

- 财经大咖、企业导师陈效镛先生倾力之作
- 镛记传媒《财势大颠覆》财经脱口秀电视专栏
- 2015年全国两会召开期间获准在深圳同步播出
- 第十一届全国人大常委会副委员长、两院院士、中国产学研合作促进会会长路甬祥题词推荐

陈效镛 著

# 大颠覆



南方日报出版社  
NANFANG DAILY PRESS

陈效镛 著

大  
願  
家



南方日报出版社  
NANFANG DAILY PRESS

中国·广州

## 图书在版编目 (CIP) 数据

大颠覆 / 陈效镛著. — 广州: 南方日报出版社, 2015. 7

ISBN 978-7-5491-1254-8

I. ①大… II. ①陈… III. ①产业经济-转型经济-研究-中国 IV. ①F121.3

中国版本图书馆CIP数据核字 (2015) 第099668号

DA DIANFU

大颠覆

---

作 者: 陈效镛

出 版 人: 周洪威

责任编辑: 刘志一 郑 颖

特约编辑: 刘剑英

责任技编: 王 兰

装帧设计: 王代超

责任校对: 阮昌汉

出版发行: 南方日报出版社

地 址: 广州市广州大道中 289 号

经 销: 全国新华书店

印 刷: 深圳市彩视印刷有限公司

开 本: 889mm×1194mm 1/16

印 张: 10

字 数: 150 千字

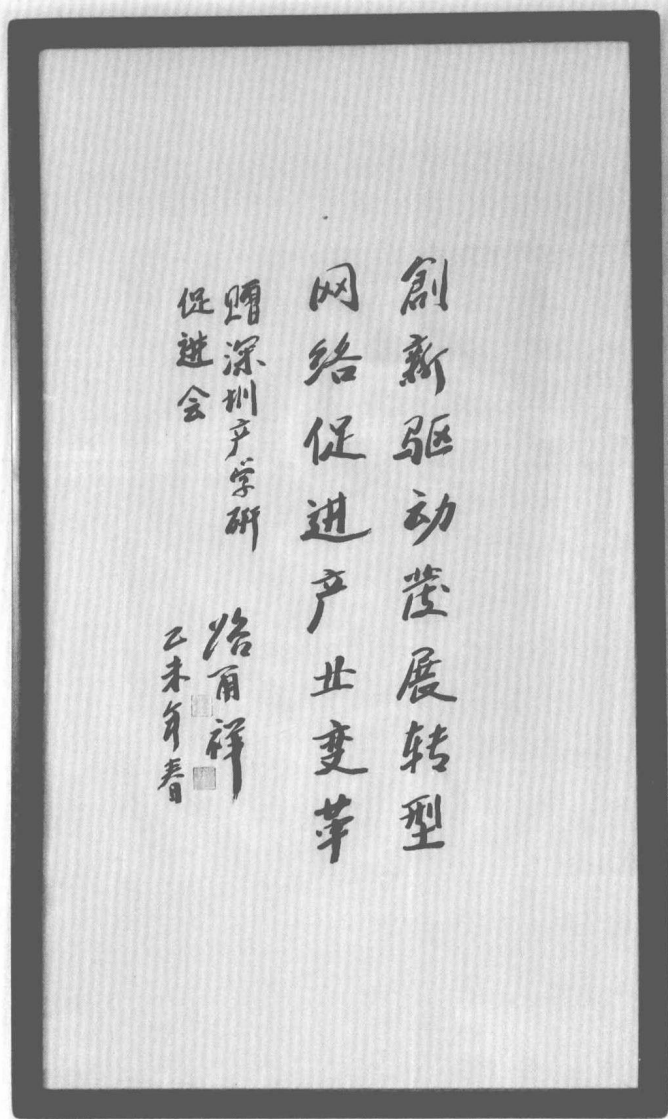
版 次: 2015 年 7 月第 1 版

印 次: 2015 年 7 月第 1 次印刷

定 价: 38.00 元

---

投稿热线: (020) 87373998-8503 读者热线: (020) 87373998-8502  
网址: <http://www.nanfangdaily.com.cn/press> <http://www.southcn.com/ebook>  
发现印装质量问题, 影响阅读, 请与承印厂联系调换。



第十一届全国人大常委会副委员长、两院院士、  
中国产学研合作促进会会长路甬祥先生为本书亲笔题词

# 代序：把握产业转型的脉搏

廖军文（深圳产学研合作促进会会长）

互联网新科技打破传统的产业结构，势不可挡。为了让更多的企业适应这种转变，深圳产学研合作促进会特别推出了财经专栏脱口秀《鏞记说·财势大颠覆》，连续播放 15 天，每天一个主题，从各个不同的角度对产业转型进行深入分析，节目风格亦庄亦谐，受到各界欢迎，反映很好。现在又推出了《大颠覆》，介绍互联网科技转型见诸于文字，以期让更多企业认识到局面之严峻，尽快适应步入互联网快车道。本书及其视频作品的推出，体现了深圳产学研合作促进会的宗旨和使命。第十一届全国人大常委会副委员长、两院院士、中国产学研合作促进会会长路甬祥先生也为此书欣然亲笔题字，给予肯定。

深圳是改革开放的窗口。在每次改革的浪潮中，深圳人一直是排头兵。35 年来的科技进步使深圳已成为科技名城，企业成为了科技进步的主体。深圳 90% 以上的研发机构设立在企业，90% 以上的研发人员集中在企业，90% 以上的研发资金来源于企业，90% 以上的发明专利出自于企业。2014 年全社会研发投入占 GDP 比重达到 4%，超过 600 亿元，这一数字已达欧美发达国家水平。在互联网浪潮中，深圳已经涌现了腾讯、迅雷、微众等一大批互联网企业，而像华为、中兴、创维等大型企业也快速地推动互联网技术，深圳又一次在改革浪潮中走在最前面。深圳 35 年的改革开放，不仅取得了巨大的物质财富，同时也创造了丰厚的精神文明成果，无数反映特区人风貌，把握改革进步脉搏的作品繁花似锦。这本书及其视频作品亦是深圳精神文明成果之一。

本书作者陈效鏞是深圳产学研合作促进会的秘书长，20 世纪 80 年代就开始参与深圳的改革开放事业，先后担任过多家国有企业、民营企业的高管，一直工作在企业一线。作者善于学习、思考和总结，研究产业转型的趋势，不断创作出能给大家启发的作品，我们大家都非常感谢他！这本书观点鲜明，文字流畅，案例鲜活，值得一读。

互联网科技革命才刚刚开始，我相信，随着互联网科技浪潮的深入发展，会有更多更好的作品涌现。

## 自序：大时代与大颠覆

这是最好的时代，这是最坏的时代。

早在蒸汽动力时代，狄更斯在他的《双城记》中的感叹，依然是人类面对不断变化的大时代的刻骨名言。

从工业时代到 PC 时代到互联网时代再到移动互联时代，各种颠覆力量势不可挡，令人眼花缭乱。今天的时代，到底是什么样的时代？屌丝逆袭、白手起家、新手跨界的故事接二连三上演，我们所处的今天，正是一个机会纷纭、跨界打劫、颠覆传统的时代。过去，产品、服务、渠道、客户、商业模式等约定俗成的印象，都被一一颠覆。

有人说，这个世界是 60 后的，因为他们掌握了绝大多数的财富；有人说，这个世界是 70 后、80 后的，因为他们拥有丰富的经验；有人说，这个世界是 90 后的，因为他们承载着未来的希望。而真相只有一个，就是世界属于创新者、颠覆者。

和我们生活相关的领域，阿里巴巴、京东商城、当当网颠覆了我们的生活方式，成为潮流英雄，而诸多传统商业庞然大物在极短的时间内被边缘化甚至黯然陨落。在过去 10 年，我们看到，一个个曾经不可一世的庞然大物，在一次次超越和颠覆中节节败退。除了商业零售，更多颠覆正在发生：百度地图抢了车载导航的饭碗，腾讯微信动了中国移动、电信与联通的奶酪。微信 7 亿用户还在增加，直接打劫了中国移动、电信和联通的饭碗！余额宝的出台，18 天狂收 57 亿元资金存款，开始抢夺银行的饭碗。

诺基亚消失了，摩托罗拉也卖身了，戴尔转身软件集团，IBM 成功转型为生产型服务业公司，爱立信成为了世界第五大软件公司……颠覆时代除了给我们带来震惊还有什么？除了丛林法则的弱肉强食和搅局者概念，颠覆时代还隐藏着无数传统企业发力、蜕变的机会。

微信朋友圈曾流行一篇文章，开篇就是：“柯达的葬礼已经快要被人遗忘，摩托罗拉、诺基亚、东芝、索尼都在排队等候档期。国美醒来的速度太慢、太慢，等它睁开眼睛，仓库里，剩下一地的悲伤，京东早已实现明目张胆的打劫。”

颠覆因创新而生，2013 年，一款产品创造了人类历史上成长最快的百亿

美元企业之一。那是一款手机，它叫小米，它的创始人是雷军。而到2014年底，这家企业再次刷新纪录，以创纪录的450亿美元估值把许多过去的庞然大物远远抛在了后面。

小米CEO雷军说，因为站在趋势的风口上，颠覆者小米将来有可能成为千亿元级企业。百度CEO李彦宏认为：“未来，每一个产业都可能处于产业变革的风口，传统产业也会因为互联网更先进。”

颠覆因跨界而生，尤其是当产业发生整合的时候，传统行业的格局洗牌会越来越快。世界是平的，今天这个时代，区域与区域之间、行业与行业之间的界限都变成平的，一切都在跨界，一切都在颠覆，很多跨界与颠覆，超出了人们的想象力。

颠覆因“破坏”而生，这个时代，流行一种“破坏性创新”，美国哈佛大学商学院教授、《创新者的窘境》作者克莱顿·克里斯坦森说：“这种创新一方面‘杀死’行业领袖，另一方面给新企业提供进入行业的机会，我们称之为‘破坏性创新’。而‘破坏性创新’总的来说，让复杂而昂贵的产品变得更便宜、使用门槛更低，让更多的人可以使用它。”

过去我们害怕对手的强大，现在我们更恐惧的是不知道对手在哪里。领先者常常说拿着望远镜也找不到对手，而现在更可怕的是你拿着显微镜也找不到对手。互联网以及移动互联网时代最严重的问题不是对手比你强，而是你根本连谁是对手都不知道！新的更强大的对手已经用互联网思维在布局跨界打劫你的市场，但你却浑然不知！等你醒悟过来的时候，已经来不及了……

时代在变，技术的更新推动着人类文明的发展。过去20年，互联网可以说是改变社会、商业最重要的技术及应用。从近代史角度来看，也许只有电的发明及应用可以与之媲美。

现在是后PC时代、后网络时代和移动互联网时代，不出10年，我们又进入后摩尔时代、云计算时代。软硬件一体化、影视网站IM化、电商服务O2O化、金融服务互联网化、ICT战略生态化、企业创新思维开放化、商业模式注重后向化、企业专利博弈被强化、跨界融合竞争白热化、颠覆性技术重构产业格局等等这些变化正在发生。

今天这些技术名称，IP、4G、大数据、云计算，在未来20年将会像电、汽车、抗生素等工业革命重大发明一样，不仅作为工具，而且成为塑造企业、社会、

国家最重要的力量。数据重构商业，流量改写未来，旧思想渐渐消失，逐渐变成数据代码，大数据时代，云计算的发展，一切都在经历一个推倒重来的过程。

今天，创新者以前所未有的迅猛，从一个领域进入另一个领域。门缝正在裂开，边界正在打开，传统的广告业、运输业、零售业、酒店业、服务业、医疗卫生等等，都可能被逐一击破。更便利、更关联、更全面的商业系统，正在逐一形成，世界开始先分后合，分的，是那些大佬的家业；合的，是新的商业模式。

互联网发展永远有新的业态出现，靠资源垄断的行业将受到冲击。今天的时代，规模已经过时，平台才能赢得持久竞争力和市场空间。在全球最大的100家公司中，有60家企业的大部分收入均来自平台商务，包括苹果、思科、Google、微软等。在互联网经济时代，通过技术建立的平台，已经是最佳的商业模式。

未来，是颠覆和跨界的时代，所有大企业的地盘都可能遭遇打劫，一旦改变发生，来不及变革的企业，必定遭遇前所未有的劫数。无论是哪一家公司，如果不能深刻地意识到金钱正随着消费体验的改变而改变流向，那么，无论过去他们有多成功，未来，都只能够苟延残喘，直到被尘土掩埋。

变变变。社会在变，企业要变，我们的思想要变，我们的观念要变，我们的心态要变。互联网产业带来的大转型，既是机遇也是挑战。抓住机遇了，变了，这最好的时代便已经掌握在我们的手中！

那么，颠覆的世界，你准备好了吗？



# 目录

## 代序：把握产业转型的脉搏

在互联网浪潮中，深圳已经涌现了腾讯、迅雷、微众等一大批互联网企业，而像华为、中兴、创维等大型企业也快速地推动互联网技术，深圳又一次在改革浪潮中走在最前面。深圳 35 年的改革开放，不仅取得了巨大的物质财富，同时也创造了丰厚的精神文明成果，无数反映特区人风貌，把握改革进步脉搏的作品繁花似锦。这本书及其视频作品亦是深圳精神文明成果之一。

## 自序：大时代与大颠覆

这是最好的时代，这是最坏的时代。

早在蒸汽动力时代，狄更斯在他的《双城记》中的感叹，依然是人类面对不断变化的大时代的刻骨名言。

从工业时代到 PC 时代到互联网时代再到移动互联时代，各种颠覆力量势不可挡，令人眼花缭乱。今天的时代，到底是什么样的时代？屌丝逆袭、白手起家、新手跨界的故事接二连三上演，我们所处的今天，正是一个机会纷纭、跨界打劫、颠覆传统的时代。过去，产品、服务、渠道、客户、商业模式等约定俗成的印象，都被一一颠覆。

## 第一章 势

势者，因利而制权也；

取势，审时度势，因势利导，顺势而为；

善战者，求之于势，不责于人。

### ■ 产业革命

这是一个什么样的时代？正如英国大文豪查尔斯·狄更斯在《双城记》的卷首语所说：这是最好的时代，这是最坏的时代；这是智慧的时代，这是愚蠢的时代；这是信仰的时期，这是怀疑的时期；这是光明的季节，这是黑暗的季节；这是希望之春，这是失望之冬；人们面前有着各样事物，人们面前一无所有；人们正在直登天堂，人们正在直下地狱。如果跟得上，就是最好的时代；如果跟不上，就是最坏的时代。

### ■ 工业 4.0

英国西北部的一座滨海小城，它的名字叫格里诺克，1736年，工业革命之父、万能蒸汽机的发明者——詹姆斯·瓦特就出生在这里。1773年，一个叫马修·博尔顿的工厂主挽留住了想要前往俄国的瓦特。他没有意识到的是，他这样一个举动改变了英国，也改变了世界。1776年3月，瓦特制作的第一台实用性蒸汽机，在英国波罗姆菲尔德煤矿点火，照亮了人类生活的一个新时代，成全了瓦特的大英帝国由此在全球殖民时代称霸两百年。

### ■ 指尖掘金

微博上有一句调侃的段子，说的是：“大家的每一天都是以打开手机开始的，以关闭手机结束的。”

人类历史经历了从农业时代、工业时代、信息时代到移动互联网时代的递进。农业时代改变了生产关系，人们摆脱了对狩猎的依赖。工业时代则是对能量资源的大肆开发和利用。工业时代后期我们进入了电气时代，而计算机的发明使我们进入了信息时代。这时表现为信息量、信息传播、信息处理的速度等都呈几何倍增，乃至形成信息爆炸。而移动互联网时代则完成了最后一步，让人与信息相连。正是这种连接，改变和颠覆了一切。

### ■ 数据入侵

一路走来，人类从原始时代、农业时代、工业时代到信息时代，直至我们现在已经跨入的新时代：大数据时代！一个人类被数据淹没的时代，一个生活、工作和思维被数据所左右着的大变革时代。John Naisbitt在他的成名作《大趋势》

中曾提到：“人类正被信息淹没，却饥渴于知识。”

### ■ ..风起云涌

这是一个风起“云”涌的时代。科技浪潮席卷全球，信息技术改朝换代，网络步伐快如闪电，云计算接踵而至。

云计算开启了新一轮IT历史进程。在PC时代，以摩尔定律、Wintel架构为主导的硬件产业、传统软件产业的商业模式，企业IT架构，普通人的生活，都会因“云计算”的到来和发展而发生改变。

### ■ ..未来已来

今天，我们所面对的世界已经和过去截然不同。

我们正处在一个全球骤变的时代，所有的变化都在加速裂变，以至于我们思考的速度远赶不及事物的发展。

## 第二章 局

变局，破局；  
观大势，识大局。

### ■ ..变局时代

没有什么比变化更让人心焦。

快速迭代，用户参与；基于海量数据分析进行决策；病毒式营销，星火燎原；小而美，少即是多；免费策略，平台战争；粉丝经济，草根品牌；激发用户创造、自组织构筑网络生态等等。一种叫“互联网思维”的、全新的东西改变了我们的许多存在。

### ■ ..重新洗牌

一场不曾有过的颠覆之战正在逼近，一股新兴商业力量正在攻城略地，一批传统行业——零售业、批发业、制造业、广告业、新闻业、通信业、物流业、旅游业、餐饮业、金融业、保险业、医疗业、教育行业、电视节目行业、电影行业、

出版业等，腥风血雨就要来临，一个都逃不了。

### ■ 跨界打劫

柯达的葬礼已经快要被人遗忘，摩托罗拉、诺基亚、东芝、索尼都在排队等候档期。

微信上流传一个段子“跨界竞争的奥妙启示”，第一段是：最近听到最震撼的一句话是，移动说，搞了这么多年，今年才发现，原来腾讯才是我们的竞争对手。

### ■ 创客崛起

曾经大家以为 IBM 是王者，后来微软让 IBM 边缘化了；到今天，曾经不可一世的微软也终于“软”了，不再是绝对的王者。

早在 PC 时代，微软的崛起和垄断霸局让人们相信，属于硬件的时代已经远去，未来的王者一定属于软件。直到智能互联时代，人们突然发现，风水轮流转，属于硬件的时代又到来了，只是这次它披了一件“智能”的外套。

### ■ 资本新局

纽约，这个坐落于美国东海岸的国际大都会，一直是世界上最重要的商业和金融中心，华尔街位于纽约曼哈顿区的南端，这条只有 500 米长的街道是美国资本市场和经济实力的象征，它影响和牵动着全球资本市场和全球经济。

资本的话题，在近几个世纪一直都是经济发展过程中一个核心话题。

在中国，资本对于诸多发展中的企业而言，是一个全新的困局。

### ■ 文化新天

物质总会枯竭，唯有文化生生不息。

我们一直在感叹，为什么中国出不了 Google，出不了 Facebook，但是很少人去想 Google 和 Facebook 背后的文化力量。

## 第三章 道

道可道，非常道。

### ■ 颠覆时代

罗马帝国的崛起是通过在布匿战争中打败原有的霸主迦太基而完成的，英特尔的崛起是靠击败老牌半导体公司摩托罗拉而实现的。

在我们熟悉的周围，一个时代有一个时代的王者，而上一个时代的王者在辉煌之后又总是以令人唏嘘的姿态被后来者颠覆。比如，曾经的王者诺基亚、摩托罗拉、微软……

### ■ 自我颠覆

周鸿祎用 360 免费杀毒颠覆了行业，也使自己的用户突破了 4 亿。

腾讯用微信颠覆了 QQ，为自己拿到了一张移动互联网时代的船票。

这是曾经和正在发生的颠覆。

### ■ 自造危机

孟子云“生于忧患，死于安乐”。

马丁·科尔在《最伟大的力量》一书中说：“每个人都拥有一种伟大而令人惊叹的力量。只是有的人善于挖掘和发挥这种力量，而有的人一辈子也挖掘不出。”

### ■ 管理新篇

杰克·韦尔奇 (Jack Welch) 被誉为“最受尊敬的 CEO”“全球第一 CEO”“美国当代最成功最伟大的企业家”。但杰克·韦尔奇的辉煌定格在 1997 年之前。

1997 年之后乔布斯回归苹果，至今想来，他在那一年说的两句话和做的一件事，推动了这个星球进入移动互联网时代及影响了后来的各种思维、思潮和管理方法。

### ■ 快人一步

“天下武功，唯快不破”，在小米董事长雷军的眼中，互联网时代的创业圈就是一个武林高手层出不穷的江湖。一个创业者要想使自己的企业脱颖而出，招数不被破解，就只有比别人快一拍。

### ■ 机制创新

这是一个创新的时代，故步自封，就意味着衰败。

在过去，许多恐龙级的巨头和恐龙一样消亡，正是因为缺乏应对变化的创新。

## 第四章 法

人法地，地法天，  
天法道，道法自然。

### ■ 模糊决策

黑格尔的《小逻辑》当中有一句话：熟知并非真知。过去成功的东西可能成为一种思维定式，制约你今天向互联网转型。真知是什么？就是真理。但真知不是一个成型的东西，需要你探索。希望我们今天都能够在互联网时代成为探索真知的先驱，成为互联网的赢家。

### ■ 韧者无敌

鲨鱼因为拥有超强的适应性，在地球上已生存超过一万五千年。

在大自然的漫长进化过程中，鲨鱼这一物种没被淘汰，而且能保持旺盛的生命力，主要是鲨鱼拥有自己的生存理念：弹性、创新、行动、灵敏。这也是鲨鱼的行为准则即核心价值观，这种生存适应性符合事物的运动规律，因为世界上唯一不变的法则就是变化。

### ■ 粉丝经济

从口碑传播的载体，到品牌成功的基石，再到品牌的主人，“粉丝”成为了这个时代最耀眼的群体。正如玛格丽特所说：不要怀疑一小群有决心的人能

改变世界，事实上，也只有他们才能改变世界。

### ■ “屌丝”逆袭

屌丝，穷、丑、矮、呆、胖……这个中国网络文化兴盛后产生的讽刺用语，开始常用作称呼与“高富帅”相对“矮穷丑”的人。其最显著的特征是穷，房子、车子对于屌丝来说是遥不可及的梦。

在另一个层面，在互联网领域，“屌丝”却是王道。得“屌丝”者得天下几乎已成定律。那些成功的互联网大佬深刻理解屌丝对于互联网产品和服务的价值。

### ■ 本土思维

2014年，路透社一篇文章说：当洋品牌将未来增长寄希望于中国这个世界第二大消费市场时，一批中国零售商却利用绿茶味的牙膏和酸梅汤侵蚀国际对手的市场份额。

中国公司将近30年的成长史中，在中国市场的很多行业中，本土的企业家都有过那么一个可以击败或抗衡跨国公司的“关键时刻”。1995年前后，联想的柳传志就抓住了这个时刻，靠高举民族品牌大旗击败了众多的国际电脑公司；家电领域的海尔张瑞敏、长虹倪润峰也抓住了这个时刻，在一轮又一轮的价格战中战胜了众多的日本及欧美家电公司；在2000年前后的饮料食品行业，娃哈哈宗庆后则靠城乡渠道的创新，取得了让人骄傲的业绩。这样的传奇在互联网时代更是集中。

### ■ 平台战略

在全球最大的100家公司中，有60家企业的大部分收入均来自平台商务，包括苹果、思科、Google、微软等。在互联网经济时代，通过技术建立的平台，已经是最佳的商业模式。

## 第五章 术

优术，  
人主之大物，  
非法则术也。

### ■ 用户思维

“在传统工业社会里，大工厂生产什么，我们就买什么，或者当大媒体发布什么，我们就看什么。而在互联网时代，我们都被赋予了参与生产的工具。”

——克里斯·安德森（美国《连线》杂志高级制作人、《长尾理论》作者）

“所有的生产者和消费者，已经开始融合，你可以很容易地从一个消费者和观众转变为一个生产者，从而成为整个生产体系的一部分。”

——伊藤穰一（美国麻省理工学院媒体实验室主管）

### ■ 体验消费

互联网领域正在进行着百年一遇的量级革命——你是谁已不重要，你的圈子在哪里才重要。如果企业意识不到金钱正随着消费体验的改变而转换流向，那么只能坐以待毙。

运用互联网思维与设计思维设计出有价值感、富有情感与幸福感的产品，才会创造出激动人心的消费者产品体验。

### ■ 8090

60年代人的精彩还在继续，70年代人刚登场，信息技术迅速迭代，技术与变革带来的各种颠覆就将80后、90后人推上了前台。今天，如果你看不懂80后、90后，你也许就会失去整场游戏。

### ■ 合纵联盟

产业是一个生态，这个生态的核心是市场化的运行机制和产业要素间的协同。这个庞大的生态体系容纳了人才流、资金量、技术流和信息流，同时，在其中形成了多要素协同、融合，最终实现价值交换的方式。



对企业而言，单打独斗时代已经过去，联盟的时代已经到来。在当今这个国际经济大循环的世界里，“孤胆英雄”的时代已经过去，单个企业的作用在下降，群体的作用在上升。

### ■ 颠覆者

互联网思维浪潮下，一个个颠覆者诞生，改写了我们过去所熟悉的各种游戏规则。

黄太吉、雕爷、特斯拉、这几个经典案例是如何让人尖叫的？

### ■ 创新颠覆，你准备好了吗？

美国《连线》杂志高级制作人、《长尾理论》作者克里斯·安德森说：“如果第一场技术革命花了三百年，第二场技术革命花了大概一百年，第三场技术革命或许要花 50 年，这是思考这个问题的正确方法，这不是技术创新的速度，这是社会适应的速度，社会变革要比技术变革缓慢得多，有时甚至一两代人的时间，才能真正弄清技术革命带来了什么。”

## 尾声：你好，新文明时代

工业化 200 年的进步，超越了古代的 2000 年；计算机科技 20 年的进步，超越了工业化的 200 年。不难预料，未来由互联网科技引发的爆炸式的生产方式颠覆般的转型，将引领人类社会生活方式和治理制度的颠覆，人类又将进入一个更文明、更科学、更进步的时代。