

創新，在既有的格局中，開闢出新的景象；創新，不遵從原有的方向，執意走出自己的路；創新，以截然不同的方式，表現不落俗套的概念。歷史上，蒸氣機的發明，一改以往沿用人力和動物推動機器的模式，掀起了工業革命，及至後來電的應用，也是科技進程的躍進；這種躍進比起一步一腳印更為艱難，好比憑空描繪未來，無往跡可依，靠大膽新奇的想像，才能走進新領域。

想像之於創新，如同燈塔之於船舶，可以穿透未知的迷霧，引領技術的發展。當人們不滿足現狀，想擁有更加便利的生活時，他們就會想像更好的未來，源源不絕的想像力突破現實的樊籬，構思出新奇的物品，有了這些藍圖，技術才有進步的方向；反之，空有技術，而無想像，只會用不得其所，有如無的放矢，徒費心力。想像是先於現實，不拘泥於傳統的力量，技術是實踐想像的工具，兩者兼有，就是創新。

創新的產物往往淘汰原有的產品，因為前者以另類的角度彌補後者的不足，甚至將其昇華；有時，創新的力量足以顛覆整個行業，最經典的例子莫過於智能電話的誕生。當我們習慣使用除通話外幾乎別無功能的電話時，喬布斯卻想到了電話的潛力，他把電腦和電話結合，使小小的電話成為掌上世界，豐富我們的生活。喬布斯敢於打破一般的框架，不以通話的角度構思電話，而是以人們的真正所需出發，他把上網、發電郵、文書處理、錄音、計算機、指南針、電子書、記事、定位、音樂庫等多不勝數的功能融入電話，甚至引領我們對科技的追求，他勇於想像他所認為「聰明」的產品，並將其實現，改寫了電話的定義。

喬布斯的成功從人人手執一部智能電話上可得見，這種成功基於智能電話與其前身的巨大區別，它們有着根本性的不同，前者的出現，若單靠循序漸進、逐步改良等如同想以雙腳飛行的方法，實在不可能，只有天馬行空的想像，才能造就電話新時代。

創新的產物是時代更迭的指標，當人們厭倦舊市場的產品，不再滿足於擠迫混亂的紅海，全新的物品就會倍受青睞，從而取得成功。開創新的市場，引領新的時代，這種藍海策略充份證明創新的必要，受到市場認可的東西往往被人重視，但想卻被人忽視，人們總覺得想像是切不實際的，殊不知想像才是創新的根本；沒有描繪理想世界的能力，談何發展技術，談何改進科技，談何創新未來？

政府大力提倡創意產業，但想像需要空間和機會，繁重單一的作業無利於培養善於創造的人才，只有身處色彩紛陳、百花齊放的社會，我們才能不斷創新。