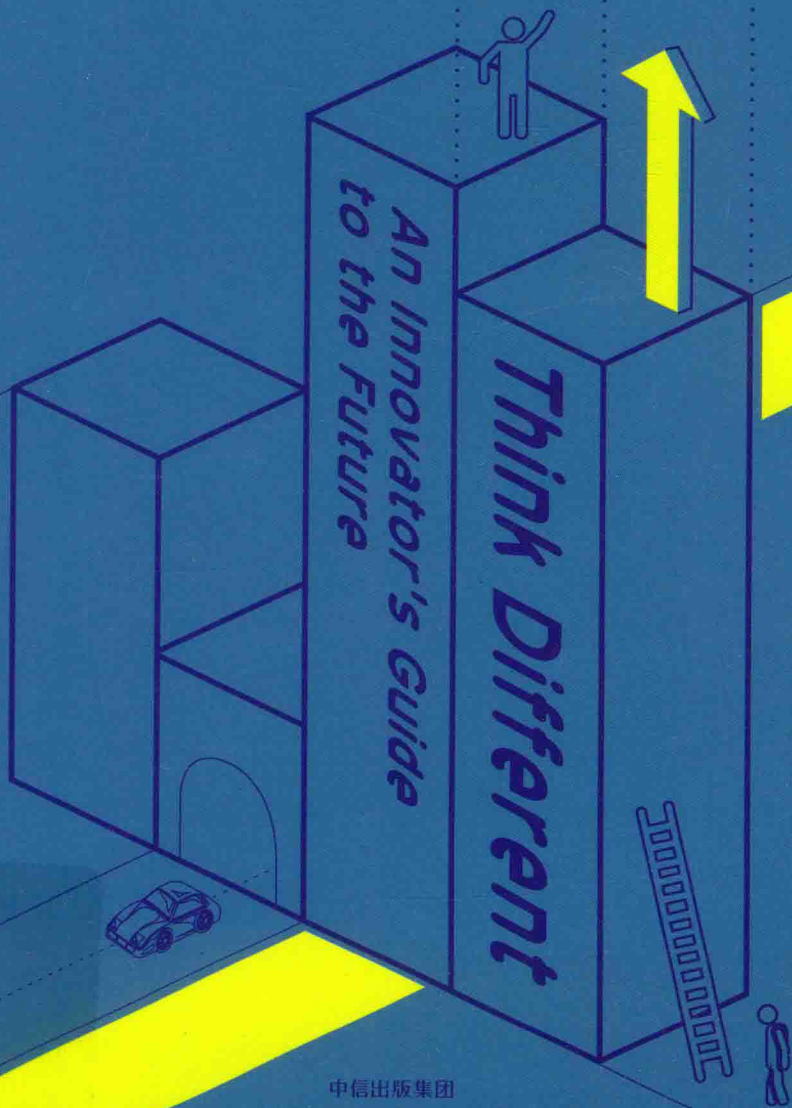


非显著趋势

如何把握即将到来的机会

[美] 罗希特·巴尔加瓦 (Rohit Bhargava) 陈一舸 (Viveca Chan) 著 王烁 译



中信出版集团

非显著趋势

如何把握即将到来的机会

[美] 罗希特·巴尔加瓦 (Rohit Bhargava) 陈一柟 (Viveca Chan) 著 王 烁 译



Think Different
An Innovator's Guide to the Future

图书在版编目 (CIP) 数据

非显著趋势 / (美) 罗希特·巴尔加瓦, 陈一枏著;
王烁译. -- 北京: 中信出版社, 2017.9

书名原文: Think Different: An Innovator's

Guide to the Future

ISBN 978-7-5086-7811-5

I. ①非… II. ①罗… ②陈… ③王… III. ①商业模
式—研究 IV. ① F71

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 129430 号

THINK DIFFERENT: An Innovator's Guide to the Future

© Rohit Bhargava 2016

Original English language edition published by Published by special
arrangement 2 Seas Literary Agency and CA-LINK International LLC.

Simplified Chinese translation copyright 2017 by CITIC Press Corporation

ALL RIGHTS RESERVED.

本书仅限中国大陆地区发行销售

非显著趋势

著 者: [美] 罗希特·巴尔加瓦 陈一枏

译 者: 王 烁

出版发行: 中信出版集团股份有限公司

(北京市朝阳区惠新东街甲 4 号富盛大厦 2 座 邮编 100029)

承 印 者: 北京通州皇家印刷厂

开 本: 880mm×1230mm 1/32

印 张: 8.25 字 数: 160 千字

版 次: 2017 年 9 月第 1 版

印 次: 2017 年 9 月第 1 次印刷

京权图字: 01-2017-4268

广告经营许可证: 京朝工商广字第 8087 号

书 号: ISBN 978-7-5086-7811-5

定 价: 58.00 元

版权所有·侵权必究

如有印刷、装订问题, 本公司负责调换。

服务热线: 400-600-8099

投稿邮箱: author@citicpub.com



Think Different

序言

面对未知的世界，我们能做的，唯有拥抱和参与

仲夏的北京，天气已有些炎热，陈一柝女士转给我《非显著趋势》一书，并嘱我写篇序言。好友之命，唯有从之。

人类自诞生以来，即对未来的趋势和预言都深深迷恋，因为，从任何一个历史时间点来看，我们都会发现，趋势正在裹挟一切。我们渴望用预言和趋势来降低自己内心的不安全感，减少做无用功的可能性，抑或是提高学习和工作的效率，提早面对可能到来的变革浪潮。越是迷雾重重的时代，越是自己觉得重要的事情，我们越想看得更远，看得更早，

看得更清晰。

这个时代正在经历一场人类有史以来可能最为深远的革命，它改变了传播和技术，也改变了人。在全人类的共同推动下，它在不断地扩大和深化。与之相伴随的还有诸多类似于升级、转型、颠覆、革命等话语。尤其在中国，广阔的土地及众多的人口、复杂的民族成分和普遍的城乡差异、根深蒂固的文化传统加上近代以来的诸多历史变动，使得中国场所面临的问题具有难以比拟的复杂性和艰巨性。对于那些能够真正洞察到趋势的人来说，这是一个最好的时代，也是最坏的时代。

关于趋势的著作可谓是汗牛充栋，不胜枚举。《非显著趋势》显得有一些些“异类”，这种“不走寻常路”的“异类”体现在三个方面：

第一，“非显著”的独特视角

《非显著趋势》并非空谈“思考”，并非单纯以判断来夺人眼球。正如作者所言，有价值的趋势从来都不是对未来世界的凭空猜测和痴心妄想，而是基于对当下世界的细微体察和用心揣摩，以另辟蹊径的方式理解当下那些“加速发展的现象”，从而获得一种关于不远的未来的独特洞察和发现。《非显著趋势》提供了一种预测趋势的方法，系统性地探讨趋势的由来，以此来帮助读

者提升观察理解周围世界的的能力，培养一种“非显著”的思考方式，从而每一天都提升创新思维。

第二，长年观察，中西智慧

本书作者罗希特·巴尔加瓦连续六年写作“非显著趋势”系列书籍，并入榜《华尔街日报》畅销书榜单，还在乔治城大学讲授市场营销课程，也曾在全球 32 个国家的商业论坛做过演讲。合著者陈一柟女士为中国营销传播业界领军企业威汉营销集团的 CEO（首席执行官）和董事长，在长期对中国的观察和理解基础上，她带领威汉团队，撰写了本书的“中国相关性”部分，让全球性的“非显著趋势”在中国市场“落地”。

第三，“策展人”的思考方式

商业从来都不是孤立和封闭的存在。书中所描写的 15 种“非显著趋势”涉及到文化、营销、技术、设计和经济等多个方面，它们从来都不是彼此分离的，正是这些因素的相互作用构成了社会整体生活方式的不断变革。在此基础上，本书收集和整理大量资讯，最终以一种“策展人”的方式，提炼那些对企业商业战略和个人职业发展大有裨益的“非显著”趋势。

回到当下，世界的变化速度快得超乎我们的预料。许多刚刚出现的新东西、新现象还没有太熟悉，便已落后或陈旧。尽快地

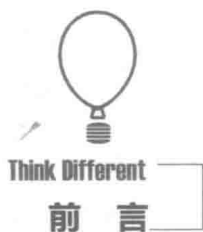
认识趋势，是面对变化时掌握主动性的前提；拥抱新事物，常怀对于世界的好奇之心，学习之心，才能融入时代。

读完本书时，已是深夜。燥热减退，凉风习习，万物重归平静，本书的意涵大体也在于此吧。

丁俊杰

中国传媒大学教授

国家广告研究院院长



“学习是种体验。其他一切只是信息。”

——阿尔伯特·爱因斯坦（Albert Einstein），物理学家

如果你曾沿着印度公路旅行，就会知道有一种机制能帮助你在混乱中找到秩序。

这种调控一切的力量并不是什么神奇技术或者更完善的路标。很简单，印度司机更能理解周围的一举一动。他们相互交流，协商如何应对棘手的路况。鸣笛表示打算驶过十字路口，手势和眼神表明不同的意图。这里的车流更缓慢，但目标明确。简言之，

司机们对于交通状况并非浑然不觉。

这种交通模式有时也会出现在亚洲其他地区，和西方世界大多数司机的做法形成鲜明对比。

在美国、英国和澳大利亚等国家，司机之间很少有交流，除非是对彼此的愚蠢行径表达愤怒和质疑。人们购买奢华的隔音车，将自己和路上的一切分离开来。这种车内技术让人们以各种方式摆脱了实际驾驶和留意其他司机所带来的烦恼。结果可想而知。

大多数西方司机很少关注彼此，认为只要跟随交通标志、遵守交通规则就够了。很遗憾，他们往往是错的——这导致了各种交通事故，甚至更糟糕的情况。

那么，这些和领导力有什么关系呢？

想象一下，你以西方人对待驾驶的方式来对待自己的团队。你可以用最好的技术将自己包围起来，避免和任何人面对面互动，依靠“交通规则”抵达目的地。你认为这样效率会有多高？

这本书的核心观点就是，真正的领导力、创新和改变世界的思想来源于以非凡视角看待周围的世界。成功意味着抬起头来，而不是低下头去。

高效的领导人和成功的企业都会承诺在对话中学习。他们不会懒于观察，疏于对话。相反，他们好奇心强，善于观察，知道

真正深刻的见解来源于倾听，而非讲述。

与以往任何时候相比，现在有更多的对话供你倾听，这既是好消息，也是坏消息。当然，你可以倾听身边的人，也可以倾听其他团队的成员。但互联网也是社交媒体公共对话的宝库，等待人们发掘。

人们在谈论什么，他们为何谈论？与他们直接互动，你能学习到什么？

例如，贝纳通^①印度区总经理桑杰夫·莫汗蒂（Sanjeev Mohanty）关注商业趋势和公共对话，迅速获得改革创新的美誉。他每天都会选择几封顾客发来的邮件直接回复。顾客收到高层领导的回复都很惊讶——他则获得顾客的直接回馈。这就是双赢。

关键在于，所有这些顾客需求都在网上，人们也渴望和领导人及品牌建立这样的联系。你只需要下定决心，提升自己的观察能力和互动能力。

我们很容易觉得，提升驾驶技术是把车开好的理想途径。但如果关键在于放慢速度，注意周围事件并和其他司机交流呢？

本书的目的就是讲授相关法则，让你见他人之未见，帮助你

① 贝纳通（BENETTON），意大利著名服装品牌，成立于1965年，是世界上发展最快的服装生产厂家之一。——译者注

培养某种思考方式。我将它称为“非凡”思考法，培养这种思考法可以改变你的公司业务和职业生涯。

我将以商业趋势为背景讲述这一思考方式。不管怎样，大多数人还是对趋势和预言家深深迷恋。在我们眼里，这些年度预测就是对未来的展望，令人心驰神往。

问题只有一个——大多数预测都基于猜测，懒于思考。这些预测平淡无奇，并不非凡。

当下的出版物中，平淡无奇的思想大行其道，本书的灵感正来源于此。在这个几乎人人只差一步就自称专家的世界，学会独辟蹊径比以往任何时候都来得重要。仔细观察并揣摩各种想法，能让我们从独特的视角理解人们为何购买、销售和信赖每一种东西。

这本书的目标就是教你避开浅显，看到别人错过的想法、模

何谓趋势？

趋势就是对加速发展的当下进行推敲后获得的独特看法。

式和趋势。

有价值的趋势从来都不是对20年后世界的预测，那些往往是凭空猜测、痴心妄想。回到1997年，你觉得有多少趋势预

测人能够预言微信等事物的崛起？

一个都没有。

但这并不表示趋势毫无用处。最有力的趋势能够根据对当下的观察,预测不远的未来。理解不远的未来,其价值超乎你的想象。

趋势为何重要

生活中的很多决定都是短时间内做出的,虽然我们可能不这样表述。你在短时间内决定创办企业;在短时间内选定结婚对象;从一个职位跳到另一个职位,也是在短时间内完成的。

长期决策始于短期决定,所以相比较猜测 20 年后会发生什么,理解世界的实时变化更有价值。

每次上台发言,我总是先介绍自己是个“趋势推敲人”。之所以用这个词,是因为它表明了我热爱收集想法,耐心寻找其中的模式,用崭新有趣的方式描绘世界。

过去六年里,每年经过筛选后我都会出版一本作品,讲解塑造来年商业世界的十五大趋势。这一系列的“非显著趋势报告”(Non-Obvious Trend Report),都是基于一整年的研究、对话、思考和写作。

在这六年里,我为世界上的多个大型品牌提供过商业战略建

议，在乔治城大学讲授市场营销课，也曾在全球 32 个国家的活动中发言。

这一切经历给了我宝贵的机会，可以在多个行业工作，全面彻底地研究媒体、文化、营销、技术、设计和经济。我每年也会阅读和评论许多书籍，购买各种各样的杂志，从云计算到阿米什人^①的农作方法。

我的方法是收集各种思想，类似于飞行常客累积航空里程——等待他日兑换为金钱奖励。

为何写这本书

我的“兑换”就是年度趋势报告，但和其他趋势预测人不同，分享年度报告对我而言仅仅是开端。倘若我真的相信推敲趋势的价值，相信每个人都能学会，那么分享推敲趋势的过程同样重要。

因此，本书分为五章。

前三章讲述了如何收集和推敲想法，如何确保记录下精妙的点子。这三章讲到的原则，都基于我为全球多个品牌开展的独家

^① 阿米什人是美国和加拿大安大略省的一群基督新教再洗礼派门诺会信徒，以拒绝汽车及电力等现代设施、过着俭朴的生活而闻名。——译者注



培训和私人研讨会，此前未曾公开。

第四章讲述了 15 个新趋势和相关见解，它们将塑造未来商业。我特地从过去几年的研究中做了遴选，专门针对中国商界编写。为了让这些趋势尽可能本地化，我向北京、上海和中国香港的多位富有洞见的媒体人寻求帮助，他们研究每一种趋势，为中国市场找到了本土范例和应用场景。

第五章以简短的篇幅指引你将趋势应用到实践中，催生真正的创新，无论你供职的公司规模多大。这一章中，有关于我们的定制化学习项目和研讨会的简短描述，有如何在团队中举办研讨会的相关指引，还有如何将创造性思维引入团队和组织的具体建议。

你可以按章节顺序阅读本书，也可以在趋势和方法之间来回切换。无论你是关注趋势预测和趋势应用，还是希望学习推敲想法的技巧与非凡思考法，这本书既可分多次阅读，也可一口气读完。

无论你想怎么读，本书的目的都很简单：帮你提升观察理解周围世界的能力。掌握了这一点，你每一天都能提升创新思维。

除了我和我的团队为推敲非显著趋势而进行的经年累月的研究，我还非常荣幸地在这个中文版中收录了关于中国市场的洞察

和思考。这些与中国市场高度相关的趋势解读，来自本书合著者陈一柵女士所领导的威汉营销传播集团的充满智慧的团队，包括李骥先生、陈亮途先生和其他亚洲市场不同国家的专业人士。由于他们辛勤的努力和宝贵的定制性产出，您现在手中的这本书，因此而变得更好，更具相关性，读起来也一定会更加有趣。

作者简介

罗希特·巴尔加瓦 (Rohit Bhargava)

趋势研究者、营销专家、演说家，同时也是《华尔街日报》畅销书作家，已出版5本作品，内容覆盖市场营销、领导力和未来商业。他创立了“非凡”公司，在乔治城大学讲授市场营销和演讲课程，曾受邀前往全球32个国家演讲。

陈一枏 (Viveca Chan)

WE集团董事长及行政总裁，从事广告行业超过30年，其中有4年在加拿大，具有丰富的国际市场和中国市场经验。她是业界公认的杰出先锋人物，带领潮流，是一位不断转型创新的市场营销专家和优秀的企业家。

图书策划 灰犀牛

总策划 乔卫兵

策划编辑 于宇

责任编辑 于宇 | 方雷

营销编辑 朱小兰 | 龙彬彬

装帧设计 **WONDERLAND** Book design 仙通设计

出版发行 中信出版集团股份有限公司

服务热线: 400-600-8099 网上订购: zxcbs.tmall.com

官方微博: weibo.com/citicpub 官方微信: 中信出版集团

官方网站: www.press.citic

微信关注“中信书院”服务号，一起用知识抵御平庸



Think Different

目 录



第一章 如何记录好点子

成为思想筛选者	004
大问题……	006
找到趋势	007



第二章 推敲想法的艺术

好奇心指南	012
如何培养观察能力	014
如何变幻无常	016
如何深思熟虑	018
如何做到简洁凝练	020