

New Economic Model
Under the Interactive Thinking

INTERACTIVE ECONOMY

 后浪出版

New Economic Model Under the Interactive Thinking

INTERACTIVE ECONOMY

互动经济

互动思维下的经济模式

安永钢 著

An Yonggang

 浙江人民出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

互动经济 : 互动思维下的经济模式 / 安永钢著 . --
杭州 : 浙江人民出版社 , 2017.3
ISBN 978-7-213-07899-6

I . ①互… II . ①安… III . ①经济模式—研究 IV .
① F014.9

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 013253 号

互动经济 : 互动思维下的经济模式

安永钢 著

出版发行 : 浙江人民出版社 (杭州市体育场路 347 号 邮编 310006)

责任编辑 : 潘海林

责任校对 : 张志疆

特约编辑 : 方 丽

封面设计 : 墨白空间 · 韩凝

印 刷 : 北京盛通印刷股份有限公司

开 本 : 889 毫米 × 1194 毫米 1/32 印 张 : 8.75

字 数 : 130 千

版 次 : 2017 年 3 月第 1 版 印 次 : 2017 年 3 月第 1 次印刷

书 号 : ISBN 978-7-213-07899-6

定 价 : 58.00 元

后浪出版咨询(北京)有限责任公司 常年法律顾问: 北京大成律师事务所

周天晖 copyright@hinabook.com

未经许可, 不得以任何方式复制或抄袭本书部分或全部内容

版权所有, 侵权必究

本书若有质量问题, 请与本公司图书销售中心联系调换。电话: 010-64010019

This book is dedicated to
my teachers, and National University of Singapore,
my old alma mater.

And, my gratitude to everyone
who share their friendship and fellowship
of my pursuit of knowledge.

If both the physiological and the safety needs are fairly well gratified,
there will emerge the love and affection and belongingness needs.

—Abraham H. Maslow

如果生理需要和安全需要都很好地得到了满足，
爱、感情和归属的需要就会产生。

——亚伯拉罕·马斯洛



马丁·劳伦斯·威茨曼（Martin Lawrence Weitzman）于1984年提出了分享经济的理论。如今，作为一种经济模式，分享经济催生的商业模式已经几乎覆盖了人们衣食住行的各个领域，并在大多数行业呈现红海态势。这种高度竞争的商业环境，促使企业管理界开始思考，下一个经济模式将会是什么？

目前，移动视频直播作为新一轮资本投资的焦点，从最初的秀场直播形态，已逐渐演变出旅行、泛娱乐、新闻、电子商务、教育培训、财经等多种业态模式。视频直播初看起来只是人类交流的一种工具，但它在被社会全面理解和应用之后，将逐渐变成一种影响人们思维方式的新媒介。

哈罗德·伊尼斯（Harold A. Innis）在《传播的偏向》（*The Bias of Communication*）中认为：一种新媒介的出现，将导致一种新文明的产生。因为每一次新媒介的产生，都会带来

一整套新的价值评价体系，都是由人类的基本需求所引发的。人类的每一个目标行为通常都渴望得到反馈，并且人类社会中这种人与人之间的相互依存，以及事物之间、系统之间的相互关联，形成了人与人、人与自然、人与社会、人与机器、人与虚拟世界的互动关系。这种多元的互动关系是一种必须在互动平台上才能完成的，使彼此之间产生相互作用与变化的表达体验的过程。

互动作为人类最基本的连接交流方式，从人类文明初始的面对面小范围群体性互动，逐步扩展到农耕文明后期的社会组织之间的交流，以及不同民族与国家之间的互动。工业革命带来的科技进步，使人类得以跨时空交流。特别是互联网的应用，使每一个独立个体的互动范围延伸到整个世界。

可见，人类在各个历史发展阶段都离不开彼此的互动交流。并且，随着时代的发展和科技的进步，互动范围的外延不断扩大、互动内容更加丰富、互动表现的形式更加多元等，同时互动也得以突破时空局限，更立体、更自由。

人类的这种交互¹关系源于人类动态的、关联性的互动思维方式，在当前移动互联网以及虚拟现实技术的催生下，人

1 交互是一种更泛指的概念，互动是一个专指的具体概念，所以交互涵盖了互动的含义。

类思维系统的潜质里存在的互动意识，获得了前所未有的释放。移动互联网及虚拟现实技术进一步提高了互动的即时性，可以使人类在全方位立体的平台上进行互动交流，从而打造一个没有国家、国籍、地域划分的，全融合的互动社区。每一次科技进步都会引发经济模式的变革，随着移动互联技术、大数据等迅猛发展，人类的生活方式正在从传统的缓慢、延迟、单一的传播方式，逐步演变为即时、多元、互动的方式。在这样的背景下，在互动中学习、分享、协作将成为常态，智慧将成为第一生产力。一种新的经济形态——互动经济也将应运而生。这种基于交互、关联的生态构成的互动思维体系产生的互动需求与体验，必将带来无数商业模式的创新。

与此同时，这种互动模式也有其缺陷。数千年来，人类都基于真实和信任进行面对面的商品交易，互联网带来了非面对面的交易模式，虽然互联网经济的快捷与便利显而易见，但缺乏直接、熟悉、感性、生动的互动需求及体验，也降低了彼此之间的信任度。

视频直播使人类回归到专注于消费者体验的交易模式上，也就是“面对面”的、基于信任的、满足人类即时互动心理需求的交易模式。这种全动态的、虚拟的互动视频交易模式，预示着全面互动经济时代的到来。但是，视频直播的

形态只是互动经济的前奏，真正基于互动经济理论的商业模式将有着更广泛的前景。

互动经济时代，将是一个更突出人人都互为消费者的时代，消费者将比以往更加追求个性化与定制化的产品与服务，并形成新的工匠精神。同时，互动经济时代也是一个以垂直分众的平台为主要表现形式与承载单元的时代。这些虚拟的垂直分众互动的社区型商业平台¹，将使商业组织结构更加扁平化，需求与供给的关系更加透明化，消费者将拥有更多的话语权。在这种商业环境下，企业将出现自媒体化趋势，并通过企业精神及价值观的载体——企业播客（互动经济时代的新职业）来进行产品与服务的推广营销。

大数据作为人类创造的新型能源与资源，可以预计它的价值在未来将高于任何自然资源。VR、AR、MR等虚拟现实技术，以及人工智能、万物互联、植入式芯片等新技术智慧机器也将广泛地被嵌入商业行为中，进一步促进人机融合。利用这些技术，云端互动形态将实现无边界、跨时空、即时可视，虚拟与现实的边界将越来越模糊。而且，技术的这种发展不仅使互动经济成为未来人类文化体系的一部分，也给人类未来的商业模式带来了无限的想象空间。

1 从严格意义上来讲，是一个数字平台。

相比传统经济，互动经济还是一个更关心人的情感世界的经济，它将给人类带来前所未有的感受，使人类的社交生活进入一个崭新的时代，并在未来的社会生活体系中成为标配。

每一次商业模式创新都源于经济模式的创新，而任何经济形态在初始阶段都伴随着极高的风险。就像 17 世纪美洲贸易那样，如果遇到风浪沉船，那么投资人将血本无归。虽然我们尚未完全了解互动经济这场经济新革命的深度和广度，也不知道它将会给我们的生活带来怎样的挑战。但是我们知道，它终将会给我们带来颠覆式的社会变革。

拥抱未来，融入互动经济，每个人都将会拥有自己的“世界”。在人们逐渐认识到它有着无限的想象空间的时候，那也标志着全面互动经济时代的到来。

前言	003
第一章 导论	001
01 经济模式与商业模式	003
02 互动经济思维	011
03 互动经济的特征	025
04 中国的贡献	029
第二章 互动经济改变世界	033
05 企业播客	035
06 颠 覆	051
07 重新定义	067
08 互动思维下的教育趋势	077
09 社会的结构变化	087
10 即时互动的力量	097
11 美国的互动直播	103

第三章 即时互动的魅力	109
12 创造一个幸福的世界	111
13 互动经济的消费模式	121
14 话语权的转变	125
15 垂直互动社区	129
16 弹幕文化	145
第四章 即时互动社会	149
17 互动的内容	151
18 互动浸媒体	161
19 企业的媒体化	169
20 在开明与宽容下自律	177
21 虚拟的现实	181
第五章 互动经济 +	199
22 互动经济的生态	201
23 互动式营销时代	211
24 即时的视频直播	221
25 想象空间	237
参考文献	256
致 谢	260

Brief Contents

Preface	003
Chapter I Introduction	001
Chapter II Interactive Economy Shaping the World	033
Chapter III Attraction of Real-time Interacting	109
Chapter IV A Society of Real-time Interactivity	149
Chapter V The “Interactive Economy+ ”	199
Reference	256
Acknowledgements	260

CONTENTS

Preface		003
Chapter I	Introduction	001
01	Economic Model and Business Model	003
02	An Interactive Economy Mind Set	011
	Sharing Economy has Become the Past Tense	013
	Power of Capital	019
03	Characteristics of Interactive Economy	025
04	Contribution of Developing of Interactive Economy from China	029
Chapter II	Interactive Economy Shaping the World	033
05	Enterprise Podcast	035
	Functions of Enterprise Podcast	037
	Professionalism of Enterprise Podcast	039
	Enterprise Podcast Team	040
	Value of Enterprise Podcast	043

	New Online Sensation	045
	Enterprise Podcast Industry	048
06	Overturn	051
	Re-balance of Demands and Supplies	051
	New Patterns of Enterprise Competition	055
	Trust in A Transparent World	059
07	Re-Definition	067
	Product and Services	067
	Competition, Collaboration, Resources and Concept of Ownership	069
	Wisdom is the Primary Productive force	071
	New Approach to Globalization	074
08	Education Trend under Interactive Mind Set	077
	Interactive Education Thinking	077
	Participants of Interactive Education	082
	Education for Practice	083
09	Shifting of Social Structure	087
	New Organizational Production Pattern	088
	A Flat Social Structure	090
	Vertical Minority Platform	091
	Reshaping Lifestyle	093
	Dynamic Thinking	095
10	Power of Real-time Interacting	097
11	Live Broadcast in America	103

Chapter III	Attraction of Real-time Interacting	109
12	Creating A Happier World	111
	In Spare Time	111
	Happiness	113
	Pan-entertainment	116
	A Happy World	117
13	Consumption Model of Interactive Economy	121
14	Shifting of Bargaining Power	125
15	Vertical Interactive Community	129
	Forming of Vertical Community Culture	129
	Fragmentation of Fans	131
	Medium Vertical Enterprises	132
	From Craftmanship to Interactive Innovation	135
	Rising of minority Products	142
16	Bullet Screens Culture	145
Chapter IV	A Society of Real-time Interactivity	149
17	Contain of Interactive	151
	Contain of Dynamic Flow	151
	Pan-entertaining IP	158
18	Interactive Immersion Media	161
19	Enterprise's Mediatization	169
	Mediumize of Product and Service	169
	From Brand to Immersion media Imprint	172
20	Self-discipline Under the Openness and Tolerance	177

21	Reality of Virtual	181
	Greater Freedom from Technology	181
	New Sensibility	184
	Footprint of Vertical Reality	186
	Between Vertical and Reality	190
	Digitalized Human Being	193
	Vertical World	194
	Vertical Reality and Live Broadcast	196
Chapter V	The Interactive Economy+	199
22	Ecology of Interactive Economy	201
	Ecology of Business	201
	Beyond Barrel Theory	204
	New Business Mind Set	206
	Gamification of Interactive	207
23	Interactive Saling Era	211
	Interactive Saling	211
	Scenario Saling	214
	Shooping While Watching	215
	Power of Proximity	217
24	Vedio Live Broadcast	221
	Vedio Live Broadcast	221
	Vedio Live Broadcast in China	223
	Facts on Live Broadcast	227
	Characteristics of Live Broadcast	233