

逢甲大學學生報告 ePaper

創新管理

SMART CANE



作者：楊承運、陳昆廷、葉彥禎、陳正堅、林冠志、柯盈綺、鄭欣瑜

系級：企管三丙

學號：D9678869、D9646293、D9635875、D9678872、D9679279、D9679266、

D9679150

開課老師：鄭孟育

課程名稱：創新管理

開課系所：企管系

開課學年：98 學年度 第 2 學期

中文摘要

全球走向高齡化社會，老年人口的需求有逐漸增加的趨勢，基於社會關懷的角度，我們發現老年人運用拐杖，除了拐杖輔助的功能，我們認為拐杖還可以增加許多安全輔助的裝置等創新的想法，如增加 GPS 定位系統、安全反光塗料、LED 燈等等，以提升老年人口生活的安全性、並且想利用發明本產品(SMART CANE)，來拉近親子關係，使整個社會更加和諧。在研究的過程中，我們上網查詢目前全世界的社會結構，並經過小組討論，討論出我們產品概念，以及商業模式，並且透過問券調查及分析，在做報告上面的修正。最後我們特過創新的設計，想出 SMART CANE 這個產品，希望能造福社會。

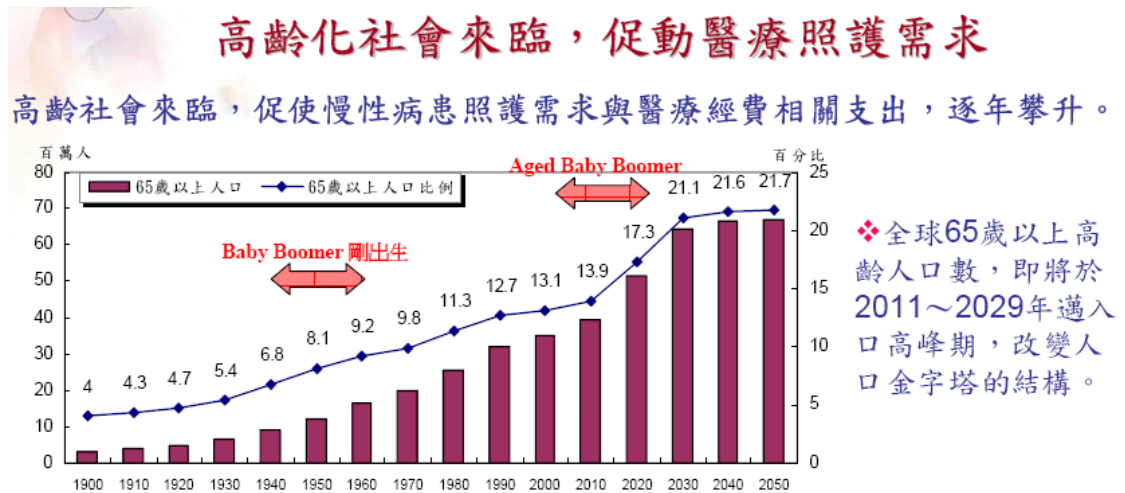
關鍵字：創新管理、拐杖、LED、GPS、CANE

目 錄

目 錄.....	2
一、 產業背景介紹	3
二、 動機與目的	4
三、 五力分析	6
四、 SWOT 分析.....	6
五、 產品介紹	7
六、 STP	8
七、 4P	8
八、 創新理論依據	9
九、 創新行動細項	10
十、 市場調查分析	12
十一、 結論.....	14
十二、 消費者問卷.....	15
十三、 心得感想.....	19
十四、 參考資料.....	23

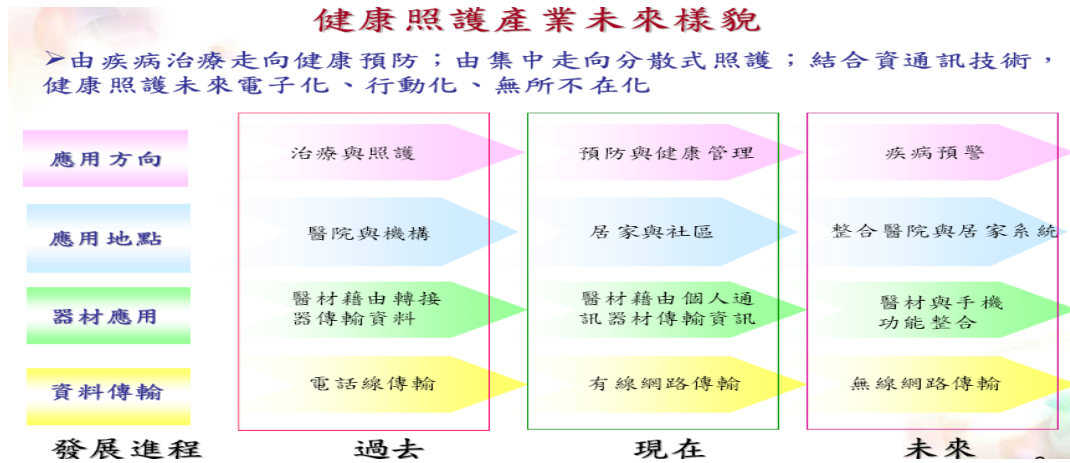
一、 產業背景介紹

世界衛生組織(WHO)將 65 歲以上的長者定義為老年人，而老年人口佔總人口比例大於 14%就被定義為邁入高齡社會，大於 21%則定義為超高齡社會；依據 2008 經建會的人口統計數字及婦女初婚及初生平均年齡推估，在 2031 年時的人口年平均成長率將首度出現負成長趨勢，預估 2020 年的老年人口佔總人口比例為 16.2%，正式邁入高齡社會，而至 2050 年的老年人口佔總人口比例將倍速成長至 35.9%。



根據資策會 MIC 的推估，往後台灣將正式邁入高齡社會，而隨著平均人口成長率的逐年下降趨勢，推估至 2050 年則邁入超高齡社會，老年人口佔總人口比例將倍速成長至 35.9%；台灣至 2020 年時，老年人口佔總人口比例將達到 16.2%，在亞洲地區僅次於日本、香港及新加坡，預估至 2050 年，除菲律賓外，全亞洲地區皆將邁入高齡社會，而有超過半數的亞洲國家將邁入超高齡社會，台灣也是其中之一。

人口眾多的亞洲是帶動全球經濟成長的動力引擎，人口結構的變遷將促使亞洲的勞動能量減弱，經濟成長與市場規模萎縮，生產與消費力都會趨緩，歐洲與日本是全球人口老化速度最快的區域，高齡化社會必然會形成不同的生活型態、帶動民生經濟與醫療福利的改變，而在亞洲國家也無法避免要進入高齡化社會之際，因此我們可以發現老年化的人口結構變動，所帶來的市場需求、生產力及消費力的改變，更應正視此發展趨勢以發展符合高齡社會的創新經濟價值，藉以發展符合高齡社會需求的創新經濟價值。



歐盟 EucoMed 醫療器材之定義

失能者使用的輔具：如輪椅、拐杖、站立支撐物、電子病床、助聽器與造口用器材等。

主動與被動式植入式器材：如支架、心臟節律器、髖部植入物、神經刺激器、胰島素幫浦等。

麻醉/呼吸用具：如氧氣罩、麻醉呼吸管路(anaesthesia breathing circuit)氣體輸送套組(gas delivery unit)等。

整型外科用具：如人工膝關節、矯正用鞋、脊髓調整器材

牙科用具：如牙科用器具與鑽具、金屬與樹脂填充物、牙刷等

電子醫療與影像用具：如X光機、掃描器、心電圖機、監測器、雷射、顯微裝置

體外診斷試劑：如臨床化學、微生物學、免疫學與基因檢測等器材

眼科用具：如隱形眼鏡、視力檢定裝置、光學鏡片、眼鏡、檢眼鏡等

手術用具：如手術刀、外科鑽具、醫用鉗具、導管、引流管、縫合線與面罩

生技產品：如組織工程來源之骨骼、軟骨組織與皮膚

醫用耗材：如繃帶、敷料與注射器等

上述各產品中，又屬拐杖最貼近我們的日常生活，所以我們以拐杖做為我們創新的產品動機

二、動機與目的

本小組有成員家中有年長者，有使用拐杖的習慣，經觀察發現，除了拐杖的輔助功能外還有其他的需求，加上上述的資料顯現未來全世界都是走向高齡化社會的趨勢，醫療照顧與老人照護的問題勢必成為關鍵的議題，加上現在人生活相當的忙碌，無法時時刻刻的陪伴在家中長者的身旁或無法長時間的注意老人的生活動態。因此如何兼顧忙碌的生活且注意到老人的動向的需求產生出來，加上上述醫療器材趨勢走向的資料顯現出未來的老人照護也會走向科技化及無線傳輸資訊化的時代。所以我們為了提供老人更安全與更貼心的服務，設計出 SMART CANE 這個產品，此產品擁有 GPS 的定位能與子女手機連線，提供即時定位的訊息，加上其他的功能如 LED 燈照明功能和緊急警報系統與結合了大眾運輸資訊的系統等等，讓老人生活更方便，無形中也將

家人的心繫的更緊。



三、 五力分析

1. 潛在競爭者：醫療看護 醫療復健用品 義肢
2. 替代品輪椅：電動車
3. 現有競爭者：各式拐杖
4. 供應商的議價能力：使用現有的產品技術加以融合議價能力應該不高
5. 顧客議價能力：加入了GPS 可以提高產品價格，讓我們走高單價的產品，
但是若沒有政府的補助，顧客可以選擇便宜的拐杖，而放棄我們的產品

四、 SWOT 分析

Strength

- GPS 結合拐杖的創新
- 用途廣泛
- 幫助子女了解老人的所在位置
- 產品提供消費者更多的安全性

Threat

- 科技的持續進步使得產品被取代
- 醫療照護制度健全

Weak

- 剛成立的新公司經驗不足
- 新公司在市場上的曝光度
- 本創新產品市場接受度

Opportunity

- 社會結構進入了高齡化社會
- 社會對老人照護逐漸重視
- 醫療器材走向資訊化

五、 產品介紹

- 產品名稱： SMART CANE
- SLOGAN： SMART CANE CANE LIVE BETTER
- 重 量：430g
- 材 質：碳纖維、矽膠、反光塗料
- 產品簡介：

生活在繁忙現在社會的我們，有多久沒有好好關心一下家中的長輩了呢？人家說：「家有一老如有一寶」，我們就要多多關心一下家中的長輩。本產品絕對是展現您的貼心與孝心的好方法。我們的產品為了降低老人發生危險的風險，特別設計了多種貼心的設計，提升老人的安全並將子女與老人的緊緊在一塊。產品內含的 GPS 定位功能，並且與子女手機連線，如此一來可以輕易地得知使用者的位置，若使用者走失或者迷路皆可以馬上鎖定位置。在夜晚時，使用者想要上廁所、上下樓梯，可以照明使用者可以 LED 燈照明系統，指引道路，不再特別去開燈，降低風險。如遇緊急狀況如忽然的頭暈，產品擁有緊急按鈕和通報系統保障使用者之安全。當夜晚時，拐杖的反光塗料，可以讓後方的車輛等注意並清楚看到使用者。

六、 STP

區隔變數：人口統計變數、教育程度中上、所得水準中上。

我們這組認為教育程度中上住中、所得水準中上的人通常較注重老人照護與有多餘的錢去買醫療器材的用品給家中的長輩使用。

家庭型態：家中有長輩

目標市場：充滿孝心且關心家中長輩安全的消費者。關心家中長輩的人家裡有老人的家庭(不一定要住一起)

市場定位：購買產品除了提供老人更安全的生活也能將子女的感情緊緊相繫，展現出子女的孝心。

七、 4P

● PRODUCT

材料：碳纖維

扶手部分是矽膠

色料需要用反光的材料

【產品特色】

1. 超輕量，收納後只有 60 公分長，方便收納及隨身攜帶。
2. 柔軟的矽膠握把，感溫開機系統
3. 專利設計 LED 燈結合光感應系統在光線不足的情況下自動開啟 LED 燈，在晨起，夜出，登山不僅看得見前路，也讓別人看得見你。
4. 超美麗染花色，各種顏色隨機出貨，讓您風華再現。
5. GPS 定位系統
6. 杖身使用反光塗料，讓使用者在夜晚時，燈光的照射下，能夠反光，讓使用者安全性大大的提高。

【產品規格】

1. 尺寸：80-100 cm
2. 材質：碳纖維外覆矽膠桿頭，碳纖維桿身
3. LED 燈壽命長達 10 萬個小時，可連續使用 12 個小時

● PRICE

目前的汽車 GPS 導航系統，價格較便宜的約 3000 元上下，市面上的多功能拐杖價格約為 500~600 之間，我們的產品有 GPS 的定位功能，但是沒有導航的系統，還有取多附加功能，加上市場調查，大部分認為售價為一千到三千之間是比較能接受的價錢，故定價為 2300 元。

● PLACE

醫院地下室都會有醫療器材的專賣店，受訪者調查結果顯示，多數的拐杖產品都是由醫療器材專賣店購得，因此可以在那邊做販賣的動作。

醫院及老人安養機構配合：可以推銷至老人機構，可以告訴他們，GPS 定位時可以方便在老人散步時，可以讓他們清楚知道老人的位置，在緊急情況發生時，如心臟病發、中風、跌倒意外等等，我們的老人家即可按到緊急通報鈕，即刻通知相關單位迅速處理，已達到提升子女關懷長輩及醫院照護病患的品質。

● PROMOTION

配合醫院打廣告：可以與醫院配合，張貼產品的宣傳海報或請醫生建議等等

八點檔置入性行銷：通常看八點檔時間是一個家庭聚在一起的時分，將本產品推入八點檔去置入行銷，可以塑造買本產品給老人使用，是一種充滿孝心的行為。

八、 創新理論依據

延伸創新
無

降低創新
GPS 導航的功能→單純使用者座標的定位

合併創新
LED、GPS、反光塗料
大眾運輸資訊系統結合、與子女連線、感應系統、緊急通報鈕、光、熱感應



逆向創新
拐杖輔助的功能→子女情感的聯繫

轉移創新
將 GPS 轉移到拐杖使用者的定位

改變創新
無

九、 創新行動細項

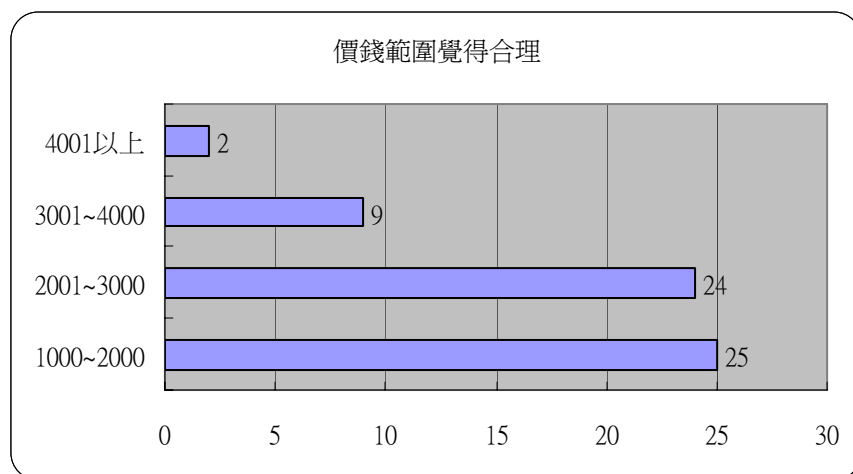
創新行動	細項	說明
降低創新	GPS 導航系統簡化至單純的定位系統	有鑑於老人在學習新事物能力較差，所以我們把原本的 GPS 導航系統簡化成單純的定位系統，只幫助子女知道使用者的方位，在使用者失聯時，可以快速的知道使用者的方位在何處。

創新行動	細項	說明
轉移創新	GPS 導航系統轉移至拐杖的定位系統	以前的 GPS 系統本來是軍用的系統，轉換成現在民生使用的汽車導航系統，我們在把他轉移到拐杖的使用。

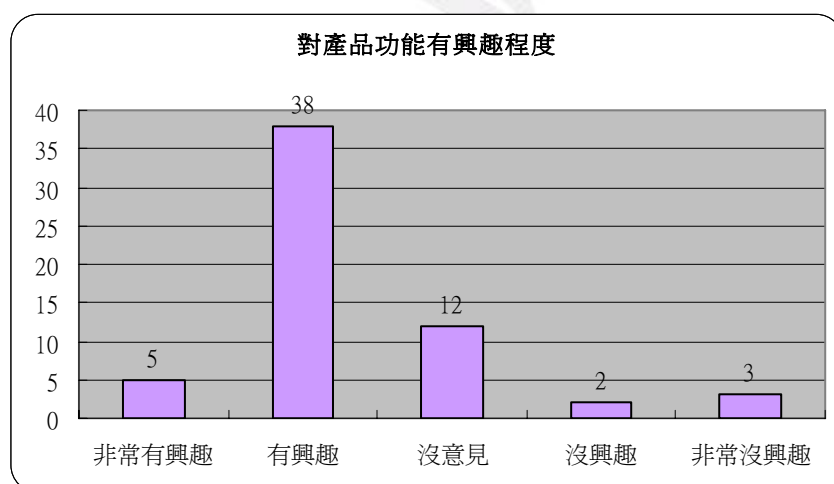
創新行動	細項	說明
逆向創新	拐杖的輔助行走功能到子女感情的聯繫	以往的拐杖功能，通常就只是輔助老人行走，現在我們推出的 SMART CANE 多了 GPS 系統與使用者子女連線，除了生硬的輔助行走的功能外，又多了子女情感的聯繫。

創新行動	細項	說明
合併創新	拐杖結合 LED 燈	有鑑於老人在可能夜晚會起床上廁所，如果還要特別的去開燈，可能會增加跌倒的風險，所以在拐杖上加裝 LED 燈，可以幫助老人行走的時候照明，因為了走一段路去開電燈跌倒的風險。
	拐杖結合 GPS 定位系統與子女連線	以往的拐杖，同常都以幫助使用者行走之用，再加裝 GPS 定位系統之後，拐杖可以與使用者子女連線，幫助子女了解，家中長者的動向。
	與大眾運輸系統結合	各縣市政府，積極在推動 65 以上老人免費搭公車的行動，GPS 與大眾運輸系統合作，可以透過語音，告訴等待公車的人，何種公車即將進站等資訊。
	反光塗料	在拐杖的杖身使用反光塗料，可以讓汽機車更清楚的看到，路上有人在行走，增加行人的安全性。
	警報鈕	警報鈕結合拐杖，能在使用者有緊急或危險的狀況下，按下警報鈕，能通知附近醫院與使用者親人，以達到緊急救援的任務。
	感應系統	有感光跟感溫系統，感光系統能在光線不足之下自動開啟 LED 照明，感溫系統則是自動開啟拐杖裡面的電子裝置。

十、 市場調查分析

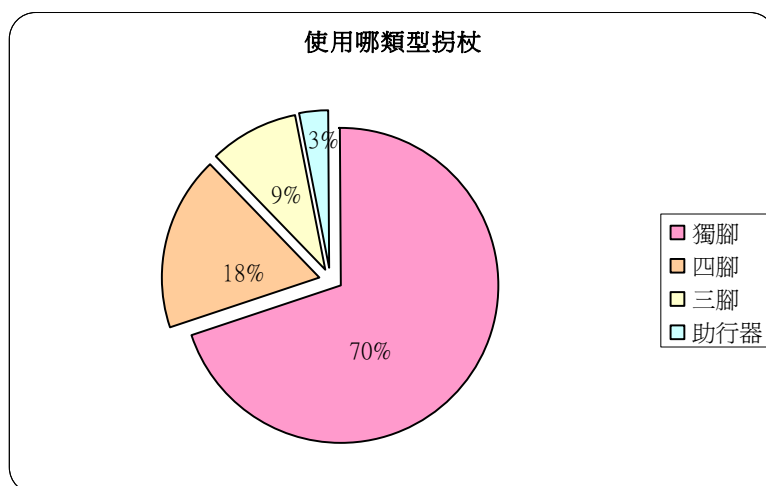


問卷樣本數總共 61 份。在產品方面，其價格市場調查的結果可發現有 41.7% 的受調者認為 1000 元~2000 元是本項產品合適的價位，而約有 39.3% 的受調者則認為 2000 元~3000 元是他們可接受的價位，另有一部分受調者約佔 18.3% 則以為 3000 元以上對他們為合適的價格，因此可從這邊了解到使用者對於本產品的定價方面接受度不低，不會因為價格比其他的同質性產品高，而降低其購買意願；受調者對本產品價格位於一千元到三千元之間的滿意度，約有 81.7% 的受調者選擇這個選項，由此可見消費者對於本小組之產品定價的價位沒有排斥。



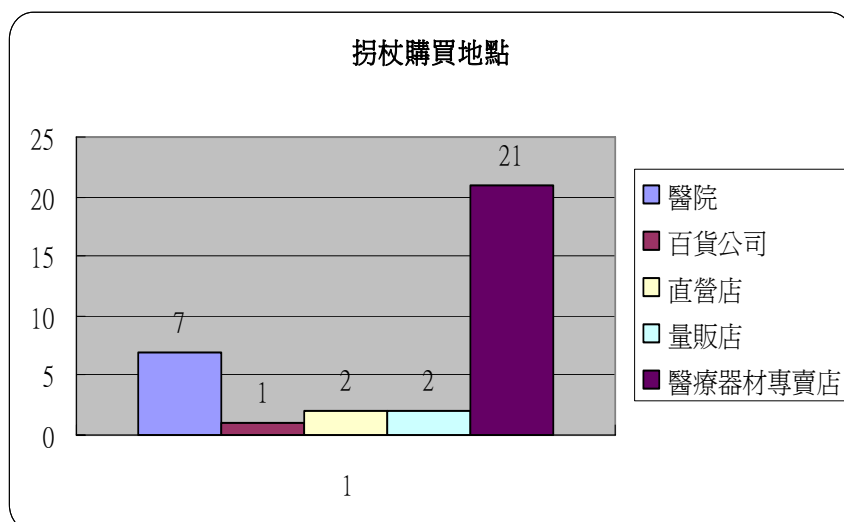
第二大部分為調查消費者對於產品的態度，結果顯示大部份的受調者會對於本產品強調關懷照顧老人的功能有興趣，少部份受調者沒有習慣主動碰觸產品的習慣故對於本產品無興趣，本小組討論後，決定此小部分的市場作出區隔，專注在對產品有興趣的客戶上就好，所以行銷策略方面多採取主動關懷的行銷手法。

例如：配合醫院打廣告：可以與醫院配合，張貼產品的宣傳海報或請醫生建議等，結合通信業者打廣告以加強廣告曝光度，像八點檔的置入性行銷：通常看八點檔時間是一個家庭聚在一起的時間，將本產品推入八點檔去置入行銷，可以塑造買本產品給老人使用，是一種充滿孝心的行為，來提升消費族群的購買意願。



受調者實際購買過的產品，獨腳的拐杖 23 的人使用，占了使用拐杖人數的 70%；四腳的拐杖有 6 人使用，占了 18%；三腳的拐杖有 3 人使用，占了 9%；助行器有 1 人使用，占了 3%；另外有 28 個老人未使用任何助行工具，佔全部受訪者的 46%；因此本小組產品研發的方向往獨腳的拐杖研發可配合老年人的需求作不同的用途。顧客只要用內含的聲控 GPS 功能，如此一來可以輕易地得知使用者的位置。

以上的數據再加上未來高齡化的社會來臨，再再說明本拐杖相關產品需求是可期待的，我們的產品為了降低老人發生危險的風險，特別設計了多種貼心的設計，提升老人的安全並將子女與老人的關係緊緊在一塊。本小組的行銷策略為持續增加曝光程度，因此當消費者有需要的時候，就能馬上聯想到 SMART CANE 的產品，期待日後能做到產品線的延伸，讓所有的拐杖都加裝我們貼心的功能，替公司創造另一波的銷售佳績。



受訪者調查結果顯示，多數的拐杖產品都是由醫療器材專賣店購得，通常醫院地下室都會有醫療器材的專賣店，因此可以在那邊做販賣的動作。

醫院及老人安養機構配合：可以推銷至老人機構，可以告訴他們，GPS 定位時可以方便在老人散步時，可以讓他們清楚知道老人的位置，在緊急情況發生時，如心臟病發、中風、跌倒意外等等，我們的老人家即可按到緊急通報鈕，即刻通知相關單位迅速處理，已達到提升子女關懷長輩及醫院照護病患的品質。

十一、 結論

以關懷的角度出發，本小組觀察到拐杖除了輔助老人家行走外，還有一些需求是未被滿足的，所以我們特別設計 SMART CANE 這個產品，使老人的生活更加便利外，還能拉近親子關係。世界進入了高齡化社會，醫療器材走向電子化資訊化，因此本產品也跟上了時代的腳步。在做完了問卷之後，我們得知消費者對產品的滿意度都認為有興趣、消費者能接受的價錢約為 1000~3000 元了、購買地點大多都是在醫療器材專賣店等等。這些訊息使我們了解到消費者真實的感受，也提供了我們一個機會更貼近消費者的心，最後希望本產品能讓這個社會更和諧、處處有溫馨。

十二、 消費者問卷

您好！我們是逢甲大學企管系的學生，我們上一門創新管課程，本小組發明了一項新的產品叫SMART CANE 秉持著”用心關懷，呵護您的每一天。”的理念，讓老年人使用的安全，子女放心。

因此為了能使本產品更貼近您的生活，希望您能協助我們了解您的需求，感謝您協助填寫這份問卷。您的答案將對我們有相當大的幫助。

謝謝！

產品名稱： SMART CANE

重 量：430g

材 質：碳纖維、矽膠、反光塗料

產品簡介：我們的產品可配合老年人的需求作不同的用途。顧客只要用內含的聲控 GPS 功能，並且與子女手機連線，如此一來可以輕易地得知使用者的位置，若使用者走失或者迷路皆可以馬上鎖定位置。晚上使用者如果需要照明，可使用我們內含的 LED 警示燈 OR 手電筒，當半夜想要上廁所、上下樓梯，可以照明。並且擁有緊急按鈕和通報系統保障使用者之安全。拐杖的是用反光塗料，可以讓後方的車輛等注意到使用者。當半夜想要上廁所、上下樓梯，可以照明。

拐杖本身是用反光塗料，在外出行走時，可以讓後方的車輛注意到使用者；且有內含的聲控GPS功能，能與手機連線，如此一來，可以輕易地得知使用者的位置，若使用者走失或者迷路，皆可以再第一時間鎖定位置，使您可放心使用者的安全。

在桿頭上，裝有 LED 警示燈 OR 手電筒，不管是在夜晚時能安心行走，當半夜想要上廁所、上下樓梯，皆可照明，輔助使用者行走的安全。



1. 家中是否有長輩?

是, ____位 否

2. 是否有使用拐杖?

是 否

3. 如果家中已經有拐杖, 還會選擇購買本產品嗎?

會 不會

4. 請問本產品的價錢範圍覺得合理?

1000~2000 2001~3000 3001~4000 4001 以上

5. 使用哪種類型的拐杖?

獨腳 四腳 三腳 助行器

6. 使用拐杖的時間?

1~5年 6~10年 10~20年 20~30年 30年以上

7. 什麼地方購買拐杖?

醫院 百貨公司 直營店 量販店 醫療器材專賣店

8. 對於產品的功能說明後的滿意度?

非常喜歡 喜歡 沒意見 不喜歡 非常不喜歡

9. 產品外觀滿意度?

非常喜歡 喜歡 沒意見 不喜歡 非常不喜歡

10. 產品重量 430g(約 4 支手機的重量), 讓您覺得?

非常重 重 沒意見 輕 非常輕

11. 產品功能是否吸引您的注意?

非常有興趣 有興趣 沒意見 沒興趣 非常沒興趣

創新管理-SMART CANE

性別： 男 女

年齡： 20歲以下 21~30歲 31~40 41~50 51~60 61~70 71以上

婚姻： 已婚 未婚

教育程度： 國中以下 高中(職) 大學(專) 碩士 博士

每月所得： 未滿一萬 1萬以上~未滿3萬 3萬以上~未滿6萬

6萬以上~未滿9萬 9萬以上

職業：
電子業 金融業 製造業 服務業 軍公教
學生 其他



十三、 心得感想

楊承運：

這一學期選了創新管理的這一門課，感覺這門課程還不錯，老師用輕鬆的方式，讓學生能學習到許多創新管理的相關知識，在這種互動的情形下，感覺學習得更有效率。雖然每兩個禮拜就要交一次作業，加上別的課程也都有個案報告要交的情況下，有時候還是會多多少少還是會有小小的壓力存在，不過真的期末要交報告了，我才了解到每兩個禮拜交作業的好處，就是期末的時候不用趕工做報告。

整個學期下來，我也學習到許多東西，例如一個產品的概念，到產品的設計，以及產品的滿意度調查等等，每一個環節都非常重要，缺一不可。雖然小組討論，有時候會意見不合，或討論不出個結論。不過回頭想想，我們的產品就是在這些情況下，被討論出來以及被完成的。所以上完創新管理這一堂課，感覺非常的充實，有學到東西。

鄭欣瑜：

從這門課，體驗到創新商品發想的過程，剛開始為創新商品而想破頭，雖然到處觀察新奇事物，但我的創意想法仍然有限，不過，從同學們報告中看到很多新奇的構想，令我驚訝，原來商品也是可以這樣呈現的啊！構想雖然天馬行空，但真正要商品化時，又須考慮很多現實因素，例如：老師在課堂上提到的破壞性創新及降低創新概念，有時並不是商品的功能越多就越好，或是功能越好就越有幫助，本組的創新拐杖本來構想加裝很多高科技的功能，但對於老人家來說或許太過繁雜，簡化功能、更人性化反而會使接受度更好。還有，問卷製作過程中也讓我了解以前問卷問題犯的錯誤，如：問卷一題不能兩問；為了問卷調查，我跑到黃昏市場找老人家或中年人做問卷，這對我來說也是一項有趣的體驗，有些受訪者會很熱心的提供他的意見，甚至還告訴我哪裡有比較多拄拐杖的老人可訪問，而有些受訪者則會裝作沒聽到、沒看到，自顧自地往旁邊走，很兩極的反應。課堂上，我覺得老師與學生間問答互動方式幽默有趣，不會讓人覺得很乏味，老師樂於分享實務上的經驗，也讓我收穫不少。

陳昆廷：

一學期的創新管理課程很快的就結束了，從開始的第一堂課至今，我們也循著老師的腳步，一步步的把自己的創意，想盡辦法具體化，雖然多數的創新產品，仍是屬於目前不能達成的階段，但是經歷了一切從零到有，也讓我體會到研發新產品的創新，是有多麼大的挑戰在等著我們，剛開始的想法向漫無邊際的雲一樣

大，但漸漸的也發現，產品的功能、特色等等，不可能包山包海，也意味著我們不能滿足所有人的需求，所以我們必須要懂得去做取捨，這就用到行銷管理所學的 SWOT 分析、及 STP 分析，接著還需要做市場調查，還記得我向親戚朋友在敘述產品介紹時遇到的窘境，屆時我馬上體會到當一名傑出的銷售員，背後也是要付出相當大的代價，才能有所成就的，最後我們還自己去拍廣告，廣告台詞要怎麼走、時間要怎麼控制、要如何鋪梗，如今回想起來也是別有一番滋味。

總結就是上創新管理這門課，有點輕鬆、又有點壓力、還可以學到東西、最主要是可以一直發表自己的意見，這點我最喜歡，因為我覺得很多課堂的老師都是照本宣科，無形中抹煞了學生的創意了，因此我認為這門課老師主動要求學生多多發言的舉動很好。

最後也要感謝老師請校外的人士來替我們演講，也讓我多學了一個座右銘：幸福的種子是要與人分享的。



葉彥禎：

很快的一個學期又呼嘯而過，一開始創新管理這門課名稱很趣味，創新跟管理要怎麼何在一起？選到課之後，發現創意其實好像很簡單，卻又不是那麼簡單。其中老師說過一段話：你們提出的創意，我都會往市場接受度，或是有沒有市場這邊去思考，雖然這樣好像不太好。當下剛聽完，覺得怎麼好像有點功利主義的感覺。後來開始真正討論自己小組要呈現的「創意」東西，才發現其實很多東西，真的必需要去考慮到他的市場接受度之類的。不然，光有很好的創意，卻其實沒什麼實質幫助，那好像也只能當作消遣娛樂之用。最明顯的就是老師曾經播「100大無用發明」，也許創意無限，卻根本對生活，對個人沒有多大實質意義。

再來就是透過這堂課，我們想了很久要研發什麼樣的產品，從討論到確定目標，這麼過程我們討論、修改了很多次，這又讓我想到也許在現實公司的研發部，也是像這樣討論過上千次，最後才能決定要出來的東西是什麼。從產品確定之後，透過不斷去修改，老師與同學們的建議，獲得到蠻多我們看不到的面向，最明顯的就是市場接受度還有可行性及未來性。這邊讓我學到一件事情要從不同方向去考慮，站在消費者立場，站在創新研發者立場，每個立場不同，關心的東西也不同。

再來是將產品做延伸，以前都沒有想過有降低創新，逆向創新這種東西，兩種現有的東西一結合，也是一種創新，這也是以前沒有刻意去思考過的。現在大概了解之後，也許在路上看到某物，會了解這是哪種創新，這樣想起來好像還蠻值得高興的！

林冠志：

經過一學期，什麼沒有學就創新觀念突飛猛進。很多知識的學習與進展也應運而生，例如降低創新：低價環保…。在新聞的創新思維上，我們也從中認識到世界正有什麼創新點子出來與應用，讓我們生活更多增添了便利與舒適的生活。也感謝老師這學期讓我們學到許多的觀念與創新的知識應用，雖然課本沒上完，但是我相信至少很多東西比沒學還要好，至少這堂課沒有白修了，希望有下次修課機會能再繼續修老師的課程。另外，在課堂最後老師特別請來了國外的董事長來為我們做演講，雖然有些英文單字一直搞不懂是什麼，也不知道重點在哪(因為我英文不好)，不過聽得懂的部分還真的是有很大的收穫，最起碼知道現在國外的趨勢是什麼，以及年輕人在想些什麼，這都讓我豁然開朗了：其中有一點讓我印象深刻，那就是要與眾有所不同，才能創立自己的品牌與價值。在面對未來不確定的環境下，我發覺可以不流於俗，勇於表現不一樣的自我，這是我學習到不一樣有別於老師上課的東西。

陳正堅：

創新管理的上課方式非常活潑，讓我有新的體驗。天馬行空的想像如何創造特別又有趣的東西，然後實際把它做成商品行銷加市場調查。整個過程就像真的在研發部研發新產品，我們有好多部門，每個人都竭盡腦汁的行銷自己的產品，最後大家的產品變成商品在市面上販售。

在上課中提到人有心智慣性會限制一個人的思考，我在上課的過程中深刻的體驗到思考方式受到心智慣性的限制，對於思考如何創新產品，我會循著一般的角度來思考，而不是跳脫出這樣的思維，現在我仍然在嘗試著如何跳脫出思考的框架，不過成果已經慢慢出來了，我憑著為什麼不能這樣做的心理來思考，就能激盪出許多特別的想法。

每堂的創新管理課，都讓我期待今天會有什麼特別又有趣的內容，記得第一次去上課時，老師請大家想像手機還能做什麼，然後就激發出每個人天方夜譚的想像，有人提議可以增加刮鬍刀的功能；有人覺得可以順便測量血壓；可以當翻譯器，雖然有些人的提議被駁回，但是提出來的過程中自己也會領悟許多事情，能學到如何對一件平凡的物品產生創新的念頭，這真是非常特別的一堂課。

柯盈綺：

在這三年內，盈綺所修的課裡，這是一門不斷有不同思維、不同新奇的點子，持續撞擊盈綺的腦袋，刺激我開始有不同想法的一門課，一門很有趣的課。記得在上學期預選時，看到創新管理這門課時，第一個印象是好像還滿好玩的，不過會有點擔心上課會不會很制式化，不過聽學姐說，這門課的老師上課風格很活潑、生動，也會有很多的互動，可以學到很多的東西，不過修這老師的課會比較累，聽到老師的上課風格之後，我想這門課應該會很有趣；這學期也快要過完了，學姐說的話一點也不錯，老師上課很活潑，不只會舉一些實際的例子，來印證課本上所說的理論，也有很多的互動，來刺激我們的思考，原本盈綺很不善於思考，也很少有創意的思維，不過這學期下來，真的印證老師說的話，創意的思維是可以後天的培養，現在我的腦袋比較不會像以及一樣僵化，可以開始有不同的思維及創意出現在盈綺的腦袋，創意的敏感度也有提升，身旁的一些朋友在盈綺提出一些 idea 後，會覺得我還滿古靈精怪，怎們會有這樣不同的想法呢，我想這應該是老師要我們常常動腦袋所帶來的影響吧。

參考文獻

十四、 參考資料

MIC 記者會 http://mic.iii.org.tw/pop/micnews4_op_new.asp?sno=505&cred=2009/1/13
<http://3w.gfec.com.tw/service/content/gps.htm>

