



# 產品標準化 被迫跟大隊 按需訂製 拒絕一模一樣

「慈母手中線、遊子身上衣」。1970年前，大部分衣服都是自家製，或找裁縫縫製。1970年之後，「成衣」(ready to wear)由於可以大量生產、價格降低，各類尺碼齊備，大部分人都即買即穿。成衣是標準化的產品，同一款式的衣服件件一樣。這種標準化的生產方式，由服裝推廣至其他家居用品以至飲品、食物，便是現時流行的快餐、即食麵等等。

## 個人遷就產品

標準化的後果是，產品只適合「一般人」，太肥太瘦，太高太矮，或手長腳短的人，便不易買到合身的衣服，訂做價錢又貴。自家製的食物，往往比標準化的快餐，貴幾倍至幾十倍。結果是個人遷就衣服，不是衣服按照個人的需要而縫製。大多數人的身形亦逐漸標準化，不符合標準的，被「迫」要瘦身或健身。

化妝品標準化生產後，人們連樣子都變得差不多，個個都追求「美白」，是真的因為美白是美的標準，還是要跟大隊？連文化產品，例如電視劇、電影、歌曲、小說等等，都受標準化的影響，而變得一式一樣時，人人的喜好、話題，乃至性格都變得標準化。社會學家都跟隨馬克思，把這種現象稱為「異化」。

## 有訂單 才生產

這個趨勢在1980年代後有了重大的改變，不是因為人們思想改變了，而是電腦、互聯網的出現，改變了生產方式。從此，生產商可以在全球任何一個角落，找到最便宜的原材料，可以把工廠搬到窮國，僱用最廉價的工人，令物品的價格不斷下降。可是，靠降價也難競爭時，生產商只好改變生產方式。

過去是做好了產品才推出市場，但產品不暢銷，存貨累積，生產商及零售商都要蒙受巨大的損失。改用「按需製造」(MOD—made on demand)的生產方式，可以減低蝕本的機會。顧客在網上訂購產品，可以順便選擇顏色、功能等等，生產商接到訂單才製造。理論上，每件產品都賣得出去，生產商不用儲備大量存貨，節省不少成



▲標準化的後果是，產品只適合「一般人」，不符合標準的，被「迫」瘦身

▶現今的成衣都大量生產，花時間編織毛衣的人愈來愈少



本。雖然不是每種產品都可以用這個方式生產，比如化妝品、電影等等便不能MOD，但今天這生產方式已越來越普遍，恍如回到昔日自家製的年代。

## 個人主宰用品

電腦和手機跟其他標準化的產品最大的分別，正是前者可以「自行設定」(customize)，意思是：每部電腦都齊備各種功能，但每個人毋須全部用上，只須按個人喜好及需要，設定桌布、背景色調等等。瀏覽器亦可自行設定「我的最愛」。你的電腦或手機便做個個人化，成為你的電腦、你的手機，而不只是一部電腦、一部手機。

「自行設定」讓用家感覺自己主宰用品，而不是給用品主宰。習慣了，對標準化的產品便會遠離。所以，MOD最

受i世代歡迎。他們不會再為一首歌買一隻CD，寧可在網上付錢下載那首歌。除非沒有選擇，否則他們一定選購可「自行設定」的物品。自家製的東西，包括食品、飾物、歌曲、自拍，越來越受歡迎，是否與此有關？  
撰文：博文

## 知識點

### 見微知著 中西菜牌見生產模式

由中餐及西餐的菜牌，都可以看出中西文化的差別。西餐比較透明，吃的牛扒是牛身哪部分的肉、有什麼配菜、怎樣烹調、是焗是烤是炸，甚至醬汁用什麼材料配製，都明明白白的在菜牌中寫明，亦容許顧客按自己的口味更改，如不要黑椒汁改燒汁……比較接近「按需製造」(MOD)的生產方式。中餐則平價菜會講明：如菜遠炒牛河，但若客人不問，不會告訴你菜遠是什麼菜，更不會讓你選擇什麼菜。至於飲宴時的「金玉滿堂」、「大吉大利」等等是什麼菜式，更要端上桌才知了！

## 通識我見

### 求穩心態 導致教育「標準化」

嘉諾撒聖瑪利書院 高三 陳家怡

在工業世界中，「標準化」的目的是為降低成本，以一式的模板、一系列的機器，製造出符合大部分人需要的貨品：不求令每位客人稱心如意，而是以最有效率的方法爭取最廣的客源；不為個別的「一百分」，只為大多數人的「七十分」。

就以上所見，「標準化」是在生產市場中提升利潤的不二法門，然而，把這概念套在教育工作上，又是否同樣如魚得水呢？

三三四學制中，最為人討論的是新加入為必修科目的「通識教育」，也是屢屢捱批的一科。課程內容空泛？教師培訓不足？這些都是令「通識科」備受批評的原因之一，但當深入分析，它對主流「標準化」思想的衝擊，才是引致學生家長，以致教師過激反應的主因。

「沒有評分準則」，接到這個消息，學生老師頓時盡失方寸，學生四出尋找「天王」的答題要訣、技巧等，老師積極擬定一套校內的評分準則。於是，考卷上又出現「模板」式答案，特定議題該出現的「字眼」、「專業詞彙」統統出籠，沒有驚喜可言，但勝在有據可依，不過不失。於是，我們在「多元化學習」、「獨立思維」等的標語中再一次看到的，是工廠式的「標準化」學習。

人們每每埋怨舊式教育使學習公式化，然而，當「革命」正要起步，我們卻死命地抓着「標準化」的救命稻草。可見，造就公式化的不是教育，而是人的心態：彷彿創意予我們的不是空間，而是使人跌出「安全網」的空隙。這種心態一天不除，要做到「獨立思維」、「多元化學習」又談何容易？



## 書架

### 喬布斯非同凡「想」改變世界

兒時參與家庭作業——小型加工廠，當年已在課餘時擔任裁衣部主管。「開料」時根據不同「紙樣」，按訂單之出口地找出合適的尺碼。美洲、歐洲、非洲各有不同的體型規格，「L、M、S」、「46、48、50」、「10、12、14」系統各異，尺碼、顏色之數量亦有不同比例。這使我早就認識了不同地域人體尺碼之差距，甚至顏色之喜好。

當時以度身裁衣為時尚。所以「裁縫」也自成一門行業。時至今日，大家都會根據不同的品牌及品牌專線，而選購最合適的衣服。

應用於生活與發明，也是源出一轍。喬布斯的成功，也是因為在IT產品上作「人性化」不斷修訂；最偉大之處便是能掌握我們這階段的願望、奢望而創造發明，雖然「鐵金剛」、「叮噠」、「職業特工」電影已提供了不少靈感，但喬布斯把這些人性化的需求落實到生活中，藉分享與APPS的創造，不斷擴展也不斷提升。

天窗出版社的《蘋果創意——喬布斯非同凡「想」創新力》(右圖)，卷首引用了蘋果教主喬布斯的名言：「創新，正是領導人與追隨者的差別所在。」「Mac、iPod、iPhone、iPad……一個名字就是一場潮流革命！」喬布斯創建的不是產品，而是令全人類興奮無比的迷戀體驗！他以「創新力」玩轉全



球，顛覆電腦、電訊、音樂、娛樂，甚至是零售業。原來「神級」創意的兩大核心就是「非同凡想」(Think Different)及「另類行爲」(Act Different)。喬布斯狂熱地以新經驗(書法藝術)、新環境(浪遊印度)、新朋友(廣結詩人、藝術家及異士)，令大腦建立原本不存在的連繫，「創新力」源源不絕，以創建其夢想的世界。

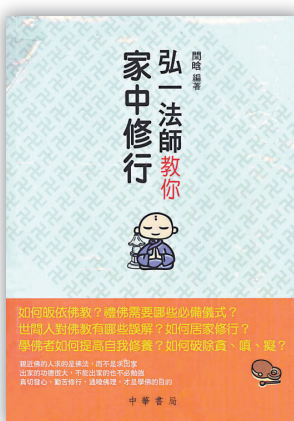
作者卡曼·蓋洛(Carmine Gallo)道出喬布斯「創新力」的核心思維，更從7個層面解構箇中法則。第一條亦是最關鍵的法則，就是要戀上「你」的工作。2005年，喬布斯向史丹福畢業生演講：「工作佔了人生大部分時間，想要得到真正的滿足感，你必須從事並熱愛心目中你認為最了不起的工作。」

該書並以真實個案說明如何活用法則：名廚如何以喬布斯設計法則擬定受歡迎的壽司食譜；雪糕店如何以蘋果式體驗提供快樂增值服務；汽車生產商如何學會簡約美學、削減過多車款品牌。不論你是主管、創業家或是小員工，這些法則都能鼓勵你的熱情、釋放你的創造力，激勵你如喬布斯般以「創新力」改變世界。  
優質圖書館網絡主席 呂志剛  
sidneylui@gmail.com

### 放下執念 超脫自我

年廿八那天，我在家中收拾書籍，將它們分門別類地存放進書櫃裡。在眾多書籍中，我最喜歡讀一些海外的中國研究。江蘇人民出版社的《海外中國研究叢書》是我收集得最完整的叢書，目前我已集齊全套，共有百多本高水平的漢學著作。每年年初，我會定下一個閱讀全套叢書的目標，每3天看完一本，但已失敗了多次，令我面對一種無形的壓力。反觀我們的一生，何嘗不是面對很多目標、標準、計劃，迫得我們喘不過氣來。年初三早上，我翻閱了閻哈編著的《弘一法師教你家中修行》(香港：中華書局，2012年)(右圖)，令我對這些人生必須面對的「目標」和「標準」，產生了一種全新的想法。

我們每個人都是背着背囊(一些標準)在人生路上行走，負累的東西少，走得快，就能盡早接觸到生命的真意。放棄實權虛名，勇敢大膽地放下。如果不懂得放下，我們面對瑣碎的生活，令我們認識不到生命的意義。彼岸人人想去，難在是放不下。弘一法師主張，世間形形色色，我們所愛的、憎的、苦的、怕的，



我們要試圖包容。它們來了，我們淡然處之；放不下，是因為沒看破。佛法在分析人生的基礎上更看破人生。看破人生實際上是對於人生價值的肯定，因為我們只有透過醒生夢死的虛幻人生，看破功名利祿是過眼雲煙，才能夠顯示人生的價值。看得破就能放下，也就不再執於小我，這樣就能步入解脫之道。

執念某些標準和目標指的是一種心境。覺悟是超脫自我的大境界，掙脫自己的執念編織的繭、超脫自我的藩籬才能真正覺悟。放棄執著的信念，無論對人、對事、對自己，都留一份反思的空間，不要把執著變成愚昧的固執，那種固執會讓你對世界的眼睛失去偏聽偏頗，失去很多。

從弘一法師的想法中，我想今年我仍會以閱讀全套《海外中國研究叢書》為目標，但不再執著一些自訂的「標準」，強迫自己3天看一本呢！

香港通識教育會 李偉雄  
henrilee@graduate.hku.hk