

Diffusion of Innovations

創新的擴散

by Everett M. Rogers

為什麼有些好觀念、好產品會一炮而紅，
有些卻流行不起來？

- 國際經典引文獎 (美國科學資訊所)
- 1996年度十大企業管理經典著作 (《企業雜誌》)
- 20世紀最重要的新聞暨傳播著作 (《新聞暨大眾傳播季刊》)
- 傳播溝通領域最佳論述著作獎 (國際傳播公會)

羅吉斯◎著 唐錦超◎譯

實戰智慧叢書 324 李仁芳 策劃

創新的擴散

為什麼有些好觀念、好產品會一炮而紅，
有些卻流行不起來？

Diffusion of Innovations



羅吉斯 著
唐錦超 譯

創新的擴散 / 羅吉斯 (Everett M. Rogers) 著; 唐錦超譯. -- 初版. -- 臺北市:
遠流, 2006[民 95] 面; 公分. -- (實戰智慧叢書; 324)
譯自: Diffusion of Innovations, 5th ed.
ISBN 978-957-32-5908-4 (平裝)

1. 大眾傳播

541.83

95018007

DIFFUSION OF INNOVATIONS

Original English language edition Copyright © 1995, 2003 by Everett M. Rogers

Chinese translation Copyright © 2006 by Yuan-Liou Publishing Co., Ltd.

Complex Chinese edition arranged with THE FREE PRESS(a division) of SIMON & SCHUSTER INC. through Big Apple Tuttle-Mori Agency, Inc.a division of Cathay Cultural Technology Hyperlinks

All rights reserved

實戰智慧叢書 324

創新的擴散

為什麼有些好觀念、好產品會一炮而紅，有些卻流行不起來？

作者 / 羅吉斯 (Everett M. Rogers)

譯者 / 唐錦超

封面設計 / 唐壽南

責任編輯 / 曹堤

主編 / 林麗雪

財經企管叢書總編輯 / 吳程遠

策劃 / 李仁芳博士

發行人 / 王榮文

出版發行 / 遠流出版事業股份有限公司

臺北市 100 南昌路二段 81 號 6 樓

郵撥：0189456-1 傳真：2392-6658

電話：2392-6899

香港發行 / 遠流 (香港) 出版公司

香港北角英皇道 310 號雲華大廈 4 樓 505 室

電話：2508-9048 傳真：2503-3258

香港售價：港幣 185 元

著作權顧問 / 蕭雄淋律師

法律顧問 / 王秀哲律師 · 董安丹律師

排版 / 中原造像股份有限公司

2006 年 11 月 1 日初版一刷

行政院新聞局局版臺業字第 1295 號

新台幣售價 550 元 (缺頁或破損的書，請寄回更換)

有著作權 · 侵害必究 Printed in Taiwan

ISBN 957-32-5908-7

ISBN 978-957-32-5908-4

Ylib 遠流博識網

http://www.ylib.com E-mail: ylib@ylib.com

http://www.ylib.com/ymba E-mail: ymba@ylib.com

網路家庭董事長 詹宏志

數位時代雙週總編輯 詹偉雄

學術交流基金會執行長 吳靜吉

政治大學校長 吳思華

政治大學新聞系教授 翁秀琪

政治大學科管所教授 李仁芳

世新大學企管系助理教授 王美雅

共同推薦

出版緣起

王榮文

在此時此地推出《實戰智慧叢書》，基於下列兩個重要理由：其一，臺灣社會經濟發展已到達了面對現實強烈競爭時，迫切渴求實際指導知識的階段，以尋求贏的策略；其二，我們的商業活動，也已從國內競爭的基礎擴大到國際競爭的新領域，數十年來，歷經大大小小商戰，積存了點點滴滴的實戰經驗，也確實到了整理彙編的時刻，把這些智慧留下來，以求未來面對更嚴酷的挑戰時，能有所憑藉與突破。

我們特別強調「實戰」，因為我們認為唯有在面對競爭對手強而有力的挑戰與壓力之下，爲了求生、求勝而擬定的種種決策和執行過程，最值得我們珍惜。經驗來自每一場硬仗，所有的勝利成果，都是靠著參與者小心翼翼、步步爲營而得到的。我們現在與未來最需要的是腳踏實地的「行動家」，而不是缺乏實際商場作戰經驗、徒憑理想的「空想家」。

我們重視「智慧」。「智慧」是衝破難局、克敵致勝的關鍵所在。在實戰中，若缺乏智慧的導引，只恃暴虎馮河之勇，與莽夫有什麼不一樣？翻開行銷史上赫赫戰役，都是以智取勝，才能建立起榮耀的殿堂。孫子兵法云：「兵者，詭道也。」意思也明指在競爭場上，智慧的重要性與不可取代性。

《實戰智慧叢書》的基本精神就是提供實戰經驗，啓發經營智慧。每本書都以人人可以懂的文字語言，綜述整理，爲未來建立「中國式管理」，鋪設牢固的基礎。

遠流出版公司《實戰智慧叢書》將繼續選擇優良讀物呈獻給國人。一方面請專人蒐集歐、美、日最新

有關這類書籍譯介出版；另一方面，約聘專家學者對國人累積的經驗智慧，作深入的整編與研究。我們希望這兩條源流並行不悖，前者汲取先進國家的智慧，作爲他山之石；後者則是強固我們經營根本的唯一門徑。今天不做，明天會後悔的事，就必須立即去做。臺灣經濟的前途，或亦繫於有心人士，一起來參與譯介或撰述，集涓滴成洪流，爲明日臺灣的繁榮共同奮鬥。

這套叢書的前五十三種，我們請到周浩正先生主持，他爲叢書開拓了可觀的視野，奠定了紮實的基礎；從第五十四種起，由蘇拾平先生主編，由於他有在傳播媒體工作的經驗，更豐富了叢書的內容；自第一一六種起，由鄭書慧先生接手主編，他個人在實務工作上有豐富的操作經驗；自第一三九種起，由政大科管所教授李仁芳博士擔任策劃，希望借重他在學界、企業界及出版界的長期工作心得，能爲叢書的未來，繼續開創「前瞻」、「深廣」與「務實」的遠景。

策劃者的話

李仁志

企業人一向是社經變局的敏銳嗅覺者，更是最踏實的務實主義者。

九〇年代，意識形態的對抗雖然過去，產業戰爭的時代卻正方興未艾。

九〇年代的世界是霸權顛覆、典範轉移的年代：政治上蘇聯解體；經濟上，通用汽車（GM）、IBM 虧損累累——昔日帝國威勢不再，風華盡失。

九〇年代的台灣是價值重估、資源重分配的年代：政治上，當年的嫡系一夕之間變偏房；經濟上，「大陸中國」即將成爲「海洋台灣」勃興「鉅型跨國工業公司（Giant Multinational Industrial Corporations）」的關鍵槓桿因素。「大陸因子」正在改變企業集團掌控資源能力的排序——五年之內，台灣大企業的名勢將出現嶄新次序。

企業人（追求筆直上昇精神的企業人！）如何在亂世（政治）與亂市（經濟）中求生？

外在環境一片驚濤駭浪，如果未能抓準新世界的砥柱南針，在舊世界獲利最多者，在新世界將受傷最大。

亂世浮生中，如果能堅守正確的安身立命之道，在舊世界身處權勢邊陲弱勢者，在新世界將掌控權勢舞台新中央。

《實戰智慧叢書》所提出的視野與觀點，綜合來看，盼望可以讓台灣、香港、大陸，乃至全球華人經濟

圈的企業人，能夠在亂世中智珠在握、回歸基本，不致目眩神迷，在企業生涯與個人前程規劃中，亂了章法。

四十年筆路藍縷，八百億美元出口創匯的產業台灣（Corporate Taiwan）經驗，需要從產業史的角度記錄、分析，讓台灣產業有史為鑑，以通古今之變，俾能鑑往知來。

《實戰智慧叢書》將註記環境今昔之變，詮釋組織興衰之理。加緊台灣產業史、企業史的紀錄與分析工作。從本土產業、企業發展經驗中，提煉台灣自己的組織語彙與管理思想典範。切實協助台灣產業能有史為鑑，知興亡、知得失，並進而提升台灣乃至華人經濟圈的生產力。

我們深深確信，植根於本土經驗的經營實戰智慧是絕對無可替代的。另一方面，我們也要留心蒐集、篩選歐美日等產業先進國家，與全球產業競局的著名商戰戰役，與領軍作戰企業執行首長深具啟發性的動人事蹟，加上本叢書譯介出版，俾益我們的企業人汲取其實戰智慧，作為自我攻錯的他山之石。

追求筆直上昇精神的企業人！無論在舊世界中，你的地位與勝負如何，在舊典範大滅絕、新秩序大勃興的九〇年代，《實戰智慧叢書》會是你個人前程與事業生涯規劃中極具座標參考作用的羅盤，也將是每個企業人往二十一世紀新世界的探險旅程中，協助你抓準航向，亂中求勝的正確新地圖。

【策劃者簡介】

李仁芳教授，一九五一年生於台北新莊。曾任職於輔仁大學管理學研究所所長，兼企管系系主任，現為政治大學科技管理研究所所長，主授「創新管理」與「組織理論」，並擔任聲寶文教基金會與聲寶工業研究所董事，以及管理科學學會大專院校管理學術促進委員會主任委員。近年研究工作重點在台灣產業史的記錄與分析。著有《管理心靈》、《產權體制、工作組織人際關係與組織生產力》、《7-ELEVEN 統一起商縱橫台灣》等書。

目錄

編輯室報告	林麗雪	15
推薦導讀一	引爆創新趨勢 李仁芳	17
推薦導讀二	淺談大師與經典 王美雅	20
自序	只是一小步 羅吉斯	24

● 第一章 擴散是什麼？ 30

擴散是什麼？

爲什麼一項好的發明，或一個可以造福個人或衆人的觀念，在推廣的時候，沒有想像中的容易？而相對不好的產品，卻可以繼續大行其道？

〔相關案例〕

案例 1-1	秘魯村落的燒開水計畫	30
案例 1-2	英國海軍防治壞血病落後一百九十八年	36
案例 1-3	好用卻不流行的德沃拉克鍵盤	38
案例 1-4	美國愛荷華州的玉米新品種	59

● 第二章 跨學科的大學問 64

創新的擴散理論具有普遍性，應用的範圍極廣，

包括人類學、社會學、教育學、公共衛生與醫學社會學、溝通傳播學、市場行銷學、地理學等等。
各學科日新月異的研究，更展現了擴散理論強大的解釋力。

〔相關案例〕

- 案例 2-1 巴里島水神廟耕作系統 7 2
- 案例 2-2 現代數學的興起 8 5
- 案例 2-3 幼稚園的全球擴散 8 6
- 案例 2-4 四環素的應用 8 8
- 案例 2-5 台灣家庭避孕計畫 9 3
- 案例 2-6 舊金山終結愛滋計畫 9 5
- 案例 2-7 九一一恐怖攻擊事件 1 0 2
- 案例 2-8 汽車發燒友 1 1 0
- 案例 2-9 「自由夏日」民權運動 1 1 4

● 第三章 擴散加速社會不公？ 1 2 2

早期創新擴散的研究，由於研究方法的緣故，產生了支持創新的偏見、歸咎個人責任的偏見、受訪者事後回憶的失真問題，以及加速貧富差距的問題，在未來的研究中應盡量避免。

〔相關案例〕

- 案例 3-1 埃及飲用自來水計畫 1 2 6
- 案例 3-2 性別辨識技術的災難 1 3 6

● 第四章 創新六部曲 154

一項創新要擴散開來，有哪些過程？
爲什麼有些企業的卓越發明，
卻不能在市場上銷售，
甚至連消費者都沒有機會自由比較？

〔相關案例〕

- 案例 4-1 東芝筆記型電腦的誕生 161
- 案例 4-2 為什麼有噪音的冰箱風行市場？ 163
- 案例 4-3 寶格威是電動滑板車？還是電動機車？ 165
- 案例 4-4 漏接未來的全錄 169
- 案例 4-5 意外發現滅鼠靈 173
- 案例 4-6 改良番茄害了誰？ 175

● 第五章 個人如何做決策？ 182

一個人要接受或拒絕一項新產品，或一個新觀念，
他的心理活動會經歷哪些階段？

〔相關案例〕

- 案例 5-1 印第安人馬文化的再發明 199
- 案例 5-2 戒菸與禁菸 203
- 案例 5-3 化肥禁用與有機農業的興起 204
- 案例 5-4 用不用四環素，醫生聽誰的？ 212

●第六章 哪些創新 人見人愛？ 226

一項創新要能成功擴散出去，該創新本身的特性與接受者（或團體）的個人特質及社經地位（或原有價值觀）密切相關，因此深入了解創新與接受者特質，將是成功擴散的第一步。

【相關案例】

- 案例 6-1 黑人饒舌音樂如何讓白人也瘋狂？ 226
- 案例 6-2 閉門造車的土壤測試包 232
- 案例 6-3 太陽能發電的成與敗 249
- 案例 6-4 大家都愛「不說話的好媳婦」 250
- 案例 6-5 行動電話和生活型態的改變 261

●第七章 你是先驅者？還是落後者？ 268

在一段時間內，面對一項創新，總是有些人勇於率先嘗試，也總有些人後知後覺，甚至，還有些人完全無於衷。面對一項創新的五大類接受者族群，各有哪些人格特質與社經條件？

【相關案例】

- 案例 7-1 哥倫比亞農村的耕種創新擴散研究 269
- 案例 7-2 對創新永遠都說「不」的人 285
- 案例 7-3 香港行動電話落後者 294

● 第八章 找出帶頭的就對了 298

如何在團體組織或企業中進行擴散？

研究發現，意見領袖可以發揮強大的影響力，因此深入了解意見領袖的特質，並善用挑選意見領袖的方法極為重要。

善用人際溝通網絡的功能，則是第二個要點。此外，在一個團體中，

當接受者達到一定的關鍵多數後，

擴散通常都會自行進行下去，

想阻止都阻止不了。

【相關案例】

案例 8-1 現代數學的意見領袖 298

案例 8-2 讓電子遊戲大賣的「酷小狗」 310

案例 8-3 抗英行動最知名的「報馬仔」 312

案例 8-4 新藥物擴散網絡 323

案例 8-5 多明尼加的太陽能發電設施 329

案例 8-6 倫敦的霍亂大流行 333

案例 8-7 「請問你的傳真號碼是幾號？」 341

案例 8-8 史上擴散速度最快的玩意兒——網際網路 343

案例 8-9 沉睡效應 350

● 第九章 誰來推廣最有效？ 358

要將一項創新成功地介紹或推廣出去，

要注意哪些動作？
推廣人員應該扮演哪些角色？
成功的推廣人員又有哪些基本條件？

〔相關案例〕

- 案例 9-1 印尼避孕計畫的「狩獵行動」 363
案例 9-2 奈及利亞「雞博士」的故事 367
案例 9-3 埃及嬰幼兒脫水夭折事件 371
案例 9-4 美國巴爾的摩針頭交換計畫 378
案例 9-5 全世界最成功的推廣單位 382

● 第十章 組織如何接受創新？

390

一個團體組織或企業本身，
如何面對新事物的擴散？
有哪三種基本的決策類型？
組織的規模大小、權力集中程度，
對擴散造成哪些正面與負面的影響？
組織接受創新有哪五個階段？

〔相關案例〕

- 案例 10-1 鼓勵員工玩電腦遊戲？ 404
案例 10-2 美國「霧都」有效卻喊停的高乘載計畫 414

● 第十一章 創新造福了誰？ 4 1 8

大多數創新的研發，都是為了解決某個即將發生或已經發生的問題，但弔詭的是，有時候，創新雖然解決了該問題，卻產生了新的問題。

〔相關案例〕

- 案例 11-1 雪地摩托車如何改變馴鹿的命運？ 4 1 9
- 案例 11-2 嬰兒存活了，但求學、就業怎麼辦？ 4 2 7
- 案例 11-3 澳洲原住民與鋼斧 4 3 0
- 案例 11-4 史上最嚴重的大飢荒 4 3 3
- 案例 11-5 全球消滅瘧疾計畫 4 3 5
- 案例 11-6 數位落差 4 4 9

● 附錄：參考書目 4 5 1

編輯室報告

輕鬆讀大師

林麗雪

你正在翻閱這本又厚又不便宜的書，心裡正在猶豫要不要買嗎？

那麼，別急，先想一下你現在的處境。

如果你是一個負責行銷、公關、業務活動企劃與執行的上班族，常常面對以下類似問題：「如何把樂活（LOHAS, lifestyles of health and sustainability）觀念推廣開來？」「如何把公關活動辦出效果？」「如何讓產品賣出長紅？」……

或者，你是各級政府、或基金會、社團等非營利組織的廣義社會工作者，常常日夜苦思：「如何減少吸毒問題，減輕社會成本？」、「如何協助外籍新娘融入台灣社會生活？」、「如何推廣器官捐贈觀念？」、「如何鼓勵大眾採用節源建築？」、「如何解決寵物棄養問題？」……

以上這些問題，老實說，這本書並沒有白紙黑字，給你直接的答案，但是，你絕對可以在這本書找到解決這些問題的方法。

《創新的擴散》是傳播學界大師羅吉斯的鉅著，集擴散研究領域大成，一九六二年一出版就一炮而紅。本書在學術界享譽四十年，每隔十年改版更新一次，是社會科學領域中被引用次數最高的著作之一。書中，除了擴散理論的論述，也提出了推動新觀念、新事物、新政策的工作方法。本書收集五十五個經典案例，有成功的，也有失敗的，羅吉斯一一剖析其中緣由與利弊，並提出應注意事項。讀過本書，相信能提升你對一件事（如街頭遊行）或一樣東西（如 iPod）在社會中流傳開來的洞察力。

但這本書，這麼厚，該怎麼讀？

如果你的時間允許，建議你全書按照章節編排順序，一一讀來，由全觀到微觀，從典範到批判，從理論到方法，你都能從大師深入淺出的文字中，輕鬆掌握；如果你是一個想繼續深造的學生，羅吉斯就像一位和藹的指導教授，也已經為你指引出未來的研究方向。

如果你已經工作、家庭兩頭燒，也很關心國事、天下事（甚至地球、宇宙事），你只想快速吸收本書精髓，短期內練功有成，那麼，建議你先熟讀第一章，掌握擴散理論的基礎架構，之後，可以針對你的工作任務，從五十五個案例裡，挑選出相似性質與條件的個案，仔細研讀，一定能有所斬獲。這本書就像你的案頭工具書，隨時為你增添工作智商。

所以，如果你在職場上從不追求「把任務做好的成就感」（以及通常隨之而來的表現優異、加薪、升官等），那麼，別客氣，你可以先在心裡記得有這麼一本好書，然後，把書放回書架，等有一天，你在職場上有了相同的追求目標，到時再來讀，可能會比較適合你的需求。

相反的，如果你一直是一個追求工作成就感、效率感、意義感的職場尖兵，你應該馬上把這本書帶回家。不過，不必急著一口氣讀完，只是一定要熟讀、細讀、反覆讀。這本書絕對可以鍛鍊你的洞察力，讓你比其他人更能看清楚各種社會現象如何擴散及滲透的箇中奧妙，同時，最重要的是，這本書將能為你的成功，找到更有效的工作方法！

如果你正在從事廣義的社會工作，希望這個社會變得更美好，你更不能錯過這本書。羅吉斯一生奉獻給創新擴散理論的研究，正是懷抱著與你相同的關懷與理想。閱讀大師，將讓你心靈不寂寞，行動有成效！