

先進的社會總是追求極端的專業，無論是藝術、科學、教育、醫療、科技以至商業和財務。企業家處身於這種社會中，例如香港，習慣了跟各種專業人士合作，他們都在極度細微的範疇內擁有極度熟練的技巧。

通才與專才

地產發展商興建項目時，會聘用建築師、工程師、測量師、設計師，甚至地形、可持續發展等技術的顧問。在財務的範疇，我們會跟商業銀行、私人銀行、投資銀行及各種投資者、基金經理和投資產品專家合作。我們也會跟品牌、市場推廣、公共關係等專才合作以宣傳產品和服務。

今時今日的藝術、設計及生活方式行業，經常看到跨界別的合作和混調的意念。英國設計師 Thomas Heatherwick 的產品設計就由手袋、建築物以至倫敦巴士不等。資訊科技把媒體、娛樂及社交網絡結合一起；全球化和科技讓文化可以互為影響，啟迪創意，令知識和資訊如洪流般爆發。於是，有建築師從事平面設計，也有產品設計師設計建築物；時裝品牌建立酒店，品牌巨擘把藝術家和設計師拉攏一起工作。「名人」與「紅星」的專稱，已不限於荷里活那群電影工業幕前演出者，也可以用來形容廚師及建築師。而真正的星級人馬，無論來自娛樂圈或運動競技場，都參與了品牌和產品的推廣工作。這些跨界別的合作，有些或會流於膚淺及市場導向，導令參與其中的個體變得面目模糊，失去本身的真正特質。但另一些合作，卻能讓新的意義、定義和境界誕生。

企業家的角色

科學研究、知識、技術、市場和分工，令人類文明社會愈來愈多專家；與此同時，人性與生活又受到新的發明，例如 Apple 產品及 Facebook 而衝破了原來的界線。Steve Jobs 曾表示蘋果做的不是資訊科技，而是「社會科學」或「人文科學」，他更說行內很多人的生活千篇一律，所經歷的很類同，受到接觸



面不多所限，令想到的解決方案也很單一，只有更豐富的人生經驗，才有更精采的設計。

那麼，企業家應該成為通才還是專家？維珍集團創辦人 Richard Branson 什麼東西都生產；而蘋果和 Facebook 只專心做一件或幾件事，但他們都是非常成功和富革命性的企業家。但請不要把通才與集結或分工的概念混淆。例如 Facebook 可以說是一個通才的平台，但它是在單一立足據點上擴充而不走多元化之路，與不同專才合作不過是其策略。一個成功的通才，將不同專才拉攏一起並製作出有趣和有影響力的事，即使他們各自本來有衝突。企業家是中間人、判官、教練、指揮、領袖，能在錯綜複雜中找出機會。企業家必須是一個好的通才，樣樣事物都知道一點點，而不是只知道一個範疇的每件事，這樣才能在一個項目中與不同的參與者周旋。企業家應該是個革命家而非親建制者，是發明家而非工程師。文藝復興時期，達文西和米高安哲羅同時是藝術家、建築師、科學家與發明家，今天，誰是可以與他們互相對照的企業家？■



撰文 > 吳家耀
香港青年企業家協會
(EO) 董事
協利集團行政總裁