

# 世界 在变软

水木然 / 著

这是一个万物重生的时代，世界变得越来越灵动、柔性；  
改变僵硬的世界，从打破僵硬的思维开始！

*The world is soft*

 中国工信出版集团

 电子工业出版社  
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY  
<http://www.phei.com.cn>

# 世界 在变软

水木然 / 著

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

## 内容简介

人类文明正值一次全新的大升级，从“大工业时代”跨越到“数据时代”，我们也因此面临一场空前的社会秩序重组。每一次的社会升级都会有万物凋零，也必然有万物在悄然重生，这里既暗藏各种危机，但也充满了各种机会。

不谋全局者，不足谋一域。如果对社会的整体变迁不能有全局的认知，就会茫然和徘徊，错失很多先机。

本书深刻洞察了这背后的规律和逻辑，全面解读了商业、社会、价值、人性的本质和必然，旨在引导我们的各种行为，帮助大家在各种变化面前应付自如，波澜不惊。

未经许可，不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。  
版权所有，侵权必究。

### 图书在版编目(CIP)数据

世界在变软 / 水木然著. —北京: 电子工业出版社, 2018.10

ISBN 978-7-121-34752-8

I. ①世… II. ①水… III. ①社会秩序—通俗读物 IV. ①C912.3-49

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第159530号

策划编辑: 李洁

责任编辑: 李洁 刘真平

印刷: 北京画中画印刷有限公司

装订: 北京画中画印刷有限公司

出版发行: 电子工业出版社

北京市海淀区万寿路173信箱 邮编: 100036

开本: 720×1000 1/16 印张: 12.5 字数: 145千字

版次: 2018年10月第1版

印次: 2018年10月第1次印刷

定价: 54.00元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题, 请向购买书店调换。若书店售缺, 请与本社发行部联系, 联系及邮购电话: (010) 88254888, 88258888。

质量投诉请发邮件至zts@phei.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件至dbqq@phei.com.cn。

本书咨询联系方式: lijie@phei.com.cn。

人类自诞生以来，先后经历了渔猎采集文明、农业社会和工业社会，生产方式和生产工具不断迭代，生产关系也在不断升级，而每一次的迭代和升级都是一场生活方式的大变迁。

当下，我们正在经历人类社会的又一次升级，世界正在从“大工业时代”迈向“数字时代”，这是一场非常伟大的、深刻而又微妙的变革。

从本质上来说，世界正在“由硬变软”。

何为硬？

大工业时代就是硬。工业社会为了实现大规模、标准化生产，人们成立了组织，硬性地制定出了各种条条框框的制度，人们需要

在规定的时间内做规定的事情，完成规定的目标，牺牲小我成全大我。所以人是必须服从组织的，这个世界是僵硬的、冰冷的。

何为软？

数字时代就是软。未来的企业和组织是松散的，既柔性又灵活。“组织力”也会变成一种“号召力”，互联网的高度协作性使每个“个体”的天赋和兴趣有了用武之地，生活和工作渐渐开始融为一体，通过拥有的知识、才华、技能人们就能拥有体面的生活，同时还能为世界创造价值。世界正在变得越来越灵动、柔软，富有人文关怀，当然也柔中带刚。

再从具体逻辑层面做一个详细的对比。

工业时代遵循的逻辑是“占有大于一切”，由于生产资料不具有可复制性，如工厂、设备、工人、商铺、土地等都掌握在资本家手中，称之为资本。资本追求的是剩余价值，具有扩张性。

而数字时代遵循的逻辑是“连接大于拥有”，它不需要占有大量实体产品和有形的资源，只是充当大脑和关键连接点，去调配大量分布在各地的外部资源，不求拥有，但求连接。最关键的不是你拥有了多少有形资源，而是你能配置和影响多少资源。未来资源属于谁并不重要，重要的是谁在使用资源，如何更高效地使用资源。

工业时代关注的是有形产品的生产和流通，有形的空间对它来说既是优势，也是一种阻碍；而数字时代却可以把人、货物、现金、信息等一切有形和无形的东西“连接”起来，完全突破了物理空间的限制。

工业时代的思维是线性的、连续性的、可预测的；数字时代的思维是断点的、突变的、不可预测的。

在数字时代，企业寿命、产品生命周期、争夺用户的时间窗口都在以前所未有的速度缩短。

数字时代的贸易核心是信息化调度，而非工业时代的物理输送体系。

数字时代的金融是建立在大数据和信用上的普惠支持，而非传统的银行抵押模式。

数字时代注重的是流动和循环的效率，共享、分享才是大势所趋。每个人都只是一个信息节点。

工业时代关注的是对有形空间的占有和使用效率，而数字时代关注的却是信息和价值节点的分布，这是完全不同层次的两种思维模式。

再纵观商业大势，所有固化的、有形的壁垒都会被流动的、无

形的信息流所摧毁。没有任何东西能阻碍数字经济这股洪荒之力。

也可以这样理解，工业时代让人类征服世界，追求高速增长，而数字时代则让人类和自然，甚至和人工智能共同组建命运共同体。

这既是一个“万物凋零”的时代，也是一个“万物重生”的时代。

回顾人类的历史进程，如果时代是一片汪洋大海，那么人类就像一艘在海上航行的船。

从时代进程来说，人类已经从“风平浪静”区驶进了“波涛汹涌”区。在“风平浪静”区，我们可以随心所欲地航行，祈祷一帆风顺。而“波涛汹涌”区最大的特点就是各种浪潮不断来袭，一浪接一浪，我们要学会踏浪前行，勇于面对各种突变，才能顺利走过这一程。

勇敢地面对各种变化和挑战吧，千万不要贪图安逸、安于现状，我们要做时代的弄潮儿！

## 第一章 商业

- |     |        |     |
|-----|--------|-----|
| 第一节 | 迭代的时代  | 002 |
| 第二节 | 新商业逻辑  | 007 |
| 第三节 | 商业秩序重组 | 016 |
| 第四节 | 从大破到大立 | 025 |
| 第五节 | 产业轮回   | 034 |
| 第六节 | 投资曲线   | 039 |

## 第二章 社会

- |     |       |     |
|-----|-------|-----|
| 第一节 | 未来的城市 | 052 |
| 第二节 | 未来的教育 | 059 |
| 第三节 | 未来的阶层 | 065 |
| 第四节 | 未来的稳定 | 071 |

## 第三章 人

- |     |      |     |
|-----|------|-----|
| 第一节 | 三种思维 | 078 |
| 第二节 | 无用阶层 | 083 |



第三节	定位与热爱	087
第四节	人性和伦理	095

## 第四章 价值

第一节	顺势而动	102
第二节	诚信无价	107
第三节	阶层流通	111
第四节	触点	115
第五节	共享经济	126

## 第五章 大象无形——中国的软实力输出

第一节	传统世界的运转逻辑	132
第二节	从输出产品到输出模式	136
第三节	第一轮全球化开启	140
第四节	文化红利	143
第五节	中国应对全球挑战彰显领导力	146
第六节	科技革命引发世界格局改变	149

## 第六章 关于未来

第一节	全球4.0开启	154
第二节	区块链与世界大同	167
第三节	人类的临界点	174
第四节	软实力的60个体现	178

# 1

CHAPTER

---

第一章

---

# 商 业

## 第一节

/ Section /

# 迭代的时代

什么是传统模式？

我们来分享一则寓言故事。

一只乌鸦口渴了，它在低空盘旋找水喝，在不远处发现了一个水瓶，便高兴地飞过去，落在瓶口，准备喝个痛快。可是水瓶里的水太少，瓶口又小，瓶颈又长，无论如何也够不着水。经过一段时间的摸索，乌鸦终于琢磨出了往瓶子里丢石子的方法，从而顺畅地喝到了水。

这个故事经常被人引用，还被写到教科书里，用来告诫人们，

遇到困难的时候要善于思考，勇于创新与实践。

什么是创新？

忽然有一天，飞来了另外一群乌鸦。

这群乌鸦根本不会衔石子，但个个嘴里都叼着一根吸管，轻松地喝到了瓶中的水。

这就好比金轮法王苦练了多年的武功，却被杨过一招打败，这完全是不同维度的竞争。

前不久，著名数码相机品牌尼康关闭了它在中国的工厂，理由是：智能手机的崛起占领了原本属于数码相机的市场。

按照传统的商业逻辑，尼康最有可能被索尼、佳能等公司打败，但出人意料的是打败它的居然是——智能手机。

《三体》里面有句话，叫作“我消灭你，与你无关”。

这句话乍听起来让人感觉有点狂妄自大，但却充满了大智慧，让我们来诠释一下它的深刻内涵吧。

还是以数码相机行业为例，世界上曾经有一家世界500强的企业，名叫柯达，在1991年的时候，它的技术领先世界同行10年，但是它在2012年1月提交了破产保护申请，破产原因除了来自市场

领域的价格竞争外，还有一个原因是来自于数字成像技术对传统成像技术的挑战。

当索尼还沉浸在数码领先的喜悦中时，突然发现，原来全世界相机卖得最好的不是索尼，而是以手机闻名于世的诺基亚，因为每部手机都可以是一部照相机，索尼在残酷的竞争中业绩大幅下滑。

之后原来生产计算机的苹果公司横空出世，创造出了具有划时代意义的触屏智能手机，把手机行业的老大诺基亚打败了，而且打得其毫无还手之力。2013年9月，诺基亚被微软收购了……

事情还没完。

多年之后的今天，当苹果手机还如日中天时，中国的华为异军突起，发布了全球首款AI手机，将手机带入了人工智能时代。

……

下面再以快消品为例。

2017年康师傅和统一方便面的销量急剧下滑，不过它们的对手并不是白象、今麦郎，而是美团、饿了么等外卖App。方便面质量并未出现任何问题，只是由于外卖服务太便捷了，于是大家就由吃方便面果腹改为叫外卖了。

打败口香糖的不是木糖醇，而是微信、王者荣耀。在超市收银这个消费场景中，过去顾客在排队缴费无聊时就会往购物篮里拿上两盒口香糖，而今天大家都会选择看微信、刷朋友圈、玩王者荣耀来打发时光。

共享单车1元钱随便骑，骑到任何自己想去的的地方，停下，锁车就走，十分方便。共享单车的出现让卖单车的店铺、修自行车的小摊子的生意都一落千丈，关门歇业是迟早的事情。

街头的警察没有变得更多，而扒手却越来越少。消灭扒手的不是警察，而是微信、支付宝。越来越多的人口袋里没有现金，扒手不得不失业。

所以，如果有一天你隔壁开火锅店的张三卖手机卖得比你好，你不用觉得惊讶，因为这是一个无边界的时代，每一个行业都在整合，都在交叉，都在相互渗透。如果原来你一直认为获利的产品或行业，在另外一些人的手里突然变成一种免费的增值服务，你又如何竞争、如何生存？

以前，市场虽然很残酷，但我们最起码知道谁是对手、谁是同盟。

现在呢？我们完全分辨不出孰敌孰友了。

《三体》中还有一个说法就是“降维打击”。一个无意中路过的歌者文明发现了人类，于是就像捏死一只蚂蚁一样，顺手灭掉了太阳系。因为对于他们来说，人类文明什么都不是，你会在乎你走路时踩死一只蚂蚁吗？不，你甚至连你刚才干了什么都不知道。

这就叫“我消灭你，但与我无关”。在这个跨界打拼、迅速迭代的时代，生活简直就是十面埋伏，我们如履薄冰。

因为你永远不知道你的对手在什么时刻、从什么方向冒出来，你唯一能做的就是时刻准备着。

## 第二节

/ Section /

# 新商业逻辑

中国正在形成新的商业形态，商业形态最大的变化是供应链的变化。

传统供应链从上到下由供应商、制造商、分销商、零售商及消费者组成，是一个狭长的链状结构。

这是一种大批发的模式，也是一种自上而下式的摊派做法：制造商需要先将产品卖给分销商，分销商再卖给零售商，最后才卖给消费者。

每个下游环节必须先花钱向上游环节拿货，而且每个环节拿货



的数量都是有要求的，拿的货越多折扣就越低。

这不仅产生了利润盘剥，还使运作效率层层衰减。由于每个环节的产品销量是一定的，超出消化能力之外的那部分产品就会变成库存，层层分布在各个环节中。“库存”就是吞噬商业利润的一大黑洞。

更为重要的是，在原来物质匮乏的年代，只要你能把产品生产出来，就会被消费者享用。但现在是产能过剩的时代，物质产品已十分丰盛，消费者的选择权变得越来越大。在互联网的作用下，消费者的视野一下子变大了，需求也越来越个性化和多元化，品牌和款式趋于更多、更新、更快。

而这种冗繁、狭长的供应链无法及时感知消费者的最新需求，更无法做出快速反应，依然在盲目和无序化生产，最终将导致大量无用的产品被堆集生产出来。

所以这种传统的生产模式注定要被淘汰。

当消费者的主动权越来越大时，那些能够聚合消费者，并能感知消费者需求的人就会出现。他们不仅能聚集大量消费者（粉丝），还可以联合“粉丝”向厂家定制产品。

这就是未来的消费关系：消费者需要什么，生产者就会生产什