

網路化×少子化×高齡化帶來好商機

# 一個人的經濟

成熟市場也有大金礦

這個趨勢影響了你的生活方式，  
也改變了你的賺錢模式。

## 大前研一

孫玉珍 ● 譯

民の見えざる手  
デフレ不況時代の新・国富論

網路化×少子化×高齡化帶來好商機

# 一個人的經濟

成熟市場也有大金礦

**大前研一** 民の見えざる手  
孫玉珍・譯 デフレ不況時代の新・国富論

一個人的經濟：成熟市場也有大金礦／大前研一著．-- 第一版．-- 台北市：天下遠見，2011.03

面：公分．--（財經企管；CB452）

譯自：民の見えざる手 デフレ不況時代の新・国富論  
ISBN 978-986-216-716-8（精裝）

1. 經濟發展 2. 趨勢研究 3. 日本

552.31

100003264

財經企管 (452)

## 一個人的經濟 成熟市場也有大金礦

原著書名／民の見えざる手 デフレ不況時代の新・国富論

作者／大前研一

譯者／孫玉珍

編輯協力／中村嘉孝

財經館總監暨天下文化編輯部召集人／余宜芳

責任編輯／黃安妮

封面設計／李建邦

版型設計／李建邦、黃淑雅

出版者／天下遠見出版股份有限公司

創辦人／高希均、王力行

遠見・天下文化・事業群 董事長／高希均

事業群發行人／CEO／王力行

出版事業部總編輯／許耀雲

版權部主任／張紫蘭

法律顧問／理律法律事務所陳長文律師

著作權顧問／魏啟翔律師

地址／台北市104松江路93巷1號2樓

讀者服務專線／(02) 2662-0012

傳真／(02)2662-0007；(02)2662-0009

電子郵件信箱／cwpc@cwgv.com.tw

直接郵撥帳號／1326703-6號 天下遠見出版股份有限公司

電腦排版／立全電腦印前排版有限公司

製版廠／立全電腦印前排版有限公司

印刷廠／崇寶彩藝印刷股份有限公司

裝訂廠／精益裝訂股份有限公司

登記證／局版台業字第2517號

總經銷／大和書報圖書股份有限公司 電話／(02) 8990-2588

出版日期／2011年3月31日第一版

2013年3月5日第一版第20次印行

定價／330元

TAMI NO MIEZARU TE-DEFULE FUKYO JIDAI NO SHIN-KOKUFURON

Copyright© 2010 OHMAE Kenichi

All rights reserved.

First published in Japan in 2010 by Shogakukan Inc.

Traditional Chinese (in complex characters) translation rights arranged with Shogakukan Inc.  
through Japan Foreign-Rights Centre/Bardon-Chinese Media Agency.

Complex Chinese Edition Copyright © 2011 by Commonwealth Publishing Co., Ltd, a member of  
Commonwealth Publishing Group

ISBN：978-986-216-716-8（日文版ISBN：978-4-09-379812-9）

書號：CB452



天下文化書坊 <http://www.bookzone.com.tw>

## 目錄

|      |                      |     |
|------|----------------------|-----|
| 中文版序 | 一個人的經濟正興，全球企業接招 大前研一 | 008 |
| 推薦序  | 一個人的力量 李仁芳           | 016 |
| 前言   | 一個人就能翻弄經濟的年代         |     |
|      | 社會愈成熟，市場愈縮小          | 024 |
|      | 一隻手、一秒鐘就能改變世界        | 026 |
|      | 消費心理才是景氣關鍵           | 028 |
|      | 數字不一定會說話             | 030 |
|      | 機會要用魄力來換             | 034 |
|      | 汰弱創造更大生存空間           | 037 |
|      | 拚經濟前，先掌握心理           | 039 |
|      | 不愛花錢的草食系世代來了         | 042 |
|      | 經濟學其實是一種心理學          | 043 |
| 第一章  | 認識現狀   成熟社會的消費心理     |     |
|      | 有創意才能站上世界            | 048 |
|      | 年輕人出頭天               | 050 |
|      | 370個航班載運大商機          | 052 |
|      | 膽識與格局的競賽             | 054 |
|      | 老大換人做                | 057 |
|      | 兩個世界，兩種需要            | 061 |

|                   |     |
|-------------------|-----|
| 讓消費變成一種運動         | 064 |
| 用一百元創造兩百元的效益      | 068 |
| 平日吃50元便當，假日住五星級飯店 | 071 |

## 第二章 | 眼前的金礦 | 一個人的好生意

|                |     |
|----------------|-----|
| 精品失寵了          | 076 |
| 「戒精品」是一種消費進化   | 079 |
| 不要打折，只要新奇好貨    | 081 |
| 「夫妻加兩個孩子」不是多數  | 083 |
| 再貴也要買來愛自己      | 087 |
| 日耗的要便宜，耐久的要精緻  | 089 |
| 廉價和粗糙之間的距離     | 091 |
| 買一種生活方式        | 093 |
| 貴的要獨特，便宜的要超值   | 095 |
| 超商是單身者的冰箱      | 097 |
| 小包的、健康的、速購的最熱賣 | 099 |
| 超市是一個人的廚房      | 101 |
| 右腦型潮物網路熱賣      | 103 |
| 不用成本的好生意       | 106 |
| 比精不比多的時代       | 108 |

|              |     |
|--------------|-----|
| 限量是秒殺的關鍵詞    | 110 |
| 一個人的數位新樂園    | 113 |
| 集點是辦公桌下的祕密娛樂 | 116 |

### 第三章 | 外部金礦 | 勇闖另一個天下

|                |     |
|----------------|-----|
| 生活方式不同，賺錢模式也不同 | 122 |
| 會英語學什麼都容易      | 126 |
| 中產階級是好顧客       | 127 |
| 中國不再是世界工廠了     | 129 |
| 地方大、風險大、商機也大   | 131 |
| 二十年打另一個天下      | 135 |
| 二十到三十五歲外派黃金期   | 137 |
| 南進更勝西進         | 139 |
| 走出去，才能創造50%成長率 | 143 |
| 沒人去的機會更大       | 145 |
| 到努力一定有回報的地方打拚  | 147 |
| 敵人也可以是顧客       | 149 |
| 換一種思考，多一種商機    | 152 |
| 一次談判帶來三種好生意    | 154 |
| 敗者不必為劣者        | 156 |

|                 |     |
|-----------------|-----|
| 雙贏才是好策略.....    | 158 |
| 別人不要的可能是鑽石..... | 159 |
| 創業要能四海為家.....   | 161 |
| 除了眼光，還要敢冒險..... | 164 |
| 餐桌上現商機.....     | 167 |
| 丟棄偏見機會湧現.....   | 170 |

## 第四章

### | 潛在金礦 | 創意的技術

|                   |     |
|-------------------|-----|
| 思考有技術，創意有方法.....  | 174 |
| 找答案先弄清目的.....     | 175 |
| 從生活中找商機.....      | 177 |
| 如果國家政策也是一種商品..... | 179 |
| 下藥需對症.....        | 181 |
| 要知道為誰、為何而做.....   | 183 |
| 最大幸福與最小不幸.....    | 186 |
| 治國也須有創意.....      | 189 |
| 一個模式複製無數成功.....   | 191 |
| 有創意就不怕沒財源.....    | 193 |
| 廢墟裡找黃金.....       | 196 |
| 法規裡藏商機.....       | 199 |
| 做大事不一定要花大錢.....   | 201 |

## 第五章

### |二十年後的競爭力| 未來等待的人才

|               |     |
|---------------|-----|
| 比英語力也比領導力     | 206 |
| 一千億買未來競爭力     | 207 |
| 人才力決定國力       | 209 |
| 中老年人也要具備IT力   | 211 |
| 要魄力，更要格局      | 213 |
| 鐵飯碗再見         | 217 |
| 別當人才不良品       | 219 |
| 人才大戰無國界       | 221 |
| 有為者四海為家       | 223 |
| 戰場上學應變力       | 225 |
| 創業家美國人和公務員日本人 | 227 |
| 矽谷人脈學         | 229 |
| 收入落差加大成就落差    | 231 |
| 沒有標準答案的北歐教育   | 234 |
| 釐清輕重緩急再下手     | 237 |
| 如果蔬果店老闆教小學生數學 | 239 |
| 「小數論」和「多能工」   | 241 |
| 人才戰國時代        | 244 |
| 用法律加速年輕人成長    | 246 |
| 利用科技省成本       | 249 |
| know-how就是實力  | 252 |



## 結語

### 讓享受人生變成全民運動

|                    |     |
|--------------------|-----|
| 享受是富有的開始.....      | 258 |
| 老年生活也要全球化.....     | 261 |
| 退休生活要比上班人生長.....   | 263 |
| 好奇心和上進心讓人不老.....   | 266 |
| 興趣永遠不嫌遲.....       | 268 |
| 人生下半場也要過得很精采.....  | 270 |
| 死前花光存款.....        | 274 |
| 揮別「以備不時之需憂鬱症」..... | 278 |
| 別讓政府花光你的錢.....     | 282 |

網路化×少子化×高齡化帶來好商機

# 一個人的經濟

成熟市場也有大金礦

大前研一

孫玉珍・譯

民の見えざる手  
デフレ不況時代の新・国富論

## 目錄

|      |                      |     |
|------|----------------------|-----|
| 中文版序 | 一個人的經濟正興，全球企業接招 大前研一 | 008 |
| 推薦序  | 一個人的力量 李仁芳           | 016 |
| 前言   | 一個人就能翻弄經濟的年代         |     |
|      | 社會愈成熟，市場愈縮小          | 024 |
|      | 一隻手、一秒鐘就能改變世界        | 026 |
|      | 消費心理才是景氣關鍵           | 028 |
|      | 數字不一定會說話             | 030 |
|      | 機會要用魄力來換             | 034 |
|      | 汰弱創造更大生存空間           | 037 |
|      | 拚經濟前，先掌握心理           | 039 |
|      | 不愛花錢的草食系世代來了         | 042 |
|      | 經濟學其實是一種心理學          | 043 |
| 第一章  | 認識現狀   成熟社會的消費心理     |     |
|      | 有創意才能站上世界            | 048 |
|      | 年輕人出頭天               | 050 |
|      | 370個航班載運大商機          | 052 |
|      | 膽識與格局的競賽             | 054 |
|      | 老大換人做                | 057 |
|      | 兩個世界，兩種需要            | 061 |

|                        |     |
|------------------------|-----|
| 讓消費變成一種運動.....         | 064 |
| 用一百元創造兩百元的效益.....      | 068 |
| 平日吃50元便當，假日住五星級飯店..... | 071 |

## 第二章 | 眼前的金礦 | 一個人的好生意

|                     |     |
|---------------------|-----|
| 精品失寵了.....          | 076 |
| 「戒精品」是一種消費進化.....   | 079 |
| 不要打折，只要新奇好貨.....    | 081 |
| 「夫妻加兩個孩子」不是多數.....  | 083 |
| 再貴也要買來愛自己.....      | 087 |
| 日耗的要便宜，耐久的要精緻.....  | 089 |
| 廉價和粗糙之間的距離.....     | 091 |
| 買一種生活方式.....        | 093 |
| 貴的要獨特，便宜的要超值.....   | 095 |
| 超商是單身者的冰箱.....      | 097 |
| 小包的、健康的、速購的最熱賣..... | 099 |
| 超市是一個人的廚房.....      | 101 |
| 右腦型潮物網路熱賣.....      | 103 |
| 不用成本的好生意.....       | 106 |
| 比精不比多的時代.....       | 108 |

|              |     |
|--------------|-----|
| 限量是秒殺的關鍵詞    | 110 |
| 一個人的數位新樂園    | 113 |
| 集點是辦公桌下的祕密娛樂 | 116 |

### 第三章 | 外部金礦 | 勇闖另一個天下

|                |     |
|----------------|-----|
| 生活方式不同，賺錢模式也不同 | 122 |
| 會英語學什麼都容易      | 126 |
| 中產階級是好顧客       | 127 |
| 中國不再是世界工廠了     | 129 |
| 地方大、風險大、商機也大   | 131 |
| 二十年打另一個天下      | 135 |
| 二十到三十五歲外派黃金期   | 137 |
| 南進更勝西進         | 139 |
| 走出去，才能創造50%成長率 | 143 |
| 沒人去的機會更大       | 145 |
| 到努力一定有回報的地方打拚  | 147 |
| 敵人也可以是顧客       | 149 |
| 換一種思考，多一種商機    | 152 |
| 一次談判帶來三種好生意    | 154 |
| 敗者不必為劣者        | 156 |

|                 |     |
|-----------------|-----|
| 雙贏才是好策略.....    | 158 |
| 別人不要的可能是鑽石..... | 159 |
| 創業要能四海為家.....   | 161 |
| 除了眼光，還要敢冒險..... | 164 |
| 餐桌上現商機.....     | 167 |
| 丟棄偏見機會湧現.....   | 170 |

## 第四章

### | 潛在金礦 | 創意的技術

|                   |     |
|-------------------|-----|
| 思考有技術，創意有方法.....  | 174 |
| 找答案先弄清目的.....     | 175 |
| 從生活中找商機.....      | 177 |
| 如果國家政策也是一種商品..... | 179 |
| 下藥需對症.....        | 181 |
| 要知道為誰、為何而做.....   | 183 |
| 最大幸福與最小不幸.....    | 186 |
| 治國也須有創意.....      | 189 |
| 一個模式複製無數成功.....   | 191 |
| 有創意就不怕沒財源.....    | 193 |
| 廢墟裡找黃金.....       | 196 |
| 法規裡藏商機.....       | 199 |
| 做大事不一定要花大錢.....   | 201 |

## 第五章 |二十年後的競爭力| 未來等待的人才

|               |     |
|---------------|-----|
| 比英語力也比領導力     | 206 |
| 一千億買未來競爭力     | 207 |
| 人才力決定國力       | 209 |
| 中老年人也要具備IT力   | 211 |
| 要魄力，更要格局      | 213 |
| 鐵飯碗再見         | 217 |
| 別當人才不良品       | 219 |
| 人才大戰無國界       | 221 |
| 有為者四海為家       | 223 |
| 戰場上學應變力       | 225 |
| 創業家美國人和公務員日本人 | 227 |
| 矽谷人脈學         | 229 |
| 收入落差加大成就落差    | 231 |
| 沒有標準答案的北歐教育   | 234 |
| 釐清輕重緩急再下手     | 237 |
| 如果蔬果店老闆教小學生數學 | 239 |
| 「小數論」和「多能工」   | 241 |
| 人才戰國時代        | 244 |
| 用法律加速年輕人成長    | 246 |
| 利用科技省成本       | 249 |
| know-how就是實力  | 252 |

## 結 語

### 讓享受人生變成全民運動

|                    |     |
|--------------------|-----|
| 享受是富有的開始.....      | 258 |
| 老年生活也要全球化.....     | 261 |
| 退休生活要比上班人生長.....   | 263 |
| 好奇心和上進心讓人不老.....   | 266 |
| 興趣永遠不嫌遲.....       | 268 |
| 人生下半場也要過得很精采.....  | 270 |
| 死前花光存款.....        | 274 |
| 揮別「以備不時之需憂鬱症」..... | 278 |
| 別讓政府花光你的錢.....     | 282 |



中文版序

# 一個人的經濟正興，全球企業接招

大前研一

過去二十多年來，日本社會已經逐漸失去傳統家庭的束縛，過去典型的主流日本家庭，是四個人的小家庭，如果看電視，尤其是日本公共電視NHK的烹飪節目，就會發現每次的示範菜單都是四人份，但是根據調查，現在已有48%的人都是一個人收看這類節目，四人份的食譜其實對他們已經不適用。而且，當電視主持人說：「祝各位和家人有美好的一天」時，其實陪伴這些人看電視的都是寵物，根據統計現在日本貓狗的數量已經超過新生幼兒，達到2,500萬隻。