



时尚物语

Swatch

——与一只表的天长地久

黎子 / 编著

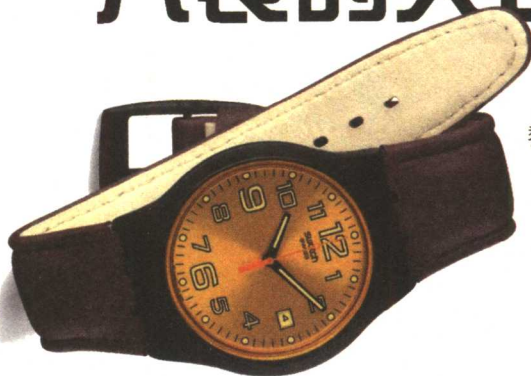


中国宇航出版社

时尚物语

swatch+

——与一只表的天长地久



黎子 / 编著

中国宇航出版社

· 北京 ·

版权所有 侵权必究

图书在版编目(CIP)数据

Swatch: 与一只表的天长地久 / 黎子 编著.

—北京: 中国宇航出版社, 2007.2

(时尚物语)

ISBN 978-7-80218-202-8

I .S… II .黎… III .手表—简介—瑞士

IV .TH714.52

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 005760 号

责任编辑 张弛 设计制作 谭卫华 谢刚

出版
发行

中国宇航出版社

社址 北京市阜成路8号 邮编 100830
(010)68768548

网址 www.caphbook.com/www.caphbook.com.cn

经销 新华书店

发行部 (010)68371900 (010)88530478(传真)
(010)68768541 (010)68767294(传真)

零售店 读者服务部 北京宇航文苑
(010)68371105 (010)62529336

承印 北京百花彩印有限公司

版次 2007年2月第1版

2007年2月第1次印刷

规格 889 × 1194

开本 1/24

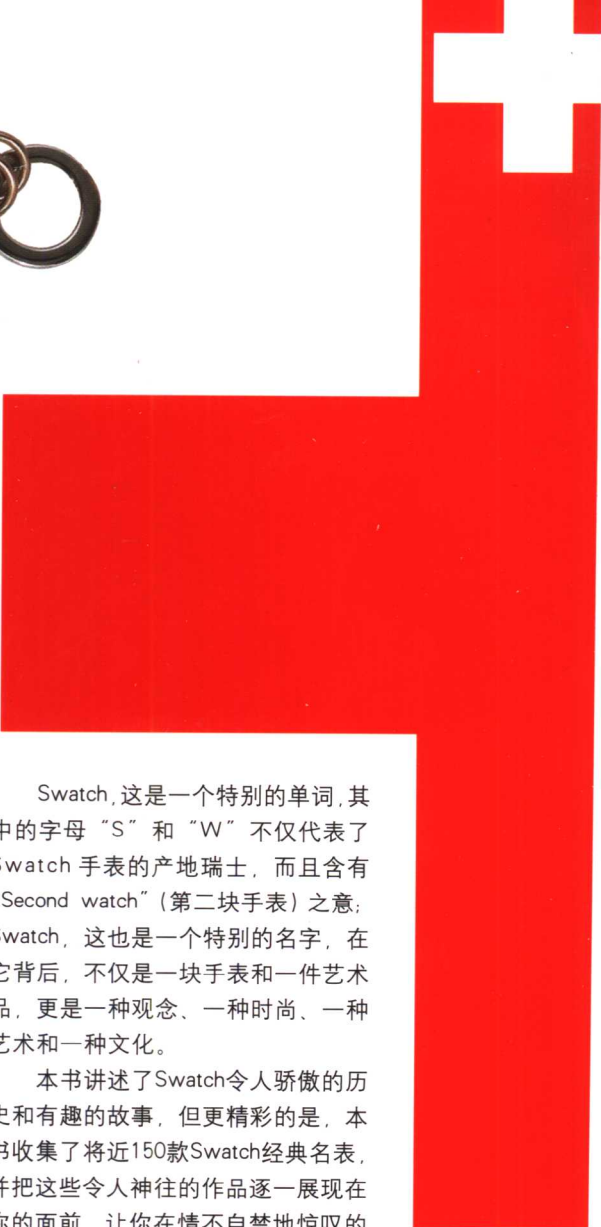
印张 5

字数 100千字

书号 ISBN 978-7-80218-202-8

定价 25.00元

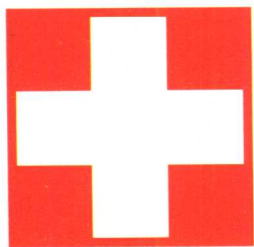
本书如有印装质量问题, 可与发行部联系调换

A large, solid red cross graphic is positioned on the left side of the page, extending from the top to the bottom. It is a simple, bold design with a white background.

Swatch, 这是一个特别的单词, 其中的字母“S”和“W”不仅代表了Swatch手表的产地瑞士, 而且含有“Second watch”(第二块手表)之意; Swatch, 这也是一个特别的名字, 在它背后, 不仅是一块手表和一件艺术品, 更是一种观念、一种时尚、一种艺术和一种文化。

本书讲述了Swatch令人骄傲的历史和有趣的故事, 但更精彩的是, 本书收集了将近150款Swatch经典名表, 并把这些令人神往的作品逐一展现在你的面前, 让你在情不自禁地惊叹的同时, 也真正感受到——“Swatch唯一不变的就是不断地改变”。





swatch 

目 录

第一章 钟表之王“哈耶克” 与“Swatch 神话” 1

“Swatch”（斯沃琪）是畅销全球的瑞士手表。它的创始人便是瑞士著名钟表大王哈耶克。在“钟表王国”瑞士，有人说，一个人可能不知道本届联邦主席是谁，但绝不会不知道哈耶克是谁。在许多人眼中，哈耶克是一个“自大狂”，是一个目中无人的“独裁者”。哈耶克本人坦然承认：“我的确非常专制，因为企业就像一架飞机，而飞行中的全部责任都在我一个人的肩膀上。”

第一节 哈耶克——钟表界的拿破仑 1

- 一、缔造“哈耶克时代”的外国移民
- 二、“Swatch 神话”的诞生
- 三、重新被诠释的手表概念

第二节 Swatch 大事记 7

第二章 Swatch——给你 一颗奋进的心 11

Swatch 手表除了流行和时尚，还包含一个重要的特点——卓越的品质。虽然每年都会多种新款 Swatch 手表被

不断推出，但是每款手表都掌握了科技的趋势与流行的脉动。你绝对想不到，一枚小小的 Swatch 手表中，蕴涵了瑞士制表界几百年的精髓。

第一节 Swatch 手表的“下一代技术” 11

- 一、“下一代技术”是成功秘诀
- 二、“下一代技术”带来无限创新理念

第二节 Swatch 的设计美学 14

- 一、方寸之间的无限个性
- 二、手腕上的精神满足

第三节 Swatch 的顶级发明 17

- 一、表中之王——Swatch 金属潜水表 (The Swatch irony scuba 200)
- 二、薄得超乎想象的塑料奇迹——Swatch 超薄表 (Swatch skin)
- 三、酷炫的天方夜谭——Swatch 通行证功能表 (Swatch access)
- 四、从传呼机到时髦配件——Swatch 传呼机表 (Swatch the beep)

第四节 Swatch 手表的使用与保养 18

- 一、外观件的保养
- 二、关于手表防水的知识
- 三、石英表的保养

四、可能产生的使用误区

第五节 真假Swatch手表的辨别方法 20

- 一、从名称和型号上辨别
- 二、从机芯和产地地上辨别
- 三、从表背上辨别
- 四、从细节上辨别

第三章 Swatch 通向世界的道路 23

今天, Swatch手表早已超越简单的计时功能, 升华到一种观念、一种时尚、一种艺术和一种文化。在其鲜亮形象的背后, Swatch成功的秘诀是独特的定位、非凡的创意和与众不同的营销技巧。正是这些理念培育出Swatch永恒的特质, 那就是: “Swatch惟一不变的就是不断地改变。”

第一节 Swatch的经营哲学 23

- 一、从容应对灾难
- 二、从经济型手表到时尚配件
- 三、属于这个时代的手表

第二节 与奥运会的不解之缘 26

第三节 Swatch——名人的画布 30

- 一、“你也是我的博物馆”
- 二、丛林音乐、朋克精神与重金属
- 三、电影百年与传奇导演
- 四、维维安·韦斯特伍德——不仅仅是流行

五、一切从蓬皮杜中心开始

第四节 分享梦想的Swatch旗舰店 32

- 一、终极体验——Swatch超级旗舰店
- 二、从伦敦到第五大道
- 三、Swatch旗舰店驶进中国

第五节 李宇春——Swatch中国形象大使震撼出炉 35

第六节 潘玮柏——芯系列的新形象大使 39

第四章 典藏Swatch 43

本章精选Swatch各系列产品中最受宠的精致表款, 剖析其炫丽外表背后所持有的独特设计理念、展现其掳获人心的秘密、细诉全球Swatch迷对这些塑料表如痴如狂的特殊情愫以及每只表的收藏价值。给你一颗脉动的心, 让你玩转Swatch!

第一节 芯原创系列 43

黑美人 Regisseur
完美 Completion
内秀 Inwards
标致 Portly
黑白配 Propre
现代派 Black vibration
意识流 Fluid word

柳橙派 Instantaneous fresh

抽象派 Icy area

草莓派 Pinksea

蓝人 Swatch blue

蓝色泼墨 Paint in blue

第二节 原创系列 49

雪之精灵 White plutonia

雪堡气息 Fancy winter spirit

曙光初现 Pink ring

平稳着陆 Smoothly downhill

福娃纪念表 Fuwa watch

秋日落叶 Fall of leaf

童年时代 Cozy but nozy

田园诗 Folkloral chic

瑞士风情 Nostalgic touch

忙碌的花栗鼠 Squirrel time

水晶之恋 Resplendency

在水一方 Lavender field

公主出游 Purple mystery

皮影戏 Hidden secrets

动物世界 Twinkabell

粉红时代 Pink ivy

公主日记 Goldener faden

玻璃鞋 Shiny Bangle

黑夜精灵 Bizar world

泡泡龙 Pop wave

笑脸 Funky red tie

辫子姑娘 Freckle

爱上杀手 Risk a dare

丁丁的一天 Avoir du chien

视窗 Screen view

条形码 Code barre

欢乐学堂 Fateful game

飞向未来 Spontaneous time

梦幻海洋 Metallic reflection

希望 Yellow glas

电子时代 Electric Hours

愿者上钩 Fisher boat

粉红甜心 Pink candy

缤纷马赛克 To see in the depth

椭圆磁场 Check pea

薰衣草 Lovely lavender

发现简单 Be found

第三节 金属系列 65

冰雪女王 Frosty Stars

蛇影纷飞 Winter Stars

冰宫卫士 Waistcoat

瑞士方言 Swiss Dialect

亮丽时光 Stateliness glimmer

海枯石烂 Lady snake

金碧辉煌 Renaissance pomp

黄金圣斗士 Golden chest

黑色郁金香 Black Flower

简单爱 Pastel lady

魔法世界 Charming crow

玻璃之城 Deep stones

铁幕诱惑 Black steps

烈火战车 Pit line

热情之火 Hot fire

红色动力 Red storming

镏金岁月 Moving time

地心引力 Earth surface

立体感 Stereo screen

彩色天空 Earth colored

时间机器 Enough time

烈火雄心 Big in black

生死时速 Growing speed

黑白分明 Feature steel

喜气洋洋 Dark blood

来自地球 Type track

锐利 Eyes through

谁与争锋 Spine blade

轻舞飞扬 Oleada azul

浓情桑巴 Oleada roja

银箭 弦 Light gel

时间主宰 Time on board

百万伏特 Million volts

网 In the net

红色梦幻 Star illusion

城市力量 Urban power

闪耀橙情 Sparkling park

第四节 超薄系列 80

蓝色妖姬 Fiocchi di stelle

金枝玉叶 Golden leak

点点星光 Glamshine

秋天的童话 Endlessly

熠熠生辉 Gleam spots

巴洛克的眼睛 Baroque eyes

露露 Luludia

窈窕淑女 Lower track

冰雪聪明 Her dignity

璀璨夜空 Night glamour

深藏不露 Sprint feels

浪花一朵朵 Water moves

炫色金沙 Gold flair

自我陶醉 Tout au trait

星空漫步 Hydrophilic

海星 Sea memories

神秘花园 Chinese garden

色彩盛宴 Electric mix

雾里看花 Roses in mist

印度风情 Tandoori delight

心愿 Wishful

星梦奇缘 Annelie stelle

金色E小调 Tri gold

第五节 网络系列 90

别致数码 Digi-Chic

甜蜜星球 Sweet planet

暗夜明灯 Lime Spirit

星际战警 Scalato

提神青柠 Straight lime

薄荷飘飘 Mintyway

宇宙樱桃 Space cherry

再别康桥 Blackish bridge

第六节 特别款手表 93

占据你的心 Aiming for your heart

母亲之花 Flower on you

鼓手 Phil Drum phil

铃儿响叮当 Jingle jangle

龙腾 Dragon celebration

舞动的北京 Dancing Beijing

生日快乐丁丁 Happy birthday Tin Tin

丁丁历险记 Tin Tin

原爱 Enigmatic love

献给母亲 Motherly

百钻星 Lustrous bliss

圣诞喜悦 Holly joy

锁住你的心 Candle dinner

五花瓣 5 - petal joy

月亮传说 Jeu de billes

圣诞之星 Sparkling night

冰冻美丽 Frozen beauty

时光之钟 Clock the time

天堂之吻 Kiss of heaven

摘星 Star hunt

星愿 Send me a star

狗来福 Gou lai fu

心心相撞 Shake your heart

花的愿望 Flower wishes

银雪世界 Arctic touch

附录: 全国主要城市Swatch手表旗舰店及专卖店(部分) 111

第一章

钟表之王

“哈耶克”与“Swatch 神话”

“Swatch”（斯沃琪）是畅销全球的瑞士手表。它的创始人便是瑞士著名钟表大王哈耶克。在“钟表王国”瑞士，有人说，一个人可能不知道本届联邦主席是谁，但绝不会不知道哈耶克是谁。在许多人眼中，哈耶克是一个“自大狂”，是一个目中无人的“独裁者”。哈耶克本人坦然承认：“我的确非常专制，因为企业就像一架飞机，而飞行中的全部责任都在我一个人的肩膀上。”

第一节 哈耶克——钟表界的拿破仑

瑞士 Swatch 集团（总部设在瑞士比尔市）如今已经是世界第一大手表制造企业，它的总裁兼首席执行官尼古拉斯·G·哈耶克（Mr. Nicolas G. Hayek）是 Swatch 集团的创始人。该集团出产的 18 种名牌手表几乎囊括了世界所有顶尖品牌，其中包括欧米茄（Omega）、浪琴（Longines）、雷达（Rado）、天梭（Tissot）以及主打品牌——Swatch。



Swatch 集团成立于 1983 年，到今天已经走过了 24 年的发展路程。尽管这段时间相对于瑞士钟表业数百年的历史来说只是极短的刹那，但 Swatch 集团创下的辉煌业绩堪称瑞士手表史上的“神话”，而这个神话的撰写者正是它的创始人哈耶克先生。

一、缔造“哈耶克时代”的外国移民

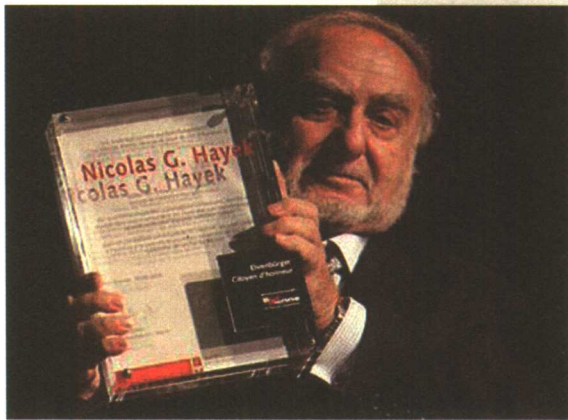
哈耶克曾是一位企业咨询顾问，更是无人能及的创意点子王。在钟表界竞争激烈的20世纪80年代，哈耶克成功地将瑞士钟表工业从颓势中拯救出来，从那时起，他就开始领导欧米茄、雷达、浪琴、天梭等18个世界顶级钟表品牌。他最大的成就便是成功地将Swatch手表塑造成为了一个受到消费者高度喜爱的世界级偶像品牌。

哈耶克先生在Swatch集团创下的非凡成就包括：

- 战略性推出Swatch手表。
- 为瑞士钟表业提供手表机芯和零部件，力助瑞士钟表业在20世纪80年代实现复兴。
- 持续开发和提升欧米茄、浪琴、雷达、天梭等品牌的手表产品和品牌形象。
- 实现年销售额逾40亿瑞士法郎，使Swatch集团在全球制表业中长期保持头名位置。
- 促使宝玑（Breguet）品牌焕发新生。在担任宝玑总裁期间，哈耶克先生利用不到4年的时间使宝玑重新回归顶级豪华表的行列。

身高只有1.65米、头发花白、目光炯炯、精力充沛的哈耶克，时而在各种宣传活动中为产品振臂宣传，时而在媒体面前以王者姿态对瑞士经济评头论足，时而在辛迪·克劳馥、皮尔斯·布鲁斯南等大牌明星的簇拥下谈笑风生。看到他那精力十足的样子，人们几乎难以相信，现在的他已是一位古稀老人，而许多人更已经遗忘，

这位瑞士经济界的精英其实并不是土生土长的瑞士人，而是一个“外国移民”。



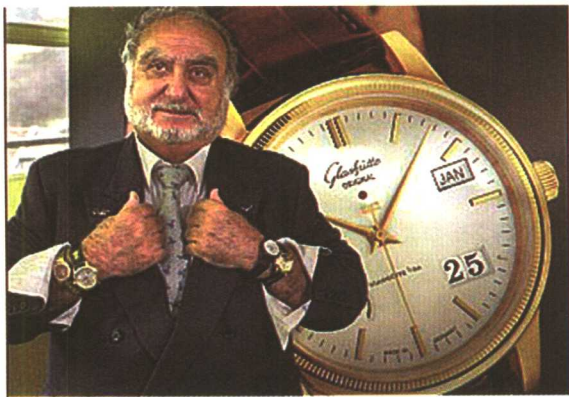
钟表之王“哈耶克”

哈耶克于1928年2月19日出生在黎巴嫩首都贝鲁特，父亲是美裔医学教授，母亲是黎巴嫩人。哈耶克的小学和中学时代基本是在贝鲁特的法国学校中度过的，在中学临近毕业时，他们全家迁居巴黎，在那里，哈耶克进入大学攻读理科专业。不过两年后，他们一家人又搬到了瑞士，并在那里定居。

1951年，哈耶克与瑞士姑娘梅茨格结婚，并在岳父的私人机械加工厂担任经理一职。此时，哈耶克在企业经营方面的天赋逐渐显露出来，然而在本分老实的岳父眼里，这个满脑袋“鬼点子”的女婿实在太不安分了。在一番激烈冲突之后，哈耶克离开岳父的工厂，开始了自己的闯荡生涯。

在为一家美国企业咨询公司担任驻瑞代理一段时间后，1954年，在企业咨询领域初试身手的哈耶克决定脱离美国老板。他以全部家当做抵押，从银行申请到平生第一笔、同时也是惟一一笔贷款——2500瑞郎，并带着从原公司挖来的几个部下，成立了自己的企业咨询公司，从事企业咨询以及新产品营销策划等业务。

哈耶克公司的第一笔业务来自德国。20世纪50年代，德国正处在二战后百废待兴之际，许多企业都面临破产或资产重组。哈耶克运用他在企业策划和产品营销方面的突出才能，为众多企业重新拟定经营策略，引入现代的管理方式，帮助企业走出困境。从此，哈耶克走上了成名之路。20世纪60年代中期，哈耶克已是颇有名气的企业咨询专家，其业务关系遍布30多个国家的300多家公司，客户中包括西门子、奔驰、宝马、德累斯顿银行、AEG、ABB等世界级公司，但是，更伟大的成就还在后面等着他。



1968年，哈耶克加入瑞士国籍，成为瑞士公民。

20世纪80年代初，哈耶克接受瑞士银行委托，着手整顿当时瑞士最大的两家手表企业——瑞士钟表总公司(Asuag)和瑞士钟表工业公司(Ssin)。从此，瑞士钟表业进入了一个新的时代——“哈耶克时代”。

二、“Swatch 神话”的诞生

20世纪70年代末，拥有数百年历史的瑞士钟表业正陷于前所未有的困境之中，“钟表王国”的地位岌岌可危。

从1550年第一家瑞士表厂建立开始，瑞士钟表业一直稳居世界领先地位，其先进的技术和精密的工艺令外国钟表制造商望尘莫及。特别是20世纪70年代初，那正是瑞士钟表业的顶峰时期，瑞士钟表厂商多达1000余家，从业人员超过9万。这些表厂老板拥有雄厚的家产和显赫的社会地位，因而被称为“钟表贵族”。但他们做梦也没有想到，危机正在悄然降临。

20世纪70年代，随着电子技术的迅猛发展，以日本“精工”为代表的亚洲钟表制造商给世界钟表业带来一场划时代的革命。他们以塑料外壳代替传统手表的金属外壳，以石英电子代替手表内部复杂的机械装置，大幅度降低了手表制造成本和价格。短短几年内，日本、香港等地生产的塑料电子表迅速席卷欧美市场，瑞士手表在世界上的垄断地位一夜之间被打破。瑞士表厂接连倒闭，6万余名工人失业，瑞士手表在国际市场的占有率由43%猛跌到15%。而钟表业内的失业率一度高达12%，瑞士钟表业受到

了前所未有的严峻挑战。

在巨大的商业危机面前，瑞士钟表制造商们完全惊呆了，他们无法接受几代人引以为荣的“国粹”竟然被那些廉价手表打得一败涂地。然而面对困难，他们却又束手无策，因为那些做工简单的电子表确实有着传统手表难以比拟的优势，那就是走时准确和价格低廉。“这么便宜的表，我们造得出吗？”瑞士钟表商们这样问自己，结果却只能是无奈地摇头。

在这样惨淡的背景下，瑞士最大的两家钟表企业——瑞士钟表总公司和瑞士钟表工业公司已濒临破产并由银行接管。在走投无路的情况下，银行于20世纪80年代初请来已经在企业咨询界小有名气的哈耶克，为两家企业，同时也为整个瑞士钟表业“诊脉”。在当时的许多人看来，瑞士钟表业已经到了无药可医的地步，不管请什么人来，也不过是“死马当活马医”，不过值得庆幸的是，他们请来的是哈耶克，而不是别人。

当时对钟表业一无所知的哈耶克临危受命，在对两家企业进行详细调查和分析后，他以丰富的企业管理知识和敏锐的眼光作出了“诊断”。他认为，瑞士钟表企业的症结在于行业内部无序、企业管理落后、生产成本过高、产品过时。而以日本为首的亚洲钟表业之所以能够超过瑞士，关键不在于劳动力和成本的廉价，而在于先进的企业管理。如果仍延续旧式管理，而不引入现代化管理机制，那么瑞士钟表业的发展一定会

走入死路。

在指出一连串症结后，哈耶克同时强调，瑞士钟表业凭借着悠久的历史、丰富的经验，仍然在世界市场上占有巨大的优势，也拥有无限的潜力。确实，即使在危机重重的20世纪80年代初期，瑞士钟表业仍然有着良好的声誉，拥有精密的制造工艺、设备以及大批的高水平科研技术人员。

在开发新技术方面，瑞士钟表业也并不落后。1967年，瑞士研制出世界上第一块石英手表“贝塔21”，此后又造出厚度只有0.98毫米的世界最薄手表，被载入吉尼斯纪录。只是瑞士人当时并未发现这一技术的市场潜力，因此才被亚洲人占去先机。

由于有了银行资金的大力支持，哈耶克开始对两家企业进行长达4年的全面调整。首先，哈耶克在管理层大动手术，启用年轻、富于开拓精神的管理人员替代头脑僵化的“老顽固”；同时大幅度提高企业中设计和市场开发部门的比重，并且停产陈旧、滞销的表款，重新确立各种品牌手表的形象。1983年，作为企业重要整顿措施之一，瑞士钟表总公司和瑞士钟表工业公司进行了合并，取名为瑞士微电子及手表工业有限公司（SMH），即今天“Swatch集团”的前身。

成功改组公司之后，摆在哈耶克面前的另外一个难题是：瑞士手表尚缺乏一种能与亚洲电子表抗衡的同类产品，而如果不能及时跻身于这场“手表业革命”，瑞士手表在世界市场上“卷土重来”只能是梦想。未来的“瑞士手表”应当是什么样子呢？哈耶克认为这种手表“必须由塑料制成，只有这样才能降低成本，顺应时代潮流：必须

采用指针来指示时间，而不能采用一般电子表的液晶显示方式，因为精密技术是瑞士的传统优势；必须引入自动化生产，大幅度提高生产效率；必须标明“瑞士制造”，这是消费者心目中信誉的保证。”总之，瑞士电子表必须在形象设计、科技含量和工艺上都大大超过当时霸占市场的亚洲产品，而与此同时，价格也要一样低廉，这样产品才能有竞争力。

当瑞士的许多业内人士还在对这一设想评头品足的时候，哈耶克已经在本公司下属企业ETA那里发现了他所寻找的目标。ETA是一家专门制造表芯的百年老厂，该厂26岁的经理汤姆克和几位年轻的工程师在几年前便已经开始了塑料手表的研究开发。他们发明了全新的制表工艺，这一制表工艺采用一体式表壳，将表壳的底部作为安装机芯的底板，机芯则从手表的上方进行安装，而把安装蓝宝石水晶玻璃镜面当做最后一道工序，这种化繁为简的创举是对制表工艺大胆却成功的颠覆。

然而，是否能够使用塑料制作出更节省成本的手表呢？首先，使用塑料制作的手表应具有容易上链和进行设置的机芯，也必须能够从塑料表壳的一面来安装这样的机芯；其次，这种塑料手表的男装、女装表款应当采用相同的底座。在经过无数次的失败之后，制表工匠们终于用51个零部件代替了通常手表中的91个零部件，最终使设想中的塑料表制造工艺成为了可能。

但是，哈耶克并没有马上把这种瑞士塑料表投入市场，因为要赢取顾客，单纯靠手表的品质并不足够，还需要让手表富有吸引力。因此，他决定将这种表包装成有独一无二个性的产品。它应该形状趣怪、设计

别出心裁、名字特别、形象高调，可以经历不同的潮流而不会衰落。为了达到这个目的，他请来著名的艺术家为新手表做外观设计，将手表的塑料外壳变成了色彩绚丽的艺术品。他还委托国际著名的商标设计公司，将这一手表新品定名为“Swatch”。这个名字中的字母“S”和“W”不仅代表它的产地瑞士，而且含有“Second watch”（第二块手表）之意，表示人们可以像拥有衣服一样，同时拥有两块或两块以上的手表。正如Swatch的广告词所说：你能够拥有第二座房子，为什么不拥有第二块手表？



Swatch手表的机芯

Swatch

1983年秋天,第一批Swatch手表正式问世。这种造型新颖、五彩斑斓的手表一经上市,便以惊涛骇浪之势风靡全球,成为所有热爱时尚的年轻人追逐的目标,而精美、独特的设计还使之成为了各国收藏家的新宠。作为传统、现代、时尚与艺术的完美结合,Swatch已成为一种新的“文化现象”。另外,Swatch手表尽管价格低廉,但却拥有瑞士手表一向自豪的高精品质,它的“低价不低档”正是哈耶克的基本设计思想。

Swatch手表上市第一年,便创下销售80万块的骄人成绩。到今天,总销售量已超过3亿块,成为全球廉价时尚手表中无可争议的“大哥大”。如今,Swatch手表不仅是一种新型的优质手表,同时还带给人们一种全新的观念,即手表不再是昂贵的奢侈品和单纯的计时工具,而是一种“戴在手腕上的时装”。

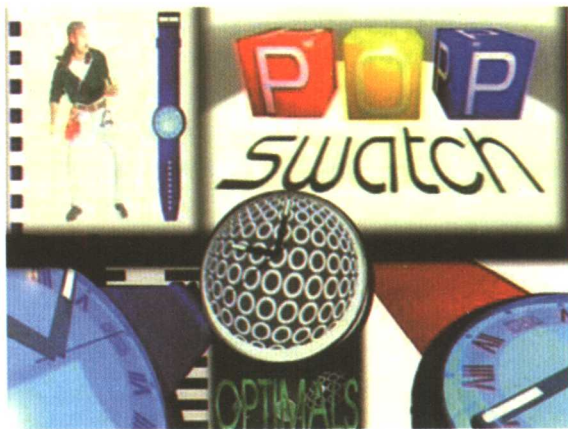
采用瑞士石英机芯和人工合成材料制造的Swatch手表的推出,让越来越多的人轻松地实现了“享受瑞士表”的梦想。而Swatch手表越来越大的销量,也让众多已经失业的优秀瑞士制表技师回到了工作岗位,瑞士制表业从此走出了萎缩的瓶颈。这场活生生的“Swatch神话”将瑞士钟表制造业迅速带出低谷,瑞士手表从此重振雄风。今天,瑞士钟表业在世界市场所占份额(以价值计算)已经超过50%，“失地”终被收复。

三、重新被诠释的手表概念

与此同时,Swatch之父——哈耶克制定出“人文内涵丰富、时尚、限量”的手表设计路线。因此,Swatch的设计师每年都会根据各国文化背景和历史事件设计出全球限

量发售的各色款式手表,由于兼具防水、防震、计时精确、价格便宜等出众的优点,Swatch手表迅速博得了全世界人们的喜爱。这些高明的促销政策、限量生产的手段以及持续的设计创新使消费者对Swatch手表的兴趣不断攀升,Swatch手表的价值也有了巨大增长。在不到10年的时间里,SMH(Swatch品牌的母公司)的销售额便达到了20亿美元,利润为2.8亿美元,公司的市场价值超过了38亿美元。

哈耶克巧妙地刺激着热情的消费者,使他们对迅速传播的东西感兴趣。公司建立了Swatch会员俱乐部,向会员出售特制手表;提供Swatch产品的完整目录;邀请他们参加俱乐部活动。除此之外,俱乐部会员还会收到漂亮的Swatch手表杂志,这是一份按季度出版的全彩色杂志,上面刊登关于Swatch手表的全面信息。



Swatch手表设计独特的广告宣传页

采用这种经营路线的根源在于Swatch集团重视消费者的需求，而不仅仅是生产过程。它打破了人一生只会买一块手表的概念，把手表的功能从计时的理性诉求转换到感性诉求，使越来越多的人开始将手表当做一种流行、时髦的配件，完全颠覆了手表这一产品的定位。

谈到自己的成功经验时，哈耶克说：“我年轻的时候喜欢向社会的传统习惯挑战。我尝试过很多事情，但很少有人告诉我：‘你是对的，继续努力吧。’却有許多人向我说：‘你不能那样做。’而且有更多人干脆认为，我要做的事是行不通的。不敢创新是我们社会的通病，不幸的是，这种保守的人几乎占了所有人当中的99.99%。如果你有勇气当少数人，靠自己的努力勇往直前，你会惊讶于你所得到的成就。”

今天，哈耶克的企业员工几乎达到了一万人。现在，有许多瑞士钟表公司到其他国家设厂，但哈耶克表示他将留下来：“企业家应该有种责任感，这种责任感在于，我们赚钱不是为了装进自己的口袋，而是为了我们的股东；同时，我们对社会也有责任。如果我要留在瑞士，我的子孙也不例外！我们必须明白，大家都不希望我们周围遍布穷人和失业的人。我们必须让身边的人都有工作——这是我们主要的任务。如果我们的好日子过太久了，就会忘记如何当个企业家，如何开发新产品。亚洲及美国的发展比我们快，我们必须记取以前的失败经验，转而创造奇迹。”

这位永远年轻的Swatch之父的下个愿望是什么呢？他说：“如果我能跟上帝要求，我希望地球上每个人都有好的工作、好的家人以及和平！我是说真的！”

第二节 Swatch 大事记

1983 年

首款 Swatch 手表诞生，使世界为之震惊。

1984 年

Swatch 产量突破 100 万块。

1985 年

琪琪·毕加索 (Kiki Picasso) 为 Swatch 设计首款艺术家纪念表。



Kiki Picasso