

How
To
Think
Different,
Curate
Ideas
&
Predict
The
Future

NON-OBVIOUS 如何预测和整合未来趋势 隐秘的商机

〔美〕罗希特·巴尔加瓦 (Rohit Bhargava) ◎著 武越◎译



世界知名的市场营销博客博主最新力作
WE Group威汉营销集团创始人、CEO作序推荐

从不易察觉的细微之处入手
以更为好奇、更具观察力的思维模式去认识周围的世界
洞察他人未能看到的趋势与商机



NON-OBVIOUS

How To Think Different,
Curate Ideas & Predict The Future

隐秘的商机

如何预测和整合未来趋势

〔美〕罗希特·巴尔加瓦 (Rohit Bhargava) ◎著

武越◎译

中国人民大学出版社

• 北京 •

图书在版编目 (CIP) 数据

隐秘的商机：如何预测和整合未来趋势 / (美) 罗希特·巴尔加瓦 (Rohit Bhargava) 著；武越译. -- 北京：中国人民大学出版社，2017.1

书名原文：Non-Obvious: How To Think Different, Curate Ideas & Predict The Future
ISBN 978-7-300-23627-8

I . ①隐… II . ①罗… ②武… III . ①市场营销 IV . ① F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 279394 号

隐秘的商机：如何预测和整合未来趋势

[美] 罗希特·巴尔加瓦 (Rohit Bhargava) 著

武越 译

Yinmi de Shangji: Ruhe Yuce he Zhenghe Weilai Qushi

出版发行 中国人民大学出版社

社 址 北京中关村大街 31 号

邮政编码 100080

电 话 010-62511242 (总编室)

010-62511770 (质管部)

010-82501766 (邮购部)

010-62514148 (门市部)

010-62515195 (发行公司)

010-62515275 (盗版举报)

网 址 <http://www.crup.com.cn>

<http://www.ttrnet.com> (人大教研网)

经 销 新华书店

印 刷 北京联兴盛业印刷股份有限公司

规 格 160mm×235mm 16 开本

版 次 2017 年 1 月第 1 版

印 张 15.25 插页 2

印 次 2017 年 1 月第 1 次印刷

字 数 165 000

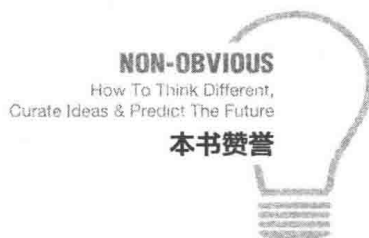
定 价 55.00 元

版权所有

侵权必究

印装差错

负责调换



《隐秘的商机》是一本观点犀利、措辞得体并且非常实用的书。书中探讨了我最爱的话题：未来。罗希特的这本实用指南综合了切实可行的建议与有趣的故事，以整合之道来解读未来商业，可以帮助读者为迎接未来做好充分的准备。

丹尼尔·平克

《全新销售》(*To Sell Is Human*)和《驱动力》(*Drive*)作者

砸碎水晶球，扔掉茶叶吧！在这本书中，罗希特向我们展示了如何以及从哪里去寻找这些能影响行业发展与品牌完善甚至能影响决策过程的未来趋势。

莎莉·霍格斯黑德

《纽约时报》畅销书《世界如何看待你》(*How the World Sees You*)作者

很少有哪本书能够让我衷心地期望除了我之外身边的朋友都没有读过。这类好书的共同点是见地深刻、发人深省而又极富启迪性，能赋予读者强大的竞争优势。《隐秘的商机》正是这样一本好书。如果要推荐给别人的话，当心自己！

希夫·辛格

VISA 数字化营销转型全球总裁

《达人迷社交媒体营销》(*Social Marketing For Dummies*)作者

如果书架上没有这本书，“隐秘”则成了“无视”。实际上，我希望罗希特的一些预测不要成真。但事实上这些预测如今都已经不幸言中。罗希特是这个时代最棒的预言家，而这本书就告诉读者罗希特是如何练成的。

斯科特·斯特莱登

2014 年年度销售书籍《重构销售》(*Unselling*)作者，其作品曾四次荣登畅销书榜

这是一本罕见的书，既实用有效又能阐释商业发展态势。此书值得一读。

查尔斯·杜西格

畅销书《习惯的力量》(the Power of Habit) 作者

在过去的四年中，罗希特聚焦趋势，早已把隐秘变为有形，引导人们为未来的商业世界做好准备。这份商机报告如今日臻完善，如果你还没有读过这本书，现在就是你读此书的时候了。

莱恩·霍里德

《相信我，我在撒谎》(Trust Me, I'm Lying) 与

《成长黑客营销》(Growth Hacker Marketing) 作者

很多商业类书籍的目的仅是授人以鱼。罗希特则大方得多，他不仅告诉读者什么是有效的，并且告诉读者如何应用自己的思维为自己服务。

伯纳黛特·吉瓦

畅销书作家、获奖博客作者、主题演讲人

罗希特·巴尔加瓦提出的“喜好经济学”是了解社会经济的黄金准则。他最新作品中的隐秘商机报告十分抓人眼球，读者读完后会发现书中的内容颇为丰富。这既关乎以一种新的视角审视世界，同时又有效地证明了整合之道何以改变你的组织。

斯里·斯里尼瓦桑

大都会博物馆首席数字官、馆长

CBS 电视台 Playit 网络平台《斯里秀》节目主播

罗希特为读者贡献了一座充满趋势与创意的金矿，这将塑造市场营销与产品开发的未来。此书将带领读者走在时代的前沿。

盖伊·川崎

Canva 公司首席宣传官

《创业起源 2.0》(The Art Of the Start, 2.0) 作者

能看到别人所看不到的事情或许是创意的最高形式。解密这些隐秘的路径，让每个人都能在任何领域打开成功的大门。

约翰·詹斯奇

《完美营销指南》(Duct Tape Marketing) 和《完美销售指南》(Duct Tape Selling) 作者

罗希特·巴尔加瓦如空中飞人积攒飞行里程般地积攒着不同的思想见地。他对趋势与策略的极度迷恋是帮助你的公司走向成功的理想秘籍。在《神秘的商机》一书中，罗希特为问题缠身的企业家、市场部经理以及公司的 CEO 们提供了种种解

决之道——如何分析市场何去何从、如何利用市场等。罗希特有艺术性地将诸多不同的故事整合在一起，得出简练而有力的商机预测，为公司勾勒蓝图，将趋势特质定位为商业策略的关键因素。商界新手阅读本书能迅速地了解各种商业原则，而商业老将读毕也能收获智慧之光。虽然本书书名带有“隐秘”字样，读者们接下来要做的事情则再清晰不过——马上开始阅读！

乔伊·克莱曼

Design 交响乐团首席体验作曲家

市面上从来不缺少告诫读者要跳出思维框架进行思考的书籍，而《隐秘的商机》一书则是少有的真正能教给读者如何实践的作品。不管你是要说服客户、激励团队，还是要搞定一位严苛的老板，《隐秘的商机》一书都能助你马到成功。我已经为我的整个团队购买了很多本。

约翰·格玛

《纽约时报》畅销书作家、社会策略专家

罗希特对数字经济的了解无人能及。我已经连续多年向客户推荐他的观点与看法。若要学着认识世界格局、预测全球趋势并站在未来主义者的角度思考，罗希特的新书是必读书目。

格尔德·莱奥纳德

作家、主题演讲人

如今，不需要水晶球就能知道未来将会是一个互联世界。罗希特没有重申读者们已经熟知的事情，而是将视线放在了更为重要的事情之上：帮助读者以更为好奇且更具观察力的思维模式去认识周围的世界。如果你也信奉终身学习的理念，那不妨读一读此书。

乔纳森·比彻

SAP 公司首席营销官

在《隐秘的商机》一书中，罗希特与读者们分享了宝贵的建议、策略、方法论以及精心做出的趋势预测，以帮助读者领航未来。强烈推荐此书！

罗斯·道森

Future Exploration Network 主席

《隐秘的商机》一书是所有企业的总裁、营销人员、产品与服务开发人员的必读书。罗希特·巴尔加瓦介绍了一些能改变未来面貌的关键趋势和商机，分享了他的一些意义深远、活泼有趣并浅显易懂的观点。他揭开了未来商机的面纱，给出了实用可行的指导建议，并告诉读者如何发现、整合并利用隐秘的商机。

罗希特·塔瓦尔

全球未来学家、Fast Future Research 首席执行官



最好的书籍总是不吝言辞来阐释自己的观点。罗希特的新书在商业和文化趋势领域一探究竟。这本书不仅揭示了重要趋势，更是探讨了这些趋势为何重要及其中隐藏的商机。最重要的是，他还教读者如何策划出适合自己的行动方案，以评估不同价值的商机。该书语言精炼，读来实是不亦快哉！

安·汉德利

MarketingProfs 首席内容官

《众媒时代，我们该如何做内容》(*Everybody Writes*) 作者

很多书籍都曾许诺帮助你以不同的视角审视问题，但是罗希特的书做到了言必行、行必果。他将交叉思维与商业策略极为巧妙地融为一体，向读者揭示了如何找到被他人所忽视的有意义的模式。这着实是一本好书。

苏尼·布朗

《游戏风暴》(*Gamestorming*) 与《涂鸦革命》(*The Doodle Revolution*) 作者

NON-OBVIOUS
How To Think Different,
Curate Ideas & Predict The Future

推荐序



“能将领导者与跟随者分开的只有一件事——创新。”

史蒂夫·乔布斯

对于大多数人来说，偶尔的灵感迸发并非难事，只有很少的人能产出足以带来重大改变的新鲜想法，能持续性地保持创新，与快速变化的市场环境和最新的科技发展趋势保持同步。我们可以确信：当外部环境的变化速度超出你自己组织的变化速度时，你很可能就要掉队了。

当2005年威汉营销传播集团成立时，我们的愿景是成为第一个以中国为大本营的国际性营销传播集团。当中国正在成为世界最大的消费市场时，当中国企业开始“走出去”时，我们看到了“国际品牌本土化，中国品牌国际化”这一策略之后巨大的机会。威汉成立之初即已加入全球领先的独立营销机构网络——环球伙伴机构（Worldwide Partners），借此在全球50多个国家拥有了80多个合作伙伴，形成了国际性运营网络。作为创业型的独立性营销机构，我们并没有多少资源可以利用，但我们对“变化”保持着更快的响应速度，我们对中国市场中新兴的趋势更为敏感，更能看到潜在的商业机会。我们从一家提供全面且多元化服务的传统广告公司，很快成长为拥有社会化媒体、数字营销、电子商务、



CRM 和软件解决方案等业务的综合性营销集团。是趋势引领着我们的发展。

近些年来，我一直在读罗希特·巴尔加瓦的《隐秘的商机》等一系列著作，因为在这些书中我能找到令人兴奋的洞察。今年早些时候，我有幸在牙买加见到了他，并聆听了他在环球伙伴机构的年会上的演讲。他本人以及这次演讲都给我留下了深刻的印象。他是一位富有魅力的演讲者，而且在收集和分析趋势数据时，他有着清晰的逻辑；他指出的并不仅仅是那些显而易见的现象，更多的是那些潜藏于现象之下的“隐秘的商机”。他给出的结论与我们的工作内容高度相关，为我们带来了很大的益处。

是的，每一年都会有很多趋势预测报告。Rohit 的《隐秘商机报告》的独特之处在于它的内容很容易理解和记忆，实用性也很强。作者将趋势展示出来，并提炼为非常简洁和具有表现力的话语，再把它们进行分组，这样读者就能很容易地找到与其工作最相关的结论。重要的是，作者还为读者提供了关于如何运用这些趋势的实用建议。

我很高兴《隐秘的商机：如何预测和整合未来趋势》一书在中国出版了。我相信你会和我一样发现这些关于趋势的洞察非常具有启发性，也能运用于你所关注的市场和商业之中。你甚至会发现很多过去的“隐秘的商机”在今日依然会对你有所启发。

所以，快点运用你的创意和这些关于趋势和商机的洞察开启或继续你的创新之旅吧！希望你能享受这次阅读体验！

陈一枏 (Viveca Chan)

WE Group 威汉营销集团创始人、CEO
国际数字商业创新协会副主席

NON-OBVIOUS
How To Think Different,
Curate Ideas & Predict The Future

前言

预测是我们窥探未来的窗口

“我不是一个快速的阅读者，但我具备快速理解的能力。”

艾萨克·阿西莫夫 (Isaac Asimov)

作家、历史学家、生物化学家

艾萨克·阿西莫夫并不只是一位科幻作家。

阿西莫夫一生著作等身，大约五百部的个人专著所涉领域广泛，不仅有他最爱的科幻题材，还有一部分为两卷的阐述莎翁馆藏文献的著作，他甚至还为《圣经》写了一本阅读指南。

尽管以科幻作品扬名天下，但他从不把自己圈定在某一个固定的框框中。每当谈到最引以为豪的作品时，他总是开玩笑称：“这是我写的最后一本书。”阿西莫夫不是科学家、神学研究者，亦不是文学评论家，他只是一个对各种观点都有着无比好奇心的作家。

不同于其他专家，阿西莫夫深知思考的力量来源于把完全不同的知识进行整合并加入自己见地的能力。事实上，他曾称自己能迅速地“知言察意”。凭借这种技能，他曾在职业巅峰时期以疯狂的节奏在一年内出版了 15 部作品。



如果我们每个人都能像阿西莫夫一样具备非凡的理解能力，又会出现什么奇妙的化学反应呢？

我相信这不是痴人说梦。

本书谨希望能帮助你洞察他人所忽略之事（我称之为隐秘思维，non-obvious thinking），并学习如何以此能力扩大你的竞争优势。

我将借助商业趋势来阐述此种思维模式。毕竟我们中的大多数人都对趋势颇感兴趣，并仰慕那些能预测未来趋势的人。对于我们而言，各种形式的年度预测是我们窥探未来的窗口，能引发我们无限的想象。

这本来无伤大雅，但却存在一个问题——大部分的预测皆源于猜测或疏于思考，故而显得平淡无奇，也不耐人寻味。

本书的创作灵感就来源于如今已出版作品中的那些显而易见的创意。

伟大的趋势是对飞速前进的
现在独一无二的整合观察。

在当今社会，人与人所谓的专家学者仅有一步之遥，因此，学会换个角度思考比任何时候都更加重要。我认为潜心观察并细心整合创意就能给人们带来与众不同的感悟，明白人们为何会购买和出售某种商品或选择相信某种言论。

本书旨在向你传授如何避免显然之事，并且学会自己预测趋势。

伟大的趋势绝不是对未来 20 年的预测——这些预测大多只是猜测或一厢情愿的设想。你认为 1997 年时有多少趋势预言家会预测到 Twitter 等新潮事物的崛起呢？毫无疑问，没人能做到。

当然这并不意味着眼下的趋势一无是处。最强大的趋势就是基于对当下的观察为不远的将来指点迷津，而了解不远的将来远比你想象的更重要。

整合趋势缘何重要

生活中，我们所做的大部分的决定都可在短期内实现（我们或许会用不

同的说辞来表述)。为当下计，你决定自行创业；你选择与谁共结连理并同享眼下时光；你决定辞去工作，另投新雇主……这些都是为了眼下的生活制定的“近期目标”。

长期计划基于近期目标，因此比起绞尽脑汁地猜测未来二十年要发生什么，了解现实生活中的世界会如何变化更有实际意义。

每当登台演讲时，我经常称自己是“趋势整合者”。之所以使用这个称谓是因为它恰如其分地描述了我的热情所在。我喜欢收集不同的观点，慢慢去参悟其中的模式，然后再用新颖且有趣的方式来描绘这个世界。

在过去的四年里，我都会整理出能在未来一年改变商界面貌的 15 种趋势，并将其公之于众。每年，这份报告都被称为《隐秘商机报告》，每份报告皆基于我一年间的研究、访谈、思考与写作。

在此期间，我还为全球商业巨头就商业策略问题提供咨询服务，在乔治城大学（Georgetown University）讲授市场营销课程，并曾在全球 27 个国家发表过公开演讲。

这些经历让我有机会涉足十几种不同的行业，以最纯粹的视角研究媒体、文化、营销、科技、设计以及经济。每年，我都会拜读或阅评几十部书籍，并将各种杂志（从云计算到阿米什务农法）都尽数收入囊中。

正如空中飞人积攒飞行里程一样，我收集各式观点——虽为娱乐当下之计，却能备日后不时之需。

为什么要创作本书

不同于其他的趋势预测者，对我而言，仅仅分享我的年度报告并不够。倘若我真的相信整合趋势具有重大意义，人人可“学而习之”，那么分享我的“习得”之路则十分重要。

本书共分为以下三部分。

第一部分阐述了我的趋势整合之道。在此之前，我仅在私人工作坊或课堂



上与学生做过深度探讨。在这部分中，你将了解到有关趋势预测的种种谬言与杜撰，以及学习趋势整合应具备的五种基本技能。另外，我还将在这部分中分步解释趋势整合的策略与技巧，我将此称为“未雨绸缪之计”。

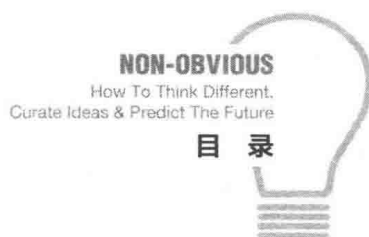
第二部分为隐秘商机报告，着重介绍可能会重塑商界的 15 个新兴观点，并解读如何将新兴趋势运用于自己的经营与工作中。

第三部分集中阐述了如何使趋势更具可行性，详细解读了我经常使用的四种工作坊模式。在这部分中，我还将探讨“反趋势”的重要性（详见第 15 章），以及如何使用“交叉思维（intersection thinking）”发现那些穿插于不同行业与故事中的模式。

我还增加了一系列附录，其中包括摘自过去四年的《隐秘商机报告》的概要总结（共有 60 余条）以及它们的“长寿率”，以最坦诚的姿态向你汇报截至 2015 年，我此前所作预测的准确度如何。

你可以按编排顺序阅读本书，也可以在诸多趋势与技巧中跳跃式阅读。无论是选择专注于我对 2015 年趋势的预测和提出的适用策略，还是学习策略整合技巧和自我预测技巧，本书在写作之初都希望你在阅读本书时能一挥而就。

正如阿西莫夫一样，你不必是快速的阅读者。然而，快速的理解能力是颇具价值的追求。本人诚挚希望本书能帮助你达成目标。



目 录

第一部分 趋势整合的艺术

01	挪威的亿万富翁：为什么大多数未来预言都百无是处	003
02	趋势整合者的 5 种思维习惯	015
03	大海捞针：兼具乐趣与利益的趋势整合之计	033

第二部分 隐秘商机报告

文化与消费者行为

04	日常大明星	059
05	自拍信心	065
06	主流正念力	073

营销与社交媒体

07	品牌化慈善	079
08	反向零售	085
09	不情愿的营销人员	091



媒体与教育

10	便于浏览的内容	097
11	情绪制造	103
12	实验性媒体	109

科技与设计类

13	不完美性	115
14	预测性保护	121
15	被操纵的上瘾	127

经济与创业

16	小数据	133
17	颠覆性配送	139
18	微消费	145

第三部分

趋势行动指南

19	交叉思维：如何将趋势适用于个人商业活动	153
20	如何利用客户旅程导图式趋势工作坊	161
21	如何利用品牌故事叙述式趋势工作坊	169
22	如何使用商业策略式趋势工作坊	177
23	如何使用企业文化式趋势工作坊	183
24	值得特别关注的七种最佳资源	189
25	反趋势：趋势的反方面	193

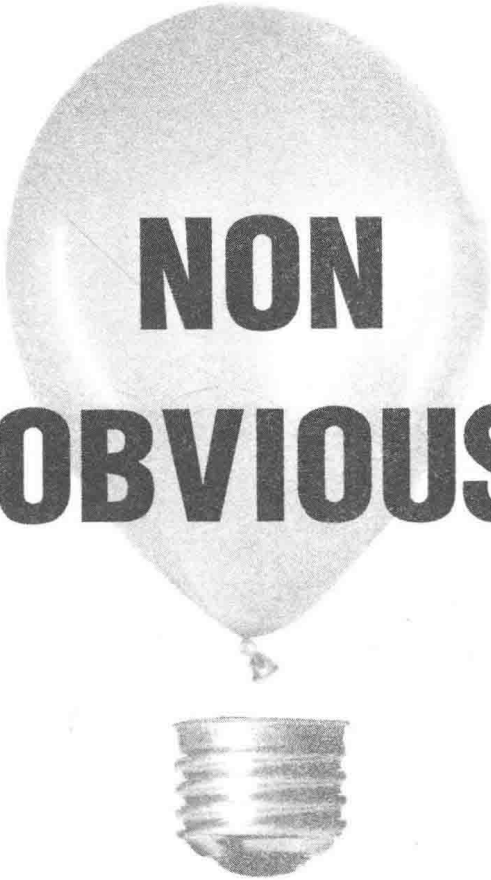
后 记

197

附录

《隐秘商机报告》(2011年~2014年)

概 要	如何阅读往年的商机报告	201
附录 A	2011 年商业趋势	203
附录 B	2012 年商业趋势	209
附录 C	2013 年商业趋势	215
附录 D	2014 年商业趋势	223



NON OBVIOUS

第一部分

趋势整合的艺术

How To Think Different,
Curate Ideas &
Predict The Future

