，便會錯過很多新意思，最後空手而回。創意和創新是相輔相成的。星巴克（Starbucks）是一個很好的例子，它的構思是一個獨立、新穎、適當、有用的意念，把喝咖啡融入生活文化當中。它的價

值在於為顧客帶來「第三個地方」（third place）。這個地方是一個悠閒的所在，一個除了家及學校或辦公室以外你可以流連的地方。

創意產業化非常重要。它的落實需要計劃、目標、對象和資源。各行各業都需要創意，尤其是在這個如此令人擔憂的經濟時期。想像力和創意是每一個人的競爭力，代表了高增值、高知識、高回報的行業。官方訂定的創意工業有十一種，包括廣告、建築、藝術品、古董、設計、數碼娛樂、電影錄像、音樂、表演藝術、出版、電視及電台等。這些行業結合了文化和藝術，被界定為開拓及利用創意、技術及知識產權的經濟活動體系。

意念是怎樣來的？舉例說，北京奧運的吉祥物福娃創作靈感肯定來自「福」字，五個福娃意味着五福臨門，又能代表奧運標誌的五環。五個福娃的名字分別是貝貝、晶晶、歡歡、迎迎和妮妮，分別象徵了奧運聖火、魚、熊貓、藏羚羊和燕子，各以五環的其中一色為主，造型極富中國民間藝術氣息。這支隊伍擔當起奧運使者的任務，把繁榮、歡樂、熱情、健康和好運這五種幸福，以及和平、友誼和進步的奧運精神帶到全世界。大家知道貝貝、晶晶、歡歡、迎迎和妮妮這五個名字有什麼意思嗎？它們的普通話發音串起來就是「北京歡迎您」，你說多有創意！

大家有想過為何福娃有五個，而不是一個或三個嗎？這是因為中國人既貪心而又頭腦精明之故。我便曾經成為這種精明頭腦的「受害者」。2008年春節前準備到外國探望朋友，順便給他們買點奧運紀念品。選購福娃時，發覺一買便須買全套五個。換句話說，你要花的錢也就多了（眾笑）。

## 想得到要做得好

我的創作世界中有一位偶像（ICON），他是蘋果電腦的創辦人Steve Jobs。他的產品雖很少，但非常精美。他的設計除了方便使用者外，他與使用者之間亦有情感的交流。他懷有夢想，而且每個夢想都能夠衍生出一系列的產品，好像iPod及iPhone等。創作需要熱誠，還要有聰明的頭腦。兩種條件兼備，才能成為成功的人。Steve Jobs是一個領導者，永遠走在群眾前頭。他另一個異於常人的地方是感性，而且非常敏銳。他偏重美學多於理性，因此產品美而實用。

*A Whole New Mind*（台灣翻譯書名為《未來在等待的人才》）作者 Daniel Pink 認為「知識不再是力量」，感性才是力量。他說左腦優勢的時代已經過去，未來的機會將留給用右腦思考的人，因為世界的發展已由資訊年代進入意念年代。

阿里巴巴（1688）主席馬雲是一個非常有創意的人，說話充滿熱誠。他鼓勵青年人「不要認為自己做不來便不去做、不去想；想得到，就一定要去做；不嘗試、不行動的話，永遠只會活在想像中」。最後，我用一句我認同的話作結，「想得到，做得好」，想像力就是你們的競爭力。

嘉賓：紀文鳳—新世界中國實業項目有限公司董事總經理

統籌：陳志輝—中文大學商學院副院長（本科課程）

整理：鄧婉珊 梁後養

筆錄：張靈軒



中大BBA網址：  
<http://www.baf.cuhk.edu.hk/bba>