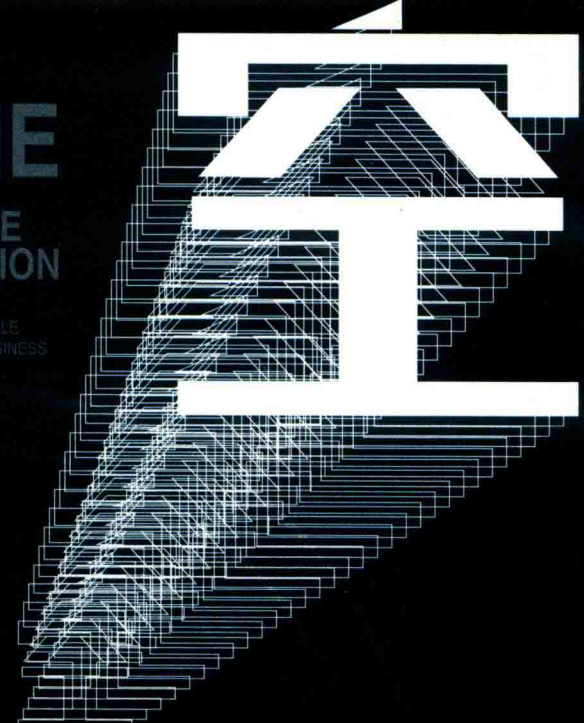




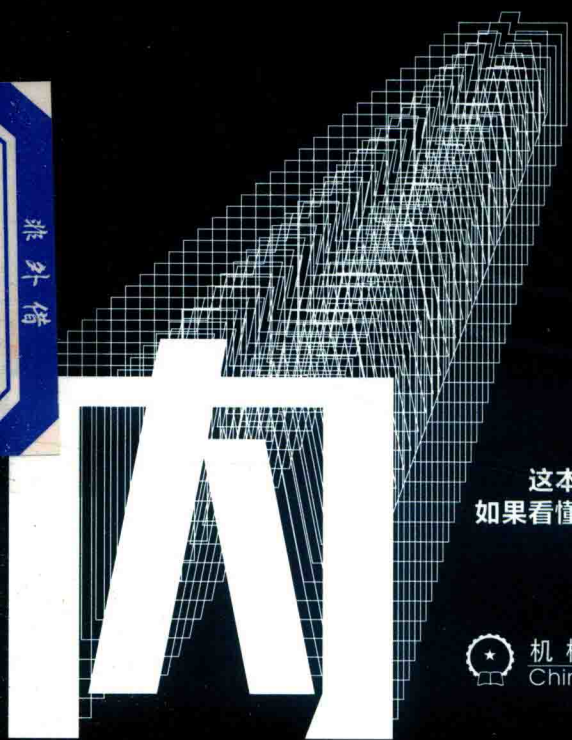
TIME  
AND  
SPACE  
IMPLOSION

THE CORE RULE  
OF INTERNET BUSINESS

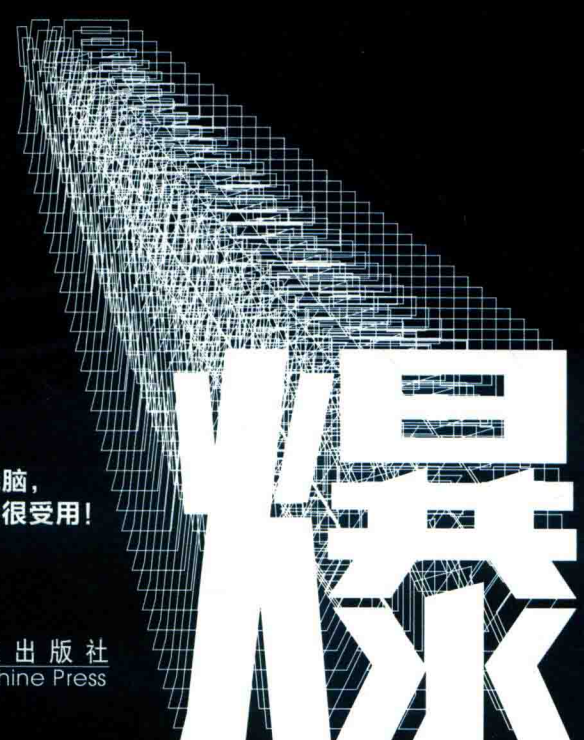


互联网商业的  
本 | 质 | 逻 | 辑

常政◎著



这本书很烧脑，  
如果看懂了，会很受用！



机械工业出版社  
China Machine Press

海外篇

# 时空内爆

互联网商业的本质逻辑

常政◎著



机械工业出版社  
China Machine Press

## 图书在版编目 (CIP) 数据

时空内爆——互联网商业的本质逻辑 / 常政著. —北京: 机械工业出版社, 2018.9

ISBN 978-7-111-61046-5

I. 时… II. 常… III. 网络营销 - 商业模式 - 研究 IV. F713.365.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 222521 号

# 时空内爆——互联网商业的本质逻辑

出版发行: 机械工业出版社 (北京市西城区百万庄大街 22 号 邮政编码: 100037)

责任编辑: 孙海亮

责任校对: 李秋荣

印刷: 北京文昌阁彩色印刷有限责任公司

版次: 2018 年 10 月第 1 版第 1 次印刷

开本: 170mm×230mm 1/16

印张: 21

书号: ISBN 978-7-111-61046-5

定价: 79.00 元

凡购本书, 如有缺页、倒页、脱页, 由本社发行部调换

客服热线: (010) 88379426 88361066

投稿热线: (010) 88379604

购书热线: (010) 68326294 88379649 68995259

读者信箱: hzit@hzbook.com

版权所有·侵权必究

封底无防伪标均为盗版

本书法律顾问: 北京大成律师事务所 韩光 / 邹晓东

HZBOOKS | 华章科技 | Science & Technology



| FOREWORD |

推荐序

## 从时空内爆到意识空间

张江

北京师范大学系统科学学院教授，

集智俱乐部创始人，腾讯智库专家，阿里智库专家

公元前 60 年左右，凯撒大帝率领着战无不胜的罗马铁军在战场上驰骋，他们为的是将脚下的罗马帝国的土地扩大到整个欧洲。公元 2007 年的某天，乔布斯正在办公室中和他的员工们大吵大闹，为的是取消 iPhone 上的键盘，给小小的手机腾出一点点空间。

为什么人类的竞争空间已经从外部的广大疆域演化成了小小的手机空间？《时空内爆》一书给出了很好的解答。

我们已经进入了一个物质极其丰饶的时代。每天涌入我家的快递包裹已经让我应接不暇，甚至有的会被搁置一个多月而无人问津。每两个星期，我都要将一些物品丢进垃圾桶，甚至有些还是从未拆封的包裹。不是我已经非常富有，而是我的注意力资源相对于这些包裹而言实在是更加稀缺。

曾几何时，人类商业的竞争已经从物理世界转移到了客户的意识空间。我曾发明“占意”一词来描述人们对注意力资源的争夺，它形象地把商家对客户意识空间的争夺过程表示出来。无论是可口可乐还是 Google，几个简单的字母组合就价值连城，这是

因为这些符号已经在客户的意识空间中占有一席之地。而意识空间中的1比特信息完全可以与物理空间中的大片土地等价。

人类的意识空间是一片全新的大陆，在这里每一个空间点都承载着一个概念，相邻的点被相似的概念所覆盖。根据我接触到的最新研究表明，人们已经可以通过一种名为“词向量”（Word2Vec）的人工智能技术将这一意识空间可视化。更有意思的是，词向量的计算结果表明，很有可能这个意识空间是一个具有负曲率的双曲空间，这意味着在这一空间中，有限的空间区域可能蕴含了无穷大的信息。正是这一差异使得我们对意识空间充满了陌生感。

互联网正是对我们意识空间的承载和延伸，人类正在用自己的注意力不断开拓着自己的意识空间。从微博到微信，从快手到B站，从今日头条到抖音，一个个创业奇迹背后实际上都是广大用户在用自己的宝贵注意力资源为意识空间不同区域投票。人工智能则是人类注意力资源的放大器，它可以帮助我们过滤大量的无用信息，从而更好地帮助我们意识聚焦，并延伸到远方。

“时空内爆”可以说是注意力和意识空间相互耦合演化的必然结果。一方面，我们的空间在不断地向更小的尺度压缩；另一方面，时间也在这一压缩过程中被分割得越来越细、越来越琐碎。这不禁让我联想到了奇点的概念。物理上的奇点是说这样一种时空点：它由于具有无穷大的能量密度，从而使得时间在这一点上停止，而空间也被压缩到了一点，所有的信息都无法逃脱引力奇点的魔爪。与此对应，我们的城市正在形成一个个反“奇点”。在这里，信息不断地爆发和释放；时间在被无限地加速，以使得人们在跑步机上奔跑；空间则形成了从小而大的辐射效应。我不知道这两种奇点的对偶关系究竟是巧合还是必然，人类正在迈向后一种奇点。这可能恰恰是“图灵地球脑”觉醒的时刻。

《时空内爆》一书将上所述过程用一个个生动的创业案例串联了起来。在这本书中，你既可以读到“车库咖啡”“优家公寓”等鲜活的创业案例，又可以沿着循环时空、线性时空、时空内爆的线索俯瞰整个人类历史的发展和互联网的进化。你甚至还可以看到“图灵地球脑”这一更大的图景，并理解你手中的手机其实不是手机，而是地球脑的感官延伸。总之，一切的符号都在《时空内爆》这本书中被赋予了全新的意义。

## ∣ PREFACE ∣

### 自序

2013年9月，我原计划花6个月的时间写一本关于“互联网创业故事”的书，结果却花了4年多的时间写了一本探讨“互联网商业规律”的书。这缘于我在对互联网创业者们进行访谈、寻找创业故事素材的过程中，发现他们描述的产品设计、经营模式及经营策略的背后，似乎潜伏着一条“大鱼”，即互联网产品的普及应用，这正在导致一种特殊的时间和空间应用模式的出现。经过对更多文献的阅读，我幸运地感知到了“大鱼”的真实存在——它至少已经游弋了成千上万年，贯穿整个人类文明史，它游过的时空轨迹（“循环时间，封闭空间”和“线性时间，线性空间”）恰是解析农业文明、工业文明等各种社会特征的核心编码。一个令我怦然心动的念头由此萌发：如果能捕获这条鱼的当前游动轨迹，那么我们就可以梳理出整个互联网商业的发展规律。从“创业故事”到“商业规律”，尽管其研究在工作量、复杂性方面存在天壤之别，但“捕鱼”的诱惑，总是牵引着我“一次又一次”忍不住延长了完稿的时间。记得2013年9月底，我采访完“时间拍卖网”创始人张迪奇时和他说，会很快将稿件发给他看一下。结果发过去时，已经是2018年1月了。

本书便是我提交的一份“捕鱼报告”，我将大鱼在当前信息文明时代游动的特征描述为时空内爆（碎片时间，内爆空间）。这种时空模式，正引领着我们步入一个被“注意力经济”全面统治的社会。它的显著特征是，人类经历了一次集体进化、赋能，开始自

身携带加速社会生产、生活效率的“时空压缩力”；商家的商业效益，主要取决于在整个生产周期内，对每个消费者“时空压缩力”势能的充分利用。基于这股历史新趋势，我从目标、方法论、影响、趋势的角度，归纳了互联网商业的四条基本规律：**时间战争**是商业竞争的本质；**“云思维”**实现价值聚变；**“符号势能”**决定消费行为；**图灵脑**汇聚创新入口。

本书意在提供一个全新的解读视角——时间和空间模式，以及衍生的相应规律准则，以求为类似企业家、创新者等关注互联网商业和技术创新的读者们，把握未来每一个互联网创新机遇（以及内在的运作规律和机理）及分析互联网创新对人类命运的影响等，提供有益的参考。

在研究方法上，我在阅读文献、报告的基础上，展开了访谈式研究，访谈了近70名互联网创新者（身份一般是CEO、CTO、产品总监等），意在获得关于当今互联网业界耕耘者们的第一手实践资料，通过了解他们的创业缘起、产品策略和经营体会等，更有效地把握新产品、新技术应用内嵌的时空变迁准则，以及它们对互联网商业的影响等。此外，我采用了一种自称为“观象法”的研究模式，即用直观、感性的图像和符号等，来认知事物变化的本质规律。这源于2015年我去德国墨卡托中国研究中心（MERICS）做访问学者期间受到的启发。我发现，一起合作的欧洲学者们有一个共同偏好——喜欢通过图像传达思想。印象最深的是，一位研究员（博士毕业于英国牛津大学）每次参加课题组会议汇报工作进展时，均是基于同一研究结论的最新图形化描述。无疑在他眼里，如何呈现思想之“象”，与思想研究本身具有同等重要的地位。在他们的影响下，我开始了勾勒人类文明和时空关系之“象”的尝试，结合当时对农业、工业、信息文明时空特征的感性认知，以哲学家黑格尔描绘世界事物一般演化规律的“正、反、合”辩证逻辑为指导，于2015年第一次画下了三幅文明和时空关系图（注：图的详情参见第0章和第2章），并基于它们在MERICS上做了一次汇报演讲，得到大家的热情鼓励。归国后，我因某些机缘欣喜地发现，用“象”理解世界，在中国传统文化里有悠久的历史，集大成者当属《周易》，比如《周易》64卦，均是用“--”和“—”这两个符号（称为阴爻和阳爻），代表宇宙间事物的两种基本对立状态——阴和阳，然后通过这两种符号的不同排列组合所构建的象，来解析世界万物（自然、社会、人事等）的变



化准则。这些关于“象”的新认识，激励了我在接下来的一年多时间里，不断地对这三幅时空关系图进行修正和优化，使得它们不仅是考量互联网创新内嵌时空法则的检验尺度，还是我演绎互联网商业相关概念和定义的灵感之源。

在写作风格上，本书融合了报道、学术写作风格：既注重采访场景描述、行业趋势分析，也注重概念定义、逻辑推演的学理型梳理。这并非为了标新立异般塑造一种新文风，它仅仅是我对自大学毕业后职业状态、生命成长和求知方式（先后做过科技记者、智库研究员等）的一种客观勾勒和自我总结。最后，衷心感谢在写作本书这4年多时间里，对笔者给予各种无微不至关怀的朋友们。

首先，本书得到了醒客工场的项目基金资助，感谢我在醒客工场的同仁李岩、黄永聪、虞鑫、张鹏翼等在本书完成过程中给予的意见，以及在技术和采访资源等方面给予的支持。

感谢机械工业出版社华章公司副总编杨福川先生在本书撰稿过程中给予的热情帮助，包括无数中肯、独到的修改建议；感谢机械工业出版社华章公司编辑孙海亮在本书编辑、排版过程中所做的工作。

感谢我采访过的近70名互联网业界创新者。遗憾的是限于篇幅，书中只采用了一部分用于案例介绍和观点引用，但每一个受访者的技术、产品和行业视野，均在点点滴滴中孕育了构思本书的灵感。可以说，这本书是集体智慧的结晶。

感谢我的老东家CSDN的前同事孟迎霞、刘江、徐威龙、李涛等所给予的采访资源的支持。

感谢图书《技术人攻略》的作者张兰给予的采访资源的支持。

感谢葛宁、皇甫晶、王腊梅、余艳、卢鸩翔在书稿试阅中所提的各种建议及给予的精神鼓励；感谢胡彦妮在书稿截稿阶段对本书进行的编辑和审校工作。

感谢毛力无私分享了《中文科技期刊数据库》等网络数据库的用户账号。

最后，感谢我的家人。

常政

2018年3月7日

CONTENTS

目 录

推荐序

自序

第0章 本书导读 / 1

第1节 名词解释 / 2

第2节 核心要点 / 3

第3节 全书结构布局 / 16

第1章 现象：时间压缩与空间内爆 / 18

第1节 时间压缩：海淀图书城之殇 / 19

第2节 空间内爆：车库咖啡馆的崛起 / 24

第3节 空间内爆：社群符号和商业的连接 / 30

第4节 创新者：新世界的时空建筑师 / 35

第2章 原理：人类文明中的三大时空演变 / 39

第1节 农业文明：循环时间和封闭空间 / 42

第2节 工业文明：线性时间和线性空间 / 48

第3节 信息文明：碎片时间和内爆空间 / 57

### 第3章 创建：时空压缩力大赋能 / 72

第1节 时空内爆之落地：飓风起于青萍之末 / 73

第2节 内爆空间之产品力：触控、产销闭环释放的时空压缩势能 / 75

第3节 内爆空间之传播力：人际交流的自然回归 / 82

第4节 内爆空间之支付力：从“制度化”到“人性化”赋能 / 89

第5节 内爆空间之消费力：“比特+原子”开启的需求蓝海 / 97

第6节 内爆空间之成熟：基于O2O的分形生长 / 106

### 第4章 影响（上）：时间碎片争夺战——中国互联网24年 / 112

第1节 情感型入口：“萌妹子”机器人引发的业界震荡 / 113

第2节 PC互联网时代：“雪山模式”下的流量经济 / 116

第3节 移动互联网时代：时空内爆下的入口嬗变 / 129

第4节 价值互联网时代：符号型入口大行其道 / 139

第5节 中国互联网24年：“时间”从幕后走向前台 / 144

第6节 信息文明的商业本质：注意力经济 / 146

### 第5章 影响（中）：机械时钟专政的终结——从“工业人”走向“符号人” / 153

第1节 云思维：跳出循环宿命的技术革命 / 154

第2节 云计算：信息时代的谷登堡印刷机 / 157

第3节 物流：基于云思维的社会化运算 / 162

第4节 企业组织：产业链加速下的“去中心化” / 167

第5节 医疗：流程重组中的空间进化 / 174

第6节 知识谱系：自下而上的群体智慧 / 179

第7节 互联网金融：大数据昭示的信用本质 / 189

第8节 信息文明的人类角色：从“工业人”迈向“符号人” / 194

## 第6章 影响（下）：符号生产中的创世裂变——从“视觉交互”到“人生交互” / 200

第1节 视觉的交互：图标背后的隐秘编码 / 201

第2节 情感的交互：O2O 整合体验设计的基本要素 / 207

第3节 文化的交互：科技和人文的内爆 / 215

第4节 人生的交互：游戏化思维下的超真实世界 / 225

## 第7章 趋势：图灵地球脑——信息文明内爆空间的高级形态 / 238

第1节 万物互联后的地球：人类第二次地理大发现 / 239

第2节 空间发现之视觉：开启人类新母体之门 / 246

第3节 空间发现之声觉：商业闭环的时空触发器 / 251

第4节 空间发现之嗅/味觉：云思维下的数字化制造 / 255

第5节 空间发现之身觉：智能情趣中的新空间认同 / 260

第6节 空间发现之意/未那觉：信息文明下的新型农田和工厂 / 263

第7节 空间发现之阿赖耶觉：区块链的神律秩序 / 269

第8节 图灵地球脑的诞生 / 282

## 第8章 人生篇：创业的时代精神 / 292

第1节 创业人生和时代精神 / 293

第2节 时代精神碎片之“超真实”：张天一和他的伏牛堂 / 295

第3节 时代精神碎片之“小强”：刘峰和他的快轮科技 / 301

第4节 时代精神碎片之“匠心”：孙勇和他的榫卯 / 306

第5节 时代精神碎片之“执念”：杨南征和他的“管联网” / 313

第6节 时代精神的集结号：青年创业公寓 / 319

CHAPTER 0

00

第0章

# 本书导读

## 第1节 名词解释

为了帮助大家更容易理解本书的内容，这里对本书中一些关键的、比较难懂的名词稍做解释，大家可以先浏览一遍，有一个大致印象即可。

(1) **时空压缩力**：简称时空力，从时空维度，某主体（企业或消费者）对信息、物质、能量传输和转换的能力，即在单位时间内实施上述过程中所能覆盖的最高空间疆域。应用于商业生产周期的四个阶段——生产、传播、销售、消费。本书划分为四种时空力，即产品力、传播力、合作力和消费力。将事物的变化划分为四个阶段的哲学依据，可追溯至中国古代的四相说，如《易传》中的“老阴、少阴、少阳、老阳”等。本书认为，对于消费者时空压缩力的整合利用能力，是互联网产品能否脱颖而出的关键。

(2) **内爆空间**：信息文明空间应用的特征模式，由用户注意力触发，连接用户和商家的时空压缩力，能够动态、敏捷地提供生产和消费资源的空间。之所以称“内爆”，缘于这种模式下，伴随着一个个碎片时间里用户需求的自由变化，整个社会的商业服务资源犹如核聚变一样，高速内聚于用户——犹如对炸弹向四周爆开的过程进行倒带式回放时的景象。

(3) **碎片时间**：信息文明时间应用的特征模式，是经由内爆空间组织、完成一个完整商业闭环的时间。特点是每一个碎片时间都具有相对独立性，因为内爆空间在每个碎片时间输出的商业服务之间没有固定的因果逻辑制约。

(4) **线性时间**：工业文明时间应用的特征模式。线性用于形容事物呈现出一种有规律、因果确定的单向运动或者状态变化。因此，线性时间就是我们熟知的时钟时间，今天、明天、明年……永不可逆地向前流淌。在工业社会，线性时间成为人类统治世界的核心方式——通过时间控制万物的变化，从而构建

万物之间的逻辑秩序。

(5) **循环时间**：农业文明时间应用的特征模式。时间是土地空间里自然景象变化的描述方式，按照自然规律循环往复，比如春、夏、秋、冬。特点是，在循环时间的视角下，世间万物在经历一个循环周期后会回复到原来的状态。

(6) **云思维**：信息文明商业生产的核心思维，其具有两大特色。首先是“倒果为因”，事物的功能特性及逻辑地位，只取决于正在经历的碎片时间内它所参与的商业进程的整体最优效率。其次是“动态因果”，随着一个个碎片时间的流逝，每个碎片时间内的商业进程都具有相对独立性，导致事物的功能特性和逻辑地位也极可能发生相应变化。

(7) **符号势能**：符号，指群体注意力的感知共识，比如文化、价值观、生活方式的共识约定等。符号势能就是某注意力符号所整合的关注者的四大时空压缩力（产品力、传播力、合作力、消费力）资源。一般来说，商家围绕产品打造的符号，其符号势能强度取决于关注者们的时空力的质量和商家整合关注者时空力的能力。

(8) **图灵地球脑**：简称“图灵脑”，是本书对互联网商业未来趋势的预测。全世界的商业生态链将内聚成一个超级内爆空间，该空间就像一颗智能脑，遵循着图灵演算的模式，调度、组织着社会财富的生产和消费，塑造与此相关的制度和价值观。图灵脑内所有的商业生态链，将以提升人类注意力沉浸的各大感知技术（包括视觉、听觉、嗅觉、味觉、触觉、意觉）为核心支撑，并按照区块链思想的信用生产机制，进行各个商业生态链间的整合。

## 第2节 核心要点

### 时空模式：理解人类世界的特征编码

时间越来越碎片化了，空间越来越无疆界了！

面对无时不在、无处不在的互联网商业，我们经常有这样的感叹，却未必清楚这种时空特征正关联着一场文明变革层面的大剧变，并由此主导了互联网商业的发展命脉！本书的主旨为，根据当今互联网商业在时空应用上的特征——碎片时间、内爆空间，分析互联网商业的底层逻辑和演变规律，希望能帮助企业、创新者们有效把握互联网创新浪潮中的每一个新机遇，并帮助大家理解互联网新商业、技术变革对于人类命运的深刻影响。

本书认为：时空特征是解释人类社会（包括商业）的隐秘编码。因为人类社会自步入文明社会以来的一切特征，可以用基于社会生产的三幅文明时空关系图（图 0-1~图 0-3）来解释。为便于阐述，我们将三个文明的财富（商品或农作物）生产周期均划分为四个步骤。农业文明为播种、生长、收割、消费；工业文明的主要社会财富来自商品生产，可划分为计划、生产、销售、消费；信息文明则是在工业文明的基础上，因时空变迁而划分为消费、生产、传播、销售四个阶段（原因后面会解释）。每一步骤的完成，均需要花费一定量的时间，即一个时间单元；均需要一定的场地（包含劳动力、生产资料等），即一个空间单元。我们会发现，三个文明表现出了不同的时空关系，正是这些差异造成了人类社会翻天覆地的变化。

首先看农业文明，如图 0-1 所示。

农业文明的空间单元包含一个循环往复、自成闭环的时间单元序列。这体现了空间主宰时间的思想，时间是空间的自带属性，用以描述空间自身的自然性和生物性周期变化，所以称它为“循环时间”。空间之所以称为“封闭空间”，是因为农业社会里，人类的生存空间具有相对独立性和封闭性，居住在群落间的人员鲜有流动及物品交换等。

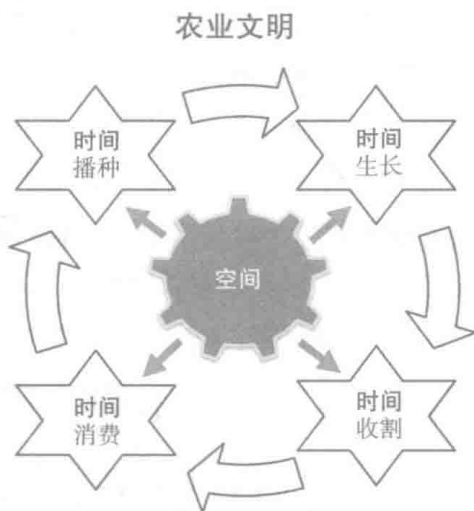


图 0-1 农业文明的时空模式：循环时间、封闭空间



这种时空模式酝酿了人类具有“循环论”特质的世界观，比如中国古人的阴阳五行，将世界万物描述成水、木、火、土、金五种空间元素的循环流变。人类的生产和生活安排，同样按照循环论范畴内的自然变化进行着，比如中国古人为指导农业生产而定立的“二十四节气”。这种时空模式，开启的是“空间（土地）主宰世界万物”的社会运行准则，人类不自觉地视自己为空间的一部分，通常以血缘为纽带结群而居，并表现出“宗法依附式”人格。

然而，上述时空关系一旦发生变化，整个农业文明的社会秩序会立刻土崩瓦解。

在介绍瓦解机制之前，我们先来看工业文明，如图 0-2 所示。

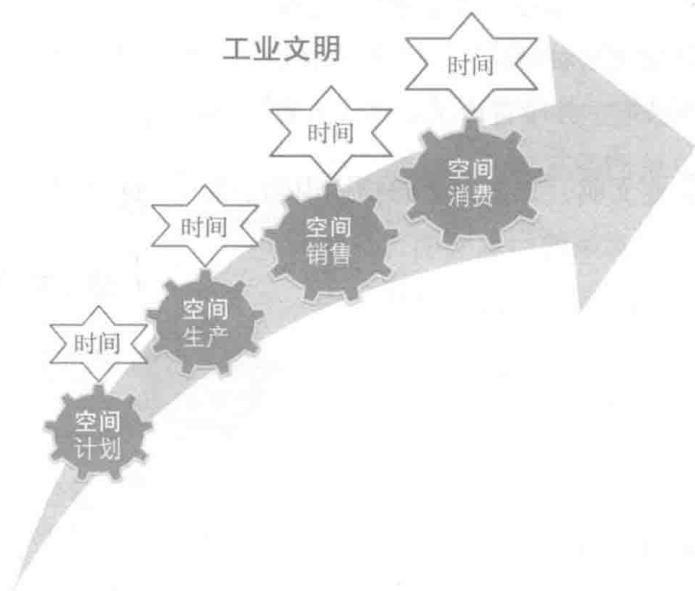


图 0-2 工业文明的时空模式：线性时间、线性空间

工业文明的时空关系是，每个时间单元管辖一个空间单元，一系列时空单元（时间单元和空间单元）组成一条流水线，不断向前延伸。和农业文明完全相反，它所反映的是“时间主宰空间”的思想，空间成为时间的属性，其变化