

BE POSITIVE PLEASE!

家中的電腦不知發生了甚麼事故，經常出現突然自動關機、然後又自行重開，失控地 on/off，於是找來專家維修。專家三扒兩撥，不出三幾分鐘，便說電腦沒有「大恙」，只是一些 setting 上的問題而已，他同時進一步告訴我將來電腦如果發生同樣情況時，「只需」這樣那樣便能將它修復。

看著專家那「健步」如飛的動作，我登時頭大如斗，不要說看不懂他在做甚麼、聽不明他在說甚麼，我根本連問也不懂得如何去問。專家望著我那苦惱的神情，不停搖頭輕哂，毫不掩藏他的鄙視目光。

如果你是個年過五十的銀髮人，相信你對我所描述的情況大有共鳴吧。

被戲稱為「ON/OFF」族

曾經有人嘲稱銀髮人為「ON/OFF族」，因為在高科技當道的時勢中，銀髮人對於新世代的產品知識多數是「識啲唔識啲」，又基於體能開始下降，搏殺起來不復往年勇猛，甚至需要「做吓停吓」者大有人在，因此有些自詡為緊貼時代潮流的人便利用一些 IT 術語來表示他們夠「潮」，「ON/OFF」便是其中之一。

以「ON/OFF」來形容銀髮人士，未嘗不為貼切，



然而，究其深意，未免太負面吧，至少令人想起那 short short 咗、得得咗、「時得時唔得」的壞電腦，或者是使用科技產品時只懂得按「ON/OFF」掣、正面臨時代淘汰的銀髮人。

也許倡議以「ON/OFF」來標籤銀髮族的人未必心存惡念，而只是想追捧日本著名管理學家大前研一所提倡的「OFF學」，效法其逆向傳統的思考方式來個「大革命式」的創意，以為可借此能為銀髮族市場打出一道血路之餘，亦可同時展露一下自己的學識淵博，如果真的是這樣，此想法差矣！

不同的市場情況應特配不同的市場策略和定位，即使在全球一體化的大趨勢下，市場創業者仍需注意本土需要，“think global, act local” 相信是所有成功的市場營銷的基本心法之一，況且大前研一提倡的「OFF學」，旨在對上班族進行「休閒」革命，認為對於「ON（工作）」與「OFF（休閒）」都應該同樣重視，但對象並非專屬銀髮人。

銀髮族在香港消費市場本已被歧視，甚至被漠視，如果再被貼上如「ON/OFF」等符號，一經「推廣」，銀髮族的負面形象則難有翻身之日矣。尤幸的是，直至本文截稿之日，此等矮化銀髮族的手法仍未在香港出現，萬望市場創業者別盲目追他國市情，以至「誤入歧途」。✔